

FAMILIENBILDUNG IN DER STADT AUGSBURG

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG
VON ELTERN UND ANBIETERN IM JAHR 2022



Im Auftrag von



Gefördert durch



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Die vorliegende Untersuchung zu Familienbildungsmaßnahmen in der Stadt Augsburg ist ein Projekt, das in Kooperation zwischen der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und dem Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Augsburg 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 von Familienbildungsmaßnahmen,
- dem Staatlichen Schulamt,
- den Schulleitungen, allen Lehrkräften, Sekretariaten und helfenden Händen an den Schulen,
- den Leitungen sowie den Mitarbeitenden der Kinderbetreuungseinrichtungen,
- der Oberbürgermeisterin der Stadt Augsburg, Frau Eva Weber, und
- allen, die an der Universität sowie in der Stadt Augsburg tatkräftig mitgeholfen haben.

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

Auftraggeber des Projektes ist die Stadt Augsburg.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für Personen aller Geschlechter.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort Stadt Augsburg	4
Vorwort ZFG	5
Kurzüberblick	6
1. Beweggründe der Studie	8
1.1 Definition von Familienbildung und rechtlicher Rahmen	8
1.2 Familienstützpunkte der Stadt Augsburg	10
2. Projektdesign	13
3. Strukturanalyse der Stadt Augsburg	15
4. Bericht zur Bestandsaufnahme	21
4.1 Charakteristika der Träger	21
4.2 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote	22
4.3 Zielgruppen der Träger	24
4.4 Arten und Themen der Veranstaltungen	25
5. Bericht zur Bedarfsanalyse	27
5.1 Umfang der Studie	27
5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmenden	28
5.3 Nutzung der Familienbildungsangebote und Bedürfnisse der Familien in der Stadt Augsburg	34
6. Bezug zur Studie von 2018	52
7. Fazit und Ausblick	59
7.1 Zusammenfassung des Status Quo	59
7.2 Handlungsempfehlungen	61
7.3 Zusammenfassung und Ausblick	70
Abbildungsverzeichnis	71
Tabellenverzeichnis	73
Literaturverzeichnis	74
Beteiligte Personen	76

Vorwort des Leiters des Amts für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Augsburg

Familien sind das Herz unserer Gesellschaft. Als erster und prägender Ort für Kinder im Hinblick auf Beziehung, Bindung, soziales Miteinander und Bildung kommt ihnen eine hohe gesamtgesellschaftliche Relevanz zu. Bund, Länder und Kommunen investieren mit 150 verschiedenen familienpolitischen monetären Maßnahmen in die Förderung von Familien und damit in unsere Zukunft.



Die Familienbildung ist eine bedeutende Jugendhilfeleistung im Angebotsspektrum dieser Familienförderung. Als familienbezogene Prävention trägt sie damit entscheidend zum sicheren und geborgenen Aufwachsen unserer Kinder bei. Sie wirkt präventiv im Sinne einer frühen Förderung von Beziehung und Erziehung in den Familien.

Angebote der Familienbildung unterstützen Eltern und Erziehende bei ihrer Aufgabe in allen Lebensphasen und Lebenslagen. Bei dieser wichtigen, jedoch zunehmend anspruchsvollen und komplexen Aufgabe brauchen Erziehende Orientierung, Austausch, Anregung und alltagsnahe Hilfen. Dabei muss Familien- und Erziehungskompetenz heute in entsprechenden formalen und informellen Lernprozessen von Erziehenden erworben werden.

In Augsburg gibt es eine beachtliche Palette an Angeboten der Familienbildung. Das breite familienbildende Angebot im Rahmen der Kinder- und Jugendhilfe in den Familienstützpunkten und K.I.D.S Familienstützpunkten wird darüber hinaus durch die Angebote weiterer Familienbildungsträger im Gesamtgefüge des Augsburger Familienbildungskonzepts erweitert und ergänzt. Dieses leistet daher einen unverzichtbaren Beitrag zur Stärkung und Förderung der Familien in Augsburg und bietet Eltern und Erziehenden niedrigschwellig Raum für Austausch, Vernetzung und Beratung.

Das Amt für Kinder, Jugend und Familie setzt sich bereits seit mehr als 10 Jahren für eine bedarfsgerechte, zukunftsorientierte und wirkungsvolle Weiterentwicklung der Augsburger Familienbildung ein. Durch die Beteiligung an der im Frühjahr 2022 stattgefundenen Bedarfs- und Bestandserhebung hatten Eltern, Erziehende und Akteure der Familienbildungsträger die Möglichkeit partizipativ an der Weiterentwicklung des Angebotsspektrums mitzuwirken. Damit wird die Situation der Augsburger Familien nicht nur systematisch erfasst, sondern auch konkret um die Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer von Familienbildungsangeboten erweitert.

Wir bedanken uns bei dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt für die Durchführung und Auswertung der Befragung. Unser Dankeschön geht auch an die Institutionen, die mitgemacht haben, und die Schulen, die die Befragung unterstützt haben. Ein ganz besonderes Dankeschön richtet sich an die zahlreichen Eltern, die durch das Ausfüllen der Fragebögen oder das Mitmachen bei der Onlinebefragung einen wertvollen Beitrag geleistet haben. Ohne diesen wäre die Studie nicht möglich gewesen.

A handwritten signature in blue ink that reads "Herz".

Joachim Herz

Leiter Amt für Kinder, Jugend und Familie der Stadt Augsburg

Vorwort des ZFG-Direktors

Familienfreundlichkeit ist inzwischen ein zentrales Markenzeichen von Kommunen und kommt nicht zuletzt durch ein breites Angebot im Bereich Familienbildung zum Ausdruck. Familienbildung dient dazu, Eltern in der Erziehungsaufgabe zu unterstützen und zu begleiten – etwa durch Förderung und Erweiterung ihrer Kompetenzen und Erfahrungen und das Angebot zur Hilfe durch Selbsthilfe. Die Familienstützpunkte, die es in der Stadt Augsburg seit langem gibt, sind dabei zentrale Anlaufstellen für die Familien.



Lebensbedingungen und Lebensformen von Familien zeichnen sich durch eine breite Vielfalt und Dynamik aus. Dies bedingt eine entsprechende Gestaltung der Familienbildungsangebote, die sich an unterschiedlichen Phasen der kindlichen Entwicklung und vor allem an den Bedarfen der Eltern orientieren sollen.

Damit gehen für die Kommunen Herausforderungen einher – vor allem in Städten mit einer sehr heterogenen und pluralen Bevölkerung wie der Stadt Augsburg. Ziel ist es, dass Familien unabhängig von Herkunft, Bildung und Wohnort möglichst gleichwertige Chancen zur Teilnahme an Familienbildung haben. Dafür ist es grundlegend zu wissen, welche Bedürfnisse Eltern hinsichtlich Familienbildung haben.

Hier setzt die Studie zu Familienbildungsangeboten an, die das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt in Kooperation mit der Stadt Augsburg, durchführte. Dabei wurde zum einen mit einer Anbieterbefragung untersucht, welche Familienbildungsangebote bereits vorhanden sind. Zum anderen wurde eine große Bedarfserhebung durchgeführt, in der beispielsweise ermittelt wurde, wie sich die Angebotsnutzung und die Wünsche der Eltern gestalten.

Das ZFG-Team freut sich, dass es durch diese Studie erneut seine Expertise in der Familienbildungsforschung einbringen durfte. Die Kooperation mit Partnern aus der Praxis ist zentraler Bestandteil der Arbeit am ZFG und die Untersuchung ein weiteres Beispiel für den Transfer von Erkenntnissen wissenschaftlicher Forschung in die Praxis.

Der vorliegende Bericht bündelt die zahlreichen Ergebnisse der Studie. Er gibt einen Einblick in bestehende Angebote, das Nutzungsverhalten und die Wünsche der Eltern im Zusammenhang mit Familienbildung in der Stadt Augsburg. Dies kann von den Verantwortlichen der Stadt Augsburg für die Weiterentwicklung des Familienbildungskonzeptes genutzt werden.

Möglich war das Projekt nur durch eine ausgesprochen gute Zusammenarbeit verschiedener Beteiligten. Ihnen allen danke ich im Namen des ZFG-Teams.

A handwritten signature in black ink that reads "Klaus Stüwe". The signature is written in a cursive, slightly slanted style.

Prof. Dr. Klaus Stüwe

Direktor Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft

Kurzüberblick

Methodisches Vorgehen	Um die Familienbildungsangebote in der Stadt Augsburg zu analysieren, wurden im Rahmen dieser Studie zu Beginn des Jahres 2022 zwei Erhebungen durchgeführt: eine Anbieterbefragung, die vorrangig der Bestandsaufnahme diente, und eine Elternbefragung, welche die Grundlage der Bedarfsanalyse bildete.
Anbieterbefragung	Die Teilnahme an der Anbieterbefragung war sowohl in Papierform als auch online möglich. Insgesamt haben sich 122 Einrichtungen daran beteiligt.
Elternbefragung	Um die Nutzung und den Bedarf an Familienbildungsangeboten zu erfassen, wurden über die Grund- und Mittelschulen der Stadt Augsburg 5.000 Papierfragebögen an eine Zufallsstichprobe von Familien verteilt. Zudem wurde über verschiedene Instrumente, wie Plakate und Postkarten, auf die Möglichkeit hingewiesen, den Elternfragebogen online auszufüllen. Hier stand er neben Deutsch auch in Englisch, Rumänisch, Russisch und Türkisch zur Verfügung. Insgesamt konnten im Rahmen der Bedarfsanalyse 2.164 Antworten ausgewertet werden.

Ergebnisse

Themenangebot	Ordnet man die Themen nach der Zahl Träger, die im Jahr 2021 dazu Angebote gemacht haben, sind die Bereiche ‚Förderung der Erziehungskompetenz‘ (44,6 %), ‚Förderung der Gesundheit‘ (44,6 %) und ‚Problem- und Konfliktbewältigung‘ (42,9 %) führend.
Bekanntheit	Knapp der Hälfte der befragten Augsburger Eltern (49,5 %) sind die Familienbildungsangebote bereits bekannt, 9,4 % sind sich diesbezüglich unsicher und 41,1 % kennen diese Angebote nicht.
Informationsquellen	Die wichtigsten Informationsquellen für Familienbildungsangebote sind Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (36,7 %), Aushänge, Flyer und Plakate (29,0 %) sowie Verwandte und Freunde (25,6 %).
Nutzung	Etwas weniger als die Hälfte der Befragten (48,2 %) hat Familienbildungsangebote bereits genutzt, etwas mehr als die Hälfte (51,8 %) hat noch keine solchen Angebote wahrgenommen.

Hinderungsgründe	Die beiden mit Abstand am häufigsten genannten Gründe, die einer Teilnahme an Familienbildungsangeboten entgegenstehen, sind fehlender Bedarf (33,9 %) und Zeitmangel (31,4 %).
Am häufigsten besuchte Themen	Veranstaltungen zu den Themen ‚Mutter/Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs‘ (43,1 %), ‚Schwangerschaft und Geburt‘ (36,1 %) und ‚Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz‘ (21,4 %) wurden von den Eltern in der Vergangenheit am häufigsten besucht.
Gewünschte Themen	Angebote zur ‚Freizeitgestaltung in/mit der Familie‘ (47,0 %) führen die TOP 3 der Themenwünsche an, gefolgt von ‚Gesundheit‘ (30,1 %) und ‚Umgang mit (neuen) Medien/Medienerziehung‘ (26,8 %).
Familienstützpunkte	Die Familienstützpunkte der Stadt Augsburg sind 36,8 % der Studienteilnehmenden bekannt. Genau die Hälfte der Befragten kennt sie nicht und 13,2 % sind sich unsicher.
Unterschiede	Bei einer Unterteilung der Familien nach verschiedenen Charakteristiken, wie etwa der in der Familie gesprochenen Sprache, dem Bildungsniveau, der Familienform oder dem Alter der Kinder, lassen sich Unterschiede in der Kenntnis und der Nutzung von Familienbildungsangeboten sowie den Themenwünschen beobachten.
Handlungsempfehlungen	<p>Aus den Ergebnissen der beiden Umfragen lassen sich fünf Handlungsfelder für die zukünftige Entwicklung der Familienbildung in Augsburg ableiten:</p> <p>Handlungsfeld 1: Optimierung der Angebotsthemen und -arten</p> <p>Handlungsfeld 2: Erhöhung des Bekanntheitsgrades von Familienbildung</p> <p>Handlungsfeld 3: Ausbau/Verlagerung der Veranstaltungsorte und -träger</p> <p>Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen</p> <p>Handlungsfeld 5: Zeitliche Anpassung des Angebots</p>

1. Beweggründe der Studie

1.1 Definition von Familienbildung und rechtlicher Rahmen

Kindererziehung stellt für die Eltern Tag für Tag eine schöne, aber auch immer wieder herausfordernde Aufgabe dar. Zwar nimmt die Bedeutung der Betreuungseinrichtungen für Kinder zu, da Eltern – egal, ob Mütter oder Väter – immer früher wieder ihre Erwerbstätigkeit aufnehmen. Dennoch bleibt die Pflege und Erziehung von Kindern vor allem eine elterliche Aufgabe. Der eindeutige Erziehungsauftrag für die Eltern ergibt sich aus dem Grundgesetz, dem Sozialgesetzbuch VIII und dem Bürgerlichen Gesetzbuch.

§ 6 Abs. 2 GG lautet:

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

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

Im Bürgerlichen Gesetzbuch werden die elterlichen Rechte und Pflichten in § 1626 Abs. 2 BGB genauer erläutert:

„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 stellen dabei die Grenzen für die Eltern bei ihrem Recht auf und ihrer Pflicht zu Erziehung dar. In Bezug auf die Entwicklung der Kinder, 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. Daneben kann sich auch durch Themen, die gesamtgesellschaftlich von Bedeutung sind, wie etwa zunehmender Medienkonsum oder Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, bei Eltern erhöhter Beratungs- und Informationsbedarf ergeben, der mit Erziehungs- und Familienfragen zusammenhängt. Ähnliches gilt für aktuelle Ereignisse wie die Corona-Pandemie oder den Krieg in der Ukraine.

Deshalb brauchen Eltern zur Beantwortung ihrer Fragen und zur Unterstützung bei Herausforderungen und Problemen entsprechende Angebote und Ansprechpersonen. In § 16 SGB VIII ist diese Unterstützung und Förderung von Erziehung in der Familie in Form von Familienbildung genauer thematisiert:

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

(...)

(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.

(...)

Der Pädagoge und Psychologe Martin Textor hat den Begriff der Familienbildung maßgeblich mitgeprägt. Er definiert diese wie folgt:

„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, S. 2)

Mittels verschiedener Angebote kann Familienbildung einen wichtigen Beitrag zur Unterstützung von Familien in ihrem Erziehungsauftrag leisten. Familienbildung beinhaltet eine Vielfalt an Veranstaltungsformen und Themen (s. Abbildung 1). Dabei gibt es eine Vielzahl von Anbietern, die sich in ihrem individuellen Angebot meist auf spezielle Themenschwerpunkte konzentrieren und nicht das gesamte Spektrum an Familienbildung abdecken. Neben den Familienstützpunkten zählen hierzu beispielsweise auch Einrichtungen der Jugendhilfe, Erziehungsberatungsstellen und andere gemeinnützige Träger.

Damit die Familienbildungsangebote einen Mehrwert haben, ist es unumgänglich, diese möglichst bedarfs- und zielgruppengerecht zu entwerfen. Dabei müssen auch aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen und Herausforderungen wie Fragen nach der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, sich ausdifferenzierende Familienformen sowie Migration und Integration berücksichtigt werden. Wichtig ist, dass sich Familienbildungsangebote an Eltern oder an Eltern und Kinder gemeinsam richten. Angebote, die sich ausschließlich an Kinder bzw. Jugendliche richten, sind nicht Bestandteil von Familienbildung. Der Fokus von Familienbildung liegt also auf der Elternarbeit.

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

Abbildung 1: Überblick über die Vielfalt von Familienbildungsangeboten
Quelle: Eigene Darstellung.

1.2 Familienstützpunkte in der Stadt Augsburg

Familienstützpunkte sind Kontakt- und Anlaufstellen, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Kommune aufzeigen und mit weiteren sozialen Einrichtungen vernetzt sind. Neben anderen Trägern und Einrichtungen sind sie damit ein wichtiger Bestandteil von Familienbildung. Am Konzept und Aufbau von Familienstützpunkten beteiligte Institutionen sind das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, das Zentrum Bayern für Familie und Soziales sowie das Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.

Die Stadt Augsburg nimmt seit 2011 am Förderprogramm zur strukturellen Weiterentwicklung kommunaler Familienbildung und von Familienstützpunkten teil. Seitdem wurden 15 Familienstützpunkte eingerichtet:



- Familienstützpunkt Bärenkeller
- Familienstützpunkt Oberhausen H2O
- Familienstützpunkt Oberhausen Bildungshaus Löweneck
- Familienstützpunkt Oberhausen Familienzentrum Peter und Paul
- K.I.D.S. Familienstützpunkt Nord/West
- K.I.D.S. Familienstützpunkt Süd
- Familienstützpunkt Hammerschmiede
- K.I.D.S. Familienstützpunkt Ost
- Familienstützpunkt Kinderneest Altstadt
- Familienstützpunkt Hochfeld Familienzentrum SOS-Kinderdorf
- Familienstützpunkt Univiertel Campus-Elterninitiative
- K.I.D.S. Familienstützpunkt Mitte
- Familienstützpunkt Hochzoll
- Familienstützpunkt Herrenbach
- Familienstützpunkt Haunstetten MehrGenerationenTreff

Deren Standorte sind in Abbildung 2 ersichtlich. Sie sind im gesamten Stadtgebiet Augsburg wohnortnah als Anlaufstellen für Eltern verteilt.

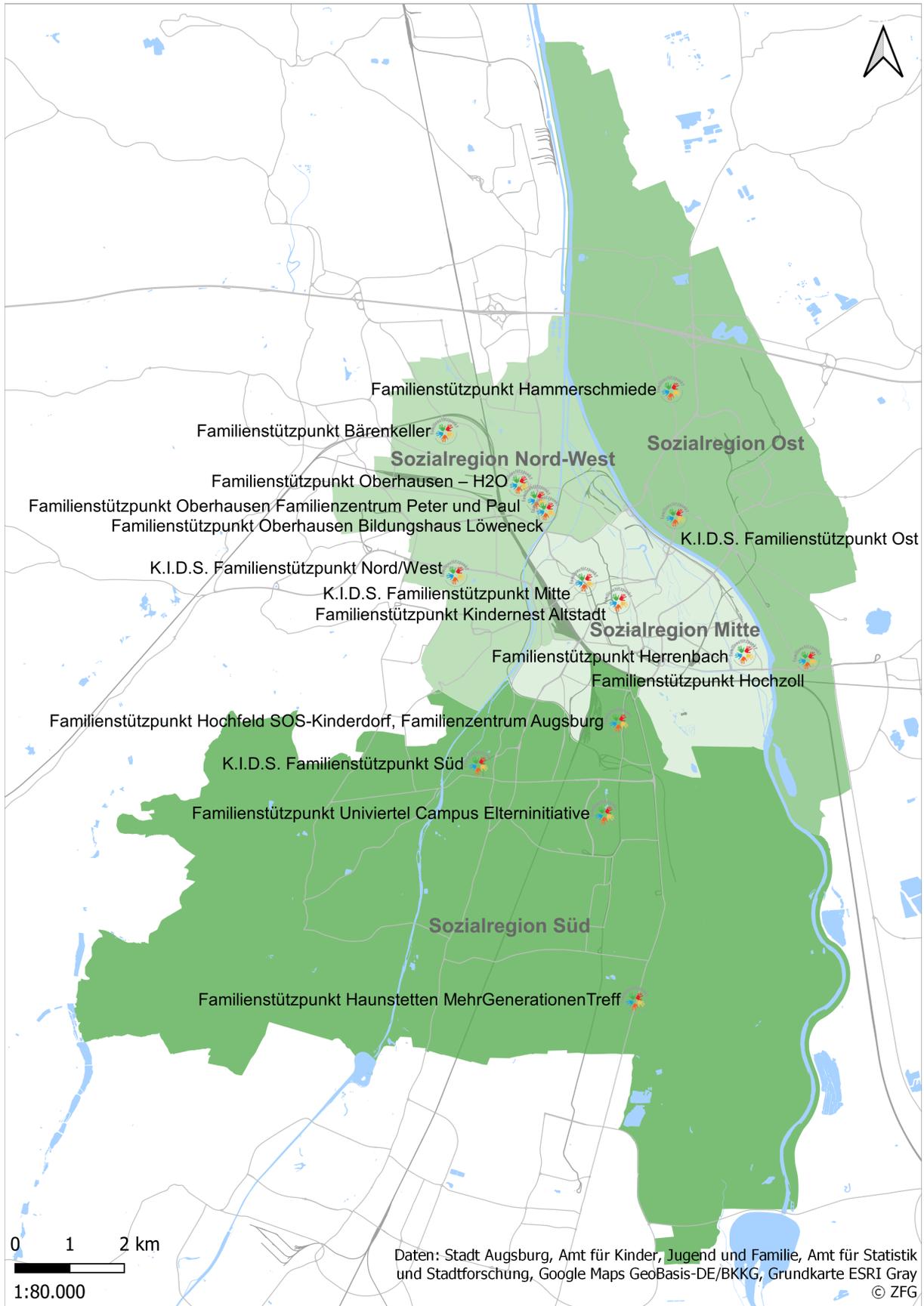


Abbildung 2: Familienstützpunkte in der Stadt Augsburg
 Quelle: Eigene Darstellung.

Mit der Befragung stehen der Stadt Augsburg als Auftraggeberin der Studie zahlreiche Daten zur Verfügung, auf deren Basis die städtischen Familienbildungsangebote weiterentwickelt werden können. Das kann sowohl die Schaffung neuer Angebote als auch die Anpassung und ggf. den Ausbau bereits bestehender Angebote, wie etwa den schon vorhandenen Familienstützpunkten, beinhalten.

Familienfreundlichkeit ist ein zentraler Standortfaktor auf kommunaler Ebene. Dies macht die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote umso wichtiger. Auch kann sich durch die Zunahme von Migration in den letzten Jahren und die damit einhergehenden Integrationsaufgaben ein vermehrter Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen ergeben.

Aus all diesen Aspekten bildet sich der Handlungsbereich ‚Familienbildungsmaßnahmen‘, an dem die Stadt Augsburg bereits intensiv arbeitet. Um das Studienziel, die weitere positive Gestaltung von Familienbildungsmaßnahmen in der Stadt Augsburg, zu unterstützen, wurde ein zweiteiliges Vorgehen mit einer Bestandsaufnahme und einer Bedarfserhebung durchgeführt.

Die Bestandsaufnahme (Anbieterbefragung) beinhaltete die Befragung öffentlicher, kirchlicher und freier Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen. Aus diesen Daten konnten die bestehenden Angebote und Rahmenbedingungen von Familienbildung in der Stadt Augsburg ermittelt werden. Im Rahmen der Bedarfsanalyse (Elternbefragung) wurden Eltern minderjähriger Kinder zu ihrem aktuellen Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und ihren Bedürfnissen und Wünschen befragt.

Auf Basis der so erhaltenen Ergebnisse wurden Handlungsschwerpunkte entwickelt, die die Verantwortlichen von Familienbildung in der Stadt Augsburg dazu verwenden können, Familien weiterhin und noch besser durch die Herausforderungen des Erziehungs- und Familienalltags zu begleiten.

2. Projektdesign

Die Stadt Augsburg nimmt seit 2011 am Familienstützpunkt-Programm der Bayerischen Staatsregierung teil. Die vorliegende Untersuchung ist bereits die vierte Bestands- und Bedarfsanalyse, die in diesem Rahmen durchgeführt wurde. Die letzte fand 2018/2019 statt. Ziel dieser Folgebefragung war es, einen aktuellen Überblick über die bestehenden Angebote sowie das Nutzungsverhalten und die Bedarfe der Eltern zu erhalten.

Dabei standen die folgenden Fragen im Mittelpunkt:

- Wie gestalten sich die bestehenden Familienbildungsangebote in der Stadt Augsburg?
- Welche Charakteristika weist das Nutzungsverhalten der Eltern zu Familienbildung auf?
- Warum nehmen Eltern unter Umständen keine Angebote wahr?
- Zu welchen Zeiten (z. B. zu welchen Wochentagen) würden Eltern am ehesten an Angeboten der Familienbildung teilnehmen?
- Was wünschen sich die Eltern in Bezug auf Familienbildung in der Stadt Augsburg?
- Welche Ansätze ergeben sich für die Verantwortlichen der Stadt Augsburg auf Grundlage der Studienergebnisse? Welche Punkte können bei der Weiterentwicklung des Familienbildungskonzepts also berücksichtigt werden?
- Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede lassen sich im Vergleich zur vorherigen Befragung zu Familienbildung in der Stadt Augsburg erkennen?

Die Antworten auf die Fragen ergeben sich aus den Ergebnissen der Anbieter- und Elternbefragung und der Kombination daraus. Auf Grundlage dieser Datenauswertung kann das

Familienbildungskonzept der Stadt Augsburg zielgruppengerecht weiterentwickelt werden.

Zur Erhebung der Familienbildungsangebote (Bestandsanalyse) wurde den Trägern ein teilstandardisierter Fragebogen zur Verfügung gestellt. Dieser konnte online oder in Papierform ausgefüllt werden. Gegenstand des Trägerfragebogens waren beispielsweise folgende Themenbereiche:

- Gestaltung der Angebote (Themen, Veranstaltungsorte und -arten),
- Zielgruppen,
- Bewerbung der Angebote.

Der Bezugszeitraum war das Jahr 2021. Die Teilnahme an der Befragung war für die Träger von Januar bis März 2022 möglich.

Für die Elternbefragung (Bedarfsanalyse) wurde ebenfalls ein teilstandardisierter Fragebogen eingesetzt. Auch hier wurde eine Kombination aus einer Papier- und einer Onlinebefragung gewählt. Die Zielgruppe waren Eltern minderjähriger Kinder.

Gegenstand des Fragebogens waren geschlossene Fragen, Hybridfragen (d.h. Fragen mit größtenteils vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, aber 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 Bemerkungen.

Der Fragebogen setzte sich aus den folgenden Themenkomplexen zusammen:

- Nutzungsverhalten der Eltern in Bezug auf Familienbildungsangebote (Kenntnis und Nutzung der Angebote, Art und Themen der wahrgenommenen Veranstaltungen etc.),
- Wünsche zu Themen, Veranstaltungsarten und -orten der Familienbildungsangebote,
- Demografische Angaben.

Ziel war es, möglichst alle Eltern aus dem gesamten Stadtgebiet Augsburg zu erreichen. Eine ‚utopische‘ Aufgabe, aufgrund der schwer erreichbaren Eltern von Kindern, die nicht extern betreut werden, sowie Personen, die generell nicht an Umfragen teilnehmen wollen. Um dennoch möglichst viele Eltern zu erreichen, wurde folgendes Vorgehen gewählt:

Erstens wurden rund 5.000 Papierfragebögen an Grund- und Mittelschüler in Augsburg ausgegeben. Die Grundlage für die Verteilung der Fragebögen bildete die Ziehung einer Zufallsstichprobe, für die folgende Kriterien ausschlaggebend waren: Es sollten über 40 % der Schüler an Grundschulen und 25 % der Schüler an Mittelschulen einen Fragebogen erhalten. Dabei sollte die Verteilung auf die unterschiedlichen Stadtgebiete bzw. Schulsprengel auch in der Stichprobe zum Ausdruck kommen, weshalb die Zufallsstichprobe nach Schulen geschichtet gezogen wurde. Die Verteilung der Fragebögen sollte zudem klassenweise erfolgen, da dies den Aufwand der Lehrkräfte für das Verteilen und Einsammeln der Fragebögen minimiert und dadurch zu einem höheren Rücklauf beitragen sollte. Die Klassen wurden im Rahmen der Stichprobenziehung also als so genannte „Cluster“ berücksichtigt. Im Fachjargon ausgedrückt wurde zur Erfüllung der beiden Prämissen – Schichtung der Stichprobe nach Schulen und klassenweise Befragung – eine nach Schulen geschichtete Zufallsstichprobe mit in Klassen geclusterten Schülern gezogen. Für die Stichprobenziehung wurde das Statistikprogramm Stata genutzt. Basis war ein Datensatz des staatlichen Schulamts der Stadt Augsburg (Stand: 01.10.2021). Insgesamt wurden rund 3.800 Fragebögen (laut Ziehung 3.832) an Grundschulen und rund 1.200 Fragebögen (laut Ziehung 1.165) an Mittelschulen verteilt¹. Die Verteilung der Fragebögen erfolgte dabei in enger Kooperation mit den Schulen.

¹ Letztendlich wurden etwas mehr als 5.000 Fragebögen gedruckt und schließlich auch verteilt.

Zweitens konnten Eltern, die nicht Teil der Stichprobe waren und somit keinen Papierfragebogen erhielten, online an der Umfrage teilnehmen. Dazu wurden an den Schulen sowie an weiteren Einrichtungen Postkarten verteilt, die auf diese Möglichkeit (mittels Link und QR-Code) aufmerksam machten. Online stand der Fragebogen neben Deutsch auch in Englisch, Türkisch, Russisch und Rumänisch zur Verfügung.

Drittens wurde über verschiedene Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit auf die Studie aufmerksam gemacht wie etwa einer Pressemitteilung und dem Verteilen von Flyern und Plakaten.

Die Befragung fand von Ende Januar bis Mitte März 2022 statt.

3. Strukturanalyse der Stadt Augsburg

Die hier dargestellten Zahlen sollen einen Überblick über die Stadt und den Ist-Zustand einiger Daten, die für die vorliegende Studie relevant sind, liefern. So sollen die Erkenntnisse der Erhebung besser eingeordnet werden können.

Die kreisfreie Großstadt Augsburg ist Mittelpunkt und wirtschaftliches Zentrum von Bayerisch-Schwaben im Westen Bayerns (s. Abbildung 3) sowie Sitz des Regierungsbezirks Schwaben. Augsburg ist eine der sechs kreisfreien Städte der europäischen Metropolregion München und hat weitreichende wirtschaftliche Bedeutung in Süddeutschland (Europäische Metropolregion München e.V. 2022). Auch kulturell-historisch ist sie als römische Gründung mit einer 2.000-jährigen Stadtgeschichte, mit historischer Textilindustrie und der Fuggerfamilie sowie ihrem Status als UNESCO-Weltkulturerbe aufgrund ihres Wassersystems bedeutsam (Stadt Augsburg 2022).

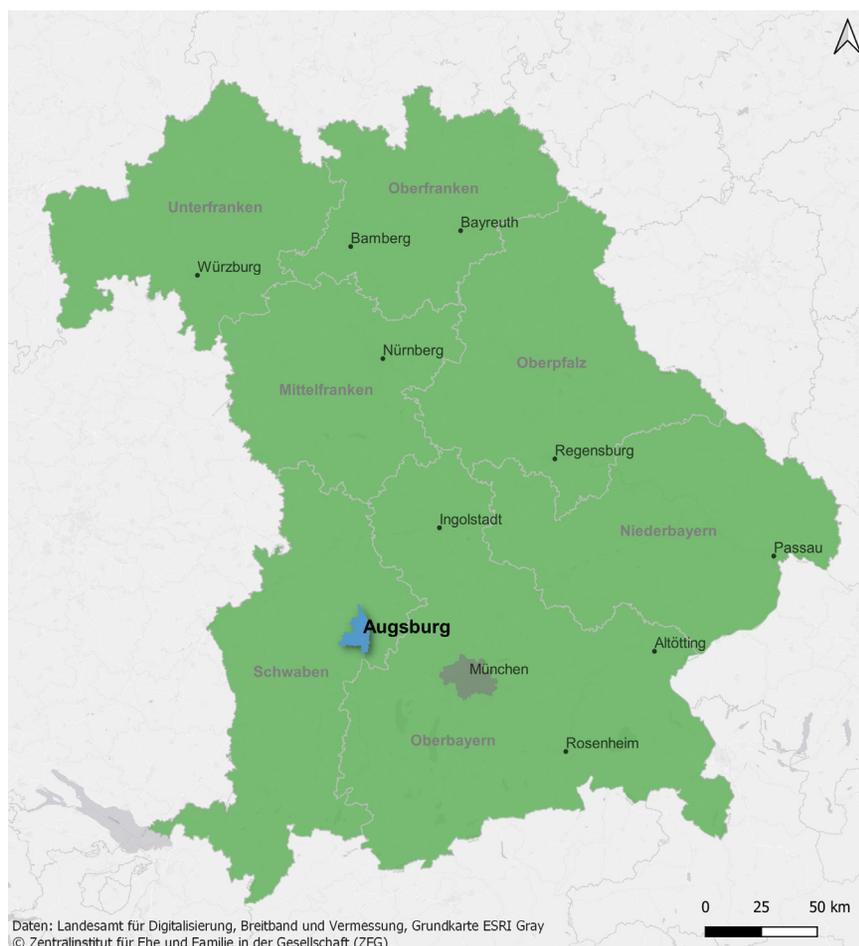


Abbildung 3: Lage Augsburgs in Bayern
Quelle: Eigene Darstellung.

Augsburgs Stadtgebiet hat eine Fläche von 147 km² und erstreckt sich, wie in Abbildung 4 ersichtlich, in länglicher Form mit einer 89,9 km langen Stadtgrenze (Gleich et al. 2021b, S. 13). Augsburg wird in die 17 Planungsräume Innenstadt, Oberhausen, Bärenkeller, Firnhaberau, Hammerschmiede, Lechhausen, Kriegshaber, Pfersee, Hochfeld, Antonsviertel, Spickel-Herrenbach, Hochzoll, Haunstetten-Siebenbrunn, Göggingen, Inningen, Bergheim und Universitätsviertel gegliedert. Diese werden des Weiteren in 42 Stadtbezirke, in fünf Sozialregionen und 24 Sozialmonitoringbezirke eingeteilt (Gleich et al. 2020b, S. 7). In den Fragebögen und im vorliegenden Bericht findet die Einteilung nach Sozialmonitoringbezirken (s. Abbildung 4) Verwendung.

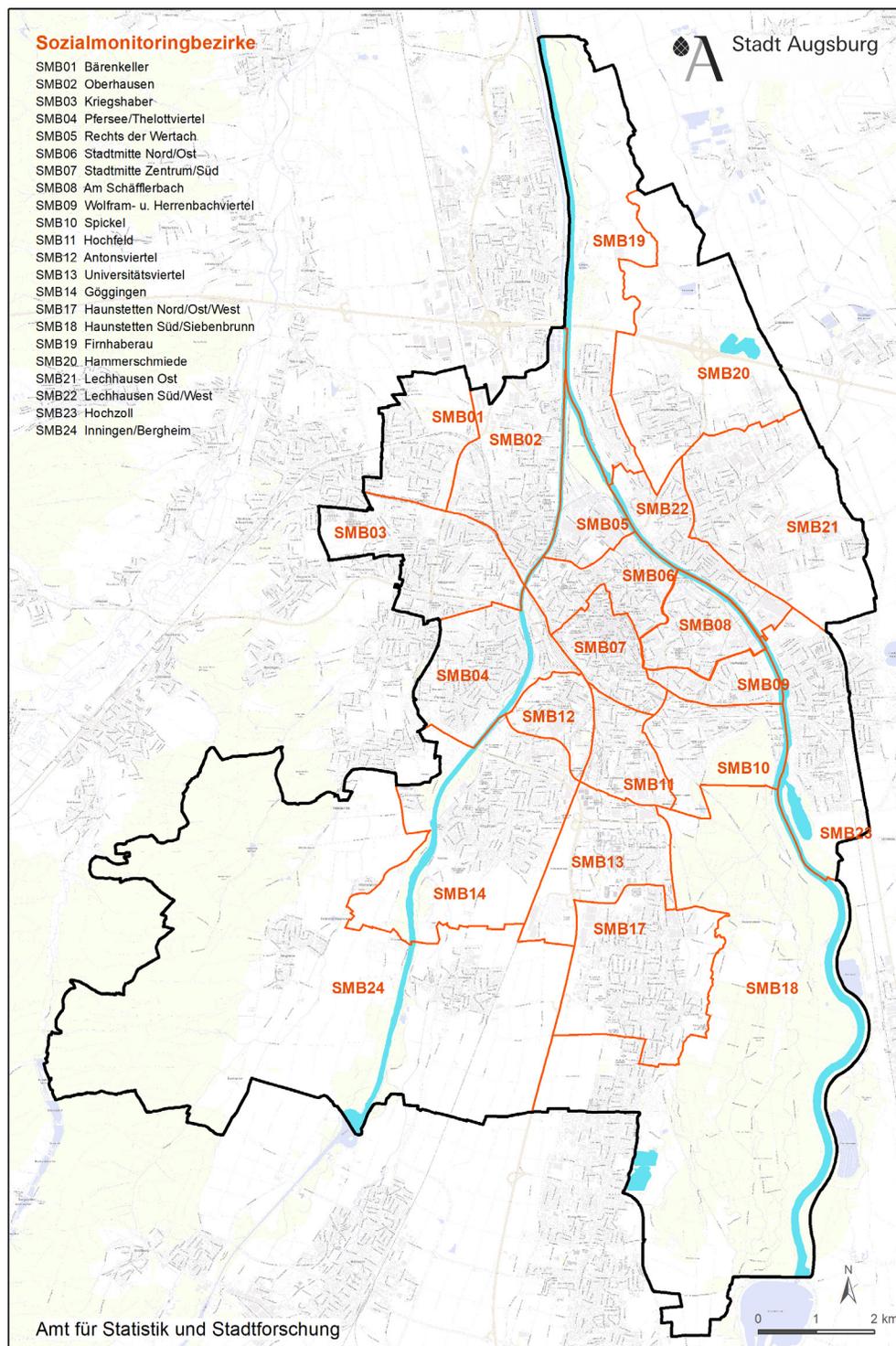


Abbildung 4: Übersichtskarte der Augsburger Sozialmonitoringbezirke
Quelle: Amt für Statistik und Stadtforschung Stadt Augsburg (2019).

Am 31.12.2020 lebten insgesamt 299.021 Menschen in der Stadt Augsburg (Gleich et al. 2021b, S. 20). Damit ist sie die drittgrößte Stadt Bayerns. Die Bevölkerungsdichte beträgt ca. 2.040 Einwohner pro km², womit Augsburg im Vergleich zu München (4.790 Einwohner pro km²) oder Nürnberg (2.765 Einwohner pro km²) eine eher weniger dicht besiedelte Großstadt ist (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022b, 2022a). Die Einwohnerzahl ist, wie in Abbildung 5 zu sehen, in den letzten Jahren stetig gestiegen.

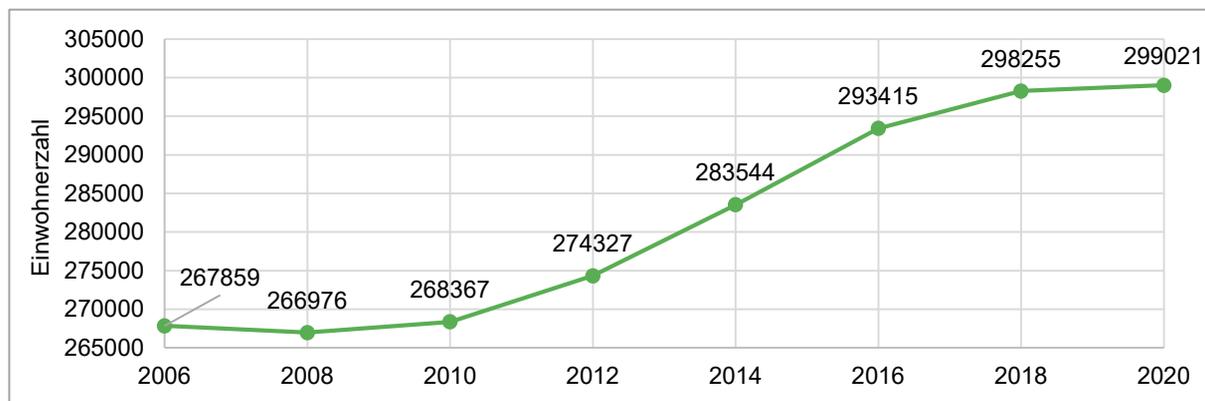


Abbildung 5: Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Augsburg 2006-2020

Quelle: Eigene Darstellung nach Stadt Augsburg - Amt für Statistik und Stadtforschung (2021).

49,5 % der Bevölkerung Augsburgs sind Frauen, 50,5 % Männer. Im Jahr 2020 hatte mit 47,2 % fast die Hälfte der Augsburger Bevölkerung einen Migrationshintergrund². Der Anteil an Einwohnern mit ausländischer Staatsbürgerschaft lag 2020 bei 23,5 %, was 70.767 Menschen entspricht. Demgegenüber liegt dieser Anteil in Bayern im Schnitt bei 13,7 % (Gleich et al. 2021b, S. 22, 33; Bayerisches Landesamt für Statistik 2022d). Unter den fünf Hauptherkunftsorten der Bevölkerung mit Migrationshintergrund haben die Gebiete der ehemaligen Sowjetunion den größten Anteil, davon wiederum Russland, gefolgt von der Türkei, den Gebieten des ehemaligen Jugoslawiens, Rumänien und schließlich Polen (Gleich et al. 2021b, S. 34–35).

Abbildung 6 zeigt die Altersverteilung im Stadtgebiet Augsburg. Das Durchschnittsalter in Augsburg liegt mit 42,1 Jahren etwas unter den bayerischen und deutschen Durchschnittsaltern mit 44 respektive 44,6 Jahren. Im Vergleich zur gesamt-bayerischen Altersverteilung ist die Bevölkerung Augsburgs also tendenziell etwas jünger (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022c; Gleich et al. 2021b, S. 24). Besonders im Alter zwischen 18 und unter 40 ist der Anteil größer, während es im Vergleich zu Gesamtbayern weniger Menschen über 65 Jahren gibt. Insgesamt sind in der Stadt Augsburg 15,3 % der Bevölkerung jünger als 18 Jahre (Gleich et al. 2021b, S. 24; Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2022).

² Ausländische Personen, Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedler, im Ausland geborene Deutsche sowie deren Nachkommen (auf mindestens eines im Haushalt lebendes Elternteil trifft eines der ersten drei Kategorien zu) werden als Personen mit Migrationshintergrund gezählt (Gleich et al. 2021b, S. 31.).

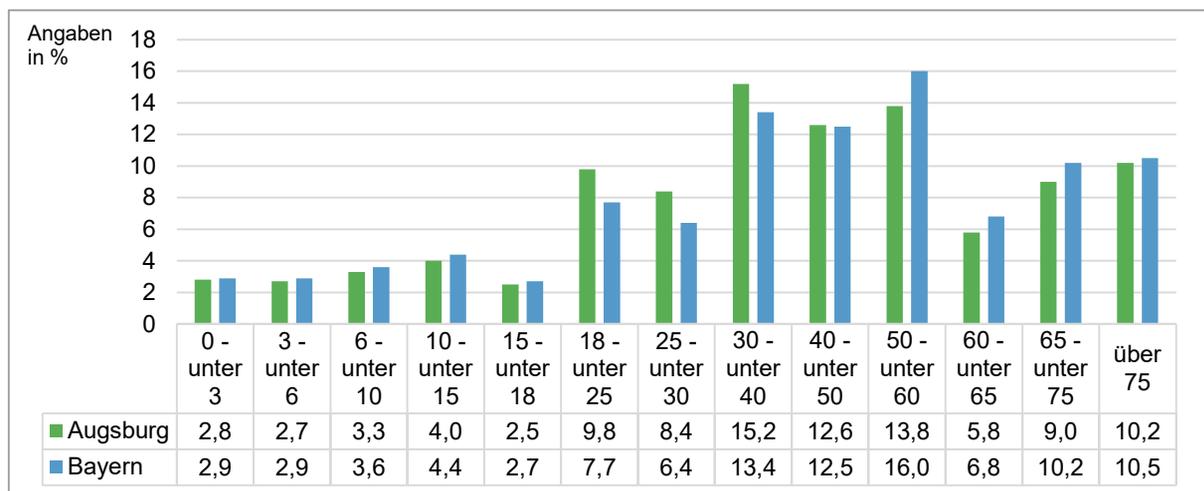


Abbildung 6: Gruppierter Altersstruktur in Augsburg und Bayern

Quelle: Eigene Darstellung nach Gleich et al. (2021b, S. 24) und Bayerisches Landesamt für Statistik (2022c).

Die knapp 300.000 Einwohner wohnen in 160.178 Haushalten (31.12.2020). Davon sind 52,7 % Single-Haushalte, der Anteil von Haushalten mit Kindern³ an allen Haushalten liegt bei 17 % (s. Abbildung 7). Die Stadt Augsburg kann damit als singledominiert definiert werden (Zentrum Bayern Familie und Soziales und Bayerisches Landesjugendamt 2018, S. 141).

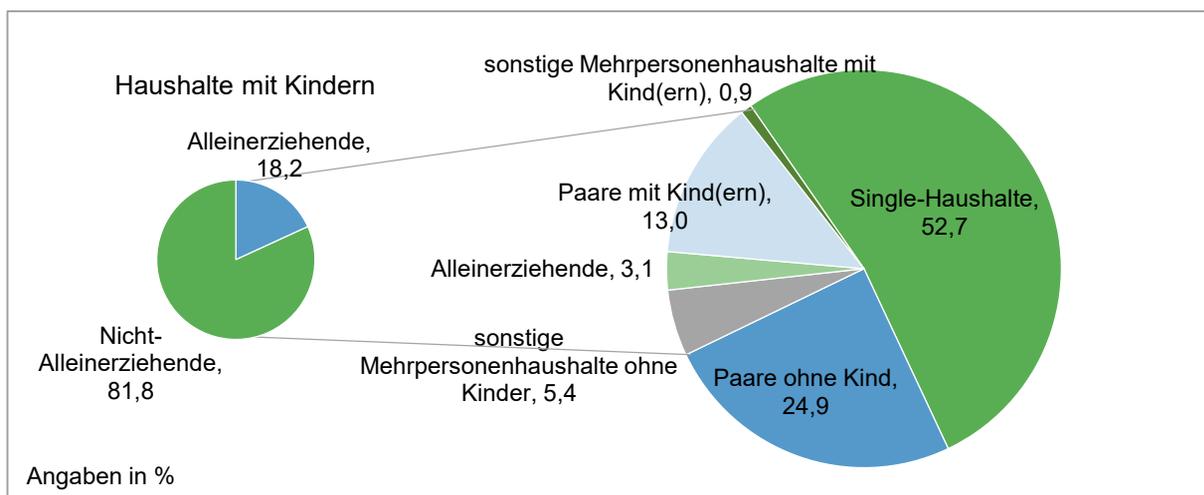


Abbildung 7: Anteile der Haushaltstypen in Augsburg gesamt und Aufteilung der Haushalte mit Kindern

Quelle: Eigene Darstellung nach Gleich et al. (2021b, S. 49-50).

Im Vergleich dazu weist Bayern im Ganzen mit 41,9 % bzw. 20,1 % (31.12.2019) weniger Single-Haushalte und mehr Haushalte mit Kindern unter 18 Jahren auf (Bayerisches Landesamt für Statistik 2021, S. 42). Am niedrigsten ist in Augsburg die Single-Haushaltsquote in den Gebieten Inningen/Bergheim (31,8 %), Firnhaberau (34,0 %) und Hammerschmiede (38,6 %), während sie in der Stadtmitte Nord/Ost (67,0 %), in der Stadtmitte Zentrum/Süd (66,3 %) und in Reichters-Wertach (63,4 %) am höchsten ist (Gleich et al. 2021b, S. 49). Abbildung 8 zeigt die Anteile der Haushalte mit Kindern in diesen und weiteren Sozialmonitoringbezirken. Hier wird deutlich, dass neben der Hammerschmiede (22,7 %) und Inningen/Bergheim (22,7 %) auch Kriegshaber (24,6 %) einen sehr hohen Anteil an Haushalten mit Kindern aufweist. Äquivalent zum großen Anteil an Singlehaushalten ist der Anteil an Haushalten mit Kindern in der Stadtmitte Nord/Ost (9,8 %), in der Stadtmitte Zentrum/Süd (11,0 %) sowie im Hochfeld (13,7%) am geringsten.

³ Dies umfasst Paare mit Kind(ern), Alleinerziehende und sonstige Mehrpersonenhaushalte mit Kind(ern).

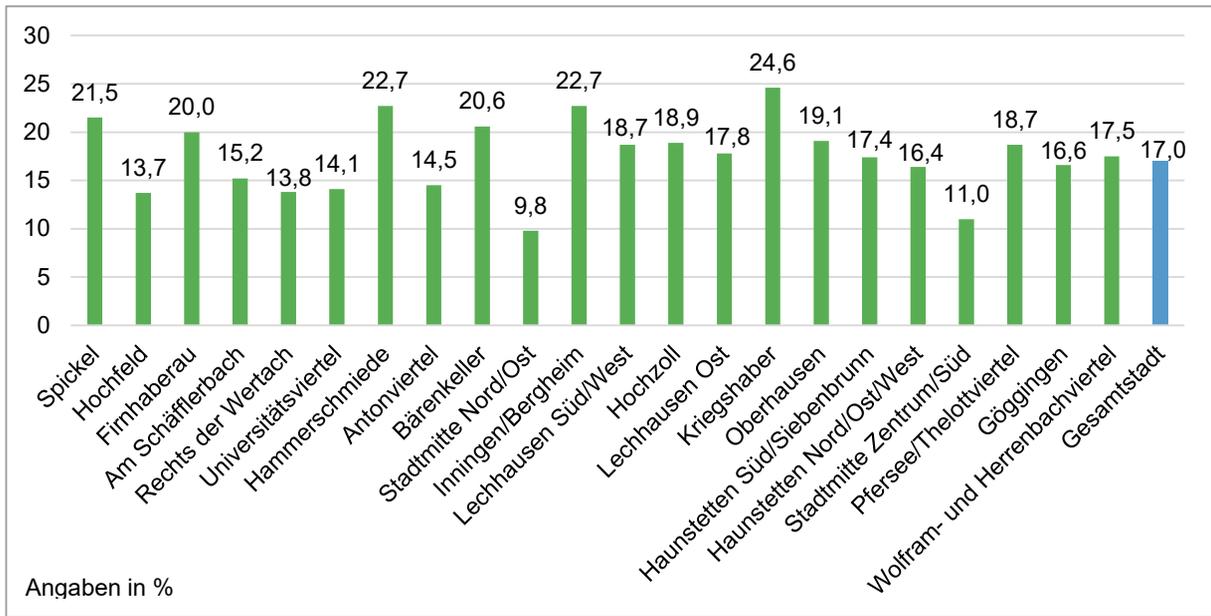


Abbildung 8: Anteile der Haushalte mit Kindern an allen Haushalten nach Sozialmonitoringbezirken

Quelle: Eigene Darstellung nach Gleich et al. (2021b, S. 49).

Insgesamt betrachtet beträgt in Augsburg der Anteil an Alleinerziehenden an den Haushalten mit Kindern 18,2 % (Gleich et al. 2021b, S. 49). Dabei ist unter den Haushalten mit Kindern der Anteil an Alleinerziehenden in Hochfeld (27,1 %), Rechts-der-Wertach (24,9 %) und Oberhausen (22,1 %) besonders hoch (Gleich et al. 2021b, S. 50). Der Anteil an Alleinerziehenden in weiteren Sozialmonitoringbezirken ist in Abbildung 9 ersichtlich.

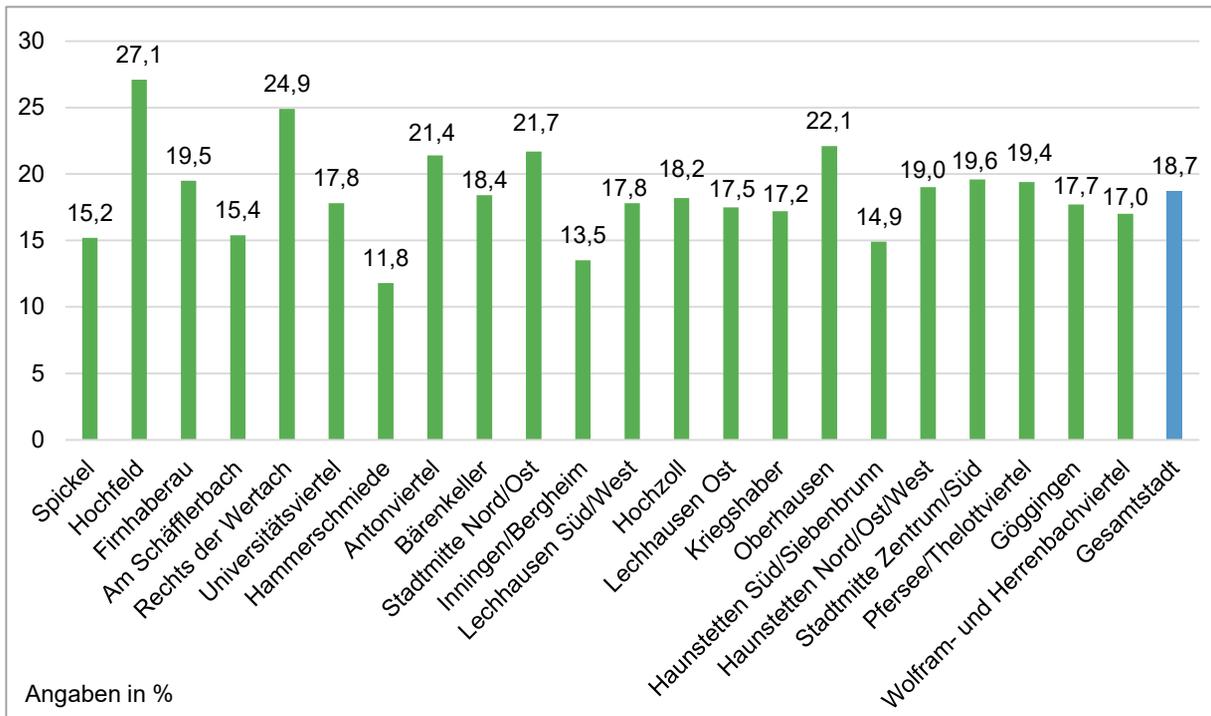


Abbildung 9: Anteil der Alleinerziehenden an Haushalten mit Kindern

Quelle: Eigene Darstellung nach Gleich et al. (2021b, S. 50).

Im Jahr 2020 wurden 3.020 Kinder in Augsburg geboren. Bezüglich der Geburten kann ein leichter Anstieg in den letzten Jahren festgestellt werden (s. Abbildung 10) (Stadt Augsburg - Amt für Statistik und Stadtforschung 2021, S. 2). Die allgemeine Geburtenrate⁴ liegt in Augsburg mit 10,5 (Stand 2018) etwas über der bayerischen Durchschnitt mit 9,8 (Stand 2018) (Elsas und Schmid 2020, S. 40; Gleich et al. 2020a, S. 9).

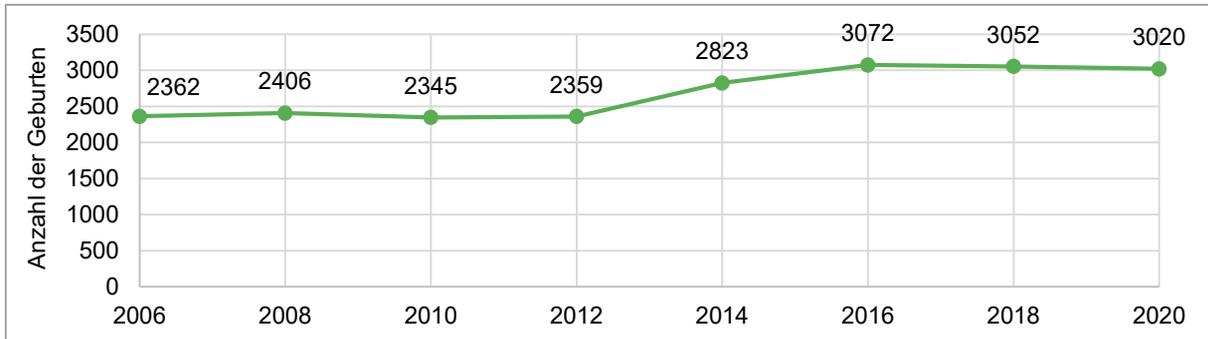


Abbildung 10: Entwicklung der Geburtenzahlen

Quelle: Eigene Darstellung nach Stadt Augsburg - Amt für Statistik und Stadtforschung (2021, S. 2).

Von den 35.856 Kindern unter 14 Jahren werden knapp ein Drittel (11.933 Kinder) in Augsburg in einer Kindertageseinrichtung betreut. Davon sind 1.687 Kinder jünger als drei Jahre, was einer Betreuungsquote⁵ von 19 % bei dieser Altersgruppe entspricht. 6.773 Kinder von drei bis sechs Jahren werden außer Haus betreut. Dies ergibt eine Betreuungsquote von 86,4 %. In der Altersgruppe von sechs bis elf Jahren werden 3.429 Kinder extern betreut (Betreuungsquote = 29,3 %); in der Altersgruppe von elf bis 14 Jahren sind dies 44 Kinder (Betreuungsquote = 0,6 %) (Gleich et al. 2021a, S. 117). Im Zeitverlauf wird deutlich, dass die Kinderbetreuung bei Null- bis Dreijährigen sowie bei Sechs- bis Elfjährigen deutlich oder tendenziell zugenommen hat, während sie bei Drei- bis Sechsjährigen abgenommen hat (s. Abbildung 11).

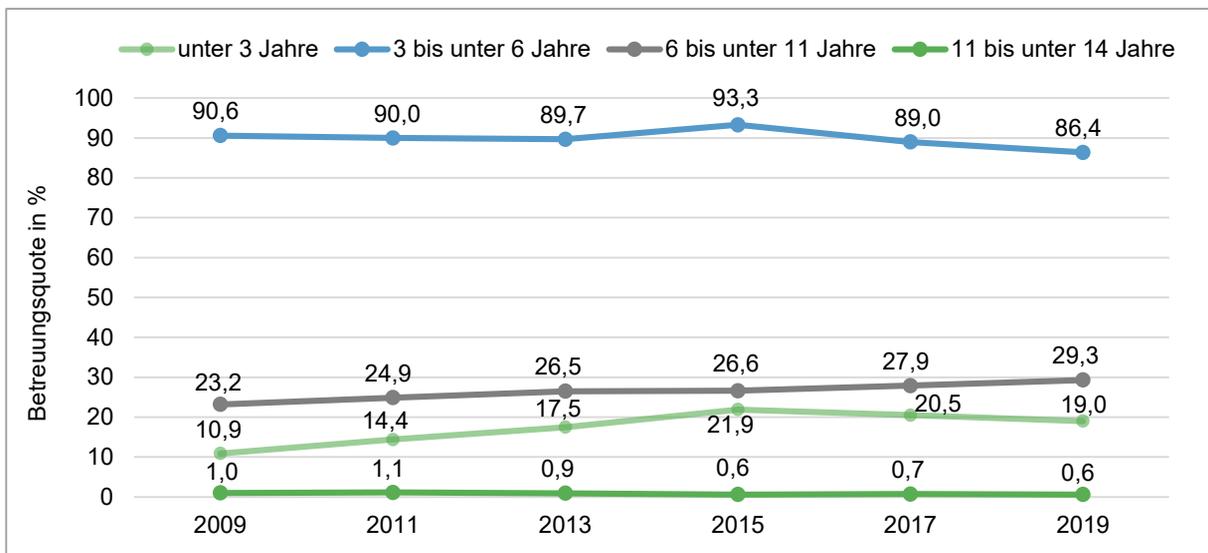


Abbildung 11: Die Betreuungsquote Augsburger Kinder im Altersvergleich und Zeitverlauf

Quelle: Eigene Darstellung nach Gleich et al. (2021a, S. 117).

⁴ Anzahl der Lebendgeburten pro 1.000 Einwohner in einem Jahr.

⁵ Anzahl der betreuten Kinder je 100 Kinder der gleichen Altersgruppe.

4. Bericht zur Bestandsaufnahme

Ziel der Bestandsaufnahme ist es zu zeigen, welche Familienbildungsangebote es derzeit in der Stadt Augsburg gibt und wie sich diese gestalten. Unter anderem sollen folgende Fragen beantwortet werden:

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

In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse dieser Bestandsaufnahme präsentiert. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass sich einige der Fragen auf das Jahr 2021 bezogen haben bzw. die Befragung selbst von Januar bis März 2022 stattgefunden hat. Diese Zeiträume waren aufgrund der Corona-Pandemie in weiten Teilen von Kontaktbeschränkungen geprägt, was möglicherweise auch den Umfang, die Art und die Inanspruchnahme von Familienbildungsangeboten beeinflusst hat.

4.1 Charakteristika der Träger

122 Träger von Familienbildung haben sich an der Anbieterbefragung beteiligt. Von diesen haben 62 Einrichtungen die Umfrage vollständig ausgefüllt⁶.

Die Betrachtung der Struktur ergibt folgendes Bild (s. Abbildung 12): Bei 39 % der Träger handelt es sich um freie Träger; kirchliche Träger machen 37,7 % aus, öffentliche Träger 18,2 % und sonstige 5,1 %.

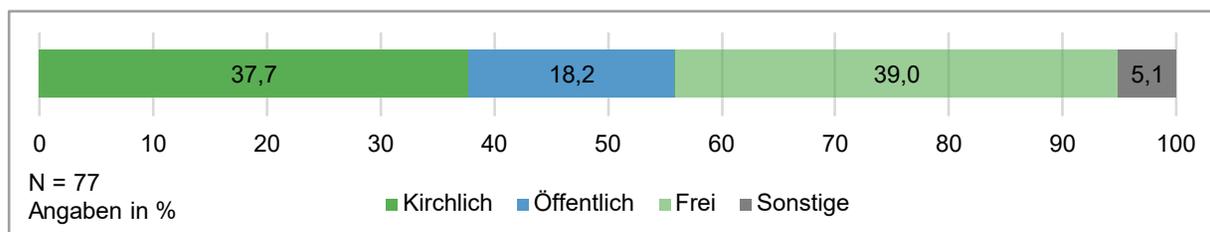


Abbildung 12: Art der Träger

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eine differenziertere Analyse (s. Abbildung 13) zeigt, dass die meisten Träger (33,8 %) Kindertageseinrichtungen sind. Mit einigem Abstand folgen Beratungsstellen (15,6 %) und die Familienstützpunkte (11,7 %). Gemeinsam mit den Schulen (6,5 %) liegt der Anteil der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen unter den Trägern, die sich an der Befragung beteiligten, damit bei 40,3 %⁷.

⁶ 122 Träger beantworteten Frage 1, 82 Träger Frage 3, 77 Träger Frage 5 und abschließend 62 Träger die letzte geschlossene Frage 14.

⁷ Hingegen beteiligten sich Einrichtungen der Frühförderung, des Gesundheitswesens, Hebammenpraxen, Mehrgenerationentreffs, Selbsthilfeinitiativen und Volkshochschulen nicht an der Befragung.

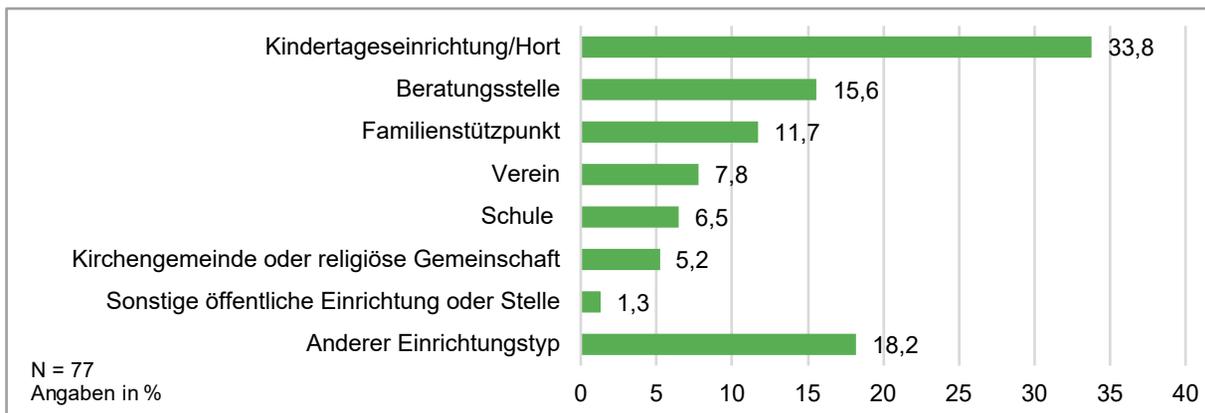


Abbildung 13: Trägertypen

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die meisten der befragten Träger haben ihren Sitz in der Stadtmitte Zentrum/Süd (24,4 %) (s. Abbildung 14). Mit recht großem Abstand folgen die Gebiete Pfersee/Thelottviertel (11,0 %) sowie Oberhausen und Kriegshaber (je 7,3 %). In den Sozialmonitoringbezirken Wolfram- und Herrenbachviertel, Spickel, Hochzoll und Inningen/Bergheim sind mit jeweils 1,2 % hingegen wenige der Träger, die an der Umfrage teilgenommen haben, ansässig.

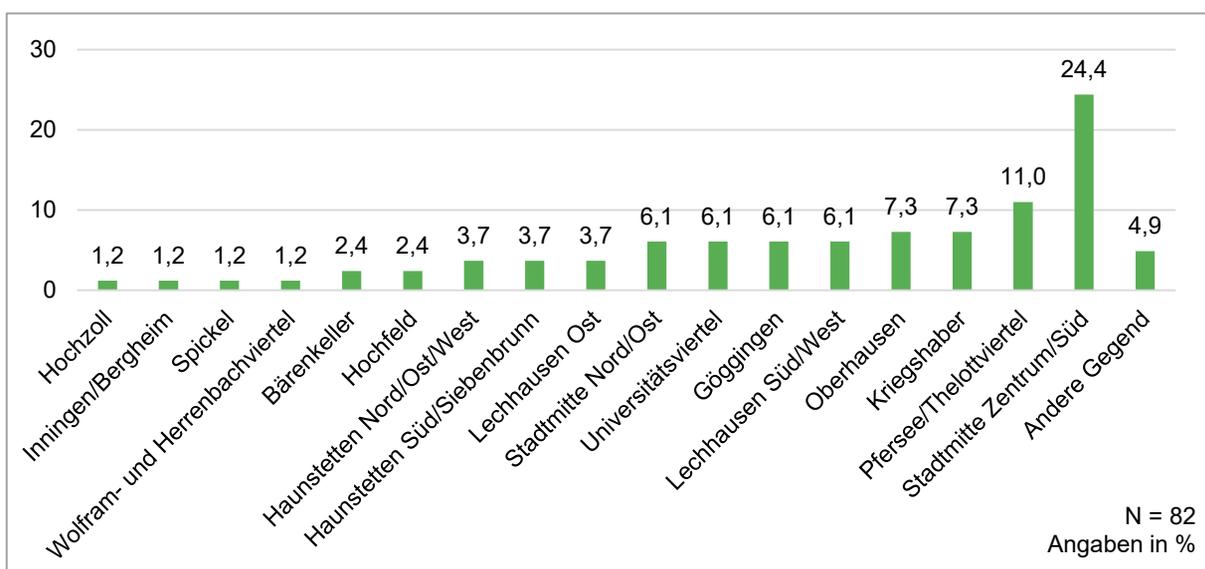


Abbildung 14: Sitz der befragten Träger

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.2 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote

Eine Mehrheit von 79 der 122 (64,5 %) Träger, die sich an der Befragung beteiligten, führen Familienbildungsangebote durch. 13,1 % bieten keine Familienbildungsveranstaltungen an und 22,1 % sind sich unsicher.

Dabei werden von allen Familienstützpunkten Angebote gemacht. Dies ist nicht überraschend, da diese Familienstützpunkte zur Durchführung von Familienbildung geschaffen wurden. Auch eine Mehrheit der Beratungsstellen (75,0 %) und der Vereine (66,7 %) macht Familienbildungsangebote. Bei den Betreuungseinrichtungen liegt der Anteil bei 57,7 %.

In der folgenden Tabelle 1 ist abgebildet, wie sich die einzelnen Einrichtungen, die Familienangebote durchführen, über das Stadtgebiet verteilen. Die meisten Träger befinden

sich in der Stadtmitte Zentrum/Süd (12 Träger), gefolgt von Stadtmitte Nord/Ost (5 Träger), Oberhausen (5 Träger) und dem Universitätsviertel (5 Träger).

Sozialmonitoringbezirke mit Angeboten	%	N	Einrichtungstyp
Stadtmitte Zentrum/Süd	22,2	12	Beratungsstelle (5x), Kindertageseinrichtung/Hort (2x), Verein (3x), andere Einrichtung (2x)
Oberhausen	9,3	5	Familienstützpunkt (2x), Kindertageseinrichtung/Hort (2x), Schule (1x)
Stadtmitte Nord/Ost	9,3	5	Beratungsstelle (2x), Kindertageseinrichtung/Hort (1x), andere Einrichtung (2x)
Universitätsviertel	9,3	5	Familienstützpunkt (1x), Kindertageseinrichtung/Hort (1x), andere Einrichtung (1x)
Pfersee/Thelottviertel	7,4	4	Kindertageseinrichtung/Hort (2x), Kirchengemeinde oder religiöse Gemeinschaft (1x)
Lechhausen Süd/West	7,4	4	Familienstützpunkt (1x), Kindertageseinrichtung/Hort (2x)
Kriegshaber	5,6	3	Beratungsstelle (1x), Familienstützpunkt (1x), andere Einrichtung (1x)
Göggingen	5,6	3	Beratungsstelle (1x), Schule (1x), andere Einrichtung (1x)
Bärenkeller	3,7	2	Familienstützpunkt (2x)
Haunstetten Nord/Ost/West	3,7	2	Kindertageseinrichtung/Hort (1x)
Haunstetten Süd/Siebenbrunn	3,7	2	Familienstützpunkt (1x), Kindertageseinrichtung/Hort (1x)
Andere Gegend (Steppach/Neusäß, links der Wertach)	3,7	2	Kindertageseinrichtung/Hort (1x), andere Einrichtung (1x)
Wolfram- und Herrenbachviertel	1,9	1	Kindertageseinrichtung/Hort
Hochfeld	1,9	1	andere Einrichtung
Lechhausen Ost	1,9	1	Kindertageseinrichtung/Hort (1x)
Hochzoll	1,9	1	Familienstützpunkt (1x)
Inningen/Bergheim	1,9	1	Verein (1x)
<i>Am Schäfflerbach, Spickel, Antonviertel, Firnhaberau, Hammerschmiede, Rechts der Wertach (0 %)</i>			
Summe	100	54	49

Tabelle 1: Sitz und Einrichtungstyp der Träger mit Familienbildungsangeboten im Jahr 2021

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung⁸.

⁸ Nur 54 bzw. 49 der 79 Träger, die Angebote machen, beantworteten die Frage nach Sitz und Einrichtungstyp der Träger, woraus sich die abweichenden Summen der Tabelle ergeben.

4.3 Zielgruppen der Träger

Abbildung 15 macht deutlich, dass mit 88,2 % die meisten Träger mit ihren Angeboten keine besondere Familienform ansprechen möchten, sondern sich mit ihren Angeboten an alle Familienformen richten.

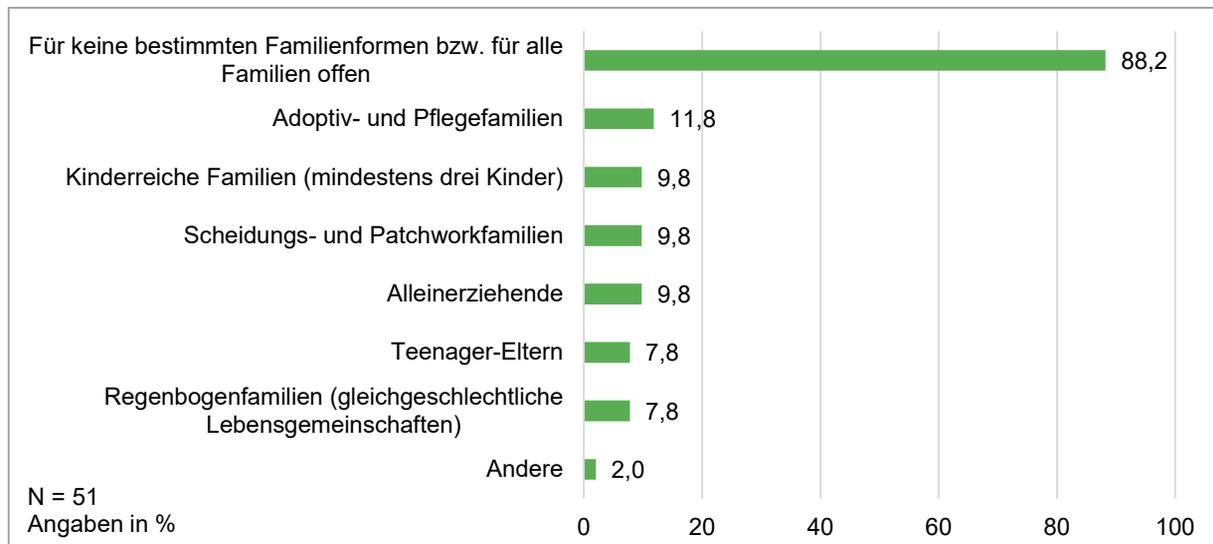


Abbildung 15: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Familienformen)

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich⁹.

Hinsichtlich der Lebensphasen, auf die die familienbildenden Angebote ausgerichtet sind (s. Abbildung 16), machen Familien mit Vorschulkindern den größten Anteil aus (76,4 %). Ebenfalls von Bedeutung sind Familien mit Säuglingen oder Kleinkindern (63,6 %) und Familien mit Schulkindern (56,4 %). Mit einigem Abstand folgen Familien mit Jugendlichen oder jungen Erwachsenen. Angebote für werdende Eltern und solche, die Paare auf die Elternschaft vorbereiten, werden von weniger Trägern gemacht. Damit stehen die Lebensphasen im Mittelpunkt, in denen in der Regel ein erhöhter Informationsbedarf besteht.

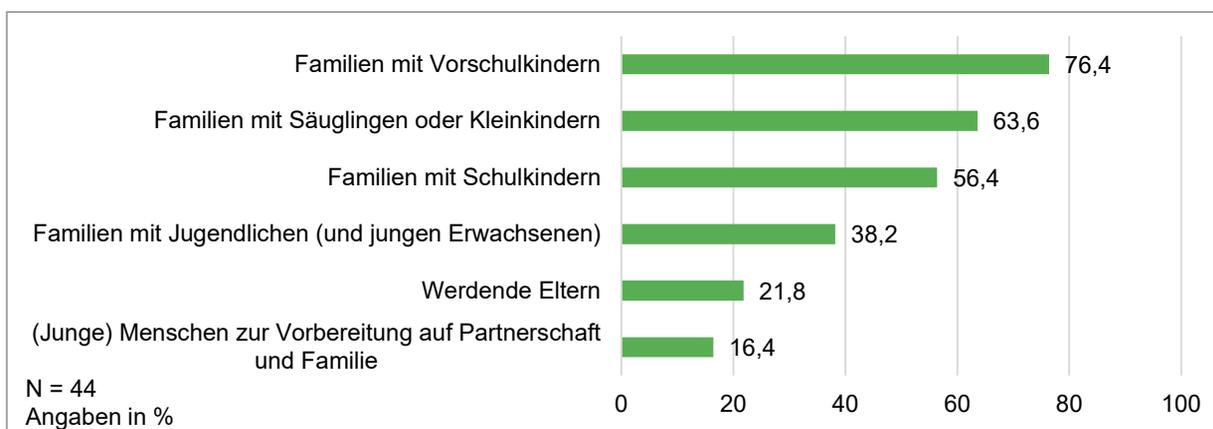


Abbildung 16: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Lebensphasen)

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Die Träger wurden außerdem gefragt, aus welchem Einzugsgebiet die Teilnehmer ihrer Veranstaltungen kommen. Die Ergebnisse (s. Abbildung 17) zeigen, dass das Einzugsgebiet der Anbieter hier mitnichten auf den Stadtteil begrenzt ist, in dem die jeweilige Einrichtung liegt:

⁹ Da die Befragten bei Mehrfachantworten mehr als nur eine Antwortmöglichkeit auswählen konnten, addieren sich die Anteile der einzelnen Kategorien nicht zu 100 % auf.

Bei 39,0 % umfasst der Nutzerkreis Personen aus dem eigenen Stadtteil und einem angrenzenden, bei 37,7 % stammen die Teilnehmenden aus dem gesamten Stadtgebiet bzw. der gesamten Region.

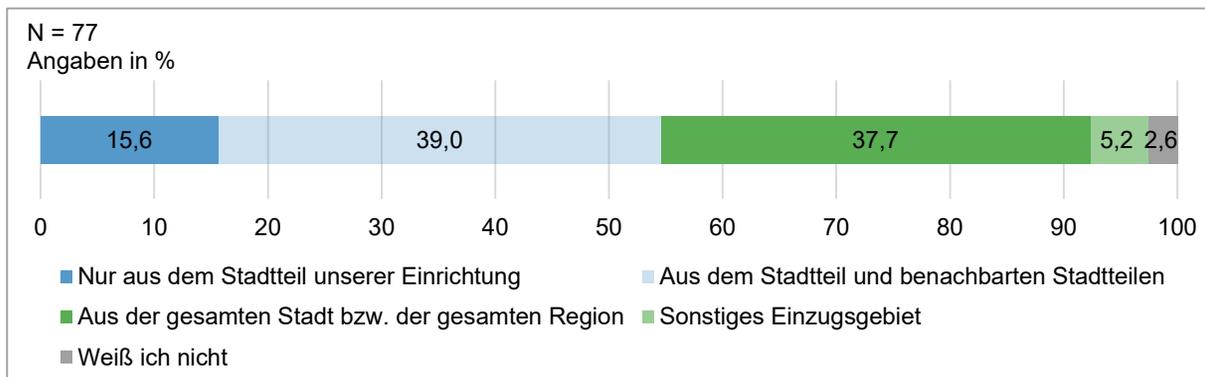


Abbildung 17: Einzugsgebiet der befragten Träger

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.4 Arten und Themen der Veranstaltungen

Die Veranstaltungsarten, die von der Großzahl an Trägern durchgeführt werden, sind Informations- und Diskussionsveranstaltungen bzw. Vorträge (72,7 %) sowie allgemeine Beratungsangebote (69,1 %). Nur wenige Anbieter aus dem Bereich der Familienbildung machen Freizeit- und Urlaubsangebote¹⁰ (23,6 %) und zugehende Angebote (10,9 %). Solche Angebote werden in Augsburg hauptsächlich von Trägern, die nicht primär der Familienbildung zugeordnet werden, sondern zur Kinder- und Jugendhilfe zählen, durchgeführt. Abbildung 18 zeigt die Häufigkeit aller Veranstaltungsarten, die im Fragebogen abgefragt wurden.

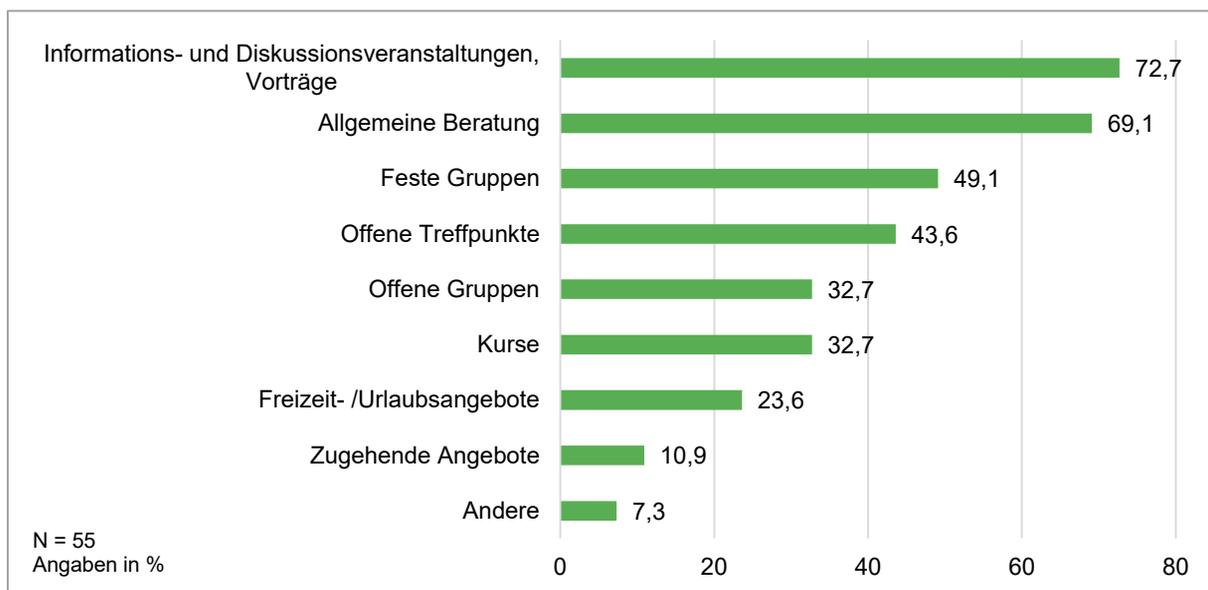


Abbildung 18: Angebotene Veranstaltungsarten

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

¹⁰ Freizeit- und Urlaubsangebote im Sinne der Familienbildung sind keine reinen Erholungsangebote. Sie haben vielmehr das Ziel, Eltern Anstöße zu vermitteln, wie Freizeit und Urlaub mit Kindern gut gestaltet werden kann.

Die Themen, die von den Trägern 2021 angeboten bzw. für das Jahr 2022 geplant wurden, werden in Abbildung 19 veranschaulicht.

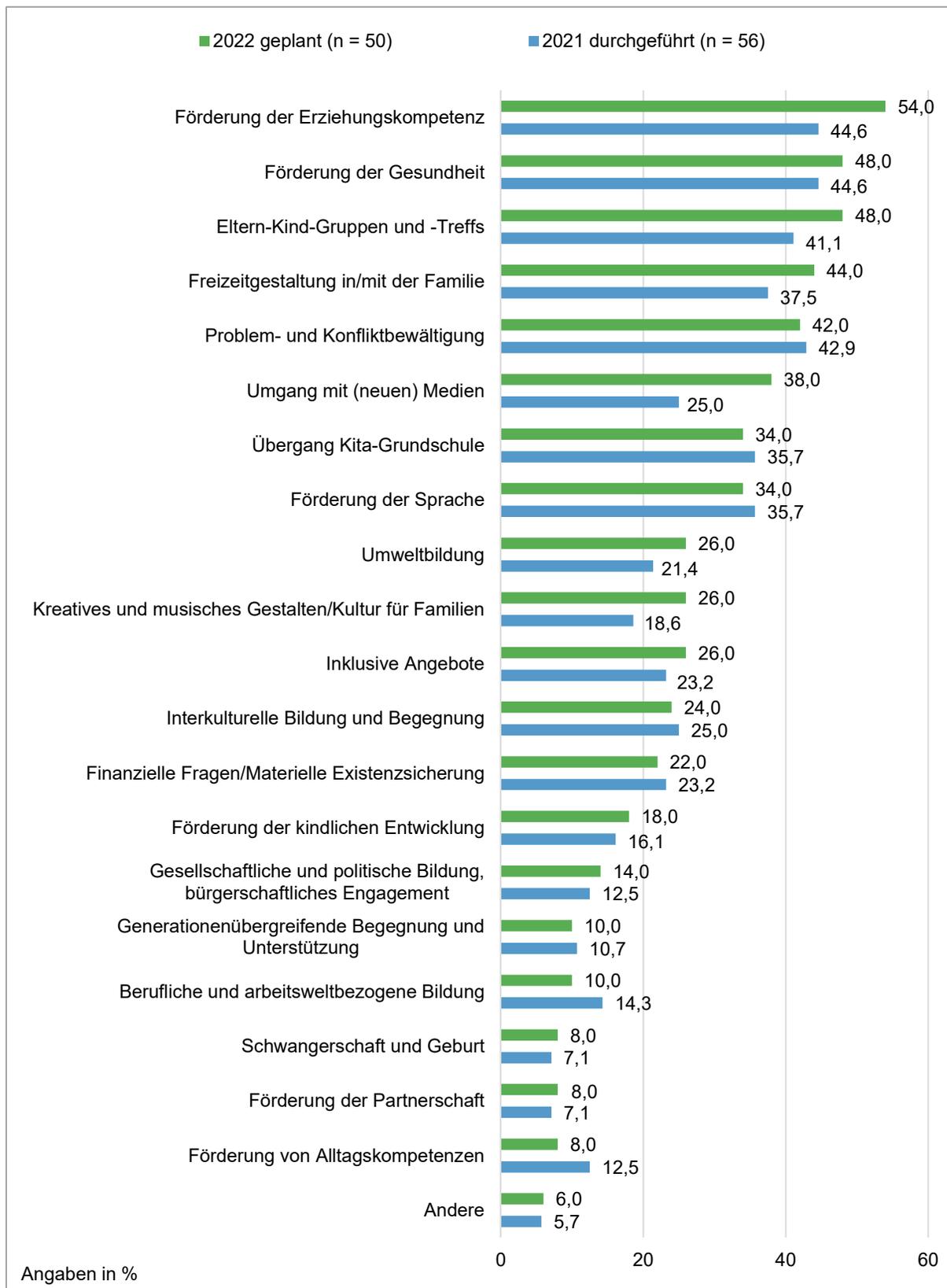


Abbildung 19: Themen der von Anbietern 2021 durchgeführten und für 2022 geplanten Angebote

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Dabei sind die durchgeführten und geplanten Themen meist deckungsgleich, d.h., die meisten Themen, die 2021 oft durchgeführt wurden, sollen gleichermaßen weitergeführt oder sogar ausgebaut werden. Insbesondere die Themen Gesundheit, Erziehungskompetenz, Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs, Freizeitgestaltung und Umgang mit (neuen) Medien wurden schon 2021 sehr oft durchgeführt, und dennoch ist besonders bei diesen Themen eine weitere Steigung geplant. Angebote zum Thema Gesundheit wurden von knapp der Hälfte (44,6 %) durchgeführt und sind von 48,0 % der Träger für 2022 geplant. Auch die Themen Umweltbildung, inklusive Angebote und kreatives und musikalisches Gestalten bzw. Kultur für Familien sollen weiter ausgebaut werden. Diese wurden 2021 – möglicherweise auch bedingt durch die Kontakteinschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie – verhältnismäßig wenig angeboten. Demgegenüber sind vor allem zu den Themen „Förderung von Alltagskompetenzen“ und „Berufliche und arbeitsweltbezogene Bildung“ 2022 weniger Angebote geplant als im Jahr 2021.

5. Bericht zur Bedarfsanalyse

Im Fokus der Studie steht die Bedarfsanalyse, welche in diesem Abschnitt ausführlich dargestellt wird. 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 Befragungsteilnehmenden,
- Nutzung der Familienbildungsangebote,
- Bedarfe der Familien hinsichtlich der Angebote.

5.1 Umfang der Studie

Der Fragebogen wurde für die Befragung von Eltern minderjähriger Kindern mit Wohnsitz in der Stadt Augsburg konzipiert. Der Elternfragebogen umfasste insgesamt 30 Fragen, wobei aufgrund von Filterfragen nicht alle Befragten jede Frage beantworten konnten. Filterfragen schlossen Eltern, auf die die Sachverhalte der darauffolgenden Fragen nicht zutrafen, im Voraus aus.

Wie in Kapitel 2 dargestellt, wurden rund 5.000 Papierfragebogen an Grund- und Mittelschulen verteilt. Zudem war das Ausfüllen des Fragebogens auch online möglich. Auf diese Weise konnten sich auch Familien beteiligen, die aufgrund der Stichprobenziehung keinen Papierfragebogen erhalten hatten, oder in denen Kinder leben, die noch keine Bildungs- und Betreuungseinrichtung besuchen. Außerdem konnte der Online-Fragebogen vergleichsweise einfach in anderen Sprachen angeboten werden, was den Zugang für Personen mit keinen oder geringen Deutschkenntnissen erleichterte.

Im Rahmen der so genannten „Papierbefragung“ konnten 1.113 Fragebogen ausgewertet werden. Somit ergibt sich ein Rücklauf von 22,3%. Zusätzlich nutzten 1.051 Eltern die Möglichkeit, den Fragebogen online auszufüllen.¹¹ Durch diese sehr hohe Beteiligung an der Online-Umfrage konnten insgesamt 2.164 Stimmen von Eltern und Familien erfasst werden.¹² Dies bietet eine hervorragende Datengrundlage für die Weiterentwicklung der Familienbildung.

Eine breite Beteiligung der Eltern an einer derartigen Studie ist grundlegend, um fundierte Ergebnisse zu erzielen. Daher wurde auf unterschiedliche Weise auf die Befragung aufmerksam gemacht (s. Kapitel 2). Untenstehende Abbildung 20 zeigt, dass ein Großteil der Eltern über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder von der Befragung erfuhr.

¹¹ Die Möglichkeit, den Fragebogen in einer anderen Sprache auszufüllen, nutzten 77 Haushalte. Dabei wurden alle angebotenen Sprachen (Englisch, Rumänisch, Russisch, Türkisch) in etwa gleich häufig genutzt.

¹² Da nicht jeder Haushalt alle Fragen beantworten konnte oder wollte, variiert die Fallzahl bei den Darstellungen.

Dies ist leicht erklärbar, da über die Schulen, Kindergärten, Kitas etc. die Fragebögen in Papierform bzw. ein Großteil der Postkarten, die über die Umfrage informierten und den Link zur Online-Umfrage enthielten, verteilt wurden. Mit deutlichem Abstand folgt das Internet mit den Sozialen Medien (15,7 %). Über Plakate und Zeitungsanzeigen bzw. Pressemitteilungen erfuhren nur ausgesprochen wenige Eltern von der Befragung.

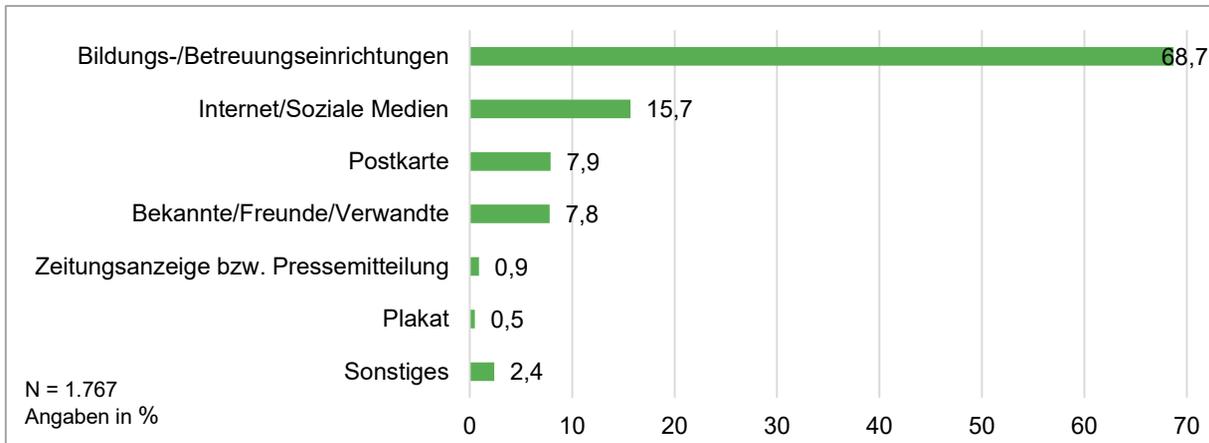


Abbildung 20: Informationswege der Eltern zur Befragung

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

5.2 Soziodemografische Merkmale der Studienteilnehmenden

Der Fragebogen wurde mit 83,2 % vorwiegend von Frauen ausgefüllt. Der Anteil der Männer lag bei 16,7 %. Die meisten Studienteilnehmer (33,5 %) sind zwischen 36 und 40 Jahre alt (s. Abbildung 21). Der Anteil sehr junger Eltern (bis 20 Jahre: 0,2 %; 21 bis 25 Jahre: 0,3 %) ist ebenso recht gering wie der von Eltern über 50 Jahren (51 bis 55 Jahre: 2,9 %; über 55 Jahre: 2,9 %).

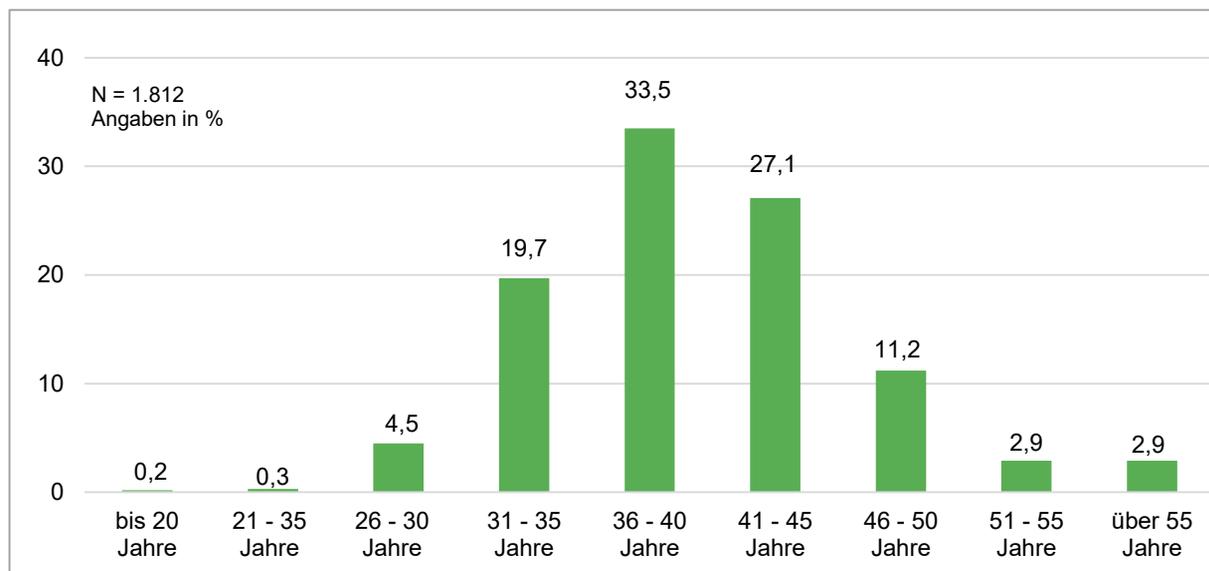


Abbildung 21: Alter der Studienteilnehmenden

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Abbildung 22 zeigt die Familiensituation der Befragten: Mit 84,3 % sind die meisten Eltern verheiratet bzw. leben mit dem leiblichen Elternteil zusammen. Die Alleinerziehenden sind die zweitgrößte Gruppe (10,4 %). Der Anteil der Patchwork-Familien (inkl. Elternteilen, die mit dem nicht leiblichen Elternteil zusammenleben) liegt bei 4,3 %.

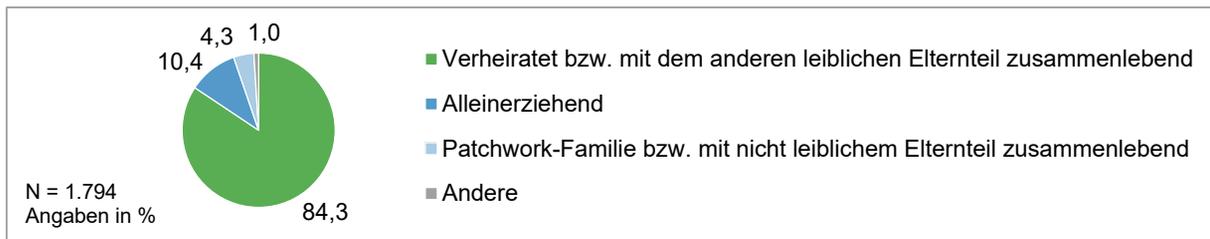


Abbildung 22: Familiensituation

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Damit lassen sich Ähnlichkeiten zur Verteilung der Familienformen im deutschen Durchschnitt erkennen: Die Erhebung für den pairfam-Datensatz¹³ aus dem Jahr 2015/16 ergibt folgende Verteilung: 84 % klassische Familien, 10 % Alleinerziehende und 6 % Patchworkfamilien (Brüderl et al. 2017). Allerdings sind in Augsburg unter den Haushalten mit Kindern 18,2 % alleinerziehend (Gleich et al. 2021b, S. 49). Dies zeigt, dass der Fragebogen die Augsburger Alleinerziehenden etwas weniger erreichen konnte als die restlichen Eltern. In den Familien, die an der Umfrage teilnahmen, leben insgesamt rund 3.800 Kinder.¹⁴ Zwei Haushalte gaben außerdem an, dass sie das erste Kind erwarten. Im Schnitt leben in den Familien 2,1 Kinder (Median = 2). Bei einer genaueren Betrachtung zeigt sich, dass in den meisten Familien ein oder zwei Kinder leben (s. Abbildung 23). Der Anteil der Familien mit vier oder mehr Kindern ist gering.

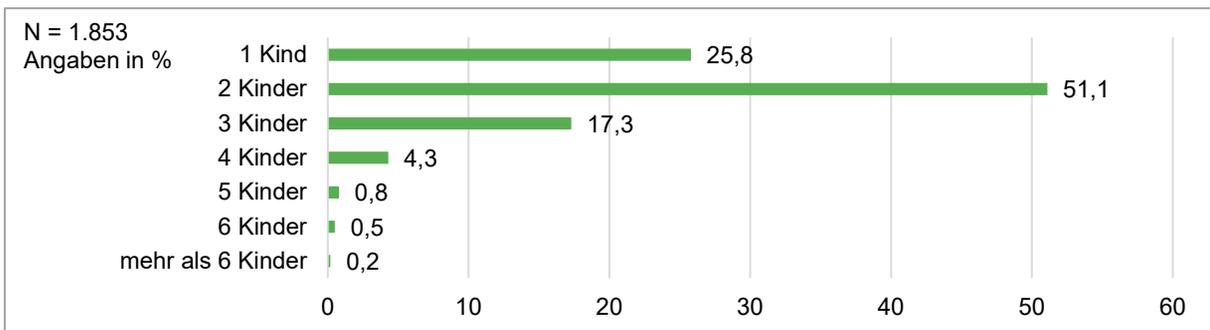


Abbildung 23: Kinderzahl in den Haushalten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die meisten dieser Kinder (1.150 bzw. 31,2 %) sind zwischen sieben und neun Jahren alt (s. Abbildung 24). Wenige Kinder (2,9 %) sind bereits volljährig.

¹³ Das 2008 gestartete Beziehungs- und Familienpanel ‚pairfam‘ („Panel Analysis of Intimate Relationships and Family Dynamics“) ist eine multidisziplinäre repräsentative Längsschnittstudie zur Erforschung der partnerschaftlichen und familialen Lebensformen in Deutschland (vgl. pairfam 2017). Dieser Bericht nutzt Daten des Beziehungs- und Familienpanels pairfam, welches von Josef Brüderl, Karsten Hank, Johannes Huinink, Bernhard Nauck, Franz Neyer und Sabine Walper geleitet wird. Die Studie wird als Langfristvorhaben durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördert.

¹⁴ Bei Haushalten, die die Option „Mehr als 6 Kinder“ auswählten, wurden sieben Kinder für die Berechnung herangezogen.

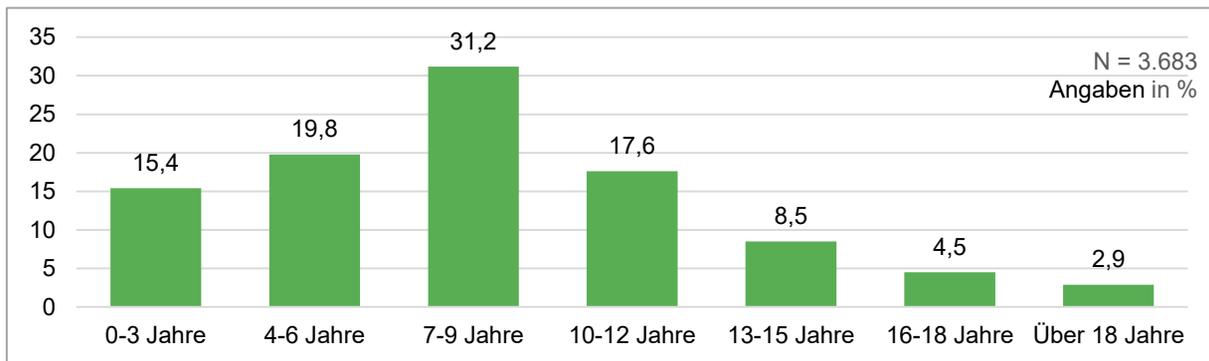


Abbildung 24: Alter der Kinder

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Laut Angaben der befragten Eltern besuchen nur sehr wenige ihrer Kinder (4,5 %) keine Bildungs- und Betreuungseinrichtung (s. Abbildung 25). Da sich rund zwei Drittel der Kinder in der Altersspanne von vier bis zwölf Jahren befinden, ist es nicht überraschend, dass die Mehrheit eine Schule (82,6 %) und/oder eine Kindertagesstätte (30,6 %) besucht. Lediglich 1,6 % der Eltern gaben an, dass ihre Kinder in der Tagespflege bzw. durch eine Tagesmutter betreut werden.

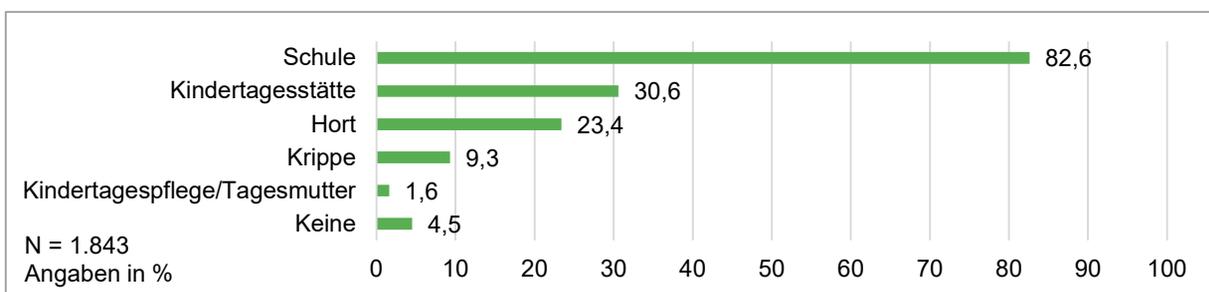


Abbildung 25: Regelmäßig besuchte Bildungs- und Betreuungseinrichtungen

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Abbildung 26 zeigt, welcher Form der Erwerbstätigkeit die befragten Eltern nachgehen. Die meisten arbeiten in Teilzeit (42,7 %). Umgekehrt gehen nur 25,7 % einer Vollzeittätigkeit nach. Die Erklärung hierfür ist der hohe Frauenanteil unter den Studienteilnehmenden (s. oben).

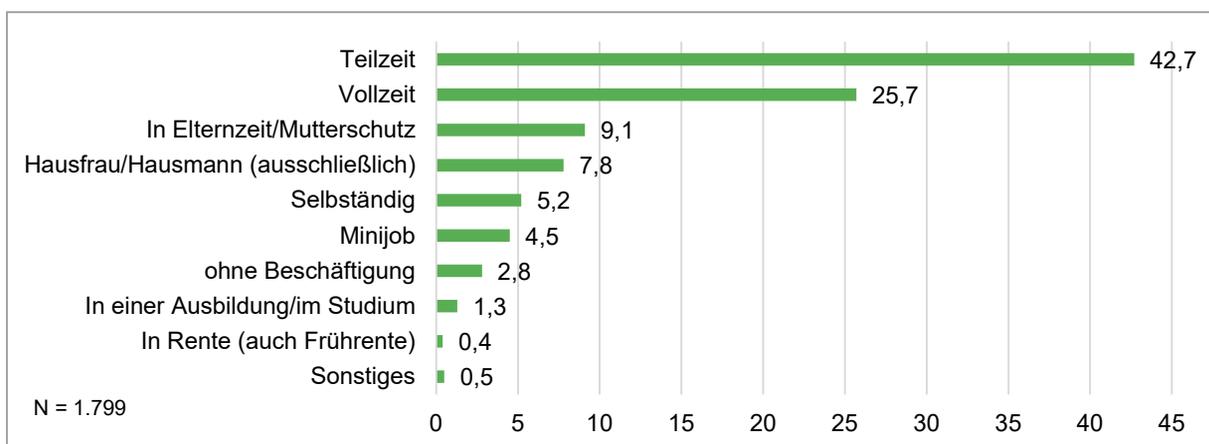


Abbildung 26: Form der Erwerbstätigkeit

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Tatsächlich macht die genauere Betrachtung der Erwerbstätigkeit nach Geschlecht (s. Abbildung 27) deutlich, dass lediglich 15,3 % der Frauen Vollzeit arbeiten, während dies auf 77,5 % der Männer zutrifft. Umgekehrt haben 54,6 % der Frauen eine Teilzeitstelle, bei den Männern sind es nur 10,7 %. Außerdem sind die befragten Frauen mit 12,1 % auch deutlich häufiger nicht erwerbstätig (Hausfrau, Rente, ohne Beschäftigung) als die befragten Männer (5,7 %).

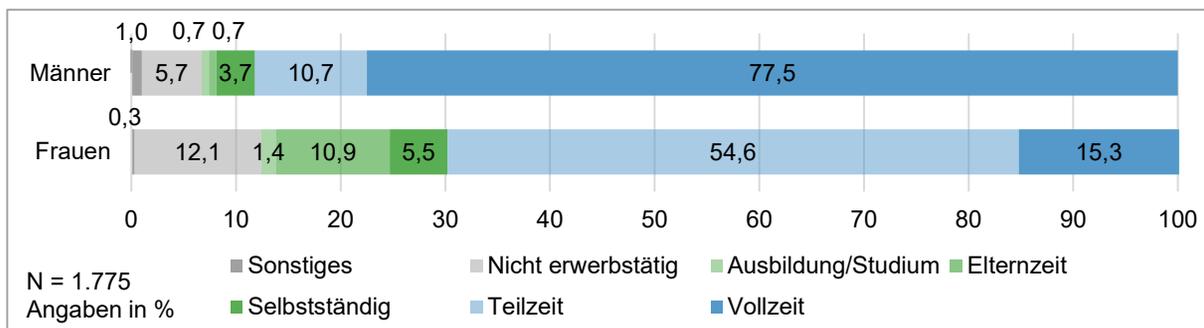


Abbildung 27: Erwerbstätigkeit differenziert nach Frauen und Männern

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Gruppe der Befragten weist ein Bildungsniveau auf, das höher ist als im deutschen Durchschnitt (s. Abbildung 28). Während laut Eichhorst et al. (2019) der Anteil der Geringqualifizierten an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter in Deutschland im Jahr 2016 bei rund 10 % lag, können nur 8,7 % unserer Stichprobe dieser Kategorie zugeordnet werden. Der Anteil der mittelqualifizierten Eltern liegt in unserem Datensatz bei 39,5 %. Auch dieser Anteil ist niedriger als der entsprechende Wert (57 %) in der Studie von Eichhorst et al. 2019. Der Anteil der hochqualifizierten Eltern beträgt in unserer Stichprobe dagegen 51,8 %, was über dem deutschen Durchschnitt liegt (33 % in der Studie von Eichhorst et al. 2019).

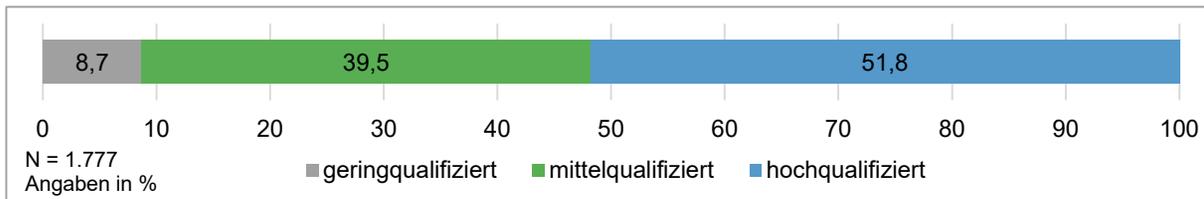


Abbildung 28: Bildungsniveau der Befragten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Basis dieser Einteilung ist die Klassifizierung der Bildungs- und Berufsabschlüsse nach der ISCED-Skala¹⁵, die sich folgendermaßen gestaltet:

ISCED 1	Primarbereich
ISCED 2	Sekundarbereich I
ISCED 3	Sekundarbereich II
ISCED 4	Postsekundärer nichttertiärer Bereich
ISCED 5	Kurzes tertiäres Bildungsprogramm
ISCED 6	Bachelor- bzw. gleichwertiges Bildungsprogramm
ISCED 7	Master- bzw. gleichwertiges Bildungsprogramm
ISCED 8	Promotion

Tabelle 2: ISCED-Skala 2011

Quelle: In Anlehnung an Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2015, S. 74–75.

¹⁵ ISCED = Internationale Standardklassifikation des Bildungswesens.

Nachfolgend sind die Bildungsniveaus auf Basis der ISCED-Skala zu sehen:

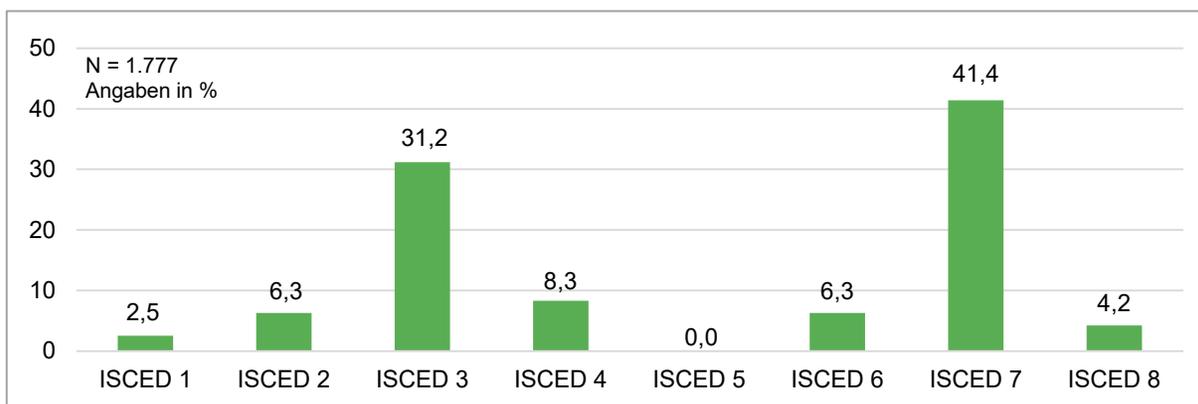


Abbildung 29: Bildungsniveau nach der ISCED-Skala

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eine weitere Differenzierung zeigt, dass bei den Bildungsabschlüssen das Abitur/Fachabitur mit 55,4 % am häufigsten genannt wurde. Umgekehrt haben lediglich 3,0 % der Befragten keinen Schulabschluss. Dies führt auch zu hohen berufsbildenden Abschlüssen: 40,9 % verfügen über einen (Fach-)Hochschulabschluss (s. Abbildung 30 und Abbildung 31).

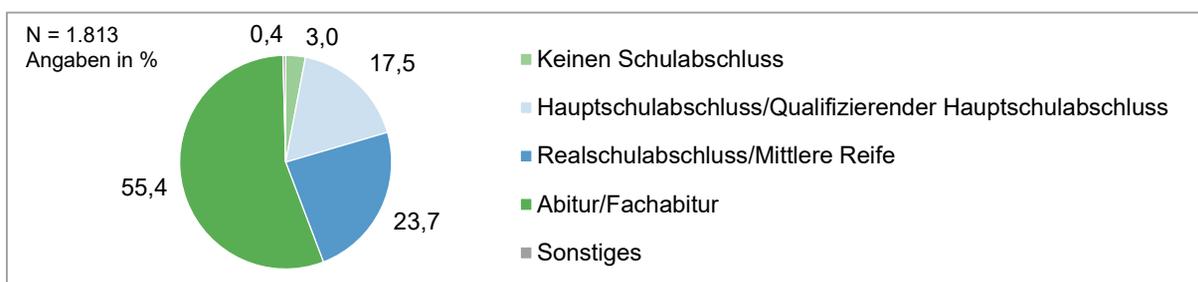


Abbildung 30: Bildungsabschlüsse

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

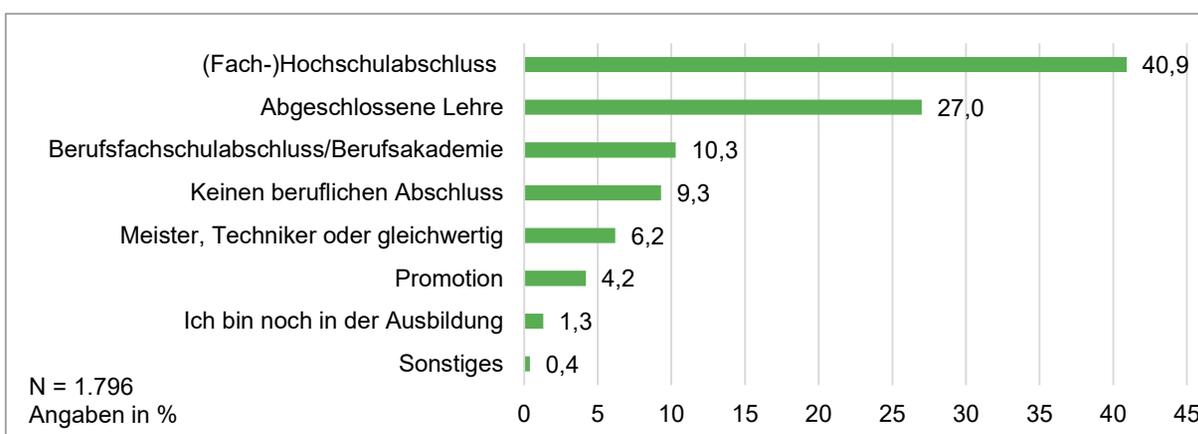


Abbildung 31: Berufsabschlüsse

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Differenziert man die Familien, die sich an der Befragung beteiligten, nach ihrem Haushaltsnettoeinkommen (s. Abbildung 32), so erhält man eine ähnliche Verteilung wie in Gesamtdeutschland. Bei 16,9 % der privaten Haushalte in Deutschland liegt das Nettoeinkommen zwischen 3.600 und 5.000 €, bei 17,8 % zwischen 2.600 und 3.600 und bei 14,3 % unter 1.300 € (Bundeszentrale für politische Bildung 2020). Unter den Probanden unserer Befragung haben die meisten Haushalte (24,9 %) ein Haushaltsnettoeinkommen, das zwischen 3.001 €

und 4.000 € liegt. Über ein sehr niedriges Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.000 € verfügen in unserer Stichprobe nur 1,3 %.¹⁶

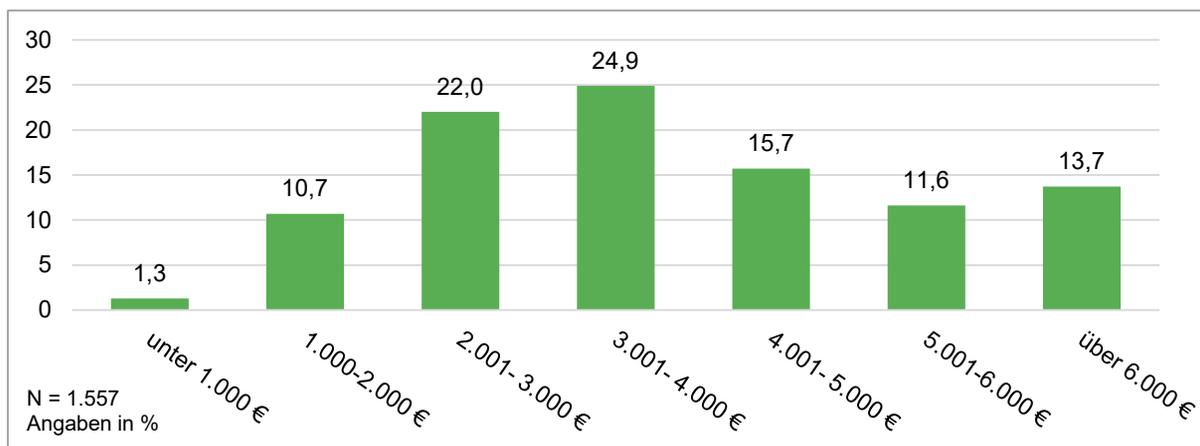


Abbildung 32: Haushaltsnettoeinkommen der Familien

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Abbildung 33 macht deutlich, dass in den meisten Haushalten, die sich an der Befragung beteiligten, Deutsch – zumindest neben einer anderen Sprache – gesprochen wird. Der Anteil liegt bei 90,1 %. Lediglich in knapp 10 % der Haushalte wird kein Deutsch gesprochen. Die am häufigsten genannten Fremdsprachen sind: Russisch (9 %), Türkisch (8,7 %), Englisch (6,6 %), Arabisch (3,8 %) und Rumänisch (3,2 %).

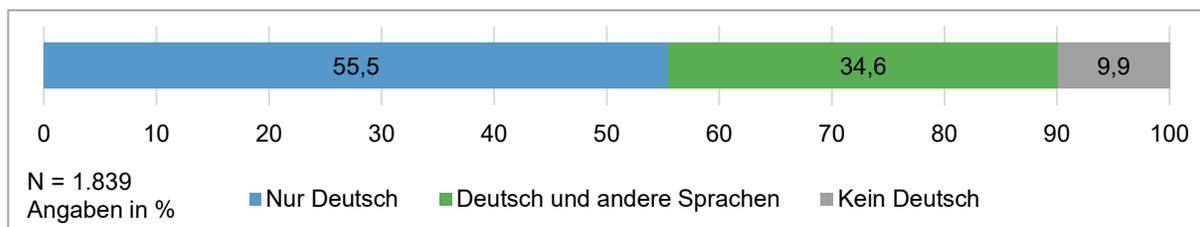


Abbildung 33: Sprachkonstellationen

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Eltern, die sich an der Befragung beteiligten, stammen primär aus folgenden Gebieten (s. Abbildung 34): Göggingen (9,7 %), Pfersee/Thelottviertel (9,5 %), Stadtmitte Zentrum/Süd (7,6 %) und Haunstetten Nord/Ost/West (7,4 %).¹⁷ Weniger Familien, die an der Befragung teilnahmen, wohnen hingegen in den Gebieten ‚Rechts der Wertach‘ (0,7 %), Spickel (0,8 %), Wolfram- und Herrenbachviertel (1,8 %).¹⁸

¹⁶ Die Frage nach dem Einkommen stellt eine sensible und für viele Probanden eine sehr private Frage dar, so dass mehrere diese nicht beantworteten. Zudem liegt die Vermutung nahe, dass einige der Befragten nicht wie gewünscht ihr gemeinsames Haushaltsnettoeinkommen, sondern lediglich ihr persönliches Einkommen angaben. Entsprechend wurde nach besten Wissen und Gewissen eine Bereinigung dieser Daten vorgenommen. Ausgehend davon wurden 82 Angaben für die Analysen, welche das Einkommen betreffen, ausgeschlossen.

¹⁷ Hier handelt es sich um recht bevölkerungsreiche Stadtbezirke (Pfersee ist das zweitbevölkerungsreichste Gebiet, Göggingen das fünftbevölkerungsreichste, Stadtmitte Zentrum/Süd das drittbevölkerungsreichste und Haunstetten Nord/Ost/West das sechstbevölkerungsreichste).

¹⁸ Die Gebiete Rechts der Wertach und Spickel sind die Stadtgebiete mit der geringsten Einwohnerzahl.

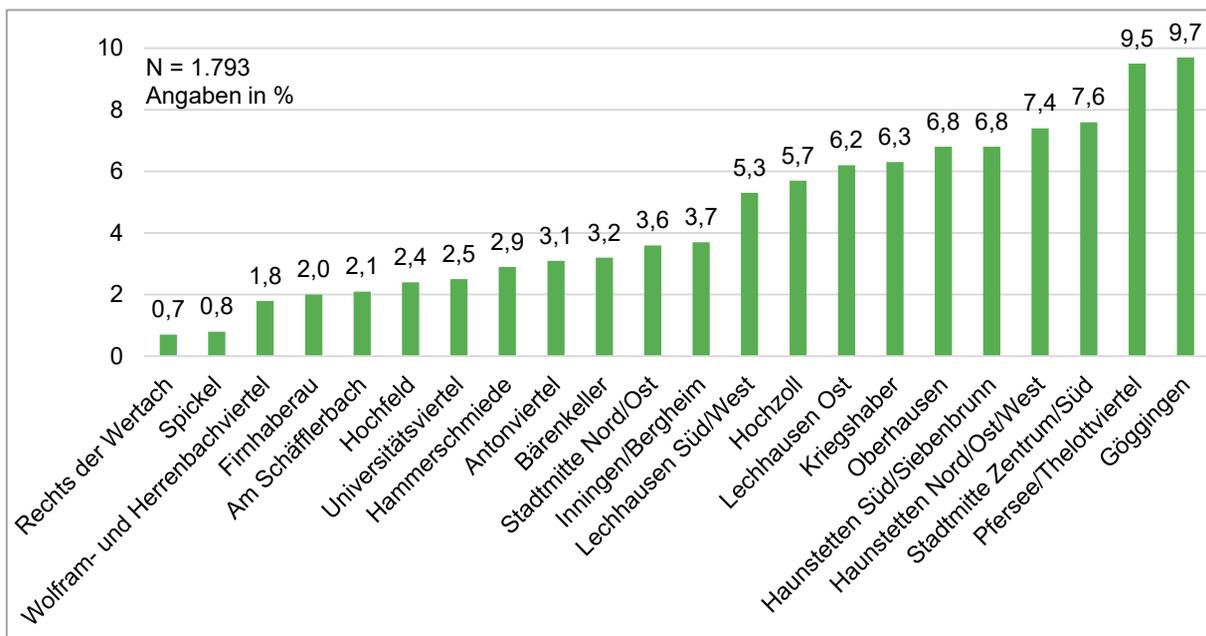


Abbildung 34: Wohnort der Befragten nach Sozialmonitoringbezirken

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.3 Nutzung der Familienbildungsangebote und Bedürfnisse der Familien in der Stadt Augsburg

Bisherige Nutzung der Familienbildungsangebote

Von den befragten Eltern hat knapp die Hälfte (49,5 %) bereits von den Familienbildungsangeboten gehört (s. Abbildung 35). Auf 41,1 % trifft dies nicht zu und 9,4 % sind sich unsicher.

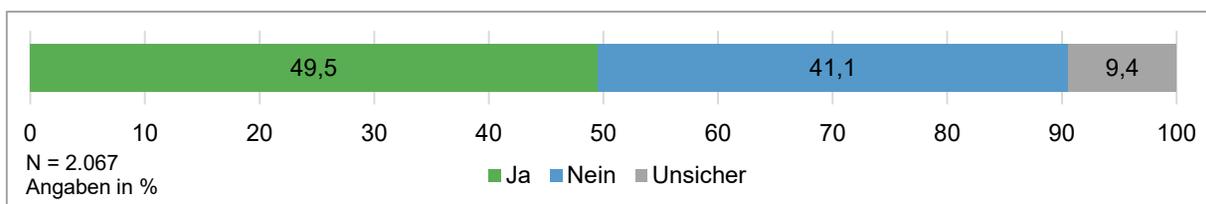


Abbildung 35: Kenntnis der Familienbildungsangebote

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Dabei unterscheidet sich die Kenntnis der Angebote hinsichtlich der in den Familien gesprochenen Sprachen. Von den Familien, in denen kein Deutsch gesprochen wird, kennen 30,3 % die Angebote und damit ein deutlich geringerer Anteil als in den Familien, in denen Deutsch und andere Sprachen (47,9 %) bzw. nur Deutsch (53,3 %) gesprochen wird. Zudem nimmt die Bekanntheit der Angebote mit steigendem Bildungsgrad zu: Von den Geringqualifizierten kennen 32,9 % die Angebote, von den Mittelqualifizierten 48,1 % und von den Hochqualifizierten sind es 53,1 %.

Die Eltern, die angaben, bereits von Angeboten gehört zu haben bzw. sich unsicher waren, wurden gebeten, mitzuteilen, auf welche Weise sie davon Notiz nahmen. Ihre Antworten sind in Abbildung 36 dargestellt. Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (36,7 %), Aushänge/ Flyer/ Plakate (29 %) und Verwandte/Freunde (25,6 %) wurden am häufigsten genannt.

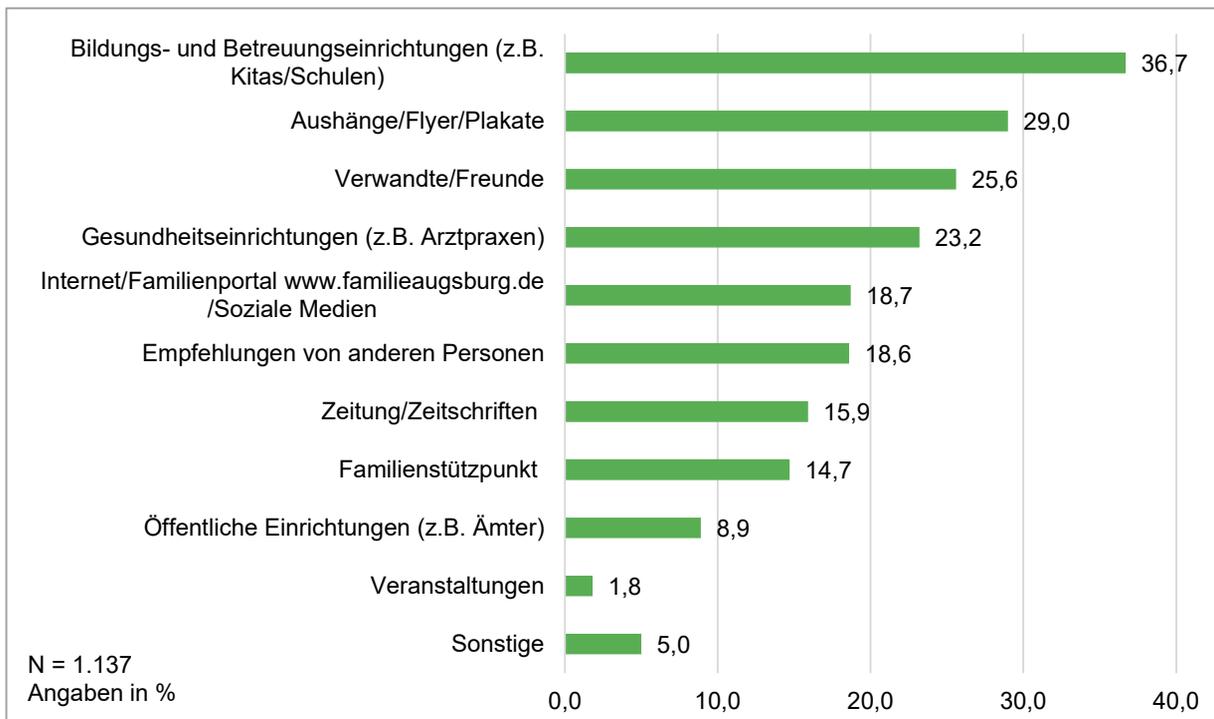


Abbildung 36: Informationsquellen für Familienbildungsangeboten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Auch die Bekanntheit der Broschüre FamilienLeben, mit der Augsburger Eltern über Familienbildung informiert werden sollen, wurde abgefragt. Die Broschüre ist aktuell in der 7. Auflage in Papierform und auch online verfügbar und wird alle zwei bis drei Jahre aktualisiert und neu aufgelegt. Es zeigt sich, dass nur 10,2 % der befragten Eltern die Broschüre kennen. 10,0 % sind sich unsicher und 79,8 % kennen sie nicht (s. Abbildung 37).

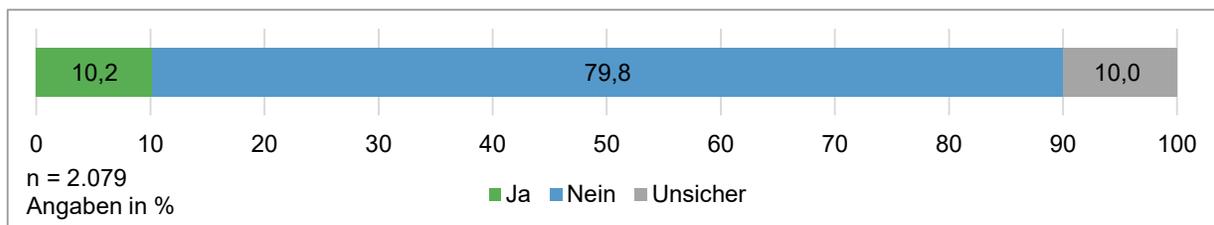


Abbildung 37: Bekanntheit der Broschüre FamilienLeben der Stadt Augsburg

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

48,2 % der Eltern haben Familienbildungsangebote tatsächlich genutzt. Etwas mehr (51,8 %) haben noch keine Angebote wahrgenommen. Einen differenzierten Überblick gibt Abbildung 38: 5,9 % der Befragten nutzten die Angebote regelmäßig, 25,6 % hin und wieder und 16,8 % bislang einmal.

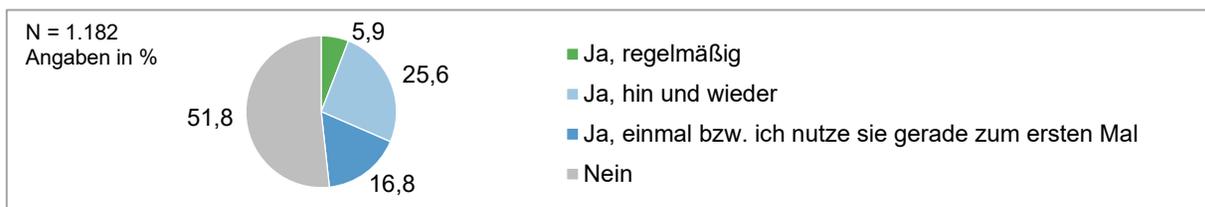


Abbildung 38: Häufigkeit der Nutzung von Familienbildungsangeboten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Dabei zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Kenntnis und der Nutzung dieser Angebote. Von den Probanden, die die Familienbildungsangebote sicher kennen, nutzten knapp 7,0 % die Angebote regelmäßig, 29,0 % hin und wieder, 17,0 % bisher einmal und 46,8 % bisher gar nicht. Eine andere Verteilung zeigt sich bei den Personen, die sich unsicher sind, ob sie Familienbildungsangebote überhaupt kennen. Von diesen ‚Unsicheren‘ nutzten die Angebote bisher nur 1,6 % regelmäßig, 5,9 % hin und wieder, 13,9 % einmal und eine absolute Mehrheit (78,6 %) gar nicht.

Differenziert man die Angaben nach dem Alter der im Haushalt lebenden Kindern, gibt es kaum nennenswerte Unterschiede hinsichtlich der Kenntnis von Familienbildungsangeboten. Insgesamt gaben 49,5 % der Befragten an, bereits von den Angeboten gehört zu haben. In den Haushalten, in denen ausschließlich Kinder bis zum sechsten Lebensjahr wohnen, ist die Kenntnis dieser Angebote marginal höher (52,8 %), in den Haushalten mit Kindern unter drei Jahren (48,6 %) und ab 13 Jahren (46,1 %) etwas niedriger. Hinsichtlich der Nutzung der Angebote gibt es deutlichere Unterschiede: Von den Haushalten, in denen nur Kinder bis drei Jahren leben, nutzten bisher 46,5 % die Angebote, gefolgt von 44,3 % der Familien, in denen nur Kinder bis zum Alter von sechs Jahren leben. Das Schlusslicht stellen dabei die Familien, in denen nur Teenager leben (41,9 %), dar. Hinsichtlich des Wohnorts der Befragten innerhalb der Stadt Augsburg ist der Anteil der Personen, die Familienbildungsangebote allgemein kennen, in den Sozialmonitoringbezirken Hammerschmiede (62,8 %) und Firnhaberau (61,1 %) am höchsten und in den Bezirken Spickel (16,7 %) und Wolfram- und Herrenbachviertel (37,5 %) am niedrigsten. Auch in Pfersee/Thelottviertel sind Familienbildungsangebote eher bekannt (56,3 %). Der Bezirk Bärenkeller liegt in Bezug auf die Bekanntheit von Familienbildung im Mittelfeld (50,9 %). Bei der bisherigen Nutzung der Familienbildungsangebote führen die Sozialmonitoringbezirke Antonviertel (66,7 %), Lechhausen Ost (60,7 %) und Universitätsviertel (60,7 %) die Liste an. Das Schlusslicht bildet der Bezirk Wolfram- und Herrenbachviertel (28,6 %). Im Mittelfeld liegen u. a. die Bezirke Bärenkeller (42,9 %), Pfersee/Thelottviertel (49,5 %) und Hammerschmiede (55,9 %).

Um weitere Eltern für die Nutzung der Familienbildungsangebote zu gewinnen, ist es zunächst wichtig zu wissen, welche Gründe für die Eltern bislang gegen eine Teilnahme sprachen (s. Abbildung 39). Der Haupthinderungsgrund ist ein fehlender Bedarf der Eltern. Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zwischen allen Familien (33,9 %) und Familien, in denen nur Kinder bis zum Alter von drei Jahren leben (12,2 %). Die beiden am nächsthäufigsten genannten Gründe spielen möglicherweise zusammen: Zeitmangel und ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten. Der Grund „Ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten“ ist vor allem bei Alleinerziehenden bedeutsam: 23,7 % der Alleinerziehenden gaben diesen Grund an, bei den verheirateten/zusammenlebenden Elternpaaren waren es demgegenüber nur 15,2 % und bei den Patchwork-Familien lediglich 11,8 %. Die Nennung des Grundes „Ich habe zu wenig Zeit“ steht hingegen eher in einem Zusammenhang mit der Erwerbstätigkeit. Insbesondere Vollzeitbeschäftigte (36,5 %) nannten diesen Hinderungsgrund. Bei den Personen in Elternzeit waren es nur 17,5 %. Eine fehlende Kinderbetreuung ist vor allem für Hochqualifizierte (14,9 %) ein Hinderungsgrund (zum Vergleich: Geringqualifizierte: 10,5 %, Mittelqualifizierte: 7,2 %). Sprachprobleme, schlechte Erreichbarkeit und zu hohe Teilnahmekosten sind hingegen als Hinderungsgründe weniger von Bedeutung. Unter der Kategorie „Sonstiges“ wurde sehr häufig angegeben, dass die Angebote nicht bekannt sind.

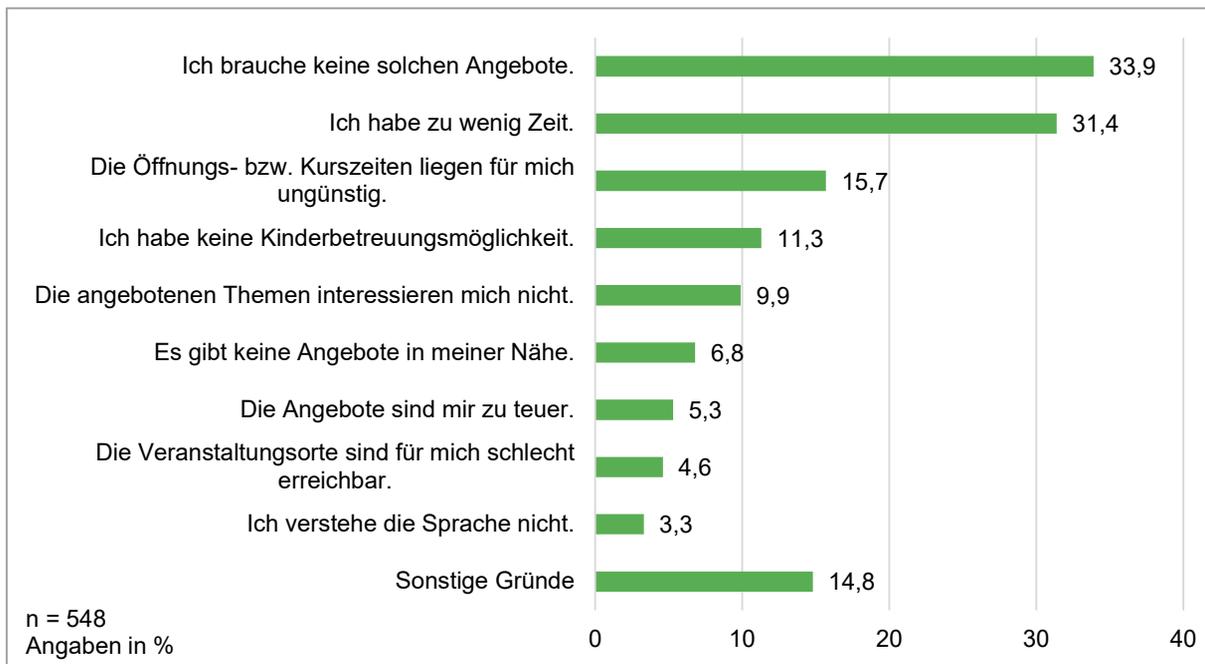


Abbildung 39: Hinderungsgründe bzgl. der Teilnahme an Familienbildungsangeboten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Aufschlussreich zur Erweiterung des Nutzerkreises sind auch Informationen über Personengruppen, die bislang nicht mit den Angeboten erreicht werden.

Hier ist – wie bei der Bekanntheit der Angebote – ein Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Eltern und der Nutzung von Familienbildungsangeboten erkennbar: Von den Geringqualifizierten haben 58,6 % die Angebote nicht genutzt, von den Mittelqualifizierten 54,1 % und von den Hochqualifizierten 46,6 %.

Im Gegensatz zur Bekanntheit der Angebote kann bei der Analyse der Nutzung kein Zusammenhang zwischen der Sprache, die in den Haushalten gesprochen wird, und der Teilnahme an Angeboten identifiziert werden. Ein Erklärungsansatz könnte sein, dass die Familienstützpunkte vor allem im Norden Augsburgs eine lange Tradition haben: Insbesondere in Oberhausen gibt es bereits seit langem viele Angebote, die sich speziell an den Bedürfnissen von Familien mit Migrationshintergrund orientieren und sehr niedrigschwellig gestaltet sind. Auch werden viele Veranstaltungen durch mehrsprachige Fachkräfte in unterschiedlichen Sprachen angeboten. Daneben werden verschiedene Angebote zum gemeinsamen Austausch der Adressaten mit (dem kulturell bedeutsamen) gemeinsamen Essen angeboten, bei denen der Sprachaspekt nur eine untergeordnete Rolle spielt¹⁹. Dass diese Angebote gerade auch von Familien mit Migrationshintergrund gut angenommen werden, bestätigen die Ergebnisse dieser Studie: Rund 50 % der befragten Familien in Oberhausen nutzten bereits Familienbildungsangebote und von diesen waren 22,2 % deutschsprachig, 55,6 % gemischtsprachig und weitere 22,2 % fremdsprachig. Dass sich Sprachbarrieren nicht negativ auf die Nutzung der Angebote auswirken, ist ein ausgesprochen positives Ergebnis. Dies wird auch dadurch unterstrichen, dass der Punkt „Ich verstehe die Sprache nicht“ bei den Hinderungsgründen bzgl. der Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen eine geringe Rolle spielt.

Positiv ist außerdem, dass zwischen dem Alter der Kinder und der Nutzung von Familienbildungsangeboten nur ein sehr schwacher Zusammenhang besteht. Dennoch nutzen Familien mit älteren Kindern die Angebote etwas weniger häufig als Familien mit jüngeren Kindern.

¹⁹ Wie später noch genauer erläutert wird (s. Unterkapitel zu Familienstützpunkten), sind Familienstützpunkte u. a. bei Familien aus Oberhausen bekannt.

Im Kontext des Hinderungsgrunds „Ich habe zu wenig Zeit“ ist folgendes Ergebnis zu sehen: Die Nutzung von Familienbildungsangeboten nimmt mit zunehmender wöchentlicher Arbeitszeit ab: Am häufigsten nehmen Eltern teil, die nicht arbeiten. Der Anteil von Nutzern beträgt hier bei den Personen in Elternzeit 58,0 % und bei den Nicht-Erwerbstätigen 56,7 %. Von den Teilzeitbeschäftigten haben 51,8 % die Angebote genutzt, von den Vollzeitbeschäftigten sind es 37,8 %. Dieses Ergebnis ist nicht überraschend, da Eltern, die keiner oder nur einer teilweisen Erwerbstätigkeit nachgehen, zeitlich gegenüber Vollzeitbeschäftigten deutlich weniger eingeschränkt sind.

Abbildung 40 zeigt, welche Themen Eltern, die Familienangebote nutzen, am meisten angesprochen haben. Mit Abstand am häufigsten besucht wurden Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Treffs (43,1 %). Dieses Angebot war besonders bei Eltern mit mittlerer Qualifikation sehr beliebt. Hier lag der Anteil mit 51,6 % über dem der Hochqualifizierten (40,2 %) und dem der Geringqualifizierten (33,3 %). Danach folgen die Themen ‚Schwangerschaft und Geburt‘ (36,1 %), ‚Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz‘ (21,4 %) sowie ‚Kindliche Entwicklung (z. B. PEKIP)‘ (20,7 %). Gerade bei Angeboten zur Erziehung und zur kindlichen Entwicklung ist ein klarer Unterschied hinsichtlich des Bildungsniveaus zu erkennen: Diese Themen ziehen deutlich mehr Eltern mit hohem als solche mit niedrigerem Bildungsniveau an. Angebote speziell für Väter (0,7 %), zu religiöser Erziehung und Glaubensfragen (1,6 %) sowie inklusive Angebote für Menschen mit und ohne Behinderung (1,8 %) wurden insgesamt eher selten wahrgenommen.

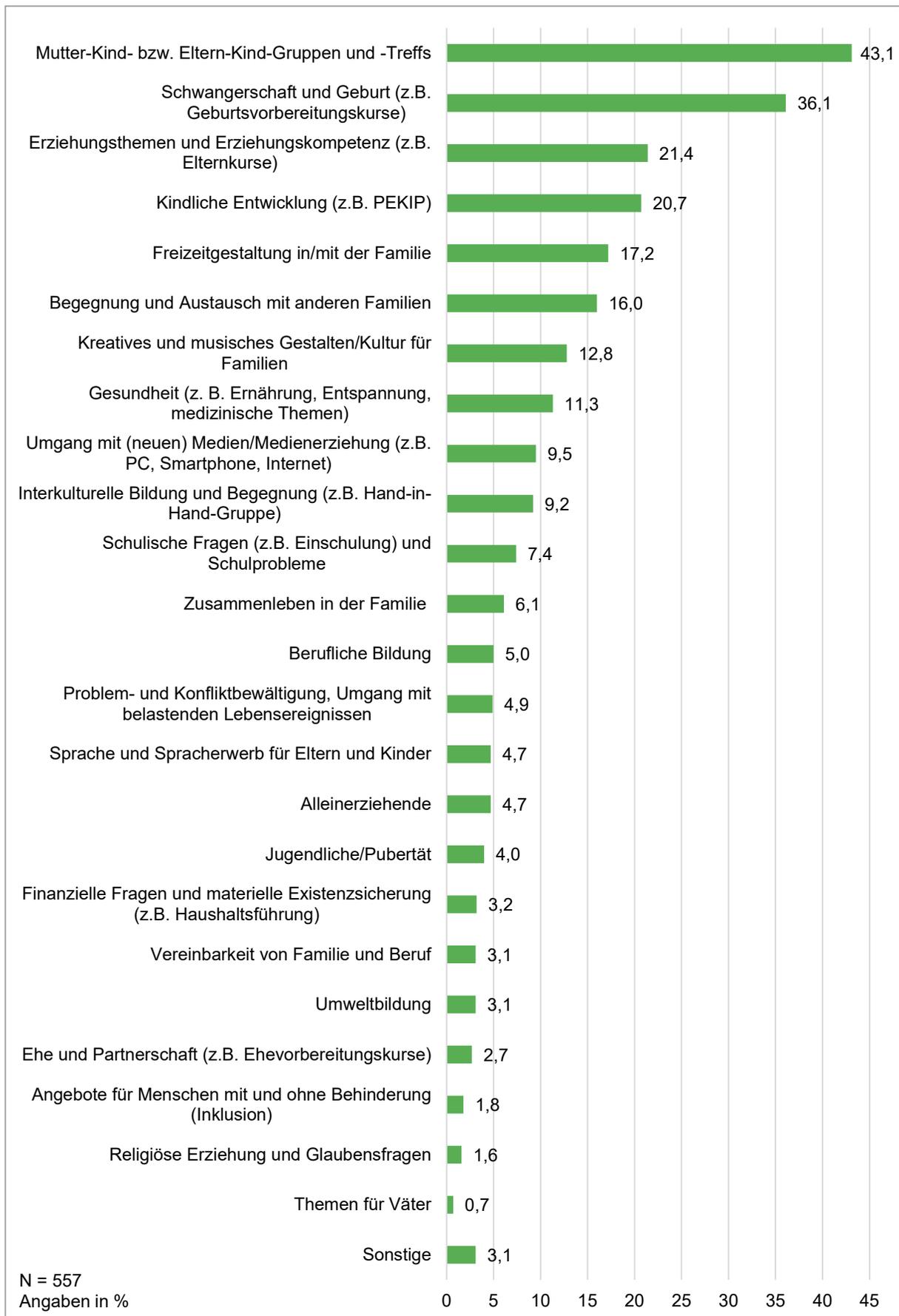


Abbildung 40: Themen der besuchten Veranstaltungen

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Zur weiteren Angebotsgestaltung ist es aufschlussreich, die Wünsche der Eltern zu kennen. Diese wurden für die Themen (s. Abbildung 41), die Veranstaltungsarten und -orte erhoben.

Unter den Themen wurde am häufigsten der Wunsch nach mehr Angeboten zur ‚Freizeitgestaltung in/mit der Familie‘ (47,0 %) geäußert. Mit deutlichem Abstand folgen die Themenwünsche ‚Gesundheit‘ (30,1 %), ‚Umgang mit (neuen) Medien/Medienerziehung‘ (26,8 %) sowie ‚Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz‘ (26,6 %). Ein geringer Wunsch besteht zu mehr Angeboten in den Bereichen ‚Religiöse Erziehung und Glaubensfragen‘ (3,2 %), ‚Schwangerschaft und Geburt‘ (3,2 %) und ‚Ehe und Partnerschaft‘ (4,8 %) ²⁰.

Ziel von Familienbildung ist es stets, weitere Familien für die Nutzung der Angebote zu gewinnen. Dafür ist es auch wichtig zu wissen, ob es Unterschiede in den Themenwünschen zwischen verschiedenen Familiengruppen gibt.

Insgesamt zeigt sich, dass das Alter der Kinder für die gewünschten Themen relevant ist. So ist etwa der Wunsch nach Angeboten für Freizeitgestaltung, Erziehungsthemen, Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen bei Familien mit kleinen Kindern (bis max. drei Jahre) im Vergleich zu Familien mit Teenagern deutlich stärker ausgeprägt. Umgekehrt sind die Themen Medien und berufliche Bildung bei Familien mit Jugendlichen von größerer Bedeutung.

Auch bei einer Differenzierung der Familien nach dem Qualifikationsniveau der Befragten treten Unterschiede in den Themenwünschen zu Tage. Es wird deutlich, dass Hochqualifizierte nicht nur aktuell die stärkste Nutzergruppe darstellen, sondern auch bei nahezu allen Themen am häufigsten den Wunsch nach einem Ausbau der Angebote äußern. Eine Ausnahme davon sind Angebote zur beruflichen Bildung. Dieses Thema wünschen sich 14,1 % der höherqualifizierten Eltern. Bei den Respondenten mit niedrigem Qualifikationsniveau sind es demgegenüber 27,6 % und bei jenen mit mittlerem Bildungsgrad 18,3 %. Auch das Thema ‚Jugendliche/ Pubertät‘ hat für Hochqualifizierte (25,8 %) eine marginal geringere Relevanz als für Mittelqualifizierte (26,4 %). Letztere wünschen sich häufig auch Angebote zum Umgang mit Medien und Medienerziehung (24,5 %), ebenso wie Hochqualifizierte (34,5 %). Darüber hinaus zeigt sich, dass das Thema ‚Sprache und Spracherwerb für Eltern und Kinder‘ vor allem bei Personen mit niedriger Qualifikation (17,1 %) einen hohen Stellenwert hat (Mittelqualifizierte: 7,0 %, Hochqualifizierte: 11,6 %).

²⁰ Dies könnte allerdings mit der durchschnittlichen Kinderanzahl und dem Alter der Kinder erklärt werden. An dieser Studie haben vor allem Eltern von zwei Kindern, welche sich im Kita- bzw. Schulalter befinden, teilgenommen. Schwangere wurden nur in einer geringen Anzahl erfasst, sodass ihr Bedarf nicht ausreichend erhoben werden konnte. Entsprechend sind Aussagen über den Bedarf an Schwangerschafts- und Geburtsthemen schwierig.

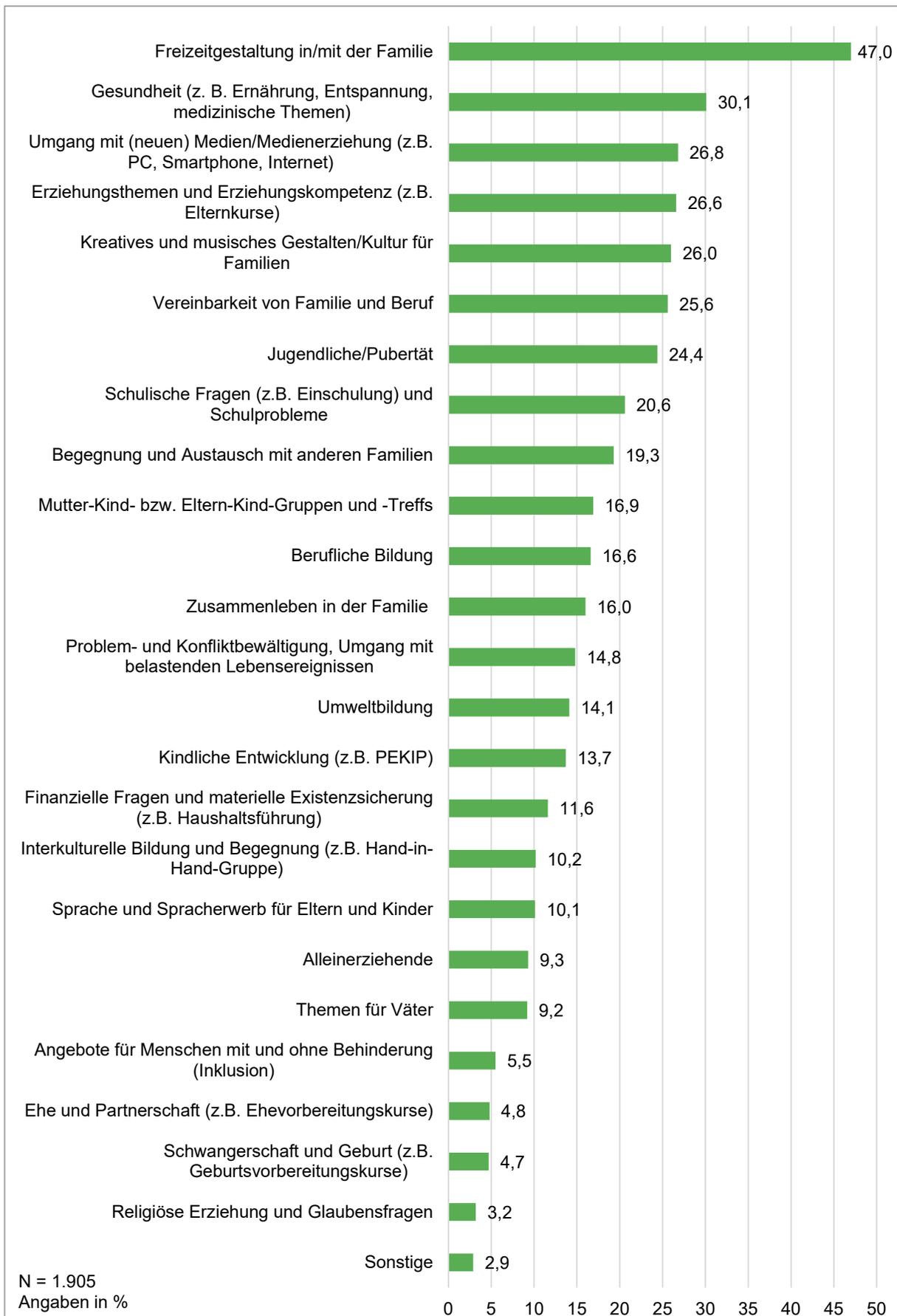


Abbildung 41: Themenwünsche

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Außerdem zeigen sich Unterschiede in den Themenwünschen hinsichtlich der Familienform, wobei aufgrund der Fallzahlen in der Stichprobe nur Aussagen zu Unterschieden zwischen Familien, in denen beide Elternteile leben, und Alleinerziehenden möglich sind. Familien mit zusammenlebenden Eltern äußern bei den meisten Themen häufiger den Wunsch nach mehr Angeboten. Es gibt aber einige Bereiche, die von Alleinerziehenden häufiger gewünscht werden. Das gilt für Angebote zu ‚finanziellen Fragen und materieller Existenzsicherung‘ (Alleinerziehende 20,1 % vs. zusammenlebende Eltern 10,5 %), ‚Problem- und Konfliktbewältigung‘ (Alleinerziehende 21,2 % vs. zusammenlebende Eltern 14,3 %) und ‚Jugendliche/Pubertät‘ (Alleinerziehende 28,8 % vs. zusammenlebende Eltern 24,6 %).

Hinsichtlich des Migrationshintergrundes zeigt sich, dass der Wunsch nach Gesundheitsthemen und Angeboten zu schulischen Fragen in Familien, in denen nicht ausschließlich Deutsch gesprochen wird, etwas größer ist als in rein deutschsprachigen Familien. Bei Familien mit Migrationshintergrund besteht ein deutlich größerer Wunsch nach mehr Angeboten zu ‚Sprache und Spracherwerb für Eltern und Kinder‘ und ‚Interkulturelle Bildung und Begegnung‘ als in rein deutschsprachigen Familien. Diese wiederum interessieren sich im Vergleich zu Familien mit Migrationshintergrund mehr für die Themen ‚Erziehung‘, ‚Freizeitgestaltung in/mit der Familie‘, ‚Umgang mit (neuen) Medien/Medienerziehung‘ und ‚Vereinbarkeit von Familie und Beruf‘.

In den Sozialmonitoringbezirken, in denen die am wenigsten bekannten Familienstützpunkte liegen (Bärenkeller, Wolfram- und Herrenbachviertel und Hammerschmiede) zeigen sich hinsichtlich der Themenwünsche einige Besonderheiten. Im Wolfram- und Herrenbachviertel ist der Anteil an Personen, die sich Angebote zum Bereich ‚Berufliche Bildung‘ wünschen, mit 26,7 % vergleichsweise hoch, ebenso beim Thema ‚Finanzielle Fragen und materielle Existenzsicherung‘ (20,0 %), bei schulischen Fragen (33,3 %) und bei Mutter-/Eltern-Kind-Gruppen (26,7 %). In den Bezirken Bärenkeller und Hammerschmiede ist demgegenüber der Wunsch nach ‚Freizeitgestaltung in/mit der Familie‘ mit jeweils über 50 % sehr hoch. Hohe Nachfrage besteht im Bezirk Bärenkeller zudem nach dem Thema ‚Jugendliche und Pubertät‘ (30,4 %), eher geringes Interesse an Angeboten aus dem Bereich ‚Umgang mit (neuen) Medien‘ (14,3 %). Vergleichsweise wenige Eltern im Bezirk Hammerschmiede wünschen sich Angebote aus dem Kreativbereich (13,7 %), Mutter/Eltern-Kind-Gruppen (9,8 %) sowie Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf (17,7 %). Für den Sozialmonitoringbezirk Pfersee/Thelottviertel, in dem ein Familienstützpunkt entstehen soll, fällt auf, dass Erziehungsthemen (37,4 %) und Angebote zum Bereich Medienerziehung (33,7 %) relativ stark und Angebote zum Bereich ‚Berufliche Bildung‘ (12,1 %) vergleichsweise wenig gewünscht werden.

Auch diese Ergebnisse sollten in die Überlegungen zur Zielgruppenerweiterung einbezogen werden.

Die direkte Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Themen (s. Abbildung 42) zeigt, in welchen Bereichen erhöhter Bedarf besteht bzw. wo umgekehrt keine Angebotserweiterung notwendig ist. Eine besonders große Differenz, die darauf hindeutet, dass hier mehr Angebote geschaffen werden sollten, besteht für folgende Themen: Freizeitgestaltung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Jugendliche/Pubertät, Gesundheit und Medien.

Auffällig in Abbildung 42 ist, dass zu Themen, die insbesondere werdende Eltern und Familien mit sehr kleinen Kindern betreffen, wie ‚Schwangerschaft und Geburt‘, ‚Kindliche Entwicklung (z.B. PEKIP)‘ und ‚Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs‘ zwar viele Angebote besucht wurden, der Wunsch danach aber verhältnismäßig gering ist. Jedoch kann die Gegenüberstellung von Besuch und Wunsch bei diesen speziellen Themen aufgrund der Altersstruktur unserer Stichprobe nur unter Vorbehalt interpretiert werden. Denn das jüngste Kind der Familien, die an der Umfrage teilnahmen, ist durchschnittlich ca. sechs Jahre alt. Viele dieser Themen werden häufig nur einmal besucht (z.B. Geburtsvorbereitungskurse) oder sind nur für einen relativ kurzen Lebensabschnitt interessant (z.B. PEKIP-Kurse). Personen, die diese Themen bereits besucht haben oder deren Kinder bereits älter sind, wünschen sich solche Veranstaltungen deshalb möglicherweise nicht bzw. nicht mehr. Hätte die Befragung mehr werdende und frisch gebackene Eltern erreicht, würde die Verteilung hier möglicherweise anders

aussehen. Passend dazu berichtet auch die Stadt Augsburg, dass zu diesen Themen eine hohe Nachfrage besteht.

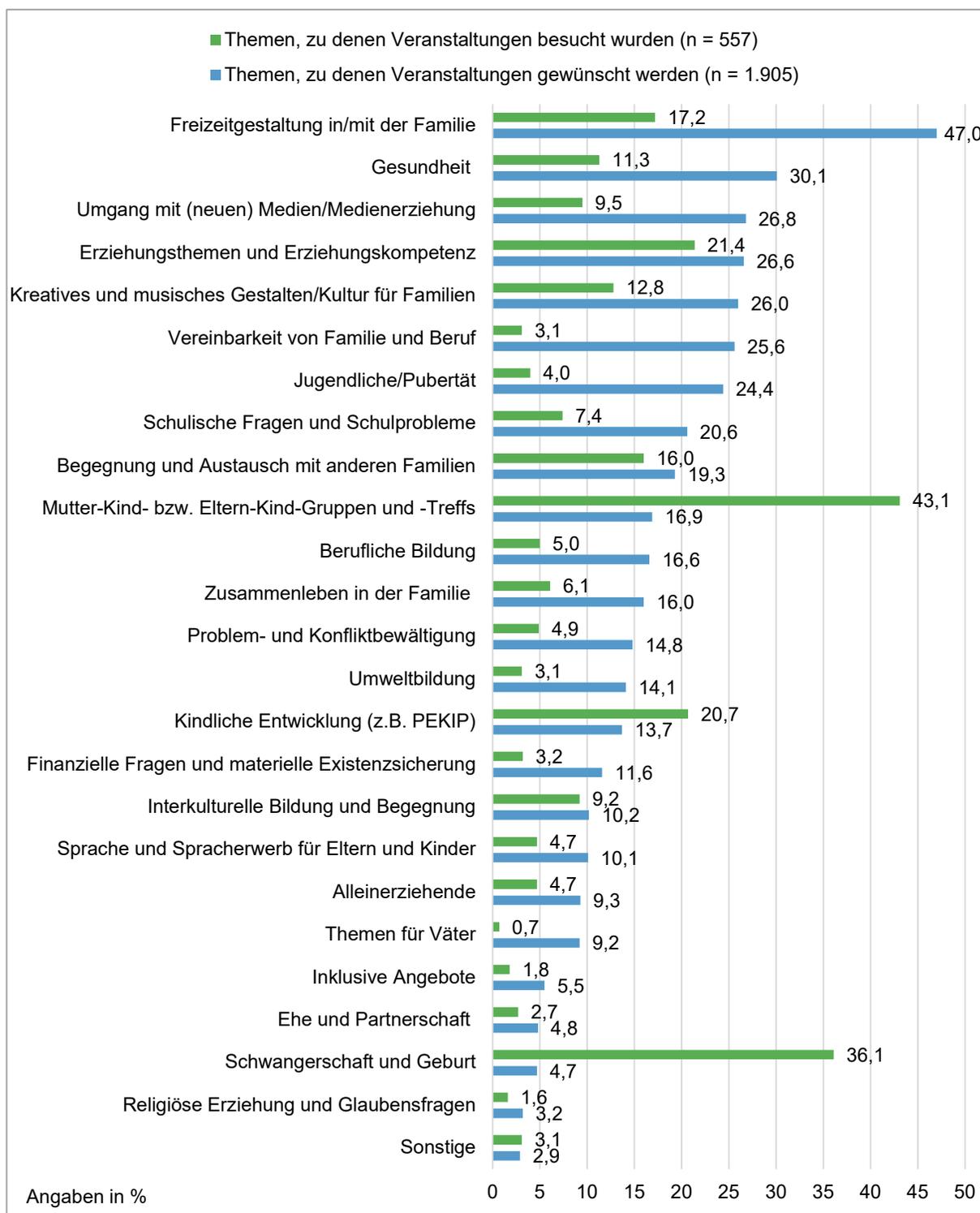


Abbildung 42: Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Themen

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Die Ergebnisse zu den gewünschten Veranstaltungsarten (s. Abbildung 43) manifestieren, dass offenbar im Bereich Freizeit ein erhöhter Bedarf seitens der Eltern besteht: 42,9 % gaben an, dass sie sich in diesem Bereich mehr Veranstaltungen wünschen. Dieser Wunsch ist insbesondere für Alleinerziehende (47,0 %) und Eltern mit mittlerem Bildungsniveau (47,1 %) erkennbar und unabhängig von der Sprache, die im Haushalt gesprochen wird, sehr groß.

Auch gemeinsame Gruppen für Eltern und Kinder wurden recht häufig genannt (35,5 %), vor allem von Haushalten, in denen nur Kinder bis zum dritten Lebensjahr leben (78,3 %). Generell bevorzugen diese Familien mit Kleinkindern (bis drei Jahre) eher einen offenen Treffpunkt wie ein Eltern-Café (59,4 %), einen Elternkurs (35,7 %) und ein Online-Angebot (25,2 %) im Vergleich zu allen anderen Familien. Eben genannte Veranstaltungsarten werden zwar auch von Haushalten, in denen nur Teenager leben gewünscht, allerdings in einem deutlich geringeren Ausmaß. Ein geringerer Wunsch wurde mit 5,1 % nach aufsuchenden Angeboten („Ich würde gerne zuhause besucht werden“) geäußert.

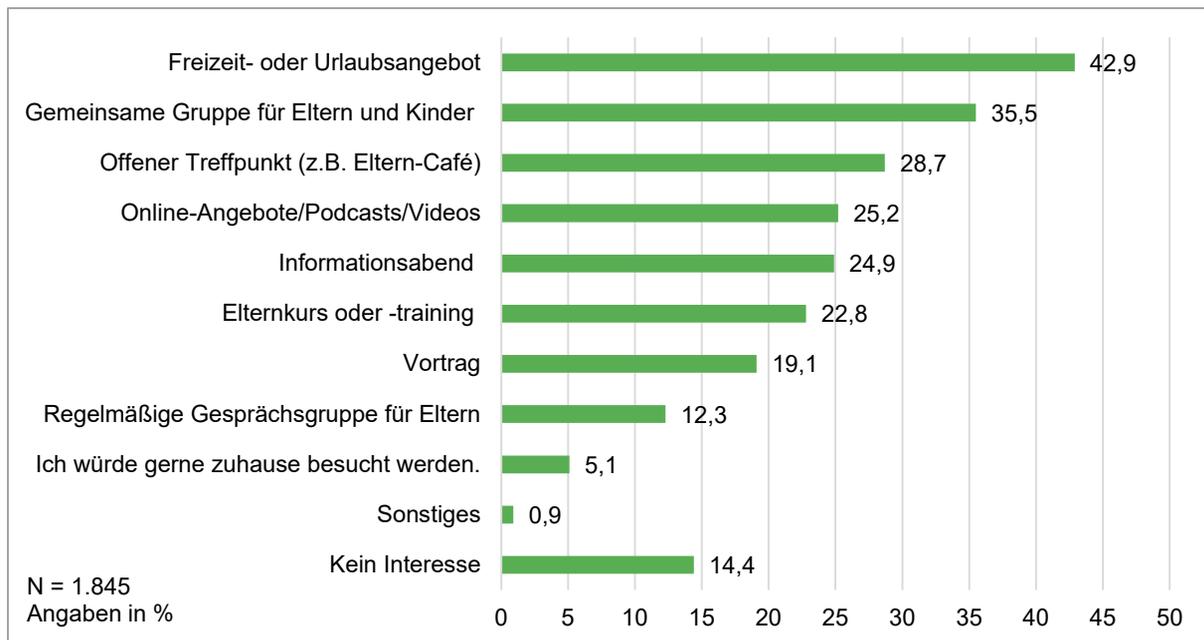


Abbildung 43: Gewünschte Veranstaltungsarten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Abbildung 44 zeigt die Orte, an denen Familienbildungsangebote wahrgenommen werden. Die meisten Eltern gaben an, dass sie Angebote in einer Hebammen-Praxis oder einem Geburtshaus (37,7 %) besucht haben. An zweiter Stelle folgten die Familienstützpunkte mit 34,2 %. Auch die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Kinderkrippe, Kindertagesstätte, Hort sowie Schule) spielen eine Rolle: Insgesamt 21,0 % der Befragten gaben an, dort Angebote wahrgenommen zu haben. Weniger Veranstaltungen wurden im Gesundheitsamt, in Einrichtungen der Frühförderung und in den Volkshochschulen besucht.

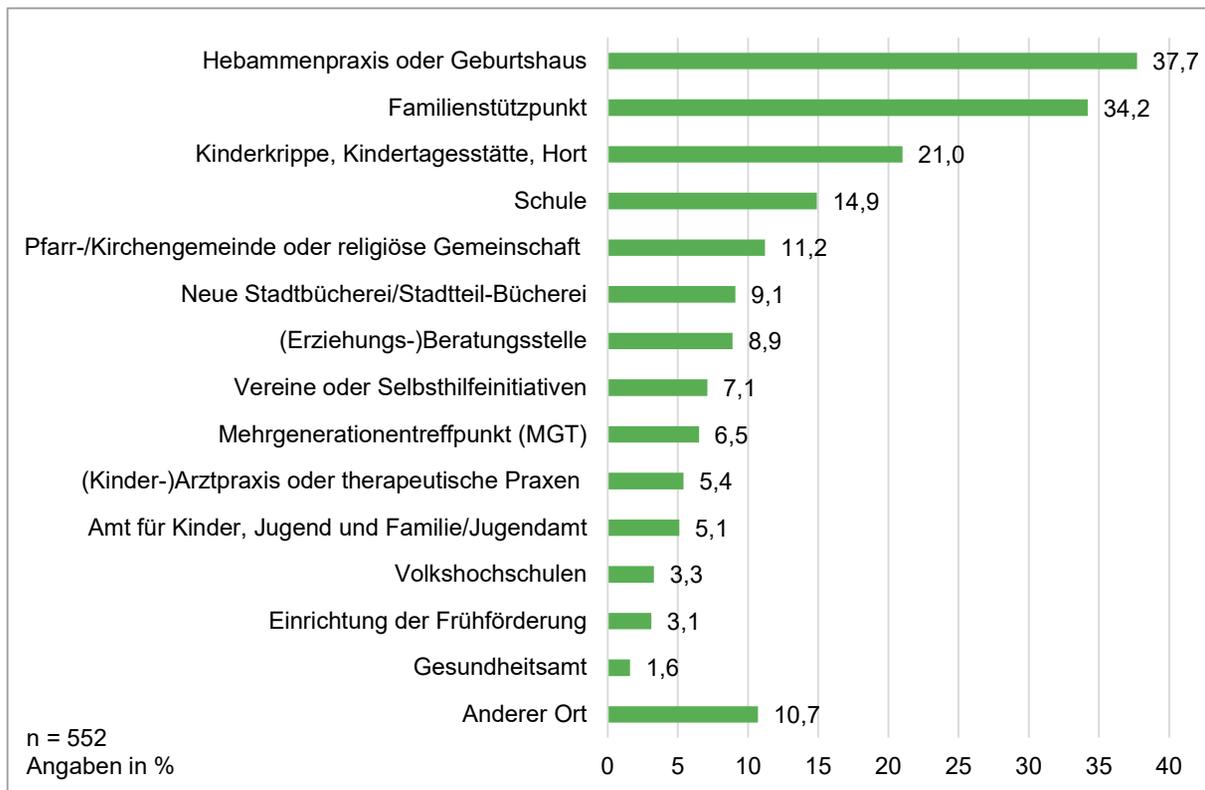


Abbildung 44: Orte, an denen Familienbildungsangebote besucht wurden

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Am häufigsten gewünscht werden Veranstaltungen in Schulen (57,6 %), Kinderkrippen, Kindertagesstätten und Horten (44,8 %) sowie Familienstützpunkten (37,1 %) (s. Abbildung 45). Das Gesundheitsamt und Einrichtungen der Frühförderung sind weniger attraktive Veranstaltungsorte. Während sich Haushalte, in denen nur Kinder bis maximal drei Jahren leben, als Veranstaltungsorte vor allem Kinderbetreuungseinrichtungen (70,0 %), Familienstützpunkte (58,6 %) und Büchereien (49,3 %) wünschen, favorisieren Familien mit Teenagern Schulen (45,7 %). Der Veranstaltungsort ‚Amt für Kinder, Jugend und Familie‘ wird eher von Familien, die ausschließlich in Fremdsprachen kommunizieren (22,5 %), als geeigneter Ort für familienbildende Angebote gesehen (deutschsprachige Haushalte: 11,3 %, gemischtsprachige Haushalte: 19,7 %). Auch geringqualifizierte Familien geben das Jugendamt mit 28,4 % häufiger an als mittel- (14,6 %) und hochqualifizierte Eltern (13,6 %). Hinsichtlich der Familienform sind es die Alleinerziehenden, die das Jugendamt mit 21,0 % häufiger nennen als die Familien mit zusammenlebenden Eltern (14,0 %).

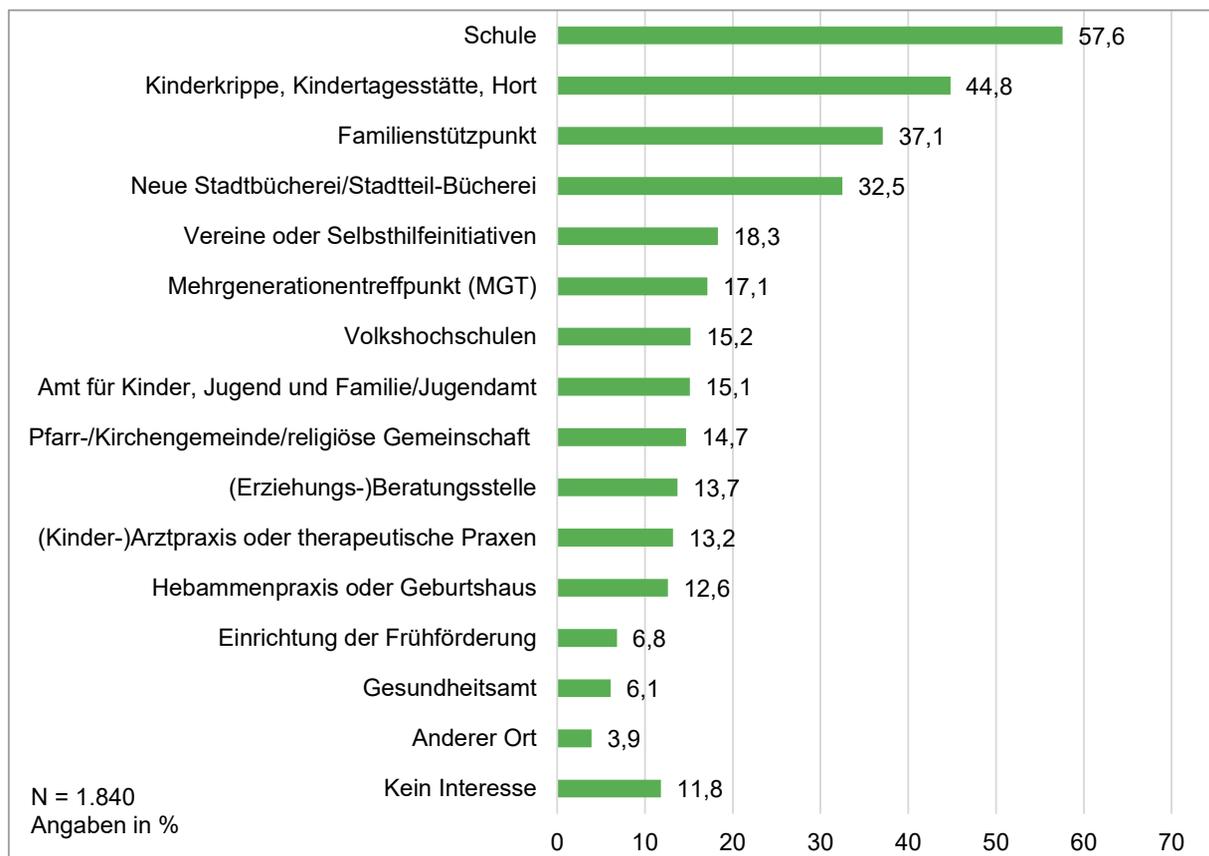


Abbildung 45: Gewünschte Veranstaltungsorte

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Die Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Veranstaltungsorte (s. Abbildung 46) zeigt deutlich, dass über mehr Veranstaltungen in den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Schulen bzw. Kinderkrippen, Kindertagesstätten, Horten) und den Stadt- bzw. Stadtteilbüchereien nachgedacht werden kann. Ausreichend Angebote bestehen umgekehrt in Hebammenpraxen und Geburtshäusern. Die Sättigung in Bezug auf diesen Veranstaltungsort kann aber, wie weiter oben bei den Themenwünschen bereits ausführlicher dargestellt, auch mit der Altersstruktur der Kinder in der zugrundeliegenden Stichprobe zusammenhängen. Die sehr deutliche Diskrepanz beim Ort ‚Schule‘ wurde vermutlich durch vergangene Schließungen aufgrund von Corona bedingt.

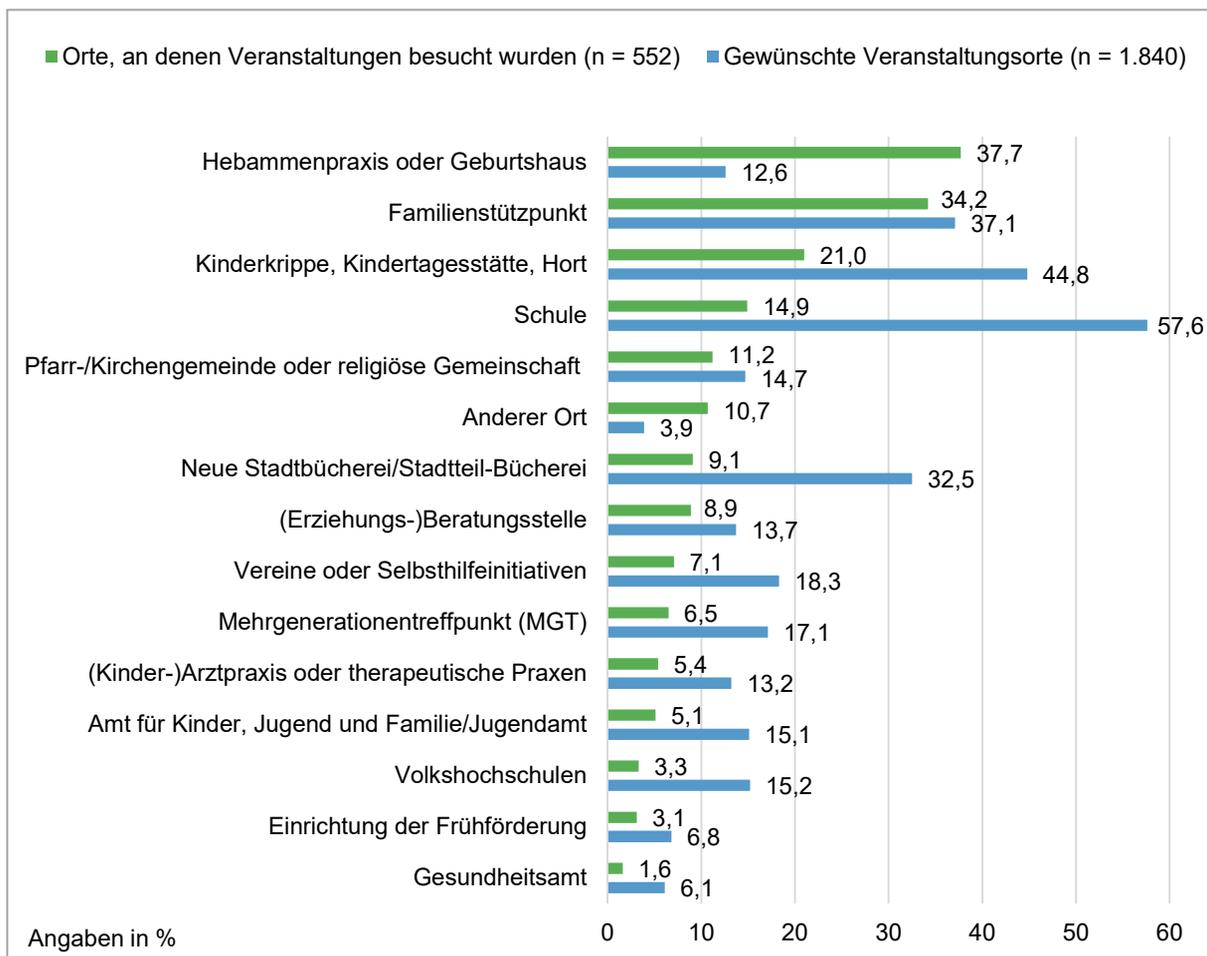


Abbildung 46: Gegenüberstellung von besuchten und gewünschten Veranstaltungsorten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Über die Veranstaltungsorte hinaus wurden die Eltern gefragt, in welchen Stadtteilen sie die Angebote wahrgenommen haben. Dazu zeigt Abbildung 47, dass die meisten Angebote in der Stadtmitte (24,9 % bzw. 11,0 %), in Oberhausen (16,5 %), in Kriegshaber (12,0 %) und in Göggingen (11,0 %) besucht wurden. Dies deckt sich vor allem in der Stadtmitte mit dem angegebenen Sitz der Träger aus der Anbieterbefragung. In den anderen drei von den Eltern hochfrequentierten Gebieten haben sich jedoch weniger Träger an der Anbieterbefragung beteiligt. In den Stadtgebieten Wolfram- und Herrenbach (1,1 %), Spickel (1,3 %), Antonsviertel (1,3 %), Am Schäfflerbach (1,7 %) sowie Inningen und Bergheim (1,7 %) wurden hingegen kaum Angebote besucht. Dazu passt, dass auch die Ergebnisse zum Sitz der Träger zeigen, dass es in diesen Gebieten kaum Einrichtungen gibt.

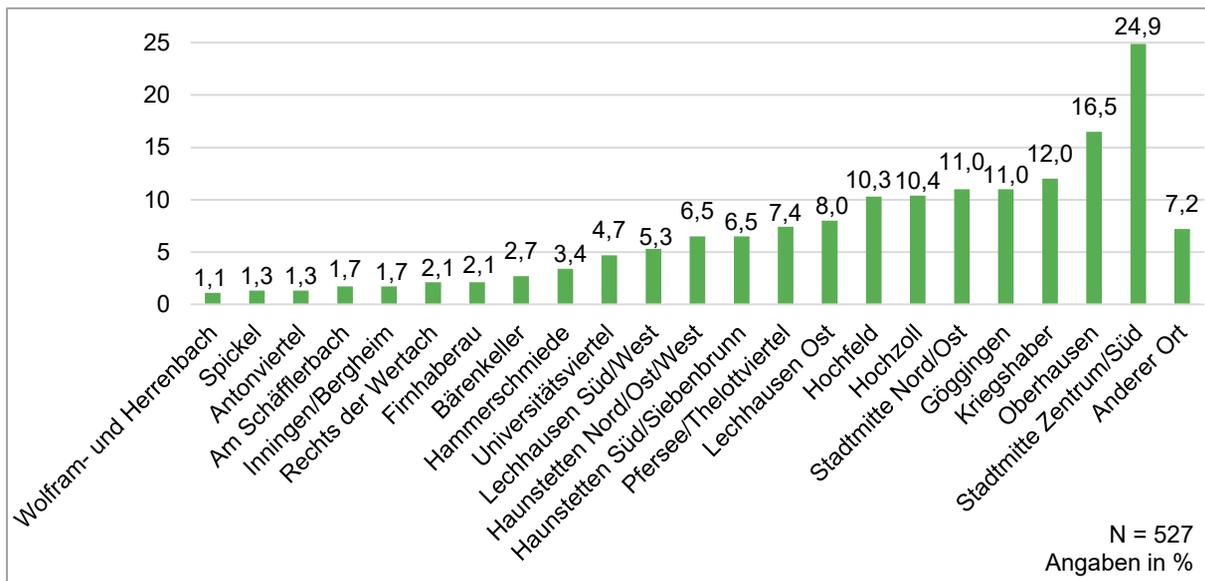


Abbildung 47: Sozialmonitoringbezirke, in denen Veranstaltungen besucht wurden

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Damit die Angebote auch künftig von möglichst vielen Eltern genutzt werden (können), ist es wichtig, dass zu hohe Teilnahmekosten keinen Hinderungsgrund für einen Veranstaltungsbesuch darstellen. Dafür bieten die Ergebnisse zur Frage nach der Zahlungsbereitschaft für eine Familienbildungsveranstaltung einen Anhaltspunkt (s. Abbildung 48).

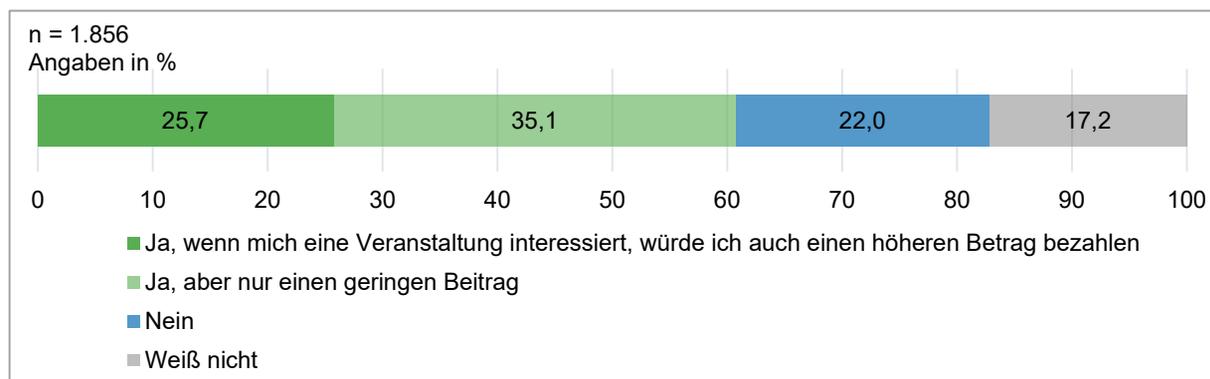


Abbildung 48: Zahlungsbereitschaft der Eltern bzgl. Veranstaltungen der Familienbildung

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Frage, ob sie einen Beitrag zu einer Veranstaltung bezahlen würden, bejahten insgesamt 60,8 % der Befragten. Die meisten würden aber nur einen geringen Beitrag zahlen. Mit „Nein“ antworteten 22,0 % und 17,2 % sind sich unsicher. Unter den Alleinerziehenden zeigt sich eine geringere Bereitschaft zur Zahlung eines Teilnahmebeitrags. Umgekehrt ist in Familien, in denen die Eltern verheiratet sind bzw. zusammenleben, die Zahlungsbereitschaft stärker ausgeprägt. Außerdem ist die Zahlungsbereitschaft in Familien, in denen ausschließlich Deutsch gesprochen wird, größer als in den anderen Familien. Zudem wächst die Zahlungsbereitschaft mit steigendem Bildungsniveau. Diese Zusammenhänge sind vermutlich darauf zurückzuführen, dass grundsätzlich ein positiver Zusammenhang zwischen der Zahlungsbereitschaft und dem Nettoeinkommen besteht.

Bei den Gründen, die für die Eltern bislang gegen eine Teilnahme an Familienbildung sprachen, lag der Punkt ‚Ungünstige Öffnungs- bzw. Kurszeiten‘ mit 15,7 % an dritter Stelle. Gemeinsam mit dem am zweithäufigsten genannten Punkt des Zeitmangels, sind daher die Antworten auf die Frage ‚Wann könnten Sie an familienbildenden Angeboten teilnehmen?‘ für die weitere

Angebotsgestaltung bedeutsam. Zwar kann am Zeitmangel der Eltern direkt nichts geändert werden, aber zumindest können die Angebote zeitlich so gestaltet werden, dass sie den Bedürfnissen der Eltern entgegenkommen.

Abbildung 49 zeigt, dass die Eltern an den Wochenenden flexibler sind als unter der Woche: So ist an den Wochenenden der Wunsch an Angeboten am Vormittag, Nachmittag und Abend relativ gleich stark ausgeprägt. Außerdem können sich am Wochenende deutlich mehr Eltern vorstellen, an einem ganztägigen Angebot teilzunehmen als unter der Woche. Unter der Woche nimmt der Wunsch nach Angeboten vom Vormittag zum Abend hin zu.

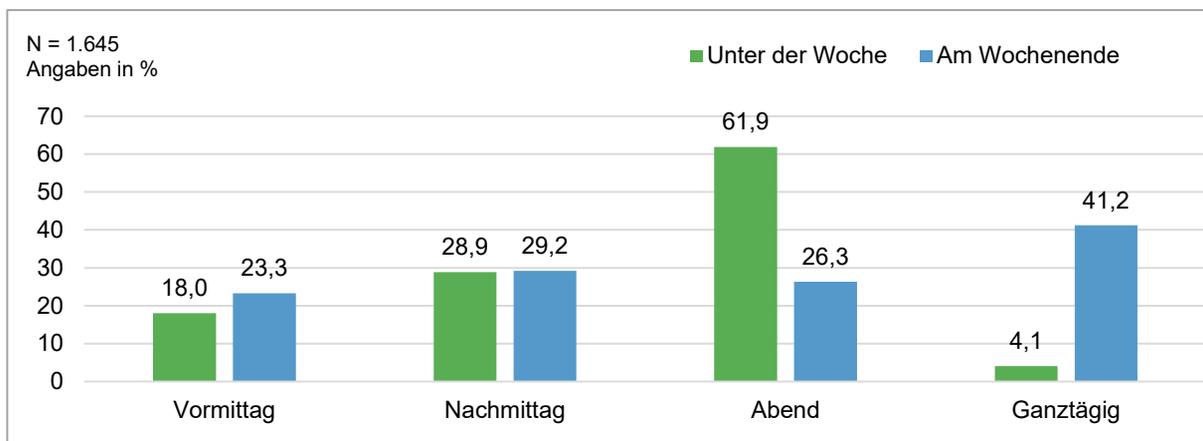


Abbildung 49: Gewünschte Veranstaltungszeiten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Von den 1.645 Personen, die sich diesbezüglich äußerten, gab zusammengefasst mehr als die Hälfte (52,5 %) an, dass sie sowohl unter der Woche als auch am Wochenende zu bestimmten Zeiten Angebote der Familienbildung wahrnehmen könnten. 35,4 % hätten lediglich unter der Woche und die Minderheit (12,2 %) lediglich am Wochenende Zeit für solche Angebote. Schließt man die Personen, die zeitlich komplett flexibel sind, aus der Analyse aus, ergibt sich eine neue Verteilung: 74,4 % würden nur unter der Woche teilnehmen und 25,6 % nur am Wochenende. Diese Werte verdeutlichen, dass Familienbildungsangebote eher unter der Woche als am Wochenende stattfinden sollten.

Familienstützpunkte in der Stadt Augsburg

Die Stadt Augsburg verfügt über 15 Familienstützpunkte (s. Kapitel 3). Diese Stützpunkte sind bei 36,8 % der Studienteilnehmenden bekannt. Die Hälfte kennt sie nicht und 13,2 % sind sich unsicher (s. Abbildung 50).

Dabei zeigt sich ein Zusammenhang zwischen der Kenntnis von Familienbildungsangeboten im Allgemeinen und der Stützpunkte im Speziellen. So sind die Stützpunkte bei knapp 50 % der Personen, welche die Angebote allgemein kennen, bekannt. Von den Eltern, die bislang nichts von Familienbildung gehört haben, kennen nur 21,2 % die Stützpunkte.

Ebenso besteht eine enge Beziehung zwischen der Kenntnis der Familienstützpunkte und der Nutzung der Angebote. Von den Personen, welche die Angebote nicht nutzen, kennen „nur“ 35,5 % mindestens einen Stützpunkt, während dies bei den Nutzern von Familienbildungsangeboten rund 60 % sind.

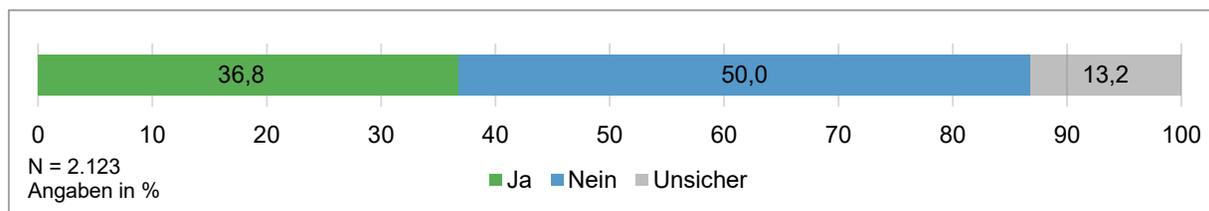


Abbildung 50: Allgemeine Bekanntheit der Familienstützpunkte

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die drei bekanntesten Familienstützpunkte sind die K.I.D.S Familienstützpunkte in Süd, Mitte, Ost, gefolgt vom Familienstützpunkt Hochfeld Familienzentrum SOS Kinderdorf und dem K.I.D.S. Familienstützpunkt Nord/West. Weniger bekannt sind die Familienstützpunkte Herrenbach, Hammerschmiede und Bärenkeller (s. Abbildung 51). Die K.I.D.S. Stützpunkte existieren schon lange, weswegen sie womöglich am bekanntesten sind.

Generell unterscheidet sich die Bekanntheit der Familienstützpunkte zwischen den Stadtteilen, in denen die Befragten wohnen. Der Bekanntheitsgrad der Familienstützpunkte ist in den Sozialmonitoringbezirken Wolfram- und Herrenbachviertel (6,7 %), Am Schäfflerbach (24,3 %), Inningen/Bergheim (28,4 %), Haunstetten Süd (29,2 %) und Haunstetten Nord (32,6 %) eher niedriger und in den Gebieten Hochzoll (46,6 %), Firnhaberau (44,4 %), Hochfeld (44,3 %) und Oberhausen (43,7 %) eher höher. Wenig überraschend ist dabei, dass der Familienstützpunkt Herrenbach wenig bekannt ist und gleichzeitig die Personen im Wolfram- und Herrenbachviertel Familienstützpunkte weniger kennen. Etwas anders gestaltet sich die Situation bei den Familienstützpunkten Bärenkeller und Hammerschmiede: Diese selbst sind vergleichsweise wenig bekannt, im Sozialmonitoringbezirk Bärenkeller kennen aber 36,8 % der Befragten die Augsburger Familienstützpunkte im Allgemeinen, im Bezirk Hammerschmiede sind dies sogar 43,1 %. Umgekehrt ist deutlich, dass im Sozialmonitoringbezirk Hochfeld Familienstützpunkte im Allgemeinen und auch der Familienstützpunkt Hochfeld im Speziellen sehr bekannt sind. In Gebieten, in denen es keine Stützpunkte gibt, wie Inningen/Bergheim, ist die Bekanntheit dieser Einrichtungen niedrig.

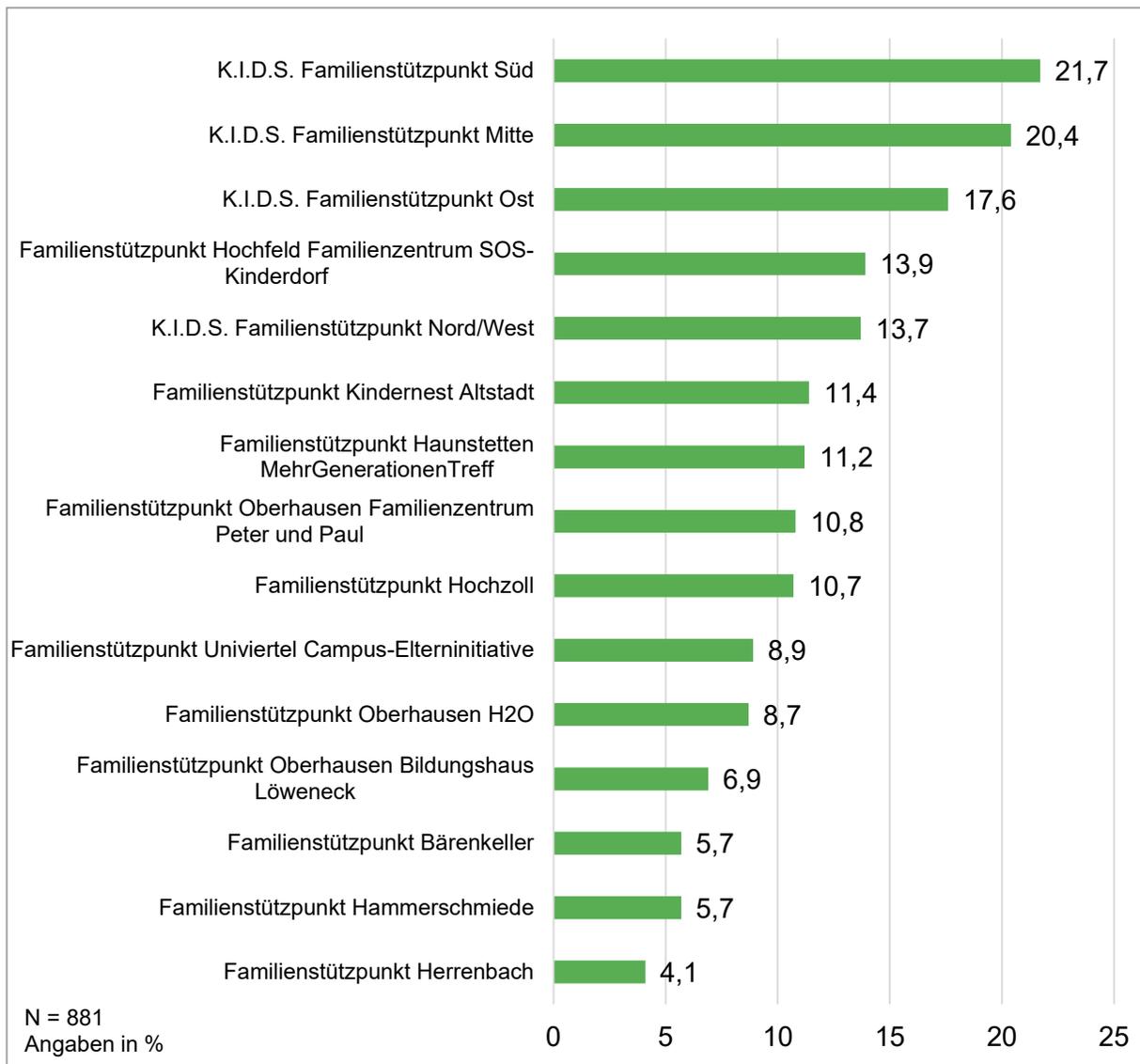


Abbildung 51: Bekanntheit der einzelnen Familienstützpunkte

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Die Ergebnisse zeigen weiterhin, dass die Familienstützpunkte eher bei Familien bekannt sind, in denen nur Deutsch gesprochen wird. Während die Bekanntheit hier bei 41,0 % liegt, beträgt er in gemischtsprachigen Familien 36,0 % und in Familien, in denen kein Deutsch gesprochen wird, 24,0 %. Außerdem steigt die Bekanntheit der Familienstützpunkte mit dem Bildungsgrad: Von den Niedrigqualifizierten kennen 23,0 % die Familienstützpunkte, von den Mittelqualifizierten 37,0 % und von den Hochqualifizierten 41,0 %. Schließlich kennen mehr Mütter die Stützpunkte als Väter (40,0 % zu 24,0 %).

Zufriedenheit mit Angeboten und mögliches Engagement für Familienbildung

Um herauszufinden, wie verschiedene Angebote für Familien in Augsburg von den Eltern wahrgenommen werden, wurde die Zufriedenheit der Eltern mit dem Infoservice (Familienportal), den Angeboten für Familien allgemein und den Familienstützpunkten in Augsburg erhoben²¹. Insgesamt zeigt sich die größte Zufriedenheit (überwiegend bis völlig zufrieden) bei dem Punkt ‚Familienstützpunkte in Augsburg‘. Der Anteil der Eltern, die diese Optionen auswählten, liegt bei 43,8 %. Dieses Ergebnis zeigt, dass die Eltern von der Gründung der Familienstützpunkte als gezielte Anlaufstellen für Familien Gebrauch machen und profitieren können. Umgekehrt ist

²¹ Die Daten wurden hier um die „Weiß-nicht“-Angaben bereinigt, um ein präziseres Bild zu erhalten.

beim Familienportal (s. Abbildung 52) der Anteil der Kategorien ‚gar nicht‘ und ‚wenig zufrieden‘ am höchsten.

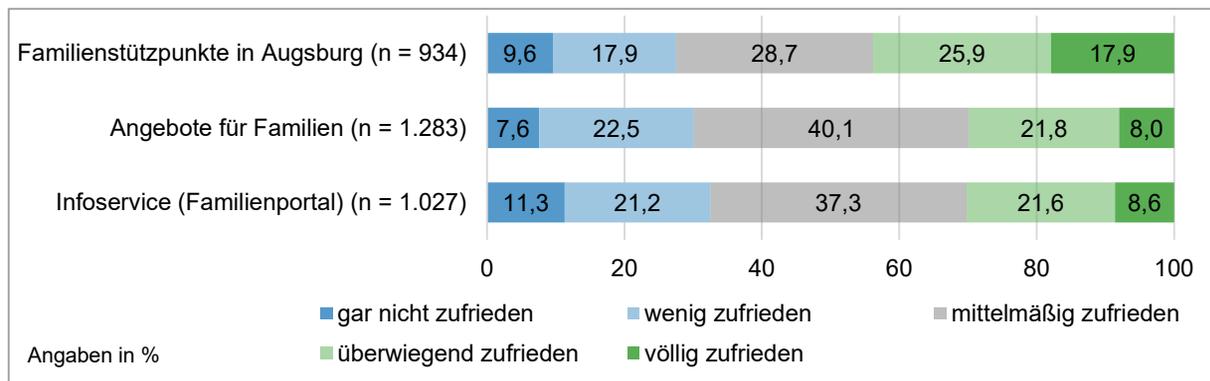


Abbildung 52: Zufriedenheit der Eltern mit verschiedenen Angeboten für Familien in der Stadt Augsburg
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Darüber hinaus sollten sich die befragten Eltern dazu äußern, ob sie sich vorstellen könnten, sich freiwillig bzw. ehrenamtlich in der Familienbildung zu engagieren. 21,0 % bejahten dies und wären grundsätzlich bereit die Träger zu unterstützen. Ein gutes Drittel (34,1 %) ist sich diesbezüglich unschlüssig und die Mehrheit (44,9 %) verneinte diese Frage. Insbesondere folgende Personengruppen könnten sich ein Ehrenamt vorstellen: Frauen, höher Gebildete, Jüngere (bis 30 Jahren), Personen, welche die Stützpunkte kennen und regelmäßig Angebote besuchen, und deutsch- oder gemischtsprachige Haushalte.

6. Bezug zur Studie von 2018

Für die Stadt Augsburg ist die Erhebung zur Familienbildung bereits die dritte Folgeerhebung zum Thema. Um Veränderungen und Entwicklungen in dieser Zeit nachzuvollziehen, gegebenenfalls Anpassungen am bestehenden Angebot vorzunehmen und neue Handlungsansätze zu erkennen, werden die Ergebnisse der aktuellen Erhebung mit den Ergebnissen der Umfrage von 2018 verglichen. Allerdings ist dieser Vergleich der beiden Studien aufgrund teilweise variierender Fragen und Antwortmöglichkeiten in den Fragebögen nur bedingt möglich und aussagekräftig. Daher sind in den folgenden Abbildungen nicht immer alle Antwortmöglichkeiten enthalten. Nichtsdestotrotz können einige relevante Veränderungen bezüglich der Familienbildung in Augsburg aufgezeigt werden.

Zunächst konnte in der aktuellen Erhebung die Reichweite beider Umfragen erheblich gesteigert werden. Während 2018 1.180 Personen und 54 familienbildende Einrichtungen teilnahmen, beteiligten sich 2022 2.164 Personen und 122 Familienbildungsträger.

Von 2018 bis 2022 ist sowohl die Bekanntheit der Familienbildungsangebote als auch die der Familienstützpunkte leicht gesunken (s. Abbildung 53). Etwas weniger Eltern haben angegeben, bereits von Familienbildungsangeboten oder -stützpunkten gehört zu haben.

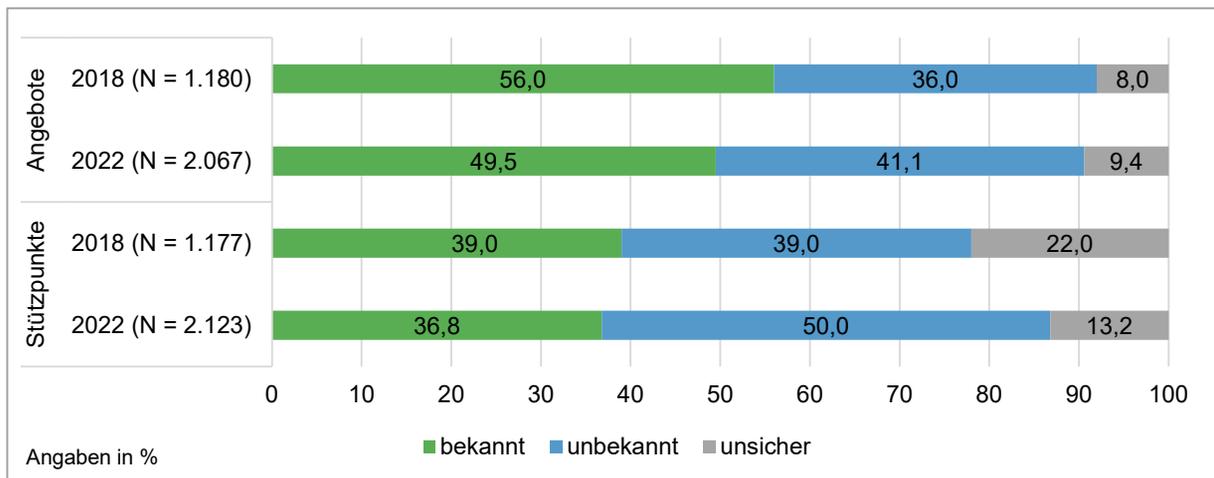


Abbildung 53: Bekanntheit der Familienbildungsangebote und der Familienstützpunkte

Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung.

Eine Erklärung dafür könnte sein, dass die aktuelle Befragung zu einem Zeitpunkt stattfand, zu dem die Corona-Pandemie seit rund eineinhalb Jahren andauerte. Während der verschiedenen Lockdowns gab es über viele Monate im Bereich der Familienbildung weniger Angebote, nicht zuletzt auch in den Familienstützpunkten. Das führte möglicherweise dazu, dass weniger über Familienbildung berichtet wurde und auch weniger Austausch unter den Familien erfolgte. Zudem überlagerte die Pandemie in den Medien zeitweise nahezu alle anderen Nachrichten und Informationen, etwa zu Familienbildungsthemen. Darüber hinaus hatten viele Eltern weniger Kapazitäten, sich um Dinge außerhalb der aufwändigeren Organisation des Familien- und Berufsalltags unter Corona-Bedingungen zu kümmern.

Trotz der geringeren Bekanntheit ist die Nutzung der Familienbildungsangebote seit 2018 in etwa gleichgeblieben. Insgesamt haben 2018 und auch 2022 ungefähr 48 % der Befragten mindestens einmal ein Familienbildungsangebot genutzt. In der aktuellen Studie von 2022 gaben sogar etwas mehr Personen an, die Angebote regelmäßig zu nutzen (5,9 % im Jahr 2022 statt 4,3 % im Jahr 2018).

Die vier von den Eltern am meisten besuchten Themen sind 2018 wie 2022 sowohl in ihrem Inhalt als auch in ihrer Rangfolge gleich (s. Abbildung 54), auch wenn der Prozentsatz der Eltern, die diese Themen besucht haben, abgenommen hat. Dies könnte an einer größeren Diversifizierung der Themen seit 2018 liegen, ebenso wie am eingeschränkten Angebot während der Corona-Pandemie.

Schulische Fragen und interkulturelle Bildung und Begegnung sind 2022 anders als 2018 nicht mehr unter den acht am häufigsten besuchten Themen und haben, wie auch kreatives und musikalisches Gestalten/Kultur, an Besuchern verloren. Gleichzeitig wurden die Themen Begegnung und Austausch mit anderen (2022: 16 %) sowie Gesundheit (2022: 11,3 %) häufiger besucht. Das Interesse an diesen beiden Themen könnte auf die Ambivalenzen während der Corona-Pandemie zurückgeführt werden: Zum einen war das Bedürfnis nach Austausch durch fehlende Kontakte während der Lockdowns hoch, zum anderen ist (möglicherweise) das Interesse an Gesundheit durch die Allgegenwärtigkeit eines Virus gestiegen.

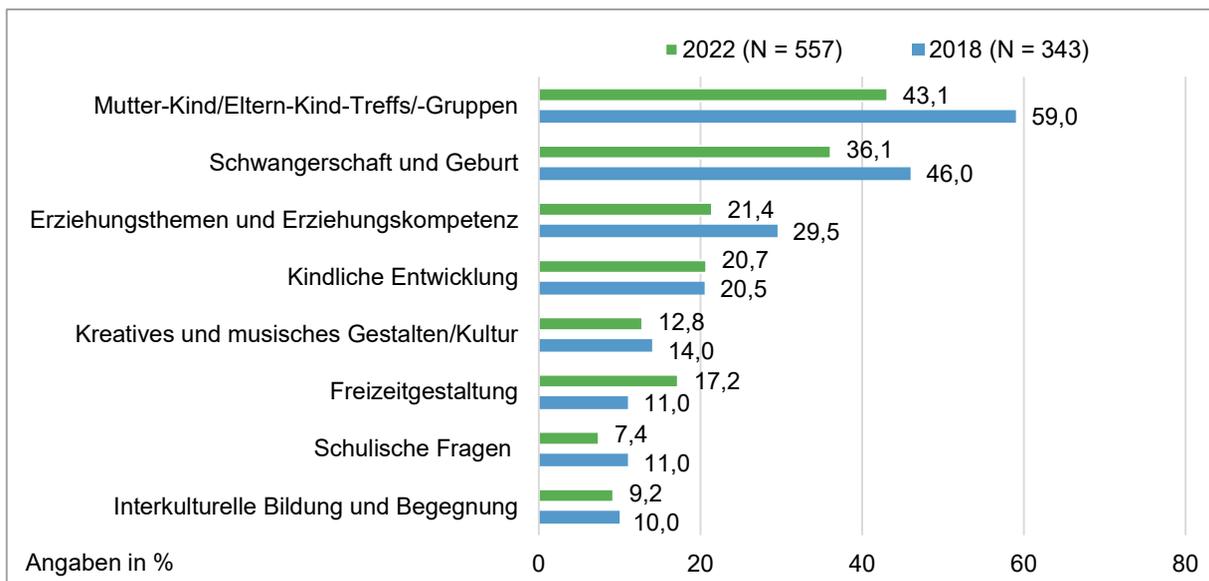


Abbildung 54: Die acht am häufigsten besuchten Themen 2018 und ihre Beliebtheit 2022
 Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Die Themenwünsche der Eltern sind im Vergleich zu 2018 zum Großteil gleichgeblieben, jedoch hat sich deren Reihenfolge verändert (s. Abbildung 55).

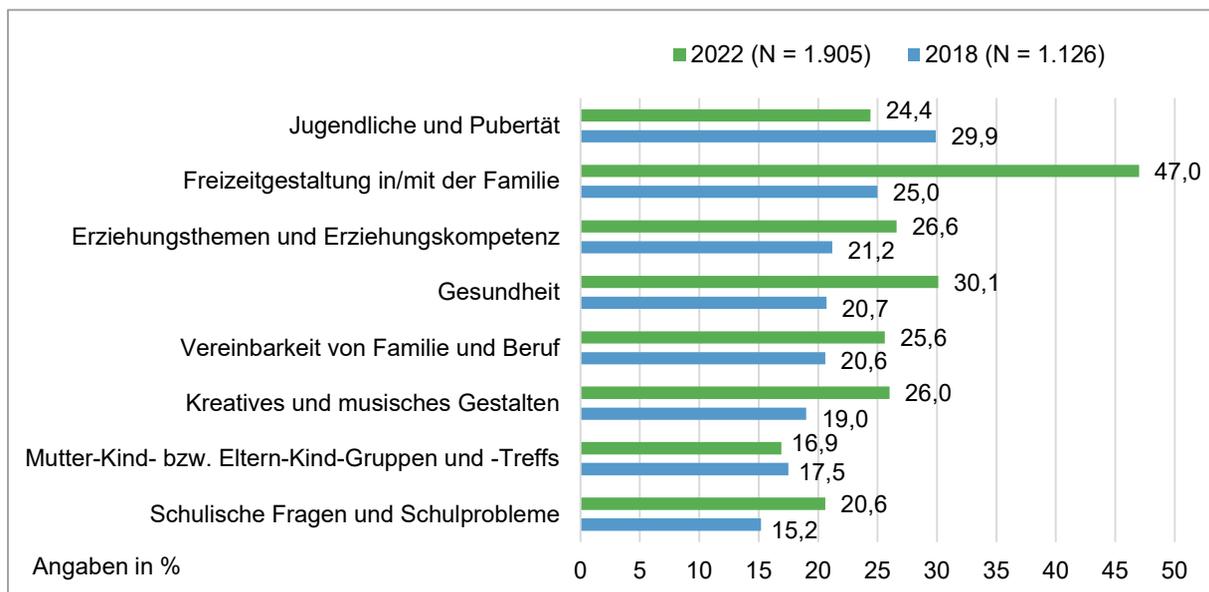


Abbildung 55: Die acht häufigsten Themenwünsche der Eltern 2018 und 2022
 Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Die Freizeitgestaltung und ist nach wie vor ein wichtiges Thema, das Interesse daran hat seit 2018 sogar erheblich zugenommen. Während sich 2018 ein Viertel der Eltern mehr Freizeitangebote wünschte, war dies 2022 fast die Hälfte der Eltern. Damit ist das Thema mit großem Vorsprung von Platz zwei auf Platz eins aufgestiegen. Auch das Thema Gesundheit ist seit 2018 erheblich wichtiger geworden und ist nun das zweitwichtigste Thema, zu dem Eltern gerne Angebote hätten. 2018 war es nur das viertwichtigste Thema. Dieses Ergebnis hängt möglicherweise, wie oben beschrieben, mit der Corona-Pandemie zusammen. Ebenso ist das Interesse an den Themen Erziehung und Erziehungskompetenz, kreatives und musikalisches Gestalten, Vereinbarkeit von Familie und Beruf und schulische Fragen seit 2018 gestiegen. Das Thema Erziehung und Erziehungskompetenz ist damit sowohl 2018 als auch 2022 ein

stark nachgefragtes Thema und wurde in beiden Jahren auch gut besucht. Damit stützen die Ergebnisse das Vorhaben der Verantwortlichen in der Stadt Augsburg, die Themen Erziehung und Erziehungskompetenz zum Schwerpunkt zu machen. Beispielsweise scheint dahingegen die Nachfrage nach Mutter-Kind-/Eltern-Kind-Gruppen recht gut gedeckt, da diese Angebote gut besucht sind, aber 2018 wie auch 2022 nicht erheblich mehr gewünscht werden. Wie weiter oben dargestellt, muss allerdings bei diesem Thema bedacht werden, dass die der Studie zugrundeliegende Stichprobe an Familien aufgrund der Altersstruktur der Kinder nur eingeschränkt aussagekräftig ist. Einzig beim Thema Jugendliche und Pubertät, das 2018 auf Platz eins stand, ist das Interesse gesunken. Das kann auch darauf hindeuten, dass der Bedarf in diesem Bereich durch das Angebot gedeckt wurde, denn die Altersverteilung der Kinder war in beiden Befragungen sehr ähnlich. Eine Tendenz von aktuellen Familienbildungsstudien im Allgemeinen ist das große Interesse am Thema Umgang mit (neuen) Medien und Medienerziehung. Dieses wurde in Augsburg 2018 noch nicht erfragt. 2022 rangiert es nach Gesundheit auf Platz drei (26,8%) der Themenwünsche. Dies spiegelt die steigende Bedeutung von Smartphones und digitalen Medien wider, die u.a. dazu führt, dass Kinder immer früher mit Handys in Berührung kommen.

Ein interessanter Vergleich ist die Gegenüberstellung der 2018 geäußerten Themenwünsche und ihrer tatsächlichen Umsetzung basierend auf den Angaben der Träger im Jahr 2022. In Abbildung 56 wird dargestellt, welcher Anteil der 2022 befragten Träger angab, im Vorjahr eine Veranstaltung mit dem jeweiligen Thema angeboten zu haben und inwiefern sich das mit den von den Eltern geäußerten Themenwünschen aus dem Jahr 2018 deckt. Haben sich die Anbieter also nach dem Bedarf und den Wünschen der Eltern gerichtet?

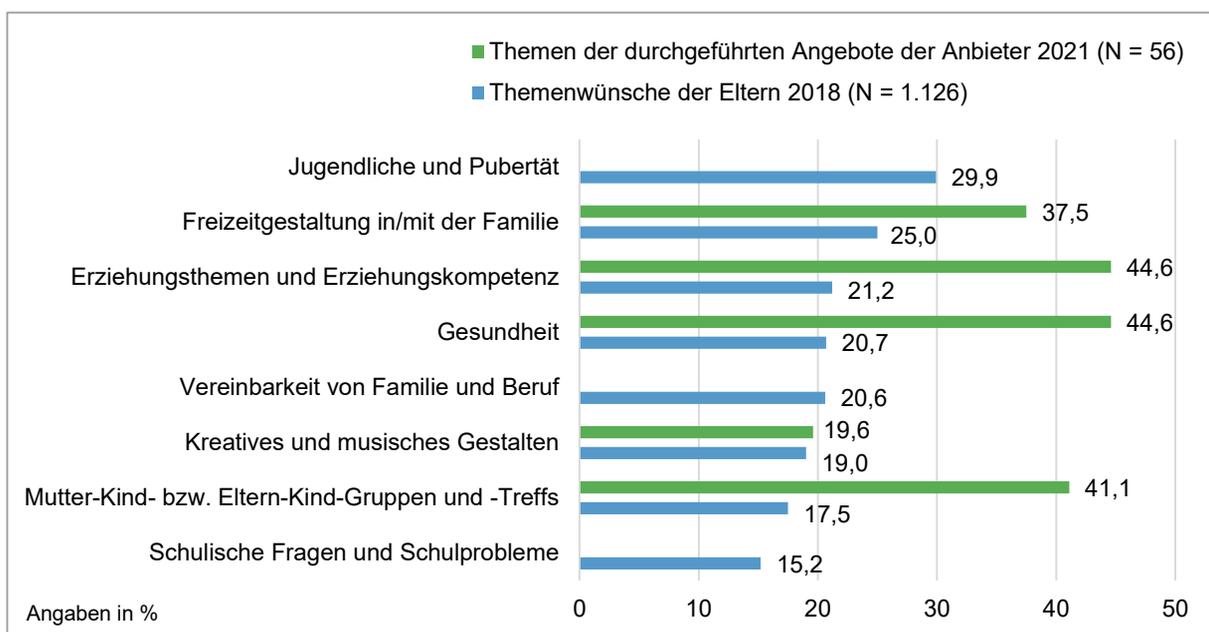


Abbildung 56: Die acht häufigsten Themenwünsche 2018 und die jeweilige Durchführung in 2021

Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Auch wenn die Vergleichbarkeit nur bedingt gegeben ist, da die Themenkategorien der jeweiligen Fragebögen nicht deckungsgleich sind²² und auch die Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen nicht bekannt ist, lässt sich dennoch eine positive Tendenz erkennen. Deutlich wird, dass sowohl Erziehungsthemen und -kompetenz als auch Gesundheitsthemen von den Eltern oft gewünscht und gleichzeitig auch oft angeboten wurden. Hier decken sich also Nachfrage und Angebot. Auch bei Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen/ und -Treffs, Freizeitgestaltung

²² Jugendliche und Pubertät, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie schulische Fragen und Schulprobleme wurden im Anbieterfragebogen nicht abgefragt, weswegen hier die Daten fehlen.

in und mit der Familie sowie kreativem und musikischem Gestalten deuten die hohen Anteile der Anbieter, die diese Themen bedienen, in der Tendenz auf eine Anpassung von Angebot und Nachfrage hin.

Aufgrund der gesonderten Betrachtung der Themenwünsche Alleinerziehender im Jahr 2018 werden deren Belange auch mit den entsprechenden Ergebnissen von 2022 verglichen (s. Abbildung 57). Dabei zeigt sich, dass sich die beliebtesten acht Themen Alleinerziehender verschoben haben. 2022 ist das Thema ‚Alleinerziehend leben‘ mit deutlichem Abstand an Platz 1 gerückt. Die Freizeitgestaltung war in beiden Jahren, wie auch bei allen anderen Eltern, eines der beliebtesten Themen. Mutter-Kind-Gruppen finden sich 2022 jedoch nicht mehr unter den wichtigsten acht Themen von Alleinerziehenden und auch das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf hat an Relevanz abgenommen.

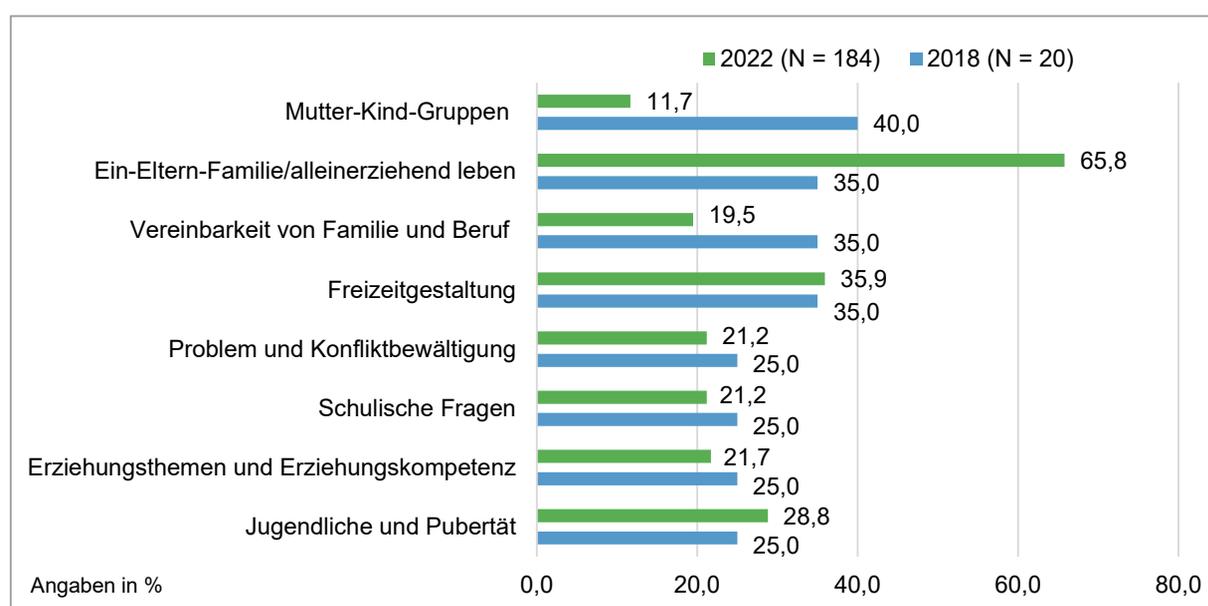


Abbildung 57: Die acht häufigsten Themenwünsche Alleinerziehender 2018 und ihre Beliebtheit 2022
 Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Neben Alleinerziehenden stellten 2018 auch armutsgefährdete Familien von Seiten der Stadt Augsburg ein Schwerpunktthema dar, weswegen diese Thematik hier aufgegriffen wird. Die Zuteilung zur Gruppe einkommensschwacher Haushalte orientierte sich an jener von 2018. Dies ermöglicht entsprechende Vergleiche zur letzten Studie. Angesichts vorliegender Angaben (Statistisches Bundesamt (Destatis) 2021, S. 18; Mehringer et al. 2019) liegt der Schwellenwert für Armutsgefährdung bei Alleinerziehenden bei 1.000 € und bei Verheirateten bei 2.000 €. Demnach werden Haushalte, die weniger Nettoeinkommen angeben, zu den einkommensschwachen/armutsgefährdeten Familien gezählt. Von den 1.557 Personen, die Angaben zu ihrem Einkommen machten, sind 5,8 % demnach armutsgefährdet.

Die wichtigsten Themenwünsche armutsgefährdeter Eltern im Jahr 2018 unterscheiden sich zum Teil stark von den Themenwünschen armutsgefährdeter Eltern im Jahr 2022. Gemeinsamkeiten der beiden Jahre sind das hohe Interesse an Gesundheitsthemen und dem Bereich ‚Erziehung und Erziehungskompetenz‘. Dies spiegelt die Themenwünsche der gesamten Elterngruppe wider. Des Weiteren haben die beiden Jahre gemein, dass sich sowohl 2018 als auch 2022 die Interessenslagen von armutsgefährdeten Eltern und nicht-armutsgefährdeten Eltern insgesamt, aber vor allem in den Themen Vereinbarkeit von Familie und Beruf und finanzielle Fragen und materielle Existenzsicherung stark unterschieden. Während in beiden Jahren in armutsgefährdeten Familien, anders als in nicht-armutsgefährdeten Familien, das Interesse an finanziellen Fragen und materieller Existenzsicherung sehr hoch (2018: 26 % bzw. 12,5 %, 2022: 19,3 % bzw. 11,2 %) ist, ist ihr Interesse am Thema ‚Vereinbarkeit von Familie

und Beruf' niedriger (2018: 26 %, 2022: 15,9 %) als das nicht-armutsgefährdeten Eltern (2018: 34,5 %, 2022: 26 %). Ein großer Unterschied der beiden Jahre ist, dass seit 2018 das Interesse an den Themen ‚Jugendliche und Pubertät‘, ‚schulische Fragen‘ und ‚kindliche Entwicklung‘ bei armutsgefährdeten Familien höher war als bei nicht-armutsgefährdeten Familien, was heute nicht mehr zutrifft. Die Daten von 2022 zeigen, dass armutsgefährdeten Eltern heute, anders als 2018, berufliche Bildung (armutsgefährdete Eltern 2022: 31,8 %, nicht-armutsgefährdete Eltern 2022: 15,8 %), Sprache und Spracherwerb (armutsgefährdete Eltern 2022: 17,1 %, nicht-armutsgefährdete Eltern 2022: 9,8 %) und Themen für Alleinerziehende (armutsgefährdete Eltern 2022: 23,9 %, nicht-armutsgefährdete Eltern 2022: 8,6 %) sehr wichtig sind. Dies legt die Vermutung nahe, dass die Armutgefährdung für Alleinerziehende und Menschen mit geringeren Deutschkenntnissen höher ist. Aufgrund der Datenlage lässt sich schlussfolgern, dass 2022 eher berufliche Bildung anstatt Beratung zu finanziellen Fragen (2018) Armutsbetroffenen hilft.

Ein Blick auf die Entwicklung der gewünschten Veranstaltungsarten zwischen 2018 und 2022 (s. Abbildung 58) zeigt, dass das Interesse an Freizeit- oder Urlaubsangeboten sehr stark zugenommen hat. Demgegenüber hat insbesondere das Interesse an Informationsabenden, die 2018 die am häufigsten gewünschte Veranstaltungsart war, sehr stark abgenommen. Dies gilt auch für Vorträge.

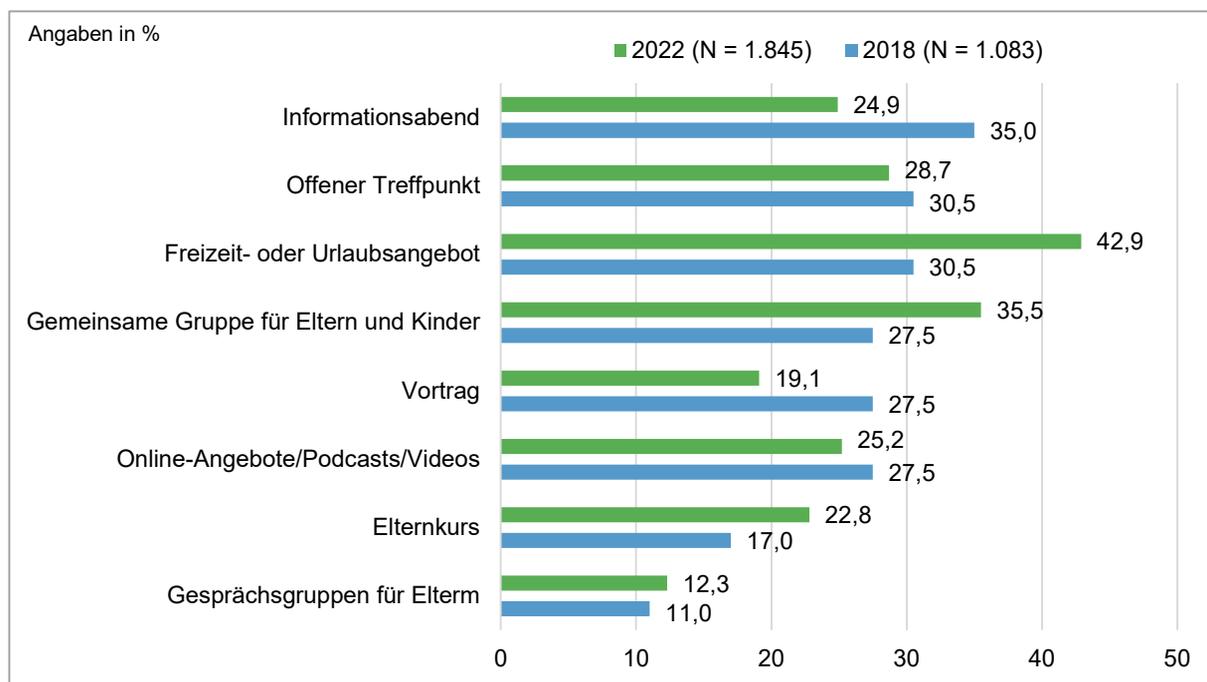


Abbildung 58: Die acht am häufigsten gewünschten Veranstaltungsarten 2018 und 2022

Anmerkung: Schriftliche Informationen oder mediale Angebote wurden 2022 als Online-Angebote/Podcasts/Videos kategorisiert.

Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Neben dem Interesse an Freizeitangeboten ist auch das Interesse an gemeinsamen Gruppen für Eltern und Kinder und Elternkursen stark gestiegen. Insgesamt wird deutlich, dass Eltern 2022 lockere, partizipative Treffen mit ‚Spiel und Spaß‘ den frontalen und passiven Informationsangeboten vorziehen. Mediale bzw. Online-Angebote sind weniger wichtig als Angebote in Präsenz.

Vergleicht man die 2018 gewünschten Veranstaltungsarten mit den 2022 tatsächlich angebotenen Veranstaltungen der Träger, wird deutlich, dass besonders im Bereich Vorträge und Informationsabende, aber auch Eltern-Kind-Gruppen und offene Treffpunkte Nachfrage und Angebot sehr gut korrelieren. Diese Veranstaltungsarten wurden 2018 am meisten gewünscht und wurden 2021 auch am häufigsten angeboten. Einzig in der Kategorie Freizeit- und Urlaubsangebot

bleiben die Angebote der Träger weit hinter den Wünschen der Eltern zurück. Nur 23,6 % der Anbieter haben 2021 Freizeitangebote angeboten, obwohl schon 2018 deutlich wurde, dass diese Veranstaltungsart die zweitbeliebteste ist. Hier könnten aber auch die Einschränkungen durch die Corona-Pandemie von Bedeutung sein.

Hinsichtlich der von den Eltern gewünschten Orte, an denen Veranstaltungen stattfinden sollen, spielen damals wie heute die Schulen und die Kinderkrippen, Kindertagesstätten und Horte die größte Rolle (s. Abbildung 59²³).

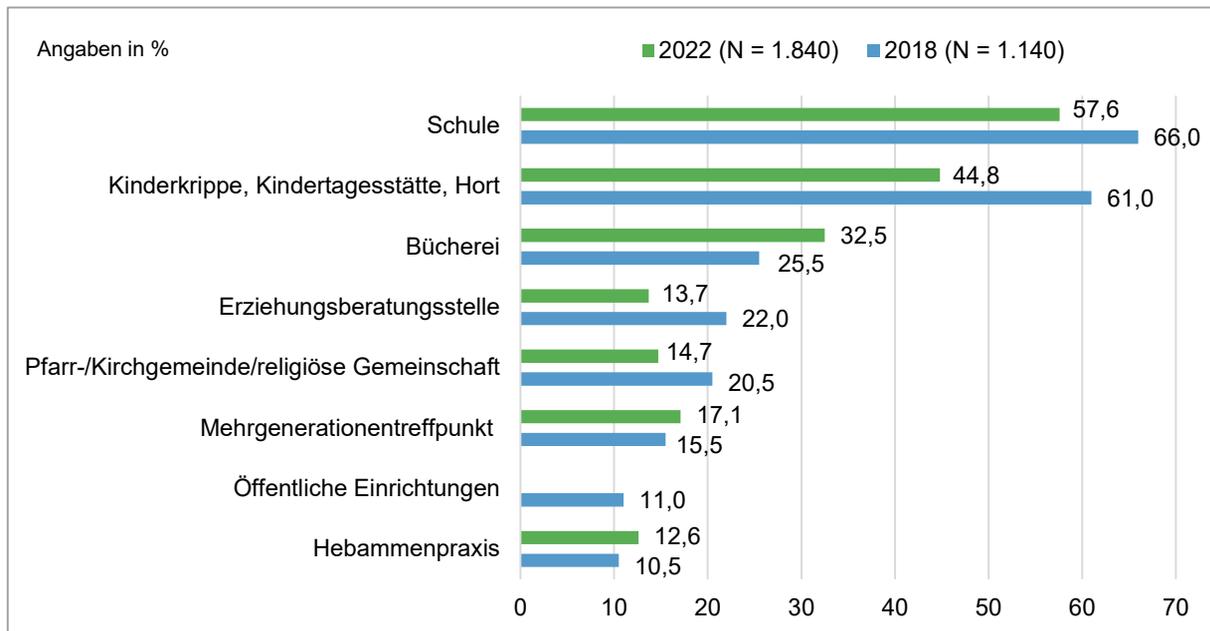


Abbildung 59: Die acht am häufigsten gewünschten Veranstaltungsorte 2018 und ihre Beliebtheit 2022
Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Jedoch haben sich zwischen 2018 und 2022 die Veranstaltungsorte diversifiziert und sind heute gleichmäßiger nachgefragt. Während Schulen und Kitas weiterhin zentral sind, hat ihre Wichtigkeit im Vergleich zu 2018 jedoch deutlich abgenommen. Weniger wichtig sind auch kirchliche Einrichtungen und Erziehungsberatungsstellen geworden. Demgegenüber sind Büchereien und Vereine (2022: 18,3 %) und insbesondere auch die Familienstützpunkte (2022: 37,1 %) 2022 zu bevorzugten Veranstaltungsorten geworden, was 2018 noch nicht abgefragt wurde. Der Erfolg und die rege Nutzung der Familienstützpunkte ist ein wichtiger Indikator dafür, dass an ihrem Ausbau festgehalten werden sollte.

Der Vergleich der bevorzugten Tages- und Wochenzeiten, zu denen Eltern Familienbildungsangebote besuchen möchten, zeigt, dass 2022 die Bereitschaft zur Teilnahme und die verfügbare Zeit der Eltern zu nahezu allen Tages- und Wochenzeitpunkten angestiegen ist (s. Tabelle 3). Einzig wochentags am Vormittag haben die Eltern 2022 weniger Zeit als 2018. Besonders stark angestiegen ist die Verfügbarkeit für Angebote am Wochenende, insbesondere für ganztägige Angebote. Mit 41,2 % sind 2022 doppelt so viele Eltern wie 2018 bereit, ganztägige Angebote am Wochenende zu besuchen.

²³ Öffentliche Einrichtungen bildeten 2022 keine eigene Kategorie. Stattdessen standen konkrete Orte, die unter die Kategorie ‚öffentliche Einrichtungen‘ zählen, zur Auswahl, weswegen hier die Daten fehlen.

	Vormittags	Nachmittags	Abends	Ganztägig	
Unter der Woche	24,5%	23,4%	54,2%	3,3%	2018
	18,0%	28,9%	61,9%	4,1%	2022
Am Wochenende	18,8%	24,9%	17,7%	20,9%	2018
	23,3%	29,9%	26,3%	41,2%	2022

Tabelle 3: Bevorzugte Zeiten für den Besuch von Familienbildungsangeboten 2018 und 2022

Quelle: Eigene Erhebung und Mehringer et al. 2019, eigene Darstellung. Mehrfachantworten möglich; N (2018) = 1.026, N (2022) = 1.645.

Obwohl die Vergleichbarkeit der beiden Jahre beim Thema geplanter und durchgeführter Veranstaltungen eingeschränkt ist, lassen sich dennoch Tendenzen erkennen²⁴. Erziehungsthemen und Mutter-Kind-Gruppen sind nach wie vor die häufigsten Themen der durchgeführten Veranstaltungen. Zudem bleiben, wenn auch zu einem geringeren Grad, Sprache und Spracherwerb sowie Freizeitgestaltung häufig angebotene Veranstaltungen. Jedoch wurden 2021 sehr viel mehr Angebote zu Gesundheit und Problem- und Konfliktbewältigung durchgeführt als 2017. Auch ist die Zahl der Veranstaltungen zu den Themen Übergang Kita-Grundschule und interkulturelle Bildung und Begegnung 2021 im Vergleich zu 2017 angestiegen. Bezüglich der geplanten Veranstaltungsthemen wollten die Anbieter von 2017 auf 2018 besonders bei Mutter-Kind-Gruppen und Sprach(-erwerbs)angeboten aufstocken. Auch sollten mehr Angebote zu den Bereichen kreatives und musisches Gestalten, Gesundheit sowie Problem- und Konfliktbewältigung angeboten werden. Bei Erziehungsthemen und Freizeitgestaltung wollte man etwas weniger anbieten. Zwischen 2021 und 2022 zeigte sich ein anderer Trend als die Planungen von 2018. Nun sind zu den Themen Erziehungsthemen und Erziehungskompetenzen und auch Freizeitgestaltung zwischen 2021 und 2022 mehr statt weniger Veranstaltungen geplant. Gesundheitsthemen sowie Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen sollen wie 2017/2018 außerdem weiterhin ausgebaut werden. Auch soll es mehr Veranstaltungen zum Umgang mit (neuen) Medien geben, was 2017/18 noch nicht abgefragt wurde.

7. Fazit und Ausblick

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Anbieter- und Elternbefragung zusammengefasst, Handlungsempfehlungen formuliert und ein abschließendes Fazit gezogen.

7.1 Zusammenfassung des Status quo

Die hier vorgestellte Studie zur Erhebung des Bestands, der Nutzung und des Bedarfs zum Thema Familienbildung in der Stadt Augsburg bestand aus zwei Teilen: einer Anbieter- und einer Elternbefragung. Es wurden einerseits Einrichtungen, die Familienbildungsangebote durchführen, und andererseits Eltern mit minderjährigen Kindern und Wohnsitz in der Stadt Augsburg angesprochen.

Insgesamt konnte mit 2.164 ausgefüllten Eltern-Frageböden ein recht hoher Rücklauf erzielt werden. Mit 122 vorliegenden Antworten war auch der Rücklauf im Rahmen der Anbieterbefragung zufriedenstellend. So ergeben die Daten der Studie eine solide Grundlage für die Weiterentwicklung der Familienbildung in der Stadt Augsburg.

Im Hinblick auf die Angebote der Träger lässt sich zusammenfassen, dass Augsburg über langjährige Erfahrung in der Familienbildung verfügt und ein thematisch breitgefächertes und gut genutztes Angebot vorhanden ist. Die gleichmäßige Verteilung der zahlreichen bereits

²⁴ Dies lässt sich damit erklären, dass 2018 und 2022 die Antwortoptionen bei gewünschten und geplanten Themen sowohl bei der Anbieterbefragung als auch der Elternbefragung nicht komplett einheitlich abgefragt wurden. Irrelevantere Themen wurden entfernt sowie neue relevante hinzugefügt. Auch wenn eine Optimierung von Fragebögen im Allgemeinen sinnvoll ist, erschwert diese eine Vergleichbarkeit.

existierenden Familienstützpunkte deckt fast alle Stadtteile ab und ermöglicht einen leichten Zugang für alle Eltern. Die am häufigsten angebotenen Themen der Familienbildungsangebote sind Gesundheit, Erziehungskompetenz, Problem- und Konfliktbewältigung, Eltern-Kind-Gruppen und -Treffe sowie Freizeitgestaltung in und mit der Familie. Der Fokus der Träger liegt auf Vorschul- und Kleinkindern von null bis sechs Jahren, gefolgt von Angeboten für Schulkinder. Mit zunehmendem Alter der Kinder nehmen die Angebote ab. Am häufigsten bieten die Träger Informationsveranstaltungen und Vorträge sowie allgemeine Beratung, gefolgt von offenen Treffpunkten an. Offene Gruppen und Urlaubs- und Freizeitangebote werden seltener angeboten, nach diesen besteht jedoch von Seiten der Eltern große Nachfrage. Hier bietet sich also eine Anpassung der Angebotsarten an. Der Großteil der Angebote ist für alle Familienformen offen. Etwa jeder zehnte Träger bietet auch Angebote für spezielle Familienformen an. Die meisten Träger, die an der Umfrage teilnahmen, haben ihren Sitz zentral im Stadtzentrum, gefolgt von Oberhausen und dem Universitätsviertel.

Etwas mehr als die Hälfte der Fragebögen wurde von den Eltern in Papierform ausgefüllt, die andere Hälfte online, was zeigt, dass auch die digitale Version die Eltern gut erreichte. Die gute Resonanz scheint vor allem an der Verteilung des Fragebogens in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen zu liegen, da die meisten Eltern, zwei Drittel, dort von der Umfrage Notiz nahmen. Der Fragebogen wurde hauptsächlich von Müttern zwischen 31 und 45 Jahren und kaum von Vätern ausgefüllt. Die Hälfte der Teilnehmer hat zwei Kinder, ein Fünftel hat drei und ein Viertel ein Kind. Es nahmen eher Eltern mit Vorschul- bzw. Grundschulkindern an der Umfrage teil: Die Kinder sind meist (ein Drittel) zwischen sieben und neun Jahren alt, wenige Teilnehmer haben Kinder über zwölf Jahren. Der Anteil der Alleinerziehenden (10,4 %) lag bei den Teilnehmenden der Umfrage unter dem Durchschnitt von Augsburg (18,2 %). Auch der Anteil der Mittel- und Niedrigqualifizierten lag in unserer Studie unter dem deutschen Durchschnitt, während der Anteil der Hochqualifizierten (51,8 %) deutlich über dem Durchschnitt in Deutschland (33 %) lag. Dennoch ist die Stichprobe hinsichtlich des Anteils der Augsburger Einwohner mit Migrationshintergrund mit rund 50 % zweisprachigen oder nicht deutschsprachigen Teilnehmern repräsentativ. Insgesamt haben knapp die Hälfte der Umfrageteilnehmer schon einmal von Familienbildungsangeboten gehört und gut die Hälfte hat diese auch mindestens einmal genutzt. Die Studie zeigt, dass die in den Familien gesprochene Sprache keinen Einfluss auf die Nutzung der Angebote hat. Somit schließt der Nutzerkreis von Familienbildung Bürger mit Migrationshintergrund ein und die Angebote erreichen diese. Insgesamt werden Familienbildungsangebote in Augsburg zwar schon rege genutzt, jedoch eher von Höherqualifizierten und weniger von Eltern mit niedrigerem Bildungsniveau. Daraus ergibt sich ein Handlungsbedarf hinsichtlich der Erweiterung des Nutzerkreises als auch der Steigerung der Bekanntheit von Familienbildung.

Die Studie zeigt auch, dass am häufigsten Veranstaltungen zu den Themen Mutter-Kind bzw. Eltern-Kind-Treffe, Schwangerschaft und Geburt, Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz, kindliche Entwicklung sowie Freizeitgestaltung in und mit der Familie besucht wurden. Bei den meisten Themen entsprechen sich Angebot und Nachfrage recht gut. Jedoch werden noch mehr Angebote zu manchen der genannten Themen gewünscht, weshalb hier optimiert werden könnte. Auch wünschen sich spezielle Nutzergruppen wie beispielsweise Alleinerziehende andere Themen, die nicht vernachlässigt werden sollten.

Die am häufigsten besuchten Veranstaltungsorte sind Hebammenpraxen und Geburtshäuser, Familienstützpunkte (insbesondere die K.I.D.S. Stützpunkte), Kinderkrippen, Kindertagesstätten und Horte, Schulen sowie Pfarr- und Kirchengemeinden und andere religiöse Gemeinschaften. Familienstützpunkte sind also wichtige Anlaufstellen für Familien und werden sehr gut genutzt. Ihre Beliebtheit und rege Nutzung legen einen weiteren Ausbau nahe. Von den Eltern wird zudem gewünscht, dass mehr Angebote in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen stattfinden, weshalb auch hier Verbesserungsmöglichkeiten bestehen.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Kosten keinen Hinderungsgrund für Familienbildungsangebote darstellen. Vielmehr sind die meisten Eltern, gut 60 %, dazu bereit, einen Beitrag

für Angebote zu bezahlen. Zu beachten ist dabei, dass die Zahlungsbereitschaft mit dem Bildungsniveau, dem Nettoeinkommen, dem Nichtvorhandensein eines Migrationshintergrundes und dann, wenn Probanden nicht alleinerziehend sind, ansteigt. Deshalb könnte eine Einführung neuer oder eine Erhöhung vorhandener Teilnahmekosten bestimmte Nutzergruppen von dem Besuch von Familienbildungsangeboten abhalten. Hinderungsgründe für den Besuch von Veranstaltungen stellen ein fehlender Bedarf, Zeitmangel und ungünstige Kurs- und Öffnungszeiten dar, weshalb über eine Anpassung der zeitlichen Gestaltung von Familienbildung nachgedacht werden könnte.

7.2 Handlungsempfehlungen

Aus diesen zentralen Ergebnissen können verschiedene Handlungsbedarfe abgeleitet werden. Diese Handlungsfelder werden in Abbildung 60 dargestellt und können als Grundlage für die Weiterentwicklung der Familienbildungsprogramme und der Familienstützpunkte in der Stadt Augsburg dienen.



Abbildung 60: Handlungsfelder

Quelle: Eigene Darstellung.

Handlungsfeld 1: Optimierung der Angebotsthemen und -arten

Im Großen und Ganzen zeigt der Vergleich der Angaben von Trägern und Eltern hinsichtlich der Themen ein sehr positives Bild, da sich die Angebote der Träger und die Nutzung und die Wünsche der Eltern in weiten Teilen entsprechen. Vor allem Mutter- bzw. Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs und das Thema ‚Problem- und Konfliktbewältigung‘ werden vom Großteil der Träger

angeboten und geplant und von den Eltern gleichzeitig sehr häufig besucht. So ist das Angebot hinsichtlich dieser Themen schon sehr umfangreich und bedarfsgerecht. Hier sollte also der eingeschlagene Weg weiterverfolgt werden.

In einzelnen Themenbereichen, für bestimmte Nutzergruppen und hinsichtlich der Angebotsarten kann das Angebot jedoch noch optimiert bzw. erweitert werden. Denn insgesamt zeigt die Studie auch, dass von den Befragten nur 22,6 % der Eltern mit den Angeboten für Familien sehr oder überwiegend zufrieden sind, während 30,1 % gar nicht oder wenig zufrieden sind.

Hinsichtlich der Themenbereiche wünschen sich die Eltern vor allem zu den Feldern Freizeitgestaltung, Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz, Umgang mit (neuen) Medien und Gesundheit sowie zu kreativem und musikischem Gestalten und Kultur für Familien mehr Angebote (s. Abbildung 61).

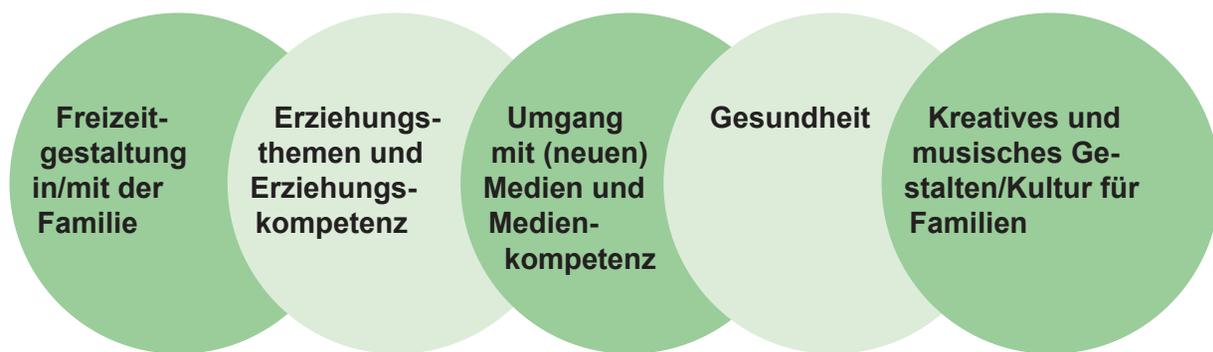


Abbildung 61: Zentrale Themenwünsche
Quelle: Eigene Darstellung.

Einige dieser Themen sind zwar 2021 unter den am meisten angebotenen und für 2022 am meisten geplanten Themen. Somit sind die Träger von Familienbildung hier bereits auf dem richtigen Weg. Eine weitere Angebotserweiterung dieser Themen ist dennoch empfehlenswert, da sich die Eltern noch mehr Angebote zu diesen Themen wünschen.

So ist ‚Erziehung und Erziehungskompetenz‘ ein fortwährend stark nachgefragtes Thema, was aus dem Vergleich zur Umfrage von 2018 deutlich wird. Dazu passt, dass dieses Thema von Trägern 2021 auch am häufigsten angeboten wurde und für 2022 am häufigsten geplant wird. Obwohl die Umfrage zeigt, dass dieser Bereich von den Eltern bereits gut besucht wird, werden immer noch mehr Angebote gewünscht. Die Nachfrage ist also trotz des bereits großen Angebots noch nicht gedeckt. Die Träger könnten deshalb gegebenenfalls noch mehr Angebote zum Thema ‚Erziehung und Erziehungskompetenz‘ schaffen.

Das seit der Studie aus dem Jahr 2018 stark angestiegene Interesse an den Themen ‚Freizeitgestaltung in und mit der Familie‘, ‚Gesundheit‘ und ‚Umgang mit (neuen) Medien‘ kann einerseits im Kontext der zunehmenden Bedeutung und Nutzung von Smartphones und digitalen Medien und andererseits im Kontext der Corona-Pandemie gedeutet werden. Mit der Pandemie ist der Bedarf an Freizeitaktivitäten als Ausgleich für die gestiegene Doppelbelastung zwischen Home Schooling und Arbeit gestiegen, gleichzeitig waren die Freizeitmöglichkeiten aufgrund der Kontaktbeschränkungen aber über lange Zeit eingeschränkt. Zudem geht mit der Corona-Pandemie ein gestiegenes Interesse an Gesundheitsthemen einher. Positiv ist daher, dass die Träger bei allen drei Themen Gesundheit, Freizeitgestaltung und Umgang mit (neuen) Medien das Angebot stark ausbauen wollen, was auch weiterhin empfehlenswert ist.

Vor allem ausgebaut werden sollten auch Angebote des Themas ‚kreatives und musikisches Gestalten und Kultur für Familien‘, da dieses Thema unter den wichtigsten Wünschen der Eltern ist, aber kein zentral durchgeführtes und geplantes Thema der Träger. Nur rund ein Viertel der Träger plant Angebote zu dem Thema und nur 18,6 % hatten im Jahr 2021 solche Angebote gemacht. Daher sollten die Anbieter hierauf ein größeres Augenmerk legen.

In Bezug auf einzelne Charakteristiken der Familien wurde deutlich, dass unterschiedliche Familiengruppen unterschiedliche Wünsche haben. Dies scheinen die Träger jedoch nicht immer im Blick zu haben, weswegen vor allem bei den Themen ‚berufliche Bildung‘, ‚interkulturelle Bildung‘ und ‚Begegnung sowie Förderung der Sprache‘ Optimierungsbedarf besteht.

So hängen das Alter der Kinder sowie das Bildungsniveau der Eltern mit den Themenwünschen der Eltern zusammen. Während bei kleinen Kindern bis drei Jahre die Themen Freizeitgestaltung, Erziehung und Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen wichtiger sind, sind bei Eltern mit Teenagern die Themen ‚(neue) Medien‘ und ‚berufliche Bildung‘ zentral. Der Wunsch nach Angeboten mit dem Thema ‚berufliche Bildung‘ herrscht auch bei Niedrig- und Mittelqualifizierten vor, während Hochqualifizierte vorrangig den Wunsch nach mehr Freizeitangeboten und Gesundheitsthemen haben. Jedoch soll das Thema ‚berufliche Bildung‘, das besonders von niedrig- und mittelqualifizierten sowie Eltern mit Teenagern stark nachgefragt wird, von den Trägern künftig seltener angeboten werden. Um insbesondere bildungsfernere Eltern und Eltern mit älteren Kindern zu erreichen, ist ein Abbau jedoch nicht ratsam. Dies steht auch in Zusammenhang mit Handlungsfeld 4.

Auch Eltern mit Migrationshintergrund zeigen abweichende Themenwünsche. Während Familien ohne Migrationshintergrund sich eher für die Themen Erziehung, Freizeitgestaltung und Umgang mit (neuen) Medien interessieren, sind für Eltern mit Migrationshintergrund insbesondere Gesundheit und schulische Fragen, Sprache und Spracherwerb sowie interkulturelle Bildung und Begegnung wichtig. Angebote zu Sprache und Spracherwerb sind auch bei Niedrigqualifizierten oft gewünscht. Diese Angebote werden in großem Umfang vom Bildungsreferat der Stadt Augsburg abgedeckt. Da dieser Kurs bisher erfolgreich zu sein scheint, kann er so weitergeführt werden. Jedoch könnten für diese Familien mehrsprachige Angebote zu Gesundheit und schulischen Fragen sowie zu interkultureller Begegnung gefördert werden.

Religiöse Erziehung und Glaubensfragen werden nicht mehr stark nachgefragt, weswegen wir dazu raten, diese Angebote nicht auszubauen.

Hinsichtlich der Veranstaltungsart wünschen sich die Eltern an erster Stelle mehr Freizeit- und Urlaubsangebote. Als zweithäufigster Wunsch werden gemeinsame Gruppen für Eltern und Kinder genannt, gefolgt von offenen Treffpunkten und Online-Angeboten. Betrachtet man nur Familien mit kleinen Kindern, wünschen sich diese neben mehr gemeinsamen Gruppen für Eltern und Kinder, offenen Gruppen und offenen Treffen auch mehr Elternkurse. Hinsichtlich der Veranstaltungsart empfiehlt es sich daher auf Basis der beiden Datenerhebungen mehr Freizeit- und Urlaubsangebote, mehr gemeinsame Gruppen für Eltern und Kinder und mehr offene Treffpunkte für Eltern und Kinder, aber auch mehr Onlineangebote anzubieten (s. Abbildung 62).



Abbildung 62: Ausbaubedarf Angebotsarten

Quelle: Eigene Darstellung.

Die gewünschten Veranstaltungsarten spiegeln die Ambivalenz der Pandemiesituation wider: Einerseits möchten die Eltern in offenen und gemeinsamen Gruppen andere Kinder und Eltern kennenlernen und in Freizeit- und Urlaubsangeboten die Möglichkeit zur Zerstreuung genießen,

aber auch mehr Onlineangebote wahrnehmen, da dies in Lockdown- und Ansteckungszeiten verlässlicher möglich ist.

Besonderer Handlungsbedarf besteht hier hinsichtlich Freizeit- und Urlaubsangeboten und gemeinsamer Gruppen für Eltern und Kinder. Obwohl große Nachfrage von Seiten der Eltern besteht, werden diese Veranstaltungsarten von den Trägern noch nicht ausreichend angeboten. Da dieser Wunsch besonders bei Alleinerziehenden und Eltern mit mittlerem Bildungsniveau hoch ist, ist ein Ausbau dieser beiden Formen insbesondere auch in Hinblick auf die Erweiterung des Nutzerkreises ratsam.

Die Nachfrage nach Informationsveranstaltungen und Vorträge hingegen scheint gedeckt, da diese sehr häufig angeboten werden und keine zusätzlichen Angebote gewünscht werden. Daher sollten Einrichtungen ihr Angebot hinsichtlich dieser beiden Formate im aktuellen Umfang weiterführen, jedoch nicht ausbauen.

Auch der Ausbau von Online-Angeboten ist erstens hinsichtlich der starken allgemeinen Nachfrage der Eltern ratsam, bietet sich zweitens aber auch in Erwartung einer fortbestehenden Pandemielage an und ist drittens auch in Bezug auf die erwähnten Hinderungsgründe Zeitmangel und ungünstige Kurs- und Öffnungszeiten sinnvoll. Eltern sind mit Online-Angeboten zeitlich und örtlich flexibler und müssen zudem keine Zeit für eine Anfahrt aufbringen.

Letztendlich ist der vorgeschlagene Ausbau der Angebotsarten und -themen auch hinsichtlich der folgenden Handlungsfelder, Bekanntheitssteigerung und Erweiterung des Nutzerkreises, sinnvoll.

Handlungsfeld 2: Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Familienbildung

Trotz des breiten Themenspektrums ist nur knapp der Hälfte der Eltern (49,5 %) bewusst, dass Angebote zur Familienbildung existieren, und auch das Angebot an Familienbildungsveranstaltungen wurde bisher lediglich von knapp der Hälfte der Eltern (48,2 %) genutzt. Zudem ist seit 2018 die Bekanntheit der Familienbildungsangebote und der Stützpunkte gesunken, was möglicherweise durch die Corona-Pandemie und den damit verbundenen Kontaktbeschränkungen erklärt werden kann. So war zumindest zeitweise der Zugang zu den Familienstützpunkten eingeschränkt und das Angebot geringer. Nur etwas mehr als ein Drittel der Eltern kennt Familienstützpunkte, die Hälfte kennt diese nicht. Dabei kennen diejenigen Eltern, die Familienbildungsangebote kennen oder nutzen, auch eher die Stützpunkte. Einzelne Stützpunkte, insbesondere die zentrumsfern liegenden Familienstützpunkte Bärenkeller, Hammerschmiede und Herrenbach, sind besonders wenig bekannt. Die Stützpunkte sind zudem eher bei rein deutschsprachigen Familien bekannt und weniger bei Familien mit Migrationshintergrund. Auch kennen mehr Mütter als Väter und Eltern mit höherem Bildungsniveau die Stützpunkte. Daher stellt sich die Frage, wie Familienbildung an Bekanntheit gewinnen kann und die Nutzung der entsprechenden Angebote unter allen Elterngruppen gesteigert werden kann. So ergibt sich die Aufgabe, mehr Werbung für Familienbildung und Familienstützpunkte zu machen.

Von Vorteil ist in diesem Kontext, dass durch die Befragung im Allgemeinen und die konkrete Teilnahme an der Befragung nun schon erheblich mehr Eltern das Thema Familienbildung wahrgenommen haben sollten. Denn ca. die Hälfte der Teilnehmenden hatte vor der Studie nichts von Familienbildung gewusst, wurde aber durch die Umfrage dazu informiert. Diese erfolgte Sensibilisierung sollte nun genutzt werden, um die Bekanntheit der Angebote und Stützpunkte weiter zu steigern.

So empfiehlt sich erstens, die Eltern über die Studienergebnisse zu informieren. Das ist über die Presse, die sozialen Medien, über die Broschüre FamilienLeben, über das Familienportal der Stadt oder ggf. auch, indem eine Kurzzusammenfassung der Studienergebnisse bei den Trägern ausgelegt wird, möglich. Dieses Vorgehen dient nicht nur zur Information der Eltern und als Werbung für Familienbildung, es zeigt auch Transparenz und Wertschätzung im Umgang

mit den Meinungen und Anliegen der Umfrageteilnehmer. Sie nehmen dadurch wahr, dass ihre Partizipation eine Wirkung auf die Gestaltung der Familienbildung hat.

Zweitens ist die neu gewonnene Aufmerksamkeit durch die Umfrage hilfreich, Eltern selbst sowie Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als Multiplikatoren für die Bekanntheitssteigerung von Familienbildung zu gewinnen. Denn Eltern stehen oft in engem Kontakt mit anderen Eltern und zudem mit Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. So zeigt die Umfrage, dass die meisten Eltern in Schulen und Kitas von Familienbildungsangeboten erfuhren und auch Verwandte und Freunde eine wichtige Rolle spielen. Diese beiden Faktoren sind somit für die Verbreitung von Informationen und Angeboten zentral. In Bezug auf Eltern als Multiplikatoren ergibt sich aus den Ergebnisse auch eine weitere Möglichkeit zur Bekanntheitssteigerung: Gut 20 % der Eltern wären bereit, sich ehrenamtlich für Familienbildung zu engagieren. Ein weiteres Drittel ist diesbezüglich unschlüssig, schließt ein Ehrenamt aber nicht kategorisch aus. Deshalb ist es auch hier empfehlenswert, sowohl Werbung und Information zu Ehrenamtsmöglichkeiten in der Familienbildung zu entwickeln und diese mit Informationen zu Familienbildung und Stützpunkten im Allgemeinen zu verbinden. Denn eine Bekanntheitssteigerung des Ehrenamts stellt einen vielversprechenden Schritt hin zu einer Bekanntheitssteigerung der Familienbildung dar. Engagieren sich mehr Eltern ehrenamtlich im Bereich der Familienbildung, könnten diese Personen wiederum durch ihre Netzwerke selbst als Multiplikator für eine weitere Erhöhung der allgemeinen Bekanntheit und Nutzung von Familienbildung fungieren.

Drittens bieten auch Social Media und das Internet großes Potential, Familienbildung und Familienstützpunkte bekannter zu machen. Knapp 20 % der Eltern erfahren durch das Internet von Familienbildungsangeboten. Hier ist die Überarbeitung des Infoservices Familienportal eine zentrale Möglichkeit, die Bekanntheit der Familienbildungsangebote und der Familienstützpunkte zu steigern. Denn es zeigt sich, dass nur knapp ein Drittel (30,2 %) der Eltern mit dem Infoservice des Familienportals zufrieden sind, während ein weiteres Drittel (32,5 %) damit gar nicht oder wenig zufrieden ist. Die Webseite ist über Google zwar einfach zu finden und enthält sehr viele Informationen, sie ist jedoch mit vielen Unterseiten recht verschachtelt aufgebaut. Bei einer Optimierung der Webseite könnten beispielsweise die einzelnen Familienstützpunkte, ihre Kontaktdaten und Webseiten nicht nur unter den in Stadtteile aufgeteilten Unterseiten des Familienportals erreichbar sein, sondern durch eine zentrale Seite, welche die Webseitenlinks aller Familienstützpunkte auf einen Blick bündelt. Positiv ist jedoch, dass jeder Familienstützpunkt auch eine eigene Webseite hat. Zukünftig wären hierbei nicht nur Webseiten, sondern auch jeweils eine eigene Instagramseite für das Familienportal, für das Familienbildungsangebot der Stadt Augsburg sowie für jeden Familienstützpunkt sinnvoll. Instagram nimmt in vielen Bereichen eine immer zentralere Rolle ein und wird von immer mehr Eltern genutzt. Bereits jetzt macht der Familienstützpunkt Oberhausen H20 sehr gute Erfahrungen mit seiner Instagramseite.

Eine vierte Möglichkeit wäre, auch weiterhin und verstärkt Plakate und Flyer als Informations- und Werbemittel für Familienbildung einzusetzen, insbesondere an zentralen Anlaufstellen wie Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Beratungsstellen und Büchereien. Die Träger verwenden diese zwar schon jetzt als zweitwichtigstes Werbemittel und auch für die Eltern sind Aushänge, Flyer und Plakate die zweithäufigste Informationsquelle für Familienbildung (nach Bildungs- und Betreuungseinrichtungen). In der Zukunft könnte aber zudem überlegt werden, ob Flyer und Poster bei Ärzten, Drogeriemärkten und Geschäften, die Eltern regelmäßig besuchen, aufgehängt bzw. ausgelegt werden können.

In diesem Kontext spielt auch die Broschüre FamilienLeben eine Rolle. Eine großflächigere Verteilung, Digitalisierung bzw. Einbettung in eine App und leichtere Zugänglichkeit der Broschüre FamilienLeben ist eine weitere Möglichkeit, um Werbung für Familienbildungsangebote und -stützpunkte zu machen. Dabei können mehrere Vorteile dieser Broschüre genutzt werden: Erstens bündelt die sehr umfassende Broschüre Informationen und Adressen zu allen Bereichen und Themen der Familie und der Familienbildung. Zweitens sind diese Informationen aktuell, da die Broschüre alle zwei bis drei Jahre aktualisiert und neu aufgelegt wird. Drittens

gibt sie auch praktisches und anschauliches Material wie einen Stadtplan zum Thema Familie an die Hand. Jedoch ist die Broschüre, wie die Umfrage zeigt, selbst weitgehend unbekannt. Nur jedes zehnte Elternteil kennt sie, während knapp 80 % sie nicht kennen. Das zeigt, dass sie in der gegenwärtigen Papierform und PDF-Version nicht genügend Eltern erreicht. Zwar ist sie bei einer Google-Suche leicht auffindbar, aber nur, wenn man den vollständigen Namen eingibt. Auch ist sie in ihrer Einbettung auf der Webseite der Stadt Augsburg recht unscheinbar, da sie nur unter dem Reiter ‚Ratgeber‘ sichtbar ist, der jedoch zuerst ausgeklappt werden muss. Hier könnte die Broschüre erstens in digitaler Form (PDF) prominenter auf der Webseite des Familienportals präsentiert werden, zweitens könnte über eine Verlagerung der Auslegungsorte der Broschüre nachgedacht werden und drittens, was der vielversprechendste Ansatzpunkt zu sein scheint, könnte sie interaktiv digitalisiert werden. Dies könnte beispielsweise in Form einer leicht bedienbaren und visuell ansprechenden Nachschlage-App mit Kategorien, Adressen und Suchfunktion ähnlich zur swa City App geschehen. Insgesamt müsste zur weiteren Nutzung der Broschüre im Sinne der Bekanntheitssteigerung von Stützpunkten und Angeboten die Bekanntheit der Broschüre selbst zunächst gesteigert werden.

Zur Steigerung der Bekanntheit von Familienbildung bieten sich auch verstärkt dezentrale, niedrigschwellige Veranstaltungen und Angebote an. Schon vorhandene dezentrale Informationsveranstaltungen, wie die Bollerwagen-Sprechstunden, der Spiel- und Informationsstand am Modular-Festival oder das Kinderfriedensfest können einerseits um Angebote zu verschiedenen städtischen und nicht-städtischen Anlässen erweitert werden. Andererseits wäre auch ein weiteres dezentrales Angebot an wechselnden Orten zu wiederkehrenden Terminen, ähnlich dem Spielmobil, das auf spielerischer Ebene Eltern und Kinder anspricht, möglich.

Abbildung 63 fasst die vier vorgeschlagenen Möglichkeiten zur Bekanntheitssteigerung der Familienbildungsangebote in der Stadt Augsburg noch einmal zusammen.

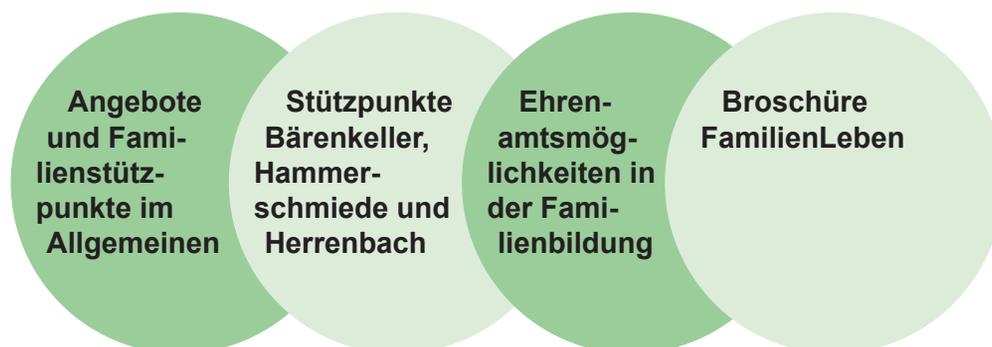


Abbildung 63: Felder der Bekanntheitssteigerung
Quelle: Eigene Darstellung.

Handlungsfeld 3: Ausbau und Verlagerung der Veranstaltungsorte und -träger

Im Kontext der Nutzung von Familienbildung ist zudem der Ausbau und die Verlagerung der Veranstaltungsorte und -träger von Familienbildung zentral. So zeigen die Ergebnisse, dass sich Eltern vor allem an Veranstaltungsorten bzw. von Trägern Angebote wünschen, die sie ohnehin besuchen bzw. mit denen sie im täglichen Leben in Kontakt stehen. Denn Eltern wünschen sich, dass vor allem Bildungs- und Betreuungseinrichtungen oder Büchereien als Veranstalter bzw. Veranstaltungsort stärker eingebunden werden. Der Besuch dieser Orte erfordert wenig Mehraufwand, genießt hohes Vertrauen, ist schon unter den Eltern bekannt und ist zudem oft sehr wohnortnah gelegen. So gibt es in Augsburg beispielsweise neben der zentralen Stadtbücherei auch einige Stadtteilbüchereien. Jedoch wird beim Vergleich von besuchten und gewünschten Orten deutlich, dass eine Diskrepanz vor allem bei Schulen, Kitas, Horts und Büchereien besteht: Diese Orte sind aktuell recht wenig besucht, werden aber mehr gewünscht.

An diesen Orten ist, wenn möglich, also ein Ausbau wünschenswert. Dieser kann einerseits dadurch erfolgen, dass Pädagogen bzw. Fachkräfte, die in diesen Einrichtungen tätig sind, zusätzliche Familienbildungsveranstaltungen anbieten. Andererseits könnte aber auch darüber nachgedacht werden, dass andere Familienbildungsträger versuchen, diese Räumlichkeiten für eigene Angebote zu nutzen.

Auch wurde deutlich, dass die Familienstützpunkte weiter ausgebaut werden sollten. Sie sind sehr beliebt, die Eltern sind mit ihnen sehr zufrieden und nutzen sie häufig. So gaben die Eltern im Fragebogen an, dass rund 44 % zufrieden bis sehr zufrieden mit den Familienstützpunkten sind, nur rund 28 % haben angegeben, dass sie wenig bis nicht zufrieden sind. Insgesamt ist dies ein positives Ergebnis. Gleichzeitig werden die Familienstützpunkte trotz der gegenwärtigen häufigen Nutzung auch weiterhin stark nachgefragt und als geeigneter Ort für Familienbildungsangebote betrachtet, weswegen die Eltern sich dort noch mehr Angebote wünschen. Somit sollten Familienstützpunkte und ihr Angebot weiter ausgebaut werden.

Abbildung 64 gibt einen Überblick über die drei zentralen Orte, an denen laut dem Ergebnis der Umfrage zukünftig Familienbildung stattfinden sollte.

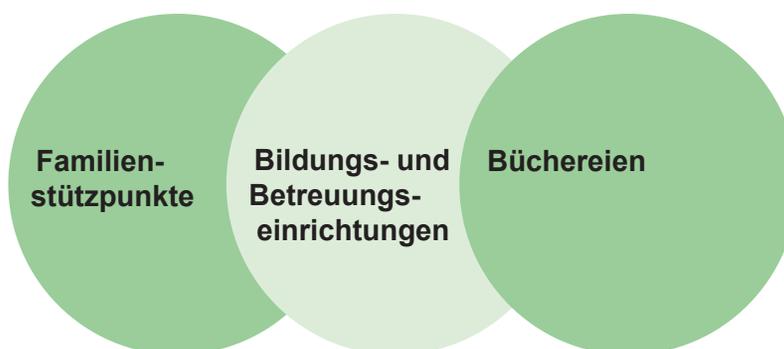


Abbildung 64: Zentrale Orte
Quelle: Eigene Darstellung.

Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen

Des Weiteren sollte thematisiert werden, wie die Bekanntheit und Nutzung von Familienbildungsangeboten unter bestimmten Elterngruppen erhöht werden kann. Wie schon im Handlungsfeld 1 deutlich wurde, sollten die mittel- und niedrigqualifizierten Familien sowie Familien mit Migrationshintergrund, Familien mit Teenagern und Alleinerziehende stärker angesprochen werden (s. Abbildung 65).

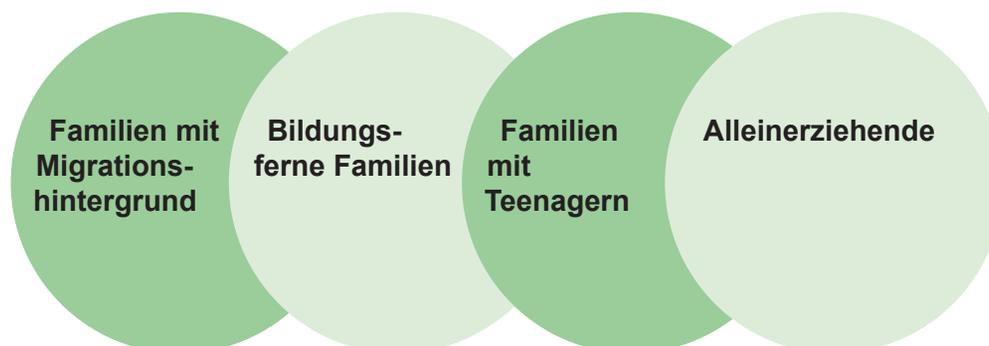


Abbildung 65: Fokus auf Nutzergruppen
Quelle: Eigene Darstellung

Denn die Ergebnisse haben erstens gezeigt, dass die Angebote bekannter unter Eltern sind, die hochqualifiziert sind und/oder keinen Migrationshintergrund besitzen. So gilt es besonders

Eltern mit niedrigerem Bildungsgrad und/oder Migrationshintergrund über Familienbildung in Kenntnis zu setzen. Dies kann mit Webseiten, Flyern, Plakaten, Broschüren und anderen Informationen in einerseits verschiedenen, in Augsburg häufig gesprochenen Sprachen und andererseits in Leichter Sprache gelingen. Auch ist eine persönliche und direkte Ansprache dieser Familien wichtig, um sie über die Angebote zu informieren. Dabei sind vor allem Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Beratungsstellen und Büchereien und die Information in den verschiedenen Stadtteilen wichtig. Darüber hinaus ist eine möglichst niedrigschwellige Gestaltung der Angebote von Bedeutung, die praktisch, lebensnah, aktiv und eher zum Mitmachen als zum Zuhören konzipiert sind. Dazu zählen offene Treffpunkte wie Eltern-Cafés und Freizeitangebote, aber auch Elternkurse, die die Themen dieser Zielgruppen ansprechen. Wichtig sind dabei beispielsweise genügend Angebote zu Sprache und Spracherwerb oder beruflicher Bildung. Hierbei spielen vor allem auch offene Sprachcafés oder Sprachtandems, wie sie beispielsweise vom ‚Tür an Tür e.V.‘ angeboten werden, eine große Rolle. Diese Veranstaltungen sind Multiplikatoren für eine stärkere Vernetzung zwischen Familien und ermöglichen den Zugang zu weiteren Veranstaltungen auch anderer familienbetreffender Themen, wie Handarbeitsgruppen, Medien- und Computercafés oder Freizeitangebote.

Jedoch wirken sich Sprachbarrieren nur auf die Bekanntheit, nicht auf die Nutzung der Angebote aus, da die Sprache nicht mit der Nutzung korreliert. Wenn Familien mit Migrationshintergrund also von Familienbildungsangeboten in Augsburg erfahren haben, nutzen sie diese genauso häufig wie andere Familien. Jedoch korreliert die Nutzung mit dem Bildungsstand. So werden die Angebote eher von Hochqualifizierten und weniger von Mittel- und Niedrigqualifizierten genutzt. Hier ist noch einmal auf Webseiten, Informationen, Flyer und Plakate in Leichter Sprache hinzuweisen, was sehr wichtig ist, um alle Menschen einzubeziehen. Auch trifft es hier umso mehr zu, niedrigschwellige Angebote, die praktisch und lebensnah sind, sowie auf einfache und praktische Art und Weise Informationen vermitteln sowie Freizeit- und Urlaubsangebote in Zukunft verstärkt anzubieten.

Alleinerziehende wurden von der Umfrage vergleichsweise wenig erreicht, da in Augsburg die Zahl der Alleinerziehenden größer ist als deren Anteil unter den Teilnehmenden. Daraus lässt sich schließen, dass diese Elterngruppe prinzipiell einen schlechteren Zugang zu Familienbildung aufweist. Auch diese Zielgruppe kann insbesondere in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Beratungsstellen, Büchereien oder auch Arztpraxen angesprochen werden. Zielführend wäre eine Werbung bzw. Information, die speziell auf die Bedürfnisse von Alleinerziehenden zugeschnitten ist, sowie die Möglichkeit einer Kinderbetreuung bei Elternkursen, Vorträgen und Informationsveranstaltungen, damit diese auch von Alleinerziehenden, die privat keine Möglichkeit zur Betreuung haben, besucht werden können.

Der Fokus der Familienbildungsangebote liegt auf Klein-, Vorschul- und Grundschulkindern bis ca. zehn Jahre. Hier wäre es ratsam, auch Eltern mit Teenagern einzubeziehen und Angebote mit deren Themen, wie berufliche Bildung, schulische Fragen und Jugendliche/Pubertät, vermehrt zu bewerben.

Handlungsfeld 5: Zeitliche Anpassung des Angebots

Zeitmangel und ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten sowie die fehlende Kinderbetreuung sind die wichtigsten Hinderungsgründe für die Wahrnehmung der Angebote. Der Hinderungsgrund Zeitmangel wird vor allem von Eltern, die einer Vollzeitbeschäftigung nachgehen, genannt. Zwar ist es schwer möglich, diesen Hinderungsgrund für die Eltern zu beseitigen, jedoch gibt es Stellschrauben, mit denen Eltern die Teilnahme in Bezug auf zeitliche Aspekte erleichtert werden kann. Der Hinderungsgrund der ungünstigen Öffnungs- und Kurszeiten wird vor allem von Alleinerziehenden genannt. Um dieser Zeitproblematik zu begegnen, bedarf es einer Nachjustierung der zeitlichen Gestaltung der Angebote.

Um die Teilnahme von Nicht-Alleinerziehenden bzw. Eltern, die Vollzeit arbeiten, zu erhöhen, wäre eine Option, mehr Angebote am Wochenende durchzuführen. Dabei zeigt die Umfrage,

das am Wochenende hauptsächlich ganztägige Angebote gefragt sind, was sich gerade in Bezug auf Freizeit- und Urlaubsangebote anbietet, da für diese unter der Woche durch den Aufenthalt in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und Arbeit wenig Zeit bleibt. Eine weitere Möglichkeit ist, mehr Angebote unter der Woche abends anzubieten. Denn insgesamt zeigt die Umfrage, dass sich die Eltern unter der Woche Angebote insbesondere abends oder nachmittags wünschen.

Unter der Woche nachmittags wäre insbesondere für Alleinerziehende hilfreich, die als Hinderungsgrund für den Besuch von Angeboten vor allem ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten angeben. Abends oder am Wochenende gestalten sich Präsenzveranstaltungen für Alleinerziehende schwierig, da dann die fehlende Kinderbetreuung ein Hinderungsgrund ist. Falls Veranstaltungen nur abends oder am Wochenende angeboten werden können, sollte, wenn möglich, eine Kinderbetreuung vor Ort angeboten werden. Damit wirkt man dem Hinderungsgrund einer fehlenden Kinderbetreuung entgegen.

Des Weiteren könnten für alle Elterngruppen mehr Online-Angebote hilfreich sein, deren Ausbau laut den Ergebnissen der Umfrage von den Eltern gewünscht wird. Für asynchrone Angebote, wie Podcasts oder aufgezeichnete Elternkurse, sind Eltern nicht an Fixzeiten gebunden, sodass sie diese Angebote wahrnehmen können, wann immer es ihnen zeitlich passt. Zudem sparen sich die Eltern die Wegzeit, um zu einem Angebot zu gelangen. Auch für Alleinerziehende sind Online-Angebote hilfreich, da diese mit der Kinderbetreuung leichter kombinierbar sind. Jedoch geht mit diesen Angeboten der Nachteil einher, dass es nicht möglich ist, sich persönlich mit den Referenten, Kursleitern oder anderen Teilnehmern auszutauschen. Daher ist es bei diesen Formaten wichtig, dass Eltern sich mit weiterführenden, persönlichen Fragen an Betreuungsstellen, Familienstützpunkte und andere Einrichtungen wenden können.

Die zusammengefassten Handlungsempfehlungen sind in Tabelle 4 ersichtlich.

Bereich	Handlungsempfehlung
Angebotsthemen	<p>Weiterhin Ausbau der Angebote zu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Freizeitgestaltung in/mit der Familie, • Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz • Umgang mit (neuen) Medien und Medienkompetenz • Gesundheit • Kreatives und musisches Gestalten/Kultur in der Familie <p>Ausbau oder mindestens Aufrechterhaltung der Angebote zu</p> <ul style="list-style-type: none"> • beruflicher Bildung, • Spracherwerb und -förderung, • interkulturelle Bildung und Begegnung
Angebotsart	<ul style="list-style-type: none"> • mehr Freizeit- und Urlaubsangebote • mehr gemeinsame Gruppen für Eltern und Kinder • mehr offene Treffpunkte • mehr Online-Angebote
Angebotsort	<ul style="list-style-type: none"> • Ausbau der Familienstützpunkte • mehr Angebote in Schulen • mehr Angebote in Büchereien
Angebotszeitpunkt	<ul style="list-style-type: none"> • Angebote eher unter der Woche abends oder nachmittags • Am Wochenende eher ganztägige Angebote
Nutzerkreis	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr mittel- und niedrigqualifizierte Eltern ansprechen • Mehr Alleinerziehende ansprechen • Bekanntheit unter Eltern mit Migrationshintergrund erhöhen
Bekanntheit	<ul style="list-style-type: none"> • Mehr Werbung für Ehrenamt • Mehr Werbung für Broschüre FamilienLeben • Mehr Werbung für Familienbildungsangebote • Mehr Werbung für die Familienstützpunkte Oberhausen Bildungshaus Löweneck, Hammerschmiede und Herrenbach • Bekanntheit insbesondere für Familien mit Migrationshintergrund und niedrig- und mittelqualifizierte Eltern steigern
Zufriedenheit	Infoservice Familienportal überarbeiten

Tabelle 4: Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen nach Themenbereichen

7.3 Zusammenfassung und Ausblick

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich die Ergebnisse der Umfrage sehr stark zwischen verschiedenen Elterngruppen unterscheiden. Wichtige Charakteristiken dieser Gruppen sind dabei das Bildungsniveau der Eltern, das Alter der Kinder, ob sie alleinerziehend sind oder einen Migrationshintergrund haben. Je nach Gruppe wünschen sich Eltern unterschiedliche Themen, Veranstaltungsformate und -orte. Daraus lässt sich schließen, dass Familienbildungsangebote sehr zielgruppensensibel gestaltet werden sollten und das Nutzungsverhalten und die Bedarfe nicht verallgemeinert werden können.

Insgesamt wird dennoch deutlich, dass die Familienbildung und insbesondere die Familienstützpunkte wertvolle Institutionen sind, die den Eltern sehr wichtig sind und von ihnen sehr geschätzt werden. Die Angebote und vor allem die Familienstützpunkte werden in ihrer Bekanntheit und ihrem Nutzen immer weiter konsolidiert. Beides wird daher in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen und sollte somit auch weiter ausgebaut werden, um den Eltern eine Stütze im Alltag zu bieten und so die Grundlage für eine funktionierende Gesellschaft zu schaffen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Überblick über die Vielfalt von Familienbildungsangeboten	10
Abbildung 2:	Familienstützpunkte in der Stadt Augsburg	12
Abbildung 3:	Lage Augsburgs in Bayern	15
Abbildung 4:	Übersichtskarte der Augsburger Sozialmonitoringbezirke	16
Abbildung 5:	Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Augsburg 2006-2020	17
Abbildung 6:	Gruppierte Altersstruktur in Augsburg und Bayern	18
Abbildung 7:	Anteile der Haushaltstypen in Augsburg gesamt und Aufteilung der Haushalte mit Kindern	18
Abbildung 8:	Anteile der Haushalte mit Kindern an allen Haushalten nach Sozialmonitoringbezirken	19
Abbildung 9:	Anteil der Alleinerziehenden an Haushalten mit Kindern	19
Abbildung 10:	Entwicklung der Geburtenzahlen	20
Abbildung 11:	Die Betreuungsquote Augsburger Kinder im Altersvergleich und Zeitverlauf	20
Abbildung 12:	Art der Träger	21
Abbildung 13:	Trägertypen	22
Abbildung 14:	Sitz der befragten Träger	22
Abbildung 15:	Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Familienformen)	24
Abbildung 16:	Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Lebensphasen)	24
Abbildung 17:	Einzugsgebiet der befragten Träger	25
Abbildung 18:	Angebotene Veranstaltungsarten	25
Abbildung 19:	Themen der von Anbietern 2021 durchgeführten und für 2022 geplanten Angebote	26
Abbildung 20:	Informationswege der Eltern zur Befragung	28
Abbildung 21:	Alter der Studienteilnehmenden	28
Abbildung 22:	Familiensituation	29
Abbildung 23:	Kinderzahl in den Haushalten	29
Abbildung 24:	Alter der Kinder	30
Abbildung 25:	Regelmäßig besuchte Bildungs- und Betreuungseinrichtungen	30
Abbildung 26:	Form der Erwerbstätigkeit	30
Abbildung 27:	Erwerbstätigkeit differenziert nach Frauen und Männern	31
Abbildung 28:	Bildungsniveau der Befragten	31
Abbildung 29:	Bildungsniveau nach der ISCED-Skala	32
Abbildung 30:	Bildungsabschlüsse	32
Abbildung 31:	Berufsabschlüsse	32
Abbildung 32:	Haushaltsnettoeinkommen der Familien	33

Abbildung 33: Sprachkonstellationen	33
Abbildung 34: Wohnort der Befragten nach Sozialmonitoringbezirken	34
Abbildung 35: Kenntnis der Familienbildungsangebote	34
Abbildung 36: Informationsquellen für Familienbildungsangeboten	35
Abbildung 37: Bekanntheit der Broschüre FamilienLeben der Stadt Augsburg	35
Abbildung 38: Häufigkeit der Nutzung von Familienbildungsangeboten	36
Abbildung 39: Hinderungsgründe bzgl. der Teilnahme an Familienbildungsangeboten	37
Abbildung 40: Themen der besuchten Veranstaltungen	39
Abbildung 41: Themenwünsche	41
Abbildung 42: Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Themen	43
Abbildung 43: Gewünschte Veranstaltungsarten	44
Abbildung 44: Orte, an denen Familienbildungsangebote besucht wurden	45
Abbildung 45: Gewünschte Veranstaltungsorte	46
Abbildung 46: Gegenüberstellung von besuchten und gewünschten Veranstaltungsorten	47
Abbildung 47: Sozialmonitoringbezirke, in denen Veranstaltungen besucht wurden	48
Abbildung 48: Zahlungsbereitschaft der Eltern bzgl. Veranstaltungen der Familienbildung	48
Abbildung 49: Gewünschte Veranstaltungszeiten	49
Abbildung 50: Allgemeine Bekanntheit der Familienstützpunkte	50
Abbildung 51: Bekanntheit der einzelnen Familienstützpunkte	51
Abbildung 52: Zufriedenheit der Eltern mit verschiedenen Angeboten für Familien in der Stadt Augsburg	52
Abbildung 53: Bekanntheit der Familienbildungsangebote und der Familienstützpunkte	53
Abbildung 54: Die acht am häufigsten besuchten Themen 2018 und ihre Beliebtheit 2022	54
Abbildung 55: Die acht häufigsten Themenwünsche der Eltern 2018 und 2022	54
Abbildung 56: Die acht häufigsten Themenwünsche 2018 und die jeweilige Durchführung in 2021	55
Abbildung 57: Die acht häufigsten Themenwünsche Alleinerziehender 2018 und ihre Beliebtheit 2022	56
Abbildung 58: Die acht am häufigsten gewünschten Veranstaltungsarten 2018 und 2022	57
Abbildung 59: Die acht am häufigsten gewünschten Veranstaltungsorte 2018 und ihre Beliebtheit 2022	58
Abbildung 60: Handlungsfelder	61
Abbildung 61: Zentrale Themenwünsche	62
Abbildung 62: Ausbaubedarf Angebotsarten	63

Abbildung 63: Felder der Bekanntheitssteigerung	66
Abbildung 64: Zentrale Orte	67
Abbildung 65: Fokus auf Nutzergruppen	67

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sitz und Einrichtungstyp der Träger mit Familienbildungsangeboten im Jahr 2021	23
Tabelle 2: ISCED-Skala 2011	31
Tabelle 3: Bevorzugte Zeiten für den Besuch von Familienbildungsangeboten 2018 und 2022	59
Tabelle 4: Zusammenfassung der Handlungsempfehlungen nach Themenbereichen	70

Literaturverzeichnis

Amt für Statistik und Stadtforschung Stadt Augsburg (2019): Sozialmonitoring 2019. Daten zur Sozialberichterstattung. Unter Mitarbeit von Andreas Gleich, Doris Durstin und Benedikt Unger. Augsburg.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2021): Struktur der Bevölkerung und der Haushalte in Bayern 2019. Regionalergebnisse des Mikrozensus Teil V der Ergebnisse der 1%-Mikrozensusserhebung 2019. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth (Statistische Berichte, A VI 2-5 j 2019).

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022a): Tabelle 11111-001r: Fläche: Gemeinden, Stichtag. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022b): Tabelle 12411-001: Bevölkerung: Gemeinden, Stichtage (letzten 6). Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022c): Tabelle 12411-004r: Bevölkerung: Gemeinden, Altersgruppen (9)/ Altersgruppen (17), Geschlecht, Stichtag. Fortschreibung des Bevölkerungsstandes. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022d): Tabelle 12411-006z: Bevölkerung: Kreis, Altersgruppen (16)/Altersgruppen(17), Geschlecht/Nationalität, Stichtage. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth.

Brüderl, Josef; Garrett, Madison; Hajek, Kristin; Herzig, Michel; Lenke, Rüdiger; Lorenz, Renate et al. (2017): The German Family Panel (pairfam). Hg. v. GESIS Data Archive. Köln.

Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.) (2020): Einkommen privater Haushalte. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61754/einkommen-privater-haushalte/>.

Eichhorst, Werner; Marx, Paul; Schmidt, Tanja; Tobsch, Verena; Wozny, Florian; Linckh, Carolin; Bertelsmann Stiftung (2019): Geringqualifizierte in Deutschland.

Elsas, Susanne; Schmid, Anna (2020): ifb-Familienreport Bayern. Tabellenband 2019. Hg. v. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg. Bamberg (ifb-Materialien, 1-2020).

Europäische Metropolregion München e.V. (2022): Stadt Augsburg. München. Online verfügbar unter <https://www.metropolregion-muenchen.eu/verein/profile-der-mitgliedslandkreise-und-staedte/stadt-augsburg/>, zuletzt geprüft am 24.02.2022.

Gleich, Andreas; Durstin, Doris; Glogger, Sandra; Sahin, Özkan; Schneid, Sebastian (2021a): Statistisches Jahrbuch der Stadt Augsburg 2020. Hg. v. Stadt Augsburg, Amt für Statistik und Stadtforschung. Augsburg.

Gleich, Andreas; Durstin, Doris; Kundiger, Jochen (2020a): Demografiemonitoring der Stadt Augsburg 2020. Daten zur demografischen Berichterstattung. Hg. v. Stadt Augsburg, Amt für Statistik und Stadtforschung. Augsburg (Beiträge zum Monitoring der Stadt Augsburg).

Gleich, Andreas; Durstin, Doris; Lukenda, Rino; Passow, Hans-Jörg; Schneid, Sebastian (2021b): Strukturatlas Augsburg 2021. Hg. v. Stadt Augsburg, Amt für Statistik und Stadtforschung. Augsburg.

Gleich, Andreas; Durstin, Doris; Passow, Hans-Jörg (2020b): Straßenverzeichnis mit Gebietsenteilungen der Stadt Augsburg 2019. Hg. v. Stadt Augsburg, Amt für Statistik und Stadtforschung. Augsburg.

Mehring, Volker; Karaula, Ana; Schaller, Maria (2019): Dritte Bedarfs- und Bestandserhebung. Abschlussbericht. Hg. v. Universität Augsburg. Augsburg.

Stadt Augsburg (2022): Das ist Augsburg. Augsburg. Online verfügbar unter <https://www.augsburg.de/buergerservice-rathaus/willkommen/das-ist-augsburg>, zuletzt geprüft am 24.02.2022.

Stadt Augsburg - Amt für Statistik und Stadtforschung (2021): Kurzmitteilungen aus Statistik und Stadtforschung. Aktuelle Bevölkerungsentwicklung der Stadt Augsburg. Hg. v. Stadt Augsburg, Amt für Statistik und Stadtforschung. Augsburg.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2015): Internationale Bildungsindikatoren im Ländervergleich Ausgabe 2015.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2022): Tabelle 12411-07-01-5-B: Durchschnittsalter der Bevölkerung - Stichtag 31.12. - regionale Ebenen. Fortschreibung des Bevölkerungsstandes. Hg. v. Statistische Ämter des Bundes und der Länder.

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2021): Leben in Europa (EU-SILC) - Einkommen und Lebensbedingungen in Deutschland und der Europäischen Union 2019. Hg. v. Statistisches Bundesamt (Destatis) (Fachserie 15, 3).

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, zuletzt geprüft am 24.02.2022.

Zentrum Bayern Familie und Soziales; Bayerisches Landesjugendamt (2018): Geschäftsbericht für das Musterjugendamt. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB). Hg. v. Zentrum Bayern Familie und Soziales, Bayerisches Landesjugendamt und GEBIT Münster. München.

Beteiligte Personen

Projektteam der Stadt Augsburg

- Herr Joachim Herz (Amtsleiter im Amt für Kinder, Jugend und Familie)
- Frau Anja Wintermeyer (Leiterin der Abteilung Familie im Amt für Kinder, Jugend und Familie)
- Frau Dagmar Mayer (Fachbereichsleitung Präventive Familienhilfen - KoKi/ Frühe Hilfen und Familienbildung im Amt für Kinder, Jugend und Familie)
- Frau Martina Ziegler (Sachbearbeitung Koordinierungsstelle Familienbildung im Amt für Kinder, Jugend und Familie)

Projektteam des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Dr. Lisa Hartmann (Projektleitung bis 08/2022, Wiss. Mitarbeiterin)
- Dr. Veronika Hecht (Projektleitung ab 08/2022, Wiss. Mitarbeiterin)
- Jasmin Gotschke, M.Sc. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Barbara Stöcker, M.Sc. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Alexandra Ressel, Dipl.-Päd. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Eva-Maria Vierring (Projektmitarbeiterin, Teamassistentin)

Impressum

© 2022

Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt Marktplatz 4
D-85072 Eichstätt

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

Redaktion, Inhalt: Lisa Hartmann, Dr. Veronika Hecht, ZFG
Layout: Alexandra Ressel, ZFG
Bildnachweis Titelseite: colourbox.de
Projektverantwortung: Lisa Hartmann, Dr. Veronika Hecht
Mail: veronika.hecht@ku.de
Tel.: + 49 8421/93-21614

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