

FAMILIENBILDUNG IN DER STADT INGOLSTADT

ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG VON ELTERN UND ANBIETERN
IM JAHR 2020



Im Auftrag von



Stadt Ingolstadt
Amt für Jugend und Familie

Gefördert durch



**Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales**



Die vorliegende Untersuchung zu Familienbildungsmaßnahmen in der Stadt Ingolstadt ist ein Projekt, das in Kooperation zwischen dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) und dem Amt für Jugend und Familie der Stadt Ingolstadt 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,
- dem Amt für Statistik und Stadtforschung der Stadt Ingolstadt,
- dem Oberbürgermeister der Stadt Ingolstadt, Dr. Christian Scharpf, und
- allen, die an der Universität sowie in der Stadt Ingolstadt tatkräftig mitgeholfen haben.

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

Auftraggeber des Projektes ist die Stadt Ingolstadt.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für Personen aller Geschlechter.

Inhaltsverzeichnis

Vorworte	5
Kurzüberblick	6
1. Gründe zur Durchführung der Studie	7
2. Projektdesign	10
3. Strukturanalyse der Stadt Ingolstadt	12
4. Bericht zur Bestandsaufnahme	18
4.1 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote	19
4.2 Zielgruppen der Träger	20
4.3 Veranstaltungsarten und Themen der Veranstaltungen	23
4.4 Werbung für die Veranstaltungen	24
5. Bericht zur Bedarfsanalyse	25
5.1 Umfang der Studie	25
5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer	26
5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und Bedarfe der Eltern	36
6. Vergleich mit den Ergebnissen der Erhebung aus dem Jahr 2015	51
7. Fazit und Ausblick	52
7.1 Fazit	52
7.2 Ausblick	53
Literaturverzeichnis	58
Abbildungsverzeichnis	59
Tabellenverzeichnis	60

Vorwort des Oberbürgermeisters der Stadt Ingolstadt

Die Stadt Ingolstadt nimmt seit 2014 am Förderprogramm Weiterentwicklung von Familienbildung und Familienstützpunkte des Freistaats Bayern teil. Dabei geht es um Förderung von Angeboten der Familienbildung für alle Ingolstädter Eltern. Familienbildung soll Eltern in ihrem Familienalltag und in der Erziehung ihrer Kinder stärken und unterstützen.

Im Jahr 2015 wurde in diesem Zusammenhang die erste Eltern- und Anbieterbefragung durchgeführt und von der Koordinierungsstelle Familienbildung aus diesen Ergebnissen das Konzept „Familienbildung in Ingolstadt“ entwickelt. Auf dieser Grundlage wurden neben Angeboten für Familien, die weiterentwickelt wurden, die drei Ingolstädter Familienstützpunkte 2017 eröffnet.

Die drei Ingolstädter Familienstützpunkte sind:

- Familienstützpunkt Süd im Stadtteiltreff Augustinviertel (Trägerschaft Stadt)
- Familienstützpunkt (im Nordwesten) am Haslangpark (Trägerschaft des Pädagogischen Zentrums Förderkreis + Haus Miteinander gGmbH und IG Eltern e. V.)
- Familienstützpunkt (im Nordosten) in der familienSchwinge der bürgerhilfe Ingolstadt KiTa GmbH.

In den Familienstützpunkten werden für Ingolstädter Eltern familienbildende Angebote bereitgehalten, wie Familiencafés, Eltern-Kind-Spielgruppen, Treffs, Vorträge und Workshops zu unterschiedlichen Themen, wie Erziehung, Schwangerschaft, Umgang mit neuen Medien, Gesundheit oder Schulproblemen. Daneben erhalten Eltern und Familien unkompliziert persönliche Beratung zu Erziehungs- und Familienthemen oder zu Unterstützungsangeboten.

Die großen Ingolstädter Familientage, Vortragsreihen, zum Beispiel zum Thema Aufwachsen mit Tablet, Smartphone und Co., sowie neue Online-Angebote wurden in Zusammenarbeit der Koordinierungsstelle Familienbildung mit den Familienstützpunkten entwickelt und haben sich sehr gut in Ingolstadt etabliert.

Um aktuelle Entwicklungen bzw. sich ändernde Bedarfe von Familien in den Fokus zu rücken, wurden im Auftrag der Stadt Ingolstadt unter der wissenschaftlichen Begleitung der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft im Jahr 2020 erneut Befragungen von Ingolstädter Eltern und Anbietern zu Familienbildungsangeboten durchgeführt. Die Ergebnisse werden uns sicherlich neue Anregungen für Angebote der Familienbildung geben und Programme und Strukturen rund um diese Angebote beeinflussen und bereichern.

Die Familienstützpunkte und deren Angebote zeichnen Ingolstadt gemeinsam mit vielen weiteren Projekten als familienfreundliche Stadt aus. Darauf sind wir sehr stolz.

Die Stadt bedankt sich herzlich für die gute Zusammenarbeit mit dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und den vielen Beteiligten, die diese Befragungen auch insbesondere in diesen schwierigen Zeiten ermöglicht haben. Wir freuen uns über die wegweisenden Ergebnisse dieses Berichts.

Dr. Christian Scharpf
Oberbürgermeister

Vorwort des ZFG-Direktors

Vielfältige Angebote im Rahmen von Familienbildung sind ein Markenzeichen familienfreundlicher Kommunen. Durch Familienbildung werden Eltern in ihrer Erziehungsaufgabe unterstützt und begleitet. Dazu gehört es, die elterlichen Kompetenzen und Erfahrungen zu fördern und zu erweitern und den Eltern Hilfe zur Selbsthilfe zu bieten. Die Stadt Ingolstadt hat unter anderem mit ihren Familienstützpunkten dabei bereits zentrale Anlaufstellen für Eltern geschaffen.

Die familialen Lebensbedingungen und Lebensformen weisen eine große Vielfalt und Dynamik auf. Daher ist es wichtig, dass auch die Familienbildungsangebote entsprechend der jeweiligen gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, verschiedenen Stadien der kindlichen Entwicklung sowie den Bedarfen der Eltern gestaltet werden. Daraus ergeben sich gerade in Kommunen mit einer sehr pluralen und heterogenen Bevölkerungsstruktur wie der Stadt Ingolstadt Herausforderungen: 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.

Dies ist der Ansatzpunkt der Studie zu Familienbildungsangeboten, die das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt in Kooperation mit der Stadt Ingolstadt durchführte.

Systematisch wurde dabei ermittelt, welche Familienbildungsangebote durch verschiedene Träger bereits gemacht werden. Zudem wurde im Rahmen einer großen Bedarfserhebung untersucht, welche Angebote beispielsweise durch die Eltern wahrgenommen wurden und welche Themenfelder gewünscht werden.

Auf diese Weise durfte das ZFG erneut seine langjährigen Erfahrungen im Bereich der Familienbildungsforschung einbringen. Besonders wertvoll war dabei die enge Kooperation mit unserem Partner in der Praxis – der Stadt Ingolstadt. Damit ist die vorliegende Studie ein weiteres Beispiel für anwendungsorientierten Transfer von wissenschaftlicher Expertise in die Praxis.

Im vorliegenden Bericht werden die Ergebnisse der Erhebungen zusammengefasst. Interessierte erhalten so einen breiten Einblick in die bestehenden Familienbildungsangebote, das Nutzungsverhalten und die Bedarfe der Eltern im Kontext von Familienbildung in der Stadt Ingolstadt. Dies stellt eine hervorragende Basis für die Weiterentwicklung des Familienbildungskonzepts in der Stadt Ingolstadt dar.

Diese Studie konnte nur durch die hervorragende Zusammenarbeit mit verschiedenen Beteiligten erfolgreich durchgeführt werden. Dafür bedanke ich mich im Namen des ZFG-Teams herzlich.



Prof. Dr. Klaus Stüwe

Direktor Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft

Kurzüberblick

- Insgesamt wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme 160 Einrichtungen angeschrieben. 71 haben den Fragebogen ausgefüllt. Dies ergibt einen ausgesprochen positiven Rücklauf von 44,4 %.
- 73,2 % der Einrichtungen gaben an, dass sie Familienbildungsveranstaltungen durchführen, 15,5 % sind sich unsicher und 11,3 % machen keine Angebote im Bereich Familienbildung.
- Zu den Themen „Gesundheitsförderung“ (51,1 %), „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ (38,3 %) und „Förderung der Erziehungskompetenz“ (36,2 %) machten die meisten Träger 2019 Angebote.
- Für die Elternbefragung wurden 2.500 Fragebögen an Familien in der Stadt Ingolstadt verteilt. Davon konnten 979 ausgewertet werden. Dies ergibt für die Papierbefragung einen sehr hohen Rücklauf von 39,2 %.
- Außerdem hatten die Eltern die Möglichkeit, sich online an der Umfrage zu beteiligen. Dieses Angebot nutzten 414 Personen. Der Online-Fragebogen war neben Deutsch auch auf Englisch, Türkisch, Russisch und Rumänisch verfügbar.
- 42 % der Eltern haben bereits von Familienbildungsangeboten in Ingolstadt gehört, weitere 14,8 % sind sich diesbezüglich unsicher und die übrigen 43,1 % gaben an, diese nicht zu kennen.
- Von den Eltern, welche Familienbildung kennen, nutzten 36,5 % bereits entsprechende Angebote.
- Zeitmangel stellt mit 41,3 % den häufigsten Hinderungsgrund für die Teilnahme dar.
- Mutter-Kind bzw. Eltern-Kind-Gruppen oder -Treffs (59,7 %) wurden dabei am meisten besucht.
- Viele Eltern haben durch eine persönliche Empfehlung (z. B. Familie/Freunde: 48,8 %) sowie durch Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (42,2 %) von den Familienbildungsangeboten erfahren.
- Vor allem zu folgenden Themen wünschen sich die Eltern mehr Angebote: „Freizeitgestaltung“ (35,8 %), „Gesundheit“ (31,9 %), „Umgang mit (neuen) Medien/Medienerziehung“ (29,5 %), „Schulprobleme/Lernprobleme“ (27 %).
- 29,3 % der befragten Eltern kennen die Familienstützpunkte. Am bekanntesten ist der Familienstützpunkt „familienSchwinge“.

1. Gründe zur Durchführung der Studie

Täglich sind Eltern mit der Kindererziehung betraut und stellen sich damit einer schönen Aufgabe, die aber auch fordernd sein kann. Obwohl die Rolle und Bedeutung der Betreuungseinrichtungen für Kinder zunimmt, weil Eltern – egal ob Mütter oder Väter – immer früher wieder ihre Erwerbstätigkeit aufnehmen, bleibt die Pflege und Erziehung von Kindern primär eine elterliche Aufgabe.

Der klare Erziehungsauftrag für die Eltern ergibt sich aus dem Grundgesetz, dem Sozialgesetzbuch VIII und dem Bürgerlichen Gesetzbuch.

Artikel 6 Abs. 2 des Grundgesetzes 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“¹.

Das bedeutet, dass Eltern sowohl das Recht als auch die Pflicht zur Erziehung ihrer Kinder haben.

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

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

Die Grundrechte und das Kindeswohl stellen dabei die Grenzen für die Eltern bei ihrem Recht und ihrer Pflicht auf Erziehung dar.³

Aus der Entwicklung der Kinder, der familiären Situation und der Situierung der Familie in der Gesellschaft können während des Heranwachsens und der Erziehung der Kinder Fragen, Herausforderungen und Probleme folgen. Darüber hinaus kann sich auch durch Aspekte, die gesamtgesellschaftlich von Bedeutung sind, wie zunehmender Medienkonsum, Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf etc. Beratungs- und Informationsbedarf ergeben, der im Zusammenhang mit Erziehungs- und Familienfragen steht.

Zur Beantwortung ihrer Fragen brauchen Eltern entsprechende Angebote und Ansprechpartner. In § 16 SGB VIII ist diese Unterstützung und Förderung von Erziehung in der Familie genauer definiert:

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

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

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

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

2. Angebote der Beratung in allgemeinen Fragen der Erziehung und Entwicklung junger Menschen,

3. Angebote der Familienfreizeit und der Familienerholung, insbesondere in belastenden Familiensituationen, die bei Bedarf die erzieherische Betreuung der Kinder einschließen.

(3) Müttern und Vätern sowie schwangeren Frauen und werdenden Vätern sollen Beratung und Hilfe in Fragen der Partnerschaft und des Aufbaus elterlicher Erziehungs- und Beziehungskompetenzen angeboten werden.⁴

Die Definition zu Familienbildung von Martin Textor (Pädagoge und Psychologe), der sich mit Familienbildung beschäftigt, bündelt zentrale Faktoren des angeführten Paragraphen aus dem SGB VIII:

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

² § 1626 Abs. 2 Bürgerliches Gesetzbuch

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

⁴ § 16 SGB VIII.

„Durch Familienbildung sollen Kenntnisse und Fertigkeiten vermittelt werden, die zu einer stabilen und befriedigenden Partnerschaft beitragen, Eltern die Erziehung ihrer Kinder zu zufriedenen und lebensächtigen Menschen erleichtern, eine rationelle Haushaltsführung und gesunde Ernährung gewährleisten sowie eine sinnvolle, abwechslungsreiche und auch entspannende Freizeitgestaltung ermöglichen. Die Angebote beziehen sich somit auf die private Lebensführung: Es sollen alltagsrelevante Kenntnisse erworben werden, aber auch Kompetenzen, die z. B. das Lösen von Problemen und Konflikten, eine gute ‚Streitkultur‘ und das Bewältigen von Belastungen gewährleisten. Darüber hinaus sollen Familien zur Selbsthilfe, zum Aufbau stabilisierender sozialer Netze und zur Beteiligung am Gemeinschaftsleben befähigt werden⁵.“

Über verschiedene Angebote kann daher durch Familienbildung ein entscheidender Beitrag bei der Unterstützung von Familien in ihrem Erziehungsauftrag geleistet werden. Konkret bietet sich dafür ein breites Spektrum an Veranstaltungsformen und Themen durch verschiedene Anbieter an:

Das Ziel von Familienbildung ist, Eltern und Familien Informationen und Unterstützung in allen Lebenslagen und zu verschiedenen Fragen anzubieten.

Familienbildung erfolgt z. B. durch:

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

Familienbildung findet in unterschiedlichen Formaten statt, z. B.:

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

Familienbildung wird von unterschiedlichen Veranstaltern angeboten, z. B.:

- Kindergärten und Schulen
- Kirchen
- Freie Träger (z. B. Caritas)
- Öffentliche Träger (z. B. Stadt Ingolstadt)

Familienbildung umfasst folgende Themengebiete, z. B.:

- Entwicklung und/oder Erziehung des Kindes
- Ernährung
- Gesundheit
- Behinderung
- Partnerschaft/Elternschaft
- Freizeitgestaltung für Familien
- Migration und Vielfalt der Kulturen
- Politische Bildung in der Familie
- Recht/Finanzen (z. B. Informationen zur familiären Finanzplanung)
- Schule/Lernen
- Schwangerschaft/Geburt
- Entwicklung der Sexualität
- Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder
- Vorbeugung von Suchterkrankungen
- Haushaltsführung
- Umgang mit neuen Medien
- Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung
- Berufliche Orientierung der Jugendlichen

Damit die Familienbildungsangebote ihre Wirkung entfalten können, ist es grundlegend, diese möglichst bedarfs- und zielgruppengerecht zu gestalten. Dies ist vor allem wegen der aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und Herausforderungen von Bedeutung. Dazu zählen beispielsweise Fragen nach der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, sich ausdifferenzierende Familienformen sowie Migration und Integration.

Vor diesem Hintergrund erfolgte im Jahr 2015 bereits die erste Befragung zu Familienbildung in der Stadt Ingolstadt. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die Erstellung eines Familienbildungskonzepts für die Stadt und die Einrichtung dreier Familienstützpunkte im Rahmen des Förderprogramms

⁵ Textor, Martin: Familienbildung. In: Ecarius, Jutta (Hrsg.): Handbuch Familie. Wiesbaden 2007, S. 369.

zur strukturellen Weiterentwicklung kommunaler Familienbildung und von Familienstützpunkten des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales. Im Zuge der Konzeptfortschreibung wurde nun eine Folgebefragung durchgeführt, die ebenfalls das oben genannte Ziel verfolgt. Mit Hilfe der aktuellen Ergebnisse können Angebotsanpassungen vorgenommen werden.

Familienstützpunkte als Bestandteil von Familienbildung sind Kontakt- und Anlaufstellen, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Kommune zur Verfügung stellen. Darüber hinaus sind die Familienstützpunkte eingebettet in ein Netz weiterer sozialer Einrichtungen.

Mit der Folgebefragung stehen der Stadt Ingolstadt als Auftraggeber der Evaluation zahlreiche Daten zur Verfügung auf deren Basis Familienbildungsangebote in der Stadt Ingolstadt weiterentwickelt werden können. Umfassen kann dies sowohl die Schaffung neuer Angebote als auch die Anpassung und ggf. den Ausbau bereits bestehender Angebote.

Familienfreundlichkeit ist als einer der zentralen Standortfaktoren auf kommunaler Ebene zu betrachten. Vor diesem Hintergrund spielt auch die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote eine große Rolle. Zudem kann sich durch die zunehmende Migration in den letzten Jahren und die damit einhergehenden Integrationsaufgaben ein vermehrter Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen ergeben.

All dies bildet das Aktionsfeld ‚Familienbildungsmaßnahmen‘, an dem in der Stadt Ingolstadt bereits intensiv gearbeitet wird. Um die genannten Studienziele zu erreichen, erfolgte sowohl eine Befragung der Träger (Bestandsaufnahme) als auch von Eltern (Bedarfserhebung) in der Stadt Ingolstadt.

Die Bestandsaufnahme (Anbieterbefragung) umfasste die Befragung öffentlicher, kirchlicher und freier Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen. Dies ermöglicht die Darstellung der bestehenden Angebote und Rahmenbedingungen von Familienbildung in der Stadt Ingolstadt.

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

Auf Grundlage der vielfältigen Ergebnisse wurden Schwerpunkte entwickelt, die den Verantwortlichen von Familienbildung in der Stadt Ingolstadt dazu dienen können, Familien weiterhin und noch besser durch den Erziehungs- und Familienalltag zu begleiten.



2. Projektdesign

Die Studie diente der Beantwortung der folgenden Fragen:

- Welche Familienbildungsangebote gibt es bereits in der Stadt Ingolstadt und wie gestalten sich diese konkret?
- Wie sieht das Nutzungsverhalten der Eltern in Bezug auf Familienbildung aus?
- Was hindert Eltern an der Wahrnehmung von Familienbildungsangeboten?
- Wie gestalten sich die Wünsche der Eltern in Bezug auf die Familienbildung in der Stadt Ingolstadt?
- Welche Schwerpunkte können die Verantwortlichen der Stadt Ingolstadt auf Basis der Ergebnisse bei der Weiterentwicklung des Familienbildungskonzepts verfolgen?
- Wie gestalten sich die aktuellen Ergebnisse im Vergleich zur ersten Erhebung im Jahr 2015?

Antworten auf die Fragen geben sowohl die Ergebnisse der Träger- als auch der Elternbefragung.

Die bestehenden Familienbildungsangebote wurden über einen teilstandardisierten Fragebogen erfasst. Dieser konnte von den Trägern zum einen direkt online ausgefüllt werden. Zum anderen hatten sie die Möglichkeit, die per Mail verschickte Umfrage auszudrucken und per Post zurückzuschicken.

Der Träger-Fragebogen beinhaltet folgende Themengebiete:

- Angaben zum Anbieter,
- Gestaltung der Angebote (Themen, Veranstaltungsorte und -arten),
- Zielgruppen der Veranstaltungen und Träger
- Bewerbung der Angebote.

Den Bezugszeitraum bei den Angaben stellte das Jahr 2019 dar.

Die Eltern wurden ebenfalls gebeten einen teilstandardisierten Fragebogen auszufüllen (Bedarfsanalyse). Gewählt wurde eine Kombination aus einer Papier- und einer Onlinebefragung. Im Rahmen der Papierbefragung wurden 2.500 Fragebögen an Schüler in Ingolstädter Grund- und Mittelschulen verteilt. Es handelte sich dabei um eine Stichprobenziehung, bei der folgendermaßen vorgegangen wurde:

Aufbauend auf den Ergebnissen der in den Jahren 2015/2016 durchgeführten Erstbefragung zur Familienbildung wurde von der Stadt Ingolstadt festgelegt, dass 1.500 Fragebögen in den Grundschulen und 500 Fragebögen in den Mittelschulen verteilt werden sollen. In den Grundschulen konnte damit knapp ein Drittel (31 %) der 4.879 Schüler einen Fragenbogen erhalten, in den Mittelschulen lag dieser Anteil bei etwas mehr als einem Fünftel (22 %) der 2.282 Schüler (Stand der Schülerzahl: 18.09.2020).

Um Eltern aus dem gesamten Stadtgebiet Ingolstadts zu erreichen und sicherzustellen, dass sich die gegebene geographische Verteilung der Eltern auf verschiedene Stadtviertel bzw. Schulsprengel auch in der Stichprobe widerspiegelt, wurde der Stichprobenziehung eine nach Schulen geschichtete Zufallsstichprobe zu Grunde gelegt. Das bedeutet, dass in jeder Grundschule ein Anteil von 31 % der Schüler einen Fragebogen erhalten sollte; in den Mittelschulen lag dieser Anteil entsprechend bei 22 %.

Ein weiteres Kriterium für die Stichprobenziehung war, dass die Verteilung der Fragebögen an ganze Klassen erfolgen sollte. Dieses Vorgehen minimiert den Aufwand der Lehrkräfte für das Austeilen und Einsammeln der Fragebögen und ermöglicht so einen höheren Rücklauf als bei einer Verteilung der Fragebögen an jeden dritten Schüler innerhalb aller Klassen.

Die Stichprobenziehung wurde mit Hilfe des Statistikprogramms Stata durchgeführt. Die Grundlage für die Stichprobenziehung war ein Datensatz des staatlichen Schulamts Ingolstadt, der für alle Klassen der Grund- und Mittelschule die jeweilige Schülerzahl enthält (Stand: 18.09.2020). Um die beiden Vorgaben – Schichtung der Stichprobe nach Schulen und klassenweise Befragung – zu erfüllen, wurde eine nach Schulen geschichtete Zufallsstichprobe mit in Klassen geclusterten Schülern gezogen.

Anschließend erfolgte die Verteilung über die Schulen in enger Kooperation mit dem Schulamt.

Damit sich auch Eltern an der Befragung beteiligen konnten, die über die Stichprobe keinen Papier-Fragebogen erhalten hatten, stand der Fragebogen zusätzlich online zur Verfügung. Auf diese Möglichkeit wurde über Postkarten hingewiesen, die in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie über verschiedene Beratungsstellen verteilt wurden. Weiterhin erfolgte eine Bewerbung der Befragung über Plakate sowie über die lokalen Medien.

Der Online-Fragebogen konnte neben Deutsch auch in Englisch, Türkisch, Russisch und Rumänisch ausgefüllt werden. Auf diese Möglichkeit wurde ebenfalls intensiv hingewiesen.

Die Befragung fand zwischen Mitte November und Ende Dezember 2020 statt.

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

Der Eltern-Fragebogen umfasste folgende Schwerpunkte:

- Bisheriges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten (Kenntnis der Angebote, Häufigkeit der Nutzung, Art und Themen der besuchten Veranstaltungen etc.),
- Bedarfe in Bezug auf Familienbildung (Wünsche zu Themen, Veranstaltungsarten und -orten)
- Demographische Angaben.

Zielgruppe waren die Eltern minderjähriger Kinder.

3. Strukturanalyse der Stadt Ingolstadt

Die Stadt Ingolstadt liegt im Zentrum Bayerns und ist Teil der Europäischen Metropolregion München sowie der Region 10. Zur Europäischen Metropolregion München gehören insgesamt sechs kreisfreie Städte sowie 27 Landkreise. Bei der Region 10 handelt es sich um einen Zusammenschluss der Stadt Ingolstadt mit den sie umgebenden Landkreisen Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen und Pfaffenhofen.

Aufgrund ihrer Lage ist die Stadt Ingolstadt infrastrukturell eng angebunden an die Ballungszentren München und Nürnberg sowie weitere Großstädte in näherer und weiterer Umgebung.⁶

Abbildung 1: Lage der Stadt Ingolstadt in Bayern

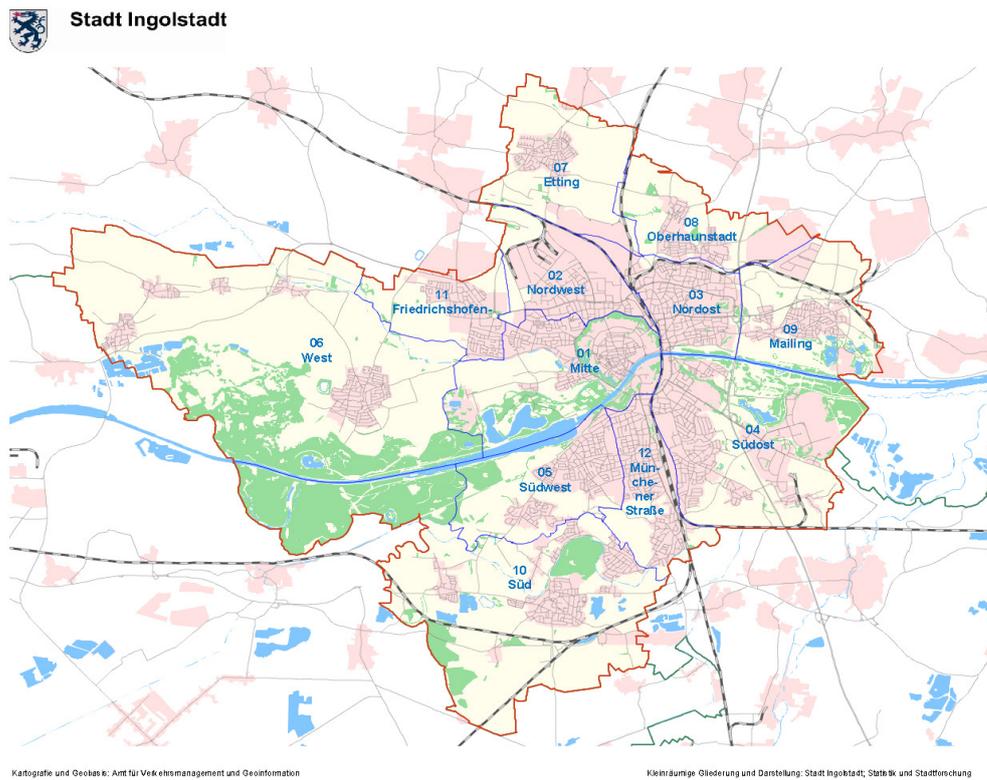


Quelle: IFG Ingolstadt AöR, Graphik: Ferreira

Das Stadtgebiet Ingolstadt ist untergliedert in 12 Stadtbezirke: Mitte, Nordwest, Nordost, Südost, Südwest, West, Etting, Oberhaunstadt, Mailing, Süd, Friedrichshofen-Hollerstauden, Münchener Straße.

⁶ IGF Ingolstadt (o. J.). Lage und Anbindung. www.ingolstadt-ifg.de/wirtschaft-foerdern/lage-anbindung [Stand: 2021-05-19].

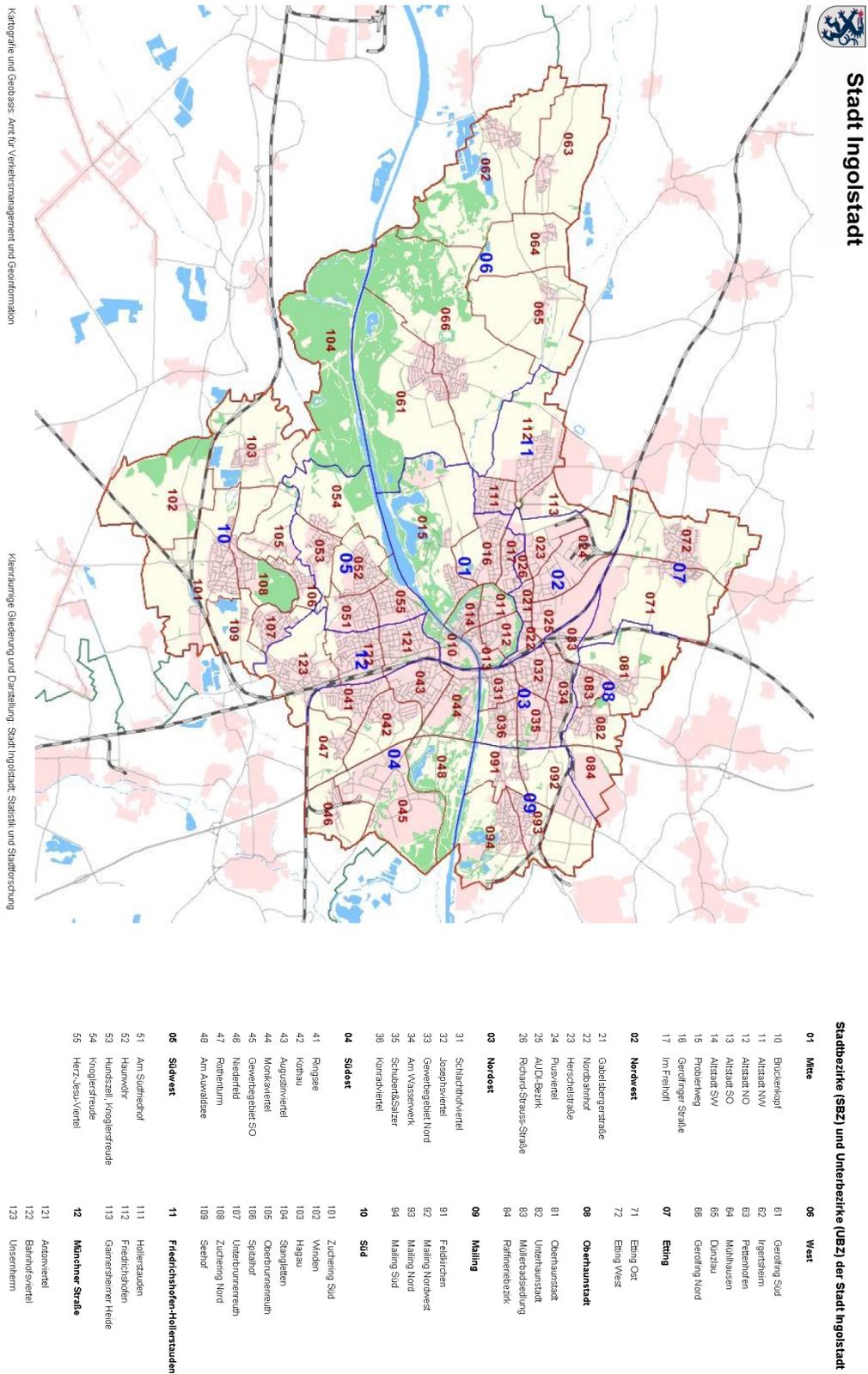
Abbildung 2: Die Stadtbezirke der Stadt Ingolstadt



Quelle: Amt für Verkehrsmanagement und Geoinformation / Statistik und Stadtforschung der Stadt Ingolstadt

Die Stadtbezirke unterteilen sich wiederum in insgesamt 54 Unterbezirke:

Abbildung 3: Die Unterbezirke der Stadt Ingolstadt



Quelle: Amt für Verkehrsmanagement und Geoinformation der Stadt Ingolstadt / Statistik und Stadtforschung der Stadt Ingolstadt

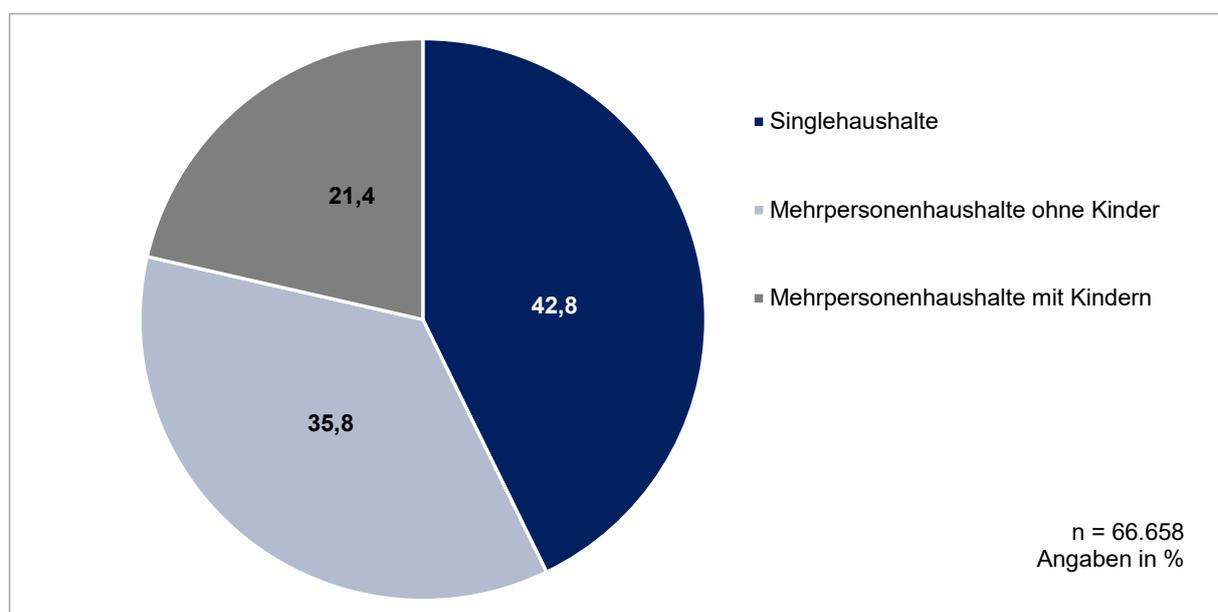
Insgesamt 138.230 Menschen lebten nach dem Melderegister zum 31.12.2020 in der Stadt Ingolstadt.⁷

Die Stadt erstreckt sich über eine Fläche von 133,4 km².⁸ Somit ergibt sich mit über 1.000 Einwohnern/km² (1.037)⁹ eine extrem dicht besiedelte Fläche im Vergleich zu Bayern (186 Einwohner/km²) und Deutschland (233 Einwohner/km²) (Stand: 31.12.2019).¹⁰

Die Ingolstädter leben in insgesamt 66.658 Haushalten (Stand 31.12.2020).¹¹ In 14.248 davon leben Kinder.¹² Damit liegt der Anteil der Haushalte mit Kindern an der Gesamtzahl der Haushalte in der Stadt Ingolstadt bei 21,4 %. Darüber hinaus gibt es 28.511 Singlehaushalte¹³ sowie 23.895 Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder¹⁴. Damit handelt es sich bei der Stadt Ingolstadt um eine singledominierte Kommune¹⁵.

Untenstehende Abbildung zeigt die Verteilung verschiedener Haushalte in der Stadt Ingolstadt.

Abbildung 4: Anteile der verschiedenen Haushaltstypen in der Stadt Ingolstadt



Quelle: Eigene Darstellung nach: Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 59.

Innerhalb der Stadt Ingolstadt leben die meisten Familien (2.104) im Stadtbezirk Nordost. Die wenigen Familien wohnen in Mailing (544 Haushalte mit Familien) (siehe Abb. 5).

⁷ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 7.

⁸ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 27.

⁹ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 27.

¹⁰ Statistisches Bundesamt (2020). Publikation Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2019. www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/02-bundeslaender.html [Stand: 2021-06-22].

¹¹ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 59.

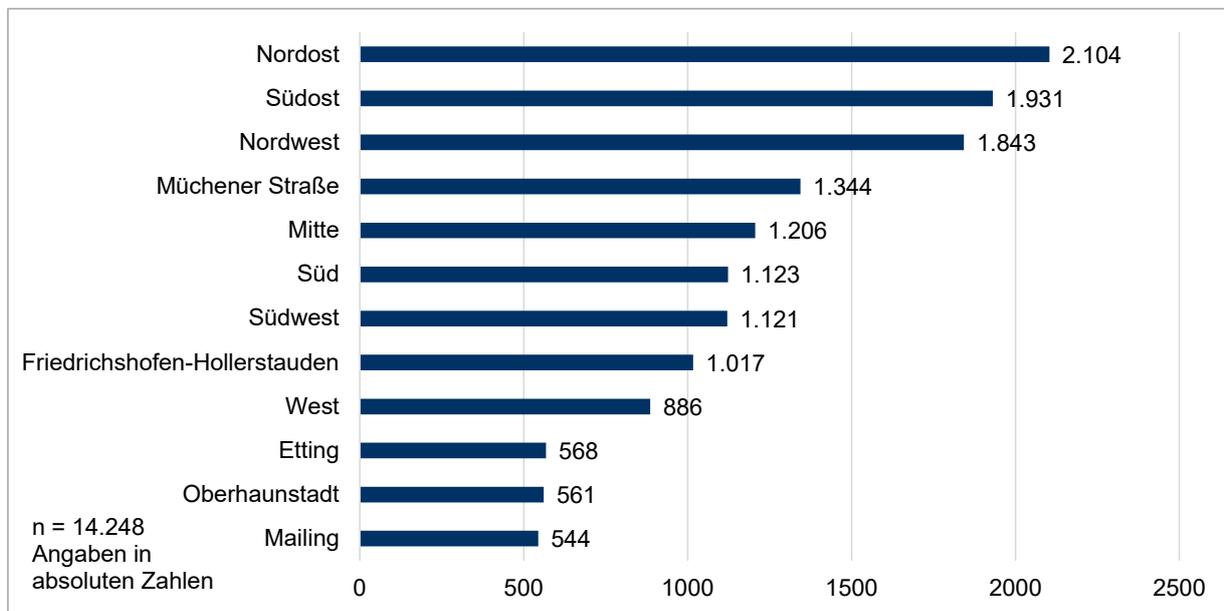
¹² Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 59.

¹³ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 59.

¹⁴ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 59.

¹⁵ Siehe dazu genauer: Stadt Ingolstadt – Amt für Jugend und Familie (2019). Jahresbericht Amt für Jugend und Familie Ingolstadt 2019, S. 29.

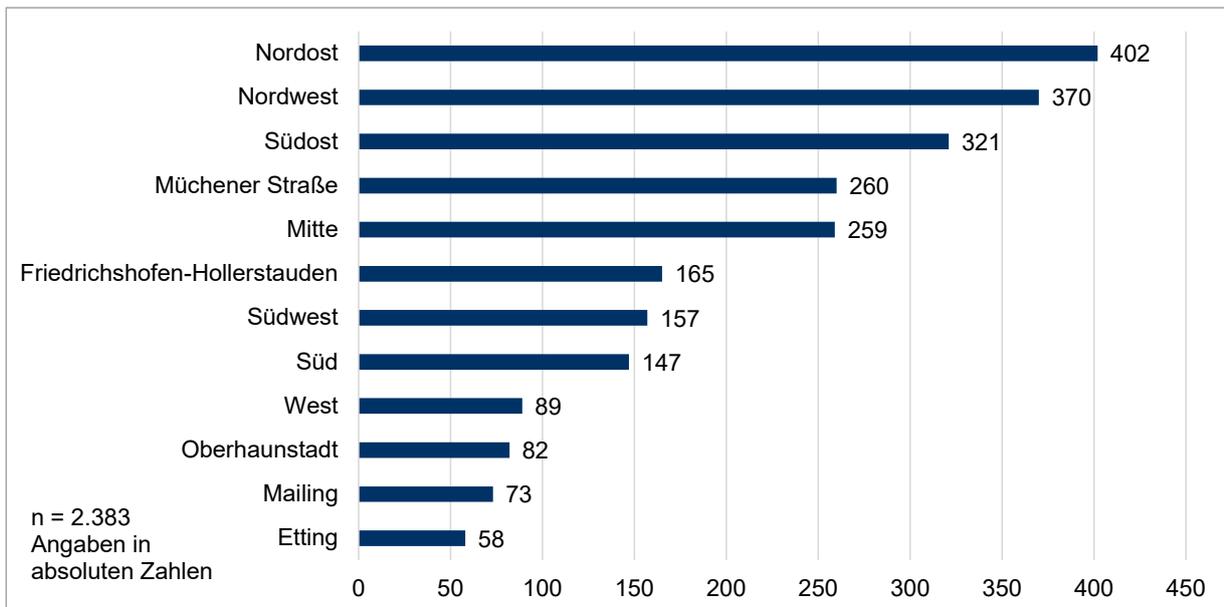
Abbildung 5: Anzahl der Mehrpersonenhaushalte mit Kindern in den verschiedenen Ingolstädter Stadtbezirken



Quelle: Eigene Darstellung nach: Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung (2021). Haushalte. Haushalte mit Kindern (31.12.2020). https://statistik.ingolstadt.de/?indicator=i135&date=31.12.2020&prop_legendClassifier=natural&pal_defaultPaletteId=Sequential%20Cyan&pal_defaultSchemeId=categoricScheme1&pal_noClasses=5&bbox=4439621.55065416%2C5393438.287500001%2C4469403.479345841%2C5410451.602499999 [Stand: 2021-08-12].

Genauer betrachtet leben in der Stadt Ingolstadt 2.383 Ein-Eltern-Familien, wobei die Zahl im Nordosten (402) am höchsten und in Etting (58) am niedrigsten ist, wie aus Abbildung 6 hervorgeht.

Abbildung 6: Anzahl der Ein-Eltern-Familien mit Kindern unter 18 Jahren in den verschiedenen Ingolstädter Stadtbezirken



Quelle: Eigene Darstellung nach: Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung (2021). Haushalte. Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren (31.12.2020). https://statistik.ingolstadt.de/?indicator=i135&date=31.12.2020&prop_legendClassifier=natural&pal_defaultPaletteId=Sequential%20Cyan&pal_defaultSchemeId=categoricScheme1&pal_noClasses=5&bbox=4439621.55065416%2C5393438.287500001%2C4469403.479345841%2C5410451.602499999 [Stand: 2021-08-12].

Laut Auskunft des Sachgebiets Statistik und Stadtforschung lag die Geburtenziffer in Ingolstadt im Jahr 2020 bei 1,59. Sie liegt damit leicht über dem bayerischen Durchschnitt von 1,55.¹⁶

2020 besuchten 1.415 Kinder unter drei Jahren eine Betreuungseinrichtung. Damit lag die Betreuungsquote für diese Altersspanne bei 31,5 %. Eine deutlich größere Zahl an Kindern (4.135) besuchte Kindergärten, was einer Betreuungsquote von 99,8 % entspricht. Im Grundschulalter wurden 3.200 Kinder betreut (Betreuungsquote: 62 %)¹⁷.

Die vorgestellten Zahlen dienen dazu, die folgenden Ergebnisse besser einordnen zu können.

¹⁶ Statistisches Bundesamt (2020). Presse. Geburtenziffer 2019 auf 1,54 Kinder je Frau gesunken. Frauen bei Geburt des ersten Kindes im Durchschnitt älter als 30 Jahre. www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/07/PD20_282_122.html [Stand: 2021-06-22].

¹⁷ Stadt Ingolstadt – Amt für Kinderbetreuung und vorschulische Bildung: Gesamtjahresbericht 2020. Ingolstadt 2021, S. 11-12.

4. Bericht zur Bestandsaufnahme

Die Bestandsaufnahme wurde zur Analyse der bisherigen Angebote zur Familienbildung in der Stadt Ingolstadt durchgeführt.

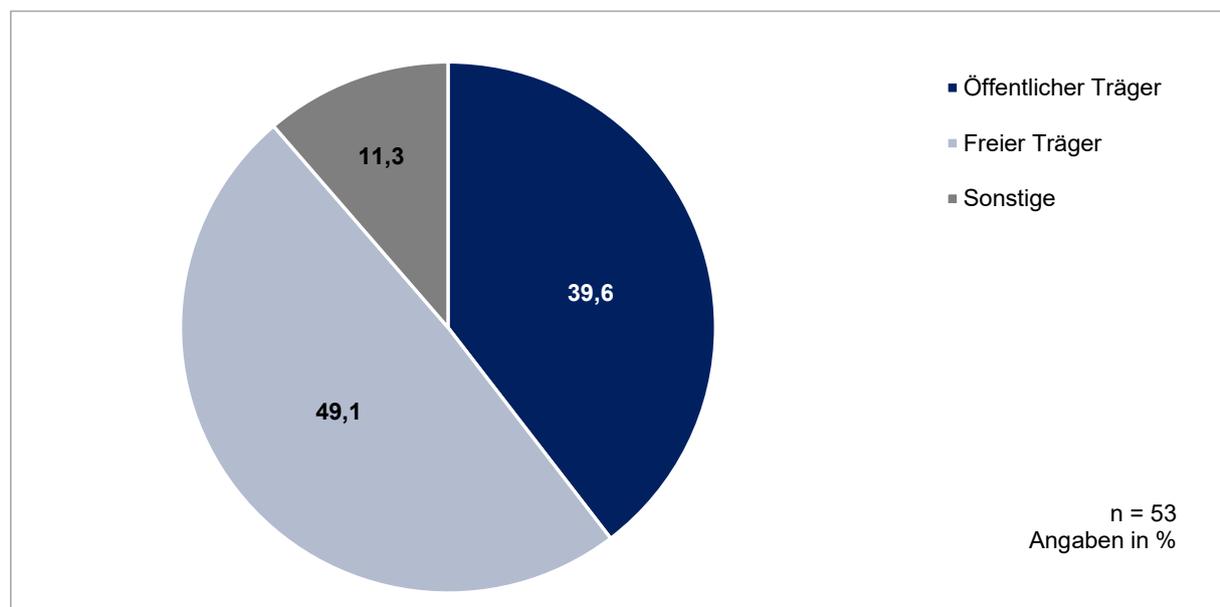
Die Träger wurden gebeten, zu folgenden Punkten Angaben zu machen:

- Art des Trägers,
- Ziele und Zielgruppen der Angebote,
- Themen und Arten der Veranstaltungen,
- Veranstaltungsorte,
- Bewerbung der Veranstaltungen.

Die Befragung wurde an insgesamt 160 Träger verteilt. 71 Träger beteiligten sich an der Studie. Dies ergibt einen Rücklauf von 44,4 %.

Bei knapp der Hälfte (49,1 %) handelt es sich um freie Träger, 39,6 % sind öffentliche Träger und 11,3 % konnten sich den eben genannten nicht zuordnen. Die meisten Befragten, welche die Kategorie „Sonstiges“ wählten, befinden sich in einer kirchlichen Trägerschaft.

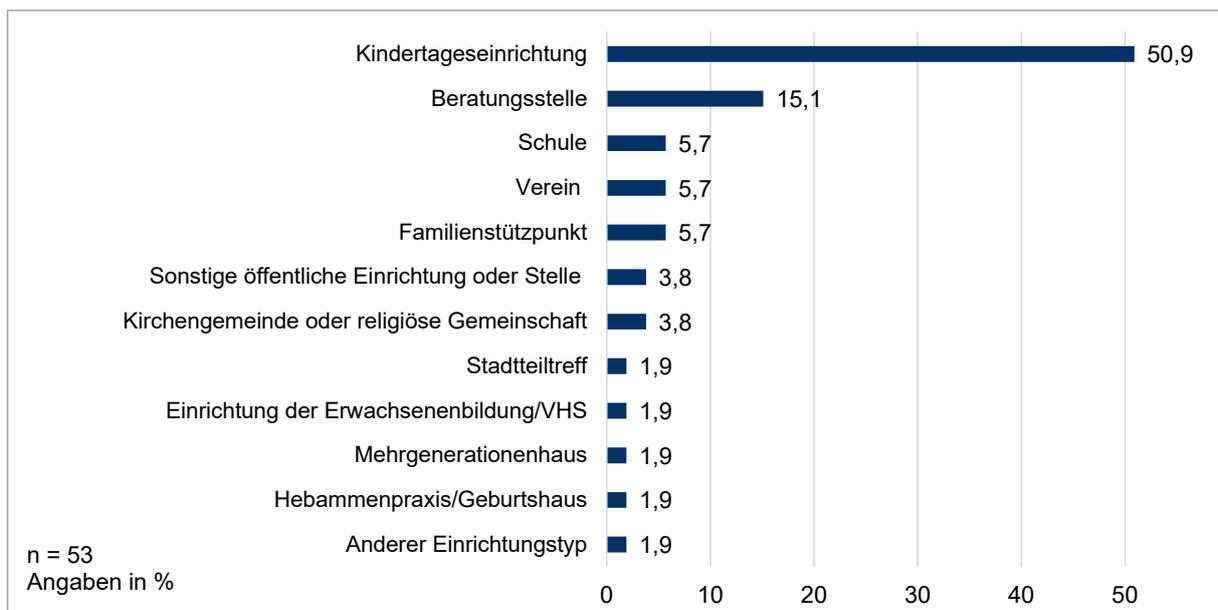
Abbildung 7: Trägerart



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Konkreter betrachtet zeigt sich: Die meisten Träger (50,9 %) sind Kindertageseinrichtungen. Mit großem Abstand folgen Beratungsstellen (15,1 %). Insgesamt machen die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen 56,6 % der Träger aus.

Abbildung 8: Trägertypen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Somit haben z. B. Arztpraxen und Selbsthilfeinitiativen nicht an der Trägerbefragung teilgenommen.

4.1 Zahl, Freqüentierung und Ort der Angebote

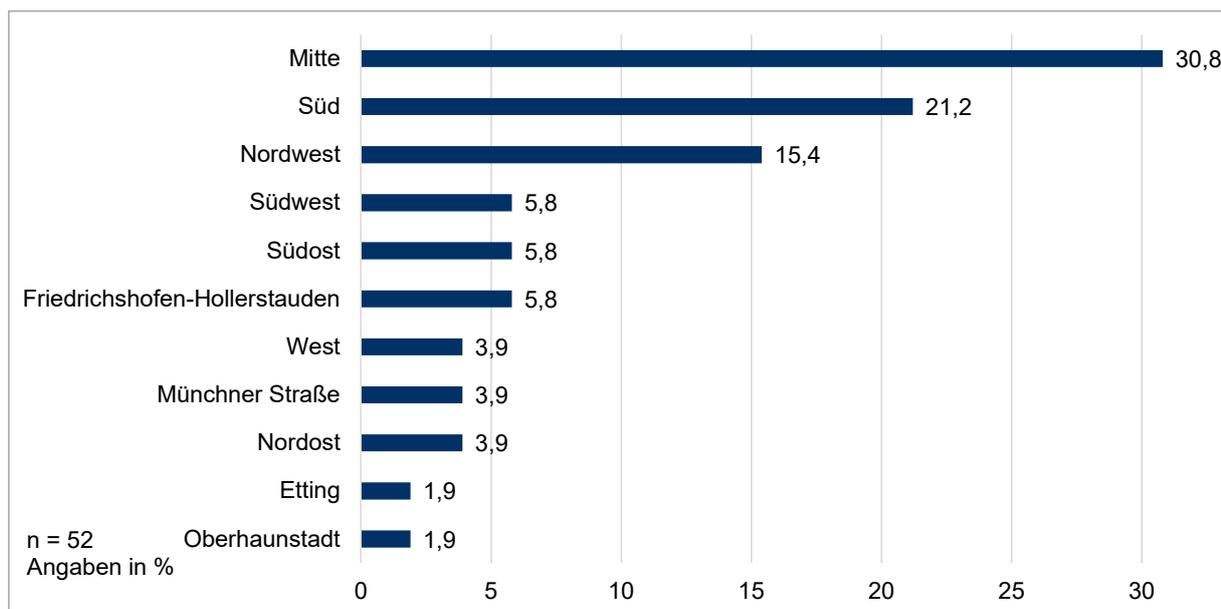
73,2 % – und damit eine deutliche Mehrheit – der Träger, die den Fragebogen ausfüllten, machten Familienbildungsangebote im Jahr 2019. Weitere 15,5 % sind sich unsicher und 11,3 % machten bislang keine Angebote.

Eine differenziertere Betrachtung zeigt: Alle Beratungsstellen, Einrichtungen der Erwachsenenbildung/VHS, Familienstützpunkte, Hebammenpraxen/Geburtshäuser, Kirchengemeinden, Mehrgenerationenhäuser, Stadtteiltreffs und sonstige öffentliche Einrichtungen oder Stellen (z.B. Gesundheitsamt, Sozialdienst, Jobcenter, Agentur für Arbeit) machten Angebote im Bereich der Familienbildung. Von den Kindertageseinrichtungen boten 77,8 % entsprechende Veranstaltungen an¹⁸, von den Schulen und den Vereinen jeweils 66,7 %. Von den beiden Letztgenannten gaben die übrigen 33,3% an, dass sie sich bezüglich gemachter Angebote von Familienbildung unsicher sind.

Die meisten befragten Träger haben ihren Sitz in der Stadtmitte (30,8 %), während in Etting und Oberhaustadt mit jeweils 1,9 % nur wenige angesiedelt sind. Keiner der befragten Träger ist in Mailing ansässig.

¹⁸ 11,1 % sind sich diesbezüglich unsicher und ebenfalls 11,1 % machten keine Familienbildungsangebote.

Abbildung 9: Stadtbezirke, in denen die befragten Träger ihren Sitz haben



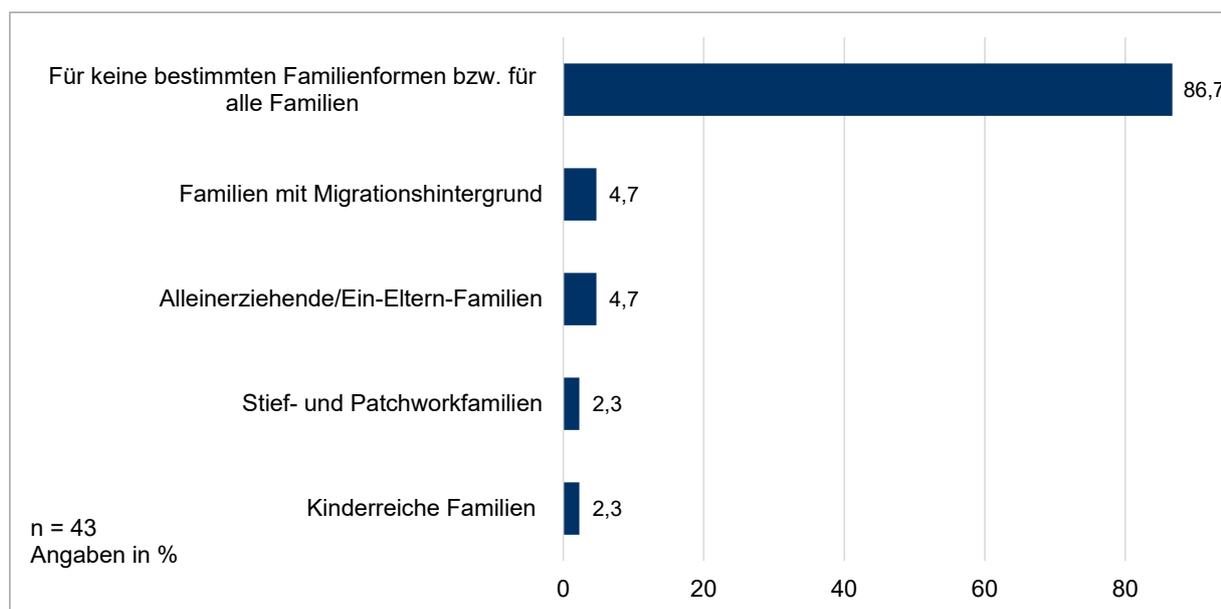
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Von den Trägern, die Angebote zur Familienbildung machen, befindet sich die Mehrheit (30,2 %) ebenfalls in Mitte, während in Etting und Mailing kein Träger mit Familienbildungsangeboten seinen Sitz hat.

4.2 Zielgruppen der Träger

Bezüglich der Zielgruppen der Träger konnten zwei zentrale Ergebnisse identifiziert werden. Erstens zeigt sich, dass eine sehr klare Mehrheit der Träger (86,7 %) keine spezielle Familienform fokussiert. Jeweils 4,7 % richten ihre Angebote speziell an Familien mit Migrationshintergrund sowie an Ein-Eltern-Familien und jeweils 2,3 % machen Angebote insbesondere für kinderreiche Familien und Stief- und Patchworkfamilien. Demnach gibt es keine Angebote speziell für Adoptiv- und Pflegefamilien, Regenbogenfamilien und Teenager-Eltern, sodass hier ein Ausbau für jene Familien denkbar wäre.

Abbildung 10: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Familienformen)

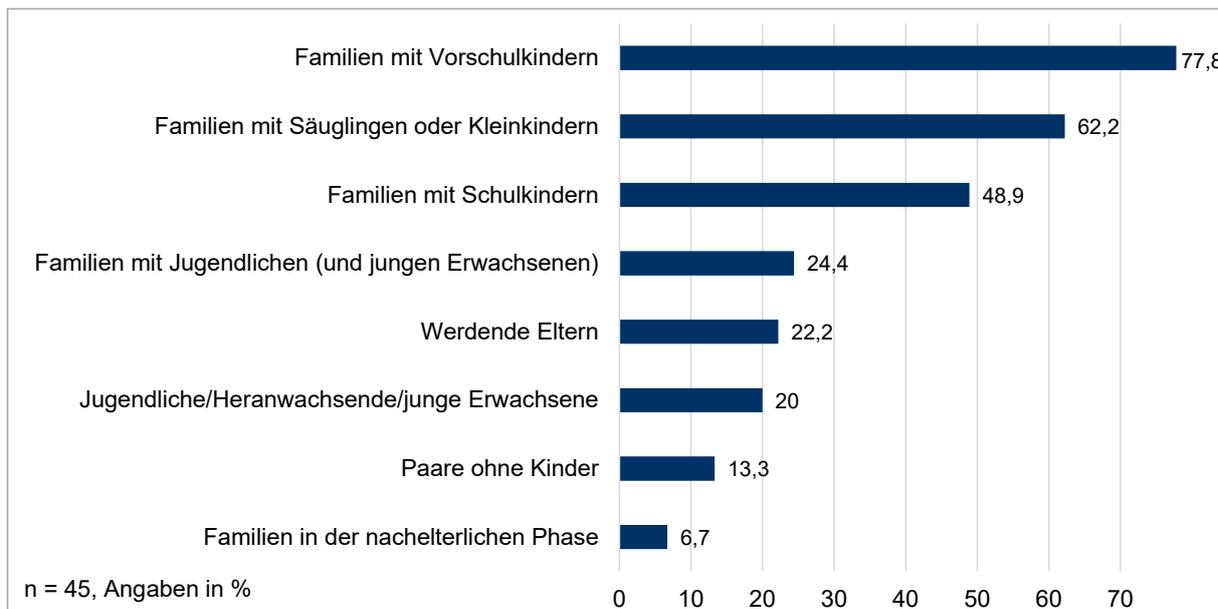


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Das zweite Ergebnis, das im Zusammenhang mit den Zielgruppen zu erkennen war, ist: Hauptzielgruppen sind Eltern mit Vorschulkindern sowie mit Kleinkindern und Säuglingen (siehe Abb. 11). Dies ist einfach zu erklären, da der Unterstützungsbedarf der Familien in diesen Lebensphasen am größten ist.

Dass nur recht wenige Veranstaltungen für Paare ohne Kinder angeboten wurden, ist ein Indiz dafür, dass Familienbildung erst mit der Schwangerschaft und der Geburt des Kindes relevant wird. Außerdem sind in dieser Phase für die Paare andere Anlaufstellen, wie Ärzte etc. von größerer Bedeutung. Auch für Familien in der nachelterlichen Phase gibt es wenige Angebote. Dies ist ebenso damit zu erklären, dass der Beratungsbedarf in dieser Phase deutlich geringer ist und sich die Betroffenen hier unter Umständen auch an andere Ansprechpartner, wie andere Eltern mit erwachsenen Kindern wenden.

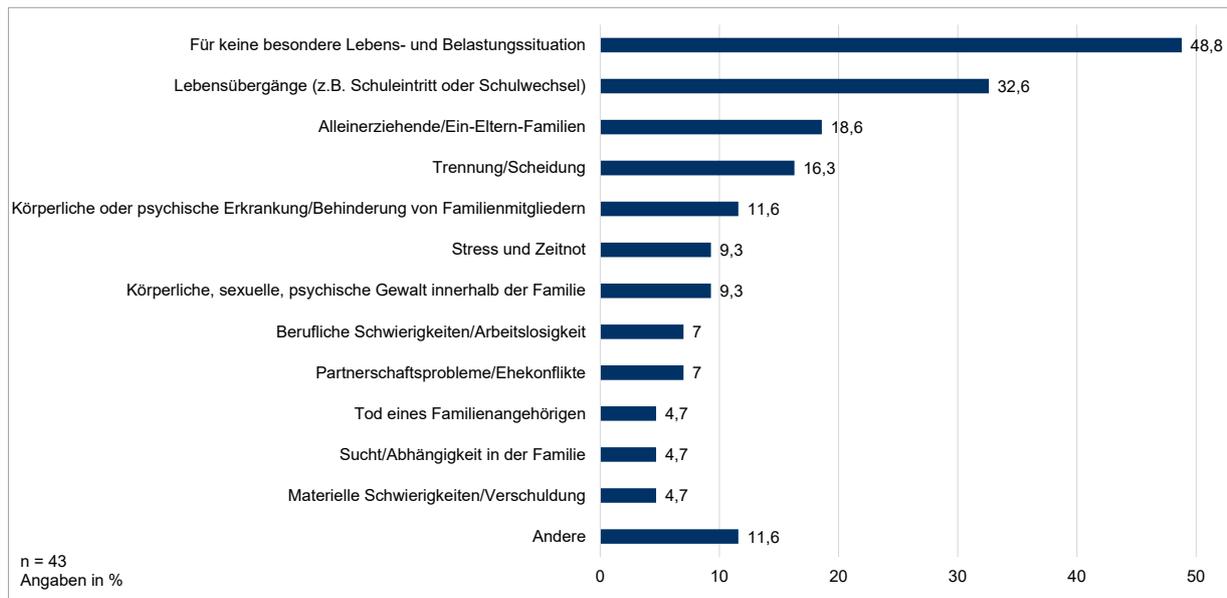
Abbildung 11: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Lebensphasen)



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Veranstaltungen der meisten Anbieter (48,8 %) waren auch nicht auf spezielle Lebens- oder Belastungssituationen ausgerichtet. 32,6 % der Träger möchten Familien ansprechen, die sich an Lebensübergängen (z. B. Schulwechsel) befinden. Seltener wurden der Tod eines Familienangehörigen, materielle Schwierigkeiten und Sucht/Abhängigkeit in der Familie genannt (jeweils 4,7 %).

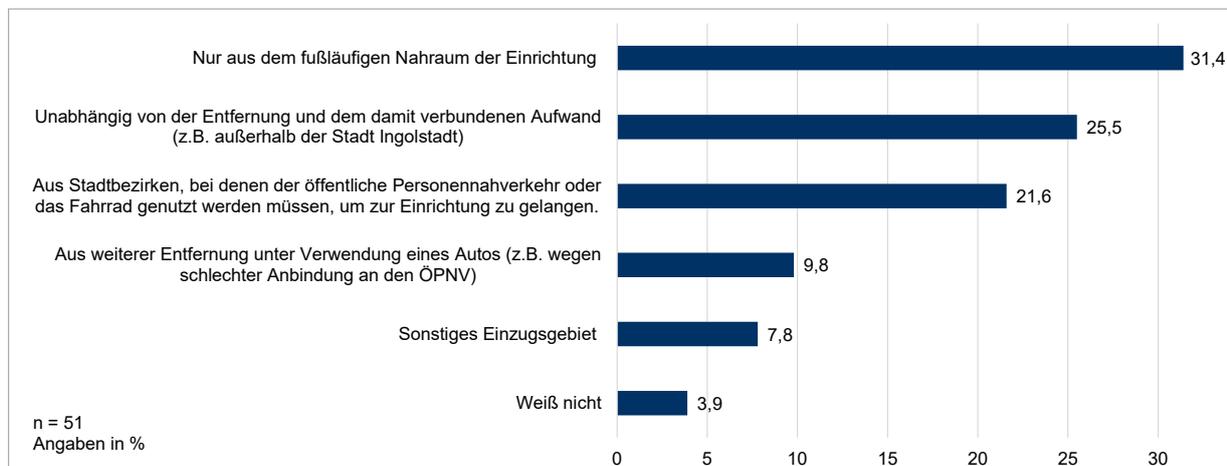
Abbildung 12: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach besonderen Lebens- oder Belastungssituationen)



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Darüber hinaus sollten die Träger die Frage beantworten, aus welchem Einzugsgebiet die Nutzer ihrer Angebote kommen: 31,4 % und damit die meisten Anbieter äußerten, dass ihr Einzugsgebiet überwiegend der fußläufige Nahraum ist. Bei über einem Viertel (25,5 %) ist das Einzugsgebiet sogar deutlich größer, da die Entfernung für die meisten Nutzer hier keine Rolle spielt.

Abbildung 13: Einzugsgebiet der befragten Träger

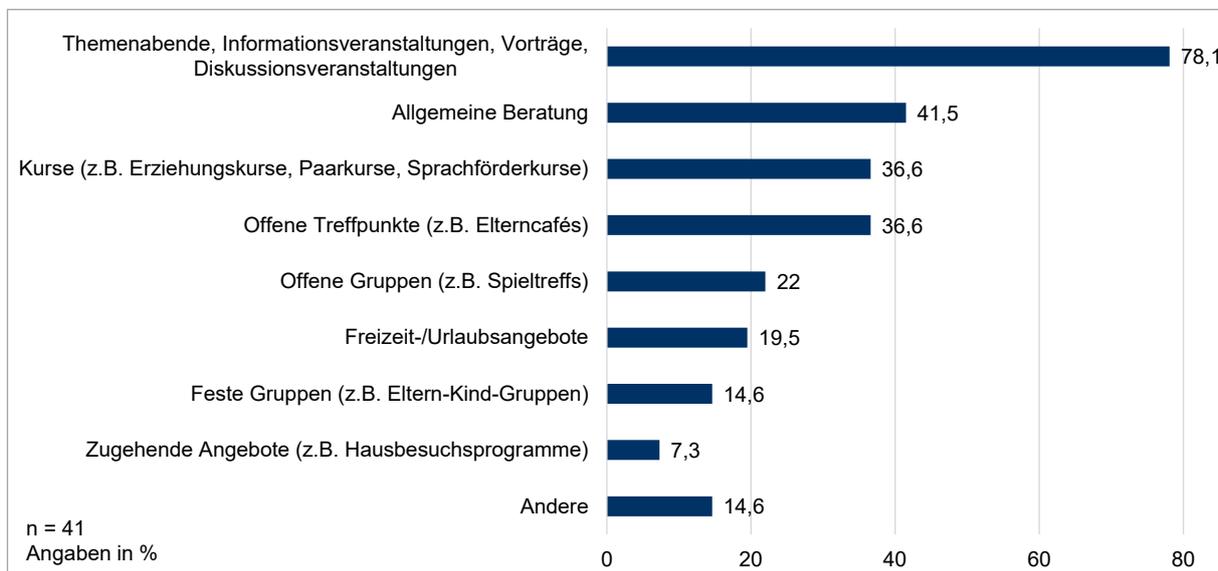


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.3 Veranstaltungsarten und Themen der Veranstaltungen

Die Veranstaltungsarten, welche die Träger am häufigsten anbieten, sind mit 78,1 % „Themenabende, Informationsveranstaltungen, Vorträge, Diskussionsveranstaltungen“. Mit 7,3 % werden hingegen zugehende Angebote (wie Hausbesuche) seltener angeboten.

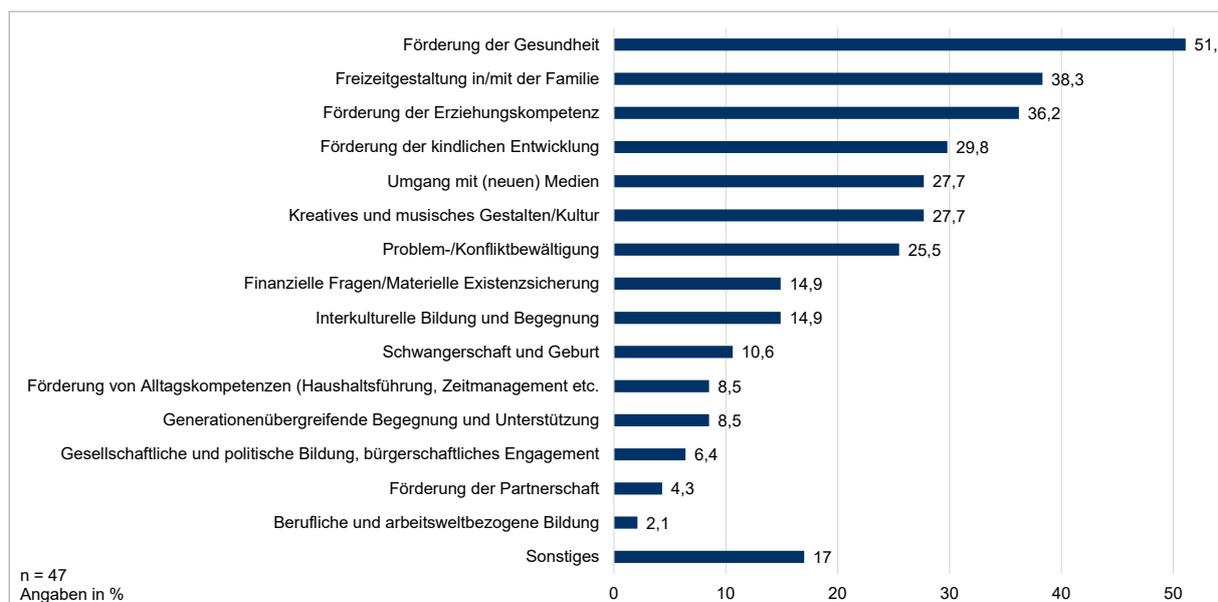
Abbildung 14: Angebotene Veranstaltungsarten



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Für die Themen ist der Bereich „Förderung der Gesundheit“ mit 51,1 % als ein Schwerpunkt zu erkennen. Mit etwas Abstand folgen „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ (38,3 %) und „Förderung der Erziehungskompetenz“ (36,2 %). Selten angeboten werden Veranstaltungen zur „Förderung der Partnerschaft“ (4,3 %) und „berufliche und arbeitsweltlich bezogene Bildung“ (2,1 %).

Abbildung 15: Themen der angebotenen Veranstaltungen

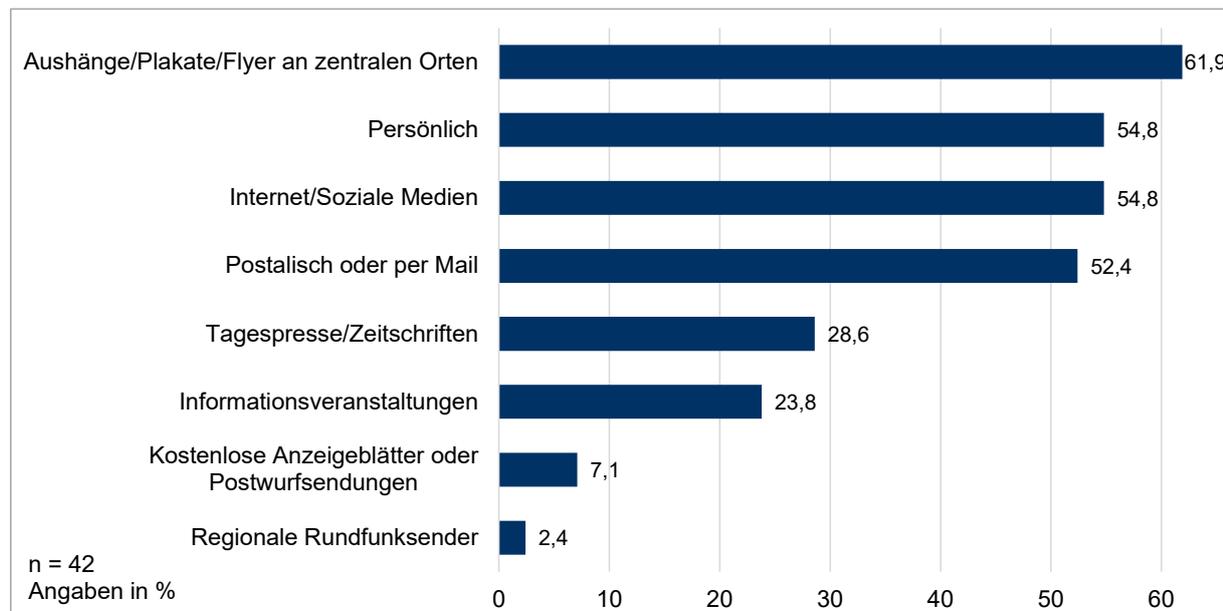


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.4 Werbung für die Veranstaltungen

Von großer Bedeutung für den Erfolg von Familienbildungsmaßnahmen ist deren Bewerbung, sodass die Familien von den Veranstaltungen erfahren. Daher wurden die Träger gebeten, sich zu den von ihnen genutzten Werbemitteln zu äußern. Das am häufigsten genutzte Werbemittel sind Aushänge/Plakate/Flyer an zentralen Orten (61,9 %). Auch der persönliche Kontakt, wenn Eltern also im Rahmen einer Beratung etc. auf Angebote aufmerksam gemacht werden, sowie das Internet und die sozialen Medien spielen mit 54,8 % eine bedeutende Rolle. Nur sehr wenige Träger (2,4 %) hingegen nutzen regionale Rundfunksender. Dies ist sicher mit den damit verbundenen Kosten zu erklären.

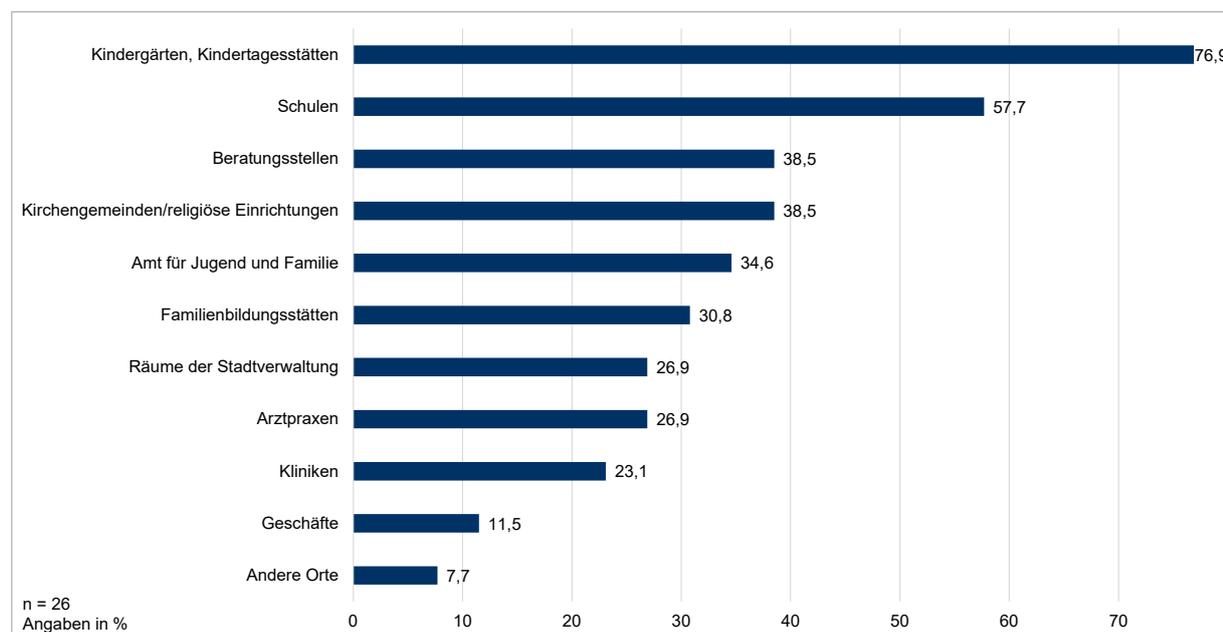
Abbildung 16: Werbemittel der Anbieter



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Träger, die Aushänge/Plakate und Flyer nutzen, wurden darüber hinaus gefragt, welche Orte sie dafür nutzen. Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen wurden hier von den meisten Anbietern genannt (Kindergärten/Kindertagesstätten 76,9 %; Schulen 57,7 %). Geschäfte werden seltener genutzt (11,5 %).

Abbildung 17: Orte, an denen über Plakate/Aushänge/Flyer auf die Familienbildungsveranstaltungen aufmerksam gemacht wird



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5. Bericht zur Bedarfsanalyse

Den Schwerpunkt dieser Studie stellt die Elternbefragung – die Bedarfsanalyse – dar.

Gegenstand des folgenden Kapitels ist zunächst eine Skizzierung zum Ablauf der Fragebogenverteilung sowie der Rücklaufquote. Daran schließt sich die Präsentation der zentralen Ergebnisse der Elternbefragung an.

Folgende Überpunkte werden bei der Ergebnispräsentation behandelt:

- Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer,
- Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten,
- Wünsche zu Veranstaltungsarten, -themen und -orten.

5.1 Umfang der Studie

Der Fragebogen bestand aus insgesamt 26 Fragen¹⁹. Die Befragung richtete sich an Eltern mit minderjährigen Kindern, wohnhaft in der Stadt Ingolstadt. Die Verteilung der 2.500 Papierfragebögen (im Rahmen der Stichprobenziehung) erfolgte an 18 Grund- und acht Mittelschulen.

Ausgewertet wurden schließlich 979 Papierfragebögen. Daraus folgt für die Papierbefragung eine Rücklaufquote von 39,2 %. Diese Zahl ist per se schon sehr positiv. Zusätzlich bestand, wie unter dem Punkt Methode beschrieben, die Möglichkeit, den Fragebogen online auszufüllen. Um auf die Online-Befragung aufmerksam zu machen, wurden Postkarten in Klassen verteilt, die nicht Teil der Stichprobe waren. Weiterhin erhielten alle Betreuungseinrichtungen sowie verschiedene Beratungsstellen Postkarten, die sie an die Eltern verteilen konnten. Weitere 414 Personen haben somit online an der Umfrage teilgenommen.²⁰ Dies ergibt eine Fallzahl von $N = 1.393$ Haushalten. Nach dem Ausschluss von 16 Haushalten, die nicht wohnhaft in Ingolstadt waren, konnten die Angaben von insgesamt 1.377 Ingolstädter Familien in die Analyse einfließen. Dies ist insgesamt und vor dem Hintergrund der Rahmenbedingungen, in denen die Studie durchgeführt wurde, ein sehr gutes Ergebnis: Wegen der Corona-Krise befanden sich einzelne Klassen in Quarantäne, außerdem konnten nicht alle Beratungsstellen ihre Angebote umfassend durchführen und in diesem Rahmen auf die Befragung aufmerksam machen. Der Erfolg der Befragung ist auch der großen Unterstützung des Schulamtes und der beteiligten Einrichtungen zu verdanken.

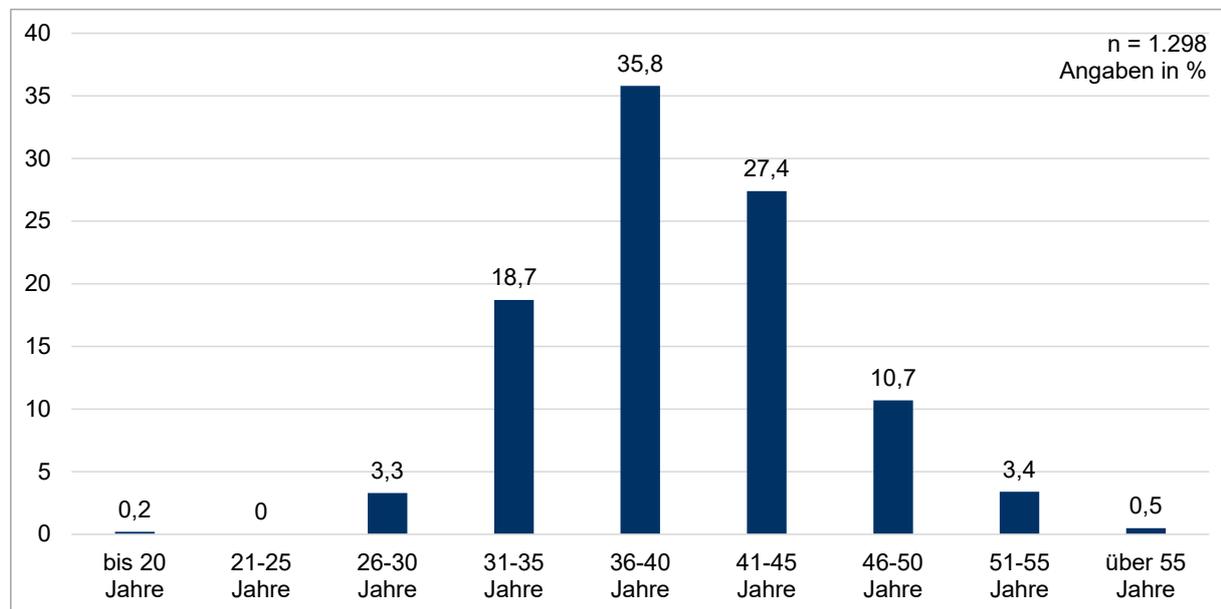
¹⁹ Nicht alle Befragungsteilnehmer konnten alle Fragen beantworten, da es Filterfragen gab.

²⁰ Leere sowie größtenteils nicht ausgefüllte Fragebögen wurden sowohl bei der Papier- als auch bei der Onlinebefragung nicht berücksichtigt.

5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer

Für das Alter der Eltern ist festzustellen, dass die meisten (35,8 %) Befragten zwischen 36 und 40 Jahre alt sind. Nur sehr wenige Eltern sind unter 20 Jahre alt (0,2 %). Ebenso selten beteiligten sich ältere Eltern (über 55 Jahre) an der Befragung (0,5 %).

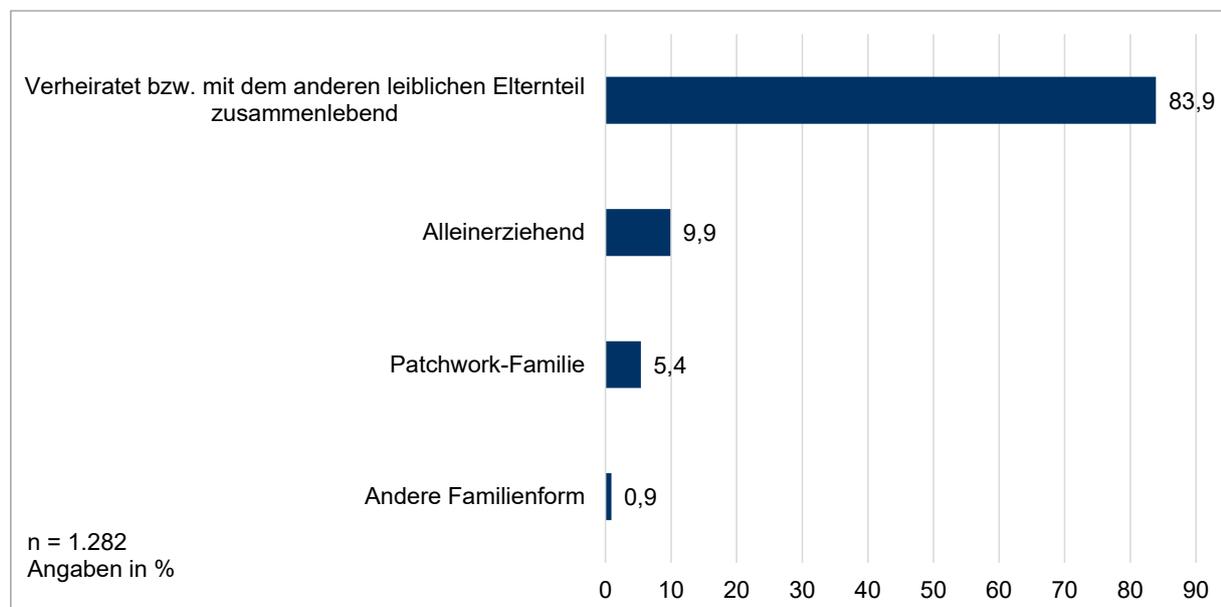
Abbildung 18: Alter der Eltern



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei den Familienformen dominieren mit 83,9 % klar Familien, in denen die Eltern verheiratet sind bzw. bei denen die leiblichen Elternteile zusammenleben. Die Alleinerziehenden/Ein-Eltern-Familien machen 9,9 % aus, die Patchwork-Familien 5,4 % und andere Familienformen 0,9 %. Unter den anderen Familienformen wurden beispielsweise Großeltern- und Mehrgenerationenfamilien genannt.

Abbildung 19: Familienformen

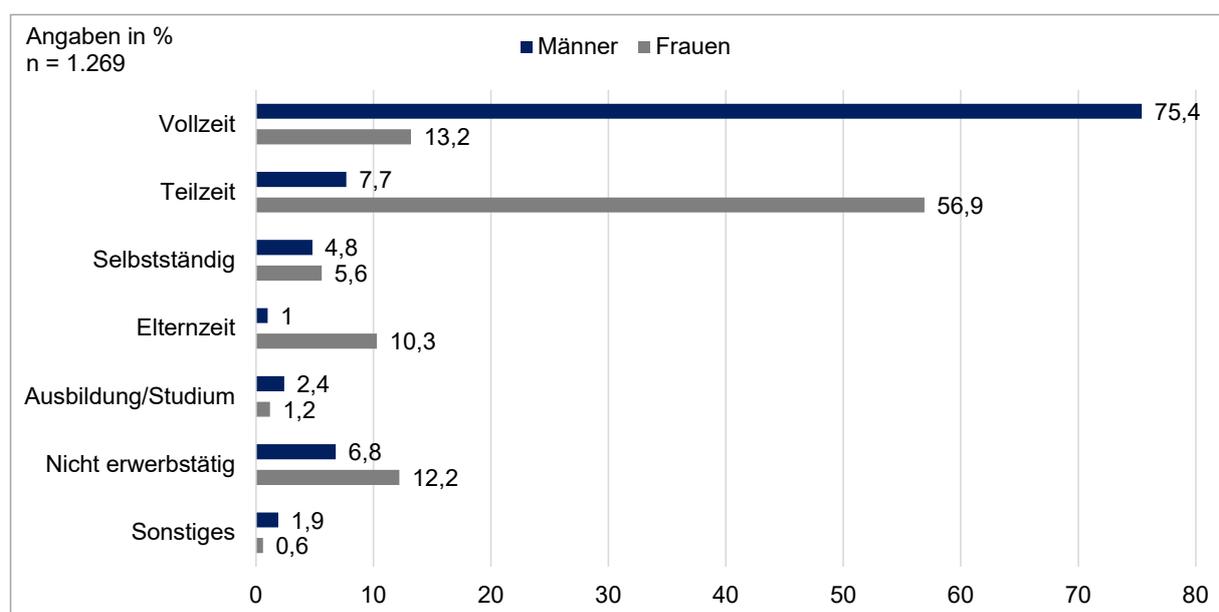


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Diese Verteilung der Familienformen ähnelt stark der gesamtgesellschaftlichen Verteilung der Familienformen des pairfam-Datensatzes²¹. Bei der Erhebung aus dem Jahr 2015/16 wurden 84 % klassische Familien, 10 % Alleinerziehende und 6 % Patchworkfamilien erfasst²².

Bei der Frage nach der Art der Erwerbstätigkeit der Eltern zeigt sich, dass 43,8 % der Befragten einer Teilzeittätigkeit nachgehen und lediglich 23,9 % einer Vollzeitbeschäftigung. Dies ist mit dem hohen Frauenanteil unter den Studienteilnehmern zu erklären, der bei 82,7 % liegt (16,6 % der Befragten sind männlich; 0,7 % divers). Die Betrachtung der Erwerbstätigkeit differenziert nach Frauen und Männern ergibt, dass nur ein geringer Anteil der Frauen einer Vollzeit-Erwerbstätigkeit nachgeht (13,2 %), während dies auf einen Großteil der Männer zutrifft (75,4 %). Umgekehrt ist die Mehrheit der Frauen in Teilzeit beschäftigt (56,9 %), unter den Männern liegt der Anteil bei 7,7 %. Außerdem ist der Anteil der Frauen in Elternzeit deutlich höher als jener der Männer (Frauen: 10,3 %, Männer: 1 %).

Abbildung 20: Erwerbstätigkeit der Befragten - differenziert nach Frauen und Männern



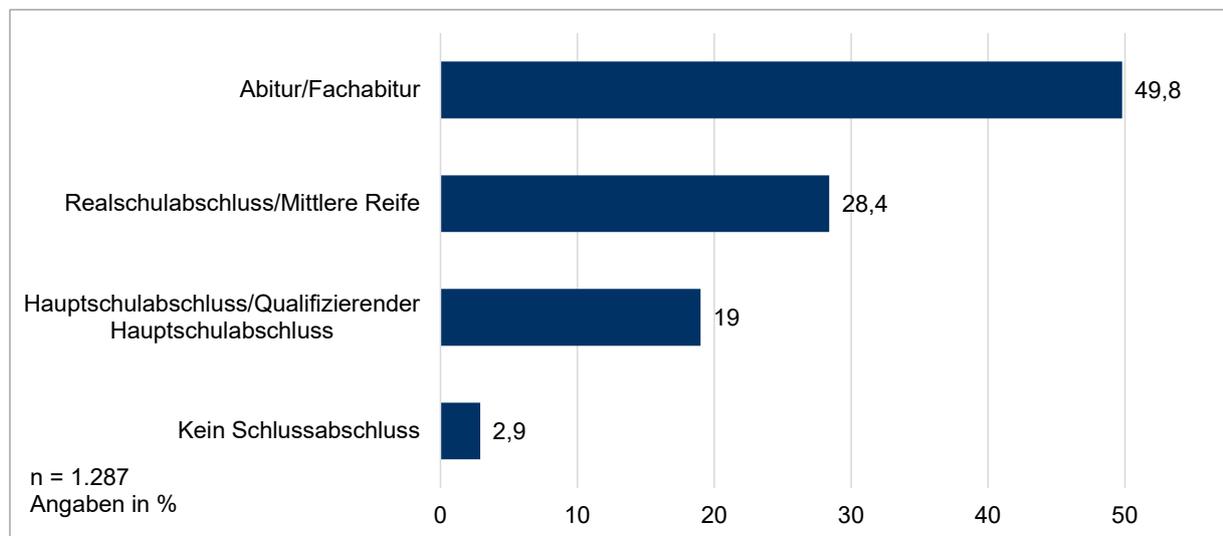
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Betrachtung des Bildungsniveaus der Eltern macht deutlich, dass die Studienteilnehmer sehr gebildet sind. Fast 50 % verfügen über ein Abitur, lediglich 2,9 % haben keinen Schulabschluss. Bei den beruflichen Abschlüssen zeigt sich ein ähnliches Bild, da mehr als jeder Dritte (39,2 %) einen (Fach-) Hochschulabschluss nachweisen kann.

²¹ 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.

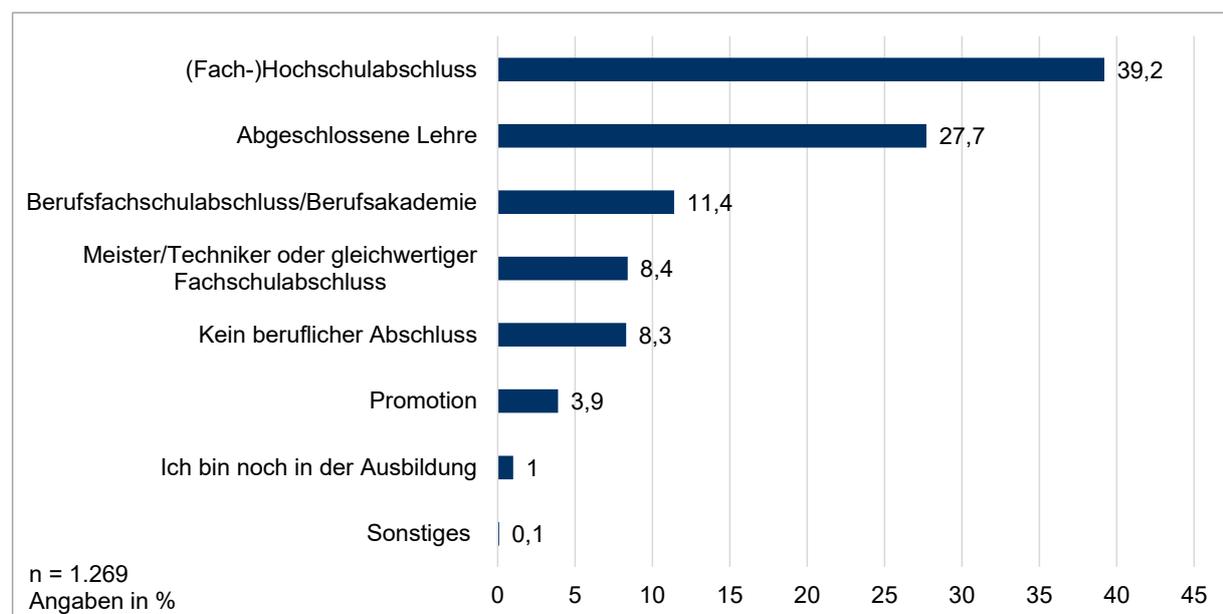
²² Brüderl, Josef et al. (2017): The German Family Panel (pairfam). GESIS Data Archive, Cologne. ZA5678 Data file Version 8.0.0, doi: 10.4232/pairfam.5678.8.0.0. 36.

Abbildung 21: Schulabschlüsse



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

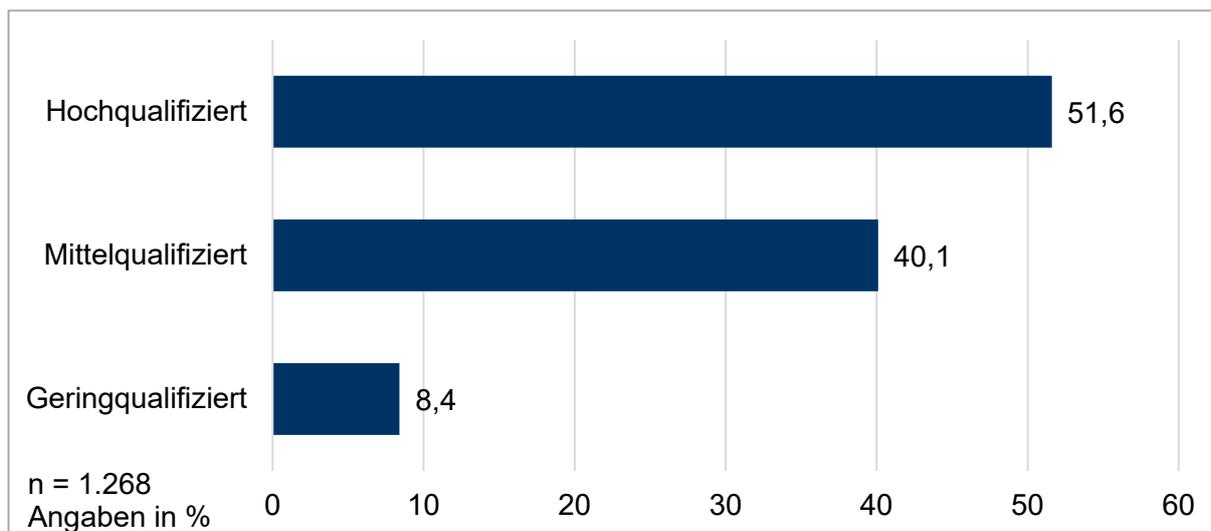
Abbildung 22: Berufsabschlüsse



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Weiterhin ergibt sich aus den Angaben der Schul- und Ausbildungsabschlüsse folgendes Bild:

Abbildung 23: Bildungsniveau der Befragten



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Über die Hälfte der Befragten (51,6 %) ist damit hochqualifiziert, 40,1 % mittelqualifiziert und 8,4 % geringqualifiziert.

Bevor die eben getätigte Aussage getroffen werden konnte, mussten die Bildungs- und Ausbildungsabschlüsse nach der ISCED-Skala klassifiziert werden.²³ Sie ist gegliedert in folgende Kategorien:

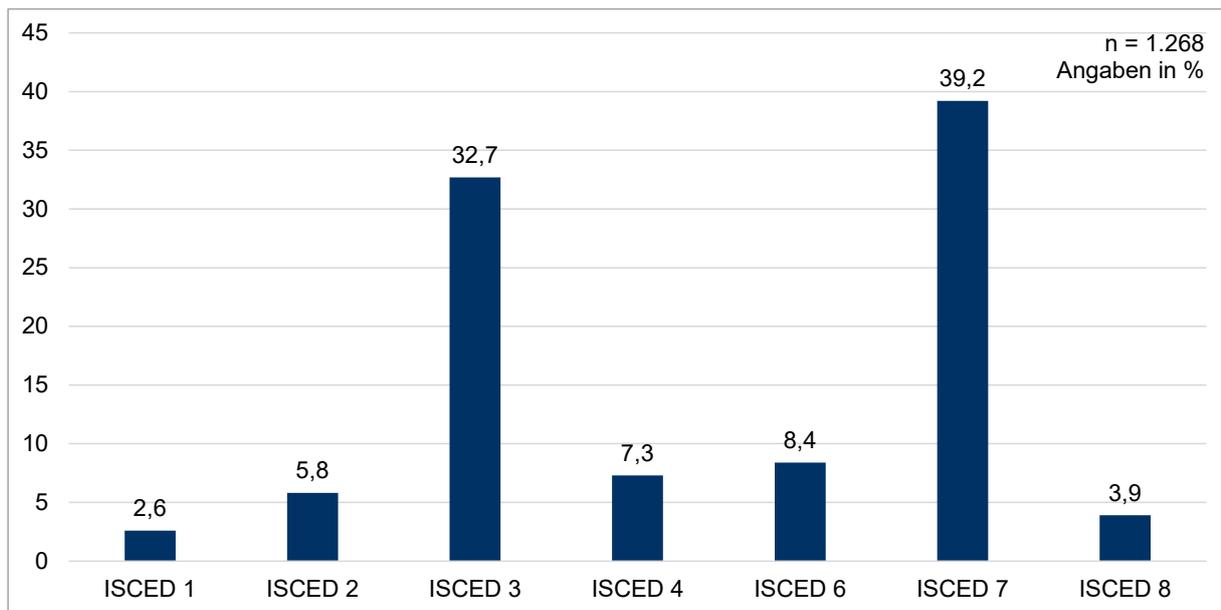
Tabelle 1: ISCED-Skala 2011

ISCED 0	Elementarbereich
ISCED 1	Primarbereich
ISCED 2	Sekundarbereich I
ISCED 3	Sekundarbereich II
ISCED 4	Postsekundärer nicht tertiärer Bereich
ISCED 5	kurzes tertiäres Bildungsprogramm
ISCED 6	Meister vgl. mit Bachelor
ISCED 7	Master bzw. gleichwertiges Bildungsprogramm
ISCED 8	Promotion

Hier zeigte sich bereits der hohe Bildungsstandard der Studienteilnehmer, bevor dieser in „Hoch-, Mittel- und Geringqualifizierte“ zusammengefasst wurde: Die meisten Teilnehmer (39,2 %) sind der Kategorie ISCED 7 zuzuordnen und verfügen damit über einen Master bzw. ein gleichwertiges Bildungsprogramm. Insgesamt zeigte sich, dass die Väter, die sich an der Befragung beteiligten etwas gebildeter sind als die Mütter.

²³ ISCED = Internationale Standardklassifikation des Bildungswesens.

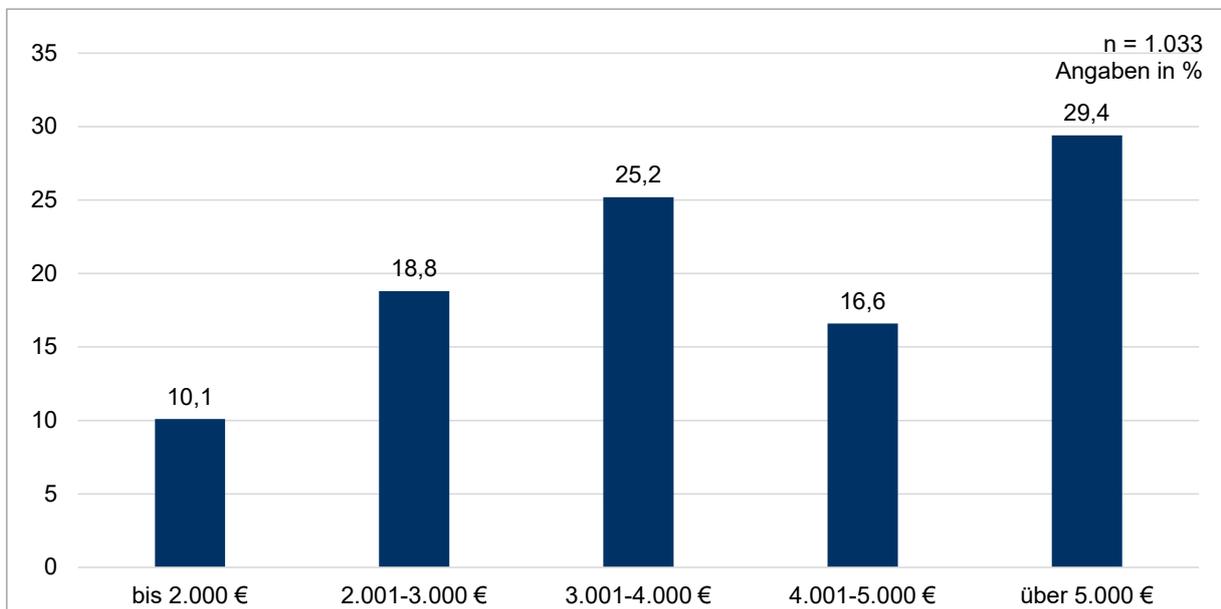
Abbildung 24: Bildungsniveau nach der ISCED-Skala



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei den Befragten handelt es sich nicht nur um eine recht gebildete, sondern auch eine wohlhabende Gruppierung. Die meisten Befragten (29,4 %) verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von über 5.000 € (siehe Abb. 25). Umgekehrt gaben nur 10,1 % an, dass ihr Haushaltseinkommen bis 2.000 € beträgt.

Abbildung 25: Haushaltsnettoeinkommen der Familien

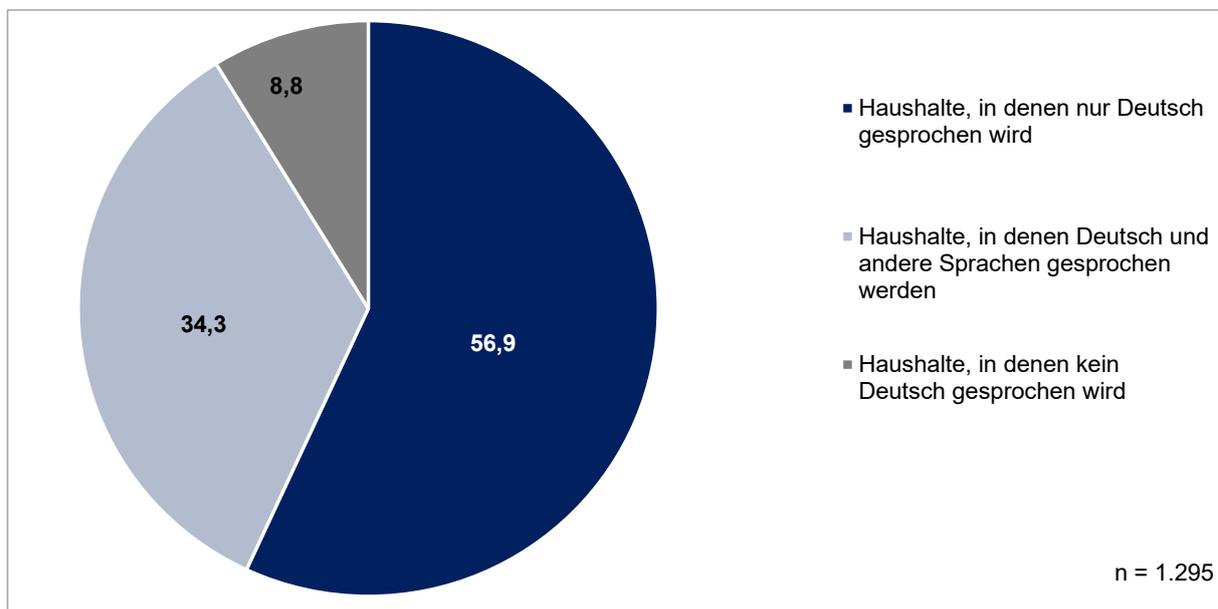


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Untersucht wurde außerdem, welche Sprachen in den Haushalten hauptsächlich gesprochen werden. Die Befragten konnten bis zu drei Antworten geben bzw. drei Sprachen auswählen. 91,2 % der Haushalte sprechen Deutsch. In anderen Familien wird beispielsweise Türkisch (10,1 %), Russisch (8,7 %) und Englisch (7,8 %) zusätzlich oder auch anstelle von Deutsch gesprochen. In der folgenden Graphik ist zu erkennen, dass in über der Hälfte (56,9 %) der Haushalte ausschließlich Deutsch gesprochen wird.

Bei jeder dritten Familie handelt es sich um gemischtsprachige Haushalte, in denen neben Deutsch noch mindestens eine weitere Sprache gesprochen wird. In den übrigen 8,8 % der Familien werden ausschließlich andere Sprachen zu Hause gesprochen.

Abbildung 26: Sprachen, die in den Haushalten gesprochen werden

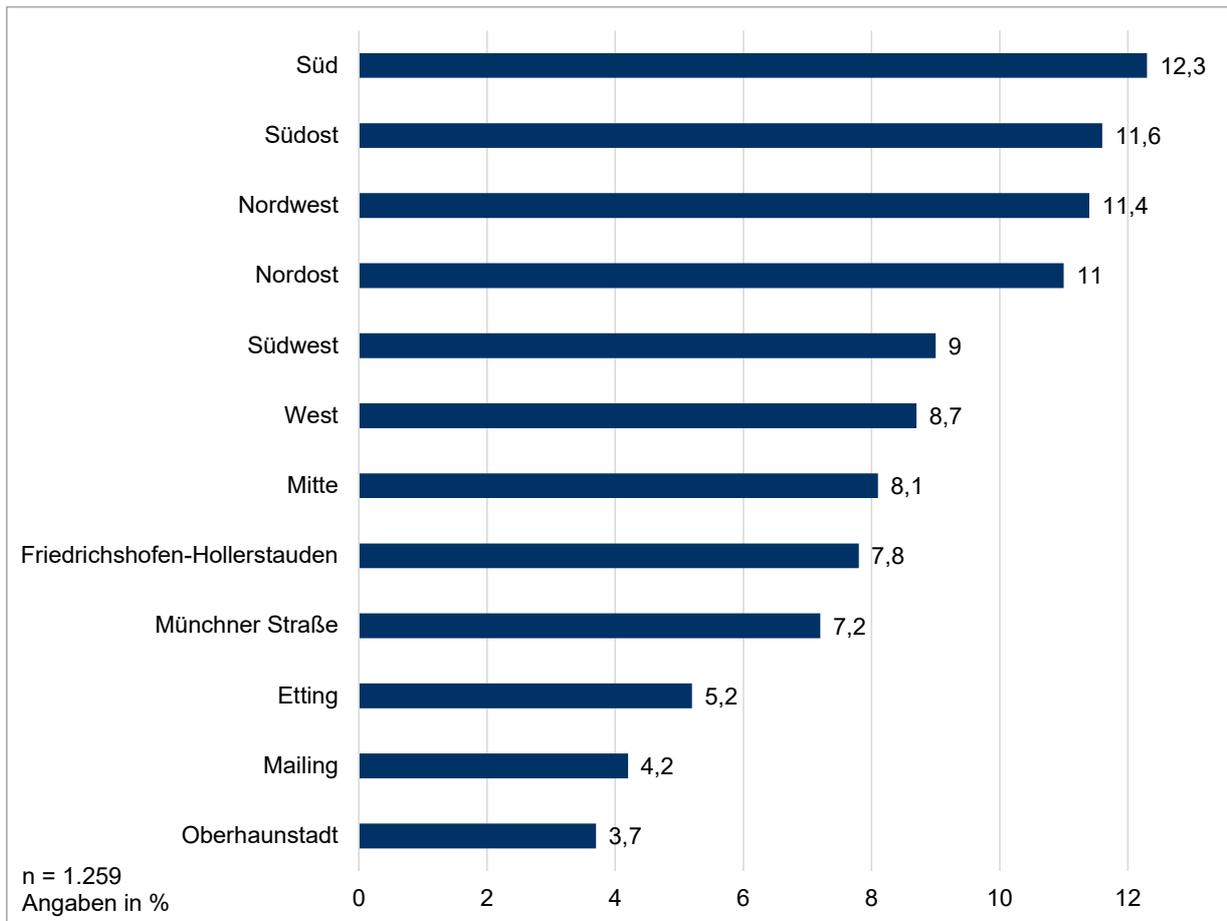


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Vor allem aus den Stadtbezirken Süd, Südost und Nordost beteiligten sich Eltern an der Befragung. Bei diesen Stadtbezirken handelt es sich auch um die drei größten der Stadt (Nordost mit 22.040, Südost mit 19.265 und Nordwest mit 18.220 Einwohnern; Stand: 31.12.2020)²⁴. Umgekehrt stammen weniger Teilnehmer aus Etting, Mailing und Oberhaunstadt. Dies ist nicht überraschend, da die drei Stadtbezirke die einwohnerschwächsten sind (Mailing: 5.502, Oberhaunstadt: 5.306, Etting: 4.643 Einwohner).

²⁴ Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020. Bevölkerung, Arbeit, Soziales, Wohnungen, Haushalte nach Stadtbezirken und Unterbezirken, S. 7.

Abbildung 27: Stadtbezirke, in denen die Befragungsteilnehmer wohnen²⁵

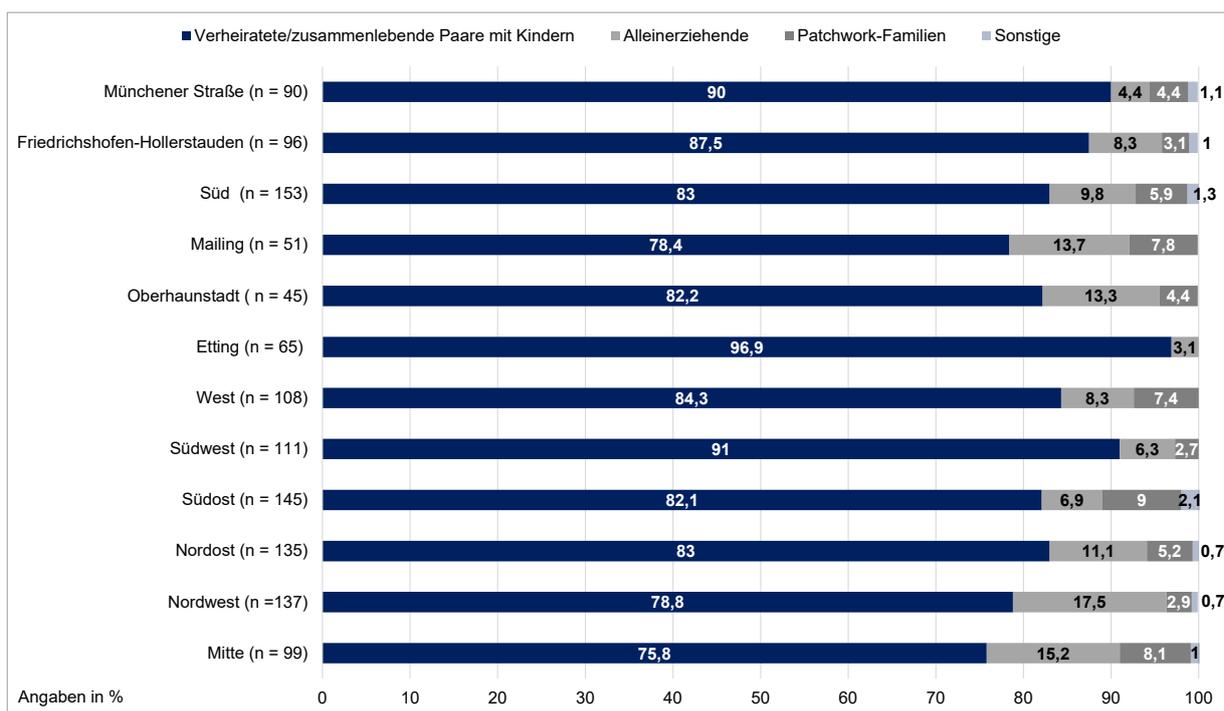


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei der differenzierten Betrachtung der Stadtbezirke in Bezug auf die verschiedenen Familienformen, ergibt sich folgendes Bild (Abb. 28): In Etting wohnen mit 96,9 % die meisten (verheirateten) Paare mit leiblichen Kindern. Der kleinste Anteil dieser Familienform ist in Mitte zu finden (75,8 %). Prozentual leben die meisten Alleinerziehenden in den Stadtbezirken Nordwest (17,5 %), Mailing (13,7 %) und Oberhaunstadt (13,3 %). In Etting ist der Anteil der Alleinerziehenden mit 3,1 % am geringsten. Die Patchwork-Familien machen in Südost den größten Anteil aus (9 %). In Etting gibt es gar keine Patchwork-Familien.

²⁵ Dies muss allerdings immer im Verhältnis zur Einwohnerstärke der jeweiligen Stadtbezirke betrachtet werden.

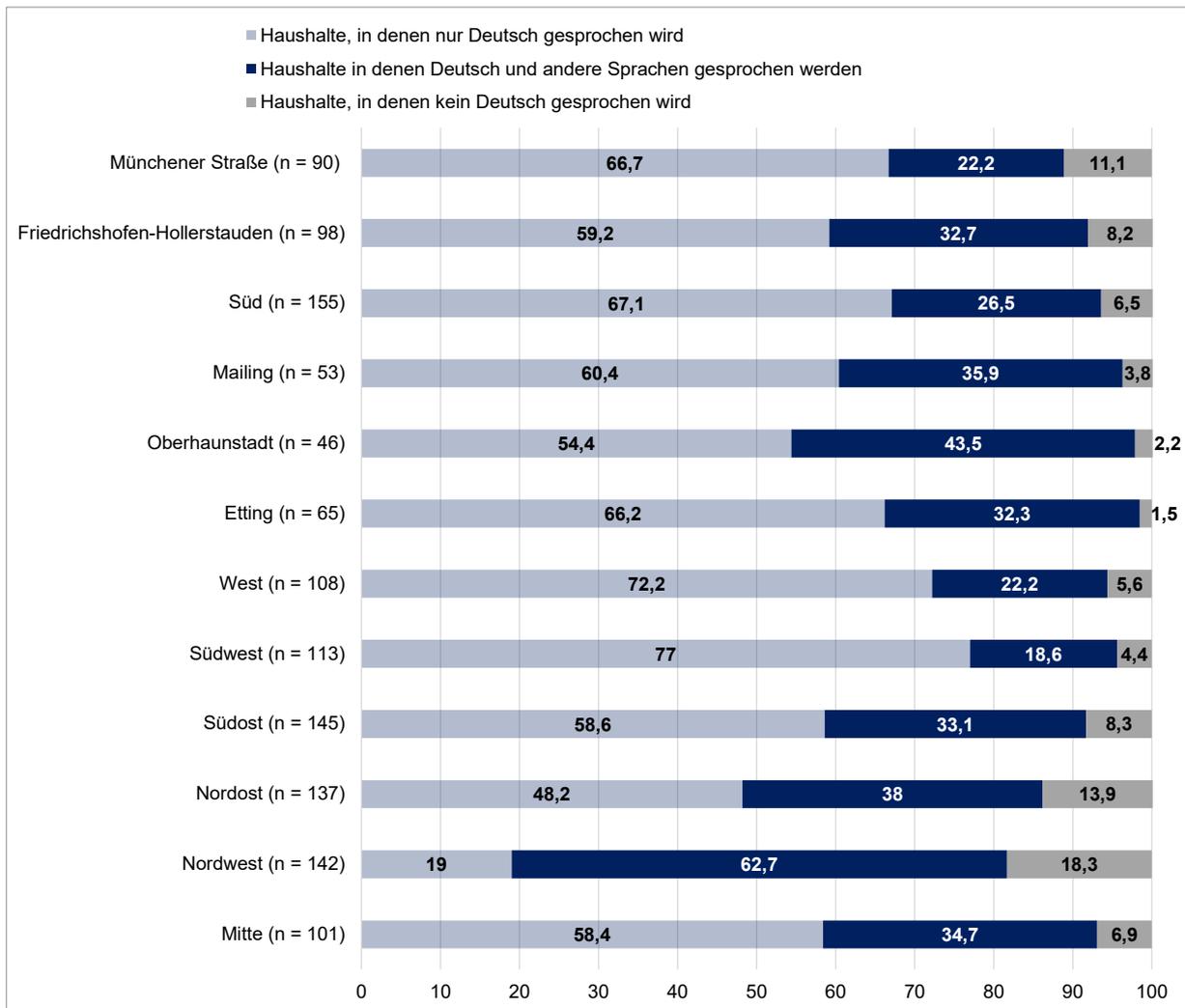
Abbildung 28: Stadtbezirke nach Anteil der Familienformen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Der Anteil von Familien, in denen nur Deutsch gesprochen wird, ist im Südwesten (77 %) am größten, der geringste Anteil dieser Familien ist im Nordwesten (19 %) zu verzeichnen. Demgegenüber ist im Nordwesten der Anteil an gemischtsprachigen Familien (62,7 %) bzw. an Haushalten, in denen kein Deutsch gesprochen wird (18,3 %), am größten. Prozentual am wenigsten Familien, in denen nur Fremdsprachen gesprochen werden, leben mit 1,5 % in Etting.

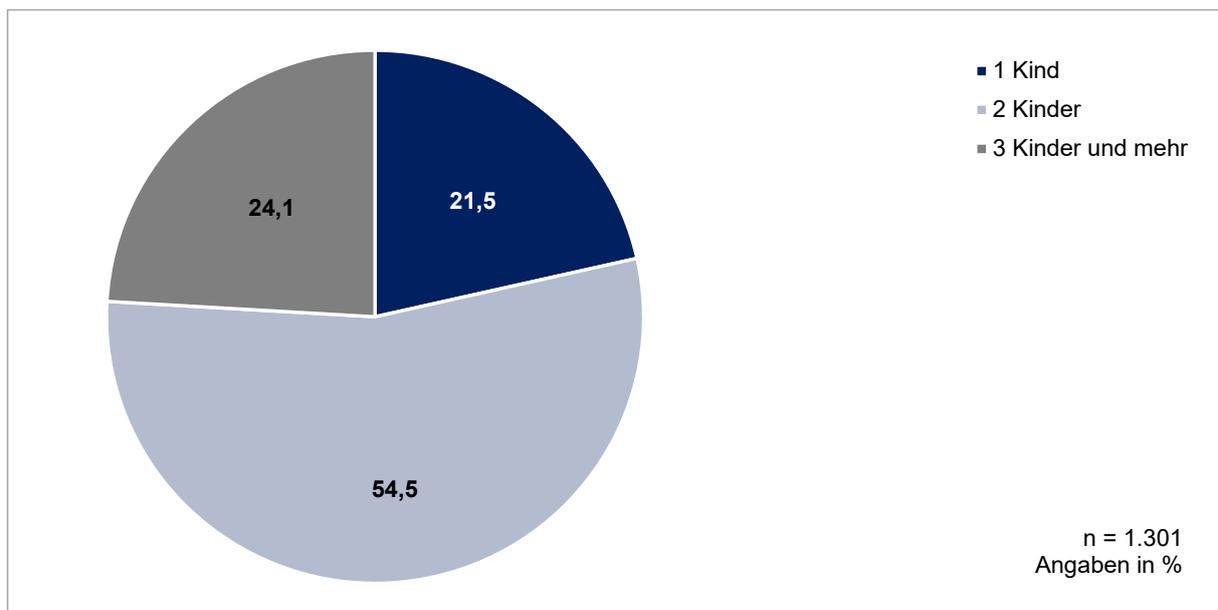
Abbildung 29: Stadtbezirke nach Anteil der Sprachen, die in den Haushalten gesprochen werden



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Neben den bisher diskutierten demographischen Merkmalen der Familien wurde auch die Kinderanzahl erhoben. Die meisten Familien (54,5 %) haben zwei Kinder. Der Anteil der Familien, in denen drei oder mehr Kinder leben, liegt bei 24,1 %. Dementsprechend haben die Befragten im Schnitt 2,1 Kinder pro Haushalt.

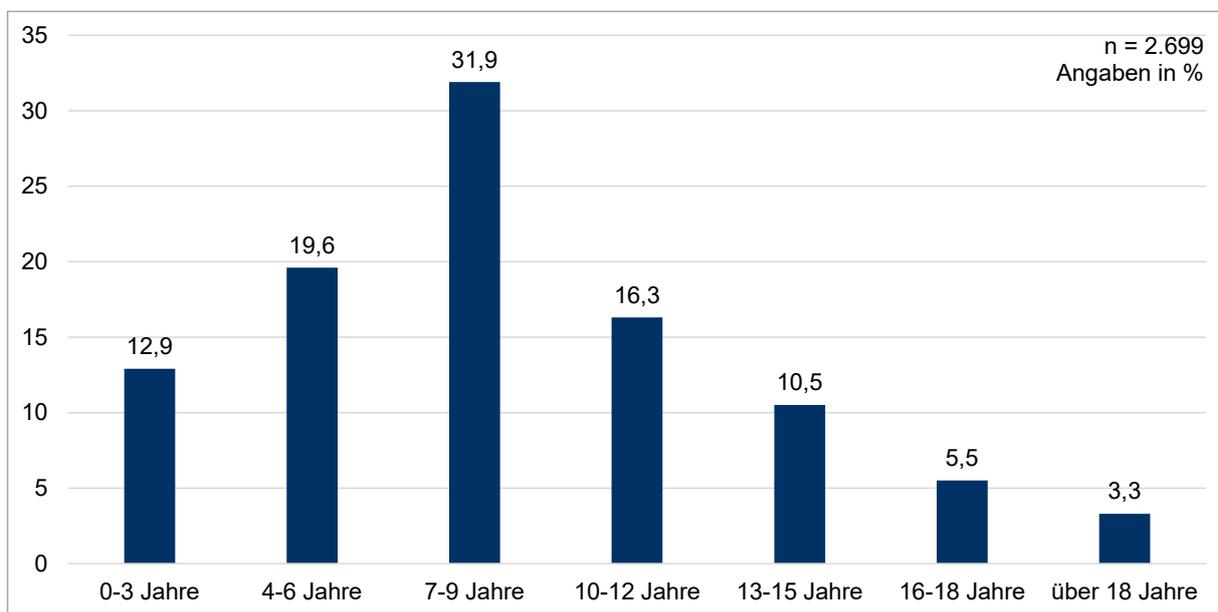
Abbildung 30: Zahl der Kinder



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Insgesamt leben in den befragten Haushalten 2.699 Kinder. Davon befinden sich die meisten (31,9 %) in der Altersspanne zwischen sieben und neun Jahren. Lediglich 3,3 % der Kinder sind über 18 Jahre alt.

Abbildung 31: Alter der Kinder



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die geringeren Werte bei den älteren Kindern haben zwei Ursachen: Zum einen wurden die Fragebögen und die Flyer, die auf die Befragung aufmerksam machten nur an Eltern verteilt, deren Kinder höchstens in der 10. Klasse sind. Zum anderen nimmt die Bedeutung von Familienbildung für Eltern mit älteren Kindern ab.

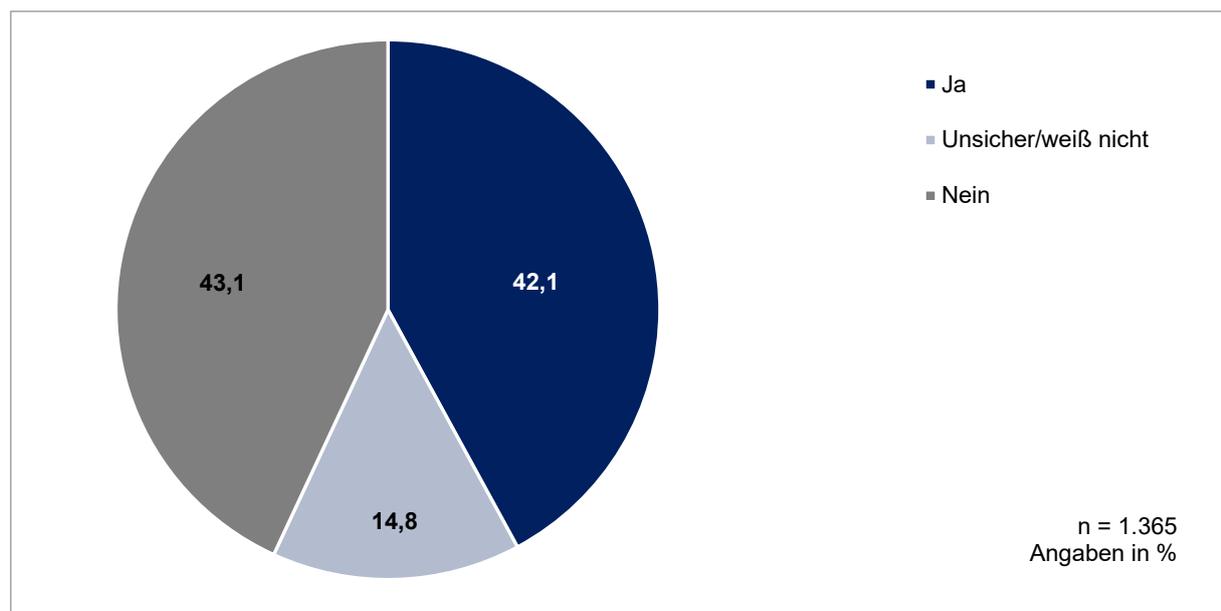
Weiterführende Berechnungen ergaben, dass in knapp 25 % der befragten Haushalte mindestens ein Kind bis drei Jahren lebt. Bis zum sechsten Lebensjahr sind es sogar 51,3 % der Haushalte. Außerdem konnte festgestellt werden, dass in lediglich 5,2 % der Haushalte ausschließlich Teenager (Kinder ab dem 13. Lebensjahr) leben.

5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und Bedarfe der Eltern

Bisheriges Nutzungsverhalten von Familienbildung und der Familienstützpunkte in Ingolstadt

42,1 % der Eltern gaben an, schon einmal von Familienbildungsangeboten in der Stadt Ingolstadt gehört zu haben. Weitere 14,8 % sind sich diesbezüglich unsicher. Hingegen haben 43,1 % noch nie von den Angeboten gehört. Zwölf Personen haben sich zu dieser Frage nicht geäußert, sodass die Fallzahl von ursprünglich 1.377 auf 1.365 sank.

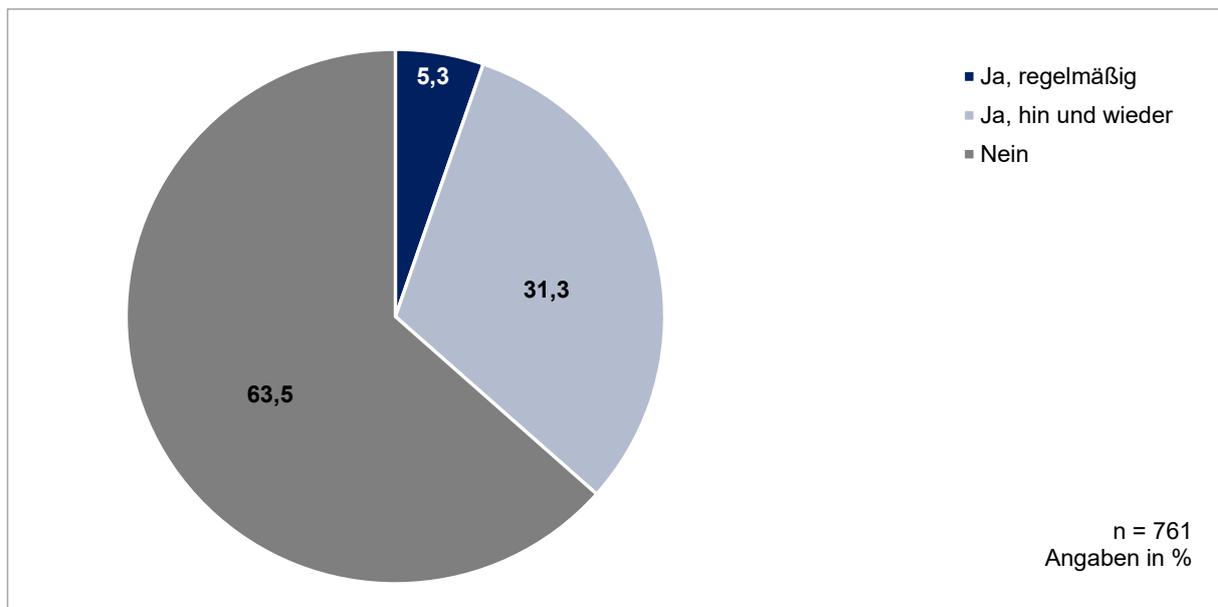
Abbildung 32: Kenntnis der Familienbildungsangebote



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei den nächsten Darstellungen reduziert sich die Zahl der Haushalte teilweise, da einige Ausführungen nur Familien umfassen werden, die von Familienbildungsangeboten bereits Kenntnis genommen haben. Von diesen Eltern nahmen 36,5 % schon einmal Angebote wahr (5,3 % regelmäßig und 31,3 % hin und wieder). Bei 63,5 % ist dies nicht der Fall.

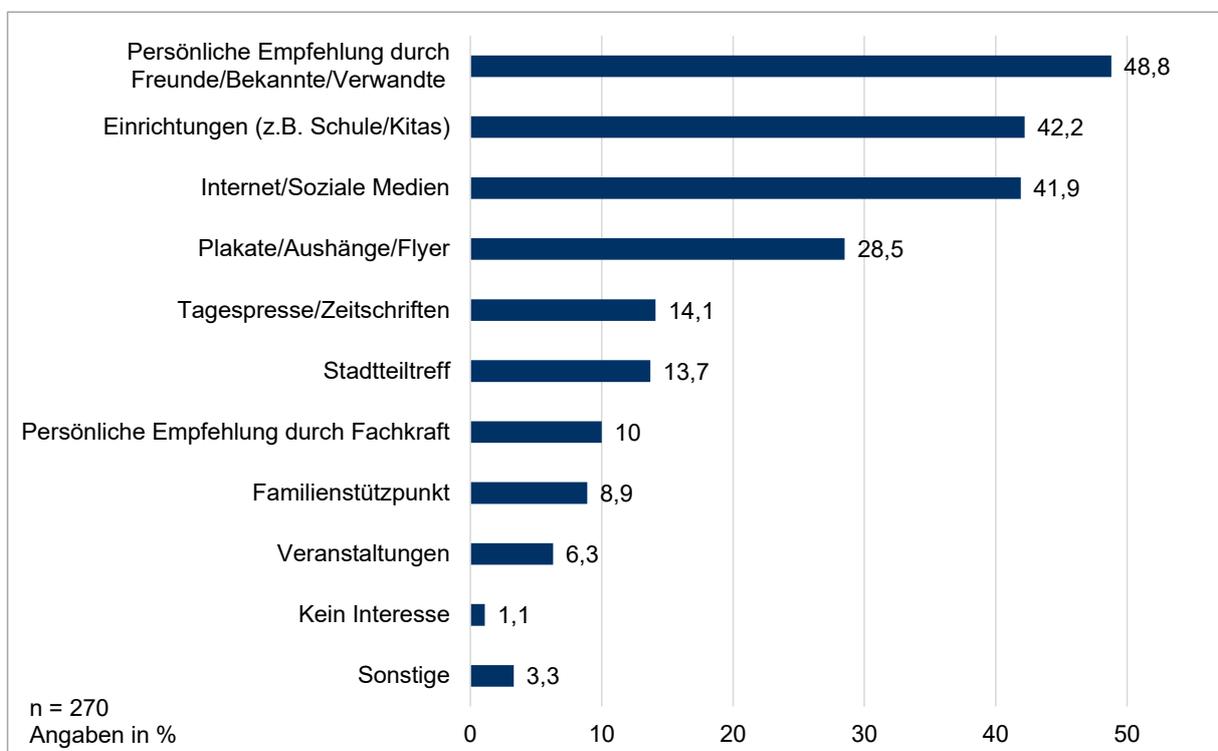
Abbildung 33: Nutzung der Familienbildungsangebote



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Anschließend war es von Interesse zu erfahren, wie Eltern auf die Familienbildungsangebote aufmerksam wurden. Die meisten Eltern (48,8 %), die bereits Familienbildungsangebote kennen, erfuhren durch eine persönliche Empfehlung aus dem Familien-, Freundes- oder Bekanntenkreis von den Angeboten. Auch das Internet im Allgemeinen und die sozialen Medien sowie öffentliche Einrichtungen spielten eine bedeutende Rolle. Eine weniger relevante Informationsquelle waren Veranstaltungen (6,3 %) oder die Familienstützpunkte (8,9 %).

Abbildung 34: Informationsquellen zu Familienbildungsangeboten



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Vor diesem Hintergrund sind die Hinderungsgründe für eine bisherige Teilnahme an Familienbildung umso wichtiger. Nur mit diesem Wissen kann daran gearbeitet werden, mehr Eltern für Familienbildung zu gewinnen.

Der Haupthinderungsgrund ist mit 41,3 % der Zeitmangel. Dieser Grund wurde vor allem von Studienteilnehmern genannt, die einer Erwerbstätigkeit in Vollzeit nachgehen (50 %), was nachvollziehbar ist: Die Kombination aus Vollzeit-Job und Familienleben lässt nicht mehr viele zeitliche Ressourcen für andere Dinge übrig. Zudem haben vor allem Alleinziehende (43,2 %) diesen Grund angeführt.²⁶

Auch die Aussage „Die Öffnungs- bzw. Kurszeiten liegen für mich ungünstig“, die von 17,5 % der Eltern gemacht wurde, kann in diesen Zusammenhang gesetzt werden. Dieser Hinderungsgrund spielt vor allem für Patchwork- (39,1 %) und Ein-Eltern-Familien (35,1 %) eine Rolle.

19,3 % der Eltern gaben an, dass die angebotenen Themen nicht ihren Bedürfnissen entsprechen.

Auf diese Ergebnisse wird bei den Handlungsschwerpunkten nochmals genauer eingegangen.

Erfreulich ist, dass die Erreichbarkeit und die Kosten der Angebote nur für recht wenige Eltern einen Hinderungsgrund darstellen.

Abbildung 35: Hinderungsgründe bzgl. der Teilnahme an Familienbildungsangeboten

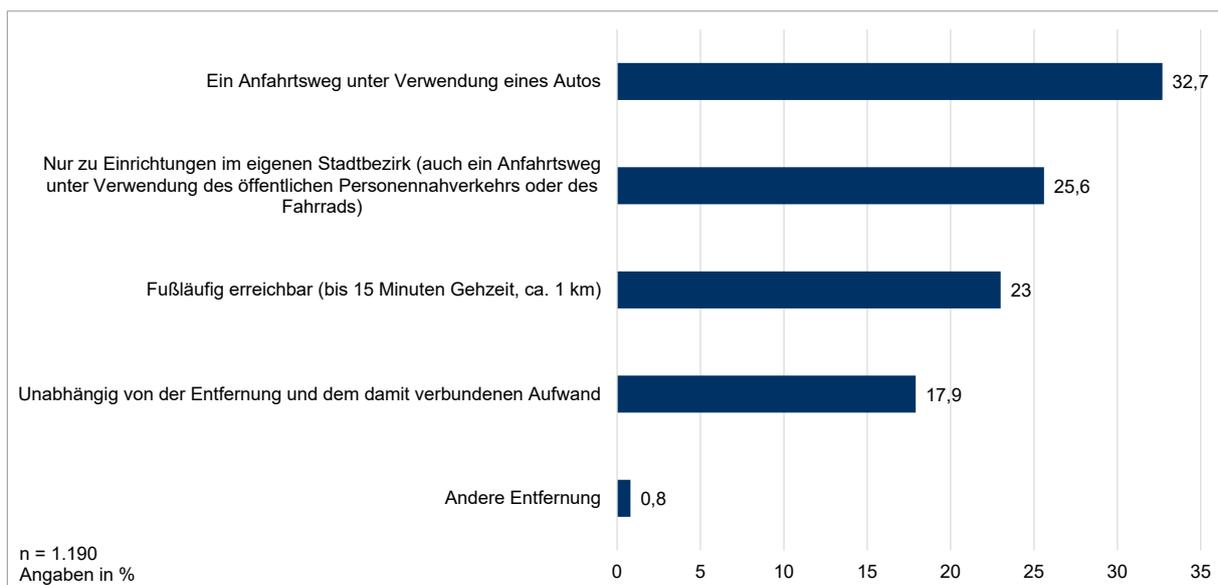


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Dass die Erreichbarkeit der Veranstaltungsorte nur für recht wenige Eltern einen Hinderungsgrund darstellt, kann auch damit begründet werden, dass die befragten Eltern durchaus dazu bereit sind, eine gewisse Strecke zu den Veranstaltungsorten der Familienbildung auf sich zu nehmen. Dies veranschaulicht Abbildung 36. Für rund ein Drittel (32,7 %) wäre ein Anfahrtsweg unter Verwendung eines Autos in Ordnung. Weitere 25,6 % könnten sich vorstellen, eine Distanz zu überwinden, für die der ÖPNV oder das Fahrrad genutzt werden müssen. 23 % würden nur Veranstaltungsorte besuchen, die fußläufig erreichbar sind und für 17,9 % spielt die Entfernung zum Veranstaltungsort und der damit verbundene Aufwand keine Rolle.

²⁶ Verheiratet/als Paar zusammenlebend: 40,9 %, Patchwork-Familien: 34,8 %.

Abbildung 36: Distanz, die Eltern für den Besuch einer Familienbildungsveranstaltung überwinden würden

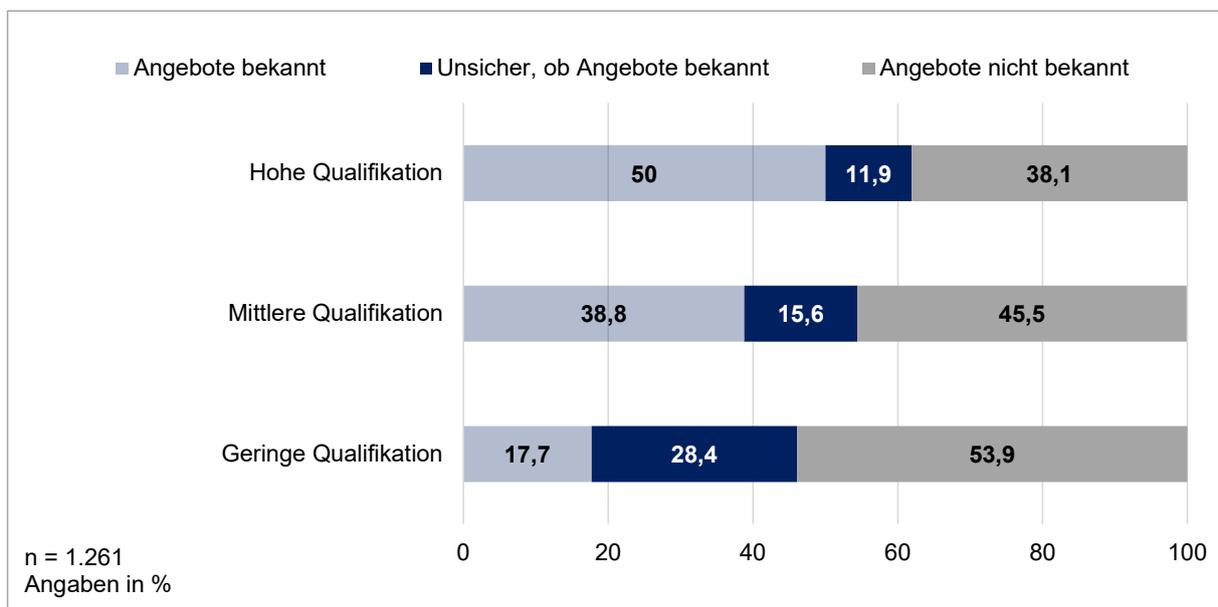


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Für die Weiterentwicklung der Angebote ist es darüber hinaus wichtig zu wissen, von wem die Angebote vor allem genutzt werden und welche Zielgruppen bislang nicht gut erreicht wurden.

Die weiterführenden Analysen ergaben, dass ein Zusammenhang zwischen der Kenntnis der Angebote und dem Bildungsniveau besteht. Dies ist an der folgenden Graphik gut zu erkennen. Von den Eltern mit hohem Bildungsniveau kennt die Hälfte (50 %) die Angebote zur Familienbildung. Bei Eltern mit niedrigem Bildungsgrad trifft dies nur auf 17,7 % zu.

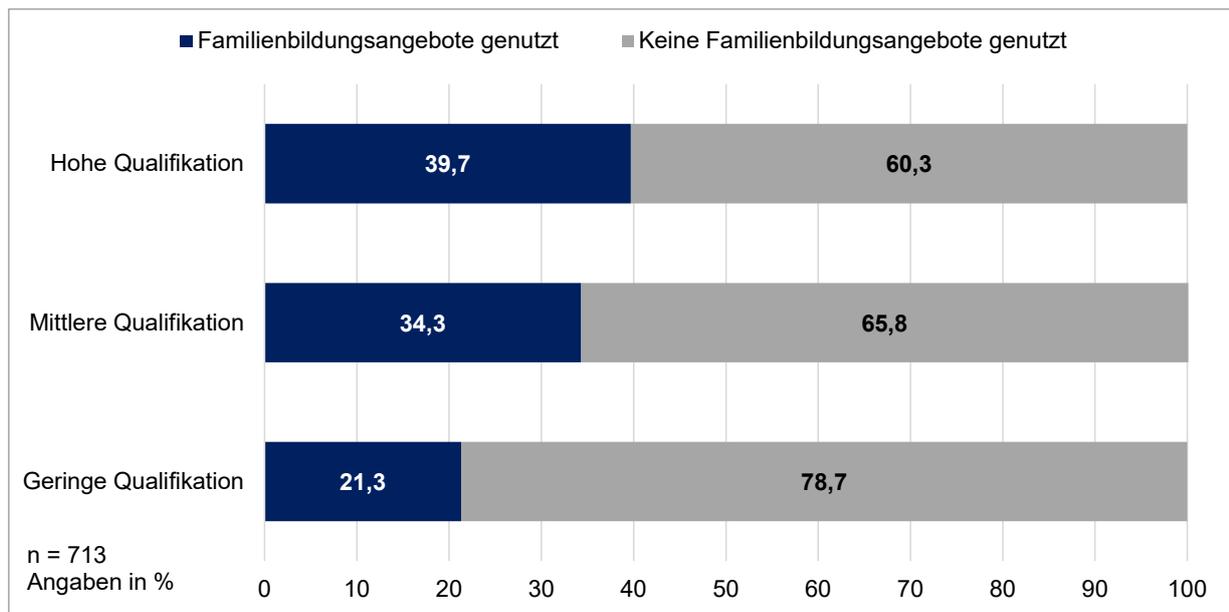
Abbildung 37: Zusammenhang zwischen der Bekanntheit der Familienbildungsangebote und dem Bildungsniveau der Befragten



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Ebenso zeigte sich ein Zusammenhang zwischen der Nutzung der Familienbildungsangebote und dem Bildungsniveau. Während 39,7 % der Personen mit hoher Qualifikation die Angebote bereits genutzt haben, trifft dies unter Befragte mit mittlerer Qualifikation auf 34,3 % und bei Befragten mit niedrigem Qualifikationsniveau nur auf 21,3 % zu. Das heißt: Je höher das Bildungsniveau der befragten Person, desto eher erfolgte eine Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen.

Abbildung 38: Zusammenhang zwischen Nutzung von Familienbildungsangeboten und Bildungsniveau

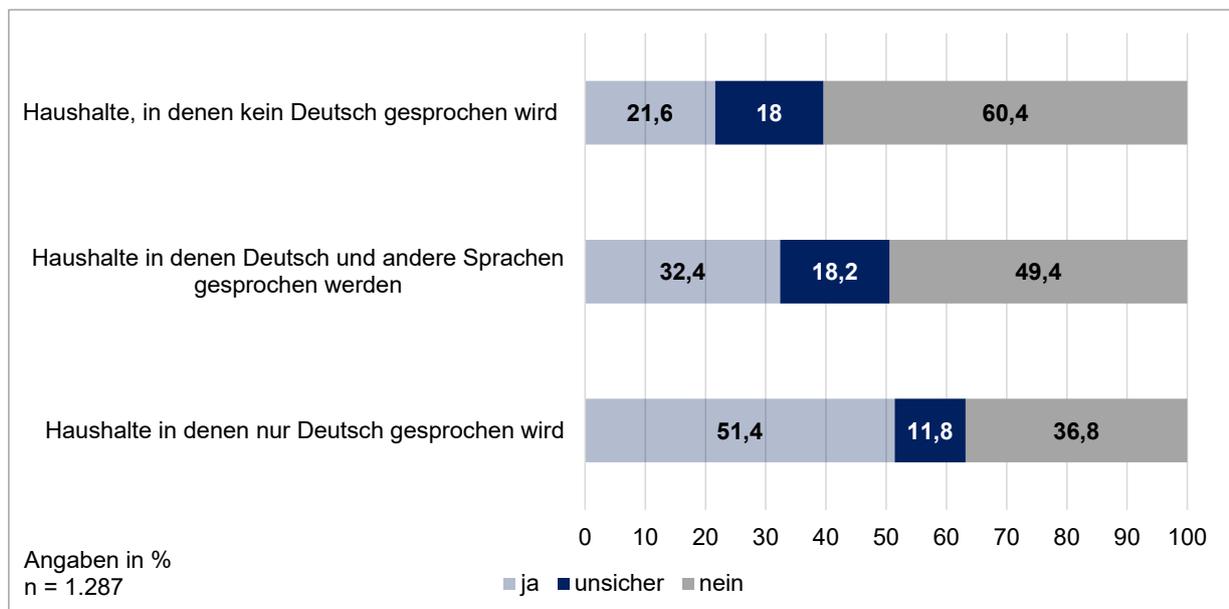


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Auch das folgende Ergebnis kann für die Weiterentwicklung der Angebote von Bedeutung sein: Deutlich weniger Haushalte, in denen kein Deutsch gesprochen wird, kennen die Angebote (21,6 % im Vergleich zu gemischtsprachigen Haushalten mit 32,4 % und rein deutschsprachigen Haushalten mit 51,4 %).

Da verschiedene Familienbildungsangebote in der Stadt Ingolstadt bereits mehrsprachig durchgeführt werden, könnte hier darüber nachgedacht werden, ob die Bewerbung der Angebote in weiteren Sprachen sinnvoll ist bzw. die vorhandenen Maßnahmen weiter ausgebaut werden. Denkbar ist es auch, verschiedene Gremien und Multiplikatoren, wie den Migrationsbeirat, in die Bewerbung der Veranstaltungen einzubeziehen (siehe dazu genauer auch den Punkt Fazit und Ausblick).

Abbildung 39: Zusammenhang zwischen Bekanntheit der Angebote und Sprachen, die in den Haushalten gesprochen werden



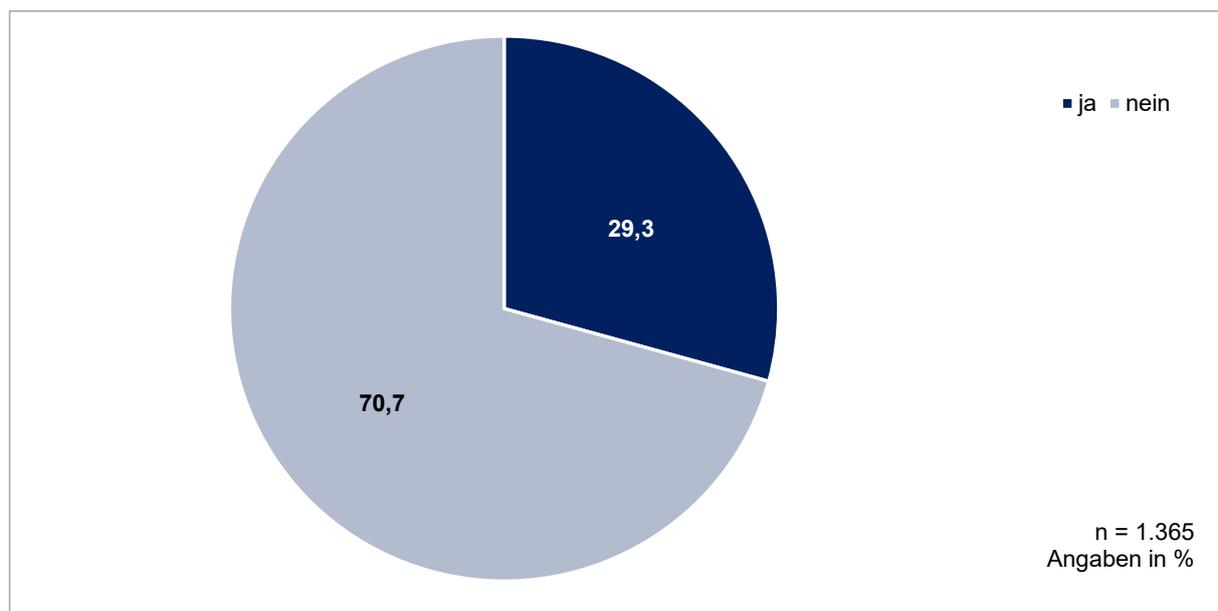
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Weiterhin ergaben die Auswertungen zur Teilnahme, dass ein Zusammenhang zwischen dem Alter der Kinder und der Teilnahme an Familienbildung vorliegt: Über 49 % der Haushalte, in denen ausschließlich Kinder bis zu drei Jahren leben, haben bereits an Veranstaltungen zur Familienbildung teilgenommen. Dieses Ergebnis ist leicht erklärbar: Bei Familien mit kleineren Kindern besteht in der Regel noch ein größerer Beratungs- und Informationsbedarf. Dies hat zur Folge, dass die Eltern in dieser Phase noch offener für entsprechende Angebote sind und eher Beratung in Anspruch nehmen, da sie noch nicht über so viel Erfahrung verfügen wie Eltern größerer Kinder. Von den Familien, in denen ausschließlich Teenager-Kinder ab 13 Jahren leben, nahmen nur 27,3 % Familienbildungsangebote wahr. Dies mag einerseits mit dem breiteren Erfahrungsschatz der Eltern zusammenhängen. Andererseits haben sich die Familienbildungsangebote (und insbesondere die Familienstützpunkte) erst über die Jahre entwickelt. Zudem waren die Angebote fokussiert auf die frühkindliche Entwicklung. Folglich konnten die Eltern von Teenagern gegebenenfalls in der Phase, in denen diese Kinder noch sehr klein waren, entsprechende Angebote gar nicht oder marginal wahrnehmen.

Familienstützpunkte

Im Frühjahr 2017 wurden als Folge der ersten Erhebung zu Familienbildungsangeboten in der Stadt Ingolstadt drei Familienstützpunkte eingerichtet: Familienstützpunkt Süd im Stadtteiltreff Augustinviertel, Familienstützpunkt in der familienSchwinge der bürgerhilfe ingolstadt KiTa GmbH (mit Kooperationspartner Stadtteiltreff Konradviertel) und der Familienstützpunkt des Pädagogischen Zentrums + Haus Miteinander gGmbH + IG Eltern e.V. (mit dem Kooperationspartner Stadtteiltreff Piusviertel). Die Familienstützpunkte haben das Ziel, Anlaufstellen für die Eltern bei Fragen rund um Erziehung und Familienalltag zu sein. Die Eltern finden dort Ansprechpartner, die sie beraten und unterstützen. Außerdem dienen die Familienstützpunkte als Begegnungs- und Austauschort für die Eltern untereinander – etwa im Rahmen eines Familien-Cafés. Die eben genannten Familienstützpunkte kennen 29,3 % der befragten Eltern. Damit besteht in Bezug auf die Bekanntheit der Angebote noch Potential.

Abbildung 40: Bekanntheit der Familienstützpunkte allgemein

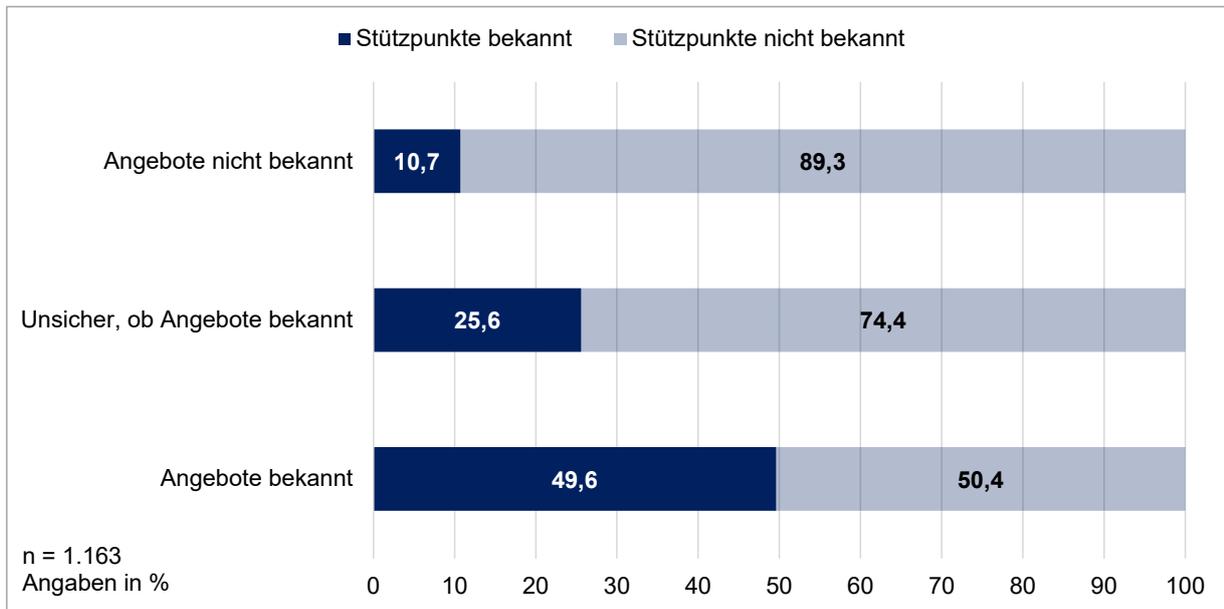


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Von den Personen, welche die Stützpunkte kennen, gaben 61 % an, dass sie den Familienstützpunkt in der familienSchwinge mit Kooperationspartner Stadtteiltreff Konradviertel kennen. Damit ist dieser Stützpunkt der Bekannteste. Es folgt der Familienstützpunkt Süd im Stadtteiltreff Augustinviertel (46,4 %). Den Familienstützpunkt am Haslangpark mit Kooperationspartner Stadtteiltreff Piusviertel kennen etwas weniger Eltern (36,1 %).

Ein weiteres zentrales Ergebnis ist, dass sich die Bekanntheit der Familienbildungsangebote allgemein und die der Stützpunkte bedingen. So kennt von jenen Eltern, die bereits von Familienbildungsangeboten gehört haben, knapp die Hälfte (49,6 %) die Familienstützpunkte. Hingegen sind die Stützpunkte bei denen, die keine Familienbildungsangebote kennen, lediglich bei 10,7 % bekannt. Das heißt, dass davon auszugehen ist, dass sich eine Steigerung der Bekanntheit der Familienbildungsangebote auch positiv auf die Bekanntheit der Stützpunkte auswirken würde. Dies wird bei den Handlungsschwerpunkten nochmals aufgegriffen.

Abbildung 41: Zusammenhang zwischen der Bekanntheit der Familienbildungsangebote in Ingolstadt allgemein und der Bekanntheit der Familienstützpunkte

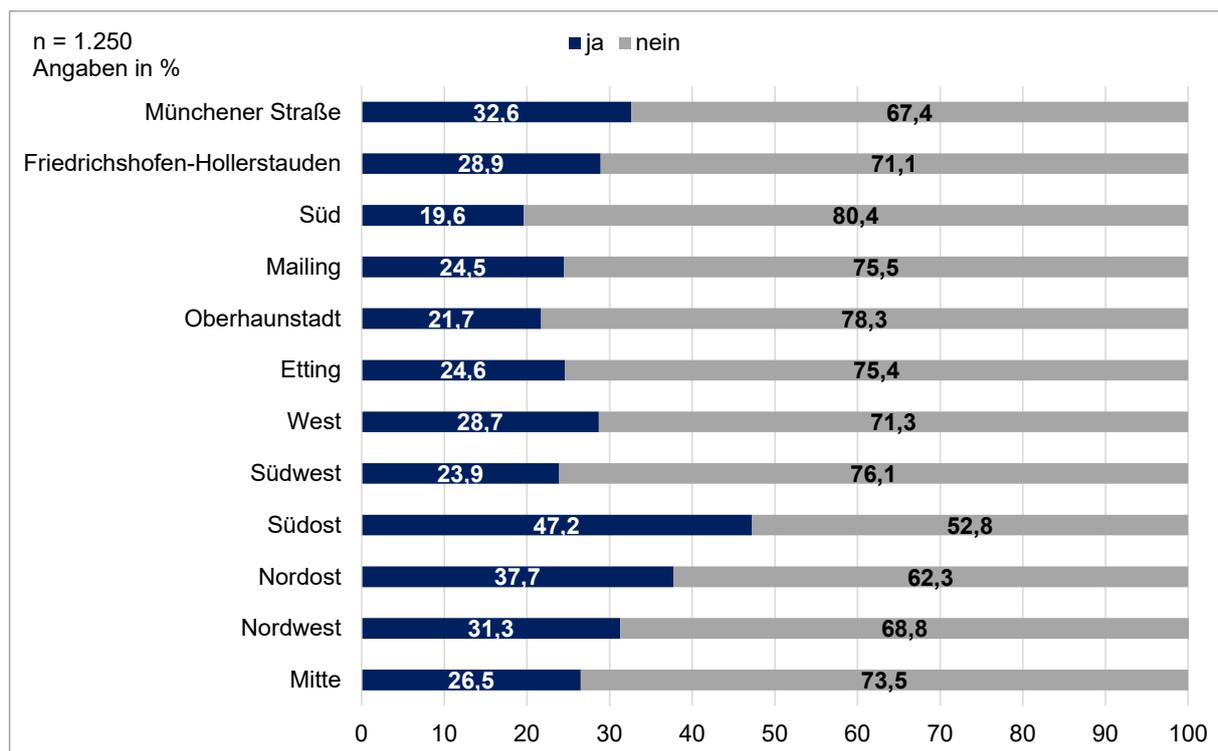


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Aufschlussreich ist weiterhin, dass ein Zusammenhang zwischen dem Wohnort der Befragten und der Bekanntheit der Familienstützpunkte zu konstatieren ist: Von den Personen aus Südost kennen 47,2 % die Stützpunkte. In diesem Stadtbezirk liegt der Familienstützpunkt Süd im Stadtteiltreff Augustinviertel. Im Nordosten liegt im Konradviertel der Familienstützpunkt FamilienSchwinge. Aus diesem Gebiet sind bei 37,7 % der Befragten die Stützpunkte bekannt. Aus Nordwest, wo auch ein Stützpunkt (Familienstützpunkt am Haslangpark; Piusviertel) liegt, kennen die Familienstützpunkte 31,1 %.

Von den Personen aus Süd (19,6 %) und Oberhaunstadt (21,7 %) kennen deutlich weniger die Stützpunkte. Dies liegt ggf. daran, dass in diesen Gegenden keine Stützpunkte liegen.

Abbildung 42: Wohnorte der Eltern in Verbindung mit Kenntnis der Familienstützpunkte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Abschließend zu den Familienstützpunkten wurden diese mit der Erwerbstätigkeit der Befragten in Zusammenhang gesetzt: Am bekanntesten sind die Familienstützpunkte bei Befragten, die sich in Elternzeit befinden (38,2 %). Von den Teilzeitbeschäftigten kennen 32,6 % die Stützpunkte, von den Vollzeitbeschäftigten hingegen nur 22,4 %. Dies ist insbesondere wieder auf den Zeitfaktor zurückzuführen.

Nichtsdestotrotz liegt dies auch am Alter der Kinder, da zudem zu erkennen war, dass Eltern mit kleineren Kindern die Angebote eher kennen. Diese Eltern befinden sich auch häufiger in Elternzeit. Bei Haushalten, in denen nur Kinder bis maximal drei Jahre leben, sind die Familienstützpunkte bei 46,8 % bekannt, in Haushalten mit Kindern bis maximal sechs Jahren bei 42,3 %. Von den Familien, in denen nur Kinder ab 13 Jahren leben (nur Teenager), kennen lediglich 29,2 % die Stützpunkte.

Themenfelder der besuchten Veranstaltungen, Veranstaltungsorte und Wünsche der Eltern dazu

Die Befragten, die bereits Familienbildungsveranstaltungen in der Stadt Ingolstadt besuchten, wurden gebeten, Angaben sowohl zu den Themen als auch zu den Orten der von ihnen besuchten Veranstaltungen zu machen.

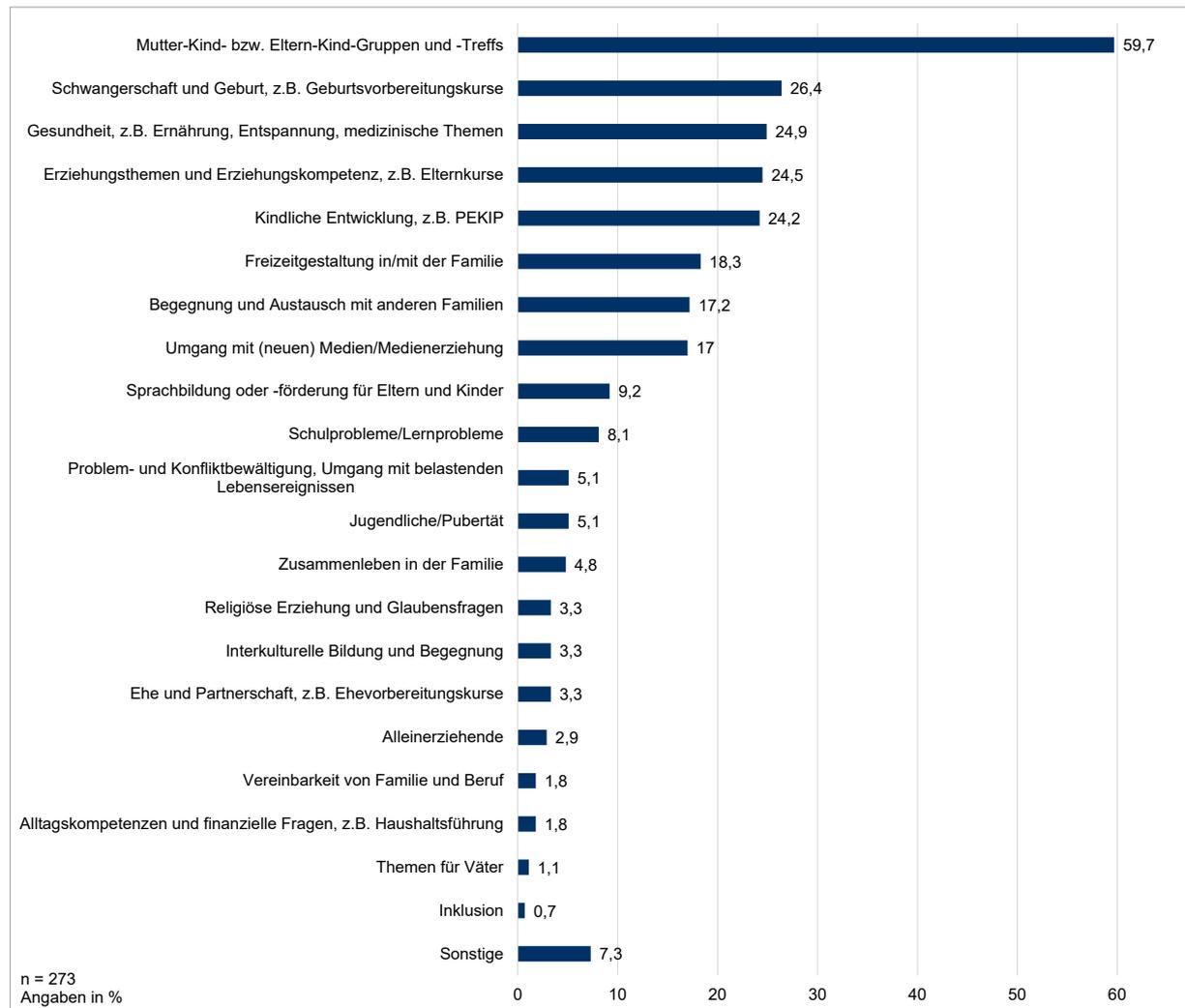
Am beliebtesten waren Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen und -Treffe (59,7 %). Es folgen Veranstaltungen zu Schwangerschaft und Geburt (26,4 %), Gesundheit (24,9 %) und Angebote aus dem Bereich Erziehung (24,5 %). Erziehungsthemen wurden von Alleinerziehenden (33,3 %) dabei häufiger besucht als von Familien, in denen die Eltern verheiratet sind oder zusammenleben (23,4%).

Auffällig war zudem, dass Angebote zur kindlichen Entwicklung (z. B. PEKIP) vor allem von höhergebildeten Eltern (29,8%) wahrgenommen wurden, was daran liegen kann, dass Angebote wie PEKIP bei diesen Eltern bekannter sind.

Beim Umgang mit neuen Medien/Medienerziehung war sehr deutlich zu erkennen, dass dieses Thema erst mit steigendem Alter der Kinder relevant wird. Für Eltern, in deren Haushalt ausschließlich Kinder bis drei Jahre leben, spielt dieser Bereich gar keine Rolle (0 %). Dies ist damit zu erklären, dass kleine Kinder noch keinen oder nur einen ausgesprochen geringen Umgang mit Medien haben. Ähnliche Ergebnisse zeigten sich auch für das Thema Freizeit. Hier ist der Erklärungsansatz darin zu sehen, dass kleine Kinder noch recht gut zu beschäftigen sind bzw. noch keinen hohen Bedarf an Freizeitaktivitäten haben.

Deutlich seltener wurden Veranstaltungen mit den Themen Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Alltagskompetenzen und finanzielle Fragen (jeweils 1,8 %) sowie Themen für Väter (1,1 %) besucht.

Abbildung 43: Themen der besuchten Veranstaltungen



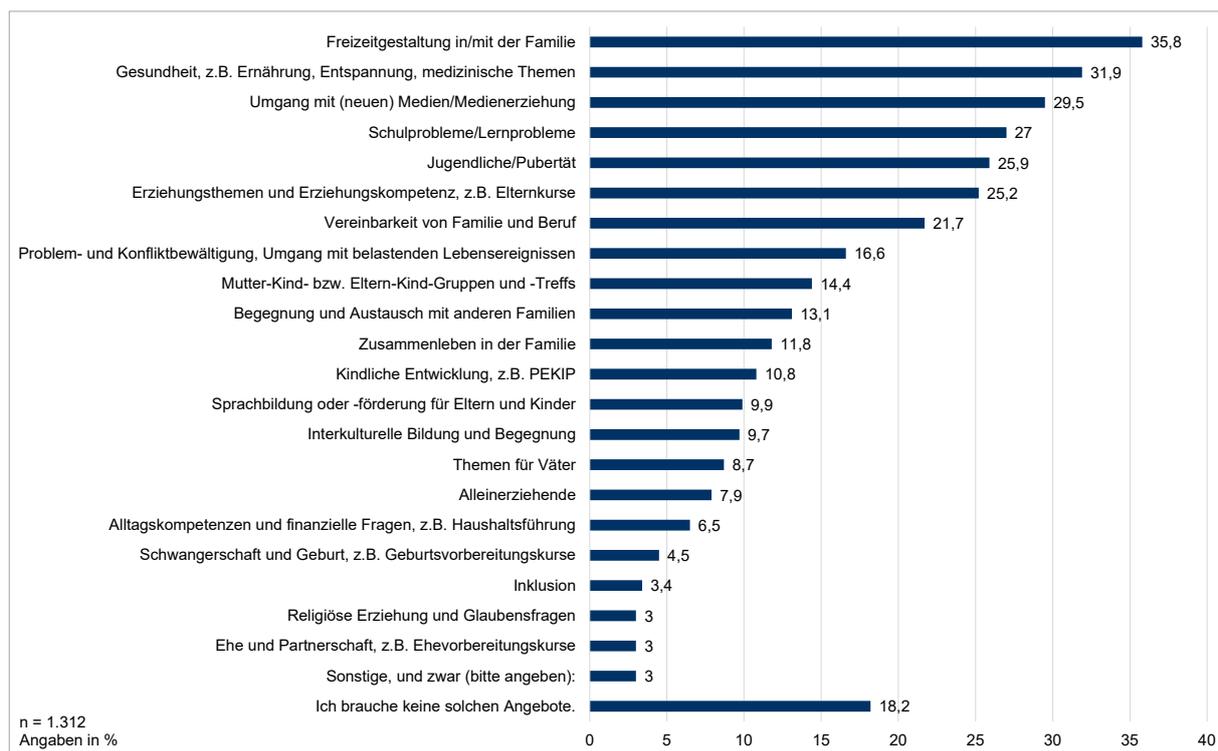
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Mehr Veranstaltungen wünschen sich die Eltern vor allem zu folgenden Themen: Freizeitgestaltung in/mit der Familie (35,8 %), Gesundheit (31,9 %) und Umgang mit (neuen) Medien/Medienerziehung (29,5 %). Weniger groß ist die Nachfrage zu Themen wie Inklusion (3,4 %), religiöse Erziehung und Glaubensfragen (3 %) sowie Ehe und Partnerschaft (3 %).

Dass Themen wie Ehe und Partnerschaft und Schwangerschaft weniger nachgefragt werden, liegt vor allem an der untersuchten Zielgruppe. Es wurden hauptsächlich Familien befragt, von denen sich die Kinder in Betreuungs- und Bildungseinrichtungen befinden und somit ein gewisses Alter aufweisen. Ein anderes Bild würde sich vermutlich zeigen, wenn man kinderlose Paare befragen würde bzw. Personen, die noch nicht lange liiert sind. Für die geringere Relevanz von Geburtsvorbereitungskursen kann eine ähnliche Erklärung gegeben werden. Diese interessieren vor allem Paare, die ihr erstes Kind bekommen. In der Stichprobe dieser Studie befinden sich allerdings Familien, die im Schnitt 2,1 Kinder haben.

Demnach wäre es nicht sinnvoll solche wichtigen Themen von dem Veranstaltungsplan zu streichen, da diese einfach eine andere Zielgruppe betreffen/ansprechen.

Abbildung 44: Themenwünsche der Eltern



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eine Gegenüberstellung der Themen zu denen Veranstaltungen wahrgenommen wurden und den gewünschten²⁷ ergibt, dass kein Bedarf an mehr Angeboten in den Bereichen Schwangerschaft/Geburt, Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen bzw. -Treffs und kindliche Entwicklung (z.B. PEKIP) besteht. Dies heißt jedoch nicht, dass hier reduziert werden sollte. Vielmehr gilt es Themen, die von den Eltern im Verhältnis zu den bisherigen Angeboten recht stark gewünscht werden, zu fokussieren. Dies trifft insbesondere auf folgende Themen zu: Freizeitgestaltung, Gesundheit, Interkulturelle Bildung, Umgang mit neuen Medien, Schulprobleme/Lernprobleme, Problem-/Konfliktbewältigung, Jugendliche/Pubertät, Vereinbarkeit von Familie und Beruf und Themen für Väter und Alleinerziehende. Bei diesen Themen ist die größte Differenz zwischen Besuch und Wunsch erkennbar. Dies ist ein Indiz dafür, dass in diesen Bereichen über eine Ausweitung der Angebote nachgedacht werden sollte.

In Bezug auf das Thema ‚Freizeitgestaltung‘ verstärkt sich der Wunsch mit steigendem Bildungsniveau, er ist aber in allen Bildungsniveaus groß. Zudem ist dieser in deutsch-, gemischt und nicht-deutschsprachigen Haushalten ausgeprägt. Folglich ist hier ein Ausbau der Angebote in jedem Fall anzustreben.

Den Wunsch nach mehr Veranstaltungen zu Erziehungsthemen sowie dem Umgang mit Medien äußerten hingegen eher Höherqualifizierte (33,2 %; 39,6 %). Schul- und Lernprobleme spielen bei den Mittelqualifizierten (31,1 %) die größte Rolle.

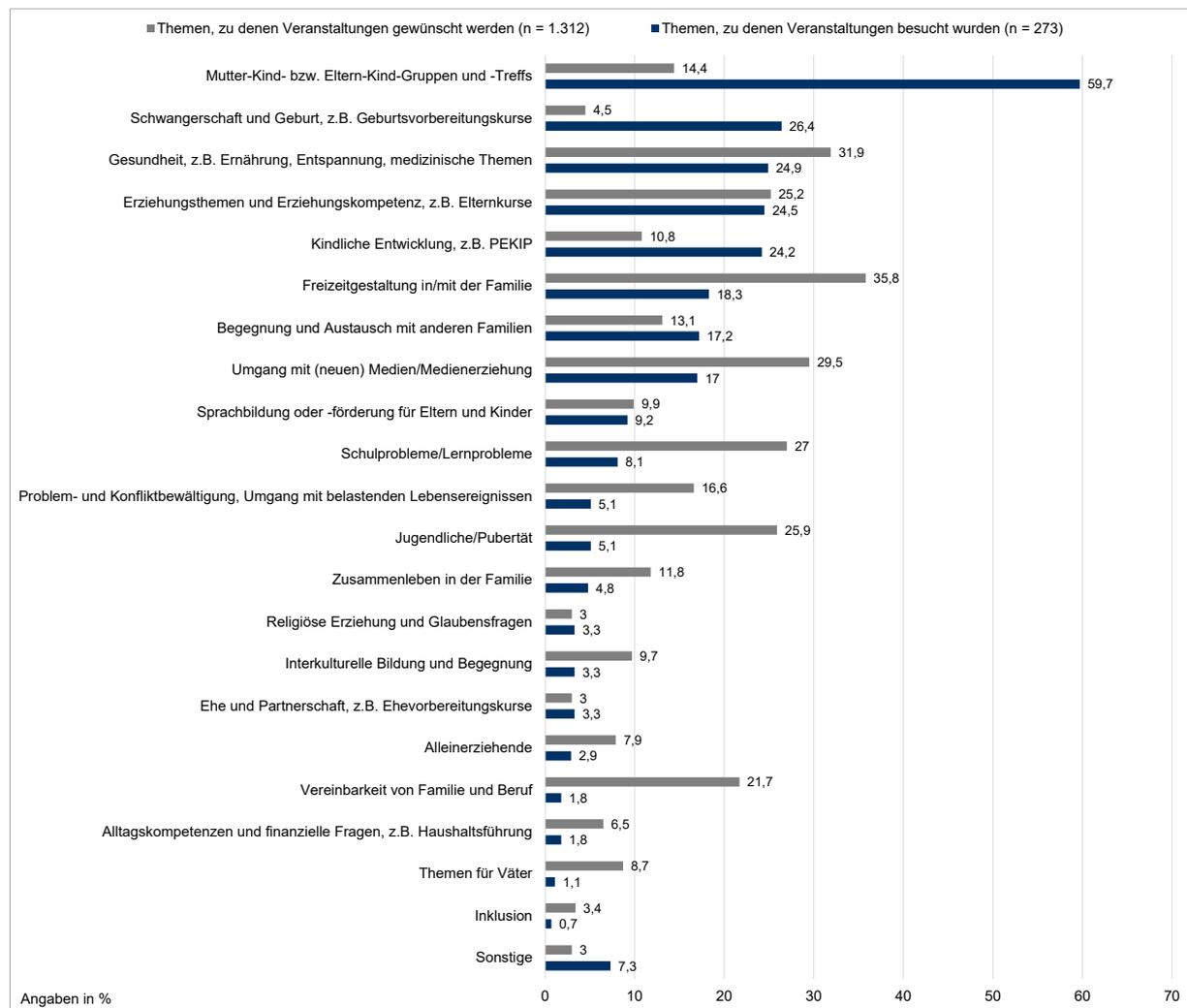
Die Aussage „Ich brauche keine solchen Angebote“ wurde primär von Eltern mit niedrigerem Bildungsniveau (34 %) getroffen.

Alleinerziehende wünschen sich – aus nachvollziehbaren Gründen – vor allem mehr Angebote für Ein-Eltern-Familien (59,4 %). Darüber hinaus sind die Bereiche ‚Konfliktbewältigung‘ (22 %) und ‚Themen für Väter‘ (11,4 %) unter Alleinerziehenden sehr gefragt.

²⁷ Besonders eindeutige prozentuale Unterschiede zwischen den besuchten und den gewünschten Veranstaltungsthemen (höherer Wert als bei besuchten Veranstaltungen) deuten darauf hin, dass großer Bedarf herrscht und als Konsequenz künftig mehr Veranstaltungen in diesen Bereichen angeboten werden sollten. Andersherum ist der Bedarf möglicherweise ausreichend gedeckt, wenn der Anteil der Eltern, die sich mehr Angebote wünschen deutlich kleiner ist als der Prozentsatz der besuchten Angebote zum jeweiligen Thema. Hier spielt, wie oben bereits erwähnt, die Lebensphase, in der sich die Eltern befinden, eine entscheidende Rolle.

²⁸ Geringqualifiziert: 26,8 %; Mittelqualifiziert: 35,7 %; Hochqualifiziert: 40 %

Abbildung 45: Gegenüberstellung besuchter und gewünschter Themen



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

Über die Themen hinaus ist es zur Weiterentwicklung des Familienbildungskonzepts wichtig zu wissen, welche Veranstaltungsorte von den Eltern genutzt wurden und welche Orte perspektivisch noch mehr einbezogen werden können. Dies kann unter anderem für die Planung weiterer Stützpunkte von Bedeutung sein.

Es zeigt sich sehr klar, dass neben Hebammenpraxen und Geburtshäusern (27,6 %) sowie den Stadtteiltreffs (24,5 %) die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (KITA: 23,4 %; Schule: 24,1 %) als Veranstaltungsorte der Familienbildung für die Eltern bislang sehr wichtig waren. Angebote in Familienstützpunkten nahmen 19,2 % der Eltern wahr, die schon Familienbildungsveranstaltungen besuchten. Weniger Veranstaltungen wurden bei Hilfsvereinen (0,8 %) bzw. in Selbsthilfeeinitiativen (1,9 %) sowie Familienferienstätten (2,3 %) besucht.

Abbildung 46: Orte, an denen Eltern Veranstaltungen zu Familienbildung besuchten

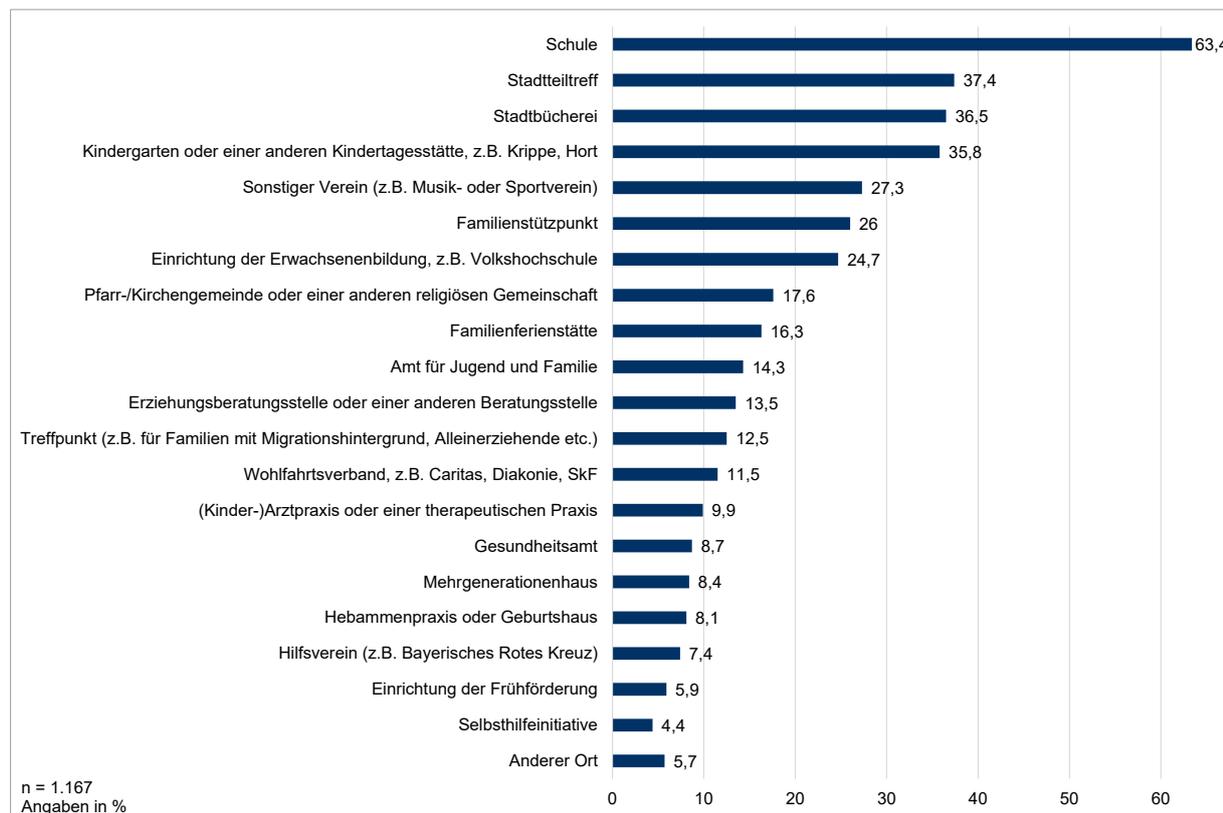


Quelle: Eltern- und Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Explizit bei „anderer Ort“ wurden mehrfach das Bürgerhaus (7) genannt sowie die Bürgerhaus-Gastronomie „Diagonal“ (5), PEKIP (4) und Onlineveranstaltungen (5).

Bei den gewünschten Veranstaltungsorten zeigt sich ebenfalls die Bedeutung der Stadtteiltreffs sowie der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (siehe Abb. 47). Auch in der Stadtbücherei wünschen sich recht viele Eltern mehr Veranstaltungen zur Familienbildung.

Abbildung 47: Gewünschte Veranstaltungsorte



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

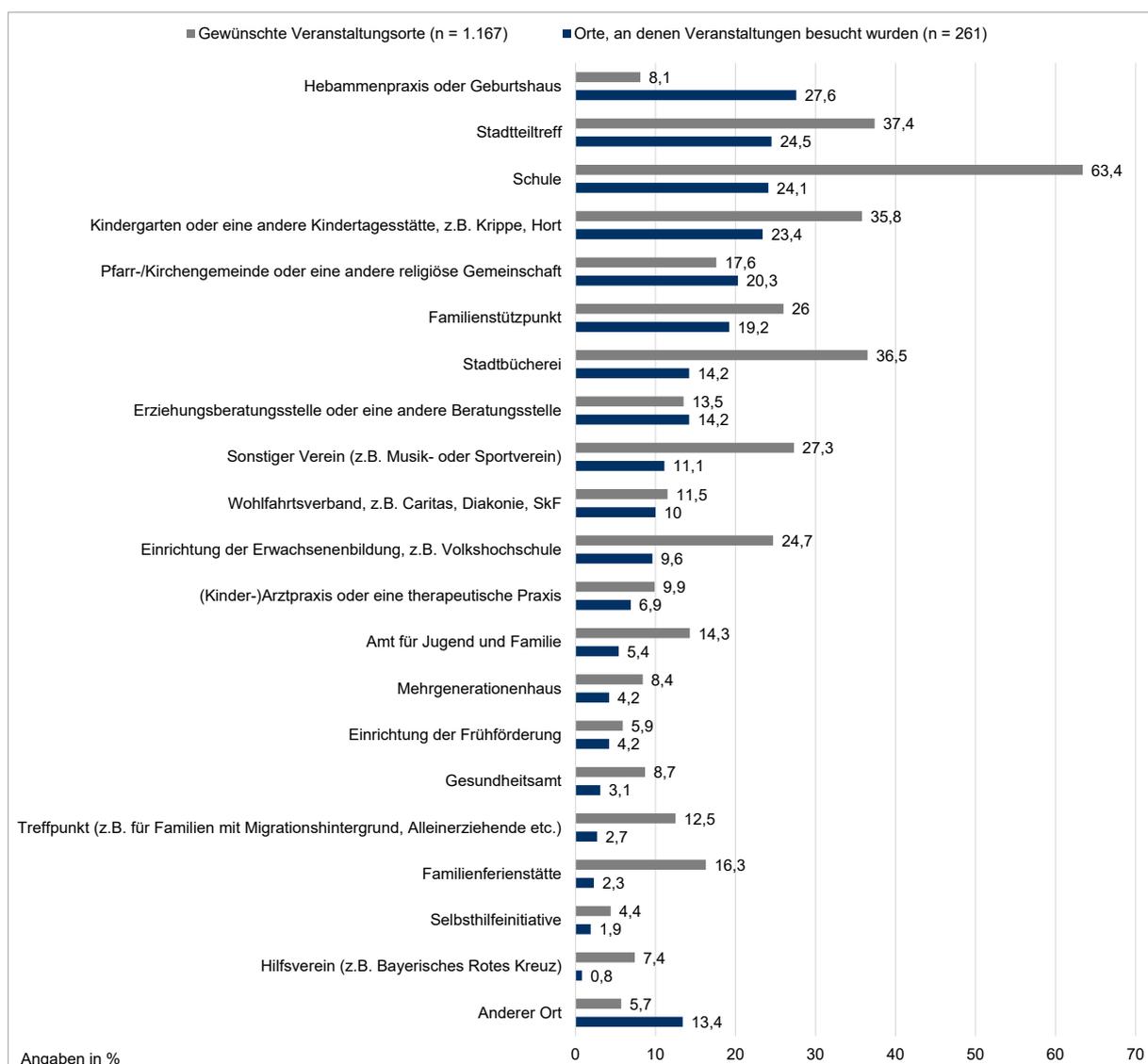
67 Personen gaben auch hier andere Orte an. Am häufigsten wurde der Wunsch nach Onlineveranstaltungen (23) und Veranstaltungen „zu Hause“ (7) genannt. Das Bürgerhaus mit der zugehörigen Gastronomie „Diagonal“ erhielten ebenfalls wieder viel Zuspruch. Darüber hinaus gaben einige Personen an, dass sie Angebote „draußen“ (5), „in der Natur“ (7), in Parks und Spielplätzen befürworten würden.

Perspektivisch ist vor dem Hintergrund der Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Veranstaltungsorte vor allem darüber nachzudenken, folgende Orte (noch) stärker einzubinden, da sich hier eine besonders große Differenz zwischen den Orten, an denen Veranstaltungen besucht wurden und gewünschten Veranstaltungsorten ergab: Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Stadtbücherei, sonstige Vereine, Einrichtungen der Erwachsenenbildung, Stadtteiltreff, Familienferienstätte.²⁹

In den Hebammenpraxen/Geburtshäusern wurden zwar viele Angebote besucht, gleichzeitig besteht hier aber im Verhältnis ein eher geringer Wunsch nach mehr Angeboten in diesen Einrichtungen. Folglich ist der Bedarf an diesen Orten – zumindest für die Stichprobe dieser Befragung – gedeckt. Für Stichproben mit anderer Zusammensetzung kann dies anders aussehen. Dies heißt allerdings nicht, dass die Angebote dort zurückgeschraubt werden sollten. Im Gegenteil: Es gilt diese Angebote weiter zu erhalten.

²⁹ Angeführt sind hier solche Orte, für welche die Fallzahl ausreichend groß war.

Abbildung 48: Gegenüberstellung von Orten, an denen Veranstaltungen besucht wurden und der gewünschten Veranstaltungsorte



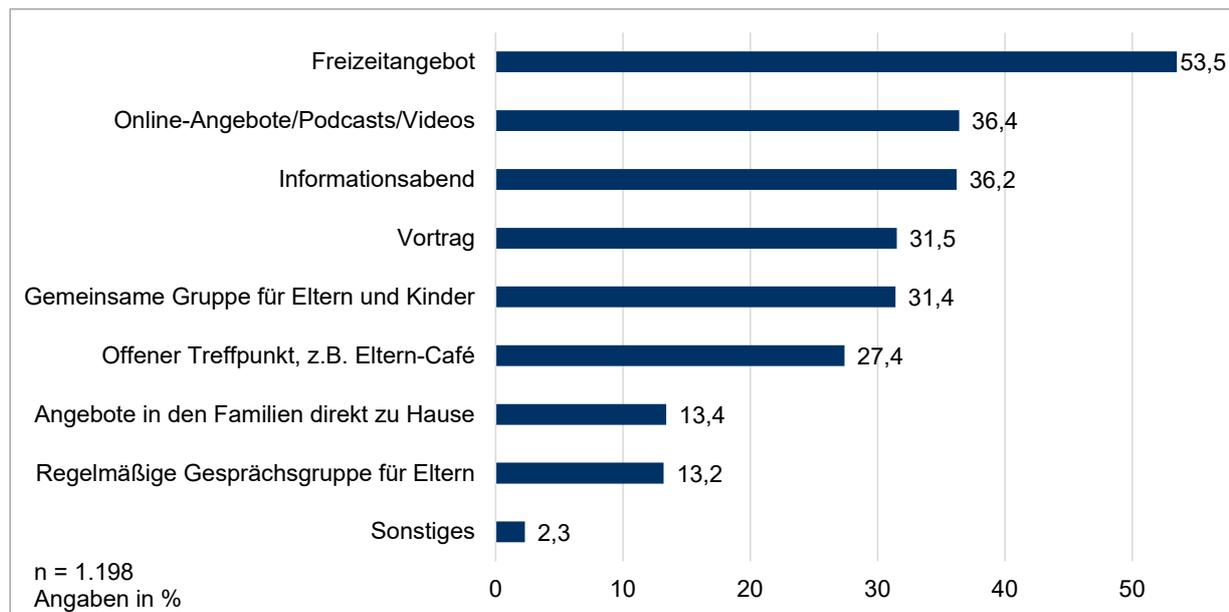
Quelle: Eltern- und Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Abschließend wurde noch analysiert, welche Veranstaltungsarten sich die Eltern wünschen. Über die Hälfte der Eltern (53,5 %) würde sich dabei über Freizeitangebote freuen – vor allem die Alleinerziehenden (59,3 %).

Mit 36,4 % wünscht sich mehr als ein Drittel auch mehr Online-Angebote/Podcasts oder Videos. Dies kann sicher auch mit der Corona-Pandemie zusammenhängen, welche die Bedeutung und ggf. auch die Vorteile digitaler Angebote aufzeigte. Interessanterweise wünschen sich mehr Väter (43,6 %) als Mütter (35,2 %) mehr Online-Angebote. Ein deutlicher Unterschied ist in Bezug auf die Qualifikationsniveaus bei den Online-Angeboten zu erkennen: Während sich von den Hochqualifizierten 47,4 % mehr Online-Angebote wünschen, trifft dies bei den Mittelqualifizierten auf 27,5 % und bei den Eltern mit geringerer Qualifikation auf lediglich 12,5 % zu.

Den Wunsch nach Angeboten in den Familien zu Hause (13,4 %) und regelmäßigen Gesprächsgruppen (13,2 %) äußerten weniger Eltern. Am größten ist der Wunsch nach Angeboten in den Familien zu Hause unter den Alleinerziehenden (24,6 %).

Abbildung 49: Gewünschte Veranstaltungsarten



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

6. Vergleich mit den Ergebnissen der Erhebung aus dem Jahr 2015

Der Vergleich der Ergebnisse mit der Erhebung zu Familienbildung der Stadt Ingolstadt aus dem Jahr 2015 dient nicht nur dazu, Veränderungen in dieser Zeit nachzuvollziehen, sondern er ist insbesondere hilfreich, um Nachjustierungen am bestehenden Angebot vorzunehmen und Handlungsansätze zu erkennen.

Zunächst ist erstaunlich, dass weniger Eltern angaben, schon einmal von Angeboten der Familienbildung gehört zu haben (42,1 % in der aktuellen Befragung gegenüber 74 % der Befragung aus dem Jahr 2015). Eine Erklärung dafür ist, dass die Folgebefragung zu einem Zeitpunkt stattfand, in dem die Corona-Pandemie seit rund acht Monaten andauerte und damit auch seit über einem halben Jahr wenig Angebote – auch im Bereich der Familienbildung – stattfanden. Das führte dazu, dass weniger darüber berichtet wurde. Zudem ist es nicht auszuschließen, dass die vielen anderen Informationen im Zuge von Corona dazu führten, dass Informationen, etwa zu Familienbildungs-Themen, überlagert wurden.

Mit 37 % ist auch der Anteil der Eltern geringer, die bereits Familienbildungsangebote genutzt haben (2015: 55 %). Auch hier können die oben angeführten Gründe als Erklärungen herangezogen werden: Die Eltern hatten im Jahr 2020 kaum Möglichkeiten, Angebote wahrzunehmen. Allerdings ist allgemein festzuhalten, dass ein Vergleich der Nutzungszahlen mit der vorherigen Studie nur beschränkt aussagekräftig ist, da es sich um eine größtenteils andere Elterngeneration handelt, die an der Befragung teilgenommen hat: Im Laufe der letzten fünf Jahre sind einige Eltern, die an der ersten Befragung teilnahmen, an dieser Studie etwa aufgrund des Alters ihrer Kinder nicht mehr beteiligt gewesen, während andere Eltern neu hinzukamen.

Gleich ist hingegen der Haupthinderungsgrund für eine Teilnahme an Familienbildung: Der Zeitmangel. Dies macht deutlich, dass über Ansätze nachgedacht werden sollte, wie Eltern die Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen unter Zeitaspekten erleichtert werden kann.

Ähnliche Ergebnisse ergaben sich außerdem für die besuchten Themen sowie die Themenwünsche. Bei Letzteren hat „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ im Vergleich zu 2015 etwas an Bedeutung gewonnen. Umgekehrt sind Themen wie Inklusion und Ehe und Partnerschaft nach wie vor weniger wichtig für die Eltern. Dies mag – etwa in Bezug auf Ehe und Partnerschaft – daran liegen, dass dieses Thema von den Befragten nicht mit Familienbildung in Verbindung gebracht wird, obwohl es durchaus Bestandteil von Familienbildung ist bzw. die Betroffenen in diesem Kontext andere Ansprechpartner (beispielsweise entsprechende Beratungsstellen) haben. Dafür spricht auch, dass es im Bereich Ehe und Partnerschaft durch die befragten Träger recht wenige Angebote gibt. Dies gilt auch für das Thema Inklusion.

Die Tendenz, die bei den Themen hinsichtlich der Freizeitangebote erkennbar ist, zeigt sich auch bei den Veranstaltungsarten: Der Wunsch nach mehr Freizeitangeboten (als Veranstaltungsart) hat gegenüber der Erstbefragung zugenommen. Weniger von Bedeutung sind immer noch Angebote in den Familien direkt sowie regelmäßige Gesprächsgruppen.

Hinsichtlich der Orte, an denen die besuchten Veranstaltungen stattfanden, spielen damals wie heute die Hebammenpraxen und Geburtshäuser ebenso eine Rolle, wie die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Im Vergleich zur ersten Befragung wurden mehr Angebote in den Stadtteiltreffs besucht. Dies kann unter anderem daran liegen, dass einer der Familienstützpunkte an einen der Stadtteiltreffs angesiedelt ist. Der Wunsch nach mehr Veranstaltungen in Stadtteiltreffs wurde bereits 2015 von den Eltern deutlich geäußert. Da dieser Wunsch auch in der Folgerhebung geäußert wurde, unterstreicht dies, dass die Stadtteiltreffs für die Eltern ein relevanter Veranstaltungsort sind. Tatsächlich gibt es beim Thema Familienbildung – über die Familienstützpunkte – bereits sehr enge Kooperationen mit den Stadtteiltreffs und entsprechend zahlreiche Angebote, die von den Eltern aber möglicherweise nicht der Familienbildung zugeordnet werden. In jedem Fall ist aufgrund der großen Bedeutung, die Eltern den Stadtteiltreffs beimessen, daher an dieser engen Kooperation festzuhalten.

Gleiche Tendenzen sind auch bei den Entfernungen erkennbar, die für die Eltern zumutbar sind, um zu einer Familienbildungsveranstaltung zu gelangen.

7. Fazit und Ausblick

7.1 Fazit

Insgesamt nahmen 1.393 Eltern an der vorliegenden Studie teil und äußerten sich zu ihrem Nutzungsverhalten und ihren Wünschen in Bezug auf Familienbildung in der Stadt Ingolstadt. Sie trugen so maßgeblich dazu bei, dass das Familienbildungskonzept der Stadt weiterentwickelt und angepasst werden kann. Aufgrund der zufälligen Stichprobenziehung, einer ausreichend hohen Fallzahl und da die Stichprobe in vielen soziodemografischen Merkmalen (Bildungsniveau, Kinderanzahl etc.) die Grundgesamtheit abbildet, wird Repräsentativität angenommen. Demnach bieten die Daten eine solide Grundlage, um die Ergebnisse der Studie von knapp 1.400 Eltern mit Kindern in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen auf alle entsprechenden Familien in Ingolstadt zu übertragen bzw. zu verallgemeinern. Somit lassen die Resultate der Befragten Schlussfolgerungen auf alle Familien in Ingolstadt zu.

Die Studie zeigt zunächst, dass die bestehenden Familienbildungsangebote bereits genutzt werden. Zudem entsprechen sich Angebot und Nachfrage sowohl thematisch als auch in Bezug auf die Veranstaltungsorte in einigen Bereichen bereits gut: So werden viele Angebote im Bereich Gesundheit gemacht, wonach auch eine große Nachfrage besteht. Umgekehrt werden wenige zugehende Angebote gemacht, was den Bedarfen der Eltern entspricht. Ebenso herrscht wenig Bedarf an Veranstaltungen zu Partnerschaftsfragen der Eltern, sodass die wenigen hierzu bestehenden Angebote zwar beibehalten, aber nicht ausgebaut werden müssen.

Positiv ist weiterhin, dass weder die Kosten noch die Erreichbarkeit der Angebote keine Hinderungsgründe für eine Teilnahme darstellen. Dies ist wichtig, damit möglichst keine Eltern durch derartige Rahmenbedingungen von einer Nutzung der Angebote ausgeschlossen werden.

Zudem gestaltet sich das vorhandene Angebot durchaus vielfältig.

Allerdings wurde dieses breite Angebot an Familienbildungsveranstaltungen bisher lediglich von 36,5 % der befragten Eltern genutzt. Daraus ergibt sich die zentrale Frage, wie noch mehr Eltern für die Angebote gewonnen werden können. Dies gilt insbesondere für Eltern, die über keine hohe Qualifikation verfügen und Haushalte, in denen nicht ausschließlich Deutsch gesprochen wird.

Zwei Punkte scheinen für die Bekanntheitssteigerung und in der Folge für eine vermehrte Nutzung von Familien entscheidend: Zum einen die starke Einbindung der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und zum anderen die Einbindung von Eltern selbst. Beide Gruppen können, wie die Ergebnisse zeigen, zentrale Multiplikatoren sein. Folglich ist es zielführend, darüber nachzudenken, wie Eltern als Multiplikatoren gewonnen werden und die genannten Einrichtungen eng in die weiteren Planungen miteinbezogen werden können.

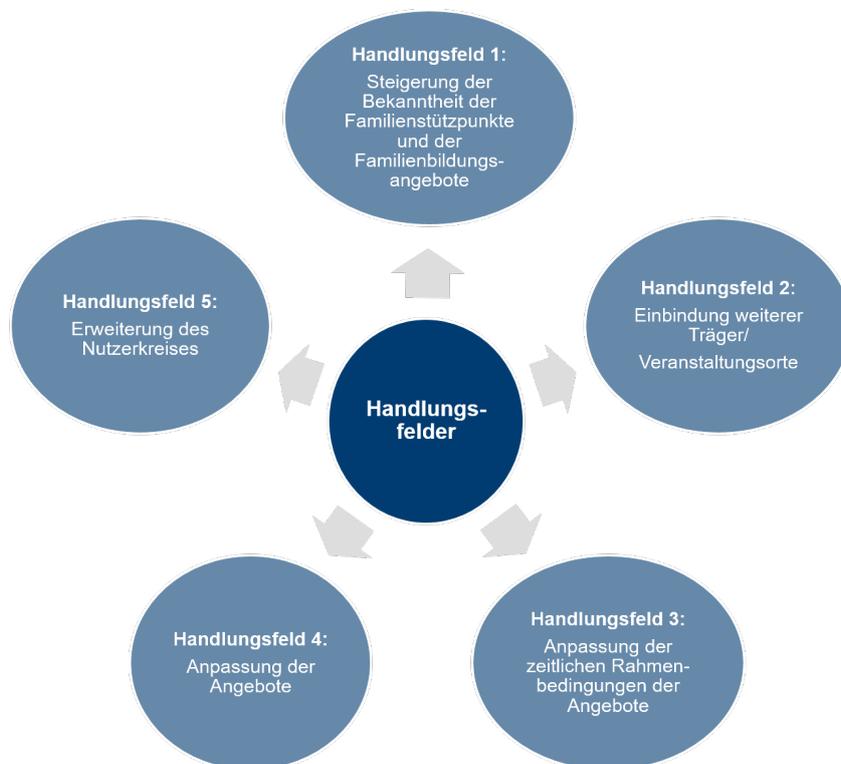
Zudem ist es wichtig, Ansätze zu entwickeln, um insbesondere Eltern mit mittlerer Qualifikation und Haushalte, in denen neben Deutsch auch andere Sprachen gesprochen werden, mehr für die Angebote der Familienbildung zu gewinnen. Zweifelsohne gilt: Familienbildung sollte möglichst viele Familien erreichen.

Darüber hinaus kann in einigen Bereichen über eine Nachjustierung bei den Angeboten nachgedacht werden. Dies gilt für die zeitliche Gestaltung und die Themen der Angebote sowie die Einbindung weiterer Träger bzw. die Ausweitung von Angeboten an besonders gefragten Veranstaltungsorten.

7.2 Ausblick

Aus diesen zentralen Ergebnissen ergeben sich Handlungsfelder, die als Grundlage für die Weiterentwicklung des Familienbildungskonzepts der Stadt Ingolstadt dienen können (siehe Abb. 50).

Abbildung 50: Handlungsfelder im Bereich Familienbildung der Stadt Ingolstadt



Quelle: Eigene Darstellung des ZFG.

Im Rahmen dieser Handlungsfelder können verschiedene konkrete Maßnahmen ergriffen werden, die zum einen der weiteren Gestaltung der Angebote und ggf. der Einrichtung weiterer Familienstützpunkte dienen.

Handlungsfeld 1: Steigerung der Bekanntheit der Familienstützpunkte und der Familienbildungsangebote allgemein

Zur Steigerung der Bekanntheit der Familienbildungsangebote allgemein und der Familienstützpunkte in der Stadt Ingolstadt öffnet sich im Kontext der vorliegenden Studie ein Handlungsfenster: Durch die Informationen zur Befragung und ggf. die Teilnahme der Eltern daran, ist davon auszugehen, dass auch Eltern das Thema wahrgenommen haben, die bislang nichts davon gehört hatten. Diese Sensibilisierung kann genutzt werden, um die Bekanntheit der Angebote weiter zu steigern.

Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten.

Erstens ist es wichtig, die Eltern über die Studienergebnisse zu informieren – über die Presse, die sozialen Medien, auf dem Familienbildungstag der Stadt Ingolstadt und ggf. die Verteilung von Kurzzusammenfassungen der Studie bei Trägern. So erfolgt nicht nur eine Information an die Eltern über die Ergebnisse der Studie, an der sie mitgewirkt haben, sondern den Eltern wird so gleichzeitig gezeigt, dass ihre Anliegen und Anmerkungen ernst genommen werden. Sie sehen auf diese Weise zudem, dass durch ihre Partizipation Familienbildung in der Stadt Ingolstadt weiterentwickelt wird, damit die Stadt noch familienfreundlicher wird.

Zweitens sind Eltern, Bildungs- und Betreuungseinrichtungen Multiplikatoren, die für die Bekanntheitssteigerung von zentraler Bedeutung sein können. Neben der Verbreitung der Informationen zu Familienbildungsveranstaltungen können die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen auch als Veranstaltungsorte hilfreich sein. In Bezug auf Eltern als Multiplikatoren kann über einen weiteren Schritt nachgedacht werden: Eltern, die bereits Angebote wahrgenommen haben, könnten um Statements zu Familienbildung gebeten werden. So können sie kurz erläutern, welche Angebote sie gerne nutzen

und inwiefern sie von Familienbildung profitieren etc. Erstrebenswert wäre es, solche ‚Testimonials‘ mehrsprachig zu gestalten. Die Statements können sowohl über die Internetseite als auch verschiedene Social-Media-Kanäle verbreitet werden, da auf diese Weise immerhin fast 42 % der Eltern angeben, von Familienbildung erfahren zu haben. Dass die Informationsweitergabe über das Internet sehr gut funktioniert, ist auch damit zu erklären, dass die Stadt Ingolstadt sich mit Start des Familienstützpunkt-Programms dafür entschieden hatte, eine eigene Internetpräsenz zum Thema Familienbildung einzurichten. Dort werden sehr viele Informationen zu diesem Thema und den damit verbundenen Angeboten bereitgestellt. Die Website ist bei entsprechenden Suchen etwa über Google sehr einfach zu finden, sodass es sich um ein äußerst niedrigschwelliges Informationsangebot handelt, an dem festgehalten werden sollte.

Obwohl Plakate/Flyer erst an vierter Stelle bei den Informationsmitteln über Familienbildung genannt wurden, kann es in diesem Rahmen Sinn machen, diese Werbemittel weiterhin einzusetzen – insbesondere an zentralen Anlaufstellen der Eltern wie den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen oder an Orten, wo Eltern immer wieder hinmüssen (Kinderarztpraxen, Beratungsstellen). Dies wurde in der Vergangenheit auch bereits praktiziert. Perspektivisch kann zur Bekanntheitssteigerung auch über folgende Option nachgedacht werden: Können Geschäfte, wie Drogeriemärkte, in die Eltern regelmäßig gehen müssen, als Kooperationspartner gewonnen werden, um dort beispielsweise in der Nähe von Baby- und Kleinkindbedarf Plakate aufzuhängen?

Mit dem Familienbildungstag der Stadt Ingolstadt gibt es bereits eine Veranstaltung über die Familienbildung ‚erlebbar‘ gemacht wird, indem Eltern dort einerseits die Möglichkeit erhalten, konkrete Angebote sowie Träger der Familienbildung kennenzulernen und andererseits mit anderen Familien in Kontakt zu kommen. Gleichzeitig gibt es ein ansprechendes Rahmenprogramm, das dazu beiträgt, dass ein solcher Tag für die gesamte Familie zu einem Erlebnis werden kann. Niedrigschwellige Angebote, wie eine solche Veranstaltung, sind sehr hilfreich, um eine möglichst breite Zielgruppe zu erreichen. Auch wenn die Corona-Pandemie dazu führte, dass der Familienbildungstag im Jahr 2020 nicht durchgeführt werden konnte und er auch im Jahr 2021 nicht angeboten werden kann, sollte dieses Format künftig wieder durchgeführt werden – selbstverständlich nur sofern es die Infektionsschutzregelungen zulassen.

Darüber hinaus ist es überlegenswert, dezentrale Informationsveranstaltungen zu Familienbildung – beispielsweise in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen oder weiteren Einrichtungen – durchzuführen. Im Rahmen derartiger Veranstaltungen kann etwa das Familienbildungskonzept der Stadt Ingolstadt und das breite Angebot vorgestellt werden – verknüpft mit einem konkreten Angebot wie einem Vortrag. So bekommen die Eltern eine Vorstellung, was Familienbildung ist, gewinnen Informationen zu den Angeboten und können miteinander sowie mit den Verantwortlichen und Anbietern von Familienbildung in Kontakt treten. Die Durchführung solcher Veranstaltungen ist insbesondere in Gegenden sinnvoll, in denen eher wenige Eltern wohnen, die Familienbildung kennen bzw. nutzen. Derartige Veranstaltungen haben – im Vergleich – zu punktuellen Angeboten wie dem Familienbildungsangebot den Vorteil, dass sie regelmäßig durchgeführt werden können.

Eine weitere Maßnahme, die zur Bekanntheitssteigerung der Angebote – insbesondere jener der Familienstützpunkte – beitragen kann, ist bereits in Planung. Derzeit besitzt jeder Familienstützpunkt einen eigenen Facebook-Auftritt. Perspektivisch sollen diese drei Accounts gebündelt und zentral verwaltet werden. Dies kann dazu führen, dass eine breitere Streuung der Angebote erreicht wird. Zudem ist auch ein Auftritt auf Instagram geplant.

Fortgesetzt werden sollte in jedem Fall die enge Kooperation mit der KoKi, die gerade im Bereich der frühkindlichen Entwicklung über ein enges Netzwerk verfügt.

Die Bekanntheitssteigerung dient letztlich vor allem dazu, dass noch mehr Familien von den Angeboten profitieren können (siehe Handlungsfeld 5 zur Erweiterung des Nutzerkreises).

Handlungsfeld 2: Einbindung weiterer Träger/Veranstaltungsorte

Die Ergebnisse zeigten, dass sich die Eltern Angebote an Veranstaltungsorten bzw. von Trägern wünschen, die als Anlaufstellen zu sehen sind, mit denen sie auch in anderen Kontexten in Kontakt stehen: Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Stadtteiltreffs, Stadtbücherei, VHS etc. Der Wunsch nach mehr Angeboten in den Stadtteiltreffs wurde insbesondere von Eltern geäußert, die über kein hohes Qualifikationsniveau verfügen. Daher wäre es ein Ansatz, zu überlegen, wie die bereits bestehenden Angebote und die Kooperationen der Familienstützpunkte mit diesen Anlaufstellen in diesen Kreisen noch bekannter gemacht werden können, um noch mehr Eltern für Familienbildung zu gewinnen. Daher ist es vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Bekanntheitssteigerung erstrebenswert, in verschiedenen Stadtteiltreffs Veranstaltungen anzubieten, bei denen beispielsweise Eltern aus dem jeweiligen Stadtteil, die bereits Familienbildungsangebote besucht haben – gemeinsam mit einer Fachkraft – anderen Eltern über Familienbildung berichten und ggf. das Konzept von Familienbildung erklären. Hilfreich wäre es, wenn derartige Veranstaltungen mehrsprachig angeboten werden könnten. Es könnte außerdem in Erwägung gezogen werden für eine Bekanntheitssteigerung punktuell

auch mit Postwurfsendungen zu arbeiten, um Eltern auf entsprechende Angebote aufmerksam zu machen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, wie beschrieben, auch weiterhin ein zentraler Partner bei Familienbildung sein sollten. Die Relevanz dieser Einrichtungen hat verschiedene Gründe: Erstens haben die Eltern zu den Kindertageseinrichtungen und/oder Schulen ihrer Kinder ohnehin Kontakt, sodass auf diese Weise, zweitens, gut Informationen – unter anderem zu Angeboten der Familienbildung – weitergegeben werden können. Drittens genießen diese Einrichtungen nicht selten hohes Vertrauen und die Lehrkräfte kennen die Bedarfe der Familien unter Umständen recht gut, sodass Eltern auch gezielt auf passende Angebote aufmerksam gemacht werden. Viertens schließlich liegen die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen in der Regel relativ wohnortnah, sodass es mit keinem großen Aufwand für die Eltern verbunden ist, dort hinzukommen.

Ergänzend ist in diesem Zusammenhang anzumerken, dass eher wenige Nutzer von Familienbildung aus Gegenden wie Etting und Mailing stammen. Hier könnte in Erwägung gezogen werden, in diesen Gebieten Informationsveranstaltungen an Veranstaltungsorten durchzuführen, an denen sich Eltern mehr Veranstaltungen wünschen. Dies kann verschiedene positive Effekte haben: Es wird auf die Wünsche der Eltern eingegangen, die Bekanntheit kann gesteigert werden und damit schließlich auch der Nutzerkreis erweitert werden. Wichtig wäre in jedem Fall eine gezielte Bewerbung der Angebote (siehe oben).

Darüber hinaus ist durch die Verantwortlichen der Stadt Ingolstadt die Einrichtung weiterer Stützpunkte geplant. Zum genauen Ort der künftigen Familienstützpunkte können derzeit keine Aussagen getroffen werden. Angestrebt wird aber, weitere Stützpunkte in Sozialräume zu integrieren, aus denen die Anfahrtswege der Eltern zu Familienstützpunkten derzeit noch recht weit sind.

Handlungsfeld 3: Anpassung der zeitlichen Rahmenbedingungen der Angebote

Zeitmangel ist der Haupthinderungsgrund für die Wahrnehmung der Angebote. Auch wenn es unmittelbar schwer möglich ist, diesen Hinderungsgrund für die Eltern zu beseitigen, gibt es Ansätze, wie den Eltern die Teilnahme unter Zeitaspekten erleichtert werden kann. So wäre es eine Option, mehr Angebote am Wochenende durchzuführen. Gerade in Bezug auf Freizeitaktivitäten, die von den Eltern verstärkt gewünscht werden (siehe oben), könnte dies eine Möglichkeit sein. Für derartige Aktivitäten ist am Wochenende eher Zeit als unter der Woche, wenn die Kinder in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sind und die Eltern ihrer Erwerbstätigkeit nachgehen. Darüber hinaus können mehr Online-Angebote hilfreich sein: Für asynchrone Angebote, wie etwa aufgezeichnete Elternkurse etc. sind Eltern nicht an feste Zeitfenster gebunden, sodass sie diese Kurse anschauen oder anhören können, wenn es ihnen in ihren Tagesablauf passt. Zweifelsohne gehen diese Angebote mit dem Nachteil einher, dass kein direkter Austausch mit den Referenten, Seminarleitern etc. möglich ist. Daher ist es bei diesen Formaten wichtig, dass den Eltern kommuniziert wird, an wen sie sich bei Nachfragen zu den Angeboten wenden können. Bei synchronen Online-Angeboten besteht zwar keine ganz so große zeitliche Flexibilität, aber auch sie bieten zwei entscheidende Vorteile: Erstens müssen die Eltern keine Strecke in Kauf nehmen, um zu den Angeboten zu gelangen (was auch einen Zeitfaktor darstellen kann). Zweitens sind derartige Angebote leichter mit Kinderbetreuung kombinierbar, da Eltern diese Angebote zu Hause wahrnehmen können – unter Umständen während die Kinder spielen oder schlafen. Hier wurden durch die Stadt Ingolstadt – nicht zuletzt aufgrund der Corona-Krise – bereits entsprechende Angebote geschaffen. Daran sollte auch nach dem Ende der Pandemie festgehalten werden. Nachdem die Ergebnisse den Wunsch nach mehr Online-Angeboten ergaben, scheint der Ausbau von Online-Angeboten in jedem Fall ein erfolgsversprechender Weg mehr Eltern für Familienbildung zu gewinnen.

Mehrsprachige Angebote in Form von Podcasts, die in jüngster Zeit geschaffen wurden, sind im Hinblick auf die Erweiterung des Nutzerkreises (siehe dazu Handlungsfeld 5) eine gute Möglichkeit. Mit verschiedenen Formaten, die mehrsprachig angeboten werden, hat die Stadt Ingolstadt bereits den richtigen Weg eingeschlagen, der weiterverfolgt werden sollte.

Handlungsfeld 4: Anpassung der Angebote

Wie dargestellt gibt es Bereiche, in denen sich das Nutzungsverhalten und die Wünsche der Eltern bereits gut entsprechen. Dies gilt bei den Themen für Erziehungsthemen, Sprachbildung /-förderung, Ehe und Partnerschaft sowie Religiöse Erziehung/Glaubensfragen.

Umgekehrt gibt es Themenspektren, bei denen eine Angebotserweiterung empfehlenswert ist, da hierzu ein großer Wunsch unter den befragten Eltern besteht. Dies gilt insbesondere für die Freizeitangebote, nach denen bildungs- und sprachunabhängig der größte Wunsch besteht. Ein Erklärungsansatz für den durch die Eltern geäußerten Bedarf an mehr Angeboten im Bereich Freizeit ist, dass gerade während der Pandemie sehr wenige Freizeitaktivitäten möglich waren und daher die Sehnsucht danach entsprechend groß ist. Positiv ist in diesem Zusammenhang, dass die Verantwortlichen für Familienbildung die Erfahrung gemacht haben, dass Aktivitäten, die im Freien stattfinden, bei den Familien großen Anklang finden. Daher sollte – nicht zuletzt im Hinblick auf den Infektionsschutz

– weiter an derartigen Angeboten festgehalten werden. Für den Ausbau der Angebote spricht zudem, dass lediglich 19,5 % der Träger bei den Veranstaltungsarten angaben, dass sie Freizeitangebote machen, wohingegen über die Hälfte der befragten Eltern sich dazu mehr Veranstaltungen wünscht. Unter den Themen werden Freizeitaktivitäten von den Trägern am zweihäufigsten angeboten. Dennoch ist auch hier ein großer Wunsch der Eltern zu verzeichnen. Dies unterstreicht, dass im Bereich Freizeit ein hoher Bedarf der Eltern besteht und ein Angebotsausbau unbedingt anzustreben ist. Darüber hinaus ist der Wunsch nach mehr Angeboten im Gesundheitsbereich ebenfalls unabhängig davon zu erkennen, ob es sich um deutsch-, gemischt- oder fremdsprachige Haushalte handelt. Inwiefern dies auch an der Covid-Krise liegt, kann nicht zweifelsfrei beantwortet werden. Dabei ist es positiv, dass es hier auf Trägerseite bereits viele Angebote gibt, die z. T. während der Corona-Situation auch entsprechend angepasst wurden. Diese Angebote sollten daher in jedem Fall beibehalten werden. Dies gilt vor allem auch, da sich – im Nachgang der Pandemie und bedingt durch die Lock-Downs – möglicherweise noch längerfristig und vermehrter Bedarf ergibt.

Der Wunsch nach mehr Angeboten bei Schul- und Lernproblemen wurde insbesondere von Eltern mit mittlerem Qualifikationsniveau angeführt. Da bei dieser Zielgruppe in Bezug auf die Erweiterung des Nutzerkreises durchaus Potential zu sehen ist, kann über einen Ausbau dieser Angebote nachgedacht werden. Dazu wurden durch die Verantwortlichen in der Stadt Ingolstadt bereits erste Schritte eingeleitet. Themen, bei denen vor allem der Wunsch unter Höherqualifizierten hoch ist, sind Erziehungsthemen, der Umgang mit Medien sowie Themen für Väter. Hier ist allerdings anzumerken, dass die Höherqualifizierten bereits jetzt die größte Nutzergruppe darstellen. Während es zu Erziehungsthemen sowie dem Umgang mit Medien bereits immer wieder Angebote gibt, waren Themen für Väter bislang weniger Gegenstand der Familienbildungsveranstaltungen.

Die Ergebnisse zu den Veranstaltungsarten unterstreichen jene zu den Themen im Hinblick auf die Erweiterung der Freizeitangebote. Obwohl es in diesem Bereich bereits zahlreiche Angebote gibt – von einzelnen Veranstaltungen bis hin zu Ferienprogrammen – ist der Wunsch nach dieser Veranstaltungsart – losgelöst vom Bildungsniveau – deutlich wahrnehmbar. Ein weiterer Ausbau sollte daher in jedem Fall in Erwägung gezogen werden. Ebenso ratsam ist eine Erweiterung der Online-Angebote. Zwar wurde dieser Wunsch vor allem von Höherqualifizierten geäußert, gleichzeitig aber vor allem von Eltern mit kleinen Kindern. Vor dem Hintergrund des Zeitmangels sowie der Möglichkeit, Online-Angebote recht einfach mehrsprachig anbieten zu können, scheinen mehr Angebote in diesem Bereich durchaus sinnvoll.

Letztlich ist eine Anpassung der Angebote auch deshalb empfehlenswert, da davon ausgegangen werden kann, dass sich diese auch positiv auf das nächste Handlungsfeld – die Erweiterung des Nutzerkreises – auswirkt.

Handlungsfeld 5: Erweiterung des Nutzerkreises

Bei diesem Handlungsfeld geht es darum, mehr Familien mit niedrigerem Bildungsniveau sowie Familien mit Migrationshintergrund, in denen nicht ausschließlich Deutsch gesprochen wird, für Familienbildungsangebote zu gewinnen.

Für die Gewinnung bildungsfernerer Schichten gibt es verschiedene Ansätze. Wichtig ist gerade für diese Zielgruppe eine möglichst persönliche und direkte Ansprache der Familien, um sie auf die entsprechenden Angebote hinzuweisen. Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und Beratungsstellen sind in diesem Zusammenhang als zentrale Akteure zu sehen. Darüber hinaus ist eine möglichst niedrigschwellige Gestaltung der Angebote von Bedeutung: Der Hinderungsgrund an Veranstaltungen teilzunehmen sollte nicht sein, dass Themen oder Rahmen zu komplex sind. Daher sind insbesondere praktische und lebensnahe Angebote geeignet, bei denen auch die sozialen Komponenten nicht zu kurz kommen. Dazu zählen etwa Familiencafés oder Freizeitangebote mit Kindern etc. Der Wunsch nach mehr Freizeitangeboten äußerten vor allem auch Familien, in denen neben Deutsch auch andere Sprachen gesprochen werden. Anzumerken ist hier, dass gerade in den Stadtteiltreffs – etwa im Piusviertel – verschiedene Angebote, wie Nähkurse, Trommelworkshops etc. gemacht werden, die als „Türöffner“ gerade zur Gewinnung von Familien mit Migrationshintergrund dienen sollen. Diese wurden zum Teil auch recht gut angenommen.

Eine weitere Möglichkeit, mehr Familien, in denen nicht ausschließlich Deutsch gesprochen wird, für Familienbildung zu gewinnen, liegt in Angeboten im Bereich der Sprachbildung und Sprachförderung. Obwohl sich hier insgesamt Angebot und Bedarf gut decken, ist der Wunsch nach mehr Angeboten aus diesem Bereich bei Familien mit Migrationshintergrund hier verständlicherweise am größten. Folglich ist eine gezielte Ausweitung dieser Angebote – einhergehend mit einer entsprechenden Bewerbung – in jedem Fall erwägenswert. In den Stadtteiltreffs gibt es bereits verschiedene Veranstaltungen, wie etwa das Programm „Mama lernt Deutsch“, das unter der Federführung der VHS angeboten wird. Dabei handelt es sich um einen sehr niedrigschwelligen Sprachkurs. Ergänzend wird hier eine Kinderbetreuung angeboten, um den Sprachkurs möglichst vielen Müttern zu ermöglichen.

Gerade in diesem Zusammenhang ist die Multiplikatoren-Rolle von Eltern, die bereits Angebote

wahrgenommen haben in Bezug auf diese Zielgruppe sehr bedeutend – auch vor dem Hintergrund möglicher Sprachbarrieren. Es kann in Erwägung gezogen werden, ob sich ein Konzept wie jenes, das dem Gesundheitsprogramm „Mit Migranten für Migranten (MiMi)“ zu Grunde liegt, auch im Kontext von Familienbildung sinnvoll ist. Maßnahmen wie die Stadtteilmütter, bei denen Mütter sich gegenseitig unterstützen – etwa indem Mütter mit guten Sprachkenntnissen andere Mütter zu Gesprächen in die Schule begleiten – sind in diesem Zusammenhang ebenfalls sehr wertvoll.

Bei der Gewinnung von Familien mit Migrationshintergrund gibt es durch die Verantwortlichen der Stadt Ingolstadt bereits verschiedene Maßnahmen, wie die Bereitstellung von Informationen in verschiedenen Sprachen, an denen weiterhin festgehalten werden sollte. Hilfreich wäre es, wenn die Internetseite zu Familienbildung der Stadt Ingolstadt direkt in mehreren Sprachen verfügbar wäre und sich auf der Startseite mehrsprachige Hinweise finden ließen. Auch besonders wichtige Informationen (z. B. zu Beratung und Anlaufstellen in Notfällen) sollten mehrsprachig angeboten werden. Ein weiterer erfolgsversprechender Schritt in diesem Zusammenhang ist, dass jedem Familienstützpunkt ein Mitglied des Migrationsbeirates als Ansprechpartner zur Verfügung gestellt wurde.

Zur Gewinnung von Eltern mit niedrigerem Bildungsstand ist es im Sinne der Niedrigschwelligkeit zudem ein Ansatz, wichtige Erklärungen in einfacher Sprache anzubieten. Bildungsthemen bzw. Informationen zu Familienthemen können durchaus komplex sein, sodass eine einfache Sprache hier hilfreich sein kann.

Literaturverzeichnis

Bayerisches Landesamt für Statistik (2021). Ergebnis – 33111-001z. Flächenerhebung nach Art der tatsächlichen Nutzung Ingolstadt (Krfr. St). www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=previous&levelindex=1&step=1&titel=Ergebnis&levelid=1621429040299&acceptscookies=false [Stand: 2021-05-19].

Bürgerliches Gesetzbuch.

Brüderl, Josef et.al. (2017): The German Family Panel (pairfam). GESIS Data Archive, Cologne. ZA5678 Data file Version 8.0.0, doi: 10.4232/pairfam.5678.8.0.0. 36.

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland.

IFG Ingolstadt AöR, Graphik: Ferreira.

IGF Ingolstadt (o. J.). Lage und Anbindung. www.ingolstadt-ifg.de/wirtschaft-foerdern/lage-anbindung [Stand: 2021-05-19].

Sozialgesetzbuch VIII.

Stadt Ingolstadt (2020). Aktuelle Zahlen und Statistiken. www.ingolstadt.de/Rathaus/Aktuelles/Zahlen-Daten/Aktuelle-Statistiken/ [Stand: 2021-05-19].

Stadt Ingolstadt – Amt für Jugend und Familie: Jahresbericht Amt für Jugend und Familie Ingolstadt 2019. Ingolstadt 2019.

Stadt Ingolstadt – Amt für Kinderbetreuung und vorschulische Bildung: Gesamtjahresbericht 2020. Ingolstadt 2021.

Stadt Ingolstadt – Amt für Verkehrsmanagement und Geoinformation der Stadt Ingolstadt.

Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung (2021). Haushalte. Alleinerziehende mit Kindern unter 18 Jahren (31.12.2020). https://statistik.ingolstadt.de/?indicator=i135&date=31.12.2020&prop_legendClassifier=natural&pal_defaultPaletteId=Sequential%20Cyan&pal_defaultSchemeId=categoricScheme1&pal_noClasses=5&bbox=4439621.55065416%2C5393438.287500001%2C4469403.479345841%2C5410451.602499999 [Stand: 20201-08-12].

Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung (2021). Haushalte. Haushalte mit Kindern (31.12.2020). https://statistik.ingolstadt.de/?indicator=i135&date=31.12.2020&prop_legendClassifier=natural&pal_defaultPaletteId=Sequential%20Cyan&pal_defaultSchemeId=categoricScheme1&pal_noClasses=5&bbox=4439621.55065416%2C5393438.287500001%2C4469403.479345841%2C5410451.602499999 [Stand: 2021-08-12].

Stadt Ingolstadt – Hauptamt, Statistik und Stadtforschung: Stadt Ingolstadt. Kleinräumige Statistiken zum 31.12.2020.

Statistisches Bundesamt (2020). Presse. Geburtenziffer 2019 auf 1,54 Kinder je Frau gesunken. Frauen bei Geburt des ersten Kindes im Durchschnitt älter als 30 Jahre. www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/07/PD20_282_122.html [Stand: 2021-06-22].

Statistisches Bundesamt (2020). Publikation Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2019. www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/02-bundeslaender.html [Stand: 2021-06-22].

Textor, Martin: Familienbildung. In: Ecarius, Jutta (Hrsg.): Handbuch Familie. Wiesbaden 2007, S. 366-386.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage der Stadt Ingolstadt in Bayern	12
Abbildung 2:	Die Stadtbezirke der Stadt Ingolstadt	13
Abbildung 3:	Die Unterbezirke der Stadt Ingolstadt	14
Abbildung 4:	Anteile der verschiedenen Haushaltstypen in der Stadt Ingolstadt	15
Abbildung 5:	Anzahl der Mehrpersonenhaushalte mit Kindern in den verschiedenen Ingolstädter Stadtbezirken	16
Abbildung 6:	Anzahl der Ein-Eltern-Familien mit Kindern unter 18 Jahren in den verschiedenen Ingolstädter Stadtbezirken	16
Abbildung 7:	Trägerart	18
Abbildung 8:	Trägertypen	19
Abbildung 9:	Stadtbezirke, in denen die befragten Träger ihren Sitz haben	20
Abbildung 10:	Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Familienform)	20
Abbildung 11:	Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Lebensphasen)	21
Abbildung 12:	Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach besonderen Lebens- oder Belastungssituationen)	22
Abbildung 13:	Einzugsgebiet der befragten Träger	22
Abbildung 14:	Angebotene Veranstaltungsarten	23
Abbildung 15:	Themen der angebotenen Veranstaltungen	23
Abbildung 16:	Werbemittel der Anbieter	24
Abbildung 17:	Orte, an denen über Plakate/Aushänge/Flyer auf die Familienbildungsveranstaltungen aufmerksam gemacht wird	24
Abbildung 18:	Alter der Eltern	26
Abbildung 19:	Familienformen	26
Abbildung 20:	Erwerbstätigkeit der Befragten - differenziert nach Frauen und Männern	27
Abbildung 21:	Schulabschlüsse	28
Abbildung 22:	Berufsabschlüsse	28
Abbildung 23:	Bildungsniveau der Befragten	29
Abbildung 24:	Bildungsniveau nach der ISCED-Skala	30
Abbildung 25:	Haushaltsnettoeinkommen der Familien	30
Abbildung 26:	Sprachen, die in den Haushalten gesprochen werden	31
Abbildung 27:	Stadtbezirke, in denen die Befragungsteilnehmer wohnen	32
Abbildung 28:	Stadtbezirke nach Anteil der Familienformen	33
Abbildung 29:	Stadtbezirke nach Anteil der Sprachen, die in den Haushalten gesprochen werden	34
Abbildung 30:	Zahl der Kinder	35
Abbildung 31:	Alter der Kinder	35
Abbildung 32:	Kenntnis der Familienbildungsangebote	36
Abbildung 33:	Nutzung der Familienbildungsangebote	37
Abbildung 34:	Informationsquellen zu Familienbildungsangeboten	37
Abbildung 35:	Hinderungsgründe bzgl. der Teilnahme an Familienbildungsangeboten	38
Abbildung 36:	Distanz, die Eltern für den Besuch einer Familienbildungsveranstaltung überwinden würden	39
Abbildung 37:	Zusammenhang zwischen der Bekanntheit der Familienbildungsangebote und dem Bildungsniveau der Befragten	39

Abbildung 38:	Zusammenhang zwischen Nutzung von Familienbildungsangeboten und Bildungsniveau	40
Abbildung 39:	Zusammenhang zwischen Bekanntheit der Angebote und Sprachen, die in den Haushalten gesprochen werden	40
Abbildung 40:	Bekanntheit der Familienstützpunkte allgemein	41
Abbildung 41:	Zusammenhang zwischen der Bekanntheit der Familienbildungsangebote in Ingolstadt allgemein und der Bekanntheit der Familienstützpunkte	42
Abbildung 42:	Wohnorte der Eltern in Verbindung mit Kenntnis der Familienstützpunkte	43
Abbildung 43:	Themen der besuchten Veranstaltungen	44
Abbildung 44:	Themenwünsche der Eltern	45
Abbildung 45:	Gegenüberstellung besuchter und gewünschter Themen	46
Abbildung 46:	Orte, an denen Eltern Veranstaltungen zu Familienbildung besuchten	47
Abbildung 47:	Gewünschte Veranstaltungsorte	48
Abbildung 48:	Gegenüberstellung von Orten, an denen Veranstaltungen besucht wurden und der gewünschten Veranstaltungsorte	49
Abbildung 49:	Gewünschte Veranstaltungsarten	50
Abbildung 50:	Handlungsfelder im Bereich Familienbildung der Stadt Ingolstadt	53

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	ISCED-Skala 2011	29
------------	------------------	----

Beteiligte Personen

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

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Lisa Hartmann, M.A. (Projektverantwortliche, Wiss. Mitarbeiterin)
- Jasmin Gotschke, M.Sc. (stellv. Projektverantwortliche, Wiss. Mitarbeiterin, Datenauswertung und Datenanalyse)
- Dr. Veronika Hecht (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin, Datenauswertung und Datenanalyse)
- Alexandra Ressel, Dipl.-Päd. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin, Recherche und Layout)
- Eva-Maria Vierring (Projektmitarbeiterin, Teamassistenz)

Projekt-Team des Amtes für Jugend und Familie der Stadt Ingolstadt

- Oliver Betz (Amtsleiter)
- Angela Weingärtner (Sachgebietsleiterin und Familienbeauftragte)
- Bettina Strobel, Dipl.-Päd. (Kordinierungsstelle Familienbildung)

Impressum

© 2021

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

Direktor: Prof. Dr. Klaus Stüwe

Tel.: +49 8421/93-21141

Fax: +49 8421/907593

Mail: zfg@ku.de

Redaktion, Inhalt: Lisa Hartmann, ZFG

Layout: Alexandra Ressel, ZFG

Bildnachweis Titelseite: ©2015 motorradcbr – fotolia.com

Projektverantwortung: Lisa Hartmann, M.A.

Mail: lisa.hartmann@ku.de

Tel.: + 49 8421/93-21091

Z | F G
Zentralinstitut
für Ehe und Familie
in der Gesellschaft
Center for marriage
and family in society

