



KATHOLISCHE UNIVERSITÄT
EICHSTÄTT-INGOLSTADT

Z | FG

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

Für ein gutes Familienleben im Landkreis Eichstätt

Ergebnisse der Familienbildungsbefragung

2022



Im Auftrag von



Landkreis
Eichstätt

Gefördert von



Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



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

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

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

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

Auftraggeber des Projektes ist der Landkreis Eichstätt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	5
Tabellenverzeichnis	7
Vorwort Landkreis Eichstätt	8
Vorwort Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)	9
Kurzüberblick	10
1. Gründe zur Durchführung der Studie	12
2. Projektdesign	15
2.1 Erkenntnisgewinn	15
2.2 Erhebungsdesign	15
2.2.1 Anbieterbefragung	15
2.2.2 Elternbefragung	16
3. Strukturanalyse des Landkreises Eichstätt	17
3.1 Lage	17
3.2 Vergleichsweise junge und familiendominierte Bevölkerungsstruktur	18
3.3 Kinderbetreuung	22
3.4 Arbeitsmarktkennzahlen	23
4. Bericht zur Anbieterbefragung	25
4.1 Umfang der Anbieterbefragung	25
4.2 Charakteristika der Anbieter	25
4.3 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote	27
4.4 Ziele und Zielgruppen der Anbieter	30
4.5 Arten und Themen der Veranstaltungen	32
4.6 Organisation der Veranstaltungen	35
4.6.1 Kosten und finanzielle Unterstützung	35
4.6.2 Kinderbetreuung	36
4.6.3 Werbung	37
4.6.4 Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Eichstätt	38
5. Bericht zur Elternbefragung	40
5.1 Umfang der Elternbefragung	40
5.2 Soziodemografische Merkmale der befragten Eltern	40
5.3 Kenntnis und Nutzung der Familienbildungsangebote	46
5.3.1 Kenntnis der Familienbildungsangebote	46
5.3.2 Nutzung der Familienbildungsangebote	47
5.3.3 Hinderungsgründe	49

5.4 Themen der Familienbildungsangebote	50
5.5 Orte der Familienbildungsangebote	57
5.6 Informationsquellen für Familienbildungsangebote	61
5.7 Gewünschte Veranstaltungsarten	63
5.8 Organisatorische Gestaltung der Angebote	65
5.9 Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Eichstätt (Elternsicht)	67
5.10 Teilnahmegründe und zukünftiger Besuch von Familienbildungsangeboten	68
5.11 Anmerkungen zum Ende des Fragebogen	70
6. Bezug zur Studie von 2014/2015	72
6.1 Vergleich der Ergebnisse der Anbieterbefragung	72
6.2 Vergleich der Ergebnisse der Elternbefragung	72
7. Fazit und Ausblick	75
7.1 Zusammenfassung der zentralen Umfrageergebnisse	75
7.2 Handlungsempfehlungen	76
7.3 Ausblick	81
Literaturverzeichnis	82
Beteiligte Personen	84

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Landkreises Eichstätt in Bayern	17
Abbildung 2: Gemeinden des Landkreises Eichstätt	18
Abbildung 3: Bevölkerungsentwicklung im Landkreis Eichstätt 2011- 2021	19
Abbildung 4: Die Altersstruktur im Landkreis Eichstätt und Bayern im Vergleich – gruppierte Anteile der Altersgruppen an der Gesamtbevölkerung (31.12.2021)	19
Abbildung 5: Anteile der Haushaltstypen im Kreis Eichstätt und Bayern	20
Abbildung 6: Entwicklung der Geburtenzahlen im Landkreis Eichstätt 2011- 2021	20
Abbildung 7: Kinderbetreuungsquote im Kreis Eichstätt im Jahr 2020	23
Abbildung 8: Anzahl betreuter Kinder im zeitlichen Verlauf	23
Abbildung 9: Art der Träger	25
Abbildung 10: Einrichtungstypen	26
Abbildung 11: Einteilung des Landkreises Eichstätt in Regionen	26
Abbildung 12: Sitz der befragten Anbieter	27
Abbildung 13: Familienbildungsangebot nach Einrichtungstyp	28
Abbildung 14: Sitz der befragten Anbieter mit Familienbildungsangeboten	29
Abbildung 15: Regionale Verteilung der kontaktierten und befragten Anbietereinrichtungen	29
Abbildung 16: Hinderungsgründe	30
Abbildung 17: Ziele der existierenden und/oder geplanten Veranstaltungen zur Familienbildung	31
Abbildung 18: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Lebensphasen)	32
Abbildung 19: Angebotene Veranstaltungsarten	33
Abbildung 20: Themen der von Anbietern durchgeführten und geplanten Angebote	34
Abbildung 21: Durchschnittliche Kosten für Einzelveranstaltung	36
Abbildung 22: Durchschnittliche Kosten für Veranstaltungsreihe	36
Abbildung 23: Herkunft der finanziellen Unterstützung für Familienbildungsangebote	36
Abbildung 24: Kinderbetreuung bei Familienbildungsveranstaltungen	37
Abbildung 25: Art der Werbung für Familienbildungsangebote	37
Abbildung 26: Einschätzung der Anbieter zu verschiedenen Aussagen zur Familienbildung im Landkreis Eichstätt	38
Abbildung 27: Wohnort der Befragten	41
Abbildung 28: Familiensituation der befragten Eltern	42
Abbildung 29: Kinderzahl in den befragten Familien	42
Abbildung 30: In der Familie gesprochene Sprache(n)	43
Abbildung 31: Qualifikationsniveau der Befragten	44
Abbildung 32: Erwerbsstatus der Befragten nach Geschlecht	45
Abbildung 33: Bekanntheit der Familienbildungsangebote	46
Abbildung 34: Regionale Bekanntheit der Familienbildungsangebote	47
Abbildung 35: Nutzung der Familienbildungsangebote	47
Abbildung 36: Regionale Nutzung der Familienbildungsangebote	48
Abbildung 37: Hinderungsgründe gegen eine Teilnahme an Familienbildungsangeboten	49
Abbildung 38: Themen der besuchten Familienbildungsangebote	51
Abbildung 39: Themenwünsche	53
Abbildung 40: Vergleich der besuchten und gewünschten Themen	55

Abbildung 41: Orte der besuchten Familienbildungsangebote	57
Abbildung 42: Gewünschte Orte für Familienbildungsangebote	59
Abbildung 43: Vergleich von besuchten und gewünschten Veranstaltungsorte	60
Abbildung 44: Informationsquellen für Familienbildungsangebote	61
Abbildung 45: Gewünschte Informationsquellen	62
Abbildung 46: Vergleich von genutzten und gewünschten Informationsquellen	63
Abbildung 47: Gewünschte Veranstaltungsarten	64
Abbildung 48: Präferierte Zeiten für Familienbildungsangebote	65
Abbildung 49: Maximale Entfernung für Besuch eines Familienbildungsangebots	65
Abbildung 50: Bewertung verschiedener Aussagen zur Familienbildung (Elternsicht)	67
Abbildung 51: Gründe für die Teilnahme an einem Familienbildungsangebot	69
Abbildung 52: Einschätzung bzgl. des zukünftigen Besuchs von Familienbildungsangeboten	70
Abbildung 53: Vergleich der Distanz	73
Abbildung 54: Handlungsfelder	76
Abbildung 55: Felder der Bekanntheitssteigerung	78
Abbildung 56: Angebotsthemen mit Ausbaubedarf	78
Abbildung 57: Angebotsarten mit Ausbaubedarf	79
Abbildung 58: Familiengruppen mit speziellen Anforderungen	80
Abbildung 59: Felder für die Anpassung der Familienbildungsorte	81

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerung im Landkreis Eichstätt nach Altersgruppen und Gemeinden	21
Tabelle 2: Die fünf bei den Eltern beliebtesten Veranstaltungsarten und -themen nach Einschätzung der Anbieter	35
Tabelle 3: Regionaler Anteil an ausländischen Personen und Familien nach gesprochenen Sprachen	43
Tabelle 4: Vergleich der Themenwünsche der Eltern mit der Planung der Anbieter	56
Tabelle 5: Vergleich der Planungen der Anbieter mit den Elternwünschen	57

Vorwort des Landrats des Landkreises Eichstätt



Liebe Eltern und Akteure, liebe Leserinnen und Leser!

Familienbildung fördert die elterliche Erziehungskompetenz; sie soll dazu beitragen, dass Erziehung, Beziehung und das Zusammenleben in Familien besser gelingen kann. Die Familien im Landkreis noch mehr zu stärken und den Landkreis noch familienfreundlicher zu gestalten – dafür setzt sich seit letztem Jahr die Koordinationsstelle für Familienbildung am Amt für Familie und Jugend des Landkreises Eichstätt ein. Der Koordinationsstelle ist bei der Ausgestaltung des neuen Familienbildungskonzeptes und dem Aufbau von Familienstützpunkten dabei vor allem eines wichtig: Wie kann Familienbildung im Landkreis Eichstätt so ausgebaut werden, dass sie den Bedürfnissen seiner Eltern und Kindern fachlich gerecht wird?

Die Entscheidung, am Förderprogramm „Familienstützpunkte“ teilzunehmen und damit Angebote für Familien künftig noch stärker zu fördern und weiterzuentwickeln, unterstreicht den hohen Stellenwert von Familien im Landkreis. Familienstützpunkte dienen als Kontakt- und Anlaufstellen, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Region machen und mit anderen sozialen Einrichtungen gut vernetzt sind. Um Familien sinnvolle und hilfreiche Unterstützung in verschiedensten Erziehungssituationen bieten zu können, müssen die Angebote auf die Familien im Landkreis direkt zugeschnitten sein.

Es gibt bereits viele Anbieter, die Familienbildung in Form von Vorträgen, Kursen, Beratungen oder Eltern-Kind-Gruppen im Programm führen. Um den Bestand dieser Angebote zu ermitteln, hat das Amt für Familie und Jugend des Landkreises Eichstätt das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt beauftragt, eine Umfrage bei den Anbietern im Landkreis durchzuführen. Darüber hinaus sollten vor allem die Eltern nach ihrer Meinung gefragt werden, um Angebote der Familienbildung noch besser an deren Bedürfnissen auszurichten. Dass mit der Elternbefragung mehr als 5.600 Eltern erreicht werden konnten zeigt, dass wir einen Nerv getroffen haben. Herzlichen Dank für jede Beteiligung!

Ich freue mich, nun die Ergebnisse der Umfrage im vorliegenden Bericht vorstellen zu können. Auf der Grundlage dieser Bestands- und Bedarfsaufnahme werden unsere zukünftigen Familienstützpunkte geplant und weiterentwickelt werden. Ich wünsche dem Projekt weiterhin einen guten Verlauf!

Ich freue mich, dass wir auf diesem Weg gemeinsam den Landkreis noch familienfreundlicher weiterentwickeln können und bedanke mich für Ihre Unterstützung zum Wohle unserer Familien.

Ihr

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Alex. Anetsberger'.

Alexander Anetsberger

Landrat des Landkreises Eichstätt

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



Familienfreundlichkeit hat sich zu einem wichtigen Merkmal für Kommunen entwickelt und zeigt sich nicht zuletzt durch ein vielfältiges Angebot an Bildungsmaßnahmen für Familien. Diese Familienbildung umfasst dabei alle Maßnahmen, die dazu dienen, Eltern in ihrer Erziehungsaufgabe zu unterstützen und zu begleiten – durch Förderung und Erweiterung ihrer Kompetenzen und Erfahrungen einerseits und das Angebot zur Hilfe durch Selbsthilfe andererseits. In Zeiten von Krisen, wie der Corona-Pandemie und dem Ukraine-Krieg, wird die Notwendigkeit von Familienbildungsangeboten noch deutlicher, da sie Familien dabei unterstützen können, die mit diesen Krisen verbundenen Anforderungen zu meistern.

Auch unabhängig von den aktuellen Herausforderungen weisen Lebensbedingungen und Lebensformen von Familien eine breite Vielfalt und Dynamik auf. Daher ist es wichtig, Familienbildungsangebote so zu gestalten, dass sie sich an den unterschiedlichen Phasen der kindlichen Entwicklung und an den Bedürfnissen der Eltern orientieren.

Dies kann vor allem in Regionen mit einer heterogenen Struktur, wie auch der Flächenlandkreis Eichstätt sie aufweist, eine komplexe Aufgabe sein. Da der Zugang zu Familienbildung für alle Familien unabhängig von Herkunft, Bildung und Wohnort möglich sein soll, ist es von grundlegender Bedeutung, die Anforderungen, die Eltern an Familienbildung haben, zu kennen. Die Tatsache, dass der Landkreis Eichstätt zu den geburtenstärksten und familiendominierten Kommunen Bayerns gehört, misst diesem Punkt besondere Bedeutung bei.

Aus diesem Grund hat das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt in Kooperation mit dem Landkreis Eichstätt eine Studie zu Familienbildungsangeboten durchgeführt, die auf zwei Erhebungen aufbaut. Zum einen wurde auf Basis einer Anbieterbefragung untersucht, welche Familienbildungsangebote aktuell vorhanden sind. Zum anderen wurden Eltern zu ihrem Nutzungsverhalten und ihren Wünschen im Hinblick auf Familienbildung befragt.

Dieser Bericht stellt die Ergebnisse dieser umfassenden Studie über Familienbildung im Landkreis Eichstätt vor. Die detaillierten Analysen zu dem bestehenden Angebot an Familienbildungsmaßnahmen, dem Nutzungsverhalten und den Wünschen der Eltern in diesem Bereich können den Verantwortlichen im Landkreis Eichstätt als Grundlage für die Weiterentwicklung ihres Familienbildungskonzepts dienen.

Die Kooperation mit Praxispartnern und der Transfer von wissenschaftlichen Forschungsergebnissen in die Gesellschaft ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit am ZFG. Dass es seine Expertise in der Familienbildungsforschung in der Heimatregion einbringen durfte, freut das ZFG-Team besonders.

Zum Gelingen dieses Projekts haben viele Personen beigetragen. Für die erfolgreiche Zusammenarbeit möchte sich das ZFG bei allen Beteiligten herzlich bedanken.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Klaus Stüwe'. The signature is fluid and cursive, written on a white background.

Prof. Dr. Klaus Stüwe

Direktor Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft

Kurzüberblick

Methodisches Vorgehen

Für die Analyse der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt wurden im Sommer 2022 zwei Erhebungen durchgeführt. Um den Bestand an Familienbildungsangeboten zu erfassen, fand eine Befragung von Einrichtungen, die dem Familienbildungsbereich zuzurechnen sind, statt. Eine Elternbefragung bildete die Grundlage für die Erfassung des aktuellen Nutzungsverhaltens, der Wünsche und der Bedürfnisse der Eltern und Familien im Bereich der Familienbildung.

Anbieterbefragung

Die Anbieterbefragung wurde in Form einer Online-Umfrage umgesetzt. Es konnten die Antworten von 78 Einrichtungen ausgewertet werden.

Elternbefragung

Um eine umfassende Datengrundlage für die Entwicklung des Familienbildungskonzepts zu erhalten, sollten möglichst alle Eltern aus dem Landkreis Eichstätt mit der Befragung erreicht werden. Deshalb wurden Papierfragebögen an alle Kinder und Jugendlichen verteilt, die eine Grund-, Mittel- oder Förderschule im Landkreis Eichstätt besuchen. Zudem haben alle Eltern von Kindern, die eine Kindertageseinrichtung besuchen oder von einer Tagespflegeperson betreut werden, einen Papierfragebogen erhalten. Insgesamt wurden rund 14.500 Fragebögen ausgegeben. Außerdem wurde über verschiedene Instrumente, wie Plakate und Postkarten, auf die Möglichkeit hingewiesen, den Elternfragebogen online auszufüllen. Hier stand er neben Deutsch auch in Arabisch, Englisch, Persisch, Rumänisch, Russisch und Türkisch zur Verfügung. Insgesamt konnten für die Datenanalyse 5.633 Antworten herangezogen werden.

Ergebnisse

Ziele und Zielgruppen von Familienbildung

Die drei wichtigsten Ziele der Anbieter von Familienbildung sind die Förderung der alltäglichen Erziehungskompetenz (80,7 %), die Vermittlung von Wissen und Informationen im Bereich Familien- und Erziehungsfragen (71,9 %) und die Hilfestellung bei der Bewältigung akuter Probleme und Schwierigkeiten (68,4 %). Im Fokus der Angebote stehen dabei hauptsächlich Familien mit Vorschulkindern (68,5 %) und Familien mit Säuglingen oder Kleinkindern (53,7 %).

Themenangebot

Am häufigsten wurden von den Anbietern die Themen Erziehungskompetenz (44,0 %), Austausch und Begegnung zwischen Familien (44,0 %) und der Übergang vom Kindergarten zur Grundschule (40,0 %) durchgeführt. Viele Anbieter nutzen dafür als Veranstaltungsart das Informationsangebot (83,7 %).

Bekanntheit von Familienbildung

Zwei Drittel der befragten Eltern aus dem Landkreis Eichstätt kennen Familienbildungsangebote (66,7 %), 8,0 % sind sich bzgl. der Kenntnis unsicher und 25,4 % geben an, Familienbildungsangebote nicht zu kennen.

Informationsquellen

Aktuell erfährt der Großteil der Eltern (59,9 %) durch Arzt- und Hebammenpraxen oder Kliniken von den Familienbildungsangeboten, 58,1 % erhalten die Informationen (zusätzlich) durch Empfehlungen von anderen Personen und 41,5 % über Schulen und/oder Kindertageseinrichtungen.

Für die Zukunft wünscht sich die überwiegende Mehrheit der Eltern (84,1 %) Informationen zu Familienbildungsangeboten über Schulen und Kindertageseinrichtungen zu erhalten. Von rund der Hälfte der Befragten werden jeweils Mitteilungsblätter der Gemeinden (51,4 %), Internet und Soziale Medien (47,9 %) sowie Aushänge, Flyer und Plakate (46,9 %) als Informationsquellen gewünscht.

Nutzung

Von den Personen, die Familienbildungsangebote kennen oder sich hinsichtlich dieser Kenntnis unsicher sind, hat die deutliche Mehrheit (84,2 %) bereits Familienbildungsangebote genutzt.

Hinderungsgründe

Die drei am häufigsten genannten Gründe, die einer Teilnahme an Familienbildungsangeboten entgegenstehen, sind Zeitmangel (35,7 %), fehlender Bedarf (25,4 %) und ungünstige Öffnungszeiten bzw. Kurszeiten (21,2 %).

Besuchte Themen

Mit Abstand am häufigsten besucht wurden von den befragten Eltern bisher Veranstaltungen zu den Themen „Schwangerschaft und Geburt“ (73,5 %) sowie „Mutter-/Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs“ (60,8 %).

Gewünschte Themen

Angebote zur „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ (40,9 %) werden von den Eltern am häufigsten gewünscht, gefolgt von Veranstaltungen zum „Umgang mit (neuen) Medien und Digitalisierung“ (34,8 %), zur „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“ (34,2 %) und von kreativen Angeboten (33,4 %).

Gewünschte Orte

Die Top 3 der gewünschten Veranstaltungsorte sind Schulen (56,9 %), Kindertageseinrichtungen (42,1 %) und Online-Angebote (41,8 %).

Gewünschte Veranstaltungsarten

Freizeitangebote sind mit 51,7 % die beliebtesten Veranstaltungsarten, gefolgt von Informationsveranstaltungen (39,4 %). Jeweils rund ein Viertel der befragten Eltern wünscht sich Online-Kurse (27,7 %), Online-Informationsveranstaltungen (27,4 %), Präsenz-Kurse (26,0 %) und Gruppentreffen (25,3 %).

Unterschiede

Bei einer Differenzierung der Familien nach verschiedenen Merkmalen, etwa dem Wohnort der Familien, der in der Familie gesprochenen Sprache oder der Familienform, treten Unterschiede in der Kenntnis und der Nutzung von Familienbildungsangeboten sowie den Themenwünschen zu Tage.

Handlungsfelder

Aufbauend auf den Ergebnissen der beiden Erhebungen lassen sich fünf Handlungsfelder für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Eichstätt ableiten:

Handlungsfeld 1: Verbesserung der Information über Familienbildungsangebote

Hier geht es einerseits um eine Verbesserung der Bekanntheit von Familienbildung im Allgemeinen sowie um eine bessere Information über konkret stattfindende Veranstaltungen.

Handlungsfeld 2: Anpassung der Angebotsthemen

Ein Ausbau bietet sich dabei insbesondere bei diesen Bereichen an: Freizeitgestaltung in/mit der Familie, kreative Angebote, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, berufliche Orientierung der Jugendlichen sowie finanzielle und rechtliche Fragen.

Handlungsfeld 3: Anpassung der Angebotsarten

Bei Freizeitangeboten, digitalen Angeboten und offenen Treffpunkten lässt sich ein Mehrbedarf identifizieren.

Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen

Bestimmte Familiengruppen kennen und nutzen Familienbildungsangebote weniger. Deshalb könnte in Zukunft ein Fokus auf der Einbeziehung von bildungsferneren Personen, von Familien, in denen Fremdsprachen gesprochen werden, und von Alleinerziehenden liegen.

Handlungsfeld 5: Anpassung der Angebotsorte, wohnortnahe Gestaltung der Angebote und Vernetzung der Anbieter

Die Datenanalyse zeigt, dass viele Personen nur wohnortnahe Angebote, die sie mit einer kurzen Fahrt erreichen können, besuchen möchten. Auch werden niedrigschwellige Angebotsorte wie Schulen und Kindertageseinrichtungen gewünscht. Deshalb liegt Potenzial in der Einbeziehung von Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als Veranstaltungsorte, in der Errichtung von Familienstützpunkten und in einer Vernetzung der Anbieter.

Link zur digitalen Version des Berichts
www.ku.de/zfg



1. Gründe zur Durchführung der Studie

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

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

In § 6 Abs. 2 GG heißt es:

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

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

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

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

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

Sowohl beim Thema der Entwicklung der Kinder als auch bezüglich der familiären Situation und der Stellung der Familie in der Gesellschaft können sich für die Eltern und Erziehungsberechtigten während des Aufwachsens und der Erziehung der Kinder Fragen, Herausforderungen und Probleme ergeben. Zudem kann sich auch durch gesamtgesellschaftlich bedeutsame Themen, wie steigender Medienkonsum oder Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, erhöhter Beratungs- und Informationsbedarf bei Eltern ergeben, der mit Erziehungs- und Familienfragen in Verbindung steht. Ähnliches gilt für aktuelle Ereignisse wie die Corona-Pandemie oder den Krieg in der Ukraine.

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

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

(1) Müttern, Vätern, anderen Erziehungsberechtigten und jungen Menschen sollen Leistungen der allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie angeboten werden. Diese Leistungen sollen Erziehungsberechtigte bei der Wahrnehmung ihrer Erziehungsverantwortung unterstützen und dazu beitragen, dass Familien sich die für ihre jeweilige Erziehungs- und Familiensituation erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten insbesondere in Fragen von Erziehung, Beziehung und Konfliktbewältigung, von Gesundheit, Bildung, Medienkompetenz, Hauswirtschaft sowie der Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit aneignen können und in ihren Fähigkeiten zur aktiven Teilhabe und Partizipation gestärkt werden. Sie sollen auch Wege aufzeigen, wie Konfliktsituationen in der Familie gewaltfrei gelöst werden können.

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

- 1. Angebote der Familienbildung, die auf Bedürfnisse und Interessen sowie auf Erfahrungen von Familien in unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen eingehen, die Familien in ihrer Gesundheitskompetenz stärken, die Familie zur Mitarbeit in Erziehungseinrichtungen und in Formen der Selbst- und Nachbarschaftshilfe besser befähigen, zu ihrer Teilhabe beitragen sowie junge Menschen auf Ehe, Partnerschaft und das Zusammenleben mit Kindern vorbereiten,*
- 2. Angebote der Beratung in allgemeinen Fragen der Erziehung und Entwicklung junger Menschen,*
- 3. Angebote der Familienfreizeit und der Familienerholung, insbesondere in belastenden Familiensituationen, die bei Bedarf die erzieherische Betreuung der Kinder einschließen.*

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

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

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

„Als allgemeines Ziel der Familienbildung kann die Unterstützung von Familien durch überwiegend bildende Angebote bezeichnet werden, die zu einer erfolgreichen Familienerziehung beitragen, eine bedürfnisorientierte Gestaltung des Familienlebens erleichtern, ein möglichst problemloses Durchlaufen des Lebens- und Familienzyklus ermöglichen sowie zur Nutzung von Chancen für die gemeinsame positive Weiterentwicklung und ein partnerschaftliches Miteinander anhalten.“ (Textor 2001)

Durch ihre Vielzahl an Angeboten kann Familienbildung also einen wertvollen Beitrag zur Unterstützung von Familien in ihrem Erziehungsauftrag leisten. Zur Familienbildung zählen unterschiedlichste Veranstaltungsformen und Anbieter und sie umfasst ein breites Themenspektrum:

Familienbildung erfolgt zum Beispiel durch:

- Informationen 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.:

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

Familienbildung umfasst z. B. folgende Themengebiete

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

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

Die bedarfs- und zielgruppengerechte Gestaltung der Familienbildung ist auch Hintergrund der vorliegenden Studie zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Eichstätt. Der Landkreis Eichstätt nimmt seit dem 1. Juni 2021 am Förderprogramm „Kommunale Familienbildung und Familienstützpunkte“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales teil. Sogenannte Familienstützpunkte sind Kontakt- und Anlaufstellen der Familienbildung, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Kommune aufzeigen und mit weiteren sozialen Einrichtungen vernetzt sind. Kooperierende Institutionen sind das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, das Zentrum Bayern für Familie und Soziales sowie das Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.



Die vorliegende Studie liefert eine breite Datengrundlage, auf deren Basis im Landkreis Eichstätt Familienbildung im Allgemeinen weiterentwickelt sowie Familienstützpunkte im Besonderen konzipiert werden sollen.

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

Familienfreundlichkeit ist ein zentraler Standortfaktor auf kommunaler Ebene. Dabei ist auch die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote wesentlich, um Familienfreundlichkeit zu garantieren. Auch kann durch die zunehmende Migration in den vergangenen Jahren und die damit einhergehenden Integrationsaufgaben ein vermehrter Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen entstehen. Zudem sind familienpolitische Fragestellungen ein nicht unwichtiger Faktor bezüglich des Wahlverhaltens.

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

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

2. Projektdesign

2.1. Erkenntnisgewinn

Der Landkreis Eichstätt nimmt seit dem 1. Juni 2021 am Förderprogramm „Kommunale Familienbildung und Familienstützpunkte“ des Freistaats Bayern teil. Die vorliegende Untersuchung soll dabei die Grundlage für die Konzeptionierung und die Schaffung von Familienstützpunkten im Landkreis bilden. Ziel dieser Erhebung ist es, einen aktuellen Überblick über die bestehenden Angebote im Bereich der Familienbildung sowie das Nutzungsverhalten und die Bedarfe der Eltern zu erhalten. Zudem kann ein Vergleich mit den Ergebnissen der letzten Befragung aus den Jahren 2014/15 Aufschlüsse über die Entwicklung der Familienbildung im Landkreis geben.

Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stehen die folgenden Fragen:

- Wie gestalten sich die bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt?
- Welches Nutzungsverhalten zeigen die Eltern im Bereich der Familienbildung?
- Warum nehmen Eltern unter Umständen keine Angebote wahr?
- Zu welchen Zeiten (z. B. Wochentage vs. Wochenende) würden Eltern am ehesten an Angeboten der Familienbildung teilnehmen?
- Was wünschen sich die Eltern in Bezug auf Familienbildung im Landkreis Eichstätt?
- Welche Ansätze ergeben sich für die Verantwortlichen im Landkreis Eichstätt auf Grundlage der Studienergebnisse? Welche Punkte können bei der Gestaltung des Familienbildungskonzepts berücksichtigt werden?
- Wie hat sich die Familienbildung im Landkreis Eichstätt seit der letzten Befragung aus den Jahren 2014/15 entwickelt?

2.2. Erhebungsdesign

Um Antworten auf diese Fragen zu erhalten und darauf aufbauend ein zielgruppengerechtes Familienbildungskonzept für den Landkreis Eichstätt zu entwickeln, wurden zwei Befragungen durchgeführt. Zur Erfassung des Bestands an Familienbildungsangeboten im Landkreis wurden in der ersten Erhebung die Anbieter- und Träger-einrichtungen¹ von diesen Angeboten befragt. Die zweite Befragung zielte auf Eltern minderjähriger Kinder ab und diente der Bedarfsanalyse. Sie sollte erfassen, welches gegenwärtige Nutzungsverhalten und welche Bedürfnisse und Wünsche die Familien im Hinblick auf Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Eichstätt aufweisen.

2.2.1. Anbieterbefragung

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

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

Gegenstand des Anbieterfragebogens waren u. a. folgende Themenbereiche:

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

Den Einrichtungen wurde Mitte Juli 2022 per E-Mail der Link zur Befragung zugeschickt. Dabei wurden 258 verschiedene Institutionen angeschrieben. Die Teilnahme an der Befragung war dann über einen Zeitraum von drei Wochen möglich.

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

2.2.2. Elternbefragung

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

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

Der Fragebogen setzte sich aus den folgenden Themenkomplexen zusammen:

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

Um eine umfassende Datengrundlage für die Entwicklung des Familienbildungskonzepts zu erhalten, sollten möglichst alle Eltern aus dem gesamten Landkreis Eichstätt mit der Befragung erreicht werden. Deshalb wurden an alle Grund-, Mittel- und Förderschulen und alle Kindertageseinrichtungen sowie Tagesmütter und Tagesväter im Landkreis Eichstätt Papierfragebögen verteilt. Auch wurden Fragebögen an die Gemeinden bzw. Gemeindeverwaltungen weitergegeben. Insgesamt wurden 14.500 Fragebögen ausgegeben. Die Verteilung der Fragebögen erfolgte dabei in enger Kooperation mit den Schulen und den Kindertageseinrichtungen im Landkreis.

Zweitens konnten Eltern, die keinen Papierfragebogen erhielten, deren Kinder also beispielsweise ausschließlich zu Hause betreut werden oder eine Realschule bzw. ein Gymnasium besuchen, online an der Umfrage teilnehmen. Dazu wurde der Link auf der Homepage des Landratsamts Eichstätt veröffentlicht und an die Schulen mit der Bitte um Verbreitung über die vorhandenen Elterninformationssysteme geschickt. Auch wurden z. B. in Gemeindeverwaltungen und Arztpraxen und anderen Stellen Postkarten verteilt, die auf diese Online-Befragung (mittels Link und QR-Code) aufmerksam machten. Online stand der Fragebogen neben Deutsch auch in Arabisch, Englisch, Persisch, Rumänisch, Russisch und Türkisch zur Verfügung.

Drittens wurde über eine Pressemitteilung, die vom Landratsamt herausgegeben wurde, auf die Studie aufmerksam gemacht.

Die Elternbefragung fand im Zeitraum von Juni bis Juli 2022 statt.

3. Strukturanalyse des Landkreises Eichstätt

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

3.1 Lage des Landkreises Eichstätt

Der Landkreis Eichstätt ist der nördlichste Landkreis des Regierungsbezirks Oberbayern und liegt somit in der Mitte Bayerns in der Planungsregion 10 zusammen mit der Stadt Ingolstadt und den Landkreisen Neuburg-Schrobenhausen und Pfaffenhofen. Er ist im Süden wirtschaftlich-industriell mit der kreisfreien Stadt Ingolstadt verbunden, die er von Norden und Osten umfasst (s. Abbildung 1) (Landkreis Eichstätt 2022c).

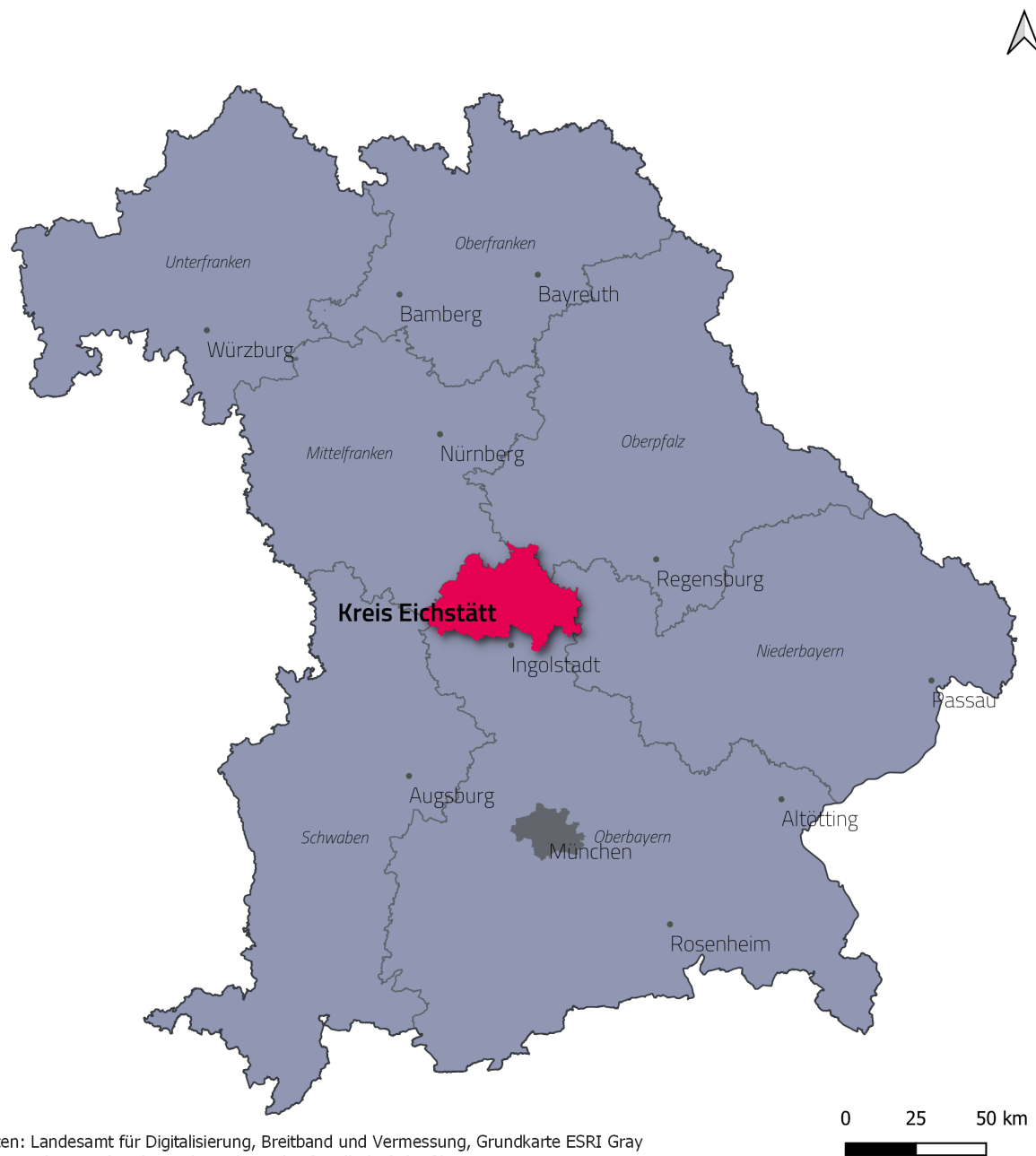


Abbildung 1: Lage des Landkreises Eichstätt in Bayern

Quelle: Eigene Darstellung.

Auch infrastrukturell ist der Landkreis Eichstätt an Ingolstadt gebunden, sowie über die Autobahn A9 und die Bahnstrecke an Nürnberg und München. Zudem ist er als Tourismus- und Freizeitziel von Bedeutung, da er größtenteils im Naturpark Altmühltal liegt. Im Westen grenzt der Landkreis Eichstätt an das Donau-Ries-Gebiet in Bayerisch-Schwaben, im Nordwesten an Mittelfranken, im Nordosten an die Oberpfalz und im Osten an Niederbayern (Landkreis Eichstätt 2022c, 2022d).

Der Landkreis Eichstätt gliedert sich in 30 Kommunen (s. Abbildung 2). Von diesen sind zwei als Städte klassifiziert (Beilngries, Eichstätt), elf als Märkte (Altmannstein, Dollnstein, Gaimersheim, Kinding, Kipfenberg, Kösching, Mörsheim, Nassenfels, Pförring, Titting, Wellheim) und 17 als Gemeinden (Adelschlag, Böhmfeld, Buxheim, Denkendorf, Egweil, Eitensheim, Großmehring, Hepberg, Hitzhofen, Lenting, Mindelstetten, Oberdolling, Pollenfeld, Schernfeld, Stammham, Walting, Wettsetten) (Landkreis Eichstätt 2022b).

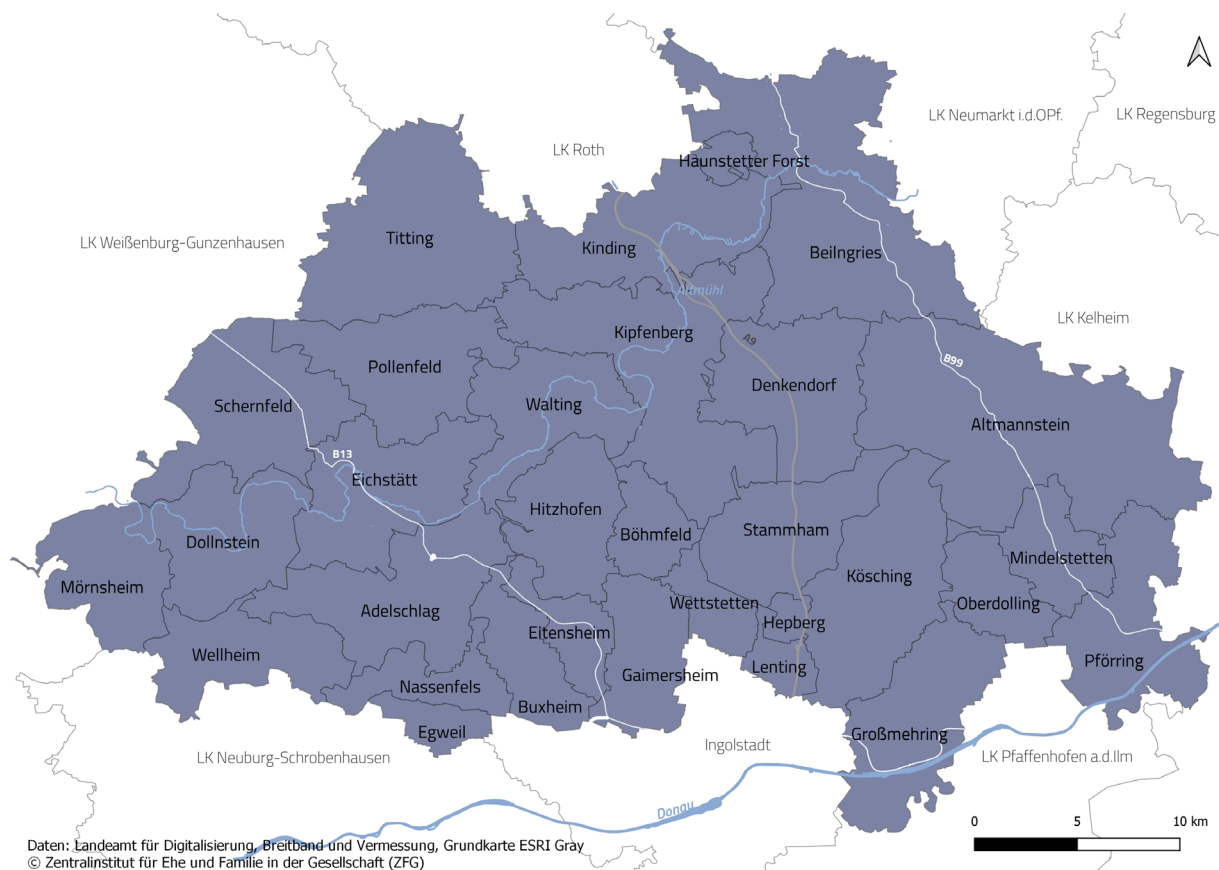


Abbildung 2: Gemeinden des Landkreises Eichstätt

Quelle: Eigene Darstellung; Geodaten bezogen vom Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung 2022.

3.2 Vergleichsweise junge und familiendominierte Bevölkerungsstruktur

Zum 31.12.2021 lebten 133.634 Menschen im Landkreis (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022b), was eine Einwohnerdichte von ca. 110 Einwohnern/km² ergibt (Landkreis Eichstätt 2022a). Im Vergleich zu Bayern (186 Einwohner/km²) hat der Landkreis Eichstätt somit eine weitaus geringere Einwohnerdichte (Stand 31.12.2020) (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022d, 2022a). In den letzten zehn Jahren ist die Einwohnerzahl in Eichstätt stets gestiegen, wie in Abbildung 3 dargestellt ist.

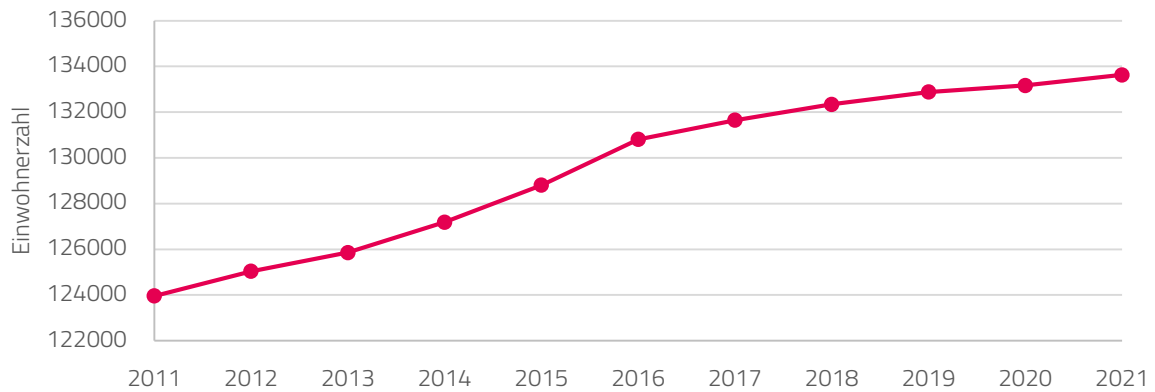


Abbildung 3: Bevölkerungsentwicklung im Landkreis Eichstätt 2011-2021

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2022d).

Der Anteil an Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft lag am 31.12.2021 mit 12.520 Menschen bei 9,4 % an der Gesamtbevölkerung. Demgegenüber liegt er in Bayern bei 14,1 % (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022c). Die fünf Hauptherkunftsländer sind dabei Polen, die Türkei, Rumänien, Ungarn und Kroatien (Landratsamt Eichstätt - Amt für Soziales und Senioren 2020, Stand 2018).

Abbildung 4 zeigt die Altersverteilung im Landkreis Eichstätt. Das Durchschnittsalter liegt mit 42,2 Jahren etwas unter dem bayerischen und deutschen Durchschnittsalter von 44 respektive 44,6 Jahren (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2022). Auch insgesamt ist Eichstätt im Vergleich zu Gesamtbayern eher kinderreich und jung. So ist, wie in Abbildung 4 ersichtlich, der Anteil der Bevölkerung in allen Altersgruppen unter 18 Jahren größer als derjenige Gesamtbayerns, während der Anteil der über 65-Jährigen in Eichstätt geringer ist. Insgesamt sind 19,1 % der im Landkreis Eichstätt lebenden Personen unter 18 Jahren.

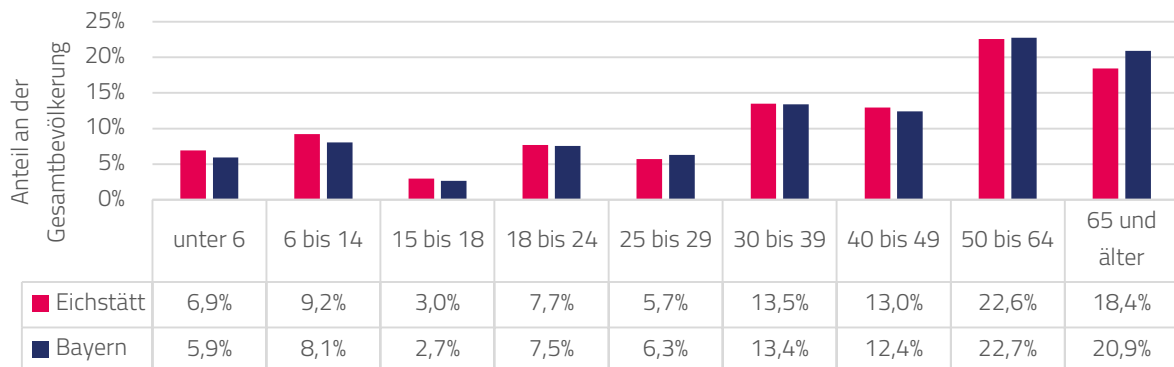


Abbildung 4: Die Altersstruktur im Landkreis Eichstätt und Bayern im Vergleich – gruppierte Anteile der Altersgruppen an der Gesamtbevölkerung (31.12.2021)

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2022d).

Die gut 133.000 Menschen wohnen (Stand 2018) in 54.258 Haushalten. Davon sind nur 27,3 % Singlehaushalte, in 39,9 % Haushalten leben Kinder (Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020, S. 49).

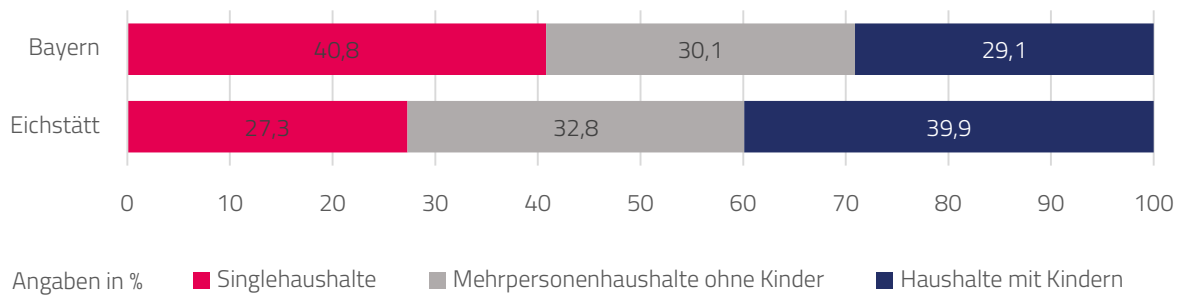


Abbildung 5: Anteile der Haushaltstypen im Kreis Eichstätt und Bayern

Quelle: Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020.

Im Landkreis Eichstätt ist der Anteil an Singlehaushalten im Vergleich zum restlichen Bayern somit sehr viel geringer, während der Anteil an Haushalten mit Kindern sehr viel höher als in Gesamtbayern ist (s. Abbildung 5). Er liegt damit unter den sieben Landkreisen Bayerns mit dem höchsten Anteil an Haushalten mit Kindern und kann somit als familiendominiert bezeichnet werden (Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020, S. 49). 2020 wurden im Landkreis 1.476 Kinder geboren. In den vergangenen Jahren ist die Geburtenzahl stetig angestiegen (s. Abbildung 6) (Bayerisches Landesamt für Statistik 2022e). Die allgemeine Geburtenrate² liegt im Landkreis bei 10,93, die zusammengefasste Geburtenrate³ bei 1,73, während sie in Gesamtbayern bei 1,52 liegt. Insgesamt zählt der Landkreis Eichstätt somit zu den geburtenstärksten Landkreisen Bayerns (Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020).

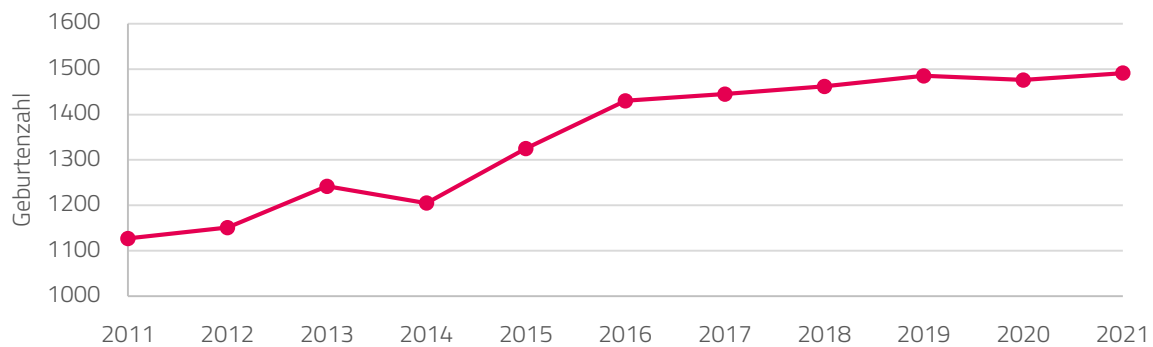


Abbildung 6: Entwicklung der Geburtenzahlen im Landkreis Eichstätt 2011-2021

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2022e).

Die folgende Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Bevölkerung nach Altersgruppen in den einzelnen Gemeinden des Landkreises Eichstätt. Es sind sowohl die absoluten Zahlen als auch die entsprechenden Anteile der Altersgruppen bezogen auf die Gesamtbevölkerung der jeweiligen Gemeinde dargestellt.

² Die allgemeine Geburtenrate gibt die Anzahl der Lebendgeborenen in einem Jahr pro 1.000 Einwohner an.

³ Die sogenannte zusammengefasste Geburtenziffer sagt aus, wie viele Kinder pro Frau im Alter von 15 bis 49 Jahren geboren werden. Um den Einfluss zufälliger Schwankungen abzuschwächen, wird sie als Durchschnittswert über 6 Jahre angegeben.

	unter 3	3 bis 5	6 bis 9	10 bis 14	15 bis 17	18 bis 29	30 bis 49	50 bis 64	65 und älter	insgesamt
Adelschlag	108	115	156	138	91	336	818	692	565	3.019
	3,6%	3,8%	5,2%	4,6%	3,9%	11,1%	27,1%	22,9%	18,7%	100%
Altmannstein	233	238	262	341	208	912	1.739	1.731	1.400	7.064
	3,3%	3,4%	3,7%	4,8%	2,9%	12,9%	24,6%	24,5%	19,8%	100%
Beilngries	363	346	428	450	253	1.297	2.706	2.288	1.862	9.993
	3,6%	3,5%	4,3%	4,5%	2,5%	13,0%	27,1%	22,9%	18,6%	100%
Böhmfeld	56	45	84	89	61	247	420	453	258	1.713
	3,3%	2,6%	4,9%	5,2%	3,6%	14,4%	24,5%	26,4%	15,1%	100%
Buxheim	123	118	167	210	109	450	957	851	671	3.656
	3,4%	3,2%	4,6%	5,7%	3,0%	12,3%	26,2%	23,3%	18,4%	100%
Denkendorf	178	185	214	265	150	572	1.345	1.107	820	4.836
	3,7%	3,8%	4,4%	5,5%	3,1%	11,8%	27,8%	22,9%	17,0%	100%
Dollnstein	96	100	122	135	84	368	650	655	644	2.854
	3,4%	3,5%	4,3%	4,7%	2,9%	12,9%	22,8%	23,0%	22,6%	100%
Egweil	53	48	58	69	40	131	343	234	246	1.222
	4,3%	3,9%	4,7%	5,6%	3,3%	10,7%	28,1%	19,1%	20,1%	100%
Eichstätt	455	404	512	562	375	2.541	3.274	2.718	2.624	13.465
	3,4%	3,0%	3,8%	4,2%	2,8%	18,9%	24,3%	20,2%	19,5%	100%
Eitensheim	94	124	149	169	103	404	791	712	485	3.031
	3,1%	4,1%	4,9%	5,6%	3,4%	13,3%	26,1%	23,5%	16,0%	100%
Gaimersheim	420	416	498	635	377	1.638	3.349	2.688	2.230	12.251
	3,4%	3,4%	4,1%	5,2%	3,1%	13,4%	27,3%	21,9%	18,2%	100%
Großmehring	270	257	298	325	197	992	2.043	1.645	1.268	7.295
	3,7%	3,5%	4,1%	4,5%	2,7%	13,6%	28,0%	22,5%	17,4%	100%
Hepberg	113	116	137	139	77	373	864	598	520	2.937
	3,8%	3,9%	4,7%	4,7%	2,6%	12,7%	29,4%	20,4%	17,7%	100%
Hitzhofen	100	115	137	181	99	379	802	712	496	3.021
	3,3%	3,8%	4,5%	6,0%	3,3%	12,5%	26,5%	23,6%	16,4%	100%
Kinding	80	87	106	126	82	302	620	617	473	2.493
	3,2%	3,5%	4,3%	5,1%	3,3%	12,1%	24,9%	24,7%	19,0%	100%
Kipfenberg	214	210	261	288	168	757	1.536	1.364	1.062	5.860
	3,7%	3,6%	4,5%	4,9%	2,9%	12,9%	26,2%	23,3%	18,1%	100%
Kösching	289	346	430	513	305	1.184	2.707	2.224	1.707	9.705
	3,0%	3,6%	4,4%	5,3%	3,1%	12,2%	27,9%	22,9%	17,6%	100%
Lenting	154	154	205	213	152	645	1.369	1.046	1.058	4.996
	3,1%	3,1%	4,1%	4,3%	3,0%	12,9%	27,4%	20,9%	21,2%	100%
Mindelstetten	74	69	78	82	45	273	447	464	262	1.794
	4,1%	3,8%	4,3%	4,6%	2,5%	15,2%	24,9%	25,9%	14,6%	100%

Mörsenheim	57	44	71	93	37	194	423	371	301	1.591
	3,6%	2,8%	4,5%	5,8%	2,3%	12,2%	26,6%	23,3%	18,9%	100%
Nassenfels	84	81	113	117	73	311	657	507	320	2.263
	3,7%	3,6%	5,0%	5,2%	3,2%	13,7%	29,0%	22,4%	14,1%	100%
Oberdolling	59	42	53	53	33	202	332	310	244	1.329
	4,4%	3,2%	4,0%	4,0%	2,5%	15,3%	25,0%	23,3%	18,4%	100%
Pförring	140	143	152	201	117	502	1.054	935	736	3.980
	3,5%	3,6%	3,8%	5,1%	2,9%	12,6%	26,5%	23,5%	18,5%	100%
Pollenfeld	123	113	146	188	88	357	838	622	543	3.018
	4,1%	3,7%	4,8%	6,2%	2,9%	11,8%	27,8%	20,6%	18,0%	100%
Schernfeld	106	140	150	198	106	417	882	748	535	3.282
	3,2%	4,3%	4,6%	6,0%	3,2%	12,7%	26,9%	22,8%	16,3%	100%
Stammham	125	136	201	244	138	533	1.171	901	692	4.141
	3,0%	3,3%	4,9%	5,9%	3,3%	12,9%	28,3%	21,8%	16,7%	100%
Titting	109	93	104	118	73	397	623	691	468	2.676
	4,1%	3,5%	3,9%	4,4%	2,7%	14,8%	23,3%	25,8%	17,5%	100%
Walting	81	84	93	99	84	302	597	539	452	2.331
	3,5%	3,6%	4,0%	4,2%	3,6%	13,0%	25,6%	23,1%	19,4%	100%
Wellheim	99	101	106	137	87	309	680	611	638	2.768
	3,6%	3,6%	3,8%	4,9%	3,1%	11,2%	24,6%	22,1%	23,0%	100%
Wettstetten	152	169	231	250	148	601	1.337	1.132	1.030	5.050
	3,0%	3,3%	4,6%	5,0%	2,9%	11,9%	26,5%	22,4%	20,4%	100%
Landkreis Eichstätt	4.608	4.639	5.722	6.628	3.960	17.927	35.374	30.166	24.610	133.634
	3,4%	3,5%	4,3%	5,0%	3,0%	13,4%	26,5%	22,6%	18,4%	100%

Tabelle 1: Bevölkerung im Landkreis Eichstätt nach Altersgruppen und Gemeinden

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2022b).

3.3 Kinderbetreuung

Im Landkreis Eichstätt gab es zum Stichtag 01.03.2022 101 Kindertageseinrichtungen (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023b), 75 Kindertagespflegepersonen (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023c) und 56 allgemeinbildende Schulen (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023a). Wie in Abbildung 7 dargestellt ist, lag die Betreuungsquote⁴ von Kindern im Alter von unter drei Jahren im Jahr 2020 im Landkreis Eichstätt bei 30,8 %. Von den 4.522 Kindern unter drei Jahren wurden 1.392 in Kindertageseinrichtungen oder von Kindertagespflegepersonen betreut. Die Betreuungsquote von Kindern im Alter von drei Jahren bis zum Schuleintritt lag bei 91,3 %. 4.643 von 5.085 Kindern in dieser Altersgruppe wurden betreut. Bei Schulkindern von 6,5 bis 10,5 Jahren wurden 493 von 5.342 Kindern betreut (9,2 %) (Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020, S. 56, 59, 62). Im Alter von elf bis 14 Jahren wurden nur sieben Kinder betreut, was eine Betreuungsquote von 0,2 % für das Jahr 2020 ergibt (Bayerisches Landesamt für Statistik 2021, S. 16).

⁴ Anzahl der in Kindertageseinrichtungen oder von Tagespflegepersonen betreuten Kinder je 100 Kinder der gleichen Altersgruppe.

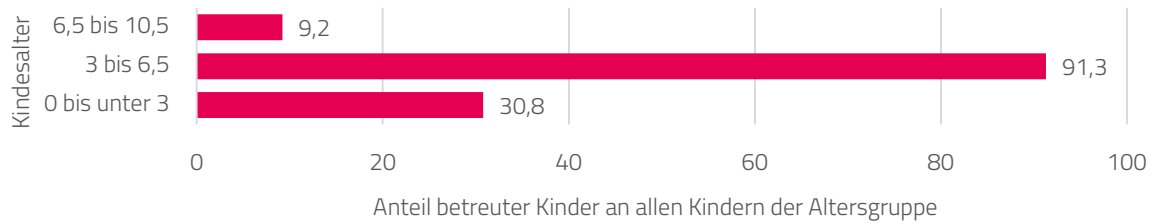


Abbildung 7: Kinderbetreuungsquote im Kreis Eichstätt im Jahr 2020

Quelle: Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020, S. 56, 59, 62.

Der zeitliche Verlauf der Kinderbetreuung seit 2015 ist in Abbildung 8 dargestellt, wobei sichtbar wird, dass die Anzahl betreuter Kinder stetig gestiegen ist.⁵

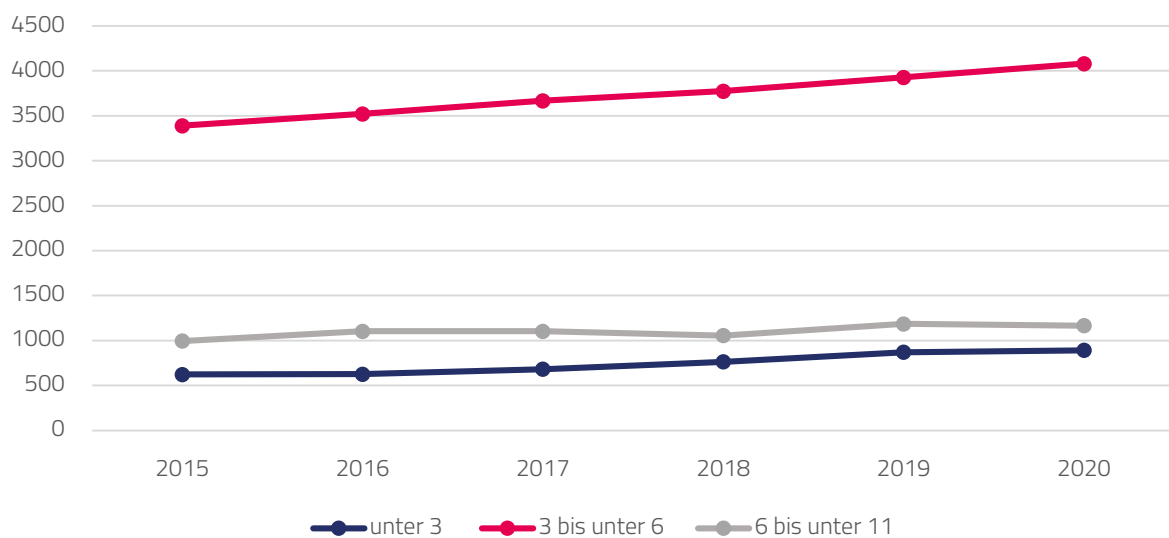


Abbildung 8: Anzahl betreuter Kinder im zeitlichen Verlauf

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2021, S. 16.

Im Jahr 2020 hatten 15,0 % aller betreuten Kinder in Kindertageseinrichtungen und 20,2 % aller Kinder, die mit der Schule beginnen, einen Migrationshintergrund.⁶ Der Anteil von Schulanfängerinnen und Schulanfängern mit Migrationshintergrund liegt somit eher im bayerischen Mittelfeld. Die Spanne reicht in Bayern von 9,4 % bis 60,3 %, woraus sich ein Mittelwert von 28,6 % ergibt (Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend 2020, S. 27).

3.4 Arbeitsmarktkennzahlen

Zum Stichtag 31.12.2021 waren von den 88.779 Menschen im erwerbsfähigen Alter mit Wohnsitz im Landkreis Eichstätt 57.936 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Von diesen waren 43,0 % Frauen und 57,0 % Männer (Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2022a). Damit ergibt sich eine Beschäftigungsquote von 65,3 %. Diese sagt aus, wie groß der Anteil der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten an der Gesamtheit der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 Jahren und der Regelaltersgrenze ist. Damit liegt Eichstätt über der bayerischen Beschäftigungsquote von 65,1 %. Differenziert man nach dem Geschlecht, übersteigt nur die Beschäftigungsquote der Männer den bayerischen Durchschnitt (Eichstätt: 72,0 %, Bayern: 68,4 %). Bei den Frauen

⁵ Die im Text genannten Zahlen des Amtes für Familie und Jugend des Landratsamts Eichstätt sind leicht abweichend zu den Zahlen des Bayerischen Landesamt für Statistik, da das Amt für Familie und Jugend pro Altersgruppe jeweils 3,5 Jahrgänge (bis Kindergarten- (0-3,5 Jahre) bzw. Schuleintritt (6,5-10,5 Jahre) berechnet, um Kindergarten- und Schulkinder deutlicher abzuzeichnen. Das Bayerische Landesamt für Statistik setzt jedoch Altersgruppen von ganzen Jahrgängen an, d. h. von 0 bis unter 3 Jahre, 3 bis unter 6 Jahre und 6 bis unter 11 Jahre. Daher weichen die Zahlen im Text und in der Grafik ab, die Tendenz, die abgebildet werden soll, bleibt jedoch dieselbe.

⁶ Ausländische Personen, Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedler, im Ausland geborene Deutsche sowie deren Nachkommen (auf mindestens eines im Haushalt lebenden Elternteils trifft eines der ersten drei Kategorien zu) werden als Personen mit Migrationshintergrund gezählt (Statistisches Bundesamt 2022).

beträgt die Beschäftigungsquote in Eichstätt 58,0 % und ist niedriger als im bayerischen Durchschnitt (61,6 %) (Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2022a). Ihren Arbeitsort im Landkreis Eichstätt hatten im Oktober 2022 41.768 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2022b). Die Differenz zwischen der Zahl an Beschäftigten, die im Landkreis Eichstätt wohnen, und der Zahl an Beschäftigten, die dort arbeiten, zeigt, charakterisiert Eichstätt als Auspendlerregion. Von den 18.740 sozialversicherungspflichtig beschäftigten Frauen, die im Landkreis Eichstätt arbeiten, sind 46,3 % Vollzeit und 53,7 % Teilzeit beschäftigt, während von den sozialversicherungspflichtig beschäftigten Männern 92,1 % in Vollzeit und nur 7,9 % in Teilzeit arbeiteten (Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2022b). Zudem sind 1.315 Personen erwerbslos, was eine Arbeitslosenquote von 1,7 % im November 2022 ausmacht. Damit hat der Landkreis Eichstätt bundesweit die niedrigste Arbeitslosenquote. In Gesamtbayern liegt sie bei 3,1 % und in Deutschland bei 5,3 % (Statistik der Bundesagentur für Arbeit 2022c).

4. Bericht zur Anbieterbefragung

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

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

In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse dieser Anbieterbefragung präsentiert. Die Auswertung erfolgte – wie auch bei der Elternbefragung (s. Abschnitt 5) – mit Hilfe der Programme STATA und MAXQDA. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass sich einige der Fragen auf das Jahr 2021 bezogen haben. Dieser Zeitraum war aufgrund der Corona-Pandemie in weiten Teilen von Kontaktbeschränkungen geprägt, was möglicherweise auch den Umfang, die Art und die Inanspruchnahme von Familienbildungsangeboten beeinflusst hat.

4.1. Umfang der Anbieterbefragung

82 Einrichtungen haben sich an der Anbieterbefragung beteiligt. Dabei können die Angaben von 78 Einrichtungen ausgewertet werden, was bezogen auf die angeschriebenen 258 Einrichtungen einer vergleichsweise hohen Rücklaufquote von 30,2 % entspricht. Die Einrichtungen, von denen auswertbare Antworten vorliegen, werden im Folgenden auch als „befragte“ Einrichtungen oder Anbieter bezeichnet. Die Fallzahl in den nachfolgenden Diagrammen und Tabellen schwankt allerdings, da nicht alle Einrichtungen zu jeder Frage eine Angabe gemacht haben. Um die Grafiken übersichtlich zu gestalten, werden die fehlenden Angaben jeweils aus der Analyse ausgeschlossen.

4.2. Charakteristika der Anbieter

Die Betrachtung der befragten Einrichtungen nach der Struktur der Träger ergibt folgendes Bild (s. Abbildung 9): 47,4 % der Anbieter haben einen öffentlichen Träger; freie Träger machen 23,7 %, kirchliche Träger 25,0 % und sonstige 4,0 % aus.

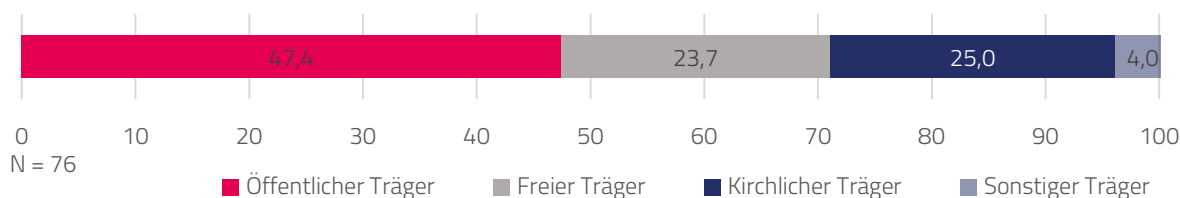


Abbildung 9: Art der Träger

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eine differenziertere Analyse (s. Abbildung 10) zeigt, dass die meisten der befragten Einrichtungen Kindertagesstätten (52,6 %) sind. Mit sehr großem Abstand folgen Beratungsstellen (11,5 %) und Einrichtungen des Gesundheitswesens (6,4 %). 5,1 % der befragten Einrichtungen ordnen sich der Kategorie „Vereine“ zu und jeweils 3,9 % sind sonstige öffentliche Einrichtungen, Schulen und Hebammenpraxen. Die wenigsten Einrichtungen sind private Anbieter (1,3 %). Sonstige Einrichtungstypen machen 6,4 % aus. Hier wurde Jugendsozialarbeit an Schulen, aufsuchende Einzelfallhilfe und freier Träger der Jugendhilfe genannt.

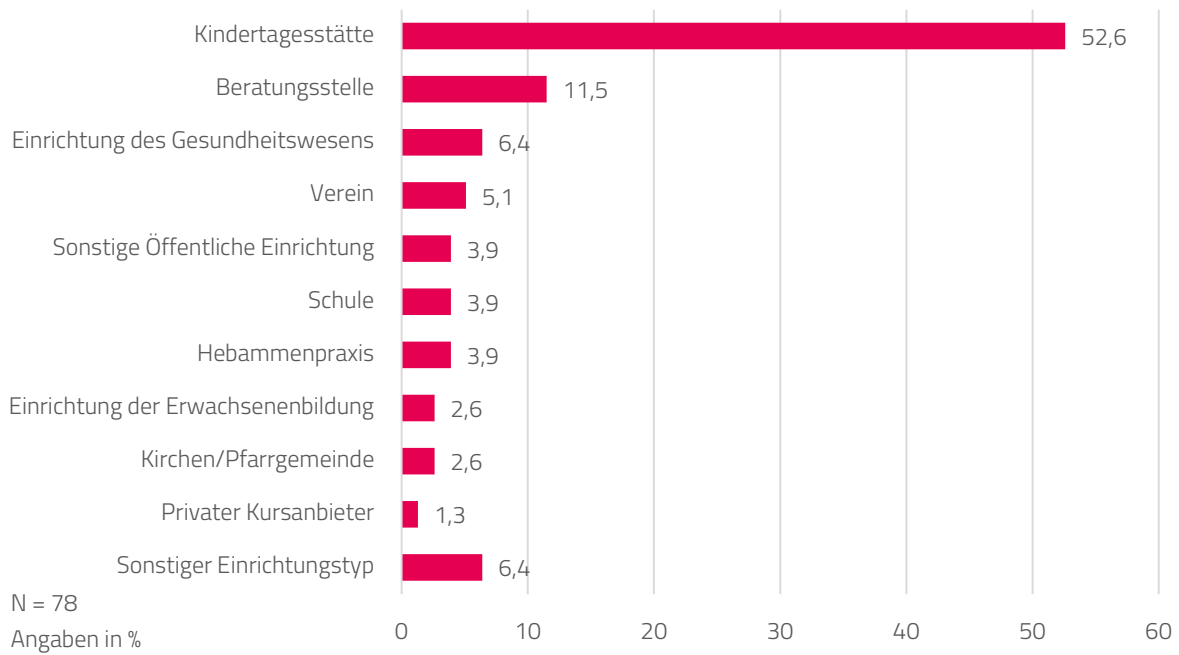
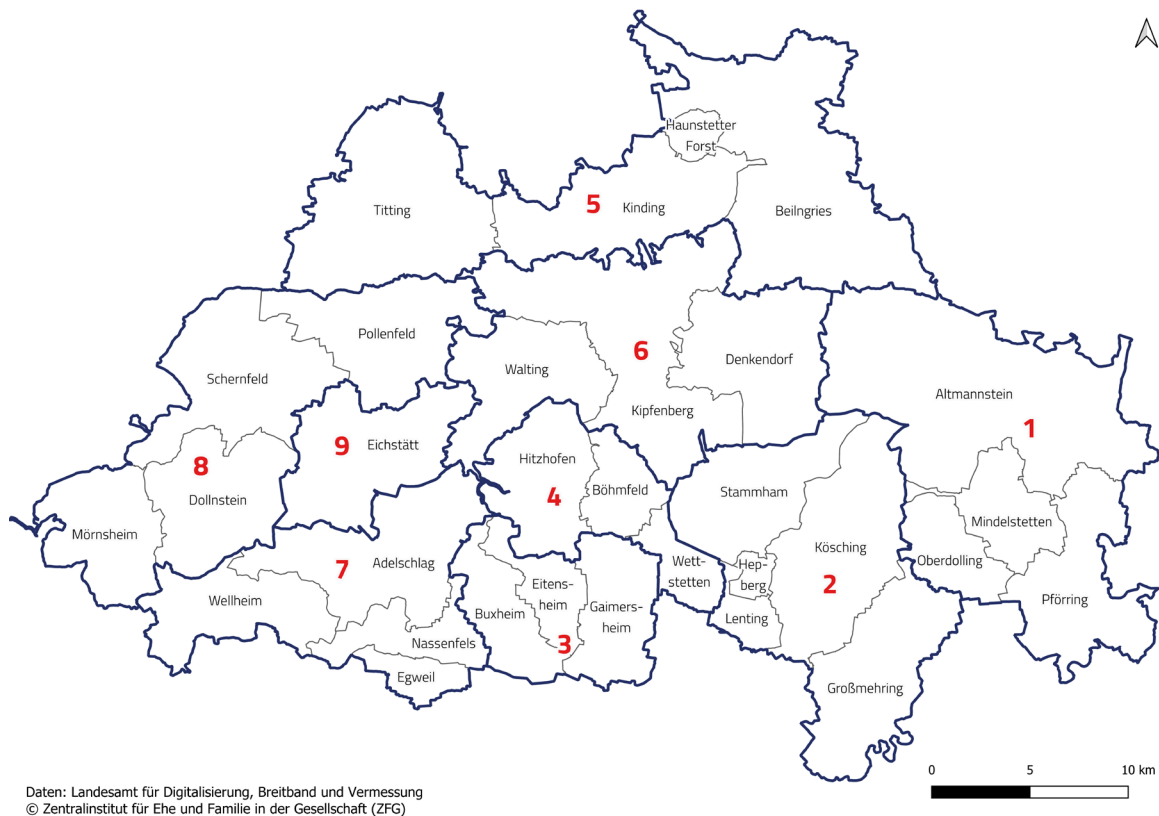


Abbildung 10: Einrichtungstypen

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Der Landkreis Eichstätt wurde im Anbieter- und Elternfragebogen aufgrund von Datenschutzgründen in neun Regionen aufgeteilt (s. Abbildung 11). Das Zusammenfassen der Gemeinden zu diesen größeren Gebieten war notwendig, um Gebiete mit einer so großen Bevölkerungszahl zu erhalten, dass sichergestellt ist, dass die Identifikation von einzelnen Familien auf Basis der gesammelten Daten nicht möglich ist.

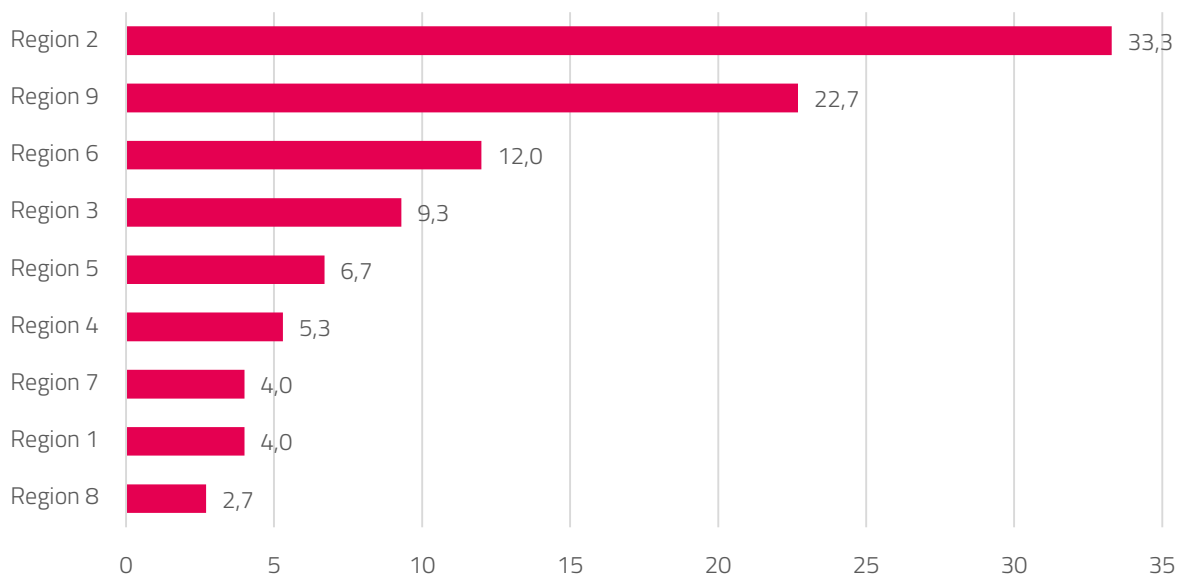


Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung
© Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)

Abbildung 11: Einteilung des Landkreises Eichstätt in Regionen

Quelle: Eigene Einteilung und Darstellung.

Die meisten der befragten Einrichtungen haben ihren Sitz in Region 2 (33,3 %), welche die Gemeinden Großmehring, Hepberg, Kösching, Lenting und Stammham umfasst (s. Abbildung 12). Mit einigem Abstand folgt Region 9 (Eichstätt; 22,7 %) und mit ziemlich großem Abstand folgen Region 6 (Denkendorf, Kipfenberg, Walting; 12,0 %), Region 3 (Buxheim, Eitensheim, Gaimersheim; 9,3 %), Region 5 (Beilngries, Kinding, Titting; 6,7 %) und Region 4 (Böhmfeld, Hitzhofen, Wettstetten; 5,3 %). Jeweils 4,0 % der befragten Einrichtungen liegen in der Region 1 (Altmannstein, Mindelstetten, Oberdolling, Pförring) und in der Region 7 (Adelschlag, Egweil, Nassenfels, Wellheim). Am wenigsten der befragten Träger haben ihren Sitz in Region 8 (Dollnstein, Mörsnsheim, Pollenfeld, Schernfeld; 2,7 %). Die regionale Verteilung ist zudem aus Abbildung 15 ersichtlich.



N = 75; Angaben in %

Abbildung 12: Sitz der befragten Anbieter

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.3. Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote

Von den befragten Einrichtungen geben 61,3 % an, dass sie Familienbildungsangebote durchführen, 21,3 % machen keine solchen Angebote und 17,3 % sind sich diesbezüglich unsicher. Welche Einrichtungsarten Familienbildungsangebote durchführen, verdeutlicht Abbildung 13. Insbesondere alle Beratungsstellen und viele der Kindertagesstätten, die sich an der Befragung beteiligt haben, bieten Familienbildungsangebote an. Hinsichtlich der Angebotsplanung für die Zukunft ist die Verteilung ähnlich: 62,2 % der befragten Einrichtung planen (auch) zukünftig Familienbildungsangebote durchzuführen, 12,2 % planen dies nicht. Rund ein Viertel (25,7 %) der befragten Einrichtungen gibt an, diese Entscheidung noch nicht getroffen zu haben. Differenziert man nach der Einrichtungsart, entsprechen die Planungen ebenfalls der aktuellen Situation.

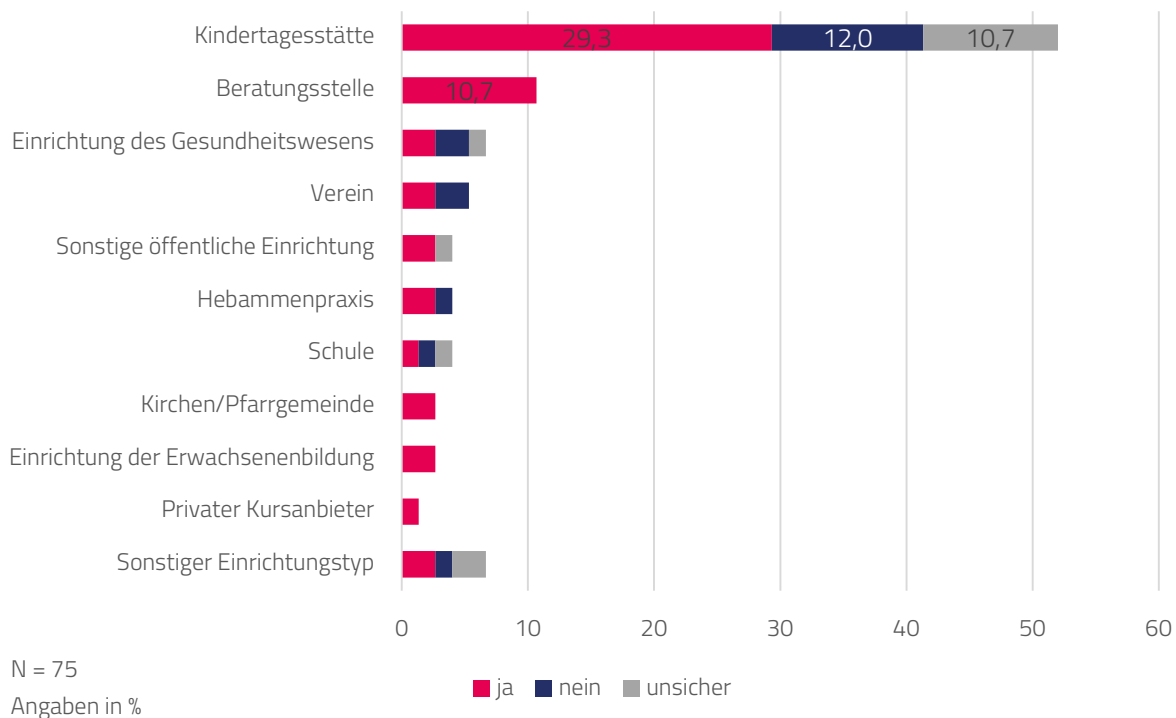
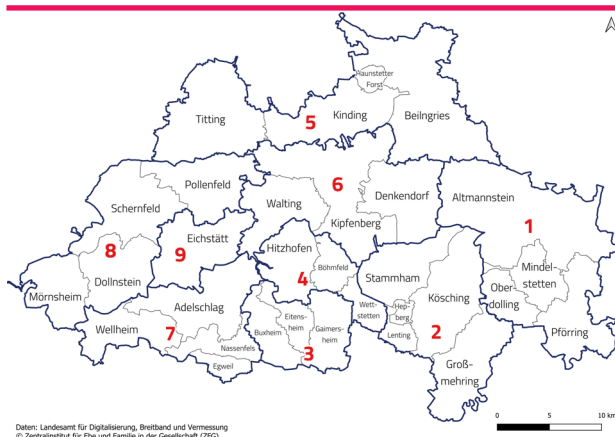


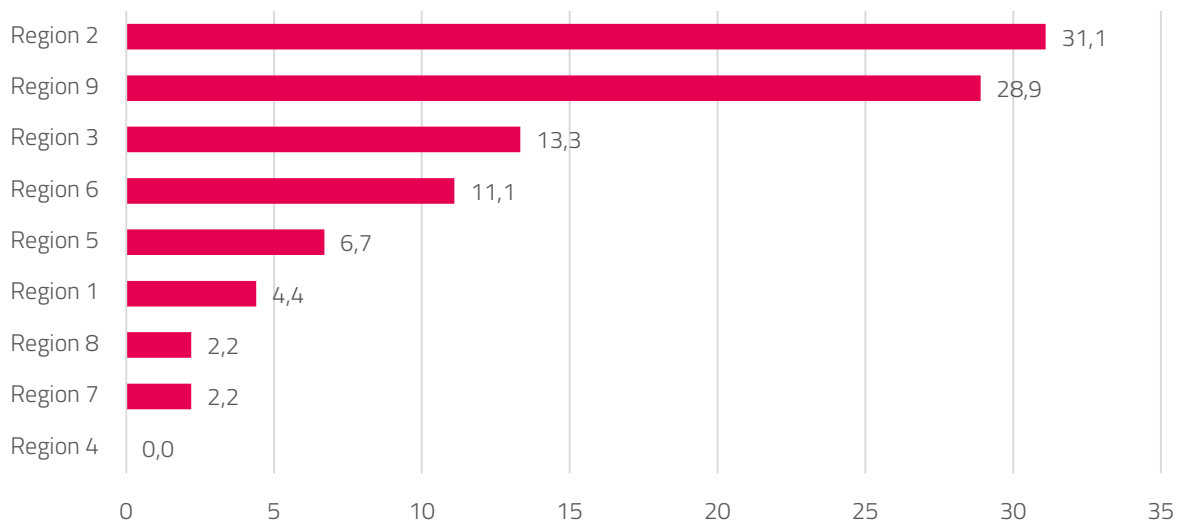
Abbildung 13: Familienbildungsangebot nach Einrichtungstyp

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Basierend auf den Angaben zum Sitz der Einrichtungen gibt Abbildung 14 die regionale Verteilung der Anbieter mit Familienbildungsangeboten wieder. Am häufigsten werden von diesen Einrichtungen als Sitz die Regionen 2 und 9 genannt. Da manche Einrichtungen mehrere Standorte an unterschiedlichen Orten im Landkreis haben und andere möglicherweise mobile Angebote anbieten, kann allein auf Basis des Einrichtungssitzes allerdings nicht auf die tatsächliche regionale Verteilung der Familienbildungsangebote geschlossen werden.⁷



⁷ Ein genauerer Einblick in die regionale Verteilung der Familienbildungsangebote könnte durch eine nachgelagerte Befragung der Einrichtungen, die ihre Kontaktdaten in der Befragung angegeben, erhalten werden.



N = 45; Angaben in %

Abbildung 14: Sitz der befragten Anbieter mit Familienbildungsangeboten

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Karte in Abbildung 15 gibt auf Basis der Angaben zum Einrichtungssitz einen zusammenfassenden Überblick über die regionale Verteilung der kontaktierten Anbietereinrichtungen sowie der Anbieter, die sich an der Befragung beteiligt haben. Außerdem ist die Zahl der befragten Anbieter mit Familienbildungsangeboten dargestellt.

Verteilung der Anbieter nach Regionen

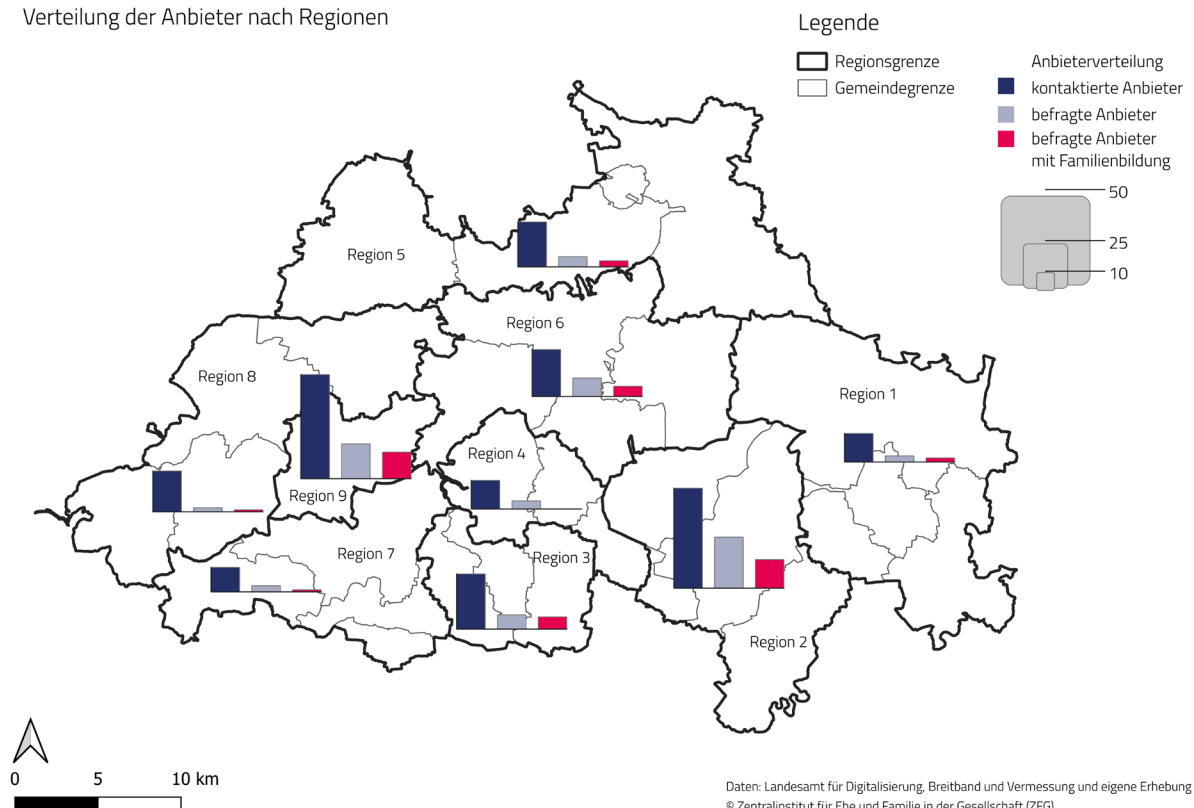


Abbildung 15: Regionale Verteilung der kontaktierten und befragten Anbietereinrichtungen

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Hinweis: Die Höhe der Säulen entspricht der Zahl an Anbietern, wobei die Höhe der grauen Quadrate in der Legende der Karte als Referenz verwendet werden kann.

Von den Einrichtungen, die bisher keine familienbildenden Angebote anbieten und/oder zukünftig kein solches Angebot (mehr) planen, wurden die Hinderungsgründe erfasst. Wie in Abbildung 16 dargestellt ist, sind die beiden wichtigsten Ursachen mit jeweils 44,0 % „Fehlendes Personal“ und „Fehlende Nachfrage der Familien“. Eine Konzentration auf andere Zielgruppen oder Themenschwerpunkte wird von 36,0 % der Einrichtungen angeführt. Fehlende Finanzierung (28,0 %) und fehlende Räumlichkeiten (16,0 %) schließen die Rangliste ab. Andere Gründe, etwa die Corona-Pandemie, eine Neustrukturierung nach Trägerwechsel oder ein Rollenkonflikt, werden von 8,0 % der befragten Einrichtungen ohne Familienbildungsangebote genannt.

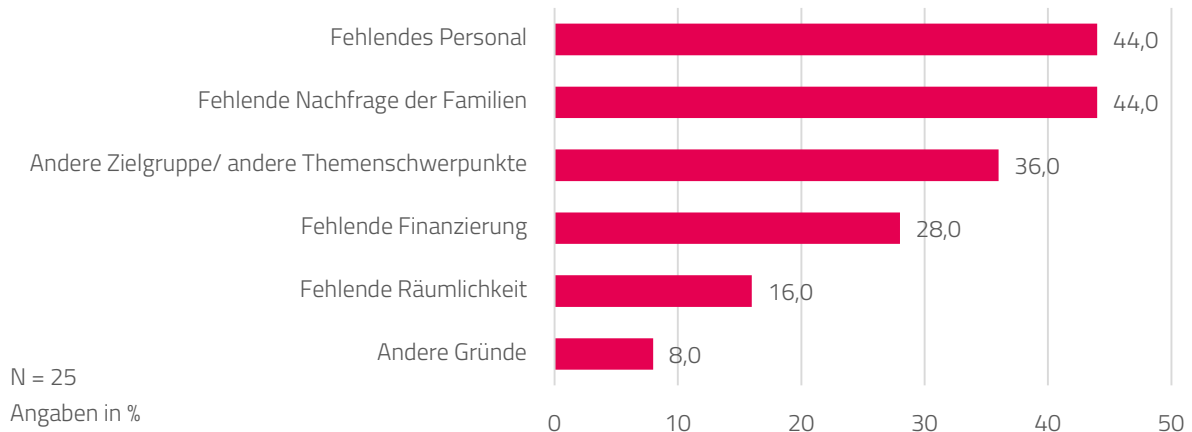


Abbildung 16: Hinderungsgründe

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.4. Ziele und Zielgruppen der Anbieter

Das wichtigste Ziel der Anbieter von Familienbildungsangeboten ist die Förderung von alltäglicher Erziehungskompetenz. Dies nennen 80,7 % der 57 Einrichtungen, welche die Frage nach den Zielen ihrer Familienbildungsveranstaltungen beantwortet haben (s. Abbildung 17). Auch die Vermittlung von Wissen und Information im Bereich Familien- und Erziehungsfragen (71,9 %) sowie Hilfestellung bei der Bewältigung von akuten Problemen und Schwierigkeiten (68,4 %) werden von mehr als zwei Drittel dieser Einrichtungen genannt.

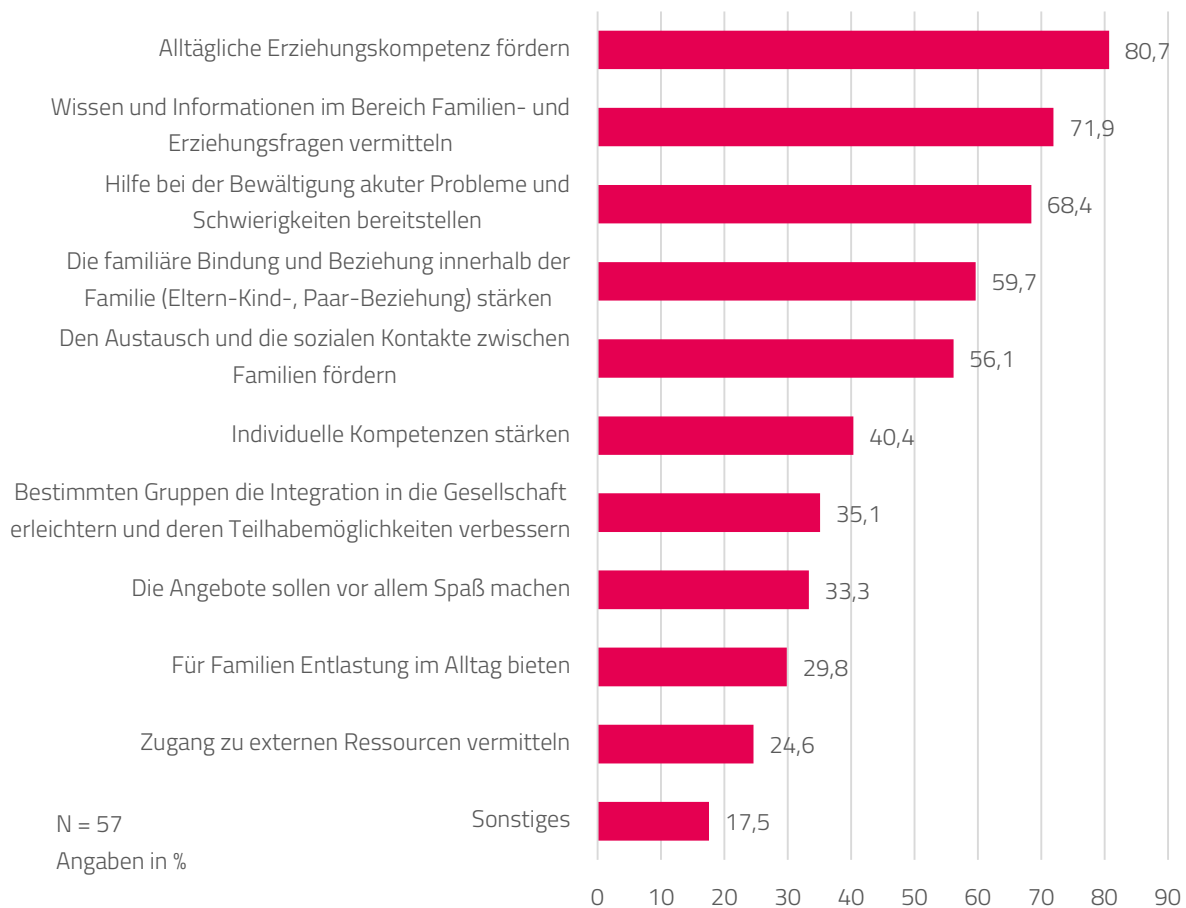


Abbildung 17: Ziele der existierenden und/oder geplanten Veranstaltungen zur Familienbildung

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.⁸

Ordnet man die Ziele entsprechend der Häufigkeit ihrer Nennung, zählen die Stärkung der familiären Bindung und der Beziehung innerhalb der Familie (59,7 %) und die Förderung des Austausches und der sozialen Kontakte zwischen Familien (56,1 %) ebenfalls zu den Top 5-Zielen. Darauf folgen die Stärkung von individuellen Kompetenzen (40,4 %) und die gesellschaftliche Integration bestimmter Gruppen (35,1 %). Höchstens ein Drittel der befragten Einrichtungen zählt den Spaß der Angebote (33,3 %), die Entlastung vom Alltag (29,8 %) und die Vermittlung von Zugang zu externen Ressourcen (24,6 %) zu den Zielen ihrer Familienbildungsangebote. Unter sonstigen Zielen werden u. a. politische Bildung, die Stärkung des Ehrenamts und religiöse Bildung genannt.

Differenziert man die befragten Anbieter, die Familienbildungsangebote durchführen oder zukünftig planen, nach den Zielgruppen ihrer Familienbildungsangebote, machen Familien mit Vorschulkindern den größten Anteil (68,5 %) aus (s. Abbildung 18). Darauf folgen Familien mit Säuglingen oder Kleinkindern (53,7 %) und Familien mit Schulkindern (42,6 %). Jeweils weniger als ein Viertel der befragten Einrichtungen bietet Angebote für Familien mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen (24,1 %) und für werdende Eltern (22,2 %) an. Mit einem Anteil von 11,1 % verfügen nur wenige Einrichtungen über Angebote zur Vorbereitung auf Partnerschaft und Zusammenleben mit Kindern.

⁸ Bei Fragen mit der Möglichkeit von Mehrfachantworten summieren sich die Prozentwerte in der Regel nicht auf 100 %.

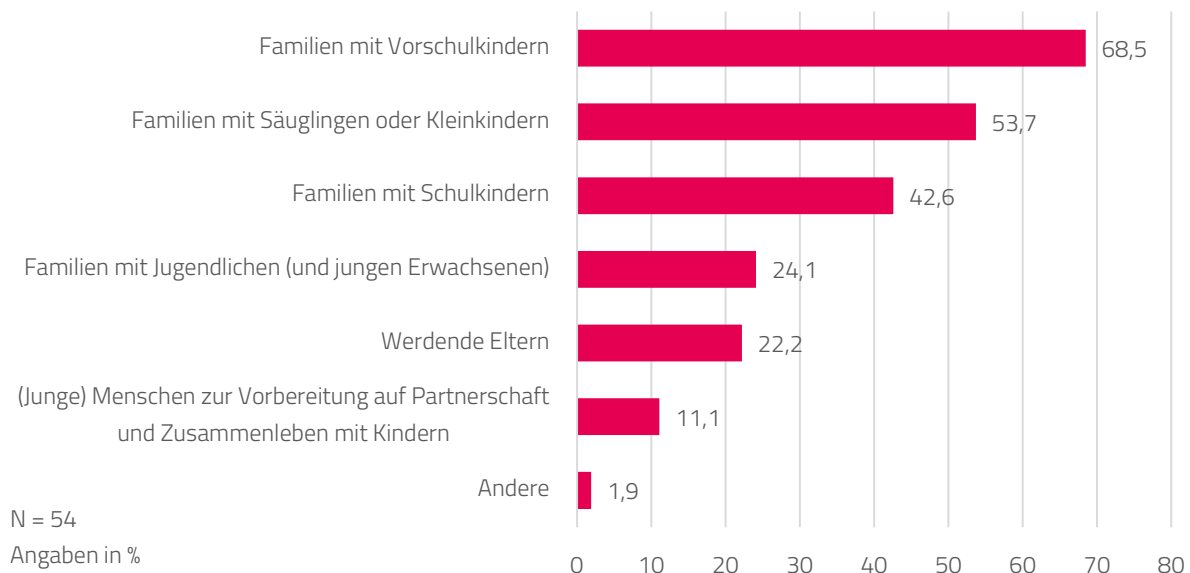


Abbildung 18: Zielgruppen der Anbieter von Familienbildung (nach Lebensphasen)

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

Bei der Frage danach, wen die Einrichtungen mit den Familienbildungsangeboten in Zukunft speziell ansprechen möchten, geben 52,8 % an, dass sie Angebote machen werden, die sich nur an Eltern bzw. an der Erziehung beteiligte Familienmitglieder richten. Angebote für Eltern (oder an der Erziehung beteiligte Familienmitglieder) und Kinder gemeinsam planen 66,0 % der Anbieter. Dies zeigt, dass ein Teil der Anbieter sowohl Veranstaltungen plant, die sich nur an Eltern richten, als auch solche für die ganze Familie. Als sonstige Zielgruppe wird u. a. die Gesamtfamilie inklusive Großeltern und Jugendliche genannt.

4.5. Arten und Themen der Veranstaltungen

Die Veranstaltungsarten, die von der Großzahl der befragten Anbieter durchgeführt werden, sind Informationsangebote (83,7 %) (s. Abbildung 19). Mit deutlichem Abstand folgt die Veranstaltungsform „Allgemeine (nicht-individuelle) Beratung“. Diese bieten 42,9 % der Einrichtungen an. Jeweils rund 30 % der befragten Einrichtungen führen feste Gruppen (z. B. Eltern-Kind-Gruppen), Online-Informationsveranstaltungen und Freizeitangebote durch. Weniger verbreitet sind offene Treffpunkte (20,4 %), Online-Kurse/-Seminare und offene Gruppen (jeweils 18,4 %). Aufsuchende Angebote, bei denen die Familien zu Hause Unterstützung erfahren, und Online-Gruppen oder -Treffpunkte werden jeweils von rund 10 % der befragten Einrichtungen angeboten. Die Form „Podcasts/Videos/Apps“ hat mit 6,1 % die geringste Bedeutung.

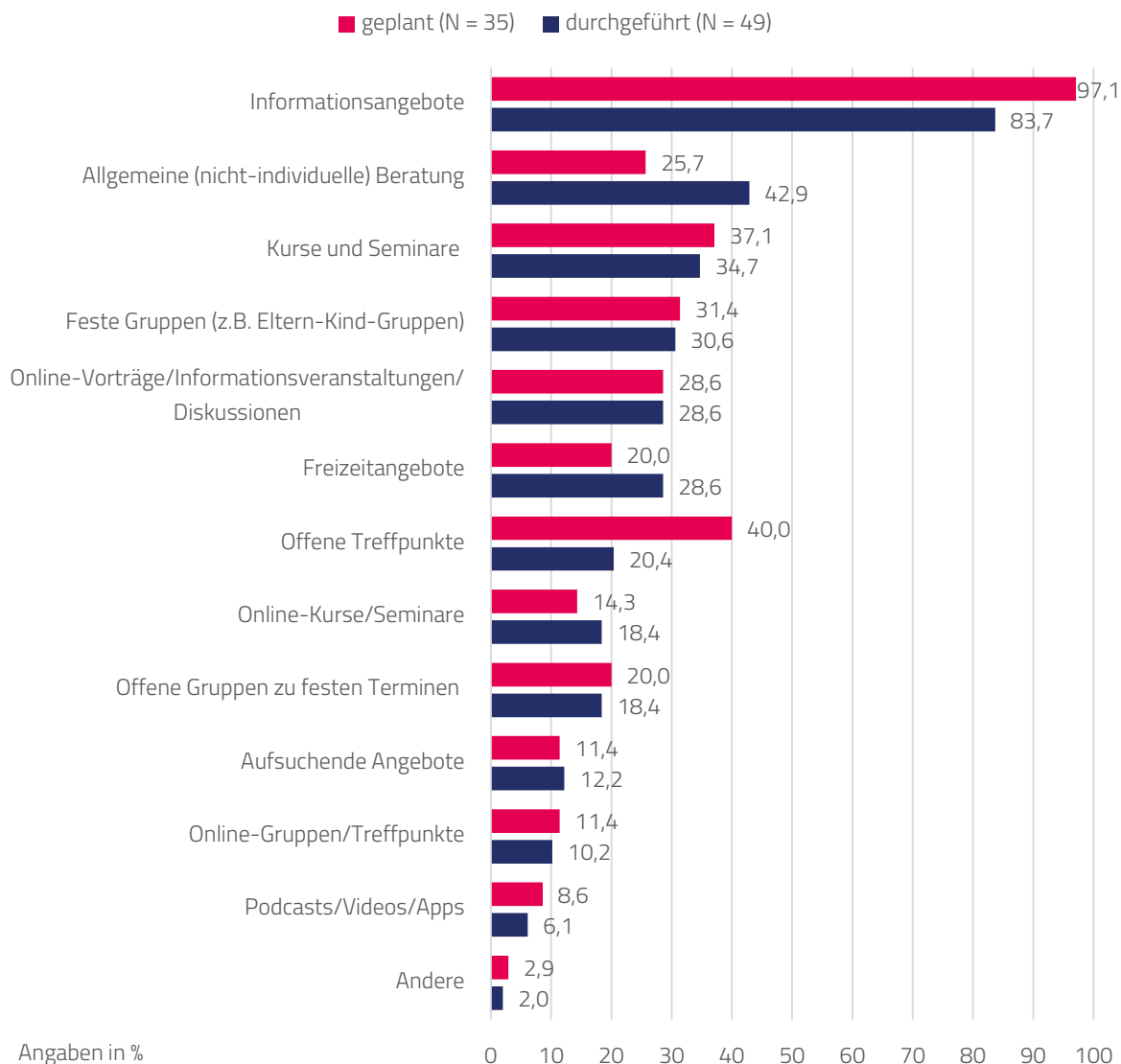


Abbildung 19: Angebotene Veranstaltungsarten

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

Ebenfalls ist in Abbildung 19 dargestellt, welche Angebotsarten die Einrichtungen zukünftig planen. Hierbei zeigt sich, dass bei den meisten Veranstaltungsarten das aktuelle Angebot fortgesetzt werden soll, da die Angaben zu „aktuell durchgeführt“ und „geplant“ bei vielen Arten annähernd identisch sind. In Zukunft noch häufiger angeboten werden sollen aber Informationsangebote, die auch aktuell schon auf Platz 1 der Rangliste stehen. Ebenso ist bei „Offenen Treffpunkten“ ein starker Ausbau geplant: Aktuell bieten rund 20 % der Einrichtungen diese Veranstaltungsform an, geplant haben es aber prozentual betrachtet mit 40 % doppelt so viele. Ausgebaut werden soll auch die Kategorie „Podcasts/Videos/Apps“, allerdings spielt sich dieser Ausbau auf einem sehr niedrigen Niveau ab: Aktuell bieten 6,1 % der Einrichtungen diese Kategorie an, geplant haben sie 8,6 %. Ein Abbau zeichnet sich in der Tendenz für die Formen „Allgemeine (nicht-individuelle) Beratung“ (aktuell durchgeführt: 42,9 %, geplant: 25,7 %) und Freizeitangebote (aktuell durchgeführt: 28,6 %, geplant: 20,0 %) ab. Abbildung 20 gibt einen Überblick über die Themen, welche die Anbieter aktuell durchführen und für die Zukunft planen. Dabei ist die Rangliste der durchgeführten und geplanten Themen weitestgehend identisch, d. h., die Themen, die aktuell von vielen Anbietern oft durchgeführt wurden, sollen auch zukünftig häufig angeboten werden. Generell zeichnet sich für viele Themen in der Tendenz ein Ausbau ab. Insbesondere die Bereiche Erziehungskompetenz, Austausch und Begegnung zwischen Familien und Übergang von Kindergarten zu Grundschule werden aktuell von vielen Anbietern durchgeführt und ebenso von vielen für die Zukunft geplant. Beim Thema Erziehungskompetenz lässt sich sogar eine deutliche Steigerung von 44,0 % auf 55,6 % der Einrichtungen, die Angebote zu diesem Themenbereich anbieten möchten, erkennen. Laut den Ergebnissen der Befragung deutlich zunehmen sollen außerdem Angebote zum Bereich Problem- und Konfliktbewältigung (aktuell: 20,0 %, geplant: 33,3 %), zur Ernährung (aktuell: 18,0 %, geplant: 30,6 %) und zu Eltern-Kind-Gruppen (aktuell: 20,0 %, geplant: 27,8 %). Auch für generationsübergreifende Angebote, für Angebote zum interkulturellen Austausch (eingeschlossen Sprachtandems), für inklusive Angebote und zum Thema Gesundheit planen deutlich mehr Anbieter Angebote als aktuell solche durchführen.

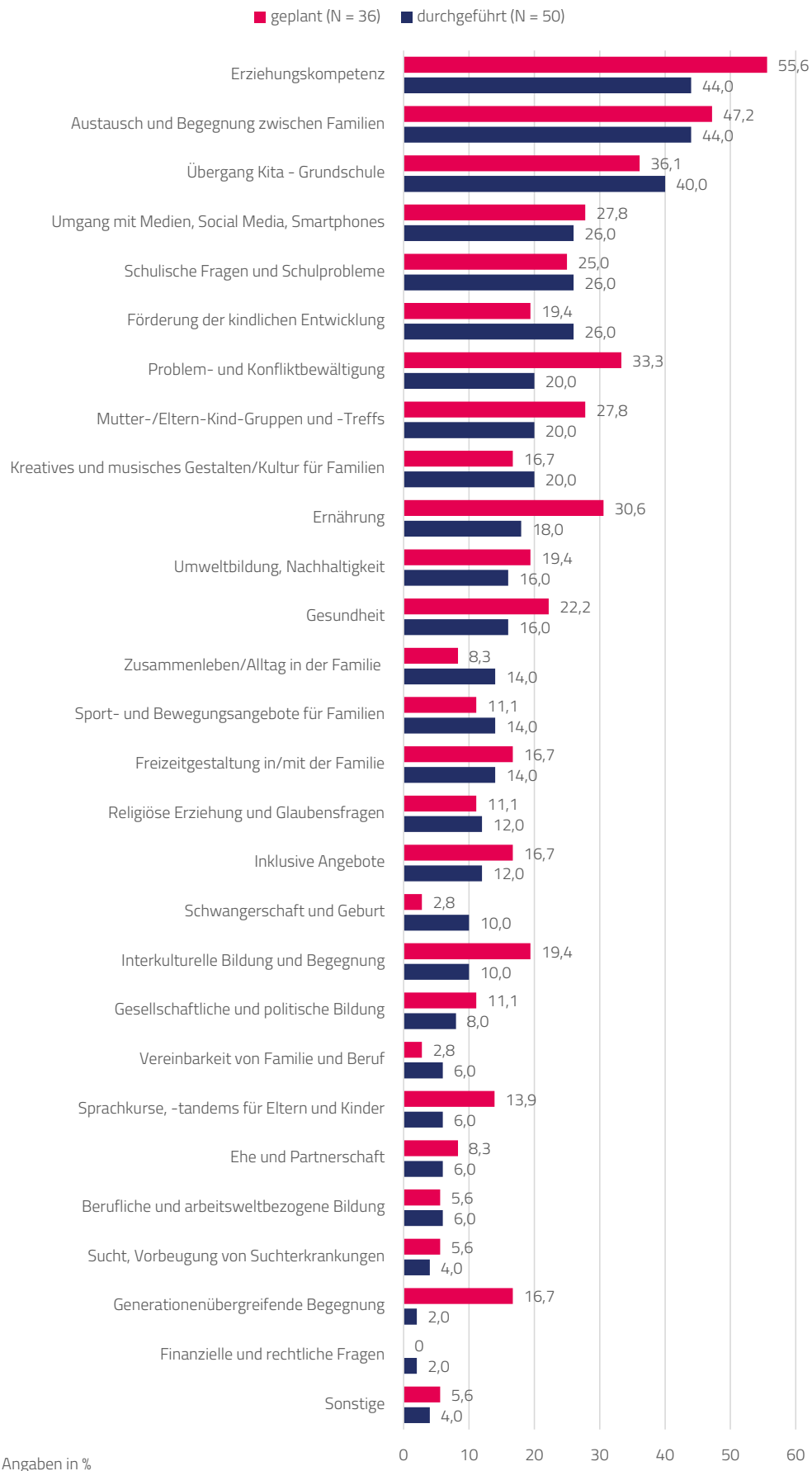


Abbildung 20: Themen der von Anbietern durchgeführten und geplanten Angebote

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

Ein nennenswerter Rückgang an Angeboten kann für das Themengebiet „Förderung der kindlichen Entwicklung“ abgelesen werden: Dieses bieten aktuell 26,0 % der Einrichtungen an, planen zukünftig aber nur 19,4 %. Ebenso ist ein deutlicher Rückgang bei Angeboten zu Schwangerschaft und Geburt (aktuell: 10,0 %, geplant: 2,8 %) und beim Thema „Zusammenleben/Alltag in der Familie“ (aktuell: 14,0 %, geplant: 8,3 %) erkennbar. Geringe Abnahmen zeichnen sich für die Zukunft auch bei Sport- und Bewegungsangeboten für Familien, Angeboten zu finanziellen und rechtlichen Fragen sowie zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf ebenso wie bei Veranstaltungen zum Übergang Kindergarten – Grundschule und zum kreativen und musischen Gestalten ab.

Neben den durchgeführten und geplanten Veranstaltungsarten und -themen wurde auch die Einschätzung der Anbieter erhoben, welche fünf Angebotsformen und -themen bei den Eltern am beliebtesten sind (s. Tabelle 2). Die Rangliste der Veranstaltungsarten wird dabei von Informationsangeboten angeführt. Diese ordnen 71,2 % der befragten Anbieter den fünf wichtigsten Angebotsarten zu. Mit deutlichem Abstand folgen Freizeitangebote (34,6 %), feste Gruppen (32,7 %), allgemeine (nicht-individuelle) Beratung (32,7 %) und offene Treffpunkte (30,8 %). Am wenigsten häufig werden Online-Gruppen oder -Treffpunkte (1,9 %), aufsuchende Angebote (7,7 %) und Podcasts/Videos/Apps (7,7 %) genannt. Damit entsprechen die Einschätzungen der Anbieter den Wünschen der Eltern zum Teil gut, da Informationsangebote und Freizeitangebote von den Eltern die beiden am häufigsten gewünschten Veranstaltungsarten sind, wenn auch in umgekehrter Reihenfolge. Dann folgen aus Elternsicht allerdings Online-Kurse und Online-Informationsveranstaltungen. Feste Gruppen und offene Treffpunkte finden sich nicht unter den Top 5-Veranstaltungsarten nach Wünschen der Eltern. Ausführlich dargestellt sind diese Elternwünsche in Abbildung 47.

Bei den Veranstaltungsthemen schätzen die Anbieter mit einem Anteil von 44,2 % den Austausch und die Begegnung zwischen Familien als am beliebtesten bei den Eltern ein. Schulische Fragen und Schulprobleme werden ebenso wie die Erziehungskompetenz von jeweils 36,5 % der befragten Anbieter den Top 5-Themen der Eltern zugerechnet. Es folgen mit jeweils 26,9 % das Thema „Übergang Kita – Grundschule“ und Mutter- bzw. Eltern-Kind-Gruppen oder -Treffs. Am unteren Ende der Rangliste finden sich die folgenden Themen: „Zusammenleben/Alltag in der Familie“, „Sucht, Vorbeugung von Suchterkrankungen“, „Sprachkurse, -tandems für Eltern und Kinder“, „Gesellschaftliche und politische Bildung“ und „Berufliche und arbeitsweltbezogene Bildung“. Diese ordnen jeweils nur 3,9 % der Anbieter den fünf beliebtesten Angebotsthemen zu. Damit liegt die Einschätzung der beliebtesten Themen aus Anbietersicht deutlich weiter von den tatsächlichen Themenwünschen der Eltern, wie sie in der Elternbefragung erhoben wurden, entfernt als dies bei den Veranstaltungsarten der Fall ist. Keines der am häufigsten geschätzten Top 5-Themen findet sich in den tatsächlichen Top 5 wieder, sondern alle diese Themen werden nur von weniger als 20 % der Eltern gewünscht. Führend in der Liste der von den Eltern geäußerten Wünsche ist die Freizeitgestaltung in und mit der Familie, der Umgang mit (neuen) Medien sowie Entwicklung und Verhalten des Kindes. Ausführlich dargestellt sind die Ergebnisse der Elternbefragung zu den Themenwünschen in Abschnitt 5.4.

Veranstaltungsart		Veranstaltungsthema	
Informationsangebote	71,2 %	Austausch und Begegnung zwischen Familien	44,2 %
Freizeitangebote	34,6 %	Schulische Fragen und Schulprobleme	35,6 %
Feste Gruppen	32,7 %	Erziehungskompetenz	36,5 %
Allgemeine (nicht-individuelle) Beratung	32,7 %	Übergang Kita-Grundschule	26,9 %
Offene Treffpunkte	30,8 %	Mutter-/Elter-Kind-Gruppen und -treffs	26,9 %

Tabelle 2: Die fünf bei den Eltern beliebtesten Veranstaltungsarten und -themen nach Einschätzung der Anbieter

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich (N=52).

4.6. Organisation der Veranstaltungen

4.6.1. Kosten und finanzielle Unterstützung

In Abbildung 21 und Abbildung 22 sind die durchschnittlichen Kosten, welche die Teilnehmenden für eine Einzelveranstaltung bzw. eine Veranstaltungsreihe zahlen müssen, aufgeführt. Mit einem Anteil von 60,4 % ist der Besuch des Großteils an Einzelveranstaltungen für die Teilnehmenden kostenlos. Für knapp ein Viertel (22,9 %) dieser Veranstaltungen wird ein Beitrag von weniger als 20 € erhoben und für jeweils rund 8 % fallen zwischen 20 und 50 € oder mehr als 50 € an (s. Abbildung 21).

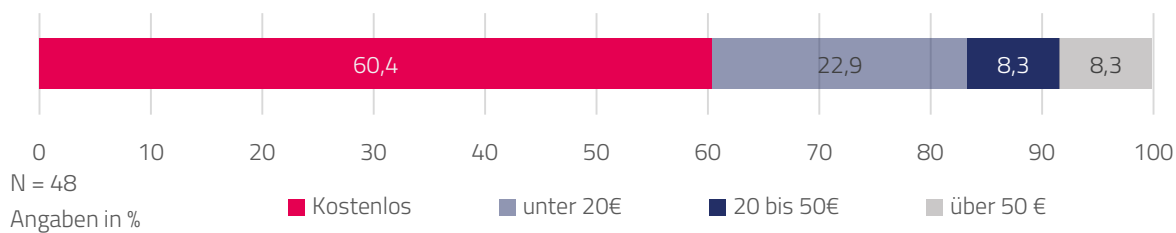


Abbildung 21: Durchschnittliche Kosten für Einzelveranstaltung

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Der Anteil an kostenlosen Veranstaltungsreihen liegt bei 44,1 % und ist damit deutlich niedriger als bei den Einzelveranstaltungen. Kosten von weniger als 50 € sind für 14,7 % der Veranstaltungsreihen zu zahlen, zwischen 50 und 100 € für 17,7 %. Knapp ein Viertel (23,5 %) der Veranstaltungsreihen kostet mehr als 100 € (s. Abbildung 22).

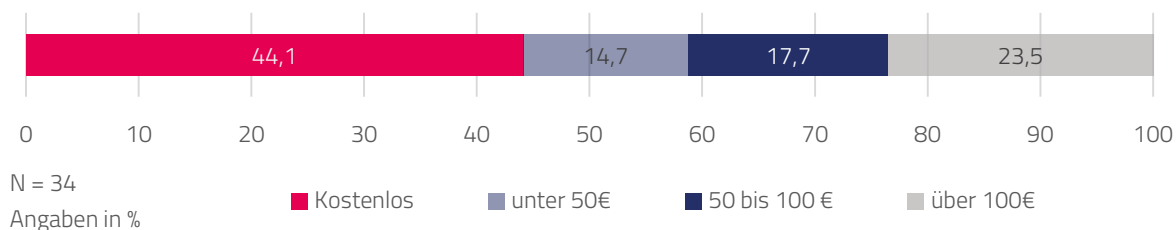


Abbildung 22: Durchschnittliche Kosten für Veranstaltungsreihe

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Daneben zeigt die Umfrage, dass gut zwei Fünftel (41,2 %) der befragten Anbieter mit Familienbildungsangeboten finanzielle Unterstützung bei der Durchführung dieser Veranstaltungen erhalten. Ein gleich großer Anteil erhält dafür keine finanzielle Unterstützung und 17,7 % der Befragten sind sich diesbezüglich unsicher.

In Abbildung 23 ist dargestellt, von welcher Institution die Anbieter, die finanzielle Hilfe für die Durchführung der Familienbildungsveranstaltungen erhalten, unterstützt werden. Knapp die Hälfte dieser Einrichtungen erhält Geld von der Kommune und gut ein Drittel vom Freistaat Bayern. 31,6 % nennen den Landkreis und 15,8 % Stiftungen bzw. Vereine. Mit 5,3 % ist die Bundesrepublik Deutschland als Geldgeberin eher unwichtig. Die Auswahlmöglichkeit „Bezirk“ wurde nicht gewählt. Unter Sonstige wurden insbesondere Diözesen erwähnt.

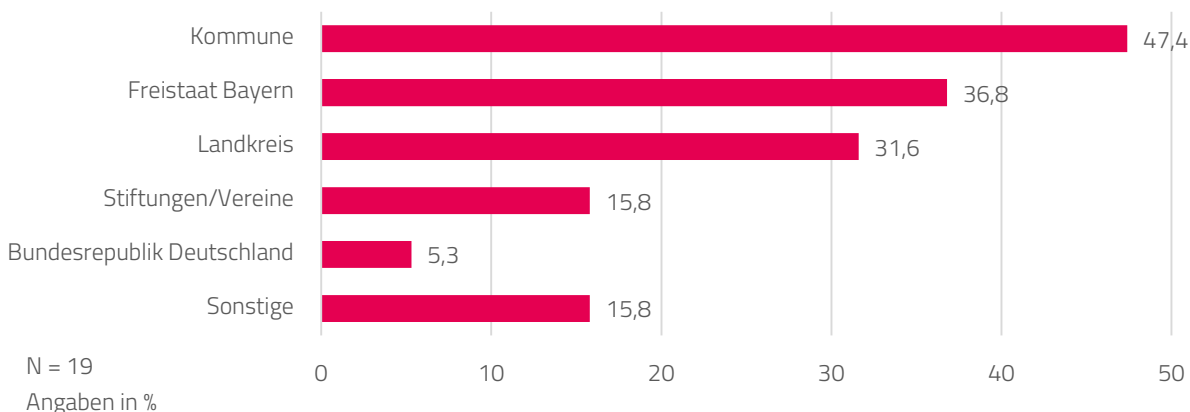


Abbildung 23: Herkunft der finanziellen Unterstützung für Familienbildungsangebote

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

4.6.2. Kinderbetreuung

Wie Abbildung 24 zeigt, ist ein veranstaltungsbegleitendes Kinderbetreuungsangebot nicht weit verbreitet. So geben mit 48,2 % knapp die Hälfte der befragten Einrichtungen an, dass sie keine Kinderbetreuung anbieten. Bei 35,7 % der Einrichtungen gibt es ein solches Angebot teilweise und 10,7 % geben an, dass dies (noch) nicht bekannt sei. Nur 5,4 % der Einrichtungen bejahen die Fragen nach dem veranstaltungsbegleitenden Kinderbetreuungsangebot.

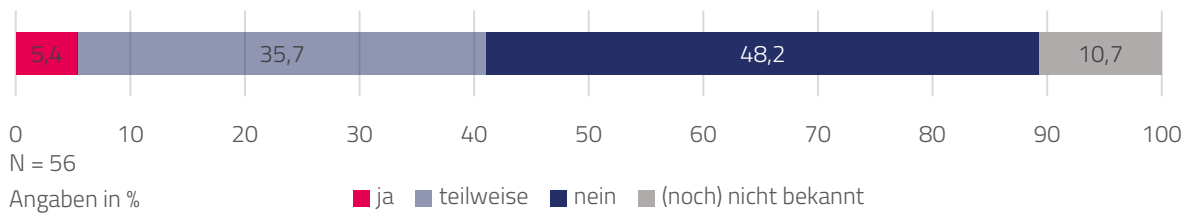


Abbildung 24: Kinderbetreuung bei Familienbildungsveranstaltungen

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.6.3. Werbung

Abbildung 25 zeigt, dass Informationsportale, Elternbriefe, Mail-Verteiler und Rundschreiben einerseits und Aushänge, Plakate und Flyer an zentralen Orten andererseits die beiden wichtigsten Mittel sind, wie die Anbieter von Familienbildung entsprechende Angebote und Veranstaltungen bewerben. Beide Möglichkeiten werden jeweils von 69,1 % der Befragten genannt. 50,9 % der Einrichtungen bewerben Veranstaltungen über das Internet und/oder die Sozialen Medien. Weniger häufig genutzt werden demgegenüber die Verteilung von Informationen über Netzwerkpartner (23,6 %), Werbung in Zeitungen (16,4 %), Programmhefte (10,9 %) sowie Werbung in kostenlosen Anzeigebültern und bei Informationsveranstaltungen (jeweils 9,1 %). Unter „Andere“ wurde Mundpropaganda angeführt.

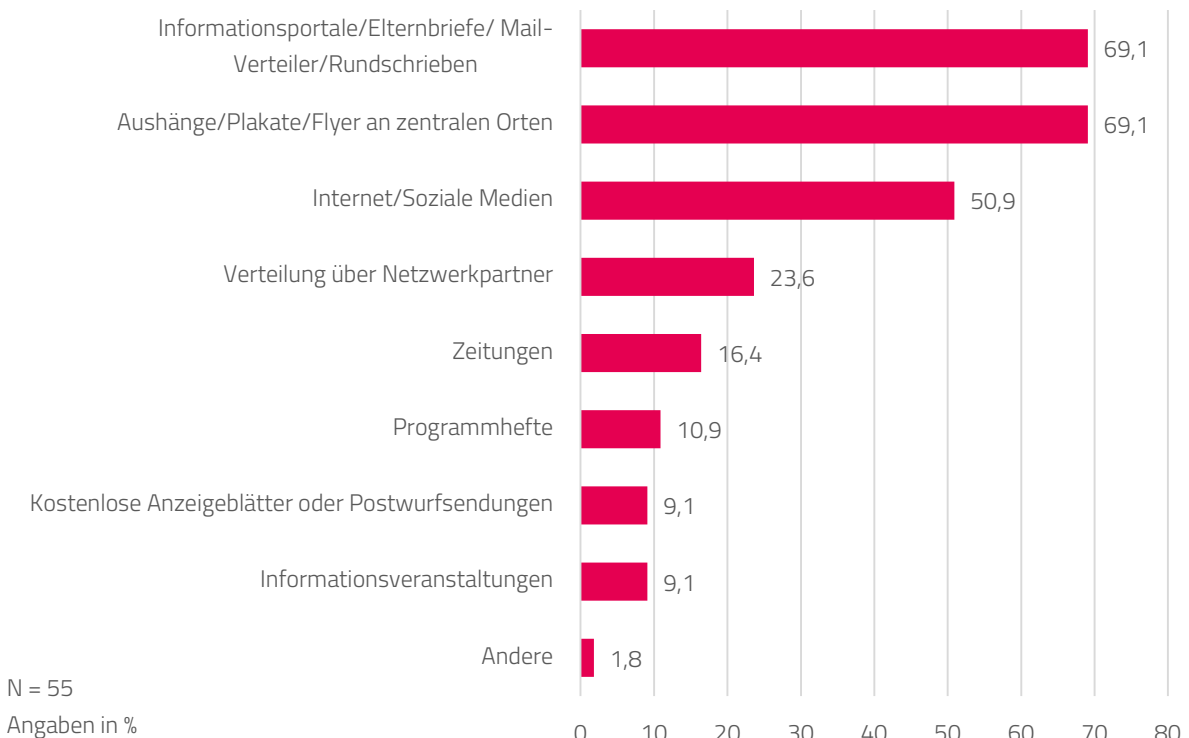


Abbildung 25: Art der Werbung für Familienbildungsangebote

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

Plakate, Aushängen und Flyer werden dabei insbesondere in Kindertagesstätten angebracht und/oder verteilt. Dies geben 80,6 % der Einrichtungen an, die Plakate und Flyer für die Werbung nutzen. Mit deutlichem Abstand folgen Räume der Stadtverwaltung oder öffentliche Räume (47,2 %), Schulen (44,4 %) und Geschäfte (41,7 %) als Orte, an denen Werbung aufgehängt bzw. verteilt wird. Rund ein Viertel der befragten Einrichtungen nutzt jeweils Kirchengemeinden und/oder religiöse Einrichtungen und Praxen bzw. das Gesundheitsamt als Orte für Plakat- und Flyerwerbung. Mit Anteilen von unter 20 % sind die folgenden Orte eher weniger bedeutend für die Werbung mit Plakaten und Flyern: Klinken und Hebammenpraxen, Beratungsstellen, Vereinsräume, Sporthallen und Freizeiteinrichtungen, Familienbildungsstätten, Einrichtungen der Erwachsenenbildung sowie das Amt für Jugend und Familie.

4.6.4. Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Eichstätt

Am Ende des Anbieterbogens wurden einige Aussagen, die relevant für die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt sind, thematisiert (s. Abbildung 26).

Im Hinblick auf die Vernetzung der Familienbildungsanbieter ist interessant, dass 29,4 % der Einrichtungen, die Familienbildung anbieten, bereits Teil eines Netzwerks der Kinder- und Jugendarbeit sind. Die anderen 70,6 % verneinen dies. Die Einrichtungen, die sich einem entsprechenden Netzwerk zuordnen, führen am häufigsten das Koki-Netzwerk bzw. das Netzwerk Frühe Kindheit/Frühe Hilfen an (sechs Nennungen). Jeweils einmal genannt werden das Jugendamt, die Familienbildung Ingolstadt und Eichstätt, die Jugendsozialarbeit an Schulen (JaS), die Diözesanarbeitsgemeinschaft Kinder- und Jugendhilfe, der Bayerische Jugendring (BJR), die Kommunalen Jugendpfleger Bayern und die Frühförderstelle St. Vinzenz in Ingolstadt.

Hinsichtlich der aktuellen Qualität des Familienbildungsangebots äußern sich die Anbieter wie folgt: Gut die Hälfte (51,6 %) der befragten Einrichtungen stimmt eher oder voll zu, dass die Familienbildung im Landkreis Eichstätt qualitativ hochwertig ist. Für knapp ein Viertel (23,4 %) der Einrichtungen ist die Qualität zumindest teilweise hochwertig und 1,6 % finden sie eher nicht hochwertig. 23,4 % haben diese Aussage nicht bewertet.

Auffällig ist, dass mehr als 70 % der befragten Anbieter (eher) der Meinung sind, dass die Angebote zur Familienbildung im Landkreis wohnortnaher gestaltet werden sollten. Weitere 9,4 % stimmen dem zumindest teilweise zu. Daraus lässt sich schließen, dass die Angebote aktuell nicht für alle Einwohnerinnen und Einwohner des Landkreises gleichermaßen erreichbar und zugänglich sind.

Auch ein Ausbau der Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis wird von mehr als der Hälfte der befragten Einrichtungen als (eher) notwendig angesehen. 15,9 % stimmen dem teilweise zu und nur 12,7 % finden dies (eher) nicht nötig.

Bei der Aussage, dass mehr Online-Angeboten notwendig seien, zeigt sich ein gemischtes Bild: Rund ein Drittel der Befragten ist sich hier unschlüssig (36,5 % „mal so, mal so“), ein weiteres Drittel stimmt dem (eher) zu und 17,5 % stimmen (eher) nicht zu.

Ziemlich eindeutig ist das Meinungsbild aber hinsichtlich der Aussage, dass sich die Familienbildung im Landkreis Eichstätt nach einem Jahresthema richten sollte. Dies verneinen mehr als die Hälfte der befragten Einrichtungen vollkommen oder eher. Jeweils 11,1 % sind sich unschlüssig oder stimmen dem eher zu. 23,8 % geben hierzu keine Einschätzung ab.

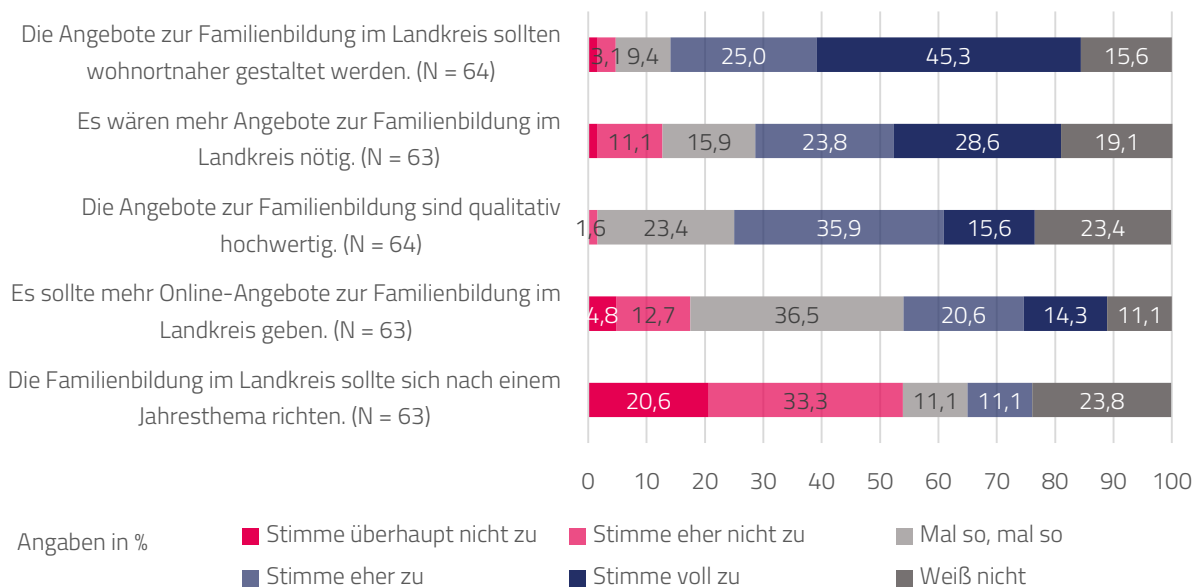


Abbildung 26: Einschätzung der Anbieter zu verschiedenen Aussagen zur Familienbildung im Landkreis Eichstätt

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Zum Abschluss des Anbieter-Fragebogens gab es die Möglichkeit, Anmerkungen, Verbesserungsvorschläge und/oder Kritik zur Familienbildung im Landkreis Eichstätt zu äußern. Die Eintragungen der Anbietereinrichtungen werden im Folgenden zusammengefasst:

- **Institutionalisierung von Familienbildung:**

Von mehreren Befragten wird der Wunsch nach der Einrichtung von Familienstützpunkten/-zentren oder -treffs geäußert. Auch die Gründung eines Familiencafés wird vorgeschlagen, ebenso wie die Schaffung von Örtlichkeiten, die dezentral von verschiedenen Trägern der Familienbildung genutzt werden können.

- **Finanzielle Ausstattung:**

Mehrere Einrichtungen thematisieren, dass eine bessere finanzielle Ausstattung und Unterstützung der Veranstaltungen notwendig wäre.

- **Zielgruppen:**

Bezüglich der Zielgruppen von Familienbildung wird geäußert, dass mehr Angebote zur Entlastung von Alleinerziehenden sinnvoll wären, ebenso wie mehrsprachige Angebote für Familien mit Migrationshintergrund.

- **Bekanntheitssteigerung:**

Angesprochen wird zudem, dass die Familienbildung im Landkreis Eichstätt bekannter gemacht werden müsste, insbesondere auch für bildungsfernere Familien. Als konkreter Vorschlag wird hier die Gestaltung von Flyern, die den Familien direkt ausgehändigt werden können, gemacht. Auch ein Gesamtüberblick über die Angebote und die Schaffung einer FamilienApp wird angeführt.

- **Entfernung und ÖPNV-Anbindung:**

Als Problem wird die teilweise große Entfernung zwischen dem Wohnort von potenziellen Teilnehmenden und dem Angebotsstandort und die gleichzeitig schlechte Anbindung mit dem öffentlichen Nahverkehr gesehen. In dem Zusammenhang wird auch geäußert, dass Online-Angebote als Alternative nicht bei allen Themen sinnvoll umgesetzt werden können.

5. Bericht zur Elternbefragung

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

Gegenstand der Ergebnispräsentation sind unter anderem folgende Aspekte:

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

5.1. Umfang der Elternbefragung

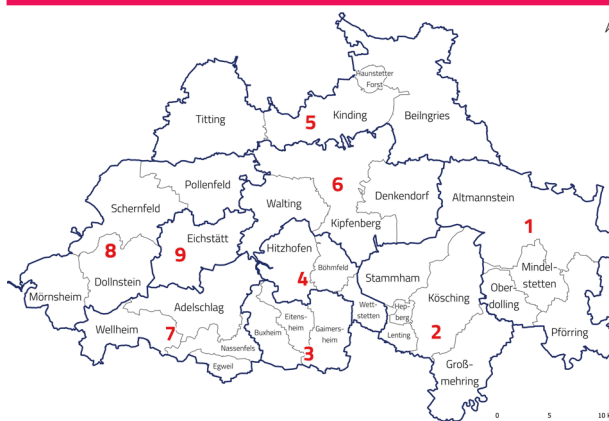
Im Rahmen der Elternbefragung konnte ein Rücklauf von 5.660 auswertbaren Fragebögen erreicht werden. Der Großteil davon entfällt mit 5.230 Fragebögen auf die Papierbefragung, online haben sich 430 Personen beteiligt. Für die Papierbefragung ergibt sich daraus, basierend auf den 14.500 Fragebögen, die verteilt wurden, eine Rücklaufquote von mindestens 36,1 %. Diese Rücklaufquote ist tendenziell unterschätzt, da Familien mit mehreren Kindern den Fragebogen möglicherweise mehrfach erhalten haben, ihn aber nur einmal ausfüllen sollten.

Da sich die Analyse auf Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt beschränkt, wurden im Zuge der Datenbereinigung Personen ausgeschlossen, die nicht im Landkreis Eichstätt wohnen. Damit ergibt sich als Grundlage für die Datenauswertung schließlich eine Fallzahl von 5.633. Dies entspricht einem Anteil von 26,0 % an den Haushalten mit Kindern, die im Landkreis Eichstätt wohnen (s. Abschnitt 3). Wie bei der Anbieterbefragung bezieht sich die Bezeichnung „befragt“ in den folgenden Abschnitten auf die Eltern, von den auswertbare Antworten vorliegen. Auch schwankt in den folgenden Abschnitten die tatsächliche Fallzahl von Frage zu Frage, da nicht alle Personen alle Fragen beantwortet haben. Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden die jeweils fehlenden Antworten bei den Diagrammen und Tabellen nicht ausgewiesen.

5.2. Soziodemografische Merkmale der befragten Eltern

An der Befragung haben sich mit einer deutlichen Mehrheit von 90,4 % hauptsächlich Frauen beteiligt. 9,3 % der Befragten sind Männer und 0,3 % haben die Antwortkategorie „divers“ ausgewählt.

In Abbildung 27 sind die Befragten nach ihrem Wohnort, gegliedert nach der für die Befragung festgelegten Einteilung aus Abbildung 11, aufgeführt. Zum Vergleich ist auch der Bevölkerungsanteil der entsprechenden Regionen an der Gesamtbevölkerung des Landkreises Eichstätt (Stichtag: 31.12.2021) aufgeführt. Es zeigt sich, dass die Wohnortverteilung der Befragten der tatsächlichen Bevölkerungsverteilung gut entspricht. Die einzige erwähnenswerte Ausnahme ist Region 1 mit den Gemeinden Altmannstein, Mindelstetten, Oberdolling und Pförring. Während 10,6 % der Bevölkerung des Landkreises Eichstätt in diesen vier Gemeinden wohnen, stammen nur 7,9 % der Befragten in unserer Stichprobe aus diesen Orten. Die meisten Befragten stammen mit 21,6 % aus der Region 2, welche die Gemeinden Großmehring, Hepberg, Kösching, Lenting und Stammham umfasst. Am niedrigsten ist demgegenüber der Anteil der Befragten, die aus Region 4 (Böhmfeld, Hitzhofen, Wettstetten) stammen (Anteil: 6,8 %).



Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung
© Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZfEG)

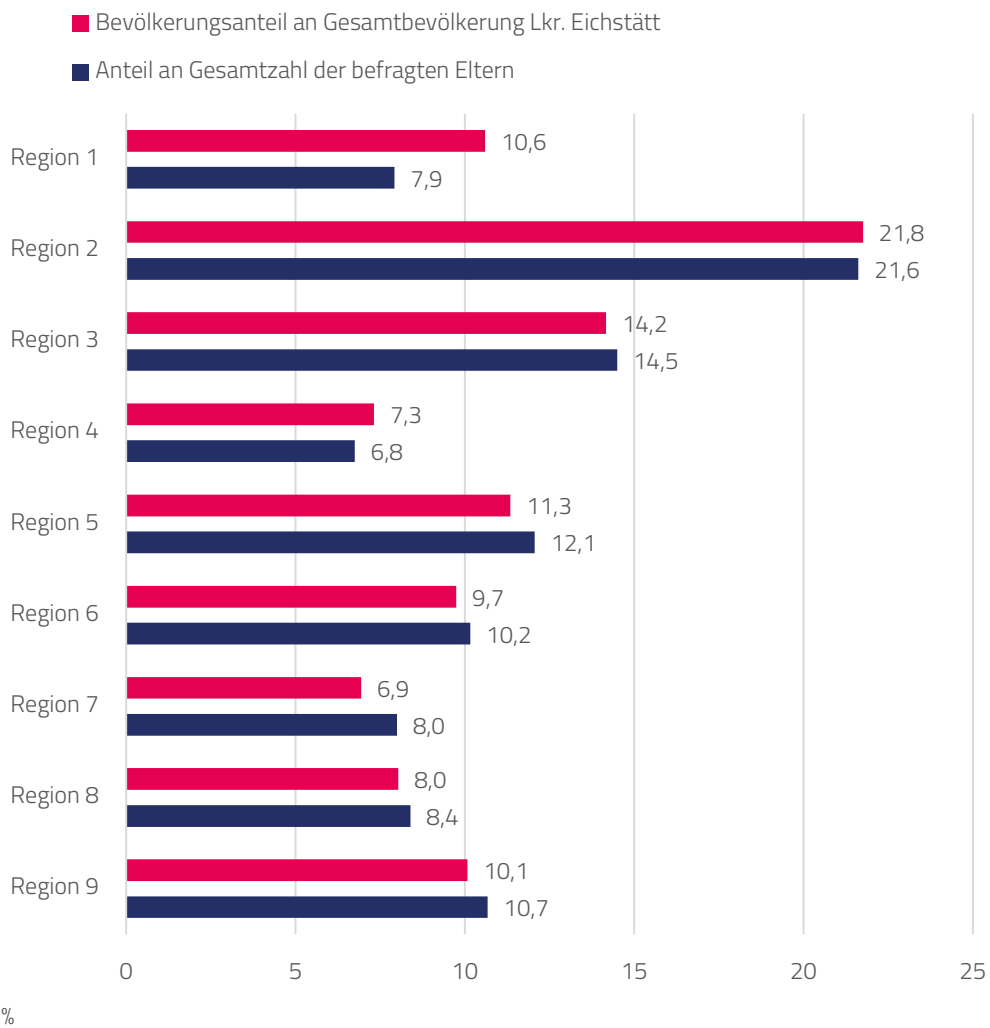
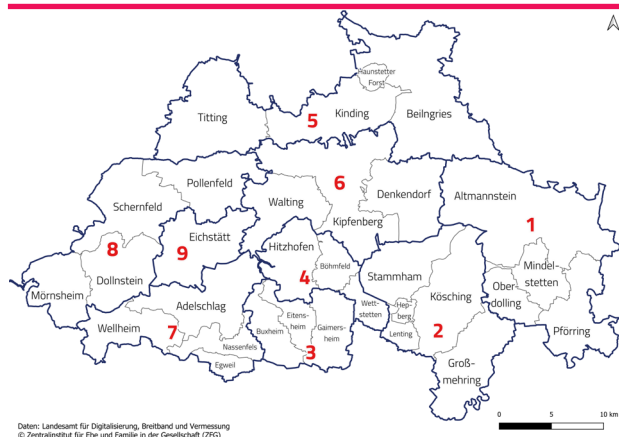


Abbildung 27: Wohnort der Befragten

Quelle: Elternbefragung des ZFG und Bayerisches Landesamt für Statistik (2022b), eigene Berechnungen und Darstellung.

Wie aus Abbildung 28 ersichtlich wird, sind mit einem Anteil von 88,7 % die meisten der befragten Eltern verheiratet oder leben mit dem anderen leiblichen Elternteil zusammen. Alleinerziehende machen 7,1 % aus und Patchwork- oder Stieffamilien 3,7 %. Der Anteil von Adoptiv- oder Pflegefamilien ist kleiner als 0,5 %. Laut der Bundeszentrale für politische Bildung (2022a) lag der Anteil von Alleinerziehenden in Bayern im Jahr 2019 bei 14,7 % und damit mehr als doppelt so hoch wie in der Elternstichprobe dieser Studie. Da auf Landkreisebene keine Daten zur Häufigkeitsverteilung der einzelnen Familienformen verfügbar sind, kann nicht festgestellt werden, ob dieser deutliche Unterschied auf eine Unterfassung der Alleinerziehenden in unserer Stichprobe zurückzuführen ist oder ob im Landkreis Eichstätt der Anteil von Alleinerziehenden generell deutlich niedriger ist als im bayerischen Durchschnitt.

Auf Wunsch des Auftraggebers wird in diesem Bericht ein besonderer Fokus auf regionale Unterschiede gelegt. Hinsichtlich der Familiensituation der befragten Eltern zeigen sich dabei signifikante Unterschiede zwischen den Regionen. So ist der Anteil von verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern in der Region 9 mit 83,9 % am niedrigsten und mit Werten von über 90 % in den Regionen 5, 6, 7 und 8 am höchsten. Entsprechend dem niedrigen Anteil an verheirateten/zusammenlebenden Eltern ist der Anteil Alleinerziehender in der Region 9 mit 12,1 % und in der Region 4 mit 10,1 % jeweils deutlich höher als der Landkreis-Wert aus Abbildung 28. Besonders niedrig ist der Anteil an Alleinerziehenden mit 3,9 % in der Region 7.



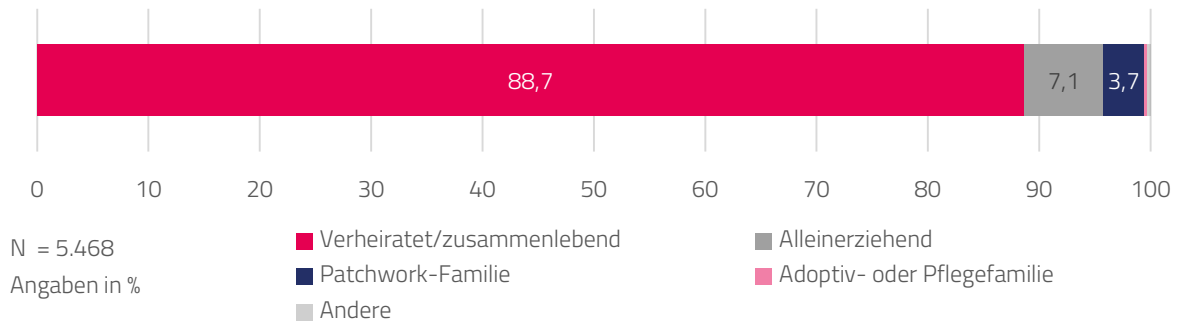


Abbildung 28: Familiensituation der befragten Eltern

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

In mehr als der Hälfte (56,4 %) der befragten Familien leben zwei Kinder (s. Abbildung 29). Gut ein Fünftel (21,3 %) der Befragten hat drei Kinder, 17,6 % haben ein Kind und 4,7 % haben vier Kinder oder mehr. Damit ist der Anteil von Haushalten mit mehr als einem Kind im Landkreis Eichstätt deutlich höher als in Deutschland insgesamt. Laut einer Auswertung der Bundeszentrale für politische Bildung (2022b), die auf dem Mikrozensus beruht, lag in Deutschland im Jahr 2019 der Anteil von Ein-Kind-Familien an allen Haushalten mit (auch) minderjährigen Kindern bei 50,7 %. Damit war er fast dreimal so hoch wie in der Stichprobe dieser Studie. Demgegenüber lag der Anteil von Haushalten mit zwei Kindern in Deutschland bei 37,4 %, derjenige von Haushalten mit drei Kindern 9,2 % und von vier und mehr Kindern bei 2,7 %.

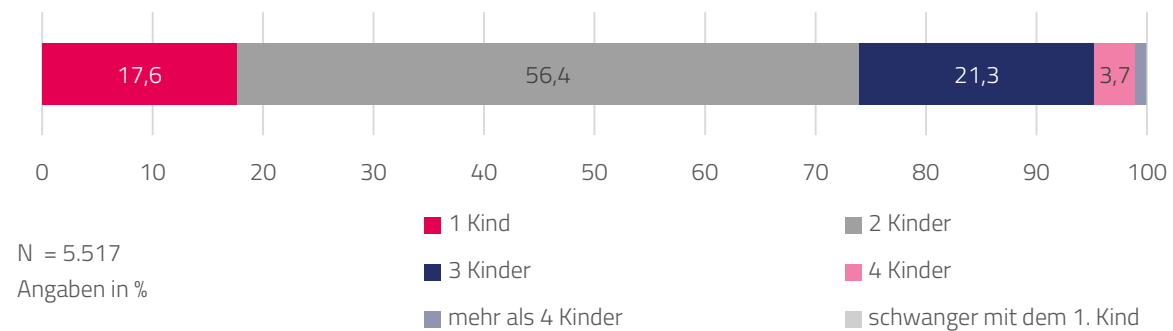
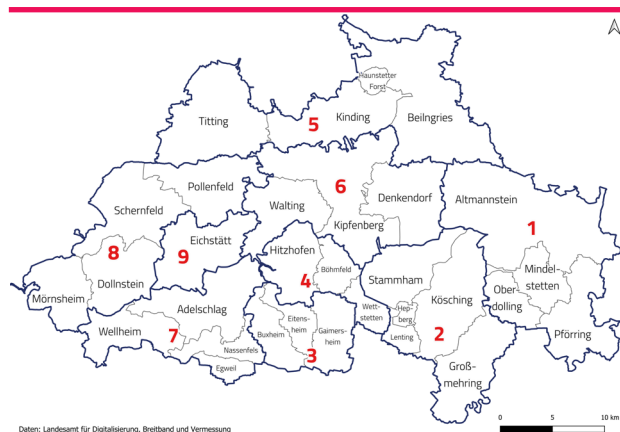


Abbildung 29: Kinderzahl in den befragten Familien

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Kinderzahl in den befragten Familien variiert signifikant zwischen den Regionen. So ist der Anteil von Familien mit drei oder mehr Kindern in den Regionen 8 (32,1 %) und 9 (33,9 %) besonders hoch im urban geprägten Umfeld von Ingolstadt mit den Regionen 2 (21,8 %) und 3 (20,8 %) deutlich niedriger als im Durchschnitt aus Abbildung 29. In Region 3 ist zudem der Anteil an Ein-Kind-Familien mit 21,2 % vergleichsweise hoch. Gleiches gilt für Region 9 mit einem Anteil von 20,1 %. In der Stadt Eichstätt ist der Anteil von Familien mit zwei Kindern dafür mit 46,1 % am niedrigsten. Am höchsten ist dieser mit jeweils 59,3 % in den Regionen 1 und 2.



Hinsichtlich des Alters der Kinder wird exemplarisch auf das Alter des jüngsten bzw. einzigen Kindes im Haushalt eingegangen. Im 6,6 % ist dieses jünger als ein Jahr, in 28,5 % ist es zwischen einem und drei Jahren alt und in 26,7 % der befragten Familien ist das jüngste oder einzige Kind vier bis sechs Jahre alt. In weiteren 28,7 % der Familien ist das jüngste bzw. einzige Kind zwischen sieben und zehn Jahren alt und damit im Grundschulalter. Nur ein kleiner Teil des Samples entfällt auf Familien mit älteren Kindern: 6,9 % der Familien ordnen das Alter des jüngsten/einigen Kindes in die Altersspanne elf bis 13 Jahre ein und 2,6 % in die Kategorie „14 bis 17 Jahre“.

Für die Planung von Familienbildungsangeboten ist ein wichtiges Kriterium die Sprache, die im Alltag in den Familien gesprochen wird. Abbildung 30 zeigt, dass in den befragten Familien im Landkreis Eichstätt mit einem Anteil von 82,6 % überwiegend nur deutsch gesprochen wird. 15,3 % der Familien geben an, dass sie neben Deutsch noch eine oder mehrere andere Sprachen sprechen und in 2,1 % der Familien wird kein Deutsch gesprochen. Die am häufigsten genannten Fremdsprachen sind dabei Russisch, Englisch, Rumänisch, Kroatisch und Türkisch. Insgesamt werden 25 verschiedene Sprachen genannt.

Ausgehend davon, dass Familien, die (auch) andere Sprachen sprechen, einen Migrationshintergrund besitzen, beträgt der Anteil von Familien mit einem Migrationshintergrund in der dieser Studie zugrundeliegenden Stichprobe 17,4 %. Wie in Abschnitt 3 dargestellt, liegt der Anteil von Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft im Landkreis Eichstätt bei knapp 10 %. Angaben zu Haushalten mit Migrationshintergrund sind nicht verfügbar. Unter der Annahme, dass in den gemischtsprachigen Familien nur ein Elternteil eine andere Staatsbürgerschaft aufweist, wird der Anteil an Personen mit anderer Nationalität in unserer Stichprobe annäherungsweise gut abgebildet.

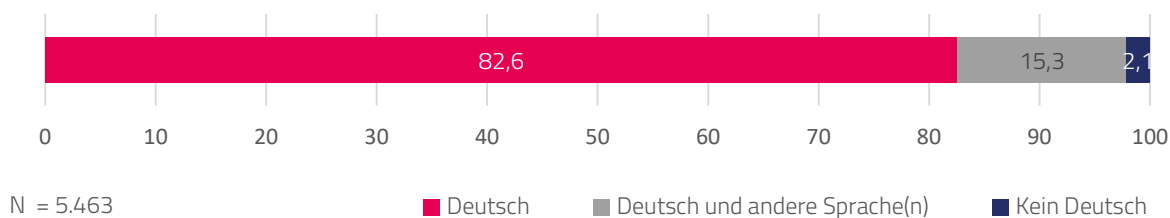


Abbildung 30: In der Familie gesprochene Sprache(n)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Auch bei den in den Familien gesprochenen Sprachen lässt sich in unserer Stichprobe eine signifikante regionale Variation erkennen (s. Tabelle 3). So liegt der Anteil der Familien, die nur Deutsch sprechen, in den Regionen 2 (77,2 %), 3 (79,2 %) und 9 (73,5 %) recht deutlich unter dem Wert des gesamten Landkreises. In diesen Regionen ist gleichzeitig der Anteil der gemischtsprachigen Familien, also der Familien, in denen neben Deutsch noch mindestens eine weitere Sprache gesprochen wird, am höchsten (Region 2: 19,3 %, Region 3: 18,9 %, Region 9: 23,9 %). Familien, in denen kein Deutsch gesprochen wird, finden sich insbesondere in den Regionen 2 (3,5 %) und 9 (2,6 %). Diese Verteilung stimmt recht gut mit dem Anteil an ausländischen Personen in den einzelnen Regionen überein. Nur der vergleichsweise hohe Ausländeranteil in Region 6 tritt in unserer Stichprobe nicht so deutlich zu Tage.



	Anteil an ausländischen Personen (in %; Stand 15.11.2021)	Anteil deutschsprachiger Familien (in %; lt. Befragung)	Anteil gemischtsprachiger Familien (in %; lt. Befragung)	Anteil fremdsprachiger Familien (in %, lt. Befragung)
Region 1 (Altmannstein, Mindelstetten, Oberdolling, Pflörring)	7,8	84,9	12,8	2,3
Region 2 (Großmehring, Hepberg, Kösching, Lenting, Stammham)	11,1	77,2	19,3	3,5
Region 3 (Buxheim, Eitensheim, Gaimersheim)	9,4	79,2	18,9	1,9

Region 4 (Böhmfeld, Hitzhofen, Wettstetten)	6,9	86,7	12,4	0,8
Region 5 (Beilngries, Kinding, Titting)	9,4	89,6	8,1	2,3
Region 6 (Denkendorf, Kipfenberg, Walting)	11,1	87,1	11,5	1,5
Region 7 (Adelschlag, Egweil, Nassenfels, Wellheim)	5,9	89,2	9,9	0,9
Region 8 (Dollnstein, Mörnshiem, Pollenfeld, Schernfeld)	8,2	87,3	11,8	0,9
Region 9 (Eichstätt)	14,9	73,5	23,9	2,6
Insgesamt	9,8	82,7	15,2	2,1

Tabelle 3: Regionaler Anteil an ausländischen Personen und Familien nach gesprochenen Sprachen

Quelle: Landratsamt Eichstätt, Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Abbildung 31 gibt einen Überblick über das Qualifikationsniveau der Befragten. Mit 50,1 % weist rund die Hälfte der Befragten ein mittleres Qualifikationsniveau auf, d. h. sie besitzen eine abgeschlossene Lehre oder haben eine Berufsfachschule oder Berufsakademie absolviert. 45,8 % der Befragten sind hochqualifiziert, was sich auf einen Meister-, Techniker- oder gleichwertigen Fachschulabschluss bzw. einen (Fach-)Hochschulabschluss oder eine Promotion bezieht. 3,5 % der Befragten sind geringqualifiziert, d. h. sie haben keinen beruflichen Abschluss oder befinden sich noch in der Ausbildung oder einem Studium. Damit weist das Sample dieser Studie ein höheres Bildungsniveau auf als im deutschen Durchschnitt. So lag laut Eichhorst et al. (2019) der Anteil der Geringqualifizierten an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter in Deutschland im Jahr 2016 bei rund 10 % und der Anteil der mittelqualifizierten Personen bei ca. 57 %. Beide Werte sind höher als die Referenzwerte in dieser Studie. Demgegenüber liegt der Anteil der hochqualifizierten Eltern in unserer Stichprobe mit 45,8 % über dem deutschen Durchschnitt von 33 % (Eichhorst et al. 2019).

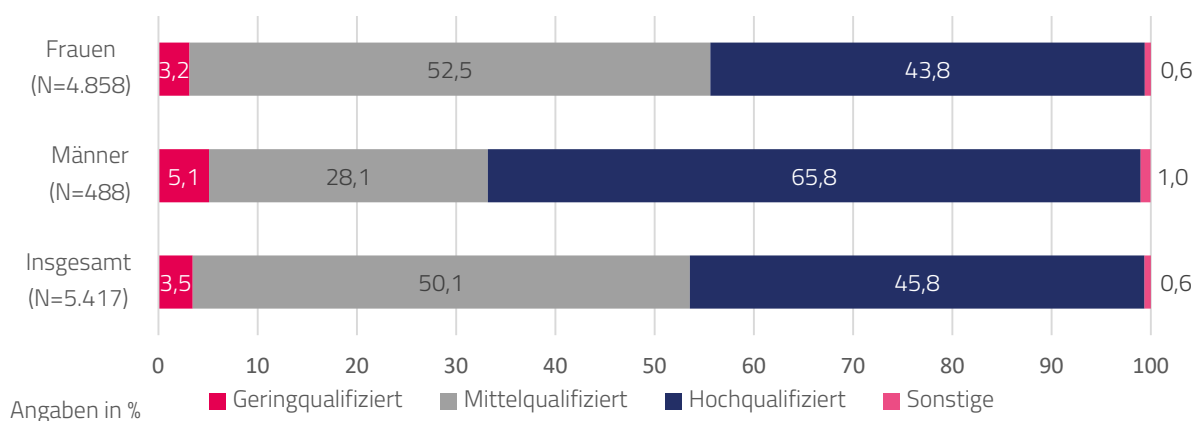


Abbildung 31: Qualifikationsniveau der Befragten

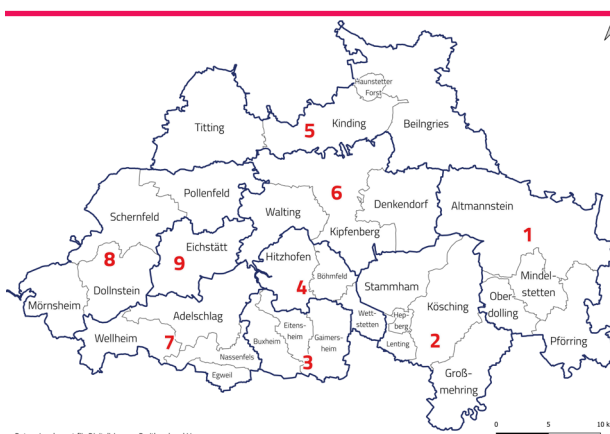
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Betrachtet man basierend auf der Unterteilung nach dem Bildungsniveau die einzelnen Familiengruppen näher, zeigen sich einige interessante Unterschiede, die auch für die Interpretation der weiteren Ergebnisse im Bericht wichtig sind. Zunächst ist dabei ein Unterschied zwischen den Geschlechtern zu erwähnen. Das Bildungsniveau ist in der Gruppe der männlichen Befragten deutlich höher als bei den Probandinnen. So beträgt der Anteil hochqualifizierter Personen bei den Männern 65,8 %, bei den Frauen hingegen nur 43,8 %.

Auch ist das Bildungsniveau der Befragten in der Gruppe der verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern höher als in den anderen Untergruppen. Beträgt der Anteil an hochqualifizierten Befragten bei den Familien, in denen beide Elternteile leben, 47,4 %, liegt er beispielsweise in der Gruppe der Alleinerziehenden bei 32,0 %. Demgegenüber ist in letzterer Gruppe der Anteil von Geringqualifizierten mit 7,2 % deutlich höher als in der Gruppe der zusammenlebenden Eltern mit 2,9 %.

Schließlich variiert das Bildungsniveau der Befragten mit den in den Familien gesprochenen Sprachen. Während die Unterschiede beim höchsten Qualifikationsniveau nicht sonderlich ausgeprägt sind (deutschsprachige Familien: 46,0 %, gemischtsprachige Familien: 45,6 %, fremdsprachige Familien 42,5 %), sind sie bei dem mittleren und niedrigen Qualifikationsniveau deutlich zu erkennen. Von den deutschsprachigen Familien sind 52,6 % der Befragten mittelqualifiziert, von den gemischtsprachigen sind dies 40,0 % und von den fremdsprachigen 28,3 %. Der Anteil der Geringqualifizierten beträgt bei den Familien, in denen nur Deutsch gesprochen wird, 1,1 %, bei den Familien, die noch eine oder mehrere weitere Sprache(n) sprechen, 12,5 % und bei den rein fremdsprachigen Familien 24,5 %.

Das Qualifikationsniveau weist in unserem Sample zudem eine regionale Variation auf. Der Anteil an Hochqualifizierten ist besonders hoch in den Regionen 3 (56,0 %), 4 (51,0 %) und 9 (54,5 %). In den Regionen 1 und 8 ist er demgegenüber deutlich niedriger mit 38,7 % bzw. 36,2 %. In diesen beiden Regionen ist dementsprechend der Anteil Mittelqualifizierter mit rund 60 % deutlich höher als im Landkreisdurchschnitt. Am niedrigsten ist der Anteil an Mittelqualifizierten in der Stadt Eichstätt (Region 9) mit 37,3 %. Der Anteil der Geringqualifizierten ist dabei in Eichstätt mit 7,4 % gleichzeitig der höchste regionale Wert.



Hinsichtlich des Erwerbsstatus gibt es deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Wie Abbildung 32 zeigt, arbeitet mit 95,0 % der Großteil der Väter Vollzeit (selbstständige Tätigkeiten eingeschlossen), von den Müttern sind dies nur 14,5 %. Bei ihnen überwiegt mit einem Anteil von 63,0 % die Teilzeitbeschäftigung (inklusive Minijobs). 13,9 % der Mütter sind in Elternzeit und 7,3 % sind generell nicht erwerbstätig, was arbeitssuchende Personen und Hausfrauen umfasst. Bei den Vätern liegen die entsprechenden Anteile bei 0,3 % (in Elternzeit) und 1,1 % (nicht erwerbstätig).

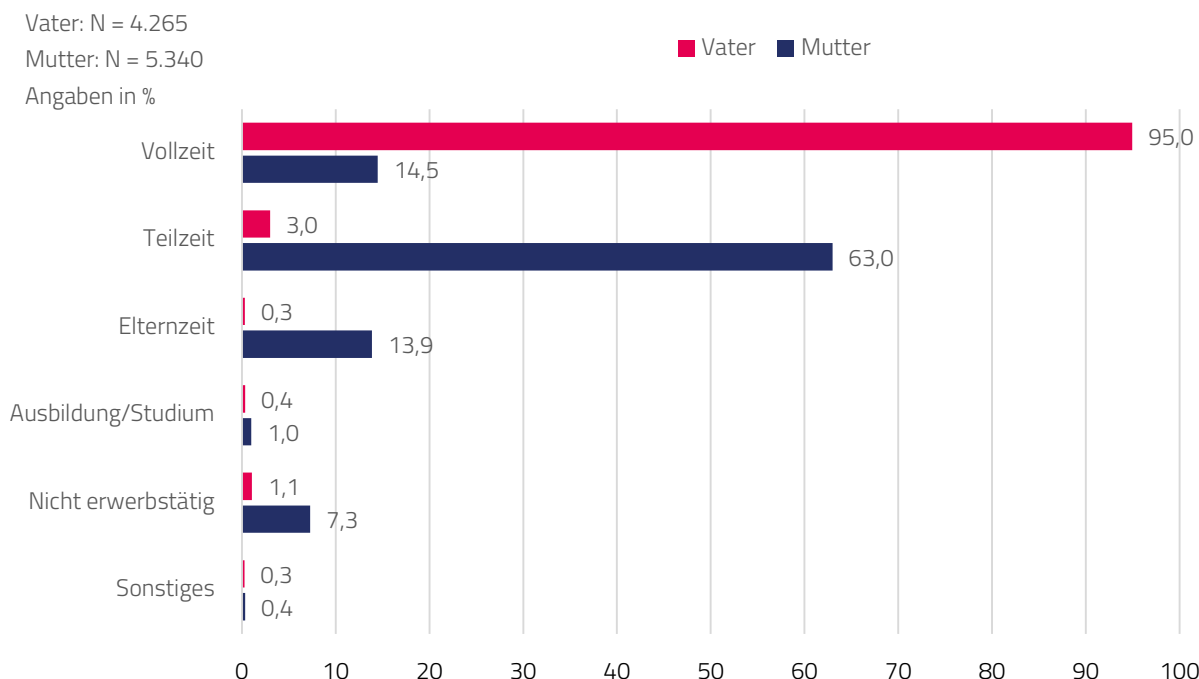


Abbildung 32: Erwerbsstatus der Befragten nach Geschlecht

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei den Männern ist kaum regionale Variation erkennbar. Erwähnenswert ist aber, dass der Anteil von vollzeitarbeitenden Männern in der Region 9 mit 87,8 % unterdurchschnittlich niedrig und der Anteil der teilzeitarbeitenden Männer mit 7,6 % dort überdurchschnittlich hoch ist. Beim Erwerbsstatus der Frauen treten deutlichere regionale Unterschiede auf: Der Anteil vollzeitbeschäftigter Frauen ist in der Region 9 mit 19,0 % überdurchschnittlich hoch und in den Regionen 7 (12,0 %) und 8 (9,1 %) deutlich niedriger als im Landkreisdurchschnitt. In letzterer Region ist dafür der Anteil an teilzeitbeschäftigten Frauen mit 70,6 % der höchste im Landkreis. Nicht-erwerbstätige Frauen kommen überdurchschnittlich oft in den Regionen 1 (9,8 %), 4 (8,7 %) und 9 (8,4 %) vor.

5.3. Kenntnis und Nutzung der Familienbildungsangebote

5.3.1. Kenntnis der Familienbildungsangebote

Von den befragten Eltern geben 66,7 % an, dass sie Familienbildungsangebote kennen. 8,0 % sind sich bzgl. der Kenntnis unsicher und 25,4 % geben an, dass sie keine Familienbildungsangebote kennen (s. Abbildung 33).

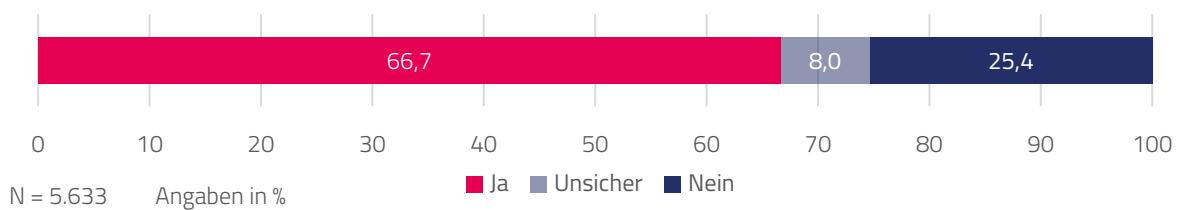


Abbildung 33: Bekanntheit der Familienbildungsangebote

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Interessante Unterschiede zeigen sich dabei, wenn man verschiedene Elterngruppen miteinander vergleicht. Diese sind nicht zuletzt auch für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Eichstätt wichtig. Zunächst fällt hierbei auf, dass die Bekanntheit der Familienbildungsangebote mit steigender Kinderzahl im Haushalt zunimmt: Während bei den Ein-Kind-Familien 61,7 % der Eltern Familienbildungsangebote kennen, sind es bei Zwei-Kind-Familien 67,9 % und bei Familien mit drei oder mehr Kindern 68,9 %. Dieses Ergebnis ist nicht überraschend, da eine zunehmende Kinderzahl z. B. durch eine größere Zahl an unterschiedlichen Einrichtungen, die besucht werden, mehr Gelegenheiten für einen Kontakt mit Familienbildungsmaßnahmen schafft. Interessant ist außerdem, dass Familien, in denen auch Kinder im Vorschulalter (bis zu sechs Jahren) leben, Familienbildung etwas häufiger kennen (68,4 %) als Familien mit ausschließlich älteren Kindern (65,0 %). Auch sind Familienbildungsangebote Frauen (68,6 %) deutlich häufiger bekannt als Männern (52,6 %), was vermutlich auf die ungleiche Verteilung der Care-Arbeit in den Haushalten zurückzuführen ist (s. auch die Erläuterungen zur Erwerbstätigkeit in Abschnitt 5.2). Zudem besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Qualifikationsniveau der Befragten und der Kenntnis der Angebote: Hier sind es mit einem Anteil von 70,5 % die Mittelqualifizierten, die Familienbildungsangebote am häufigsten kennen, gefolgt von Hochqualifizierten (66,8 %) und Geringqualifizierten (30,9 %).

Auffallend ist, dass ein Zusammenhang zwischen der in den Familien gesprochenen Sprache und der Kenntnis von Familienbildungsangeboten besteht. Liegt die Bekanntheit der Angebote in Familien, in denen nur Deutsch gesprochen wird, bei 71,6 %, beträgt sie bei den Familien, die neben Deutsch eine oder mehrere andere Sprache(n) sprechen, 47,6 % und bei Familien, die kein Deutsch sprechen, schließlich nur noch 33,3 %. In letzterer Gruppe geben mehr als die Hälfte der Befragten (52,1 %) an, keine Familienbildungsangebote zu kennen.

Außerdem lässt sich ein Zusammenhang zwischen der Familiensituation und der Kenntnis der Angebote feststellen. Während 68,2 % der verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern Familienbildungsangebote kennen, sind es bei den Alleinerziehenden (60,0 %) und bei den Patchwork- oder Stieffamilien (56,9 %) deutlich weniger.

Hinsichtlich der Kenntnis von Familienbildungsangeboten gibt es signifikante Unterschiede zwischen den im Rahmen der Befragung definierten Gebieten (s. Abbildung 11). In der nordwestlichen Hälfte des Landkreises ist der Anteil an befragten Eltern, die Familienbildungsangebote kennen, dabei durchgehend höher als im südöstlichen Teil (s. Abbildung 34). In den Regionen 5, 6, 7, 8 und 9 kennen jeweils mehr als 70 % der Befragten Familienbildungsangebote. Spitzenreiterin ist dabei die Region 8 mit einem Anteil von 79,4 %. In den Regionen 1, 3 und 4 liegt der entsprechende Anteil zwischen 61 % und 64 %. In Region 2 kennen 57,2 % der Befragten Familienbildungsangebote. Damit ist die Kenntnis dieser Angebote dort am niedrigsten.

Kenntnis der Familienbildungsangebote nach Regionen

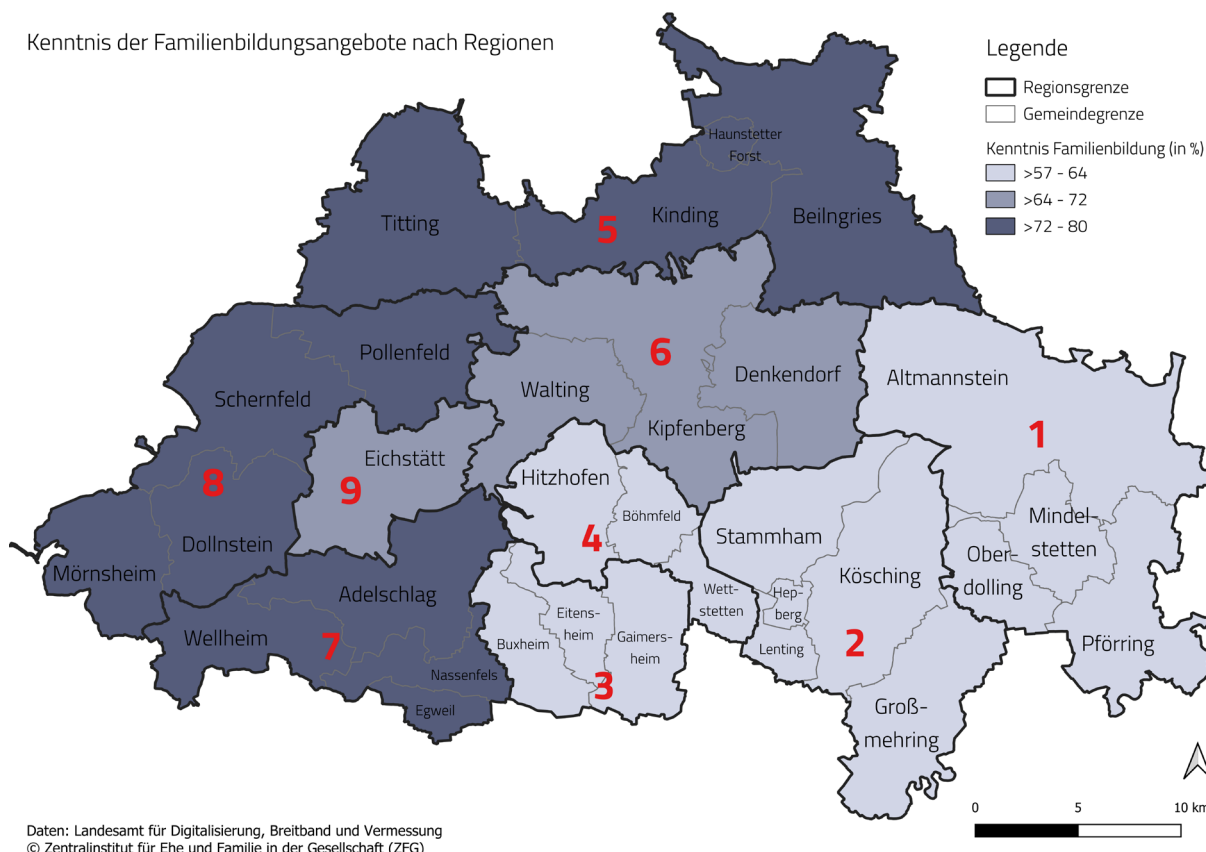


Abbildung 34: Regionale Bekanntheit der Familienbildungsangebote
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.3.2. Nutzung der Familienbildungsangebote

Die Personen, die Familienbildungsangebote kennen oder sich hinsichtlich der Kenntnis unsicher sind, wurden gefragt, wie häufig sie Familienbildungsangebote nutzen. Mit knapp 85 % nutzt die deutliche Mehrheit dieser Personen Familienbildungsangebote. Eine detailliertere Übersicht gibt Abbildung 35: 17,8 % der Befragten, die Familienbildungsangebote zumindest in der Tendenz kennen, nutzen diese regelmäßig, 53,5 % nutzen sie hin und wieder und 12,9 % haben sie bisher einmal genutzt, 2,0 % haben ein solches Angebot noch nicht genutzt, planen aber den Besuch. 13,7 % geben an, dass sie Familienbildungsangebote nicht nutzen.

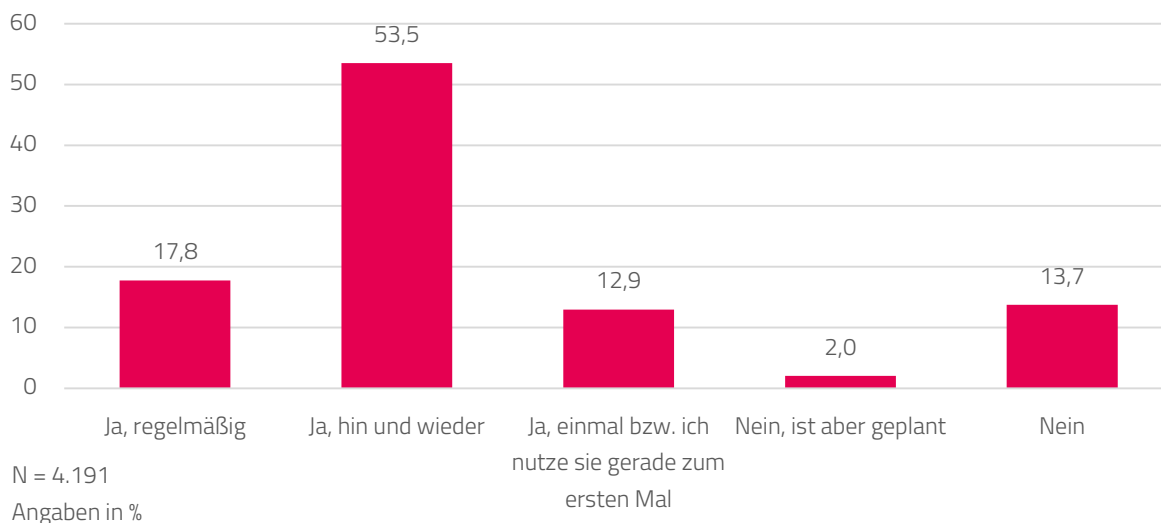


Abbildung 35: Nutzung der Familienbildungsangebote
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Ähnlich wie die Bekanntheit der Familienbildungsangebote steigt auch deren Nutzung mit der Anzahl der Kinder im Haushalt in der Tendenz an (1 Kind: 81,5 %, ab 2 Kinder: 85,2 %). Bei den Familien mit jüngeren Kindern (bis zu sechs Jahren) ist die Nutzung von Familienbildungsangeboten mit einem Anteil von 85,7 % etwas weiter verbreitet als bei den Familien, in denen nur ältere Kinder leben (82,7 %). Wiederum sind es Frauen (85,5 %), die Familienbildungsangebote häufiger in Anspruch nehmen als Männer (72,3 %).

Beim Vergleich der Angebotsnutzung zwischen den drei verschiedenen Qualifikationsniveaus ergibt sich eine Zweiteilung: In der Gruppe der geringqualifizierten Befragten nutzen nur 56,3 % Familienbildungsangebote, bei den Mittel- und Hochqualifizierten sind es demgegenüber jeweils rund 85 %. Dies ist eine wichtige Erkenntnis für die Weiterentwicklung des Familienbildungsangebots, da es darauf hindeutet, dass bildungsfernere Familien weniger von den Angeboten erreicht werden.

Betrachtet man die in den Familien gesprochenen Sprachen, zeigt sich der gleiche Zusammenhang wie schon bei der Kenntnis der Angebote: Während in der Gruppe der nur deutschsprachigen Familien 86,7 % der Eltern, die Familienbildungsangebote kennen, diese schon mindestens einmal genutzt haben, sind es in den gemischtsprachigen Familien 73,2 % und in den fremdsprachigen Familien 46,4 %. Dies ist eine wichtige Erkenntnis, wenn es um die Zielgruppenerweiterung der Angebote geht (s. auch Abschnitt 7).

Ähnlich wie bei der Bekanntheit der Angebote, unterscheidet sich auch deren Nutzung zwischen verschiedenen Familienformen. Auffällig ist hierbei der deutliche Unterschied zwischen Eltern, die verheiratet sind bzw. zusammenleben, und Alleinerziehenden. Während in der ersten Gruppe 85,6 % der Personen, welche die Angebote kennen, diese auch nutzen, sind es in der zweiten Gruppe nur 75,5 %.

Auch bei der Nutzung von Familienbildungsangeboten zeigen sich deutliche und statistisch signifikante Unterschiede zwischen den Regionen. Von den Personen, die Familienbildung kennen, nutzen in der Region 5 89,0 % entsprechende Angebote. In Region 8 liegt dieser Anteil bei 88,3 %. Damit führen diese beiden Regionen die Liste an. Demgegenüber ist der Anteil der Nutzerinnen und Nutzer in den Regionen 2 und 3 mit einem Wert von 80,9 % bzw. 81,8 % deutlich niedriger.

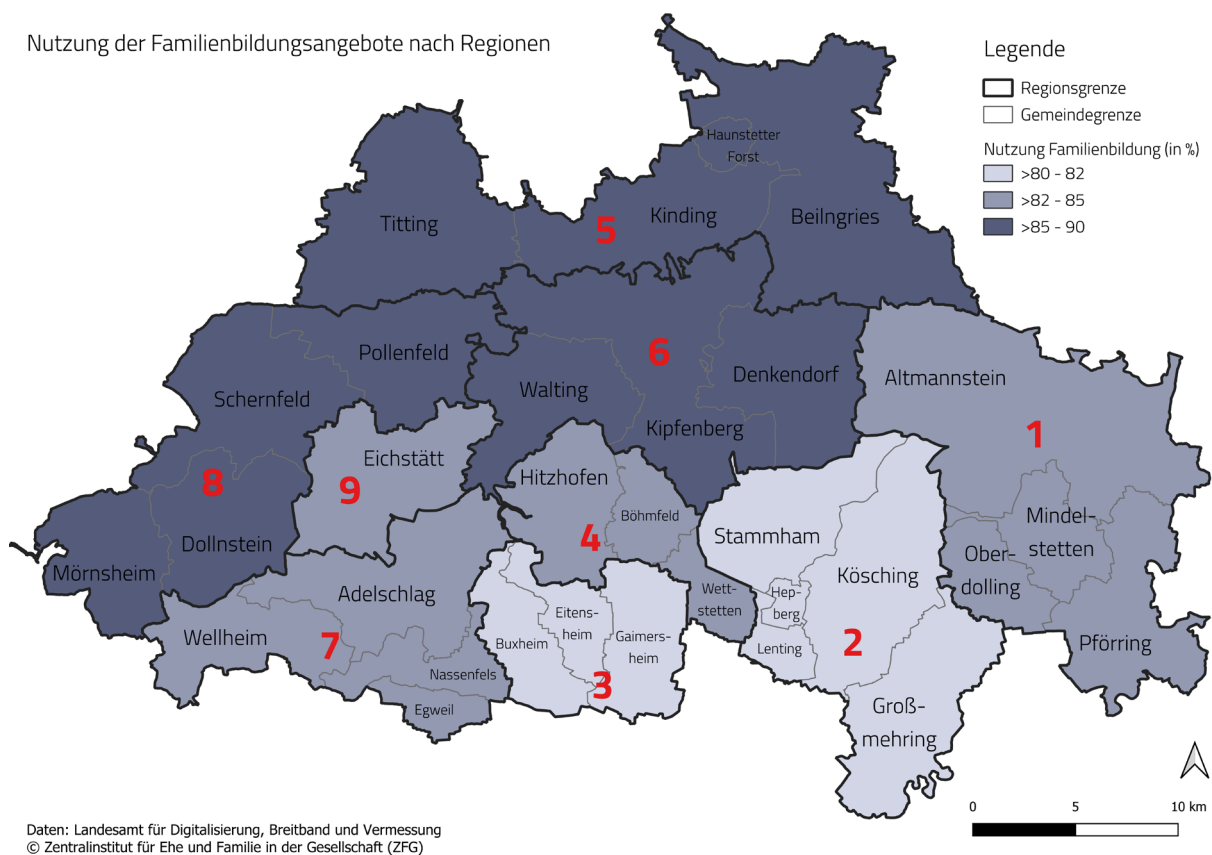


Abbildung 36: Regionale Nutzung der Familienbildungsangebote

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Hinweis: Bezogen auf Personen, die Familienbildung kennen oder sich hinsichtlich der Kenntnis unsicher sind.

5.3.3. Hinderungsgründe

Die Personen, die Familienbildungsangebote nicht nutzen, wurden nach den Hinderungsgründen, die sie vom Besuch dieser Veranstaltungen abhalten, gefragt. Wie Abbildung 37 zeigt, ist der wichtigste Hinderungsgrund zeitlicher Natur: 35,7 % der Befragten, die Familienbildungsangebote nicht nutzen, wählen diese Ursache aus. Am zweithäufigsten wird mit 25,4 % ein fehlender Bedarf an solchen Angeboten genannt. Auch ungünstige Öffnungs- bzw. Kurszeiten (21,2 %), fehlende Kenntnis von Angeboten (19,8 %) und fehlende Kinderbetreuung (16,9 %) gehören zu den Top 5-Hinderungsgründen. Weniger hinderlich sind demgegenüber fehlendes Interesse, zu große Entfernung, ein Mangel an Online-Angeboten, schlechte Erreichbarkeit, zu hohe Kosten und Sprachprobleme. Diese Gründe nennen jeweils weniger als 10 % der Befragten. Unter sonstigen Gründen werden am häufigsten die Corona-Pandemie und die Tatsache, dass die Familie erst vor Kurzem in den Landkreis Eichstätt gezogen ist, genannt.

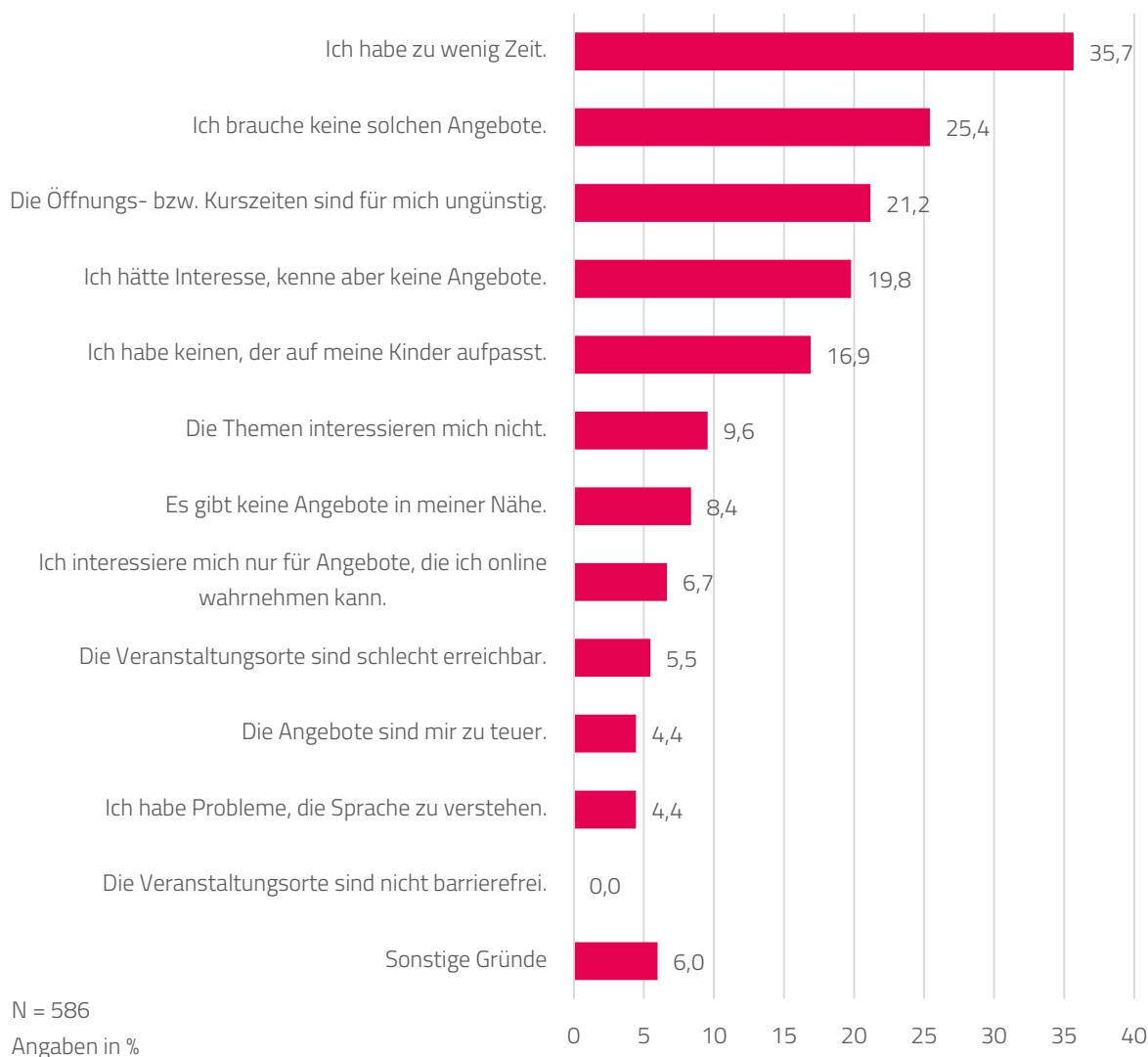


Abbildung 37: Hinderungsgründe gegen eine Teilnahme an Familienbildungsangeboten

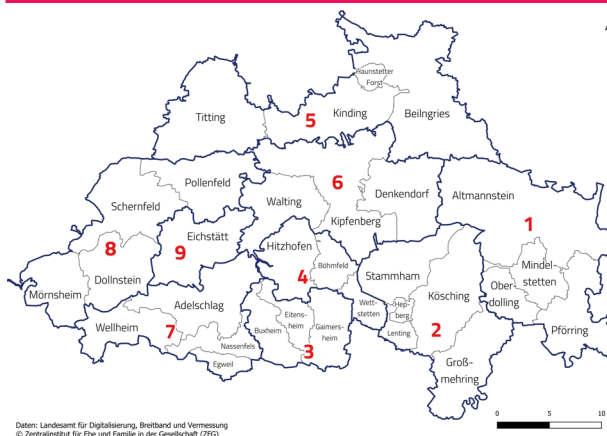
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Wiederum zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen Untergruppen der befragten Eltern. Der Hinderungsgrund „Die Öffnungs- und Kurszeiten sind für mich ungünstig.“ wird beispielsweise vorrangig von Hochqualifizierten genannt (25,4 % vs. 19,6 % bei Mittel- und 9,5 % bei Geringqualifizierten). Auch nennen ihn deutschsprachige Familien (24,5 %) anteilmäßig häufiger als gemischtsprachige (13,9 %) und fremdsprachige Familien (3,5 %). Wichtig ist zudem, dass diesen Hinderungsgrund Familien, in denen (auch) Kinder im Alter von bis zu sechs Jahren leben, mit 23,9 % signifikant öfter anführen als Familien, in denen nur Kinder über sechs Jahren leben (17,5 %). Zu diesem Ergebnis passt auch, dass Familien mit mindestens einem Kind, das älter als 13 Jahre ist, den Grund ungünstiger Öffnungs- bzw. Kurszeiten mit einem Anteil von 12,9 % weniger oft nennen als Familien, in denen auch jüngere Kinder leben. Bei Letzteren beträgt der entsprechende Anteil 23,3 %. Wenig überraschend ist dabei, dass der Grund „Ich habe zu wenig Zeit“ insbesondere von den Familien ausgewählt wird, in denen die Mutter Vollzeit beschäftigt ist. Hier nennen diesen Hinderungsgrund 46,6 % der Familien. In der Gruppe der Familien, in denen die

Mutter Teilzeit beschäftigt ist, sind es demgegenüber nur 36,9 % und bei Familien, in denen die Mutter in Elternzeit ist, sind es 23,8 %. Der Bedarf an Familienbildungsangeboten scheint in gemischt- und fremdsprachigen Familien höher zu sein als in deutschsprachigen Familien. Letztere geben mit einem Anteil von 27,6 % signifikant häufiger an, dass sie keine „solchen Angebote“ benötigen, als gemischtsprachige Familien (18,3 %) und fremdsprachige Familien (17,2 %). Auch sinkt der Bedarf mit zunehmendem Alter der Kinder: Nur 19,6 % der Familien, in denen mindestens ein Kind im Alter von bis zu sechs Jahren lebt, geben keinen Bedarf an, bei Familien mit ausschließlich älteren Kindern sind es demgegenüber 32,5 %.

Interesse, aber fehlende Kenntnis der Angebote, trifft insbesondere für Familien zu, in denen auch jüngere Kinder (bis zu sechs Jahren) leben. In dieser Gruppe nennen 23,9 % diesen Grund; bei Eltern mit älteren Kindern sind es 13,3 %. Die Familien mit Kindern bis zu sechs Jahren sind auch diejenigen, die signifikant häufiger den Grund einer fehlenden Kinderbetreuung angeben (22,3 %) als Familien mit ausschließlich älteren Kindern (9,6 %).

Bei manchen Hinderungsgründen zeigen sich zudem signifikante regionale Unterschiede. So wird der zweitwichtigste Hinderungsgrund „Ich brauche keine solchen Angebote.“ insbesondere in den Regionen 5 (41,1 %) und 9 (46,3 %) genannt. Die Angebote scheinen insbesondere in der Region 1 besonders schlecht erreichbar zu sein. Hier nennen 23,8 % der Befragten, dass die Veranstaltungsorte schlecht erreichbar sind. Dies ist deutlich höher als der Landkreis-Wert von 5,5 %. Außerdem nennen insbesondere die Befragten mit Wohnsitz in Region 1, dass es keine Angebote in ihrer Nähe gibt (26,2 %). Auch in Region 6 ist dieser Anteil mit 12,5 % hoch.



Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung
© Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZfEG)

5.4. Themen der Familienbildungsangebote

Im Hinblick auf die Themen von Familienbildungsangeboten zeigt Abbildung 38 eine Rangliste der Themen der bisher besuchten Familienbildungsangebote. Mit deutlichem Abstand führend sind dabei zwei Themenbereiche, die insbesondere auf die Säuglings- und Kleinkindphase abzielen: Mit 73,5 % haben knapp drei Viertel der bisherigen Nutzerinnen und Nutzer der Familienbildungsangebote angegeben, dass sie Veranstaltungen zum Thema „Schwangerschaft und Geburt“ besucht haben. Mutter- bzw. Eltern-Kind-Gruppen oder -Treffs haben 60,8 % genutzt. Kreative Angebote, Angebote zur Entwicklung und/oder zum Verhalten des Kindes, Veranstaltungen zu finanziellen und rechtlichen Fragen sowie zum Bereich Ernährung werden jeweils von rund einem Fünftel der Befragten genannt. Die am wenigsten häufig genannten Themen sind neben der politischen Bildung in der Familie und dem Haushalts- und Zeitmanagement drei Angebote, die sich auf spezielle Gruppen beziehen: Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund, Angebote für Väter und Angebote für Menschen mit Behinderung. Unter sonstige Themen wurden insbesondere Sport- und Bewegungsangebote und Erste-Hilfe-Kurse am Kind genannt.

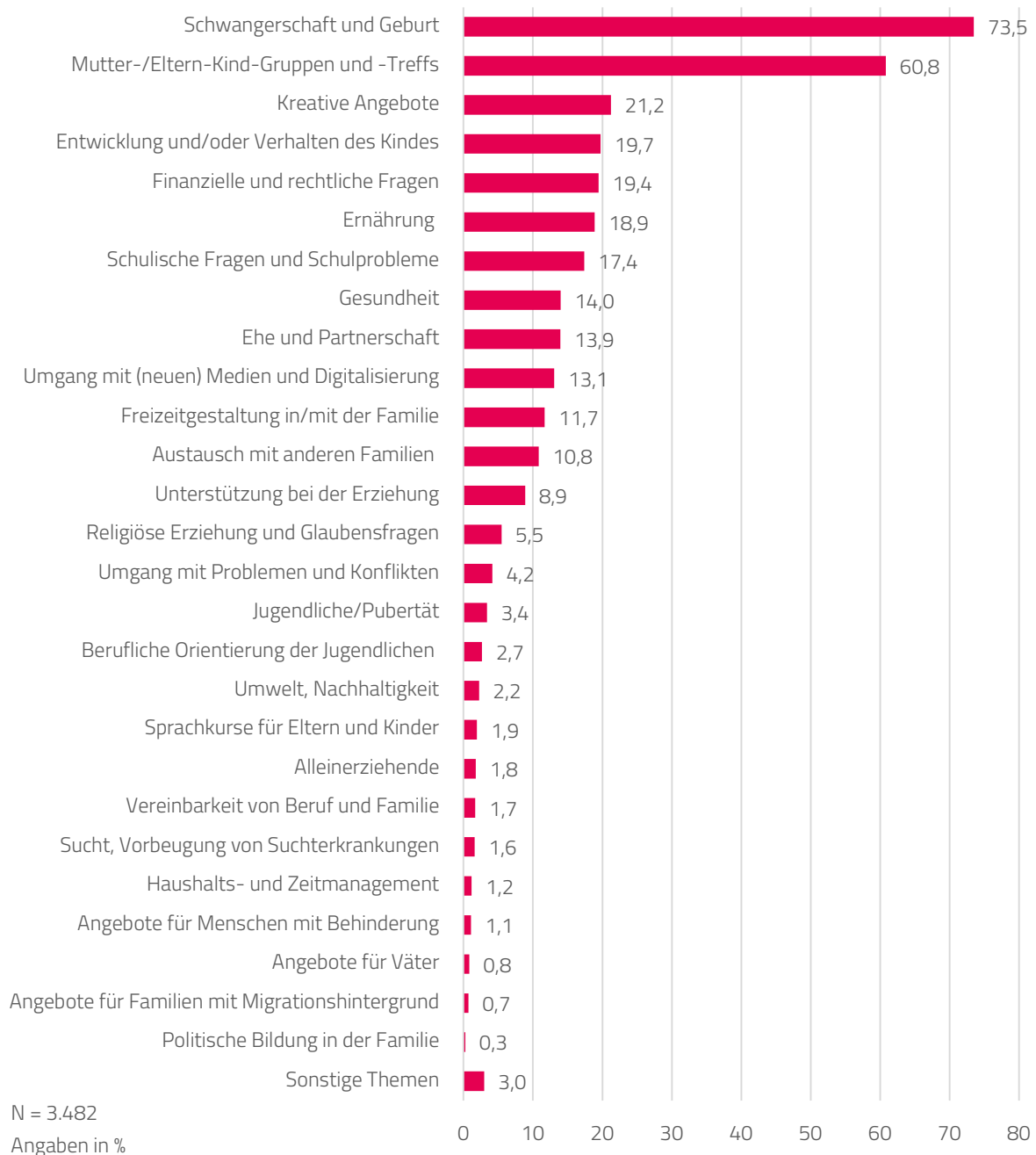


Abbildung 38: Themen der besuchten Familienbildungsangebote

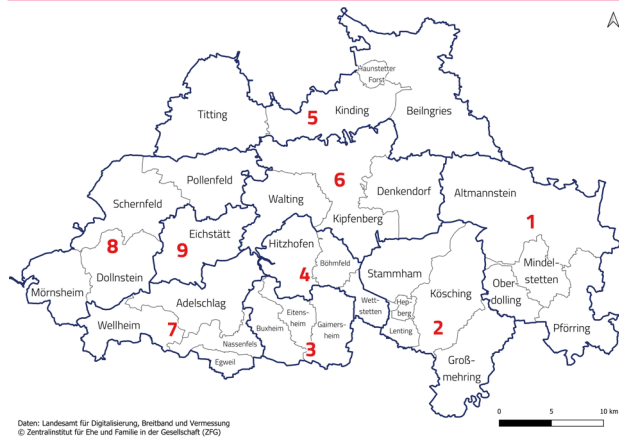
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Mehrfachantworten möglich.

Bei den besuchten Themen treten interessante Unterschiede zwischen ausgewählten Familiengruppen zu Tage. Diese werden im Folgenden insbesondere für die wichtigsten Themen aufgezeigt. Auffällig ist dabei, dass es bei vielen Themen die hochqualifizierten Befragten sind, die angeben, dass sie bereits an Veranstaltungen zum jeweiligen Themenbereich teilgenommen haben. Den Bereich „Entwicklung und/oder Verhalten“ haben beispielsweise 22,5 % der hochqualifizierten Eltern besucht; bei den mittelqualifizierten sind es demgegenüber 17,6 % und bei den geringqualifizierten 15,8 %. Ähnliches gilt etwa für kreative Angebote. Anders verhält es sich im Gegensatz dazu aber beim Thema „Gesundheit“: Dieses haben 19,3 % der geringqualifizierten Befragten besucht und nur 13,0 % der Mittel- und 14,7 % der Hochqualifizierten.

Auch gibt es Unterschiede hinsichtlich des Alters der in den Familien lebenden Kinder. Die Entwicklung des Kindes scheint etwa ein Themenbereich zu sein, der erst mit zunehmenden Alter der Kinder interessant wird, da Familien, in denen mindestens ein Kind im Alter von bis zu sechs Jahren lebt, dieses Thema weniger häufig besucht haben (16,2 %) als Familien mit älteren Kindern (26,1 %). Vergleichbare Unterschiede gibt es auch bei gesundheitlichen und schulischen Fragen sowie bei kreativen Angeboten. Umgekehrtes gilt aber z. B. für die Themen „Ernährung“ und „Finanzielle und rechtliche Fragen“ – diese beiden Themen nennen häufiger Familien mit jüngeren Kindern als solche mit ausschließlich Kindern über sechs Jahren. Hinsichtlich der Familiensituation lässt sich beobachten, dass alleinerziehende Eltern bei vielen Themen eine seltenere Nutzung aufweisen als verheiratete bzw. zusammenlebende Eltern.

Dies steht im Einklang mit dem Ergebnis, dass Alleinerziehende Familienbildungsangebote prinzipiell seltener in Anspruch nehmen als verheiratete bzw. zusammenlebende Eltern (s. Abschnitt 5.3.2).

Unterschiede bezüglich der in den Familien gesprochenen Sprache lassen sich beim Thema „Schwangerschaft und Geburt“ erkennen. Während 75,5 % der deutschsprachigen Familien angeben, ein solches Angebot besucht zu haben, sind es bei den gemischtsprachigen Familien nur 61,5 % und bei den fremdsprachigen Familien 44,0 %. Ähnliches zeigt sich bei den Eltern- bzw. Mutter-Kind-Gruppen, die 62,7 % der deutschsprachigen Familien besucht haben, aber 47,3 % der gemischtsprachigen Familien und nur 36,0 % der fremdsprachigen Familien. Diese Gruppen werden zudem mit einem Anteil von 63,3 % häufiger von Mittelqualifizierten als von Gering- (52,6 %) und Hochqualifizierten (59,2 %) genannt. Auch sind sie bei Frauen (62,5 %) beliebter als bei Männern (38,7 %). Ein deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern ist auch bei kreativen Angeboten erkennbar (Frauen: 21,6 %, Männer: 15,1 %).



Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung
© Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZfE)

Zudem treten bei den besuchten Themen signifikante regionale Unterschiede hervor. Das führende Thema „Schwangerschaft und Geburt“ wurde dabei in den Regionen 5 und 8 von knapp 80 % der Befragten in Anspruch genommen, in den Regionen 3 und 4 waren dies jeweils nur rund zwei Drittel der Befragten. Bei den Eltern-Kind-Gruppen ist die regionale Spitzenreiterin Region 4 mit 68,0 %. Das Schlusslicht bildet Region 9 mit 53,9 %. In letzterer wurden demgegenüber am meisten kreative Angebote von den Familien wahrgenommen (29,6 %). In Region 5 ist dieser Wert mit 26,1 % ebenfalls hoch, in Region 6 mit 13,9 % vergleichsweise niedrig. Das Thema „Entwicklung und Verhalten des Kindes“ war in der Vergangenheit in den Regionen 3, 7, 8, und 9 mit Anteilen von über 22 % besonders gut besucht und eher weniger besucht in den Regionen 1 und 6 mit rund 13 %. Für finanzielle und rechtliche Fragen interessierten sich insbesondere die Befragten in den Regionen 7 und 8 (Anteil jeweils ca. 25 %) und eher weniger die Befragten aus den Regionen 3 und 4. Dort liegen die entsprechenden Anteile bei weniger als 16 %.

Angebote für Alleinerziehende wurden vor allem in der Region 9 besucht. Hier geben 3,9 % der Befragten an, dass sie schon einmal an einem solchen Angebot teilgenommen haben. Dies entspricht dem erhöhten Anteil von alleinerziehenden Personen in dieser Region. Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund wurden in den Regionen 1 (2,5 %), 3 (1,1 %) und 9 (1,0 %) überdurchschnittlich, aber dennoch auf niedrigem Niveau, nachgefragt.

Neben dem bisherigen Nutzungsverhalten ist es für die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote auch wichtig, die Wünsche und Bedarfe der Eltern zu kennen. Aus Abbildung 39 ist ersichtlich, dass das Thema „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ mit 40,9 % das am häufigsten gewünschte Thema für die Zukunft ist. Der Umgang mit (neuen) Medien und Digitalisierung, die Entwicklung und das Verhalten des Kindes sowie kreative Angebote werden jeweils von rund einem Drittel genannt. Das Themengebiet „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ schließt die Top 5-Themenwünsche ab.

Am seltensten gewünscht werden mit Anteilen von jeweils weniger als 5,0 % der Befragten die Themen „Religiöse Erziehung und Glaubensfragen“ (3,2 %), „Ehe und Partnerschaft“ (3,3 %) und „Politische Bildung in der Familie“ (3,3 %). Auch finden sich unter diesen selten nachgefragten Themen zwei Angebote, die wiederum auf spezielle Gruppen abzielen: Angebote für Menschen mit Behinderung (3,5 %) und Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund (4,1 %). Auch das Thema „Schwangerschaft und Geburt“ ist nur für 4,9 % der Befragten für die Zukunft relevant.

Unter sonstige Themenwünsche werden am häufigsten Sport- und Bewegungsangebote angegeben, gefolgt von Erste-Hilfe-Kursen am Kind und Schwimmkursen.

Ähnlich wie bei den besuchten Themen treten auch bei den Themenwünschen Unterschiede zwischen verschiedenen Familiengruppen zu Tage. Auf einige Auffälligkeiten, die für die zukünftige Planung von Familienbildungsangeboten im Landkreis Eichstätt von besonderer Bedeutung sein können, wird im Folgenden eingegangen.

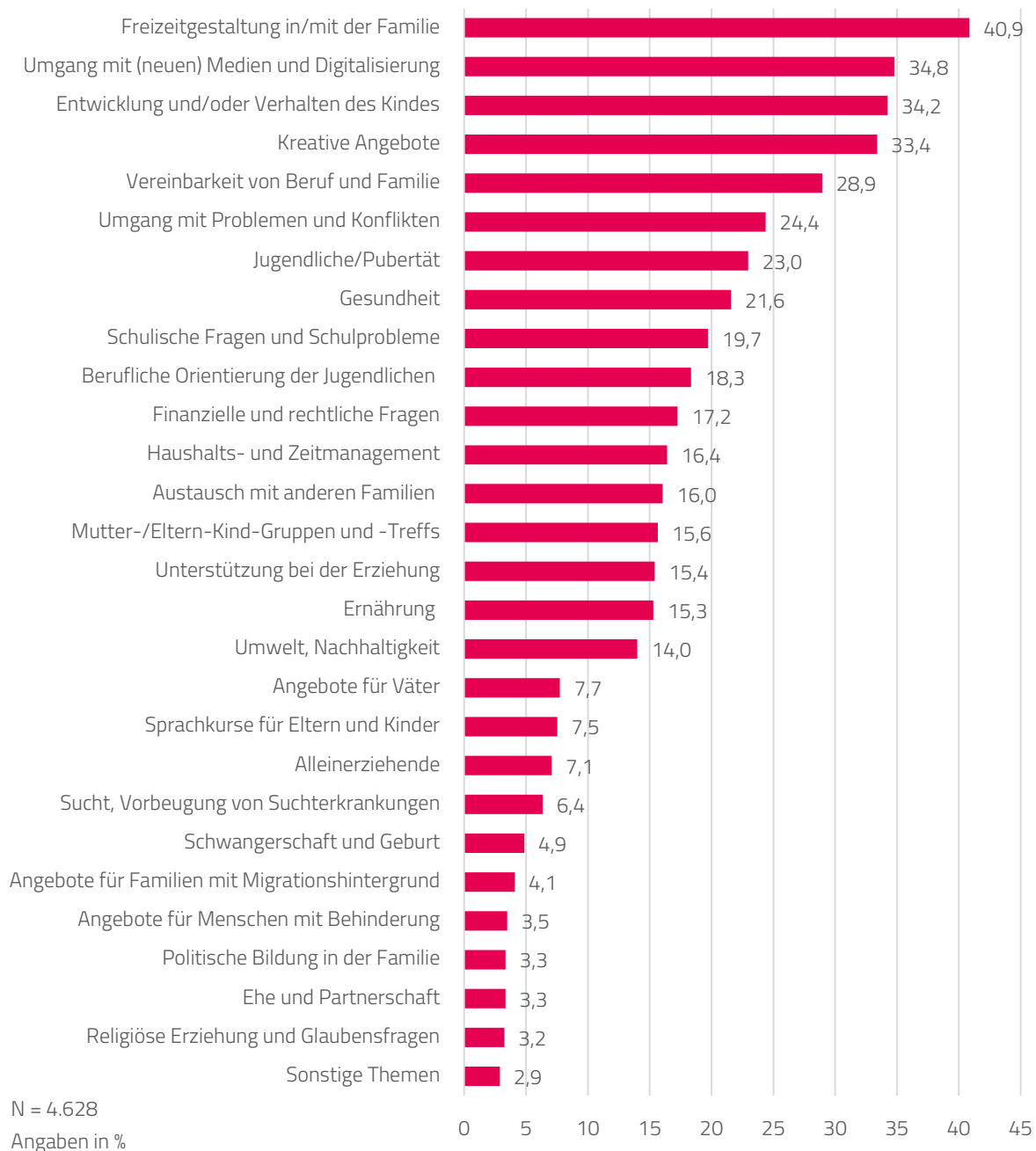


Abbildung 39: Themenwünsche

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Beim Thema „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ Bezugsquelle nur Papierbefragung. Mehrfachantworten möglich.

Das am häufigsten genannte Thema „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ wird mit Anteilen von jeweils ca. 40 % insbesondere von deutsch- und gemischtsprachigen Familien gewünscht. In der Gruppe der fremdsprachigen Familien beträgt dieser Anteil demgegenüber nur 29,2 %. Auch ist es ein Wunsch, der eher von bildungsnäheren Familien, von verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern und von Familien mit jüngeren Kindern geäußert wird.

Der zweitwichtigste Wunsch, das Thema „Umgang mit (neuen) Medien und Digitalisierung“, ist insbesondere für deutschsprachige Familien (37,6 %) relevant. Bei gemischt- und fremdsprachigen Familien liegen die entsprechenden Anteile bei 23,0 % bzw. 20,8 %. Auch steigt das Interesse mit zunehmender Qualifikation an und ist bei den hochqualifizierten Befragten mit einem Anteil von 39,0 % mehr als doppelt so hoch wie in der Gruppe der Geringqualifizierten (18,2 %). Häufiger wird der Wunsch zudem von Familien, in denen ausschließlich Kinder, die älter als sechs Jahre sind, geäußert. Hier beträgt der Anteil 41,7 %, in der Gruppe der Familien, in denen auch jüngere Kinder leben, liegt er bei 31,2 %.

Der am dritthäufigsten geäußerte Themenwunsch „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“ spricht wie bereits bei den besuchten Themen insbesondere hochqualifizierte Befragte an. In dieser Gruppe interessieren sich 37,4 %

für dieses Thema, bei den mittel- und geringqualifizierten Probandinnen und Probanden sind es mit jeweils rund 30 % signifikant weniger. Während Familien mit älteren Kindern bereits häufiger Angebote zu diesem Themenbereich besucht haben (s. oben), sind es aber Familien mit jüngeren Kindern, die sich diese besonders wünschen (41,1 % von den Familien mit Kindern unter vier Jahren).

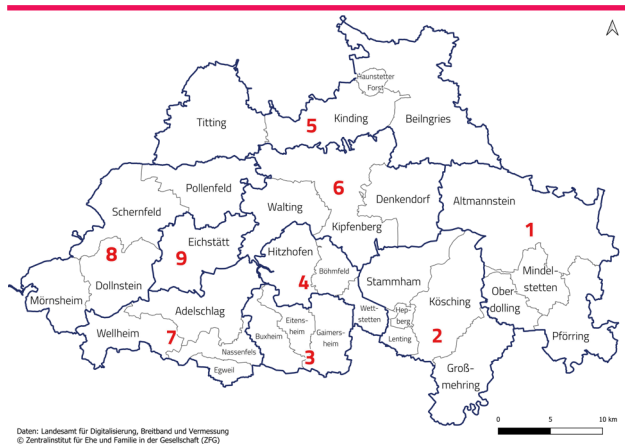
Kreative Angebote sind besonders interessant für gemischtsprachige Familien (40,2 % vs. 32,4 % bei den deutschsprachigen und 25,0 % bei den fremdsprachigen Familien). Auch wünschen sich diese Angebote 34,6 % der Frauen und nur 22,3 % der Männer. Ebenso steigt das Interesse mit zunehmendem Bildungsniveau der Befragten an (geringqualifiziert: 25,3 %, mittelqualifiziert: 29,3 % und hochqualifiziert 38,7 %). Zudem ist es interessanter für Familien mit mindestens einem Kind im Vorschulalter (39,2 % vs. 23,1 % bei Familien mit älteren Kindern).

Hinsichtlich des Themas „Berufliche Orientierung von Jugendlichen“ ist auffällig, dass dieses signifikant häufiger von den männlichen (25,0 %) als von den weiblichen Befragten (17,6 %) genannt wird. Auch nennen es deutlich häufiger geringqualifizierte Befragte (28,6 %) als mittel- (19,6 %) und hochqualifizierte (16,4 %). Zudem ist es mit 21,1 % insbesondere für gemischtsprachige Familien interessant – und mit 43,9 % eher für Familien mit älteren Kindern (ab 14 Jahren) als für Familien mit ausschließlich jüngeren Kindern (13,2 %). Diese Ergebnisse sind gerade vor dem Hintergrund einer wünschenswerten Zielgruppenerweiterung wichtig (s. Abschnitt 7.2).

Angebote zu finanziellen und rechtlichen Fragen nennen insbesondere gemischtsprachige Familien (23,1 % vs. 16,2 % bei den deutschsprachigen Familien). Auch interessieren sich hierfür mehr Männer (21,5 %) als Frauen (16,8 %) und mit einem Anteil von 30,5 % an den geringqualifizierten Befragten eher bildungsfernere Personen. Zudem scheint dies ein Thema zu sein, dass insbesondere für Alleinerziehende relevant ist. In dieser Gruppe wird es von mehr als einem Viertel (27,2 %) genannt, in der Gruppe der verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern sind es nur 16,1 %.

Das Thema „Gesundheit“ wird bei einer Unterscheidung nach den in der Familie gesprochenen Sprachen häufiger von gemischt- und fremdsprachigen Familien (jeweils rund 27 %) angegeben. Bei deutschsprachigen Familien beträgt dieser Anteil nur 20,6 %. Außerdem ist das Interesse an Mutter- bzw. Eltern-Kind-Gruppen in Haushalten, in denen nicht (nur) Deutsch gesprochen wird, mit einem Anteil von jeweils rund 20 % höher als in den deutschsprachigen Familien (14,8 %). Dass der Austausch mit anderen Familien gerade für Familien, in denen (auch) Fremdsprachen gesprochen werden, wichtig ist, zeigt auch folgendes Ergebnis: Gemischt- (16,9 %) oder fremdsprachige Familien (24,0 %) wünschen sich signifikant häufiger Angebote zum Austausch mit anderen Familien als deutschsprachige Familien (15,7 %). Zudem ist dieser Austausch eher für Familien mit kleineren Kindern relevant, da 24,2 % der Familien mit mindestens einem Kind im Alter von bis zu drei Jahren diesen Wunsch äußern und nur 11,2 % der Familien mit ausschließlich älteren Kindern.

Eine regionale Betrachtung der Themenwünsche zeigt, dass das Thema „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ am häufigsten in den Regionen 6, 7 und 8 gewünscht wird. Dort liegt der Anteil jeweils über 44 %. Angebote zum Umgang mit (neuen) Medien sind insbesondere in den Regionen 1, 3 und 4 wichtig. Dort wünschen sich diese jeweils mehr als 39 % der Befragten. Das Thema „Entwicklung und Verhalten des Kindes“ wird mit einem regionalen Anteil von jeweils mehr als 37 % oft in den Regionen 2, 3 und 7 gewünscht. Kreative Angebote werden in den Regionen 6 und 7 von mehr als 36 % der Befragten als ausbaufähig eingestuft. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie beschäftigt vorwiegend die Befragten aus den Regionen 1 (38,0 %) und 8 (30,7 %). Weniger relevant ist es in der Region 5 und in der Region 9 mit einem jeweiligen Anteil von rund 25 %.



Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung © Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)

Neben diesen Top 5-Wünschen gibt es erwähnenswerte Unterschiede auch bei den Angeboten für Menschen mit Migrationshintergrund. Diese sind mit einem regionalen Anteil von 7,0 % insbesondere in der Region 9 wichtig. Ebenso in Region 9 ist der Wunsch nach Angeboten für Alleinerziehende mit 11,4 % am höchsten. Dieses Thema ist außerdem in Region 4 (9,6 %) wichtig. Das Thema „Haushalts- und Zeitmanagement“ wünschen sich vordergründig Familien in den Regionen 4 (22,9 %) und 8 (20,0 %). „Jugendliche und Pubertät“ finden Befragte mit Wohnsitz in Region 3 mit einem Anteil von 28,6 % besonders wichtig.

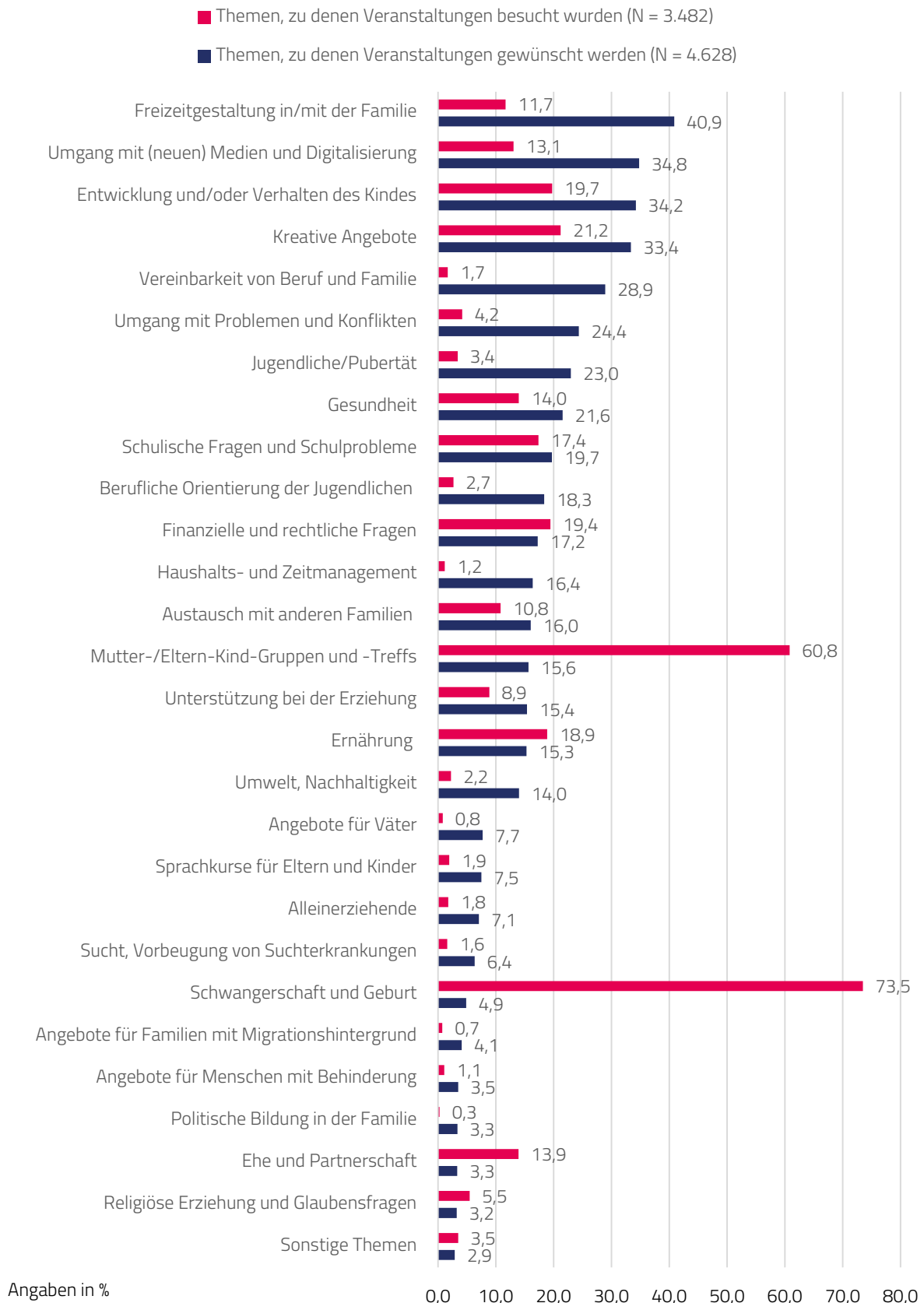


Abbildung 40: Vergleich der besuchten und gewünschten Themen

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung. Beim Themenwunsch „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ Bezugsquelle nur Papierbefragung. Mehrfachantworten möglich.

Wie aus Abbildung 40 ersichtlich wird, ist damit insbesondere bei dem Thema „Schwangerschaft und Geburt“ ein deutlicher Unterschied zwischen den bisher besuchten Veranstaltungen und den gewünschten Themen ersichtlich:

73,5 % der befragten Nutzerinnen und Nutzer von Familienbildungsangeboten haben bereits Veranstaltungen zu diesem Thema besucht, aber 4,9 % wünschen sich dieses Thema zukünftig. Dies lässt sich dadurch erklären, dass dieser Themenkomplex, der insbesondere auch Geburtsvorbereitungskurse umfasst, vor allem im Zusammenhang mit der Geburt des ersten Kindes relevant ist. Da die deutliche Mehrheit der Befragten schon Angebote zu diesem Thema besucht hat, ist es für sie deshalb zukünftig nicht bzw. nur deutlich weniger relevant. Ähnliches gilt für Angebote aus dem Bereich Eltern-Kind-Gruppen. Auch diese zielen auf die Kleinkindphase ab, sodass mit fortschreitendem Alter der Kinder das Interesse der Eltern an diesen Angeboten nachlässt. Gerade um den zukünftigen Bedarf bei diesen beiden Themen abzuschätzen, ist das dieser Studie zugrundeliegende Sample, das mehrheitlich aus Eltern von Kindergarten- und Grundschulkindern besteht, nicht geeignet. Für die Erfassung des Bedarfs an Themen, die auf die Schwangerschafts-, Säuglings- und Kleinkindphase abzielen, müssten vorrangig werdende Eltern und Eltern von Neugeborenen befragt werden.

Bei den anderen Themen kann aus der Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Themen in Abbildung 40 aber abgeleitet werden, zu welchen Themen ein erhöhter Bedarf besteht und wo umgekehrt möglicherweise keine Angebotserweiterung notwendig ist. Auffallend ist, dass bei fast allen Themen der Wunsch, die bisherige Nutzung übersteigt. Ausnahmen sind neben den zuvor angesprochenen Themen „Schwangerschaft und Geburt“ und Eltern-Kind-Gruppen ebenso die Bereiche „Ehe und Partnerschaft“ und auf einem niedrigeren Niveau auch finanzielle und rechtliche Fragen sowie Ernährung. Umgekehrt überwiegt der Wunsch die bisher besuchten Themen besonders deutlich bei der Freizeitgestaltung in/mit der Familie, bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie, beim Umgang mit (neuen) Medien und Digitalisierung, beim Umgang mit Problemen und Konflikten sowie beim Komplex „Jugendliche und Pubertät“. Bei diesen fünf Themen melden anteilmäßig deutlich mehr Personen ein großes Interesse an als bisher ein Angebot zu einem der Bereiche besucht haben.

Aufschlussreich ist zudem die Gegenüberstellung der Elternwünsche mit den Planungen der Anbieter. Tabelle 4 zeigt dazu einen Vergleich der Top 10-Themen aus dem Ranking der Elternwünsche (s. auch Abbildung 39) mit ihrem jeweiligen Listenplatz in der Rangliste der Anbieterplanungen (s. auch Abbildung 20). Daraus geht hervor, dass viele dieser am häufigsten geäußerten Elternwünsche bereits gut in den Planungen der Anbieter repräsentiert sind. Dies gilt vor allem für den Umgang mit (neuen) Medien und Digitalisierung, den Umgang mit Problemen und Konflikten und schulischen Fragen und Schulproblemen. Der wichtigste Elternwunsch, die Freizeitgestaltung in und mit der Familie, wird von den Anbietern demgegenüber aber nicht ausreichend berücksichtigt. Dort hat dieses Angebot nur den 15. Platz. Ähnliches gilt für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie (Eltern-Ranking: 5; Anbieter-Ranking: 21) und der beruflichen Orientierung der Jugendlichen (Eltern-Ranking: 10; Anbieter-Ranking: 24). Auch im Bereich von kreativen Angeboten gibt es zwischen dem Elternwunsch und der Planung der Anbieter eine Diskrepanz, allerdings nicht so deutlich wie bei den vorher genannten Themen.

TOP 10 der von Eltern gewünschten Themen	Ranglisten-Platz in der Planung der Anbieter
1 Freizeitgestaltung in/mit der Familie	15
2 Umgang mit (neuen) Medien und Digitalisierung	4
3 Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes	6
4 Kreative Angebote	9
5 Vereinbarkeit von Beruf und Familie	21
6 Umgang mit Problemen und Konflikten	7
7 Jugendliche/Pubertät	k.a.
8 Gesundheit	12
9 Schulische Fragen und Schulprobleme	5
10 Berufliche Orientierung der Jugendlichen	24

Tabelle 4: Vergleich der Themenwünsche der Eltern mit der Planung der Anbieter

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Vergleicht man umgekehrt die Top 10 der von den Anbietern geplanten Themen mit ihrem Listenplatz im Ranking der Elternwünsche (s. Tabelle 5), fällt auf, dass vor allem die beiden am häufigsten von den Anbietern geplanten Themen, Erziehungskompetenz und Austausch und Begegnung zwischen Familien, von den Eltern mit den Listenplätzen 15 und 13 nicht in entsprechendem Maße nachgefragt werden. Auf niedrigerem Niveau gilt dies außerdem für Ernährung und Eltern-Kind-Gruppen. Bei letzterem Thema ist allerdings, wie bereits weiter oben ausgeführt, die Aussagekraft unserer Stichprobe aufgrund der Altersstruktur der Kinder eingeschränkt.

TOP 10 der von Anbietern geplanten Themen	Ranglisten-Platz in den Elternlisten
1 Erziehungskompetenz	15
2 Austausch und Begegnung zwischen Familien	13
3 Übergang Kita - Grundschule	k.a.
4 Umgang mit Medien, Social Media, Smartphones	2
5 Schulische Fragen und Schulprobleme	9
6 Förderung der kindlichen Entwicklung	3
7 Problem- und Konfliktbewältigung	6
8 Mutter-/Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs	14
9 Kreative Angebote	4
10 Ernährung	16

Tabelle 5: Vergleich der Planungen der Anbieter mit den Elternwünschen

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.5. Orte der Familienbildungsangebote

Abbildung 41 gibt eine Übersicht über die Orte, an denen in der Vergangenheit Familienbildungsangebote besucht wurden. Mit 68,8 % sind Hebammenpraxen und Geburtshäuser führend. Dies spiegelt die Bedeutung des Themas „Schwangerschaft und Geburt“ wider (s. auch Abbildung 38). Mit deutlichem Abstand folgen Pfarr- und Kirchengemeinden oder religiöse Gemeinschaften (31,4 %), private Kursanbieter (28,2 %), Schulen (25,5 %) und Kindertagesstätten (25,4 %). Umgekehrt wurden nur von jeweils weniger als 5 % der Nutzerinnen und Nutzer von Familienbildungsangeboten Einrichtungen der Frühförderung (4,9 %), offene Treffpunkte (4,9 %), das Jugendamt (4,8 %) und Krankenkassen (4,0 %) als Angebotsort genannt. Unter der Kategorie „Anderer Ort“ werden vor allem Krankenhäuser und Kliniken genannt, ebenso wie Räume der Gemeinden, das Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in Ingolstadt und Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber.

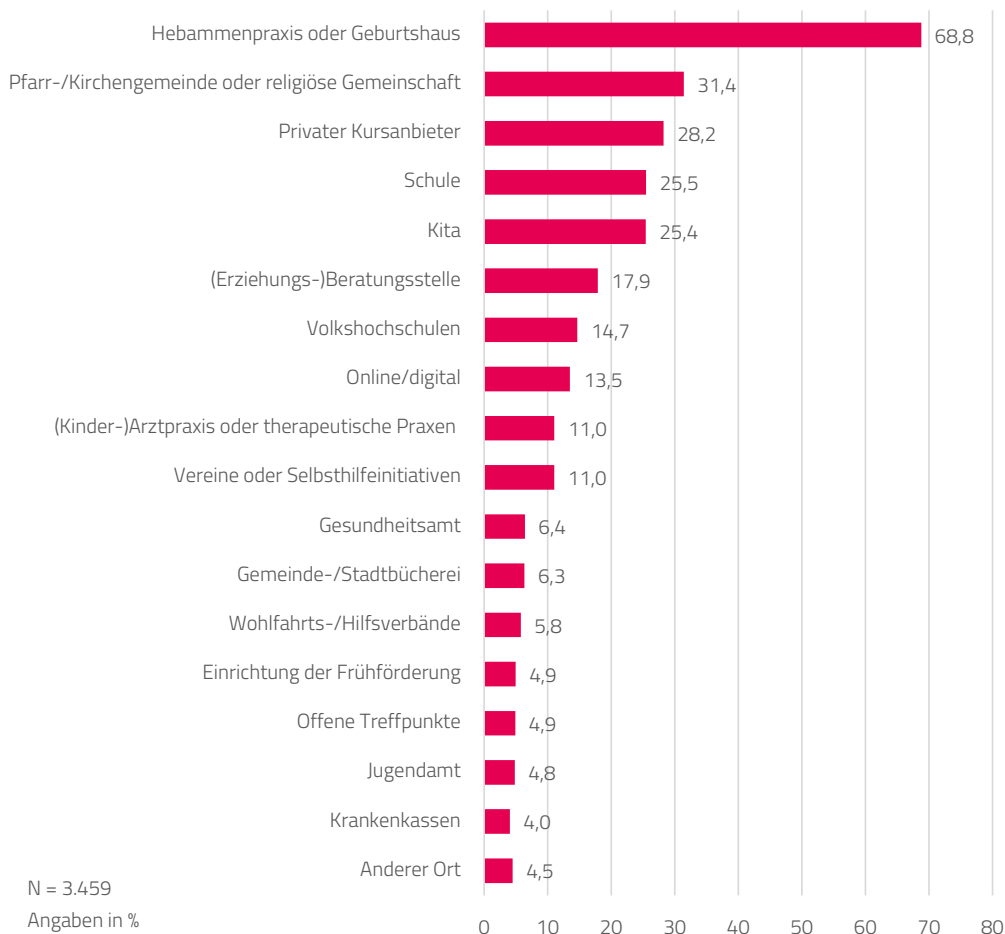
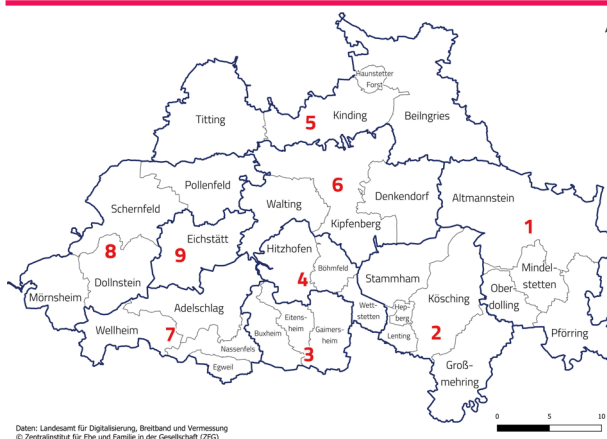


Abbildung 41: Orte der besuchten Familienbildungsangebote

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

Interessant ist dabei, dass Angebote in Schulen insbesondere von Familien mit älteren Kindern besucht wurden (mindestens ein Kind, das älter als 13 ist: 45,3 %, nur jüngere Kinder: 21,1 %). Ähnliches gilt auch für Kinderbetreuungseinrichtungen (31,7 % vs. 24,0 %). Private Kursanbieter werden vorrangig von hochqualifizierten Befragten genannt, was möglicherweise mit den Kosten, die bei entsprechenden Angeboten entstehen, zusammenhängt.

Während sich die Nutzung von Hebammenpraxen und Geburtshäusern regional nicht signifikant unterscheidet, werden Pfarrgemeinden oder religiöse Gemeinschaften überdurchschnittlich oft in den Regionen 3 und 4 mit einem Anteil von 40 % bzw. 44 % genutzt. Weniger wichtig sind sie in der Region 9 (20,8 %). Hier sind demgegenüber Kindertagesstätten mit einem Anteil von 34,3 % und Schulen mit einem Anteil von rund 30 % besonders beliebte Veranstaltungsorte. Kindertagesstätten werden zudem in den Regionen 7 und 8 (jeweils ca. 30 %) oft genutzt, Schulen vor allem auch in Region 8 (ca. 30 %). Befragte mit Wohnsitz in der Region 7 nennen überdurchschnittlich oft (35,6 %) private Kursanbieter als Veranstaltungsort, Befragte aus Region 6 nutzen solche eher weniger (18,7 %). Neben diesen Top 5-Veranstaltungsorten ist auffällig, dass Volkshochschulen insbesondere in der Region 5 genutzt werden. Hier geben 37,6 % der Befragten an, dass sie Familienbildungsangebote in Volkshochschulen besucht haben.



Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung
© Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZfE)

Für die zukünftige Planung von Familienbildungsangeboten und speziell den Orten, an denen Familienbildung stattfinden soll, ist aber insbesondere Abbildung 42 interessant. Diese gibt die Orte wieder, an denen aus Elternsicht idealerweise Familienbildungsveranstaltungen durchgeführt werden sollten. Mit Abstand am häufigsten genannt werden dabei Schulen (56,9 %), gefolgt von Kindertagesstätten (42,1 %). Ein möglicher Grund dafür ist, dass diese Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für Familien Orte des alltäglichen Lebens sind, die sie gut kennen. Deshalb ist hier ein niedrigschwelliger Zugang zu Familienbildungsangeboten möglich. Am dritthäufigsten werden mit 41,8 % digitale Angebote von den Eltern gewünscht. Dies kann einerseits vor dem Hintergrund der immer noch andauernden Corona-Pandemie interpretiert werden, da Online-Angebote keinerlei Ansteckungsgefahr aufweisen. Andererseits sind zwei der drei wichtigsten Hinderungsgründe für eine Teilnahme an Familienbildungsangeboten zeitlicher Natur, nämlich Zeitmangel und ungünstige Angebotszeiten (s. auch Abbildung 37). Online-Angebote haben hier den Vorteil, dass sie aufgrund der wegfallenden Anfahrtszeit zeitlich flexibler, wenn eine asynchrone Nutzung möglich ist, dann sogar zeitlich komplett variabel wahrgenommen werden können. Dadurch, dass Eltern sich von unterschiedlichen Orten aus zuschalten können, ist zudem auch eine parallele Kinderbetreuung möglich. Dies sollte den Hinderungsgrund der fehlenden Kinderbetreuung, der vergleichsweise häufig genannt wurde, abschwächen. Zu den Top 5 der gewünschten Veranstaltungsorte gehören auch Volkshochschulen und private Kursanbieter, die jeweils von gut einem Viertel der Befragten gewählt werden. Weniger gewünscht als Veranstaltungsorte sind Wohlfahrts- und Hilfsverbände, Krankenkassen, das Jugendamt, Einrichtungen der Frühförderung und das Gesundheitsamt. Diese Einrichtungen werden jeweils von weniger als einem Zehntel der Befragten genannt. Unter „Anderer Ort“ wird am häufigsten aufgeführt, dass die Veranstaltungen wohnortsnah stattfinden sollen. Dass am zweithäufigsten Gemeinderäume und öffentliche Räume angegeben werden, zeigt ebenfalls die Notwendigkeit einer wohnortnahen Gestaltung der Familienbildungsangebote.

Bei einer regionalen Betrachtung der Ortswünsche fällt auf, dass Schulen insbesondere in den Regionen 1, 2, 3 und 7 gewünscht werden. Hier liegen die Anteile jeweils bei über 58 %. Kindertagesstätten wünschen sich vorrangig Befragte aus den Regionen 4 und 7 mit einem Anteil von jeweils ca. 47 %. In den Regionen 5 und 8 sind diese weniger attraktiv, dort liegen die entsprechenden Anteile unter 38 %. Auch bei den Online-Formaten gibt es signifikante regionale Unterschiede. Diese werden vor allem in Region 3 genannt (48,1 %) und weniger in den Regionen 5 und 8. Dort liegt der entsprechende Anteil bei weniger als 37 %. Auffällig ist, ähnlich wie bei den besuchten Veranstaltungsorten, dass der Ort „Volkshochschule“ in Region 5 von 46,1 % der Befragten als geeignet für Familienbildungsangebote eingestuft wird. Private Kursanbieter befürworten mit Anteilen über 28 % vor allem Befragte mit Wohnsitz in den Regionen 3, 4, und 9. Abgesehen von den fünf wichtigsten Veranstaltungsorten finden sich nennenswerte Unterschiede auch bei Büchereien. Diese sind insbesondere in den Regionen 1, 2, 3 und 4 mit Anteilen von über 20 % beliebt. Der Ort „Pfarrgemeinde“ wird von 27,3 % der Befragten aus Region 4 genannt, was auch dem bisherigen Nutzungsverhalten entspricht (s. oben). In Region 9 werden öffentliche Einrichtungen wie Frühförderung (13,0 %), Erziehungsberatungsstellen (21,1 %), Gesundheitsamt (13,1 %) und Jugendamt (11,2 %) häufiger genannt als in den anderen Regionen. Auch offene Treffpunkte wünschen sich dort mit einem Anteil von 22,4 % besonders viele Personen.

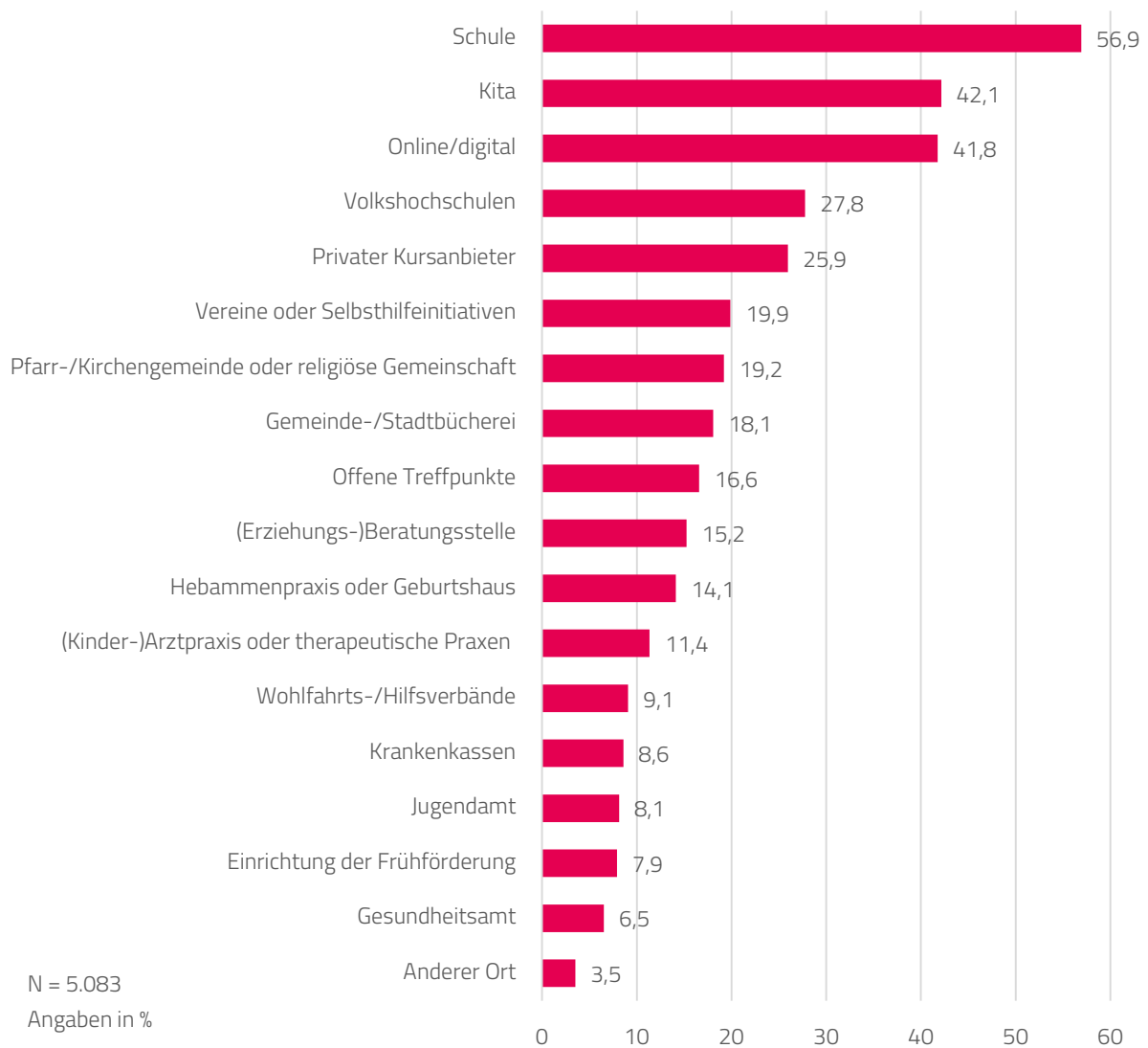


Abbildung 42: Gewünschte Orte für Familienbildungsangebote

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

Die Gegenüberstellung der besuchten und gewünschten Veranstaltungsorte in Abbildung 43 zeigt deutlich, dass es sich anbieten würde, mehr Familienbildungsangebote in Schulen und Kindertagesstätten einerseits und mehr Online-Angebote andererseits durchzuführen. Auch bei Volkshochschulen, Gemeinde- und Stadtbüchereien und offenen Treffpunkten übersteigt der Anteil der Wünschenden deutlich den Anteil der bisherigen Nutzerinnen und Nutzer. Deshalb würden sich auch diese Orte für einen Ausbau eignen. Demgegenüber haben anteilmäßig deutlich mehr Eltern Hebammenpraxen und Geburtshäuser als Angebotsorte in der Vergangenheit genutzt als einen entsprechenden Wunsch für die Zukunft äußern. Wie weiter oben bei der Gegenüberstellung von besuchten und gewünschten Themen bereits thematisiert, liegt diese Diskrepanz aber vermutlich an der Zusammensetzung unserer Stichprobe. Hätten mehr werdende Eltern oder Eltern mit Säuglingen an der Befragung teilgenommen, würde die Verteilung vermutlich anders aussehen. Ähnliches gilt für Pfarrgemeinden und religiöse Gemeinschaften: Diese bieten häufig vor allem Eltern-Kind-Gruppen an, deren Nutzung mit zunehmenden Kindesalter abnimmt.

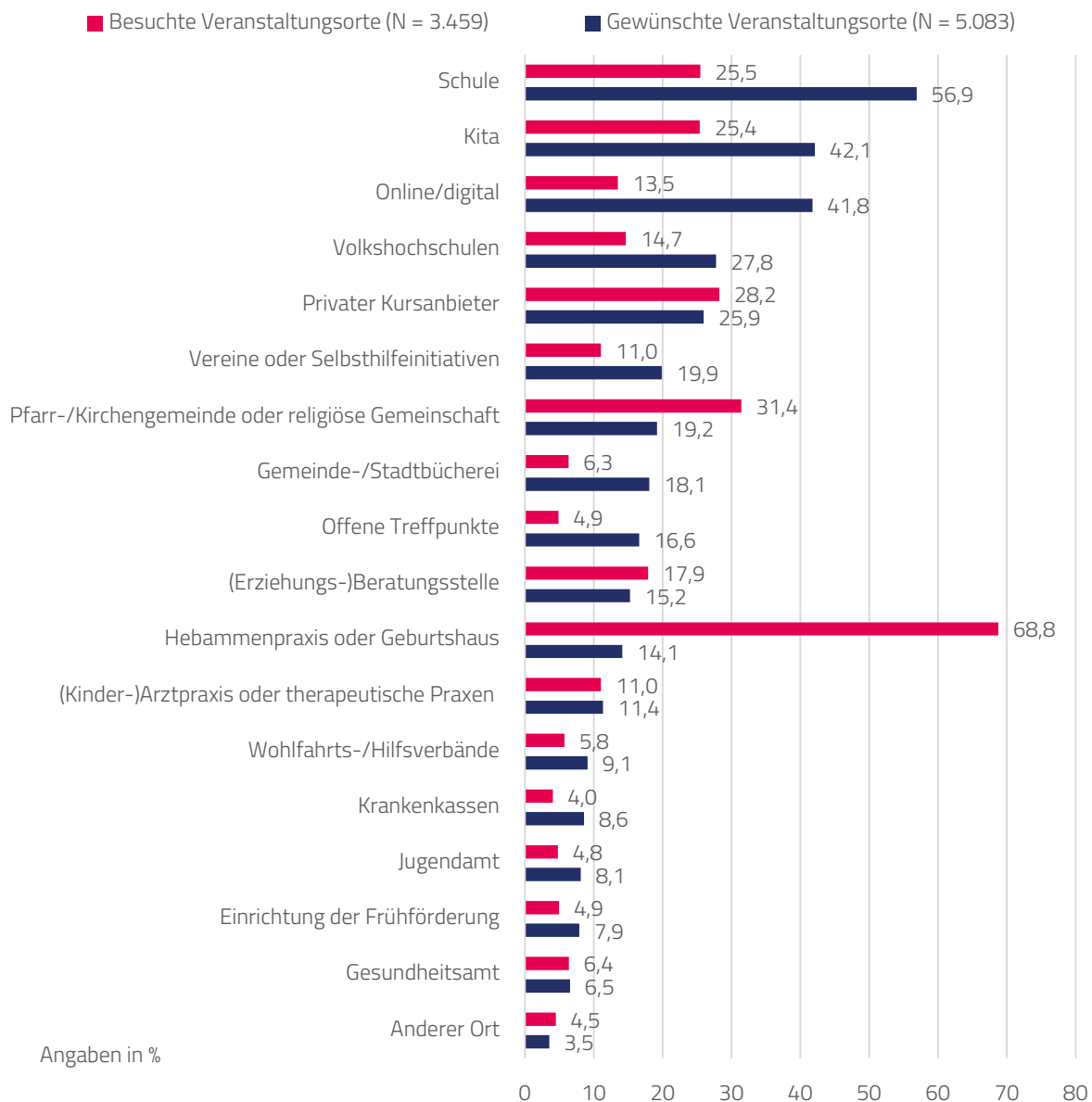


Abbildung 43: Vergleich von besuchten und gewünschten Veranstaltungsorte

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

Unterscheidet man zwischen verschiedenen Elterngruppen, fallen einige Unterschiede auf. Beratungsstellen werden beispielsweise eher von Alleinerziehenden gewünscht. Hier liegt der Anteil bei 29,5 % und ist damit gut doppelt so hoch wie bei den verheirateten und zusammenlebenden Eltern mit 13,8 %. Kindertagesstätten sprechen eher Familien mit jüngeren Kindern an: Mit 52,9 % nennt mehr als die Hälfte der Familien mit Kindern im Alter von bis zu sechs Jahren diesen Ortswunsch, bei Familien mit ausschließlich älteren Kindern sind es nur 24,7 %. Dies liegt vermutlich daran, dass Kindertagesstätten gerade für Familien mit Kindern im Vorschulalter Orte des alltäglichen Lebens sind, die sie gut kennen. Dazu passt, dass Schulen für Familien mit älteren Kindern über sechs Jahren mit einem Anteil von 66,0 % attraktiver sind als für Familien mit jüngeren Kindern (51,3 %).

Entsprechend dem Wunsch nach Austausch mit anderen Familien äußern insbesondere Familien, in denen nicht ausschließlich Deutsch gesprochen wird, den Ortswunsch „Offene Treffpunkte“. Der entsprechende Anteil beträgt bei fremdsprachigen Familien 24,8 %, bei gemischtsprachigen Familien 21,8 % und bei deutschsprachigen Familien 15,5 %. Auch sind offene Treffpunkte eher für Familien mit jüngeren Kindern interessant.

Onlineformate wünschen sich Männer mit 47,4 % signifikant häufiger als Frauen mit 41,4 %. Auch äußern mehr als 50,0 % der Hochqualifizierten diesen Ortswunsch.

Wichtig scheint außerdem, dass Veranstaltungsorte der Kirche oder anderen Religionsgemeinschaften Familien, in denen kein Deutsch gesprochen wird, nicht interessieren. Hier beträgt der Anteil derer, die sich diesen Ort wünschen, nur 1,9 %. Bei deutschsprachigen Familien liegt er im Gegensatz dazu bei 21,1 %. Ähnliches gilt auch für private Kursanbieter (fremdsprachige Familien: 8,6 %, deutschsprachige Familien: 27,5 %).

Die Veranstaltungsorte Vereine und Volkshochschulen werden häufiger von deutschsprachigen Familien, von Frauen und von hochqualifizierten Befragten gewünscht.

5.6. Informationsquellen für Familienbildungsangebote

In Abbildung 44 ist dargestellt, wie die Eltern von den Familienbildungsangeboten, die sie besucht haben, erfahren haben. Am häufigsten werden mit 59,9 % Arzt- und Hebammenpraxen sowie Kliniken genannt, dicht gefolgt von Empfehlung von anderen Personen mit 58,1 %. Bildungs- und Betreuungseinrichtungen geben 41,5 % an, Aushänge, Flyer oder Plakate 27,6 % und soziale Medien 24,1 %. Die am wenigsten häufig genutzten Informationsquellen sind im Gegensatz dazu andere Veranstaltungen (2,0 %) und TV oder Radio (1,2 %). Unter sonstigen Quellen wird neben der Eigeninitiative am häufigsten das VHS-Programmheft genannt.

Auch bei den Informationsquellen zeigen sich Unterschiede zwischen verschiedenen Elterngruppen. So werden Arzt- und Hebammenpraxen und Kliniken, Schulen und Kindertagesstätten und Aushänge, Flyer und Plakate signifikant häufiger von deutschsprachigen Familien angegeben. Demgegenüber sind Familien, die im Alltag nicht (nur) Deutsch sprechen, häufiger auf Empfehlungen von anderen Personen angewiesen. Auch nutzen sie, ebenso wie in der Tendenz die Alleinerziehenden, häufiger das Internet und soziale Medien als Informationsquellen.

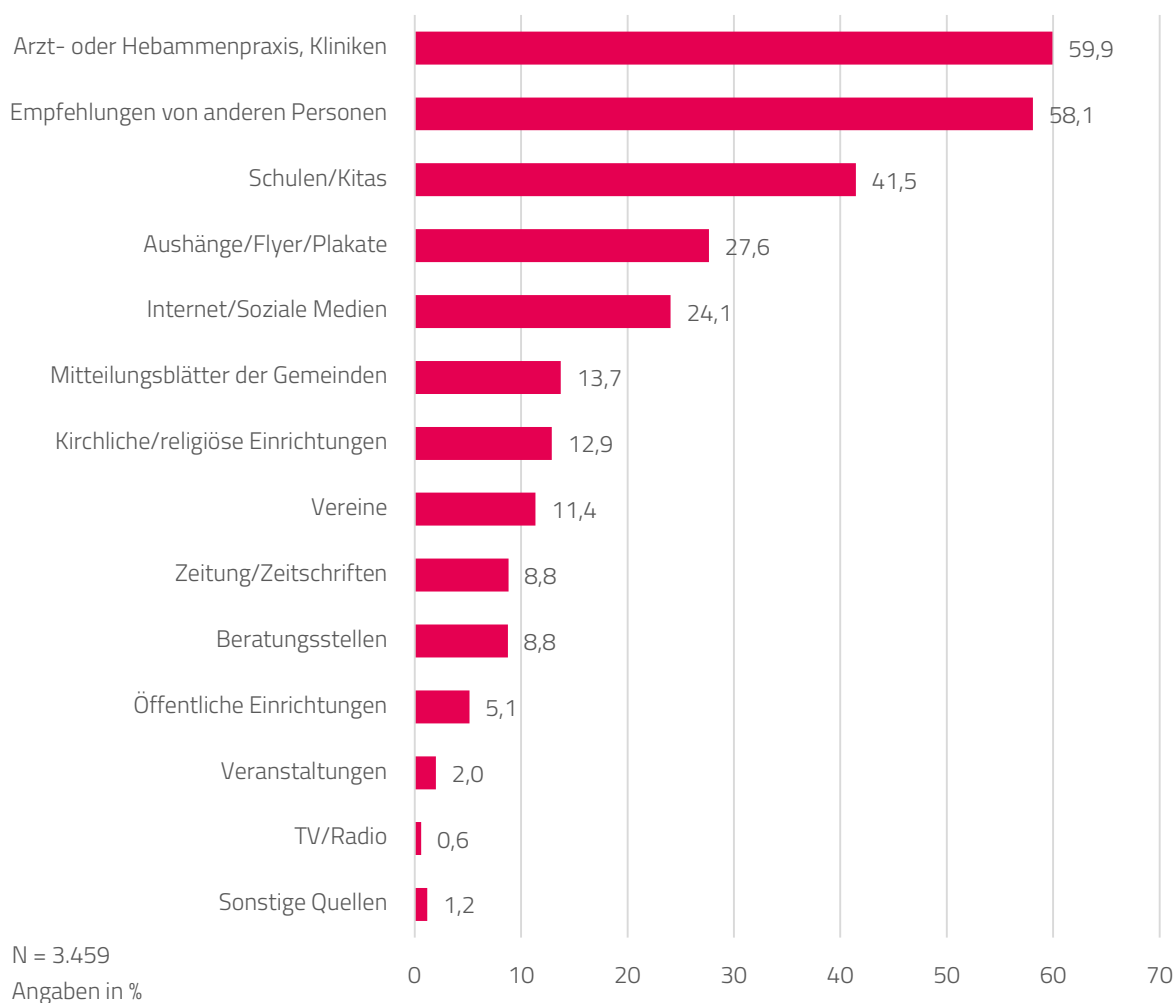


Abbildung 44: Informationsquellen für Familienbildungsangebote

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

Die gewünschten Informationsquellen, also wie Eltern am liebsten über Familienbildungsangebote informiert werden würden, gehen aus Abbildung 45 hervor. Wie schon bei den gewünschten Veranstaltungsorten führen auch hier Schulen und Kindertagesstätten die Rangliste an. 84,1 % und damit eine sehr große Mehrheit der Eltern möchte von diesen Einrichtungen, z. B. über die vorhandenen Elterninformationssysteme, über Familienbildungsangebote informiert werden. Mit deutlichem Abstand, aber immer noch von mehr als der Hälfte der Befragten (51,4 %) gewünscht, folgen die Mitteilungsblätter der Gemeinden. Auch das Internet und die sozialen Medien (47,9 %) ebenso wie Aushänge, Flyer und Plakate (46,9 %) werden von vielen Eltern als Informationsquellen gewünscht. Unter sonstigen Quellen werden primär Informationen per E-Mail generell oder speziell in Form eines Newsletters genannt. Auch „per App“ wird einige Male angeführt.

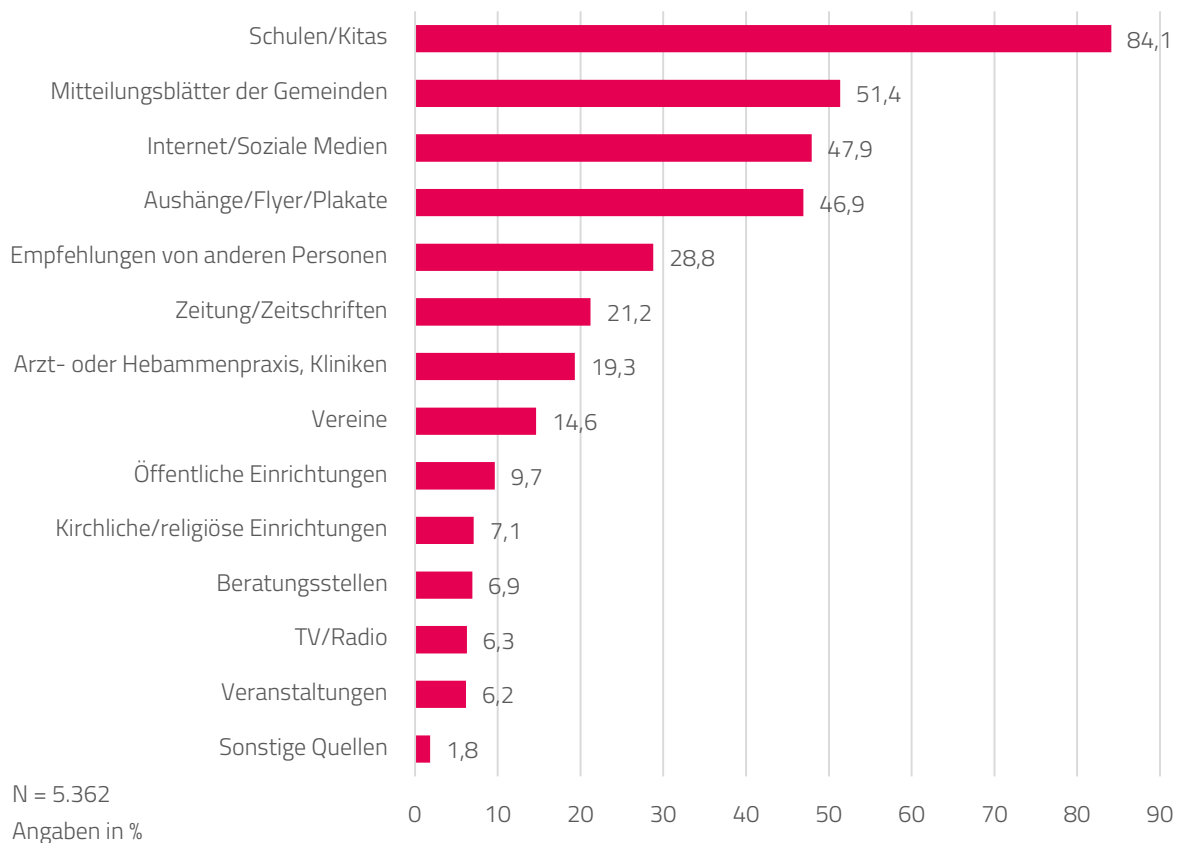


Abbildung 45: Gewünschte Informationsquellen

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

Betrachtet man die Gegenüberstellung von genutzten und gewünschten Informationsquellen in Abbildung 46, wird deutlich, dass insbesondere bei den vier von den Eltern am häufigsten gewünschten Informationsquellen – Schulen/Kitas, Mitteilungsblätter der Gemeinden, Internet/soziale Medien und Aushänge/Flyer/Plakate – ein Ausbau nahe liegt. Bei allen dieser Informationsquellen ist der Anteil der Eltern, die sich diese Quelle wünschen, deutlich größer als der Anteil der Personen, die über diese Quelle von Familienbildungsangeboten erfahren haben. Weniger gewünscht als bisher genutzt werden andere Personen als Informationsquelle (genutzt: 58,1 %, gewünscht: 28,8 %). Dies lässt sich dadurch begründen, dass Empfehlungen von anderen Personen keine zuverlässig planbare Informationsquelle sind, die immer zur Verfügung steht, sondern man von dem Wissen und Willen anderer Personen abhängig ist. Auch Arzt- oder Hebammenpraxen und Kliniken werden deutlich häufiger genutzt (59,9 %) als gewünscht (19,3 %). Dies liegt vermutlich daran, dass insbesondere Angebote im Zusammenhang mit Schwangerschaft und Geburt dort beworben werden, für die Personen in unserer Stichprobe aufgrund der Altersstruktur der Kinder aber nicht mehr von großer Relevanz sind (s. auch 5.4 – Themen von Familienbildung – und 5.5 – Orte von Familienbildung).

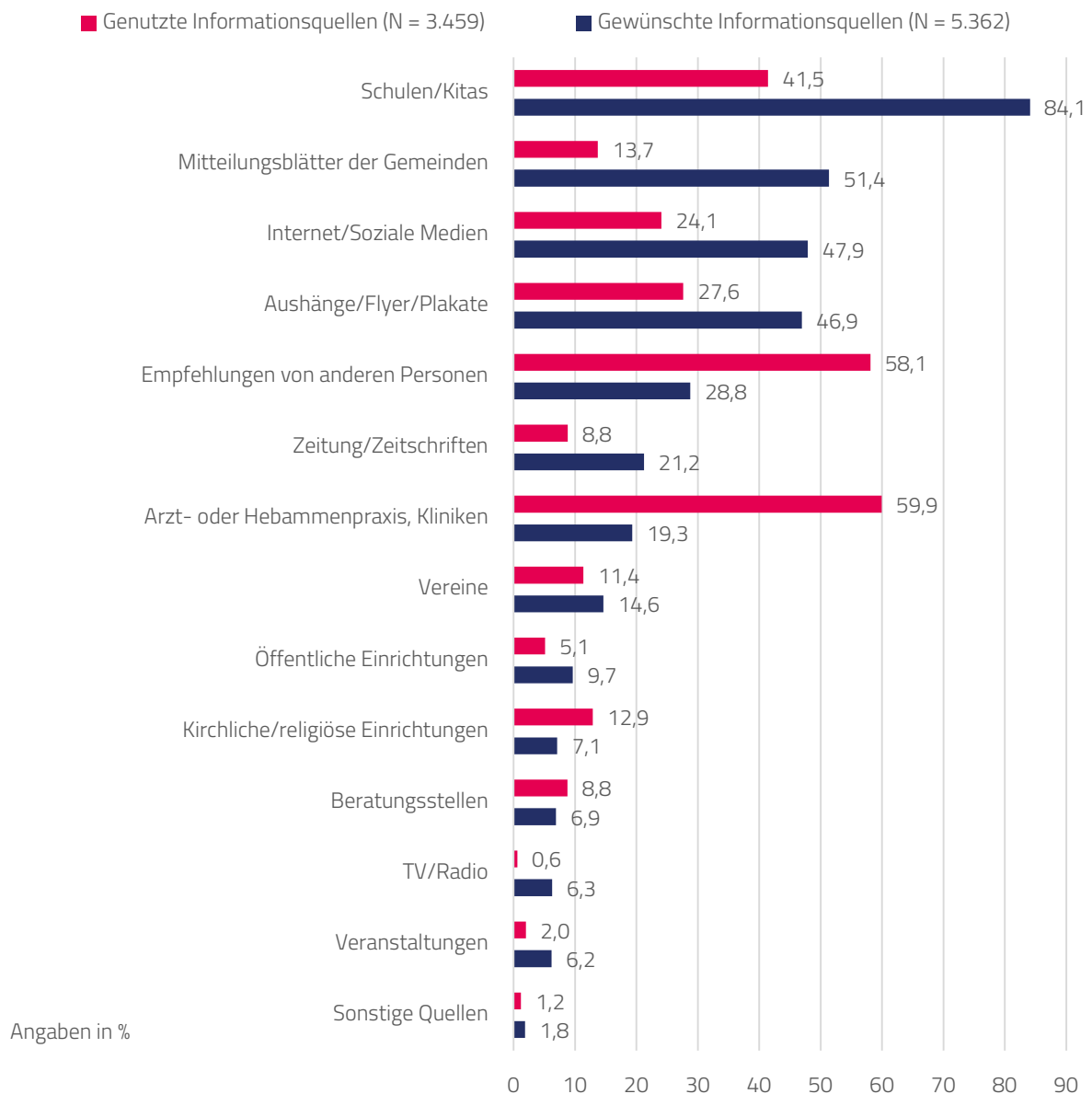


Abbildung 46: Vergleich von genutzten und gewünschten Informationsquellen

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

5.7. Gewünschte Veranstaltungsarten

Da das Thema „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“ am häufigsten von den befragten Eltern gewünscht wird, ist es nicht verwunderlich, dass auch die Liste der gewünschten Veranstaltungsarten von Freizeitangeboten angeführt wird (s. Abbildung 47): 51,7 % der Eltern wünschen sich diese Angebotsform. Am zweithäufigsten werden Informationsveranstaltungen (39,4 %) genannt. Mit jeweils rund 27,0 % sind außerdem Online-Kurse und -Seminare und Online-Informationsveranstaltungen bei den Eltern beliebt. Auch Kurse und Seminare in Präsenzform (26,0 %) und Gruppentreffen (25,3 %) nennen jeweils mehr als ein Viertel der Befragten. Am wenigsten häufig gewünscht werden mit Anteilen von unter 10 % Diskussionsveranstaltungen (6,2 %) und Online-Stammtische bzw. Online-Gruppentreffen (4,8 %). Unter sonstige Veranstaltungsarten werden am häufigsten Sportangebote genannt, gefolgt von Veranstaltungen im Freien bzw. der Natur und Präsenz-Stammtischen.

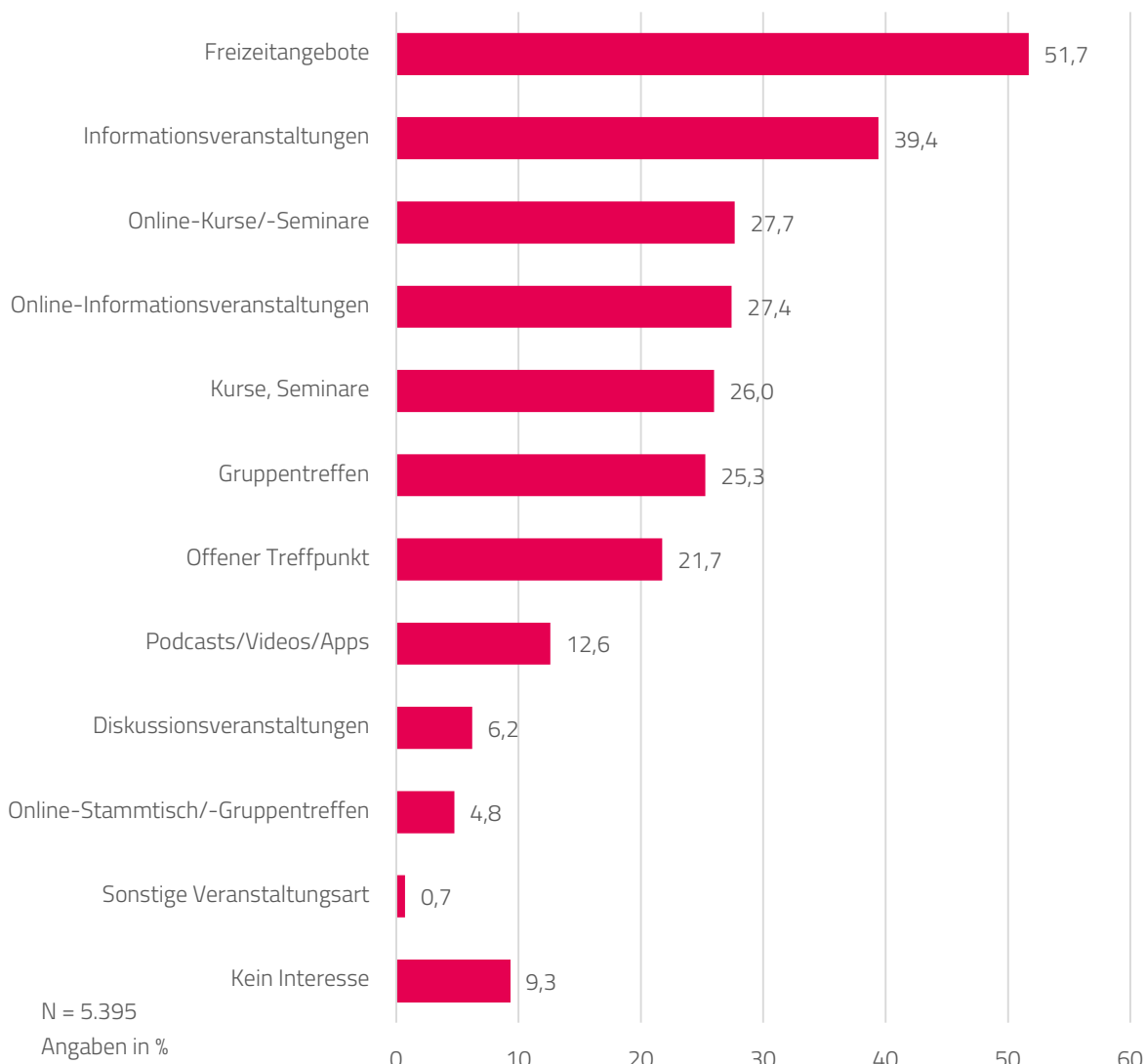


Abbildung 47: Gewünschte Veranstaltungsarten

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

Wie bei den Themen- und Ortswünschen, erfolgt auch bei den gewünschten Veranstaltungsarten eine Unterscheidung zwischen verschiedenen Untergruppen an Familien. Die wichtigsten Unterschiede werden im Folgenden dargestellt. Es zeigt sich, dass Freizeitangebote jeweils im Vergleich zu den entsprechenden Gruppen weniger interessant sind für fremdsprachige Familien (34,5 %), für Männer (42,1 %), für Geringqualifizierte (35,4 %) und für Familien mit ausschließlich Kindern über sechs Jahren (43,5 %).

Informationsveranstaltungen wünschen sich in erster Linie deutschsprachige Familie (42,7 %) und hochqualifizierte Befragte (49,0 %). Ähnliches, wenn auch auf niedrigerem Niveau, gilt für Kurse (deutschsprachige Familien: 27,0 %, Hochqualifizierte: 33,5 %).

Bei Online-Informationsveranstaltungen und Online-Kursen und -Seminaren ist auffällig, dass sich hier die Anteile von verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern und alleinerziehenden Personen nicht unterscheiden (jeweils rund 27,0 %). Dies zeigt, dass Online-Formate gerade auch Alleinerziehende, für die ungünstige Kurs- und Öffnungszeiten ein häufiger Hinderungsgrund sind, erreichen können.

Offene Treffpunkte werden vorrangig von gemischt- (25,3 %) und fremdsprachigen Familien (28,3 %) gewünscht. Ebenso sprechen Gruppentreffen mit jeweils einem Anteil von rund 30 % vor allem gemischt- und fremdsprachige Familien an, was den erhöhten Bedarf an Austausch mit anderen Familien bei diesen beiden Untergruppen widerspiegelt. Auch interessieren sich für diese beiden Formate an erster Stelle geringqualifizierte Personen (offene Treffpunkte: 27,0 %, Gruppentreffen: 30,9 %). Differenziert man nach dem Alter der Kinder, wünschen sich beide Formate vorrangig Familien mit Kindern im Alter von bis zu drei Jahren (Offener Treffpunkt: 26,7 %, Gruppentreffen: 43,3 %). Offene Treffpunkte sind zudem vor allem für Alleinerziehende mit einem Anteil von 26,2 % ein passendes Format.

5.8. Organisatorische Gestaltung der Angebote

Für die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt sind neben den Themen, Orten und Arten der Veranstaltungen auch Kenntnisse über die organisatorische Gestaltung der Angebote wichtig. Angesichts dessen wurden im Rahmen der Elternbefragung Informationen über die gewünschten Zeiten, die maximale Entfernung sowie zur Zahlungsbereitschaft gesammelt.

Aus Abbildung 48 wird ersichtlich, dass mehr Menschen unter der Woche an Familienbildungsangeboten teilnehmen würden als am Wochenende.

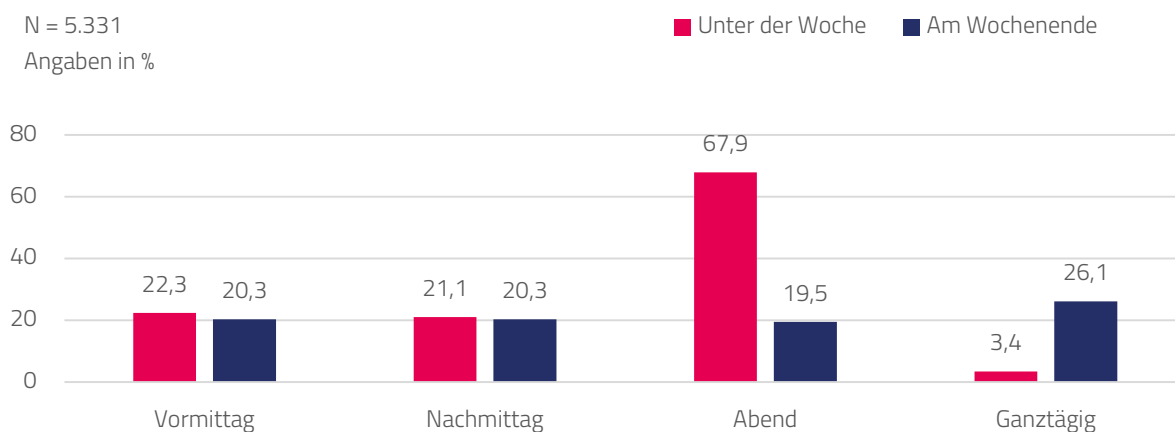


Abbildung 48: Präferierte Zeiten für Familienbildungsangebote

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

Der am häufigsten von den Eltern gewählte Zeitpunkt für Familienbildungsangebote ist unter der Woche am Abend. Dies nennen 67,9 % und damit deutlich mehr als Personen Angebote am Wochenende am Abend präferieren würden (19,5 %). Jeweils rund 20 % der Befragten hätten sowohl unter der Woche als auch am Wochenende für ein Angebot am Vormittag oder ein Angebot am Nachmittag Zeit. Ganztägige Angebote sollten nur am Wochenende stattfinden: Zu dem Zeitfenster wählen 26,1 % diese Option; unter der Woche sind es nur 3,4 %.

Die maximale Entfernung, welche die Eltern für die Teilnahme an einem Familienbildungsangebot in Kauf nehmen würden, kann Abbildung 49 entnommen werden. Die Möglichkeit „nur am Wohnort“ wählen 9,4 % aus. 33,9 % würden eine Entfernung bis zu zehn Kilometer akzeptieren, für 39,1 % wäre bis zu 20 Kilometer in Ordnung. Mehr als 20 Kilometer würden nur rund 16,0 % der Befragten in Kauf nehmen. Weitere 1,4 % geben an, dass sie nur Angebote wahrnehmen würden, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht werden können.

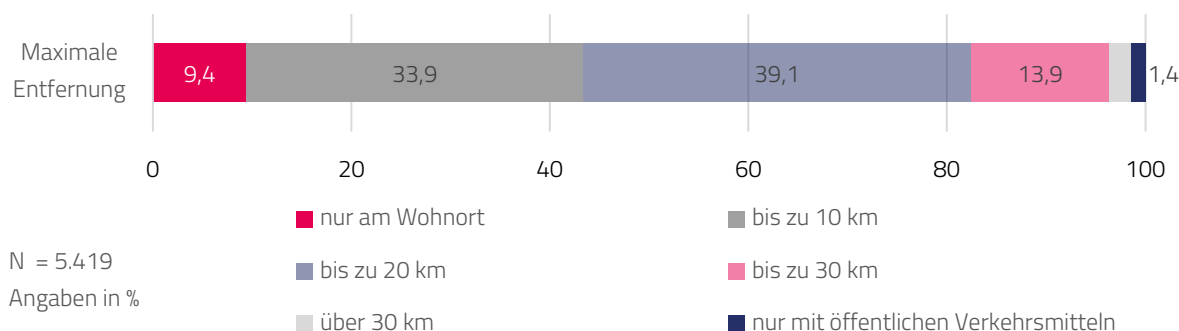


Abbildung 49: Maximale Entfernung für Besuch eines Familienbildungsangebots

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Fahrbereitschaft unterscheidet sich signifikant zwischen den im Rahmen der Befragung betrachteten Regionen. Diese regionalen Unterschiede sind für die weitere Planung der Familienbildung und vor allem auch für die mögliche Schaffung von Familienstützpunkten im Flächenlandkreis Eichstätt besonders interessant. So ist der Anteil der Personen, die höchstens 10 km Entfernung für die Teilnahme an einem Familienbildungsangebot akzeptieren würden, in den Regionen 2 (41,8 %), 8 (38,0 %) und 9 (36,4 %) am höchsten. In den Regionen 6 und 7 ist er mit 21,9 % bzw. 24,4 % deutlich unter dem Landkreiswert von 33,9 %. Diese beiden Regionen weisen mit jeweils rund 50 % auch den höchsten regionalen Wert bei der Kategorie „bis zu 20 km“ auf. In Region 6 geben zudem

5.9. Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Eichstätt (Elternsicht)

In Abbildung 50 ist dargestellt, wie Aussagen zu unterschiedlichen Aspekten der Familienbildung, welche für die Weiterentwicklung dieser Angebote im Landkreis Eichstätt wichtig sind, durch die befragten Eltern bewertet wurden.

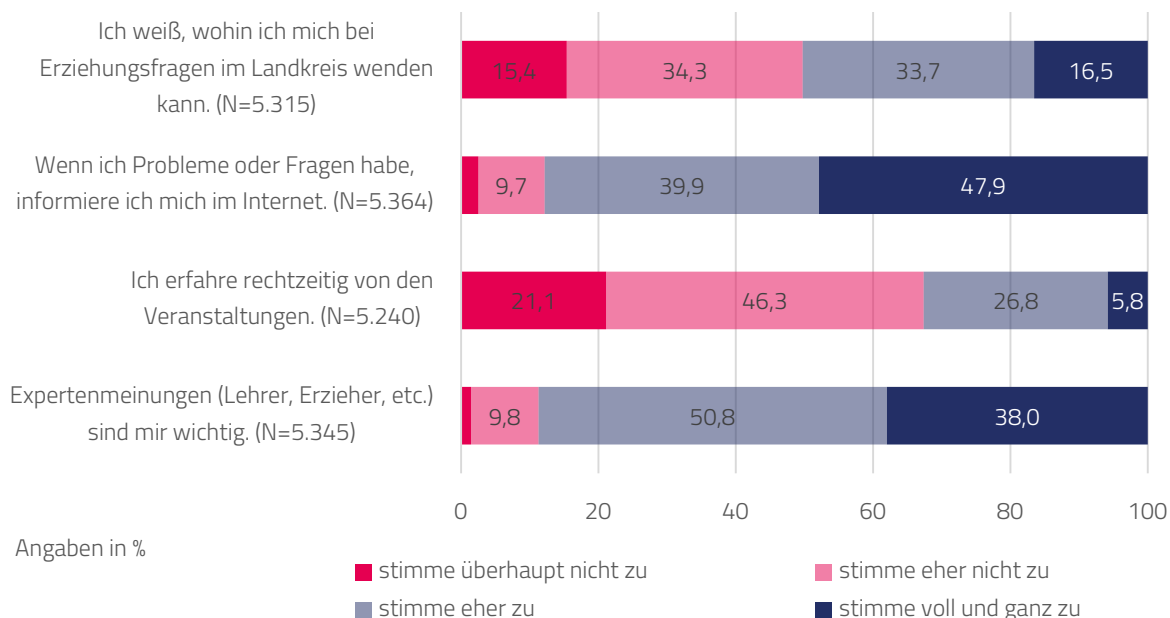
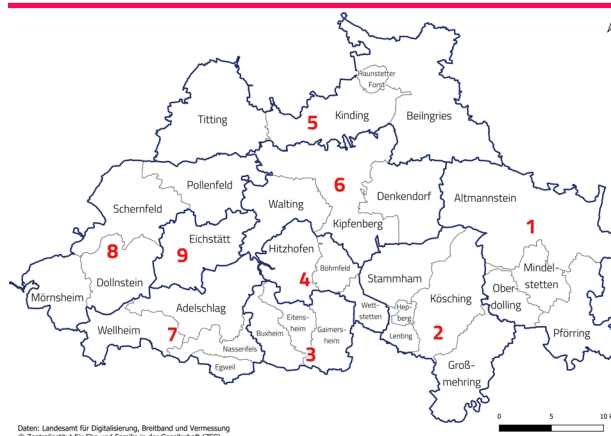


Abbildung 50: Bewertung verschiedener Aussagen zur Familienbildung (Elternsicht)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei der Aussage „Ich weiß, wohin ich mich bei Erziehungsfagen im Landkreis wenden kann.“ ist das Stimmungsbild zweigeteilt: Eine Hälfte der Befragten stimmt hier eher (33,7 %) oder voll und ganz (16,5 %) zu, die andere Hälfte stimmt eher nicht (34,3 %) oder überhaupt nicht zu (15,4 %). Bei einer detaillierteren Betrachtung einzelner Untergruppen zeigt sich, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Kenntnis der Familienbildung und der Bewertung dieser Aussage besteht. Von den Personen, die Familienbildungsangebote kennen, weiß mit 58,5 % die Mehrheit (eher), wohin sie sich bei Erziehungsfagen wenden kann. Bei denjenigen, die sich hinsichtlich der Kenntnis von Familienbildungsangeboten unsicher sind, und denjenigen, die sie nicht kennen, sind dies jeweils nur rund ein Drittel. Nicht so deutlich, aber dennoch vorhanden ist dieser Unterschied, wenn man die Nutzung von Familienbildungsangeboten betrachtet: Von den Nutzerinnen und Nutzer stimmen 56,9 % dieser Aussage zu, von den Personen, die Familienbildung nicht nutzen, sind dies 50,4 %. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass fremd- und gemischtsprachige Familien mit einem Anteil von jeweils rund 42,0 % deutlich weniger oft angeben, dass sie Anlaufstellen für Erziehungsfagen (eher) kennen als deutschsprachige Familien mit einem Wert von 51,6 %. Außerdem gibt es einen Unterschied zwischen geringqualifizierten Befragten mit 45,9 % auf der einen und mittel- und hochqualifizierten Personen (jeweils rund 50,0 %) auf der anderen Seite. Interessant ist, dass die Kenntnis dieser Anlaufstellen bei Alleinerziehenden mit 58,6 % höher ist als bei verheirateten bzw. zusammenlebenden Eltern mit 49,2 %. Die Kenntnis der Anlaufstellen nimmt außerdem in der Tendenz mit dem Alter der Kinder zu.

Zudem sind deutliche regionale Unterschiede zu erkennen. So stimmen in den Regionen 7, 8 und 9 mehr als 56 % (eher) zu, dass sie wissen, wohin sie sich bei Erziehungsfagen wenden können. In den Regionen 1, 2 und 3 stimmen demgegenüber mehr als 53 % (eher) nicht zu. Dabei ist in den Regionen 1 und 2 der Anteil der Personen, die überhaupt nicht wissen, wohin sie bei Erziehungsfagen im Landkreis wenden können, mit rund 19 % am höchsten. Insbesondere bei Region 1 spiegelt sich hier wider, dass in dieser Region eine schlechte Erreichbarkeit und ein fehlendes Angebot in der Nähe bemängelt werden (s. auch Abschnitt 5.3).

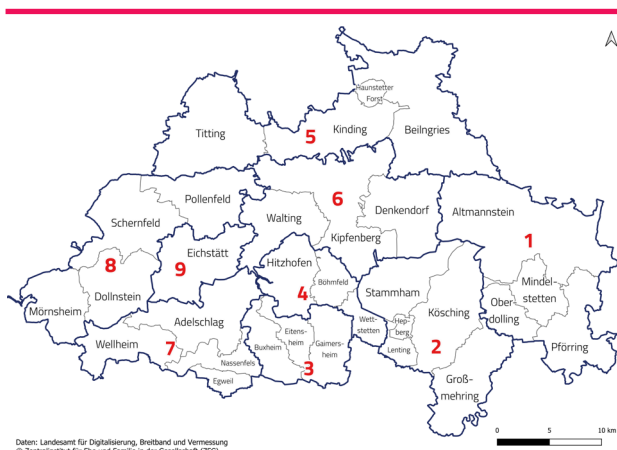


Daten: Landkreis für Digitalisierung, Breitband und Vermessung
© Zentralinstitut für die Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)

Sehr hohe Zustimmung erhält die Aussage „Wenn ich Probleme oder Fragen habe, informiere ich mich im Internet.“: 47,9 % der befragten Eltern stimmen hier voll und ganz zu und 39,9 % stimmen eher zu. Nur gut ein Zehntel der Befragten stimmt hier (eher) nicht zu. Unterschiede zeigen sich dabei hinsichtlich der in den Familien gesprochenen Sprachen: In der Gruppe der deutschsprachigen Familien wird das Internet mit einem Anteil von 88,6 % öfter als Informationsquelle genutzt als bei den gemischtsprachigen (84,2 %) und den fremdsprachigen (82,7 %). Auch steigt die Zustimmung zu dieser Aussage mit dem Qualifikationsniveau an (Geringqualifizierte: 77,6 %, Mittelqualifizierte: 87,3 %, Hochqualifizierte: 89,2 %). Mit einem Anteil von 89,5 % nutzen Familien mit Kindern im Alter von bis zu sechs Jahren das Internet als Informationsquelle häufiger als Familien mit ausschließlich älteren Kindern (85,0 %). Regional wird das Internet als Informationsquelle bei Erziehungsfragen dabei in allen Gebieten gleich stark genutzt. Hier zeigen sich keine signifikanten Unterschiede.

Am schlechtesten bewertet wird die Aussage „Ich erfahre rechtzeitig von den Veranstaltungen.“: Hier stimmen rund zwei Drittel der Befragten überhaupt nicht (21,1 %) oder eher nicht (46,3 %) zu. Gut ein Viertel der Befragten (26,8 %) stimmt eher zu und weitere 5,8 % stimmen voll und ganz zu. Deutlich zum Ausdruck kommt dabei ein Zusammenhang mit der Kenntnis von Familienbildungsangeboten: Von den Befragten, die Familienbildung kennen, stimmen knapp zwei Fünftel zu, dass sie rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren; von den „Unsicheren“ und denjenigen, die keine Familienbildungsangebote kennen, ist dies jeweils nur rund ein Fünftel. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich auch zwischen Nutzerinnen und Nutzern und Nicht-Nutzenden: Von ersteren geben 38,2 % an, dass sie rechtzeitig informiert sind, von letzteren sind dies nur 30,9 %. Hinsichtlich der Sprache fällt auf, dass unter den fremdsprachigen Familien der Anteil derjenigen, die überhaupt nicht zustimmen, dass sie rechtzeitig von Veranstaltungen erfahren, mit 30,8 % deutlich höher ist als bei gemischtsprachigen (22,1 %) und deutschsprachigen Familien (20,8 %). Ähnliches lässt sich beim Qualifikationsniveau beobachten: Von den Geringqualifizierten erfahren 30,9 % überhaupt nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen, von den Mittelqualifizierten sind dies 18,6 % und von den Hochqualifizierten 22,9 %. Auch geben dies Alleinerziehende mit einem Anteil von 29,5 % deutlich häufiger an als verheiratete bzw. zusammenlebende Elternpaare (20,5 %).

Auch regional gibt es hier signifikante Unterschiede. Die Gebiete, in denen besonders viele Eltern nicht rechtzeitig von den Angeboten erfahren, sind die Regionen 1, 2 und 3. Hier liegt der Anteil derjenigen, die (eher) nicht rechtzeitig davon erfahren, bei rund 70 %. Etwas positiver als im Landkreisdurchschnitt gestaltet sich die Lage in den Regionen 5 und 7. In diesen erfahren nur 63,9 % bzw. 62,3 % der Befragten (eher) nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen.



Daten: Landesamt für Digitalisierung, Breitband und Vermessung © Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZfEG)

Die Aussage, dass Meinung von Experten und Expertinnen, z. B. von Lehrkräften und pädagogischen Fachkräften wichtig sind, wird vom Großteil der Befragten wiederum befürwortet. Hier stimmen 38,0 % voll und ganz zu und 50,8 % stimmen eher zu. Wiederum stimmt ungefähr jede zehnte befragte Person nicht zu. Erwähnenswerte Unterschiede gibt es hierbei bei einer Differenzierung der Familien nach den gesprochenen Sprachen: Während von den deutschsprachigen Familien hier 36,6 % voll zustimmen, sind es bei den gemischtsprachigen 43,7 % und bei den fremdsprachigen 54,4 %. Geringqualifizierte Befragte stimmen ebenfalls öfter zu als mittel- oder hochqualifizierte. Zwischen den Regionen zeigen sich hier, wie bereits bei der Internetsnutzung, keine Unterschiede.

5.10. Teilnahmegründe und zukünftiger Besuch von Familienbildungsangeboten

Für eine bedarfsgerechte Gestaltung des Familienbildungsangebots sind auch die Gründe, weshalb Eltern an solchen Veranstaltungen teilnehmen würden, interessant. Wenig verwunderlich ist dabei, dass das Interesse der wichtigste Grund für einen Veranstaltungsbesuch ist. Dies geben 82,8 % der Befragten an (s. Abbildung 51). Mit Abstand folgt als am zweithäufigsten gewählter Grund, dass Veranstaltungen für das Familienleben und die Erziehung hilfreich sein können (55,1 %). Auch die Nähe zum Veranstaltungsort ist ausschlaggebend (52,3 %). Dass 38,2 % der Befragten den Grund „Freunde oder Bekannte gehen dort auch hin.“ und 36,8 % den Grund „Die Veranstaltung wird mir empfohlen.“ auswählen, zeigt, dass Elternnetzwerke für den Besuch von Familienbildungsangeboten bedeutsam sind. Demgegenüber sind Mehrsprachigkeit (2,5 %) und Barrierefreiheit (0,7 %) nur für kleine Untergruppen der Befragten wichtig.

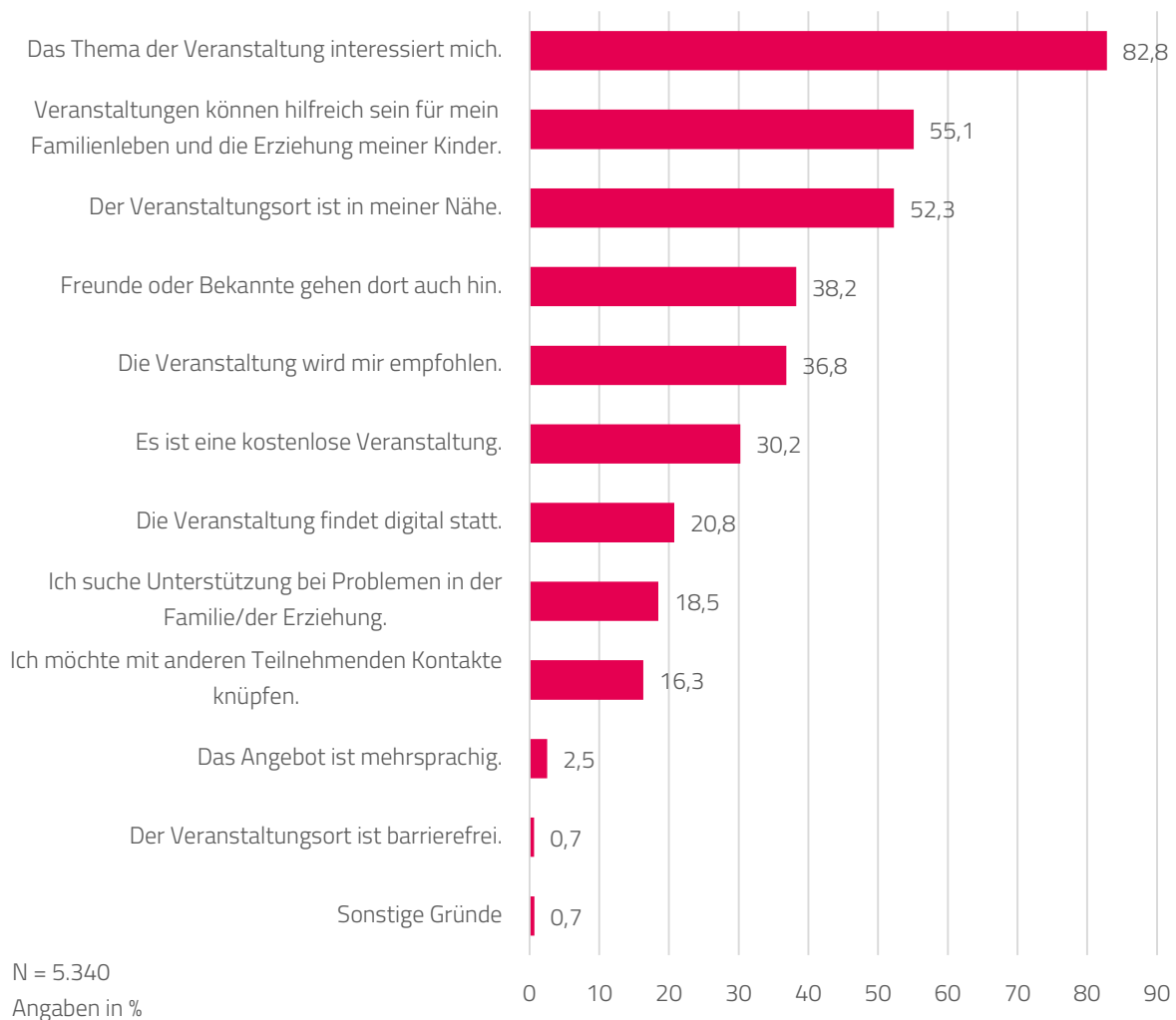
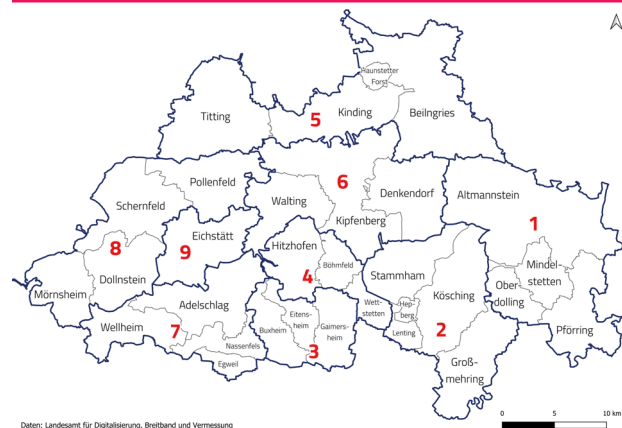


Abbildung 51: Gründe für die Teilnahme an einem Familienbildungsangebot

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

Differenziert man die Familien nach verschiedenen Merkmalen, so fällt auf, dass die meisten Teilnahmegründe häufiger von bisherigen Nutzerinnen und Nutzern der Familienbildungsangebote, von deutschsprachigen Familien, von hochqualifizierten Befragten und von verheirateten bzw. zusammenlebenden Elternpaaren ausgewählt werden. Eine Ausnahme dabei ist die Kostenfreiheit: Diese ist für gemischtsprachige Familie mit einem Anteil von 37,1 % wichtiger als für fremdsprachige (32,1 %) und deutschsprachige (29,0 %). Ebenso ist dieser Anteil unter den Geringqualifizierten mit 43,4 % höher als bei den Mittelqualifizierten (33,0 %) und den Hochqualifizierten (26,5 %). Auch Alleinerziehende wählen diesen Grund häufiger (36,7 %). Dass Freunde oder Bekannte am Angebot teilnehmen ist besonders für Mittelqualifizierte wichtig (40,9 %). Digitale Veranstaltungen sind mit einem Anteil von 26,0 % attraktiver für Personen, die bisher keine Familienbildungsangebote besucht haben, als für Nutzerinnen und Nutzer (19,2 %).

Regional zeigen sich auch hier Unterschiede. Die Mehrsprachigkeit des Angebots ist in der Region 9 mit 4,2 % und auch in der Region 3 mit 3,1 % wichtiger als im Landkreisdurchschnitt. In Region 9 entspricht dies auch dem vergleichsweise hohen Anteil an Befragten, die sich Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund wünschen. Die Nähe des Angebots ist besonders für Befragte aus den Regionen 1, 6, 7 und 8 wichtig. Hier liegen die entsprechenden Anteile bei über 55 %. Der Grund „Ich möchte mit anderen Teilnehmenden Kontakte knüpfen.“ wird mit einem regionalen Anteil von 21,0 % vor allem in Region 9 genannt. Dies kann daran liegen, dass durch die Universität in Eichstätt vergleichsweise mehr Familien leben, die nicht in der Region verwurzelt sind, als in den anderen



Regionen des Landkreises. Interessant ist zudem, dass Online-Veranstaltungen vorrangig in den Regionen 3 und 7 attraktiv sind. Hier liegt der Anteil der Befragten, die diesen Teilnahmegrund wählen, jeweils bei mehr als 23 %.

Für die Entwicklung des Familienbildungskonzepts ist neben den qualitativen Merkmalen von Familienbildungsangeboten, wie Themen und Veranstaltungsarten, auch die Quantität, also die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer, entscheidend. Deshalb wurde zum Abschluss des Fragebogens eine Frage nach der zukünftigen Nutzung entsprechender Angebote gestellt. Mehr als die Hälfte der Befragten (56,8 %) plant, zukünftig Familienbildungsangebote zu besuchen und weitere 38,7 % werden dies vielleicht tun (s. Abbildung 52). 4,6 % der Befragten haben nicht vor, Familienbildungsangebote zu nutzen.

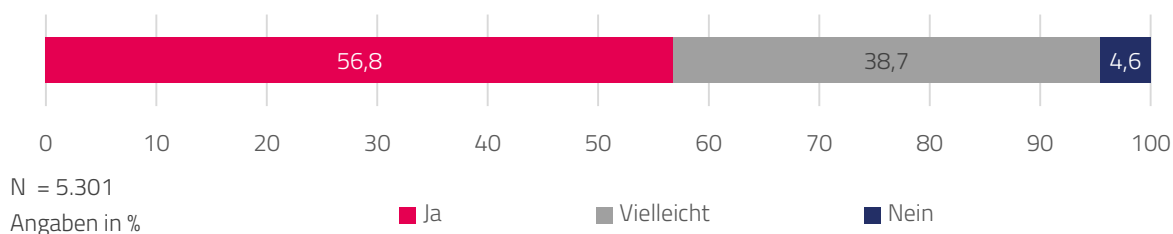


Abbildung 52: Einschätzung bzgl. des zukünftigen Besuchs von Familienbildungsangeboten

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Auch hier gibt es signifikante Unterschiede zwischen verschiedenen Elterngruppen. So geben 64,1 % der bisherigen Nutzerinnen und Nutzer von Familienbildung an, dass sie auch zukünftig solche Veranstaltungen besuchen möchten. Bei den Personen, die bisher nicht teilgenommen haben, liegt dieser Anteil bei nur 38,5 %. Knapp ein Fünftel der fremdsprachigen Familien möchte in Zukunft nicht an Familienbildung teilnehmen. Das ist ein deutlich größerer Anteil als bei den deutsch- und gemischtsprachigen Familien mit 4,1 % bzw. 4,9 %. Auch sind Frauen eher interessiert (57,9 %) als Männer (47,1 %), ebenso hochqualifizierte Personen (67,6 %) eher als mittelqualifizierte (49,2 %) und geringqualifizierte (32,9 %) und verheiratete bzw. zusammenlebende Eltern (57,6 %) eher als Alleinerziehende (52,0 %).

Zudem zeigen sich bei der Frage nach der zukünftigen Nutzung von Familienbildungsangeboten signifikante regionale Unterschiede. In den Regionen 3 und 4 liegt der Anteil derjenigen, die solche Angebote in Zukunft wahrnehmen möchten, bei mehr als 60 %. In der Region 1 beträgt er demgegenüber nur 49,9 %.

5.11. Anmerkungen zum Ende des Fragebogens

Am Ende des Fragebogens hatten die Eltern die Gelegenheit, in einer offenen Frage Anmerkungen, Kritik und Verbesserungsvorschläge zur Familienbildung, zum Fragebogen oder ganz allgemein zu äußern. 833 Personen haben von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Anmerkungen werden im Folgenden kurz zusammengefasst.

- **Information über bestehende Familienbildungsangebote:**

Am häufigsten wird im Rahmen dieser offenen Frage betont, dass die Personen nicht oder zu wenig über die vorhandenen Familienbildungsangebote informiert sind. Viele Befragte geben an, dass sie zu spät oder nur durch Zufall von entsprechenden Veranstaltungen erfahren. Als geeignete Informationskanäle werden von einigen digitale Medien vorgeschlagen, wie ein zentrales Informationsportal, die sozialen Medien oder eine App. Auch eine Informationsbereitstellung über Betreuungs- und Bildungseinrichtungen der Kinder wird vergleichsweise häufig erwähnt. Vereinzelt werden außerdem Gemeindeblätter, Zeitungen und Newsletter als geeignete Informationskanäle genannt. Auch ein Übersichtsprogramm für einen bestimmten Zeitraum (z. B. für ein Jahr) wird gewünscht.

- **Räumliche Nähe der Angebote:**

Viele Personen merken an, dass für sie die räumliche Nähe der Angebote eine wichtige Teilnahmevoraussetzung ist. Hierbei wird häufig die Region um Altmannstein als unterversorgt mit familienbildenden Angeboten charakterisiert. Eine angemessene ÖPNV-Anbindung der Veranstaltungsorte wird ebenso gewünscht, wie generell eine gute ÖPNV-Versorgung im Landkreis Eichstätt.

- **Themenwünsche:**

Eine Vielzahl der befragten Personen macht im Rahmen dieser offenen Frage konkrete Themenvorschläge. Die Liste führen dabei die Freizeit- und Ferienangebote an, dicht gefolgt von Angeboten aus dem Sport-, Schwimm- und Bewegungsbereich. Dies unterstreicht die Bedeutung dieser Themen. Betont wird häufig, dass es Angebote für alle Altersklassen von Kindern geben sollte. Speziell wird hier ein Mangel an Angeboten für Jugendliche thematisiert. Viele Eltern wünschen sich zudem Angebote für spezielle Charakteristika oder Erkrankungen der Kinder wie Autismus, AD(H)S oder Lernschwächen. Auch mehrsprachige Angebote für Familien mit Migrationshintergrund und Sprachkurse werden häufig erwähnt. Geäußert wird zudem der Wunsch nach niedrighschwelligem Anlaufstellen wie Eltern-Cafés oder Elternzentren.

- **Veranstaltungsorganisation:**

Die Auswertung der Anmerkungen lässt den Rückschluss zu, dass es generell mehr Angebote aus dem Bereich der Familienbildung im Landkreis Eichstätt geben sollte. Die Anmerkungen deuten zudem daraufhin, dass kostenlose bzw. kostengünstige Angebote die Teilnahmebereitschaft erhöhen könnten. Es lässt sich auch ableiten, dass eine Mischung aus Online-Angeboten, die zumindest teilweise auch asynchron verfügbar sein sollten, und wohnortnahen Präsenzveranstaltungen gewünscht wird. Häufig erwähnt wird darüber hinaus, dass es mehr Angebote für die ganze Familie und nicht nur für Eltern oder Kinder geben sollte. Wichtig sind den Eltern außerdem qualitativ hochwertige und niedrighschwellige Angebote und Veranstaltungen, die dem Austausch mit anderen Familien und/oder Eltern dienen. Gerade bei Alleinerziehenden ist der Wunsch nach einer Kinderbetreuung parallel zu den Familienbildungsangeboten vorhanden.

- **Verbesserung der Kinderbetreuungs- und Bildungssituation allgemein:**

Ein Themenbereich, der von den Befragten vielfach angesprochen wird, aber nur am Rande mit Familienbildung zu tun hat, ist der Betreuungs- und Bildungsbereich. Viele Eltern merken an, dass es im Landkreis zu wenige wohnortnahe Kinderbetreuungsplätze gibt und deshalb in diesem Bereich ein Ausbau stattfinden muss. Auch der Mangel an Fachpersonal in Kindertageseinrichtungen und Schulen beschäftigt einige Eltern. Im Hinblick auf den Bildungsbereich wird häufig erwähnt, dass die Lernlücken, die durch die Corona-Pandemie entstanden sind, in den Schulen nicht angemessen aufgearbeitet werden. Außerdem wird gerade von den in den Landkreis zugezogenen Eltern eine einfachere Betreuungsorganisation für Zeiten außerhalb der durch Kitas und Schulen abgedeckten Stunden gewünscht.

- **Beratung:**

Im Bereich der Beratungsangebote für Familien werden die langen Wartelisten bei den Beratungsstellen im Landkreis bemängelt, was für einen Ausbau dieser Angebote spricht.

- **Hinweise für zukünftige Befragungen:**

Einige Eltern thematisieren zum Ende des Fragebogens, dass sie eine Online-Befragung aus Nachhaltigkeitsgründen vorziehen würden. Zudem wird angesprochen, dass der Fragebogen gerade für Personen mit geringen Deutschkenntnissen in leichter Sprache gestaltet werden sollte. Auch sollte bei zukünftigen Befragungen darauf geachtet werden, dass sich Regenbogenfamilien mit dem Fragebogen identifizieren können.

6. Bezug zur Studie von 2014/2015

Die Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Eichstätt wurden bereits in den Jahren 2014/15, ebenfalls durch das ZFG, evaluiert (s. Kunze 2015). In diesem Abschnitt erfolgt ein Vergleich der aktuellen mit den damaligen Ergebnissen. Aufgrund deutlicher Unterschiede in den Erhebungsinstrumenten und einer sehr niedrigen Fallzahl bei der Anbieterbefragung im Jahr 2014/15 ist die Vergleichbarkeit der Ergebnisse allerdings stark eingeschränkt. Auch liegt mit acht Jahren ein relativ großer Zeitraum zwischen den beiden Befragungen, der zudem am Ende stark durch die Corona-Pandemie geprägt war. Dies muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

6.1. Vergleich der Ergebnisse der Anbieterbefragung

In der Studie aus den Jahren 2014/15 wurden nur die zwölf Veranstalter, die der Arbeitsgemeinschaft für Eltern-Familien-Erziehung (elfe)⁹ angehörten, kontaktiert. Von diesen haben fünf an der Befragung teilgenommen. Dies sind also deutlich weniger Einrichtungen als in der vorliegenden Erhebung erreicht wurden, an der sich 82 Anbieter beteiligt haben. Auch ist die Art der Einrichtungen sehr unterschiedlich, da 2014/15 beispielsweise Kinderbetreuungs-einrichtungen, Schulen und Hebammenpraxen nicht einbezogen waren.

Die Themengebiete, die 2014/15 von den Anbietern erwähnt wurden, waren „gesunde Lebensweise“, „Familie und Elternsein“, „kindliches Verhalten und kindliche Entwicklung“, „Recht und Finanzen“, „Schule und Lernen“ und „Umgang mit Medien“. Diese sind für die Anbieter immer noch relevant, auch wenn die Themenfelder der beiden Umfragen nicht deckungsgleich sind (s. Abschnitt 4.5). Aktuell sind zudem vor allem auch Angebote, die den Austausch zwischen den Familien fördern, wichtig. Der Austausch und die Begegnung zwischen Familien und Eltern-Kind-Gruppen wurden in der Erhebung von 2014/15 nicht genannt. Gleiches gilt für Problem- und Konfliktbewältigung und Kreatives Gestalten, die im Bericht 2014/15 nicht aufgeführt sind, sich aktuell aber unter den Top 10-Themen befinden.

Hinsichtlich der Finanzierung der Veranstaltungen fällt auf, dass alle fünf befragten Veranstalter in den Jahren 2014/15 Teilnahmegebühren erhoben haben. Aktuell geben 60,4 % der Anbieter an, dass sie (auch) kostenlose Veranstaltungen durchführen (s. Abschnitt 4.6.1).

Der eingeschränkte Vergleich der Werbemittel zeigt, dass diese mit Plakaten und Flyern, Mail-Verteilern und dem Internet weitestgehend gleichgeblieben sind. Soziale Medien wurden 2014/15 nicht genannt, diese sind aber auch für das Jahr 2022 nur zusammen mit dem Internet auswertbar.

6.2. Vergleich der Ergebnisse der Elternbefragung

Im Rahmen der aktuellen Studie konnten mit 5.633 Personen deutlich mehr Eltern erreicht werden als in der Befragung von 2014/15. Damals haben 4.126 Eltern aus dem Landkreis Eichstätt den Fragebogen ausgefüllt.

Hinsichtlich der soziodemografischen Merkmale fällt auf, dass in der aktuellen Studie der Anteil von Alleinerziehenden mit 7,1 % etwas höher ist als in der vergangenen Analyse mit 3,6 %. Auch bei der Erwerbstätigkeit zeigen sich geringfügige Veränderungen, da sowohl bei den Müttern als auch den Vätern der Anteil der Vollzeit-erwerbstätigen gestiegen ist.

Betrachtet man die Nutzung von Familienbildungsangeboten, deutet sich an, dass diese in der Tendenz etwas rückläufig ist. Während 2014/15 67,8 % der befragten Eltern angegeben haben, dass sie Familienbildungsangebote nutzen, waren dies in der aktuellen Studie nur 62,7 %.¹⁰ Dieser Wert muss aber vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Kontaktbeschränkungen interpretiert werden.

Die Wegstrecke, die Eltern für die Teilnahme an einer Familienbildungsveranstaltung zu fahren bereit sind, hat über die vergangenen acht Jahre deutlich abgenommen, wie Abbildung 53 zeigt.

⁹ Diese Arbeitsgemeinschaft gibt es in der damaligen Form heute nicht mehr. Viele der ehemaligen Angehörigen sind jetzt Teil der Facharbeitsgruppe Familienbildung.

¹⁰ Die Anteile der Nutzerinnen und Nutzer von Familienbildung aus Abschnitt 5.3.2 sind höher, da sie sich nur auf die Personen beziehen, die Familienbildungsangebote kennen oder sich bzgl. dieser Kenntnis unsicher sind.

2022: N = 5.419; 2014/15: N = 2.857

Angaben in %

■ 2022

■ 2014/15

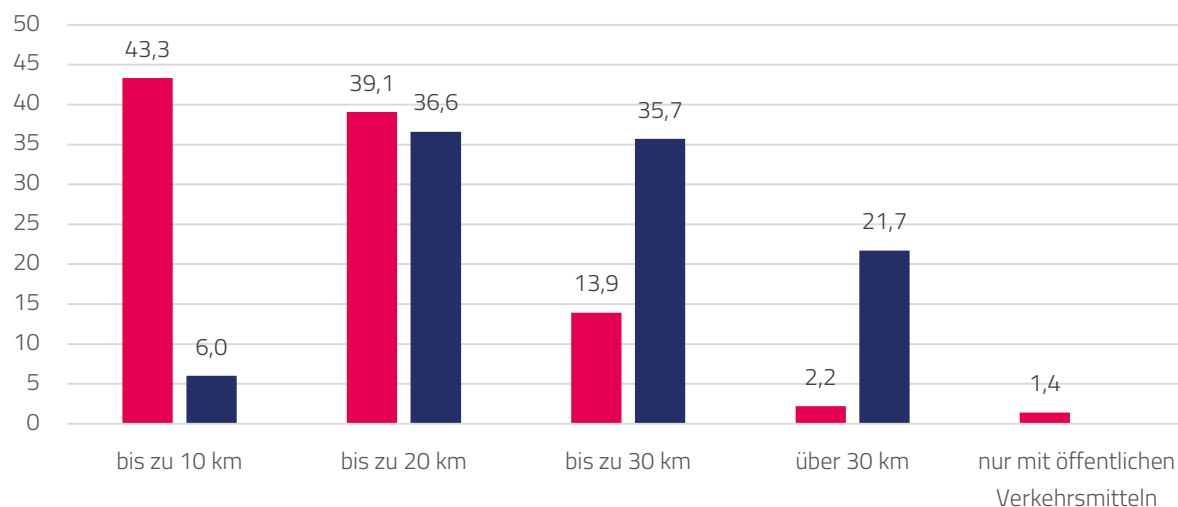


Abbildung 53: Vergleich der Distanz

Quelle: Elternbefragung des ZFG und Kunze (2015), eigene Berechnungen und Darstellung. Hinweis: Die Kategorien in beiden Befragungen waren leicht unterschiedlich. 2022 wurden die Zehnerzahlen der niedrigeren Kategorie (also z. B. bis zu 20 km), 2014/15 der höheren Kategorie zugerechnet (also z. B. 10 bis 19 km). Zur besseren Vergleichbarkeit wurde für das Jahr 2022 die Kategorie „nur am Wohnort“ der Kategorie „bis zu 10 km“ hinzugezählt. Die Kategorie „Nur mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar“ wurden 2014/15 nicht abgefragt.

Während aktuell rund 43 % der Befragten angeben, höchstens 10 km für eine Veranstaltung zu fahren (inklusive derjenigen, die nur Veranstaltungen am Wohnort besuchen möchten), waren dies in den Jahren 2014/15 nur 6,0 %. Demgegenüber hat der Anteil der Personen, die bis zu 30 km fahren würden, von 35,7 % auf 13,9 % stark abgenommen. Noch deutlicher ist der Unterschied bei den Personen, die weiter als 30 km fahren würden (von 21,7 % in der Befragung 2014/15 auf 2,2 % in der aktuellen Studie).

Nahezu konstant geblieben ist demgegenüber der Anteil der Personen, die sich zu Erziehungsfragen oder -problemen im Internet informieren. 2014/15 haben diese Informationsquelle 86,5 % der Befragten gewählt, 2022 stimmen 87,8 % (eher) zu, dass sie sich im Internet informieren.

Ein Vergleich der Themen der besuchten Familienbildungsangebote ist schwierig, da in beiden Studien unterschiedliche Kategorien abgefragt wurden. Es zeichnet sich aber ab, dass das Thema „Schule und Lernen“ in der vergangenen Studie mit 48,0 % deutlich wichtiger war als „schulische Fragen und Schulprobleme“ mit 17,4 % in der aktuellen Studie (s. Abbildung 38). Auch Angebote zur kindlichen Entwicklung, zum Umgang mit Medien und zur Gesundheit wurden 2014/15 deutlich häufiger genannt als 2022. Etwa gleich geblieben ist demgegenüber der Besuch von Angeboten zum Thema Ernährung und zugenommen hat das Interesse tendenziell an finanziellen und rechtlichen Fragen (2022: 19,4 %, 2014/15: 5,3 %).

Vergleicht man die Teilnahmegründe, ist sowohl in der Studie von 2014/15 als auch aktuell das Interesse am Thema der wichtigste Grund, ein Familienbildungsangebot wahrzunehmen. Auch wenn die Vergleichbarkeit der beiden Studien bei diesem Punkt aufgrund von unterschiedlicher Fragestellung und anderen Antwortmöglichkeiten eingeschränkt ist, zeichnet sich ab, dass Empfehlungen von anderen Personen sowie die Teilnahme von Freunden und Bekannten als Teilnahmegründe an Bedeutung verloren haben. 2014/15 stimmt hier jeweils gut die Hälfte der Befragten zu, 2022 ist es nur gut ein Drittel.

Hinsichtlich der Hinderungsgründe, welche die Befragten von einer Veranstaltungsteilnahme abhalten, sind Zeitmangel und ungünstige Kurs- bzw. Öffnungszeiten 2022 deutlich wichtiger geworden als 2014/15. Der Hinderungsgrund „zeitliche Organisation“ wurde 2014/15 von 20,0 % der Befragten genannt, 2022 ist der Zeitmangel mit 35,7 % der Haupthinderungsgrund und ungünstige Kurszeiten werden von 21,2 % der befragten Eltern genannt. Auch ist 2022 der Anteil der Personen, die keinen Bedarf an entsprechenden Veranstaltungen haben, mit 25,4 % größer als 2014/15. Damals lag dieser Anteil bei 16,6 %. Nach den Ergebnissen der beiden Befragungen sind die Eltern aktuell aber besser über die Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt informiert als dies vor acht Jahren der Fall war. 2014/15 geben 38,6 % der Befragten an, dass sie keine Informationen haben, 2022 nennen den Grund „Ich hätte Interesse, kenne aber keine Angebote.“ nur 19,8 %. Allerdings hat 2022 im Vergleich zu 2014/15 die Zustimmung zur Aussage „Ich erfahre rechtzeitig von den Veranstaltungen.“ deutlich abgenommen. Während in der Vergangenheit noch knapp die Hälfte der Befragten (eher) zugestimmt hat, sind dies aktuell nur noch knapp ein Drittel der Befragten. Eine mögliche Interpretation dieses Ergebnisses ist, dass Familienbildungsangebote

allgemein zwar bekannter geworden sind, die Informationen über konkret stattfindende Veranstaltungen die Eltern aktuell aber schlechter erreichen als vor acht Jahren.

Die Informationsquellen für Familienbildungsangebote wurden 2022 ausführlicher abgefragt als 2014/15. Es zeigt sich aber, dass Empfehlungen von anderen Personen in beiden Befragungen die wichtigste Informationsquelle waren, wenn auch 2022 mit 58,1 % der Anteil der Personen, die dies angeben, deutlich höher ist als 2014/15 mit 44,8 %. Flyer und Plakate haben demgegenüber tendenziell etwas an Bedeutung verloren. Die Nutzung des Internets als Informationsquelle ist konstant geblieben. Arzt- und Hebammenpraxen wurden 2014/15 ebenso wie Kindertageseinrichtungen und Schulen nicht als eigene Kategorien abgefragt, wurden aber von relativ vielen Eltern in der Freitexteingabe genannt.

Interessant ist zudem, ob sich die Themenwünsche der Eltern aus der Befragung von 2014/15 im aktuellen Angebot der Anbieter widerspiegeln. Auch hier ist der Vergleich nur eingeschränkt möglich, da die Themenwünsche 2014/15 im Rahmen einer offenen Frage erfasst wurden, das Angebot in der aktuellen Studie aber mit einer geschlossenen Frage. Es zeigt sich dennoch, dass sich die Wünsche der Eltern aus den Jahren 2014/15 zum Teil gut im aktuellen Angebot der Familienbildungsträger im Landkreis Eichstätt wiederfinden. So war etwa das Thema „Erziehung“ in der vergangenen Studie der wichtigste Wunsch der Eltern und Angebote zum Thema „Erziehungskompetenz“ werden von den Anbietern aktuell sowohl am häufigsten angeboten als auch geplant. Austausch und Begegnung zwischen Familien wurde zwar nicht als Themenwunsch erfasst, aber von vielen Eltern 2014/15 als Teilnahmegrund genannt. Dies ist aktuell das am zweithäufigsten angebotene und geplante Thema von Seiten der Anbieter. Häufig gewünscht wurde 2014/15 auch das Thema „Umgang mit (neuen) Medien“, welches aktuell ebenfalls viele Anbieter angeben. Ähnliches gilt für die Entwicklung des Kindes und den Bereich Schule. Andere Themenwünsche aus den Jahren 2014/15 spiegeln sich demgegenüber weniger deutlich im aktuellen Themenrepertoire wider. Viele Eltern äußerten 2014/15 auch den Themenwunsch Gesundheit (inklusive Ernährung). In der Rangliste der aktuell angebotenen Themen belegen diese beiden Punkte aber nur die Plätze 10 und 12 (s. auch Abschnitt 4.5).

7. Fazit und Ausblick

Zum Abschluss des Berichts werden zunächst die zentralen Ergebnisse der Anbieter- und Elternbefragung zusammengefasst. Aufbauend auf den Umfrageergebnissen werden im Anschluss Handlungsempfehlungen entwickelt und dargestellt. Am Ende folgt ein abschließendes Fazit.

7.1. Zusammenfassung der zentralen Umfrageergebnisse

Die vorliegende Studie zur Familienbildung hat zum Ziel, den Status quo der Familienbildung im Landkreis Eichstätt zu erfassen und Potenziale für die Weiterentwicklung dieser Angebote aufzuzeigen. Ein bedarfsorientiertes Angebot an Familienbildungsmaßnahmen trägt zur Steigerung der Familienfreundlichkeit bei, was nicht zuletzt auch ein wichtiger Standortfaktor auf kommunaler Ebene ist.

Die Analyse der Familienbildung im Landkreis Eichstätt basiert dabei auf zwei Befragungen. Die Erfassung des Bestands an familienbildenden Angeboten fand im Rahmen einer Anbieterbefragung von Einrichtungen, die aufgrund ihrer Ausrichtung Familienbildungsangebote durchführen könnten, statt. Die Nutzung dieser Angebote und die Bedarfe und Wünsche der Eltern wurden durch die Befragung von Eltern minderjähriger Kinder mit Wohnsitz im Landkreis Eichstätt erfasst.

Insgesamt konnte mit 78 auswertbaren Antworten aus der Anbieterbefragung und 5.633 ausgefüllten Fragebögen bei der Elternbefragung ein sehr hoher Rücklauf erzielt werden. Diese Daten bilden eine hervorragende Grundlage für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Eichstätt. Aufgrund des hohen Rücklaufs bei der Elternbefragung ist zudem bei vielen Punkten eine regionale Betrachtung der Ergebnisse möglich. Dies ist gerade für einen Flächenlandkreis wie Eichstätt wichtig.

Im Hinblick auf den Bestand an Familienbildungsangeboten lässt sich zusammenfassen, dass sich das Angebot im Landkreis Eichstätt bereits vielfältig gestaltet und von einem vergleichsweise hohen Anteil der befragten Eltern wahrgenommen wird. Die am häufigsten angebotenen Themen der Familienbildungsangebote sind Erziehungskompetenz, Austausch und Begegnung zwischen Familien sowie der Übergang vom Kindergarten zur Grundschule. Diese Themen entsprechen nur zum Teil den Wünschen der Eltern, sodass hier eine Anpassung empfehlenswert ist. Die meisten Angebote sind für Familien mit Vorschulkindern konzipiert, gefolgt von Veranstaltungen für Familien mit Säuglingen oder Kleinkindern. Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt das Angebot ab. Am wenigsten Maßnahmen gibt es für werdende Eltern. Am häufigsten führen die Anbietereinrichtungen Informationsangebote durch. Mit deutlichem Abstand folgt darauf die allgemeine Beratung. Freizeitangebote werden seltener gestellt, nach diesen besteht jedoch von Seiten der Eltern große Nachfrage. Hier bietet sich also eine Anpassung der Angebotsarten an. Hervorzuheben ist aber, dass viele Anbieter Online-Veranstaltungen durchführen und diese auch weiterhin planen. Dieses Format entspricht den Wünschen der Eltern und sollte fortgesetzt werden.

Des Weiteren deuten die Antworten aus der Elternbefragung auf regionale Unterschiede in der Versorgung mit Familienbildungsangeboten hin. In einigen Regionen sind die fehlende Nähe zu Familienbildungsangeboten und die schwere Erreichbarkeit wichtige Hinderungsgründe, die einer Teilnahme an Familienbildung entgegenstehen. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Fahrbereitschaft seit der letzten Studie aus den Jahren 2014/15 deutlich abgenommen hat. In der wohnortnahen Gestaltung von Familienbildungsangeboten besteht also ebenfalls Weiterentwicklungspotenzial.

Insgesamt betrachtet kennen zwei Drittel der Befragten Familienbildungsangebote, weitere 8,0 % sind sich unsicher. Positiv ist dabei, dass mit 85 % die meisten dieser Personen, die Familienbildungsangebote kennen, diese bereits mindestens einmal genutzt haben. Die Studie zeigt aber, dass es deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Familiengruppen gibt. So kennen und nutzen beispielsweise geringqualifizierte Personen, gemischt- oder fremdsprachige Familien und Alleinerziehende die Angebote weniger. Daraus ergibt sich ein Handlungsbedarf hinsichtlich der Erweiterung des Kreises der Nutzerinnen und Nutzer sowie einer Bekanntheitssteigerung von Familienbildung.

Am häufigsten sind von den Eltern dabei Veranstaltungen zu den Themen Schwangerschaft und Geburt, Eltern-Kind-Gruppen, kreative Angebote, Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes und finanzielle und rechtliche Fragen besucht worden. Gewünscht werden vorrangig allerdings Angebote aus den Bereichen Freizeitgestaltung und Umgang mit (neuen) Medien. Dabei zeigt sich, dass sich Angebot und Nachfrage bei vielen Themen recht gut decken, bei anderen Bereichen aber Optimierungsmöglichkeiten vorhanden sind. Zudem wünschen sich spezielle Gruppen an Nutzerinnen und Nutzern wie Alleinerziehende oder Familien, die im Alltag (auch) Fremdsprachen nutzen, andere Themen, die nicht vernachlässigt werden sollten.

Die am häufigsten besuchten Veranstaltungsorte sind Hebammenpraxen und Geburtshäuser, Kirchengemeinden/religiöse Gemeinschaften, private Kursanbieter und Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Von den Eltern wird hier gewünscht, dass mehr Angebote in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und auch online stattfinden, weshalb sich hier Verbesserungsmöglichkeiten ergeben. Schulen und Kindertageseinrichtungen sind zudem auch die am häufigsten gewünschten Informationsquellen aus Elternsicht. Da diese von den Anbietern bisher nicht entsprechend genutzt werden, liegt hier ein Ausbau nahe.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Kosten tendenziell keinen Hinderungsgrund für die Teilnahme an Familienbildungsangeboten darstellen. Vielmehr sind knapp zwei Drittel der befragten Eltern bereit, eine Teilnahmegebühr zu bezahlen. Zu beachten ist dabei, dass Geringqualifizierte, Familien, die im Alltag nicht (nur) Deutsch sprechen und Alleinerziehende eine geringere Zahlungsbereitschaft aufweisen. Deshalb könnte eine Einführung neuer oder eine Erhöhung vorhandener Teilnahmekosten bestimmte Gruppen von dem Besuch von Familienbildungsangeboten abhalten. Die wichtigsten Hinderungsgründe für den Besuch von Familienbildungsveranstaltungen stellen Zeitmangel, fehlender Bedarf und ungünstige Kurs- und Öffnungszeiten dar.

7.2. Handlungsempfehlungen

Aus diesen zentralen Ergebnissen ergeben sich an verschiedenen Stellen Möglichkeiten zur Weiterentwicklung und Verbesserung des Familienbildungsangebots im Landkreis Eichstätt. Die zentralen Handlungsfelder werden in Abbildung 54 dargestellt.

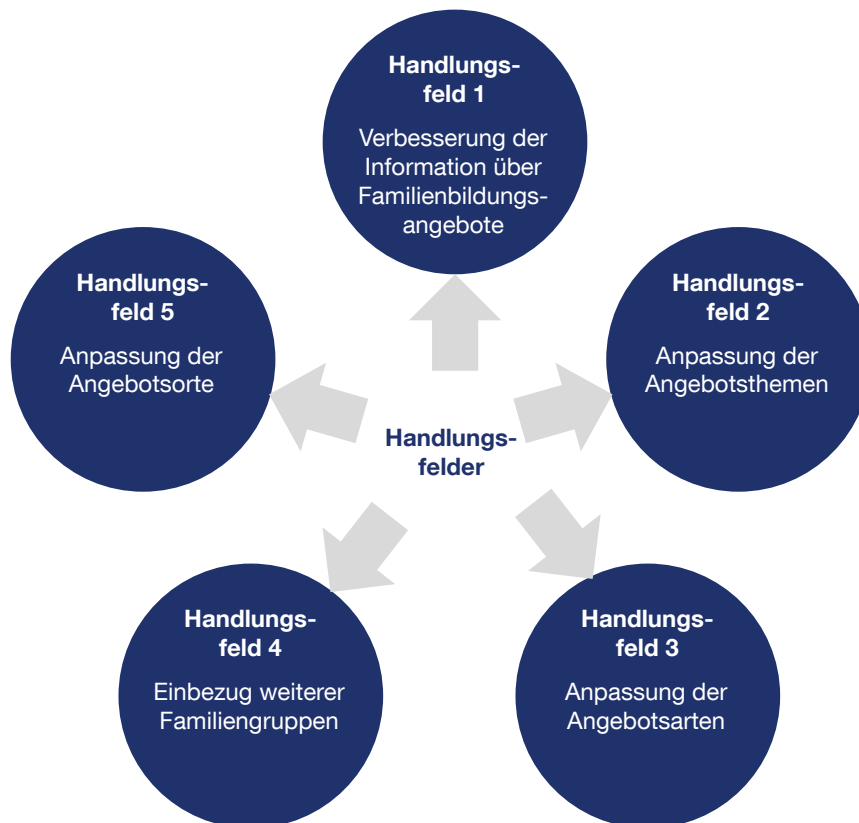


Abbildung 54: Handlungsfelder

Quelle: Eigene Darstellung.

Handlungsfeld 1: Verbesserung der Information über Familienbildungsangebote

Verbesserung der Bekanntheit von Familienbildung allgemein

Positiv hervorzuheben ist an dieser Stelle zunächst, dass Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt dem Großteil der befragten Eltern bekannt sind: Rund zwei Drittel der Eltern kennen Familienbildungsangebote, weitere 8,0 % sind sich hierbei unsicher. Damit ist der Anteil von Personen, denen Familienbildungsangebote nicht bekannt sind, mit rund 25 % vergleichsweise gering. Allerdings zeigt sich, dass die Bekanntheit nicht in allen Elterngruppen gleich ist. So ist ein Zusammenhang mit dem Qualifikationsniveau der Befragten zu erkennen, der sich darin äußert, dass die Bekanntheit der Angebote bei Geringqualifizierten nur bei 30,9 % liegt. Auch zeigt sich, dass gemischt- und fremdsprachige Familien eine deutlich schlechtere Kenntnis dieser Angebote aufweisen als deutschsprachige Familien. Daraus ergibt sich der Handlungsbedarf, speziell diese Gruppen besser zu erreichen und besser über die bestehenden Angebote zu informieren.

Ein Vorteil ist in diesem Zusammenhang, dass durch die Studie im Allgemeinen und die konkrete Teilnahme an der Befragung die Eltern im Landkreis mit dem Thema Familienbildung in Berührung gekommen sind. So sollten die Personen, die vor der Befragung keine Kenntnis über Familienbildung hatten, durch die Umfrage nun informiert worden sein. Diese erfolgte Sensibilisierung kann nun genutzt werden, um die Bekanntheit der Angebote zu steigern.

Erstens empfiehlt es sich hier, die Eltern über die Studienergebnisse zu informieren. Dies ist beispielsweise über die Presse, über die neue FamilienApp des Landkreises Eichstätt und die Homepage des Landratsamts möglich. Auch könnte versucht werden, einen Link zu einer Kurzfassung der Studienergebnisse über die Elterninformationssysteme der Kindertageseinrichtungen und Schulen zu verteilen, da diese Einrichtungen die von den Eltern am häufigsten gewünschten Informationsquellen sind. Zielführend könnte auch die Nutzung der Mitteilungsblätter der Gemeinden und der sozialen Medien, insbesondere von Instagram, sein. Diese Plattform wird gerade von der Altersgruppe der Eltern stark genutzt (die Medienanstalten 2022). Das skizzierte Vorgehen dient dabei nicht nur der Information der Eltern und als Werbung für Familienbildung, sondern es zeigt auch Transparenz und Wertschätzung im Umgang mit den Meinungen und Anliegen der Umfrageteilnehmenden. Sie nehmen dadurch wahr, dass ihre Partizipation eine Wirkung auf die Gestaltung der Familienbildung hat.

Bessere Information über konkrete Familienbildungsveranstaltungen

Obwohl ein relativ hoher Anteil der befragten Eltern Familienbildungsangebote kennt, geben zwei Drittel der Befragten an, dass sie nicht rechtzeitig von konkreten Veranstaltungen erfahren. Deutlich schlechter als im Durchschnitt sind bildungsfernere Personen informiert, ebenso Familien, in denen nicht ausschließlich Deutsch gesprochen wird, und Alleinerziehende. Auch erfahren aktuell viele Personen durch Empfehlungen von anderen von Familienbildungsveranstaltungen.

In der Optimierung der Informationswege liegt damit ein großes Potenzial, mehr Personen und insbesondere auch spezielle Familiengruppen für den Besuch von Familienbildungsveranstaltungen zu gewinnen. Für die Bereitstellung der Information sollten dabei die von den Eltern gewünschten Informationskanäle genutzt werden. Am häufigsten werden hier die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder genannt. Dabei wird es nicht möglich sein, jede einzelne Veranstaltung über die Elterninformationssysteme der Kindertagesstätten und Schulen zu bewerben, aber es könnte zielführend sein, diese Einrichtungen in regelmäßigen Abständen zu bitten, einen digitalen Flyer zu verschicken, der über die FamilienApp des Landkreises informiert und Hinweise auf die nächsten Veranstaltungen enthält. In Kindertagesstätten bietet sich zudem das Aufhängen von Plakaten und das Auslegen von gedruckten Flyern an, da diese regelmäßig von den Eltern betreten werden. Diese Kombination aus digitalen und gedruckten Informationsmedien sollte einerseits die Bekanntheit der Familienbildungsangebote im Landkreis erhöhen und andererseits auch die Bekanntheit und Nutzung der im Oktober 2022 neu eingeführten FamilienApp steigern.

Vor dem Hintergrund der Studienergebnisse ist die Einführung dieser App sehr zu begrüßen, da das Internet und die sozialen Medien von knapp der Hälfte der Befragten als Informationsquelle gewünscht werden. Für den Erfolg dieser App muss für die Zukunft sichergestellt werden, dass Anbieter von Familienbildung ihre Veranstaltungen auch in die App einstellen und diese als Informationsmittel nutzen, ähnlich wie aktuell ihre Informationsportale (s. Abbildung 25). Aktuell (Dezember 2022) scheint die Nutzung noch ausbaufähig, da in der App nur zwischen 21 verschiedenen Veranstaltern gewählt werden kann. Dieser Wert erscheint im Vergleich zu den 46 Anbietern, die im Rahmen dieser Befragung angegeben haben, dass sie Familienbildungsveranstaltungen durchführen, niedrig. Sicherlich sind unter den befragten Einrichtungen Anbieter, die ihre Angebote nur an einen geschlossenen Personenkreis (z. B. die Eltern der in der Einrichtung betreuten Kinder) richten und diese nicht öffentlich bekannt geben möchten. Da aber nicht alle kontaktierten Einrichtungen an der Umfrage teilgenommen haben, ist die tatsächliche Zahl an Familienbildungsanbietern im Landkreis sicherlich deutlich höher als die erfassten 46 Anbieter.¹¹ Können diese zukünftig für die Nutzung der App gewonnen werden, könnte dies die Attraktivität der FamilienApp steigern. Eine mögliche Weiterentwicklung der FamilienApp wäre zudem, die Plattform zusätzlich auch in den sozialen Medien, vor allem auf Instagram zu verankern. Instagram nimmt in vielen Bereichen eine immer zentralere Rolle ein und wird von immer mehr Eltern genutzt. Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass viele Eltern bei „sonstigen gewünschten Informationsquellen“ per Newsletter bzw. generell per E-Mail angeben. In der Einrichtung eines solchen Newsletters zentral für den gesamten Landkreis liegt also ebenfalls Potenzial. Idealerweise können die Eltern dabei auswählen, über welche Angebote (z. B. nach Themen, Alter des Kindes und Veranstaltungsorten) sie informiert werden möchten. Wenn es technisch umsetzbar ist, könnte es sinnvoll sein, diese Newsletter-Funktion mit der FamilienApp zu kombinieren.

Nicht zu vernachlässigen als Informationsmittel sind zudem die Mitteilungsblätter der Gemeinden. Diese werden von Eltern nach Bildungs- und Betreuungseinrichtungen am zweithäufigsten als Informationsquellen gewünscht. Eine Möglichkeit könnte hier sein, wie bereits weiter oben bei den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen dargestellt, den Redaktionen dieser Mitteilungsblätter in regelmäßigem Abstand Informationen über Familienbildungsangebote und auch die FamilienApp zur Verfügung zu stellen, die dann in die Mitteilungsblätter integriert werden können.

Aushänge, Plakate und Flyer sollten weiterhin als Werbemittel eingesetzt werden. Sinnvoll ist die Verwendung dieser Werbemittel vor allem an von Familien häufig frequentierten Orten wie den bereits genannten Betreuungseinrichtungen, aber auch Arztpraxen, Beratungsstellen oder Büchereien. Ebenso bieten sich Geschäfte, die Eltern regelmäßig besuchen, wie Spielzeuggeschäfte oder Drogeriemärkte, als Werbeorte an.

¹¹ Zusätzlich sind in der Befragung 13 Einrichtungen unsicher, ob ihre Angebote zur Familienbildung gehören. Wahrscheinlich führt von diesen ein gewisser Anteil Familienbildungsangebote durch. Dies unterstreicht die Vermutung, dass noch nicht alle Anbieter von Familienbildung die FamilienApp nutzen.

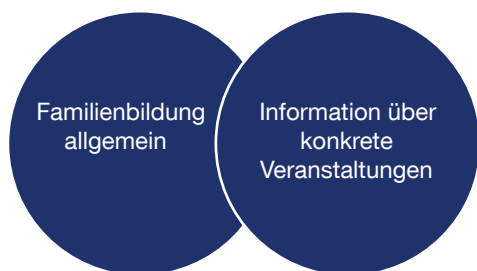


Abbildung 55: Felder der Bekanntheitssteigerung

Quelle: Eigene Darstellung.

Handlungsfeld 2: Anpassung der Angebotsthemen

Beim Vergleich der Angaben der Anbieter und Eltern hinsichtlich der Themen der Familienbildungsangebote zeigt sich in vielen Bereichen bereits eine gute Passung, bei anderen Themenfeldern eröffnet sich hingegen ein Weiterentwicklungspotenzial.

So werden beispielsweise Mutter- bzw. Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs von Eltern häufig besucht und auch von vielen Anbietern angeboten. Ferner stimmen die Wünsche der Eltern u. a. beim Umgang mit (neuen) Medien, bei der Entwicklung des Kindes, beim Umgang mit Problemen und Konflikten sowie bei schulischen Fragen und Schulproblemen gut mit den Planungen der Anbieter überein. Bei diesen Themen sollte der eingeschlagene Kurs also fortgesetzt werden.

In anderen Themenbereichen zeigt die Gegenüberstellung der Elternwünsche mit den Planungen der Anbieter, dass eine Anpassung des Angebots sinnvoll wäre. Zunächst sind hier kreative Angebote aus dem künstlerischen und musischen Bereich zu nennen. Diese finden sich zwar unter den von den Eltern oft besuchten Veranstaltungen und werden auch bereits häufig von den Anbietern durchgeführt und geplant, gleichzeitig besteht von Seiten der Eltern hier eine sehr starke Nachfrage. Aus diesem Grund bietet sich für kreative Angebote ein noch stärkerer Ausbau an.

Noch wichtiger ist ein solcher Ausbau beim Thema „Freizeitgestaltung in/mit der Familie“. Dieses wird von den Eltern aktuell am stärksten gewünscht, findet sich bei den Plänen der Anbieter aber eher im Mittelfeld. Infolgedessen ist ein deutlicherer Ausbau naheliegend. Ähnliches gilt für das Themenfeld „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“. Dieses findet sich unter den Top 5-Elternwünschen, wird aber nur von wenigen Anbietern durchgeführt und von noch weniger Anbietern geplant. Hier sollte ein Kurswechsel stattfinden und eine Erweiterung des Angebots umgesetzt werden.

Eine starke Diskrepanz zwischen Elternwunsch und Anbieterplanung scheint auch bei Veranstaltungen im Bereich „Berufliche Orientierung der Jugendlichen“ zu bestehen. Dieser liegt im Mittelfeld der Elternwünsche, aber eher am Ende der Anbieterplanungen. Hier ist also ebenfalls ein Ausbau empfehlenswert. Umso wichtiger ist dies, da sich für dieses Thema insbesondere bildungsfernere Personen und Familien, in denen nicht nur Deutsch gesprochen wird, interessieren. Deshalb ist ein Ausbau dieses Themas auch vor dem Hintergrund einer Zielgruppenerweiterung (s. auch Handlungsfeld 4) wichtig. Ähnliches, wenn auch auf niedrigerem Niveau, gilt für finanzielle und rechtliche Fragen. Angebote zu diesem Thema werden von keinem der Anbieter geplant, sind aber insbesondere für weniger qualifizierte Eltern und für Alleinerziehende von Bedeutung. Aus diesem Grund sollte das Angebot hier nicht eingestellt werden.

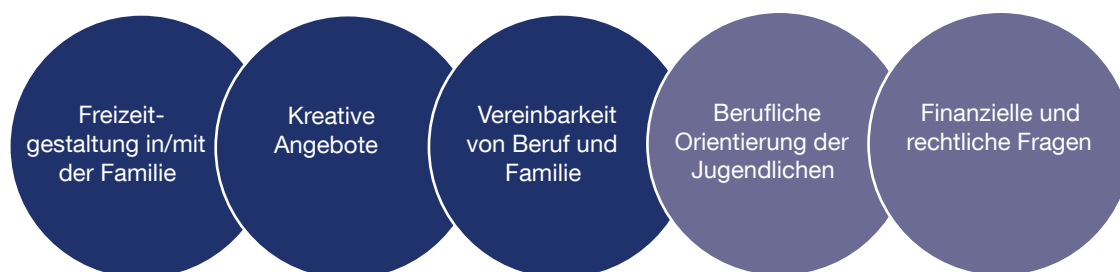


Abbildung 56: Angebotsthemen mit Ausbaubedarf

Quelle: Eigene Darstellung.

Hinweis: Dunkelblau eingefärbt sind die Themen, bei denen ein deutlicher Ausbau empfehlenswert ist; hellblau sind die Themen, die insbesondere für spezielle Zielgruppen interessant sind und deshalb ebenfalls ausgebaut werden sollten.

In anderen Themenbereichen übersteigen die Planungen der Anbieter nach den Ergebnissen dieser Studie die Elternwünsche. Für manche dieser Themen, etwa Ernährung, Erziehungskompetenz und Eltern-Kind-Gruppen ist die Aussagekraft unserer Stichprobe aufgrund der Altersstruktur der Kinder eingeschränkt, weshalb zu diesen Bereichen keine Empfehlungen gemacht werden können. Auffällig ist aber, dass der Bereich „Austausch und Begegnung zwischen Familien“ für die Anbieter sehr wichtig ist, aber von den Eltern nicht in gleichem Maße nachgefragt wird. Da aber insbesondere Familien, die (auch) in Fremdsprachen kommunizieren, diesen Austausch wünschen, sollte im Sinne einer Zielgruppenerweiterung (s. auch Handlungsfeld 4) der eingeschlagene Weg fortgeführt werden.

Handlungsfeld 3: Anpassung der Angebotsarten

Entsprechend den Themenvorstellungen wünschen sich die Eltern bei der Veranstaltungsart an erster Stelle mehr Freizeitangebote. Als zweithäufigster Wunsch werden Informationsangebote genannt, gefolgt von Online-Kursen und Online-Informationsveranstaltungen. Betrachtet man demgegenüber die Pläne der Anbieter, zeigt sich, dass zwar Informationsangebote am häufigsten stattfinden und geplant werden, Freizeit- und Online-Angebote aber nicht zu den wichtigsten Veranstaltungsarten aus Anbietersicht gehören. Auf Basis dieses Vergleichs empfiehlt es sich also, mehr Freizeitangebote anzubieten und bei den Online-Angeboten insbesondere die Online-Kurse und -seminare auszubauen. Online-Angebote haben zudem den Vorteil, dass diese insbesondere auch für alleinerziehende Personen interessant sind. Da bei dieser Personengruppe ungünstige Kurs- und Öffnungszeiten ein häufiger Hinderungsgrund sind, ist es sehr vorteilhaft, wenn sie durch Online-Angebote erreicht werden können.

Im Sinne einer Einbeziehung weiterer Familiengruppen (s. auch Handlungsfeld 4), ist es zudem empfehlenswert, an dem geplanten Ausbau von offenen Treffpunkten festzuhalten. Diese sind zwar im Durchschnitt eher weniger gewünscht, werden aber von bestimmten Familiengruppen häufig genannt. So sind sie vorrangig für gemischt- und fremdsprachige Familien wichtig, ebenso für geringqualifizierte Personen und für Alleinerziehende. Ähnliches gilt für Gruppentreffen, sodass auch bei diesen der eingeschlagene Kurs fortgesetzt werden sollte.

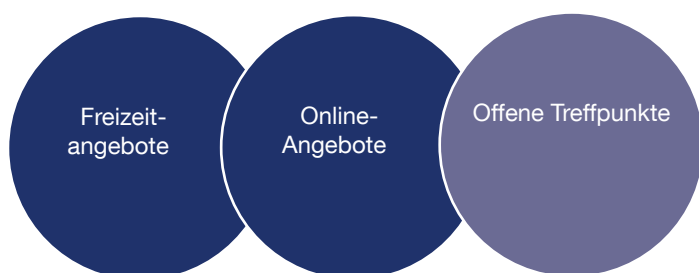


Abbildung 57: Angebotsarten mit Ausbaubedarf

Quelle: Eigene Darstellung.

Hinweis: Dunkelblau eingefärbt sind die Angebotsarten, bei denen ein deutlicher Ausbau empfehlenswert ist; hellblau ist eine Angebotsart, die insbesondere für bestimmte Zielgruppen relevant ist und deshalb ebenfalls ausgebaut werden sollte.

Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen

Die Auswertungen der Kenntnis und des Nutzungsverhaltens von Familienbildungsangeboten haben gezeigt, dass bestimmte Familiengruppen weniger von den Angeboten erreicht werden. Deshalb sollte bei der Weiterentwicklung der Konzeption darauf Bezug genommen werden, wie die Bekanntheit und Nutzung von Familienbildungsangeboten unter diesen Elterngruppen erhöht werden kann. So wurde bereits im Handlungsfeld 1 gezeigt, dass die Angebote bekannter unter Eltern sind, die hochqualifiziert sind, im Alltag nur Deutsch sprechen und mit dem anderen Elternteil in einem Haushalt leben. Daraus ergibt sich, dass niedrigqualifizierte Befragte, Familien mit Migrationshintergrund und Alleinerziehende zukünftig stärker angesprochen werden sollten.

Um Eltern mit niedrigerem Bildungsgrad und/oder Migrationshintergrund über Familienbildung in Kenntnis zu setzen, könnten Informationsmaterialien, wie Webseiten, Flyer und Plakate, in verschiedenen, im Landkreis Eichstätt häufig gesprochenen Sprachen und in leichter Sprache gestaltet werden. Dies gilt insbesondere auch für die neu konzipierte FamilienApp. Viele Informationen sind hier zwar in mehreren Sprachen verfügbar, allerdings kann die gewünschte Sprache (Stand Januar 2023) nicht auf der Startseite, sondern erst auf untergeordneten Seiten umgestellt werden. Aus diesem Grund ist anzunehmen, dass Personen, die kein Deutsch verstehen, ihre Suche vorzeitig abbrechen. Somit erhalten diese Personen nicht die benötigten Informationen. Die Auswertung der verwendeten Informationswege zeigt, dass gerade Familien, in denen (auch) Fremdsprachen gesprochen werden, und Alleinerziehende das Internet und die sozialen Medien häufig als Informationsquellen in Anspruch nehmen.

Zudem scheint vornehmlich für Familien, die im Alltag nicht nur Deutsch sprechen, eine persönliche und direkte Ansprache zielführend zu sein, um sie über die Angebote zu informieren. Dabei sind vor allem Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Beratungsstellen und die dezentrale Information in den verschiedenen Gemeinden wichtig. Darüber hinaus geht aus der Befragung hervor, dass möglichst niedrigschwellige Veranstaltungsarten

wichtig sind. Dazu zählen offene Treffpunkte wie Eltern-Cafés, aber auch Eltern-Kind-Gruppen und Freizeitangebote. Außerdem sollten Angebote zu Themen, die diesen Familiengruppen besonders wichtig sind, stattfinden. Dazu zählen u. a. die berufliche Bildung von Jugendlichen und der Gesundheitsbereich.

Wie bereits mehrfach erwähnt, ist für Alleinerziehende der wichtigste Hinderungsgrund „Ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten“. Aus diesem Grund sollten weiterhin, auch nach dem Abklingen der Corona-Pandemie, Online-Informationsveranstaltungen und -kurse stattfinden. Zudem könnte das Angebot einer Kinderbetreuung bei Veranstaltungen gerade die Teilnahme von Alleinerziehenden ermöglichen.

Die Anbieterbefragung hat gezeigt, dass der Fokus der Familienbildungsangebote auf Vorschul-, Klein- und Grundschulkindern liegt. Um vermehrt Eltern mit Teenagern einzubeziehen, könnten Angebote zu den Themen berufliche Bildung, schulische Fragen und Jugendliche/Pubertät vermehrt angeboten und beworben werden.

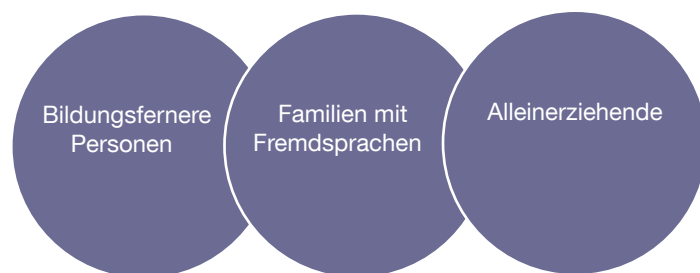


Abbildung 58: Familiengruppen mit speziellen Anforderungen

Quelle: Eigene Darstellung.

Handlungsfeld 5: Anpassung der Angebotsorte, wohnortnahe Gestaltung der Angebote und Vernetzung der Anbieter

Im Kontext der Elternbefragung zeigt sich eine deutliche Diskrepanz zwischen den bisher besuchten Veranstaltungsorten und den Ortswünschen, an denen Familienbildungsangebote aus Elternsicht idealerweise stattfinden sollten. Aus diesem Grund liegt in der Anpassung der Veranstaltungsorte ein zentrales Weiterentwicklungspotenzial. So weisen die Ergebnisse daraufhin, dass sich Eltern mit Schulen und Kindertageseinrichtungen vor allem an Veranstaltungsorten Angebote wünschen, die sie aus ihrem alltäglichen Leben kennen. Der Besuch dieser Orte erfordert wenig Mehraufwand, da sie den Eltern bereits gut bekannt sind. Wichtig ist dabei zudem, dass sie oft wohnortnah gelegen sind. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund bedeutsam, dass die Fahrbereitschaft zu Familienbildungsangeboten seit der letzten Studie aus den Jahren 2014/15 deutlich gesunken ist. So geben über 40 % der Befragten aktuell an, dass sie nur Angebote, die am Wohnort oder in bis zu 10 km Entfernung stattfinden, besuchen würden. Außerdem sehen auch viele der befragten Anbieter den Bedarf einer wohnortnäheren Gestaltung der Familienbildung im Landkreis Eichstätt.

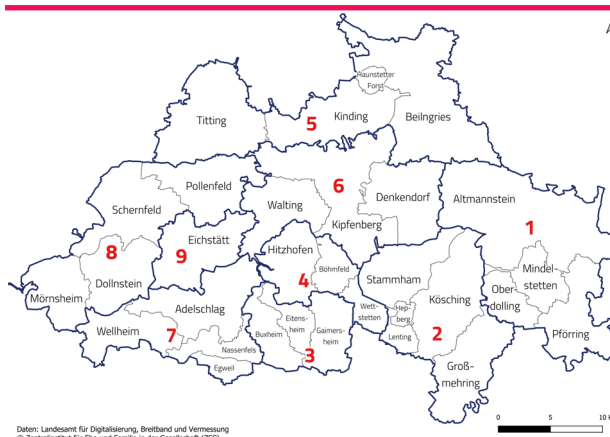
Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sollten deshalb verstärkt für die Durchführung von Familienbildungsangeboten genutzt werden. Dieser Ausbau kann einerseits dadurch erfolgen, dass Fachkräfte, die in diesen Einrichtungen tätig sind, zusätzliche Familienbildungsveranstaltungen anbieten. Andererseits könnten aber auch andere Familienbildungsträger versuchen, diese Räumlichkeiten für eigene Angebote zu nutzen.

Diese Ortswünsche sollten auch bei der Standortwahl für die Einrichtung von Familienstützpunkten bedacht werden. Die Errichtung solcher Stützpunkte ist einerseits durch die Teilnahme des Landkreises Eichstätt am entsprechenden Förderprogramm des Freistaats Bayern vorgesehen und wird andererseits im Zuge der Befragung von mehreren Anbietern explizit gewünscht. Damit diese Stützpunkte von den Eltern gut angenommen werden, scheint es nach den Ergebnissen der Elternbefragung empfehlenswert, diese räumlich eng an bestehende Bildungs- und Betreuungseinrichtungen anzubinden. Generell könnte auch die räumliche Nähe zu Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs oder (Kinder-)Arztpraxen vorteilhaft sein. Zudem empfehlen wir, basierend auf den Studienergebnissen, bei der Standortwahl für diese neuen Anlaufstellen auf eine ausgewogene regionale Verteilung innerhalb des Landkreises zu achten. Dies ist für einen Flächenlandkreis wie Eichstätt im Zusammenspiel mit der zu beobachtenden geringen Fahrbereitschaft der Eltern für die Nutzung dieser Einrichtungen zentral.

In die Planung von Familienstützpunktstandorten sollten aus unserer Sicht zudem vorhandene Bedarfe und Angebotslücken einfließen. Auch wenn die Regionseinteilung für diese Studie nicht auf einer sozialräumlichen Gliederung basiert, sondern rein aus Datenschutzgründen erfolgte, zeigen sich deutliche regionale Unterschiede in der Erreichbarkeit und Kenntnis von Familienbildungsangeboten. So werden von Personen mit Wohnsitz in Region 1, welche die Gemeinden Altmannstein, Mindelstetten, Oberdolling und Pförring umfasst, Familienbildungsangebote als besonders schlecht erreichbar eingestuft. In dieser Region wird zudem vergleichsweise häufig ein Mangel an Angeboten in der Nähe ausgedrückt und das Wissen über die Anlaufstellen, die im Landkreis bei Erziehungsfragen kontaktiert werden können, ist besonders gering. Darüberhinaus planen in Region 1 anteilsmäßig am wenigsten Personen eine zukünftige Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen, was ebenfalls auf einen regionalen Mangel an Familienbildungsangeboten hinweist. Auch hat nur ein geringer Anteil der Anbieter mit Familienbildungsmaßnahmen

den Sitz in dieser Region. Ein vergleichsweise hoher Anteil des Hinderungsgrunds „Es gibt keine Angebote in meiner Nähe.“ findet sich zudem in Region 6 mit den Gemeinden Walting, Kipfenberg und Denkendorf. Hier ist auch der Anteil der Personen, die angeben, dass sie Interesse an einer Teilnahme hätten, aber keine Angebote kennen, vergleichsweise hoch und die Kenntnis der Anlaufstellen für Erziehungsfragen im Landkreis Eichstätt vergleichsweise gering. In den Regionen 4 und 8 weist die Bevölkerung eine vergleichsweise geringe Fahrbereitschaft auf, woraus gerade auch für diese beiden Regionen ein erhöhter Bedarf an wohnortnahen Angeboten abgeleitet werden kann.

Um eine wohnortnahe Versorgung mit Familienbildungsangeboten im eher dünn besiedelten Landkreis Eichstätt zu gewährleisten, könnte auch über die Schaffung eines mobilen Familienstützpunkts bzw. einer mobilen Ergänzung eines örtlich verankerten Familienstützpunkts nachgedacht werden. Ähnlich den sogenannten „Bollerwagensprechstunden“, die es beispielsweise in der Stadt Augsburg gibt, oder dem Spielmobil des Kreisjugendrings Eichstätt, könnte dieser mobile Familienstützpunkt die unterschiedlichen Gemeinden im Landkreis in regelmäßigen, gut kommunizierten Abständen anfahren, vor Ort Beratung anbieten und in Zusammenarbeit mit ortsansässigen Familienbildungsanbietern Veranstaltungen organisieren.



Generell ist die Errichtung solcher Familienstützpunkte einerseits aufgrund der Schaffung von Anlaufstellen für Eltern vorteilhaft, andererseits sind diese Stützpunkte auch für die stärkere Vernetzung der Anbieter sinnvoll. Aktuell sind nur knapp 30 % der befragten Einrichtungen Teil eines Netzwerks und die meisten davon sind nicht im gleichen Netzwerk. Die dargestellten Handlungsempfehlungen sind aber leichter umzusetzen, wenn diese Optimierung gemeinsam in Netzwerken erfolgt. Eine engere Zusammenarbeit der Familienbildungsanbieter in den Regionen ist dabei nicht als Konkurrenz zu sehen, sondern bietet vielfältige Möglichkeiten. Beispielsweise ist hier die bessere Bekanntmachung der Angebote zu nennen. Auch kann sich durch eine engere Abstimmung der Einrichtungen ein bedarfsgerechteres Angebot realisieren lassen, da Über- oder Unterangebote leichter erkannt werden.

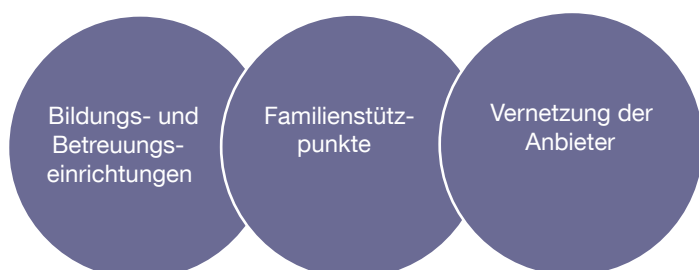


Abbildung 59: Felder für die Anpassung der Familienbildungsorte

Quelle: Eigene Darstellung.

7.3. Ausblick

Abschließend lässt sich feststellen, dass sich die Ergebnisse der Umfrage hinsichtlich der Kenntnis, dem Nutzungsverhalten und den Themenwünschen stark zwischen verschiedenen Elterngruppen unterscheiden. Wichtige Kennzeichen dieser Gruppen sind dabei etwa die in den Familien gesprochenen Sprachen, das Bildungsniveau der befragten Person und die Familienform. Zudem unterscheiden sich die Ergebnisse im Flächenlandkreis Eichstätt auch regional. Dies zeigt, dass eine zielgruppengerechte Gestaltung der Familienbildungsangebote notwendig ist, um den unterschiedlichen Wünschen und Bedarfen gerecht zu werden.

Die Ergebnisse verdeutlichen aber auch, dass die Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt bereits jetzt von vielen Eltern genutzt werden und von daher eine wertvolle Unterstützung bei der Bewältigung der alltäglichen Herausforderungen sind. Dies ist vor dem Hintergrund der aktuellen Krisen umso wichtiger. Deshalb ist es sinnvoll, die Familienbildung im Landkreis Eichstätt zielgruppenspezifisch auszubauen, auf wirkungsvolle Informationskanäle zu achten und niedrigschwellige Veranstaltungsorte einzubeziehen. Eine noch bessere Vernetzung der Familienbildungsträger kann helfen, diese Optimierungen umzusetzen. So können Familienbildungsmaßnahmen auch zukünftig den Eltern eine Stütze im Alltag sein und dadurch zu einer funktionierenden Gesellschaft beitragen.

Literaturverzeichnis

Bayerisches Landesamt für Statistik (2021): Statistik kommunal 2020: Landkreis Eichstätt 09 176. Eine Auswahl wichtiger statistischer Daten. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth.

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

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

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022c): Tabelle 12411-005z: Bevölkerung: Kreis, Geschlecht, Nationalität, Stichtage. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth, zuletzt geprüft am 06.12.2022.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022d): Tabelle 12411-006z: Bevölkerung: Kreis, Altersgruppen (16)/Altersgruppen(17), Geschlecht/Nationalität, Stichtage. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth, zuletzt geprüft am 19.12.2022.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2022e): Tabelle 12612-003z: Lebendgeborene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2023a): Tabelle 21111-104s: Statistik der allgemein bildenden Schulen. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth, zuletzt geprüft am 30.01.2023.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2023b): Tabelle 22541-002z: Statistik der Jugendhilfe, Tageseinrichtungen für Kinder. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth, zuletzt geprüft am 30.01.2023.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2023c): Tabelle 22543-001z: Statistik der Kinder und tätigen Personen in öffentlich geförderter Kindertagespflege. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth, zuletzt geprüft am 30.01.2023.

Bundeszentrale für politische Bildung (2022a): Familienhaushalte nach Ländern und Familienform. In: Bundeszentrale für politische Bildung, 12.01.2022. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61600/familienhaushalte-nach-laendern-und-familienform/>, zuletzt geprüft am 29.11.2022.

Bundeszentrale für politische Bildung (2022b): Familienhaushalte nach Zahl der Kinder. In: Bundeszentrale für politische Bildung, 12.01.2022. Online verfügbar unter <https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61597/familienhaushalte-nach-zahl-der-kinder/>, zuletzt geprüft am 29.11.2022.

die medienanstalten (2022): Anteil der befragten Instagram-Nutzer nach Altersgruppen in Deutschland im Jahr 2022. Hg. v. Statista. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1341875/umfrage/alter-von-instagram-nutzern-in-deutschland/>, zuletzt geprüft am 20.12.2022.

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

Kunze, Susann (2015): Evaluation der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt. 2014/15. Hg. v. Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG). Online verfügbar unter https://www.ku.de/fileadmin/190803/Projektbericht_Familienbildung_Eichstaett_2015.pdf, zuletzt geprüft am 07.12.2022.

Landkreis Eichstätt (2022a): Einwohnerzahlen. Eichstätt. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-eichstaett.de/landkreis-im-ueberblick/unser-landkreis/einwohnerzahlen/>, zuletzt geprüft am 02.03.2022.

Landkreis Eichstätt (2022b): Gemeinden im Landkreis Eichstätt. Eichstätt. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-eichstaett.de/landkreis-im-ueberblick/gemeinden/>, zuletzt geprüft am 02.03.2022.

Landkreis Eichstätt (2022c): Geographische Lage. Eichstätt. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-eichstaett.de/landkreis-im-ueberblick/unser-landkreis/geographische-lage/>, zuletzt geprüft am 28.02.2022.

Landkreis Eichstätt (2022d): Unser Landkreis. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-eichstaett.de/landkreis-im-ueberblick/unser-landkreis/>, zuletzt geprüft am 28.02.2022.

Landratsamt Eichstätt - Amt für Familie und Jugend (2020): Geschäftsbericht 2020 für das Amt für Familie und Jugend des Landkreises Eichstätt. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB). Hg. v. Landratsamt Eichstätt, Zentrum Bayern Familie und Soziales - Bayerisches Landesjugendamt und GEBIT Münster. Eichstätt.

Landratsamt Eichstätt - Amt für Soziales und Senioren (2020): Integration im Landkreis Eichstätt - Daten, Entwicklung, Projekte. Hg. v. Landratsamt Eichstätt.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2022a): Beschäftigungsquoten (Jahreszahlen und Zeitreihen). Deutschland, Länder, Kreise und Agenturen für Arbeit (Wohnort); Stichtag: 31.12.2021.

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2022b): Frauen und Männer (Monatszahlen). Eichstätt Oktober 2022. Hg. v. Bundesagentur für Arbeit Statistik. Nürnberg (Tabellen).

Statistik der Bundesagentur für Arbeit (2022c): Statistiken nach Regionen. Bund, Länder und Kreise. Online verfügbar unter <https://statistik.arbeitsagentur.de/DE/Navigation/Statistiken/Statistiken-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur-Nav.html>, zuletzt aktualisiert am 20.12.2022, zuletzt geprüft am 20.12.2022.

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

Statistisches Bundesamt (2022): Migration und Integration. Migrationshintergrund. Wiesbaden. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html>, zuletzt geprüft am 03.03.2022.

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

Beteiligte Personen

Projektteam des Landkreises Eichstätt

- Herr Siegmund Hammel (Sachgebietsleiter, Amt für Familie und Jugend)
- Frau Astrid Richter (Koordination Familienbildung, Amt für Familie und Jugend)
- Frau Claudia Treffer (Jugendhilfeplanung, Amt für Familie und Jugend)
- Frau Christine Spiegl (KoKi, Amt für Familie und Jugend)

Projektteam des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Dr. Lisa Hartmann (Projektleitung bis 08/2022, Wiss. Mitarbeiterin)
- Dr. Veronika Hecht (Projektleitung ab 08/2022, Wiss. Mitarbeiterin)
- Jasmin Gotschke, M.Sc. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Barbara Stöcker, M.Sc. (Projektmitarbeiterin bis 10/2022, Wiss. Mitarbeiterin)
- Alexandra Ressel, Dipl.-Päd. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Eva-Maria Vierring (Projektmitarbeiterin, Teamassistentin)
- Studentische Hilfskräfte: Mareike de Latour, Gesa Heppener, Maximilian Tischler; Praktikantin: Liliane Kongawi

Impressum

©2023

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

Mail: zfg@ku.de

Redaktion, Inhalt: Dr. Lisa Hartmann, Dr. Veronika Hecht, ZFG

Layout: Alexandra Hoff-Ressel, ZFG

Bildnachweis Titelseite: Kindergarten Im Bogen, Kösching

Projektverantwortung: Dr. Lisa Hartmann, Dr. Veronika Hecht

Mail: veronika.hecht@ku.de

Tel.: + 49 8421/93-21614