

Forum 5: Eltern unter Druck – (Neue) Herausforderungen für die Familienbildung

Studie zur „Bedarfsermittlung zur Familienbildung in Nürnberg“



Referentin:

Birgit Kurz

Dipl.-Sozialwirtin (Univ.), Geschäftsführerin des **Ifes**

Instituts für empirische Soziologie an der Universität Erlangen-Nürnberg

Agenda

1. Methodisches Vorgehen
2. Zentrale Ergebnisse der telefonischen und persönlichen Befragung von Familien
3. Zentrale Ergebnisse der Experteninterviews
4. Fazit

1. Methodisches Vorgehen

Telefonische Befragung

- 500 Eltern aus einem Datensatz mit 31.776 Telefonnummern aus dem Nürnberger Telefonbuch (RLD-Verfahren)
- Durchgeführt von einem professionellen CATI-Institut

Persönliche Befragung

- 15 russischsprachige Elternteile
- 15 türkischsprachige Elternteile
- 10 bildungsbenachteiligte Elternteile
- Durchgeführt von erfahrenen (muttersprachlichen) Sozialwissenschaftlern

Experteninterviews

- 11 Expertinnen von ausgewählten Nürnberger Bildungsträgern und Organisationen, welche familienbildende Angebote bereitstellen
- Durchgeführt von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Instituts

→ **Die Fragebögen wurden vom Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb) erstellt und vom Ifes erweitert.**

1. Methodisches Vorgehen
2. Zentrale Ergebnisse der telefonischen und persönlichen Befragung von Familien
3. Zentrale Ergebnisse der Experteninterviews
4. Fazit

Telefonische Befragung

76% haben von Angeboten gehört, aber rund **24%** der Befragten haben diese noch nie genutzt.

Häufigste Gründe waren:

- Zeitmangel (**20%**)
- Mangelnder Bedarf (**22%**)
- Mangelnde Anpassung an die individuellen Bedürfnisse (**13%**)
- Sonstige Gründe wie zum Beispiel:
„Ich habe ein Alternativangebot genutzt“ oder
„Ich habe nichts davon gewusst“

Persönliche Befragung

83% haben von Angeboten gehört, aber rund **20%** der Befragten haben diese noch nie genutzt.

Häufigste Gründe waren:

- Fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeit (**10%**)
- Mangelnder Bedarf (**10%**)
- Zeitmangel (**8%**)
- Ungünstige Öffnungs- und Kurszeiten (**5%**)

Telefonische Befragung

Am häufigsten **besucht** wurden Veranstaltungen zu Themen wie

- Schwangerschaft und Geburt (**75%**)
- Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs (**32%**)
- Kindliche Entwicklung (**27%**)

Am häufigsten **erwünscht** waren Veranstaltungen zu Themen wie

- Jugendliche / Pubertät (**72%**)
- Gesundheit (**62%**)
- Erziehung (**61%**)

Persönliche Befragung

Am häufigsten **besucht** wurden Veranstaltungen zu Themen wie

- Schwangerschaft und Geburt (**50%**)
- Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen und -Treffs (**28%**)
- Schulische Fragen (**20%**)

Am häufigsten **erwünscht** waren Veranstaltungen zu Themen wie

- Schule (**65%**)
- Themen für Väter (**35%**)
- Erziehung (**33%**)

Telefonische Befragung

Am häufigsten **besucht** wurden folgende Veranstaltungsorte:

- Pfarr- oder Kirchengemeinden (**29%**)
- Hebammenpraxen oder Geburtshäuser (**28%**)
- Familienbildungsstätten (**20%**)

Am häufigsten **erwünscht** waren Veranstaltungen an folgenden Orten:

- Nachbarschafts- oder Stadtteilzentren (**82%**)
- Kindergärten oder andere Kindertagesstätten (**82%**)
- Familienbildungsstätten (**81%**)

Persönliche Befragung

Am häufigsten **besucht** wurden folgende Veranstaltungsorte:

- Hebammenpraxen oder Geburtshäuser (**30%**)
- Schulen (**20%**)
- Familienbildungsstätten (**13%**)

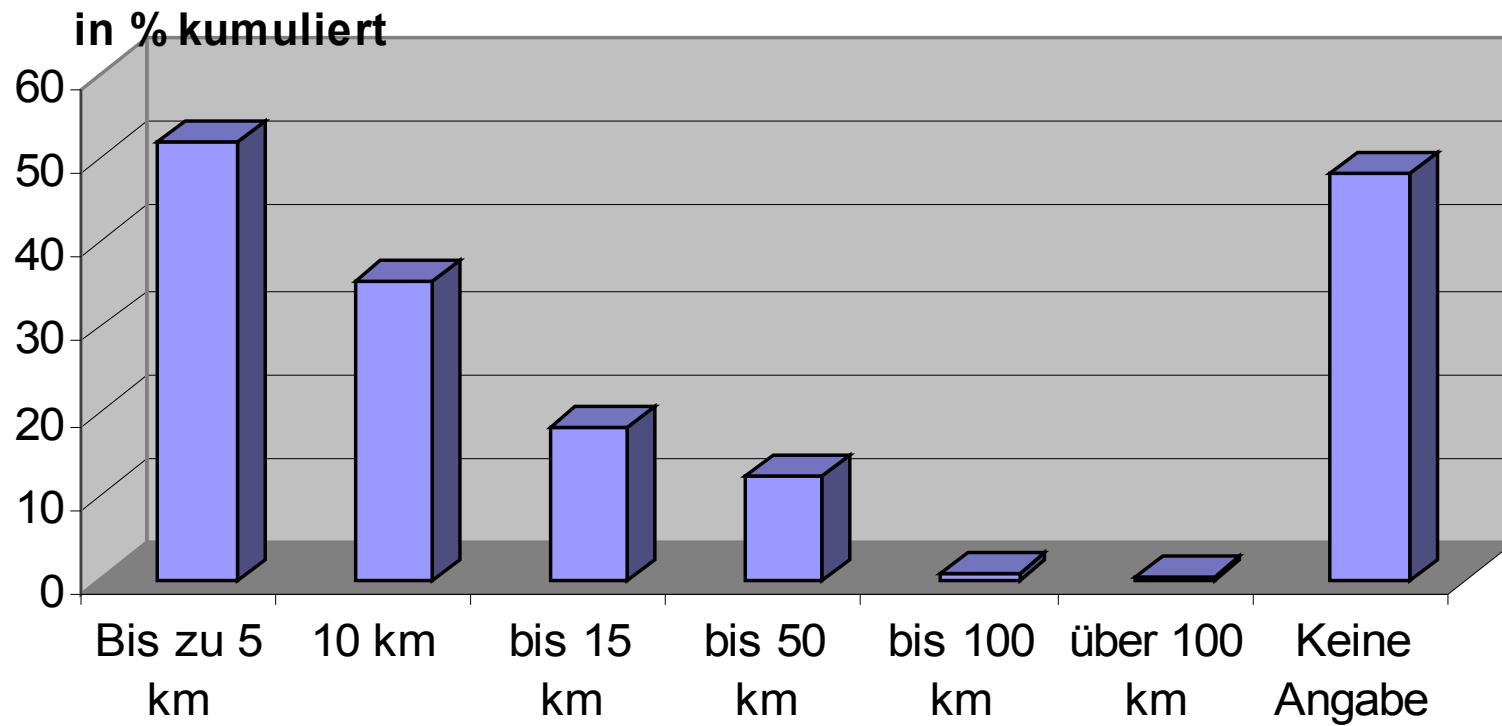
Am häufigsten **erwünscht** waren Veranstaltungen an folgenden Orten:

- Schulen (**60%**)
- Kindergärten oder andere Kindertagesstätten (**48%**)
- Familienbildungsstätten (**35%**)

Welche Entfernung zum Veranstaltungsort wäre für Sie zumutbar?

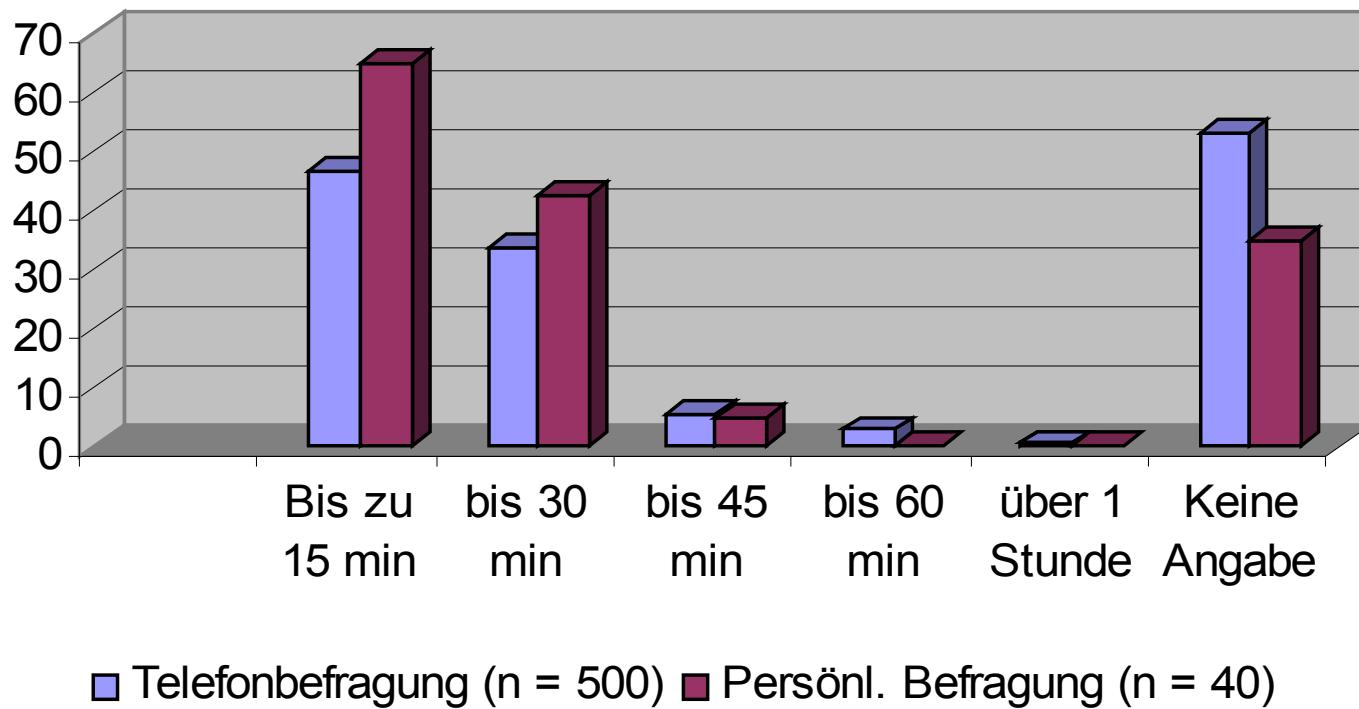
gemessen in Kilometern?

Telefonbefragung (n = 500) in %

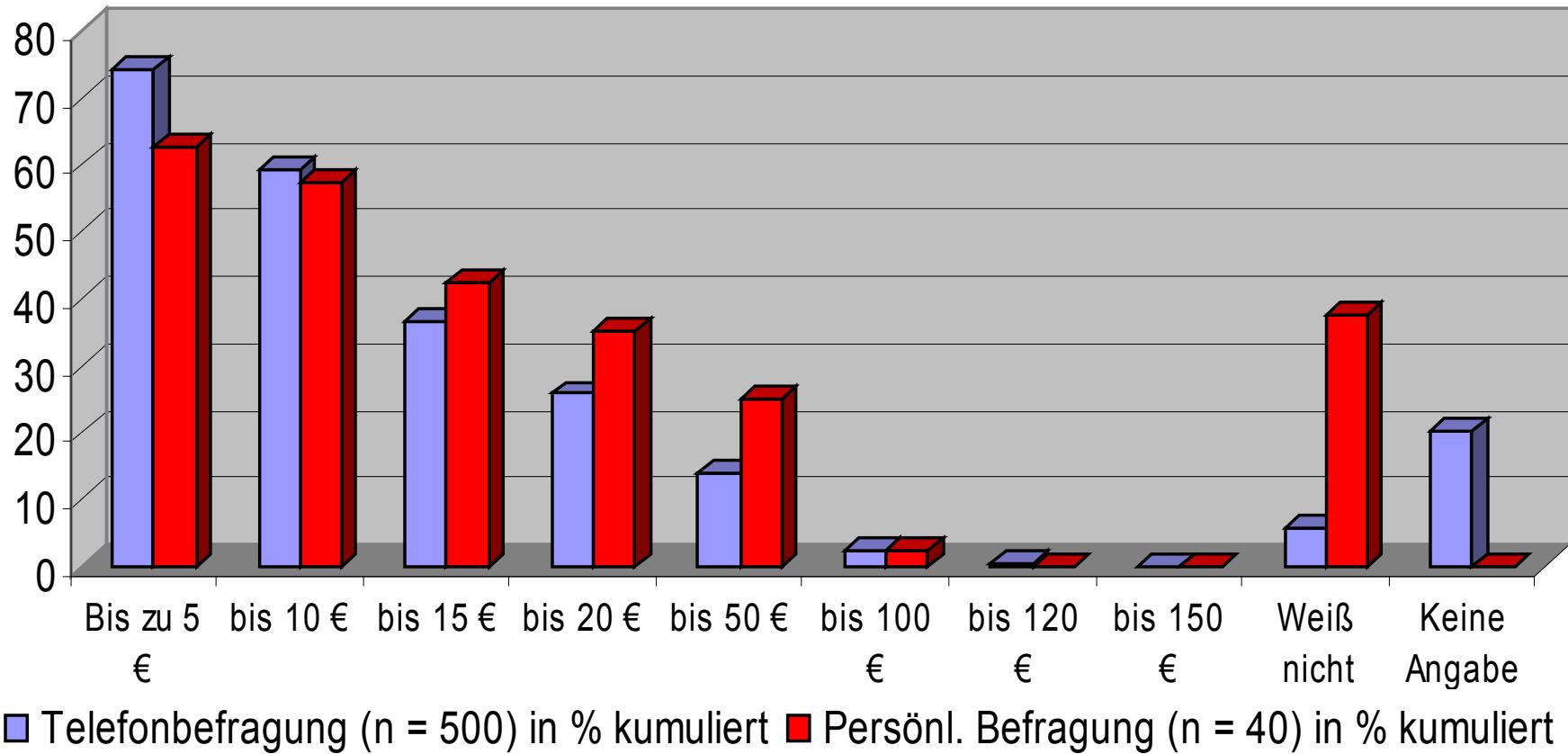


Welche Entfernung zum Veranstaltungsort wäre für Sie zumutbar? ...gemessen in Minuten?

in % kumuliert



Welchen Beitrag wären Sie bereit zu zahlen?



1. Methodisches Vorgehen
2. Zentrale Ergebnisse der telefonischen und persönlichen Befragung von Familien
- 3. Zentrale Ergebnisse der Experteninterviews**
4. Fazit

Die Expertinnen differenzierten *zwischen* und *innerhalb* folgender Gruppen:

- Personen mit Migrationshintergrund
- Bildungsbenachteiligte Personen

→ Viele der angesprochenen Sachverhalte gelten allgemein für alle Zielgruppen.

	Personen mit Migrationshintergrund	Bildungsbenachteiligte Personen
Relevante Themen	<ul style="list-style-type: none">• Umgang mit Institutionen• Rolle der Muttersprache• Differenzen zwischen Herkunftskultur und Kultur in D	<ul style="list-style-type: none">• Lebenspraktische Themen
Ressourcen	<ul style="list-style-type: none">• Kulturelle Vielfalt• Integrationsbereitschaft• Beherrschung einer weiteren Sprache	<ul style="list-style-type: none">• Besondere Offenheit
Schwächen	<ul style="list-style-type: none">• Status- und Heimatverlust• Mangelnde Sprachkompetenz• Missinterpretationen	<ul style="list-style-type: none">• Schwierigkeiten / negative Erfahrungen im Alltag / Bildungssystem• Mangelnde Kenntnis über Angebote

	Personen mit Migrationshintergrund	Bildungsbenachteiligte Personen
Teilnahmebereitschaft abhängig von:	<ul style="list-style-type: none">• Informiertheit• Lebensereignissen• Sprachbeherrschung	<ul style="list-style-type: none">• Bekanntheitsgrad der Angebote / Anbieter• Erreichbarkeit dieser Zielgruppe• Motivation
Profitable Unterstützungsangebote	<ul style="list-style-type: none">• Zweisprachige Erziehung• Austausch mit Anderen• Vorhandensein eines Übersetzers	<ul style="list-style-type: none">• Erziehungsthemen• Schulsystem• Alltagstipps

Vermeidung potenzieller Hürden seitens der Anbieter durch:

- Klare Aufgaben- und Zielformulierung der Kurse
- Vertrauenserweckende, verständnisvolle „Anlaufstelle“ mit ausgedehnten Öffnungszeiten
- Zusicherung und Einhaltung strenger Vertraulichkeit
- Ausreichendes und geeignetes Fachpersonal

Vorteilhafte Art der Angebotspräsentation:

- Vielfältige und differenzierte Präsentation in unterschiedlichen Medien
- Praktische Relevanz der Angebote vermitteln
- Individuelle Betreuung hervorheben
- Neutralität der Einrichtungen betonen

1. Methodisches Vorgehen
2. Zentrale Ergebnisse der telefonischen und persönlichen Befragung von Familien
3. Zentrale Ergebnisse der Experteninterviews
4. Fazit

- Breites Spektrum an Familienbildungsangeboten in Nürnberg
- Verschiedene Veranstaltungen zu Themenbereichen wie Familie, Erziehung und Bildung wurden bereits besucht.
- Weitere Angebote im Bereich Gesundheit sowie den bereits besuchten Veranstaltungen sind erwünscht.
- Die befragten Expertinnen sehen den Umgang mit Institutionen, aber auch „lebenspraktische Fragen“ als relevante Themen der Familienbildung.
- Hindernisse seitens der Anbieter könnten durch eine offene, vertrauenserweckende Atmosphäre und intensivere Öffentlichkeitsarbeit abgebaut werden.
- Personen mit Migrationshintergrund und bildungsbenachteiligte Personen können nicht als eine homogene Gruppe betrachtet werden. Aber auch innerhalb der Gruppen „Personen mit Migrationshintergrund“ und „bildungsbenachteiligte Personen“ gibt es jeweils Unterschiede.

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**



**Institut für empirische Soziologie
an der Friedrich-Alexander-
Universität Erlangen-Nürnberg**

Haben Sie Interesse an unserer Evaluationsforschung?
Sprechen Sie uns an!

**Institut für empirische Soziologie
an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-
Nürnberg (IfeS)**

Marienstraße 2
90 402 Nürnberg
Tel. 0911 - 23 565 30
Fax 0911 – 23 565 50

www.ifes.uni-erlangen.de

Geschäftsführerin: **Birgit Kurz**, Diplom-Sozialwirtin (Univ.)

Tel. 0911 – 23 565 11

Email: birgit.kurz@ifes.uni-erlangen.de

Bereitschaft, sich ehrenamtlich zu engagieren

Einflussfaktoren:

- Finanzielle Situation
- Psychische Situation
- Berufliche Situation
- Familiäre Situation
- Allgemein belastende Lebensumstände
- Inhaltliches Interesse
- Persönliche Faktoren