

## 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**

**I**nstituts **f**ür **e**mpirische **S**oziologie an der Universität Erlangen-Nürnberg

## 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**

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:

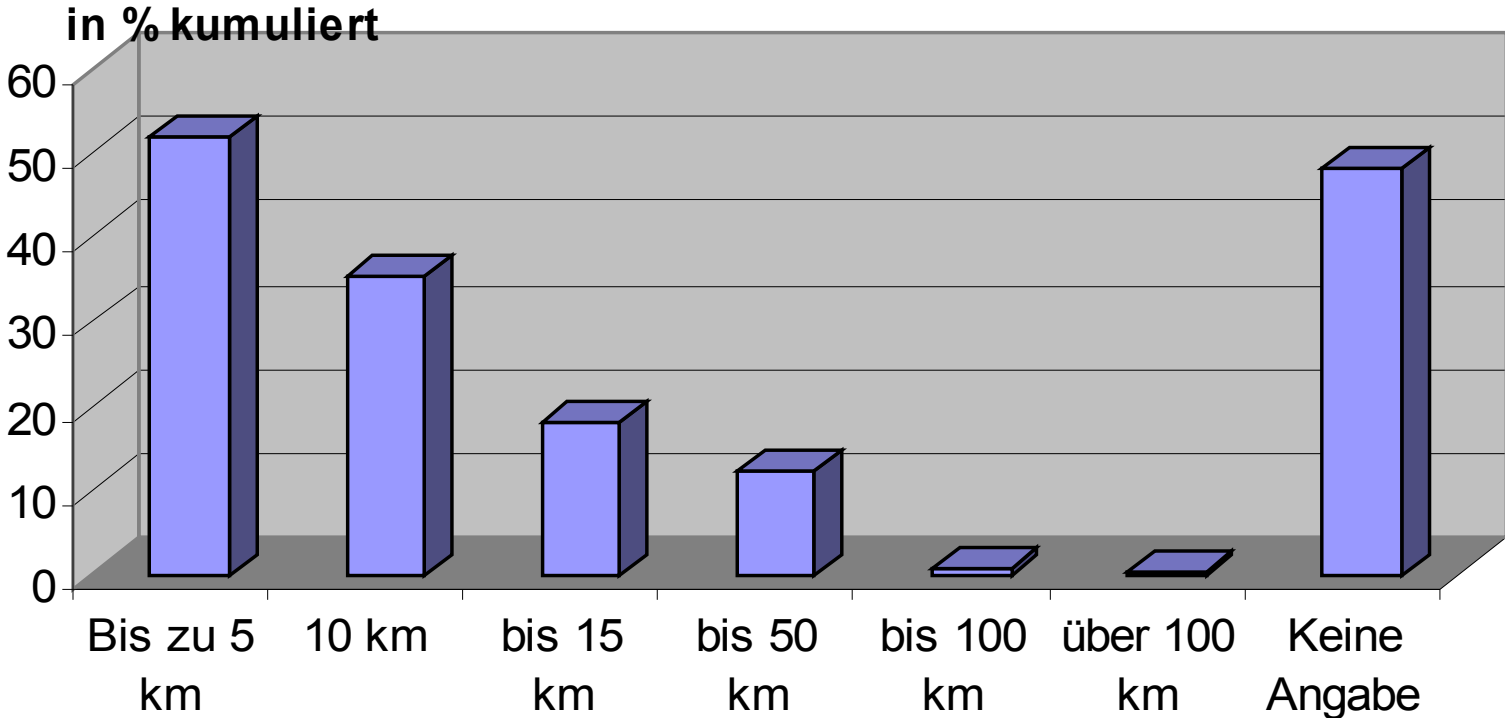
- Schulen **(60%)**
- Kindergärten oder andere Kindertagesstätten **(48%)**
- Familienbildungsstätten **(35%)**

# Ergebnisse: Entfernung zum Veranstaltungsort

## Welche Entfernung zum Veranstaltungsort wäre für Sie zumutbar?

gemessen in Kilometern?

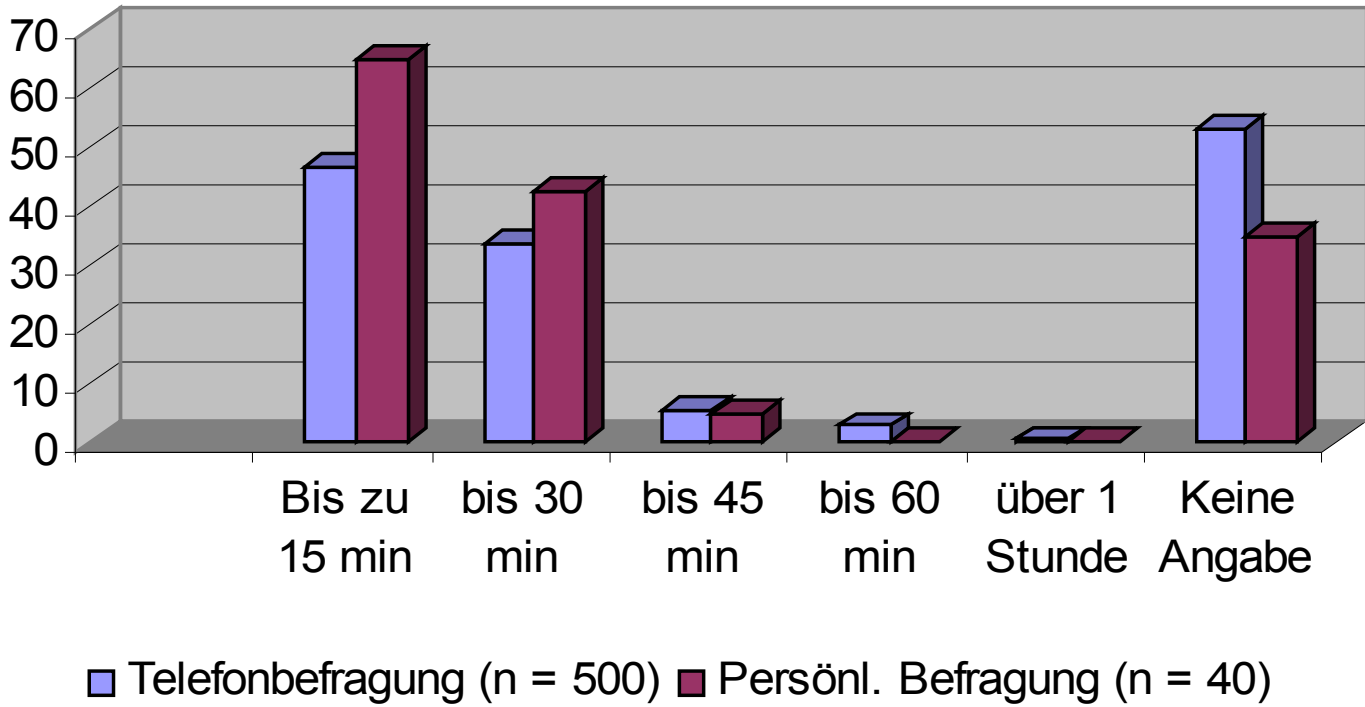
Telefonbefragung (n = 500) in %



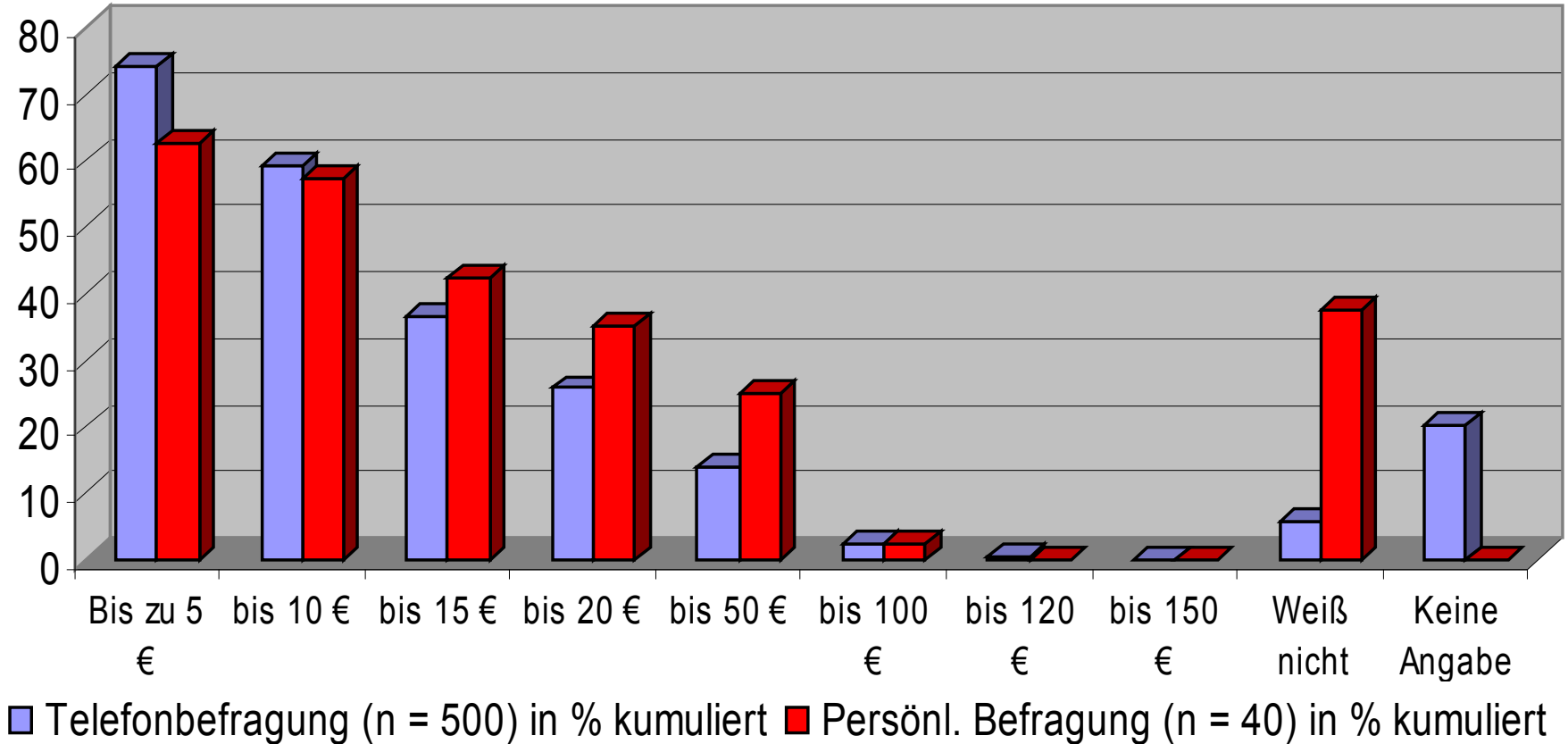


## Welche Entfernung zum Veranstaltungsort wäre für Sie zumutbar? ...gemessen in Minuten?

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.

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

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

### Vermeidung potenzieller Hürden seitens der Anbieter durch:

- Klare Aufgaben- und Zielformulierung der Kurse
- Vertrauens-erweckende, 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, vertrauensserweckende 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](http://www.ifes.uni-erlangen.de)**

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

Tel. 0911 – 23 565 11

Email: [birgit.kurz@ifes.uni-erlangen.de](mailto: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