

The background of the entire page is a photograph of numerous blue and white balloons floating against a bright blue sky with scattered white clouds. The balloons are of various sizes and are tied with strings, some of which have small white tags attached.

FAMILIENBILDUNG AUS SICHT BAYERISCHER MÜTTER UND VÄTER

Ergebnisse der dritten ifb-Elternbefragung
zur Familienbildung

Regina Neumann | Adelheid Smolka

ifb-MATERIALIEN 3-2016



FAMILIENBILDUNG AUS SICHT BAYERISCHER MÜTTER UND VÄTER

Ergebnisse der dritten ifb-Elternbefragung zur Familienbildung

Regina Neumann | Adelheid Smolka

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen	4
Verzeichnis der Abbildungen	5
1 Hintergrund und Zielsetzung	6
1.1 Ausgangslage	6
1.2 Zum Stand der Forschung	7
1.3 Konzeption und Zielsetzung	9
2 Methodisches Vorgehen und Beschreibung der Stichprobe	10
2.1 Methodisches Vorgehen	10
2.2 Beschreibung der Stichprobe	11
2.2.1 Merkmale der befragten Eltern	11
2.2.2 Merkmale der Familien der befragten Eltern	15
3 Einstellungen, Orientierungsbedürfnisse und Informationsstrategien von Eltern	19
3.1 Einstellungen	19
3.1.1 Bewertung des Lebens mit Kindern und der Wertschätzung von Familien	19
3.1.2 Einstellungen zur Berufstätigkeit in einer Partnerschaft	21
3.2 Orientierungsbedürfnisse	24
3.2.1 Unsicherheit in Erziehungsfragen	24
3.2.2 Themen, zu denen Eltern sich Informationen oder Hilfestellung wünschen	25
3.3 Informationsstrategien und -wünsche im Erziehungsalltag	27
3.3.1 Ansprechpersonen von Eltern	28
3.3.2 Gewünschte Formen und Zugangswege von Informationen	30
4 Mediale Familienbildung	32
4.1 Informationsquellen bei Familien- und Erziehungsfragen	32
4.2 Nutzung und Bewertung von speziellen Printmedien für Eltern	34

4.2.1	Nutzung von Printmedien für Eltern	34
4.2.2	Bewertung der genutzten Printmedien für Eltern	35
4.3	Möglichkeiten und Nutzung digitaler Medien	36
4.3.1	Medienausstattung von Familienhaushalten	36
4.3.2	Bedeutung des Internets bei Erziehungs- und Familienfragen	38
4.4	Wünsche zur Aufbereitung von Informationen	43
5	Institutionelle Familienbildung	46
5.1	Nutzungsverhalten der Eltern	46
5.1.1	Kenntnis und Nutzung von Angeboten der institutionellen Familienbildung	46
5.1.2	Themenbereiche der genutzten Angebote	50
5.1.3	Veranstaltungsorte der genutzten Angebote	52
5.2	Gründe für seltene Nutzung oder Nicht-Nutzung von Angeboten	53
5.3	Gelegenheitsstrukturen von Eltern	54
5.4	Wünsche von Eltern an die institutionelle Familienbildung	56
5.4.1	Orte, an denen mehr Informations- und Beratungsangebote gewünscht werden	56
5.4.2	Themenbereiche, die im Rahmen der institutionellen Familienbildung angeboten oder ausgebaut werden sollten	57
5.4.3	Präferierte Angebotsformen	60
5.4.4	Informationen über Angebote	62
5.5	Bedeutung einer zentralen Anlaufstelle	63
6	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	65
7	Literatur	71

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1:	Geschlecht der Befragten	11
Tabelle 2:	Alter der Befragten, klassiert	12
Tabelle 3:	Nationalität der Befragten	12
Tabelle 4:	Höchster schulischer Abschluss	12
Tabelle 5:	Höchster beruflicher Bildungsabschluss	13
Tabelle 6:	Erwerbsstatus der Befragten	14
Tabelle 7:	Wohnort der Befragten nach Kommunaltyp	14
Tabelle 8:	Familienform	16
Tabelle 9:	Anzahl der Kinder (jeglichen Alters) im Haushalt	17
Tabelle 10:	Alter des jüngsten Kindes, klassiert	17
Tabelle 11:	Einkommensverteilung der Ehepaar-Familien	18
Tabelle 12:	„Die folgende Frage betrifft Ihre Einstellung zur Berufstätigkeit in einer Partnerschaft bzw. Ehe. Ich beschreibe Ihnen vier verschiedene Situationen. Bitte sagen Sie zu jeder dieser Situationen, welche Lösung Sie persönlich für die richtige halten – unabhängig von Ihrer eigenen derzeitigen Lebenssituation.“	21
Tabelle 13:	„Zu welchen Fragen oder Themenbereichen wünschen Sie sich Beratung oder Hilfestellung? Bitte geben Sie alles an, was Ihnen hierzu einfällt.“	26
Tabelle 14:	Wichtigste Themenbereiche nach Alter des jüngsten Kindes	27
Tabelle 15:	„Wenn Sie über Familien- oder Erziehungsfragen sprechen wollen oder wenn Sie einen Rat brauchen, an welche Personen oder Einrichtungen wenden Sie sich? Bitte nennen Sie alle, die Ihnen hierzu einfallen.“	29
Tabelle 16:	Gewünschte Formen und Zugangswege von Informationen	30
Tabelle 17:	Nutzungshäufigkeit spezieller Printmedien für Eltern	34
Tabelle 18:	Bewertung von speziellen Printmedien für Eltern	35
Tabelle 19:	Gesamtzahl der internetfähigen Geräte im Haushalt	37
Tabelle 20:	Am häufigsten genutzte digitale Informationsmedien allgemein und bei Familien- und Erziehungsfragen	42
Tabelle 21:	Wunsch nach Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen, nach Kenntnis und Nutzungsgrad von Angeboten der Familienbildung	49
Tabelle 22:	Themenbereiche der genutzten Angebote	51
Tabelle 23:	Veranstaltungsorte der genutzten Angebote	52
Tabelle 24:	Gründe für seltene Nutzung oder Nicht-Nutzung	53
Tabelle 25:	Orte, die Eltern aufsuchen bzw. an denen sie sich aufhalten	55
Tabelle 26:	„An welchen dieser Orte würden Sie gerne mehr Informations- oder Beratungsangebote zu Familien- und Erziehungsfragen erhalten?“	57
Tabelle 27:	„Welche der folgenden Themenbereiche sollten Ihrer Meinung nach unbedingt angeboten oder ausgebaut werden?“	58
Tabelle 28:	„Wie möchten Sie grundsätzlich am liebsten über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informiert werden?“	63

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1:	Verteilung der Stichprobe nach Regionsgrundtypen 2009	15
Abbildung 2:	Familienform und Alter der Befragten	16
Abbildung 3:	„Kinder zu haben geht mit Vor- und Nachteilen einher. Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen?“	20
Abbildung 4:	„Einmal ganz allgemein gefragt: Wenn jemand von den Eltern die Berufstätigkeit zugunsten der Kindererziehung reduzieren sollte, wer sollte das Ihrer Meinung nach sein?“	23
Abbildung 5:	„Sind Sie in Fragen, die die Erziehung Ihrer Kinder betreffen, unsicher?“, im Zeitvergleich	24
Abbildung 6:	Anzahl der Personen, an die sich Eltern bei Erziehungsfragen wenden, nach Familienform	28
Abbildung 7:	„In welchen Medien suchen Sie, wenn Sie spezielle Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen benötigen?“	33
Abbildung 8:	Bewertung verschiedener Printmedien (sehr oder eher hilfreich) im Zeitvergleich	36
Abbildung 9:	Ausstattung der Familienhaushalte mit internetfähigen Geräten	37
Abbildung 10:	Nutzung des Internets bei Familien- und Erziehungsfragen im Zeitvergleich	38
Abbildung 11:	Nutzung des Internets nach Altersgruppe der Befragten	39
Abbildung 12:	Nutzung von digitalen Informationsmedien allgemein	41
Abbildung 13:	Nutzung von digitalen Informationsmedien bei Familien- und Erziehungsfragen	41
Abbildung 14:	„Und wie ist das mit Online-Kursen für Eltern. Inwieweit könnten Sie sich eine Teilnahme daran vorstellen?“	43
Abbildung 15:	In welcher Form sollten Informationen aufbereitet sein, damit sie für Sie persönlich ansprechend sind?	44
Abbildung 16:	Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote im Zeitvergleich	47
Abbildung 17:	Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote nach Geschlecht	48
Abbildung 18:	Interesse an einem Online-Kurs, nach Nutzung familienbildender Angebote	50
Abbildung 19:	„Welche der folgenden Themenbereiche sollten Ihrer Meinung nach unbedingt angeboten oder ausgebaut werden?“, nach Nutzung und Nicht-Nutzung	60
Abbildung 20:	„Welche Angebotsform würden Sie bevorzugen?“	61
Abbildung 21:	„Wie wichtig finden Sie eine zentrale Anlaufstelle vor Ort, wo Eltern sich über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informieren können?“	64



1

HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG

1 Hintergrund und Zielsetzung

1.1 Ausgangslage

Die Familie als zentraler Kontext für die Sozialisation und Bildung der nächsten Generation erfährt seit Jahren große öffentliche und politische Aufmerksamkeit. Im Zusammenhang mit der bildungspolitischen Bedeutung der Familie (Wissenschaftlicher Beirat 2002) werden familiäre Rahmenbedingungen und elterliche Erziehungsleistungen verstärkt in den Blick genommen (Wissenschaftlicher Beirat 2005). Gestellt wird daneben auch die Frage, in welchem Verhältnis private und öffentliche Verantwortung stehen. Der jüngste Kinder- und Jugendbericht konstatiert eine verstärkte öffentliche Verantwortungsübernahme mit Blick auf die Förderung der Familienerziehung und gleichzeitig ein „Verantwortlichmachen von Eltern für eine im Sinne gesellschaftlicher Nützlichkeit erfolgreiche Erziehung und Bildung ihrer Kinder“ (BMFSFJ 2013: 298). Eltern selbst nehmen Elternschaft als Herausforderung und als sehr verantwortungsvolle Aufgabe wahr. Das Leitbild der „verantworteten Elternschaft“ ist stark präsent und prägt die Vorstellungen und Erwartungen, beispielsweise hinsichtlich einer intensiven Begleitung und Förderung der Kinder (Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung 2015; Ruckdeschel 2015).

Die Familienbildung als Leistung zur Förderung der Erziehung in der Familie ist „Teil eines Steuerungs- und Verständigungszusammenhangs zwischen Staat und Lebenswelt“ (Faas et al. 2017: 15). Mit ihren Angeboten begleitet sie den Alltag von Familien, stärkt Eltern bei der Wahrnehmung ihrer Erziehungsverantwortung und bietet vielfältige Informationen und Orientierung über familien- und erziehungsbezogene, in jüngster Zeit auch verstärkt über bildungsbezogene Fragen an. Eine breite Palette von Anbietern und Trägern stellt unterschiedlichste Angebote bereit. Bekannt ist jedoch, dass nicht alle Bevölkerungsgruppen gleichermaßen davon profitieren (Bauer/Bittlingmayer 2005).

Für die Weiterentwicklung der familienbildenden Angebote im Sinne einer höheren Bedarfsgerechtigkeit, Niedrigschwelligkeit und Wirksamkeit liefert die empirische Forschung wichtige Daten und Befunde. Erkenntnisse über den Wandel von Familienformen sowie die sozioökonomische Lage von Familien, Analysen der spezifischen Herausforderungen unterschiedlicher Elterngruppen sowie Programm- und Wirkungsevaluationen und insbesondere auch Erhebungen zur Perspektive der Nutzerinnen und Nutzer von Familienbildung sind vonnöten, um familienbildende Angebote an sich ständig

verändernde Lebenssituationen von Eltern und Familien anzupassen, unterschiedlichste Wünsche und Bedürfnisse aufzugreifen und geeignete niedrigschwellige Zugänge zu eröffnen.

1.2 Zum Stand der Forschung

Der Bereich der Familienbildung gehört seit vielen Jahren zu den Forschungsschwerpunkten im ifb. Neben der wissenschaftlichen Begleitung verschiedenster Modellprojekte und Maßnahmen wurden eigene empirische Erhebungen realisiert sowie methodische und fachliche Arbeitshilfen und konzeptionelle Grundlagen für die Familienbildung entwickelt. Zur Perspektive der Nutzerseite auf Familienbildung hat das ifb mit der Elternbefragung 2002 die erste repräsentative Erhebung in Deutschland durchgeführt (Smolka 2002). Ihr folgte im Jahr 2006 eine zweite Untersuchung, die das Fragenprogramm der ersten Studie in weiten Teilen replizierte und sich zusätzlich mit der Frage der Medienakzeptanz und -nutzung in der Familienbildung auseinandersetzte. Hierbei stand das Medium Fernsehen und TV-Sendungen wie die „Super Nanny“, die zu diesem Zeitpunkt intensive Debatten auslöste, im Mittelpunkt des Interesses (vgl. Mühling/Smolka 2007; Smolka 2006). Im Jahr 2007 entwickelte das ifb im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen ein Gesamtkonzept für die Familienbildung im Rahmen der Kinder- und Jugendhilfe in Bayern (Rupp et al. 2010; Rupp et al. 2009). Es stützt sich auf umfangreiche konzeptionelle Vorarbeiten sowie empirische Erhebungen, zu denen neben den beiden Elternbefragungen auch eine Online-Befragung von Trägern und Anbietern sowie eine qualitative Untersuchung der familienbildungsbezogenen Strukturen und Aktivitäten in ausgewählten Städten und Landkreisen in Bayern gehörten. Die praktische Umsetzung des Gesamtkonzeptes sowie die Einrichtung von Familienstützpunkten wurden zunächst modellhaft erprobt und wissenschaftlich begleitet (Smolka et al. 2014; Smolka et al. 2013). Die Erfahrungen flossen in das staatliche Förderprogramm zur strukturellen Weiterentwicklung kommunaler Familienbildung und von Familienstützpunkten ein, welches seit dem Jahr 2013 allen bayerischen Kommunen offen steht.

Zur Situation von Eltern im Erziehungsalltag und über ihre Wünsche und Bedürfnisse in Bezug auf die Eltern- und Familienbildung liegen aus anderen Studien weitere Befunde vor. Einige werden im Folgenden in aller Kürze und ohne den Anspruch auf Vollständigkeit aufgeführt. So untersuchte Sinus Sociovision im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung im Jahr 2008 die unterschiedlichen Lebenssituationen von Eltern und differenzierte ihre Herausforderungen durch die Elternschaft auf der Grundlage der Sinus-Milieus (Merkle/Wippermann 2008). Je nach Milieuzugehörigkeit werden unterschiedliche Normen bezüglich der Elternrollen und der Erziehungsziele ausgemacht. Die Studie kommt zu dem Schluss, dass Eltern heute „sowohl hinsichtlich ihrer subjektiven Befindlichkeit als auch hinsichtlich der objektiv gestiegenen Anforderungen“ (Henry-Huthmacher 2008: 23) unter enormem Druck stehen und betont, dass es vor diesem Hintergrund wichtig sei, „Eltern in ihren vielfältigen unterschiedlichen Lebenssituationen und in ihren unterschiedlichen Bedarfen stärker anzuerkennen als bisher“ (ebd.: 24).

Das Institut Allensbach befragte im Auftrag der Vodafone Stiftung Eltern in Deutschland zu ihrer Rolle in der Erziehung und Bildung ihrer Kinder, zu auftretenden Unsicherheiten und Herausforderungen sowie zu Bedürfnissen bezüglich Informationen und Unterstützung (Vodafone Stiftung 2015). Im Fokus standen Eltern mit Kindern im Schulalter. Die Befunde zeigen, dass von fast der Hälfte der Befragten manchmal Unsicherheit in der Erziehung erlebt wird, und zwar von Eltern aus allen Schichten. Bei erziehungs- und schulbezogenen Fragen wird insbesondere das persönliche Gespräch mit Lehrkräften und anderen Eltern geschätzt, mediale Angebote werden dieser Studie zufolge in deutlich geringerem Umfang und sozial selektiv genutzt.

Mit digitalen Medien in der Familie beschäftigen sich mehrere Studien. In einer Studie des Deutschen Jugendinstitutes (Grobbin 2016) wurden beispielsweise Mütter und Väter aus 4.800 Haushalten u. a. zur Internetnutzung ihrer Kinder sowie zur Medienerziehung befragt. Die Befunde zeigen, dass das Internet als Erziehungsthema mit steigendem Alter der Kinder zunehmend wichtiger wird, während gleichzeitig die Medienerziehungskompetenz der Eltern in ihrer Selbstwahrnehmung zurückgeht. Informationsbedürfnisse artikulieren sie am häufigsten in Bezug auf Risiken im Netz, Kinderschutz Einstellungen von Geräten, Schutzsoftware, altersgerechte Internetnutzung, kindgerechte Internetseiten und Apps. Geeignete Informationskanäle zur Unterstützung wären aus Sicht der Befragten beispielsweise Informationsbroschüren, Fachzeitschriften und Elternbriefe, aber auch Elternabende in Kita, Hort oder Schule, Ratgeber und das Internet. Eine andere Untersuchung, welche das JFF-Institut für Medienpädagogik und das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen durchgeführt haben (Wagner et al. 2013), identifiziert auf der Grundlage quantitativer und qualitativer Befragungsdaten divergente Muster medienerzieherischen Handelns von Eltern und leitet daraus Handlungsempfehlungen und Anforderungen für deren Unterstützung ab.

In der Schweiz beteiligten sich im Jahr 2008 880 deutschsprachige Eltern (davon 90 % Mütter) an einer Online-Erhebung zur Bewertung und Inanspruchnahme von Elternbildung (Hänggi et al. 2014). Die Ergebnisse dieser Erhebung bestätigen die Befunde des ifb, denen zufolge Eltern sich bei Erziehungsfragen eher an Personen des privaten Umfelds wenden. Elternkurse und -trainings besitzen – insbesondere bei Müttern – einen hohen Bekanntheitsgrad, nur 10 % der Befragten kennen kein entsprechendes Angebot. Die Inanspruchnahme fällt demgegenüber sehr niedrig aus.

Eine geringe Teilnahmequote an familien- bzw. elternbildenden Veranstaltungen wird ebenso in einer Studie des Österreichischen Institutes für Familienforschung (ÖIF) berichtet (Klepp et al. 2008). Eine Hochrechnung ergab hier, dass von den Angeboten der Elternbildung 5 % der Hauptzielgruppe (Eltern mit Kindern bis 15 Jahren) in einem Jahr erreicht wurden (ebd.: 19). Besucht werden die Angebote der Studie zufolge in erster Linie von höher gebildeten Frauen (ebd.: 108). Der Anteil männlicher Elternbildungsteilnehmer liegt bei 13 % (ebd.). Die Studie umfasste auch eine Online-Befragung von Personen, die nicht an Elternbildungsveranstaltungen teilnehmen. Diese erbrachte den Befund, dass zwei Drittel der potenziellen Teilnehmerinnen und Teilnehmer „deshalb bislang keine Veranstaltungen besucht hatten, weil sie den Begriff ‚Elternbildung‘ nicht kannten, oder nichts Bestimmtes damit verbunden haben“ (ebd.: 106).

Den Gründen für den Verzicht auf eine Nutzung von familienbildenden Angeboten wurde in einer weiteren Studie des ÖIF differenziert nachgegangen (Buechbner-Ferstl et al. 2011). Dazu wurden gezielt Eltern in den Blick genommen, die bisher keine Veranstaltungen der Eltern- und Familienbildung besucht hatten. Die Untersuchung kommt zu dem Schluss, dass die meisten Eltern der (institutionellen) Familienbildung nicht grundsätzlich ablehnend gegenüber stehen und unter bestimmten Umständen den Besuch einer Veranstaltung prinzipiell in Betracht ziehen würden. Die Gründe, warum sie bislang keine Angebote genutzt haben, seien vielfältig und lägen, so die Studie, nicht nur in sachlichen Gründen wie Zeitmangel oder schlechter Erreichbarkeit, sondern hätten vermutlich ebenso mit dem Umgang von Eltern mit der Erfahrung von Unsicherheit in Erziehungsfragen und mit ihrer Bereitschaft zu tun, sich Unterstützung von außen zu holen (ebd.: 182f.).

Zur Rolle von externer Unterstützung, namentlich durch Elternbegleiterinnen und -begleiter, ergab die Evaluation des Bundesprogrammes „Elternchance ist Kinderchance“ durch das Deutsche Jugendinstitut und die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg wichtige Befunde (Müller et al. 2015). So konnte beispielsweise nachgewiesen werden, dass eine längere Elternbegleitung zu einer höheren

Nutzung von (Familien)Bildungsangeboten durch die Eltern führt (ebd. 190f.). Als Gründe für eine ausbleibende Nutzung wurden hier - wie in den ifb-Befragungen - insbesondere Zeitmangel, teils aber auch fehlendes Interesse an entsprechenden Angeboten ausgemacht (ebd.).

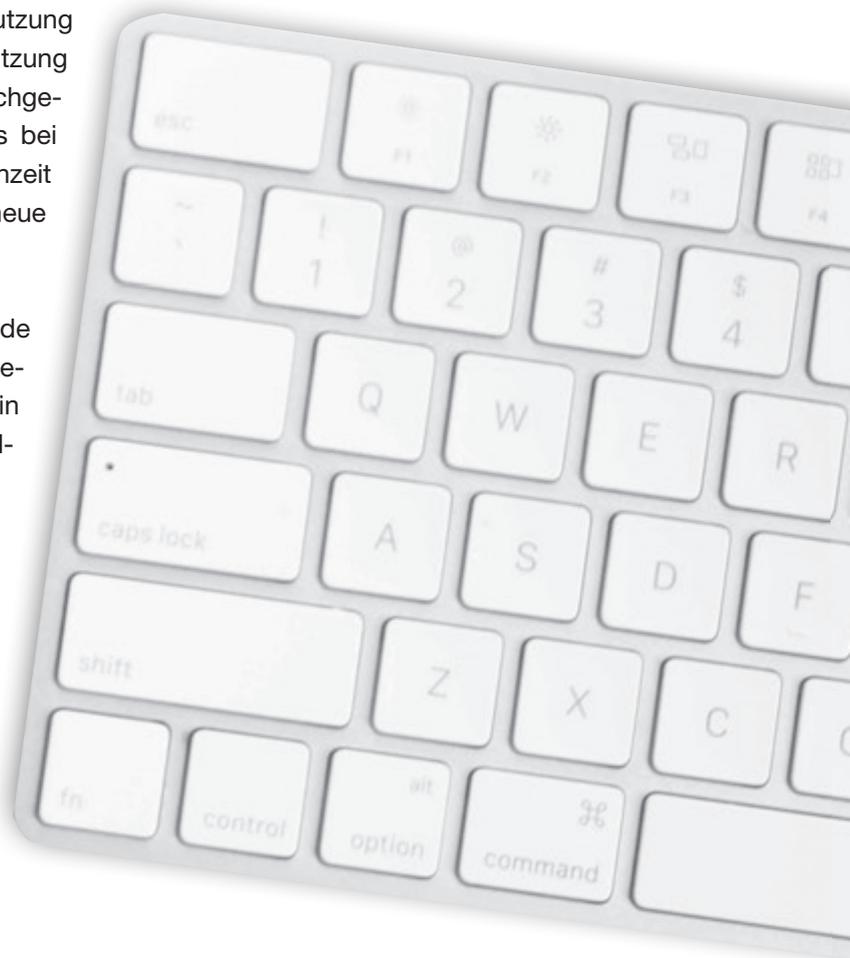
1.3 Konzeption und Zielsetzung

Zur Aktualisierung und Erweiterung der Ergebnisse aus den beiden früheren Elternbefragungen aus den Jahren 2002 und 2006 wurde im Jahr 2015 eine dritte Erhebung durchgeführt. Das konzeptionelle und methodische Design der Erhebung sollte so angelegt sein, dass eine Vergleichbarkeit der Daten möglich ist. Wie bereits bei der zweiten Erhebung bestand diesmal eine Zielsetzung darin, auf Basis der erhaltenen Selbsteinschätzungen der Eltern Veränderungen im Bedarf an und in der Nutzung von Familienbildung zu identifizieren und hinsichtlich ihrer Bedeutung für die familienbildende Praxis zu analysieren.

Ein inhaltlicher Schwerpunkt lag wiederum auf dem Themenbereich Medien in der Familienbildung. Angesichts neuer mobiler Endgeräte, wie z. B. Smartphones oder Tablets, sowie unterschiedlicher digitaler Kommunikationsformen war eine Aktualisierung und Differenzierung der Datengrundlage unerlässlich. Da die vorangegangenen Elternbefragungen bedeutsame Alters- und Bildungseffekte bei der Nutzung familienbildender Angebote und speziell bei der Nutzung von Medien aufgezeigt hatten, sollte der Frage nachgegangen werden, ob sich die Nutzung des Internets bei Familien- und Erziehungsfragen in der Zwischenzeit auf weitere Gruppen ausgeweitet hat und welche neue mediale Formate und Möglichkeiten genutzt werden.

Untersucht werden sollte zudem, ob sich Unterschiede zwischen Eltern aus ländlichen und städtischen Gebieten in ihren Einstellungen und Wünschen sowie in ihrem Nutzungsverhalten hinsichtlich der Familienbildung zeigen.

Im vorliegenden Bericht werden die Ergebnisse der Erhebung beschrieben und in Beziehung zu den Ergebnissen der früheren Befragungen gesetzt. Er richtet sich primär an Leserinnen und Leser in Praxis und (Kommunal)Politik und an alle an Familienbildung Interessierten.



2

METHODISCHES VORGEHEN UND BESCHREIBUNG DER STICHPROBE

2 Methodisches Vorgehen und Beschreibung der Stichprobe

In Kapitel 2 werden zunächst das methodische Vorgehen bei der Elternbefragung und die vorliegende Stichprobe beschrieben.

2.1 Methodisches Vorgehen

Die Grundgesamtheit der ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 sind Eltern in Bayern, die mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren in einem Haushalt leben. Festgelegt wurde eine Stichprobe von 1.200 Eltern. Unter den Befragten sollte (mindestens) ein Drittel Väter sein, da Mütter durch ihre geringere Erwerbsbeteiligung leichter telefonisch erreichbar und in telefonischen Elternbefragungen erfahrungsgemäß überrepräsentiert sind.

Wie die beiden vorherigen ifb-Elternbefragungen wurde diese Elternbefragung zur Familienbildung als telefonische Erhebung (CATI¹) konzipiert. Bei der Entwicklung des Erhebungsinstruments wurden einige Fragen aus den beiden früheren Untersuchungen repliziert, um eine Vergleichbarkeit herzustellen. Eine Aktualisierung der Fragen fand insbesondere beim Themenbereich Medien und Internet statt. Ebenso wurden einzelne Fragen neu aufgenommen, wie z. B. eine Frage nach der Bedeutung einer zentralen Anlaufstelle für Familienbildung.

Die Befragung wurde zwischen Oktober 2015 und Januar 2016 ausschließlich auf Deutsch durchgeführt. Auf der Basis einer computergestützten Rufnummerngenerierung, die sowohl Festnetz- als auch Mobilfunknummern umfasste, wurden Personen kontaktiert. Zur Überprüfung, ob die angerufenen Personen zur Grundgesamtheit zählen, wurde danach gefragt, ob im Haushalt ein Kind unter 18 Jahren lebt. Bei Mobilfunknummern wurde ebenfalls per Screening-Frage abgeklärt, ob der Wohnsitz in Bayern liegt. Es konnten 1.201 vollständige Interviews realisiert werden.

¹ Computer Assisted Telephone Interview

Zunächst erfolgte eine Bereinigung und Aufbereitung des Datensatzes. Dabei wurden u. a. diejenigen Fälle von den Analysen ausgeschlossen, die nicht eindeutig zur Grundgesamtheit gezählt werden konnten, z. B. wenn Angaben über das Alter des Kindes oder der Kinder fehlten. Insgesamt liegen 1.191 Interviews mit Eltern vor. Die Stichprobengröße der drei Befragungen war mit 1.013 (2002), 1.278 (2006) und 1.191 (2015) befragten Müttern und Vätern ähnlich groß und in Bezug auf die Zusammensetzung vergleichbar. Zur Auswertung der Daten wurden uni-, bi- und an einzelnen Stellen multivariate statistische Verfahren eingesetzt. Es wurde dabei systematisch nach folgenden Merkmalen differenziert: Geschlecht, Alter und Bildungsniveau der Befragten, Familienstand, Alter des jüngsten Kindes, Haushaltseinkommen sowie Wohnort. Bei der Darstellung der Ergebnisse wird im Folgenden zunächst die Verteilung der Antworten auf die einzelnen Fragen beschrieben, bevor auf die Unterschiede zwischen Subgruppen eingegangen wird. Diese werden nur dann aufgeführt, wenn sie statistisch signifikant sind. Anschließend werden Vergleiche zu den beiden früheren Befragungen gezogen, insofern dies aufgrund der Frageformulierung möglich sowie inhaltlich relevant ist. Weiterhin werden an einzelnen Stellen Fragen miteinander verknüpft, um beispielsweise die Nutzung von Angeboten der institutionellen Familienbildung mit der Nutzung der medialen Familienbildung in Beziehung zu setzen.

2.2 Beschreibung der Stichprobe

2.2.1 Merkmale der befragten Eltern

Der Väteranteil in der Stichprobe beträgt 33,2 %. Somit konnte die angestrebte Quote realisiert werden (vgl. Tabelle 1). Was das Verhältnis von Müttern und Vätern betrifft, lag der Väteranteil in den Jahren 2002 und 2015 bei etwa einem Drittel. Im Jahr 2006 lag dieser mit 24,2 % etwas niedriger.

Tabelle 1: Geschlecht der Befragten

Geschlecht	Anzahl	Anteil (in %)
Weiblich	796	66,8
Männlich	395	33,2
Gesamt	1.191	100²

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 0³)

Die Altersspanne der Befragten liegt zwischen 21 und 67 Jahren. Im Durchschnitt sind die befragten Eltern 43 Jahre alt. In der Stichprobe ist der Anteil von Eltern unter 30 Jahren mit 4,7 % der Befragten relativ niedrig. Beinahe die Hälfte der Befragten ist zwischen 40 und 49 Jahre alt (vgl. Tabelle 2). Insgesamt sind die Väter durchschnittlich zwei Jahre älter als die Mütter. Im Vergleich der drei Befragungen zeigt sich, dass die Befragten im Jahr 2015 älter sind als 2006 und 2002.

² Aufgrund von Rundungen können sich Abweichungen von 100,0 % ergeben.

³ Bezeichnet die Anzahl fehlender Werte. Diese ergeben sich aus der Zahl der Befragten, die keine Angaben zur Frage gemacht haben.

Tabelle 2: Alter der Befragten, klassiert

Altersklassen	Anzahl	Anteil (in %)
Unter 30 Jahre	56	4,7
30 bis 39 Jahre	323	27,4
40 bis 49 Jahre	582	49,3
50 Jahre und älter	219	18,6
Gesamt	1.180	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 11)

Der Anteil von Befragten, die nicht die deutsche Staatsangehörigkeit haben, ist in der Studie mit 5,0 % gering (vgl. Tabelle 3). Dies war zu erwarten, da die telefonische Befragung der Eltern ausschließlich auf Deutsch durchgeführt wurde.

Tabelle 3: Nationalität der Befragten

Nationalität	Anzahl	Anteil (in %)
Deutsche (oder doppelte) Staatsangehörigkeit	1.132	95,0
Andere Staatsangehörigkeit	59	5,0
Gesamt	1.191	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 0)

Das Bildungsniveau der befragten Eltern ist relativ hoch: 43,3 % haben einen hohen Schulabschluss, 40,1 % haben einen mittleren, 16,4 % der Befragten haben einen niedrigen Schulabschluss und 0,3 % geben an, keinen schulischen Abschluss zu haben (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Höchster schulischer Abschluss

Schulabschluss	Anzahl	Anteil (in %)
(Fach-)Abitur / EOS	512	43,3
Realschule / Mittlere Reife / POS	474	40,1
(Qualifizierender) Hauptschulabschluss	194	16,4
Keinen Schulabschluss	3	0,3
Gesamt	1.183	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 8)

Auch beim beruflichen Bildungsabschluss ist das Niveau relativ hoch. Wie Tabelle 5 zeigt, hat über ein Drittel der Befragten einen akademischen Abschluss. Knapp die Hälfte verfügt über eine abgeschlossene berufliche Ausbildung. Ohne Abschluss sind nur 1,5 % der Befragten.

Tabelle 5: Höchster beruflicher Bildungsabschluss

Bildungsabschluss	Anzahl	Anteil (in %)
(Fach-)Hochschule	404	34,1
Meister / Techniker / Fachakademie	179	15,1
Abgeschlossene Lehre, Berufs- oder Handelsfachschule	561	47,3
Anderer Abschluss	17	1,4
Kein Abschluss	18	1,5
Noch in Ausbildung / im Studium	7	0,6
Gesamt	1.186	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 5)

Für weitere Analysen von Subgruppen von Eltern unterschiedlicher Bildungsniveaus wurde eine kombinierte Variable aus der jeweils höchsten schulischen sowie beruflichen Bildung konstruiert, die der internationalen Standardklassifikation des Bildungswesens (ISCED) entspricht (Statistisches Bundesamt 2016). Demnach haben Personen mit einem (Fach)Hochschulabschluss, einem Abschluss als Meister, Techniker oder einem Fachschulabschluss eine hohe Bildung (50,3 %). Eine mittlere Bildung weisen Personen mit berufsqualifizierendem Abschluss und/oder Abitur bzw. Fachhochschulreife (48,4 %) auf. Personen, die ausschließlich einen Haupt- oder Realschulabschluss, Polytechnische Oberschule und keinen beruflichen Abschluss haben, werden in einer Kategorie für einen niedrigen Bildungsstand (1,3 %) zugeordnet, genauso wie Personen ohne Bildungsabschluss. Ergänzend wurde eine weitere, dichotome Variable gebildet: mit (Fach)Hochschulabschluss (34,1 %) und ohne akademischen Abschluss (65,9 %)⁴.

Von den befragten Eltern sind zum Zeitpunkt der Befragung 83,3 % erwerbstätig, knapp zwei Drittel davon als Angestellte. 19,8 % der erwerbstätigen Väter und Mütter sind freiberuflich oder selbstständig tätig, 4,7 % sind gleichzeitig auch in Mutterschutz oder Elternzeit. Erwartungsgemäß liegt der Anteil der Erwerbstätigen unter den befragten Vätern mit 90,4 % höher als bei den Müttern, bei denen 79,8 % angegeben haben, erwerbstätig zu sein. Von den derzeit nicht erwerbstätigen Eltern ist ein Großteil in 41,8 % in Mutterschutz oder Elternzeit, ein gutes Drittel bezeichnet sich als Hausfrau oder Hausmann.

Unabhängig davon, ob die Befragten derzeit erwerbstätig sind oder nicht, ist der Anteil der Mütter in Mutterschutz oder Elternzeit mit 14,3 % höher als bei den befragten Vätern (5,8 %).

⁴ Die analytische Unterscheidung lässt sich damit begründen, dass Frauen und Männer mit akademischem Abschluss sich von Personen ohne (Fach)Hochschulabschluss in verschiedenen Merkmalen unterscheiden wie längere Ausbildungszeiten und damit einhergehend spätere Heirat und Familiengründung (Blossfeld 2011: 405ff.).

Tabelle 6: Erwerbsstatus der Befragten

Derzeit ...	Anzahl	Anteil (in %)	Davon ... (Mehrfachnennungen)	Anzahl	Anteil (in %)
erwerbstätig	989	83,3	Angestellte(r)	639	64,6
			Selbstständige(r) oder Freiberufler(in)	196	19,8
			Arbeiter(in)	82	8,3
			Beamter / Beamtin	79	8,0
			Landwirt(in) mit eigenem Hof	16	1,6
			in Elternzeit / Mutterschutz	54	4,7
nicht erwerbstätig	198	16,7	in Elternzeit / Mutterschutz	81	41,8
			Hausfrau / Hausmann	67	34,5
			arbeitslos	13	6,7
			Rentner(in)	9	4,6
			in Studium / Ausbildung	8	4,1
			Aus einem anderen Grund	16	8,2

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 4)

Die regionale Verteilung der Stichprobe ist nahezu deckungsgleich mit der Grundgesamtheit. Familien aus Oberfranken, Mittelfranken und Oberpfalz sind geringfügig überrepräsentiert, während Familien in Oberbayern in der Stichprobe etwas unterrepräsentiert sind. (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik 2016b).

22,7 % der Befragten kommen aus einer kreisfreien Stadt, 77,3 % aus einem Landkreis (siehe Tabelle 7). In den kreisfreien Städten liegt der Anteil der befragten Väter mit 43,0 % zwölf Prozentpunkte höher als in Landkreisen. Insgesamt ist der Anteil der kinderreichen Familien in Landkreisen höher und der Anteil der Familien mit einem Kind etwas geringer als in kreisfreien Städten. Der Bildungsstand ist in kreisfreien Städten merklich höher: der Akademiker-Anteil liegt hier bei 46,5 %, in Landkreisen bei 30,7 %.

Tabelle 7: Wohnort der Befragten nach Kommunaltyp

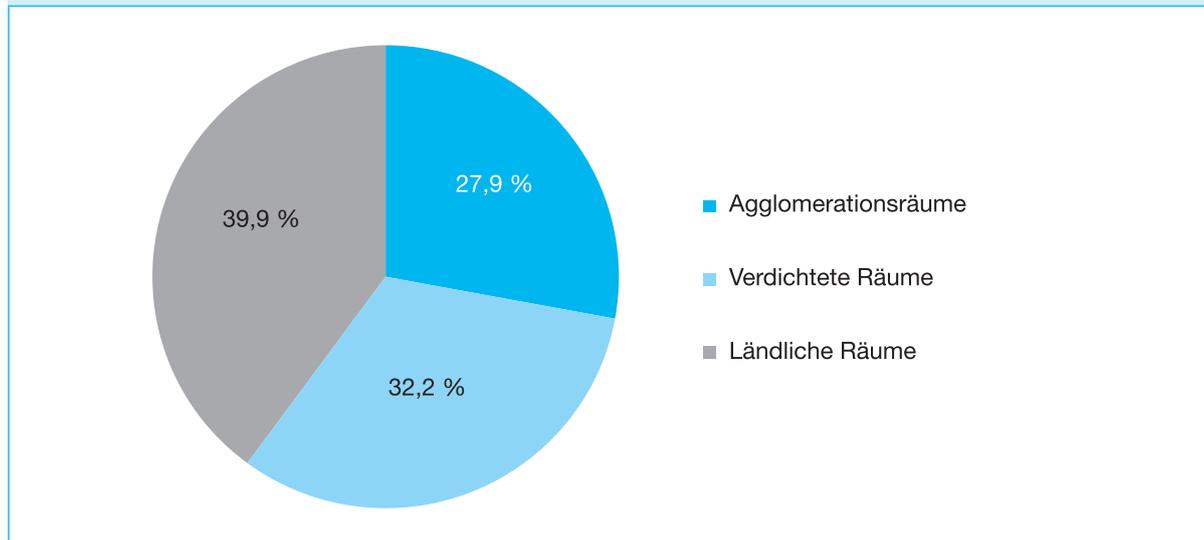
Wohnort der Befragten	Anzahl	Anteil (in %)
Kreisfreie Stadt	258	22,7
Landkreis	881	77,3
Gesamt	1.139	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 52)

Zur Analyse möglicher räumlicher Unterschiede wurde eine Kategorisierung von Regionsgrundtypen in Agglomerationsräume, verstärkte und ländliche Räume aus dem Jahr 2009 vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung am Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBSR 2016) verwendet. Abbildung 1 zeigt die Anteile der befragten Eltern im jeweiligen Regionstyp: 39,9 % der

befragten Mütter und Väter leben in einem ländlichen Raum, 32,2 % in einem verdichteten Raum und knapp 27,9 % in einem Agglomerationsraum.

Abbildung 1: Verteilung der Stichprobe nach Regionsgrundtypen 2009 (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191, fehlend = 52)

2.2.2 Merkmale der Familien der befragten Eltern

In Tabelle 8 ist die Familienform der befragten Eltern dargestellt. Die gängigste Familienform in der Studie ist das verheiratete Paar, welches mit Kindern zusammenlebt. 83,2 % der befragten Eltern leben in dieser Familienform, Alleinerziehende machen 10,2 % der Stichprobe aus. 6,5 % der Befragten leben unverheiratet mit einem Partner oder einer Partnerin zusammen. Alleinerziehende sind in der Stichprobe deutlich unterrepräsentiert, da in Bayern insgesamt 17,7 % aller Familien mit minderjährigen Kindern im Haushalt Ein-Eltern-Familien sind. Ein Grund für die geringere Beteiligung von Alleinerziehenden an der Befragung könnten zeitliche und organisatorische Herausforderungen im Familien- und Berufsalltag sein. Ehepaar-Familien sind in der Stichprobe dagegen leicht überrepräsentiert. Von den Alleinerziehenden sind 62,3 % (n = 76) Mütter und 37,7 % (n = 46) Väter. Wird davon ausgegangen, dass in Bayern nur etwa eine von zehn Ein-Eltern-Familien einen männlichen Familienvorstand hat, sind alleinerziehende Väter in der Stichprobe überrepräsentiert.

⁵ Die Kategorisierung in Regionsgrundtypen wurde nach einer Sichtung unterschiedlicher Indikatoren für die vorliegende Fragestellung als gut geeignet erachtet. Die Kategorien werden auf Basis zweier wesentlicher Kriterien gebildet: Verdichtung und Zentralität. Zu ländlichen Räumen zählen Regionen mit einer Einwohnerdichte von über 150 Einwohnern pro km² und keinem Oberzentrum mit über 100.000 Einwohnern bzw. einem Oberzentrum über 100.000 Einwohner, aber mit Einwohnerdichte unter 100 Einwohnern pro km². Verstädterte Räume haben eine Einwohnerdichte von über 150 Einwohnern pro km² oder ein Oberzentrum über 100.000 Einwohner bei einer Mindestdichte von 100 Einwohnern pro km². Zu Agglomerationsräumen zählen Oberzentren über 300.000 Einwohner oder einer Dichte um 300 Einwohner pro km² (BBSR o.J.).

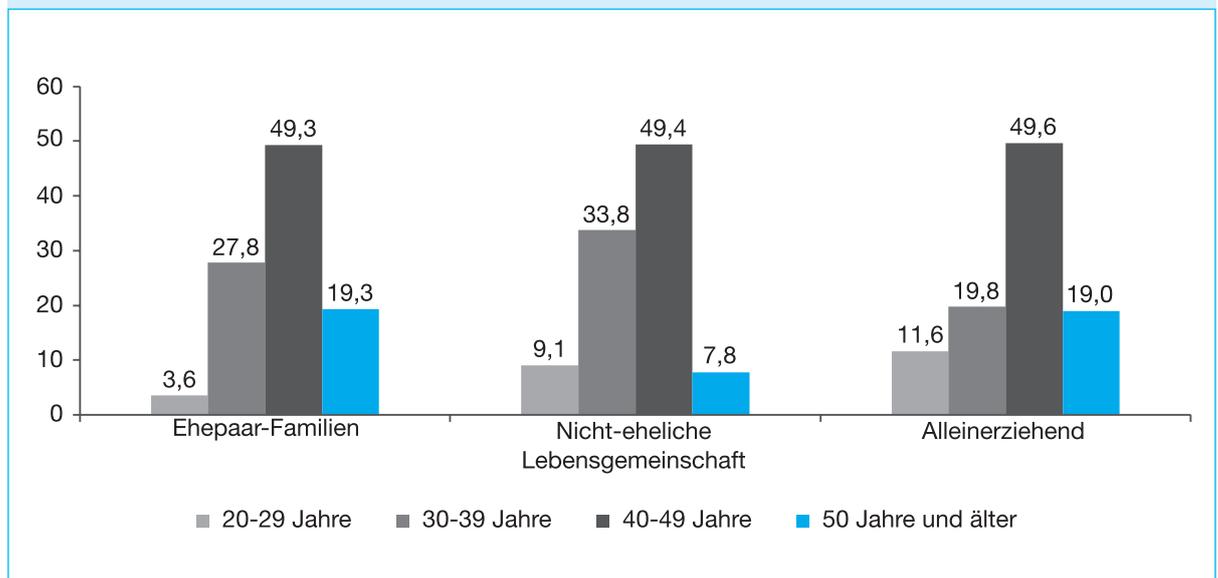
Tabelle 8: Familienform

Familienform	ifb-Elternbefragung 2015		Anteil in Bayern an allen Familien mit minderjährigen Kindern 2015 (in %)
	Anzahl	Anteil (in %)	
Ehepaar-Familien	991	83,2	74,8
Nicht-eheliche Lebensgemeinschaften	78	6,5	7,4
Alleinerziehende	122	10,2	17,7
Gesamt	1.191	100,0	100,0

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 0); Bayerisches Landesamt für Statistik 2016a

Sowohl bei Ehepaaren, Alleinerziehenden als auch bei nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften ist etwa die Hälfte der Eltern zwischen 40 und 49 Jahre alt. Bei Ehepaaren und Alleinerziehenden ist der Anteil von Eltern, die älter als 49 Jahre sind, mit rund einem Fünftel ähnlich groß. Bei den unverheiratet lebenden Müttern und Vätern ist der Anteil der älteren Eltern mit 7,8 % merklich geringer. Mütter und Väter, die unverheiratet zusammenleben, sind also tendenziell jünger. Bei den Alleinerziehenden gibt es ebenso einen größeren Anteil an unter 30-Jährigen (11,6 %).

Abbildung 2: Familienform und Alter der Befragten (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191, fehlend = 11)

Knapp ein Drittel der Familien (31,7 %) hat ein Kind, 47,2 % der befragten Eltern leben mit zwei Kindern zusammen. Kinderreiche Familien, d. h. Familien mit drei oder mehr Kindern, machen einen Anteil von 21,2 % aus (vgl. Tabelle 9). Ältere Befragte haben häufiger mehr als ein Kind, während jüngere Eltern die Familienplanung womöglich noch nicht abgeschlossen haben. Damit einher geht auch, dass jüngere Eltern in nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften sowie Alleinerziehende häufiger (erst) ein Kind haben als verheiratete Eltern.

Tabelle 9: Anzahl der Kinder (jeglichen Alters) im Haushalt

Kinderzahl	ifb-Elternbefragung 2015		Anteil in Bayern an allen Familien mit minderjährigen Kindern 2015 (in %)
	Anzahl	Anteil	
1 Kind	377	31,7	39,7
2 Kinder	562	47,2	44,8
3 oder mehr Kinder	252	21,2	15,5
Gesamt	1.191	100	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 0); Bayerisches Landesamt für Statistik 2016a

In Tabelle 10 ist die Zusammensetzung der Stichprobe nach dem Alter des jüngsten Kindes dargestellt. Hierbei ergibt sich ein recht heterogenes Bild, so dass Aussagen über Eltern mit Kindern in unterschiedlichen Entwicklungsphasen möglich sind. Im Vergleich zu Familien in Gesamtbayern sind Familien mit unter 3-Jährigen in der Stichprobe etwas unter- und Familien mit Jugendlichen etwas überrepräsentiert. Erwartungsgemäß hängt das Alter der Eltern mit dem Alter der Kinder zusammen.

Tabelle 10: Alter des jüngsten Kindes, klassiert

Altersklassen	ifb-Elternbefragung 2015		Anteil in Bayern an allen Familien mit minderjährigen Kindern 2015 (in %)
	Anzahl	Anteil	
Unter 3 Jahre	174	14,8	24,4
3 bis unter 6 Jahre	190	16,2	17,1
6 bis unter 10 Jahre	254	21,6	18,4
10 bis unter 14 Jahre	270	23,0	24,3
14 Jahre und älter	286	24,4	15,9
Gesamt	1.174	100	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 17); Bayerisches Landesamt für Statistik 2016a

Tabelle 11 veranschaulicht die Verteilung des Haushaltseinkommens der Ehepaar-Familien. Rund ein Viertel hat keine Angaben zur Höhe ihres Haushaltseinkommens gemacht. Wird dieser Anteil nicht berücksichtigt, so liegt das monatliche Haushaltsnettoeinkommen bei 45,9 % der Familien unter 3200 Euro. 30,1 % haben in ihrem Haushalt zwischen 3200 und 4500 Euro und 23,9 % über 4500 Euro im Monat zur Verfügung. Im Vergleich zur Grundgesamtheit in Bayern im Jahr 2015 sind Familien in den niedrigeren und der höchsten Einkommensklassen etwas unterrepräsentiert. Familien mit mittlerem und höherem Einkommen sind überrepräsentiert.

Tabelle 11: Einkommensverteilung der Ehepaar-Familien (in %)

Einkommensklassen	ifb-Elternbefragung 2015		Ehepaare mit minderjährigen Kindern in Bayern 2015 (in %)
	Anzahl	Anteil (in %)	
Unter 900 Euro	4	0,5	3,0
900 bis unter 1300 Euro	3	0,4	3,5
1300 bis unter 2000 Euro	53	7,0	20,0
2000 bis unter 2600 Euro	121	16,1	25,0
2600 bis unter 3200 Euro	165	21,9	16,4
3200 bis unter 4500 Euro	226	30,1	17,9
4500 Euro und mehr	180	23,9	14,1
Gesamt	752	100	100

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 991; fehlend = 239); Bayerisches Landesamt für Statistik 2016a

Zusammenfassend zeigt sich insofern eine gewisse Verzerrung in der Stichprobe, als Eltern mit Migrationshintergrund, Eltern mit niedrigem Bildungsniveau sowie Familien mit niedrigem Einkommen unterrepräsentiert sind. Auch über kleinere Subgruppen wie alleinerziehende Väter können aufgrund einer zu geringen Fallzahl keine Aussagen getroffen werden. Die ifb-Elternbefragung stellt dennoch eine zuverlässige Datenbasis für die Analyse von größeren Elterngruppen dar. Ebenso können allgemeine Aussagen über die Einstellungen und Orientierungsbedürfnisse von Eltern sowie ihre Vorstellungen und ihr Nutzungsverhalten hinsichtlich medialer und institutioneller Familienbildung getroffen werden. Bei der Gegenüberstellung der drei Befragungen aus den Jahren 2002, 2006 und 2015 zeigt sich, dass die Anteile der Geschlechter bezüglich des Alters und des Bildungsstandes leicht variieren. Bei Zeitvergleichen wurde deshalb jeweils daraufhin überprüft, inwiefern Unterschiede oder Entwicklungen auf die Merkmale Geschlecht, Alter und Bildung zurückzuführen sind.



EINSTELLUNGEN, ORIENTIERUNGSBEDÜRFNISSE UND INFORMATIONSTRATEGIEN VON ELTERN

3

3 Einstellungen, Orientierungsbedürfnisse und Informationsstrategien von Eltern

In der Erhebung wurden die Eltern zunächst nach einigen allgemeinen Einstellungen zur Familie und Erziehung sowie zu ihren Orientierungsbedürfnissen bei Familien- und Erziehungsthemen befragt. Die Ergebnisse werden in diesem Kapitel dargestellt.

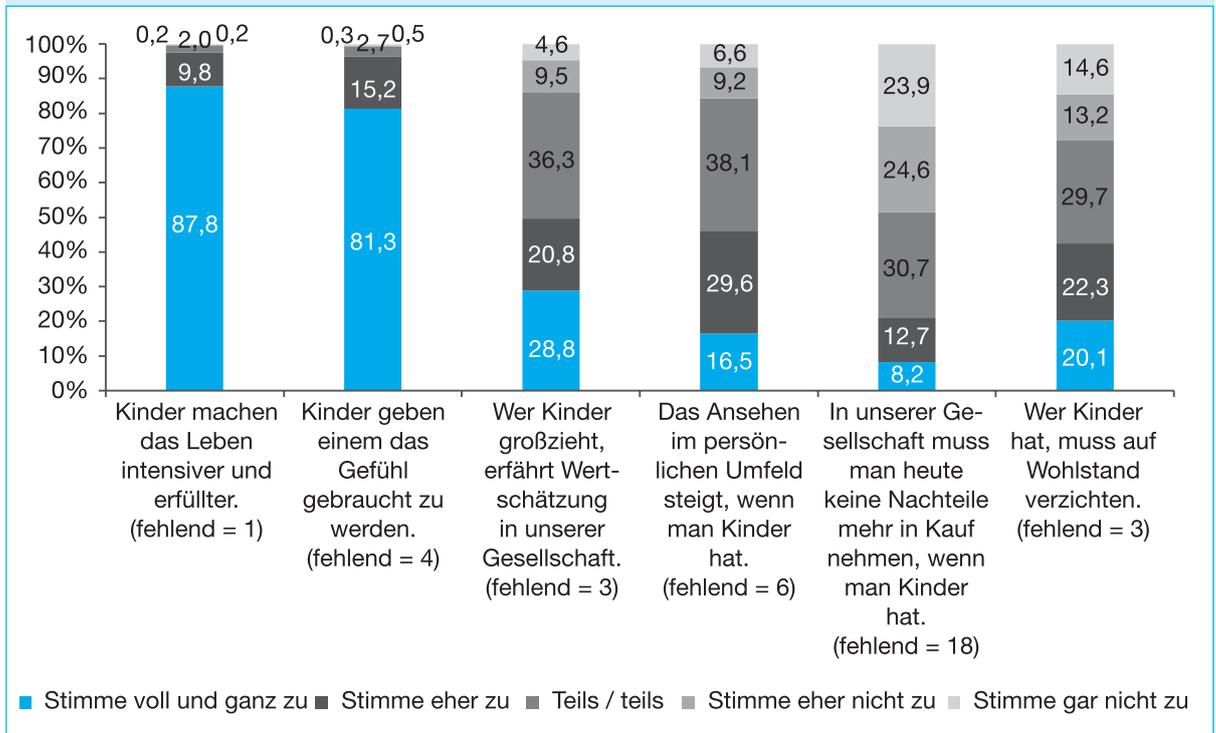
3.1 Einstellungen

Die Mütter und Väter wurden zum einen um ihre Einschätzung des Lebens mit Kindern und der Wertschätzung von Familien in der Gesellschaft gebeten. Zum anderen wurde abgefragt, wie die Befragten sich idealerweise die Berufstätigkeit als Eltern vorstellen. Beide Aspekte waren auch in der Erhebung 2002 enthalten.

3.1.1 Bewertung des Lebens mit Kindern und der Wertschätzung von Familien

Bei der Bewertung des Lebens mit Kindern und der Wertschätzung von Familien teilen fast alle Befragten die Meinung, dass Kinder das Leben intensiver und erfüllter machen und ihnen das Gefühl geben, gebraucht zu werden. Insofern werden Kinder von den befragten Vätern und Müttern als Bereicherung gesehen. Was allerdings die soziale Anerkennung von Familien betrifft, so fällt die Bewertung durch die Eltern deutlich negativer aus. Mehr als die Hälfte der Befragten stimmen den beiden Aussagen nicht oder nur zum Teil zu, dass Eltern Wertschätzung in der Gesellschaft bzw. im persönlichen Umfeld bekommen. Auch die ökonomischen Kosten von Elternschaft sieht ein Großteil der Mütter und Väter kritisch. Knapp die Hälfte ist der Meinung, dass man in der Gesellschaft Nachteile in Kauf nehmen muss, wenn man Kinder hat. 42,4 % der Eltern stimmen der Aussage zu, dass man mit Kindern auf Wohlstand verzichten muss (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: „Kinder zu haben geht mit Vor- und Nachteilen einher. Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen?“ (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Der Aussage, dass Kinder das Leben intensiver und erfüllter machen, stimmen alle Subgruppen stark zu. Bei Eltern mit einem Kind ist dieses Gefühl noch etwas ausgeprägter als bei Eltern mit zwei oder mehr Kindern. Im räumlichen Vergleich zeigt sich, dass Eltern in Agglomerationsräumen dieser Aussage etwas stärker zuneigen als Eltern in verdichteten oder ländlichen Räumen.

Das Gefühl gebraucht zu werden ist bei Müttern etwas stärker ausgeprägt als bei Vätern: Während 84,2 % der Mütter dieser Aussage voll und ganz zustimmen, tut dies bei Vätern nur ein Anteil von 75,4 %. Tendenziell ist das Gefühl des Gebrauchtwerdens etwas ausgeprägter, je jünger die Eltern und je kleiner die Kinder sind. Im Vergleich zu Ehepaar-Familien (82,7 %) stimmen ein geringerer Anteil an Familien mit unverheirateten Partnern (75,6 %) und Alleinerziehenden voll und ganz zu (73,6 %). Bildungsunterschiede zeigen sich insofern, als Eltern mit niedrigem oder mittlerem Bildungsniveau die Aussage öfters bejahen, dass man durch Kinder das Gefühl bekommt, gebraucht zu werden.

Den beiden Fragen zur sozialen Anerkennung von Familien in der Gesellschaft und im persönlichen Umfeld stehen Alleinerziehende deutlich kritischer gegenüber als Zwei-Eltern-Familien. Offenbar fühlt sich ein größerer Anteil Alleinerziehender nicht ausreichend wertgeschätzt, sowohl im persönlichen Umfeld als auch im gesamtgesellschaftlichen Kontext. Interessanterweise sehen auch Eltern mit höherer Bildung die soziale Anerkennung von Familien kritischer als Eltern mit niedrigerer Bildung. Beim Blick auf die verschiedenen Altersgruppen fällt auf, dass Eltern mit jüngeren Kindern mehr Anerkennung im direkten sozialen Umfeld erleben als Eltern mit älteren Kindern.

Bei der Einschätzung der subjektiven Kosten von Kindern gibt es Geschlechtsunterschiede: Mütter fühlen sich in der Gesellschaft gegenüber kinderlosen Frauen etwas benachteiligter als Väter gegen-

über kinderlosen Männern. Die befragten Väter schätzen dagegen den Verzicht auf Wohlstand höher ein. Familien mit zwei Kindern und kinderreiche Familien sehen mehr Nachteile in der Gesellschaft als Ein-Kind-Familien. Interessanterweise spielen bei der Einschätzung der Kosten von Kindern die Merkmale Bildung, Haushalteinkommen oder Wohnort keine Rolle.

3.1.2 Einstellungen zur Berufstätigkeit in einer Partnerschaft

Ideale Erwerbskonstellation in der Familie

In Tabelle 12 ist dargestellt, welche Erwerbskonstellationen die Befragten in verschiedenen Familienphasen präferieren. Solange ein Paar noch keine Kinder hat, sollten idealerweise beide Elternteile in Vollzeit erwerbstätig sein, finden 86,1 % der Befragten. Solange ein Kind unter drei Jahren im Haushalt lebt, befürwortet über die Hälfte das Modell mit einem Elternteil in Vollzeit und einem nicht erwerbstätigen Elternteil (56,7 %). Ab dem Kindergartenalter präferiert die Mehrheit ein Zuverdienermodell, bei dem ein Elternteil in Vollzeit, der andere in Teilzeit erwerbstätig ist (64,6 % bzw. 71,5 %). Eine Konstellation, in der beide Elternteile in Teilzeit arbeiten, findet unabhängig von der Familienphase nur ein geringer Anteil der Befragten ideal. Nach der Geburt eines Kindes wird eine Reduktion oder Aufgabe der Erwerbstätigkeit eines Elternteils präferiert. Mit steigendem Alter der Kinder wird eine zunehmende Erwerbsbeteiligung des zweiten Elternteils als wünschenswert angesehen.

Tabelle 12: „Die folgende Frage betrifft Ihre Einstellung zur Berufstätigkeit in einer Partnerschaft bzw. Ehe. Ich beschreibe Ihnen vier verschiedene Situationen. Bitte sagen Sie zu jeder dieser Situationen, welche Lösung Sie persönlich für die richtige halten – unabhängig von Ihrer eigenen derzeitigen Lebenssituation.“ (in %)

Familienphase	Doppelverdienermodell (Beide Partner in Vollzeit)	Zuverdienermodell (Einer in Vollzeit, der andere in Teilzeit)	Ernährermodell (Einer in Vollzeit, der andere nicht erwerbstätig)	Partnerschaftliches Modell (Beide Partner in Teilzeit)	Sonstige	Fehlend (Anzahl)
Solange noch keine Kinder da sind.	86,1	9,3	1,0	2,7	0,9	52
Solange ein Kind unter drei Jahren im Haushalt lebt.	2,3	31,2	56,7	8,6	1,3	49
Solange das jüngste Kind noch im Kindergartenalter ist.	3,8	64,6	23,0	7,5	1,0	53
Solange das jüngste Kind noch in die Grundschule geht.	6,7	71,5	12,8	7,9	1,1	57

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Hinsichtlich der präferierten Erwerbskonstellationen in verschiedenen Familienphasen sind sich Mütter und Väter einig: Solange ein Paar keine Kinder hat, wünschen sich sowohl Männer als auch Frauen ein Doppelverdienermodell. Bei Kindern unter drei Jahren im Haushalt ist das Ernährermodell am beliebtesten. Ab dem Kindergartenalter divergieren die Vorstellungen von Männern und Frauen stärker: Obwohl im Kindergartenalter sowohl die Mehrheit der Väter (52,8 %) als auch der Mütter (70,8 %) ein Zuverdienermodell präferiert, spricht sich ein höherer Anteil an Männern (32,3 % vs. 18,4 % der Frauen) für das Modell mit einem Elternteil in Vollzeit und einem nicht erwerbstätigen Elternteil aus. Auch im Grundschulalter ist das mehrheitliche Ideal weiterhin ein Zuverdienermodell. Jedoch präferieren mehr Väter (17,6 %) als Mütter (10,4 %) ein Ernährermodell. Eine Teilzeitbeschäftigung von beiden Partnern halten 12,1 % der Väter, aber nur 5,8 % der Mütter für ideal. Für ein Doppelverdienermodell sprechen sich in dieser Lebensphase fast doppelt so viele Väter (9,4 %) wie Mütter (5,3 %) aus.

Auch das Alter und das Bildungsniveau der Befragten spielen eine Rolle bei der präferierten Erwerbskonstellation. Beispielsweise bevorzugt ein höherer Anteil an Eltern mit akademischem Abschluss ein partnerschaftliches Modell – unabhängig von der Familienphase. Jüngere Eltern tendieren ab der Geburt eines Kindes eher zu einem Zuverdienermodell, während ältere Elterngruppen eine höhere Zustimmung zum Ernährermodell zeigen.

Im Jahr 2002 wurde diese Frage gleichlautend gestellt, wobei die Kategorie „Beide Partner in Teilzeit“ erst 2015 mit aufgenommen wurde. Ein detaillierter Vergleich der gegebenen Antworten ist daher schwierig. Dennoch kann festgestellt werden, dass sich die am meisten präferierten Erwerbskonstellationen nicht verändert haben.

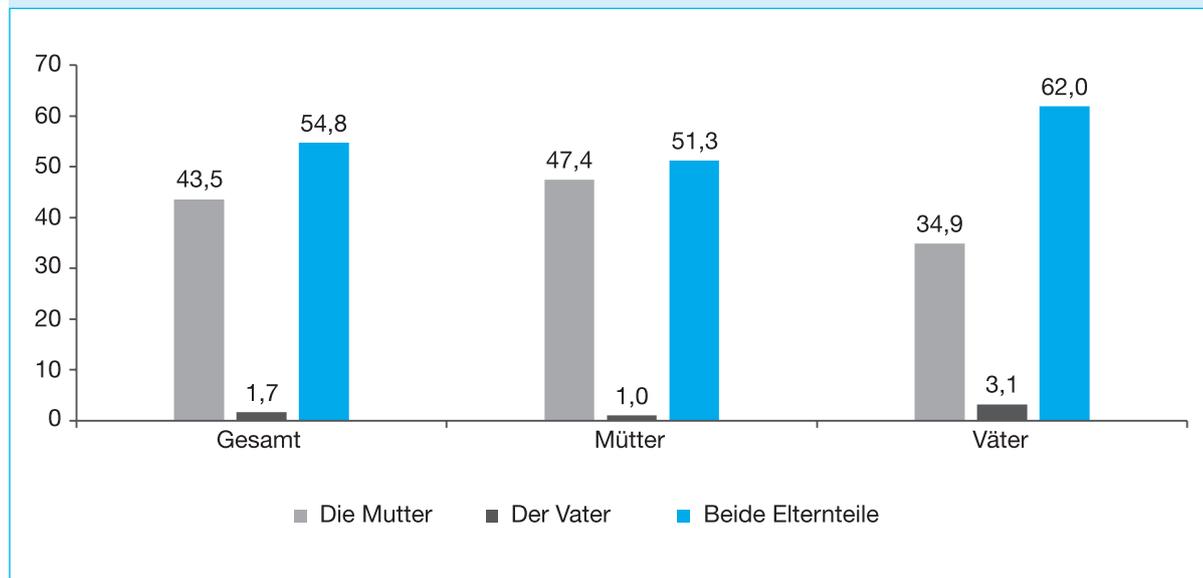
Einstellungen zur Reduktion der Berufstätigkeit in der Partnerschaft

Die Mütter und Väter wurden ferner um ihre Meinung gebeten, welcher der beiden Partner idealerweise die Berufstätigkeit zugunsten der Kindererziehung reduzieren sollte. Ein Anteil von 16,1 % machte keine Angabe zu dieser Frage⁶. Schließt man diesen Teil der Befragten aus weiteren Analysen aus, so wünscht sich über die Hälfte der Eltern (54,8 %), dass beide Partner die Berufstätigkeit reduzieren. 43,5 % geben an, die Mutter sollte reduzieren und nach Ansicht von 1,7 % der Befragten sollte dies der Vater tun. Werden die Antworten von Vätern und Müttern getrennt betrachtet, fällt auf, dass ein größerer Anteil von Vätern (62,0 %) eine Reduktion der Berufstätigkeit beider Partner für gut hält.

Die hohe Zustimmung zu einer Reduktion beider Partner ist nicht deckungsgleich mit den Antworten auf die Einschätzungsfrage zur idealen Erwerbskonstellation in der Partnerschaft. Denn eine partnerschaftliche Aufteilung der Erwerbsarbeit wünscht sich – unabhängig von der Familienphase – nur ein sehr geringer Anteil von Eltern. Dieses Ideal spiegelt sich in der Realität nicht wider. Eine Reduktion der Berufstätigkeit zugunsten der Kinderbetreuung findet meist auf Seiten der Mutter statt und bleibt häufig bis über die Grundschulzeit bestehen.

⁶ Dies waren insbesondere Männer, ältere Befragte bzw. Mütter und Väter mit älteren und mehreren Kindern und Personen mit (Fach)Hochschulabschluss. Auch ein höherer Anteil von Familien mit größerem Einkommen machte keine Angabe. Deswegen liegt hier die Vermutung nahe, dass Befragte, die sich bereits in einer späteren Familienphase befinden, sowie Befragte mit hohem Bildungsstand nicht auf eine Kategorie festlegen konnten bzw. eine Verallgemeinerung aus Perspektive der Befragten nicht möglich ist. Für weitere Analysen der Frage wurde dieser Teil der Befragten ausgeschlossen.

Abbildung 4: „Einmal ganz allgemein gefragt: Wenn jemand von den Eltern die Berufstätigkeit zugunsten der Kindererziehung reduzieren sollte, wer sollte das Ihrer Meinung nach sein?“ (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 192)

Interessant ist auch eine Differenzierung nach dem Alter der Befragten: Zu einer traditionelleren Erwerbskonstellation tendieren eher die jüngeren Eltern-Generationen. Während 55,4 % der 20- bis 29-Jährigen eine Reduktion der Erwerbstätigkeit der Mutter wünschen, liegt der Anteil bei den 40- bis 49-Jährigen bei 32,6 %. Möglicherweise ergibt sich diese Einschätzung aus ihrer aktuellen Familienphase, da jüngere Eltern in der Regel auch kleinere Kinder haben und eine eher traditionelle Erwerbskonstellation aufweisen. Akademikerinnen und Akademiker, Befragte aus Agglomerationsräumen sowie Eltern, die unverheiratet in einer Partnerschaft leben, haben jeweils eine stärkere Tendenz zu einer partnerschaftlichen Aufteilung der Erwerbsarbeit.

In der aktuellen Befragung haben deutlich mehr Befragte keine Angabe zur Frage gemacht als 2002. Ohne diese fällt im Vergleich der beiden Befragungszeitpunkte auf, dass der Anteil derer, die eine Reduktion der Berufstätigkeit des Vaters befürworten, nahezu identisch ist (2002: 1,4 %). Der Anteil derer, die eine Reduktion der Berufstätigkeit beider Elternteile befürworten, ist dagegen um elf Prozentpunkte gestiegen (2002: 43,6 %; 2015: 54,8 %).

Zu den Einstellungen von Eltern sowie zum Thema Arbeitsteilung in der Familie liegen zahlreiche Forschungsarbeiten vor: beispielsweise zur Bewertung des Lebens mit Kindern und zur Wertschätzung der Familie von Eltern in Bayern (Adam et al. 2014); zu den Vorstellungen bezüglich der Arbeitsteilung von Paaren im Übergang zur Elternschaft (Dechant/Rinklake 2016); zu Familienleitbildern (Schneider et al. 2015); zu Mütterbildern und mütterlicher Erwerbstätigkeit (Schütze 2010) sowie zu Einstellungen von Vätern und zu Männerrollen (Zulehner 2009).

3.2 Orientierungsbedürfnisse

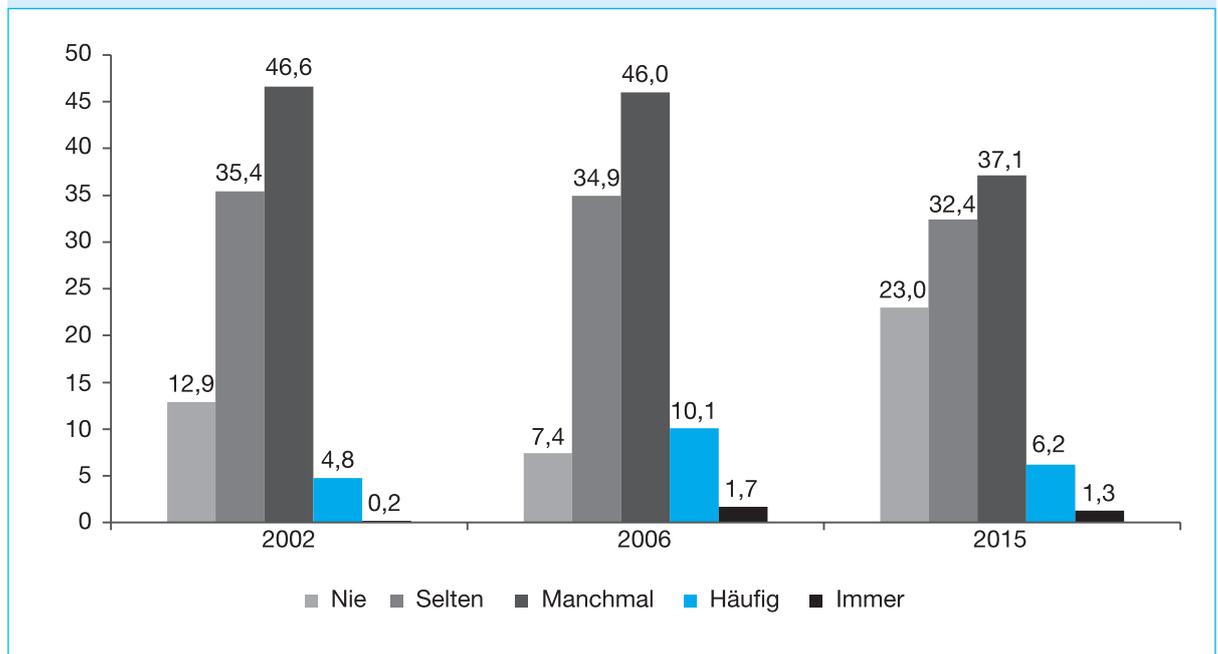
Ein weiteres Thema der Befragung waren die Orientierungsbedürfnisse von Eltern im Familienleben und bei der Erziehung ihrer Kinder. Neben einer Frage dazu, wie sicher sie sich im Erziehungsalltag fühlen, ging es auch darum, zu welchen Themen sie sich mehr Informationen wünschen.

3.2.1 Unsicherheit in Erziehungsfragen

Wie bereits in den Jahren 2002 und 2006 wurde auch diesmal danach gefragt, wie häufig Eltern in Fragen, die die Erziehung ihrer Kinder betreffen, unsicher sind.

Im Vergleich zu den vorherigen Untersuchungen zeigt sich, dass die Unsicherheit tendenziell abgenommen hat. Während bei der ersten Erhebung 12,9 % und bei der zweiten Erhebung 7,4 % der Befragten angaben, sich bei der Erziehung nie unsicher zu fühlen, trifft dies 2015 auf 23,0 % der befragten Eltern zu. Ebenso hat sich der Anteil der Eltern, die sich selten, manchmal, häufig oder immer bei Erziehungsfragen unsicher fühlen, zum Teil deutlich reduziert, besonders im Vergleich zu der Erhebung von 2006 (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: „Sind Sie in Fragen, die die Erziehung Ihrer Kinder betreffen, unsicher?“, im Zeitvergleich (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragungen zur Familienbildung 2015, 2006 und 2002
 2015: n = 1.191; fehlend = 1 / 2006: n = 1.278; fehlend = 14 / 2002: n = 1.013; fehlend = 14

Die Selbsteinschätzung von Vätern und Müttern unterscheidet sich, wie auch in den vergangenen Erhebungen, insofern, als ein höherer Anteil der Väter (28,7 %) als der Mütter (20,2 %) angibt, sich nie unsicher zu fühlen. Einen Zusammenhang scheint es auch mit der Familienform zu geben. Obwohl 24,6 % der Alleinerziehenden angeben, sich nie unsicher zu fühlen, liegt der Anteil derer, die angeben, häufig oder immer unsicher sein, mit 18,0 % deutlich höher als im Durchschnitt. Dass sich Eltern beim ersten Kind etwas unsicherer fühlen als Eltern mit zwei oder mehr Kindern, hängt vermutlich mit der

fehlenden Erfahrung mit Kindern zusammen. Ebenso liegt es nahe, dass Eltern beim zweiten oder dritten Kind insgesamt erfahrener mit Erziehungssituationen umgehen. Bei der Beurteilung der eigenen Unsicherheit zeigen sich keine Unterschiede zwischen Eltern verschiedener Bildungsniveaus.

3.2.2 Themen, zu denen Eltern sich Informationen oder Hilfestellung wünschen

Um die Anliegen der Eltern beschreiben zu können, wurde im Rahmen des telefonischen Interviews offen abgefragt, zu welchen Themenbereichen sie sich Informationen oder Hilfestellung wünschen. Angaben bei dieser Frage machten 481 der insgesamt 1.191 Befragten, was einem Anteil von 40,4 % entspricht. Eltern, die sich eher unsicher in Erziehungsfragen fühlen, haben dabei häufiger Angaben zu Themenbereichen gemacht, zu denen sie sich mehr Informationen wünschen. Insgesamt konnten 598 Nennungen ausgewertet und kategorisiert werden.

Zu den Themen, die am häufigsten genannt wurden, zählen Schule, Jugendliche und Pubertät, Erziehung, mehr Informationen und Beratung zu Familie allgemein, Gesundheit sowie Medien. Daneben wurde eine breite Vielfalt von Themen genannt, z. B. Mobbing, behinderte Kinder oder Hochbegabung. In Tabelle 13 sind die genannten Themenbereiche aufgelistet, zum einen in Bezug auf die Gesamtzahl der Nennungen und zum anderen in Bezug auf die Anzahl der Befragten, die mindestens eine Angabe genannt haben.

Von den Befragten, die eine Angabe machen, nennen 80,4 % einen Themenbereich, knapp ein Fünftel nennt mehrere verschiedene Themenbereiche. Mütter und Väter hätten gern zu ähnlich vielen Themen mehr Informationen. Auch die sechs am häufigsten genannten Themen sind bei Müttern und Vätern identisch. Bei einem Vergleich von Eltern mit und ohne akademischen Abschluss fällt auf, dass mit 47,0 % knapp die Hälfte der Mütter und Väter mit (Fach)Hochschulabschluss Themen angibt, zu denen sie gerne mehr Informationen hätte, jedoch nur 37,2 % der Eltern ohne (Fach)Hochschulabschluss.

Tabelle 13: „Zu welchen Fragen oder Themenbereichen wünschen Sie sich Beratung oder Hilfeleistung? Bitte geben Sie alles an, was Ihnen hierzu einfällt.“ (offene Frage, Mehrfachnennungen)

Rangliste der am häufigsten genannten Themenbereiche	In % der Nennungen (n = 598)	In % der Befragten, die eine Angabe gemacht haben (n = 481)
1. Schule	17,2	21,4
2. Jugendliche und Pubertät	15,9	19,8
3. Erziehung	11,2	13,9
4. Allgemein mehr Informationen und Beratung zu Familie	9,9	12,3
5. Gesundheit	9,0	11,2
6. Medien	8,7	10,8
7. Ausbildung, Beruf und Zukunft	3,2	4,0
8. Eifersucht und Probleme zwischen Geschwistern	2,5	3,1
9. Alleinerziehen	2,3	2,9
10. Trotz	2,0	2,5
11. Finanzielle Unterstützung durch den Staat	2,0	2,5
12. Sucht und Drogen	1,8	2,3
13. Trennung und Scheidung	1,5	1,9
14. Förderung	1,3	1,7
15. Freunde	1,3	1,7
16. Kindergarten	1,2	1,5
17. Ernährung	1,0	1,2
18. Betreuung	1,0	1,2
19. Generationenbeziehung	1,0	1,2
20. ADS	0,8	1,0
21. Arbeit und Familie	0,8	1,0
22. Sonstige	4,2	5,2
Gesamt	100	-

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 710)

Wie auch in den Befragungen zuvor, variieren die Themenwünsche stark nach dem Alter der Kinder (vgl. Tabelle 14). Vor allem Themen, die sich auf Entwicklungsstufen beziehen, werden von den Eltern unterschiedlicher Altersgruppen unterschiedlich häufig genannt: Eltern mit Kleinkindern wünschen sich häufiger allgemein mehr Informationen zum Thema Familie (22,2 %) sowie zum Thema Gesundheit (22,2 %). Erziehung ist ein Thema, das besonders Eltern von Drei- bis Sechsjährigen beschäftigt (23,3 %). Zum Thema Schule wünscht sich ein Drittel der Eltern mit Kindern zwischen sechs und zehn Jahren überdurchschnittlich häufig Informationen (33,3 %). Für ein Drittel der Eltern mit Teenagern sind Informationen zu Jugendlichen und Pubertät bedeutsamer (33,0 %).

Tabelle 14: Wichtigste Themenbereiche nach Alter des jüngsten Kindes (in %⁷)

Themenbereiche, zu denen sich Eltern Informationen wünschen (Rangliste)	Alter des jüngsten Kindes					Gesamt
	Unter 3 Jahre	3 bis unter 6 Jahre	6 bis unter 10 Jahre	10 bis unter 14 Jahre	14 Jahre und älter	
1. Schule	9,7	17,8	33,3	22,5	17,4	21,4
2. Jugendliche und Pubertät	1,4	12,3	18,2	24,2	33,0	19,8
3. Erziehung	19,4	23,3	12,1	13,3	5,5	13,9
4. Allgemein mehr Informationen und Beratung zu Familie	22,2	9,6	12,1	11,7	9,2	12,3
5. Gesundheit	22,2	9,6	8,1	13,3	6,4	11,2
6. Medien	1,4	1,4	13,1	15,8	16,5	10,8
7. Ausbildung, Beruf und Zukunft	1,0	2,0	5,0	4,2	9,2	4,0

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 710)

Von Eltern mit (Fach)Hochschulabschluss wünscht sich ein etwas größerer Anteil mehr Informationen zu Medien (15,3 % vs. 7,9 %) und Erziehung (17,9 % vs. 11,3 %). Mütter und Väter ohne diesen äußern dagegen den Wunsch nach mehr Informationen zu Schule (22,7 % vs. 19,5 %) sowie zu Jugendliche und Pubertät (21,3 % vs. 17,4 %).

Im Vergleich zur Befragung 2006 lässt sich feststellen, dass die drei Themen Schule, Jugendliche und Pubertät sowie Erziehung unverändert die ersten drei Plätze einnehmen. Gesundheit und Medien werden im Vergleich zu anderen Themen häufiger genannt. In der Rangliste ist das Thema Gesundheit von Rang 8 auf Rang 5 gerückt, der Themenbereich Medien von Rang 16 auf Rang 6. Der Umgang mit Trotz, Eifersucht und Probleme zwischen den Geschwistern sowie Alleinerziehen sind weitere Themen, die 2006 eher hintere Ränge eingenommen haben und nun zu den zehn am häufigsten genannten Themen zählen. Themenbereiche, die 2015 seltener genannt wurden, sind Ausbildung, Beruf und Zukunft sowie Sucht und Drogen.

3.3 Informationsstrategien und -wünsche im Erziehungsalltag

Die Frage nach der Erreichbarkeit von Eltern und der Zugang zu bestimmten Zielgruppen der Familienbildung ist ein zentraler Aspekt der Familienbildung. Deshalb sollten die Eltern Auskunft über ihre Informationsstrategien und -wünsche geben. An welche Personen und Einrichtungen wenden sie sich bei Erziehungsfragen und wie möchten sie gerne über Familienthemen informiert werden?

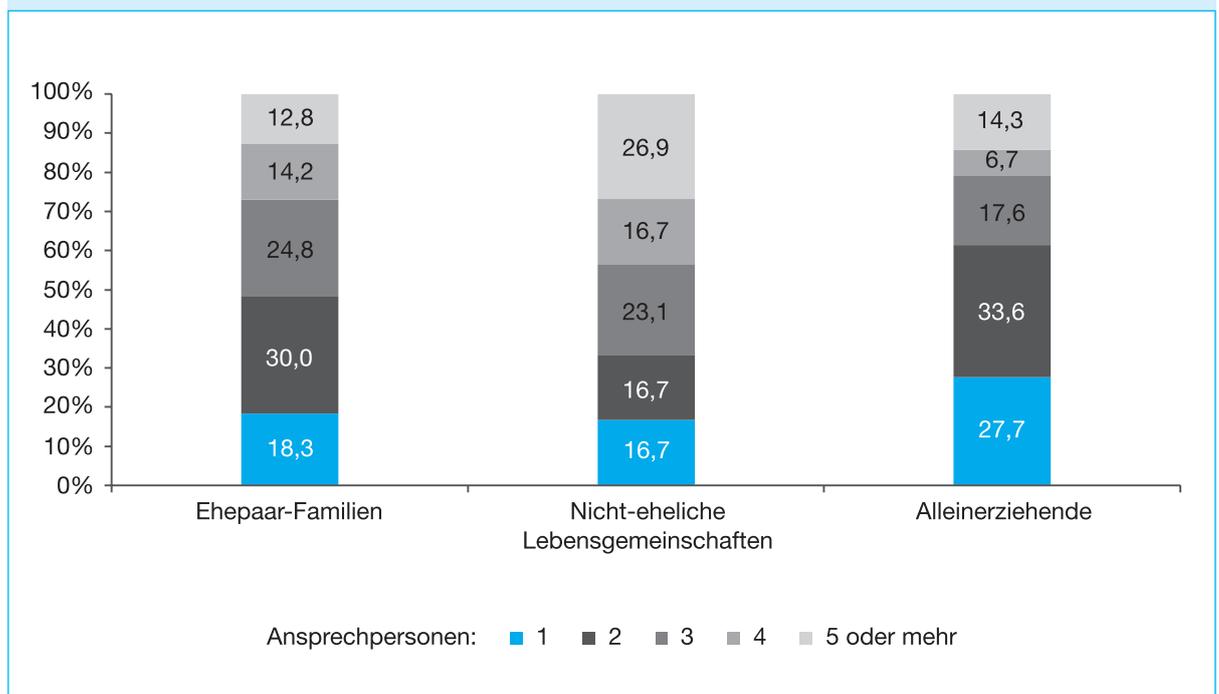
⁷ In % der Befragten, die eine Angabe gemacht haben.

3.3.1 Ansprechpersonen von Eltern

Zunächst wurden die Eltern befragt, an welche Personen oder Einrichtungen sie sich wenden, wenn sie über Erziehungs- und Familienthemen sprechen möchten oder einen Rat benötigen.

Es ist festzuhalten, dass Eltern meist mehrere Ansprechpersonen haben, an die sie sich wenden. Gut die Hälfte nennt drei oder mehr Ansprechpersonen, 29,5 % zwei und 19,1 % eine Person. Ein etwas höherer Anteil an Männern (24,0 %) im Vergleich zu Frauen (16,7 %) benennt nur eine Ansprechperson. Im Vergleich zu älteren Eltern mit älteren Kindern haben jüngere Eltern deutlich häufiger mehrere Ansprechpersonen. Mütter und Väter mit höherer Bildung zählen häufiger mehr Ansprechpersonen als Befragte mit mittlerer oder niedrigerer Bildung auf. Ebenso scheint es einen Zusammenhang mit der Familienform zu geben (vgl. Abbildung 6). Eltern in nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften greifen auf ein größeres Netzwerk zurück als Ehepaare und Alleinerziehende. Sechs von zehn Alleinerziehenden geben nur eine (27,7 %) oder zwei Ansprechpersonen (33,6 %) an.

Abbildung 6: Anzahl der Personen, an die sich Eltern bei Erziehungsfragen wenden, nach Familienform (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 14)

Die Ansprechpersonen kommen am häufigsten aus der Familie und dem Freundeskreis (vgl. Tabelle 15): 65,3 % der Befragten wenden sich an den Partner oder die Partnerin, 57,2 % an andere Verwandte, vor allem an die eigenen Eltern bzw. Schwiegereltern sowie an Geschwister. 58,2 % wenden sich an Personen aus dem Freundes- oder Bekanntenkreis. Wichtige Ansprechpersonen stellen auch Lehrkräfte und Erzieherinnen bzw. Erzieher (26,0 %) sowie Ärztinnen und Ärzte (22,0 %) dar. Unabhängig vom Bildungsniveau stellen diese die wichtigen Ansprechpersonen aus dem professionellen Bereich dar. Einrichtungen wie Mütterzentren, Familienstützpunkte oder Mehrgenerationenhäuser wurden selten erwähnt, wobei anzumerken ist, dass diese auch nur von Eltern genannt werden können, für welche diese Einrichtungen in erreichbarer Nähe liegen.

Tabelle 15: „Wenn Sie über Familien- oder Erziehungsfragen sprechen wollen oder wenn Sie einen Rat brauchen, an welche Personen oder Einrichtungen wenden Sie sich? Bitte nennen Sie alle, die Ihnen hierzu einfallen.“ (offene Frage, Mehrfachnennungen)

Rangliste der Ansprechpersonen und Einrichtungen	Anteil an der Gesamtzahl der Nennungen (n = 3.439)	Anteil der Befragten, die eine Angabe gemacht haben (n = 1.177)
1. Partnerin bzw. Partner	22,4	65,3
2. Freunde bzw. Freundinnen oder Bekannte	19,9	58,2
3. Verwandte	19,6	57,2
4. Lehrkräfte oder Erzieherinnen bzw. Erzieher	8,9	26,0
5. Kinderärztin bzw. Kinderarzt oder andere Ärztinnen bzw. Ärzte	7,5	22,0
6. Beratungsstellen	3,6	10,5
7. Arbeitskolleginnen und -kollegen	3,1	8,9
8. Kindertherapeutin bzw. -therapeut oder andere therapeutische Fachkräfte	2,7	8,0
9. Nachbarn	2,6	7,5
10. Jugendamt	1,8	5,2
11. Andere Ämter und Behörden	1,2	3,6
12. GemeindefarrerIn bzw. -pfarrerIn	1,2	3,5
13. Mütterzentren / Familienzentren	1,1	3,3
14. Familienstützpunkt	1,0	2,8
15. Mehrgenerationenhaus	0,4	1,2
16. Sonstige	3,1	9,0
Gesamt	100	-

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 14)

Ein interessanter Unterschied zwischen Müttern und Vätern ist, dass beinahe drei Viertel der Väter die Partnerin als wichtige Ansprechperson angeben, während nur 62,0 % der Mütter angeben, sich an den Partner zu wenden⁸. Von den Alleinerziehenden geben 17,6 % einen Partner bzw. eine Partnerin als Ansprechperson an. Für Alleinerziehende, ebenso wie für Familien mit kleinen Kindern, spielen auch Verwandte, insbesondere die eigenen Eltern oder Schwiegereltern, aber auch Geschwister eine wichtige Rolle. Lehrkräfte sind etwas häufiger relevante Ansprechpersonen für Mütter als für Väter. Eltern mit akademischem Abschluss geben etwas häufiger Personen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis an.

Im Vergleich zu den früheren ifb-Elternbefragungen haben sich in der Reihenfolge und der Häufigkeit der drei am meisten genannten Ansprechpersonen keine wesentlichen Veränderungen ergeben.

⁸ Diese Geschlechtsunterschiede bleiben weitgehend bestehen, wenn nur Personen berücksichtigt werden, die in einer Partnerschaft leben.

3.3.2 Gewünschte Formen und Zugangswege von Informationen

Weiterhin wurden die befragten Väter und Mütter gebeten, ihre Präferenzen hinsichtlich der Form und der Zugangswege von Informationen zu Erziehungs- und Familienthemen anzugeben (vgl. Tabelle 16). Am wichtigsten ist den Eltern, dass sie nur dann Informationen erhalten, wenn sie sie selbst anfordern (83,7 % stimmen voll und ganz oder eher zu). Große Zustimmung findet auch die Aussage, dass Informationen für bestimmte Altersgruppen zugeschnitten sein sollen (68,3 %). Eine persönliche Beratung wünscht sich ebenfalls deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (68,6 %). Die Präferenzen hinsichtlich anonymer Informationen sind sehr heterogen. Regelmäßige Informationen wünschen sich drei von zehn Eltern. 36,0 % der Befragten benötigen keine Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen.

Tabelle 16: Gewünschte Formen und Zugangswege von Informationen (in %)

Form und Zugangsweg (Rangliste)	Zustimmungsgrad				Fehlend (Anzahl)
	Stimme voll und ganz zu	Stimme eher zu	Stimme eher nicht zu	Stimme gar nicht zu	
Ich möchte nur dann Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen erhalten, wenn ich sie anfordere.	69,8	13,9	7,9	8,4	6
Ich möchte gerne Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen, die jeweils für bestimmte Altersgruppen aufbereitet sind.	42,2	26,1	12,7	19,0	17
Wenn ich Fragen zu Familie und Erziehung habe, möchte ich am liebsten persönlich beraten werden.	40,0	28,6	16,2	15,2	6
Wenn ich Fragen zu Familie und Erziehung habe, ist mir eine anonyme Information, z. B. in gedruckter Form oder aus dem Internet, am liebsten.	24,1	25,5	25,8	24,6	26
Ich brauche keine Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen.	21,1	14,9	26,5	37,5	5
Ich möchte gerne regelmäßig Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen erhalten.	12,8	16,7	23,5	47,1	3

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Mütter und Eltern mit mehr als einem Kind legen im Allgemeinen etwas größeren Wert darauf, nur dann Informationen zu bekommen, wenn sie sie anfordern. Großen Wert auf die altersgruppengerechte Aufbereitung von Informationen legen Mütter sowie Eltern mit jüngeren Kindern. Eine persönliche Beratung schätzen insbesondere Mütter und Alleinerziehende. Ein größerer Anteil von Vätern als von Müttern gibt an, keine Informationen zu benötigen. Gleichzeitig wünschen sich mehr Väter als Mütter regelmäßige Informationen. Der Wunsch nach Regelmäßigkeit variiert mit dem Alter der Kinder.

Bei Eltern mit unter 3-Jährigen ist dieser mit 45,4 % Zustimmung am stärksten ausgeprägt. Im Vergleich dazu möchten nur 22,7 % der Mütter und Väter von 10- bis 14-Jährigen bzw. von Teenagern (23,2 %) regelmäßig zu Erziehungsthemen informiert werden.

Das Informationsbedürfnis hängt auch mit der Unsicherheit in Erziehungsfragen zusammen: So steigt der Wunsch nach regelmäßigen Informationen mit dem von den befragten Eltern berichteten Ausmaß der eigenen Unsicherheit. 22,5 % der Eltern, die eine häufige oder permanente Unsicherheit angeben, möchten gerne regelmäßige Informationen (stimme voll und ganz zu). Damit konsistent ist das Ergebnis, dass Befragte, die sich selbst eine größere Sicherheit in Erziehungsfragen zuerkennen, häufiger angeben, keine Informationen zu benötigen. Diese Zusammenhänge sind auch in den früheren Befragungen zu finden. Es zeigt sich zudem, dass der Wunsch nach regelmäßiger Information weiter zurückgegangen ist: von 53,0 % (2002) über 36,4 % (2006) auf 29,5 % im Jahr 2015. Gleichzeitig ist der Anteil derjenigen Befragten, die keine Informationen benötigen, gestiegen und liegt mit 36,0 % auf einem höheren Niveau als in den Jahren 2006 (29,5 %) und 2002 (20,5 %).



Information



4



MEDIALE FAMILIENBILDUNG

4 Mediale Familienbildung

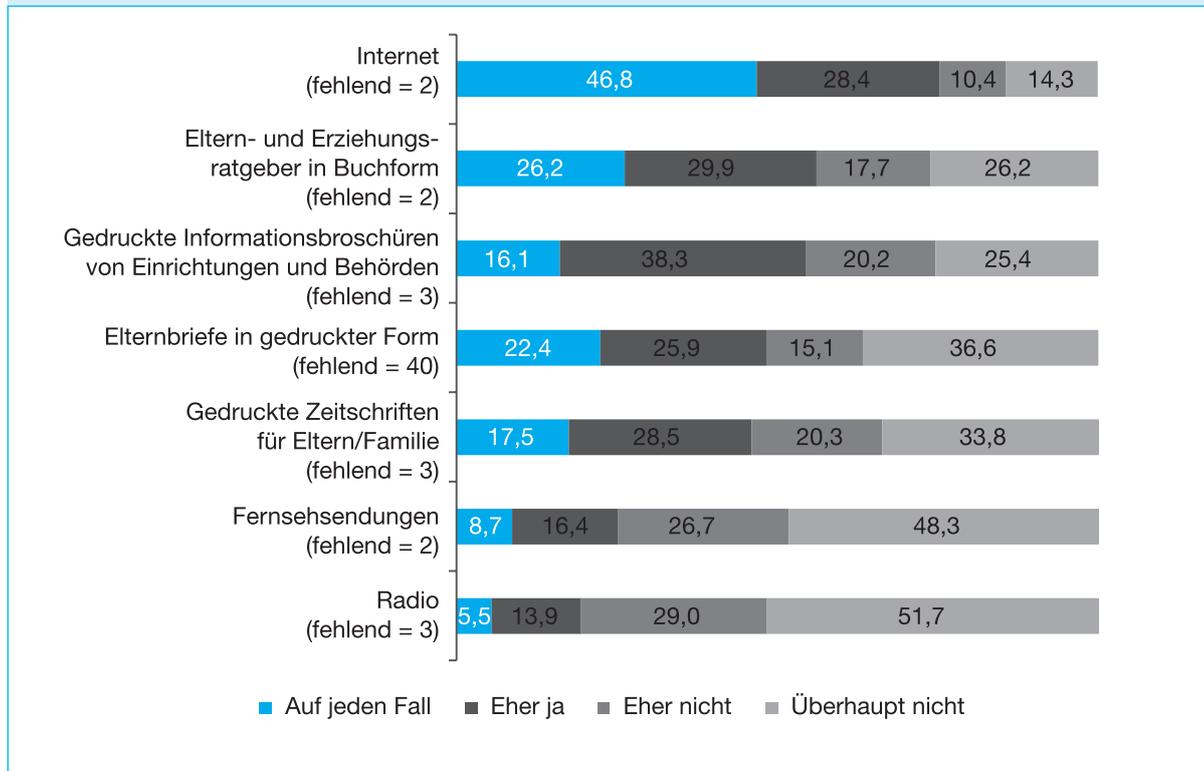
Die Elternbefragung 2015 setzt einen Fokus auf die mediale Familienbildung: Welche Möglichkeiten bieten Printmedien und digitale Medien bei der Vermittlung von Informationen zu Familien- und Erziehungsthemen und welche Präferenzen haben Eltern bei der Aufbereitung von Informationen?

4.1 Informationsquellen bei Familien- und Erziehungsfragen

Zunächst wurden die Väter und Mütter gebeten anzugeben, auf welche Medien sie am ehesten zurückgreifen würden, wenn sie Fragen zu Familie und Erziehung haben (vgl. Abbildung 7). Das Internet stellt hierbei das beliebteste Informationsmedium dar: Drei Viertel der Befragten würden hier auf jeden Fall oder eher nach Informationen suchen. Aufgrund seiner Bedeutung wird das Thema Internet und seine Möglichkeiten in einem eigenen Abschnitt (Kapitel 4.3) behandelt.

Für mehr als die Hälfte der Eltern sind Ratgeber in Buchform oder gedruckte Broschüren von Einrichtungen und Behörden eine gut geeignete Informationsquelle. Knapp die Hälfte aller Befragten würden gedruckte Elternbriefe zur Hand nehmen. Etwas weniger Eltern lesen gedruckte Elternzeitschriften: 54,1 % der Eltern geben an, dass sie diese eher nicht oder überhaupt nicht nutzen würden. In Fernsehsendungen (75,0 %) oder im Radio (80,7 %) würde die Mehrheit der Eltern bei Erziehungsfragen eher nicht oder überhaupt nicht nach Informationen suchen.

Abbildung 7: „In welchen Medien suchen Sie, wenn Sie spezielle Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen benötigen?“ (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Werden unterschiedliche Elterngruppen in den Fokus genommen, sind insbesondere bei den Medien Internet, Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform, Zeitschriften sowie beim Fernsehen Unterschiede zu beobachten.

Betrachtet man die Präferenzen von Müttern und Vätern getrennt, so fallen die Zustimmungswerte bei den Frauen zu Printmedien generell leicht höher aus als bei den Männern. In Bezug auf das Fernsehen jedoch sind bei Vätern höhere Zustimmungswerte zu beobachten: Hier können sich mehr Väter als Mütter (12,7 % vs. 6,7 %) vorstellen, dieses bei Erziehungsfragen zu nutzen. Für Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform haben insbesondere Frauen und Eltern mit hoher Bildung bzw. akademischer Ausbildung eine überdurchschnittlich hohe Präferenz. Die Informationssuche in gedruckten Eltern-Zeitschriften ist vor allem bei Eltern mit jüngeren Kindern sowie bei Eltern unter 40 Jahren beliebt – über die Hälfte dieser Gruppe würden Zeitschriften eher oder auf jeden Fall als Informationsquelle nutzen.

Im Vergleich der drei Elternbefragungen zeigt sich im Unterschied zur gestiegenen Popularität des Mediums Internet ein Rückgang der Zustimmung zu Erziehungsratgebern in Buchform: Während 2006 76,3 % angegeben haben, Bücher eher oder auf jeden Fall bei Erziehungsfragen zu Rate zu ziehen, stimmen dem in der aktuellen Befragung 56,1 % zu. Auch die Popularität von Informationsbroschüren von Einrichtungen und Behörden ist seit 2006 von 61,6 % auf 54,4 % Zustimmung gefallen. Elternbriefe haben insofern an Attraktivität gewonnen, als ein um sieben Prozentpunkte höherer Anteil an Eltern (22,4 %) angibt, bei Erziehungsfragen auf jeden Fall dort zu suchen. Bei Fernsehsendungen, die eine vergleichsweise geringe Rolle bei Familien- und Erziehungsfragen spielen, ist der Zustimmungs-

grad jedoch um einige Prozentpunkte gestiegen: Ein Viertel der Eltern würde eher oder auf jeden Fall bei bestimmten Aspekten der Erziehung das Fernsehen zur Rate ziehen, während dies 2006 nur 19,8 % der Mütter und Väter angegeben haben.

4.2 Nutzung und Bewertung von speziellen Printmedien für Eltern

Wenngleich heute vorrangig das Internet für die Suche nach Informationen zu Familie und Erziehung genutzt wird, spielen spezielle Printmedien für Eltern nach wie vor eine bedeutsame Rolle. Dies belegen die Ergebnisse zur Nutzung und zur Bewertung der dort gefundenen Informationen.

4.2.1 Nutzung von Printmedien für Eltern

Zeitschriften für Eltern sind das am häufigsten genutzte Printmedium (vgl. Tabelle 17). 22,3 % der Mütter und Väter lesen sie mindestens einmal pro Monat, weitere 19,0 % mehrmals im Jahr. Am zweithäufigsten greifen Eltern auf Bücher zurück: 18,8 % der Eltern lesen sie mindestens einmal pro Monat, 21,7 % mehrmals pro Jahr. 17,5 % der Eltern nehmen mindestens einmal im Monat einen Elternbrief zur Hand, weitere 25,0 % mehrmals im Jahr. Informationsbroschüren von Einrichtungen werden etwas seltener gelesen: 11,2 % geben an, mindestens einmal pro Monat auf Broschüren zurückzugreifen; 27,0 % mehrmals im Jahr. Zwischen 27,7 % (Informationsbroschüren von Einrichtungen und Behörden) und 38,8 % (Elternbriefe) der Befragten geben an, Printmedien nie zu nutzen. Während 3,5 % der Befragten angeben, alle vier Medien mindestens monatlich zu nutzen, lesen 11,3 % Befragte überhaupt keines der abgefragten Printmedien. Bei der Interpretation der Nutzungshäufigkeiten ist der unterschiedliche Erscheinungsrhythmus von Medien zu berücksichtigen.

Tabelle 17: Nutzungshäufigkeit spezieller Printmedien für Eltern (in %)

Medien (Rangliste)	Nutzungshäufigkeit				Fehlend (Anzahl)
	Mind. 1x pro Monat	Mehrmals im Jahr	Seltener	Nie	
Zeitschriften für Eltern / Familie	22,3	19,0	21,8	36,9	35
Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform	18,8	21,7	29,8	29,6	35
Elternbriefe (z. B. Peter-Pelikan-Briefe)	17,5	25,0	18,7	38,8	36
Informationsbroschüren von Einrichtungen und Behörden	11,2	27,0	34,2	27,7	29

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Die Häufigkeit der Nutzung verschiedener Printmedien ist abhängig von verschiedenen Merkmalen bei Eltern:

Alle vier abgefragten Medien werden von (jüngeren) Eltern mit kleineren Kindern bzw. Eltern, die erst ein Kind haben, häufiger genutzt. Höher gebildete bzw. Eltern mit akademischem Abschluss greifen häufiger auf Bücher zurück. Unterschiede zwischen Müttern und Vätern bestehen insofern, als Mütter häufiger auf Bücher zurückgreifen als Väter. So gibt rund ein Drittel der Väter an, Broschüren nie zu nutzen, während etwa ein Viertel der Frauen nie darauf zurückgreift.

Insgesamt ist die Nutzungshäufigkeit von (gedruckten) Zeitschriften seit 2002 gesunken. Während damals 31,1 % der Eltern angaben, mindestens einmal pro Monat diese zu lesen, waren es 2006 27,1 % und 2015 noch 22,3 %. Das Lesen von Ratgeberliteratur in Buchform ist zunächst von 20,9 % (mindestens einmal pro Monat) auf 25,2 % (2006) gestiegen und im Jahr 2015 wieder auf 18,8 % gesunken. Die Beliebtheit von Elternbriefen ist dagegen zunächst gefallen und hat dann wieder etwas zugenommen, ohne jedoch vollständig auf das Niveau von 2002 zurückzukehren. Die Häufigkeit, in der Eltern Informationsbroschüren lesen, hat sich seit 2006 nicht verändert – im Jahr 2002 lag Anteil derer, die mindestens einmal im Monat Informationsbroschüren lesen, mit 20,0 % allerdings etwa doppelt so hoch.

4.2.2 Bewertung der genutzten Printmedien für Eltern

Diejenigen Väter und Mütter, die angaben, eines der abgefragten Medien grundsätzlich zu nutzen, wurden um eine Einschätzung darüber gebeten, wie hilfreich sie die dort erhaltenen Informationen und Anregungen finden. Insgesamt bewertet der Großteil der Eltern die Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen positiv: Nur ein geringer Prozentsatz gibt an, in den jeweiligen Medien gar keine hilfreichen Informationen gefunden zu haben. 71,6 % der Eltern finden Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform sehr oder eher hilfreich, bei den Elternbriefen sind es 65,6 %, bei den Zeitschriften für Eltern/Familie 66,0 % und bei den Informationsbroschüren von Einrichtungen und Behörden 62,4 % (vgl. Tabelle 18). Obwohl also Zeitschriften insgesamt öfter genutzt werden, steht bei der Zufriedenheit der erhaltenen Informationen der Elternratgeber in Buchform auf Platz 1.

Tabelle 18: Bewertung von speziellen Printmedien für Eltern (in %)

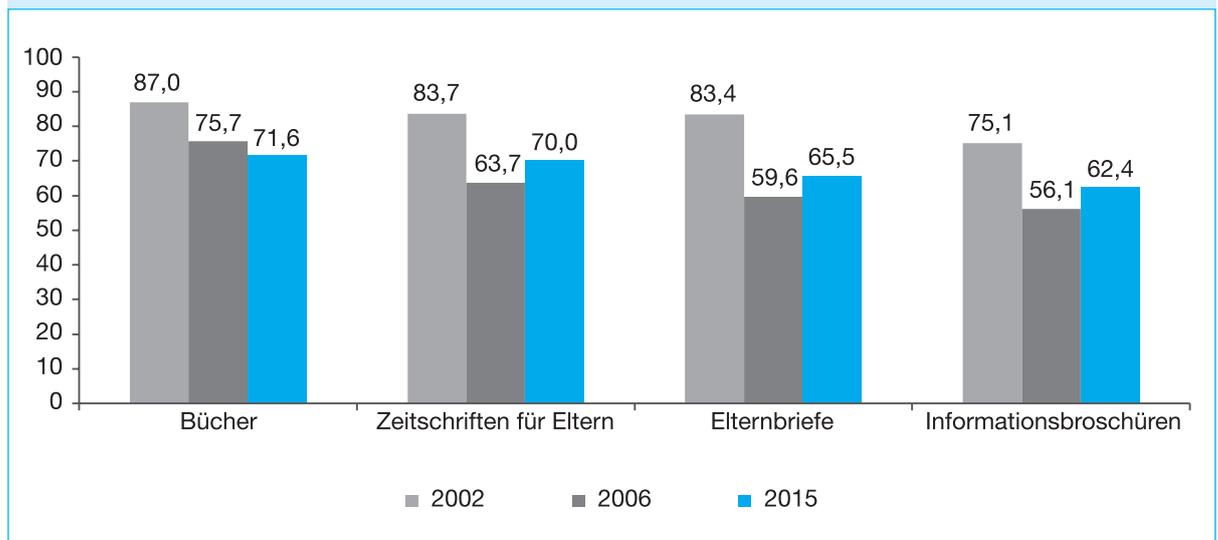
Medien	Bewertung				Frage erhalten (Anzahl)	Fehlend (Anzahl)
	Sehr hilfreich	Eher hilfreich	Weniger hilfreich	Gar nicht hilfreich		
Zeitschriften für Eltern / Familie	15,1	50,9	27,9	6,1	730	41
Eltern- und Erziehungsratgeber in Buchform	21,2	50,4	23,3	5,2	814	40
Elternbriefe (z. B. Peter-Pelikan-Briefe)	17,1	48,4	27,9	6,5	707	30
Informationsbroschüren von Einrichtungen und Behörden	14,3	48,1	30,8	6,8	840	44

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Bei der Bewertung der aus Printmedien erhaltenen Informationen fällt auf, dass Mütter im Vergleich zu Vätern die Informationen generell als hilfreicher einschätzen. Im Zusammenhang mit der allgemein etwas höheren Mediennutzung von jüngeren Eltern mit kleinen Kindern fällt auch deren positivere Bewertung von Büchern und Elternbriefen auf. Zeitschriften finden Eltern mit nur einem Kind hilfreicher als Eltern mit mehr als zwei Kindern. Informationsbroschüren dagegen bewerten Eltern mit zwei oder mehr Kindern besser. Während bei der Nutzungshäufigkeit Bildungsunterschiede beim Medium Buch zu finden sind, gibt es hinsichtlich der Bewertung bei keinem der vier Medien Varianzen zwischen den verschiedenen Bildungsgruppen.

Beim Zeitvergleich zeigt sich folgendes Bild: Über alle Wellen bewerten Eltern Informationen aus Büchern am positivsten⁹, danach folgen Eltern-Zeitschriften auf Platz zwei. In 2002 und 2015 lagen Elternbriefe auf Platz drei und Informationsbroschüren auf dem vierten Platz – in 2006 waren die befragten Eltern mit Informationsbroschüren etwas zufriedener als mit Elternbriefen. Zwischen 2002 und 2006 sind die hohen Zufriedenheitswerte deutlich gefallen und – mit Ausnahme von Büchern – im Jahr 2015 wieder gestiegen, ohne aber auf das Ausgangsniveau zurückzukehren.

Abbildung 8: Bewertung verschiedener Printmedien (sehr oder eher hilfreich) im Zeitvergleich (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015, 2006 und 2002
 2015: n = 1.191; fehlend = 2 / 2006: n = 1.287; fehlend = 9 / 2002: n = 1.013; fehlend = 5

Wird die Präferenz der Eltern in Verbindung mit der tatsächlichen Nutzung von Printmedien gesetzt, zeigt sich, dass Elternratgeber in Buchform besonders gut abschneiden. Bei den gedruckten Medien würden Eltern bei Erziehungsfragen am ehesten zum Buch greifen. Auch die dort erhaltenen Informationen bewerten sie als am hilfreichsten. Bei der Nutzungshäufigkeit jedoch stehen Zeitschriften vor Büchern an vorderster Stelle.

4.3 Möglichkeiten und Nutzung digitaler Medien

Die große Bedeutung des Internets als Informationsquelle wurde in den Angaben zum Umfang der Nutzung bereits deutlich. Sie hängt sicherlich auch mit der Bandbreite an neuen Möglichkeiten zusammen, die das Internet heute seinen Nutzerinnen und Nutzern bietet, sowie mit der Vielfalt an Geräten, mit denen auf diese zugegriffen werden kann.

4.3.1 Medienausstattung von Familienhaushalten

Die Ausstattung der befragten Haushalte mit mindestens einem Computer mit Internetzugang hat von 70,3 % im Jahr 2002 auf 89,0 % im Jahr 2006 zugenommen. Da im Jahr 2014 nahezu alle Familien-

⁹ Die Fragestellung war in den drei Erhebungen unterschiedlich: In der Befragung 2002 wurde mittels einer vierstufigen Skala gefragt, wie zufrieden Eltern mit der Qualität der erhaltenen Informationen sind. 2006 und 2015 wurde ebenfalls vierstufig abgefragt, wie hilfreich Eltern die Informationen finden.

haushalte in Deutschland (Statistisches Bundesamt 2015) mit einem Internetzugang ausgestattet waren, wurden diesmal die Art und die Anzahl der internetfähigen Geräte (Computer/Laptop, Tablet-PC und Smartphone) in den Familienhaushalten erfasst: Nur 0,6 % der Befragten geben an, dass es in ihrem Haushalt kein internetfähiges Gerät gibt, in 3,2 % der Haushalte steht lediglich ein Gerät mit Internetzugang zur Verfügung. Über drei Viertel der Befragten berichten von zwei bis sieben Geräten im Haushalt. In jedem fünften Familienhaushalt befinden sich acht oder mehr Geräte, mit denen eine Internetnutzung möglich ist.

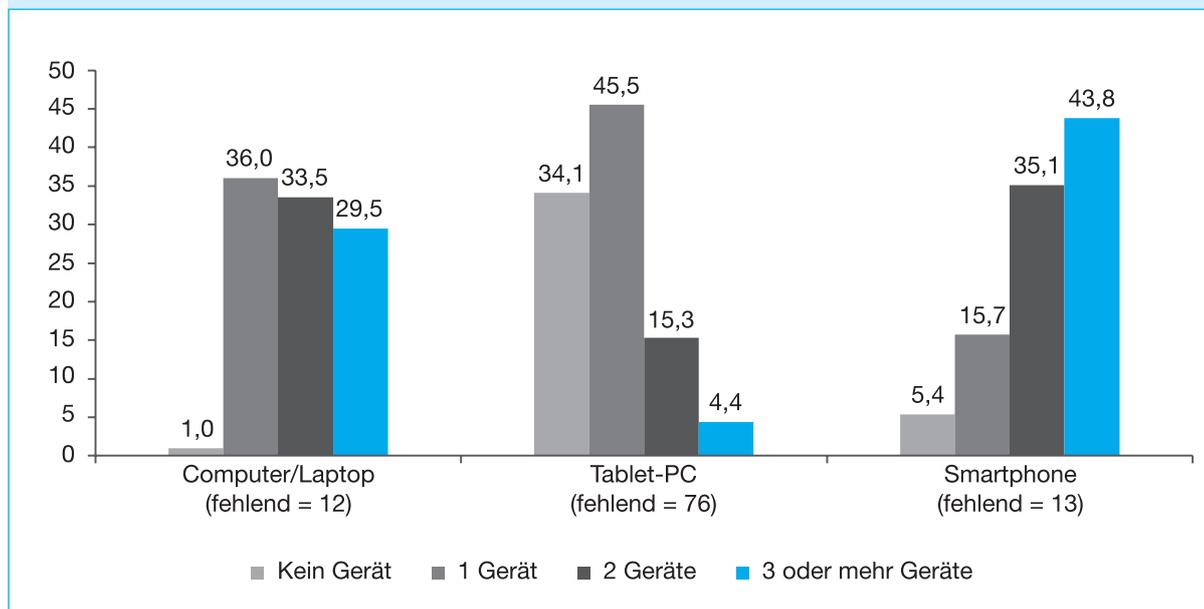
Tabelle 19: Gesamtzahl der internetfähigen Geräte im Haushalt

Anzahl	Anzahl	Anteil (in %)
Keines	7	0,6
1	36	3,2
2 bis 4	394	35,3
5 bis 7	457	40,9
8 bis 10	185	16,6
11 oder mehr	37	3,3
Gesamt	1.116	100,0

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 75)

Abbildung 9 zeigt die Ausstattung der Haushalte mit Computern bzw. Laptops, Tablet-PCs und Smartphones. Das Smartphone zählt zu den verbreitetsten Geräten: In 43,8 % der Haushalte sind drei oder mehr vorhanden, nur 5,4 % der Familienhaushalte besitzen kein Smartphone. Mindestens einen Computer bzw. ein Laptop gibt es in 99,0 % der Haushalte, 29,5 % haben drei oder mehr entsprechende Geräte. Knapp zwei Drittel der befragten Familien haben einen Tablet-PC.

Abbildung 9: Ausstattung der Familienhaushalte mit internetfähigen Geräten (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Die Anzahl der Geräte variiert u. a. mit der Familienstruktur. Beispielsweise besitzen Haushalte, in denen drei oder mehr Kinder leben, eine größere Anzahl Smartphones als Haushalte mit einem oder zwei Kindern. Ehepaar-Familien verfügen über mehr Mediengeräte als Ein-Eltern-Familien. Auch mit steigendem Alter des Kindes bzw. der Kinder sind im Allgemeinen mehr Computer oder Laptops und Smartphones im Familienhaushalt vorhanden.

Knapp zwei Drittel der Familienhaushalte besitzen Geräte aller drei abgefragten Kategorien. 217 Befragte geben an, mindestens ein weiteres internetfähiges Mediengerät im Haushalt zu besitzen. Dabei handelt es sich meistens um einen Smart-TV oder eine Spielekonsole. Eltern mit höherer Bildung bzw. akademischer Ausbildung sowie Familienhaushalte mit einem höheren Einkommen haben tendenziell insgesamt mehr internetfähige Geräte und Geräte aller drei Kategorien.

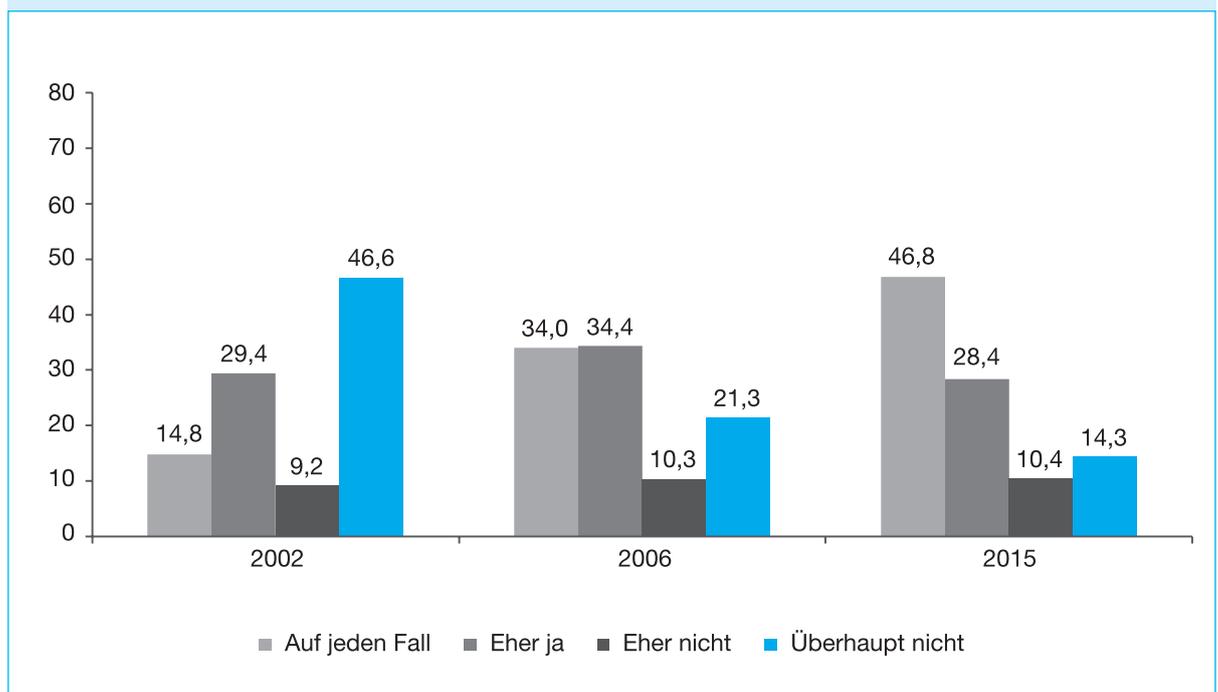
Im Jahr 2002 war die Ausstattung mit internetfähigen Geräten und deren Nutzung bei Eltern mit niedrigerem Bildungsniveau eher unterdurchschnittlich. Diese Bildungsunterschiede sind bereits im Jahr 2006 zurückgegangen und haben sich inzwischen komplett nivelliert.

4.3.2 Bedeutung des Internets bei Erziehungs- und Familienfragen

Internetnutzung bei Erziehungsfragen

Wie in Abschnitt 4.1 dargestellt, spielt das Internet als Informationsquelle für familien- und erziehungsbezogene Fragen heute eine zentrale Rolle (vgl. Abbildung 10): Der Anteil derjenigen Mütter und Väter, die das Internet auf jeden Fall oder eher zur Recherche nach Informationen zu Familien- und Erziehungsthemen nutzen würden, liegt in der aktuellen Studie mit 75,2 % rund 31 Prozentpunkte höher als in 2002 (44,2 %). Der steigende Trend zeigte sich bereits in 2006 mit einem Anteil 68,4 % von Eltern, die das Internet bei Erziehungsfragen zu Rate ziehen würden.

Abbildung 10: Nutzung des Internets bei Familien- und Erziehungsfragen im Zeitvergleich (in %)

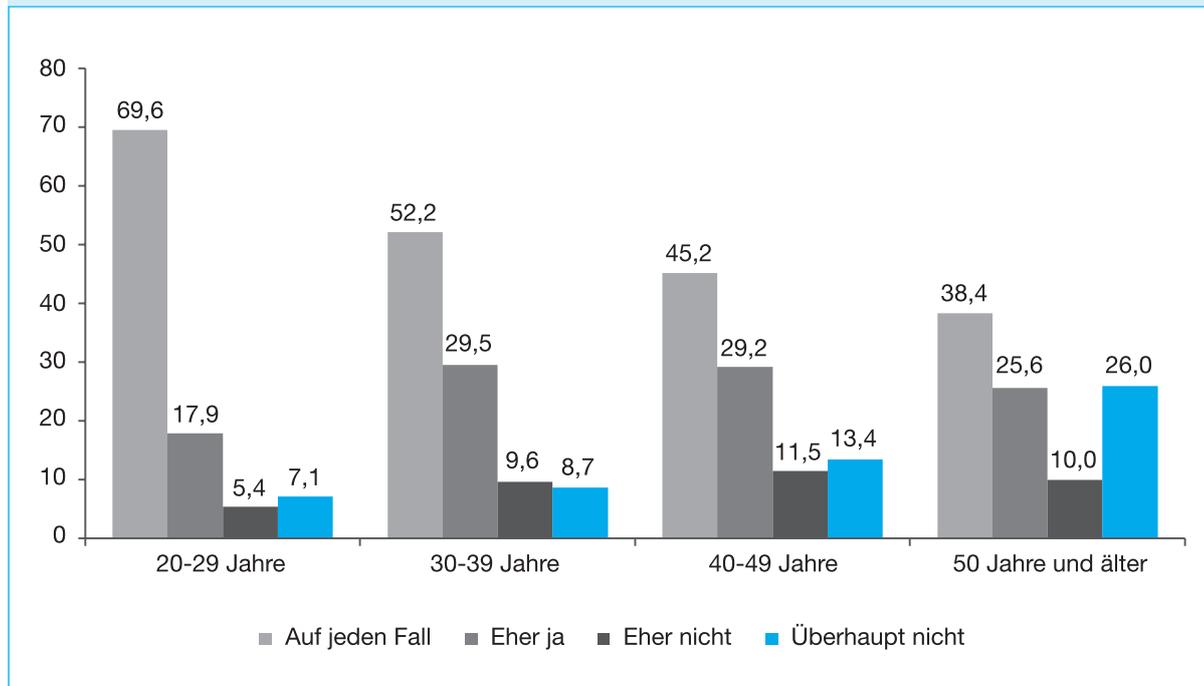


Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015, 2006 und 2002

2015: n = 1.191; fehlend = 2 / 2006: n = 1.287; fehlend = 9 / 2002: n = 1.013; fehlend = 5

Bei der Nutzung des Internets werden Alterseffekte sichtbar: Jüngere Eltern haben eine deutlich höhere Affinität zum Medium Internet. Bei keinem anderen abgefragten Medium zeigen sich die Unterschiede zwischen den Altersgruppen so deutlich (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Nutzung des Internets nach Altersgruppe der Befragten (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 11)

Mit dem Alter der Eltern einhergehend, ist auch eine stärkere Internetaffinität bei Eltern mit jüngeren Kindern zu beobachten sowie bei Familien, die (erst) ein Kind haben. Ferner gibt es eine leicht größere Zustimmung zum Internet als Informationsplattform bei Eltern mit akademischer Ausbildung. Demnach würden 52,0 % der Mütter und Väter mit (Fach-)Hochschulabschluss das Internet auf jeden Fall nutzen, aber nur 44,5 % der Eltern ohne akademische Bildung.

Nutzung spezieller digitaler Formate

Neben der Ausstattung mit internetfähigen Mediengeräten und den elterlichen Präferenzen von Medien bei Familienfragen ging es in der Befragung auch um die Nutzung spezieller digitaler Formate bei der Suche nach Informationen. Dabei wurde zweistufig vorgegangen: Zunächst wurden die Eltern danach gefragt, wie häufig sie im Allgemeinen bestimmte Internetangebote zur Suche nach Informationen nutzen, anschließend danach, welche dieser Möglichkeiten sie bei der Suche nach Informationen zu Erziehungs- und Familienfragen bevorzugen. Hierbei wurden zum einen spezielle Webseiten, z. B. von Einrichtungen und Behörden oder von (Online-)Zeitschriften, abgefragt. Zum anderen ging es auch um diverse interaktive Medien, wie soziale Netzwerke, Weblogs, Foren, Videoplattformen oder Chats. Weiterhin wurde auch die Nutzung von Suchmaschinen und Apps abgefragt.

Abbildung 12 zeigt, dass 92,4 % der Befragten häufig oder manchmal Suchmaschinen nutzen, wenn sie allgemeine Informationen im Internet recherchieren. Weitere Angebote, die häufig oder manchmal genutzt werden, sind Webseiten von Einrichtungen und öffentlichen Stellen (48,7 %), Apps (34,0 %), Videoplattformen (30,4 %) und soziale Netzwerke (25,2 %). Unterscheidet man nach Geschlecht, so

zeigt sich, dass Männer bei der Suche nach allgemeinen Informationen häufiger als Frauen auf soziale Netzwerke (21,8 % vs. 14,8 %), Apps (32,1 % vs. 15,3 %), Online-Angebote von Zeitschriften (24,4 % vs. 14,4 %), Diskussionsforen (7,1 % vs. 4,7 %) und Videoplattformen (22,1 % vs. 11,0 %) setzen.

Die beschriebenen Altersunterschiede bei der Nutzungsbereitschaft (siehe Abbildung 11) spiegeln sich mit Blick auf die verschiedenen digitalen Angebote unterschiedlich stark wider. Bei Suchmaschinen, Webseiten von Einrichtungen und Behörden sowie bei Online-Newslettern zeigen sich in der Nutzung keine Alterseffekte. Jedoch haben jüngere Eltern eine höhere Affinität bei sozialen Netzwerken, Apps, Online-Zeitschriften, Foren und Videoplattformen. Während beispielsweise 14,9 % der unter 30-Jährigen und bei den unter 40-Jährigen 46,0 % soziale Netzwerke nie nutzen, sind dies bei den 40- bis 49-Jährigen (62,8 %) und bei den ab 50-Jährigen mit 67,4 % deutlich mehr als die Hälfte der Eltern.

Mit dem Alter der Eltern gehen auch Unterschiede in Bezug auf das Alter des jüngsten Kindes einher: Je jünger das jüngste Kind im Haushalt ist, desto häufiger nutzen Mütter und Väter soziale Netzwerke, Apps und Diskussionsforen.

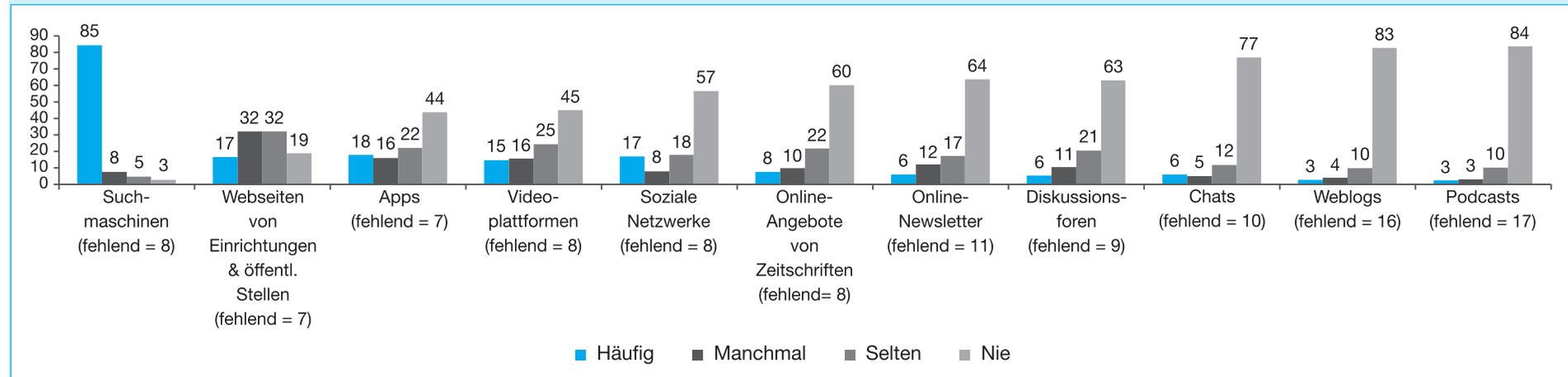
Bildungsunterschiede hinsichtlich der Nutzung verschiedener Online-Formate zeigen sich insbesondere beim Surfen auf Seiten von Einrichtungen und Online-Angeboten von Zeitschriften. Personen mit höherer Bildung bzw. (Fach)Hochschulabschluss geben signifikant häufiger an, auf entsprechenden Webseiten unterwegs zu sein.

Abbildung 13 gibt die Nutzung von verschiedenen digitalen Angeboten bei der Suche nach speziellen Informationen zu Familien- und Erziehungsthemen wider. Dabei wurden nur diejenigen Eltern befragt, die für das jeweilige Format eine allgemeine Nutzung angegeben hatten. Es zeigt sich, dass auch bei Erziehungs- und Familienfragen am häufigsten über Suchmaschinen (57,9 %) recherchiert wird. Webseiten von öffentlichen Stellen und Behörden nutzen 39,5 % der befragten Mütter und Väter häufig oder manchmal, Online-Angebote von Zeitschriften knapp ein Viertel und je etwa ein Fünftel sucht in Diskussionsforen oder sozialen Netzwerken nach Rat. Online-Newsletter lesen 17,2 % der Mütter und Väter. Auf Apps greifen nur 13,1 % der Eltern häufig oder manchmal zurück.

Während Väter bestimmte Online-Formate allgemein häufiger nutzen, zeigen sich in Bezug auf die Recherche zu Familien- und Erziehungsthemen keine nennenswerten Geschlechtsunterschiede. Dagegen gibt es nicht nur bei der Präferenz zum Medium Internet, sondern auch bei der Nutzung unterschiedlicher Online-Angebote Altersdifferenzen: Jüngere Eltern nutzen häufiger Angebote von Eltern- und Familienzeitschriften und soziale Netzwerke. Auch Eltern mit jüngeren Kindern nutzen soziale Netzwerke, Foren und Videoplattformen sowie Apps häufiger. Alleinerziehende informieren sich häufiger in sozialen Netzwerken und Videoplattformen zum Thema Familie. Bildungsunterschiede gibt es bei zwei Aspekten: Eltern mit (Fach)Hochschulabschluss greifen bei Familienthemen häufiger auf Suchmaschinen zurück (62,9 % vs. 55,2 %), während Personen ohne (Fach)Hochschulabschluss öfter soziale Netzwerke nutzen (21,3 % vs. 12,8 %).

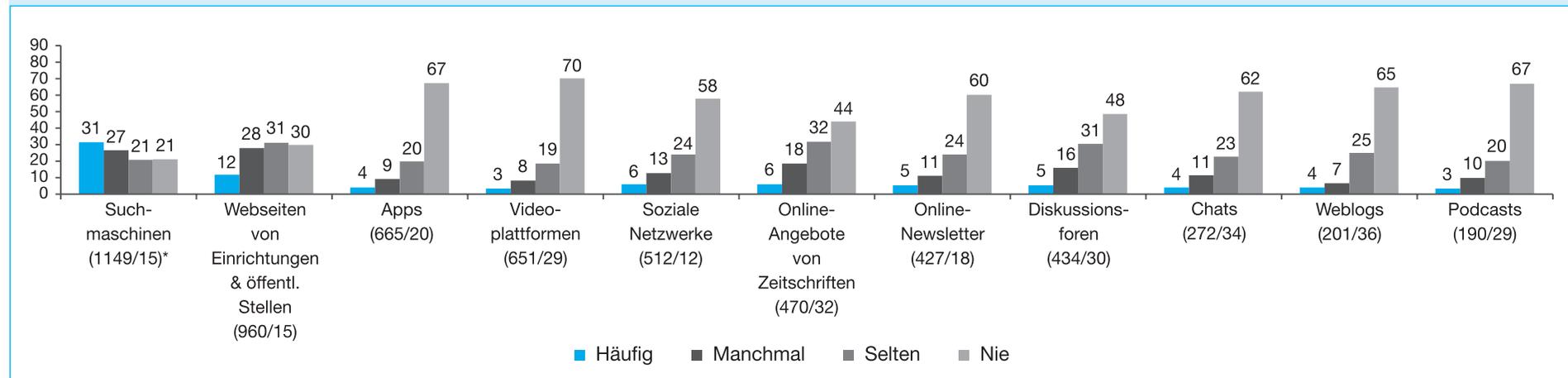
Es kann davon ausgegangen werden, dass die Nutzungshäufigkeit der verschiedenen Internetangebote zum Thema Familie zum einen von der Anzahl der entsprechenden Angebote und zum anderen von deren Bekanntheitsgrad abhängt. Es liegt beispielsweise nahe, dass die Zahl der Weblogs und Webseiten zum Thema Familie weitaus größer ist als die der Online-Formate der großen Familienzeitschriften, letztere aber einen höheren Bekanntheitsgrad haben.

Abbildung 12: Nutzung von digitalen Informationsmedien allgemein (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Abbildung 13: Nutzung von digitalen Informationsmedien bei Familien- und Erziehungsfragen (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191);

* (Frage erhalten / fehlend)

In Tabelle 20 sind die sechs am häufigsten genutzten Online-Formate gegenübergestellt: einmal in Bezug auf die Informationssuche im Allgemeinen und einmal in Bezug auf Familien- und Erziehungsfragen. Suchmaschinen und Webseiten von Einrichtungen und Behörden stehen sowohl bei der allgemeinen Informationssuche als auch bei Familien- und Erziehungsfragen an vorderster Stelle. Während bei der allgemeinen Informationssuche Apps und Videoplattformen am nächsthäufigsten genutzt werden, spielen beim Thema Familie Online-Zeitschriften und Diskussionsforen eine wichtigere Rolle.

Tabelle 20: Am häufigsten genutzte digitale Informationsmedien allgemein und bei Familien- und Erziehungsfragen (in %)

		Nutzung von digitalen Informationsmedien			
		Allgemeine Informationssuche		Bei Familien- und Erziehungsfragen	
		Häufig / manchmal	Fehlend (Anzahl)	Häufig / manchmal	Frage erhalten / Fehlend (Anzahl)
1.	Suchmaschinen	92,4	8	Suchmaschinen	58,0 (1149 / 15)
2.	Webseiten von Einrichtungen und öffentlichen Stellen	48,7	7	Webseiten von Einrichtungen und öffentlichen Stellen	39,5 (960 / 15)
3.	Apps	34,0	7	Online-Zeitschriften	24,2 (470 / 32)
4.	Videoplattformen	30,4	8	Diskussionsforen	21,1 (434 / 30)
5.	Soziale Netzwerke	25,2	8	Soziale Netzwerke	18,5 (512 / 12)
6.	Online-Angebote von Zeitschriften	17,8	8	Online-Newsletter	16,2 (427 / 18)

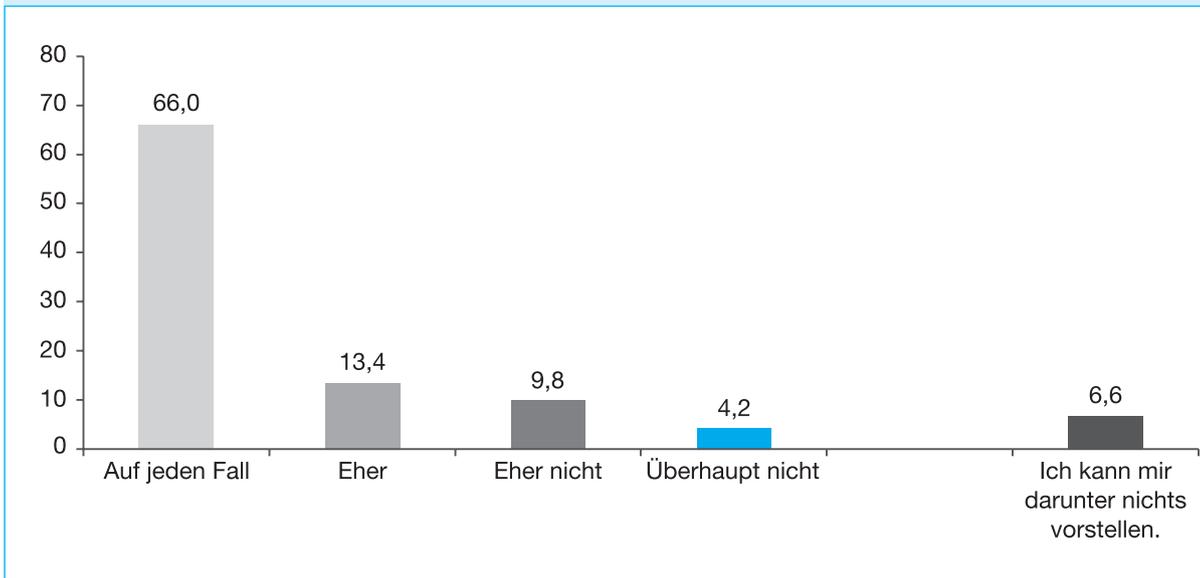
Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Potenzial von Online-Kursen für Eltern

Die Befragung sollte auch Hinweise auf die Einstellung von Eltern hinsichtlich einer Teilnahme an einem Online-Kurs zu Familien- und Erziehungsthemen liefern. Abbildung 14 verdeutlicht die Ergebnisse. Zwei Drittel der befragten Eltern können sich eine Teilnahme an einem Online-Elternkurs sehr gut, weitere 13,4 % eher vorstellen. Für 9,8 % der Befragten ist ein solcher Elternkurs eher nicht vorstellbar und 4,2 % haben überhaupt kein Interesse an einer Teilnahme.

6,6 % der befragten Eltern können sich unter dem Format Online-Kurs nichts vorstellen. Darunter sind überdurchschnittlich häufig Befragte, die eines oder mehrere der folgenden Merkmale aufweisen: männlich, unter 30 Jahre, unverheiratet zusammenlebend, ein Kind sowie Befragte, deren jüngstes Kind jünger als drei Jahre ist.

Abbildung 14: „Und wie ist das mit Online-Kursen für Eltern. Inwieweit könnten Sie sich eine Teilnahme daran vorstellen?“ (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 1)

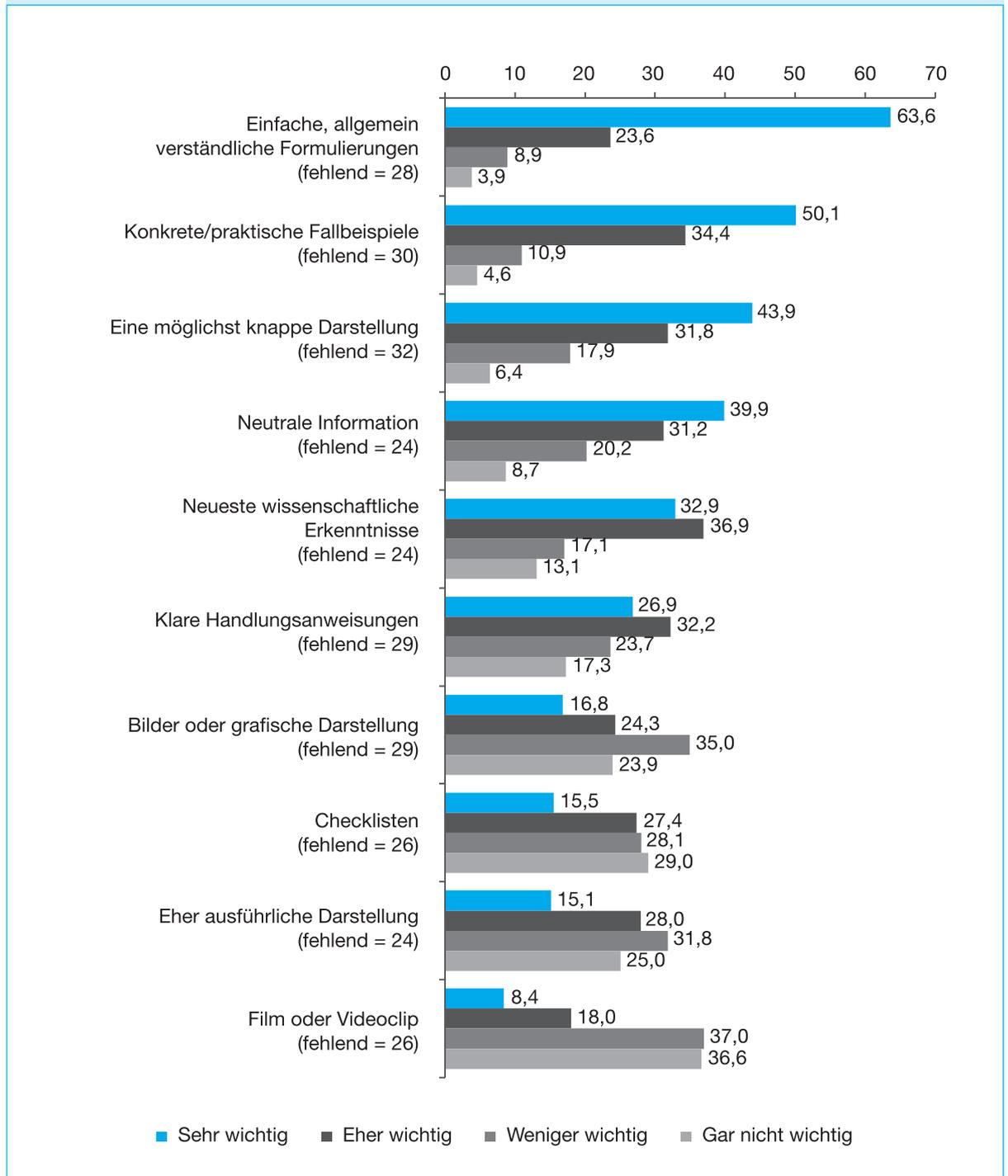
Insgesamt stößt ein Online-Kurs bei Müttern auf etwas höhere Zustimmung als bei Vätern. Bei den Müttern liegt der Anteil derjenigen, die sich eine Teilnahme sehr gut vorstellen können, mit 74,2 % elf Prozentpunkte höher als bei den Vätern. Jüngere Eltern sowie Eltern mit jüngeren Kindern sind tendenziell weniger interessiert an einem Online-Kurs, obwohl diese Gruppe insgesamt das Internet bei Erziehungsfragen am häufigsten zu Rate ziehen würde und insgesamt ein höheres Informationsbedürfnis in Bezug auf mediale und institutionelle Familienbildung hat. Wird nach dem Bildungsniveau differenziert, so zeigen Eltern mit niedriger oder mittlerer Bildung ein etwas größeres Interesse für das digitale Kursformat.

Für Eltern in Gebieten mit einer geringeren Familienbildungs-Infrastruktur bieten Online-Kurse ein besonderes Potenzial, um auch dort ein flächendeckendes Angebot der Familienbildung zu gewährleisten. Dies spiegelt sich auch in der Bereitschaft der Eltern aus ländlichen Räumen wider, ein solches Kursangebot anzunehmen. 74,0 % können sich eine Teilnahme auf jeden Fall vorstellen. In verdichteten Gebieten gibt dies ein Anteil von 70,6 % der dort Lebenden an, in Agglomerationsräumen 64,7 %.

4.4 Wünsche zur Aufbereitung von Informationen

Die Eltern wurden im Rahmen der telefonischen Erhebung auch gebeten, Angaben darüber zu machen, in welcher Form sie, unabhängig vom Medium, am liebsten Informationen zu Erziehungs- und Familienthemen erhalten möchten. Abbildung 15 verdeutlicht, wie aus Sicht der Mütter und Väter eine ansprechende Aufbereitung der Informationen aussehen sollte: Am wichtigsten ist den Eltern, dass Informationen verständlich formuliert sind (87,2 %), praxisnahe Fallbeispiele enthalten (84,5 %), knapp dargestellt werden (75,7 %) und neutral sind (75,7 %). Weniger Wert wird dagegen auf Checklisten, eine ausführliche Darstellung oder die Aufbereitung als Film oder Videoclip gelegt.

Abbildung 15: In welcher Form sollten Informationen aufbereitet sein, damit sie für Sie persönlich ansprechend sind? (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Bei der Betrachtung der Präferenzen zur Aufbereitung von Informationen bei verschiedenen Elterngruppen zeigt sich folgendes Bild:

Während bei den meisten Darstellungsformen Mütter jeweils eine höhere Zustimmung als Väter artikulieren, empfinden Väter grafische Darstellungen oder Bilder als hilfreicher. Bildungsunterschiede

zeigen sich insofern, als Eltern mit niedrigem oder mittlerem Bildungsniveau einen größeren Wert auf einfache, allgemeinverständliche Formulierungen legen. Hochgebildeten Eltern sind dagegen neueste wissenschaftliche Erkenntnisse tendenziell wichtiger. Nur bei wenigen Eltern sind Informationen in Form eines Films oder Videoclips beliebt. Jedoch kann sich ein überdurchschnittlich hoher Anteil Alleinerziehender (36,1 %) eher oder sehr gut vorstellen, familienbildende Inhalte als Film oder Videoclip anzusehen.

Im Vergleich zu den früheren Befragungen fällt in der Erhebung 2002 eine generell höhere Zustimmung der Eltern zu allen Kategorien auf. Dies ist möglicherweise auf methodische Unterschiede zurückzuführen¹⁰. Über die Reihenfolge der wichtigsten Kriterien kann dennoch ein aussagekräftiger Vergleich gezogen werden: Im Großen und Ganzen ist sie gleichgeblieben. Einfache, allgemeinverständliche Informationen stehen nach wie vor auf Platz eins, konkrete, praktische Fallbeispiele sind 2006 und 2015 auf dem zweiten Platz. 2002 legten Eltern noch etwas mehr Wert auf neutrale Informationen. Dies ist den Eltern seitdem etwas weniger wichtig. Checklisten, Bilder oder Grafiken sowie eine eher ausführliche Darstellung werden generell als weniger wichtig eingeschätzt.



¹⁰ Die Zustimmung wurde in der Befragung im Jahr 2002 in dichotomen Kategorien „wichtig“ und „unwichtig“ abgefragt. In 2006 und 2015 wurde diese per 4er-Skala „gar nicht wichtig“, „weniger wichtig“, „eher wichtig“ und „sehr wichtig“ abgebildet.



5

INSTITUTIONELLE FAMILIENBILDUNG

5 Institutionelle Familienbildung

Die institutionelle Familienbildung als der klassische Bereich der Familienbildung stellt in allen drei Elternbefragungen des ifb einen Schwerpunkt dar. Ausgehend von der Frage nach der Kenntnis und Nutzung entsprechender Angebote wurde nach Themen und Orten ebenso gefragt wie nach den Gründen für einen teilweisen oder völligen Verzicht auf die Inanspruchnahme von Angeboten der institutionellen Familienbildung.

5.1 Nutzungsverhalten der Eltern

Im folgenden Abschnitt werden zunächst die Befunde zur Kenntnis und zur Nutzung institutioneller Angebote der Familienbildung sowie zu den Themenbereichen und Veranstaltungsorten der genutzten Angebote dargestellt.

5.1.1 Kenntnis und Nutzung von Angeboten der institutionellen Familienbildung

Was die Kenntnis und Nutzung der institutionellen Familienbildung betrifft, hat sich die bereits 2006 beobachtete positive Entwicklung weiter fortgesetzt. Konnten bei der ersten Befragung im Jahr 2002 viele Eltern mit dem Begriff Familienbildung noch wenig anfangen, kennen inzwischen acht von zehn Befragten die institutionelle Familienbildung nicht nur, sondern haben auch bereits einmal oder mehrmals Angebote in Anspruch genommen (vgl. Abbildung 16).¹¹ Dieser Anteil lag im Jahr 2002 noch bei etwa zwei Dritteln, 2006 bei drei Vierteln.

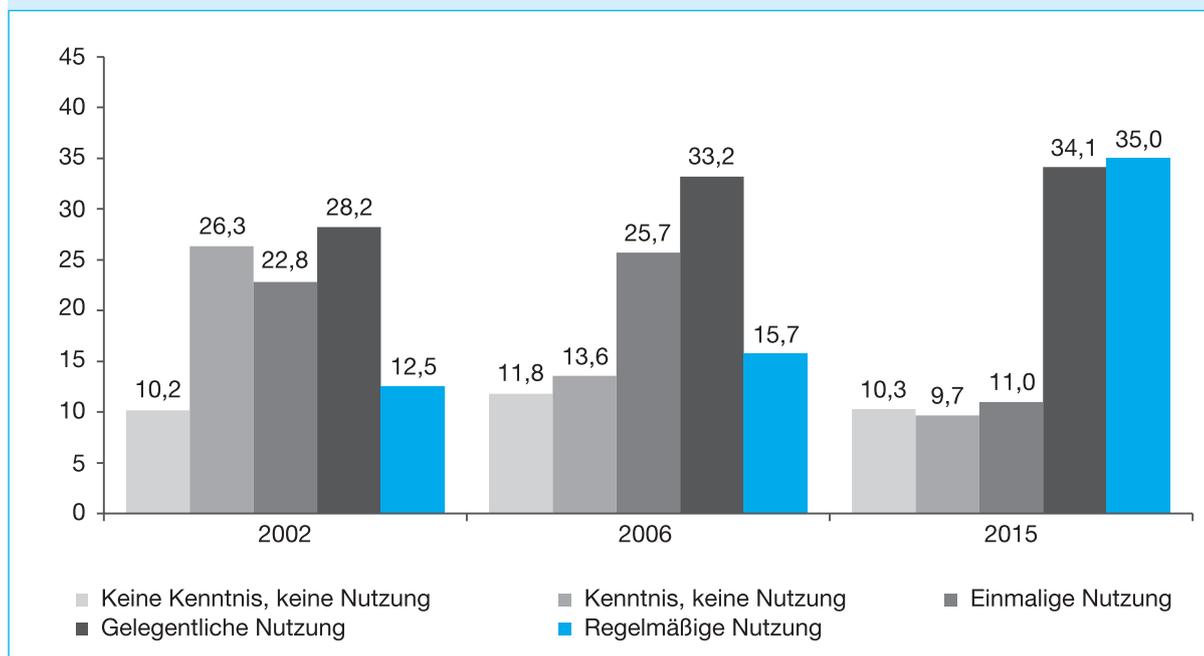
Die Intensität der Nutzung hat deutlich zugenommen. Nahezu verdreifacht hat sich der Anteil der regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzer: von 12,5 % im Jahr 2002 über 15,7 % im Jahr 2006 auf nun 35,0 %. Mit 34,1 % nutzen fast ebenso viele Eltern Angebote der institutionellen Familienbildung gele-

¹¹ Hierfür wurden zwei Fragen kombiniert: „Kennen Sie Angebote oder Informationen zur Familienbildung, wie z. B. Geburtsvorbereitungskurse, Mutter-Kind-Gruppen oder Vorträge zu Erziehungsthemen?“ und „Haben Sie selbst schon einmal eines oder mehrere solcher Angebote genutzt?“.

gentlich. Auch hier ist eine leichte Zunahme festzustellen. Die einmalige Nutzung ist dagegen seltener geworden. Zwischen 2006 und 2015 ist der Anteil derjenigen Befragten, die nur einmal ein Angebot genutzt haben oder nutzen, von 25,7 % auf 11,0 % zurückgegangen. Zurückgegangen ist der Anteil der Eltern, die Familienbildung zwar kennen, aber nicht nutzen: von 26,3 % im Jahr 2002 über 13,6 % im Jahr 2006 auf 9,7 % in der aktuellen Erhebung. Noch deutlicher wird die Entwicklung, wenn man nur diejenigen Eltern betrachtet, die Familienbildung nutzen. Der Anteil derer, die öfter als einmal an Angeboten der Familienbildung teilnehmen, liegt dann bei 86,3 %. Zusammenfassend zeigen diese Befunde, dass Eltern, die einmal an einem familienbildenden Angebot teilgenommen haben, inzwischen häufiger auch weitere Angebote in Anspruch nehmen. Angebote, die als sogenannte Türöffner fungieren und Eltern den Zugang erleichtern, gewinnen damit noch einmal an Bedeutung.

Der Anteil von Eltern, die Familienbildung nicht kennen und nicht nutzen, ist über alle drei Untersuchungen, also über einen Zeitraum von 13 Jahren, mit rund zehn Prozent nahezu konstant geblieben. Dabei handelt es sich nicht um eine homogene Gruppe. Überdurchschnittlich häufig finden sich in dieser Gruppe Personen mit einem oder mehreren der folgenden Merkmale: nicht verheiratet (32,1 % der Befragten aus nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften), jung (28,6 % der Befragten unter 30 Jahren), männlich (22,6 % der befragten Väter), hochgebildet (20,1 %), kleine Familie (19,9 % der Befragten mit einem Kind).

Abbildung 16: Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote im Zeitvergleich (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015, 2006 und 2002

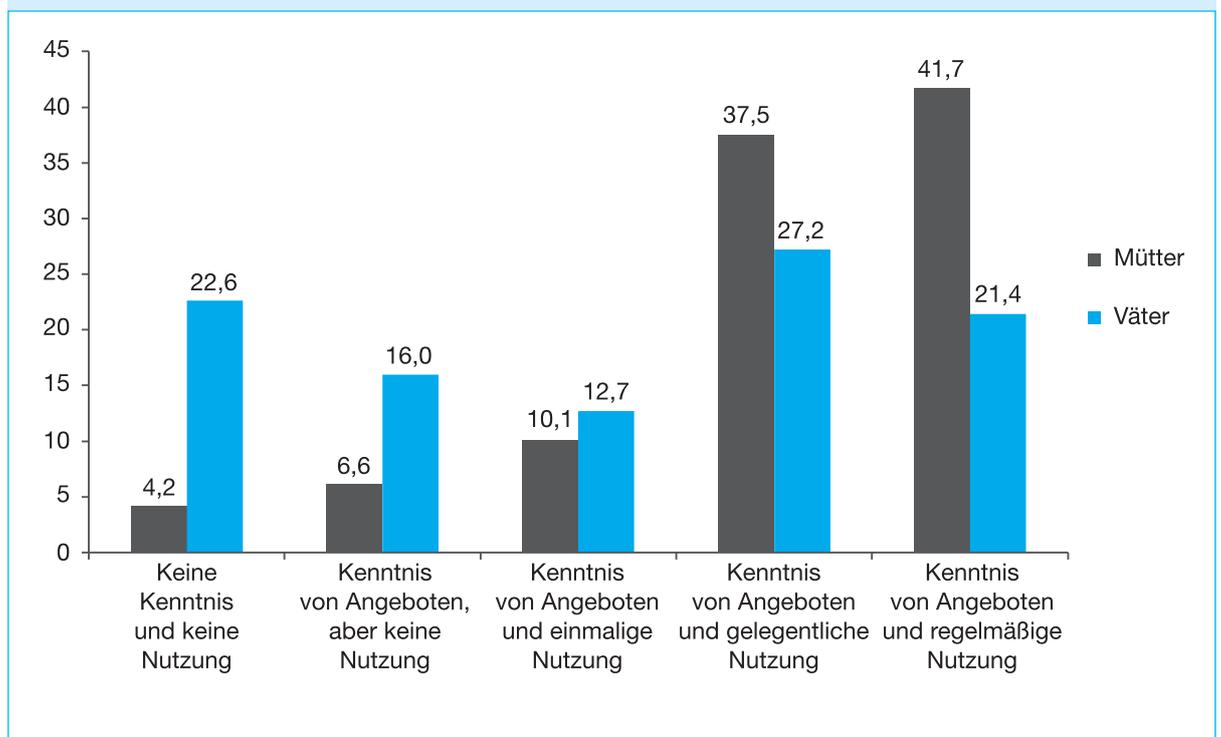
2015: n = 1.191; fehlend = 5 / 2006: n = 1.287; fehlend = 5 / 2002: n = 1.013; fehlend = 1

Im Folgenden wird erläutert, welche Faktoren das Nutzungsverhalten der Eltern beeinflussen und wie sich die einzelnen Nutzergruppen zusammensetzen.

Sowohl hinsichtlich der Kenntnis als auch bei der Nutzung institutioneller Angebote der Familienbildung zeigen sich auch in der jüngsten Erhebung die bekannten geschlechtsspezifischen Unterschiede (vgl. Abbildung 17). Männer stehen der Familienbildung nach wie vor distanzierter gegenüber als

Frauen. Während bei den befragten Müttern nur 4,2 % angeben, keine Kenntnis entsprechender Angebote zu haben, liegt der Anteil bei den männlichen Befragten bei 22,6 %. Auch der Anteil derjenigen, die Veranstaltungen in Einrichtungen der Familienbildung, auch wenn sie ihnen bekannt sind, nicht besuchen, liegt bei den befragten Vätern mit 16,0 % erheblich höher als bei den Müttern (6,6 %). Im Umkehrschluss bestätigt sich wiederum, dass Familienbildung vor allem Mütter erreicht. Besonders deutlich fällt der Unterschied zwischen den Geschlechtern bei der regelmäßigen Nutzung aus: 41,7 % der befragten Frauen, aber nur etwa halb so viele Männer (21,4 %) gehören zu den Stammbesucherinnen bzw. -besuchern der institutionellen Familienbildung. Deren Anteil ist im Vergleich zu den früheren Erhebungen jedoch stark gestiegen.

Abbildung 17: Kenntnis und Nutzung familienbildender Angebote nach Geschlecht (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 5)

Ob und in welchem Umfang die institutionelle Familienbildung genutzt wird, hängt auch vom Alter ab. Zu den regelmäßigen Nutzerinnen bzw. Nutzern gehören besonders häufig Eltern im Alter von 40-49 Jahren (39,6 %), besonders selten unter 30-jährige (25,0 %). Mehr als jede bzw. jeder vierte Befragte aus dieser ganz jungen Elterngruppe (28,6 %) gehört dagegen zu der Personengruppe, die Familienbildung weder kennt noch nutzt.

Der Familienbildung eher fern stehen auch Eltern, die in nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften leben. Fast einem Drittel der Befragten aus dieser Gruppe ist Familienbildung nicht bekannt (32,1 %), weitere 14,1 % haben zwar Kenntnis von Angeboten, nutzen sie aber nicht. Damit gehört fast die Hälfte der nicht verheirateten Eltern zu denjenigen, die Familienbildung nicht nutzen, während die regelmäßige Nutzung in dieser Befragtengruppe mit 20,5 % unterdurchschnittlich ausfällt. Bei den Alleinerziehenden gibt rund ein Viertel eine regelmäßige Nutzung an (26,4 %), bei Ehepaaren besuchen mehr als ein Drittel (37,2 %) regelmäßig Veranstaltungen der Familienbildung.

Positiv auf die Nutzung wirkt sich die Anzahl der Kinder aus. Von den Eltern mit einem Kind besuchen 24,0 % regelmäßig familienbildende Veranstaltungen, bei Eltern mit zwei Kindern liegt dieser Anteil bei 35,6 % und kinderreiche Eltern mit drei oder mehr Kindern gehören zu 43,7 % zu den Stammbesucherinnen bzw. -besuchern. Eine gewisse Rolle spielt auch das Einkommen. Befragte mit einem Einkommen von unter 2000 Euro gehören seltener zu den regelmäßigen Nutzerinnen bzw. -nutzern als Befragte mit höheren Einkommen.

Für einen vorstellbaren Zusammenhang zwischen der wahrgenommenen eigenen Unsicherheit in Erziehungsfragen und der Nutzungshäufigkeit von Angeboten der institutionellen Familienbildung konnte keine Evidenz gefunden werden.

Über die Hälfte der Eltern, die angeben, Angebote der Familienbildung nicht zu kennen, wünscht sich jedoch regelmäßige Informationen. Eltern, die familienbildende Angebote kennen, aber nicht nutzen, haben mit 19,5 % das geringste Interesse an regelmäßigen Informationen. Bis auf die Gruppe derer, die Familienbildungsangebote weder kennen noch nutzen, ist der Wunsch, Informationen nur bei Anforderung zu bekommen, stark ausgeprägt (vgl. Tabelle 21).

Tabelle 21: Wunsch nach Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen, nach Kenntnis und Nutzungsgrad von Angeboten der Familienbildung (in %)

Kenntnis und Nutzungsgrad	Ich möchte gerne regelmäßig Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen erhalten.		Ich möchte nur dann Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen, wenn ich sie anfordere.	
	Stimme voll und ganz / stimme eher zu	Stimme eher nicht / stimme überhaupt nicht zu	Stimme voll und ganz / stimme eher zu	Stimme eher nicht / stimme überhaupt nicht zu
Keine Kenntnis von Angeboten, keine Nutzung	54,1	45,9	59,8	40,2
Kenntnis von Angeboten, aber keine Nutzung	19,5	80,5	84,1	15,9
Kenntnis von Angeboten und einmalige Nutzung	23,1	76,9	89,1	10,9
Kenntnis von Angeboten und gelegentliche Nutzung	28,0	72,0	85,8	14,2
Kenntnis von Angeboten und regelmäßige Nutzung	28,7	71,3	86,8	13,2

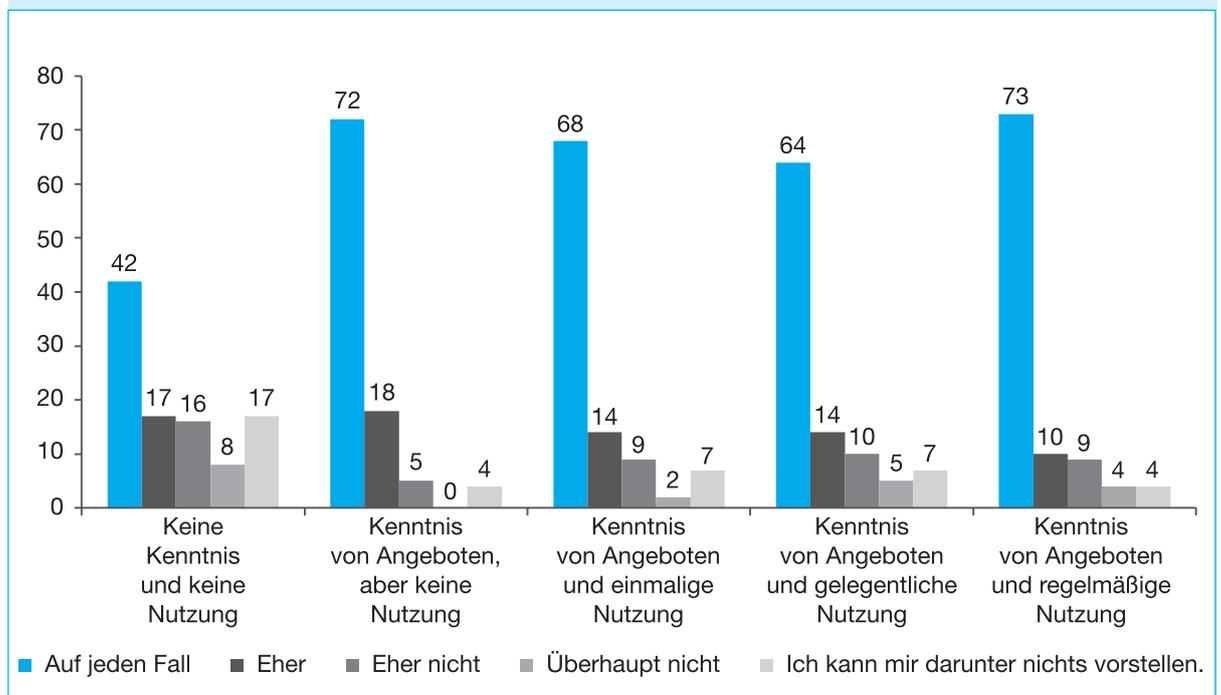
Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 8)

Die Nutzung institutioneller Familienbildung einerseits sowie medialer Familienbildung andererseits hängt insofern zusammen, als Eltern, die häufiger Angebote der institutionellen Familienbildung wahrnehmen, auch häufiger Printprodukte wie Elternratgeber und -zeitschriften, Elternbriefe und Informa-

tionsbroschüren lesen. „Extremtypen“ bezüglich der Nutzung von Angeboten institutioneller Familienbildung und medialer Familienbildung kommen indes selten vor. Der überwiegende Teil der Eltern zeigt eine mittlere Nutzung von Printprodukten zum Thema Familie.

Wird das Interesse an einem Online-Kurs mit der Kenntnis und Nutzung von familienbildenden Angeboten in Zusammenhang gesetzt, fällt folgender Aspekt auf: Personen, die angegeben haben, familienbildende Angebote weder zu kennen noch zu nutzen, können sich häufiger nichts unter einem Online-Kurs vorstellen. Bei dieser Gruppe von Eltern ist auch der Anteil derer, die sich die Teilnahme an einem Online-Elternkurs sehr gut vorstellen können, mit 41,8 % deutlich geringer. Dagegen können sich sieben von zehn Eltern, die familienbildende Angebote zwar kennen, aber noch nicht genutzt haben, eine Teilnahme sehr gut vorstellen. In gleicher Weise gilt dies auch für die regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzer von Angeboten der Familienbildung (siehe Abbildung 18).

Abbildung 18: Interesse an einem Online-Kurs, nach Nutzung familienbildender Angebote (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 7)

5.1.2 Themenbereiche der genutzten Angebote

Diejenigen Mütter und Väter, die Angebote der institutionellen Familienbildung (einmal, hin und wieder oder regelmäßig) nutzen bzw. genutzt haben (n = 949), wurden danach gefragt, aus welchen Themenbereichen diese Angebote waren bzw. sind.

Die Rangliste der Themenbereiche ist in Tabelle 22 aufgeführt. 91,1 % der genutzten Angebote sind dem Bereich der Geburtsvor- und -nachbereitung zuzuordnen, 61,4 % sind bzw. waren Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen. Die am intensivsten genutzten Angebote beziehen sich somit auf die frühe Familienphase. In der Zeit rund um die Geburt ist die Nutzung von Familienbildung heute weitgehend selbstverständlich, insbesondere Angebote zur Geburtsvor- und -nachbereitung werden über alle Bevölkerungsgruppen hinweg in Anspruch genommen.

Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen sind ebenfalls weit verbreitet. Sie werden besonders von Müttern geschätzt. Zwei Drittel der Nutzerinnen von Familienbildung geben an, an einer solchen Gruppe teilgenommen zu haben bzw. teilzunehmen (66,0 %). Bei den Vätern ist es knapp die Hälfte (48,1 %). Etwas seltener nehmen Eltern aus nicht-ehelichen Lebensgemeinschaften an Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen teil (45,2 %). Von den regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern besuchen fast drei Viertel (73,3 %) Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen.

Mit großem Abstand folgen Angebote zu den Themen Gesundheit und Ernährung (18,0 %), Eltern werden (16,3 %), Erziehungsthemen (14,5 %) und Schule (8,3 %).

Tabelle 22: Themenbereiche der genutzten Angebote (Mehrfachnennungen)

Themenbereich	Anzahl der Nennungen	Anteil der Befragten, die Angebote genutzt haben (in %)
Geburtsvor- und -nachbereitung	865	91,1
Mutter-Kind- oder Eltern-Kind-Gruppen	583	61,4
Gesundheit und Ernährung	171	18,0
Eltern werden	155	16,3
Erziehungsthemen (z. B. Regeln, Grenzen, Konflikte)	138	14,5
Schule (Hausaufgaben, Verhaltensprobleme, Stress)	79	8,3
Zusammenleben in der Familie	50	5,3
Umgang mit Medien	49	5,2
Jugendliche und Pubertät	47	5,0
Religiöse Erziehung und Glaubensfragen	45	4,7
Ehe und Partnerschaft	31	3,3
Sonstige	160	16,9
Gesamtzahl der Nennungen	2.373	-

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; Frage erhalten = 949)

Veranstaltungen zum Thema Gesundheit und Ernährung werden eher von Müttern besucht, dagegen interessieren sich Väter besonders für schulische Themen. Der Anteil derjenigen, die sich im Rahmen familienbildender Veranstaltungen zu schulischen Fragen informieren, liegt bei ihnen mit 12,9 % fast doppelt so hoch wie bei den Müttern (6,8 %). Überdurchschnittlich häufig werden Angebote zu schulbezogenen Themen auch von Eltern genutzt, die angeben, sich in der Erziehung ihrer Kinder häufig oder immer unsicher zu fühlen.

Insgesamt zeigen die Antworten, dass die in Anspruch genommenen Angebote eine große Bandbreite von Themen behandeln und damit die breit gefächerten Interessen und Fragen von Eltern widerspiegeln. Der Vergleich mit den früheren Befragungen belegt, dass sich die genutzten Themenbereiche in Reihenfolge und Häufigkeit nicht grundlegend verändert haben. Bei Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen ist im Vergleich zu 2006 ein Anstieg um elf Prozentpunkte zu verzeichnen. Angebote zur religiösen Erziehung und zu Glaubensfragen werden seltener genutzt (2006: 8,4 %; 2015: 4,7 %).

5.1.3 Veranstaltungsorte der genutzten Angebote

38,7 % der genutzten Angebote finden bzw. fanden den Angaben der Befragten zufolge in Hebammenpraxen und 19,3 % in (Geburts-)Kliniken statt (vgl. Tabelle 23). Dieser Befund ist in engem Kontext mit der beschriebenen hohen Verbreitung von Kursen zur Geburtsvor- und -nachbereitung zu sehen und belegt die außerordentliche Bedeutung der Zeit rund um Schwangerschaft und Geburt für eine frühzeitige Ansprache von Eltern durch die Familienbildung.

Knapp jedes vierte Angebot wurde bzw. wird in Räumlichkeiten einer Pfarr- oder Kirchengemeinde wahrgenommen. Für jeweils 12,6 % der genutzten Angebote wurden bzw. werden Kinderbetreuungseinrichtungen und Schulen aufgesucht. Einrichtungen der Erwachsenenbildung, Mütter- und Familienzentren sowie Familienbildungsstätten waren Veranstaltungsorte für etwa jedes zehnte genutzte Angebot.

Die Tatsache, dass Eltern, die in kreisfreien Städten leben, Familienbildungsstätten stärker nutzen, hängt damit zusammen, dass diese vor allem in größeren Städten vorzufinden sind. Eltern, die in Landkreisen wohnen, geben deutlich häufiger an, in einer Hebammenpraxis ein Angebot der Familienbildung wahrgenommen zu haben (42,5 %) als Eltern aus kreisfreien Städten (24,9 %). Weitere Stadt-Land-Unterschiede hinsichtlich der Veranstaltungsorte genutzter Angebote lassen sich nicht ausmachen.

Tabelle 23: Veranstaltungsorte der genutzten Angebote (Mehrfachnennungen)

Veranstaltungsort	Anzahl der Nennungen	Anteil der Befragten, die Angebote genutzt haben (in %)
Hebammenpraxis	360	38,7
Pfarr- oder Kirchengemeinde	230	24,7
(Geburts-)Klinik	180	19,3
Kindertageseinrichtung	117	12,6
Schule	117	12,6
Einrichtung der Erwachsenenbildung (z. B. Volkshochschule)	99	10,6
Mütter- oder Familienzentrum	90	9,7
Familienbildungsstätte	88	9,5
Nachbarschafts- oder Stadtteilzentrum	53	5,7
Räume eines Wohlfahrtsverbandes (z. B. Caritas, Diakonie, AWO)	50	5,4
Erziehungsberatungsstelle	34	3,7
Arztpraxis	25	2,7
Familienstützpunkt	20	2,1
Gesundheitsamt	19	2,0
Jugendamt	12	1,3
Gesamtzahl der Nennungen	1.494	-

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 18; Frage erhalten = 949)

Nicht nur die Orte, an denen Eltern Angebote der institutionellen Familienbildung wahrnehmen bzw. wahrgenommen haben, sondern auch deren Rangfolge sind im Vergleich zur letzten Befragung 2006 im Wesentlichen gleich geblieben. Sie spiegeln zum einen den Schwerpunkt der Familienbildung in der frühen Familienphase wider, zum anderen korrespondieren sie mit den Gelegenheitsstrukturen der Eltern (vgl. Kap. 5.3).

5.2 Gründe für seltene Nutzung oder Nicht-Nutzung von Angeboten

Bei denjenigen Müttern und Vätern, die familienbildende Angebote nur selten (einmal oder hin und wieder) oder gar nicht nutzen, wurden wie auch in den beiden vorangegangenen Studien die Gründe für ihre Zurückhaltung erhoben. Die Angaben für beide Gruppen sind in Tabelle 24 zusammengestellt.

Tabelle 24: Gründe für seltene Nutzung oder Nicht-Nutzung (Mehrfachnennungen)

Gründe	Befragte, die Angebote der Familienbildung selten nutzen (Einmal / hin und wieder)		Befragte, die Angebote der Familienbildung nicht nutzen	
	Anzahl	Anteil der Befragten, die eine Angabe gemacht haben (n = 534)	Anzahl	Anteil der Befragten, die eine Angabe gemacht haben (n = 115)
Ich habe (zurzeit) keinen Bedarf an solchen Angeboten.	277	52,1	53	46,1
Ich habe zu wenig Zeit.	203	38,2	46	40,0
Die angebotenen Themen entsprechen nicht meinen Bedürfnissen.	108	20,3	12	10,4
Die Öffnungs- bzw. Kurszeiten liegen für mich ungünstig.	53	10,0	10	8,7
Die angebotenen Themen interessieren mich nicht.	67	12,6	9	7,8
Es gibt keine Angebote in erreichbarer Nähe.	-	-	9	7,8
Die Veranstaltungsorte sind für mich schlecht erreichbar.	42	7,9	7	6,1
Die Angebote sind mir zu teuer.	37	7,0	7	6,1
Ich habe keine Kinderbetreuungsmöglichkeit.	49	9,2	7	6,1
Ich habe noch nie von solchen Angeboten gehört.	-	-	2	1,7
Sonstige Gründe	63	11,8	14	12,2
Gesamtzahl der Nennungen	899		176	

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015

Über die Hälfte der Mütter und Väter, die erst einmal oder nur hin und wieder ein Angebot genutzt haben bzw. nutzen, begründen dies damit, dass sie derzeit keinen Bedarf an solchen Angeboten haben (52,1 %). Daneben stellt Zeitmangel für viele einen Hinderungsgrund für eine häufigere Teilnahme dar (38,2 %). Eine schlechte Passung zwischen eigenen Bedürfnissen und angebotenen Themen (20,3 %)

sowie fehlendes Interesse an den angebotenen Themen (12,6 %) werden als weitere Gründe für eine seltene Nutzung genannt. Die Rangfolge und die Häufigkeiten der angeführten Gründe haben sich im Vergleich zur Befragung 2006 nicht wesentlich verändert. Lediglich eine schlechte Erreichbarkeit der Orte sowie ungünstige Kurszeiten werden etwas seltener als Gründe für eine sporadische Nutzung genannt.

Mit Ausnahme des Zeitmangels werden alle Gründe von Müttern etwas häufiger genannt als von Vätern. Zeitmangel ist zudem tendenziell in den früheren Familienphasen ein Grund, Familienbildung nicht häufiger zu nutzen. Bei älteren Eltern verliert dieses Argument an Bedeutung, in der Altersgruppe ab 50 Jahren sind fehlende Zeitressourcen für weniger als ein Drittel ursächlich für eine seltene Nutzung der Familienbildung (31,1 %). Dagegen wird nun häufiger angegeben, dass man keinen Bedarf an Angeboten habe. Zwei Drittel der Befragten, deren Kinder bereits im jugendlichen Alter sind, geben diesen Grund an (65,8 %), bei den Eltern mit Kindern unter drei Jahren liegt der entsprechende Anteil nur bei 35,5 %.

Auch von denjenigen Eltern, die bisher überhaupt keine Angebote der institutionellen Familienbildung wahrgenommen haben, werden als Hauptgründe fehlender Bedarf (46,1 %) sowie Zeitmangel (40,0 %) genannt. Jede bzw. jeder zehnte Befragte gibt an, auf die Nutzung zu verzichten, weil die angebotenen Themen nicht den eigenen Bedürfnissen entsprechen. Als Gründe für die Nicht-Nutzung spielen der Mangel an Angeboten vor Ort, zu hohe Kosten, fehlende Kinderbetreuungsmöglichkeiten oder schlechte Erreichbarkeit nur eine untergeordnete Rolle. War die Unkenntnis entsprechender Angebote im Jahr 2006 noch für mehr als ein Viertel der befragten Eltern der Grund dafür, dass sie die institutionelle Familienbildung nicht in Anspruch nehmen, trifft dies 2015 nur noch auf vereinzelte Befragte zu. Da die Gruppe der Eltern, die keine familienbildenden Angebote nutzen oder genutzt haben, mit 115 Befragten relativ klein ist, sind hier keine tiefergehenden Analysen möglich.

5.3 Gelegenheitsstrukturen von Eltern

Eine differenzierte Kenntnis der Gelegenheitsstrukturen von Eltern ist hilfreich, wenn es darum geht, Familienbildung möglichst alltagsnah und an solchen Orten anzubieten, die Eltern üblicherweise aufsuchen und die ihnen vertraut sind. Daher wurde in der Befragung erhoben, wie häufig Eltern bestimmte Orte aufsuchen bzw. wo sie sich häufiger aufhalten.

Als besonders frequentierte Orte haben sich wiederum Schulen, Bibliotheken (insbesondere von höher gebildeten Eltern), Räume von Kirchengemeinden, Kindergärten und Kinderarztpraxen erwiesen (vgl. Tabelle 25).

Tabelle 25: Orte, die Eltern aufsuchen bzw. an denen sie sich aufhalten (Mehrfachnennungen)

Orte	Anwesenheitshäufigkeit (in %)			Fehlend (Anzahl)
	Häufig	Selten	Nie	
Schule	39,9	35,7	24,4	2
Bibliothek	36,2	28,8	34,9	2
Räume der Pfarr- oder Kirchengemeinde	31,3	34,0	34,7	3
Kindergarten	27,2	7,5	65,3	4
Praxis eines Kinderarztes	25,2	50,3	24,5	2
Ämter der Stadt oder Gemeinde	12,6	57,4	30,0	4
Einrichtungen der beruflichen Bildung	12,5	20,5	67,0	3
Kinderkrippe	8,9	4,3	86,8	6
Mehrgenerationenhaus	8,8	6,7	84,5	4
Hort	5,5	5,5	89,1	3
Nachbarschafts- oder Stadtteilzentrum	5,1	11,1	83,8	3
Mütter- oder Familienzentrum	3,2	9,5	87,3	2
Familienferienstätte	3,1	13,2	83,6	6
Familienbildungsstätte	2,6	16,4	81,0	6
Kurse, Veranstaltungen und Treffpunkte für ausländische Familien	2,2	5,1	92,7	5
Familienstützpunkt	1,4	4,9	93,7	15

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Die Bedeutung der einzelnen Orte im Familienalltag – ablesbar an der Nutzungsfrequenz – variiert nach Familienphase und -struktur. Die Auswertungen belegen, dass für Eltern in der Regel diejenigen Einrichtungen bzw. Orte relevant sind, die ihre Kinder aktuell besuchen. So halten sich beispielsweise 39,5 % der Befragten mit einem jüngsten Kind unter drei Jahren und 79,5 % der Eltern, deren jüngstes Kind im Kindergartenalter ist, häufig in einem Kindergarten auf. Nur 7,9 % der Kindergarteneltern geben an, diesen nie aufzusuchen. Ab dem Schulalter – und noch ausgeprägter, wenn das jüngste Kind zehn Jahre alt oder älter ist – spielt für die große Mehrheit der Eltern der Kindergarten dagegen überhaupt keine Rolle mehr. 75,1 % bzw. über 80 % der Befragten geben an, sich dort nie aufzuhalten. Kinderkrippen spielen besonders für hochgebildete Eltern eine Rolle. 11,5 % der Befragten aus dieser Gruppe geben an, sich hier häufig aufzuhalten.

Vergleichbar altersabhängig ist die Bedeutung der Schule. Nur 7,9 % der Eltern mit einem jüngsten Kind im Grundschulalter und 4,4 % der Eltern mit einem jüngsten Kind zwischen zehn und vierzehn Jahren suchen nie eine Schule auf. Dies geben jedoch sieben von zehn Befragten an, deren jüngstes Kind noch unter drei Jahren alt ist. Damit ist die Schule für die allermeisten Eltern von Schulkindern ein Ort, an dem sie sich zumindest gelegentlich aufhalten.

Grundsätzlich ist bei der Interpretation der Daten zu den Gelegenheitsstrukturen zu beachten, dass bestimmte Einrichtungstypen nicht überall vorhanden sind und somit auch nicht für alle Eltern relevant sein können. Dies ist beispielsweise der Fall bei Familienbildungs- und Familienferienstätten, bei Mehr-

generationenhäusern oder auch bei Familienstützpunkten. Dort, wo es entsprechende Einrichtungen gibt, spielen sie jedoch für Eltern eine bedeutsamere Rolle. Entsprechendes gilt auch für Einrichtungen für spezielle Zielgruppen, wie z. B. Treffpunkte für ausländische Familien. Während von allen Befragten 7,3 % angeben, Orte oder Veranstaltungen für ausländische Familien selten oder häufig aufzusuchen, liegt dieser Anteil bei den Befragten mit Migrationshintergrund bei 24,6 %.

5.4 Wünsche von Eltern an die institutionelle Familienbildung

Neben der Beschaffung von Daten zum Nutzungsverhalten und zu den Gelegenheitsstrukturen von Eltern bestand ein weiteres Ziel der Elternbefragung darin, Informationen darüber zu erhalten, welche Wünsche Mütter und Väter bezüglich der institutionellen Familienbildung haben. Gefragt wurde daher nach Orten, an denen die Eltern gern (mehr) Angebote hätten, nach Themen, die im Rahmen der institutionellen Familienbildung angeboten oder ausgebaut werden sollten, sowie nach gewünschten Angebotsformen und Informationswegen.

5.4.1 Orte, an denen mehr Informations- und Beratungsangebote gewünscht werden

Diejenigen Mütter und Väter, die bei der Frage nach ihren Gelegenheitsstrukturen bei einem Ort oder bei mehreren Orten angegeben hatten, sich dort (selten oder häufig) aufzuhalten (vgl. Kap. 5.3), wurden danach gefragt, ob sie sich an diesen Orten mehr Informations- und Beratungsangebote der Familienbildung wünschen würden¹².

Über ein Drittel der Eltern, für die die Schule im Alltag eine Rolle spielt, würden sich dort mehr Angebote der Familienbildung wünschen (vgl. Tabelle 26). Auch in Kindergärten (31,1 %), Kinderarztpraxen (28,6 %) oder in Mütter- und Familienzentren (28,0 %) würden diejenigen Mütter und Väter, die diese Orte prinzipiell aufsuchen, mehr Informationen und allgemeine Beratung zu Familienthemen begrüßen. Auch Ämter der Stadt oder Gemeinde werden von rund 70 % aller Befragten aufgesucht; jeder bzw. jede vierte von ihnen kann sich dort mehr Informations- und Beratungsangebote der Familienbildung vorstellen.

Kirchliche Räumlichkeiten sind für rund zwei Drittel der befragten Eltern im Alltag relevant. Dort finden, wie die Erhebung gezeigt hat, auch viele der genutzten Angebote statt (vgl. Kap. 5.1.3). Nur wenige artikulieren den Wunsch nach weiteren Informations- und Beratungsangeboten (17,5 %). Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass die Eltern mit der Anzahl der dort angebotenen Veranstaltungen zufrieden sind. Auch kommunale Ämter werden von vielen Eltern aufgesucht, als Veranstaltungsorte für Familienbildung spielen sie jedoch nur eine untergeordnete Rolle. Aus Elternsicht wären hier weitere Angebote durchaus willkommen. Auch eine Arbeitsstelle kann ein potenzieller Ort für Familienbildung sein. Daher wurden alle Befragten gebeten anzugeben, ob sie sich dort entsprechende Veranstaltungen wünschen würden. Die Daten zeigen, dass nur eine Minderheit (6,4 %) familienbezogene Informations- und Beratungsangebote an ihrem Arbeitsplatz begrüßen würde – unabhängig davon, ob sie derzeit erwerbstätig sind.

¹² Bei der Interpretation der Daten ist zu berücksichtigen, dass die Anzahl der Befragten, die diese Frage jeweils erhalten haben, je nach Ort sehr unterschiedlich ausfällt. So gehören beispielsweise Schulen für drei Viertel (75,6 %, n = 899) der 1.191 befragten Mütter und Väter zu den Orten, die sie grundsätzlich aufsuchen, während Horte nur von 130 (11,2 %) der befragten Eltern aufgesucht werden.

Tabelle 26: „An welchen dieser Orte würden Sie gerne mehr Informations- oder Beratungsangebote zu Familien- und Erziehungsfragen erhalten?“ (Mehrfachnennungen)

Orte, an denen sich Eltern mehr Angebote wünschen	Anteil der Eltern, die sich dort (häufig oder selten) aufhalten (in %)	Frage erhalten (Anzahl)	Fehlend (Anzahl)
Schule	35,4	899	1
Kindergarten	31,1	412	0
Praxis unseres Kinderarztes	28,6	898	2
Mütter- oder Familienzentrum	28,0	151	1
Familienstützpunkt	26,0	74	1
Ämter der Stadt oder Gemeinde	25,8	831	1
Kinderkrippe	25,6	157	1
Hort	25,4	130	0
Kurse oder Veranstaltungen für ausländische Familien	23,8	86	2
Familienbildungsstätten	21,4	225	1
Räume der Pfarr- oder Kirchengemeinde	17,5	776	0
Bibliothek	16,3	774	1
Familienferienstätten	14,9	194	0
Einrichtungen der beruflichen Bildung	14,7	392	3
Nachbarschafts- oder Stadtteilzentrum	13,0	193	0
Mehrgenerationenhaus	12,2	184	3
Arbeitsstelle	6,4	1.191	2

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191)

Beim Stadt-Land-Vergleich fällt auf, dass Eltern aus kreisfreien Städten sich generell häufiger einen Angebotsausbau an den genannten Orten wünschen als Eltern aus Landkreisen; bei Kindergärten, Familienferienstätten und Mehrgenerationenhäusern sind die Unterschiede statistisch signifikant.

Der Vergleich mit den Daten aus dem Jahr 2006 zeigt, dass die Anteile derjenigen, die sich an den genannten Orten mehr Informations- und Beratungsangebote wünschen, durchgängig niedriger liegen. Zu erklären ist dies möglicherweise durch die intensivere Nutzung der Angebote, wodurch die Wünsche und Bedürfnisse bereits in einem höheren Umfang gedeckt sein könnten.

5.4.2 Themenbereiche, die im Rahmen der institutionellen Familienbildung angeboten oder ausgebaut werden sollten

Unabhängig von ihrem Nutzungsverhalten wurden alle Eltern danach gefragt, welche Themenbereiche im Rahmen der institutionellen Familienbildung ihrer Meinung nach unbedingt angeboten oder ausgebaut werden sollten.

Die Rangliste der Antworten in Tabelle 27 verdeutlicht, dass der Umgang mit Medien (66,5 %), das Thema Jugendliche und Pubertät (65,6 %), Erziehungsthemen (62,1 %) und Schule (61,1 %) zu den am häufigsten gewünschten Themen gehören. Auch Gesundheit und Ernährung (56,3 %) sowie das Zusammenleben in der Familie sind Themenbereiche, die viele Eltern beschäftigen und zu denen sie sich Angebote der institutionellen Familienbildung wünschen würden. 136 Befragte machten zur Frage nach ihren thematischen Wünschen keine Angaben.

Tabelle 27: „Welche der folgenden Themenbereiche sollten Ihrer Meinung nach unbedingt angeboten oder ausgebaut werden?“ (Mehrfachnennungen)

Themenbereiche	Anzahl	Anteil (in %)
Umgang mit Medien	702	66,5
Jugendliche und Pubertät	692	65,6
Erziehungsthemen (z. B. Regeln, Grenzen, Konflikte)	655	62,1
Schule (Hausaufgaben, Verhaltensprobleme, Stress)	645	61,1
Gesundheit und Ernährung (z. B. auch Sport und Bewegung)	594	56,3
Zusammenleben in der Familie	559	53,0
Spezielle Angebote für Väter	549	52,0
Eltern werden	511	48,4
Geburtsvor- und -nachbereitung	481	45,6
Organisation von Haushalt und Familie	442	41,9
Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen	415	39,3
Ehe und Partnerschaft	388	36,8
Religiöse Erziehung und Glaubensfragen	317	30,0
Sonstige	64	6,1

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 136)

Drei der vier am häufigsten angegebenen Themenbereiche werden überdurchschnittlich häufig von Eltern mit älteren Kindern gewünscht. Während eine stärkere Berücksichtigung des Themas Medien in der institutionellen Familienbildung bezogen auf alle Befragten von zwei Dritteln gewünscht wird, geben mehr als drei Viertel der Eltern (76,0 %) mit einem jüngsten Kind zwischen zehn und 14 Jahren an, dass zu diesem Themenbereich (mehr) Angebote durchgeführt werden sollten. Bei Eltern mit Kindern über 14 Jahren liegt dieser Anteil mit 72,2 % nur geringfügig darunter. Deutlich ist der Zusammenhang der elterlichen Themenwünsche mit dem Alter der Kinder auch beim Thema Jugendliche und Pubertät: Solange das jüngste Kind noch im Vorschulalter ist, äußert nur knapp jede bzw. jeder zweite Befragte den Wunsch nach mehr Angeboten zu dieser Entwicklungsphase. Nach dem Schuleintritt des jüngsten Kindes möchte rund ein Drittel das Thema Jugendliche und Pubertät im Rahmen der institutionellen Familienbildung stärker behandelt wissen. Kommt der Nachwuchs in die entsprechende Altersphase zwischen zehn und 14 Jahren, würden sich 81,3 % der Eltern eine Unterstützung durch die institutionelle Familienbildung wünschen. Und schließlich ist auch das Thema Schule ganz besonders für Eltern mit Kindern im Schulalter relevant. Der Anteil derjenigen, die sich schulbezogene Veranstaltungen wünschen, ist dabei während der Grundschulzeit des jüngsten Kindes mit 68,5 % am höchsten. Wenn das jüngste Kind zehn Jahre und älter ist, geht der Anteil der Eltern, denen mehr schulbezogene Angebote wichtig wären, zunächst auf 66,7 % und (ab 14 Jahren) weiter auf 60,4 % zurück.

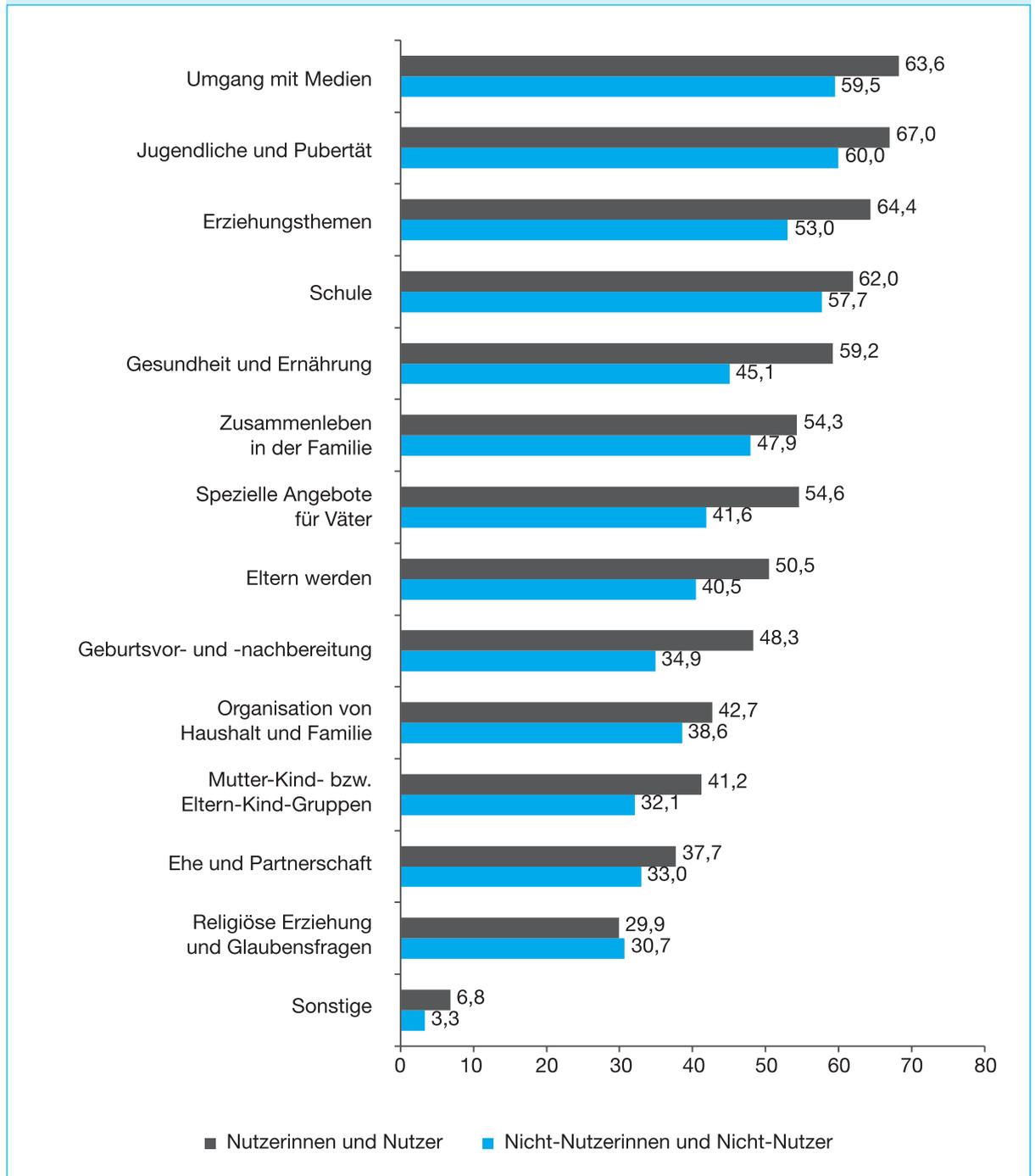
Mutter-Kind- bzw. Eltern-Kind-Gruppen werden eher von Eltern mit niedrigen (50,0 %) und mittleren (44,6 %) Bildungsabschlüssen gewünscht, bei den hoch gebildeten Eltern interessieren sich für diese Angebote nur rund jede bzw. jeder Dritte (34,6 %).

Das Thema Medien wurde im Jahr 2015 aufgrund seiner gestiegenen Relevanz erstmalig mit abgefragt. Bei den anderen Themen zeigen sich im Vergleich zum Jahr 2006 keine wesentlichen Veränderungen in der Reihenfolge der am häufigsten genannten Themen.

Eltern, die bereits Erfahrung mit den Angeboten der institutionellen Familienbildung haben, befürworten den Ausbau aller Themen (mit Ausnahme des Bereichs Religiöse Erziehung und Glaubensfragen) in höherem Maß als diejenigen Eltern, die bisher keine Angebote wahrgenommen haben (vgl. Abbildung 19). So wünschen sich beispielsweise fast die Hälfte der Nutzerinnen und Nutzer (48,3 %), aber nur rund ein Drittel der Nicht-Nutzerinnen und -Nutzer (34,9 %) mehr Angebote im Bereich Geburtsvor- und -nachbereitung. Mehr institutionelle Angebote zu Gesundheit und Ernährung wären 59,2 % der Nutzerinnen und Nutzern wichtig (45,1 % der Nicht-Nutzerinnen und -Nutzer), und spezielle Angebote für Väter sollten nach Meinung von 54,6 % der Eltern, die bereits Angebote genutzt haben, häufiger durchgeführt werden. Bei den Nicht-Nutzerinnen und -Nutzern sind nur 41,6 % dieser Ansicht.



Abbildung 19: „Welche der folgenden Themenbereiche sollten Ihrer Meinung nach unbedingt angeboten oder ausgebaut werden?“, nach Nutzung und Nicht-Nutzung (in %, Mehrfachnennungen)



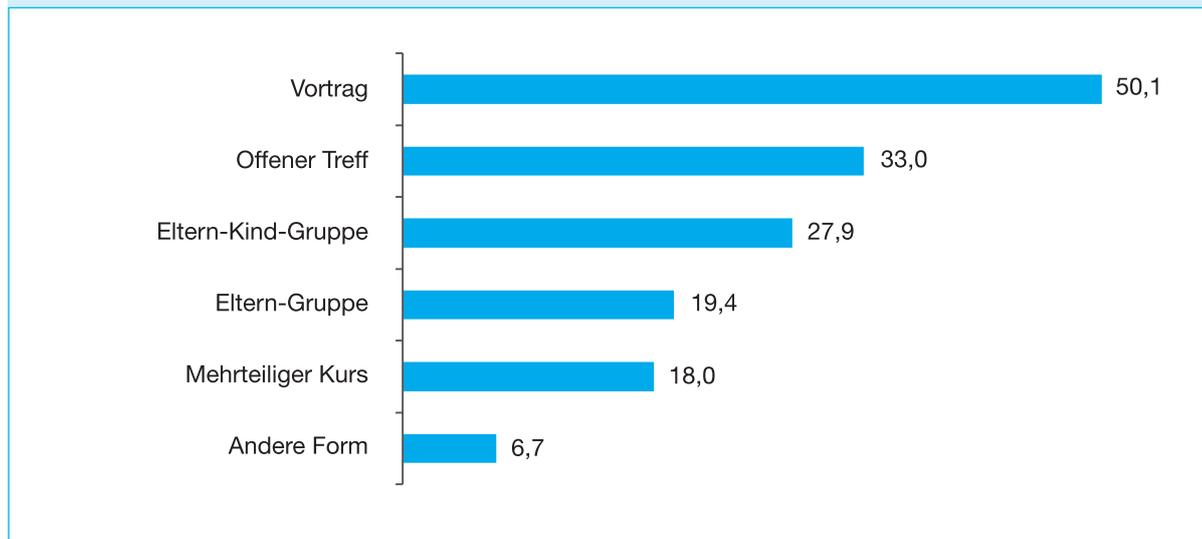
Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 136)

5.4.3 Präferierte Angebotsformen

Die Angebote der institutionellen Familienbildung finden in verschiedenen Formen statt. Diese unterscheiden sich hinsichtlich ihres zeitlichen Umfangs sowie in ihrer Verbindlichkeit. Daher wurden die Eltern auch danach befragt, welche Angebotsform sie bevorzugen würden.

Die beliebteste Angebotsform in der institutionellen Familienbildung ist der Vortrag (vgl. Abbildung 20). Dieses Format wird von der Hälfte der befragten Mütter und Väter bevorzugt (50,1 %). An zweiter Stelle der Rangliste stehen mit 33,0 % der Nennungen offene Treffs. Vorstellbar sind für viele Eltern darüber hinaus auch Gruppenangebote für Eltern und Kinder gemeinsam (27,9 %) bzw. für Eltern (19,4 %). 18,0 % der Befragten bevorzugen mehrteilige Kurse, die mit einer höheren Verbindlichkeit (und ggf. auch mit Kosten) verbunden sind.

Abbildung 20: „Welche Angebotsform würden Sie bevorzugen?“ (in %, Mehrfachnennungen)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 94)

Vorträge sind bei Müttern (55,3 %) beliebter als bei Vätern (39,1 %). Deutliche Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich des Alters. Ältere Eltern und Eltern mit (mehreren) älteren Kindern geben häufiger eine Präferenz für dieses Format an. So werden Vorträge von über der Hälfte der Befragten über 50 Jahre (56,8 %), aber nur von 18,0 % der Befragten aus der Altersgruppe unter 30 Jahre geschätzt. Ein Zusammenhang zeigt sich auch mit dem Nutzungsgrad: Je häufiger familienbildende Angebote genutzt werden, desto höher ist die Zustimmung zum Vortragsformat. Von den regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern würden über die Hälfte gerne Vorträge (56,4 %) hören, während dies nur 20,2 % derjenigen angeben, die Familienbildung nicht kennen. Auch Eltern mit einem hohen Bildungsabschluss haben mit 54,3 % eine etwas höhere Präferenz für Vorträge als Eltern mit niedrigeren Bildungsniveaus. Weniger attraktiv sind Vorträge für Eltern, die eine andere Staatsangehörigkeit haben. Da zu vermuten ist, dass diejenigen aus dieser Gruppe, die an der Erhebung teilgenommen haben, über eher gute Deutschkenntnisse verfügen, muss man davon ausgehen, dass die Akzeptanz dieses Formats bei Eltern mit Migrationshintergrund insgesamt noch niedriger anzusetzen ist. Auffällig ist auch, dass Vorträge von 51,3 % derjenigen Eltern als bevorzugte Veranstaltungsform ausgewählt werden, die angeben, sich in Erziehungsfragen selten oder nie unsicher zu fühlen – aber nur von 31,3 % derer, die angeben, sich häufig oder immer unsicher zu fühlen.

Offene Treffs werden von einem Drittel der befragten Eltern bevorzugt. Sie gelten als besonders niedrigschwellig und damit als geeignete Möglichkeit, Eltern einen Zugang zu weiteren familienbildenden Angeboten zu eröffnen. Die Zustimmungsraten zu diesem Format sind bei den Vätern mit 37,9 % etwas höher als bei den Müttern (30,7 %). Besonders geschätzt werden offene Treffs auch von Alleinerziehenden. Fast jede bzw. jeder zweite von ihnen (45,5 %) macht eine entsprechende Angabe.

Die höchste Zustimmung findet dieses besonders unverbindliche Format bei denjenigen Befragten, die der Familienbildung eher fernstehen. Für die Hälfte derjenigen, die Familienbildung nicht kennen (50,5 %) und für 41,5 % derjenigen, die bisher nur einmal ein Angebot genutzt haben bzw. nutzen, wäre eine Teilnahme an einem offenen Treff bevorzugt vorstellbar.

Eltern-Kind-Gruppen sowie Eltern-Gruppen finden besonders bei jungen Eltern bzw. bei Eltern mit kleineren Kindern Anklang. Besonders deutlich zeigt sich dies bei Eltern-Kind-Gruppen: Fast die Hälfte der Befragten mit einem jüngsten Kind unter drei Jahren nennt sie als präferierte Angebotsform (48,8 %), mit steigendem Alter der Kinder geht dieser Anteil zurück und liegt bei den Eltern mit jugendlichen Kindern bei weniger als einem Viertel (22,4 %). Die besondere Attraktivität von Eltern-Kind-Gruppen für die frühe Familienphase wird auch durch den hohen Anteil von Müttern und Vätern in Elternzeit belegt, die dieses Format besonders schätzen. Er liegt bei 47,0 %, während von den Eltern, die nicht in Elternzeit sind, nur 25,3 % dieses Format bevorzugen.

Während Eltern-Kind-Gruppen von Müttern etwas stärker präferiert werden als von Vätern (30,3 % versus 22,7 %), sprechen Eltern-Gruppen Mütter und Väter gleichermaßen an (19,1 % bzw. 20,1 %). Eine Gruppe, die den Austausch in einer Eltern-Gruppe besonders schätzt, sind Alleinerziehende, von denen ein Drittel dieses Format bevorzugt (33,9 %).

Mehrteilige Kurse, für die in der Regel eine Anmeldung erforderlich ist und eine regelmäßige Teilnahme erwartet wird, werden eher von Müttern geschätzt sowie von denjenigen, die mit Familienbildung durch gelegentliche bzw. regelmäßige Nutzung vertraut sind. Die Präferenz von 18,0 % der Befragten für dieses Format bedeutet im Umkehrschluss, dass für 82,0 % der Eltern mehrteilige Kurse weniger attraktiv sind.

Die Befunde zu den von Eltern gewünschten Angebotsformaten können folgendermaßen zusammengefasst werden: Zunächst legen sie nahe, dass viele Eltern eher unverbindliche Formate schätzen: Vorträge und offene Treffs. Auf den ersten Blick erscheinen diese als zwei vergleichbar unverbindliche Formen der institutionellen Familienbildung. Sie sprechen jedoch unterschiedliche Zielgruppen an. Während offene Treffs eher für Eltern attraktiv erscheinen, die noch wenig Erfahrung mit Familienbildung haben und/oder sich noch in einer früheren Familienphase befinden, scheinen Vorträge besonders Mütter und Väter anzusprechen, die sich in einer späteren Familienphase befinden, häufiger Angebote der Familienbildung nutzen und sich in Erziehungsfragen eher sicher fühlen. Die Präferenz für Eltern-Kind- bzw. Eltern-Gruppen wiederum scheint in besonderem Maß von der Familienphase abhängig zu sein, denn deren Möglichkeiten des Austausches mit anderen Eltern werden vor allem dann geschätzt, wenn die Kinder noch klein sind.

5.4.4 Informationen über Angebote

Die Anbieter institutioneller Familienbildung können Eltern auf unterschiedlichen Wegen über ihre Angebote und Veranstaltungen informieren. Neben gedruckten Materialien wie Flyern oder Programmheften werden hierfür zunehmend auch mediale Kanäle, wie z. B. (lokale) Internetseiten oder digitale Veranstaltungskalender genutzt, wobei letztere den Vorteil bieten, dass auch kurzfristig aktuelle Veranstaltungshinweise veröffentlicht werden können. Eine weitere Möglichkeit, Eltern über Angebote zu informieren, ist die persönliche Ansprache.

Bei den Eltern stehen gedruckte Informationen auf Platz 1 der beliebtesten Informationskanäle (vgl. Tabelle 28). 57,1 % der Befragten bevorzugen Flyer oder Programmhefte von Einrichtungen, um sich

über familienbildende Angebote zu informieren. 44,6 % möchten Informationen gerne online erhalten und 32,4 % schätzen grundsätzlich eine persönliche Ansprache am meisten.

Tabelle 28: „Wie möchten Sie grundsätzlich am liebsten über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informiert werden?“ (Mehrfachnennungen)

	Anzahl	Anteil (in %)
Durch gedruckte Informationen (z. B. Flyer oder Programmheft)	664	57,1
Online (z. B. lokale Internetseite oder Veranstaltungskalender als App)	518	44,6
Durch persönliche Ansprache	377	32,4
Auf einem anderen Weg	39	3,4

Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 29)

Gut zwei Drittel der Befragten geben einen bevorzugten Informationsweg an, knapp ein Drittel würde gerne auf zwei oder mehr unterschiedlichen Wegen über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informiert werden.

Gedruckte Informationen werden insbesondere von den regelmäßigen Besucherinnen und Besuchern familienbildender Einrichtungen geschätzt. 61,6 % von ihnen geben an, Flyer oder Programmhefte als Informationsquelle zu bevorzugen. Dabei spielt sicherlich eine Rolle, dass diese durch eine häufige Anwesenheit in entsprechenden Einrichtungen mit wenig Aufwand beschafft werden können. Bei denjenigen, die Familienbildung nicht kennen, liegt dieser Anteil 20 Prozentpunkte niedriger.

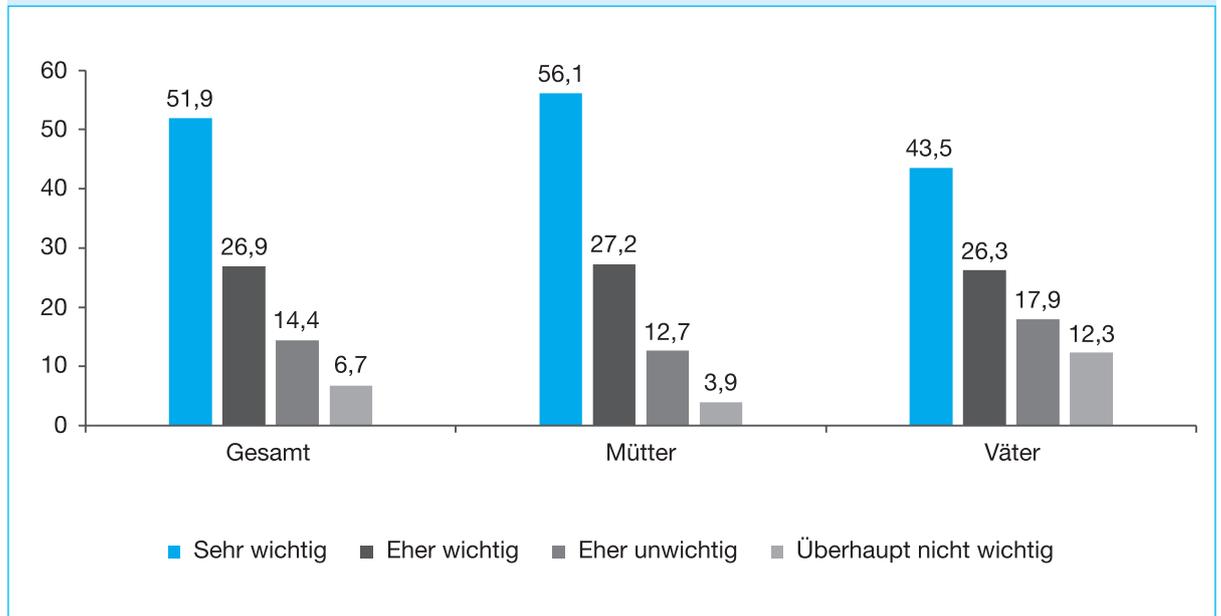
Angebotsbezogene Informationen aus dem Internet holen sich bevorzugt akademisch gebildete Eltern (51,6 %). Auch Eltern, die in Agglomerationsräumen wohnen, haben eine etwas höhere Präferenz für diesen Informationskanal als Eltern in ländlichen Räumen (50,5 % versus 38,9 %).

Eine persönliche Ansprache schätzen insbesondere Eltern, die mit Familienbildung wenig Berührung haben. Aus der Gruppe derjenigen Befragten, die Familienbildung weder kennen noch nutzen, gibt rund die Hälfte (50,6 %) an, dass sie gerne persönlich über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informiert werden würde, bei den regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern ist es weniger als ein Drittel (30,3 %).

5.5 Bedeutung einer zentralen Anlaufstelle

Angesichts der Vielfalt von Familienbildung kann es für Eltern eine Herausforderung darstellen, sich einen Überblick über die vor Ort verfügbaren Anbieter von Familienbildung und deren aktuelle Programme zu verschaffen und das richtige Angebot für die eigene Situation oder Fragestellung zu finden. In der Erhebung wurde daher erstmalig danach gefragt, wie wichtig aus Sicht der Eltern eine zentrale Anlaufstelle vor Ort ist, wo sie sich über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informieren können. Die Ergebnisse sind in Abbildung 21 dargestellt.

Abbildung 21: „Wie wichtig finden Sie eine zentrale Anlaufstelle vor Ort, wo Eltern sich über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informieren können?“ (in %)



Quelle: ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2015 (n = 1.191; fehlend = 7)

Mehr als drei Viertel der befragten Eltern würden eine solche Anlaufstelle begrüßen: Rund die Hälfte der Eltern findet sie sehr wichtig, gut ein weiteres Viertel findet sie wichtig. Etwa ein Fünftel der Befragten hält eine zentrale Anlaufstelle für eher unwichtig oder für völlig entbehrlich. Dabei gibt es unterschiedliche Einschätzungen: Die Möglichkeit, sich an einer zentralen Stelle über Familienbildung informieren zu können, erscheint besonders Müttern hilfreich. 83,3 % der weiblichen Befragten finden sie sehr wichtig oder eher wichtig. Für einen größeren Anteil von Vätern als Müttern scheint die Einrichtung einer Anlaufstelle dagegen eher entbehrlich zu sein. Fast ein Drittel von ihnen (30,2 %) – und damit fast doppelt so viele wie bei den Frauen – ist der Ansicht, dass eine entsprechende Informationsmöglichkeit eher unwichtig oder überhaupt nicht wichtig sei. Dennoch liegt auch bei ihnen der Anteil der Befürworter bei 69,8 %.

Als wichtig erachten eine zentrale Anlaufstelle außerdem Eltern, die nicht mehr in der frühen Familienphase sind. 85,4 % der Befragten im Alter ab 50 Jahren finden die Möglichkeit, sich an einem Ort über das Angebotsspektrum in der Nähe informieren zu können, sehr wichtig oder eher wichtig; auch bei den Eltern, deren jüngstes Kind zehn Jahre alt oder älter ist, liegt dieser Anteil etwas höher als bei der Gesamtstichprobe.

Sehr deutlich ist auch der Zusammenhang zwischen der Nutzung von Angeboten und der Bewertung einer zentralen Informationsmöglichkeit. Von denjenigen Eltern, die familienbildende Angebote regelmäßig nutzen, geben über die Hälfte (59,5 %) an, dass sie die Möglichkeit, sich in einer zentralen Anlaufstelle informieren zu können, sehr wichtig finden, nur 3,6 % sehen dies überhaupt nicht so. Aus der Gruppe derjenigen Befragten, die Familienbildung nicht kennen und nicht nutzen, ist hingegen nur gut ein Viertel (28,9 %) der Ansicht, dass eine zentrale Anlaufstelle sehr wichtig sei. Für fast genauso viele (28,1 %) ist eine zentrale Informationsmöglichkeit überhaupt nicht bedeutsam. Dies ist insofern ein relevantes Ergebnis, als anzunehmen ist, dass gerade diese Gruppe von einer Anlaufstelle mit einem niedrigschwelligen Charakter profitieren könnte.

ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

6

6 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die dritte Befragung bayerischer Eltern zur Familienbildung hat erneut aufschlussreiche Befunde über die Orientierungsbedürfnisse, Informationsstrategien sowie die Kenntnis und Inanspruchnahme verschiedener familienbildender Angebote ergeben. Der Vergleich mit den Ergebnissen aus den beiden früheren Erhebungen ermöglichte es nicht nur, Veränderungen in der Perspektive auf bzw. in der Inanspruchnahme von Familienbildung zu identifizieren, sondern auch Zusammenhänge und Präferenzen (erneut) zu bestätigen.

Zunächst ist festzuhalten, dass die befragten Eltern das Leben mit Kindern fast ausnahmslos als Bereicherung empfinden. Mit der Wertschätzung von Familien im sozialen Umfeld und in der Gesellschaft hingegen sind viele Eltern, besonders Alleinerziehende, nicht zufrieden. Verbreitet ist auch die Ansicht, dass Familien in der Gesellschaft benachteiligt werden und auf Wohlstand verzichten müssen.

Viele Eltern berichten von weniger Unsicherheit in Erziehungsfragen

Der bislang angenommene Trend einer steigenden Unsicherheit bei den Eltern, der sich in der Veränderung von 2002 auf 2006 zeigte, hat sich in der neuen Erhebung überraschenderweise nicht bestätigt bzw. nicht weiter fortgesetzt. Nur wenige Eltern sagen sich in Erziehungsfragen häufig oder immer unsicher zu fühlen. Fast ein Viertel der Befragten gibt an, sich in dieser Hinsicht nie unsicher zu sein. Dies ist ein deutlich höherer Anteil als in den früheren Erhebungen. Für diese Veränderung gibt es keinen einfachen Erklärungszusammenhang. Es ist vielmehr davon auszugehen, dass für diese Selbstwahrnehmung verschiedene Faktoren eine Rolle spielen: So sind, wie eingangs erläutert, die Themen Familie und Erziehung heute im Vergleich zu der Situation noch von vor einigen Jahren in der Öffentlichkeit sehr viel präsenter und werden auch medial weitaus stärker diskutiert. Eine Vielzahl unterschiedlichster Informationen ist auf verschiedenen Wegen zugänglich. Die gestiegene und selbstverständliche Inanspruchnahme unterstützender Angebote – insbesondere in der Zeit rund um die Geburt – ist nicht nur vor dem Hintergrund des Leitbilds der verantworteten Elternschaft zu sehen, sondern trägt möglicherweise ebenfalls zu einem Gefühl der Sicherheit im Erziehungsalltag bei. Auch eine gute Einbindung in ein unterstützendes familiales und außerfamiliales soziales Umfeld kann sich auf das Erleben bzw. die Wahrnehmung von Unsicherheit auswirken.

Deutlich ist der Zusammenhang zwischen der geäußerten Unsicherheit in Erziehungsfragen, dem Wunsch nach regelmäßigen Informationen und der Nachfrage nach bestimmten Themenbereichen. Je höher die Unsicherheit in der Selbstwahrnehmung ist, desto häufiger werden regelmäßige Informationen gewünscht und desto vielfältiger sind die Aspekte, zu denen die Eltern informiert werden möchten. Insgesamt besonders häufig genannt wurden die Themen Schule, Jugendliche und Pubertät sowie allgemeine Erziehungsthemen. Daneben wurden zahlreiche weitere Themen aufgeführt, die meist mit dem Alter der Kinder zusammenhängen. Dies weist darauf hin, dass es im Sinne der Bedarfsgerechtigkeit ist, Angebote und Informationen an den Familienphasen bzw. Altersgruppen auszurichten.

Eltern nutzen und schätzen unterschiedliche Möglichkeiten der Informationsgewinnung und -aufbereitung

Wenn Fragen zur Erziehung auftauchen, gibt es unterschiedliche Möglichkeiten, sich Orientierung, Informationen und Rat zu holen. Die meisten Eltern sind gut vernetzt und nennen mehrere Ansprechpersonen, an die sie sich in diesem Fall wenden können. Am wichtigsten sind dabei der Partner bzw. die Partnerin und das familiäre Umfeld, aber auch das weitere soziale Netzwerk spielt eine bedeutende Rolle. Aus dem professionellen Bereich werden Lehrkräfte und Erzieherinnen bzw. Erzieher sowie Kinderärztinnen und -ärzte als Ansprechpersonen geschätzt.

Die Mehrheit der Eltern bevorzugt ein persönliches Informations- oder Beratungsgespräch zu Familien- und Erziehungsfragen. Informationen in anonymer Form z. B. im Internet, bevorzugt etwa die Hälfte der Befragten. Generell möchten viele Eltern Informationen nur auf Aufforderung bekommen. Gleichzeitig wünschen sich aber auch drei von zehn Eltern regelmäßige Informationen. Und zwei von zehn Befragten geben an, keine Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen zu benötigen.

Bei familien- und erziehungsbezogenen Fragen stellt das Internet heute eine zentrale mediale Informationsquelle für Eltern dar, aber auch Printmedien bleiben wichtig

Mediale Familienbildung ermöglicht es Eltern, sich orts- und zeitunabhängig über familien- und erziehungsbezogene Fragen zu informieren. Dabei spielt das Internet inzwischen eine zentrale und nicht mehr wegzudenkende Rolle. Die Ausstattung der Familienhaushalte mit internetfähigen Mediengeräten hat seit der letzten Befragung stark zugenommen und ist heute über alle Bildungs- und Einkommensniveaus hinweg weitestgehend nivelliert. Die Ausstattung umfasst neben stationären Computern auch mobile Geräte wie Smartphone, Laptop und Tablet-PC, wobei die Anzahl der Geräte vor allem mit der Haushaltgröße und dem Alter der Kinder variiert.

Drei Viertel der Befragten würden heute auf jeden Fall oder eher im Internet nach Informationen zu familien- und erziehungsbezogenen Fragen suchen, im Jahr 2002 gaben dies nur vier von zehn Eltern an. Dafür werden hauptsächlich Suchmaschinen genutzt. Eine gewisse Rolle spielen auch Webseiten von öffentlichen Stellen und Behörden, Online-Angebote von Zeitschriften, Diskussionsforen oder soziale Netzwerke. Online-Newsletter und Apps speziell zu Familienthemen nimmt nur ein geringer Teil der Eltern in Anspruch. Sowohl in der Akzeptanz als auch in der Art der Nutzung des Mediums Internet zeigen sich bedeutsame Altersunterschiede: Während sich ältere Mütter und Väter in der Inanspruchnahme generell etwas zurückhaltender zeigen, sind die jüngeren Jahrgänge durchweg internetaffin und nutzen Online-Formate wie z. B. Eltern- und Familienzeitschriften oder soziale Netzwerke intensiver. Bei keinem anderen der abgefragten Medien zeigen sich diese Unterschiede zwischen den Altersgruppen so deutlich. Die Möglichkeiten der Interaktion und des Austausches mit anderen Eltern, die das Internet im Unterschied zu den anderen medialen Formaten eröffnet, werden von Jüngeren besonders geschätzt. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass sich zukünftig ein weiterer Bedeutungszuwachs dieses Mediums ergeben wird.

Eine große Mehrheit der Mütter und Väter kann sich die Teilnahme an einem Online-Elternkurs vorstellen. Die anderen medialen Formate Fernsehen und Radio werden im Gegensatz zum Internet als Informationsmedien in Erziehungsfragen nur in geringem Umfang genutzt.

Printmedien werden durch die neuen digitalen Formate nicht verdrängt, sondern nach wie vor von vielen Eltern regelmäßig genutzt. Für mehr als die Hälfte der Eltern sind Ratgeber in Buchform sowie gedruckte Broschüren von Einrichtungen und Behörden geschätzte Informationsquellen. Dies gilt in besonderem Maß für Eltern mit hoher Bildung. Auch Elternbriefe und Zeitschriften behaupten sich als Informationsmedien im Erziehungsalltag. Insgesamt ist die Zufriedenheit mit den aus Printmedien erhaltenen Informationen hoch.

Die Vielfalt an Formaten, Veranstaltungsorten und Themen der institutionellen Familienbildung entspricht den vielfältigen Bedürfnissen der Eltern

Wenn Eltern Angebote der Familienbildung kennen, nehmen sie diese in zunehmendem Maß auch in Anspruch. Acht von zehn Befragten kennen die institutionelle Familienbildung nicht nur, sondern haben auch bereits einmal oder mehrmals Angebote in Anspruch genommen. Der Anteil der regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzer hat sich seit 2002 nahezu verdreifacht, während es den Angaben der Befragten zufolge heute seltener vorkommt, dass es bei einer einmaligen Inanspruchnahme bleibt. Die am intensivsten genutzten Angebote beziehen sich über alle Bevölkerungsgruppen hinweg auf die frühe Familienphase. In dieser Phase sind viele Eltern besonders interessiert und stehen Angeboten zur Orientierung und Unterstützung offener gegenüber als in späteren Familienphasen. Merkllich gesunken ist der Anteil von Eltern, die Angebote der Familienbildung zwar kennen, aber nicht nutzen; unverändert geblieben ist die Gruppe derer, die Familienbildung weder kennen noch nutzen.

Ein Anliegen der Familienbildung besteht darin, ihre Angebote wohnort- und alltagsnah durchzuführen. Die Gelegenheitsstrukturen der Eltern, d. h. die Orte, die sie im Alltag aufsuchen, hängen stark von der Familienphase ab. Zu den Orten, an denen mehr Angebote der Familienbildung willkommen wären, gehören insbesondere Schulen, Kindergärten, Kinderarztpraxen, Mütter- und Familienzentren und Familienstützpunkte. An ihrer Arbeitsstelle können sich hingegen nur wenige Befragte familienbezogene Angebote vorstellen.

Bezüglich der Veranstaltungsformen in der institutionellen Familienbildung richten sich die Wünsche der Eltern auf eher unverbindliche Formate: Vorträge, offene Treffs und Eltern-Kind-Gruppen werden von allen Eltern am häufigsten gewünscht. Dabei sind die verschiedenen Formate für bestimmte Zielgruppen unterschiedlich attraktiv. Gruppenangebote für Eltern sowie mehrteilige Kursformate werden von einem kleineren Teil der Eltern bevorzugt.

Die Themenbereiche, die nach Ansicht der Befragten im Rahmen der institutionellen Familienbildung angeboten oder ausgebaut werden sollten, entsprechen mit Medien, Jugendliche und Pubertät, Erziehungsthemen und Schule weitgehend den generell gewünschten Themen.

Die Anbieter institutioneller Familienbildung können Eltern auf unterschiedlichen Wegen über ihre Angebote und Veranstaltungen informieren. Die beliebtesten Informationskanäle sind gedruckte Materialien wie Flyer oder Programmhefte sowie Online-Kanäle wie (lokale) Internetseiten oder digitale Veranstaltungskalender. Ein Drittel der Eltern möchte am liebsten persönlich angesprochen werden. Knapp ein Drittel würde gerne auf mindestens zwei Wegen über Angebote zu Familien- und Erziehungsfragen informiert werden.

Generell lassen sich Unterschiede bei den Wünschen und Vorstellungen von Eltern häufig an den Merkmalen Familienphase, Alter und Bildung festmachen. Die sich daraus ergebende Vielfalt an Wünschen erfordert ebenso vielfältige Zugänge, Formate und Themen der familienbildenden Angebote.

Die Studie liefert differenzierte Befunde zu verschiedenen Elterngruppen

Aufgrund der Zusammensetzung der Stichprobe können nicht über alle Elterngruppen differenzierte Aussagen gemacht werden. Unterrepräsentiert sind etwa Eltern mit Migrationshintergrund sowie Eltern mit niedrigen Bildungsabschlüssen. Über andere Zielgruppen, deren Erreichbarkeit ebenfalls häufig diskutiert wird, werden im Folgenden einige Befunde zusammengestellt: Väter, Alleinerziehende sowie Eltern, die der Familienbildung eher fern stehen.

Ein großer Teil der befragten Väter stimmt der Aussage zu, dass bei Geburt eines Kindes idealerweise beide Elternteile ihre Erwerbstätigkeit zugunsten der Kindererziehung reduzieren sollten. Dies lässt sich als Hinweis darauf interpretieren, dass viele Väter gerne mehr Zeit für die Erziehung ihrer Kinder hätten. Im Vergleich zu den Müttern geben sie seltener an, sich in Erziehungsfragen unsicher zu fühlen. Wenn entsprechende Fragen auftauchen oder sie einen Rat benötigen, ist für Väter die Partnerin eine wichtigere Ansprechperson als es umgekehrt bei den Müttern der Fall ist. Ihre Bedürfnisse und Wünsche an Familienbildung sind heterogen: Während vier von zehn Vätern angeben, (eher) keine Informationen zu Familien- und Erziehungsfragen zu benötigen, wünschen sich drei von zehn regelmäßige Informationen. Zwar haben Väter bei der allgemeinen Informationssuche eine größere Präferenz für Online-Angebote, ein Online-Elternkurs trifft bei ihnen jedoch auf geringeres Interesse. Auch auf Bücher würden Väter bei erziehungsbezogenen Fragen seltener zurückgreifen. Generell stehen Väter der Familienbildung nach wie vor distanzierter gegenüber als Mütter. Angebote der institutionellen Familienbildung nehmen auch sie jedoch mittlerweile deutlich häufiger in Anspruch – ein Fünftel auch regelmäßig. Ein Themenbereich, für den sich Väter dabei besonders interessieren, sind schulische Fragen. Als Veranstaltungsform erscheint vielen Vätern der offene Treff attraktiv.

Alleinerziehende sehen die soziale Anerkennung von Familien noch kritischer als die anderen befragten Eltern. Sie geben häufiger an, sich unsicher in Erziehungsfragen zu fühlen und nennen gleichzeitig weniger Personen, an die sie sich in diesem Fall wenden können. Ein geringerer Anteil an Ein-Eltern-Familien zählt zur regelmäßigen Nutzergruppe von Angeboten der institutionellen Familienbildung – möglicherweise aufgrund fehlender Zeitressourcen oder Betreuungsmöglichkeiten. Viele Alleinerziehende wünschen sich ein persönliches Informations- oder Beratungsgespräch. Sie bevorzugen auch eher Angebote mit der Möglichkeit des Austausches und geben beispielsweise häufiger an, Informationen zu Familie und Erziehung in sozialen Netzwerken und auf Videoplattformen zu suchen; ihr Interesse an einem Online-Elternkurs fällt dagegen geringer aus. In der institutionellen Familienbildung favorisieren Alleinerziehende stärker offene Treffs und Eltern-Gruppen – Formate, bei denen der Austausch mit anderen Eltern im Vordergrund steht. Der Wunsch nach mehr Anerkennung als Familie, die Bestärkung als Erziehende sowie Austausch und Vernetzung mit anderen Eltern sind also spezifische Bedürfnisse, die Alleinerziehende im Hinblick auf Familienbildung artikulieren.

Für die Gruppe der Eltern, die der (institutionellen) Familienbildung bisher eher fern stehen, oder sie gar nicht kennen, lassen sich ebenfalls einige Befunde beschreiben: Eltern, die Angebote der Familienbildung nicht oder nur selten nutzen, geben als Grund hierfür häufig Zeitmangel an. Fehlende zeitliche Ressourcen halten dabei besonders jüngere Eltern von einer (häufigeren) Nutzung ab. Ältere Eltern geben dagegen häufiger an, dass sie keinen Bedarf an Angeboten haben. In Bezug auf diese beiden Gründe sind die Reaktionsmöglichkeiten der Familienbildung begrenzt. Angeführt werden aber auch eine schlechte Passung zwischen den angebotenen Themen und den eigenen Bedürfnissen bzw. ein

fehlendes Interesse an den angebotenen Themen. Diese Argumente verweisen auf zwei zentrale Kriterien bei der Konzeption von Angeboten: Bedarfsgerechtigkeit und Passgenauigkeit. Hierzu können weitere Befunde hilfreich sein: Eltern, die der Familienbildung bislang eher fern stehen, wünschen sich häufiger eine persönliche Ansprache als Eltern, die bereits Erfahrung mit familienbildenden Angeboten haben. Die Hälfte der Eltern, die keine Angebote der institutionellen Familienbildung kennen, wünscht sich regelmäßige Informationen zu Familien- und Erziehungsthemen. Und sieben von zehn Eltern, die Angebote der institutionellen Familienbildung zwar kennen, aber bisher nicht in Anspruch genommen haben, können sich die Teilnahme an einem Online-Elternkurs vorstellen. Ein Teil dieser Gruppe ist also durchaus interessiert und kann eventuell über neue Zugänge angesprochen werden. Die breite Bekanntmachung sowie die gezielte Bewerbung ihrer Angebote bleibt daher eine zentrale Aufgabe der Anbieter. Dabei gilt es, die unterschiedlichen Gruppen von Eltern auf jeweils geeignete Weise anzusprechen.

Zur Frage, inwieweit sich Eltern aus städtischen und ländlichen Räumen in ihren Einstellungen und Bedürfnissen sowie in ihrem Nutzungsverhalten unterscheiden, liefern die Daten nur wenige Befunde. So spielen im ländlichen Raum beispielsweise andere Veranstaltungsorte eine Rolle als in städtischen Räumen. Das Format Online-Elternkurs trifft bei Eltern aus ländlichen Räumen auf größeres Interesse. Weitere beobachtete Differenzen sind eher auf die unterschiedliche Zusammensetzung der Subgruppen aus städtischen bzw. ländlichen Räumen – u. a. hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Bildung und Kinderzahl – zurückzuführen.

Familienbildung braucht Vernetzung auf mehreren Ebenen

Das zentrale Charakteristikum der Familienbildung, ihre Vielfalt, ist ihre große Stärke – dies belegen auch die aktuellen Befunde wieder. Unterschiedlichste Formate und eine enorme Bandbreite von Themen führen dazu, dass mehr Mütter und Väter sich heute nicht nur einmal angesprochen fühlen, sondern der Familienbildung länger verbunden bleiben. Durch Vernetzung auf mehreren Ebenen kann diese Bindung unterstützt werden.

Zentral ist zunächst die Vernetzung der Akteure vor Ort. Wie es im Gesamtkonzept zur Familienbildung in Bayern vorgeschlagen wurde und im Rahmen des bayernweiten Förderprogramms mittlerweile in zahlreichen Kommunen erfolgreich umgesetzt wird, ergänzen sich eine kommunale Koordinierungsstelle und Familienstützpunkte als wohnortnahe Anlaufstellen sehr gut. Die aktuelle Befragung zeigt, dass eine zentrale Anlaufstelle, die Orientierung anbietet und Informationen über familienbezogene Angebote bündelt, auch von der großen Mehrheit der bayerischen Eltern begrüßt wird.

Zusätzlich ist eine Vernetzung der (institutionellen) Angebote untereinander im Sinne einer gegenseitigen Anschlussfähigkeit notwendig. Dabei ist nicht nur an Angebote aus dem engeren Aufgabenbereich der Familienbildung zu denken, sondern auch an die Weiterverweisung von und zu anderen Akteuren aus angrenzenden Bereichen sowie an die Kooperation mit diesen. Anknüpfungspunkte können sich zum einen aus den Gelegenheitsstrukturen der Eltern ergeben, zum anderen legen auch manche Themenbereiche eine organisations- und professionsübergreifende Zusammenarbeit nahe. Angesichts der heute selbstverständlichen Inanspruchnahme von unterstützenden Angeboten in der Zeit vor und nach der Geburt durch fast alle (werdenden) Mütter und Väter besteht hier besonderes Potenzial, die Familienbildung und ihre Angebote frühzeitig bekannt zu machen, Hemmschwellen abzubauen und attraktive Zu- und Übergänge zu ermöglichen.

Zu einer Senkung der Zugangsbarrieren kann schließlich eine stärkere Vernetzung der verschiedenen Formen und Arten von Familienbildung beitragen. Die Verknüpfung institutioneller und media-

ler Angebote, das Zusammenspiel von analogen und digitalen Formaten erscheint angesichts der außerordentlichen Bedeutung digitaler Kommunikationsformen zeitgemäß und zukunftssträchtig. Die Kombinationsmöglichkeiten sind mannigfaltig und reichen von einer Erinnerungsnachricht auf das Mobiltelefon für einen Elternabend über Elternbriefe, die sowohl gedruckt als auch digital zur Verfügung gestellt werden, bis hin zu einer Verknüpfung von Präsenzveranstaltungen mit einem Online-Angebot.

In vielen bayerischen Kommunen wird die Familienbildung seit Jahren erfolgreich implementiert. Auch das staatliche Förderprogramm unterstützt die Akteure vor Ort in ihrem Engagement, die Strukturen weiterzuentwickeln, die Angebote bedarfsgerecht auszugestalten sowie niedrigschwellige Anlaufstellen einzurichten. Die im vorliegenden Bericht präsentierten Ergebnisse zur Nutzerperspektive sollen dazu beitragen, Familienbildung als präventive Leistung an den Bedürfnissen der Eltern auszurichten.

LITERATUR

7

7 Literatur

- Adam, Ursula/Mühling, Tanja/Rost, Harald (2014): ifb-Familienreport Bayern 2014. Zur Lage der Familie in Bayern, Schwerpunkt: Familienfreundlichkeit in Bayern. München: Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration.
- Bauer, Ullrich/Bittlingmayer, Uwe H. (2005): Wer profitiert von Elternbildung? In: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 25, S. 263–280.
- Bayerisches Landesamt für Statistik (2016a): Haushalte und Familien in Bayern 2015. Teil IV der Ergebnisse der 1%-Mikrozensusserhebung 2015. Statistische Berichte. München: Bayerisches Landesamt für Statistik.
- Bayerisches Landesamt für Statistik (2016b): Struktur der Bevölkerung und der Haushalte in Bayern 2015. Regionalergebnisse des Mikrozensus. Teil V der Ergebnisse der 1%-Mikrozensusserhebung 2015. Statistische Berichte. München: Bayerisches Landesamt für Statistik.
- Blossfeld, Hans-Peter (2011): Veränderungen bei der Erstheirat und Familiengründung in Deutschland. In: Klammer, Ute/Motz, Markus (Hrsg.): Neue Wege – Gleiche Chancen. Expertisen zum ersten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung. Wiesbaden: Springer VS, S. 397–430.
- Buchebner-Ferstl, Sabine/Baierl, Andreas/Kapella, Olaf/Schipfer, Rudolf Karl (2011): Erreichbarkeit von Eltern in der Elternbildung. Forschungsbericht Nr. 8, Wien.
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung [BBSR] (2016): INKAR 2016. Erläuterungen zu den Raumbezügen. Bonn. http://www.inkar.de/documents/Erlaeuterungen%20Raumbezeuge_bf.pdf [Zugriff: 01.12.2016].

- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung [BBSR] (o.J.): Laufende Raumbbeobachtung – Raumabgrenzungen. Siedlungsstrukturelle Regionstypen. <http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Raumbbeobachtung/Raumabgrenzungen/SiedlungsstrukturelleGebietstypen/Regionstypen/regionstypen.html> [Zugriff: 01.12.2016].
- Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2015): Muss alles perfekt sein? Leitbilder zur Elternschaft in Deutschland. Wiesbaden.
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend [BMFSFJ] (2013): Vierzehnter Kinder- und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland. Berlin.
- Dechant, Anna/Rinklake, Annika (2016): Anticipating motherhood and fatherhood: German couples' plans for childcare and paid work. In: Grunow, Daniela/Evertsson, Marie (Hrsg.): Couples' transitions to parenthood. Analysing gender and work in Europe. Cheltenham: Edward Elgar, S. 103–124.
- Faas, Stefan/Landhäußer, Sandra/Treptow, Rainer (2017): Familien- und Elternbildung stärken. Konzepte, Entwicklungen, Evaluationen. Wiesbaden: Springer VS.
- Grobbin, Alexander (2016): Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarf aus Elternperspektive. Abschlussbericht. München: Deutsches Jugendinstitut.
- Hänggi, Yves/Cina, Annette/Bodenmann, Guy (2014): Bewertung und Inanspruchnahme der Elternbildung in der Schweiz. Ergebnisse einer Onlinebefragung. In: Psychologie in Erziehung und Unterricht 2014, 61, S. 141–150.
- Henry-Huthmacher, Christine (2008): Eltern unter Druck – Die Studie. In: Henry-Huthmacher, Christine/Borchard, Michael (Hrsg.): Eltern unter Druck. Selbstverständnisse, Befindlichkeiten und Bedürfnisse von Eltern in verschiedenen Lebenswelten. Eine sozialwissenschaftliche Untersuchung von Sinus Sociovision im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Stuttgart: Lucius & Lucius, S. 1-23.
- Klepp, Doris/Buchebner-Ferstl, Sabine/Cizek, Brigitte/Kaindl, Markus (2008): Elternbildung in Österreich. Evaluierung der Elternbildungsveranstaltungen 2006. ÖIF-Working-Papers 7, Wien: Österreichisches Institut für Familienforschung an der Universität Wien.
- Lösel, Friedrich/Runkel, Daniela (2012): Empirische Forschungsergebnisse im Bereich Elternbildung und Elternttraining. In: Stange, Waldemar/Henschel, Angelika/Krüger, Rolf/Schmitt, Christof (Hrsg.): Erziehungs- und Bildungspartnerschaften. Grundlagen und Strukturen von Elternarbeit. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 267–278.
- Merkle, Tanja/Wippermann, Carsten (2008): Eltern unter Druck. Selbstverständnisse, und Bedürfnisse von Eltern in verschiedenen Lebenswelten. Eine sozialwissenschaftliche Untersuchung von Sinus Sociovision im Auftrag der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. Hrsg. von Christine Henry-Huthmacher und Michael Borchard. Stuttgart: Lucius & Lucius.

- Mühling, Tanja/Smolka, Adelheid (2007): Wie informieren sich bayerische Eltern über erziehungs- und familienbezogene Themen? Ergebnisse der ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2006. ifb-Materialien 5-2007. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.
- Müller, Dagmar/Beck, Mira/Gerleigner, Susanne/Guglhör-Rudan, Angelika/Hein, Kerstin/Schwaß, Mariann/Stemmler, Mark/Walper, Sabine (2015): Evaluation des Bundesprogramms „Elternchance ist Kinderchance – Elternbegleitung der Bildungsverläufe der Kinder“. Abschlussbericht. München: Deutsches Jugendinstitut.
- Ruckdeschel, Kerstin (2015): Verantwortete Elternschaft: „Für die Kinder nur das Beste“. In: Schneider, Norbert F./Diabaté, Sabine/Ruckdeschel, Kerstin (Hrsg.): Familienleitbilder in Deutschland. Kulturelle Vorstellungen zu Partnerschaft, Elternschaft und Familienleben. Opladen, Berlin, Toronto: Verlag Barbara Budrich.
- Rupp, Marina/Mengel, Melanie/Smolka, Adelheid (2010): Handbuch zur Familienbildung im Rahmen der Kinder- und Jugendhilfe in Bayern. ifb-Materialien 7-2010. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.
- Rupp, Marina/Mengel, Melanie/Smolka, Adelheid (2009): Leitfaden zur Familienbildung im Rahmen der Kinder- und Jugendhilfe in Bayern. Ein Handbuch. ifb-Materialien 9-2009. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.
- Schneider, Norbert F./Diabaté, Sabine/Ruckdeschel, Kerstin (Hrsg.) (2015): Familienleitbilder in Deutschland. Kulturelle Vorstellungen zu Partnerschaft, Elternschaft und Familienleben. Opladen: Barbara Budrich (Beiträge zur Bevölkerungswissenschaft, Band 48).
- Schütze, Yvonne (2010): Mutterbilder in Deutschland. In: Psychoanalyse - Texte zur Sozialforschung, 14 (2/3), S. 179–195.
- Smolka, Adelheid/Friedrich, Lena/Wünn, Sarah/Engelhardt, Dorothee (2014): Modellprojekt „Familienstützpunkte“. Abschlussbericht der wissenschaftlichen Begleitung. ifb-Materialien 2-2014. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.
- Smolka, Adelheid/Friedrich, Lena/Wünn, Sarah/Engelhardt, Dorothee (2013): Strukturelle Weiterentwicklung kommunaler Familienbildung. Erfahrungen aus dem Modellprojekt „Familienstützpunkte“ und weiterführende Handlungsempfehlungen des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen. ifb-Materialien 4-2013. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.
- Smolka, Adelheid (2006): Welchen Orientierungsbedarf haben Eltern? In: Wahl, Klaus/Hees, Katja (Hrsg.): Helfen „Super Nanny“ und Co.? Ratlose Eltern – Herausforderung für die Elternbildung. Weinheim und Basel: Beltz, S. 44–58.
- Smolka, Adelheid (2002): Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag. Ergebnisse einer Elternbefragung zum Thema Familienbildung. ifb-Materialien 5-2002. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg.

Statistisches Bundesamt (2015): Wirtschaftsrechnungen. Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien, 2014, Fachserie 15, Reihe 4. Statistisches Bundesamt: Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2016): Bildungsstand. https://www.destatis.de/DE/Publikationen/STATmagazin/Bevoelkerung/2010_10/Bidlungsstand.html [Zugriff: 09.12.2016].

Vodafone Stiftung (Hrsg.) (2015): Was Eltern wollen. Informations- und Unterstützungswünsche zu Bildung und Erziehung. Eine Befragung des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland. Düsseldorf.

Wagner, Ulrike/Gebel, Christa/Lampert, Claudia (Hrsg.) (2013): Zwischen Anspruch und Alltagsbewältigung: Medienerziehung in der Familie (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen Band 72). Düsseldorf: Vistas Verlag.

Wissenschaftlicher Beirat für Familienfragen (2005): Familiäre Erziehungskompetenzen. Beziehungsklima und Erziehungsleistungen in der Familie als Problem und Aufgabe. Weinheim und München: Juventa.

Wissenschaftlicher Beirat für Familienfragen (2002): Die bildungspolitische Bedeutung der Familie – Folgerungen aus der PISA-Studie (Schriftenreihe des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, Band 224). Berlin.

Zulehner, Paul. M. (2009): Männerrollen im Wandel. Männer in Deutschland 2008. Zehn Jahre danach. In: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.): Rollenleitbilder und -realitäten in Europa. Rechtliche, ökonomische und kulturelle Dimensionen; Dokumentation des Workshops, 20. - 22. Oktober 2008, Bd. 8, 1. Aufl., Stand: August 2009. Baden-Baden: Nomos (Forschung Gleichstellung, 8), S. 37–46.



Impressum

© 2016 **Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb)**
96045 Bamberg
Hausadresse: Heinrichsdamm 4, 96047 Bamberg

Leiterin: Prof. Dr. Henriette Engelhardt-Wölfler
Stellv. Leitung: Dr. Marina Rupp und Dipl.-Soz. Harald Rost

Tel.: (0951) 96525-0
Fax: (0951) 96525-29
E-Mail: sekretariat@ifb.uni-bamberg.de

Internet: www.ifb.bayern.de

Autorinnen: Regina Neumann, Dr. Adelheid Smolka

Gestaltung: Christian Lutz, www.spitz-design.de, Kulmbach
Druck: Druckerei & Verlag Steinmeier, Deiningen

Das Projekt wurde gefördert durch das Bayerische Staatsministerium für Arbeit und Soziales, Familie und Integration, welches auch die Druckkosten übernahm.

Jeder Nachdruck und jede Vervielfältigung – auch auszugsweise – bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung des Staatsinstituts für Familienforschung an der Universität Bamberg.



