

Gefördert von

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Deutsches
Jugendinstitut

Abschlussbericht

Leonie Kleinschrot, Laura Castiglioni

Ergebnisse der Evaluationsstudie „Stark durch Erziehung“

Eine Kampagne des Bayerischen Staatsministeriums
für Familie, Arbeit und Soziales

Impressum

© 2020 Deutsches Jugendinstitut e.V.
Fachgruppe
„Familienpolitik und Familienförderung“
Nockherstraße 2
81541 München

Telefon +49 89 62306-0
Fax +49 89 62306-162
E-Mail info@dji.de
www.dji.de

ISBN: 978-3-86379-326-5

Datum der Veröffentlichung: Februar 2020
Rechte der Veröffentlichung: DJI

Forschung zu Kindern, Jugendlichen und Familien an der Schnittstelle von Wissenschaft, Politik und Fachpraxis

Das Deutsche Jugendinstitut e.V. (DJI) ist eines der größten sozialwissenschaftlichen Forschungsinstitute Europas. Seit über 50 Jahren erforscht es die Lebenslagen von Kindern, Jugendlichen und Familien, berät Bund, Länder und Gemeinden und liefert wichtige Impulse für die Fachpraxis. Träger des 1963 gegründeten Instituts ist ein gemeinnütziger Verein mit Mitgliedern aus Politik, Wissenschaft, Verbänden und Einrichtungen der Kinder-, Jugend- und Familienhilfe. Die Finanzierung erfolgt überwiegend aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und den Bundesländern. Weitere Zuwendungen erhält das DJI im Rahmen von Projektförderungen vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, der Europäischen Kommission, Stiftungen und anderen Institutionen der Wissenschaftsförderung.

Aktuell arbeiten und forschen 360 Mitarbeiter/innen (davon 225 Wissenschaftler/innen) an den beiden Standorten München und Halle (Saale). Die Evaluationsstudie zur Kampagne „Stark durch Erziehung“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales wurde in der Fachgruppe „Familienpolitik und Familienförderung“ der Abteilung Familie und Familienpolitik unter der Leitung von Frau Dr. Laura Castiglioni durchgeführt.

Inhalt

1	Einleitung	5
2	Die Kampagne „Stark durch Erziehung“	7
3	Methodisches Vorgehen in der Studie	10
4	Stichprobenbeschreibung	13
5	Einzelbefunde	15
5.1	Allgemeines zum Ablauf der Veranstaltungen	15
5.2	Bekanntmachung der Veranstaltung	15
5.3	Teilnahmemotive	17
5.4	Gehörte Vorträge	19
5.5	Bewertung des Programmablaufs und der Vortragsweise	20
5.6	Interesse an den einzelnen Themen	23
5.7	Wichtigkeit einzelner Themen	25
5.8	Weiterempfehlung der Veranstaltung	26
5.9	Lob und Kritik an der Veranstaltung	27
5.10	Weiterempfehlung des Materials	29
5.11	Bekanntheit und Nutzung des Materials	30
5.12	Nützlichkeit des Materials	31
5.13	Ergebnisse der Fokusgruppe zu den Begleitmaterialien	33
5.14	Besuch weiterer Veranstaltungen zu Erziehungsthemen	37
5.15	Interesse an weiteren Erziehungsthemen	39
5.16	Anregungen zur Verbesserung der Veranstaltungen seitens der Teilnehmenden	43
6	Zusammenfassung der Ergebnisse	44
7	Diskussion der Befunde und Empfehlungen	46
8	Literatur	50
9	Linksammlung	51
10	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	52
	Anhang	53

Einleitung

1.

Das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales will mit der in 2017 gestarteten Kampagne „Stark durch Erziehung“ „alle, die an der Erziehung junger Menschen beteiligt sind, unterstützen und stärken.“ (Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales 2016, S. 24). Damit bezieht sich die Kampagne auf einen präventiven Ansatz der Familienbildung, wie er in § 16 SGB VIII verankert ist. Hierin wird gefordert, Angebote zur allgemeinen Erziehungsförderung in der Familie für Mütter, Väter und andere Erziehungsbeauftragte bereitzuhalten. Sie sollen diese Personen unterstützen, ihre Erziehungsverantwortung besser wahrnehmen zu können. Dies umfasst unter anderem „Angebote der Familienbildung, die auf Bedürfnisse und Interessen sowie auf Erfahrungen von Familien in unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen eingehen“ (§16 SGB VIII Abs. 2 Nr. 1). So umfasst die Kampagne neben Informationsmaterialien mit allgemeinen Hinweisen zur Erziehungsverantwortung auch ein Angebot an Vorträgen zu spezifischen Erziehungsthemen wie etwa dem Umgang mit neuen Medien.

Zur Beurteilung, inwiefern die Kampagne „Stark durch Erziehung“ diese Zielsetzung aus Sicht der an den Regionalveranstaltungen teilnehmenden Eltern, Erziehungsberechtigten und Fachkräften erreichen konnte, führte das Deutsche Jugendinstitut e.V. (DJI) in München eine Evaluation der Kampagne durch. Ziel der Evaluation war es, die Kampagne im Hinblick auf Verständlichkeit, Interkulturalität und Alltagsrelevanz der vermittelten Inhalte sowie auf Zufriedenheit und subjektiv wahrgenommenen Lerngewinn der teilnehmenden Familien zu evaluieren. Konkret standen folgende Fragen im Mittelpunkt:

- Welche Zielgruppen wurden mit den Regionalveranstaltungen erreicht? Insbesondere Familienform, Geschlecht, Bildung und kultureller Hintergrund der teilnehmenden Eltern waren im Sinne der Evaluation relevant. Darüber hinaus wurde die Motivation zur Teilnahme eruiert.
- Wie gut gingen die Vorträge auf die Interessen und Bedarfe der Eltern ein? Hierbei wurde vor allem die Auswahl der thematischen Schwerpunkte, die Verständlichkeit der Darstellung und der Umfang der Vorträge bewertet.
- Wie zufrieden waren die Eltern mit den Veranstaltungen insgesamt? Hätten sie eine Teilnahme daran weiterempfohlen? Wie war die Resonanz der Kampagne?
- Schließlich wurde ermittelt, inwieweit die Begleitmaterialien der Kampagne bekannt waren und als hilfreich empfunden wurden.

Die vorliegende Evaluation kann zwar keinen Hinweis auf die Wirksamkeit oder Nachhaltigkeit der Kampagne liefern, bietet aber dennoch eine unmittelbare

Erfolgskontrolle hinsichtlich der Resonanz und Akzeptanz der Kampagne. Dabei ergeben sich auch Hinweise auf die inhaltlichen Interessen und Bedarfe der Eltern sowie Empfehlungen für die Ausgestaltung weiterer Angebote.

Nachfolgend wird zunächst die Kampagne „Stark durch Erziehung“ vorgestellt (Kapitel 2). Das dritte Kapitel beschreibt die methodische Vorgehensweise der Evaluationsstudie, die Paper-Pencil-Befragungen und eine Fokusgruppe umfasst. Anschließend (Kapitel 4) wird ein Überblick zu den Eltern bzw. Personen gegeben, die an der Evaluationsbefragung teilgenommen haben, bevor im fünften Kapitel die Ergebnisse detailliert vorgestellt werden. Hierbei wird vor allem auf die eingangs formulierten Fragen eingegangen. Aus der Zusammenfassung (Kapitel 6) und Diskussion der Ergebnisse folgen schließlich Empfehlungen und Anregungen, die für weitere Erziehungskampagnen relevant sein können (Kapitel 7).

Die Kampagne „Stark durch Erziehung“

2.

Die Kampagne „Stark durch Erziehung“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales geht auf das im Zeitraum 2001 bis 2004 dauernde Modellprojekt, „Kampagne Erziehung“, des Jugendamts Nürnberg als Initiative im Bündnis für Familie zurück¹. Dieses wurde ebenfalls mit Mitteln des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales gefördert. Die hierin erarbeiteten Konzepte und Materialien wurden nicht nur bayernweit in der Kampagne „Stark durch Erziehung“, sondern auch in einigen weiteren Städten in Deutschland² und Österreich sowie von der Schweizer Elternbildung³ adaptiert und teilweise evaluiert (vgl. Marquardt-Neuberger 2013).

Ziel der 2017 gestarteten Kampagne „Stark durch Erziehung“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales war es, Eltern und weiteren an der Erziehung beteiligten Personen (z. B. pädagogischen Fachkräften) Unterstützung, Anregung und Information im Rahmen dieser Aufgabe anzubieten sowie ihrer Erziehungsleistung Wertschätzung zu verleihen. Zudem sollte ein Beitrag dazu geleistet werden, diese Personen mit den örtlichen Hilfs-, Informations- und Beratungsangeboten für Familien zu vernetzen. Die Kampagne stellte damit ein zentral organisiertes, landesweites und öffentlich gefördertes Angebot dar, das als Ergänzung zur lokalen Familienbildung diene.

Inhaltlich war die Kampagne entlang von „acht Sachen, die Kinder stark machen“ konzipiert. Diese acht Faktoren tragen wesentlich zu einer gelingenden Erziehung bei und sollen Eltern daher Orientierung für ihre eigene Erziehungsarbeit bieten. Dabei wurden diese Aspekte im Rahmen der Kampagne nicht primär mit Problemen verknüpft, sondern es standen positive, ermutigende Aussagen im Zentrum. Diese acht Kernpunkte „starker“ Erziehung sind:

- Liebe schenken
- streiten dürfen
- zuhören können
- Grenzen setzen
- Freiraum geben

¹ <https://www.nuernberg.de/internet/familienbildung/kampagneerziehung.html> (Letzter Zugriff: 02.04.2019)

² Z. B. in Frankfurt am Main: <https://www.stark-durch-erziehung-frankfurt.de/> (Letzter Zugriff: 02.04.2019)

³ <https://www.elternbildung.ch/themen/materialien/stark-durch-erziehung/> (Letzter Zugriff: 02.04.2019)

- Gefühle zeigen
- Zeit haben
- Mut machen

Regionalveranstaltungen

Kernstück der Kampagne stellten die regionalen Informationsveranstaltungen für Eltern bzw. interessierte Personen in den sieben bayerischen Regierungsbezirken dar, in denen praxisrelevantes Handlungs- und Orientierungswissen für den Erziehungsalltag vermittelt wurde. Diese fanden zwischen Februar 2018 und März 2019 statt. Sie wurden in den Städten Regensburg, Mühldorf am Inn, Kaufbeuren (in Kooperation mit dem Landkreis Ostallgäu), Bamberg, Landshut, Erlangen sowie Aschaffenburg durchgeführt. Jeweils an einem Samstagvormittag zwischen 9:30 Uhr und 13:30 Uhr wurden vier Vorträge zu unterschiedlichen Erziehungsthemen angeboten. Zudem bestand die Möglichkeit, parallel zu den Vorträgen Kinder im Alter zwischen drei und zwölf Jahren kostenlos durch Fachkräfte betreuen zu lassen. Die Teilnahme an der Veranstaltung sowie die Verpflegung vor Ort waren kostenfrei.

Der Ablauf der Veranstaltungen gestaltete sich jeweils folgendermaßen: Nach Begrüßungsworten von Vertreterinnen des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales und lokalen Politikern und Politikerinnen fanden die Vorträge statt. Zu Beginn führte Dr. Barbara Wilhelm von der Ludwig-Maximilians-Universität München in den Wandel von Erziehungsstilen, Geschlechterrollen und Familienleitbildern ein. Anschließend referierte Dr. Alexandra Langmeyer-Tornier vom Deutschen Jugendinstitut dazu, wie Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestaltet werden kann und was für Kinder in diesem Kontext wichtig ist. Nach einer Pause mit Erfrischungen folgte der dritte Vortrag, gehalten von Prof. Dr. Sabine Walper, Forschungsdirektorin des Deutschen Jugendinstituts, der sich dem Thema, wie Eltern den Bildungsweg ihrer Kinder angemessen begleiten können, widmete. Abgerundet wurde das Programm von Dr. Senta Pfaff-Rüdiger, selbstständiger Medienpädagogin, mit Hinweisen dazu, wie ein angemessener Umgang mit neuen Medien in der Familie und Erziehung aussehen kann. Aus organisatorischen Gründen konnten die Vorträge nicht immer von den genannten Personen gehalten werden, sodass sich die Referentinnen teilweise abwechselten und gegebenenfalls zwei Vorträge übernahmen. Bei der Auftaktveranstaltung zur Kampagne in Regensburg wurde außerdem zu Beginn noch das Unterstützungspotential von Familienbildung durch Regina Neumann, Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg, vorgestellt. Im Anschluss an die einzelnen Vorträge bestand jeweils Raum für Rückfragen und Diskussion.

Begleitmaterial

Neben den Regionalveranstaltungen umfasste die Kampagne einige Begleitmaterialien. So etwa den 24-seitigen Ratgeber⁴ „Stark durch Erziehung“, der neben Deutsch in 16 Fremdsprachen und in leichter Sprache veröffentlicht ist. Er richtet sich an Eltern von Kindern und Jugendlichen aller Altersgruppen und will deren Erziehungskompetenz fördern. Der Ratgeber erläutert die acht leicht verständlichen Botschaften, die zu einer Kinder „stark“ machenden Erziehung beitragen und bietet konkrete Hinweise zu deren Umsetzung. Am Ende der Broschüre finden sich Angaben dazu, wo weitergehende Informationen beschafft werden können. Der Ratgeber wurde bei den Veranstaltungen mit Postkarten sowie Informationsmaterial zu örtlichen Familienbildungsangeboten gesammelt in einer Tasche an die Eltern ausgegeben. Zudem steht er auf der Website zum Download oder zur Bestellung bereit.

Darüber hinaus wurden im Rahmen der Kampagne bunte Postkarten mit jeweils einer der acht Botschaften und einer veranschaulichenden Zeichnung verteilt. Ergänzt wurde das Materialangebot um einen Internetauftritt⁵, der ebenso Informationen zu den acht Faktoren gelingender Erziehung und konkrete Hinweise zu deren Umsetzung umfasst. Außerdem wurden dort die Veranstaltungen angekündigt sowie das Anmeldeportal für diese vorgehalten.

⁴ <https://www.stark-durch-erziehung.de/downloads/index.php> (Letzter Zugriff: 11.04.2019)

⁵ <https://www.stark-durch-erziehung.de/index.php> (Letzter Zugriff: 11.04.2019)

3.

Methodisches Vorgehen in der Studie

Wie eingangs bereits erwähnt, hat das DJI die Regionalveranstaltungen wissenschaftlich begleitet. Mit Hilfe eines Paper-Pencil Fragebogens wurden jeweils im Anschluss an die Veranstaltung Informationen zu den Teilnehmenden sowie deren Rückmeldungen zu den Inhalten, Vorträgen und Materialien der Kampagne eingeholt. Ziel der Evaluationsstudie war es, herauszufinden, welche Zielgruppen durch die Regionalveranstaltungen erreicht werden konnten, welche ihre Beweggründe für die Teilnahme waren und ob die Vorträge ihren Bedarfen entsprachen. Schließlich sollte eine Bewertung der Veranstaltungen und Materialien eingeholt und damit auch die Zufriedenheit mit der Kampagne insgesamt gemessen werden. Für eine detailliertere Evaluierung der Materialien durch die Teilnehmenden in Bezug auf Inhalte, Gestaltung und Bekanntheit wurde neben der schriftlichen Befragung eine Fokusgruppe durchgeführt. Nachfolgend wird das Erhebungsinstrument für die standardisierte Paper-Pencil-Befragung und die Konzeption der qualitativen Fokusgruppe vorgestellt sowie die Vorgehensweise der Datenerhebung und Auswertung beschrieben.

Paper-Pencil-Befragung während der Regionalveranstaltungen

Die standardisierte Befragung der an den Regionalveranstaltungen teilnehmenden Personen erfolgte mittels eines Evaluationsfragebogens⁶, der jeweils vor Beginn auf den Stühlen verteilt wurde. Im Verlauf der Veranstaltung füllten die Teilnehmenden diesen aus und warfen ihn anschließend in die bereitgestellten Urnen ein. Die Moderation stellte kurz den Hintergrund der Befragung vor und erinnerte an die Teilnahme.

Thematisch standen vor allem folgende Fragestellungen im Vordergrund: Welche Eltern nehmen an den Veranstaltungen teil? Wie gut gehen die Vorträge auf die Interessen und Bedarfe der Eltern ein? Wie zufrieden sind die Eltern mit den Veranstaltungen? Inwieweit sind der Ratgeber, die Postkarten, der Internetauftritt und weitere Medien der Kampagne bekannt und werden als hilfreich empfunden? Der Fragebogen umfasste daher mehrere Themenbereiche:

⁶ Im Anhang dieses Berichts finden sich Abbildungen des eingesetzten Original-Fragebogens.

Tabelle 1: Themenbereiche des Fragebogens

Inhaltsbereich	Items
Soziodemografie	Alter Geschlecht Familienstand Kinder Migrationshintergrund Bildung Berufliche Situation
Teilnahme an der Veranstaltung	Information im Vorfeld Teilnahmemotive Anfahrtsweg Vorzeitiges Verlassen Besuch des Infomarktes Besuch weiterer Veranstaltungen
Bewertung der Organisation	Zeit für Nachfragen
Bewertung der Inhalte	Interesse Verständlichkeit Nützlichkeit Wichtigkeit
Bewertung der Materialien	Bekanntheit Nützlichkeit
Zufriedenheit	Weiterempfehlung Veranstaltung Weiterempfehlung Material
Offenes Feedback	Weitere Erziehungsthemen Allgemeine Mitteilungen

Im Laufe der Kampagne wurde der Fragebogen leicht angepasst, da eine erste Datensichtung ergab, dass die Fragen nach Bekanntheit und Nutzung der Materialien offenbar nicht eindeutig genug gestellt waren (Fragen 10 und 11). Dadurch konnte nicht klar differenziert werden, ob die Materialien erst durch die Veranstaltung kennengelernt wurden oder bereits vorher bekannt waren. Daher wurden die Antwortkategorien präzisiert zu „Kannte ich bereits vor der Veranstaltung“, „Habe ich heute kennengelernt“ und „Kenne ich nicht“ sowie eine konkrete Frage zur Nutzung der Broschüre ergänzt. Der geänderte Fragebogen wurde ab der dritten Veranstaltung in Kaufbeuren bis zum Ende eingesetzt. Zudem wurde bei Frage eins die Antwortkategorie „Lokalpresse“ nur in Regensburg angeboten, ab Mühldorf am Inn wurde diese durch „Werbeanzeige in der Zeitung“ ersetzt.

Datenauswertung standardisierte Befragung

Die Antworten aus den Fragebögen wurden zunächst in ein statistisches Auswertungsprogramm überführt. Anschließend wurden die Daten bereinigt und für die Analysen aufbereitet. Für die angestrebte Evaluation wurden gängige, deskriptive Auswertungsmethoden angewandt. Nachfolgend finden sich Häufigkeitsverteilungen und Mittelwerte, jeweils analysiert nach verschiedenen Gruppen. Viele Ergebnisse werden anschaulich in Tabellen oder Grafiken dargestellt.

Fokusgruppe in Landshut

Die ersten quantitativen Ergebnisse legten nahe, dass das Material im Vorfeld der Veranstaltung nur selten genutzt wurde. Damit war eine Bewertung von dessen Nützlichkeit nur eingeschränkt möglich. Daher wurde im Laufe der Evaluationsstudie entschieden, ergänzend eine Fokusgruppe zu den Begleitmaterialien durchzuführen. Ziel dieser Fokusgruppe war es, einen vertieften Einblick in die Eindrücke zur grafischen und inhaltlichen Aufbereitung des Materials sowie dessen Bekanntheit unter den Eltern und dessen Nützlichkeit zu erhalten. Darüber hinaus äußerten die teilnehmenden Eltern auch ihre Bewertung der zuvor besuchten Veranstaltung.

Die Fokusgruppe wurde im Anschluss an die Veranstaltung in Landshut am 27.10.2018 durchgeführt. Interessierte Eltern konnten sich bei der Anmeldung zur Veranstaltung auch zur Teilnahme an der Fokusgruppe bereit erklären. Zur Erhöhung der Teilnahmebereitschaft wurden Incentives in Höhe von zehn Euro pro Person angeboten. Insgesamt nahmen acht Personen an der Fokusgruppe teil, davon drei Männer und fünf Frauen bzw. drei heterosexuelle Paare und zwei weitere Frauen als Einzelpersonen. Die Fokusgruppe wurde von zwei Moderatorinnen geleitet, die sich dabei an einem offenen, diskussionsgenerierenden Leitfaden orientierten. Die Diskussion wurde mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet und später professionell transkribiert. Die Fokusgruppe startete mit einem Stimulus, bei dem den Teilnehmern und Teilnehmerinnen zunächst etwas Zeit eingeräumt wurde, sich die Begleitmaterialien der Kampagne, die auf dem Tisch verteilt lagen, anzuschauen. Im Anschluss wurde die Frage in den Raum gestellt: „Bei den Erziehungsfragen, die Ihnen unter den Nägeln brennen: Könnten Ihnen die Materialien dabei helfen?“ Nach diesem Stimulus konnten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen ihren Eindruck und ihre Einschätzung zu den Materialien frei äußern. Durch Nachfragen versuchten die Moderatorinnen nähere Informationen zu erfahren und die Diskussion aufrechtzuerhalten.

Datenauswertung Fokusgruppe

Das Transkript der Fokusgruppe wurde mit Hilfe einer strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet (Mayring 2010). Beim Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse wird das Material systematisch bezüglich ausgewählter thematischer Aspekte ausgewertet. Diese orientierten sich am Erkenntnisinteresse und so ergaben sich die folgenden vier übergeordneten Ebenen, die in der Fokusgruppe diskutiert und nach denen anschließend ausgewertet wurde:

- Die acht Botschaften der Kampagne
- Grafische Aufbereitung der Materialien
- „Verteilungskanal“ der Materialien
- Bekanntheitsgrad der Materialien

Stichproben- beschreibung

Insgesamt nahmen 410 Personen an der Evaluationsbefragung teil. Der größte Anteil hieran stammte aus Kaufbeuren mit einem Viertel (25.9 %) der Befragten, gefolgt von Regensburg (17.8 %) und Mühldorf am Inn (16.3 %). Die folgende Tabelle 2 gibt eine Übersicht zu den Anteilen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen nach den einzelnen Orten:

Tabelle 2: Anteil der Befragten nach Orten

Veranstaltungsort	Regierungs- bezirk	Datum	Rücklauf Fragebögen / Anteil am Gesamtrücklauf	
Regensburg	Oberpfalz	10.02.2018	73	17,8 %
Mühldorf am Inn	Oberbayern	10.03.2018	67	16,3 %
Kaufbeuren	Schwaben	21.04.2018	106	25,9 %
Bamberg	Oberfranken	09.06.2018	34	8,3 %
Landshut	Niederbayern	27.10.2018	50	12,2 %
Erlangen	Mittelfranken	24.11.2018	49	12,0 %
Aschaffenburg	Unterfranken	16.03.2019	31	7,6 %
<i>Gesamt</i>			410	100%

Die Gesamtstichprobe der 410 Teilnehmenden war überwiegend weiblich, sie bestand aus nur 79 Männern (19.4 %) gegenüber 328 Frauen (80.6 %) (N=3, keine Angabe). Der Altersdurchschnitt der Befragten lag bei 40.0 Jahren. Die teilnehmenden Männer waren mit durchschnittlich 41.8 Jahren etwas älter als die Frauen, die ein mittleres Alter von 39.5 Jahren aufwiesen.

Ein Gutteil der Teilnehmenden zählte zu den Fachkräften. 169 Personen gaben an, einen Erziehungs- oder Sozialberuf auszuüben. Allerdings konnten diese Personen zugleich auch aus privatem Interesse als Mutter oder Vater und nicht nur aus beruflichen Weiterbildungsmotiven teilgenommen haben (tatsächlich war dies für einen Teil der Fachkräfte der Fall; siehe Kapitel 5.3 Teilnahmemotive).

Die dominante Familienform unter den Teilnehmenden war die Kernfamilie. Nur 11.2 % waren alleinerziehende Mütter (N=43) oder Väter (N=2). Nur wenige der Teilnehmenden (4.0 %) lebten ohne Kinder in einer Partnerschaft, 3.5 % lebten ganz alleine und 2.0 % praktizierten eine andere Lebensform. Aber mehr als drei Viertel (79.4 %) der Teilnehmenden lebten als Paar mit Kinder(n) zusammen. Durchschnittlich hatten die teilnehmenden Eltern zwei Kinder.

Dabei hatte die Mehrheit (85.6 %) minderjährige Kinder. Die Altersspanne der Kinder insgesamt reichte von zwei Monaten bis hin zu 43 Jahren (in diesem Fall handelte sich es um ein erwachsenes Pflegekind). Im Mittel waren die Kinder der Teilnehmenden 7.9 Jahre alt, das durchschnittliche Alter des jüngsten Kindes der Eltern lag bei 5.6 Jahren, das des ältesten Kindes in der Familie bei 8.9 Jahren. Nur 1.4 % aller ältesten Kinder waren jünger als ein Jahr, die Hälfte der ältesten Kinder in der Familie war zwischen ein und sechs Jahren alt, weitere 23.6 % zwischen sieben und elf Jahren sowie 13.1 % zwischen zwölf und 18 Jahren. 12.0 % der ältesten Kinder waren bereits über 18 Jahre alt.

Wie viele andere Familienbildungsangebote erreichten auch die „Stark durch Erziehung“-Veranstaltungen hauptsächlich gut gebildete Eltern bzw. Erziehungsberechtigte ohne Migrationshintergrund. Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmenden besaß die deutsche Staatsangehörigkeit, 88.4 % von Geburt an und 4.4 % durch Einbürgerung. Nur 7.4 % besaßen keine deutsche Staatsangehörigkeit, darunter waren italienisch und russisch die häufigsten nichtdeutschen Staatsangehörigkeiten. Zudem waren die Teilnehmenden überwiegend hochqualifiziert. Fast die Hälfte (49.4 %) hatte ein Studium bzw. eine (Fach-)Hochschule absolviert, 59.0 % der Männer und 47.2 % der Frauen. 18.0 % besaßen ein Abitur bzw. eine (Fach-)Hochschulreife, dies traf auf 19.0 % der Frauen und 12.8 % der Männer zu. Interessant bei diesem Aspekt war, dass einige Befragte bereits in den Fragebögen anmerkten, dass die Vorträge nicht niedrigschwellig genug waren, um bildungsferne Eltern angemessen zu erreichen. Einen mittleren Schulabschluss hatte ein Viertel (25.2 %) der Befragten erlangt, 27.3 % der Frauen und 16.7 % der Männer. Nur 7.4 % der Teilnehmer und Teilnehmerinnen hatten eine Haupt- bzw. Volksschule besucht. Insgesamt wiesen die teilnehmenden Männer höhere Bildungsabschlüsse auf als die Frauen.

Die meisten Befragten gingen einer Erwerbstätigkeit nach, nur 10.7 % waren gerade nicht erwerbstätig (7.7 % der Männer und 11.5 % der Frauen) und 12.5 % in Mutterschutz oder Elternzeit (15.2 % der Frauen und 1.3 % der Männer). Fast die Hälfte der Erwerbstätigen war in Teilzeit beschäftigt, was auf den hohen Frauenanteil zurückzuführen war: 57.8 % der Frauen gegenüber nur 3.9 % der Männer gaben an, in Teilzeit zu arbeiten. Fast ein Drittel (29.4 %) der Teilnehmenden war in Vollzeit tätig; Nahezu alle Männer (87.2 %) gingen einer Vollzeitbeschäftigung nach, während dies nur 15.5 % der Frauen taten.

Einzelbefunde

5.

Nachfolgend werden thematisch geordnet die Einzelbefunde aus den quantitativen Ergebnissen dargestellt. Im Abschnitt zur Bewertung der Begleitmaterialien sind ergänzend die Ergebnisse aus der Fokusgruppe (5.13) mit eingebunden.

5.1 Allgemeines zum Ablauf der Veranstaltungen

Die Einzugsgebiete der Veranstaltungsorte waren dergestalt, dass die Teilnehmenden für die Anfahrt durchschnittlich 19.2 Minuten benötigten. Die individuelle Anreise reichte von einer bis zu 120 Minuten. Im Mittel konnte der Veranstaltungsort in Aschaffenburg mit 13.8 Minuten am schnellsten erreicht werden, in Regensburg dauerte die Anfahrt mit 22.6 Minuten am längsten (Mühlendorf am Inn: 18.1 Minuten; Kaufbeuren: 19.8 Minuten; Bamberg: 15.5 Minuten; Landshut: 18.6 Minuten; Erlangen: 21.0 Minuten).

Das Interesse am Infomarkt, auf dem sich lokale Familienbildungsangebote präsentierten, war groß. Fast Dreiviertel der Teilnehmenden (71.5 %) nutzten die Gelegenheit sich hier zu informieren. Damit gelang es, im Rahmen der Kampagne eine Vernetzung der Eltern mit den Angeboten vor Ort zu fördern und das Thema Erziehung stärker ins Gespräch zu bringen. Auffallend war allerdings Aschaffenburg: hier wurde der Markt nicht einmal von der Hälfte der Teilnehmenden besucht (45.2 %). Dies lag vermutlich am Format des dortigen Marktes, der lediglich aus einer Flyersammlung bestand. Hingegen waren an den anderen Veranstaltungsorten Fachkräfte mit Ständen ihrer Einrichtungen präsent, stellten ihre Angebote vor und waren persönlich ansprechbar. Diese Art der Präsentation wirkte auf die Teilnehmenden offenbar einladender.

5.2 Bekanntmachung der Veranstaltung

Die Teilnehmenden erfuhren am häufigsten durch die Flyer (dies bestätigten 40.1 % der Befragten) von der Veranstaltung, abgesehen von Kaufbeuren, wo der Flyer deutlich weniger bekannt (23.8 %) war (vgl. Abbildung 1 und 2). Die Flyer lagen beispielweise in Familienzentren aus, wie eine Mutter in der Fokusgruppe berichtete. Aber auch Fachkräfte (36.6 %) und informelle Kontakte wie

Verwandte, Freunde oder Bekannte (19.4 %) machten häufig auf die Veranstaltung aufmerksam. Insbesondere in Kaufbeuren stellten Fachkräfte für viele Teilnehmenden eine Informationsquelle (61.0 %) dar, an diesem Veranstaltungsort waren prozentual gesehen aber auch die meisten Fachkräfte anwesend (54.5 %). Deutlich weniger wirksame Werbekanäle waren Printmedien wie Plakate (13.3 %) oder Werbeanzeigen (11.4 %). Ausnahmen stellten hier Regensburg (24.7 %) und Aschaffenburg (26.7 %) dar, denn dort ist jeweils etwa ein Viertel auch über Plakate bzw. Aushänge aufmerksam gemacht worden. Besonders interessant im digitalen Zeitalter war, dass die mit Abstand seltensten Informationskanäle soziale Netzwerke (2.0 %) und das Internet (3.7 %) darstellten. Es zeigte sich, dass insbesondere eine aufsuchende Struktur, die Informationen an den für Eltern zentralen Orten bereithält, am meisten Beachtung fand und die Hinweise dann vor allem über persönliche Empfehlungen weitergegeben wurden. Damit erwiesen sich womöglich teure Printmedien als weniger hilfreich für die Aufmerksamkeitsgewinnung der Kampagne.

Abbildung 1: Wie haben Sie von der Veranstaltung erfahren?
(in %) (1/2)

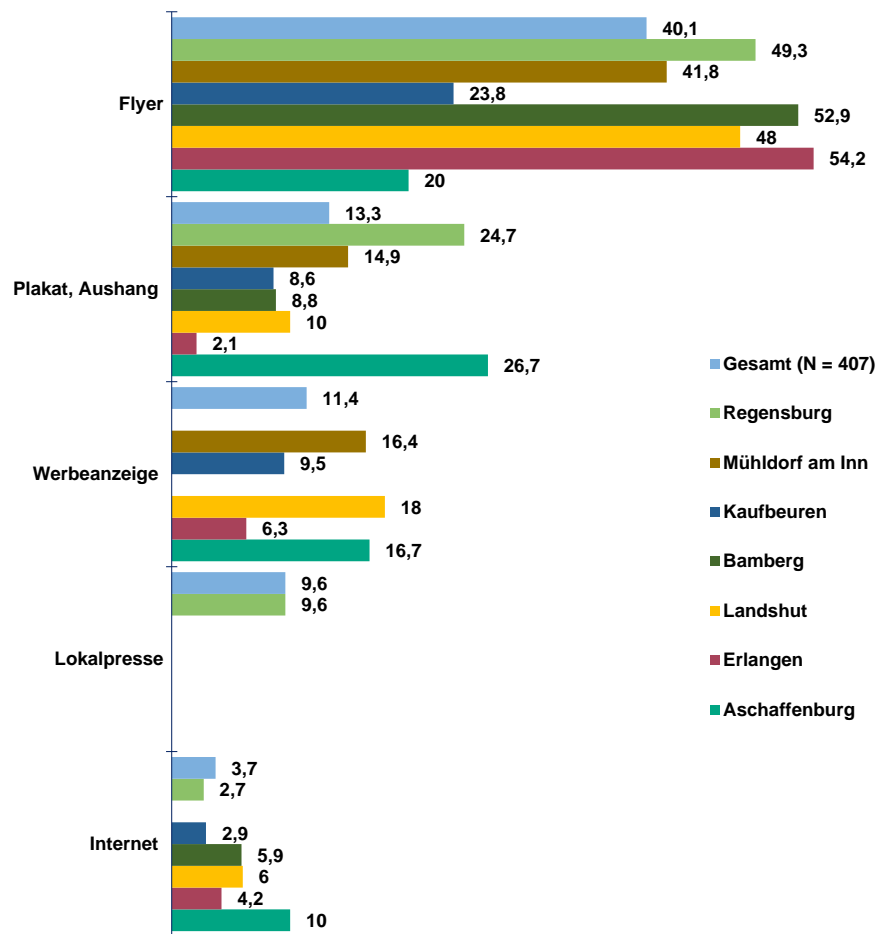
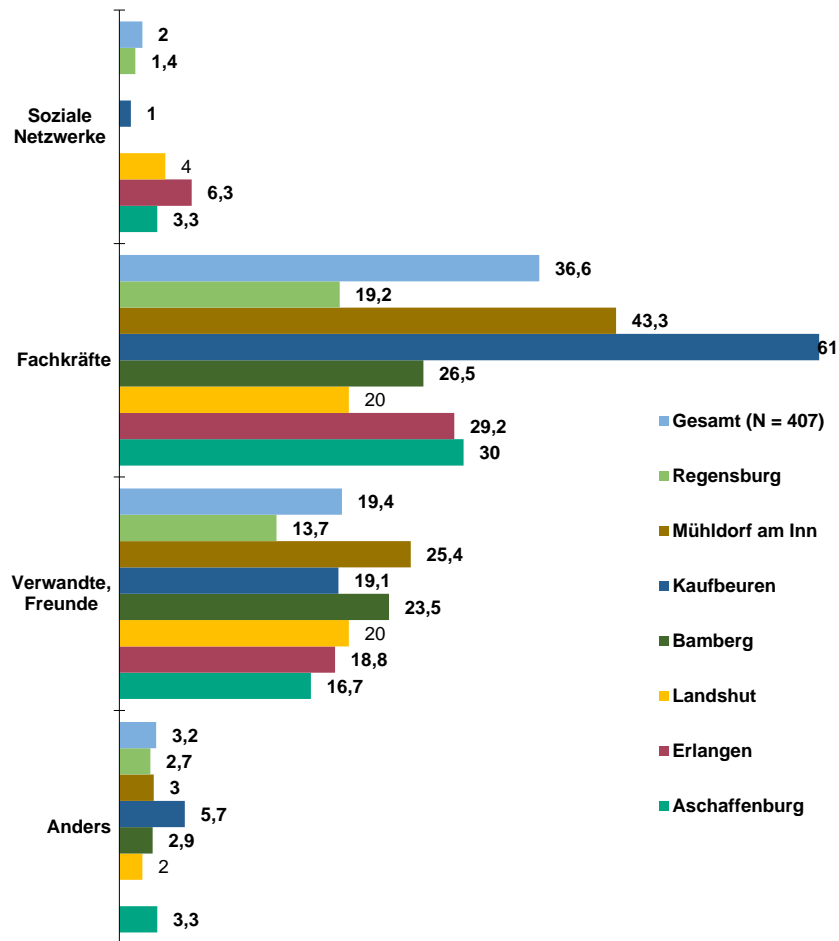


Abbildung 2: Wie haben Sie von der Veranstaltung erfahren? (in %) (2/2)

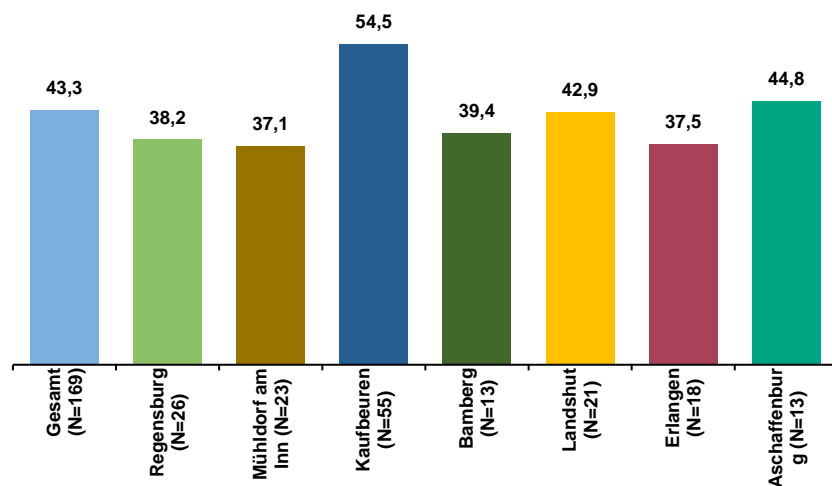


5.3 Teilnahmemotive

Die meisten Teilnehmenden besuchten die Veranstaltung aus privatem Interesse als Eltern (84.1 %), weitaus seltener aus beruflichen Gründen (33.8 %). Hier ist zu beachten, dass auch beide Motive gleichzeitig vorliegen und angegeben werden konnten. Nur sehr wenige Personen begründeten ihr Interesse an der Veranstaltung damit, Großeltern zu sein (2.0 %) oder nahmen aus anderen Gründen teil (3.7 %). Damit konnte die Veranstaltung die zuvor definierte Zielgruppe derjenigen, „die an der Erziehung junger Menschen beteiligt sind“ (Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales 2016, S. 24), angemessen erreichen.

In Kaufbeuren (47.2 %), Aschaffenburg (38.7 %) und Bamberg (38.2 %) nahmen prozentual die meisten Personen (auch) aus beruflichen Gründen teil. Dies spiegelte sich auch im Anteil der Fachkräfte an allen Teilnehmenden wider (vgl. Abbildung 3): In Kaufbeuren fand sich mit über der Hälfte vergleichsweise der größte Anteil (54.5 %) an Personen, die in einem Sozial- oder Erziehungsberuf tätig waren, gefolgt von Aschaffenburg mit 44.8 %. Jedoch lag der Anteil an teilnehmenden Fachkräften in allen Orten bei jeweils mindestens über einem Drittel. 43.3 % der Teilnehmer und Teilnehmerinnen insgesamt waren in einem einschlägigen Berufsfeld tätig. Auch wenn diese Personen die Veranstaltung zugleich aus privatem Interesse als Eltern besuchen konnten, ist dies ein recht hoher Anteil. Mögliche Hintergründe könnten sein, dass die Veranstaltung etwa in Kaufbeuren und Aschaffenburg für Fachkräfte auch eine berufliche Weiterbildungsmöglichkeit oder eine Ergänzung des lokalen Angebots für Fachkräfte darstellte. Weiterhin denkbar wäre, dass die Information über die Veranstaltung vor allem im Kreis der Fachkräfte gestreut wurde. Dies wird dadurch untermauert, dass etwa in Kaufbeuren auch die meisten (61.0 %) Personen angaben, über Fachkräfte von der Veranstaltung erfahren zu haben (vgl. Abbildung 1 und 2). Demgegenüber wurden zum Beispiel in Mühldorf am Inn sehr viele Personen (43.3 %) von Fachkräften auf die Veranstaltung hingewiesen, obwohl hier vergleichsweise am wenigsten Fachkräfte (37.1 %) selbst teilnahmen.

Abbildung 3: Anteil der Fachkräfte in den einzelnen Orten (in %)⁷

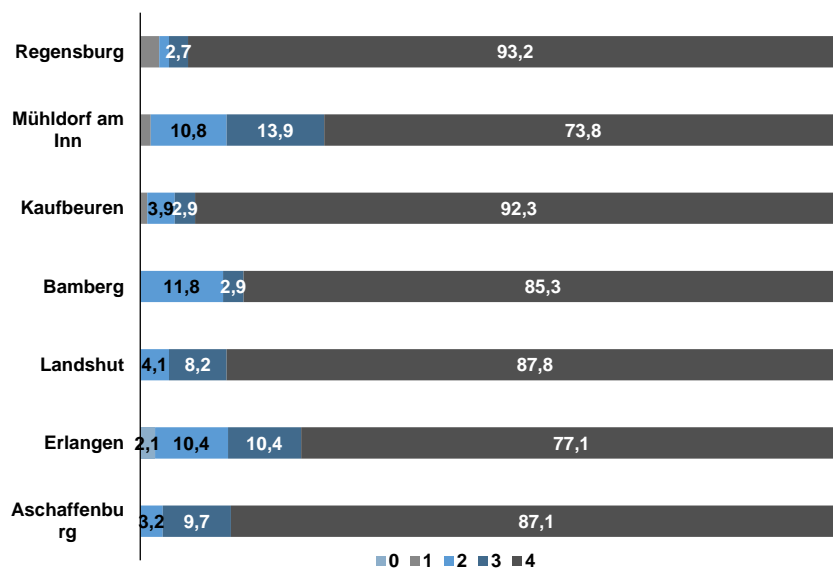


⁷ N=390 der insgesamt 410 Teilnehmenden gaben eine Antwort auf diese Frage.

5.4 Gehörte Vorträge

Es zeigte sich, dass in allen Orten die letzten beiden Vorträge etwas seltener gehört wurden als die ersten (vgl. Abbildung 4). Der erste Vortrag zu Elternschaft und Erziehung im Wandel wurde noch von 99.5 % der Teilnehmenden, der zweite Vortrag zu Elternschaft zusammen- oder getrenntlebender Eltern von 97.0 %, der vorletzte Vortrag zur Begleitung des Bildungswegs von Kindern von 92.6 % und der letzte Vortrag zum Umgang mit neuen Medien von deutlich weniger Personen (88.4 %) gehört. In Mühldorf am Inn (26.2 %) und in Erlangen (22.9 %) waren Teilnehmende am häufigsten nicht bei allen Vorträgen anwesend. Zudem haben in Mühldorf am Inn (12.3 %), Bamberg (11.8 %) und Erlangen (12.5 %) einige Personen sogar nur zwei oder weniger Vorträge gehört.

Abbildung 4: Anzahl der gehörten Vorträge, nach Ort (in %)



Eine differenziertere Auswertung (vgl. Tabelle 3) derjenigen, die nur einen oder zwei Vorträge hörten, ergab, dass sie im Vergleich zu denjenigen, die alle Vorträge hörten, seltener in einem Sozial- oder Erziehungsberuf tätig waren. Zudem waren ihre Kinder tendenziell etwas jünger und sie gaben seltener an, nützliche Tipps für ihren Erziehungsalltag bekommen zu haben als diejenigen, die an allen Vorträgen teilnahmen. Einerseits könnte das vorzeitige Verlassen der Veranstaltung also damit zusammenhängen, dass die ersten Vorträge wenig erkenntnisbringend und hilfreich für diese Eltern waren. Es könnten aber auch

organisatorische Gründe vorliegen, da die tendenziell jüngeren Kinder womöglich nicht den gesamten Vormittag in der Betreuung verbleiben konnten oder wollten. Dies erscheint insbesondere deshalb plausibel, da die Themen der letzten beiden Vorträge insgesamt als deutlich interessanter und wichtiger beurteilt wurden als die ersten (s. hierzu Abbildung 7). Des Weiteren wäre als praktische Erklärung denkbar, dass einige Personen die Mittagspause zum Ausfüllen des Fragebogens nutzten und diesen bereits abgaben, bevor sie alle Vorträge gehört hatten. Dabei wurden teilweise auch nicht gehörte Vorträge bewertet.

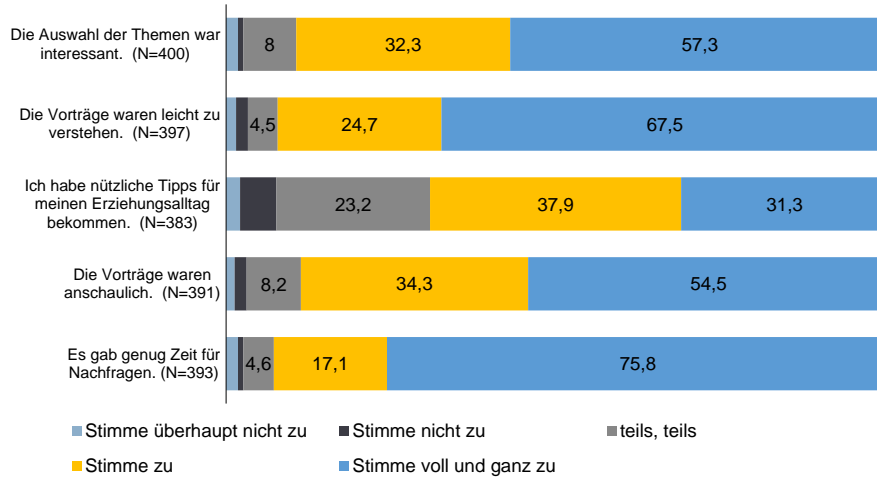
Tabelle 3: Personen, die nur einen/ zwei Vorträge hörten im Vergleich zu Personen, die mindestens drei Vorträge hörten

			In Erziehungs-/ Sozialberuf tätig?		Alter ältestes Kind				Nützliche Tipps erhalten		
			Nein	Ja	0-6 J.	7-11 J.	12-18 J.	Über 18 J.	Nein	Teils teils	Ja
Einen oder zwei Vorträge gehört	Nein	%	56,4	43,6	50,8	23,8	13,0	12,4	7,3	21,2	71,5
		N	202	156	164	77	42	40	26	76	256
	Ja	%	60,7	39,3	61,5	19,2	11,5	7,7	12,5	54,2	33,3
		N	17	11	16	5	3	2	3	13	8

5.5 Bewertung des Programmablaufs und der Vortragsweise

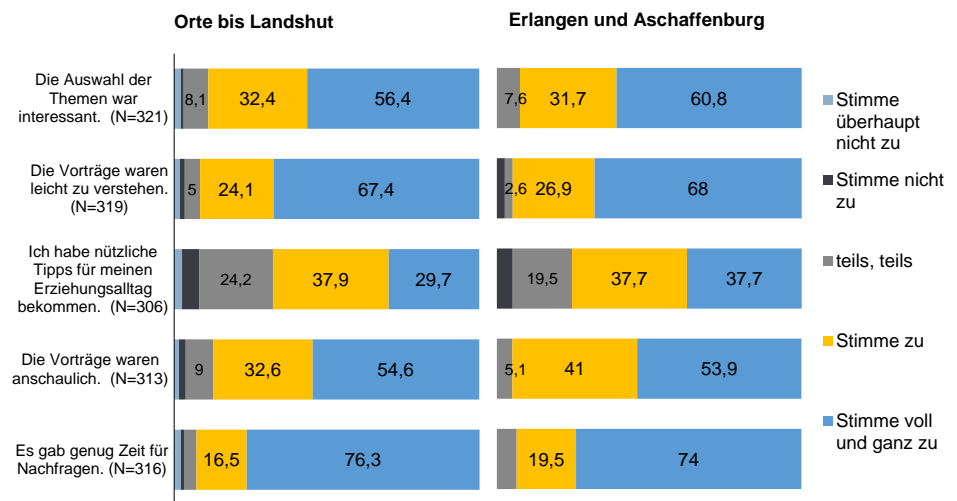
Grundsätzlich bewerteten die Eltern das Veranstaltungsprogramm und den Ablauf sehr positiv, allerdings wünschten sie sich einen stärkeren Praxisbezug (vgl. Abbildung 5). Die meisten stimmten zu, dass genügend Zeit für Nachfragen bestand (92.9 %) und dass die Vorträge leicht zu verstehen waren (92.2 %). Dies relativiert in Teilen die Einzelmeinungen in den offenen Kommentaren aus den Fragebögen, die die zu hohe Wissenschaftlichkeit der Vorträge kritisierten. Zudem wurde häufig zugestimmt, dass die Vorträge anschaulich (88.8 %) waren, allerdings deutlich seltener, dass sie konkrete Tipps für den Alltag beinhalteten (69.2 % Zustimmung).

Abbildung 5: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in %)



Nach den ersten Veranstaltungen ergaben die Daten bereits, dass die Vorträge als zu wenig praktisch und zu schwer verständlich bewertet wurden. Dieses Feedback wurde an die Referentinnen zurückgemeldet, woraufhin diese ihre Vortragsweise sowie die Inhalte bei den Veranstaltungen in Erlangen und Aschaffenburg anpassten. Diese Justierung zeigte offenbar Wirkung, denn anschließend (vor allem in Aschaffenburg) empfanden die Teilnehmenden einen stärkeren Praxisbezug der Vorträge und größeren Nutzen für ihren Alltag (vgl. Abbildung 6). In Erlangen und Aschaffenburg wurde nämlich deutlich häufiger zugestimmt, dass nützliche Tipps für den Erziehungsalltag erhalten wurden (75,4 % gegenüber 67,7%), allerdings war dies größtenteils durch die sehr gute Bewertung in Aschaffenburg bedingt. Der Nützlichkeit der Inhalte für den Erziehungsalltag konnte auf einer Skala von eins bis fünf zugestimmt werden. In Aschaffenburg lag hier ein Mittelwert von 4,5 vor, wohingegen dieser in Erlangen nur 3,8 betrug und damit durchschnittlich sogar schlechter bewertet wurde als in manchen vorherigen Veranstaltungsorten. Die Anschaulichkeit der Vorträge wurde aber in beiden Orten, in Aschaffenburg und in Erlangen, deutlich besser bewertet als zuvor (94,9 % gegenüber 87,2 %). Der Mittelwert zu dieser Frage betrug in Aschaffenburg 4,6 und in Erlangen 4,4.

Abbildung 6: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in %) - vor und nach der Anpassung der Vorträge



In Aschaffenburg wurde das Vortragsprogramm über alle Veranstaltungen hinweg betrachtet durchschnittlich am besten bewertet, in Regensburg am kritischsten (vgl. Tabelle 4). Insbesondere der Praxisbezug wurde hier am schlechtesten bewertet (Mittelwert 3.6), und dies obwohl in Regensburg der zusätzliche Vortrag zu Familienbildungsangeboten vor Ort stattfand.

Tabelle 4: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Mittelwerte nach Ort)

Mittelwerte	Ge- samt	Reg.	Mü. a.l.	Kauf.	Bam.	Land.	Erl.	Asc.
Die Auswahl der Themen war interessant.	4,4	4,3	4,3	4,6	4,6	4,3	4,4	4,8
N	400	73	65	102	34	47	48	31
Die Vorträge waren leicht zu verstehen.	4,5	4,6	4,5	4,6	4,5	4,4	4,5	4,8
N	397	73	64	101	34	47	47	31
Ich habe nützliche Tipps für meinen Erziehungsalltag bekommen.	3,9	3,6	3,7	4,1	4,2	3,8	3,8	4,5
N	383	69	64	95	34	44	47	30
Die Vorträge waren anschaulich.	4,4	4,3	4,3	4,5	4,4	4,2	4,4	4,6
N	391	73	64	97	34	45	47	31
Es gab genug Zeit für Nachfragen.	4,6	4,6	4,6	4,6	4,7	4,8	4,7	4,6
N	393	73	64	99	34	46	46	31

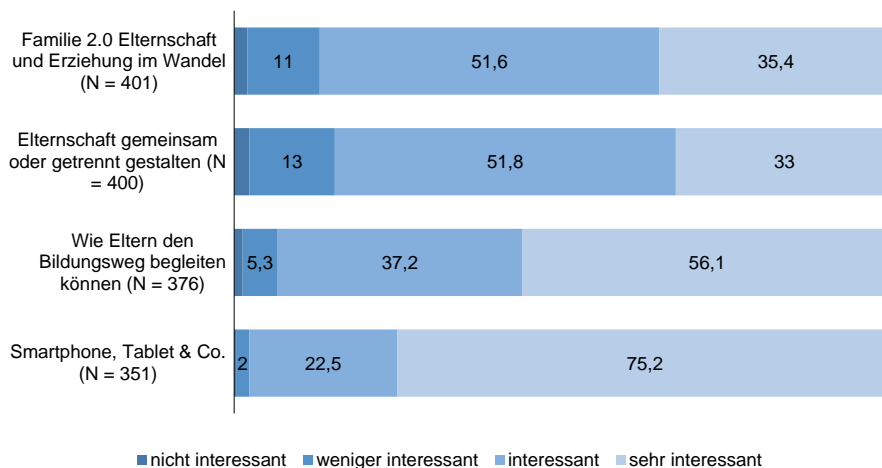
Skala von 1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 5 = „stimme voll und ganz zu“

5.6 Interesse an den einzelnen Themen

Die inhaltliche Ausrichtung der Kampagne deckte die Bedarfe der teilnehmenden Eltern offenbar sehr gut ab (vgl. Abbildung 7). Jeweils über 80 % der Teilnehmenden fanden die einzelnen Vortragsthemen interessant. 87,0 % der Teilnehmenden fanden das Thema Elternschaft im Wandel interessant (Mittelwert 1,8) und 84,8 % das Thema Co-Parenting in und nach der Partnerschaft (Mittelwert 1,8). 93,3 % fanden es interessant zu hören, wie sie den Bildungsweg von Kindern begleiten können (Mittelwert 1,5) und 97,7 %, also nahezu alle Teilnehmenden, fanden den Vortrag zum Umgang mit mobilen Geräten und neuen Medien in der Erziehung (Mittelwert 1,3) interessant.

Die überwiegende Mehrheit stimmte sogar zu, dass sie die Themen „Bildung“ (56,1 %) und „neue Medien“ (75,2 %) sehr interessant fanden. Dies zeigte sich auch häufig in den vergleichsweise vielen Nachfragen und der regen Diskussion im Anschluss an diese beiden Vorträge.

Abbildung 7: Wie interessant waren die einzelnen Themen für Sie persönlich? (in %)



Im Vergleich der Veranstaltungsorte wurde die Themenauswahl insgesamt in Aschaffenburg durchschnittlich am positivsten bewertet und in Mühldorf am Inn und Landshut als am wenigsten interessant, wobei auch hier nur sehr wenige schlechte Bewertungen abgegeben wurden.

Die ersten drei Vorträge zu den Themen „Elternschaft und Erziehung im Wandel“, „Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten“ und „Bildungsbegleitung“ waren für Eltern mit Kindern unter einem Jahr am wenigsten interessant (vgl. Tabelle 5). Der Bildungsvortrag war für Eltern mit Kindern ab einem Jahr deutlich interessanter (Mittelwert 1.5). Hieran zeigte sich, dass das elterliche Interesse an den Themen zum einen stark von ihrer eigenen Betroffenheit, insbesondere geprägt durch das Alter des Kindes, abhängig war. Andererseits fanden bereits Eltern mit sehr kleinen Kindern das Thema „Umgang mit neuen Medien“ in der Erziehung sehr interessant, obwohl ihre Kinder selbst diese höchstwahrscheinlich noch nicht nutzten. Womöglich sind viele heute junge Eltern selbst bereits „digital natives“ und daher sehr daran interessiert, wie mit Smartphone, Tablet und Co. in der Erziehung umgegangen werden sollte. Es ist hierbei aber darauf hinzuweisen, dass die Gruppe der Teilnehmenden, deren ältestes Kind unter einem Jahr alt war, sehr klein war.

Zwischen den Geschlechtern zeigten sich in Bezug auf das Interesse an den einzelnen Themen keine nennenswerten Unterschiede.

Tabelle 5: Wie interessant waren die einzelnen Themen für Sie persönlich? (Mittelwerte nach Alter des ältesten Kindes)

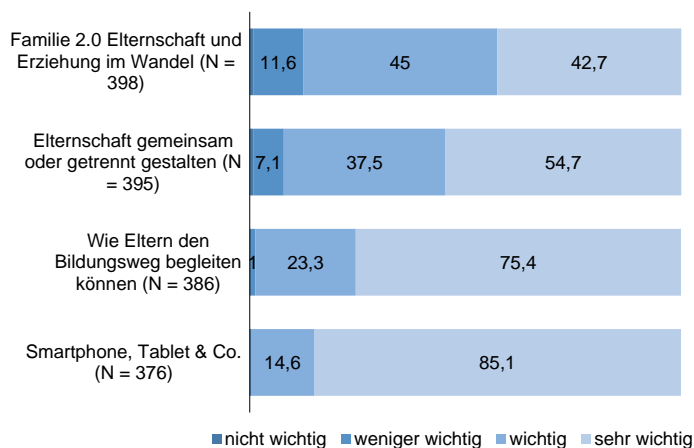
Mittelwerte	Gesamt	Unter 1 Jahr	1 – 6 Jahre	7 – 11 Jahre	12 – 18 Jahre	Über 18 Jahre
Familie 2.0 Elternschaft und Erziehung im Wandel	1,8	2,6	1,8	1,9	1,9	1,8
N	345	5	173	80	45	42
Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten	1,8	2,0	1,8	1,9	2,0	1,9
N	345	5	173	80	45	42
Wie Eltern den Bildungsweg begleiten können	1,5	2,2	1,5	1,4	1,5	1,4
N	328	5	167	75	41	40
Smartphone, Tablet & Co.	1,3	1	1,3	1,2	1,3	1,3
N	305	4	160	68	37	36

Skala von 1 = „sehr interessant“ bis 4 = „nicht interessant“

5.7 Wichtigkeit einzelner Themen

Die Ergebnisse zur Bedeutung der einzelnen Themen für die Erziehung spiegeln auch das Interesse an diesen wider (vgl. Abbildung 8). 87.7 % der Teilnehmenden fanden das Thema Elternschaft im Wandel wichtig (Mittelwert 1.7), 92.2 % das Thema Co-Parenting in und nach der Partnerschaft (Mittelwert 1.5), 98.7 % war es wichtig zu hören, wie sie den Bildungsweg ihrer Kinder begleiten können (Mittelwert 1.3) und 99.7 %, also nahezu alle Teilnehmenden, fanden den angemessenen Umgang mit mobilen Geräten und neuen Medien für die Erziehung (Mittelwert 1.2) sehr wichtig.

Abbildung 8: Wie wichtig finden Sie die einzelnen Themen? (in %)



In Mühldorf am Inn und in Landshut wurden die Themen der Veranstaltung durchschnittlich als etwas weniger wichtig angesehen als in den anderen Orten, hier wurden sie vergleichsweise auch als am wenigsten interessant bewertet.

Die Rolle von mobilen Geräten und neuen Medien in der Erziehung wurde von den Eltern mit Kindern unter einem Jahr nicht nur als interessantestes, sondern auch als wichtigstes von allen Vortragsthemen empfunden (vgl. Tabelle 6). Aber vor allem auch Eltern von Jugendlichen und jungen Erwachsenen bewerten dieses Thema als überaus wichtig für die Erziehung.

Tabelle 6: Wie wichtig finden Sie die einzelnen Themen? (Mittelwerte nach Alter des ältesten Kindes)

Mittelwerte	Gesamt	Unter 1 Jahr	1 – 6 Jahre	7 – 11 Jahre	12 – 18 Jahre	Über 18 Jahre
Familie 2.0 Elternschaft und Erziehung im Wandel	1,7	3	1,7	1,8	1,8	1,6
N	343	5	174	78	44	42
Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten	1,5	2	1,5	1,7	1,6	1,4
N	340	5	173	77	44	41
Wie Eltern den Bildungsweg begleiten können	1,3	1,2	1,3	1,3	1,3	1,2
N	336	5	171	77	42	41
Smartphone, Tablet & Co.	1,2	1	1,2	1,1	1,1	1,1
N	327	5	166	76	39	41

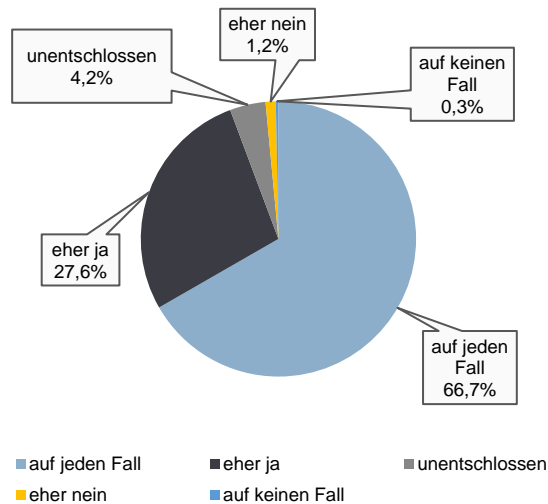
Skala von 1 = „sehr wichtig“ bis 4 = „nicht wichtig“

Ebenso wie beim Interesse an den Themen, unterschieden sich die Meinungen der teilnehmenden Männer und Frauen in Bezug auf deren Wichtigkeit für die Erziehung kaum.

5.8 Weiterempfehlung der Veranstaltung

Die bisher bereits vorgestellte, sehr gute Gesamtbewertung der Veranstaltung weist auf die Zufriedenheit der Teilnehmenden mit derselben hin. Entsprechend hätten auch 66.7 % der Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Veranstaltung auf jeden Fall an ihre Freunde oder Bekannte weiterempfohlen, 27.6 % hätten dies eher getan als gelassen. Lediglich 4.2 % waren unschlüssig, ob sie die Veranstaltung weiterempfehlen würden und nur 1.5 % hätten sie nicht weiterempfohlen. Insgesamt würden also 94.3 % der Teilnehmenden die Veranstaltung an ihre Freunde und Bekannte weiterempfehlen. Bei der Weiterempfehlungsneigung zeigten sich keine nennenswerten Unterschiede zwischen Fachkräften und Nicht-Fachkräften.

Abbildung 9: Weiterempfehlung der Veranstaltung (in %), N=402



Die Personen, die unschlüssig waren, ob sie die Veranstaltung weiterempfohlen hätten, kamen vor allem aus Regensburg (9.8 %), Mühldorf am Inn (10.9 %) und Landshut (12.2 %). Dies waren auch die Orte, in denen das Veranstaltungsprogramm durchschnittlich am kritischsten bewertet wurde, was den Grund für die Unschlüssigkeit darstellen könnte.

5.9 Lob und Kritik an der Veranstaltung

Viele Eltern nutzten die offene Kommentaroption im Fragebogen, um Lob zu äußern oder auch Kritik an der Veranstaltung zu üben. Die Kommentare fielen dabei aber überwiegend positiv aus.

Es wurden einerseits die Inhalte, aber vor allem die Organisation und die Veranstaltung als Ganzes gelobt. Besonders positiv hervorgehoben wurden die Verpflegung in den Pausen und die kostenlose Kinderbetreuung (N=69). Die Eltern bedankten sich sehr wertschätzend für die Kinderbetreuung, da es ihnen so überhaupt erst ermöglicht worden sei, die Veranstaltung zu besuchen bzw. gemeinsam mit dem Partner oder der Partnerin teilzunehmen. *„Diese Veranstaltung ist die erste, die ich mit großem Interesse & Begeisterung mit meinen Zwillingen &*

ihrem Papa besuche“ [Landshut_304]). Viele Eltern bedankten sich für die Möglichkeit teilnehmen zu können, waren positiv überrascht von der Veranstaltung und bewerteten sie als *„informativ und inspirierend“* (Aschaffenburg_384). Zugleich schätzten sie die Veranstaltung als Unterstützungsangebot sehr wert: *„Danke für die Unterstützung bei unseren Erziehungsbemühungen“* (Aschaffenburg_386).

Das am zweithäufigsten geäußerte Lob bezog sich auf die einzelnen Vorträge (N=10). Vor allem den letzten Vortrag „Smartphone, Tablet & Co: Erziehung im Zeitalter neuer Medien“ erachteten viele Eltern als sehr hilfreich. Dieser wurde als besonders praxisnah, interessant und gut verständlich geschätzt. Dieses Thema wurde auch am häufigsten genannt, als es darum ging, zu welchen Erziehungsthemen weitere Informationen und Beratung wünschenswert gewesen wären. Auch der Vortrag „Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten: Was für Kinder wichtig ist“ wurde in einigen offenen Kommentaren als gut und praxisnah sowie interessant und hilfreich hervorgehoben.

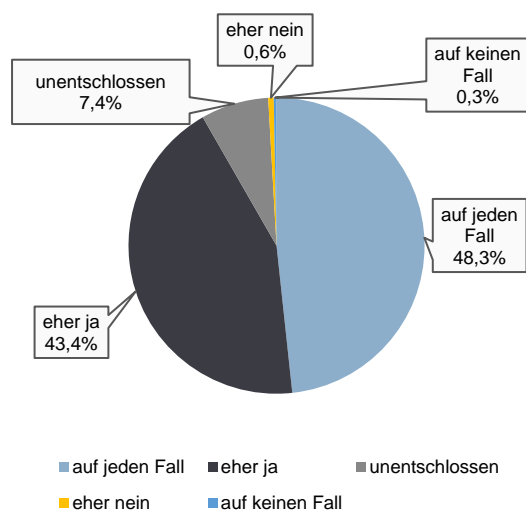
Auf der anderen Seite wurde aber auch Kritik an der Veranstaltung geäußert: Diese bezog sich überwiegend auf die Verständlichkeit der Inhalte und Vorträge (N=27). Die Eltern beschrieben, dass die Vorträge bildungsferne Familien nicht oder nur in geringem Maße angesprochen hätten. Die Vorträge seien *„sehr gut für ‚Bildungsbürgertum‘“* (Bamberg_266) und wären daher für „bildungsferne“ Familien nicht geeignet gewesen. Es wurde vor allem beanstandet, dass die Vorträge zu wissenschaftlich, theoretisch und statistisch aufbereitet gewesen wären und damit nicht elterngerecht, sondern eher an Fachpersonal gerichtet gewirkt hätten. Die Teilnehmenden wünschten sich mehr Praxisbeispiele und konkrete „Ratschläge“. Aufgrund der Rückmeldungen aus den ersten beiden Veranstaltungen wurde seitens der Referentinnen versucht, die Vorträge entsprechend niedrigrschwelliger und praxisbezogener zu gestalten (siehe hierzu Abbildung 6).

Daneben wurde insbesondere in Landshut organisatorische Kritik geäußert. Vor allem wurde der zu hohe Geräuschpegel moniert, der vor allem durch Kleinkinder und Babys bedingt gewesen sei. So wurde der Vorschlag geäußert *„Kinderbetreuung auch für die Kleinsten (0-3), da Kinder (gerade kleine) sehr „störend“ bei den Vorträgen sind“* (Landshut_311) anzubieten. Beim Veranstaltungsort Erlangen bezog sich die organisatorische Kritik dagegen auf die Störungen durch das Filmteam, welches die Vorträge aufzeichnete und einigen Teilnehmenden die Sicht versperrte.

5.10 Weiterempfehlung des Materials

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen waren nicht nur mit der Veranstaltung so zufrieden, dass sie diese überwiegend an Freunde oder Bekannte weiterempfohlen hätten, sondern dies galt auch für das Begleitmaterial zur Kampagne (vgl. Abbildung 10). Insgesamt⁸ 91,6 % hätten die Materialien weiterempfohlen, davon 48,3 % auf jeden Fall und 43,4 % eher ja. Unentschlossen bezüglich einer Weiterempfehlung der Materialien waren 7,4 % der Teilnehmenden, nur 0,9 % hätten dies nicht getan.

Abbildung 10: Weiterempfehlung des Materials (in %), N=350



Ähnlich wie bei der Weiterempfehlung der Veranstaltung waren sich auch bezüglich der Empfehlung des Materials einige Teilnehmende in Regensburg (12,7 %), Mühldorf am Inn (10,9 %) und Landshut (11,9 %) aber auch in Bamberg (10,7 %) nicht sicher.

⁸ N = 350 umfasst alle Personen, die auf diese Frage eine Antwort gaben. Darunter können auch Personen sein, die Frage 10 nicht beantworteten oder angaben, einzelne oder alle Materialien nicht zu kennen.

5.11 Bekanntheit und Nutzung des Materials

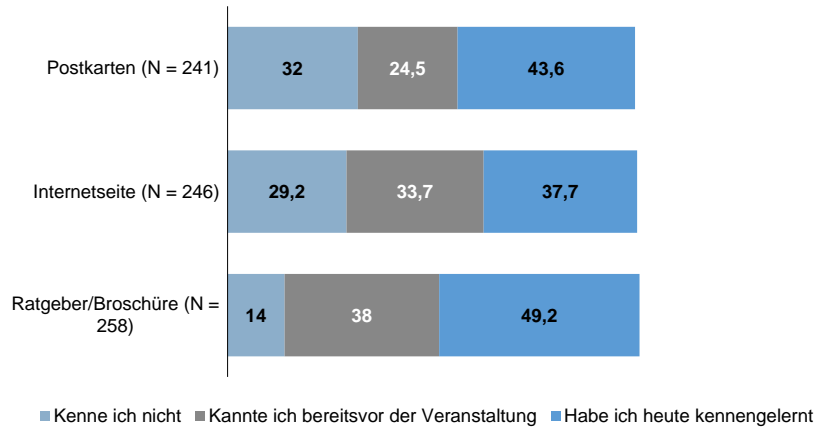
Aufgrund der Fragebogenanpassung im Laufe der Kampagne (s. hierzu Kapitel 3) beziehen sich die folgenden Ergebnisse nur auf Regensburg und Mühldorf am Inn. Der Ratgeber war von allen Materialien am bekanntesten: 77.1 % gaben an, diesen zu kennen. Die Internetseite war bei 57.3 % der Teilnehmer und Teilnehmerinnen und die Postkarten nur bei 37.1 % bekannt. Entsprechend gestaltete sich auch die Nutzung der Materialien. Der Ratgeber bzw. die Broschüre wurden am häufigsten genutzt, nämlich von 26.4 %. Hingegen wurde die Internetseite nur von 15.7 % und die Postkarten von nur 6.1 % der Teilnehmenden benutzt.

In den restlichen Veranstaltungsorten, in denen die abgeänderten Fragen gestellt wurden, zeigte sich ein ähnliches Bild (vgl. Abbildung 11). Der Ratgeber war der überwiegenden Mehrheit bekannt. Über ein Drittel (38.0 %) kannte ihn bereits vor der Veranstaltung, 49.2 % hatten ihn durch die Veranstaltung kennengelernt.

Auch die Eltern in der Fokusgruppe berichteten, dass sie auf die Broschüre erst durch die ausgegebenen Taschen aufmerksam geworden seien und diese teilweise während der Veranstaltung durchgesehen hätten.

Deutlich weniger bekannt waren die Postkarten und der Internetauftritt der Kampagne. Die Postkarten waren von fast einem Drittel (32.0 %) der Teilnehmer und Teilnehmerinnen bis zum Befragungszeitpunkt noch nirgends gesehen worden, 24.5 % hatten sie erst im Rahmen der Veranstaltung kennengelernt. Interessant ist auch, dass 29.2 % angaben, die Homepage nicht zu kennen und 37.7 %, dass sie diese erst am Veranstaltungstag kennenlernten, obwohl die Homepage zur Anmeldung genutzt werden musste. Es könnte sein, dass eine andere Person die Anmeldung übernommen hatte oder die Homepage nur als reines Anmeldetool wahrgenommen wurde. Die Rückmeldungen von Eltern im Rahmen der Fokusgruppe legten eher ersteres nahe, denn diesen Eltern war die Homepage auch als Informationsplattform bereits im Vorfeld bekannt. Trotzdem sprachen sich die Eltern aus der Fokusgruppe dafür aus, die Materialien breiter und niedrigschwelliger zu verteilen.

**Abbildung 11: Welche Materialien kennen Sie?
(Angaben aus Kaufbeuren, Bamberg, Landshut, Erlangen und
Aschaffenburg, in %)**



Neben der Bekanntheit der Materialien interessierte vor allem, ob der Ratgeber von den Eltern, die ihn bereits kannten, in ihrem Erziehungsalltag zur Hand genommen wurde. Die überwiegende Mehrheit hatte ihn bereits genutzt, fast zwei Drittel (64.1%) hatten darin bereits gelesen, 14.1 % hatten ihn sogar schon vollständig durchgelesen. Allerdings hatte mehr als ein Drittel (35.9 %) noch nicht hineingeschaut.

5.12 Nützlichkeit des Materials⁹

Die Broschüre wurde von 40.2 % der Teilnehmenden, die Internetseite von 35.4 % und die Postkarten von 20.0 % als sehr hilfreich empfunden. Als eher hilfreich bewerteten 48.3 % die Broschüre, 48.3 % die Internetseite und 31.1 % die Postkarten. Am hilfreichsten von allen Begleitmaterialien wurde also der Ratgeber angesehen (insgesamt 88.5 % der Befragten bewerteten ihn als hilfreich oder sehr hilfreich), gleichzeitig war dieser auch am bekanntesten unter den Teilnehmenden. Die Postkarten hingegen wurden von allen Materialien am wenigsten hilfreich für den Erziehungsalltag angesehen, wobei auch hier immerhin noch die Hälfte der Teilnehmenden zustimmte, dass diese hilfreich waren (51.1 %).

Interessant war es hierbei, zwischen den Gruppen „Fachkräfte“ und „Nicht-Fachkräfte“ zu differenzieren. Es zeigte sich, dass Fachkräfte das Begleitmaterial zur Kampagne tendenziell hilfreicher als Nicht-Fachkräfte einschätzten.

⁹ Die nachfolgenden Angaben beziehen sich auf alle Personen, die auf diese Frage eine Antwort gaben. Darunter können auch Personen sein, die Frage 10 nicht beantworteten oder angaben, einzelne oder alle Materialien nicht zu kennen.

Der deutlichste Unterschied zeigte sich bei den Postkarten: 63.7 % der Fachkräfte empfanden diese als hilfreich, wohingegen dies nur auf 35.5 % der Nicht-Fachkräfte zutraf. Womöglich fiel es den Fachkräften leichter, die Postkarten in ihrem Arbeitsumfeld gewinnbringend einzusetzen. Hingegen war für Eltern die Integrationsmöglichkeit der Karten in den Alltag und damit deren unmittelbarer Nutzen offenbar nicht sofort ersichtlich. Näher beieinander lagen die Bewertungen der Internetseite: 88.9 % der Fachkräfte und 78.3 % der fachfremden Eltern empfanden diese als hilfreich. Auch hier scheint es naheliegend, dass die Fachkräfte die Homepage eher im beruflichen Kontext nutzten, etwa um sich zu informieren oder nachzuschlagen. Den Ratgeber bewerteten die beiden Gruppen hingegen ähnlicher: 90.2 % der Fachkräfte und 86.5 % der Eltern sahen diesen als hilfreich an. So war es womöglich für Eltern wie auch für Fachkräfte nutzenstiftend, diesen als eine Art Nachschlagewerk in den Alltag einzubinden.

Betrachtete man die Bewertungen aller Teilnehmenden differenziert nach dem Alter des ältesten Kindes (vgl. Tabelle 7), zeigte sich, dass je älter die Kinder waren, desto hilfreicher sahen die Eltern die Materialien an. Mit anderen Worten: Eltern mit Kindern unter einem Jahr fanden die Materialien etwas weniger hilfreich. Die Broschüre bewerteten sie im Mittel mit 2.5, die Internetseite etwas besser mit 2.0, die Postkarten hingegen fanden sie gar nicht hilfreich (Mittelwert 5).

Tabelle 7: Wie hilfreich ist das Material für Sie? - nach Alter des ältesten Kindes (Mittelwerte)

Mittelwerte	Gesamt	Unter 1 Jahr	1 – 6 Jahre	7 – 11 Jahre	12 – 18 Jahre	Über 18 Jahre
Postkarten	2,5	5	3	2,4	2	2
N	163	1	78	38	24	22
Internetseite	1,9	2	1,9	1,9	1,9	1,7
N	175	2	87	39	22	25
Ratgeber / Broschüre	1,7	2,5	1,7	1,8	1,7	1,7
N	217	2	104	47	33	31

Skala von 1 = „sehr hilfreich“ bis 5 = „nicht hilfreich“

5.13 Ergebnisse der Fokusgruppe zu den Begleitmaterialien

Nachfolgend werden die bisherigen quantitativen Befunde zu den Begleitmaterialien um die Ergebnisse aus der Fokusgruppe in Landshut erweitert. Es wird auf die folgenden Dimensionen eingegangen: Inhalte, Gestaltung, Bekanntheit und Verteilungskanäle der Materialien.

Inhalte der Materialien

Insbesondere die Kürze und Knappheit der Botschaften in der Broschüre wurden von den Eltern in der Fokusgruppe als positiv hervorgehoben, da es so ohne viel (Zeit-)Aufwand möglich sei, niedrigschwellig Informationen zu erhalten. Zugleich würde durch diese Knappheit das Gefühl vermieden, man begeben sich in eine intervenierende Erziehungsberatung.

„Oder sonst hast du auch so den Eindruck, das ist so akute Familienberatung, jetzt brennt's irgendwo, jetzt muss man halt äh, also so was machen. Also es ist so, es flüstert so in dein Ohr, du machst irgendwas falsch, du musst das alles machen – wenn zu viel drinsteht.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Trotz der Knappheit seien die Inhalte ausreichend und umfangreich genug. Damit einher ginge, dass weitergehende Informationen zu bestimmten Themen allerdings anderswo beschafft werden müssten. Hierfür seien aber die Link-Empfehlungen am Ende der Broschüre sehr gut geeignet. Zudem seien die Inhalte gut verständlich in einfacher Sprache formuliert und auch für bildungsfernere Menschen nachvollziehbar. Dies würde vor allem durch die Vermeidung von Fachbegriffen erreicht.

„Ich find's auch nicht schwierig, ich mein' viele, die studiert haben, verstehen halt den Inhalt, wenn da auch Fachbegriffe drin sind, es gibt auch Leute, die jetzt das vielleicht nicht unbedingt so unbedingt verstehen, und dann ist es dann auch gut, wenn's kurz und knapp ist, und man hat einfach eine Sprache, die formuliert ist, dass auch jeder dadurch angesprochen ist, nicht bloß diejenigen, die das, ja, die es verstehen.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Nichtsdestotrotz seien die Inhalte eher für bereits engagierte Eltern geeignet, da sie keine basalen Informationen umfassten, wie zum Beispiel Hinweise zur Körperpflege. Aber dennoch bestünde auch für Eltern, die sich bereits über Erziehung informierten und damit auskannten, die Möglichkeit noch etwas dazulernen. Dies betreffe vor allem Eltern mit älteren Kindern.

„Ja es gab auch sicherlich Sachen, die waren mir schon bewusst! Und das ist auch in Ordnung. Aber wenn man dann wieder dran erinnert wird, aber es waren auch neue Sachen dabei, die ich jetzt mitgenommen hab.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Die konkreten Erziehungsbeispiele in der Broschüre wurden als Veranschaulichung der Botschaften besonders gelobt. Denn es seien alltagsnahe und vor allem bekannte Situationen, bei denen nun praktikable Ansatzpunkte für den eigenen Erziehungsstil angeboten würden. Einige Inhalte seien auch bereits bekannt bzw. wurden angewendet, sodass sie eher als Auffrischung oder als Aufzeigen neuer Wege dienen könnten. Grundsätzlich seien die Botschaften in den Alltag integrierbar, allerdings erfordere es individuelle Umsetzungen und damit auch eine Transferleistung. Die Inhalte böten vor allem Denkanstöße für den eigenen Erziehungsstil und regten zur Reflexion darüber an. Dies könnte mitunter auch zu neuen Wegen in der Erziehung führen. Besonders gut gelinge dies auch durch die sehr prägnanten Botschaften auf den Postkarten.

„Ja, muss man sich, ich meine, die Lösung muss man selber finden für sich zu Hause, aber einfach ein paar Gedanken dazu bekommen und zu wissen, ja, das könnte ein Weg sein, probieren wir's aus.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Die Fokusgruppenteilnehmenden bewerteten das inhaltliche Konzept der Kampagne als gut durchdacht und vertrauten auf dessen Sinnhaftigkeit. Dies mag damit einhergehen, dass einige Teilnehmende mit der Herausgeberschaft durch das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales positive Assoziationen verknüpften. Zum einen bringe der Titel der Kampagne „Stark durch Erziehung“ sowie deren Inhalte die Bedeutung von guter Erziehung zum Ausdruck. Zum anderen erhalte die Erziehungs-„Arbeit“, die Eltern leisteten, durch die staatliche Förderung der Kampagne Wertschätzung und Anerkennung.

„Ja, weil letztendlich das, was sie zu Hause macht, wird immer ausgeklammert. Aber jetzt, also mit dem, was ich hier alles lese, wird dem sehr großer Wert beigemessen.“ (männlicher Teilnehmer Fokusgruppe Landshut)

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Fokusgruppe äußerten auch einige Verbesserungsvorschläge bezüglich des Inhalts. So wäre es wünschenswert, weitere Informationen aufzunehmen, zum Beispiel dazu, wie es Eltern schaffen könnten, „loszulassen“ und wie ein altersangemessener Freiraum gewährt werden könne. Ebenso sollte stärker betont werden, dass das Ziel von Erziehung sein sollte, die Selbstständigkeit, das Selbstbewusstsein und die Mündigkeit des Kindes zu fördern. Es wurde angeregt, die Botschaften durch weitere Beispiele in der Broschüre zu illustrieren, allerdings ohne den Umfang weiter aufzublähen. Kontrovers war, inwiefern dies eher allgemeine oder ganz konkrete situative Beispiele sein sollten.

Gestaltung der Materialien

Die Broschüre wurde von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Fokusgruppe als ansprechend und sehr übersichtlich strukturiert bewertet, wodurch die Informationen schnell verfügbar seien.

„[...] das Layout ist auch ziemlich übersichtlich, es wird kurz und knapp erläutert, um was es gerade geht, die Überschrift sagt dann schon: „Darum geht es“; also die Aufteilung find ich auf jeden Fall ganz gut, und das ist jetzt nicht zu viel Input (lacht).“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Auch die enthaltenen gezeichneten Bilder wurden als sehr passend und positiv bewertet: sie dienten als Auflockerung, aber vor allem brächten sie die schriftlich vorgestellten Botschaften nochmals pointiert zum Ausdruck. Dahingegen wurde die graue Farbe der Broschüre kontrovers gesehen. Einerseits vermittele sie Kompetenz (insbesondere in Kombination mit dem bayerischen Staatswappen) und grenze sich damit klar von vielen anderen bunten Prospekten zu Familienbildungsangeboten ab. Andererseits wirke das Grau trist und nicht ansprechend. Daher benötige es die bunten, gezeichneten Bildchen umso mehr, die die Aufmerksamkeit in der Broschüre leiteten.

„[...] dass der Hintergrund einfach trist und grau ist, aber dann die Männchen letztendlich wieder ins Auge stechen.“ (männlicher Teilnehmer Fokusgruppe Landshut)

Insgesamt ergänzten sich die eher ausführliche Broschüre und die prägnanten Postkarten gut und könnten in unterschiedlichen Alltagssituationen genutzt werden.

„Aber das ist ja auch das, was uns Eltern ausmacht, wir haben halt nicht so viel Zeit, es muss alles kurz und knapp und knackig sein, weil man ist ja anders beschäftigt, und dann sind solche Karten einfach toll. So einfach mal draufschauen, fertig, weiß ich wieder alles.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Die Postkarten seien aufgrund des Formats, der ansprechenden Gestaltung und der knappen, präzisen Botschaften unkompliziert und als schnelles und einfaches Mittel in den Alltag integrierbar. Dadurch könnten sie immer wieder auf einfache Weise zum Nachdenken über gelingende Erziehung anregen oder das in der Veranstaltung erlernte Wissen wieder ins Gedächtnis rufen.

„So an den Kühlschrank, mit Magnet, wie man das so kennt, oder ins Bad... Und wenn ich mich mal dann ganz doll über irgendwas aufrege und denke, jetzt muss ich mal durchatmen, geh ich ins Bad und lese am Spiegel: „Erziehung ist Streit.“ (lacht) Und dann muss ich vielleicht schmunzeln und bin dann schon wieder entspannter.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Die Farben sowie das aus anderen Kontexten vertraute Format der Cartoons wirkten als „Eye-Catcher“ und lenkten damit die Aufmerksamkeit schnell auf sich.

Bekanntheit und Verteilungskanäle der Materialien

In der Fokusgruppe wurde deutlich, dass die Broschüre vor der Veranstaltung nur sehr wenig bekannt war und daher bisher von niemandem gelesen worden war. Vor allem der Flyer zur Veranstaltung und die Homepage – die aber hauptsächlich zur Anmeldung genutzt wurde – waren bereits bekannt. Der Flyer wurde an vielen Orten, z. B. im Bürgerbüro oder Familienzentrum, entdeckt. Auch die Postkarten wurden sporadisch an manchen Orten bereits vor der Veranstaltung entdeckt. Aufgrund der Tatsache, dass die Materialien nur wenigen bekannt waren, regten die Eltern an, die Werbung für die Kampagne und die Verteilung der Materialien auszubauen. Diese sollten breiter und niedrigschwelliger verteilt werden.

„Also den Flyer hab ich halt auch bei so einem Verein für Kinder gesehen, und, aber sonst ist mir nix davon untergekommen davor. Und das find ich bisschen schade, weil es ja eine gute Sache ist, und solche Sachen sollten mehr beworben werden eigentlich.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen äußerten einige Vorschläge, wie dies gelingen könnte: Es sollte an zentralen Orten geschehen, die von vielen Eltern aufgesucht werden, sodass eine breitere Masse erreicht würde, wie z. B. in Krankenhäusern, bei der Einschulung oder auf Kinderfesten. Wünschenswert wären vor allem Kanäle, die noch stärker eine Geh-Struktur bedienen, wie z. B. als Ergänzung zu den Elternbriefen und den postalischen Informationen nach der Geburt oder auch in Form von TV-Werbung. Die Werbung für die Kampagne bzw. Veranstaltungen sollte aber vor allem über Printmedien erfolgen, da diese in digitalen Kanälen schnell von weiteren Infos überblendet werde.

„Wenn du's per Whats App verschickst, dann landet das ganz schnell unten, und dann kommen wieder neue Nachrichten – vergessen. Broschüre liegt halt da, die liegt aufm Tisch, die muss man, muss man schon mal überlegen: „Werf ich's jetzt weg, oder melde ich mich an?“ Also ich denk, das Papierformat funktioniert schon besser.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Im Allgemeinen befürworteten die Teilnehmer und Teilnehmerinnen die Mischung aus digitalem Informationskanal und gedruckten Materialien. So könne sich jede und jeder das Passende aussuchen. Problematisch sei es, ausschließlich digitale Informationen anzubieten, da manche Personen keinen Internetzugang besäßen und der technische Aufwand teilweise eine Barriere sei.

„[...] es gibt Leute, die einfach nicht Internet haben, und es gibt auch viele, die sagen: ‚Nee, ich mag nicht alles übers Internet, ich möchte einfach auch was in der Hand haben und auch mal nachschauen können, ohne dann wieder irgendwas hochfahren zu müssen.‘“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

Der große Vorteil von Druckexemplaren liege darin, dass diese haptisch vorlägen und so immer wieder schnell und unkompliziert zur Hand genommen werden könnten, wie eine Art „Nachschlagewerk“.

„Und die Broschüre, ja, so, ich, ich hab so was gern irgendwo rumliegen und schau da mal wieder rein. Ja. Genau. Also online lesen ist nicht so meins.“ (weibliche Teilnehmerin Fokusgruppe Landshut)

5.14 Besuch weiterer Veranstaltungen zu Erziehungsthemen

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen an der Veranstaltung waren in Bezug auf Erziehungsfragen recht weiterbildungsaffin. Fast die Hälfte (48.8 %) hatte im Jahr vor der Teilnahme an „Stark durch Erziehung“ bereits eine Veranstaltung zu Erziehungsthemen besucht, 18.9 % einmal und 29.9 % bereits mehrmals. Für etwas mehr als die Hälfte (51.2 %) aller Teilnehmer und Teilnehmerinnen war es die erste Familienbildungsveranstaltung. Damit konnte die Kampagne auch Personen erreichen, die aus denkbar unterschiedlichsten Gründen (im letzten Jahr) noch keine solche Veranstaltung besucht hatten. Sicherlich hatten hierzu auch die organisatorischen Rahmenbedingungen beigetragen, da durch die kostenlose Kinderbetreuung eine Teilnahme beider Elternteile an dieser Veranstaltung erleichtert wurde und das Angebot an einem Samstag für Berufstätige sehr ansprechend war.

Dass so viele Teilnehmer und Teilnehmerinnen im Jahr vor der Teilnahme an „Stark durch Erziehung“ eine Familienbildungsveranstaltung besucht hatten, könnte auch mit dem hohen Anteil (43.3%) an Fachkräften unter denselben zusammenhängen. Diese hatten womöglich aus beruflichen Gründen im letzten Jahr bereits Vorträge zu Erziehungsthemen gehört. Diese Annahme wurde auch dadurch gestützt, dass diejenigen, die im letzten Jahr bereits eine Erziehungsveranstaltung besuchten, seltener nur aus privatem Interesse teilnahmen als diejenigen, für die es die erste Veranstaltung war (61.5 % gegenüber 70.2 %) (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Bereits Erziehungsveranstaltung besucht - differenziert nach Teilnahmemotiv

	Bereits eine Veranstaltung besucht		Besuch <u>nur</u> aus persönlichem Interesse	Besuch aus beiden Gründen	Besuch <u>nur</u> aus beruflichem Interesse	Total
	%	N				
Nein	70,2	144	14,6	30	15,1	100,0
						205
Ja	61,5	120	30,3	59	8,2	100,0
						195

Zudem wies die erstgenannte Gruppe ein etwas höheres Bildungsniveau auf als die zweitgenannte Gruppe. Von letzterer besaßen 16.6 % ein Abitur bzw. einen (Fach-)Hochschulabschluss und 45.9 % einen Studienabschluss. Dahingegen besaßen 19.6 % derjenigen, für die dies nicht die erste Veranstaltung war, ein Abitur und 52.6 % einen Studienabschluss (vgl. Tabelle 9). Damit wurde die Erkenntnis der bisherigen Familienbildungsforschung bestätigt, dass höher gebildete Eltern häufiger erreicht werden können als niedriger gebildete.

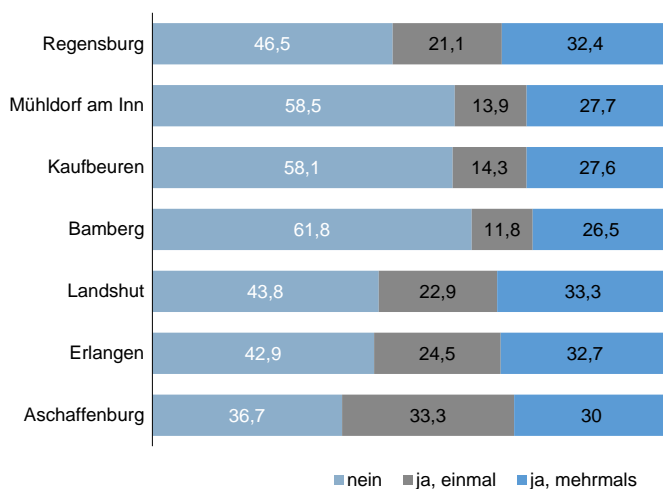
Tabelle 9: Bereits Erziehungsveranstaltung besucht - differenziert nach Bildung

	Bereits eine Veranstaltung besucht		Hauptschule, Volksschule	Realschule, POS	Abitur, Fachhochschul- oder Hochschulreife	Studium, Fachhochschulabschluss, Hochschulabschluss	Total
	%	N					
Nein	7,3	15	30,2	62	16,6	34	100,0
							205
Ja	7,7	15	20,1	39	19,6	38	100,0
							194

Des Weiteren zeigte sich, dass sich die weiterbildungsaffinen Teilnehmenden vor allem in Aschaffenburg, Landshut und in Erlangen fanden (vgl. Abbildung 12). In Aschaffenburg hatten fast zwei Drittel (63.3 %) in den letzten zwölf Monaten schon einmal eine Veranstaltung zu Erziehungsthemen besucht, in Landshut (56.2 %) und Erlangen (57.2 %) jeweils mehr als die Hälfte. Dies

könnte damit einhergegangen sein, dass in Aschaffenburg 44.8 % der Teilnehmenden in einem Sozial- oder Erziehungsberuf tätig waren, in Landshut waren es 42.9 %, in Erlangen allerdings nur 37.5 %. Hingegen war es für 58.5 % in Mühldorf am Inn, 58.1 % in Kaufbeuren und 61.8 % in Bamberg und damit jeweils für über die Hälfte der Teilnehmenden die erste Familienbildungsveranstaltung im letzten Jahr. Dies könnte verschiedene Gründe gehabt haben, wie etwa ein zu geringes Angebot in diesen Städten oder ein geringeres Interesse der dortigen Eltern an Erziehungsveranstaltungen.

Abbildung 12: Bisherige Teilnahme an Erziehungsveranstaltungen, (in % nach Orten)



5.15 Interesse an weiteren Erziehungsthemen

In den Evaluationsfragebögen wurden zusätzlich zwei offene Fragen gestellt, um zu erfassen, bei welchen Erziehungsthemen sich die Eltern weitere Unterstützung wünschten. Eine dieser beiden Fragen lautete: „Zu welchen Erziehungsthemen wünschen Sie sich mehr Information oder Beratung? Bitte geben Sie alles an, was Ihnen hierzu einfällt.“ Diese wurde durch eine allgemeinere, offene Frage zum Schluss des Evaluationsbogens ergänzt, bei der die Eltern auch häufig auf weitere Themen hinwiesen: „Haben wir etwas Wichtiges vergessen? Möchten Sie uns noch etwas mitteilen?“

Von den insgesamt 410 Personen, die an der Befragung teilnahmen, nannten 40.0 % (N=164) Erziehungsthemen, zu denen sie gerne mehr erfahren würden. 30.5 % (N=125) nutzten die Möglichkeit, am Ende des Fragebogens eine Mitteilung zu machen. Über die Hälfte (57.4 %) derjenigen, die Erziehungsthemen nannten, waren Nicht-Fachkräfte. Demgegenüber waren 42.6 % in einem Erziehungs- oder Sozialberuf tätig.

Die drei mit Abstand am häufigsten genannten Themen, die vermutlich auch durch die Vorträge inspiriert waren, lauteten:

1. Medienerziehung
mit insgesamt 31 Nennungen, am häufigsten genannt in Regensburg (12 von 31 Nennungen)
2. Begleitung des Bildungswegs der Kinder
mit insgesamt 30 Nennungen, am häufigsten genannt in Regensburg (10 von 31 Nennungen)
3. Erziehungskompetenz
mit insgesamt 28 Nennungen, am häufigsten genannt in Bamberg (12 von 27 Nennungen) und Aschaffenburg (12 von 25 Nennungen)

Zum einen war die Medienerziehung ein sehr wichtiges Thema, also der angemessene „*Umgang mit Neuen Medien, Smartphone, Internet, soziale Netzwerke*“ (Bamberg_261) in der Erziehung. Einerseits wollten die Eltern gerne mehr zur Mediennutzung und Medienkompetenz erfahren. Dazu zählten für sie die Aufgeklärtheit über Risiken und Gefahren, etwa den „*Gefahren im Internet*“ (Bamberg_251) und wie diesen vorgebeugt bzw. mit diesen umgegangen werden kann, etwa durch die „*Auswahl kindgerechter Medien*“ (Aschaffenburg_381). Andererseits wurde damit die Frage angesprochen, wie mobile Geräte und neue Medien konstruktiv in den Alltag integriert werden könnten. Dabei wurde auch reflektiert, wie es gelingen kann, den eigenen Kindern in Bezug auf die Mediennutzung ein Vorbild zu sein. So fragte sich zum Beispiel eine Mutter: „*Medienerziehung als Vorbild durch Eltern, was vermittele ich meinem Kind durch Mediennutzung?*“ (Regensburg_069).

Zum anderen beschäftigte viele Eltern auch das Thema Schule und Bildung, insbesondere „*wie Eltern den Bildungsweg begleiten können*“ (Regensburg_013). Mit 30 Nennungen war dies das am zweithäufigsten erwähnte Themengebiet, zu dem Eltern gerne noch mehr erfahren wollten. Vor allem wünschten sie sich dabei weitere Informationen zu einer angemessenen und fördernden Begleitung ihrer Kinder in der Schulzeit, vor allem auch bei den Hausaufgaben. Außerdem wollten sie gerne mehr dazu erfahren, wie eine allgemeine Lernförderung und die Erzeugung von Lernfreude bei den Kindern gelingen könne ohne Überforderung hervorzurufen. „*Zum Thema Bildungsweg wäre mehr Information wünschenswert. Z.B. wie wir Eltern diesen Weg ‚gesund‘ und doch ‚sinnvoll‘ unterstützen können*“

(Regensburg_055). Denn ein spezifischerer Aspekt, der in diesem Kontext auch erwähnt wurde, war die Überforderung von Schülern und Schülerinnen und wie diese vermieden bzw. wie mit dieser umgegangen werden kann. Aber auch zur schulischen Entwicklung insgesamt und vor allem dem Übertritt in höhere Jahrgangsstufen im Besonderen wurden weitere Informations- und Beratungsangebote gewünscht.

Der Themenkomplex, der von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen am dritthäufigsten erwähnt wurde, lässt sich unter dem Begriff der „Erziehungskompetenz“ zusammenfassen (N=28). Hierbei wurde häufig der Wunsch nach mehr klaren und praktischen Erziehungstipps und Anwendungs- bzw. Handlungsbeispielen geäußert. *„Wie gebe ich mit bestimmten Situationen um? Wie kann ich mein Kind tatsächlich mit Erziehung ‚stärken‘?“* (Erlangen_348). Dies sowohl in alltäglichen Situationen mit den Kindern selbst als auch mit weiteren Bezugspersonen und Erziehungsinstanzen wie zum Beispiel *„Erziehungskonflikte mit ‚Dritten‘; z.B. Lehrkräfte, Erzieher, Großeltern, außerschulische Betreuung“* (Bamberg_279). Darüber hinaus aber auch in Bezug zu gesellschaftlichen Erwartungen und Anforderungen an die eigene Erziehungskompetenz und die damit verbundenen individuellen Werte: *„Seine eigene Elternrolle finden, nicht von der Gesellschaft bestimmen lassen.“* (Bamberg_262). Ganz konkret wünschten sich die Teilnehmer und Teilnehmerinnen unter anderem Ratschläge zu konfliktbeladenen Themen wie etwa *„Grenzen setzen, Kommunikationskonflikte lösen“* (Bamberg_272) oder auch *„Erziehen ohne Strafen. Wut der Eltern verstehen/ in den Griff kriegen“* (Bamberg_279). Aber auch zu den unterschiedlichen Erziehungsstilen, deren Besonderheiten und deren Anwendung im Alltag, die etwa zuvor in den Vorträgen angesprochen wurden, wie zum Beispiel *„Autoritativer Erziehungsstil → Praxisbeispiele“* (Erlangen_338). Dabei reflektierten die Eltern die eigene Erziehungskompetenz und davon ausgehende Wirkungen auch stark, wie folgende Kommentare deutlich machten: *„Vorbildung zu Erziehung – was bringe ich als Person mit in die Erziehungsrolle?“* (Aschaffenburg_383) und *„Welche konkreten kurz- und langfristigen Auswirkungen auf die Kinder hat ‚falsches‘ (außer ‚es ist schwierig für die Kinder‘) Elternverhalten, z.B. beim Thema Konfliktgespräche zwischen Eltern?“* (Regensburg_035). Darin wurde auch die teilweise große Unsicherheit der Eltern deutlich, etwas in der Erziehung falsch machen zu können.

Essentiell für die eigene Erziehungskompetenz sahen die Teilnehmer und Teilnehmerinnen auch das Vorhandensein von und den Zugriff auf die individuellen Ressourcen. Die Eltern wünschten sich hier Hilfestellung, wie diese bewusstgemacht und dann auch genutzt werden könnten, *„als Eltern Ressourcen finden und nutzen“* (Regensburg_058). Doch dies nicht nur aus individueller Perspektive, sondern auch *„sich als Paar nicht vergessen“* (Landshut_300). So wurden auch weitere Informationen gewünscht, wie die gemeinsamen Ressourcen als Elternpaar gefördert und geschützt werden können, um darauf aufbauend gute Erziehungsarbeit leisten zu können. Eine Teilnehmerin fasste dies sehr treffend zusammen: *„Ich wünsche mir mehr konkrete Beratung/Information, wie die Eltern gestärkt werden können, vor allem auch in ihren Fähigkeiten, denn diese sind essenziell für die*

Erziehung, aber sehr selten im Fokus. Meist geht es in Vorträgen etc. nur darum, was die Kinder brauchen.“ (Erlangen_339).

Die nachfolgende Tabelle 10 gibt einen Überblick zu weiteren genannten Themen. Aufgrund der großen Diversität der Themen, beinhaltet die Tabelle nur jene, die mehrmals genannt wurden.

Tabelle 10: Weitere Erziehungsthemen¹⁰

Erziehungsthema, zu dem die Eltern gerne mehr erfahren würden	Häufigkeit der Nennung
Medienerziehung, Medienkompetenz und Mediennutzung (Smartphone, Internet, Soziale Netzwerke)	31
Schule / Schulische Begleitung / Überforderung durch Schule / Übertritt / Lernförderung/-unterstützung / Bildung, Entwicklung	30
Erziehungskompetenz und -konflikte	28
Alleinerziehende & Erziehung bei getrennten Eltern	13
Pubertät (Bedürfnisse der Jugendlichen, Kommunikation zwischen Jugendlichen und Eltern)	7
Entwicklungsphasen von Kindern und damit verbundene Schwierigkeiten, z. B. Trotzphase von Kleinkindern	6
Grenzen setzen, Regeln einhalten, Freiheit gewähren	6
Konkrete Praxisbeispiele, Erziehungstipps	5
Mobbing allgemein und in der Schule	5
soziale, emotionale Kompetenz/Selbstbewusstsein/Intelligenz fördern	5
Sozialverhalten von Kindern	3
Alltägl. Umgang mit / Begleitung von Kindern	3

¹⁰ N = 164 Personen nannten Erziehungsthemen, zu denen sie gerne mehr erfahren würden, N = 125 nutzten die Möglichkeit, am Ende des Fragebogens eine Mitteilung zu machen. Die Häufigkeit der Nennung bezieht sich hier auf all diese Personen, die aber teilweise mehr als ein Thema äußerten.

5.16 Anregungen zur Verbesserung der Veranstaltungen seitens der Teilnehmenden

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen nutzten das offene Kommentarfeld im Fragebogen bzw. die Fokusgruppe, um Anregungen für die Verbesserung der Veranstaltungsreihe zu geben.

Dabei äußerten sie häufig den Wunsch nach praktischen und konkreten Ratschlägen. Einige unterbreiteten sogar konkrete Ideen, wie dies im Rahmen der Kampagne noch besser gelingen könnte. So bestand öfter der Wunsch, sich über das in den Vorträgen Gehörte gemeinsam mit den anderen Eltern auszutauschen. Aber auch das neu gewonnene Wissen anzuwenden und zusammen mit den Kindern in konkreten Situationen einzuüben. Demnach wurde vorgeschlagen, die Veranstaltung eher in Form eines Seminars oder Workshops abzuhalten: „*Einen Workshop mit mehr Austausch unter den Eltern von positiven Erfahrungen*“ (Erlangen_332); „*Interaktion mit den Kindern im Anschluß der Vorträge wäre schön = ,Lerneffekt‘*“ (Erlangen_337); „*Anwendung von Erziehungshaltung & Erziehungshaltung im Workshop entwickeln*“ (Aschaffenburg_385); Auch in der Fokusgruppe wurde der Vorschlag geäußert, im Anschluss an die Vorträge noch Kleingruppen zu verschiedenen Erziehungsthemen zu bilden, in denen die neu gewonnenen Erkenntnisse an konkreten Beispielen geübt werden könnten.

Diese Ergebnisse zeigten, dass auf Seiten der Eltern der Bedarf nach praktisch angelegten Elternkursen offenbar hoch zu sein scheint. Mit der Studie konnte allerdings nicht geklärt werden, warum sich Eltern nicht für bereits bestehende Elternkurse entschieden, die im gewünschten Format konzipiert sind. Mögliche Gründe könnten unter anderem ein mangelndes Angebot, die Angst vor Stigmatisierung oder ein mangelndes Wissen über Familienbildungsangebote sein.

6.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Nachfolgend werden die zentralen Ergebnisse der Evaluationsstudie nochmals überblicksartig zusammengefasst.

Die Teilnehmenden an der Veranstaltungsreihe „Stark durch Erziehung“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales...

- waren zumeist weiblich (80.6 %)
- lebten überwiegend in einer Partnerschaft (79.4 %) mit durchschnittlich 2,0 Kind(ern), wovon die meisten noch minderjährig waren
- besaßen größtenteils die deutsche Staatsangehörigkeit (92.8 %)
- waren überwiegend hochgebildet, fast die Hälfte (49.4 %) besaß einen akademischen Abschluss, 18.0 % ein Abitur, ein Viertel (25.2 %) einen mittleren Schulabschluss
- waren überwiegend in Teilzeit (47.4 %) beschäftigt, dies hauptsächlich Frauen; Vollzeitbeschäftigte Teilnehmende (29.4 %) waren hauptsächlich Männer
- waren häufig (43.3 %) in einem Erziehungs- oder Sozialberuf tätig

Die Teilnehmenden waren sowohl mit der Veranstaltung als auch dem Material so zufrieden, dass sie beides überwiegend an ihre Freunde oder Bekannte weiterempfohlen hätten. Insgesamt bewerteten die Teilnehmenden das Programm der Veranstaltung sehr positiv, allerdings wünschten sie sich einen stärkeren Bezug zu ihrem Erziehungsalltag. Nach der Justierung der Vortragsweise empfanden die Teilnehmenden in Erlangen und Aschaffenburg einen stärkeren Praxisbezug der Vorträge und größeren Nutzen für ihren Alltag als in den Orten zuvor. Vor allem die Themen, wie Eltern den Bildungsweg ihrer Kinder begleiten können und wie mit neuen Medien und mobilen Geräten in der Erziehung umgegangen werden kann, interessierten die Teilnehmenden sehr. Dies zeigte sich auch häufig in den Nachfragen und der Diskussion im Anschluss an diese Vorträge. Die ersten drei Vorträge waren für Eltern mit Kindern unter einem Jahr am wenigsten interessant. Der Vortrag zur Bildungsbegleitung war für Eltern mit Kindern ab einem Jahr deutlich interessanter. Diese beiden Themen (Bildungsbegleitung und neue Medien) wurden zugleich auch als sehr wichtig für die Erziehung angesehen.

In allen Veranstaltungsorten wurden diese beiden letzten Vorträge allerdings etwas seltener gehört als die ersten, obwohl diese Themen durchschnittlich als

interessanter und wichtiger bewertet wurden. Diejenigen, die nur einen oder zwei Vorträge hörten, waren häufiger Nicht-Fachkräfte, deren Kinder waren etwas jünger und sie gaben an, seltener nützliche Tipps für ihren Erziehungsalltag erhalten zu haben als diejenigen, die bei allen Vorträgen anwesend waren. Für die Eltern mit jüngeren Kindern könnten die beiden letzten Vorträge womöglich weniger einschlägig gewesen sein, wobei gerade sie das Medienthema als sehr interessant und wichtig für die Erziehung bewerteten.

Am häufigsten wurden die Teilnehmenden durch die verteilten Flyer auf die Veranstaltung aufmerksam, aber auch durch Fachkräfte sowie informelle Quellen. Die am seltensten genutzten Werbekanäle für die Veranstaltung waren soziale Netzwerke und das Internet. Die Mehrheit (84.1 %) nahm aus persönlichem Interesse als Mutter oder Vater teil.

Für etwa die Hälfte (51.2 %) der Teilnehmenden war „Stark durch Erziehung“ die erste Veranstaltung zu Erziehungsthemen im letzten Jahr, zugleich hatten viele aber auch bereits eine solche besucht (48.8 %). Diese Personen nahmen seltener aus persönlichem Interesse teil und waren höher gebildet als diejenigen, für die es die erste Veranstaltung war.

Bezüglich der Begleitmaterialien zur Kampagne zeigte sich, dass diese vor allem durch die Veranstaltung bekannt gemacht wurden. Die Broschüre war bereits bei über einem Drittel (38.0 %) vor der Veranstaltung bekannt und die Mehrheit (64.1 %) davon hatte diese bereits zur Hand genommen. Deutlich weniger verbreitet waren die Postkarten und der Internetauftritt. So wurde die Broschüre auch als am hilfreichsten empfunden, die Postkarten hingegen eher als weniger hilfreich. Fachkräfte fanden die Materialien tendenziell nützlicher als Nicht-Fachkräfte. Je älter die Kinder waren, desto hilfreicher fanden die Eltern die Materialien.

Über die Veranstaltung hinaus wünschten sich einige Teilnehmende gerne noch mehr Informationen zu bestimmten Themen. Dies vor allem zur Medienerziehung, Medienkompetenz und Mediennutzung sowie zu Bildung, Schule, Lernförderung/-unterstützung und zur Erziehungskompetenz im Allgemeinen.

7.

Diskussion der Befunde und Empfehlungen

Insgesamt betrachtet waren die Teilnehmer und Teilnehmerinnen mit der Kampagne „Stark durch Erziehung“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales sehr zufrieden. Zum einen fanden die organisatorischen Rahmenbedingungen wie etwa die kostenlose Kinderbetreuung und Teilnahme oder die Durchführung am Wochenende großen Anklang. Zum anderen deckten die Inhalte die Interessen und Bedarfe der teilnehmenden Eltern und Fachkräfte sehr gut ab. Insbesondere die Themen „angemessene Begleitung des Bildungswegs der Kinder“ sowie „neue Medien in der Erziehung“ wurden als besonders interessant bewertet und so wünschten sich viele Teilnehmende hierzu weitergehende Informationen. Dies legt die Empfehlung nahe, im Rahmen künftiger Familienbildungsangebote diese Themen vertiefter zu beleuchten. Neben Schwerpunktveranstaltungen oder online Informationen könnte etwa auch eine weitere Broschüre hierzu bestehende Konzepte aufarbeiten.

Einer der größten Kritikpunkte an der Kampagne seitens der Teilnehmenden war, dass sie zu wenige konkrete Tipps für deren Erziehungsalltag enthielt und die Vorträge teilweise zu wissenschaftlich waren. Naheliegender erscheint also, bei künftigen Vorträgen weniger Daten, aber mehr konkrete Alltagssituationen einzubauen oder das Publikum stärker mit einzubeziehen. Um den inhaltlichen Anspruch der auch als Weiterbildung genutzten Veranstaltung nicht zu schmälern, wäre auch eine Verlängerung bzw. eine etwas andere Konzeption der Vorträge dahingehend zu überlegen, dass die Präsentation von Inhalten mit einem sich anschließenden Praxisteil, in dem Eltern die Inhalte anhand konkreter Beispiele stärker reflektieren können, kombiniert werden. Eine durch die Referentinnen vorgenommene Justierung der Vortragsweisen zeigte bereits eine Verbesserung in dieser Hinsicht. Viele anschauliche Beispiele, die etwa in Form von Videosequenzen in Vorträge integriert werden könnten, finden sich in der Broschüre „Freiheit in Grenzen“¹¹, die ebenfalls vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales herausgegeben wird. Darüber hinaus enthielten einige Vorträge der Kampagne bereits konkrete aber allgemein formulierte Empfehlungen, die durch praktische Umsetzungshinweisen untermauert werden sollten. Ein stärkerer Einbezug der Eltern in die Vorträge könnte durch

¹¹[https://www.bestellen.bayern.de/application/applstarter?APPL=eshop&DIR=eshop&ACTIONxSETVAL\(artdtl.htm,APGxNODENR:292893,AARTxNR:10010444,AARTxNODENR:335849,USERxBODYURL:artdtl.htm,KATA-LOG:StMAS,AKATxNAME:StMAS,ALLE:x\)=X](https://www.bestellen.bayern.de/application/applstarter?APPL=eshop&DIR=eshop&ACTIONxSETVAL(artdtl.htm,APGxNODENR:292893,AARTxNR:10010444,AARTxNODENR:335849,USERxBODYURL:artdtl.htm,KATA-LOG:StMAS,AKATxNAME:StMAS,ALLE:x)=X) (Letzter Zugriff: 03.04.2019).

Kärtchen erreicht werden, auf denen die Eltern drängende Fragen formulieren. Nach einer Sichtung und Auswahl dieser während der Vorträge, könnten die Referentinnen gegen Ende hierauf kurz eingehen. Da all dies im Rahmen einer Veranstaltung nur in sehr beschränktem Umfang möglich sein kann, wäre es umso empfehlenswerter in den Vorträgen auf existierende Beratungs- und Unterstützungsangebote vor Ort hinzuweisen. Durch eine kurze Beschreibung des Verfahrens der Inanspruchnahme eines Angebots oder einer Beratung könnte die Scheu davor abgebaut werden.

Zugleich wurde in vielen offenen Kommentaren wie auch in der Fokusgruppe das Bedürfnis geäußert, das neu erlangte Wissen in praktischen Übungen oder im Austausch mit anderen Eltern, etwa im Rahmen eines Workshops, anzuwenden. Offenbar ist bei den Teilnehmenden insbesondere der Bedarf nach praktisch angelegten Elternkursen hoch. Daher erscheint es empfehlenswert, Eltern noch stärker auf das bereits existierende Angebot an Familienbildungskursen, die häufig in dem gewünschten Konzept angelegt sind, hinzuweisen. Ein erster Schritt stellte der Infomarkt im Rahmen der Veranstaltungen dar, der auch rege besucht wurde. Womöglich wären aber auch Hinweise zu vorhandenen Elternkursen an den entsprechenden Stellen in den Vorträgen nützlich, etwa wie dies bezüglich des Kurses „Kinder im Blick“ bereits angewandt wurde. Mit der Studie konnte allerdings nicht geklärt werden, warum sich Eltern nicht für bereits bestehende Elternkurse entscheiden, die im gewünschten Format konzipiert sind. Die rege Teilnahme an den Regionalveranstaltungen könnte darauf hindeuten, dass die Angst vor Stigmatisierung bei einem solchen Veranstaltungsformat etwas geringer ist als bei klassischen Elternkursen. So könnten Hinweise auf Elternkurse im Rahmen der Vorträge dazu beitragen, Vorbehalte gegenüber anderen Familienbildungsangeboten abzubauen. Womöglich ist aber auch das Angebot der gewünschten Formate vor Ort nicht stark genug ausgebaut; dies könnte im Rahmen einer Bestandsaufnahme überprüft werden.

Die Ergebnisse zeigten, dass sich überwiegend Frauen bzw. Mütter von der Veranstaltung angesprochen fühlten. Dies, obwohl die kostenlose Kinderbetreuung und der Termin am Wochenende eine Teilnahme beider Elternteile erheblich erleichterten. Demgegenüber zeigten sich in Bezug auf das Interesse an den Themen und deren wahrgenommener Bedeutung für die Erziehung keine geschlechtsspezifischen Unterschiede. Damit liegt nahe, dass sich beide Elternteile für dieselben Themen interessieren, eine ausschließlich Väter-zentrierte Veranstaltung wäre demnach nicht zu empfehlen. Dies schließt aber nicht aus, Väter zusätzlich durch einen gezielteren Angebotsteil noch stärker anzusprechen. Dies könnte gelingen, indem bereits in den Vortragstiteln auf die Ansprache beider Elternteile geachtet wird oder Väter-zentrierte Themen stärker im Kontext der gemeinsamen Erziehungsverantwortung adressiert werden. Beispiele hierfür wären der Wandel hin zu einer größeren Beteiligung von Vätern an Erziehungszeiten oder an der Kinderbetreuung im Allgemeinen und die damit verbundenen Veränderungen und Schwierigkeiten für das Paar.

Der recht hohe Anteil an Fachkräften, der zum Teil stark zwischen den Veranstaltungsorten variierte, könnte Anlass sein, das lokale Angebot an beruflichen Weiterbildungsmöglichkeiten zu überprüfen. Mit der Studie konnten die Gründe für die hohe Teilnahmequote von Fachkräften nicht eindeutig identifiziert werden, doch ein zu geringes fachliches Angebot vor Ort könnte eine mögliche Erklärung sein. Wobei zugleich betont werden muss, dass die Mehrheit der Teilnehmenden die Veranstaltung aus privatem Interesse besuchte. Daher erscheint ebenso plausibel, dass sich die Information über die Veranstaltung vor allem im Umfeld der Fachkräfte verbreitete.

Die Kampagne richtete sich an Eltern von Kindern und Jugendlichen aller Altersgruppen. Allerdings zeigte sich in den Auswertungen, dass zum einen sehr wenige Eltern mit Kindern unter einem Jahr teilnahmen und diese bezüglich ihrer Interessen eine besondere Gruppe darstellten. Großteils mag dies damit zusammenhängen, dass die Kinderbetreuung erst ab drei Jahren zur Verfügung stand. Dennoch sollte bei künftigen Angeboten in Betracht gezogen werden, eine thematische Differenzierung nach Altersgruppen vorzunehmen, um gezielter auf die aktuellen Bedürfnisse der Eltern eingehen zu können. Dies könnte sich auch im Veranstaltungsformat niederschlagen. Parallele Panels, die alters- und entwicklungspezifische Erziehungsthemen beleuchten, könnten sich mit allgemeinen, altersunabhängigen Vorträgen abwechseln.

Die Ergebnisse der Evaluationsstudie zeigten, dass das Begleitmaterial vor den Veranstaltungen noch sehr wenig verbreitet war, aber grundsätzlich als hilfreich empfunden wurde. Dies legt die Empfehlung nahe, das Begleitmaterial im Sinne einer aufsuchenden Struktur noch stärker an für Eltern zentralen Orten bereitzustellen oder ihnen aktiv zukommen zu lassen. Damit könnte auch die Kampagne insgesamt stärker beworben werden. Dass eine solche Vorgehensweise erfolgsversprechend sein könnte, zeigt sich darin, dass die meisten Eltern durch Flyer und Fachkräfte auf die Veranstaltung aufmerksam wurden. So konnten sogar viele Eltern erreicht werden, die im letzten Jahr noch keine Veranstaltung zu Erziehungsthemen besucht hatten.

Schließlich kann zusammenfassend festgehalten werden, dass die Eltern mit der Kampagne sehr zufrieden waren und diese sehr wertschätzten, sodass eine Fortführung eines solchen Angebots sicherlich erneut auf großes Interesse stoßen würde.

8.

Literatur

Bayerisches Staatsministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.) (2016): Stark durch Erziehung. Acht Sachen die Kinder stark machen. München.

Marquardt-Neuberger, Gerlinde (2013). Praxisportrait: Die Kampagne Erziehung in Nürnberg. In Waldemar Stange, Rolf Krüger, Angelika Henschel & Christof Schmitt (Hrsg.), Erziehungs- und Bildungspartnerschaften. Praxisbuch zur Elternarbeit (S. 349-352). Wiesbaden.

Mayring, Philip (2010): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 11. aktualisierte und überarbeitete Auflage. Weinheim.

Linksammlung

9.

Familienbildung in Nürnberg. Verfügbar unter

<https://www.nuernberg.de/internet/familienbildung/kampagneerziehung.html> (Zugriff: 02.04.2019)

Stark durch Erziehung. Verfügbar unter <https://www.stark-durch-erziehung-frankfurt.de/> (Zugriff: 02.04.2019)

Elternbildung CH: Stark durch Erziehung. Verfügbar unter

<https://www.elternbildung.ch/themen/materialien/stark-durch-erziehung/> (Zugriff: 02.04.2019)

Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales: Downloads und Bestellungen.

Verfügbar unter <https://www.stark-durch-erziehung.de/downloads/index.php> (Zugriff: 11.04.2019)

Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales: Stark durch Erziehung.

<https://www.stark-durch-erziehung.de/index.php> (Zugriff: 11.04.2019)

Bayerische Staatsregierung. Verfügbar unter

[https://www.bestellen.bayern.de/application/applstarter?APPL=eshop&DIR=eshop&ACTIONxSE_TvAL\(artdtl.htm,APGxNODENR:292893,AARTxNR:10010444,AARTxNODENR:335849,USERxBODYURL:artdtl.htm,KATALOG:StMAS,AKATxNAME:StMAS,ALLE:x\)=X](https://www.bestellen.bayern.de/application/applstarter?APPL=eshop&DIR=eshop&ACTIONxSE_TvAL(artdtl.htm,APGxNODENR:292893,AARTxNR:10010444,AARTxNODENR:335849,USERxBODYURL:artdtl.htm,KATALOG:StMAS,AKATxNAME:StMAS,ALLE:x)=X) (03.04.2019).

10.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1:	Wie haben Sie von der Veranstaltung erfahren? (in %) (1/2) (N = 407)	16
Abbildung 2:	Wie haben Sie von der Veranstaltung erfahren? (in %) (2/2) (N = 407)	17
Abbildung 3:	Anteil der Fachkräfte in den einzelnen Orten (in %)	18
Abbildung 4:	Anzahl der gehörten Vorträge, nach Ort (in %)	19
Abbildung 5:	Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in %)	21
Abbildung 6:	Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (in %) - vor und nach der Anpassung der Vorträge	22
Abbildung 7:	Wie interessant waren die einzelnen Themen für Sie persönlich? (in %)	23
Abbildung 8:	Wie wichtig finden Sie die einzelnen Themen? (in %)	25
Abbildung 9:	Weiterempfehlung der Veranstaltung (in %)	27
Abbildung 10:	Weiterempfehlung des Materials (in %)	29
Abbildung 11:	Welche Materialien kennen Sie? (Angaben aus Orten ab Kaufbeuren, in %)	31
Abbildung 12:	Bisherige Teilnahme an Erziehungsveranstaltungen, (in % nach Orten)	39
Tabelle 1:	Themenbereiche des Fragebogens	11
Tabelle 2:	Anteil der Befragten nach Orten	13
Tabelle 3:	Personen, die nur einen/zwei Vorträge hörten im Vergleich zu Personen, die mindestens drei Vorträge hörten	20
Tabelle 4:	Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Mittelwerte nach Ort)	22
Tabelle 5:	Wie interessant waren die einzelnen Themen für Sie persönlich? (Mittelwerte nach Alter des ältesten Kindes)	24
Tabelle 6:	Wie wichtig finden Sie die einzelnen Themen? (Mittelwerte nach Alter des ältesten Kindes)	26
Tabelle 7:	Wie hilfreich ist das Material für Sie? - nach Alter des ältesten Kindes (Mittelwerte)	32
Tabelle 8:	Bereits Erziehungsveranstaltung besucht - differenziert nach Teilnahmemotiv	38
Tabelle 9:	Bereits Erziehungsveranstaltung besucht - differenziert nach Bildung	38
Tabelle 10:	Weitere Erziehungsthemen	42

Anhang

Finale Fragebogenversion



Wie hat Ihnen die Veranstaltung gefallen? Was können wir besser machen?

Zu welchen Erziehungsthemen würden Sie gern mehr hören?

Bitte beteiligen Sie sich an unserer kleinen Umfrage und füllen Sie diesen Fragebogen aus. Bitte werfen Sie den Fragebogen anschließend am Ausgang in die Box.

Mit Ihrer Rückmeldung geben Sie uns wertvolle Hinweise, wie das Angebot noch besser auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten werden kann.

Die Befragung wird vom Deutschen Jugendinstitut in München im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Soziales, Familie und Integration durchgeführt. Sie dient der wissenschaftlichen Evaluation der Kampagne „Stark durch Erziehung“. Ihre Angaben sind selbstverständlich freiwillig und werden streng vertraulich behandelt! Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an die Projektleitung Dr. Laura Castiglioni, Deutsches Jugendinstitut e.V., Nockherstr. 2, 81541 München, E-Mail: castiglioni@dji.de, Internet: www.dji.de

1. Wie haben Sie von der Veranstaltung erfahren?

Bitte alles ankreuzen, was zutrifft

Flyer

- Plakat, Aushang
 - Werbeanzeige in der Zeitung
 - Ankündigung im Internet
 - Soziale Netzwerke, z.B. Facebook, Twitter
 - Hinweis von Fachkräften z.B. in der Kita, der Schule, einem Familienstützpunkt
 - Hinweis von Verwandten, Freunden oder Bekannten
 - Anders, und zwar:
-

2. Besuchen Sie diese Veranstaltung aus persönlichem Interesse oder aus beruflichen Gründen?

Bitte alles ankreuzen, was zutrifft

- Aus persönlichem Interesse als Mutter/Vater
- Aus persönlichem Interesse als Großmutter/Großvater
- Aus anderem persönlichen Interesse
- Aus beruflichen Gründen

3. Wie lang war Ihr Anfahrtsweg zu dieser Veranstaltung?

_____ Minuten

4. Welche der heutigen Vorträge haben Sie gehört? Bitte alles ankreuzen, was zutrifft

- Familie 2.0 – Elternschaft und Erziehung im Wandel
- Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten
- Wie Eltern den Bildungsweg begleiten können
- Smartphone, Tablet & Co.
- Ich habe keinen Vortrag gehört. → Bitte weiter mit Frage 8

5. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

	stimme überhaupt nicht zu	stimme eher nicht zu	teils, teils	stimme eher zu	stimme voll und ganz zu
Die Auswahl der Themen war interessant.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Vorträge waren leicht zu verstehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich habe nützliche Tipps für meinen Erziehungsalltag bekommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Vorträge waren anschaulich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es gab genug Zeit für Nachfragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nun zu den einzelnen Themen. Sie brauchen nur die Vorträge zu beurteilen, die Sie gehört haben:

6. Wie interessant waren die einzelnen Themen für Sie persönlich?

	Sehr inter- essant	Interes- sant	Weniger inter- essant	Nicht inte- ressant
Familie 2.0 – Elternschaft und Erziehung im Wandel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie Eltern den Bildungsweg begleiten können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smartphone, Tablet & Co.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Wie wichtig finden Sie die einzelnen Themen?

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Nicht wichtig
Familie 2.0 – Elternschaft und Erziehung im Wandel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elternschaft gemeinsam oder getrennt gestalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wie Eltern den Bildungsweg begleiten können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Smartphone, Tablet & Co.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Haben Sie anschließend den Infomarkt rund um das Thema Familie besucht?

- Ja
- Nein
- Hätte ich gern, aber ich hatte keine Zeit mehr dafür

9. Würden Sie die Teilnahme an einer Regionalveranstaltung der Kampagne „Stark durch Erziehung“ an Ihre Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?

- | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Auf jeden Fall | Eher ja | Unentschlossen | Eher nein | Auf keinen Fall |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

10. Welche Materialien der Kampagne „Stark durch Erziehung“ kennen Sie? Welche haben Sie heute kennengelernt?

	Kannte ich bereits vor der Veranstaltung	Habe ich heute kennengelernt	Kenne ich nicht
Ratgeber/Broschüre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetseite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Postkarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Falls Sie den Ratgeber/die Broschüre kennen: Haben Sie diesen bereits gelesen?

Ja, vollständig	Ja, Teile davon	Nein
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Bitte beurteilen Sie die Materialien, die Sie kennen: Wie hilfreich ist das Material der Kampagne „Stark durch Erziehung“ für Sie?

	Sehr hilfreich	Eher hilfreich	Teils-teils	Wenig hilfreich	Nicht hilfreich
Ratgeber/Broschüre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Internetseite	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Postkarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Würden Sie das Material der Kampagne „Stark durch Erziehung“ an Ihre Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?

Auf jeden Fall	Eher ja	Unentschlossen	Eher nein	Auf keinen Fall
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Zu welchen Erziehungsthemen wünschen Sie sich mehr Information oder Beratung? Bitte geben Sie alles an, was Ihnen hierzu einfällt.

14. Haben Sie in den letzten 12 Monaten schon einmal eine Veranstaltung zu Erziehungsthemen besucht (z.B. Vortrag, Elternkurs, Elterncafé, Beratung)?

- Ja, einmal Ja, mehrmals Nein

15. Sind Sie ...

- weiblich männlich

17. Haben Sie minderjährige Kinder?

- Ja Nein

19. In welcher Lebensform leben Sie?

- Paar mit Kind(ern)
 Alleinerziehend
 Paar ohne Kinder
 Alleinlebend
 Anders, und zwar:

21. Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- Hauptschule, Volksschule
 Realschule oder POS
 Abitur, Fachhochschul- oder Hochschulreife

16. Wie alt sind Sie?

_____ Jahre

18. Wenn ja, wie viele Kinder haben Sie und wie alt sind sie?

Anzahl der Kinder:

Alter der Kinder:

20. Welche Staatsangehörigkeit(en) haben Sie?

- Deutsche Staatsangehörigkeit von Geburt an
 Deutsche Staatsangehörigkeit durch Einbürgerung
 Andere Staatsangehörigkeit, und zwar:

22. Sind Sie ...

- Vollzeit berufstätig
 Teilzeit berufstätig
 Nicht berufstätig
 Berufstätig, aber derzeit im Mutterschutz oder in Elternzeit

- Studium, Fachhochschul- oder Hochschulabschluss
- Ich habe (noch) keinen Bildungsabschluss.

23. Sind Sie in einem Erziehungs- oder Sozialberuf tätig?

- Ja Nein

Haben wir etwas Wichtiges vergessen? Möchten Sie uns noch etwas mitteilen?

Vielen Dank für's Mitmachen!

Gefördert von

Bayerisches Staatsministerium für
Familie, Arbeit und Soziales



Deutsches Jugendinstitut e. V.
Nockherstraße 2
D-81541 München

Postfach 90 03 52
D-81503 München

Telefon +49 89 62306-0
Fax +49 89 62306-162

www.dji.de