
Familienförderstrategie Baden-Württemberg: Zentrale Ergebnisse der Eltern- und Einrichtungsbefragungen zu Angeboten der Familienbildung und Familienberatung für die Verwendung im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit

Hintergrund

Zur Unterstützung der Familienförderstrategie Baden-Württemberg führte die Prognos AG im Auftrag des baden-württembergischen Sozialministeriums sowie des Landesfamilienrats zwei umfangreiche Befragungen zu den Angeboten der Familienbildung und Familienberatung durch.

Familienbildung leistet Bildungsarbeit zu familienrelevanten Themen. Angebote der Familienbildung adressieren alle Familien, dienen der Vermittlung von Wissen und tragen dazu bei, dass Familien ihre Vorstellungen von einem guten Leben in der Familie entwickeln und verwirklichen können. Familienberatung fördert vor allem die Erziehungskompetenz von Eltern und stärkt Familien in der Bewältigung akuter oder drohender Erziehungs-, Beziehungs- und Familienprobleme.

Methodik

Im Juli und August 2023 wurden mittels einer Online-Befragung die Einrichtungen der Familienbildung und Familienberatung befragt. Der Versand der Befragung erfolgte über einen umfangreichen Verteiler. Insgesamt beteiligten sich 175 Einrichtungen an der Befragung. Dies entspricht einer Beteiligungsquote von 28 Prozent. 108 Einrichtungen sind der Familienberatung zuzurechnen. 67 Einrichtungen ordnen sich dem Feld der Familienbildung zu.

Im Zeitraum zwischen Anfang Juli und Mitte August 2023 wurde gemeinsam mit dem Landesfamilienrat außerdem eine breit angelegte Befragung der Familien in Baden-Württemberg zur Nutzung von familienunterstützenden Angeboten durchgeführt. Über einen Online-Fragebogen wurden Bekanntheit und Nutzung von Angeboten sowie Bedarfe der Eltern an Unterstützungsangeboten erfragt. Die Online-Befragung wurde über verschiedene familienbezogene Einrichtungen und Akteure sowie Multiplikatoren verbreitet. Insgesamt beteiligten sich 3.224 Eltern.

Aus den beiden Befragungen lassen sich folgende *Kernergebnisse* festhalten:

Familienbildung

- Einrichtungen decken breites Feld an Themen über ihre Angebote ab. Im Fokus stehen Erziehung und Eltern-Kind-Beziehung.
- Kernzielgruppen sind vor allem Mütter bzw. Familien mit kleinen Kindern und Alleinerziehende.
- Personalstamm basiert vor allem auf Honorarkräften und Ehrenamtlichen. Nur jede zehnte Fachkraft ist ein Mann. Lediglich rund ein Drittel der Einrichtungen (32 %) verfügt über ausreichend Personal. Fast die Hälfte der Einrichtungen (45 %) berichtet von Schwierigkeiten, geeignete Fachkräfte zu finden.
- Hohe Bekanntheit: Großteil der befragten Eltern in Baden-Württemberg (92 %) kennt die Familienbildung, mehr als die Hälfte aller Befragten hat bereits mindestens ein Angebot oder mehrere besucht (61 %).

- Hohe Zufriedenheit der Eltern mit Angeboten: Weiterempfehlungsquote der Nutzenden liegt bei 93 Prozent.
- Familien, die die Angebote der Familienbildung bisher noch nicht genutzt haben, obwohl sie ihnen bekannt sind, begründen die vorrangig orts- und zeitbedingt: unpassende Zeiten (35 %), fehlende Kinderbetreuung (23 %), schlechte Erreichbarkeit (15 %). Weiterhin werden fehlender Bedarf und fehlendes Wissen über die Angebote relativ häufig genannt.

Familienberatung

- Hauptthemen der Familienberatung: Zusammenleben in der Familie, die Beziehung zwischen Eltern und Kind sowie die Erziehung. Mehr als die Hälfte der Einrichtungen berät vor allem in Konflikt- und Krisensituationen, beispielsweise zu familiären Konflikten, Trennung/Scheidung, psychologischen Problemen und Kindeswohlgefährdungen.
- Mütter, Alleinerziehende, Scheidungs- und „Patchworkfamilien“ sind Hauptzielgruppen.
- Weniger als ein Drittel der befragten Eltern (28 %) hat bislang Familienberatung in Anspruch genommen.
- Am häufigsten wurden die Beratungsstellen zu Fragen der kindlichen Entwicklung und zur Erziehung aufgesucht. Rund ein Drittel der Eltern lässt sich zur Beziehung mit dem Partner bzw. der Partnerin und zum Zusammenleben in der Familie beraten.
- Die Nutzenden der Familienberatung sind insgesamt (sehr) zufrieden mit dem Angebot (92 %).
- Befragte, die bisher keine Beratungsangebote genutzt haben, geben zu 52 Prozent als Grund an, dass sie keine Hilfe brauchen. Alleinerziehende äußern dies seltener, außerdem geben diese häufiger fehlende Kinderbetreuung als Hinderungsgrund an als der Durchschnitt. Jeder zehnte Befragte gibt an, zu wenig über die Angebote zu wissen.

Online-Angebote

- Angebote der Familienbildung finden überwiegend vor Ort in den Einrichtungen statt. Digitale Angebote machen nur einen kleinen Teil der Angebote aus. Bildungseinrichtungen, die digitale Angebote anbieten, setzen am häufigsten videogestützte Formate ein.
- Familienberatung findet ebenfalls größtenteils in den Räumlichkeiten der Einrichtungen statt. Beratungseinrichtungen, die digitale Angebote umsetzen, bieten mehrheitlich videogestützte, hybride Formate oder Mailberatung an. Digitale Angebote werden mehrheitlich nicht als Ersatz, sondern ergänzend zu Präsenzangeboten genutzt.
- Eltern wissen Online-Formate zu schätzen – aber nur ein Viertel (25 %) würde Online-Formate vorziehen, wenn diese zur Wahl stehen. Vor allem fehlt Eltern der persönliche Kontakt bei Online-Angeboten.