



ZUKUNFTSCHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

EINE ANALYSE VON FAMILIENBILDUNGSANGEBOTEN IN SACHSEN

AGENDA

01

Hintergrund der Studie

02

Angebot und Nachfrage

03

Zukunftschancen und Herausforderungen

AGENDA

01

Hintergrund der Studie

02

Angebot und Nachfrage

03

Zukunftschancen und Herausforderungen

POTENZIALE DER FAMILIENBILDUNG

Familienbildung ...

... unterstützt Familien dabei, Erziehungs-, Beziehungs- und Alltagskompetenzen zu entwickeln und zu stärken.

... vermittelt Wissen und Kompetenzen, um den Herausforderungen des Familienalltags in verschiedenen Familienphasen, Familienformen und Lebenslagen zu begegnen.

... knüpft an der Lebenswelt und dem Alltag der Familien an und wirkt ressourcenstärkend und präventiv.

... fördert die gesellschaftliche Teilhabe von Familien.

INHALT UND ZIELE DER STUDIE

Bedarfsdeckung

Entspricht das Familienbildungsangebot dem Bedarf der Familien oder gibt es Lücken oder Mehrfachangebote der Familienbildung?

Zielgruppenerreichung

Werden Familien, insbesondere schwer erreichbare, wie z. B. Familien in Risikolagen, von den Angeboten erreicht?

Wie kann das Familienbildungsangebot weiterentwickelt werden, um angesichts zukünftiger Chancen und Herausforderungen bedarfsgerecht zu sein und Familien zu erreichen?



Methoden:

- Desk Research
- Onlinebefragung unter Jugendämtern (N=13) und Familienbildungseinrichtungen (N=216)
- Telefonische Befragung unter sächsischen Familien (N=1.030)
- Fokusgruppe mit Expertinnen und Experten

AGENDA

01

Hintergrund der Studie

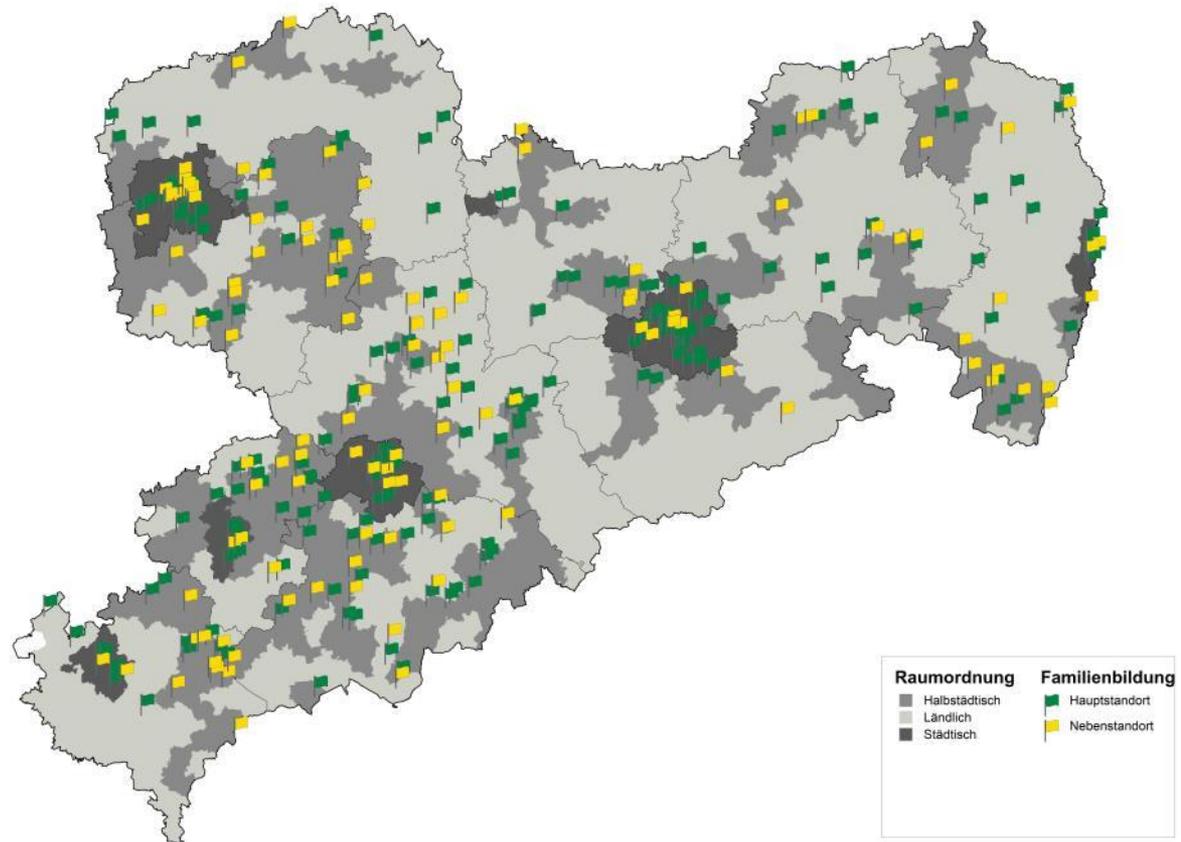
02

Angebot und Nachfrage

03

Zukunftschancen und Herausforderungen

VERTEILUNG DER FAMILIENBILDUNGSEINRICHTUNGEN



MERKMALE DER FAMILIENBILDUNGSEINRICHTUNGEN UND ANGEBOTE



- Kitas (34%) und (Familien-)Bildungsstätten (31%) sind am häufigsten vertreten; 2% gehören zu Kirchengemeinden.
- Die Hauptstandorte liegen meist in dichter besiedelten Räumen, lediglich 20% sind im ländlichen Gebiet angesiedelt.
- Das Angebot ist i. d. R. eher kleinräumig ausgerichtet, bei 83% liegt das Einzugsgebiet unterhalb der Ebene des Landkreises.
- Die Öffnungszeiten der Standorte sind umfangreich, 66% der Einrichtungen haben an 5 Tagen/Woche geöffnet.
- Festangestellte (ø6,5 pro Einrichtung) und freiwillig Engagierte (ø7,3 pro Einrichtung) sind wichtige Säulen der Familienbildung.
- 80 % der Angebote basieren auf § 16 SGBVIII.

MERKMALE DER NUTZER/-INNEN UND NICHT-NUTZER/-INNEN VON FAMILIENBILDUNG



56% der Befragten haben bereits Familienbildungsangebote genutzt.

Nutzer/-innen ...

- ... sind durchschnittlich jünger.
- ... leben in einem größeren Haushalt; haben durchschnittlich mehr Kinder unter 18 und insgesamt eher jüngere Kinder.
- ... verfügen über einen höheren Ausbildungsabschluss, sind eher erwerbstätig und haben ein höheres durchschnittliches monatliches Haushaltseinkommen.

Nicht-Nutzer/-innen ...

- ... sind häufiger alleinerziehend und leben eher mit zu pflegenden Personen in einem Haushalt.
 - ... leben eher in dünner besiedelten Räumen.
 - ... sind häufiger in mindestens einer Risikolage (armutsgefährdet, bildungsfern oder nicht erwerbstätig).
-

AGENDA

01

Hintergrund der Studie

02

Angebot und Nachfrage

03

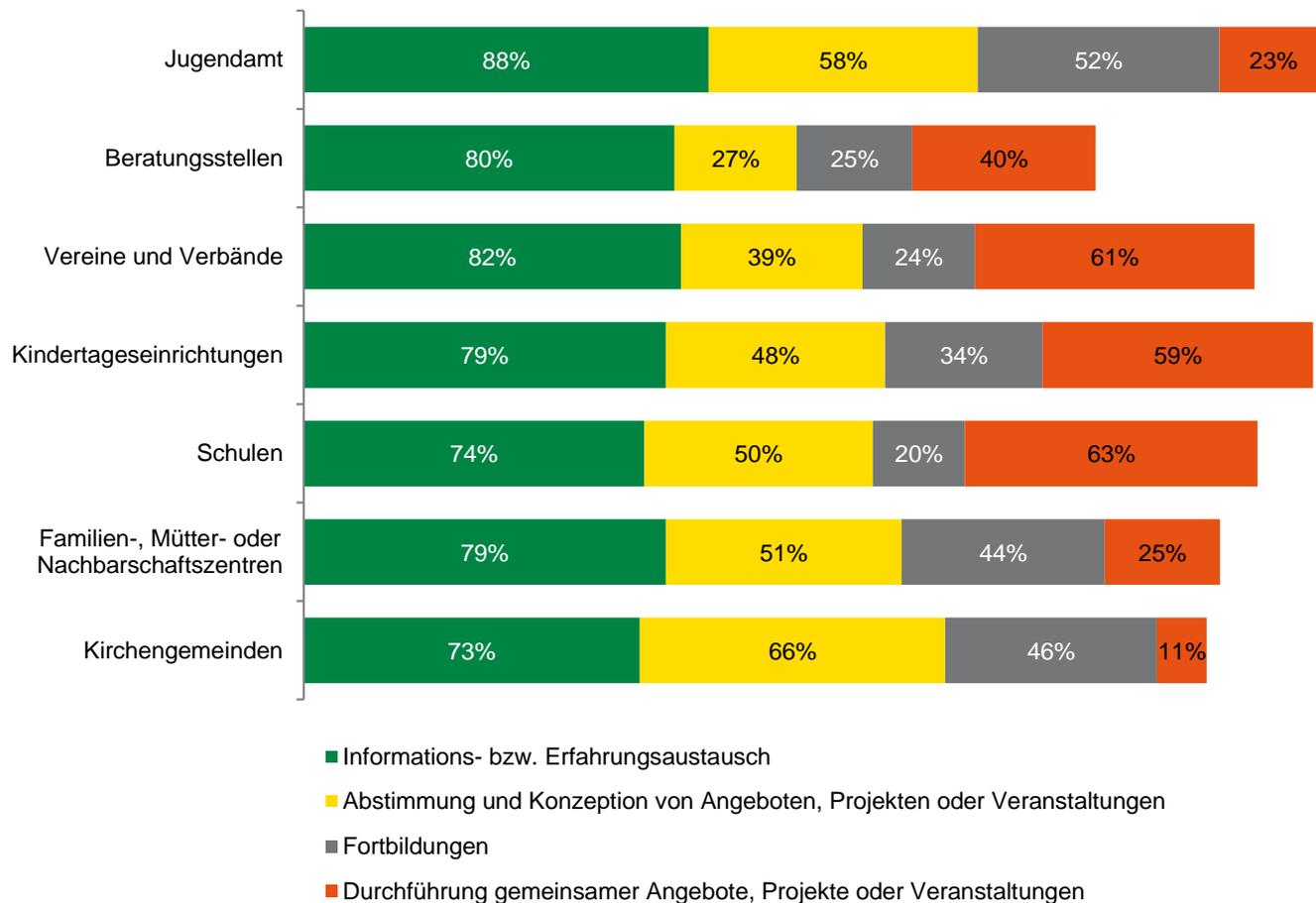
Zukunftschancen und Herausforderungen

HANDLUNGSFELD 1



Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.

INHALT VON KOOPERATIONEN



Quelle: Ramboll: Befragung Familienbildungseinrichtungen 2014; N=181
 Mehrere Antworten möglich

ANGEBOTE FÜR FAMILIEN AUF VERSCHIEDENEN EBENEN VERNETZEN UND ABSTIMMEN

- Kooperation wird v. a. für den Informations- und Erfahrungsaustausch genutzt, Abstimmung oder gemeinsame Durchführung von Angeboten findet seltener statt.
- Jugendämter kooperieren i. d. R. mit einer Vielzahl von Akteuren, es zeigten sich aber z. T. Wissenslücken über Anbieter und Angebote der Familienbildung auf lokaler Ebene.
- Jugendämter arbeiten mit verschiedenen Ämtern und Stellen der Verwaltung zusammen, eine integrierte Sozialplanung gibt es nur in 3 Jugendamtsbezirken.

- 1** Die strategische Zusammenarbeit zwischen Akteuren auf lokaler Ebene und die Verzahnung von Angeboten stärken.
- 2** Die Versäulung innerhalb der Kommunalverwaltung und der sozialen Arbeit durch ressort- und themenübergreifende Zusammenarbeit auflösen.

HANDLUNGSFELD 2

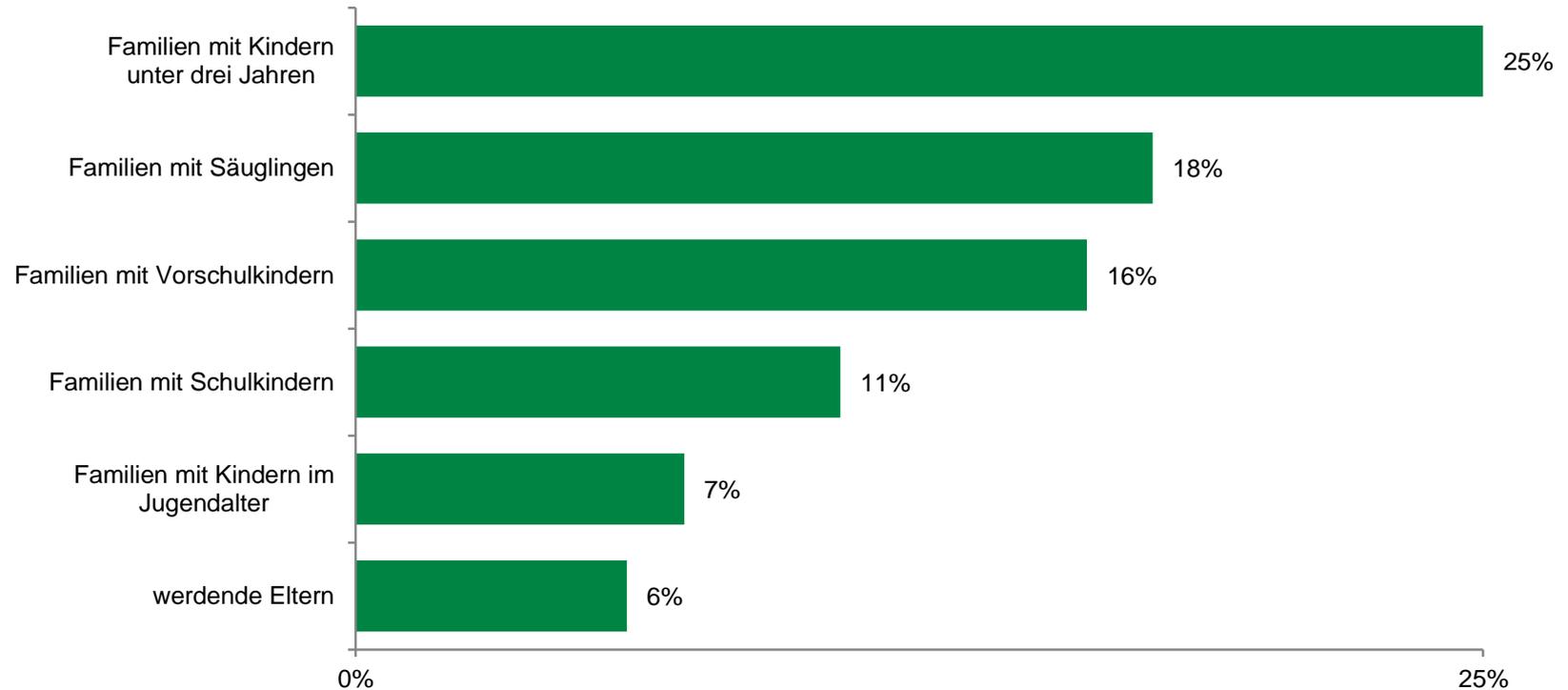


Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.



Familienbildungsbegriff weiter fassen.

ZIELGRUPPEN NACH FAMILIENPHASEN

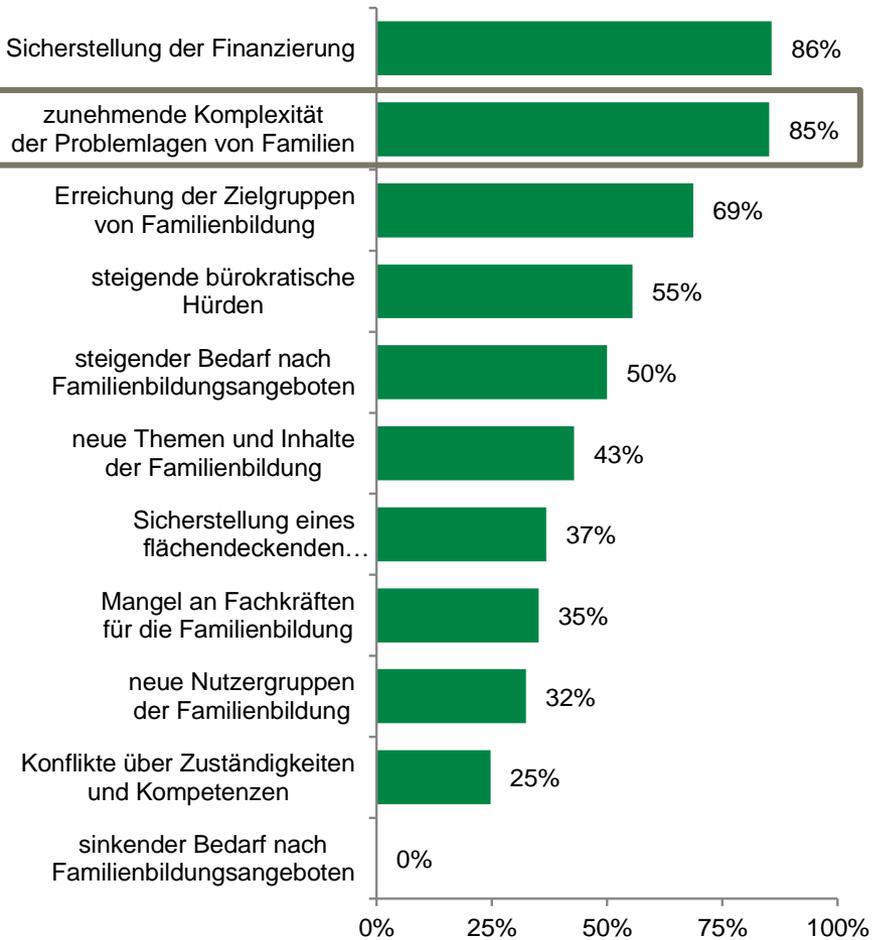


Quelle: Ramboll: Befragung Familienbildungseinrichtungen 2014 (Angebote); N=549
Mehrere Antworten möglich

ZUKÜNFTIGE HERAUSFORDERUNGEN



Quelle: Ramboll: Befragung Jugendämter 2014; N=13
Mehrere Antworten möglich



Quelle: Ramboll: Befragung Familienbildungseinrichtungen 2014; N=182
Mehrere Antworten möglich

FAMILIENBILDUNGSBEGRIFF WEITER FASSEN

- Die vorhandenen Familienbildungsangebote adressieren v. a. frühe Familienphasen. Der Unterstützungsbedarf in späteren Familienphasen und in spezifischen Lebenslagen wird seltener aufgegriffen.
- Steigende Komplexität von Problemlagen in Familien und die Sicherstellung der Finanzierung werden von Einrichtungen und von Jugendämtern als zentrale zukünftige Herausforderungen gesehen.
- Eine jugendhilfeplanerische Grundlage zum § 16 SGB VIII existiert fast flächendeckend, aber nur ein Drittel der Jugendämter verfügt über ein Konzept zur Familienbildung.

- 1** Den ganzheitlichen Handlungsansatz und den Präventionsgedanken stärker in der Angebotskonzeption berücksichtigen.
- 2** Rahmenkonzepte der Familienbildung flächendeckend in den Jugendamtsbezirken erstellen.
- 3** Die Empfehlungen des Landesjugendamtes zur allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie gemäß § 16 SGB VIII weiterentwickeln und konkretisieren.

HANDLUNGSFELD 3



Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.

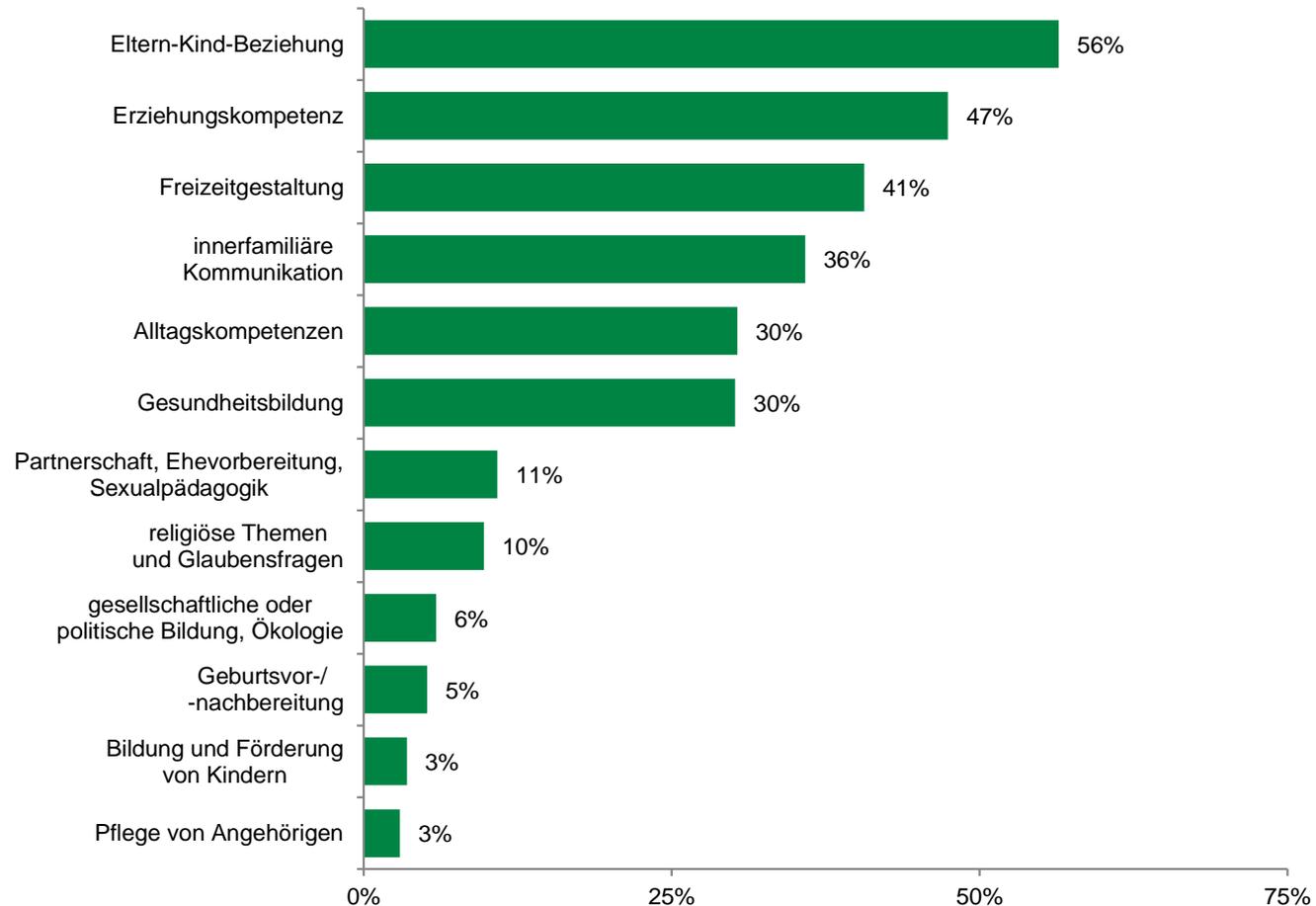


Familienbildungsbegriff weiter fassen.



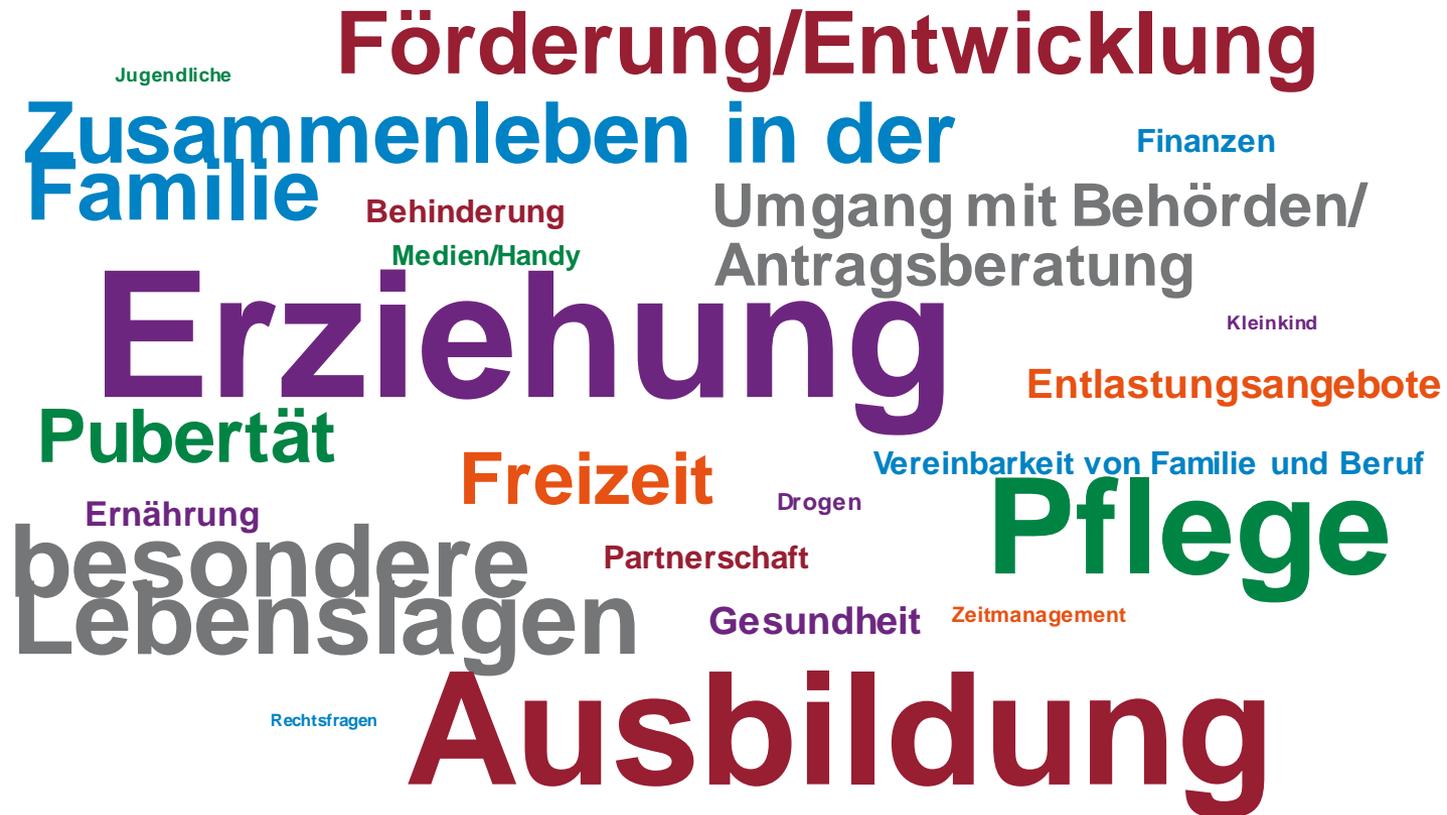
Angebote auf Basis des Bedarfs der Familien weiterentwickeln.

INHALTE DER FAMILIENBILDUNGSANGEBOTE



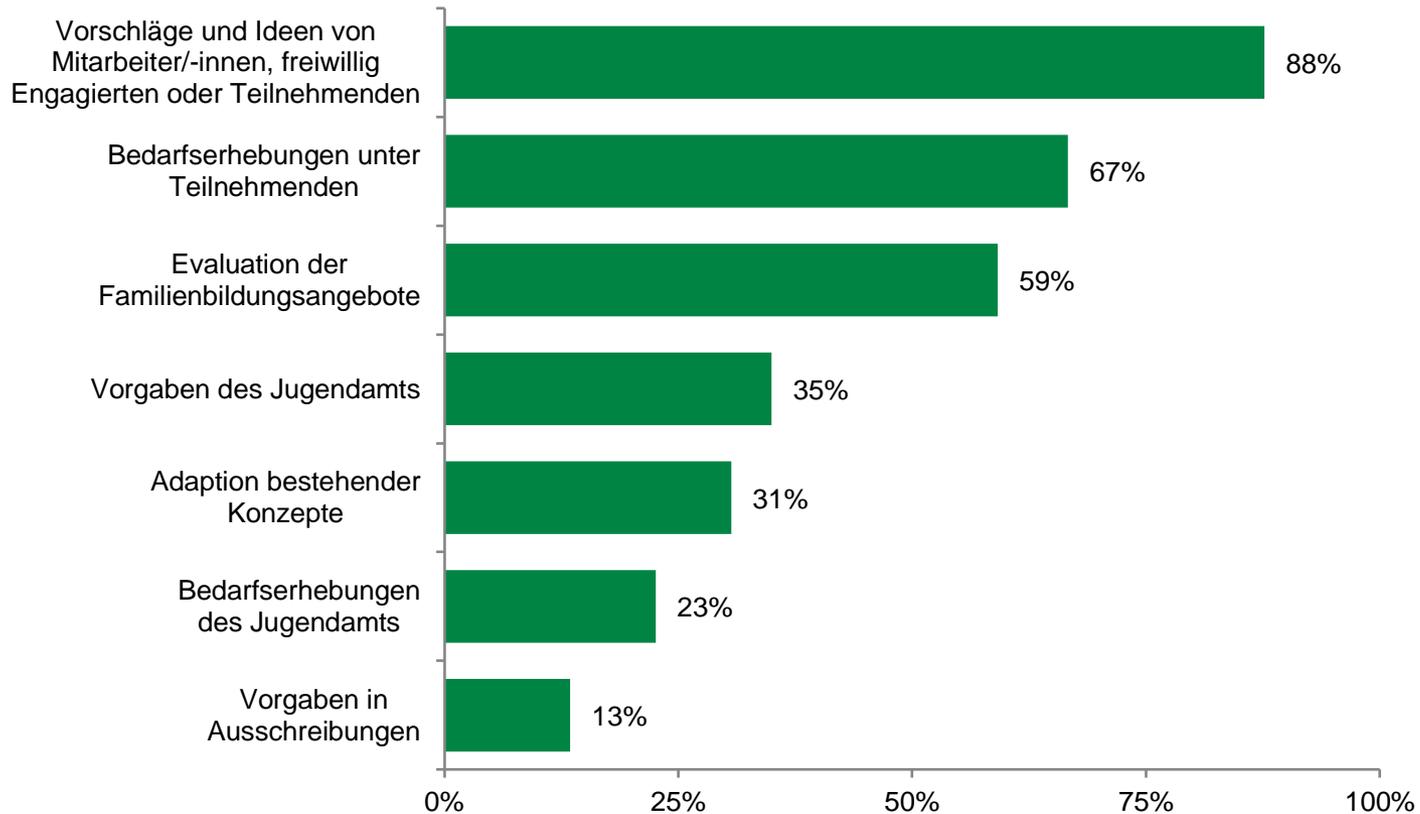
Quelle: Ramboll: Befragung Familienbildungseinrichtungen 2014 (Angebote); N=544
Mehrere Antworten möglich

BEDARF DER FAMILIEN NACH ZUSÄTZLICHEN UNTERSTÜTZUNGS- UND INFORMATIONSMANGEBOTEN



Quelle: Zentrum für empirische Sozialforschung: Telefonische Befragung unter Familien 2014; N=326
Offene Nennung

PLANUNGSGRUNDLAGE DER EINRICHTUNGEN



Quelle: Ramboll: Befragung Familienbildungseinrichtungen 2014; N=186
Mehrere Antworten möglich

ANGEBOTE AUF BASIS DES BEDARFS DER FAMILIEN WEITERENTWICKELN

- Familien äußern Bedarf zu Themen, die aktuell selten in der Familienbildung aufgegriffen werden.
- Jugendämter planen und steuern das Familienbildungsangebot vor Ort auf Grundlage von sozialräumlichen Daten.
- Allerdings nutzen wenige Familienbildungseinrichtungen Vorgaben oder Bedarfserhebungen der Jugendämter, um ihr Familienbildungsangebot weiterzuentwickeln. Sie stützen sich v. a. auf die Rückmeldungen der Nutzerinnen und Nutzer ihrer Einrichtung. Der Bedarf der Nicht-Nutzerinnen und Nicht-Nutzer wird so unzureichend berücksichtigt.

- 1** Unterstützungsbedarf in späteren Familienphasen und spezifischen Lebenslagen bedarfsgerecht aufgreifen.
- 2** Bei der Planung und Weiterentwicklung von Angeboten den lokalen Bedarf der Familien berücksichtigen.

HANDLUNGSFELD 4

- 1 Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.
- 2 Familienbildungsbegriff weiter fassen.
- 3 Angebote auf Basis des Bedarfs der Familien weiterentwickeln.
- 4 Familien in Risikolagen erreichen.

FAMILIEN IN RISIKOLAGEN ERREICHEN

- Etwa ein Drittel der befragten Familien lebt in mindestens einer Risikolage.
- Familien in Risikolagen erfahren seltener über Freunde und Verwandte von Angeboten der Familienbildung.
- Familien in Risikolagen nehmen Familienbildungsangebote insgesamt seltener in Anspruch. Wenn, dann sind es häufig Angebote zu Fragen der Partnerschaft.
- Familien in Risikolagen äußern öfter den Wunsch nach individueller Beratung zu Fragen des Zusammenlebens in der Familie.

- 1** Familienbildung in andere, niedrigschwellige Angebote einbetten.
- 2** Niedrigschwellige und offene Angebote in Kooperation mit Kindertageseinrichtungen, Schulen und sozialen Zentren fördern.
- 3** Familienbildung mit Beratungsangeboten vernetzen.

HANDLUNGSFELD 5

- 1 Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.
- 2 Familienbildungsbegriff weiter fassen.
- 3 Angebote auf Basis des Bedarfs der Familien weiterentwickeln.
- 4 Familien in Risikolagen erreichen.
- 5 Familienbildungsangebote im ländlichen Raum vorhalten.

FAMILIENBILDUNGSANGEBOTE IM LÄNDLICHEN RAUM VORHALTEN

- Familienbildungseinrichtungen sind seltener in ländlichen Gebieten vertreten. Damit einher geht ein geringeres Angebot und eine eingeschränkte Angebotsvielfalt in ländlichen Regionen.
- Einrichtungen nehmen ihr Einzugsgebiet eher kleinräumig wahr. Selten wird der gesamte Landkreis als Einzugsgebiet erkannt.
- Familien im ländlichen Raum nehmen Familienbildungsangebote seltener in Anspruch und geben häufiger an, dass in ihrer Nähe nicht genügend Angebote vorhanden sind.
- Bislang wird Familienbildung nur selten als mobiles oder aufsuchendes Angebot durchgeführt.

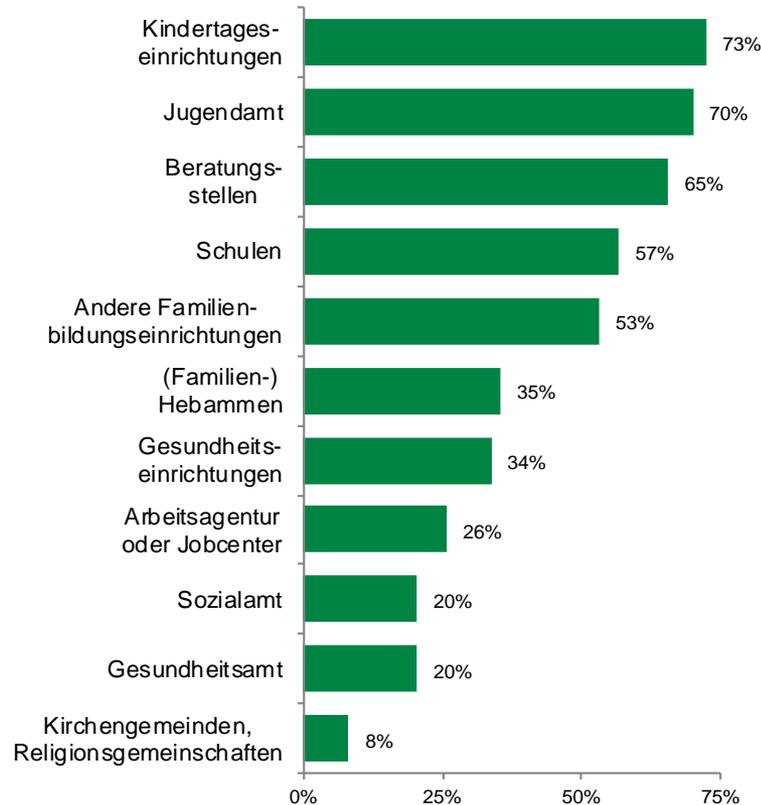
- 1** Angebote der Familienbildung an einem Ort bündeln und dezentrale und alltagsnahe Orte nutzen.
- 2** Mobile Angebote ausbauen.

HANDLUNGSFELD 6

- 1 Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.
- 2 Familienbildungsbegriff weiter fassen.
- 3 Angebote auf Basis des Bedarfs der Familien weiterentwickeln.
- 4 Familien in Risikolagen erreichen.
- 5 Familienbildungsangebote im ländlichen Raum vorhalten.
- 6 Zielgruppengerecht über das Familienbildungsangebot informieren.

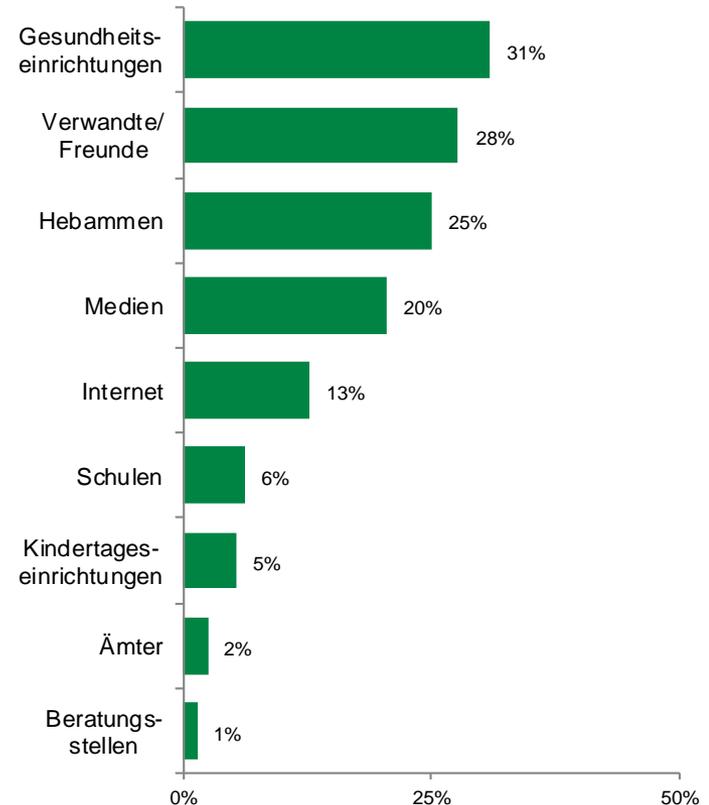
WEITERVERMITTLUNG UND ZUGANGSWEGE VON FAMILIEN

Welche anderen Einrichtungen vermitteln Teilnehmende an Sie weiter?



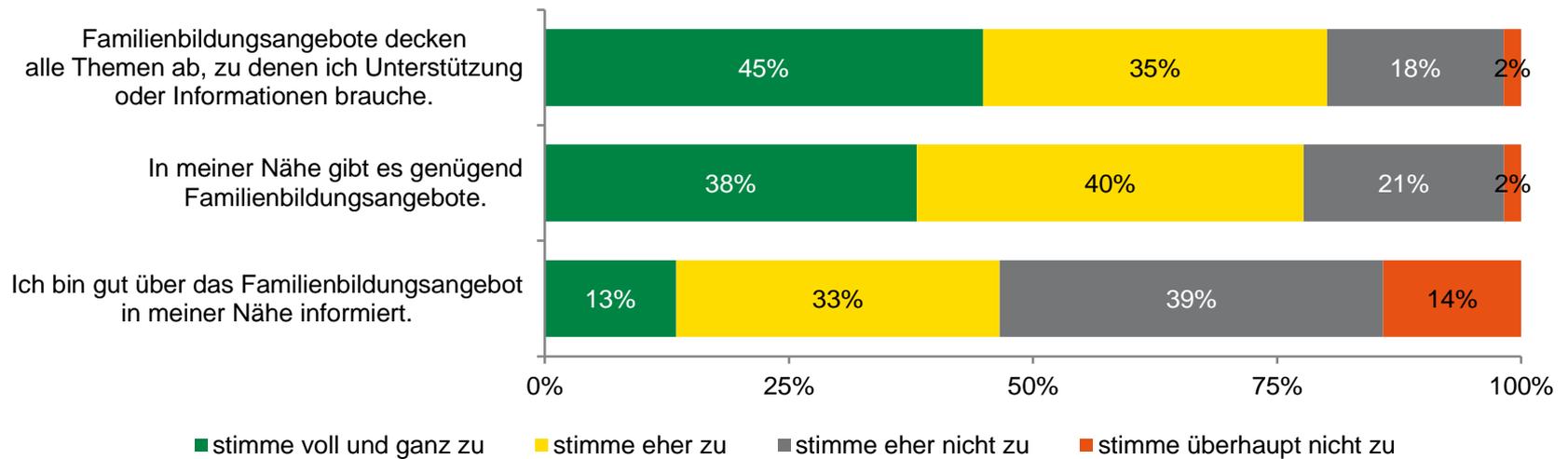
Quelle: Ramboll: Befragung Familienbildungseinrichtungen 2014; N=113
Mehrere Antworten möglich

Wie haben Sie von diesen Angeboten erfahren?



Quelle: Zentrum für empirische Sozialforschung: Telefonische Befragung unter Familien 2014; N=578
Mehrere Antworten möglich

AUSSAGEN ZUM FAMILIENBILDUNGSANGEBOT VOR ORT



Quelle: Zentrum für empirische Sozialforschung: Telefonische Befragung unter Familien 2014; N=332-779

ZIELGRUPPENGERECHT ÜBER DAS FAMILIENBILDUNGSANGEBOT INFORMIEREN

- Bei Familien ist ein Informationsdefizit über Familienbildung erkennbar. Sie nutzen häufig Informationswege, die Familienbildungseinrichtungen bisher eher vernachlässigen, wie Gesundheitseinrichtungen, Hebammen und Verwandte oder Freunde.
- Zudem kennen viele Familien die Inhalte und die Bandbreite des Angebots der Familienbildung nicht.
- Auch die Jugendämter sind z. T. nicht über das gesamte Angebot an Familienbildung in ihrem Jugendamtsbezirk informiert.

- 1** (Neue) Kommunikationskanäle für die zielgruppenspezifische Ansprache prüfen und nutzen.
- 2** Einrichtungen und Personen außerhalb der Familienbildung als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren und für die Öffentlichkeitsarbeit nutzen.
- 3** Potenziale einer onlinebasierten Datenbank für Familienbildungsangebote im Freistaat Sachsen prüfen.

HANDLUNGSFELDER

- 1 Angebote für Familien auf verschiedenen Ebenen vernetzen und abstimmen.
- 2 Familienbildungsbegriff weiter fassen.
- 3 Angebote auf Basis des Bedarfs der Familien weiterentwickeln.
- 4 Familien in Risikolagen erreichen.
- 5 Familienbildungsangebote im ländlichen Raum vorhalten.
- 6 Zielgruppengerecht über das Familienbildungsangebot informieren.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen?



Eva Muschalik

M.A. Soziologie
Seniorberaterin
Policy & Planning

D +49 30 302020-209

M +49 151 58015-209

eva.muschalik@ramboll.com

Ramboll
Saarbrücker Straße 20/21
10405 Berlin
www.ramboll.de

