

Abschlussbericht

Anschlussevaluation der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen

Evaluation der coronabedingten Veränderungen und Bedeutungswandel digitaler Angebote in der Familienbildung



Abschlussbericht

Anschlussevaluation der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen

Evaluation der coronabedingten Veränderungen und Bedeutungswandel digitaler Angebote in der Familienbildung

Von

Johanna Nicodemus
Nina Altmann
Dr. David Juncke

Im Auftrag des

Ministeriums für Kinder, Jugend, Familie,
Gleichstellung, Flucht und Integration des Landes
Nordrhein-Westfalen

Abschlussdatum

September 2023

Das Unternehmen im Überblick

Prognos – wir geben Orientierung.

Wer heute die richtigen Entscheidungen für morgen treffen will, benötigt gesicherte Grundlagen. Prognos liefert sie – unabhängig, wissenschaftlich fundiert und praxisnah. Seit 1959 erarbeiten wir Analysen für Unternehmen, Verbände, Stiftungen und öffentliche Auftraggeber. Nah an ihrer Seite verschaffen wir unseren Kunden den nötigen Gestaltungsspielraum für die Zukunft – durch Forschung, Beratung und Begleitung. Die bewährten Modelle der Prognos AG liefern die Basis für belastbare Prognosen und Szenarien. Mit rund 180 Expertinnen und Experten ist das Unternehmen an neun Standorten vertreten: Basel, Berlin, Bremen, Brüssel, Düsseldorf, Freiburg, Hamburg, München und Stuttgart. Die Projektteams arbeiten interdisziplinär, verbinden Theorie und Praxis, Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Unser Ziel ist stets das eine: Ihnen einen Vorsprung zu verschaffen, im Wissen, im Wettbewerb, in der Zeit.

Geschäftsführer

Christian Böllhoff

Rechtsform

Aktiengesellschaft nach schweizerischem Recht; Sitz der Gesellschaft: Basel
Handelsregisternummer
CH-270.3.003.262-6

Präsident des Verwaltungsrates

Dr. Jan Giller

Handelsregisternummer

Berlin HRB 87447 B

Gründungsjahr

1959

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

DE 122787052

Arbeitssprachen

Deutsch, Englisch, Französisch

Hauptsitz

Prognos AG

St. Alban-Vorstadt 24
4052 Basel | Schweiz
Tel.: +41 61 3273-310
Fax: +41 61 3273-300

Prognos AG

Résidence Palace, Block C
Rue de la Loi 155
1040 Brüssel | Belgien
Tel: +32 280 89-947

Prognos AG

Hermannstraße 13
(c/o WeWork)
20095 Hamburg | Deutschland
Tel.: +49 40 554 37 00-28

Weitere Standorte

Prognos AG

Goethestr. 85
10623 Berlin | Deutschland
Tel.: +49 30 5200 59-210
Fax: +49 30 5200 59-201

Prognos AG

Werdener Straße 4
40227 Düsseldorf | Deutschland
Tel.: +49 211 913 16-110
Fax: +49 211 913 16-141

Prognos AG

Nymphenburger Str. 14
80335 München | Deutschland
Tel.: +49 89 954 1586-710
Fax: +49 89 954 1586-719

Prognos AG

Domshof 21
28195 Bremen | Deutschland
Tel.: +49 421 845 16-410
Fax: +49 421 845 16-428

Prognos AG

Heinrich-von-Stephan-Str. 17
79100 Freiburg | Deutschland
Tel.: +49 761 766 1164-810
Fax: +49 761 766 1164-820

Prognos AG

Eberhardstr. 12
70173 Stuttgart | Deutschland
Tel.: +49 711 3209-610
Fax: +49 711 3209-609

info@prognos.com | www.prognos.com | www.twitter.com/prognos_ag

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	VI	
1	Hintergrund der Anslussevaluation	1
2	Forschungsstand	2
2.1	Literaturanalyse	2
2.2	Re-Analysen vorhandener Datensätze	8
2.3	Fazit	12
3	Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Familienbildung	13
3.1	Veränderungen bei der technischen Ausstattung und digitalen Angeboten	14
3.2	Personalsituation	16
3.3	Zielgruppenerreichung und Öffentlichkeitsarbeit	18
4	Stand der Digitalisierung	23
4.1	Technische Ausstattung und Angebotsstruktur	23
4.2	Personal	26
4.2.1	Personalsituation	26
4.2.2	Digitale Kompetenzen und Fortbildungsbedarf	27
4.2.3	Einstellungen gegenüber der Digitalisierung und digitalen Angeboten	34
4.3	Zielgruppen	40
4.3.1	Kommunikation mit den Kursteilnehmenden	40
4.3.2	Öffentlichkeitsarbeit	43
4.3.3	Reichweite digitaler Angebote	46
4.3.4	Inhalte digitaler Angebote	48
4.3.5	Bewertung digitaler Angebote	52
5	Handlungsfelder	54
6	Methodik	X

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit in der Familienbildung NRW vor der Pandemie	10
Abbildung 2:	Veränderungen durch pandemiebedingte Beschränkungen	11
Abbildung 3:	Entwicklung der Angebotsformate während der Corona-Pandemie	12
Abbildung 4:	Veränderungen der technischen Ausstattung seit Beginn der Corona-Pandemie	15
Abbildung 5:	Veränderungen der Personalsituation seit Beginn der Corona-Pandemie	18
Abbildung 6:	Zielgruppenerreichung während der Corona-Pandemie	20
Abbildung 7:	Pandemiebedingte Veränderungen der Öffentlichkeitsarbeit	22
Abbildung 8:	Technische Ausstattung in den Familienbildungsstätten	24
Abbildung 9:	Aktuelle und zukünftige Angebotsstruktur	26
Abbildung 10:	Tätigkeiten der Fachkräfte mit Bezug zu Online-Angeboten	28
Abbildung 11:	Digitale Kompetenzen der hauptamtlichen Mitarbeitenden	30
Abbildung 12:	Fort- bzw. Weiterbildungsbedarf bei hauptamtlich Mitarbeitenden	31
Abbildung 13:	Digitale Kompetenzen der nebenamtlich Mitarbeitenden	33
Abbildung 14:	Fort- bzw. Weiterbildungsbedarf bei nebenamtlich Mitarbeitenden	34
Abbildung 15:	Einstellung der hauptamtlichen Mitarbeitenden gegenüber digitalen Angeboten aus Sicht der Einrichtungsleitungen	35
Abbildung 16:	Einstellung der nebenamtlichen Mitarbeitenden gegenüber digitalen Angeboten aus Sicht der Einrichtungsleitungen	36
Abbildung 17:	Einschätzungen zum Potenzial zeitlicher Flexibilität durch digitale Angebote	38
Abbildung 18:	Einschätzungen der Fachkräfte zur Bedeutung und Umsetzung digitaler Angebote	40

Abbildung 19:	Digitale Kommunikation zwischen Mitarbeitenden und Kursteilnehmenden	41
Abbildung 20:	Erfahrungen der Fachkräfte mit digitaler Kommunikation	43
Abbildung 21:	Wünsche der Nutzenden rund um Bereitstellung und Auffindbarkeit von Informationen zu (Online-)Angeboten im Internet	44
Abbildung 22:	Relevanz digitaler Medien und Kommunikationswege aus Sicht der Einrichtungen	45
Abbildung 23:	Zielgruppenerreichung durch digitale Angebote	48
Abbildung 24:	Eignung digitaler Formate im Vergleich zu Präsenzformaten für Themen der Familienbildung	50
Abbildung 25:	Themenspezifische Angebotsstruktur	52
Abbildung 26:	Rückmeldungen an die Fachkräfte zu Online-Angeboten	53
Abbildung 27:	Wünsche der Nutzenden zu Online-Angeboten	54

1 Hintergrund der Anschlussevaluation

Familien in Nordrhein-Westfalen werden durch unterschiedliche familienbezogene Leistungen unterstützt. Hierbei kommt der sozialen Familieninfrastruktur in NRW eine besonders hohe Bedeutung zu. Sie umfasst unter anderem die Einrichtungen der Familienbildung. Die Familienbildung ist ein Angebot an alle Familien und Familienmitglieder zur non-formalen Wissensvermittlung und Förderung der Erziehungskompetenzen.

In Nordrhein-Westfalen wurde von 2018 bis 2020 im Auftrag des Familienministeriums eine umfangreiche und stark partizipativ ausgerichtete Evaluation der Familienbildung durchgeführt. Im Untersuchungsfokus standen u. a. die Arbeitsinhalte, Strukturen und Finanzierungsgrundlagen sowie Aspekte der Vernetzung und Wirksamkeit. Für das Bundesfamilienministerium wurde von 2020 bis 2021 eine bundesweite Bestandsaufnahme der Familienbildung durchgeführt. Diese Untersuchung zielte v. a. auf die Erhebung der Angebote und Strukturen, auf Veränderungen im Zeitablauf und auf mögliche Angebotslücken. Beide Untersuchungen wurden mit wissenschaftlich fundierten Verfahren von der Prognos AG durchgeführt. Im Wesentlichen zeigten die Gesamtevaluation in NRW sowie die bundesweite Bestandsaufnahme, dass Familienbildung ein zentraler Dienst der sozialen Infrastruktur ist. Sie hat eine hohe Reichweite, erreicht Familien in unterschiedlichen Konstellationen und ist (präventiv) wirksam. Zudem zeichnet sie sich dadurch aus, dass sie ihr Leistungsspektrum regelmäßig an gesellschaftliche Veränderungen anpasst.

Die Gesamtevaluation NRW weist jedoch eine gravierende Leerstelle auf: Sie hat die Familienbildung in einem Zustand evaluiert, in dem die Auswirkungen der Corona-Pandemie noch nicht absehbar waren. Insbesondere die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie, die mit Kontaktbeschränkungen einhergingen, zu Betretungsverboten oder zeitweiligen Schließungen führten, haben sich wesentlich auf die Familienbildung ausgewirkt. Dieser „externe Schock der Corona-Pandemie“ hat vermutlich sowohl Herausforderungen als auch Chancen für die Familienbildung mit sich gebracht.

Die Corona-Pandemie hat dabei die hohe Relevanz der Digitalisierung für die Familienbildung offenbart und sie betrifft verschiedene Ebenen. Es ist klar, dass Digitalisierung im Zusammenhang mit der Bekanntheit und Erreichbarkeit der Angebote, der Zielgruppenerreichung, der inhaltlichen Ausgestaltung und Umsetzung sowie der strukturellen Rahmenbedingungen relevant ist. Zudem haben die bereits erwähnten Untersuchungen deutlich formuliert, dass Entwicklungspotenziale für Familienbildung im Handlungsfeld „Digitalisierung“ bestehen. Vor diesem Hintergrund stehen in der Anschlussevaluation der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen die Evaluation der coronabedingten Veränderungen und der Bedeutungswandel digitaler Angebote der Familienbildung im Fokus. Es geht um die Leitfrage, wie sich die Arbeit der Familienbildung verändert hat. Diese Frage adressiert den Status quo der Strukturen und Angebote, ihre (digitale) Weiterentwicklung während der Pandemie und sich abzeichnende, zukünftige Bedarfe sowie die Pausgenauigkeit digitaler Settings für unterschiedliche Themen und Zielgruppen. Das zentrale Erkenntnisinteresse ist, an welchen Stellen digitale Angebote die angestrebten Zielgruppen erreichen, welche technischen Voraussetzungen erforderlich sind und wo Grenzen digitaler Möglichkeiten liegen.

Die durchgeführte Evaluation zielt darauf ab, bestehende digitale Angebote und Erfahrungen in den Blick zu nehmen, Hürden zu bestimmen, Chancen zu identifizieren und Handlungsoptionen im Kontext familienpolitischer Leistungen aufzuzeigen.

2 Forschungsstand

Die Literaturanalyse und die Re-Analysen vorhandener Daten bilden zusammen den Ausgangspunkt der Anslussevaluation. Im Zentrum der Literaturrecherche stand, inwieweit es im Zuge der Corona-Pandemie zu einem Bedeutungszuwachs von Aspekten der Digitalisierung kam. Die Literaturanalyse berücksichtigt daher primär die vergangenen drei Jahre, d. h. den Zeitraum kurz vor und während der Pandemie. Um die Situation vor der Pandemie mit Blick auf verschiedene thematische Schwerpunkte umfassend skizzieren zu können, wurden bei Bedarf auch ältere Quellen herangezogen. Parallel dazu wurden vorhandene Datensätze der vorangegangenen Evaluation der Familienbildung NRW (Prognos, 2020) und der Bestandsaufnahme der Familienbildung und Familienberatung in Deutschland (Prognos, 2021) erneut unter dem Gesichtspunkt der Digitalisierung analysiert.

Für die Familienbildung liefern die Literaturanalyse und die Re-Analysen qualitative und quantitative Erkenntnisse zu den Ausgangsbedingungen zu Beginn der Pandemie. Den Schwerpunkt bilden coronabedingte Veränderungen in der Angebots- und Bedarfslandschaft sowie förderliche und hinderliche Faktoren in der Familienbildung für die Digitalisierung.

2.1 Literaturanalyse

Die im Folgenden dargestellte Literatur zeichnet insbesondere die direkten Auswirkungen der Pandemie auf die Einrichtungen nach. Wo es möglich war, wurde der Fokus auf Ergebnisse aus Nordrhein-Westfalen gelegt. Stellenweise wurden jedoch auch bundesweite Studien herangezogen, sofern sie sich auf allgemein gültige oder besonders aussagekräftige Erkenntnisse über die Arbeit der Familienbildung beziehen. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass einige der dargestellten Studien zeitlich in die Anfänge und in den Verlauf der Pandemie fallen. Somit ist es teilweise nicht möglich, klar zu differenzieren, inwieweit der Stand der Digitalisierung in den einzelnen Bereichen entweder als Ausgangspunkt der Pandemie zu betrachten oder auf diese zurückzuführen ist.

Ausgangsbedingungen vor der Corona-Pandemie

Die Bestandsaufnahme im Rahmen der Evaluation der Familienleistungen in Nordrhein-Westfalen (November 2018 bis Dezember 2020) hat erstmalig umfassend den Status quo der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen abgebildet. Sie kommt insgesamt zu folgenden Ergebnissen (Prognos, 2020; Prognos, 2020a)¹:

- Zu den **Themen**, die Familien in NRW vorrangig beschäftigen, gehören insbesondere Beziehungs- und Erziehungsfragen, Kommunikation und Umgang untereinander in der Familie, Medienerziehung sowie Herausforderungen der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.
- **Rat und Information** zu familienbezogenen Themen holen Familien sich schwerpunktmäßig im Freundes- und Bekanntenkreis, im Internet sowie bei Erzieherinnen, Erziehern,

¹ Die vorangegangene Evaluation der familienbezogenen Leistungen des Landes NRW erfolgte von November 2018 bis Dezember 2020. Das bedeutet, dass die Corona-Krise zumindest die Untersuchungen ab März/April 2020 beeinflusst hat. Davon ausgehend ist es wahrscheinlich, dass die Pandemie diesbezüglich zu wesentlichen Veränderungen geführt hat. Konkrete Auswirkungen der Pandemie auf Strukturen, Rahmenbedingungen und Arbeitsweisen der Familienbildung werden jedoch erst im Rahmen dieser Anslussevaluation erhoben und sind den Ergebnissen in Kapitel 3 zu entnehmen.

Lehrerinnen und Lehrern. Seltener wenden sie sich an Beratungsstellen. Es scheint zudem einen Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau und der Breite der Informationssuche zu geben.

- **Die Bekanntheit von Angeboten** scheint ebenfalls einen Zusammenhang mit dem Bildungsniveau aufzuweisen, je höher das Bildungsniveau, desto bekannter sind Familienleistungen.
- Das **Angebot der Familienbildung** wird unter den Familienleistungen von den Familien am häufigsten wahrgenommen.
- **Unterschiede in den Lebenslagen** der Familien gehen mit Unterschieden in der Inanspruchnahme und Bekanntheit von Angeboten einher. Vergleichsweise selten werden Familienleistungen von Alleinerziehenden wahrgenommen, wenngleich diese in vielen Bereichen häufiger von Belastungen betroffen sind. Unpassende Öffnungszeiten und fehlende Kinderbetreuung gehören zu den Hinderungsgründen der Inanspruchnahme. Auch Eltern mit Migrationshintergrund sind Familienleistungen seltener bekannt, hier hindert sie der geringe Wissensstand zu den Angeboten an der Inanspruchnahme.
- Zu den **Themen der Familienbildung** gehören sämtliche Themen, die sich in den verschiedenen Lebensphasen (z. B. Übergang zur Elternschaft) und Lebensbereichen (z. B. Erziehung, Gesundheit und Bewegung, Vernetzung im Sozialraum) ergeben. Gesellschaftliche Herausforderungen (Interkulturalität, Medienkompetenz, Inklusion, Armutsprävention) sind ebenfalls thematische Bezugspunkte für die Arbeit in der Familienbildung. Mittelfristig erwarten die Familienbildungsstätten, dass die Nachfrage nach Themen, wie „Familienalltag und Digitalisierung“ und „Digitalisierung/E-Learning“ zunimmt.
- **Zielgruppen der Familienbildung** sind vorrangig Familien mit Klein- und Vorschulkindern. Die partnerschaftliche Arbeitsteilung junger Mütter und Väter scheint mit einer vermehrten Nachfrage nach Angeboten im ersten Lebensjahr einherzugehen, wenn die Elternzeit von Müttern und Vätern mehr Zeit für Bildungsangebote ermöglicht. Auch die Nachfrage nach Angeboten am Wochenende oder abends, mit begleitender Kinderbetreuung, spiegelt die veränderten zeitlichen Möglichkeiten von Familien wider.
- Mit Blick auf die **Öffentlichkeitsarbeit** erschwert fehlende Digitalisierung jedoch zunehmend einigen Zielgruppen den Zugang zu Familienbildung. Die Nutzerinnen und Nutzer kommen überwiegend durch Empfehlungen aus ihrem persönlichen Umfeld zur Familienbildung. Durch die Suche im Internet werden lediglich 10 Prozent der befragten Familien in NRW auf das Angebot aufmerksam.
- Die Familienbildung setzt vor allem auf **Honorarkräfte**, die als Kursleitungen einen Großteil der Bildungsarbeit leisten und die Angebote durchführen. Das Gewinnen von Honorarkräften gelingt den Familienbildungseinrichtungen aktuell unterschiedlich gut. Voraussichtlich wird sich der Pool potenzieller Honorarkräfte weiter verkleinern. Die Qualifizierung der Mitarbeitenden mit Fokus auf Digitalisierung ist insgesamt deutlich ausbaufähig.
- Zentrale **Finanzierungsgrundlage** der Familienbildung ist das Weiterbildungsgesetz. Weitere, freiwillige Förderungen des Landes unterstützen die Umsetzung von Bildungsmaßnahmen für bestimmte Zielgruppen. Daneben sind auch Teilnahmegebühren für einen Teil der Familienbildungsstätten ein essenzieller Baustein ihrer Finanzierung.
- Traditionell ist die Familienbildung zwischen Jugendhilfe und Erwachsenenbildung verortet. An dieser Schnittstelle kooperiert sie mit einer Vielzahl unterschiedlicher Einrichtungen und Institutionen. Besonders relevant ist die Kooperation mit zertifizierten Familienzentren. Darüber hinaus ermöglicht die **Zusammenarbeit und Vernetzung** mit den Familienzentren eine niedrigschwellige Ansprache von Familien.
- Die Mehrheit der Nutzerinnen und Nutzer von Familienleistungen schätzt die Angebote der Familienbildung als sehr hilfreich ein und würde sie Verwandten, Freunden oder Bekannten weiterempfehlen.

Dieser Überblick zeigt bereits zentrale Elemente der Familienbildung auf, die im Kontext von Digitalisierung potenziell relevant und zukunftssträftig sind. Dazu gehören die Themen der Familienbildung wie z. B. „Familienalltag und Digitalisierung“ und die Themen, die die Familien beschäftigen, wie Medienerziehung und Kommunikation. Des Weiteren das Informationsverhalten von Familien bezüglich des Internets, die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden und die Öffentlichkeitsarbeit der Einrichtungen. Die Bedeutung dieser digitalisierungsbezogenen Aspekte für die Familienbildung wird vor allem anhand des hohen Stellenwerts digitaler Medien im Familienalltag deutlich. Nachfolgend wird daher näher betrachtet, inwieweit die Mediennutzung das Familienleben heutzutage prägt.

Mediennutzung und Kommunikation im Familienalltag

Die Kommunikation über Messenger und Soziale Medien ist inzwischen fester Bestandteil der meisten Familien, so finden beispielsweise alltägliche Absprachen unter den Familienmitgliedern auch auf digitalem Wege statt. Sowohl Jugendliche als auch Eltern nutzen das Internet täglich oder mehrmals pro Woche zu den unterschiedlichsten Anlässen: Informieren, Einkaufen, Kommunizieren (Eggert, 2020). Durchschnittlich verbringen junge Menschen mehr als drei Stunden pro Tag im Internet (DJI, 2021). In diesem Kontext haben **Smartphones** eine besondere Bedeutung, da sie es grundsätzlich ermöglichen, jederzeit und von überall aus online zu gehen (Eggert, 2020; Neugebauer, 2018). Tiefergehende Daten hierzu liegen auf Basis der sogenannten miniKIM-Studie von 2014 vor. Im Rahmen dieser Studie wurden 623 Haupterziehende von Kindern im Alter zwischen zwei und fünf Jahren zum Medienumgang befragt. Laut dieser Studie findet sich in nahezu allen befragten Familien (mindestens) ein Computer und/oder Laptop sowie ein Handy und/oder Smartphone. Fast alle Haushalte (95 %) verfügen über einen Internetzugang (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2015). Die FIM-Studie von 2017, die sich insbesondere mit der **Mediennutzung** in Familien beschäftigt, kommt zum Teil zu noch höheren Anteilen. Hier wurden mittels einer repräsentativen Quotenstichprobe von Haushalten insgesamt 284 Familien mit einem oder mehreren Kindern zwischen drei und 19 Jahren befragt. Hiernach haben 71 Prozent der sechs bis 19-jährigen Kinder für sich allein oder im Zimmer für sich und die Geschwisterkinder ein Smartphone/Handy und 59 Prozent einen Internetzugang. Wobei die Anteile für die Altersgruppe der 12 bis 19-jährigen Kinder deutlich höher sind als bei den jüngeren Kindern. Bei der erstgenannten Gruppe verfügen 98 Prozent über ein Smartphone/Handy und 87 Prozent über einen **Internetzugang** (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2017).

Auch zeigen die Ergebnisse der FIM-Studie, dass der Umgang mit Medien und Medieninhalten weit verbreitet ist. 70 Prozent der Eltern nutzen täglich oder mehrmals pro Woche Social Media Angebote, 60 Prozent schauen täglich oder mehrmals pro Woche etwas im Internet nach. Von den 12 bis 19-jährigen nutzen 82 Prozent **Social Media** täglich oder mehrmals pro Woche und mehr als zwei Drittel schauen in dieser Häufigkeit etwas im Internet nach. Social Media und Internet werden jedoch nicht nur regelmäßig genutzt. So gehören Social Media-Plattformen wie Facebook, WhatsApp und Instagram sowie Informationen, die man über das Internet erfahren hat, für jeweils etwa ein Drittel der Eltern mindestens mehrmals die Woche zum familiären Gesprächsthema. Daneben prägen Smartphone, Social Media und das Internet auch die **Kommunikationswege** innerhalb der Familie sowie die **Organisation des Familienalltags**. Eltern führen vor allem mit den 12 bis 19-jährigen Kindern häufig Gespräche mit dem Smartphone oder über Textnachrichten, auch Bilder, Videos und Sprachnachrichten werden miteinander ausgetauscht. Smartphones bzw. Handys haben außerdem eine große Bedeutung für die Organisation des Familienalltags: 74 Prozent der Eltern finden Smartphone bzw. Handy für diesen Anlass sehr wichtig oder wichtig (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2017).

Aus diesen Ergebnissen lässt sich dreierlei für den Bedeutungszuwachs von Digitalisierung für die Familienbildung ableiten. Zum einen gehören die Kommunikation über Smartphones sowie die Mediennutzung zum Familienalltag. Damit die Familienbildung dem Alltag ihrer Hauptzielgruppe gerecht wird, scheint digitale Kommunikation unerlässlich. Zum anderen sind sämtliche Fragen, die mit der Mediennutzung zusammenhängen, Thema im Familienalltag und damit potenziell bildungsrelevant. Letztlich ist davon auszugehen, dass diese bis dato bereits zentrale Bedeutung der Digitalisierung für die Familienbildung inzwischen deutlich höher ausfallen dürfte, da die beschriebenen Studien vor der Pandemie durchgeführt wurden. Inwieweit die Digitalisierung allerdings tatsächlich in der täglichen Arbeit der Familienbildung Einzug hält bzw. bis zur Pandemie bereits Einzug hielt, wird im Folgenden näher betrachtet.

Stand der Digitalisierung in den Einrichtungen

Es ist davon auszugehen, dass die Pandemie den Digitalisierungsprozess in der Familienbildung beschleunigt hat. Fraglich ist, auf welche Voraussetzungen die pandemiebedingten Entwicklungen in den Familienbildungsstätten trafen. Tiefergehend wurden Digitalisierungsaspekte in einer Studie von Engels und Egloffstein² aus dem Jahr 2020 in der katholischen Erwachsenen- und Familienbildung in Nordrhein-Westfalen untersucht. Mit einem Fokus auf Digitalisierung wurden in der Befragung insbesondere Informationen zur technischen Infrastruktur, zur Qualifikation der Mitarbeitenden, zu den Angeboten der Einrichtungen und zur Einstellung der Mitarbeitenden erhoben.

Die Befragung kam zu dem Ergebnis, dass das Thema Digitalisierung für etwa 90 Prozent der Einrichtungen strategische Bedeutung hatte, jedoch nur zwei Einrichtungen bis dato über eine schriftliche **Digitalisierungsstrategie** verfügten. In mehr als zwei Dritteln der Einrichtungen wurden bereits Digitalisierungsprojekte durchgeführt. Von diesen wurden die meisten Projekte thematisch im Bereich Kommunikation/Interaktion realisiert. Darunter fielen Kategorien wie Videokonferenzen, Social Media und Öffentlichkeitsarbeit. Zu den Bildungsangeboten mit digitalen Anteilen gehörten Webinare, E-Learning- und Blended-Learning-Formate, Gesprächskreise und Themenabende. Außerdem ermöglichten fast neun von zehn Einrichtungen ihren Mitarbeitenden die Arbeit im **Homeoffice** (Engels / Egloffstein, 2020). In Bezug auf die letztgenannten Befunde ist zu berücksichtigen, dass die Befragung im Sommer 2020 stattgefunden hat. Aufgrund von pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen war es zu dieser Zeit in einigen Bereichen nicht möglich, in gewohnter Weise den Arbeitsplatz in Betriebsstätten und Büroräumen zu besetzen. Bildungsangebote konnten zeitweise kaum in Präsenz stattfinden und mussten daher in den digitalen Raum verlagert werden (Kapitel 2.2). Dies kann den hohen Anteil an Möglichkeiten zum Homeoffice erklären. Auch das breite Spektrum an unterschiedlichen **Formaten** mit Digitalisierungsanteil könnte zum Teil auf die pandemische Lage zurückzuführen sein. Gleichzeitig mangelte es den Ergebnissen zufolge jedoch jeder fünften Einrichtung an flächendeckendem W-LAN vor Ort (Engels / Egloffstein, 2020), was digitales Arbeiten mit Familien wiederum erschweren kann.

Ein Blick auf die Qualifizierung der Mitarbeitenden zeigt, dass circa ein Drittel der Einrichtungen über Mitarbeitende verfügte, die im Bereich der Digitalisierung speziell qualifiziert sind. Die jeweiligen **Qualifikationen der Mitarbeitenden** waren sehr unterschiedlich. Die Mitarbeitenden hatten sich zu verschiedenen Themen zum Teil im Studium, durch Fortbildungen, in der Ausbildung oder im Selbststudium weitergebildet. Darunter fielen etwa digitale Didaktik, digitale Kommunikation, Onlinemarketing, Content-Management-Systeme und Kursverwaltungsprogramme. Die Befragten

² Befragt wurden Leitungen und Mitarbeitende der Mitgliedseinrichtungen der LAG KEFB in NRW im Sommer 2020 in einer Onlineerhebung. Alle 75 Mitgliedseinrichtungen der LAG KEFB in NRW wurden kontaktiert. Insgesamt gab es 132 Antworten, die sich 42 unterschiedlichen Einrichtungen zuordnen lassen. Somit beträgt die Rücklaufquote in Bezug auf die Einrichtungen 56 Prozent. Unter den 132 Befragten waren 42 Leitungen und 90 Mitarbeitende dieser 42 Einrichtungen. Da diese Studie in die Anfangszeit der Pandemie in Deutschland fällt, ist eine klare Abgrenzung zwischen dem Stand der Digitalisierung vor und während der Pandemie nicht immer möglich.

hatten ihre **Kenntnisse und Fertigkeiten bezüglich IT und digitalen Medien** in einer Selbstbeurteilung per Schulnote im Mittel mit der Note „befriedigend“ eingeschätzt (Engels / Egloffstein, 2020). Dies könnte etwa damit in Zusammenhang stehen, dass insbesondere **Online- bzw. Videoberatungskompetenzen** in den klassischen Studiengängen Soziale Arbeit und Psychologie sowie in grundständigen Beratungsausbildungen bislang kaum vermittelt werden und der Schwerpunkt eher auf der Vermittlung technikbezogener Medienkompetenz liegt (Engelhardt, 2021).

Weiteren Aufschluss über die Bedeutung der Digitalisierung für die Familienbildung geben die Ergebnisse zur allgemeinen **Einstellung** der Mitarbeitenden in der Familienbildung **gegenüber Digitalisierung und Mediennutzung**. Die Befragten sahen in der Digitalisierung große Chancen für Wirtschaft und Gesellschaft sowie große Potenziale zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung. Die Befragten waren mehrheitlich offen für die Nutzung digitaler Medien, teilweise machte ihnen die Nutzung digitaler Medien Spaß und sie wollten digitale Medien intensiver nutzen. Zum Teil wurde allerdings auch davon ausgegangen, dass Digitalisierung zu beruflicher Mehrbelastung führt (Engels / Egloffstein, 2020).

Die Ergebnisse zeigen erste Auswirkungen der Pandemie auf die Familienbildung, z. B. zu erkennen an der Verbreitung von Homeoffice Möglichkeiten. Zugleich wird die Offenheit der Mitarbeitenden gegenüber der Digitalisierung und ihren Potenzialen erkennbar. Gleichzeitig wird mit Blick auf die Digitalisierung aber auch Ausbaupotenzial sichtbar, wie etwa bei übergreifenden Digitalisierungsstrategien und der Mitarbeiterqualifikation. Bis zum Beginn der Pandemie scheint kein übergeordneter systematischer Ansatz erkennbar. Auf diese Ausgangsbedingungen trafen nun die pandemiebedingten Maßnahmen. Zu welchen Entwicklungen dies führte, wird im Folgenden skizziert.

Coronabedingte Veränderungen

Für das professionelle Handeln und für die Wirksamkeit sozialer Arbeit gilt eine enge soziale Begleitung der Familien als grundlegend. Daneben wird körperliche Nähe als essenziell für die Beziehungsarbeit betrachtet (Meyer / Buschle, 2020). In dieser Hinsicht kam es jedoch im Zuge der Pandemie zu **vielfachen Einschränkungen und Veränderungen**. Die Ergebnisse einer bundesweiten, nicht-repräsentativen Fachkräftebefragung³ zur Corona-Pandemie und ihren Folgen für die Soziale Arbeit zu Beginn der Pandemie (April 2020) vermitteln einen ersten Eindruck über die vielfältigen coronabedingten Auswirkungen (Meyer / Buschle, 2020):

- **Eingeschränkter Zugang:** Knapp ein Drittel (29 %) der Befragten gab an, dass zum Zeitpunkt der Befragung nur Mitarbeitende die Einrichtung betreten durften, etwa ein Zehntel der Befragten (9 %) gab an, dass die Einrichtung ganz geschlossen war.
- **Übergang ins Homeoffice:** Zum Zeitpunkt des Ausbruchs der Pandemie waren bei noch zwei Dritteln der Befragten die technischen Möglichkeiten zur Arbeit im Homeoffice nicht vorhanden, zum Befragungszeitpunkt war bereits bei 60 Prozent der Befragten Homeoffice möglich. Lediglich ein Zehntel der Fachkräfte konnte das Homeoffice effektiv und vollumfänglich für die Erledigung der eigenen Aufgaben nutzen.
- **Anpassung der Kontaktaufnahme mit der Zielgruppe:** Insgesamt drei Viertel der Befragten hatten in den vergangenen sieben Tagen Kontakt zu ihrer Zielgruppe. Vor Ausbruch der Corona-Pandemie fanden Kontaktaufnahmen von Angesicht zu Angesicht, per Telefon sowie per E-Mail am häufigsten statt. Der Kontakt wurde zu Beginn der Pandemie am häufigsten per Telefon oder E-Mail gesucht. Häufiger gewählt wurden zudem die Optionen Videokonferenz und

³ Die Teilnehmenden setzen sich vor allem aus folgenden Berufsgruppen zusammen: Beschäftigte aus dem Bereich der Kinder- und Jugendbildung (z. B. KITAs, Schulsozialarbeit etc.), der Handlungsfelder Hilfen zur Erziehung (v. a. Heimerziehung, Sozialpädagogische Familienhilfe, Inobhutnahmestellen), der Sozialen Arbeit in Behörden (v. a. Allgemeiner Sozialer Dienst), der Sozialen Arbeit mit Menschen mit Behinderung, der Qualifizierung für die Soziale Arbeit sowie der Beratung (Meyer / Buschle, 2020).

Messenger. Diese Veränderung der Kontaktaufnahme zur Zielgruppe bewerten zwei Drittel der befragten Beschäftigten als problematisch. Die Abnahme des persönlichen Kontakts behindere die Einhaltung professioneller Standards und werde den betroffenen Menschen nicht gerecht.

- **Veränderung des Unterstützungsprozesses:** Gleichzeitig gab jeder fünfte Befragte an, dass in ihrer bzw. seiner Einrichtung Hilfeprozesse früher als üblich beendet wurden.
- **Zunahme der Nachfrage:** Insgesamt nahm rund ein Fünftel der Befragten eine verstärkte Nachfrage nach den Angeboten des eigenen Handlungsfeldes wahr.

Diese vor allem zu Beginn der Pandemie eingetretenen Veränderungen in der Sozialen Arbeit setzten sich zum Teil im weiteren Verlauf der Pandemie fort und **spiegeln sich auch in der Familienbildung wider**. Dort kam es durch die Pandemie teils zu weitreichenden Einschränkungen: Beispielsweise gab bei einer Online-Befragung der Familienbildung und -beratung in Bayern im Juni 2020 unter den befragten Familienbildungsstätten, Mütter- und Familienzentren und Familienstützpunkten mehr als die Hälfte an, dass im Mai 2020 keine Familien ihre Einrichtungen besuchen konnten. Der Wegfall von **Kurs- und Teilnahmegebühren**, die einen wesentlichen Teil der Finanzierungsgrundlagen bilden, wirkte sich für einen Teil der Familienbildungsstätten existenzkritisch aus (Lüken-Klaßen et al., 2021).

Der **Präsenzbetrieb** war auch in NRW eingeschränkt, erhöhter Aufwand kam durch Abstandsregeln und Hygienebedingungen hinzu und zum Teil kam es sogar zu Schließungen. Zur Unterstützung konnten Weiterbildungseinrichtungen mit pandemiebedingten Liquiditätsengpässen Billigkeitsleistungen gemäß § 53 Landeshaushaltsordnung NRW (LHO NRW) beantragen. Weitere Möglichkeiten zum Erhalt von Unterstützungsleistungen gab es je nach Betätigungsfeld (Kleemann-Göhring, 2023).

Die Zahl der **Bildungsveranstaltungen** in anerkannten Einrichtungen der Familienbildung sank auch in NRW im Kontext der Pandemie deutlich. Während 2019 noch circa 67.000 Veranstaltungen stattfanden, gab es 2020 mit etwa 42.500 Veranstaltungen schon deutlich weniger und 2021 mit ca. 37.500 nochmal etwas weniger. Parallel dazu sanken auch die Teilnahmefälle von 2019 mit ca. 870.000 Fällen im Jahr 2020 auf ca. 466.000 und 2021 auf ca. 392.500. Das abnehmende Bildungsangebot geht einher mit dem Rückgang neben-/freiberuflicher Mitarbeitender/Honorarkräfte. In der gemeinwohlorientierten Weiterbildung in NRW (ohne Differenzierung nach Einrichtungstyp) schwankte die Zahl der neben-/freiberuflichen Mitarbeitenden/Honorarkräfte in den Jahren vor der Pandemie (2017 bis 2019) noch zwischen etwa 73.500 und ca. 75.500. 2020 lag sie bei rund 61.000 und 2021 letztlich bei ca. 57.000 (Kleemann-Göhring, 2023).

Es ist anzunehmen, dass pandemiebedingt **Angebotsformate** der Familienbildung angepasst wurden. Von den Veranstaltungen anerkannter Einrichtungen der Familienbildung insgesamt fanden 2020 erst 5 Prozent digital oder digital unterstützt statt, 2021 waren es bereits 24 Prozent. Bei digitalen oder digital unterstützten Lernangeboten sieht die Entwicklung ähnlich aus. Für das Jahr 2020 geben **21 Prozent der Einrichtungen an, dass es keine digitalen oder digital unterstützte Lernangebote gibt. Im Jahr 2021 trifft dies nur noch auf drei Prozent der Einrichtungen zu**. Nach Angaben der Einrichtungen werden Veranstaltungen, Unterrichtsstunden und Teilnahmefälle im Jahr 2020 zu jeweils vier bis fünf Prozent digital oder digital unterstützt. 2021 sind schon je ein Fünftel bis ein Viertel der Veranstaltungen, Unterrichtsstunden und Teilnahmefälle digital unterstützt (Kleemann-Göhring, 2023).

Wenngleich Digitalisierung in der Familienbildung zwar bereits vor der Pandemie in einzelnen Bereichen relevant war, so wurden erst pandemiebedingt verstärkt Digitalisierungsprozesse angestoßen. Aus den bis hierhin genannten Ausgangsbedingungen vor und Veränderungen während der

Corona-Pandemie ergeben sich vielfältige **Digitalisierungspotenziale** für die Familienbildung. Dreier (2022) hat die Potenziale der Digitalisierung gemeinsam für die Familienbildung und -beratung im Rahmen einiger Thesen beschrieben. Die Kernaussagen seiner Ausführungen lassen sich wie folgt zusammenfassen und auf die Familienbildung herunterbrechen (Infobox):

i

Potenziale der Digitalisierung für Familienbildung und -beratung (nach Dreier 2022):

- **Angebotsvielfalt:** Zusätzlich zu Online-, Messenger- und Videoformaten oder hybriden Angeboten können themenspezifische Formate wie Blogs, Podcasts und Videos bzw. Webinare on demand angeboten werden.
- **Orts- und zeitunabhängige Erreichbarkeit:** Traditionelle Kommunikationskanäle lassen sich um digitale Kanäle erweitern. Onlineformate können zu jeder Tages- und Nachtzeit zur Verfügung stehen, Messenger können von überall aus per Chat und Video genutzt werden. Digitale Kontaktformulare ermöglichen eine direkte Eingabe von Anfragen über die Webseiten der Leistungsanbieter und Termine können online vereinbart und gebucht werden.
- **Verringerung des Verwaltungsaufwands:** Relevante Unterlagen für Veranstaltungen können per Smartphone fotografiert und über Messenger zeitnah und unkompliziert ausgetauscht werden.
- **Erweiterung aufsuchender Angebote:** Videoformate können in den häuslichen Kontext integriert werden. Das kann für die Familien beispielsweise lange Anfahrtswege einsparen.
- **Unterstützende Entscheidungsfindung:** Da sich viele Familien an Institutionen wenden, weil diese ihnen durch eine Person aus dem sozialen Umfeld empfohlen hat, können digitale Bewertungsportale insbesondere die Internetrecherche um wesentliche Informationen zu den Angeboten ergänzen.
- **Unterstützende Zielgruppenerreichung:** Social Media kann von den Zielgruppen flexibel und selbstbestimmt genutzt werden, sowohl zum Austausch, zur Information und für Unterhaltungen mit anderen Familien. So können Netzwerke entstehen, in denen bspw. Familien ihre Erfahrungen teilen und verbreiten können. Social Media-Präsenz ermöglicht es den Einrichtungen aktuelle Themen zu beobachten, über Kommentarfunktionen Informationen und Bewertungen einzuholen sowie niederschwellig Informationen bereitzustellen. Sie können Follower ihrer Seiten gezielt fragen, wober diese informiert werden wollen, themenspezifische Gruppen bereitstellen und über regelmäßige Posts Angebote und Veranstaltungen bewerben.

2.2 Re-Analysen vorhandener Datensätze

Zusätzlich zu den beschriebenen Erkenntnissen aus der Literatur können Re-Analysen vorhandener Datensätze Hinweise zum Stand der Digitalisierung der Familienbildung geben. Dafür wurden zwei Erhebungen herangezogen:

Die Evaluation der familienpolitischen Leistungen Nordrhein-Westfalen

- Erhebungsmodus: quantitative Befragung, online
- Zielgruppen: Leitungen/Ansprechpersonen in der Familienbildung
- Nettostichprobe: 101 abgeschlossene Fragebögen
- Erhebungszeitraum: Juli bis August 2019

Die Studie „Starke Familien: Bildungs- und Beratungsangebote im Spiegel der Lebenswirklichkeiten von Familien heute“

- Erhebungsmodus: quantitative Befragung, online
- Zielgruppen: Leitungen/Ansprechpersonen in der Familienbildung
- Nettostichprobe: 164 abgeschlossene Fragebögen
- Erhebungszeitraum: September bis Oktober 2020

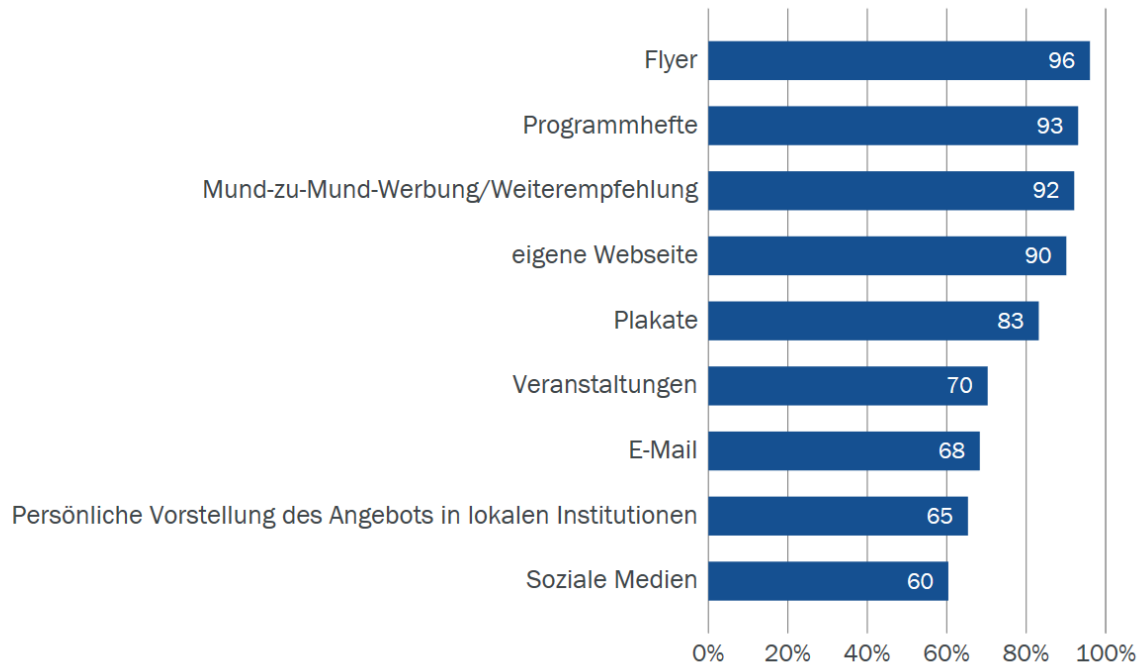
In beiden Befragungen wurden wenige Aspekte zu Digitalisierung erfasst. Die Re-Analysen des erstgenannten Datensatzes geben einen Einblick in die Ausgangssituation für die Digitalisierung der Familienbildung in NRW vor Beginn der Pandemie in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit. Die Auswertungen der bundesweiten Bestandsaufnahme mit einem Fokus auf den Familienbildungsstätten in NRW werfen einen Blick auf die pandemiebedingten Veränderungen der Angebotslandschaft.

Stand der Digitalisierung vor der Corona-Pandemie

Für die **Öffentlichkeitsarbeit** nutzten die Familienbildungsstätten in NRW neben papierbasierten Instrumenten bereits zu großen Teilen internetbasierte Instrumente. Neun von zehn Einrichtungen (90 %) verfügten über eine eigene Webseite, mehr als zwei Drittel (68 %) arbeiteten mit E-Mails. Immerhin mehr als die Hälfte der Einrichtungen betrieb vor der Pandemie Öffentlichkeitsarbeit über Soziale Medien (60 %). Nichtsdestotrotz wiesen Soziale Medien unter allen erfassten Instrumenten damit vor der Pandemie noch den geringsten Anteil auf. Da insbesondere die Mund-zu-Mund-Werbung/Weiterempfehlung mit 92 Prozent für die Familienbildung eine zentrale Rolle zu spielen scheint, deutet sich hier bereits Ausbaupotenzial für Soziale Medien an. Der hohe Anteil der Einrichtungen, die auf papierbasierte Öffentlichkeitsarbeit setzten (Flyer, Programmhefte, Plakate), sollte nicht außer Acht gelassen werden (Abbildung 1). Diese Form der Öffentlichkeitsarbeit war bis dato insgesamt am weitesten verbreitet.

Abbildung 1: Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit in der Familienbildung NRW vor der Pandemie

Frage: „Welche Mittel setzen Sie für die Öffentlichkeitsarbeit und zum Marketing Ihrer Angebote ein?“



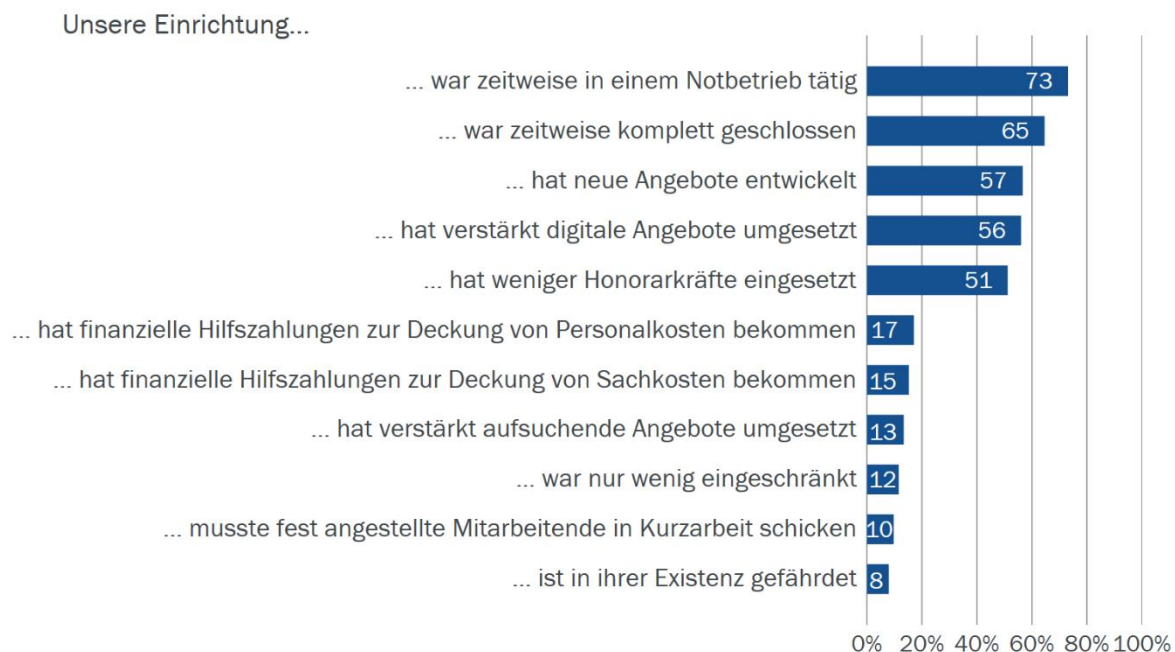
Quelle: Evaluation der Familienbildung (2020). Online-Befragung der Familienbildungsstätten des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n= 101.

Angebotsentwicklung während der Corona-Pandemie

Die Online-Befragung der Familienbildungsstätten fand zu Beginn der Pandemie statt und zeigt die unmittelbaren Auswirkungen der Pandemie, wie sich an den hohen Anteilen an Einrichtungen erkennen lässt, die zeitweise in den Notbetrieb übergingen und komplett schließen mussten. Dem entsprechend reagierten die Einrichtungen mit **personellen Veränderungen**. Etwa die Hälfte der Familienbildungsstätten (52 %) hat weniger Honorarkräfte eingesetzt. Veränderungen zeigten sich auch bei den Angeboten. Insgesamt gab jeweils mehr als die Hälfte der Einrichtungen (56 %) an, dass sie während der Pandemie **verstärkt digitale Angebote** umsetzten oder sogar, dass sie neue Angebote entwickelten (57 %). Eine verstärkte Umsetzung aufsuchender Angebote meldeten 13 Prozent der Einrichtungen (Abbildung 2). Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt schien NRW in dieser Hinsicht jedoch etwas weniger aktiv. Bundesweit gaben rund 65 Prozent der Einrichtungen an, neue Angebote entwickelt und 21 Prozent, verstärkt aufsuchende Angebote umgesetzt zu haben (ohne Abbildung). Dennoch bestätigen diese Ergebnisse die bisherigen Befunde zur Veränderung der Angebote hin zu digitalen Formaten sowie zum Rückgang der Honorarkräfte (siehe Kapitel 2.1).

Abbildung 2: Veränderungen durch pandemiebedingte Beschränkungen

Frage: „Im Folgenden geht es um die Corona-Pandemie und die Auswirkungen während und nach der Phase der Beschränkungen. Was davon trifft auf Ihre Einrichtung zu?“ (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Befragung der Einrichtungen der Familienbildung und Familienberatung (2020); Auswertung bezieht sich ausschließlich auf Einrichtungen der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n= 164.

Die Ergebnisse zur **Entwicklung der Angebotsformate** bestätigen die bisherigen Erkenntnisse (Kapitel 2.1). Die kurzfristige Einrichtung von Hotlines und Telefonsprechstunden zeigt sich entlang der Befragungsergebnisse deutlich. 52 Prozent der Einrichtungen führten die individuelle Telefonberatung ein oder bauten diese aus. Für mehr als ein Drittel der Einrichtungen (36 %) trifft dies auf Krisenhotlines zu (Abbildung 3).

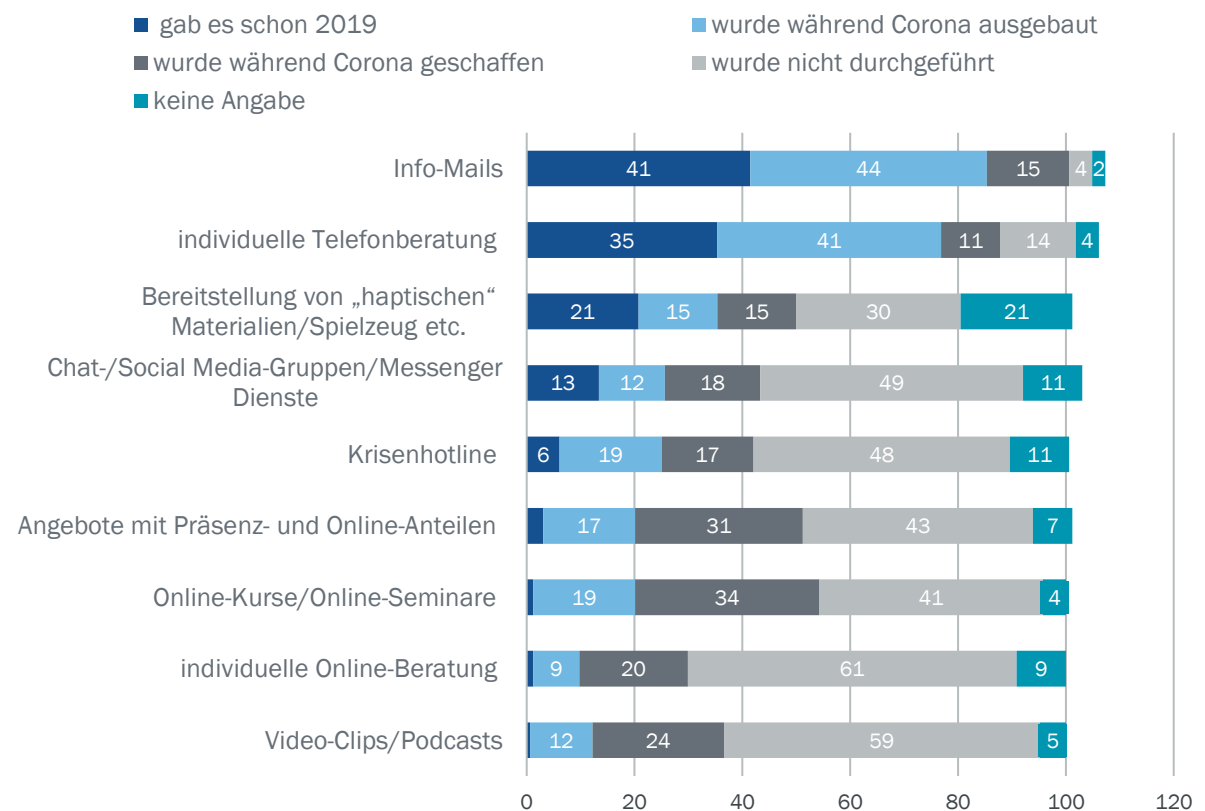
Daneben zeigten sich im Zuge der Pandemie in der Familienbildung erkennbare **Veränderungen im Kontext von Sozialen Medien und Kommunikationswegen**. Knapp ein Fünftel der Einrichtungen (18 %) schaffte neue Chat-/Social Media-Gruppen/Messenger Dienste, 12 Prozent bauten diese in ihren Einrichtungen bereits bestehenden Angebotsformate weiter aus. Info-Mails wurden in 59 Prozent der Einrichtungen erst während der Pandemie geschaffen oder ausgebaut. Weitreichendere Veränderungen ergaben sich mit Blick auf Online-Kurse/Online-Seminare, hier richteten mehr als die Hälfte der Einrichtungen (53 %) dieses Angebotsformat neu ein oder bauten bestehende Formate aus. Auch Angebotsformate wie Video-Clips/Podcasts (36%), hybride Angebotsformate (48 %) waren sichtbar von diesen Entwicklungen betroffen (Abbildung 3).

Diese erkennbaren Veränderungen sollten nicht darüber hinwegtäuschen, dass viele Einrichtungen zu Beginn der Pandemie keine unmittelbare Einrichtung digitaler Formate vornahmen. Chat-/Social Media-Gruppen/Messenger Dienste, Angebote mit Präsenz- und Online-Anteilen, Online-Kurse/Seminare und Video-Clips/Podcasts wurden jeweils in mindestens vier von zehn Einrichtungen zu Beginn der Pandemie nicht angeboten bzw. durchgeführt. Vieles davon gab es 2019 in den meisten Einrichtungen noch gar nicht (Abbildung 3). Das bedeutet, dass einige Einrichtungen zu Beginn der

Pandemie möglicherweise digital nicht ausreichend aufgestellt waren, um den Herausforderungen dieser Krise begegnen zu können.

Abbildung 3: Entwicklung der Angebotsformate während der Corona-Pandemie

Frage: „Inwieweit zeigen sich Einflüsse der Corona-Pandemie auf die Angebotsformate Ihrer Einrichtung?“ (Mehrfachnennungen teilweise möglich)



Quelle: Befragung der Einrichtungen der Familienbildung und Familienberatung (2020); Auswertung bezieht sich ausschließlich auf Einrichtungen der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=164.

Insgesamt wirkten sich die Veränderungen durch pandemiebedingte Beschränkungen auf die Erreichung der Zielgruppen aus. Mindestens zeitweise ist von einer schlechteren Erreichbarkeit durch vollständige Schließungen und Notbetriebe auszugehen. Durch die Entwicklungen und Anpassungen bei den Angebotsformaten hin zu mehr digitalen Angeboten bemühte sich die Familienbildung dennoch den Zugang zu Angeboten für die Familien weiterhin zu gewährleisten.

2.3 Fazit

In der Familienbildung spielt Digitalisierung in der Arbeit mit Familien nicht erst seit der Corona-Pandemie eine Rolle. Das Thema Medienkompetenz innerhalb der Familie zwischen Kindern und Eltern ist längst ein Erziehungsthema geworden. Das Thema Öffentlichkeitsarbeit in der digitalen Welt hat auch deshalb an Bedeutung gewonnen, weil ein Großteil der Familien mit Smartphones und Laptops über das Internet auf Social Media unterwegs ist. Die Mitarbeitenden der

Familienbildung stehen der Digitalisierung grundsätzlich offen gegenüber, schätzen ihre Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien jedoch eher durchschnittlich ein. Bis zum Beginn der Pandemie gab es bereits Einrichtungen, die digital aktiv waren. Einiges deutet jedoch daraufhin, dass die meisten Einrichtungen vor allem erst durch die Pandemie einen Digitalisierungsschub erlebt haben.

Dass es im Zuge der **Pandemie** zu einem **spürbaren Bedeutungszuwachs von Aspekten der Digitalisierung** und einer **Veränderung der Angebotslandschaft** kam, zeigen Literaturanalyse sowie die Re-Analysen deutlich. Viele internetbasierte Formate wurden im Zuge der Pandemie gänzlich neu geschaffen oder sichtbar ausgebaut. Diese kurzfristigen Veränderungen weisen auf vielfältige Herausforderungen hin, denen sich die Familienbildung insbesondere zu Beginn der Pandemie gegenüber sah. Dabei rücken verschiedene Faktoren in den Fokus, die sich mutmaßlich darauf auswirken, wie gut die Einrichtungen die (zukünftigen) digitalen Herausforderungen bewältigen. Dazu gehören zum einen die Bedingungen in den Familienbildungsstätten, wie z. B. die technische Ausstattung der Einrichtungen als Voraussetzung für digitales Arbeiten, die Mitarbeitenden Qualifikation, der Wissensstand und die Kompetenzen der Mitarbeitenden im Kontext von Digitalisierung. Außerdem die Unterschiede zwischen haupt- und nebenamtlich Beschäftigten und die Einstellung insbesondere gegenüber digitalen Angeboten. Zum anderen die verschiedenen Tätigkeitsbereiche und -schwerpunkte der Bildungsfachkräfte, wie z. B. die Konzeptionierung und Umsetzung digitaler Angebote sowie deren Eignung und Bedeutung für Arbeit mit den Familien. Des Weiteren die Erreichbarkeit der Zielgruppen mit digitalen Angeboten und digitale Kommunikationsformen, insbesondere mit Blick auf die Öffentlichkeitsarbeit. Diese Aspekte bilden die Grundlage für die Ausgestaltung der Leistungs- und Fachkräftebefragungen (siehe Kapitel 4).

3 Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Familienbildung

Wie hat sich die Corona-Pandemie auf die Familienbildung in NRW ausgewirkt? Welche Herausforderungen hat sie mit sich gebracht und welche Chancen haben sich daraus ergeben? Auf diese und weitere Fragen gibt das folgende Kapitel Antworten. Grundlage dafür sind verschiedene Datenerhebungen, die für die Anslussevaluation durchgeführt wurden.

i

Eckdaten der Erhebungen

Die Ergebnisse der **Einrichtungsbefragung** basieren auf 51 abgeschlossenen Fragebögen, die von Leitungen/Ansprechpersonen in der Familienbildung bearbeitet wurden. Mehrheitlich sind die Einrichtungen katholischen und evangelischen Trägern zuzuordnen. Daneben sind noch Einrichtungen der AWO, des Paritätischen, des Deutschen Roten Kreuzes und aus freier Trägerschaft vertreten. Die Mehrheit der befragten Einrichtungen stammt aus den Regierungsbezirken Düsseldorf und Köln. Aus den Regierungsbezirken Münster, Detmold und Arnsberg sind etwa ein Drittel der befragten Einrichtungen

vertreten. Die befragten Einrichtungen sind zum Großteil (67 %) im städtischen Raum angesiedelt.

An der **Fachkräftebefragung** haben insgesamt 182 Fachkräfte der Familienbildung teilgenommen. Die Befragten sind zumeist als Honorarkräfte/nebenberuflich tätig (npM), 22 Prozent sind hauptamtlich tätig. Aufgrund des hohen Anteils an npM fallen unter die Befragten hauptsächlich Personen, die 19 Stunden pro Woche oder weniger arbeiten (75 %). Lediglich neun Prozent der Befragten arbeiten 37 Stunden oder mehr pro Woche. Die Mehrheit der befragten Fachkräfte ist weiblich (83 %). Fast die Hälfte der befragten Fachkräfte ist zwischen 46 und 60 Jahre alt (45 %), unter 30 Jahren sind sechs Prozent. Die befragten Fachkräfte stammen überwiegend aus Einrichtungen im städtischen Raum.

Die **Befragung von Nutzerinnen und Nutzern** von Angeboten der Familienbildung basiert auf 338 abgeschlossenen Fragebögen. Die Befragten sind hauptsächlich weiblich (87 %). Sie befinden sich zu 58 Prozent in einem Alter von 30 bis 45 Jahren. Rund ein Drittel ist 46 bis 60 Jahre alt oder älter als 60. Weniger als 10 Prozent sind unter 30 Jahre. Es handelt sich mehrheitlich um verheiratete oder in Partnerschaft lebende Personen mit Kind/ern im Haushalt. Alleinerziehende machen rund sechs Prozent der Befragten aus. 80 Prozent der befragten Nutzerinnen und Nutzer sprechen im Haushalt hauptsächlich deutsch, 20 Prozent sprechen hauptsächlich eine andere Sprache als deutsch.

Zusätzlich zu diesen Befragungen wurden **qualitative Untersuchungsmethoden**, u. a. Fokusgruppen und Interviews, eingesetzt.

3.1 Veränderungen bei der technischen Ausstattung und digitalen Angeboten

Die Pandemie hat die technische Ausstattung in den Familienbildungsstätten nachweislich befördert. Fast alle Einrichtungen (96 %) nehmen mindestens eine leichte oder gar eine **deutliche Verbesserung ihrer technischen Ausstattung** im Vergleich zum Zeitraum vor der Corona-Pandemie wahr. Eine leichte oder deutliche Verbesserung wird dabei jeweils von einem Großteil des Leitungspersonals sowohl für die Durchführung von Videokonferenzen als auch für die von Online-Kursen **in den Räumlichkeiten der Einrichtungen** wahrgenommen (92 % und 88 %) (Abbildung 4).

Die **Verbesserung der technischen Ausstattung** zeigt sich nicht nur in den Einrichtungen selbst, sondern auch bei der Ausstattung **der Mitarbeitenden zuhause**, insbesondere bei den hauptamtlichen Mitarbeitenden (hpM). Auch hier sehen die Einrichtungen in den meisten Fällen deutliche Verbesserungen. Des Weiteren ist zu erkennen, dass sich zwar auch zuhause bei den Honorarkräften/nebenamtlichen Mitarbeitenden (npM) die technische Ausstattung größtenteils verbessert hat, jedoch weniger als bei den hpM. Jeweils ca. ein Viertel der Einrichtungen (26 % und 24 %) gibt an, dass die technische Ausstattung für Videokonferenzen und Online-Kurse bei den npM etwa gleichgeblieben ist (Abbildung 4).

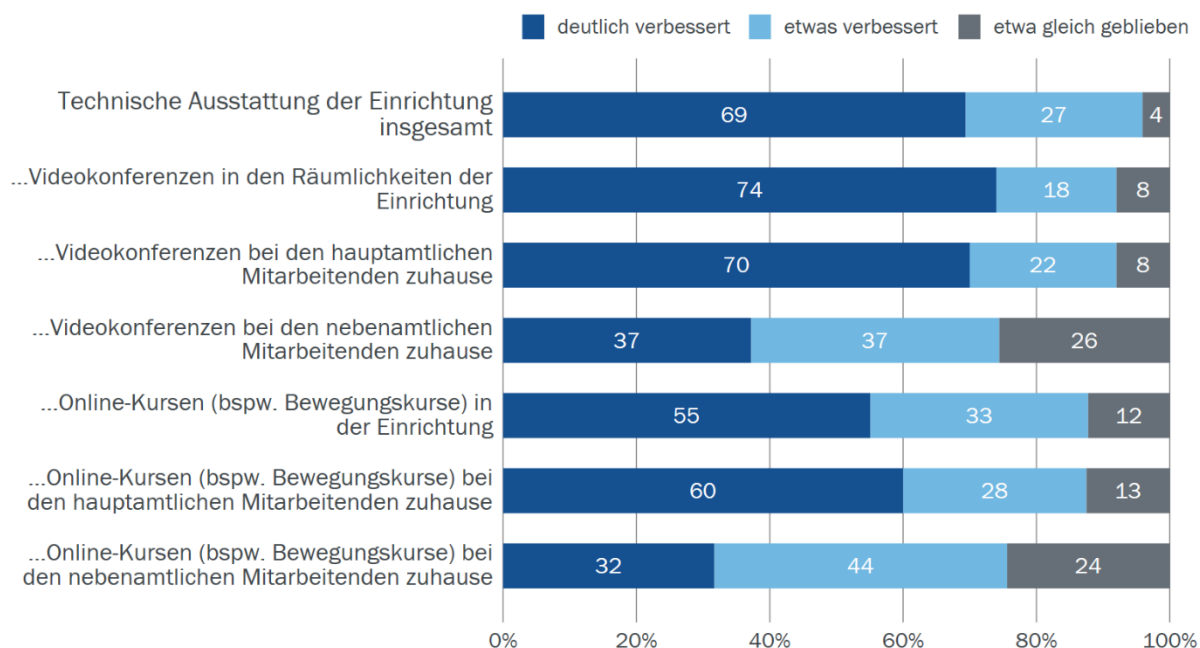
Für die Unterschiede zwischen hpM und npM gibt es mehrere Erklärungsansätze. Zum einen gab es vermutlich aufgrund des Rückgangs von Veranstaltungen und frei-/nebenberuflichem Personal

durch Pandemie seltener Anlässe die technische Ausstattung hier zu verbessern. Zum anderen liegt es nahe, dass npM im Rahmen ihrer Selbstständigkeit häufiger mit privaten Geräten arbeiten als hpM (siehe hierzu auch Kapitel 4.3.1). Deshalb werden sie sich wahrscheinlich selbst um ihre Ausstattung kümmern (müssen).

Auffällig ist außerdem, dass für die Durchführung der Videokonferenzen häufiger eine deutliche Verbesserung gesehen wird als für die Durchführung von Online-Kursen. Für Online-Kurse fallen die Anteile derjenigen, die angeben, dass sich die technische Ausstattung etwas verbessert hat, höher aus als die für Videokonferenzen (Abbildung 4). Hintergrund für diese Unterschiede könnte sein, dass für die Durchführung von Online-Kursen gegenüber Videokonferenzen spezifisches technisches Equipment benötigt wird. Beispielsweise kann für Bewegungskurse eine mobile Webcam erforderlich sein, um den Raum entsprechend erfassen zu können. Diese Ausstattung gehört nicht zwingend zum Standard bei der Verbesserung der Ausstattung.

Abbildung 4: Veränderungen der technischen Ausstattung seit Beginn der Corona-Pandemie⁴

Frage: „Alles in Allem: Inwieweit hat sich die technische Ausstattung Ihrer Einrichtung im Vergleich zu der Situation vor der Corona-Pandemie verändert?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=49.

Die pandemiebedingten Veränderungen der technischen Ausstattung gehen mit einer **Zunahme des digitalen Angebots in den Familienbildungsstätten** einher. Immerhin drei Viertel der

⁴ Den befragten Einrichtungsleitungen standen insgesamt sechs Antwortmöglichkeiten zur Verfügung (deutlich verbessert, etwas verbessert, etwa gleichgeblieben, etwas verschlechtert, deutlich verschlechtert, keine Angabe). Die Antwortmöglichkeiten „etwas verschlechtert“ und „deutlich verschlechtert“ wurden von keiner der befragten Einrichtungsleitungen ausgewählt und erscheinen daher nicht in der Abbildung.

Einrichtungen (75 %) geben an, dass sie ihre digitalen Angebote seitdem stark ausgebaut haben (ohne Abbildung). In der Fokusgruppe mit den Spitzenverbänden wurde zudem berichtet, die pandemiebedingten Einschränkungen hätten zu kreativen Ideen für digitale und hybride Formate geführt. Auch die Einrichtungsleitungen und Fachkräfte berichteten in der Fokusgruppe, dass die Umstellung durchaus dazu geführt hat, dass neue Ansätze ausprobiert wurden. Als Beispiele wurde unter anderem genannt, dass digitale Formate die Möglichkeit bieten, auch überregional mit Dozentinnen und Dozenten zusammenzuarbeiten oder Kooperationen zu pflegen. Die Frage ist, ob es sich hierbei um eine vorübergehende Anpassungsreaktion handelt oder ob sich diese Entwicklung langfristig verstetigen wird. Hinweise darauf liefert die Fachkräftebefragung. Mehr als zwei Drittel der Mitarbeitenden (72 %) geben an, dass die Familien in Zeiten der Kontaktbeschränkungen sehr dankbar für die **Verfügbarkeit von Online-Angeboten** gewesen seien. Jedoch stimmt immerhin die Hälfte der Mitarbeitenden (51 %) auch der Aussage (eher) zu, dass das **Interesse an Online-Angeboten mit Ende der Kontaktbeschränkungen spürbar abgenommen** habe (ohne Abbildung). Diese Einschätzung wurde auch von einem Großteil der an der Fokusgruppe teilnehmenden Einrichtungsleitungen und Fachkräften vertreten. Einige der Teilnehmenden berichteten, dass sie gerade in der ersten Zeit nach den Kontaktbeschränkungen eine hohe Nachfrage nach Präsenzangeboten gesehen haben. Hier wurde von einer gewissen „Online-Müdigkeit“ bei den Familien berichtet, die sich nach den digitalen Angeboten wieder einen persönlichen Austausch wünschen.

Dies deutet daraufhin, dass Online-Angebote zwar während der Pandemie eine wichtige Unterstützung waren, jedoch für die Familien nicht grundsätzlich zu einem Ersatz für Präsenzangebote geworden sind. In den Kurzinterviews mit den Familien wurde dieser Aspekt ebenfalls seitens der Interviewpartner aufgegriffen. Demnach seien Online-Angebote, insbesondere während der Pandemie sehr wichtig gewesen, um nicht gänzlich auf eine Teilnahme verzichten zu müssen. Unter den Befragten wurde jedoch auch die Ansicht vertreten, dass die Möglichkeit, die Kurse nun wieder in Präsenz wahrnehmen zu können, Online-Angeboten vorzuziehen sei.

3.2 Personalsituation

Im Gegensatz zu den positiven Auswirkungen der Pandemie auf die technische Ausstattung und den Ausbau digitaler Angebote verschlechterte sich hingegen die ohnehin schon angespannte Personalsituation in den Familienbildungsstätten (Kapitel 2.1). Besonders hiervon betroffen ist der Personalstamm der npM. Fast drei Viertel der Einrichtungen (74 %) geben an, dass die **Anzahl der npM (stark) gesunken** sei. Lediglich etwa zwei von zehn Einrichtungen (22 %) berichten einen gleichgebliebenen Personalstamm unter den npM. Das kann daran liegen, dass insbesondere Selbstständige aufgrund von gesetzlichen Vorgaben der Corona-Pandemie ihre Tätigkeit in dieser Zeit einstellten oder reduzierten (WSI, 2021). Selbstständige tragen ihr eigenes Unternehmensrisiko, weshalb die mit den gesetzlichen Vorgaben einhergehenden Einkommensverluste auch dazu führten, dass einige bis dato Selbstständige diese Erwerbsform gänzlich aufgaben. Frauen waren von dieser Entwicklung deutlich häufiger betroffen als Männer (DIW, 2021). Diese finanzielle Unsicherheit wird auch in der Fokusgruppe mit den Spitzenverbänden als Grund für den Rückgang der Honorarkräfte genannt. Daneben weisen die Spitzenverbände daraufhin, dass Frauen heutzutage nach Elternzeit/Mutterschutz schneller wieder ihre Berufstätigkeit aufnehmen würden und dann nicht mehr als Honorarkräfte zur Verfügung stünden.

Der Personalstamm der npM in Familienbildungsstätten ist dementsprechend gleich in mehrfacher Hinsicht betroffen. Die selbstständigen npM sind mehrheitlich weiblich und zumeist für die Durchführung von Kursangeboten zuständig. Der pandemiebedingte Ausfall von Kursangeboten trifft diese Berufsgruppe daher besonders stark und damit auch die Personalstruktur der Familienbildung.

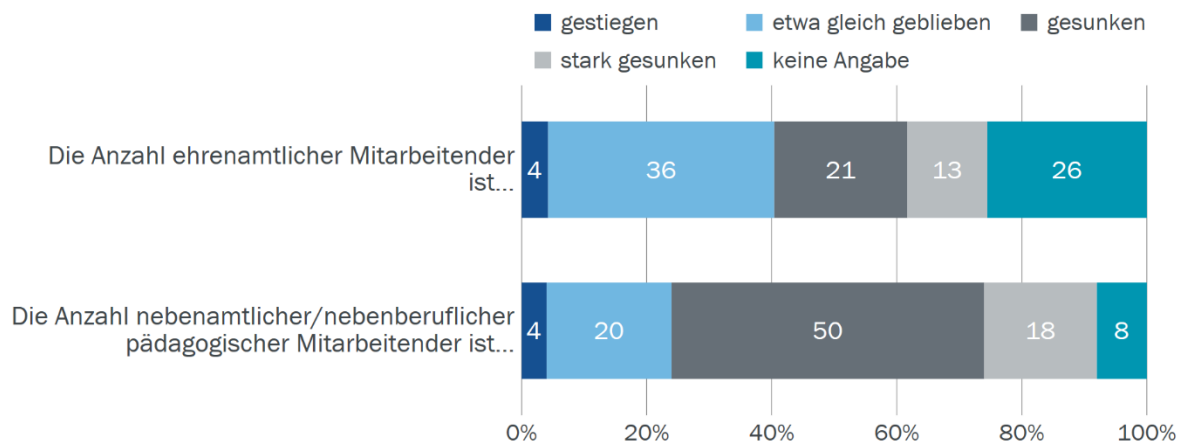
In der Einrichtungsbefragung wurde auch gefragt, ob die Ursache für den Verlust nebenamtlicher Fachkräfte mit der Umstellung auf die Durchführung digitaler Angebote in Zusammenhang steht. Die Einrichtungen machen hierzu unterschiedliche Angaben. Beispielsweise stimmen 16 Prozent der Einrichtungen dieser Hypothese zu, während rund 22 Prozent dem nicht zustimmen. Der Großteil der Einrichtungen stimmt dem teilweise oder (eher) (nicht) zu (51 %). Knapp 12 Prozent können dies nicht beurteilen (ohne Abbildung). Das zeigt, dass die Erfahrungen der Einrichtungen hier stark auseinandergehen. Möglicherweise spielen hier eine Reihe von Faktoren eine Rolle. Vor der Pandemie digital eher unzureichend aufgestellte Einrichtungen und demgemäß eher geringe Erfahrungen der Mitarbeitenden mit digitalen Angeboten, könnten den Rückgang von npM beeinflusst haben. Je nachdem, welche inhaltlichen Angebote und Formate (u. a. Infoveranstaltungen, Seminare) die jeweilige Einrichtung schwerpunktmäßig vorgehalten hat, dürfte der Umstieg auf digitale Angebote mehr oder weniger einfach gewesen sein. Nebenamtliche, die bis zur Pandemie Angebote vorgehalten haben, die sich als digitales Angebot kaum eigneten, könnten von den pandemischen Entwicklungen besonders benachteiligt gewesen sein.

Die **Anzahl der ehrenamtlichen Mitarbeitenden** ist in fast der Hälfte der Einrichtungen (46 %) **(stark) gesunken**, in knapp der anderen Hälfte der befragten Einrichtungen (49 %) hat sie sich stabil gehalten. Ein Anstieg der neben- und ehrenamtlich tätigen Mitarbeitenden kommt nur vereinzelt vor und scheint damit eher eine Ausnahme darzustellen (Abbildung 5). Ehrenamtliche, die in der Regel kaum bis gar nicht vergütet werden, haben keinen finanziellen Nachteil, wenn sie ihre Tätigkeit in der Familienbildungsstätte (vorübergehend) beenden. Für sie stellt die Pandemie wahrscheinlich eher eine Unterbrechung dar, statt eine Beendigung, weshalb ihnen eine Rückkehr weniger erschwert wird, als den npM. Das könnte erklären, weshalb die Anzahl der ehrenamtlichen Mitarbeitenden weniger stark gesunken ist als die der npM. Für einige Einrichtungen ist es dennoch ungünstig, wenn sowohl auf Seiten der Ehrenamtlichen als auch auf Seiten der npM Rückgänge zu verzeichnen sind.

Zusammengefasst hat die **Pandemie einen einschneidenden Einfluss auf die Personalsituation in den Familienbildungsstätten in NRW** gehabt und die ohnehin bereits angespannte Personalsituation weiter verschärft. Dies zeigt sich an der Situation der nebenamtlich Beschäftigten besonders deutlich. In den Fokusgruppen wurde jedoch auch auf die Zunahme von Belastungen durch die Pandemie auf die hauptamtlich beschäftigten Fachkräfte in den Einrichtungen hingewiesen. Die Fachkräfte waren nicht nur als Privatpersonen den Belastungen der Corona-Pandemie ausgesetzt, sondern erlebten häufig auch die notwendigen Umstellungen in den Einrichtungen als herausfordernd und belastend. Insgesamt wurde von einer Arbeitsverdichtung und einer Zunahme von Stress berichtet.

Abbildung 5: Veränderungen der Personalsituation seit Beginn der Corona-Pandemie

Frage: „Wie hat sich der Personalstamm Ihrer nebenamtlichen und ehrenamtlichen Mitarbeitenden seit Beginn der Corona-Pandemie verändert?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=50.

3.3 Zielgruppenerreichung und Öffentlichkeitsarbeit

Durch die **pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen** kam es vor allem **während der Hochphase der Pandemie** beim Zugang zur Familienbildung zu **deutlichen Einschränkungen**. Diese Entwicklungen wurden auch im Rahmen der Erhebungen erfasst. Es ist jedoch bei Betrachtung der folgenden Ergebnisse zu berücksichtigen, dass die verschiedenen Zielgruppen in den unterschiedlichen Einrichtungen nicht gleichermaßen stark vertreten sind. Das zeigt sich unter anderem daran, dass es zum Teil recht hohen Anteile an Einrichtungen (>40 %) gibt, die angeben, dass die Erreichbarkeit spezifischer Zielgruppen nicht beurteilt werden könne. Dies betrifft die folgenden Zielgruppen⁵ besonders: Scheidungs- und Patchworkfamilien, Familien mit Kindern in der Pubertät, Regenbogenfamilien und -paare, queere Menschen im Allgemeinen, Kinder und Jugendliche ohne direkte Beteiligung der Eltern, Familien mit suchterkrankten Familienmitgliedern sowie Adoptiv- und Pflegefamilien (Abbildung 6). Bei dieser Aufzählung handelt es sich um Zielgruppen, von denen ohnehin eher eine geringe Nachfrage ausgeht und für die wenig spezifische Angebote vorgehalten werden (siehe hierzu auch Prognos, 2020)⁶.

Nichtsdestoweniger geben von den Einrichtungen, die eine Veränderung der Zielgruppenerreichung beurteilen konnten, jeweils die meisten eine schlechtere Erreichbarkeit dieser Zielgruppen während der Hochphase der Pandemie an. Für die meisten anderen Zielgruppen gibt mindestens jeweils knapp die Hälfte der Einrichtungen (48 %) an, dass diese Zielgruppen zeitweise schlechter erreicht werden konnten. Die Pandemie hat demzufolge **zielgruppenübergreifend erhebliche Auswirkungen auf die Erreichbarkeit** mit sich gebracht.

Aus Sicht der Einrichtungen waren **einige Zielgruppen zweitweise besonders stark von schlechter Erreichbarkeit betroffen**. Darunter Großeltern mit Enkeln, Familien mit Vorschulkindern und mit Säuglingen, Familien mit Migrationshintergrund und Familien mit Kindern unter drei Jahren.

⁵ Zwischen den verschiedenen abgefragten Zielgruppen gibt es zum Teil Überschneidungen.

⁶ In Prognos, 2020 Angebot und (gedeckte) Nachfrage nach Angeboten für Zielgruppen (Abbildung 34).

Hier geben jeweils rund zwei Drittel bis knapp drei Viertel der Einrichtungen (65 % bis 78 %) zeitweise schlechtere Erreichbarkeit an. Dies zeigt zum einen, dass vor allem **Familien mit jüngeren Kindern besonders von den Einschränkungen betroffen** waren. Zurückführen lässt sich dies beispielsweise darauf, dass viele Familien sich neuen Herausforderungen gegenübersehen und schlichtweg mit zeitlichen und organisatorischen Problemen zu kämpfen hatten. Durch Schul- und Kitaschließungen sowie weggefallenen Betreuungsmöglichkeiten mussten Eltern sich oft neben bzw. während ihrer Arbeitszeit selbst um die Betreuung ihrer Kinder kümmern (BMFSFJ, 2020).

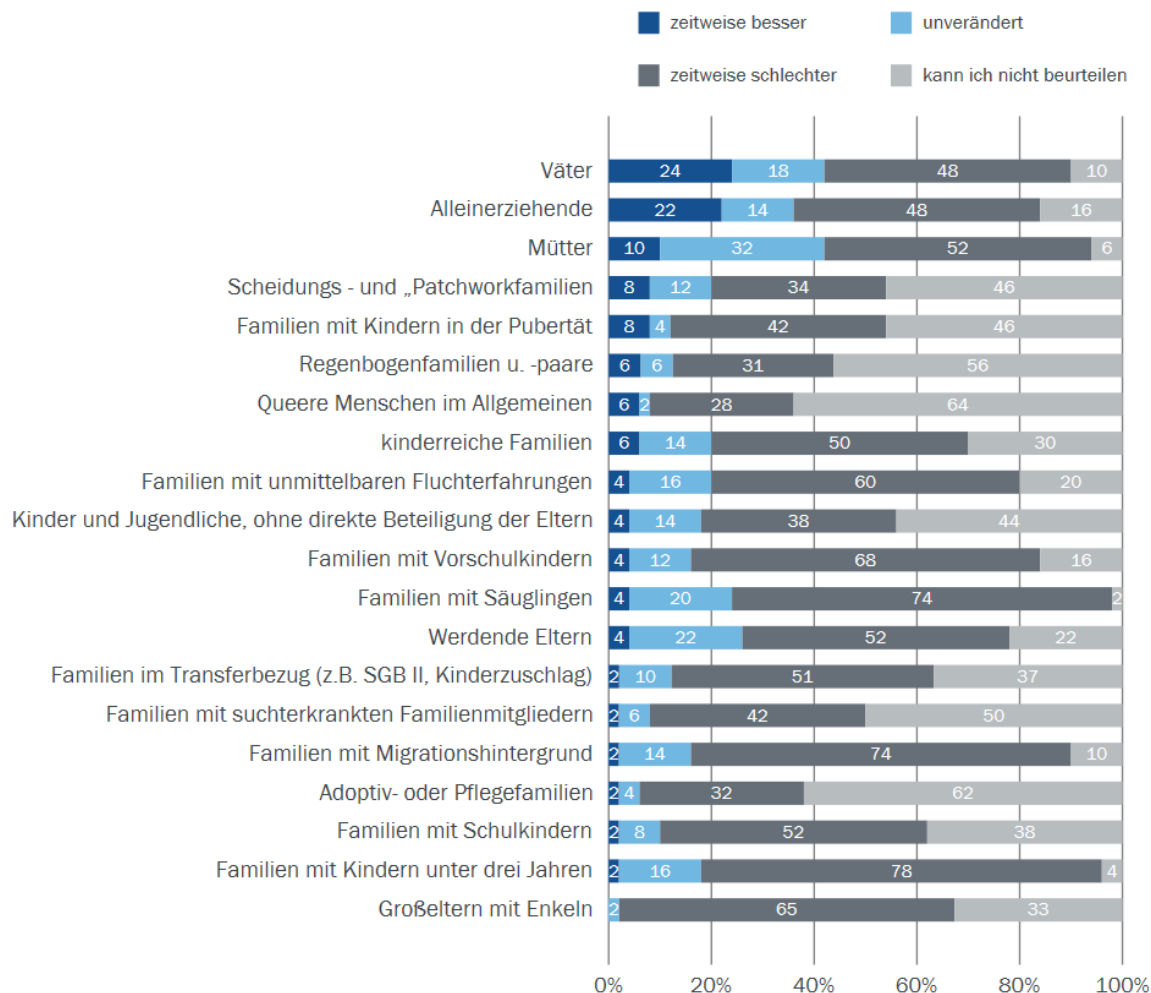
Zum anderen zeigt sich, dass **Zielgruppen mit spezifischen Merkmalen, wie Migrationshintergrund und höheres Alter (Großeltern) auffällig schlecht erreicht** wurden. Zudem berichten 18 Prozent der Einrichtungen von einem dauerhaften Verlust von Zielgruppen, unter denen Ältere/Seniorinnen und Senioren am häufigsten genannt wurden. Es liegt nahe, dass die geringere Internet-Affinität bei älteren Menschen eine Hürde für die Erreichbarkeit über Online-Formate darstellt. Bei Familien mit Migrationshintergrund könnten Sprachbarrieren verstärkt worden sein, wenn der Zugang zur Familienbildung zeitweise vor allem auf digitalem/schriftlichen Wege erfolgte. Darüber hinaus hat auch der Wegfall offener Angebote, wie beispielsweise Elterncafés, negative Auswirkungen auf die Erreichbarkeit. Insbesondere Familien mit Migrationshintergrund oder mit Fluchterfahrung konnten vor der Pandemie durch offene Angebote erreicht werden.

Hingegen fällt auf, dass **Väter und Alleinerziehende** während der Hochphase der Pandemie zeitweise **vergleichsweise häufig von einigen Einrichtungen besser erreicht** wurden. Väter wurden von 24 Prozent der Einrichtungen und Alleinerziehende von 22 Prozent der Einrichtungen zeitweise besser erreicht. Insbesondere Mütter wurden von fast zwei Dritteln der Einrichtungen (32 %) unverändert erreicht. Aus den qualitativen Erhebungen geht hervor, dass Alleinerziehende insoweit von Online-Formaten profitieren, als dass sie sich dadurch Wegzeiten sparen können. Zudem musste häufig keine gesonderte Kinderbetreuung organisiert werden, wenn Elternangebote etwa abends und digital stattfinden. Somit erhalten Alleinerziehende leichter die Möglichkeit, an Angeboten der Familienbildung teilzunehmen. Insofern erscheint es plausibel, dass Einzelpersonen, wie Mütter, Väter und Alleinerziehende über vermehrte Online-Angebote teilweise besser erreicht wurden, da sie von zuhause aus weniger zeitlich-organisatorische Faktoren berücksichtigen müssen oder die Teilnahme an einem Online-Angebot in ihren Arbeitstag im Homeoffice besser integrieren können.

Abbildung 6: Zielgruppenerreichung während der Corona-Pandemie

„Inwiefern konnten Sie in den Hochphasen der Pandemie, als Kontaktbeschränkungen und zeitweise auch Lock-downs galten, folgende Zielgruppen erreichen?“

In der Hochphase der Pandemie haben wir ...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=50.

Zentral für die Zielgruppenerreichung ist die **Öffentlichkeitsarbeit** der Familienbildungsstätten. Auch diese bleibt von der Pandemie nicht unberührt. Mit einem Blick auf die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit zeigen sich unterschiedliche Veränderungen. Zwar haben bereits vor der Pandemie etwa neun von zehn Einrichtungen **eigene Webseiten** betrieben (siehe Kapitel 2.2), jedoch wurden diese von rund der Hälfte der Einrichtungen (49 %) weiter ausgebaut. Sechs Prozent haben sogar eine neue Webseite eingerichtet (Abbildung 7). Die **Nutzung von Sozialen Medien** für die Öffentlichkeitsarbeit wurde in ca. 22 Prozent der Einrichtungen neu eingeführt, etwa die Hälfte (51 %) hat die bestehende Nutzung ausgebaut (Abbildung 7). Dies zeugt von weitreichenden Veränderungen in den Einrichtungen bei der Nutzung Sozialer Medien. Vor bzw. zu Beginn der

Pandemie gehörten Soziale Medien zu den am wenigsten verbreiteten Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit, dennoch nutzten etwa 60 Prozent der Einrichtungen diesen Kanal (siehe Kapitel 2.2). Der Ausbau während der Pandemie deutet daraufhin, dass die Bedeutung der digitalen Öffentlichkeitsarbeit und Ansprache auch zukünftig noch steigen wird.

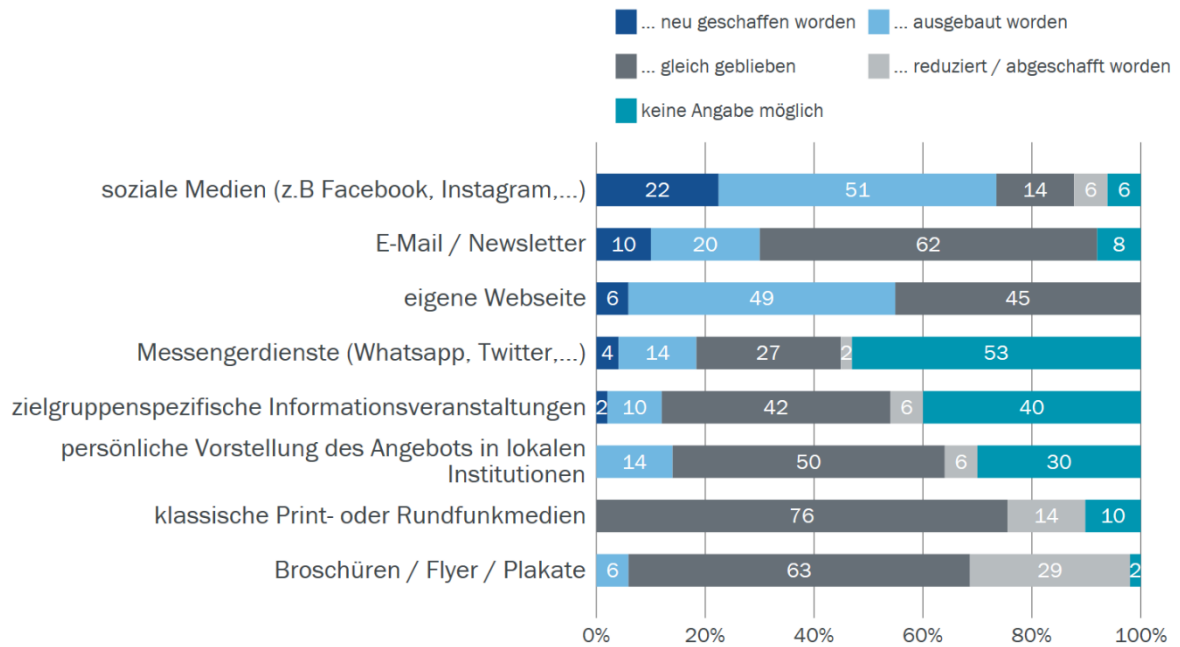
Es ist anzunehmen, dass die Familienbildungsstätten ihre Internetauftritte über Webseiten und Social Media-Präsenz im Zuge der Pandemie ausbauen mussten, um den verstärkten Umstieg auf Online-Formate sichtbar zu machen und zu verbreiten. Gleichzeitig mussten sie für die Familien erreichbar bleiben und aktuelle Informationen zur Verfügung stellen, da sie in den Räumlichkeiten der Einrichtungen zeitweise nicht anzutreffen waren. Dementsprechend waren viele Familien hauptsächlich nur über diese Wege erreichbar. Somit wurden auch **Messengerdienste** in 18 Prozent der Einrichtungen und **E-Mails / Newsletter** in 30 Prozent der Einrichtungen neu geschaffen oder ausgebaut (Abbildung 7).

Die Nutzung von **Broschüren, Flyern und Plakaten** für die Öffentlichkeitsarbeit hingegen ist in fast zwei Drittel der Einrichtungen (63 %) gleichgeblieben. Vor bzw. zu Beginn der Pandemie gehörten solche papierbasierten Instrumente zu den am weitesten verbreiteten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Dennoch ist dies gerade der Bereich, der am umfangreichsten reduziert/abgeschafft wurde (29 %). Ähnlich sieht es bei **klassischen Print- oder Rundfunkmedien** aus, diese werden weitestgehend stabil für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt (76 %) und wurden aber auch in einigen Fällen reduziert (14 %) (Abbildung 7).

Insgesamt führte die Pandemie zu **auffälligen Veränderungen bei der (digitalen) Öffentlichkeitsarbeit** der Familienbildung. Dies betrifft vor allem Internetauftritte über eigene Webseiten und die Nutzung von Social Media. Wenngleich Papierformate mehrheitlich durch die Pandemie kaum Veränderungen erlebt haben, sind diese zumindest in einigen Einrichtungen leicht rückläufig. Aus den Ergebnissen geht nicht eindeutig hervor, ob es sich hierbei um langfristige Entwicklungen oder vorübergehende Anpassungsmaßnahmen handelt. Für den langfristigen Erhalt und die Pflege beispielsweise von Webseiten und Social Media sind personelle Ressourcen, Kapazitäten und teilweise spezifisches Know-How erforderlich. Die Nachhaltigkeit dieser Veränderungen hängt davon ab, inwieweit die Einrichtungen zukünftig weiterhin eigens hierfür bereitgestellte Ressourcen sicherstellen und gewährleisten können. Im nachfolgenden Kapitel 4 wird der derzeitige Stand der Digitalisierung in den Einrichtungen betrachtet. Die dort beschriebenen Ergebnisse ermöglichen es, die Nachhaltigkeit der durch die Pandemie hervorgerufenen Veränderungen und Maßnahmen einzuordnen.

Abbildung 7: Pandemiebedingte Veränderungen der Öffentlichkeitsarbeit

Frage: „Inwieweit hat sich Ihre Öffentlichkeitsarbeit seit der Corona-Pandemie verändert?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

4 Stand der Digitalisierung

Die vorangegangene Evaluation der Familienbildung NRW hat vorrangig den Status quo der Familienbildung vor der Corona-Pandemie erfasst. Durch die Pandemie wurde dieser Status quo vielfältigen Veränderungen unterzogen. Inwieweit haben diese Veränderungen nicht nur zu kurzfristigen, sondern auch zu langfristigen bzw. nachhaltigen Entwicklungen in der Familienbildung geführt? Wie ist die Familienbildung durch diese Veränderungen derzeit digital aufgestellt und wie wird sie zukünftigen Herausforderungen gegenüberstehen können? Die verschiedenen von uns durchgeführten Erhebungen dienen als Ausgangspunkt zur Beantwortung dieser Fragen.

4.1 Technische Ausstattung und Angebotsstruktur

Insgesamt bewerten die Fachkräfte die **derzeitige technische Ausstattung** in ihren Einrichtungen **mehrheitlich als (sehr) gut** (56 %). Etwa ein Viertel der Fachkräfte (26 %) ist geteilter Meinung, weniger als eine von zehn Fachkräften (7 %) gibt eine (sehr) schlechte technische Ausstattung an (ohne Abbildung). Der Anteil der befragten Fachkräfte, die eine teils gute und teils schlechte Ausstattung angeben, lässt sich vermutlich auf die unterschiedlichen Anforderungen zurückführen, die die Vielzahl verschiedener Angebote in der Familienbildung mit sich bringt. Dies bedingt, dass die Beurteilung der technischen Ausstattung nicht in jeder Hinsicht verallgemeinerbar ist, denn auch Hard- und Software sind zusätzlich zu berücksichtigen. Aufschluss geben an dieser Stelle die Ergebnisse der Einrichtungsbefragung.

Die technische Ausstattung für die **Durchführung von Videokonferenzen** und **Online-Kursen bei den hpM zuhause** und in den Räumlichkeiten der Einrichtungen werden jeweils in mindestens sechs von zehn Fällen als (sehr) gut bewertet (61 % bis 86 %). Überwiegend ist von einer guten technischen Ausstattung in den Einrichtungen und bei den hpM zuhause auszugehen.

Auffällig ist, dass die **Durchführung von Videokonferenzen** und **Online-Kursen** speziell **in den Räumlichkeiten der Einrichtung** jeweils die höchsten Anteile schlechter Ausstattung (8 % und 10 %) aufweisen (Abbildung 8). Obwohl diese Anteile insgesamt betrachtet eher gering erscheinen, könnte unter Rückgriff auf die Studienlage (Kapitel 2.1) vermutet werden, dass es einigen Einrichtungen bspw. immer noch an flächendeckendem W-LAN mangelt. Dadurch wiederum kann es zu Einschränkungen bei der Software-Nutzung kommen, die für die Durchführbarkeit digitaler Angebote entscheidend ist.

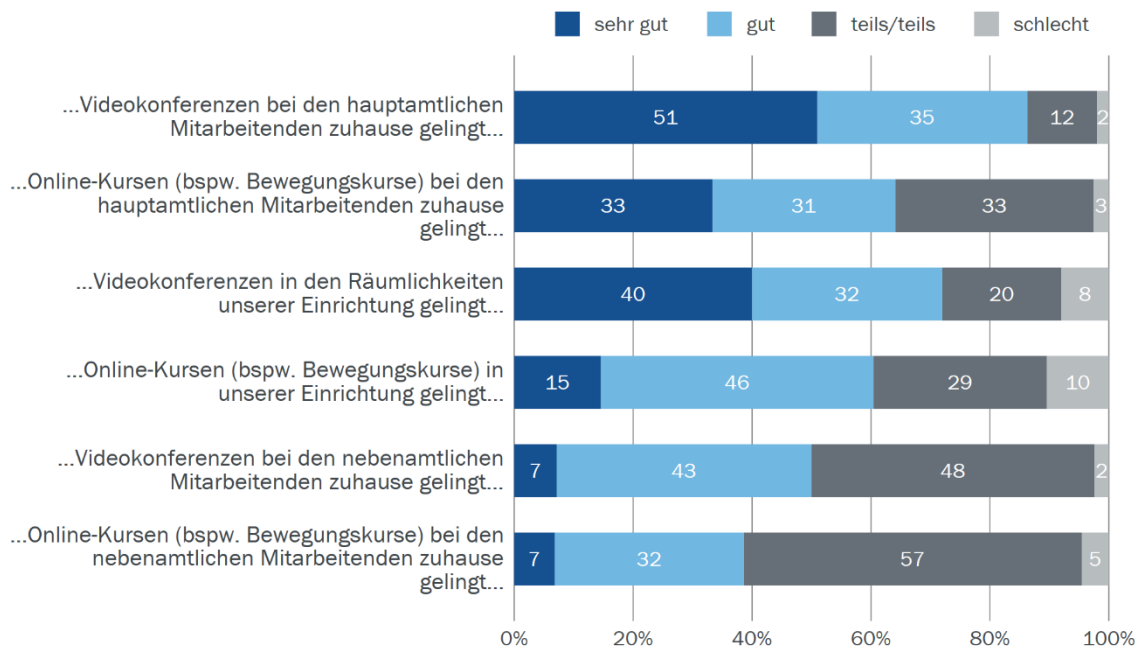
Diesen Aspekt bestätigen auch die Spitzenverbände und führen ihn etwas näher aus. Die größeren Einrichtungen stünden bei der technischen Ausstattung besser da als kleinere. Größere Einrichtungen würden über mehr Personal und Kapazitäten für die Beantragung von Mitteln verfügen. Dabei geht es nicht nur um die reine Ausstattung. In der Fokusgruppe wiesen Leitungen daraufhin, dass auch die Einrichtung und Wartung der digitalen Infrastruktur entsprechende Kapazitäten benötige, die nicht über alle Einrichtungen gleich verteilt seien. Dazu gehören etwa IT-Fachkräfte, die neue Rechner oder Software einrichten und aktuell halten. Mit dem Kauf (neuer) Software-Lizenzen seien zudem Mehrkosten verbunden, für die aktuell noch die Frage im Raum stehe, wie diese finanziert werden.

Gegenüber den hpM wird die technische Ausstattung bei den npM seltener (sehr) gut bewertet. Häufig wird hier mit „teils/teils“ geantwortet (Abbildung 8). Diese **auffälligen Unterschiede zwischen hpM und npM** zeigten sich bereits im Zusammenhang mit den pandemischen Entwicklungen (Kapitel 3.1). Hierbei ist ebenfalls anzunehmen, dass npM im Rahmen häufiger mit privaten Geräten arbeiten als hpM (Kapitel 4.3.1) und sich größtenteils selbst um ihre technische Ausstattung kümmern.

Bestätigen lässt sich diese Vermutung über die Fachkräftebefragung. Die Fachkräfte wurden danach gefragt, welche Geräte (bspw. Notebooks, Rechner, Mobiltelefone) sie für ihre Tätigkeiten in der Familienbildung nutzen. Etwas mehr als ein Drittel aller Fachkräfte (36 %) nutzt ausschließlich oder überwiegend dienstliche Geräte, über die Hälfte (52 %) private Geräte. Die **Nutzung privater bzw. dienstlicher Geräte** unterscheidet sich zwischen hpM und npM. Unter den npM sind private Geräte stärker verbreitet (zu 68 %). Die hpM hingegen nutzen zu 95 Prozent überwiegend dienstliche Geräte (ohne Abbildung). Das erklärt vermutlich, weshalb die technische Ausstattung der hpM etwas besser bewertet wird als die der npM.

Abbildung 8: Technische Ausstattung in den Familienbildungsstätten

Frage: „Wie bewerten Sie die technische Ausstattung (dazu zählen sowohl Hardware wie Laptops, Kameras, Headsets als auch Software wie bspw. Zoom oder Microsoft Teams) in Ihrer Familienbildungsstätte und bei Ihren haupt- und nebenamtlichen Mitarbeitenden in Bezug auf folgende Situationen?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

Trotz des Digitalisierungsschubs und der Verbesserung der technischen Ausstattung durch die Pandemie **überwiegen in der Familienbildung immer noch die Präsenzangebote**. 85 Prozent aller Angebote finden aktuell in Präsenz statt, zwölf Prozent digital und vier Prozent hybrid. In den nächsten fünf Jahren wird eine **leichte Zunahme des Anteils digitaler Angebote erwartet**. Digitale und

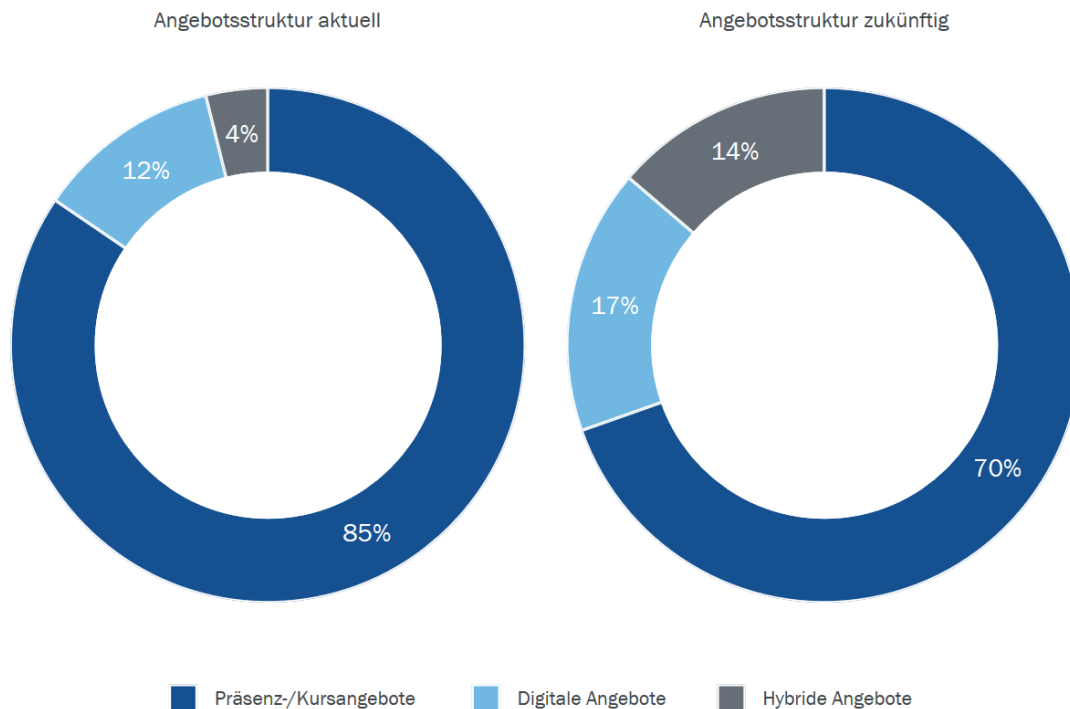
hybride Angebote machen nach Schätzungen der Einrichtungen in fünf Jahren fast ein Drittel (31 %) der Angebote aus (Abbildung 9). Die Fachkräfte schätzen den Anstieg insgesamt sehr ähnlich ein (ohne Abbildung). Für die Bedeutungszunahme digitaler Angebote spricht außerdem, dass fast alle Einrichtungen (92 %) (eher) zustimmen, dass die Potenziale für digitale Angebote in der Familienbildung noch nicht ausgeschöpft sind. Jeweils mehr als acht von zehn Einrichtungen (82 %) gehen (eher) davon aus, dass die Bedeutung digitaler Angebote in den nächsten Jahren zunehmen wird und dass digitale und hybride Formate wichtige Angebote in der Familienbildung sind (ohne Abbildung).

Es fällt auf, dass insbesondere von einer Zunahme hybrider Angebote ausgegangen wird (Abbildung 9). Der leicht höher antizipierte **Bedeutungszuwachs hybrider Angebote** gegenüber rein digitalen Angeboten könnte als Hinweis dafür interpretiert werden, dass hybride Angebote einen Mehrwert bieten, den ausschließlich digitale Angebote nicht haben. Ein Vorteil von hybriden Angeboten könnte etwa sein, dass sie für die Teilnehmenden mehr Flexibilität in alltäglichen Entscheidungen mit sich bringen. Eine Kombination von Präsenz- und digitalen Anteilen könnte die Teilnahme erleichtern, wenn etwa Anfahrtswege zum Teil entfallen. Hybride Angebote bieten zudem theoretisch die Möglichkeit für Teilnehmenden kurzfristig zu entscheiden, ob sie online oder vor Ort teilnehmen – so, wie es für sie besser in den Tagesablauf und zu den eigenen Interessen passt. Spontane Absagen bzw. Ausfälle von vor-Ort-Terminen ließen sich reduzieren. Teilnehmende, die regulär vor Ort teilnehmen, die außer der Reihe beispielsweise krankheits- oder zeitbedingt nicht persönlich erscheinen können, haben die Möglichkeit trotzdem digital teilzunehmen.

Ungeachtet dessen werden nach Schätzungen der Einrichtungen und Fachkräfte auch in fünf Jahren noch die Präsenzangebote in der Familienbildung überwiegen und voraussichtlich um die 70 Prozent der Angebote ausmachen (Abbildung 9). Die weitere Zunahme digitaler Angebote sollte daher nicht darüber hinwegtäuschen, dass das **Kerngeschäft der Familienbildung** in den kommenden Jahren voraussichtlich weiterhin auf **Präsenzangeboten** basieren wird.

Abbildung 9: Aktuelle und zukünftige Angebotsstruktur

Frage: „Bitte schätzen Sie: Wie ist aktuell das Verhältnis von Präsenzangeboten zu digitalen bzw. hybriden Angeboten?“ und Frage: „Und was erwarten Sie: Wie wird das Verhältnis von Präsenzangeboten zu digitalen bzw. hybriden Angeboten in 5 Jahren sein?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. Eigene Berechnungen, n=51.

4.2 Personal

4.2.1 Personalsituation

Es steht die Frage im Raum, wie sich die Personalsituation der Familienbildung nach der Pandemie weiterhin entwickeln wird und vor allem, wie dem Rückgang der npM (Kapitel 3.2) entgegengesteuert werden kann. Um diesen Aspekt näher zu betrachten, wurde in der Einrichtungsbefragung nach **Lösungsansätzen für die Problematik der geringer werdenden Anzahl von npM** gefragt. Die Meinungen der Einrichtungen zu der Aussage, dass mehr nebenamtliche Mitarbeitende gewonnen werden können, wenn diese überwiegend Online-Formate umsetzen, gehen stark auseinander; dies gilt auch für die Frage nach der Ursächlichkeit (Kapitel 3.2). Rund 18 Prozent der Einrichtungen gehen (eher) davon aus, dass mehr npM über Online-Formate gewonnen werden können. Fast ein Viertel der Einrichtungen (24 %) ist teilweise davon überzeugt. Immerhin mehr als ein Drittel (42 %) stimmt dem (eher) nicht zu, 14 Prozent können dies allerdings nicht beurteilen (ohne Abbildung). Die Einrichtungen haben in dieser Hinsicht keine einvernehmliche Meinung.

Hier wird erneut deutlich, dass die **Einrichtungen digital unterschiedlich aufgestellt** sind und die Situation daher nicht gleichermaßen beurteilen. Aufgrund der unzureichenden Fallzahl der Einrichtungsbefragung lassen sich regionale, trägerspezifische und altersstrukturbedingte Unterschiede bei der Beurteilung dieser Frage nicht valide untersuchen. Anzunehmen ist jedoch, dass diese einrichtungsspezifischen Unterschiede durchaus relevant für die Erfahrungen und Einschätzungen der Einrichtungen sind.

Eher unstrittig ist hingegen, dass der vermehrte Nutzen digitaler Angebote aus Sicht der Einrichtungen langfristig die Zusammensetzung des Pools an Kursleitungen ändern wird. Etwa zwei Drittel der Einrichtungen stimmen dem (eher) zu, 22 Prozent teilweise. Zehn Prozent der Einrichtungen stimmen dem eher nicht zu oder können dies nicht beurteilen (ohne Abbildung). Wie sich die Zusammensetzung des Pools an Kursleitungen im Detail verändern wird, bleibt unklar. Gleichwohl scheint ein Bewusstsein dafür vorhanden, dass es **Veränderungen durch den vermehrten Nutzen digitaler Angebote** geben wird. Dass sich viele Einrichtungen der Bedeutung digitaler Angebote für den Personalstamm bewusst zeigen, spricht dafür, dies in der künftigen Personalplanung zu berücksichtigen. Diejenigen Einrichtungen, die beispielsweise versuchen (werden) mehr npM zu gewinnen, in dem sie mit der Durchführung digitaler Angebote werben, haben zumindest die Chance, ihren Pool an Kursleitungen zu erweitern und damit dem Personalrückgang zu begegnen.

4.2.2 Digitale Kompetenzen und Fortbildungsbedarf

Die vermehrte Nutzung digitaler Angebote erfordert entsprechende Kompetenzen unter den Mitarbeitenden der Familienbildung. Über welche digitalen Kompetenzen die Beschäftigten derzeit verfügen, wird im Folgenden dargestellt. In der Fachkräftebefragung (hpM und npM) wurden die Teilnehmenden zunächst gefragt, welche Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten (regelmäßig) zu ihren Aufgaben gehören. Die Angaben der Fachkräfte zeigen: **Fast die Hälfte der befragten Fachkräfte (46 %) übt (regelmäßig) keine Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten aus.** Daher liegen nur für etwas mehr als die Hälfte der Befragten (54 %) konkrete Angaben zu diesen Tätigkeiten vor (ohne Abbildung). Dieser Befund ist unter anderem damit zu erklären, dass die npM diese Tätigkeiten zwar seltener ausüben als die hpM, die npM jedoch unter den Befragten häufiger vertreten sind. Das wiederum ist den personellen Gegebenheiten in Familienbildungsstätten geschuldet. Dementsprechend liegen zu den hpM, die unseren Befragungsergebnissen zufolge häufiger Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten übernehmen, insgesamt weniger Informationen vor. Daher ist es zwar wichtig, die unterschiedlichen Ergebnisse für die hpM und die npM zu beachten. Allerdings sollten die in unserer Studie festgestellten Unterschiede angesichts der geringen Fallzahl, die Informationen zu Tätigkeiten mit Online-Bezug enthält, nicht überbewertet und nur eingeschränkt auf die digitalen Kompetenzen in der Familienbildung übertragen werden. Zur besseren Einordnung der Ergebnisse lassen sich die Einschätzungen der Einrichtungsleitungen zu digitalen Kompetenzen heranziehen, die im weiteren Verlauf dieses Kapitels beschrieben werden.

Das Aufgabenspektrum der Fachkräfte, die (regelmäßig) Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten durchführen, setzt sich wie folgt zusammen: Jeweils etwas mehr als ein Drittel dieser Fachkräfte (38 %) übernimmt Aufgaben, wie die **Planung und Konzeption von Online-Angeboten** und die **Durchführung von Online-Kursangeboten** (mehrere Termine in regelmäßigem Turnus) (Abbildung 10). Die Planung und Konzeption liegt deutlich häufiger bei den hpM, während die Durchführung hingegen häufiger durch npM stattfindet (ohne Abbildung). Das ergibt sich vor allem aus den unterschiedlichen Aufgabenprofilen von hpM und npM. Es liegt nahe, dass diese meist unterschiedlichen Zuständigkeiten auch für digitale Angebote gelten.

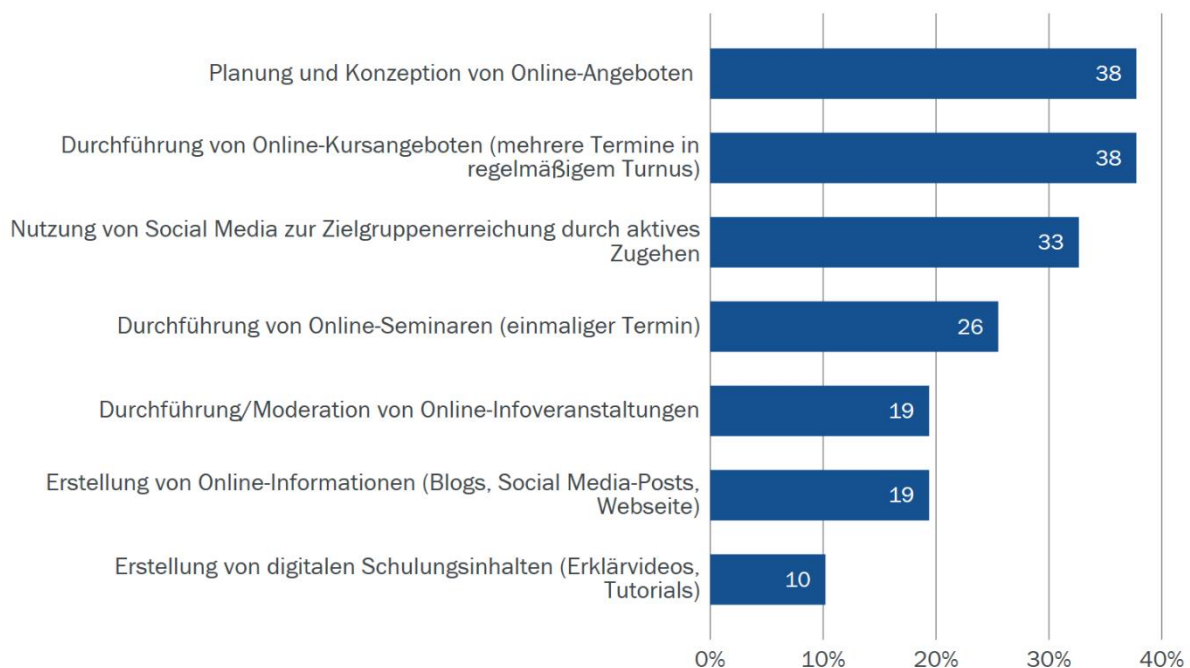
Ebenfalls ein Drittel der Fachkräfte mit Online-Erfahrung (33 %) nutzt **Social Media** für aktives Zugehen zur Zielgruppenerreichung (Abbildung 10). Diese Tätigkeit liegt ebenfalls häufiger bei den hpM (ohne Abbildung). Ein gutes Viertel (26 %) führt **Online-Seminare** in Form einmaliger Termine durch. **Online-Infoveranstaltungen** setzt ca. ein Fünftel (19 %) um, ebenso viele Befragte erstellen Online-Informationen (Blogs, Social Media Posts, Webseite). Eine von zehn Fachkräften (10 %), die sich mit Online-Angeboten beschäftigt, erstellt **digitale Schulungsinhalte** (Erklärvideos, Tutorials) (Abbildung 10). Auch die drei letztgenannten Tätigkeiten befinden sich zumeist eher im Aufgabenspektrum der hpM als der npM (ohne Abbildung).

Zusammengefasst werden die meisten Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten (regelmäßig) häufiger von den hpM als von den npM durchgeführt. Sowohl konzeptionelle Tätigkeiten (z. B. Planung, Erarbeitung von Inhalten), als auch strategische (z. B. Öffentlichkeitsarbeit), die mit Online-Angeboten in Berührung stehen, liegen größtenteils in der Zuständigkeit der hpM. Die einzige Ausnahme bildet die Durchführung von Online-Seminaren und -Kursen; diese Tätigkeiten übernehmen die npM entweder in etwa gleich häufig oder sogar häufiger als die hpM.

Dennoch ist Folgendes abschließend anzumerken: Wenngleich die hpM insgesamt einen stärkeren Bezug zu Online-Tätigkeiten aufweisen als die npM, fällt keine dieser Tätigkeiten ausschließlich in den Bereich der hpM. Sämtliche Tätigkeiten können potenziell sowohl für die Arbeit von hpM als auch für die von npM von Bedeutung sein.

Abbildung 10: Tätigkeiten der Fachkräfte mit Bezug zu Online-Angeboten

Frage: „Welche dieser Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten gehören (regelmäßig) zu Ihren Aufgaben?“ (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=98.

Die Erkenntnisse zu den Tätigkeiten der Fachkräfte im Kontext von Online-Angeboten beschränken sich auf die Fachkräfte, die (regelmäßig) solche Aufgaben übernehmen. Der Blick auf die regelmäßige Übernahme dieser Aufgaben vermittelt lediglich einen ersten Eindruck von den digitalen Kompetenzen der Fachkräfte. Um diese näher zu untersuchen, wurden sowohl in der Befragung der Einrichtungsleitungen als auch in der der Fachkräfte **digitale Kompetenzen und Fortbildungsbedarfe** im Bereich von Online-Formaten gezielt erhoben. Da sich die Ergebnisse der beiden Befragungen größtenteils miteinander decken, werden zur Darstellung nachfolgend vorrangig die Ergebnisse der Einrichtungsbefragung herangezogen. Zunächst werden die Einschätzungen der Einrichtungsleitungen zu den digitalen Kompetenzen der hpM näher betrachtet und anschließend die zu den npM.

Grundsätzlich geht rund die Hälfte der Einrichtungen (49 %) (eher) davon aus, dass ihre hpM über einen **hinreichenden Wissensstand bzw. digitales „Know-how“** verfügen. Fast ein Drittel (27 %) stimmt dem teilweise zu. Weniger als 20 Prozent stimmen dem (eher) nicht zu (ohne Abbildung). Somit geht rund die Hälfte der Einrichtungen davon aus, dass ihre Mitarbeitenden angemessen mit den Anforderungen der Digitalisierung umgehen können. Die andere Hälfte ist davon nur teilweise oder gar nicht überzeugt. Es ist davon auszugehen, dass vor allem die Einrichtungen, die digital bereits sehr aktiv sind, überzeugt sind, dass die Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden dem gerecht werden. Insbesondere Einrichtungen, die digital noch nicht sehr breit aufgestellt sind, können schwerlich allgemeingültige Aussagen zum digitalen Know-how ihrer hpM treffen. Der Anteil der Einrichtungen, die nur teilweise vorhandenes Know-how wahrnehmen, ließe sich damit erklären, dass die Kompetenzen der hpM untereinander stark auseinandergehen (können). Einige Einrichtungen sehen womöglich nur bei einem Teil ihrer hpM die Voraussetzungen für digitales Arbeiten gegeben. Außerdem können die Anforderungen an digitales Arbeiten zwischen verschiedenen Angebotsformaten und Tätigkeitsfeldern der hpM variieren. Aus diesem Grund haben wir zusätzlich konkrete Bereiche abgefragt, in denen digitale Kompetenzen im Kontext von Online-Formaten in der Familienbildung relevant sind.

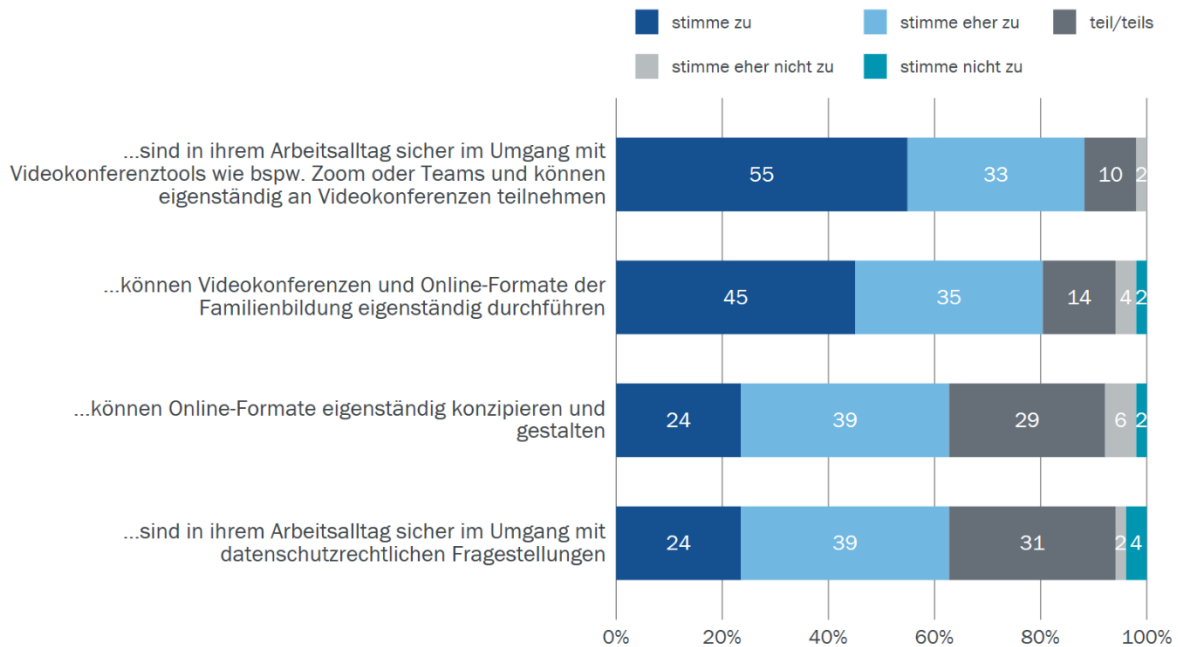
Die hpM werden von den Einrichtungsleitungen größtenteils als sicher im Umgang mit den verschiedenen Aspekten von Online-Formaten eingeschätzt. Insbesondere die **eigenständige Teilnahme an Videokonferenzen im Arbeitsalltag** sowie die **eigenständige Durchführung von Online-Formaten** schätzen jeweils mindestens acht von zehn Einrichtungsleitungen (88 % und 80 %) als (eher) sicher ein. Als etwas geringer ausgeprägt bewerten sie die Sicherheit der Fachkräfte im Umgang mit der **Konzeptionierung von Online-Formaten** (63 %) und dem Thema **Datenschutz** (63 %) (Abbildung 11). Letzteres hängt vermutlich teilweise mit den Auswirkungen der Pandemie zusammen. Durch die zu Beginn der Pandemie plötzlich verstärkte Zunahme digitaler Angebote könnten datenschutzrelevante Fragestellungen aufgekommen sein, die bis dato weniger relevant gewesen sind. Vor allem die sichere (digitale) Kommunikation mit Teilnehmenden, insbesondere bei Beteiligung von Kindern, wurden im Rahmen der Fokusgruppen thematisiert. Außerdem wurde zum Thema Datenschutz berichtet, dass es an übergreifenden Standards fehle. Ein Mangel an Standards, an denen Fachkräfte sich orientieren können, kann als ein möglicher Erklärungsfaktor für die weniger verbreiteten Kompetenzen in diesem Bereich gewertet werden. Dies weist nicht nur auf Fortbildungsbedarf bei den Fachkräften hin. Hier zeigt sich zudem ein Anlass, zu dem ein Einrichtungs- und Trägerübergreifender Austausch den Aufbau gemeinsamer Richtlinien beim Thema Datenschutz befördern könnte.

Dass die Fachkräfte in ihrer Ausbildung vorrangig in technikbezogener Medienkompetenz geschult werden (siehe hierzu auch Kapitel 2.1), könnte erklären, weshalb die Bedienung von Videokonferenztools im Vergleich zur Konzeptionierung häufiger als kompetent bewertet wird. Möglicherweise deuten die Ergebnisse an, dass es für mediendidaktische Kompetenzen, die für die Konzeptionierung von Online-Formaten relevant sind, eher Fortbildungsbedarfe gibt als für technische.

Abbildung 11: Digitale Kompetenzen der hauptamtlichen Mitarbeitenden

Frage: „Wie gut bzw. schlecht schätzen Sie diese in Bezug auf die folgenden Anforderungen/Situationen ein?“

Unsere hauptamtlichen Mitarbeitenden ...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

Darauf verweisen auch die Antworten der Einrichtungsleitungen auf die Frage nach dem Fortbildungsbedarf der hpM. Den größten Fortbildungsbedarf sehen sie in der Konzeptionierung von Online-Formaten, 57 Prozent der Einrichtungsleitungen geben hier (eher) hohen Fortbildungsbedarf an (Abbildung 12). Zu möglichen Gründen wurde in den Fokusgruppen Auskunft gegeben. Hier wurde deutlich, dass sich **Präsenzangebote nicht 1:1 in das Digitale übersetzen lassen**, sondern passende Formate und Moderationstechniken gefunden werden müssen, die die Bildungsarbeit im virtuellen Raum unterstützen. So wurden Fälle geschildert, in denen Eltern sich bei digitalen Angeboten häufig mehr auf den Bildschirm konzentrieren als auf ihr Kind. Das Digitale verändert hier die Interaktion sowohl zwischen Kursleitungen und Teilnehmenden als auch zwischen Teilnehmenden untereinander und zwischen Eltern und Kindern. Gezielte Fortbildungen könnten die Fachkräfte unterstützen, in der Konzeptionierung von Online-Formaten solche Punkte bereits angemessen zu berücksichtigen.

Im Gegensatz zum Fortbildungsbedarf für die **Konzeptionierung von Online-Formaten** wird der Bedarf für die **Durchführung von Videokonferenzen** deutlich seltener als (eher) hoch angesehen (34 %). Somit scheint es bei den rein technischen Kompetenzen, die für Videokonferenzen erforderlich sind, insgesamt weniger Bedarf zu geben. Dieses Ergebnis passt dazu, dass die digitalen Kompetenzen zur Durchführung von und der Teilnahme an Videokonferenzen unter den hpM als größtenteils gegeben bewertet werden (Abbildung 11).

Insgesamt schwanken die Anteile der Einrichtungen, die (eher) geringen Bedarf sehen je nach Anforderungsbereich zwischen immerhin 18 Prozent und 34 Prozent (Abbildung 12). Dies wird

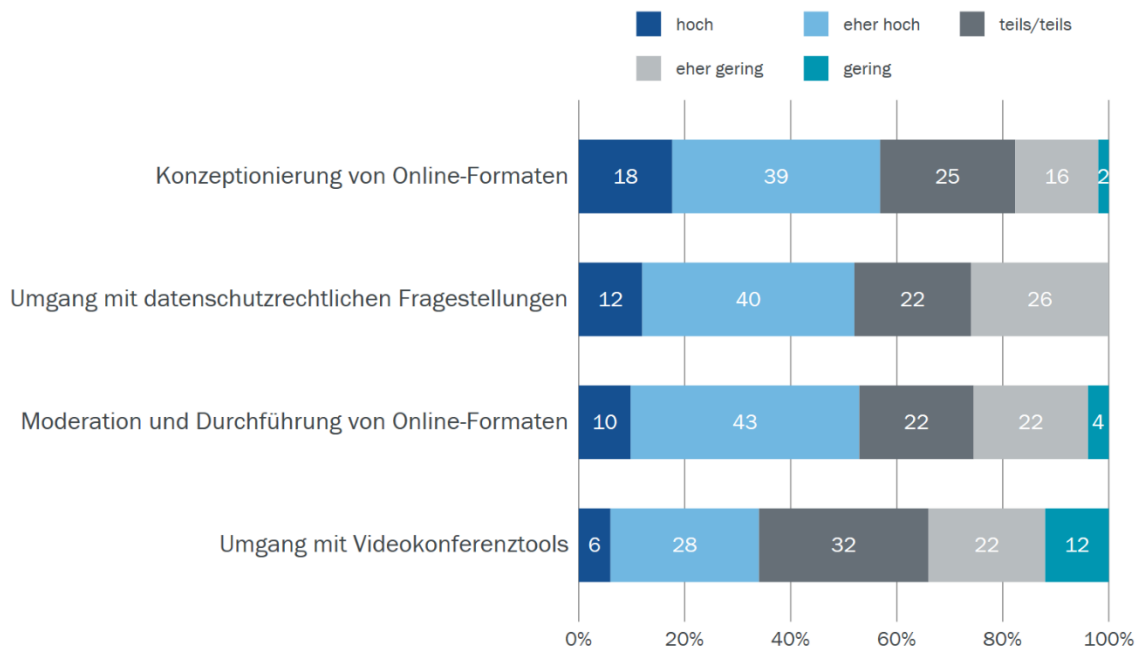
vermutlich besonders die Einrichtungen betreffen, die digital bereits gut aufgestellt sind und deren Mitarbeitende sich weiterqualifiziert haben. In den Fokusgruppen wurde berichtet, dass sich die hpM zum Teil eigenständig für Fortbildungen im Bereich digitaler Angebote angemeldet hätten. Weiterhin ist denkbar, dass die derzeit vorhandenen Kompetenzen der hpM von einigen Einrichtungen als ausreichend für die Tätigkeiten in der Familienbildung betrachtet werden. Schließlich ist zwar zukünftig von einer Zunahme digitaler Angebote auszugehen, Präsenzangebote werden jedoch vermutlich weiterhin den Hauptbestandteil der Arbeit in Familienbildungsstätten ausmachen (Kapitel 4.1). Je nachdem, welche thematischen Schwerpunkte, welche Arten von Angeboten in den jeweiligen Einrichtungen vorgehalten und welche Zielgruppen vornehmlich angesprochen werden, unterscheiden sich die Anforderungen an die **digitalen Kompetenzen der hpM**.

Wenngleich die digitalen Kompetenzen der hpM insgesamt mehrheitlich gut bewertet werden, so fällt dennoch Folgendes auf: Sowohl bei den digitalen Kompetenzen als auch beim **Fortbildungsbedarf der hpM** schwanken die Anteile der Einrichtungsleitungen, die die kompetenzbezogenen Fragen nicht übergreifend beantworten können („teils/teils“) zwischen zehn Prozent und knapp einem Drittel (32 %) (Abbildung 11). Das deutet erneut daraufhin, dass es zum Teil Unterschiede zwischen den digitalen Kompetenzen der einzelnen hpM innerhalb der Einrichtungen gibt.

Abbildung 12: Fort- bzw. Weiterbildungsbedarf bei hauptamtlich Mitarbeitenden

Frage: „Wie schätzen Sie den Fort- bzw. Weiterbildungsbedarf Ihrer hauptamtlichen Mitarbeitenden hinsichtlich der Digitalisierung ein?“

Der Bedarf ist ...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

Die npM selbst schätzen ihre digitalen Kompetenzen über alle Bereiche hinweg geringer ein als die hpM ihre (ohne Abbildung). Zwar wird von fast der Hälfte der Einrichtungen Sicherheit im **Umgang mit Videokonferenzen** gesehen (43 %), bei der **Durchführung, Konzeptionierung** sowie beim Thema **Datenschutz** gibt allerdings jeweils weniger als ein Drittel der Einrichtungen sichere Kenntnisse an (Abbildung 13). Für die gering bewerteten Kompetenzen beim Datenschutz ließen sich verschiedene Gründe anführen. Ähnlich wie bei den hpM könnten die kurzfristig eingetretenen pandemiebedingten Veränderungen eine Rolle gespielt haben. Ein anderer Faktor könnte sein, dass npM häufiger mit ihren privaten Geräten arbeiten und auch Software/Messenger wie WhatsApp für die Kommunikation mit den Kursteilnehmenden nutzen. Hier lässt sich das Thema Datenschutz seitens der Einrichtungen kaum beobachten und liegt vor allem in den Händen der npM. Ein weiterer zentraler Grund, auf den an anderer Stelle bereits hingewiesen wurde, wird vermutlich sein, dass npM insgesamt seltener Tätigkeiten mit Online-Bezug ausüben als hpM. Dementsprechend geringer fallen auch potenziell ihre Kompetenzen in diesen Bereichen aus.

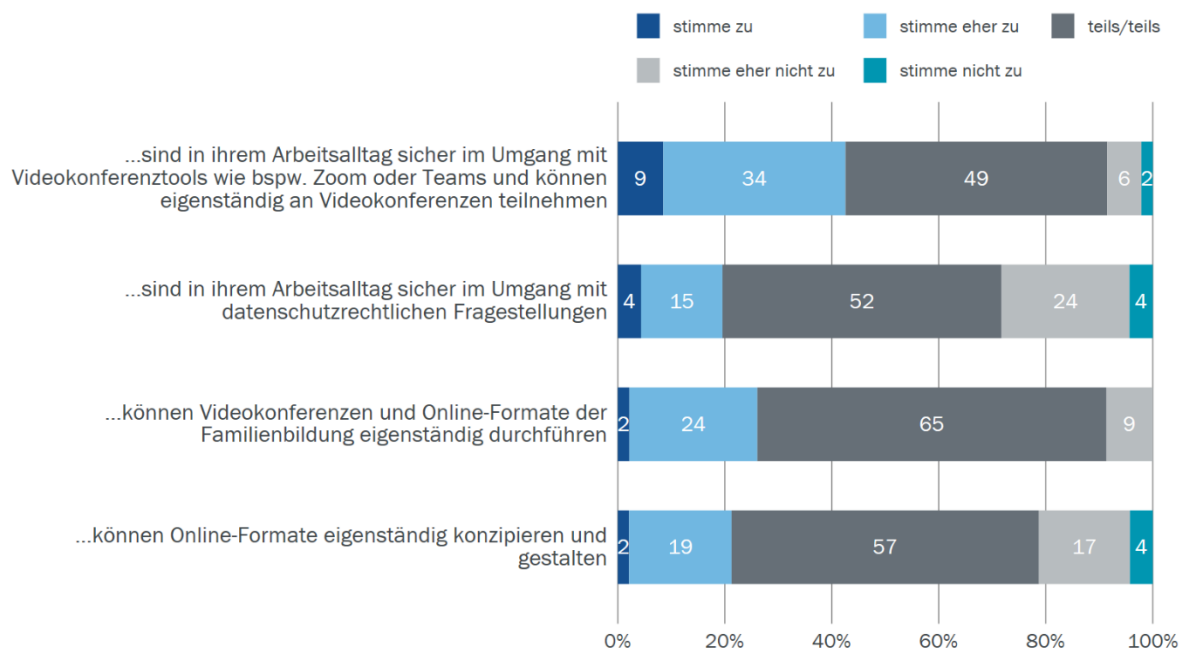
Auffällig ist die hohe Ausprägung der Anteile an Einrichtungsleitungen, die bei der Beurteilung der einzelnen Kompetenzen ihrer npM „teils/teils“ angegeben haben. Die Anteile schwanken je nach Kompetenzbereich von knapp der Hälfte (49 %) bis zu fast zwei Dritteln (65 %) (Abbildung 13). Dies zeugt womöglich von erheblichen Unterschieden zwischen den individuellen digitalen Kompetenzen der npM innerhalb der Einrichtungen. Die verschiedenen npM bieten zum Teil ganz unterschiedliche Angebote an. Die Anforderungen an digitales Arbeiten können zwischen verschiedenen Angebotsformaten und Tätigkeitsfeldern der npM stark voneinander abweichen. Auch in Abhängigkeit der thematischen Schwerpunkte, der Angebotsformate und der Zielgruppen unterscheiden sich die Anforderungen an die digitalen Kompetenzen der npM. Hinzu kommt, dass npM nicht wie die hpM ähnliche grundlegende Ausbildungen absolviert und Tätigkeiten durchzuführen haben, die möglicherweise ein Mindestmaß an spezifischen digitalen Kompetenzen voraussetzen. Insofern können die digitalen Kompetenzen der npM untereinander weit auseinanderliegen.

Auch zwischen den Einrichtungen scheint es Unterschiede zu geben. Beispielsweise weist der Umgang mit datenschutzrechtlichen Aspekten darauf hin, da die Antworten der Einrichtungen zu den npM hier sehr unterschiedlich ausfallen. Während 19 Prozent der Einrichtungsleitungen von einem (eher) sicheren Umgang ihrer npM mit dem Thema Datenschutz ausgehen, sehen 28 Prozent dies (eher) nicht so.

Abbildung 13: Digitale Kompetenzen der nebenamtlich Mitarbeitenden

Frage: „Wie gut bzw. schlecht schätzen Sie diese in Bezug auf die folgenden Anforderungen/Situationen ein?“

Unsere nebenamtlichen Mitarbeitenden...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

Trotz der leichten Unterschiede, die zwischen den einzelnen Aspekten der **digitalen Kompetenzen bei den npM** auffallen, wird der **Fortbildungsbedarf kompetenzübergreifend ähnlich (hoch)** eingeschätzt. Der Fortbildungsbedarf, den die Einrichtungsleitungen bei den npM sehen, reicht (je nach Bereich) von 52 Prozent bis 58 Prozent. Somit sieht mehr als die Hälfte der Einrichtungen (eher) hohen Fortbildungsbedarf bei ihren npM. Jeweils mindestens acht von zehn Einrichtungen sehen sogar geringstenfalls teilweise Fortbildungsbedarf bei den npM. Der Fortbildungsbedarf im Umgang mit dem Thema Datenschutz erhält die höchste Zustimmung (Abbildung 14). Demnach scheinen die digitalen Kompetenzen bei den npM daher größtenteils ausbaufähig.

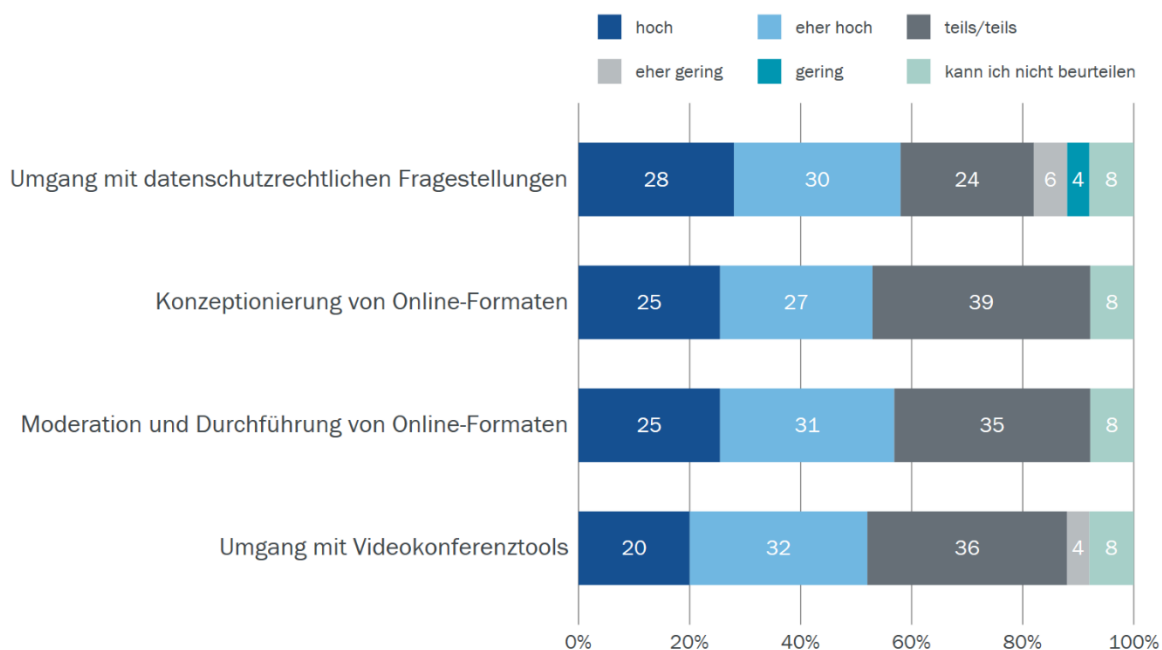
In der Fachkräftebefragung wurden ergänzend zur Einrichtungsbefragung die Social Media Kompetenzen der Fachkräfte erfragt. Hier zeigt sich ebenfalls, dass die hpM häufiger einen höheren Wissensstand angeben als die npM (ohne Abbildung). Der Social Media Bereich liegt vermutlich vorrangig in ihrer Zuständigkeit.

Zudem zeigen die Ergebnisse der Fachkräftebefragung, dass die hpM ihren Fortbildungsbedarf in jedem Bereich höher einschätzen als die npM. Das deutet darauf hin, dass sämtliche Aspekte von Online-Angeboten für die Aufgabenerfüllung der hpM eine höhere Relevanz haben als für die der npM (ohne Abbildung).

Abbildung 14: Fort- bzw. Weiterbildungsbedarf bei nebenamtlich Mitarbeitenden

Frage: „Wie schätzen Sie den Fort- bzw. Weiterbildungsbedarf Ihrer nebenamtlichen Mitarbeitenden hinsichtlich der Digitalisierung ein?“

Der Bedarf ist ...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

4.2.3 Einstellungen gegenüber der Digitalisierung und digitalen Angeboten

Insgesamt sieht der überwiegende Teil der Einrichtungsleitungen (86 %) bei den hpM die Bereitschaft, sich auf den durch die Digitalisierung bedingten Wandel und die damit verbundenen medientechnischen Herausforderungen einzulassen. Auch geht der Großteil der Einrichtungen (86 %) davon aus, dass die Mehrheit der hpM der Meinung sei, dass es in Zukunft immer wichtiger werde, auch digitale Angebote anzubieten (Abbildung 15).

Im Allgemeinen verweisen diese Ergebnisse auf eine **hohe Aufgeschlossenheit und Bereitschaft gegenüber den zukünftigen Entwicklungen der Digitalisierung** seitens der hpM in Familienbildungsstätten. Auch zeugen sie von einem Bewusstsein gegenüber der zukünftigen Bedeutung digitaler Angebote. Geht es jedoch konkret um die **Umsetzung digitaler Angebote** zeigt sich eine eher skeptische Haltung der Einrichtungsleitungen, was die Einstellung ihrer hpM gegenüber digitalen Angeboten betrifft. Fast die Hälfte der Einrichtungsleitungen (43 %) ist geteilter Meinung, ob die Mehrheit ihrer hpM der Überzeugung sei, digitale Angebote ließen sich zukünftig in gleicher Qualität anbieten wie analoge Formate (Abbildung 15).

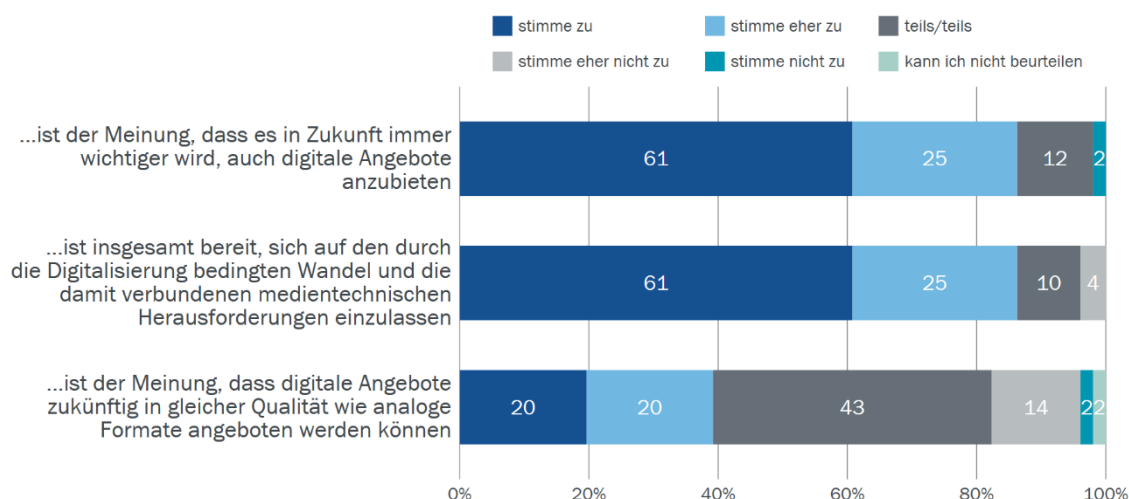
Die bisherigen Ergebnisse zeigen zwar, dass Online-Angebote grundsätzlich Potenzial für eine langfristige Etablierung in der Familienbildung haben. Besonders in Kapitel 4.3 wird jedoch noch deutlich werden, dass sich dies nicht für alle Themen und Zielgruppen gleichermaßen feststellen lässt.

Insofern ist die Diskrepanz zwischen der Offenheit gegenüber der Digitalisierung und der vermeintlichen Skepsis gegenüber der Qualität digitaler Angebote, die sich in der Haltung der hpM andeutet, durchaus plausibel. Die Qualität von Angeboten im Allgemeinen und Online-Formaten im Speziellen hängt zudem mit einer Vielzahl von Faktoren zusammen, die im Verlauf dieser Studie bereits aufgegriffen wurden (Kapitel 2.1). Darunter fallen unter anderem die Einhaltung professioneller Standards, die Gewährleistung flächendeckenden W-LANs, die Medienkompetenz der zuständigen Fachkraft sowie die Erfahrung mit Online-Tätigkeiten. Dementsprechend ist es unwahrscheinlich, dass die Einrichtungsleitungen an dieser Stelle vielfach eine einheitliche Aussage über ihre hpM treffen können.

Abbildung 15: Einstellung der hauptamtlichen Mitarbeitenden gegenüber digitalen Angeboten aus Sicht der Einrichtungsleitungen

Frage: „Wie schätzen Sie die Bereitschaft und Akzeptanz für digitale Angebotsformate der hauptamtlichen Mitarbeitenden in Ihrer Familienbildungsstätte ein?“

Die Mehrheit der hauptamtlichen Mitarbeitenden ...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

Die **Einstellungen der npM zur Digitalisierung** werden von den Einrichtungsleitungen gänzlich anders wahrgenommen als die der hpM. Eine Offenheit für die Durchführung digitaler Angebote sieht weniger als ein Drittel der Einrichtungen (29 %) bei den npM, viele Einrichtungen sehen diese unter npM nur als in Teilen vorhanden (43 %). Auch das Bewusstsein gegenüber der zukünftigen Bedeutung digitaler Angebote für die Familienbildung sieht nur rund ein Drittel der Einrichtungsleitungen (31 %) bei den npM. Zudem stimmen 36 Prozent der Einrichtungsleitungen (eher) nicht zu, dass die Mehrheit der npM digitale Angebote und analoge Formate zukünftig in gleicher Qualität anzubieten glaubt (Abbildung 16).

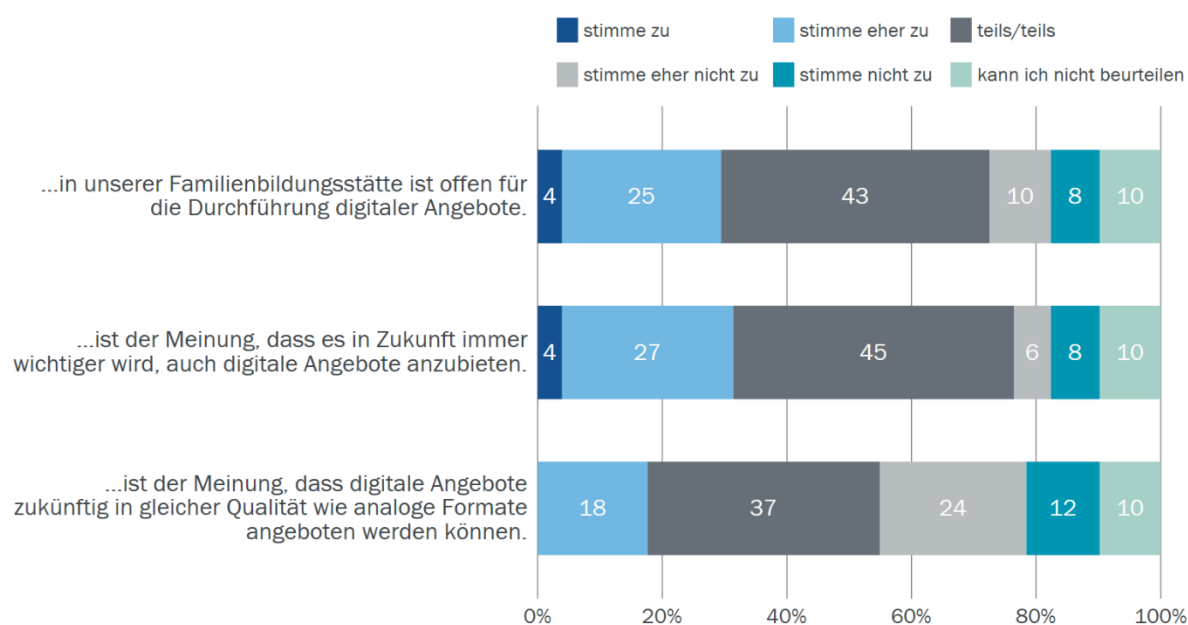
Auffällig ist die im Vergleich zu den hpM **geringere Offenheit gegenüber digitalen Angeboten**, die die Einrichtungsleitungen den npM zuschreiben. Das kann verschiedene Gründe haben. Denkbar ist, dass die npM aufgrund ihrer selbstständigen Tätigkeit nicht immer unmittelbar mit den

Einrichtungsleitungen in Kontakt stehen und damit weniger genau in ihrer Einstellung beurteilt werden können. Für diese Hypothese spricht, dass die Anteile an Einrichtungsleitungen, die die Einstellung der npM zu digitalisierungsbezogenen Themen mit „teils/teils“ und „kann ich nicht beurteilen“ beantwortet haben, deutlich höher sind als bei den hpM. Außerdem führen unter den npM weniger Personen Tätigkeiten mit Online-Bezug durch als unter den hpM (Kapitel 4.2.2). Es ist anzunehmen, dass weniger Berührungspunkte der npM mit Online-Tätigkeiten mit einer höheren Zurückhaltung gegenüber diesen Tätigkeiten einhergehen. Insgesamt ist aber auch hier davon auszugehen, dass die Einstellungen gegenüber Online-Angeboten von vielen Faktoren abhängen und daher nicht verallgemeinernd von den Einrichtungsleitungen beantwortet werden können.

Abbildung 16: Einstellung der nebenamtlichen Mitarbeitenden gegenüber digitalen Angeboten aus Sicht der Einrichtungsleitungen

Frage: „Wie schätzen Sie die Bereitschaft und Akzeptanz für digitale Angebotsformate der nebenamtlichen Mitarbeitenden in Ihrer Familienbildungsstätte ein?“

Die Mehrheit der nebenamtlichen Mitarbeitenden ...



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

Tiefere Einblicke in die Einstellungen der Mitarbeitenden gegenüber digitalen Angeboten geben die Ergebnisse der Fachkräftebefragung. Dabei treten zum einen **Chancen von Online-Angeboten** zu Tage, deutlich werden zum anderen jedoch auch die **Schwierigkeiten, die mit Online-Angeboten einhergehen** können.

Das bereits identifizierte **Potenzial orts- und zeitunabhängiger Erreichbarkeit von Familienbildung, das durch digitale Angebote** genutzt werden kann (Kapitel 2.1), wird auch anhand der Ergebnisse der Fachkräftebefragung erkennbar. 70 Prozent der Fachkräfte stimmen (eher) zu, dass Online-Formate die Möglichkeit bieten auch in den Randzeiten Kurse und Veranstaltungen

abzuhalten. Auch sieht mindestens die Hälfte der Fachkräfte (50 % und 55 %) in Online-Angeboten die Möglichkeit, die eigene Arbeitszeit, den Arbeitsort sowie Angebote flexibel zu gestalten (Abbildung 17). Das zeigt, dass digitale Formate sowohl ein flexibles Zeitmanagement der Fachkräfte unterstützen als auch die Gestaltung der Angebote selbst anpassungsfähig halten können.

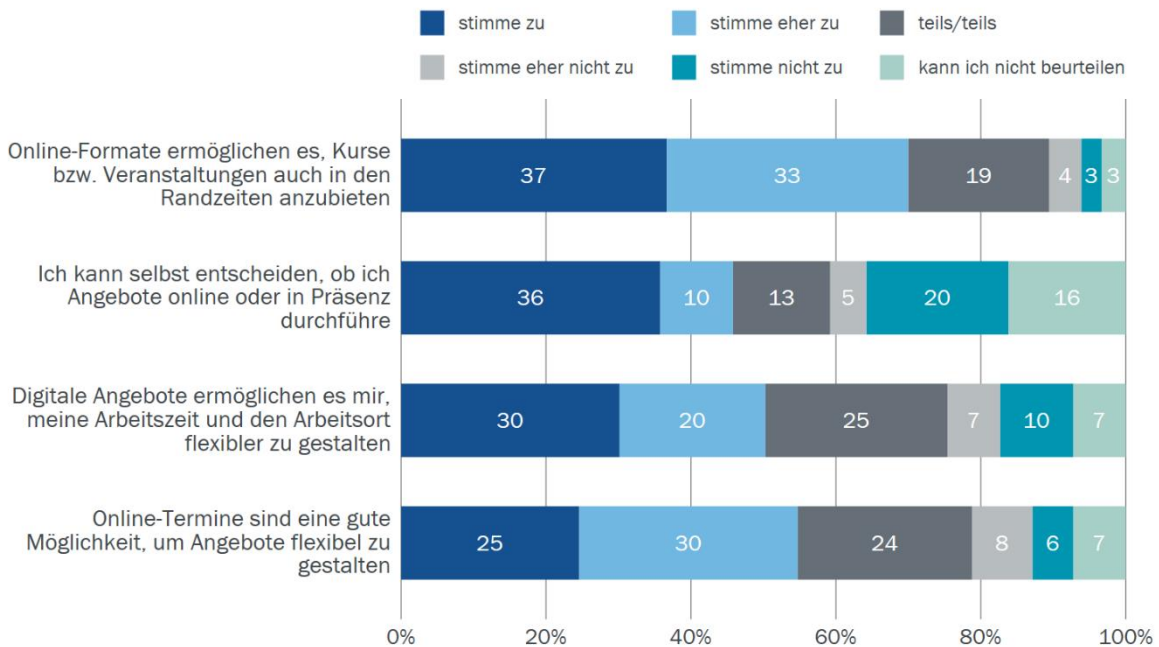
Die Fachkräfte können jedoch nicht gänzlich selbst entscheiden, ob sie Angebote online oder in Präsenz durchführen. 46 Prozent haben diese Möglichkeit, 13 Prozent haben sie zumindest teilweise. Ein Viertel der Fachkräfte (25 %) hat diese Möglichkeit allerdings (eher) nicht (Abbildung 17). Dies kann auf die unterschiedlichen Gegebenheiten in den Einrichtungen zurückgeführt werden. Denkbar ist, dass digital bereits gut aufgestellte Einrichtungen, die über mehr Erfahrung mit digitalen Angeboten verfügen, ihren Mitarbeitenden diese Möglichkeiten eher zur Verfügung stellen können. Möglich ist es auch, dass die Einrichtungsleitungen entscheiden, inwieweit überhaupt digitale Angebote umgesetzt werden können.

Berichtenswert ist allerdings auch ein zentraler Nachteil, der mit der potenziellen zeitlichen Flexibilität der Fachkräfte einhergehen kann, der aus den Ergebnissen der Fokusgruppen hervorgeht: Die Ausdehnung von Arbeitszeiten auf den Abend und das Wochenende. Die Mitarbeitenden in der Familienbildung seien ohnehin schon Mehrfachbelastungen ausgesetzt, so dass eine Verschiebung von Arbeitszeiten an Randzeiten zur Belastung beitragen könne.

Festhalten lässt sich, dass die Fachkräfte der Familienbildung in der **zeitlichen Flexibilität von Online-Angeboten** durchaus **Chancen** für ihre Tätigkeit sehen. Da nicht alle Fachkräfte die Möglichkeit zu haben scheinen, von einer solchen (zeitlichen) Flexibilität Gebrauch zu machen, ergibt sich hier Potenzial für den Ausbau flexibler Arbeitszeiten. Diese sollten jedoch aufgrund des **Risikos von Mehrbelastungen** durch die Verschiebung von Arbeitszeiten jeweils unter Berücksichtigung individueller Bedürfnisse der Mitarbeitenden diskutiert und vereinbart werden.

Abbildung 17: Einschätzungen zum Potenzial zeitlicher Flexibilität durch digitale Angebote

Frage: „Wie schätzen Sie insgesamt die Bedeutung von digitalen Angeboten für die Familienbildung ein?“ und „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Umsetzung von Online-Angeboten zu?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=181.

Weitere Ergebnisse der Fachkräftebefragung weisen darauf hin, dass das Potenzial zeitlicher Flexibilität durch Online-Angebote nicht zwingend zu einer Entlastung der Fachkräfte führen muss. Entgegen der Annahme, dass ein Mehr an Online-Kursen bzw. Veranstaltungen die Fachkräfte spürbar entlasten könnte, stimmen dieser Aussage lediglich neun Prozent (eher) zu, mehr als die Hälfte sieht dies nicht so (Abbildung 18). Anzunehmen ist, dass der zeitlichen Flexibilität, die Online-Formate bieten, insbesondere eine Reihe von **arbeitsorganisatorischen Herausforderungen** gegenüberstehen. Beispielsweise wird die **Nachweispflicht** über die Teilnahme von knapp einem Drittel der Fachkräfte (31 %) für Online-Angebote als schwieriger eingeschätzt als für Präsenzangebote. Hier ist der Anteil derjenigen Fachkräfte, die dies nicht beurteilen können, allerdings auffällig hoch (29 %) (Abbildung 18). Möglicherweise ist die Nachweispflicht nicht für alle Fachkräfte relevant.

Außerdem gibt es einige Fachkräfte, die bei digitalen Angeboten (eher) mehr kurzfristige Absagen und Nichtteilnahmen wahrnehmen als bei Präsenzangeboten (35 %), 21 Prozent stimmen dem teilweise (nicht) zu, 18 Prozent (eher) nicht. Immerhin ca. ein Viertel (26 %) kann dies nicht beurteilen (ohne Abbildung). Aus diesem Ergebnis ließe sich ein höherer Grad an Unverbindlichkeit bei digitalen Angeboten gegenüber Präsenzformaten unterstellen. Die Fokusgruppe mit den Spitzenverbänden greift diesen Aspekt ebenfalls auf. Allerdings reduziert sie ihn nicht auf digitale Angebote. Die **Planbarkeit von Angeboten habe sich bereits vor der Pandemie verschlechtert**, Teilnehmende würden heutzutage insgesamt häufiger kurzfristig absagen als früher.

Weitere Hinweise zu potenziellen arbeitsorganisatorischen Herausforderungen von Online-Formaten geben die Angaben der Fachkräfte zum **Aufwand von Online-Angeboten** im Vergleich zu

Präsenzangeboten. Rund ein Drittel der Fachkräfte (31 %) schätzt den Aufwand zur Durchführung von Online-Angeboten (eher) höher ein als den von Präsenzangeboten, ein weiteres knappes Drittel (30 %) ist geteilter Meinung, und 21 Prozent sehen dies (eher) nicht so (Abbildung 18). Die Einschätzungen der Fachkräfte variieren hier auffällig. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass der Aufwand jeweils davon abhängt, um was für ein Angebot es sich konkret handelt, für welche Angebote die jeweilige Fachkraft zuständig ist und welche Erfahrungen sie mitbringt. Darüber hinaus wurde in den Fokusgruppen von einem Mehraufwand durch digitale Formate berichtet. Zum einen würden sich Arbeitsschwerpunkte ohnehin immer weiter verlagern. Zum anderen führe der Organisationsaufwand digitaler Angebote (Technik, Planung, Verschiebungen, Moderation) zu einer Reduzierung pädagogischer Ressourcen. All diese Faktoren können die Wahrnehmung der Fachkräfte beeinflussen, was die Einschätzung des Aufwands von Online-Formaten betrifft.

In immerhin 17 Prozent der Fälle ist den Fachkräften keine Beurteilung des Aufwandes möglich (Abbildung 18). Für einige Fachkräfte lassen sich Online-Angebote und Präsenzformate vermutlich nicht unmittelbar miteinander vergleichen. Das kann etwa der Fall sein, wenn spezifische Veranstaltungen nur im Online-Format und/oder nur im Präsenzformat angeboten werden. Die Erfahrung der einzelnen Fachkraft spielt auch hier womöglich eine Rolle. Darauf deutet auch der nachfolgende Befund hin: Aus Sicht der meisten Fachkräfte (87 %) ist **Übung erforderlich, um Online-Angebote genauso gut umsetzen zu können wie Präsenzangebote**. Erfahrungen mit Online-Angeboten sind daher sehr wichtig für die Qualität des Angebots. Das Format des Angebots selbst ist aus Sicht der Fachkräfte ebenfalls ausschlaggebend für die Qualität der Angebote. Die Befragungsergebnisse deuten hier auf bedeutsame Unterschiede zwischen Online- und Präsenzformaten hin.

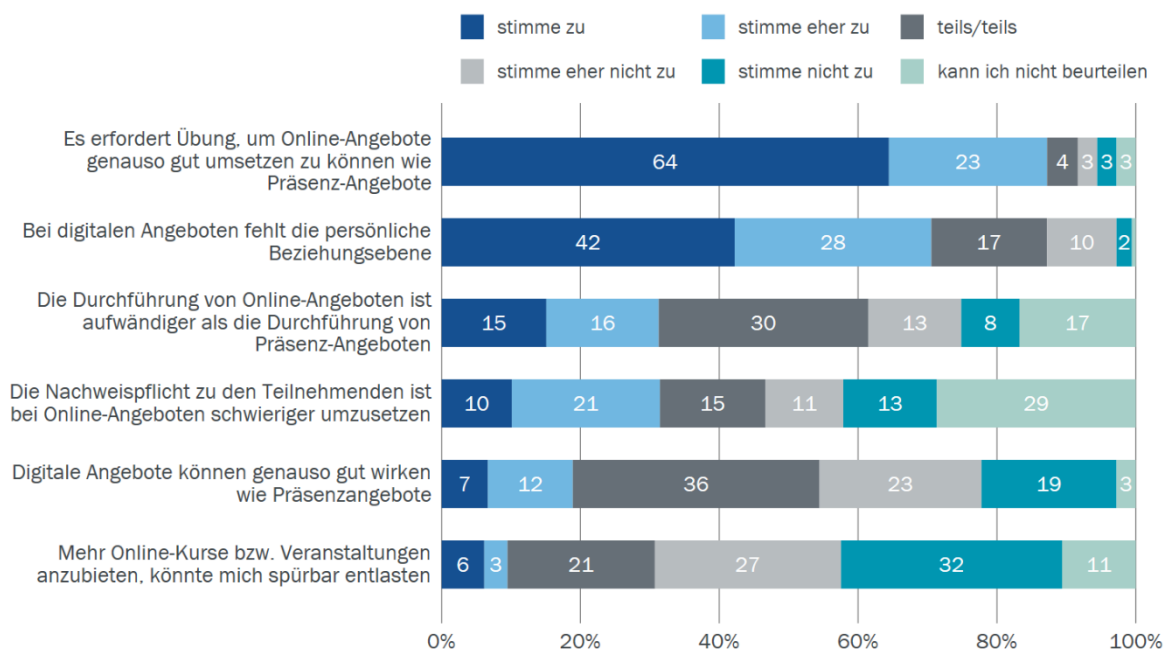
Die befragten Fachkräfte stimmen überwiegend (eher) der Aussage zu (zu 70 %), dass **bei digitalen Angeboten die persönliche Beziehungsebene fehle** (siehe hierzu auch Kapitel 4.3.4). Auf die Bedeutung dieser Beziehungsebene für die sozialpädagogische Arbeit wurde bereits hingewiesen, räumliche Nähe und Interaktionen stellen zentrale Elemente des professionellen Handelns und non-formaler Bildungsarbeit dar. Sie üben auch einen Einfluss auf die Wirksamkeit aus (Kapitel 2.1). Diese Haltung spiegelt sich auch in der Einschätzung der Fachkräfte zur Wirksamkeit von Online-Formaten gegenüber Präsenzangeboten wider: Lediglich knapp zwei von zehn Fachkräften (19 %) stimmen der Aussage (eher) zu, dass digitale Angebote genauso gut wirken können wie Präsenzangebote. Mehr als ein Drittel (42 %) stimmen (eher) nicht zu (Abbildung 18).

Das Vertrauen in das Potenzial gleichwertiger Wirksamkeit von Online-Angeboten und Präsenzangeboten ist unter den Fachkräften diesen Ergebnissen zufolge eher in geringem Umfang gegeben. Am weitesten unter den Fachkräften verbreitet, sind diejenigen, die hier geteilter Meinung sind (36 %). Analog zu den bisherigen Ergebnissen spricht dies dafür, dass es von verschiedenen Faktoren wie dem Format, der Erfahrung der Fachkraft, aber auch der Zielgruppe (Kapitel 4.3) abhängig sein kann, ob ein Online-Format geeignet erscheint und Wirkung erzielt.

Auf den Punkt gebracht, bieten digitale Angebote aus Sicht der Mitarbeitenden vor allem auf arbeitsorganisatorischer Ebene den Vorteil zeitlicher Flexibilität, bergen jedoch zugleich das Risiko von Mehrbelastung und erhöhtem Aufwand. Die zentrale Erkenntnis, die aus den Einschätzungen der Fachkräfte weiterhin abgeleitet werden kann, ist die, dass Online-Formate nicht grundsätzlich als gleichwertige Alternative zu Präsenzangeboten wahrgenommen werden.

Abbildung 18: Einschätzungen der Fachkräfte zur Bedeutung und Umsetzung digitaler Angebote

Frage: „Wie schätzen Sie insgesamt die Bedeutung von digitalen Angeboten für die Familienbildung ein?“ und „Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Umsetzung von Online-Angeboten zu?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=181.

4.3 Zielgruppen

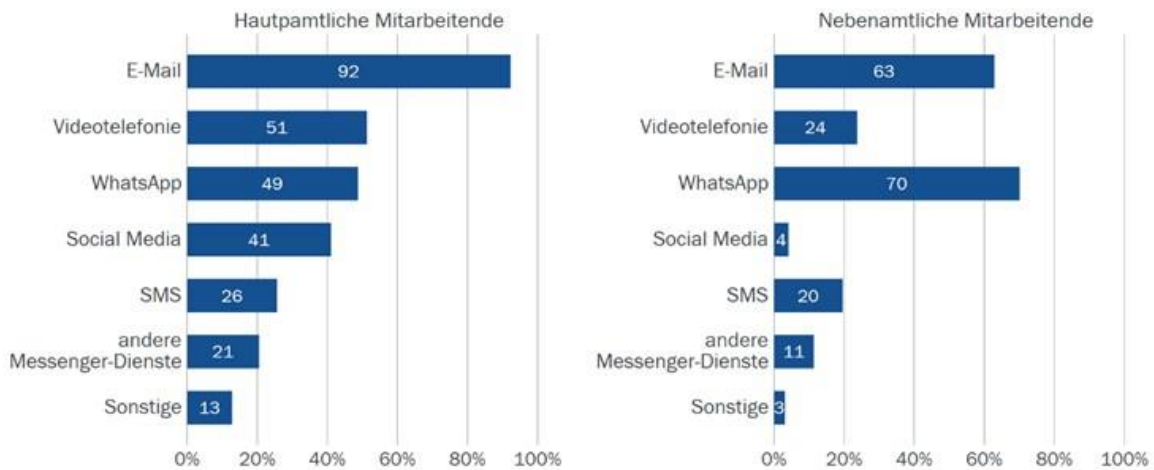
4.3.1 Kommunikation mit den Kursteilnehmenden

Digitale Kommunikation ist in Familien alltäglich. Auch die Kommunikation der Familienbildungsstätten mit den Familien erfolgt bereits vielfach auf digitalem Wege. Unter den digitalen Kommunikationsformen ist die **E-Mail am weitesten verbreitet**: 92 Prozent der hauptamtlichen Mitarbeitenden (hpM) nutzen E-Mails, um mit den Kursteilnehmenden zu kommunizieren. Die nebenamtlichen (npM) nutzen E-Mail etwas seltener (63 %). **Videotelefonie** wird vor allem von den hpM vielfach genutzt (51 %) (Abbildung 19). Das Videoformat scheint daher nicht nur im Rahmen digitaler Angebote relevant, sondern sich auch als ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation zwischen Mitarbeitenden und Kursteilnehmenden etabliert zu haben. Während die Nutzung von WhatsApp unter den npM weiterverbreitet ist, wird **Social Media** deutlich häufiger von hpM genutzt.

Die Kommunikationswege weisen auf eine über die Öffentlichkeitsarbeit hinausgehende Bedeutung von Social Media in der Familienbildung hin, zumindest auf Ebene der hpM. Social Media scheint eine wesentliche Rolle für die Interaktion mit den Kursteilnehmenden zu spielen, die möglicherweise über die reine Kursteilnahme hinausgeht. Es ist denkbar, dass die Pandemie dies befördert hat.

Abbildung 19: Digitale Kommunikation zwischen Mitarbeitenden und Kursteilnehmenden

Frage: „Wie erfolgt die digitale Kommunikation mit Kursteilnehmenden?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=150.

Die **unterschiedliche Nutzung digitaler Kommunikationswege zwischen hpM und npM** lässt sich darauf zurückführen, dass die npM im Allgemeinen gegenüber den hpM überwiegend private Geräte für ihre Tätigkeiten verwenden. Private Handynutzung im Besonderen ist unter den Fachkräften insgesamt weit verbreitet (zu 70 %). Daneben scheint es einige Fälle zu geben, in denen die Kommunikation über das private Handy gar nicht vorkommt (15 %) (Abbildung 20). Der hohe Anteil an privater Handynutzung ist dadurch zu erklären, dass in der Fachkräftebefragung mehr npM befragt wurden, die zudem häufiger private Geräte nutzen als hpM. Die private Handynutzung ist unter den npM dementsprechend ebenfalls deutlich verbreiteter als unter den hpM (ohne Abbildung). Dies könnte erklären, warum beispielsweise WhatsApp unter den npM weiterverbreitet ist (Abbildung 19).

Die **digitale Kommunikation mit den Teilnehmenden** scheint einen zentralen Vorteil für die Mitarbeitenden mitzubringen: Fast drei Viertel der Fachkräfte (74 %) stimmen (eher) zu, dass sie ihnen die Arbeit erleichtert. E-Mails und Messenger-Dienste bieten beispielsweise die Möglichkeit Personen jederzeit zu kontaktieren, auch wenn sie etwa telefonisch nicht erreichbar sind.

Nachteile digitaler Kommunikation mit den Teilnehmenden, insbesondere bei der **Nutzung privater Geräte**, könnten hingegen dadurch entstehen, dass die Fachkräfte dauerhaft erreichbar sind. Etwa ein Drittel der Fachkräfte (34 %) bestätigen (eher), dass sie von den Teilnehmenden auch am späten Abend oder am Wochenende kontaktiert werden. Das wird vorrangig auf diejenigen Fachkräfte zutreffen, die über ihre privaten Geräte erreichbar sind, aber auch möglicherweise die, die Angebote zu Randzeiten und am Wochenende anbieten. Es gibt aber auch fast ebenso viele Fachkräfte (29 %), die von den Teilnehmenden gar nicht zu diesen Zeiten kontaktiert werden (Abbildung 20). Darunter sind vermutlich vornehmlich Fachkräfte, die ihre privaten Geräte nicht nutzen. Die Fachkräfte scheinen hier unterschiedliche Erfahrungen zu machen. Das kann verschiedene Gründe haben. Individuelle Bedürfnisse und der Arbeitsalltag der Fachkräfte werden eine entscheidende Rolle spielen. Bietet eine Fachkraft Angebote zu Randzeiten an, wird sie ihre Erreichbarkeit für die Teilnehmenden zu dieser Zeit sicherstellen (wollen). Gleichzeitig werden die Kursteilnehmenden

vermutlich mit unterschiedlichen Erwartungen an die Erreichbarkeit der Fachkräfte herangehen. Dafür spricht auch das nachfolgende Ergebnis.

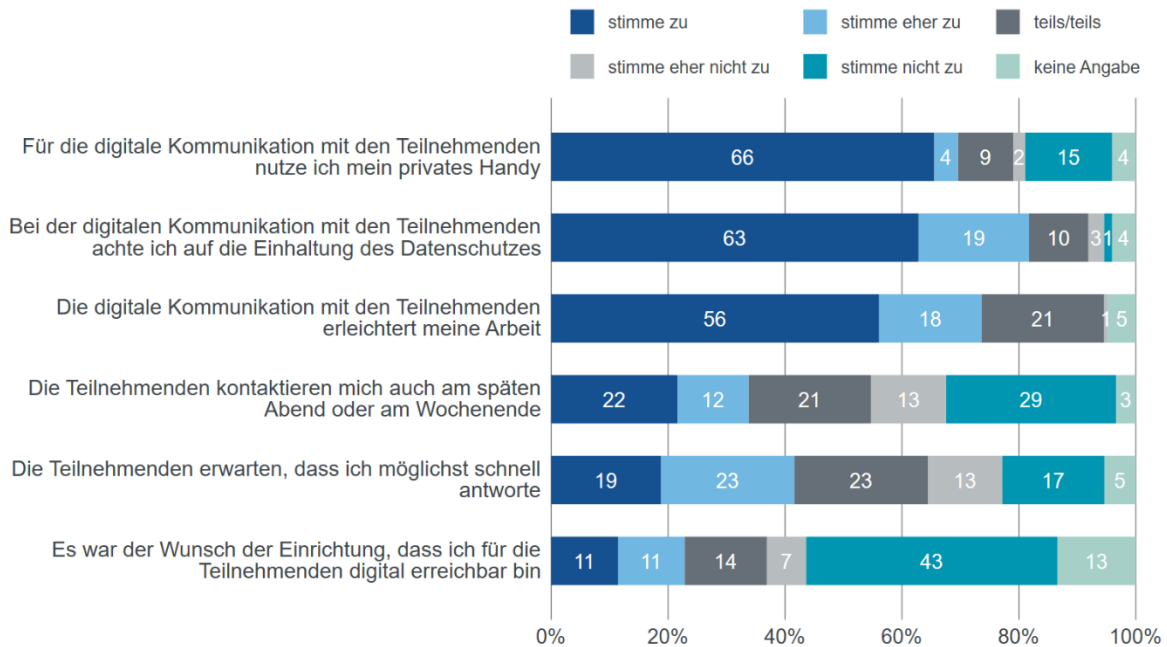
Unter den Fachkräften stimmen 42 Prozent (eher) zu, dass die Teilnehmenden möglichst schnell Antworten erwarten. Weitere 30 Prozent stimmen dem (eher) nicht zu, 23 Prozent geben „teils/teils“ an. Da die Angaben der Fachkräfte zu dieser Aussage stark variieren, ist davon auszugehen, dass die **Fachkräfte** auch hier **unterschiedliche Erfahrungen mit den Kursteilnehmenden** machen. Die Erwartungen der Kursteilnehmenden an die Erreichbarkeit der Fachkräfte gehen daher vermutlich ebenfalls stark auseinander. Zu erkennen ist allerdings, dass die hpM häufiger angeben, dass die Kursteilnehmenden möglichst schnelle Antworten erwarten (ohne Abbildung). Dies könnte damit zusammenhängen, dass hpM sowohl für die Planung und Organisation von Veranstaltungen als auch für die Beratung der Kursteilnehmenden zuständig sind. Damit sind sie im Mindesten zu Beginn die Hauptansprechperson für die Interessenten. Somit machen auch die hpM und npM unterschiedliche Erfahrungen mit der Erwartungshaltung der Teilnehmenden.

Interessant ist, dass nur etwas mehr als zwei von zehn Fachkräften (22 %) angeben, dass es der Wunsch der Einrichtung gewesen sei, für die Kursteilnehmenden digital erreichbar zu sein. Die Hälfte der Befragten (50 %) stimmt dem (eher) nicht zu (Abbildung 20). Dies deutet zum einen auf das **hohe Engagement und eine Freiwilligkeit unter den Fachkräften** hin, **digitale Kommunikationswege zu nutzen**. Zum anderen ist dies vermutlich ein Ergebnis zunehmender Digitalisierung in der Gesellschaft und in den Familien, die eine Eigendynamik entwickelt hat, der sich der Arbeitsalltag nicht entziehen kann.

Für die digitale Kommunikation mit Kursteilnehmenden ist auch das Thema Datenschutz relevant. Wenngleich Datenschutz zu denjenigen Themen gehört, in denen der meiste Fortbildungsbedarf gesehen wird (Kapitel 4.2.2), zeigen die Angaben der Fachkräfte, dass die meisten auf eine **Einhaltung des Datenschutzes** (eher) achten (82 %). 14 Prozent der Fachkräfte geben an, dass sie nur teilweise oder (eher) nicht darauf achten (Abbildung 20). Dieses Ergebnis zeigt, dass die meisten Fachkräfte bei der Kommunikation mit den Teilnehmenden ein Bewusstsein für die Bedeutung der Datenschutzthematik haben. Der trotzdem **erhöhte Fortbildungsbedarf in Sachen Datenschutz** ist mutmaßlich durch zwei Faktoren bedingt: Zum einen spielt das Thema Datenschutz nicht nur für die Kommunikation mit den Teilnehmenden eine Rolle. Laut den Ergebnissen aus den Fokusgruppen kämen zum Beispiel juristische Fragen im Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsarbeit oder mit der Aufhebung von Anonymität bei Kindeswohlgefährdung auf. An übergreifenden Standards fehle es ebenfalls. Zum anderen sind vermutlich durch die zu Beginn der Pandemie plötzlich verstärkte Zunahme digitaler Angebote datenschutzrelevante Fragestellungen aufgekommen, die zuvor geringe bis gar keine Relevanz im Arbeitsalltag hatten. Die Ergebnisse lassen sich beispielsweise so interpretieren, dass der erhöhte Fortbildungsbedarf im Bereich des Datenschutzes nicht auf fehlendes Wissen über die Relevanz zurückzuführen ist. Entscheidender ist vermutlich das Wissen über die konkrete Anwendung datenschutzrechtlicher Aspekte.

Abbildung 20: Erfahrungen der Fachkräfte mit digitaler Kommunikation

Frage: „Welche Erfahrungen haben Sie mit der digitalen Kommunikation mit den Kursteilnehmenden gesammelt?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=149.

4.3.2 Öffentlichkeitsarbeit

Die Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit haben sich seit Beginn der Corona-Pandemie verändert. Sowohl die Verbreitung von Online-Präsenz über eine eigene Webseite als auch die der Nutzung sozialer Medien scheinen durch die Pandemie angestoßen worden zu sein (Kapitel 2.2, 3.3). Entsprechend fallen die Angaben der Einrichtungen zur **Relevanz von onlinebasierter Öffentlichkeitsarbeit** aus. Laut der Einrichtungsleitungen wird es zunehmend wichtig, dass Angebote auch in digitalen Medien und über Online-Suchergebnisse gut auffindbar sind (94 %) (Abbildung 22). Die Fachkräfte wurden darüber hinaus gezielt gefragt, wie sie die Erwartungen der Familien einschätzen. Ein großer Teil der Fachkräfte, die Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten durchführen, stimmt der Aussage (eher) zu, dass Familien zunehmend erwarten, Informationen zu den Angeboten auch im Internet finden zu können (ohne Abbildung). Insoweit nehmen sowohl die Einrichtungsleitungen als auch die Mitarbeitenden der Familienbildung die Bedeutung onlinebasierter Öffentlichkeitsarbeit wahr.

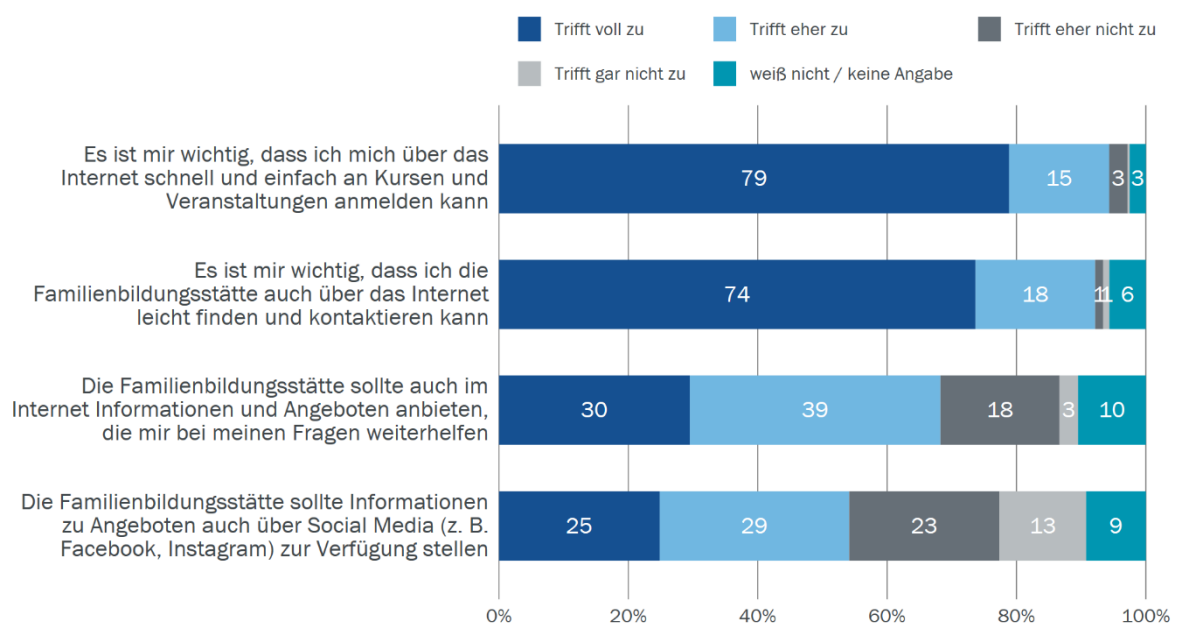
Dass die **Bereitstellung und Auffindbarkeit von Informationen im Internet** rund um die Angebote und den Zugang zur Familienbildungsstätte **für die Familien von großer Bedeutung** sind, zeigt auch die Befragung der Nutzerinnen und Nutzer der Familienbildungsangebote. Die Nutzenden geben zum Großteil an, dass es ihnen wichtig sei, die Familienbildungsstätte auch über das Internet leicht finden und kontaktieren zu können (92 %). Ebenso sehen es etwa zwei Drittel der Nutzenden (69 %) als relevant an, dass die Familienbildungsstätte im Internet Informationen und Angebote bereithält, die bei Fragen weiterhelfen (Abbildung 21).

Weniger einstimmig zeigen sich die Angaben der Nutzenden zu Aussagen über Bereitstellung von Informationen über **Social Media**. Etwa die Hälfte der Nutzenden (54 %) ist (eher) der Meinung, dass die Familienbildungsstätte Informationen zu Angeboten auch über Social Media (z. B. Facebook, Instagram) zur Verfügung stellen sollte. Immerhin 36 Prozent sprechen sich sogar (eher) dagegen aus (Abbildung 21). Denkbar wäre, dass der Teil der Befragten, der sich dagegen ausspricht, selbst kaum oder kein Social Media nutzt/nutzen (möchte). Die jüngeren Nutzenden legen tendenziell größeren Wert auf Social Media als die älteren (ohne Abbildung).

Zusammengefasst stellt das Internet aus Perspektive der Nutzenden sowohl für die Recherche als auch für Anmeldevorgänge eine wichtige Ressource der Öffentlichkeitsarbeit dar. Die allgemeine **Auffindbarkeit und Sichtbarkeit der Familienbildung im Internet** scheinen dabei zwar insgesamt einen höheren Stellenwert einzunehmen als die auf Social Media. Jedoch hängt diese Einschätzung von der jeweiligen Zielgruppe ab.

Abbildung 21: Wünsche der Nutzenden rund um Bereitstellung und Auffindbarkeit von Informationen zu (Online-)Angeboten im Internet

Frage: „Mit Blick auf die Online-Angebote der Familienbildung: Was wünschen Sie sich vom Angebot Ihrer Familienbildungsstätte?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Nutzerinnen und Nutzer von Angeboten der Familienbildung des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=319.

Für die Einrichtungsleitungen hat die **Präsenz von Informationen zu Angeboten im Internet** ebenfalls einen **hohen Stellenwert**. Fast alle Einrichtungen (94 %) sehen es (eher) als bedeutsam an, dass ihre Angebote in digitalen Medien und über die Online-Suche auffindbar sind. Mehr als die Hälfte der Einrichtungen (58 %) stimmt (eher) zu, dass digitale Medien es ermöglichen mehr Menschen zu erreichen als durch nicht-digitale Aktivitäten (Abbildung 22). Die zeugt von **großem Potenzial der Nutzung digitaler Medien für die Zielgruppenerreichung** in der Familienbildung. Dass der

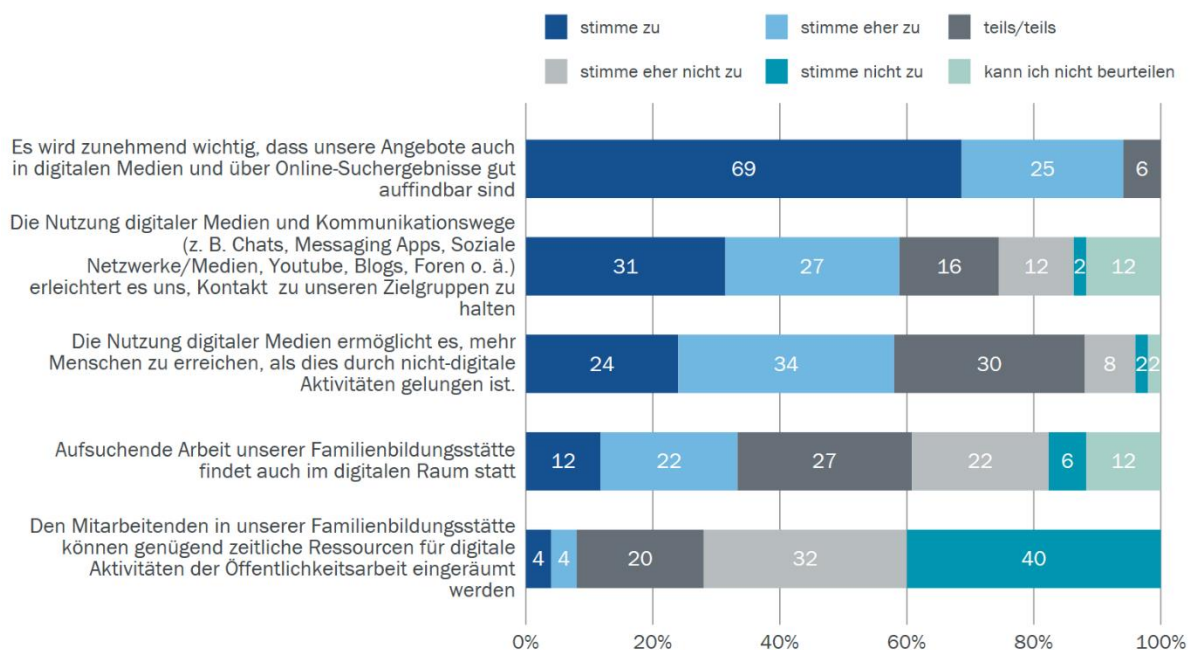
Weg, über digitale Medien Menschen zu erreichen, bereits Bestandteil der Arbeit einiger Einrichtungen ist, zeigen auch die Angaben zum Thema der aufsuchenden Arbeit im digitalen Raum. Diese findet in etwa einem Drittel der Einrichtungen (34 %) statt, in fast einem weiteren Drittel (27 %) immerhin teilweise (Abbildung 22). Unter den genutzten **Social Media Plattformen** ist Facebook am weitesten verbreitet (93 %), Instagram mit 79 Prozent. Eine Einrichtung gibt TikTok an, und rund 14 Prozent nennen Sonstige. Die Hälfte der Einrichtungen gibt an, Social Media gezielt zu nutzen, um bestimmte Zielgruppen über den digitalen Raum zu erreichen. Von diesen werden mehrheitlich (60 %) junge Familien und Alleinerziehende genannt.

Darüber hinaus zeigt sich das Potenzial der Nutzung digitaler Medien zudem für die Kontaktpflege. Fast sechs von zehn Einrichtungen (58 %) geben an, dass digitale Medien und Kommunikationswege das Kontakthalten zur Zielgruppe erleichtern (Abbildung 22).

Insgesamt weisen die Angaben der Einrichtungen auf die verschiedenen Vorteile der Nutzung digitaler Medien für die Familienbildung hin. Die **Herausforderung**, diese Vorteile in der Praxis tatsächlich nutzbar machen zu können, liegt in den **knappen zeitlichen Ressourcen** der Mitarbeitenden. Lediglich acht Prozent der Einrichtungen können ihren Mitarbeitenden einen entsprechenden zeitlichen Spielraum für digitale Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit einräumen (Abbildung 22). Dies bestätigt sich auch in der Fokusgruppe mit den Einrichtungsleitungen/Fachkräften. In den Einrichtungen steht in der Regel kein Personal zur Verfügung, die explizit mit dem Thema Öffentlichkeitsarbeit bzw. Social Media betraut ist. Häufig werden Aufgaben wie die Aktualisierung der Homepage von den Verwaltungskräften oder auch von den hpM mit übernommen. Vor allem für Social Media-Auftritte ist allerdings eine kontinuierliche Pflege und regelmäßige Erstellung von Beiträgen erforderlich. Hierfür fehlt in es in den Einrichtungen häufig schlichtweg an Zeit und Kapazitäten.

Abbildung 22: Relevanz digitaler Medien und Kommunikationswege aus Sicht der Einrichtungen

Frage: „Welche Rolle spielen aus Ihrer Sicht digitale Kommunikationskanäle und Öffentlichkeitsarbeit für Ihre Familienbildungsstätte?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

i

Stellenwert von Social Media in der Familienbildung

Stand vor der Corona-Pandemie: Die Familienbildung hat bereits vor der Corona-Pandemie auf Social Media gesetzt. Dennoch war Social Media noch vor bzw. zu Beginn der Pandemie das am wenigsten verbreitete Instrument der Öffentlichkeitsarbeit.

Pandemiebedingte Veränderungen: Die Nutzung von Social Media für die Öffentlichkeitsarbeit wurde in vielen Einrichtungen, die hier bereits vor der Pandemie aktiv waren, weiter ausgebaut. Einige haben Aktivitäten auf Social Media sogar neu eingeführt. Angesichts des verstärkten Umstiegs auf Online-Formate, der durch die Pandemie ausgelöst wurde, war es für die Familienbildung von zentraler Bedeutung für die Familien sichtbar und erreichbar zu bleiben.

Personelle Kompetenzen und Ressourcen: Derzeit wird Social Media vorrangig von einem kleinen Teil der hauptamtlichen Mitarbeitenden genutzt, die über Erfahrungen mit Online-Angeboten verfügen. Aktivitäten auf Social Media dienen vor allem dazu, aktiv auf die Familien zuzugehen und Informationen online bereitzustellen. Es mangelt jedoch vielfach an zeitlichen Ressourcen für diese Tätigkeiten

Verbreitung: Facebook und Instagram werden am häufigsten genutzt. TikTok scheint bislang erst in Einzelfällen vorzukommen.

Zielgruppe: Im Zentrum von Aktivitäten auf Social Media steht die Erreichung junger Familien und Alleinerziehender.

4.3.3 Reichweite digitaler Angebote

Im Ganzen wird die Reichweite digitaler Angebote von den Einrichtungsleitungen und den Fachkräften sehr ähnlich beurteilt. Nachfolgend werden die Erkenntnisse auf Basis der Einrichtungsbefragung dargestellt.

Die vielfältigen **Zielgruppen der Familienbildung scheinen über digitale Angebote unterschiedlich gut erreichbar** zu sein. Online-Formate scheinen sich für bestimmte Lebensphasen und unter spezifischen Lebensbedingungen besonders gut zu eignen. Beispielsweise geben fast drei Viertel der Einrichtungen (73 %) an, dass **Alleinerziehende** über digitale Angebote gegenüber Präsenzangeboten (eher) besser oder mindestens genauso gut erreichbar seien. Auch **Väter** und **Familien mit Schulkindern** lassen sich größtenteils (eher) besser oder **mindestens genauso gut über digitale Formate** erreichen (Abbildung 23). Das kann daran liegen, dass Online-Formate beispielsweise für Alleinerziehende den Vorteil bieten, zusätzliche Wegzeiten einzusparen, wenn die Teilnahme an Angeboten von zuhause aus möglich ist. Dies kann auch die **Vereinbarkeit von Beruf und Familie** unterstützen. Somit gehen Online-Formate für Personen in Lebensphasen, die von

Zeitknappheit und hohem Organisationsaufwand geprägt sind, mit geringeren Teilnahmehürden einher als Angebote vor Ort. Die Spitzenverbände bestätigen die Vorteile von Zeitersparnis durch wegfallende Anfahrten und verbesserte Teilnahmemöglichkeiten am Nachmittag/Abend, die sich durch digitale Angebote ergeben können.

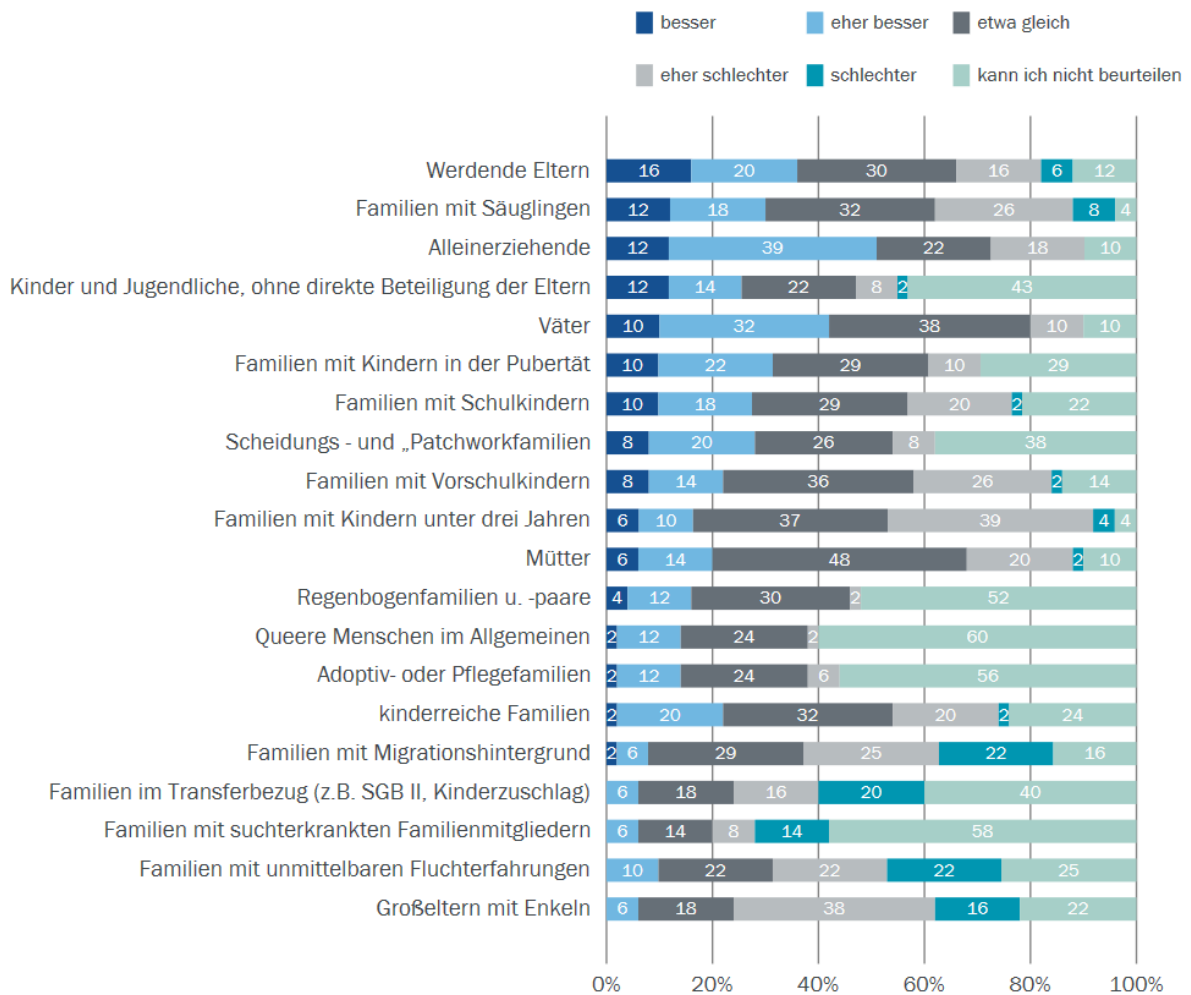
Ergänzend ist interessant, dass immerhin fast acht von zehn Fachkräften (79%) der Aussage mindestens teilweise bzw. (eher) zustimmen, dass über digitale Angebote Menschen erreicht werden, die sonst eher nicht ihren Weg in die Bildungsstätte gefunden hätten. Insbesondere unter den jüngeren Fachkräften ist diese Ansicht vertreten (ohne Abbildung). Als Grund wird vor allem genannt, dass **Online-Angebote leichter auch in den Abendstunden und ohne Anfahrten** wahrgenommen werden können. Davon profitieren Familien außerhalb des direkten Einzugsgebiets der Familienbildungsstätte, aber auch Alleinerziehende oder Familien, die etwa aufgrund der Arbeitszeiten nicht regelmäßig zu den üblichen Kurszeiten teilnehmen können.

Die grundsätzlich eher gering vertretenen Zielgruppen wie Familien im Transferbezug, mit unmittelbaren Fluchterfahrungen, mit Migrationshintergrund sowie Großeltern mit Enkeln lassen sich auch über digitale Angebote größtenteils (eher) schlechter erreichen oder etwa gleich (gut/schlecht) wie über Präsenzangebote (Abbildung 23). Hier hängt die Erreichbarkeit der Zielgruppe vermutlich weniger vom Angebotsformat ab als von den Zugangswegen zur Familienbildung für diese Zielgruppe an sich. Bevor die **Erreichbarkeit über verschiedene Angebotsformate** beurteilt werden kann, müssten hier zunächst die Instrumente der (digitalen) Öffentlichkeitsarbeit geprüft werden. In der Fokusgruppe wiesen die teilnehmenden Einrichtungsleitungen und Fachkräfte daraufhin, dass gerade für schwer erreichbare Zielgruppen eine persönliche Ansprache und niedrigschwellige Angebote erforderlich und wirksam sind. Dies lässt sich über digitale Angebote schwieriger umsetzen. Während der Pandemie konnten viele Einrichtungen jedoch über digitale Informationskanäle gut den Kontakt zu den Familien halten.

Zu beachten ist, dass nicht in jeder Einrichtung alle Zielgruppen gleichermaßen vertreten sind, weshalb bei dieser Frage zum Teil hohe Anteile der Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“ erkennbar sind. An dieser Stelle sei darauf verwiesen, dass dieses Phänomen ausführlich in Kapitel 3.3, Abbildung 6 thematisiert wird.

Abbildung 23: Zielgruppenerreichung durch digitale Angebote

Frage: „Unabhängig von der Pandemie: Wie schätzen Sie die Erreichbarkeit bestimmter Zielgruppen durch digitale Angebote im Vergleich zu Präsenzangeboten ein?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

4.3.4 Inhalte digitaler Angebote

Die Einrichtungsleitungen wurden um ihre Einschätzung gebeten, inwieweit sich die unterschiedlichen Themen der Familienbildung dazu eignen, im Rahmen eines digitalen Formats angeboten zu werden. Ein zentrales Ergebnis ist, dass die Einrichtungsleitungen für viele Themen Online-Formate größtenteils als genauso gut geeignet ansehen wie Präsenzangebote. Dies betrifft Themen wie politische, ökologische und gesundheitliche Bildung, Religion, Alltags- sowie Erziehungskompetenz. Mindestens jeweils die Hälfte der Einrichtungen betrachtet bei diesen Themen Online- und Präsenzangebote als gleichwertig (von 51 % bis zu 73%) (Abbildung 24). Das weist daraufhin, dass eine **Vielzahl an Themen der Familienbildung für Online-Formate geeignet** ist. Die Angaben der

Fokusgruppen zeugen hier ebenfalls von einer positiven Grundhaltung zum Digitalen: Die Mitarbeitenden hätten festgestellt, viele Angebote seien auch digital bzw. hybrid umsetzbar.

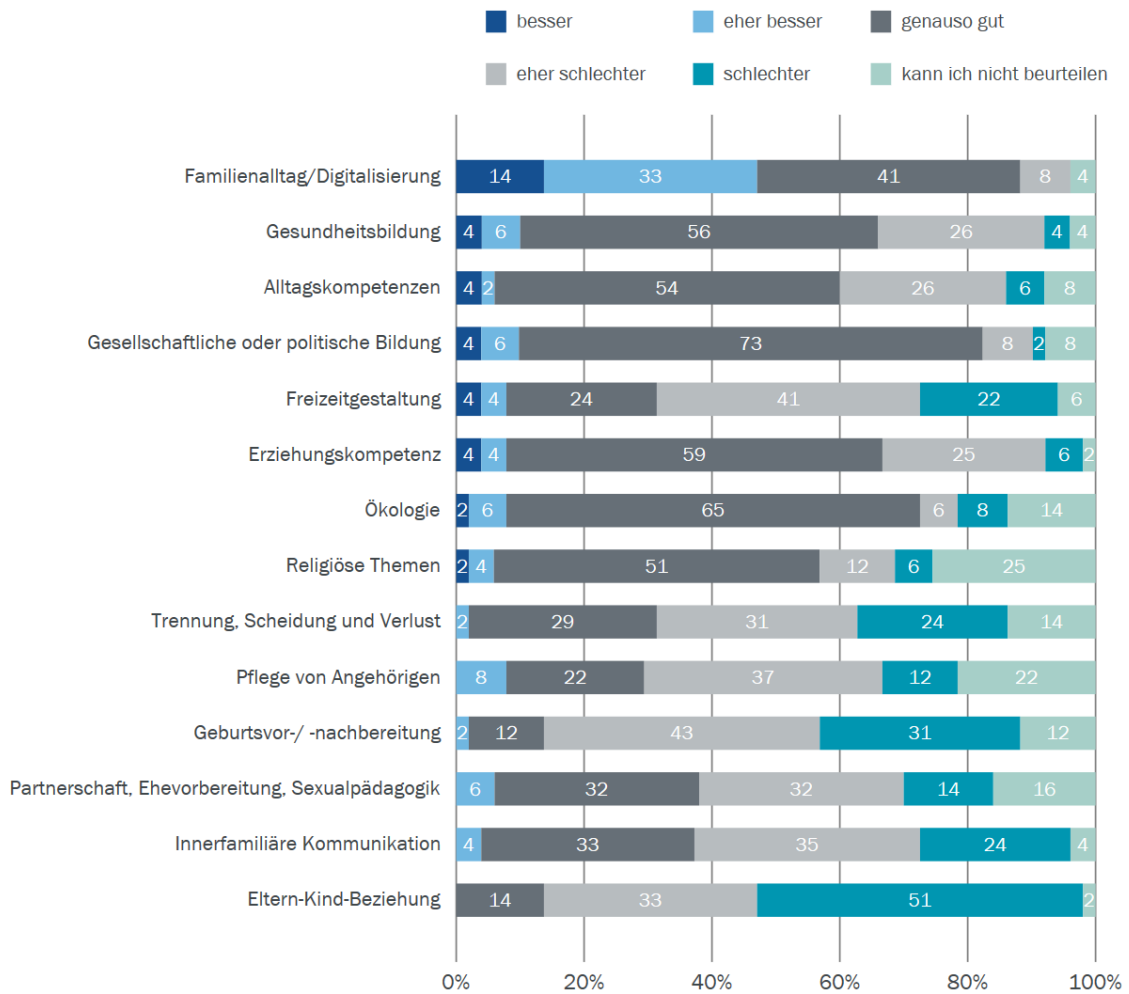
Die grundsätzliche Eignung bzw. Machbarkeit ist jedoch **nicht zwingend gleichzusetzen mit einer besseren Eignung gegenüber Präsenzformaten**. Denn nur ein Thema fällt ins Auge, das seitens der Einrichtungen als besonders geeignet für das digitale Format wahrgenommen wird: das Thema Familienalltag/Digitalisierung. 47 Prozent der Einrichtungen gehen davon aus, dass dieses Thema (eher) besser zur Umsetzung im digitalen Format geeignet ist als im Präsenzformat (Abbildung 24).

Auffällig ist, dass vor allem **persönliche und sensible Themen, körperbezogene, praxisorientierte Themen** und die **Beziehungsthematik** wie die Pflege von Angehörigen, Trennung, Scheidung, Verlust und die Eltern-Kind-Beziehung **häufig als (eher) schlechter geeignet für digitale Angebote** bewertet und nur selten als eher besser geeignet wahrgenommen werden (Abbildung 24). Dieser Befund deckt sich damit, dass ein Großteil der Fachkräfte bei Online-Angeboten das Fehlen der persönlichen Beziehungsebene wahrnimmt (siehe Kapitel 4.2.3). Ebenso ist dieses Ergebnis konsistent mit den Angaben der Fachkräfte, dass auch die Familien zum Teil ein zu kurz kommen der persönliche Ebene bei Online-Angeboten zurückmelden (siehe Kapitel 4.3.5). Ungeachtet dessen sollte jedoch folgendes Ergebnis nicht unberücksichtigt bleiben: Auch bei persönlichen und sensiblen Themen unter den Einrichtungsleitungen ist durchaus mehrfach (bis zu einem Drittel) die Haltung vertreten, dass Online-Formate genauso gut geeignet sind wie Präsenzformate. Darüber hinaus lieferte die Fokusgruppe mit den Einrichtungsleitungen und Fachkräften den Hinweis, dass auch sensible Themen wie Tod und Trauer digital gut funktionieren können.

Aufgrund der unterschiedlichen Kurs- und Veranstaltungsformate (Abbildung 25) sowie der verschiedenen Zielgruppen der Familienbildung lassen sich **nur begrenzt pauschale Aussagen über die Eignung digitaler Formate für spezifische Themen** treffen. Zusammengefasst zeigt sich die Tendenz, dass viele Themen potenziell als Online-Format geeignet erscheinen. Für persönliche und sensible Themen deuten die Ergebnisse an, dass jeweils eine reflektierte Abwägung erforderlich ist, welches Format besser geeignet sein könnte.

Abbildung 24: Eignung digitaler Formate im Vergleich zu Präsenzformaten für Themen der Familienbildung

Frage: „Im Folgenden möchten wir wissen, inwiefern Unterschiede in der Eignung von digitalen Formaten je nach Thema bestehen. Wie schätzen Sie die Eignung von digitalen Angeboten im Vergleich zu „klassischen“ Präsenzangeboten für die folgenden Themen ein?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Einrichtungsbefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=51.

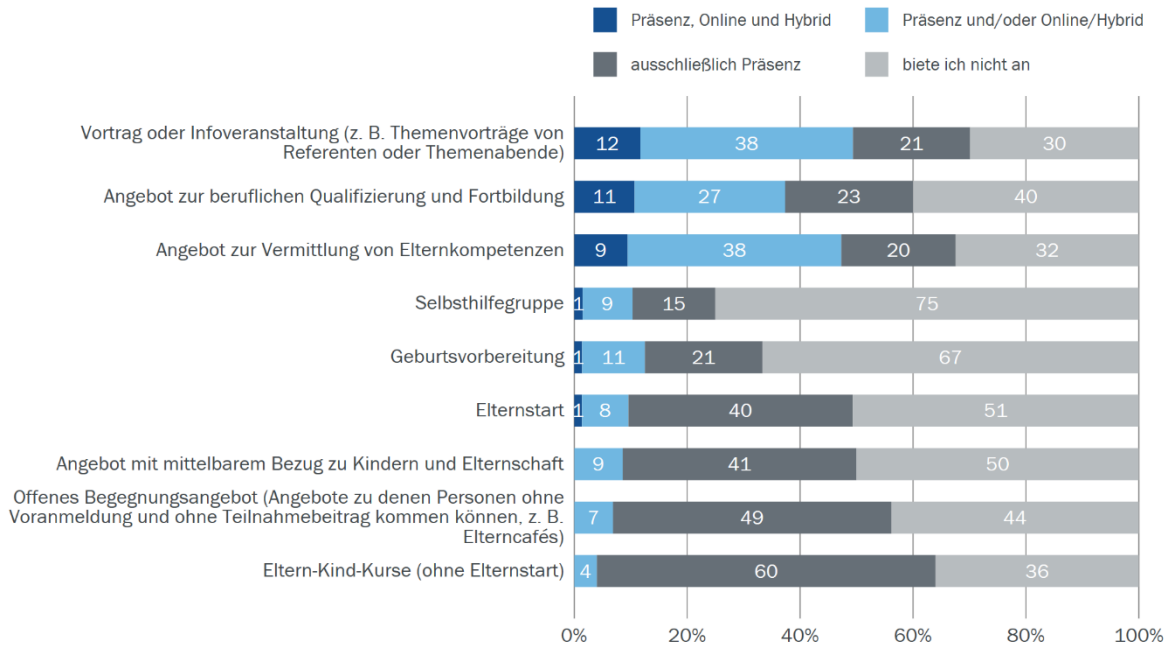
Zusätzliche Hinweise zur Frage nach der Eignung spezifischer Themen für Online-Formate liefern die Ergebnisse der Fachkräftebefragung. Die Fachkräfte wurden gebeten, für die in Abbildung 25 aufgeführten Angebote jeweils anzugeben, ob sie diese überhaupt umsetzen und wenn ja, in welchen Formaten (in Präsenz, online und/oder hybrid). Zunächst fällt auf, dass **Vorträge und Infoveranstaltungen** sowie **Veranstaltungen zur Kompetenzvermittlung** (Angebote zur beruflichen Qualifizierung und Fortbildung, Angebote zur Vermittlung von Elternkompetenzen) **am häufigsten in allen drei Formaten angeboten** werden. Diese werden mindestens sowohl in Präsenz als auch online oder hybrid angeboten.

Die Ergebnisse der Fokusgruppen und der Interviews mit Nutzerinnen und Nutzern der Familienbildung vertiefen die Ergebnisse der Befragung. **Formate, in denen es primär um die Vermittlung von Inhalten geht** und weniger um die Interaktion zwischen den Teilnehmenden, **eignen sich demnach besonders gut für Online-Angebote**. Einige der Fachkräfte nennen in diesem Rahmen beispielsweise auch die Aufzeichnung von Videos, die von den Eltern jederzeit abgerufen und angeschaut werden können. Sowohl Fachkräfte als auch Nutzerinnen und Nutzer äußerten jedoch auch, dass sich die **persönliche Begegnung, gerade in Austauschformaten und in Gruppen, digital nur unzureichend ersetzen** lässt. Hier wird die Umsetzung in Präsenz bevorzugt. Die Ergebnisse der Fachkräftebefragung unterstützen diesen Befund: Elternstart, Angebote mit Bezug zu Kindern und Elternschaft, offene Begegnungsangebote und Eltern-Kind-Kurse werden vorrangig ausschließlich in Präsenz umgesetzt, jeweils von 40 bis 60 Prozent der Fachkräfte (Abbildung 25).

Werden die bis hierhin beschriebenen Erkenntnisse zu den Inhalten digitaler Angebote miteinander verknüpft, ergibt sich folgendes Bild: Aufgrund der unterschiedlichen Kurs- und Veranstaltungsformate sowie der verschiedenen Zielgruppen der Familienbildung lassen sich nur begrenzt pauschale Aussagen über die Eignung digitaler Formate für spezifische Themen treffen. In Summe zeigt sich allerdings die Tendenz, dass viele Themen und Angebotsformen potenziell als Online-Format geeignet erscheinen. Themen, wie politische, ökologische und gesundheitliche Bildung sowie Erziehungskompetenz, die vorrangig auf eine Vermittlung von Inhalten und Wissen abzielen, weisen durchaus Potenzial auf, auch langfristig digital umgesetzt zu werden. Themen hingegen, die die Beziehungsebene berühren oder interaktive Gruppenformate voraussetzen, scheinen sich tendenziell besser als Präsenzangebote zu eignen. Für persönliche und sensible Themen deuten die Ergebnisse an, dass jeweils abzuwägen ist, welches Format besser geeignet sein könnte – vor allem unter der Berücksichtigung der unterschiedlichen Zielgruppen.

Abbildung 25: Themenspezifische Angebotsstruktur

Frage: „Für welche der folgenden Formate setzen Sie auch digitale oder hybride Angebote um?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=181.

4.3.5 Bewertung digitaler Angebote

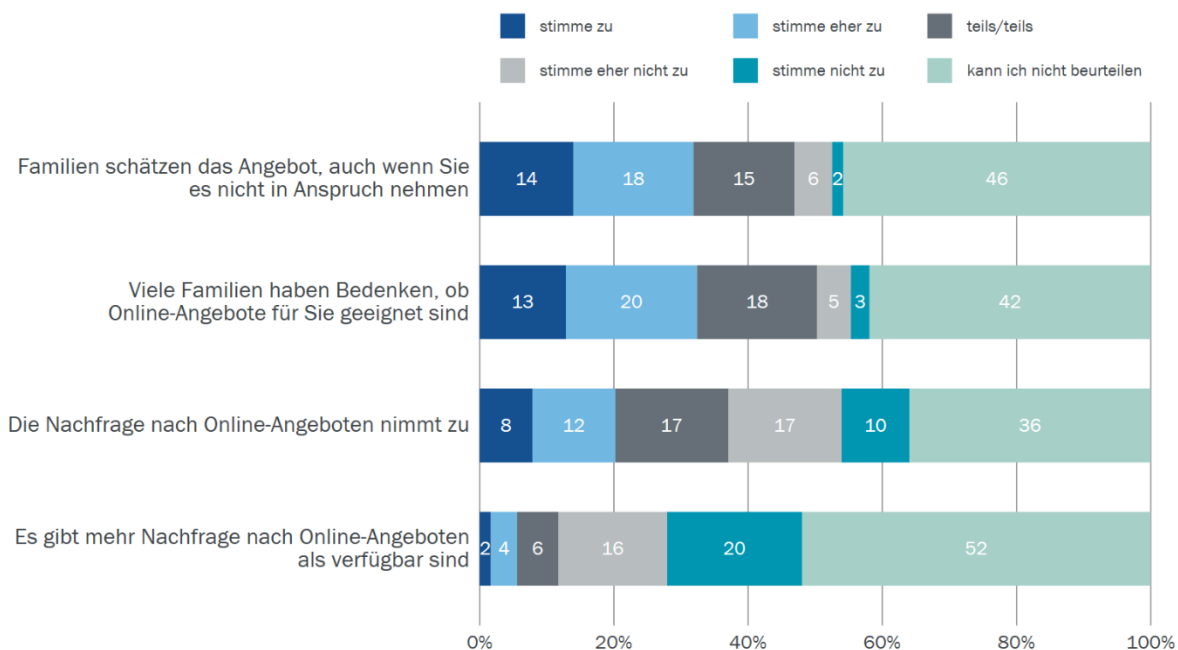
Die Fachkräfte wurden gefragt, welche **Rückmeldungen** sie **von den Nutzenden von Online-Angeboten** erhalten.⁷ Zu bestehenden Online-Angeboten erhalten die Fachkräfte hauptsächlich positive Rückmeldungen. Ein Großteil der Fachkräfte stimmt der Aussage (eher) zu, dass die Nutzerinnen und Nutzer mit dem Format zufrieden sind. Auch gehen die meisten Fachkräfte davon aus, dass Familien das Angebot schätzen, auch wenn sie es nicht in Anspruch nehmen. Zu beachten ist jeweils der deutlich zu erkennende Anteil derjenigen, der auf diese beiden Aussagen mit „teils/teils“ geantwortet hat. Dies ist erneut ein Hinweis darauf, dass Aussagen über Online-Angebote oft nur schwerlich verallgemeinerbar sind. Darauf deutet auch das Ergebnis hin, dass die meisten Fachkräfte mindestens in Teilen bestätigen, dass viele Familien Bedenken haben, ob Online-Angebote für sie geeignet sind. Diese Zurückhaltung gegenüber Online-Angeboten äußert sich auch durch den relativ hohen Anteil an Fachkräften, der keine zunehmende Nachfrage nach Online-Angeboten wahrnimmt. Nur selten wird angegeben, dass es mehr Nachfrage nach Online-Angeboten gibt als verfügbar sind (Abbildung 26). Dazu passen auch Einschätzungen aus den Fokusgruppen, wonach

⁷ Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass alle Statements, die den Fachkräften zur Bewertung vorgelegt wurden, von jeweils etwa einem Drittel bis zur Hälfte der Fachkräfte mit „kann ich nicht beurteilen“ beantwortet wurden. Das hängt vermutlich damit zusammen, dass selbst diejenigen Fachkräfte, die im Arbeitsalltag einen Online-Bezug haben, nicht sämtliche Tätigkeiten übernehmen, die mit Online-Angeboten in Zusammenhang stehen (Kapitel 4.2.2). Wir gehen daher davon aus, dass die Fachkräfte jeweils nur die Statements beantwortet haben, die sie im Rahmen ihrer Tätigkeiten beurteilen können. Dementsprechend bezieht sich die Beschreibung der folgenden Ergebnisse vorrangig auf die Fachkräfte, die die Statements, die in Abbildung 26 aufgeführt sind, beurteilen konnten.

mit dem Ende von pandemiebedingten Kontaktbeschränkungen die Familien sich stärker wieder Präsenzangebote und ein soziales Zusammentreffen wünschen.

Abbildung 26: Rückmeldungen an die Fachkräfte zu Online-Angeboten

Frage: „Welche Rückmeldungen erhalten Sie von den Familien zu den Online-Angeboten?“



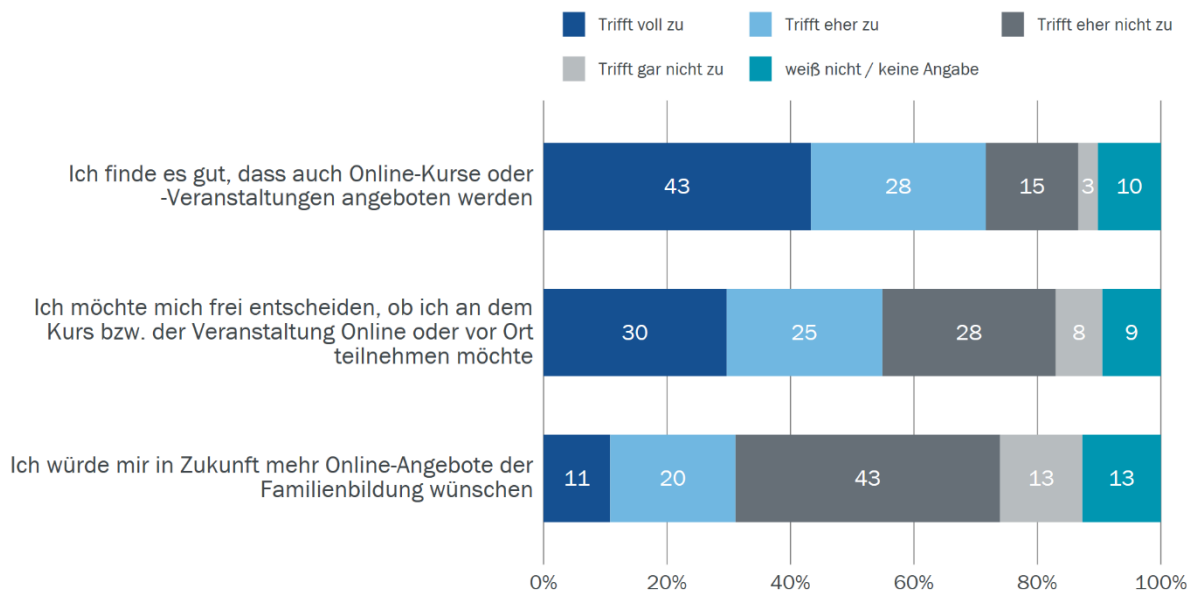
Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Familienbildungsstätten (Fachkräftebefragung) des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=180.

Diese eher verhaltende Position der Nutzenden gegenüber Online-Angeboten, die sich in der Fachkräftebefragung andeutet, spiegelt sich zum Teil auch in der Nutzendenbefragung wider. Zwar schätzen die Nutzenden Online-Angebote, fast drei Viertel (71 %) finden es gut, dass es Online-Angebote gibt. Etwas weniger als ein Drittel der Nutzenden (31 %) wünscht sich jedoch zukünftig mehr Online-Angebote. Mehr als die Hälfte (56 %) wünscht sich dies nicht.

Wiederholt zeigt sich, dass es **weder unter den Fachkräften noch unter den Nutzenden eine einheitliche Haltung zu Online-Angeboten** gibt. Dass insbesondere von den Nutzenden Spielraum und Flexibilität gewünscht ist, wird deutlich: Etwa für die Hälfte der Nutzenden (55 %) trifft es (eher) zu, dass sie sich frei entscheiden möchten, ob sie an dem Kurs bzw. der Veranstaltung vor Ort teilnehmen. Etwa vier von zehn Nutzenden (36 %) scheinen diese Entscheidungsfreiheit nicht zu benötigen (Abbildung 27). Daraus lässt sich schließen, dass die Bedürfnisse der Nutzenden in Bezug auf Online-Angebote zum einen weit auseinander liegen und zum anderen sehr individuell sein können.

Abbildung 27: Wünsche der Nutzenden zu Online-Angeboten

Frage: „Mit Blick auf die Online-Angebote der Familienbildung: Was wünschen Sie sich vom Angebot Ihrer Familienbildungsstätte?“



Quelle: Evaluation der Familienbildung (2023). Online-Befragung der Nutzerinnen und Nutzer von Angeboten der Familienbildung des Landes Nordrhein-Westfalen. Eigene Berechnungen, n=319.

5 Handlungsfelder

Die Corona-Pandemie hat vielfältige sowohl kurzfristige als auch möglicherweise langfristige Veränderungen für die Familienbildung mit sich gebracht. Dies stellt die Familienbildung vor neue Herausforderungen, verschärft bereits bestehende Schwierigkeiten, bietet zugleich aber auch neue Möglichkeiten und eröffnet Chancen für eine Weiterentwicklung. Im Wesentlichen beziehen sich die folgenden Handlungsfelder auf den Bedeutungswandel digitaler Angebote, Kommunikationswege und Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit.

Handlungsfeld 1: Anforderungen an digitales Arbeiten auch zukünftig im Blick behalten

Die technische Ausstattung der Familienbildungsstätten in NRW hat sich im Zuge der Pandemie deutlich verbessert. Derzeit sind die Einrichtungen insgesamt gut ausgestattet. Dennoch deuten die Ergebnisse dieser Studie an, dass kleine Einrichtungen weiterhin bestehenden Nachholbedarf bei der technischen Ausstattung haben, während dies große Einrichtungen weniger betrifft. Die digitale Infrastruktur ist im städtischen Bereich besser ausgebaut als in ländlichen Gebieten. Auch

bringen Einrichtungen im städtischen Raum den Vorteil mit, dass sie über eine höhere Reichweite verfügen, auch die Anfahrt ist in der Regel mit kürzeren Wegzeiten verbunden.

Zwar wird die Familienbildung in den kommenden Jahren weiterhin eindeutig mehr auf Präsenzangebote setzen als auf Online-Angebote. Jedoch bleibt eine gute technische Ausstattung angesichts dynamischer Entwicklungen im Bereich der Digitalisierung, aber auch aufgrund der künftig leichten Zunahme digitaler und hybrider Angebote die zentrale Voraussetzung für digitales Arbeiten.

Daher ist es wichtig, dass die Familienbildung weiterhin offen gegenüber den dynamischen Veränderungen technischer Entwicklungen und digitaler Möglichkeiten bleibt.

Für die Kostenträger empfiehlt es sich, (weiterhin) Mittel für die technische Ausstattung einzukalkulieren, vorzuhalten und gezielt da einzusetzen, wo sie benötigt werden. Die Passgenauigkeit der Ausstattung auf die Bedarfe der Mitarbeitenden und die Anforderungen an die Angebotsvielfalt/Zielgruppen sollten regelmäßig geprüft werden. Das umfasst sowohl die Einrichtungen mit technischen Geräten und Zubehör auszustatten als auch die dazugehörige Software auf dem aktuellen Stand zu halten. Unterstützen lässt sich dieses Ziel mittels einer (verbindlichen) (Verankerung) Digitalisierungsstrategie (siehe hierzu Handlungsfeld 6).

Handlungsfeld 2: Weiterentwicklung digitaler Kompetenzen

Hervorzuheben ist insbesondere der Befund, dass nahezu die Hälfte der befragten Fachkräfte keine Tätigkeiten im Kontext von Online-Angeboten wahrnimmt. Da die nebenamtlichen Mitarbeitenden seltener mit Online-Angeboten arbeiten, sind ihre Kompetenzen dahingehend geringer ausgeprägt als die der hauptamtlichen. Für manche nebenamtlichen Mitarbeitenden ist die pandemiebedingte vielfache Umstellung auf Online-Formate vermutlich mit einem Verlassen der Familienbildung einhergegangen. Gleichwohl spielen andere Faktoren hier mit rein: Gesetzliche Vorgaben der Corona-Pandemie zwangen vor allem Selbstständige ihre Tätigkeit in dieser Zeit einzustellen oder zu reduzieren. Die damit einhergehenden Einkommensverluste begünstigten die Entscheidung die Selbstständigkeit aufzugeben. Von dieser Entwicklung besonders betroffen, waren Frauen, die den Hauptanteil der Mitarbeitenden in der Familienbildung ausmachen.

Dass nur knapp die Hälfte der befragten Mitarbeitenden in der Familienbildung (regelmäßig) Tätigkeiten mit Bezug zu Online-Angeboten ausübt, zeigt Handlungsbedarf an. Die digitale Angebotslandschaft sollte nicht von einzelnen Mitarbeitenden abhängen.

Im Fokus der Weiterentwicklung digitaler Kompetenzen sollten vorrangig die Kompetenzen der hauptamtlichen Mitarbeitenden stehen. Insbesondere Schulungen zur Konzeption von Online-Angeboten sind wichtig, um digitale Angebotsformate auch zukünftig gestalten und umsetzen zu können.

Handlungsfeld 3: Online-Angebote zielgruppengerecht konzipieren

Die plötzliche pandemiebedingte Umstellung auf Online-Formate folgte zunächst vielmehr einem kreativen Krisenmanagement; die Zeit für einen systematischen Ausbau digitaler Angebote fehlte. Doch diese Entwicklung trug zu der Erkenntnis bei, dass sich Online-Formate potenziell für eine Reihe von Themen und Zielgruppen eignen. Auf die Grundsatzfrage nach der Eignung von Online-Formaten gegenüber Präsenzangeboten kann es keine allgemeingültige Antwort geben. Je nach Zielgruppe und thematischen Schwerpunkten der Angebote lassen sich Tendenzen erkennen, welches Format (digital oder in Präsenz) besser geeignet erscheint. Diese Tendenzen sollten jedoch nicht als starre Richtschnur verwendet werden, um zu entscheiden, inwieweit sich ein Online-

Format gegenüber einem Präsenzangebot (eher) eignet oder nicht. Nicht jedes (bestehende) Präsenzangebot kann oder sollte 1:1 in ein digitales Angebot überführt werden. Die Herausforderung, aber auch die Chance besteht vielmehr darin, digitale Angebote gezielt zu so gestalten und da einzusetzen, wo Bedarf seitens der Zielgruppen besteht und wo konzeptionell-didaktische Anforderungen erreichbar sind.

Politische, ökologische Themen sowie gesundheitliche Bildung und Erziehungskompetenz, die vornehmlich in der Wissensvermittlung zum Einsatz kommen, lassen sich größtenteils sinnvoll digital umsetzen, z. B. über Vortragsformate. Themen auf der Beziehungsebene sowie persönliche, sensible Themen und interaktive Gruppenformate scheinen sich tendenziell eher in Präsenz zu eignen. Bewegungskurse bieten sich besonders für hybride Formate an. Digitale Formate passen besonders gut für Alleinerziehende und Familien mit jungen Kindern.

In jedem Fall haben sich Online-Angebote nicht zuletzt durch die Pandemie zu einem relevanten Format in der Familienbildung etabliert. Online-Formate gezielt zu konzipieren und vorzuhalten ist vor allem deshalb von zentraler Bedeutung für die Familienbildung, weil dadurch die Erreichbarkeit bestimmter Zielgruppen verbessert werden kann.

Die Familienbildungsstätten sollten daher in der Lage sein, Online-Angebote gezielt konzipieren und vorhalten zu können. Sie sollten dafür Sorge tragen, dass das Personal über Qualifikationen und Ressourcen verfügt, Konzepte für Online-Angebote zu entwickeln und umzusetzen. Dazu ist es nicht erforderlich, dass alle Mitarbeitenden Online-Angebote konzipieren und/oder umsetzen können. Einrichtungen sollten digitale Angebote vorhalten und diese auch proaktiv anbieten können. Da die Bedeutung digitaler Angebote zukünftig noch etwas zunehmen wird, ist es wichtig, dass die Einrichtungen Möglichkeiten zum Ausbau digitaler Angebote schaffen und auf weitere Entwicklungen flexibel reagieren zu können.

Handlungsfeld 4: Öffentlichkeitsarbeit im digitalen Raum nach der Pandemie systematisch weiterverfolgen

Die Familienbildung in NRW hat schon vor der Corona-Pandemie auf Öffentlichkeitsarbeit im digitalen Raum gesetzt. Durch die Pandemie wurde nicht nur die digitale Öffentlichkeitsarbeit insgesamt ausgebaut, vor allem die Präsenz und die Aktivitäten auf Social Media wurden sichtbar erweitert. Ein Teil der hauptamtlichen Mitarbeitenden nutzt Social Media bereits aktiv für die aufsuchende Arbeit. Für viele Nutzende von Angeboten der Familienbildung ist Social Media von hohem Stellenwert, vor allem für jüngere. Wahrscheinlich werden auch zukünftige Jahrgänge zunehmend Social Media als zentrale Informationsquelle und Anlaufstelle nutzen. Da vor allem Mund-zu-Mund-Werbung viele Familien auf Angebote aufmerksam macht, könnte Social Media sich als besonders geeignet erweisen, Erfahrungen und Empfehlungen online zu verbreiten.

All dies spricht dafür, diesen bereits eingeschlagenen Weg weiterzuverfolgen. Die knappen Ressourcen der Mitarbeitenden gefährden allerdings diese Entwicklung. Da die Einrichtungen digital unterschiedlich aktiv und kompetent sind, variieren auch ihre Aktivitäten auf Social Media und ihre Herangehensweise an die Öffentlichkeitsarbeit im digitalen Raum. Es kann sein, dass Einrichtungen selbst, d. h. über ihre eigenen personellen Ressourcen im digitalen Raum unterwegs sind. Zum Teil werden die Ressourcen der Träger genutzt. Vor allem unter Berücksichtigung der knappen zeitlichen Ressourcen der Mitarbeitenden und den unterschiedlich stark ausgeprägten digitalen Kompetenzen stellt sich die Frage nach der Zuständigkeit. Hierfür kann es keine allgemeine Empfehlung geben. Da das Problem der zeitlichen und personellen Ressourcen kurzfristig nicht zu lösen ist, sollte auf übergeordneter Ebene diskutiert werden, wie sich die Familienbildung zukünftig im digitalen Raum, insbesondere auf Social Media, aufstellen will.

Verschiedene Wege sind unter den hier genannten Einschränkungen denkbar. Einrichtungen, denen intern begrenzte personelle Ressourcen zur Verfügung stehen, sollten die Möglichkeit haben, Aktivitäten digitaler Öffentlichkeitsarbeit einschließlich Social Media an die Träger auszulagern.

Eine weitere Möglichkeit besteht in der Spezialisierung von einzelnen hauptamtlichen Mitarbeitenden. Jede Einrichtung würde die Zuständigkeit bei einer spezifischen hauptamtlichen Mitarbeitenden verorten, die neben ihren anderen Tätigkeiten gezielt die Nutzung von Social Media koordiniert und umsetzt. Bei dieser Möglichkeit besteht das Risiko, dass Mehrarbeit und somit ein zusätzlicher Belastungsfaktor entstehen. Daher ist eine individuelle Abwägung erforderlich. Im Übrigen ist von einer Spezialisierung bei den nebenamtlich Mitarbeitenden eher abzuraten, da die Fluktuation unter ihnen sehr hoch ist. An dieser Stelle sei auf unseren Vorschlag aus der vorangegangenen Evaluation verwiesen, zu diskutieren, inwieweit hauptamtlich Mitarbeitende von Verwaltungsaufgaben entlastet werden können. Über die Förderung von Verwaltungskräften, die administrative Aufgaben und Fördermittel akquirieren, können auf Seiten der hauptamtlich Mitarbeitenden Kapazitäten geschaffen werden.

Ein anderer Weg ist, alle hauptamtlichen Mitarbeitenden einer Einrichtung in digitaler Öffentlichkeitsarbeit/Social Media so weit zu schulen, dass es Bestandteil der Arbeit einer jeden hauptamtlichen Mitarbeitenden wird. Gut geschulten Mitarbeitenden fällt es leichter, diese Aktivitäten in ihre Arbeitsabläufe zu integrieren als ungeschulten. Ist die Zuständigkeit auf mehrere Köpfe verteilt, kann einer potenziell höheren Belastung durch Mehrarbeit Einzelner begegnet werden. Für diesen Weg ist es jedoch erforderlich, ein Konzept zu erarbeiten, wer wann für was (Koordinierung, Umsetzung, Pflege) im Kontext digitaler Öffentlichkeitsarbeit/Social Media zuständig sein soll. Klare Abgrenzbarkeit und Abstimmungsprozesse für die Zuständigkeiten sind notwendig.

Zuletzt besteht auch die Möglichkeit, Stellenanteile für Mitarbeitende zu definieren, die in deren Rahmen ausschließlich Aktivitäten digitaler Öffentlichkeitsarbeit/Social Media koordinieren, umsetzen und pflegen.

Handlungsfeld 5: Arbeitgeberattraktivität steigern

Die vorliegende Anslussevaluation hat bestätigt, was die vorangegangene Evaluation der Familienbildung herausgearbeitet hat: die Personalsituation verschärft sich insbesondere im Bereich der nebenamtlichen Mitarbeitenden. Neben den wenigen hauptamtlichen Mitarbeitenden leisten vor allem die nebenamtlich Tätigen den Großteil der Bildungsarbeit. Ausgerechnet die Anzahl der Honorarkräfte bzw. der nebenamtlichen Mitarbeitenden ist schon vor der Pandemie zurückgegangen. Die Corona-Pandemie hat diesen Rückgang nachweislich verstärkt und zu einer Verschärfung der Personalsituation beigetragen. Gleichwohl hat die Pandemie die Digitalisierung der Familienbildung angeschoben. Daraus ergibt sich eine Chance für die Personalgewinnung, denn die Familienbildung kann sich diesen Digitalisierungsschub zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität zunutze machen.

Da die nebenamtlichen Mitarbeitenden für den Personalstamm der Familienbildung essenziell sind, ist es wichtig, Lösungen zu finden, die die nebenamtlichen an die Familienbildungsstätten möglichst auch langfristig binden. Die Digitalisierung allein ist hierfür zwar keine Lösung, sie bietet jedoch eine Möglichkeit dieser Herausforderung ein Stück weit zu begegnen.

Der Ausbau digitaler Angebotsformate eröffnet die Chance, nebenamtliche Mitarbeitende gezielt damit anzuwerben, Kurse von zuhause aus anbieten zu können. Sofern Honorarkräfte ihre Kurszeiten flexibel von zuhause aus und ohne Wegzeiten organisieren und planen können, lässt sich

die Vereinbarkeit von Familie und Beruf stärken. Dies kann sowohl zur Motivation als auch zur Bindung an die Familienbildungsstätte beitragen.

Handlungsfeld 6: Gemeinsam(e) Strategien erarbeiten, um den Herausforderungen der Digitalisierung begegnen zu können

Ein wesentliches Ergebnis dieser Studie ist die unterschiedliche digitale Aktivität in den Einrichtungen und unter den Mitarbeitenden. Das bedeutet, dass einige Einrichtungen digital bereits sehr breit aufgestellt sind, digitale Angebote vorhalten und über entsprechende Kompetenzen verfügen, während andere bisher weniger Erfahrungen mitbringen.

Erfahrungsaustausch kann eine systematische Herangehensweise an Aspekte der Digitalisierung fördern. An mehrfacher Stelle stellt sich die Frage, was Einrichtungen jeweils für sich selbst erarbeiten und entscheiden können bzw. sollten und was einrichtungsübergreifend diskutiert und gelöst werden kann. Als potenziell gemeinsame Klärungsbedarfe haben wir die folgenden Themen bzw. Fragen identifiziert:

Klärungsbedarf zeigt sich unter anderem bezüglich der Frage, über welche technische Standardausstattung (Geräte, Zubehör, Software) (alle) Einrichtungen verfügen sollten und wie eine adäquate Ausstattung auch zukünftig gewährleistet werden kann (z. B. regelmäßige Bedarfsermittlung, Beschaffung, Finanzierung, Wartung/Instandhaltung). Daran schließt sich die Diskussion um die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden an. Hierbei ist zu klären, inwieweit (alle) Mitarbeitenden über digitale Kompetenzen verfügen sollten bzw. welche spezifischen Kompetenzen vorrangig für haupt- und welche für nebenamtlich Mitarbeitende wichtig sind. Zudem ist relevant, wie eine stetige Weiterentwicklung dieser Kompetenzen angesichts der dynamischen Entwicklungen der Digitalisierung sichergestellt werden kann. Mit zunehmender digitaler Arbeit kommen insbesondere datenschutzrechtliche Fragen auf. Welche Aspekte im Bereich Datenschutz sind für die Familienbildung relevant? An dieser Stelle ist es notwendig, sich darüber auszutauschen, wo bereits Standards vorliegen, die alle Einrichtungen im Umgang mit diesen Fragen unterstützen können. Für die digitale Öffentlichkeitsarbeit einschließlich Social Media ist es ebenfalls wichtig zu erheben, welche Einrichtungen schon aktiv sind, wie sie diese Tätigkeiten koordinieren und umsetzen und welche Modelle gut funktionieren. Für diejenigen Modelle bzw. Vorgehensweisen, die sich bei bereits aktiven Einrichtungen bewährt haben, ist zu prüfen, inwieweit sich diese auf andere Einrichtungen übertragen lassen.

Für all diese Klärungsbedarfe im Kontext der Digitalisierung bilden zwei Aspekte eine zentrale Voraussetzung: eine systematische Herangehensweise an die Anforderungen der Digitalisierung und ausreichend Personal. Wird in Erfahrung gebracht, wo bereits schriftliche und ausgearbeitete Digitalisierungsstrategien vorliegen und welche Schwerpunkte darin gesetzt werden, kann geprüft werden, ob diese sich in ähnlicher Weise auch für andere Einrichtungen eignen. Ähnliches gilt für die Personalgewinnung. Wird zusammengetragen, welche Strategien Einrichtungen bereits (erfolgreich) nutzen, um (nebenamtliches) Personal zu gewinnen und zu halten, kann gemeinsam überlegt werden, wie dieses Wissen allen Einrichtungen zugutekommt.

Die hier geschilderten Fragestellungen, die in der Familienbildung relevant sind, zeigen nur einen Ausschnitt der derzeitigen Herausforderungen. Es empfiehlt sich diese und weitere Klärungsbedarfe, die im Zusammenhang mit der Digitalisierung entstanden sind und weiterhin entstehen werden, systematisch mittels partizipativer Verfahren zu erheben. Die Einrichtungen werden vor unterschiedlichen Herausforderungen stehen und haben ggf. schon individuelle Lösungsansätze und -strategien erarbeitet. Einige dieser Lösungen könnten als Beispiele für Gute Praxis anderen Einrichtungen zur Verfügung gestellt werden. Für einrichtungsübergreifende Herausforderungen

können gemeinsame Ansätze diskutiert und erarbeitet werden. Über den Erfahrungsaustausch hinaus empfehlen wir daher, diese Themen bzw. Fragen systematisch beispielsweise in Form von (möglicherweise bereits bestehenden) einrichtungs- bzw. trägerübergreifenden Arbeitsgruppen zusammenzuführen und zu diskutieren.

Handlungsfeld 7: Einrichtungs- und trägerübergreifenden Austausch, übergeordnete Kooperation und Vernetzung ermöglichen und fördern

Für die in Handlungsfeld 6 beschriebene gemeinsame Erarbeitung von Strategien über Erfahrungsaustausch und Arbeitsgruppen sind nicht nur personelle Ressourcen erforderlich, sie bedeuten auch zusätzlichen Zeitaufwand. Da dies aufgrund der angespannten Personalsituation in der Familienbildung eine herausfordernde Aufgabe darstellt, sollte ein Rahmen geschaffen werden, der den Austausch und die Zusammenarbeit ermöglicht und unterstützt. Dazu schlagen wir eine landesweite Koordination zu Digitalthemen vor. Kernziel einer solchen Koordination ist es, die gemeinsame Strategieerarbeitung proaktiv zu verfolgen und als gemeinsame Lernplattform zu fungieren. Diese Aufgabe könnte möglicherweise gemeinsam mit den Landschaftsverbänden verfolgt werden. Über Austauschformate für Träger und Einrichtungen können sich Wissensträger vernetzen und etwa Beispiele Guter Praxis vorgestellt und verbreitet werden.

6 Methodik

Die Erarbeitung dieser Evaluation erfolgte durch die Anwendung verschiedener Untersuchungsmethoden. Bei deren Einsatz war das Ziel leitend, sowohl qualitative als auch quantitative Ergebnisse zu erzielen. Auf diese Weise werden sowohl tiefergehende Beschreibungen einzelner Beobachtungen als auch grundlegende Erkenntnisse über eine Vielzahl von Einrichtungen hinweg gewonnen.

Literaturanalyse

Zur Beschreibung der Ausgangslage wurde die Methode der Literaturanalyse herangezogen. Ziel ist die konzentrierte Reduktion des Inhalts von Datenmaterial auf die inhaltlichen Kernpunkte. Im Fokus stand hierbei, inwieweit Aspekte der Digitalisierung durch die Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen haben, welche förderlichen und hemmenden Faktoren berichtet werden und inwieweit es besondere Beispiele guter Praxis gibt. In die Literaturrecherche einbezogen wurden Beiträge aus wissenschaftlichen Zeitschriften (z.B. „Forschungsjournal Soziale Bewegungen“, „Forum Jugendhilfe“, „Soziale Arbeit“) und Veröffentlichungen aus der Praxis von Familienbildung, -beratung und -pflege. Der Schwerpunkt liegt entsprechend auf deutschsprachiger Literatur der letzten drei Jahre.

Re-Analysen

Für die Re-Analysen wurden zwei vorhandene Datensätze neu zu den spezifischen Fragestellungen der Anschlussevaluation ausgewertet: Zum einen handelt es sich um Daten, die im Rahmen der Evaluation der familienpolitischen Landesleistungen erhoben wurden. Diese dienen als Grundlage, um Kenntnisse zu ermitteln, welchen Stellenwert die Digitalisierung vor der Corona-Pandemie in den Einrichtungen hatte. Zum anderen wurden die Daten der bundesweiten Bestandsaufnahme „Familienbildung und Familienberatung in Deutschland“ erneut mit Fokus auf Einrichtungen aus Nordrhein-Westfalen ausgewertet. Die diesbezügliche Datenerhebung fand bereits während der Corona-Pandemie statt und hat die Auswirkungen der Pandemie in einigen Fragen thematisiert.

Standardisierte Online-Erhebung von Einrichtungsleitungen

i

Zentrale Daten

Erhebungsmodus: quantitative Befragung, online

Zielgruppe: Leitungen der Familienbildungseinrichtungen in NRW

Grundgesamtheit: Familienbildungseinrichtungen in NRW

Befragungszeitraum: November bis Dezember 2022

Realisierte Befragung: 51 gültige Antworten

Im Rahmen der Anslussevaluation wurde im November und Dezember 2022 eine umfangreiche Befragung der Einrichtungen in NRW umgesetzt. Adressiert wurden die Leitungen der Einrichtungen.

Der Versand erfolgte über die LAG-Vertretungen der Familienbildung auf Landesebene. Daher kann keine genaue Angabe über die Grundgesamtheit der Einrichtungen in NRW getroffen werden. Es beteiligten sich jedoch Einrichtungen sämtlicher Träger sowie Einrichtungen aus städtischen und ländlichen Gebieten. So ist insgesamt davon auszugehen, dass die Ergebnisse der Befragung ein aussagekräftiges Bild ergeben.

Standardisierte Online-Befragung der Fachkräfte

i

Zentrale Daten

Erhebungsmodus: quantitative Befragung, online

Zielgruppe: Fachkräfte in Familienbildungseinrichtungen in NRW

Grundgesamtheit: Fachkräfte in ausgewählten Einrichtungen der Familienbildung in NRW (18 Einrichtungen)

Befragungszeitraum: April bis Mai 2023

Realisierte Befragung: 182 gültige Antworten

Zur Erhebung der Perspektive der Fachkräfte wurde in ausgewählten Einrichtungen eine Online-Befragung der beschäftigten der hauptamtlichen sowie nebenamtlichen pädagogischen Mitarbeitenden durchgeführt. In einem ersten Schritt wurden hierzu teilnehmende Einrichtungen ausgewählt und gebeten, den Link zu einer Online-Befragung an ihre Fachkräfte weiterzugeben. Bei der Auswahl der Einrichtungen wurde auf ein ausgewogenes Verhältnis von Einrichtungen unterschiedlicher Träger und auf eine regionale Verteilung geachtet.

Befragung der Nutzenden

i

Zentrale Daten

Erhebungsmodus: Mixed-mode: schriftlich und online (via Smartphone/Browser)

Zielgruppe: Nutzende von Angeboten der Familienbildung

Grundgesamtheit: Alle Nutzende von Angeboten in 18 ausgewählten Familienbildungsstätten im Befragungszeitraum

Befragungszeitraum: Mai bis Juni 2023

Realisierte Befragung: 338 gültige Antworten

Im Zeitraum von Mai bis Juni 2023 wurde eine Befragung der Nutzenden von Angeboten der Familienbildung durchgeführt. Im ersten Schritt wurden dazu über die LAG-Vertretungen auf Landesebene Einrichtungen kontaktiert. Dieselben Einrichtungen nahmen auch an der Befragung der Fachkräfte teil. An der Befragung beteiligten sich Einrichtungen unterschiedlicher Träger, Größenordnung sowie räumlicher Verortung, sodass über diese Auswahl auch Aussagen für die Breite der Einrichtungen getroffen werden können. Die Einrichtung wurde vorab über Inhalt, Bedeutung und Ablauf der anstehenden Befragung informiert. Neben der primären Möglichkeit für die Nutzerinnen und Nutzer an der schriftlichen Befragung teilzunehmen, gab es auch die Option, digital teilzunehmen: zum einen durch einen QR-Code zum Fragebogen als Smartphone-Möglichkeit, zum anderen per Link zu einer Online-Befragung zuhause. Link und QR-Code zur Online-Befragung wurden als Aushang den Einrichtungen zur Verfügung gestellt. Zusätzlich wurden die Fragebögen für die Teilnahme auch nicht-deutschsprachiger Nutzerinnen und Nutzer in insgesamt sechs Sprachen übersetzt: Arabisch, Englisch, Französisch, Russisch, Türkisch und Ukrainisch.

Überdies wurden die Fachkräfte in den Einrichtungen gebeten, insbesondere Nutzerinnen und Nutzer von Online-Angeboten auf die Befragung hinzuweisen. Die ausgefüllten schriftlichen Fragebögen wurden in einer „Wahlurne“ vor Ort gesammelt und nach Ablauf der Befragungszeit von den Einrichtungen an Prognos geschickt.

Zusätzlich zu der schriftlichen Befragung konnten Nutzerinnen und Nutzer ihre Bereitschaft zur Teilnahme an einem Kurzinterview bekunden. Dazu wurden ausgewählte Nutzerinnen und Nutzer im Nachgang schriftlich kontaktiert und in einem kurzen Telefonat zu ihren Erfahrungen und Wünschen bezüglich Online-Angeboten befragt.

Fokusgruppen

Um die Themen der Anslussevaluation aus qualitativ zu erfassen, wurden jeweils eine Fokusgruppen mit Vertretungen der Spitzenverbände sowie mit Einrichtungsleitungen und Fachkräften durchgeführt. Dies diente dazu, um verschiedene Aspekte aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten.

Literaturverzeichnis

Bujard, Martin / von den Driesch, Ellen / Ruckdeschel, Kerstin / Laß, Inga / Thönnissen, Carolin / Schumann, Almut / Schneider, Norbert F. (2021): Belastungen von Kindern, Jugendlichen und Eltern in der Corona-Pandemie. Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BiB).

Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e.V. (BKE) (2020): Hilfe für Kinder, Jugendliche und Familien in der Corona-Krise. bke-Stellungnahme.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (2021): Familien in der Corona-Zeit: Herausforderungen, Erfahrungen und Bedarfe Ergebnisse einer repräsentativen Elternbefragung im April und Mai 2020.

Camp, Claudia (2020): Digitalisierung bei pro familia – eine Herausforderung für den ganzen Verband. In: pro familia magazin, 2020, Nr. 3, S. 5-8.

DIW Berlin – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) Kritikos, Alexander S. / Graeber, Daniel / Seebauer, Johannes (2021): Corona-Pandemie drängt Selbstständige vermehrt zur Geschäftsaufgabe – Frauen stärker betroffen, DIW aktuell, 2021, Nr. 69.

Deutsches Jugendinstitut e.V. (DJI) Gaupp, Nora / Holthusen, Bernd / Milbradt, Björn / Lüders, Christian, Seckinger, Mike (2021): Jugend ermöglichen – auch unter den Bedingungen des Pandemieschutzes.

Dreier, Rüdiger (2022): Acht Thesen zur Digitalisierung in der Familienberatung und Familienbildung. In: unsere Jugend, 2022, 74. Jg. S. 122-129.

Eggert, Susanne (2020): Mediatisierung und Digitalisierung in der Familienbildung. In: Kuscher, Nadia / Ley, Thomas / Seelmeyer, Udo / Siller, Frederike / Tillmann, Angela / Zorn, Isabel (Hrsg.): Handbuch. Soziale Arbeit und Digitalisierung, Beltz Juventa, Weinheim, S. 584-597.

Engel, Frank / Nestmann, Frank: Beratung zwischen Kulturalisierung und Digitalisierung (2021). In: Erbring, Saskia / Fischer, Jörg (Hrsg.): Zukunft der Beratung. sozialmagazin, 5. Sonderband, S. 31-44.

Engelhardt, Emily (2021): Onlineberatung – Beratungskompetenzen in einer digitalen Welt. In: Erbring, Saskia / Fischer, Jörg (Hrsg.): Zukunft der Beratung. sozialmagazin, 5. Sonderband, S. 165-174.

Jentsch, Birgit / Schnock, Brigitte (2020): Kinder im Blick? Kindeswohl in Zeiten von Corona. In: Sozial Extra, 2020, 5, S. 304-309.

Kasten, Anne / Lampert, Andreas (2021): Blickpunkt Online-Beratung. Erwartungen, Themen und Zugänge aus der Sicht der Berater_innen. In: Erbring, Saskia / Fischer, Jörg (Hrsg.): Zukunft der Beratung. sozialmagazin, 5. Sonderband, S. 175-186.

Kleemann-Göhring (2023): Datenreport Weiterbildung NRW. Berichtsjahr 2021.
https://www.supportstelle-weiterbildung.nrw.de/cms/upload/PDF/Datenreport_Weiterbildung_NRW_-_Berichtsjahr_2021.pdf (online, abgerufen am 09.03.2023).

Lüken, Klaßen / Neumann, Regina / Elsas, Susanne (2020): kontakt.los! Bildung und Beratung für Familien während der Corona-Pandemie. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb) (Hrsg.).

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2015): miniKIM 2014. Kleinkinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland.
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/miniKIM/2014/Studie/miniKIM_Studie_2014.pdf (online, abgerufen am 08.03.2023).

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2017): FIM-Studie 2016. Familie, Interaktion, Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien.
https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/FIM/2016/FIM_2016_PDF_fuer_Website.pdf (online, abgerufen am 08.03.2023).

Meyer, Nikolaus / Buschle, Christina (2020): Soziale Arbeit in der Corona-Pandemie: Zwischen Überforderung und Marginalisierung. Empirische Trends und professionstheoretische Analysen zur Arbeitssituation im Lockdown, IUBH Discussion Papers - Sozialwissenschaften, 2020, No. 4, IUBH Internationale Hochschule, Bad Honnef.

Neugebauer, Reimund (2018): Digitalisierung. Schlüsseltechnologien für Wirtschaft & Gesellschaft. Springer, München.

Prognos AG (2020): Abschlussbericht Evaluation der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen.

Prognos AG (2020a): Zusammenfassung und Gesamtbetrachtung Evaluation der Familienleistungen des Landes Nordrhein-Westfalen.

Prognos AG (2021): Familienbildung und Familienberatung in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme.

Riebel, Marius (2021): Häusliche Gewalt – eine gesamtgesellschaftliche Kraftanstrengung auch ohne Corona. In: pro familia magazin, 2021, Nr. 1, S. 11-14

Schweitzer, Jann (2020): Digitalisierung. In: pro familia magazin, 2020, Nr. 3, S. 3.

Spieß, C. Katharina (2021): Investitionsprogramm für Familien: Die Familie ist systemrelevant!, Wirtschaftsdienst, Springer, Heidelberg, Vol. 101, Iss. 4, S. 244.

Urban, Maria / Krolzik-Matthei, Katja / Böhm, Maika (2020): Zwischenergebnisse der Studie „Schwangerschaftsberatung während der Covid-19-Pandemie aus Sicht von Betreuungsfachkräften“. In: pro familia magazin, 2021, Nr. 1, S. 15-20.

Weinhardt, Marc (2021): Digitalität und Digitalisierung in der psychosozialen Beratung. Überlegungen zum digitalen Wandel der Beratungskultur. In: Erbring, Saskia / Fischer, Jörg (Hrsg.): Zukunft der Beratung. sozialmagazin, 5. Sonderband, S. 76-86.

Wlassitschau, Regine (2020): Videoberatung – Wie nützlich ist sie für Klient*innen und Berater*innen? In: pro familia magazin, 2020, Nr. 3, S. 13-19.

WSI - Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI) Schulze Buschoff, Karin / Emmeler, Helge (2021): Policy Brief. Selbstständige in der Corona-Krise. Ergebnisse aus der HBS-Erwerbspersonenbefragung, Wellen 1 bis 5, 9/2021, Nr. 60

Impressum

Anschlussevaluation der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen
Evaluation der coronabedingten Veränderungen und Bedeutungswandel digitaler Angebote in der Familienbildung

Prognos AG

Werdener Straße 4
40227 Düsseldorf
Telefon: +49 211 913 16-110
Fax: +49 211 913 16-141
E-Mail: info@prognos.com
www.prognos.com
twitter.com/prognos_aG

Dr. David Juncke
Nina Altmann
Johanna Nicodemus

Kontakt

Dr. David Juncke (Projektleitung)
Telefon: +49 211 91316-110
E-Mail: david.juncke@prognos.com

Satz und Layout: Prognos AG
Bildnachweis(e): © iStock - VvoeVale
Stand: September 2023
Copyright: 2023, Prognos AG

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Abbildungen und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Prognos AG. Jede Art der Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung oder andere Nutzung bedarf der ausdrücklichen, schriftlichen Zustimmung der Prognos AG.

Zitate im Sinne von § 51 UrhG sollen mit folgender Quellenangabe versehen sein: Prognos AG (2023): Anschlussevaluation der Familienbildung in Nordrhein-Westfalen: Evaluation der coronabedingten Veränderungen und Bedeutungswandel digitaler Angebote in der Familienbildung