

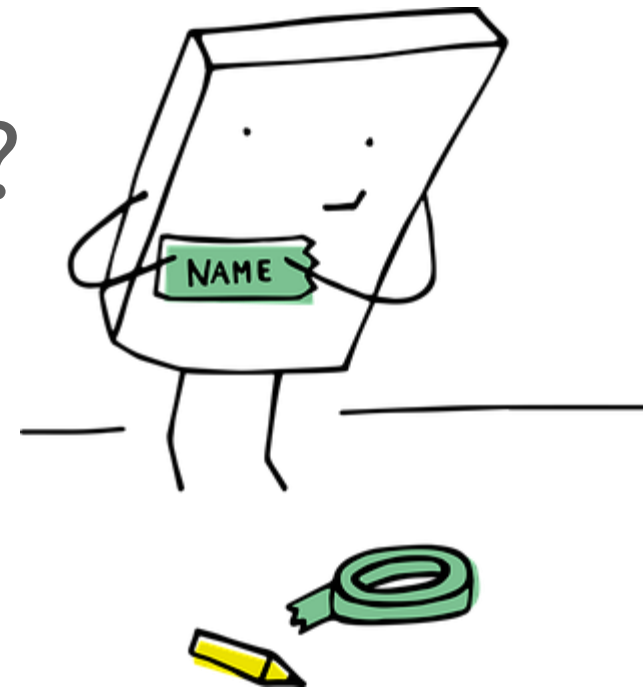


# Umfragen als Familienzentrum

## professionell durchführen

Fortbildung für Mitarbeiter\*innen Hessischer Familienzentren

# Vorstellungsrunde: Warum bin ich hier?



# Einstieg: Bedarfserhebung - wozu?

## Befragungen: Eine Definition

Mit einer Befragung werden *Informationen* in einer bestimmten Bevölkerungsgruppe (z.B. Familien im Einzugsgebiet der Kita Sonnenblume) gesammelt.

Erhoben werden *charakteristische Eigenschaften* dieser Gruppe sowie ihre *Meinung* zu einer bestimmten Thematik (z.B. Bedarf der Familien).

Die Ergebnisse werden für einen zuvor definierten *Zweck* genutzt, beispielsweise zur Qualitätsentwicklung.

## Bedarfserhebung - wozu?

1. Um die *(Weiter-) Entwicklung von Konzepten* und Angeboten daran zu orientieren, was die Familien wünschen und benötigen.
2. Um die *Einschätzung/Vermutungen/Bauchgefühl/Eindrücke des Teams* zu vervollständigen, zu vertiefen, zu differenzieren > *Fakten*.
3. Um einen ersten Ansatzpunkt für den *Auf- und Ausbau von Kooperation/Vernetzung* mit Eltern und anderen Institutionen zu haben.
4. Um Eltern von Betroffenen zu Beteiligten und *Mitgestalter\*innen* zu machen

# Chancen und Grenzen

## Befragungen

- sind nur *ein* Baustein in einem *Prozess*, der vor allem die direkte Kommunikation mit den Beteiligten braucht.
- liefern Informationen, keine Lösungen!

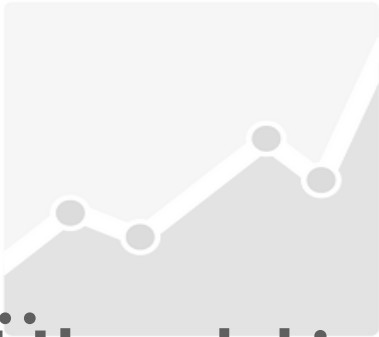
## Mögliche Inhalte der Elternbefragung

1. Wie gut passen bestehende Angebote des FaZe zum Bedarf der Eltern?
2. Welchen Bedarf sehen Familien bei sich und würden sie entsprechende zusätzliche Angebote nutzen?
3. Was könnte die Teilnahme an bestimmten Angeboten erleichtern (Niederschwelligkeit)?
4. Bereitschaft der Eltern, ihre Ressourcen in der Kita einzubringen

## Mögliche Inhalte der Elternbefragung

5. Erwartungen, was hinsichtlich Bildung und Erziehung im FaZe geleistet werden kann
6. Was wünschen sich Eltern hinsichtlich Integration (Migration, Behinderung) a) im Hinblick auf die Kinder und b) im Hinblick auf die Erwachsenen, denen sie z.B. in der Kita begegnen

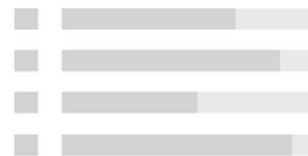


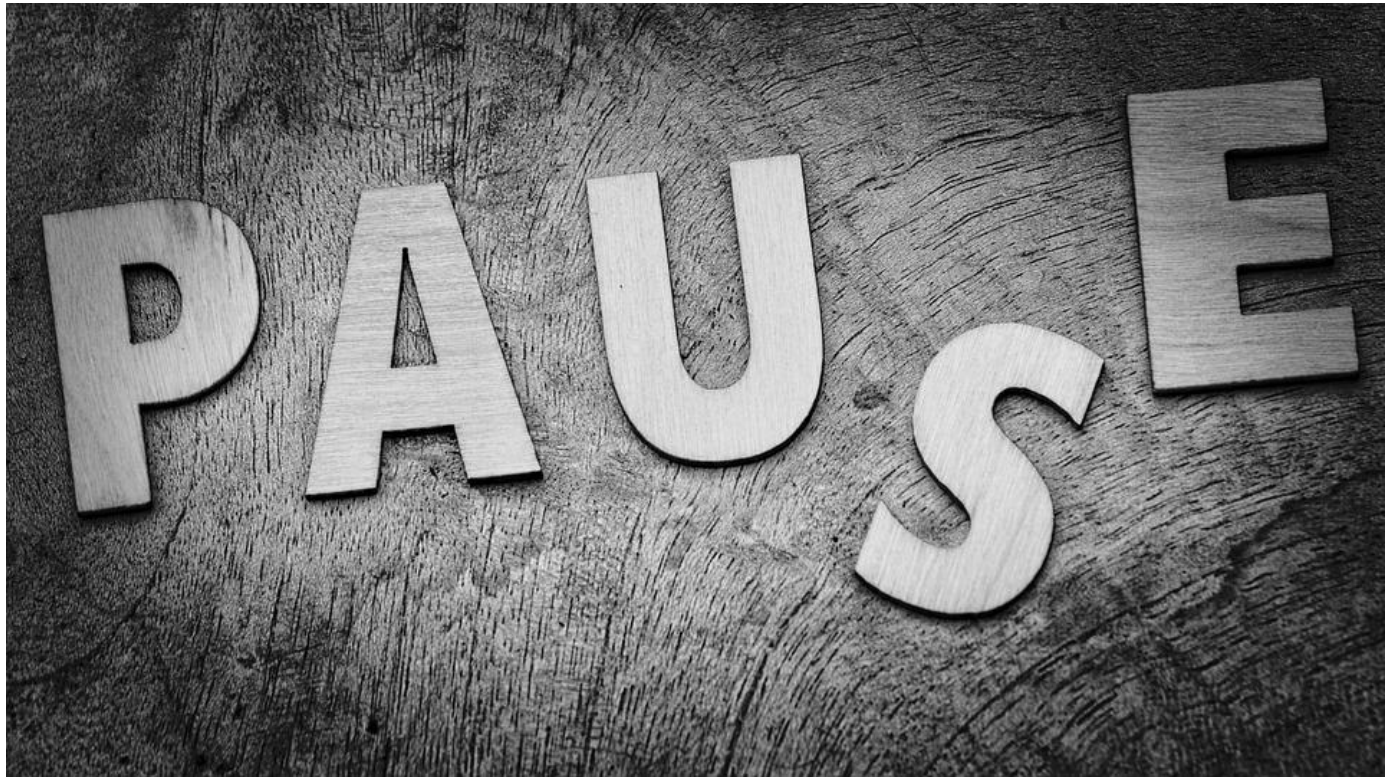


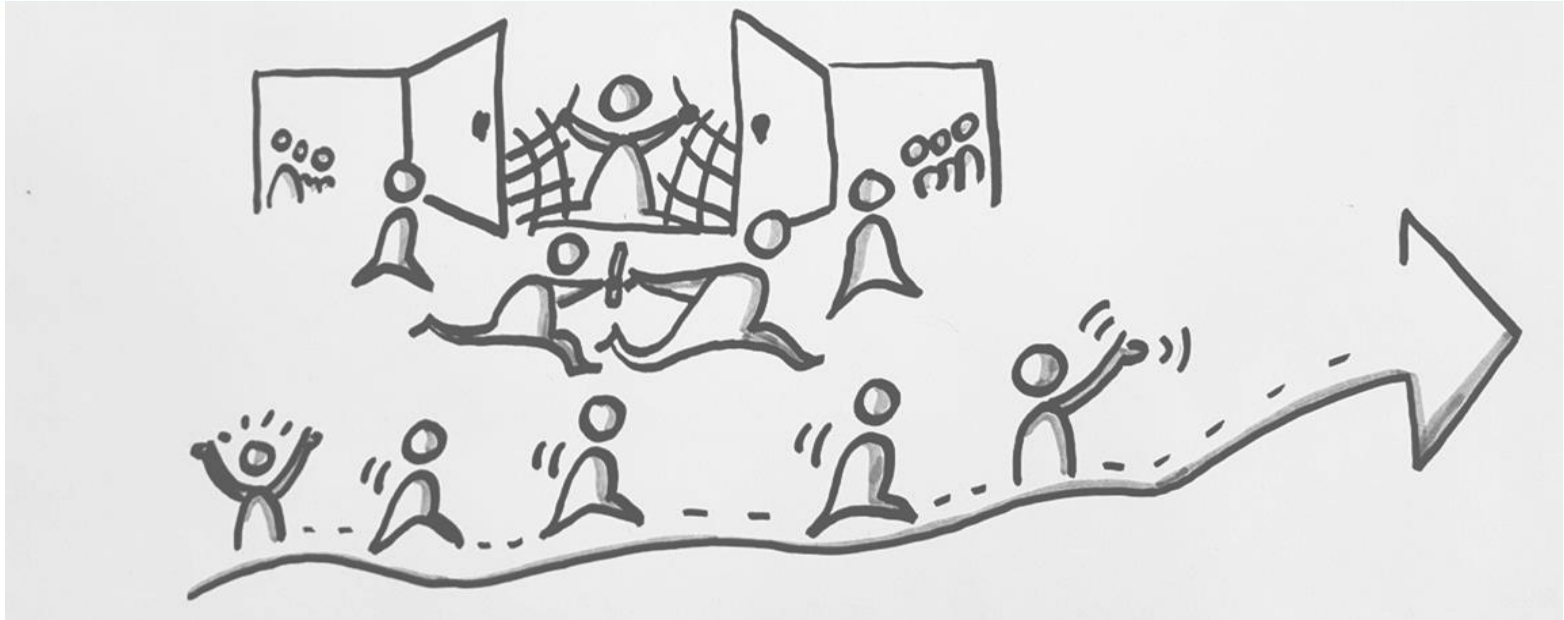
Überblick:

Umfragen mit GrafStat &

Arbeiten mit GrafStat





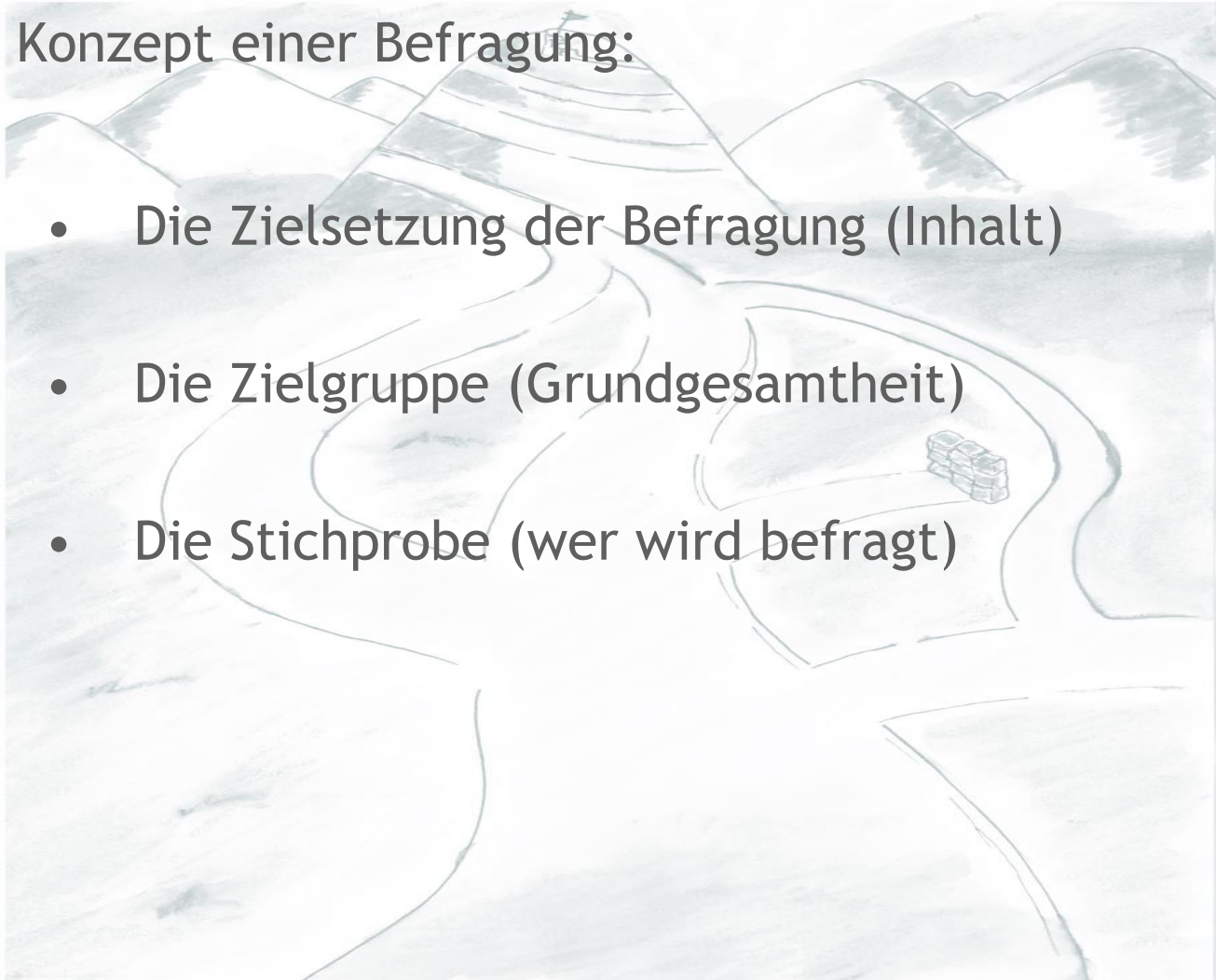


# Planung Ihrer Umfrage

## Das „Forschungsdesign“ einer Befragung

Konzept einer Befragung:

- Die Zielsetzung der Befragung (Inhalt)
- Die Zielgruppe (Grundgesamtheit)
- Die Stichprobe (wer wird befragt)



## Mögliche Zielgruppen:

Jugendamt,  
Träger/  
Einrichtungen  
d. Kinder-  
Jugendhilfe

Träger-  
vertreter  
\*innen

Schule

Mehrgene-  
rationen-  
haus

Bewohner\*  
innen eines  
Stadtteils

Familie

Sport-  
verein

Mütterz-  
entrum

Kind

Mitglieder  
religiöser  
Gemeinden

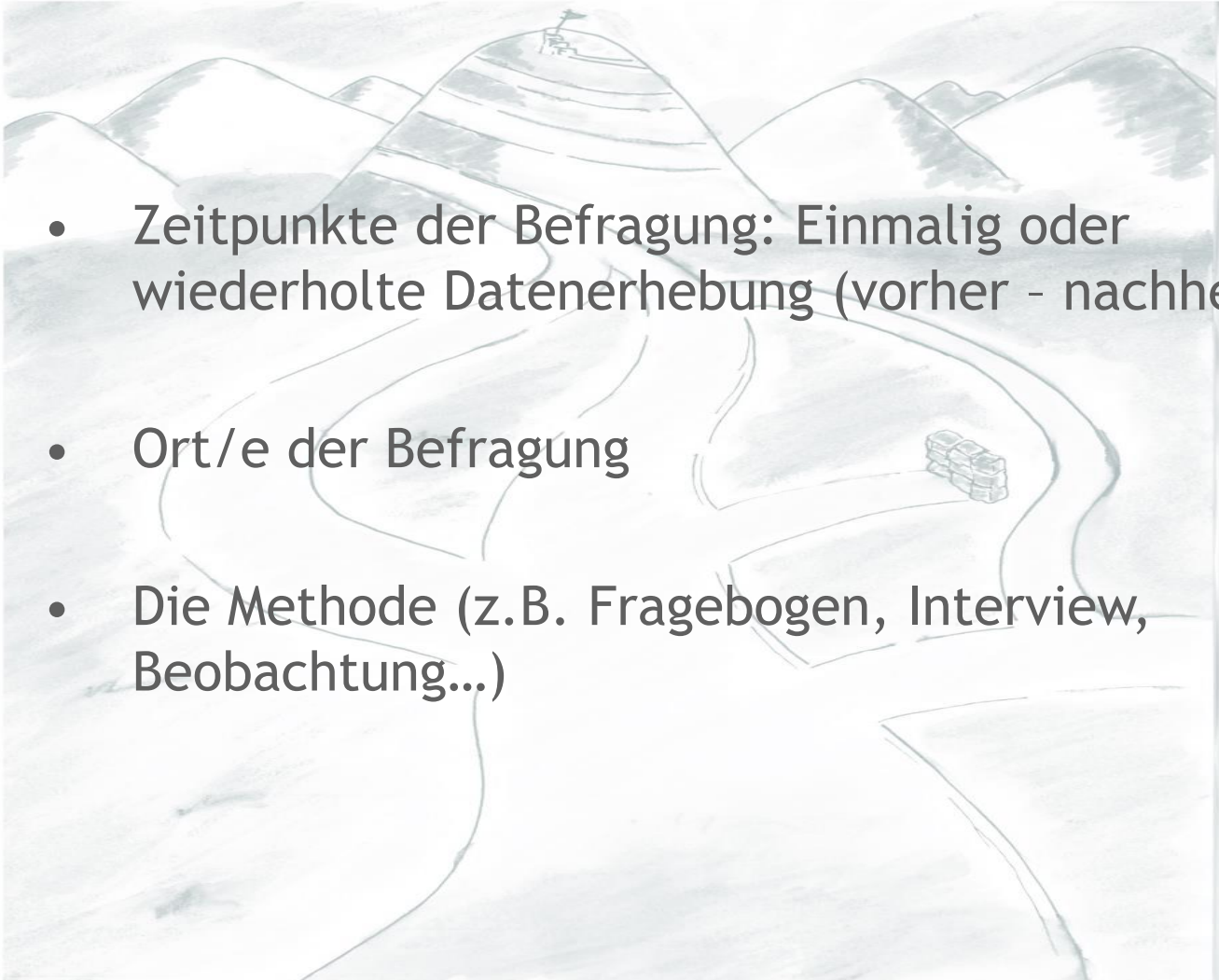
Musik-  
schule

Kita

Institutionen d.  
Familienbildung  
+ -Beratung  
+ andere  
Fachdienste

Institutionen  
/Vereine  
im Gemein-  
wesen

## Das „Forschungsdesign“ einer Befragung

- 
- Zeitpunkte der Befragung: Einmalig oder wiederholte Datenerhebung (vorher - nachher)?
  - Ort/e der Befragung
  - Die Methode (z.B. Fragebogen, Interview, Beobachtung...)

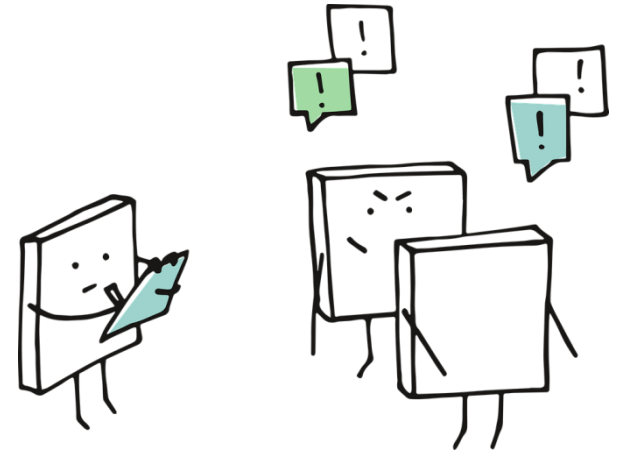
## Formen von Befragungen

Grundformen der Befragung:

- Mündlich (Interview)
- Schriftlich (Fragebogen)

Mit beiden Formen können

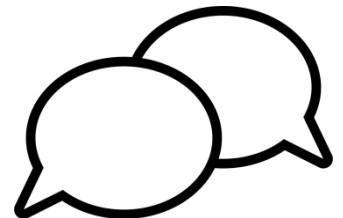
- Qualitative Aspekte (von einander unterscheidbare Eigenschaften) und/oder
- Quantitative Aspekte (durch Zahlen abbildbar) erhoben werden



# Interview

## Leitfadeninterview:

- Festgelegte Fragen zu bestimmten Aspekten
- Ad-hoc-Fragen
  - spontane/vertiefende Nachfragen
- Offene Beantwortung
  - Erweiterungen/Ergänzungen
- verschiedenen Sichtweisen generieren & abgleichen





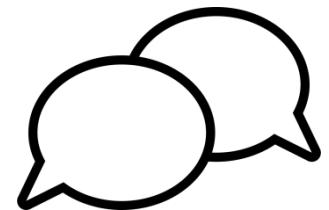
## Vor- und Nachteile *des Interviews*

### Vorteile

- Individuelle Reaktion/Anpassung im Gespräch
- Es können individuelle Nuancen und Details erfasst werden
- Relativ leicht zu konstruieren
- Sprache

### Nachteile

- abhängig von sprachlichen Ausdruckfähigkeiten der Adressat\*in
- aufwendig für die Adressat\*in
- aufwendig in der Auswertung



## Stichprobe

Als **Stichprobe** bezeichnet man eine Teilmenge einer Grundgesamtheit, die unter bestimmten Gesichtspunkten ausgewählt wurde. Mit Stichproben wird gearbeitet, da es oft nicht möglich ist, die Grundgesamtheit, etwa *alle* Familien eines FaZes / eines Stadtteils, zu befragen.

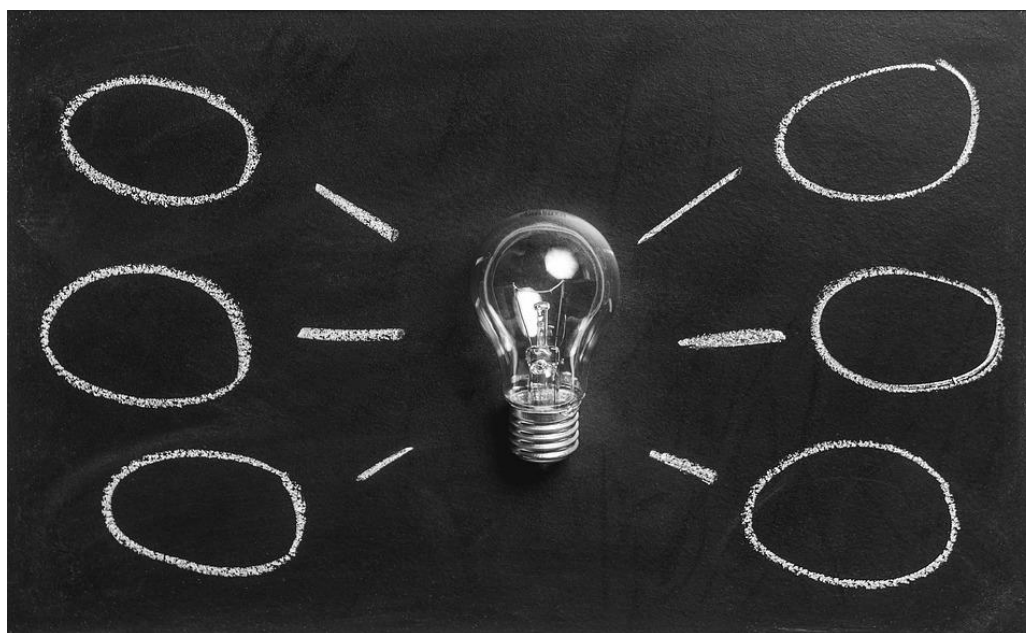


## Repräsentativität

- a) Zufällige Auswahl: jede\*r aus der Zielgruppe (Grundgesamtheit) hat die gleiche Wahrscheinlichkeit, in die Stichprobe zu gelangen, d.h. befragt zu werden.
  
- b) Nicht-zufällige Auswahl von Personen, die in wesentlichen Merkmalen der Grundgesamtheit entsprechen, z.B.
  - Geschlecht
  - Staatsangehörigkeit

## Zusammensetzung einer Stichprobe

	Grundgesamtheit (Einrichtungs- statistik)	Stichprobe
Familien, deren Kinder Nachmittagsbetreuung in Anspruch nehmen	50	25
Familien, deren Kinder <u>keine</u> Nachmittagsbetreuung in Anspruch nehmen	50	25



Beispiele

# Fragebogen erstellen/ Leitfaden entwickeln



# Geschlossene versus offene Fragen

## Geschlossene Fragen

- Vorgabe von Antwortalternative
- Die/Der Befragte soll eine Antwort wählen oder
- alle Kategorien ankreuzen, die auf ihn zutreffen (Mehrfachnennung)

## Offene Fragen

- Keine Vorgaben zur Art der Antwort

# Antwortkategorien bei geschlossenen Fragen

## 1. Alternativantworten

Männlich  Weiblich

## 2. Rating (unipolar)

Wie wichtig ist Ihnen eine religiöse Erziehung Ihres Kindes?

sehr wichtig  wichtig  weniger wichtig  nicht wichtig



## Antwortkategorien bei geschlossenen Fragen

### 4. Mehrfachnennungen

#### Berufsstand

- Beide Eltern gehen arbeiten
- Ein Elternteil geht arbeiten
- arbeitssuchend
- Studium oder Ausbildung
- Sonstiges: \_\_\_\_\_

## Vor- und Nachteile *geschlossener* Fragen

### Vorteile

- Strukturieren einen Fragebogen stärker
- Sind effizient (leicht und schnell zu beantworten)
- Auswertung ergibt Meinungsbild bzw. eine Verteilung (z.B. mit prozentualen Angaben)

### Nachteile

- Lenken Adressaten in vorgegebene Richtung
- i.d.R. aufwendiger / anspruchsvoller zu konstruieren

## Vor- und Nachteile *offener* Fragen

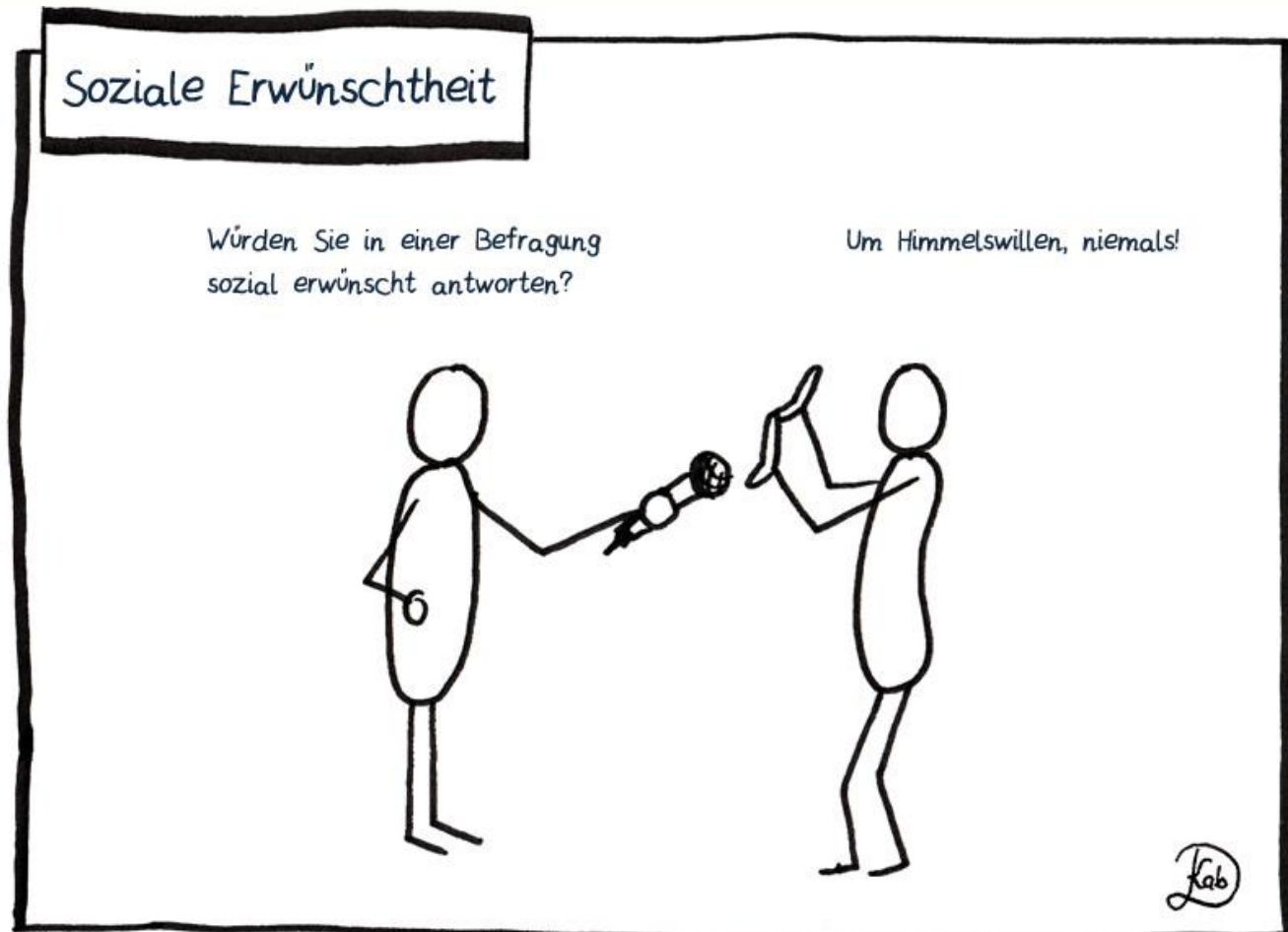
### Vorteile

- Breites und nicht gelenktes Spektrum an Antworten
- Es können individuelle Nuancen und Details erfasst werden
- Relativ leicht zu konstruieren

### Nachteile

- abhängig von sprachlichen Ausdruckfähigkeiten der Adressat\*in
- aufwendig für die Adressat\*in
- aufwendig in der Auswertung

## Mögliche Urteilsfehler / Verfälschungen



## Mögliche Urteilsfehler / Verfälschungen

- Soziale Erwünschtheit
- Halo-Effekt
- Positionseffekt/Primacy-Recency-Effekt
- Tendenz zur Mitte
- Tendenz zu Extremaussagen

## Bei der Formulierung von Fragen zu beachten:

1. Klare und präzise Formulierung der Fragen!
2. 80% geschlossene Fragen und 20% offene Fragen formulieren!
3. Pro Frage nur einen Aspekt thematisieren!
4. Die Antwortkategorien müssen bei Alternativantworten trennscharf formuliert sein  
> keine Überschneidungen

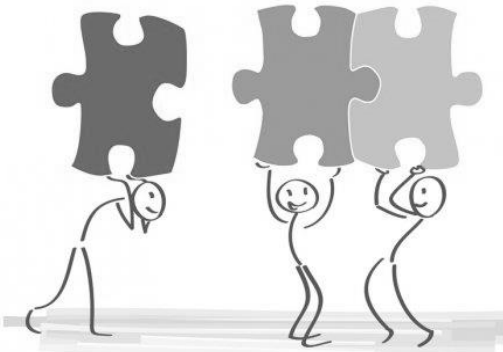
## Bei der Formulierung von Fragen zu beachten:

5. Mehrfachnennungen: Überschneidung nicht immer zu vermeiden  
> möglichst gering halten
6. Fragen dürfen nicht so *leicht* formuliert sein  
> fast alle stimmen zu  
& nicht so *schwer*  
> fast alle Befragten lehnen ab  
→ Skala sollte ausgeschöpft werden

# Anwendung

## Ziel

Erstellung eines Forschungsdesigns für die eigenständige Durchführung einer kleinen Befragung



**Zeit:** ca.45 Min.

## Rahmenbedingungen

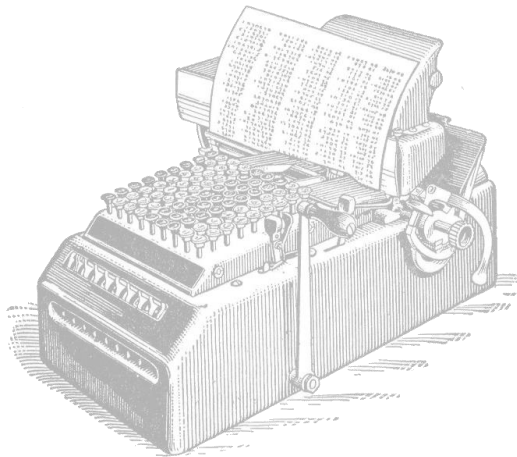
- kollegialer Austausch in der Gruppe
- Entwicklung jede/r für das eigene FaZe
- ALLES direkt notieren (Word-Dokument)





Mittagspause

# Anwendung



## Ziel

Die entwickelten Fragen in GrafStat eingeben

**Zeit:** ca.15 Min.

## Rahmenbedingungen

- Entwicklung jede/r für das eigene FaZe

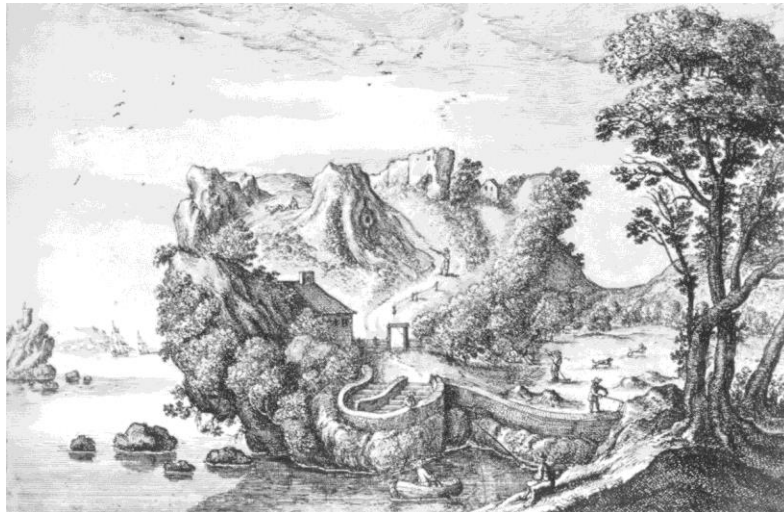
# Erstellen einer Umfrage - → Input

# Haltung



# Haltung

- Offenheit und Neugier, die Perspektive Anderer zu verstehen
- Entweder und Oder



# Perspektiven

**Befragte (z.B. Eltern)**



**Team Familienzentrum**

## Perspektiven

Befragte (z. B. Eltern)	Team Familienzentrum
teilen ihre subjektiven Eindrücke mit	muss eine Gesamtsicht entwickeln
vertreten ihr eigenes Interesse	muss das Interesse <i>aller</i> Kinder + Familien im Blick haben
machen Vorschläge, geben Anregungen	prüft wohlwollend auf Machbarkeit unter den gegebenen strukturellen Rahmenbedingungen
sind primär an den praktischen Konsequenzen interessiert	muss auch über methodische Grundkenntnisse verfügen (Professionalität)

## Damit die partnerschaftliche Zusammenarbeit gelingt ...

- Mehr mit statt für Eltern/Kitas/etc.
- Mehr Transparenz statt Befürchtungen
- Mehr hören statt sagen
- Mehr Alltag als Aktionen
- Mehr vom Bedarf der Familien als vom Anspruch des Teams ausgehen
- Mehr direkt erfragen als vermuten
- Mehr klein und gezielt als groß und allgemein





## Betroffene zu Beteiligten machen

- Klare **Kommunikation** gegenüber Eltern (Intention und Vorgehen)
- Beteiligung der Eltern als **beratendes Gremium** bei der Planung (z.B. Elternbeirat o.Ä.)
- Zeitnahe Veröffentlichung der **Ergebnisse**
- Interpretation der Ergebnisse im **Dialog** mit den Befragten, z.B. den Eltern



# Methodische Grundlagen



## Arten von Untersuchungen

- Beobachtungen
- Tests
- Experiment
- Fallstudien
- Befragungen

# Formen von Befragungen

Grundformen der Befragung:

- Mündlich (Interview)
- Schriftlich (Fragebogen)

Mit beiden Formen können

- Qualitative Aspekte (von einander unterscheidbare Eigenschaften) und/oder
- Quantitative Aspekte (durch Zahlen abbildbar) erhoben werden

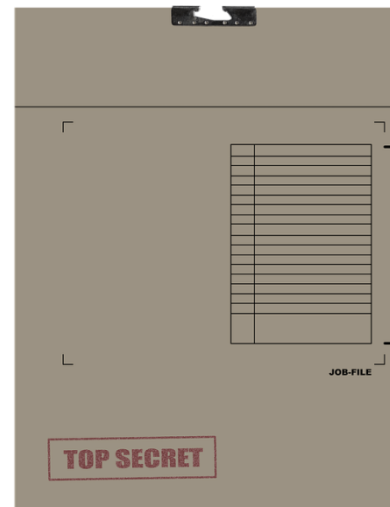
## Anonymität und Datenschutz

- Anonymität (von griechisch ανώνυμος = namenlos) ist die Geheimhaltung der Identität der befragten Personen
- Die Anonymität einer Befragung führt i.d.R. zu authentischeren Antworten



# Anonymität und Datenschutz

- Daher sind folgende Punkte sicherzustellen:
  - kein Angaben zur Identität erfragen bzw. in Verbindung gebracht zu ihren Antworten
  - bearbeiteter Fragebogen wird von unbekannter Person entgegengenommen oder z.B. in eine Box geworfen
  - Nach Abschluss > Aufbewahrung an geschütztem Ort
  - Personen, die an der Durchführung beteiligt sind, unterzeichnen eine Datenschutzerklärung



# Freiwillige Teilnahme

- Freiwilligkeit > bei Nicht-Teilnahme entstehen keine Nachteile für Person
- Auf Sinn & Wichtigkeit der Beteiligung hinweisen > Motivation zur Teilnahme
- Beteiligung so leicht wie möglich machen:
  - Kurz
  - Verständlich
  - Assistenz anbieten
  - Geeigneter Zeitpunkt
  - Angenehmer Ort



## Rücklauf

### Rücklaufquote:

Anteil der Personen die an einer Befragung teilgenommen haben (Fragebogen ausgefüllt + zurückgegeben)

- wichtiger Indikator für die Aussagekraft / die erreichte Repräsentativität der Befragung
- Rücklaufquote bei schriftlicher Elternbefragung min. 40%



## Rücklauf

Möglichkeiten, den Rücklauf bei schriftlichen Befragungen zu erhöhen:

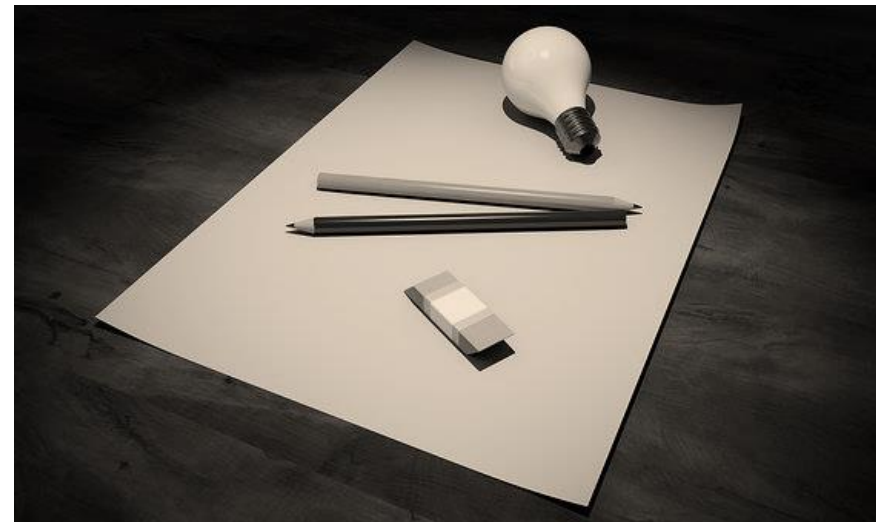
- Persönliche Ansprache
- Bearbeitung vor Ort, z.B. in der Kita
- Bearbeitung im Rahmen einer Veranstaltung, Bring- und Abholzeit etc.
- Belohnung für Teilnahme

## Kontrolle der Repräsentativität

Nach der Dateneingabe sollte kontrolliert werden, ob die Stichprobe in wesentlichen Merkmalen der Grundgesamtheit entspricht, z.B.

- Geschlecht
- Migrationshintergrund
- Berufstätigkeit

# Daten erfassen



## Was ist zu tun?

### Geschlossene Fragen:

- Antworten in Zahlen übersetzen
- Fehlende/fehlerhafte Antworten identifizieren
- Daten auf Vollständigkeit und Plausibilität prüfen

### Offene Fragen:

- Antworten clustern
- Überschriften formulieren/  
Kategorien bilden
- Anzahl der Nennungen in einer Kategorie bestimmen

# Dateneingabe bei geschlossenen Fragen

## 1. Alternativantworten

Männlich = 1  Weiblich = 2 Keine Angabe = 99

## 2. Rating (unipolar)

Wie wichtig ist Ihnen eine religiöse Erziehung Ihres Kindes?

sehr wichtig  wichtig  weniger wichtig  nicht wichtig  
= 3                    = 2                    = 1                    = 0

Keine Angabe = 99

## Dateneingabe bei geschlossenen Fragen

### 4. Mehrfachnennungen

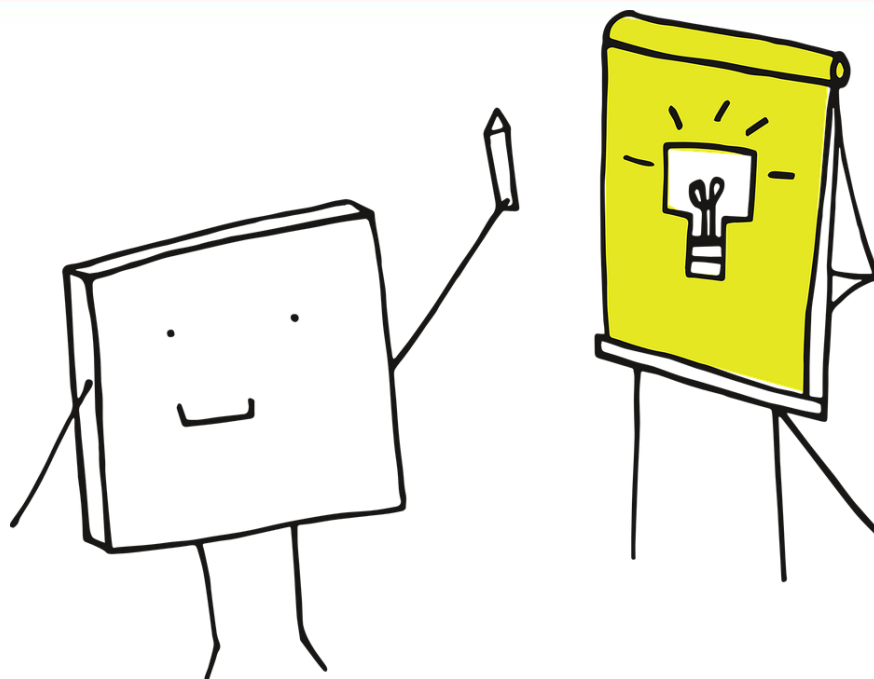
#### Berufsstand

- Beide Eltern gehen arbeiten  = 1    = 0
- Ein Elternteil geht arbeiten  = 1    = 0
- Arbeitssuchend  = 1    = 0
- Studium oder Ausbildung  = 1    = 0
- Sonstiges: \_\_\_\_\_  = 1    = 0

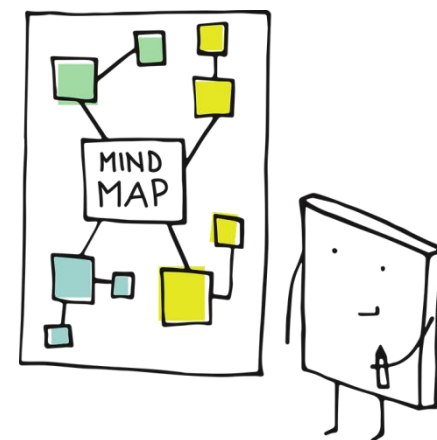
Keine der Antwortkategorien genutzt (keinerlei Angabe) = 99

## Regeln zur Dateneingabe

- Dateneingabe 1-2 Person/en (Fluktuation vermeiden)
- Nummerierung der Bögen
- Kennzeichnung der eingegebenen Bögen
- Muster-Fragebogen: welche Antworten wurden welche Zahlen
- Stichprobenartige Prüfung der Eingabe der Bögen: Vollständigkeit und Richtigkeit/Plausibilität geprüft

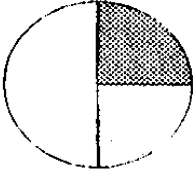
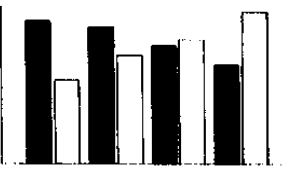
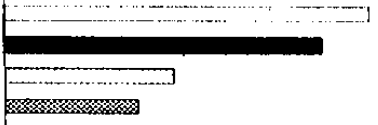
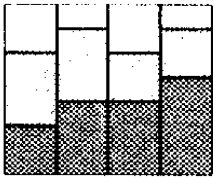
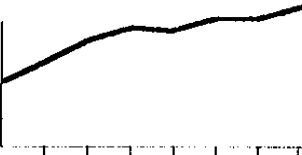


Ergebnisse darstellen





# Welches Diagramm für was?

Diagramm-Typ	Beabsichtigte Aussage		
	Anteil	Kontrast	Trend
<b>Kreis</b> 	✓	✓	
<b>Säule</b> 		✓	✓
<b>Balken</b> 		✓	
<b>Block</b> <b>100%</b> 	✓	✓	✓
<b>Linie</b> 			✓

## Voraussetzungen:

Anteile ergeben in Summe 100%

Auch bei Mehrfachantworten möglich

Anteile pro Kategorie ergeben in Summe 100%

Quantitative Variable

*Danke*