ORBIT
Organisationsberatungsinstitut Thüringen

Freistaat Thüringen
Ministerium für Soziales, Gesundheit, Arbeit und Familie

FAMILIEN- UND SENIOR*INNENBEFRAGUNG THÜRINGEN

#MeineFamilieMeineStimme

#MitmachenThüringen

Familienförderung in Thüringen

Impressum

Herausgeber:

Organisationsberatungsinstitut Thüringen – ORBIT e. V.
Ernst-Abbe-Straße 18
07743 Jena
www.orbit-jena.de
Telefon: (+49) 03641 / 554 038 900
Fax: (+49) 03641 / 554 038 901

verantwortlich:

Ines Morgenstern

unter Mitwirkung von:

Juliane Feix
Tina Olbrich
Anton Reiter
Christoph Weber
Robert Wicklein

Redaktionsschluss:

28.11.2025

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis ... 3
Abbildungsverzeichnis ... 4
1 Einleitung ... 6
1.1 Auftrag ... 6
1.2 Methodik ... 6
1.3 Beschreibung der Datengrundlage ... 10
2 Befragungsergebnisse ... 14
2.1 Zufriedenheit, Teilhabe und Mitbestimmung ... 15
2.2 Gesundheit ... 20
2.3 Wohnumfeld und Mobilität ... 23
2.4 Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf ... 32
2.5 Mediennutzung und Medienbildung ... 39
2.6 Angebotslandschaft ... 49
2.6.1 Wissen, Nutzung und Information ... 49
2.6.2 Angebote für Familien mit Kindern ... 55
2.6.3 Angebote für Senior*innen ... 61
2.6.4 Angebote für Familien mit Pflegebedarf ... 65
2.6.5 Angebote für Menschen mit wenig Einkommen ... 68
2.6.6 Angebote unabhängig von der Familiensituation ... 72
2.6.7 Familienerholung und Familienferienstätten ... 80
3 Erkenntnisse aus den Expert*inneninterviews ... 86
3.1 Verschiedene Einrichtungen mit unterschiedlichen Zielgruppen ... 86
3.2 Bedarfe der Zielgruppen ... 87
3.3 Bedarfe von Armutsgefährdeten/-betroffenen ... 88
3.4 Aktuelle Situation der Thüringer Familien und Senior*innen ... 89
3.5 Erwartungen und Auftrag an die überregionale Familien- und Senior*innenförderung in Thüringen ... 91
4 Zusammenfassung ... 93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Planungsregionen 11
Abbildung 2: Wohnumgebung 11
Abbildung 3: Finanzielles Zurechtkommen 12
Abbildung 4: Höchster Bildungsabschluss 13
Abbildung 5: Allgemeine Zufriedenheit 15
Abbildung 6: Allgemeine Zufriedenheit nach finanziellem Zurechtkommen 16
Abbildung 7: Zufriedenheit mit Lebensbereichen 17
Abbildung 8: Teilhabe, Mitbestimmung und Repräsentation 19
Abbildung 9: Allgemeines Gesundheitsgefühl 20
Abbildung 10: Gesundheitsförderndes Verhalten 21
Abbildung 11: Alltagsbelastungen Armutsgefährdeter/-betroffener 22
Abbildung 12: Miet- und Eigentumsverhältnisse 24
Abbildung 13: Zufriedenheit mit Wohnumgebung 25
Abbildung 14: Sicherheit in Wohnumgebung nach Armutsgefährdung/-betroffenheit 26
Abbildung 15: Einschätzung des Wohnraums bei Armutsgefährdung/-betroffenheit 27
Abbildung 16: Erreichbarkeit von Orten 28
Abbildung 17: Erreichbarkeit von Orten in Thüringen nach Wohnumgebung 29
Abbildung 18: Erreichbarkeit von Orten in Thüringen nach Armutsgefährdung/-betroffenheit 30
Abbildung 19: Erschwinglichkeit öffentlicher Verkehrsmittel bei Armutsgefährdung/-betroffenheit 31
Abbildung 20: Beurteilung der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf 32
Abbildung 21: Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf nach finanziellem Zurechtkommen 33
Abbildung 22: Beurteilung der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf nach Erziehungssituation und Alter 34
Abbildung 23: Aussagen zur Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf 36
Abbildung 24: Aussagen zur Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf nach Befragtentyp 37
Abbildung 25: Bewertung des eigenen Umgangs mit digitalen Medien 40
Abbildung 26: Internetnutzung zur Bewältigung von Herausforderungen im Alltag 41
Abbildung 27: Index Medienkompetenz 42
Abbildung 28: Digitale Medienkompetenz nach Befragtentyp 43
Abbildung 29: Wunsch nach (mehr) Medienbildungsangeboten 44
Abbildung 30: Wunsch nach (mehr) Medienbildungsangeboten nach Befragtentyp und Armutsgefährdung/-betroffenheit 44
Abbildung 31: Mediennutzung der Kinder nach Befragtentyp 45
Abbildung 32: Aussagen zur Medienerziehung in der Familie 47
Abbildung 33: Konfliktpotential der Mediennutzung in den Familien 48

Abbildung 34: Kenntnis über Unterstützungsleistungen/-angebote für Familien/Senioren 50
Abbildung 35: Inanspruchnahme von Unterstützungsleistungen/-angebote für Familien/Senioren 51
Abbildung 36: Nutzung von Angeboten nach Armutsgefährdung/-betroffenheit 51
Abbildung 37: Informationsquellen für Angebote (Auswahl) 52
Abbildung 38: Verbesserungsvorschläge Familien-App (beispielhafte Auswahl) 54
Abbildung 39: Hilfreiche Angebote für Familien mit Kindern 55
Abbildung 40: Hilfreiche Angebote für Familien mit Kindern nach Erziehungssituation 57
Abbildung 41: Wünsche für Beratungsangebote für Eltern (beispielhafte Auswahl) 58
Abbildung 42: Wünsche für Gesundheitsangebote für Eltern (beispielhafte Auswahl) 59
Abbildung 43: Wünsche für Freizeitangebote für Kinder/Jugendliche (beispielhafte Auswahl) 60
Abbildung 44: Hilfreiche Angebote für Personen ab 60 Jahren 62
Abbildung 45: Wünsche für Gesundheitsangebote für Ältere (beispielhafte Auswahl) 64
Abbildung 46: Nutzung von Angeboten für Pflegebedürftige und/oder pflegende Angehörige 65
Abbildung 47: Nutzung von Angeboten für Pflegebedürftige und/oder pflegende Angehörige nach Armutsgefährdung/-betroffenheit 66
Abbildung 48: Nutzung von Angeboten für Menschen mit wenig Einkommen 68
Abbildung 49: Nutzung von Angeboten besonders für Menschen mit wenig Einkommen nach finanziellem Zurechtkommen 70
Abbildung 50: Einschätzung von Aussagen zu Armutsgefährdung/-betroffenheit 71
Abbildung 51: Nutzung von mobilen Angeboten 73
Abbildung 52: Nutzung von mobilen Angeboten nach Befragtentyp 74
Abbildung 53: Nutzung von mobilen Angeboten nach Armutsgefährdung/-betroffenheit 75
Abbildung 54: Nutzung von Medienbildungsangeboten 76
Abbildung 55: Nutzung von Medienbildungsangeboten nach Altersgruppen 77
Abbildung 56: Weitere gewünschte Aspekte zur Erleichterung des Alltags (Auswahl) 79
Abbildung 57: Bekanntheit und Nutzung der Familienferienstätten in Thüringen 80
Abbildung 58: Gründe dafür, warum Ferienstätten bislang nicht genutzt wurden 81
Abbildung 59: Vergünstige Nutzung der Ferienstätten 82
Abbildung 60: Anreizpunkte für Angebote der Familienferienstätten 83
Abbildung 61: Anreizpunkte für Angebote der Familienferienstätten nach Erziehungssituation 84
Abbildung 62: Situation von Familien und Senior*innen in Thüringen 90
Abbildung 63: Erwartungen und Auftrag an die überregionale Förderung 91

1 Einleitung

Der vorliegende Bericht stellt die Ergebnisse der Thüringer Familien- und Senior*innenbefragung 2025 dar. Seine Struktur orientiert sich an den Themenfeldern, die in der Befragung behandelt wurden bzw. an den Auftragsbestandteilen. So wird in Kapitel 1 der Auftrag sowie die angewandte Methodik dargelegt. Außerdem wird die erreichte Datengrundlage beschrieben. Kapitel 2 ist weitgehend eine Deskription der Befragungsergebnisse, untergliedert nach Themenbereichen. In Kapitel 3 richtet sich die Aufmerksamkeit auf Expert*inneninterviews im Thüringer Raum und zuletzt fließen die gesamten Erkenntnisse in die Zusammenfassung ein.

Der Bericht konzentriert sich in seiner Auswahl an Inhalten auf wesentlich interessierende Aspekte und auffällige Ergebnisse. Der Datensatz mit allen Ergebnissen wurde sorgfältig geprüft, um diese Auswahl zu treffen.

1.1 Auftrag

Im September 2025 wurde das Organisationsberatungsinstitut Thüringen – ORBIT e.V. (ORBIT) vom Thüringer Ministerium für Soziales, Gesundheit, Arbeit und Familie (TMSGAF) damit beauftragt, eine Familien- und Senior*innenbefragung durchzuführen.

Der Anlass zur Befragung der Thüringer Familien und Senior*innen ist die Fortschreibung des Landesfamilienförderplans, die ab 2027 gelten soll. Die Lebenslagen, Bedürfnisse und Wünsche der Bevölkerung, erhoben durch die Befragung, fließen in die Planung der Angebotslandschaft für Familien und Senior*innen im Freistaat ein.

Die Bestandteile der Befragung sind:

- Hauptbefragung als Online-Befragung von Familien und Senior*innen
- Zusatzmodul in der Hauptbefragung für die Fokuszielgruppe Armutsgefährdete/-betroffene
- Expert*inneninterviews mit Fachkräften aus Angeboten für Familien und Senior*innen

1.2 Methodik

Die Befragung inklusive Zusatzmodul fand zwischen dem 30.09. und 26.10.2025 statt. Die fünf Expert*inneninterviews wurden zwischen dem 27.10. und 03.11.2025 durchgeführt.

Befragungsdesign

Die Befragung ist als Personenbefragung konzipiert, nicht als Haushaltsbefragung. Die Auswertung der Daten geschieht daher auf Personenebene. Auch der Fragebogen war entsprechend gestaltet. Eine Haushaltsbefragung würde es notwendig machen, zu kontrollieren, dass je Haushalt nur eine Person teilnimmt. Zudem müsste klar definiert und den Befragten kommuniziert sein, was unter einem Haushalt zu verstehen ist. Die

Ausfüllenden müssten schließlich in ihren Antworten für den gesamten Haushalt sprechen. Die Verbreitung der Befragungseinladungen müsste dabei idealerweise über das direkte Anschreiben der Haushalte geschehen (z. B. mittels Melderegisterauszügen). Auftraggeber und Auftragnehmer haben sich bewusst gegen ein solches Design entschieden, um die Befragung besser in die Breite der Bevölkerung streuen zu können und dem Familienbegriff Thüringens (siehe unten) gerechter zu werden.

In der Abhandlung wird somit von Befragten als Einzelpersonen und nicht unmittelbar von Haushalten oder Familien gesprochen. Dennoch wurden Informationen über die Familie bzw. den Haushalt bei den Befragten eingeholt, sodass diese in der Auswertung mitunter berücksichtigt werden.

Der Bericht versteht alle Menschen ab 60 Jahren als Senior*innen. Dies wurde auch im Befragungsdesign berücksichtigt. Während die Zuschreibung von Senior*innen dadurch einfach ist, ist der Familienbegriff in Thüringen sehr vielfältig angelegt: „Familie wird […] verstanden als eine vom gewählten Lebensmodell unabhängige Gemeinschaft, in der Menschen dauerhaft Verantwortung füreinander übernehmen und einander unterstützen, unabhängig von einer Eheschließung oder der Form, in der sie zusammenleben, sowie der sexuellen Orientierung.“[1]

Aufgrund der gewählten Methode der Verbreitung (siehe unten) und der Schwierigkeit, Familie im obigen Verständnis amtsstatistisch einzugrenzen, wurde die Befragung als nicht repräsentativ konzipiert. Trotz der nicht angestrebten Repräsentativität und der Konzeption als Personenbefragung können über die Familien und Senior*innen in Thüringen verlässliche Erkenntnisse getroffen werden, da die individuellen Befragten in ihrer Gesamtheit ein aussagekräftiges Bild dieser Bevölkerungsgruppen vermitteln.

Ein Fokus im Befragungsdesign sowie in der Auswertung liegt auf Familien und Senior*innen, die in Armut leben oder armutsgefährdet sind (Fokuszielgruppe). Sie finden Berücksichtigung, indem zusätzliche Fragestellungen nur an diese Gruppe gerichtet der Hauptbefragung angehangen sind. Außerdem wurde in den Expert*inneninterviews explizit nach den Bedarfen dieser Zielgruppe gefragt.

Die Auswahl für die Expert*inneninterviews konzentrierte sich auf eine regionale Verteilung und die Erreichung verschiedener Angebotstypen. Interviewt wurden Mitarbeiter*innen aus einem Mehrgenerationenhaus, einer Familienberatung, einem Familienzentrum, einem Senior*innenbüro und eines TIZIAN-Projekts. Alle vier Planungsregionen Thüringens sind dabei vertreten. Aufgrund der zugesagten Anonymisierung der Interviews werden die befragten Einrichtungen im Bericht nicht im Detail aufgelistet.

[1] Landesfamilienrat Thüringen: Leitbild „Familienfreundliches Thüringen“, S.1.

Verbreitung

Alle Personen, ab 18 Jahren, die in Thüringen leben, waren eingeladen, an der Befragung teilzunehmen. Die Befragung wurde über eine begleitende Kampagne bekannt gemacht. Die Bestrebungen dieser Kampagne waren:

- Design eines Flyers/Plakats mit Link und QR-Code zur Befragung
- Webseite für die Befragung mit digitaler Bereitstellung des Flyers/Plakats sowie Möglichkeit für Einrichtungen/Organisationen, kostenfrei gedruckte Flyer zu bestellen
- Verbreitung von Sharepics auf Social Media (Facebook, Instagram) inkl. Einsatz eines Budgets zur Bewerbung der Posts
- Anschreiben von Multiplikator*innen mit der Bitte um Verbreitung des Aufrufs zur Teilnahme und Hinweis auf die Webseite der Kampagne:
    - Angebote bzw. Vertreter*innen der Familien- und Senior*innenförderung (u. a. Mehrgenerationenhäuser, Familienzentren, Beratungsstellen, Landesfamilien- und seniorenrat, LSZ-Strukturen)
    - Jugendämter
    - Wohlfahrtsverbände (Landes- und Kreisverbände)
    - Erwachsenenbildungseinrichtungen (z. B. Volkshochschulen)
    - Projekte der Aktivierungsrichtlinie im Rahmen des Thüringer ESF
    - Schulsozialarbeiter*innen in Thüringen
    - Projekte des Thüringer Landesprogramms für Demokratie, Toleranz und Weltoffenheit
    - Landeselternvertretung
- Erinnerung der Multiplikator*innen etwa zur Hälfte der Laufzeit
- Pressemitteilungen

Die Möglichkeit, Flyer zu bestellen, haben insgesamt acht Organisationen in Anspruch genommen, meistens mit einer Bestellung von 100 A6-Flyern. Zusätzlich wurden dem TMSGAF zu Beginn der Befragungszeit 2.000 A6-Flyer sowie jeweils 100 A3- bzw. A4-Plakate zur Verbreitung zur Verfügung gestellt. Auf der Landesfachtagung der Aktivierungsrichtlinie des Thüringer ESF, die von ORBIT während des Erhebungszeitraums veranstaltet wurde, sind ebenfalls Flyer sowie Plakate verteilt worden.

In den Sozialen Medien erfuhr die Bewerbung der Befragung viel Resonanz. Auf Facebook und Instagram wurde die geschaltete Anzeige 240.843-mal angezeigt. 3.350-mal wurde der Befragungslink angeklickt.

Die Urlaubszeit vieler Multiplikator*innen während der Herbstferien zwischen dem 06.10. und 18.10.2025 stellte sich für die Verbreitung als herausfordernd dar. Der Befragungszeitraum konnte aufgrund des knappen Zeitplans jedoch nicht anders gelegt werden. Am 02.10.2025 wurde die Befragung kurzfristig für etwa 15 Minuten

unterbrochen, um Fragen, die bisher exklusiv der Fokuszielgruppe gestellt wurden, so zu verschieben, dass sie für alle Befragten beantwortet werden konnten.

Auswertungsdesign

Der Fragebogen beinhaltet eine Reihe von soziodemographischen Angaben der Befragten bzw. ihrer Haushalte. Aus diesen wurden mehrere Auswertungsdimensionen gezogen, mithilfe derer die Befragungsergebnisse analysiert werden (Kreuztabellierung).

Hauptaugenmerk liegt in der Berichtslegung auf den folgenden Dimensionen:

- Befragtentyp (Befragte mit Kindern im Haushalt, Befragte ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt, Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt)
- Armutsgefährdung/-betroffenheit (also Zugehörigkeit zur Fokuszielgruppe)[2]
- Wohnumgebung (Kombination aus Selbsteinschätzung ländlich/städtisch und Landkreis/kreisfreie Stadt)
- Planungsregion (Nord-, Mittel-, Ost-, Südwestthüringen)

Außerdem wurden in der Analyse der Ergebnisse folgende Dimensionen berücksichtigt:

- Finanzielles Zurechtkommen
- Kinderanzahl
- Erziehungssituation
- Einpersonenhaushalt
- Mehrgenerationenhaushalt
- eigener Pflegebedarf
- Gesundheitsgefühl
- Zufriedenheit mit Lebenssituation
- Alter
- Geschlecht
- Migrationshintergrund
- Höchster Bildungsabschluss
- Erwerbstätigkeit
- Wohnsituation

[2] Die Zuschreibung zur Fokuszielgruppe, also die Definition als armutsgefährdet/-betroffen, geschieht über die Betrachtung des Haushaltsnettoeinkommens. Zunächst wird das Nettoäquivalenzeinkommen berechnet. Dabei wird aus dem Haushaltsnettoeinkommen ein Pro-Kopf-Einkommen berechnet, wobei die Haushaltsmitglieder unterschiedlich gewichtet werden (1 für die erste Person, 0,5 für jede weitere Person ab 14 Jahre, 0,3 für jede Person unter 14 Jahren). Da das Haushaltsnettoeinkommen kategorisiert abgefragt wurde, wird das Mittel der jeweiligen Kategorie gewählt (z. B. 2.250 bei der Kategorie „2.000 bis unter 2500 Euro“ bzw. 750 bei „unter 1000 Euro“ und 12.000 bei „8000 Euro oder mehr“). Personen, die in einem Haushalt leben, deren Nettoäquivalenzeinkommen unter 60 Prozent des durchschnittlichen Nettoäquivalenzeinkommens in Thüringen liegt (also unter 1.316,35 Euro), sind von Armut gefährdet oder betroffen. Herangezogen wurden die Daten des Statistischen Bundes von 2023 auf Basis des Mikrozensus.

Die Auswertung der Interviews geschah über eine Paraphrasierung der zum Ausdruck gebrachten Inhalte mithilfe automatisiert erstellter Transkripte sowie Ton-/Bildaufzeichnungen. Die so zusammengefassten Gesprächsinhalte wurden dann für die im Bericht dargelegte Beschreibung herangezogen.

1.3 Beschreibung der Datengrundlage

Trotz des nicht-repräsentativen Ansatzes der Familien- und Senior*innenbefragung ist es für die Einordnung der Ergebnisse wichtig, welche Datengrundlage erzielt wurde.

Rücklauf und Bereinigung

Nach der Bereinigung des Datensatzes sind 3.004 auswertbare Fälle verblieben. Aufgerufen wurde der Link 4.402-mal. Die Bereinigung umfasste folgende Punkte:

- Löschung leerer Aufrufe (keine Antworten gegeben)
- Löschung von Fällen, die lediglich soziodemographische Angaben gemacht haben
- Löschung von Personen, die unter 18 Jahre alt sind
- Löschung von Personen, die nicht in Thüringen wohnen

Nicht vollständig ausgefüllte Fragebögen sind in den finalen Datensatz eingeflossen, sofern sie mindestens eine Antwort auf eine inhaltliche Frage gegeben haben.

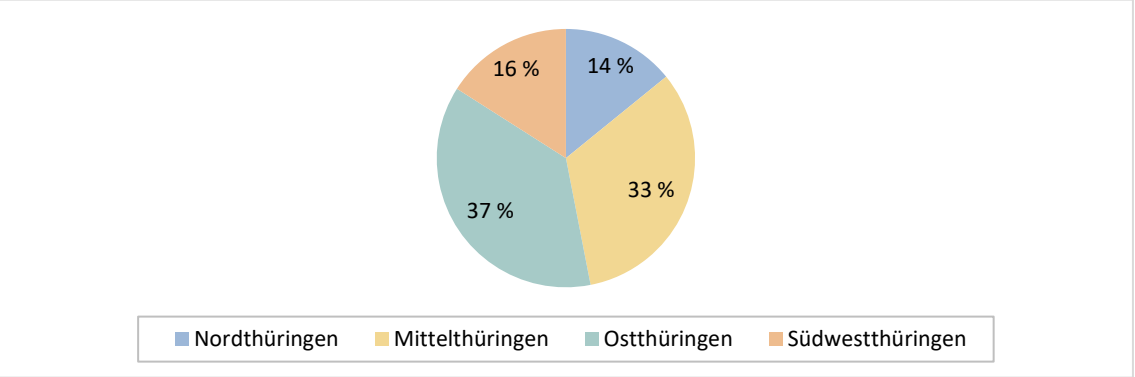
Verteilung soziodemographischer Merkmale

Die Gruppen, die durch die Befragung vorrangig erreicht werden sollten – Familien und Senior*innen, sind in ähnlichem Ausmaß im Datensatz vertreten: 1.380 Befragte (46 %) leben mit Kindern (unter 18-Jährige) im Haushalt und 1.251 Befragte (42 %) sind selbst 60 Jahre oder älter oder leben mit Senior*innen im Haushalt. Selbst 60 Jahre oder älter sind 33 % (997 Befragte). 284 Befragte (9 %) sind Befragte, bei denen es Pflegebedarf im Haushalt gibt.

Die Fokuszielgruppe, also Personen, die von Armut gefährdet oder betroffen sind, ist mit 19 % vertreten. Das entspricht 546 Personen und somit einer Größe, die verlässliche Aussagen über diese Gruppe im Vergleich zu den nicht-armutsgefährdeten/-betroffenen Personen erlaubt. Durchschnittlich (arithmetisches Mittel) liegt das ermittelte Nettoäquivalenzeinkommen aller Befragten bei 2.212,49 Euro.

Alle Planungsregionen Thüringens sind in aussagekräftigem Maße vertreten (ab 425 Fälle).

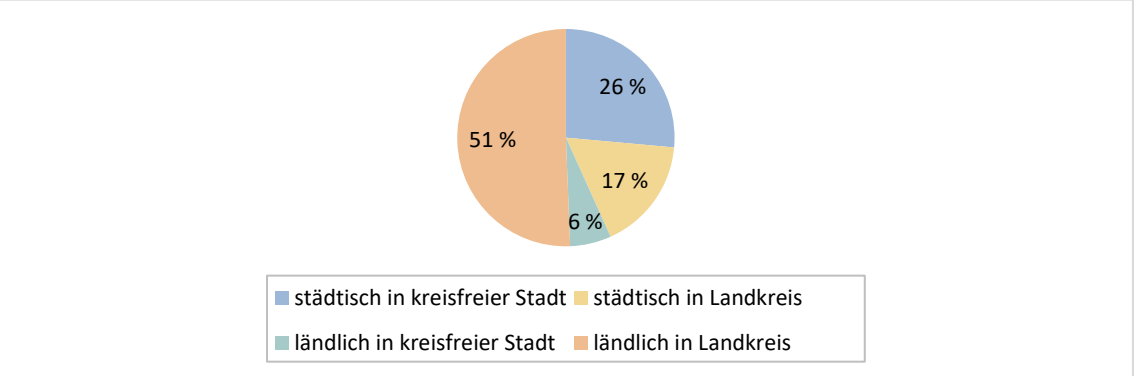
Abbildung 1: Planungsregionen



Planungsregion, basierend auf „Wo wohnen Sie?“; n=3.004

Die Befragten wurden gebeten, selbst einzuschätzen, ob sie eher ländlich (57 %) oder städtisch (43 %) wohnen. Die meisten Befragten leben ländlich in einem Landkreis, die kleinste Gruppe lebt in einer kreisfreien Stadt. Städtisch in einer kreisfreien Stadt lebt etwa ein Viertel, städtisch im Landkreis dagegen etwa jede*r Sechste.

Abbildung 2: Wohnumgebung



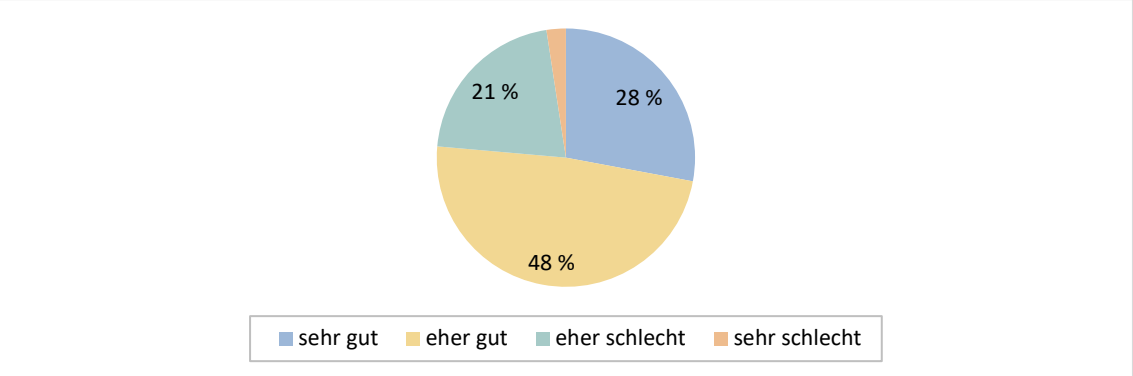
Wohnumgebung, basierend auf „Wo wohnen Sie?“ und „Wie würden Sie Ihre Wohnumgebung beschreiben? Wo ich wohne, ist es …“; n=2.985

Im Schnitt wohnen die Befragten in einem Haushalt mit drei Personen (Median). 12 % leben in einem Einpersonenhaushalt (4 % unter 60 Jahre, 8 % ab 60 Jahre). Jeweils 43 % der Befragten, die mit Kindern leben, wohnen mit einem bzw. zwei Kindern zusammen. 13 % dieser Gruppe leben mit drei oder mehr Kindern zusammen. Über den gesamten Datensatz hinweg betrachtet, leben 54 % der Befragungsteilnehmer*innen ohne Kinder im Haushalt. Diejenigen, die in einem Drei- oder Mehrpersonenhaushalt leben, wohnen zu 25 % mit mehr als zwei Generationen zusammen. Von den Personen, bei denen Pflegebedarf im Haushalt vorherrscht, ist ein Viertel selbst davon betroffen, bei dem Großteil ist es hingegen eine andere Person (78 %).

Das mittlere Alter der Befragten liegt bei 50 Jahren (Median). 22 % der Befragten sind 65 Jahre oder älter, 29 % sind 50 bis 64 Jahre alt. Die größte Gruppe sind die 35- bis 49-Jährigen mit 39 %, während die 18- bis 34-Jährigen am wenigsten mit 11 % vertreten sind. Deutlich überwiegend sind die Befragten weiblich (81 %).

Annähernd die Hälfte der Befragten gibt an, eher gut mit ihrem Einkommen zurechtzukommen. Mehr als ein Viertel kommt sehr gut zurecht. Die Minderheit kommt eher oder sehr schlecht finanziell aus.

Abbildung 3: Finanzielles Zurechtkommen



„Wie kommt Ihr Haushalt mit dem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen zurecht?“; n=2.982

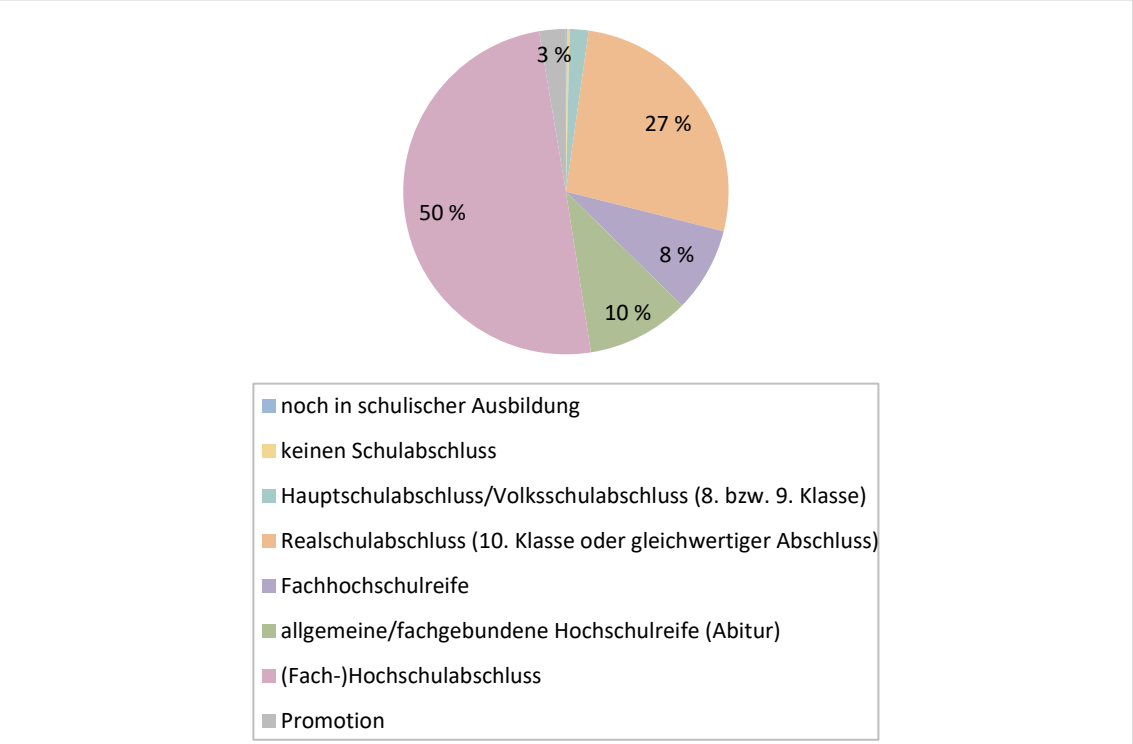
Die meisten Befragten erhalten außer Kinder- und Elterngeld keine staatlichen Leistungen zum Lebensunterhalt (91 %). In irgendeinem Maße erwerbstätig sind annähernd drei Viertel (74 %). Überwiegend sind die Personen in Vollzeit beschäftigt (41 %), nachrangig in Teilzeit (27 %). 23 % der Befragten sind in Rente und 4 % nicht erwerbstätig. Sehr geringe Anteile nehmen Personen im Studium, in Berufsausbildung, in Elternzeit und in geringfügiger Beschäftigung (Minijob) ein. Außerdem sind 14 % der Gruppe von Rentner*innen, Student*innen oder Personen in Elternzeit nebenbei erwerbstätig.

Feste Partnerschaften oder Ehen sind bei der großen Mehrheit der Befragten vorhanden (80 %). Bei den Befragten, die mit Kindern zusammenleben, tritt eine gemeinsame Erziehung der Kinder mit anderen im Haushalt am stärksten auf (82 %). Getrennt- oder alleinerziehend sind entsprechend 18 % der Befragten.

Mit 4 % sind Personen mit Migrationshintergrund[3] nur gering im Datensatz vertreten. Fast die Hälfte der Befragten hat einen (Fach-)Hochschulabschluss. Die nächstgrößte Gruppe mit etwas über einem Viertel der Befragten hat einen Realschulabschluss als höchsten Bildungsabschluss. Niedrige Bildungsabschlüsse (keinen bzw. Haupt-/Volksschulabschluss) haben einen sehr geringen Anteil am Datensatz (2 %). Am stärksten sind hohe Bildungsabschlüsse (ab Abitur) vertreten (63 %), mittlere Bildungsabschlüsse mit mehr als einem Drittel (35 %).

[3] Grundlage hierfür bildet die Frage, ob man selbst oder mindestens eines der Elternteile im Ausland geboren ist.

Abbildung 4: Höchster Bildungsabschluss



„Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?“; n=2.983

2 Befragungsergebnisse

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Familien- und Senior*innenbefragung dargestellt. Die Grundstruktur der Deskription der einzelnen Fragen folgt dabei einem wiederkehrenden Muster: Einleitend werden die allgemeinen Häufigkeiten beschrieben, um die Frage anschließend nach einer Auswahl an Auswertungsdimensionen zu betrachten (Kreuzungen). Die Dimensionen, auf die ein Hauptaugenmerk gelegt wurde (siehe Punkt „Auswertungsdesign“ in Kapitel 1.2), kommen dabei nahezu immer vor, während die restlichen Dimensionen bei inhaltlicher Relevanz oder auffälligen Verteilungen aufgegriffen werden.

Zu diesen Darstellungen sollen zunächst grundsätzliche Hinweise gegeben werden:

- Die Frageblöcke Gesundheit, Wohnumfeld und Mobilität, Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf sowie Mediennutzung und -bildung wurden nur an diejenigen Personen gestellt, die diese in einer vorherigen Auswahl der Themen gewählt haben. Es können sich hierdurch Selektionseffekte ergeben. Die Auswahloption wurde umgesetzt, um Abbrüche durch die Länge des Fragebogens sowie die Beantwortung von für die einzelnen Befragten uninteressanten bzw. weniger relevanten Fragen zu reduzieren. Außerdem ist es ausdrückliches Ziel der Befragung, dass sich die Adressat*innen zu den ihnen wichtigen Themen äußern sollen.
- Sofern die Antwortoptionen der Fragestellung (Ausprägungen) eine Kategorisierung zulassen (z.B. Zusammenfassung von „sehr zufrieden“ und „eher zufrieden“ in „zufrieden“) werden diese Kreuzungen mit den kategorisierten Ausprägungen durchgeführt, um eine unmittelbarere bzw. übersichtlichere Interpretierbarkeit zu gewährleisten.
- Aus manchen Fragengruppen (Fragestellung mit denselben Antwortoptionen für mehrere Punkte) wurden Indizes gebildet. Die Bildung geschah summativ und alle Punkte flossen gleichwertig in den Index ein. Diese Indizes dienen vorrangig dazu, über die Fragengruppe einen Überblick zu erhalten.
- An passenden Stellen wird in der Darstellung der Befragungsergebnisse auf die Expert*inneninterviews verwiesen. Dieser Verweis wird anhand des - Symbols hergestellt. Auch in den Interviewergebnissen in Abschnitt 3 wird Rückbezug zu den Befragungsergebnissen hergestellt.
- Durch die Rundung der Prozentwerte auf null Kommastellen kann es vorkommen, dass die Summe der Prozentpunkte unter oder über 100 liegt. Der Auswertung liegt die exakte Zahl zugrunde.
- Im Fragebogen bzw. teilweise in der Kampagne wurde für die Sicherstellung einer niedrigschwelligen Lesbarkeit bewusst auf Formen der gendersensiblen Sprache verzichtet. Dadurch finden sich auch in den Abbildungen sowie deren Beschriftungen nicht-gendersensibel berücksichtigte Formulierungen. Der Fließtext des Berichts hingegen berücksichtigt die gendersensible Sprache.

Alle in diesem Kapitel beschriebenen Schilderungen basieren auf den Perspektiven, Bedürfnissen bzw. konkreten Antworten der Befragten aus Thüringen. In der Beschreibung dieser Inhalte spiegelt sich nicht die Haltung von ORBIT wider.

ORBIT möchte sich an dieser Stelle bei allen bedanken, die sich die Zeit genommen haben, an der Befragung teilzunehmen. Nur durch Ihre Mitwirkung ließen sich belastbare und fundierte Ergebnisse erzielen!

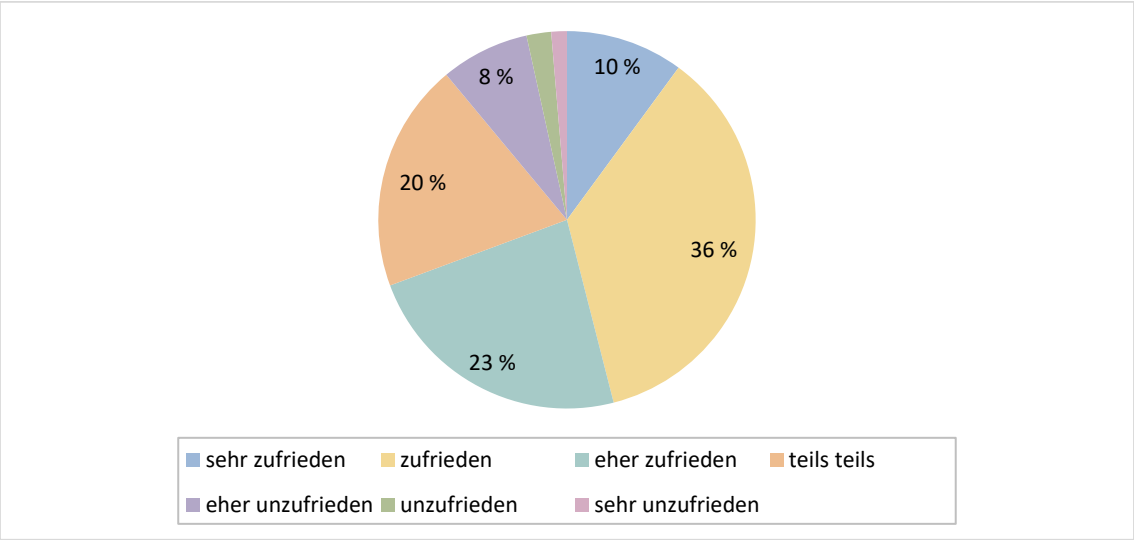
2.1 Zufriedenheit, Teilhabe und Mitbestimmung

Die Themenfelder Zufriedenheit, Teilhabe und Mitbestimmung sind wesentliche Maßstäbe für die Einschätzung der Lebensqualität. Zufriedenheit beschreibt dabei die individuelle Bewertung der eigenen Lebens- oder Arbeitssituation, während Teilhabe und Mitbestimmung die aktive Einflussnahme auf Entscheidungen und die Möglichkeit zur Gestaltung des eigenen Umfelds umfassen. In diesem Kapitel werden die empirischen Ergebnisse zu diesen drei Dimensionen vorgestellt.

Zufriedenheit

Nach den einleitenden soziodemografischen Fragen wurden die Teilnehmenden gebeten, ihre Zufriedenheit mit der aktuellen Lebenssituation anzugeben. Dabei zeigt sich: Über zwei Drittel der befragten Thüringer*innen sind zufrieden, rund ein Fünftel teilweise zufrieden, und etwas mehr als ein Zehntel äußert Unzufriedenheit.[4]

Abbildung 5: Allgemeine Zufriedenheit



„Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrer Lebenssituation?“; n=2.988

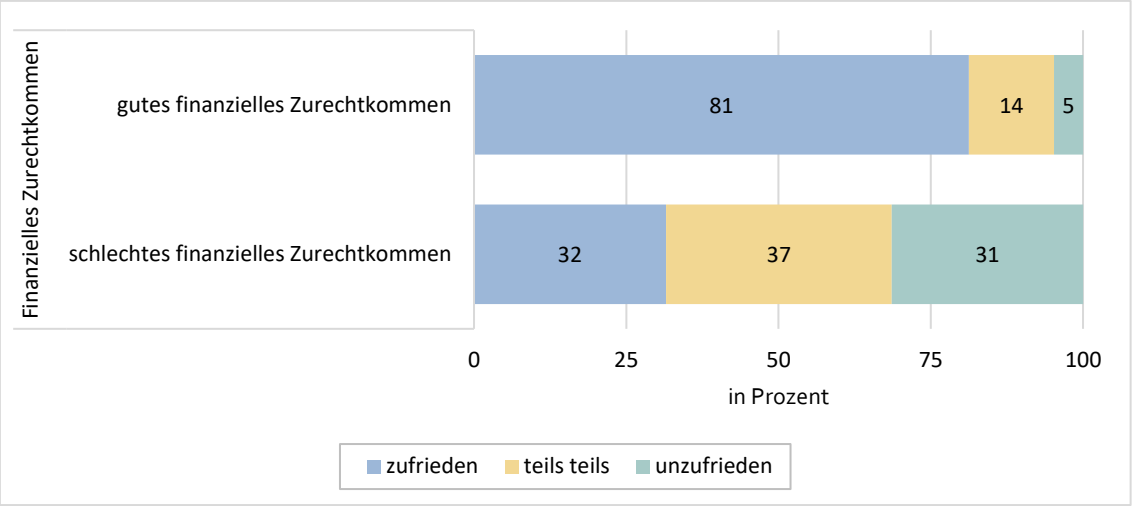
Befragte mit Kindern im Haushalt sind etwas zufriedener als der Thüringer Durchschnitt. Deutlich seltener zufrieden sind hingegen Personen, in deren Haushalt jemand mit Pflegebedarf lebt (51 %) bzw. Befragte, die selbst pflegebedürftig sind (36 %). Neben der

[4] Für die Betrachtung der allgemeinen Zufriedenheit nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „zufrieden“ (sehr bis eher zufrieden), „teils teils“ und „unzufrieden“ (eher bis sehr unzufrieden) kategorisiert.

Pflegebedürftigkeit beeinflusst auch der gesundheitliche Zustand die Zufriedenheit stark: 79 % derjenigen, die sich immer oder meist gesund fühlen, sind zufrieden, während dies nur auf 39 % der Befragten zutrifft, die sich selten oder nie gesund fühlen.

Armutsbetroffene oder -gefährdete sind eine weitere Gruppe der Befragten, die deutlich seltener mit ihrer Lebenssituation zufrieden sind. Nur 42 % geben an, zufrieden zu sein. Im Vergleich dazu liegt die Zufriedenheit bei 76 % unter denjenigen Befragten, deren Einkommen über der Armutsgefährdungsschwelle liegt. Zudem äußern armutsgefährdete oder -betroffene Personen häufiger explizite Unzufriedenheit mit ihrer Lebenssituation. Der Zusammenhang zwischen finanzieller Lage und Lebenszufriedenheit ist deutlich: 31 % derjenigen, die schlecht mit ihrem Einkommen auskommen, sind unzufrieden – gegenüber nur 5 % bei Personen, die ihr Einkommen als ausreichend einschätzen. Umgekehrt sind 81 % der Befragten zufrieden, wenn sie gut zurechtkommen, verglichen mit 32 %, die nicht zurechtkommen.

Abbildung 6: Allgemeine Zufriedenheit nach finanziellem Zurechtkommen



„Wie zufrieden sind Sie gegenwärtig, alles in allem, mit Ihrer Lebenssituation?“; nach finanziellem Zurechtkommen; n=2.966

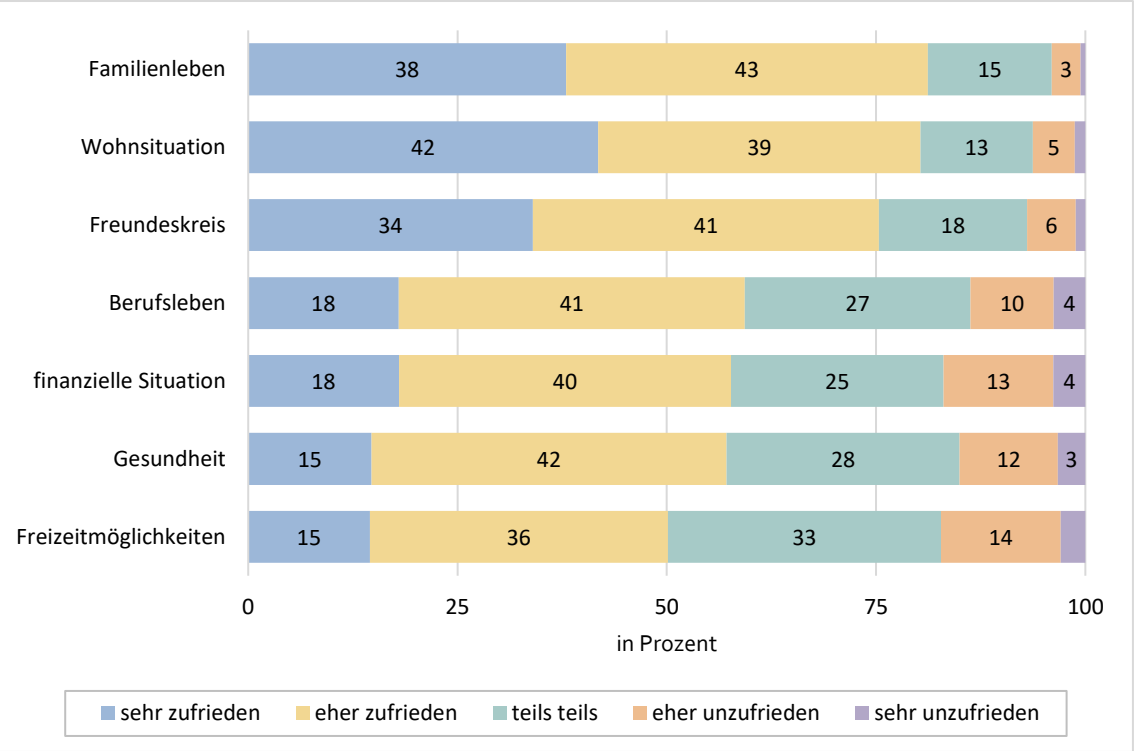
Zwischen ländlich und städtisch lebenden Befragten zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede. Nach Planungsregionen fällt lediglich auf, dass in Südwestthüringen die Zufriedenheit etwas geringer ist (62 %) als in den übrigen Regionen (rund 70 %). Mindestens 60 % der Befragten sind in allen Altersgruppen mit ihrer Lebenssituation zufrieden. Am zufriedensten sind die 35- bis 49-Jährigen (75 %). Mit zunehmendem Alter sinkt die Quote: Bei den über 65-Jährigen beträgt sie 62 %. Getrennt oder allein Erziehende sind ebenfalls seltener zufrieden: ihr Wert liegt 14 Prozentpunkte unter dem der gemeinsam Erziehenden.

Nach der Betrachtung der allgemeinen Zufriedenheit wird im Folgenden die Zufriedenheit in einzelnen Lebensbereichen betrachtet: Familienleben, Wohnsituation, Freundeskreis, Berufsleben, finanzielle Situation, Gesundheit und Freizeitmöglichkeiten. Am zufriedensten sind die befragten Thüringer*innen mit ihrem Familienleben, ihrer

Wohnsituation und ihrem Freundeskreis. Mit ihren Freizeitmöglichkeiten sind nur noch circa die Hälfte der Befragten zufrieden.

Grundsätzlich wiederholen sich auch hier die schon beschriebenen Tendenzen hinsichtlich der Zufriedenheit mit der Lebenssituation insgesamt: Haushalte mit Pflegebedarf sind in allen Lebensbereichen seltener zufrieden, besonders im Berufsleben, hinsichtlich ihrer Gesundheit und bei Freizeitmöglichkeiten. Ist die befragte Person selbst pflegebedürftig, verstärkt sich dieser Trend über alle Bereiche, insbesondere bei Gesundheit, Freizeit und Beruf.

Abbildung 7: Zufriedenheit mit Lebensbereichen



„Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Lebensbereichen?“; n=2.631-2.983

Es zeigt sich erneut, dass von Armut betroffene oder gefährdete Personen in allen Lebensbereichen seltener zufrieden sind, besonders hinsichtlich ihrer Wohnsituation, ihres Berufslebens, ihrer finanziellen Lage, ihrer Gesundheit sowie ihrer Freizeitmöglichkeiten. Ausgenommen bleiben das Familienleben und der Freundeskreis, in den übrigen Bereichen liegt die Zufriedenheit von armutsgefährdeten/-betroffenen Befragten mindestens 17 Prozentpunkte unter jener der nicht betroffenen Personen.

Betrachtet man das Zurechtkommen mit dem Einkommen, bestätigt sich dieser Trend: Wer Schwierigkeiten hat, mit dem monatlichen Einkommen auszukommen, ist in sämtlichen Lebensbereichen weniger zufrieden. Die Unterschiede betragen mindestens 13 Prozentpunkte und sind am stärksten bei der finanziellen Situation, dem Berufsleben und den Freizeitmöglichkeiten ausgeprägt.

Befragte in städtischen Gebieten, sowohl in kreisfreien Städten als auch in Städten innerhalb der Landkreise, weisen eine geringere Zufriedenheit mit ihrer Wohnsituation

auf. Personen in den Thüringer Landkreisen sind hingegen weniger zufrieden mit ihren Freizeitmöglichkeiten und dies unabhängig von ihrer persönlichen Einschätzung, ob sie eher städtisch oder eher ländlich leben.

Unterschiede zwischen den Planungsregionen fallen tendenziell geringer aus: Südwestthüringer*innen haben etwas niedrigere Zufriedenheitswerte hinsichtlich Berufsleben, finanzieller Situation und Gesundheit. Der deutlichste regionale Unterschied betrifft die Freizeitmöglichkeiten: Während 57 % der Befragten aus Mittelthüringen und etwas mehr als die Hälfte der Ostthüringer*innen ihre Freizeitgestaltungsmöglichkeiten positiv bewerten, liegt die Zufriedenheit in Nordthüringen bei 43 % und in Südwestthüringen bei lediglich 39 %.

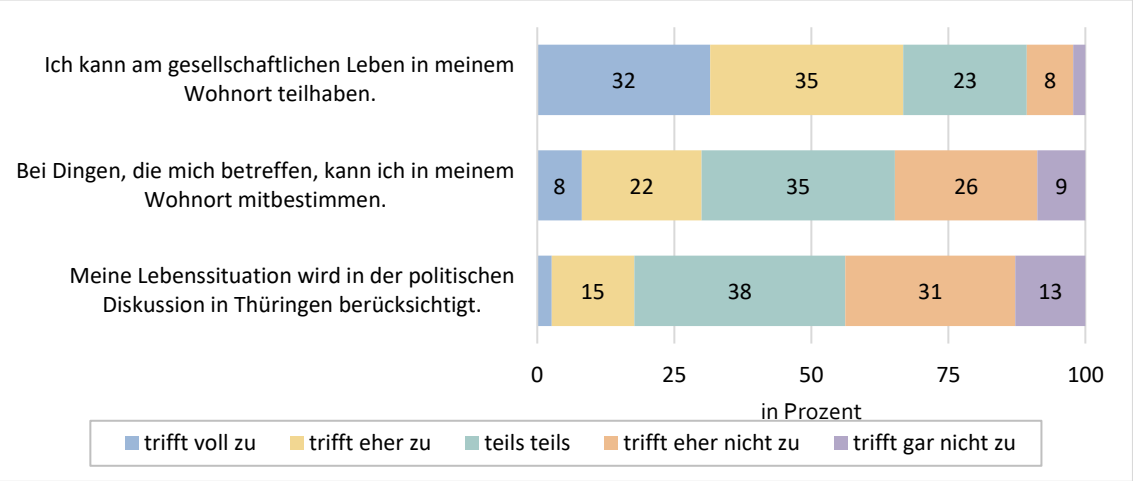
Die Unterschiede in der Zufriedenheit mit der aktuellen Lebenssituation zwischen gemeinsam Erziehenden und getrennt bzw. allein Erziehenden lassen sich auf verschiedene Lebensbereiche zurückführen. Insgesamt sind getrennt oder allein Erziehende in allen Bereichen etwas seltener zufrieden. Besonders deutlich zeigen sich die Differenzen im Familienleben, in der finanziellen Situation sowie in der Gesundheit, wo die Abweichungen mindestens 15 Prozentpunkte betragen. Hinsichtlich der Freizeitmöglichkeiten und des Berufslebens fallen die Unterschiede hingegen nur gering aus.

Teilhabe, Mitbestimmung und Repräsentation

Teilhabe, Mitbestimmung und Repräsentation gelten als zentrale Elemente demokratischer Gesellschaften und beeinflussen die Qualität des öffentlichen Diskurses. Etwas mehr als zwei Drittel der Befragten geben an, am gesellschaftlichen Leben ihres Wohnortes teilhaben zu können, 11 % verneinen dies. Die Möglichkeit Dinge, die sie betreffenden, mitzubestimmen, sehen lediglich 30 % gegeben, während 35 % diese verneinen. Darüber hinaus fühlen sich nur 18 % der Befragten im politischen Diskurs in Thüringen berücksichtigt, wohingegen 44 % ihre Interessen dort nicht vertreten sehen.[5]

[5] Für die Betrachtung der Teilhabe, Mitbestimmung und Repräsentation nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „trifft zu“ (trifft voll/eher zu), „teils teils“ und „trifft nicht zu“ (trifft eher/gar nicht zu) zusammengefasst.

Abbildung 8: Teilhabe, Mitbestimmung und Repräsentation



„Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?“; n=2.943-2.969

Befragte aus Haushalten mit Pflegebedarf sowie armutsgefährdete oder -betroffene Personen nehmen seltener am gesellschaftlichen Leben teil, können weniger mitbestimmen und fühlen sich in politischen Diskursen kaum berücksichtigt. Besonders ausgeprägt ist dies bei pflegebedürftigen Befragten: Nur 25 % geben an, am gesellschaftlichen Leben ihres Wohnortes teilhaben zu können, 12 % sehen für sich Mitbestimmungsmöglichkeiten und lediglich 7 % fühlen sich im politischen Diskurs berücksichtigt. Ähnlich eingeschränkt ist die Teilhabe bei Personen, die mit ihrem Einkommen schlecht auskommen: Von ihnen berichten 43 % gesellschaftlich teilhaben (gegenüber 74 % bei finanziell besser Gestellten) und 18 % mitbestimmen zu können (gegenüber 34 %). Auch die politische Repräsentation der eigenen Lebenssituation wird von diesen Befragten als äußerst gering wahrgenommen: Lediglich 4 % der Befragten fühlen sich in der politischen Diskussion in Thüringen berücksichtigt, während 71 % dies explizit verneinen.

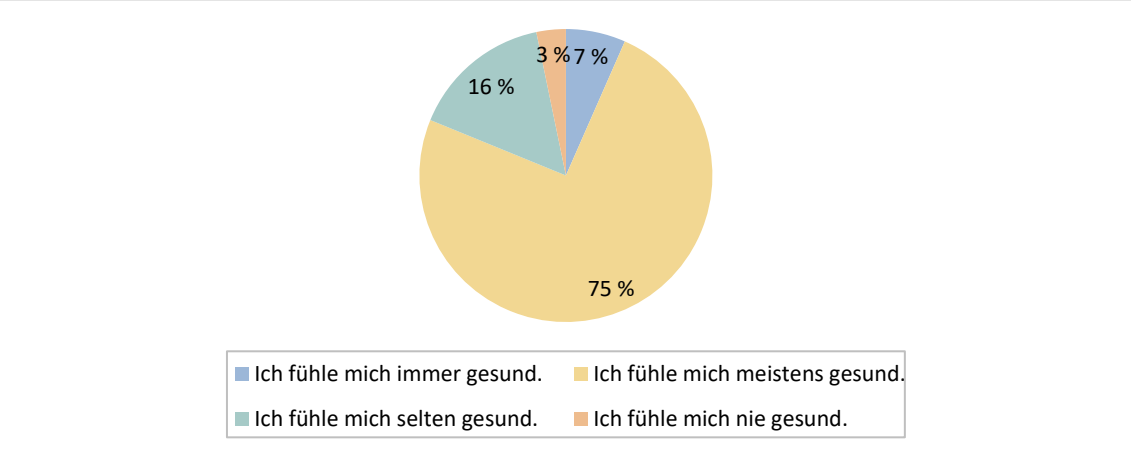
Befragte aus städtischem Gebiet (insbesondere jene aus kreisfreien Städten) fühlen sich etwas häufiger in den politischen Diskussionen in Thüringen berücksichtigt. Südwestthüringische Befragte befinden außerdem etwas seltener in ihrem Wohnort mitbestimmen zu können sowie im politischen Diskurs in Thüringen berücksichtigt zu werden.

Je älter die Befragten sind, desto seltener befinden diese, am gesellschaftlichen Leben im Wohnort teilhaben zu können. Diesen Befund stützen auch die Interviews mit den Expert*innen verschiedener Einrichtungsangebote in Thüringen. Hier wurden Aspekte rund um Teilhabe und Repräsentation von Senior*innen besprochen (siehe Abschnitt 3.2).

2.2 Gesundheit

Gesundheit ist nicht nur als die Abwesenheit von Krankheit zu verstehen, sondern ein Zustand sowohl körperlichen, aber auch geistigen und sozialen Wohlbefindens. In diesem Kapitel werden die Befragungsergebnisse hinsichtlich dieses Themenkomplexes vorgestellt. Der Fokus liegt auf drei Dimensionen: der allgemeinen Selbsteinschätzung des Gesundheitszustands, dem Ausmaß der gesundheitsbezogenen Achtsamkeit in unterschiedlichen Lebensbereichen sowie besonderen gesundheitlichen Belastungen, die im Zusammenhang mit Armutserfahrungen auftreten können.

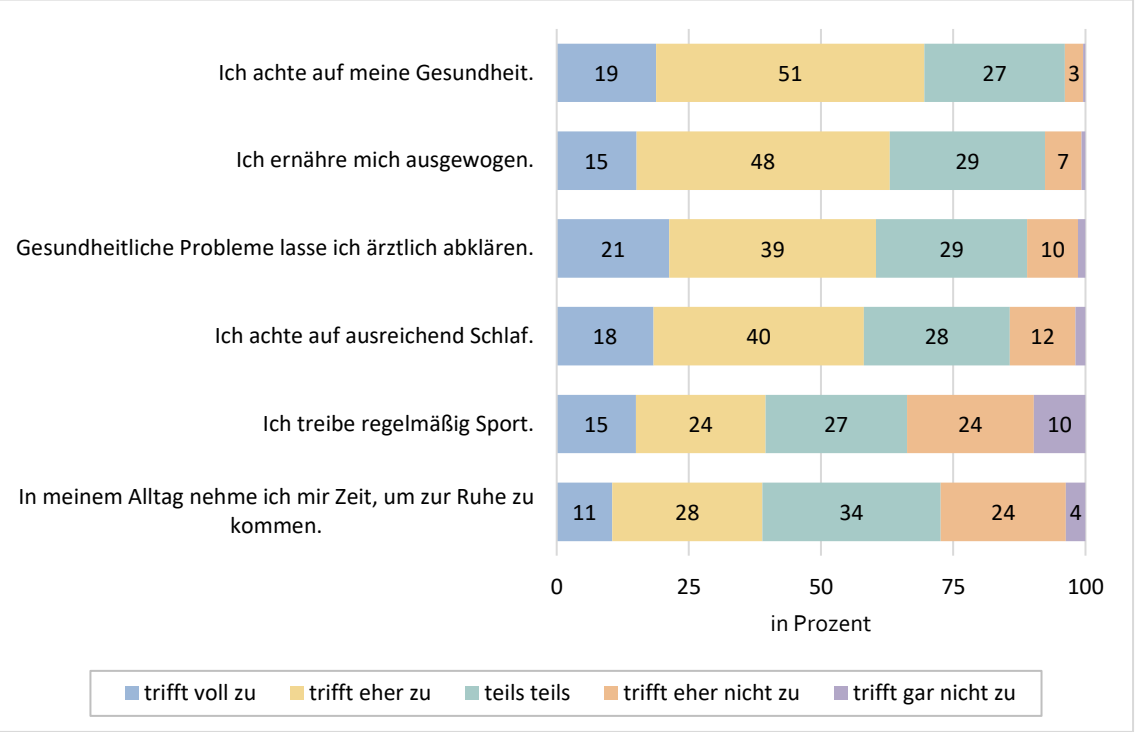
Abbildung 9: Allgemeines Gesundheitsgefühl



„Alles in allem: Wie gesund fühlen Sie sich?“; n=1.881 (wenn Thema Gesundheit ausgewählt)

Der überwiegende Teil der Befragten (81 %) gibt an, sich immer oder überwiegend gesund zu fühlen. Demgegenüber stehen 19 %, die sich selten oder nie gesund fühlen. Mit zunehmendem Alter sinkt der Anteil derjenigen, die sich zumindest meistens gesund fühlen, erwartungsgemäß. Personen mit Pflegebedarf im Haushalt, insbesondere wenn sie selbst pflegebedürftig sind, berichten deutlich seltener von einem guten Gesundheitszustand. Armutsgefährdete oder -betroffene sind ebenfalls stärker belastet: 36 % dieser Gruppe fühlen sich selten bis nie gesund. Zwischen ländlichen und städtischen Wohngegenden bestehen keine relevanten Unterschiede. Regional betrachtet fühlen sich Befragte aus Nordthüringen etwas häufiger gesund, während jene aus Südwestthüringen den niedrigsten Wert aufweist.

Abbildung 10: Gesundheitsförderndes Verhalten



„Wie zutreffend sind folgende Aussagen für Sie?“; n=1.919-1.923 (wenn Thema Gesundheit ausgewählt)

Gesundheitsfördernde Verhaltensweisen[6], die sich schwerer in den Alltag integrieren lassen, wie regelmäßige sportliche Aktivität oder das Einplanen von Ruhephasen, werden nur von 39 % der Befragten praktiziert. Dass sie auf ihre Gesundheit achten, geben 70 % der Befragten an. Auf eine ausgewogene Ernährung achten 63 %, gesundheitliche Probleme lassen 60 % ärztlich abklären und auf ausreichend Schlaf achten 58 %.

Befragte mit Kindern im Haushalt achten seltener auf ausreichenden Schlaf (49 %) und nehmen sich seltener Zeit zur Erholung (26 %). Mit steigender Kinderzahl nimmt der Anteil weiter ab: von den Befragten aus Haushalten mit drei oder mehr Kindern achten nur 19 % auf Ruhezeiten für sich selbst und 47 % nehmen sich keine Zeit, um zu entspannen. Im Gegensatz dazu achten Befragte ab 60 Jahren oder aus Haushalten mit Senior*innen häufiger auf Erholungszeiten und achten auch stärker auf ausreichend Schlaf. Armutsgefährdete oder -betroffene Personen treiben seltener Sport als ihre Vergleichsgruppe; darüber hinaus zeigen sich nach diesem Merkmal nur geringe Unterschiede.

Verschiedene Gesundheitsaspekte werden auch in den Interviews von den Expert*innen in Abschnitt 3.2 angesprochen, wenn es um die von ihnen wahrgenommen Bedarfe geht. Hier finden sich insbesondere Ausführungen zur Vereinsamung von Senior*innen

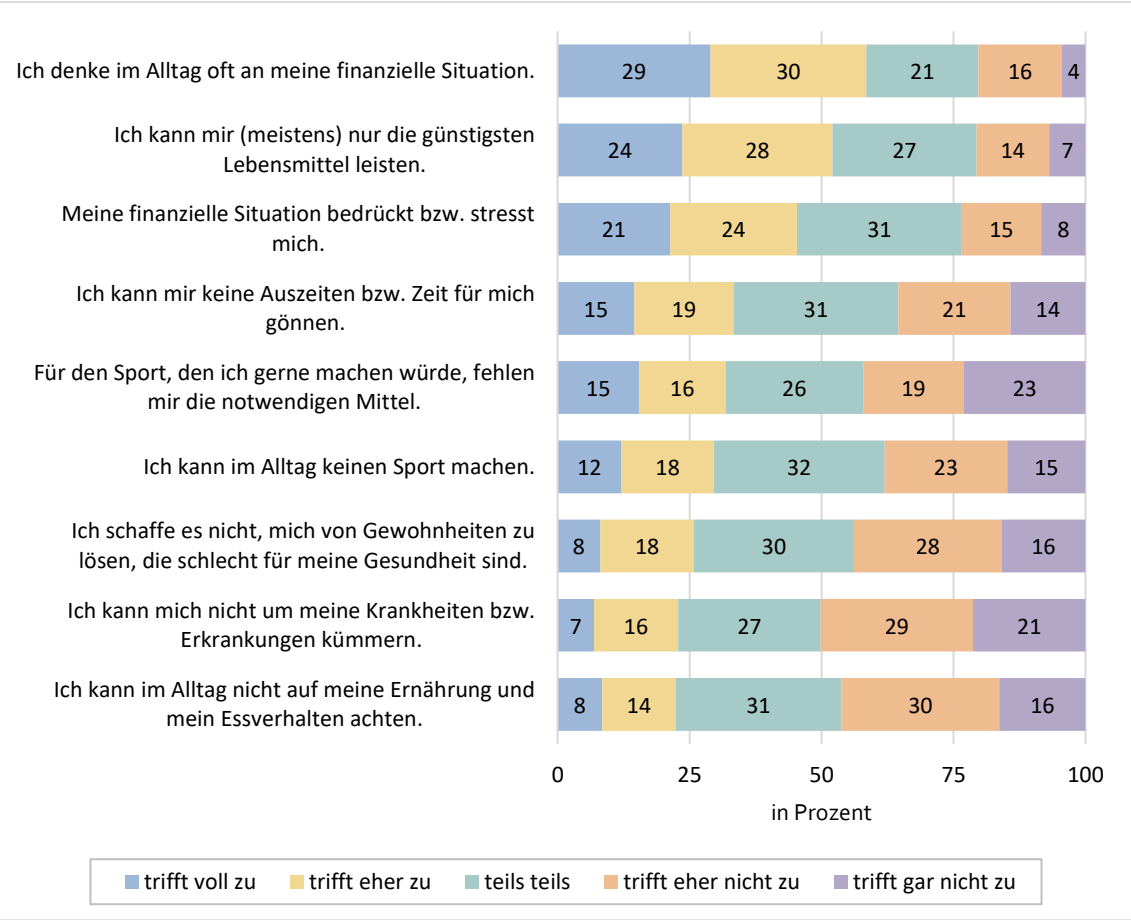
[6] Für die Betrachtung des gesundheitsfördernden Verhaltens nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „trifft zu“ (trifft voll/eher zu), „teils teils“ und „trifft nicht zu“ (trifft eher/gar nicht zu) kategorisiert.

und Alleinerziehenden, fehlenden Psychotherapieplätzen oder Diagnostikmöglichkeiten von Verhaltensauffälligkeiten bei Kindern.

Alltagsbelastungen Armutsgefährdeter/-betroffener

Alltagsbelastungen infolge von Armutserfahrungen wurden bei den armutsbetroffenen bzw. armutsgefährdeten Befragten separat erhoben. Die Erhebung umfasste verschiedene Aussagen, wie in Abbildung 11 dargestellt.[7] Zur ersten Orientierung wurde aus diesen Einzelaspekten ein Belastungsindex gebildet. Auf Basis dieses Index sind rund 20 % der Befragten stark belastet, während die Mehrheit (60 %) eine moderate Belastung aufweist. Allein oder getrennt Erziehende, Befragte mit Kindern oder pflegebedürftige Personen im Haushalt zeigen etwas häufiger hohe Belastungswerte. Zwischen städtischen und ländlichen Regionen bestehen keine wesentlichen Unterschiede; jedoch sind Befragte mit Armutserfahrungen aus Südwestthüringen häufiger stark belastet.

Abbildung 11: Alltagsbelastungen Armutsgefährdeter/-betroffener



„Treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?"; n=330-335 (nur Befragte, die von Armut gefährdet oder betroffen sind)

[7] Für die Betrachtung der Alltagsbelastungen Armutsgefährdeter/-betroffener nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „trifft zu" (trifft voll/eher zu), „teils teils" und „trifft nicht zu" (trifft eher/gar nicht zu) kategorisiert.

Nicht verwunderlich ist, dass 59 % der Armutsgefährdeten-/betroffenen häufig im Alltag an ihre finanzielle Situation denken. Etwa die Hälfte kann sich (meistens) nur günstige Lebensmittel leisten und 45 % empfinden ihre finanzielle Situation bedrückend bzw. sind davon gestresst. Ein Drittel kann sich keine Auszeiten oder Zeit für sich gönnen und fast ein Viertel kann sich nicht um ihre Erkrankungen kümmern. 32 % der armutsgefährdeten/betroffenen Befragten fehlen die notwendigen Mittel, um den Sport auszuüben, der sie interessiert. Und mehr noch 30 % sehen im Alltag nicht die Möglichkeit Sport zu betreiben.

Befragte mit Kindern im Haushalt und Pflegebedarf können sich häufiger keine Auszeit gönnen und sind häufiger aufgrund ihrer finanziellen Situation bedrückt. Wer unter den Armutsgefährdeten/-betroffenen nur schlecht mit seinen finanziellen Mitteln zurechtkommt, denkt deutlich häufiger im Alltag daran, kann sich häufiger nur die günstigen Lebensmittel leisten und fühlt sich aufgrund der Situation bedrückt oder gestresst.

Wenn sich wiederum im Stadt-Land-Vergleich wiederum nur unwesentliche Unterschiede zeigen, fällt nach der Planungsregion auf, dass wiederum Südwestthüringer*innen häufiger Alltagsbelastungen anzeigen: Diese denken häufiger an ihre finanzielle Situation, können sich häufiger nur günstigen Lebensmittel leisten, können sich häufiger keine Auszeit gönnen, können sich häufiger nicht um ihre Erkrankungen kümmern und im Alltag häufiger nicht auf ihre Ernährung achten.

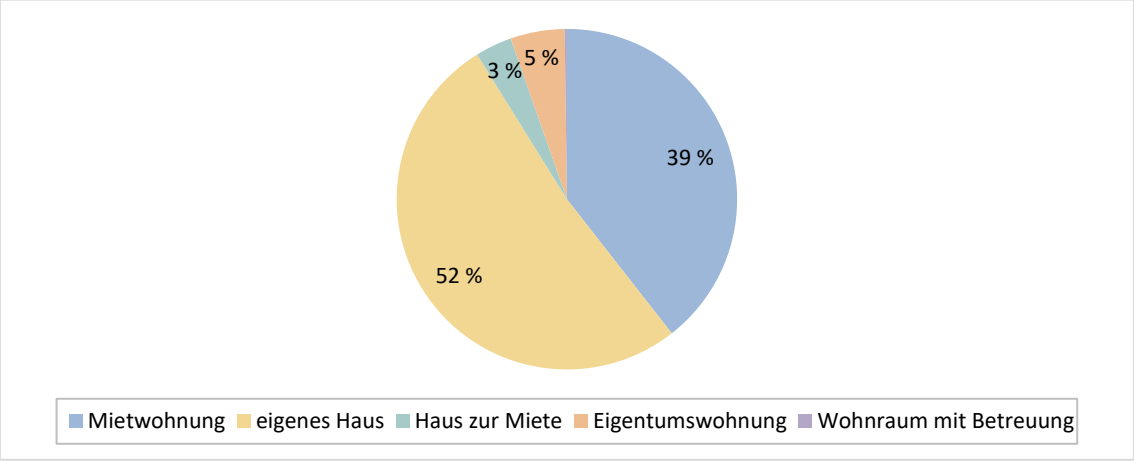
2.3 Wohnumfeld und Mobilität

Die Zufriedenheit mit dem eigenen Wohnumfeld und den Möglichkeiten der Mobilität stellt einen weiteren zentralen Aspekt der Lebensqualität dar. Wohn- und Mobilitätsbedingungen beeinflussen nicht nur den Alltag, sondern auch soziale Teilhabe und individuelle Handlungsspielräume. Das vorliegende Kapitel untersucht die Zufriedenheit der Befragten mit verschiedenen Aspekten des Wohnumfelds und den Möglichkeiten verschiedene Orte zu erreichen, insbesondere auch mit Hinblick auf Armutserfahrung.

Zunächst wird die Wohnsituation hinsichtlich der Verteilung von Miet- und Eigentumsverhältnissen in Thüringen betrachtet.[8] Rund 57 % der Befragten leben im Eigentum, dass sich zu 51,7 Prozentpunkten im eigenen Haus und 5,2 Prozentpunkten in einer Eigentumswohnung aufteilt. Rund 43 % leben demnach zur Miete, darunterfallen: 39,4 Prozentpunkte in einer Mietwohnung, 3,5 Prozentpunkte in einem Haus zur Miete sowie 0,2 in Wohnraum mit Betreuung.

[8] Für die Betrachtung der Miet- und Eigentumsverhältnisse nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „zu Miete“ (Zusammenfassung von Mietwohnung, Haus zur Miete und Wohnraum mit Betreuung) und „Eigentum“ (Zusammenfassung von Eigentumswohnung und eigenes Haus) kategorisiert.

Abbildung 12: Miet- und Eigentumsverhältnisse



„Was trifft auf Ihre Wohnsituation am ehesten zu?“; n=1.922 (wenn Thema Wohnumfeld und Mobilität ausgewählt)

Die Auswertung zeigt relevante Unterschiede zwischen den betrachteten Gruppen: Befragte ab 60 Jahren sowie Personen, die mit Seniorinnen oder Senioren im Haushalt leben, wohnen überwiegend im Wohneigentum (rund zwei Drittel). Armutsgefährdete oder -betroffene Befragte leben hingegen deutlich häufiger zur Miete (59 % gegenüber 40 % bei anderen Befragten). Auffällig ist, dass die Einschätzung des Zurechtkommens mit dem Einkommen hierbei kaum Einfluss auf die Wohnform hat.

Ein weiterer klarer Befund betrifft die Wohnumgebung: In städtischen Regionen wohnen etwa zwei Drittel der Befragten zur Miete, während der Anteil in ländlichen Regionen lediglich bei knapp einem Viertel liegt. Entsprechend variiert die Mietquote nach Planungsregionen: Nordthüringen 28 %, Südwestthüringen rund ein Drittel, Mittel- und Ostthüringen jeweils etwa die Hälfte. Höhere Mietquoten finden sich zudem bei getrennt- oder alleinerziehenden Personen und bei pflegebedürftigen Befragten. Außerdem zeigt sich ein Trend: Je mehr Kinder sich im Haushalt befinden, desto niedriger fällt die Mietquote aus.

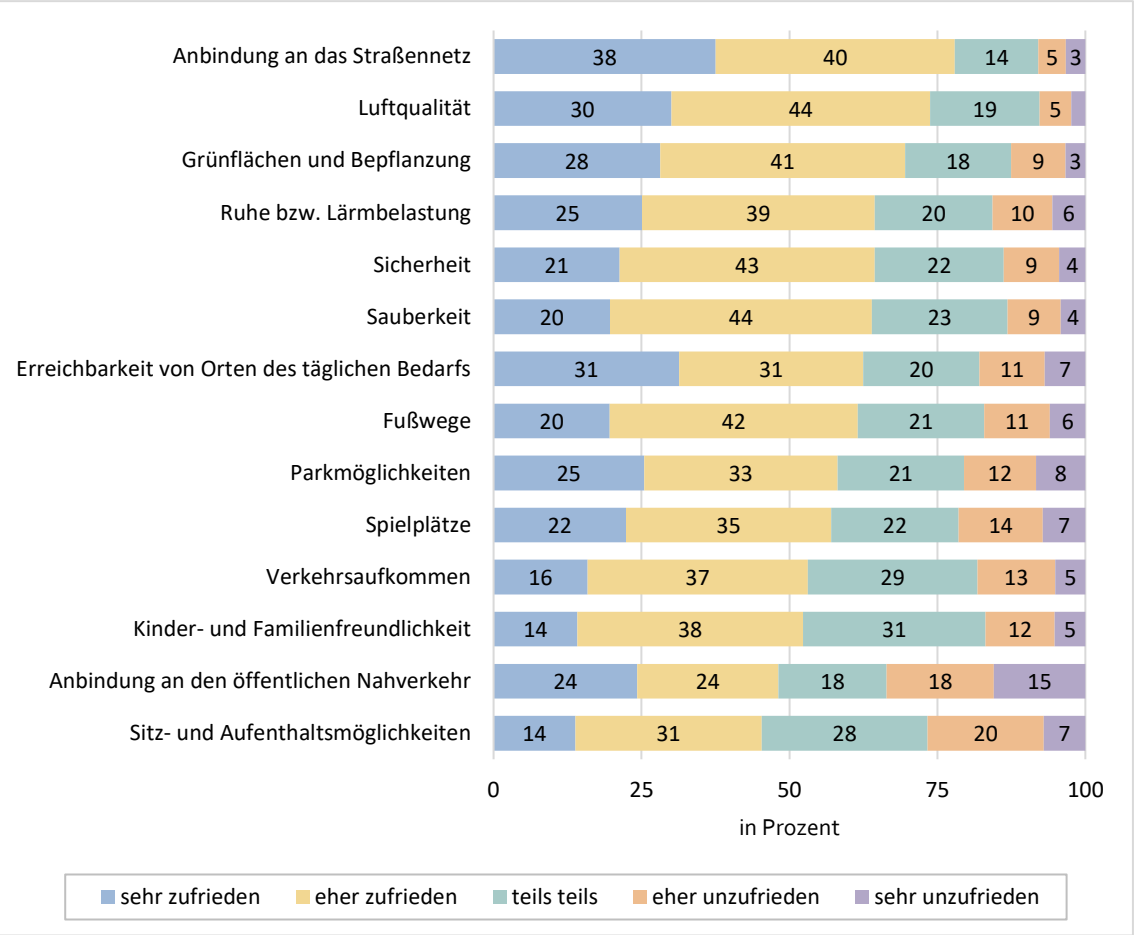
Einschätzung des Wohnumfelds

Ein weiterer wichtiger Bereich, der auf die Lebensqualität und das Wohlbefinden von Menschen wirkt, ist die Wohnumgebung. Sie umfasst Aspekte wie Infrastruktur, Grünflächen und Verkehrswege als auch Lärmbelastung, Sicherheit und Kinder- beziehungsweise Familienfreundlichkeit (vgl. Abbildung 13). Um sich zunächst einen Überblick zu verschaffen, wurden wiederum die einzelnen Aspekte in einem Index zusammengeführt.

Lediglich 3 % der Befragten sind insgesamt mit ihrer Wohnumgebung unzufrieden. Etwa die Hälfte berichtet eine hohe Zufriedenheit, während 47 % eine moderate Zufriedenheit angeben. Armutsgefährdete oder -betroffene Personen sowie Befragte mit prekärer finanzieller Lage zeigen tendenziell geringere Zufriedenheit. Zwischen städtisch und ländlich geprägten Wohnorten bestehen keine wesentlichen Unterschiede. Differenziert man jedoch zwischen kreisfreien Städten und Städten in

Landkreisen, so sind Befragte aus letzteren seltener mit den erfragten Facetten zufrieden. Zudem weisen Befragte aus Südwestthüringen eine etwas niedrigere Zufriedenheit mit ihrer Wohnumgebung auf.

Abbildung 13: Zufriedenheit mit Wohnumgebung



„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten Ihrer aktuellen Wohnumgebung?“; n=1.653-1.925 (wenn Thema Wohnumfeld und Mobilität ausgewählt)

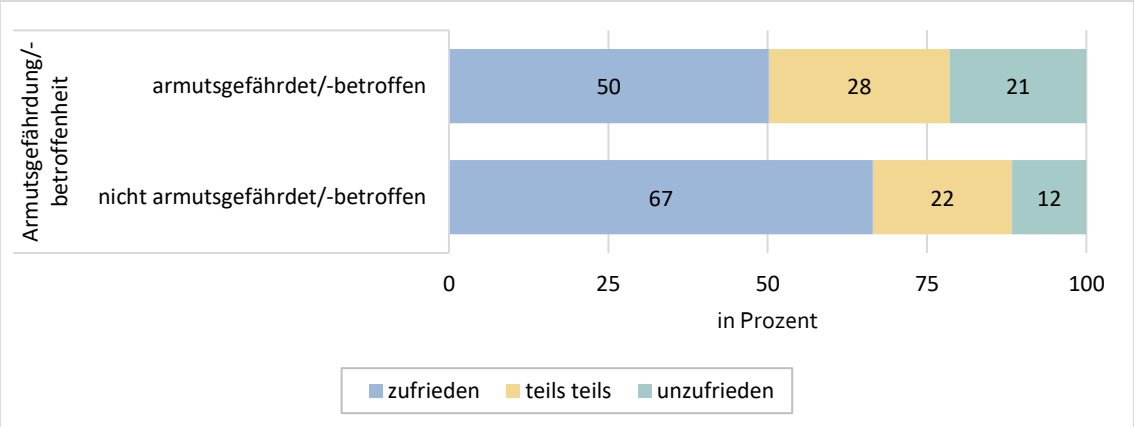
Die höchste Zufriedenheit besteht hinsichtlich der Anbindung an das Straßennetz (78 %).[9] Demgegenüber sind weniger als die Hälfte der Befragten mit der Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr zufrieden. Knapp drei Viertel bewerten die Luftqualität sowie 70 % die Grünflächen und Bepflanzungen in ihrem Wohnumfeld positiv. Es fehlen aber Sitz- und Aufenthaltsmöglichkeiten: Nur 45 % sind mit diesen Facetten ihrer Wohngegend zufrieden, sodass diese auf dem letzten Platz der abgefragten Aspekte rangieren. Zufriedenheitsquoten von etwas über 60 % zeigen sich bei Ruhe bzw. Lärmbelastung, Sicherheit, Sauberkeit, Erreichbarkeit von Orten des täglichen Bedarfs sowie Fußwegen. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist mit

[9] Für die Betrachtung der Zufriedenheit mit der Wohnumgebung nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „zufrieden“ (sehr/eher zufrieden), „teils teils“ und „unzufrieden“ (eher/sehr unzufrieden) kategorisiert.

Parkmöglichkeiten, Spielplätzen, Verkehrsaufkommen sowie der Kinder- und Familienfreundlichkeit zufrieden.

Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt sind seltener mit der Erreichbarkeit von Orten des täglichen Bedarfs, den Fußwegen sowie der Sicherheit in ihrer Wohnumgebung zufrieden. Armutsbetroffene/Armutsgefährdete und entsprechend dazu Befragte, die nur schlecht finanziell auskommen, sind mit allen betrachteten Aspekten tendenziell seltener zufrieden. Besonders deutlich zeigt sich dies bei der Sicherheit, Sauberkeit, den Spielplätzen, den Grünflächen sowie der Anbindung an das Straßennetz.

Abbildung 14: Sicherheit in Wohnumgebung nach Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten Ihrer aktuellen Wohnumgebung?“ / „Sicherheit“ (Auswahl); nach Armutsgefährdung/-betroffenheit; n=1.880 (wenn Thema Wohnumfeld und Mobilität ausgewählt)

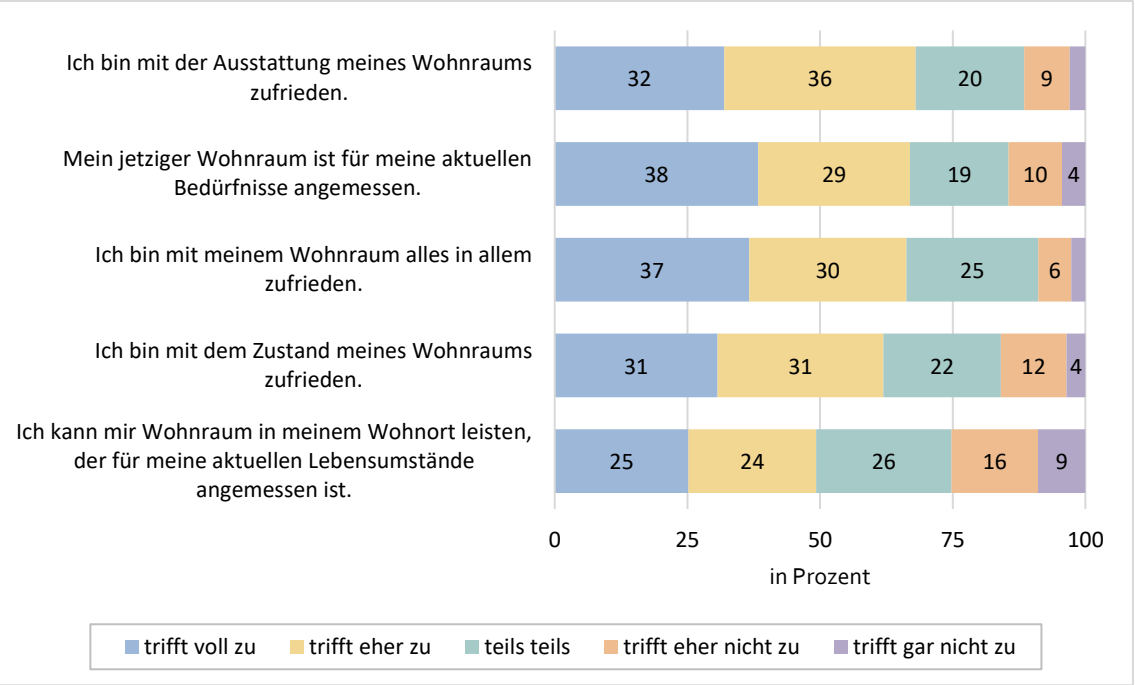
Im Stadt-Land-Vergleich ergeben sich zwei Profile: In urban geprägten Wohnumgebungen sind Befragte zufriedener mit der Anbindung an das Straßennetz, der Erreichbarkeit von Orten des täglichen Bedarfs, den Fußwegen sowie der Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr. Mit dem letztgenannten Aspekt sind knapp über die Hälfte der Befragten, die eher ländlich leben, dagegen unzufrieden. Ländlich lebende Befragte sind zufriedener mit der Luftqualität, der Ruhe beziehungsweise Lärmbelastung, der Sauberkeit, den Parkmöglichkeiten sowie dem Verkehrsaufkommen in ihrer Wohngegend. Zusätzlich sind Befragte aus den Landkreisen des Freistaates, die eher städtisch leben, am unzufriedensten mit der Sicherheit und der Sauberkeit in ihrer Wohngegend.

Befragte aus Mittelthüringen zeigen die höchste Zufriedenheit mit der Anbindung an das Straßennetz (84 %), der Erreichbarkeit der Orte des täglichen Bedarfs (69 %), den Fußwegen (66 %) und der Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr (60 %). Dabei ist zu berücksichtigen, dass knapp die Hälfte dieser Befragten in Erfurt oder Weimar lebt. Mit der Luftqualität sind Befragte in Südwestthüringen am zufriedensten (84 %). Die geringste Zufriedenheit mit der ÖPNV-Anbindung zeigt sich in Nordthüringen: Nur 27 % sind zufrieden, während 48 % explizit Unzufriedenheit äußern.

Wohnraum und Armutserfahrung

Armutsgefährdete/-betroffene Befragte wurden gebeten verschiede Aussagen hinsichtlich ihres Wohnraums zu bewerten.[10] Zwei Drittel oder mehr dieser Befragten sind mit der Ausstattung ihres Wohnraums zufrieden, empfinden ihn als angemessen für ihre aktuellen Bedürfnisse und äußern insgesamt Zufriedenheit. 62 % bewerten auch den Zustand des Wohnraums positiv. Geringer fällt die Zustimmung zur finanziellen Leistbarkeit aus: Nur knapp die Hälfte gibt an, sich Wohnraum in ihrem Wohnort leisten zu können, der ihren Lebensumständen entspricht.

Abbildung 15: Einschätzung des Wohnraums bei Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?"; n=337-339 (nur Befragte, die von Armut gefährdet oder betroffen sind)

Armutsgefährdete oder -betroffene Befragte mit Kindern oder Pflegebedarf im Haushalt bewerten ihren Wohnraum häufiger kritisch. Befragte mit Kindern sind seltener mit Ausstattung und Zustand zufrieden; zudem entspricht der Wohnraum etwas seltener ihren aktuellen Bedürfnissen. Auch Befragte mit Pflegebedarf sind seltener mit dem Zustand zufrieden und befinden ihren Wohnraum seltener ihren Bedürfnissen angemessen. Im Gegensatz dazu zeigen Befragte ab 60 Jahren oder solche mit Seniorinnen und Senioren im Haushalt eine höhere Zufriedenheit und empfinden ihren Wohnraum häufiger als angemessen.

Wer unter Armutsgefährdung/-betroffenheit auch schlecht mit den eigenen finanziellen Mitteln zurechtkommt, ist seltener mit den erfragten Facetten zufrieden. Vor allem können sich nur noch 37 % dieser Befragten den Wohnraum leisten, der ihren Lebensumständen entspricht. Ebenso sind der Zustand und die Ausstattung deutlich

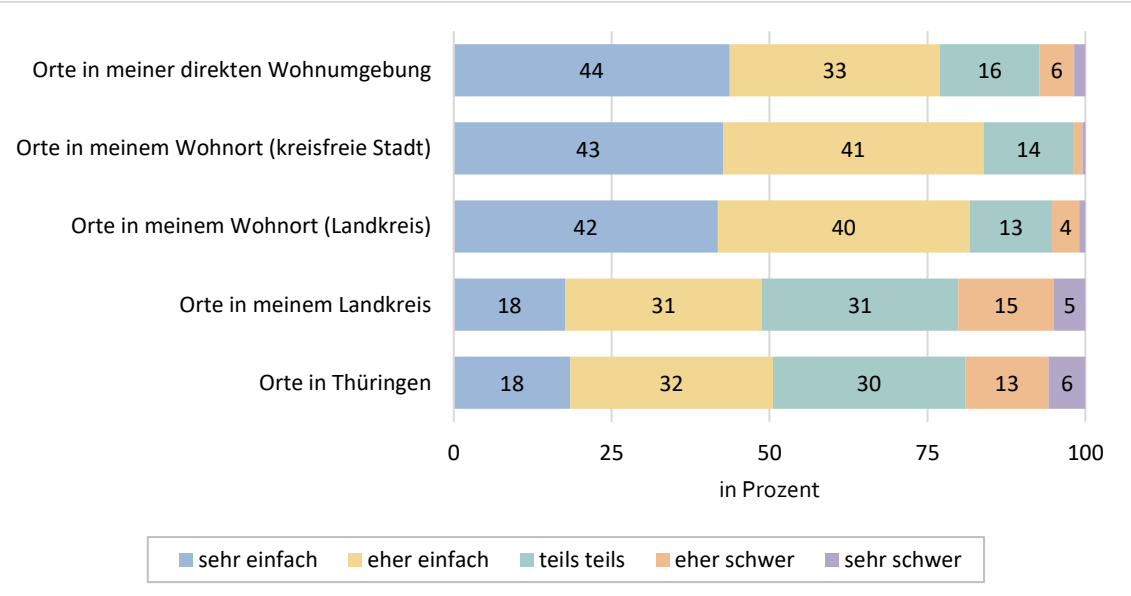
[10] Für die Betrachtung der Einschätzung des Wohnraums bei Armutsgefährdung/-betroffenheit nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „trifft zu" (trifft voll/eher zu), „teils teils" und „trifft nicht zu" (trifft eher/gar nicht zu) kategorisiert.

seltener zufriedenstellend. Schließlich sind sie seltener „alles in allem“ mit ihrem Wohnraum zufrieden (58 % vs. 79 %). Auffällig ist zusätzlich, dass armutsgefährdete/-betroffene Stadtbewohner*innen ihren Wohnraum in allen erfragten Aspekten schlechter bewertet. Nach den Planungsräumen zeigen sich keine eindeutigen Tendenzen.

Einschätzung der Mobilität

Mobilität beeinflusst maßgeblich die soziale Teilhabe, die wirtschaftlichen Möglichkeiten sowie die individuelle Lebensqualität. Sie umfasst nicht nur die physische Beweglichkeit von Personen, sondern auch den Zugang zur Verkehrsinfrastruktur[11] und die Erreichbarkeit relevanter Orte. Einschränkungen in diesem Bereich können zu Exklusion und Benachteiligung führen. Mobilitätsaspekte werden auch in den Interviews mit Expert*innen von Angeboten für Familien und Senior*innen thematisiert (siehe Abschnitt 3).

Abbildung 16: Erreichbarkeit von Orten



„Ist es für Sie eher einfach oder schwer, andere Orte zu erreichen?“; n=657-1.931 (wenn Thema Wohnumfeld und Mobilität ausgewählt); ausschließlich Befragte aus Landkreisen wurden nach der Erreichbarkeit von Orten in ihrem Landkreis gefragt, „Orte in meinem Wohnort“ wird hier separat für Befragte aus kreisfreien Städten und Landkreisen wiedergegeben

Wenig überraschend zeigt sich, dass Orte in der näheren Umgebung einfacher zu erreichen sind: Über 80 % befinden sowohl in den kreisfreien Städten als auch im Landkreis jeweils Orte in ihrem Wohnort einfach erreichen zu können.[12] Die Einschätzung für die direkte Wohnumgebung fällt etwas schlechter aus (77 %). Dies dürfte darauf zurückzuführen sein, dass städtisch und ländlich lebende Befragte den Begriff „direkte Wohnumgebung“ unterschiedlich interpretieren. Während 91 % der

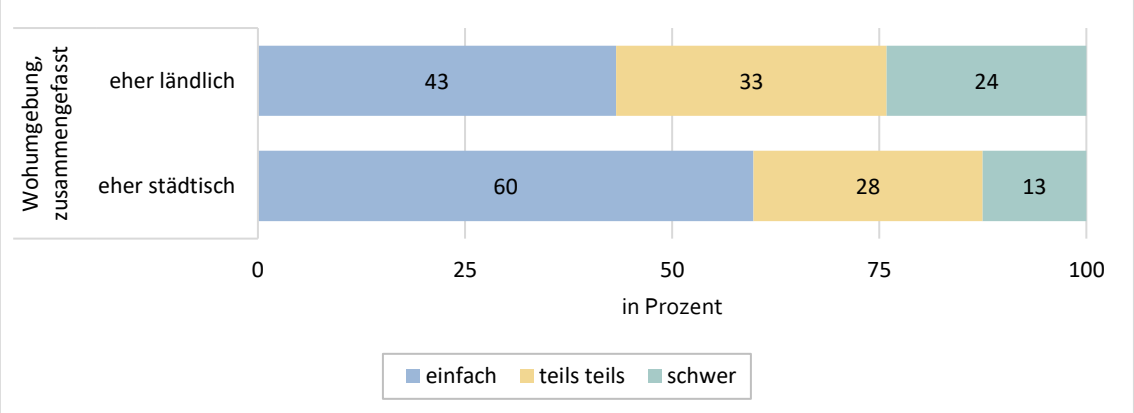
[11] Vgl. hierzu das vorherige Unterkapitel zum Wohnumfeld

[12] Für die Betrachtung der Erreichbarkeit von Orten nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „einfach“ (sehr/eher einfach), „teils teils“ und „schwer“ (eher/sehr schwer) kategorisiert.

Befragten aus dem städtischen Kern kreisfreier Städte und 81 % der städtisch lebenden Befragten aus Landkreisen die Orte in ihrer direkten Wohnumgebung als leicht erreichbar einschätzen, gilt dies nur für 72 % der Befragten aus ländlichen Gebieten kreisfreier Städte und 69 % der ländlich lebenden Befragten in Landkreisen.

Wie sich in Abbildung 16 zeigt, schätzen Befragte aus Landkreisen die Erreichbarkeit von Orten innerhalb des Landkreises wie folgt ein: Für 49 % sind sie einfach zu erreichen, für 31 % teilweise eingeschränkt und für 20 % eher bis sehr schwer erreichbar Eine ähnliche Verteilung zeigt sich bei der Einschätzung der Erreichbarkeit von Orten in Thüringen insgesamt durch alle Befragten: 51 % bewerten sie als einfach erreichbar, 30 % sehen teilweise Hürden, und 19 % empfinden die Erreichbarkeit als schwierig. Des Weiteren lässt sich festhalten, dass Befragte, die eher ländlich leben, seltener Orte im Landkreis einfach erreichbar finden und auch darüber hinaus Orte in Thüringen.

Abbildung 17: Erreichbarkeit von Orten in Thüringen nach Wohnumgebung



„Ist es für Sie eher einfach oder schwer, andere Orte zu erreichen?“ / „Orten in Thüringen“ (Auswahl); nach Wohnumgebung; n=1.921 (wenn Thema Wohnumfeld und Mobilität ausgewählt)

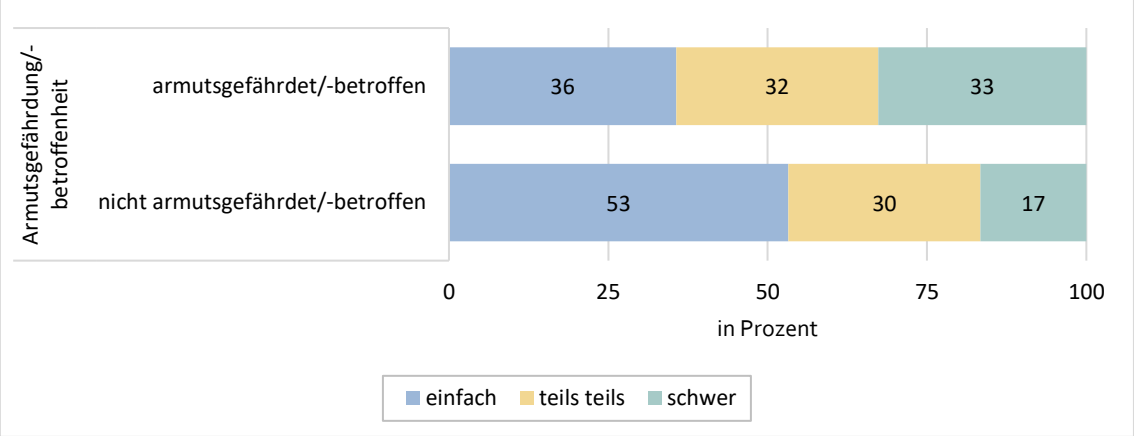
Die Erreichbarkeit von Orten in Thüringen wird am besten von Befragten aus Mittelthüringen bewertet: 58 % empfinden sie als „einfach“. In Nordthüringen liegt dieser Anteil hingegen bei lediglich 42 %. Die zentrale Lage sowie der hohe Anteil an Befragten aus Erfurt und Weimar dürften diesen Unterschied erklären. Auch für die direkte Wohnumgebung zeigt sich ein Vorteil für Mittelthüringen: 80 % der Befragten bewerten die Erreichbarkeit dort als „einfach“, während Südwestthüringen mit 69 % den niedrigsten Wert aufweist.

Befragte ab 60 Jahre oder mit Senior*innen im Haushalt befinden etwas seltener die Orte in ihrer direkten Wohnumgebung als einfach erreichbar. Es zeigt sich auch, dass mit steigendem Alter seltener die verschiedenen Orte von Wohnumgebung bis gesamt Thüringen leicht zu erreichen sind. Auch bei Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt zeigen sich verschiedene Hürden: Für sie sind Ziele in ihrem Wohnort, im Landkreis und in Thüringen seltener einfach erreichbar. Besonders deutlich ist dies bei pflegebedürftigen Befragten selbst: 35 % befinden Orte in ihre Wohnumgebung nur schwer zu erreichen, 28 % der Befragten aus kreisfreien Städten und 30 % der Befragten, die in Landkreisen leben, befinden dies auch für Orte in ihrem Wohnort. Schließlich

geben jeweils etwas mehr als die Hälfte der pflegebedürftigen Befragten an, dass auch Orte im Landkreis oder in Thüringen nur schwer erreichbar sind.

Eine weitere Gruppe, der es tendenziell schwerer fällt, bestimmte Orte zu erreichen, sind armutsgefährdete oder -betroffene Befragte: nur 61 % von ihnen fällt es leicht, Orte in ihrer direkten Wohnumgebung zu erreichen, ebenso gilt dies für Orte in ihrem Wohnort (72 % in kreisfreien Städten und 64 % in den Landkreisen). Für armutsgefährdete Personen, die in einem Landkreis des Freistaats leben, sind Orte innerhalb des Landkreises nur für ein Drittel einfach erreichbar; 29 % bewerten die Erreichbarkeit als schwierig. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei anderen Orten in Thüringen (siehe Abbildung 18): 36 % der armutsgefährdeten Befragten halten diese noch für leicht erreichbar, während ein Drittel die Erreichbarkeit als erschwert einschätzt.

Abbildung 18: Erreichbarkeit von Orten in Thüringen nach Armutsgefährdung/-betroffenheit



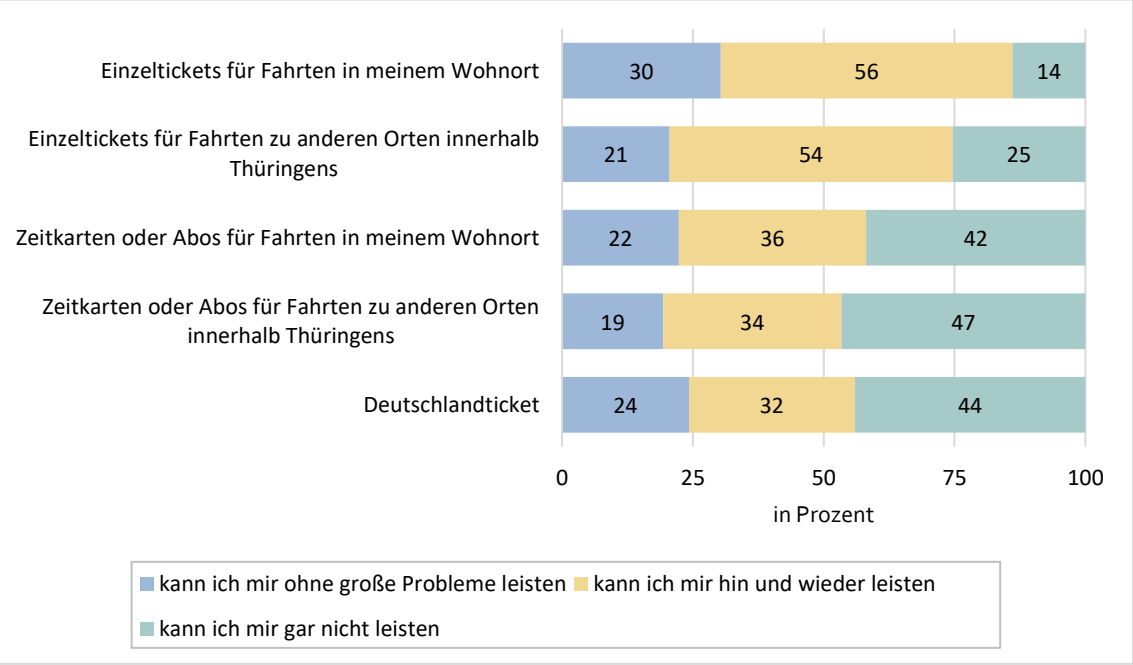
„Ist es für Sie eher einfach oder schwer, andere Orte zu erreichen?“ / „Orten in Thüringen“ (Auswahl); nach Armutsgefährdung/-betroffenheit; n=1.890 (wenn Thema Wohnumfeld und Mobilität ausgewählt)

Der zuvor beschriebene Trend zeigt sich auch bei den Befragten mit eingeschränkter finanziellen Handlungsspielräumen in ähnlicher Weise, wenngleich sich teilweise größere Unterschiede abzeichnen.

Mobilitätskosten und Armutserfahrung

Es hat sich also gezeigt, dass es armutsgefährdeten/-betroffenen Befragten schwerer fällt, mobil zu sein. Dies wird auch in den Aussagen der Interviewpartner*innen in Abschnitt 3.3 deutlich. Dabei können die Kosten für die öffentlichen Verkehrsmittel eine entscheidende Rolle bei der Einschränkung der Mobilität spielen. Um sich dies näher zu betrachten, wurde diese Befragtengruppe gebeten einzuschätzen, welche Ticketformen sie sich leisten können.

Abbildung 19: Erschwinglichkeit öffentlicher Verkehrsmittel bei Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Können Sie sich Fahrten mit öffentlichen Verkehrsmitteln leisten?“; n=176-248 (nur Befragte, die von Armut gefährdet oder betroffen sind)

Auf den ersten Blick zeigt sich, wie niedrig der Anteil jener ausfällt, die sich Einzeltickets und Zeitkarten/Abos ohne große Probleme leisten können. Die Quote jener Armutsgefährdeten/-betroffenen, die sich Zeitkarten, Abos oder das Deutschlandticket gar nicht leisten können, nähert sich teilweise an die Hälfte an.[13] Dies verschärft sich zusätzlich bei Befragten, die angeben, nur schlecht mit ihrem Einkommen auszukommen: Einzeltickets für Fahrten im Wohnort oder anderen Orten innerhalb Thüringens können diese sich zumeist nur gelegentlich leisten. Zeitkarten beziehungsweise Abos sind für jeweils mehr als die Hälfte dieser Befragten nicht finanzierbar. Auch das Deutschlandticket können sich nur 11 % dieser Befragten ohne Probleme, 34 % hin und wieder und 55 % gar nicht leisten. Für Armutsgefährdete/-betroffene Befragte, die eher städtisch leben, sind Einzelfahrten im Wohnort häufiger nur ab und zu finanzierbar sowie Zeitkarten, Abos und das Deutschlandticket häufiger gar nicht.

Die Mobilitätskosten können sich auch auf die Nutzung von Beratungs- und Unterstützungsangeboten auswirken. Im Rahmen der Expert*inneninterviews (siehe Abschnitt 3.3) wird betont, dass Armutsgefährdete/-betroffene durch zu hohe Mobilitätskosten an der Inanspruchnahme von Unterstützungsangeboten gehindert werden.

[13] Auch wenn sich die Befragten Tickets für öffentliche Verkehrsmittel wenigstens hin und wieder leisten können, erhalten nur 10 % von ihnen Erstattungen, Zuschüsse oder Vergünstigungen.

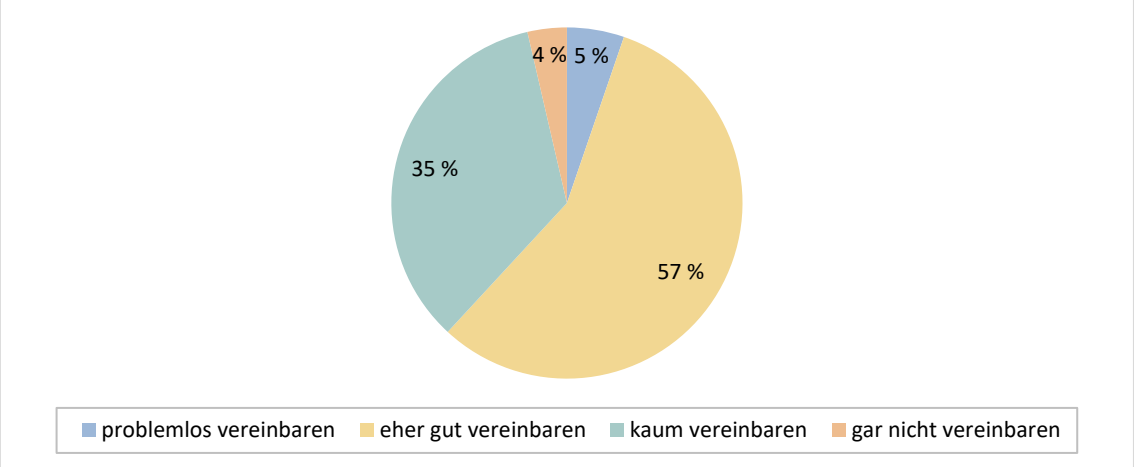
2.4 Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf

In diesem Kapitel wird die gegenwärtige Lage der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf in Thüringen aus Sicht der Befragungsteilnehmenden beleuchtet. Zu Beginn der Befragung konnte ausgewählt werden, zu welchen Themenkomplexen Fragen beantwortet werden möchten. Befragten, die sich zu diesem Thema äußern wollten, war es möglich, Angaben zu ihrer persönlichen Situation im Hinblick auf Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf zu machen.

Beurteilung der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf

Zunächst wurden die Befragungsteilnehmenden gefragt, wie sie ihre Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf beurteilen.[14] Über die Hälfte der Befragten (57 %) gibt an, Familie/Pflege und Beruf eher gut vereinbaren zu können. 35 % können die beiden Lebensbereiche jedoch kaum vereinbaren. Ein geringer Prozentsatz kann Familie/Pflege und Beruf problemlos und ein weiterer Teil diese gar nicht miteinander vereinbaren. Eine detaillierte Übersicht bietet die folgende Grafik.

Abbildung 20: Beurteilung der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf



„Wie beurteilen Sie Ihre Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf? Familie/Pflege und Beruf lassen sich …“; n=968 (Befragte, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf ausgewählt haben; Befragte, die erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium sind und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt haben)

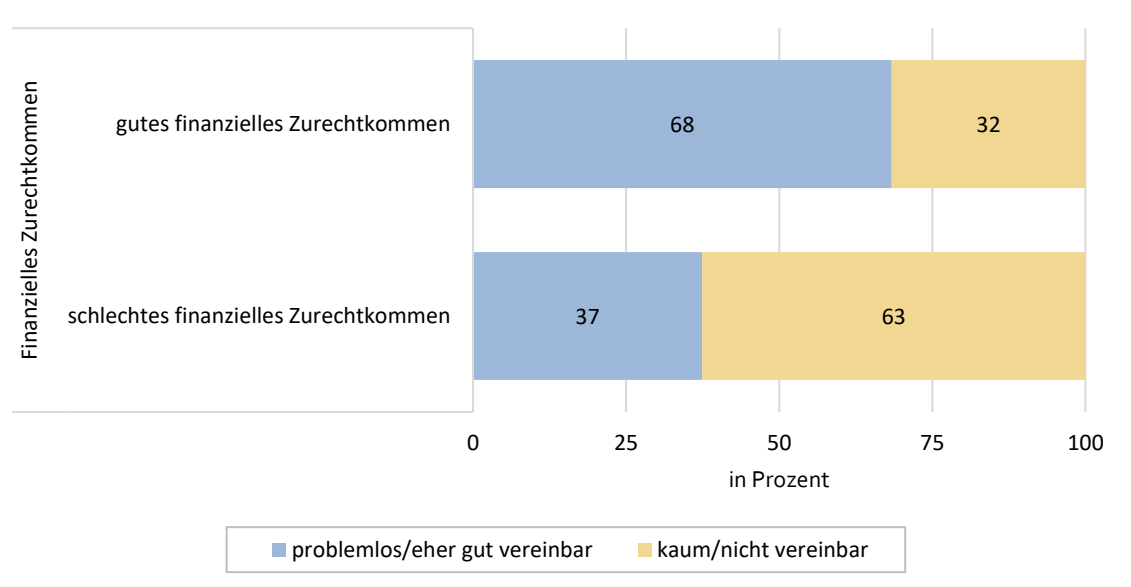
Fasst man die obigen Werte in die dichotome Kategorisierung „problemlos/eher gut vereinbar“ und „kaum/nicht vereinbar“ zusammen, ergibt sich folgende Verteilung: 62 % der Befragten sind ersterer, 38 % letzterer Kategorie zuzuordnen. Im Folgenden wird sich zur einfacheren Verständlichkeit ausschließlich auf diese dichotomen Ausprägungen bezogen.

[14] An dieser Stelle ist zu erwähnen, dass im Rahmen der Befragung unter „Beruf“ auch das Studium und die Berufsausbildung verstanden werden. Die Befragten wurden entsprechend im Fragetext darauf hingewiesen. Gestellt wurde die Frage all jenen, die erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium sind und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt haben.

Im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten bestehen insbesondere bei Personen mit Pflegebedarf im Haushalt Schwierigkeiten, die Lebensbereiche zu vereinbaren. Über die Hälfte der Befragten dieser Gruppe (55 %) fallen unter die Kategorie „kaum/nicht vereinbar“. Bei Befragten mit Kindern im Haushalt und Befragten ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt bestehen kaum Unterschiede zum Wert der Gesamtheit aller Befragten.

Nimmt man das Merkmal Armutsgefährdung/-betroffenheit in den Blick, fällt auf, dass über die Hälfte (55 %) der Armutsbetroffenen/-gefährdeten Familie/Pflege und Beruf kaum oder nicht vereinbaren kann. Unter den nicht Armutsgefährdeten oder -betroffenen sind es im Vergleich nur 36 %. Unter all jenen Befragten die den Berechnungen zufolge in die Gruppe der schlecht finanziell Zurechtkommenden fallen, sind es sogar 63 %, die Schwierigkeiten im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf haben.

Abbildung 21: Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf nach finanziellem Zurechtkommen



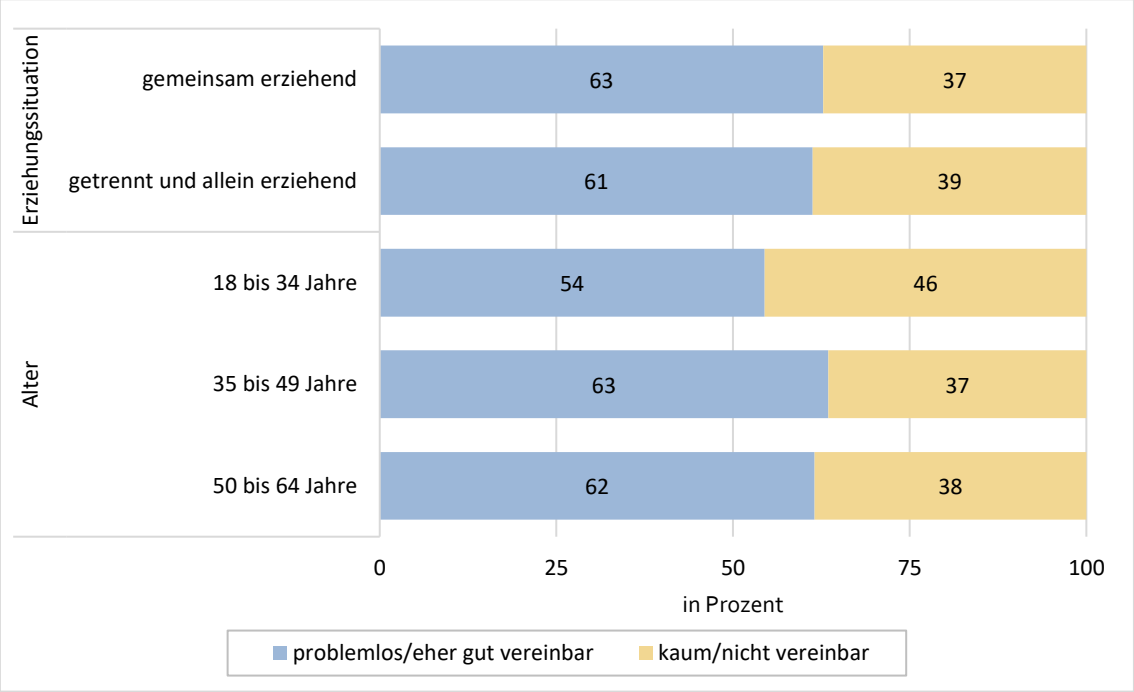
„Wie beurteilen Sie Ihre Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf? Familie/Pflege und Beruf lassen sich …“; n=965 (Befragte, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf ausgewählt haben; Befragte, die erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium sind und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt haben)

Stadt-Land-Unterschiede sind zunächst nicht auffallend erkennbar. Ein differenzierterer Blick auf die Wohnumgebungen deutet jedoch darauf hin, dass bei Befragten aus den Landkreisen größere Vereinbarkeitsschwierigkeiten bestehen als in den kreisfreien Städten. Unabhängig davon, ob sie dort in eher städtischen oder ländlichen Gebieten leben. Ebenso bestehen Unterschiede zwischen den Planungsregionen. Während in Nordthüringen 40 %, in Mittelthüringen 35 % und in Ostthüringen 36 % Schwierigkeiten mit der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf haben, sind es in Südwestthüringen mit 49 % fast die Hälfte der Befragten.

Es lassen sich an dieser Stelle weitere Erkenntnisse identifizieren. Die Vermutung liegt nahe, dass die Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf mit steigender Kinderanzahl schwieriger wird. Den Daten zufolge gibt es jedoch keine Differenz zwischen Befragten

mit einem und zwei Kindern im Haushalt (für 37 % und 36 % kaum/nicht vereinbar). Lediglich bei Befragten mit drei und mehr Kindern stellt die Vereinbarkeit eine größere Herausforderung dar. Hier bringt fast die Hälfte (46 %) zum Ausdruck, dass die Lebensbereiche bei ihnen kaum oder nicht vereinbar sind. Darüber hinaus deuten die Daten entgegen den Erwartungen darauf hin, dass kein relevanter Unterschied zwischen getrennt/allein Erziehenden und gemeinsam Erziehenden besteht. Spannend ist zudem ein Blick auf das Alter der Befragten. Die Gruppe der 18- bis 34-Jährigen hat den Daten zufolge im Vergleich die größten Schwierigkeiten Familie/Pflege und Beruf zu vereinbaren.

Abbildung 22: Beurteilung der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf nach Erziehungssituation und Alter



„Wie beurteilen Sie Ihre Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf? Familie/Pflege und Beruf lassen sich …"; nach Erziehungssituation, Alter; n=931-964 (Befragte, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf ausgewählt haben; Befragte, die erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium sind und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt haben)

Ebenso wäre anzunehmen, dass die Vereinbarkeit bei Personen aus Mehrgenerationenhaushalten besser gelingt, weil z.B. die Kinderbetreuung untereinander aufgeteilt werden kann. Allerdings zeigen die Befragungsergebnisse keinen Unterschied zwischen Befragten, die in einem Haushalt mit drei und mehr Generationen leben und jenen die nicht in einem solchen Haushalt leben. Geschlechterdifferenzen sind beim Thema Vereinbarkeit ebenfalls erkennbar. Weibliche Befragte geben häufiger an, die Lebensbereiche kaum oder nicht vereinbaren zu können, als männliche. Auch wenn nur wenige Personen mit Migrationshintergrund an der Befragung teilgenommen haben, deuten die Daten darauf hin, dass Befragte mit Migrationshintergrund häufiger Schwierigkeiten mit der Vereinbarkeit der Lebensbereiche haben als die Vergleichsgruppe. Ein weiteres Merkmal, das

Auffälligkeiten aufweist, ist der Bildungsabschluss. In der Tendenz sinkt mit der Höhe des Abschlusses die Schwierigkeit, Familie/Pflege und Beruf zu vereinbaren.

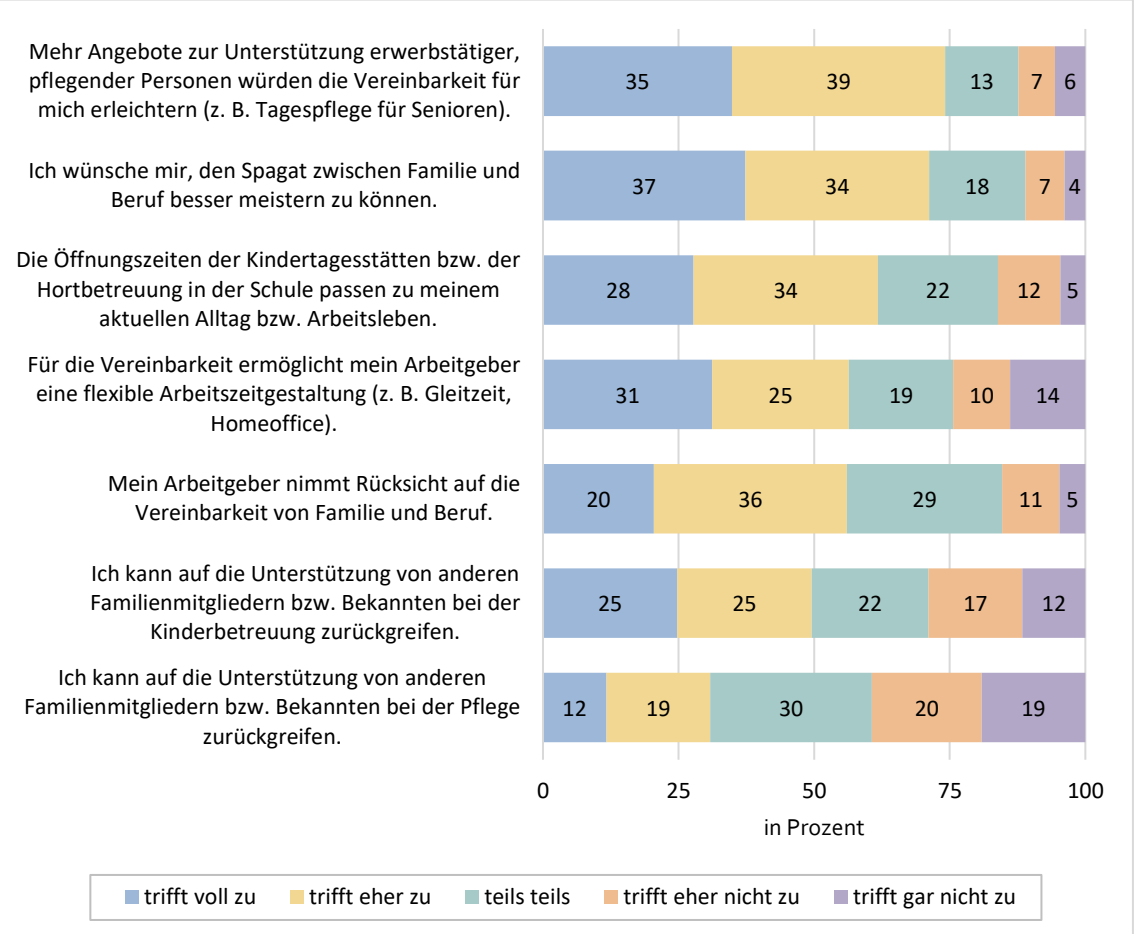
Aussagen zur Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf

Fortführend verdeutlichten die Befragungsteilnehmenden ihre Sicht auf das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf, indem sie Aussagen dazu bewerteten. Wie zuvor war eine Bewertung der Aussagen nur möglich, wenn die Person erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium ist und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt vorhanden ist. Zudem war es Voraussetzung, dass die Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf persönliche Relevanz für die befragte Person hat. Einzelne Aussagen waren nur Personen mit Kindern oder Pflegebedarf zur Bewertung angezeigt.

Die untenstehende Abbildung 23 bietet eine Übersicht über die zu bewertenden Aussagen und gibt Aufschluss über die jeweiligen Zustimmungswerte.[15] Für einen Anteil von 74 % trifft es beispielsweise voll/eher zu, dass mehr Angebote zur Unterstützung erwerbstätiger, pflegender Personen die Vereinbarkeit erleichtern würden. Für 71 % trifft voll/eher zu, dass sie sich wünschen, den Spagat zwischen Familie und Beruf besser meistern zu können. 56 % haben bereits durch flexible Arbeitszeitgestaltung Unterstützung ihres Arbeitgebers für die Vereinbarkeit erhalten. Vergleichsweise wenig Zustimmung erfährt die Aussage „Ich kann auf die Unterstützung von anderen Familienmitgliedern bzw. Bekannten bei der Pflege zurückgreifen“.

[15] Bei Interpretation der folgenden Grafik gilt es jedoch zu beachten, dass nicht alle Aussagen auf die Befragten zutreffen müssen. Beispielsweise kann es vorkommen, dass Befragte keine Kinder im Kita- oder Hortalter haben bzw. diese nicht dort betreuen lassen. Diese Sachlage ist bei Betrachtung insbesondere dieser Aussage einzubeziehen.

Abbildung 23: Aussagen zur Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf



„Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf betreffen?“; n=89-936 (Befragte, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf ausgewählt haben; Befragte, die erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium sind und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt haben und für die das Thema Vereinbarkeit relevant ist; einzelne Aussagen nur für Personen mit Kindern oder Pflegebedarf im Haushalt)

Zur Vereinfachung und besseren Verständlichkeit lassen sich die obigen Antwortkategorien zu den Kategorien „trifft zu“, „teils teils“ und „trifft nicht zu“ zusammenfassen. Die folgenden Betrachtungen der unterschiedlichen Befragtentypen und -gruppen beziehen sich ausschließlich auf die zusammengefassten Kategorien. In folgender Abbildung werden relevante Zustimmungswerte zu den Aussagen, differenziert nach Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt, Befragten mit Kindern im Haushalt und Befragten ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt dargelegt.

Abbildung 24: Aussagen zur Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf nach Befragtentyp

Mehr Angebote zur Unterstützung erwerbstätiger, pflegender Personen würden die Vereinbarkeit für mich erleichtern (z. B. Tagespflege für Senioren).	**Ich wünsche mir, den Spagat zwischen Familie und Beruf besser meistern zu können.**	**Die Öffnungszeiten der Kindertages-stätten bzw. der Hortbetreuung in der Schule passen zu meinem aktuellen Alltag bzw. Arbeitsleben.**	**Für die Vereinbarkeit ermöglicht mein Arbeitgeber eine flexible Arbeitszeitgestaltung (z. B. Gleitzeit, Homeoffice).**
Trifft auf jeweils 74 % aller Befragtentypen zu.	Wünschen sich alle zu einem hohen Anteil, insbesondere aber die Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt (82 %).	Trifft seltener für Befragte ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt und Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt zu.	Trifft seltener für Befragte ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt und Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt zu.

Mein Arbeitgeber nimmt Rücksicht auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.	**Ich kann auf die Unterstützung von anderen Familienmitgliedern bzw. Bekannten bei der Kinderbetreuung zurückgreifen.**	**Ich kann auf die Unterstützung von anderen Familienmitgliedern bzw. Bekannten bei der Pflege zurückgreifen.**
Trifft seltener für Befragte mit Pflegebedarf zu. Für 26 % trifft es nicht zu.	Trifft für Befragte mit Pflegebedarf seltener zu. Nur für 45 % trifft es zu.	Trifft für alle Befragten gleichermaßen selten zu.

„Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf betreffen?“; nach Befragtentyp; n=46-919 (Befragte, die das Thema Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf ausgewählt haben; Befragte, die erwerbstätig, in Ausbildung oder Studium sind und mindestens ein Kind oder Pflegebedarf im Haushalt haben und für die das Thema Vereinbarkeit relevant ist; einzelne Aussagen nur für Personen mit Kindern oder Pflegebedarf im Haushalt)

Betrachtet man die Herausforderungen aufgrund der finanziellen Lage wird deutlich, dass das Antwortverhalten der Armutsgefährdeten/-betroffenen zu jeder der dargestellten Aussagen negativer ausfällt. Deutlich seltener stimmen diese Gruppe sogar zu, dass die Öffnungszeiten der Kita-/Hortbetreuung zum Arbeitsleben passen und dass der/die Arbeitgeber*in eine flexible Arbeitszeitgestaltung ermöglicht.

Im Stadt-Land-Vergleich bestehen nahezu keine relevanten Unterschiede. Herauszustellen ist lediglich, dass Befragte aus städtischen Gebieten bei der Kinderbetreuung seltener auf die Unterstützung von Familie und Bekannten zurückgreifen können (43 % vs. 55 %). Wirft man einen differenzierteren Blick auf die Wohnumgebung, zeigt sich, dass wer ländlich in kreisfreien Städten lebt, die Öffnungszeiten von Kita/Hortbetreuung besser findet und am häufigsten auf Unterstützung bei der Kinderbetreuung zurückgreifen kann (durch Familie oder Bekannte). Wer hingegen städtisch in einer kreisfreien Stadt lebt, erlebt am häufigsten flexible Arbeitszeitgestaltung durch den/die Arbeitgeber*in.

Die Ergebnisse der Kreuzung mit der Variable Planungsregion zeigen, dass der konkrete Wunsch, den Spagat zwischen Beruf und Familie besser meistern zu können in Südwestthüringen am häufigsten vertreten ist (82 %). Die Daten deuten zudem darauf hin, dass in Südwestthüringen die Öffnungszeiten der Kinderbetreuungseinrichtungen seltener zum Alltag/Arbeitsleben der Befragten passen als in anderen Regionen. Nur knapp über die Hälfte der Südwestthüringer empfindet die Öffnungszeiten als passend. In den anderen Regionen sind es um die 60 %. In Südwest- und Nordthüringen erfahren die Befragten insgesamt weniger Unterstützung von ihren Arbeitgebern, was die Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf betrifft. Auch flexible Arbeitszeitgestaltung wird in diesen Planungsregionen laut den Aussagen seltener ermöglicht.

Weitere Befragtengruppen, die im Gegensatz zu ihrer jeweiligen Vergleichsgruppe häufiger Herausforderungen andeuten und sich Unterstützung wünschen sind weibliche Befragte sowie Getrennt- und Alleinerziehende. Auch im Rahmen der Expert*inneninterviews (Kapitel 3.2 und 3.4) wurden die Bedarfe von Getrennt-/Alleinerziehenden betont und auf Unterschiede zwischen den Geschlechtern, was das Aufsuchen von Unterstützungsangeboten betrifft, hingewiesen. Demnach seien es vorwiegend Frauen, die Beratungen zu Familienleben und Erziehung aufsuchen. Es zeige sich aber zunehmend ein Interesse von der männlichen Seite.

2.5 Mediennutzung und Medienbildung

In diesem Kapitel liegt die Aufmerksamkeit auf dem gegenwärtigen Stand der Mediennutzung und -bildung in Thüringen aus Sicht der Befragungsteilnehmer*innen. Zu Beginn der Befragung konnten diese auswählen, zu welchen Themenkomplexen sie Fragen beantworten möchten. Den Befragten, die das Thema Mediennutzung und -bildung gewählt haben, wurden Fragen gestellt, die Aufschluss über deren Nutzungsverhalten und Kompetenzeinschätzung geben sollen. Personen mit Kindern im Haushalt wurden zudem zu Medienerziehung befragt.

Allgemeine Internetnutzung

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die große Mehrheit der Befragten regelmäßig digitale Medien im Alltag nutzt. Von den Befragten, die sich dazu entschieden haben, die Fragen zum Themenkomplex Medien zu beantworten, geben nahezu alle (97 %) an, täglich etwas zu tun, wofür sie das Internet brauchen (z. B. Suchen bzw. Surfen, App-Nutzung, Nachrichten schreiben, Social Media). Insgesamt benötigen alle Befragtentypen das Internet größtenteils täglich. Bei den Befragten mit Kindern im Haushalt liegt der Anteil bei 98 %, bei Befragten ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt bei 94 %. Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt benötigen es im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten etwas seltener (89 % benötigen es täglich).

Im Hinblick auf Armutsgefährdung bzw. -betroffenheit lassen sich Unterschiede erkennen. Während 98 % der nicht armutsgefährdeten bzw. -betroffenen Befragten angeben, täglich etwas zu tun, wofür das Internet gebraucht wird, sind es bei den Armutsgefährdeten/-betroffenen nur 90 %. Unterschiede in der Häufigkeit der Internetnutzung gekreuzt nach der Wohnumgebung und der Planungsregion sind nicht erkennbar.

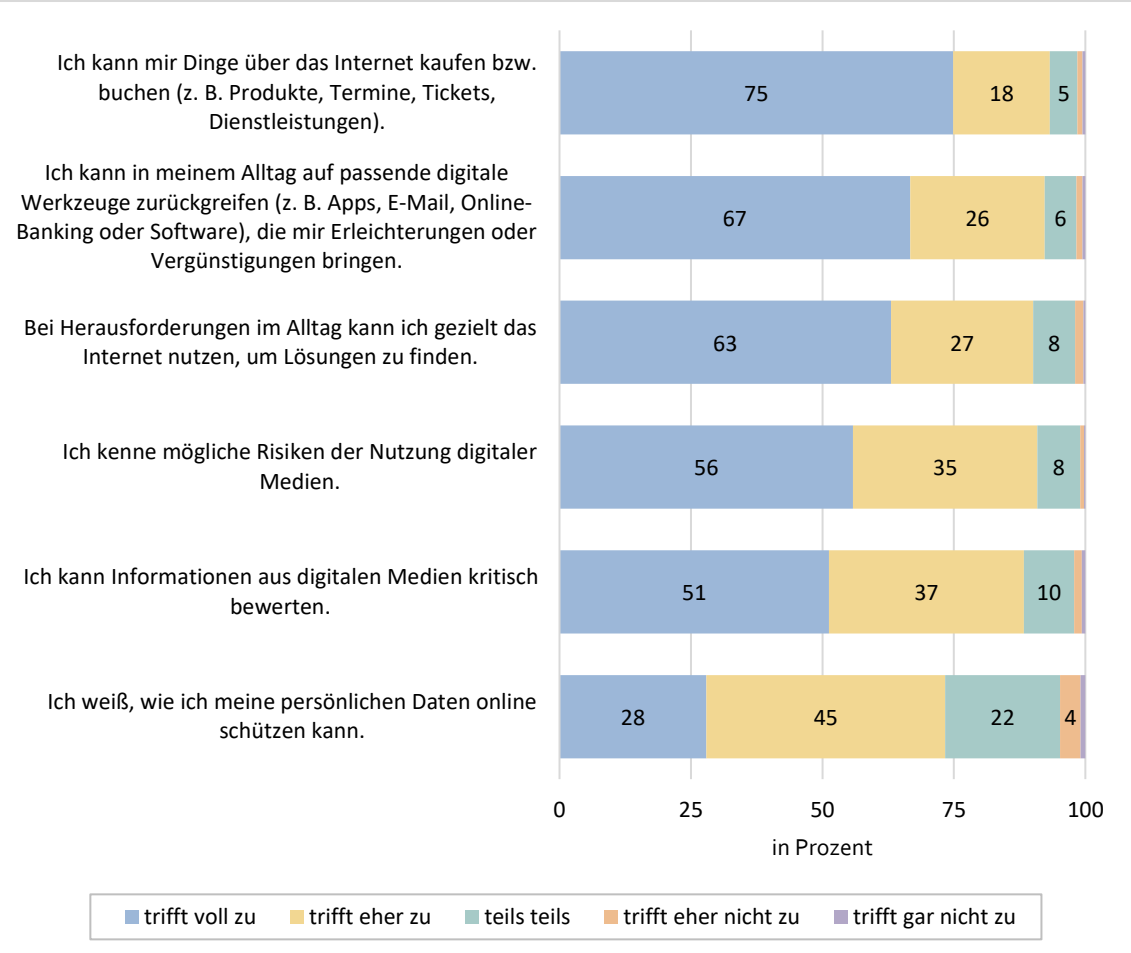
Nimmt man weitere Kreuzungsvariablen wie z.B. das Alter oder den Pflegebedarf in den Blick, ergeben sich einzelne Auffälligkeiten. Die Daten zeigen, dass das Internet in Thüringen über alle Altersspannen hinweg häufig genutzt wird. Auch 92 % der älteren Befragten über 65 geben an, täglich einer Tätigkeit nachzugehen, für die das Internet benötigt wird. In allen anderen Altersgruppen liegt der Wert etwas höher. Von den nicht-erwerbstätigen Befragten geben 92 % an, täglich das Internet zu benötigen. Unter den Erwerbstätigen sind es 98 %. Befragte Personen, die selbst pflegebedürftig sind, weisen im Vergleich eine geringere Internetnutzung auf (nur 74 % nutzen das Internet täglich). Außerdem fällt auf, dass Personen die unzufrieden mit der eigenen Lebenssituation sind, in nur 89 % der Fälle täglich das Internet nutzen, während es bei den zufriedenen Personen 98 % sind.

Umgang mit digitalen Medien

Befragte, die angeben, das Internet generell zu nutzen, hatten im Rahmen der Befragung die Möglichkeit, ihren Umgang mit digitalen Medien einzuschätzen. Die Befragungsteilnehmenden wurden dabei gebeten, eine Reihe an Aussagen zu bewerten.

Die untenstehende Abbildung 25 liefert einen Überblick darüber, wie die Befragten ihren persönlichen Umgang mit digitalen Medien einschätzen. Es zeigt sich, dass die Mehrheit der Befragten in einigen Bereichen sicher im Umgang mit digitalen Medien ist, während in Hinblick auf andere Aspekte größere Unsicherheiten zu bestehen scheinen. Während ein Großteil der Befragten mit Kaufprozessen und Buchungen über das Internet vertraut ist und auf passende digitale Werkzeuge zurückgreifen kann, nehmen die Zustimmungswerte bei Fragen rund um Risiken, kritischer Informationseinordnung und Schutz persönlicher Daten eher ab.

Abbildung 25: Bewertung des eigenen Umgangs mit digitalen Medien



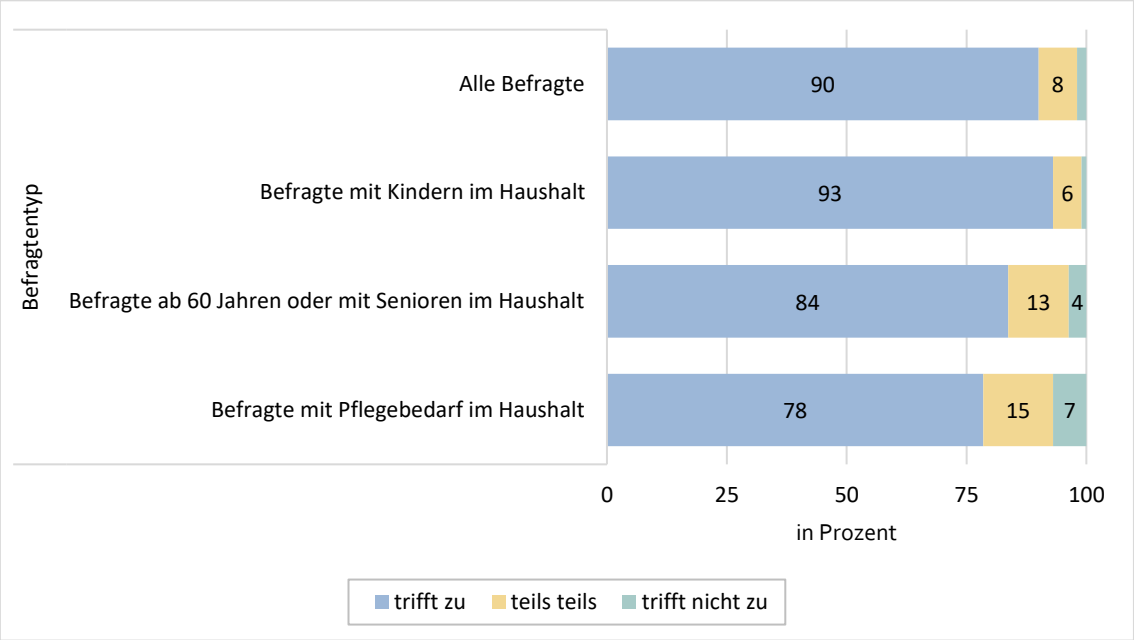
„Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Ihrem Umgang mit digitalen Medien“; n=1.810-1.813 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben und das Internet nutzen)

Um weitere Erkenntnisse zu gewinnen, wurden die einzelnen Aussagen gekreuzt mit Variablen wie dem Befragtentyp betrachtet.[16] Im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten stimmen Befragte ab 60 Jahren bzw. jene mit Senior*innen im Haushalt und Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt den obigen Aussagen insgesamt seltener zu. So stimmen beispielsweise nur 84 % der Befragten ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im

[16] Für die Betrachtung des Umgangs mit digitalen Medien nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „trifft zu“ (trifft voll zu/trifft eher zu), „teils teils“ und „trifft nicht zu“ (trifft eher nicht/trifft gar nicht zu) kategorisiert.

Haushalt und 78 % der Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt zu, bei Herausforderungen im Alltag gezielt das Internet nutzen zu können, um Lösungen zu finden. Zum Vergleich: Der Zustimmungswert der Gesamtheit der Befragten liegt hier bei 90 %. Eine Veranschaulichung bietet die folgende Abbildung.

Abbildung 26: Internetnutzung zur Bewältigung von Herausforderungen im Alltag



„Bitte bewerten Sie die folgenden Aussagen zu Ihrem Umgang mit digitalen Medien.“ / „Bei Herausforderungen im Alltag kann ich gezielt das Internet nutzen, um Lösungen zu finden.“; nach Befragtentyp; n=158-1.813 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben und das Internet nutzen)

Auch auf digitale Werkzeuge (z.B. Apps, E-Mail, Online-Banking, Software), die im Alltag Erleichterungen oder Vergünstigungen bringen, können die Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt (83 %) und Befragte ab 60 oder mit Senior*innen im Haushalt (87 %) im Vergleich zur Gesamtheit (92 %) seltener zurückgreifen.

Betrachtet man Befragte mit Armutsgefährdung bzw. Armutsbetroffenheit, fällt auf, dass diese insgesamt unsicherer im Umgang mit digitalen Medien sind. Hier unterscheiden sich die Zustimmungswerte zu allen Aussagen rund um das Thema Medienumgang um mehrere Prozentpunkte. Während z.B. 90 % der nicht Armutsgefährdeten/-betroffenen der Aussage „Ich kann Informationen aus den digitalen Medien kritisch bewerten“ zustimmen, sind es bei der Gruppe der Gefährdeten und Betroffenen nur 78 %. Ähnliche Unterschiede zeigen sich beim Wissen über den Schutz persönlicher Daten (75 % vs. 64 %). Im Hinblick auf städtische und ländliche Wohnumgebung sowie die Planungsregionen bestehen kaum Unterschiede und Auffälligkeiten.

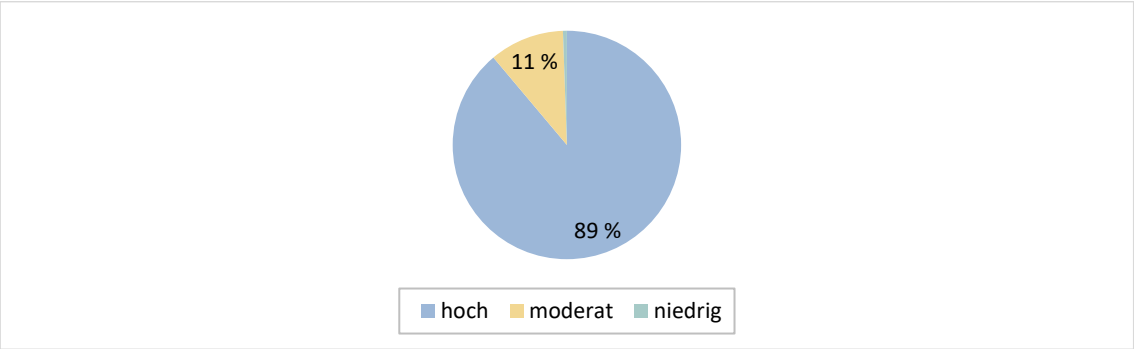
Im Folgenden werden weitere zentrale Auffälligkeiten im Kontext des Umgangs mit digitalen Medien beschrieben. Eine weitere Befragtengruppe, die den Daten zufolge Unsicherheiten im Umgang mit digitalen Medien aufweist, ist die Gruppe der selbst Pflegebedürftigen. Entsprechend der insgesamten Tendenz deuten die Ergebnisse

darauf hin, dass die pflegebedürftigen Befragten insbesondere beim Thema kritische Bewertung von Informationen aus den digitalen Medien und dem Schutz persönlicher Daten Unsicherheiten aufweisen. Darüber hinaus sind Unterschiede zwischen den Befragten je nach Bildungsabschluss erkennbar. Die Daten lassen vermuten, dass mit einem höheren Bildungsabschluss tendenziell die Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Medien steigen. Hierbei stechen besonders die Werte zum kritischen Umgang mit digitalen Medien hervor. 93 % der Befragten mit hohem Bildungsabschluss stimmen zu, Informationen aus den digitalen Medien kritisch bewerten zu können, bei Befragten mit mittlerem Bildungsabschluss sind es 81 %. Den Erwartungen entsprechend zeichnet sich die Tendenz ab, dass mit zunehmendem Alter die Sicherheit im Umgang mit digitalen Medien abnimmt. Im Vergleich zu den anderen Altersgruppen schneidet die Gruppe der 65-jährigen und älteren Befragten in allen Punkten rund um den Umgang mit digitalen Medien am schlechtesten ab. Beispielsweise geben nur 80 % von ihnen an, das Internet zur Bewältigung von Herausforderungen im Alltag nutzen zu können. Im starken Kontrast dazu stehen die 18- bis 35-Jährigen mit 97 % Zustimmung.

Digitale Medienkompetenz der Befragten

Aus den von den Befragten vorgenommen Bewertungen zu den Aussagen rund um das Thema Umgang mit digitalen Medien, ließ sich ein summativer Index zu digitaler Medienkompetenz bilden. Wie die Daten zum Umgang mit digitalen Medien bereits vermuten lassen, kann die Medienkompetenz der Befragten in der Gesamtheit als hoch eingestuft werden. Wie die folgende Abbildung zeigt, verfügen 89 % der Befragten über eine hohe Medienkompetenz.

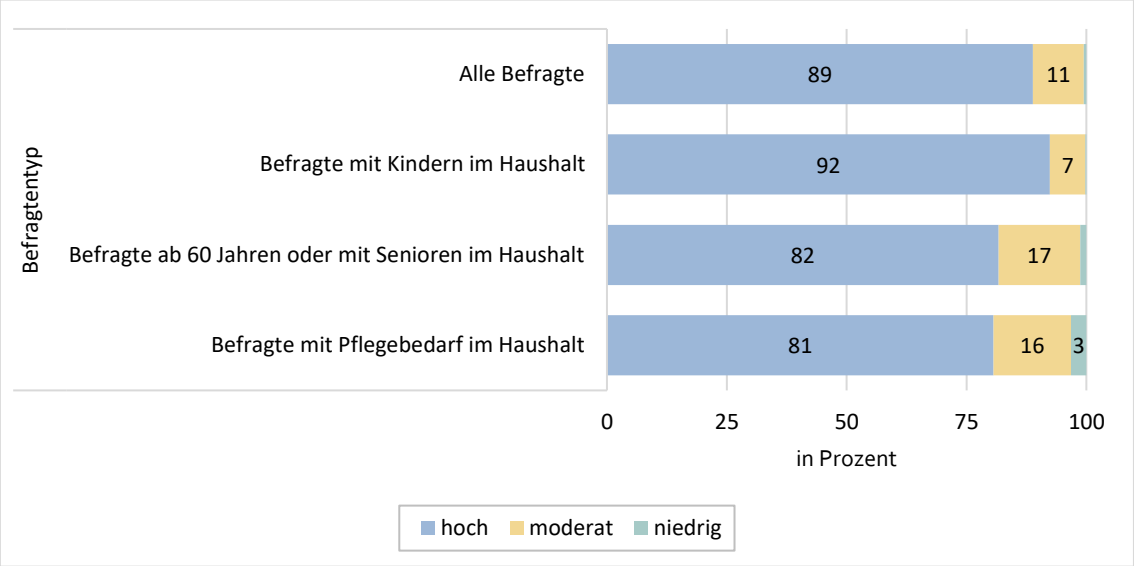
Abbildung 27: Index Medienkompetenz



Index Medienkompetenz (gebildet, summativ); n=1.797 (wenn Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt; wenn Internet genutzt)

Die Medienkompetenz nach Befragtentyp wird in Abbildung 28 dargestellt. Im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten (89 %) fällt die Medienkompetenz bei Befragten ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt (82 %) und bei Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt (81 %) weniger hoch aus.

Abbildung 28: Digitale Medienkompetenz nach Befragtentyp



Index Medienkompetenz (gebildet, summativ); nach Befragtentyp; n=155-1.797 (wenn Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt; wenn Internet genutzt)

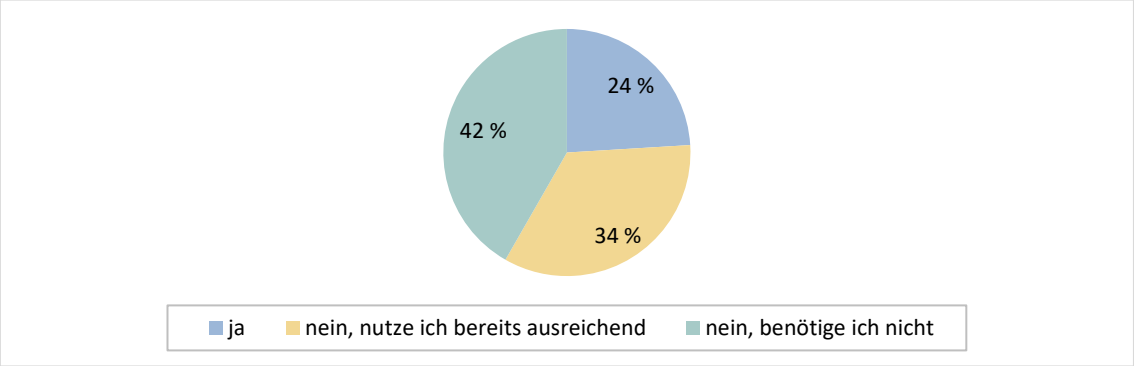
Die zuvor beschriebenen Muster im Umgang mit digitalen Medien spiegeln sich insgesamt in der Einschätzung der Medienkompetenz wider. Bei einigen Befragtengruppen fällt auf, dass deren Medienkompetenz weniger hoch ausfällt als bei anderen Gruppen. Im Vergleich zu Personen, die nicht von Armut gefährdet oder betroffen sind, verfügen Armutsgefährdete bzw. -betroffene über eine geringere Medienkompetenz (91 % vs. 75 %). Weitere Personengruppen mit (im Vergleich) geringerer Medienkompetenz sind: Ältere, selbst Pflegebedürftige, Personen ohne Kinder im Haushalt, weniger Gebildete, sowie Getrennt-/Alleinerziehende.

Insgesamt wird hier deutlich, dass der Großteil aller Befragten nach eigenen Angaben sicher im Umgang mit digitalen Medien ist und über eine hohe Medienkompetenz verfügt. Einzelne Befragtengruppen weisen jedoch Unsicherheiten im Umgang mit digitalen Medien auf. Vor allem bei den Themen kritische Bewertung von Informationen und Datenschutz fühlen sich die meisten Befragten nicht vollkommen sicher oder befähigt.

Wunsch nach Medienbildungsangeboten

Die Frage, ob (mehr) Bildungsangebote benötigt werden, die spezifische Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien vermitteln, wurde von einem Großteil der Befragten verneint. Ein großer Anteil nutzt bereits entsprechende Angebote oder gibt an, keine zu benötigen. 24 % wünschen sich hingegen (mehr) entsprechende Bildungsangebote.

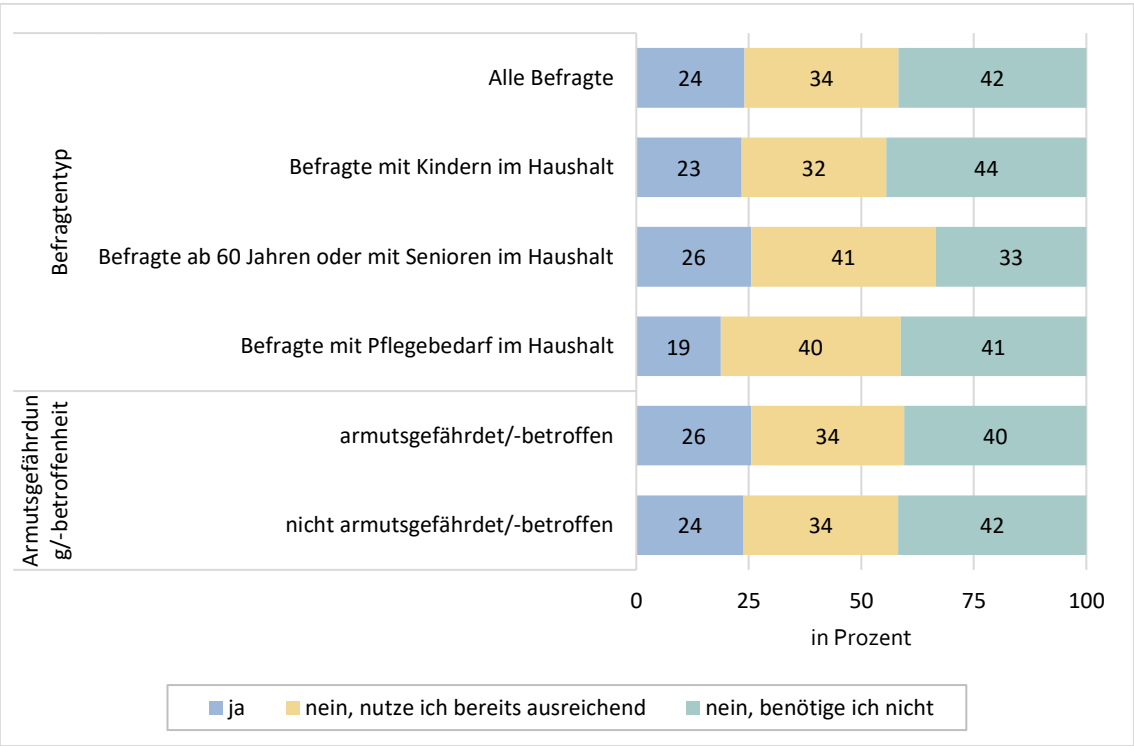
Abbildung 29: Wunsch nach (mehr) Medienbildungsangeboten



„Benötigen Sie (mehr) Bildungsangebote, die spezifische Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien vermitteln?“; n=1.822 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben)

Bei den Befragtentypen unterscheiden sich die ausgedrückten Wünsche nach Medienbildungsangeboten nur geringfügig. Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt benötigen diese im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten am seltensten. Die Gruppen der armutsgefährdeten/-betroffenen und nicht armutsgefährdeten/-betroffenen Befragten unterscheiden sich nicht bezüglich des Bedürfnisses nach Medienbildungsangeboten.

Abbildung 30: Wunsch nach (mehr) Medienbildungsangeboten nach Befragtentyp und Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Benötigen Sie (mehr) Bildungsangebote, die spezifische Kompetenzen im Umgang mit digitalen Medien vermitteln?“; nach Befragtentyp, Armutsgefährdung/-betroffenheit; n=160-1.822 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben)

In städtischer und ländlicher Wohnumgebung sind die Bedürfnisse nach (mehr) Medienbildungsangeboten weitestgehend gleich. In Mittel- und Südwestthüringen sind

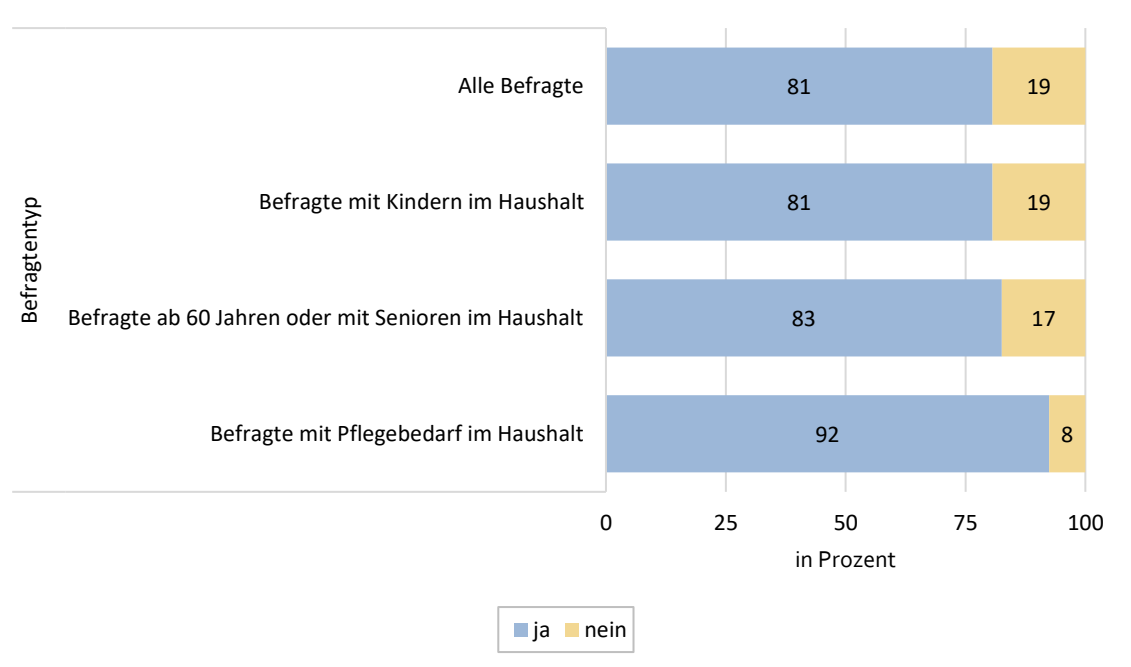
die Bedürfnisse für derartige Angebote allerdings etwas höher (jeweils 27 % Zustimmung) als in Ostthüringen (22 %) und Nordthüringen (21 %).

Zu erwarten wäre, dass Gruppen mit selbsteingeschätzt geringerer Medienkompetenz einen höheren Wunsch nach Medienbildungsangeboten ausdrücken. Dies trifft beispielsweise bei den höheren Altersgruppen zu. Insgesamt fällt aber auf, dass sich Gruppen, deren Medienkompetenz im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten als geringer eingestuft werden kann (siehe vorheriges Unterkapitel), nicht zwangsläufig (mehr) Medienbildungsangebote wünschen. Dieses Phänomen zeigt sich bei Armutsgefährdeten/-betroffenen, Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt und Befragten mit im Vergleich niedrigerem Bildungsabschluss.

Mediennutzung und -erziehung von Kindern im Haushalt

Im anschließenden Befragungsteil wurden Personen mit Kindern im Haushalt gefragt, ob ihre Kinder digitale Medien nutzen (z.B. über Tablet, Smartphone, PC, (Smart-)TV). Von allen Befragten, die Auskunft zum Thema Medien geben wollten und die mit Kindern in einem Haushalt leben, geben 81 % an, dass ihre Kinder digitale Medien nutzen. Nimmt man die Befragtentypen in den Blick, fällt auf, dass Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten häufiger angeben, dass ihre Kinder digitale Medien nutzen (92 % vs. 81 %). Folgende Grafik bietet eine Übersicht.

Abbildung 31: Mediennutzung der Kinder nach Befragtentyp



„Nutzen Ihre Kinder digitale Medien (z. B. über Tablet, Smartphone, PC, (Smart-)TV)?“; nach Befragtentyp; n=66-954 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben und die mit Kindern in einem Haushalt leben)

Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass sich armutsgefährdete und armutsbetroffene Befragte im Hinblick auf die Mediennutzung ihrer Kinder nicht von der Vergleichsgruppe unterscheiden. Der Anteil liegt in beiden Gruppen bei 81 %. Während sich ländliche und

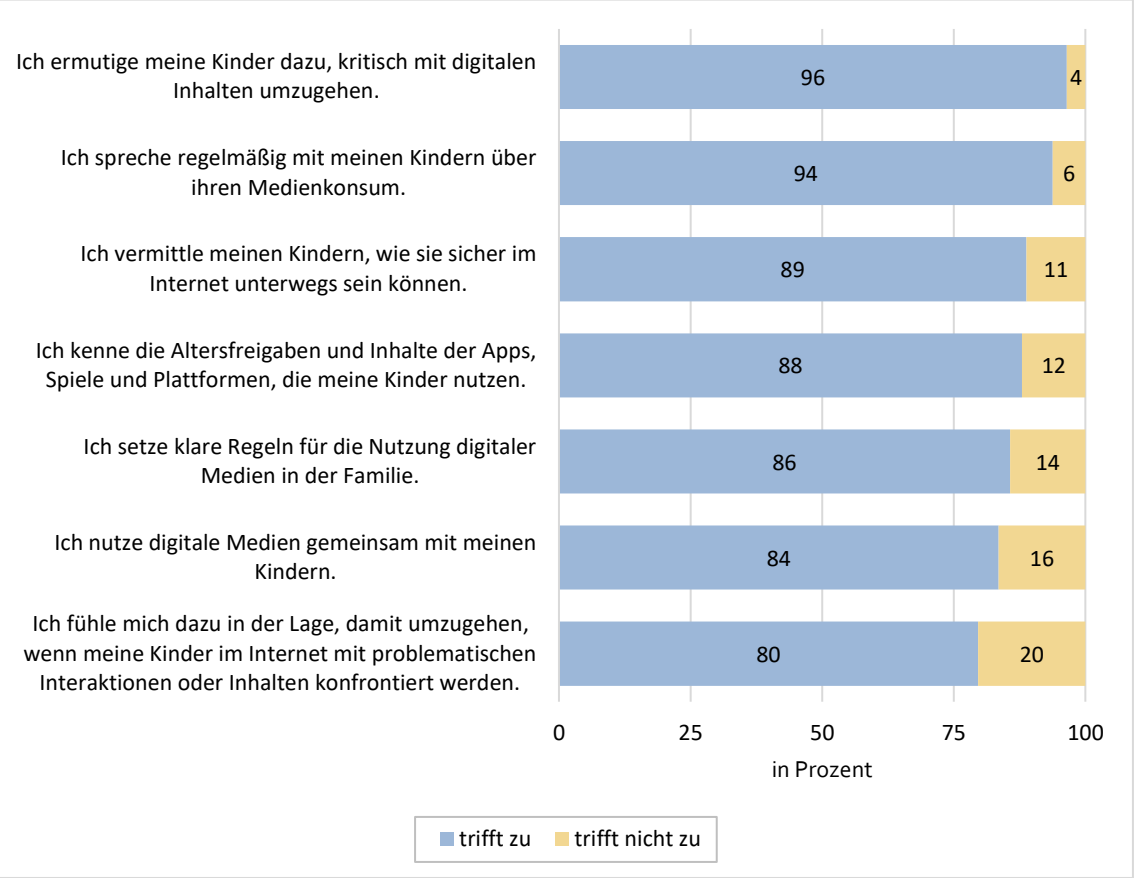
städtische Wohnumgebungen hier ebenfalls nicht unterscheiden, sticht die Wohnumgebung „ländlich in kreisfreier Stadt“ hervor. Hier geben 88 % der Befragten an, dass ihre Kinder digitale Medien nutzen. Die anderen Umgebungen bewegen sich um die 80 %. Hinsichtlich der Planungsregionen lassen sich geringfügige Differenzen erkennen. In Südwestthüringen liegt der Anteil der Befragten mit Mediennutzung der Kinder bei 85 %, in Ostthüringen hingegen bei nur 79 %.

Es bieten sich noch weitere erkenntnisreiche Kreuzungen an. Die generelle Mediennutzung der Kinder steigt mit der Anzahl der Kinder im Haushalt der Befragten. Getrennt- und alleinerziehende Befragte geben im Vergleich zu gemeinsam Erziehenden häufiger an, dass ihre Kinder digitale Medien benutzen (88 % vs. 79 %). Außerdem bejahen Befragte mit niedrigem Gesundheitsgefühl und Unzufriedenheit mit der eigenen Lebenssituation die Frage nach der Mediennutzung ihrer Kinder häufiger (jeweils 86 %) als Personen, die sich eher gesund fühlen und zufrieden mit ihrer Lebenssituation sind.

Medienerziehung

Befragte, deren Kinder digitale Medien wie Smartphone oder Tablet nutzen, bekamen darüber hinaus die Möglichkeit, detailliertere Angaben zur Mediennutzung innerhalb ihrer Familie zu machen. Die untenstehende Abbildung 32 bietet einen Überblick über die Zustimmungswerte zu den jeweiligen vorgegebenen Aussagen. Insgesamt werden alle Aussagen von der Mehrheit der Befragten mit „trifft zu“ beantwortet. Der Großteil der betreffenden Befragten gibt beispielsweise an, seine Kinder zu ermutigen, kritisch mit digitalen Inhalten umzugehen und regelmäßig mit ihnen über ihren Medienkonsum zu sprechen (96 % und 94 %). 80 % fühlen sich in der Lage, damit umzugehen, wenn ihre Kinder im Internet mit problematischen Interaktionen oder Inhalten konfrontiert werden.

Abbildung 32: Aussagen zur Medienerziehung in der Familie



„Welche Aussagen treffen auf die Medienerziehung in Ihrer Familie zu?“; n=678-756 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben und deren Kinder digitale Medien nutzen)

Im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten, unterscheiden sich die Werte der Befragtentypen (mit Kindern im Haushalt, ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt, mit Pflegebedarf im Haushalt) kaum. Über alle Gruppen hinweg sind die Zustimmungswerte zu den einzelnen Aussagen hoch. Hervorzuheben ist, dass sowohl nicht armutsgefährdete bzw. -betroffene Befragte als auch jene, die von Armut gefährdet oder betroffen sind, den obigen Aussagen größtenteils zu einem sehr hohen Anteil zustimmen. Lediglich den letzten zwei Aussagen stimmen Armutsgefährdete bzw. -betroffene mit 78 % und 70 % seltener zu als nicht Gefährdete oder Betroffene (84 % und 81 %).

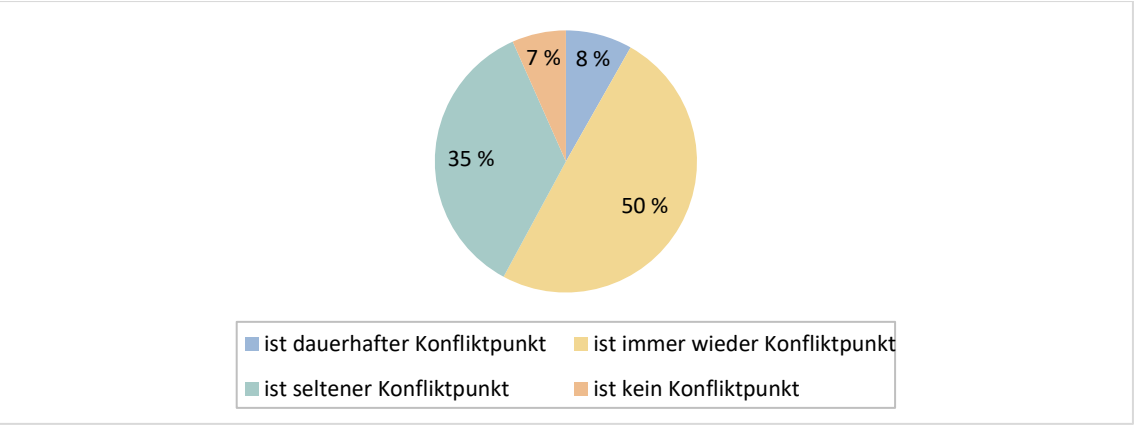
Ländlich lebende Thüringer*innen vermitteln ihren Kindern häufiger, wie sie sicher im Internet unterwegs sein können, setzen häufiger klare Regeln und nutzen häufiger digitale Medien mit ihren Kindern. Blickt man auf die Planungsregionen, zeigt sich, dass in Mittelthüringen die Zustimmungswerte insgesamt etwas geringer ausfallen. Beispielsweise vermitteln Befragte aus Nordthüringen ihren Kindern am häufigsten (93 %), wie sie sicher im Internet unterwegs sein können als jene aus Mittelthüringen (84 %). Ähnlich verhält es sich bei der Kenntnis von Altersfreigaben und Inhalten von Apps, Spielen und Plattformen.

Weiterhin ist auffallend, dass getrennt- und alleinerziehende Befragte einigen Aussagen seltener zustimmen als gemeinsam Erziehende. So setzen erstere z.B. seltener klare Regeln für die Nutzung digitaler Medien und nutzen diese seltener gemeinsam mit ihren Kindern. Im Vergleich zu gemeinsam Erziehenden kennen Getrennt- und Alleinerziehende außerdem seltener die Altersfreigaben und Inhalte von digitalen Medien, die ihre Kinder nutzen.

Konfliktpotential der Mediennutzung in den Familien

Fortführend wurden die Personen, deren Kinder digitale Medien nutzen, gefragt, welches Konfliktpotential die Mediennutzung mit den verschiedenen Aspekten (Zeit, Inhalte, Kosten, Ablenkung usw.) in ihrer Familie birgt. In Abbildung 33 wird ersichtlich, dass bei 50 % der betreffenden Befragten die Mediennutzung der Kinder immer wieder ein Konfliktpunkt ist. Bei 8 % handelt es sich sogar um einen dauerhaften Konfliktpunkt. Zusammengefasst geben also 58 % der Befragten an, dass das Thema Mediennutzung dauerhaft oder immer wieder ein Konfliktpunkt in ihrer Familie ist.[17]

Abbildung 33: Konfliktpotential der Mediennutzung in den Familien



„Welches Konfliktpotential birgt die Mediennutzung mit den verschiedenen Aspekten (Zeit, Inhalte, Kosten, Ablenkung usw.) in Ihrer Familie?“; n=767 (Befragte, die das Thema Mediennutzung und -bildung ausgewählt haben und deren Kinder digitale Medien nutzen)

Die Mediennutzung der Kinder ist für knapp über 50 % aller Befragtentypen ein häufig aufkommender Konfliktpunkt. Zwischen den Gruppen besteht dementsprechend kein Unterschied. Auch unter Betrachtung des Merkmals der Armutsgefährdung/-betroffenheit liegt kein nennenswerter Unterschied vor. Stadt-Land-Unterschiede sind ebenfalls kaum erkennbar. Im direkten Vergleich der Wohnumgebungen ist die Mediennutzung für Befragte, die „ländlich in kreisfreier Stadt“ leben, am häufigsten ein dauerhafter oder immer wiederkehrender Konfliktpunkt (63 %). Der Wert von Befragten, die in städtischer Umgebung im Landkreis wohnen, fällt hierbei am niedrigsten aus und liegt bei 53 %. Damit ist die Mediennutzung der Kinder dort seltener ein Konfliktpunkt als in anderen Wohnumgebungen. Auch zwischen den

[17] Im weiteren Verlauf werden die Antwortkategorien der Frage zum Konfliktpotenzial der Mediennutzung zum einfacheren Verständnis zusammengefasst betrachtet („dauerhafter/immer wieder Konfliktpunkt“ und „seltener/kein Konfliktpunkt“).

Planungsregionen lassen sich hier geringe Unterschiede identifizieren. In Mittelthüringen (62 %) und Nordthüringen (61 %) ist die Mediennutzung häufiger ein Konfliktpunkt innerhalb der Familien der Befragten als in Südwestthüringen (58 %) und Ostthüringen (53 %).

Es lassen sich weitere Erkenntnisse zum Konfliktpotential der Mediennutzung festhalten. Tendenziell steigt das Konfliktpotential mit der Anzahl der Kinder im Haushalt. Im Hinblick auf den Bildungsabschluss fällt auf, dass die Mediennutzung bei Befragten mit mittlerem Abschluss seltener ein Konfliktpunkt ist als bei hohem Abschluss. Zudem zeichnet sich ein Unterschied zwischen den Geschlechtern ab. Für weibliche Befragte ist die Mediennutzung innerhalb der Familie häufiger ein Konfliktpunkt als für männliche Befragungsteilnehmende.

Das Thema Mediennutzung und -bildung hat auch in der Praxis der Thüringer Beratungsstellen Relevanz. Wie in Kapitel 3.2 dargestellt, wurde im Rahmen der Expert*inneninterviews (sensibler) Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen als ein zunehmendes Beratungsthema genannt und auf die Notwendigkeit des Ausbaus entsprechender Angebote hingewiesen.

2.6 Angebotslandschaft

Dieses Kapitel richtet umfassende Aufmerksamkeit auf die Nutzung der Thüringer Angebotslandschaft durch die Befragten. Neben Aussagen zur allgemeinen Kenntnis und Inanspruchnahme der Unterstützungsangebote in verschiedenen Lebensbereichen lassen sich auch Wege und Strategien zur Informationsgewinnung beleuchten. Dazu gehört auch das Nutzungsverhalten zur Thüringer Familien-App.

Viele Personengruppen haben spezifische Bedürfnisse nach Angeboten, sodass im Weiteren die Nutzung dieser für Familien mit Kindern, für Senior*innen und Familien mit Pflegebedarf dargestellt werden kann. Nicht zuletzt gilt es auf die mobile Angebotslandschaft und auf die Bedürfnisse im Bereich der Medienbildung zu schauen.

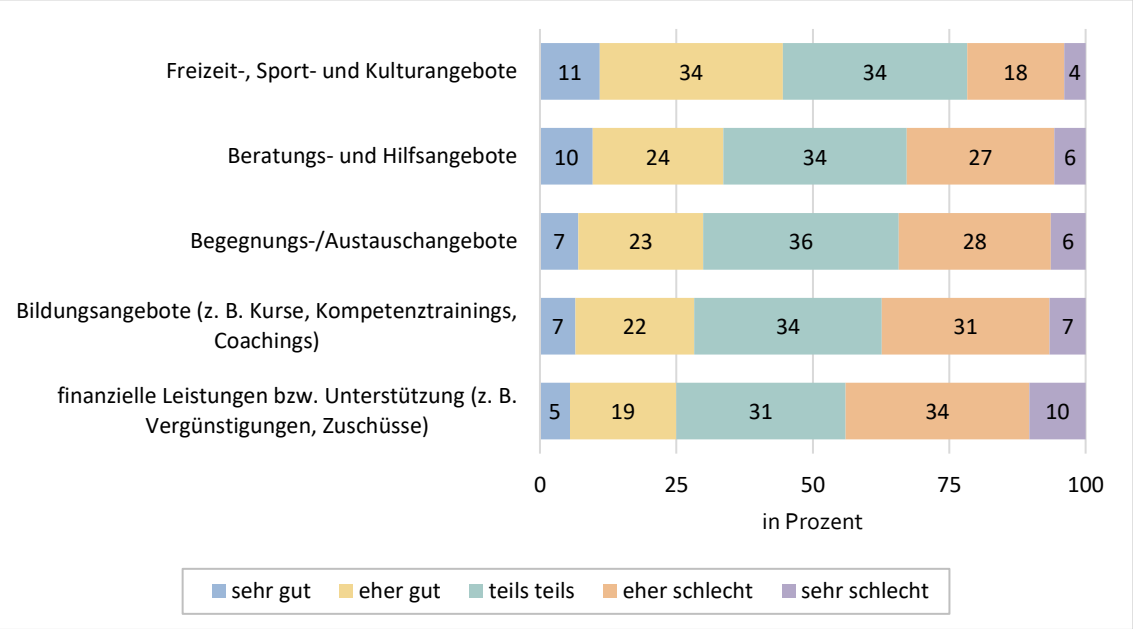
2.6.1 Wissen, Nutzung und Information

Dieses Unterkapitel ist dem Wissen über Angebote für Familien bzw. Senior*innen gewidmet. Es folgt die Einschätzung der Nutzung dieser Angebotskategorien und der genauere Blick auf die Informationswege inklusive der Thüringer Familien-App.

Angebotskenntnis und -nutzung

Alle Befragten konnten Auskunft darüber geben, wie gut diese über Unterstützungsleistungen und -angebote für Familien und/oder Senior*innen Bescheid wissen. Die folgende Grafik gibt hierüber eine Übersicht.

Abbildung 34: Kenntnis über Unterstützungsleistungen/-angebote für Familien/Senioren



„Wie gut wissen Sie über Unterstützungsleistungen und -angebote für Familien und/oder Senioren Bescheid?“; n=2.572-2.585

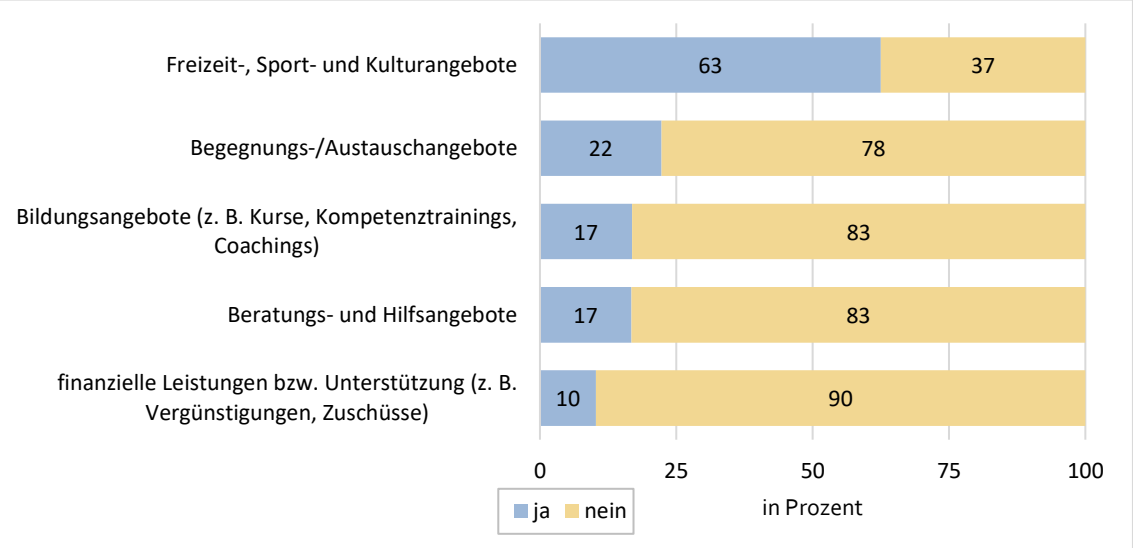
Betrachtet man die Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt, wird deutlich, dass diese im Vergleich zur Gesamtheit der Befragten seltener gut[18] über Freizeit-, Sport- und Kulturangebote Bescheid wissen (33 % vs. 44 %). Wer Armutsgefährdet oder -betroffen ist, schätzt die eigene Informationslage sogar in allen diesen Unterstützungsleistungen und -Angeboten schlechter ein. In Bezug auf die Wohnumgebung zeigen sich zumeist kleinere Unterschiede. Eine Ausnahme besteht in Bezug auf die Freizeit-, Sport- und Kulturangebote, über welche die städtisch in kreisfreien Städten Lebenden mit Abstand am häufigsten gut Bescheid wissen. Über alle Unterstützungsformen wissen die Befragten aus Nordthüringen laut eigener Einschätzung am besten Bescheid. Südwestthüringen schneidet in Bezug auf diese Informationslagen am schlechtesten ab.

Es bieten sich noch weitere erkenntnisreiche Kreuzungen an: Zum einen nimmt das Wissen über besagte Leistungsformen mit dem Alter zu. Zum anderen zeigen sich deutlich höhere Zustimmungswerte von Befragten mit hohem Gesundheitsgefühl und Zufriedenheit mit der eigenen Lebenssituation.

Fortführend wurden die Personen in Thüringen gefragt, welche der Angebote aus Abbildung 34 in Anspruch genommen werden. Dass die Freizeit-, Sport- und Kulturangebote mit 63 % ganz oben zu finden sind, überrascht wenig. Es folgen Begegnungs-/Austauschangebote mit 22 %, Bildungsangebote sowie Beratungs- und Hilfsangebote mit 17 % sowie die finanziellen Leistungen bzw. Unterstützung mit 10 %.

[18] Für die Betrachtung der Kenntnis über Unterstützungsangebote/-leistungen nach ausgewählten Merkmalen werden die Antworten in „gut“ (sehr/eher gut), „teils teils“ und „schlecht“ (eher/sehr schlecht) kategorisiert.

Abbildung 35: Inanspruchnahme von Unterstützungsleistungen/-angebote für Familien/Senioren

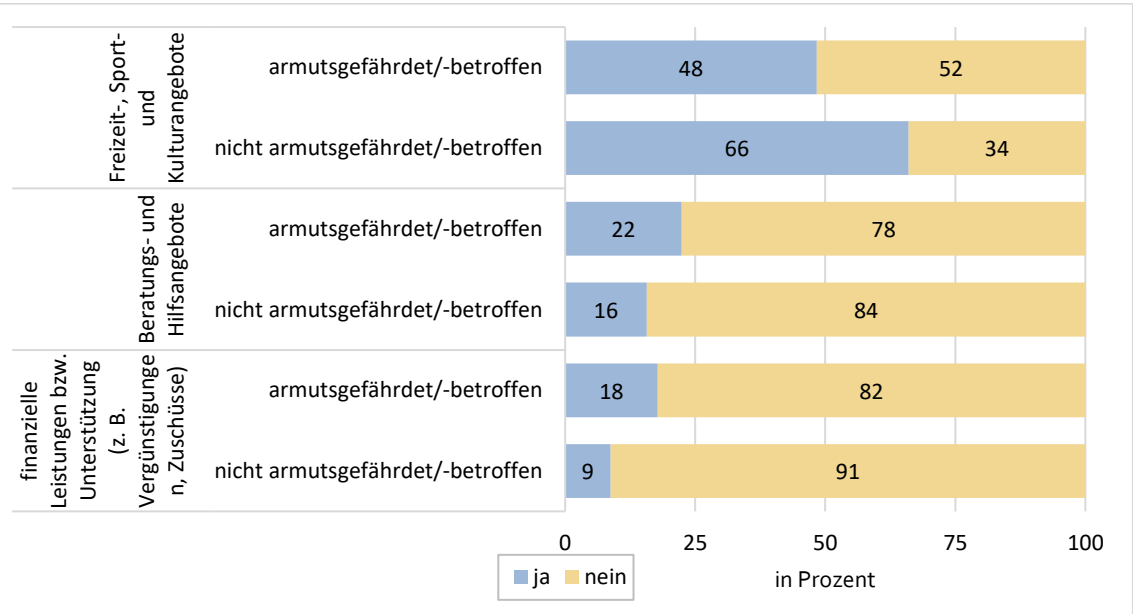


„Nehmen Sie folgende Angebote für Familien und/oder Senioren in Thüringen in Anspruch?“; n=2.572-2.580

Überraschend ist hingegen die Sachlage, dass sich Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt offenbar nicht aufgeklärter bezüglich der Angebote fühlen, obwohl sie mehr Beratungs- und Hilfsangebote (36 % vs. 17 %) sowie finanzielle Leistungen bzw. Unterstützungsangebote nutzen (24 % vs. 10 %). Ebenso verhält es sich bei Befragten mit Kindern im Haushalt. Diese fühlen sich im Vergleich mit der Gesamtheit nicht informierter bezüglich Freizeit-, Sport- und Kulturangeboten, nutzen diese jedoch häufiger.

Inwiefern sich das Nutzungsverhalten bezüglich der Angebote ändert, wenn Personen angeben, armutsgefährdet/-betroffen zu sein, zeigt sich in der nachfolgenden Grafik.

Abbildung 36: Nutzung von Angeboten nach Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Nehmen Sie folgende Angebote für Familien und/oder Senioren in Thüringen in Anspruch?“ (Auswahl); nach Armutsgefährdung/-betroffenheit; n=2.516-2.524

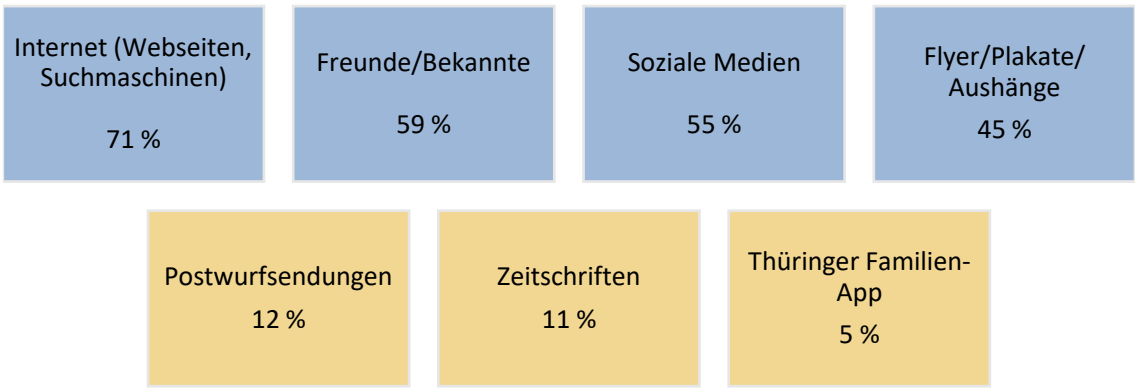
Bezüglich der Nutzung der Angebote sollte sich die Aufmerksamkeit außerdem auf die Besonderheit des Wohnorts richten. Finanzielle Leistungen/Unterstützungen werden ebenso wie Freizeit, Sport- und Kulturangebote häufiger von städtisch lebenden Befragten genutzt. Besonders häufig trifft dies auf jene in kreisfreien Städten zu. Bezüglich der Planungsregionen zeigen sich jedoch kaum wesentliche Unterschiede.

Des Weiteren nehmen getrennt erziehende Befragte häufiger Beratungs- und Hilfsangebote sowie finanzielle Leistungen bzw. Unterstützung an als gemeinsam Erziehende. Dieselbe Sachlage trifft auf Einpersonenhaushalte (über 60 Jahre) zu. Begegnungsangebote werden eher von Personen ab 65 Jahren und nicht Erwerbstätigen genutzt.

Informationswege zu Angeboten

Mehrfache Kreuze konnten bei der Frage gesetzt werden, wie man sich über die Angebote (wie diese im Kapitel beschriebenen) informiert. Die folgende Abbildung zeigt die am häufigsten und am seltensten gewählten Informationswege.

Abbildung 37: Informationsquellen für Angebote (Auswahl)



„Wie informieren Sie sich über Angebote dieser Art in Thüringen“; n=2.571; Mehrfachantworten möglich; Darstellung der häufigsten und seltensten Informationsquellen

Deutlich wird die Relevanz von Onlineangeboten (ob Internet allgemein oder Soziale Medien), welche offenbar nicht nur den jungen Generationen vorbehalten sind. Zwar nimmt die Nutzung zur Informationsgewinnung bei älteren Befragten ab, das Internet wird von den über 65-Jährigen mittlerweile jedoch zu 66 % und die Sozialen Medien zu 46 % für die Informationsgewinnung genutzt.[19] Natürlich liegt diese Altersgruppe bei der Nutzung von Tageszeitung, Radio und Fernsehen deutlich vorne. Entsprechendes gilt auch für die Gruppe der Befragten ab 60 Jahren bzw. mit Senior*innen im Haushalt.

Wo jemand wohnt – sowohl in Bezug auf die Wohnumgebung (städtisch/ländlich) als auch in Bezug auf die Planungsregion – ist nicht maßgeblich. Die Methoden zur

[19] Hier handelt es sich lediglich um die Strategien zur Informationsgewinnung zu Angeboten in Thüringen. Für die allgemeine Mediennutzung siehe Kapitel „Mediennutzung und Medienbildung“.

Informationsgewinnung sind hier recht ähnlich verteilt.[20] Was hingegen zu deutlichen Ergebnissen führt, ist die Differenzierung der Antworten nach Armutsgefährdung/-betroffenheit. Befragte in dieser Kategorie nutzen alle Informationswege seltener als die Vergleichsgruppe.

Wer noch weitere Informationskanäle ergänzen wollte, hatte hierzu die Möglichkeit in einem offenen Feld. Zumeist wurde hier noch auf die Arbeitsstelle als Ort der Informationsgewinnung verwiesen. Auch einzelne Vereine, Programme oder Initiativen wurden genannt.

Einschätzung der Thüringer Familien-App

Als einzelne Applikation lässt sich die Thüringer Familien-App in ihrer Tragweite nicht direkt mit dem Internet oder Freunden/Bekannten als Informationsbringer vergleichen (siehe Abbildung 37). Es besteht jedoch Anlass zu ergründen, wie die Thüringer*innen die Familien-App einschätzen und was für Verbesserungspotenzial diese zum Ausdruck bringen.

Betrachtet man die 5 % aller Befragten, die die Familien-App nutzen, als eine eigene Gruppe, wird deutlich, dass etwa zwei Drittel hiervon die Anwendung als sehr/eher hilfreich einschätzen. Die Frage, ob man Verbesserungsvorschläge für die Familien-App habe, wurde von etwa einem Drittel ebenjener Nutzer*innen mit „ja“ beantwortet. Die folgenden Aussagen bieten eine Auswahl über die offenen Antworten, welche als Vorschläge zur Verbesserung getätigt wurden.

[20] Eine Ausnahme besteht in der Mehrnutzung von Sozialen Medien durch Befragte aus Nordthüringen. Letztere geben ebenso wie Südwestthüringer*innen auch häufiger an, die Tageszeitungen zur Informationsgewinnung zu nutzen.

Abbildung 38: Verbesserungsvorschläge Familien-App (beispielhafte Auswahl)

Auch Angebote im ländlichen Raum anbieten
Übersichtlichkeit
Altersangaben für Kinderangebote
Aus Hinweisen von Bekannten: Hinweise zur Barrierefreiheit, Toiletten usw.
Das Einstellen von Angeboten ist eher schwierig
Eine bessere Suche. Man findet nichts, da man nicht wirklich filtern kann.
einfache Suche nicht möglich, App ist zu komplex
alle Angebote sollten enthalten sein, v.a. auch einmalige Veranstaltungen nicht nur 'Institutionen' (wie z.B. eine Schwimmhalle)
Es sind noch zu wenig Angebote online, obwohl diese bestehen. Ggf. müssten Träger/Anbieter konkret aufmerksam gemacht werden, um deren Angebote dort sichtbar zu machen.
leichteres Erstellen von Angeboten
mehr Werbung, viele kennen diese App nicht
Ohne Anmeldung funktioniert vieles nicht. Unverständliche Fehlermeldung bei Registrierungsversuch.
Push-Nachrichten zulassen bei neuen, relevanten Veranstaltungen in meiner Nähe

„Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Familien-App?“; n=40 (wenn Verbesserungsvorschläge für Familien-App vorhanden); beispielhafte Auswahl offener Nennungen

Da die überwiegende Mehrheit der Befragten die Thüringer Familien-App nicht zur Informationsgewinnung nutzt, wurde dieser Teil nach den Gründen für die Nichtnutzung gefragt. Es zeigt sich in erster Linie und mit deutlichem Abstand, dass die Familien-App den Personen zu 72 % unbekannt ist. Mit 14 % und 11 % antwortet ein Teil, dass er ungern Apps installiert und diese App nicht benötigt. Lediglich jeweils 5 % lehnen die App ab, weil sie dort keine neuen Angebote gefunden haben oder diese selbst nicht interessant finden. Hinsichtlich der Bekanntheit der Familien-App wird auch in den Interviews in Abschnitt 3.5 deutlich, dass diese noch eher wenigen Familien bekannt ist und Potential in der Bewerbung und Nutzung seitens der Angebotsanbietenden gesehen wird.

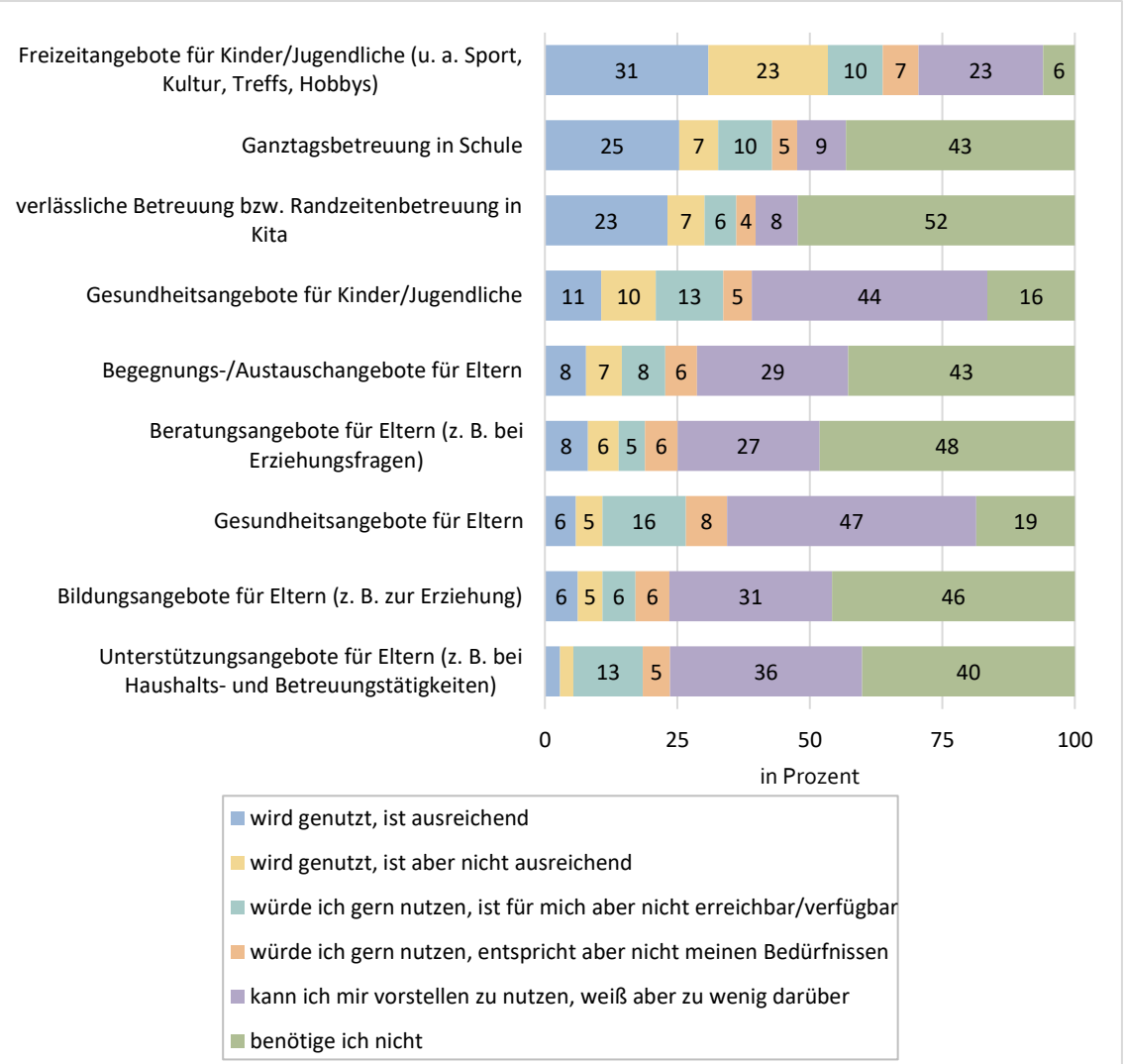
Betrachtet man die Gründe der Ablehnung der Familien-App nach den zu kreuzenden Gruppen, zeigen sich keine relevanten Unterschiede. Lediglich Befragten aus Haushalten mit Pflegebedarf scheint die App etwas häufiger bekannt zu sein. Je älter die Befragten außerdem sind, desto seltener installieren diese Apps im Allgemeinen.

Auch hier konnte ein offenes Feld befüllt werden, um weitere Gründe zum Ausdruck zu bringen. Die meisten drücken aus, dass sie sich noch nicht mit der Familien-App beschäftigt haben. Einige finden die Informationen nicht hilfreich, nutzen andere Wege oder benötigen die App einfach nicht.

2.6.2 Angebote für Familien mit Kindern

Die Ausführungen in diesem Unterkapitel betrachten alle Befragten mit Kindern im Haushalt.[21] Zentral ist die Frage, welche Angebote als hilfreich für die Bewältigung des Alltags als Familie mit Kindern eingeschätzt werden. Zu beachten gilt, dass bestimmte Aussagen in der nachfolgenden Abbildung (verlässliche Betreuung in Kita und Ganztagsbetreuung in Schule) nur für jene Personen relevant sind, die auch Kinder in diesem Alter haben. Da jedoch alle Befragte mit Kindern im Haushalt diese Frage beantworten konnten, fällt hier die Antwortoption „benötige ich nicht" relativ hoch aus.

Abbildung 39: Hilfreiche Angebote für Familien mit Kindern



„Welche Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags als Familie mit Kindern?"; n=1.069-1.086 (Befragte mit Kindern im Haushalt)

Die Grafik drückt aus, dass große Teile der Befragten den Angeboten gegenüber zu wenig wissen oder diese gar nicht benötigen. Während letzteres aufgrund der individuellen Lebenssituation zutreffen kann (z.B. keine Kinder im Kita-Alter), ist ersteres

[21] Dementsprechend bedeutet „Befragte" in diesem Unterkapitel Befragte mit Kindern.

durchaus mit dem Ausdruck verbunden, die Angebote nutzen zu wollen. Besonders häufig konstatieren die Befragten den Informationsmangel bezüglich Gesundheits- und Unterstützungsangeboten für Eltern sowie bezüglich Gesundheitsangeboten für Kinder/Jugendliche. Es zeigt sich außerdem, dass Freizeitangebote für Kinder/Jugendliche, Ganztagsbetreuung in der Schule und verlässliche Betreuung bzw. Randzeitenbetreuung in der Kita noch am häufigsten sowohl genutzt als auch als ausreichend eingeschätzt werden.

Für die folgende Darstellung der Ergebnisse unterteilt nach bestimmten Gruppen werden die Ausprägungen der Frage (Abbildung 39) in „Nutzung“, „potenzielle Nutzung“ und „nicht benötigt“ zusammengefasst. Beispielsweise nutzen 15 % Begegnungs-/Austauschangebote für Eltern und 53 % würden diese potenziell nutzen.

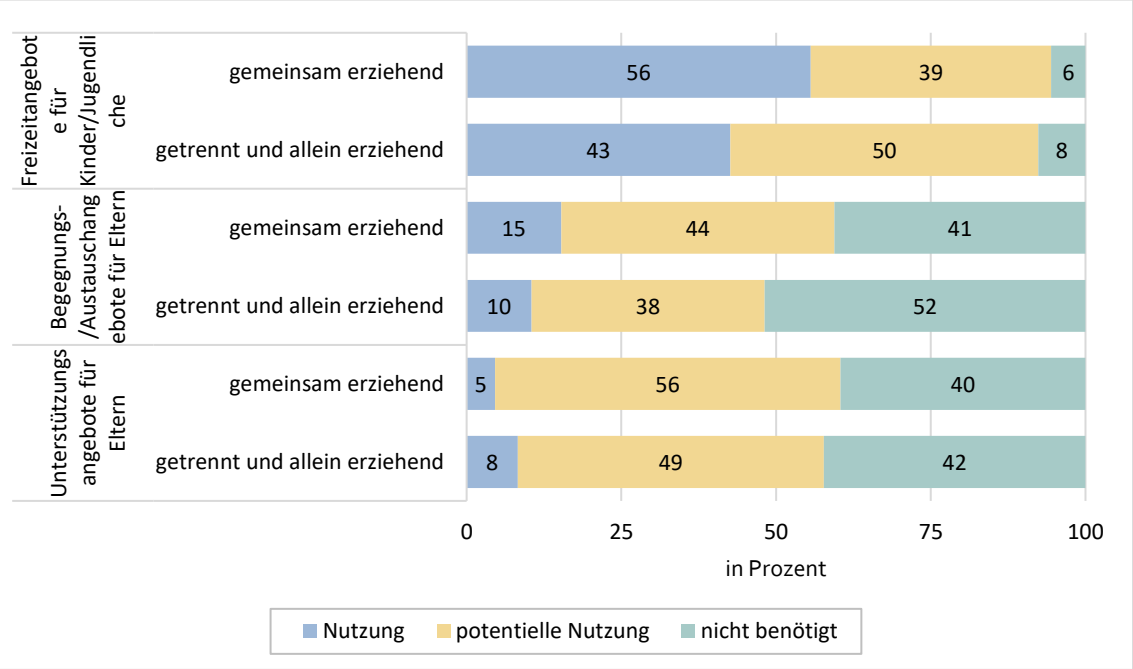
Bei genauerer Betrachtung des Antwortverhaltens von Armutsgefährdeten/-betroffenen zeigt sich, dass diese die Freizeitangebote für Kinder/Jugendliche zu 15 Prozentpunkten seltener nutzen als die Vergleichsgruppe. Auch die Ganztagsbetreuung in den Schulen und die Gesundheitsangebote für Kinder/Jugendliche werden seltener angenommen.

Auch antworten die Befragten anders, je nachdem in welcher Wohnumgebung sie leben. Nicht nur fällt die Nutzung von Freizeitangeboten für Kinder/Jugendliche sowie die Begegnungs-/Austauschangebote für Eltern bei Befragten aus ländlichen Gebieten geringer aus. Es zeigt sich auch, dass diese derartige Angebote gerne wahrnehmen würden, was aus unterschiedlichen Gründen nicht gelingt. Ganztagsbetreuung in der Schule wird vor allem von städtisch Lebenden in kreisfreien Städten genutzt. Es zeigt sich aber bei allen Befragten mit Kindern das Potenzial für eine verstärkte Nutzung eines solchen Angebots. Beratungsangebote für Eltern werden ebenso von jenen aus kreisfreien Städten (egal ob ländlich oder städtisches Wohnumfeld) häufiger nachgefragt.

Wer aus Nordthüringen geantwortet hat, sieht weniger Notwendigkeit für eine Ganztagsbetreuung in der Schule, nutzt aber am häufigsten eine verlässliche Betreuung bzw. Randzeitbetreuung in der Kita. Am meisten Potenzial für eine Nutzung von Gesundheitsangeboten für Kinder/Jugendliche und Begegnungsangeboten für Eltern zeigt sich bei den Südwestthüringer*innen. Diese haben bisher eine recht geringe Nutzungsquote und melden hier Interesse an.

In der nachfolgenden Grafik zeigen sich interessante Unterschiede zwischen den gemeinsam und getrennt Erziehenden. Besonderer Fokus sollte hier auf die potenzielle Nutzung der Angebote gelegt werden, welche je nach Zielgruppe unterschiedlich ausfällt:

Abbildung 40: Hilfreiche Angebote für Familien mit Kindern nach Erziehungssituation



„Welche Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags als Familie mit Kindern?“ (Auswahl); nach Erziehungssituation; n=1.061-1.078 (Befragte mit Kindern im Haushalt)

Zuletzt gilt es festzuhalten, dass das Nutzungspotenzial der Angebote von den Geschlechtern unterschiedlich eingeschätzt wird. So zeigt sich, dass weibliche Befragte in Bezug auf die meisten Angebote[22] häufiger eine potenzielle Nutzung verlautbaren.

Angebotswünsche für Eltern und Kinder/Jugendliche

Im Folgenden können die konkreten Wünsche bezogen auf die Angebotseinschätzung aus Abbildung 39 genauer betrachtet werden. Die Befragten konnten hier offene Vorschläge formulieren, sobald diese das entsprechende Angebot (z.B. Beratungsangebote für Eltern) als nicht ausreichend oder für potenziell nutzbar einschätzten. Die Vielzahl der offenen Nennungen kann hier nur zusammenfassend und anhand plakativer Beispiele dargestellt werden.

Beratungsangebote für Eltern: Befragte die hier Defizite oder Nutzungspotenziale sehen, wünschen sich in vielen Fällen Angebote zu allgemeinen und besonderen Erziehungsfragen, zum Umgang mit schwierigen Phasen bei Kindern und zu Konfliktlösungsstrategien. Weitere Themen beziehen sich auf Medienkompetenz, also auf Fragen des Umgangs mit sozialen Medien und speziell auf das Nutzungsverhalten der jungen Menschen in Bezug auf den digitalen Raum. Als weiterer Hauptaspekt lässt sich das Thema psychische Gesundheit identifizieren. Einige Beispiele der offen genannten Aussagen werden nachfolgend dargestellt.

[22] Mit Ausnahme von Ganztagsbetreuung in der Schule, verlässliche Betreuung in der Kita und Begegnungs-/Austauschangebote für Eltern.

Abbildung 41: Wünsche für Beratungsangebote für Eltern (beispielhafte Auswahl)

„Zu welchen konkreten Themen bzw. Aktivitäten wünschen Sie sich (mehr) der folgenden Angebote als Familie mit Kindern? – Beratungsangebote für Eltern“; n=125 (wenn Angebotstyp nicht ausreichend oder potenziell genutzt); beispielhafte Auswahl offener Nennungen

Bildungsangebote für Eltern: Ähnlich wie bei den Beratungsangeboten wünschen sich die Befragten in dieser Kategorie mehr Angebote zu Erziehung und Elternkompetenz. In der Kategorie der Bildungsangebote wird jedoch die Notwendigkeit von Angeboten zu Mediennutzung und Medienkompetenz am häufigsten verlautbart. Auch Aspekte der Entwicklung und Erhaltung psychischer Gesundheit junger Menschen sind erneut Thema. Einige Beispiele der gewünschten Bildungsangebote lauten:

- „Erziehung, Motivationsförderung“
- „Artgerechte Begleitung von Kindern, Umgang mit Problemphasen“
- „Entwicklungs- Verhaltensphasen Kinder“
- „Medienkompetenzvermittlung“
- „Umgang mit Medien/ Smartphone“
- „Wie lerne ich mit meinem Kind richtig“
- „Stressbewältigung“

Gesundheitsangebote für Eltern: Mit Gesundheitsangeboten verbinden die Befragten in zentraler Hinsicht Sport, Alltagsfitness und Stressbewältigung. Durch flexible und familienfreundliche Angebote (mit und ohne Kinder) wünschen sich die Thüringer*innen Abhilfe im Alltagsstress. Die Sport-, Rücken-, Yoga- und Entspannungskurse sollen zu passenden Zeiten und ohne finanzielle Belastung stattfinden. Auch Ernährung und psychische Gesundheit sind relevante Themen.

Abbildung 42: Wünsche für Gesundheitsangebote für Eltern (beispielhafte Auswahl)

„Zu welchen konkreten Themen bzw. Aktivitäten wünschen Sie sich (mehr) der folgenden Angebote als Familie mit Kindern? – Gesundheitsangebote für Eltern"; n=196 (wenn Angebotstyp nicht ausreichend oder potenziell genutzt); beispielhafte Auswahl offener Nennungen

Unterstützungsangebote für Eltern: Die Vorstellungen zur Unterstützung der Familie sind bei den Befragten sehr vielfältig. Die meisten Aussagen entfallen auf den Wunsch nach Haushaltshilfe, Betreuung der Kinder und Babysitting. Offenbar wünschen sich die Befragten generell mehr Zugang und Möglichkeiten, gute Betreuungsmöglichkeiten für ihren Nachwuchs zu finden. Auch Hilfen in Sondersituationen wie Krankheit und Ferienzeiten werden angesprochen. Einige Beispielnennungen können nachfolgend dargestellt werden:

- „Babysitter wären schön. Ich hatte seit einem Jahr keine Stunde alleine mit meinem Mann."
- „Beratungsmöglichkeiten in schwierigen Lebenssituationen"
- „Betreuung für Kinder außerhalb Kita-Zeiten"
- „Entlastung bei Pflege; ÖPNV"
- „Haushaltshilfe (wird von den KK kaum noch bewilligt)"
- „Hilfe im Krankheitsfall eines Elternteils"
- „Unkomplizierte Beratung und Info, was überhaupt möglich ist"

Freizeitangebote für Kinder/Jugendliche: Der Fokuswechsel auf die Bedürfnisse von Kindern und Jugendlichen führte zu einer sehr stark genutzten Darstellung der Wünsche, sodass 240 Antworten für notwendige Freizeitangebote zusammengefasst werden können.

Die meisten Angebotswünsche beziehen sich auf den sportlichen Bereich. Hier werden Aussagen zum Breitensport aber auch Bedürfnisse nach speziellen Sportarten angesprochen. Teilweise wird betont, dass es sich nicht um wettkampforientierte Angebote handeln, sondern der Spaß im Vordergrund stehen soll. Die generelle Auswahl - insbesondere für jüngere Kinder - wird häufig kritisiert. Hieran anschließend entfallen jede Menge Wünsche auf den Bereich der Freizeit- und Spielplätze. Hier werden vor allem familienfreundliche Parks und Grünanlagen gefordert, sowie Indoor-Freizeitmöglichkeiten. Auch sind es kreative und kulturelle Angebote (Musik, Theater, Kunst), die die Befragten sich für die jungen Menschen wünschen. Als weitere Kategorien lassen sich Jugendarbeit/Jugendtreffpunkte, Ferienfreizeiten sowie Schul- und Bildungsangebote identifizieren.

Es lassen sich auch einige Querschnittsthemen identifizieren, welche häufig in Bezug auf die oben genannten Angebotswünsche ausgedrückt werden. Dies sind Aspekte wie die Erreichbarkeit, die Kosten und Zugänglichkeiten der Angebote. Auch Inklusion im Sport- und Freizeitbereich ist Thema. Zudem werden für viele der genannten Angebotsarten besondere Bedürfnisse bestimmter Altersgruppen artikuliert.

Die folgende Grafik gibt lediglich einen kleinen Einblick in die Vielfalt der Wünsche:

Abbildung 43: Wünsche für Freizeitangebote für Kinder/Jugendliche (beispielhafte Auswahl)

„Zu welchen konkreten Themen bzw. Aktivitäten wünschen Sie sich (mehr) der folgenden Angebote als Familie mit Kindern? – Freizeitangebote für Kinder/Jugendliche“; n=240 (wenn Angebotstyp nicht ausreichend oder potenziell genutzt); beispielhafte Auswahl offener Nennungen

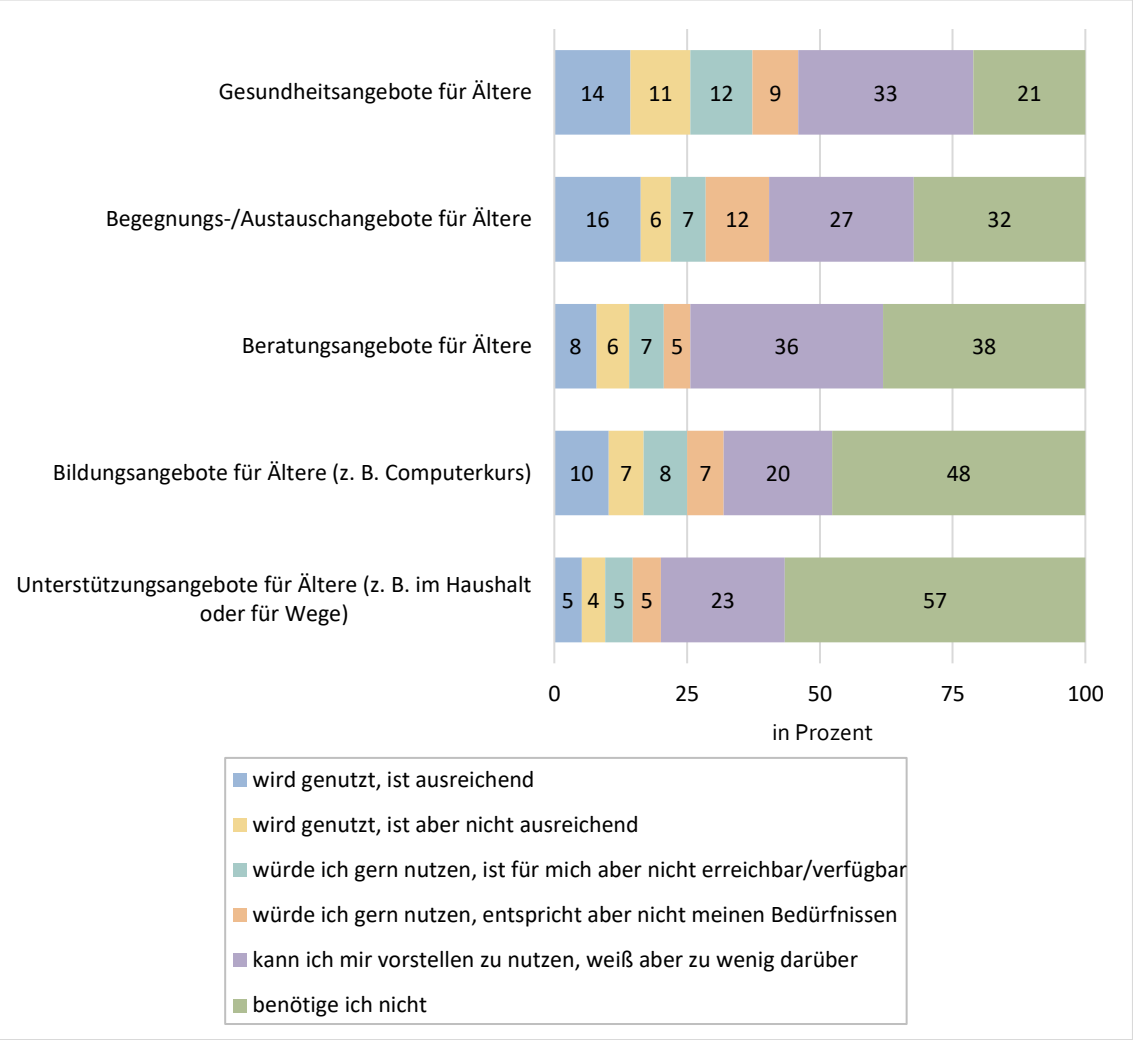
Gesundheitsangebote für Kinder/Jugendliche: Für ihren Nachwuchs wünschen sich die Befragten sehr häufig Angebote zu gesunder Ernährung. Natürlich werden im Zuge der Gesundheitsangebote auch eine Vielzahl von Sportmöglichkeiten erwähnt, die die Bewegung im Alltag der jungen Menschen erhöhen sollen. Hierbei wird auch auf die Notwendigkeit der Altersgerechtigkeit und auf Gruppen mit besonderen Bedarfen hingewiesen. Auch für die Kinder und Jugendlichen wünschen sich die Eltern Angebote für die mentale Gesundheit und Stressbewältigung. Eine Auswahl der offenen Aussagen zeigt die Bedürfnisse schlaglichtartig:

- „Bewegungsangebote und gesunde Ernährungsangebote."
- „Ernährung spielerisch darstellen, Kochkurse"
- „für behinderte/autistische Menschen wird nichts derartiges angeboten"
- „Kursangebote speziell für Kleinkinder"
- „Psychische Unterstützungsmöglichkeiten für Kinder"
- „Sportkurse, Lernstrategien und Umgang mit Schulstress"

2.6.3 Angebote für Senior*innen

Wer unter den befragten Personen über 60 Jahre alt ist, wurde danach gefragt, welche Angebote für die Bewältigung des Alltags als ältere Person für hilfreich eingeschätzt werden. Im Folgenden findet sich eine Grafik, welche hierüber einen differenzierten Überblick gibt.

Abbildung 44: Hilfreiche Angebote für Personen ab 60 Jahren



„Welche Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags als ältere Person ab 60 Jahren?“; n=698-712 (Befragte ab 60 Jahren)

Wie sich zeigt, werden Gesundheits- sowie Begegnungs-/Austauschangebote für Ältere am häufigsten genutzt. Erstere werden jedoch auch oft als nicht ausreichend betrachtet und bieten gemeinsam mit den Beratungsangeboten viel Potenzial zu Aufklärung über die Angebote („kann ich mir vorstellen zu nutzen, weiß aber zu wenig darüber“). Die ersten drei Angebotsformen haben generell am meisten Potenzial zur Nutzung, welche laut den Befragten wegen unterschiedlicher Gründe bisher nicht stattfindet. Eine eher niedrige Notwendigkeit („benötige ich nicht“) wird von den Senior*innen bezüglich Bildungsangeboten und Unterstützungsangeboten ausgedrückt.

Diese Verhältnisse ändern sich unter Betrachtung spezifischer Gruppen.[23] So zeigt sich, dass armutsgefährdete/-betroffene Senior*innen seltener Gesundheitsangebote für Ältere wahrnehmen aber gleichzeitig angeben, dass sie diese potenziell nutzen würden. Für die anderen Angebote fällt die Nutzung ähnlich aus, jedoch zeigt sich hier ebenfalls,

[23] Hierfür werden die Ausprägungen aus der vorherigen Grafik zusammengefasst, sodass sich „Nutzung“, „potenzielle Nutzung“ und „nicht benötigt“ ergibt.

dass die Armutsgefährdeten/-betroffenen mehr Potenzial zur Nutzung der Angebote sehen. Während sich nur geringe Unterschiede bei städtisch und ländlich Lebenden zeigen, ist die Betrachtung der Planungsregionen deutlich aufschlussreicher. Insbesondere die Gesundheits-, Begegnungs- und Beratungsangebote für Ältere werden von den Nordthüringer*innen am häufigsten genutzt. Südwestthüringer*innen nehmen ebenfalls häufig Gesundheitsangebote in Anspruch, sehen im Vergleich jedoch sehr häufig Potenzial zur Nutzung bei Begegnungs-, Beratungs- und Bildungsangeboten. Befragte anderer Planungsregionen geben diesbezüglich häufiger „benötige ich nicht“ an.

Eine recht eindeutige Tendenz zeigt sich bei Betrachtung der Haushaltsgröße. Wer allein als Senior*in in einem Haushalt lebt, nutzt jedes der Angebote häufiger (Ausnahme: Nutzung von Gesundheitsangeboten) und sieht außerdem mehr Potenzial zur Nutzung, wenn dies noch nicht stattfindet. Auch wer sich selten/nie gesund fühlt, würde derartige Angebote häufiger gerne nutzen. Zuletzt zeigt sich bei Betrachtung des Geschlechts, dass weibliche Befragte ab 60 Jahren die Angebote häufiger potenziell nutzen würden, während männliche Befragte Begegnungs- sowie Beratungsangebote für Ältere tatsächlich häufiger nutzen.

*Angebotswünsche für Senior*innen*

Die Möglichkeit zur offenen Benennung von Angebotswünschen hatten jene Befragte ab 60 Jahren, die in Abbildung 44 bezüglich eines Angebotsformats ausdrückten, dass dieses trotz Nutzung nicht ausreichend ist oder potenziell genutzt werden würde.

Gesundheitsangebote für Ältere: Die größten Bedürfnisse der Senior*innen liegen eindeutig in den Bereichen Bewegung und Sport. Hier werden jede Menge konkrete Wünsche geäußert. Es folgen einige Aufzählungen zur ärztlichen und medizinischen Versorgung (Zugang, Betreuung etc.). Auch die Themen Vorsorge/Prävention sowie Rehabilitation werden mehrfach aktiv angesprochen. In der folgenden Grafik werden einige Nennungen visualisiert.

Abbildung 45: Wünsche für Gesundheitsangebote für Ältere (beispielhafte Auswahl)

„Zu welchen konkreten Themen bzw. Aktivitäten wünschen Sie sich (mehr) der folgenden Angebote als ältere Person ab 60 Jahren? – Gesundheitsangebote für Ältere“; n=153 (Befragte ab 60 Jahren; wenn Angebotstyp nicht ausreichend oder potenziell genutzt); beispielhafte Auswahl offener Nennungen

Beratungsangebote für Ältere: Für Beratungsangebote beziehen sich die Senior*innen am häufigsten auf finanzielle und rechtliche Aspekte. Es geht im Zuge dessen um Renten- und Steuerberatung und auch um finanzielle Sicherheit, die gewährleistet werden soll. Weitere Themen sind im Bereich der Pflege zu sehen (Behindertengrade, Pflegestufen etc.) und auch auf den Lebensbereich der Digitalisierung entfallen einige Nennungen (Umgang mit Handy, Internet, Computer).

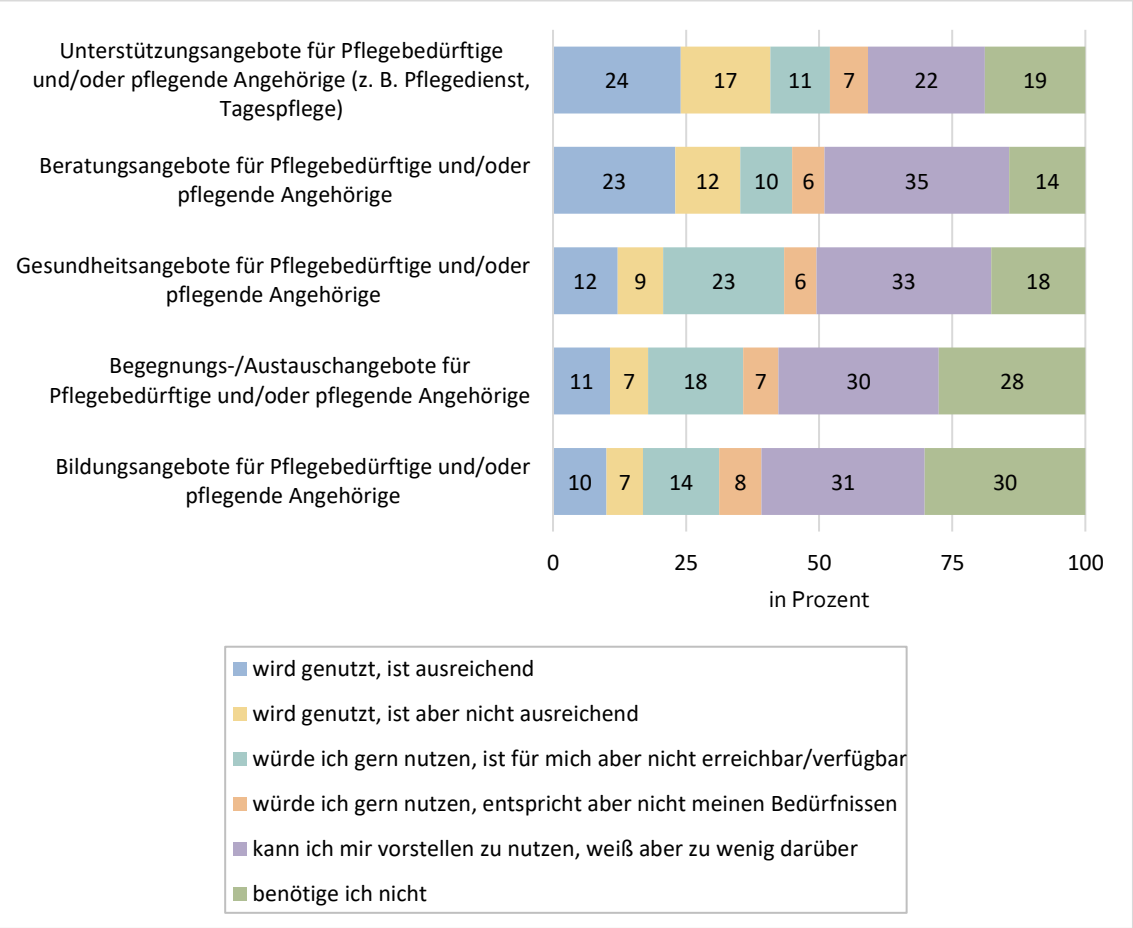
Bildungsangebote für Ältere: Viele Senior*innen wünschen sich Bildungsangebote zur Nutzung von Computern, Sozialen Medien und Künstlicher Intelligenz. Eine weitere Häufung findet sich bei den Wünschen nach Fremdsprachenangeboten. Einzelne Nennungen sprechen weitere Kultur- und Bildungsangebote, geistige Fitness und Aspekte wie das Reisen an.

Unterstützungsangebote für Ältere: Nicht wenige Aussagen beziehen sich auf die Notwendigkeit, Pflege- und Hilfsangebote für Ältere zu vereinfachen bzw. überhaupt zur Verfügung zu stellen. Die Bedürfnisse beziehen sich hier auch auf Mobilität und Hilfe bei Haushalt und Grundstück. Auch die Erreichbarkeit von Arztpraxen, Nachbarschaftshilfen und Begegnungsangeboten gegen Einsamkeit kommen zur Sprache.

2.6.4 Angebote für Familien mit Pflegebedarf

Leben die Befragten in Familien mit mindestens einer hilfebedürftigen Person oder sind selbst pflegebedürftig, melden sie auf die Frage nach speziell für den Aspekt des Pflegebedarfs erfassten Angeboten differenzierte Rückmeldungen. Die nachfolgende Abbildung zeigt, wie unterschiedlich die Nutzung der Angebotsformen ausfällt.

Abbildung 46: Nutzung von Angeboten für Pflegebedürftige und/oder pflegende Angehörige



„Welche Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags als Familie mit Personen mit Pflegebedarf im Haushalt?"; n=189-198 (Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt)

Beratungs- sowie Unterstützungsangebote für Pflegebedürftige und/oder pflegende Angehörige werden mit einem jeweiligen Anteil von etwa einem Viertel der Befragten am häufigsten genutzt und als ausreichend eingeschätzt. Hinzu kommen bei Beratungsangeboten 12 % der Befragten, welche die Angebote nutzen, jedoch nicht als ausreichend bewerten. Dies trifft bei Unterstützungsangeboten für 17 % der Befragten zu.

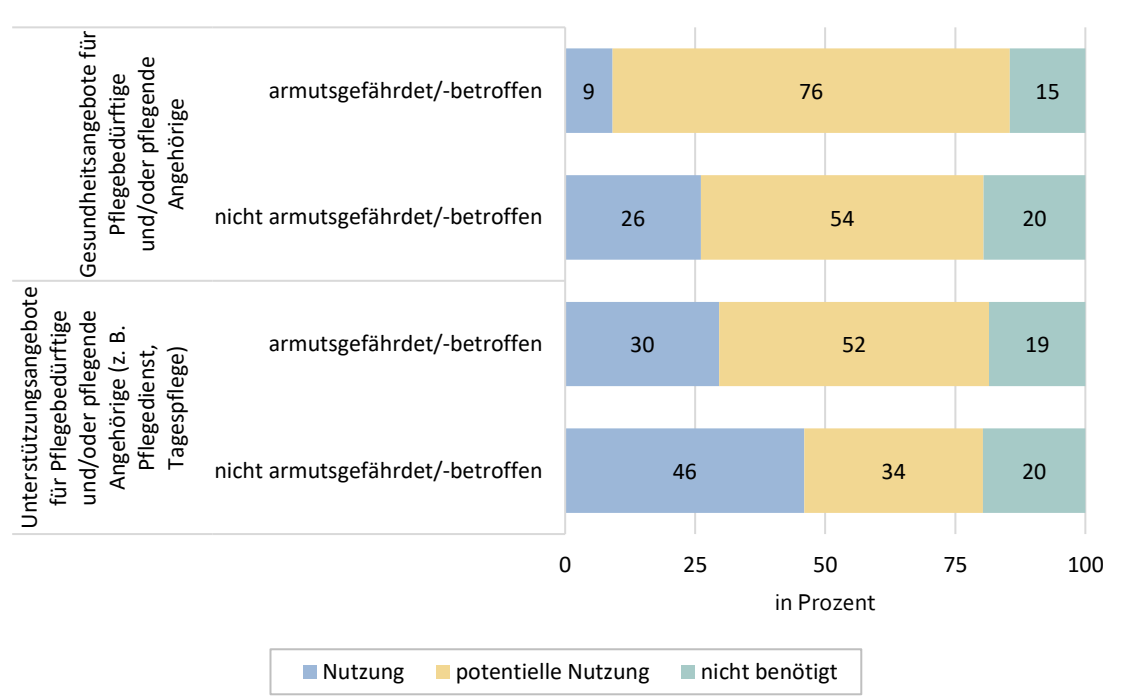
Für alle Angebotsformen zum Thema Pflegebedarf, mit Ausnahme von Unterstützungsangeboten, liegen die Anteile derer, die sich die Nutzung vorstellen können, aber zu wenig darüber wissen, bei mehr als 30 %. Bei Gesundheitsangeboten zeigt sich mit 23 % der größte Anteil derer, die derartige Angebote gern nutzen würden, aber durch fehlende Erreichbarkeit oder Verfügbarkeit nicht nutzen können. Fasst man

die Kategorien „würde ich gern nutzen, ist für mich aber nicht erreichbar/verfügbar“, „würde ich gern nutzen, entspricht aber nicht meinen Bedürfnissen“ und „kann ich mir vorstellen zu nutzen, weiß aber zu wenig darüber“ zusammen, zeigt sich für alle Angebotsformen außer Unterstützungsangebote für mehr als die Hälfte der Befragten eine potenzielle Nutzung der Angebote. Am wenigsten benötigt werden Bildungs- sowie Begegnungs-/Austauschangebote von Befragten mit Pflegebedarf im eigenen oder familiären Kontext.

Unterschiede in der Nutzung von Angeboten bei Pflegebedarf

Der Blick auf die Nutzung der Angebotsformen für Befragte mit und ohne Armutsgefährdung/-betroffenheit zeigt, dass fast alle Angebote bei Pflegebedarf jeweils von Armutsgefährdeten/-betroffenen weniger genutzt werden als von jenen, die nicht von Armut betroffen oder gefährdet sind. Besonders deutlich fallen die Unterschiede im Nutzungsverhalten bei Gesundheits- und Unterstützungsangeboten aus.

Abbildung 47: Nutzung von Angeboten für Pflegebedürftige und/oder pflegende Angehörige nach Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Welche Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags als Familie mit Personen mit Pflegebedarf im Haushalt?“ (Auswahl); n=191-193 (Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt)

Für Gesundheitsangebote melden etwa drei Viertel der Armutsgefährdeten/-betroffenen zurück, diese Angebote gern nutzen zu wollen und auch für Unterstützungsangebote trifft dies für mehr als die Hälfte der Armutsgefährdeten/-betroffenen zu. Dieses Ergebnis bestätigt sich ebenfalls, wenn die Befragten nach der eigenen Einschätzung des finanziellen Zurechtkommens unterschieden werden. Wer rückmeldet, mit seinem Einkommen gut zurechtzukommen, zeigt höhere Nutzungswerte als diejenigen, die angeben, finanziell

schlecht zurechtzukommen (Gesundheitsangebote: 25 % vs. 13 %, Unterstützungsangebote: 49 % vs. 26 %).

In Unterscheidung der Befragten nach ihrer Wohnumgebung wird bei Beratungsangeboten deutlich, dass diese von eher städtisch Lebenden mehr genutzt werden als von Befragten, die eher ländlich leben (44 % vs. 29 %). Dabei fällt die potenzielle Nutzung mit 56 % für diejenigen Befragten am höchsten aus, welche in einem Landkreis leben und zudem die eigene Wohnumgebung als ländlich einschätzen.

Auch bezüglich der Verortung der Befragten nach Planungsregionen sind Unterschiede in der Angebotsnutzung zum Thema Pflegebedarf festzuhalten. Sowohl Begegnungs-/Austauschangebote als auch Gesundheitsangebote werden im Vergleich der vier Planungsregionen von Befragten aus Nordthüringen am häufigsten genutzt, während Befragte aus Südwestthüringen diese am wenigsten nutzen (Begegnungs-/Austauschangebote: 26 % vs. 6 %, Gesundheitsangebote: 33 % vs. 11 %).

Anzumerken ist bei der Angebotsnutzung zudem, dass Befragte aus Haushalten mit drei oder mehr Generationen häufiger Beratungsangebote nutzen als Befragte, in denen nicht drei Generationen zusammenleben (47 % vs. 32 %). Weiterhin werden Unterstützungsangebote sehr viel häufiger von nicht erwerbstätigen Befragten genutzt als von Erwerbstätigen (51 % vs. 32 %).

Angebotswünsche bei Pflegebedarf

Mittels offener Fragen wurden die Befragten gebeten, die Wünsche nach Angeboten zu spezifizieren. Dies wurde jenen ermöglicht, die Angebote zum Thema Pflegebedarf gern nutzen würden, aber diese aufgrund von Erreichbarkeit/Verfügbarkeit, anderen Bedürfnissen oder zu wenig Wissen darüber bisher nicht nutzen. Insgesamt haben hierzu 55 Befragte etwas angegeben und diese Antworten lassen sich wie folgt zusammenfassen:

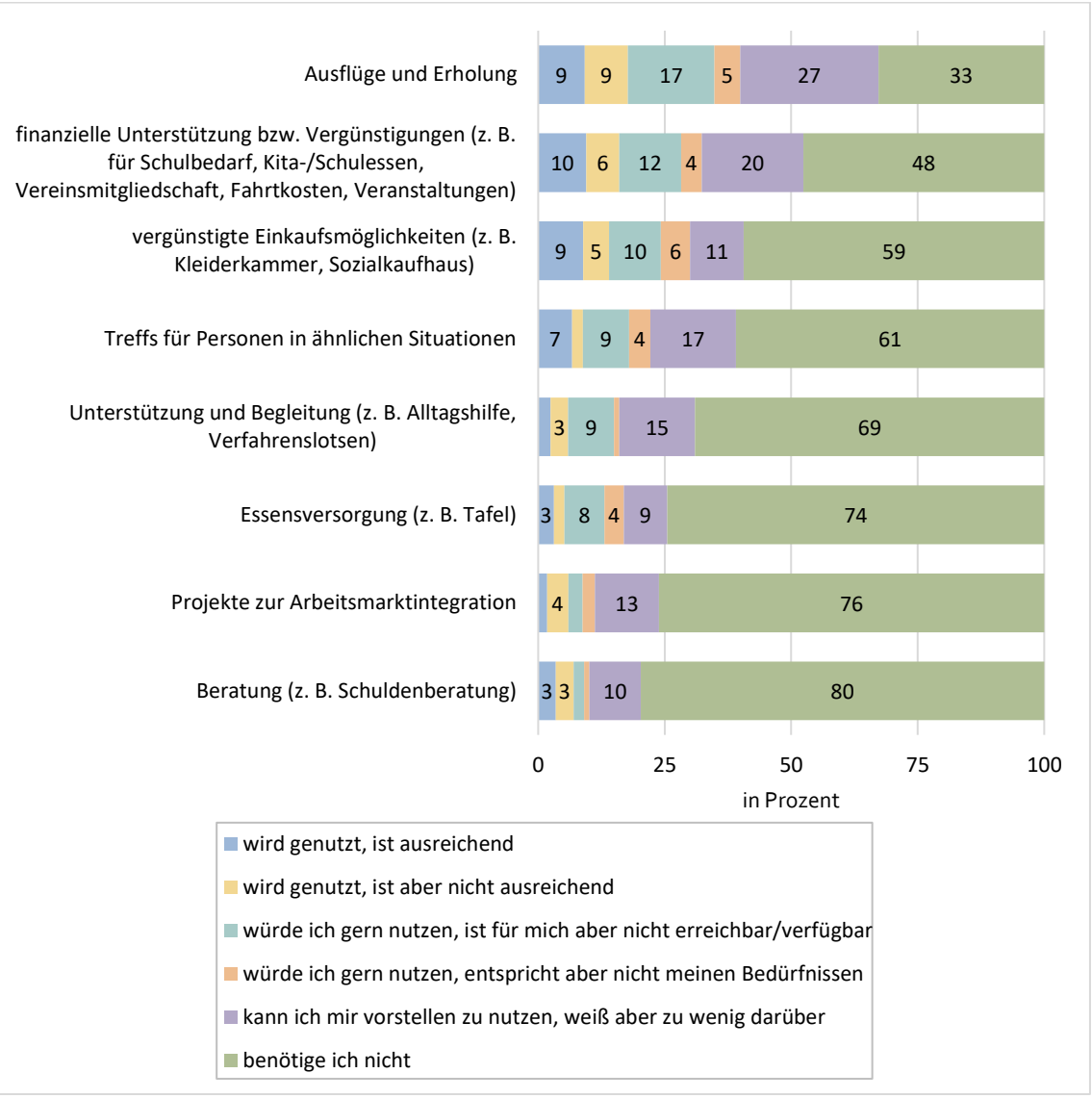
- themenspezifische Beratungen (z.B. Umgang mit Demenz, Alzheimer, Autismus)
- Angebote für Erfahrungsaustausch
- Angebote für pflegebedürftige Kinder
- Angebote für Angehörige (z.B. Auszeiten/Kur für pflegende Angehörige, Schutz der eigenen mentalen Gesundheit)
- Haushalthilfen/haushaltsnahe Dienstleistungen
- Fahrdienste
- finanzielle Hilfen
- Rehasport
- mehr Tagespflege/Pflegedienste und mobile Pflegeangebote
- bessere Informationsmöglichkeiten und klare Ansprechpersonen
- weniger komplizierte Bürokratie

2.6.5 Angebote für Menschen mit wenig Einkommen

Befragte, die von Armut betroffen oder gefährdet sind, wurden gebeten Rückmeldung zur Nutzung von Angeboten zu geben, die sich speziell an Menschen mit wenig finanziellen Mitteln richten. Zudem wurden sie gefragt, wie sie Aussagen in Bezug auf die Bereitstellung derartiger Angebote und Vergünstigungen für Armutsgefährdete/-betroffene einschätzen.

Die Angebotsformen „Ausflüge und Erholung“, „finanzielle Unterstützungen“ und „vergünstigte Einkaufsmöglichkeiten“ werden von Armutsgefährdeten/-betroffenen befragten am häufigsten genutzt. Der Anteil derer, die diese Angebote nutzen, unabhängig davon, ob diese Nutzung ausreichend oder unzureichend ist, liegen bei 14 % bis 18 %.

Abbildung 48: Nutzung von Angeboten für Menschen mit wenig Einkommen



„Nehmen Sie (als Familie) Angebote wahr, die sich besonders an Menschen richten, die wenig Geld haben? Wenn ja, welche Art von Angeboten sind das?“; n=284-294 (Befragte, die von Armut gefährdet oder betroffen sind)

Auch geben bei diesen drei genannten Angeboten mit 16 % bis 22 % die Befragten am häufigsten an, diese nutzen zu wollen, wenn sie erreichbar/verfügbar wären beziehungsweise den Bedürfnissen entsprechen würden. Ebenfalls ist es für Ausflüge und Erholungsangebote sowie finanzielle Vergünstigungen für jede*n vierten bis fünften von Armut Gefährdeten/Betroffenen zutreffend, dass sie sich die Nutzung vorstellen können, jedoch zu wenig darüber wissen. Im Rahmen der Expert*inneninterviews (siehe Abschnitt 3.3) wurde ebenso zum Ausdruck gebracht, welche Hemmnisse für Armutsgefährdete/-betroffene im Hinblick auf die Nutzung von Beratungs- und Unterstützungsangeboten bestehen.

Bei der Betrachtung der Nutzung der Angebote zeigt sich insgesamt, dass häufig eine Mehrzahl der armutsgefährdeten/-betroffenen Befragten angibt, die erfassten Angebote nicht zu benötigen. Mit Ausnahme von Angeboten für Ausflüge und Erholung sowie finanziellen Unterstützungen, die nur etwa ein Drittel beziehungsweise etwa die Hälfte der Befragten nicht benötigen.

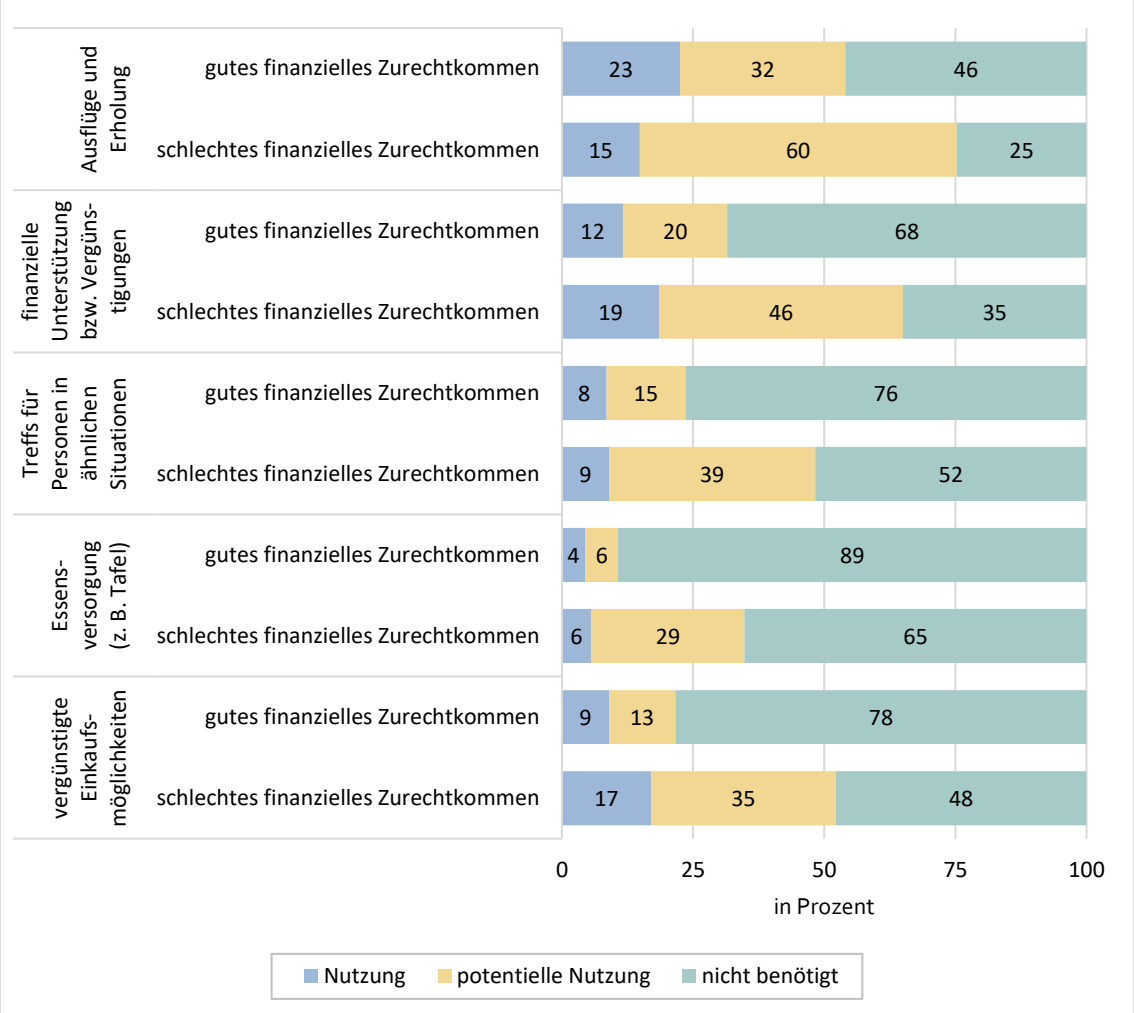
Unterschiede in der Nutzung von Angeboten für Menschen mit wenig Einkommen

In Unterscheidung nach Befragtentyp (nach Kindern im Haushalt, Alter bzw. Senior*innen im Haushalt sowie Pflegebedarf) zu allen Befragten sind es vor allem bei finanziellen Unterstützungsmöglichkeiten Befragte mit Kindern im Haushalt, die dies am häufigsten bereits nutzen.[24] Mit 28 % gibt ein deutlich geringer Teil von ihnen an, derartige Angebote nicht zu benötigen im Vergleich zu allen Befragten.

Alle Angebote würden die Armutsgefährdeten/-betroffenen bei besserer Erreichbarkeit oder Verfügbarkeit sowie mehr Wissen darüber häufiger nutzen, wenn sie zudem selbst einschätzen, mit ihren finanziellen Mitteln schlecht zurechtzukommen. Diese Unterschiede in der potenziellen Nutzung fallen für fünf der Angebotsarten mit mehr als 20 Prozentpunkten Differenz sehr hoch aus, wie nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

[24] Die sechs Antwortoptionen aus der vorhergehenden Grafik lassen sich für die Betrachtung nach bestimmten Merkmalen in „Nutzung“, „potentielle Nutzung“ und „nicht benötigt“ zusammenfassen.

Abbildung 49: Nutzung von Angeboten besonders für Menschen mit wenig Einkommen nach finanziellem Zurechtkommen



„Nehmen Sie (als Familie) Angebote wahr, die sich besonders an Menschen richten, die wenig Geld haben? Wenn ja, welche Art von Angeboten sind das?“ (Auswahl); n=284-294 (Befragte, die von Armut gefährdet oder betroffen sind)

Für Angebote der finanziellen Unterstützung beziehungsweise Vergünstigungen lässt sich festhalten, dass diese von eher städtisch Lebenden doppelt so häufig genutzt werden wie von eher ländlich lebenden Befragten (22 % zu 11 %). Die potenzielle Nutzung hingegen ist für beide Vergleichsgruppen mit etwas mehr als einem Drittel gleich hoch.

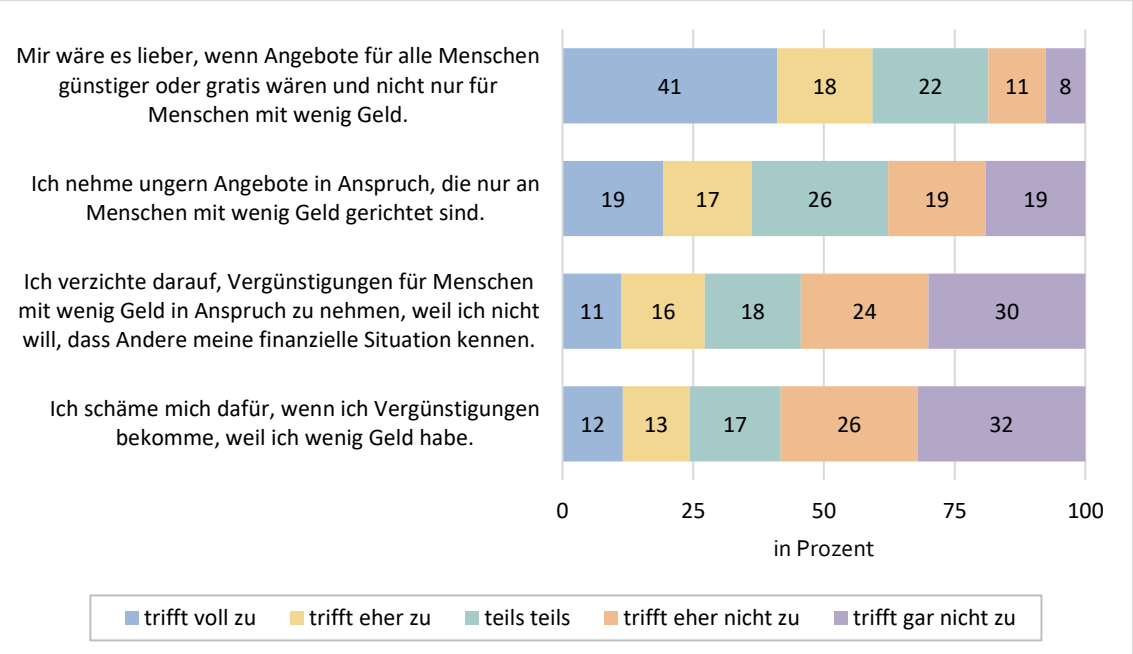
Werden die Planungsräume in Thüringen betrachtet, ist der Anteil der Befragten mit potenzieller Nutzung für Südwestthüringer*innen für fast alle Angebote am höchsten. Mit 71 % würden diese Befragten mit Abstand am meisten Ausflüge und Erholungsangebote nutzen wollen, gefolgt von Treffs für Personen in ähnlichen Situationen (47 %).

Einschätzung von Aussagen zu Angeboten bei Armutsgefährdung/-betroffenheit.

Von allen armutsgefährdeten/-betroffenen Befragten stimmen 59 % voll oder eher zu, dass es ihnen lieber wäre, wenn Angebote für alle günstiger wären und nicht nur für

Menschen mit wenig Geld. Für mehr als ein Drittel ist es voll oder eher zutreffend, Angebote nur ungern zu nutzen, wenn sie sich nur an Menschen mit geringen finanziellen Mitteln richten. Für mehr als ein Viertel der Armutsgefährdeten/-betroffenen trifft es (eher) zu, dass sie auf speziell für sie vorhandene Vergünstigen verzichten, um die eigene finanzielle Situation anderen gegenüber nicht offenlegen zu müssen. Ähnlich häufig trifft dies auf die Aussage zu, sich dafür zu schämen, wenn Befragte Vergünstigungen erhalten, weil sie wenig Geld zur Verfügung haben. Dieser Aspekt wird auch in den Interviews als Hürde für die Angebotsnutzung thematisiert (siehe Abschnitt 3.3).

Abbildung 50: Einschätzung von Aussagen zu Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Welche der folgenden Aussagen treffen zu?“; n=321-329 (Befragte, die von Armut gefährdet oder betroffen sind)

In Unterscheidung der befragten Armutsgefährdeten/-betroffenen nach Befragtentyp (nach Kindern im Haushalt, Alter bzw. Senior*innen im Haushalt sowie Pflegebedarf) zeigen sich keine bedeutenden Unterschiede zu allen Befragten in den Einschätzungen der Aussagen.

Der Verzicht auf Vergünstigungen, um die eigenen Finanzmittel nicht offenlegen zu müssen oder aus Gründen der Scham darüber, verschärfen sich, wenn armutsgefährdete/-betroffene Befragte mit ihren finanziellen Möglichkeiten nur schlecht zurechtkommen.

Mit Bezug zum Planungsraum zeigt sich, dass fast die Hälfte der armutsgefährdeten/-betroffenen Mittelthüringer*innen voll/eher zustimmt, ungern Angebote nutzen, die sich nur an Menschen mit wenig Geld richten. Sie geben auch häufiger an, sich zu schämen, wenn sie Vergünstigungen bekommen. Südwestthüringer*innen verzichten hingegen etwas häufiger auf Vergünstigungen, damit andere nicht ihre finanzielle Situation kennen.

Für die Betrachtung von eher städtisch lebenden im Vergleich zu eher ländlich Lebenden sind keine relevanten Unterschiede vorhanden.

2.6.6 Angebote unabhängig von der Familiensituation

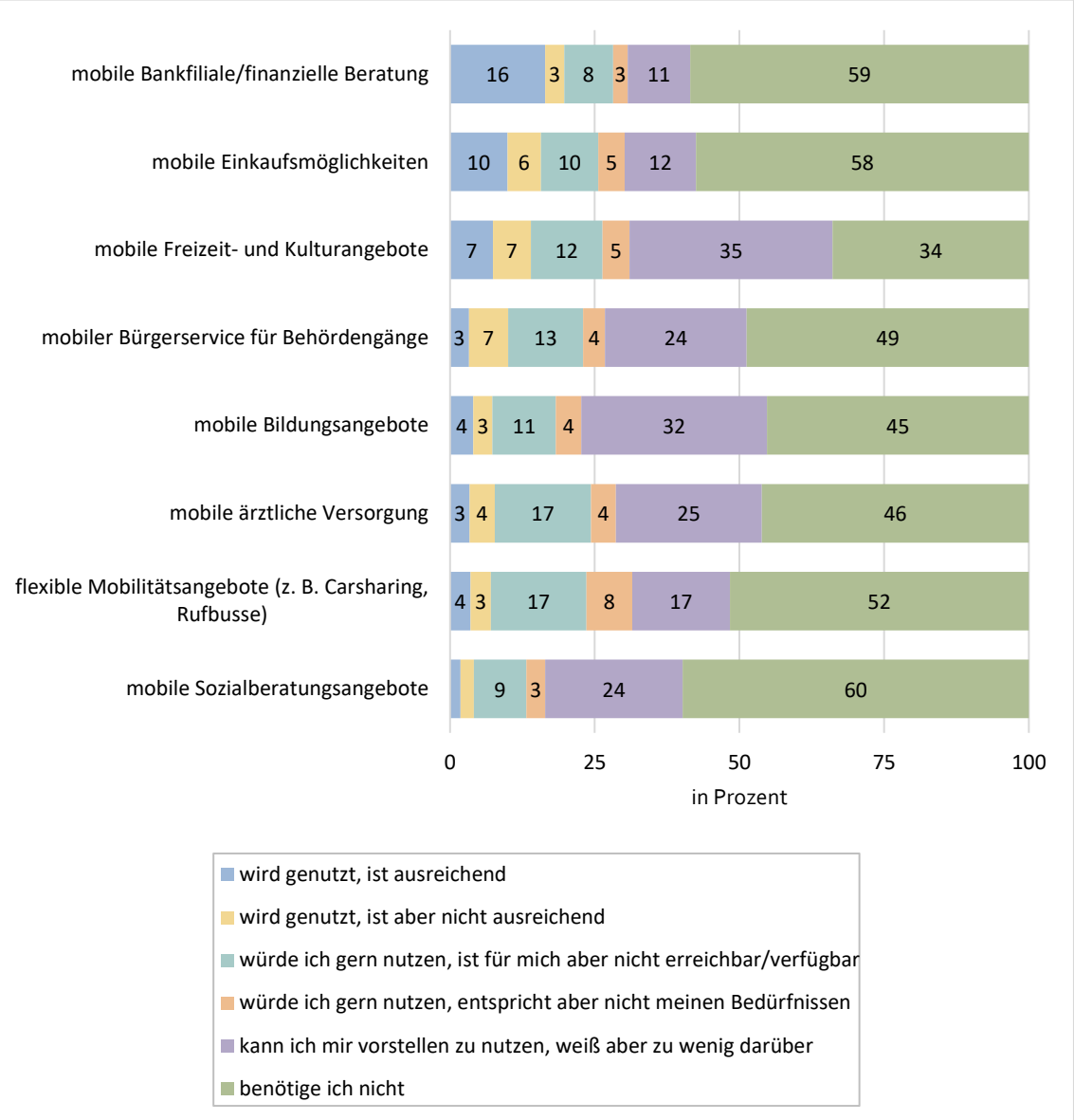
Nachdem in den vorherigen Abschnitten (2.6.2 bis 2.6.5) der Fokus auf die Angebotsnutzung einer jeweiligen Teilgruppe der Befragten je nach Lebenssituation erfolgte, werden in diesem Abschnitt wieder alle Befragten betrachtet. Hierbei geht es zum einen um die Nutzung von mobilen Angeboten und zum anderen um die Thematik von Medienbildungsangeboten. Zudem wird die Frage nach weiteren Angeboten und Strukturen, die für die Befragten hilfreich im Alltag wären, beleuchtet.

Mobile Angebote

Für die Nutzung von mobilen Angeboten[25] zeigt die folgende Grafik die Unterschiede zwischen den verschiedenen Angeboten für alle Befragten.

[25] Unter mobilen Angeboten sind Angebote zu verstehen, die „zu den Menschen“ kommen und an verschiedenen Tagen/Uhrzeiten an unterschiedlichen Orten verfügbar sind.

Abbildung 51: Nutzung von mobilen Angeboten



„Welche der folgenden mobilen Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags?"; n=2.034-2.063

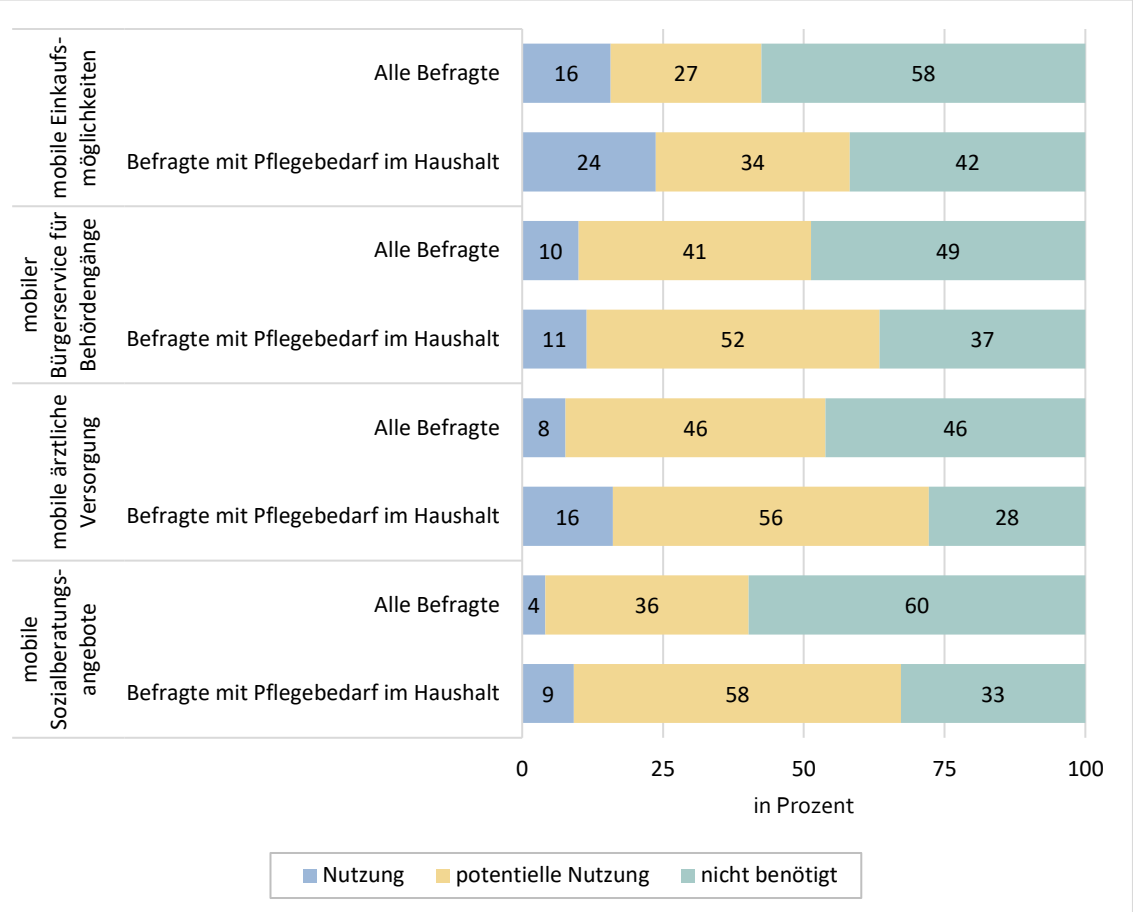
Es wird deutlich, dass viele Angebote in mobiler Form von der Hälfte oder mehr Befragten nicht benötigt werden. Ausnahmen sind diesbezüglich mobile Bildungs-, Freizeit- und Kulturangebote sowie mobile ärztliche Versorgung. Für letztere Angebote geben mit 35 % die meisten Befragten an, dass sie sich die Nutzung vorstellen können, aber zu wenig darüber wissen.

Am häufigsten genutzt und als ausreichend eingeschätzt werden mobile Bankfilialen/finanzielle Beratung von etwa jeder sechsten befragten Person. Die Anteile derjenigen, die mobile Angebote nutzen, diese aber nicht als ausreichend empfinden, sind für alle erfragten Angebote eher gering.

Unterschiede in der Nutzung mobiler Angebote

Für die Befragten mit Kindern im Haushalt, Befragten, die selbst 60 Jahre alt sind oder mit Senior*innen im Haushalt leben und Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt zeigen sich Unterschiede in der Nutzung mobiler Angebote im Vergleich zu allen Befragten.[26] Es sind häufiger Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt, welche die mobilen Angebote nutzen oder nutzen würden, wenn die Umstände passend wären.

Abbildung 52: Nutzung von mobilen Angeboten nach Befragtentyp



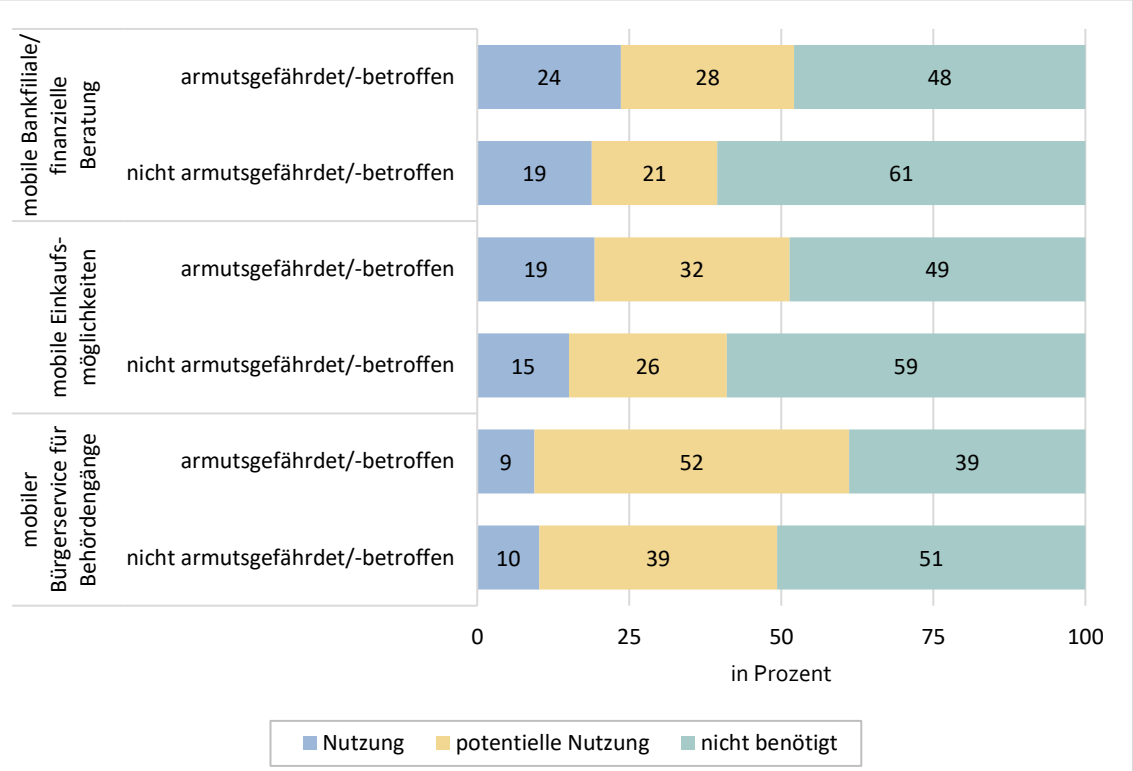
„Welche der folgenden mobilen Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags?" (Auswahl); n=175-2.063

Für mobile Einkaufsmöglichkeiten, einen Bürgerservice für Behördengänge, ärztliche Versorgung sowie Sozialberatungsangebote fallen die Anteile derer, die sie nutzen oder nutzen würden bei Pflegebedarf im Haushalt höher aus. Hierbei melden die Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt am häufigsten eine potenzielle Nutzung von mobiler ärztlicher Versorgung (56 %) sowie von Sozialberatungsangeboten (58 %) zurück.

Betrachtet man die Befragten nach Armutsgefährdung/-betroffenheit, zeigen sich Tendenzen dahingehend, dass Befragte, die nicht von Armut gefährdet oder betroffen sind, die mobilen Angebote häufiger nicht benötigen als ihre Vergleichsgruppe.

[26] Auch hier sind die Antwortoptionen aus der vorhergehenden Grafik für die Betrachtung nach bestimmten Merkmalen in „Nutzung", „potentielle Nutzung" und „nicht benötigt" zusammengefasst.

Abbildung 53: Nutzung von mobilen Angeboten nach Armutsgefährdung/-betroffenheit



„Welche der folgenden mobilen Angebote sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags?" (Auswahl); n=2.002-2.024

Der Unterschied fällt bei mobilen Bankfilialen/finanzieller Beratung mit 13 Prozentpunkten am höchsten aus. Während 61 % der Befragten ohne Armutsgefährdung diese Form des mobilen Angebots nicht benötigen, sind es bei den Armutsgefährdeten oder betroffenen Personen 48 %. Für mobile Sozialberatungsangebote sowie den mobilen Bürgerservice für Behördengänge sind die Unterschiede ebenfalls deutlich.

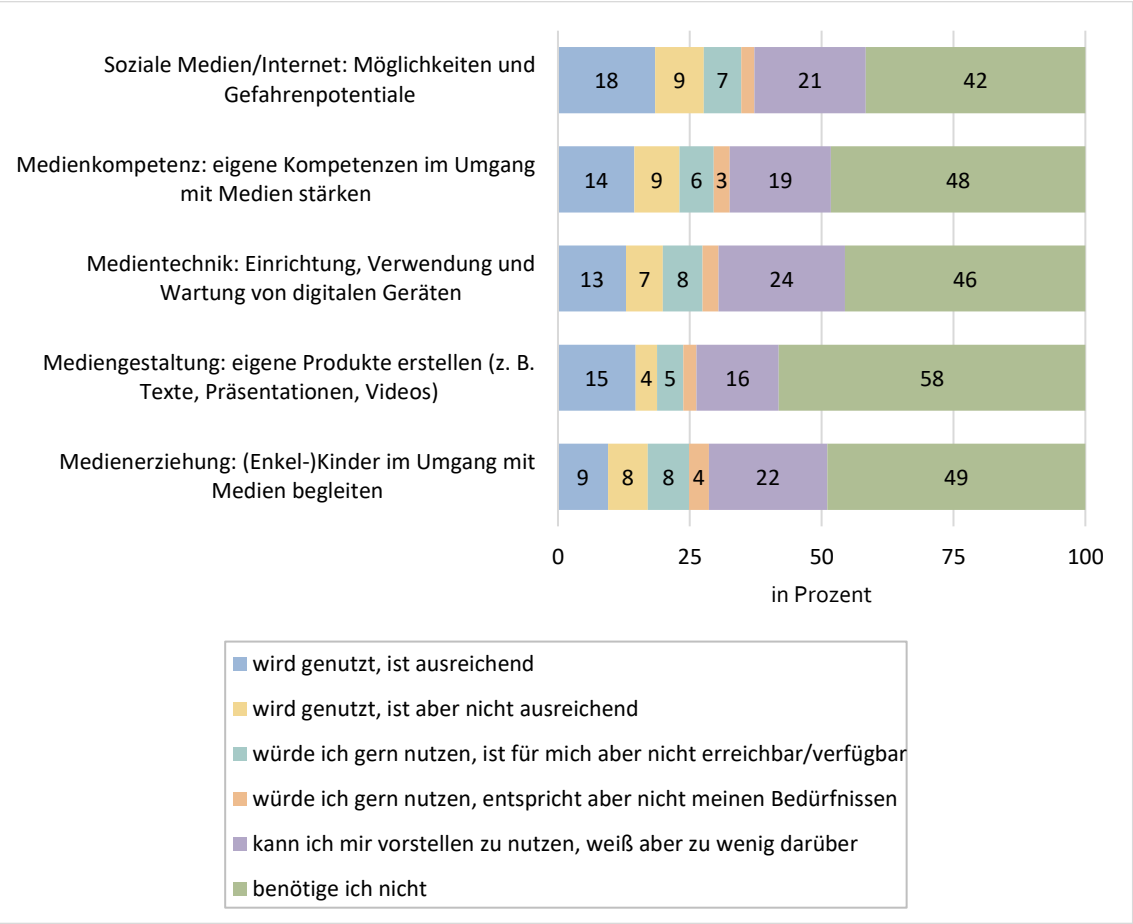
Vergleicht man die eher ländlich und städtisch Lebenden miteinander, nutzen diese die mobilen Angebote nicht allzu unterschiedlich, jedoch zeigen sich mitunter in der potenziellen Nutzung Differenzen. So geben mehr als die Hälfte der ländlich lebenden Befragten an, mobile ärztliche Versorgung nutzen zu wollen, wenn es möglich wäre. Bei den städtisch Lebenden sind es hingegen weniger als 40 %. Ähnlich sieht es bei mobilen Freizeit- und Kulturangeboten aus. 58 % der eher ländlich Lebenden würden derartige Angebote gern nutzen, während dies für 45 % der eher städtisch Lebenden zutrifft.

Der Blick auf die Planungsräume zeigt ebenfalls auf, dass sich bei ähnlichen Nutzungszahlen der Anteil derer, die mobile Angebote potenziell nutzen würden, unterscheidet. Zumeist sind es Befragte aus Südwestthüringen, für die der Anteil derjenigen, die ein mobiles Angebot potenziell nutzen würden, am höchsten und der Anteil derer, die derartige Angebote nicht benötigen, am geringsten ausfällt.

Medienbildungsangebote

Auch zur Frage nach hilfreichen Bildungsangeboten im Medienbereich konnten die Befragten einschätzen, ob sie diese Angebote bereits nutzen, nutzen würden oder nicht benötigen.

Abbildung 54: Nutzung von Medienbildungsangeboten



„Welche Themen an Medienbildungsangeboten sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags?"; n=1.989-2.002

Wie die Abbildung zeigt, nutzen zwischen 9 % und 18 % der Befragten derartige Angebote der Medienbildung und schätzen diese als ausreichend ein. Angebote zu Möglichkeiten und Gefahrenpotentialen von sozialen Medien/Internet werden hierbei am häufigsten und Angebote zum Thema Medienerziehung am wenigsten genutzt. Der Anteil der Nutzer*innen, welche die jeweiligen Angebote als nicht ausreichend einschätzen, liegt bei 4 % bis 9 %. Jede fünfte bis sechste Person meldet zurück, sich vorstellen zu können, verschiedene Medienbildungsangebote zu nutzen, aber zu wenig darüber zu wissen. Ein jeweils kleinerer Teil der Befragten würde diese Angebote gern nutzen, kann es aber durch den Mangel an Erreichbarkeit oder Verfügbarkeit sowie anderen Bedürfnissen nicht.

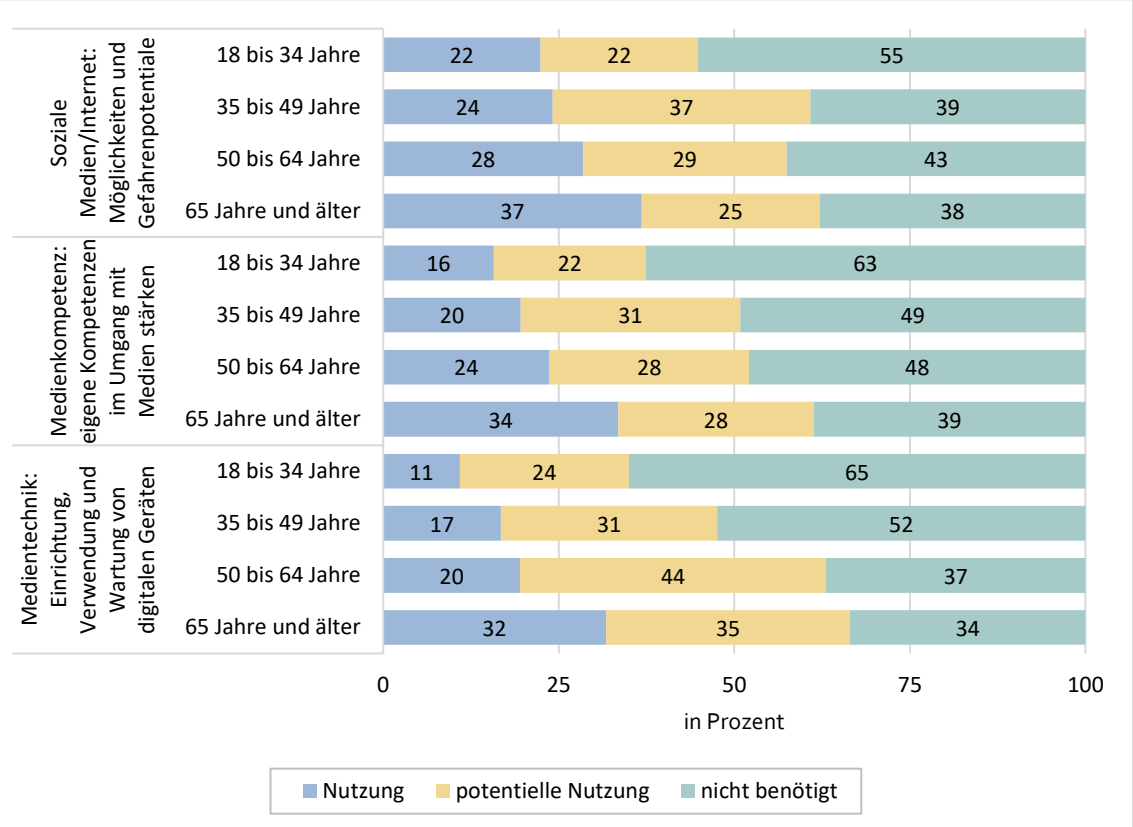
Unterschiede in der Nutzung von Medienbildungsangeboten

In Unterscheidung der Befragtentypen (nach Kindern im Haushalt, Alter bzw. Senior*innen im Haushalt sowie Pflegebedarf) zu allen Befragten lassen sich nur wenige Unterschiede in der Nutzung oder potenziellen Nutzung von Medienbildungsangeboten feststellen.[27] Einzig Angebote zur Medienerziehung sind für Befragte mit Kindern im Haushalt relevanter. Hier unterscheidet sich nicht der Anteil der Nutzer*innen, jedoch der Anteil derer, die diese Angebote nutzen würden. Hier liegt der Anteil derer mit potenzieller Nutzung bei 46 % im Vergleich zu 34 % bei allen Befragten.

Relevante Unterschiede zwischen Befragten mit und ohne Armutsgefährdung/-betroffenheit gibt es bezüglich der Medienbildungsangebote nicht. Gleiches gilt für die Unterscheidung nach eher städtisch oder ländlich Lebenden sowie nach den Planungsräumen.

Jedoch sind Medienbildungsangebote zu Medientechnik relevanter für getrennt oder alleinerziehende Befragte. Es geben 41 % an, diese Angebote nicht zu benötigen, während es bei den gemeinsam erziehenden Befragten 55 % sind. Ebenso spielen Angebote im Bereich der Medienbildung für ältere Befragte meist eine größere Rolle.

Abbildung 55: Nutzung von Medienbildungsangeboten nach Altersgruppen



„Welche Themen an Medienbildungsangeboten sind für Sie hilfreich in der Bewältigung des Alltags?" (Auswahl); n=1.995-2.002

[27] Auch hier sind die Antwortoptionen aus der vorhergehenden Grafik für die Betrachtung nach bestimmten Merkmalen in „Nutzung", „potentielle Nutzung" und „nicht benötigt" zusammengefasst.

Angebote zu Möglichkeiten und Gefahrenpotentialen der sozialen Medien/des Internets, zur Stärkung der eigenen Kompetenzen im Umgang mit Medien und bezogen auf die Einrichtung, Verwendung und Wartung von digitalen Geräten werden mit zunehmendem Alter häufiger genutzt. Bei der jüngsten Befragtengruppe ist jeweils der Anteil jener am höchsten, die kein Interesse für derartige Angeboten ausdrücken.

Weitere gewünschte Angebote und Strukturen zur Alltagserleichterung

Zu all den verschiedenen Angebotsformen nach Lebenssituation und Betroffenheit durch besondere Umstände konnten alle Befragte zusätzliche Aspekte festhalten, die ihnen neben den erfragten Inhalten den Alltag erleichtern würden. Hierzu haben insgesamt 270 Befragte Rückmeldungen mittels einer offen gestellten Frage gegeben.

Die Angaben benennen unterschiedliche Facetten zur Alltagserleichterung und reichen von speziellen Themen oder Zielgruppen für Angebote hin zu übergeordneten Themen. Am häufigsten werden von den Befragten Verbesserungen im Bereich der Mobilität, spezieller des ÖPNV sowie von Radwegen als hilfreich erachtet. Als zweites großes Themenfeld finden sich Rückmeldungen zu bürokratischen/behördlichen Aspekten, wie beispielsweise der Digitalisierung von Verwaltung, deren Erreichbarkeit, Benutzerfreundlichkeit von digitalen Angeboten oder der Bearbeitungsdauer von Anträgen. In einem dritten Themenblock sind eine Reihe spezieller Angebotswünsche zu unterschiedlichen Themen sowie Zielgruppen benannt, beispielsweise der Wunsch nach haushaltsnahen Dienstleistungen oder Begegnungs-/Austauschangeboten. Im infrastrukturellen Bereich wären sehr unterschiedliche Veränderungen wünschenswert. Zum einen wird die Verfügbarkeit von Einrichtungen des täglichen Bedarfs thematisiert und zum anderen führen die Befragten Punkte wie die Internetanbindung (vor allem im ländlichen Raum), eine bessere Gestaltung im öffentlichen Raum (z. B. mehr Sitzbänke, WCs) oder Barrierefreiheit und altersgerechtes Wohnen an. Auch zum Thema Gesundheit finden sich verschiedene Aspekte in den Wünschen. Allem voran wird hier die bessere ärztliche Versorgung angesprochen, insbesondere die Wartezeit von Facharztterminen. Im Bereich Kita/Schule/Betreuung werden vor allem Wunschäußerungen zu Betreuungs- und Essenskosten, Hortangeboten sowie dem zu frühem Unterrichtsbeginn angeführt. Zur Digitalisierung insgesamt finden sich vor allem Rückmeldungen zu gewünschten Anlaufstellen/Ansprechpersonen bei Problemen, Angeboten zum Umgang mit Medien sowie möglichen Gefahrenpotentialen und dem Hinweis zum Erziehungsauftrag der Eltern für die Kinder im Umgang mit digitalen Medien. Weitere weniger häufige Angaben lassen sich den Bereichen Pflege, Finanzielles, Berufsleben, Miteinander, Politik und Informationswege/Portale zuordnen.

In den Interviews mit Expert*innen von Angeboten für Familien und Senior*innen zeigen sich insbesondere die Wünsche zum Thema Bürokratieabbau und der Verbesserung in den Bereichen Mobilität sowie medizinische Versorgung, wie in Abschnitt 3 verdeutlicht.

Die nachfolgende Darstellung gibt einen Überblick über die Themenbereiche. Die Nummerierung folgt dabei der Häufigkeit der zusammengefassten Nennungen der Befragten in den Themenfeldern.

Abbildung 56: Weitere gewünschte Aspekte zur Erleichterung des Alltags (Auswahl)

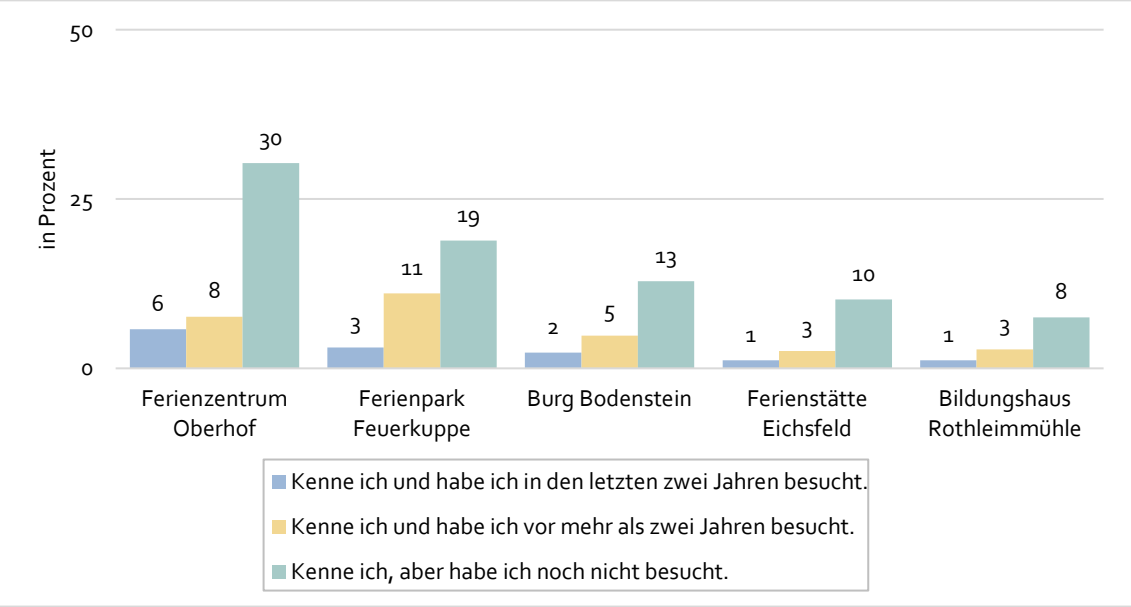
„Gibt es neben den bereits eingeschätzten Aspekten bzw. neben Ihren bisherigen Angaben noch Weiteres, was Ihnen den Alltag erleichtern würde?" (Auswahl zusammengefasst); n=270

2.6.7 Familienerholung und Familienferienstätten

Nachdem die Befragten Rückmeldungen zur Nutzung und zu Wünschen an hilfreichen Angeboten in der Bewältigung des Alltags gaben, wurden sie speziell zu den Familienferienstätten in Thüringen gefragt, in denen Familien finanziell geförderten Urlaub verbringen können.

Insgesamt haben 29 % der Befragten mindestens eine der Ferienstätten schon einmal besucht und weitere 32 % kennen mindestens eine Ferienstätte, ohne diese besucht zu haben. Für die Ferienstätten ist festzuhalten, dass diese gemeinnützigen Einrichtungen einem größeren Teil der Befragten bislang unbekannt sind. Nachfolgende Abbildung verdeutlicht die Unterschiede zwischen den jeweiligen Ferienstätten.

Abbildung 57: Bekanntheit und Nutzung der Familienferienstätten in Thüringen



„Kennen Sie die folgenden Ferienstätten in Thüringen für Familien und haben Sie diese bereits besucht?"; n=1.867-1.883

Am bekanntesten und auch am häufigsten in den letzten zwei Jahren besucht wurde das Ferienzentrum Oberhof, gefolgt vom Ferienpark Feuerkuppe. Der Anteil derer, die diese Ferienstätten kennt und noch nicht besucht hat, ist dabei jeweils höher als der Anteil an Befragten, welche diese Ferienstätten bereits besuchten. In den letzten zwei Jahren waren 6 % der Befragten im Ferienzentrum Oberhof, in den anderen vier Ferienstätten 3 % oder weniger der befragten Thüringer*innen.

Unterschiede in der Bekanntheit und Nutzung der Ferienstätten

Zwischen den Befragtentypen (nach Kindern im Haushalt, Alter bzw. Senior*innen im Haushalt sowie Pflegebedarf) zeigen sich im Vergleich zu allen Befragten keine relevanten Unterschiede in der Bekanntheit oder Nutzung der fünf Ferienstätten. Auch macht es bezüglich des Kennens und Nutzens keinen Unterschied, ob Befragte armutsgefährdet/-betroffen sind oder nicht. Ebenso sind diesbezüglich keine

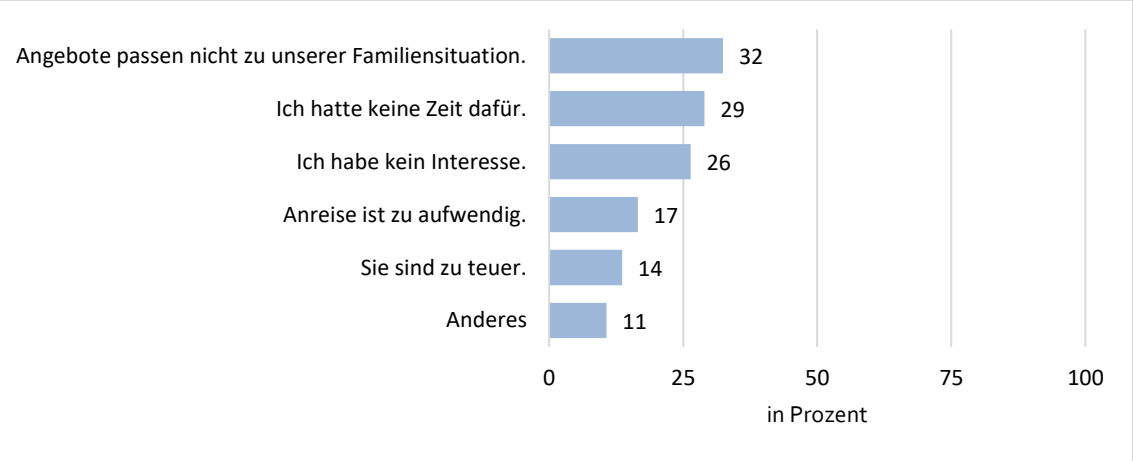
bedeutenden Unterschiede für eher städtisch und eher ländlich lebende Befragte festzuhalten.

Hingegen sind die Ferienstätten von Befragten in den Planungsräumen unterschiedlich oft bekannt und werden teilweise auch unterschiedlich häufig genutzt, was sich vordergründig sicher durch die Standorte begründen lässt. Vier der fünf Familienferienstätten sind in Nordthüringen zu finden und das Ferienzentrum Oberhof liegt in der Planungsregion Südwestthüringen. Das Ferienzentrum Oberhof kennen etwa 55 % der Befragten aus Südwestthüringen. Hingegen ist es mit knapp zwei Dritteln der Befragten aus Ostthüringen in diesem Planungsraum am unbekanntesten. Für die vier Ferienstätten in Nordthüringen verzeichnet der Ferienpark Feuerkuppe die höchste Bekanntheit im eigenen Planungsraum. Drei von vier Nordthüringer*innen kennen diese Ferienstätte und gut 40 % der Befragten aus Mittelthüringen ist sie bekannt. Am unbekanntesten ist der Ferienpark erneut für Befragte aus Ostthüringen. Auch die Burg Bodenstein ist mehr als der Hälfte der Befragten aus Nordthüringen bekannt. Für die Ferienstätte Eichsfeld und das Bildungshaus Rothleimmühle gilt dies für etwa ein Drittel der Nordthüringer*innen. In den anderen Planungsräumen liegt der Anteil derer, die diese Ferienstätten nicht kennen zwischen 80 % und 95 %.

Gründe für die Nicht-Nutzung der Ferienstätten

Befragte, welche keine der Ferienstätten bislang besucht haben, aber mindestens eine davon kennen, wurden nach Gründen gefragt, die sie davon abhalten, eine dieser Familienferienstätten zu besuchen. Knapp ein Drittel dieser Befragten melden zurück, dass die bereitgestellten Angebote der Ferienstätten nicht zu ihrer Familiensituation passen. Ähnlich viele Befragten geben an, keine Zeit dafür zu haben oder es besteht kein Interesse an diesen Angeboten. Die Anreise ist für etwa jede sechste Person zu aufwendig und für 14 % stellt der zu teure Preis ein Hinderungsgrund dar.

Abbildung 58: Gründe dafür, warum Ferienstätten bislang nicht genutzt wurden



„Was hat Sie bisher davon abgehalten, eine der Ferienstätten zu besuchen?"; n=580 (Befragte, die keine der Ferienstätten bislang besucht haben, aber mindestens eine davon kennen); Mehrfachantworten möglich

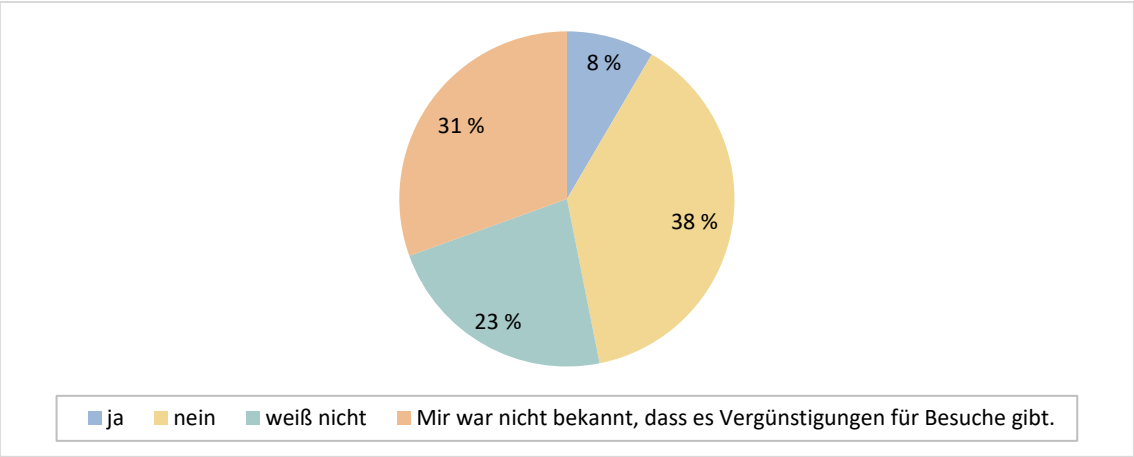
Unter den offenen Angaben der 62 Befragten, die andere Hinderungsgründe für die Nutzung der Ferienstätten angeben, findet sich vor allem die generelle Unkenntnis über

diese Einrichtungen sowie fehlende Informationen über die Familienangebote. Vereinzelt wird davon ausgegangen, dass es nicht für die eigene familiäre Situation passt, wenn die Befragten beispielsweise alleinerziehend sind oder über genügend finanzielle Mittel verfügen. Angeführt werden auch persönliche gesundheitliche Einschränkungen.

Vergünstigungen für die Nutzung der Ferienstätten

Diejenigen, die bereits mindestens eine der Ferienstätten besuchten, wurden danach gefragt, ob sie dies zu einem vergünstigten Preis getan haben.

Abbildung 59: Vergünstige Nutzung der Ferienstätten



„Haben Sie die Ferienstätten zu einem vergünstigten Preis besuchen können?"; n=544 (Befragte, die mindestens eine der Ferienstätten besuchten)

Annähernd ein Drittel der Befragten gibt an, von derartigen Vergünstigungen nichts gewusst zu haben und etwa ein Viertel weiß nicht, ob sie die Einrichtungen vergünstigt genutzt haben. Den größten Anteil der Befragten machen diejenigen ohne vergünstige Nutzung aus und 8 % haben die Einrichtungen vergünstigt genutzt.

Bei der vergünstigten Nutzung zeigen sich weder nennenswerte Unterschiede zwischen den Befragtentypen (nach Kindern im Haushalt, Alter bzw. Senior*innen im Haushalt sowie Pflegebedarf), noch zwischen Armutsgefährdeten/-betroffenen und nicht davon Betroffenen. Auch nach eher städtisch oder ländlicher Wohnumgebung sind keine relevanten Unterschiede festzuhalten. Für die Planungsräume in Thüringen zeigt sich, dass die Befragten in Nordthüringen am häufigsten über die Vergünstigungen der zumeist in ihrem Planungsraum liegenden Einrichtungen Bescheid wissen. Zudem sind Befragte bis zum Alter von 64 Jahren mit zunehmendem Alter häufiger über vergünstige Preise informiert. Konnten die Befragten Vergünstigungen nutzen, schätzen neun von zehn von ihnen diese als ausreichend ein.

Erneute Besuche und Wünsche an Angeboten in den Ferienstätten

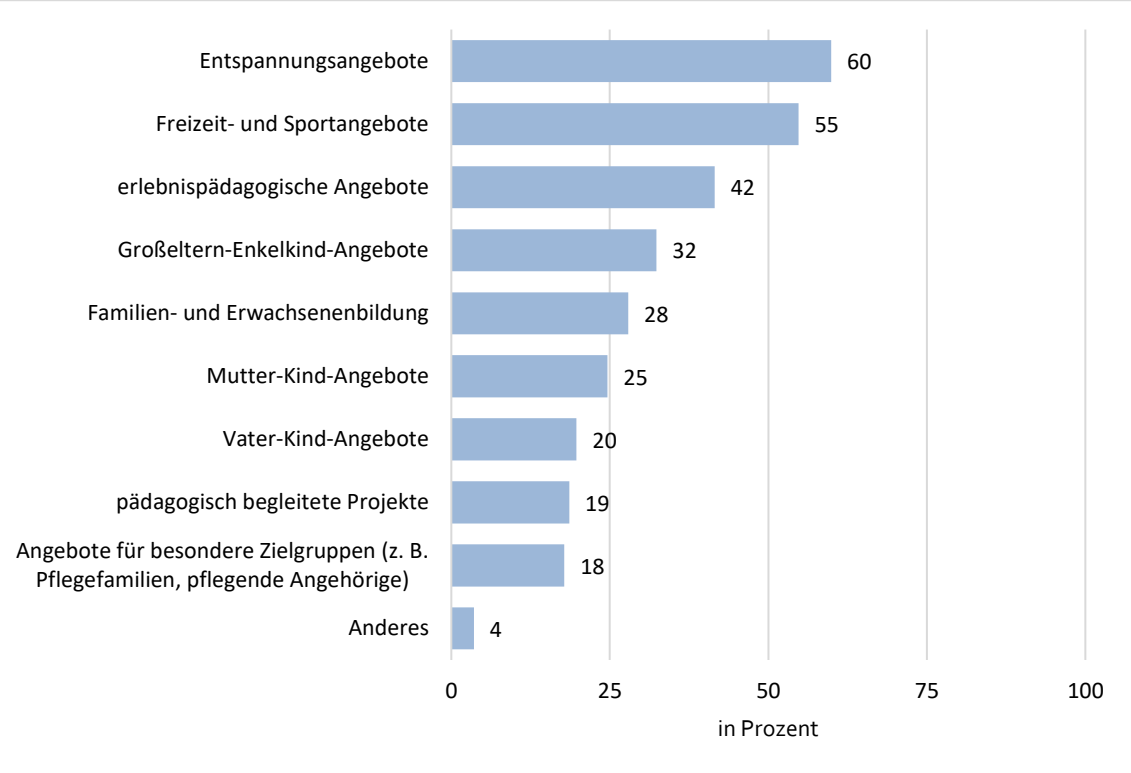
Von denjenigen, die bereits eine der Ferienstätten besuchten, würden etwa drei Viertel eine der Einrichtungen erneut besuchen. Hierbei sind es mit 79 % mehr eher ländlich lebende Befragte als mit 69 % eher städtisch Lebende, die sich einen wiederholten

Besuch vorstellen können. Planungsraumbezogen melden mehr Befragte aus Nord- und Südwestthüringen (81 % und 82 %) Interesse an einem erneuten Besuch der Ferienstätten als Mittel- und Ostthüringer*innen (je 70 %).

Gefragt nach der bevorzugten Art eines weiteren zukünftigen Besuchs geben mehr als die Hälfte der Befragten an, dies in Form von Wochenendaufenthalten zu favorisieren. Über ein Viertel kann sich dies als Ferienwoche/n mit frei wählbarem Angebot vorstellen und 18 % ziehen ein Familienangebot mit pädagogischem Programm für einen erneuten Aufenthalt vor. Insgesamt ist sich jede vierte befragte Person unschlüssig über die Art und Weise eines zukünftigen Besuchs.

Alle Befragten wurden gebeten anzugeben, welche Angebote eine der Ferienstätten für sie besonders interessant machen würde. Dabei rangieren vor allem Entspannungsangebote sowie Freizeit- und Sportangebote weit vorn. Aber auch erlebnispädagogische Angebote machen es für mehr als 40 % der Befragten interessant. Ebenso gibt knapp ein Drittel der Befragten an, dass Großeltern-Enkelkind-Angebote einen Anreiz für interessante Angebote darstellen.

Abbildung 60: Anreizpunkte für Angebote der Familienferienstätten



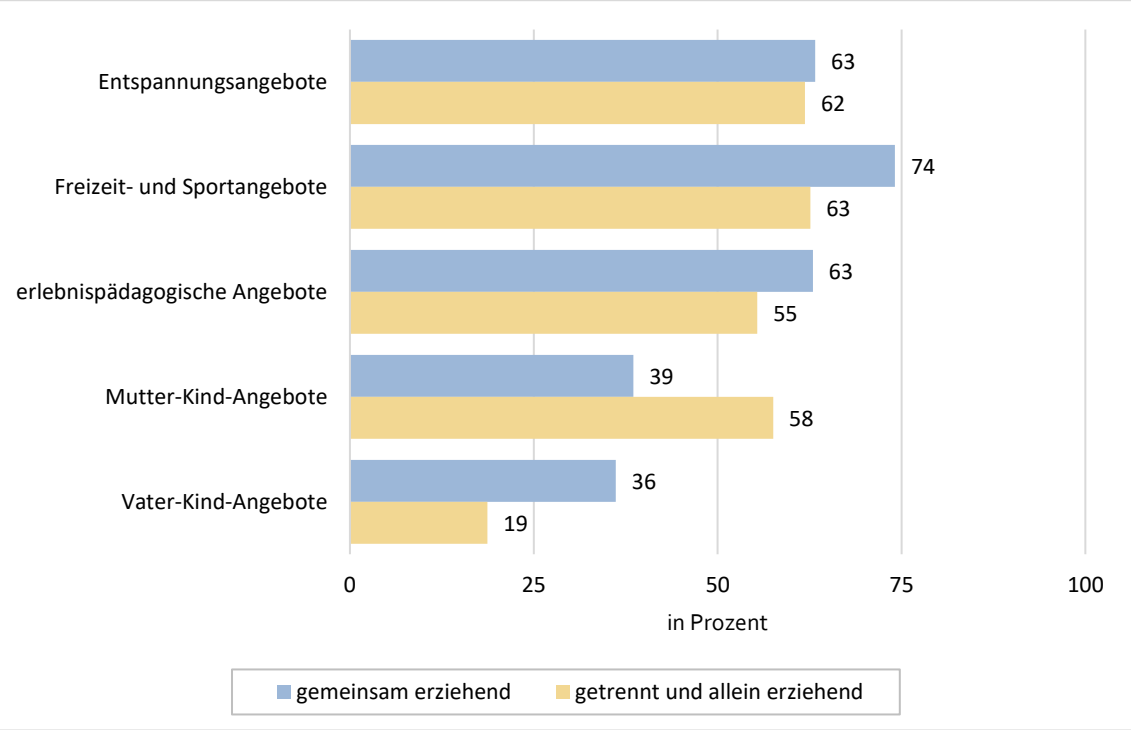
„Welche Angebote würden eine Familienferienstätte in Thüringen für Ihre Familie besonders interessant machen?"; n=1.656; Mehrfachantworten möglich

Die Unterscheidung nach Befragtentyp zeigt für die eigene Lebenssituation typische Angebotswünsche an die Ferienstätten. So wünschen sich Befragte mit Kindern im Haushalt mehr Freizeit- und Sportangebote, erlebnispädagogische Angebote sowie Mutter-Kind- sowie Vater-Kind-Angebote in den Einrichtungen im Vergleich zu allen Befragten. Befragte ab 60 Jahren oder mit Senior*innen im Haushalt haben hingegen

den größten Wunsch nach Großeltern-Kind-Angeboten und für Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt ist der Wunsch nach Angeboten für besondere Zielgruppen wie beispielsweise pflegende Angehörige besonders hoch.

Derartige Unterschiede in den Anreizen für Angebote lassen sich weder in der Unterscheidung nach Armutsgefährdung/-betroffenheit, noch nach eher städtischer und ländlicher Wohnumgebung oder den Planungsräumen festhalten. Die Anreize, die Ferienstätten für die befragten Thüringer*innen interessant machen, fallen jedoch je nach Erziehungssituation für Mutter-Kind- und Vater-Kind-Angebote sehr verschieden aus.

Abbildung 61: Anreizpunkte für Angebote der Familienferienstätten nach Erziehungssituation



„Welche Angebote würden eine Familienferienstätte in Thüringen für Ihre Familie besonders interessant machen?" (Auswahl); nach Erziehungssituation; n=811; Mehrfachantworten möglich

Mit dem Wissen, dass von den Befragten 81 % weiblich und 19 % männlich sind und von allen Befragten 18 % getrennt oder alleinerziehend sind, zeigen sich bei den interessanten Angeboten für Ferienstätten Unterschiede, die sich vermutlich zum größten Teil durch das Geschlecht begründen lassen. Sowohl für gemeinsam Erziehende als auch getrennt- oder alleinerziehende Befragte sind Entspannungs- sowie Freizeit- und Sportangebote in den Ferienstätten am interessantesten. Ebenso würden erlebnispädagogische Angebote für viele das Interesse für Ferienstätten wecken. Allerdings sind für Getrennt- oder Alleinerziehende entsprechend besonders Mutter-Kind-Angebote ein Anreiz für Besuche von Ferienstätten, während gemeinsam Erziehende Eltern-Kind-Angebote für Mütter und Väter gleichermaßen als Anreiz zur Angebotsnutzung einschätzen.

Festzuhalten ist für die Anreize von Angeboten in den Familienferienstätten zudem, dass Erwerbstätige fast alle Angebotsarten häufig interessanter erachten als Befragte, die keiner Erwerbstätigkeit nachgehen.

Alle Befragten, die „Anderes“ angaben, konnten dies spezifizieren. Unter den 59 Angaben zu anderweitigen Angebotswünschen sind am häufigsten Nennungen zu finden, die sich an spezielle Zielgruppen richten. Es werden beispielsweise Angebote für Menschen mit Behinderung, ältere Menschen oder Alleinstehende benannt. Einige Befragte spezifizieren unterschiedliche Themen, wie zum Beispiel Natur/Wandern, Kultur, Musik, Umwelt oder kreative Angebote als Interesse für Angebote in den Familienferienstätten. Mehrfach wird der Kostenfaktor genannt und der Anreiz durch günstige (Familien-)Preise betont.

3 Erkenntnisse aus den Expert*inneninterviews

Um mit Blick auf die überregionale Familienförderung in Thüringen die Lebenslagen, Wünsche und Bedürfnisse der befragten Thüringer*innen durch die Perspektive von Fachkräften aus Angeboten für Familien und Senior*innen zu ergänzen, ist in Abstimmung mit dem Thüringer Ministerium für Soziales, Gesundheit, Arbeit und Familie (TMSGAF) zusätzlich ein qualitativer Methodenbaustein durchgeführt worden. Mit Hilfe leitfadengestützter Interviews wurde der Frage nachgegangen, was Familien in Thüringen aus fachlicher Sicht an Beratungs- und Unterstützungsangeboten benötigen. Fünf Fachkräfte verschiedener Angebotstypen[28] wurden hierfür online nach ihren Einschätzungen zu folgenden zentralen Aspekten gefragt:

- Bedarfe der eigenen Zielgruppe sowie Armutsgefährdeter/ -betroffener
- aktuelle Situation der Thüringer Familien und Senior*innen
- Anforderungen an die Landesfamilien-förderung

Die nachfolgende Darstellung der Ergebnisse aus den fünf Interviews erfolgt aggregiert für die befragten Einrichtungen bzw. Projekte und gibt daher die Einschätzung, Meinung und Bewertung der jeweiligen Fachkräfte wieder. An entsprechenden Stellen kann an die zuvor dargestellten Ergebnisse der quantitativen Befragung angeknüpft werden.

3.1 Verschiedene Einrichtungen mit unterschiedlichen Zielgruppen

Alle Einrichtungen haben das gemeinsame Ziel, ihre jeweilige Zielgruppe durch niedrigschwellige Angebote für unterschiedliche Bedürfnisse zu erreichen und diese Angebote bedarfsorientiert weiterzuentwickeln. Um in Anknüpfung an den, wie zu Beginn dieses Berichts beschriebenen, weiten Familienbegriff in Thüringen ein entsprechend breites Bild der Thüringer Familien und deren Bedürfnisse aus der Perspektive von Fachkräften zu erhalten, wurde mit jeder dieser Einrichtungen bzw. Projekte ein Interview geführt.

Je nach Art der Einrichtung beziehungsweise des Projektes richten sich die Angebote an eine eher breite oder spezielle Zielgruppe der Thüringer Familien. Eine umfangreichere Zielgruppe wird vor allem in Mehrgenerationenhäusern und Familienzentren angesprochen. Durch eine breit aufgestellte Angebotspalette im Bereich von Beratung, Prävention, Begegnung und Beschäftigung (z.B. sportlich, kreativ, musikalisch) werden sowohl Eltern mit jüngeren Kindern, junge Menschen selbst ohne ihre Eltern, als auch Senior*innen erreicht. Je nach Umfang der personellen und räumlichen Ressourcen der Einrichtungen halten diese eine Vielzahl von meist offenen Angeboten vor. Im Vergleich dazu richten sich die Angebote von Senior*innenbüros direkt an ältere Bürger*innen,

[28] Familienzentrum, Mehrgenerationenhaus, Seniorenbüro, Familienberatung, TIZIAN-Projekt

die zumeist keiner Erwerbstätigkeit mehr nachgehen. Hier liegt der Fokus der Angebote auf Aktivierung, Begegnung und Beratung, wobei zumeist das Ziel der weiterhin möglichen Teilhabe am gesellschaftlichen Leben im Fokus steht. Familienberatungsstellen sind Anlaufstellen für Familien mit minderjährigen Kindern als Unterstützung bei Problemen und Konflikten, mit dem Ziel der individuellen Verbesserung des familiären Wohlbefindens und der Stärkung von Erziehungskompetenzen. An erwerbsfähige Eltern, die nicht in Beschäftigung stehen, richten sich insbesondere TIZIAN-Projekte, um deren persönlichen, familiären und beruflichen Kompetenzen für die Aufnahme einer Erwerbstätigkeit zu stabilisieren.

3.2 Bedarfe der Zielgruppen

Die fünf Interviewpartner*innen halten bezüglich der jeweiligen Zielgruppen differenzierte Bedarfe und auch Herausforderungen fest, die im Folgenden aufgeführt werden.

Familienzentrum

- Bewegungsangebote für Kinder gemeinsam mit ihren Eltern
- gemeinsame Aktivitäten im Sinne der Familienbildung
- Beratungsangebote bei Schwierigkeiten mit Antragstellung
- finanzielle Hürden bei Angeboten mit Teilnahmebeiträgen

Mehrgenerationenhaus

- zentrale Anlaufstellen; bekannte Informationsplattform für alle Familienangebote
- Erhalt der bestehenden Angebote
- Beratung beim Übergang von Elternzeit (zurück) in das Arbeitsleben
- bessere Wahrnehmung vom Jugendamt als Beratungsangebot
- Überforderung von Eltern mit Anforderungen der Digitalisierung an Schulen
- fehlende Medienbildung auch bei Erwachsenen
- Vereinsamung von Senior*innen
- Wertschätzung von Senior*innen; Möglichkeiten zur Erfahrungsweitergabe

Familienberatung

- Medienkonsum von jungen Menschen als zunehmendes Beratungsthema
- Fortbildungsbedarfe zum Thema Medien bei Berater*innen
- fehlende Psychotherapieplätze, lange Wartelisten
- bessere Erreichbarkeit von Beratungsstellen
- Beratung für Paare ohne Kinder (z. B. Paare mit Kinderwunsch, ältere Paare)
- Unterstützung getrenntlebender Elternteile, die lange keinen Kontakt zu ihren Kindern hatten
- Vereinsamung Alleinerziehender (und Senior*innen)

*Senior*innenbüro*

- fehlende Angebote zur Beteiligung; Repräsentation von Älteren
- Hilfebedarf im Alltag insbesondere von „alten“ Alten
- häufigere Konflikte in Beratungen durch mangelnde Dialogbereitschaft
- Bürokratiehürden und fehlende Aufwandsentschädigung für Ehrenamtstätigkeit von Senior*innen

TIZIAN-Projekt

- Austausch und Wege aus der Isolation für Alleinerziehende
- Hilfe bei psychosozialen Problemen
- mehr Diagnostikmöglichkeiten von Verhaltensauffälligkeiten bei Kindern
- Angebote zum Thema ADHS im Erwachsenenalter

Festzuhalten ist, dass über die Einrichtungsarten hinweg zum einen das Themenfeld der **Digitalisierung und der Umgang mit Medien** ausgeführt wird. Hierbei werden Bedarfe der Information sowohl für junge Menschen als auch Erwachsene sowie benötigte Fortbildungen von Fachkräften identifiziert. Die Betonung der Bedarfe von jungen Menschen seitens der Expert*innen spiegelt die aktuelle Datenlage zum Thema Mediennutzung und -bildung in Thüringen wider. In Abschnitt 2.5 wird verdeutlicht, wo beim Thema Medienerziehung Verbesserungspotenzial besteht und welche Gruppen besondere Unterstützungswünsche beim Umgang mit Medien in der Familie haben.

Zum anderen halten mehrere Gesprächspartner*innen fest, dass die **Vereinsamung insbesondere von Alleinerziehenden und Senior*innen** eine gewichtige Rolle in den wahrnehmbaren Bedarfen der Familien darstellt.

3.3 Bedarfe von Armutsgefährdeten/-betroffenen

Auf die Fragen nach Unterschieden in den Bedürfnissen von Menschen, die in Armut leben bzw. davon gefährdet sind, im Vergleich zu jenen, die nicht davon betroffen oder gefährdet sind, werden in den Interviews mehrere hürdenreiche Aspekte angesprochen. Übereinstimmend wird deutlich, dass die Interviewten **für Armutsgefährdete/-betroffene insgesamt mehr Hemmnisse in der Angebotsnutzung** sehen.

- Die Mobilitätskosten sind zum Teil bereits für die Teilnahme an Angeboten hoch, wenn nur wenig finanzielle Mittel zur Verfügung stehen. Kostenfreie Fahrten für von Armut Betroffene würden ihnen überhaupt die Möglichkeit zur Inanspruchnahme bereitgestellter Angebote bieten.
- Hürde für die Nutzung von Familienfreizeitangeboten ist nicht immer Geld, sondern häufig die Angst davor, dass man mit den Kindern in der Öffentlichkeit steht und die Überforderung für andere deutlich wird.
- Der bürokratische Aufwand, um Vergünstigungen für Angebote bei Armutsbetroffenheit zu erhalten, erscheint für diese Personen zu hoch.

- Die Hobbys von Kindern sind u.a. auch abhängig von der finanziellen Lage der Eltern.
- Armut hat mitunter Auswirkungen auf das Erziehungsverhalten von Eltern, weil durch den Umstand, mit wenig Geld auskommen zu müssen, zusätzlicher Stress im Alltag entsteht.
- Wenn Trennungen die eigene Existenz bedrohen, werden gegebenenfalls Beziehungen aufrechterhalten, die weder für die Kinder noch die Eltern gut sind.
- Familien mit geringem Einkommen fällt es oft schwerer Angebote über mehrere Einheiten hinweg wahrzunehmen. Es werden bei ihnen mehr Hemmungen und weniger Selbstbewusstsein, Dinge für sich selbst zu nutzen, wahrgenommen.
- Armutsgefährdete/-betroffene sind seltener ehrenamtlich tätig, da hier der Mangel an Bezahlung eine noch größere Rolle spielt.
- Häufig fehlt es an persönlichem Kontakt zu Armutsgefährdeten/-betroffenen, Angebote in Form von offenen Treffs für alle mit wertschätzender Begegnung wären daher besonders wichtig.

Den Gesprächspartner*innen erscheinen insbesondere eine **eingeschränktere Mobilität** bedingt durch Kostenfaktoren, **bürokratische Hürden** und **persönliche Faktoren** wie beispielsweise bestehende (soziale) Ängste, Scham oder ein geringeres Selbstbewusstsein hemmend für die Angebotsnutzung von Armutsgefährdeten/-betroffenen zu sein. Insbesondere auf den Aspekt von Schambehaftung weisen die Befragungsergebnisse im Abschnitt 2.6.5 deutlich hin. Aussagen rund um das Thema Mobilität deckt Abschnitt 2.3 ab.

Schlussfolgernd bräuchte es nach Aussagen der Expert*innen zum einen mehr kostenfreie oder günstige Angebote, insbesondere auch für junge Menschen für die Freizeitgestaltung. Zum anderen würde weniger Bürokratieaufwand, um Vergünstigungen zu beantragen, einen Abbau von Hürden darstellen. Ebenso wie es wichtig wäre, Armutsgefährdete/-betroffene im Sozialraum mit Angeboten wie offenen Treffs ebenso anzusprechen, wie andere Familien.

3.4 Aktuelle Situation der Thüringer Familien und Senior*innen

Anknüpfend an die jeweiligen Zielgruppen und die wahrgenommenen Unterschiede bei Armutsgefährdung/-betroffenheit wurde in den Interviews nach der Einschätzung der Situation der Familien und Senior*innen in Thüringen insgesamt gefragt.

In der nachfolgenden Übersicht finden sich die zentralen Aspekte, auf welche die fünf Gesprächspartner*innen mit Blick über ihre Zielgruppen hinaus auf die Situation der Thüringer Familien und Senior*innen verweisen.

Abbildung 62: Situation von Familien und Senior*innen in Thüringen

Familien in Thüringen

Trennung/Scheidung größeres Thema geworden sowie Medienkonsum/-bildung

Gestellte Zukunftsfragen: Wie wird es unseren Kindern gehen? Wie ist Familie und Beruf vereinbar?

Vorwiegend Frauen in Beratungen zu Familienleben und Erziehung, aber langsam zunehmendes Interesse von Männern

Ansteigende Kosten für Freizeitangebote grenzt Armutsgefährdete/-betroffene weiter aus

Zunehmende Vereinsamung betrifft auch junge Menschen

Geförderte Urlaube in Thüringen sind sehr gutes Angebot, welches ausgebaut werden sollte

Senior*innen in Thüringen

Vereinsamung verstärkt sich durch Mobilitätseinschränkungen - insbesondere im ländlichen Raum

Lebensqualität ist eingeschränkt, wenn Rückzug in Wohneigentum erfolgt; gibt Älteren (noch) Sicherheit, aber ist häufig nicht im alters- und zeitgemäßen Zustand

Digitalisierung mit deutlichen Hürden verbunden, insbesondere bei Antragsstellungen

Digitalisierung auf dem Land mitunter schwer voranzutreiben - betrifft dort immer mehr Ältere

Ärztemangel auf dem Land trifft ebenso immer mehr ältere Menschen

Mangelnde Anzahl an Pflegeplätzen

„Wie würden Sie die Situation der Familien / Senior*innen in Thüringen beschreiben?"; Expert*inneninterviews

In der Beschreibung der Situation der Familien und Senior*innen wird durch die Rückmeldungen der Interviewten deutlich, dass der **Einfluss durch die Digitalisierung** eine unterschiedliche Rolle für Familien und Senior*innen spielt. Auf der einen Seite ist es für Familien Thema im Kontext von (Schul-)Bildung und Konsum. Auf der anderen Seite stehen die älteren Thüringer*innen. Diese sehen einen Bezug zum Thema durch die Angebotsverfügbarkeit im ländlichen Raum und die sich ergebenden Hürden im Umgang mit digitalen Strukturen.

Die Familien stellen sich nach Aussagen der Interviewten häufig **Fragen bezüglich der eigenen Zukunft** und derer der Kinder. Nicht selten sind es Fragen der Vereinbarkeit, die eine Rolle spielen. Fragen nach dem Familienleben und der Erziehung werden häufiger in Beratungsangeboten nachgegangen, wobei diese häufiger von Frauen als von Männern genutzt werden. Gleichermaßen zeigt sich in den Befragungsdaten (siehe Abschnitt 2.4), dass das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf für weibliche Befragte eine zentralere Rolle spielt als für männliche Befragte.

Auch ist in den Antworten der Gesprächspartner*innen erneut der Aspekt von **zunehmender Vereinsamung**, nicht nur von Älteren oder Alleinerziehenden, sondern auch von jungen Menschen wahrzunehmen.

3.5 Erwartungen und Auftrag an die überregionale Familien- und Senior*innenförderung in Thüringen

Abschließend wurde in den Interviews über die Förderplanung des Landes für Familien und Senior*innen in Thüringen gesprochen und den Fragen nach Erwartungen und Wünschen an die überregionale Familien- und Senior*innenförderung sowie den am dringlichsten erscheinenden Aufträgen an das TMSGAF nachgegangen.

Abbildung 63: Erwartungen und Auftrag an die überregionale Förderung

„Welche Erwartungen und Wünsche haben Sie an die überregionale Familien- und Seniorenförderung, damit Sie Ihre Arbeit gut durchführen können? / Welchen Auftrag würden Sie der Landesregierung bzw. dem Thüringer Sozial- und Familienministerium am dringlichsten mitgeben, wenn es um die aktuelle Familien- und Seniorenförderung geht?“; Expert*inneninterviews

In den Wünschen und Erwartungen sowie der Formulierung von Themen als Auftrag an das Land zeigt sich, dass den Gesprächspartner*innen besonders wichtig ist, **bewährte Angebote** auch mit Blick auf die berufliche Sicherheit von Fachkräften zu **verstetigen** und dass die **finanzielle Sicherheit** der Angebote dafür eine sehr große Rolle spielt. Der Wunsch nach **weniger Bürokratie**, der von den Befragten selbst im Abschnitt 2.6.6 ebenfalls deutlich thematisiert wird, beinhaltet aus Sicht der Expert*innen zum einen den reduzierten Aufwand für die Antragsstellung von Projekten und zum anderen auch eine kürzere Antragsbearbeitung selbst. Bei den **Informationsmöglichkeiten** zu Angeboten sehen die Interviewten Ausbaupotential, um noch mehr Menschen ein leichteres Auffinden von für sie passenden Angeboten zu ermöglichen. Die seit Mai 2025 bestehende **Familien-App** würde hierfür einen guten Ansatz bieten. Wie die Befragungsergebnisse in Abschnitt 2.6.1 zur Angebotskenntnis und -nutzung zeigen, besteht Ausbaupotential in der Bewerbung und Nutzung dieser App. Beratungsstellen und deren Angebotsumfang könnten mehr Bekanntheit durch mediale Formate wie die App oder andere gebündelte digitale Informationsquellen erlangen. Thematisierte Angebotsarten, die ausgebaut werden sollten, sind neben **Mitmachmöglichkeiten** für Familien insbesondere **Begegnungsstätten im ländlichen Raum**, die sich an alle Generationen richten. Auch wird sich vor allem für den ländlichen Raum mehr **Unterstützung im Bereich der Mobilität und der medizinischen Versorgung** gewünscht, wie es ebenso in den Wünschen vieler Befragter zu hilfreichen Angeboten und Strukturen in Abschnitt 2.6.6 zum Ausdruck gebracht wird.

4 Zusammenfassung

Die Befragung der Thüringer Familien und Senior*innen birgt vielschichtige und themenreiche Ergebnisse, aus welchen sich evidenzbasierte Bedarfe der Bevölkerung ableiten lassen. Der Blick auf die Befragtengruppen, welche sich anhand verschiedener Merkmale differenziert betrachten lassen konnten, ermöglicht die Verfeinerung ebenjener Ableitungen. Hierdurch öffnet sich der Raum für die strategische landesweite Familienförderplanung mit konkreten Maßnahmen.

Wünsche der Befragten

Der Wunsch, nützliche Folgeeffekte auf Grundlage der eigenen Beteiligung an Bedürfniserhebungen wie dieser Befragung zu verspüren, wird durch die Befragten immer wieder betont. So auch in der Abschlussfrage: „Möchten Sie uns sonst noch etwas mitteilen?“ Zum einen bringen die Thüringer*innen hier sehr ausführlich die Erwartungshaltung zum Ausdruck, dass die Daten eine für die Öffentlichkeit transparente Grundlage für faktische Veränderung bilden soll. Zum anderen werden hier noch einmal die für die Beteiligten wichtigsten Themen angesprochen: Die teils sehr ausführlichen Antworten zielen auf den ländlichen Raum und die fehlende Zugänglichkeit zu Angeboten. Sie zielen auf spezifische Bedürfnisse von Freizeit- und Kulturangeboten, auf die Notwendigkeit Bürokratie abzubauen und auf die Benachteiligung von Personengruppen wie Senior*innen und durch Barrieren eingeschränkte Personen. Sie zielen ebenso auf Mobilität und Erreichbarkeit täglicher Bedarfe (Infrastruktur, ÖPNV, Radwege etc.) und auf den vielfältigen Unterstützungsbedarf der Thüringer Familien.

Diese und weitere Aspekte brachten die Befragten in den jeweiligen offenen Feldern der Themenbereiche dieses Berichts bereits zum Ausdruck und betonten diese noch einmal zum Abschluss. Gemeinsam mit den ausgewerteten geschlossenen Fragen lassen sich die zentralen Erkenntnisse zusammenfassen.

Zentrale Erkenntnisse

Nachfolgend werden die wichtigsten Aspekte aus den jeweiligen Kapiteln zusammenfassend dargestellt.[29]

⇨ Die Frage nach der **Zufriedenheit** zeigte: Über zwei Drittel der Thüringer*innen sind mit ihrer aktuellen Lebenssituation zufrieden, rund ein Fünftel teilweise und etwas mehr als ein Zehntel verortet sich als unzufrieden. Zufriedenheit hängt von Gesundheit, Pflegebedürftigkeit und finanzieller Lage ab: Wer sich gesund fühlt oder gut mit dem Einkommen auskommt, ist zufriedener. Armutsgefährdete sowie Haushalte mit

[29] Es gilt erneut zu betonen, dass nicht allen Befragten jede Frage angezeigt wurde, sondern sich in Teilen eine Auswahl anhand von Filterführung ergab (entweder aufgrund soziodemografischer Merkmale oder Interesse am Themengebiet). Diese Filter sind in den Berichtsteilen nachzuvollziehen und bei der Einordnung der zentralen Erkenntnisse gegebenenfalls zu berücksichtigen.

Pflegebedarf zeigen hingegen niedrigere Zufriedenheitswerte. Regionale Unterschiede sind gering, jedoch werden Freizeitmöglichkeiten besonders in Südwest- und Nordthüringen seltener als zufriedenstellend benannt. Insgesamt sind die Thüringer*innen mit dem Familienleben, der Wohnsituation und dem Freundeskreis am zufriedensten, während die finanzielle Situation, die Gesundheit und die Freizeitmöglichkeiten häufiger Anlass zur Unzufriedenheit geben.

⇨ Zwar geben rund zwei Drittel der befragten Thüringer*innen an, **Teilhabe** am gesellschaftlichen Leben ihres Wohnortes zu erfahren, doch nur 30 % sehen im besagten Wohnort **Mitbestimmungsmöglichkeiten** bei Themen, die sie betreffen. Lediglich 18 % fühlen sich im politischen Diskurs berücksichtigt und finanzielle Schwierigkeiten und Pflegebedarf reduzieren die wahrgenommenen Teilhabemöglichkeiten erheblich.

⇨ Beim Thema **Gesundheit** befindet die Mehrheit der Befragten ein überwiegendes Wohlbefinden, während knapp ein Fünftel selten oder nie beschwerdefrei sind. Mit zunehmendem Alter fühlen sich die Befragten auch seltener gesund. Die Quote steigt ebenso bei pflegebedürftigen und armutsgefährdete/-betroffene Personen. Gesundheitsfördernde Verhaltensweisen wie Sport oder Ruhephasen in den Alltag zu integrieren, gelingt nur je 39 % regelmäßig, während auf Ernährung, Schlaf und ärztliche Abklärung häufiger geachtet wird.

Bei armutsbetroffenen/-gefährdeten Personen zeigen sich deutliche Alltagsbelastungen, welche sich auf die psychische Gesundheit auswirken: Häufige Probleme sind ständiges Nachdenken über die finanzielle Lage, eingeschränkte Ernährungsmöglichkeiten sowie Stress durch die eigene Situation. Besonders betroffen sind armutsgefährdet/-betroffen Personen, die zudem zu folgenden Merkmalsgruppen gehören: allein oder getrennt Erziehende, Befragte mit Kindern oder Pflegebedarf im Haushalt sowie Befragte aus Südwestthüringen.

⇨ Das **Wohnumfeld** der Thüringer Befragten lässt sich wie folgt zusammenfassen: Mehr als die Hälfte der Befragten (57 %) lebt im Wohneigentum, überwiegend im eigenen Haus, während 43 % zur Miete wohnen. Ältere Personen und Haushalte mit Senior*innen leben etwas häufiger im Eigentum, während armutsgefährdete Befragte deutlich häufiger zur Miete wohnen. In städtischen Regionen ist die Mietquote mit rund zwei Dritteln deutlich höher als in ländlichen Gebieten. Höhere Mietquoten finden sich zudem bei Allein- oder Getrennterziehenden und pflegebedürftigen Personen.

Die Wohnumgebung wird überwiegend positiv bewertet: Nur wenige Befragte sind mit dieser unzufrieden, während die Hälfte hoch beziehungsweise 47 % moderat zufrieden sind. Armutsgefährdete/-betroffene sowie finanziell prekär lebende Personen zeigen deutlich geringere Zufriedenheit, insbesondere bei Sicherheit, Sauberkeit und Grünflächen in ihrer Wohnumgebung. Unterschiede nach der Gesamtzufriedenheit mit der Wohnumgebung zwischen Stadt und Land sind gering. Am besten unter den betrachteten Aspekten der Wohnumgebung werden die Anbindung an das Straßennetz, Luftqualität und Grünflächen bewertet, während Sitz- und Aufenthaltsmöglichkeiten

sowie die ÖPNV-Anbindung die größten Defizite aufweisen. Ländliche Regionen punkten bei Luftqualität, Ruhe und Sauberkeit, städtische bei Infrastruktur und Nahverkehr.

⇨ Die Erreichbarkeit von Orten wird überwiegend positiv bewertet: Bei Fragen der **Mobilität** befinden über 80 %, dass Orte im eigenen Wohnort leicht erreichbar sind. Ländlich lebende Befragte schätzen die Erreichbarkeit von Orten in Thüringen schlechter ein als städtisch lebende Befragte. Armutsgefährdete/-betroffene und pflegebedürftige Personen berichten häufiger von Schwierigkeiten, insbesondere bei weiter entfernten Orten.

Die Mobilität von Armutsgefährdeten oder -betroffenen Personen ist eingeschränkter, hierbei spielen die Kosten für öffentliche Verkehrsmittel eine gewichtige Rolle: Viele können sich Einzeltickets nur gelegentlich leisten, während Zeitkarten, Abos und das Deutschlandticket für rund die Hälfte gar nicht finanzierbar sind. Besonders stark betroffen sind armutsgefährdete/-betroffene Befragte, die schlecht mit ihrem Einkommen auskommen: 55 % dieser Personen können sich das Deutschlandticket überhaupt nicht leisten. Auch in städtischen Gebieten fällt die Erschwinglichkeit von Zeitkarten, Abos oder dem Deutschlandticket für diese Gruppe geringer aus.

⇨ Die Fragen nach **Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf** haben weitere spannende Erkenntnisse Zutage befördert. Zu erwarten war, dass die finanzielle Situation sich stark auf die Bewertung der Vereinbarkeit auswirkt. Auch dass junge Familien häufiger Probleme mit der Vereinbarkeit von Familie/Pflege und Beruf verlautbaren verwundert wenig. Interessanterweise zeigen sich erst bei Familien mit drei Kindern höhere Herausforderungen bei der Vereinbarkeit (bei einem und zwei Kindern zeigen sich keine Unterschiede). Beim Vergleich der Erziehungssituationen und der Anzahl der Generationen im Haushalt zeigen sich keine großen Unterschiede.

⇨ Für den Bereich der **Mediennutzung** zeigt sich, dass sowohl Armutsgefährdete/-betroffene und auch Pflegebedürftige weniger Sicherheit im Umgang mit digitalen Medien ausdrücken. Beide Gruppen wünschen sich im Vergleich zur Gesamtheit allerdings nicht mehr Medienbildungsangebote. Die Besonderheit der allgegenwärtigen Digitalisierung liegt jedoch nicht nur in den unterschiedlichen Wissens- und Umsetzungsständen der Bevölkerung, sondern auch im fehlenden gesellschaftlichen Konsens, was es zu erreichen gilt. Letzteres zeigt sich häufig in den offenen Antworten der gesamten Befragung. Einerseits wird mit Blick auf die Senior*innen betont, dass die Verlagerung von Angeboten und Dienstleistungen in den digitalen Raum abhängend wirken. Andererseits wird diese Transformation als Chance zur allgemeinen Vereinfachung und zur Beteiligung im ländlichen Raum gesehen.

In den Gesprächen mit den Expert*innen der Familien- und Senior*innenangebote werden zum Thema Mediennutzung gleich zwei zentrale Punkte hervorgehoben: Erstens begründen die Interviewten einen hohen Bedarf an Fortbildungen für die Fachkräfte im Bereich Digitalisierung und Medien. Auch die Eltern benötigen laut den Aussagen Schulungen im Sinne der Erziehungsverantwortung. Zweitens wird betont, wie

wichtig die Bekanntheit der Beratungsstellen und Angebote zu nehmen ist. Auch für die Bewerbung ist eine nutzungsfreundliche Verwendung digitaler Medien unverzichtbar.

⇨ Als letztes großes Gebiet lassen sich die zentralen Erkenntnisse aus der Einschätzung der **Angebotslandschaft** darstellen. Die meisten Kenntnisse über die Unterstützungsleistungen/-angebote für Familien/Senior*innen in Thüringen bestehen gegenüber Freizeit-, Sport- und Kulturangeboten. Sowohl Armutsbetroffene/-gefährdete als auch Befragte mit Pflegebedarf im Haushalt schätzen ihre Informationslage bezüglich der Angebote schlechter ein. Gleichzeitig nehmen diese häufiger bestimmte Leistungen in Anspruch (z.B. Beratungs-/Hilfsangebote oder Unterstützungsleistungen finanzieller Natur), sind aber bei Alltagsangeboten von Freizeit/Sport/Kultur weniger vertreten. Auch nutzen diese weniger Kanäle zur Informationsgewinnung.

Dass die Frage des Umgangs mit den digitalen Medien für ältere Thüringer*innen ein großes Thema ist, zeigte sich in den Interviews. Dass die über 65-Jährigen bereits proaktiv das Internet und die Sozialen Medien für die Informationsgewinnung zu Angeboten nutzen, wurde in den Daten jedoch ebenfalls deutlich. Die Thüringer Familien-App – als eines dieser Informationsangebote – nutzen etwa 5 % der Befragten. Personen, die diese nicht nutzen, ist sie zu 72 % nicht bekannt.

⇨ Die **Angebote für Familien mit Kindern** bieten erhöhtes Aufklärungspotenzial zu Gesundheitsangeboten für Eltern als auch für Kinder/Jugendliche. Was an Angeboten für Familien mit Kindern benötigt wird, ändert sich je nach betrachteter Gruppe. Beispielsweise ändern sich die Bedürfnisse je nachdem, ob getrennt/allein oder gemeinsam erzogen wird. Übergreifend zeigt sich jedoch, dass Armutsgefährdete/-betroffene generell weniger Angebote in diesem Bereich wahrnehmen.

⇨ Dieser übergreifende Einfluss der Armutsgefährdung/-betroffenheit zeigt sich auch bei **Angeboten**, **die sich besonders an Senior*innen richten**. Wer als ältere Person von Armut betroffen oder gefährdet ist, wünscht sich häufiger Gesundheitsangebote, nimmt sie aber im Vergleich seltener wahr. Unter allen Senior*innen bestehen die höchsten Potenziale zur Nutzung im Bereich Gesundheit, Begegnung und Beratung. Auch vielfältige Bildungswünsche wurden geäußert.

⇨ Zu **Angeboten speziell für Menschen mit Pflegebedarf im Haushalt** melden die Befragten häufig zurück, sich die Nutzung vorstellen zu können, jedoch zu wenig darüber zu wissen. Zusammen mit dem Anteil derer, die Interesse an derartigen Angeboten haben, jedoch in der Nutzung durch fehlende Erreichbarkeit, Verfügbarkeit oder anderen Bedürfnissen eingeschränkt sind, ergeben sich viele Personen, die Angebote im Bereich der Pflege potenziell nutzen würden. Unterschiede finden sich für Armutsgefährdete/-betroffene, welche die Angebote weniger Nutzen als ihre Vergleichsgruppe. Auch sind es ländlich Lebende, die eine geringere Nutzung derartiger Angebote rückmelden als städtisch Lebende.

⇨ Werden **Angebote für Menschen mit wenig Einkommen** in den Blick genommen, ergibt sich auch in diesem Bereich deutlich, dass jede*r vierte bis fünfte Befragte*r diese nutzen würde, aber angibt, zu wenig darüber zu wissen. Hierbei sind es Befragte aus Südwestthüringen, welche die Angebote am häufigsten nutzen würden. Der Mehrheit der Armutsgefährdeten/-betroffenen wäre es lieber, wenn Angebote nicht nur speziell für Menschen mit wenig Einkommen, sondern für alle Menschen günstiger wären. Auch verzichtet etwa ein Viertel der befragten Armutsgefährdeten/-betroffenen auf entsprechende Vergünstigungen, um die eigene finanzielle Situation anderen gegenüber nicht offenlegen zu müssen. Ähnlich oft wird zurückgemeldet, sich für den Erhalt von Vergünstigungen aufgrund des geringen Einkommens zu schämen. Diese Aspekte verschärfen sich nochmals, wenn die armutsgefährdeten/-betroffenen Befragten selbst angeben, mit den verfügbaren finanziellen Mitteln nur schlecht zurechtzukommen.

⇨ Über besondere **mobile Angebote** wissen von den Thüringer*innen eher wenige Bescheid. Am häufigsten genutzt wird von ihnen die mobile Bankfiliale/finanzielle Beratung. Für Freizeit- und Kulturangebote sowie Bildungsangebote in mobiler Form ist der Anteil derer, die sie potenziell nutzen würden, am höchsten. Dabei besteht ein höheres Interesse bei denjenigen Befragten mit Pflegebedarf im Haushalt. Auch in diesen Angebotsbereich sind es erneut eher ländlich Lebende, die angeben, Angebote in mobiler Form nutzen zu wollen und aus unterschiedlichen Gründen (Erreichbarkeit, Verfügbarkeit, andere Bedürfnisse) bislang nicht zu können.

⇨ Für die Fragen zu **Medienbildungsangeboten** lässt sich festhalten, dass der Anteil derer, die sich vorstellen können, unterschiedliche Angebote zu diesem Thema zu nutzen, meist höher ausfällt als für diejenigen, die solche Angebote bereits nutzen. Diesbezüglich zeigen sich deutliche Altersunterschiede dahingehend, dass mit zunehmendem Alter der Anteil der Nutzer*innen der Angebote wächst, das Interesse zur potenziellen Nutzung jedoch bei allen Altersgruppen ähnlicher ausfällt.

⇨ Gefragt nach weiteren **Wünschen an hilfreichen Angeboten/Strukturen** meldet eine Vielzahl der Befragten unterschiedliche Aspekte zurück. Am deutlichsten wird dabei dem Themenbereich Mobilität/ÖPNV gefolgt von bürokratischen Hürden bzw. Wünschen an die Arbeit von Behörden Ausdruck verliehen. Des Weiteren finden sich Wünsche nach Angeboten für spezielle Themen oder Zielgruppen, für infrastrukturelle Veränderungen, ärztlicher Versorgung und Betreuungsaspekte von Kindern und Jugendlichen.

⇨ Die Angebote der geförderten Thüringer **Familienferienstätten** werden von den Befragten unterschiedlich wahrgenommen. Insgesamt sind die fünf Ferienstätten eher kleineren Anteilen der Befragten bekannt. Auch das Wissen über die Vergünstigungen der Ferienstätten ist nicht allzu stark verbreitet. Am bekanntesten und auch innerhalb der letzten 2 Jahre am häufigsten genutzt ist dabei das Ferienzentrum Oberhof. Dabei sind keine relevanten Unterschiede in der Kenntnis und der Nutzung zwischen Befragten mit und ohne Armutsgefährdung/-betroffenheit festzumachen. Als häufigster Grund für

die Nichtnutzung besagter Angebote, wird die unpassende individuelle Familiensituation angegeben. Mit Blick auf die Zukunft empfinden die meisten Befragten Entspannungs- sowie Freizeit- und Sportangebote am attraktivsten für einen potenziellen Besuch der Familienferienstätten in Thüringen.