

# **Evaluation**

## **der Kommunikationsinstrumente (Plakate und Postkarten) der Kampagne Erziehung des Jugendamtes der Stadt Nürnberg**

### **Abschlußbericht**

Prof. Dr. Joachim König  
Markus Maiwald  
Dietmar Maschke  
Markus Voglmaier

# Abschlußbericht

---

## 1. Die Evaluation der Kommunikationsinstrumente (Plakate und Postkarten) der Kampagne Erziehung

In der Zeit von Januar bis Juli 2003 erfolgte an der Evangelischen Fachhochschule Nürnberg im Auftrag des Jugendamtes der Stadt Nürnberg die Evaluation der Kommunikationsinstrumente (Plakate und Postkarten) der Kampagne Erziehung.

Die Datenerhebung wurde durchgeführt in der Zeit vom 29. April bis 23. Mai 2003 durch Befragungen von Eltern an Schulen (Gymnasium Löhe-Schule, Förderzentrum Motterstraße, Grund- und Teilhauptschule Wiesenstraße), Befragungen von Passanten an öffentlichen Orten, sowie durch den Versand von 540 Fragebögen an 81 Einrichtungen der Kinder- und Jugendarbeit bzw. Schulen zur Befragung von Fachkräften.

Insgesamt ergab sich daraus eine Stichprobe von 589 befragten Personen:

- 372 Passanten an öffentlichen Plätzen
- 131 Eltern an Schulen
- 86 Fachkräfte via Post

Der verwendete Fragebogen enthält sowohl Fragen mit Antwortvorgaben, als auch offene Fragen ohne Antwortvorgaben. Die erhobenen Daten wurden folgendermaßen ausgewertet:

Antworten auf Fragen mit Antwortvorgaben konnten direkt quantitativ analysiert und in Tabellen und Diagrammen in Zahlen zusammengefasst werden.

Antworten auf Fragen ohne Antwortvorgaben wurden erfasst und konnten größtenteils quantifiziert und somit ebenfalls in Tabellen und Grafiken zahlenmäßig zusammengefasst werden.

Auch Personen, die von der Kampagne Erziehung bisher nichts gehört hatten, wurden zu den anderen Fragekomplexen - wie z.B. „Verständnis“ - mit Hilfe von mitgeführten bzw. mitgeschickten Kopien der acht Motive befragt.

Neben den Fragen zur Kampagne Erziehung an sich wurden auch demographische Daten erhoben, die ermöglichen, die Ergebnisse der Befragung nach bestimmten Personengruppen zu sortieren und deren Antworten miteinander zu vergleichen.

# Abschlußbericht

---

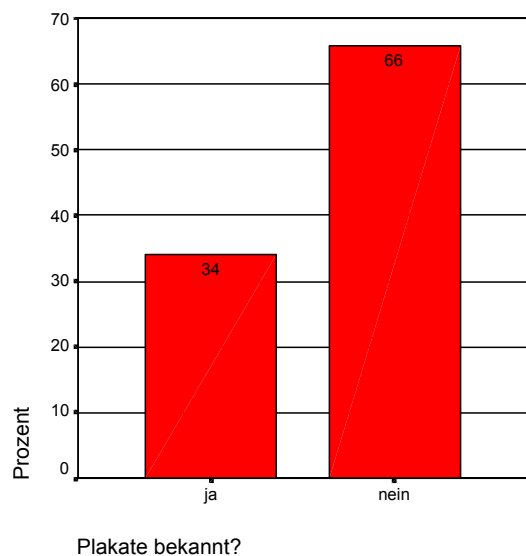
## 2. Zentrale Gegenstände der Untersuchung

### 2.1. Zugangswege und Bekanntheitsgrad

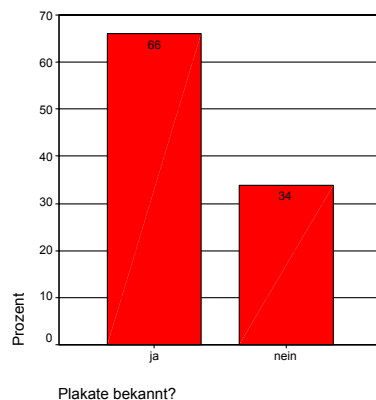
Die untersuchten Zugangswege waren die Plakate, die Karten, die eCards sowie die Aktionen der Kampagne Erziehung.

**Die Plakate waren der effektivste Weg, die Leute anzusprechen.**

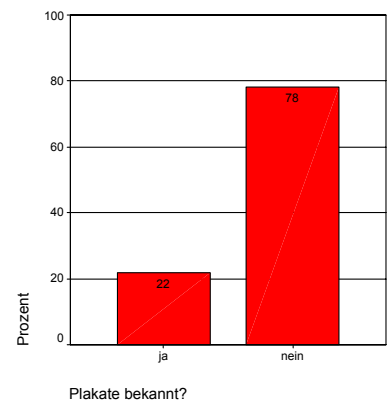
Rund 34% aller Befragten gaben an, zumindest eines der Plakate gesehen zu haben.



Große Unterschiede gibt es hier zwischen Fachkräften (66,1% kennen die Plakate) und Nicht-Fachkräften (21,7% kennen die Plakate).



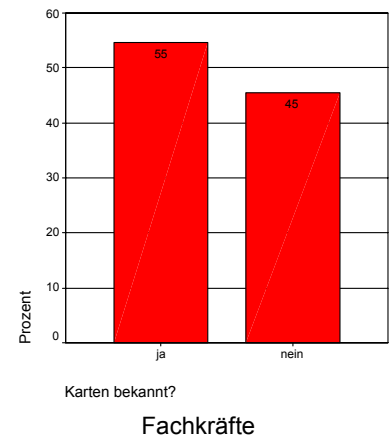
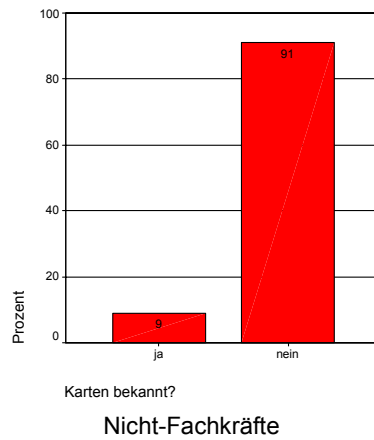
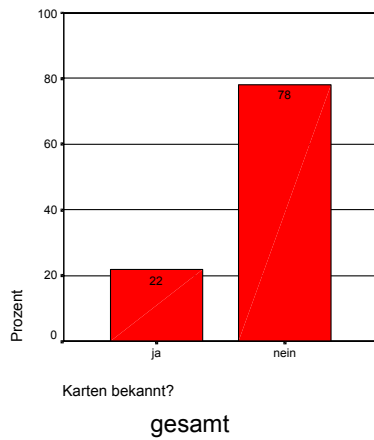
Fachkräfte



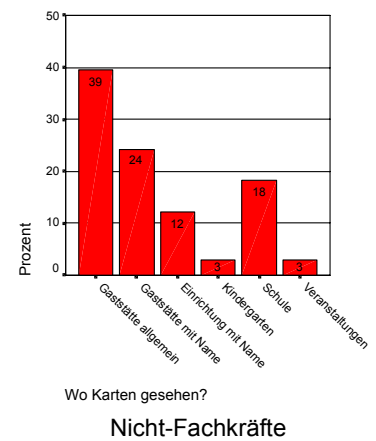
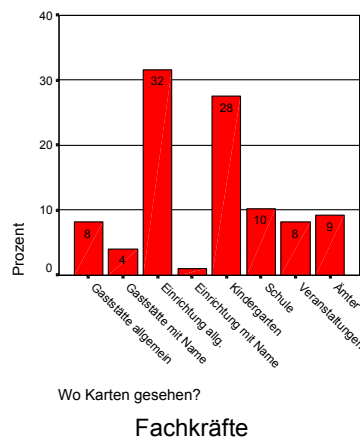
Nicht-Fachkräfte

# Abschlußbericht

Die Karten kennen rund 22% der Befragten, wobei nur 9% der Nicht-Fachkräfte gegenüber 54,5% der Fachkräfte dies angeben.



Fachkräfte kennen die Karten vor allem aus den Einrichtungen, Nicht-Fachkräfte aus Gaststätten, Kneipen usw.



Die Aktionen kennen rund 14% der Befragten (auch hier vor allem Fachkräfte), die eCards sind weitgehend unbekannt.

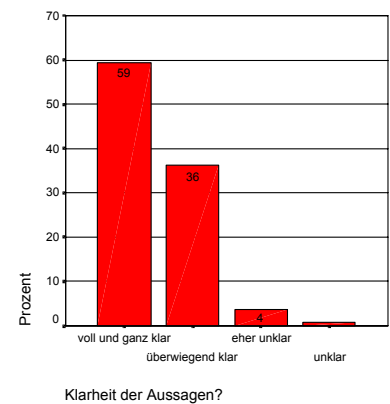
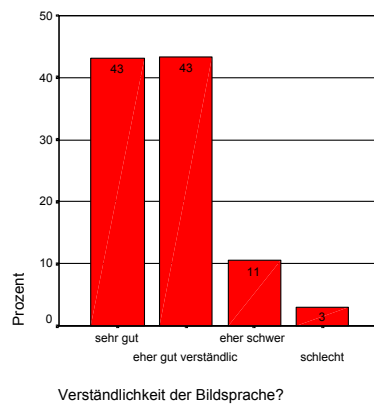
Rund 40% haben bemerkt, dass diese Kampagne eine Aktion des Jugendamtes der Stadt Nürnberg ist. Bei den Fachkräften hat eine Mehrheit von 2/3 zu 1/3 dies bemerkt, bei den Nicht-Fachkräften ist das Verhältnis in etwa umgekehrt.

# Abschlußbericht

## 2.2. Verständnis

### **Die Motive und Aussagen sind verständlich.**

86,5% äußern sich bezüglich der Bildsprache positiv, 95,6 % geben an, daß die Aussagen der Plakate und Karten voll und ganz oder überwiegend klar sind.



Bei den offenen Fragen z.B. nach dem Sinn der Kampagne zeigten sich die Befragten eher konstruktiv. Ebenso bei der Frage, ob ein Motiv fehle zeigt sich durch das Verhalten und die Anzahl von gegebenen Antworten (137 von 589 Befragten, also knapp 1/4 äußerten eigene Vorschläge), dass ein Verständnis - sowohl im Sinne von Begreifen der Sachverhalte, als auch im Sinne von Verständnis haben oder für wichtig erachten - vorhanden ist.

Häufige Nennungen zur Frage nach weiteren Motiven:

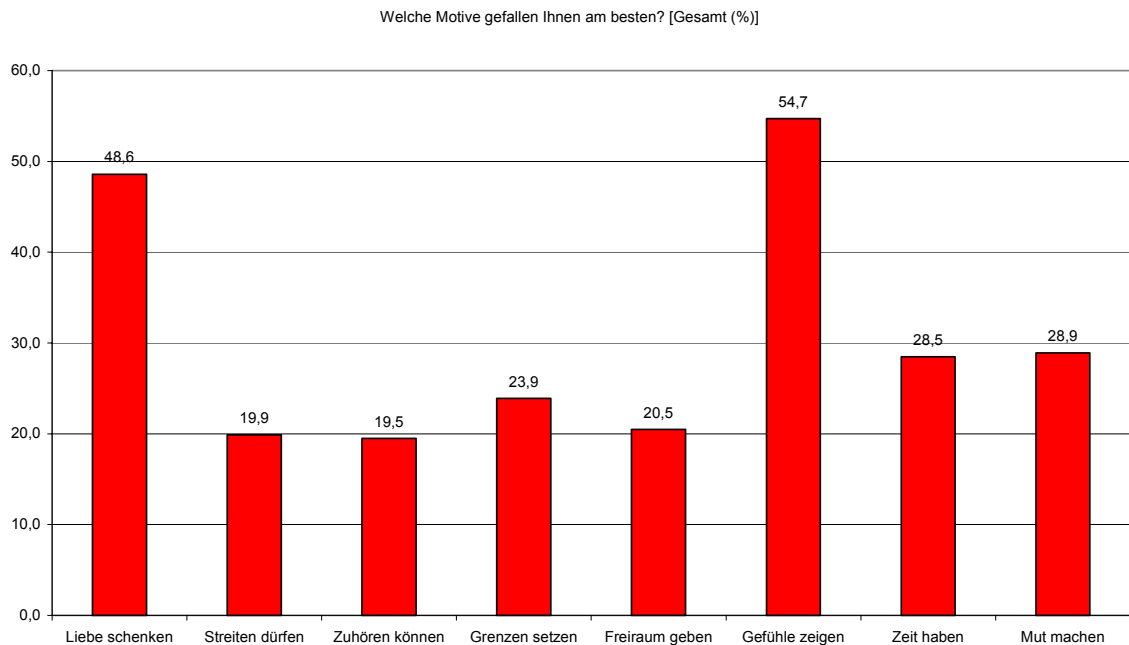
- Partner sein / Gemeinschaft erleben 13 Nennungen
  - Verständnisvoll / Tolerant sein 13 Nennungen
  - loslassen können 10 Nennungen
  - Vorbild sein 10 Nennungen
  - Vertrauen können / geben 7 Nennungen
  - Kind sein / spielen dürfen 7 Nennungen
  - andere respektieren / Achtung haben 7 Nennungen
  - miteinander reden 6 Nennungen
  - Verantwortung übernehmen 5 Nennungen
- ... und weitere 49 weitere Nennungen

# Abschlußbericht

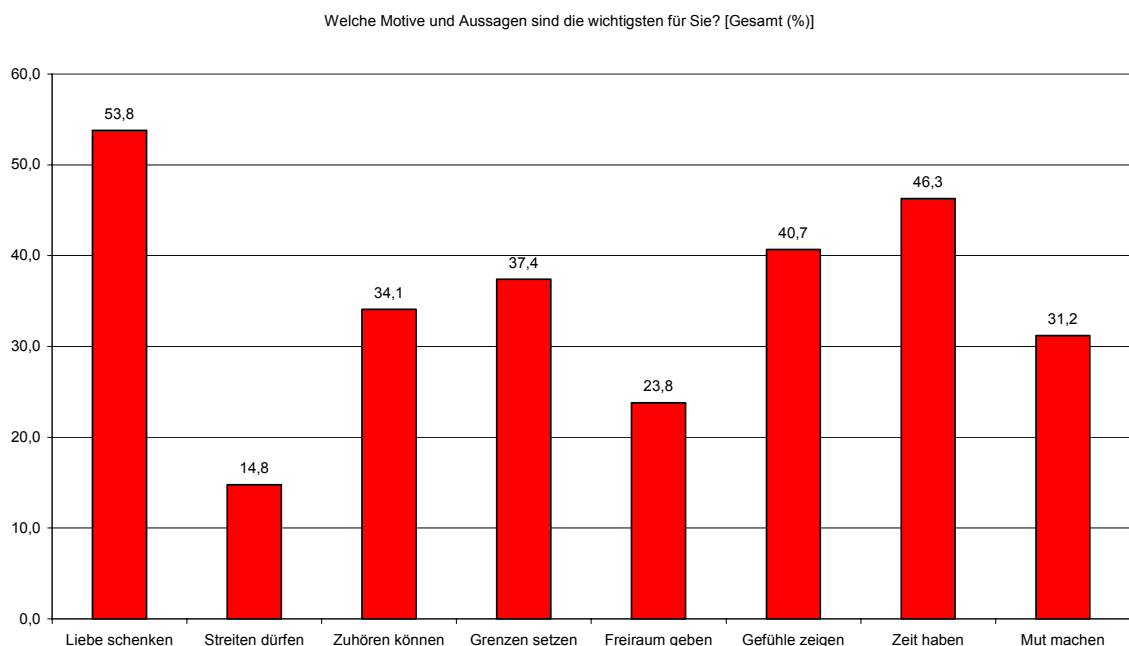
## 2.3. Akzeptanz

**Wie bereits angedeutet, kann sich die Kampagne Erziehung einer hohen Akzeptanz erfreuen.**

Bezüglich der Motive liegen die Nennungen bei der Frage welche am besten gefallen zwischen rund 20% bei „Zuhören können“ und „Streiten dürfen“ und rund 55% bei „Gefühle zeigen“.



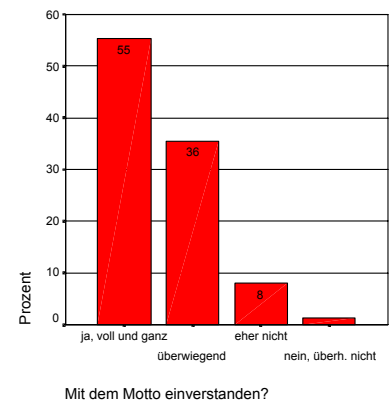
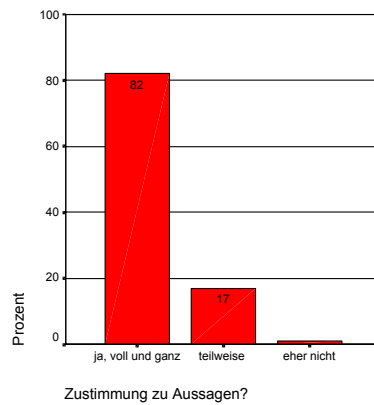
Bei der Frage nach den *wichtigsten* Motiven liegen die Nennungen zwischen rund 15% bei „Streiten dürfen“ und rund 54% bei „Liebe schenken“.



# Abschlußbericht

---

Sehr deutlich zeigt sich die Zustimmung zu den Aussagen der Plakate und Karten. 82,1% stimmen diesen „voll und ganz“ zu, weitere 17% „teilweise“. Dies ist zweifelsohne ein äußerst positives Ergebnis. Auch die Zustimmung zum Motto „Stark durch Erziehung“ ist mit 55,3% „voll und ganz“ und weiteren 35,6% „überwiegend“ (zusammen 90,8% im positiven Bereich der Skala möglicher Antworten) sehr gut.



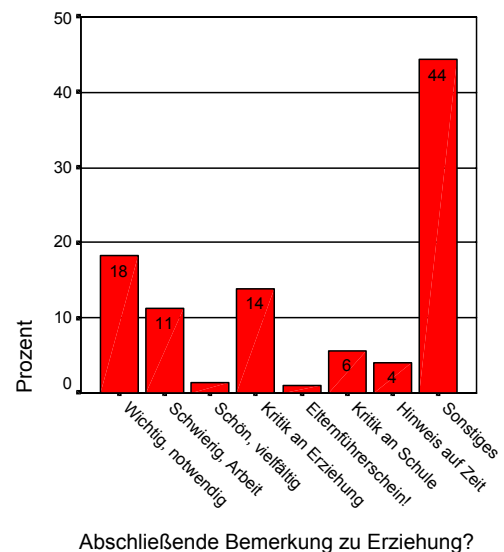
# Abschlußbericht

---

## 2.4. Sonstiges

Sicherlich interessantester Teil der sonstigen Fragen ist die Frage nach einem kurzen Statement zum Thema Erziehung (abschließende Bemerkung zum Thema Erziehung), das ohne Antwortvorgaben abgefragt wurde.

Bemerkungen mit gleicher Aussage, die relativ häufig vorkamen, sind in Kategorien zusammengefasst worden und in dem nebenstehenden Diagramm grafisch dargestellt. Deutlich aber auch der große Teil der sonstigen Antworten, die so vielfältig sind, dass eine Kategorisierung nicht sehr ertragreich gewesen wäre.



Einige markante Aussagen aus diesem Punkt „Sonstiges“:

Es gibt sehr viele verschiedene Definitionsvorschläge. Beispiele:

- Erziehung ist nicht Zucht, sondern Begleitung des Heranwachsenden
- Erziehung ist auch Disziplin und Ordnung
- Erziehung ist dem Kind lernen, wie es sich in der Gesellschaft zu benehmen hat und wie es mit der Zukunft klar kommen soll
- Erziehung beginnt im Kleinen
- Erziehung sollte kein Zwang und Muss sein

Manche Hinweise befassen sich mehr mit der Kampagne selbst!

- eine sinnvolle Kampagne
- Plakate sind zu unauffällig
- Das Motto ist klasse

Einige Angaben sind auf die eigene Person als Erziehungsperson bezogen:

- Bin oft zu gutmütig, würde gern mal Grenzen setzen!
- Erziehung ist teuer!
- An meinen Kindern sehe ich, dass ich es richtig gemacht habe!

Und wieder andere outen sich als „Fachleute“:

- schau nach bei Kant
- Fröbel: Erziehung ist Liebe und Beispiel, sonst nichts!
- Ein schräg wachsender Baum ergibt nie einen geraden Stamm!

# Abschlußbericht

---

## 3. Fazit:

Wichtiges Ergebnis ist, dass die befragten Personen Erziehung sehr unterschiedlich sehen und bewerten. Zum Teil gegensätzliche Forderungen, Wünsche und Einstellungen zeigen die Vielfalt des Begriffs und Themas Erziehung auf.

Ausserdem bemerkenswert ist, dass die Akzeptanz der Kampagne wesentlich höher ist als deren Bekanntheit. Eine mögliche Folgerung wäre, dass derartige Projekte des Jugendamtes die Interessen der Bevölkerung treffen und weiteres Engagement in diesem Bereich lohnenswert sein könnte.

# Fragebogen zur Evaluation der Kampagne Erziehung

0.1	Welcher der folgenden Personengruppen gehören Sie an?			
	<input type="radio"/> Eltern	<input type="radio"/> andere Erziehende	<input type="radio"/> Fachkräfte	<input type="radio"/> Nichterziehende
0.2	Ihr Alter			
	<input type="radio"/> 18-30	<input type="radio"/> 31-45	<input type="radio"/> 46-60	<input type="radio"/> über 60
0.3	Ihr Geschlecht			
	<input type="radio"/> weiblich	<input type="radio"/> männlich		
0.4	Ihre Nationalität			
0.5	Wie viele Kinder bzw. Enkelkinder, Neffen usw. (bei anderen Erziehenden) haben Sie?			
0.6	Wie alt sind diese?			
0.7	Welcher der folgenden Berufsgruppen gehören Sie an?			
	<input type="radio"/> Auszubildende(r)/ Student(in)	<input type="radio"/> Arbeiter(in)	<input type="radio"/> Angestellte(r)	<input type="radio"/> Selbständige(r)
	<input type="radio"/> Arbeitslose(r)	<input type="radio"/> Rentner(in)	<input type="radio"/> im Erziehungsurlaub	<input type="radio"/> Sonstiges
1.0	Kennen Sie die Plakate der <i>Kampagne Erziehung</i> ?			
	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein		
1.1	Wo haben Sie diese gesehen?			
2.0	Kennen Sie die Karten der <i>Kampagne Erziehung</i> ?			
	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein		
2.1	Wo haben Sie diese Karten gesehen?			
2.3	Was haben Sie mit diesen Karten gemacht?			
	<input type="radio"/> nicht mitgenommen	<input type="radio"/> verschenkt oder verschickt	<input type="radio"/> aufgehängt	<input type="radio"/> aufbewahrt
	<input type="radio"/> Sonstiges:...			
3.0	Kennen Sie die elektronischen Karten der <i>Kampagne Erziehung</i> im Internet?			
	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein		
3.1	Wie sind Sie auf diese gekommen?			
	<input type="radio"/> Im Internet zufällig	<input type="radio"/> Durch Informations- material der <i>Kampagne Erziehung</i>	<input type="radio"/> Durch Freunde / Bekannte	<input type="radio"/> Sonstiges:...
4.0	Kennen Sie Aktionen der <i>Kampagne Erziehung</i> ?			
	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein		
4.1	Wie sind Sie auf diese Aktion(en) gekommen?			
	<input type="radio"/> Durch Informations- material der <i>Kampagne Erziehung</i>	<input type="radio"/> Durch Freunde / Bekannte	<input type="radio"/> Durch die Internetseite	<input type="radio"/> Durch erziehende Fachkräfte z.B. in Kindertagesstätten
	<input type="radio"/> Durch die Zeitung	<input type="radio"/> Sonstiges:...		

4.2	Haben sie an einer oder mehreren der Aktionen teilgenommen?			
	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein		
4.3	Wie bewerten Sie die Aktion(en), an der / denen Sie teilgenommen haben auf einer Notenskala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend)?			
4.4	Möchten Sie dazu noch einen kurzen Kommentar abgeben?			
5.0	Die Bildsprache der Plakate und Karten ist...			
	<input type="radio"/> sehr gut verständlich	<input type="radio"/> eher gut verständlich	<input type="radio"/> eher schwer verständlich	<input type="radio"/> schlecht verständlich
5.1	Die Aussagen der Plakate und Karten sind...			
	<input type="radio"/> voll und ganz klar	<input type="radio"/> überwiegend klar	<input type="radio"/> eher unklar	<input type="radio"/> unklar
5.2	Stimmen Sie diesen zu?			
	<input type="radio"/> ja, voll und ganz	<input type="radio"/> teilweise	<input type="radio"/> eher nicht	<input type="radio"/> nein, überhaupt nicht
5.3	Welche Motive gefallen Ihnen am besten?			
	<input type="radio"/> Liebe schenken	<input type="radio"/> Streiten dürfen	<input type="radio"/> Zuhören können	<input type="radio"/> Grenzen setzen
	<input type="radio"/> Freiraum geben	<input type="radio"/> Gefühle zeigen	<input type="radio"/> Zeit haben	<input type="radio"/> Mut machen
5.4	Welche Motive und Aussagen sind die wichtigsten für Sie?			
	<input type="radio"/> Liebe schenken	<input type="radio"/> Streiten dürfen	<input type="radio"/> Zuhören können	<input type="radio"/> Grenzen setzen
	<input type="radio"/> Freiraum geben	<input type="radio"/> Gefühle zeigen	<input type="radio"/> Zeit haben	<input type="radio"/> Mut machen
5.5	Erinnert Sie eines der Motive an eine Situation, die Sie erlebt haben?			
	<input type="radio"/> Liebe schenken	<input type="radio"/> Streiten dürfen	<input type="radio"/> Zuhören können	<input type="radio"/> Grenzen setzen
	<input type="radio"/> Freiraum geben	<input type="radio"/> Gefühle zeigen	<input type="radio"/> Zeit haben	<input type="radio"/> Mut machen
5.6	Wüßten Sie ein weiteres Motiv, das Sie bei den Motiven der <i>Kampagne Erziehung</i> vermissen?			
6.0	Haben Sie außer durch die Plakate und Karten auch noch auf anderem Wege von der <i>Kampagne Erziehung</i> gehört?			
6.1	Haben Sie bemerkt, daß die <i>Kampagne Erziehung</i> eine Aktion des Jugendamtes der Stadt Nürnberg ist?			
	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein		
6.2	Welchen Sinn hat Ihrer Meinung nach diese Aktion (auch wenn Sie diese bisher nicht kannten)?			
6.3	Das Motto dieser Aktion lautet "Stark durch Erziehung". Sind Sie mit diesem Motto einverstanden?			
	<input type="radio"/> ja, voll und ganz	<input type="radio"/> überwiegend	<input type="radio"/> eher nicht	<input type="radio"/> nein, überhaupt nicht
7.1	Bitte geben Sie abschließend noch eine kurze Bemerkung zum Thema Erziehung			

**Vielen Dank für Ihre Mitarbeit !**