

2.3.2

ANZEIGENAKTION UND BROSCHÜRE
"ELTERN HELFEN ELTERN"

Ergebnisse einer begleitenden
psychologischen Untersuchung

ARCHIVEXEMPLAR

Reg.-No. 20030
(2.3.2)

Heidelberg, Dezember 1979

Verantwortlicher Studienleiter: Dipl.-Psych. Berthold Flaig

Verantwortlicher Geschäftsführer: Dipl.-Psych. Horst Nowak

<u>INHALT</u>	Seite
VORANGESTELLTE ZUSAMMENFASSUNG DER WICHTIGSTEN UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE	3
UNTERSUCHUNGSANSATZ	10
1. Aufgabenstellung	10
2. Forschungsprogramm und Stichprobe	13
ERGEBNISSE	21
1. Die Aufnahme der Kampagne in der Zielgruppe	21
2. Die Akzeptanz des Elterngruppen-Konzepts	29
3. Unterschiede in den Familien von Akzeptanten und Ablehnern	45
4. Befunde zur Anzeigen- und zur Broschürenwirkung	62
Zur Anzeige	62
Zur Broschüre	71

VORANGESTELLTE ZUSAMMENFASSUNG
DER WICHTIGSTEN UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE

- o Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) wirbt derzeit in einer Anzeigen-Kampagne für die Idee, in privater Initiative Elterngruppen zu bilden. In der Anzeige "Was sollen wir bloß mit dem Kind noch machen?" wird die Elterngruppe als Lösungsmöglichkeit für Erziehungs- und andere familiäre Probleme vorgestellt. Gleichzeitig wird auf eine Broschüre ("Eltern helfen Eltern") hingewiesen, die Anregungen und Ratschläge für die Verwirklichung und Organisation derartiger Eltern-Initiativen enthält.

- o Es handelt sich vorerst um einen regional begrenzten Modellversuch, der von einer kontrollierenden Untersuchung begleitet wurde.
Aufgabe dieser Untersuchung war es, die Aufnahme und Verarbeitung der werblichen Ansprache durch die Zielpersonen zu erkunden. Zusätzlich war eine gezielte Wirkungsanalyse der Broschüre durchzuführen.
Zur Lösung dieser Aufgabenstellung wurden psychologische Untersuchungsmethoden eingesetzt. Im Erhebungszeitraum Oktober - November 1979 wurden insgesamt 44 anamnestiche Gespräche (Anzeigenuntersuchung) und vier Gruppendiskussionen (Wirkungsanalyse) durchgeführt.

- o Entsprechend der von der BZgA vorgegebenen Zielgruppen-Definition sollte mit der Kampagne eine breite untere Mittelschicht angesprochen werden und keinesfalls nur Eltern mit verhaltensauffälligen Kindern bzw. Problemfamilien. Die Aufnahme und das Verständnis der Kampagne bei den präsumptiven Adressaten (untere, mittlere Mittelschicht) zeigt, daß zwar die

Mittelschicht-Orientierung der Aktion akzeptiert wird, daß aber die Absicht der BZgA, breite Schichten der Bevölkerung zu erreichen und damit letztlich gesamtgesellschaftliche Veränderungen zu initiieren, auf erhebliche Widerstände gerade im mittleren Bereich der Einkommens- und Bildungspyramide trifft.

Die Zielgruppenprojektionen der befragten Mittelschicht-Eltern beschränken sich weitgehend auf klar ausgegrenzte Problem-Segmente der Bevölkerung (Problemfamilien, isolierte Eltern, alleinstehende Elternteile etc.).

- o Die Untersuchungsbefunde weisen überraschend deutlich eine schichtspezifische Akzeptanz bzw. Ablehnung der Kampagnen-Botschaft nach.

Auf die Botschaft der Anzeigen-Aktion, zusammen mit anderen Eltern in wechselseitiger Beratung und Unterstützung pädagogische und familiäre Probleme aufzugreifen, reagieren Befragte aus der oberen Mittelschicht (akademisches Milieu), aber auch aus der Unterschicht (Arbeiter-Milieu) überwiegend positiv.

Befragte aus der breiten unteren Mittelschicht lehnen das Elterngruppen-Konzept mehrheitlich ab. Das in dieser Befragten-Gruppe gelegentlich demonstrierte vordergründige Interesse an den vermuteten Broschüren-Informationen (Erziehungsratschläge) darf über die tieferliegende Abwehr nicht hinwegtäuschen.

Als wirksame Barrieren gegen ein Engagement im Sinne der Kampagne erweisen sich dabei in erster Linie die befürchtete Bedrohung der familiären Harmonie (Familien-Harmonismus) sowie die Angst vor Intimitäts- und Privatheits-Verlust (Familien-Individualismus).

Diese Barrieren bestehen in der oberen Mittelschicht weit weniger. Hinzu kommt eine intellektuell-theoretische Freude

- am Konzept sowie häufig eigene Erfahrungen mit verwandten Gruppen- und Initiativ-Formen.

Die verbreitete Akzeptanz des Angebots in der Unterschicht gründet auf der unbefriedigenden und durch Mehrfachbelastung in Haushalt, Kindererziehung und Beruf überfordernden Situation der Frau. Hinzu kommt das häufig fehlende familiäre Engagement des Ehepartners (rigides Rollenverhalten) sowie beengende finanzielle und Wohnverhältnisse.

Wenn Unsicherheiten bei Erziehungsproblemen dazukommen, entsteht der Wunsch nach Kontakt, Austausch, Rat und Hilfe.

- o Eine Analyse der Familienstrukturen bei Akzeptanten und bei Ablehnern des Elterngruppen-Konzepts zeigt - quer durch die sozialen Schichten - einige charakteristische Unterschiede:
 - Während Akzeptanten meist statuszufrieden und eher ambitionslos im Beruf sind sowie den Bereich Freizeit/Familie generell höher bewerten als den Bereich Arbeit/Beruf, sind Ablehner überwiegend statusunzufrieden sowie leistungs-, karriere- und aufstiegsorientiert.
 - Während bei den Akzeptanten der matriarchalisch-häusliche Familientyp (introvertierte, passive, gutmütige Männer/ selbstbewußte, extravertierte, kritische Frauen) vorherrscht, überwiegt bei den Ablehnern der patriarchalisch-strukturierte Familientyp (dominante, autoritäre, rationale Männer/unsichere, nervöse, anlehungsbedürftige Frauen).
 - Das Familienklima bei den Akzeptanten ist häufig geprägt durch starke emotionale Bindungen, gemeinsame Interessen und Aktivitäten der Ehepartner sowie durch intensive innerfamiliäre Kommunikation. Bei den Ablehnern findet sich oft

ein autoritäres, emotional unbefriedigendes Klima, Partnerprobleme, Spannungen und Uneinigkeiten (zum Beispiel in Erziehungsfragen).

- Bei Akzeptanten ist häufig die Bereitschaft zur Reflexion, zum Aufgreifen von Problemen und zur bewußten Wahrnehmung der psychischen Realität gegeben, oft gepaart mit einer hohen Bereitschaft, Rat und Hilfe von außen anzunehmen. In Ablehner-Familien sind häufig autoritäre Problemlösungsmuster erkennbar, wenn Probleme nicht überhaupt verdrängt oder in anderer Weise abgewehrt werden. Der verbreitete Familien-Harmonismus und -Individualismus in diesen Familien erzeugt Mißtrauen, Angst und Distanzierung gegenüber Rat und Hilfe von außen.

- o Unsere Befunde zeigen, daß auch die Wirkung der Anzeige "Was sollen wir bloß mit dem Kind noch machen?" schichtspezifisch differiert.

Die Headline weckt zwar bei nahezu allen Befragten - bedingt durch die Art ihrer Präsentation und Formulierung - Interesse, Neugier oder Betroffenheit. Diese themenadäquate Einstimmung wird jedoch im weiteren Rezeptionsprozeß nicht in allen Fällen erfolgreich weitergeführt.

Insbesondere die Testfragen und die karikaturähnliche Darstellung stoßen bei Mittelschicht-Betrachtern auf Ablehnung. Während Unterschicht-Betrachter die Testbeispiele als wirklichkeitsnah erleben und die vorgegebenen Antwortalternativen bei ihnen häufig eigenes Fehlverhalten bewußt machen, distanzieren sich Mittelschicht-Betrachter von den "wirklichkeitsfernen", "unzutreffenden" Beispielen und von den an unseriöse Illustrierten-Tests erinnernden Antworten.

Die Karikatur führt vielen Unterschicht-Betrachtern ihre eigenen Erziehungsprobleme vor Augen und weckt damit Informations-Erwartungen, während sie auf Personen aus der Mittelschicht häufig "schockierend" wirkt, (uneingestandene) Familienkonflikte aktualisiert und damit dem Verdikt der rationalisierenden oder verdrängenden Abwehr verfällt ("untypisch", "lächerlich", "banal", "nicht witzig" etc.).

Zu diesen Befunden ist einschränkend anzumerken, daß mit dieser Anzeigen-Aktion wohl kaum nennenswerte Teile der unteren Bevölkerungsschichten erreicht wurden. Diese Vermutung ergibt sich aus einer Analyse der Coupon-Rückläufe nach der Verteilung auf die Einschalt-Medien und nach der Berufsgruppenzugehörigkeit der Coupon-Anforderer.

- o Die in der Broschüre "Eltern helfen Eltern" aufgegriffenen Alltags- und Erziehungsprobleme sind lebensnah und bieten Ansätze zur Identifikation.

Die im ersten Broschürenenteil dadurch aufgebaute Erwartungshaltung wird aber enttäuscht,

- weil eine Vermittlung von Problemstellung und Lösungsmodell nicht gelingt,
- weil die erwarteten Lösungen (Ratschläge) nicht angeboten werden und
- weil gestalterische Schwächen der Broschüre einen hohen Lesewiderstand setzen (Länge des Textes, ungünstige Anmutungen der meisten Bilder sowie der farblichen Gestaltung).

Die Broschüre hat gelegentlich für überforderte Unterschicht-Mütter entlastende Funktion (Abbau von Schuldgefühlen). Die

negative Darstellung der Situation der Hausfrau und Mutter (Hausfrauen-Syndrom) führt bei der unteren und mittleren Mittelschicht, wo eine Restauration der traditionellen Rollenklischees erkennbar ist, gelegentlich zu aggressiver Ablehnung (Erzeugung neuer Schuldgefühle).

Eine sensibilisierende Wirkung der Broschüre im Sinne einer verstärkten Akzeptanz psychologischer Ursachen- und Lösungsmodelle bei familiären Problemen ist nicht nachzuweisen.

Auf die Auseinandersetzung mit familiären und Erziehungsproblemen hat die Lektüre der Broschüre keinen Einfluß. Die Broschüre enttäuscht den Wunsch der Adressaten nach konkreten Erziehungsratschlägen. Es gelingt nicht, diese Erwartung zu problematisieren.

Das angebotene Lösungsprinzip "miteinander reden" wird gelegentlich im Sinne eines coaching reproduziert. Eine echte Einstellungsänderung wird jedoch nicht erkennbar.

Wegen der verbreiteten Unsicherheit in Erziehungsfragen sowie aufgrund der weitgehenden Isolation vieler Hausfrauen wird die Broschürenbotschaft, daß in der Überwindung sozialer Isolation eine Chance zur Bewältigung der Probleme liegt, positiv aufgenommen.

Eine Umsetzung im Sinne des Elterngruppen-Konzepts wird jedoch häufig vom verbreiteten Familien-Individualismus (Prinzip der Nichteinmischung) blockiert.

Die Forderung nach stärkerer Einbeziehung der Väter in den Erziehungsalltag wird abgewehrt. Vor allem in der unteren Mittelschicht wird die traditionelle Rollenteilung verteidigt. Idealisierende Darstellungen der familiären Kommunikation herrschen hier vor.

Der Rezeptionsprozeß führt vielfach zur Distanzierung und Aus-dem-Felde-gehen. Das Hochhaus-Setting (Seite 8, 10 - 12) dient skeptischen Lesern als "Aussteiger", als Anlaß für abwehrende Zielgruppenprojektionen.

Die Präsentation der Broschürentelle III und IV (Elterngruppen - pro und contra/Gruppengespräche) wirkt unglaubwürdig und vermittelt ungünstige Anmutungen. Dieser demotivierende Effekt kann auch von den insgesamt positiv beurteilten Erfahrungsberichten (Broschürenteil V) nicht mehr aufgefangen werden.

- o Eine günstigere Gesamtwirkung der Broschüre kann von einer Ausdünnung (hoher Lesewiderstand) sowie von der Verbesserung einiger Gestaltungs-Details (ungünstige Anmutungen) erwartet werden.

Eine erfolgreiche Durchsetzung des Elterngruppen-Modells setzt unseres Erachtens eine präzise Zielgruppenorientierung voraus.

UNTERSUCHUNGSANSATZ

1. Aufgabenstellung

Ein aktueller Arbeitsschwerpunkt der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) ist die Durchführung von kommunikativen Maßnahmen zur Prävention kindlicher Verhaltensauffälligkeiten.

In diesem Zusammenhang läuft schon seit einiger Zeit die Anzeigen-Kampagne "Familie - jeder für jeden", mit der die Bundeszentrale die Aufmerksamkeit der Eltern auf Erziehungsstile und typische Muster familiärer Interaktion lenken will, die aufgrund gesicherter wissenschaftlicher Erkenntnisse als pathogen anzusehen sind.

Dieser Dachkampagne ist auch die hier untersuchte Aktion "Eltern helfen Eltern" eingegliedert.

Eine Grundlagenstudie über psychische Gefährdungen und Verhaltensauffälligkeiten im Kindesalter, die vom Frankfurter PSYDATA-Institut durchgeführt wurde, sowie weitere Gutachten von Experten aus unterschiedlichen Bereichen der psychosozialen Versorgung legten die Bildung von Eltern-Selbsthilfegruppen zur Lösung von Erziehungs- und anderen familiären Problemen nahe.

Mit der Aktivierung der Selbsthilfepotentiale von Eltern wird darüber hinaus langfristig eine Entlastung der professionellen psychosozialen Versorgung angestrebt. Die BZgA entschloß sich daher, ein derartiges Programm probeweise in einem Modellversuch zu realisieren.

Im Anschluß an eine Konzeptionsstudie legte PSYDATA den Entwurf einer Broschüre über den Zweck, die Bildung und den Ablauf von Elterngruppen vor (Titel: "Eltern helfen Eltern").

In einer vorbereitenden Anzeigen-Aktion ("Was sollen wir bloß mit dem Kind noch machen?") wurde für die Idee geworben, in privater Initiative Elterngruppen zu bilden, um so in wechselseitiger Beratung und Unterstützung soziale und pädagogische Probleme zu lösen, die sich bei der Erziehung von Kindern ergeben.

In dieser Aktion wurde auch auf die Broschüre "Eltern helfen Eltern" hingewiesen, die Interessierten Anregungen und Ratschläge für die Verwirklichung und Organisation derartiger Eltern-Initiativen geben soll und die per Coupon bei der BZgA angefordert werden konnte.

Die Anzeige "Was sollen wir bloß mit dem Kind noch machen?" wurde im Oktober dieses Jahres in zwei Wellen in einer überregionalen Wochenzeitung sowie in fünf regionalen Tageszeitungen (in Hamburg, in Bremen, in Gelsenkirchen, in Ebersberg bei München und in Amberg) geschaltet.

Aufgabe einer begleitenden psychologischen Untersuchung, mit der SINUS beauftragt war, war es, die Aufnahme und Verarbeitung der werblichen Ansprache durch die Zielpersonen zu erkunden. Zusätzlich war eine gezielte Wirkungsanalyse der Broschüre durchzuführen.

Die Problembereiche, die diese Studie im Sinne einer detaillierten Aufgabenstellung zu bearbeiten hatte, lassen sich wie folgt umreißen:

- o Aufforderungs-Charakter der Anzeigen-Kampagne und ihre Stärke als Kommunikations- und Kontaktmittler
- o Psychologisches Potential für das Engagement in Elterngruppen
- o Barrieren gegen ein Engagement (speziell bei vorhandener Problemerkennung und -einsicht)

- o Individuelle (und, soweit generalisierbar, auch gruppenspezifische) Formen der Aufnahme, Verarbeitung und Akzeptanz des Angebotes
- o Auseinandersetzung mit dem Angebot im Vergleich zu den institutionalisierten Formen der Erziehungsberatung
- o Bestandsaufnahme der Eltern-Kind-Beziehungen bei Personen mit unterschiedlicher Bereitschaft zum Engagement in Elterngruppen

Speziell an den mit der Broschüre befaßten Untersuchungsteil wurden die folgenden forschungsleitenden Fragen gestellt:

- o Gelingt der Broschüre eine zielgruppengerechte Ansprache und Motivierung?
 - o Knüpft die Broschüre an den tatsächlichen Alltagsbedürfnissen und Erziehungsproblemen der Adressaten an?
-
- o Hat die Broschüre eine sensibilisierende Wirkung, das heißt vermag sie die Adressaten zur Auseinandersetzung mit den möglichen Ursachen der sie betreffenden Erziehungsprobleme zu bewegen?
 - o Kann die Broschüre den Adressaten deutlich machen, daß es keine Patentlösungen für Erziehungsschwierigkeiten gibt, daß aber im gemeinsamen Gespräch in der Familie sowie in der Überwindung der sozialen Isolation eine Chance zur Bewältigung der Probleme liegt?
 - o Kann die Broschüre den Adressaten das Elterngruppen-Konzept adäquat vermitteln und sie dazu bewegen, dieses Konzept für sich selbst zu akzeptieren und gegebenenfalls auch selbst initiativ zu werden?

2. Forschungsprogramm und Stichprobe

Die Komplexität des Untersuchungsgegenstandes (Verständnis der Kampagnen-Botschaft, Akzeptanz, Ich-Beteiligung etc.) sowie die Notwendigkeit, über aktuelle Stellungnahmen und Meinungsäußerungen hinaus die motivationale Basis (Betroffenheit, Ängste, Hemmungen etc.) zu erkunden, machte einen qualitativ-psychologischen Ansatz erforderlich.

Das methodische Vorgehen wurde auf intensive anamnestische Fallstudien ausgerichtet. Eine Fallstudie in diesem Sinne ist eine umfangreiche und intensive Exploration, deren Ziel es ist, neben sachlichen Gesichtspunkten vor allem Einstellungen und Motive, also die gesamte affektive Situation des Befragten zu erforschen. Dabei folgen die anamnestischen Fragen keinem vorgegebenen Leitfaden, sondern orientieren sich streng an dem Kriterium der subjektiven Bedeutsamkeit für den jeweiligen Gesprächspartner.

Der explorierende Psychologe bedient sich der nicht-direktiven Technik und ist gehalten, seine eigene Problemkenntnis und -wertung zurückzuhalten. Für den Erfolg der Methode hängt viel von der Beobachtungsfähigkeit des Befragers und von seiner Fähigkeit zur spontanen Hypothesenbildung ab.

Es wurden daher für diese Gespräche nur Mitarbeiter des Instituts eingesetzt, die neben dem methodischen Rüstzeug über spezielle Kenntnisse auf dem Gebiet der klinischen und pädagogischen Psychologie verfügen.

Mit der Wahl dieses methodischen Vorgehens wurde grundsätzlich in Rechnung gestellt, daß bei wissenschaftlichen Kontrollen von Modellversuchen die Gefahr groß ist, eine artifizielle

Bestätigung des Konzepts zu produzieren. Dies sollte vermieden werden, indem erst gar nicht durch bestimmte Frageformulierungen (wie in allen Varianten der standardisierten Befragung) Denkinhalte und Beurteilungskategorien aktualisiert wurden, die bei den Gesprächspartnern a priori gar nicht angelegt waren.

Die Befragungen wurden in zwei Wellen durchgeführt, jeweils im Anschluß an die Anzeigenschaltungen am 6.10.1979 und am 30.10.1979:

Erhebungszeitraum/1. Welle: 11. Oktober - 29. Oktober 1979

Erhebungszeitraum/2. Welle: 2. November - 30. November 1979

Unter Verzicht auf die Region Amberg wurden die Gespräche an den Orten geführt, wo die Anzeigen in regionalen Tageszeitungen eingeschaltet wurden: Hamburg, Bremen, Gelsenkirchen, Ebersberg.

Bei der Quotierung der Untersuchungsstichprobe wurden drei Teilgruppen unterschieden:

Quote A (A = Anzeigenvorlage im Interview):

Ausgewählte Zielpersonen, die im Verlauf der Exploration mit dem Angebot (Vorlage der Anzeigen) konfrontiert wurden, um die Auseinandersetzung damit in statu nascendi zu beobachten.

Quote V (V = Anzeigenübergabe vor dem Interview):

Ausgewählte Zielpersonen, denen das Angebot (Anzeigen und Broschüren) übergeben wurde und mit denen im Anschluß an eine "Inkubationszeit" von einigen Tagen Gespräche geführt wurden.

Quote R (R = Respondenten):

Personen, die aufgrund der Anzeigenlektüre bei der BZgA die Broschüre angefordert hatten. Adressen solcher Personen wurden dem Institut von der BZgA zur Verfügung gestellt.

Die Tabelle auf der folgenden Seite gibt einen Überblick über die Verteilung der Zielpersonen auf die verschiedenen Quoten- und regionalen Gruppen.

Insgesamt wurden in diesem Teil der Untersuchung 44 Familien mit Kindern im Alter von 1 - 14 Jahren befragt. Hauptgesprächspartner war derjenige in der Familie, der vorwiegend die Erziehung der Kinder in der Hand hatte, in der Regel also die Mutter.

Unsere Kontakter waren angewiesen, bevorzugt gesprächsbereite Familien aus der Unterschicht sowie unteren bis mittleren Mittelschicht zu suchen. Die Ist-Stichprobe zeigt dennoch eine nahezu gleichmäßige Verteilung der Befragten auf die vier sozialen Schichten Unter- bis obere Mittelschicht. Die ungewollt starke Repräsentation der oberen Schichtgruppen ist zum einen auf die Schwierigkeit zurückzuführen, Unterschicht-Familien zu finden, die fähig und bereit sind, sich einer derartigen Exploration zu unterziehen und liegt andererseits an der sozialen Zusammensetzung der Respondenten-Gruppe (Überrepräsentation der mittleren und oberen Schicht).

Handwritten notes:
nach oben
in
Mittelschicht
ist die soziale Schicht

Die Aufstellung auf Seite 17 gibt einen Überblick über die soziodemografische Struktur der Stichprobe.

ANZEIGENAKTION "WAS SOLLEN WIR BLOSS MIT DEM KIND NOCH MACHEN?"

QUOTIERUNG DER STICHPROBE

ERHEBUNGSORT	ERHEBUNGS- WELLE 1)	QUOTE A 2)	QUOTE V 3)	QUOTE R 4)	SUMME
HAMBURG	1. W E L L E	2	2	2	6
BREMEN		2	2	2	6
GELSENKIRCHEN		2	2	2	6
EBERSBERG		3	2	1	6
HAMBURG	2. W E L L E	2	1	2	5
BREMEN		1	1	3	5
GELSENKIRCHEN		3	2	-	5
EBERSBERG		2	2	1	5
SUMME		17	14	13	44

1) ERSTE ERHEBUNGSWELLE IM ANSCHLUSS AN DIE ANZEIGENSCHALTUNG AM 6.10.1979
ERHEBUNGSZEITRAUM: 11.10.1979 - 25.10.1979

ZWEITE ERHEBUNGSWELLE IM ANSCHLUSS AN DIE ANZEIGENSCHALTUNG AM 30.10.1979
ERHEBUNGSZEITRAUM: 2.11.1979 - 30.11.1979

2) QUOTE A (A = ANZEIGENVORLAGE IM INTERVIEW)
PERSONEN, DIE IM VERLAUF DER EXPLORATION MIT DEM ANGEBOT KONFRONTIERT WURDEN

3) QUOTE V (V = ANZEIGENÜBERGABE VOR DEM INTERVIEW)
PERSONEN, DENEN DIE ANZEIGE EINIGE TAGE VOR DER EXPLORATION ÜBERGEBEN WURDE

4) QUOTE R (R = RESPONDENTEN)
PERSONEN, DIE VON SICH AUS BEI DER BZGA DIE BROSCHÜRE "ELTERN HELFEN ELTERN" ANGEFORDERT HABEN

ANZEIGENAKTION "WAS SOLLEN WIR BLOSS MIT DEM KIND NOCH MACHEN?"

SOZIODEMOGRAFISCHE STRUKTUR DER STICHPROBE

STICHPROBENUMFANG 44 HAUSHALTE

ALTER	VÄTER	MÜTTER
● 16 BIS 24 JAHRE	-	4
● 25 BIS 34 JAHRE	21	27
● 35 BIS 44 JAHRE	21	13
● ÜBER 44 JAHRE	2	-
SCHULBILDUNG	VÄTER	MÜTTER
● VOLKSSCHULE OHNE BERUFSAUSBILDUNG	1	7
● VOLKSSCHULE MIT BERUFSAUSBILDUNG	14	13
● MITTLERE REIFE, FACH-, HANDELSCHULE	18	21
● ABITUR, HOCHSCHULE	11	3
BERUFSTÄTIGKEIT	VÄTER	MÜTTER
● VOLL BERUFSTÄTIG	39	5
● TEILZEITBESCHÄFTIGT	-	12
● NICHT BERUFSTÄTIG	5	27
BERUFSGRUPPE (DERZEITIGER BZW. ZULETZT AUSGEÜBTER BERUF)	VÄTER	MÜTTER
● ARBEITER, FACHARBEITER	12	6
● AUSFÜHRENDE, QUALIFIZIERTE ANGESTELLTE	11	26
● BEAMTE IM EINFACHEN BIS GEHOBENEN DIENST	4	1
● LEITENDE ANGESTELLTE/BEAMTE IM HÖHEREN DIENST	11	2
● KLEINERE SELBSTÄNDIGE	2	3
● MITTLERE, GRÖßERE SELBSTÄNDIGE, FREIBERUFLER	3	1
● KEINE ANGABE	1	5

SOZIALE SCHICHT ¹⁾	HAUSHALTE
● UNTERSCHICHT	9
● UNTERE MITTELSCHICHT	10
● MITTLERE MITTELSCHICHT	14
● OBERE MITTELSCHICHT	11

1) SCHICHTKRITERIEN: BERUFSGRUPPE, HAUSHALTSEINKOMMEN, SOZIALE HERKUNFT, STILMERKMALE, WERTORIENTIERUNGEN

Unabhängig von der Untersuchung zur Wahrnehmung und Verarbeitung der Anzeigen-Kampagne wurde eine Wirkungsanalyse der Broschüre "Eltern helfen Eltern" durchgeführt.

Wir gingen davon aus, daß weniger das Verständnis und die kognitive Verarbeitung der Broschüreninhalte zu untersuchen waren, sondern daß in erster Linie "Wirkungen", das heißt Verhaltens- und Einstellungsänderungen, gemessen werden sollten.

Gemäß dieser Vorgabe setzten wir ein experimentelles Untersuchungs-Design an, das gewährleistete, zumindest verbales Verhalten als Indikator der Broschürenwirkung zu beobachten.

In vier Gruppendiskussionen, deren Teilnehmer entsprechend der Zielgruppendefinition der BZgA der Unterschicht und der unteren bis mittleren Mittelschicht angehörten und Kinder im Alter von 2 - 12 Jahren hatten, wurden in einer standardisierten Themenabfolge jene Erziehungsfragen diskutiert, die auch Inhalt der Anzeigen-Kampagne und der Broschüre sind.

Eine indirekte Wirkungsmessung wurde nun dadurch ermöglicht, daß die Teilnehmer der einzelnen Diskussionsrunden in unterschiedlicher Weise mit dem Broschüreninhalt vertraut gemacht wurden. Diese experimentelle Bedingung sollte sich in unterschiedlichen Argumentationsmustern bei der Diskussion identischer Erziehungsthemen in den verschiedenen Gruppen niederschlagen:

1. Gruppendiskussion: Teilnehmer ohne Kenntnis der Broschüre.
2. Gruppendiskussion: Je zur Hälfte Teilnehmer mit Kenntnis der Broschüre (wie Diskussionsrunde 3) und ohne Kenntnis der Broschüre.

3. Gruppendiskussion: Teilnehmer, die einige Tage vor dem Diskussionstermin die Broschüre erhalten hatten und zur gründlichen Lektüre aufgefordert worden waren.

4. Gruppendiskussion: Den Teilnehmern der 1. Diskussionsrunde wurde nach Diskussionschluß die Broschüre mit der Bitte um gründliche Lektüre übergeben. Mit denselben Personen wurde einige Tage später, nachdem sie sich mit der Lektüre vertraut gemacht hatten, die Diskussion wiederholt.

Die Tabelle auf Seite 20 gibt einen Überblick über die wichtigsten soziodemografischen Merkmale der Stichprobe dieses Untersuchungsteils.

Da es aus methodischen Gründen möglich war, die Wirkungsanalyse unabhängig vom Erscheinungsort und -zeitpunkt der Anzeigen durchzuführen, bot es sich aus organisatorischen Gründen an, die Diskussionsteilnehmer im Raum Mannheim/Heidelberg/Ludwigshafen zu rekrutieren und die Diskussionen im Heidelberger Studio des Instituts durchzuführen.

Die Diskussionen fanden in der Zeit vom 24. - 27. Oktober 1979 statt. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Teilstudie wurden am 16. November beim Auftraggeber in Köln mündlich präsentiert.

WIRKUNGSANALYSE DER BROSCHÜRE "ELTERN HELFEN ELTERN"

BESCHREIBUNG DER STICHPROBE

N = 30	GRUPPE 1 + 4	GRUPPE 2	GRUPPE 3
<u>TEILNEHMER</u>			
- ZAHL	8	6	8
- GESCHLECHT	WEIBLICH	WEIBLICH	WEIBLICH
- ALTERSGRUPPE	27 - 35 JAHRE	25 - 33 JAHRE	19 - 40 JAHRE
- DURCHSCHNITTL. ALTER	30,6 JAHRE	28,3 JAHRE	26,9 JAHRE
<u>KINDER</u>			
- DURCHSCHNITTLICHE KINDERZAHL PRO FAMILIE	2	1,3	1,5
- DURCHSCHNITTLICHES ALTER DER KINDER	7,7 JAHRE	3,9 JAHRE	5,7 JÄHRE
<u>SOZIALE SCHICHT</u> *			
- UNTERSCHICHT	-	-	5 PERSONEN
- UNTERE MITTELSCHICHT	6 PERSONEN	3 PERSONEN	3 PERSONEN
- MITTLERE MITTELSCHICHT	2 PERSONEN	2 PERSONEN	-
- OBERE MITTELSCHICHT	-	1 PERSON	-
<u>FAMILIENTYP</u>	- VOLLSTÄNDIGE KLEINFAMILIE	- VOLLSTÄNDIGE KLEINFAMILIE	- UNVOLLSTÄNDIGE FAMILIE - KLEINFAMILIE

* SCHICHTKRITERIEN: BERUFGROPPE, HAUSHALTSEINKOMMEN, SOZIALE HERKUNFT (BERUF DES VATERS/DER MUTTER DES TEILNEHMERS), MERKMALE DES KULTURELLEN STILS (SPRACHE, KOMMUNIKATIONSVERHALTEN)

ERGEBNISSE

1. Die Aufnahme der Kampagne in der Zielgruppe

Gemessen an den Broschüren-Anforderungen bei der BZgA war die Reaktion auf die Anzeigen-Aktion eher bescheiden. Nach unserer Zählung - die Coupon-Rückläufe wurden uns von der BZgA zur Auswertung zur Verfügung gestellt - gingen bis Ende November für beide Wellen zusammen rund 500 Zuschriften ein.

Die meisten dieser Zuschriften kamen von Lesern der Wochenzeitung DIE ZEIT, sehr wenige nur (mit Ausnahme von Bremen) erfolgten auf die regionalen Einschaltungen. Berücksichtigt man zusätzlich die Berufsgruppenzugehörigkeit der Coupon-Anforderer, wo eine deutliche Überrepräsentation der sozialen und pädagogischen Berufe (Experten) auffällt, zeigt sich eine Diskrepanz zwischen der ursprünglichen Absicht des Absenders, mit der Kampagne eine breite untere Mittelschicht anzusprechen und den tatsächlichen Reaktionen der Zielgruppe (siehe Tabelle).

COUPON-RÜCKLÄUFE bis Ende November 1979

Verteilung nach Einschalt-Medien			
	1. Welle	2. Welle	Summe
DIE ZEIT	125	178	303
BILD/Hamburg	22	16	38
WESER-KURIER + BREMER NACHRICHTEN	76	68	144
WAZ/Gelsenkirchen	3	9	12
MÜNCHNER MERKUR/ Ebersberg	-	1	1
DER NEUE TAG/Amberg	1	-	1
keine Angabe	4	-	4
Summe	231	272	503

Verteilung nach Berufsgruppen			
	1. Welle	2. Welle	Summe
Berufe im sozialen Feld	82	108	190
Arbeiter/Facharbeiter	9	6	15
Kleinere Angestellte/ Beamte	44	41	85
Leitende Angestellte/ lt. Beamte/Selbständige Akademiker	22	29	51
Schüler/Studenten	12	15	27
Hausfrauen	43	52	95
keine Angabe	19	21	40
Summe	231	272	503

Die BZgA wollte mit dieser Kampagne allerdings nicht nur Laien-Eltern ansprechen, sondern auch Experten der psychosozialen Versorgung, die das Elterngruppen-Konzept aufgreifen und in ihrem Arbeitsfeld verbreiten sollen (Multiplikatoren-Modell). Trotz des dokumentierten Interesses dieser Berufsgruppe an der Aktion ist eine Aussage über den Erfolg dieser Strategie zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht möglich. Es liegen uns keine Befunde zur Akzeptanz der Broschüre bei Experten vor. Eine gewisse Skepsis, ob die Broschüre in ihrer jetzigen Form einen geeigneten Informationsträger für Experten darstellt, wurde von den Autoren selbst geäußert (PSYDATA-Bericht zur Konzeptionsstudie).

Ohne Zweifel ist es ein wesentliches Ziel der Aktion, nicht nur auf Einstellungen einzuwirken, sondern letztlich konkrete Initiativen auszulösen. Hier war der Aktion bis heute kein Erfolg beschieden. Nach Auskunft des Bundesverbandes Neue Erziehung e.V., der den Kontakt zu den regionalen Sozialstationen hergestellt hat, die in den regional geschalteten Anzeigen der zweiten Welle als Anlaufstelle genannt wurden, waren - bis auf die Erziehungsberatungsstelle Bremen - keine telefonischen oder postalischen Eingänge zu verzeichnen. (Auch die Bremer Eingänge betrafen übrigens nicht Fragen der Elternselbsthilfegruppen.)

Die qualitative Analyse der Aussagen zur Kampagne bestätigt die Hypothese von der Heterogenität der anvisierten Zielgruppe (breite untere Mittelschicht).

Die spontanen Reaktionen auf die Anzeigen-Aktion waren insgesamt meist negativ. Dafür ist zunächst das verbreitete Mißtrauen gegenüber jeglicher werblichen Ansprache verantwortlich. Sobald allerdings der Absender der Botschaft als staatliche Institution identifiziert wurde, kam bei den Befragten häufig ein gewisser Vertrauens-Bonus zum-tragen, -indem pauschal staatlichen Stellen Seriosität (das heißt das Fehlen kommerzieller Absichten) und Kompetenz unterstellt wurde. Die in vielen Fällen dennoch verbleibende Negativ-Reaktion muß demgemäß als Ablehnung der Botschaft selbst interpretiert werden und nicht als durch anti-werbliche Ressentiments bedingt.

Die Heterogenität der Zielgruppe zeigt sich bereits bei der ersten Konfrontation mit dem Angebot. Während Befragte aus der sozialen Unterschicht und aus der oberen Mittelschicht spontan überwiegend positiv reagieren, überwiegen die negativen Spontanreaktionen bei weitem in der breiten mittleren Schicht (siehe die Grafik auf Seite 24). In dieser Befragten-Gruppe häufen sich pauschale Infragestellungen der Kampagne; und es entsteht der Eindruck, daß viele sich auf das eigentliche Anliegen der Aktion, nämlich sich in Elternselbsthilfegruppen

ANZEIGENAKTION "WAS SOLLEN WIR BLOSS MIT DEM KIND NOCH MACHEN"

SPONTANE REAKTIONEN

	UNTERSCHICHT	UNTERE MITTELSCHICHT	MITTLERE MITTELSCHICHT	OBERE MITTELSCHICHT
	↓	↓	↓	↓
SPONTANE REAKTIONEN	+ ÜBERWIEGEND POSITIV	- ÜBERWIEGEND NEGATIV	- ÜBERWIEGEND NEGATIV	+ ÜBERWIEGEND POSITIV
	<ul style="list-style-type: none"> ● AUFGESCHLOSSENHEIT FÜR VERSUCHE ZUR GEMEINSAMEN PROBLEMLÖSUNG ● VERTRAUEN IN RATSCHLÄGE VON KOMPETENTER SEITE ○ GENERELLES MISSTRAUEN GEGENÜBER WERBUNG (VERMUTUNG KOMMERZIELLER INTERESSEN) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ABSENDER BÜRGT FÜR SERIOSITÄT UND KOMPETENZ ○ ABWEHRENDE REAKTIONEN (BEDROHUNG DER FAMILIÄREN HARMONIE, ANGST VOR INTIMITÄTS-, PRIVATHEITSVORLUST) ○ PAUSCHALE INFRAGESTELLUNG DER KAMPAGNE (WUNSCH NACH ERZIEHUNGSREZEPTEN) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ GENERELLES MISSTRAUEN GEGENÜBER WERBUNG ○ KRITIK DER "NEGATIVEN" DARSTELLUNG DER FAMILIE (POLITISCHE BEDENKEN) ○ ZWEIFEL AN DER WIRKSAMKEIT DER KAMPAGNE (ABWEHR) ○ PAUSCHALE INFRAGESTELLUNG DER KAMPAGNE (WUNSCH NACH ERZIEHUNGSREZEPTEN) 	<ul style="list-style-type: none"> ● AKZEPTANZ DES ELTERNGRUPPEN-KONZEPTS ● BEIFALL FÜR DIE KAMPAGNE (GESELLSCHAFTLICH SINNVOLLE AKTION) ● INTELLEKTUELLE FREUDE AM KONZEPT, AN WERBETECHNISCHEN DETAILS ○ POLITISCHE BEDROHUNG DER FAMILIE ALS NATÜRLICHE PRIMÄRE SOZIALISATIONSINSTANZ (KONSERVATIVE BEFRAGTE)

zusammenzuschließen, gar nicht einlassen wollen. Die häufig geäußerte Erwartung und der Wunsch nach Erziehungsrezepten ("Bedienungsanleitung für das Kind") läuft jedenfalls der Kampagnen-Botschaft zentral zuwider.

Diese Wahrnehmungsbarriere hat - wie weiter unten noch gezeigt werden wird - die Funktion, unerwünschte, weil bedrohliche Information abzuhalten.

Auch die abwehrenden bzw. einschränkenden Zielgruppenprojektionen der Mittelschicht-Befragten (untere, mittlere Mittelschicht) für diese Kampagne, die sich weitgehend auf klar ausgegrenzte Problem-Segmente der Bevölkerung beschränken (Problemfamilien, isolierte Eltern, alleinstehende Elternteile etc.), sind Ausdruck der Widerstände gegen das propagierte Konzept. Siehe dazu die Grafik auf Seite 26.


Damit stehen gewichtige empirische Befunde gegen die Zielgruppenkonzeption der BZgA. Die Absicht, breite Schichten der Bevölkerung zu erreichen und damit letztlich gesamtgesellschaftliche Veränderungen zu initiieren, trifft offensichtlich auf erhebliche Widerstände gerade im mittleren Bereich der Einkommens- und Bildungspyramide.

Die jetzige Zielgruppenprojektion basiert auf dem Theorem der - gesamtgesellschaftlich betrachtet - tendenziell pathogenen Primärsozialisation: Jede Familie sei im Grunde eine Problemfamilie, jedes Kind ein Problemkind. Dies wurde im Expertengespräch am 18.4.1978 in der Bundeszentrale geäußert und diese Ansicht hat sich durchgesetzt.

Ohne zu dem angesprochenen theoretischen Modell Stellung zu beziehen, geben wir zu bedenken, daß die Logik der kommunikativen Vermittlung von den Grenzen der sozialen und politischen Perzeption der Adressaten abhängt.


SCHICHTSPEZIFISCHE ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN FÜR DIE KAMPAGNE "ELTERN HELFEN ELTERN"

UNTERSCHICHT

- 
- ALLE ELTERN
 - "LEUTE WIE ICH"
 - ISOLIERTE ELTERN
 - JUNGE, UNSICHERE ELTERN
 - ELTERN MIT PROBLEMKINDERN
 - SCHON EINSCHLÄGIG INTERESSIERTE UND ENGAGIERTE ELTERN
 - KONTAKTFREUDIGE ELTERN OHNE SOZIALE ÄNGSTE
 - PROBLEMBEWUSSTE ELTERN


↓
WENIG ABWEHRENDE/EINSCHRÄNKENDE
ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN

UNTERE MITTELSCHICHT

- 
- PROBLEMFAMILIEN
 - ISOLIERTE ELTERN (NEU ZUGEZOGENE, BEWOHNER VON STADTRANDSIEDLUNGEN ETC.)
 - JUNGE, UNERFAHRENE ELTERN
 - ALLEINSTEHENDE ELTERNTEILE
 - ALLE ELTERN
 - MITTELSTAND - NICHT UNTERSCHICHT (REFLEXIONSNIWEAU BEZWEIFELT)
 - OBERSCHICHT, "BESSERE LEUTE"
 - INTELLEKTUELLE


↓
ÜBERWIEGEND ABWEHRENDE/EINSCHRÄNKENDE
ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN

MITTLERE MITTELSCHICHT

- 
- PROBLEMFAMILIEN
 - ALLEINSTEHENDE ELTERNTEILE
 - ISOLIERTE ELTERN (NEU ZUGEZOGENE ETC.)
 - JUNGE, UNERFAHRENE ELTERN
 - UNAUSGELASTETE HAUSFRAUEN
 - PÄDAGOGISCH INTERESSIERTE
 - PROBLEMBEWUSSTE ELTERN
 - "GEBILDETE STÄNDE"
 - MITTELSCHICHT, OBERSCHICHT (UNTERSCHICHT: AUTORITÄRE ERZIEHUNG)

↓
ABWEHRENDE/EINSCHRÄNKENDE
ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN
MITTELSCHICHTKONZEPT/ "STANDESÜNKEL"

OBERE MITTELSCHICHT

- 
- ELTERN MIT JÜNGEREN KINDERN
 - ALLE ELTERN
 - MITTELSCHICHT
 - PROBLEMBEWUSSTE ELTERN
 - ISOLIERTE ELTERN (NEU ZUGEZOGENE ETC.)
 - GEHEMTE, SCHÜCHTERNE ELTERN
 - ELTERN MIT PROBLEMKINDERN
 - UNTERSCHICHT
 - "HALBGEBILDETE"
 - LINKSINTELLEKTUELLE

↓
WENIG ABWEHRENDE/EINSCHRÄNKENDE
ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN
MITTELSCHICHTKONZEPT

Subjektiv gibt es zunächst einmal klare Grenzen zwischen Normalität und Verhaltensauffälligkeit (siehe untenstehende Aufstellung) und die empirischen Befunde zeigen, daß einer Durchsetzung des Konzepts auf breiter Front psychische, soziale und auch ideologische Barrieren entgegenstehen.

Die Überlegungen, die von Schmidtchen und Schnocks bei dem erwähnten Expertengespräch bezüglich einer klaren Zielgruppeneingrenzung (nur Eltern mit verhaltensauffälligen Kindern) angestellt wurden, haben nach unseren Befunden eher als das Breitenkonzept eine tragfähige empirische Basis.

"NORMALE" ERZIEHUNGSPROBLEME
o Eifersucht zwischen Geschwistern
o Ständiges Bedürfnis der Kinder nach Aufmerksamkeit, Zuwendung, Liebe
o Bedürfnisse der Kinder kollidieren mit denen der Erwachsenen
o Kindliche Bedürfnisse nach Selbständigkeit, Durchsetzung
o Unselbständigkeit, Abhängigkeit, Fixierung
o Egozentrik der Kinder
o Aggressionen, Zorn, Trotz

VERHALTENSSTÖRUNGEN

- o Enuresis
- o Hyperaggressivität
- o Kriminelles Verhalten (Stehlen etc.)
- o Schule schwänzen, Leistungsstörungen, Legasthenie
- o Schlafstörungen, Eßstörungen
- o Verschlossenheit, Depressionen
- o "Tyrannisches" Verhalten
(ständiges Quängeln, häufiges nächtliches Schreien etc.)
- o Psychosomatische Störungen (Fieber, chronische Verstopfung, Stottern etc.)

2. Die Akzeptanz des Elterngruppen-Konzepts

Die Untersuchungsbefunde weisen überraschend deutlich eine schichtspezifische Akzeptanz bzw. Ablehnung der Kampagnen-Botschaft nach. Siehe dazu die Aufstellung auf Seite 30. (Die regionalen Disparitäten im Verhältnis von Akzeptanz und Nicht-Akzeptanz sind lediglich der Konfundierung mit der Schicht-Variablen zuzuschreiben.)

Wir haben die Grenze für eine echte Akzeptanz sehr eng gezogen. Sie impliziert:

- Betroffenheit (auf der Basis von Problembewußtsein und/oder Leidensdruck)
- Befürwortung der wichtigsten Komponenten des Konzepts (die stärkere Einbeziehung der Väter in den Erziehungsprozeß/die Einsicht, daß es keine Erziehungsrezepte gibt/die Bereitschaft, Probleme im gemeinsamen Gespräch aufzugreifen/die Bereitschaft, aus sozialer Isolation herauszutreten)
- Die konkrete Absicht, initiativ zu werden oder zumindest die Teilnahme an einer Elterninitiative in Erwägung zu ziehen

Vordergründiges Interesse ohne Ich-Bezug, Neugier oder Interesse an den (vermuteten) Erziehungsratschlägen in der Broschüre wurde nicht als Akzeptanz gewertet.

Nach diesen Kriterien reagieren Befragte aus der oberen Mittelschicht (meist akademisches, intellektuelles Milieu), aber auch aus der Unterschicht (Arbeiter-Milieu) überwiegend positiv

ANZEIGENAKTION "WAS SOLLEN WIR BLOSS MIT DEM KIND NOCH MACHEN?"

AKZEPTANZ DER ANZEIGENBOTSCHAFT (ELTERNGRUPPEN) NACH SCHICHTZUGEHÖRIGKEIT UND ERHEBUNGSREGION

	R E G I O N								S U M M E N		
	HAMBURG		BREMEN		GELSENKIRCHEN		EBERSBERG		A	NA	Σ
	A	NA	A	NA	A	NA	A	NA			
UNTERSCHICHT	1		1		4	2		1	6	3	9
UNTERE MITTELSCHICHT	1	1	1	2	1	1	1	2	4	6	10
MITTLERE MITTELSCHICHT	1	2		5	1		2	3	4	10	14
OBERE MITTELSCHICHT	3	2	1	1	1	1	2		7	4	11
SUMMEN	6	5	3	8	7	4	5	6	21	23	
	11		11		11		11				44

A = AKZEPTANZ

NA = NICHT-AKZEPTANZ

auf das Kampagnen-Angebot, während es Befragte aus der breiten unteren Mittelschicht (untere und mittlere Mittelschicht) mehrheitlich ablehnen.

Was ist die Ursache der schichtspezifischen Akzeptanz?

Wir haben die Absichtserklärungen und die vorgebrachten Gründe der Befragten für Akzeptanz und Ablehnung schichtspezifisch zusammengestellt (siehe die Grafik auf Seite 32). Dabei fällt auf, daß in der breiten unteren Schicht bis hin zur mittleren Mittelschicht zunächst eine Identifikation mit den in der Kampagne angesprochenen Problemsituationen eintritt. Man fühlt sich betroffen, weil man selbst ähnliche Erziehungsschwierigkeiten hat oder schon gehabt hat.

Während sich diese Betroffenheit in der unteren und in der oberen Schichtgruppe umsetzt in Interesse am angebotenen Lösungsmodell oder sogar unmittelbar in die konkrete Absicht, initiativ zu werden, wird sie von den meisten übrigen Befragten wieder zurückgenommen. Es wird argumentiert, man sei von dem Angebot im Grunde nicht angesprochen, weil man durch einschlägige Literatur genügend informiert sei, weil man im Freundes- und Bekanntenkreis ohnehin Gespräche über Erziehung führe, weil die eigenen Kinder zu jung oder zu alt seien, weil jedes Kind individuell behandelt werden müsse, weil man eigentlich gar keine Erziehungsprobleme habe etc. Gelegentlich wird auch eine pauschale Ablehnung des Elterngruppen-Gedankens deutlich - zum Beispiel aus politischen Gründen: diese Aktion sei Teil einer großangelegten Strategie mit dem Ziel der "Verstaatlichung" der Kindererziehung.

Das in dieser Befragten-Gruppe gelegentlich demonstrierte vorergründige Interesse an den Broschüren-Informationen (vermutet werden Erziehungsratschläge) darf über diese tieferliegende Abwehr nicht hinwegtäuschen.

ANZEIGENAKTION "WAS SOLLEN WIR BLOSS MIT DEM KIND NOCH MACHEN"

AKZEPTANZ DER BOTSCHAFT

	UNTERSCHICHT	UNTERE MITTELSCHICHT	MITTLERE MITTELSCHICHT	OBERE MITTELSCHICHT
AKZEPTANZ DER BOTSCHAFT	↓	↓	↓	↓
	+ ÜBERWIEGEND AKZEPTANZ	- ÜBERWIEGEND ABWEHR	- ÜBERWIEGEND ABWEHR	+ ÜBERWIEGEND AKZEPTANZ
	<ul style="list-style-type: none"> ● BETROFFEN, WEIL ÄHNLICHE EIGENE PROBLEME ● KONKRETE ABSICHT, INITIATIV ZU WERDEN ● INTERESSE AN DEN INFORMATIONEN (ERZIEHUNGSRAT-SCHLÄGE) IN DER BROSCHÜRE ● INTERESSE AN ELTERNGRUPPEN ABER BARRIEREN (PROBLEM DER INITIATIVE, HEMMUNGEN) ○ SOZIALE ISOLATION: KENNT KEINE GEEIGNETEN ELTERN FÜR ELTERNGRUPPE ○ NICHT BETROFFEN, WEIL GESPRÄCHE IM FREUNDES-, BEKANNTENKREIS GEFÜHRT WERDEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● BETROFFEN, WEIL ÄHNLICHE EIGENE PROBLEME ● INTERESSE AN DEN INFORMATIONEN (ERZIEHUNGSRAT-SCHLÄGE) IN DER BROSCHÜRE ○ VORDERGRÜNDIGES INTERESSE, NEUGIER ○ NICHT BETROFFEN, WEIL GESPRÄCHE IM FREUNDES-, BEKANNTENKREIS GEFÜHRT WERDEN ○ NICHT BETROFFEN, WEIL KEINE ERZIEHUNGSPROBLEME ○ NICHT BETROFFEN, WEIL JEDER SEINE PROBLEME ALLEINE LÖSEN MUSS ○ PAUSCHALE ABLEHNUNG: NUR "GESCHWAFEL" IN ELTERNGRUPPEN, "DIE WIRKLICHKEIT SIEHT ANDERS AUS" ETC. 	<ul style="list-style-type: none"> ● BETROFFEN, WEIL ÄHNLICHE EIGENE PROBLEME ○ VORDERGRÜNDIGES INTERESSE, NEUGIER ○ NICHT BETROFFEN, WEIL KEINE ERZIEHUNGSPROBLEME ○ NICHT BETROFFEN, WEIL DIE EIGENEN KINDER ZU ALT/ZU JUNG SIND ○ PAUSCHALE ABLEHNUNG: KEIN INTERESSE, KEINE ZEIT ETC. ○ RATIONALISIERENDE ABWEHR: JEDES KIND MUSS INDIVIDUELL BEHANDELT WERDEN ETC. ○ NICHT BETROFFEN, WEIL GENÜGEND INFORMIERT DURCH ZEITSCHRIFTEN, BÜCHER ETC. ○ ABLEHNUNG DES ELTERNGRUPPEN-KONZEPTS AUS POLITISCHEN GRÜNDEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● AKZEPTANZ DES ELTERNGRUPPEN-KONZEPTS ● KONKRETE ABSICHT, INITIATIV ZU WERDEN ● INTERESSE AN ELTERNGRUPPEN, ABER BARRIEREN (HEMMUNGEN, ORGANISATORISCHER AUFWAND) ○ THEORETISCHES, BERUFLICHES INTERESSE ○ NICHT BETROFFEN, WEIL KEINE ERZIEHUNGSPROBLEME ○ ABLEHNUNG DES ELTERNGRUPPEN-KONZEPTS AUS POLITISCHEN GRÜNDEN

Aussagen wie: jeder müsse seine Probleme, zumal die familiären, alleine lösen, man wolle nicht angewiesen sein auf die Hilfe anderer, was im innersten Kreis der Familie passiere, gehe niemanden etwas an, oder: man habe Angst davor, sich lächerlich zu machen, man habe Angst, seine Probleme, sein eigenes Versagen zuzugeben, man habe Angst, etwas falsch zu machen etc. deuten auf ein milieutypisches Abwehrsyndrom, in dem sich Wertorientierungen, soziale Einstellungen und Klischees mit spezifischen Ängsten, Bedrohungen und Bewältigungsmechanismen treffen. Wir haben dieses Syndrom auf Seite 34 in Form einer Grafik dargestellt (Familienkultur in der unteren und mittleren Mittelschicht).

Als wirksame Barrieren gegen ein Engagement im Sinne der Kampagne erweisen sich demnach in diesen Schichten die befürchtete Bedrohung der labilen familiären Harmonie (Familien-Harmonismus) sowie die ideologisch überhöhte Angst vor Intimitäts- und Privatheitsverlust (Familien-Individualismus).

Diese Barrieren bestehen in der oberen Mittelschicht weit weniger*.)

Hinzu kommt eine intellektuell-theoretische Freude am Konzept sowie häufig eigene Erfahrungen mit verwandten Gruppen- und Initiativ-Formen. Bei Befragten, die beruflich im weitesten Sinne im sozialen Feld engagiert sind (also zum Beispiel auch Lehrer, Ärzte etc.), ist das Interesse am Angebot meist auch

*) Die Drohung des sozialen Abstiegs scheint in der mittleren Schicht, wo sich die Stress-Ströme der industriellen Leistungsgesellschaft treffen und wo sozialer Status weniger askriptiv (zugeschrieben) als erworben und abhängig von eigenen Leistungen ist, wesentlich virulenter zu sein als an den sozialen Rändern der Gesellschaft.

IDEOLOGISCH-NORMATIVER RAHMEN

- FAMILIEN-INDIVIDUALISMUS
 - JEDE FAMILIE MUSS IHRE (ERZIEHUNGS-)PROBLEME SELBST LÖSEN
 - INNENGELEITETE INDIVIDUEN: FESTE WERTORIENTIERUNG, STABILE, NORMATIVE PRINZIPIEN
- SOZIALE DISTANZ UND ABGRENZUNG
 - ABGRENZUNG NACH OBEN ("BESSERE LEUTE") UND NACH UNTEN ("UNTERSCHICHT-MILIEU")
 - PRINZIP DER NICHT-EINMISCHUNG INNERHALB DER EIGENEN SCHICHT
 - ABWEHR DER (ERZIEHUNGS-)PROBLEME ANDERER
 - FÜR (ERZIEHUNGS-)PROBLEME ANDERER SIND "DIE EXPERTEN" ZUSTÄNDIG
 - ANGST, BEI VERLETZUNG DIESER PRINZIPIEN MIT ABWEISUNG BESTRAFT ZU WERDEN

FAMILIENSTRUKTUR

- ANSÄTZE ZU PARTNERSCHAFTLICHER ROLLENTeilUNG IM HAUSHALT (NEUE NORM DER PARTNERSCHAFTLICHEN EHE)
- TRADITIONELLE ROLLENTeilUNG BEI DER KINDERERZIEHUNG
- TRADITIONELLES ROLLENVERSTÄNDNIS ALS MUTTER (ZWANG ZUR RATIONALISIERUNG)

SITUATION DER HAUSFRAU UND MUTTER

- KLAGEN ÜBER UNTER- UND ÜBERFORDERUNG
- PROBLEM DER MANGELNDEN ANERKENNUNG
- LEIDEN UNTER DER DIENENDEN ROLLE DER HAUSFRAU

DISSONANZ

FAMILIENHARMONISMUS

- HARMONISIERENDE DARSTELLUNG DES ENGAGEMENTS DER EHEMÄNNER FÜR DIE FAMILIE
- IDEALISIERUNG DES STATUS QUO: GEBORGENHEIT UND GLÜCK IN DER FAMILIE
- BESCHWÖRENDE ABWEHR FAMILIÄRER DESINTEGRATIONSTENDENZEN

RESTAURATION TRADITIONELLER ROLLENKLISCHEES

- ABWEHR, VERDRÄNGUNG DES HAUSFRAUEN-SYNDROMS
- ABWEHR ALTERNATIVER TÄTIGKEITS-MODELLE
- IDEALISIERUNG DES HAUSFRAUEN-BERUFS
- SINGEBUNG DURCH AUFGREIFEN TRADITIONELLER ROLLENKLISCHEES

beruflich motiviert. Dies schließt ein persönliches Engagement oder den Wunsch danach jedoch nicht aus.

Gelegentlich stehen aber auch Befragte aus der oberen Mittelschicht dem Elterngruppen-Konzept ablehnend gegenüber. Dabei handelt es sich ausnahmslos um Personen, deren soziale und politische Werte konservativ orientiert sind und die die Urheber der Elterngruppen-Aktion in den Reihen der "linken Systemveränderer" vermuten.

Die verbreitete Akzeptanz des Angebots in der sozialen Unterschicht gründet auf der unbefriedigenden Situation vieler Unterschichtfrauen, die durch Mehrfachbelastung in Haushalt, Kindererziehung und Beruf (finanzieller Zwang zum Mitverdienen) überfordert sind. Hinzu kommt das in dieser Schicht aufgrund des verbreiteten rigiden Rollenverhaltens der Männer häufig fehlende familiäre Engagement des Ehepartners sowie beengende finanzielle und Wohnverhältnisse.

Diese ungünstigen äußeren Bedingungen prägen die Beziehung der Ehepartner und das familiäre Klima. Gelegentlich entsteht der Eindruck, als sei die Unterschicht-Familie eine nüchterne Solidargemeinschaft zum Zwecke des Überlebens, bar jeglicher harmonisierenden oder idealisierenden Überhöhung. Das Fehlen einer Familien-Ideologie wie in der Mittelschicht, der dort eine kompensatorische oder verschleiende Funktion zukommt, läßt sich einerseits mit dem schleichenden Verlust traditioneller subkultureller Wertmuster (Verlust der Unterschicht-Kultur in der Mittelstandsgesellschaft) erklären, andererseits sind dafür die ungünstigen materiellen Bedingungen verantwortlich.

Die Unterschicht-Befragten interpretieren demgemäß das Angebot der Kampagne vornehmlich als Chance zur gegenseitigen Entlastung der Frauen und Mütter sowie zur Überwindung ihrer Isolation.

(Im Verständnis der übrigen Befragten spielen neben dem Isolations-Aspekt der Umgang mit problematischem kindlichen Verhalten und die erwartete Sensibilisierung der Gruppenteilnehmer hinsichtlich mehr Verständnis für die Kinder und generell mehr Nachdenken über Kindererziehung eine große Rolle.)

In der Erwartungshierarchie der Unterschicht-Mütter an Elterngruppen steht an erster Stelle das praktische Interesse nach Austausch, Rat und Hilfe in aktionsorientierten (Mütter-)Gruppen (Krabbelstube, Baby-Sitting, gemeinsame Unternehmungen etc.).

Für Mittelschicht-Befragte steht dagegen eher die psychische Entlastung im Vordergrund, die man sich von einer entspannten, persönlichen Atmosphäre, von einem "Klima des Vertrauens zwischen Gleichgesinnten" und von gegenseitiger Bestätigung bei Unsicherheiten in Erziehungsfragen erhofft (siehe die Grafik auf Seite 37).

Von Befragten aus allen Schichten werden persönliche Hemmungen als Argument gegen Elterngruppen ins Feld geführt. Mittelschicht-Eltern haben Angst, sich "bloßzustellen", vor "wildfremden Menschen" familiäre Intimitäten auszubreiten etc. (siehe Seite 33 oben).

Typische "Unterschicht-Hemmungen" sind die Angst vor konträren Meinungen, mit denen man in der Gruppe konfrontiert werden könnte und gegen die man sich nicht verteidigen zu können glaubt, die Angst vor theoretischen Diskussionen, vor unverständlichen Fachausdrücken, die Angst, nicht mithalten zu können und sich vor den anderen zu blamieren und schließlich die Angst, ausgenutzt zu werden.

Solcherart Bedenken werden in der Einzelerklärung meist freimütig geäußert (siehe die Grafik auf Seite 38).



UNTERSCHICHT	UNTERE MITTELSCHICHT	MITTLERE MITTELSCHICHT	OBERE MITTELSCHICHT
<ul style="list-style-type: none"> ● ARBEITSTEILUNG (ENTLASTUNG) IN INITIATIV-, AKTIONSGRUPPEN ● GEGENSEITIGE ERGÄNZUNG DES WISSENS, DER ERFAHRUNG ● NEUE FREUNDE, BEKANNTE GEWINNEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● ENTSPANNTE PERSÖNLICHE ATMOSPHERE IN ELTERNGRUPPEN ● HILFE FÜR ELTERN UND KINDER ● GEGENSEITIGE BESTÄTIGUNG BEI UNSICHERHEIT ● GEGENSEITIGE ENTLASTUNG IN INITIATIV-, AKTIONSGRUPPEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● OFFENHEIT, KLIMA DES VERTRAUENS, "GLEICHGESINNTE" IN ELTERNGRUPPEN ● GESELLIGKEIT, KONTAKTE, ÜBERWINDUNG DER ISOLATION ● HILFE BEI ERZIEHUNGSPROBLEMEN ● "WEITERBILDUNG" IN ERZIEHUNGSFRAGEN ● PSYCHISCHE ENTLASTUNG (DIE ANDEREN HABEN AUCH PROBLEME) 	<ul style="list-style-type: none"> ● AUFBRECHEN DER ISOLATION, KONTAKTE ● MÖGLICHKEIT ZUR OFFENEN KOMMUNIKATION ● GEGENSEITIGE ENTLASTUNG ● SENSIBILISIERUNG ● LÖSUNG VON ERZIEHUNGS-, PARTNER- UND PERSÖNLICHEN PROBLEMEN ● CHANCE ZUR SELBSTVERWIRKLICHUNG ● ERFAHRUNGSUSTAUSCH ● NIEDRIGERE SCHWELLENANGST ALS BEI EXPERTEN

CONTRA

UNTERSCHICHT	UNTERE MITTELSCHICHT	MITTLERE MITTELSCHICHT	OBERE MITTELSCHICHT
<ul style="list-style-type: none"> ● HEMMUNGEN (SICH BLOSS-STELLEN) ● MANGELNDE ERFAHRUNG IN ORGANISATORISCHEN FRAGEN ● ÄUSSERE SCHWIERIGKEITEN (RAUM-, FINANZIELLE PROBLEME) ● KEINE ERFAHRUNG MIT VERBALEN PROBLEMLÖSUNGSTRATEGIEN ● VERSAGENSÄNGSTE, INKOMPE-TENZGEFÜHLE ● MANGELNDE OFFENHEIT DER ANDEREN ● PRIVATSPHÄRE MUSS GEWAHRT WERDEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● HEMMUNGEN (PREISGABE DER INTIMITÄT, SICH BLOSS-STELLEN ETC.) ● ANGST VOR KLATSCH UND TRATSCH ● VERSAGENSÄNGSTE, INKOMPE-TENZGEFÜHLE (ANGST, ETWAS FALSCH ZU MACHEN) ● ANGST VOR ABLEHNUNG ● ANGST, PROBLEME "ZUZU-GEBEN" ● ANGST VOR MANIPULATION ● ELTERNGRUPPEN SIND UNWIRK-SAM, HELFEN NICHT ● ELTERNGRUPPEN SIND OHNE EXPERTEN NUR BEGRENZT HANDLUNGSFÄHIG ● KEINE ZEIT FÜR INITIATIVE 	<ul style="list-style-type: none"> ● HEMMUNGEN ● ANGST VOR KLATSCH UND TRATSCH ● ANGST VOR ABLEHNUNG, SICH LÄCHERLICH ZU MACHEN ● ANGST, EIGENES VERSAGEN UND PROBLEME ZUZUGEBEN ● NICHT AUF DIE HILFE ANDE-RER ANGEWIESEN SEIN WOLLEN ● NICHT "DAS EIGENE NEST BE-SCHMUTZEN" WOLLEN ● OHNE EXPERTEN GEHT ES NICHT ● ELTERNGRUPPEN SIND UNWIRK-SAM ● ABLEHNUNG VON "VEREINS-MEIEREI" ● ABLEHNUNG VON THEORIE, KRITIK, DISKUSSION ● POLITISCHE BEDENKEN ● ZEITAUFWENDIG, ANSTREN-GEND 	<ul style="list-style-type: none"> ● ANGST VOR THEORETISIEREN, "GEREDE", "KAFFEEKLATSCH-ATMOSPHÄRE" ● HEMMUNGEN ● OHNE EXPERTEN KEINE WIRK-LICHE PROBLEMLÖSUNG ● ZEITAUFWENDIG, VERLANGT ZU VIEL ENGAGEMENT ● NEGATIVE VORERFAHRUNGEN MIT GRUPPEN ● ANGST VOR "MACHERN", "VEREINSMEIEREI" ● POLITISCHE BEDENKEN

Die genannten Hemmungen sind bei vielen Mittelschicht-Befragten im Gesamtsystem der sozialen Einstellungen verankert und dürften daher gegen aufklärende Informationen relativ resistent sein.

Dagegen sollten die Unterschicht-typischen Bedenken durch praktische Gruppenerfahrungen leicht zu entkräften sein. Als gewichtiger erweist sich in dieser Gruppe die Initiativ-Barriere. Ohne Erfahrung mit verbaler Problemlösung, ohne Kenntnisse und Erfahrungen in organisatorischen Fragen, fühlt man sich angesichts äußerer Schwierigkeiten (einen Raum finden, andere zur Teilnahme motivieren etc.) in der Regel überfordert.

In den Reihen der Unterschicht-Befragten wird daher auch gelegentlich die Forderung nach staatlichen Initiativen laut (ausgehend beispielsweise von Kindergärten), denen man sich dann nur noch anzuschließen brauche. (Als gewichtiges Indiz für diese Initiativ-Barriere in der Unterschicht erscheint uns übrigens die schmale Quote einschlägiger Coupon-Rückläufe.)

Das Fehlen sozialer und kommunikativer Kompetenzen erweist sich schließlich trotz des großen Potentials an Interessierten in dieser Schicht als ernstzunehmende Barriere gegen eine Umsetzung der Elterngruppen-Idee in die Tat.

Der Wunsch nach Austausch mit anderen, nach Rat und Hilfe ist nach unseren Befunden in der sozialen Unterschicht groß und auch die Bereitschaft, sich kritisch mit familiären Strukturen und mit Verhaltensgewohnheiten auseinanderzusetzen, ist vorhanden.

Es käme auf die geeignete Art der Ansprache und Vermittlung an, um dieses Potential zu wecken.

Die folgende Zusammenstellung von "Motivatoren" und "Barrieren" gibt einen abschließenden Gesamtüberblick über alle Faktoren, die einer Teilnahme an Elterngruppen förderlich sind bzw. die ihr entgegenstehen.

MOTIVATOREN



- STARKER PROBLEMDRUCK, LEIDENS DRUCK
- FEHLEN VON ANSPRACHEMÖGLICHKEITEN
- UNBEFRIEDIGENDE KONTAKTSITUATION
- FEHLENDES SOZIALES BEZIEHUNGSNETZ DURCH ENTWURZELUNG
- ÜBERFORDERUNG DURCH MEHRFACHBELASTUNG (HAUSHALT, BERUF, KINDER)
- FEHLENDES FAMILIÄRES ENGAGEMENT DES EHEPARTNERS (RIGIDES ROLLENVERHALTEN)
- UNSICHERHEIT, HILFLOSIGKEIT BEI ERZIEHUNGSPROBLEMEN
- MISSTRAUEN, SKEPSIS GEGENÜBER EXPERTEN (ERZIEHUNGSBERATUNGSSTELLEN, PSYCHOLOGEN)



WUNSCH NACH KONTAKT, AUSTAUSCH RAT UND HILFE

BARRIEREN



- FEHLENDER LEIDENS-, PROBLEMDRUCK
- INTAKTES SOZIALES BEZIEHUNGSNETZ
- BEFRIEDIGENDE KONTAKTSITUATION
- EXTREME SOZIALE ISOLATION
- IDEOLOGIE DES FAMILIEN-INDIVIDUALISMUS
- KONFLIKTSCHU, FAMILIENHARMONISMUS
- STATUSPROBLEME (ANGST, NICHT MITHALTEN ZU KÖNNEN, SICH ZU BLAMIEREN)
- VERFÜGBARKEIT MATERIELLER UND PRESTIGE-KOMPENSATIONSMÖGLICHKEITEN
- HEMMUNGEN, ÄNGSTE (SICH BLOSSTELLEN VOR WILDFREMDE; ANGST, AUSGENUTZT ZU WERDEN)
- SKEPSIS GEGENÜBER DER WIRKSAMKEIT VON SELBSTHILFE
- SELBSTWERTPROBLEME
- PROBLEM DER INITIATIVE, SCHWELLENANGST
- BEFÜRCHTUNG VON VEREINSMEIEREI



IDEOLOGISCHE, PSYCHISCHE UND SOZIALE BARRIEREN

Um dem Leser einen plastischen Eindruck zu vermitteln, wie im Zusammenhang mit Elterngruppen argumentiert wird, welche Aspekte im Vordergrund der spontanen Beurteilung stehen, haben wir im folgenden aus dem Befragungsmaterial einige wörtliche Aussagen zusammengestellt:

SPONTANE BEURTEILUNG DES ELTERNGRUPPEN-KONZEPTS
POSITIVE STELLUNGNAHMEN (WÖRTLICHE AUSSAGEN)

"Dagegen spricht gar nichts. Das ist im Prinzip, wenn man den Bekanntenkreis nimmt, das gleiche, nur daß Sie eben nicht suchen müssen."

(Mittlere Mittelschicht)

"Ich meine, die Leute, die da oben im Emmertsgrund (Stadtrandsiedlung in Heidelberg) wohnen, wo kein Mensch den anderen kennt, wenn man da Probleme hat und man weiß, der andere hat die auch, mit wem spreche ich darüber. Für die ist es, so denke ich es mir."

(Untere Mittelschicht)

"Vielleicht macht man sich auch mal selbst Gedanken drüber, daß man sagt, gut, ich ergreife auch mal die Initiative, warum immer die anderen. Da steht "Eltern helfen Eltern", in der Hinsicht, vielleicht Babysitting..."

(Untere Mittelschicht)

"In unserem Bekanntenkreis, da haben die Leute eben keine Kinder komischerweise, wirklich, alle haben keine Kinder. Und deswegen stehen wir so alleine da. Und ich würde da gerne so was machen, so eine Gruppe suchen."

(Obere Mittelschicht)

"Es könnte sein, daß man alle Probleme in diesen Gruppen lösen kann. Die Leute, die da in diesen Beratungsstellen arbeiten, das sind auch nur Leute, und die haben vielleicht die gleichen Probleme, die eben diese Gruppen da haben, die die Eltern mit den Kindern haben, die in den Gruppen organisiert sind. Und ich meine, dieser Austausch an Erfahrungen ist auch Hilfe, das hilft auch in Einzelfällen und auch für die Gesamtheit, bestimmt."

(Untere Mittelschicht)

"Daß man jemand anderes kennenlernt, daß man über Kindererziehung spricht, und einmal die eine Mutter aufpaßt, daß die andere in die Stadt gehen kann zum Einkaufen, oder mal ins Kino gehen kann, daß sie weiß, das Kind ist gut aufgehoben."

(Unterschicht)

"Ich meine, man wird innerlich erleichtert, wenn man mit den Problemen die anderen auch beschäftigt, oder wenn man auch darüber spricht, dann fühlt man sich irgendwie besser. Und wenn man die Erfahrungen sammelt, dann ist es auch ein Plus, für mich, wenn ich so was höre, wie die anderen das machen."

(Unterschicht)

SPONTANE BEURTEILUNG DES ELTERNGRUPPEN-KONZEPTS
NEGATIVE STELLUNGNAHMEN (WÖRTLICHE AUSSAGEN).

"Am Anfang glaube ich, daß die Initiative von solchen Eltern ausgeht, die eben, sagen wir jetzt, eine Arbeiterfamilie, ich glaub die hat gar nicht, die kriegt das aus sich raus gar nicht so fertig, ich weiß es ja nicht, nicht alle, aber viele, die das selber in die Hand nehmen. Manchen ist das vielleicht, Lehrer, oder eben halt Leute, die im Beruf eine gehobene Position haben, die den Mut oder einfach die Erfahrung haben, wie man sowas aufzieht."
(Unterschicht)

"Ich würde sagen, so alltägliche Probleme, die kann man schon in so Gruppen lösen, aber dann eben, wenn es schon Verhaltensstörungen sind bei Kindern, daß solche Fälle dann schon zum Fachmann gehören."
(Mittlere Mittelschicht)

"Ich meine, in dem Fall, da soll eigentlich keiner irgendwie leiten, aber wenn jemand schon ein Psychologe, der auch in dem Bereich ausgebildet ist, daß er vielleicht Richtlinien gibt von dem, was er gelernt hat, irgendwie andeutet, und dann die Eltern dann darüber diskutieren würden, ob das denen in der Praxis, was der theoretisch zum Beispiel bringt, ob das in der Praxis irgendwie, ob man das in der Praxis findet, oder ob das stimmt und so weiter."

(Untere Mittelschicht)

"Es wäre nett sich mal zu treffen, bestimmt, aber wegen der Erziehung bräuchte ich das nicht."

(Untere Mittelschicht)

"Vielleicht interessieren schon, aber man empfindet es vielleicht nicht als notwendig, in so einer Gruppe irgendwie aktiv zu werden, weil man eben die Probleme im Bekanntenkreis oder Verwandtenkreis besprechen kann."

(Mittlere Mittelschicht)

"Es gibt bestimmte Probleme, die man innerhalb der Familie auch lösen kann und vielleicht besser lösen kann wie mit Hilfe von Dritten und guten Ratschlägen. Weil man sich dann vielleicht zu sehr von anderen beeinflussen läßt, und das vielleicht grad ein Nachteil ist, wenn man jetzt mehr auf die Meinung von anderen hört als auf die Meinung vom Partner."

(Untere Mittelschicht)

"Ja, was soll ich mir da erst Leute suchen, die Kinder haben, wenn ich genug Bekannte habe, mit denen ich darüber reden kann."

(Untere Mittelschicht)

"Also ich habe das Gefühl, daß das alles so ein bißchen überidealisiert wird, so wie das da klappt, so reibungslos, in der Wirklichkeit ist das anders. In den meisten Fällen ist es irgendwie so. Den Eindruck, den ich so habe, daß das vielleicht irgendwie so eine Oberschicht ist oder eine Mittelschicht, daß das bei den normalen Leuten so, daß die so was zum größten Teil verschweigen, daß die das nicht schaffen können."

(Unterschicht)

3. Unterschiede in den Familien von Akzeptanten und Ablehnern

Die qualitative, fallzentrierte Anlage der Studie erlaubte eine Bestandsaufnahme der inneren Verfassung der untersuchten Familien. Die Analyse der familiären Strukturen, speziell der Eltern-Kind-Beziehungen, bei Personen mit unterschiedlicher Bereitschaft zum Engagement in Elterngruppen hatte zum Ziel, das Akzeptanz-Potential psychologisch näher zu bestimmen.

Eine differentielle Betrachtung von Akzeptanten-Familien einerseits und Ablehner-Familien andererseits zeigt - quer durch die sozialen Schichten - einige charakteristische Unterschiede. (Die wichtigsten Unterschiede sind in der Übersicht auf den beiden folgenden Seiten zusammengestellt.)

Die demografische Analyse erbringt, neben den erwarteten schichtabhängigen Unterschieden zwischen Ablehnern und Akzeptanten (im Durchschnitt höheres Haushaltsnettoeinkommen, mehr Personen mit mittlerem Schulabschluß, mehr Angestellte und Selbständige, mehr Eigenheimbesitzer bei Ablehnern im Vergleich mit Akzeptanten), folgende Trends:

- Akzeptanten sind im Durchschnitt jünger als Ablehner und sie haben entsprechend jüngere Kinder.
- Akzeptanten haben im Durchschnitt weniger Kinder als Ablehner.
- Akzeptanten haben im Vergleich mit Ablehnern im Durchschnitt weniger Wohnraum zur Verfügung; sie wohnen aber häufiger als diese in Wohngebieten mit hoher Kontakt- und Kommunikationsdichte.

WAS UNTERSCHIEDET AKZEPTANTEN UND ABLEHNER VON ELTERNGRUPPEN? 1

MILIEU/ARBEITSWELT VS. FREIZEIT, FAMILIE/ SOCIAL NETWORK/ SITUATION DER FRAU

	AKZEPTANTEN	ABLEHNER
MILIEU	<ul style="list-style-type: none"> ● INTELLEKTUELLE, LINKSINTELLEKTUELLE ● STUDENTISCHES-, BOHEME-MILIEU ● ENTWURZELTE, "VERELENDETE" UNTERSCHICHT ● PERSONEN MIT BEENGTEN FINANZIELLEN UND BEENGTEN WOHNVERHÄLTNISSEN ● SOZIAL UND KULTURELL INTEGRIERTE UNTERSCHICHT 	<ul style="list-style-type: none"> ● GUT SITUIERTE, KONSERVATIVE MITTELSCHICHT ● TRADITIONELLES BILDUNGSBÜRGERTUM ● KLEINBÜRGERLICH, SPIESSIGES MILIEU ● AUFSTIEGSORIENTIERTE UNTERE MITTELSCHICHT ● STATUSUNSICHERE PERSONEN
ARBEITSWELT VERSUS FREIZEIT/ FAMILIE	<ul style="list-style-type: none"> ● FREIZEIT/FAMILIE WICHTIGER ALS ARBEIT/BERUF ● STATUSZUFRIEDEN, AMBITIONSLOS ● HÄUFIG GERINGE ARBEITSZUFRIEDENHEIT ● HÄUFIG ENGAGEMENT DER VÄTER IN DER FAMILIE 	<ul style="list-style-type: none"> ● BERUF-, KARRIERE-, AUFSTIEGSORIENTIERT ● STATUSUNZUFRIEDEN, EHRGEIZIG, LEISTUNGSORIENTIERT ● HOHE ARBEITS- UND LOHNZUFRIEDENHEIT
SOCIAL NETWORK	<ul style="list-style-type: none"> ● EHER DISTANZIERTES VERHÄLTNIS ZUR VERWANDTSCHAFT ● MEIST AUSGEDEHNTER FREUNDESKREIS ● HÄUFIG GUTE KOMMUNIKATION MIT NACHBARN, BEKANNTEN, KOLLEGEN ● HÄUFIG AUSTAUSCH MIT ANDEREN ELTERN (KINDERGARTEN, SPIELPLATZ, SCHULE) 	<ul style="list-style-type: none"> ● BEZIEHUNGEN ZUR VERWANDTSCHAFT SIND WICHTIG, CLAN-STRUKTUREN, RESTE DER TRADITIONELLEN GROSSFAMILIE ● HÄUFIG EINE VIELZAHL UNVERBINDLICHER, FORMALISierter KONTAKTE (ALS GESCHÄFTSMANN, POLITIKER, VEREINSLEITER ETC.) ● HÄUFIG MISSTRAUEN UND DISTANZ ZUR NACHBARSCHAFT ● HÄUFIG GEFÜHLE DER ISOLATION
SITUATION DER FRAU	<ul style="list-style-type: none"> ● WENIG DIFFERENZEN IN DER FORMALBILDUNG ● PARTNERSCHAFTLICHE ANSÄTZE BEI DER VERTEILUNG DER RECHTE UND PFLICHTEN ● WENIG PROBLEME MIT DER HAUSFRAUEN- UND MUTTERROLLE (IDENTIFIKATION) ● HÄUFIGSTE PROBLEME ALS HAUSFRAU: MANGELNDE ANERKENNUNG/FINANZIELLE ABHÄNGIGKEIT ● HÄUFIG GELASSENE DISTANZ ZU DEN TÄGLICHEN HAUSHALTPFLICHTEN ● HÄUFIG WÜNSCHE NACH BERUFSTÄTIGKEIT ● GELEGENTLICH SCHULDGEFÜHLE BEI FINANZIELLEN- UND ERZIEHUNGSPROBLEMEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● HÄUFIG BILDUNGSGEFÄLLE MANN - FRAU ● TRADITIONELLE ROLLENTEILUNG ● GELEGENTLICH PROBLEME MIT DER MUTTERROLLE, AMBIVALENZEN GEGENÜBER DEN KINDERN ● HÄUFIGSTE PROBLEME ALS HAUSFRAU: ISOLATION/VERSAGENSÄNGSTE, MINDERWERTIGKEITSGEFÜHLE ● HÄUFIG LEISTUNGSDRUCK ALS HAUSFRAU (100 %IGE HAUSFRAU)

WAS UNTERSCHIEDET AKZEPTANTEN UND ABLEHNER VON ELTERNGRUPPEN? 2
 FAMILIENTYP/FAMILIENKLIMA/UMGANG MIT PROBLEMEN/KINDERERZIEHUNG

	AKZEPTANTEN	ABLEHNER
FAMILIENTYP	<ul style="list-style-type: none"> ● ÜBERWIEGEND MATRIARCHALISCH-HÄUSLICHE FAMILIE ● MÄNNER INTROVERTIERT/PASSIV/GUTMÜTIG / DURCHSETZUNGSSCHWACH ● FRAUEN SELBSTBEWUSST/EXTRAVERTIERT SPONTAN/KRITISCH/EHRGEIZIG 	<ul style="list-style-type: none"> ● ÜBERWIEGEND PATRIARCHALISCH-STRUKTURIERTE PROBLEMFAMILIE ● MÄNNER DOMINANT/AUTORITÄR/RATIONAL/ BERUFSORIENTIERT ● FRAUEN UNSICHER/NERVÖS/NEURÖTISCH/ ANLEHNUNGSBEDÜRFTIG
FAMILIENKLIMA	<ul style="list-style-type: none"> ● AUFGEKLÄRTE FAMILIE, "FAMILIENRATIONALISMUS" ● HÄUFIG STARKE EMOTIONALE BINDUNG, GLÜCK, HARMONIE ● VIELE GEMEINSAME INTERESSEN, AKTIVITÄTEN ● HÄUFIG LIBERALES, TOLERANTES KLIMA ● INTENSIVE INNERFAMILIÄRE KOMMUNIKATION 	<ul style="list-style-type: none"> ● FAMILIEN-INDIVIDUALISMUS, FAMILIEN-HARMONISMUS ● EMOTIONALE BINDUNG FEHLT HÄUFIG ● HÄUFIG UNZUFRIEDENHEIT DER FRAU MIT IHRER SITUATION ● HÄUFIG AUTORITÄRES, PATRIARCHALISCHES KLIMA ● HÄUFIG PARTNERPROBLEME, STREIT, SPANNUNGEN, AGGRESSIONEN ● HÄUFIG UNEINIGKEIT IN ERZIEHUNGSFRAGEN
UMGANG MIT PROBLEMEN	<ul style="list-style-type: none"> ● BEREITSCHAFT ZUR REFLEXION/AUFGREIFEN VON PROBLEMEN, KONFLIKTEN ● EMPATHIE, BEWUSSTE WAHRNEHMUNG DER PSYCHISCHEN REALITÄT ● SUCHEN NACH ERKLÄRUNGEN, URSACHEN FÜR VERHALTEN ● HÄUFIG GEMEINSAME PROBLEMLÖSUNGSVERSUCHE DURCH MITEINANDER REDEN ● HOHE BEREITSCHAFT, RAT UND HILFE VON AUSSEN ANZUNEHMEN ● MISSTRAUEN GEGENÜBER INSTITUTIONEN, AMTLICHEN STELLEN 	<ul style="list-style-type: none"> ● WENIG REFLEXION/ GERINGES PROBLEMBEWUSSTSEIN ● WENIG EINGEHEN AUF PSYCHISCHE PHÄNOMENE ● HÄUFIG AUTORITÄRE PROBLEMLÖSUNGSMUSTER ● OFT VERDRÄNGUNG, VERLEUGNUNG, ABWEHR, VERHARMLOSUNG VON PROBLEMEN ● GELEGENTLICH PROJIZIERENDE SCHULDZUSCHREIBUNGEN, GEGENSEITIGE VORWÜRFE ● MISSTRAUEN, ANGST, DISTANZ GEGENÜBER RAT UND HILFE VON AUSSEN ● EXPERTEN-GLÄUBIGKEIT
KINDERERZIEHUNG	<ul style="list-style-type: none"> ● HÄUFIG LIBERALE, DEMOKRATISCHE, KOOPERATIVE ERZIEHUNG ● HÄUFIG DULDSAMER, GEMÄSSIGT AUTORITÄRER ERZIEHUNGSSTIL ● ERZIEHUNGSZIELE: SELBSTÄNDIGKEIT, SELBSTVERWIRKLICHUNG 	<ul style="list-style-type: none"> ● HÄUFIG STRENGE, FORDERNDE AUTORITÄRE ERZIEHUNG ● GELEGENTLICH ÜBERPROTEKTIVER ERZIEHUNGSSTIL ● HÄUFIG ERZIEHUNGSPHILOSOPHIE DES "KONSEQUENT SEIN", "GRENZEN SETZEN" ● ERZIEHUNGSZIELE: LEISTUNG, ÄUSSERE KONFORMITÄT

Eine Generalisierung dieser Befunde verbietet sich zwar aufgrund der schmalen Stichproben-Basis (44 Familien), die aufgezeigten Trends fügen sich aber plausibel in das Bild der typischen Milieuunterschiede zwischen Ablehner- und Akzeptanten-Familien (siehe Seite 46).

Der hier verwendete Milieubegriff nimmt Bezug auf soziale Syndrome, bestehend aus sozialen Lagen, Wertorientierungen sowie lebensweltlichen Sinn- und Kommunikationszusammenhängen und hat mehr illustrativen als systematischen Charakter.

Ein großer Teil der Akzeptanten-Familien unserer Stichprobe läßt sich dem (links-)intellektuellen Milieu zurechnen. Kennzeichnend sind hohe Formalbildung, eine kritisch-rationalistische Weltansicht sowie eine starke postmaterielle Komponente im Wertesystem, die an den sozialen Rändern des Milieus, in Studenten- und Künstlerkreisen, das soziale und politische Bewußtsein sogar dominiert.

Die postmaterielle Orientierung ist auf Fortschritte im zwischenmenschlichen Bereich ausgerichtet (intensive und extensive soziale Kommunikation) und daher günstig für die Aufnahme des Elterngruppen-Konzepts.

Die übrigen Akzeptanten sind zumeist Unterschicht-Familien. Hier lassen sich zwei unterschiedliche Milieus abgrenzen. Zum einen Familien, die sozial und kulturell entwurzelt sind, oft durch Wegzug aus traditionellen Unterschicht-Wohngebieten nicht nur ihre soziale, sondern auch ihre kulturelle "Heimat" verloren haben und die häufig in sehr beengten Verhältnissen leben.

Diese Familien sind zwar aufgrund ihrer sozialen Lage für Elterngruppen motiviert (Überwindung der sozialen Isolation, gegenseitige Unterstützung und Hilfe), kommen jedoch wegen

fehlender sozialer und kommunikativer Kompetenzen sowie auch wegen ihrer gewöhnlich passiven Haltung, gepaart mit hohen Erwartungen an helfende Institutionen als Initiativ-Potential nicht in Frage.

Zum anderen gehören viele Akzeptanten zum Typ der sozial und kulturell integrierten Unterschicht-Familie. Diese Familien stellen aufgrund des eng geknüpften kommunikativen Netzes innerhalb der sozialen Gruppe, wegen der normativen Verankerung gegenseitiger Hilfe und Unterstützung (Unterschicht-Solidargemeinschaft) und auch wegen der traditionellen Distanz gegenüber staatlichen Institutionen (Selbsthilfe-Modell) eine geeignete Zielgruppe für das Elterngruppen-Konzept dar.

Drei typische Ablehner-Milieus lassen sich auf der Basis unserer Daten unterscheiden. Die Mehrzahl der Ablehner-Familien gehört zum traditionellen Mittelstand: gut situiert, bildungsbürgerlich, allgemein konservativ orientiert. In diesem Milieu wird am traditionellen Verständnis der Familie als Ort der Sinnggebung, der Geborgenheit und des privaten Glücks festgehalten. Dissonante Erfahrungen werden häufig harmonisierend abgewehrt.

Elterngruppen erscheinen unter diesen Voraussetzungen zwar als mögliche Ausweitung der von der Einzelfamilie ausgeübten Funktionen (Geborgenheit in der Gruppe, Erfahrungsaustausch etc.), setzen aber zugleich ein mangelhaftes Funktionieren dieser Einzelfamilie, die ohne Hilfe von außen nicht mehr zurecht kommt, voraus und werden deshalb zumeist abgelehnt.

Ein weiterer Teil der Ablehner in unserer Stichprobe ist dem kleinbürgerlichen, "spießigen" Milieu zuzurechnen. Charakteristisch für dieses Milieu ist eine starke soziale Distanz und Abgrenzung sowohl nach oben als auch nach unten. Innerhalb

der eigenen sozialen Gruppe gilt das Prinzip der Nichteinmischung: Innerfamiliäre Angelegenheiten gehen Außenstehende nichts an; jede Familie muß ihre Probleme, zumal Erziehungsprobleme, selbst bewältigen. Das milieutypische Syndrom von Anpassung und Individualismus (nicht auffallen/keine Schwächen zeigen/nach außen zumindest eine intakte "Fassade" zeigen/seine Probleme selbst, das heißt ohne Hilfe von außen, lösen) ist für eine positive Aufnahme des Elterngruppen-Gedankens sehr ungünstig.

Als eine Variante dieses kleinbürgerlichen Milieus ist der aufstrebende, aufstiegsorientierte Teil der unteren Mittelschicht anzusehen. Werte des Familien-Individualismus haben hier ebenfalls volle Geltung. Bedingt durch die vorherrschende Berufs- bzw. Karriereorientierung, verliert allerdings der familiäre Bereich allgemein an Bedeutung. Die Bereitschaft zum Aufgreifen von Problemen in diesem Bereich ist gering; nehmen sie überhand, ist man geneigt, ihre Lösung an Experten zu delegieren.

Unabhängig von der Schichtzugehörigkeit der untersuchten Familien war festzustellen:

Während Akzeptanten meist statuszufrieden und eher ambitionslos im Beruf sind sowie die Lebensbereiche Freizeit und Familie generell höher bewerten als den Bereich Arbeit/Beruf, sind Ablehner überwiegend statusunzufrieden sowie leistungs-, karriere- und aufstiegsorientiert.

Die soziale Mobilität der Ablehner in unserer Stichprobe ist weit größer als die der Akzeptanten, das heißt es sind im Vergleich zur Status-Position ihrer Eltern mehr Ablehner als Akzeptanten sozial auf- bzw. abgestiegen.

Die Struktur der Kommunikationsnetze (social network) von Ablehnern und Akzeptanten ist deutlich verschieden. Während Akzeptanten häufig ein distanzierendes Verhältnis zu ihren Verwandten (außerhalb der Kleinfamilie) haben, sind für Ablehner die Beziehungen zur Verwandtschaft meist von Bedeutung. Der Verwandtschafts-Clan spielt auch bei innerfamiliären Entscheidungen eine gewisse Rolle. Dies stabilisiert einerseits die einzelfamiliale Autonomie, führt andererseits oft zu Spannungen.

Ablehner unterhalten über die verwandtschaftlichen Beziehungen hinaus meist eine Vielzahl unverbindlicher, oft formeller, Kontakte. Diese erwachsen aus sozialen Rollen (als Geschäftsmann, als Amtsinhaber, als Vereinsmitglied etc.) und beinhalten gewöhnlich keine persönliche, intime Komponente.

Im Gegensatz dazu haben Akzeptanten häufig einen (ausgedehnten) Freundeskreis mit intensiven gefühlsmäßig bestimmten Kontakten. Häufig sind darüber hinaus Kommunikationen mit Bekannten, Kollegen, Nachbarn sowie mit anderen Eltern, die man vom Kindergarten, vom Spielplatz, von der Schule her kennt.

Ablehner zeigen dagegen vielfach Mißtrauen und Distanz zur Nachbarschaft. Das Fehlen eines emotionalen Beziehungsnetzes über den Kreis der eigenen Verwandtschaft hinaus führt daher trotz oberflächlich guter sozialer Integration häufig zu Gefühlen der Isolation. In der vertieften Exploration zeigen sich derartige Gefühle besonders bei den Frauen.

Frauen aus Ablehner-Familien sind mit ihrer Situation generell unzufriedener als Akzeptanten-Frauen. Zur Situation der Frau ergaben sich die folgenden Unterschiede:

Ein Bildungsgefälle zwischen Mann und Frau - gelegentlich eine Quelle von Selbstwertproblemen auf Seiten der Frau - besteht weit häufiger in Ablehner- als in Akzeptanten-Familien.

Auffällig viele Männer aus Akzeptanten-Familien sind übrigens wesentlich älter als ihre Frauen (acht Jahre Altersdifferenz oder mehr), nicht so bei den Ablehnern.

Das von PSYDATA beschriebene Hausfrauen-Syndrom tritt häufiger in Ablehner- als in Akzeptanten-Familien auf. Häufigste Probleme der Ablehner-Hausfrauen sind Isolation, Versagensängste, Schuld- und Minderwertigkeitsgefühle. Viele dieser Frauen fühlen sich einem ständigen Leistungsdruck als Hausfrau und Mutter unterworfen, einige haben regelrecht Probleme mit ihrer Mutterrolle, die sie insgeheim ablehnen.

Bei einem großen Teil der Akzeptanten-Frauen läßt sich eine gelassene Distanz zu den täglichen Haushaltspflichten nachweisen. Diese Frauen haben gewöhnlich wenig Probleme mit ihrer Rolle als Hausfrau und Mutter. Das flexible Umgehen mit den täglichen Anforderungen, die Rollendistanz - die sich auch in den häufig geäußerten Wünschen nach einer beruflichen Tätigkeit manifestiert - aber auch die angeführten Probleme (mangelnde Anerkennung der Hausfrauen-Tätigkeit, finanzielle Abhängigkeit vom Ehemann) deuten auf einen gewissen Emanzipationsvorsprung dieser Frauen im Vergleich zu Frauen aus Ablehner-Familien.

Es überrascht daher nicht, daß in Akzeptanten-Familien häufig partnerschaftliche Ansätze bei der Verteilung der Rechte und Pflichten im Haushalt und bei der Kindererziehung erkennbar sind, während in Ablehner-Familien die traditionelle Rollenteilung selten in Frage steht.

In den anamnestischen Gesprächen wurden unter anderem wechselseitige Persönlichkeitsbeschreibungen der Ehepartner erhoben. Auf der Basis dieses Materials konnten typische Kombinationen von Persönlichkeitszügen bei Ehepartnern zusammengestellt

werden. Dabei ergaben sich in der Regel Kombinationen sich ergänzender, psychologisch komplementärer Merkmale nach dem Grundmuster dominant-submissiv.

Entsprechend der Polung dieses Musters konnten wir zwei Basistypen von Familien unterscheiden. Beim matriarchalisch-häuslichen Typ stehen introvertierten, passiven Männern selbstbewußte, extravertierte, kritische Frauen gegenüber. Die patriarchalisch strukturierte Problemfamilie besteht aus dominanten, autoritären, rational orientierten Männern und unsicheren, nervösen, anlehungsbedürftigen Frauen, die häufig neurotische Störungen zeigen.

Eine vollständige Beschreibung der jeweiligen Persönlichkeits-syndrome findet sich in der Grafik auf Seite 54.

Nach unseren Befunden überwiegt bei den Akzeptanten der matriarchalisch-häusliche Familientyp, bei den Ablehnern der patriarchalisch strukturierte Typ.

Es leuchtet ein, daß die Syntalität^{*)}, das gesamte familiäre Klima von diesen Basisstrukturen abhängt. Bei Akzeptanten ist das Klima häufig geprägt durch starke emotionale Bindungen, gemeinsame Interessen und Aktivitäten der Ehepartner sowie durch intensive innerfamiliäre Interaktion und Kommunikation. Oft herrscht ein liberales, tolerantes Klima. Das Gruppen-Selbstverständnis, die "Familien-Ideologie" läßt sich am ehesten als rationalistisch, aufgeklärt beschreiben.

*) Syntalität = Familiencharakter. In der Literatur werden gelegentlich Familien als "Persönlichkeiten" und in diesem Sinne als unanalysierte Einheiten aufgefaßt, die durch ein Gefüge dynamischer Gruppenmerkmale sowie von Temperaments- und Fähigkeitsmerkmalen - eben der Syntalität - charakterisiert sind.

PATRIARCHALISCH-STRUKTURIERTE PROBLEMFAMILIE VERSUS MATRIARCHALISCH-HÄUSLICHE FAMILIE
CHARAKTERISTISCHE PERSÖNLICHKEITSZÜGE DER EhePARTNER

PATRIARCHALISCH-
STRUKTURIERTE
PROBLEMFAMILIE

ÜBERWIEGT BEI ABLEHNERN



- DOMINANT/SELBSTBEWUSST
- PATRIARCHALISCH/AUTORITÄR
- STABIL/AUSGEGLICHEN
- SACHLICH/RATIONAL/DISTANZIERT
- EHRGEIZIG/KARRIERE-, BERUFSORIENTIERT



- UNSICHER/ÄNGSTLICH/ISOLIERT
- NERVÖS/LABIL/UNAUSGEGLICHEN
- MINDERWERTIGKEITS-, SELBSTWERTPROBLEME
- ANLEHNUNGS-, HILFSBEDÜRFTIG
- PSYCHISCH KRANK/NEUROTISCH
- DEPRESSIV/HYSTERISCH
- ZWANGHAFT/ANAL/PARANOID

MATRIARCHALISCH-
HÄUSLICHE
FAMILIE

ÜBERWIEGT BEI AKZEPTANTEN



- PASSIV/RUHIG/INTROVERTIERT
- BEQUEM/TRÄGE/ÜBERGEWICHTIG
- VERSTÄNDNISVOLL/TOLERANT
- FREUNDLICH/GUTMÜTIG
- LIEBESBEDÜRFTIG/EMPFINDLICH
- DURCHSETZUNGSSCHWACH/TROTTELIG



- SELBSTBEWUSST/DOMINANT
- EXTRAVERTIERT/GESELLIG/KONTAKTSTARK
- ENERGISCH/AKTIV
- SPONTAN/LOCKER/IMPULSIV/WARM
- INTELLEKTUELL/KRITISCH/FLEXIBEL
- EHRGEIZIG/LEISTUNGSORIENTIERT
- KRITIK-, STREITSÜCHTIG

Dagegen ist das Selbstverständnis der meisten Ablehner-Familien stark von Individualismus und harmonistischen Tendenzen geprägt. Bei den Ablehnern findet sich oft ein autoritäres, emotional unbefriedigendes Familienklima, Partnerprobleme, Spannungen, Streit, (latente) Aggressionen und Uneinigkeiten (zum Beispiel in Erziehungsfragen). Eine tiefe emotionale Bindung zwischen den Ehepartnern fehlt häufig ganz. Unter diesen Bedingungen ist die autoritär-patriarchalische Verfassung vieler Ablehner-Familien eine ständige Quelle von Unzufriedenheit speziell für die Frauen.

Bei Akzeptanten ist häufiger als bei Ablehnern die Bereitschaft zur Reflexion, zum Aufgreifen von Problemen und zur bewußten Wahrnehmung der psychischen Realität gegeben, oft gepaart mit einer hohen Bereitschaft, Rat und Hilfe von außen anzunehmen. Gemeinschaftliche Problemlösungsversuche (miteinander reden innerhalb der Familie, Austausch mit Freunden bzw. anderen Eltern) finden häufig statt.

Die Suche nach Erklärungen für problematisches Verhalten läuft in vielen Ablehner-Familien sehr verkürzt ab. Häufig sind autoritäre Problemlösungsmuster erkennbar, wenn Probleme nicht überhaupt verdrängt, verleugnet, verharmlost, rationalisiert oder in anderer Weise abgewehrt werden. Gelegentlich greift man zu destruktiven Bewältigungsmechanismen wie projizierende Schuldzuschreibungen, gegenseitige Vorwürfe etc.

Der verbreitete Familien-Harmonismus und -Individualismus in diesen Familien erzeugt zudem Mißtrauen, Angst und Distanzierung gegenüber Rat und Hilfe von außen, so daß es bei Ablehnern nur selten zu einer ausreichenden Bewältigung familiärer Probleme kommt.

Es fällt auf, daß sich alle Formen der Problemabwehr weit häufiger bei Ablehner- als bei Akzeptanten-Familien finden. Die

Ablehnung des Elterngruppen-Konzepts ist selbst eine Form der Abwehr von (potentiellen) Problemen.

Ursachen- und Lösungsmodelle für familiäre Probleme sind allerdings stark schichtabhängig. So ist beispielsweise bei Problemen mit den Kindern die Abstraktion vom eigenen elterlichen Verhalten charakteristisch für Eltern aus den unteren Schichten. Die Schuld wird zuerst bei somatischen oder äußeren Bedingungen gesucht. Der mögliche eigene Schuldanteil wird in der Regel ausgeblendet (siehe die folgende Aufstellung).

URSACHENMODELLE FÜR PROBLEMATISCHES KINDLICHES VERHALTEN	
<u>Untere Mittelschicht</u>	<u>Unterschicht</u>
o Stufen-, Phasen- Reifungsmodell (Beispiel: Trotzphase, Probleme lösen sich von selbst durch Reifung)	o Kein Problembewußtsein, hilflose "deskriptive" Ursachen-Erklärungen (Kinder sind böse, wollen die Eltern ärgern etc.)
o Organische Ursachen (Krankheit, Schlafdefizit, Hunger etc.)	o Abwehr von Ursachen-Erklärungen (jedes Kind ist anders)
o Psychische Ursachen (Probleme, Konflikte)	o Organische Ursachen (Krankheit, Hunger etc.)
o Äußere Ursachen (Wetter, Lärm, andere Kinder etc.)	o Äußere Ursachen (Wetter, Lärm etc.)
o Familiäre Ursachen (Vernachlässigung, Vorbild der Eltern)	o Familiäre Ursachen (Verhalten der Eltern)
o Genetische Ursachen (angeborene Disposition)	

Der hohe Anteil reflexiver Modelle in der Akzeptanten-Gruppe ist daher in erster Linie der Überrepräsentation von Befragten aus der oberen Mittelschicht in dieser Gruppe zuzuschreiben. In der oberen Mittelschicht sind psychologische Erklärungsmuster häufiger, das eigene Verhalten sowie die gesamte familiäre Interaktion werden bei Ursachenerklärungen stärker berücksichtigt.

Ebenfalls schichtabhängig sind die Befunde hinsichtlich der Einstellung zu Experten (Erziehungs-, Familienberatung etc.). Das in der Akzeptanten-Gruppe häufig gefundene Mißtrauen gegenüber Institutionen der psychosozialen Versorgung bzw. gegenüber amtlichen Stellen allgemein geht auf den Anteil der Unterschicht-Befragten in dieser Gruppe zurück.

Die Einstellung zu den Experten ist in dieser Schicht im wesentlichen durch Unkenntnis und soziale Ängste (zum Beispiel Furcht vor Stigmatisierung) bestimmt. Lediglich gegenüber "basisnahen" Experten wie Kinderarzt und Kindergärtnerin bestehen weniger große Barrieren.

Bei Mittelschicht-Eltern kommen Mißtrauen und Ängste seltener vor. Viele unserer Mittelschicht-Befragten erwiesen sich als regelrecht Experten-gläubig. Diese Einstellung findet sich daher gehäuft in der Ablehner-Gruppe, wo Mittelschicht-Familien stark überrepräsentiert sind.

Einheitlich in allen sozialen Schichten werden die "größeren" Erziehungsprobleme (psychische Störungen, kriminelles Verhalten etc.) an die Experten verwiesen, während "kleinere" Probleme (siehe Seite 27f) als Domäne der Elterngruppen gelten.

Prinzipiell vom Einfluß der Schicht-Variablen unabhängig ist die augenfällig höhere Bereitschaft der Akzeptanten, Hilfe von außen anzunehmen. Es gibt zwar schichtspezifische Gründe für

diese Bereitschaft, die Basis-Disposition ist aber bei allen Akzeptanten gleich: das Fehlen normativer Barrieren (Familien-Individualismus und -Harmonismus).

Unterschicht-Akzeptanten sind grundsätzlich für externe Hilfe aufgeschlossen, weil in dieser Schicht häufig schon bei "normalen" familiären und Erziehungsproblemen Unsicherheit oder Hilflosigkeit herrschen sowie wirksame Ursachen- und Lösungsmodelle fehlen.

Mittelschicht-Akzeptanten haben gewöhnlich Vorerfahrungen mit Problemaustausch im Freundes- und Bekanntenkreis.

In allen Ablehner-Familien herrscht dagegen Mißtrauen und Angst gegenüber Rat und Hilfe von Seiten Außenstehender. Man ist der Meinung, seine Probleme selbst lösen zu müssen, und man greift bei größeren Schwierigkeiten (widerstrebend) nach professioneller Hilfe.

Gemäß den unterschiedlichen innerfamiliären Strukturen unterscheiden sich auch Theorie und Praxis der Kindererziehung bei Ablehnern und bei Akzeptanten des Elterngruppen-Konzepts.

Während in Akzeptanten-Familien häufig liberal, demokratisch, kooperativ erzogen wird, oder aber ein gemäßigt autoritärer, aber duldsamer Erziehungsstil praktiziert wird, findet sich in Ablehner-Familien entweder eine strenge, fordernde autoritäre Art des Umgangs mit den Kindern oder aber ein kindenzentrierter Stil mit überprotektiven Tendenzen.

Akzeptanten bestrafen ihre Kinder weniger als Ablehner körperlich und belohnen mehr mit Zuwendung und Zärtlichkeiten. Bei den Erziehungszielen der Akzeptanten stehen die Selbständigkeit des Kindes sowie seine Selbstverwirklichung als Person,

zusammen mit emotionaler Erlebnisfähigkeit und Spontaneität im Vordergrund. Ablehner achten in erster Linie auf Leistung und äußere Konformität (Gehorsam, Höflichkeit, gutes Benehmen, "Brav"sein etc.). In Ablehner-Familien besteht man häufiger als bei Akzeptanten darauf, man müsse gegenüber den Kindern "konsequent" sein, man müsse ihnen "klare Grenzen setzen".

Erziehungsziele und Erziehungspraxis sowie insbesondere die "Philosophie" der Erziehung unterscheiden sich schichtspezifisch. Wir haben die wichtigsten Befunde in diesem Zusammenhang, für Mittelschicht und Unterschicht getrennt, in Form einer Grafik zusammengestellt (siehe die Grafik auf der folgenden Seite).

Es ist jedoch nicht wahrscheinlich, daß die referierten Unterschiede in der Kindererziehung bei Akzeptanten- und Ablehner-Familien auf den Einfluß der Schicht-Variablen zurückgehen. Unsere Befunde sprechen eher für eine Angleichung der Unterschicht-Akzeptanten an die Erziehungsnormen der Mittelschicht. Diese Familien repräsentieren offensichtlich den pädagogisch fortschrittlichsten Teil dieser Schicht.

Mittelschicht-Akzeptanten sind von der Kindererziehung alles in allem weniger überfordert als die Ablehner aus dieser Schicht. Gründe für diese Überforderung sind:

- Der Anspruch auf optimale Erziehung der Kinder, der sich aus den Möglichkeiten der Familienplanung (Wunschkind) und der zunehmenden Automation im Haushalt (freie Zeit für die Hausfrau) ergibt.
- Die Unsicherheit durch den Verlust traditioneller Rollen, Normen und Verhaltensmuster im Zuge der Abkehr vom traditionellen autoritären Modell.
- Der Verlust an Kontrolle über die "pädagogische Umwelt" aufgrund der Vielzahl äußerer Einflüsse auf die Kinder (Fernsehen, Schule etc.).

DIE ERZIEHUNGSPHILOSOPHIE IN DER UNTERSCHICHT UND IN DER MITTELSCHICHT

- ➡ DIE TRADITIONELLEN AUTORITÄREN ERZIEHUNGSMUSTER VERLIEREN (AUCH IN DER UNTERSCHICHT) ZUNEHMEND AN GÜLTIGKEIT UND AN WIRKSAMKEIT.
- ➡ DIE NEUE NORM EINER LIBERALEN, PARTNERSCHAFTLICHEN ERZIEHUNG ÜBERFORDERT VIELE ELTERN. KINDERERZIEHUNG IST SCHWIERIG GEWORDEN.
- ➡ DIE NEUE NORM WIRD HÄUFIG DURCH DAS MOTIV DES ES-BESSER-MACHEN-WOLLEN (LEIDVOLLE ERINNERUNG AN DIE EIGENE AUTORITÄRE ERZIEHUNG) GESTÜTZT.
- ➡ DIE DISKREPANZ ZWISCHEN NORMATIVEN ANFORDERUNGEN UND ALL-TÄGLICHER (EMOTIONALER) ÜBERFORDERUNG RESULTIERT HÄUFIG IM ERZIEHUNGSPRINZIP "KONSEQUENZ". DIESES PRINZIP IST MORALISCH ABGESICHERT ("DAS BESTE FÜR DAS KIND") UND RECHTFERTIGT AUTORITÄRE MASSNAHMEN.
- ➡ NACH WIE VOR BESTEHEN DEUTLICHE SCHICHTUNTERSCHIEDE IN DEN GRUNDSÄTZLICHEN AUFFASSUNGEN VON ERZIEHUNG. EINE TENDENZ ZUR NIVELLIERUNG DIESER UNTERSCHIEDE IST ERKENNBAR.

MITTELSCHICHT.	UNTERSCHICHT
<ul style="list-style-type: none"> ● ERZIEHUNGSZIELE: <ul style="list-style-type: none"> - SELBSTÄNDIGKEIT/ACHTUNG DER BEDÜRFNISSE ANDERER (SELBSTKONTROLLE)/LEISTUNGSFÄHIGKEIT ● ERZIEHUNGSPRAXIS: <ul style="list-style-type: none"> - VERHALTENSSTEUERUNG DURCH BELOHNEN (ZUWENDUNG, VERBALES LOB) UND STRAFEN (ENTZUG VON BELOHNUNGEN, TIME OUT, KÖRPERLICHE STRAFEN) ● ERZIEHUNGSPERSPEKTIVE: <ul style="list-style-type: none"> - KIND-ZENTRIERT (UNTERDRÜCKUNG DER EIGENEN BEDÜRFNISSE) <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">PÄDAGOGISIERUNG DER ERZIEHUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> - BEWUSSTE FAMILIENPLANUNG - BEWUSSTE, GEPLANTE ERZIEHUNG - ERZIEHUNG ALS AUFGABE (ERNSTZUNEHMEND, SCHWIERIG) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ERZIEHUNGSZIELE: <ul style="list-style-type: none"> - MANGEL AN EXPLIZITEN ZIELEN, DURCHSETZUNGSFÄHIGKEIT/"ÄUSSERE KONFORMITÄT" ● ERZIEHUNGSPRAXIS: <ul style="list-style-type: none"> - VERHALTENSSTEUERUNG ÜBERWIEGEND DURCH STRAFEN (KÖRPERLICHE STRAFEN, TIME OUT), GELEGENTLICH DURCH MATERIELLE BELOHNUNGEN ● ERZIEHUNGSPERSPEKTIVE: <ul style="list-style-type: none"> - ERWACHSENEN-ZENTRIERT (DURCHSETZUNG DER EIGENEN BEDÜRFNISSE) <p style="text-align: center;">↓</p> <p style="text-align: center;">EHER FATALISTISCHE HALTUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> - SELTEN BEWUSSTE PLANUNG DER FAMILIE UND DER ERZIEHUNG - ERZIEHUNG DER KINDER LÄUFT NEBENHER, ERGIBT SICH VON SELBST
"ERZIEHUNGSDOGMATISMUS"	"ERZIEHUNGSANARCHISMUS"

- Die Unsicherheit bei (weitreichenden) Entscheidungen im Zusammenhang mit der schulischen und beruflichen Laufbahn der Kinder, bedingt durch die Mobilitätschancen der offenen Leistungsgesellschaft.

Es scheint nun, daß Akzeptanten mit diesen Herausforderungen deshalb besser fertig werden, weil sie häufiger als Ablehner im interfamiliären Dialog entlastet werden und weil die genannten Probleme generell häufiger Gegenstand von Gesprächen (innerhalb und außerhalb der Familie) sind.

4. Befunde zur Anzeigen- und zur Broschürenwirkung

Entsprechend den Erkenntniszielen, die der Auftraggeber dieser Studie vorgab, standen die Inhalte der Kampagne "Eltern helfen Eltern" sowie ihre Aufnahme und Verarbeitung in der Zielgruppe im Mittelpunkt des Forschungsinteresses, weniger die transportierenden Medien Anzeige und Broschüre.

Werbepsychologische Befunde ergaben sich am Rande. Die wichtigsten sollen im folgenden kurz zusammengefaßt werden.^{*)}

Zur Anzeige

Auf die Frage nach der Stärke der Kampagne als Kommunikations- und Kontaktmittler konnte die quantitative Analyse der Coupon-Rückläufe eine erste Antwort geben: Die Reaktion auf die Anzeigen-Aktion war insgesamt schwach; die unteren Bevölkerungsschichten konnten im wesentlichen nicht erreicht werden.

Um Anhaltspunkte zur Auffälligkeit und zum Aufforderungscharakter der Anzeige "Was sollen wir bloß mit dem Kind noch machen?" zu gewinnen, haben wir bei allen Befragten der Untersuchungsgruppe A (Personen, die bis zum Interview mit der Kampagne noch nicht in Berührung gekommen sind) einen kurzen Wahrnehmungstest durchgeführt.

*) SINUS führte parallel zu dieser Studie eine Untersuchung der Anzeigen-Kampagne "Familie - jeder für jeden" durch. Die wesentlichen Ergebnisse zum konzeptionellen Aufbau gelten analog für die Anzeige "Was sollen wir bloß mit dem Kind noch machen?". Siehe den Untersuchungsbericht "Familie - jeder für jeden. Eine werbepsychologische Untersuchung zur inhaltlichen Gestaltung einer Anzeigen-Kampagne der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung".

Nachdem in allen Fällen zunächst ausführlich über die Familie und die Kinder gesprochen worden war, wurde den Interviewten ein Exemplar der jeweiligen regionalen Tageszeitung, in der die Anzeige erschienen ist, übergeben mit der Aufforderung, die Zeitung durchzublättern und darauf zu achten, ob ihnen irgendetwas im Zusammenhang mit dem Thema Kindererziehung und Familie auffällt. Selbst unter dieser Bedingung der thematischen Sensibilisierung hat über die Hälfte der Gesprächspartner die Anzeige nicht bemerkt. Dieser Befund spricht dafür, daß sich die Anzeige nur schwer im werblichen Umfeld durchsetzen kann.

Die spontanen Reaktionen auf die Anzeige folgen dem bekannten schichtspezifischen Muster: Wohlwollende Aufnahme in der oberen Mittelschicht, Aufgeschlossenheit gegenüber der Argumentation in der Unterschicht (nach Überwindung der initialen antiwerblichen Ressentiments) und ablehnende Reaktionen in den mittleren Schichten.

Vor allem die Anzeigenbotschaft "man muß nicht alles allein machen", die herrschende Individualismus-Normen konterkariert, wirkt für viele Unterschicht-Angehörige entlastend. Nachdem sie sich vergewissert haben, daß hinter der Anzeige keine kommerziellen Interessen stehen (ihnen also nichts "verkauft" werden soll), erwarten sich Unterschicht-Leser zunächst Ratschläge von kompetenter Seite. Die vorherrschende Erwartungshaltung läßt sich etwa so beschreiben: "Es ist zwar unangenehm, diesen langen Text lesen zu müssen, man kann aber vielleicht etwas Wichtiges daraus lernen".

Diese positive Voreinstellung hilft zumeist über die Länge des Textes und über die Enttäuschung darüber, daß konkrete Erziehungsratschläge nicht gegeben werden, hinweg. Oft werden die C-Antworten der Testbeispiele im Sinne einer vorläufigen Problemlösung akzeptiert. Überwiegend setzt sich die Botschaft durch,

daß in Gruppen und Initiativen Erziehungsprobleme besser lösbar sind und daß derartige Zusammenschlüsse ein wirksames Mittel gegen die Isolation und Überlastung der Mütter darstellen.

Die Anzeige wird also in der Unterschicht insgesamt positiv aufgenommen, wenn auch die Länge des Textes und die Platzierung der Botschaft in Tageszeitungen den Rezeptionsgewohnheiten dieser Schicht nicht entgegenkommt. Der Hinweis auf die Broschüre "Familienbilder" am Ende des Anzeigentextes sowie das zweite Testbeispiel stoßen bei diesen Befragten gelegentlich auf Unverständnis.

Ablehnende Reaktionen überwiegen bei Lesern aus der unteren und mittleren Mittelschicht. Sie reichen von pauschalen Infragestellungen der Kampagne sowie Zweifeln an ihrer Wirksamkeit ("Erziehungsprobleme kann man so allgemein nicht abhandeln") über die Kritik der politischen Absichten des Absenders ("Es wird zuviel problematisiert", "Nur die negativen Seiten der Familie sind herausgestellt") bis zur Enttäuschung über fehlende Ratschläge ("Konkrete Erziehungstips wären besser gewesen"). Mittelschicht-Leser bezeichnen die Testbeispiele als naiv, unzutreffend, mit den eigenen Erfahrungen nicht vergleichbar ("Die Wirklichkeit ist viel komplizierter"). Meist wird die Kampagnen-Botschaft abgewehrt - gleichwohl sie adäquat verstanden wird (Elterngruppen zur gemeinschaftlichen Bearbeitung von Erziehungsproblemen und zur Aufhebung von Anonymität und Isolation) -, gelegentlich wird die gesamte Aktion als Werbung für die Broschüren oder als PR-Maßnahme des Familienministeriums abgetan.

Politisch konservativ orientierte Befragte aus der oberen Mittelschicht verbinden allein mit dem Absender ein bestimmtes politisches Programm. Sie identifizieren in der Aktion den ideologischen Gehalt und beklagen, daß von Seiten der Regierung letztlich die Zerstörung der Familie intendiert werde.

Bei den übrigen Vertretern dieser Schicht wird die Anzeige sehr positiv aufgenommen. Zum einen begreift man das Elterngruppen-Angebot für sich selbst als entlastend, man hält die Botschaft: "Probleme mit Kindern sind weit verbreitet, man muß sich damit nicht allein fühlen" für wesentlich. Andererseits hält man die Aktion für gesellschaftlich sinnvoll - im Sinne von "gut für die anderen". Gelegentlich empfinden Befragte aus der oberen Mittelschicht ein gewisses intellektuelles Vergnügen an werbetechnischen Details und spekulieren über deren Werbewirksamkeit.

Diese Form der intellektuellen Distanz muß sicherlich als rationalisierende Abwehr gewertet werden, beruht aber zum Teil auch auf der Zielgruppenkonzeption der Kampagne, die in sprachlicher Form und konzeptioneller Gestaltung nicht auf die obere Mittelschicht ausgerichtet ist.

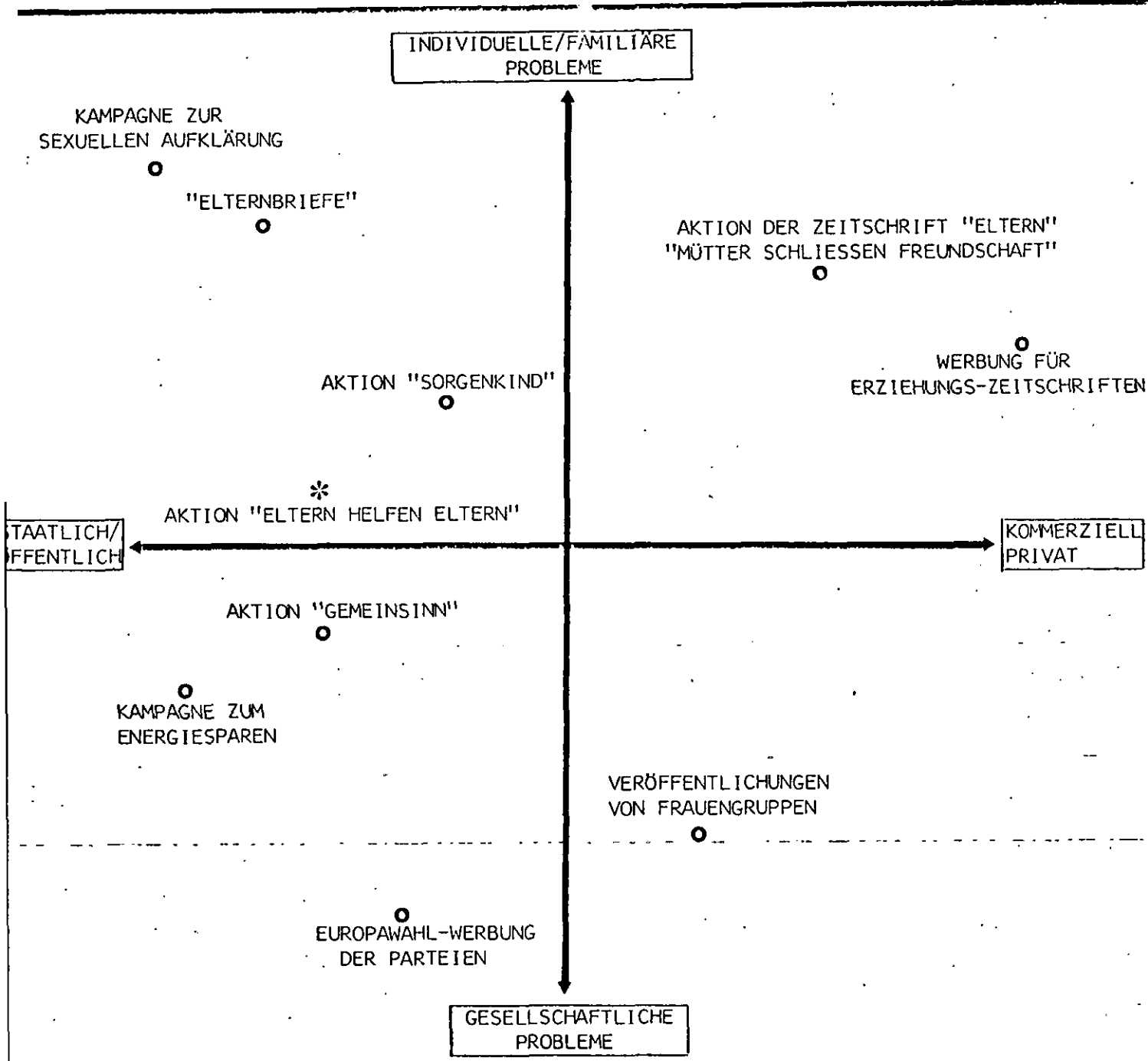
Die Befragten aus den unteren Schichten halten die Aktion mehrheitlich für glaubwürdig, informativ und wichtig. Sie halten die Form der werblichen Ansprache grundsätzlich für den richtigen Weg, um "die einfachen Leute" zu erreichen.

Mittelschicht-Befragte sind dagegen häufig der Ansicht, das Thema Familie und Erziehung eigne sich nicht für Werbeaktionen ("Mit Kindern treibt man keine Werbung").

Insgesamt gerät die Kampagne "Eltern helfen Eltern" in das Wahrnehmungsumfeld staatlicher Aufklärungsaktionen, die Hilfe für den einzelnen mit einem gemeinnützigen Oberziel verbinden (siehe die Grafik auf der folgenden Seite). Als vergleichbare Aktion wird immer wieder die derzeit laufende Kampagne der Regierung zum Energiesparen genannt, auch auf die Aktion "Sorgenkind", die Aktion "Gemeinsinn", die "Elternbriefe" wird in diesem Zusammenhang verwiesen.

DAS WAHRNEHMUNGSUMFELD DER KAMPAGNE "ELTERN HELFEN ELTERN"

SPONTANNENNUNGEN: VERGLEICHBARE AKTIONEN



SPONTANE URTEILE ZUR KAMPAGNE "ELTERN HELFEN ELTERN"

- STAATLICHE INSTITUTION ALS ABSENDER BÜRGT FÜR SERIOSITÄT (KEINE KOMMERZIELLEN INTERESSEN) UND KOMPETENZ
- DIE REGIERUNG KÜMMERT SICH UM DIE ALLTAGSPROBLEME DER BÜRGER
- AUFKLÄRUNG IM BEREICH FAMILIE/ ERZIEHUNG TUT NOT
- DIE FORM DER WERBLICHEN ANSPRACHE IST DER RICHTIGE WEG, UM EINE VIELZAHL VON BÜRGERN ZU ERREICHEN

- DAS THEMA FAMILIE/ERZIEHUNG EIGNET SICH NICHT FÜR WERBEAKTIONEN ("MIT KINDERN TREIBT MAN KEINE WERBUNG")
- ANGRIFF DES STAATES AUF DIE INTIMSTE, PRIVATESTESPHÄRE DES EINZELNEN ("DA STECKEN DIE JUSOS DAHINTER")
- DIE KAMPAGNE SEI GERADE BEI DER ANVISIERTEN ZIELGRUPPE (ISOLIERTE, PROBLEMFAMILIEN) UNWIRKSAM

Positive Urteile über Anzeigen-Details beziehen sich meist auf die Headline, die Interesse an den folgenden Informationen weckt und auf die karikaturähnliche Darstellung einer problematischen Familienszene, in der man seine eigene Situation wiederzuerkennen vermag.

Die meiste Detail-Kritik bezieht sich auf die Länge des Textes - der abschließende "belehrende" Abschnitt (nach den Testbeispielen) wird häufig als überflüssig empfunden - und auf die Testfragen samt Antwortalternativen, die vielfach als "primitiv" und "unseriös" bezeichnet werden. Gelegentlich wird auch die "Philosophie" der C-Antworten abgelehnt, da hier kindliches Fehlverhalten prinzipiell "entschuldigt" werde. Die Ablehnung der Testfragen beruht (zumindest bei Mittelschicht-Lesern) zu einem guten Teil auf der Durchsichtigkeit der Aufgabenstellung (die sozial erwünschte C-Antwort ist meist sofort erkennbar), durch die man sich nicht ernstgenommen oder gar veralbert vorkommt.

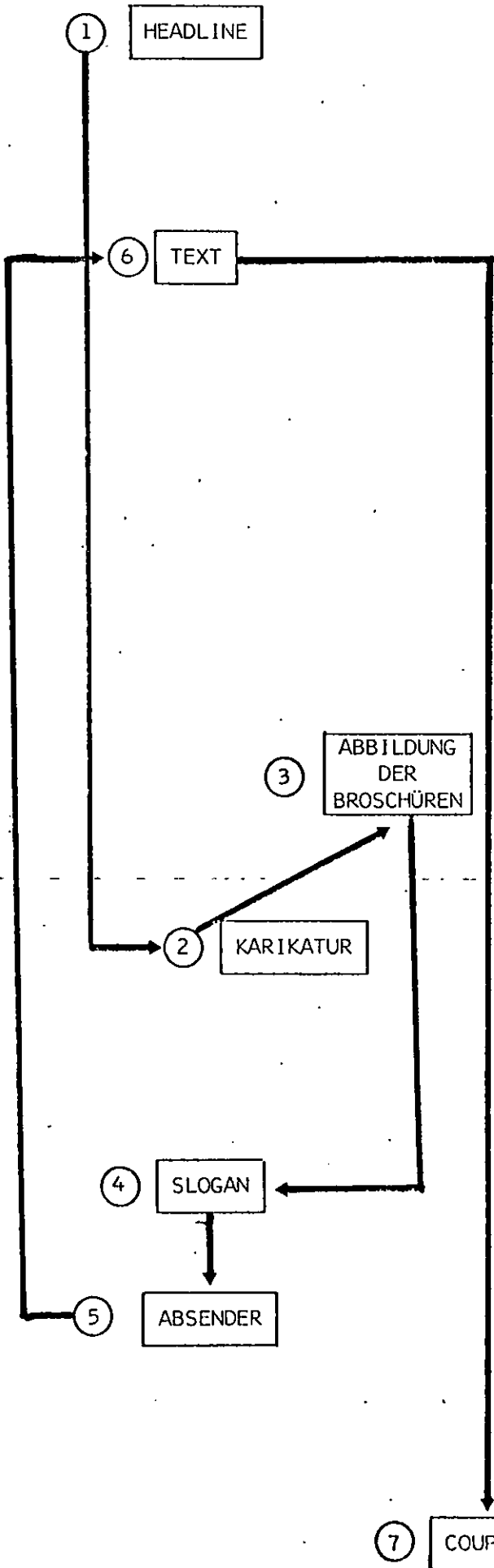
Die Grafik auf der folgenden Seite zeigt den typischen Betrachtungsablauf der Anzeige und gibt einen Überblick über die Wahrnehmung der wichtigsten Anzeigenkomponenten. Der Rezeptionsprozeß zeigt allerdings schichtspezifische Varianten.

Die Headline weckt zwar bei nahezu allen Befragten - bedingt durch die Art ihrer Präsentation und Formulierung - Interesse, Neugier oder Betroffenheit (Die Sprache wird meist als natürlich, der Umgangssprache entlehnt empfunden, die Formulierung "mit dem Kind" wird gelegentlich als autoritäre Sprachfigur erkannt.); diese themenadäquate Einstimmung wird jedoch im weiteren Rezeptionsprozeß nicht in allen Fällen erfolgreich weitergeführt.

Relativ früh im Betrachtungsablauf geraten die Abbildungen der Broschüren und der Slogan ins Blickfeld. Die Abbildungen

ANZEIGENAKTION "WAS SOLLEN WIR BLOSS MIT DEM KIND NOCH MACHEN?"

BETRACHTUNGSABLAUF/WAHRNEHMUNG DER WICHTIGSTEN ANZEIGENKOMPONENTEN



- HEADLINE**
- ➔ STICHT INS AUGE, FETTDRUCK WIRKT POSITIV: GROSSZÜGIG, LESERFREUNDLICH
 - ➔ WECKT BETROFFENHEIT, NEUGIER, INTERESSE
- TEXT**
- ➔ EINFACHE, NATÜRLICHE SPRACHE: VERSTÄNDLICH
 - ➔ HOHER ÄUSSERER LESEWIDERSTAND: ZU LANG, ZU KLEIN GEDRUCKT
- TESTFRAGEN**
- ➔ POSITIVE WIRKUNG BEI UNTERSCHICHTLESERN: WIRKLICHKEITSNAHE BEISPIELE/ANTWORTALTERNATIVEN MACHEN FEHLVERHALTEN BEWUSST
 - ➔ MITTELSCHICHT-LESER DISTANZIEREN SICH: BEISPIELE WERDEN ALS SCHEMATISCH, WIRKLICHKEITSFERN ERLEBT/ANTWORTALTERNATIVEN ERINNERN AN UNSERIÖSE ILLUSTRIERTEN-TESTS
- ABBILDUNG DER BROSCHÜREN**
- ➔ UNATTRAKTIV, NICHTSSAGEND, ERINNERN AN KOMMERZIELLE WERBUNG
- KARIKATUR**
- ➔ AKTUALISIERTE FAMILIENKONFLIKTE, WIRKT "SCHOCKIEREND", PROVOZIERT ABWEHR BEI LESERN AUS DER UNTEREN, MITTLEREN MITTELSCHICHT
 - ➔ WECKT INFORMATIONSERWARTUNGEN (ERZIEHUNGSRATSCHLÄGE) BEI UNTERSCHICHTLESERN
- SLOGAN**
- ➔ UNVERSTÄNDLICH, UNPLAUSIBEL, DISKREPANZ ZUR HEADLINE-INFORMATION
 - ➔ HARMONISTISCH, GESCHÖNT, UNREALISTISCH
- ABSENDER**
- ➔ AUFFÄLLIGKEIT DES BUNDESADLERS ZU GERING
 - ➔ GARANT FÜR SERIOSITÄT, KOMPETENZ, NICHT-KOMMERZIELLE ABSICHTEN
 - ➔ GELEGENTLICH POLITISCH BEGRÜNDETE ABLEHNUNG (KONSERVATIVE LESER)
- COUPON**
- ➔ INITIATIV-BARRIEREN BEI UNTERSCHICHTLESERN

wirken in diesem Stadium unattraktiv, nichtssagend und lösen besonders bei Angehörigen der unteren Schichten Assoziationen an kommerzielle Werbung aus (man vermutet, es werde für eine Zeitschrift geworben). Erst nach vollständiger Lektüre des Textes versteht man den "Sinn" dieser Abbildungen.

Der Slogan "Familie - jeder für jeden" wird von den Befragten der unteren Schichten zunächst meist nicht verstanden. Es wird auf die Diskrepanz zur Headline-Aussage hingewiesen und nach der Lektüre des gesamten Textes bleibt unklar, ob der Slogan die Solidarität innerhalb der Familie meint oder die zwischen Familien.

Für Mittleschicht-Befragte wirkt der Satz überwiegend gewollt harmonisch, geschönt, "unrealistisch". Daß in der Familie jeder für jeden da ist, sei ein "Wunschtraum".

Noch vor Slogan und Broschüren-Abbildungen wird in der Regel die karikaturähnliche Darstellung im unteren Anzeigenteil bemerkt.

Form und Inhalt wecken in Kombination mit der durch die Headline-Aussage aufgebauten Informationsspannung die Erwartung nach Rat und Hilfe bei schwierigen Erziehungsproblemen.

Diese Motivierung des Betrachters läuft bei Unterschicht-Angehörigen meist ungestört ab, weil sie in der dargestellten Szene ihre eigene Situation wiedererkennen können. Bei Mittelschicht-Betrachtern wird die themenadäquate Einstimmung an dieser Stelle häufig unterbrochen, weil die Karikatur vielfach "schockierend" wirkt, indem sie ungelöste oder auch uneingestandene Familienkonflikte aktualisiert. Diese Reaktion tritt vorzugsweise bei Personen auf, die in Bezug auf das familiäre Konfliktpotential ohnehin zu Harmonismus und Abwehr tendieren.

Die Problemabwehr wird deutlich in Beschreibungen wie "die Personen sind unsympathisch", "die Kinder sehen böse aus" etc. oder in unangemessen schroffen Urteilen wie die Darstellung sei "läppisch", "dumm", "lächerlich", "banal" etc.

Die folgende Auseinandersetzung mit dem Text wird von dieser im ersten Rezeptionsstadium erzeugten Voreinstellung beeinflusst. Slogan, Karikatur und Absender rufen im einen Fall Verdrängungsmechanismen und ideologische Barrieren auf den Plan, im anderen Fall sorgen eben diese Komponenten für eine themenadäquate Informationsspannung und einen Vertrauensvorschuß (Absender garantiert für Seriosität und Kompetenz).

Unabhängig von dieser Voreinstellung zeigen sich in der Beurteilung der Testfragen und -antworten schichtspezifische Effekte.

Während Unterschicht-Betrachter die Beispiele als wirklichkeitsnah erleben und die vorgegebenen Antwortalternativen bei ihnen häufig eigenes Fehlverhalten bewußt machen - (die soziale Erwünschtheit der C-Antworten ist für diese Befragten nicht ohne weiteres erkennbar) -, distanzieren sich Mittelschicht-Betrachter von den "wirklichkeitsfernen", "unzutreffenden" Beispielen und von den "schematischen", an unseriöse Illustrierten-Tests erinnernden Antworten.

Zur Broschüre

Die von PSYDATA entwickelte Konzeption der Broschüre "Eltern helfen Eltern" hatte zum Ziel:

- o Motivierung der Leser bzw. der Leserinnen durch Ansetzen an konkreten Alltagsbedürfnissen von Müttern. Dabei sollten, um die emotionale Bedrohung der Rezipienten möglichst gering zu halten, durch die selbstverständliche Präsentation von familiären und Erziehungsproblemen zugleich Schuldgefühle abgebaut werden (Entlastungsmodell).
- o Sensibilisierung der Leser in Bezug auf das individuelle emotionale Erleben jedes Familienmitglieds und dessen Berechtigung. Vermittlung des Problemlösungsprinzips "miteinander reden" sowie der Botschaften zur Überwindung sozialer Isolation und zur stärkeren Einbeziehung der Väter in den Erziehungsalltag.
- o Beispielhafte Vermittlung des Elterngruppen-Konzepts sowie einfacher Gesprächs- und Gruppenregeln durch die Präsentation dialogischer Sequenzen und Erfahrungsberichte, die das Erleben im Gruppenprozeß nachvollziehbar machen sollen (Prinzip des Modell-Lernens).
- o Anbieten praktischer Hilfen und Instruktionen für die Organisation von Elterngruppen.

Nach unseren Befunden können mit der Broschüre in ihrer derzeitigen Form (Stand Oktober 1979) nicht alle Ziele optimal erreicht werden.

Die spontanen Reaktionen auf die Broschüre sind überwiegend negativ. Unsere Versuchspersonen zeigten sich zumeist enttäuscht,

äußerten globale Kritik und Ablehnung und distanzieren sich von wesentlichen Broschüren-Botschaften.

Gestalterische Schwächen (Farbe, Bilder) vermitteln ungünstige Anmutungen, es entsteht der Gesamteindruck eines langweiligen, langatmigen, unattraktiven Heftes. Assoziationen wie "trostlos", "freudlos", "tot", "trist" treten häufig auf und behindern die Akzeptanz der Botschaft.

Der Rezeptionsprozeß führt vielfach zu Distanzierung und Ausdemfeldegehen. Die Titelseite und der erste Broschürenteil wecken zunächst Interesse, motivieren und regen zum Weiterlesen an. Die hier aufgebaute Erwartungshaltung wird aber im folgenden meist enttäuscht. Nach Ansicht vieler Befragter werden die Probleme nur angerissen, aber keine konkreten Lösungshinweise (Ratschläge) gegeben. Die Gruppenbildung wird vielfach nicht als Problemlösung angenommen.

Das dem "Weg in die Gruppe" (Broschürenteil II) unterlegte Hochhaus-Setting dient skeptischen Lesern als "Aussteiger", als Anlaß für abwehrende Zielgruppenprojektionen.

Die Präsentation der Broschürenteile III und IV (Elterngruppen - pro und contra; Gruppengespräche) wirkt häufig unglaubwürdig und vermittelt ungünstige Anmutungen. Dieser demotivierende Effekt kann auch von den insgesamt positiv beurteilten Erfahrungsberichten (Broschürenteil V) nicht mehr aufgefangen werden.

Der letzte Broschürenteil ("Wie kommen wir weiter?"), in dem Tips zum Aufbau einer Elterngruppe gegeben werden, wird von Interessierten als hilfreich empfunden. Wegen der Gesamtlänge des Heftes wird dieser Teil allerdings nur selten gelesen. Insbesondere Personen aus den unteren Schichten fühlen sich von der gebotenen Informationsmenge überfordert.

Die Grafik auf der nächsten Seite gibt einen Überblick über die wichtigsten Befunde zur Broschüren-Wahrnehmung. In den Tabellen auf den folgenden Seiten sind die Ergebnisse für die einzelnen Broschürenteile detailliert aufgelistet (Seite 75 bis 77).

Die an die Broschüre geknüpften Erwartungen haben sich alles in allem nur zum Teil erfüllt.

Eine zielgruppengerechte Ansprache ist vor allem deshalb nicht geglückt, weil die Bereitschaft zum Aufgreifen des Elterngruppen-Konzepts sich eher in der Unterschicht und in der oberen Mittelschicht findet als in der breiten mittleren Schicht, auf die die Kampagne und die Medien ausgerichtet waren.

Die Broschüre ist in der vorliegenden Form als Unterschicht-Medium nicht brauchbar. Aufgrund unserer Befunde stellt sich allerdings die Frage, ob Unterschicht-Eltern nicht überhaupt einer persönlichen Ansprache bedürfen und ob sie ohne einen institutionell vorgegebenen Rahmen in nennenswertem Ausmaß aktivierbar sind.

Die in der Broschüre aufgegriffenen Alltags- und Erziehungsprobleme sind lebensnah und bieten Ansätze zur Identifikation.

Die im ersten Broschürenteil dadurch aufgebaute Erwartungshaltung wird aber enttäuscht,

- weil eine nachvollziehbare Vermittlung von Problemstellung und Lösungsmodell nicht gelingt,
- weil die erwarteten Lösungen (Ratschläge) nicht angeboten werden und
- weil gestalterische Schwächen der Broschüre einen hohen Lesewiderstand setzen.

SPONTAN-REAKTIONEN

NEGATIVE ÄUSSERUNGEN ÜBERWIEGEN BEI WEITEM

- ENTtäUSCHUNG: UNINTERESSANT, BRINGT NICHT VIEL, NICHTS BESONDERES FEHLEN VON KONKRETEN RATSCHLÄGEN, ANREGUNGEN
- DISTANZIERUNG: BETRIFFT EINEN NICHT, GEHT EINEN NICHTS AN GEFÜHL, DASS EINEM ETWAS VERKAUFT WERDEN SOLL
- GLOBALE KRITIK: TRÄGT NICHT ZUR LÖSUNG VON ERZIEHUNGSPROBLEMEN BEI LEERE AUSSAGEN, IDEALISIERENDE DARSTELLUNG

ANMUTUNGEN

ÜBERWIEGEND NEGATIVE ANMUTUNGEN

- GESAMTEINDRUCK: LANGWEILIG, LANGATMIG, UNATTRAKTIV, TROSTLOS
- BILDER: FREUDLOS, TOT, TRIST, VERSCHWOMMEN
- FARBE: FARBKOMBINATION WEISS-SCHWARZ-ROT WIRKT UNGÜNSTIG, TRIST
- TEXT: VERSTÄNDLICH, ABER: HOHER LESEWIDERSTAND (LÄNGE)

AKZEPTANZ

DIE BROSCHÜRE STÖSST DURCHWEG AUF ABLEHNUNG

- WECHSELWIRKUNGEN KONZEPT - MEDIUM VERSTÄRKEN DEN UNGÜNSTIGEN GESAMTEINDRUCK
- BEZUG ZWISCHEN PROBLEMSTELLUNG (ALLTÄGLICHE PROBLEME IN HAUSHALT UND ERZIEHUNG) UND LÖSUNGSMODELL (BILDUNG VON ELTERNGRUPPEN) FEHLT
- DIE BOTSCHAFT ZUR ÜBERWINDUNG SOZIALER ISOLATION (KONTAKT FÜR ISOLIERTE, RATSUCHENDE ELTERN) WIRD ANGENOMMEN
- DIE BOTSCHAFT ZUR STÄRKEREN EINBEZIEHUNG DER VÄTER IN DEN ERZIEHUNGSPROZESS WIRD ABGEWEHRT
- DIE BOTSCHAFT, DASS ES KEINE FESTEN ERZIEHUNGSKONZEPTE GIBT, WIRD EBENFALLS ABGEWEHRT (ENTtäUSCHUNG)

REZEPTIONSPROZESS

DER REZEPTIONSPROZESS FÜHRT ZUR DISTANZIERUNG UND AUS-DEM-FELDE-GEHEN

- TITELSEITE UND TEIL I DER BROSCHÜRE WECKEN INTERESSE, MOTIVIEREN, STIMULIEREN
- DIE HIER AUFGEBAUTE ERWARTUNGSHALTUNG WIRD ABER IM FOLGENDEN FRUSTRIERT:
 - PROBLEME WERDEN NUR ANGERISSEN, KONKRETE LÖSUNGSHINWEISE FEHLEN (KEINE RATSCHLÄGE)
 - GRUPPENBILDUNG WIRD NICHT ALS PROBLEMLÖSUNG WAHRGENOMMEN
- HOCHHAUS-SETTING DIEN T VIELFACH ALS "AUSSTEIGER", ALS ANLASS FÜR ABWEHRENDE ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN
- DIE PRÄSENTATION DER ELTERNGESPRÄCHE DEMOTIVIERT ZUSÄTZLICH: UNGÜNSTIGE ANMUTUNGEN (UNGLAUBWÜRDIG, UNECHT)

SEITE	+	-
1	<ul style="list-style-type: none"> ● GEFÄLLT ("UNGEZWUNGEN") ● STIMULIERT, SETZT ERWARTUNGEN ● ILLUSTRATIV, VERSTÄNDLICH 	<ul style="list-style-type: none"> O FARBKOMBINATION WEISS-SCHWARZ-ROT WIRKT DÜSTER O BUNDESADLER ZU KLEIN (SETZT SICH NICHT DURCH)
2/3	<ul style="list-style-type: none"> ● BILDGESCHICHTE VERSTÄNDLICH ● REGT ZUR IDENTIFIKATION AN (BEZUG ZUR EIGENEN PERSON WIRD HERGESTELLT) ● SETZT ERWARTUNGEN, MOTIVIERT 	
4/5	<ul style="list-style-type: none"> ● VERSTÄNDLICH ● TEXT REGT ZUR IDENTIFIKATION AN 	<ul style="list-style-type: none"> O BILDER WIRKEN ZU "HARMLOS", UNPROBLEMATISCH O DISKREPANZ ZUM TEXT
6/7		<ul style="list-style-type: none"> O SCHLECHT VERSTÄNDLICH O BILDAUSSAGE PASST NICHT ZUM TEXT O DISKREPANZ BILDAUSSAGE - ÜBERSCHRIFT
8/9	<ul style="list-style-type: none"> ● VERSTÄNDLICH ● KONTAKTPROBLEME WERDEN AKTUALISIERT (BEI BETROFFENEN) 	<ul style="list-style-type: none"> O MAN FÜHLT SICH NICHT ANGESPROCHEN O ABWEHRENDE ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN
10/11	<ul style="list-style-type: none"> ● POSITIVE WIRKUNG DES TEXTES: REGT ZUR IDENTIFIKATION AN 	<ul style="list-style-type: none"> O BILDFOLGE SCHWER VERSTÄNDLICH O ABWEHRENDE ZIELGRUPPENPROJEKTIONEN
12/13		<ul style="list-style-type: none"> O UNVERMITTELTES NEBENEINANDER DER BEIDEN GROSSEN BILDER UND DER ZUGEHÖRIGEN TEXTE O BILDFOLGE SCHLECHT VERSTÄNDLICH (DIE ROLLE DES MANNES BLEIBT UNKLAR) O DÜSTERE ANMUTUNGEN: TRAURIG, FREUDLOS, HÄSSLICH, STERIL (KINDER SEHEN AUS "WIE IM WAISENHAUS")
14/15	<ul style="list-style-type: none"> ● AUFLOCKERUNG ● REGT ZUR INTERPRETATION UND IDENTIFIKATION AN 	

SEITE	+	-
6-19		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> WIRKT INSGESAM WENIG GLAUBWÜRDIG, KONFUS, UNECHT, GESTELLT <input type="checkbox"/> UNPERSÖNLICHE, STERILE ANMUTUNG <input type="checkbox"/> WIRKT WIE UNSERIÖSE WERBUNG (TESTIMONIALS) <input type="checkbox"/> WIRKT WIE EINE UMFRAGE: ES WERDEN NUR ANTWORTEN GEGEBEN, KEIN ECHTES GESPRÄCH <input type="checkbox"/> DAS NEGATIVE INITIAL-STATEMENT DEMOTIVIERT
10/21	<ul style="list-style-type: none"> ● POSITIVE ANMUTUNGEN: SYMPATHISCH, MENSCHLICH ● VERSTÄNDNIS DER BOTSCHAFT: ELTERN REDEN MITEINANDER, PROBLEME WERDEN BESPROCHEN 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> COMIC-FIGUR STÖSST AUF UNVERSTÄNDNIS <input type="checkbox"/> FARBE ROT STÖRT DIE HARMONIE <input type="checkbox"/> PERSONEN WIRKEN IM VERGLEICH ZUR TEXTAUSSAGE ZU EMOTIONSLOS <input type="checkbox"/> ZUORDNUNG: PERSON - AUSSAGE GELINGT NICHT
12/23		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> NEGATIVE ANMUTUNGEN: KONFUS, DURCHEINANDER, SCHLECHTER COMIC-STRIP <input type="checkbox"/> KARIKATURARTIGE DARSTELLUNG PASST NICHT ZUR (ERNSTEN) TEXTAUSSAGE <input type="checkbox"/> HOHER LESEWIDERSTAND
14/25		<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> NEGATIVE ANMUTUNG: KNEIPEN-ATMOSPHÄRE, ROTES KREUZ, ARBEITERWOHLFAHRT <input type="checkbox"/> BILD- UND TEXTAUSSAGE WIDERSPRECHEN SICH <input type="checkbox"/> KEINE UNTERSCHICHT-SPRACHE ("AGGRESSIVITÄT")
16-29	<ul style="list-style-type: none"> ● VERSTÄNDLICH, NACHVOLLZIEHBAR, SYMPATHISCH ● REGT ZUR IDENTIFIKATION AN, MOTIVIERT ● BILDER WIRKEN SYMPATHISCH 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> HOHER LESEWIDERSTAND (LÄNGE DER ERFAHRUNGSBERICHTE DEMOTIVIERT) <input type="checkbox"/> NEGATIVE WIRKUNG DER ROTEN UNTERSTREICHUNGEN (MUSS MAN SICH MERKEN: ZWANG)

SEITE	+	-
30/31	<ul style="list-style-type: none"> ● VERSTÄNDLICH, NACHVOLLZIEHBAR 	<ul style="list-style-type: none"> O BILD WIRKT UNSYMPATHISCH O ASSOZIATIONSUMFELD: GEFÄNGNIS, BEHÖRDE
32/33	<ul style="list-style-type: none"> ● AUFLOCKERUNG ● MOTIVIERT ZUM WEITERLESEN 	
34-44	<ul style="list-style-type: none"> ● VERSTÄNDLICH ● TIPS ZUM AUFBAU EINER ELTERNGRUPPE SIND HILFREICH 	<ul style="list-style-type: none"> O WIRD NUR NOCH SELTEN GELESEN (DER LESER IST MÜDE) O UNATTRAKTIV, UNÜBERSICHTLICH
45/46		<ul style="list-style-type: none"> O WIRD IN DER REGEL NICHT GELESEN O ÜBERANGEBOT AN BROSCHÜREN VERWIRRT

Die Broschüre hat entsprechend der PSYDATA-Konzeption gelegentlich für überforderte Unterschicht-Mütter entlastende Funktion (Abbau von Schuldgefühlen). Die negative Darstellung der Situation der Hausfrau und Mutter (Hausfrauen-Syndrom) führt bei Befragten der unteren und mittleren Mittelschicht, wo eine Restauration der traditionellen Rollenklischees erkennbar ist, gelegentlich zu aggressiver Ablehnung (Erzeugung neuer Schuldgefühle).

Eine sensibilisierende Wirkung der Broschüre im Sinne einer verstärkten Akzeptanz psychologischer Ursachen- und Lösungsmodelle bei familiären Problemen ist nicht nachzuweisen.

Auf die Auseinandersetzung mit familiären und Erziehungsproblemen hat die Lektüre der Broschüre zumindest kurzfristig keinen Einfluß. Dies ergibt sich eindeutig aus den Ergebnissen des experimentellen Untersuchungsteils.

Die Broschüre enttäuscht den Wunsch der Adressaten nach konkreten Erziehungsratschlägen. Es gelingt nicht, diese Erwartung zu problematisieren.

Das angebotene Lösungsprinzip "miteinander reden" wird gelegentlich im Sinne eines coaching reproduziert. Eine echte Einstellungsänderung wird jedoch nicht erkennbar.

Wegen der verbreiteten Unsicherheit in Erziehungsfragen sowie aufgrund der weitgehenden Isolation vieler Hausfrauen wird die Broschürenbotschaft, daß in der Überwindung sozialer Isolation eine Chance zur Bewältigung der Probleme liegt, positiv aufgenommen.

Eine Umsetzung im Sinne des Elterngruppen-Konzepts wird jedoch häufig vom verbreiteten Familien-Individualismus (Prinzip der Nichteinmischung) blockiert.

Die Forderung nach stärkerer Einbeziehung der Väter in den Erziehungsalltag wird abgewehrt. Vor allem in der unteren Mittelschicht wird die traditionelle Rollenteilung verteidigt. Idealisierende Darstellungen der familiären Kommunikation herrschen hier vor.

Das Konzept Elterngruppen wird (insbesondere in den mittleren Schichten) nur vordergründig akzeptiert. Der Ich-Bezug fehlt. Persönliches Betroffen- und Angesprochenensein war meist nur bei Unterschicht-Befragten sowie bei Personen der oberen Mittelschicht erkennbar.

Motivierend wirken starker Problemdruck, Fehlen von Aussprachemöglichkeiten und soziale Entwurzelung.

Als Barrieren wirken sich aus: Hemmungen, Ängste, der Familienharmonismus bei der Mittelschicht, das Problem der Initiative (Fehlen sozialer und kommunikativer Kompetenzen) bei der Unterschicht.

Das Selbsthilfepotential von Elterngruppen wird akzeptiert in Bezug auf alltägliche Erziehungsschwierigkeiten. Bei größeren Problemen (Verhaltensstörungen) sind die Experten zuständig. Solange man solche Probleme aber nicht hat, sieht man allerdings auch keinen Grund, sich an Elterngruppen zu beteiligen. Dies gilt insbesondere für Angehörige der mittleren Schichten.

Im Verständnis der Befragten besteht die wichtigste Funktion der Elterngruppen darin, die eigene Kontaktsituation der Eltern zu verbessern, weniger darin, Erziehungsprobleme zu lösen. Die soziale Lage der breiten unteren Mittelschicht läßt den Wunsch nach Teilnahme an einer Elterngruppe im Sinne der Kampagne nur selten aufkommen.

Eine günstigere Gesamtwirkung der Broschüre kann von einer Verringerung des Lesewiderstandes durch Ausdünnung erwartet werden sowie von der Verbesserung einiger Gestaltungs-Details, die in der vorliegenden Form ungünstige Anmutungen auslösen.

Eine erfolgreiche Durchsetzung des Elterngruppen-Modells setzt unseres Erachtens eine präzise Zielgruppenorientierung voraus.