

Robert Gunderlach

## Familienfreundliche Stadt

Das Werben um das Etikett einer „familienfreundlichen“ Stadt erlebt in der heutigen massenmedialen Zeit eine Hochkonjunktur. Unternehmen schmücken sich mit der Trophäe der „Familienfreundlichkeit“, um auf dem Markt der Möglichkeiten um neue Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.

*Das Thema Familie ist in aller Munde*

Auch Politik und Gesellschaft haben das Thema „Familien“ wieder neu für sich entdeckt - sprich zum medialen Leitgedanken erhoben. „Familienfreundlichkeit“ fungiert dabei als ein so genannter weicher Standortfaktor von Kommunen, die um die Gunst von alten und neuen Einwohnern werben. Ortsansässige Familien und solche die es werden wollen, also Paare mit Kinderwunsch, sollen langfristig an die Städte gebunden werden; und Auswärtige sollen mit dem Nimbus einer „familienfreundlichen“ Stadt gewonnen und dauerhaft in den Städten gehalten werden.

Dieses Werben hat einen ernsten Hintergrund: Denn in den bundesdeutschen Großstädten und damit auch in der Landeshauptstadt Stuttgart ist lediglich einer von fünf Haushalten ein Familienhaushalt mit Kindern unter 18 Jahren. In 80 Prozent der rund 290 000 Stuttgarter Haushalte leben bereits heute keine minderjährigen Kinder mehr im Haushalt - sie sind also reine Erwachsenenhaushalte wie bereits in „Statistik und Informationsmanagement“, Stuttgart Themenheft 2/2001: „Familien aus statistischer Sicht“, berichtet wurde.

*„Stuttgart soll mehr denn je familienfreundliche Stadt sein“*

Stuttgart zieht wegen des attraktiven Ausbildungs- und Arbeitsplatzangebots Einwohner aus allen Teilen Deutschlands an, um sie anschließend jedoch häufig wieder an die Nachbargemeinden der Region abzugeben (siehe: Statistik und Informationsmanagement, Monatsheft 1/2003, Stuttgart). Darunter ist auch eine ansehnliche Zahl von Familien sowie Paare in der Familiengründungsphase.

Auch die Landeshauptstadt befindet sich im Imagewettbewerb. Im Reformkurier 7/2002 hat der Oberbürgermeister als eines von 15 politischen Zielen der Stadt formuliert: „Stuttgart soll mehr denn je eine familienfreundliche Stadt sein.“ Dieses Ziel einer familienfreundlichen Stadt wird von allen politischen Lagern geteilt - ist also gemeinsame kommunalpolitische Zielsetzung. Das ist auch gut so: Denn Familien brauchen eine breite Basis unterstützender Fürsprecher.

Unter dem Begriff „Familienfreundlichkeit“ ist mindestens zweierlei zu verstehen:

*Objektive und subjektive Aspekte der Familienfreundlichkeit*

1. Die objektive Ausstattung einer Kommune mit Einrichtungen der Infrastruktur für Familien wie Kindergärten, Tagheime usw.; Arbeitsplätze, bei denen Familie und Beruf zu vereinbaren sind sowie Wohn- und Freizeitmöglichkeiten für Familien.
2. Vornehmlich ein hoch emotionalisiertes Etikett, ein Imagefaktor, der auf einer subjektiven Bewertung und einem subjektiven Gefühl basiert. „Familienfreundlichkeit“ ist sozusagen eine mehr oder weniger informierte „gefühlte“ Meinung (neudeutsch: „feeling“) in der Bevölkerung als die Quintessenz aller Einstellungen.

Bekanntlich gibt es zwischen dem Reich des Wissens und dem Ozean des Nichtwissens die mehr oder weniger informierte Meinung. Die kommunale Bürgerumfrage ist ein Instrument, um diese Meinung der Stuttgarter Einwohner anhand einer Skala oder mehrerer Skalen zu messen. Gemessen werden bei der Bürgerumfrage frei-

Die Meinung des Einzelnen ist gefragt

lich subjektive Meinungen und Einstellungen von einzelnen Personen und nicht etwa Meinungen und Einstellungen von Gruppen wie Familien oder Haushalten. Wer die Binnendynamik der Kleingruppe Familie kennt, der weiß, dass es eine gemeinsame „Familienmeinung“ meist nicht gibt. Nur Einzelne haben eine Meinung, allerdings zum Beispiel mit oder ohne Familienhintergrund, und diese Meinung kann gemessen werden.

Mit Stuttgart allgemein überwiegend zufrieden

### Stuttgart ist eine familienfreundliche Stadt mit Imageproblemen

Die über 18-jährigen Bürgerinnen und Bürger mit Hauptwohnsitz in Stuttgart leben laut den Ergebnissen der Bürgerumfrage 2001 überwiegend sehr gern in Stuttgart. 86 Prozent fühlen sich in Stuttgart wohl und leben gern in der Landeshauptstadt. Drei Viertel der Stuttgarterinnen und Stuttgarter sind generell mit Stuttgart zufrieden oder sehr zufrieden und zwei Drittel der Einwohner Stuttgarts schätzen die Lebensqualität in der Stadt als überwiegend gut bis gut ein. Alles in allem ist das Gesamtbild von der eigenen Stadt überaus positiv.

Die größten Problemen in Stuttgart aus der Sicht der Bürgerinnen und Bürger sind mehrheitlich Probleme die größtenteils alle betreffen - wie zu viel Verkehr (70 %), Unsicherheit auf den Straßen (56 %), zu hohe Mieten (55 %) usw. Probleme wie zu wenig Kindereinrichtungen (24 %) oder zu wenig Schulangebote (8 %) rangieren auf den hinteren Plätzen der Rangliste.

Bei der Frage nach der „Familienfreundlichkeit“ Stuttgarts sieht die Sache jedoch etwas anders aus. Ob Stuttgart familienfreundlich sei, beurteilt zwar rund ein Drittel der Stuttgarterinnen und Stuttgarter als überwiegend oder völlig zutreffend, aber auch knapp ein Fünftel als überwiegend nicht oder überhaupt nicht zutreffend und für rund die Hälfte trifft das Etikett „familienfreundlich“ jedenfalls nur teils/teils zu. Dieses ernüchternde Ergebnis ist, wie die Tabelle 1 zeigt, seit 1997 ziemlich stabil, wenn auch ein kleiner Aufwärtstrend sichtbar ist.

Tabelle 1: Beurteilung der Aussage, ob „familienfreundlich“ auf Stuttgart zutrifft

Bürgerumfrage	Familienfreundliches Stuttgart		
	trifft völlig zu/ überwiegend zu	trifft teils/teils zu	trifft überwiegend nicht/ überhaupt nicht zu
	%		
2001	36	46	18
1999	36	44	20
1997	33	45	21

Quelle: Bürgerumfragen 1997, 1999, 2001

Landeshauptstadt Stuttgart, Statistisches Amt KommunIS

### Das Kommunalbarometer

Um die Umfrageergebnisse anschaulicher darzustellen, wird zusätzlich zu den Prozentwerten mehrfach das Stuttgarter Kommunalbarometer verwendet. Die Urteile werden bei diesem Verfahren beispielsweise nach dem Grad der Zustimmung zu einer Aussage gewichtet: Ist eine befragte Person der Meinung, dass ein Urteil „hundertprozentig“, also völlig zutrifft, dann „wiegt“ seine Meinung 100 Punkte; trifft das Urteil überwiegend zu, wird für die Person 75 Punkte in die Waagschale gelegt; für ein geteiltes Urteil gibt es 50 Punkte; für ein überwiegend nicht zutreffendes Urteil noch 25 Punkte und wenn das Urteil überhaupt nicht zutrifft, gibt es keine Punkte.

Die Ergebnisse aus der Bürgerumfrage 2001 bezogen auf das Image von Stuttgart sind in der Tabelle 2 dargestellt. Bei der in der Bürgerumfrage gestellten Frage, inwieweit die 21 in einer Liste aufgeführten Eigenschaften von Stuttgart nach der Meinung der Stuttgarter Bürgerinnen und Bürger auf ihre Stadt zutreffen, was also typisch für Stuttgart ist, findet sich der Imagefaktor „familienfreundlich“ mit 55 Punkten lediglich auf Platz 20 (!) - dem vorletzten Platz.

Tabelle 2: Beurteilung der Aussage, welche Eigenschaft auf die Landeshauptstadt Stuttgart zutrifft

Image von Stuttgart	Bürgerumfrage 2001					Kommunalbarometer	
	Diese Eigenschaft ...					2001	1999
	trifft völlig zu	trifft überwiegend zu	teils/teils	trifft überwiegend nicht zu	trifft überhaupt nicht zu		
	% (Zeile)					Punkte	
Automobilstadt	44	46	8	2	0	83	82
Wirtschaftskräftig	33	57	9	1	0	81	76
Lebenswert	21	58	18	2	1	74	71
Kulturstadt	15	51	28	6	1	68	66
Messestadt	15	42	31	10	1	65	64
Lebendig	11	43	37	8	1	64	61
Sportstadt	12	44	34	9	2	64	64
Modern	10	41	42	6	1	63	61
Gastlich	11	44	35	8	2	63	61
Bürgerfreundlich	5	42	47	5	1	61	60
Innovativ	7	36	47	10	1	60	56
Wissenschaftsstadt	12	36	36	14	3	60	58
International	12	33	39	14	2	59	58
Offen	10	36	38	14	3	59	56
Sicher	6	39	43	10	2	59	53
Frauenfreundlich	5	37	47	9	2	59	59
Sauber	8	38	37	14	4	58	57
Tolerant	7	30	46	14	3	56	53
Altenfreundlich	4	31	51	12	2	56	-
Familienfreundlich	3	33	46	15	3	55	54
Ausländerfreundlich	7	28	49	14	3	55	56

Quelle: Bürgerumfragen 1999 und 2001

Landeshauptstadt Stuttgart, Statistisches Amt

KoMunIS

Das gibt zu denken, weil die tatsächlichen Leistungen für Familien in Stuttgart, in der Summe und in den Einzelangeboten, beachtlich sind. Der Gemeinderat ist bemüht, auch bei finanziellen Engpässen, Standards zu halten, wie zum Beispiel kürzlich den Erhalt des Betreuungsangebotes in der verlässlichen Grundschule - und wo nötig auszubauen, wie bei den Betreuungsangeboten bei den unter 3-jährigen Kindern sowie im Hortbereich.

*Familienfreundlichkeit kein dominanter Bewusstseinsfaktor*

Aber die von der Kommunalpolitik ins Visier genommene und propagierte „Familienfreundlichkeit“ der Stadt schlägt sich trotz der vielfachen Angebote offensichtlich nicht im Bewusstsein von einer familienfreundlichen Stadt nieder. Für die Stuttgarterinnen und Stuttgarter selbst ist „Familienfreundlichkeit“ jedenfalls kein aktuell dominantes Etikett ihrer Stadt, wenn man vor Augen hat, dass zum Beispiel beim Kommunalbarometer das Renommee Stuttgarts als einer „Automobilstadt“ mit 83 Punkten und als einer Stadt die „wirtschaftskräftig“ ist mit 81 von 100 Punkten Zustimmung deutlich über den 55 Punkten für „familienfreundlich“ liegt. Das Automobil

und die Wirtschaft überstrahlen anscheinend alles. Jedoch kann man durchaus anmerken, dass auch Autos die Mobilität von Familien unterstützen und sich eine gut gehende Wirtschaft obendrein positiv für Familien auswirkt. Nur wird das anscheinend nicht mit dem Etikett einer „familienfreundlichen“ Stadt in Verbindung gebracht.

*Kommunales Marketing nötig, ...*

Andererseits könnte man selbstverständlich annehmen, dass in guter schwäbischer Manier „nicht geschompfa schon genug gelobt sei“. Aber beim Image genügt eine derart verhaltene Zustimmung sicherlich nicht. Nur wenn ein typisches Etikett, ein führender Titel, ein Logo, ein Markenzeichen, ein geistiges Aushängeschild in den Köpfen der Menschen richtig präsent ist, kann dies zu einem dominanten Bewusstseinsinhalt und schließlich zu einer informierten „gefühlten“ Meinung - einem echten „feeling“ für „Familienfreundlichkeit“ werden.

*... um ein „feeling“ für Familienfreundlichkeit zu erreichen*

Deshalb darf das ehrgeizige Ziel der Kommunalpolitik, „mehr denn je eine familienfreundliche Stadt (zu) sein“, kein Papiertiger oder ein einmaliger Kraftakt sein, mit dem dies zu schaffen wäre. Familienfreundlichkeit muss man sich erarbeiten. Sie muss als eine auf längere Sicht angelegte Image bildende Daueraufgabe konzipiert werden. Sie ist mithin, wenn man es ernst meint, eine Frage des langfristigen kommunalen Marketings.

### **Welche Zielgruppen könnten für ein kommunales Marketing „Familienfreundlichkeit“ angesprochen werden?**

Zunächst ist herauszustellen, dass Stuttgart von jedem dritten Einwohner als eine familienfreundliche Stadt eingestuft wird. Diese Einschätzung ist immerhin doppelt so hoch wie jene am anderen Ende der Beurteilungsskala, dass Familienfreundlichkeit überwiegend nicht oder überhaupt nicht zuträfe (18 %). Wobei Alleinstehende und reine Erwachsenen-Mehrpersonenhaushalte deutlich positiver eingestellt sind als Befragte in Haushalten mit einer Familie im Rücken.

Auffallend ist freilich darüber hinaus die, mit wenigen Ausnahmen, relativ durchgängige Einschätzung jedes zweiten Stuttgarter Einwohners bzw. Einwohnerin, dass „Familienfreundlichkeit“ auf Stuttgart nur teils/teils zutreffen würde. Diese zwiespältige Einschätzung ist im Grunde das eigentliche Problem, aber durchaus auch eine Chance.

#### **Eher kritisch eingestellte Menschen**

- Vor allem sind es die höher gebildeten Stuttgarterinnen und Stuttgarter, die eine eher kritische bzw. indifferente Einstellung zur Familienfreundlichkeit ihrer Stadt hegen und vielleicht auch pflegen. Also, Berufsgruppen wie Beamte und Angestellte im höheren Dienst der öffentlichen Verwaltung, Freiberufler und selbstständige Akademiker, größere und kleinere Selbstständige sowie Meister und Vorarbeiter sowie leitende Angestellte in Industrie und Dienstleistungsunternehmen. Ferner sind bei den eher kritisch eingestellten Zeitgenossen Einwohner zwischen 25 und 44 Jahren; Leute die zumeist kürzer als 15 Jahre in Stuttgart und eher im inneren Stadtgebiet wohnen; Menschen die aus einem anderen EU-Staat kommen; Ledige mit Partner, aber ohne Kinder; sowie Personen mit Familienhintergrund: Ehepaare; teilzeiterwerbstätige Frauen; zumeist weibliche Personen, die sich momentan im Erziehungsurlaub befinden (Elternzeit); Familien mit minderjährigen Kindern.

#### **Eher zufriedene Menschen**

- Eine überwiegend positive Einschätzung der Familienfreundlichkeit Stuttgarts findet sich bei den Personen aus einfachen und mittleren Bildungsschichten - z.B. den einfachen und mittleren Beamten des Öffentlichen Dienstes; bei ausführenden Angestellten in Industrie und Dienstleistungsunternehmen; insgesamt im Arbeitermilieu; außerdem bei älteren Einwohnern ab 55 Jahren, die oft schon sehr lange in Stuttgart wohnen; Einwohner die aus einem Nicht-EU-Staat kommen; Alleinstehende ohne Partner sowie getrennt Lebende oder Geschiedene; mithin größtenteils reine Erwachsenenhaushalte.

Tabelle 3: Beurteilung der Aussage „Stuttgart ist familienfreundlich“ nach ausgewählten sozialen und wirtschaftlichen Merkmalen

Merkmal	Stuttgart ist familienfreundlich					Kommunalbarometer	
	trifft völlig zu	trifft über- wiegend	teils/teils	trifft über- wiegend nicht zu	trifft über- haupt nicht zu	2001	1999
	Anteil in %					Punkte	
<b>Altersgruppe</b>							
18 bis unter 25 Jahre	5	41	41	12	1	60	56
25 bis unter 35 Jahre	3	27	44	23	3	51	52
35 bis unter 45 Jahre	2	24	47	21	5	49	48
45 bis unter 55 Jahre	3	33	46	16	3	54	52
55 bis unter 65 Jahre	3	35	49	12	2	56	57
65 Jahre und älter	6	39	45	9	1	60	62
<b>Wohndauer in Stuttgart</b>							
Seit Geburt	4	35	45	13	4	56	55
Unter 5 Jahre	4	32	38	24	2	53	54
5 bis unter 15 Jahre	3	26	46	20	4	51	51
15 Jahre und länger	4	33	48	14	1	56	55
<b>Geschlecht</b>							
Männlich	4	34	45	14	3	56	55
Weiblich	3	31	47	17	3	54	53
<b>Familienstand</b>							
Ledig	4	33	44	17	3	54	53
Verheiratet	4	32	47	15	3	55	54
Verwitwet	6	34	43	14	3	57	59
Geschieden	2	38	42	18	1	55	54
<b>Nationalität</b>							
Deutscher	3	32	47	15	3	55	54
Nichtdeutscher	7	35	39	17	3	56	57
<b>Erwerbstätigkeit</b>							
Vollzeit erwerbstätig	2	30	47	17	3	53	52
Teilzeit erwerbstätig	2	27	49	18	4	51	51
Nicht Erwerbstät., im Erziehungsurlaub	6	36	44	12	2	58	57
<b>Höchster Schul-/Hochschulabschluß</b>							
Volks-/Hauptschulabschluß	5	34	45	12	4	56	55
Mittlere Reife, Realschulabschluß	4	35	45	13	3	56	54
Fachhochschulreife, Abitur	2	34	43	19	2	54	56
Hochschulabschluß, Berufsakademie	3	26	49	21	2	52	54
Sonstiges	4	38	47	10	1	58	52
<b>Berufsgruppe</b>							
Arbeiter	4	36	44	13	3	56	53
Facharbeiter, Meister	1	32	50	10	7	52	54
Angestellte m. ausführender Tätigkeit	6	41	36	13	4	58	52
Angestellte m. qualifizierter Tätigkeit	2	26	49	19	3	51	52
Angestellte in leitender Funktion	1	31	46	19	3	52	50
Beamte, Wehr-/Zivildienstleistende	2	29	44	21	4	51	49
Selbständige	4	27	49	18	3	53	55
Hausfrauen, Hausmänner	6	39	45	10	1	60	51
Rentner, Pensionäre	4	33	42	17	4	54	61
Auszubildende, Studenten	6	40	45	6	2	61	51
Arbeitslose, Sonstige Berufe	12	30	27	27	3	55	60
<b>Wohnen Sie ...</b>							
zur Miete	4	36	47	12	1	57	53
im Eigentum	4	30	45	18	3	53	56
<b>Haushaltseinkommen</b>							
Unter 2 000 DM	8	33	38	19	3	56	54
2 000 bis unter 4 000 DM	5	33	45	13	4	56	55
4 000 bis unter 6 000 DM	2	32	49	16	2	54	53
6 000 bis unter 8 000 DM	2	35	45	16	2	54	54
8 000 DM und mehr	5	29	47	18	1	55	54

### Unterschiede im Urteil über „Familienfreundlichkeit“ bei Befragten mit und ohne Familienhintergrund

Jeder vierte Befragte in der Bürgerumfrage 2001 hat aktuell einen familiären Hintergrund, weil im Haushalt minderjährige Kinder zu versorgen und zu erziehen sind. Drei von vier Befragten verfügen im Augenblick über keine Familienerfahrung mit Kindern unter 18 Jahren im Haushalt.

*Menschen mit aktuellem Familienhintergrund kritischer eingestellt als Nichtfamilienmenschen*

Nachfolgende Tabelle 4 zeigt die Bewertung „Familienfreundliches Stuttgart 2001“ hinsichtlich des Haushalts- und Familientyps. Dabei ist ein eindeutiger Unterschied in der Beurteilung erkennbar. Für Alleinstehende (42 %) und Personen aus reinen Erwachsenen-Mehrpersonenhaushalten (39 %) trifft die „Familienfreundlichkeit“ Stuttgarts eher zu als für Personen die eine Familie mit minderjährigen Kindern im Rücken haben (28 %). Oder anders ausgedrückt: Eine aktuelle Familienerfahrung trübt das positive Urteil leicht und führt zu einer kritischeren Einschätzung, während Nichtfamilienmenschen aus der Distanz und aufgrund mangelnder Familienerfahrung offenbar eindeutig positiver urteilen.

Tabelle 4: Beurteilung der Aussage „Familienfreundlichkeit“ nach Haushalts-/ Familientyp

Haushalts-/Familientyp	Familienfreundliches Stuttgart		
	trifft völlig/überwiegend zu	trifft teils/teils zu	trifft überwiegend nicht/überhaupt nicht zu
	%		
Alle Befragten	36	46	18
<b>Haushaltstyp</b>			
Einpersonenhaushalt	42	41	17
Mehrpersonenhaushalt	35	47	18
<b>Familientyp</b>			
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	28	47	25
Erwachsenenhaushalt	39	46	15

Quelle: Bürgerumfrage 2001

Landeshauptstadt Stuttgart, Statistisches Amt KömunIS

122

### Auswirkungen eines familiären Hintergrunds auf die Beurteilung verschiedener Lebensbedingungen

*In vielen Lebensbereichen keine Unterschiede zwischen Menschen mit und ohne Familienhintergrund*

Erst einmal zeigen sich bei der Einschätzung der Zufriedenheit beziehungsweise Unzufriedenheit mit einer Reihe von Lebensbedingungen keine signifikanten Unterschiede zwischen Personen mit und ohne Familienhintergrund: dem Leben allgemein; den Kontakten zu Freunden, Nachbarn und Verwandten; der Umweltsituation im Wohngebiet; bei den Einkaufsmöglichkeiten; den Sportanlagen; zur ärztlichen Versorgung; der Attraktivität und Gestaltung der Innenstadt sowie allgemein zum Wohnungsangebot in Stuttgart. Diese Bewertungen folgen der allgemeinen Einschätzung aller befragten Stuttgarterinnen und Stuttgarter.

Bedeutsame Unterschiede zwischen Personen mit und ohne gegenwärtigem Familienhintergrund in der Zufriedenheit/Unzufriedenheit mit bestimmten Lebensbedingungen sind gleichwohl in einigen Lebensbereichen auszumachen (vgl. Tabelle 5):

*Personen mit aktueller Familienerfahrung weniger zufrieden als reine Erwachsenenhaushalte*

- So sind befragte Personen mit aktueller Familienerfahrung generell weniger zufrieden als Personen in reinen Erwachsenenhaushalten. Dies gilt insbesondere für die Bereiche Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten, den Öffentlichen Nahverkehr, die Schwimmbäder und die Parks und Grünanlagen in der Stadt. Aber immer noch sind in diesen Lebensbereichen über zwei Drittel bis hin zu drei Viertel der Befragten (sehr) zufrieden.
- Auf hohem Niveau weniger zufrieden und zum Teil unzufriedener sind die Familienmenschen mit den typisch familienphasenbezogenen Dingen des Lebens - den Kindergärten und Kindertagheimen, den Spielmöglichkeiten für Kinder, den weiterführenden Schulen und den Jugendeinrichtungen.
- Gleichfalls größer ist die Unzufriedenheit der Familienmenschen mit der Umweltsituation, mit der Beteiligung am gesellschaftlichen Leben, den allgemeinen Freizeitmöglichkeiten und mit der Arbeit der Stadtverwaltung als bei Nichtfamilienmenschen.

*Familienmenschen fühlen sich gesünder als Nichtfamilienmenschen*

- In einem Punkt zeigt sich allerdings eine deutliche Umkehrung dieser Einstellungen, nämlich in der Frage der Zufriedenheit mit der eigenen Gesundheit: Familienmenschen fühlen sich gesünder als Nichtfamilienmenschen. Das Familienleben scheint offensichtlich trotz oder gerade wegen der Belastungen, denen Familien ausgesetzt sind, immer noch als ein subjektiv empfundener gesundheitsfördernder „Wohlfühlort“ zu sein - Familie ist sozusagen eine „wellness-location“. Familienleben scheint in der Tat abzuhärten.

Tabelle 5: Beurteilung der Aussage, wie zufrieden die Familien/Haushalte mit ausgewählten Lebensbedingungen sind

Haushalts-/Familientyp	Zufriedenheit mit Lebensbedingungen in Stuttgart		
	sehr zufrieden/ zufrieden	teils/teils zufrieden	unzufrieden/ sehr unzufrieden
	%		
<b>Arbeits-/Verdienstmöglichkeiten</b>			
Erwachsenenhaushalt	81	15	4
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	77	18	5
<b>Öffentliche Verkehrsmittel</b>			
Erwachsenenhaushalt	75	19	6
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	69	22	9
<b>Umwelt (Luft, Wasser, Natur)</b>			
Erwachsenenhaushalt	46	40	14
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	39	40	21
<b>Schwimmbäder</b>			
Erwachsenenhaushalt	71	21	8
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	63	26	11
<b>Kindergärten/Kindertagheime</b>			
Erwachsenenhaushalt	46	33	21
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	42	33	25
<b>Spielmöglichkeiten/Spielplätze</b>			
Erwachsenenhaushalt	42	37	21
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	38	35	27
<b>Angebot an Parks/Grünanlagen</b>			
Erwachsenenhaushalt	73	21	6
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	69	21	10
<b>Weiterführende Schulen</b>			
Erwachsenenhaushalt	72	22	6
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	61	26	13
<b>Jugendeinrichtungen</b>			
Erwachsenenhaushalt	35	44	21
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	25	45	31
<b>Arbeit der Stadtverwaltung insgesamt</b>			
Erwachsenenhaushalt	54	40	6
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	41	50	9
<b>Möglichkeiten, am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen</b>			
Erwachsenenhaushalt	73	22	5
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	64	28	8
<b>Freizeit</b>			
Erwachsenenhaushalt	81	15	4
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	67	27	6
<b>Netz der sozialen Sicherheit</b>			
Erwachsenenhaushalt	53	31	16
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	46	37	17
<b>Gesundheit</b>			
Erwachsenenhaushalt	69	22	9
Familie mit Kindern unter 18 Jahren	80	15	5

Quelle: Bürgerumfrage 2001

### **Einige ausgewählte familienbezogene Ergebnisse aus der Bürgerumfrage 2001 im Prospekt (Alle 2545 Befragten)**

- Für 94 Prozent sind die eigene Familie und die Kinder sehr wichtig/wichtig.
- 86 Prozent sind mit dem eigenen Familienleben sehr zufrieden/zufrieden.
- Für 69 Prozent ist auch die Verwandtschaft sehr wichtig/wichtig.
- Nur 3 Prozent sehen Konflikte in der Familie als ein sehr großes/großes Problem; für 47 Prozent sind dagegen innerfamiliäre Konflikte nur ein geringes/kein Problem; und bei 43 Prozent trifft die Frage nicht zu, weil sie momentan gar keine eigene Familie haben (z.B. Alleinstehende).
- Bei länger andauernden Hilfen (Mehrfachantworten) erwarten sich 80 Prozent zuerst Beistand vom Ehe- oder Lebenspartner; 31 Prozent von den Eltern/Großeltern; 22 Prozent von guten Freunden und Bekannten; 18 Prozent von den eigenen Verwandten und 17 Prozent von den eigenen Kindern/Enkelkindern.
- Bei kurzzeitigen Hilfen (Mehrfachantworten) erwarten 63 Prozent zunächst Unterstützung von guten Freunden und Bekannten; 53 Prozent von Nachbarn, zu denen gute Kontakte bestehen; 35 Prozent von eigenen Verwandten; 21 Prozent von eigenen Kindern/Enkelkindern und nur 10 Prozent vom Ehe-/Lebenspartner.
- Lediglich 7 Prozent sehen in der Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit ein sehr großes/großes Problem; für 40 Prozent stellt das nur ein geringes bzw. kein Problem dar und 42 Prozent sind erst gar nicht in einer Situation, beides miteinander vereinbaren zu müssen.
- 5 Prozent beklagen in Stuttgart allgemein eine fehlende Unterstützung bei der Kinderbetreuung; für 19 Prozent ist das nur ein geringes/kein Problem und 70 Prozent sind überhaupt nicht in der Situation eine Kinderbetreuung annehmen zu müssen.
- 3 Prozent sehen in Stuttgart allgemein ein mangelndes Schulangebot als sehr großes/großes Problem an; für 23 Prozent ist dies nur ein geringes/kein Problem und für 70 Prozent stellt sich das Problem nicht, weil sie keine Kinder im schulpflichtigen Alter haben. Dagegen beurteilen 69 Prozent das schulische Angebot im Wohngebiet als sehr gut/gut, nur 9 Prozent als sehr schlecht/schlecht.
- Für 3 Prozent sind Erziehungs-/Schulprobleme ein sehr großes/großes Problem; 25 Prozent sehen darin nur ein geringes/kein Problem und für 68 Prozent trifft das nicht zu, weil sie keine Kinder oder keine Kinder im Schulalter haben.
- 44 Prozent sind mit Angeboten an Kindergärten und Kindertagesheimen in der Stadt allgemein sehr zufrieden/zufrieden, 33 Prozent teils/teils zufrieden und 23 Prozent sehr unzufrieden/unzufrieden. Die Kinderbetreuung und die Kindergärten im Wohngebiet beurteilen 66 Prozent als sehr gut/gut ein, nur 11 Prozent als sehr schlecht/schlecht. 58 Prozent würden für Kindergärten und Kindertagesstätten mehr Geld ausgeben.
- 41 Prozent sind mit den Spielplätzen und den Spielmöglichkeiten für Kinder im gesamten Stadtgebiet allgemein sehr zufrieden/zufrieden, 36 Prozent teils/teils zufrieden und 23 Prozent sehr unzufrieden/unzufrieden. Die Spielmöglichkeiten für Kinder im Wohngebiet beurteilen 46 Prozent als sehr gut/gut; 24 Prozent sind der Meinung, dass die Spielmöglichkeiten sehr schlecht/schlecht sind. 39 Prozent würden für Spielplätze und Spielmöglichkeiten mehr Geld ausgeben.
- 29 Prozent halten die Jugendtreffs im Wohngebiet für sehr gut/gut; 38 Prozent für mittelmäßig und 34 Prozent für sehr schlecht/schlecht. 46 Prozent würden für Jugendtreffs auch mehr Geld ausgeben.

*Mit Stuttgarts „Familienfreundlichkeit“ allgemein nur mittelmäßig zufrieden*

*Imageaufwertung durch Marketing nötig*

### **Fazit:**

Alles in allem sind die Stuttgarterinnen und Stuttgarter aus subjektiver Sicht mit der „Familienfreundlichkeit“ ihrer Stadt nur mittelmäßig zufrieden. Dennoch ist die Stuttgarter Bevölkerung mit den Angeboten und der Qualität der Einrichtungen für Familien und Kinder allgemein in der Gesamtstadt auf hohem Niveau zufrieden, allerdings allgemein etwas weniger als in ihrem eigenen Wohnumfeld, wo die Einrichtungen für Familien und Kinder noch positiver beurteilt werden. Dies entspricht der allgemeinen Lebenserfahrung, dass den Menschen im Allgemeinen das Hemd näher zu sein scheint als die Hose - sprich ein allgemeines Urteil häufig schlechter ausfällt als ein Urteil, das auf einer konkreten Erfahrung beruht und umgekehrt.

Die Beurteilung der „Familienfreundlichkeit“ der Stadt ist ein solches allgemeines Urteil, eine mehr oder weniger informierte „gefühlte“ Meinung, jedoch mit dem Unterschied, dass dieses „feeling“ das Image der Stadt prägt und nach außen wirkt. Daher sollte ein ernüchterndes Urteil der Bürgerinnen und Bürger über die allgemeine Familienfreundlichkeit der Landeshauptstadt Stuttgart nicht einfach auf etwaige wahrnehmungspsychologische Widersprüchlichkeiten der Menschen geschoben oder gar beiseite gelegt werden.

Ein Image kann und muss sich auch verbessern lassen. Und das ist, wie gesagt, eine Frage des langfristigen kommunalen Marketings.