

Lebenslanges Lernen im MKK: Was denken die Bürger? Jahresschwerpunkt Gesundheitsbildung



Zusammenfassung der Kernergebnisse der ersten repräsentativen Bevölkerungsbefragung zur Weiterbildung im MKK

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Auftraggeber und

Konzeption Fragebogen: Bildungspartner Main-Kinzig GmbH (BiP), Gelnhausen
[BiP wurde als Auftraggeber am Ende der Befragung genannt.]

Durchführung:

TNS Emnid 

Befragungszeitraum: 31. Januar bis 11. Februar 2011

Grundgesamtheit / Aussagekraft für:

Bevölkerung im Alter von 18-67 Jahren aus dem Main-Kinzig-Kreis und ausgewählten angrenzenden Kommunen ohne Stadt Hanau¹

Methode:

CATI – Computergestütztes Telefoninterview

Stichprobe:

1.000 Fälle soziodemografisch gewichtet

Umfang:

zwölf Fragen (zzgl. fünf soziodemografischen Merkmalen), darunter vier (teil)offene Fragen sowie Haupt- und Spezifikationsfrageteile

Regionale Einteilung in drei Befragungsabschnitte:

- Region Hanau-Land** (ohne Sonderstatusstadt Hanau):
Niederdorfelden, Schöneck, Nidderau, Bruchköbel, Erlensee, Maintal, Großkrotzenburg, Neuberg, Langenselbold, Hammersbach, Rodenbach, Ronneburg
- Region Gelnhausen:**
Gelnhausen, Freigericht, Gründau, Linsengericht, Hasselroth, Biebergemünd, Bad Orb, Wächtersbach, Flörsbachtal, Jossgrund – und angrenzend an den MKK: Alzenau, Büdingen
- Region Schlüchtern und Bergwinkel:**
Schlüchtern, Bad Soden-Salmünster, Steinau, Sinntal, Birstein, Brachtal

¹ Die gemeinnützige BiP, deren Gesellschafter der Main-Kinzig-Kreis und die Main-Kinzig-Kliniken gGmbH sind, hat den Auftrag Gestalter für lebenslanges Lernen in der Region zu sein und ist aus der Fusion zweier öffentlicher Bildungsträger hervorgegangen. Die BiP ist in Hanau nicht mit ihren Volkshochschulangeboten aktiv, da die Stadt eine eigene VHS hat. Mit ihren Campus-Angeboten für Unternehmen und der Akademie für Gesundheit ist die BiP dagegen auch in Hanau tätig. Aus den an den MKK angrenzenden Kommunen Büdingen und Alzenau kommen zudem Teilnehmer in das Bildungshaus der BiP nach Gelnhausen.

KERNERGEBNISSE

Frageblock I: Weiterbildungsverhalten der 18-67-jährigen in der Region

Weiterbildungsquote im MKK / Teilnahme an formeller Weiterbildung (ganzes inhaltliches Spektrum)

Der erste Wert hierzu im MKK stammt aus der Umfrage der BiP aus dem Jahre 2009. **46% der 18-67-jährigen im MKK haben auch im vergangenen Jahr 2010 an einer Weiterbildungsveranstaltung teilgenommen.** Damit liegt die Weiterbildungsquote an formellen Bildungsangeboten auch weiterhin leicht über dem Bundesdurchschnitt, der aus dem Berichtssystem Weiterbildung bekannt ist – und das trotz Wirtschaftskrisenzeit, auf die sich dieses Ergebnis bezieht.

Auch die Teilnehmerzahlen der BiP für das Jahr 2010 bestätigen dies übrigens. So konnte der bereits sehr gute Vorjahreswert (der gegenüber den Jahren vor der Fusion deutlich gesteigert werden konnte) nicht nur stabilisiert, sondern durch verschiedene Zielgruppenangebote und mehr realisierte Veranstaltungen sogar noch leicht ausgebaut werden.

27% haben dabei an einem Angebot „zur beruflichen Qualifizierung“ teilgenommen, 14% an einem Angebot „zur Gesundheitsbildung oder zur gesunden Lebensführung“, 8% „im Bereich Computer, EDV oder Internet“ und 7% an einem Angebot zur „sprachlichen Bildung, wie zum Beispiel Fremdsprachen oder Deutsch“. An Veranstaltungen „im Bereich Kunst, Literatur, Religion, Haushaltsführung, Geschichte oder Länderkunde“ nahmen 7%, an Bildungsangeboten zu „Versicherungs-, Renten-, Steuer- und anderen Rechtsfragen“ 6%, und weitere 4% an Angeboten „zur Familienbildung und Kindererziehung“ teil. Hier ergaben sich nur leichte Verschiebungen gegenüber den Vorjahren, die im nicht eindeutig messbaren Fehlertoleranzbereich liegen.

Ort der besuchten Veranstaltung

Von den Menschen, die an einem formellen Weiterbildungsangebot im Jahr 2010 teilnahmen, besuchten 45% Veranstaltungen eines Bildungsanbieters im Main-Kinzig-Kreis. 46% nahmen Veranstaltung außerhalb des MKK in Anspruch. 9% der Befragten lernten sowohl bei Bildungseinrichtungen innerhalb als auch außerhalb des Kreises. Auch hier ergaben sich im Gesamtbild (!) – berücksichtigt man die statistische Fehlertoleranz – keine signifikanten Änderungen gegenüber der Voruntersuchung aus dem Jahr 2009.

Auffällig ist jedoch, dass mit 61% signifikant mehr Menschen aus der Region Schlüchtern/Bergwinkel Angebote innerhalb des MKK nutzten als die Bürger, die aus der Region Hanau-Land oder Gelnhausen kommen. Hier hat sich das Verhältnis zugunsten der Angebote in der Region Schlüchtern/Bergwinkel verändert. In der Befragung 2009 waren es noch 54%, die angaben, im Vorjahr einen Anbieter im MKK besucht zu haben. Hier zeigen sich wahrscheinlich erste Erfolge der Regionalisierungsarbeit und der verstärkten Angebotsdichte der vhs in Schlüchtern. Im Gegensatz dazu geben mehr Menschen aus der Region Gelnhausen als zuvor an, auch Bildungsträger außerhalb des MKK zu nutzen. Hier muss man jedoch berücksichtigen, dass in diese Teilregion auch die Städte Büdingen und Alzenau fallen, die anderen Landkreisen (Alzenau auch in einem anderen Bundesland) angehören und sich dadurch das Bild in dieser Teilregion verändern kann, indem die Einwohner dieser Städte (wieder) verstärkt Angebote dort vor Ort wahrnehmen und nicht extra in den MKK pendeln. In Büdingen beispielsweise haben in den vergangenen zwei Jahren das mit Landesmitteln neu etablierte städtische Familienzentrum und einige private Anbieter eine Reihe

von Fortbildungsveranstaltungen aufgelegt, die für die Menschen vor Ort neue Möglichkeiten boten. Da das Versorgungsgebiet der BiP im Kern die MKK-Bevölkerung umfasst und die Teilregion Schlüchtern/Bergwinkel ausschließlich im MKK liegt, ist der Befund zu dieser Teilregion besonders erfreulich und untermauert die Regionalisierungsarbeit der BiP. Von dem neu entstehenden Bildungshaus der BiP in Gelnhausen wird ab Ende 2011 zudem ein neuer Impuls für die Teilregion Gelnhausen ausgehen, der auch hier neue Akzente setzen wird.

Weiterbildungsabsicht in den nächsten zwei Jahren

Interesse an Gesundheitsbildung in den nächsten zwei Jahren äußerten **20% der 18-67-jährigen im MKK**. Dabei ist ein signifikanter Unterschied im Antwortverhalten von den Befragten der Teilregion Gelnhausen gegenüber den Befragten der Teilregion Hanau-Land festzustellen. Hier gilt es, in den kommenden Jahren anzusetzen, um den Erwartungen der Menschen in dieser Teilregion zu entsprechen und um neue Marktanteile zu erschließen. Das neue Bildungshaus bietet hierzu mit den Gymnastikräumen gute Möglichkeiten. Auch die ausgebauten Aktivitäten der BiP im Bereich der betrieblichen Gesundheitsbildung passen gut zu dieser Bedarfslage. [Siehe zum Vergleich der Teilnahmequote auch den Hinweis zur später folgenden Frage der erwarteten Nutzungswahrscheinlichkeit.]

77% der 18-67-jährigen planen definitiv „keine Teilnahme an einem Angebot zur Gesundheitsbildung oder zur gesunden Lebensführung“.

Das Weiterbildungsinteresse ist bei den Gruppen der pädagogischen Berufe mit 39% und der Gesundheitsberufe mit 34% am größten. Auch erkennt man ein ansteigendes Interesse am Bereich der Gesundheitsbildung mit zunehmendem Alter und mit steigendem Bildungsabschluss der Befragten. Im Interesse, ein Angebot zur Gesundheitsbildung in den kommenden zwei Jahren in Anspruch zu nehmen, unterscheiden sich zudem die Frauen (25%) signifikant von den Männern (15%).

KERNERGEBNISSE

Frageblock II: Bedarf im Gesundheitsbildung

Ab hier wurden nur noch die Personen befragt, die ein Weiterbildungsinteresse (zur Gesundheit) äußern (20%) oder sich noch nicht sicher sind (3%)!

Gewünschte Inhalte der an Gesundheitsbildung Interessierten

- 69% der an Gesundheitsbildung Interessierten wünschen sich Angebote zu „Sport und Bewegung“
- 68% wünschen sich Angebote zur „Entspannung und Muskelentspannung“, darunter mehr Frauen als Männer (72% gegenüber 60%)
- 66% wünschen sich Angebote zur „Gesundheitsvorsorge / Prävention“
- 59% wünschen sich Angebote zur „Ernährung“, darunter mehr Frauen als Männer (64% gegenüber 51%) und signifikant mehr Befragte mit Volks- (Hauptschulabschluss) und Realschulabschluss als Befragte mit Abitur (66% bzw. 68% gegenüber 43%)
- 54% wünschen sich Angebote zum „Stressabbau“, darunter signifikant mehr Frauen als Männer (60% gegenüber 45%) und signifikant mehr Befragte aus der Region Gelnhausen als aus der Region Schlüchtern/Bergwinkel (59% gegenüber 34%)
- 36% wünschen sich Angebote zur/zum „Gesundheitspolitik bzw. Gesundheitswesen“
- 24% wünschen sich Angebote zur „Pflege Angehöriger“
- 12% wünschen sich Angebote zu „altersunabhängiger Sturzprophylaxe“

- 8% wünschen sich Angebote zu „Sucht und Alltagsdrogen, z.B. Alkohol“
- 17% wünschen sich sonstige Angebote, die nicht im Fragebogen aufgeführt wurden. Genannt werden dann beispielsweise Angebote zur Gewichtsreduktion, zu Erkrankungen und Spezifizierungen zu o.g. Angebotsgruppen

Die wenigen signifikanten Unterschiede im Antwortverhalten der Befragten lassen keine generelle Ableitung von soziodemografisch bedingten Antwortmustern zu. Man sollte bei der Berücksichtigung **in der Bildungsplanung drei Kategorien bilden** und dabei beachten, dass sich diese Prozentangaben auf die Anzahl der Befragten bezieht / reduziert, die in der Filterfrage zuvor ein grundsätzliches Interesse an Gesundheitsbildung äußerten.

Kategorie 1 sind die ersten drei der von den Befragten oben genannten Angebotsgruppen, die Zustimmungswerte von über 60% erhalten. Kategorie 2 sind die Punkte 4 und 5, die Werte zwischen 50 und 60% erzielen. Kategorie 3 die, die (deutlich) unter 50% rangieren. In der Planung sollte man sich den Angeboten der Kategorie 3 i.d.R. mit speziellen Inhouse- / oder Kooperationspartnervarianten (z.B. Schule, Seniorenbeirat, Krankenhaus) annähern, die die eng umrissenen Zielgruppen leichter erschließen helfen.

Gewünschter Zeitpunkt für das Angebot zur Gesundheitsbildung

Das kurze Zeitformat wird auch in dem Bildungsbereich zur Gesundheit deutlich bevorzugt. Das Ranking fällt dabei jedoch eindeutiger aus, als in der Vorgängerbefragung zur beruflichen Bildung. Damals lagen die Zeitformate in der Häufigkeit der Nennung dichter zusammen. Der Eigenart des Gesundheitsbildungsangebots folgend, wählen die Befragten nun im Gegensatz zur Vorgängerbefragung zudem eher die Freizeitphasen aus. Hier sind später auch die Antworten zum Bereich der betrieblichen Gesundheitsbildung zu beachten.

- **37% der an einem Angebot zur Gesundheitsbildung Interessierten würden ein solches lieber an einem „Abend unter der Woche“ nutzen**
Für dieses Zeitformat sprechen sich signifikant mehr Befragte aus der Regionen Schlüchtern/Bergwinkel (47%) und aus als Befragte aus Hanau Land (32%) und auch Gelnhausen (38%). Auch sind es die Befragten, die aus dem Handwerk oder aus Industrieberufen kommen, die (signifikant) häufiger (73 % bzw. 61 %) dieses Zeitformat auswählen, als alle anderen Berufsgruppen (diese liegen üblicherweise zwischen 24% und 44%).
- **24% entscheiden sich für den „Samstag“**
Dies ist das Zeitformat, das die Befragten aus der Region Gelnhausen bevorzugen. Sie unterscheiden sich hierbei signifikant von denen aus den beiden anderen Regionen (30% gegenüber 17% bzw. 19%).
- **13% der Interessierten können sich einen „Vormittag unter der Woche“ für das Bildungsangebot vorstellen**
Für dieses Zeitformat sprechen sich wie auch schon bei der Vorgängerbefragung zur beruflichen Bildung signifikant mehr Frauen als Männer (15% gegenüber 8%) und wieder die Befragten der pädagogischen Berufsgruppe sowie die nicht Berufstätigen aus.
- **9% würden auch das „ganze Wochenende“ wählen**
Die 50-67-jährigen bevorzugen dieses Zeitformat eher als die jüngeren Befragten (12% gegenüber 7% bzw. 5%).
- **7% sprechen sich für einen „ganzen Tag unter der Woche“ aus**
Für dieses Zeitformat sprechen sich signifikant mehr Befragte der Teilregion Hanau (13%) und die nicht Berufstätigen (16%) aus.
- **7% sprechen sich für einen „Nachmittag unter der Woche“ aus**
Auch für dieses Zeitformat sprechen sich signifikant mehr Befragte der Teilregion Hanau (10%) aus sowie eher die 18-34-jährigen (13%), die pädagogischen Berufsgruppen und die nicht berufstätigen Befragten.

Nutzungswahrscheinlichkeit bzw. „tatsächlich realisierbares Potenzial“

Von den Befragten, die ein Interesse an einem Angebot zur Gesundheitsbildung signalisierten und die sich durch die Beantwortung der Fragen intensiv mit den Kriterien einer solchen

Veranstaltung auseinandergesetzt haben, geben 34% an, ein solches an ihren Bedürfnissen ausgerichtetes Angebot, „sehr wahrscheinlich“ nutzen zu wollen und weitere 47% „wahrscheinlich“. **Die in der empirischen Sozialforschung eingesetzte Nutzungswahrscheinlichkeit zeigt auf, wie das tatsächliche Verhalten aussehen wird, das zuvor noch als Absicht angegeben wurde.**

Somit liegt das leicht realisierbare/erschließbare **Potenzial zur Gesundheitsbildung, umgerechnet auf die Grundgesamtheit**, bei insgesamt 7,4% (Antwortmuster „sehr wahrscheinlich“) und das, was möglich aber schwerer zu erschließen (mehr Kriterien müssen stimmen und es erfordert einer stärkeren Ansprache) ist, bei weiteren 10,4% (Antwortmuster „wahrscheinlich“).

Die 20% Gesundheitsbildungsinteresse aus der ersten Frage in diesem Frageblock liegen somit **realistisch betrachtet bei maximal 17,8% realer Nutzung**. Die tatsächliche Bildungsteilnahme im Bereich der Gesundheitsbildung wird sich zwischen dieser Zahl und dem o.g. Wert zum Item „sehr wahrscheinlich“ einpendeln, was die Erfahrung des Vergleichs der aktuellen Umfrage mit ihrer Vorgängerbefragung im damals fokussierten Bereich der beruflichen Bildung (Interesse Zukunft und Nutzung 2008 sowie 2009) nahe legt.

Der Wert entspricht damit in etwa der durch die BiP-Umfrage 2011 und 2009 ebenfalls ermittelten Teilnahmequote an Angeboten zur Gesundheitsbildung (14%). Dieser Wert scheint unter Berücksichtigung der statistischen Fehlerwahrscheinlichkeit konstant.

Interesse an betrieblicher Gesundheitsbildung

„Die Möglichkeit für Arbeitnehmer, wenn ihre Arbeitgeber Angebote zur Gesundheitsbildung machen“ finden 87% der an Gesundheitsbildung Interessierten „notwendig“. 9% ist es „egal“ und nur 3% finden es „überflüssig“. Auffällig ist auch, dass hier keine signifikanten Unterschiede im Antwortverhalten der unterschiedlichen Gruppen festzustellen ist.

Dieses Ergebnis zeigt, dass die Befragten betrieblichen Gesundheitsangeboten sehr offen gegenüber stehen und es auch als Aufgabe eines attraktiven Arbeitgebers begreifen. Es entspricht dem neuen Trend im Bereich der Wirtschaft, die im Zuge des demografischen Wandels verstärkt auf diese Form setzt.

Wichtigkeit verschiedener Aspekte bei der betrieblichen Gesundheitsbildung

Dass die zuvor geäußerte Notwendigkeit betrieblicher Gesundheitsbildung keineswegs vornehmlich in der Erwartung der Arbeitnehmer begründet ist, hier Arbeitszeit für ein vermeintlich freizeitorientiertes Bildungsangebot einzusetzen, zeigt die Beantwortung dieser Frage sehr deutlich. Zudem gibt sie Aufschluss darüber, welche Bedeutung einzelne Aspekte in der Planung solcher Angebote haben. Aufbauend auf diese ersten Hinweise sollte im Fall der Gestaltung betrieblicher Gesundheitsangebote zudem eine individuelle Arbeitsplatzanalyse und Befragung der Arbeitnehmer in dem einzelnen Betrieb stattfinden, um bedarfsberechtete (der Arbeitstätigkeit Rechnung tragende Präventivangebote) und akzeptierte Veranstaltungen zu organisieren und noch mehr über die gewünschten Formen (z.B. Gutscheine für Fitnesscenterbesuche, Bewegte Pause, Aktionstage, Rückenschulcourse etc.) herauszufinden.

- 91% der Befragten, die zuvor äußerten, dass sie betriebliche Gesundheitsbildung für notwendig erachten, wünschen sich „individuelle Angebote wie zum Beispiel Bewegungsförderung, Ernährung oder Stress“

- 80% sprechen sich für „arbeitsplatzspezifische Angebote für das entsprechende Berufsfeld“ aus
- 51% ist es wichtig, dass das Angebot auch ihre Familie mit einbezieht
49% wollen, dass „das Angebot nur für Betriebsangehörige stattfindet“. Im Umkehrschluss ist es für die andere Hälfte auch vorstellbar, dass es externe Angebote geben kann, bei denen ihnen ihr Arbeitgeber eine Teilnahme ermöglicht.
- 35% finden es wichtig, dass das „Angebot ausschließlich während der Arbeitszeit stattfindet“

Informationsquellen zum Thema Gesundheitsbildung

Die an Gesundheitsbildung Interessierten geben in der Telefonumfrage an, dass sie folgende Quellen nutzen, um sich über Bildungsangebote zu informieren:

- **75% „Internet“**
- **67% Krankenkasse**
- **50% „Aushänge beim Arbeitgeber“**
- **49% „Programmhefte regionaler Anbieter“**
- **43% „Tageszeitungen“**
- **3% andere Informationsquellen** (genannt wurden: Freunde, Sportvereine / Fitnessclubs, Illustrierte, Ärzte / Krankenhäuser)

Das Ranking entspricht in der Reihenfolge zwar dem in der Vorgängeruntersuchung zur beruflichen Bildung. Allerdings verschieben sich die Gewichtung. So nimmt das Internet zwar immer noch Platz eins ein, aber in abgeschwächter Form (-7%). Dafür gewinnen Programmhefte regionaler Anbieter wie das vhs-Heft der BiP hier ebenso an Bedeutung (+8% gegenüber den Angaben der Suchmedien zur beruflichen Bildung) wie die Tageszeitungen (+13%).

Neu aufgenommen wurde aufgrund der Eigenart der Gesundheitsbildung das Item „Krankenkasse“, das mit deutlichem Abstand zu den nachfolgenden Informationsquellen auf Platz zwei kommt. Dies ist wahrscheinlich durch die Glaubwürdigkeit, den hohen Aktivitätsgrad der Kassen in diesem Bereich und die Möglichkeit der Kostenübernahme durch die Kasse begründet. Für Bildungsanbieter gilt es, sich noch enger als zuvor mit den Krankenkassen abzustimmen, Werbegemeinschaften zu bilden und auch die Nähe zu den Arbeitgebern als einsetzbare Referenz zu verbessern.

Auch ist die Zeitung als Ankündigungsmedium hier stärker zu nutzen als bei anderen Bildungsbereichen. Die Nutzungshäufigkeit dieser Informationsquelle ist sicher auch durch die später noch zum Ausdruck kommende Bevorzugung von Sportvereinen zu erklären, die die Zeitungen i.d.R. als Plattform nutzen.

Wichtigkeit verschiedener Aspekte beim Thema Gesundheitsbildung

- Dass es einem das Angebot ermöglicht, „**das Erlernte zukünftig selbst auch ohne Trainer und Gruppe anzuwenden**“, ist für **87%** der an Gesundheitsbildung Interessierten „sehr wichtig“ oder „wichtig“.
- Dass „**die Qualifizierung des Trainers ausführlich beschrieben wird**“, ist für **86%** „sehr wichtig“ oder „wichtig“.
- Dass „**an das Angebot keine Mitgliedschaft gebunden ist**“, bewerten **83%** als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ bei der Auswahl eines Angebotes zur Gesundheitsbildung.
Besonders häufig wird dies von den Frauen (89% gegenüber 74%) als Kriterium genannt.

- Dass das „**Angebot nicht weiter als 20 Kilometer entfernt vom Wohnort oder Arbeitsplatz stattfindet**“, ist **80%** der Interessierten „sehr wichtig“ oder „wichtig“. Besonders häufig wird auch dies von den Frauen (85% gegenüber 72%) als Kriterium genannt.
- Dass das „**Angebot von den Krankenkassen teilfinanziert wird**“, geben **74%** als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ an. Damit räumen sie dem finanziellen Aspekt zwar eine hohe, aber eindeutig nicht die höchste Bedeutung ein. Kommen verschiedene andere Faktoren zusammen, kann dieser Aspekt in den Hintergrund rücken. Mit der entsprechenden Qualifikation, die nach o.g. Befund in der Werbung immer deutlich durch die Anbieter herausgestellt werden sollte, ist dieser finanzielle Vorteil aber automatisch aufgrund der Kassenanerkennung des Dozenten gewährleistet.
- Dass das „**Angebot als wöchentlicher Kurs stattfindet**“, geben dagegen „nur“ **51%** als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ an. Besonders häufig wird dies von den Frauen (57% gegenüber 40%) als Kriterium genannt.
- Die **Empfehlung des Angebotes durch Bekannte** ist dagegen „gerade“ für **32%** der an Gesundheitsbildung Interessierten „sehr wichtig“ oder „wichtig“.

Bevorzugte Anbieter für Gesundheitsbildung

Von sieben auszuwählenden Anbietern konnten die an Gesundheitsbildung Interessierten maximal zwei auswählen, die sie bevorzugen. Auch bestand die Möglichkeit andere Anbieter anzugeben.

- **41% wählen die „Krankenkasse“**
- 37% „Fitnessstudio und Physiotherapiestudio“
- 35% „Turn- und Sportverein“
- 33% „Volkshochschule“*
- 20% „Bildungsanbieter, mit dem mein Arbeitgeber kooperiert“
- 17% „Selbstorganisierte Gruppen wie zum Beispiel Lauffreize“
- 9% „Bildungsanbieter der Gewerkschaft oder der Kirche“
- 0% Sonstige

Vier der großen Anbieter belegen die ersten Plätze, wobei die Krankenkassen eindeutig Platz 1 erzielen. Das Mittelfeld liegt eng zusammen. Dennoch zeigt sich, dass den Vereinen und den kommerziellen Studios eine große Bedeutung in diesem Feld zukommt. Die Volkshochschule belegte bei der Vorgängeruntersuchung zur beruflichen Bildung mit deutlichem Abstand Platz 1. Dies ist im Feld der Gesundheitsbildung anders. Andere Anbieter folgen mit größerem Abstand.

Die große Vielfalt der Anbieter in der regionalen Bildungslandschaft zeigt sich in diesem Bereich der Gesundheitsangebote besonders deutlich. Das hängt einerseits mit dem hervorragenden und in der Fläche vorhandenen Angebot der Vereine zusammen und andererseits mit der „Gesundheits- und Fitnesswelle“, die kommerzielle Geschäftsfelder eröffnet. Aber auch die zuvor bereits beleuchteten Auswahlkriterien sowie die bevorzugten Inhalte weisen darauf hin, dass die Nutzung der unterschiedlichen Bildungsanbieter der Heterogenität bzw. Pluralität der Interessen Rechnung trägt (z.B. spricht die Nähe des Angebots eher für die ortsansässigen Vereine; sich nicht mit einer Mitgliedschaft binden zu wollen, eher für die vhs). Die Bildungslandschaft hat also vor allem im Bereich der Gesundheitsbildung für alle etwas zu bieten. Das dürfte auch ein Grund dafür sein, dass beispielsweise die Befragten aus Hanau-Land, die bei vielen Bildungsthemen aufgrund der räumlichen Nähe auch auf Anbieter aus den benachbarten Kreisen zurückgreifen, besonders auffällig im Feld der Gesundheitsbildung eher Anbieter im Kreisgebiet nutzen (60%).

Bildungsanbieter müssen auf die unterschiedlichen Bedarfslagen im Marketing (Produktentwicklung und Außerdarstellung) noch deutlicher eingehen, wenn Marktanteile hinzugewonnen werden sollen und auch, um eine einfache Auswahl zu ermöglichen.

Durch die Vielfalt und Stärke der Bildungsarchitektur auch im Bereich der Gesundheitsbildung wird der durch die BiP bereits vor über zwei Jahren eingeschlagene Weg der Vernetzung der Bildungslandschaft im MKK bestätigt. Dieser sieht eine Abstimmung der Angebote aufeinander vor, um Doppelangebote zu vermeiden (z.B. Schwimmlernangebote und Erste Hilfe Bereich) und das Sichtbarmachen der einzelnen Angebote in der Vielfalt, indem zum Beispiel die interaktive „Landkarte lebenslangen Lernens“ formelle und informelle Lernorte im Kreis vorstellt. Hier gilt es weiter anzusetzen und die mit der Umfrage herausgearbeiteten Unterschiede noch deutlicher herauszustellen.

* Signifikante Unterschiede im Antwortverhalten lassen sich übrigens nur bei den Angaben zur Volkshochschule finden. So wird die vhs als Anbieter besonders häufig von den Frauen (39% gegenüber 24%) genannt sowie von den 50-67-jährigen (42%) und den Befragten aus der Teilregion Gelnhausen (43% gegenüber 24% bzw. 20%). Letzteres dürfte auch daran liegen, dass die vhs die *Gesundheitsangebote* eher in ihrem Bildungshaus in Gelnhausen anbietet, aufgrund der vorhandenen Logistik, und um nicht in bestehende Strukturen der regional tätigen Vereine einzubrechen. Hier zieht also scheinbar entgegen dem allgemeinen Trend eher das Argument der Nähe.

Entscheidungsgründe für diese Anbieter

Mit einer abschließenden, offenen Frage wurden die Befragten, die Anbieter auswählten nach ihren Entscheidungsgründen befragt.

- **22% geben an „bekannt, bereits gute Erfahrungen gemacht“**
Mit 36% wird hier die „Volkshochschule“ von signifikant mehr Befragten genannt, als andere Anbieter, die i.d.R. zwischen 10% und 24% liegen.
- **13% „ist in der Nähe / gute Erreichbarkeit“**
Mit 23% wird hier der „Turn- und Sportverein“ von signifikant mehr Befragten genannt, als „Fitnessstudio und Physiotherapiestudio“ (9%), „Bildungsanbieter, mit dem mein Arbeitgeber kooperiert“ (8%) und „Selbstorganisierte Gruppe“ (7%). Die „Volkshochschule“ unterscheidet sich in der Häufigkeit der Nennung nicht signifikant von den Vereinen und liegt bei 19%.
- **13% „bereits bestehende Mitgliedschaft“**
- **13% „kompetent / professionell“**
- **11% „vielfältige Angebote / Möglichkeiten“**
- **11% „gut ausgebildetes Personal“**
Mit 21% wird hier „Fitnessstudio und Physiotherapiestudio“ von signifikant mehr Befragten genannt, als die „Volkshochschule“ (7%), die Krankenkasse (10%) und die „Selbstorganisierten Gruppen“ (6%). Hier wird ein Bild deutlich, das der Realität der Qualitätspraxis nicht gerecht wird und in der Kommunikation der Anbieter deutlicher aufgegriffen werden sollte.
- **10% „Bezug zum eigenen Arbeitsplatz / Angebot des Arbeitgebers“**
Mit 47% wird hier (logischerweise) der „Bildungsanbieter, mit dem mein Arbeitgeber kooperiert“ von signifikant mehr Befragten genannt, als alle anderen Anbieter. Nur die gewerkschaftlichen und kirchlichen Anbieter erreichen einen Wert von 20%; alle anderen liegen weit unter 10%.
- **Verschiedene Punkte, die aber wegen geringer Fallzahl nicht zu stark berücksichtigt werden sollten**
(z.B. Gemeinschaft in einer Gruppe, vertrauenswürdig / seriös, kostengünstig, wird von Krankenkassen finanziert / zum Teil finanziert, günstige / flexible Zeiten, gefällt / passt am besten)

Das Bild entspricht im Wesentlichen den bereits geschilderten Auswahlkriterien bei der Suche nach einem Angebot. Besonders aufschlussreich ist die Korrelation der Entscheidungsgründe mit den Anbietern (klein Gedrucktes unter den Hauptpunkten), die im Marketing (Produktentwicklung und Platzierung) Beachtung finden sollten!

FAZIT: „Der Weg der bedarfsgerechten Betrachtungsweise der Bildungsarbeit der BiP stimmt und ist konsequent weiter zu verfolgen!“

Hier gilt es, in den kommenden Jahren anzusetzen, um den Erwartungen der Menschen im MKK zu entsprechen und um das wichtige Feld der Gesundheitsvorsorge vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu fördern. Das neue Bildungshaus in Gelnhausen bietet hierzu mit den neuen Gymnastikräumen gute Möglichkeiten. Auch die ausgebauten Aktivitäten der BiP im Bereich der betrieblichen Gesundheitsbildung und die Vernetzungsarbeit regionaler Angebote passen gut zu dieser Bedarfslage.

Bereits aus der ersten Untersuchung hat die BiP wertvolle Daten zur Bildungsplanung gezogen, die zur erfolgreichen Implementierung von Angeboten beispielsweise in der Region Schlüchtern und der Zielgruppe Jugendliche führte. Auch die aktuelle Umfrage wird in die inhaltliche Planung des 2. Halbjahres 2011 und der Folgejahre einfließen und das Bildungsmarketing der BiP beeinflussen.