

Helmut-Schmidt-Universität
Universität der Bundeswehr

Fachbereich Geistes- und Sozialwissenschaften

9. Trimester, 10. August 2011

Alter und soziale Beziehungen:

Das Mehrgenerationenhaus

„Nachbarschatz“

Seminar: Soziologische Forschung: „Konsequenzen des demografischen Wandels“
Leitung: Dipl. Soz. Mark R. Nerlich
Autoren: Christoph Bohnsack, Sebastian Wagener
Matrikelnummern: 833330, 841520
E-Mail-Adressen: p777795@hsu-hh.de, p777855@hsu-hh.de
Telefon: 0171/3157793, 0157/86126304



Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Der Forschungsstand – Die Wirkungsforschung des Aktionsprogramms „MGH“	4
2.1 Die Ergebnisse der Wirkungsforschung.....	4
2.2 Datenerhebung und Forschung.....	4
2.3 Die heterogene Landschaft der „Mehrgenerationenhäuser“.....	5
2.4 Definition des Terminus „Mehrgenerationenhaus“.....	6
2.5 Die Resultate der Studie.....	6
2.6 Kooperation, Ehrenamt und Freiwilligkeit als Grundpfeiler.....	7
3. Operationalisierung.....	8
3.1 Ziel der Operationalisierung.....	8
3.1 Das Erhebungsinstrument: Fragen, Variablen, Indikatoren und Items.....	8
4. Konzeptualisierung.....	10
5. Forschungsdesign, Methoden, Forschungsansatz.....	11
6. Feldphase.....	12
7. Beschreibung des Samples.....	12
8. Ergebnisse.....	14
8.1 Nutzeranalyse.....	14
8.2 Nutzung.....	16
8.3 Soziale Kontakte.....	17
8.4 Motivation.....	20
9. Schlussfolgerungen.....	22
10. Quellenverzeichnis.....	25
11. Literaturverzeichnis.....	25
12. Internetquellenverzeichnis.....	26
13. Anhang.....	27
14. Erklärung über die selbstständige Erarbeitung studienbegleitender Hausarbeiten	62

1. Einleitung

Im „Fünften Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland“ von 2005 werden fünf Trends benannt, welche auf die ältere Generation (genauer) zutreffen: Die „Verjüngung des Alters“ meint dabei die Tatsache, dass der gesundheitliche Zustand der Gesellschaft sich immens verbessert hat und man so auch das Altwerden- und Sein immer länger aktiv erleben kann. Hinzu kommt der Ausbau der Freizeit, der durch die „Entberuflichung des Alters“ geschieht, indem neben einer gesicherten finanziellen Grundlage auch die Frühverrentung immer weiter fortschreitet. Während diese beiden eher als positiv zu bewerten sind, zeichnen sich auch Negativ-Trends ab. Die „Singularisierung“, die gemeinsam mit der „Entfamiliarisierung“ zu sehen ist, meint, dass man im Alter, sei es durch den Verlust des Lebenspartners oder den mangelnden Kontakt zur Familie, eher alleine und mit nur wenigen sozialen Kontakten lebt. Hierbei herrscht ein deutlicher Überschuss an Frauen vor, da diese eine höhere Lebenserwartung aufweisen als Männer, was mit der „Feminisierung des Alters“ bezeichnet wird.¹

Aus diesen Trends lassen sich verschiedene Konsequenzen ableiten, die kennzeichnend für das Alter sind. Isolation, Anonymität und Entfremdung sind oft zitierte Stichworte, die unweigerlich auf die Verstädterung als Ursache dieser sozialen Probleme schließen lassen. Die Strukturen der Kernfamilie sind aufgeweicht und können gerade in sozialen Brennpunkten dafür sorgen, dass o.g. Phänomene auftreten, oder sich verstärken. Soziale Einrichtungen wie Kinderbetreuung und Altenpflege bedeuten nicht nur für die Kommunen, sondern auch für die Nutzer einen immensen finanziellen Aufwand, sodass dies als Lösungsansatz unrealistisch ist. Das „Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend“ (BMFSFJ) hat erkannt, dass man den Begriff der „Familie“ über blutsverwandtschaftliche Beziehungen hinaus neu definieren muss. Hier bietet das Prinzip der Dorfgemeinschaft, welches auf einzelne Stadtteile übertragen werden soll, Abhilfe und wird zumindest infrastrukturell durch städtische Umgebung begünstigt.

Deshalb wurde im Jahre 2006 durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend unter der Ägide von Dr. Ursula von der Leyen ein Programm zur Errichtung von Mehrgenerationenhäusern (MGH) eingeführt, mit dem Ziel, bundesweit in jeder kreisfreien Stadt bis Ende 2007 mindestens ein Mehrgenerationenhaus zu errichten. Durch

¹ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Fünfter Bericht zur Lage der älteren Generation in der BRD, Berlin 2005, S. 1-55. Kelle, Udo: Alter und Altern, in: Handbuch Soziologie, Bd. 1, hrsg. v. Nina Bauer; Hermann Korte; Martina Löw; Markus Schroer, Wiesbaden 2008, S. 20.

diese sollen gesellschaftliche Kompetenzen wie die Interaktion zwischen den vier Lebensaltern (Kinder und Jugendliche/ Erwachsene/ ältere Menschen/ sehr alte Menschen), bürgerschaftliches Engagement und Hilfe zur Selbsthilfe sowie die frühe Förderung von Kindern und Jugendlichen ausgebaut werden. Zudem möchte man die Potenziale älterer Menschen aktivieren und Qualifizierungsmaßnahmen und Unterstützung beim (Wieder-)Einstieg in den Beruf anbieten.

Eines dieser Einrichtungen ist das „Mehrgenerationenhaus Nachbarschatz e.V.“ in Hamburg-Eimsbüttel, um das es im Folgenden gehen soll. Unserer zentralen Fragestellungen sind dabei: Aus welchen Gründen und in welcher Form wird das Mehrgenerationenhaus genutzt? Wie wirkt sich die regelmäßige Nutzung auf die sozialen Beziehungen aus? Es soll also im Wesentlichen um die Faktoren Motivation, Nutzung und soziale Beziehungen gehen. Dazu haben wir sowohl aus der Forschungsliteratur, als auch aus eigener Beobachtung folgende Hypothesen aufgestellt:

1. Das Mehrgenerationenhaus verbessert die sozialen Kontakte des Nutzers.
2. Menschen mit zahlreichen sozialen Kontakten gehen eher in ein Mehrgenerationenhaus als kontaktarme Menschen.
3. Die Kommunikation mit anderen Menschen ist die wichtigste Motivation, ein Mehrgenerationenhaus aufzusuchen.
4. Je länger die Dauer der Nutzung, desto höher ist die Bedeutung des Mehrgenerationenhauses im Leben der Nutzer.
5. Menschen aus bildungsferneren Schichten nutzen das Mehrgenerationenhaus am häufigsten.
6. Nutzung und Engagement im Mehrgenerationenhaus finden eher durch ältere Menschen (60+) statt.

Anhand des sich im Anhang befindlichen Fragebogens haben wir diese Hypothesen untersucht und werden im Folgenden die Ergebnisse präsentieren. Zuvor erfolgt allerdings ein formaler Teil, in dem wir einen Überblick über den Forschungsstand und unser Forschungsdesign geben und auch zu unserem Untersuchungsgegenstand einige kurze Fakten darstellen.

2. Der Forschungsstand – Die Wirkungsforschung des Aktionsprogramms „MGH“

2.1 Die Ergebnisse der Wirkungsforschung

Parallel zum „Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser“, das im Jahr 2006 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend unter der Leitung von Ursula von der Leyen initiiert wurde, fand eine Wirkungsforschung des Aktionsprogramms „MGH“ statt. Die ersten Ergebnisse der Wirkungsforschung, die inzwischen auf etwas breitere wissenschaftliche Resonanz gestoßen sind, wurden im Mai 2008 publiziert und bilden im Prinzip den bisherigen Forschungsstand ab.

2.2 Datenerhebung und Forschung

Mit Blick auf die Datenerhebung verpflichtete das Bundesministerium die Mehrgenerationenhäuser zum einen zum „Selbstmonitoring“. Dabei stellen die Leiter bzw. die Administration der „MGHs“ halbjährlich Basisinformationen bzw. Rahmendaten zusammen, die von der Begleit- bzw. Wirkungsforschung ausgewertet werden. Diese Basisinformationen umfassen in erster Linie Angaben über die aktuellen Angebote, deren Nutzung, das Personal, den verfügbaren Raum und die Finanzierung. Darüber hinaus nehmen die einzelnen Häuser eine Bedarfsanalyse hinsichtlich der Angebote vor, geben Auskunft über Sponsorengruppen, deren Ansprache, die Kooperation mit lokalen Akteuren, bewerten ihre Zufriedenheit hinsichtlich der Unterstützung bzw. Förderung seitens des Aktionsprogramms und zeigen Bedarf auf.² Insofern dient das „Selbstmonitoring“ nicht nur der Wirkungsforschung sondern auch der permanenten Selbstevaluation und -reflexion der „MGHs“, sodass ständig Bedarfsanpassungen und somit Attraktivitätssteigerungen vorgenommen werden können. Die ersten drei „Monitoring-Messungen“ flossen in die Ergebnisse der Wirkungsforschung von 2008 ein.³ Zum anderen werden die Nutzer über qualitative Fallstudien in Form von Leitfadeninterviews und quantitative Onlinebefragungen, „Benchmarking“ genannt, befragt.

² www.mehrgenerationenhaeuser.de (Stand: 23.07.11, 17:11). (Siehe: Die Wirkungsforschung)

³ Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung im Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser, Berlin 2008, S. 3-13.

2.3 Die heterogene Landschaft der „Mehrgenerationenhäuser“

„Einer für alle, alle für einen“,⁴ „Starke Leistung für jedes Alter“⁵ oder auch „Jung lehrt Alt und Alt lehrt Jung“⁶ lassen sich u. a. unter dem Stichwort Leitgedanke bzw. Motto der „MGHs“ subsumieren. Ausgehend davon fällt nicht nur auf, dass nahezu jedes „MGH“ seinen eigenen Leitspruch hat, sondern auch, dass die Konzeption und die Schwerpunktsetzung der einzelnen „MGHs“ variieren.⁷

Angefangen damit, dass die Rahmenbedingungen, wie Träger, Kooperationspartner, sozio-kultureller Hintergrund der Besucher und deren Bedarf und Bedürfnisse, standortspezifisch sind und die „MGHs“ dezentral organisiert sind, bestehen Unterschiede zwischen „MGHs“ in ländlichen Regionen, Kleinstädten, Vororten und Großstädten.⁸ Gleichsam stoßen die „MGHs“ bereits von Stadtteil zu Stadtteil auf andere Probleme, Herausforderungen, Bedarfe und Bedürfnisse. Ein zweiter Aspekt betrifft die Geschichte der „MGHs“: Ein Großteil der Mehrgenerationenhäuser wurde nicht infolge des Aktionsprogramms gegründet, sondern hatte bereits eine Vorgeschichte als Bürgertreff, Seniorentreff oder Mütterzentrum.⁹ Infolgedessen orientieren sich die individuellen Konzepte und Strukturen dieser „MGHs“ oftmals noch stark am Vorgängermodell, hängen zum Teil vom Träger, wie z. B. den Kirchen, ab und sind in erheblichem Maße durch das freiwillige Engagement der jeweiligen Leiter, Initiatoren, Mitarbeiter und Helfer geprägt.¹⁰ Insgesamt gesehen lassen sich, so von der Wirkungsforschung durchgeführt, sechs Prototypen mit unterschiedlichen Angebotsschwerpunkten bilden: „Familienbildung plus“, „Familien-Mütterzentrum plus“, „Kirchengemeinde-Bürgertreff plus“, „Seniorenbildung-Seniorentreff plus“, „Eltern-Kind-Zentrum-Kita plus“ und „Schule-Sport-Kultur plus“.¹¹ Die Schwerpunktsetzung erfolgt hierbei, je nach Prototyp aber wiederum spezifisch auf die Bedarfslage zugeschnitten, entweder im Bereich der haushaltnahen Dienstleistungen und der Kinderbetreuung, bei den Bildungs- und Begegnungsangeboten oder im Feld Sport, Freizeit und offener Treff. Dementsprechend differenziert die Forschung folgende drei

⁴ DLZ-Leben: Mehrgenerationenhaus: Einer für alle, alle für einen, in: DLZ-Agrarmagazin: Die landwirtschaftliche Zeitschrift 62 (2011) H. 4, S. 162-165.

⁵ Niederfranke, Annette: Starke Leistung für jedes Alter: Die Idee „Mehrgenerationenhaus“, in: Füreinander da sein, miteinander handeln: warum die Generationen sich gegenseitig brauchen, Bd. 1, hrsg. v. Ursula von der Leyen, Freiburg i. Br. 2007, S. 89.

⁶ Klähn, Jürgen: Jung lehrt Alt und Alt lehrt Jung: Ländliches Soziokulturelles Zentrum als Mehrgenerationenhaus, in Kulturpolitische Mitteilungen: Zeitschrift für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V. 117 (2007) H. 2, S. 70.

⁷ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 13-15.

⁸ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 9.

⁹ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 14.

¹⁰ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 14.

¹¹ Abb. 2; Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 14.

Typen von „MGHs“: Das serviceorientierte, das begegnungsorientierte und das aktivitätsorientierte „MGH“. ¹²

2.4 Definition des Terminus „Mehrgenerationenhaus“

Der Terminus „Mehrgenerationenhaus“ ist, wie im Vorfeld angeklungen, diffus, mehrdeutig und führt leicht zu Irritationen und Missverständnissen. Wenngleich der Begriff auch mit Absicht an die traditionelle Großfamilie angelehnt ist, die mit drei oder vier Generationen unter einem Dach lebte, bezieht sich der Begriff nicht auf eine historische oder eine moderne mehrgenerative Wohnform. Stattdessen sind Mehrgenerationenhäuser, so das BMFSFJ, zentrale öffentliche Einrichtungen bzw. Anlaufstellen, wo sich Menschen jeden Lebensalters zusammenfinden. Darüber hinaus kennzeichnen alle Mehrgenerationenhäuser, dass sie Dienstleistungen und Angebote zur Entlastung von alltäglichen Aufgaben, zur Beratung, zur Unterstützung und zur Bewältigung von persönlichen Problemen zur Verfügung stellen würden. Außerdem seien die „MGHs“ Orte, wo freiwilliges Engagement und die Übernahme von Verantwortung möglich gemacht und gefördert werde. ¹³

2.5 Die Resultate der Studie

Die Resultate der Studie, die im Mai 2008 von der Wirkungsforschung im Auftrag des BMFSFJ veröffentlicht wurden, müssen stets kritisch hinterfragt werden, da das Aktionsprogramm „Mehrgenerationenhäuser“ zweifellos ein Prestigeobjekt der damaligen Bundesministerin Ursula von der Leyen war. Dennoch liefert die Wirkungsforschung Fakten, Entwicklungen, Prognosen und erste Erkenntnisse über die Zielerreichung bzw. eine Zwischenbilanz: Generell war 2008 zu konstatieren, dass bundesweit bereits über 500 „MGHs“ vom Bund gefördert wurden und diese flächendeckend disloziert waren. ¹⁴ Darüber hinaus ergab die Studie, dass 90000 Personen die Mehrgenerationenhäuser täglich nutzten und mehr als 50% der Nutzer bereits länger als ein Jahr aktiv am Leben im „MGH“ teilnehmen. Die Hauptgruppe der Nutzer stellen zwar die mittleren Erwachsenen zwischen 30 und 50 Jahren, doch werden die Mehrgenerationenhäuser nachweislich von allen Altersgruppen genutzt, sodass sie wohl auch für alle attraktiv sind. Insofern sind die

¹² Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 10, 13; www.mehrgenerationenhaeuser.de (Stand: 23.07.11, 17:11).

¹³ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 3-4, 8-9, 13; www.mehrgenerationenhaeuser.de (Stand: 23.07.11, 17:11).

¹⁴ DLZ-Leben, S. 164; Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, 3-4, 13; www.mehrgenerationenhaeuser.de (Stand: 23.07.11, 17:11).

„MGHs“, gemäß ihrem eigenen Anspruch wohl in der Tat ein Treffpunkt der Generationen, um Isolation und Anonymität entgegenzuwirken.¹⁵

Daran anknüpfend ermöglichen die „MGHs“ mit ihren Angeboten, so der Stand der Forschung, nicht nur Begegnung und Austausch auf Augenhöhe, sondern fördern damit auch gemeinsame Aktivitäten. Gleichwohl unterstützen die „MGHs“ alle Generationen mit ihren Dienstleistungen im Alltag und schaffen ein Klima, in dem alle voneinander lernen und profitieren können: Zum einen entlasten sie neben der jüngeren und älteren insbesondere die mittlere Generation, die im Berufsleben steht, wie z. B. durch den Bügelservice, den Wäschereidienst oder die „Leihmoma“ und integrieren damit im selben Zug die älteren Erwachsenen, Senioren und Hochbetagten in das soziale Miteinander. Zum anderen geben die „MGHs“ den Alten Raum, ihr Wissen und ihre Lebenserfahrung im „MGH“ interaktiv an die jüngere Generation weiterzugeben, während die Jüngeren ihrerseits ihre Fähigkeiten, wie z. B. den Umgang mit dem Internet, einbringen können.¹⁶

2.6 Kooperation, Ehrenamt und Freiwilligkeit als Grundpfeiler

Obwohl die organisatorische und finanzielle Komponente der „MGHs“ in dieser Arbeit als Exkurs zu bewerten ist, soll kurz darauf eingegangen werden. Mit Blick auf den ersten Aspekt arbeiteten 2008 ungefähr 15000 Mitarbeiter in den „MGHs“, wovon ein Teil freiwillig, d. h. fest angestellt, und ein Teil ehrenamtlich tätig war.¹⁷ Die Finanzierung der „MGHs“, die in den ersten Jahren des Aktionsprogramms zu einem großen Teil durch die jährlichen Bundeszuschüsse in Höhe von 40000€ sichergestellt wurde, liegt inzwischen auf breiteren Schultern.¹⁸ Nicht zuletzt, weil die Zuschüsse dieses Jahr, im Jahr 2011, auslaufen, kooperieren die meisten „MGHs“ mit den Kommunen, lokalen Vereinen, den Kirchen, werben um Patenschaften bei örtlichen Prominenten und Unternehmen oder verfügen direkt über einen Träger, wie die Kirchen, um die anfallenden Kosten zu decken.¹⁹ Infolgedessen sind und bleiben die Erfolgsfaktoren der „MGHs“ Verantwortung, Selbstidentifikation, Engagement, Authentizität und Nachfrageorientierung, um sich, wie intendiert, lokal unentbehrlich zu machen.²⁰

¹⁵ Abb. 3; Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 7-8, 10, 13, 16-17; Fünfter Bericht zur Lage der älteren Generation, S. 29; www.mehrgenerationenhaeuser.de (Stand: 23.07.11, 17:11).

¹⁶ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 7, 10, 15-21.

¹⁷ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 8, 22-28.

¹⁸ DLZ-Leben, S. 164. 200 Häuser wurden aus dem europäischen Sozialfonds kofinanziert.

¹⁹ DLZ-Leben, S. 164.

²⁰ Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung, S. 8-10, 22-28.

3. Operationalisierung

3.1 Ziel der Operationalisierung

Die wesentlichen Qualitätskriterien der Operationalisierung sind erstens Objektivität bzw. intersubjektive Nachvollziehbarkeit, zweitens Reliabilität und drittens Validität. Dahingehend soll im Folgenden anhand unseres angefügten schriftlichen Fragebogens erläutert werden, welche Indikatoren den einzelnen Variablen zugeordnet wurden.²¹

3.1 Das Erhebungsinstrument: Fragen, Variablen, Indikatoren und Items

Ausgehend davon, dass das Erhebungsinstrument vom Design, über die einleitenden Worte, bis hin zu der Anzahl, Reihenfolge und Formulierung der Fragen, den Antwortitems und der Skalierbarkeit einen langen Optimierungs- und Überarbeitungsprozess durchlaufen hat, ist der Fragebogen wie folgt aufgebaut: Einleitend wird das Thema der Studie, „*Soziale Kontakte im Mehrgenerationenhaus*“, und die dahinterstehende Institution, die HSU, vorgestellt, ein kurze Info zu unserer dortigen Tätigkeit vermittelt und auf die Kürze der benötigten Zeit zum Ausfüllen des Fragebogens hingewiesen. Damit wurde nicht nur die Seriosität der Erhebung zum Ausdruck gebracht und motiviert daran teilzunehmen, sondern auch eine potentielle Erwartungshaltung bei den Befragten vermieden, da weitere Informationen bewusst zurückbehalten wurden.²²

Ähnliches gilt für die Anzahl, Formulierung und Reihenfolge der zwölf themaspezifischen und acht biographischen Fragen, die im Vorfeld scharf diskutiert wurde: Die erste Frage, die die Freizeitaktivitäten der Nutzer des „MGHs“ erfasst, wurde als offene Frage formuliert und erfüllt den Zweck einer „Eisbrecherfrage“, um das Interesse der Befragten zu wecken. Die zweite Frage zielt auf die Variable „quantitative Nutzung“ ab und wird über den Indikator „Nutzungsdauer“ gemessen.²³ Daraufhin folgt die Erhebung der Variable „qualitative Nutzung“, die an der Nutzung der aufgelisteten Angebote des „MGHs“ „Nachbarschatz“ festzumachen ist. Währenddessen die quantitative und qualitative Nutzung intersubjektiv nachvollziehbar ist und eine Referenzgröße für die gesuchte Variable „soziale Kontakte“ darstellt, eruiert die vierte Frage die „subjektive Bewertung des „MGHs“, die Bedeutung des „MGHs“ „Nachbarschatz“ für die eigene

²¹ Schnell, Rainer u.a.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München 2008; S. 11, 328-229; Raithel, Jürgen: Quantitative Forschung: Ein Praxisbuch, Wiesbaden 2006, S. 26, 34-35, 42-47.

²² Erhebungsinstrument, S. 1. (siehe Anhang)

²³ Erhebungsinstrument, S. 1; Raithel, S. 34-37. Der Fachbegriff „Indikator“ wird hier mit dem kategorisierenden Terminus „Merkmalausprägung“, wie z. B. Lebensjahre oder männlich-weiblich, gleichgesetzt.

Lebensqualität und Zufriedenheit, und weist somit keinen objektiv greifbaren Indikator auf.²⁴ Nichtsdestotrotz wird diese Frage, die aufgrund ihrer Funktion als Kontrollfrage für die „Nutzung des „MGHs“ und die „sozialen Kontakte im „MGH“ am Anfang des Fragebogens steht, über die Erfassung von weiteren Referenzgrößen zugänglich. Dazu zählen neben der fünften Frage nach der „Motivation die Angebote im „MGH“ zu nutzen“ noch bedingt die zum Schluss erhobenen biographischen Daten: Geschlecht, Alter, Familienstand, Kinder, Schulabschluss, derzeitiger Wohnort, Tätigkeit und Beruf vor der etwaigen Pensionierung. Die Motivation wurde in Anknüpfung an die Wirkungsforschung mithilfe der schlüssigen vertikalen Antwortitems „Austausch“, „Begegnung“, „Partnersuche“, „Kontakte aufbauen“, „Weiterbildung“ und dem Feld „Sonstiges“ ermittelt, während die Erhebung der demographischen Daten anhand des Untersuchungsinteresses, der Zumutbarkeit und der Anonymität ausgerichtet wurde. Nichtsdestotrotz dienten die biographischen Fragen vornehmlich der Kategorisierung.²⁵

Die Fragen sechs bis zwölf sind mit Ausnahme von Frage zehn wiederum subjektive Einschätzungsfragen nach „Quantität und Qualität der eigenen sozialen Kontakte“, außerhalb und innerhalb des „MGHs“, vorher und nachher, sowie zur „eigenen Rolle in sozialen Gruppen“. Angefangen mit einer generellen „Beurteilung der Anzahl der persönlichen sozialen Kontakte an einem normalen Tag“ und einer Einschätzungsfrage nach der relativen „Häufigkeit dieser sozialen Kontakte“, folgt eine Evaluation der eigenen „Kontakthäufigkeit im „MGH“ nach Altersgruppen“. Zur Erfassung der thematisch ebenso relevanten Dauerhaftigkeit, Qualität und Fluktuation der sozialen Kontakte im „MGH“ wird im nächsten Schritt nach der „Pflege dieser sozialen Kontakte außerhalb des „MGHs““ gefragt. Zudem kommt unmittelbar daran anschließend eine Filterfrage bezüglich der „Häufigkeit solcher Kontakte“ zum Einsatz.²⁶

Gekoppelt an die „persönliche Bedeutung des „MGHs“, die in Frage vier ermittelt wird, eruiert Frage elf die subjektiv empfundene „Veränderung der sozialen Kontakte durch den Aufenthalt im „MGH“ und dient somit rückwirkend als Kontrollfrage. Die letzte themaspezifische Frage, die eine subjektive „Einschätzung der eigenen Rolle in sozialen Gruppen“ erfragt, soll hingegen analog zur ersten Frage Informationen über die jeweilige Persönlichkeitsstruktur liefern.²⁷

²⁴ Erhebungsinstrument, S. 1.

²⁵ Erhebungsinstrument, S. 2, 4; Raitzel, S. 35.

²⁶ Erhebungsinstrument, S. 2-3.

²⁷ Erhebungsinstrument, S. 3.

4. Konzeptualisierung

Max Weber definierte den Terminus „soziale Beziehungen“ in seinem Werk „Wirtschaft und Gesellschaft“ von 1922 wie folgt: *„Soziale Beziehung soll ein seinem Sinngehalt nach aufeinander gegenseitig eingestelltes und dadurch orientiertes Sichverhalten mehrerer heißen. Die soziale Beziehung besteht also durchaus und ganz ausschließlich: In der Chance, dass in einer sinnhaft angebbaren Art sozial gehandelt wird, einerlei zunächst: worauf diese Chance beruht“*.²⁸ Dementsprechend besteht eine „soziale Beziehung“ nach Max Weber immer aus zwei oder mehreren Personen und ist erst dann beendet, wenn es keine Chance mehr gibt, dass in ihrem Sinn gehandelt wird. Gleichsam bezieht sich der Begriff auf ein beiderseitig, aufeinander eingestelltes Handeln, dass seinem Sinngehalt nach nicht gleich sein muss, wechseln kann und niemals einem normativ richtigen oder metaphysisch wahren Sinn entspricht.²⁹ Historisch betrachtet löste dieser makrosoziologische Ansatz die bis dahin rein mikrosoziologische Interpretation des Begriffs ab, greift aber für Kleingruppenanalysen und individualistische Forschungsprojekte, wie diese Untersuchung, zu weit.³⁰

Aus diesem Grund wurde im Rahmen des anliegenden Erhebungsinstruments nicht etwa nach „sozialen Beziehungen“ sondern nach „sozialen Kontakten“ gefragt. Zur Präzisierung bzw. Definition des Begriffs soll in dieser Arbeit *„Sozialer Kontakt eine soziale Beziehung im Sinne Max Webers genannt werden, die, ob dauerhaften oder vorübergehenden Charakters, aktiv zwischen einer und anderen Personen auf informeller, persönlicher und/oder emotionaler Ebene besteht“*.³¹ Im Unterschied zum Terminus „soziale Beziehungen“, der nach dem Verständnis Max Webers auch soziale Gebilde, Institutionen und rein formelle politische, nationale und wirtschaftliche Beziehungen umfasst, impliziert der Begriff „soziale Kontakte“ lediglich Bekanntschaften, Freundschaften, Liebesbeziehungen oder familiäre Beziehungen.³² Abgeleitet vom lateinischen Wort „contactus“, das mit „Berührung“ zu übersetzen ist, sind ferner Brieffreundschaften oder Internetkontakte ausgeschlossen, während z. B. ein informelles Streitgespräch bzw. eine Grundsatzdiskussion mit dem Nachbarn als „sozialer Kontakt“ anzusehen ist.³³

²⁸ Hillmann, Karl-Heinz: Wörterbuch der Soziologie, Stuttgart 2007, S. 99-100; www.textlog.de/7294.html (Stand: 10.07.11, 20:25).

²⁹ www.textlog.de/7294.html (Stand: 10.07.11, 20:25).

³⁰ Hillmann, S. 99-100.

³¹ Hillmann, S. 11; www.textlog.de/7294.html (Stand: 10.07.11, 20:25).

³² www.textlog.de/7294.html (Stand: 10.07.11, 20:25).

³³ Hillmann, S. 451-452.

5. Forschungsdesign, Methoden, Forschungsansatz

Das Ziel, empirische Daten zu erheben, die es ermöglichen Aussagen über die Nutzer des „MGHs“ „Nachbarschatz“ in Eimsbüttel zu treffen, wurde mithilfe eines standardisierten Fragebogens mit teils offenen Fragen und mit einem quantitativen Ansatz realisiert. Überdies wurde zur Verifizierung bzw. Falsifizierung der Hypothesen und zur Untersuchung der leitenden Fragestellung ein Querschnittsdesign gewählt,³⁴ zumal mehrmalige Untersuchungen mit unterschiedlichen Personen in der gesetzten Zeitspanne und mit den verfügbaren Ressourcen nicht durchführbar gewesen wären. Nichtsdestotrotz folgte der Forschungsprozess nicht durchgehend dem linearen Modell, da sich bei der Entwicklung des Erhebungsinstruments, aufgrund des Pretests und beim Studium der Forschungsliteratur immer wieder neue Aspekte und Probleme herauskristallisiert haben, die partiell neue Hypothesen und Umformulierungen erforderlich machten.³⁵

Mit Blick auf den Typ der Datenerhebung fiel die Entscheidung auf ein experimentelles, exploratives Design, um sowohl die Nachteile der quantitativen Methode aufzuwiegen als auch die Vorteile der qualitativen Methode mit einfließen zu lassen. Insofern wurde im Rahmen des durchgeführten Feldexperiments zum einen das Verfahren der „Randomisierung“ angewandt, indem die Probanden zufällig zu einer Kontroll- bzw. Vergleichsgruppe, „erwachsene Nutzer des „MGHs“ „Nachbarschatz“, zugewiesen wurden. Und zum anderen stellt die daraus resultierende Individualuntersuchung mit Verweis auf die soeben benannte Zielgruppe bzw. den Untersuchungsgegenstand eine spezifische Fallstudie dar. Gleichsam handelt es sich hinsichtlich der Art der Stichprobenziehung um ein Quotensample, da die Variable „Alter“ analog zur oben vorgestellten Wirkungsforschung für die zentrale Fragestellung von wesentlichem Untersuchungsinteresse war.³⁶

Die Datenerfassung, Datenaufbereitung, Datenanalyse und Datenauswertung der 54 zurückerhaltenen Fragebögen erfolgte mithilfe des „Superior Performing Software Systems“, kurz SPSS. Dabei wurde überwiegend deskriptiv mit univariaten, bivariaten und multivariaten Verfahren gearbeitet: Erstens wurden Statistiken und Diagramme zur Häufigkeitsverteilung

³⁴ Bortz, Jürgen; Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg 2006, S. 565, Raithel, S. 38.

³⁵ Abb. 1; Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin 2010, 57-67; Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, Hamburg 2007, S.126-130; Schnell, S. 11, 211-215, 347-348.

³⁶ Schnell, S. 211-215, 223-229, 248-251, 280, 300-304.

erstellt, zweitens Kreuztabellen generiert sowie Korrelationen ermittelt und drittens, Varianzanalysen durchgeführt bzw. Signifikanzen geprüft.³⁷

6. Feldphase

Zu Beginn der Feldphase im März 2011 galt es insbesondere den Zugang zum Forschungsgegenstand herzustellen, was sich im Nachhinein als Herausforderung erweisen sollte. Obgleich zuerst das „MGH“ Hamburg Billstedt – Ev. Luth Kirchengemeinde in Schiffbek und Öjendorf im Zentrum unseres Untersuchungsinteresses stand, verfügten wir von Anfang an über eine Alternative, das „MGH“ „Nachbarschatz“ in Eimsbüttel. Zeitlich etwas versetzt schrieben wir beide Häuser per E-Mail an und erhielten vom „MGH“ HH Billstedt eine unmittelbare Absage, während das „MGH“ „Nachbarschatz“ um mehr Informationen über unser Forschungsprojekt bat. Es folgten E-Mails, Telefonate und eine persönliches Gespräch mit der Leiterin des „MGHs“ vor Ort. Im Zuge unseres ersten Besuchs gelang es uns jedoch nur eine Tasse Kaffee zu trinken, Eindrücke zu gewinnen und mit einigen Nutzern und Mitarbeitern des „MGHs“ ein paar kurze Gespräche zu führen, da die Leiterin, Frau Engels, kurzerhand an einer Beerdigung teilnehmen musste. Nichtsdestotrotz konnten wir Frau Engels beim zweiten Termin unser Projekt und unser Erhebungsinstrument präsentieren, während sie sich im Anschluss für etwaige Fragen unsererseits zur Verfügung stellte.

Die Datenerhebung erfolgte im Zeitraum vom 16.05.2011 bis zum 17.06.2011, nachdem wir unsere Fragebögen teils persönlich teils per Post eingereicht hatten. Abgesehen davon wurde im Vorfeld ein schriftlicher Pretest mit sechs Studenten der HSU durchgeführt, um eventuelle strukturelle Fehler oder Verständnisprobleme von vornherein zu beheben. Entgegen jeder Kritik erfüllten diese Testpersonen, die sich allesamt im Erwachsenenalter befanden, das einzig gesetzte Kriterium, zumal im Prinzip jeder ein potentieller Besucher des „MGHs“ „Nachbarschatz“ ist.

7. Beschreibung des Samples

Das „MGH“ „Nachbarschatz“ ging am 10. Mai 2007 aus dem Mütterzentrum Eimsbüttel e.V. hervor, das am 21. Juni 1989 auf Initiative von Dagmar Engels, Heike Bohla, Helene Hohmeyer, Anke Cornelius-Heide, Marianne Meyer-Puttitz und Hannelore Weskamp gegründet wurde. Die Intention der Gründerinnen war vor allem einen öffentlichen Raum

³⁷ Raithel, S. 28-29, Schnell, S. 8, 13-14.

für Mütter und ihre Kinder zu schaffen, um den besonderen Bedürfnissen und Interessen dieser Gruppe nicht nur einen Platz sondern auch eine Stimme einzuräumen. Die Finanzierung des Mütterzentrums wurde nach einigem Ringen mit den Behörden zunächst über Sondermittel der Bezirksversammlung Eimsbüttel und privaten Spenden sichergestellt. Ab September 1997 kamen sogenannte „Mütterzentrums-Aktien“ oder Patenschaften zur dauerhaften finanziellen Unterstützung hinzu, um die laufenden Kosten, wie z. B. die Miete, zu decken.³⁸

Seit dem Umzug des Mütterzentrums Eimsbüttel aus der Müggenkampstraße 16 in die Müggenkampstraße 30a im September 1995 verfügt das „MGH“ „Nachbarschatz“ bis heute über ein 500 Quadratmeter großes Haus. Obgleich sich der Raum dieser Immobilie auf drei Etagen und Keller verteilt, bietet es seither, ganz nach dem Selbstverständnis des „MGH“, Platz für *„Kinder, Mütter, Väter, Menschen verschiedener Nationalitäten und Generationen“*.³⁹ Ferner wurden zwischen 1998 und 2006 mehrere soziale Projekte, wie die „Notwohnung“ für Familien in Krisensituationen oder das präventive Frühförderprogramm für Kinder mit Migrationshintergrund gestartet. Hinzu kommen Caféstube, ehrenamtliches Engagement und die vielfältigen aktuellen Angebote, die das „MGH“ „Nachbarschatz“ seit 2007 zu einem Kompetenzzentrum für Menschen aller Generationen und Kulturen machen: Frisörstübchen, Wäschereidienst, Änderungsschneiderei, Malen und Zeichnen, Feierabend-Workshop, Theater der Generationen, Wellness-Massagen, Fitness für Frauen, Bingo, Spielenachmittag, Asiatisches Erlebniskochen, Offener Chor, Französischkurs, Deutschkurs, Computerkurs, Patchwork und Erzählen, Mittagstisch und Kinderbetreuung sollen nicht nur Treffpunkt, Begegnungsstätte, Weiterbildungsmöglichkeit, Arbeitsplatz und Ausweg für sozial Isolierte, Hilfsbedürftige, Migranten, Alte, Junge, Väter, Mütter bzw. jedermann sein, sondern auch die positiven Aspekte der Großfamilie innerhalb moderner Strukturen wiederbeleben.⁴⁰ Das „MGH“ in HH-Eimsbüttel will dementsprechend den intergenerationellen und interkulturellen Dialog befördern, Gemeinschaft erzeugen und unabhängig von sozialem Status bzw. Geschlecht, Bildung, Beruf und Herkunft Brücken bauen. Es erhebt somit ganz im Sinne des Konzeptes „MGH“ den Anspruch ein echter

³⁸ Müller, Rosita; Rohnstock, Katrin: Ein Haus voller Geschichten, 20 Jahre: Vom Mütterzentrum Hamburg-Eimsbüttel zum Mehrgenerationenhaus Nachbarschatz, Berlin 2009, S. 5-6, 85. Die Kinderbetreuung, der Cafédienst und die Sachkosten erzeugen ebenso Unkosten.

³⁹ Müller, S. 5-6, 91. Die Bedeutung des freiwilligen Engagements ist für die institutionell nicht abgesicherte Einrichtung „MGH“ „Nachbarschatz“ elementar wichtig.

⁴⁰ Müller, S. 6-7, 91; [www.mehrgenerationenhaeuser.de/Mehrgenerationenhaus Hamburg Eimsbüttel.html](http://www.mehrgenerationenhaeuser.de/Mehrgenerationenhaus_Hamburg_Eimsbuettel.html) (Stand: 23.06.11, 16:11). Es bietet Hilfe und Wege aus der Einsamkeit für ältere Alleinstehende in Zeiten des demographischen und sozialen Wandels.

„Nachbarschatz“ zu sein: Ein öffentlicher Treffpunkt mit einem familiären, weltoffenen, authentischen Flair, wo Begegnung, Interaktion, Austausch, Betreuung, Beratung, Bildung und Beschäftigung wider Einsamkeit, Isolation und Langeweile und ohne Berührungängste stattfinden kann.⁴¹

8. Ergebnisse

8.1 Nutzeranalyse

Die Grundlage für unsere Erhebung bilden ausschließlich Nutzer und Mitarbeiter des Mehrgenerationenhauses Nachbarschatz. Da dieses Mehrgenerationenhaus aufgrund seiner Entstehung ein Spezifikum darstellt und der Umfang der Stichprobe nicht über jenes hinausgeht, beanspruchen wir keine Repräsentativität.

Betrachtet man die Nutzer eingehender, so lässt sich feststellen, dass das Sample sowohl heterogene als auch homogene Züge aufweist. Wahrscheinlich dem Umstand geschuldet, dass das „MGH“ aus einem Mütterzentrum hervorgegangen ist, beträgt der Anteil der weiblichen Befragten 90,6% und ist damit sehr signifikant. Da dies bedeutet, dass nur fünf männliche Befragte 48 weiblichen gegenüber stehen, sparen wir uns jegliche Kreuztabellierung mit der Variable „Geschlecht“.⁴²

Entgegen unserer Erwartung, dass die Einrichtung eher von Alleinstehenden und sozial isolierteren Menschen genutzt wird, gaben mehr als die Hälfte der Befragten an, verheiratet zu sein (48,15%) bzw. in Partnerschaft zu leben (9,26%). Signifikant ist dabei der hohe Anteil der Verheirateten, der ebenfalls aus der vorherigen Nutzung als Mütterzentrum resultieren kann.⁴³

Eine eher heterogene Verteilung weist das Mehrgenerationenhaus auf, wenn wir die Nutzer nach ihrer Schulbildung aufschlüsseln. Fasst man Volks- und Hauptschulabschluss zusammen, so ergibt sich, dass 20,75% einen solchen aufweisen, 22,64% eine mittlere Reife besitzen, 18,87% ihre Fachhochschulreife und 16,98% ihr Abitur gemacht haben.⁴⁴ Ebenfalls 18,87% weisen ein abgeschlossenes Hochschulstudium auf. Damit muss unsere Hypothese

5. Menschen aus bildungsferneren Schichten nutzen das Mehrgenerationenhaus am häufigsten.

⁴¹ Müller, S. 84-85; [www.mehrgenerationenhaeuser.de/Mehrgenerationenhaus Hamburg Eimsbüttel.html](http://www.mehrgenerationenhaeuser.de/Mehrgenerationenhaus_Hamburg_Eimsbüttel.html) (Stand: 23.06.11, 16:11) ; www.nachbarschatz.de/(Stand: 23.06.11, 16:11).

⁴² Siehe Tabelle 1.

⁴³ Siehe Tabelle 2.

⁴⁴ Siehe Tabelle 3.

falsifiziert werden.

Dies muss auch mit Hypothese

6. *Nutzung und Engagement im Mehrgenerationenhaus findet eher durch ältere Menschen (60+) statt.*

geschehen, da mehr als die Hälfte der Nutzer der Altersgruppe von 30-49 angehören. Was hier besonders auffällt ist der nicht vorhandene Anteil an Nutzern oder Mitarbeitern im Alter von 18-29.⁴⁵ Wir können nur vermuten, dass dies an einem geringeren Anteil an Freizeit oder vielleicht auch an einer anderen Einstellung gegenüber Mehrgenerationenhäusern oder vergleichbaren sozialen Einrichtungen innerhalb dieser Altersgruppe liegt. Vielleicht weist aber auch der Stadtteil Eimsbüttel in dieser Hinsicht eine spezifische Altersstruktur auf.

Einen wichtigen Hinweis zur Persönlichkeitsstruktur der Nutzer bietet uns die Rolle, die nach eigener Einschätzung in einer sozialen Gruppe eingenommen wird. Zur Auswahl standen hier: „*Meinungsführer*“, „*Mitläufer*“, „*Team-Player*“, „*neutraler Beobachter*“, „*Zuhörer*“, „*Außenseiter*“, „*Individualist*“ und auch „*Sonstiges*“. Im Vorfeld muss hier allerdings erwähnt werden, dass nach der Rolle gefragt wurde, die man am ehesten einnimmt, sodass also nur eine Antwort zulässig gewesen wäre. Jedoch schienen viele Befragte dieses missverstanden zu haben und kreuzten mehrere Antworten an. Wir haben uns dafür entschieden, alle Möglichkeiten in die Datenmenge mit aufzunehmen, da es ja durchaus eine Vielzahl an Rollenerwartungen gibt, denen man gerecht werden muss, auch wenn sie vielleicht gegenläufiger Natur sind. *Robert K. Merton* erklärt diese Annahme mit dem „*Rollenset*“, womit jeder Mensch konfrontiert sei und woraus sogenannte „*Interrollenkonflikte*“ resultieren könnten.

Man kann feststellen, dass die relative Mehrheit (35,3%) sich als „*Team-Player*“ sieht, während nur 4,8% behaupten, „*Meinungsführer*“ zu sein. Den zweiten Platz belegen die „*Zuhörer*“ (17,6%), dicht gefolgt von den „*neutralen Beobachtern*“ und „*Individualisten*“ (14,3%). Als „*Mitläufer*“ sahen sich immerhin 10,3%.⁴⁶

Wir sind uns im Klaren darüber, dass „*Außenseiter*“ und „*Mitläufer*“ eine negative Konnotation enthalten, obwohl sie sich vom wahrgenommenen Verhalten vielleicht nicht vom „*Zuhörer*“ oder „*Individualisten*“ unterscheiden. Jedoch nutzten wir alle als Antwortmöglichkeiten, um die Rollenzuschreibung dem einen oder anderen zu erleichtern. Dass sich jedoch die Mehrheit eher als „*Team-Player*“ und nahezu niemand als

⁴⁵ Siehe Tabelle 4.

⁴⁶ Siehe Tabelle 5.

„Außenseiter“ fühlt, zeugt zum einen von der eher kommunikativen Persönlichkeitsstruktur der Nutzer des Mehrgenerationenhauses „Nachbarschatz“, aber auch von dessen offensichtlich integrativer Wirkung.

Wir können also festhalten, dass neun von zehn Befragten weiblich sind, davon mindestens jeder zweite in einer Beziehung lebt, der Altersgruppe 30-49 angehört und sich ca. ein Drittel als „Team-Player“ versteht.

8.2 Nutzung

Zu Beginn des Fragebogens wollten wir etwas über die Dauer der Nutzung der Einrichtungen des Mehrgenerationenhauses wissen. Folgende Häufigkeiten ergab die Auswertung differenziert nach den einzelnen Antwortmöglichkeiten: Lediglich 1,9% der Befragten nutzten das „MGH“ weniger als 3 Monate, 19,2% weniger als 6 Monate und 11,5% weniger als ein Jahr. Etwas mehr als zwei Drittel (67,3%) gaben an, das „MGH“ schon seit mehr als einem Jahr aufzusuchen.⁴⁷ Dies zeigt, dass Langzeitnutzer die Mehrheit der Besucher darstellen und bezugnehmend auf unsere Hypothese

1. Je länger die Dauer der Nutzung, desto höher ist die Bedeutung des Mehrgenerationenhauses im Leben der Nutzer.

müsste dies bedeuten, dass ebenfalls die Mehrheit der Nutzer dem „MGH“ eine hohe Bedeutung in ihrem Leben beimisst. Diese Annahme wird durch das Datenmaterial gestützt. Denn 60,3% gaben an, dass das „MGH“ für sie „sehr wichtig“ sei und immerhin 35,8% stufte dessen Bedeutung als „wichtig“ in ihrem Leben ein.⁴⁸

In Frage Drei unseres Fragebogens wurden die Probanden gefragt, ob sie die im Mehrgenerationenhaus angebotenen Kurse regelmäßig nutzen. Um hier die Häufigkeiten zu erfahren, mussten wir bei SPSS im Menü „Mehrfachantworten“ ein „Variablenset“ erstellen. Bei der Auswertung wurden allerdings nur die Häufigkeiten in Bezug auf die Ja-Antworten, bzw. auf die gültigen Fälle angegeben. Mit Hilfe der Syntax wurde hier eine Scheinvariable var3_18 erstellt, die rechnerisch auf die Gesamtzahl der Fälle schließen lässt. Die Zahlen zeigen, dass vor allem Dienstleistungen wie „Frisörstübchen“ (38,9%), „Wäschereidienst“ (27,8%) und die „Änderungsschneiderei“ (31,5%) häufig genutzt werden. Bei den Kursen ist das „asiatische Erlebniskochen“ mit 22,2% am beliebtesten. Zusätzlich hatten die Befragten die Möglichkeit, im Feld „Sonstiges“ weitere Aktivitäten

⁴⁷ Siehe Tabelle 6.

⁴⁸ Siehe Tabelle 7.

anzugeben. Hier ergab sich immerhin bei neun Befragten, dass der relativ günstige „Mittagstisch“ regelmäßig genutzt werde.

Kreuzt man nun die angebotenen Kurse und Dienstleistungen mit den verschiedenen Altersklassen, so könnte man vermuten, dass ältere Menschen eher Dienstleistungen wie z.B. den „Wäschereidienst“ nutzen. Jedoch tun dieses aus der Altersgruppe der 30-39-Jährigen 45,5%, während es bei den 60-69-Jährigen nur 16,7% sind und bei den 70-79-Jährigen sogar keiner. Allerdings nutzen ca. zwei Drittel der letzten Gruppe die „Änderungsschneiderei“ und das „Frisörstübchen“. Bei den 50-59-Jährigen finden „Computerkurs“ (40%) und „Spielenachmittag“ (60%) großen Anklang, während mehr als die Hälfte der 30-49-Jährigen ebenfalls eher die Dienstleistungen in Anspruch nimmt.⁴⁹

8.3 Soziale Kontakte

Schauen wir uns nun die Struktur der sozialen Kontakte der Nutzer näher an. Unsere Hypothese lautet dazu wie folgt:

1. Das Mehrgenerationenhaus verbessert die sozialen Kontakte des Nutzers.

Auf die Frage nach der Veränderung der sozialen Kontakte durch das Mehrgenerationenhaus antworteten 41,7% mit „eher mehr“ und sogar 29,2% mit „deutlich mehr“. 25% der Befragten beantworteten die Frage mit „unverändert“ und lediglich 2,1% haben sogar weniger Kontakte als vor der Nutzung. Insgesamt geben also mehr als zwei Drittel an, dass sich ihre sozialen Kontakte durch den Aufenthalt im Mehrgenerationenhaus vermehrt haben. Damit wird unsere erste Hypothese anhand des Datenmaterials gestützt.⁵⁰

Wir haben zusätzlich die angegebenen „Personenkontakte“ eines normalen Tages in verschiedene Gruppen eingeteilt. Die Einteilung erfolgte nach „Quartilen“, aus denen sich die Gruppen I (1-3 Personen = wenig Kontakte), II (4-5 Personen = eher weniger Kontakte), III (6-8 Personen = eher mehr Kontakte) und IV (mehr als 8 Personen = viele Kontakte) ergeben. Diese Angaben beruhen auf der Vorgabe, die Kontakte im Mehrgenerationenhaus und Alltagsgänge wie Arztbesuche oder Behördengänge auszuklammern.⁵¹ Setzt man die „Personenkontakte“ in Beziehung mit der „Bedeutung des Mehrgenerationenhauses“, so erkennt man, dass die Gruppe III hierbei dem Mehrgenerationenhaus mit 71% die größte Bedeutung zumisst. Daraus erhärtet sich unser

⁴⁹ Siehe Tabelle 8.

⁵⁰ Siehe Tabelle 9.

⁵¹ Siehe Tabelle 10.

Verdacht, dass Menschen, die sowieso schon mehrere soziale Kontakte haben, eher ein Mehrgenerationenhaus aufsuchen, bzw. diesem eine größere Bedeutung beimessen.⁵²

Einen tieferen Einblick jedoch gewinnt man, wenn man als Schichtvariable die „Selbstbewertung der sozialen Kontakte“ einfügt. Diejenigen, die angaben, sehr viele soziale Kontakte zu haben, gaben in den Gruppen I-III auch zu 100% an, dass ihnen das Mehrgenerationenhaus sehr wichtig sei. Die Gruppe IV hingegen, die außerhalb des Mehrgenerationenhauses eigentlich die meisten zählbaren Kontakte aufweist, sind in dieser Konstellation nur mit 41,9% vertreten. Das bedeutet, dass vor allem die Gruppen mit eher wenigen bis durchschnittlichen sozialen Kontakten im Wesentlichen ihre Beziehungen im Mehrgenerationenhaus pflegen und ihm deshalb auch eine höhere Bedeutung beimessen.⁵³

Setzt man als Schichtvariable die wahrgenommene „Veränderung der sozialen Kontakte“ ein, finden wir bei nahezu allen Befragten, die „deutlich mehr“ angaben, dass davon bei Gruppe I, III und IV 100% das Mehrgenerationenhaus als „sehr wichtig“ einstufen. Hingegen taten dies bei der Angabe „unverändert“ nur 51,5% der Gruppe II, keiner der Gruppe 3 und nur 35,7% der Gruppe IV. Hieraus lässt sich ableiten, dass die Einstufung der Bedeutung des Mehrgenerationenhauses mit der Veränderung der sozialen Kontakte positiv korreliert. Diese Annahme trifft anscheinend auf alle Gruppen mehr oder weniger zu.⁵⁴

Wirft man nun einen Blick auf die Frage, ob man sich mit Bekannten oder Freunden über das Mehrgenerationenhaus hinaus trifft, so ist dies anscheinend recht selten der Fall. Nur 12,8% der Befragten gaben an, dies „relativ häufig“ zu tun, während 41,5% „ja, ab und zu“ angaben. 19,1% antworteten mit „ja, aber eher selten“ und 26,6% mit „nein“.⁵⁵ Kreuztabelliert man dies mit der angegebenen Häufigkeit dieser Treffen, so scheinen dies aus der Gruppe „ja, relativ häufig“ immerhin 29,2% täglich zu tun, aber jeder mindestens einmal im Monat.⁵⁶

Dies lässt sowohl die Vermutung zu, dass die freundschaftliche Bindung, die das Mehrgenerationenhaus schafft, nur sehr oberflächlich ist, oder, dass man es aus praktischen Gründen als Ort der Begegnung und Treffpunkt mit Freunden immer wieder aufsucht, weshalb die Notwendigkeit eines Treffens außerhalb entfällt. Nimmt man die ebengenannte Kreuztabelle zusammen mit der Bedeutung und der Bewertung der Veränderung der sozialen Kontakte, so muss man wohl letzterer Vermutung zustimmen.

⁵² Siehe Tabelle 11.

⁵³ Siehe Tabelle 12.

⁵⁴ Siehe Tabelle 13.

⁵⁵ Siehe Tabelle 14.

⁵⁶ Siehe Tabelle 15.

Widmen wir uns nun noch der Frage zu, inwiefern die einzelnen Altersgruppen untereinander Kontakt haben, um zu erfahren, ob das Mehrgenerationenhaus „Nachbarschatz“ auch wirklich seiner Aufgabe vom Austausch der Generationen nachkommt. Hierzu stellten wir folgende Frage: *„Zu welcher Altersgruppe haben Sie wie viel Kontakt?“*

Die Antwortmöglichkeiten wurden auf zwei verringert, indem *„kein Kontakt“* und *„eher weniger Kontakt“* sowie *„eher mehr Kontakt“* und *„viel Kontakt“* zusammengefasst wurden. Daraus ergeben sich folgende Werte:

Beginnen wir mit der Gruppe der Senioren 60 und älter, so muss man feststellen, dass die 60-79-Jährigen den meisten Kontakt (66,7%) mit diesen haben, immerhin aber auch 54,5% der 30-39-Jährigen.⁵⁷

Mit den Erwachsenen 30-59 habe alle 30-39-Jährigen und 50-59-Jährigen viel Kontakt und immerhin noch 50% der 70-79-Jährigen. Sie bilden somit wahrscheinlich die tragende Schicht des Mehrgenerationenhauses und fungieren als Mittler zwischen den unterschiedlichen Altersgruppen. Mit einem „standardisierten Residuum“ von 4,6 sind die 50% der 70-79-Jährigen, die keinen oder nur wenig Kontakt mit den 30-59-Jährigen haben, signifikant.⁵⁸

Mit 18-29-Jährigen scheinen nur 20% der 70-79-Jährigen mehr Kontakt zu haben, dafür aber 85,7% der 50-59-Jährigen, was signifikant ist. Dies trifft ebenfalls auf alle 60-69-Jährigen, die nahezu keinen Kontakt zu dieser Gruppe aufweisen. Hier scheint der Austausch der Generationen nicht auf allen Ebenen zu gelingen. Allerdings kann dieses auch auf die Unterrepräsentanz der Gruppe der 18-29-Jährigen im Mehrgenerationenhaus „Nachbarschatz“ zurückzuführen sein.⁵⁹

Mit Jugendlichen im Alter von 12-17 haben 44,4% der 30-39-Jährigen viel Kontakt, was dann aber mit aufsteigendem Alter abzunehmen scheint. Gerade hier zeigt sich, dass noch Annäherungspotential zwischen den unterschiedlichen Generationen vorhanden ist.⁶⁰

Mit 88,9% haben die 30-39-Jährigen signifikant viel Kontakt zu Kindern von 4-11. Dagegen sind die 80% der 70-79-Jährigen, die fast keinen Kontakt zu Kindern haben, ebenso signifikant. Auch hier zeigt sich der abnehmende Kontakt mit zunehmendem Alter.⁶¹

⁵⁷ Siehe Tabelle 16.

⁵⁸ Siehe Tabelle 17.

⁵⁹ Siehe Tabelle 18.

⁶⁰ Siehe Tabelle 19.

⁶¹ Siehe Tabelle 20.

Bei Kleinkindern im Alter von 1-3 kann man erkennen, dass wieder die Gruppe der 30-39-Jährigen den meisten Kontakt hat, jedoch in dieser Kategorie auch immerhin die Hälfte aller 70-79-Jährigen vertreten ist. Daraus kann man schließen, dass die ältesten Nutzer des Mehrgenerationenhauses „Nachbarschatz“ wahrscheinlich aktiv in die Betreuung von Kleinkindern mit einbezogen werden.⁶²

8.4 Motivation

Um etwas über die Motivationen der Befragten, ein Mehrgenerationenhaus aufzusuchen, zu erfahren, gaben wir verschiedene Antwortmöglichkeiten vor. Diese lauteten: *„Kann mich mit anderen austauschen/erzählen“*, *„Treffen Gleichgesinnte, die ähnliche Interessen und Hobbies haben“*, *„Bin geschieden, verwitwet oder ohne Partner und schaue mich nochmals nach einem Partner um“*, *„Versuche Leute kennenzulernen, um neue Freundschaften zu knüpfen“*, *„Ich möchte mich weiterbilden und/oder meine Fähigkeiten durch die angebotenen Kurse verbessern“*. Die Auswertung zeigt, dass der Wunsch, sich auszutauschen bei mehr als der Hälfte der Befragten (52%) eine *„sehr wichtige“* und immerhin bei 42% eine *„eher wichtige“* Rolle spielt. Auch der Wunsch, neue Freundschaften zu knüpfen, wurde von der Hälfte der Befragten als *„eher wichtig“* eingestuft. Hingegen bewerteten deutlich mehr als zwei Drittel (78,13%) den Aspekt der Partnersuche als unwichtig.⁶³

Ebenfalls konnten zusätzliche Motivationen im Feld *„Sonstiges“* eingetragen werden. Hier ergab sich eine weitere Auffächerung des Spektrums. Angeführt wurden z.B. die größere Flexibilität im Gegensatz zu öffentlichen Einrichtungen, die Kinderbetreuung und schließlich auch das günstige Mittagessen in angenehmer Atmosphäre.

Somit kann unsere Hypothese

3. *Die Kommunikation mit anderen Menschen ist die wichtigste Motivation, ein Mehrgenerationenhaus aufzusuchen.*

gestützt werden.

Setzt man die verschiedenen Motive in Korrelation zu den Altersgruppen, so lässt sich für die Motivation *„kann mich austauschen“* sagen, dass vor allem die Altersgruppe der 70-79-Jährigen mit 66,7% jene als sehr wichtig einstuft. Ebenfalls scheint dieser Altersgruppe das Treffen von Gleichgesinnten mit ähnlichen Interessen und Hobbies sehr wichtig zu

⁶² Siehe Tabelle 21.

⁶³ Siehe Tabellen 22.1-22.3.

sein (66,7%).⁶⁴ Völlig unwichtig ist ihr allerdings die Suche nach neuen Partnern (100%), was bei den anderen Gruppen zwar nicht in dieser Deutlichkeit aber auch mehrheitlich der Fall ist.⁶⁵

Der Wunsch, neue Freundschaften zu knüpfen, ist mit 62,5% in der Gruppe der 50-59-Jährigen am höchsten, die jenen als eher wichtig einstufen. Das Item „*sehr wichtig*“ führen in dieser Kategorie aber auch wieder die 70-79-Jährigen mit genau einem Drittel an.⁶⁶

Die Verbesserung der Fähigkeiten durch angebotene Kurse scheint hingegen eher eine Motivation der unteren Altersgruppen zu sein. So geben dies die Hälfte aller 40-49-Jährigen für das Item „*eher wichtig*“ an. 28,6% derselben Gruppe stufen dieses Motiv sogar als „*sehr wichtig*“ ein und bilden damit die relative Mehrheit.⁶⁷

Setzt man nun die Motive in Beziehung mit der Selbstbewertung der sozialen Kontakte, so kann man sehen, dass Befragte, die diese als zahlreich bewerteten mit 71,1% auch die Antwort „*sehr wichtig*“ in der Kategorie „*kann mich mit anderen austauschen/erzählen*“ angekreuzt haben. Weiterhin fällt auf, dass 20% derjenigen, die ihre sozialen Kontakte als „*eher wenig*“ eingestuft haben, die Partnersuche als „*eher wichtig*“ ansehen, womit sie eine deutliche Mehrheit bilden.⁶⁸

Beim Motiv „*Freundschaften knüpfen*“ sind wiederum 89,5% der Befragten mit sehr vielen sozialen Kontakten der Meinung, dass jenes „*eher wichtig*“ oder auch „*sehr wichtig*“ sei.⁶⁹

Insgesamt kann also festgehalten werden, dass diejenigen Probanden, die bereits viele soziale Kontakte besitzen, die kommunikativen Motive eher als wichtig bewerten, woraus man eine generelle Affinität zum Umgang mit anderen Menschen in der Persönlichkeitsstruktur ableiten kann. Dies würde also für unsere These

2. Menschen mit zahlreichen sozialen Kontakten gehen eher in ein Mehrgenerationenhaus als kontaktarme Menschen.

unterstützen.

Leider konnte bei den bisherigen Kreuztabellen dieses Abschnitts kein „Signifikanztest“ durchgeführt werden, da in mehr als 20% der Felder die erwartete Häufigkeit unter 5 liegt und somit die Voraussetzungen für einen „Chi-Quadrat-Test“ nicht erfüllt sind.

⁶⁴ Siehe Tabelle 23.

⁶⁵ Siehe Tabelle 24.

⁶⁶ Siehe Tabelle 25.

⁶⁷ Siehe Tabelle 26.

⁶⁸ Siehe Tabelle 27.

⁶⁹ Siehe Tabelle 28.

Für die Kreuztabellierung vom Motiv *„Ich möchte mich weiterbilden und/oder meine Fähigkeiten durch die angebotenen Kurse verbessern“* und der Selbstbewertung der sozialen Kontakte allerdings ergeben sich gültige Voraussetzungen für einen „Chi-Quadrat-Test“ und es lassen sich in folgenden Feldern „standardisierte Residuen“ > 2 feststellen: 29% derjenigen mit vielen sozialen Kontakten geben an, dass ihnen die Verbesserung ihrer Fähigkeiten durch die angebotenen Kurse unwichtig ist und sogar 64,7% derjenigen mit wenigen sozialen Kontakten, ist dieses Motiv eher weniger wichtig. Währenddessen stufen 62,5% der Befragten mit sehr vielen sozialen Kontakten die Verbesserung ihrer Fähigkeiten als *„eher wichtig“* ein, was ebenfalls signifikant ist.⁷⁰

Eine weitere Beziehung lässt sich zwischen der Motivation und der gefühlten Veränderung der sozialen Kontakte durch das Mehrgenerationenhaus feststellen. 91,5% der Gruppe, die den *„Austausch“* als sehr wichtiges Motiv angegeben haben, bewerten auch die Veränderung ihrer sozialen Kontakte als *„deutlich mehr“*, wohingegen nur 4,3% derjenigen, denen dieses Motiv eher unbedeutend war, dieselbe Aussage getätigt haben. Eine ähnliche Aussage lässt sich in Bezug auf die *„ähnlichen Interessen“* und die *„neuen Freundschaften“* treffen. Entsprechend weniger sind es im Falle der Gruppe, die die *„Verbesserung der Fähigkeiten“* als sehr wichtig angekreuzt haben. Hier sind es lediglich 34,1%, die deutlich mehr soziale Kontakte aufweisen. Alle Befragten, die die *„Verbesserung der Fähigkeiten“* als eher wichtig angeführt haben, gaben sogar an, dass sich ihre sozialen Kontakte verringert haben.⁷¹

Die Kreuztabelle zwischen der geschätzten Rolle innerhalb einer Gruppe und der Motivation ergibt folgendes: Während sich mit 37,6% die meisten derjenigen, die den *„Austausch“* als *„sehr wichtig“* eingestuft haben, sich als *„Team-Player“* empfinden, schätzen sich 77,8%, die dieses Motiv als *„eher unbedeutend“* angeben, als *„neutraler Beobachter“* ein. Auch dies ist ein Hinweis auf die oben angesprochene Affinität zur Kommunikation sein.⁷²

9. Schlussfolgerungen

*„Ein Haus voller Geschichten“*⁷³, so lautet der Leitspruch des Mehrgenerationenhauses *„Nachbarschatz“*.

⁷⁰ Siehe Tabelle 29.

⁷¹ Siehe Tabelle 30.1 – 30.5.

⁷² Siehe Tabelle 31.

⁷³ Müller, S. 1.

Dieser deutet schon an, um welchen Typ Mehrgenerationenhaus es sich handelt: nämlich um den Begegnungsorientierten, dessen integrative Wirkung sich insbesondere durch das Rollenverständnis der relativen Mehrheit der Nutzer als „*Team-Player*“ zeigt.

Die Hauptnutzergruppe liegt mit Masse im Bereich der 30-49-Jährigen und deckt sich somit mit dem Ergebnis der Wirkungsforschung. Selbiges ist auch bei der Vorgeschichte der Fall. Denn durch die Tatsache, dass das „MGH“ „Nachbarschatz“ aus einem Mütterzentrum hervorgegangen ist und immer noch einen deutlichen Frauenüberschuss aufweist, können wir diese Einrichtung dem Prototypen „Familien-Mütterzentrum plus“ zuordnen.

Ebenfalls dem Forschungsstand entsprechend wird anhand der Ergebnisse deutlich, dass mehr als die Hälfte der Befragten länger als ein Jahr das Mehrgenerationenhaus nutzen. Insofern kann hier von Langzeitnutzern gesprochen werden. Überdies kann aufgrund der vorgestellten Resultate von einer hohen Bedeutung des Mehrgenerationenhauses im Leben der einzelnen Nutzer ausgegangen werden.

Das Mehrgenerationenhaus „Nachbarschatz“ bietet Dienstleistungen, wie Wäschereidienst, Änderungsschneiderei oder Kinderbetreuung kostengünstig an, um Menschen, die im Berufsleben stehen, zu entlasten und gleichzeitig älteren Menschen oder Arbeitssuchenden eine Beschäftigung zu ermöglichen, sodass Synergien entstehen.

Die Motive, ein Mehrgenerationenhaus aufzusuchen, bestehen laut Forschungsstand darin, der Isolation und der Anonymität zu entkommen, im Alltag entlastet zu werden und vor allen Dingen, Kontakte zu knüpfen und Kommunikation zu betreiben.

Insbesondere für den Aspekt der Kommunikation konnte dies durch unsere Untersuchungen nachgewiesen werden. Dabei zeigt sich jedoch, dass dafür in vielen Fällen eine gewisse Affinität zur Kommunikation nötig ist, die also schon vor der Nutzung des Mehrgenerationenhauses für häufige soziale Kontakte gesorgt haben muss.

Insgesamt ist also zu konstatieren, dass die Bewertung der Bedeutung des Mehrgenerationenhauses mit der Veränderung der sozialen Kontakte positiv korreliert. Damit haben unsere zwei Kontrollfragen für die Variable „Soziale Kontakte vorher und nachher“ gegriffen. Gleiches gilt für unsere drei Referenzfragen, wie die Korrelation zwischen Nutzung, Motivation und sozialen Kontakten ergeben hat.⁷⁴

Auch wenn der Austausch der Generationen nicht auf allen Ebenen gelingt, kann man doch sehen, dass beispielsweise die ältesten Nutzer in die Betreuung von Kleinkindern aktiv

⁷⁴ Erhebungsinstrument, S. 1-3. Kontrollfragen: Frage vier und elf; Referenzfragen: Frage zwei, drei und fünf.

eingebunden sind und die Hauptgruppe der 30-39-Jährigen nahezu mit jeder anderen Altersgruppe Kontakt hat und somit eine Mittlerfunktion übernimmt.

Zusammengenommen hat die Erhebung also unsere leitende Hypothese, dass das Mehrgenerationenhaus die sozialen Kontakte des Nutzers verbessert, belegt.

10. Quellenverzeichnis

Ausgewertete Fragebögen („MGH“ „Nachbarschatz“, in HH-Eimsbüttel).

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung im Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser, Berlin 2008.

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Fünfter Bericht zur Lage der älteren Generation in der BRD, Berlin 2005.

11. Literaturverzeichnis

Atteslander, Peter: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin 2010.

Bortz, Jürgen; Döring, Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg 2006.

DLZ-Leben: Mehrgenerationenhaus: Einer für alle, alle für einen, in: DLZ-Agrarmagazin: Die landwirtschaftliche Zeitschrift 62 (2011) H. 4, S. 162-165.

Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, Hamburg 2007.

Hillmann, Karl-Heinz: Wörterbuch der Soziologie, Stuttgart 2007.

Kelle, Udo: Alter und Altern, in: Handbuch Soziologie, Bd. 1, hrsg. v. Nina Bauer; Hermann Korte; Martina Löw; Markus Schroer, Wiesbaden 2008, S. 11-32.

Klähn, Jürgen: Jung lehrt Alt und Alt lehrt Jung: Ländliches Soziokulturelles Zentrum als Mehrgenerationenhaus, in Kulturpolitische Mitteilungen: Zeitschrift für Kulturpolitik der Kulturpolitischen Gesellschaft e. V. 117 (2007) H. 2, S. 70.

Müller, Rosita; Rohnstock, Katrin: Ein Haus voller Geschichten, 20 Jahre: Vom Mütterzentrum Hamburg-Eimsbüttel zum Mehrgenerationenhaus Nachbarschatz, Berlin 2009.

Niederfranke, Annette: Starke Leistung für jedes Alter: Die Idee „Mehrgenerationenhaus“, in: Füreinander da sein, miteinander handeln: warum die Generationen sich gegenseitig brauchen, Bd. 1, hrsg. v. Ursula von der Leyen, Freiburg i. Br. 2007, S. 89-97.

Raithel, Jürgen: Quantitative Forschung: Ein Praxisbuch, Wiesbaden 2006.

Schnell, Rainer u.a.: Methoden der empirischen Sozialforschung, München 2008.

12. Internetquellenverzeichnis

[www.mehrgenerationenhaeuser.de/Mehrgenerationenhaus Hamburg Eimsbüttel.html](http://www.mehrgenerationenhaeuser.de/Mehrgenerationenhaus_Hamburg_Eimsbüttel.html)
(Stand: 23.06.11, 16:11).

www.Nachbarschatz.de/ (Stand: 23.06.11, 16:11).

www.textlog.de/7294.html (Stand: 10.07.11, 20:25).

www.mehrgenerationenhaeuser.de (Stand: 23.07.11, 17:11).

13. Anhang

Abb. 1: Flick, Uwe: Qualitative Sozialforschung: Eine Einführung, Hamburg 2007, S.128.

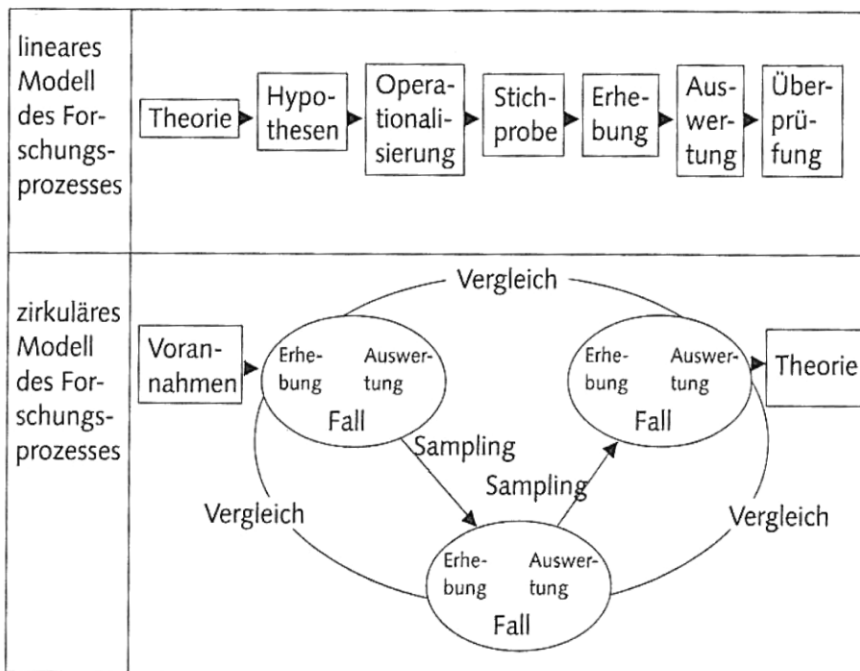
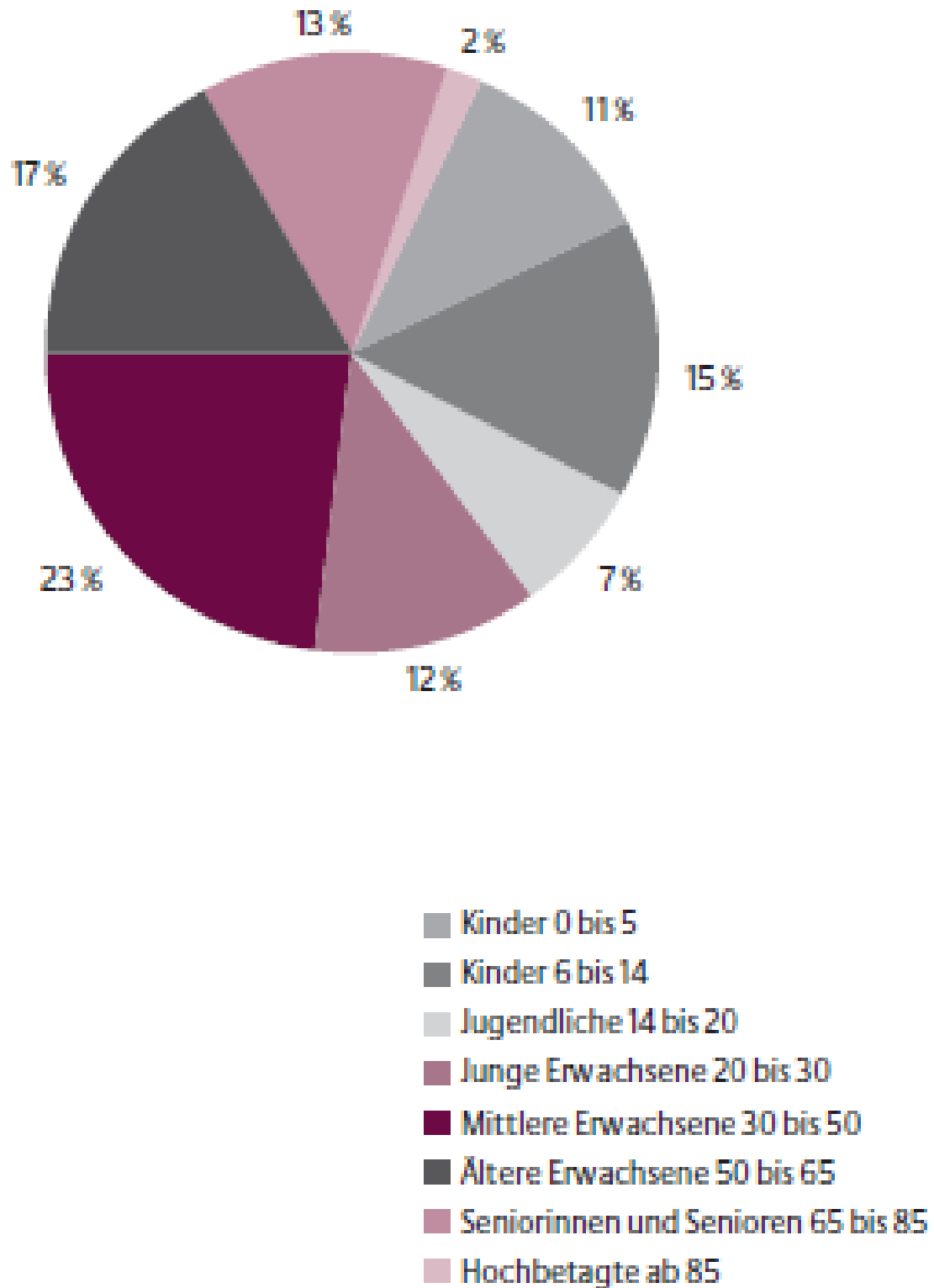


Abbildung 4.1: Prozessmodelle und Theorie

Abb. 2: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung im Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser, Berlin 2008, S. 14.

Prototypen	Anteil im Aktionsprogramm
Familienbildung plus	24%
Familien-Mütterzentrum plus	21%
Kirchengemeinde-Bürgertreff plus	20%
Seniorenbildung-Seniorentreff plus	14%
Eltern-Kind-Zentrum-Kita plus	12%
Schule-Sport-Kultur plus	9%

Abb. 3: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend: Erste Ergebnisse der Wirkungsforschung im Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser, Berlin 2008, S. 17.



Erhebungsinstrument: Seite 1

Befragung zu sozialen Kontakten im Mehrgenerationenhaus



Sehr geehrte Damen und Herren,
wir sind Studenten der Geschichtswissenschaft und Soziologie an der Helmut-Schmidt-Universität hier in Hamburg und führen eine Studie zum Themenkomplex "Soziale Kontakte im Mehrgenerationenhaus" durch. Wir möchten Sie daher bitten, diesen kurzen Fragebogen nach bestem Wissen und Gewissen auszufüllen. Es wird ca. 5-10 min Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Dafür schon einmal vielen Dank im Voraus!

Welchen Freizeitaktivitäten gehen Sie nach?

(Bitte geben Sie maximal 3 Stichworte an)

Wie lange nutzen Sie die Einrichtungen des Mehrgenerationenhauses bereits?

- a weniger als einen Monat d mehr als 6 Monate
b mehr als einen Monat e mehr als 1 Jahr
c mehr als 3 Monate

Welche Angebote oder Dienstleistungen nutzen Sie wie häufig?

- | | |
|---|--|
| A <input type="checkbox"/> Frisörstübchen | J <input type="checkbox"/> Offener Chor |
| B <input type="checkbox"/> Wäschereidienst | K <input type="checkbox"/> Französischkurs |
| C <input type="checkbox"/> Änderungsschneiderei | L <input type="checkbox"/> Deutschkurs |
| D <input type="checkbox"/> Malen und Zeichnen | M <input type="checkbox"/> Computerkurs |
| E <input type="checkbox"/> Feierabend-Workshop | N <input type="checkbox"/> Spielenachmittag |
| F <input type="checkbox"/> Theater der Generationen | O <input type="checkbox"/> Bingo |
| G <input type="checkbox"/> Wellness-Massagen | P <input type="checkbox"/> Patchwork und Erzählen |
| H <input type="checkbox"/> Fitness für Frauen | Q <input type="checkbox"/> Sonstiges: <input type="text"/> |
| I <input type="checkbox"/> Asiatisches Erlebniskochen | |

Was bedeutet bzw. wie wichtig ist das Mehrgenerationenhaus für Sie?

- a sehr wichtig c weniger wichtig e weiß nicht
b wichtig d unwichtig

Erhebungsinstrument: Seite 2

Befragung zu sozialen Kontakten im Mehrgenerationenhaus Seite 2



Was schätzen Sie an dem Mehrgenerationenhaus bzw. was motiviert Sie die Angebote im Mehrgenerationenhaus für sich in Anspruch zu nehmen? Für wie wichtig halten Sie die einzelnen Aspekte?

(Bitte kreuzen Sie die einzelnen Aussagen nach ihrer Wichtigkeit für Sie an)

	unwichtig	eher weniger wichtig	eher wichtig	sehr wichtig
Kann mich mit anderen austauschen/ erzählen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Treffe Gleichgesinnte, die ähnliche Interessen und Hobbys haben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bin geschieden, verwitwet oder ohne Partner und schaue mich nochmals nach einem Partner um	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Versuche Leute kennenzulernen, um neue Freundschaften zu knüpfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich möchte mich weiterbilden und/oder meine Fähigkeiten durch die Angebotenen Kurse verbessern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sonstiges:

(Hier können Sie zusätzliche Aspekte, die Ihnen wichtig erscheinen, ergänzen)

Erhebungsinstrument: Seite 3

Befragung zu sozialen Kontakten im Mehrgenerationenhaus Seite 3



Zu wie vielen verschiedenen Personen hatten Sie in den letzten 3 Tagen PRIVATEN Kontakt?

(Eine Schätzung ist völlig ausreichend)

Zu welcher Altersgruppe haben Sie wie viel Kontakt?

(Bitte kreuzen Sie die entsprechende Häufigkeit an)

	kein Kontakt	eher weniger Kontakt	eher mehr Kontakt	viel Kontakt
Senioren 60+	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erwachsene 30-59	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erwachsene 18-29	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jugendliche 12-17	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinder 4-11	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kleinkinder 1-3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Treffen Sie sich mit ihren Bekannten und Freunden, die Sie über das Mehrgenerationenhaus kennen gelernt haben, auch außerhalb der Kurse und Angebote?

a Ja b Nein

Wenn ja: Wie oft?

a weniger als 1x im Monat c mehr als 1x pro Woche

b mehr als 1x im Monat d täglich

Wie haben sich Ihre sozialen Kontakte durch Ihren Aufenthalt im Mehrgenerationenhaus verändert?

a deutlich weniger c unverändert e deutlich mehr

b weniger d eher mehr f weiß nicht

Welche Rolle innerhalb einer Gruppe nehmen Sie nach Ihrer eigenen Einschätzung am ehesten ein?

a Meinungsführer d neutraler Beobachter g Individualist

b Mitläufer e Zuhörer h Sonstiges:

c Team-Player f Außenseiter

Erhebungsinstrument: Seite 4

Befragung zu sozialen Kontakten im Mehrgenerationenhaus Seite 4



Abschließend noch einige Fragen zu Ihrer Person:

Geschlecht

a männlich b weiblich

Alter

Familienstand

a verheiratet b ledig c verwitwet d geschieden

Kinder

a ja b nein

Schulbildung

a Hauptschule d Gymnasium g Sonstiges:
b Volksschule e Fachhochschule
c Realschule f Universität

Geburtsort

Tätigkeit

a im Berufsleben b Pensionär/ Rentner c Sonstiges:

Wenn Sie (b) angekreuzt haben: Welcher Beruf wurde vor der Rente/Pensionierung ausgeübt?

*Sehr geehrte/r Befragte/r,
vielen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben! Sollten Sie an den Ergebnissen dieser Umfrage interessiert sein, können Sie uns gerne kontaktieren:*

Sebastian Wagener
Tel.: 015786126304

Christoph Bohnsack
Tel.: 01713157793

Tabelle 1:

Geschlecht

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	männlich	5	9,3	9,4	9,4
	weiblich	48	88,9	90,6	100,0
	Gesamt	53	98,1	100,0	
Fehlend	9,00	1	1,9		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 2:

Familienstand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	verheiratet	26	48,1	48,1	48,1
	ledig	10	18,5	18,5	66,7
	verwitwet	3	5,6	5,6	72,2
	geschieden	10	18,5	18,5	90,7
	in Partnerschaft lebend	5	9,3	9,3	100,0
	Gesamt	54	100,0	100,0	

Tabelle 3:

Schulabschluss

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Hauptschulabschluss	9	16,7	17,0	17,0
	Volksschulabschluss	2	3,7	3,8	20,8
	mittlere Reife	12	22,2	22,6	43,4
	Abitur	9	16,7	17,0	60,4
	Fachhochschulreife	10	18,5	18,9	79,2
	Hochschulabschluss	10	18,5	18,9	98,1
	Sonstiges	1	1,9	1,9	100,0
	Gesamt	53	98,1	100,0	
Fehlend	9	1	1,9		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 4:

Alter

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	30-39	11	20,4	20,4	20,4
	40-49	20	37,0	37,0	57,4
	50-59	8	14,8	14,8	72,2
	60-69	7	13,0	13,0	85,2
	70-79	6	11,1	11,1	96,3
	Gesamt	54	100,0	100,0	

Tabelle 5:

Rolle innerhalb sozialer Gruppe

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Meinungsführer	2	3,7	4,0	4,0
	Mitläufer	5	9,3	10,0	14,0
	Team-Player	20	37,0	40,0	54,0
	neutraler Beobachter	9	16,7	18,0	72,0
	Zuhörer	8	14,8	16,0	88,0
	Individualist	6	11,1	12,0	100,0
	Gesamt	50	92,6	100,0	
Fehlend	9,00	4	7,4		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 6:

Länge der Nutzung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	mehr als 1 Jahr	35	64,8	67,3	67,3
	mehr als 6 Monate	6	11,1	11,5	78,8
	mehr als 3 Monate	10	18,5	19,2	98,1
	mehr als 1 Monat	1	1,9	1,9	100,0
	Gesamt	52	96,3	100,0	
Fehlend	9	2	3,7		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 7:

Bedeutung „MGH“

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr wichtig	32	59,3	60,4	60,4
	wichtig	19	35,2	35,8	96,2
	weniger wichtig	1	1,9	1,9	98,1
	weiß nicht	1	1,9	1,9	100,0
	Gesamt	53	98,1	100,0	
Fehlend	9,00	1	1,9		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 8:

Kreuztabelle: Kurse X Altersgruppen

		Altersgruppen					Total
		30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	
Kurse Frisörstübchen	Count	12	24	8	10	12	66
	% within var12	54,5%	53,3%	40,0%	33,3%	66,7%	
Wäschereidienst	Count	10	21	8	5	0	44
	% within var12	45,5%	46,7%	40,0%	16,7%	,0%	
Änderungsschneider ei	Count	12	18	8	5	12	55
	% within var12	54,5%	40,0%	40,0%	16,7%	66,7%	
Malen und Zeichnen	Count	8	3	4	0	0	15
	% within var12	36,4%	6,7%	20,0%	,0%	,0%	
Feierabend- Workshop	Count	2	3	0	0	0	5
	% within var12	9,1%	6,7%	,0%	,0%	,0%	
Theater	der Count	2	9	0	0	0	11

Alter und soziale Beziehungen: Das Mehrgenerationenhaus „Nachbarschatz“

Generationen	% within var12	9,1%	20,0%	,0%	,0%	,0%	
Wellness-Massagen	Count	10	9	4	0	0	23
	% within var12	45,5%	20,0%	20,0%	,0%	,0%	
Fitness für Frauen	Count	4	3	4	0	0	11
	% within var12	18,2%	6,7%	20,0%	,0%	,0%	
Asiatisches Erlebniskochen	Count	6	12	8	10	6	42
	% within var12	27,3%	26,7%	40,0%	33,3%	33,3%	
Offener Chor	Count	4	6	12	5	6	33
	% within var12	18,2%	13,3%	60,0%	16,7%	33,3%	
Französischkurs	Count	2	3	4	5	0	14
	% within var12	9,1%	6,7%	20,0%	16,7%	,0%	
Deutschkurs	Count	2	3	4	0	0	9
	% within var12	9,1%	6,7%	20,0%	,0%	,0%	
Computerkurs	Count	0	3	8	0	0	11
	% within var12	,0%	6,7%	40,0%	,0%	,0%	
Soielenachmittag	Count	6	9	12	0	0	27
	% within var12	27,3%	20,0%	60,0%	,0%	,0%	
Bingo	Count	2	3	0	0	0	5
	% within var12	9,1%	6,7%	,0%	,0%	,0%	
Patchwork und Erzählen	Count	4	0	0	15	0	19
	% within var12	18,2%	,0%	,0%	50,0%	,0%	
Total	Count	22	45	20	30	18	135

Tabelle 9:

Veränderung sozialer Kontakte

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weniger	1	1,9	2,1	2,1
	unverändert	12	22,2	25,0	27,1
	eher mehr	20	37,0	41,7	68,8
	deutlich mehr	14	25,9	29,2	97,9
	weiß nicht	1	1,9	2,1	100,0
	Gesamt	48	88,9	100,0	
Fehlend	8,00	1	1,9		
	9,00	5	9,3		
	Gesamt	6	11,1		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 10:

Quartile Personenkontakte

N	Valid	171
	Missing	32
Mean		8,5497
Median		5,0000
Percentiles	25	3,0000
	50	5,0000
	75	8,0000

Tabelle 11:

Kreuztabelle: Bedeutung X Personenkontaktgruppen

		Personenkontaktgruppen				Total
		Gruppe I	Gruppe II	Gruppe III	Gruppe IV	
Bedeutung	sehr wichtig	23 53,5%	29 52,7%	22 71,0%	38 53,5%	112 56,0%
	wichtig	20 46,5%	24 43,6%	9 29,0%	30 42,3%	83 41,5%
	weniger wichtig	0 ,0%	0 ,0%	0 ,0%	3 4,2%	3 1,5%
Total		43 100,0%	55 100,0%	31 100,0%	71 100,0%	200 100,0%

Tabelle 12:

Kreuztabelle: Bedeutung X Personenkontaktgruppen X Bewertung sozialer Kontakte

Bewertung sozialer Kontakte			Personenkontaktgruppen				Total	
			I	II	III	IV		
Ich habe Bedeutung sehr viele „MGH“ soziale Kontakte	sehr wichtig	Count	5	4	4	13	26	
		% within var_6	100,0%	100,0%	100,0	41,9%	59,1%	
		Anzahl Personenkontakt			%			
	wichtig	Count	0	0	0	15	15	
		% within var_6	,0%	,0%	,0%	48,4%	34,1%	
		Anzahl Personenkontakt						
	weniger wichtig	Count	0	0	0	3	3	
		% within var_6	,0%	,0%	,0%	9,7%	6,8%	
		Anzahl Personenkontakt						
	Total	Count	5	4	4	31	44	
		% within var_6	100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0%	
		Anzahl Personenkontakt			%	%		
Ich habe Bedeutung eher viele „MGH“ soziale Kontakte	sehr wichtig	Count	14	22	16	25	77	
		% within var_6	70,0%	64,7%	64,0%	86,2%	71,3%	
		Anzahl Personenkontakt						
	wichtig	Count	6	12	9	4	31	
		% within var_6	30,0%	35,3%	36,0%	13,8%	28,7%	
		Anzahl Personenkontakt						
	Total	Count	20	34	25	29	108	
		% within var_6	100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0%	
		Anzahl Personenkontakt			%	%		
	Ich habe Bedeutung eher „MGH“ weniger soziale Kontakte	sehr wichtig	Count	4	3	2	0	9
			% within var_6	26,7%	20,0%	100,0	,0%	24,3%
			Anzahl Personenkontakt			%		
wichtig		Count	11	12	0	5	28	
		% within var_6						
		Anzahl Personenkontakt						

Alter und soziale Beziehungen: Das Mehrgenerationenhaus „Nachbarschatz“

	% within var_6	73,3%	80,0%	,0%	100,0	75,7%
	Anzahl Personenkontakt				%	
Total	Count	15	15	2	5	37
	% within var_6	100,0%	100,0%	100,0	100,0	100,0%
	Anzahl Personenkontakt			%	%	
Ich habe Bedeutung sehr „MGH“ wenige soziale Kontakte	Count	3				3
	% within var_6	100,0%				100,0%
	Anzahl Personenkontakt					
Total	Count	3				3
	% within var_6	100,0%				100,0%
	Anzahl Personenkontakt					

Tabelle 13:

Kreuztabelle: Bedeutung X Personenanzahlgruppen X Veränderung der sozialen Kontakte

Veränderung der sozialer Kontakte				Personenkontaktgruppen				
				I	II	III	IV	Total
weniger	Bedeutung	sehr	Count		3			3
		wichtig	% within var_6		100,0%			100,0%
			Anzahl Personenkontakt					
	Total		Count		3			3
			% within var_6		100,0%			100,0%
			Anzahl Personenkontakt					
unverändert	Bedeutung	sehr	Count		17	0	5	22
		wichtig	% within var_6		51,5%	,0%	35,7%	44,0%
			Anzahl Personenkontakt					
		wichtig	Count		16	3	9	28

Alter und soziale Beziehungen: Das Mehrgenerationenhaus „Nachbarschatz“

			% within var_6 Anzahl Personenkontakt		48,5%	100,0%	64,3%	56,0%
	Total		Count		33	3	14	50
			% within var_6 Anzahl Personenkontakt		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
eher mehr	Bedeutung	sehr wichtig	Count	0	7	13	14	34
			% within var_6 Anzahl Personenkontakt	0,0%	46,7%	68,4%	48,3%	44,2%
		wichtig	Count	14	8	6	15	43
			% within var_6 Anzahl Personenkontakt	100,0%	53,3%	31,6%	51,7%	55,8%
	Total		Count	14	15	19	29	77
			% within var_6 Anzahl Personenkontakt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
deutlich mehr	Bedeutung	sehr wichtig	Count	18	2	9	13	42
			% within var_6 Anzahl Personenkontakt	100,0%	50,0%	100,0%	100,0%	95,5%
	Total		Count	18	4	9	13	44
			% within var_6 Anzahl Personenkontakt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle 14:

Treffen außerhalb „MGH“

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Ja, relativ häufig	6	11,1	11,5	11,5
	ja, ab und zu	23	42,6	44,2	55,8
	ja, aber eher selten	10	18,5	19,2	75,0
	nein	13	24,1	25,0	100,0
	Gesamt	52	96,3	100,0	
Fehlend	9,00	2	3,7		
Gesamt		54	100,0		

Tabelle 15:

Kreuztabelle: Treffen außerhalb X Häufigkeit

			Häufigkeit				Total
			weniger als einmal im Monat	mehr als einmal im Monat	mehr als einmal pro Woche	täglich	
Treffen außerhalb	Ja, relativ häufig	Count	0	9	8	7	24
		% within Treffen außerhalb	0,0%	37,5%	33,3%	29,2%	100,0%
	Ja, ab und zu	Count	9	49	20	0	78
	% within Treffen außerhalb	11,5%	62,8%	25,6%	,0%	100,0%	
	Ja, aber eher selten	Count	29	7	0	0	36
	% within Treffen außerhalb	80,6%	19,4%	,0%	,0%	100,0%	
Total	Count	38	65	28	7	138	
	% within Treffen außerhalb	27,5%	47,1%	20,3%	5,1%	100,0%	

Tabelle 16:

Kreuztabelle: Senioren 60+ X Altersgruppen

			Altersgruppen						Total
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	fehlend	
Senioren 60+	Wenig Kontakt	Count	10	24	12	10	12	9	77
		Expected Count	9,3	18,9	13,5	12,6	15,1	7,6	77,0
		% within var12 Alter	45,5%	53,3%	37,5%	33,3%	33,3%	50,0%	42,1%
		Std. Residual	,2	1,2	-,4	-,7	-,8	,5	
	Viel Kontakt	Count	12	21	20	20	24	9	106
		Expected Count	12,7	26,1	18,5	17,4	20,9	10,4	106,0
		% within var12 Alter	54,5%	46,7%	62,5%	66,7%	66,7%	50,0%	57,9%
		Std. Residual	-,2	-1,0	,3	,6	,7	-,4	
Total	Count	22	45	32	30	36	18	183	
	Expected Count	22,0	45,0	32,0	30,0	36,0	18,0	183,0	
	% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 17:

Kreuztabelle: Erwachsene 30-59 X Altersgruppen

			Altersgruppen						Total
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	fehlend	
Erwachsene 30-59	Wenig Kontakt	Count	0	6	0	10	18	0	34
		Expected Count	3,6	9,7	5,7	5,4	6,4	3,2	34,0
		% within var12 Alter	,0%	11,1%	,0%	33,3%	50,0%	,0%	17,9%
		Std. Residual	-1,9	-1,2	-2,4	2,0	4,6	-1,8	
	Viel Kontakt	Count	20	48	32	20	18	18	156
		Expected Count	16,4	44,3	26,3	24,6	29,6	14,8	156,0
		% within var12 Alter	100,0%	88,9%	100,0%	66,7%	50,0%	100,0%	82,1%
		Std. Residual	,9	,6	1,1	-,9	-2,1	,8	
Total	Count	20	54	32	30	36	18	190	
	Expected Count	20,0	54,0	32,0	30,0	36,0	18,0	190,0	
	% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 18:

Kreuztabelle: Erwachsene 18-29 X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Erwachsene 18-29	wenig Kontakt	Count	10	30	4	15	24	0	83
		Expected Count	10,8	22,8	15,2	8,1	16,3	9,8	83,0
		% within var12 Alter	50,0%	71,4%	14,3%	100,0%	80,0%	,0%	54,2%
		Std. Residual	-,3	1,5	-2,9	2,4	1,9	-3,1	
	viel Kontakt	Count	10	12	24	0	6	18	70
		Expected Count	9,2	19,2	12,8	6,9	13,7	8,2	70,0
		% within var12 Alter	50,0%	28,6%	85,7%	,0%	20,0%	100,0%	45,8%
		Std. Residual	,3	-1,6	3,1	-2,6	-2,1	3,4	
Total	Count	20	42	28	15	30	18	153	
	Expected Count	20,0	42,0	28,0	15,0	30,0	18,0	153,0	
	% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 19:

Kreuztabelle: Jugendliche 12-17 X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Jugendliche 12-17	Wenig Kontakt	Count	10	27	24	20	24	0	105
		Expected Count	12,0	26,1	21,4	13,4	20,1	12,0	105,0
		% within var12 Alter	55,6%	69,2%	75,0%	100,0%	80,0%	,0%	66,9%
		Std. Residual	-,6	,2	,6	1,8	,9	-3,5	
	Viel Kontakt	Count	8	12	8	0	6	18	52
		Expected Count	6,0	12,9	10,6	6,6	9,9	6,0	52,0
		% within var12 Alter	44,4%	30,8%	25,0%	,0%	20,0%	100,0%	33,1%
		Std. Residual	,8	-,3	-,8	-2,6	-1,2	4,9	
Total		Count	18	39	32	20	30	18	157
		Expected Count	18,0	39,0	32,0	20,0	30,0	18,0	157,0
		% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle 20:

Kreuztabelle: Kinder 4-11 X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Kinder 4-11	Wenig Kontakt	Count	2	18	20	15	24	0	79
		Expected Count	9,1	19,6	16,1	10,1	15,1	9,1	79,0
		% within var12 Alter	11,1%	46,2%	62,5%	75,0%	80,0%	,0%	50,3%
		Std. Residual	-2,3	-,4	1,0	1,6	2,3	-3,0	
	Viel Kontakt	Count	16	21	12	5	6	18	78
		Expected Count	8,9	19,4	15,9	9,9	14,9	8,9	78,0
		% within var12 Alter	88,9%	53,8%	37,5%	25,0%	20,0%	100,0%	49,7%
		Std. Residual	2,4	,4	-1,0	-1,6	-2,3	3,0	
Total	Count	18	39	32	20	30	18	157	
	Expected Count	18,0	39,0	32,0	20,0	30,0	18,0	157,0	
	% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 21:

Kreuztabelle: Kleinkinder 1-3 X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Kleinkinder 1-3	Wenig Kontakt	Count	6	21	24	20	12	0	83
		Expected Count	9,4	21,9	16,7	13,1	12,5	9,4	83,0
		% within var12 Alter	33,3%	50,0%	75,0%	80,0%	50,0%	,0%	52,2%
		Std. Residual	-1,1	-,2	1,8	1,9	-,1	-3,1	
	Viel Kontakt	Count	12	21	8	5	12	18	76
		Expected Count	8,6	20,1	15,3	11,9	11,5	8,6	76,0
		% within var12 Alter	66,7%	50,0%	25,0%	20,0%	50,0%	100,0%	47,8%
		Std. Residual	1,2	,2	-1,9	-2,0	,2	3,2	

Tabelle 22.1:

Motiv „kann mich austauschen“

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	eher weniger wichtig	9	4,4	4,7	4,7
	eher wichtig	81	39,9	42,4	47,1
	sehr wichtig	101	49,8	52,9	100,0
	Total	191	94,1	100,0	
Missing		12	5,9		
Total		203	100,0		

Tabelle 22.2:

Motiv „Freundschaften“

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unwichtig	20	9,9	10,8	10,8
	eher weniger wichtig	43	21,2	23,2	34,1
	eher wichtig	95	46,8	51,4	85,4
	sehr wichtig	27	13,3	14,6	100,0
	Total	185	91,1	100,0	
Missing		18	8,9		
Total		203	100,0		

Tabelle 22.3:

Motiv „Partnersuche“

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	unwichtig	86	42,4	78,9	78,9
	eher weniger wichtig	16	7,9	14,7	93,6
	eher wichtig	5	2,5	4,6	98,2
	sehr wichtig	2	1,0	1,8	100,0
	Total	109	53,7	100,0	
Missing		94	46,3		
Total		203	100,0		

Tabelle 23:

Kreuztabelle: Motiv „Austausch“ X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Austausch	eher	Count	2	3	4	0	0	0	9
	weniger	% within var12 Alter	9,1%	6,3%	12,5%	,0%	,0%	,0%	4,7%
	wichtig	Count	12	15	8	25	12	9	81
		% within var12 Alter	54,5%	31,3%	25,0%	71,4%	33,3%	50,0%	42,4%
	sehr wichtig	Count	8	30	20	10	24	9	101
		% within var12 Alter	36,4%	62,5%	62,5%	28,6%	66,7%	50,0%	52,9%
Total	Count	22	48	32	35	36	18	191	
	% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 24:

Kreuztabelle: Motiv „Partnersuche“ X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Partnersuche	unwichtig	Count	18	18	20	15	6	9	86
		% within var12 Alter	90,0%	60,0%	83,3%	75,0%	100,0%	100,0%	78,9%
	eher weniger	Count	0	12	4	0	0	0	16
		% within var12 Alter	,0%	40,0%	16,7%	,0%	,0%	,0%	14,7%
	eher wichtig	Count	0	0	0	5	0	0	5
		% within var12 Alter	,0%	,0%	,0%	25,0%	,0%	,0%	4,6%
	sehr wichtig	Count	2	0	0	0	0	0	2
		% within var12 Alter	10,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	1,8%
	Total	Count	20	30	24	20	6	9	109
		% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle 25:

Kreuztabelle: Motiv „Freundschaften“ X Rolle innerhalb sozialer Gruppe

		Rolle innerhalb sozialer Gruppe					Total	
		Meinungs- führer	Mitläufer	Team- Player	neutral er Beobac hter	Zuhörer		Individu alist
Freundschaft unwichtig	Count	3	0	8	9	0	0	20
	Expected Count	1,1	2,1	6,4	3,9	3,1	3,4	20,0
	% within var10 Rolle	33,3%	,0%	14,8%	27,3%	,0%	,0%	11,8%
	Std. Residual	1,9	-1,5	,6	2,6	-1,8	-1,9	
eher weniger wichtig	Count	0	5	13	9	11	5	43
	Expected Count	2,3	4,6	13,7	8,4	6,6	7,4	43,0
	% within var10 Rolle	,0%	27,8%	24,1%	27,3%	42,3%	17,2%	25,4%
	Std. Residual	-1,5	,2	-,2	,2	1,7	-,9	
eher wichtig	Count	0	5	33	15	8	18	79
	Expected Count	4,2	8,4	25,2	15,4	12,2	13,6	79,0
	% within var10 Rolle	,0%	27,8%	61,1%	45,5%	30,8%	62,1%	46,7%
	Std. Residual	-2,1	-1,2	1,5	-,1	-1,2	1,2	
sehr wichtig	Count	6	8	0	0	7	6	27
	Expected Count	1,4	2,9	8,6	5,3	4,2	4,6	27,0
	% within var10 Rolle	66,7%	44,4%	,0%	,0%	26,9%	20,7%	16,0%
	Std. Residual	3,8	3,0	-2,9	-2,3	1,4	,6	
Total	Count	9	18	54	33	26	29	169
	Expected Count	9,0	18,0	54,0	33,0	26,0	29,0	169,0
	% within var10 Rolle	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Std. Residual							

Tabelle 26:

Kreuztabelle: Motiv „Fähigkeiten“ X Altersgruppen

			Altersgruppen					Total	
			30-39	40-49	50-59	60-69	70-79		fehlend
Fähigkeiten	unwichtig	Count	2	6	0	15	12	0	35
		% within var12 Alter	9,1%	14,3%	,0%	42,9%	66,7%	,0%	21,0%
	eher weniger wichtig	Count	6	3	12	10	6	0	37
		% within var12 Alter	27,3%	7,1%	37,5%	28,6%	33,3%	,0%	22,2%
	eher wichtig	Count	10	21	16	5	0	9	61
		% within var12 Alter	45,5%	50,0%	50,0%	14,3%	,0%	50,0%	36,5%
	sehr wichtig	Count	4	12	4	5	0	9	34
		% within var12 Alter	18,2%	28,6%	12,5%	14,3%	,0%	50,0%	20,4%
Total		Count	22	42	32	35	18	18	167
		% within var12 Alter	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabelle 27:

Kreuztabelle: Motiv „Austausch“ X Bewertung sozialer Kontakte

		Bewertung sozialer Kontakte			Total
		Ich habe sehr viele soziale Kontakte	Ich habe eher viele soziale Kontakte	Ich habe eher weniger soziale Kontakte	
Austausch eher weniger wichtig	Count	0	3	4	7
	Expected Count	1,5	4,1	1,4	7,0
	% within var_sozialeK	,0%	2,8%	10,8%	3,8%
	Std. Residual	-1,2	-,6	2,2	
eher wichtig	Count	11	49	21	81
	Expected Count	16,8	47,8	16,4	81,0
	% within var_sozialeK	28,9%	45,4%	56,8%	44,3%
	Std. Residual	-1,4	,2	1,1	
sehr wichtig	Count	27	56	12	95
	Expected Count	19,7	56,1	19,2	95,0
	% within var_sozialeK	71,1%	51,9%	32,4%	51,9%
	Std. Residual	1,6	,0	-1,6	
Total	Count	38	108	37	183
	Expected Count	38,0	108,0	37,0	183,0
	% within var_sozialeK	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Bewertung soz. K.				

Tabelle 28:

Kreuztabelle: Motiv „Freundschaften“ X Bewertung sozialer Kontakte

			Bewertung sozialer Kontakte			Total
			Ich habe sehr viele soziale Kontakte	Ich habe eher viele soziale Kontakte	Ich habe eher weniger soziale Kontakte	
Freundschaften unwichtig	Count	0	20	0	20	
	Expected Count	4,3	11,9	3,8	20,0	
	% within var_sozialeK	,0%	19,0%	,0%	11,3%	
	Std. Residual	-2,1	2,4	-2,0		
eher weniger wichtig	Count	4	30	9	43	
	Expected Count	9,2	25,5	8,3	43,0	
	% within var_sozialeK	10,5%	28,6%	26,5%	24,3%	
	Std. Residual	-1,7	,9	,3		
eher wichtig	Count	25	39	25	89	
	Expected Count	19,1	52,8	17,1	89,0	
	% within var_sozialeK	65,8%	37,1%	73,5%	50,3%	
	Std. Residual	1,3	-1,9	1,9		
sehr wichtig	Count	9	16	0	25	
	Expected Count	5,4	14,8	4,8	25,0	
	% within var_sozialeK	23,7%	15,2%	,0%	14,1%	
	Std. Residual	1,6	,3	-2,2		
Total	Count	38	105	34	177	
	Expected Count	38,0	105,0	34,0	177,0	
	% within var_sozialeK	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 29:

Kreuztabelle: Motiv „Fähigkeiten“ X Bewertung sozialer Kontakte

			Bewertung sozialer Kontakte			Total
			Ich habe sehr viele soziale Kontakte	Ich habe eher viele soziale Kontakte	Ich habe eher weniger soziale Kontakte	
Fähigkeiten	unwichtig	Count	0	27	2	29
		Expected Count	5,8	17,0	6,2	29,0
		% within var_sozialeK	,0%	29,0%	5,9%	18,2%
		Std. Residual	-2,4	2,4	-1,7	
	eher weniger wichtig	Count	2	13	22	37
		Expected Count	7,4	21,6	7,9	37,0
		% within var_sozialeK	6,3%	14,0%	64,7%	23,3%
		Std. Residual	-2,0	-1,9	5,0	
	eher wichtig	Count	20	31	10	61
		Expected Count	12,3	35,7	13,0	61,0
		% within var_sozialeK	62,5%	33,3%	29,4%	38,4%
		Std. Residual	2,2	-,8	-,8	
sehr wichtig	Count	10	22	0	32	
	Expected Count	6,4	18,7	6,8	32,0	
	% within var_sozialeK	31,3%	23,7%	,0%	20,1%	
	Std. Residual	1,4	,8	-2,6		
Total	Count	32	93	34	159	
	Expected Count	32,0	93,0	34,0	159,0	
	% within var_sozialeK	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Tabelle 30.1:

Kreuztabelle: Motiv „Austausch“ X Veränderung sozialer Kontakte

		Veränderung sozialer Kontakte					Total
		weniger	unverändert	eher mehr	deutlich mehr	weiß nicht	
Austausch wichtig	Count	0	7	0	2	0	9
	Expected Count	,2	2,4	3,8	2,4	,3	9,0
	% within Veränderung	0,0%	14,9%	,0%	4,3%	,0%	5,1%
	Std. Residual	-,4	3,0	-1,9	-,3	-,6	
eher wichtig	Count	3	31	42	2	0	78
	Expected Count	1,3	20,7	32,6	20,7	2,6	78,0
	% within Veränderung	100,0%	66,0%	56,8%	4,3%	,0%	44,1%
	Std. Residual	1,5	2,3	1,6	-4,1	-1,6	
sehr wichtig	Count	0	9	32	43	6	90
	Expected Count	1,5	23,9	37,6	23,9	3,1	90,0
	% within Veränderung	0,0%	19,1%	43,2%	91,5%	100,0%	50,8%
	Std. Residual	-1,2	-3,0	-,9	3,9	1,7	
Total	Count	3	47	74	47	6	177
	Expected Count	3,0	47,0	74,0	47,0	6,0	177,0
	% within Veränderung sozialer Kontakte	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
							%

Tabelle 30.2:

Kreuztabelle: Motiv „Interessen“ X Veränderung sozialer Kontakte

			Veränderung sozialer Kontakte					Total
			weniger	unverändert	eher mehr	deutlich mehr	weiß nicht	
Interessen unwichtig	Count		0	4	2	3	0	9
	Expected Count		,2	2,4	3,8	2,4	,3	9,0
	% within Veränderung	var9	0,0%	8,5%	2,7%	6,4%	,0%	5,1%
	Std. Residual		-,4	1,0	-,9	,4	-,6	
eher weniger wichtig	Count		3	7	4	2	0	16
	Expected Count		,3	4,2	6,7	4,2	,5	16,0
	% within Veränderung	var9	100,0%	14,9%	5,4%	4,3%	,0%	9,0%
	Std. Residual		5,2	1,3	-1,0	-1,1	-,7	
eher wichtig	Count		0	20	42	12	0	74
	Expected Count		1,3	19,6	30,9	19,6	2,5	74,0
	% within Veränderung	var9	0,0%	42,6%	56,8%	25,5%	,0%	41,8%
	Std. Residual		-1,1	,1	2,0	-1,7	-1,6	
sehr wichtig	Count		0	16	26	30	6	78
	Expected Count		1,3	20,7	32,6	20,7	2,6	78,0
	% within Veränderung	var9	0,0%	34,0%	35,1%	63,8%	100,0%	44,1%
	Std. Residual		-1,1	-1,0	-1,2	2,0	2,1	
Total	Count		3	47	74	47	6	177
	Expected Count		3,0	47,0	74,0	47,0	6,0	177,0
	% within Veränderung	var9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Std. Residual							

Tabelle 30.3:

Kreuztabelle: Motiv „Partnersuche“ X Veränderung sozialer Kontakte

			Veränderung sozialer Kontakte				Total
			weniger	unverändert	eher mehr	deutlich mehr	
Partnersuche unwichtig	Count		3	25	30	26	84
	Expected Count		2,4	23,4	37,2	21,0	84,0
	% within var9 Veränderung		100,0%	86,2%	65,2%	100,0%	80,8%
	Std. Residual		,4	,3	-1,2	1,1	
eher weniger wichtig	Count		0	4	9	0	13
	Expected Count		,4	3,6	5,8	3,3	13,0
	% within var9 Veränderung		,0%	13,8%	19,6%	,0%	12,5%
	Std. Residual		-,6	,2	1,4	-1,8	
eher wichtig	Count		0	0	5	0	5
	Expected Count		,1	1,4	2,2	1,3	5,0
	% within var9 Veränderung		,0%	,0%	10,9%	,0%	4,8%
	Std. Residual		-,4	-1,2	1,9	-1,1	
sehr wichtig	Count		0	0	2	0	2
	Expected Count		,1	,6	,9	,5	2,0
	% within var9 Veränderung		,0%	,0%	4,3%	,0%	1,9%
	Std. Residual		-,2	-,7	1,2	-,7	
Total	Count		3	29	46	26	104
	Expected Count		3,0	29,0	46,0	26,0	104,0
	% within var9 Veränderung		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Std. Residual						

Tabelle 30.4:

Kreuztabelle: Motiv „Freundschaften“ X Veränderung sozialer Kontakte

			Veränderung sozialer Kontakte					Total
			weniger	unverändert	eher mehr	deutlich mehr	weiß nicht	
Freundschaften unwichtig	Count		0	11	0	6	0	17
	Expected Count		,3	4,7	7,1	4,4	,6	17,0
	% within Veränderung	var9	0,0%	23,4%	,0%	13,6%	,0%	9,9%
	Std. Residual		-,5	2,9	-2,7	,8	-,8	
eher weniger wichtig	Count		3	8	26	6	0	43
	Expected Count		,8	11,8	17,9	11,1	1,5	43,0
	% within Veränderung	var9	100,0%	17,0%	36,6%	13,6%	,0%	25,1%
	Std. Residual		2,6	-1,1	1,9	-1,5	-1,2	
eher wichtig	Count		0	28	28	22	6	84
	Expected Count		1,5	23,1	34,9	21,6	2,9	84,0
	% within Veränderung	var9	0,0%	59,6%	39,4%	50,0%	100,0%	49,1%
	Std. Residual		-1,2	1,0	-1,2	,1	1,8	
sehr wichtig	Count		0	0	17	10	0	27
	Expected Count		,5	7,4	11,2	6,9	,9	27,0
	% within Veränderung	var9	0,0%	,0%	23,9%	22,7%	,0%	15,8%
	Std. Residual		-,7	-2,7	1,7	1,2	-1,0	
Total	Count		3	47	71	44	6	171
	Expected Count		3,0	47,0	71,0	44,0	6,0	171,0
	% within Veränderung sozialer Kontakte	var9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Std. Residual							

Tabelle 30.5:

Kreuztabelle: Motiv „Fähigkeiten“ X Veränderung sozialer Kontakte

		Veränderung sozialer Kontakte					Total
		weniger	unverändert	eher mehr	deutlich mehr	weiß nicht	
Fähigkeiten unwichtig	Count	0	13	2	11	0	26
	Expected Count	,5	7,5	9,5	7,5	1,0	26,0
	% within var9	0,0%	29,5%	3,6%	25,0%	,0%	17,0%
	Veränderung						
	Std. Residual	-,7	2,0	-2,4	1,3	-1,0	
eher weniger wichtig	Count	0	8	17	6	6	37
	Expected Count	,7	10,6	13,5	10,6	1,5	37,0
	% within var9	0,0%	18,2%	30,4%	13,6%	100,0%	24,2%
	Veränderung						
	Std. Residual	-,9	-,8	,9	-1,4	3,8	
eher wichtig	Count	3	18	23	12	0	56
	Expected Count	1,1	16,1	20,5	16,1	2,2	56,0
	% within var9	100,0%	40,9%	41,1%	27,3%	,0%	36,6%
	Veränderung						
	Std. Residual	1,8	,5	,6	-1,0	-1,5	
sehr wichtig	Count	0	5	14	15	0	34
	Expected Count	,7	9,8	12,4	9,8	1,3	34,0
	% within var9	0,0%	11,4%	25,0%	34,1%	,0%	22,2%
	Veränderung						
	Std. Residual	-,8	-1,5	,4	1,7	-1,2	
Total	Count	3	44	56	44	6	153
	Expected Count	3,0	44,0	56,0	44,0	6,0	153,0
	% within var9	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	Veränderung						

Tabelle 31:

Kreuztabelle: Motiv „Austausch“ X Rolle innerhalb sozialer Gruppe

		Rolle innerhalb sozialer Gruppe					Total	
		Meinungs führer	Mitläufer	Team- Player	neutral er Beobac hter	Zuhörer		Individu alist
Austausch eher weniger wichtig	Count	0	0	0	7	2	0	9
	Expected Count	,5	,9	2,9	1,7	1,5	1,5	9,0
	% within var10 Rolle	,0%	,0%	,0%	21,2%	6,9%	,0%	5,1%
	Std. Residual	-,7	-1,0	-1,7	4,1	,4	-1,2	
eher wichtig	Count	0	5	25	15	7	29	81
	Expected Count	4,2	8,3	26,4	15,3	13,4	13,4	81,0
	% within var10 Rolle	,0%	27,8%	43,9%	45,5%	24,1%	100,0%	46,3%
	Std. Residual	-2,0	-1,2	-,3	,0	-1,8	4,3	
sehr wichtig	Count	9	13	32	11	20	0	85
	Expected Count	4,4	8,7	27,7	16,0	14,1	14,1	85,0
	% within var10 Rolle	100,0%	72,2%	56,1%	33,3%	69,0%	,0%	48,6%
	Std. Residual	2,2	1,4	,8	-1,3	1,6	-3,8	
Total	Count	9	18	57	33	29	29	175
	Expected Count	9,0	18,0	57,0	33,0	29,0	29,0	175,0
	% within var10 Rolle	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

14. Erklärung über die selbstständige Erarbeitung studienbegleitender Hausarbeiten

Hiermit erklären wir, dass wir vorstehende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst haben.

Des weiteren versichern wir, dass diese Arbeit weder teilweise noch insgesamt an der Universität der Bundeswehr Hamburg oder an einer anderen Hochschule von uns oder anderen Personen eingereicht wurde. Alle Seiten, die wörtlich oder indirekt Veröffentlichungen anderer entnommen sind, haben wir kenntlich gemacht und uns keiner anderen als der angegebenen Literatur bedient.

Diese Versicherung gilt auch für alle der Arbeit beigefügten Zeichnungen, Skizzen, Abbildungen, etc.

Hamburg, den 10. August 2011

Christoph Bohnsack

Sebastian Wagener