

Hessenstiftung bzw. hessenstiftung - familie hat
zukunft + Hessische Familienstiftung + Keiner fällt

Donnerstag 25.08.2011
Tageszeitung
erscheint: täglich

Auflage verbreitet: 93.301
Anzeigenäquivalent: € 5.832,00



Zeitungsgruppe
Gesamtauflage VB: 93.301
Gesamtauflage VK: 88.142

Region
Hessen
Nielsen 3a

Verlag
Frankfurter Allgemeine Zeitung
GmbH
Hellerhofstr. 2-4
60327 Frankfurt
Tel.: 069/7591-0
Fax: 069/7591-1743

Interne Pub-Nr.: 144100

Gehorsam spielt kaum noch eine Rolle

Umfrage zum Wertewandel bei Vätern

h.r. BENSHEIM/WIESBADEN. Nahezu gleichzeitig mit dem Projekt der Evangelischen Kirche in Hessen und Nassau „Mehr Männer in Kitas“ hat die „Hessenstiftung – Familie hat Zukunft“ eine Umfrage unter dem Titel „Wertvolle Väter“ veröffentlicht. Sie basiert auf einer Online-Befragung von 800 Männern zusammen mit der IGS Organisationsberatung. Die Stiftung wollte herausfinden, ob Kindererziehung männlicher wird – Väter sich also stärker einbringen und ihren Kindern andere Wertvorstellungen vermitteln als Mütter.

Wie die Staatssekretärin im hessischen Sozialministerium und Vorsitzende der Hessenstiftung, Petra Müller-Klepper (CDU), sagte, habe die Studie

Für gläubige Väter steht eine Erziehung zu Menschlichkeit, Selbständigkeit und Liebe an erster Stelle.

ergeben, dass bei der Wertebildung in der Familie der Anspruch der Väter höher sei als häufig vermutet. Die Ergebnisse zeigten, dass Kinder ihre Väter bräuchten und beide Eltern Halt und Orientierung gäben. Anna Lena Thomas von der IGS Organisationsberatung sieht in der Umfrage einen deutlichen Hinweis, dass die „Veränderungsprozesse des väterlichen Rollenverständnisses weiter fortgeschritten“ seien.

Der Anspruch der Väter an die Erziehung ihrer Söhne und Töchter ist jedenfalls hoch, wie die Umfragewerte zeigen. Unabhängig vom Geschlecht wollen sie ihren Kindern vor allem Selbstbewusstsein vermitteln. Während bei den Söhnen anschließend Neugier/Interesse, Verantwortlichkeit, emotionale Stabilität und Problemlösungsorientierung in der Rangliste der Eigenschaften folgen, taucht bei den Töchtern noch Zuversicht auf, während die Kompetenz zur Problemlösung weiter nach hinten rückt. Auffällig ist, dass die Eigenschaften generell im Durchschnitt bei den

Töchtern geringer ausgeprägt sein sollen.

Die Hessenstiftung hat die Männer ebenfalls danach befragen lassen, was nach ihrer Einschätzung Frauen den Kindern vermitteln wollten. Danach gehören Hilfsbereitschaft, Einfühlungsvermögen und Partnerschaftlichkeit zu den zehn wichtigsten Eigenschaften, die Mütter ihren Söhnen und Töchtern beibringen möchten. In der Männerliste tauchen diese Punkte unter den wichtigsten zehn überhaupt nicht auf. Zudem achten fast 75 Prozent der Väter auf die „Arbeitsmarktfähigkeit des Kindes“.

Für ein sich änderndes Rollenverständnis bei den Vätern spricht, dass sie von ihren Eltern einst vor allem Werte wie Verantwortung, Anstand, Selbständigkeit, Ordnung und Gerechtigkeit gelernt haben, heute aber ihren eigenen Kinder vor allem Selbstvertrauen, Liebe, Selbständigkeit, Menschlichkeit, Toleranz und Respekt vermitteln wollen. Gehorsam spielt nach der Umfrage nahezu überhaupt keine Rolle mehr. Einen gewissen Einfluss auf diese Reihenfolge hat die Zugehörigkeit zu einer Religion. Sind die Väter gläubig, stehen Menschlichkeit, Selbständigkeit und Liebe an erster Stelle, sind sie es nicht, dann Verantwortung, Ordnung und Leistung.

Mit dem Einfluss auf die Erziehung ihrer Kinder sind der Umfrage zufolge drei Viertel der Väter zufrieden. Etwa jeder zweite gab an, gleichwertig mit der Mutter an der Erziehung beteiligt zu sein.

Repräsentativ ist die Umfrage allerdings nicht. Sie richtete sich an Väter der „gesellschaftlichen Mitte“, von denen andere Studien sagen, sie stünden in Familie und Beruf „unter Druck“. Der Anteil der Akademiker unter den Befragten lag bei 60 Prozent, ebenso viele verfügten über ein Nettohaushaltseinkommen von mehr als 3000 Euro; fast 30 Prozent der Männer hatten Elternzeit in Anspruch genommen.

Die Hessenstiftung fördert seit dem Jahr 2003 Projekte zu Vätern in Familie und Beruf, um so zu einem Wandel im männlichen Rollenverständnis beizutragen.

Ä
16
ml (11)

1W
12 195