



Monitoring

für die Bahnhofsmissionen



Monitoring für die Bahnhofsmissionen: Ein datengestütztes Instrument zur Organisationsentwicklung. Projektbeschreibung und Ergebnisdarstellung.

Autor: Dr. Michael Goller

Projektleitung: Dr. Michael Goller

Projektmitarbeit: Marina Uthoff, B. A.
Dr. Dagmar Festner

Durchführung: IN VIA SoWiFo in der IN VIA
Akademie/Meinwerk-Institut
gGmbH
Giersmauer 35
33098 Paderborn



Projektbegleitung: AG Bildungsmanagement und
Bildungsforschung in der
Weiterbildung
Universität Paderborn
Warburger Str. 100
33095 Paderborn



Auftraggeber: Konferenz für Kirchliche
Bahnhofsmission
S-Bahnhof Jannowitzbrücke
Bogen 14
10179 Berlin



Förderung: Lotteriemittel der
GlücksSpirale



Zitationsvorschlag:

Goller, M. (2018). *Monitoring für die Bahnhofsmmissionen: Ein datengestütztes Instrument zur Organisationsentwicklung. Projektbeschreibung und Ergebnisdarstellung*. Paderborn: IN VIA Verlag.

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Monitoring für die Bahnhofsmmissionen: Ein datengestütztes Instrument zur Organisationsentwicklung. Projektbeschreibung und Ergebnisdarstellung. Michael Goller

Paderborn/Freiburg, 2018 IN VIA Verlag

ISBN 978-3-946023-04-3

Copyright 2018 IN VIA Verlag, Paderborn/Freiburg

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen aller Art, auch auszugsweise, bedürfen der Zustimmung des Verlages.

Geleitwort der Vorsitzenden

Den Gästen der Bahnhofsmision eine Stimme geben

Liebe Leserinnen und Leser,

„Was willst Du, was ich Dir tue“ (Lk 18,41), fragt Jesus einen Menschen, dem er auf der Straße nach Jericho begegnet. Manch einem mag die Frage nach dem scheinbar Offensichtlichen als überflüssig erscheinen. Hätte Jesus nicht von sich aus darauf kommen können, was ein blinder Mensch von einem Mann erwartet, der im Ruf steht, Wunder bewirken zu können? Aber Jesus scheint es wichtig zu sein, dass der fremde Mensch die Chance hat, für sich selbst zu sprechen.

Genauso machen es tagtäglich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unserer mehr als hundert Bahnhofsmisionen im ganzen Land. Sie fragen: „Wie geht es Ihnen?“, „Wie kann ich Ihnen helfen?“, „Was kann ich für Sie tun?“, oder „Wollen Sie mir Ihre Geschichte erzählen?“. Sie versuchen zu erfragen, wahrzunehmen und zu erspüren, was die Menschen, denen sie an den Bahnhöfen begegnen, mitbringen und suchen.

Aus den Antworten auf diese Fragen empirische Erkenntnisse zu gewinnen war der Zweck einer Befragung von ca. 2.000 Gästen, die die sozialwissenschaftliche Forschungsstelle der IN VIA Akademie im Winter 2016/17 in 68 Bahnhofsmisionen für die Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision (KKBM) durchgeführt hat. Als ökumenische Dachorganisation der Bahnhofsmisionen wollten wir mehr über die Menschen wissen, die unsere Hilfe in Anspruch nehmen. Wer kommt zu uns? Was bringen sie mit? Wie leben sie? Wie schätzen sie ihr Leben ein? Wie zufrieden sind sie? Wollen sie etwas verändern? Wünschen sie sich hierfür Unterstützung? Wie sehen sie uns, die Bahnhofsmision? Warum kommen sie in unsere Einrichtungen? Wofür brauchen sie uns?

Diese und andere Fragen haben die Forscher unseren Gästen gestellt.

Erstmals in ihrer Geschichte haben die Bahnhofsmisionen damit eine systematische, wissenschaftlich begleitete Befragung ihrer Gäste durchgeführt. Diese stellt Daten zur Verfügung, die im Rahmen eines transparenten und reflektierten Verfahrens generiert und nach den Regeln der Wissenschaft bearbeitet wurden. Die Daten ergänzen das Erfahrungswissen über die Lebenslagen und Lebenswelten der Gäste und erhärten bzw. kontrastieren die Ergebnisse der bundesweiten Statistik der Bahnhofsmisionen.

Die Ergebnisse geben den Bahnhofsmisionen wertvolle Argumente für die fachpolitische Argumentation an die Hand und ermöglichen vertiefte Einblicke in die Lebenslagen der Gäste

und Nutzer/-innen. Diese sind häufig von Armut und Ausgrenzung geprägt, aber auch von einem bemerkenswerten Lebensmut. Eines der wichtigsten Dinge, die sie in den Bahnhofsmissionen suchen und, wie die Studie nahelegt, offensichtlich auch finden, ist die von den Mitarbeitenden vermittelte Wertschätzung und Akzeptanz.

Den Mitarbeitenden, Trägern, Leitungen und Fachverantwortlichen können die Ergebnisse wichtige Hinweise über die Wirkfaktoren der Arbeit der Bahnhofsmissionen liefern, aus denen sich Impulse für die zukünftige Entwicklung der Arbeit vor Ort ableiten lassen. Vielfältige Anregungen hierfür enthalten insbesondere die Erkenntnisse aus den Reflexionen der Ergebnisse der Gästebefragung in einer Reihe von Bahnhofsmissionen und die daraus resultierenden Fragen, Widersprüche und Herausforderungen.

Mit dem nun vorliegenden Monitoringbericht stellt die KKBM den Bahnhofsmissionen die Ergebnisse zur Verfügung und lädt Sie ein, gemeinsam mit uns nach Antworten auf die sozialen Herausforderungen zu suchen, die sich an den Bahnhöfen und in den Bahnhofsmissionen manifestieren.

Lassen Sie uns miteinander diskutieren und im engagierten Austausch der Argumente immer wieder neu den richtigen Weg für unsere Arbeit in den Bahnhofsmissionen finden: Miteinander oder mit Außenstehenden – im fachlichen Diskurs um Armut, Migration und Inklusion und um Qualitätsstandards und Ressourcen für unsere Arbeit und genauso um unser Selbstverständnis und den weiteren Weg, den die Bahnhofsmissionen fast 125 nach ihrer Gründung einschlagen sollen.

In Vorfreude auf eine lebendige gemeinsame Arbeit mit den Ergebnissen des Monitoring

Christian Baron

Klaus-Dieter Kottnik

Vorsitzende der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission in Deutschland

Vorwort der Bundesgeschäftsführung Bahnhofsmision

Blickwinkel und Spannungsfelder: Ein Blick vorweg in die Ergebnisse des Monitorings der Bahnhofsmision

Das „Monitoring“ ist die erste strukturierte und nach wissenschaftlichen Maßstäben durchgeführte bundesweite Gästebefragung der Bahnhofsmisionen. Mehr als zwei Drittel der Bahnhofsmisionen haben sich daran beteiligt, fast 2.000 auswertbare Fragebögen sind zusammengekommen. Im Rahmen des mehrstufigen „Monitorings“ wurden aber nicht nur die Gäste und sonstigen Nutzerinnen und Nutzer¹ an den Bahnhöfen und in den Bahnhofsvierteln befragt, vielmehr wurden die Ergebnisse in einem zweiten Schritt an über 20 Standorten von örtlichen und überörtlichen Teams bewertet und reflektiert.

Innerhalb eines Jahres konnten auf diese Weise in einem komplexen sozialwissenschaftlichen Verfahren wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden, die bei der zukünftigen Gestaltung der Arbeit der Bahnhofsmisionen von großem Nutzen sein werden.

Ein Ergebnis, das insgesamt zufrieden stellt, auch wenn das Verfahren von einigen kritischen Stimmen begleitet war. Ein Teil der Kritik bezog sich auf den mit der Durchführung der Befragung für die örtlichen Bahnhofsmisionen verbundenen hohen Aufwand. Dies ist bei der bekannt knappen Personalausstattung vieler Stationen nachvollziehbar. Andere mitwirkende Stationen haben zurückgemeldet, dass der Zeit- und Krafteinsatz sich im Blick auf den erzielten Erkenntnisgewinn insgesamt gelohnt habe.

Kritisch hinterfragt wurde auch das Fragebogendesign. Insbesondere die Fragen zur Lebensqualität und zu den persönlichen Resilienzfaktoren der Gäste wurden von manchen als zu persönlich und intim erlebt. Auch hier gibt es gegenteilige Einlassungen von beteiligten Kolleginnen und Kollegen, die darüber berichteten, dass manche Gäste gerade diese Fragen als wertschätzend und an ihrer persönlichen Lebenslage interessiert wahrgenommen hätten.

Gleichwohl bietet die Kritik Anlass, das Design und die Instrumente der Befragung zu überprüfen und für einen erneuten Durchlauf an der einen oder anderen Stelle nachzujustieren. Dies gilt besonders im Hinblick auf den hohen Ressourcenaufwand.

1 Der Begriff der „Nutzerinnen und Nutzer“ wird hier als Oberbegriff für Gäste und sonstige Nutzerinnen und Nutzer der Angebote der Bahnhofsmisionen gebraucht. Der in den Bahnhofsmisionen gebräuchliche Begriff „Gäste“ wird in einem engeren Sinn auf diejenigen Nutzerinnen und Nutzer bezogen, die das Angebot der Bahnhofsmision in den Räumlichkeiten der Bahnhofsmisionen in Anspruch nehmen. Darüber hinaus gibt es Nutzerinnen und Nutzer, die – etwa im Kontext von Umsteigegehilfen, Bahnhofs- und Bahnsteigdiensten, aufsuchender Arbeit oder Bahnhofsmision Mobil – die Hilfen der Bahnhofsmisionen in Bahnhofshalle, am Gleis, im Umfeld des Bahnhofs, im Zug in Anspruch nehmen.

Die Perspektive erweitern

Das Monitoring vollzieht eine wesentliche Perspektiverweiterung auf die Lebenslagen und Lebenswelten der Gäste und sonstigen Nutzerinnen und Nutzer. Die auf den Einordnungen der Mitarbeitenden beruhende bundesweite Statistik der Bahnhofsmisionen wird nun erstmalig ergänzt durch empirisch belastbare Informationen aus der Nutzer/-innenperspektive und damit „aus erster Hand“.

Erfreulich ist dabei zunächst die über das Monitoring dokumentierte Belastbarkeit der Ergebnisse der bundesweiten Statistik. Die Mitarbeitenden der Bahnhofsmisionen (er-)kennen ihre Nutzer und Nutzerinnen offenbar gut und erfassen deren soziodemografischen Daten und die Hilfeleistungen sorgfältig. Darum findet manche Erkenntnis aus der Statistik und aus dem allgemeinen Erfahrungswissen der Kolleginnen und Kollegen in den Stationen im Monitoring eine Bestätigung.

Bei näherem Hinsehen werfen die Ergebnisse jedoch auch Fragen auf, denen sich die Bahnhofsmisionen stellen sollten. Dies gilt sowohl für die einzelnen örtlichen Einrichtungen als auch für die Gesamtorganisation. Einige dieser Spannungsfelder sollen im Folgenden exemplarisch benannt und vorläufig skizziert werden.

1. Tagesaufenthalt versus Lotsenstelle und Vermittlungsdienst

Welches sind die Kernaufgaben und Hauptzielgruppen der Bahnhofsmisionen? Welche Hilfen bieten sie an? Auf welchem fachlichen Konzept und welchem Selbstverständnis beruht ihre Arbeit? – Das sind zentrale Fragen, die im Monitoring angesprochen werden.

So belegen etwa die Selbstaussagen der Gäste aus der Befragung, dass über drei Viertel der Nutzerinnen und Nutzer von Bahnhofsmisionen unmittelbar von Armut betroffen sind.² Das Monitoring dokumentiert ihre Armut in ihren unterschiedlichen materiellen und sozialen Dimensionen wie Einkommen, Bildung, Zugang zu Arbeit, Wohnung. Dieser Befund steht in einer gewissen Spannung zur konzeptionellen Ausrichtung der Bahnhofsmisionen: So stehen etwa in den Leistungsstandards aus dem Jahr 2004 die Reisehilfen an erster Stelle.³ Und auch der Vertrag, den die örtlichen Träger mit DB Station & Service zur Nutzung der Räume an den Bahnhöfen schließen, definiert als erste Aufgabe der Bahnhofsmision die „Dienstleistungen für mobilitätseingeschränkte Reisende und Bahnhofsbesucherinnen und -besucher wie z. B. Ein-, Aus- und Umstiegshilfe“.⁴

2 Vgl. insbes. Monitoringbericht Abb. 6., Monatliches Nettoeinkommen.

3 Vgl. Leistungsstandards der Bahnhofsmision, verabschiedet von der KKBM a, 22.09.2014 in Bad Herrenalb, Punkt 1.

4 Vertrag zwischen der DB Station & Service AG, Bahnhofsmanagement (Ort) und den Trägern der Bahnhofsmision von 2003, §4, 1a.

Das Monitoring weist nach, dass viele der Gäste nicht einmalig oder ab und zu – etwa für ein konkretes Hilfeanliegen – in die Bahnhofsmision kommen. Vielmehr belegt es, dass ein Drittel ihrer Nutzer und Nutzerinnen die Einrichtung täglich nutzt; ein weiteres Drittel kommt wenigstens einmal pro Woche.⁵ Wie passt dieses Ergebnis zu der in den Leistungsstandards der Bahnhofsmisionen formulierten Selbstbeschreibung als „Fachstelle für Weitervermittlung“⁶? Dort steht auch, dass die Bahnhofsmision Beratung und Gespräche zur „Situationsklärung und einer ersten Hilfe in Krisensituationen“ bietet und „für weitergehende Hilfe ... an die entsprechenden Fachstellen und seelsorgerlichen Dienste vermittelt“.⁷ Doch lässt das Monitoring deutlich erkennen, dass ein Großteil der Gäste immer wieder kommt, ja viele von ihnen über längere Zeit zu „Stammgästen“ ihrer Bahnhofsmisionen werden.

Dazu passen die Gründe, die die Gäste für ihre Nutzung der Bahnhofsmisionen angeben.⁸ Tatsächlich scheint es so zu sein, dass viele Gäste die Bahnhofsmisionen nicht in erster Line aufsuchen, um eine konkrete Information zu bekommen oder Unterstützung für ein konkretes Problem zu erhalten. Vielmehr spielen für die meisten die niedrigschwelligen Zugangsmöglichkeiten für die Nutzung eine große Rolle. Das heißt, sie kommen auch deshalb in die Bahnhofsmisionen, weil es vergleichsweise einfach ist, sie zu nutzen. Die Nutzer/-innenbefragung belegt aber auch, dass die Menschen in den Bahnhofsmisionen die Wertschätzung der Mitarbeitenden suchen⁹ und offensichtlich auch finden¹⁰. Weiterhin kommen sie in die Bahnhofsmision, um Geselligkeit und Abwechslung zu erleben und anderen Menschen zu begegnen. Man kann der Studie also entnehmen, dass viele Gäste die Bahnhofsmisionen als „Wohlfühlorte“ empfinden, die sie als willkommene „Inseln“ in einem ansonsten in vielerlei Hinsicht beschwerlichen Leben nutzen. Es ist zu vermuten, dass der Gang zur Bahnhofsmision für viele dieser Gäste eine tagesstrukturierende Funktion hat. Erfüllen Bahnhofsmisionen also doch eher die Funktionen von Tagesaufenthalten für benachteiligte Menschen als diejenige von Lotsen im Hilfesystem?

Die Frage liegt nahe, zumal nach der Bundesstatistik 2016 die Vermittlungen an Dritte einen Anteil von 2,4 Prozent der Hilfeleistungen der Bahnhofsmisionen ausmachen. Wie viele und welche Hilfeleistungen für täglich oder wöchentlich wiederkehrende Gäste erbracht werden, lässt sich derzeit statistisch nicht ermitteln.

5 Vgl. Monitoringbericht Abb. 11, Häufigkeit der Nutzung.

6 Vgl. Leistungsstandards der Bahnhofsmision, verabschiedet von der KKBm a, 22.09.2014 in Bad Herrenalb, Punkt 5.1.

7 Vgl. Leistungsstandards der Bahnhofsmision, verabschiedet von der KKBm a, 22.09.2014 in Bad Herrenalb, Punkt 3.2.

8 Vgl. Monitoringbericht Abb. 13, Nutzungsgründe.

9 Vgl. insbes. die Fragen 01 und 06 in Teil 3 des Fragebogens zu „Ich nehme die Angebote der Bahnhofsmision wahr, weil ...“. Die Antworten auf diese Fragen wurden im Hauptnutzungsgrund „Niedrigschwelligkeit“ zusammengefasst und erhielten dort hohe Zustimmungswerte. Weiterhin weisen viele der offenen Antworten zu den Nutzungsgründen in diese Richtung.

10 Vgl. Monitoringbericht Abb. 14 „Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision“ und die offenen Antworten der Befragten, die viel Lob und Dankbarkeit insbes. im Hinblick auf das Engagement und die Zuwendung der Mitarbeitenden enthalten (zu letzterem vgl. die Folien 120 bis 137 sowie 153 bis 165 in Anlage 3).

Das vom Monitoring gezeichnete Bild eines hohen Anteils von regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzern in Kombination mit dem ebenfalls dokumentierten hohen Anteil armutsbetroffener Menschen legt es nahe, dass Bahnhofsmissionen sich aktiv mit Fragen der Existenzsicherung und Versorgung auseinanderzusetzen haben.¹¹

Vielleicht ist es ein erster, wichtiger Schritt, die Debatte um Zielgruppen, Kernaufgaben und Selbstverständnis offen und ohne Tabus zu führen.

2. Generalisierung versus Spezialisierung

Bahnhofsmissionen verstehen sich als Anlaufstellen, die niedrigschwellig erreichbar sein sollen für alle, die an Bahnhöfen oder im Zusammenhang mit der Nutzung des Schienenverkehrs Informations-, Beratungs- oder Unterstützungsbedarf haben. Daher arbeiten Bahnhofsmissionen – ganz im Sinne der Prinzipien der Sozialraumorientierung – zielgruppenübergreifend und generalistisch. Das hat zur Folge, dass ein und dieselbe Einrichtung sich ebenso zuständig fühlt für die Familie, die Begleitung für ihr Kind sucht, das alleine auf Reisen gehen soll (Kids on Tour), den Osteuropäer, der nicht weiß, wo er die nächste Nacht verbringen soll und die Frau, die am Wochenende nach Windeln und Nahrung für ihr Kind bittet.

Der Monitoringbericht zeigt im Blick auf die sozialdemographischen Daten und das Nutzungsverhalten gravierende Unterschiede der Zielgruppen auf. Dies bietet auf der einen Seite Chancen in Bezug auf eine Profilierung von Bahnhofsmissionen als Orte der Inklusion, der Begegnung und der Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts. Auf der anderen Seite birgt die Disparität der Bedarfe und Angebote ein nicht unbeträchtliches Spannungspotential sowohl innerhalb der Gästeschaft als auch was den fachlichen Anspruch und das Angebotsportfolio der Einrichtungen betrifft.

Diese Spannungen können für die Bahnhofsmissionen angesichts teilweise sehr knapper Ressourcen vor allem im Blick auf Personal- und Raumkapazitäten zu einer Zerreißprobe führen: Die Verfolgung des generalistischen Ansatzes stellt hohe Ansprüche an die Mitarbeitenden, die fachlich breit aufgestellt, äußerst flexibel und in unterschiedlichen Systemen (u. a. soziale Hilfen, Kommunen und Behörden, Unternehmen und Geschäftstreibende, Verkehrssysteme, Sicherheitssysteme, Kirchen) gut vernetzt sein müssen. Als weiteres Spezifikum zeichnen sich die Teams durch einen hohen Anteil von freiwillig Engagierten aus. Umso wichtiger ist es, die Arbeit so zu gestalten, dass jede Person ihre spezifischen Stärken einbringen kann und zugleich Überforderungen vermieden werden.

Als Anlaufstellen an den Bahnhöfen, die für alle offen sind, bewegen sich die Bahnhofsmissionen in dem Spagat, mit begrenzten Kapazitäten oftmals zeitgleich für differierende

11 S. Punkt 4 („Versorgung versus Veränderung“).

Zielgruppen passende Angebote zu realisieren. Spannungen sind da vorprogrammiert; jedem und jeder gerecht zu werden ist schwer, wenn nicht unmöglich.

Einige Einrichtungen nehmen diese Spannungen bewusst in Kauf bzw. nutzen sie als kreatives Potential. Sie profitieren von dem besonderen Ort und der Bekanntheit und Glaubwürdigkeit der Marke Bahnhofsmision, um Begegnungen von Menschen, die sonst kaum zusammenkommen und sich gegenseitig wenig wahrnehmen, zu ermöglichen. Auf diese Weise tragen sie zur Inklusion und Teilhabe benachteiligter Menschen bei und stärken den sozialen Frieden und die Solidarität der Menschen im Miteinander.

Andere Bahnhofsmision entscheiden sich bewusst für eine stärkere Spezialisierung, etwa für die Zielgruppe der Reisenden oder auf von Armut betroffene Gäste: Entsprechend bieten sie entweder schwerpunktmäßig Reisehilfen in der Bahnhofsmision, am Bahnhof, am Gleis oder im Zug an oder konzentrieren sich auf Hilfen für Menschen, die von Armut, Exklusion und Benachteiligung betroffen sind.

Eine solche Spezialisierung macht eine Konzentration der Ressourcen erforderlich. Sie wird im Regelfall mit einer Relativierung des Prinzips der „Offenheit für alle“ einhergehen – sei es, dass bestimmten Zielgruppen zu bestimmten Zeiten Priorität eingeräumt wird oder dass generell bestimmte Zielgruppen durch das vorgehaltene Angebotsprofil stärker und andere weniger angesprochen werden. Verantwortbar erscheint eine solche Entscheidung, wenn sie durch eine Analyse der konkreten Bedarfe sowohl der Menschen im Sozialraum als auch der Hilfen anderer Anbieter, auf die verwiesen werden kann, begründet werden kann.

Tatsächlich geben die Ergebnisse des Monitorings und der Bundesstatistik Hinweise darauf, wie stark sich Umgebungsfaktoren auf die Arbeit der Bahnhofsmisionen auswirken. Spezialisierungen und Angebotsschwerpunkte stellen sich schon allein dadurch ein, dass Bahnhöfe in kleinen und mittleren Kommunen ein deutlich geringeres Brennpunktpotential haben als in Großstädten. Bahnhofsmisionen, die in dieser Hinsicht weniger gefordert sind, verlegen ihre Hilfeangebote dann stärker in den Mobilitätsbereich, was insbesondere an Standorten naheliegend ist, an denen die Mobilitätsservices der Bahn nur schwer oder gar nicht verfügbar sind.

Im Spannungsfeld zwischen Generalisierung und Spezialisierung spielen daher Standortfaktoren eine besondere Rolle und können wichtige Hinweise bei der örtlichen Angebotsentwicklung liefern.

3. Lückenbüßer versus letzte Rückfalllinie im sozialen Netz

Nach den Erkenntnissen des Monitorings sehen Bahnhofsmisionen ihre Aufgabe häufig darin, Lösungen für wahrgenommene Lücken im örtlichen Hilfesystem bzw. anderweitig nicht gedeckte soziale Bedarfe von Menschen anzubieten. Tatsächlich erfüllen die Einrichtungen an

den Bahnhöfen nur in Teilbereichen vom Gesetzgeber definierte Ansprüche bestimmter Zielgruppen. Hauptsächlich nutzen Diakonie und Caritas die ihnen von der Deutschen Bahn zur Verfügung gestellten Standorte an den Bahnhöfen, um ihre Zielgruppen zu erreichen und Hilfen für spezifische Bedarfe an Bahnhöfen sowie Hilfen, die anderweitig nicht gedeckt sind, zur Verfügung zu stellen.

Eine solche Arbeitsweise macht eine kontinuierliche Analyse der Zielgruppen, Bedarfe und des Hilfesystems mit fachlichen Instrumenten vor Ort, in den Regionen und für das gesamte System erforderlich. Denn die von den Bahnhofsmissionen angebotenen Hilfen sind so lange aktuell, wie die Bedarfe bestehen und keine anderen Lösungen in Sicht sind. Deshalb stehen die Träger und deren Einrichtungen laufend vor der Herausforderung, Entwicklungen und Veränderungen wahrzunehmen, zu analysieren und zu reflektieren.

Weil sich die sozialen Probleme und Bedarfe in ihrem Umfeld ständig ändern, befinden sich auch die Bahnhofsmissionen und ihre Mitarbeitenden in einem kontinuierlichen Prozess der Entwicklung und Veränderung. Ihre Bedarfsorientierung und die Tatsache, dass sich an den Bahnhöfen viele gesellschaftliche Entwicklungen recht früh manifestieren, führen dazu, dass die Bahnhofsmissionen sich als Seismographen oder Frühwarnsysteme für gesellschaftliche Entwicklungen verstehen. So lässt sich in der Geschichte der Bahnhofsmision die enge Verknüpfung der Sozialgeschichte mit der Entwicklung der Zielgruppen und Angebote unmittelbar nachvollziehen.

Eine der Arbeitshypothesen, auf denen die Arbeit der Bahnhofsmissionen beruht, ist, dass es jenseits staatlicher Transferleistungen und vielfältiger Unterstützungen durch Versorgungseinrichtungen und Fachdienste leicht zugängliche, flexibel und unbürokratisch arbeitende „letzte Anlaufstellen“ an zentralen, gut erreichbaren Orten geben sollte. Diese sind insbesondere für Menschen wichtig, die nicht wissen, wohin sie sich sonst wenden sollen oder die in anderen Einrichtungen nicht (mehr) ankommen. Viele Erfahrungen belegen, dass der Bahnhof sich als Standort für eine solche Einrichtung gut eignet. Und dies nicht nur wegen seiner Citylage, seiner Multifunktionalität und öffentlichen Zugänglichkeit, sondern auch weil sich hier Schnittmengen zwischen den Interessen von Kommunen, Deutscher Bahn und kirchlicher Wohlfahrtspflege ergeben.

Vielen der beschriebenen Anforderungen kommen die Mitarbeitenden der Bahnhofsmissionen durch überdurchschnittliches Engagement und mit hoher Effektivität nach. Sie sind oftmals Meister im Finden kreativer Ideen und Lösungsansätze. Allerdings soll an dieser Stelle nicht verschwiegen werden, dass die Bahnhofsmissionen, wenn sie den in Leitbild und Standards formulierten Ansprüchen gerecht werden wollen, darauf angewiesen sind, dass sie mit den notwendigen Ressourcen ausgestattet werden. Hier besteht einiger Nachbesserungsbedarf.

4. Versorgung versus Veränderung

Drei Qualitätsmerkmale der Bahnhofsmissionen werden von den Gästen besonders positiv konnotiert:¹²

1. die niedrighschwelligen Zugangsmöglichkeiten (u. a. Lage, Öffnungszeiten, Anonymität, Nutzbarkeit ohne Termin und konkretes Anliegen),
2. die Freundlichkeit, Zugewandtheit, zeitliche Verfügbarkeit und Hilfsbereitschaft der Mitarbeitenden („Wohlfühlatmosphäre“, Vermittlung von Akzeptanz und Wertschätzung) sowie
3. die unbürokratische, unkonventionelle und oft sehr konkrete, praktische Hilfe.

Der Bericht zeigt auf, dass diese Qualitäten und Angebote jedoch bei weitem nicht all denen bekannt sind, die davon profitieren könnten.¹³ In der Öffentlichkeit scheint ein Bild der Bahnhofsmision vorzuherrschen, das stark an den existentiellen Nöten eines Teils ihrer Gäste (Hunger, Armut, Wohnungslosigkeit) orientiert ist.¹⁴

Dieses Bild korrespondiert stark mit dem öffentlichen Bild der Bahnhofsmissionen und ihrer Gäste zu Zeiten der sogenannten „Mehdorn-Krise“ im Jahr 2002¹⁵, in denen Bahnhofsmissionen sich zumindest an einer Reihe von Standorten auf die Ausgabe von Essen und Kleidung verlegt hatten.

Mit dem Abschluss der Bahnverträge 2003 rückten Themen wie „Verpflegung“, „Kleiderausgabe“ aber auch die zeitintensive „fachliche Beratung“ aus dem Fokus der internen und öffentlichen Kommunikation der Bahnhofsmissionen. Die damalige Krise nutzten die Bahnhofsmissionen als Chance, indem sie ein Gesamtkonzept entwickelten, dessen Portfolio einerseits Angebote für mobilitätseingeschränkte Reisende vorhält und andererseits Menschen in Notlagen „erste soziale Hilfe“ zukommen lässt, um sie daran anschließend in weitergehenden Hilfen am Ort zu vermitteln.

Tatsächlich wird der Umgang der Bahnhofsmissionen mit den Bedarfen der Gäste an materiellen Hilfen intern seit Jahren kontrovers diskutiert. Es gibt hier keine einheitliche Praxis. So gibt es Stationen, die über die Tasse Tee oder Kaffee hinaus bewusst keine Versorgungsleistungen anbieten und stattdessen auf andere Angebote vor Ort verweisen. Andere bieten ein begrenztes Versorgungsangebot, das sie konzeptionell verankern und in ihr Selbstverständnis integrieren (z. B. über eine Beschreibung der Verkostung als ‚Notbrot‘ und über eine Funktionszuweisung als Mittel zum Erreichen der Zielgruppe und zur Kontaktaufnahme).

¹² Vgl. Monitoringbericht zu Punkt 5.3 insbes. „Zufriedenheit“.

¹³ Vgl. Monitoringbericht zu Punkt 5.3 „Bekanntheit und Nutzung der Angebote“ sowie „Aufmerksamkeitsgründe“.

¹⁴ Vgl. Monitoringbericht Tabelle 10.

¹⁵ Bahnchef Mehdorn hatte sich öffentlich negativ über die „Suppenküchen an den Bahnhöfen“ geäußert und damit eine intensive öffentliche Diskussion ausgelöst.

Andere Bahnhofsmmissionen bieten unterschiedliche „Pakete“ von materiellen Hilfen an. Diese können neben Broten und anderen (meist kalten) Speisen von Station zu Station unterschiedliche Angebote der Versorgung etwa mit Kleidung, Schlafsäcken oder Hygieneartikeln beinhalten. Für einige Einrichtungen gehört die Versorgung zur Regelleistung, andere geben materielle Hilfen nur ausnahmsweise aus. Die derzeit gültigen Bahnverträge schließen sogenannte „Regelangebote“ wie Versorgungs-, Beratungs- oder Gruppenangebote oder Angebote zur Tagesstrukturierung aus.¹⁶ Trotzdem können und wollen einige Einrichtungen nicht die Augen vor der existentiellen Not vieler ihrer Gäste verschließen. Angesichts einer sich zuspitzenden Armutsproblematik ihrer Gäste fühlen sie sich verpflichtet, das Naheliegende zu tun.

Parallel zur Entwicklung in den Bahnhofsmmissionen breitete sich die Tafelbewegung seit ihrer Gründung ab 1993 in Berlin mit inzwischen über 900 Ausgabestellen bundesweit rasant aus und löste u. a. in Diakonie und Caritas intensive fachliche Diskussionen aus. Die Bahnhofsmmissionen bewegen sich in diesem vieldimensionalen Spannungsfeld. Sie müssen sich in der Diskussion verorten oder einen Weg finden, ein eigenes Profil zu bilden.

Diese und viele andere Fragen bedürfen der internen Diskussion im Sinne der Organisationsentwicklung und sollten von dort in den fachlichen Diskurs von Caritas und Diakonie eingebracht werden. Ihre Bearbeitung und Beantwortung bergen viel Konfliktpotential, sowohl in der internen Abstimmung zwischen verschiedenen, sehr unterschiedlich profilierten Einrichtungen als auch in der Kommunikation und Zusammenarbeit mit externen Partnern wie Kommunen und Deutscher Bahn. Gestellt werden sie nicht erst durch den nun vorliegenden Monitoringbericht. Jedoch stellt dieser vielfältiges Material zur Verfügung, um sie zu bearbeiten.

Dr. Gisela Sauter-Ackermann

Christian Bakemeier

Bundesgeschäftsführung Bahnhofsmmission

¹⁶ Vgl. Vertrag zwischen der DB Station & Service AG, Bahnhofsmmanagement (Ort) und den Trägern der Bahnhofsmmission von 2003, §4, 2.

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort der Vorsitzenden.....	I
Vorwort der Bundesgeschäftsführung Bahnhofsmision.....	III
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Tabellenverzeichnis.....	XII
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
1 Problemstellung und Ziele der Studie.....	1
2 Projektphasen und Beteiligung.....	2
3 Konzeptioneller Rahmen.....	3
3.1 Kontext der Studie: Die Bahnhofsmision(en).....	3
3.2 Survey-Feedback als Organisationsentwicklungsansatz.....	6
4 Methodische Vorgehensweise.....	8
4.1 Methodik der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung.....	8
4.2 Methodik der Reflexionen.....	13
5 Ergebnisse der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung.....	17
5.1 Persönliche Lebenslage: Soziodemographische Befunde.....	17
5.2 Persönliche Lebenswelt.....	24
5.3 Bekanntheit der Angebote, Nutzungsverhalten und Zufriedenheit.....	28
5.4 Limitationen der Befragung.....	37
6 Ergebnisse der Reflexionen.....	38
6.1 Rückmeldungen zum Monitoring.....	39
6.2 Einordnung der Ergebnisse.....	41
6.3 Reflexionsanstöße und Problemanzeigen.....	43
6.4 Entwicklungsvorschläge.....	47
6.5 Selbstverständnis.....	51
6.6 Limitationen der Reflexionen und deren Auswertung.....	54
7 Zusammenfassung.....	55
Literaturverzeichnis.....	60
Anlagenverzeichnis.....	63
Anlage 1: Fragebogen.....	64
Anlage 2: Größeneinteilung der Bahnhofsmisionen.....	73
Anlage 3: Zwischenbericht.....	78
Anlage 4: Handreichung zur Reflexion.....	166

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1. Verteilung der teilgenommenen Bahnhofsmissionen und deren Rückläufe.....	10
Tabelle 2. Stichprobeneinteilung nach Nutzungstypen.....	11
Tabelle 3. Drei extrahierte Überkategorien von Nutzungsgründen.....	12
Tabelle 4. Auszug aus der Handreichung zur Reflexion.....	14
Tabelle 5. Anzahl der Bahnhofsmissionen, welche Dokumentationen ihrer Reflexionsrunden für Auswertungszwecke zur Verfügung stellten, nach Bundesland und Standortgröße....	15
Tabelle 6. Kategoriensystem.....	16
Tabelle 7. Nutzungsverhalten im Gesamtüberblick (alle Befragten).....	29
Tabelle 8. Nutzungsverhalten der Gruppe der Gäste i. w. S.....	30
Tabelle 9. Nutzungsverhalten der Gruppe der Reisenden.....	31
Tabelle 10. Bekanntheit der Angebote bei Nichtnutzerinnen und Nichtnutzern.....	31

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Zwischenbericht für Reflexionszwecke (ausgewählte Folien).....	13
Abbildung 2. Alter in Jahren.....	18
Abbildung 3. Geschlecht.....	19
Abbildung 4. Höchster Bildungsabschluss.....	20
Abbildung 5. Momentaner Tätigkeits- bzw. Erwerbsstatus.....	21
Abbildung 6. Monatliches Nettoeinkommen.....	22
Abbildung 7. Wohnverhältnisse.....	23
Abbildung 8. Behinderung.....	24
Abbildung 9. Selbstwerteinschätzung.....	26
Abbildung 10. Änderungs- und Unterstützungswünsche.....	28
Abbildung 11. Häufigkeit der Nutzung.....	33
Abbildung 12. Aufmerksamkeitsgründe.....	34
Abbildung 13. Nutzungsgründe.....	35
Abbildung 14. Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision.....	37

1 Problemstellung und Ziele der Studie

Die Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision in Deutschland (KKBM) als zentrale ökumenische Arbeitsplattform der Bahnhofsmision versucht mittels eines wissenschaftlich unterstützten Monitorings systematisch Daten über ihre Nutzerinnen und Nutzer sowie deren Nutzungsverhalten im Spiegel existierender Angebote zu sammeln. Ziel ist es, die Aussagen der an allen Bahnhofsmissionsstandorten durchgeführten Vollerhebung, die in der Bundesstatistik der Bahnhofsmision zusammengefasst ist, inhaltlich zu ergänzen. Die Daten sollen einerseits den Verantwortlichen der Bahnhofsmissionen sowie dritten Anspruchsgruppen in aufbereiteter Form für Informationszwecke zur Verfügung gestellt werden. Andererseits sollen die Daten als Diskussionsgrundlage zu Zwecken der Organisationsentwicklung intern sowohl lokal als auch überregional Verwendung finden. Konkreter lassen sich somit für das Monitoringprojekt folgende drei miteinander verbundene Teilziele weitergehend spezifizieren:

1. *Erkenntnisziel:* Die generierten Daten sollen den Beschäftigten der Bahnhofsmision Informationen darüber geben, welche Zielgruppen ihre Angebote aktuell erreichen, welche Angebote von diesen Personen genutzt werden, wie diese Personen auf die Angebote aufmerksam wurden und ob die Angebote rückblickend als hilfreich wahrgenommen werden. Des Weiteren kann mittels dieser Daten abgeglichen werden, ob die Bahnhofsmissionen die Personengruppen erreichen, welche sie erreichen wollen bzw., ob die existierenden Angebote die Wirkung entfalten, welche ihnen unterstellt wird. Solche systematisch generierten Informationen liegen bisher nicht vor.
2. *Ziel der Organisationsentwicklung:* Die durch das Monitoring generierten Einblicke sollen die Grundlage für eine systematische Weiterentwicklung der Arbeit der Bahnhofsmision darstellen. Innerhalb der einzelnen Bahnhofsmissionen soll überlegt werden, in welche Richtung sich die Angebote sowie die organisationalen Strukturen und Prozesse der Bahnhofsmision vor dem Hintergrund gesellschaftlicher, ökonomischer und politischer Wandlungstendenzen in Deutschland sowie Europa in Zukunft entwickeln sollen. Organisationsentwicklungsimpulse sollen durch die breite Diskussion der empirischen Datenlage über die Nutzerinnen und Nutzer sowie deren Nutzungsverhalten im Rahmen von Reflexionssitzungen der einzelnen Bahnhofsmissionen von den verantwortlichen Trägern, Leitungen, Fachkräften und Gremien selbst generiert werden.
3. *Legitimations- und Kommunikationsziel:* Die gesammelten Zahlen, Daten und Fakten sollen zur Unterstützung der Kommunikation der Arbeit der Bahnhofsmissionen in der Öffentlichkeit beitragen sowie Anhaltspunkte für ein Lobbying zugunsten ihrer Zielgruppen liefern. Das Monitoring soll vielfältige Informationen über die Nutzung und Wirksamkeit der Angebote der Bahnhofsmision generieren, welche im Anschluss an das Projektvor-

haben sozialen, politischen oder privatwirtschaftlichen Akteuren und Entscheidungsträgern kommuniziert werden können.

2 Projektphasen und Beteiligung

Um die genannten Ziele zu erreichen, beauftragte die Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision die IN VIA SoWiFo zur Durchführung eines Monitoringprojektes. Wissenschaftlich begleitet wurde die IN VIA SoWiFo im Rahmen des Projektes von der Universität Paderborn. Zur fachlichen Begleitung und Beratung des Monitorings wurde ein Projektbeirat mit Expertinnen und Experten aus dem Arbeitsfeld installiert. Für die Steuerung des Projekts wurde eine Steuerungsgruppe eingerichtet. Der Projektzeitraum erstreckte sich von März 2016 bis November 2017.

Das Gesamtvorhaben wurde in vier aufeinander aufbauende Projektphasen unterteilt und entsprechend durchgeführt:

1. *Auftragsspezifizierung und Vorarbeiten:* Im Zeitraum von März bis September 2016 wurden die Auftragsziele und das Befragungsdesign mit der Steuerungsgruppe und dem Projektbeirat der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision spezifiziert und festgelegt. Im Anschluss wurden Literaturrecherchen sowie forschungsmethodische Vorüberlegungen durchgeführt. Im Fokus dieser Recherchen und Vorüberlegungen stand die Entwicklung eines Nutzerinnen- und Nutzerfragebogens zur Informationsgenerierung. Die Bahnhofsmissionen wurden über den Projektfortschritt informiert und auf die Befragung vorbereitet. In der Bahnhofsmision Paderborn wurde ein Testlauf für die Befragung durchgeführt.
2. *Erhebung der Nutzerinnen- und Nutzerdaten:* Hierzu wurden alle Bahnhofsmissionen in Deutschland zwischen Oktober 2016 und Januar 2017 gebeten, ihre Nutzerinnen und Nutzer mittels eines spezifisch hierfür entwickelten Fragebogens zu befragen. Die erhobenen Daten wurden dann zwischen Februar und April 2017 von der IN VIA SoWiFo erfasst und mittels sozialwissenschaftlicher Analysemethoden systematisch ausgewertet und aufbereitet.
3. *Reflexion der ausgewerteten Daten:* Die gesammelten Daten wurden den einzelnen Bahnhofsmissionen in aggregierter und aufbereiteter Form zur Verfügung gestellt. Hierzu wurden die Daten insbesondere auch nach dem Kriterium der Einwohnerzahl am Standort der Bahnhofsmision geclustert. In dieser Phase wurden alle Bahnhofsmissionen gebeten, die in den Berichten dargestellten Informationen im Rahmen von selbstmoderierten Teamsitzungen zu besprechen und zur Reflexion der eigenen Arbeit vor Ort heranzuziehen. Die so gewonnenen Einsichten und Impulse sollten in freier Form dokumentiert und der IN VIA SoWiFo für Auswertungszwecke zur Verfügung gestellt werden. Diese Projektphase fand zwischen Mai und Juli 2017 statt.

4. *Auswertung der Reflexionsergebnisse und finale Berichterlegung:* Im Rahmen dieser Projektphase wurden die zurückgesendeten Dokumentationen der Reflexionssitzungen der einzelnen Bahnhofsmissionen ausgewertet. Im Anschluss wurden die Informationen, welche aus der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung gewonnen wurden, mit den Erkenntnissen aus den Reflexionen zusammengeführt, aufbereitet und in dem vorliegenden Abschlussbericht dargestellt. Diese Projektphase lief von August bis November 2017.

Im Folgenden wird in Kapitel 3 der konzeptionelle Rahmen des gerade beschriebenen Forschungsvorhabens dargestellt. Danach beschreibt Kapitel 4 das methodische Vorgehen des Projektes. Im Anschluss werden in Kapitel 5 die Befunde der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung und in Kapitel 6 die Ergebnisse der Reflexionsrunde dargestellt. Der Bericht endet mit einer Zusammenfassung in Kapitel 7.

3 Konzeptioneller Rahmen

Im Folgenden wird in Kapitel 3.1 zuerst ein kurzer Überblick über die Bahnhofsmission als Untersuchungsobjekt sowie die Notwendigkeit dieses Forschungsvorhabens gegeben. Im Anschluss daran stellt Kapitel 3.2 die Survey-Feedback-Methode als theoretischen Organisationsentwicklungsansatz dar.

3.1 Kontext der Studie: Die Bahnhofsmission(en)

Relevante organisationale Strukturen. In Deutschland gibt es 104 Bahnhofsmissionen, die in selbständiger Verantwortung von örtlichen und regionalen Trägern der Diakonie, Caritas und Kirchen betrieben werden. Die Einrichtungen verstehen sich als niedrigschwellige, offene soziale Hilfestellen und Begegnungsorte an Bahnhöfen mit multiplen, bedarfsorientierten Angeboten für so unterschiedliche Zielgruppen wie Reisende und benachteiligte Personen bzw. in Armut oder Wohnungslosigkeit lebende Menschen. In ihrer methodischen und konzeptionellen Ausrichtung orientieren sich die Bahnhofsmissionen an sozialräumlichen Ansätzen (vgl. unter anderem Bakemeier, 2016; Dieckbreder, 2016). Sie beschäftigen rund 300 hauptberufliche Mitarbeitende und stellen Engagementmöglichkeiten für ungefähr 2.000 Freiwillige zur Verfügung. Sie arbeiten auf der Grundlage von Verträgen in enger Kooperation mit der Deutschen Bahn AG, die Räume und Infrastruktur kostenfrei zur Verfügung stellt und die Bahnhofsmission auch darüber hinaus in vielfältiger Weise unterstützt und fördert.

Die Bahnhofsmissionen sind Teil der freien Wohlfahrtspflege und spitzenverbandlich durch den Deutschen Caritasverband bzw. das Diakonische Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) vertreten. Die evangelischen Bahnhofsmissionen organisieren sich im Verband der Deutschen Evangelischen Bahnhofsmission e. V. in Landesgruppen und deutschlandweit. Die katholischen Träger arbeiten im Rahmen einer Arbeitsgemeinschaft

bundesweit zusammen; sie werden auf Diözesan- und teilweise auf Landesebene durch Fachreferate unterstützt und beraten. Die beiden Vorstände der konfessionellen Gremien bilden seit 1910 gemeinsam die bundesweit agierende, ökumenische Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision. Deren Aufgaben sind die Beratung und Entscheidung über zentrale strategische Fragen zur Konzeption und Koordination der Bahnhofsmissionsarbeit, die Außenvertretung bei der Deutschen Bahn AG und den Bundesbehörden, zentralen Qualitätsentwicklung, Öffentlichkeitsarbeit sowie zentralen Fortbildungsplanung und -umsetzung. Weiterhin berät, fördert und unterstützt sie die Diözesanverbände und landeskirchlichen Diakonischen Werke sowie Träger, Leitungen und Teams der Bahnhofsmision (siehe KKBM, 2004a, 2008a, 2008b, 2017).

Organisationstheoretisch können die Bahnhofsmissionen am ehesten als lose gekoppelte Systeme verstanden werden (Weick, 1995). Die eigenständigen Bahnhofsmissionen organisieren sich als Einzeleinheiten in Verbänden bzw. Arbeitsgemeinschaften, welche sich wiederum in einen größeren bundesweiten Verbund eingliedern. Dieser bundesweite Verbund kann jedoch nur eingeschränkt auf die Verbände und die einzelnen Bahnhofsmissionen Einfluss nehmen. Als dauerhafte, strukturordnende Instrumente existieren das gemeinsam geteilte Leitbild (KKBM, 2004a) und die gemeinsamen Leistungsstandards (KKBM, 2004b) der Bahnhofsmissionen, sowie ein gemeinsames Corporate Design, die bundesweite Statistik, vereinbarte Standards für die zentrale Grundausbildung der ehrenamtlichen Mitarbeitenden sowie der Rahmenvertrag mit dem Kooperationspartner Deutsche Bahn AG. Die einzelnen Bahnhofsmissionen setzen die Beschlüsse der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision vor Ort gemäß eigener Kapazitäten und spezifischen lokalen Gegebenheiten (unter anderem Bedarfe und Angebote vor Ort, Schwerpunktsetzungen und Ressourcen der Träger) um. Daraus folgt, dass die relativ autonomen Bahnhofsmissionen trotz gemeinsam geteilter Werte und Ziele unterschiedliche Angebote in verschiedenen Ausprägungen anbieten. Eine konkrete und im Detail abgestimmte Zusammenarbeit ergibt sich lediglich im Zusammenhang mit dem bundesweit durchgeführten Kinderbegleitangebot *Kids on Tour*, das die zentrale Gesellschaft für mobile Hilfen der Bahnhofsmision mbH in Kooperation mit den Trägern von 32 örtlichen Bahnhofsmissionen durchführt.

Die dargestellten Organisationsstrukturen sind relevant, da sie die Anstrengungen der einzelnen Bahnhofsmissionen bei der Mitarbeit am Projekt sowie die Akzeptanz des Monitoringvorhabens beeinflussen können (siehe unter anderem Simon, 2015). Obwohl das Monitoringprojekt von der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision initiiert wurde, hat diese zentrale Institution weder die Möglichkeit die einzelnen Bahnhofsmissionen zur Teilnahme am Projekt zu verpflichten, noch kann sie ihnen Ressourcen für die Mitarbeit zur Verfügung stellen. Das Mitwirken der Bahnhofsmissionen basiert somit auf reiner Freiwilligkeit. Gleichzeitig eröffnet die spezifische Organisationsstruktur der Bahnhofsmision durchaus auch Po-

tentiale und Gestaltungsspielräume: Die autonomen Bahnhofsmissionen sind flexibel und können Entwicklungsvorhaben, welche sich aus dem Monitoringprojekt ergeben, schnell und ohne größere Interdependenzen im System der Bahnhofsmissionen gemäß eigener Vorstellungen und Kapazitäten umsetzen.

Angebote und Zielgruppen der Bahnhofsmissionen. Bahnhofsmissionen sind offene Anlaufstellen in, an und in der Nähe von Bahnhöfen, die, eingebunden in ein größeres Netzwerk örtlicher Versorgungsstrukturen, Hilfeleistungen für unterschiedliche Zielgruppen anbieten. Welche Leistungen in welcher Art und Weise angeboten werden, bestimmen die einzelnen Bahnhofsmissionen auf der Grundlage von Leitbild, Standards und den Vorgaben des Bahnvertrags selbst. Das Spektrum potentieller Angebote umfasst unter anderem (a) Ein-, Aus- und Umsteigehilfen bei Zugreisen, (b) Reisebegleitung, (c) Auskünfte und Beratung bei Reisen, (d) Bereitstellung von Sanitäreinrichtungen, (e) Verpflegungsangebote, (f) Kleider- und Versorgungsausgaben, (g) Aufenthaltsmöglichkeiten, (h) Beratung, Krisenhilfe und Vermittlung, (i) Gesprächsmöglichkeiten, (j) Akutnothilfe, z. B. bei Diebstahl oder Unfällen, sowie (k) Begleitsdienste im Zug (Kids on Tour für die Begleitung alleinreisender Kinder im Fernverkehr bzw. Bahnhofsmission Mobil für assistenzbedürftige Reisende im Regionalverkehr).

Die Nutzerinnen und Nutzer dieser Angebote sind stark heterogen in Bezug auf ihr Alter, ihr Geschlecht, ihre Religion, ihre Herkunft, ihren Bildungsgrad, ihre Erwerbsbiographie, ihre Einkommenssituation, ihren Gesundheitsstand und ihre Lebensweise. Aus analytischer Perspektive lassen sich die Nutzerinnen und Nutzer in zwei verschiedene Gruppen einteilen. Zum einen existiert die Gruppe der Reisenden, die mit den Bahnhofsmissionen vor allem im Kontext einer (Bahn-)Reise in Kontakt tritt und dadurch in der Regel die Angebote der Reise- und Mobilitätshilfen (Angebote a, b, c, oder k; siehe oben) nutzt. Zum anderen gibt es die Gruppe der Gäste, die den Bahnhof primär nicht für Reisezwecke aufsucht und die Bahnhofsmissionen vor allem aufgrund ihrer persönlichen Lebenslage mit einem Fokus auf soziale und materielle Unterstützungsleistungen in Anspruch nimmt. Diese beiden Gruppierungen sind nicht überschneidungsfrei. Dennoch kann festgestellt werden, dass sich in der Gruppe der Gäste ohne Reiseabsicht häufiger Menschen finden, welche von Armut und Ausgrenzung betroffen sind (siehe auch Bakemeier, 2016).

Bedeutung erlangt diese Unterscheidung vor allem vor dem Hintergrund, dass ein Großteil aller Nutzerinnen und Nutzer der Bahnhofsmissionen zu der Gruppe der Gäste ohne unmittelbare Reiseabsicht gehören. Die Bahnhofsmissionen nehmen dadurch ganz explizit den Auftrag als Hilfsorganisationen für marginalisierte Personen, wie z. B. Wohnungslose, wahr (siehe hierzu unter anderem Bakemeier, 2016 und Wolf, 2016 sowie zur historischen Genese: Nikles, 2016). Gleichzeitig ist darauf hinzuweisen, dass sich die Bahnhofsmission nach ihrem Selbstverständnis als Clearingstelle versteht, welche keine dauerhaften Angebote für Hilfesuchende schafft, sondern diese nach punktuellen Hilfen (Beratung, Seelsorge, kleinere

materielle Hilfen, ermöglichter Kurzaufenthalt) an andere Versorgungsstellen vermitteln will (Bakemeier, 2016).

Die Hilfeleistungen der Bahnhofsmissionen werden sowohl von hauptamtlichen als auch von ehrenamtlichen Beschäftigten erbracht. Die Gruppe der ehrenamtlich tätigen Personen ist hierbei die stärkste (Bakemeier, 2016). Leitungs- und Verwaltungstätigkeiten sowie die Aufgabe der Ehrenamtskoordination werden vor allem von den hauptamtlich angestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übernommen.

Jede Bahnhofsmission führt eine interne Statistik über ihre Nutzerinnen und Nutzer (z. B. Geschlecht und Alter) sowie in Anspruch genommene Hilfeleistungen (z. B. Aufenthalt, Reisehilfe, Krisenintervention). Diese internen Zählungen werden von der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission zusammengeführt und ausgewertet. Da die Bahnhofsmissionen sich als „Einrichtungen der offenen Tür“ (Bakemeier, 2016, S. 64) verstehen, können sich Menschen auch ohne explizites, konkretes Hilfeanliegen an diese wenden und somit ihre Anonymität im Bedarfsfall wahren. Daraus folgt, dass trotz der internen Statistik der Bahnhofsmissionen systematisch erhobene, weiterführende Informationen sowohl zur Lebenslage der Befragten (z. B. Einkommenssituation, Sprachkenntnisse) als auch zu deren Lebenswelt bisher fehlen. Lebenswelt meint hierbei die subjektive Einschätzung und Wahrnehmung der eher objektiven Merkmale der Lebenslage eines Menschen (Kraus, 2006; Kraus, 2016). Diese Informationslücken sollen mit dem Forschungsprojekt zum Monitoring geschlossen werden.

Nach dieser kurzen Beschreibung des Projektkontextes wird im nächsten Teilkapitel die Survey-Feedback-Methode als theoretischer Organisationsentwicklungsansatz, welcher diesem Forschungsvorhaben zu Grunde liegt, erläutert.

3.2 Survey-Feedback als Organisationsentwicklungsansatz

Im Rahmen des Projektvorhabens sollen nicht nur systematisch Daten zu den Nutzerinnen und Nutzern der Bahnhofsmissionen gesammelt und in aufbereiteter Form zu Informations- und Legitimationszwecken unterschiedlichen Anspruchsgruppen zur Verfügung gestellt werden. Als weiteres Ziel sollen die gewonnenen Informationen vor allem auch als Grundlage und Anstoß für die systematische Weiterentwicklung der Arbeit der Bahnhofsmissionen dienen. Diese Weiterentwicklung soll zielgerichtet und geplant unter größtmöglicher Beteiligung aller Mitarbeitenden der Bahnhofsmissionen stattfinden und wird daher als Organisationsentwicklungsaufgabe verstanden (siehe auch Schiersmann & Thiel, 2014).

Als Organisationsentwicklungsansatz wird im Rahmen dieses Projektes auf die Survey-Feedback-Methode zurückgegriffen (siehe unter anderem Jöns, 2001; Lewin, 1953; Scholl, 2014). Die Methode zeichnet sich dadurch aus, dass mittels sozialwissenschaftlicher Instrumente (z. B. Fragebögen) systematisch Informationen zu bestimmten Teilaspekten einer Organisati-

on (z. B. Klientenzufriedenheit, Angebotsnutzung) gesammelt und diese mittels sozialwissenschaftlicher Analyseverfahren ausgewertet werden. Diese Auswertungen werden dann den Organisationsmitgliedern in aufbereiteter Form zurückgemeldet und von diesen in strukturierten Diskussionsrunden vor Ort besprochen. Ziel der Methode ist es, dass sich die unterschiedlichen Organisationsmitglieder (Beschäftigte, Vorgesetzte) einer Organisationseinheit (hier: einzelne Bahnhofsmissionen) auf Basis der systematisch erlangten Erkenntnisse mit Teilaspekten der eigenen organisationalen Praxis – das bedeutet vor allem organisationaler Ziele, Prozesse und Strukturen – vor dem Hintergrund des eigenen Erfahrungswissen auseinandersetzen. In den angesetzten Diskussionsrunden wird gemeinschaftlich reflektiert, welche Einsichten die statistischen Ergebnisse ermöglichen, um damit eine kollektiv geteilte Situationsdiagnose (Ist-Zustand) abzuleiten (Jöns, 2001). Neben der Identifikation von organisationalen Problemfeldern, Widersprüchen und Entwicklungspotentialen ist auch die Ableitung von momentanen Stärken und Potentialen explizites Ziel dieser Situationsdiagnostik. Darauf aufbauend ermöglichen die Reflexionssitzungen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern den gemeinschaftlichen Diskurs, wie die organisationale Praxis weiterentwickelt werden kann bzw. soll (Soll-Zustand). Der jeweilig definierte Soll-Zustand kann dann direkt in spezifische Veränderungsmaßnahmen innerhalb der einzelnen Bahnhofsmissionen umgesetzt werden.

Als Erweiterung der ursprünglichen Survey-Feedback-Methode sollen die Erkenntnisse der einzelnen Bahnhofsmissionen in gebündelter Form zusätzlich der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission sowie der Gesamtheit der Bahnhofsmissionen – explizit auch denjenigen, die an der Befragung der Nutzerinnen und Nutzer nicht teilgenommen haben – zur Verfügung gestellt werden. Hierzu werden die Dokumentationen aller Reflexionen gesammelt, inhaltsanalytisch ausgewertet, aggregiert und aufbereitet. Die so gewonnenen Befunde können folglich die Arbeitsgrundlage für die perspektivische Weiterentwicklung einzelner Bahnhofsmissionen sowie der bundesdeutschen Bahnhofsmissionsarbeit bilden.

In diesem Sinne kann die Survey-Feedback-Methode als wissenschaftlich unterstützter Organisationsberatungs- und -entwicklungsansatz interpretiert werden (Scholl, 2014). Durch die Verwendung sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden werden Daten generiert, die den Organisationsmitgliedern in aufbereiteter Form Einblicke in die eigene bedeutungshaltige Praxis gewähren, welche diesen in ihrer Systematik und Vielfalt sonst nicht oder nur sehr eingeschränkt zur Verfügung stehen. Durch die Reflexion dieser Erkenntnisse können dann sowohl auf lokaler als auch auf überregionaler Ebene neue Perspektiven eröffnet und somit – bei Bedarf – auch (organisationale) Entwicklungsprozesse in Gang gesetzt werden.

4 Methodische Vorgehensweise

Im Folgenden wird die methodische Vorgehensweise zur Generierung von Daten im Rahmen des Monitoringprojektes dargestellt. Kapitel 4.1 geht hierbei auf die Erhebung und Auswertung statistischer Daten im Rahmen der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung ein. Kapitel 4.2 beschreibt die Erzeugung und Analyse des qualitativen Datenmaterials der Reflexionsrunden.

4.1 Methodik der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung

Fragebogen. Wie in Kapitel 1 beschrieben, war es Ziel der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung systematische Informationen darüber zu sammeln, welche Zielgruppen von den derzeitigen Angeboten der Bahnhofsmision erreicht werden, welche Angebote von diesen Personen in welcher Art genutzt werden, wie sie auf die Angebote aufmerksam wurden und ob diese Angebote rückblickend von ihnen als hilfreich wahrgenommen werden. Zur Erreichung dieses Zieles wurde ein papierbasierter Fragebogen (siehe Anlage 1) in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung sowie der Projektsteuerungsgruppe und dem Projektbeirat entwickelt, welcher Items bzw. Skalen zu folgenden Themenbereichen enthält:

- *Soziodemographie* (Alter, Geschlecht, momentaner Familienstand, Religionszugehörigkeit, Deutschkenntnisse, höchster Bildungsabschluss, momentane [Erwerbs-]Tätigkeit, Art des Wohnsitzes, Behindertenstatus, Art der Behinderung, Grad der Behinderung sowie monatliches Nettoeinkommen; jeweils Einzelitems mit geschlossenen Antwortmöglichkeiten, nur die Muttersprache wurde mit einem offenen Item abgefragt).
- *Nutzung und Bekanntheit verschiedener Angebote* (Ein-, Aus- und Umsteigehilfen bei Zugreisen; Reisebegleitung; Auskünfte und Beratung bei Reisen; Nutzung von Sanitäranlagen; Verpflegungsangebote; Kleider- und Versorgungsausgabe; Aufenthaltsmöglichkeit; Beratung, Krisenhilfe und Vermittlung; Gesprächsmöglichkeit; Akutnothilfe; Kids on Tour; alle benannten Angebote wurden kurz umschrieben; es konnte jeweils mit „ja“ bzw. „nein“ auf folgende Items geantwortet werden: „Angebot war mir bekannt“, „Habe ich schon genutzt“, „Nutze ich öfter“ sowie „Hat mir geholfen“).
- *Häufigkeit der Nutzung der Angebote* (Einzelitem mit folgenden Antwortoptionen: „Heute das erste Mal“, „Wenigstens einmal täglich“, „Wenigstens einmal die Woche“, „Wenigstens einmal im Monat“, „Wenigstens einmal im Jahr“, „Seltener als einmal im Jahr“).
- *Grund der anfänglichen Aufmerksamkeit auf die Angebote der Bahnhofsmision* (Mehrfachantwort war bei folgenden Antwortoptionen möglich: „Empfehlung von Freunden oder Bekannten“, „Plakate oder Flyer“, „Hinweisschilder im Bahnhof“, „Personal der Bahnhofsmision“, „Hinweise anderer Stellen im Bahnhof“, „Andere Hilfsstellen“, „Fernsehen, Zeitung, Radio“, „Internet“, „Sonstiges“).

- *Grund der Nutzung der Angebote der Bahnhofsmision* (22 unterschiedliche Aussagen wie bspw. „Weil ich angenommen werde, wie ich bin.“ oder „Weil ich einfach ohne Termin und Druck kommen kann.“, auf die mittels einer Zustimmungsskala von 1 = „Stimme gar nicht zu“ bis 5 = „Stimme völlig zu“ Stellung genommen werden konnte).
- *Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision* (Einzelitem, Antwortoptionen: 1 = „Sehr unzufrieden“ bis 5 = „Sehr zufrieden“).
- *Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Bahnhofsmision* (4 Aussagen wie bspw. „Die Mitarbeitenden der Bahnhofsmision sind für mich ansprechbar.“, auf die mit einer Zustimmungsskala von 1 = „Stimme gar nicht zu“ bis 5 = „Stimme völlig zu“ Stellung genommen werden konnte).
- *Einschätzung des eigenen Selbstwertgefühls als Indikator für das Wohlergehen der Befragten aus der Perspektive ihrer persönlichen Lebenswelt* (9 Aussagen aus der validierten deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl, von Collani & Herzberg, 2003 sowie Rosenberg, 1965, wie bspw. „Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.“ oder „Ich habe in meinem Leben alles richtig gemacht.“; beantwortbar auf einer Zustimmungsskala von 1 = „Stimme gar nicht zu“ bis 5 = „Stimme völlig zu“).
- *Wunsch der Änderung der eigenen Lebenssituation* (4 Aussagen wie bspw. „Wenn ich mein Leben im Ganzen betrachte, möchte ich am liebsten, dass alles so bleibt, wie es ist.“ oder „Am liebsten würde ich in meinem Leben vieles ändern.“, auf die mit einer Zustimmungsskala von 1 = „Stimme gar nicht zu“ bis 5 = „Stimme völlig zu“ Stellung genommen werden konnte).

Der Fragebogen wurde aus dem Deutschen nachträglich von ehrenamtlich arbeitenden Muttersprachlerinnen und Muttersprachlern in folgende Sprachen übersetzt: Bulgarisch, Englisch, Polnisch, Rumänisch, Russisch und Ukrainisch.

Stichprobe. Anfang Oktober 2016 wurden alle 104 Bahnhofsmisionen gebeten, im Rahmen der Befragung Daten ihrer Nutzerinnen und Nutzer zu erheben.¹⁷ Jede Bahnhofsmision sollte insgesamt 40 zufällig ausgewählte Nutzerinnen und Nutzer¹⁸ – aufgeteilt in eine ortsspezifische Quote von Gästen und Reisenden – mit den zur Verfügung gestellten Fragebögen befragen. Die ortsspezifische Quote wurde aus den internen Nutzungsdaten des Jahres 2015 definiert (z. B.: die Bahnhofsmision Bremen sollte 35 Gäste und 5 Reisende befragen, wohingegen die Bahnhofsmision Karlsruhe 15 Reisende und 25 Gäste befragen sollte). Die randomisierte und quotierte Erhebung sollte eine möglichst repräsentative Verteilung der beiden Hauptnutzungsgruppen gewährleisten und wurde von den ehren- sowie hauptamtlichen Beschäftigten der einzelnen Bahnhofsmisionen durchgeführt. Wenn nötig, unterstützten die

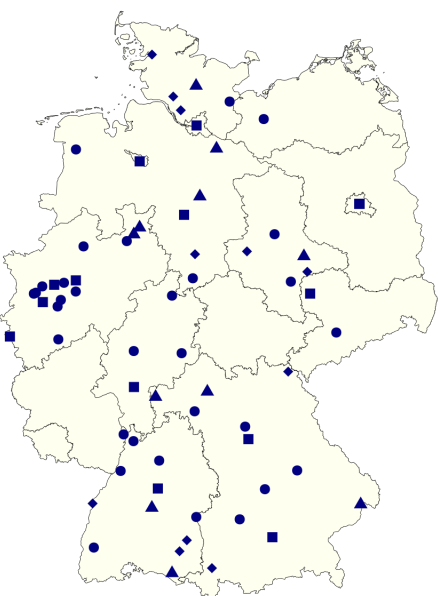
¹⁷ Das Befragungsdesign sowie der Fragebogen wurden vorher in einer Bahnhofsmision testweise pilotiert.

¹⁸ Größere Bahnhofsmisionen in Einzugsgebieten mit mehr als 500.000 Einwohnerinnen und Einwohnern befragten nach Absprache zum Teil mehr als 40 Personen.

erhebenden Personen die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer beim Ausfüllen der Fragebögen (z. B. bei Lese- und Schreibschwächen oder mangelnden Deutschkenntnissen). Reisenden sollte bei Bedarf ein frankierter Briefumschlag für die kostenlose Rücksendung des Fragebogens zur Verfügung gestellt werden.

An der Erhebung beteiligten sich 68 der 104 Bahnhofsmissionen (Teilnahmequote = 65,4 %). Insgesamt konnten Daten von 1994 Nutzerinnen und Nutzern gesammelt werden. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 73,3 % innerhalb der an der Umfrage teilgenommenen Bahnhofsmissionen. Über alle Bahnhofsmissionen gerechnet, entspricht die Rücklaufquote 47,9 %. Die geographische Verteilung der beteiligten Bahnhofsmissionen in Deutschland sowie die Anzahl der Bahnhofsmissionen nach Einwohnergröße des Einzugsgebietes samt Anzahl der teilgenommenen Nutzerinnen und Nutzer finden sich in Tabelle 1.

Tabelle 1. Verteilung der teilgenommenen Bahnhofsmissionen und deren Rückläufe.

Geographische Verteilung	Verteilung nach Einwohnergröße des Einzugsgebietes		
	Einwohnergröße	Bahnhofsmissionen	Rücklauf
	Bis einschließlich 50.000 EW	10 von 19	$n = 262$
	Ab 50.001 bis 100.000 EW	12 von 19	$n = 214$
	Ab 100.001 bis 500.000 EW	31 von 47	$n = 900$
	Mehr als 500.000 EW	15 von 19	$n = 618$
<p>Anmerkung. EW = Einwohner; n = Anzahl teilgenommener Nutzerinnen und Nutzer; ◆ = Bis 50.000 EW, ▲ = 50.001 bis 100.000 EW, ● = 100.001 bis 500.000 EW, ■ = Ab 500.000 EW. Pro Stadt wird immer nur ein Symbol dargestellt, auch wenn am Standort mehrere Bahnhofsmissionen an der Erhebung teilgenommen haben.</p>			

Auswertungsmethodik.¹⁹ Auf Basis der Angaben zum Nutzungsverhalten wurde die Gesamtstichprobe nachträglich in vier Nutzungstypen eingeteilt: (a) Personen, die die Angebote der Bahnhofsmissionen bisher noch nicht genutzt haben²⁰; (b) Personen, welche ausschließlich Hilfen im Reiseverkehr bzw. mobile Reisehilfen in Anspruch genommen haben; (c) Personen, welche die ortsspezifischen Hilfsangebote der Bahnhofsmission wahrgenommen haben ohne selbst jemals die Hilfen im Reiseverkehr bzw. mobile Reisehilfen in Anspruch genom-

¹⁹ Alle statistischen Analysen wurden mit R v3.4.2 (R Core Team, 2017) einschließlich der Softwarepakete *psych* v1.7.5 (Revelle, 2017) sowie *survey* v3.31-5 (Lumley, 2016) durchgeführt.

²⁰ Diese Gruppe befindet sich in den Daten, da einige Bahnhofsmissionen trotz anderslautenden Erhebungsanweisungen auch Personen befragt haben, die bisher noch keinen Kontakt mit der Bahnhofsmission hatten. Die Gruppe wird später für Vergleichszwecke genutzt.

men zu haben; sowie (d) Personen, die nicht eindeutig einer der drei vorangegangenen Nutzungstypen zugeordnet werden können.²¹ Die Einteilung der Befragten in diese Nutzungstypen erlaubt eine feinere Auswertung der Daten sowie die Darstellung gruppenspezifischer Ergebnisse. Tabelle 2 gibt Informationen zu der Anzahl der Personen, welche den einzelnen Nutzungstypen zugeordnet wurden, sowie den herangezogenen Charakteristika zur Einordnung der befragten Personen. Zu Auswertungszwecken werden zum Teil die Gruppe der *Nichtnutzenden* und *Reisenden* (= *Nichtnutzende & Reisende*) sowie die Gruppe der *Gäste* und *Unklar* (= *Gäste im weiteren Sinne, i. w. S.*) zusammengefasst.²² Die Gruppen wurden auf Basis des Ankrenzungsverhaltens der Teilnehmerinnen und Teilnehmer gebildet (siehe jedoch Fußnote 21). Es ist daher nicht vollständig auszuschließen, dass in einzelnen Gruppen aufgrund von Fehlzusordnungen auch Nutzungstypen anderer Gruppen enthalten sind.

Die erhobenen Daten wurden nachträglich gemäß dem bundesweiten Anteil der Hilfeleistungen der Bahnhofsmissionen des Jahres 2015 pro Einwohnergrößenklasse (d. h., bis einschließlich 50.000 EW, 50.001 - 100.000 EW, 100.001 - 500.000 EW und mehr als 500.000 EW)²³ statistisch gewichtet. Diese Gewichtung erlaubt Verzerrungen aufgrund von geographischen Erhebungseffekten auszugleichen und somit repräsentativere und dadurch auch aussagekräftigere Gesamtergebnisse auszuweisen. Alle in Kapitel 5 dargestellten Ergebnisse wurden auf Basis dieser Gewichtung berechnet.

Tabelle 2. Stichprobeneinteilung nach Nutzungstypen.

Nutzungstyp	Zuordnungskriterien	Anzahl befragter Personen
(a) Nichtnutzende	Haben angegeben, die Bahnhofsmissionsangebote bisher noch nie genutzt zu haben.	$n = 78$
(b) Reisende	Haben <i>Umsteigegehilfen</i> , <i>Reisebegleitung</i> bzw. <i>Reiseauskunft</i> oder <i>Kids on Tour</i> schon einmal in Anspruch genommen. Bisher keine Nutzung von <i>Kleiderkammer</i> , <i>Nothilfe</i> oder <i>Krisenberatung</i> .	$n = 267$
(c) Gäste	Haben das Angebot der <i>Kleiderkammer</i> , der <i>Nothilfe</i> oder der <i>Krisenberatung</i> bereits genutzt. Bisher keine Nutzung von <i>Umsteigegehilfen</i> , <i>Reisebegleitung</i> oder <i>Kids on Tour</i> .	$n = 355$
(d) Unklar	Keine eindeutige Zuordnung auf Basis der Daten möglich.	$n = 1294$

Anmerkungen. n = Anzahl teilgenommener Nutzerinnen und Nutzer.

21 Neben diesen Charakteristika wurden auch noch Informationen aus den offenen Antworten der Fragebögen für die Gruppeneinteilung herangezogen. So gab es z. B. Befragte, die ganz explizit angaben, die Bahnhofsmissionen ausschließlich im Kontext von Reisen zu nutzen. Solche Primärinformationen wurden dann als erstes Zuordnungskriterium genutzt. So kann es vorkommen, dass ein geringer Anteil Reisender trotz der Einteilung auch z. B. Nothilfen in Anspruch genommen hat.

22 Im Folgenden werden die Begriffe „Nichtnutzende“, „Reisende“, „Gäste“, „Gäste i. w. S.“ bzw. „Nichtnutzende & Reisende“ immer dann kursiv gesetzt, wenn damit die Auswertungsgruppierung gemäß der jeweiligen Nutzungstypen gemeint ist.

23 Diese Einteilung folgt der internen Kategorisierung der einzelnen Bahnhofsmissionen nach Größe. Anlage 2 enthält eine Übersicht über die Zuordnungen.

Die einzelnen Aussagen / Items der inhaltlichen Fragebogenblöcke „Persönliche Lebenssituation – Selbstwert“, „Persönliche Lebenssituation – Änderungswunsch“ und „Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Bahnhoßmission“ erreichten zufriedenstellende Reliabilitätswerte^{24,25} (Cronbachs Alpha $> 0,7$) und wurden nach der Umpolung negativ kodierter Aussagen jeweils zu Mittelwertscores²⁶ aggregiert. Eine Auswertung auf Einzelitemebene erfolgte nicht.

Die 22 unterschiedlichen Aussagen zu den Nutzungsgründen der Angebote der Bahnhoßmissionen wurden auf Basis der Ergebnisse einer explorativen Faktorenanalyse zu drei inhaltlich zusammengehörigen Überkategorien (d. h. Faktoren) zusammengefasst.²⁷ Alle Items einer Überkategorie wurden im Anschluss auf ihre Reliabilität überprüft (Cronbachs Alpha $> 0,8$ für alle Faktoren) und dann zu Mittelwertscores zusammengefasst. Die drei extrahierten Überkategorien mit Beispielitems und Anzahl der eingehenden Items werden in Tabelle 3 dargestellt.

Tabelle 3. Drei extrahierte Überkategorien von Nutzungsgründen.

Kategorie	Beispielitems	Anzahl eingehender Items
Niederschwelligkeit	„Weil ich einfach ohne Termin und Druck kommen kann.“, „Weil ich angenommen werde, wie ich bin.“, „Weil ich anonym bleiben kann, wenn ich möchte.“	10
Erlebnis & Begegnung	„Weil ich dort Menschen unterschiedlicher Schichten und Herkunft treffen kann.“, „Weil ich gerne im Bahnhof bin.“, „Weil ich dort Freunde und Bekannte treffen kann.“	7
Reiseunterstützung	„Weil sie das Reisen für mich einfach machen.“, „Weil ich nur so überhaupt reisen kann.“, „Weil ich nur so wirklich mobil sein kann.“	3

24 Die Reliabilität einer Skala (d. h. mehrere inhaltlich zusammengehörende Items, die dasselbe Konstrukt messen sollen) wird mit dem Maß Cronbachs Alpha bestimmt. Cronbachs Alpha gibt Aufschluss darüber, wie stark die Einzelitems einer Skala miteinander in Beziehung stehen. Je stärker sich Cronbachs Alpha dem Wert 1,0 nähert, umso konsistenter haben die Befragungsteilnehmerinnen und -teilnehmer die jeweiligen Items einer bestimmten Skala beantwortet (Werte über 0,7 werden als zufriedenstellend angesehen; Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014). Cronbachs Alpha wird daher auch als Maß für die Zuverlässigkeit einer Skala interpretiert.

25 Die Skala Änderungswunsch wurde erst nach Entfernung des dritten Items („Wenn ich in meinem Leben etwas versuche zu ändern, dann traue ich mir das normalerweise zu.“) konsistent. Entsprechend wurde der Mittelwertscore dieser Skala ohne dieses Item gebildet.

26 Für jede Befragte bzw. jeden Befragten wurde ein Mittelwert über die jeweiligen Antworten aller Items einer Skala (z. B. „Persönliche Lebenssituation – Selbstwert“) gebildet. Dieser Mittelwert wird als Mittelwertscore bezeichnet.

27 Es wurde eine Hauptachsen-Faktorenanalyse mit Varimax-Rotation berechnet. Sowohl das Scree-Plot- als auch das Velicer-MAP-Kriterium weisen auf eine Drei-Faktorenlösung hin. Items mit Ladungen unter 0,40 auf allen Faktoren sowie mit Ladungen von über 0,40 auf mehr als einem der extrahierten Faktoren wurden von den weiteren Analysen ausgeschlossen. Dies trifft auf Item 8 der Skala „Nutzungsgründe“ zu (siehe Anlage 1). Des Weiteren wurde auch Item 2 aufgrund geringer inhaltlicher Passung zu den anderen Items des ersten Faktors von weiteren Analysen ausgeschlossen.

4.2 Methodik der Reflexionen

Erhebungsdesign. Gemäß der Survey-Feedback-Methode (siehe vor allem Jöns, 2001) wurden die Daten der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung ausgewertet und aufbereitet, so dass diese dann den ehren- und hauptamtlichen Beschäftigten der Bahnhofsmissionen in Berichtsform zurückgemeldet werden konnten. Jede Bahnhofsmission erhielt neben den spezifischen Ergebnissen ihrer jeweiligen Standortgröße noch die Ergebnisse der Gesamterhebung. Der Gesamtbericht mit allen Ergebnissen, welcher der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission zur Verfügung gestellt wurde, findet sich in Anlage 3. Die größenspezifischen Berichte wurden den einzelnen Bahnhofsmissionen bis spätestens 15. Mai 2017 in Druckform postalisch sowie als digitale PDF per E-Mail zugesandt. Abbildung 1 gibt einen kurzen Eindruck darüber, wie der Bericht gestaltet wurde.

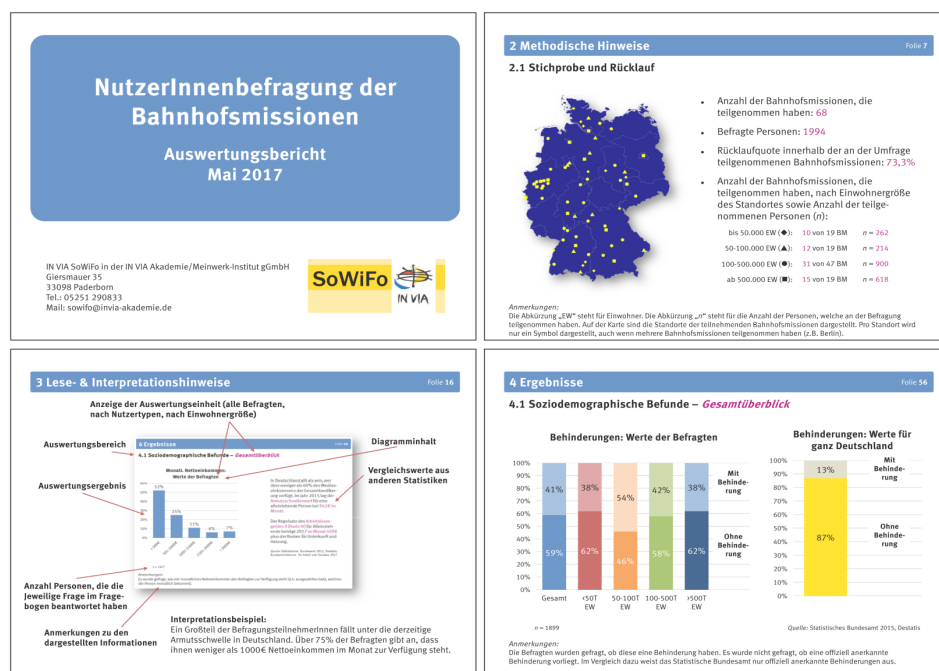


Abbildung 1. Zwischenbericht für Reflexionszwecke (ausgewählte Folien).

Neben der reinen Information sollten die Berichte in den einzelnen Bahnhofsmissionen für Reflexionszwecke im Sinne der Survey-Feedback-Methode herangezogen werden. Hierfür erhielten die Bahnhofsmissionen eine Handreichung (siehe Anlage 4), welche erneut den Zweck des Monitorings²⁸ sowie verschiedene Informationen zur anstehenden Reflexionsphase erörterte. Die Handreichung ging insbesondere auf den Zweck der Reflexion (Analyse und Weiterentwicklung der Arbeit der Bahnhofsmissionen, siehe auch Kapitel 1) ein. Daneben

²⁸ Alle Bahnhofsmissionen wurden vorab bereits im Rahmen der jährlich stattfindenden Jahrestagung der Bahnhofsmission sowie mittels mehrerer Rundschreiben über das Monitoringvorhaben sowie über die dazugehörigen Schritte und Termine informiert.

wurden den einzelnen Bahnhofsmissionen Vorschläge zur Durchführung der Reflexion unterbreitet. So wurden unter anderem folgende Themenblöcke angesprochen: Zielgruppen, Reflexionsorte und -termine, Umgang mit dem Datenmaterial, Auswahl relevanter Teilaspekte bzw. -fragestellungen, methodische Hinweise und Dokumentation der Reflexion. Des Weiteren wurde eine Reihe potentieller Fragen und -themen zur Reflexion vorgeschlagen. In Tabelle 4 ist ein Auszug aus der Handreichung zu finden, welcher exemplarisch einige der vorgegebenen Reflexionsimpulse darstellt.

Tabelle 4. *Auszug aus der Handreichung zur Reflexion.*

Zufriedenheit mit der Bahnhofsmission (Punkt 4.5 im Auswertungsbericht)
<ul style="list-style-type: none"> Hier ging es uns darum, zu erfahren, wie zufrieden die Nutzer und Nutzerinnen mit der Arbeit der Bahnhofsmission sind. Neben den statistischen Ergebnissen äußerten einige Befragte auch Zufriedenheitsbekundungen und Kritik als schriftliche Bemerkung an verschiedenen Stellen im Fragebogen. Diese haben wir für Sie auch aufgelistet. Stimmt das Ergebnis der Befragung mit Ihren Erkenntnissen und Erfahrungen überein? Wo sehen Sie vor dem Hintergrund der Nutzer- und Nutzerinnenerwartungen an die Bahnhofsmission Entwicklungsmöglichkeiten und -bedarfe? Lässt sich auf die geäußerte Kritik der Nutzer und Nutzerinnen eingehen? Wo sehen Sie für Ihre Bahnhofsmission Handlungsbedarfe? Gibt es Angebote bzw. Handlungsfelder in Ihrer Bahnhofsmission, mit denen Sie persönlich unzufrieden sind? Wenn ja, warum ist dem so? Was kann dagegen getan werden?

Die Reflexionsergebnisse sollten von den einzelnen Bahnhofsmissionen dokumentiert werden. Die Form der Dokumentation sowie deren Umfang wurden weitestgehend freigestellt, so dass die reflektierenden Teams gemäß den ihnen zur Verfügung stehenden Ressourcen und Kapazitäten vor Ort sowie eigener Präferenzen vorgehen konnten. Alle Dokumentationen sollten der IN VIA Akademie bis zum 31. Juli 2017 für weitergehende Auswertungs- und Aggregationszwecke zur Verfügung gestellt werden.

Stichprobe und Auswertungsmethodik. Insgesamt beteiligten sich 25 Bahnhofsmissionen an den Reflexionen, welche Ergebnisdokumentationen in verschiedenster Form (z. B. Protokolle, Photos von Flipcharts, Berichte etc.) einsendeten (Rücklaufquote = 24 %). Daneben nahmen auch 2 Dachverbände sowie die Bundesgeschäftsstelle der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission an der Reflexion teil. Somit lagen 28 Dokumentationen zur Auswertung vor. Tabelle 5 gibt einen Überblick über die Standortgrößen sowie die regionale Verteilung der Bahnhofsmissionen, ohne die Dachverbände und die KKBM, welche Dokumentationen zur Verfügung stellten.

Tabelle 5. Anzahl der Bahnhofsmissionen, welche Dokumentationen ihrer Reflexionsrunden für Auswertungszwecke zur Verfügung stellten, nach Bundesland und Standortgröße.

Bundesland	Bis 50.000 EW	50.001 bis 100.000 EW	100.001 bis 500.000 EW	Mehr als 500.000 EW	Gesamt
Baden-Württemberg	2	2	2	1	7
Bayern	–	1	1	2	4
Berlin	–	–	–	1	1
Bremen	–	–	1	–	1
Hessen	1	–	1	–	2
Nordrhein-Westfalen	2	–	4	2	8
Sachsen-Anhalt	–	–	1	–	1
Schleswig-Holstein	1	–	–	–	1
<i>Gesamt</i>	6	3	10	6	25

Die Auswertung der Dokumentationen erfolgte in mehreren Schritten. Zunächst wurden die Dokumentationen von einem Teil der beteiligten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler unabhängig voneinander gesichtet und interpretiert. In einem zweiten Schritt wurden die Dokumentationen samt der Erkenntnisse aus den Einzelsichtungen dann im Rahmen eines Gruppentreffens diskutiert. Hierbei wurden im Sinne der Methode der thematischen Analyse (thematic analysis, Braun & Clarke, 2006) zentrale Diskussionsthemen und -motive identifiziert und inhaltlich gedeutet. Der Fokus lag hierbei auf der intersubjektiven Validierung der vorgenommenen Interpretationen. In einem dritten Schritt wurden diese Themen und Motive in ein Kategoriensystem transferiert (siehe Tabelle 6), welches zur Kodierung des Auswertungsmaterials im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse (siehe unter anderem Kuckartz, 2016; Mayring, 2015; Schreier, 2012) verwendet wurde. In einem vierten Schritt wurden die kodierten Textstellen bzw. Bildausschnitte einzeln paraphrasiert und dann in einem weiteren Teilschritt thematisch verdichtet. Schritt drei und vier wurden von dem Autor des vorliegenden Berichtes durchgeführt. Das so stark verdichtete Ausgangsmaterial stellte die Grundlage für die inhaltliche Analyse der Reflexionsergebnisse dar.

Tabelle 6. Kategoriensystem.

Kategorie	Definition
Rückmeldung zur Befragung	
Positiv	Positives Feedback zum Monitoringprojekt sowie der konkreten Durchführung des Vorhabens.
Negativ	Negatives Feedback (d. h. Kritik) zum Monitoringprojekt sowie der konkreten Durchführung des Vorhabens.
Fragedesiderate/offene Fragen	Aufgeworfene Lücken der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung bzw. Wünsche für weitere Fragen in zukünftigen Durchläufen.
Einordnung der Befunde	
Erklärung	Erläuterungen und Interpretationen der Befunde der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung.
Überraschung	Darstellung von Ergebnissen, die unerwartet oder überraschend waren.
Bestätigung	Bestätigung der Befunde aufgrund von eigenen Statistiken oder eigener Erfahrung.
Widerspruch	Darstellung von Einwänden gegen die Befunde, da eigene Statistiken oder Erfahrungen andere Ergebnisse erwarten ließen.
Problemanzeigen	Darstellung von Sachverhalten und Umständen, die als problematisch wahrgenommen und potentiell in Angriff genommen werden sollten/könnten.
Reflexionsanstoß	Themengebiete, welche im Rahmen der Auswertung der Befragungsergebnisse die Reflexion der eigenen Arbeit stimulierten.
Entwicklungsvorschläge	Konkrete Vorschläge, wie mit bestimmten Problemen, Sachverhalten und Umständen in Zukunft umgegangen werden kann. Hinweise, wie sich die Bahnhofsmmissionen entwickeln sollten/könnten.
Selbstverständnis	Aussagen darüber, welche Ziele die Bahnhofsmmissionen verfolgen bzw. verfolgen wollen sowie welchen Auftrag die Bahnhofsmmissionen sich selber zuschreiben.

5 Ergebnisse der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung

Eine detaillierte Berichtlegung der Ergebnisse aus der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung erfolgte bereits im Rahmen des Zwischenberichtes an die Bahnhofsmissionen (siehe Anlage 3). Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse erneut aufgegriffen und näher beschrieben.²⁹ Kapitel 5.1 geht hierzu auf die soziodemographischen Befunde und somit die Lebenslage der befragten Personen ein, bevor in Kapitel 5.2 Einblicke in die persönliche Lebenswelt der Teilnehmenden einschließlich deren Änderungs- und Unterstützungswünsche gegeben werden. Im Anschluss daran stellt Kapitel 5.3 die Ergebnisse zur Bekanntheit der Angebote, zum Nutzungsverhalten der befragten Personen sowie deren Zufriedenheit mit der Arbeit der Bahnhofsmissionen vor. Kapitel 5.4 zeigt die Grenzen der Studie auf.

Die Befunddarstellung greift vor allem auf prozentuale Häufigkeiten sowie Mittelwerte (*MW*) zurück. Zusätzlich zu den ausgewiesenen Mittelwerten werden auch Standardabweichungen (*SD*) als Maß für die Streuung der Daten angegeben. Die Standardabweichung berechnet sich als die durchschnittliche Abweichung der Einzelwerte (pro Nutzerin bzw. Nutzer) vom berechneten Gesamtmittelwert aller Nutzerinnen und Nutzer. Unterhalb der Diagramme im Text sowie in Anlage 3 findet sich durch das Symbol *n* ausgewiesen die Angabe, wie viele Nutzerinnen und Nutzer die jeweilige Frage bzw. die jeweiligen Items beantwortet haben.

5.1 Persönliche Lebenslage: Soziodemographische Befunde

Alter. Knapp drei Viertel der Befragten gab an, zwischen 28 und 65 Jahre alt zu sein. In die Altersklasse bis 27 Jahre fielen 11,4 % der Befragten und älter als 66 Jahre waren 15,4 %. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt waren daher sowohl junge Personen unter 25 sowie ältere Personen über 65 in der Stichprobe unterrepräsentiert (Destatis, 2016). Dieser Effekt ist in der Gruppe der *Gäste i. w. S.* erheblich größer als in der Gruppe der *Reisenden & Nichtnutzenden*. Abbildung 2 stellt die Verteilung der Altersgruppen aggregiert für alle Bahnhofsmissionen dar. Auffällig ist des Weiteren, dass die Gruppe der unter 27-jährigen in Bahnhofsmissionen an Standorten mit über 100.000 EW etwas stärker repräsentiert wird als in Regionen mit weniger als 100.000 EW. In umgekehrter Weise ist die Gruppe der älteren Personen ab 66 Jahren in den kleineren Bahnhofsmissionen (Standorte mit weniger als 100.000 EW) stärker repräsentiert als in größeren Bahnhofsmissionen (Standorte mit mehr als 100.000 EW). Eine graphische Darstellung der Teilauswertungen nach Standortgröße findet sich in Anlage 3 auf den Folien 21-24.

²⁹ Dieser Bericht beschreibt eine Auswahl der im Zwischenbericht dargestellten Befunde. Alle nicht im Fließtext angesprochenen und erläuterten Ergebnisse der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung finden sich in Anlage 3 aufbereitet in Diagrammform.

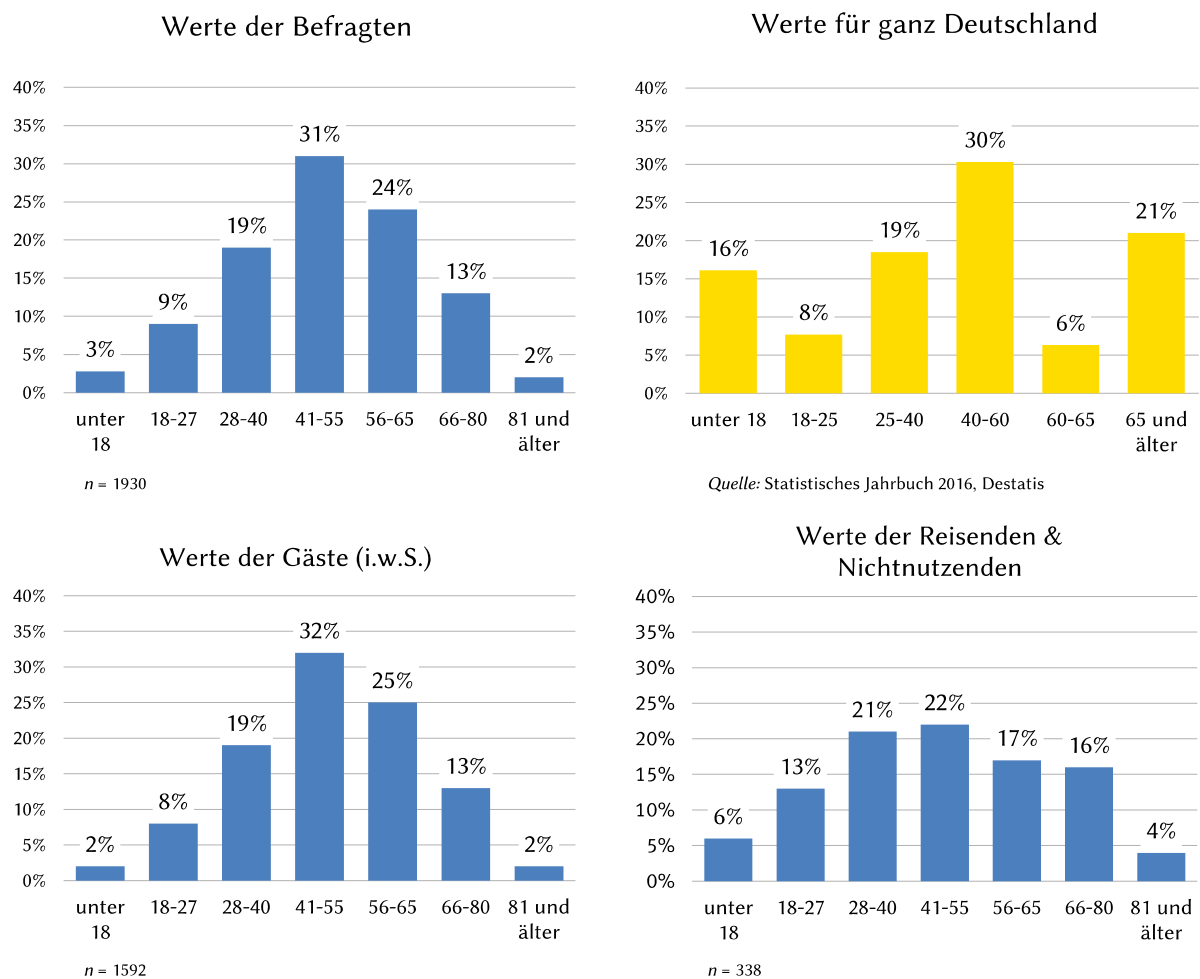


Abbildung 2. Alter in Jahren.

Geschlecht. Die Mehrzahl der befragten Personen ist männlich (62,8 %). Von den verbleibenden Personen gaben 36 % weiblich und 1,2 % „Sonstiges“ als Geschlecht an. Eine ähnliche Geschlechterverteilung findet sich in allen Bahnhofsmissionen in Standorten mit mehr als 50.000 EW wieder. Nur in den Bahnhofsmissionen an kleineren Standorten war das Geschlechterverhältnis annähernd ausgeglichen (ca. 49,2 % der Personen waren weiblich). Die ansonsten beobachtete Geschlechterasymmetrie lässt sich fast vollständig auf die Zugehörigkeit zu den unterschiedlichen Nutzerinnen- und Nutzertypen zurückführen. So befanden sich in der Gruppe der *Reisenden & Nichtnutzenden* 51 % Frauen und 49 % Männer. Dies entspricht in etwa dem bundesdeutschen Durchschnitt (Destatis, 2016). Dagegen bestand die Gruppe der *Gäste i. w. S.* aus 66 % Männern und aus nur 32,7 % Frauen. Es sind daher vor allem Männer, die die sozialen und materiellen Hilfsangebote der Bahnhofsmissionen wahrnehmen. Die unterschiedlichen Reisehilfen werden hingegen von beiden Geschlechtern ähnlich häufig frequentiert. Abbildung 3 stellt die Geschlechterverteilung in der Stichprobe dar.

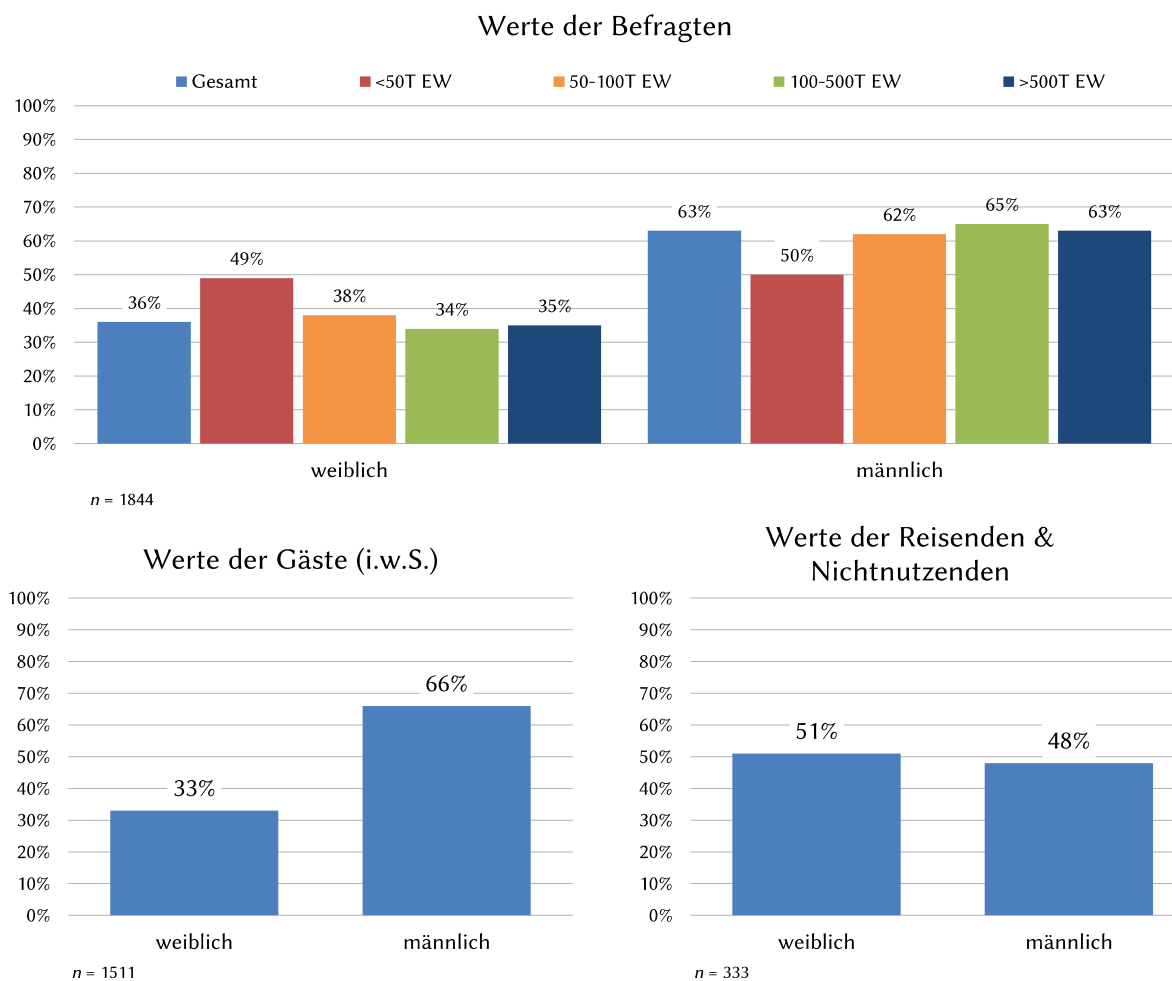


Abbildung 3. Geschlecht.

Familienstand. Die Mehrzahl (67,8 %) der befragten Personen gab an, momentan nicht in einer festen Partnerschaft zu leben. Diese Quote war bei der Gruppe der *Gäste* besonders hoch (78,5 %). Im Vergleich dazu war das Verhältnis von Personen mit und ohne feste Partnerin bzw. festen Partner in der Gruppe der *Reisenden & Nichtnutzenden* fast ausgeglichen (48,2 % leben nicht in einer festen Partnerschaft). Das statistische Bundesamt gibt für ganz Deutschland an, dass ca. 55 % Personen ohne feste Partnerin oder festen Partner leben (Destatis, 2016). Daraus folgt, dass die Gruppe der *Gäste* nach diesen Angaben seltener als der Durchschnitt auf Dauer angelegte Partnerschaften führt. Eine graphische Darstellung dieser Befunde sowie detailliertere Ergebnisse zum Familienstand pro Einwohnercluster finden sich auf den Folien 29 bis 30 in Anlage 3.

Höchster Bildungsabschluss. Insgesamt 44,7 % der Befragten gaben an, keinerlei beruflich-qualifizierenden Abschluss zu besitzen (kein Abschluss: 11,3 %; allgemeinbildender Schulabschluss: 33,4 %). Die Anzahl der Personen ohne berufliche Qualifikation ist dabei in der Gruppe der *Gäste i. w. S.* besonders hoch (47,5 %). Im Kontrast dazu gaben in der Gruppe

der *Reisenden & Nichtnutzenden* mehr als 68 % an, eine Ausbildung oder ein Studium erfolgreich abgeschlossen zu haben. Eine detaillierte Aufschlüsselung der Befunde zum höchsten Bildungsabschluss findet sich in Abbildung 4. Diese Befunde sind vor allem deswegen bemerkenswert, da sich die Mehrzahl der Befragten aufgrund ihrer Altersstruktur (siehe oben) nicht mehr in einer Ausbildungsphase befinden sollte. Daraus folgt, dass Personen aus der Gruppe der *Gäste i. w. S.* überproportional häufig nur einen geringen formalen Bildungsstand erreichen konnten.

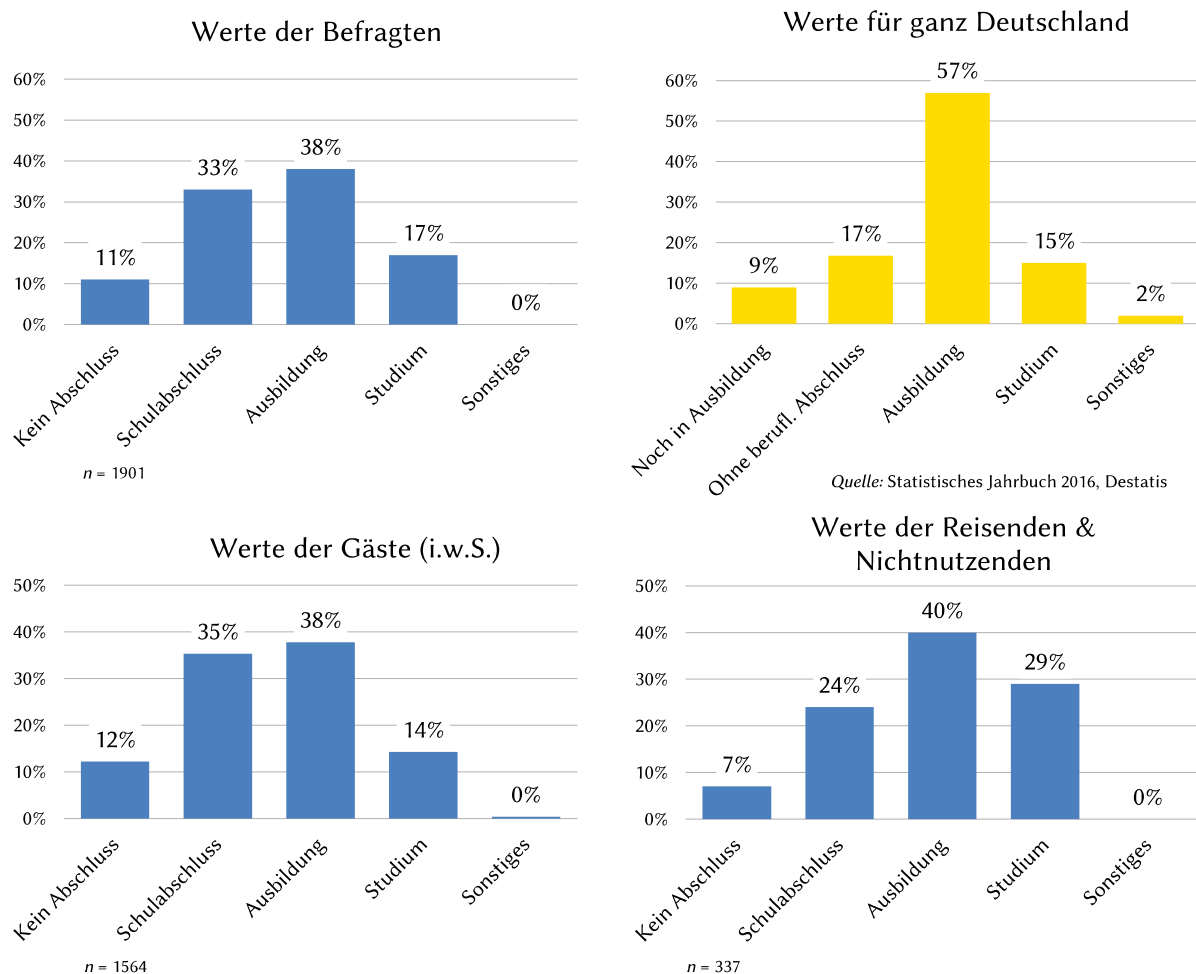


Abbildung 4. Höchster Bildungsabschluss.

(Erwerbs-)Tätigkeit. Der geringe Bildungsstand der befragten Personen in der Gruppe der *Gäste i. w. S.* spiegelt sich auch in den Angaben zum momentanen Erwerbsstatus wider. Fast 47 % der Befragten gaben an, derzeit erwerbslos zu sein. Im Vergleich dazu haben in der Gruppe der *Reisenden & Nichtnutzenden* nur 19 % angegeben, erwerbslos zu sein. Im Bundesdurchschnitt hingegen galten für das Jahr 2015 sogar nur 4,3 % der Bevölkerung als erwerbslos (Destatis, 2016). Die zweitgrößte Gruppe der *Gäste i. w. S.* sind Rentnerinnen und Rentner. Nur 16 % hingegen gaben an, einer Erwerbstätigkeit nachzugehen. In der Gruppe

der Reisenden & Nichtnutzenden sind 29,8 % Rentnerinnen und Rentner sowie 35,3 % Erwerbstätige vertreten. Abbildung 5 stellt die Ergebnisse zum Erwerbsstatus graphisch dar.

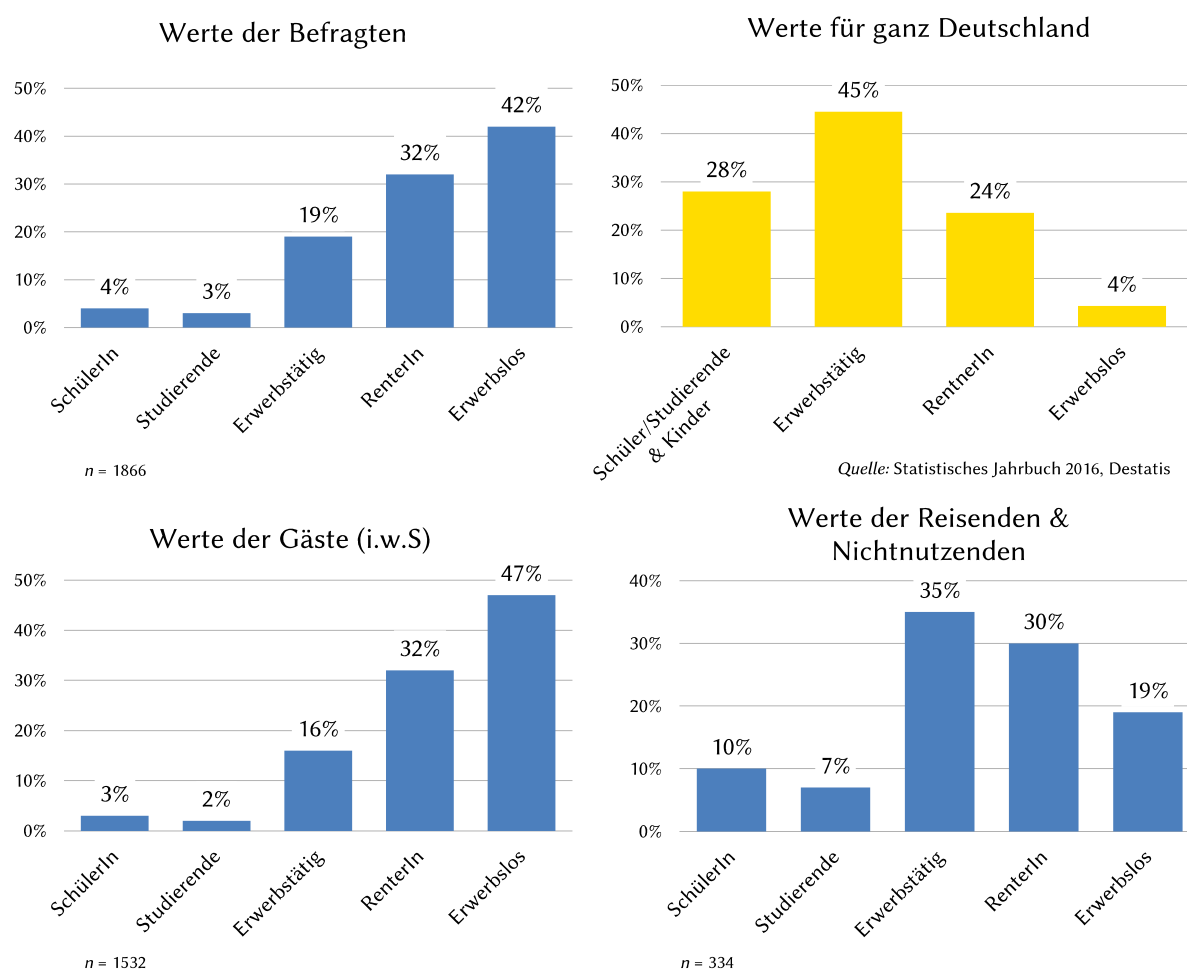


Abbildung 5. Momentaner Tätigkeits- bzw. Erwerbsstatus.

Nettoeinkommen. Die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer wurden gefragt, wie viel Nettoeinkommen ihnen monatlich zur Verfügung steht (s. Abbildung 6). Von den Befragten gaben 76,8 % an, im Monat über weniger als 1.000 € Einkommen verfügen zu können. Da der offizielle Armutsschwellenwert in Deutschland im Jahr 2015 für allein lebende Personen bei 942 € im Monat lag (Destatis, 2017), kann daraus geschlossen werden, dass über drei Viertel der Nutzerinnen und Nutzer der Bahnhofsmissionen unmittelbar von Armut betroffen sind.³⁰ Dies trifft insbesondere auf Personen der Gruppe der Gäste i. w. S. zu. In dieser Auswertungsgruppe gaben nur 17,6 % der Befragten an, mehr als 1.000 € pro Monat an finanziellen Mitteln zur Verfügung zu haben. In der Gruppe der Reisenden & Nichtnutzenden hinge-

³⁰ In Deutschland gilt als arm, wer über weniger als 60 % des Medianeinkommens der Gesamtbevölkerung verfügt (BMAS, 2013).

gen gaben mehr als die Hälfte aller Befragten an, über mehr als 1.000 € Einkommen im Monat verfügen zu können.

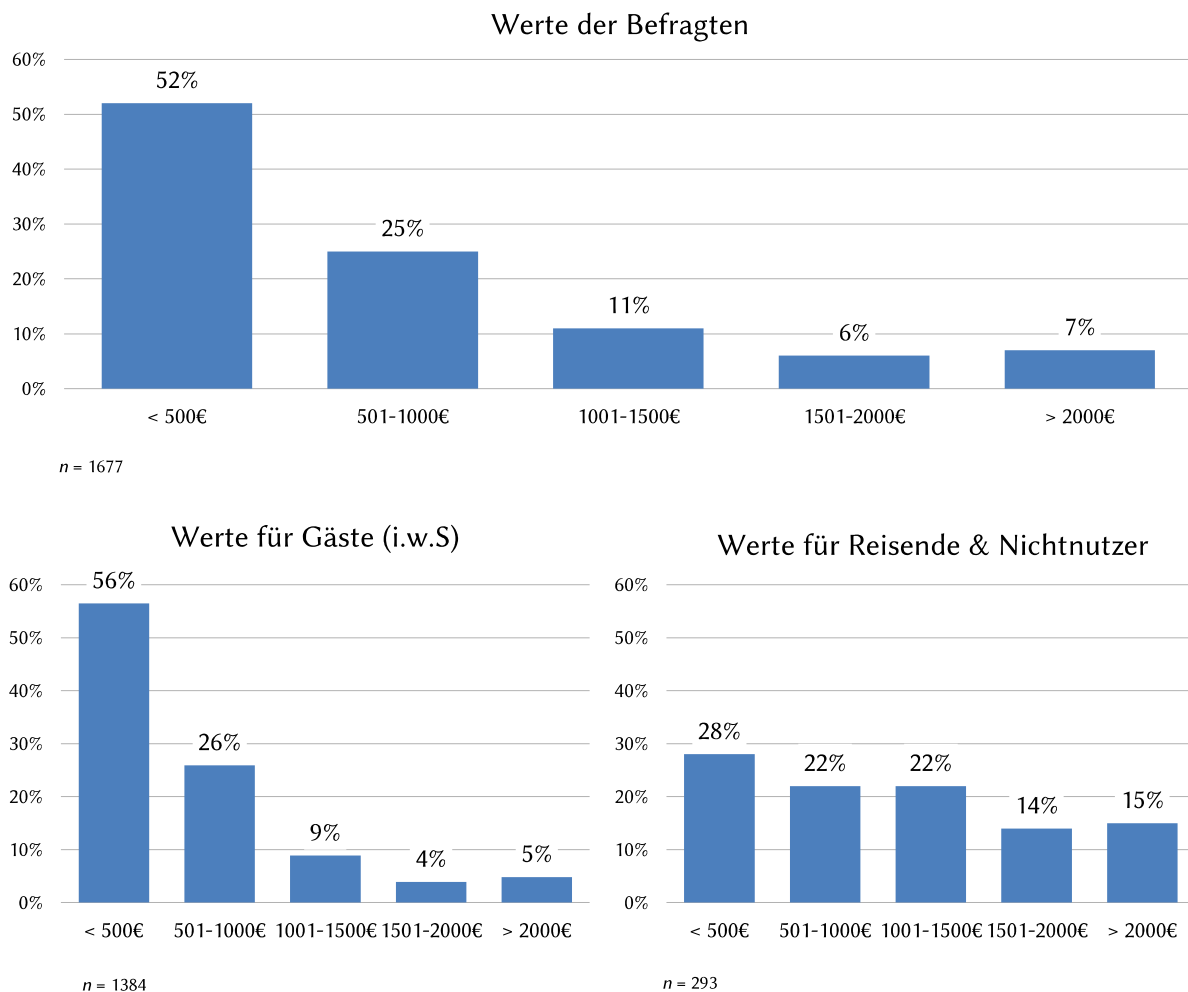


Abbildung 6. Monatliches Nettoeinkommen.

Wohnsituation. Die Ergebnisse der Befragung zur Wohnsituation der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer sind in Abbildung 7³¹ zu finden. Insgesamt 29,3 % der Personen in der Gruppe *Gäste i. w. S.* gaben an, keinen festen Wohnsitz zu haben. Die Zahl ist in der Gruppe der *Gäste (i. e. S.)* sogar noch ein erhebliches Stück höher (38,3 %). Überraschenderweise gaben auch in der Gruppe der *Reisenden & Nichtnutzenden* fast 9 % der Befragten an, von Wohnungslosigkeit betroffen zu sein.³² Offizielle und einheitliche Statistiken über die Zahl der Wohnungslosen in Deutschland gibt es nicht, wodurch aussagekräftige Vergleichswerte fehlen. Die BAG Wohnungslosenhilfe (2017) schätzte die Zahl der Wohnungslosen in Deutschland im Jahr 2016 jedoch auf ca. 860.000 Menschen, was einem Anteil von ca. 1,04 % der

31 Zur besseren Vergleichbarkeit wurden in dieser Abbildung sowie einigen folgenden die Gruppen „Gäste“, „Status unklar“, „Reisende“ und „Nichtnutzende“ einzeln ausgewiesen.

32 Eine zufriedenstellende Begründung für diesen sehr hohen Wert konnte bisher nicht gefunden werden.

deutschen Gesamtbevölkerung entspricht. Auf Basis der Erhebung kann davon ausgegangen werden, dass die materiellen und sozialen Hilfen der Bahnhofsmissionen überdurchschnittlich oft von solchen Personen genutzt werden, die unmittelbar von Wohnungslosigkeit betroffen sind.

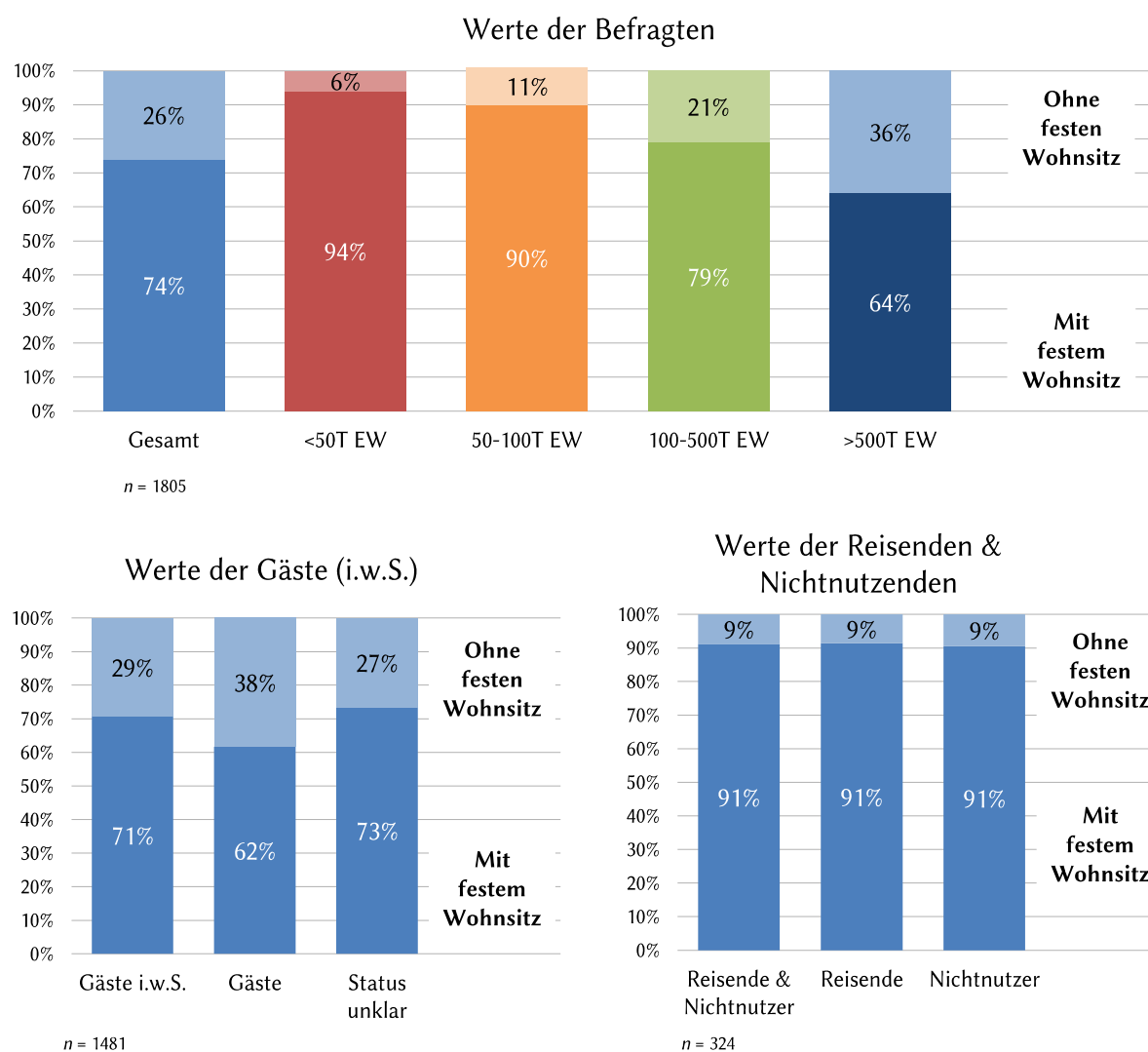


Abbildung 7. Wohnverhältnisse.

Im Vergleich der Bahnhofsmissionen nach Standortgröße ist auffällig, dass die befragten Nutzerinnen und Nutzer der Bahnhofsmissionen an Standorten mit mehr als 100.000 bzw. 500.000 EW besonders häufig von Wohnungslosigkeit betroffen sind.

Behinderung. Insgesamt gaben fast 41 % aller Befragten an, eine Behinderung zu haben.³³ Personen der Gruppe der *Reisenden* waren dabei am häufigsten in irgendeiner Weise körperlich oder psychisch beeinträchtigt (46,9 %). Die Quote der Personen mit Behinderung war in der Gruppe der *Nichtnutzenden* am geringsten. Mit 14 % entspricht diese Gruppe in etwa

³³ Es wurde nicht gefragt, ob eine offiziell anerkannte Behinderung vorliegt.

dem Anteil von Personen mit Behinderung in ganz Deutschland (Destatis, 2015). Abbildung 8 stellt die Ergebnisse der Frage nach Behinderung graphisch dar.

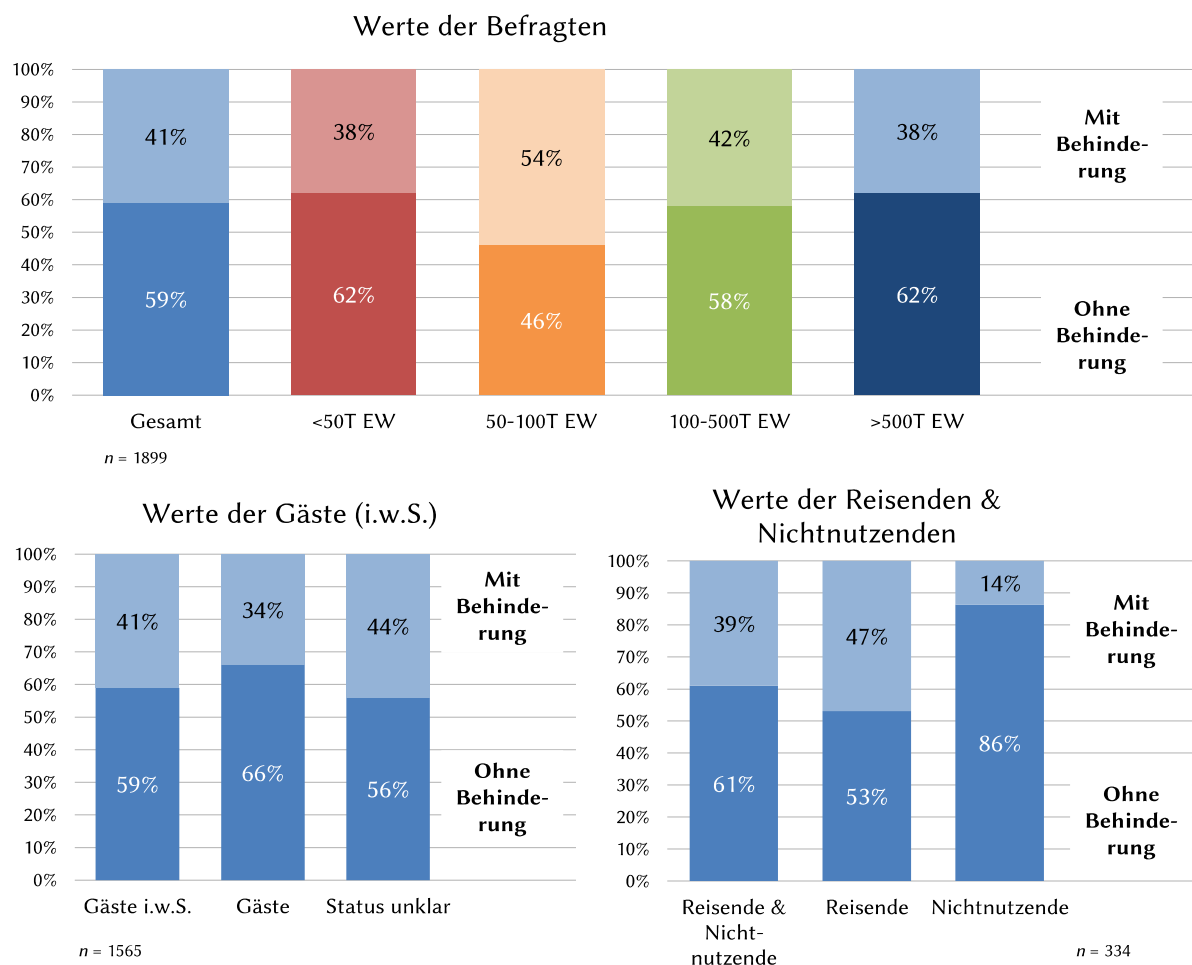


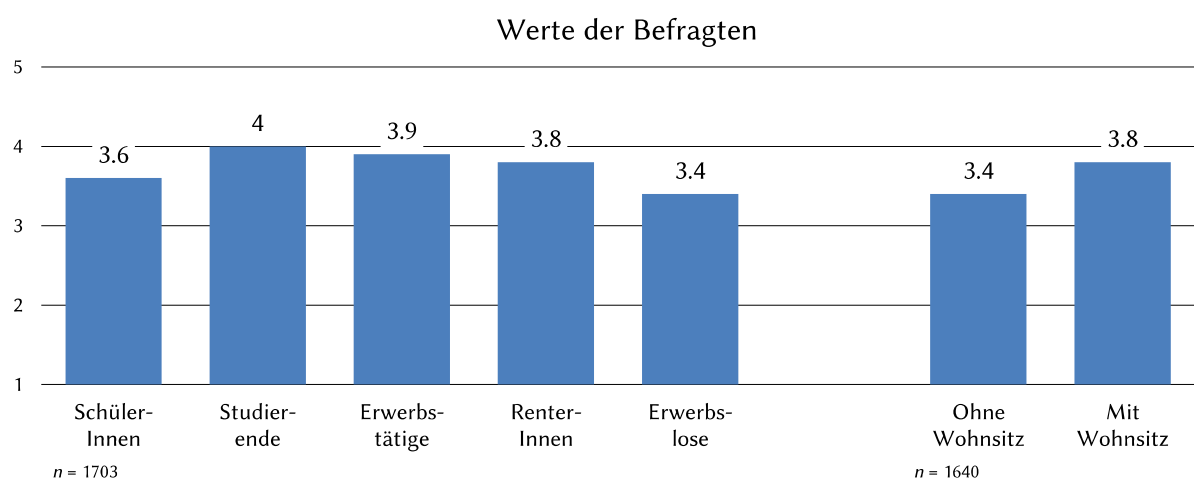
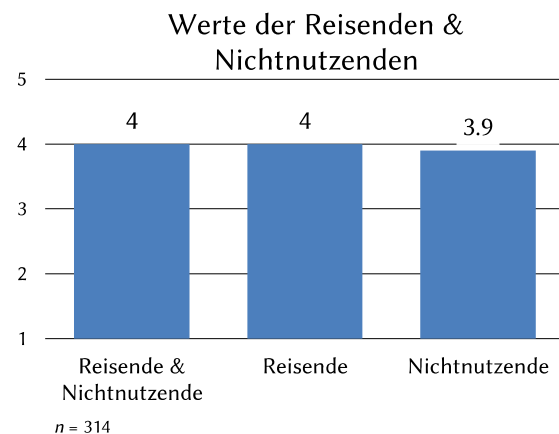
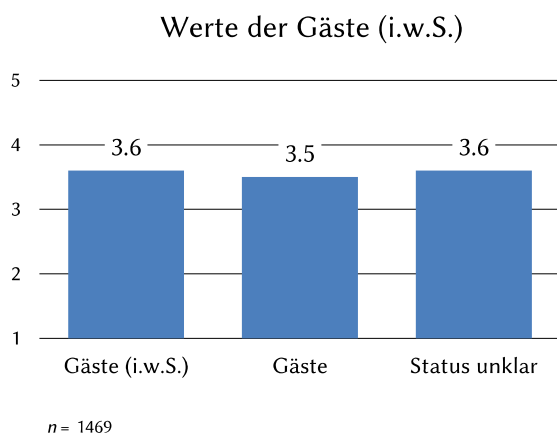
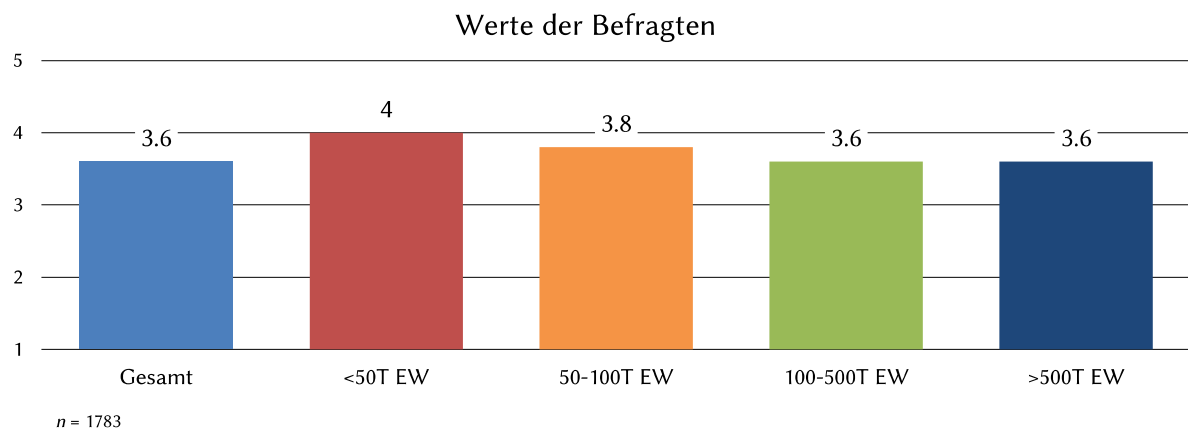
Abbildung 8. Behinderung.

Im Fragebogen wurde zusätzlich gefragt, welche Art der Behinderung(en) bei den Befragten vorlag. Hierbei konnte mehr als eine Option gleichzeitig angekreuzt werden. Mit 36,5 % gaben die meisten Befragten „gehen“, mit 28,3 % „psychisch/seelisch“, mit 19,7 % „sehen“, mit 8,3 % „hören“, mit 4,1 % „geistig“ und mit 3,2 % „sprechen“ als Art ihrer Behinderung an. Eine graphische Darstellung der Antworten auf die Frage der Art der Behinderung findet sich in Anlage 3 auf der Folie 60.

5.2 Persönliche Lebenswelt

Selbstwerteinschätzung. In dem Fragebogen wurde mittels unterschiedlicher Aussagen, zu denen auf einer Skala von 1 bis 5 Stellung genommen werden konnte, versucht, Informationen über die persönliche Selbstwerteinschätzung der Befragten zu erhalten. Diese Selbstwerteinschätzung kann als Indikator für das subjektive Wohlergehen der befragten Personen

und somit auch als Einblick in deren persönliche Lebenswelt interpretiert werden. Werte im Bereich von 4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert; Werte in einem Bereich um 3 sprechen für einen mittleren und Werte zwischen 1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin. Die Ergebnisse dieser Einschätzungen sind in Abbildung 9 sowie in detaillierter Form auf den Folien 68 bis 72 in Anlage 3 abgebildet.



(Selbstwerteinschätzung: Fortsetzung der Abbildung 9 auf der nächsten Seite)

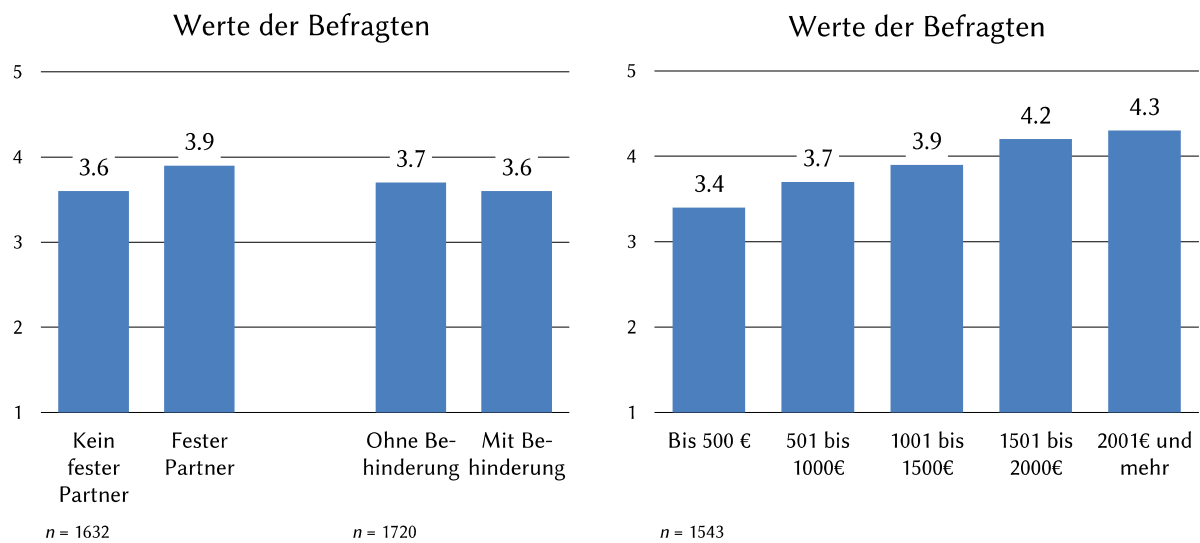


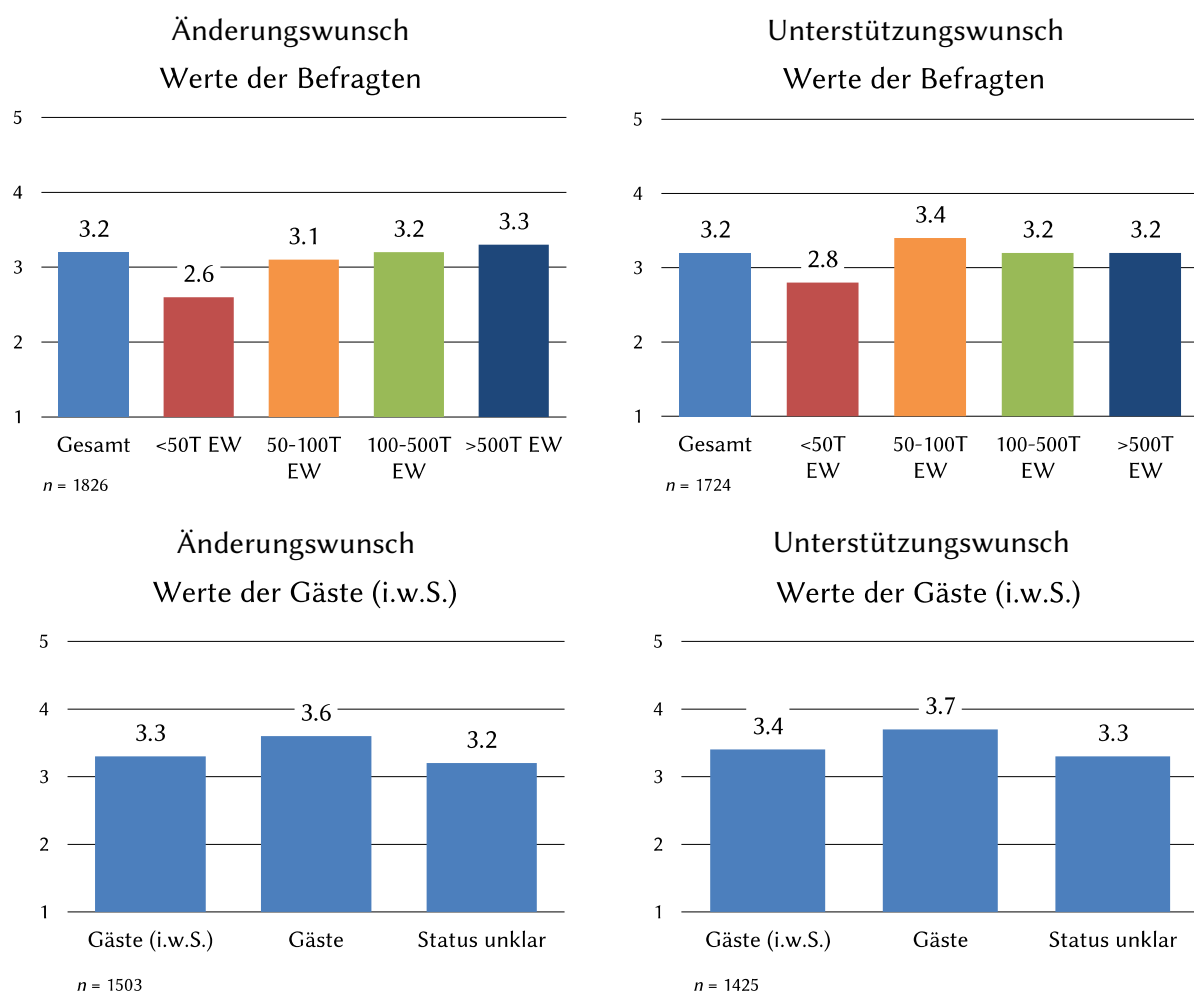
Abbildung 9. Selbstwerteinschätzung.

Im Gesamtdurchschnitt wurde eine Selbstwerteinschätzung von 3,6 Punkten ($SD = 0,84$) über alle Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer erreicht. Der Vergleich zwischen den Standorten ergab, dass die Befragten in Bahnhofsmissionen an Standorten mit weniger als 50.000 EW ihren Selbstwert am höchsten einschätzten ($MW = 4,0$ und $SD = 0,78$). Die Befragten in Bahnhofsmissionen in Standorten mit über 100.000 EW hingegen gaben die geringsten Selbstwerteinschätzungen an (jeweils $MW = 3,6$ und $SD = 0,84$). Im Vergleich der Nutzungstypen zeigt sich, dass Personen der Gruppe der *Gäste i. w. S.* erheblich geringere Selbstwerteinschätzungen angaben ($MW = 3,6$ und $SD = 0,84$) als Personen in der Gruppe der *Reisenden & Nichtnutzenden* ($MW = 4,0$ und $SD = 0,79$). Besonders niedrige Werte konnten noch bei Personen ohne aktuelle Erwerbstätigkeit ($MW = 3,4$ und $SD = 0,80$), Personen ohne festen Wohnsitz ($MW = 3,4$ und $SD = 0,83$), Personen ohne feste Partnerin oder festen Partner ($MW = 3,6$ und $SD = 0,82$), sowie bei Personen mit geringem Einkommen (bis 500€: $MW = 3,4$ und $SD = 0,82$; 501 - 1000€: $MW = 3,7$ und $SD = 0,78$; 1001 - 1500€: $MW = 3,9$ und $SD = 0,79$; 1501 - 2000 €: $MW = 4,2$ und $SD = 0,64$ sowie 2001€ und mehr: $MW = 4,3$ und $SD = 0,66$) beobachtet werden. Die Standardabweichungen in den einzelnen Gruppen weisen auf eine erhöhte Heterogenität in den Antworten hin. Innerhalb der einzelnen Gruppen existieren daher Unterschiede in den Selbstwerteinschätzungen, die nicht ausschließlich auf die Gruppenzugehörigkeit zurückzuführen sind.

Zum Vergleich kann auf die Ergebnisse einer Studie aus dem Jahr 2013 zurückgegriffen werden, in der Studierende und Erwerbstätige aus Deutschland befragt wurden (von Collani & Herzberg, 2013). Im Durchschnitt erreichte die dortige Stichprobe eine Selbstwerteinschät-

zung von 4,1 Punkten.³⁴ Dieser Vergleichswert entspricht in etwa der Selbstwerteinschätzung der *Reisenden & Nichtnutzenden* der vorliegenden Studie ($MW = 4,0$ und $SD = 0,79$).

Änderungs- und Unterstützungswünsche. Um noch mehr darüber zu erfahren, wie die Nutzerinnen und Nutzer von Bahnhofsmissionen ihre persönliche Lebenswelt einschätzen, wurden diese befragt, ob sie etwas an ihrem Leben ändern möchten und ob sie sich dafür Unterstützung wünschen. Hohe Werte (maximal 5) sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne ändern würden. Niedrige Werte (minimal 1) hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten. Die gleiche Interpretation ist bei dem Wunsch zur Unterstützung möglich: Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten sich Unterstützung zur Änderung ihrer Lebenssituation wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten keinerlei Unterstützungsleistungen möchten. Die Ergebnisse dieser Einschätzungen sind in Abbildung 10 sowie in detaillierter Form auf den Folien 79 bis 87 in Anlage 3 abgebildet.



(Änderungs- und Unterstützungswünsche: Fortsetzung der Abbildung 10 auf der nächsten Seite)

³⁴ Von Collani und Herzberg (2013) haben die Selbstwerteinschätzungen auf einer Skala von 1 bis 4 erhoben. Da in der vorliegenden Studie die Selbstwerteinschätzung auf einer Skala von 1 bis 5 erhoben wurde, ist der ausgewiesene Vergleichswert umgerechnet worden.

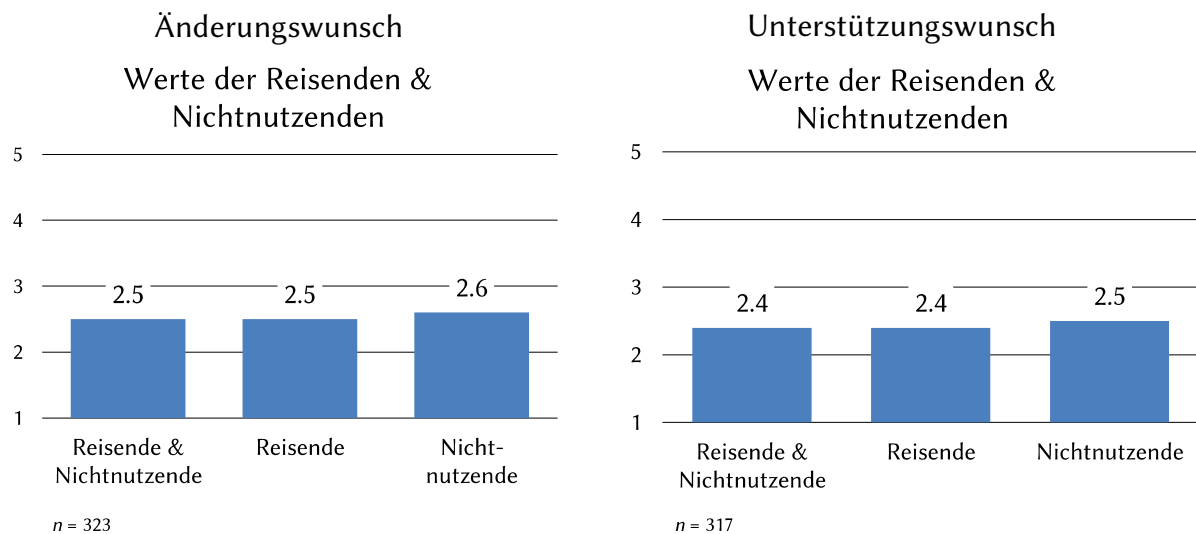


Abbildung 10. Änderungs- und Unterstützungswünsche.

Im Gesamtdurchschnitt gaben die Befragten einen Wert von 3,2 sowohl bei den Änderungswünschen ($SD = 1,24$) als auch bei den Unterstützungswünschen ($SD = 1,51$) an. Die geringsten Änderungs- sowie Unterstützungswünsche im Standortvergleich wurden von den Nutzerinnen und Nutzern der Bahnhofsmissionen an Standorten unter 50.000 EW angegeben ($MW = 2,6$ und $SD = 1,14$). Vergleichsweise hohe Änderungswünsche existieren vor allem in der Gruppe der *Gäste* ($MW = 3,6$ und $SD = 1,15$), bei Personen ohne Erwerbstätigkeit ($MW = 3,70$ und $SD = 1,07$), bei Personen ohne festen Wohnsitz ($MW = 3,8$ und $SD = 1,09$), bei Personen ohne feste Partnerin oder festen Partner ($MW = 3,42$ und $SD = 1,19$) sowie bei Personen mit niedrigen Einkommen (bis 500€: $MW = 3,7$ und $SD = 1,06$; 501-1000€: $MW = 3,0$ und $SD = 1,22$). In allen Gruppen, die einen großen Änderungswunsch äußern, besteht auch gleichzeitig ein Wunsch nach Unterstützung um diese Änderung herbeizuführen (Korrelation im Gesamtdatensatz = $0,79^{35}$). Auch hier muss auf die z. T. sehr hohen Standardabweichungen in den einzelnen Auswertungsgruppen hingewiesen werden, d. h. dass von einer hohen Heterogenität der Antworten auszugehen ist. Neben den Gruppenzugehörigkeiten gibt es weitere relevante (und möglicherweise unbekannte) Einflussfaktoren, welche den Wunsch nach Änderung im Leben sowie die Unterstützung dazu erklären.

5.3 Bekanntheit der Angebote, Nutzungsverhalten und Zufriedenheit

Bekanntheit und Nutzung der Angebote. Die Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer wurden gefragt, inwiefern sie die verschiedenen Angebote der Bahnhofsmission kennen und nutzen. Des Weiteren wurde erhoben, ob sie die Angebote öfters nutzen und ob die Nutzung

³⁵ Es wurde die Korrelation des Mittelwertes der als reliabel eingeschätzten Items 1 und 2 der Änderungsskala mit dem Item 4 der Skala, welches explizit nach dem Unterstützungswunsch fragt, berechnet.

ihnen bereits geholfen hat. Die Ergebnisse dieser Befragung werden in den nachfolgenden Tabellen dargestellt. Die Prozentzahlen in der Spalte „Bekanntheit“ geben an, wie vielen der Befragten die jeweiligen Angebote zum Zeitpunkt der Befragung bekannt war. Die Prozentzahlen der zweiten Spalte mit dem Titel „Nutzung“ geben für jeden Angebotstyp an, wie viele der Befragten, welchen das Angebot bereits bekannt war, dieses auch schon genutzt haben. Die Werte in der Spalte „Nutzung öfters“ geben an, wie viele der Befragten, welche das Angebot bereits in Anspruch genommen haben, dieses nicht nur einmal sondern schon mehrfach nutzten. Die Prozentzahlen in der letzten Spalte geben an, wie viele der Befragten, die ein spezifisches Angebot wenigstens einmal bereits in Anspruch genommen haben, dieses für sich auch als hilfreich einschätzen.

Tabelle 7. Nutzungsverhalten im Gesamtüberblick (alle Befragten).

Angebote	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeilfe	74 %	32 %	52 %	80 %
Reisebegleitung	60 %	18 %	45 %	82 %
Auskünfte/Beratung bei Reisen	63 %	44 %	36 %	70 %
Sanitäranlagen	53 %	70 %	53 %	71 %
Verpflegung	74 %	88 %	78 %	82 %
Kleider-/Versorgungsausgabe	57 %	50 %	38 %	74 %
Aufenthaltsmöglichkeit	76 %	74 %	81 %	87 %
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	68 %	46 %	42 %	73 %
Gesprächsmöglichkeit	73 %	73 %	59 %	69 %
Akutnothilfe	62 %	27 %	34 %	76 %
Kids on Tour	49 %	11 %	52 %	80 %

Anmerkungen. $n = 1923$. Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

Tabelle 7 stellt die Ergebnisse dieser Auswertung für alle Befragten im Gesamtüberblick dar. Die Befragten nannten „Ein-, Aus-, Umsteigeilfe“ (74 % Bekanntheit), „Verpflegung“ (74 % Bekanntheit), „Aufenthaltsmöglichkeit“ (76 % Bekanntheit) sowie „Gesprächsmöglichkeit“ (73 % Bekanntheit) als bekannteste Angebote der Bahnhofsmissionen. Am wenigsten war bekannt, dass manche Bahnhofsmissionen auch „Sanitäranlagen“ (53 % Bekanntheit), „Kleider-/Versorgungsausgaben“ (57 % Bekanntheit) sowie das Programm „Kids on Tour“ (49 % Bekanntheit) anbieten. Dies ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass diese Angebote nicht an allen Bahnhofsmissionen vorgehalten werden. Häufig genutzt wurden die Verpflegungsmöglichkeiten (88 %), die Aufenthaltsmöglichkeiten (74 %), die Gesprächsmöglichkeiten (73 %) sowie die Sanitäranlagen (70 %). Diese Angebote wurden von den Befrag-

ten auch häufig mehr als einmal wahrgenommen. Vergleichsweise selten wurden die Angebote „Kids on Tour“ (11 %) und „Reisebegleitung“ (18 %) von den Befragten genutzt. Interessanterweise gaben jedoch ca. 50 % derjenigen, die diese Angebote wenigstens einmal genutzt haben, an, diese danach auch bereits mehrfach in Anspruch genommen zu haben. Die vergleichsweise geringen Wiedernutzungswerte der Angebote „Kleider-/Versorgungsausgabe“, „Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung“ sowie „Akutnothilfe“ weisen darauf hin, dass diese von den Nutzerinnen und Nutzern der Bahnhofsmissionen nur im Bedarfsfall – d. h. in Notfällen – in Anspruch genommen werden. Alle Angebote wurden als nützlich bewertet. Aus subjektiver Perspektive empfanden die Befragten für sich vor allem die Aufenthaltsmöglichkeit, die Verpflegungsangebote sowie die Reisebegleitung als besonders hilfreich (mehr als 80 % antworteten „hat geholfen“).

Die zwei folgenden Tabellen 8 und 9 stellen die Ergebnisse des Nutzungsverhaltens für die Gruppe der *Gäste i. w. S.* sowie der Gruppe der *Reisenden* separat dar. Auffällig ist, dass Personen aus der Gruppe der *Gäste i. w. S.* im Durchschnitt das gesamte Angebot der Bahnhofsmission besser kennen als es bei den *Reisenden* der Fall ist. Erhebliche Unterschiede treten des Weiteren im Nutzungsverhalten auf: *Gäste i. w. S.* nutzen überproportional häufig die Verpflegungsangebote, die Kleider-/Versorgungsausgabe sowie die Beratungs-, Krisenhilfe-, und Vermittlungsangebote. Reisende hingegen nutzen sehr häufig Ein-, Aus-, Umsteigeihlfen und die Auskünfte/Beratung bei Reisen.³⁶

Tabelle 8. Nutzungsverhalten der Gruppe der *Gäste i. w. S.*

Angebote	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeihilfe	69 %	27 %	50 %	76 %
Reisebegleitung	56 %	17 %	45 %	80 %
Auskünfte/Beratung bei Reisen	59 %	40 %	38 %	67 %
Sanitäranlagen	50 %	71 %	56 %	70 %
Verpflegung	70 %	94 %	81 %	82 %
Kleider-/Versorgungsausgabe	57 %	58 %	38 %	74 %
Aufenthaltsmöglichkeit	71 %	77 %	86 %	88 %
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	67 %	54 %	42 %	73 %
Gesprächsmöglichkeit	70 %	77 %	61 %	70 %
Akutnothilfe	61 %	32 %	34 %	76 %
Kids on Tour	46 %	9 %	49 %	75 %

Anmerkungen. $n = 1579$. Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

³⁶ Es sei darauf hingewiesen, dass sich ein Teil dieser Befunde durch die anfänglich vorgenommene Gruppeneinteilung erklären lässt (siehe Kapitel 3.1).

Tabelle 9. Nutzungsverhalten der Gruppe der Reisenden.

Angebote	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigehilfe	59 %	65 %	55 %	87 %
Reisebegleitung	51 %	26 %	45 %	88 %
Auskünfte/Beratung bei Reisen	50 %	72 %	33 %	79 %
Sanitäranlagen	43 %	76 %	42 %	78 %
Verpflegung	54 %	70 %	56 %	84 %
Kleider-/Versorgungsausgabe	32 %	2 %	66 %	100 %
Aufenthaltsmöglichkeit	59 %	75 %	52 %	82 %
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	43 %	5 %	36 %	70 %
Gesprächsmöglichkeit	51 %	64 %	45 %	68 %
Akutnothilfe	42 %	3 %	34 %	66 %
Kids on Tour	37 %	25 %	57 %	89 %

Anmerkungen. $n = 266$. Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

Informationen darüber, wie bekannt die Angebote der Bahnhofsmissionen bei Personen sind, welche diese bisher noch nie in Anspruch genommen haben, gibt Tabelle 10. Auffällig ist, dass nur 10 % bis 20 % der befragten Personen sich über die Existenz der unterschiedlichen Angebote überhaupt bewusst waren. Am bekanntesten hierbei waren die Ein-, Aus-, Umsteigehilfen sowie die Aufenthaltsmöglichkeiten. Aufgrund der geringen Bekanntheit bei den *Nichtnutzenden* stellt sich die Frage, ob die Bahnhofsmissionen ihre Angebote in der breiten Bevölkerung nicht bekannter machen sollen bzw. können. Eine höhere Bekanntheit ermöglicht einerseits, dass mehr potentielle Nutzerinnen und Nutzer erreicht werden. Andererseits könnte durch eine bessere Kenntnis in der breiten Gesellschaft darüber, was Bahnhofsmissionen leisten und anbieten, deren Legitimation erhöht und gleichzeitig sowohl neue Ehrenamtliche als auch Spendengeber akquiriert werden.

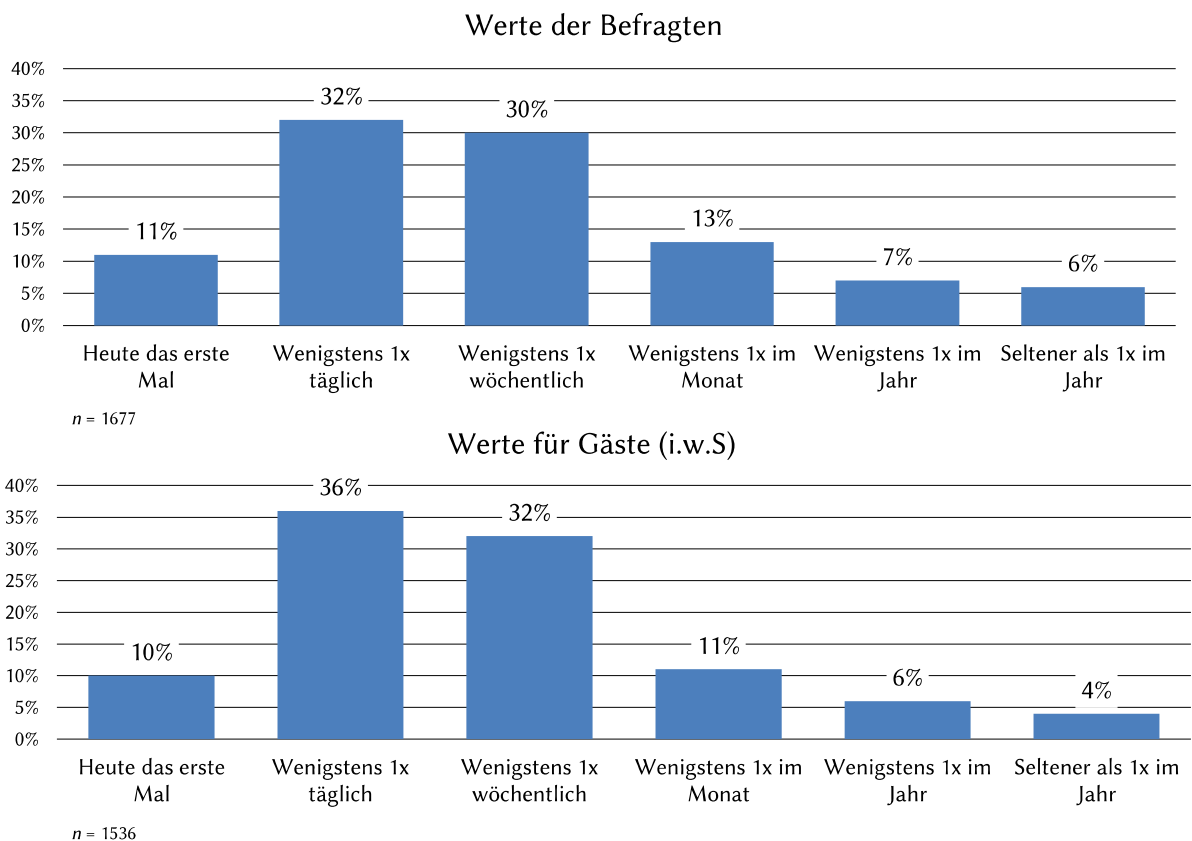
Tabelle 10. Bekanntheit der Angebote bei Nichtnutzerinnen und Nichtnutzern.

Angebote	Bekanntheit	Angebote	Bekanntheit
Ein-, Aus-, Umsteigehilfe	21 %	Aufenthaltsmöglichkeit	20 %
Reisebegleitung	18 %	Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	16 %
Auskünfte/Beratung bei Reisen	14 %	Gesprächsmöglichkeit	17 %
Sanitäranlagen	12 %	Akutnothilfe	12 %
Verpflegung	17 %	Kids on Tour	13 %
Kleider-/Versorgungsausgabe	14 %		

Anmerkungen. $n = 78$. Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

Die Auswertungen der Bekanntheit der Angebote sowie des Nutzungsverhaltens der befragten Personen, aufgeschlüsselt für die Bahnhofsmissionen in den unterschiedlichen Standortgrößen, finden sich in Anlage 3 auf den Folien 98 bis 101.

Häufigkeit der Nutzung. Abbildung 11 gibt Auskunft darüber, wie häufig die befragten Personen die Angebote der Bahnhofsmissionen nutzen. Über 60 % der Nutzerinnen und Nutzer gaben an, diese wenigstens einmal wöchentlich in Anspruch zu nehmen. Ungefähr die Hälfte dieser Nutzerinnen und Nutzer besucht die Bahnhofsmission sogar täglich, weshalb diese Gruppe im folgenden als „Stammgäste“ bezeichnet wird. Im Vergleich der Nutzungstypen fällt auf, dass die Gruppe der *Gäste i. w. S.* den Großteil dieser Stammgäste darstellt. *Reisende* gaben hingegen an, die Angebote der Bahnhofsmissionen größtenteils einmal im Monat oder seltener zu nutzen. Eine detaillierte Auswertung nach Standortgrößen der Bahnhofsmissionen findet sich auf den Folien 112 bis 115 der Anlage 3.



(Häufigkeit der Nutzung: Fortsetzung der Abbildung 11 auf der nächsten Seite)

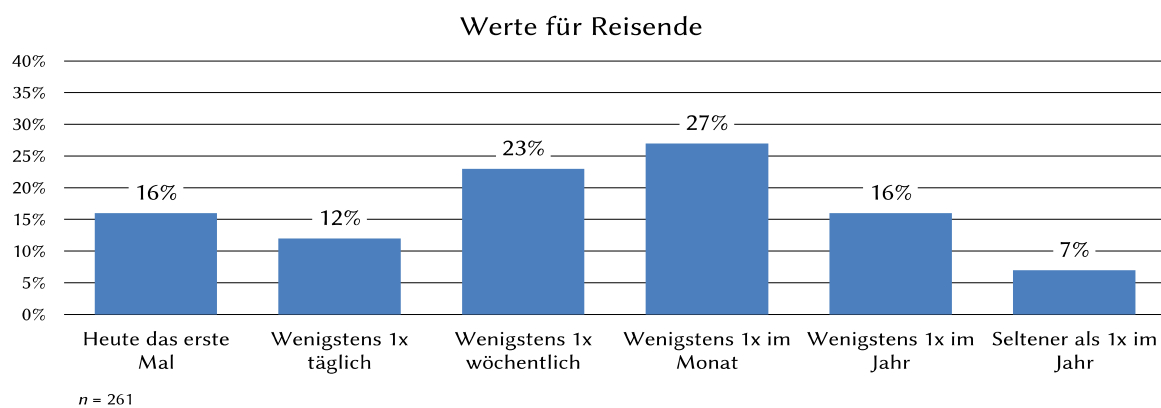
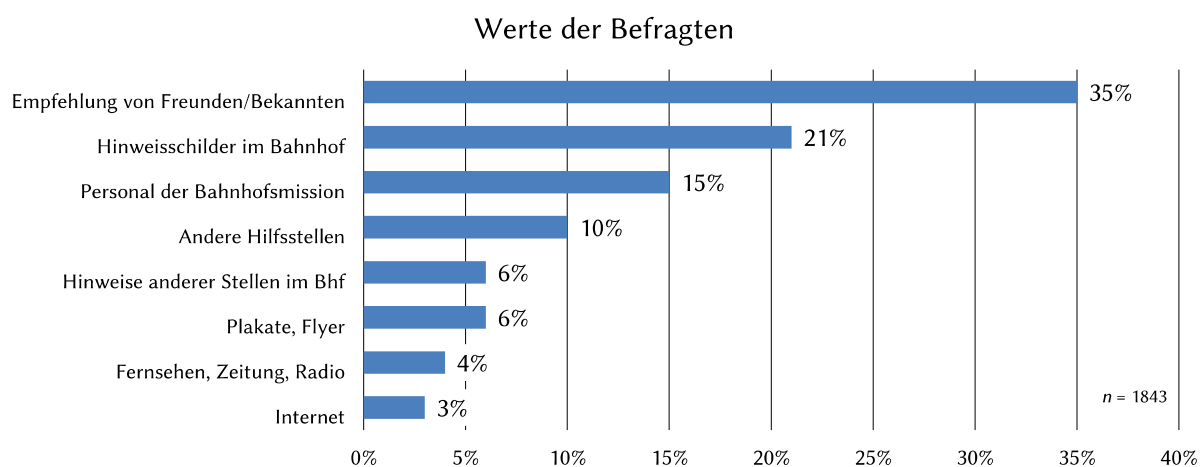


Abbildung 11. Häufigkeit der Nutzung.

Aufmerksamkeitsgründe. Neben der Bekanntheit und der Nutzung der Angebote wurden die Nutzerinnen und Nutzer der Bahnhofsmision auch gefragt, wie sie das erste Mal auf die entsprechenden Hilfsangebote aufmerksam wurden. Die Ergebnisse dieser Frage sind in Abbildung 12 dargestellt. Über alle Gruppen hinweg waren es vor allem Empfehlungen von Freunden oder Bekannten, welche die Nutzerinnen und Nutzer auf die Angebote aufmerksam machten. Solche „Mundpropaganda“ spielte für die Gruppe der *Gäste* (38 %) sogar noch eine erheblich größere Rolle als für die Gruppe der *Reisenden* (29 %). Daneben machten auch häufig Hinweisschilder im Bahnhof selbst oder Hinweise von Mitarbeitenden der Bahnhofsmisionen die Nutzerinnen und Nutzer auf die verschiedenen Angebote aufmerksam. Vergleichsweise selten wurden „Fernsehen, Zeitung, Radio“ bzw. „Internet“ als relevante Informationsplattform genannt. Gleichzeitig sei jedoch darauf hingewiesen, dass *Reisende* diese im Vergleich zu den *Gästen* erheblich öfter als Grund für die erste Nutzung nannten.



(Aufmerksamkeitsgründe: Fortsetzung der Abbildung 12 auf der nächsten Seite)

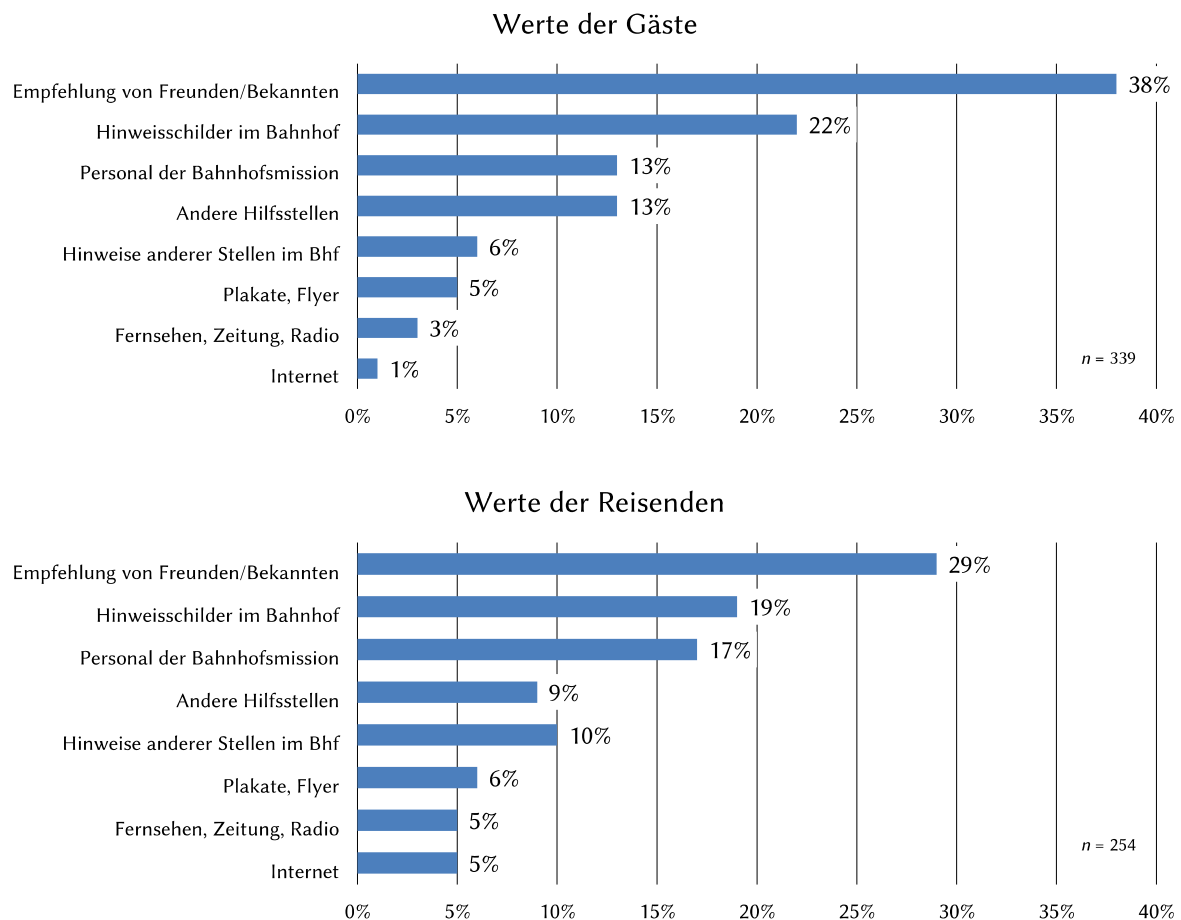


Abbildung 12. Aufmerksamkeitsgründe.

Nutzungsgründe. Im weiteren Verlauf der Befragung wurden die Nutzerinnen und Nutzer gebeten, eine Reihe von Aussagen zu bewerten, welche Aufschluss darüber geben sollten, warum sie die Angebote der Bahnhofsmmissionen nutzen. Wie in Kapitel 3.1 bereits dargelegt, wurden diese unterschiedlichen Aussagen dann zu drei Hauptnutzungsgründen statistisch zusammengefasst: (a) Niederschwelligkeit, (b) Erlebnis & Begegnung sowie (c) Reiseunterstützung. Die Befunde zu den Nutzungsgründen sind in Abbildung 13 dargestellt.

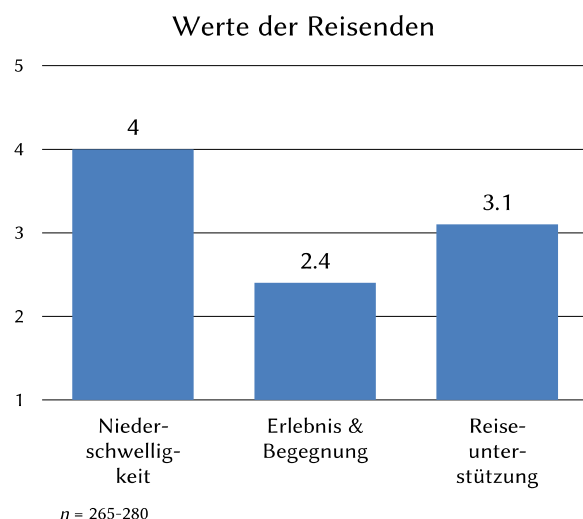
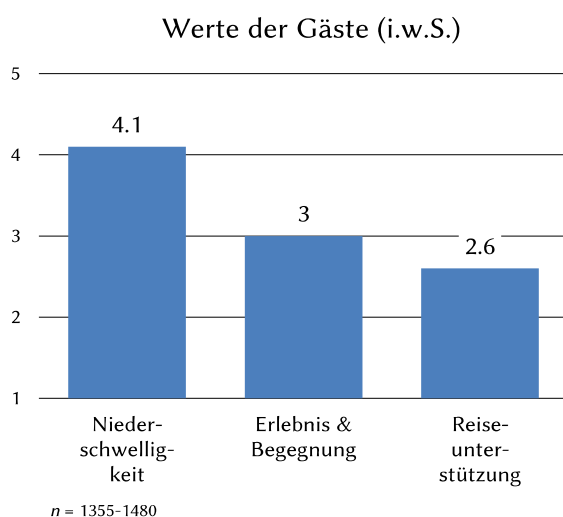
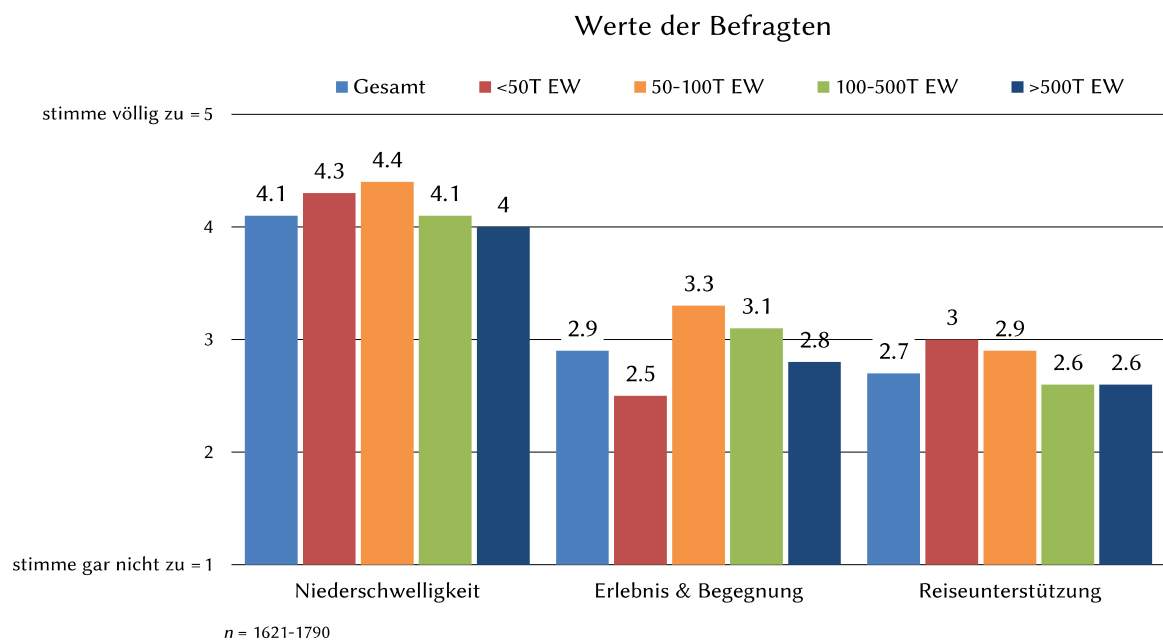


Abbildung 13. Nutzungsgründe.

Sowohl in der Gruppe der *Gäste i. w. S.* als auch in der Gruppe der *Reisenden* wird die Bahnhofsmision vor allem wegen ihrer niederschweligen Zugangsmöglichkeit genutzt. Hiermit ist gemeint, dass die Nutzerinnen und Nutzer ohne Termin und Druck kommen und die Angebote bei Bedarf auch anonym bzw. ohne spezifisches Anliegen nutzen können. Des Weiteren schätzen die Nutzerinnen und Nutzer an der Bahnhofsmision, dass sie dort von den Beschäftigten vorurteilsfrei angenommen werden und von diesen einfach und ohne großen (formalen) Aufwand Hilfe erhalten. Personen in der Gruppe der *Gäste i. w. S.* nutzen die Angebote neben der Niederschwelligkeit der Bahnhofsmisionen vor allem auch deshalb, weil sie dort andere Menschen treffen und somit ihren Wunsch, Anschluss zu finden und Geselligkeit zu erleben, befriedigen können. Des Weiteren hat die Bahnhofsmision für sie

einen gewissen Erlebnischarakter; d. h. für sie bedeutet der Besuch der Bahnhofsmision eine gewisse Abwechslung, die sie als positiv erleben. Viele *Gäste i. w. S.* verbringen gerne Zeit am Bahnhof und nehmen diesen als eine Art „zweites Wohnzimmer“ wahr. Für die Reisenden tritt der Erlebnis- und Begegnungscharakter eher in den Hintergrund. Für sie ist es vor allem die Unterstützung bei Reisen, die sie gerne nutzen, denn: Reisen werden durch die Bahnhofsmision für sie einfacher oder überhaupt erst möglich.

Im Standortvergleich fällt auf, dass der Erlebnis- und Begegnungscharakter vor allem bei Bahnhofsmisionen an Standorten von 50.001 bis 100.000 EW eine wichtige Rolle spielt. Am geringsten ist diese Bedeutung an Standorten mit weniger als 50.000 EW. Hier hingegen sind es vor allem Unterstützungsleistungen im Reiseverkehr, die zur Nutzung der Angebote der Bahnhofsmisionen führen.

Auf den Folien 120 bis 137 in Anlage 3 sind ergänzend die frei formulierten, offenen Antworten und Kommentare der Befragten zu ihren Gründen für den Besuch der Bahnhofsmisionen aufgeführt. In diesen zeigt sich die ganze Breite der Gründe und Motive für die Nutzung. Darüber hinaus drücken viele Antworten eine tiefe Wertschätzung gegenüber den Bahnhofsmisionen und deren Angeboten aus.

Zufriedenheit. Im Rahmen der Befragung wurden die Nutzerinnen und Nutzer explizit zu ihrer Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision insgesamt sowie konkret zur Zufriedenheit mit der Zugänglichkeit und Erreichbarkeit der Einrichtungen befragt (d. h., Ansprechbarkeit der Mitarbeitenden der Bahnhofsmision, den Öffnungszeiten sowie den Aufenthaltsräumen der Bahnhofsmision). Die Befragten konnten zu den einzelnen Zufriedenheitskomponenten mittels einer Skala von 1 = „Sehr unzufrieden“ bis 5 = „Sehr zufrieden“ antworten. Die Ergebnisse sind in Abbildung 14 dargestellt und lassen den Schluss zu, dass die befragten Nutzerinnen und Nutzer größtenteils sehr zufrieden (alle $MW > 4,0$ und $SD = 0,84 - 1,00$) mit der Arbeit der Bahnhofsmisionen sind. Dies trifft sowohl für die Gruppe der *Gäste i. w. S.* als auch die Gruppe der *Reisenden* zu. Ergänzt wird diese Einschätzung durch die offenen Antworten auf den Folien 120 bis 137 sowie 153 bis 165 in Anlage 3. Neben gezielten Verbesserungsvorschlägen und inhaltlicher Kritik äußerten die Befragten vor allem Lob und Dankbarkeit. Vor allem die ehren- und hauptamtlichen Beschäftigten der Bahnhofsmisionen werden in den Kommentaren herausgehoben und als äußerst kompetent, freundlich, wertschätzend, annehmend, herzlich und vor allem auch hilfsbereit beschrieben.

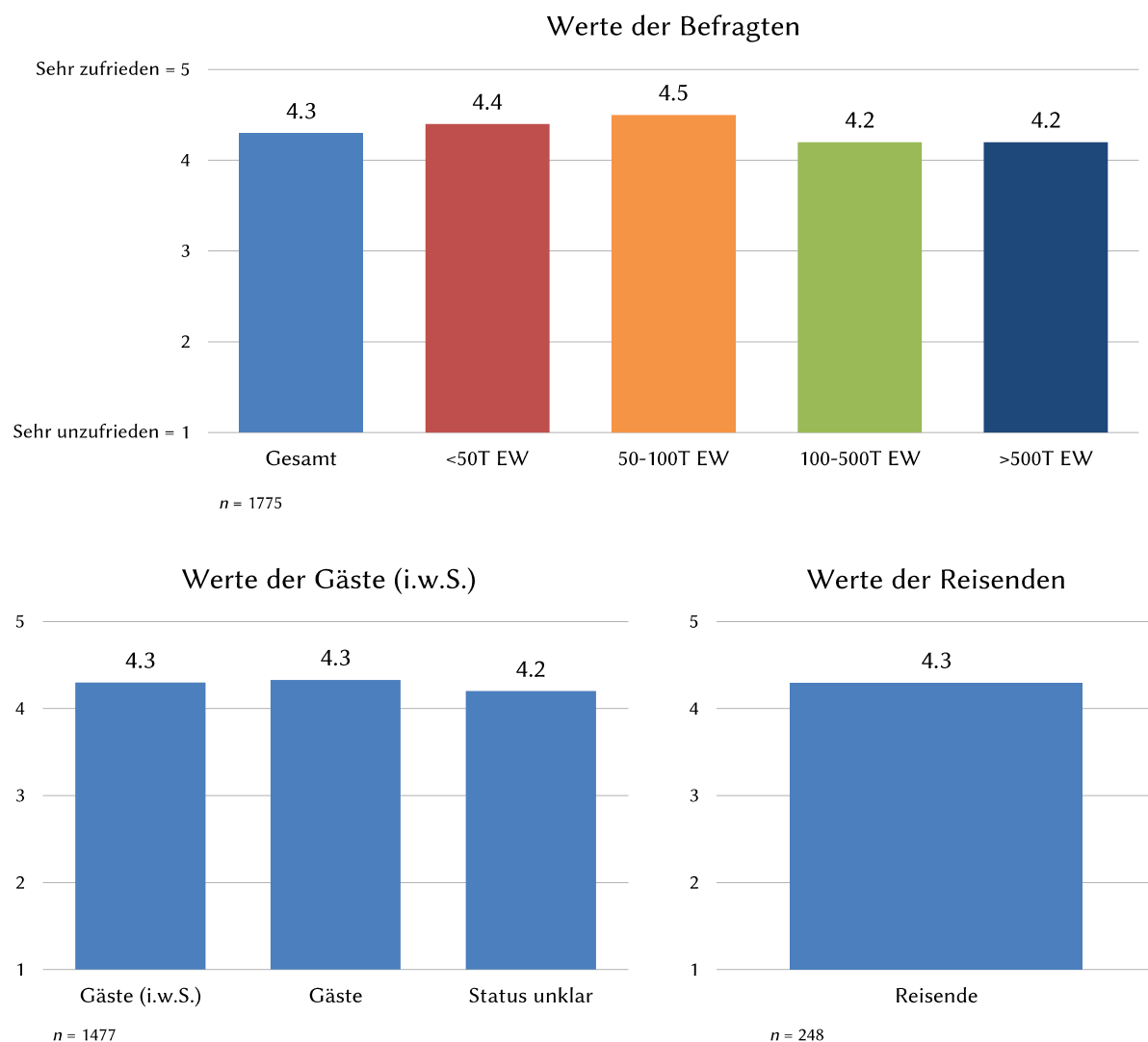


Abbildung 14. Zufriedenheit mit der Bahnhofsmission.

5.4 Limitationen der Befragung

Bei der Interpretation der gerade dargestellten Ergebnisse sollten trotz der umfangreichen Datenlage sowie der Sicherstellung der statistischen Güte der Ergebnisse einige methodische Limitationen beachtet werden:

1. Nicht alle Bahnhofsmissionen beteiligten sich an der Erhebung der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung. Es ist daher nicht auszuschließen, dass die Ergebnisse nur bedingt auf die nichtteilnehmenden Bahnhofsmissionen übertragen werden können.
2. Auf Basis von informellen Rückmeldungen einzelner Bahnhofsmissionen sowie den Reflexionsergebnissen ist fraglich, ob die Nutzerinnen und Nutzer an allen Standorten wirklich randomisiert, d. h. nach dem Zufallsprinzip, für die Befragung ausgewählt wurden. Es muss davon ausgegangen werden, dass vor allem Nutzerinnen und Nutzer befragt wurden, die ohne größere Überredung zur Teilnahme an der Befragung bereit

waren. Vor allem Personen, welche aufgrund ihrer aktuellen Bedarfssituation schwer zu befragen waren (so z. B. Reisende, Menschen in akuten Krisen), sind in der Stichprobe daher potentiell unterrepräsentiert. So wurde zum Beispiel auch die kostenfreie Rücksendemöglichkeit der Fragebögen von Reisenden kaum genutzt.

3. Besonders unterrepräsentiert sind Personen ohne ausreichende Deutschkenntnisse. Die Übersetzungen der Fragebögen in verschiedenen Fremdsprachen, welche den Bahnhofsmissionen für die Erhebung zur Verfügung standen, wurden fast nicht genutzt, so dass davon ausgegangen werden muss, dass die Gruppe der Menschen mit mangelnden Deutschkenntnissen in der Stichprobe nicht hinreichend vertreten ist.
4. Nicht alle befragten Personen haben jede Frage vollständig beantwortet. Bei einigen Teilfragen ergab sich durchaus eine nicht zu missachtende Rate an fehlenden Werten. Es ist daher nicht vollständig auszuschließen, dass es hierdurch zur Verzerrung der Befundlage gekommen ist.
5. Die Einteilung der Nutzerinnen und Nutzer in die Gruppen der *Nichtnutzenden*, *Reisenden*, *Gäste* und *Unklar* erfolgte retrospektiv auf Basis der erhobenen Daten. Es kann daher nicht ausgeschlossen werden, dass auch unvollständige oder nicht zutreffende Angaben gemacht wurden.
6. Alle dargestellten Informationen wurden durch Selbstberichterstattung (d. h. Selbsteinschätzung) erhoben. Es ist daher nicht klar, ob die Befragten die Fragen vollständig ehrlich und zutreffend beantwortet haben. Gleichzeitig ergaben jedoch punktuelle Plausibilitätstests (z. B. auf Basis von Korrelationen oder Mittelwertvergleichen), dass die gemachten Angaben im Durchschnitt nachvollziehbar und plausibel sind.

6 Ergebnisse der Reflexionen

Im Folgenden werden die Ergebnisse der inhaltsanalytischen Auswertung der Dokumentationen der Reflexionsrunden der Mitarbeitenden und Verantwortlichen der Bahnhofsmissionen dargestellt. Die Darstellung erfolgt gegliedert in verschiedene Teilthemen. Diese sind zwar nicht notwendigerweise überschneidungsfrei, ermöglichen jedoch einen selektiven Zugang zu den Reflexionsergebnissen. Die einzelnen Befunde werden an geeigneten Stellen mit Zitaten aus den Reflexionsberichten illustriert. Aus Anonymisierungszwecken wurden Ortsbezeichnungen und Namen aus diesen Textstellen entfernt. Des Weiteren wurden alle Auszüge aus den Reflexionen sprachlich geglättet.

In Kapitel 6.1 wird zuerst auf die Rückmeldung zur Nutzerinnen- und Nutzerbefragung eingegangen (positives und negatives Feedback, Fragedesiderate). Kapitel 6.2 stellt dann die Reflexionsergebnisse dar, in denen direkt auf die Befunde der Nutzerinnen- und Nutzerbefra-

gung Bezug genommen wird. Neben Bestätigungen von Befunden sowie Widersprüchen zu diesen werden hier auch Erläuterungen und Interpretationen der in Kapitel 5 angeführten Ergebnisse dargestellt. Themengebiete, welche besonders zur Reflexion der Arbeit der Beschäftigten der Bahnhofsmissionen anregten, sowie Sachverhalte und Umstände, die von den teilgenommenen Bahnhofsmissionen als problematisch wahrgenommen und daher aus ihrer Perspektive potentiell in Angriff genommen werden sollten bzw. könnten, werden in Kapitel 6.3 aufgegriffen. Kapitel 6.4 stellt konkrete Vorschläge dar, wie mit bestimmten Problemlagen, Sachverhalten und Umständen in Zukunft umgegangen werden könnte. In Kapitel 6.5 werden dann Aussagen aus den Reflexionsdokumentationen erörtert, welche Hinweise auf das jetzige bzw. potentiell zukünftige Selbstverständnis der Bahnhofsmission(en) enthalten. Kapitel 6.6 beschreibt die Limitationen der Reflexionen und ihrer Auswertung.

6.1 Rückmeldungen zum Monitoring

Positives Feedback. Ein Großteil der Rückmeldungen zu der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung in den Reflexionsdokumentationen war positiv. In vielen Dokumentationen wurde von einem hohen Interesse der Beschäftigten an der Befragung sowie deren Ergebnissen gesprochen. Die Auseinandersetzung mit den Befunden – vor allem auch im Vergleich der Größencluster – wurde als gewinnbringend erlebt. Wertgeschätzt wurde unter anderem, dass die Monitoringergebnisse einen Blick „von außen“ auf die eigene Arbeit in den Bahnhofsmissionen ermöglichen und somit zur Reflexion dieser anregen. Außerdem wurde positiv wahrgenommen, dass nun endlich einige Einsichten dokumentiert seien, welche vorher nur auf Basis von Erfahrungen und Beobachtungen diskutiert wurden (z. B., dass Personen die Bahnhofsmissionen vor allem aufgrund der erlebten Niederschwelligkeit nutzen; siehe Kapitel 5.3).

„Die Ergebnisse waren für uns interessant, da sie zeigen, dass unsere Erfahrungen sich bundesweit in vergleichbaren Bahnhofsmissionen decken.“

„Insgesamt konnten aber viele wichtige Erkenntnisse über die Bahnhofsmission, ihre Besucher und die Angebote gewonnen werden.“

„Letztlich befanden die Ehrenamtlichen der Monitoring Arbeitsgruppe die Reflexionsphase trotz aller Kritik gut, da sie sich ‚mal wieder‘ konkreter mit ihrer Tätigkeit und deren Zielen auseinander gesetzt haben und neue Ideen entwickelten.“

Die Erhebung konnte von vielen Bahnhofsmissionen gut bewältigt und auch gut in den Arbeitsalltag eingebunden werden. Obwohl nicht alle Befragten in gleichem Maße aufgeschlossen auf die Befragung reagierten, so ermöglichte diese doch das in Kontakttreten und häufig auch einen interessanten Austausch mit den Nutzerinnen und Nutzern:

„Die Erhebung der 80 Fragebögen konnte gut bewältigt und in die tägliche Arbeit integriert werden.“

„Für mich persönlich waren die Verteilung der Fragebögen und die Gespräche mit Gästen und Reisenden eine Bereicherung.“

Kritik am Monitoring. Neben den positiven Rückmeldungen gab es jedoch auch Kritik an der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung. So wurde angemerkt, dass manche Fragen zu komplex waren und die Beschäftigten der Bahnhofsmision häufig Transferleistungen zum Verständnis anbieten mussten. Einige Fragekomplexe (vor allem die Aussagen zur Selbstwert-einschätzung) wurden kritisch bewertet, da diese teilweise als zu persönlich wahrgenommen wurden. Des Weiteren wurde von einigen Bahnhofsmisionen bemängelt, dass die Erhebung im Alltag aus Kapazitätsgründen schwierig durchführbar war. Vor allem Reisende konnten nur schlecht erreicht werden.

„Nicht alle Aussagen wurden als wichtig für die Arbeit vor Ort angesehen. Besonders die Selbstwert-einschätzung der Besucher mit Fragen wie: ‚Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben‘, ‚Ich fühle mich von Zeit zu Zeit nutzlos‘ oder ‚Ich habe in meinem Leben alles richtig gemacht‘ wurden eher kritisch bewertet.“

„Die Fragestellungen waren insgesamt zu komplex und die Nutzer*innen konnten nur durch eine Transferleistung der Mitarbeitenden den Inhalt erfassen.“

„Zunächst möchte ich festhalten, dass es für unsere Bahnhofsmision [...] extrem schwierig war, sich neben dem ‚Alltagsgeschäft‘ mit dem Monitoring und besonders mit der Reflexion der Ergebnisse zu beschäftigen.“

Im Rahmen der Berichtlegung wurde kritisiert, dass es keine spezifische Auswertung für jede einzelne Bahnhofsmision gab, da das Größenclustering nach Einwohnerzahlen als unzureichend angesehen wird. Des Weiteren wurde hinterfragt, inwiefern die Ergebnisse den Anspruch der Repräsentativität erfüllen.

„Kritik: Die Nutzergruppen waren zu wenig differenziert, weil unter den Nutzern zu wenig Proporze gebildet wurden (Prozentanteil Frauen, Behinderte ...). Das kann zu Verfälschungen führen. Deshalb sind die Zahlen auch kritisch zu hinterfragen.“

„Eine weitere Schwierigkeit sahen sie in der ‚Zusammenfassung‘ der Befragungsergebnisse nach Städtegröße. Es wäre zur besseren Vergleichbarkeit eine differenzierte Größeneinteilung wünschenswert gewesen.“

„Zudem wurde kritisiert, dass von den ‚wenigen‘ Befragten zu sehr auf die allgemeine Situation der Bahnhofsmisionen geschlossen wurde.“

Auch die Reflexionsrunden selbst wurden in den Dokumentationen kritisiert. So wurde zum Beispiel bemängelt, dass für ausführliche Reflexionen nicht genügend Zeit zur Verfügung stand. Auch ist für einige Bahnhofsmisionen das genaue Ziel der Reflexionen trotz der verschickten Handreichung (siehe Anlage 4) unklar geblieben. In einer Dokumentation wurde berichtet, dass das Interesse an der Auswertung gering war, da in dieser nur wenig überraschende Ergebnisse vorkamen.

„Es stellte sich zu Beginn der Auswertung heraus, dass den Kleingruppenmitgliedern unklar war, was die Reflexion beabsichtigt. Zudem seien es für die Kürze der Zeit, die zur Verfügung steht, sehr viele Fragen und von daher fanden sie den Zeitrahmen für die Reflexionsphase nicht angemessen.“

„Die Auswertung liegt bei uns für alle Mitarbeiter aus, das Interesse daran war nicht sehr groß. Es gibt für uns keine überraschenden Ergebnisse.“

In drei Reflexionsdokumentationen wurde beschrieben, welche Fragen in der durchgeführten Nutzerinnen- und Nutzerbefragung nicht vorkamen, die aber als sinnvoll angesehen wurden. Zweimal wurde genannt, dass es gut wäre, etwas über die Wünsche und Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer zu erfahren. Des Weiteren bleibt unbeantwortet, welche Einrichtungen die *Gäste* neben der Bahnhofsmision nutzen und welche Funktion die Bahnhofsmision in der Tagesgestaltung der *Gäste* einnimmt. Von der Gruppe der *Reisenden* hätte man sich gewünscht zu erfahren, was der Grund für die Reise war. Angemerkt wurde auch, dass die Angebote der Beratung und Begleitung gesondert abgefragt hätten werden sollen (siehe auch Kapitel 6.2).

6.2 Einordnung der Ergebnisse

Verknüpfung mit eigener Erfahrung und eigenen Statistiken. In vielen Reflexionsberichten wurde betont, dass sich viele der Ergebnisse der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung mit den eigenen Erfahrungen der ehren- und hauptamtlichen Beschäftigten sowie den lokalen Statistiken vor Ort deckten und die Befunde dadurch nachvollziehbar waren und umgekehrt die Ergebnisse eigene Erfahrungen bestätigten (unter anderem Alters- und Geschlechterverteilung, Einkommenssituation, Nutzungsverhalten, Anteil wiederkommender Gäste, Wunsch nach Veränderung und Erfahrung, Zufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer). Zudem betonten manche Bahnhofsmisionen, dass ein Mehrwert des Monitorings darin besteht, dass diese subjektiven Erfahrungen nun dokumentiert seien (siehe auch Kapitel 6.1).

„Es wurde festgestellt, dass ein Großteil der Ergebnisse erwartet wurde und mit unseren Statistiken und Erfahrungen übereinstimmen.“

„Erwerbstätigkeit: Ergebnisse belegen einen Großteil erwerbsloser Nutzer/innen bzw. Rentner/innen; mit unserem Bild stimmig, aber nicht durch Zahlen unsererseits belegt.“

„Die Auswertung unterstellt einen gewissen Prozentsatz von immer wiederkehrenden Nutzer*innen. Dies deutet auf ‚Stammgäste‘ hin. Der Anteil Reisender hingegen ist prozentual geringer. Dies deckt sich mit der Datenlage [...] intern.“

Einige Ergebnisse wurden im Rahmen der Reflexionen als unerwartet beschrieben. So überraschte unter anderem die hohe Zufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer, die hohe Selbstwerteinschätzung der *Gäste* und dass das Einkommen vergleichsweise stark mit dem Selbstwert korreliert. Einige Bahnhofsmisionen bemerkten sogar, dass manche Ergebnisse der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung sie nicht nur überrascht, sondern ihren eigenen Erfahrun-

gen und Statistiken zum Teil widersprachen. So wird zum Beispiel angeführt, dass die Anzahl der ausgewiesenen Menschen ohne festen Wohnsitz gemäß ihren Erfahrungen zu gering sei. Auch wird angeführt, dass viele der Personen mehr Geld zur Verfügung haben müssten, als im Bericht angegeben. Einige Bahnhofsmissionen legten des Weiteren dar, dass ihre Nutzerinnen und Nutzer häufiger weiblich und auch zum Teil jünger seien. Umstritten war außerdem, inwiefern die Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses im Auswertungsbericht korrekt abgebildet war (weniger oder mehr Personen mit höheren Abschlüssen). Die dargestellten Widersprüche lassen sich zum Teil auf Besonderheiten (z. B. Standort, bestimmte Angebote etc.) und somit auf die Heterogenität der einzelnen Bahnhofsmissionen zurückführen.

„Lediglich beim Bildungsabschluss stellen wir fest, dass wir deutlich mehr Gäste mit Abschluss, Studium oder Ausbildung haben, als im Ergebnis formuliert.“

„Etwas erstaunt hat uns doch der relativ hohe Anteil an Menschen mit einem Studium (in der Befragung). Bei uns ist dies bei wesentlich weniger als der Durchschnitt der Befragten der Fall. Nur etwa 5 %, höchstens. Viele ohne Ausbildung...“

„Als bemerkenswert und überraschend wird festgestellt, dass 75 % der Gäste der Bahnhofsmissionen nicht wohnungslos sind. Dies entspricht weder dem eigenen noch dem öffentlichen Bild von der Arbeit der Bahnhofsmission.“

„Im Unterschied zum Umfrageergebnis haben wir viele Anfragen von jungen Erwachsenen und Müttern.“

Erklärung der Befunde. In einigen der übermittelten Reflexionsdokumentationen befanden sich auch Erklärungen für einen Teil der im Auswertungsbericht der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung enthaltenen Ergebnisse. Die geringe Anzahl von Reisenden, Personen mit hohen Bildungsabschlüssen bzw. solche mit unzureichenden Deutschkenntnissen sowie von jungen Menschen in der Stichprobe (siehe Kapitel 5.1 sowie Anlage 3) wird damit begründet, dass diese zum Teil schwer zu befragen waren bzw. gezielt nicht befragt wurden.

„Schüler/innen wurden gezielt bei der Befragung durch die BM-Mitarbeitenden nicht angesprochen (Anmerkung: Grund unklar).“

„Zum Kriterium Bildung: Vermutung, dass sich Menschen mit höherer Bildung weniger gerne befragen lassen (höhere Sensibilität für Datenschutz), während Menschen mit niedrigerer Bildung sich freuen, „gefragt“ zu sein. -> Verzerrung -> wir werden von Menschen aller Bildungsniveaus gleichermaßen nachgefragt.“

„Bei den vorgenannten Reisenden haben wir verständlicherweise oft auf Befragungen verzichtet. Aber im Rückblick auf die vergangenen Jahre machen sie einen Großteil unserer Arbeit aus, die wir [...] leisten. [...] Viele Reisende konnten aus sprachlichen Gründen nicht befragt werden.“

Zu dem Ergebnis, dass nur 70 % der Nutzerinnen und Nutzer angaben, dass ihnen Auskünfte und Beratungen im Rahmen von Reisen halfen (siehe Kapitel 5.3), wurde begründet, dass ein

Unterschied vorliegt, ob eine Auskunft bzw. eine Beratung korrekt ist und/oder subjektiv hilft: „Denn auch eine richtige Auskunft („Der Zug ist weg, der nächste kommt in einer Stunde.“) empfindet man nicht immer als hilfreich.“ Dies relativiert das Ergebnis, dass ca. 30 % der Nutzerinnen und Nutzer laut den Auswertungen durch Auskünfte oder Beratungen nicht geholfen werden konnte. Daneben wird bemerkt, dass Auskünfte und Beratungen zwei unterschiedliche Angebote seien. Auch dies könnte zu verzerrten Ergebnissen geführt haben. In folgenden Erhebungen sollten beide Angebotskategorien separat abgefragt werden.

Die etwas niedrigere Zufriedenheit der Nutzerinnen und Nutzer mit den Bahnhofsmissionen in größeren Standorten (siehe Kapitel 5.3) wird damit begründet, dass in größeren Bahnhofsmissionen häufig „mehr los“ sei, es dadurch „unfamiliärer zuginge“ und somit die Beschäftigten insgesamt weniger Zeit für den einzelnen Gast aufbringen können. Die Zufriedenheitsunterschiede zwischen den Größenclustern werden somit durch strukturelle Faktoren begründet.

Im Durchschnitt nehmen mehr Männer als Frauen die Angebote der Bahnhofsmissionen wahr (siehe Kapitel 5.1). Dies wird durch Unterschiede im Hilfesuchverhalten von Männern und Frauen begründet. So wird von einer Bahnhofsmission erörtert, dass Frauen im Vergleich zu Männern in anderen Hilfenetzwerken Unterstützung suchen, sich weniger gern in der Öffentlichkeit bewegen und sich möglicherweise viele auch nicht gerne in männerdominierten Räumen aufhalten wollen. Als Grund wird weiterhin angeführt, dass Frauen möglicherweise weniger ausgeprägte Anschlussmotive haben und somit seltener sozialen Kontakt in offenen Angeboten aufsuchen.

Ein weiteres Ergebnis ist, dass die Angebote der Bahnhofsmissionen vor allem von armen und marginalisierten Personengruppen in Anspruch genommen werden (siehe Kapitel 5.2). Folgende Gründe werden von einer Bahnhofsmission angeführt:

„Warum kommen mehr Arme/Erwerbslose in die Bahnhofsmission?

- Bahnhofsmission = Anlaufstelle ohne Erwartungen an den Besucher/Gast
- Möglichkeit des Aufenthalts
- Nicht Herkunft, Hintergrund, Probleme stehen im Fokus, sondern der Mensch
- Direkte, kostenlose Hilfestellung
- Keine Termine und Wartezeit
- Menschen aus höherer Schicht/Milieu suchen professionelle, anonyme Hilfe bei Fachkräften?“

6.3 Reflexionsanstöße und Problemanzeigen

Angebote und Zielgruppen. Gegenstand vieler Reflexionen war das derzeitige Angebotsspektrum, dessen Ausgestaltung sowie die primären Zielgruppen der Bahnhofsmissionen. Einerseits wurde hinterfragt, wie und vor allem auch ob neue Angebote entwickelt oder existieren-

de verändert werden müssten, so dass bisher un- bzw. wenig erreichte Personengruppen besser angesprochen werden können. Sollen beispielsweise spezielle oder auch zum Teil exklusive Angebote für Frauen geschaffen werden, da diese im Vergleich zu Männern bisher nur selten die Bahnhofsmissionen nutzen? Sind die derzeitigen Öffnungszeiten für erwerbstätige Personen geeignet oder sollten diese entsprechend verlängert werden?

„Weniger Frauen als Männer als Nutzer/innen: Bei vielen Zielgruppen gibt es objektiv eine zahlenmäßige Dominanz der Männer (Wohnungslose, Suchtkranke an den Bahnhöfen); gleichzeitig stellt sich die Frage, ob wir unsere Angebote so gestalten, dass sie Männer mehr ansprechen.“

„Die Öffnungszeiten der Bahnhofsmissionen passen nicht zu den Erwerbstätigen. Daher dort schwache Ergebnisse.“

Andererseits wurde darüber nachgedacht, wie den diagnostizierten Bedarfen der derzeitigen Nutzungsgruppen besser gerecht werden kann. So berichten einige Bahnhofsmissionen, dass Personen aus der Gruppe der *Gäste* häufig kleinschrittigere Hilfen, wie z. B. Begleitung zu Ämtern und Ärzten, bräuchten, um ihre derzeitige Lebenssituation zu verbessern.

„Viele sind nicht in der Lage sich um die Verbesserung ihrer Lage selbst zu kümmern. Sie bräuchten jemanden, der sie an der Hand nimmt und mit ihnen zu Ämtern, Behörden, Ärzten geht, Anträge ausfüllt etc. alleine bekommen sie das nicht hin.“

Angesprochen wurde auch, dass die hohen Selbstwerteinschätzungen der *Gäste* darauf zurückzuführen sein könnten, dass die Bahnhofsmission Menschen mit sehr niedrigen Selbstwerten und Selbstwirksamkeitswerten systematisch nicht erreicht. Offen bleibt, wie es gelingen kann, dass auch diese Personengruppe die Angebote der Bahnhofsmissionen in Zukunft stärker nutzt.

„Der mittlere Selbstwert der Gäste weist darauf hin, dass ein gewisses Selbstvertrauen erforderlich ist, um die Schwelle zu überwinden und um Hilfe zu bitten. Gleichzeitig kann der Selbstwert nicht zu hoch sein, da die Gäste [sich] in einer Situation befinden, in der sie Hilfe benötigen. [...] Es stellen sich die Fragen, wie wir Menschen mit niedrigem Selbstwert, die nicht zu uns kommen, erreichen und was die Mitarbeitenden zur Steigerung des Selbstwertes unserer Gäste im Alltag beitragen können [...].“

Hierbei wurde jedoch auch darauf hingewiesen, dass es nicht die Angebotsstruktur per se sei, welche dazu führt, dass bestimmte Personengruppen die Bahnhofsmissionen nicht oder nur selten nutzen. Es wird unter anderem angenommen, dass in der breiten Öffentlichkeit ein „falsches“ Bild der Bahnhofsmission existiere. Ein solches führt dann dazu, dass gewisse Personen die Angebote der Bahnhofsmissionen für sich selbst als nicht relevant wahrnehmen. Dazu kommt, dass viele die Angebote gar nicht kennen und diese somit auch nicht nutzen können (siehe auch Kapitel 5.3). Als Lösung wurde von mehreren Bahnhofsmissionen eine verstärkte Investition in Öffentlichkeitsarbeit benannt.

„Die Wahrnehmung der Bahnhofsmision durch Nutzer/-innen und allgemeine Öffentlichkeit wird durch große Klischees beeinflusst. Dies führt dazu, dass Nutzer/-innen falsche Erwartungen an die Bahnhofsmision haben oder sie aufgrund ihrer falschen Erwartungen und Vorstellungen die Bahnhofsmisionen nicht nutzen. Damit wird die Bahnhofsmision ihrem Anspruch, ‚alle‘ zu erreichen, nur eingeschränkt gerecht.“

„Die Idee, die der/die Nutzer/in von den Angeboten der Bahnhofsmision hat, beeinflusst sein Nutzungsverhalten (z. B. nehmen viele die Hilfe der Bahnhofsmision nicht in Anspruch, weil sie davon ausgehen, dass sie nicht zur Zielgruppe gehören/‘nicht gemeint sind‘).“

„Nur wer die Einrichtung kennt, kann sie nutzen (z. B. viele ältere Reisende wissen nicht, dass Bahnhofsmisionen kostenlose Umsteigedienste vorhalten).“

In diesem Zusammenhang wurde auch die Frage nach der oder den Kernzielgruppe(n) der Bahnhofsmisionen gestellt. Sollen die Bahnhofsmisionen gleichermaßen für die Gruppe der *Gäste* und der *Reisenden* zuständig sein oder bietet sich nicht eher eine Konzentration auf eine der beiden Gruppen an (Klientelansatz)?

„Die Bahnhofsmisionen werden entscheiden müssen, ob sie einen spezifischen Bedarf herausgreifen und sich zielgruppenspezifisch weiterentwickeln wollen (z. B. Reisende, von Armut Betroffene...) oder ob sie ihr Profil eines ‚gemischten Ansatzes‘ (gemischte Zielgruppen und Angebote) bewusst in Richtung auf Inklusion, Teilhabe und Sozialraumorientierung ausbauen und präzisieren wollen.“

Hinterfragt wurde auch, auf welcher Grundlage die Angebotsplanung in den Bahnhofsmisionen geschieht bzw. geschehen soll. Vor allem die Idee der Bedarfsorientierung scheint umstritten. So verstehen einige Bahnhofsmisionen ihren Auftrag darin, Hilfeleistungen anzubieten, die unmittelbar auf die Bedarfe ihrer Nutzerinnen und Nutzer abzielen:

„Auftrag und Profil der Bahnhofsmisionen ist es, zu tun, was die Menschen am Bahnhof brauchen: radikale Bedarfsorientierung.“

Gleichzeitig wird das Kriterium der Bedarfsorientierung durchaus in Frage gestellt. Es bedarf einer reflektierten und systematischen Angebotsplanung, welche sich nicht ausschließlich auf die (kurzfristigen bzw. vermuteten) Bedarfe der Nutzerinnen und Nutzer ausrichtet.

„Absolute Bedarfsorientierung ist eine Fiktion: Keine Bahnhofsmision ist nur ‚Leerstelle‘, die sich erst mit den Erwartungen und Wünschen der Nutzer/-innen füllt. Stattdessen ist die Nutzung immer auch Reflex der Selbstdarstellung und des Angebots.“

Bedarfs- und Nutzerorientierung können zum Feigenblatt werden und zur Selbsttäuschung bzw. zur Vertuschung mangelnder fachlicher Reflexion und Profilierung verleiten.

Eine unreflektierte, nicht kritisch hinterfragte Nutzer- und Bedarfsorientierung kann in eine Spirale des Ausbaus von materieller Versorgung in den Bahnhofsmisionen führen. Denn die Gewährung materieller Hilfen führt zu einer win-win-win-Situation, indem Mitarbeiter/-innen (insbes. auch Ehrenamtliche), Gäste und Öffentlichkeit (Spender) leicht zufriedenzustellen sind.“

Zielkriterien des Angebots. Neben den Kernzielgruppen wurden auch mögliche Zielkriterien der Bahnhofsmissionen zur Disposition gestellt. Es wurde gefragt, ob eher qualitative oder quantitative Ziele im Vordergrund stehen sollten:

„Frage: Wollen Bahnhofsmissionen möglichst vielen Menschen helfen (Nutzerzahlen stabilisieren erhöhen) oder geht es uns darum, qualitativ zu arbeiten und vielleicht weniger Menschen zu begegnen, diesen aber mehr/besser zu helfen?“

Auch wurde diskutiert, ob wiederkehrende Nutzerinnen und Nutzer (vor allem in der Gruppe der *Gäste*) als positiv anzusehen sind (siehe hierzu auch Kapitel 6.5). Eine Bahnhofsmission verneinte dies, da das eigentliche Ziel der Bahnhofsmission die Vermittlung von Hilfesuchenden an andere Stellen sei (siehe Kapitel 3.1). Dem gegenüber stehen die Aussagen einer anderen Bahnhofsmission, welche es als Erfolg wertet, wenn Nutzerinnen und Nutzer sich wohlfühlen und regelmäßig entsprechende Angebote in Anspruch nehmen.

In einer Reflexion wurde des Weiteren betont, dass Ziele und Zielkriterien der Bahnhofsmissionen immer vor dem Hintergrund der Ausrichtung und der Strategie des jeweilig zuständigen Trägers zu bestimmen seien. Bahnhofsmissionen, die diese Zielkongruenz nicht einhalten können bzw. wollen, haben mittelfristig möglicherweise nur bedingt eine Perspektive.

Räumliche Ressourcen. In einigen Reflexionen wurde die aktuelle Raumsituation der Bahnhofsmissionen als einschränkender Faktor für das Angebot bestimmter Hilfeleistungen angeführt. Vor allem im Kontext von Beratungsangeboten werden fehlende separate Räume als problematisch identifiziert. Ohne entsprechende Räumlichkeiten lassen sich Beratungsleistungen nur schwer anbieten:

„Zum Teil eignen sich die Räume nicht (kein separates Beratungszimmer, Gespräche müssen meist im Besucherraum geführt werden. Dort ist die Anonymität und eine ruhige, konzentrierte Gesprächsatmosphäre oft nicht gegeben).“

Als hilfreich werden geschützte Beratungs- oder Besprechungsräume angesehen, in denen sich die Mitarbeitenden mit den ratsuchenden Nutzerinnen und Nutzern in Ruhe unterhalten können. Gleichzeitig stehen den Bahnhofsmissionen solche Räumlichkeiten nicht immer zur Verfügung.

Personelle Ressourcen und Professionalisierung von Ehrenamtlichen. Sehr häufig wurde in den Reflexionsdokumentationen das Thema personelle Ressourcen und die Professionalisierung von Ehrenamtlichen als relevanter Aspekt angesprochen. Einerseits wurde dargelegt, dass die personellen Ressourcen für die alltägliche Arbeit nicht ausreichen und gewisse Hilfeleistungen deshalb nicht angeboten werden können. Auch fehlt Personal, welches die hauptamtlichen Leitungskräfte unterstützt. Die Akquise von zusätzlichen Ehrenamtlichen wurde als möglicher Lösungsansatz für dieses Problem beschrieben.

„Es werden mehr personelle Ressourcen für die reguläre Arbeit benötigt (und damit auch mehr Gelder).“

Andererseits wurden in verschiedenen Reflexionen auf Professionalisierungsbedarfe (vor allem, aber nicht ausschließlich) von ehrenamtlichen Mitarbeiterinnen und -mitarbeitern aufmerksam gemacht. Diese werden vor allem in den Bereichen des Umgangs mit psychisch kranken Nutzerinnen und Nutzern, der effektiven Vermittlung von Hilfesuchenden an andere Stellen (Was gibt es für Stellen? Wer ist zuständig? Was sind die gesetzlichen Grundlagen? Etc.), den Umgang mit Vorfällen von Arbeitsausbeutung sowie im Ausbau von Beratungskompetenzen gesehen.

„Die Professionalisierung der Arbeit ist m. E. für den Fortbestand von Bahnhofsmmissionen unerlässlich.“

„Aufgrund der hohen Anzahl von Menschen, die zu uns kommen und die ein Einkommen unter der Armutsgrenze haben, ist die Bahnhofsmmission eine Anlaufstelle, die gut informiert sein muss, über Hilfen, die es gibt, um aus der Armut herauszukommen. Die Mitarbeitenden müssen die Menschen entsprechend beraten können. Die Bahnhofsmmission [...] sollte das Beratungsangebot zu den Grundlagen der Arbeitslosen- und Sozialhilfen nach SGB II und SGB XII erweitern und die Mitarbeitenden dazu befähigen, z. B. 1-2x pro Woche eine soziale Beratungsstunde anzubieten. Zumindest muss kompetent an die zuständigen Stellen in der Stadt verwiesen werden können.“

„Wie umgehen mit psychisch Kranken, die keine Einsicht haben? (Das ist das Schlimmste, was es für Mitarbeiter gibt.) Manchmal wissen wir nicht, wie wir mit ihnen umgehen sollen. (Wir stoßen oft auf unsere Grenzen.)“

„Alle BeraterInnen sind in hohem Maße mit dem Thema Arbeitsausbeutung konfrontiert. Ebenso besteht Informationsbedarf bez. der rechtlichen Voraussetzungen, sowohl für den Zugang zum Arbeitsmarkt als auch für den Bezug von Transferleistungen.“

„Unsicherheit der Ehrenamtlichen in der Gesprächsführung. Vielen fällt es leichter, Kaffee auszugeben und praktische Hilfen bzw. Auskünfte zu geben als sich in einem Gespräch sehr intensiv auf einen Menschen einzulassen.“

6.4 Entwicklungsvorschläge

Angebotsgestaltung. In einigen Reflexionsberichten wurde über zusätzliche Angebote berichtet, die in Zukunft in das Leistungsspektrum der jeweiligen Bahnhofsmmissionen aufgenommen werden könnten bzw. sollten. Nicht für alle angeführten Zusatzangebote stehen den Bahnhofsmmissionen jedoch derzeit schon hinreichend finanzielle oder auch personelle Kapazitäten zur Verfügung. Zu einigen der potentiellen Zusatzangebote wurden auch mögliche Nachteile und kritische Effekte beschrieben. Im Folgenden werden die benannten Angebote kurz aufgeführt:

- Tagesstrukturierende Angebote für *Gäste*: z. B. Spielenachmittage, Frisör, Kosmetik oder Chor, welche zur Steigerung des Selbstwertes und des Gemeinschaftsgefühls

führen könnten. Gleichzeitig wurde hinterfragt, ob solche Angebote *Gäste* nicht zu stark an die Bahnhofsmision binden würden.

- Begleitung Hilfesuchender zu anderen Beratungsstellen im Hilfenetzwerk, wenn diese unter der Mobilisierung eigener Ressourcen nicht erreicht werden.
- Im Gegenzug zum Angebot des „Kids on Tour“ könnte es auch ein ähnliches Programm für Senioren („Senioren on Tour“) geben, bei dem ältere Menschen auf Zugreisen von Mitarbeiterinnen oder Mitarbeitern der Bahnhofsmisionen begleitet werden. Insgesamt wird der Ausbau der Angebote von Begleitsdiensten im Zug gewünscht. Hierzu sind jedoch entweder zusätzliche Mittel für Begleitfahrten notwendig oder aber das kostenlose Reisen von Begleitern im gesamten Bahnverkehr.
- Einrichtung einer Kinderlounge als Aufenthaltsort für Kinder in den Räumlichkeiten der Bahnhofsmision.
- Angebot von Gesprächskreisen für ältere und einsame Menschen.
- Angebot eines Frühstückskreises ausschließlich für Frauen.
- Einrichtung eines Trinkerraums, in dem Alkohol erlaubt ist bzw. sogar kostenlos ausgeschenkt wird.
- Angebot von Übernachtungsmöglichkeiten.
- Einrichtung von Sanitäranlagen, z. B. Toiletten oder wenigstens Waschbecken.
- Einrichtung von Mal-Ecken und anderweitigen kreativen Beschäftigungsmöglichkeiten.
- Möglichkeit der Ausgabe von finanziellen Mitteln an *Gäste* in Notsituationen.
- Dauerhaftes Angebot von Kaffee und anderen Getränken.

Nach Aussage der Reflexionsgruppen werden einige Personengruppen bisher nur unzureichend durch das bisherige Angebotsspektrum erreicht. In den Berichten wurden unter anderem Frauen, ältere Menschen, Migrantinnen und Migranten, Menschen mit Behinderungen (auch mit einem Grad von weniger als 50 %) sowie Kinder als Zielgruppen benannt, die in Zukunft stärker in den Fokus der Arbeit der Bahnhofsmisionen genommen werden sollten. Gleichzeitig wurde dazu aufgefordert, explizit solche Bedarfsgruppen zu benennen und zu fokussieren, für die sich im Hilfenetzwerk bisher niemand zuständig fühlt.

Netzwerkarbeit. Einige Bahnhofsmisionen berichteten, dass ihnen die Vermittlung von Hilfesuchenden an andere Hilfestellen nur bedingt gelingt. Zur Verbesserung der Vermittlungsfunktion sowie der allgemeinen Arbeit der Bahnhofsmisionen wurde an einigen Stellen in den Reflexionsberichten die Bedeutung der Vernetzungsarbeit betont. Einerseits gilt es, die

Netzwerkarbeit mit anderen Hilfestellen sowie regionalen Akteuren weiter auszubauen. Bedarfe zur stärkeren Vernetzung wurden vor allem in Hinblick auf folgende Einrichtungen gesehen: Polizei, ambulante psychiatrische Dienste, Agentur für Arbeit, städtische Gremien sowie Blinden- und Behindertenvereine. Andererseits wurde auch betont, dass Zuständigkeiten und Aufgaben innerhalb des lokalen Netzwerkes von unterschiedlichen Akteuren und Hilfsanbietern zu klären seien.

„Der Anstieg der Armen, die uns besuchen, wird von uns bereits in die Träger und städtischen Gremien gebracht und im Hilfenetz wird diskutiert, was weiter ausgebaut wird. Wir wollen weiter versuchen die Zuständigkeiten (z. B. Passfotos), die eigentlich Aufgaben von anderen Stellen sind, weiter zu klären und zu vermitteln.“

Vernetzungspotentiale wurden jedoch nicht nur mit externen Hilfestellen und Akteuren gesehen. Auch der Wunsch nach einer stärkeren Vernetzung der einzelnen Bahnhofsmmissionen in einer Region wurde geäußert. In diesem Zusammenhang wurde unter anderem hinterfragt, ob den einzelnen Bahnhofsmmissionen ihre Angebote untereinander bekannt seien. Offensichtlich besteht auch hierzu Austausch- sowie Vernetzungsbedarf.

Öffentlichkeitsarbeit. Mit Bezug auf die Ergebnisse zur Bekanntheit der Angebote der Bahnhofsmmissionen (siehe Kapitel 5.3) bei bisherigen Nichtnutzerinnen und Nichtnutzern wurde in vielen Reflexionsberichten betont, dass die Öffentlichkeitsarbeit der Bahnhofsmmission ausgebaut werden muss. Vorgeschlagen wurden zum Beispiel ein einheitliches Kampagnenthema aller Bahnhofsmmissionen, die Durchführung von regelmäßigen Aktionen am Bahnhof, Plakate und Flyer in Zügen sowie dem ÖPNV und die Überarbeitung der Internetpräsenz. Durch eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit soll einerseits der Bekanntheitsgrad der Bahnhofsmmission sowie deren Angebote bei unterschiedlichen Anspruchsgruppen gesteigert werden. Andererseits sollen somit potentiell vorhandene Klischees und „emotionale Hürden“ abgebaut werden, welche in der Gesamtbevölkerung vorherrschen und möglicherweise die Nichtnutzung der Angebote der Bahnhofsmmissionen erklären (siehe auch Kapitel 6.3).

Durch Öffentlichkeitsarbeit sollen außerdem die Erfolge der Bahnhofsmmissionen gegenüber anderen Stellen sowie Geldgebern und Entscheidungsträgern nach außen kommuniziert werden:

„Als ‚großes Ergebnis‘ der Diskussion kann festgehalten werden, dass die Bahnhofsmmissionen eine ‚Imagekampagne‘ brauchen, Transparenz darüber, was ist Bahnhofsmmission, was wird alles geleistet, Darstellung wie wichtig die Arbeit ist, dies muss in entsprechende Entscheidungsgremien, Runde Tische, Arbeitskreise etc. getragen werden, um z. B. auch bessere Finanzierungen von der Kommune zu erhalten. → Bahnhofsmmission übernimmt wichtige Aufgaben für die Kommune.“

Eine „einheitliche Positionierung“ gegenüber Dritten wurde trotz der gelebten und erlebten Vielfalt innerhalb der Bahnhofsmmission als sinnvoll beschrieben. Hierzu gehört zum Beispiel ein noch einheitlicheres Auftreten der einzelnen Bahnhofsmmissionen nach außen.

Professionalisierungsinhalte. Wie bereits in Kapitel 6.3 angesprochen wurde, enthielten viele Reflexionsberichte Hinweise auf die Professionalisierungsbedarfe der ehren- und hauptamtlich Beschäftigten der Bahnhofsmissionen. Diese Bedarfe lassen sich unter anderem durch gezielte Fort- und Weiterbildungen decken. Folgende Weiterbildungsthematiken wurden in diesem Zusammenhang angesprochen:

- Gesprächs- und Beratungskompetenzen sowie die Bereitschaft dazu.
- Psychische Krankheiten und deren Symptomatik.
- Entstehung von Sucht und Krankheiten sowie Störungsbildern.
- Bedeutung von Isolation und Einsamkeit.
- Arbeitslosen- und Sozialhilferecht.
- Arbeitsausbeutung und Möglichkeiten der Intervention.
- Umgang mit Personen mit Behinderung.
- Unterstützung von Personen zur Erreichung von Selbstständigkeit und ressourcenorientiertes Arbeiten.
- Aufbau von Selbstwert und Selbstwirksamkeit bei *Gästen*.
- Haltung der Beschäftigten: Christliche Grundüberzeugung, Primat der unveräußerbaren Würde des Menschen.
- Bedürfnisse von weiblichen *Gästen* und der Umgang mit diesen Nutzerinnen im Vergleich zu Männern.

Ehrenamtlich Beschäftigte müssen vor allem dazu befähigt werden, den Nutzerinnen und Nutzern mehr als nur bei der Befriedigung ihrer Grundbedürfnisse helfen zu können.

Unabhängig von diesen Themen wurde darauf hingewiesen, dass es die Aufgabe der einzelnen Bahnhofsmissionen sei, die (Professionalisierungs-)Bedarfe ihrer Beschäftigten zu ermitteln. Die spezifischen Angebotsprofile der einzelnen Bahnhofsmissionen müssen hierbei mit bedacht werden.

Bauliche Veränderungen und Beschilderung. Zur Gewährleistung der Niederschwelligkeit der Bahnhofsmissionen wurden in den Reflexionsberichten einige Vorschläge unterbreitet. So wurde beispielsweise von einer Bahnhofsmission vorgeschlagen, dass die Klingel an der Tür abgeschafft werden könnte, so dass die Nutzerinnen und Nutzer ohne explizite Anmeldung die Räumlichkeiten am Bahnhof betreten können. Um Menschen mit Behinderung den Zugang zu ermöglichen, ist der Einbau von Rampen und/oder der Umbau des Eingangsbereiches für manche Bahnhofsmissionen ein Ziel für die Zukunft. Einige wünschen sich an den Bahnhofsmissionen eine bessere Ausschilderung. Durch die Installation zusätzlicher – gut

sichtbarer – Informationstafeln erhoffen sie, dass sie leichter zu finden und zu erreichen sind.

Gewinnung zusätzlicher Informationen. In einigen Reflexionsdokumentationen wurde berichtet, dass die jeweiligen Bahnhofsmissionen eigene Befragungen ihrer Nutzerinnen und Nutzer planen. Hiermit sollen zum Beispiel spezifischere Informationen zu deren Bedürfnissen und Zufriedenheit generiert werden. Dies soll einerseits mittels schriftlicher oder mündlicher Umfragen geschehen oder aber mit der Installation eines leicht zugänglichen Briefkastens, in dem Anregungen und Wünsche anonymisiert hinterlassen werden können. Jedoch nicht nur die Nutzerinnen und Nutzer stehen im Interesse der Bahnhofsmissionen. Auch die Vorstellungen und Ideen der Beschäftigten sollen systematischer erhoben und in die laufende Arbeit eingebracht werden.

6.5 Selbstverständnis

Zielgruppe. In vielen Reflexionsberichten wurde hinterfragt, was die eigentliche Aufgabe der jeweiligen Bahnhofsmission sei und welches Selbstverständnis der eigenen Arbeit zu Grunde liegt. Relativ einheitlich wurde berichtet, dass die Bahnhofsmissionen sich als niederschwelliges Angebot für Menschen, unabhängig von deren sozialer Stellung oder finanziellen Lage, verstehen. Basierend auf einem christlichen Menschenbild möchte man sich Menschen in verschiedenen Notlagen freundlich, wertschätzend und ohne Vorurteile zuwenden. Alle Angebote sollen freiwillig und nicht an Forderungen gebunden sein. Die Bahnhofsmissionen verstehen sich somit als offene Anlaufstellen, zu denen Menschen anonym und ohne Termin kommen können. Als zentrale Angebotskategorien werden häufig Gespräche und Beratungsleistungen verstanden.

„Ganz wichtig ist, dass unser Angebot total freiwillig ist. Wir sind kein Amt, stellen keine Anforderungen, sind neutral.“

„Die Motivation zur Bahnhofsmission zu kommen ist: ich kann anonym bleiben, ich kann mich mit anderen Menschen treffen, kostenlos Kaffee trinken, ich komme aus der Wohnung raus, ich brauche keine Termine zu machen, es ist unverbindlich, ich kann mit netten Mitarbeitenden sprechen.“

„Die unveräußerbare Würde des Menschen ist in das Zentrum zu setzen. Gepaart mit unserer christlichen Grundüberzeugung: Annahme vor Scheitern und Schuld und der Überzeugung das jeder einzelne von Gott geliebt ist.“

„Im Zentrum der Bahnhofsmissionsarbeit stehen der Kontakt und die Begegnung mit den Menschen. Der Mensch und nicht sein Problem soll gesehen werden.“

In Zusammenhang mit dem eigenen Selbstverständnis wurde an vielen Stellen diskutiert, ob die Bahnhofsmissionen ihrem Auftrag als Erstanlauf- und Clearingstelle gerecht werden bzw. mit welchen Hilfeansätzen nachhaltige Verbesserungen der Lebenssituation von sog. „Stammgästen“ erreicht werden können. In vielen Dokumentationen wurde davon berichtet,

dass die Betreuung von *Gästen*, welche die Angebote der jeweiligen Bahnhofsmision sehr regelmäßig in wöchentlichem oder sogar täglichem Turnus in Anspruch nehmen, den Hauptanteil der Arbeit ausmacht. Solche „Stammgäste“ nutzen die Bahnhofsmisionen vermutlich häufig als tagesstrukturierendes Element. Gerade dieser Aspekt wurde von einigen Bahnhofsmisionen in Frage gestellt: Inwiefern soll und kann diesen Stammgästen geholfen werden? Wie soll mit den Erwartungen der Stammgäste umgegangen werden? Wie viel Aufmerksamkeit sollte Stammgästen im Vergleich zu anderen Nutzerinnen und Nutzern, zum Beispiel *Reisenden*, in der täglichen Arbeit gewidmet werden? Entsprechend dem Selbstverständnis als Vermittlungs-, Clearing- und Lotsenstelle wird hinterfragt, wie einer zu starken Bindung von *Gästen* an die Bahnhofsmision entgegengewirkt werden kann beziehungsweise soll. Andere Bahnhofsmisionen hingegen überlegen, wie sie den Bedürfnissen von Stammgästen besser gerecht werden können: Welche Angebote, welche personelle Ausstattung und welche Unterstützungsangebote sind notwendig, um ihnen nicht nur kurzfristige Entlastung sondern nachhaltige Hilfe zu gewähren? Einige Auszüge aus den Reflexionsdokumentationen sollen die diskutierten Widersprüche und Fragen im Folgenden skizzieren:

„Bundesweit können wir jetzt die frühere Aussage ‚wir haben keine Stammgäste‘ gemeinsam offen überdenken. Wir können uns nun die Frage stellen, wie wir uns diesem Gästewunsch gegenüber verhalten möchten.“

„Besonders hervorgehoben wurde das Thema ‚Stammkunden‘. Die Grenzen dieser Arbeit werden in der Schwierigkeit der Vermittlung der Besucher ins Hilfesystem gesehen und die Frage gestellt, wie weit der Auftrag der Bahnhofsmision mit der Erwartung der meisten ‚Stammkunden‘ übereinstimmt. Die Bahnhofsmision versteht sich als Institution für Beratung und Vermittlung. Die Erwartung der meisten ‚Stammkunden‘ besteht darin, einen geschützten Raum zu nutzen und den Kaffee oder den kleinen Imbiss, den wir als Einstieg in ein Beratungsgespräch verstehen, zu konsumieren.“

„Das Augenmerk wurde auf die (Stamm)-Gäste gelegt, da sie uns zu 80 % beschäftigen, nicht auf die Reisenden mit Umsteigerhilfe, sie machen nur etwa 20 % unserer Arbeit aus.“

„Es hat mich eher überrascht, dass auch in den anderen BMs in Städten unserer Größenordnung, Angebote wie Aufenthalt/Verpflegung usw. deutlich stärker nachgefragt werden als reisespezifische Angebote. Ich neige manchmal zu einem ‚schlechten Gewissen‘, habe das Gefühl, zu wenig auf die Belange von Reisenden hinzuarbeiten und uns damit von den ‚eigentlichen Aufgaben‘ der Bahnhofsmision fortzubewegen.“

„Aus den Ergebnissen der Studie ergibt sich, dass Bahnhofsmisionen sich klarer abgrenzen müssen, Bahnhofsmision kann Lösungswege ansprechen, vermitteln, aber nicht bis zum ‚Ende‘ begleiten. Wir sind Erstanlaufstelle!“

„Hier deutet sich die Frage an, inwieweit die Arbeit mit ‚Stammgästen‘ effektiv gestaltet werden kann und ob diese die Bahnhofsmision nicht als weitere Tagesaufenthaltsstätte sehen. Demgegenüber bilden die Ergebnisse einen hohen Zufriedenheitsgrad ab, der implizieren könnte, dass die Bahnhofsmision einen anderen Stellenwert bei den Nutzer*innen hat, als die üblichen Tagesaufenthaltsstätten.“

„Bisher ist die Zielrichtung, die Menschen nicht an uns zu binden, damit die Bahnhofsmision nicht zu einem Tagestreff wird. Momentan sehen wir dies nicht als unsere Aufgabe. Tagestreffen gibt es bereits [...]. Soll aber mit den Mitarbeitenden besprochen werden.“

„Andererseits müssen wir auch oft Grenzen ziehen: bestimmte Hilfen können wir für Gäste leisten, aber dann kommt auch der Punkt, an dem wir sagen müssen: ‚mehr kann ich für Sie nicht tun‘. Typisches Beispiel: Gäste, die wünschen, dass wir für sie Telefonate mit Behörden usw. führen, für sie z. B. Ratenzahlungen vereinbaren; Gäste, die ständig intensive Gespräche führen möchten. Ab und zu/in bestimmten Fällen ist dies völlig gerechtfertigt. Wenn jemand aber mehrmals pro Woche kommt und unsere Aufmerksamkeit in intensivem Maß einfordert, wird dies zu viel.“

Diskutiert werden könnte auf Basis der Reflexionsberichte auch, inwiefern den Bahnhofsmisionen die effektive Vermittlung ihrer Nutzerinnen und Nutzer in das nachgeschaltete Hilfenetzwerk gelingt. Ein mangelnder Vermittlungserfolg kann dazu führen, dass bestimmte Nutzerinnen und Nutzer die Bahnhofsmision nicht ausschließlich als Erstanlaufstelle verstehen und deren Angebote daher regelmäßig zur Lebensbewältigung und Verbesserung ihrer Lebensqualität nutzen. Um eine effektivere Vermittlung zu erreichen, könnte die Vernetzung der Bahnhofsmisionen im bestehenden regionalen Hilfenetzwerk sowie die Professionalisierung der Beschäftigten beitragen. Dies wurde bereits in Kapitel 6.4 angesprochen.

Lobbyarbeit. In einer Reihe von Reflexionsdokumentationen wurde darauf hingewiesen, dass es zentrale Aufgabe der Bahnhofsmisionen sei bzw. sein sollte, als Interessenvertretung für ihre Nutzerinnen und Nutzer auf politischer Ebene aufzutreten. Vor allem für marginalisierte Personengruppen wird eine verstärkte Lobbyarbeit durch die Bahnhofsmision als notwendig angesehen. Neben der Arbeit direkt am Menschen könnte auch so deren Lebenssituation verbessert werden.

„Unsere Aufgabe: Interessensvertretung und ‚politische Lobbyarbeit‘.“

„Viele Ärmste der Ärmsten, einsame und psychisch kranke Menschen brauchen Lobby; es werden zusätzlich Gelder benötigt niederschwellig helfen zu können.“

Ausgestaltung des Angebots. Einige Reflexionsberichte enthielten Hinweise, auf welcher Grundlage die jeweiligen Bahnhofsmisionen ihre Angebote ausgestalten. Vergleichsweise häufig wurde beschrieben, dass sich die Bahnhofsmisionen vor allem an momentanen Defiziten des jeweiligen Sozialraums orientieren. Es werde versucht, wahrgenommene Lücken im Hilfesystem mit eigenen Angeboten möglichst gut zu kompensieren. Viele Bahnhofsmisionen verstehen sich daher auch als eine Art „letzte Instanz“ bzw. „Letztanlaufstelle“, die mit individuellen Methoden und Mitteln Hilfsbedürftige dort auffangen, wo andere Hilfestellen bzw. Institutionen keine entsprechenden Angebote (mehr) bereitstellen. Das gilt sowohl für *Reisende* als auch für *Gäste*. Die folgenden Zitate sollen dies illustrieren:

„Auskünfte werden bei uns sehr häufig nachgefragt, auch wiederholt, da kein Bahn-Servicepersonal vor Ort.“

„Ein weiteres Problem ist die erhebliche Ausdifferenzierung sozialer Angebote. Oft werden Hilfesuchende weggeschickt mit dem Hinweis auf mangelnde Zuständigkeit. Die Bahnhofsmision hat selbst diese Schwierigkeiten, aber dergestalt dass man sich nicht auf eine mangelnde Zuständigkeit berufen kann. Die Bahnhofsmision [...] wird vermehrt von Menschen frequentiert, für die keiner mehr zuständig ist.“

„In [...] wurde der Bahnhof aufgrund der Zugbewegungen von einem Kategorie A Bahnhof auf einen Kategorie B Bahnhof zurückgestuft. Dies bedeutet weniger Servicepersonal im Bahnhof. In der Folge wird die Bahnhofsmision verstärkt zur Erbringung von Reisehilfen angefragt (durch den Bahnservice). Dies ist kritisch zu beleuchten, sollen doch durch die Leistungen der Bahnhofsmisionäre kein anderer Stellenabbau erfolgen. Dies ist insbesondere auch prekär im Bezug auf AGH-Maßnahmen (2 Euro Jobs).“

„Seit vor ca. zwei Jahren der Mobilitätsservice hier eingestellt wurde und die DB-Aufsicht auch weg-rationalisiert ist, besteht unsere Arbeit zum überwiegenden Teil aus Fahrplan- und Umsteigeauskünften. Bei Verspätungen vor allem bei den Verbindungen von und nach [...] haben wir hier bis zu 60 Reisende auf dem Bahnhofsgelände, die dann wegen fehlender Toilette und auch Gastronomie die Bahnhofsmision aufsuchen.“

„Sie können jederzeit kommen während der Öffnungszeiten! Wo sollen sie sonst hin? Es gibt keine vergleichbare Stelle in [...].“

„Woran liegt es, dass manche Menschen häufiger und manche weniger häufig die Angebote unserer Bahnhofsmision nutzen? [...] In [...] gibt es für die Jugendlichen kein weiteres offenes Angebot.“

Interessanterweise wurde die Orientierung des Angebots an den Leistungs- und Angebotsdefiziten im städtischen oder regionalen Umfeld von einer Bahnhofsmision sogar mit dem Hinweis auf die Entstehungsgeschichte der Bahnhofsmision begründet:

„Die innovative Grundidee der Bahnhofsmision von ihrer Gründung her ist ‚Dort hingehen wo wir gebraucht werden.‘ Deshalb wurden Hilfeinrichtungen an Bahnhöfen eingerichtet und der Standort gehört zum Markenkern.“

6.6 Limitationen der Reflexionen und deren Auswertung

Bei der Interpretation der dargestellten Reflexionsergebnisse gilt es, trotz der umfangreichen Datenlage und der interessanten Befundlage, insbesondere folgende Limitationen der Reflexionsauswertung zu beachten:

1. Von den insgesamt 104 Bahnhofsmisionen in ganz Deutschland beteiligten sich an der Reflexion³⁷ der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung nur ungefähr ein Viertel. Aufgrund der vergleichsweise kleinen Stichprobe kann nicht ausgeschlossen werden,

³⁷ Letztlich kann keine Aussage darüber getroffen werden, wie viele Bahnhofsmisionen die Ergebnisse der Nutzerinnen und Nutzerbefragung als Reflexionsgrundlage bisher genutzt haben. Fest steht nur, dass von den 104 Bahnhofsmisionen zum Stichtag am 31. Juli 2017 nur 25 Bahnhofsmisionen und 3 überregionale Institutionen schriftliche Dokumentationen der Reflexionsergebnisse bei der IN VIA SoWiFo einreichten. Nur diese eingereichten Dokumentationen konnten zu Auswertungs- und Berichtlegungszwecken herangezogen werden.

dass die dargestellten Ergebnisse möglicherweise nur ein einseitiges Bild der Bahnhofsmissionen in Deutschland darstellen.

2. Obwohl einige Bahnhofsmissionen schriftliche und bildliche Dokumentationen über mehrere Seiten einreichten, bestanden andere Reflexionsberichte aus nur bedingt auswertbarem Material. Inhaltlich tiefgehende Informationen konnten vor allem aus den umfangreicheren Berichten entnommen werden.
3. Einige Reflexionsberichte wurden in knappen Stichpunkten verfasst. In diesen wurden häufig Konzepte und Ideen nur mit kurzen Worten erläutert. Dies machte die Auswertung zum Teil schwierig, da nicht zwangsläufig immer die volle Bedeutung einzelner Aussagen bzw. dargestellter Konzepte im Rahmen der qualitativen Inhaltsanalyse bestimmt werden konnte.
4. Die Bahnhofsmissionen in Deutschland sind in Hinblick auf ihr Selbstverständnis, die Trägerschaften, die Gestaltungsmöglichkeiten vor Ort sowie ihre Angebote und damit ihre Nutzerinnen und Nutzer heterogen. Es lassen sich daher voraussichtlich nicht alle Befunde der Reflexionen auf alle Bahnhofsmissionen übertragen.

7 Zusammenfassung

Das Monitoringprojekt wurde von der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission in Deutschland Anfang 2016 initiiert. Primäres Ziel war es, umfangreiche, empirische Informationen zu den Lebenslagen und Lebenswelten der Nutzerinnen und Nutzer der angebotenen Hilfeleistungen der Bahnhofsmissionen sowie zu deren Nutzungsverhalten zu generieren und somit die bereits vorhandenen Daten aus der Statistik der Bahnhofsmissionen ebenso wie Beobachtungen und Erfahrungen aus der praktischen Arbeit der Ehren- und Hauptamtlichen zu ergänzen. Die systematisch gesammelten Daten sollten den Beschäftigten der Bahnhofsmissionen sowie den verantwortlichen Trägern, Leitungen, Fachkräften und relevanten Gremien Erkenntnisse darüber bieten, welche Zielgruppen durch die Bahnhofsmissionen aktuell erreicht werden, wie diese die Angebote nutzen und inwiefern die angebotenen Hilfen von diesen als nützlich und hilfreich wahrgenommen werden.

Dazu wurden zwischen Oktober 2016 und Januar 2017 insgesamt 1994 Nutzerinnen und Nutzer von 68 unterschiedlichen Bahnhofsmissionen, verteilt über das gesamte Bundesgebiet, mit einem standardisierten Fragebogen befragt (siehe Kapitel 4.1 für Details zum methodischen Vorgehen). Die Befragten wurden gebeten, Angaben zu folgenden Teilthemen zu machen:

- Soziodemographie (Alter, Geschlecht, momentaner Familienstand, Religionszugehörigkeit, Deutschkenntnisse, höchster Bildungsabschluss, momentane [Erwerbs-]Tätig-

keit, Art des Wohnsitzes, Behindertenstatus, Art der Behinderung, Grad der Behinderung sowie monatliches Nettoeinkommen),

- Nutzung und Bekanntheit verschiedener Angebote,
- Häufigkeit der Nutzung der Angebote,
- Grund der anfänglichen Aufmerksamkeit auf die Angebote der Bahnhofsmissionen,
- Grund der Nutzung der Angebote der Bahnhofsmission,
- Zufriedenheit mit der Bahnhofsmission,
- Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Bahnhofsmission,
- Einschätzung des eigenen Selbstwertgefühls als Indikator für das Wohlergehen der Befragten aus der Perspektive ihrer persönlichen Lebenswelt sowie
- Wunsch der Änderung der eigenen Lebenssituation.

Durch die Erhebung konnten Informationen gewonnen werden, welche den Beschäftigten der Bahnhofsmissionen sowie anderen internen Anspruchsgruppen bisher nicht zur Verfügung standen bzw. in dieser Form bisher nicht dokumentiert waren.³⁸ Ein Überblick über die erlangten Erkenntnisse findet sich in diesem Bericht in Kapitel 5 und in Anlage 3.³⁹ Als Beispiel sei hier angeführt, dass Personen aus der Gruppe der *Gäste* überproportional häufig angaben, momentan keine feste Partnerin bzw. festen Partner zu haben. Im Vergleich dazu leben Menschen aus der Gruppe der *Reisenden* und *Nichtnutzenden* erheblich häufiger in einer festen Partnerschaft (siehe Kapitel 5.1). Ein anderes Ergebnis war, dass ein hoher Anteil der Gruppe der *Gäste* aufgrund ihrer Einkommensverhältnisse unmittelbar von Armut betroffen ist bzw. unter der Armutsgrenze lebt. Es ist daher nicht verwunderlich, dass viele dieser Nutzerinnen und Nutzer die sozialen und materiellen Hilfsangebote der Bahnhofsmissionen wenigstens wöchentlich, wenn nicht sogar täglich in Anspruch nehmen. *Reisende* hingegen sind im Durchschnitt finanziell erheblich besser ausgestattet und dadurch auch weniger häufig bzw. weniger stark auf diese Art von Hilfen angewiesen (siehe Kapitel 5.1 und 5.3).

Die Auswertungen wurden den Bahnhofsmissionen im Mai 2017 in Form eines umfangreichen Zwischenberichtes (siehe Anlage 3) zur Verfügung gestellt. Neben der reinen Information der ehren- und hauptamtlich Beschäftigten über die Ergebnisse der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung wurde vor allem auch bezweckt, dass diese die gewonnenen Erkenntnisse vor dem Hintergrund ihrer eigenen Erfahrungen und Statistiken reflektieren. Diese Reflexionen

38 Die Datenlage der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung geht weit über die existierende interne Statistik der Bahnhofsmissionen hinaus und bildet alleine dadurch einen informatorischen Mehrwert.

39 Aufgrund der vielfältigen Befundlage der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung können die Ergebnisse hier nicht noch einmal wiedergegeben werden. Es werden an dieser Stelle daher nur zwei Befunde kurz beispielhaft dargestellt. Alle interessierten Lesenden finden die Befunde im Kapitel 5 bzw. im Zwischenbericht in Anlage 3.

sollten die Grundlage für eine systematische Weiterentwicklung der Arbeit der Bahnhofsmissionen auf lokaler als auch auf überregionaler Ebene bilden. Hierzu erhielt jede der insgesamt 104 Bahnhofsmissionen neben dem Zwischenbericht noch eine Handreichung mit Informationen über den Zweck der anstehenden Reflexion sowie Vorschläge zur Durchführung (siehe Anlage 4). Dieses Vorgehen kann als spezifizierte und kontextualisierte Form der sogenannten Survey-Feedback-Methode (Jöns, 2001; siehe Kapitel 3.2 für eine Beschreibung) und somit als wissenschaftlich-unterstützter Organisationsentwicklungsansatz verstanden werden (Scholl, 2014).

In den Handreichungen wurden die Bahnhofsmissionen gebeten, die eigenen Reflexionsergebnisse so zu dokumentieren, dass diese später von externen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ausgewertet werden können. Insgesamt 25 Bahnhofsmissionen, zwei Dachverbände sowie die Bundesgeschäftsstelle der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmissionen stellten Dokumentationen zur Verfügung, die vom wissenschaftlichen Projektteam zwischen August und November 2017 inhaltsanalytisch ausgewertet wurden (siehe Kapitel 4.2 für weitere Information zum methodischen Vorgehen). Als zentrale Diskussionsthemen, die in Kapitel 6 näher beschrieben und diskutiert wurden, ergaben sich

- Rückmeldungen zur Befragung (positives Feedback, Kritik),
- Einordnung und Kontextualisierung der Befunde (z.B. Bestätigungen oder Erklärungen),
- Problemanzeigen und Reflexionsanstöße,
- Entwicklungsvorschläge sowie
- Hinweise auf das eigene Selbstverständnis.

Exemplarisch kann genannt werden, dass das Thema Professionalisierung von Ehrenamtlichen offensichtlich eine wichtige Rolle in der Entwicklung der einzelnen Bahnhofsmissionen einzunehmen scheint (siehe Kapitel 6.3 und 6.4). Eine andere Erkenntnis ist, dass viele Bahnhofsmissionen sich als „letzte Instanz“ verstehen und ihre Angebote defizitorientiert planen und ausgestalten. Das heißt, es werden regional vor allem solche Hilfeleistungen angeboten, die andere Einrichtungen bzw. Institutionen nicht oder nicht mehr bereitstellen. So ist es zum Beispiel nicht unüblich, dass Bahnhofsmissionen verstärkt Auskünfte und Beratungen an Bahnhöfen anbieten, an denen die Deutsche Bahn Servicepersonal eingespart hat oder dass Mitarbeitende der Bahnhofsmissionen auch für Menschen ansprechbar sind, die in anderen Einrichtungen keine bzw. nur zu bestimmten Terminen und/oder klar umrissenen Belangen Unterstützung erhalten. Es sind also häufig die wahrgenommenen Lücken im örtlichen Hilfenetz, welche die Bahnhofsmissionen mit ihren Angeboten zu füllen scheinen.

Bei der Interpretation der Daten der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung sowie der Erkenntnisse aus den Auswertungen der Reflexionsrunden gilt es Limitationen des Studienaufbaus sowie der -durchführung zu beachten. Bei den statistischen Daten ist vor allem darauf hinzuweisen, dass sich nicht alle Bahnhofsmissionen an der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung beteiligten. Außerdem sind bestimmte Teilgruppen von Nutzerinnen und Nutzern der Bahnhofsmissionen in der Stichprobe unterrepräsentiert (z.B. Personen mit Migrationshintergrund, Reisende, Kinder). Dies schränkt die Aussagefähigkeit der Befragungsergebnisse zwangsläufig ein. Auch bei der Reflexion ist auf die eingeschränkte Datenbasis hinzuweisen. Insgesamt standen zu Auswertungszwecken nur 28 Reflexionsdokumentationen zur Verfügung. Ungefähr drei Viertel der Bahnhofsmissionen sendete bis zum Abgabetermin keine Dokumentationen ein. Des Weiteren enthielten nicht alle Reflexionen inhaltlich tiefgehendes Material, so dass die Analyse dadurch erschwert wurde. Es kann daher nicht ausgeschlossen werden, dass die ausgewerteten Reflexionen ein lückenhaftes Bild und Meinungsspektrum widerspiegeln. Eine ausführlichere Darstellung der Limitationen des Monitorings findet sich jeweils in den Kapiteln 5.4 und 6.6.⁴⁰

Ein Teil der Limitationen des Monitoringprojektes hätten sich potentiell durch bestimmte Maßnahmen verhindern lassen.⁴¹ So wäre es beispielsweise wünschenswert gewesen, wenn den einzelnen Bahnhofsmissionen sowohl für die Erhebung als auch die Reflexionsphase mehr Vorbereitungs- sowie Bearbeitungszeit zur Verfügung gestellt hätte werden können. Dies war aufgrund des beschränkten Förderzeitraumes jedoch nicht möglich. Vor allem war es für viele Bahnhofsmissionen schwierig, zur Reflexion der Ergebnisse zusätzliche, umfangreiche Teambesprechungen neben dem normalen Alltagsgeschäft durchzuführen. Dies sollte bei ähnlichen Projekten in Zukunft bedacht werden. Insgesamt ist anzumerken, dass Bahnhofsmissionen in der Regel nicht mit größeren Erhebungen vertraut sind und daher ausreichend und gut verständliche Erläuterungen benötigen, wie beispielsweise über den Zweck der randomisierten Erhebung, der Quotierung der Stichprobe (siehe hierzu Kapitel 4.1) oder auch zu Ziel und Vorgehen in der Reflexionsphase. Die zur Verfügung gestellten Handreichungen und Erläuterungen konnten dies offensichtlich nur bedingt für alle Bahnhofsmissionen erfüllen. Zusätzlich erscheint für zukünftige Forschungsvorhaben eine stärkere Abstimmung des Erhebungsinstrumentes für eine erneute Nutzerinnen- und Nutzerbefragung mit den Bahnhofsmissionen und Trägern als sinnvoll. Dies könnte zu mehr Akzeptanz und somit auch zu einer breiteren Datenbasis führen.

40 Trotz der dargestellten Limitationen kann von einer robusten Datenlage ausgegangen werden. Dies zeigte sich unter anderem in den Ergebnissen der durchgeführten statistischen Plausibilitätstests auf Basis der erlangten Daten der Nutzerinnen- und Nutzerbefragung sowie der Mehrfachnennung verschiedener Themen in den Reflexionsdokumentationen.

41 An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass einige der hier sowie in den Limitationen (siehe Kapitel 5.4 und 6.6) benannten Probleme in der Pilotierungsphase nicht aufgetreten sind bzw. von den Mitarbeitenden der an der Pilotstudie teilnehmenden Bahnhofsmission nicht thematisiert wurden.

Trotz der umfangreichen Datenlage sowie der Auswertungen bleiben einige Fragen offen, die es in zukünftigen Forschungsvorhaben zu verfolgen gilt: Inwiefern ist es durch das Monitoring gelungen, dass die haupt- und ehrenamtlich Beschäftigten neues Wissen erwerben konnten? Inwiefern hat das Monitoring die Beschäftigten der Bahnhofsmissionen zur Reflexion der eigenen Arbeit angeregt und was hat sich durch die Reflexion im beruflichen Alltag der Beteiligten geändert? Welche konkreten Organisationsentwicklungsschritte konnten die einzelnen Bahnhofsmissionen auf Basis der Reflexionen in Angriff nehmen? Inwieweit gelingt es den Bahnhofsmissionen ihre Erkenntnisse zu Stärken, Potentialen, Defiziten und Problemen sowie zu konzeptionellen Widersprüchen konstruktiv in der Entwicklung der eigenen Arbeit vor Ort oder auch überregional umzusetzen? Und wie wurden die bisher erlangten Kenntnisse für die Legitimation der Arbeit der Bahnhofsmissionen gegenüber der Öffentlichkeit sowie sozialen, politischen oder privatwirtschaftlichen Anspruchsgruppen kommuniziert und verwertet? Eine empirische Annäherung an diese Forschungsfragen ist wünschenswert. Aufgrund von begrenzten zeitlichen und auch finanziellen Ressourcen konnte dies im Kontext des hier berichteten Monitoringprojektes jedoch nicht geschehen.

An letzter Stelle sei darauf hingewiesen, dass zwar das Monitoringprojekt als Forschungsvorhaben nun abgeschlossen ist, aber sowohl die Ziele der Fortentwicklung der Bahnhofsmissionen im Einzelnen als auch im Gesamten mit der finalen Berichtlegung der erlangten Erkenntnisse erst begonnen hat. Vor allem die Analysen des Kapitels 6 gilt es nun in Entscheidungsgremien zu reflektieren und zu interpretieren, um daraus Organisationsentwicklungsimpulse ableiten zu können. Um es mit den Worten der Bahnhoftsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter aus einem der Reflexionsberichte auszudrücken: „Ja, jetzt haben wir eine Argumentationsgrundlage. Das ist wichtig. Wir sollten es nutzen!“

Literaturverzeichnis

- BAG Wohnungslosenhilfe (2017). BAG Wohnungslosenhilfe: 860.000 Menschen in 2016 ohne Wohnung. Prognose: 1,2 Millionen Wohnungslose bis 2018. Berlin: Bundesarbeitsgemeinschaft Wohnungslosenhilfe e.V. Abgerufen von http://www.bagw.de/media/doc/PRM_2017_11_14_Schaetzung_der_Zahl_der_Wohnungslosen.pdf am 15.12.2017.
- Bakemeier, C. (2016). Die Aufgaben der Bahnhofsmission. In F. Dieckbreder & S. Dieckbreder-Vedder (Hrsg.), *Das Konzept Sozialraum: Vielfalt, Verschiedenheit und Begegnung: Soziale Arbeit lernen am Beispiel Bahnhofsmission* (S. 63–85). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- BMAS (2013). *Der Vierte Armuts- und Reichtumsbericht der Bundesregierung*. Bonn: Bundesministerium für Arbeit und Soziales.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Destatis (2015). Über 10 Millionen behinderte Menschen im Jahr 2013. *Pressemitteilung vom 11. Mai 2015. 168/15*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Destatis (2016). *Statistisches Jahrbuch. Deutschland und Internationales 2016*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Destatis (2017). *Statistisches Jahrbuch. Deutschland und Internationales 2017*. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Dieckbreder, F. (2016). Sozialraum und Sozialraumorientierung. In F. Dieckbreder & S. Dieckbreder-Vedder (Hrsg.), *Das Konzept Sozialraum: Vielfalt, Verschiedenheit und Begegnung: Soziale Arbeit lernen am Beispiel Bahnhofsmission* (S. 12–32). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7. Auflage). Harlow: Pearson.
- Jöns, I. (2001). *Organisationales Lernen in selbstmoderierten Survey-Feedback-Prozessen: Untersuchungen zur Prozeß- und Ergebnisinsuffizienz von Befragungsprojekten in Unternehmen*. Lengerich: Pabst.
- KKBM (2004a). *Das Leitbild der Bahnhofsmissionen in Deutschland*. Bad Herrenalb: Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission. Abgerufen von https://www.bahnhofsmission.de/fileadmin/bm/data/Oeffentlicher_Bereich/Ueber_uns/Leitbild.pdf am 22.10.2017.

- KKBM (2004b). *Leistungsstandards der Bahnhofmission*. Bad Herrenalb: Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision. Abgerufen von https://www.bahnhofsmision.de/fileadmin/bm/data/Oeffentlicher_Bereich/Ueber_uns/Leistungsstandards.pdf am 22.10.2017.
- KKBM (2008a). *Organigramm Bahnhofmission*. Berlin: Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision. Abgerufen von https://www.bahnhofsmision.de/fileadmin/bm/data/Oeffentlicher_Bereich/Ueber_uns/Organisation/Organigramm_Bahnhofsmision.pdf am 22.10.2017.
- KKBM (2008b). *Organisation*. Berlin: Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision. Abgerufen von <https://www.bahnhofsmision.de/Organisation.14.0.html> am 22.10.2017.
- Kraus, B. (2006). Lebenswelt und Lebensweltorientierung: Eine begriffliche Revision als Angebot an eine systemisch-konstruktivistische Sozialarbeitswissenschaft. *Zeitschrift für systemische Therapie und Familientherapie*, 37(2), 116–129.
- Kraus, B. (2016). Macht - Hilfe - Kontrolle: Grundlegungen und Erweiterungen eines systemisch-konstruktivistischen Machtmodells. In B. Kraus & W. Krieger (Hrsg.), *Macht in der Sozialen Arbeit: Interaktionsverhältnisse zwischen Kontrolle, Partizipation und Freisetzung* (4. überarb. u. erw. Auflage, S. 101–130). Lage: Jacobs Verlag.
- Kuckartz, U. (2016). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (3. Auflage). Weinheim: Beltz Juventa.
- Lewin, K. (1953). *Die Lösung sozialer Konflikte. Ausgewählte Abhandlungen über Gruppendynamik*. Bad Nauheim: Christian-Verlag.
- Lumley, T. (2016). *Survey: analysis of complex survey samples. R package version 3.31-5*. Auckland: The University of Auckland. Abgerufen von <http://CRAN.R-project.org/package=survey>
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12. Auflage). Weinheim Basel: Beltz.
- Nikles, B.W. (2016). Die Geschichte der sozialen Hilfe am Bahnhof. In F. Dieckbreder & S. Dieckbreder-Vedder (Hrsg.), *Das Konzept Sozialraum: Vielfalt, Verschiedenheit und Begegnung: Soziale Arbeit lernen am Beispiel Bahnhofsmision* (S. 46–62). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- R Core Team. (2017). *R: A language and environment for statistical computing*. Vienna: R Foundation for Statistical Computing.
- Revelle, W. (2017). *psych: Procedures for psychological, psychometric, and personality research*. Evanston: Northwestern University. Abgerufen von <http://CRAN.R-project.org/package=psych>

- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton: Princeton University Press.
- Schiersmann, C., & Thiel, H.-U. (2014). *Organisationsentwicklung: Prinzipien und Strategien von Veränderungsprozessen* (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Scholl, W. (2014). (Wie) Lässt sich Organisationsberatung wissenschaftlich unterstützen? In W. Scholl, F. Schmelzer, S. Kunert, S. Bedenk, J. Hüttner, J. Pullen, & S. Tirre (Hrsg.), *Mut zu Innovationen: Impulse aus Forschung, Beratung und Ausbildung* (S. 151–190). Berlin: Springer Gabler.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. London: SAGE.
- Simon, F. B. (2015). *Einführung in die systemische Organisationstheorie* (5. Aufl.). Heidelberg: Carl-Auer-Verl.
- von Collani, G., & Herzberg, P. Y. (2003). Eine revidierte Fassung der deutschsprachigen Skala zum Selbstwertgefühl von Rosenberg. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 24(1), 3–7. <https://doi.org/10.1024//0170-1789.24.1.3>
- Weick, K. E. (1995). *Der Prozess des Organisierens* (5. Aufl.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Wolf, A. (2016). Endstation Bahnhof? Die Zwiespaltigkeit des Sozialraums für wohnungslose Menschen. In F. Dieckbreder & S. Dieckbreder-Vedder (Hrsg.), *Das Konzept Sozialraum: Vielfalt, Verschiedenheit und Begegnung: Soziale Arbeit lernen am Beispiel Bahnhoßmission* (S. 104–125). Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Anlagenverzeichnis

Anlage 1: Fragebogen.....	64
Anlage 2: Größeneinteilung der Bahnhofsmissionen.....	73
Anlage 3: Zwischenbericht.....	78
Anlage 4: Handreichung zur Reflexion.....	166

Anlage 1: Fragebogen



Reisenden- und Gästebefragung

Die Bahnhofsmissionen sind mit ihren mehr als 2.300 haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden zentrale Knotenpunkte des sozialen Netzes in den Städten und an den Bahnhöfen. Sie helfen jedem, sofort, gratis und ohne Anmeldung oder Voraussetzungen – häufig zu Uhrzeiten, zu denen andere Hilfe nicht erreichbar ist. Das tun sie seit inzwischen weit über hundert Jahren und an derzeit mehr als hundert Orten in Deutschland. Die Bahnhofsmissionen sind Einrichtungen der Evangelischen und der Katholischen Kirche. Ihre Arbeit lebt von dem Engagement der festangestellten und der zahlreichen ehrenamtlichen Helfer.

Um auch in **Zukunft auf Ihre Bedürfnisse bestmöglich eingehen zu können, können Sie uns mit einigen Informationen helfen.** Wir bitten Sie, sich etwas Zeit zu nehmen, um diesen Fragebogen auszufüllen. Die von Ihnen angegebenen **Informationen werden selbstverständlich höchst vertraulich** behandelt und lassen **keinen Rückschluss auf Ihre Person zu.** Somit ist Ihre **Anonymität zu jedem Zeitpunkt sichergestellt.**

Durch Ihre Angaben helfen Sie uns, das **Angebot der Bahnhofsmission weiter zu verbessern.** Wir **danken Ihnen** daher schon jetzt ganz herzlich für Ihre Unterstützung.



Allgemeine Hinweise

Seite 1 von 7

Zu Beginn noch einige Hinweise:

1. Sie können den Fragebogen **alleine ausfüllen** oder **sich hierfür Hilfe bei den Mitarbeitenden der Bahnhofsmision holen**. Sprechen Sie diese einfach an, wenn Sie den Fragebogen nicht alleine ausfüllen wollen oder können.
2. **Kreuzen** Sie Ihre Antworten wie folgt an (achten Sie darauf, dass 1 immer für „Stimme gar nicht zu“ und 5 für „Stimme völlig zu“ steht).

Stimme gar nicht zu		Stimme völlig zu

Bitte **kreuzen Sie nur die vorgegebenen Kästchen** an.

3. **Korrekturen** führen Sie folgendermaßen durch:

Stimme gar nicht zu		Stimme völlig zu

4. Bitte beantworten Sie auch die Fragen, die ähnlich klingen. Dies ist für die Auswertung wichtig.
5. **Kreuzen** Sie einfach die **Antwort** an, die **Ihnen als erstes in den Kopf kommt**.
6. Wenn Sie den Fragebogen **während Ihrer Reise ausfüllen**, so bitten wir Sie, diesen in den **beigefügten frankierten Umschlag zu stecken** und anschließend in den **nächsten Briefkasten zu werfen**.

Die Befragung beginnt auf der nächsten Seite.

Kontakt Daten Bahnhofsmision:

Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision
S-Bahnhof Jannowitzbrücke, Bogen 14
10179 Berlin

Telefon: 030/644 919 960
Fax: 030/644 919 967
E-Mail: info@bahnhofsmision.de

Durchführung der Befragung:

IN VIA Sozialwissenschaftliche Forschungsstelle
Giersmauer 35
33098 Paderborn

Telefon: 05251/2908 33
Fax: 05251/2908 68
E-Mail: b.marx@invia-akademie.de

Teil 1. Persönliche Angaben

Seite 2 von 7

- Am Anfang möchten wir gerne etwas über Ihre Person erfahren. Durch diese Informationen ermöglichen Sie uns einen Einblick, **wer genau die Angebote der Bahnmissionsmission nutzt**.

01. Alter: ☐ unter 18 Jahre ☐ 18-27 Jahre ☐ 28-40 Jahre ☐ 41-55 Jahre
☐ 56-65 Jahre ☐ 66-80 Jahre ☐ 81 Jahre und älter

02. Geschlecht: ☐ weiblich ☐ männlich ☐ sonstiges

03. Momentaner Familienstand: ☐ Kein fester Partner ☐ Fester Partner

04. Haben Sie Kinder? ☐ ja ☐ nein

↳ bei ja: 04a. Leben diese bei Ihnen? ☐ ja ☐ nein

05. Religionszugehörigkeit: ☐ Keine ☐ Judentum
☐ Christentum ☐ Buddhismus
☐ Islam ☐ Sonstige: _____

06. Muttersprache: _____ (Hauptsprache in der Kindheit)

07. Deutschkenntnisse: ☐ keine ☐ wenig ☐ mittel ☐ gut ☐ sehr gut

08. Höchster Bildungsabschluss: ☐ Kein Abschluss
☐ Schulabschluss (z.B. Hauptschule oder Abitur)
☐ Berufliche Ausbildung (z.B. Lehre oder Fachschule)
☐ Studium
☐ Sonstiges: _____

09. Momentane (Erwerbs-)Tätigkeit: ☐ Schülerin oder Schüler
☐ Studierende oder Studierender
☐ Erwerbstätig (einschl. Selbstständige)
☐ Rentnerin oder Rentner
☐ Erwerbslos

10. Art des Wohnsitzes: ☐ Ohne festen Wohnsitz ☐ Fester Wohnsitz

11. Haben Sie eine Behinderung? ☐ ja ☐ nein

↳ bei ja: 11a. Grad der Behinderung: ☐ 20-50% ☐ 51-100%

11b. Art der Behinderung: ☐ Sehen
☐ Hören
☐ Sprechen
☐ Gehen
☐ Psychisch oder seelisch
☐ Geistig
☐ Sonstiges: _____

12. Monatliches Nettoeinkommen, das Ihnen persönlich zur Verfügung steht:
 (d.h., ausgezahltes Geld, welches Sie monatlich bekommen)

☐ bis 500€
☐ 501€ bis 1000€
☐ 1001€ bis 1500€
☐ 1501€ bis 2000€
☐ 2001€ und mehr

Teil 2. Angebot der Bahnhofsmision

Seite 3 von 7

- Nun interessieren wir uns dafür, inwiefern Sie die **Angebote der Bahnhofsmision kennen und nutzen**. Hierzu werden wir Ihnen die unterschiedlichen Angebote kurz beschreiben und dazu einige Fragen stellen. Bitte beachten Sie, dass nicht jede Bahnhofsmision alle diese Angebote auch wirklich anbietet.

Angebote		Bekanntheit und Nutzung	
01. Ein-, Aus- und Umsteigehilfen bei Zugreisen <i>(z. B. Begleitung zu anderen Verkehrsmitteln)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
02. Reisebegleitung <i>(Mitarbeitende der Bahnhofsmision begleiten Sie auf einem Teil Ihrer Reise.)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
03. Auskünfte und Beratung bei Reisen <i>(z. B. Buchung von Tickets am Automaten, Anschlussberatung)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
04. Nutzung von Sanitäranlagen <i>(z. B. Toiletten, Waschgelegenheiten, Wickelmöglichkeiten)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
05. Verpflegungsangebote <i>(z. B. heißer Tee, Kaffee, kalte Getränke, geschmierte Brote, andere Mahlzeit)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
06. Kleider- und Versorgungsausgabe <i>(z. B. Kleidung, Decken, Handtücher, Hygieneartikel, Campingartikel)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
07. Aufenthaltsmöglichkeit <i>(z. B. zum Aufwärmen, zum Lesen, Kinderspielecke, Gastraum, Treffpunkt)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
08. Beratung, Krisenhilfe und Vermittlung <i>(z. B. bei gesundheitlichen Problemen, Lebenskrisen, Wohnungslosigkeit, jegliche Notsituationen)</i>	Angebot war mir bekannt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Habe ich schon genutzt:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Nutze ich öfter:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein
	Hat mir geholfen:	<input type="checkbox"/> ja	<input type="checkbox"/> nein

Teil 2. Angebot der Bahnhofsmision

Seite 4 von 7

Angebote (Fortsetzung)

Bekanntheit
und Nutzung

09. Gesprächsmöglichkeit <i>(z. B. Gedankenaustausch, unverbindliche Gespräche, Kontakt zu anderen Menschen)</i>	Angebot war mir bekannt: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Habe ich schon genutzt: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Nutze ich öfter: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Hat mir geholfen: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein
10. Akutnothilfe <i>(z. B. bei verlorenen Tickets, Diebstahl, kleineren Unfällen)</i>	Angebot war mir bekannt: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Habe ich schon genutzt: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Nutze ich öfter: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Hat mir geholfen: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein
11. Kids on Tour <i>(Begleitung allein reisender Kinder in Zügen.)</i>	Angebot war mir bekannt: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Habe ich schon genutzt: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Nutze ich öfter: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein Hat mir geholfen: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein

- Im Folgenden interessieren wir uns dafür, **wie häufig Sie die Angebote** der Bahnhofsmision **nutzen** und **wie Sie das erste Mal auf die Bahnhofsmision aufmerksam wurden**. Wie schon zuvor bitten wir Sie, zu jeder genannten Aussage Stellung zu nehmen, indem Sie (wenigstens) eines der vorgegebenen Kästchen ankreuzen.

01. Wie häufig nutzen Sie die Angebote der Bahnhofsmision?	<input type="checkbox"/> Heute das erste Mal <input type="checkbox"/> Wenigstens einmal täglich <input type="checkbox"/> Wenigstens einmal die Woche <input type="checkbox"/> Wenigstens einmal im Monat <input type="checkbox"/> Wenigstens einmal im Jahr <input type="checkbox"/> Seltener als einmal im Jahr
02. Wie wurden Sie auf die Angebote der Bahnhofsmision anfänglich aufmerksam? <i>(Sie können auch mehr als eine Antwort auswählen.)</i>	<input type="checkbox"/> Empfehlung von Freunden oder Bekannten <input type="checkbox"/> Plakate oder Flyer <input type="checkbox"/> Hinweisschilder im Bahnhof <input type="checkbox"/> Personal der Bahnhofsmision <input type="checkbox"/> Hinweise anderer Stellen im Bahnhof (z.B. Geschäfte, Deutsche Bahn) <input type="checkbox"/> Andere Hilfsstellen (z.B. Caritas, Diakonie etc.) <input type="checkbox"/> Fernsehen, Zeitung, Radio <input type="checkbox"/> Internet <input type="checkbox"/> Sonstiges: _____

Teil 3. Grund der Nutzung der Angebote der Bahnhofsmision

Seite 5 von 7

- Nun möchten wir erfahren, **wieso Sie die Angebote der Bahnhofsmision nutzen**. Bitte nehmen Sie wieder zu jeder Aussage Stellung, indem Sie jeweils eines der vorgegebenen Kästchen („Stimme gar nicht zu“ bis „Stimme völlig zu“) ankreuzen.

Ich nehme die Angebote der Bahnhofsmision wahr, weil...	Stimme gar nicht zu	Stimme völlig zu
01. ... ich angenommen werde, wie ich bin.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
02. ... das Angebot kostenlos ist.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
03. ... Mitarbeitende der Bahnhofsmision einfach da sind.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
04. ... ich anonym bleiben kann, wenn ich möchte.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
05. ... es kein anderes Angebot dieser Art gibt.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
06. ... ich mich dort wohlfühle.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
07. ... sie einfach und problemlos für mich zugänglich sind.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
08. ... ich dort andere Menschen treffen kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
09. ... ich nur so überhaupt reisen kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
10. ... die Bahnhofsmision ein gutes Ansehen hat.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
11. ... man mir dort schon geholfen hat.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
12. ... sie das Reisen für mich einfacher machen.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
13. ... ich dort Menschen unterschiedlicher Schichten und Herkunft treffen kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
14. ... ich einfach ohne Termin und Druck kommen kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
15. ... ich gerne im Bahnhof bin.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
16. ... die Bahnhofsmision der letzte Ort ist, wo ich hingehen kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
17. ... ich die Bahnhofsmision als eine Art zweites Wohnzimmer wahrnehme.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
18. ... ich dadurch Geld sparen kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
19. ... ich sonst nichts zu tun habe.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
20. ... ich dort Freunde und Bekannte treffe.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
21. ... die Mitarbeitenden mir eher als andere Personen helfen.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
22. ... ich nur so wirklich mobil sein kann.	1 — 2 — 3 — 4 — 5	
23. Sonstiges: _____		

Teil 4. Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision

Seite 6 von 7

- Nun möchten wir erfahren, wie **zufrieden Sie insgesamt** mit der Bahnhofsmision sind. Bitte schätzen Sie Ihre Zufriedenheit von „Sehr unzufrieden“ bis „Sehr zufrieden“ ein.

	Sehr unzu- frieden						Sehr zu- frieden
01. Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Bahnhofsmision?	1	2	3	4	5		

- Nun möchten wir erfahren, wie **zufrieden Sie mit der Erreichbarkeit** der Bahnhofsmision sind. Bitte nehmen Sie wieder zu jeder Aussage Stellung, indem Sie jeweils eines der vorgegebenen Kästchen („Stimme gar nicht zu“ bis „Stimme völlig zu“) ankreuzen.

	Stimme gar nicht zu						Stimme völlig zu
01. Die Mitarbeitenden der Bahnhofsmision sind für mich ansprechbar.	1	2	3	4	5		
02. Die Mitarbeitenden der Bahnhofsmision haben Zeit für meine Probleme, Sorgen und Anliegen.	1	2	3	4	5		
03. Die Öffnungszeiten der Bahnhofsmision sind so, dass ich ihre Angebote gut nutzen kann.	1	2	3	4	5		
04. In der Bahnhofsmision gibt es Räume, wo ich mich aufhalten kann.	1	2	3	4	5		

Teil 5. Persönliche Lebenssituation

- Im Folgenden möchten wir von Ihnen wissen, **wie Sie Ihr Leben momentan selbst einschätzen**. Bitte nehmen Sie wieder zu jeder Aussage Stellung, indem Sie jeweils eines der vorgegebenen Kästchen („Stimme gar nicht zu“ bis „Stimme völlig zu“) ankreuzen.

	Stimme gar nicht zu						Stimme völlig zu
01. Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden.	1	2	3	4	5		
02. Ich halte mich für einen wertvollen Menschen, jedenfalls bin ich nicht weniger wertvoll als andere auch.	1	2	3	4	5		
03. Ich besitze eine Reihe guter Eigenschaften.	1	2	3	4	5		
04. Ich fürchte, es gibt nicht viel, worauf ich stolz sein kann.	1	2	3	4	5		
05. Ich fühle mich von Zeit zu Zeit oft nutzlos.	1	2	3	4	5		
06. Ich kann vieles genauso gut wie die meisten anderen Menschen auch.	1	2	3	4	5		
07. Ich wünschte, ich könnte vor mir selbst mehr Achtung haben.	1	2	3	4	5		
08. Ich habe in meinem Leben alles richtig gemacht.	1	2	3	4	5		
09. Ich habe eine positive Einstellung zu mir selbst gefunden.	1	2	3	4	5		

Teil 5. Persönliche Lebenssituation

Seite 7 von 7

- Nun möchten wir von Ihnen erfahren, **inwiefern Sie etwas an Ihrem Leben ändern möchten, egal ob dies momentan realistisch ist oder nicht**. Bitte nehmen Sie zu der folgenden Aussage Stellung, indem Sie jeweils eines der vorgegebenen Kästchen ankreuzen.

	Stimme gar nicht zu	1	2	3	4	5	Stimme völlig zu
01. Wenn ich mein Leben im Ganzen betrachte, möchte ich am liebsten, dass alles so bleibt, wie es ist.		1	2	3	4	5	
02. Am liebsten würde ich in meinem Leben vieles ändern.		1	2	3	4	5	
03. Wenn ich in meinem Leben etwas versuche zu ändern, dann traue ich mir das normalerweise zu.		1	2	3	4	5	
04. Ich möchte in meinem Leben etwas ändern und wünsche mir dazu Unterstützung.		1	2	3	4	5	

Teil 6. Abschluss

- Zum Abschluss möchten wir noch wissen, **wie Sie diesen Fragebogen ausgefüllt haben**.

01. Wie haben Sie den Fragebogen ausgefüllt?

☐ Den Fragebogen habe ich alleine ausgefüllt.

☐ Andere Personen haben mir beim Ausfüllen des Fragebogens geholfen.

☐ Ein/e Übersetzer_in/Dolmetscher_in hat mit beim Ausfüllen des Fragebogens geholfen.

Vielen herzlichen Dank für das Ausfüllen des Fragebogens.

Stecken Sie den Fragebogen nun in den beigelegten Briefumschlag. Verschließen Sie den Briefumschlag gut und geben Sie diesen einfach bei Ihrer BahnHofsmission ab. Sie können den Fragebogen natürlich auch ohne Umschlag bei der BahnHofsmission abgeben.



Sollten Sie den Fragebogen im Zug ausgefüllt haben, stecken Sie ihn in den frankierten Briefumschlag, den Sie bekommen haben und werfen ihn ohne Absender, also anonym, in den nächsten Briefkasten. So erhält ihn die BahnHofsmission wieder, von der Sie den Umschlag bekommen haben.



Anlage 2: Größeneinteilung der Bahnhofsmissionen

Tabelle A2.1. Größeneinteilung der Bahnhofsmmissionen.

Nr.	Standort	Bundesland	Größenccluster
1	Kreiansen	Nordrhein-Westfalen	≤ 50.000 EW
2	Elze	Niedersachsen	≤ 50.000 EW
3	Altenbeken	Nordrhein-Westfalen	≤ 50.000 EW
4	Aulendorf	Baden-Württemberg	≤ 50.000 EW
5	Husum	Schleswig-Holstein	≤ 50.000 EW
6	Eckernförde	Schleswig-Holstein	≤ 50.000 EW
7	Rendsburg	Schleswig-Holstein	≤ 50.000 EW
8	Bad Hersfeld	Hessen	≤ 50.000 EW
9	Biberach	Baden-Württemberg	≤ 50.000 EW
10	Itzehoe	Schleswig-Holstein	≤ 50.000 EW
11	Uelzen	Niedersachsen	≤ 50.000 EW
12	Kehl	Baden-Württemberg	≤ 50.000 EW
13	Lage	Nordrhein-Westfalen	≤ 50.000 EW
14	Stendal	Sachsen-Anhalt	≤ 50.000 EW
15	Halberstadt	Sachsen-Anhalt	≤ 50.000 EW
16	Lehrte	Niedersachsen	≤ 50.000 EW
17	Hof	Bayern	≤ 50.000 EW
18	Bitterfeld	Sachsen-Anhalt	≤ 50.000 EW
19	Elmshorn	Schleswig-Holstein	≤ 50.000 EW
20	Passau	Bayern	50.001 – 100.000 EW
21	Emden	Niedersachsen	50.001 – 100.000 EW
22	Bad Oeynhausen	Nordrhein-Westfalen	50.001 – 100.000 EW
23	Schweinfurt	Bayern	50.001 – 100.000 EW
24	Hameln	Niedersachsen	50.001 – 100.000 EW
25	Friedrichshafen	Baden-Württemberg	50.001 – 100.000 EW
26	Offenburg	Baden-Württemberg	50.001 – 100.000 EW
27	Kempten	Bayern	50.001 – 100.000 EW
28	Herford	Nordrhein-Westfalen	50.001 – 100.000 EW
29	Aalen	Baden-Württemberg	50.001 – 100.000 EW
30	Aschaffenburg	Bayern	50.001 – 100.000 EW
31	Celle	Niedersachsen	50.001 – 100.000 EW

32	Lüneburg	Niedersachsen	50.001 – 100.000 EW
33	Rheine	Nordrhein-Westfalen	50.001 – 100.000 EW
34	Neumünster	Schleswig-Holstein	50.001 – 100.000 EW
35	Lindau (Bodensee)	Bayern	50.001 – 100.000 EW
36	Dessau	Sachsen-Anhalt	50.001 – 100.000 EW
37	Flensburg	Schleswig-Holstein	50.001 – 100.000 EW
38	Tübingen	Baden-Württemberg	50.001 – 100.000 EW
39	Hildesheim	Niedersachsen	100.001 – 500.000 EW
40	Schwerin	Mecklenburg-Vorpommern	100.001 – 500.000 EW
41	Trier	Rheinland-Pfalz	100.001 – 500.000 EW
42	Erlangen	Bayern	100.001 – 500.000 EW
43	Koblenz	Rheinland-Pfalz	100.001 – 500.000 EW
44	Bremerhaven	Bremen	100.001 – 500.000 EW
45	Ulm	Baden-Württemberg	100.001 – 500.000 EW
46	Heilbronn	Baden-Württemberg	100.001 – 500.000 EW
47	Ingoldstadt	Bayern	100.001 – 500.000 EW
48	Würzburg	Bayern	100.001 – 500.000 EW
49	Regensburg	Bayern	100.001 – 500.000 EW
50	Heidelberg	Baden-Württemberg	100.001 – 500.000 EW
51	Darmstadt	Hessen	100.001 – 500.000 EW
52	Solingen	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
53	Oldenburg (Oldenburg)	Niedersachsen	100.001 – 500.000 EW
54	Osnabrück	Niedersachsen	100.001 – 500.000 EW
55	Leer	Niedersachsen	100.001 – 500.000 EW
56	Saarbrücken	Saarland	100.001 – 500.000 EW
57	Hamm	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
58	Hagen	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
59	Kassel	Hessen	100.001 – 500.000 EW
60	Lübeck	Schleswig-Holstein	100.001 – 500.000 EW
61	Oberhausen	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
62	Fulda	Hessen	100.001 – 500.000 EW
63	Freiburg	Baden-Württemberg	100.001 – 500.000 EW
64	Magdeburg	Sachsen-Anhalt	100.001 – 500.000 EW
65	Halle	Sachsen-Anhalt	100.001 – 500.000 EW

66	Krefeld	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
67	Kiel	Schleswig-Holstein	100.001 – 500.000 EW
68	Chemnitz	Sachsen	100.001 – 500.000 EW
69	Braunschweig	Niedersachsen	100.001 – 500.000 EW
70	Gießen	Hessen	100.001 – 500.000 EW
71	Göttingen	Niedersachsen	100.001 – 500.000 EW
72	Augsburg	Bayern	100.001 – 500.000 EW
73	Düren	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
74	Schleswig	Schleswig-Holstein	100.001 – 500.000 EW
75	Görlitz	Sachsen	100.001 – 500.000 EW
76	Münster	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
77	Karlsruhe	Baden-Württemberg	100.001 – 500.000 EW
78	Paderborn	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
79	Mannheim	Baden-Württemberg	100.001 – 500.000 EW
80	Bielefeld	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
81	Bonn	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
82	Wuppertal	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
83	Gütersloh	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
84	Bochum	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
85	Duisburg	Nordrhein-Westfalen	100.001 – 500.000 EW
86	Nürnberg	Bayern	> 500.000 EW
87	Leipzig	Sachsen	> 500.000 EW
88	Bremen	Bremen	> 500.000 EW
89	Aachen	Nordrhein-Westfalen	> 500.000 EW
90	Essen	Nordrhein-Westfalen	> 500.000 EW
91	Dortmund	Nordrhein-Westfalen	> 500.000 EW
92	Düsseldorf	Nordrhein-Westfalen	> 500.000 EW
93	Stuttgart	Baden-Württemberg	> 500.000 EW
94	Recklinghausen	Nordrhein-Westfalen	> 500.000 EW
95	Frankfurt a.M.	Hessen	> 500.000 EW
96	Köln	Nordrhein-Westfalen	> 500.000 EW
97	Hannover	Niedersachsen	> 500.000 EW
98	München	Bayern	> 500.000 EW
99	Hamburg Hbf	Hamburg	> 500.000 EW

100	Hamburg Altona	Hamburg	> 500.000 EW
101	Hamburg Harburg	Hamburg	> 500.000 EW
102	Berlin Hbf	Berlin	> 500.000 EW
103	Berlin Obf	Berlin	> 500.000 EW
104	Berlin Zoo	Berlin	> 500.000 EW

Anlage 3: Zwischenbericht

NutzerInnenbefragung der Bahnhofsmissionen

Auswertungsbericht
Mai 2017

IN VIA SoWiFo in der IN VIA Akademie/Meinwerk-Institut gGmbH
Giersmauer 35
33098 Paderborn
Tel.: 05251 290833
Mail: sowifo@invia-akademie.de



Gliederung

Folie 2

- 1. Anfangsbemerkungen**
- 2. Methodische Hinweise**
 - 2.1. Stichprobe und Rücklauf
 - 2.2. Stichprobeneinteilung nach „Nutzertypen“
 - 2.3. Statistische Hinweise
- 3. Lese- & Interpretationshinweise**
- 4. Ergebnisse**
 - 4.1. Soziodemographische Befunde
 - 4.2. Persönliche Lebenswelt
 - 4.3. Änderungs- & Unterstützungswünsche
 - 4.4. Nutzungsverhalten
 - 4.5. Zufriedenheit mit der Bahnhofsmission
- 5. Zusammenfassung**
- 6. Kontaktinformationen**

1 Anfangsbemerkungen

1 Anfangsbemerkungen

- Es handelt sich bei diesem Dokument um den **Bericht zur Auswertung der NutzerInnenbefragung der Bahnhofsmissionen**, welche im Zeitraum von Oktober 2016 bis Januar 2017 in ganz Deutschland stattgefunden hat. **Vielen Dank** für Ihre Mitarbeit bei der Datenerhebung!
- Dieser Bericht soll Ihnen zur **Information sowie zur gemeinsamen Reflexion der Ergebnisse** in Teamgesprächen vor Ort nutzen. Aus Ihrer Reflexion erwarten wir Hinweise darauf, in welche Richtung sich die Bahnhofsmission als Wohltätigkeitsorganisation in Zukunft entwickeln soll bzw. muss.
- Zu diesem Zweck **liegt dem Bericht eine separate Handreichung bei**, welche einerseits die Ziele des Gesamtprojektes, das bisherige Vorgehen sowie die noch kommenden Projektschritte etwas ausführlicher darstellt. Andererseits bietet Ihnen die Handreichung auch **praxisnahe Tipps, wie Sie mit dem Bericht und den darin enthaltenen Informationen weiterverfahren werden kann**.
- Der vorliegende Bericht ist nach Teilthemen (z.B. Soziodemographische Befunde, Zufriedenheit mit der BM etc.) gegliedert. **Auf diese Weise können Sie die Teile auswählen, die für Sie wichtig sind**.

1 Anfangsbemerkungen

Folie 5

- Der Bericht ist im Rahmen eines sozialwissenschaftlichen Auftragsprojektes der IN VIA SoWiFo (Sozialwissenschaftlichen Forschungsstelle, Auftragnehmer) und der Universität Paderborn (Wissenschaftliche Begleitung) entstanden. Die beteiligten ForscherInnen (siehe letzte Folie dieses Berichtes) haben die gesammelten Daten gemäß wissenschaftlichen Standards in Abstimmung mit der Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision erhoben und ausgewertet.



- Wir hoffen, dass die vorliegende Auswertung Ihnen Erkenntnisse bringt, die Ihre bereits existierenden persönlichen Annahmen untermauern sowie zur Reflexion Ihrer wichtigen Arbeit vor Ort nützlich sind.
- Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Bearbeitung!

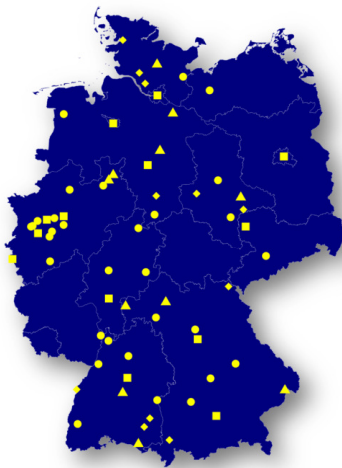
Folie 6

2 Methodische Hinweise

2 Methodische Hinweise

Folie 7

2.1 Stichprobe und Rücklauf



- Anzahl der Bahnhofsmissionen, die teilgenommen haben: **68**
- Befragte Personen: **1994**
- Rücklaufquote innerhalb der an der Umfrage teilgenommenen Bahnhofsmissionen: **73,3%**
- Anzahl der Bahnhofsmissionen, die teilgenommen haben, nach Einwohnergröße des Standortes sowie Anzahl der teilgenommenen Personen (*n*):

bis 50.000 EW (◆):	10 von 19 BM	<i>n</i> = 262
50-100.000 EW (▲):	12 von 19 BM	<i>n</i> = 214
100-500.000 EW (●):	31 von 47 BM	<i>n</i> = 900
ab 500.000 EW (■):	15 von 19 BM	<i>n</i> = 618

Anmerkungen:

Die Abkürzung „EW“ steht für Einwohner. Die Abkürzung „*n*“ steht für die Anzahl der Personen, welche an der Befragung teilgenommen haben. Auf der Karte sind die Standorte der teilnehmenden Bahnhofsmissionen dargestellt. Pro Standort wird nur ein Symbol dargestellt, auch wenn mehrere Bahnhofsmissionen teilgenommen haben (z.B. Berlin).

2 Methodische Hinweise

Folie 8

2.2 Stichprobeneinteilung nach „Nutzertypen“

- Auf Basis der erhobenen Daten wurde die Gesamtstichprobe in vier „Nutzertypen“ eingeteilt:



1. Nichtnutzer:

Dies sind Personen, welche die Angebote der BM bisher noch nicht genutzt haben. Diese Gruppe wird für Vergleichszwecke herangezogen.



2. Reisende:

Hierbei handelt es sich um Personen, welche ausschließlich Hilfen im Reiseverkehr bzw. mobile Reisehilfen in Anspruch genommen haben.



3. Gäste:

Es handelt sich bei dieser Gruppe um Personen, welche die ortsspezifischen Hilfsangebote der Bahnhofsmission wahrgenommen haben ohne selbst jemals die Hilfen im Reiseverkehr bzw. mobile Reisehilfen in Anspruch genommen zu haben.



4. Unklar:

Diese Personen konnten nicht eindeutig einer der drei vorangegangenen Nutzertypen zugeordnet werden. Sie stellt den größten Anteil der Personen im Datensatz dar.

- Die Einteilung der befragten Personen in diese Nutzertypen **erlaubt eine feinere Auswertung der Daten** sowie die Darstellung gruppenspezifischer Ergebnisse.
- Die folgende Folie gibt Informationen zu der Anzahl der Personen, welche den einzelnen Nutzertypen zugeordnet wurden, sowie der herangezogenen Charakteristika zur Einordnung der befragten Personen.

2 Methodische Hinweise

Folie 9

2.2 Stichprobeneinteilung nach "Nutzertypen"



Nichtnutzer
(78 Personen)

Haben angegeben, die BM-Angebote bisher noch nie genutzt zu haben.



Reisende
(267 Personen)

Haben Umsteigegehilfen, Reisebegleitung bzw. Reiseauskunft oder Kids on Tour schon einmal in Anspruch genommen.

Bisher keine Nutzung von Kleiderkammer, Nothilfe, oder Krisenberatung.



Gäste
(355 Personen)

Haben das Angebot der Kleiderkammer, der Nothilfe oder der Krisenberatung bereits genutzt.

Bisher keine Nutzung von Umsteigegehilfen, Reisebegleitung, oder Kids on Tour.



Unklar
(1294 Personen)

Keine eindeutige Zuordnung auf Basis der Daten möglich.

Höchstwahrscheinlich versammeln sich in dieser Gruppe viele Gäste.

2 Methodische Hinweise

Folie 10

2.2 Stichprobeneinteilung nach "Nutzertypen"

- In den folgenden Auswertungen werden an vielen Stellen die Gruppen „Nichtnutzer“ und „Reisende“ einerseits sowie „Gäste“ und „Unklar“ andererseits zusammengefasst, um einfacher interpretierbare Diagramme und Statistiken zu erhalten.
- Die folgende Darstellung visualisiert die vorgenommene Zusammenfassung:



Nichtnutzer



Reisende



Gäste



Unklar



Anmerkungen:

Die Abkürzung „i.w.S.“ steht für „im weiteren Sinne“.

2 Methodische Hinweise

Folie 11

2.2 Stichprobeneinteilung nach "Nutzertypen"

- Auffällig ist, dass an der NutzerInnenbefragung vergleichsweise **wenig Reisende teilgenommen haben**. Dies ist auf die Schwierigkeit der Befragung von Zugreisenden zurückzuführen.
- Die Gruppen wurden auf Basis des Ankreuzverhaltens der TeilnehmerInnen gebildet. Es ist nicht auszuschließen, dass in einzelnen Gruppen aufgrund von Fehlzuordnung auch Nutzertypen anderer Gruppen enthalten sind. Eine überschneidungsfreie Einteilung der Befragten war nur bedingt möglich.
- Auffällig ist auch, dass an der Befragung **mehrheitlich Personen ohne Migrationshintergrund teilgenommen haben**. Dies mag auf die Schwierigkeit der Befragung von Personen mit nur geringen Deutschkenntnissen zurückzuführen sein.
- **Bei der Interpretation der Ergebnisse sollten Sie die genannten Einschränkungen des Datenmaterials im Hinterkopf behalten.**

2 Methodische Hinweise

Folie 12

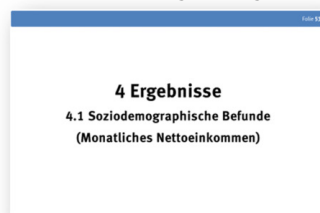
2.3 Statistische Hinweise

- Die erhobenen Daten wurden gemäß dem Anteil der Gesamtreisehilfen der Bahnhofsmmissionen des Jahres 2015 pro Einwohnergrößenklasse (d.h., weniger als 50.000 EW, 50-100.000 EW, 100-500.000 EW und mehr als 500.000 EW) statistisch gewichtet, um repräsentativere und somit aussagekräftigere Werte ausweisen zu können.
- Die einzelnen Statements der thematischen Blöcke „*Persönliche Lebenssituation – Selbstwert*“, „*Persönliche Lebenssituation – Änderungswunsch*“ und „*Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit der Bahnhofsmmission*“ wurden jeweils zu Mittelwerten zusammengefasst. Mit anderen Worten wurden die Einzelantworten zu Durchschnittswerten zusammengefasst.
- Die erhobenen Daten wurden auf Plausibilität und Korrektheit geprüft. Die Prüfung lässt vermuten, dass **die NutzerInnen die Fragebögen ehrlich und gewissenhaft ausgefüllt haben**.
- In den folgenden Diagrammen finden Sie vor allem Mittelwerte und Prozentangaben. **In den Anmerkungen unter den Diagrammen finden Sie Interpretationshinweise.**
- Die **wichtigsten Erkenntnisse werden in Zusammenfassungsfolien am Ende einer jeweiligen Teilkategorie möglichst leicht verständlich ausgewiesen.**

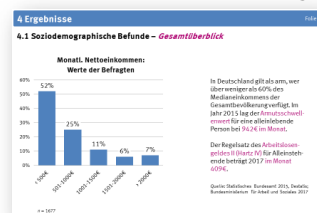
3 Lese- & Interpretationshinweise

3 Lese- & Interpretationshinweise

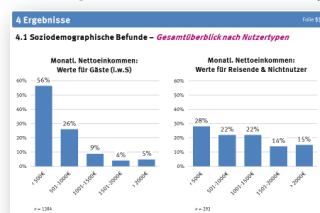
1. Vor jeder neuen Auswertungskategorie wird diese mit einer Titelfolie angekündigt



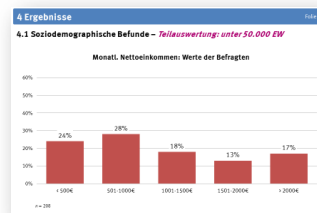
2. Danach werden die Ergebnisse für alle Befragten im Gesamtüberblick mit Vergleichswerten aus anderen Statistiken dargestellt



3. Auf der dritten Folie einer Auswertungskategorie folgt eine Darstellung der Ergebnisse aufgeschlüsselt nach Nutzertypen



4. Danach folgen die Auswertungen für Ihre spezifische Gruppengröße



3 Lese- & Interpretationshinweise

Folie 15

- Bei manchen Folien wird der Vergleichswert für Ihre Größenklasse bereits auf der Folie zum Gesamtüberblick angegeben.
- Sie erkennen den Vergleichswert Ihrer Größenklasse stets an der Einfärbung:

<div style="width: 100px; height: 15px; background-color: red;"></div>	<div style="width: 100px; height: 15px; background-color: orange;"></div>	<div style="width: 100px; height: 15px; background-color: green;"></div>	<div style="width: 100px; height: 15px; background-color: blue;"></div>
unter 50.000 EW	50-100.000 EW	100-500.000 EW	über 500.000 EW
(z.B. Kempten)	(z.B. Herford)	(z.B. Chemnitz)	(z.B. Berlin HBF)

- Gesamtwerte bzw. Werte, welche nicht nach Größenklassen berechnet wurden, werden immer in Hellblau angegeben:

- In manchen Auswertungskategorien befindet sich vor den Auswertungen noch ein Informationstext (z.B. „4.2 Persönliche Lebenswelt“).
- Bei den Auswertungskategorien „4.4 Nutzungsverhalten (Nutzungsgründe)“ sowie „4.5 Zufriedenheit mit der BM“ schrieben viele Befragte offene Textantworten in den Fragebogen. Diese offenen Antworten haben wir für Sie sprachlich geglättet und auch in den Bericht mit aufgenommen.

4 Ergebnisse

4.2 Persönliche Lebenswelt - Gesamtüberblick

Vorbereitung

Die globale Indikation für die Befragten der Befragungseinheiten, von der Perspektive ihrer persönlichen Lebenswelt aus in den folgenden Fragen ihren Lebenswelt einschätzen zu sollen. Diese waren: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Lebenswelt?“ „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Lebenswelt?“ „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Lebenswelt?“

4.4 Nutzungsverhalten - Nutzungsgründe: 100-500.000 EW

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“

„Ich bin zufrieden und möchte hier in der Stadt bleiben, das ist in der Zukunft wie diese hier gibt, ich habe es nicht aus, sondern will es sehr zu bleiben.“ (Befragte, 12/15)

„Ich sehe das Thema auch habe ich hier eine eigene Meinung bekommen, gerade in der Wohnsituation ist das sehr wichtig.“ (Befragte, 12/15)

„Ich gehe zur Bibliothek, weil dort es immer ist in der Stadt ist es nicht abholen kann, für den nächsten Schritt geht es ganz von vorne.“ (Befragte, 12/15)

„Zuletzt bin ich immer noch unzufrieden, weil ich das immer noch nicht.“ (Befragte, 12/15)

„Zuletzt bin ich unzufrieden, weil ich das immer noch nicht.“ (Befragte, 12/15)

„Ich bin unzufrieden, weil ich das immer noch nicht.“ (Befragte, 12/15)

„Ich bin unzufrieden, weil ich das immer noch nicht.“ (Befragte, 12/15)

„Ich bin unzufrieden, weil ich das immer noch nicht.“ (Befragte, 12/15)

3 Lese- & Interpretationshinweise

Folie 16

Anzeige der Auswertungseinheit (alle Befragten, nach Nutzertypen, nach Einwohnergröße)

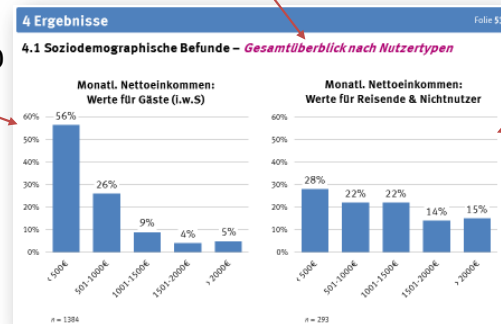


3 Lese- & Interpretationshinweise

Folie 17

Anzeige der Auswertungseinheit (hier: Überblick über die zwei Gruppen von Nutzertypen: Werte für Gäste i.w.S. und Reisende & Nichtnutzer)

Werte der Gäste (i.w.S.)



Werte der Reisenden & Nichtnutzer

Interpretationsbeispiel:

Den befragten Reisenden & Nichtnutzern stehen durchschnittlich erheblich mehr Nettoeinkommen im Monat zur Verfügung als der befragten Gruppe der Gäste (i.w.S.).

Folie 18

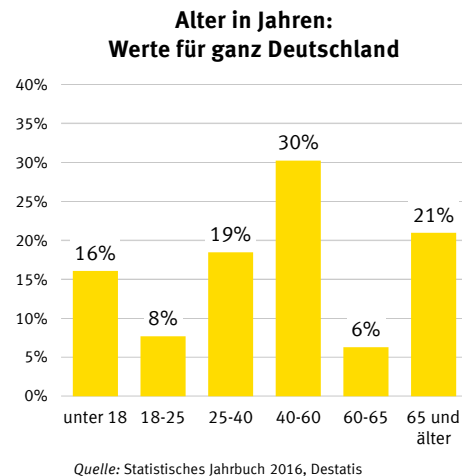
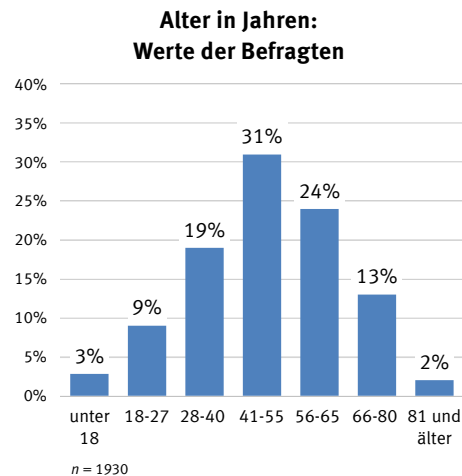
4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Alter in Jahren)

4 Ergebnisse

Folie 19

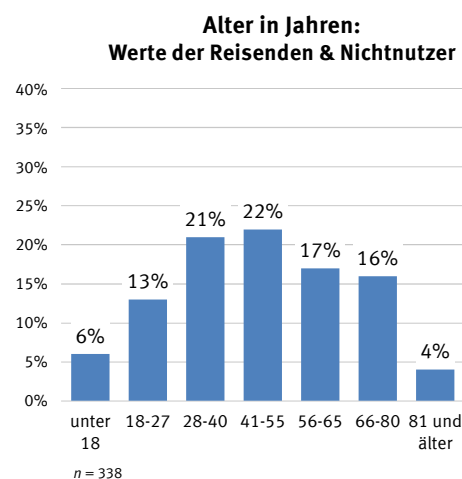
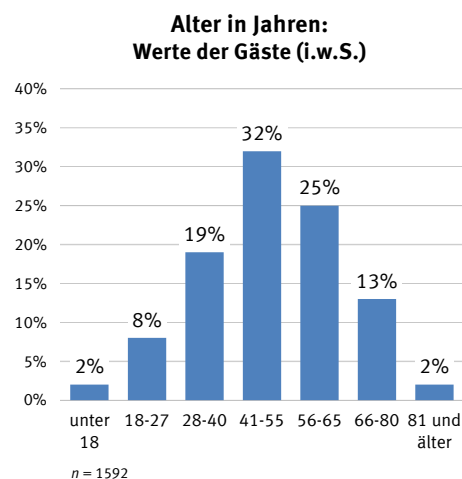
4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*



4 Ergebnisse

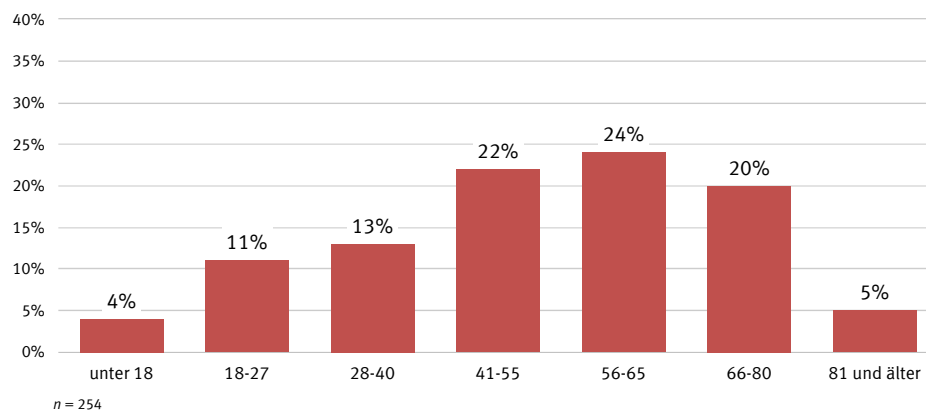
Folie 20

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

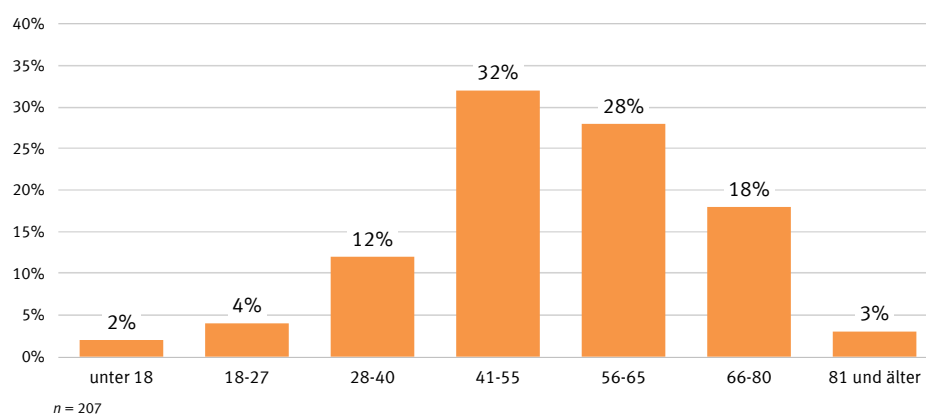


4 Ergebnisse

Folie 21

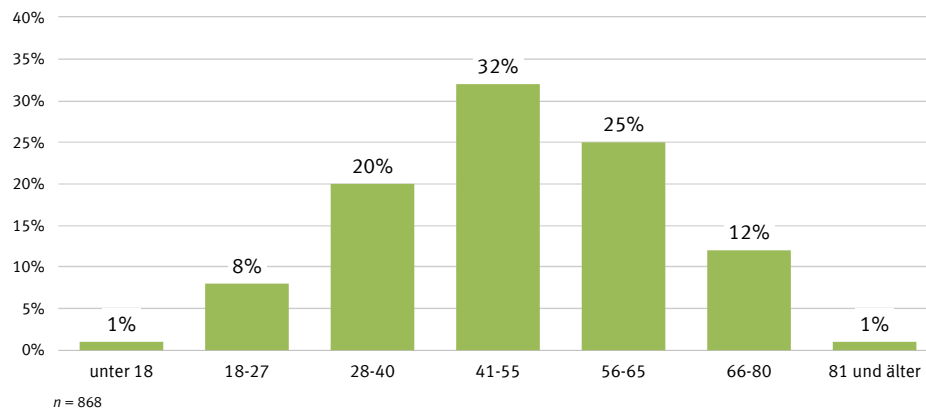
4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: unter 50.000 EW***Alter in Jahren: Werte der Befragten****4 Ergebnisse**

Folie 22

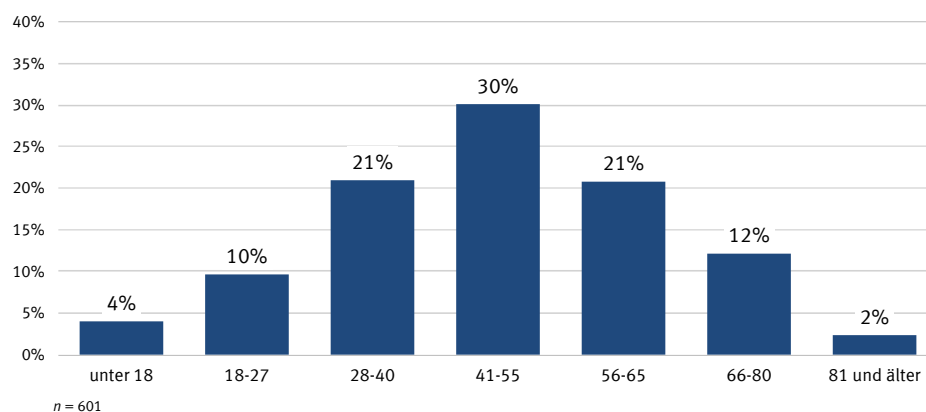
4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: 50–100.000 EW***Alter in Jahren: Werte der Befragten**

4 Ergebnisse

Folie 23

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: 100–500.000 EW***Alter in Jahren: Werte der Befragten****4 Ergebnisse**

Folie 24

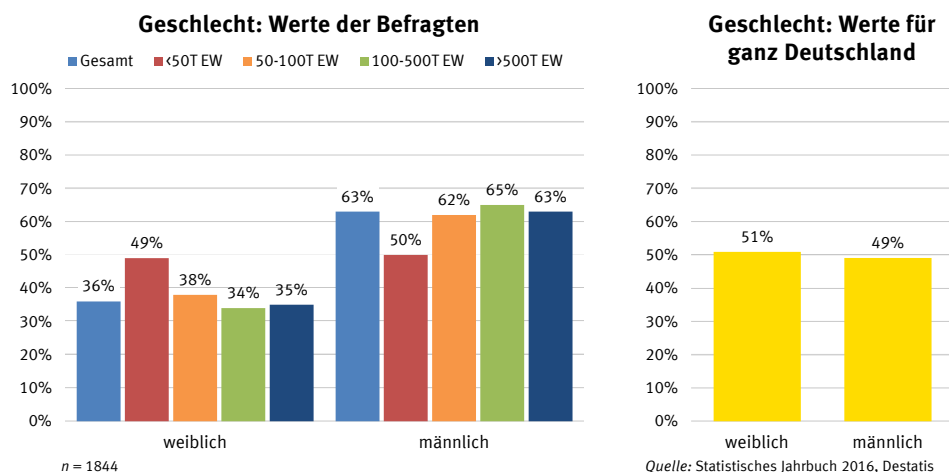
4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Alter in Jahren: Werte der Befragten**

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Geschlechterverteilung)

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*

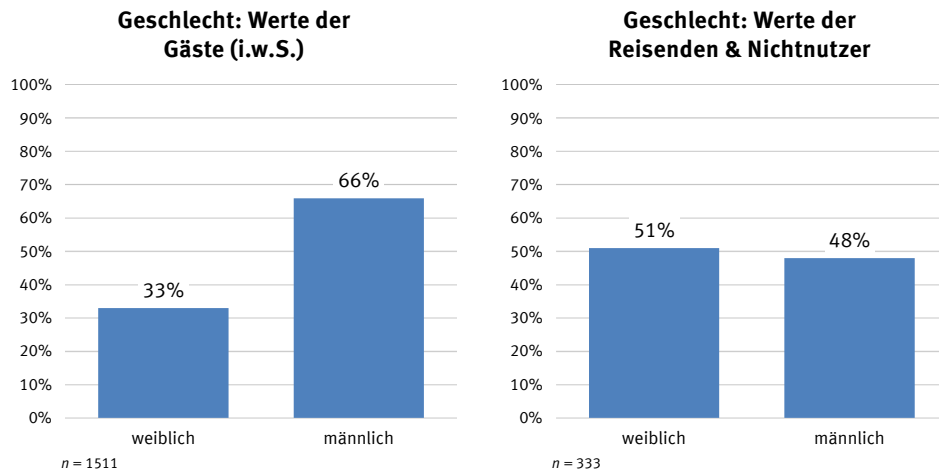


Anmerkungen:

Die mögliche dritte Antwortkategorie „Sonstiges“ wurde nur von jeweils 1% der Befragten angekreuzt und hier aus Übersichtsgründen nicht in den Diagrammen visualisiert.

4 Ergebnisse

Folie 27

4.1 Soziodemographische Befunde – Gesamtüberblick nach Nutzertypen**Anmerkungen:**

Die mögliche dritte Antwortkategorie „Sonstiges“ wurde nur von jeweils 1% der Befragten angekreuzt und hier aus Übersichtsgründen nicht in den Diagrammen visualisiert.

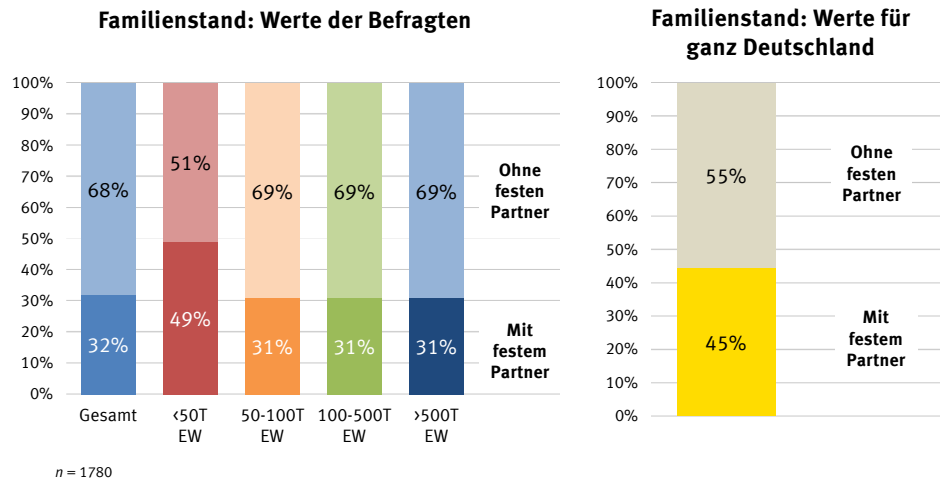
Folie 28

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Familienstand)

4 Ergebnisse

Folie 29

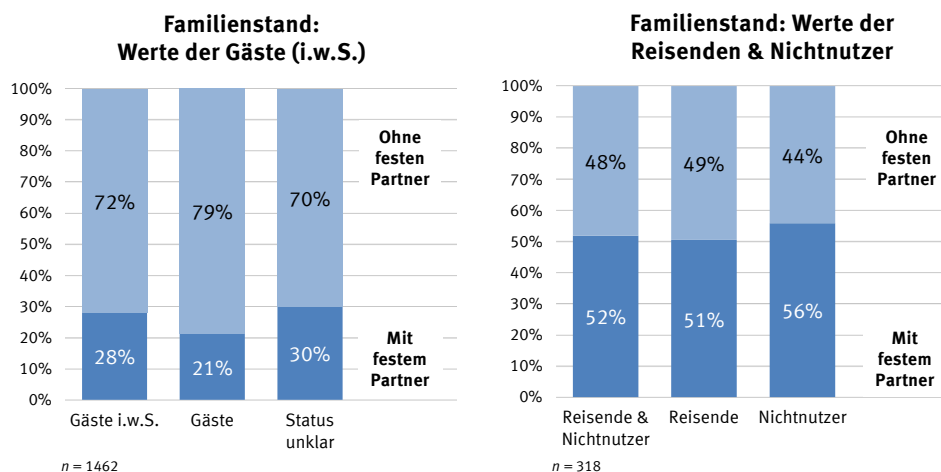
4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*

Anmerkungen:

Gefragt wurde, ob die Befragten in einer festen Partnerschaft leben.

4 Ergebnisse

Folie 30

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

Anmerkungen:

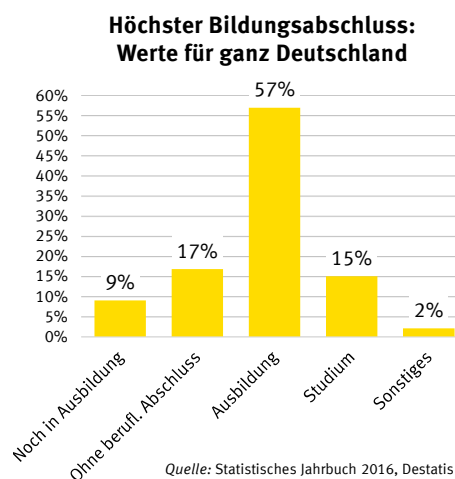
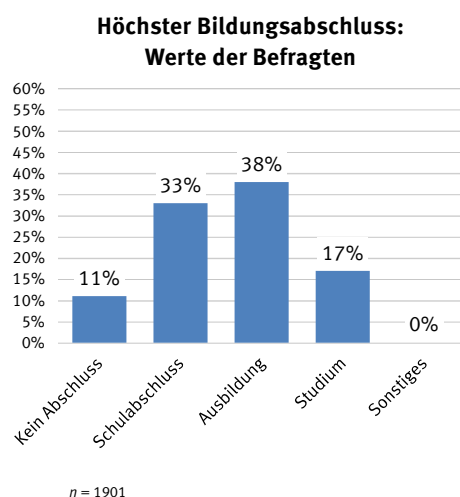
Gefragt wurde, ob die Befragten in einer festen Partnerschaft leben.

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Höchster Bildungsabschluss)

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*



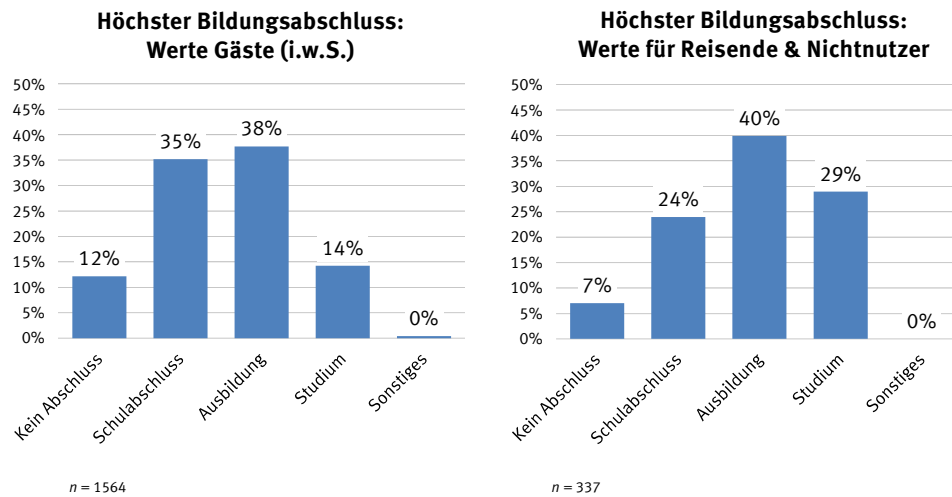
Anmerkungen:

Es wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Befragten gefragt. Die Vergleichsdaten sind auf Basis der Angaben des Statistischen Jahrbuchs geschätzt. Eine Ausweisung des „Höchsten Bildungsabschlusses“ als solchen erfolgt durch das Statistische Bundesamt nicht.

4 Ergebnisse

Folie 33

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*



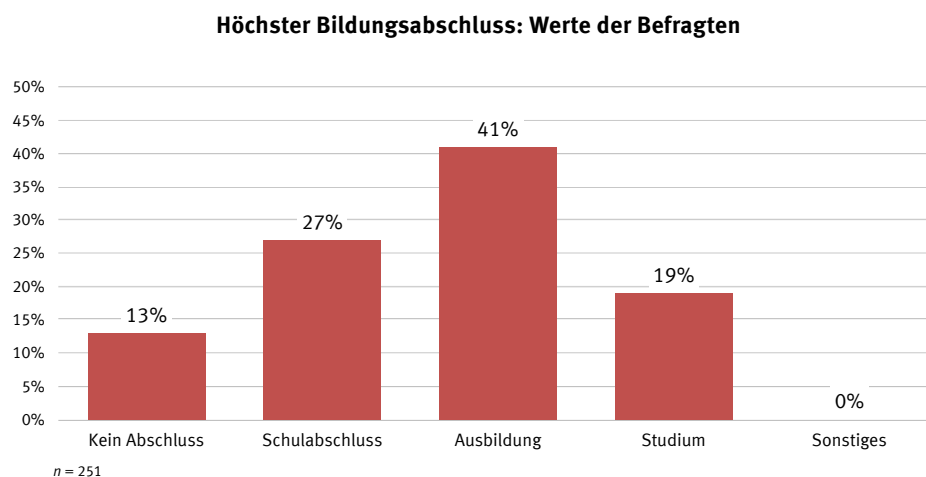
Anmerkungen:

Es wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Befragten gefragt. Eine hohe Anzahl der Gäste (i.w.S.) hat keinen beruflich qualifizierenden Abschluss.

4 Ergebnisse

Folie 34

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: unter 50.000 EW*

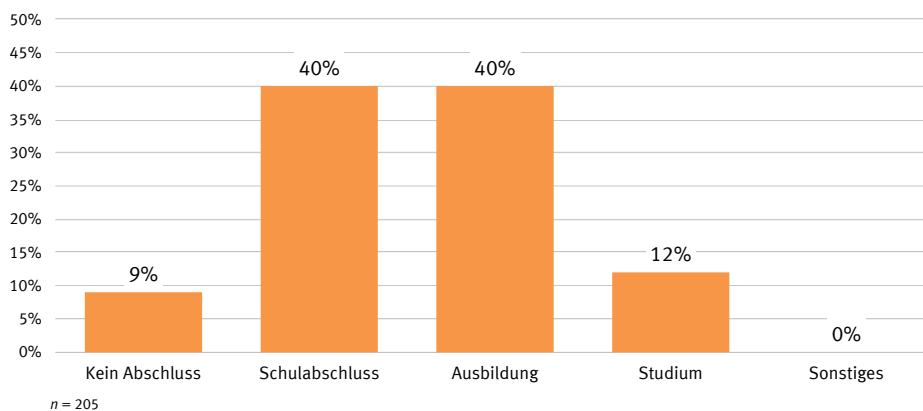


Anmerkungen:

Es wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Befragten gefragt.

4 Ergebnisse

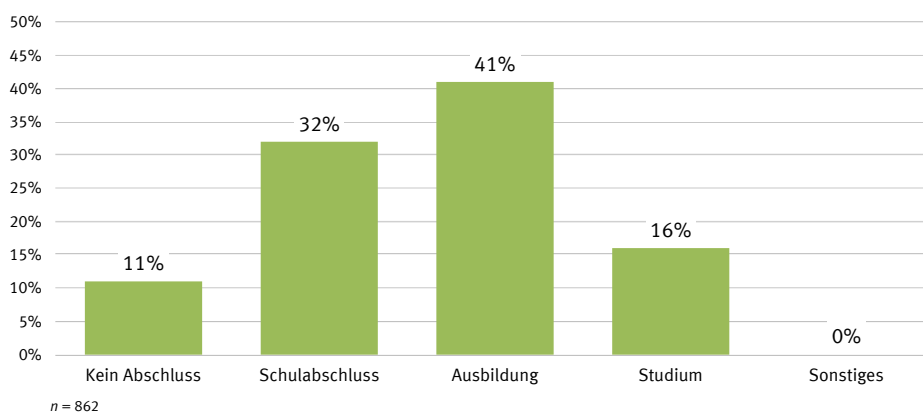
Folie 35

4.1 Soziodemographische Befunde – Teilauswertung: 50–100.000 EW**Höchster Bildungsabschluss: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

Es wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Befragten gefragt.

4 Ergebnisse

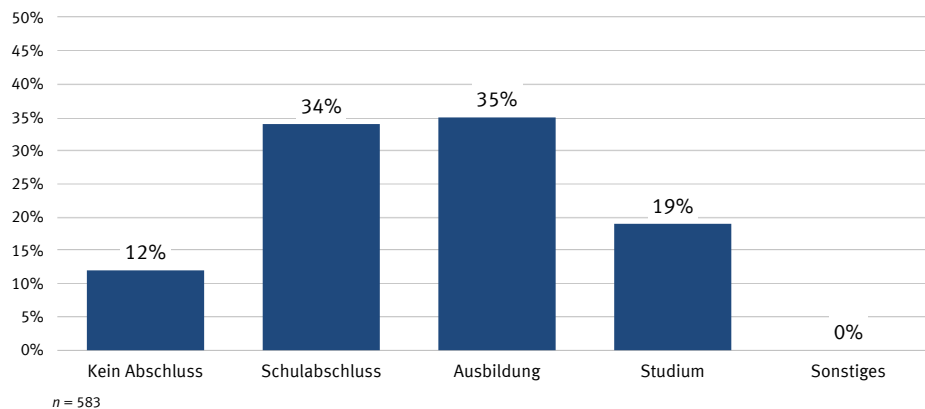
Folie 36

4.1 Soziodemographische Befunde – Teilauswertung: 100–500.000 EW**Höchster Bildungsabschluss: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

Es wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Befragten gefragt.

4 Ergebnisse

Folie 37

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Höchster Bildungsabschluss: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

Es wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Befragten gefragt.

Folie 38

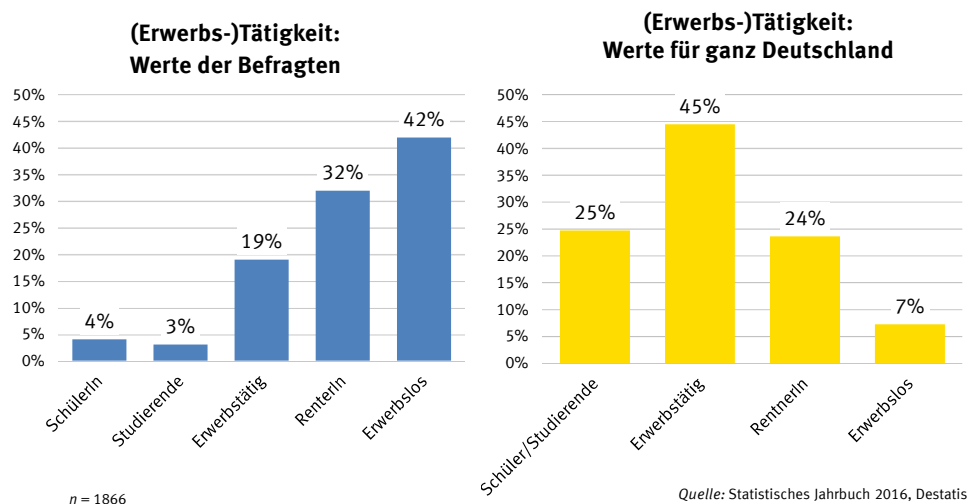
4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Momentane [Erwerbs-]Tätigkeit)

4 Ergebnisse

Folie 39

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*



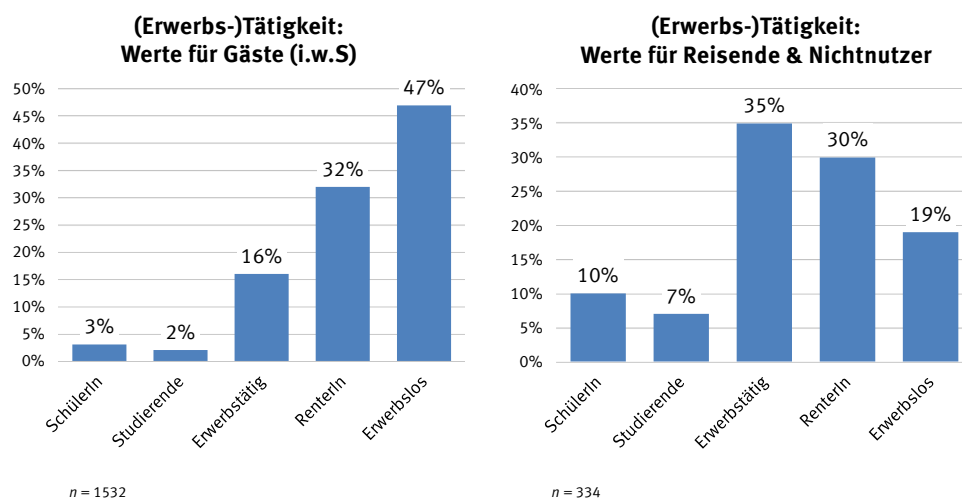
Anmerkungen:

Die Vergleichsdaten wurden aus den Statistiken zur Erwerbsbeteiligung des Statistischen Jahrbuchs entnommen. Die Kategorie „Schüler/Studierende“ entspricht der Ausweisung „überwiegender Lebensunterhalt durch Angehörige“ und stellt eine leichte Überschätzung dar.

4 Ergebnisse

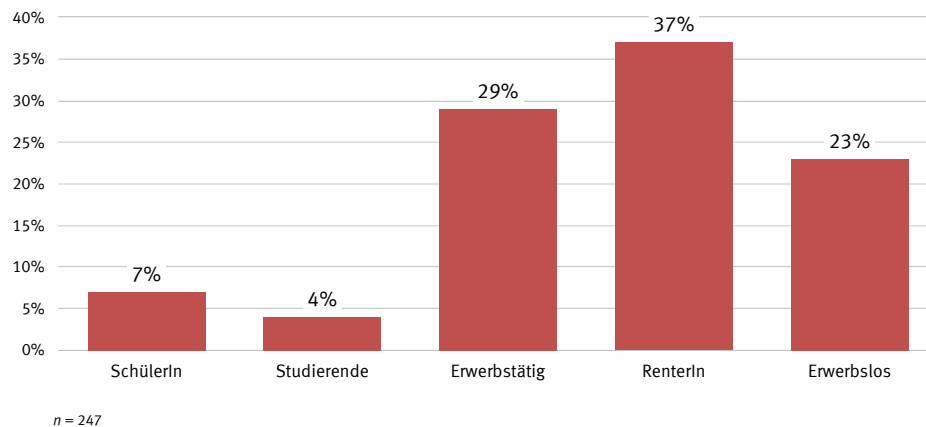
Folie 40

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

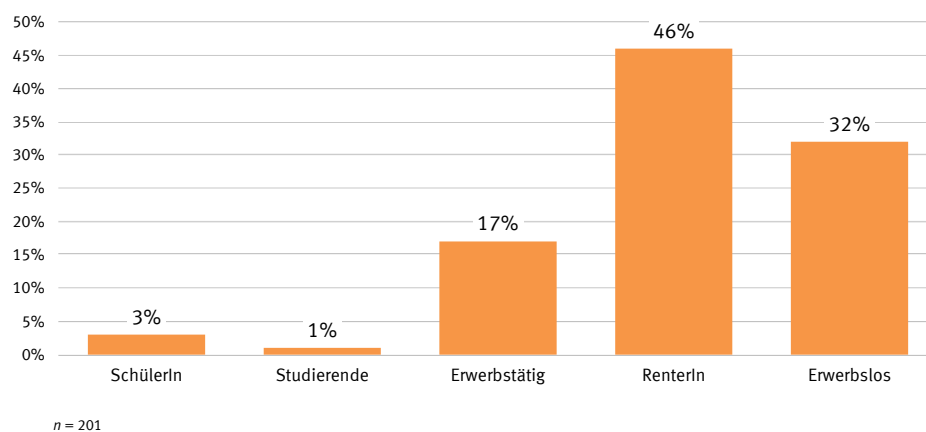


4 Ergebnisse

Folie 41

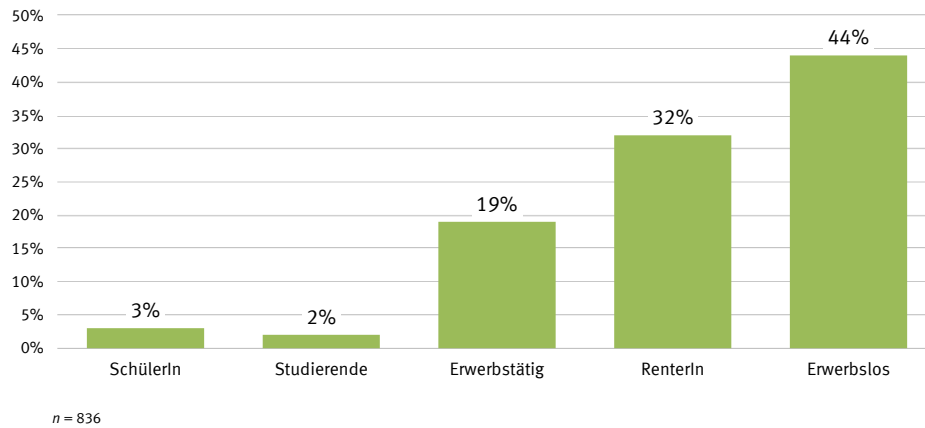
4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: unter 50.000 EW***(Erwerbs-)Tätigkeit: Werte der Befragten****4 Ergebnisse**

Folie 42

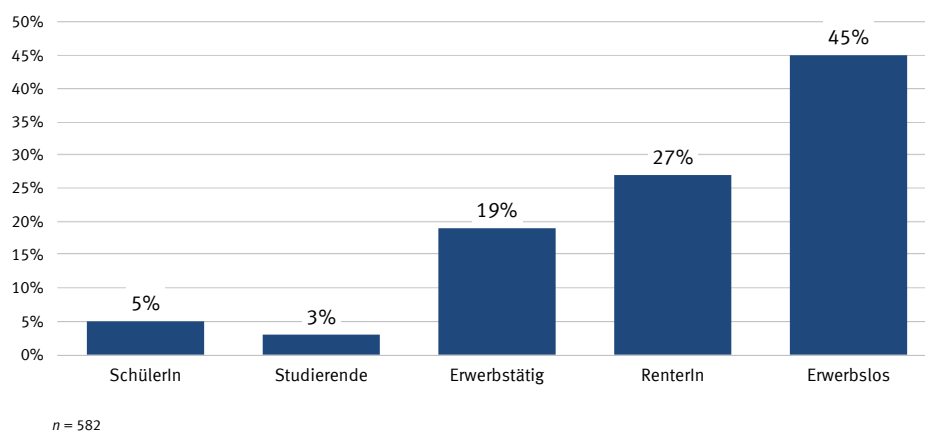
4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: 50–100.000 EW***(Erwerbs-)Tätigkeit: Werte der Befragten**

4 Ergebnisse

Folie 43

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: 100–500.000 EW***(Erwerbs-)Tätigkeit: Werte der Befragten****4 Ergebnisse**

Folie 44

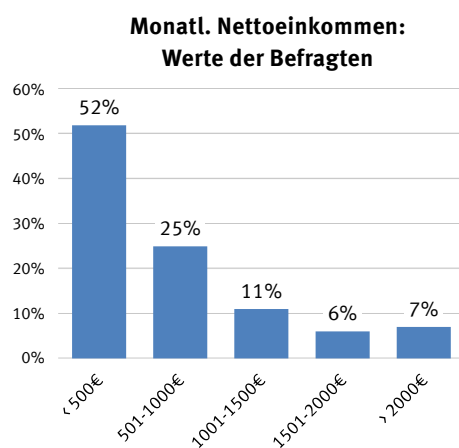
4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: über 500.000 EW***(Erwerbs-)Tätigkeit: Werte der Befragten**

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Monatliches Nettoeinkommen)

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*



n = 1677

Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie viel monatliches Nettoeinkommen den Befragten zur Verfügung steht (d.h. ausgezahltes Geld, welches die Person monatlich bekommt).

In Deutschland gilt als arm, wer über weniger als 60% des Medianeinkommens der Gesamtbevölkerung verfügt. Im Jahr 2015 lag der **Armutschwellenwert** für eine alleinlebende Person bei **942€ im Monat**.

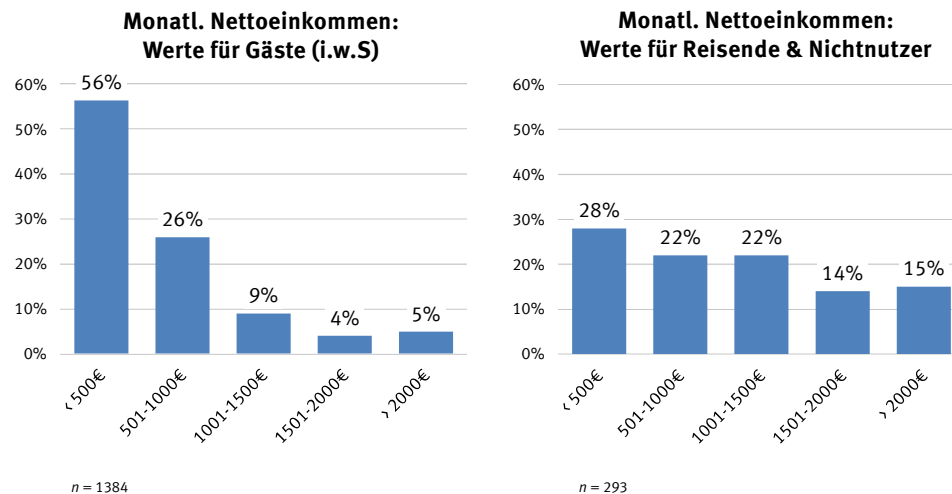
Der Regelsatz des **Arbeitslosengeldes II (Hartz IV)** für Alleinstehende beträgt 2017 **im Monat 409€** plus der Kosten für Unterkunft und Heizung.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2015, Destatis; Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2017

4 Ergebnisse

Folie 47

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*



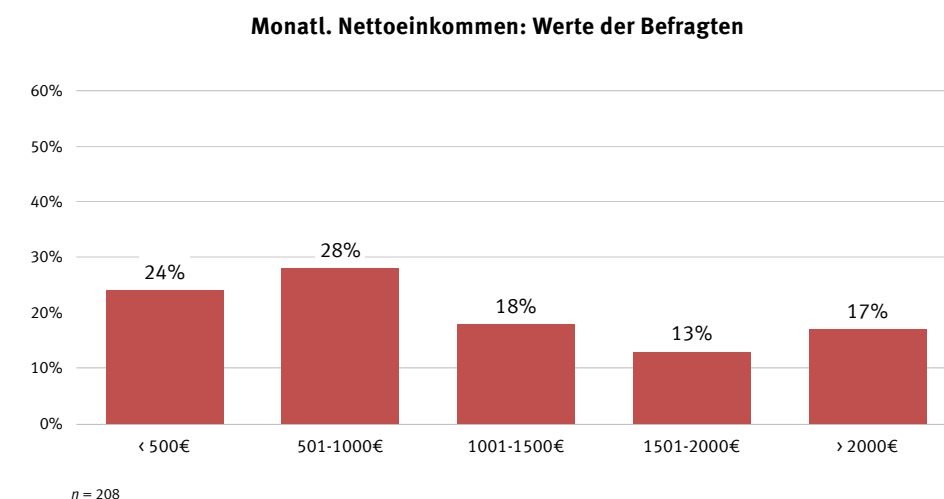
Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie viel monatliches Nettoeinkommen den Befragten zur Verfügung steht (d.h. ausgezahltes Geld, welches die Person monatlich bekommt).

4 Ergebnisse

Folie 48

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: unter 50.000 EW*



Anmerkungen:

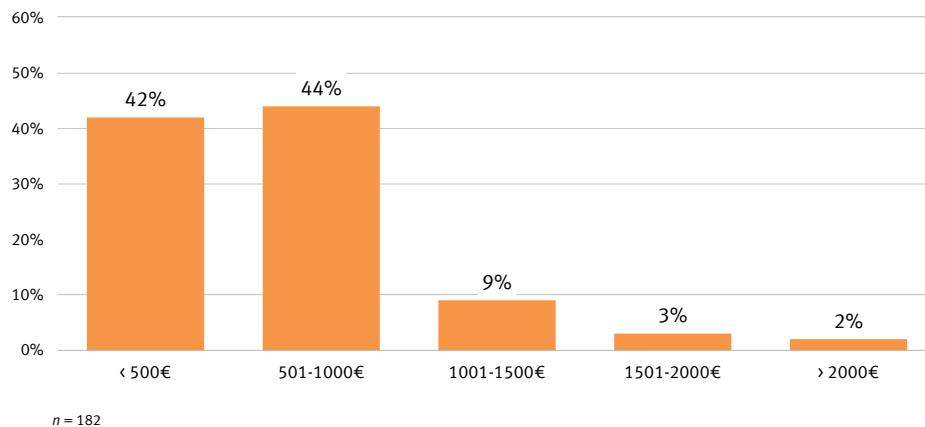
Es wurde gefragt, wie viel monatliches Nettoeinkommen den Befragten zur Verfügung steht (d.h. ausgezahltes Geld, welches die Person monatlich bekommt).

4 Ergebnisse

Folie 49

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: 50–100.000 EW*

Monatl. Nettoeinkommen: Werte der Befragten



Anmerkungen:

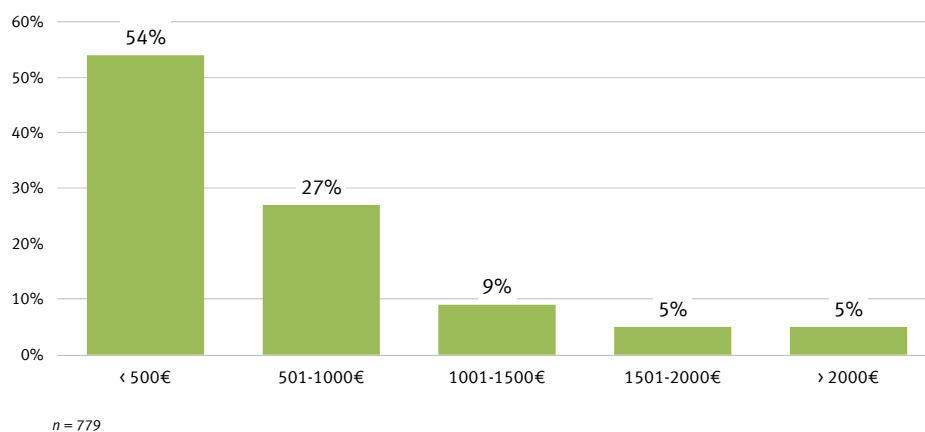
Es wurde gefragt, wie viel monatliches Nettoeinkommen den Befragten zur Verfügung steht (d.h. ausgezahltes Geld, welches die Person monatlich bekommt).

4 Ergebnisse

Folie 50

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Monatl. Nettoeinkommen: Werte der Befragten

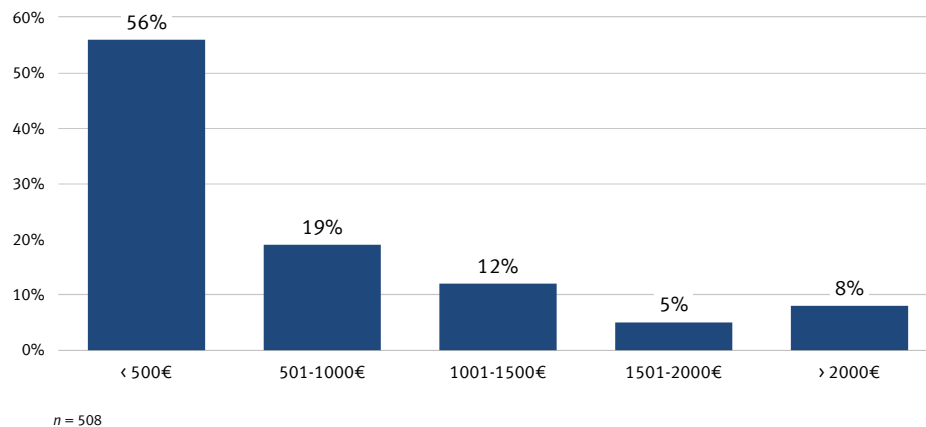


Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie viel monatliches Nettoeinkommen den Befragten zur Verfügung steht (d.h. ausgezahltes Geld, welches die Person monatlich bekommt).

4 Ergebnisse

Folie 51

4.1 Soziodemographische Befunde – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Monatl. Nettoeinkommen: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

Es wurde gefragt, wie viel monatliches Nettoeinkommen den Befragten zur Verfügung steht (d.h. ausgezahltes Geld, welches die Person monatlich bekommt).

Folie 52

4 Ergebnisse

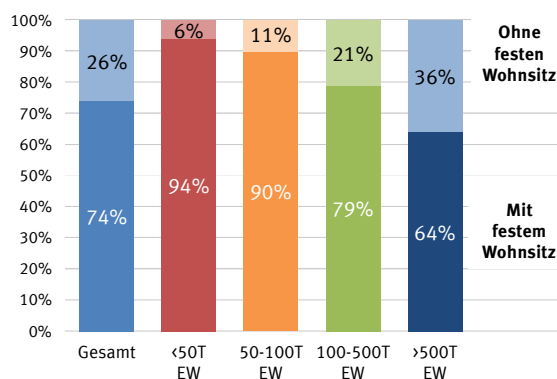
4.1 Soziodemographische Befunde (Art des Wohnsitzes)

4 Ergebnisse

Folie 53

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*

Art des Wohnsitzes: Werte der Befragten



n = 1805

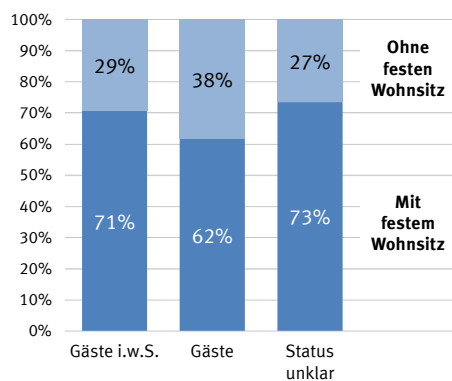
Anmerkungen:

Es wurde gefragt, ob die Befragten einen festen Wohnsitz haben.

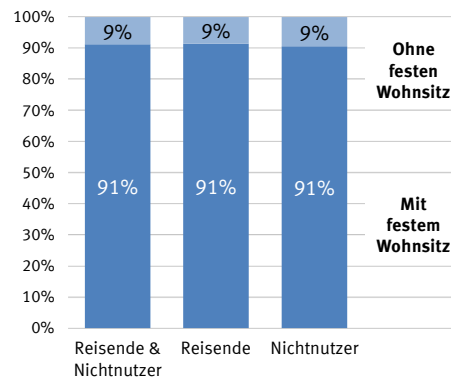
In Deutschland gibt es keine offiziellen und bundeseinheitlichen Statistiken über die Zahl der Wohnungslosen. Die BAG Wohnunglosenhilfe e.V. schätzte für 2014 die Wohnungslosen in Deutschland auf ca. **335.000 Menschen**. Dies entspricht einem Anteil von **ca. 0,4% an der deutschen Bevölkerung**.

4 Ergebnisse

Folie 54

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*Art des Wohnsitzes:
Werte der Gäste (i.w.S.)

n = 1481

Art des Wohnsitzes: Werte der
Reisenden & Nichtnutzer

n = 324

Anmerkungen:

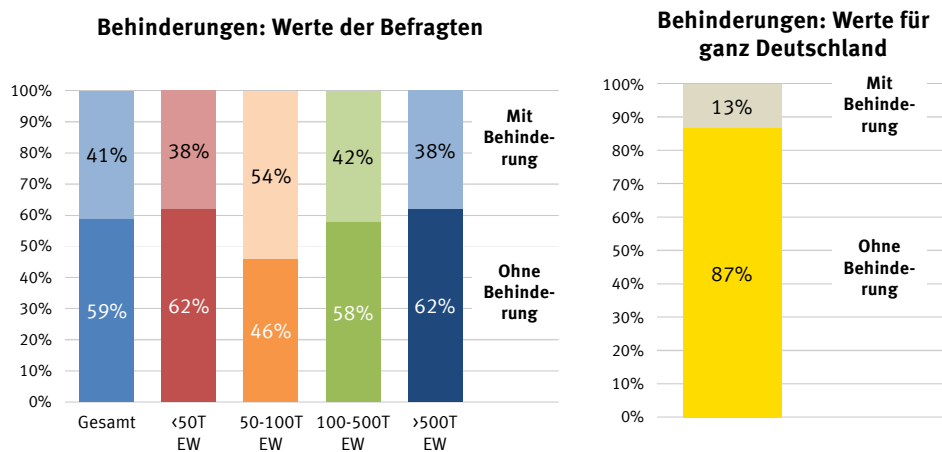
Es wurde gefragt, ob die Befragten einen festen Wohnsitz haben.

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde (Behinderungen)

4 Ergebnisse

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*



n = 1899

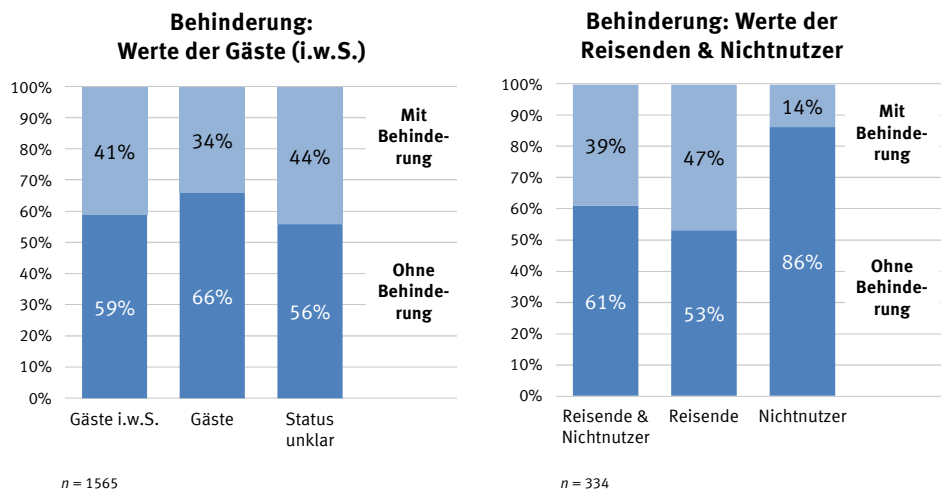
Quelle: Statistisches Bundesamt 2015, Destatis

Anmerkungen:

Die Befragten wurden gefragt, ob diese eine Behinderung haben. Es wurde nicht gefragt, ob eine offiziell anerkannte Behinderung vorliegt. Im Vergleich dazu weist das Statistische Bundesamt nur offiziell anerkannte Behinderungen aus.

4 Ergebnisse

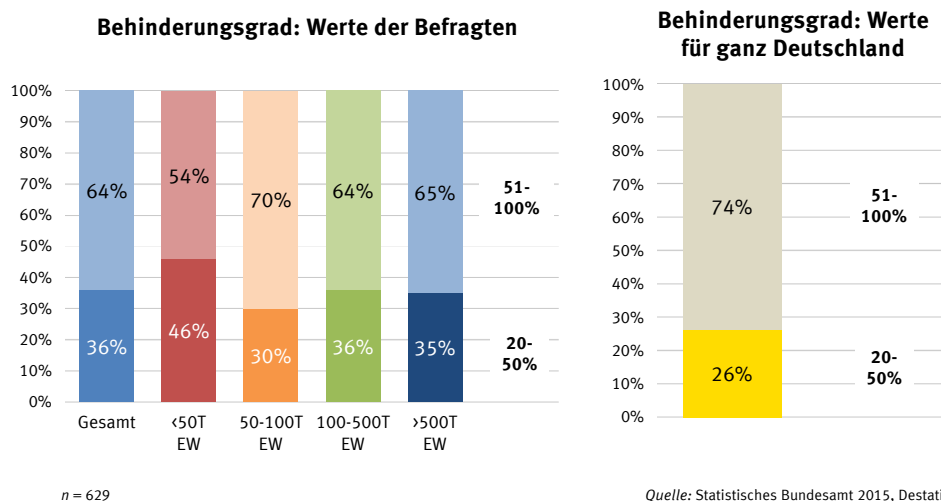
Folie 57

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen***Anmerkungen:**

Die Befragten wurden gefragt, ob diese eine Behinderung haben. Es wurde nicht gefragt, ob eine offiziell anerkannte Behinderung vorliegt.

4 Ergebnisse

Folie 58

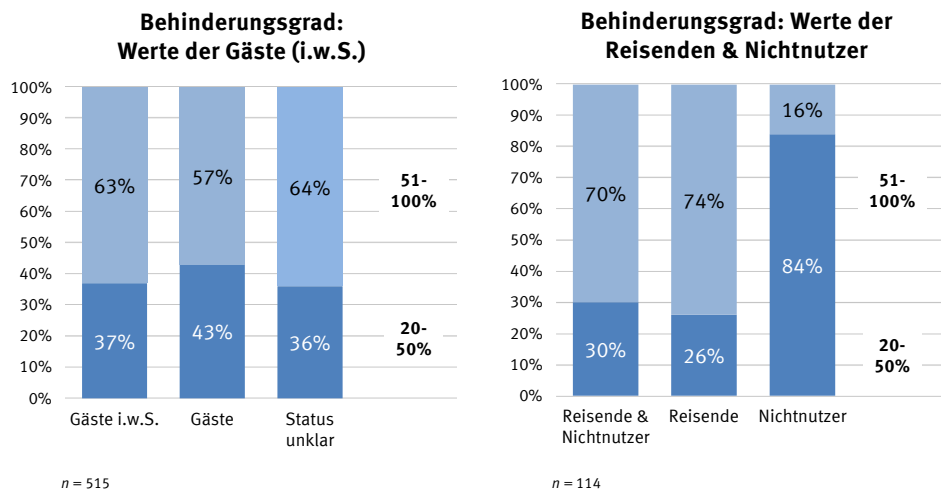
4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick***Anmerkungen:**

Die Befragten sollten angeben, welchen Grad der Behinderung sie haben. Ab einem Behinderungsgrad von 50% gilt eine Person in Deutschland als schwerbehindert.

4 Ergebnisse

Folie 59

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*



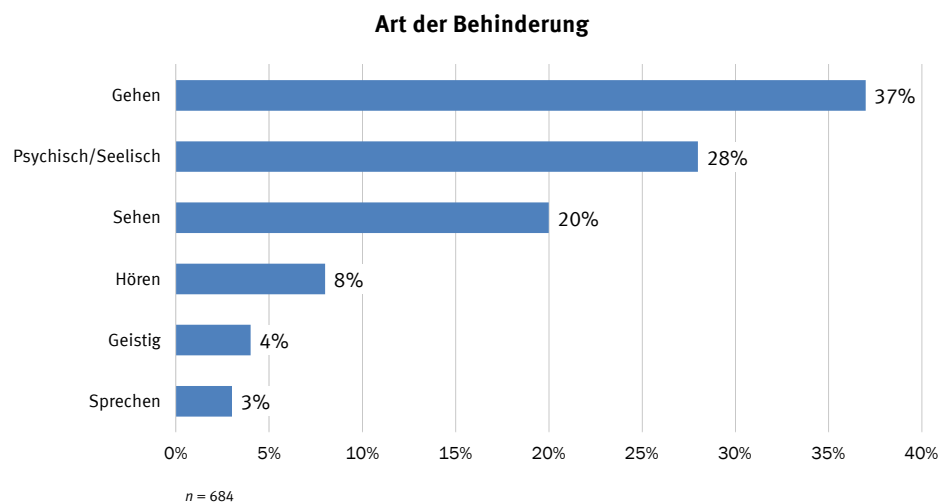
Anmerkungen:

Die Befragten sollten angeben, welchen Grad der Behinderung sie haben. Ab einem Behinderungsgrad von 50% gilt eine Person in Deutschland als schwerbehindert.

4 Ergebnisse

Folie 60

4.1 Soziodemographische Befunde – *Gesamtüberblick*



Anmerkungen:

Die Befragten konnten mehr als eine Art der Behinderung gleichzeitig ankreuzen.

4 Ergebnisse

Folie 61

4.1 Soziodemographische Befunde – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Im Vergleich zu Bahnhofsmmissionen anderer Größenklassen nutzen relativ viele unter 40-jährige Ihre Angebote; in der Gruppe der Reisenden befinden sich in allen Bahnhofsmmissionen überproportional viele Personen mit einem Alter von über 65 Jahren.
- Männer und Frauen nutzen die Angebote der Bahnhofsmmission in Ihrer Größenklasse ähnlich häufig; in der Gruppe der Gäste befinden sich durchwegs überproportional mehr Männer.
- Im Vergleich zu Bahnhofsmmissionen anderer Größenklassen leben Ihre NutzerInnen häufiger in festen Partnerschaften; in der Gruppe der Gäste haben erheblich weniger Menschen einen festen Partner als in der Gruppe der Reisenden und Nichtnutzer.
- In der Gruppe der Gäste (i.w.S.) befinden sich überproportional viele Menschen ohne beruflich qualifizierenden Bildungsabschluss.
- Überproportional viele Menschen der Gruppe der Gäste (i.w.S.) sind entweder erwerbslos oder im Ruhestand; im Vergleich zu Bahnhofsmmissionen anderer Größenklassen befinden sich Ihre NutzerInnen jedoch häufiger in der Ausbildung bzw. sind erwerbstätig.
- Mehr als 50% Ihrer NutzerInnen hat ein Nettoeinkommen unter der Armutsgrenze; im Vergleich zu allen Bahnhofsmmissionen sind dies jedoch vergleichsweise wenig Personen (über 75% aller NutzerInnen der Bahnhofsmmissionen in Deutschland gilt als arm); die Gruppe der Gäste hat im Durchschnitt die geringsten finanziellen Mittel monatlich zur Verfügung.

4 Ergebnisse

Folie 62

4.1 Soziodemographische Befunde – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Im Vergleich zu Bahnhofsmmissionen anderer Größenklassen haben überproportional viele Ihrer NutzerInnen einen festen Wohnsitz; die Gruppe der Gäste gibt durchweg an, am stärksten von Wohnungslosigkeit betroffen zu sein.
- Die NutzerInnen der Bahnhofsmmission geben im Vergleich zum Bundesdurchschnitt überproportional an, sie haben eine Behinderung; der höchste Anteil von Personen mit Behinderung findet sich in der Gruppe der Reisenden wieder.

4 Ergebnisse

Folie 63

4.1 Soziodemographische Befunde – *Zusammenfassung (50–100.000 EW)*

- Im Vergleich zu Bahnhofsmmissionen anderer Größenklassen nutzen relative viele über 40-jährige Ihre Angebote; in der Gruppe der Reisenden befinden sich in allen Bahnhofsmmissionen überproportional viele Personen mit einem Alter von über 65 Jahren.
- Männer nutzen die Angebote der Bahnhofsmmission im Vergleich zu Frauen häufiger; ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis weist nur die Gruppe der Reisenden auf.
- In der Gruppe der Gäste leben erheblich weniger Menschen in einer festen Partnerschaft als in der Gruppe der Reisenden und Nichtnutzer.
- In der Gruppe der Gäste (i.w.S.) befinden sich überproportional viele Menschen ohne beruflich qualifizierenden Bildungsabschluss.
- Überproportional viele Ihrer NutzerInnen sind entweder erwerbslos oder im Ruhestand.
- Über 85% Ihrer NutzerInnen bezieht ein Nettoeinkommen unter der Armutsgrenze; in keiner Größengruppe ist dieser Wert noch höher.
- Die Gruppe der Gäste gibt durchweg an, am stärksten von Wohnungslosigkeit betroffen zu sein.
- Die NutzerInnen der Bahnhofsmmissionen Ihrer Größenklasse geben am häufigsten an, eine Behinderung zu haben; der höchste Anteil von Personen mit Behinderung findet sich in der Gruppe der Reisenden wieder.

4 Ergebnisse

Folie 64

4.1 Soziodemographische Befunde – *Zusammenfassung (100–500.000 EW)*

- In der Gruppe der Reisenden befinden sich in allen Bahnhofsmmissionen überproportional viele Personen mit einem Alter von über 65 Jahren.
- Männer nutzen die Angebote der Bahnhofsmmission im Vergleich zu Frauen häufiger (diese Ungleichheit ist in Bahnhofsmmissionen Ihrer Größe am stärksten ausgeprägt); ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis weist nur die Gruppe der Reisenden auf.
- In der Gruppe der Gäste leben erheblich weniger Menschen in einer festen Partnerschaft als in der Gruppe der Reisenden und Nichtnutzer.
- In der Gruppe der Gäste (i.w.S.) befinden sich überproportional viele Menschen ohne beruflich qualifizierenden Bildungsabschluss.
- Überproportional viele Ihrer NutzerInnen sind entweder erwerbslos oder im Ruhestand; in Ihrer Größengruppe ist der Anteil erwerbsloser NutzerInnen sehr stark vertreten.
- Über 80% Ihrer NutzerInnen bezieht ein Nettoeinkommen unter der Armutsgrenze.
- Die Gruppe der Gäste gibt durchweg an, am stärksten von Wohnungslosigkeit betroffen zu sein; die NutzerInnen der Bahnhofsmmissionen Ihrer Größenklasse sind doppelt so häufig von Wohnungslosigkeit betroffen als NutzerInnen der Bahnhofsmmissionen in Standorten mit 50-100.000 Einwohnern.
- Der höchste Anteil von Personen mit Behinderung findet sich in der Gruppe der Reisenden wieder.

4 Ergebnisse

Folie 65

4.1 Soziodemographische Befunde – *Zusammenfassung (über 500.000 EW)*

- In der Gruppe der Reisenden befinden sich in allen Bahnhofsmmissionen überproportional viele Personen mit einem Alter von über 65 Jahren; im Vergleich zu den Bahnhofsmmissionen in kleineren Standorten nutzen vergleichsweise viele junge Menschen Ihre Angebote.
- Männer nutzen die Angebote der Bahnhofsmmission im Vergleich zu Frauen häufiger; ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis weist nur die Gruppe der Reisenden auf.
- In der Gruppe der Gäste leben erheblich weniger Menschen in einer festen Partnerschaft als in der Gruppe der Reisenden und Nichtnutzer.
- In der Gruppe der Gäste (i.w.S.) befinden sich überproportional viele Menschen ohne beruflich qualifizierenden Bildungsabschluss.
- Überproportional viele Ihrer NutzerInnen sind entweder erwerbslos oder im Ruhestand; in Ihrer Größengruppe ist der Anteil erwerblosler NutzerInnen am stärksten vertreten.
- Über 75% Ihrer NutzerInnen bezieht ein Nettoeinkommen unter der Armutsgrenze.
- Die Gruppe der Gäste gibt durchweg an, am stärksten von Wohnungslosigkeit betroffen zu sein; die NutzerInnen der Bahnhofsmmissionen Ihrer Größenklasse sind insgesamt am stärksten von Wohnungslosigkeit betroffen.
- Der höchste Anteil von Personen mit Behinderung findet sich in der Gruppe der Reisenden wieder.

Folie 66

4 Ergebnisse

4.2 Persönliche Lebenswelt

4 Ergebnisse

Folie 67

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Gesamtüberblick*

Vorbemerkung

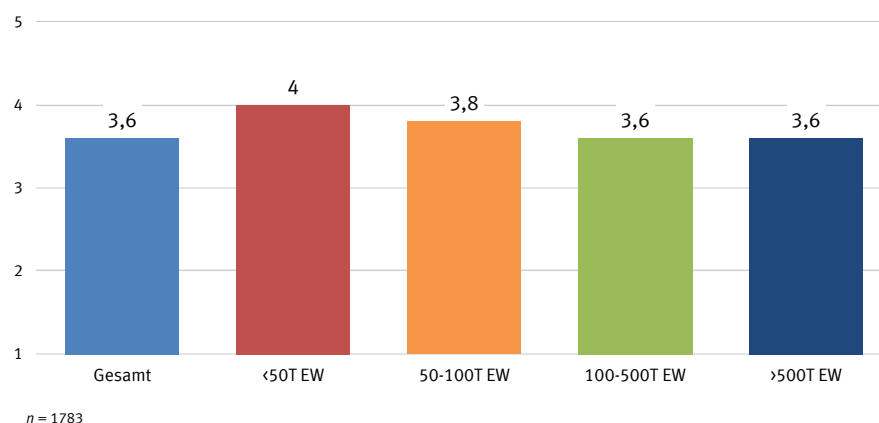
- Als globaler Indikator für das Wohlergehen der BefragungsteilnehmerInnen aus der Perspektive ihrer persönlichen Lebenswelt wird in den folgenden Folien deren Selbstwert-einschätzung dargestellt. Diese wurde ermittelt, indem die Befragten zu Aussagen wie „Alles in allem bin ich mit mir selbst zufrieden“ oder „Ich habe in meinem Leben alles richtig gemacht“ durch Ankreuzen einer Antwortskala zwischen 1 = „Stimme gar nicht zu“ und 5 = „Stimme völlig zu“ Stellung nehmen sollten. Die Antworten auf die neun Aussagen im Fragebogen wurden dann zu einem einzelnen Durchschnittswert zusammengefasst.
- Werte im Bereich **4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert**. Werte in einem Bereich **um 3 sprechen für einen mittleren Selbstwert**. Werte von **1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin**.
- Collani und Herzberg wiesen in ihrer Studie aus dem Jahr 2013 einen Vergleichswert von durchschnittlich 4,07 aus. In der untersuchten Stichprobe wurden Studierende und Erwerbstätige befragt.
- **Unterschiede von über 0,3 Punkten** (z.B. 4,0 im Vergleich zu 3,6) **in der Selbstwertein-schätzung können als statistisch substantiell und bedeutsam angesehen werden**.

4 Ergebnisse

Folie 68

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Gesamtüberblick*

Selbstwerteinschätzung: Werte der Befragten

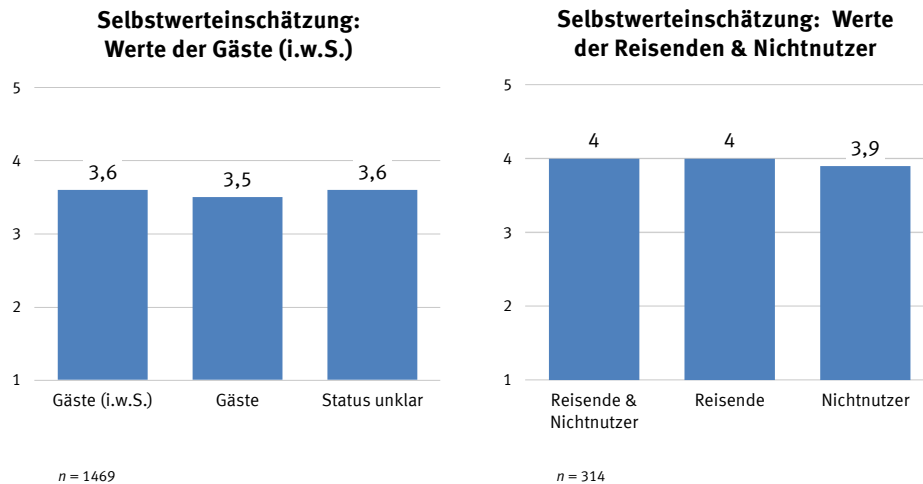


Anmerkungen:

Werte im Bereich 4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert. Werte in einem Bereich um 3 sprechen für einen mittleren Selbstwert. Werte von 1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin.

4 Ergebnisse

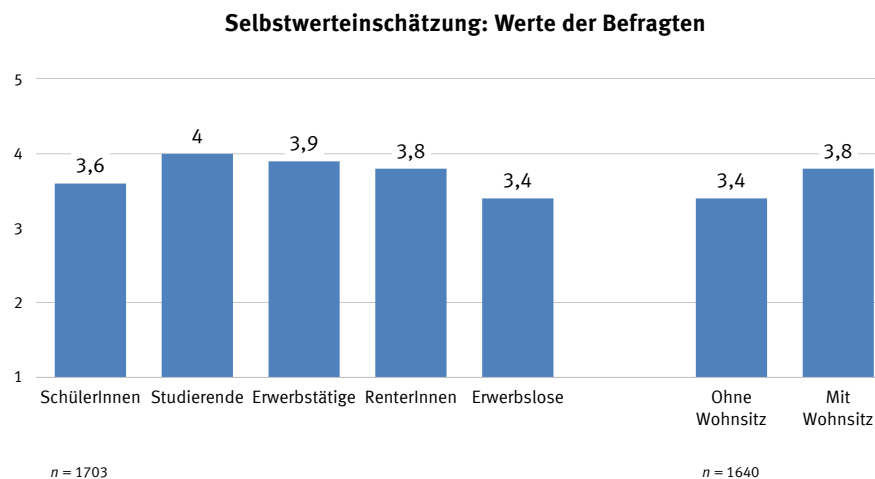
Folie 69

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen***Anmerkungen:**

Werte im Bereich 4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert. Werte in einem Bereich um 3 sprechen für einen mittleren Selbstwert. Werte von 1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin.

4 Ergebnisse

Folie 70

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Gesamtüberblick nach Erwerbstätigkeit und Wohnsitz der Befragten***Anmerkungen:**

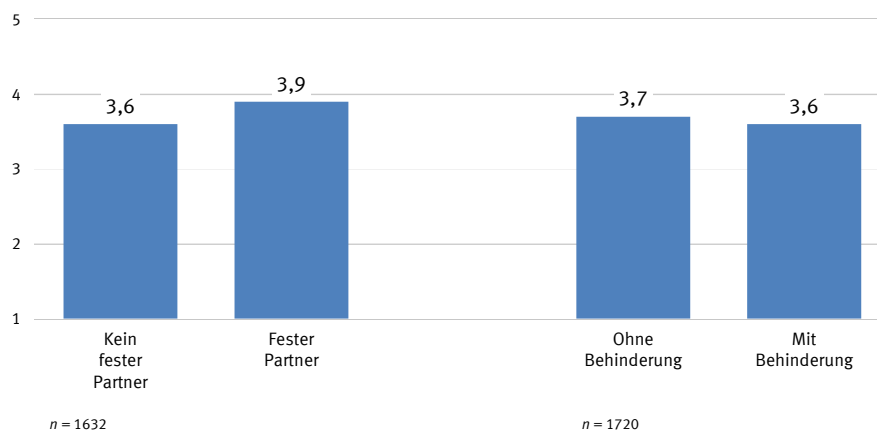
Werte im Bereich 4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert. Werte in einem Bereich um 3 sprechen für einen mittleren Selbstwert. Werte von 1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin.

4 Ergebnisse

Folie 71

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Gesamtüberblick nach Familienstand und Behinderung*

Selbstwerteinschätzung: Werte der Befragten



Anmerkungen:

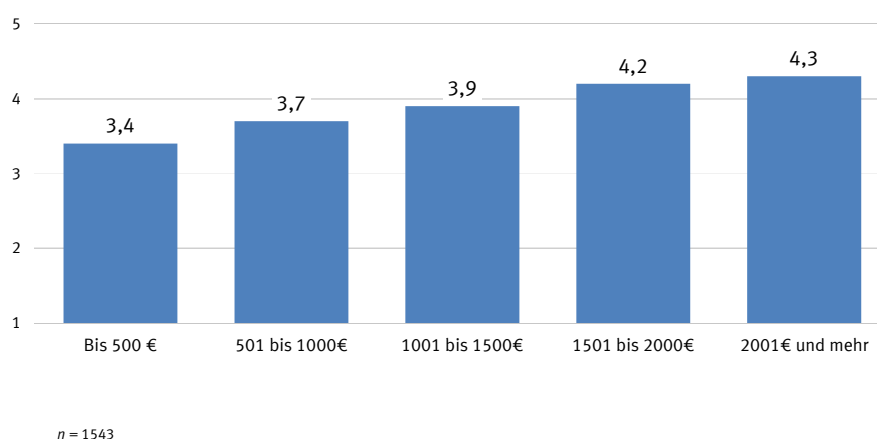
Werte im Bereich 4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert. Werte in einem Bereich um 3 sprechen für einen mittleren Selbstwert. Werte von 1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin.

4 Ergebnisse

Folie 72

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Gesamtüberblick nach monatlichem Nettoeinkommen*

Selbstwerteinschätzung: Werte der Befragten



Anmerkungen:

Werte im Bereich 4 bis 5 sprechen für einen hohen Selbstwert. Werte in einem Bereich um 3 sprechen für einen mittleren Selbstwert. Werte von 1 bis 2 weisen auf einen geringen Selbstwert hin.

4 Ergebnisse

Folie 73

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Im Vergleich zu den Bahnhofsmissionen anderer Größengruppen geben Ihre NutzerInnen die höchsten Selbstwerteinschätzungen an
- Die Befragten aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ (sowie insbesondere die Gäste) geben im Durchschnitt geringere Selbstwerte an als Personen der Gruppe „Reisende und Nichtnutzer“
- Erwerbslose Personen schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als nicht erwerbslose Personen
- Personen ohne festen Wohnsitz schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Wohnsitz
- Personen ohne festen Partner schätzen die eigene persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Partner.
- Je höher das Nettoeinkommen einer Person, umso besser schätzt diese Person auch die eigene persönliche Lebenssituation ein.
- Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Teilgruppen (z.B. Gäste im Vergleich zu Reisenden) weniger stark als erwartet. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Personen die eigene Lebenssituation immer im Vergleich zu anderen Personen aus dem eigenen sozialen Kontext einschätzen.

4 Ergebnisse

Folie 74

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Zusammenfassung (50–100.000 EW)*

- Im Vergleich zu den Bahnhofsmissionen anderer Größengruppen geben Ihre NutzerInnen die zweithöchsten Selbstwerteinschätzungen an.
- Die Befragten aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ (sowie insbesondere die Gäste) geben im Durchschnitt geringere Selbstwerte an als Personen der Gruppe „Reisende und Nichtnutzer“.
- Erwerbslose Personen schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als nicht erwerbslose Personen.
- Personen ohne festen Wohnsitz schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Wohnsitz.
- Personen ohne festen Partner schätzen die eigene persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Partner.
- Je höher das Nettoeinkommen einer Person, umso besser schätzt diese Person auch die eigene persönliche Lebenssituation ein.
- Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Teilgruppen (z.B. Gäste im Vergleich zu Reisenden) weniger stark ausgeprägt als erwartet. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Personen die eigene Lebenssituation immer im Vergleich zu anderen Personen aus dem eigenem sozialen Kontext einschätzen.

4 Ergebnisse

Folie 75

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Zusammenfassung (100–500.000 EW)*

- Im Vergleich zu den Bahnhofsmissionen anderer Größengruppen geben Ihre NutzerInnen die zweitniedrigsten Selbstwerteinschätzungen an.
- Die Befragten aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ (sowie insbesondere die Gäste) geben im Durchschnitt geringere Selbstwerte an als Personen der Gruppe „Reisende und Nichtnutzer“.
- Erwerbslose Personen schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als nicht erwerbslose Personen.
- Personen ohne festen Wohnsitz schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Wohnsitz.
- Personen ohne festen Partner schätzen die eigene persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Partner.
- Je höher das Nettoeinkommen einer Person, umso besser schätzt diese Person auch die eigene persönliche Lebenssituation ein.
- Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Teilgruppen (z.B. Gäste im Vergleich zu Reisenden) weniger stark ausgeprägt als erwartet. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Personen die eigene Lebenssituation immer im Vergleich zu anderen Personen aus dem eigenem sozialen Kontext einschätzen.

4 Ergebnisse

Folie 76

4.2 Persönliche Lebenswelt – *Zusammenfassung (über 500.000 EW)*

- Im Vergleich zu den Bahnhofsmissionen anderer Größengruppen geben Ihre NutzerInnen die niedrigsten Selbstwerteinschätzungen an.
- Die Befragten aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ (sowie insbesondere die Gäste) geben im Durchschnitt geringere Selbstwerte an als Personen der Gruppe „Reisende und Nichtnutzer“.
- Erwerbslose Personen schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als nicht erwerbslose Personen.
- Personen ohne festen Wohnsitz schätzen ihre persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Wohnsitz.
- Personen ohne festen Partner schätzen die eigene persönliche Lebenssituation schlechter ein als Personen mit festem Partner.
- Je höher das Nettoeinkommen einer Person, umso besser schätzt diese Person auch die eigene persönliche Lebenssituation ein.
- Insgesamt sind die Unterschiede zwischen den Teilgruppen (z.B. Gäste im Vergleich zu Reisenden) weniger stark ausgeprägt als erwartet. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Personen die eigene Lebenssituation immer im Vergleich zu anderen Personen aus dem eigenem sozialen Kontext einschätzen.

4 Ergebnisse

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche

4 Ergebnisse

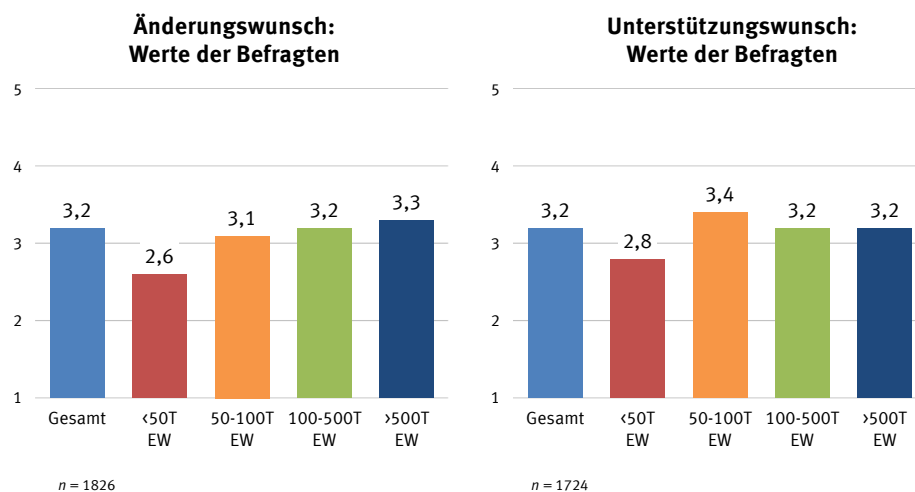
4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick*

Vorbemerkung

- Die BefragungsteilnehmerInnen wurden befragt, *ob sie etwas an ihrem Leben ändern möchten und ob sie sich dafür Unterstützung wünschen.*
- Zur Beantwortung dieser Frage konnten die BefragungsteilnehmerInnen zwischen 1 = „Stimme gar nicht zu“ und 5 = „Stimme völlig zu“ ankreuzen.
- *Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten.*
- *Die gleiche Interpretation ist bei dem Wunsch zur Unterstützung möglich.* Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten sich Unterstützung zur Änderung ihrer Lebenssituation sehr wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten sich keinerlei Unterstützungsleistung wünschen.
- *Unterschiede von über 0,6 Punkten* (z.B. 3,6 im Vergleich zu 2,5) in dem Änderungs- bzw. dem Unterstützungswunsch können als statistisch *substantiell und bedeutsam* angesehen werden.

4 Ergebnisse

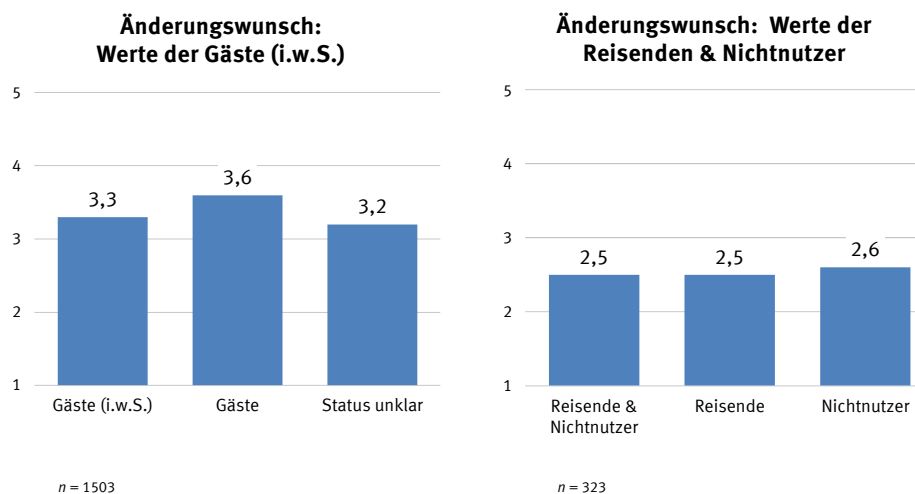
Folie 79

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick***Anmerkungen:**

Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

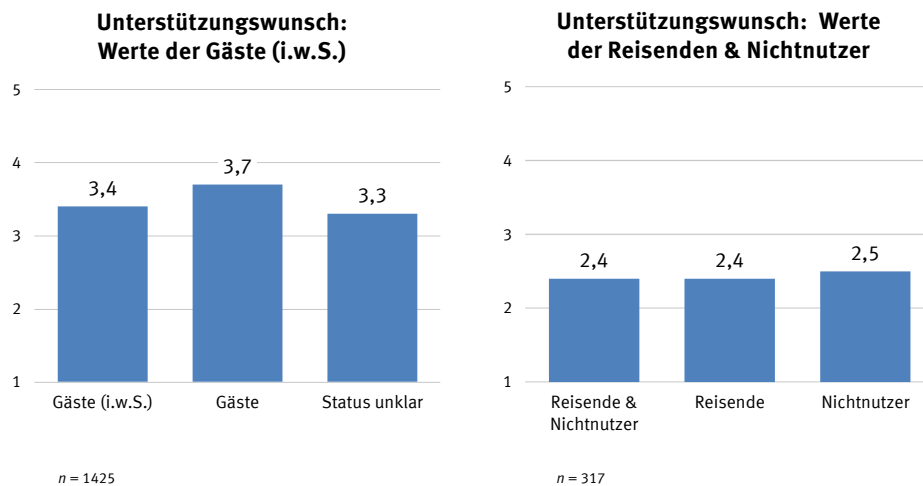
Folie 80

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen***Anmerkungen:**

Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

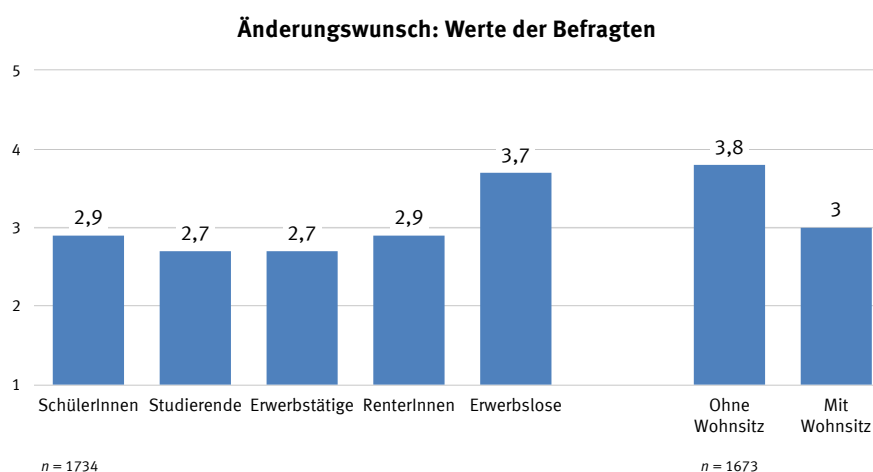
Folie 81

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen***Anmerkungen:**

Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 82

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach Erwerbstätigkeit und Wohnsitz der Befragten***Anmerkungen:**

Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 83

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach Erwerbstätigkeit und Wohnsitz der Befragten*

Unterstützungswunsch: Werte der Befragten

**Anmerkungen:**

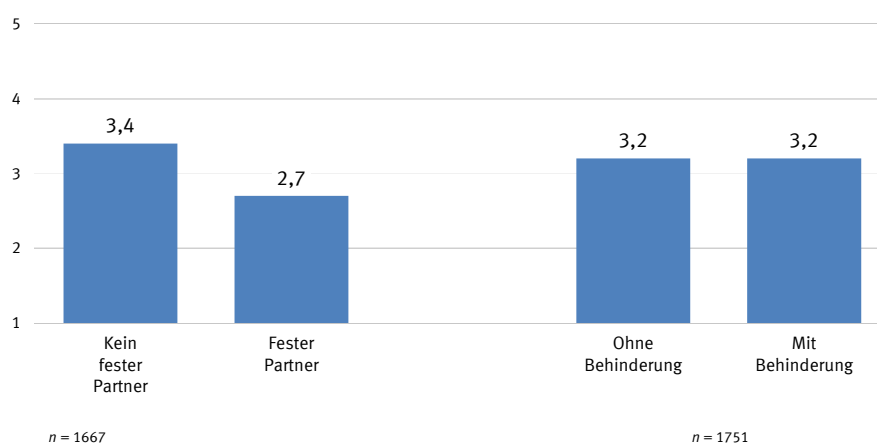
Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 84

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach Familienstand und Behinderung*

Änderungswunsch: Werte der Befragten

**Anmerkungen:**

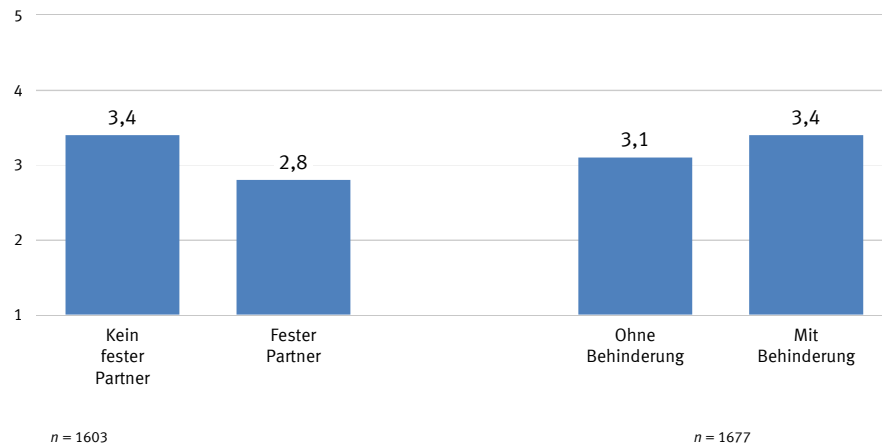
Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 85

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach Familienstand und Behinderung*

Unterstützungswunsch: Werte der Befragten

**Anmerkungen:**

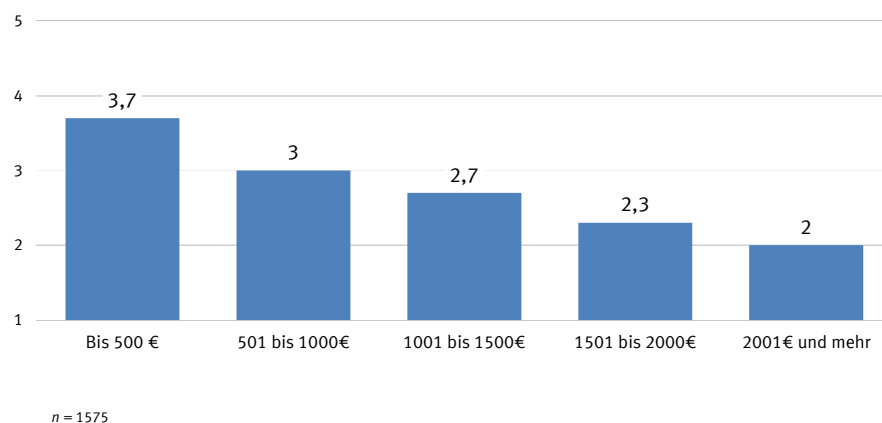
Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 86

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach monatlichem Nettoeinkommen*

Änderungswunsch: Werte der Befragten

**Anmerkungen:**

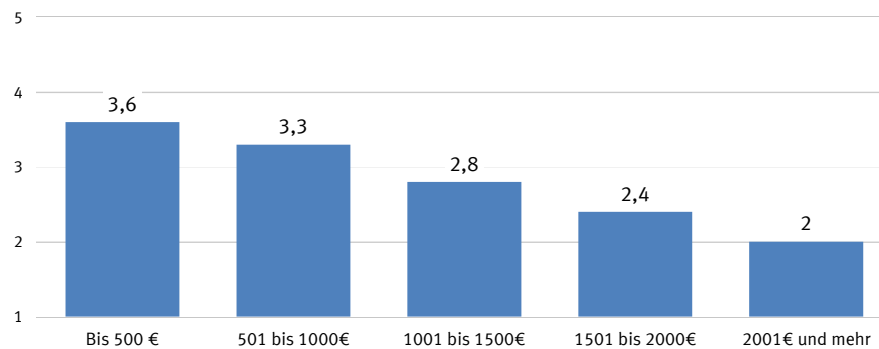
Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 87

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Gesamtüberblick nach monatlichem Nettoeinkommen*

Unterstützungswunsch: Werte der Befragten



$n = 1510$

Anmerkungen:

Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben gerne stark ändern würden sowie sich dazu Unterstützung wünschen. Niedrige Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten ihr Leben nicht ändern möchten bzw. sich keine Unterstützung wünschen.

4 Ergebnisse

Folie 88

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Im Vergleich zu den Bahnhofsmissionen anderer Größengruppen geben Ihre NutzerInnen am seltensten an, das eigene Leben ändern zu wollen.
- Personen der Gruppe „Gäste“, Personen ohne festen Wohnsitz, Personen ohne festen Partner sowie erwerbslose Personen möchten an dem eigenen Leben am ehesten etwas ändern.
- Personen, die angeben, ihr Leben gern ändern zu wollen, wünschen sich hierzu in der Regel auch Unterstützung von anderen.

4 Ergebnisse

Folie 89

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Zusammenfassung (50–100.000 EW)*

- Die NutzerInnen der Bahnhofsmmissionen Ihrer Größenklasse wünschen sich am stärksten, bei Änderungsvorhaben im eigenen Leben von anderen Personen bzw. Stellen unterstützt zu werden.
- Personen der Gruppe „Gäste“, Personen ohne festen Wohnsitz, Personen ohne festen Partner sowie erwerbslose Personen möchten an dem eigenen Leben am ehesten etwas ändern.
- Personen, die angeben, ihr Leben gern ändern zu wollen, wünschen sich hierzu in der Regel auch Unterstützung von anderen.

4 Ergebnisse

Folie 90

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Zusammenfassung (100–500.000 EW)*

- Personen der Gruppe „Gäste“, Personen ohne festen Wohnsitz, Personen ohne festen Partner sowie erwerbslose Personen möchten an dem eigenen Leben am ehesten etwas ändern.
- Personen, die angeben, ihr Leben gern ändern zu wollen, wünschen sich hierzu in der Regel auch Unterstützung von anderen.

4 Ergebnisse

Folie 91

4.3 Änderungs- & Unterstützungswünsche – *Zusammenfassung (über 500.000 EW)*

- Im Vergleich zu den Bahnhofsmissionen anderer Größengruppen geben Ihre NutzerInnen am ehesten an, das eigene Leben ändern zu wollen.
- Personen der Gruppe „Gäste“, Personen ohne festen Wohnsitz, Personen ohne festen Partner sowie erwerbslose Personen möchten an dem eigenen Leben am ehesten etwas ändern.
- Personen, die angeben, ihr Leben gern ändern zu wollen, wünschen sich hierzu in der Regel auch Unterstützung von anderen.

Folie 92

4 Ergebnisse

4.4 Nutzungsverhalten

(Bekanntheit und Nutzung der Teilangebote)

4 Ergebnisse

Folie 93

4.4 Nutzungsverhalten – Gesamtüberblick

Vorbemerkung

- Die BefragungsteilnehmerInnen wurden gefragt, **inwiefern sie die verschiedenen Angebote der Bahnhofsmision kennen und nutzen**. Des Weiteren wurde gefragt, **ob sie die Angebote öfters nutzen und ob die Nutzung der Angebote ihnen bereits geholfen hat**.
- Die Daten werden auf den folgenden Folien tabellarisch dargestellt:

Alle Befragten	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigerhilfe	74%	32%	52%	80%

Auswertungskategorie Angebotstyp Ergebnisse

- Die erste **Prozentzahl** gibt jeweils an, **wie vielen der BefragungsteilnehmerInnen das jeweilige Angebot bekannt war** (z.B. 74%). Die zweite Zahl gibt an, **wie viele der BefragungsteilnehmerInnen, welchen das Angebot bekannt war, dieses auch schon genutzt haben** (z.B. 32% der Befragten, die das Angebot kannten). Die dritte Zahl gibt an, **wie viele der BefragungsteilnehmerInnen, welche das Angebot schon einmal in Anspruch genommen haben, dieses schon mehrfach nutzten** (z.B. 52% der Befragten, die das Angebot schon genutzt haben). Die letzte Zahl gibt an, **wie viele der BefragungsteilnehmerInnen, welche das Angebot schon einmal in Anspruch genommen haben, das Angebot für sich selber als hilfreich einschätzen** (z.B. 80% der Befragten, die das Angebot genutzt haben).

4 Ergebnisse

Folie 94

4.4 Nutzungsverhalten – Gesamtüberblick

Alle Befragten	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigerhilfe	74%	32%	52%	80%
Reisebegleitung	60%	18%	45%	82%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	63%	44%	36%	70%
Sanitäranlagen	53%	70%	53%	71%
Verpflegung	74%	88%	78%	82%
Kleider-/Versorgungsausgabe	57%	50%	38%	74%
Aufenthaltsmöglichkeit	76%	74%	81%	87%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	68%	46%	42%	73%
Gesprächsmöglichkeit	73%	73%	59%	69%
Akutnothilfe	62%	27%	34%	76%
Kids on Tour	49%	11%	52%	80%

n = 1923

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 95

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

Gäste (i.w.S.)	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigerhilfe	69%	27%	50%	76%
Reisebegleitung	56%	17%	45%	80%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	59%	40%	38%	67%
Sanitäranlagen	50%	71%	56%	70%
Verpflegung	70%	94%	81%	82%
Kleider-/Versorgungsausgabe	57%	58%	38%	74%
Aufenthaltsmöglichkeit	71%	77%	86%	88%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	67%	54%	42%	73%
Gesprächsmöglichkeit	70%	77%	61%	70%
Akutnothilfe	61%	32%	34%	76%
Kids on Tour	46%	9%	49%	75%

n = 1579

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 96

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

Reisende	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigerhilfe	59%	65%	55%	87%
Reisebegleitung	51%	26%	45%	88%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	50%	72%	33%	79%
Sanitäranlagen	43%	76%	42%	78%
Verpflegung	54%	70%	56%	84%
Kleider-/Versorgungsausgabe	32%	2%	66%	100%
Aufenthaltsmöglichkeit	59%	75%	52%	82%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	43%	5%	36%	70%
Gesprächsmöglichkeit	51%	64%	45%	68%
Akutnothilfe	42%	3%	34%	66%
Kids on Tour	37%	25%	57%	89%

n = 266

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 97

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

Nichtnutzer	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeilfe	21%	NA	NA	NA
Reisebegleitung	18%	NA	NA	NA
Auskünfte/Beratung bei Reisen	14%	NA	NA	NA
Sanitäranlagen	12%	NA	NA	NA
Verpflegung	17%	NA	NA	NA
Kleider-/Versorgungsausgabe	14%	NA	NA	NA
Aufenthaltsmöglichkeit	20%	NA	NA	NA
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	16%	NA	NA	NA
Gesprächsmöglichkeit	17%	NA	NA	NA
Akutnothilfe	12%	NA	NA	NA
Kids on Tour	13%	NA	NA	NA

n = 78

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein). Die Abkürzung „NA“ steht für „Nicht anwendbar“. Für „Nutzung“, „Nutzung öfters“, und „Hat geholfen“ können keine Werte ausgewiesen werden, da Nichtnutzer die Angebote der Bahnhofsmision bisher nicht genutzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 98

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach BM-Größe*

unter 50.000 EW	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeilfe	76%	49%	56%	73%
Reisebegleitung	68%	15%	62%	81%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	67%	57%	46%	64%
Sanitäranlagen	62%	71%	47%	80%
Verpflegung	72%	64%	63%	78%
Kleider-/Versorgungsausgabe	47%	27%	85%	76%
Aufenthaltsmöglichkeit	71%	66%	64%	79%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	68%	31%	60%	84%
Gesprächsmöglichkeit	69%	76%	53%	72%
Akutnothilfe	69%	23%	52%	79%
Kids on Tour	54%	6%	56%	78%

n = 256

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 99

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach BM-Größe*

50-100.000 EW	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeilfe	82%	36%	54%	83%
Reisebegleitung	66%	26%	46%	78%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	69%	47%	39%	67%
Sanitäranlagen	57%	67%	56%	66%
Verpflegung	71%	90%	86%	81%
Kleider-/Versorgungsausgabe	55%	52%	46%	75%
Aufenthaltsmöglichkeit	73%	74%	100%	97%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	66%	46%	51%	79%
Gesprächsmöglichkeit	72%	80%	72%	80%
Akutnothilfe	65%	23%	44%	88%
Kids on Tour	43%	12%	91%	82%

n = 209

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 100

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach BM-Größe*

100-500.000 EW	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeilfe	71%	32%	46%	81%
Reisebegleitung	57%	18%	47%	81%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	61%	41%	35%	70%
Sanitäranlagen	46%	63%	57%	70%
Verpflegung	71%	92%	85%	83%
Kleider-/Versorgungsausgabe	57%	51%	32%	74%
Aufenthaltsmöglichkeit	72%	74%	86%	88%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	65%	43%	41%	76%
Gesprächsmöglichkeit	71%	70%	69%	71%
Akutnothilfe	60%	24%	35%	73%
Kids on Tour	49%	9%	46%	77%

n = 865

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

4 Ergebnisse

Folie 101

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach BM-Größe*

über 500.000 EW	Bekanntheit	Nutzung	Nutzung öfters	Hat geholfen
Ein-, Aus-, Umsteigeilfe	68%	29%	56%	79%
Reisebegleitung	55%	17%	39%	84%
Auskünfte/Beratung bei Reisen	57%	44%	34%	73%
Sanitäranlagen	52%	75%	51%	72%
Verpflegung	69%	88%	71%	82%
Kleider-/Versorgungsausgabe	54%	51%	38%	74%
Aufenthaltsmöglichkeit	74%	75%	74%	86%
Beratung, Krisenhilfe, Vermittlung	65%	51%	38%	68%
Gesprächsmöglichkeit	69%	74%	48%	64%
Akutnothilfe	57%	33%	28%	75%
Kids on Tour	45%	14%	47%	82%

n = 593

Anmerkungen:

Bekanntheit = „Angebot war mir bekannt“ (ja/nein), Nutzung = „Habe ich schon genutzt“ (ja/nein), Nutzung öfters = „Nutze ich öfter“ (ja/nein), Hat geholfen = „Hat mir geholfen“ (ja/nein). Die Prozentwerte beziehen sich auf die Personen, die „ja“ angekreuzt haben.

Folie 102

4 Ergebnisse

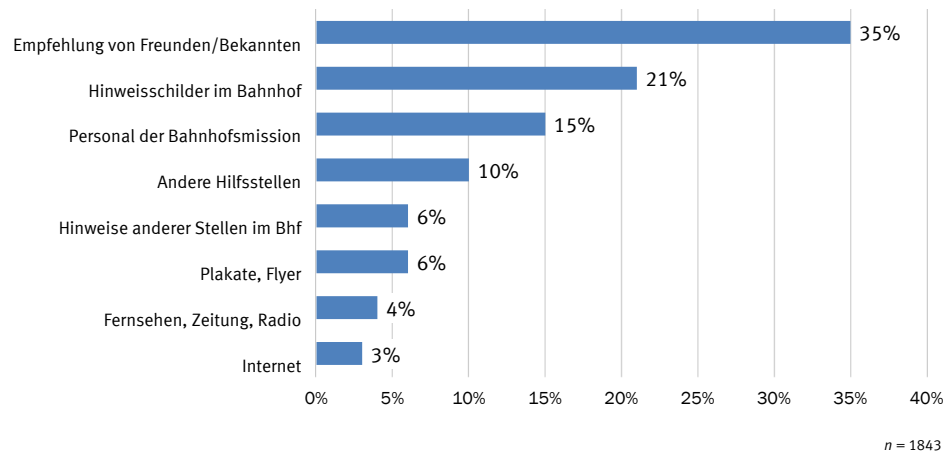
4.4 Nutzungsverhalten (Grund der ersten Nutzung)

4 Ergebnisse

Folie 103

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick*

Grund der ersten Nutzung: Werte der Befragten



Anmerkungen:

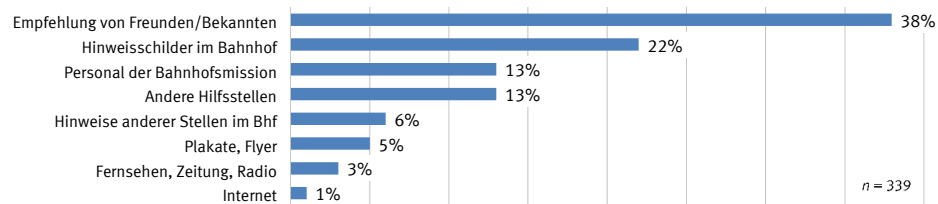
Es wurde gefragt, wie die NutzerInnen das erste Mal auf die Bahnmissionsmission aufmerksam wurden.

4 Ergebnisse

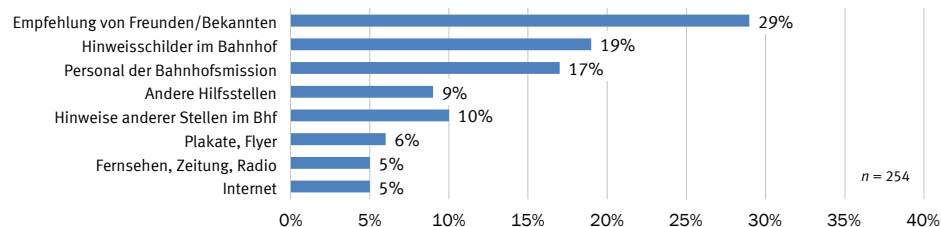
Folie 104

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*

Grund der ersten Nutzung: Werte der Gäste



Grund der ersten Nutzung: Werte der Reisenden

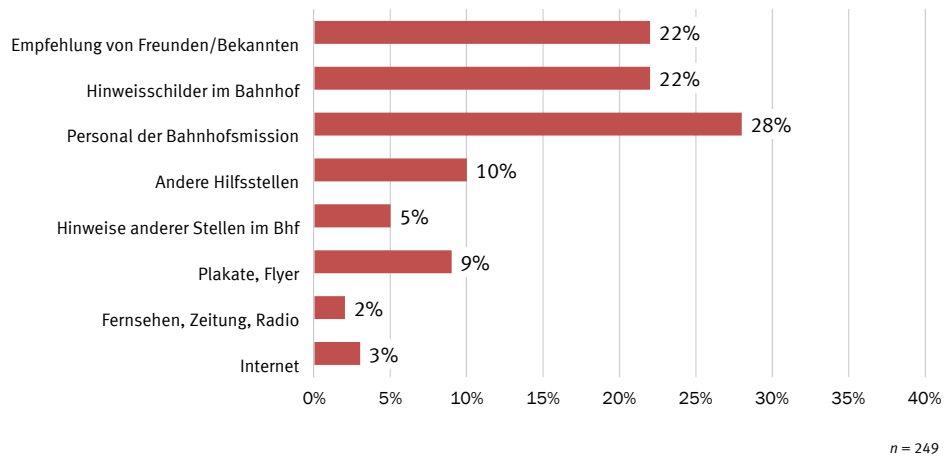


Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie die NutzerInnen das erste Mal auf die Bahnmissionsmission aufmerksam wurden.

4 Ergebnisse

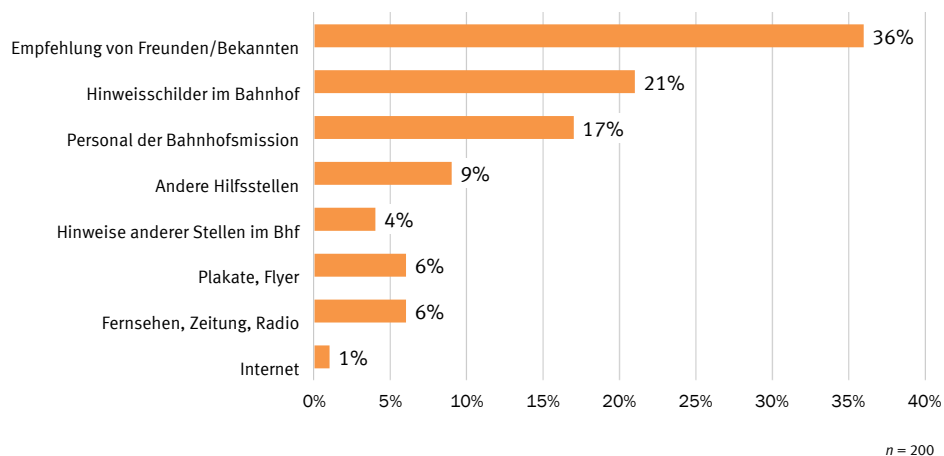
Folie 105

4.4 Nutzungsverhalten – Teilauswertung: unter 50.000 EW**Grund der ersten Nutzung: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

Es wurde gefragt, wie die NutzerInnen das erste Mal auf die Bahnhofsmision aufmerksam wurden.

4 Ergebnisse

Folie 106

4.4 Nutzungsverhalten – Teilauswertung: 50–100.000 EW**Grund der ersten Nutzung: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

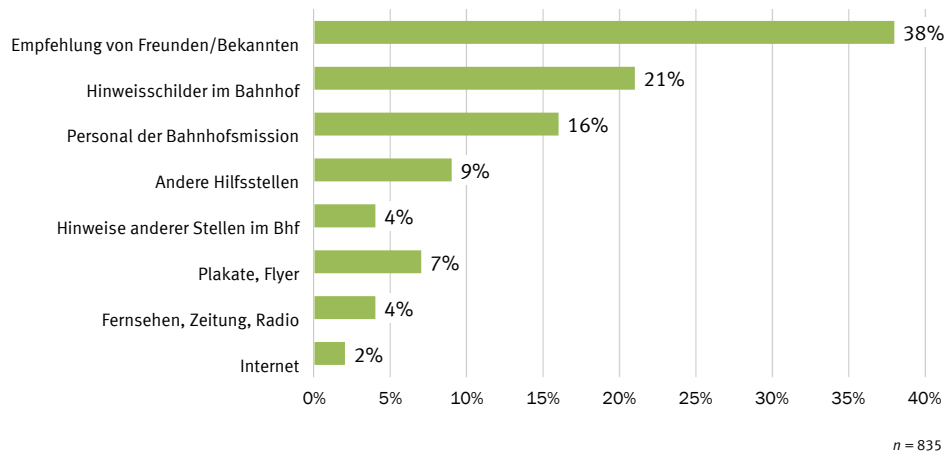
Es wurde gefragt, wie die NutzerInnen das erste Mal auf die Bahnhofsmision aufmerksam wurden.

4 Ergebnisse

Folie 107

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Grund der ersten Nutzung: Werte der Befragten



Anmerkungen:

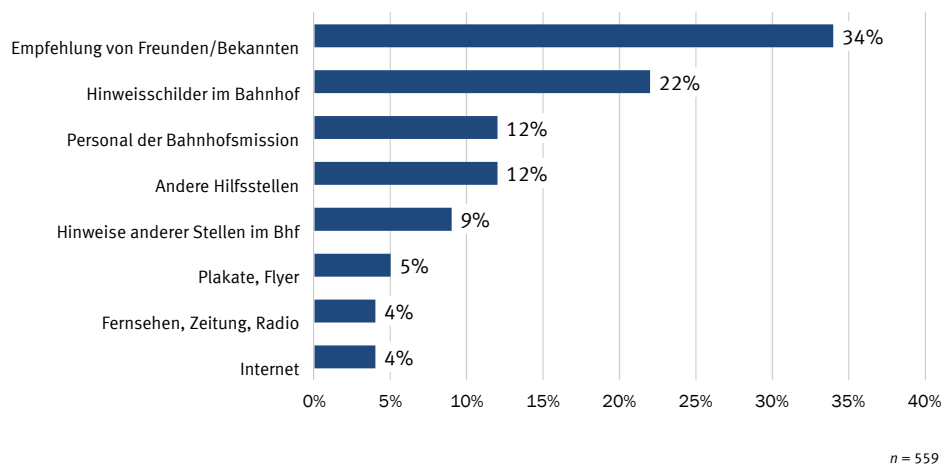
Es wurde gefragt, wie die NutzerInnen das erste Mal auf die Bahnhofsmision aufmerksam wurden.

4 Ergebnisse

Folie 108

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: mehr als 500.000 EW*

Grund der ersten Nutzung: Werte der Befragten



Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie die NutzerInnen das erste Mal auf die Bahnhofsmision aufmerksam wurden.

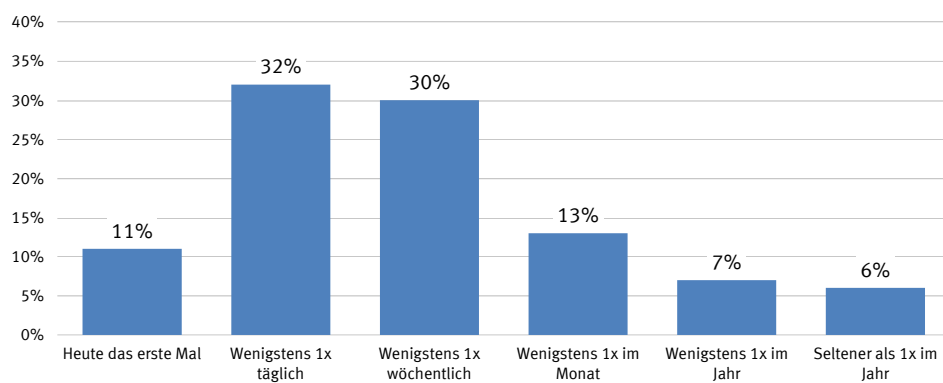
4 Ergebnisse

4.4 Nutzungsverhalten (Häufigkeit der Nutzung)

4 Ergebnisse

4.4 Nutzungsverhalten– *Gesamtüberblick*

Häufigkeit der Nutzung: Werte der Befragten



n = 1677

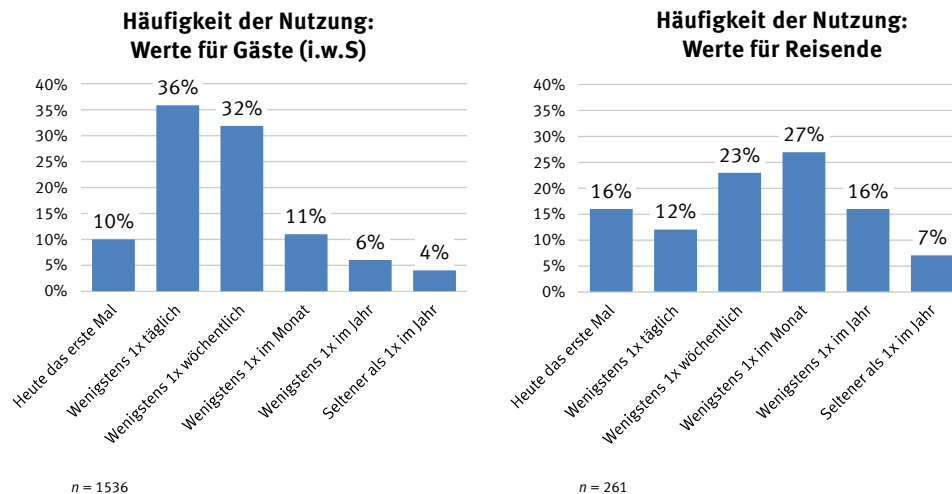
Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie häufig die NutzerInnen die Angebote der Bahnhofsmisson in Anspruch nehmen.

4 Ergebnisse

Folie 111

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*



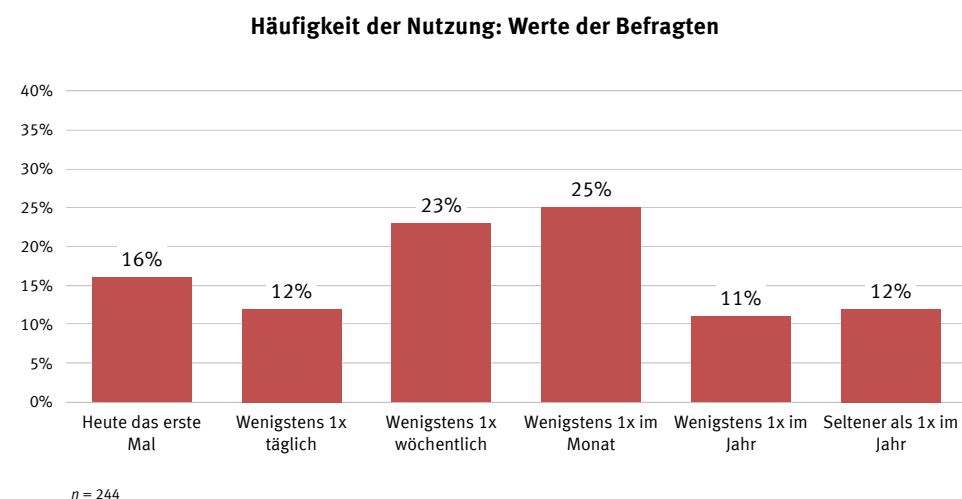
Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie häufig die NutzerInnen die Angebote der Bahnhofsmision in Anspruch nehmen.

4 Ergebnisse

Folie 112

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: unter 50.000 EW*



Anmerkungen:

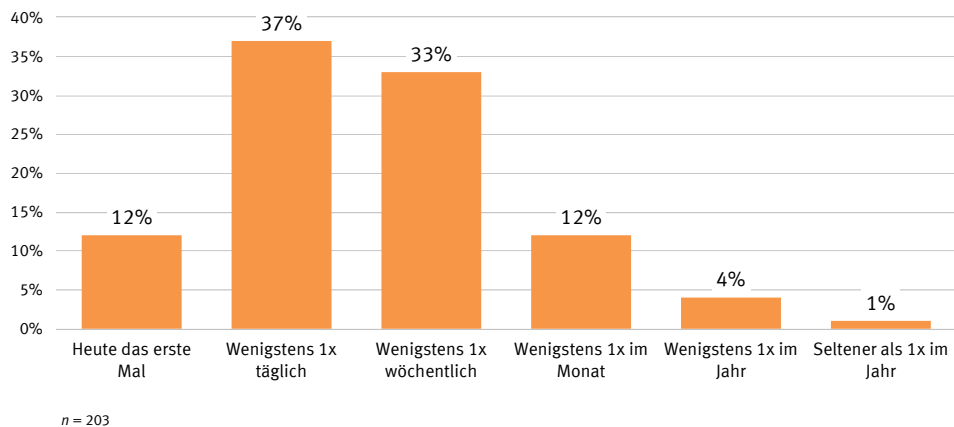
Es wurde gefragt, wie häufig die NutzerInnen die Angebote der Bahnhofsmision in Anspruch nehmen.

4 Ergebnisse

Folie 113

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 50–100.000 EW*

Häufigkeit der Nutzung: Werte der Befragten



Anmerkungen:

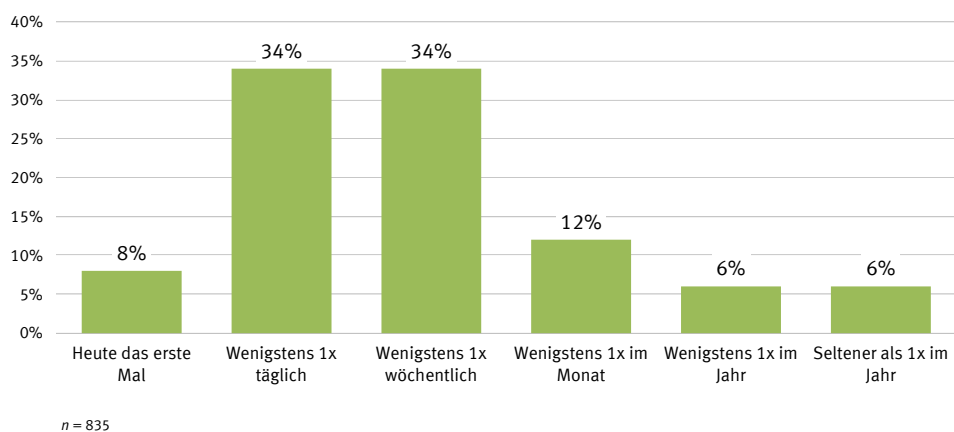
Es wurde gefragt, wie häufig die NutzerInnen die Angebote der Bahnhofsmision in Anspruch nehmen.

4 Ergebnisse

Folie 114

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Häufigkeit der Nutzung: Werte der Befragten

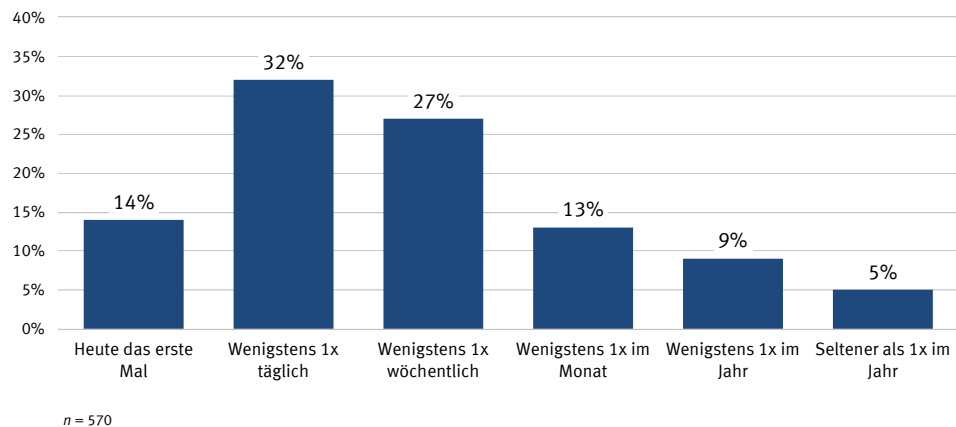


Anmerkungen:

Es wurde gefragt, wie häufig die NutzerInnen die Angebote der Bahnhofsmision in Anspruch nehmen.

4 Ergebnisse

Folie 115

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Häufigkeit der Nutzung: Werte der Befragten****Anmerkungen:**

Es wurde gefragt, wie häufig die NutzerInnen die Angebote der Bahnhofsmision in Anspruch nehmen.

Folie 116

4 Ergebnisse

4.4 Nutzungsverhalten (Nutzungsgründe)

4 Ergebnisse

Folie 117

4.4 Nutzungsverhalten

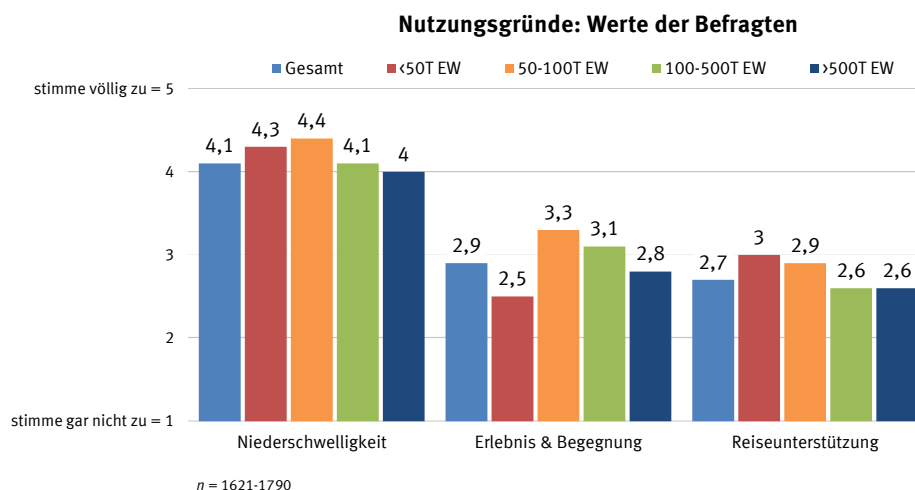
Vorbemerkung

- Im Fragebogen wurden die NutzerInnen gefragt, **warum sie die Angebote der Bahnhofsmision nutzen**. Hierzu wurden verschiedene Aussagen aufgelistet (z.B. „Weil das Angebot kostenlos ist“ oder „Weil ich dort Menschen treffen kann“). Zu diesen Aussagen konnten die Befragten Stellung nehmen, indem sie zwischen 1 = „Stimme gar nicht zu“ und 5 = „Stimme völlig zu“ ankreuzten. Die **22 verschiedenen Aussagen** wurden dann mittels statistischer Verfahren **zusammengefasst, sodass drei inhaltlich zusammengehörige Überkategorien entstanden**.
- Folgende **drei Überkategorien von Nutzungsgründen** konnten gefunden werden:
 - Niederschwelligkeit** (z.B. „Weil ich einfach ohne Termin und Druck kommen kann“, „Weil ich mich dort wohlfühle“, „Weil ich angenommen werde, wie ich bin“, „Weil ich anonym bleiben kann, wenn ich möchte“)
 - Erlebnis & Begegnung** (z.B. „Weil ich dort Menschen unterschiedlicher Schichten und Herkunft treffen kann“, „Weil ich gerne im Bahnhof bin“, „Weil ich dort Freunde und Bekannte treffen kann“)
 - Reiseunterstützung** (z.B. „Weil sie das Reisen für mich einfach machen“, „Weil ich nur so wirklich mobil sein kann“, „Weil ich nur so überhaupt reisen kann“)

4 Ergebnisse

Folie 118

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick*



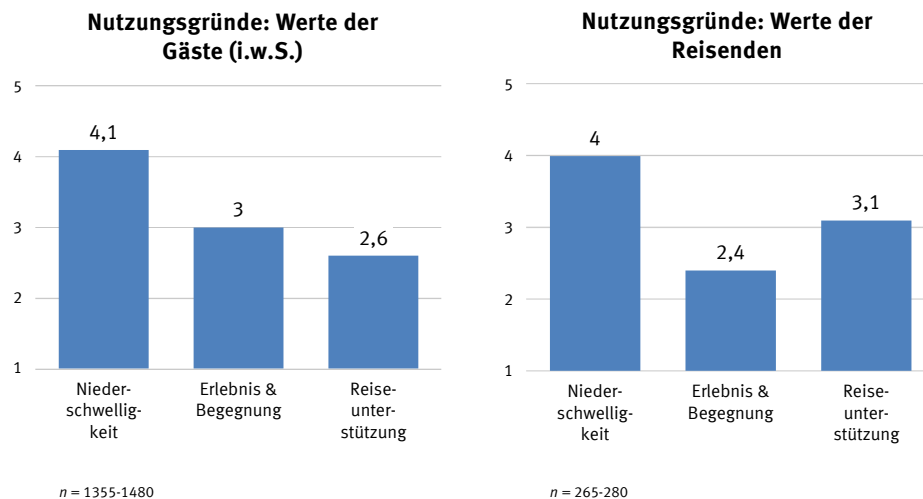
Anmerkungen:

Die Befragten konnten ihre Zustimmung zu Nutzungsgründen auf einer Antwortskala von 1 = „stimme gar nicht zu“ bis 5 = „stimme völlig zu“ darstellen. Höhere Werte stehen daher für eine stärkere Zustimmung.

4 Ergebnisse

Folie 119

4.4 Nutzungsverhalten – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*



Anmerkungen:

Die Befragten konnten ihre Zustimmung zu Nutzungsgründen auf einer Antwortskala von 1 = „stimme gar nicht zu“ bis 5 = „stimme völlig zu“ darstellen. Höhere Werte stehen daher für eine stärkere Zustimmung.

4 Ergebnisse

Folie 120

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: unter 50.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“

„Wenn es kalt ist, erhalte ich hier ein warmes Getränk und kann mich aufwärmen!“ (keine Zuordnung)

„Weil ich hier das schleswig-holsteinische Straßenmagazin „Hempels“ erhalte, das ich dann auf den Straßen Husums weiterverkaufe.“ (Reisender)

„Ich bin bei Reisen nicht auf fremde Hilfe angewiesen. Die Bahnhofsmision habe ich bisher nur 2 Mal in Anspruch genommen, wenn ich den Anschlusszug nicht mehr erreicht habe. Dafür an dieser Stelle noch einmal meinen herzlichen Dank.“ (Reisender)

„Weil am Aulendorfer Bahnhof die nettesten Menschen der deutschen Bahnhofsmisionen zu finden sind! Danke euch allen herzlich.“ (keine Zuordnung)

„Aufgrund meiner persönlichen Beziehung zu den Bahnhofsmision-Mitarbeitern!“ (Reisender)

4 Ergebnisse

Folie 121

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 50–100.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“**

„Weil ich so bei Geldproblemen etwas essen kann.“ (Gast)

„Die Bahnhofsmision ist wie eine „warme Stube“. Ich gehe dort regelmäßig hin, um nette Menschen kennenzulernen!“ (keine Zuordnung)

„Die Bahnhofsmision ist wie mein zweites Zuhause.“ (keine Zuordnung)

„Ich bin gerne bei der Bahnhofsmision.“ (keine Zuordnung)

„Ich gehe momentan gelegentlich zur Bahnhofsmision, weil ich täglich morgens zum Arzt muss und danach gerne mit anderen Menschen zusammen bin (ich wohne alleine) und etwas Heißes trinke.“ (Gast)

„Weil ich die Freundlichkeit der Mitarbeiter hier genieße.“ (keine Zuordnung)

„Weil alle Mitarbeiter immer sehr freundlich sind.“ (Gast)

„Ich bin froh, dass ich – gerade in Zug-Notfällen – zur Bahnhofsmision kann. Die Bahnhofsmision ist freundlich und warm, das ist eine große Hilfe.“ (Reisender)

4 Ergebnisse

Folie 122

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 50–100.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Ich war heute das erste Mal in der Bahnhofsmision, weil ich die Wartezeit überbrücken musste. Es war sehr herzlich und ich habe mich sehr wohl gefühlt. Es wäre schön, wenn es in Marburg auch eine geben würde.“ (keine Zuordnung)

„Wenn mein Rollstuhl Akku leer ist und kein Weiterkommen möglich ist, dann komme ich her zum Aufladen.“ (Reisender)

„Weil ich auf die Hilfe angewiesen bin und keine andere Transportmöglichkeit für mein Kind in Frage kommt.“ (Reisender)

„Für Menschen mit Kindern ist das Angebot ideal, hier kann ich schnell wickeln und Kaffee trinken während der Wartezeit.“ (Reisender)

„Weil die Räume von der Bahnhofsmision nicht stinken.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 123

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“

„Da ich obdachlos und mittellos bin und es sehr hilfreich ist, dass es so Einrichtungen wie diese hier gibt. Ich nutze es nicht aus, sondern weiß es sehr zu schätzen.“ (keine Zuordnung)

„Wie schon des Öfteren auch habe ich hier eine warme Mahlzeit bekommen, gerade in den Wintermonaten ist das sehr hilfreich.“ (keine Zuordnung)

„Ich gehe zur Bahnhofsmmission, weil dort ein warmer Ort ist an dem ich mich aufwärmen kann. Für den kostenlosen Kaffee gebe ich gerne eine Spende.“ (keine Zuordnung)

„Zurzeit bin ich immer zum Monatsende dort, weil ich dann immer pleite bin.“ (Gast)

„Eventuell bekomme ich dort, gerade an kalten Tagen, wie früher eine warme Suppe.“ (Gast)

„Weil ich leider alleinerziehend bin, sehr wenig verdiene und meine beiden Töchter sehr viel Hunger haben (Teenager). Ich bin dankbar für Essen, weil ich leider etwas arm bin.“ (keine Zuordnung)

„Das Essen ist lecker.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 124

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

„Es ist einfach angenehm und ich bin dort in jeder Hinsicht gut versorgt.“ (Gast)

„Weil sie da ist und was soll man sonst machen, wenn man außer dem Leben nichts hat.“ (Gast)

„Weil man als Mensch behandelt wird, ob arm oder reich, egal welcher Herkunft oder welchen Alters.“ (keine Zuordnung)

„Im Sinne dieser Fragen habe ich noch niemals nachgedacht. Wenn man Probleme hat, nimmt man ohne Nachzudenken jede Hilfe an. Danke, vielen Dank auch für die Zukunft!“ (keine Zuordnung)

„Ich bin sehr zufrieden. Hier hört man mir zu.“ (Gast)

„Weil ich dort Ruhe und Kraft sammeln kann. Ich bin sehr froh, dass es die Bahnhofsmmission gibt. Danke.“ (Gast)

4 Ergebnisse

Folie 125

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Weil man sowohl liebevoll als auch nett behandelt wird. Die zusätzliche Betreuung nur durch das Reden ist einfach toll.“ (keine Zuordnung)

„Die Bahnhofsmission ist eine sehr gute soziale Einrichtung, die nicht nur einen guten Ruf in punkto soziales Arrangement besitzt, sondern auch ein fachkompetentes Führungsteam im Hause hat. Man wird angehört und es wird einem zugesprochen, zudem wird man nie alleine gelassen mit seinen Problemen!“ (keine Zuordnung)

„Ich bin keine Reisende, habe aber jeden Tag mit vielen Menschen zu tun. Ab und zu muss ich mich einfach entspannen und runterkommen!“ (keine Zuordnung)

„Mir gefällt die Einrichtung sehr gut. Sie ist sauber und ordentlich, das Bad ist sehr sauber und das Personal ist sehr nett und hilft sehr gerne weiter.“ (Gast)

„Ich bin dort für Kaffee und Tee bei schlechtem Wetter, ab und zu mal ein Brot essen und um mich mit Bekannten zu unterhalten.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 126

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Weil ich einfach unter Menschen sein kann, wenn ich mich zu Hause einsam fühle.“ (keine Zuordnung)

„Weil es eine soziale Einrichtung ist.“ (keine Zuordnung)

„Zu Zeiten an denen die Bahnhofsmission nicht verfügbar ist (zum Beispiel sonntags um 22:00 Uhr) nutze ich auch den Service der Bahn. Auch dort waren die helfenden Personen sehr nett.“ (Reisender)

„Weil ich mir hier Ratschläge für die Altenpflege einholen kann.“ (keine Zuordnung)

„Weil die Mitarbeiter sehr umfassende Stadtkenntnisse haben und sie mir diese deutschlandweit in fast jeder großen Stadt auch sehr freundlich mitteilen. Außerdem kann man sich mit den Mitarbeitern sehr gut unterhalten.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 127

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

„Mir wird hier auch geholfen, wenn ich Fragen habe.“ (keine Zuordnung)

„Weil die Mitarbeiter der BM Würzburg extrem freundlich sind.“ (keine Zuordnung)

„Weil ich mich mit den Mitarbeitern gut verstehe.“ (keine Zuordnung)

„Die Freundlichkeit der Mitarbeiter ist sehr angenehm, vor allem in einer schwierigen Lebenssituation.“ (Gast)

„Weil die Mitarbeiter nett und höflich sind und stets ein offenes Ohr haben.“ (keine Zuordnung)

„Weil die Mitarbeiter der Bahnhofsmision helfen und nett sind und weil ich dort Kaffee trinke.“ (keine Zuordnung)

„Man wird hier herzlich empfangen und das Personal ist auch sehr nett. Wenn was ist, kann man mit dem Personal reden ohne dass sie das weitererzählen.“ (Gast)

4 Ergebnisse

Folie 128

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

„Sympathie spielt für mich eine große Rolle. Diese habe ich in der Bahnhofsmision gefunden.“ (Gast)

„Weil ich gerne komme und diverse Mitarbeiter sehr gut leiden kann.“ (Gast)

„Die Mitarbeiter nehmen einen freundlich auf und kümmern sich gut. Sie helfen einem weiter und nehmen sich Zeit.“ (keine Zuordnung)

„Sie sind freundlich und zwar zu allen Menschen jeglicher Religion, Farbe und Sprache.“ (keine Zuordnung)

„Weil die Mitarbeiter meine Freunde sind.“ (keine Zuordnung)

„Die Mitarbeiter sind sehr höflich.“ (keine Zuordnung)

„Ich fühle mich mit einigen Personen des Personals persönlich verbunden.“ (Gast)

„Weil die Mitarbeiter da sind und sich Zeit nehmen.“ (keine Zuordnung)

„Weil dort freundliche Menschen sind.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 129

4.4 Nutzungsverhalten – Teilauswertung: 100–500.000 EW**Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Da ich gerne aktuell über das Tagesgeschehen informiert sein möchte, aber keine Zeitung abonniert habe, nutze ich gerne in der BM das Angebot, die örtliche Zeitung zu lesen.“ (keine Zuordnung)

„Weil es hier den besten Bio-Kaffee gibt.“ (keine Zuordnung)

„Es ist sehr schön mit Erlaubnis bei Ihnen ein bis zwei oder auch drei Kaffee früh am Morgen zu trinken. Um fünf Uhr fängt die Schicht an und es ist nicht einfach ab fünf Uhr auf den Beinen zu stehen.“ (Gast)

„Ich kann innerhalb Hessens verschiedene Bhf.-Missionen aufsuchen. Das ist interessant, weil jede Zweigstelle anders ist. Auch bei Fernreisen suche ich sehr gerne die BM auf.“ (Reisender)

„Weil man sich darauf verlassen kann.“ (Reisender)

„Ich reise immer mit der Bahnhofsmision in Halle, die Mitarbeiter dort sind sehr sehr gut und alles klappt immer reibungslos!“ (Reisender)

4 Ergebnisse

Folie 130

4.4 Nutzungsverhalten – Teilauswertung: 100–500.000 EW**Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Ich bin eine Frau mit zwei Kindern und für mich ist sehr wichtig, dass wir auch mit Kinderwagen und Gepäck reisen können. Dabei hilft mir die Bahnhofsmision.“ (keine Zuordnung)

„Manchmal ist es schwierig, wenn ich eine Verabredung habe oder auf einen Anschlusszug warte, einen ruhigen Aufenthaltsraum auf Bahnhöfen zu finden. Deshalb bin ich froh, dass es eine solche Einrichtung gibt.“ (Reisender)

„Der geplante Zug ist ausgefallen, dadurch haben wir die Mission genutzt und haben jetzt einen Einblick in die Tätigkeiten der Mission bekommen.“ (Reisender)

„Es gab eine Zugverspätung, der Zug kam erst gegen 5:00 Uhr und das „Sicherheitspersonal“ erlaubte keinen Aufenthalt im ungeheizten Warteraum.“ (keine Zuordnung)

„Weil ich dort die Zeit bis zu meinem Zug sehr angenehm verbringen kann!“ (Gast)

„Durch Ihre Unterstützung beim Umsteigen meiner Kinder konnten diese schon früh ohne Eltern zur Familie reisen.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 131

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

„Meine geschäftlichen Reisen sind oft kaum vorplanbar, die Bahnhofsmission ist daher oft die letzte Möglichkeit, um überhaupt reisen zu können.“ (Reisender)

„Ich habe das Angebot nur wahrgenommen wegen der Reisehilfeunterstützung.“ (keine Zuordnung)

„Wegen Kids on tour.“ (Reisender)

„Als in unserem Waggon Fußballchaoten Reizgas versprühten, bekam ich wegen meiner Allergien kaum noch Luft und hatte dicke Augen. Die BM hat mir sofort geholfen, getröstet und gefragt, ob sie einen Arzt holen sollen. Ich konnte aber später ohne Arzt meine Reise fortsetzen.“ (Gast)

„Als Treffpunkt für eine Verabredung.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 132

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“

„Als Opfer krimineller Gewalt mit der Folge der Obdachlosigkeit und weitgehender Finanzmittellosigkeit erlebe ich die Bahnhofsmission als Überlebenshilfe.“ (Gast)

„Durch Wohnungsverlust wurde ich hier von der Polizei abgeliefert.“ (keine Zuordnung)

„Ich bin froh, dass ich hier bin und dass ich manchmal Essen und warme Getränke bekomme. Ich komme gerne her.“ (keine Zuordnung)

„Preiswerte Geselligkeit hilft schon oft sehr weit.“ (Gast)

„Weil ich/wir hier wie gewöhnliche Menschen behandelt werden.“ (Gast)

„Ich persönlich habe die Bahnhofsmission durch einen privaten Misserfolg kennengelernt und dadurch gemerkt und gefühlt, dass man in solch einer Situation nicht allein ist und es vielen so geht. Das Wichtigste ist, dass man hier nicht desozialisiert wird. Danke.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 133

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Für mich bedeutet die Bahnhofsmision menschliche Nähe und Wärme.“ (keine Zuordnung)

„Weil nette Leute in die Bahnhofsmision kommen.“ (Gast)

„Ich bin seit ca. 20 Jahren Drogenkonsument und besuche die Mission gerne mal um eine kleine Pause von der Beschaffungsjagd zu machen.“ (keine Zuordnung)

„Ich komme gerne zur Bahnhofsmision da ich mich hier sehr wohl fühle. Ein Nachteil ist, dass die Hilfe mir gegenüber nachgelassen hat, wie z.B. die Tagessatzauszahlung.“ (keine Zuordnung)

„Ich werde dort gut aufgenommen, zumal ich verschiedene Probleme habe. Somit bin ich froh, dass es soziale Einrichtungen gibt wie sie die Bahnhofsmisionen darstellen.“ (Gast)

„Weil sie sehr sozial gegenüber anderen Menschen sind und jeder Hilfe bekommt, wenn er es möchte. Ich halte sie für notwendig!“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 134

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)**

„Nach dem Tod meiner Lebensgefährtin und einigen schlimmeren Erkrankungen war ich auf Hilfe angewiesen.“ (keine Zuordnung)

„Weil mir hier bei Formularen geholfen wird.“ (Gast)

„Weil es immer Hinweise auf andere Einrichtungen gibt.“ (Gast)

„Oft bekomme ich hier Hilfe für Medikamente. Danke!“ (keine Zuordnung)

„Weil ich die angenehme Atmosphäre und die freundlichen Mitarbeiter/innen schätze.“ (keine Zuordnung)

„Weil das Personal immer freundlich ist.“ (keine Zuordnung)

„Ich mag die Atmosphäre hier, den Mix aus vertrauten und neuen Gesichtern – insbesondere nehme ich die Bahnhofsmision als Schutzraum wahr.“ (keine Zuordnung)

„Man wird als Mensch wahrgenommen und man kann auch mal mit den Mitarbeitern quatschen. Ich sehe sie auch als Freunde.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 135

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

„Hier ist ein angenehmes, ruhiges und freundliches Klima, das durch die Mitarbeiter vermittelt wird. So kann ich auch etwas längere Zeit auf meinen Zug warten.“ (keine Zuordnung)

„Weil ich hier eine herzliche Stimmung genießen kann.“ (Gast)

„Weil ich hier als Rentner gut aufgehoben bin!“ (keine Zuordnung)

„Weil alle Leute dort sehr nett und freundlich sind.“ (keine Zuordnung)

„Weil wir kinderfreundlich aufgenommen und herzlich empfangen werden.“ (keine Zuordnung)

„Gute Leute, nettes Ambiente, alles gut!“ (keine Zuordnung)

„Ich bin zu 90% schwerbehindert und freue mich über jede Hilfe, die ich bekommen kann!“ (keine Zuordnung)

„Weil ich Kids on Tour brauche.“ (Reisender)

4 Ergebnisse

Folie 136

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

„Weil ich mein Kind bei Kids on Tour gut aufgehoben weiß, mein Kind sehr gerne mit den Betreuern fährt und ich froh bin, dass mein Kind so auch seinen Vater regelmäßig sehen kann. Danke dafür. (Reisender)

„Ich nutze die Bahnhoßmission für Kids on Tour.“ (Reisender)

„Wegen der Kinderlounge, die ich bislang in Nürnberg und Düsseldorf genutzt habe.“ (keine Zuordnung)

„Ich bin nur wegen Kids on Tour hier. Ich finde es super, dass es sowas gibt.“ (Reisender)

„Weil es sonst keine Möglichkeiten gibt, längere Wartezeiten mit Kindern zu verbringen“ (am Bahnhof) (keine Zuordnung)

„Die Kinderspielecke in Düsseldorf ist für meine beiden Kleinkinder super! Ansonsten nutze ich bei Fernreisen den Umsteigeservice (Kinderwagen, Gepäck).“ (Reisender)

„Weil ich die Zeit während langer Umsteigezeiten in den Räumlichkeiten verbringen kann.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 137

4.4 Nutzungsverhalten – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Nutzungsgründe“ (Fortsetzung)

- „Weil ich hier kostenlos die Zeitung lesen kann.“ (Gast)
- „Ich lese dort gerne die Zeitungen, die dort ausliegen.“ (keine Zuordnung)
- „Ich komme wegen der FAZ Lektüre beim Kaffeetrinken.“ (keine Zuordnung)
- „Um hier Ideen zu sammeln.“ (Gast)
- „Für Zwischenfälle.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 138

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Personen aus der Gruppe der Gäste (i.w.S.) gaben am häufigsten an, die unterschiedlichen Angebote der Bahnhofsmision zu kennen; am häufigsten wurden die Sanitäranlagen, die Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten genutzt; mehrfach genutzt wurden vor allem Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten.
- Zwischen ca. 70 und 90% der befragten NutzerInnen gab an, dass ihnen die Nutzung der Angebote geholfen hat.
- Von den Nichtnutzern kannten die meisten Personen die Angebote der Ein-, Aus-, Umsteighilfen sowie der Aufenthaltsmöglichkeiten; am wenigsten bekannt sind die Angebote der Sanitäranlagen sowie der Akutnothilfe; insgesamt sind sich nur wenige Nichtnutzer über die Angebote der Bahnhofsmision bewusst.
- Überproportional viele Menschen kamen das erste Mal mit der Bahnhofsmision in Kontakt, weil sie eine entsprechende Empfehlung von Freunden oder Bekannten erhielten; hohe Bedeutung für die Kontaktaufnahme haben auch Hinweisschilder im Bahnhof; die Nutzer der Bahnhofsmissionen Ihrer Größenklasse geben zudem an, dass das Personal der Bahnhofsmissionen zur ersten Kontaktaufnahme geführt hat.

4 Ergebnisse

Folie 139

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Im Vergleich zu Bahnhofsmissionen in größeren Standorten geben die Befragten weniger häufig an, die Angebote Ihrer Bahnhofsmission täglich zu benutzen; nichtsdestoweniger geben 60% Ihrer NutzerInnen an, die Angebote wenigstens einmal im Monat zu nutzen; Personen aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ gaben am häufigsten an, die Angebote der Bahnhofsmission wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen.
- Die meisten Befragten gaben an, die Angebote der Bahnhofsmission deshalb zu nutzen, weil diese niederschwellig zugänglich sind; in Ihrer Größenklasse fällt auf, dass vergleichsweise wenig Personen angeben, die Angebote aufgrund des Begegnungs- und Erlebnischarakters zu nutzen; Vergleichsweise viele Personen hingegen nutzen die Angebote, um mobil bleiben zu können.

4 Ergebnisse

Folie 140

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (50–100.000 EW)*

- Personen aus der Gruppe der Gäste (i.w.S.) gaben am häufigsten an, die unterschiedlichen Angebote der Bahnhofsmission zu kennen; am häufigsten wurden die Sanitäranlagen, die Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten genutzt; mehrfach genutzt wurden vor allem Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten.
- Zwischen ca. 70 und 90% der befragten NutzerInnen gab an, dass ihnen die Nutzung der Angebote geholfen hat.
- Von den Nichtnutzern kannten die meisten Personen die Angebote der Ein-, Aus-, Umsteighilfen sowie der Aufenthaltsmöglichkeiten; am wenigsten bekannt sind die Angebote der Sanitäranlagen sowie der Akutnothilfe; insgesamt sind sich nur wenige Nichtnutzer über die Angebote der Bahnhofsmission bewusst.
- Überproportional viele Menschen kamen das erste Mal mit der Bahnhofsmission in Kontakt, weil sie eine entsprechende Empfehlung von Freunden oder Bekannten erhielten; hohe Bedeutung für die Kontaktaufnahme haben auch Hinweisschilder im Bahnhof.

4 Ergebnisse

Folie 141

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (50–100.000 EW)*

- Ca. 70% Ihrer NutzerInnen gab an, die Angebote der Bahnhofsmissionen wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen; von diesen „Dauergästen“ gaben 50% an, die Angebote wenigstens einmal täglich zu nutzen; Personen aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ gaben am häufigsten an, die Angebote der Bahnhofsmission wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen.
- Die meisten Befragten gaben an, die Angebote der Bahnhofsmission deshalb zu nutzen, weil diese niederschwellig zugänglich sind; in Ihrer Größenklasse fällt auf, dass vergleichsweise viele Personen angeben, die Angebote aufgrund des Begegnungs- und Erlebnischarakters zu nutzen; Gleichzeitig nutzen auch viele Personen die Angebote, um mobil bleiben zu können.

4 Ergebnisse

Folie 142

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (100–500.000 EW)*

- Personen aus der Gruppe der Gäste (i.w.S.) gaben am häufigsten an, die unterschiedlichen Angebote der Bahnhofsmission zu kennen; am häufigsten wurden die Sanitäranlagen, die Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten genutzt; mehrfach genutzt wurden vor allem Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten.
- Zwischen ca. 70 und 90% der befragten NutzerInnen gab an, dass ihnen die Nutzung der Angebote geholfen hat.
- Von den Nichtnutzern kannten die meisten Personen die Angebote der Ein-, Aus-, Umsteighilfen sowie der Aufenthaltsmöglichkeiten; am wenigsten bekannt sind die Angebote der Sanitäranlagen sowie der Akutnothilfe; insgesamt sind sich nur wenige Nichtnutzer über die Angebote der Bahnhofsmission bewusst.
- Überproportional viele Menschen kamen das erste Mal mit der Bahnhofsmission in Kontakt, weil sie eine entsprechende Empfehlung von Freunden oder Bekannten erhielten; hohe Bedeutung für die Kontaktaufnahme haben auch Hinweisschilder im Bahnhof.

4 Ergebnisse

Folie 143

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (100–500.000 EW)*

- Fast 70% Ihrer NutzerInnen gab an, die Angebote der Bahnhofsmissionen wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen; von diesen „Dauergästen“ gaben die Hälfte an, die Angebote wenigstens einmal täglich zu nutzen; Personen aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ gaben am häufigsten an, die Angebote der Bahnhofsmission wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen.
- Die meisten Befragten gaben an, die Angebote der Bahnhofsmission deshalb zu nutzen, weil diese niederschwellig zugänglich sind.

4 Ergebnisse

Folie 144

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (über 500.000 EW)*

- Personen aus der Gruppe der Gäste (i.w.S.) gaben am häufigsten an, die unterschiedlichen Angebote der Bahnhofsmission zu kennen; am häufigsten wurden die Sanitäranlagen, die Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten genutzt; mehrfach genutzt wurden vor allem Verpflegungsangebote sowie die Aufenthalts- und Gesprächsmöglichkeiten.
- Zwischen ca. 70 und 90% der befragten NutzerInnen gab an, dass ihnen die Nutzung der Angebote geholfen hat.
- Von den Nichtnutzern kannten die meisten Personen die Angebote der Ein-, Aus-, Umsteighilfen sowie der Aufenthaltsmöglichkeiten; am wenigsten bekannt sind die Angebote der Sanitäranlagen sowie der Akutnothilfe; insgesamt sind sich nur wenige Nichtnutzer über die Angebote der Bahnhofsmission bewusst.
- Überproportional viele Menschen kamen das erste Mal mit der Bahnhofsmission in Kontakt, weil sie eine entsprechende Empfehlung von Freunden oder Bekannten erhielten; hohe Bedeutung für die Kontaktaufnahme haben auch Hinweisschilder im Bahnhof.

4 Ergebnisse

Folie 145

4.4 Nutzungsverhalten – *Zusammenfassung (über 500.000 EW)*

- 70% Ihrer NutzerInnen gab an, die Angebote der Bahnhofsmissionen wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen; von diesen „Dauergästen“ gaben mehr als 50% an, die Angebote wenigstens einmal täglich zu nutzen; Personen aus der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ gaben am häufigsten an, die Angebote der Bahnhofsmission wenigstens einmal wöchentlich zu nutzen.
- Die meisten Befragten gaben an, die Angebote der Bahnhofsmission deshalb zu nutzen, weil diese niederschwellig zugänglich sind.

Folie 146

4 Ergebnisse

4.5 Zufriedenheit mit der BM

4 Ergebnisse

Folie 147

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Gesamtüberblick*

Vorbemerkung

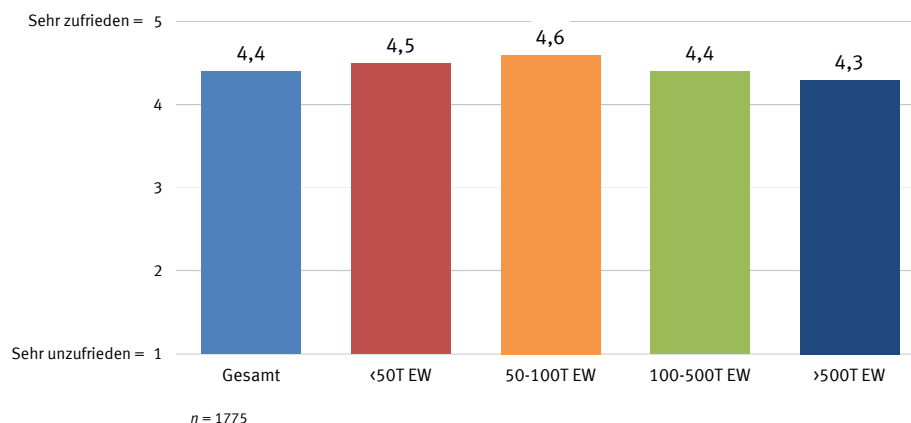
- Die NutzerInnen wurden befragt, wie **zufrieden sie mit der Bahnhofsmision insgesamt und wie zufrieden sie mit der Zugänglichkeit und Erreichbarkeit der Bahnhofsmision** (d.h., Ansprechbarkeit der Mitarbeitenden der Bahnhofsmision, den Öffnungszeiten sowie den Aufenthaltsräumen der Bahnhofsmision) sind.
- Zur Beantwortung dieser Frage konnten die BefragungsteilnehmerInnen zwischen 1 = „Sehr unzufrieden“ und 5 = „Sehr zufrieden“ ankreuzen. (Auf die Aussagen zur Zugänglichkeit und Erreichbarkeit sollten die Befragten mit 1 = „Stimme gar nicht zu“ und 5 = „Stimme völlig zu“ reagieren.)
- Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision zufrieden sind. Geringe Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision unzufrieden sind.**
- Einige Befragten äußerten sowohl Lob als auch Kritik an der Bahnhofsmision mittels offener Textantworten. Hiernach wurde nicht explizit gefragt. Es ist eher so, dass die Befragten sowohl Lob als auch Kritik von sich aus anbrachten. **Alle offenen Textantworten folgen in paraphrasierter Form den Diagrammen dieses Teilbereiches.**

4 Ergebnisse

Folie 148

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Gesamtüberblick*

Gesamtzufriedenheit: Werte der Befragten

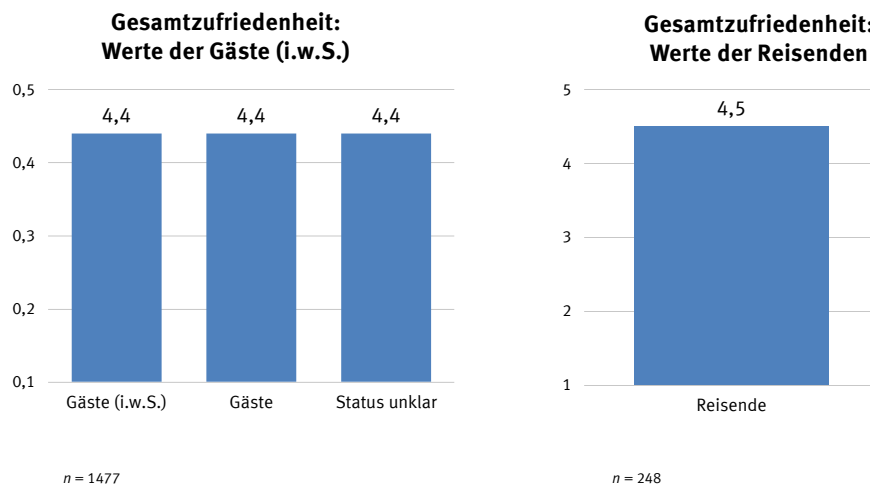


Anmerkungen:

Abgefragt wurde, wie zufrieden die NutzerInnen mit der Bahnhofsmision insgesamt sind. Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision zufrieden sind. Geringe Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision unzufrieden sind.

4 Ergebnisse

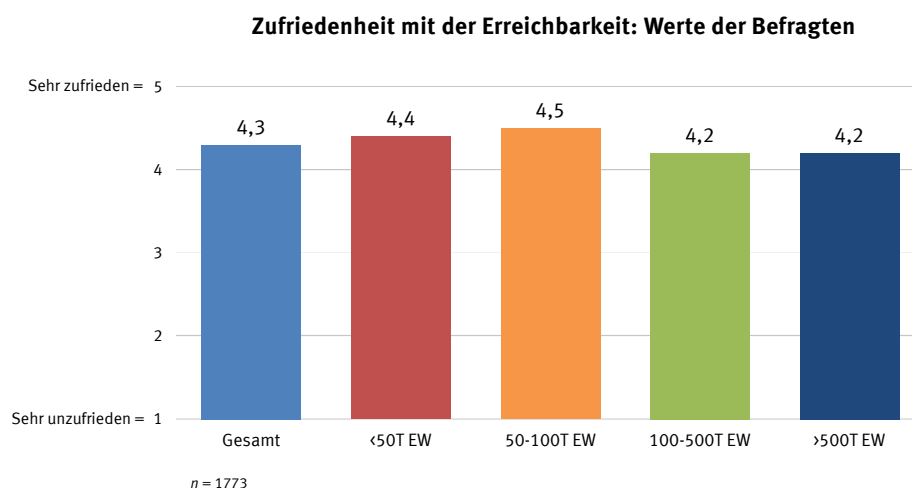
Folie 149

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen***Anmerkungen:**

Abgefragt wurde, wie zufrieden die NutzerInnen mit der Bahnhofsmision insgesamt sind. Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision zufrieden sind. Geringe Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision unzufrieden sind.

4 Ergebnisse

Folie 150

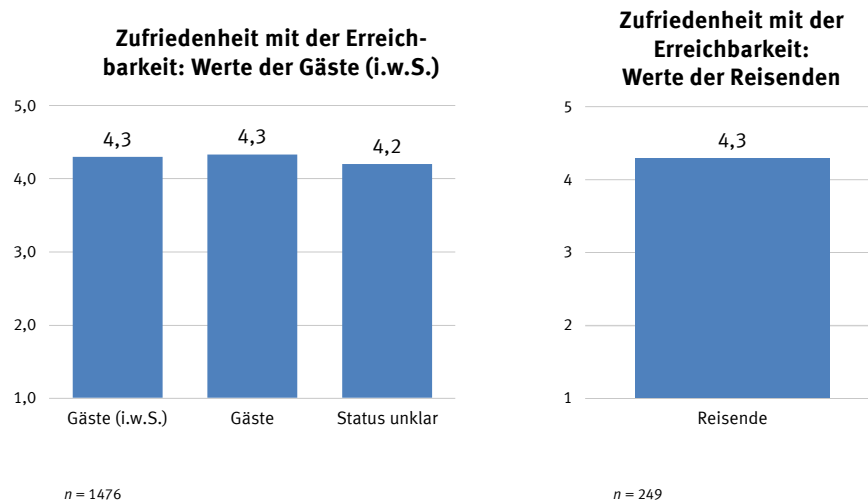
4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Gesamtüberblick***Anmerkungen:**

Abgefragt wurde, wie zufrieden die NutzerInnen mit der Erreichbarkeit (Öffnungszeiten, Aufenthaltsräume, Ansprechbarkeit der Mitarbeitenden) der Bahnhofsmision sind. Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision zufrieden sind. Geringe Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision unzufrieden sind.

4 Ergebnisse

Folie 151

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Gesamtüberblick nach Nutzertypen*



Anmerkungen:

Abgefragt wurde, wie zufrieden die NutzerInnen mit der Erreichbarkeit (Öffnungszeiten, Aufenthaltsräume, Ansprechbarkeit der Mitarbeitenden) der Bahnhofsmision sind. Hohe Werte sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision zufrieden sind. Geringe Werte hingegen sprechen dafür, dass die Befragten mit der Bahnhofsmision unzufrieden sind.

4 Ergebnisse

Folie 152

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: unter 50.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Kritik“

Keine

4 Ergebnisse

Folie 153

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: 50–100.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Kritik“**

„Manchmal gab es gespendeten Schinken und Käse in Aschaffenburg. Da sich aber einige beschwerten, wenn der Schinken und Käse alle war und sie nichts mehr davon bekamen, gibt es jetzt leider keinen Schinken und Käse mehr.“ (keine Zuordnung)

„Leider ist die Bahnhofsmmission telefonisch oft nicht erreichbar. Kurzfristige Hilfe oder Änderungen sind dadurch nicht möglich.“ (Reisender)

„Ich war heute das erste Mal in der Bahnhofsmmission, weil ich die Wartezeit überbrücken musste. Es war sehr herzlich und ich habe mich sehr wohl gefühlt. Es wäre schön, wenn es in Marburg auch eine geben würde.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 154

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: 100–500.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Kritik“**

„Schade, dass da am Wochenende geschlossen ist.“ (keine Zuordnung)

„Die Bahnhofsmmissionen Nürnberg und Koblenz sind sehr überlastet, genauso wie Würzburg und München.“ (keine Zuordnung)

„Es wäre ideal, wenn man bei ihnen Unterstützung in seiner Lebenssituation bekäme.“ (keine Zuordnung)

„Ich habe schon erlebt, dass ich zur Toilette wollte und man mir gesagt hat „Sonderwünsche erfüllen wir keine“. Als ich verreisen wollte, sagte man mir sie hätten keine Zeit mir beim Umsteigen zu helfen.“ (Reisender)

„Die Öffnungszeiten im Winter sind sehr ungünstig! Früher wäre gut!“ (keine Zuordnung)

„Möglicherweise könnten der BM mehr Räume/Platz zur Verfügung gestellt werden. (keine Zuordnung)

„Ein größerer Raum wäre cool, ansonsten seid ihr die Besten. Alles Gute.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 155

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Kritik“ (Fortsetzung)

„Die neuen Öffnungs-/Ausgabezeiten sind schwierig abzapassen mit Behördenpflichten und Fixterminen. Die Aufenthaltszeit sollte stets begrenzt sein. Der Computer sollte zuverlässiger funktionieren: Einführung für Anfänger an diesem Platz wäre mein langgehegter Wunsch.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 156

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Offene Antworten zur Thematik „Kritik“

„Wir brauchen neue Notunterkünfte in Frankfurt. Die Stadt Frankfurt bemüht sich zu wenig darum. Das ist beschämend. Hier ist Menschlichkeit gefragt.“ (keine Zuordnung)

„Ich wünsche mir von Ihnen mehr Informationen über Notunterkünfte in Hamburg, insbesondere bei „Fördern und Wohnen“ und wie man in einem kleinen Raum mit mehreren fremden Menschen umzugehen hat. Festgelegte Öffnungszeiten am Hamburger Hauptbahnhof sind auch wünschenswert.“ (Gast)

„Gerne mehr Räume und längere Öffnungszeiten.“ (Gast)

„Wunsch: Die Räume sollten größer sein.“ (Gast)

„Man könnte vielleicht mehr belegte Semmeln oder Brot anbieten.“ (keine Zuordnung)

„Die Bahnhofsmision ist ein sehr schöner Ort, auch wenn die Kleiderkammer nicht mehr offen hat. Das ist für uns Frauen schade, ansonsten ist alles ok.“ (keine Zuordnung)

„Ich habe eine schlechte Erfahrung gemacht: Ich wurde in der BM Hannover abgewiesen.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 157

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: über 500.000 EW***Offene Antworten zur Thematik „Kritik“ (Fortsetzung)**

„In der Bahnhofsmision Frankfurt gibt es dünnen Kaffee, kein Essen, keinen Fernseher und die Lage ist schlecht erreichbar.“ (Reisender)

„Im Berliner Hbf. ist die Bahnhofsmision schwer zu finden!“ (keine Zuordnung)

„Ich finde es nicht schön, wenn die Leute zum Schlafen in die BM kommen.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 158

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: unter 50.000 EW***Dankbarkeitsbekundungen**

„Danke an die Bahnhofsmision Aulendorf“ (Reisender)

„Ich war sehr gestresst und wurde sehr freundlich angesprochen und aufgenommen. Ich habe einen Kaffee bekommen und konnte etwas quatschen. Sehr sehr nett.“ (keine Zuordnung)

„Super Gut!“ (keine Zuordnung)

„Es ist sehr wichtig, dass es dieses Angebot gibt.“ (keine Zuordnung)

„Es ist sehr gut, dass es sowas gibt.“ (keine Zuordnung)

„Ich finde es sehr gut, dass es so etwas gibt! Es ist vor allem sehr gut für die Menschen, die allein sind.“ (keine Zuordnung)

„Sehr nettes und liebevolles Personal!“ (Reisender)

4 Ergebnisse

Folie 159

4.5 Zufriedenheit mit der BM – Teilauswertung: 50–100.000 EW**Dankbarkeitsbekundungen**

„Die Mitarbeiter sind nett.“ (Gast)

„Danke für die beste Hilfe.“ (Gast)

„Die Mitarbeiter sind immer für einen da! Sie sind freundlich, können gut zuhören und nehmen einen Ernst!“ (Gast)

„Die Mitarbeiter, die ich kenne, sind sehr höflich, freundlich und sehr sympathisch. Es ergeben sich meist sehr nette Gespräche!“ (keine Zuordnung)

„Eine Bahnhoßmission ist eine Anlaufstelle für alle Menschen. Es wird niemand abgewiesen. Nächstenliebe wird hier praktiziert!“ (keine Zuordnung)

„Mit meinen seltenen Besuchen verbinde ich eine Spende, um diesem wichtigen Angebot durch Ehrenamtliche meine Achtung, Anerkennung und Wertschätzung zu zeigen!“ (keine Zuordnung)

„Über 30 Jahre sehe ich immer wieder Mitarbeiter der Bahnhoßmission und freue mich, dass sie für Bedürftige da sind.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 160

4.5 Zufriedenheit mit der BM – Teilauswertung: 50–100.000 EW**Dankbarkeitsbekundungen (Fortsetzung)**

„Freundlichkeit und Menschlichkeit stimmen einfach in der Bahnhoßmission.“ (keine Zuordnung)

„Es sind alle nett und freundlich.“ (Reisender)

„Ich finde es sehr gut, dass es die Bahnhoßmission gibt. Vielen Dank.“ (keine Zuordnung)

„Ich bin sehr dankbar über die Hilfen der BM.“ (Gast)

4 Ergebnisse

Folie 161

4.5 Zufriedenheit mit der BM – Teilauswertung: 100–500.000 EW**Dankbarkeitsbekundungen**

„Vielen Dank, dass es euch gibt“. (keine Zuordnung)

„Ich danke für die Jahre, die es die BM gibt. Ich wünsche mir, dass sie auch weiterhin da ist. Schön, dass es sie gibt. Danke.“ (keine Zuordnung)

„Dass ich nur so mobil sein kann entfällt für mich, ich bin jedoch sehr froh darüber, dass es die Bahnhofmission gibt. Ich finde, sie ist eine echte Hilfe in Not.“ (Gast)

„Ein großes Dankeschön!!!“ (keine Zuordnung)

„Menschlichkeit, Herzlichkeit, Respekt, Liebe und Treue!“ (keine Zuordnung)

„Nettes Personal (meist ehrenamtlich)!“ (keine Zuordnung)

„Sehr nettes Personal in Gießen im Bahnhof, immer freundlich und sehr zuvorkommend.“ (keine Zuordnung)

„Toll, dass sich so viele Menschen ehrenamtlich engagieren! Das ist eine wichtige, hilfreiche Sache!“ (Reisender)

4 Ergebnisse

Folie 162

4.5 Zufriedenheit mit der BM – Teilauswertung: 100–500.000 EW**Dankbarkeitsbekundungen (Fortsetzung)**

„Die Mitarbeiter der BM Gießen sind immer freundlich und nett.“ (keine Zuordnung)

„Es ist ein respektvolles Miteinander. Die Mitarbeiter begegnen einem jeden Tag mit einem Lächeln.“ (keine Zuordnung)

„Schöne Grüße.“ (keine Zuordnung)

„Sie geben wirklich ihr Bestes! Und sind dabei immer nett und höflich!“ (keine Zuordnung)

„Ich finde ihr Angebot super und wünsche Ihnen viel Freude, Kraft und Geduld für die vielen Aufgaben. Gottes Segen für Sie!“ (keine Zuordnung)

„Gute Truppe!“ (Gast)

„Ihr seid einfach super.“ (Gast)

„Es ist gastlich, sauber und freundlich.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 163

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: 100–500.000 EW*

Dankbarkeitsbekundungen (Fortsetzung)

- „Es ist sehr schön! Ein super Angebot!“ (keine Zuordnung)
- „Es ist einfach nur schön! Und ich bin dafür sehr dankbar.“ (keine Zuordnung)
- „Das Angebot ist deutlich besser geworden. Ich finde es gut einen kleinen Obolus für die Speisen und Getränke zu geben.“ (keine Zuordnung)
- „Mir gefällt die Bahnhoßmission sehr gut, ich bekomme hier viel Hilfe! Dankeschön!“ (keine Zuordnung)
- „Gefällt mir sehr gut, ohne Wenn und Aber.“ (keine Zuordnung)
- „Sehr guter Laden!“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 164

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Dankbarkeitsbekundungen

- „Ich werde nun sicherlich häufiger vorbeikommen. Vielen Dank für die tolle Arbeit!“ (keine Zuordnung)
- „Ich bedanke mich herzlich, dass ich bei euch beten darf!“ (keine Zuordnung)
- „Dankeschön!“ (Gast)
- „Einfach, weil sie Gott ist.“ (keine Zuordnung)
- „Weil mir, egal welches Problem ich habe, immer geholfen wird! Nochmals vielen lieben Dank für alles!“ (keine Zuordnung)
- „Eine wunderbare carikative Einrichtung, stets freundlich, hilfsbereit und sehr kompetent. Ich bedanke mich ganz herzlich für die aufrichtige Aufmerksamkeit aller Teams hier in Hamburg. Hamburg, ihr seid alle toll!“ (keine Zuordnung)
- „Gut!“ (keine Zuordnung)
- „Ich finde, es sollte viel mehr Menschen wie die Mitarbeiter der Bahnhoßmission geben. Es passiert so viel Böses hier auf der Welt.“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 165

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Teilauswertung: über 500.000 EW*

Dankbarkeitsbekundungen (Fortsetzung)

„Die Bahnhofsmissionen sind sehr unterschiedlich, bei einer fühlt man sich sehr wohl, bei einer anderen gibt es sehr leckeres Essen, bei der nächsten Kleider, bei dieser tolle Wochenendangebote und bei jener schöne Gespräche, etc.“ (keine Zuordnung)

„Ein guter Ort.“ (keine Zuordnung)

„Schönes Klima hier! Die Mitarbeiter sind wie Freunde, außerdem ist der Kaffee und das Gebäck gut. Dankeschön!“ (keine Zuordnung)

4 Ergebnisse

Folie 166

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Zusammenfassung (unter 50.000 EW)*

- Die Zufriedenheit mit der Bahnhofsmission ist durchweg sehr hoch. Es ergaben sich nur kleine Unterschiede. So gaben die NutzerInnen der Bahnhofsmissionen in Standorten mit 50-100.000 Einwohnern die höchste Zufriedenheit an. Die NutzerInnen der Bahnhofsmissionen in Standorten mit über 500.000 Einwohnern gaben hingegen die niedrigsten Zufriedenheitswerte an.

4 Ergebnisse

Folie 167

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Zusammenfassung (50–100.000 EW)*

- Die Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision ist durchweg sehr hoch. Es ergaben sich nur kleine Unterschiede. So gaben die NutzerInnen der Bahnhofsmisionen in Standorten mit 50-100.000 Einwohnern die höchste Zufriedenheit an. Die NutzerInnen der Bahnhofsmisionen in Standorten mit über 500.000 Einwohnern gaben hingegen die niedrigsten Zufriedenheitswerte an.

4 Ergebnisse

Folie 168

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Zusammenfassung (100–500.000 EW)*

- Die Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision ist durchweg sehr hoch. Es ergaben sich nur kleine Unterschiede. So gaben die NutzerInnen der Bahnhofsmisionen in Standorten mit 50-100.000 Einwohnern die höchste Zufriedenheit an. Die NutzerInnen der Bahnhofsmisionen in Standorten mit über 500.000 Einwohnern gaben hingegen die niedrigsten Zufriedenheitswerte an.

4 Ergebnisse

Folie 169

4.5 Zufriedenheit mit der BM – *Zusammenfassung (über 500.000 EW)*

- Die Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision ist durchweg sehr hoch. Es ergaben sich nur kleine Unterschiede. So gaben die NutzerInnen der Bahnhofsmisionen in Standorten mit 50-100.000 Einwohnern die höchste Zufriedenheit an. Die NutzerInnen der Bahnhofsmisionen in Standorten mit über 500.000 Einwohnern gaben hingegen die niedrigsten Zufriedenheitswerte an.

Folie 170

5 Zusammenfassung

5 Zusammenfassung

Folie 171

- Der bzw. die typische NutzerIn der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ der Bahnhofsmision ist männlich, über 40 Jahre alt, ledig, hat keinen beruflichen Bildungsabschluss, ist entweder im Ruhestand oder erwerbslos und hat ein Monatsnettoeinkommen, welches unter der Armutsgrenze liegt. Im Vergleich dazu sind NutzerInnen der Gruppe „Reisende“ weniger häufig männlich, stärker über das ganze Altersspektrum verteilt, leben häufiger in einer festen Partnerschaft, haben häufiger einen beruflich qualifizierenden Bildungsabschluss, befinden sich häufiger in einer Erwerbstätigkeit und verdienen ein erheblich höheres Nettoeinkommen.
- Die Gruppe der „Gäste (i.w.S.)“ schätzt das eigene Wohlbefinden im Durchschnitt geringer ein als es Reisende und Nichtnutzer tun. Auch haben Personen der Gruppe „Gäste (i.w.S.)“ eher den Wunsch, das eigene Leben ändern zu wollen. Hierfür wünschen sich diese überproportional häufig die Hilfe von anderen.
- Bei den Befragten waren die Angebote „Ein-, Aus-, Umsteigehilfen“, „Verpflegung“, „Aufenthaltsmöglichkeit“ sowie „Gesprächsmöglichkeit“ am ehesten bekannt. Am Häufigsten gaben die Befragten an, das Verpflegungsangebot, die Aufenthaltsmöglichkeit sowie die Gesprächsmöglichkeit zu nutzen (zum Teil auch öfters als einmal). Alle Angebote werden als nützlich angesehen, da sie den NutzerInnen größtenteils bereits geholfen haben.

5 Zusammenfassung

Folie 172

- Die meisten Befragten gaben an, auf die Bahnhofsmision das erste Mal aufmerksam geworden zu sein, weil sie diese von ihren Freunden bzw. Bekannten empfohlen bekommen haben. Auch Hinweisschilder am Bahnhof sowie das Personal der Bahnhofsmision wurde häufig als Grund der ersten Kontaktaufnahme von den Befragten angegeben.
- Eine große Anzahl der Gäste (i.w.S.) nutzt die Angebote der Bahnhofsmision wenigstens einmal in der Woche und größtenteils sogar wenigstens einmal täglich. Reisende hingegen gaben an, die Angebote der Bahnhofsmision größtenteils monatlich zu nutzen.
- Die Angebote der Bahnhofsmision werden vor allem deswegen genutzt, weil diese niederschwellig zugänglich sind. Dies wurde von den meisten Befragten als Nutzungsgrund angegeben.
- Die befragten Personen sind überdurchschnittlich stark zufrieden mit der Bahnhofsmision.

6 Kontaktinformationen

6 Kontaktinformationen

Wissenschaftliche Durchführung



**Dr. Michael
Goller**



**Marina
Uthoff**



**Dr. Dagmar
Festner**

IN VIA SoWiFo
Giersmauer 35
33098 Paderborn

sowifo@invia-akademie.de

05251 290833

Projekt- Verantwortung



**Dr. Gisela Sauter-
Ackermann**

Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmission
S-Bahnhof Jannowitzbrücke, Bogen 14
10179 Berlin

gisela.sauter-ackermann@
bahnhofsmission.de

030/644919969

Projekt- Begleitung



**Hedwig Gappa-
Langer**

kontakt@gappa-
langer.de

089/7148501

Anlage 4:

Handreichung zur Reflexion

Reflexion der Ergebnisse der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung der Bahnhofsmissionen 2016-2017

– Handreichung –

1 Monitoring der Bahnhofsmission.....	1
2 Allgemeine Informationen zur Reflexionsphase.....	2
3 Datenbasis der Reflexionsphase.....	3
4 Hinweise und Tipps zur Durchführung der Reflexionsphase.....	4
4.1 Zielgruppen.....	4
4.2 Reflexionsorte und -termine.....	5
4.3 Umgang mit dem Datenmaterial.....	5
4.4 Auswahl relevanter Teilaspekte bzw. -fragestellungen.....	5
4.5 Methodische Tipps.....	5
4.6 Vorbereitung der Reflexionssitzungen.....	6
4.7 Mögliche Reflexionsfragen/-themen.....	6
5 Dokumentation der Reflexionsphase.....	11
6 Ansprechpartner und -partnerinnen für Ihre Fragen.....	12



1 Monitoring der Bahnhofsmision

Das im Herbst initiierte Monitoringprojekt versucht systematisch Informationen über die Nutzer und Nutzerinnen der Bahnhofsmisionen in Deutschland sowie deren Angebots-nutzungsverhalten zu sammeln, um diese den Mitarbeitenden der Bahnhofsmision zu-sammengefasst zur Verfügung zu stellen. Das Monitoring verfolgt hierbei insbesondere drei miteinander verbundene Teilziele:

1. *Erkenntnisziel:* Die generierten Daten sollen Ihnen Informationen darüber geben, welche Zielgruppe Ihre Angebote aktuell erreichen, welche Angebote von diesen Personen genutzt werden, wie diese Personen auf die Angebote aufmerksam wurden und ob diese Angebote rückblickend von diesen Personen als hilfreich wahrgenommen werden. Des Weiteren können Sie mittels dieser Daten abgleichen, ob Sie die Personengruppen erreichen, welche Sie erreichen wollen bzw. ob Ihre Angebote die Wirkung entfalten, welche Sie ihnen unterstellen.
2. *Ziel der Organisationsentwicklung:* Die durch das Monitoring generierten Einblicke sollen die Grundlage für eine systematische Weiterentwicklung der Arbeit der Bahnhofsmision darstellen. Es soll überlegt werden, in welche Richtung sich die Angebote sowie die organisationalen Strukturen und Prozesse der Bahnhofsmision vor dem Hintergrund gesellschaftlicher, ökonomischer und politischer Wandlungstendenzen in Deutschland sowie Europa in Zukunft entwickeln sollen.
3. *Legitimationsziel:* Die gesammelten Zahlen, Daten und Fakten sollen zur Legitimation der Arbeit der Bahnhofsmision in der Öffentlichkeit dienen. Das Monitoring generiert Informationen über die Nutzung und Wirksamkeit der Angebote der Bahnhofsmision, welche sozialen, politischen oder privatwirtschaftlichen Anspruchsgruppen und Entscheidungsträgern kommuniziert werden können.

Zur Erreichung dieser Ziele ist das Monitoring in drei aufeinander aufbauende Projektphasen unterteilt:

1. *Erhebung der Daten von den Nutzern und Nutzerinnen der Bahnhofsmision:* Hierzu wurden alle Bahnhofsmisionen in Deutschland zwischen Oktober 2016 und Januar 2017 gebeten, ihre Nutzer und Nutzerinnen mittels eines spezifisch hierfür entwickelten Fragebogens zu befragen. Die erhobenen Daten wurden von der IN VIA SoWiFo erfasst und systematisch ausgewertet. Die Auswertung der gesammelten Daten liegt dieser Handreichung als Ergebnisbericht bei. Diese erste Projektphase ist bereits abgeschlossen.
2. *Reflexion der ausgewerteten Daten:* Die gesammelten Daten sollen in den einzelnen Bahnhofsmisionen besprochen und zur Reflexion der eigenen Arbeit vor Ort

herangezogen werden. Die gewonnenen Erkenntnisse dieser Reflexionen werden dann von der IN VIA SoWiFo gesammelt, zusammengefasst und mit den gewonnenen Daten der ersten Phase sowie zusätzlichen Daten anderer Sozialstatistiken in Verbindung gebracht. Die hieraus gewonnenen Informationen dienen hauptsächlich der Erreichung der ersten zwei Projektziele. Das Monitoring befindet sich derzeit in dieser Projektphase. Es ist hierfür die Zeit von Mai bis Ende Juli 2017 eingeplant.

3. *Finale Berichterlegung des Projektes:* Sowohl die Informationen, welche aus der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung gewonnen wurden, als auch die Erkenntnisse aus der Reflexionsphase werden in der letzten Projektphase von der IN VIA SoWiFo in einem finalen Abschlussbericht zusammengeführt und ausführlich dargestellt. Der Bericht wird allen Mitarbeitenden der Bahnhofsmision sowie der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt. Diese Projektphase beginnt im August und wird voraussichtlich Ende diesen Jahres abgeschlossen werden.

Diese Handreichung soll Ihnen weitere Informationen über die nun anstehende zweite Phase des Monitorings geben sowie konkrete Vorschläge zur Durchführung der Reflexion der ausgewerteten Daten in Ihrer Bahnhofsmision geben. Hierzu wird im nächsten Abschnitt der Zweck der Reflexionsphase tiefergehend erläutert (Kapitel 2). Des Weiteren wird auf die zugrunde liegende Datenbasis der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung eingegangen (Kapitel 3). Kapitel 4 beinhaltet Vorschläge, wie die Reflexionsphase von Ihnen vor Ort gestaltet werden kann. Es folgen Erklärungen dazu, wie die Ergebnisse Ihrer Reflexionsphase dokumentiert und im Anschluss weiterverwendet werden können (Kapitel 5). Am Ende dieser Handreichung (Kapitel 6) finden Sie die Kontaktinformationen der AnsprechpartnerInnen für den Fall, dass noch Fragen offen geblieben sein sollten.

2 Allgemeine Informationen zur Reflexionsphase

Die im Winter 2016/17 durchgeführte Befragung der Nutzer und Nutzerinnen der Bahnhofsmissionen hat eine ausreichende Menge aussagekräftiger Daten erbracht, die in einem nächsten Schritt als Grundlage einer Reflexionsphase vor Ort in Ihren Teams mit Ihren haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden und Ihren Trägern genutzt werden sollen. Ziel dieser Reflexionsphase ist zuallererst die Analyse und Weiterentwicklung der Arbeit in Ihrer Bahnhofsmision vor Ort. Die vorliegende Handreichung gibt Ihnen hierzu Empfehlungen, wie eine solche datengestützte Reflexion in Ihrem Team vorbereitet und durchgeführt werden kann. In einem zweiten Schritt sollen die Reflexionsergebnisse aller Bahnhofsmissionen dann zusammengefasst und allen zugänglich gemacht werden. Dies übernimmt die IN VIA SoWiFo. Hierzu ist es notwendig, dass Sie die Ergebnisse Ihrer Re-

flexion dokumentieren und der IN VIA SoWiFo bis spätestens Ende Juli zusenden. Auch für die Dokumentation erfolgen weiter unten Hinweise, Ideen und praktische Tipps.

Neben der im Rahmen der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung erhobenen Daten können Sie noch auf weitere Reflexionsgrundlagen zurückgreifen:

- Ihre eigene Konzeption,
- die Konzeption Ihres Trägers,
- Ihre eigenen Daten und Statistiken und **vor allem**
- Ihre eigene tägliche Erfahrung im Umgang mit den Nutzern und Nutzerinnen Ihrer Bahnhofsmision.

Wichtig: Sie können auch an der Reflexionsphase teilnehmen, wenn Sie sich nicht an der Erhebung der Daten beteiligt haben. Sie können das Datenmaterial mit Ihren eigenen Statistiken und Erfahrungen abgleichen und somit einen wertvollen Beitrag zu der strategischen Weiterentwicklung der Bahnhofsmisionen leisten.

3 Datenbasis der Reflexionsphase

Im Rahmen der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung beteiligten sich 68 Bahnhofsmisionen aus ganz Deutschland. Insgesamt konnten Daten von 1994 Befragungsteilnehmern und -teilnehmerinnen gesammelt werden. Plausibilitätsüberprüfungen sprechen dafür, dass die befragten Personen die Fragebögen gewissenhaft und ehrlich beantworteten.

Für die Reflexion in Ihrem Team stellen wir Ihnen die Ergebnisse der Nutzer und Nutzerinnenbefragung in einer graphisch aufbereiteten Form zur Verfügung, welche dieser Handreichung als Auswertungsbericht beiliegt. Der Bericht ist inhaltlich gegliedert und erlaubt Ihnen einen selektiven Zugriff auf die Ergebnisse.

Für die Auswertung wurden die Bahnhofsmisionen je nach Einwohnerzahl des Standorts in vier Kategorien eingeteilt:

- Bahnhofsmisionen in Regionen mit weniger als 50.000 Einwohnern,
- Bahnhofsmisionen in Regionen mit 50.000 bis 100.000 Einwohnern,
- Bahnhofsmisionen in Regionen mit 100.000 bis 500.000 Einwohnern und
- Bahnhofsmisionen in Regionen mit mehr als 500.000 Einwohnern.

Sie erhalten jeweils die zusammengefassten Ergebnisse der Kategorie, zu der Ihre Bahnhofsmision gehört und als Vergleich das bundesweite Ergebnis. Zusätzlich enthält der Ergebnisbericht Vergleichswerte aus Statistiken anderer Stellen (z.B. Geschlech-

terverteilung in Gesamtdeutschland; Armutsgrenze in Deutschland), welche Ihnen ermöglichen, die ausgewiesenen Ergebnisse der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung vor dem Hintergrund Ihrer eigenen Erfahrungen mit Ihren Gästen und Nutzerinnen inhaltlich zu interpretieren.

4 Hinweise und Tipps zur Durchführung der Reflexionsphase

Im Folgenden unterbreiten wir Vorschläge, wie die Reflexionsphase auf Basis des umfangreichen Datenmaterials der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung durchgeführt werden kann. Wichtig hierbei ist, dass Sie die Reflexion so gestalten, wie es Ihren Möglichkeiten und Bedürfnissen entspricht. Das heißt, Sie legen fest,

- wer an der Reflexion beteiligt werden soll,
- ob die Reflexion im Rahmen eines regelmäßigen Teamtreffens stattfindet oder ein extra Termin gestaltet wird,
- mit welchen Methoden und Medien Sie arbeiten wollen,
- wie viel Zeit zur Verfügung steht und ob es ein einmaliges oder mehrmalige Treffen gibt,
- welche Ergebnisse ausgewählt und welche Fragen bearbeitet werden sollen,
- wie die Ergebnisse dokumentiert werden.

Dennoch möchten wir Ihnen nun einige konkrete Tipps und Hinweise zur Durchführung der Reflexionsphase an die Hand geben. Neben der Gestaltung der äußeren Rahmenbedingungen (Zielgruppe, Reflexionsorte und -termine etc.) werden hierbei auch Leitfragen vorgeschlagen, deren Beantwortung sich zur Reflexion der gesammelten Daten anbieten könnte.

4.1 Zielgruppen

Sie können in die Reflexion Ihre haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitenden einbeziehen. Wir empfehlen zusätzlich, dass Sie Ihren Träger informieren und auch Vertreter dessen an der Reflexion beteiligen. Im Sinne der Zielerreichung und der strategischen Weiterentwicklung Ihrer Bahnhofsmision sollten Sie möglichst viele der Personen einbeziehen, die die Zielsetzung Ihrer Arbeit und die strategischen Entwicklungslinien mittragen müssen.

4.2 Reflexionsorte und -termine

Vereinbaren Sie die notwendigen Termine für die Reflexion mit den Personen, die zur Zielgruppe gehören. Sie können für die Reflexion bereits vereinbarte Termine für Team- oder Vorstandssitzungen nutzen oder Sie legen einen bis zwei Reflexionstermine fest. Sie sollten mindestens zwei bis drei Stunden Zeit für die Reflexion einplanen. Wenn Ihre Sitzungen gewöhnlich kürzer sind, planen Sie am besten mehrere Termine, damit Sie sowohl die erhobenen Daten mit Ihren eigenen Statistiken als auch persönlichen Erfahrungen vergleichen und diskutieren können.

4.3 Umgang mit dem Datenmaterial

Mit der Handreichung erhalten Sie auf elektronischem Wege und in Papierform einen kommentierten Auswertungsbericht der Nutzer- und Nutzerinnenerhebung. Er ist auf die Größe Ihres Standortes abgestimmt (siehe zur Einteilung weiter oben).

Wer das Treffen vorbereitet, sollte sich mit den Ergebnissen der Befragung vertraut machen. Vergleichen Sie wenn möglich die Ergebnisse zunächst mit Ihren eigenen Statistiken und Erfahrungen. Schreiben Sie möglichst bereits bei der ersten Sichtung auf, welche Ideen und welche Fragen Ihnen zu den Ergebnissen einfallen. So haben Sie einen ersten Reflexionsschritt gemacht und bereits inhaltliche Anknüpfungspunkte aus Ihrer Sicht festgehalten. Bei Rückfragen können Sie sich gerne auch an die/den für Sie zuständige Landes- bzw. DiözesanreferentIn für die Bahnhofsmision bzw. die Projektverantwortlichen der Bahnhofsmision wenden. Die Kontaktinformationen finden Sie am Ende dieser Handreichung.

4.4 Auswahl relevanter Teilaspekte bzw. -fragestellungen

Wir haben uns entschieden, Sie umfassend über die Ergebnisse der Befragung zu informieren. Dies ist der Grund, weshalb der Auswertungsbericht entsprechend umfangreich ist. Ihre Reflexion und Rückmeldung muss aber in einem ersten Schritt nicht alle Aspekte berücksichtigen. Bitte greifen Sie die Teilaspekte heraus, die Ihnen wichtig erscheinen und die Sie in Ihrer Reflexionsgruppe bearbeiten und diskutieren möchten.

Eine Beschränkung auf für Sie relevante Teilaspekte bzw. -fragestellung ist in der Regel notwendig, da die im Bericht dargelegten Informationen sehr umfangreich sind.

4.5 Methodische Tipps

Die Folien mit den Diagrammen, die als Grundlage ihrer Reflexion dienen, müssen den Teilnehmenden bekannt sein oder vorgestellt werden. Sie können sie entweder per Ausdruck zur Verfügung stellen oder mit dem Beamer oder Overhead-Projektor an eine

Wand/Leinwand projizieren. Wie schon gerade in Kapitel 4.4 erwähnt, können Sie hierbei ruhig selektiv vorgehen. Weniger Informationsmaterial ist häufig für die Teilnehmer und Teilnehmerinnen von Reflexionssitzungen „mehr“. Die Darstellung von zu vielen Informationen auf einmal kann schnell überfordernd wirken.

Damit Sie die Reflexionssitzung bzw. -sitzungen gut gestalten können, besorgen Sie sich eine Flipchart und (wenn möglich) mindestens zwei Pinnwände. Sie benutzen am besten einen Moderationskoffer, der dicke Eddingstifte, Moderationskarten, Papierkleber, Scheren und Pinnnadeln beinhaltet. Sollten Ihnen keine Pinnwände zur Verfügung stehen, so lassen sich Moderationskarten bzw. anderweitig beschriebene Papiere auch mit Kreppband an Wänden anbringen.

4.6 Vorbereitung der Reflexionssitzungen

Bauen Sie Flipchart, Pinnwände und Beamer bzw. Overheadprojektor im Raum auf. Verteilen Sie Moderationskarten und Eddingstifte, damit Fragen und Gedanken notiert werden können. Schreiben Sie die einzelnen Themen der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung bereits auf Moderationskarten und hängen sie an die Pinnwände. So haben Sie bereits ein Diskussions- und Dokumentationsraster geschaffen.

Sie können bei der Reflexionssitzung bzw. den -sitzungen wie folgt vorgehen:

- Stellen Sie zunächst (ausgewählte) Ergebnisse aus der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung vor (siehe Kap. 4.4). Es bietet sich an, bei jedem Themenwechsel eine kurze Pause einzuplanen. In solchen Pausen entstehen häufig Fragen, die Sie direkt diskutieren können. Schreiben Sie alle Fragen, die gestellt werden, auf ein Flipchartpapier. So können sie nicht verloren gehen.
- Präsentieren Sie (ausgewählte) Ergebnisse aus Ihren eigenen Statistiken und vergleichen Sie diese mit den Ergebnissen der Nutzer- und Nutzerinnenbefragung.
- Nutzen Sie die Reflexionsfragen, die in dieser Handreichung aufgeführt sind, um die Diskussion anzuregen.

Hinweis: Manche Ergebnisse der Befragung können sich durchaus von Ihren Erfahrungen unterscheiden. Scheuen Sie sich nicht, dies zum Thema zu machen. Daraus können sich spannende Diskussionen und Rückmeldungen ergeben.

4.7 Mögliche Reflexionsfragen/-themen

Im Folgenden finden Sie einige Reflexionsfragen, welche Ihnen den Zugang zum Auswertungsbericht vereinfachen sowie zur späteren Interpretation und Diskussion der Ergebnisse herangezogen werden könnten. Natürlich können Sie auch gerne eigene Reflexi-

onsfragen ableiten, welche möglicherweise eher auf die konkreten Bedürfnisse Ihrer Mitarbeitenden bzw. Ihrer Bahnhofsmision abgestimmt sind.

Allgemeine Reflexionsfragen

- Welche Themen aus der Befragung sind Ihnen wichtig? Wie verhalten sich die Ergebnisse der Befragung zu Ihren Zielgruppen? Stimmen Ihre Erfahrungen überein? Haben Sie andere Fragen, die Sie im Rahmen Ihrer Arbeit bewegen? Welche sind das?
- Gibt es für Sie überraschende Ergebnisse aus der Befragung? Decken sich Ergebnisse mit Ihren Erfahrungen und eigenen Statistiken? Was ist völlig neu an Informationen über Ihre Nutzer und Nutzerinnen?
- Mit welchen besonderen Herausforderungen ist Ihre Bahnhofsmision im Moment konfrontiert? Welche Herausforderungen könnten in Zukunft auf Sie zukommen? Stellen Sie sich diese Fragen auf dem Hintergrund der Ergebnisse der Befragung.
- Welche Dinge (Angebote, interne Prozesse, Zusammenarbeit mit anderen Stellen und Anspruchsgruppen etc.) laufen bei Ihnen in der Bahnhofsmision sehr gut? Welche Dinge laufen hingegen nicht gut? Wo sehen Sie Veränderungsbedarfe?
- Was ist wichtig bei Ihrer Arbeit in der Zukunft, wenn Sie an Ihre Nutzer und Nutzerinnen denken? Welche Bedarfe haben diese? Decken sich die Bedarfe mit den Ergebnissen der Befragung? Welche Akzente wollen Sie in Zukunft setzen?
- Welche Zielgruppen erreichen Sie momentan? Welche Zielgruppen wollen Sie zukünftig erreichen, wenn Sie die Ergebnisse der Befragung anschauen?
- Worüber hätten Sie gerne noch mehr erfahren?

Soziodemographische Befunde: Persönliche Angaben der Nutzer- und Nutzerinnen (Punkt 4.1 im Auswertungsbericht)

- Mit diesen Fragen wollten wir erfahren, wer die Nutzer und Nutzerinnen der Bahnhofsmision sind, welchen Hintergrund diese haben und welche Ressourcen ihnen zur Verfügung stehen.
- Vergleichen Sie die Angaben mit Ihren eigenen Statistiken und Erfahrungen: Welche Gemeinsamkeiten stellen Sie fest? Wo liegen Unterschiede? Welche Schlüsse ziehen Sie daraus für Ihre Arbeit mit Ihren Nutzern und Nutzerinnen? Ergeben sich aus Ihrer Sicht für Ihre Bahnhofsmision oder für die Bahnhofsmision insgesamt Handlungsbedarfe oder Entwicklungsmöglichkeiten?

Persönliche Lebenswelt: Selbstwerteinschätzung und Änderungs- und Unterstützungswünsche der Nutzer- und Nutzerinnen (Punkt 4.2 und 4.3 im Auswertungsbericht)

- Mit diesen Auswertungskategorien möchten wir einen Einblick in die subjektive Lebenswirklichkeit der Nutzer und Nutzerinnen gewinnen. Als Indikator für das allgemeine Wohlergehen der Nutzer und Nutzerinnen können Sie die zusammengefassten Aussagen zur „Selbstwerteinschätzung“ heranziehen (ein geringer Wert steht für eine geringe Selbstwerteinschätzung und ein hoher Wert für eine hohe Einschätzung). Des Weiteren wurden alle Personen gefragt, ob sie in ihrem Leben gerne etwas ändern würden und ob sie dazu Unterstützung benötigen (je höher der Wert, umso höher die Zustimmung zum Änderungs- bzw. Unterstützungswunsch).
- Vergleichen Sie die Datenlage mit Ihren eigenen Erfahrungen: Hätten Sie größere oder kleinere Unterschiede zwischen den einzelnen Auswertungsgruppen (z.B. Gäste im Vergleich zu Reisenden) erwartet? Worauf führen Sie zurück, dass Personen hohe bzw. niedrige Werte bei der Selbstwerteinschätzung bzw. den Änderungs- und Unterstützungswünschen angegeben haben? Wie würden Sie sich selbst auf einer Skala von 1 = „Sehr geringer Selbstwert“ bis 5 = „Sehr hoher Selbstwert“ einschätzen? Was sagt Ihnen diese Einschätzung über die Selbstwerteinschätzung Ihrer Nutzer- und Nutzerinnen? Was kann die Bahnhofsmision dazu beitragen, dass die Nutzer und Nutzerinnen ihr Leben dahingehend gestalten, dass das eigene Wohlbefinden gesteigert wird? Wie können Sie dem Unterstützungswunsch der Nutzer und Nutzerinnen gerecht werden? Bzw. sehen Sie das als eine Ihrer Aufgaben an?

Nutzungsverhalten: Nutzung der Angebote und Dienste der Bahnhofsmision (Punkt 4.4 im Auswertungsbericht)

- Stellen Sie zunächst fest, welche Angebote und Dienste Sie in Ihrer Bahnhofsmision anbieten. Das hilft Ihnen, das Datenmaterial ganz grundsätzlich auf Ihre Arbeit zu beziehen. Vergleichen Sie Ihre Angebote mit der Gesamtauswertung bzw. der Auswertung für Ihre Größengruppe. Welche Gemeinsamkeiten stellen Sie fest? Wo liegen Unterschiede? Welche Schlüsse ziehen Sie daraus für Ihre Arbeit mit Ihren Nutzern und Nutzerinnen?
- Bei der Auswertung „*Bekanntheit und Nutzung der Teilangebote*“ geht es um die Frage, welche der vorhandenen Angebote der Bahnhofsmision den Befragten bekannt waren, welche diese schon einmal oder sogar mehrfach genutzt haben und ob diese ihnen persönlich weiter geholfen haben. Entsprechen die Zahlen der Bekanntheit sowie der Nutzung Ihren Erfahrungen? Welche Ihrer Angebote sind vie-

len Nutzern und Nutzerinnen gar nicht bekannt? Welche werden nur selten genutzt? Welche hingegen häufig? Warum ist dem so? Wie kann zur Bekanntheit und zur Nutzung von bestimmten Angeboten beigetragen werden? Haben Sie das Gefühl, dass Ihre Angebote den Nutzern und Nutzerinnen der Bahnhofsmision helfen? Was genau verstehen Sie bei sich in der Bahnhofsmision eigentlich als gelungene Hilfe für die Nutzer und Nutzerinnen? Zu welchen Punkten würden Sie gerne noch mehr wissen, als wir erhoben haben?

- Bei der Auswertung „*Grund der ersten Nutzung*“ geht es um die Frage, wie die Angebote der Bahnhofsmision bekannt werden und wie diese durch die Nutzer und Nutzerinnen gefunden werden. Es ist wichtig zu wissen, wie Menschen auf Hilfs- und Unterstützungsmöglichkeiten aufmerksam werden. Vergleichen Sie die Auswertungen mit Ihren Erfahrungen. Wie werden die Nutzer und Nutzerinnen auf die Angebote Ihrer Bahnhofsmision normalerweise aufmerksam? Ist es wichtig für Sie zu wissen, wie Sie gefunden werden? Welche Schlüsse ziehen Sie daraus für Ihre Arbeit mit Ihren Nutzern und Nutzerinnen? Sehen Sie für sich besondere Handlungsbedarfe?
- Bei der Auswertung „*Häufigkeit der Nutzung*“ geht es um die Frage, wie häufig Menschen die Angebote der Bahnhofsmision nutzen. Wie hoch ist bei Ihnen der Anteil der Menschen, der sehr häufig zu Ihnen kommt? Kommt es oft vor, dass Menschen nur einmalig zu Ihnen kommen? Woran liegt es, dass manche Menschen häufiger und manche weniger häufiger die Angebote Ihrer Bahnhofsmision nutzen?
- Bei der Auswertung „*Nutzungsgründe*“ geht es um die Fragen, warum Menschen in die Bahnhofsmision kommen und welche Erfahrungen sie dort machen. Hierzu wurde eine Reihe von potentiellen Gründen genannt, auf welche die Befragten mit „Stimme gar nicht zu“ bis „Stimme völlig zu“ antworten konnten. Die einzelnen Gründe wurden dann mittels statistischen Werkzeugen zu Überkategorien zusammengefasst:
 1. *Niederschwelligkeit der Bahnhofsmision* (d.h., Personen nutzen die Angebote der Bahnhofsmision vor allem deswegen, weil diese leicht zugänglich sind, die Nutzung wenig Aufwand erfordert und man sich als Mensch dort wohl fühlt),
 2. *Begegnung und Erlebnis* (d.h., Personen nutzen die Angebote vor allem deswegen, weil die Bahnhofsmision einen Ort darstellt, an dem man andere Menschen treffen kann und der einen zum Zeitvertreib einlädt) sowie

3. *Reiseunterstützung* (d.h., Personen nutzen die Angebote vor allem deswegen, weil sie ohne die Unterstützung der Bahnhofsmision nicht mobil sein könnten).

Neben diesen Überkategorien haben viele Nutzer und Nutzerinnen offene Antworten formuliert, welche darauf hinweisen, warum diese die Angebote der Bahnhofsmision nutzen.

Nutzen Sie die Daten aus der Gesamtauswertung, um sie mit Ihren Statistiken und Ihren Erfahrungen zu vergleichen: Warum nutzen die Menschen die Angebote Ihrer Bahnhofsmision? Warum kommen die Menschen zu Ihnen? Ist es wichtig für Sie zu wissen, warum Ihre Angebote in Anspruch genommen werden? Hätten Sie das vorliegende Ergebnis so erwartet? Welche Schlüsse ziehen Sie daraus für die Arbeit mit Ihren Nutzern und Nutzerinnen?

- Mit Bezug zu allen Teilauswertungen: Gibt es eventuell relevante Unterschiede zwischen den Nutzern und Nutzerinnen im Nutzungsverhalten, die in den Auswertungen nicht berücksichtigt wurden? Gibt es spezielle „Typen“ von Nutzer und Nutzerinnen? Wie wirkt sich deren Nutzungsverhalten auf Ihre Arbeit aus? Gäbe es eventuell Angebote für bestimmte Menschen, die Ihre Bahnhofsmision noch nicht anbietet? Sollen diese in Zukunft angeboten werden? Gibt es Angebote in Ihrer Bahnhofsmision, die Sie am liebsten nicht mehr anbieten würden? Wenn ja, warum ist dem so?

Zufriedenheit mit der Bahnhofsmision (Punkt 4.5 im Auswertungsbericht)

- Hier ging es uns darum, zu erfahren, wie zufrieden die Nutzer und Nutzerinnen mit der Arbeit der Bahnhofsmision sind. Neben den statistischen Ergebnissen äußerten einige Befragte auch Zufriedenheitsbekundungen und Kritik als schriftliche Bemerkung an verschiedenen Stellen im Fragebogen. Diese haben wir für Sie auch aufgelistet.
- Stimmt das Ergebnis der Befragung mit Ihren Erkenntnissen und Erfahrungen überein? Wo sehen Sie vor dem Hintergrund der Nutzer- und Nutzerinnenerwartungen an die Bahnhofsmision Entwicklungsmöglichkeiten und -bedarfe? Lässt sich auf die geäußerte Kritik der Nutzer und Nutzerinnen eingehen? Wo sehen Sie für Ihre Bahnhofsmision Handlungsbedarfe? Gibt es Angebote bzw. Handlungsfelder in Ihrer Bahnhofsmision, mit denen Sie persönlich unzufrieden sind? Wenn ja, warum ist dem so? Was kann dagegen getan werden?

5 Dokumentation der Reflexionsphase

Damit das Monitoring mit Ihren Reflexionsergebnissen die Arbeitsgrundlage für die zukünftige Weiterentwicklung Ihrer und aller Bahnhofsmissionen bilden kann, ist es wichtig, dass Sie Ihre Reflexionsergebnisse möglichst umfangreich dokumentieren. Nutzen Sie dazu die vorgeschlagenen Moderationsmaterialien: Pinnwände, Moderationskarten und Flipcharts. Schreiben Sie Ihre Fragen und Ihre Diskussionsergebnisse auf Kärtchen und pinnen Sie diese an die Moderationswände. Sie können auch alles auf Flipcharts festhalten. Auch eine schriftliche Protokollführung über die Reflexion ist möglich. Nutzen Sie Ihre Dokumentation für Ihre eigene Weiterarbeit und strategische Entwicklung.

Wenn Sie Pinnwände und Flipcharts genutzt haben, können Sie eine Fotodokumentation erstellen. Fotografieren Sie alle Ergebnisse mit Ihrem Smartphone und nummerieren die Fotos. Sie können natürlich auch jede andere Form der Dokumentation wählen: Protokolle, Berichte, Notizen etc. Ihrer Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Wichtig ist, dass die Dokumentation möglichst auch für dritte Personen, die an Ihrer Reflexionssitzung bzw. Ihren Reflexionssitzungen nicht anwesend waren, verständlich ist. So ist es zum Beispiel sinnvoll, verwendete Abkürzungen separat zu erläutern.

Bitte schicken Sie die Dokumentation per Mail oder in Papierform an die IN VIA SoWiFo.

Adresse:	IN VIA Sozialwissenschaftliche Forschungsstelle Giersmauer 35 33098 Paderborn sowifo@invia-akademie.de
Abgabetermin:	Die Rückmeldungen müssen der IN VIA SoWiFo spätestens Ende Juli vorliegen.

Selbstverständlich können Sie an der Reflexion auch nach Abgabe der Rückmeldung an die SoWiFo weiterarbeiten: Die Reflexion im Rahmen der Untersuchung kann für Sie und Ihre Teams der Auftakt sein, um sich im Folgenden eingehender mit der ein oder anderen für Ihre Bahnhofsmission bedeutsamen Fragestellung in weiteren Sitzungen intensiver auseinanderzusetzen. Hierzu kann dann wieder auf die Dokumentation der ersten Reflexionssitzungen zurückgegriffen werden.

Nach Abschluss und Dokumentation der Reflexionsphase haben Sie empirisch fundiert Daten ausgewertet und Erfahrungen gemacht, die Ihnen ermöglichen daraus für die nächsten Jahre Arbeitsschwerpunkte festzulegen, die sich um Ihre Nutzer und Nutzerinnen drehen.

- Sie können überlegen, wie Sie Ihre Zielgruppen zukünftig noch besser erreichen können und auch, ob Sie neue Zielgruppen ansprechen möchten und wie dies gelingen kann.
- Sie können Ihre Angebote überprüfen und diese gegebenenfalls weiterentwickeln und neue Akzente setzen.
- Sie können überlegen, welche Maßnahmen Sie unternehmen möchten, damit die Arbeit der Bahnhofsmissionen bekannter wird.
- Und vor allem auch: Sie können die Ergebnisse des Monitoring nutzen, um sozialpolitisch aktiv zu werden für die Anliegen der Bahnhofsmission und für die Ihrer Nutzer und Nutzerinnen.

Des Weiteren werden wir auf der Jahrestagung der Bahnhofsmission vom 18. bis 21.09.2017 in Cloppenburg die Gelegenheit haben, gemeinsam weiter mit den Ergebnissen des Monitorings zu arbeiten.

Der Monitoringbericht wird voraussichtlich Ende des Jahres fertiggestellt und soll im ersten Quartal 2018 als Broschüre vorliegen. Für 2018 planen wir eine öffentliche Fachtagung, in der wir u.a. die Ergebnisse des Monitorings präsentieren.

6 Ansprechpartner und -partnerinnen für Ihre Fragen

Wenn Sie noch Fragen haben, wenden Sie sich bitte

- an die/den in Ihrer Region/Landeskirche/Diözese zuständige/n Fachreferenten/-ten oder Fachreferentin für die Bahnhofsmission bzw.
- an die Bundesgeschäftsstelle der Bahnhofsmission: Dr. Gisela Sauter-Ackermann, E-Mail: gisela.sauter-ackermann@bahnhofsmmission.de, Tel.: 030/644919969.

**Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der
Reflexion der Ergebnisse des Monitorings!**

Das Projekt „Entwicklung eines Sozialmonitorings
für die Bahnhofsmision“ wurde gefördert mit
Mitteln der Lotterie „GlücksSpirale“.



Konferenz für Kirchliche Bahnhofsmision
in Deutschland
S-Bahnhof Jannowitzbrücke, Bogen 14
10179 Berlin
Fon +49 (0) 30 644 919 960
Fax +49 (0) 30 644 919 967
Mail info@bahnhofsmision.de

ISBN 978-3-946023-04-3

IN VIA Verlag 
IN VIA

www.bahnhofsmision.de