



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

# FIM-STUDIE 2016

Familie, Interaktion, Medien

Untersuchung zur Kommunikation  
und Mediennutzung in Familien

# **FIM-Studie 2016**

## **Familie, Interaktion, Medien**

**Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien**

**Herausgeber:**

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)**

**Geschäftsstelle:**

**c/o Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)**

**Thomas Rathgeb**

**Reinsburgstr. 27**

**70178 Stuttgart**

Tel.: 0711 – 66 99 131

Fax.: 0711 – 66 99 111

E-Mail: [info@mpfs.de](mailto:info@mpfs.de)

[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

Leitung:

Peter Behrens (LMK)

Thomas Rathgeb (LFK)

Stuttgart, Dezember 2017

Autoren:

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Theresa Plankenhorn (LFK)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>1. Einführung und Methode</b>	<b>3</b>
1.1 Einführung	3
1.2 Methode	4
1.2.1 Basisbefragung	5
1.2.2 Tagesablaufferhebung mit Tagebüchern	5
<b>2. Familie</b>	<b>7</b>
2.1 Familienstruktur	7
2.2 Familienverständnis	11
2.3 Gemeinsame Zeit und Familienaktivitäten	15
2.4 Regeln in der Familie	18
<b>3. Kommunikation in der Familie</b>	<b>20</b>
3.1 Kommunikationsklima und familiäre Entscheidungen	20
3.2 Bewertung der innerfamiliären Kommunikation	22
3.3 Rituale und typische Situationen für Gespräche	26
3.4 Themen der innerfamiliären Kommunikation	31
3.4.1 Gesprächsthemen	31
3.4.2 Gesprächspartner für verschiedene Themen	37
3.5 Kommunikationswege zwischen Eltern und Kindern	45
<b>4. TV, Radio und Internet – Mediennutzung in der Familie</b>	<b>50</b>
4.1 Medienausstattung	50
4.2 Medientätigkeiten	52
4.2.1 Mediennutzung der Eltern	52
4.2.2 Mediennutzung der Kinder im Vorschulalter	55
4.2.3 Mediennutzung der Kinder ab sechs Jahren	57
4.2.4 Medienbiografien	58
4.2.5 Gemeinsame Mediennutzung in der Familie	58
4.2.6 Medien im Tagesablauf	61
4.3 Bewegtbildnutzung	63
<b>5. Medienkompetenz</b>	<b>69</b>
5.1 Medienexperten	69
5.2 Medienerziehungskompetenz	72
<b>6. Jugendmedienschutz</b>	<b>75</b>
<b>7. Zusammenfassung</b>	<b>79</b>
<b>8. English Summary</b>	<b>84</b>



# 1. Einführung und Methode

## 1.1 Einführung

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), der gemeinsam von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) getragen wird, führt gemeinsam mit dem Südwestrundfunk (SWR) seit vielen Jahren Studien zum Medienverhalten der jüngeren Generationen durch. Im Mittelpunkt stehen die beiden Untersuchungsreihen „JIM“ (Jugend, Information, (Multi-) Media) und „KIM“ (Kindheit, Internet, Medien).

Die Studienreihen beleuchten jeweils aktuelle Fragen zur Medienausstattung, zur Nutzungsfrequenz und zum Stellenwert der verschiedenen Medien im Alltag. Durch die langfristige Anlage der Studien – die JIM-Studie wird seit 1998 jährlich durchgeführt, die KIM-Studie seit 1999 etwa alle zwei Jahre – lässt sich einerseits sehr präzise der jeweils gegenwärtige Stand nachvollziehen, gleichzeitig werden auch mittelfristige Entwicklungen transparent. 2011 wurden diese beiden Studien um eine vertiefende Untersuchung zu allen familiären Fragen, die in diesem Kontext von Interesse sind, ergänzt. Die Studie trägt den Namen „Familie, Interaktion & Medien 2011“ (FIM-Studie) und wurde 2016 zum zweiten Mal aufgelegt.

Anders als JIM und KIM, die insbesondere die Mediennutzung der jeweiligen Altersgruppe abbilden, stellt die FIM-Studie die ganze Familie in den Fokus und geht damit einen methodisch aufwändigen Weg. Denn alle jeweiligen Haushaltsmitglieder wurden im Rahmen der Untersuchung befragt und die Ergebnisse in Relation zueinander gesetzt.

Den Schwerpunkt bilden die Fragenkomplexe:

- Qualität, Inhalte und Formen der innerfamiliären Kommunikation
- Vorhandensein von kommunikativen Verhaltensmustern innerhalb der Familie
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Generationen bei der Mediennutzung
- Bedeutung von Medientechnik und Medieninhalten im familiären Gefüge

Die FIM-Studie rundet die Daten der Studienreihen JIM und KIM ab, ergänzt sie um die familiäre Perspektive und erlaubt zusätzlich Einblicke in das bundesdeutsche Familienleben mit dem Schwerpunkt Medien und Mediennutzung, aber auch deutlich darüber hinaus. Angesichts der weitreichenden Veränderungen im Medienalltag durch die Verbreitung von Smartphones und mobilem Internet informiert die FIM-Studie 2016 über den aktuellen Stand der Mediennutzung in Familien – fünf Jahre nach der ersten FIM-Studie 2011.

## 1.2 Methode

Die Inhalte der Studie wurden in enger Zusammenarbeit zwischen den Auftraggebern und dem Institut GfK Media and Communication Research an die seit der ersten FIM-Studie 2011 veränderten Rahmenbedingungen angepasst.

Besonderes Augenmerk galt dabei der Problematik, die Inhalte jeweils altersgemäß in den „Forschungsinstrumentarien“ umzusetzen. Dementsprechend wurden verschiedene Fragebögen für Kinder, Jugendliche und die Eltern verwendet. Auskunft über die Mediennutzung der Kleinkinder gaben stellvertretend die Eltern.

Die Grundgesamtheit der FIM-Studie 2016 umfasst die ca. 18 Millionen deutschsprachigen Haushalte mit einem oder mehreren Kindern zwischen drei und 19 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Quotenstichprobe von 284 Familien befragt.<sup>1</sup> Die Stichprobe wurde quotiert nach der Anzahl der Kinder im Haushalt, nach dem Alter der Kinder, nach der Familienform, nach Nielsegebieten und nach drei Ortsgrößenklassen. Geringe Abweichungen der Soll-Struktur wurden durch eine iterative Gewichtung nach den vorgegebenen Quotenmerkmalen ausgeglichen, so dass die befragten Familien ein möglichst genaues Spiegelbild der Grundgesamtheit wiedergeben.

In den 284 ausgewählten Familien wurden alle Familienmitglieder ab drei Jahren in die Befragung einbezogen. Hieraus ergab sich für die verschiedenen Zielgruppen folgende Stichprobe:

- Haushalte/Familien: n=284
- Eltern: n=523
- Kinder (3-19 Jahre): n=443

Die Befragung erfolgte im Rahmen eines zweistufigen Untersuchungsdesigns, das unterschiedliche Forschungselemente berücksichtigt:

1. Basisbefragung: Eine national repräsentative, quantitative Face-to-Face-Studie (CAPI), die statistisch abgesicherte Aussagen über grundlegende Kommunikations- und Mediennutzungsstrukturen in Familien ermöglicht.
2. Tagebucherhebung: Eine vertiefende Untersuchung des Tagesablaufs anhand von Tagebüchern, um einen Einblick in das alltägliche familiäre Kommunikationsgefüge und in Verhaltensstrukturen zu gewinnen.

---

<sup>1</sup> Die Ergebnisse sind damit repräsentativ für Familien mit Kindern in Deutschland, nicht jedoch für die einzelnen Altersgruppen der Kinder. Repräsentative Ergebnisse zur Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen finden sich in den mpfs-Studienreihen KIM und JIM.

### **1.2.1 Basisbefragung**

Die Basisuntersuchung wurde in Form persönlicher, computergestützter Interviews (CAPI) durchgeführt. Es wurden jeweils alle Familienmitglieder eines Haushalts sukzessive, einzeln und unabhängig voneinander befragt. Entsprechend des Untersuchungsgegenstandes und der altersgemäßen Umsetzung wurden für Eltern und Kinder getrennte Fragebögen eingesetzt.

Fragebogen für die Eltern: Beide Elternteile (soweit vorhanden) wurden einzeln zu allen Themenbereichen und Fragenkomplexen der Untersuchung befragt. Der Fragebogen umfasste zusätzlich einen einführenden Fragenkatalog zur Haushaltsstruktur, der pro Haushalt jeweils nur von einem Elternteil beantwortet werden musste.

Fragebogen für Kinder zwischen drei und fünf Jahren: Aufgrund der Komplexität einiger Fragestellungen wurde auf eine persönliche Befragung der jüngsten Altersgruppe verzichtet. Die Fragen wurden stellvertretend von dem Elternteil beantwortet, der hauptsächlich für die Erziehung der Kinder dieser Altersgruppe zuständig ist.

Fragebogen für Kinder zwischen sechs und elf Jahren: Das Kind wurde persönlich interviewt, wobei es den Eltern oblag, ob bei der Befragung ein Elternteil anwesend war.

Fragebogen für Kinder zwischen zwölf und 19 Jahren: Persönliches Interview mit dem Kind bzw. Jugendlichen (ohne Beisein der Eltern).

Die Interviews im Rahmen der standardisierten Befragung wurden im Zeitraum vom 2. Mai bis 5. Juni 2016 durchgeführt. Die Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim Institut GfK Media and Communication Research in Raunheim.

### **1.2.2 Tagesablaufferhebung mit Tagebüchern**

Die zweite Stufe der Untersuchung, die Tagesablaufferhebung mit Tagebüchern, sollte spezifische Daten zum Tagesablauf der einzelnen Familienmitglieder liefern, um das alltägliche familiäre Kommunikationsgefüge und Verhaltensstrukturen abbilden zu können.

Auch die Gestaltung der Tagebücher und die Instruktionen wurden an die unterschiedlichen Befragtengruppen angepasst. Bei Kindern unter sechs Jahren sollte das Ausfüllen vom haupterziehenden Elternteil übernommen werden. Bei Kindern von sechs bis elf Jahren wurden die Eltern gebeten, das Kind bei Bedarf zu unterstützen.

Die Grundgesamtheit für die Tagebuchbefragung waren alle Familien, die an der vorangegangenen Basisbefragung teilgenommen hatten. Bei diesen Familien wurde ihre Bereitschaft zur Teilnahme an einer mehrtägigen Tagebucherhebung erfragt – sie lag bei 92 Prozent. Jedes Familienmitglied erhielt sein „eigenes“ Tagebuch, das während eines Zeitraums von drei aufeinanderfolgenden Tagen auszufüllen war. Die Stichprobe umfasst 651

Personen, dies entspricht 1.960 einzelnen Tagebüchern. In den Tagebüchern wurden allgemeine Tätigkeiten, Freizeitbeschäftigungen sowie die Mediennutzung und Kommunikation im Tagesverlauf abgebildet. Die verschiedenen Tätigkeiten wurden dabei in 30-Minuten-Intervallen erfasst.

Um eine gleichmäßige Verteilung über die sieben Wochentage zu gewährleisten, wurde der Anfangstag der Tagebuchführung für jede Zielperson einzeln vom durchführenden Institut vorgegeben. Die Tagebuchehebung wurde im Zeitraum vom 3. Mai bis 11. Juni 2016 durchgeführt. Dies entspricht einer Feldzeit von sechs Wochen.

Aus Gründen der Lesbarkeit bedient sich der vorliegende Bericht meist männlicher Substantive, schließt die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich mit ein. Wenn beispielsweise von Nutzern die Rede ist, so sind stets Nutzerinnen und Nutzer gemeint.

In der FIM-Studie werden Ergebnisse über alle Mitglieder der Familie dargestellt. Um es dem Leser möglichst einfach zu machen, gibt es für die unterschiedlichen Befragtengruppen jeweils eigene Farbkombinationen. Ergebnisse, die der Befragung oder den Tagebüchern der Eltern entstammen, sind in den Grafiken in Orangetönen dargestellt, Ergebnisse der Kinder in Grüntönen.



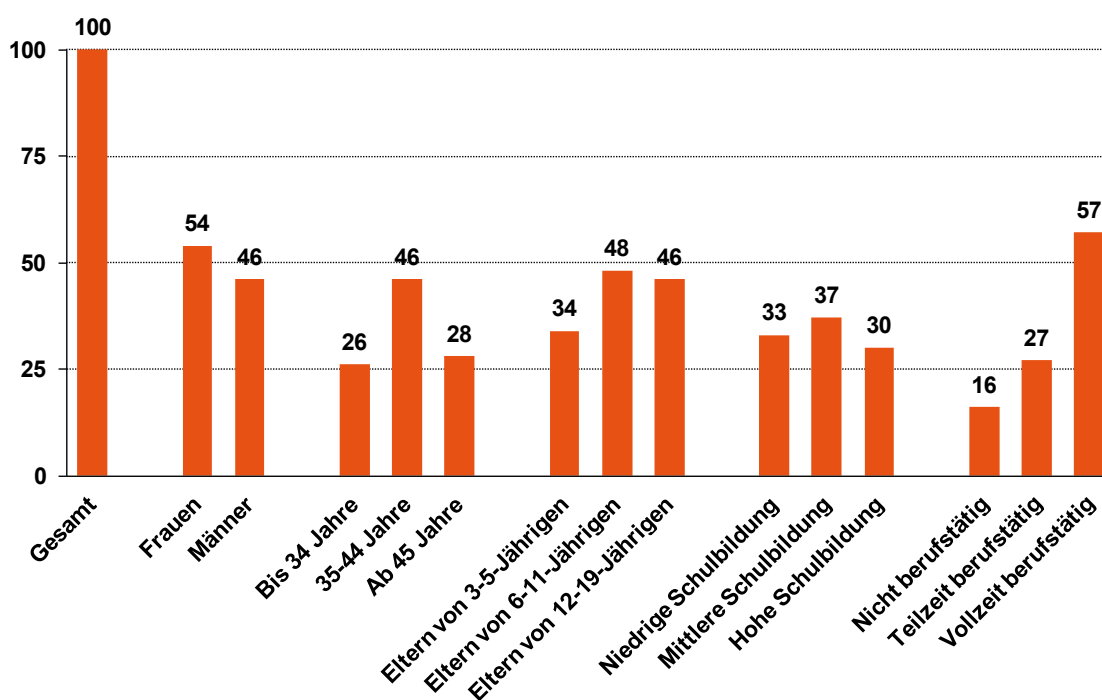
## 2. Familie

### 2.1 Familienstruktur

In den befragten Haushalten der FIM-Studie 2016 leben durchschnittlich 3,6 Personen. Mit 46 Prozent sind Drei-Personen-Haushalte am häufigsten vertreten, 38 Prozent sind Vier-Personen-Haushalte und in elf Prozent der Haushalte leben fünf Personen und mehr. Der Anteil der Haushalte, in denen nur eine Erziehungsperson lebt, beträgt im Schnitt sechs Prozent. Bei den Frauen beträgt dieser Anteil zehn Prozent, bei den Männern ist er so gut wie nicht existent (1 %). Es kommen – als Abbild des bundesdeutschen Familienlebens – die unterschiedlichsten Modelle zum Tragen: Klassische Vater-Mutter-Kind-Familien, Patchwork-Familien, Alleinerziehende oder gegebenenfalls auch gleichgeschlechtliche Elternpaare. Ausschlaggebend für die Teilnahme war, dass zwei Generationen mit Kindern im Alter von drei bis 19 Jahren im Haushalt leben, unabhängig von der Form des Zusammenlebens.

Jenseits von Alter und Geschlecht wird der vorliegende Bericht immer wieder auf verschiedene soziodemografische Merkmale der Eltern Bezug nehmen. Bei der Darstellung nach dem Alter der Kinder ist jedoch zu beachten, dass Eltern hier mehrfach zugeteilt werden können, wenn sie Kinder in unterschiedlichem Alter (z. B. sieben Jahre und 13 Jahre) haben.

### Soziodemografie Eltern



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

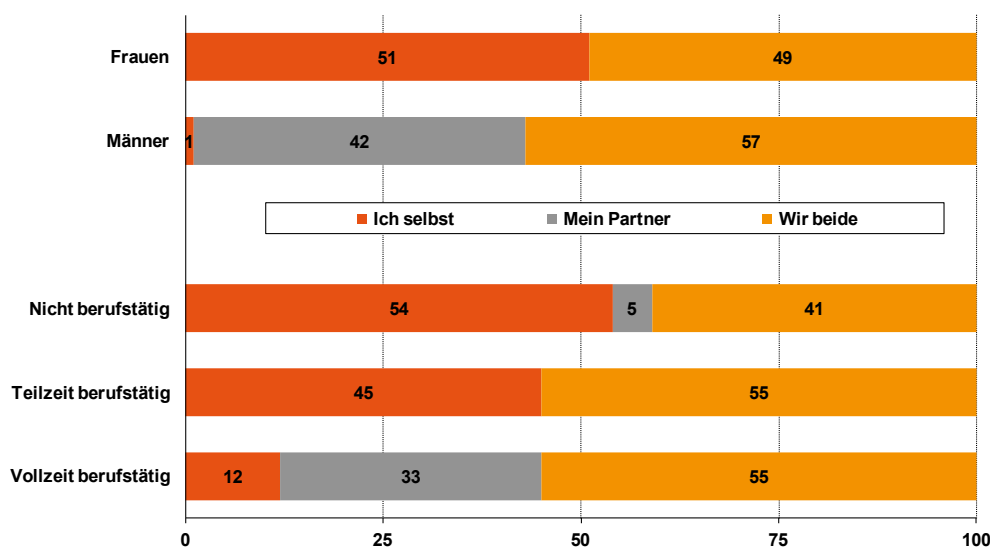
Die Differenzierung nach dem Bildungsgrad der Eltern erfolgt entsprechend des in der Bundesrepublik Deutschland weit verbreiteten dreigliedrigen Schulsystems. Eltern mit einer formal niedrigeren Schulbildung (Volks- oder Hauptschulabschluss) bilden 33 Prozent der Stichprobe, Eltern mit einer mittleren Schulbildung 37 Prozent und Eltern mit hoher Schulbildung (Abitur/Studium) machen 30 Prozent der Stichprobe aus.

Daneben spielt der Grad der Berufstätigkeit eine wichtige Rolle, da dieser maßgeblich auf das zur Verfügung stehende Zeitkontingent für die Beschäftigung mit den Kindern bzw. der Familie insgesamt Einfluss hat. In der Stichprobe gehen 16 Prozent der Befragten keiner beruflichen Tätigkeit nach, mit 27 Prozent arbeitet ein gutes Viertel Teilzeit und 57 Prozent sind Vollzeit berufstätig. Dabei wird nach wie vor das klassische Rollenmodell mit dem Vater als Hauptverdiener sichtbar – 94 Prozent der Männer und nur 25 Prozent der Frauen arbeiten Vollzeit (2011: 92 % und 21 %). Einen Teilzeitjob haben 49 Prozent der Frauen (2011: 51 %), aber nur zwei Prozent der Männer (2011: 2 %). Nach wie vor ist ein Viertel der Frauen nicht berufstätig (26 %, 2011: 28 %).

Dennoch kümmert sich nach eigenen Angaben gut die Hälfte (53 %) der Eltern gemeinsam um die Kindererziehung, bei 28 Prozent kommt diese Aufgabe vor allem dem Lebenspartner zu, 20 Prozent kümmern sich in erster Linie selbst um die Erziehung. Noch immer sind es aber vor allem die Frauen, die für die Kindererziehung zuständig sind. 51 Prozent der weiblichen, aber nur ein Prozent der männlichen Befragten sehen sich als Haupterzieher. Ein eher partnerschaftliches Erziehungsmodell bestätigen 57 Prozent der Männer, aber nur 49 Prozent der Frauen.

## Haupterzieher

- Eltern: „Wer kümmert sich in erster Linie um die Erziehung der Kinder?“ -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

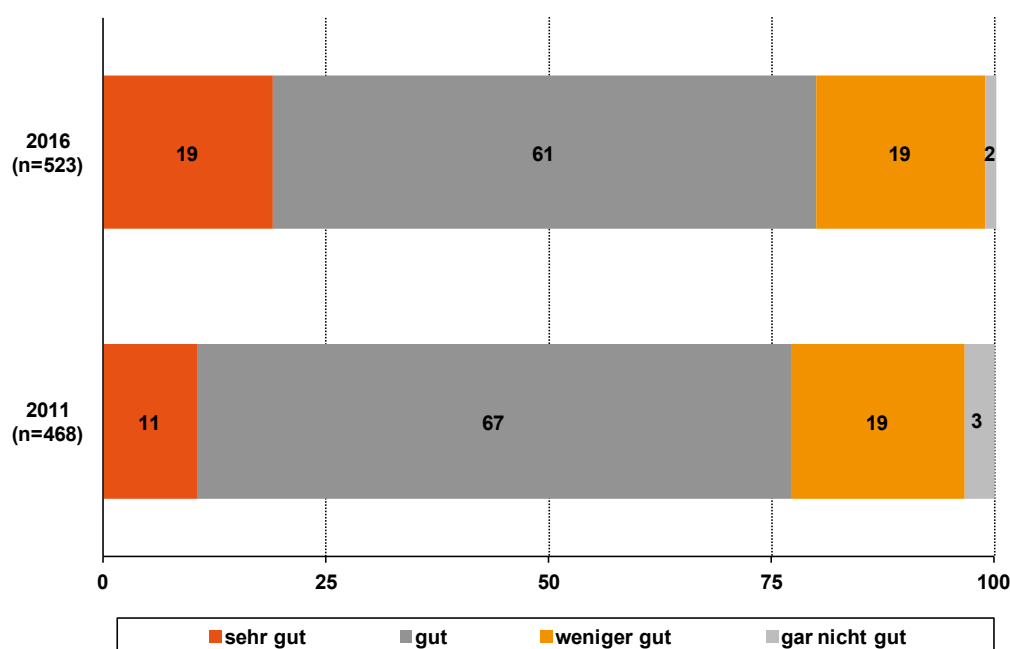
Als weitere Erziehungspersonen gelten bei knapp der Hälfte die Großeltern (49 %) oder andere Familienangehörige (14 %), aber auch Kindergarten/-krippe (26 %) bzw. Schülerhort oder die Nachmittagsbetreuung in der Schule (21 %).

Vergleichsweise positiv fällt die Einschätzung der finanziellen Situation in den Familien aus. Jeder Fünfte schätzt diese als sehr gut, knapp zwei Drittel immer noch als gut ein. Ebenfalls jeder Fünfte bewertet den monetären Spielraum weniger bzw. gar nicht gut. Je höher die Schulbildung, desto größer der Anteil derer, die ihre Situation positiv einschätzen (sehr gut/gut: niedrige Schulbildung 57 %, hohe Schulbildung 94 %), gleiches gilt für den Grad der Berufstätigkeit (nicht berufstätig: 58 %, voll berufstätig: 85 %). Das Geschlecht der Befragten spielt kaum eine Rolle (Frauen: 77 %, Männer: 81 %).

Im Vergleich mit der FIM-Studie aus dem Jahr 2011 zeigen sich positive Auswirkungen der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung – damals beurteilte nur jeder Zehnte die Finanzsituation der Familie als sehr gut. Vor allem junge Familien (Befragte bis 34 Jahre) beurteilen ihre wirtschaftliche Lage 2016 zu einem deutlich stärkeren Anteil als sehr gut (14 %, 2011: 3 %). Insgesamt bleibt aber festzuhalten, dass 2016 wie 2011 etwa jede fünfte Familie mit schwierigen wirtschaftlichen Verhältnissen zu kämpfen hat.

## Einschätzung der aktuellen finanziellen Situation der Familie

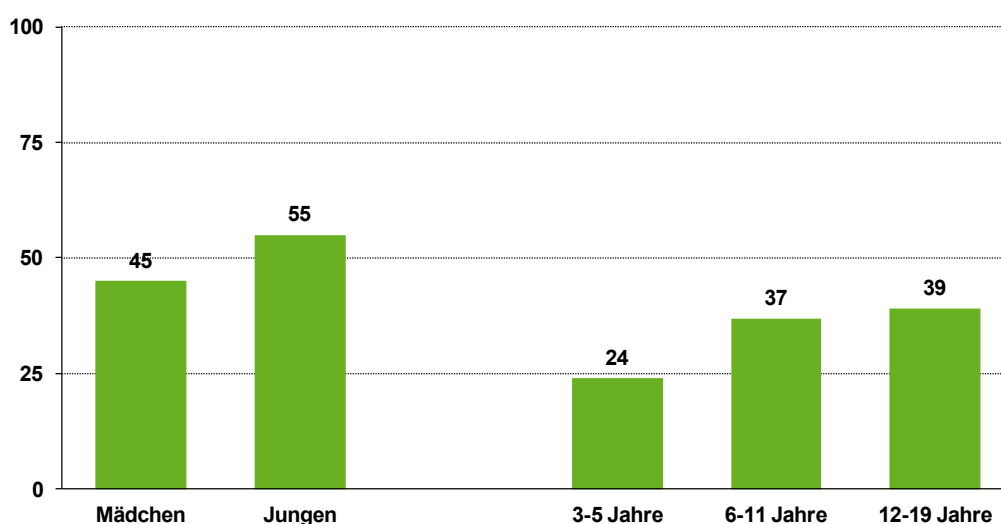
- Eltern: „Wenn Sie mal an die aktuelle finanzielle Situation Ihrer Familie denken, wie würden Sie diese beurteilen?“ -



Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern

Wenn in der FIM-Studie von Kindern die Rede ist, so umfasst dies das gesamte Altersspektrum der Drei- bis 19-Jährigen, auch wenn man bei den Älteren streng genommen von Jugendlichen sprechen müsste. Im vorliegenden Bericht wird nach Alter und Geschlecht der Kinder, nicht aber nach dem Bildungshintergrund differenziert. Letzteres erscheint auch aufgrund der breiten Altersspanne der Kinder wenig sinnvoll. Die befragten Kinder sind zu 45 Prozent weiblich und zu 55 Prozent männlich. Auf die Altersgruppe der Drei- bis Fünfjährigen entfällt knapp ein Viertel, die Sechs- bis Elfjährigen sind zu 37 Prozent und die Zwölf- bis 19-Jährigen zu 39 Prozent vertreten.

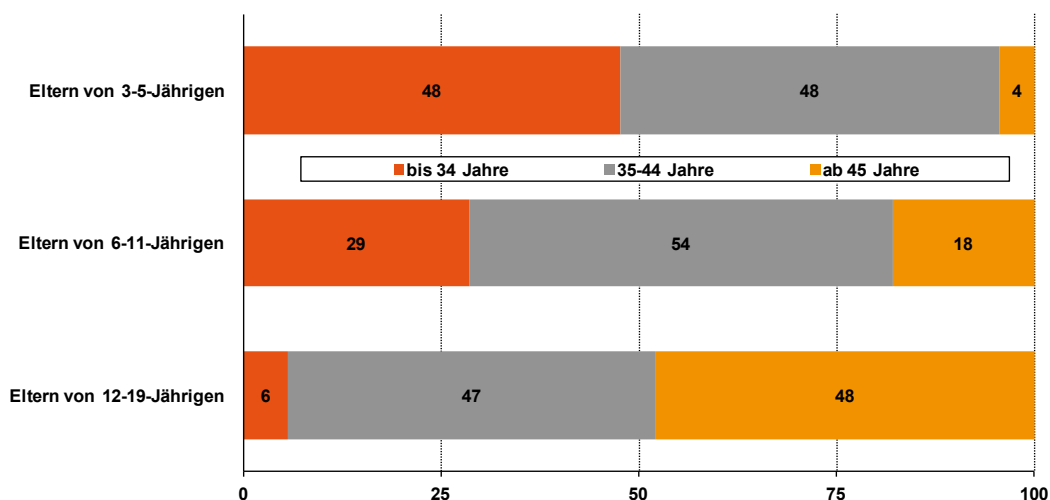
## Soziodemografie Kinder



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=443

Wenig überraschend haben jüngere Kinder auch jüngere Eltern. Allerdings zeigt sich im Vergleich zu 2011 ein Anstieg im Alter der Elterngeneration (FIM-Studie 2011: Eltern 3- bis 5-Jährige: bis 34 Jahre: 59 %, 35-44 Jahre: 38 %, ab 45 Jahre: 4 %).

### Alter der Eltern in Relation zum Alter der Kinder



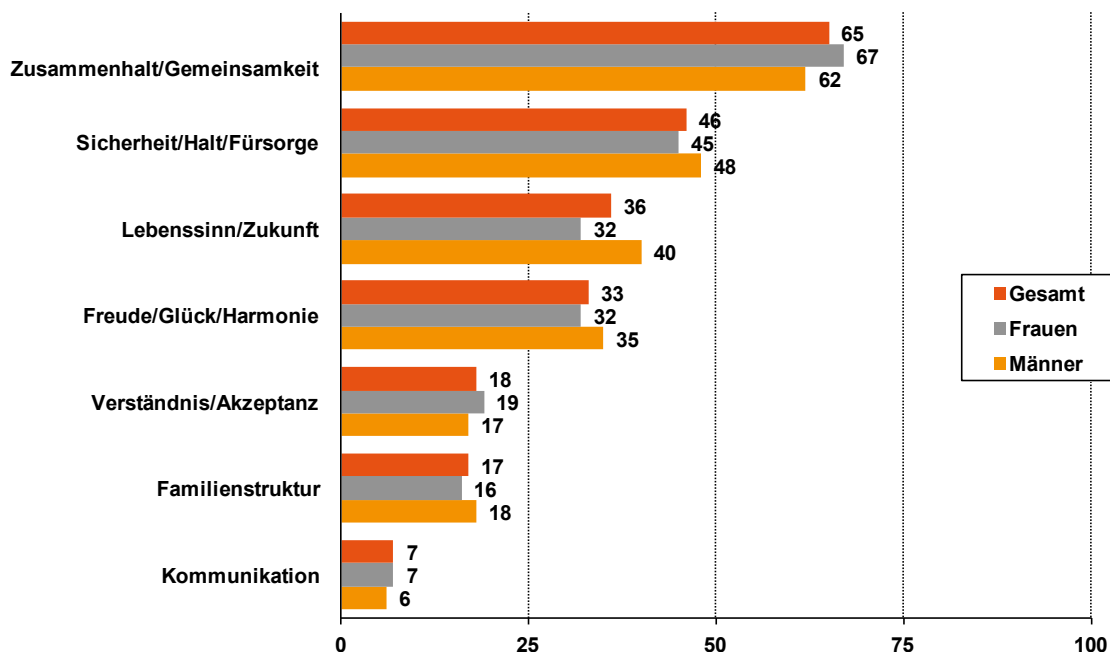
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

## 2.2 Familienverständnis

Das Verständnis darüber, was Familie bedeutet, kann in der subjektiven Wahrnehmung jedes einzelnen – Vater, Mutter, Kind(er) – durchaus unterschiedlich ausfallen. Die Frage „Was bedeutet „Familie“ für Sie/Dich persönlich?“ (hier konnten ohne Antwortvorgaben mehrere Antworten gegeben werden) wurde von zwei Dritteln der Eltern mit den Stichworten „Zusammenhalt“ und/oder „Gemeinsamkeit“ beantwortet. Familie gibt Halt und Sicherheit, macht für viele den Sinn des Lebens aus und macht glücklich. Die Antworten der Eltern variieren je nach Alter, Geschlecht oder Bildung nur unwesentlich, wenngleich das Thema „Zusammenhalt“ mit zunehmender Familienerfahrung – also zunehmendem Lebensalter der Eltern und/oder der Kinder – an Bedeutung zunimmt.

## Familienverständnis

- Eltern: „Was bedeutet „Familie“ für Sie persönlich?“ (offene Nennungen) -

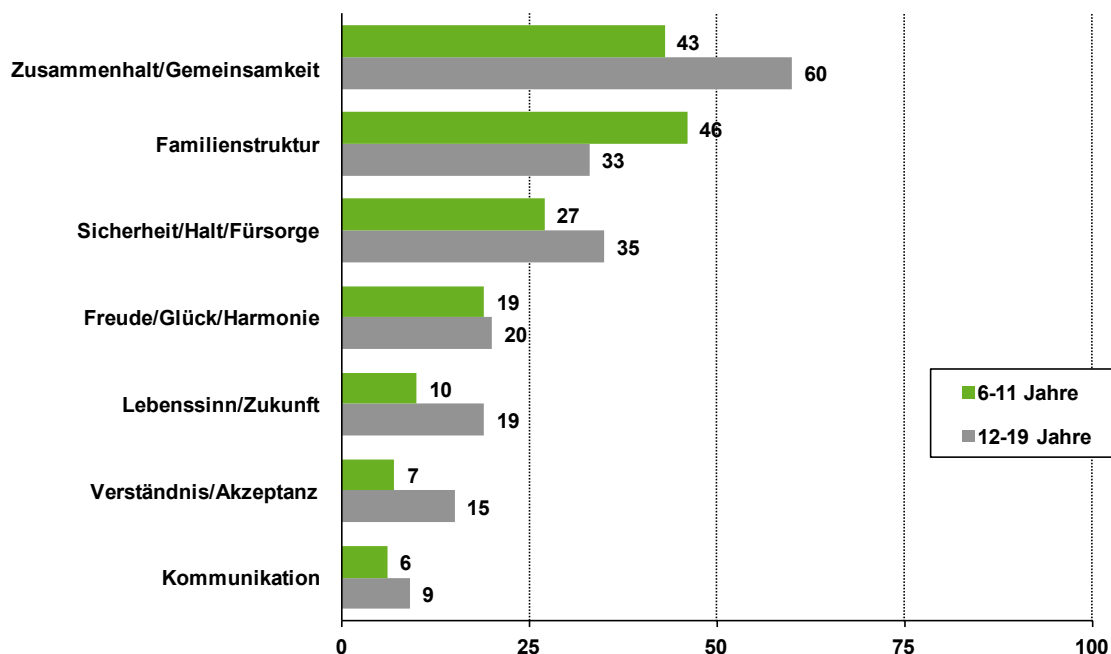


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Auch aus Sicht der Kinder (6-19 Jahre) steht „Zusammenhalt/Gemeinsamkeit“ (52 %) am stärksten für das, was Familie ausmacht. Anders als bei den Eltern steht dann aber ganz konkret die Familienstruktur (Eltern, Geschwister, Großeltern) an zweiter Stelle (39 %). Sicherheit/Halt/Fürsorge (31 %) ist für jedes dritte Kind der Inbegriff von Familie, für jedes Fünfte bedeutet Familie Glück/Freude/Harmonie. Weniger häufig wird in der Familie der Sinn des eigenen Lebens bzw. der Zukunft gesehen (14 %) und nur für jedes zehnte Kind ist in der offenen, ungestützten Nennung gegenseitiges Verständnis/Akzeptanz (11 %) prägnant für die Familie. Ebenso wie bei den Eltern scheint auch für Kinder der Aspekt der Kommunikation (innerhalb der Familie) eher nachrangig für das Verständnis von Familie zu sein (8 %). Mädchen und Jungen unterscheiden sich hier kaum. Wie bei den Eltern ist mit zunehmendem Alter der Kinder das Erleben von Familie am stärksten durch den innerfamiliären Zusammenhalt geprägt.

## Familienverständnis

- Kinder (6-19 Jahre): „Was bedeutet „Familie“ für Dich persönlich?“ (offene Nennungen) -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

Die anschließend erbetene Zustimmung zu verschiedenen Aussagen, die das Zusammenleben der Familie beschreiben, macht die Facetten von Familie noch einmal deutlicher. Das Statement „Familie bedeutet für mich Geborgenheit und Vertrauen“ führt die Liste an und erhält von 77 Prozent der Eltern (voll und ganz) Zustimmung. Ebenso erlebt die deutliche Mehrheit Rückhalt in der Familie und kann über alle Dinge offen und ehrlich sprechen. Auch die Weitergabe von Werten ist bedeutsam. Vier von zehn Eltern betonen die Wichtigkeit von Ritualen und der finanziellen Absicherung der Familie. Nur für ein gutes Viertel ist das Funktionieren von Familie mit der Einhaltung eines Regelkanons verbunden und auch die Gleichberechtigung von Kindern und Eltern wird hinterfragt. Medien sind in der absoluten Zustimmung kaum ein Grund für Streit in der Familie (stimme voll und ganz/weitgehend zu: 23 %).

Männer und Frauen weisen bei ihrer Bewertung kaum Unterschiede auf – nur die finanzielle Absicherung der Familie wird von Männern (46 %) wichtiger eingeschätzt als von Frauen (34 %). Mit zunehmendem Alter der Eltern schwächen sich die meisten Zustimmungswerte etwas ab – es kann auf eine längere Erfahrung zurückgeblickt werden, Familie wird schon länger praktiziert und Ziele sind ggf. bereits umgesetzt. Auffällig ist, dass jüngere Eltern die selbst erlernte Erziehung häufiger an ihre Kinder weitergeben als Ältere – diese wiederum lehnen den Erziehungsstil ihrer Eltern häufiger ab als Jüngere. Das Alter der (zu erziehenden) Kinder spielt bei der Einschätzung der Eltern keine Rolle – nur die Bedeutung von

Ritualen ist bei Eltern von Zwölf- bis 19-Jährigen bereits deutlich geringer ausgeprägt. Eine hohe formale Bildung der Eltern führt bei folgenden fünf Aussagen zu einem Anstieg von zehn Prozentpunkten (PP) und mehr gegenüber der Gruppe der formal niedrig Gebildeten: Familie steht stärker für Geborgenheit, man kann über alles sprechen, Familie hat stärker die Funktion eines Rückzugortes, Rituale sind wichtiger und Kinder werden zu einem höheren Anteil als gleichberechtigt erachtet.

Der Vergleich mit der FIM-Studie 2011 zeigt kaum Unterschiede, wenngleich die absoluten Zustimmungswerte 2016 etwas weniger stark ausgeprägt sind. Einzig die Beschreibung der Familie als Rückzugsort fällt 2016 deutlich geringer aus (-11 PP). Überraschend ist, dass Medien, deren Präsenz und Rolle im Alltag in den letzten Jahren deutlich zugenommen haben, nach wie vor kaum als Grund für familiäre Auseinandersetzungen genannt werden.

## Familienverständnis

- Eltern: stimme voll und ganz zu -

	2011, n=468	2016, n=523
Familie bedeutet für mich Geborgenheit und Vertrauen.	85 %	77 %
Meine Familie hält zu mir.	79 %	76 %
In meiner Familie bekomme ich Unterstützung, wenn mir etwas wichtig ist.	70 %	70 %
In meiner Familie kann ich offen und ehrlich über alles sprechen.	70 %	66 %
In einer Familie ist es vor allem wichtig die richtigen Werte an die Kinder weiter zu vermitteln.	70 %	64 %
In meiner Familie kann ich einfach so sein wie ich wirklich bin.	61 %	61 %
Familie bedeutet für mich ein Lebensraum, in den ich mich zurückziehen kann.	58 %	47 %
In meiner Familie ist die finanzielle Absicherung sehr wichtig.	40 %	39 %
In meiner Familie gibt es viele eingespielte Rituale.	43 %	38 %
Eine Familie funktioniert nur, wenn alles genau geregelt ist.	23 %	28 %
Eltern und Kinder müssen in einer Familie gleichberechtigt sein.	16 %	18 %
Alles in allem erziehe ich meine Kinder so, wie ich selbst erzogen wurde.	11 %	15 %
Ich würde meine Kinder auf keinen Fall so erziehen, wie ich selbst erzogen wurde.	9 %	9 %
In meiner Familie spielen religiöse Werte eine wichtige Rolle.	12 %	5 %
Manchmal wird mir in der Familie alles zu viel.	n.e.	5 %
Medien sind in unserer Familie häufiger ein Grund für Streit.	3 %	4 %
Es kommt vor, dass ich meine Zeit lieber woanders vertreibe, damit ich nicht nach Hause gehen muss.	2 %	3 %
Mir sind meine Freunde wichtiger als meine Familie.	2 %	2 %
Ich wünsche mir manchmal eine andere Familie.	1 %	1 %

Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern

Aufgrund der Komplexität dieser Aussagen wurde eine gekürzte Liste dieser Statements nur den älteren Kindern im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren vorgelegt. Höchste Zustimmung (trifft voll und ganz zu) erhält die Aussage „Meine Familie hält zu mir“ (69 %), auch die Unterstützung der Familie ist gegeben, knapp zwei Drittel der Kinder haben ein hohes



Sicherheitsgefühl. Aber nur jeder Zweite bestätigt voll und ganz in der Familie offen und ehrlich über alles sprechen zu können.

Der Vergleich zu 2011 zeigt, analog zu den Eltern, ein insgesamt geringeres, aber vergleichbares Zustimmungsniveau. Geringer ausgeprägt sind auch bei den Kindern die Themen Geborgenheit und Vertrauen, aber auch der Zusammenhalt innerhalb der Familie wird von den Kindern weniger stark wahrgenommen als 2011. Aus Sicht der Kinder hat sich das Konfliktpotential in der Familie beim Thema Medien, anders als bei den Eltern, spürbar erhöht.

### Familienverständnis

- Kinder (12-19 Jahre): stimme voll und ganz zu -

	2011 (n=173)	2016 (n=173)
Meine Familie hält zu mir.	79 %	69 %
In meiner Familie bekomme ich Unterstützung, wenn mir etwas wichtig ist.	70 %	66 %
Familie bedeutet für mich Geborgenheit und Vertrauen.	76 %	62 %
In meiner Familie kann ich einfach so sein wie ich wirklich bin.	54 %	50 %
In meiner Familie kann ich offen und ehrlich über alles sprechen.	56 %	50 %
Familie bedeutet für mich ein Lebensraum, in den ich mich zurückziehen kann.	44 %	44 %
Eltern und Kinder müssen in einer Familie gleichberechtigt sein.	44 %	39 %
In meiner Familie ist die finanzielle Absicherung sehr wichtig.	33 %	31 %
In einer Familie ist es vor allem wichtig, die richtigen Werte an die Kinder weiter zu vermitteln.	30 %	30 %
Eine Familie funktioniert nur, wenn alles genau geregelt ist.	16 %	22 %
In meiner Familie gibt es viele eingespielte Rituale.	20 %	13 %
Medien sind in unserer Familie häufiger ein Grund für Streit.	4 %	10 %
Manchmal wird mir in der Familie alles zu viel.	n.e.	9 %
Es kommt vor, dass ich meine Zeit lieber woanders verbringe, damit ich nicht nach Hause gehen muss.	4 %	6 %
Mir sind meine Freunde wichtiger als meine Familie.	1 %	5 %
In meiner Familie spielen religiöse Werte eine wichtige Rolle.	12 %	5 %
Ich wünsche mir manchmal eine andere Familie.	2 %	4 %

Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (12-19 Jahre)

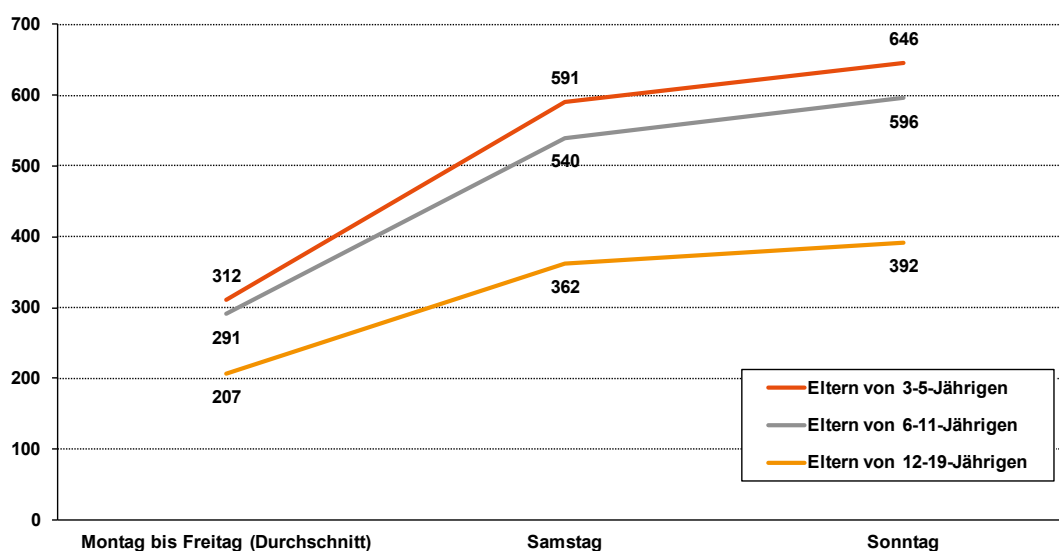
### 2.3 Gemeinsame Zeit und Familienaktivitäten

Wie viel Zeit haben Eltern und Kinder gemeinsam zur Verfügung und wie zufrieden sind die Familienmitglieder mit diesem Zeitkontingent? Nach Einschätzung der Eltern verbringen sie an einem durchschnittlichen Wochentag (Montag - Freitag) 257 Minuten mit ihren Kindern, also gut vier Stunden. Etwa doppelt so hoch fällt dieser Wert am Wochenende aus – an Samstagen sind es fast acht Stunden (473 Min.) und an Sonntagen fallen 517 Minuten, also gut achteinhalb Stunden, an. Die (meist berufstätigen) Väter verbringen unter der Woche nur etwa halb so viel Zeit mit ihren Kindern wie die Mütter (177 bzw. 329 Min.). Dieser Unterschied gilt – wenn auch in deutlich geringerem Umfang – auch für das Wochenende (Samstag: 417 bzw. 520 Min., Sonntag: 475 bzw. 552 Min.). Auch nimmt die quantitative Zuwendung der Eltern mit dem Alter der Kinder deutlich ab. Eltern von Drei- bis

Fünffährigen kommen unter der Woche auf 312 Minuten mit dem Kind/den Kindern verbrachte Zeit, bei Eltern von Sechs- bis Elfjährigen sind es 291 Minuten und bei Eltern von Zwölf- bis 19-Jährigen nur noch 207 Minuten. An den Wochenenden erhöht sich dieses Kontingent entsprechend, aufgrund der mit zunehmendem Alter immer größer werdenden Eigenständigkeit der Kinder zeigt sich dieses Phänomen bei Eltern älterer Kinder aber deutlich abgeschwächt. Legt man die Einschätzungen der Kinder – hier nur der Zwölf- bis 19-Jährigen – daneben, so ergibt sich für die Wochentage Montag bis Freitag eine hohe Übereinstimmung (219 Minuten). Am Wochenende liegen die Schätzungen der Kinder um 42 (Samstag) bzw. 53 Minuten (Sonntag) unter denen der Eltern. Vor dem Hintergrund der Berufstätigkeit zeigen sich zwischen Nicht-Berufstätigen und Teilzeit-Berufstätigen kaum Unterschiede, was eine gute Anpassung der Arbeitszeit an die Schul- bzw. Betreuungszeit der Kinder vermuten lässt.

### Gemeinsam mit den Kindern verbrachte Zeit

- Eltern: Angaben in Minuten -



Quelle: FIM2016, Angaben in Minuten  
Basis: Eltern, n=523

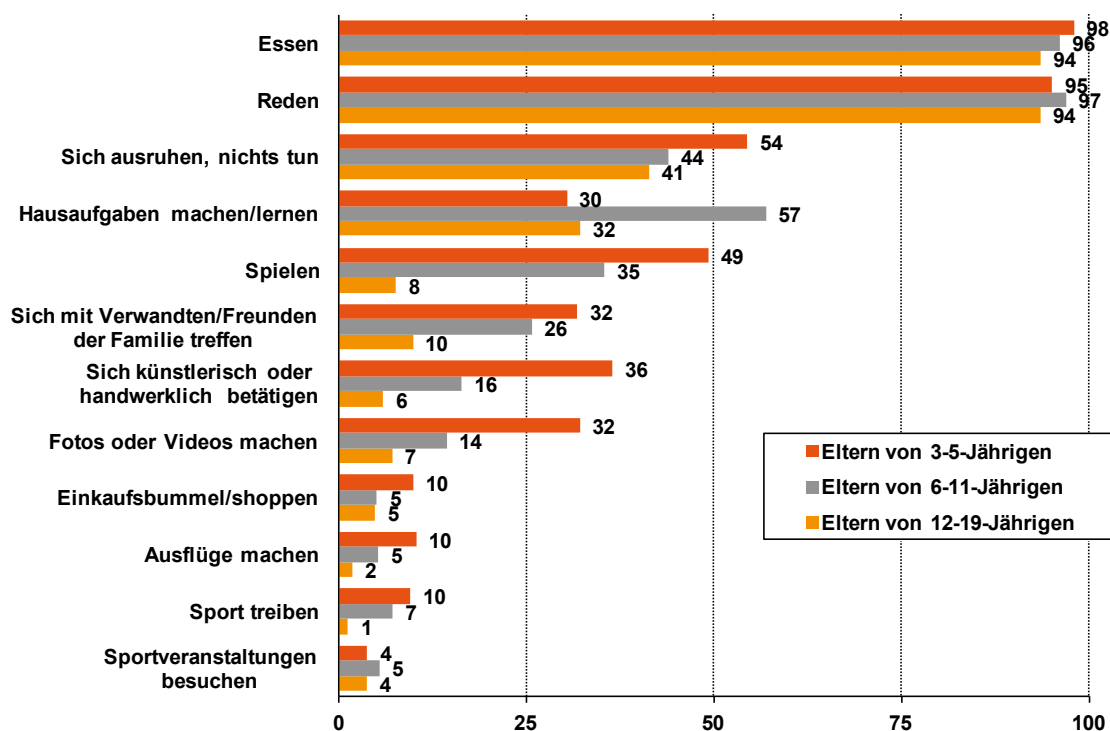
Fragt man die Eltern danach, wie zufrieden sie alles in allem mit dem zeitlichen Umfang sind, den sie mit ihren Kindern verbringen, so ist genau ein Drittel der Eltern voll und ganz zufrieden, genau die Hälfte weitgehend zufrieden, 14 Prozent sind weniger und zwei Prozent gar nicht zufrieden. Bei den Müttern – die in der Regel auch mehr Zeit mit den Kindern verbringen – ist die Zufriedenheit deutlich höher ausgeprägt als bei den Vätern (voll und ganz zufrieden, Mütter: 41 %, Väter: 23 %). Interessant ist an dieser Stelle, dass obwohl sich das Zeitkontingent der Eltern absolut gesehen im Vergleich zu 2011 nur unwesentlich verändert hat, die Zufriedenheit damit (voll und ganz zufrieden) um acht Prozentpunkte angestiegen ist – bei Frauen und Männer gleichermaßen.

Kinder sind dagegen deutlich zufriedener, was die gemeinsam mit den Eltern verbrachte Zeit angeht: Bei den Sechs- bis Elfjährigen sind 63 Prozent voll und ganz und weitere 31 Prozent weitgehend zufrieden mit dem gemeinsamen Zeitbudget, bei den Zwölf- bis 19-Jährigen sieht es ganz ähnlich aus (voll und ganz zufrieden: 54 %, weitgehend zufrieden: 40 %). Auch bei den Kindern ist die Zufriedenheit (voll und ganz zufrieden) im Vergleich zu 2011 angestiegen (6-11 Jahre: +9 PP, 12-19 Jahre: +11 PP).

Inhaltlich stehen bei der gemeinsam verbrachten Zeit das gemeinsame Essen und die Kommunikation im Vordergrund. 70 Prozent der Eltern nehmen täglich gemeinsam mit den Kindern Mahlzeiten ein. Mit den Kindern reden ist für 95 Prozent eine regelmäßige (täglich/mehrmals pro Woche) Tätigkeit. Gemeinsam mit den Kindern Ausruhen findet bei 46 Prozent regelmäßig statt. Beim Thema Hausaufgaben sind vor allem Eltern von Sechs- bis Elfjährigen gefordert. Das gemeinsame Spielen, Basteln oder das Treffen mit Freunden und der Familie verliert mit zunehmendem Alter und Selbstständigkeit der Kinder an Bedeutung. Männer und Frauen weisen beim gemeinsamen Essen und bei Gesprächen mit den Kindern kaum Unterschiede auf, entsprechend des höheren Zeitbudgets üben Frauen aber die meisten Freizeitaktivitäten sehr viel häufiger gemeinsam mit den Kindern aus als Männer dies tun.

## Gemeinsame Freizeitaktivitäten mit den Kindern

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

## 2.4 Regeln in der Familie

Das Leben in Gemeinschaften wird durch Werte, Normen und Regeln organisiert und strukturiert – und das gilt selbstverständlich erst recht für das Zusammenleben in der Familie. Dabei hat jede Familie ihren eigenen Regelkanon, der auch rein formal nach Größe der Familie, Alter der Kinder oder auch der Berufstätigkeit der Eltern variieren kann. Im Rahmen der FIM-Studie wurden bei den Eltern neun mögliche Bereiche auf bestehende Regeln und deren Durchsetzung untersucht. Da sich die Wahrnehmung von Eltern und Kindern hier sehr stark unterscheiden kann, wurden im Gegenzug auch die Kinder hierzu befragt.

Die meisten Eltern haben Regeln zur Bettgezeit (78 %), mit Abstand folgen Absprachen rund um Hausaufgaben und Lernen (59 %). In vergleichbarer Größenordnung haben Eltern Regeln zu Ausgehzeiten/Verabredungen mit Freunden (57 %) oder der Mithilfe im Haushalt (55 %) getroffen. Auch hinsichtlich der Nutzung verschiedener Medien gibt es Vereinbarungen zwischen Eltern und Kindern – am häufigsten die Nutzung von Serien und Filmen betreffend (57 %), aber auch was Dauer (50 %) und Inhalt (47 %) von digitalen Spielen betrifft. Ebenso geben 47 Prozent der Eltern an, dass es Regeln darüber gibt, welche Internetseiten die Kinder nutzen dürfen. Erstaunlich mutet an, dass den Umgang mit dem Smartphone nur 32 Prozent der Eltern reglementieren. Insgesamt betrachtet kommt bei 93 Prozent der Eltern mindestens eine der vorgegebenen Regeln zur Anwendung, sieben Prozent organisieren das Zusammenleben ohne (diese) mehr oder weniger verbindlichen Absprachen. Dabei handelt es sich vor allem um Eltern ab 45 Jahren deren Kinder entsprechend älter sind.

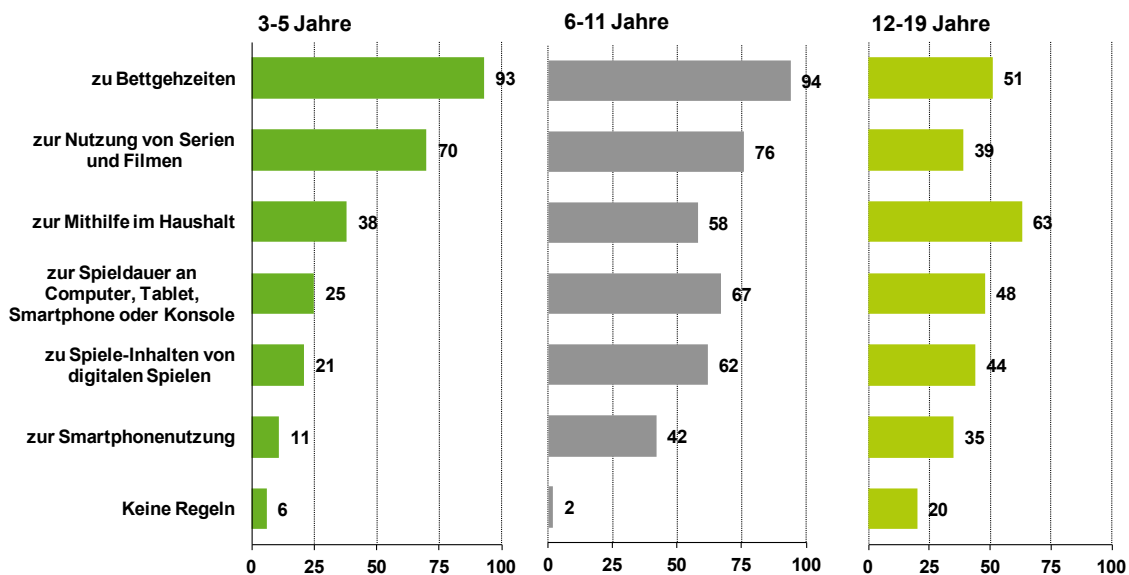
Die Einhaltung dieser Regeln – so sie denn in der Familie bestehen – scheint aus Sicht der Eltern gut zu funktionieren und wird von jeweils zwei Drittel der Eltern bestätigt (immer/fast immer). Besonders strikt erfolgt die Umsetzung, wenn es darum geht, welche Internetseiten von den Kindern genutzt werden dürfen – hier berichten exakt drei Viertel der betreffenden Eltern, dass diese Regeln erfolgreich angewendet werden. Weniger gut lassen sich hingegen die Regeln zur Nutzungsdauer digitaler Spiele umsetzen – hier liegt die Erfolgsquote nur bei 49 Prozent. Mit Abstand am wenigsten gut werden (aufgestellte) Regeln zur Mithilfe im Haushalt stringent umgesetzt (30 %).

Da das Vorhandensein von Regeln bei den Eltern nur insgesamt und nicht differenziert nach dem Alter des oder der Kinder abgefragt wurde, ist ein Perspektivenwechsel nötig. Auch die Kinder wurden (selbst oder stellvertretend durch die Eltern) nach dem Vorhandensein von Regeln in unterschiedlichen Lebensbereichen gefragt. Bei der auf sechs Bereiche verkürzten Liste stehen Verabredungen zu Bettgehzeiten bei den unter Elfjährigen ganz vorne. Die Mithilfe im Haushalt nimmt mit zunehmendem Alter der Kinder einen höheren Verpflichtungsgrad an. Jedes fünfte Kind im Alter von zwölf bis 19 Jahren hat aber

keine der vorgegebenen Regeln zu befolgen. Hinsichtlich des Medienumgangs bleiben Regeln zum digitalen Spielen in allen Lebensphasen der Kinder präsent, das Smartphone wird hingegen überall vergleichsweise gering reglementiert – selbst bei den Zwölf- bis 19-Jährigen, auch wenn diese zu 95 Prozent ein Smartphone besitzen.<sup>2</sup>

### Familienregeln

- Kinder (3-19 Jahre): es gibt Regeln... -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=443

<sup>2</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2016, S. 22f.

### **3. Kommunikation in der Familie**

#### **3.1 Kommunikationsklima und familiäre Entscheidungen**

Das Kommunikationsklima innerhalb einer Familie ist ein Indikator für den generellen Umgang der Familienmitglieder miteinander. Auch auf verschiedene Erziehungsstile, wie etwa einen autoritären oder demokratischen Erziehungsstil, lässt sich durch die Analyse der Kommunikation innerhalb der Familie schließen.

Um einen Einblick in die Familienkommunikation in Deutschland zu erhalten, wurden allen Befragten ab sechs Jahren in der FIM-Studie verschiedene Aussagen hierzu vorgelegt. Diese Aussagen sollten dahingehend bewertet werden, ob sie für das Gesprächsklima der eigenen Familie zutreffen. Die größte Zustimmung erhält hierbei die Aussage „Bei uns kommt immer jeder zu Wort, egal wie alt er ist“. 49 Prozent der Eltern und 50 Prozent der Kinder stimmen dieser Aussage voll und ganz zu, nur sechs Prozent geben an, dies treffe in ihrer Familie weniger zu. Die Kommunikation wird in den meisten Familien grundsätzlich als angenehm empfunden, was auch die etwa gleich hohe Zustimmung der Kinder zu der Aussage „Meine Eltern hören mir zu, wenn ich etwas sagen möchte“ (54 % stimme voll und ganz zu) zeigt. In den befragten Familien werden die Meinungen und Ansichten der Kinder angehört. In einigen Familien wird offensichtlich ein demokratischer Kommunikationsstil gepflegt, wie anhand der Zustimmung zu „Bei uns in der Familie wird oft abgestimmt“ ersichtlich wird (stimme voll und ganz zu: Eltern: 12 %, Kinder: 11 %). In den meisten Familien werden zudem die Meinungen der anderen respektiert und auf Themen sachlich eingegangen, auch wenn sich einmal nicht alle einig sind (stimme voll und ganz/weitgehend zu: Eltern: 90 %, Kinder: 83 %). Auch darüber, dass die finale Entscheidungshoheit bei den meisten Themen schlussendlich bei den Erwachsenen liegt, sind sich Erwachsene und Kinder einig, ebenso findet die Aussage „Solange die Kinder noch nicht volljährig sind, müssen sie den Eltern folgen“ bei jeweils etwa zwei von fünf Elternteilen und Kindern starke Zustimmung. Insgesamt zeigt sich ein harmonisches Bild der Kommunikationsverhältnisse. In den Familien kommt es nach Einschätzung der befragten Eltern und Kinder nur sehr selten bei Gesprächen zu Auseinandersetzungen und Streit. Wenn doch einmal gestritten wird, so scheint dies schnell geklärt zu werden: Nur jeweils fünf Prozent der Eltern und Kinder stimmen voll und ganz zu, dass sie nach einem Streit längere Zeit brauchen, bis sie wieder miteinander reden.

## Statements zur Familienkommunikation

- Eltern: stimme voll und ganz zu -

	2011, n=468	2016, n=523
Bei uns kommt immer jeder zu Wort, egal, wie alt er ist.	57 %	49 %
Letztendlich treffen bei uns die Erwachsenen die Entscheidungen.	40 %	46%
Solange die Kinder noch nicht volljährig sind, müssen sie den Eltern folgen.	34 %	42%
Auch wenn wir uns in der Familie nicht einig sind, gehen wir ein Thema sachlich an und respektieren die andere Meinung.	31 %	30 %
Wenn sich die Erwachsenen unterhalten, sollen sich die Kinder nicht einmischen.	15 %	14 %
Bei uns in der Familie wird oft abgestimmt.	8 %	12 %
Ich wünsche mir mehr Zeit für Gespräche in der Familie	15 %	11 %
In unserer Familie werden mit den Kindern auch Themen besprochen, die nur die Erwachsenen betreffen.	7 %	11 %
Häufiger habe ich das Gefühl, dass ich nicht ausreichend über Themen, die die Kinder beschäftigen, informiert bin.	6 %	7 %
Wir brauchen nach einem Streit eine längere Zeit, bis wir wieder miteinander reden.	4 %	5 %
Bei uns kommt es bei Gesprächen öfter zu Auseinandersetzungen und Streit.	3 %	3 %

Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern

Im Vergleich zur FIM-Studie 2011 hat sich das Kommunikationsklima in den Familien nur geringfügig verändert. Betrachtet man die Angaben der Eltern, so zeigt sich fünf Jahre nach der ersten Erhebung zur FIM-Studie eine etwas stärkere Tendenz zu einem autoritären Kommunikationsstil, wie die stärkere Zustimmung zu den Aussagen hinsichtlich Entscheidungsfindung und „den Eltern folgen“ zeigt. Die Angaben der Kinder spiegeln diese Entwicklung ebenso wider, entsprechend sinkt die Zustimmung zu „Bei uns kommt jeder zu Wort, egal wie alt er ist“ (stimme voll und ganz zu -8 PP).

## Statements zur Familienkommunikation

- Kinder (6-19 Jahre): stimme voll und ganz zu -

	2011, n=338	2016, n=338
Meine Eltern hören mir zu, wenn ich etwas sagen möchte.	55 %	54 %
Bei uns kommt immer jeder zu Wort, egal, wie alt er ist.	58 %	50 %
Letztendlich treffen bei uns die Erwachsenen die Entscheidungen.	43 %	44 %
Solange die Kinder noch nicht volljährig sind, müssen sie den Eltern folgen.	32 %	43 %
In unserer Familie hat immer ein Erwachsener das letzte Wort.	25 %	33 %
Wenn sich die Erwachsenen unterhalten, sollen sich die Kinder nicht einmischen.	17%	24 %
Auch wenn wir uns in der Familie nicht einig sind, gehen wir ein Thema sachlich an und respektieren die andere Meinung.	22%	22%
Bei uns in der Familie wird oft abgestimmt.	6 %	11 %
In unserer Familie werden mit den Kindern auch Themen besprochen, die nur die Erwachsenen betreffen.	7 %	11 %
Ich wünsche mir mehr Zeit für Gespräche in der Familie.	3 %	7%
Bei uns kommt es bei Gesprächen öfter zu Auseinandersetzungen und Streit.	2 %	5 %
Wir brauchen nach einem Streit eine längere Zeit, bis wir wieder miteinander reden.	5 %	5 %

Quelle: FIM 2016, FIM 2011 Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre)

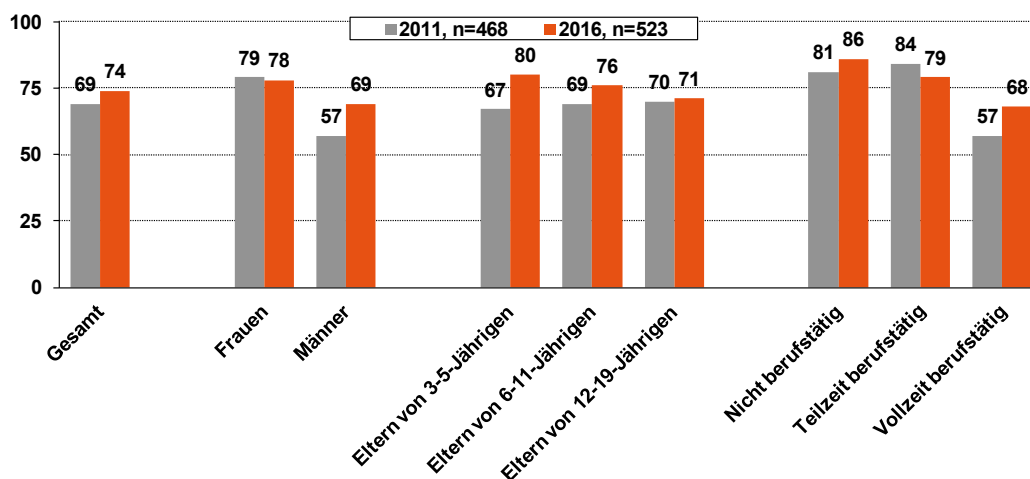
Auch eventuell bestehende, den Alltag der Kinder betreffende, Informationsdefizite seitens der Eltern wurden in der FIM-Studie abgefragt. Hierzu wurde den Eltern die Aussage „Häufiger habe ich das Gefühl, dass ich nicht ausreichend über Themen, die die Kinder beschäftigen, informiert bin“ vorgelegt, der ein Viertel der Eltern voll und ganz (7 %) oder weitgehend (19 %) zustimmen. Themen, die aus Sicht dieser Eltern zu kurz kommen, sind hauptsächlich persönliche Befindlichkeiten des Kindes wie Gefühle oder Sorgen, Themen aus Schule und Kindergarten sowie Freundschaften der Kinder. Das Gefühl des Informationsmangels betrifft etwas stärker Vollzeit Beschäftigte (29 %, Teilzeit: 22 %, nicht berufstätig: 20 %).

### 3.2 Bewertung der innerfamiliären Kommunikation

In der FIM-Studie erfolgte die Bewertung der innerfamiliären Kommunikation unter quantitativen und qualitativen Gesichtspunkten: Zum einen sollten alle Familienmitglieder ihre Zufriedenheit mit dem vorhandenen Zeitbudget für Gespräche beurteilen, außerdem konnten alle Befragten die Kommunikationsqualität in der Familie generell bewerten. Drei Viertel der Eltern (74 %) empfinden das Zeitbudget für Gespräche mit den Kindern so wie es ist „gerade richtig“. Für ein Viertel der Eltern ist das Zeitbudget aktuell nicht ausreichend, sie wünschen sich mehr Zeit für Kommunikation mit den Kindern. Väter (die auch häufiger Vollzeit berufstätig sind) sind häufiger unzufrieden mit dem Zeitbudget für Gespräche als Mütter, zudem nimmt die Zufriedenheit mit zunehmendem Alter der Kinder ab. Im Vergleich zu 2011 ist ein größerer Anteil der Eltern zufrieden mit dem Gesprächszeitbudget (+5 PP). Dies zeigt sich insbesondere bei den Vätern (+12 PP) und den Vollzeit Berufstätigen (+11 PP), was evtl. damit in Verbindung stehen könnte, dass ein regelmäßiger Austausch über Messenger (z. B. WhatsApp) dazu führt, dass auch diese Elternteile sich informiert fühlen (vgl. Kapitel 3.6).

### Zufriedenheit mit dem Zeitbudget für Gespräche mit den Kindern

- Eltern: Die Zeit für Gespräche mit den Kindern ist so gerade richtig -



Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern



Bei den Kindern ist die Zufriedenheit mit dem Zeitbudget noch größer, hier antworten sogar 85 Prozent der Sechs- bis 19-Jährigen, dass die Zeit für Gespräche mit den Eltern „so gerade richtig ist“ (2011: 87 %). Nur jedes zehnte Kind wünscht sich mehr Gespräche mit den Eltern, im Gegensatz dazu wünschen sich fünf Prozent der Kinder weniger Gespräche mit den Eltern. Mädchen und Jungen sind gleichermaßen zufrieden mit dem Zeitbudget, ebenso gibt es keine Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Altersgruppen.

## Zufriedenheit mit dem Zeitbudget für Gespräche in der Familie

- Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Die Zeit für Gespräche in der Familie ist so gerade richtig -

Eltern von 6-11-Jährigen	Kinder (6-11 Jahre)	Eltern von 12-19-Jährigen	Kinder (12-19 Jahre)
76 %	86 %	71 %	84 %

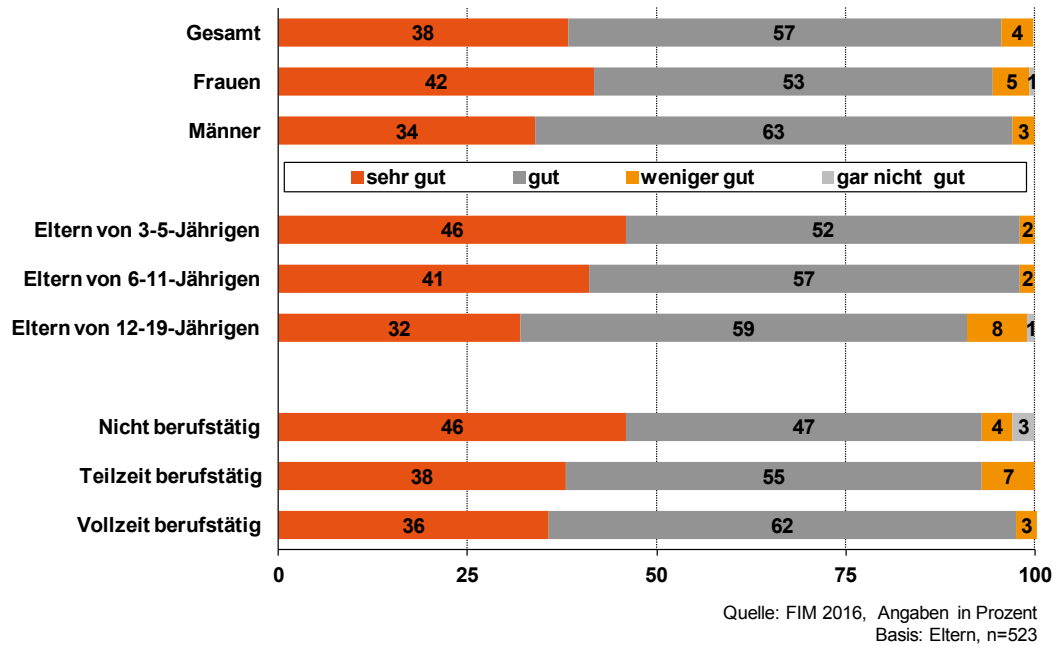
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383; Kinder (6-19 Jahre), n=338

Nach der Beurteilung der quantitativen Ebene der Familienkommunikation, gibt die zweite, qualitative Ebene Aufschluss darüber, wie die Kommunikation innerhalb der Familie grundsätzlich bewertet wird. Die Eltern wurden in der FIM-Studie gebeten, die Kommunikation innerhalb der Familie generell – unabhängig vom Thema oder einzelnen Personen – anhand einer vierstufigen Skala von sehr gut, gut, über weniger gut bis hin zu gar nicht gut zu bewerten.

Insgesamt wird die Kommunikation in der Familie von 38 Prozent der Eltern als sehr gut wahrgenommen (2011: 36 %), weitere 57 Prozent schätzen die Kommunikation als gut ein (2011: 61 %), nur vier Prozent der Eltern bewerten die Kommunikation als weniger gut. Von Müttern wird die Kommunikation in der Familie häufiger als sehr gut (42 %) bewertet als von Vätern (34 %). Bei Eltern von Zwölf- bis 19-Jährigen sinkt der Anteil derer, die die Kommunikationsqualität als sehr gut wahrnehmen, etwas ab. Auch hat die Berufstätigkeit der Eltern einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Kommunikationsqualität: Eltern die berufstätig sind, schätzen die Kommunikationsqualität innerhalb der Familie schlechter ein als Nicht-Berufstätige.

## Bewertung der Kommunikationsqualität mit den Kindern

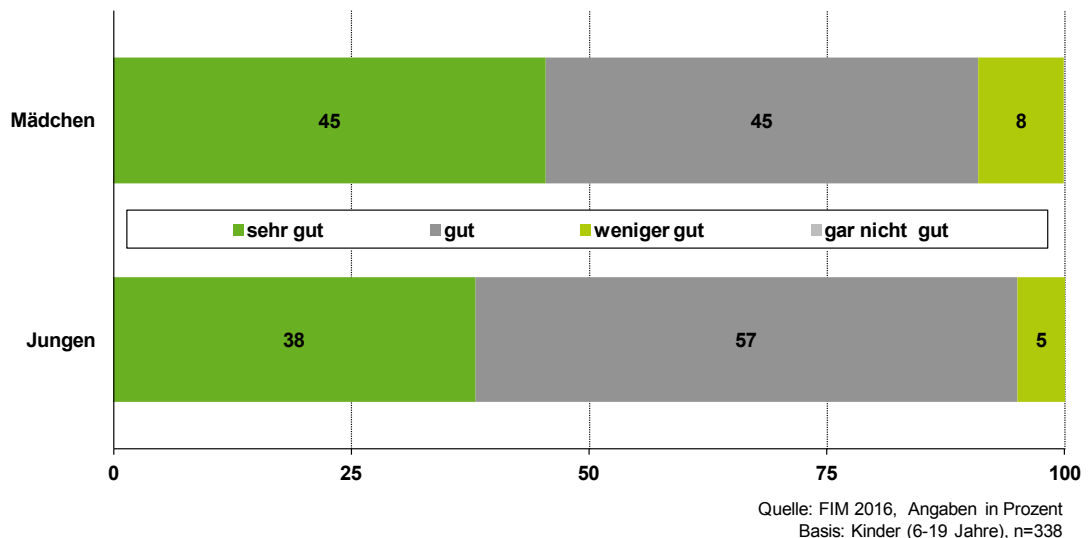
- Eltern: Globale Bewertung unabhängig vom Thema -



Die sechs- bis 19-jährigen Kinder wurden anhand der gleichen Skala gebeten, die Kommunikationsqualität separat für die Kommunikation mit der Mutter und dem Vater einzuschätzen. Insgesamt wird die Kommunikation mit den Eltern, sowohl mit der Mutter (93 %), als auch mit dem Vater (79 %, unabhängig davon ob dieser im selben Haushalt lebt oder nicht), von den meisten Kindern als sehr gut oder gut eingeschätzt. Während die Kommunikation mit der Mutter von 41 Prozent als sehr gut eingeschätzt wird, wird die Qualität der Kommunikation mit dem Vater nur von 26 Prozent mit sehr gut beurteilt.

## Bewertung der Kommunikationsqualität mit der Mutter

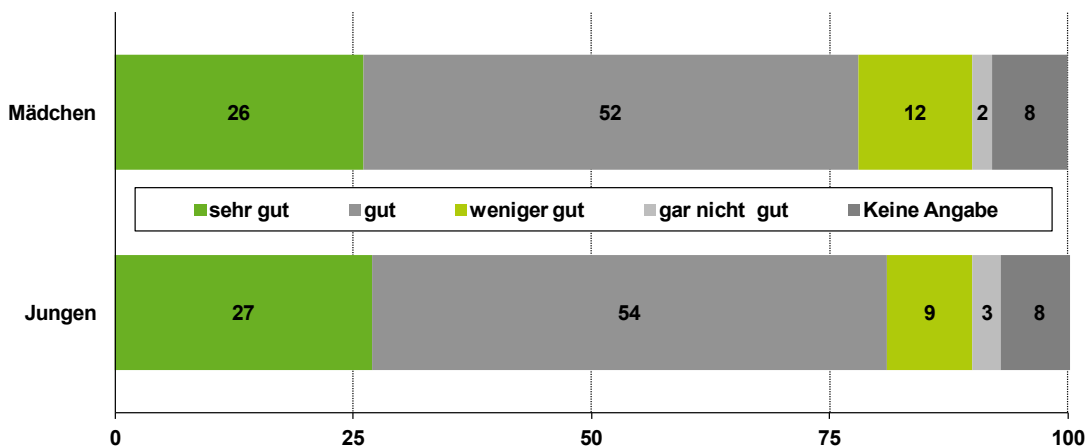
- Kinder (6-19 Jahre): Globale Bewertung unabhängig vom Thema -



Acht Prozent der Kinder können sich in Bezug auf die Kommunikation mit dem Vater nicht festlegen und machen hier keine Angabe.

### Bewertung der Kommunikationsqualität mit dem Vater

- Kinder (6-19 Jahre): Globale Bewertung unabhängig vom Thema -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

Die Angaben der Sechs- bis 19-Jährigen stimmen hinsichtlich der Bewertung der Kommunikationsqualität mit beiden Elternteilen grundlegend mit den Angaben der Eltern überein.

### Bewertung der Kommunikationsqualität in der Familie

- Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Globale Bewertung unabhängig vom Thema -

Kommunikationsqualität mit der Mutter/dem Kind	Mütter von 6-19-Jährigen	Kinder (6-19 Jahre)
Sehr gut	37 %	41 %
Gut	57 %	52%
Weniger gut	5 %	7 %
Gar nicht gut	1 %	0 %
Keine Angabe	-	1 %

Kommunikationsqualität mit dem Vater/dem Kind	Väter von 6-19-Jährigen	Kinder (6-19 Jahre)
Sehr gut	35 %	26 %
Gut	61 %	53 %
Weniger gut	4 %	10 %
Gar nicht gut	-	2 %
Keine Angabe	-	8 %

Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=422; Kinder (6-19 Jahre), n=338

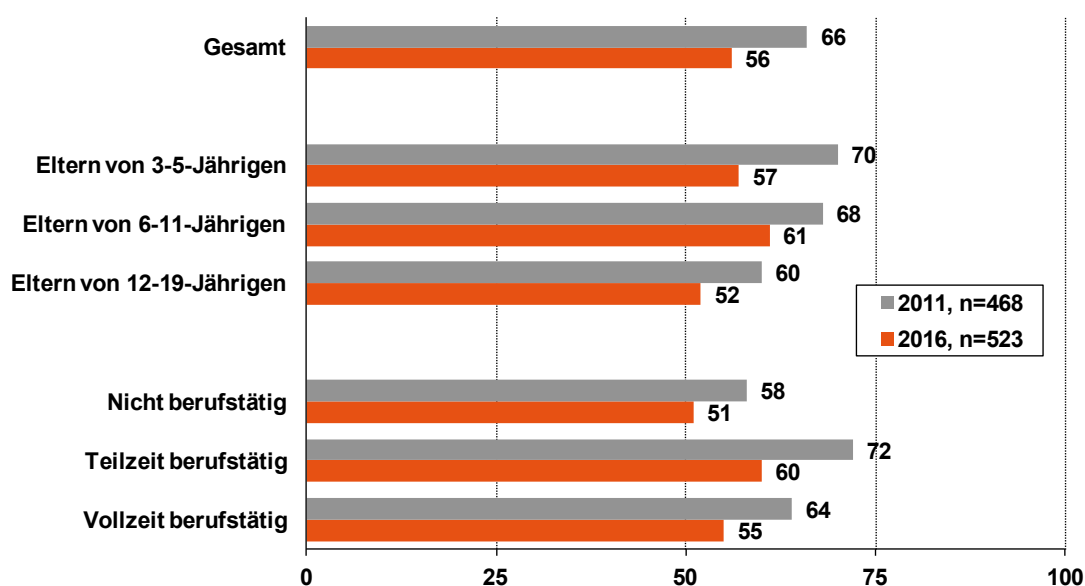
### 3.3 Rituale und typische Situationen für Gespräche

Im Alltag der Familien haben sich zum Teil „Rituale“ oder feste Zeiten etabliert, zu denen die Familie zusammenkommt, um über bestimmte Themen zu sprechen oder Gesprächssituationen zu schaffen.<sup>3</sup> Insgesamt gibt es solche ritualisierten Gesprächsanlässe bei 56 Prozent der Familien. Eltern von Sechs- bis Elfjährigen geben am häufigsten an, solche Zeiten zu haben. Ebenso etablieren berufstätige Eltern offenbar etwas häufiger Gesprächsrituale.

Verglichen mit 2011 gibt es in den Familien etwas weniger Rituale oder feste Zeiten für Gespräche. Insbesondere die Eltern von Drei- bis Fünfjährigen und die Teilzeit Berufstätigen haben mittlerweile etwas weniger feste Rituale als vor fünf Jahren.

## Rituale/feste Zeiten für Gespräche mit den Kindern

- Eltern: Ja, wir haben regelmäßige Rituale oder feste Zeiten für Gespräche -



Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern

Diejenigen Eltern, die Rituale oder feste Zeiten für Gespräche haben (n=292), wurden anschließend (ohne Antwortvorgaben) gefragt, um welche Rituale es sich dabei handelt bzw. zu welchen Zeiten der Austausch in der Familie stattfindet. Hier wird an erster Stelle das gemeinsame Essen (68 %) als feste Gelegenheit für Gespräche genannt, gefolgt von Phasen des Aufstehens/Zubettgehens (38 %), Aktivitäten im Haus (25 %), außer Haus (14 %), festen Gesprächszeiten (13 %) sowie der Zeit, die man als Familie unterwegs ist

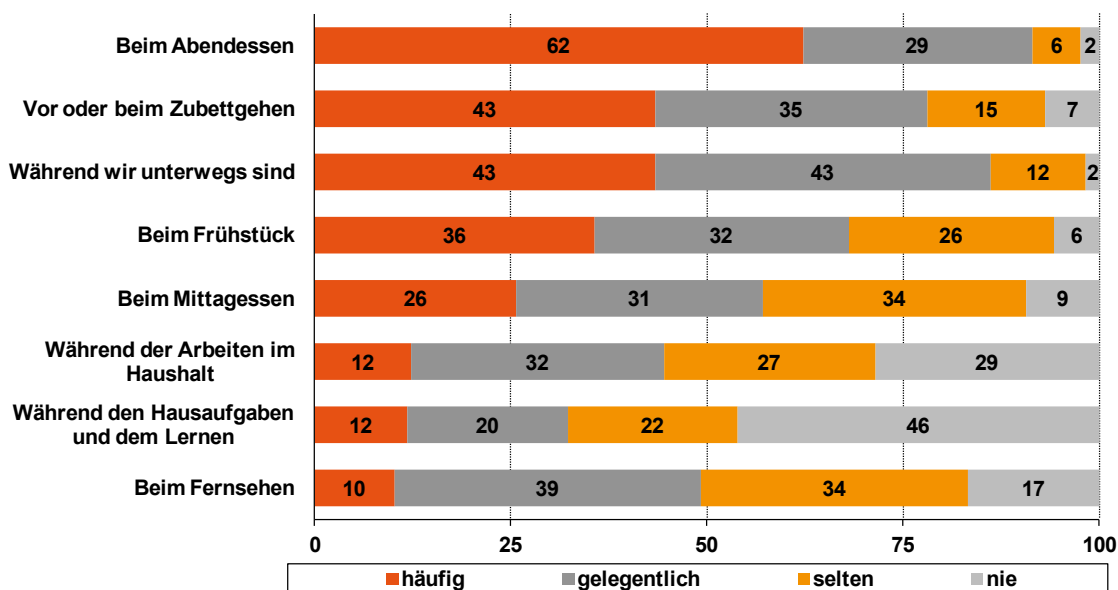
<sup>3</sup> Die offene Fragestellung lautete: In manchen Familien gibt es feste Zeiten oder Situationen, sogenannte Rituale, in denen man sich mit den Kindern regelmäßig bespricht oder austauscht. Gibt es in Ihrer Familie solche regelmäßigen Rituale, Zeiten oder Situationen, zu denen Sie etwas mit Ihren Kindern besprechen oder sich austauschen?

(9 %). Sieben Prozent der Eltern nennen speziell einberufene Familienkonferenzen als Gesprächsrituale. Mit steigendem Alter der Kinder nimmt die Bedeutung des gemeinsamen Essens sowie von Aktivitäten außer Haus als Kommunikationsgelegenheit zu, während das ritualisierte Aufstehen oder Zubettgehen weniger relevant für Gespräche wird.

Diese Gesprächsanlässe bestätigen sich in der gestützten Abfrage. Gespräche mit den Kindern werden in den befragten Familien hauptsächlich am Abend geführt. 62 Prozent der Eltern geben an, während dem Abendessen häufig Gespräche mit den Kindern zu führen. Vor oder beim Zubettgehen nutzen 43 Prozent der Eltern die Gelegenheit mit den Kindern zu sprechen, ein gleich großer Anteil nennt die Zeit unterwegs als häufig genutzte Gesprächsgelegenheit. Der gemeinsame Start in den Tag beim Frühstück ist in etwa jeder dritten Familie eine häufige Gelegenheit miteinander zu sprechen, die Zeit beim Mittagessen nutzt etwa jede vierte Familie häufig.

### Typische Situationen für Gespräche mit den Kindern

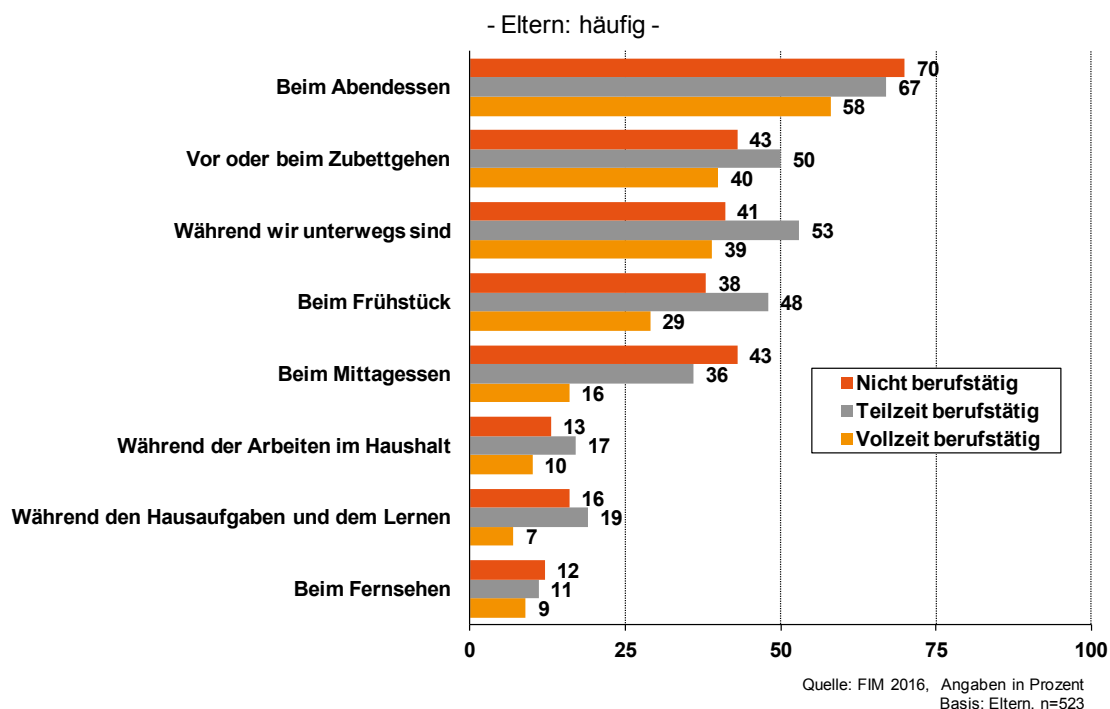
- Eltern -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

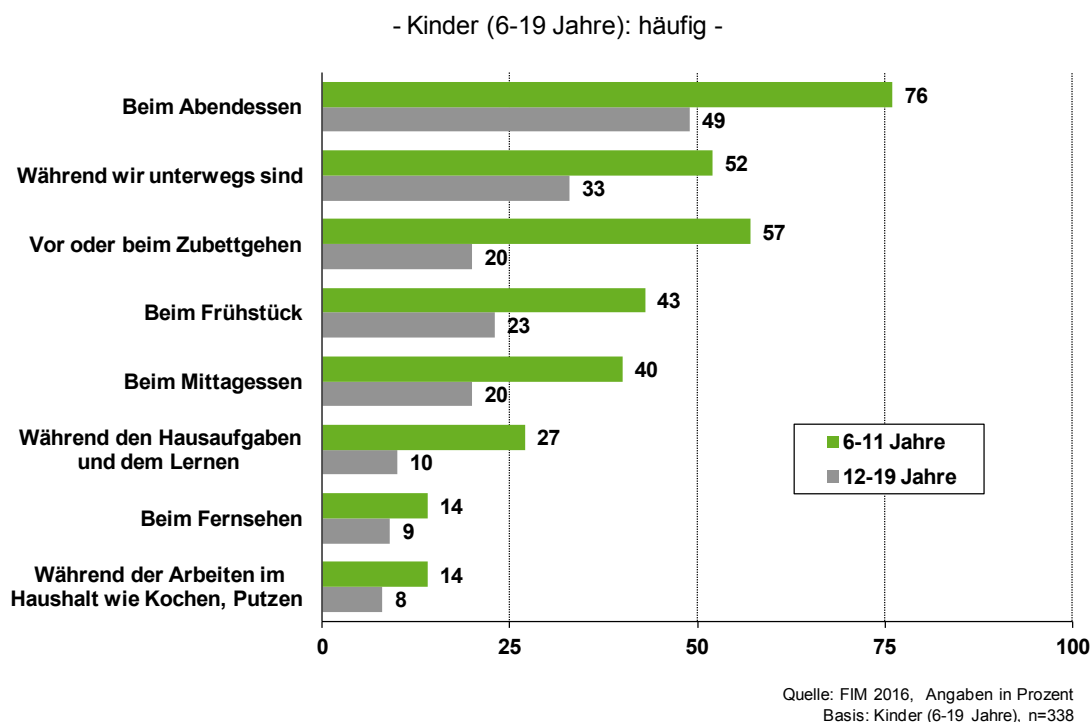
Auch auf typische Situationen für Gespräche hat der Umfang der Berufstätigkeit der Eltern Einfluss: Teilzeit Berufstätige nutzen insbesondere die Zeit unterwegs, beim Frühstück sowie vor dem Zubettgehen für Gespräche mit den Kindern, während für nicht berufstätige Eltern Mittag- und Abendessen typische Gesprächssituationen sind.

## Typische Situationen für Gespräche mit den Kindern



Die Antworten der Kinder auf die Frage nach typischen Situationen für Gespräche mit den Eltern zeigen zudem einen Einfluss des Alters der Kinder. Die genannten Situationen sind eher für die jüngeren Kinder typische Gesprächsgelegenheiten. Bei den älteren Kindern machen sich die Loslösung von den Eltern und der größere außerhäusliche Aktionsradius schon deutlicher bemerkbar.

## Typische Situationen für Gespräche mit den Eltern

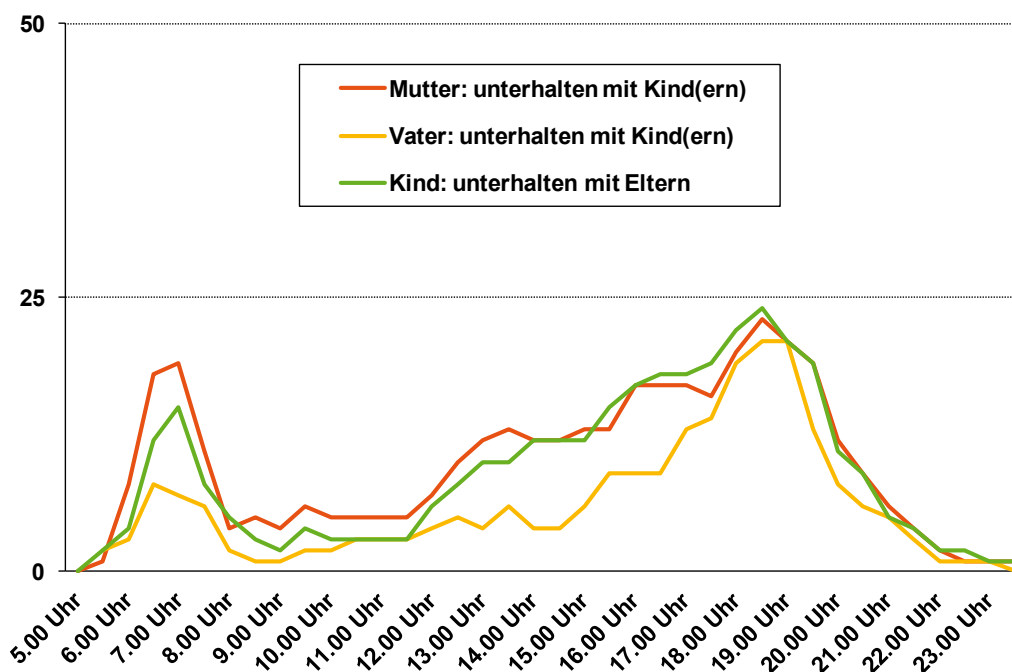


Neben der Berufstätigkeit der Eltern sowie Kindergarten- oder Schulzeiten, schränken auch weitere feste Termine der Kinder für Aktivitäten oder Hobbies die Gelegenheiten ein, in denen Gespräche und Aktivitäten innerhalb der Familie stattfinden können. In den befragten Familien nehmen die Kinder durchschnittlich 2,6 feste Termine pro Woche – zum Beispiel für Sportvereine, Musikstunden oder Jugendgruppen – wahr, wobei ältere Kinder mehr Termine haben als jüngere. Damit ist im Alltag der Kinder weniger freie, unverplante Zeit vorhanden als 2011 (1,8 feste Termine).

Ergänzend zur Befragung der Familienmitglieder gibt die Tagebuchehebung, an der ein Teil der Befragten teilgenommen hat, genauere Einblicke in den durchschnittlichen Tagesablauf in Familien in Deutschland. Wie bereits beschrieben, sind gemeinsame Mahlzeiten die wichtigsten Situationen für Gespräche. Gemeinsame Mahlzeiten und Gesprächszeiten sind im Folgenden im Tagesverlauf für die einzelnen Familienmitglieder dargestellt. Es wird deutlich, dass Gespräche nicht ausschließlich, aber vor allem an Wochentagen überwiegend während der Mahlzeiten stattfinden. Insbesondere das Abendessen bietet Zeit für gemeinsame Gespräche mit der ganzen Familie. Beim Frühstück und Mittagessen ist eher Raum für Gespräche zwischen Müttern und Kindern, die Väter (die häufiger in Vollzeit arbeiten) sind hier seltener einbezogen.

## Zeiten für Gespräche Montag - Freitag

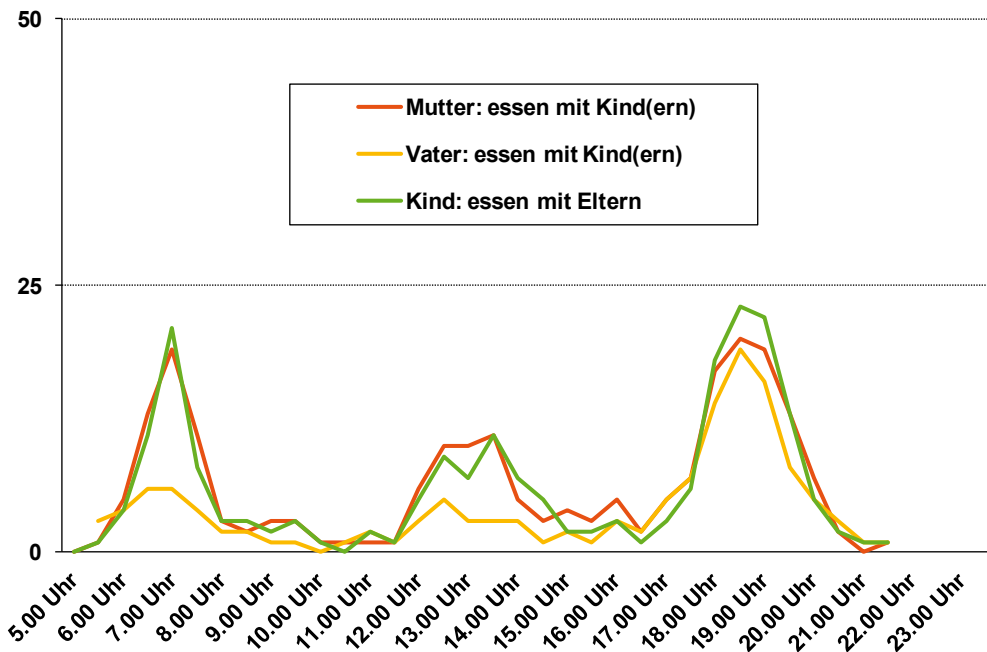
- Tagebücher: Eltern & Kinder (3-19 Jahre): Tätigkeit „sich unterhalten“ -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern-Tagebücher, n=684; Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=555

## Essenszeiten Montag - Freitag

- Tagebücher: Eltern & Kinder (3-19 Jahre): Tätigkeit „essen“ -

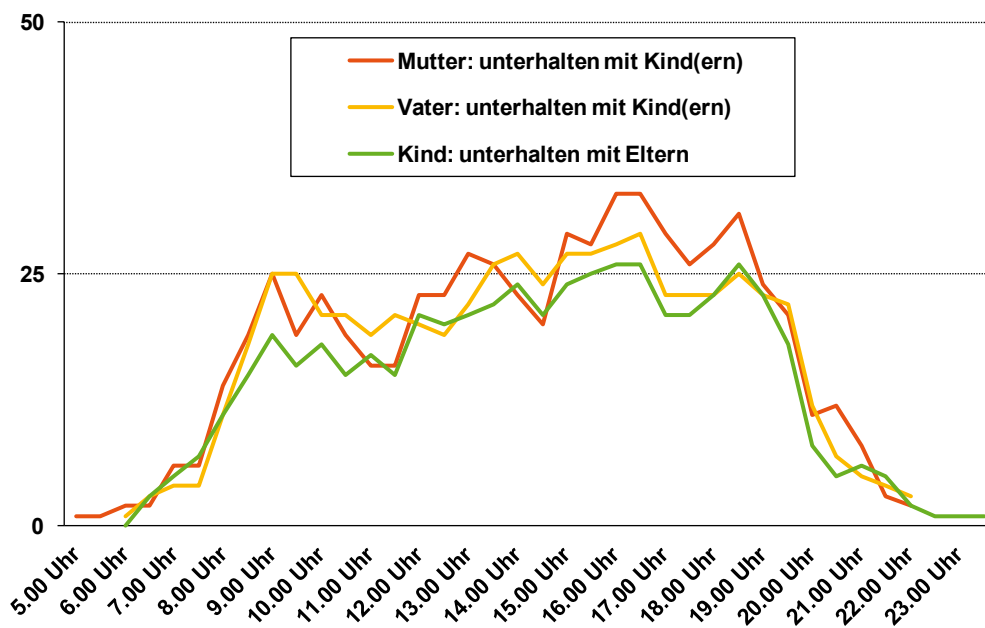


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Eltern-Tagebücher, n=684; Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=555

Am Wochenende sind keine Unterschiede zwischen Müttern und Vätern festzustellen, zudem finden häufig Gespräche außerhalb der Essenszeiten statt.

## Zeiten für Gespräche Samstag - Sonntag

- Tagebücher: Eltern & Kinder (3-19 Jahre): Tätigkeit „sich unterhalten“ -

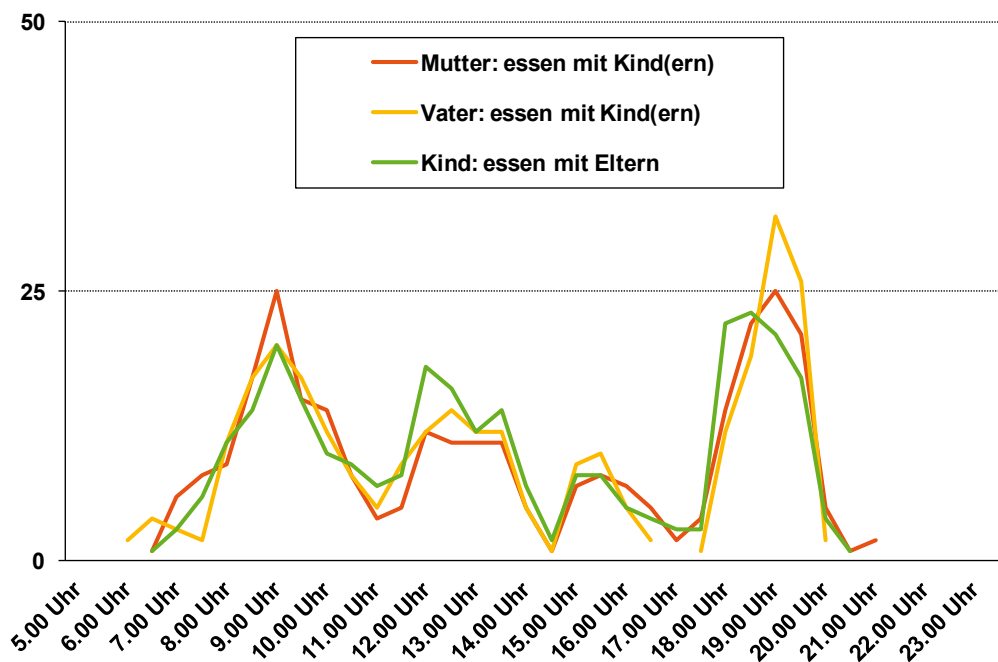


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Eltern-Tagebücher, n=277; Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=219



## Essenszeiten Samstag - Sonntag

- Tagebücher: Eltern & Kinder (3-19 Jahre): Tätigkeit „essen“ -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern-Tagebücher, n=277; Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=219

### 3.4 Themen der innerfamiliären Kommunikation

#### 3.4.1 Gesprächsthemen

Innerfamiliäre Kommunikation umfasst vielfältige und vielschichtige Themen. Um diese zu erfassen, wurden alle Familienmitglieder, unabhängig davon ob es in der Familie spezielle Rituale oder besondere Zeiten für Gespräche gibt, ohne Antwortvorgaben gefragt, welche Themen bei ihnen in der Familie besonders häufig besprochen werden. Die häufigsten Themenbereiche, die Eltern mit ihren Kindern besprechen, betreffen Schule, Kindergarten sowie gemeinsame Freunde und Bekannte der Familie.

## Häufige Gesprächsthemen mit den Kindern

- Eltern: offene Nennungen ab 5 Prozent-

	2011 (n=468)	2016 (n=523)
Schule/Kindergarten/Schulthemen/Schulisches (allg.)	66 %	60 %
Gespräche über Freunde/Kumpels/Freundeskreis	42 %	41 %
Tagesgeschehen/-erlebnisse/-rückblick (Alltagserlebnisse/Wetter)	22 %	22 %
Freizeit/Wochenend(planung/wünsche)/Freizeitaktivitäten (allg.)	29 %	19 %
Tagesplanung/-organisation/-ablauf/Terminabsprachen	14 %	13 %
Schul-/Kindergartenalltag/-ereignisse/-erlebnisse	19 %	11 %
(Erziehungs-/Verhaltens-)Regeln (Benehmen/Verbote etc.)	13 %	11 %
Familiäres/Familiengespräche/Familienangelegenheiten (allg.)	5 %	11 %
Sorgen/Probleme (Alltagsprobleme/Pubertät etc.)	13 %	10 %
Hausaufgaben/Lernen/Lernkontrolle/Schulvorbereitungen	10 %	8 %
Essen/Ernährung/Kochen	5 %	8 %
Schulleistungen/fächer/Noten/Schulstress/Klassenarbeiten	4 %	7 %
Aufgabenverteilung/häusliche Pflichten (Aufräumen etc.)	8 %	6 %
Entwicklung, Werdegang des Kindes (Zukunft/Berufswahl etc.)	6 %	6 %
Gespräche über Familienangehörige (Geschwister/Großeltern etc.)	7 %	5 %
Spielen (mit Freunden/Kindern/Spielkreis)/gemeinsame Spiele	5 %	5 %
Fernsehen (Sendungen/Fernsehünsche)	5 %	5 %

Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern

Insgesamt gibt es im Vergleich zu 2011 kaum nennenswerte Veränderungen, lediglich über Freizeit- oder Wochenendplanung sowie den Kindergarten-/Schulalltag wird nach Angaben der Eltern etwas weniger gesprochen.

Die Angaben der Kinder decken sich weitgehend mit den Angaben der Eltern. Die ersten beiden Plätze belegen ebenfalls die Alltagsthemen Schule/Kindergarten sowie Freunde/Freundeskreis.

## Häufige Gesprächsthemen mit den Eltern

- Kinder (6-19 Jahre): offene Nennungen ab 5 Prozent -

	2011 (n=313)	2016 (n=338)
Schule/Kindergarten/Schulthemen/Schulisches (allg.)	70 %	64 %
Gespräche über Freunde/Kumpels/Freundeskreis	42 %	38 %
Freizeit/Wochenend(planung/wünsche)/Freizeitaktivitäten (allg.)	19 %	20 %
Hausaufgaben/Lernen/Lernkontrolle/Schulvorbereitungen	16 %	13 %
Schul-/Kindergartenalltag/-ereignisse/-erlebnisse	7 %	10 %
Tagesgeschehen/-erlebnisse/-rückblick (Alltagserlebnisse/Wetter)	14 %	10 %
Aufgabenverteilung/häusliche Pflichten (Aufräumen etc.)	10 %	9 %
Entwicklung, Werdegang des Kindes (Zukunft/Berufswahl etc.)	7 %	9 %
Hobbys (Gitarre spielen/Pferd/Angeln etc.)/Basteln/Malen/Kreatives	8 %	9 %
Essen/Ernährung/Kochen	3 %	6 %
Familiäres/Familiengespräche/Familienangelegenheiten (allg.)	3 %	6 %
(Sport)Vereine/Sportunterricht	8 %	6 %
Schulleistungen/-fächer/Noten/Klassenarbeiten/Prüfungen	6 %	5 %
Tagesplanung/-organisation/-ablauf/Terminabsprachen	7 %	5 %
Liebe und Partnerschaft/Beziehungen (über Jungs etc.)	4 %	5 %
Sorgen/Probleme (Träume//Pubertät/Alltagsprobleme)	4 %	5 %
Gespräche über Familienangehörige (Geschwister/Großeltern etc.)	10 %	5 %
Verabredungen/Treffen (mit Freunden etc.)	7 %	5 %
Spielen (mit Freunden/Kindern/Spielkreis)/gemeinsame Spiele	5 %	5 %
Dauer der Mediennutzung (Internet-/Fernsehzeiten etc.)	3 %	5 %

Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre)

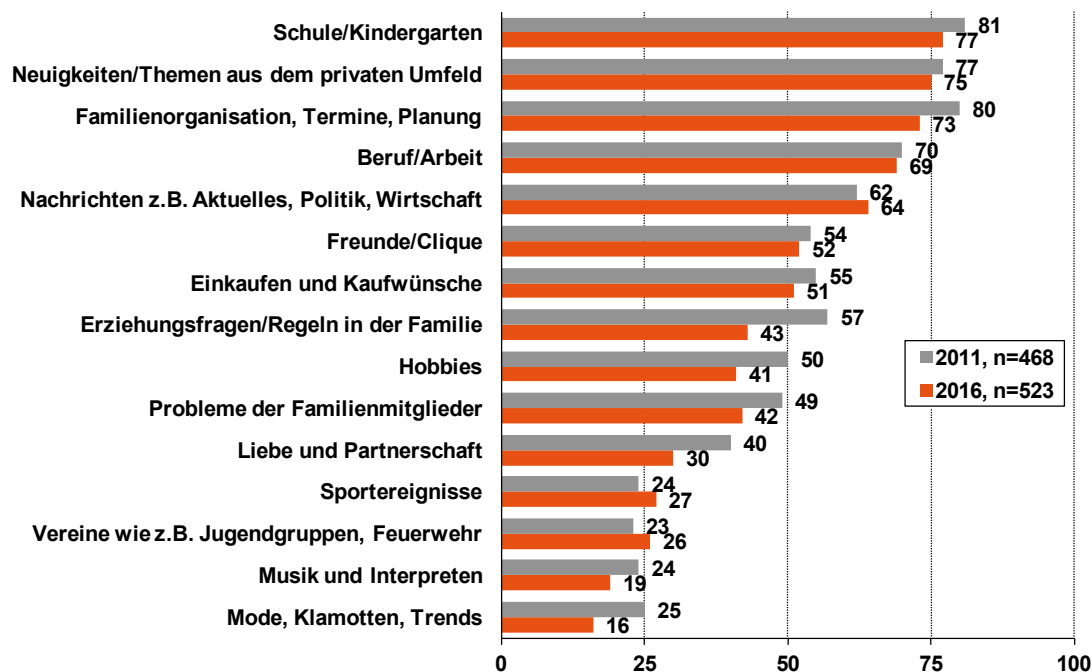
Zusätzlich zur offenen Frage nach häufig besprochenen Themen wurde in der FIM-Studie auch die Häufigkeit der Kommunikation hinsichtlich 28 vorgegebener Themengebiete abgefragt. Hierbei wurde zunächst allgemein gefragt, wie oft die vorgegebenen Themen in der Familie besprochen werden. In einem zweiten Schritt wurden dann sowohl die Eltern als auch die Kinder gefragt, mit wem sie am häufigsten über dieses Thema sprechen (vgl. Kapitel 3.5.2).

Betrachtet man die regelmäßige Kommunikation (zumindest mehrmals pro Woche) sind nach Angaben der Eltern vor allem allgemeine Themen wie Schule/Kindergarten, Neuigkeiten aus dem privaten Umfeld, Familienorganisation sowie Beruf und Arbeit relevant. Auch das aktuelle Tagesgeschehen, der Freundes- und Bekanntenkreis sowie Kaufwünsche in der Familie spielen regelmäßig eine Rolle.

Während Männer etwas öfter die Themen Beruf/Arbeit sowie aktuelle Nachrichten nennen, geben Frauen die meisten anderen Themen etwas häufiger an.

## Allgemeine Themen in der Familie

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



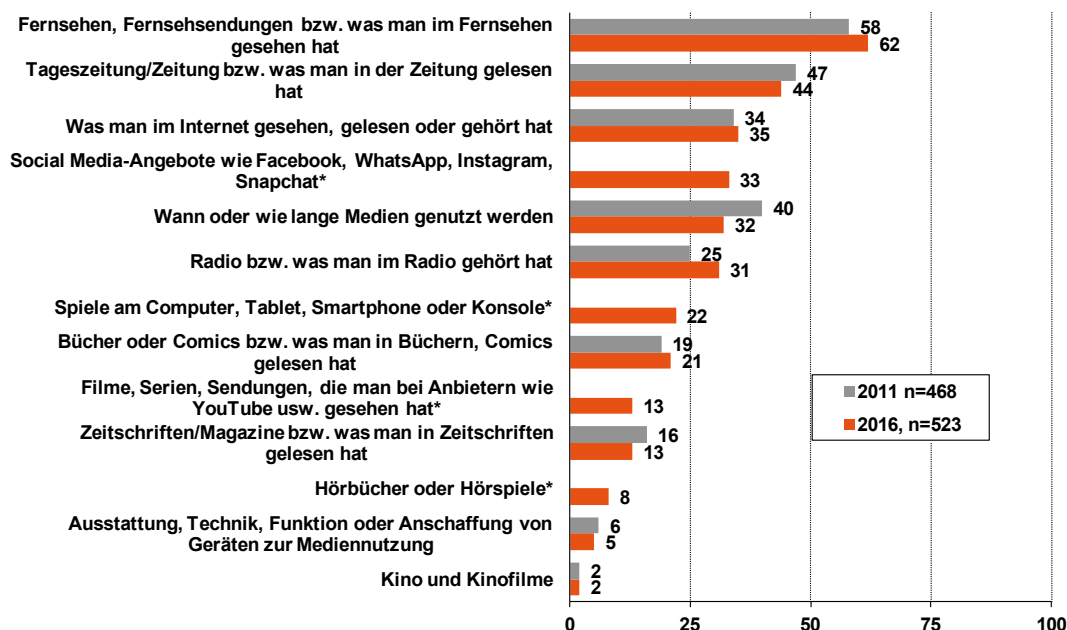
Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern

Insgesamt werden die meisten Themen etwas seltener genannt als 2011. Ausnahmen bilden aktuelle Nachrichten, Sportereignisse und Vereine.

Neben diesen allgemeinen Themen wurde auch die Häufigkeit der Kommunikation über Medienthemen abgefragt, hierbei wurden Themen zu Mediennutzung, Medientechnik und Medieninhalten vorgegeben. Bei diesen Medienthemen liegt das Fernsehen bzw. Fernseh-inhalte eindeutig auf Platz eins, gefolgt von Tageszeitungsinhalten sowie dem Internet bzw. Internetinhalten auf dem dritten Platz. Eine nicht unbedeutende Rolle spielt auch die Kommunikation zu Social Media-Angeboten wie Facebook, WhatsApp, Instagram oder Snapchat bzw. zu Inhalten, die man auf diesen Plattformen gesehen oder gelesen hat.

## Medien und Medieninhalte als Gesprächsthema in der Familie

- Eltern, täglich/mehrmals pro Woche -

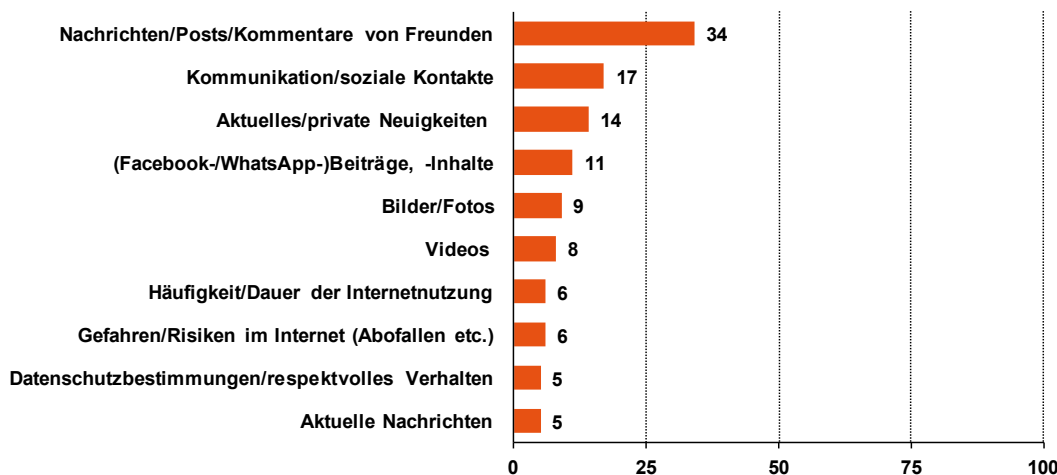


Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent, \*2016 erstmals abgefragt  
Basis: Eltern

Diejenigen Eltern, die Social Media-Angebote als zumindest seltener thematisiertes Feld angaben, wurden konkreter in einem zweiten Schritt gefragt, worüber hinsichtlich Social Media in ihrer Familie genau gesprochen wird. Nach Angaben der Eltern sind insbesondere Nachrichten, Posts oder Kommentare von Freunden ein relevantes Thema, über das in der Familie gesprochen wird. Auch Gespräche, die vermittelt über Social Media mit Freunden oder Verwandten stattfinden, sind ein Thema.

## Kommunikation über Social Media-Angebote

- Eltern: dabei geht es genauer um... (offene Nennungen ab 5 Prozent) -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, die sich in der Familie zumindest seltener über Social-Media-Angebote unterhalten, n=362

Auch bei den Kindern spielen die allgemeinen Themen Schule oder Kindergarten eine große Rolle, knapp vier von fünf Kindern sprechen mindestens mehrmals wöchentlich in der Familie über diese Themen. Weiterhin stehen, wie bei den Erwachsenen, der Freundeskreis sowie private Neuigkeiten weit oben in der Liste der allgemeinen Gesprächsthemen der Kinder.

Was Medienthemen betrifft, so ist auch für die Drei- bis 19-Jährigen insgesamt Fernsehen das Top-Medienthema: 57 Prozent sprechen regelmäßig mit anderen Familienmitgliedern über Inhalte, die sie im Fernsehen gesehen haben. Mit zunehmendem Alter der Kinder gewinnen die Themen Internet und Social Media aber deutlich an Relevanz. So sind bei den Zwölf- bis 19-Jährigen Fernsehinhalte bei 49 Prozent täglich Kommunikationsanlass in der Familie, 43 Prozent sprechen täglich über das Internet und 40 Prozent thematisieren täglich Social Media in der Familie.

Neben den Inhalten sind generell auch medienerzieherische Aspekte relevant: Gespräche über Nutzungsdauern oder -zeiten von Medien stehen für jedes dritte Kind (und auch jeden dritten Erwachsenen) täglich oder mehrmals pro Woche auf der Tagesordnung.

## Allgemeine und Medienthemen in der Familie (Top 5)

- Kinder (3-19 Jahre): täglich/mehrmals pro Woche -

	Kinder (3-19 Jahre):
<b>Top 5 Allgemeine Themen:</b>	
Schule/Kindergarten	78%
Freunde/Clique	69%
Neuigkeiten und Themen aus dem privaten Umfeld	56%
Familienorganisation, Termine, Planung	52%
Hobbies wie z.B. Sport oder Musik	50%
<b>Top 5 Medienthemen:</b>	
Fernsehen bzw. was man im Fernsehen gesehen hat	57%
Mediennutzungsdauern/-zeiten	32%
Bücher bzw. was man in Büchern gelesen hat	29%
Spiele am Computer, Tablet, Smartphone oder Konsole	27%
Hörbücher oder Hörspiele	14%

Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=443

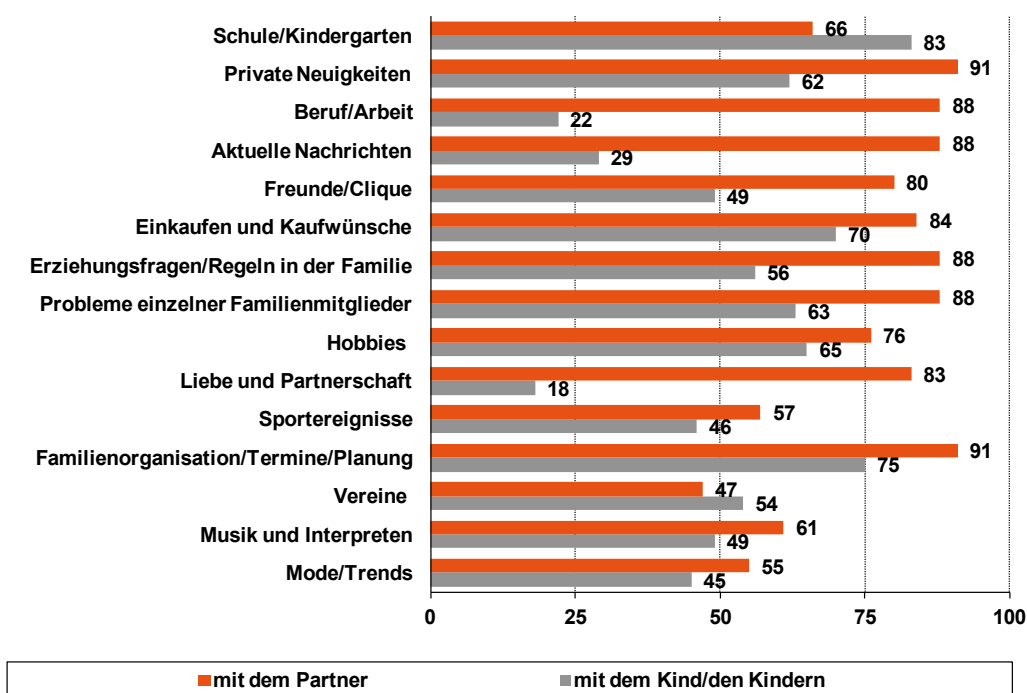
### 3.4.2 Gesprächspartner für verschiedene Themen

Unabhängig von der Häufigkeit, mit der über einzelne Themen in der Familie gesprochen wird, wurde für jedes Thema abgefragt, wer jeweils der wichtigste Gesprächspartner ist, wobei es grundsätzlich möglich war, mehrere Gesprächspartner zu nennen.<sup>4</sup> Bei den Eltern wurden Partner oder Kinder als Antwortmöglichkeiten vorgegeben, bei den Kindern Mutter, Vater oder Geschwister.

Aus der Elternperspektive ist für die meisten allgemeinen Themen der (Ehe-)Partner Hauptansprechpartner. Nur für die Themen Schule/Kindergarten und Vereine werden häufiger die Kinder als Gesprächspartner genannt.

### Gesprächspartner für allgemeine Themen

- Eltern (Mehrfachnennungen möglich) -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Äquivalent dazu wurden auch die Kinder bezüglich der allgemeinen Themen gefragt, mit wem sie über das jeweilige Thema sprechen. Hierzu sollte bedacht werden, dass diese Überblicksdarstellung auf alle Familien bezogen ist, unabhängig davon, ob es sich um

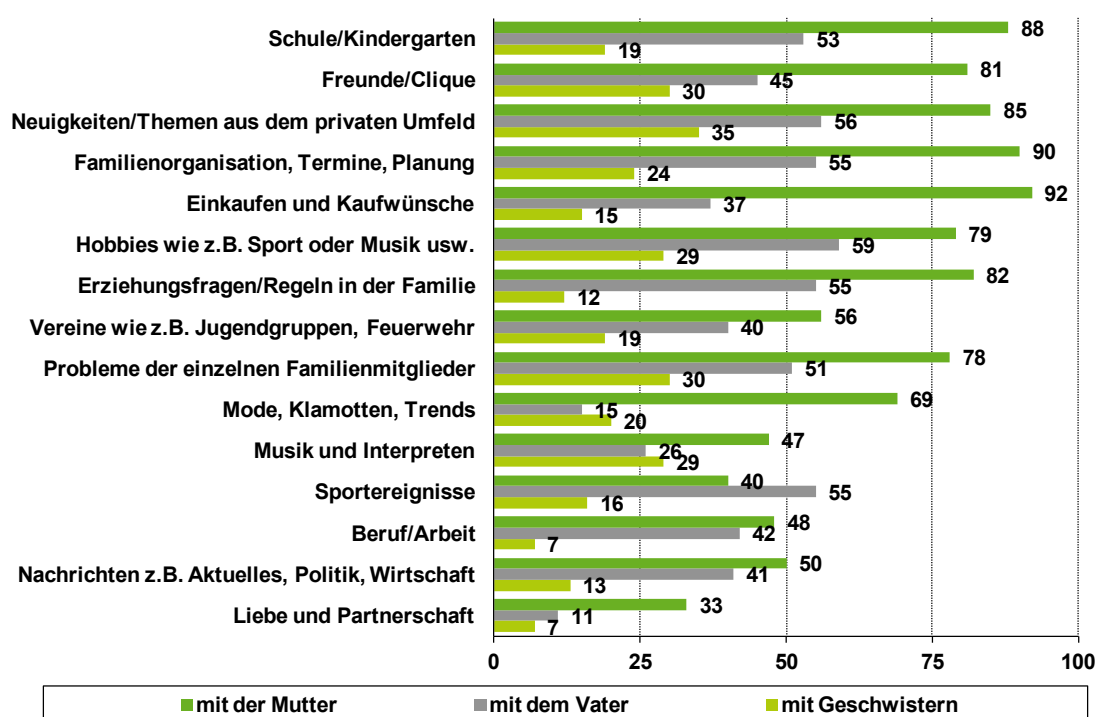
<sup>4</sup> Mehrfachnennungen waren prinzipiell möglich, wobei durch die Fragestellung vornehmlich auf den wichtigsten Gesprächspartner abgezielt wurde.

einen Ein-Kind-Haushalt (53 %) handelt oder ob das Kind grundsätzlich die Möglichkeit hat sich mit Geschwistern auszutauschen (47 %).<sup>5</sup>

Die Kinder sehen insbesondere die Mutter als Haupterzieher und damit als vornehmliche Gesprächspartnerin. Bei allen familienbezogenen und alltagsbezogenen Themen wird sie sehr viel häufiger genannt als der Vater, der lediglich beim Thema Sportereignisse als wichtigster Gesprächspartner genannt wird.

## Gesprächspartner für allgemeine Themen

- Kinder (6-19 Jahre, Mehrfachnennungen möglich) -



Quelle: FIM 2016. Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

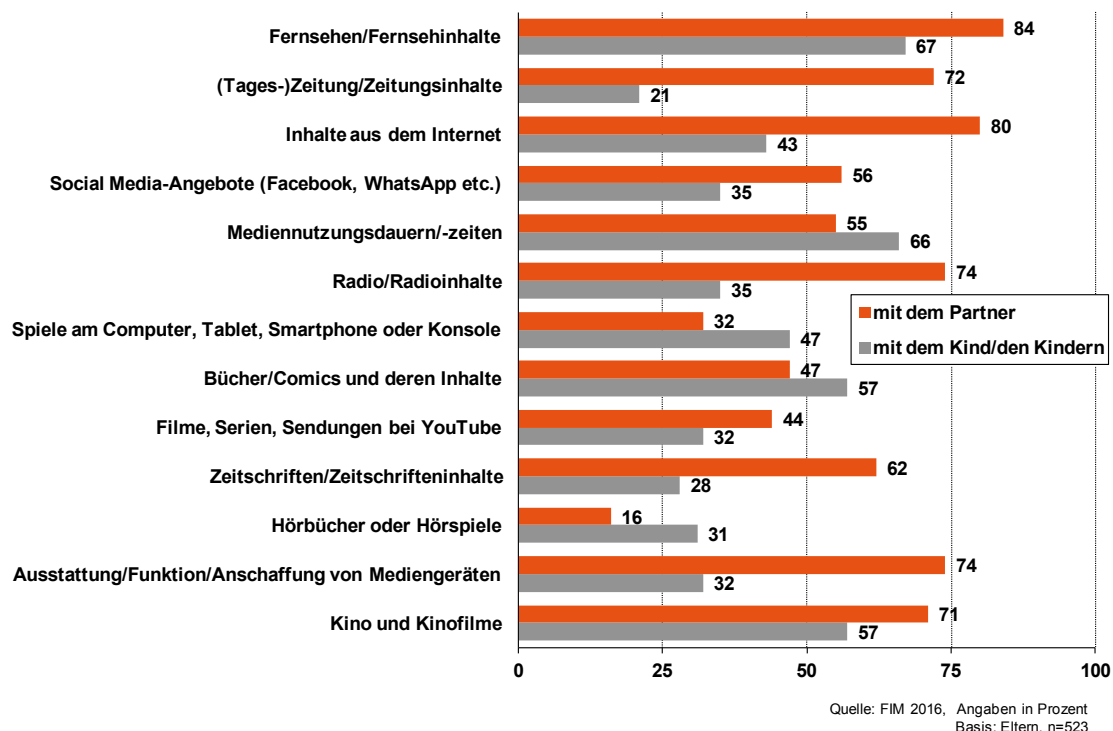
Auch für die meisten der abgefragten Medienthemen (insbesondere Tageszeitungs-, Zeitschriften-, Internet- und Radioinhalte) ist aus Sicht der Eltern der jeweilige Partner wichtigster Gesprächspartner. Gespräche über Fernsehinhalte, Internet oder was man online gesehen/gelesen hat, Radio oder Radioinhalte sowie medientechnische Themen werden überwiegend mit dem Partner besprochen. Gespräche zu Nutzungszeiten oder -dauern werden hingegen eher mit den Kindern geführt, ebenso sind die Kinder eher Gesprächspartner bei digitalen Spielen, Büchern/Comics oder Hörbüchern/Hörspielen.

<sup>5</sup> Reduziert man den Blick auf Familien mit Geschwistern, bleibt die generelle Rangfolge bestehen, nur die Häufigkeiten der einzelnen Nennungen verändern sich.



## Gesprächspartner für Medienthemen

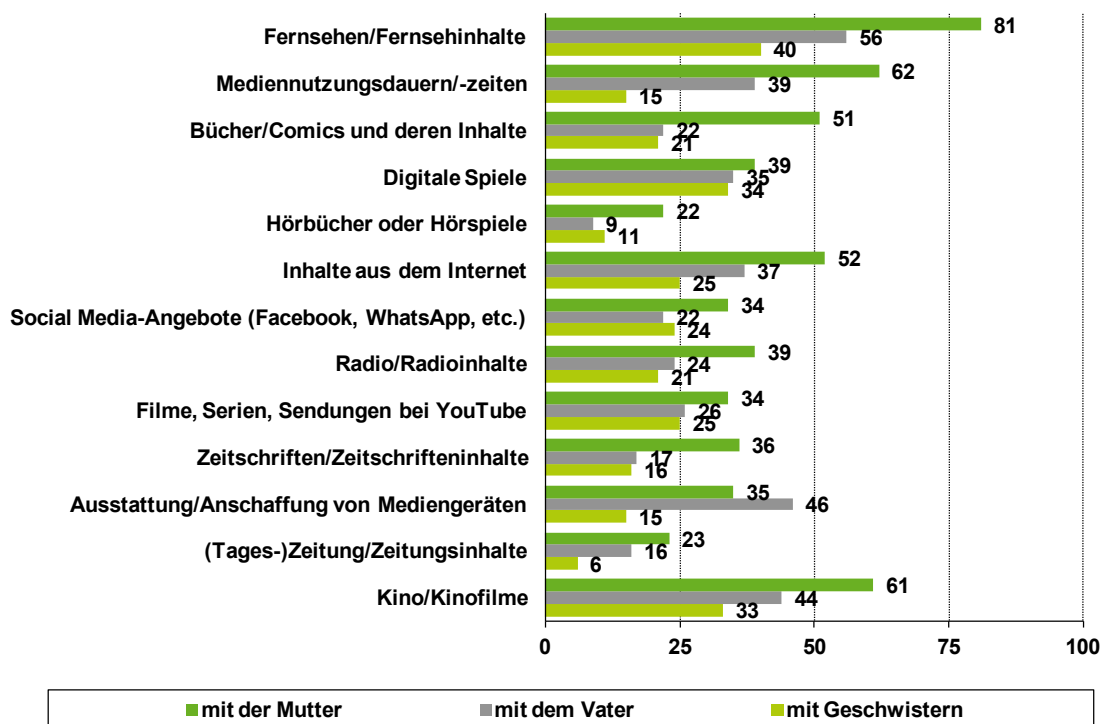
- Eltern (Mehrfachnennungen möglich) -



Aus Sicht der Kinder zeigt sich, dass – wie bei den allgemeinen Themen – auch für Gespräche über Medienthemen die Mutter wichtigste Ansprechpartnerin ist, mit einer Ausnahme: Für das Thema Ausstattung, Technik oder Funktion von Mediengeräten ist der Vater wichtigster Gesprächspartner.

## Gesprächspartner für Medienthemen

- Kinder (6-19 Jahre, Mehrfachnennungen möglich) -



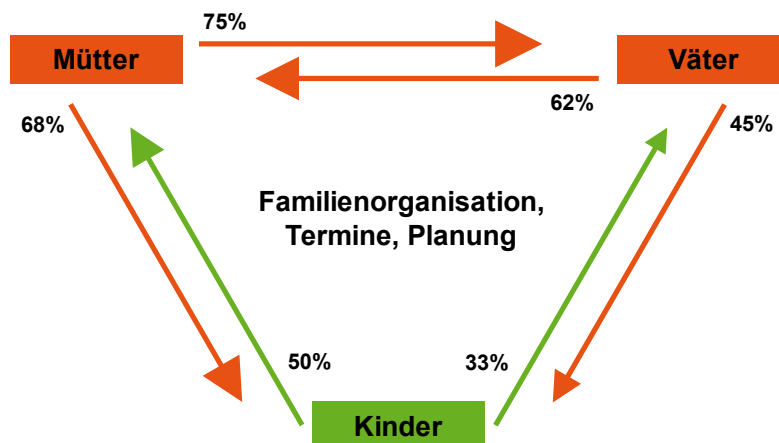
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

Anhand der erhobenen Daten zu den Gesprächspartnern aus Perspektive aller Familienmitglieder lassen sich „Kommunikationsströme“ für die befragten Familien abbilden. Hierzu wurde jeweils nur die regelmäßige Kommunikation (täglich/mehrmals pro Woche) berücksichtigt. Für jedes Familienmitglied, das zumindest mehrmals pro Woche über ein bestimmtes Thema im Familienkreis spricht, wurden die jeweiligen Kommunikationspartner erfasst und die Ergebnisse grafisch aufbereitet. Bei der Interpretation ist zu beachten, dass jeweils die subjektive Wahrnehmung der Kommunikation aus der Perspektive der jeweiligen Familienmitglieder abgebildet ist.

Über die Themen Familienorganisation, Termine und Planung sprechen Mütter am häufigsten. Drei von vier befragten Müttern geben an, regelmäßig mit dem Partner über Organisation innerhalb der Familie zu sprechen, 68 Prozent sprechen hierzu mit dem Kind/den Kindern. Die Väter schätzen ihre regelmäßige Kommunikation etwas geringer ein (mit der Partnerin: 62 %, mit dem Kind/den Kindern: 45 %). Die Kinder greifen das Thema eher in Gesprächen mit der Mutter (50 %) auf, als in Unterhaltungen mit dem Vater (33 %).

## Kommunikation zum Thema „Familienorganisation“

- täglich/mehrmals pro Woche -

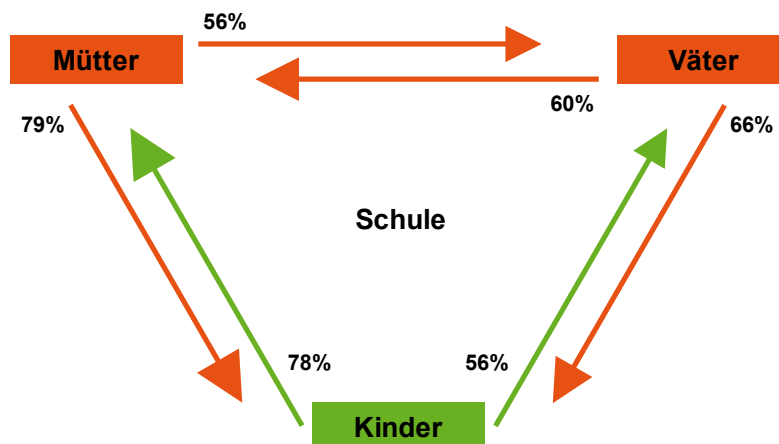


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Das Thema Schule wird von 78 Prozent der Kinder regelmäßig mit der Mutter besprochen, 56 Prozent sprechen hierzu mindestens mehrmals pro Woche mit dem Vater. Die Eltern schätzen ihre Kommunikationsfrequenz zu diesem Thema mit den Kindern ähnlich hoch ein: Vier Fünftel der Mütter und zwei Drittel der Väter geben an, regelmäßig mit den Kindern über Schulthemen zu sprechen. Etwa drei von fünf befragten Elternteilen sprechen nach eigener Auskunft außerdem regelmäßig mit dem Partner über Schulthemen der Kinder.

## Kommunikation zum Thema „Schule“

- täglich/mehrmals pro Woche -

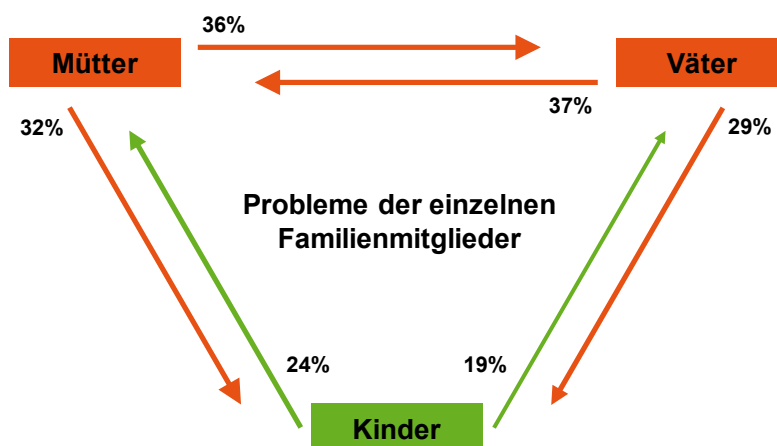


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Über Probleme der einzelnen Familienmitglieder wird verglichen mit den beiden vorigen Themen insgesamt etwas seltener gesprochen. Jeweils gut ein Drittel der Mütter und Väter sprechen miteinander über Probleme, ebenso spricht etwa ein Drittel der Elternteile mit den Kindern zu diesem Thema. Bei den Kindern liegt der Anteil derjenigen, die mindestens mehrmals pro Woche innerhalb der Familie über Probleme sprechen, etwas niedriger.

## Kommunikation zum Thema „Probleme der Familienmitglieder“

- täglich/mehrmals pro Woche -

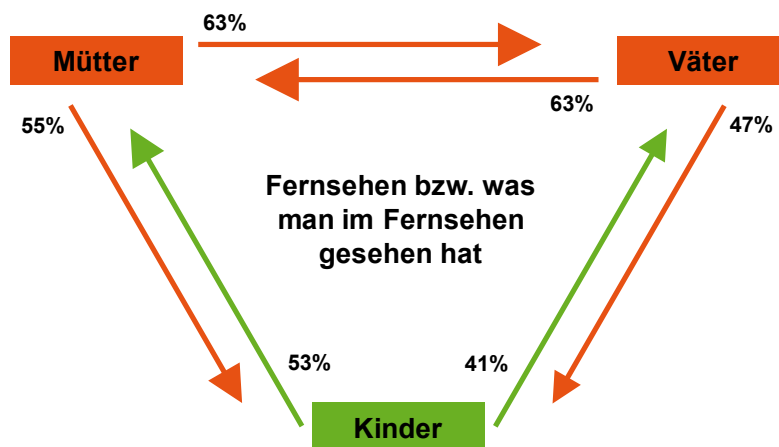


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Wie bereits beschrieben, steht bei Medienthemen, über die innerhalb der Familie gesprochen wird, das Fernsehen an erster Stelle. Jeweils 63 Prozent der Väter und Mütter sprechen mit ihrem Partner mindestens mehrmals pro Woche über Fernsehinhalte. Bei der Kommunikation mit den Kindern sind das Fernsehen oder Inhalte aus dem Fernsehen für 55 Prozent der Mütter und 47 Prozent der Väter regelmäßig Thema. Die Kinder geben dies in ähnlicher Größenordnung an.

## Kommunikation zum Thema „Fernsehen/-Inhalte“

- täglich/mehrmals pro Woche -

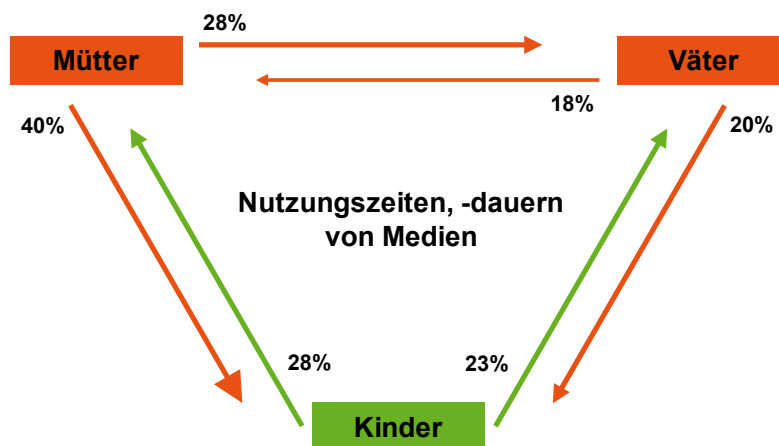


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Darüber, wann und wie lange Medien genutzt werden dürfen, sprechen hauptsächlich Mütter mit ihren Kindern regelmäßig (40 %). Bei den Kindern diskutiert etwa ein Drittel regelmäßig über Mediennutzungsdauern oder -zeiten mit den Eltern (mit der Mutter: 28 %, mit dem Vater: 23 %). Eltern sprechen eher mit ihren Kindern über dieses Thema als untereinander.

## Kommunikation zum Thema „Mediennutzungszeiten, -dauern“

- täglich/mehrmals pro Woche -

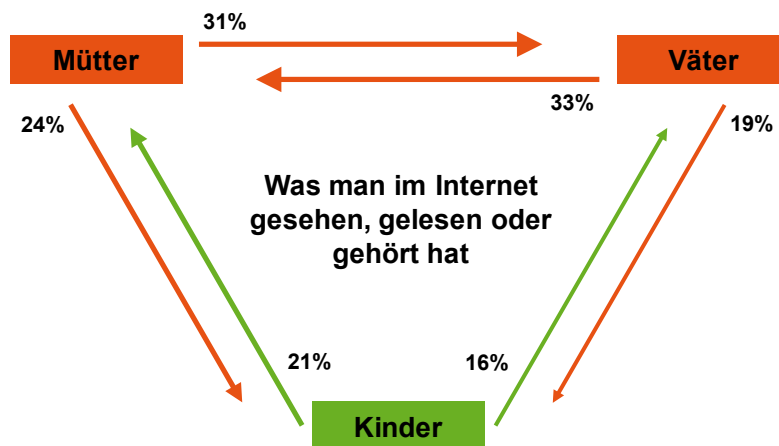


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Über Inhalte aus dem Internet wird innerhalb der Familie etwas seltener gesprochen. Jeweils etwa ein Drittel der Mütter und Väter unterhalten sich mit dem Partner regelmäßig über Inhalte, die sie online gesehen, gelesen oder gehört haben. Zudem spricht jede vierte der befragten Mütter mindestens mehrmals pro Woche mit den Kindern über Internetinhalte, bei den Vätern ist es etwa jeder Fünfte.

## Kommunikation zum Thema „Inhalte aus dem Internet“

- täglich/mehrmals pro Woche -

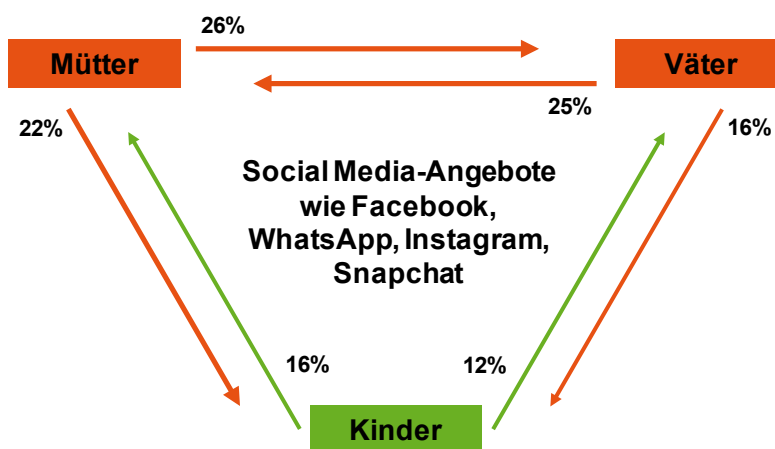


Quelle: FIM 2016. Angaben in Prozent  
Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

Zum Thema Social Media-Angebote finden nur bei etwa einem Viertel der Eltern regelmäßig Gespräche untereinander statt. Hauptsächlich sprechen Mütter und Väter miteinander über Facebook, WhatsApp, Instagram oder Snapchat. Insgesamt bieten Social Media-Angebote innerhalb der Familie offensichtlich relativ wenig Gesprächsanlass.

## Kommunikation zum Thema „Social Media-Angebote“

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=192

### 3.5 Kommunikationswege zwischen Eltern und Kindern

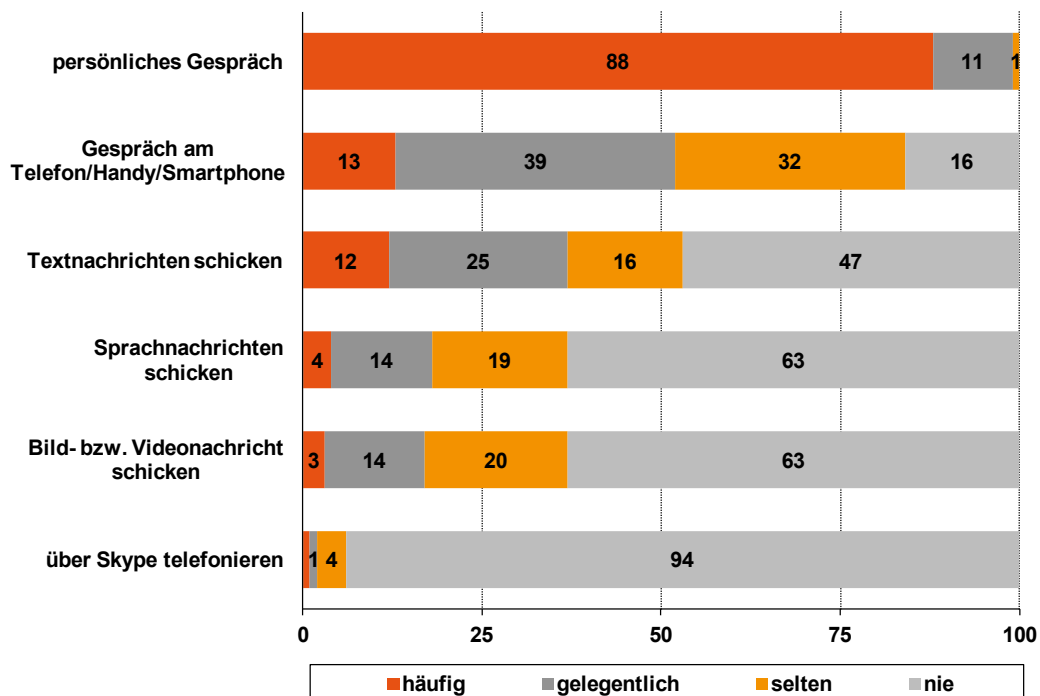
Die Alltagskommunikation hat sich durch die Omnipräsenz des Smartphones seit 2011 weiter ausdifferenziert. Familien stehen mittlerweile verschiedene neue Möglichkeiten medienvermittelter Kommunikation zur Verfügung. Ob und wie die aktuelle Elterngeneration diese Optionen zur Kommunikation mit den Kindern verwendet, wurde in der FIM-Studie untersucht.

Weiterhin ist das persönliche Gespräch der wichtigste Kommunikationsweg zwischen Eltern und Kindern, 88 Prozent sprechen häufig persönlich miteinander (2011: 87 %). Telefonate über das Festnetztelefon, Handy oder Smartphone führen nur 13 Prozent der Eltern häufig mit ihren Kindern (2011: 14 %). Von ähnlicher Bedeutung sind Textnachrichten, unabhängig davon, über welchen – kostenpflichtigen oder kostenfreien, internetbasierten oder mobilfunknetzbasieren – Weg sie verschickt werden.<sup>6</sup> Ein sehr kleiner Teil der Eltern (4 %) schickt den Kindern häufig Sprachnachrichten oder erhält diese von ihnen, Bild- oder Videonachrichten sind von ähnlicher Relevanz. Über die Gesamtheit aller Eltern und Kinder gesehen, haben sich die technischen Kommunikationswege in Familien also nicht grundlegend verändert.

<sup>6</sup> Da in der FIM-Studie 2011 noch explizit nach „SMS schreiben“ (4 %) gefragt wurde, ist hier kein direkter Vergleich möglich.

## Kommunikationswege

- Wie Eltern mit ihren Kindern kommunizieren -



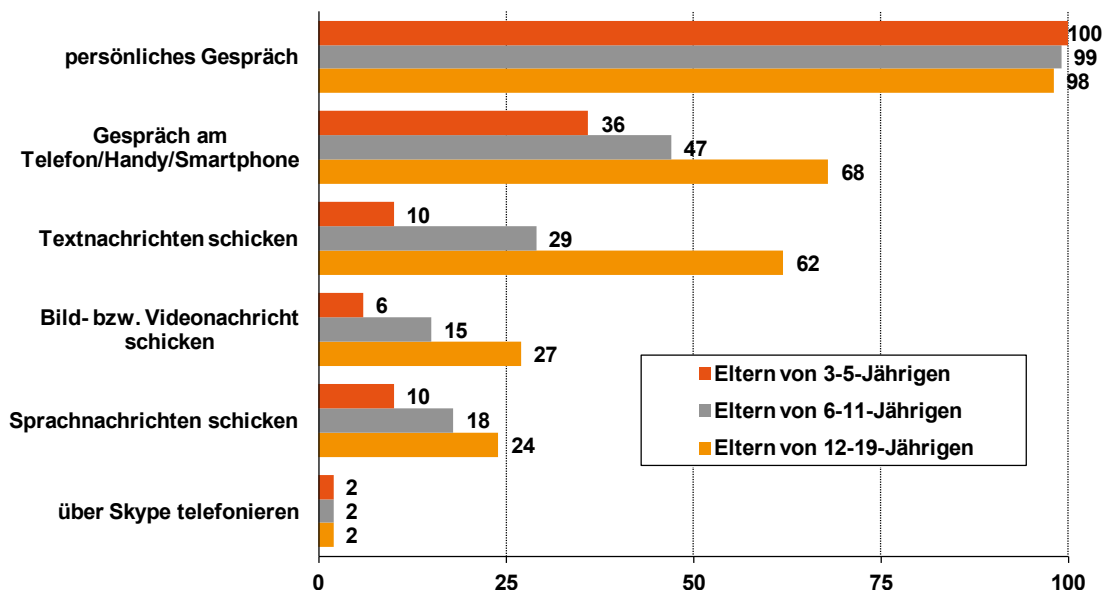
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Bei der Detailbetrachtung nach Altersgruppen der Kinder wird deutlich, dass Telefonate sowie das Versenden von Textnachrichten, Bild- oder Videonachrichten und Sprachnachrichten mit zunehmendem Alter der Kinder deutlich an Relevanz gewinnen. Insbesondere für die Altersgruppe der Zwölf- bis 19-Jährigen lässt sich auch eine Entwicklung im Vergleich zur FIM-Studie 2011 festmachen: Kommunizierten 2011 noch etwa ein Drittel der Eltern häufig oder gelegentlich über SMS mit ihren zwölf- bis 19-jährigen Kindern (34 %), so sind es nun fast doppelt so viele Eltern die angeben, sich mit ihren Kindern dieser Altersgruppe zumindest gelegentlich Textnachrichten zu schicken (62 %). Bei der Kommunikation mit der „Generation Smartphone“ (12- bis 19 Jahre) haben auch Bild- und Videonachrichten sowie Sprachnachrichten für etwa jeden vierten Elternteil Relevanz.



## Kommunikationswege

- Wie Eltern mit ihren Kindern kommunizieren: häufig/gelegentlich -

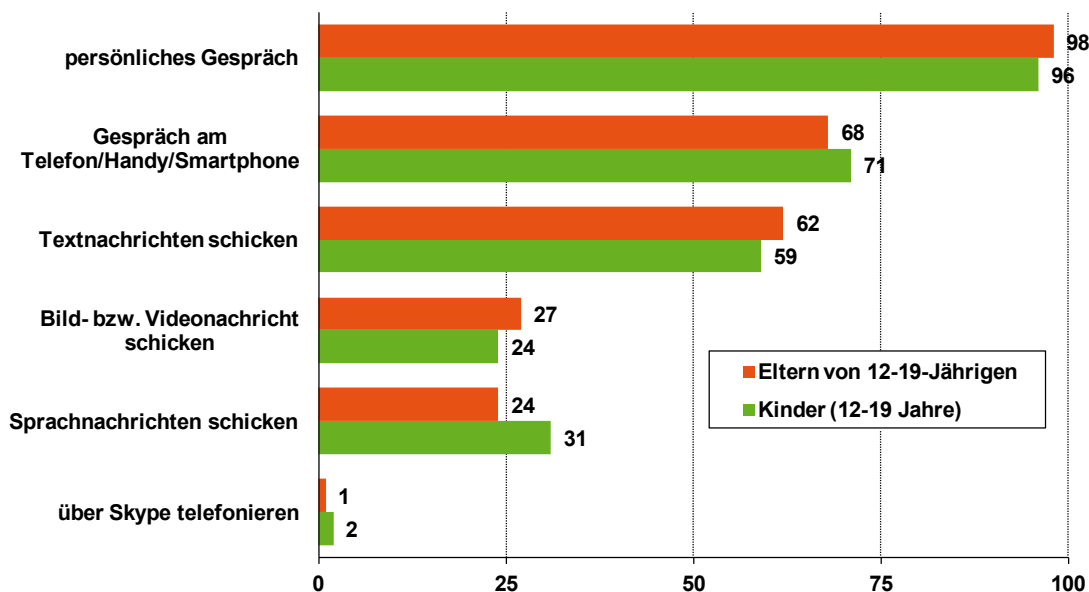


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Die Antworten der zwölf- bis 19-jährigen Kinder (es wurde nur diese Altersgruppe zu Kommunikationswegen befragt) spiegeln dasselbe Bild wider. Die Kinder geben allerdings etwas häufiger das Verschicken von Sprachnachrichten (31 %) an.

## Kommunikationswege

- Wie Kinder (12-19 Jahre) und Eltern miteinander kommunizieren: häufig/gelegentlich -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=243; Kinder (12-19 Jahre), n=173

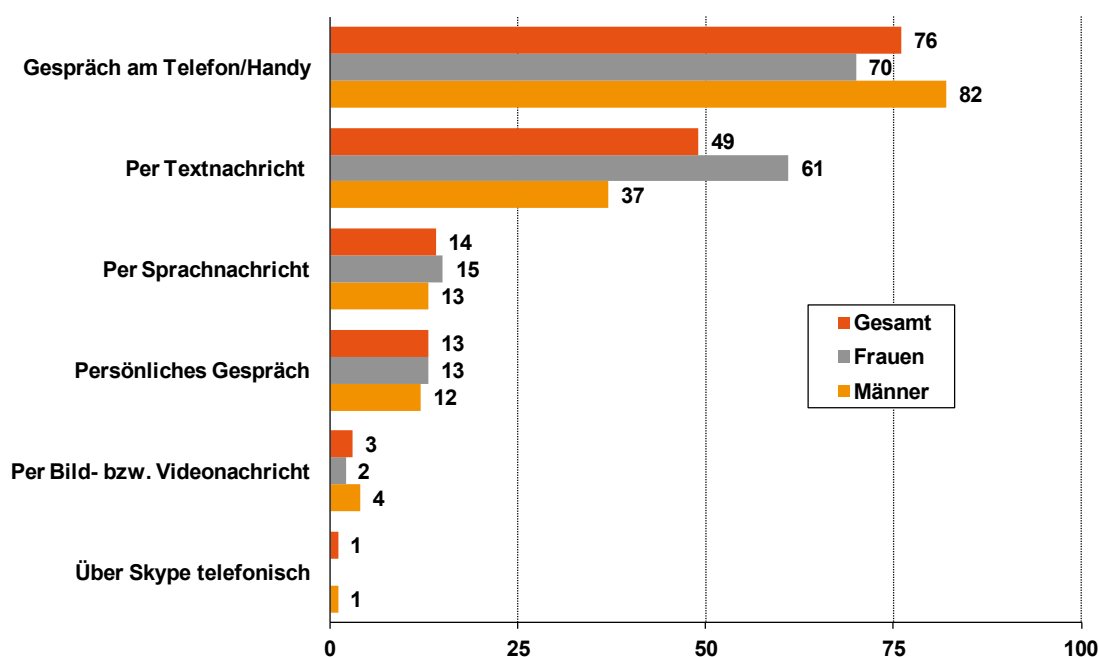
Während der Arbeit kommuniziert generell die Hälfte der Eltern mit ihren Kindern. Drei Prozent aller Eltern geben an, während der Arbeitszeit häufig mit ihren Kindern in Kontakt zu stehen, 15 Prozent sind dies gelegentlich und 31 Prozent selten.

Wenn sich Eltern während der Arbeit mit ihren Kindern austauschen, dann findet dies bei 76 Prozent über Telefongespräche statt (Mehrfachnennungen waren möglich). Die Hälfte kommuniziert per Textnachricht und jeweils ein Sechstel per Sprachnachricht oder durch persönliche Gespräche (vermutlich im Home Office oder Betrieb vor Ort).

Während Frauen während der Arbeit häufiger mit den Kindern per Textnachricht Informationen austauschen, telefonieren Männer eher, wenn sie während der Arbeit mit den Kindern kommunizieren.

## Kommunikationswege während der Arbeit

- Eltern: Mehrfachnennungen -



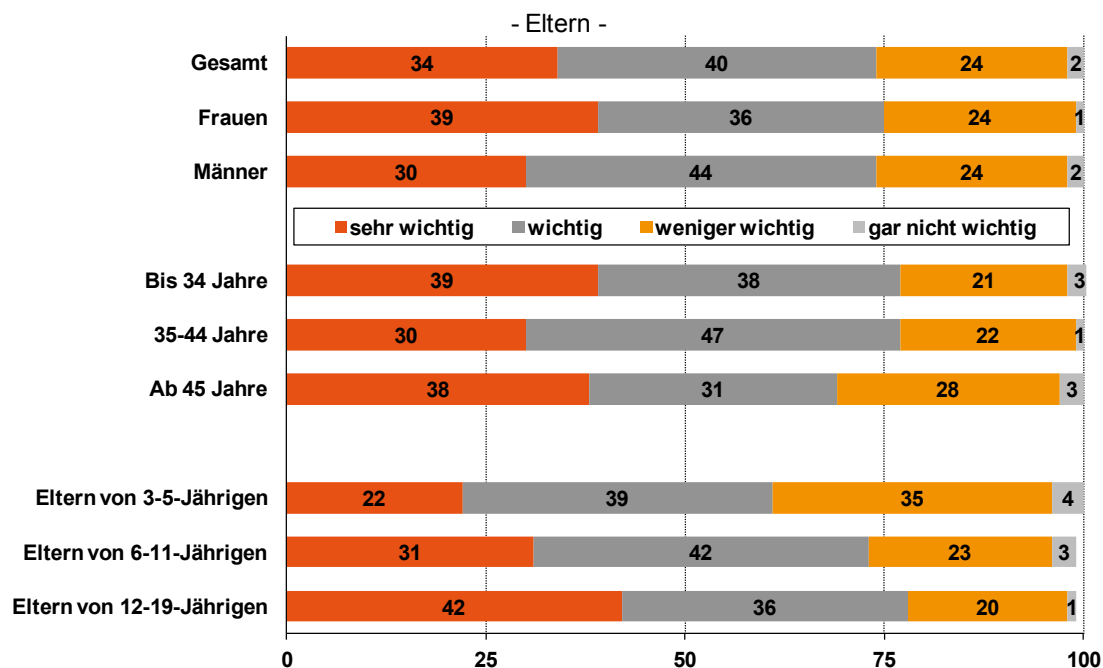
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, die zumindest selten während der Arbeit mit ihren Kindern kommunizieren, n=251

Mit steigendem Alter der Kinder nimmt die Bedeutung von Textnachrichten während der Arbeitszeit der Eltern deutlich zu. Eltern von Zwölf- bis 19-Jährigen geben zu 69 Prozent an, während der Arbeit über Textnachrichten mit den Kindern zu kommunizieren (Eltern von Drei- bis Fünfjährigen: 12 %, Eltern von Sechs- bis Elfjährigen: 41 %)<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Eltern, die mehrere Kinder unterschiedlichen Alters haben (z. B. sieben Jahre und 13 Jahre), können hier mehrfach zugeteilt werden (vgl. Kapitel 2).

Im Rahmen der FIM-Studie wurde zudem die Bedeutung der Handy-/Smartphone-Kommunikation für die innerfamiliäre Organisation untersucht. Hierzu wurden diejenigen Eltern, die zumindest selten während der Arbeit mit der Familie kommunizieren (n=251) gefragt, wie wichtig in ihrer Familie das Handy bzw. Smartphone mit all seinen Möglichkeiten für die Organisation des Familienalltags sei. Anhand einer vierstufigen Skala von „sehr wichtig“, „wichtig“, über „weniger wichtig“ bis hin zu „gar nicht wichtig“ konnten die Eltern auf diese Frage antworten. Insgesamt schreibt ein Drittel der Eltern dem Handy bzw. Smartphone eine sehr wichtige Bedeutung für die Organisation des Familienalltags zu, weitere 40 Prozent bewerten das Mobiltelefon in diesem Kontext als wichtig. Nur ein Viertel der Eltern bewertet die mobilen Geräte als weniger oder gar nicht wichtig für die innerfamiliäre Organisation. Mit dem Alter der Kinder steigt (wohl auch durch die steigende Handybesitzrate bei den Kindern) die subjektive Wichtigkeit des Mobiltelefons für die Organisation des Familienalltags.

### Bedeutung von Handy/Smartphone für die Organisation des Familienalltags



Quelle: FIM 2016. Angaben in Prozent  
 Basis: Eltern, die zumindest selten während der Arbeit mit der Familie kommunizieren, n=251

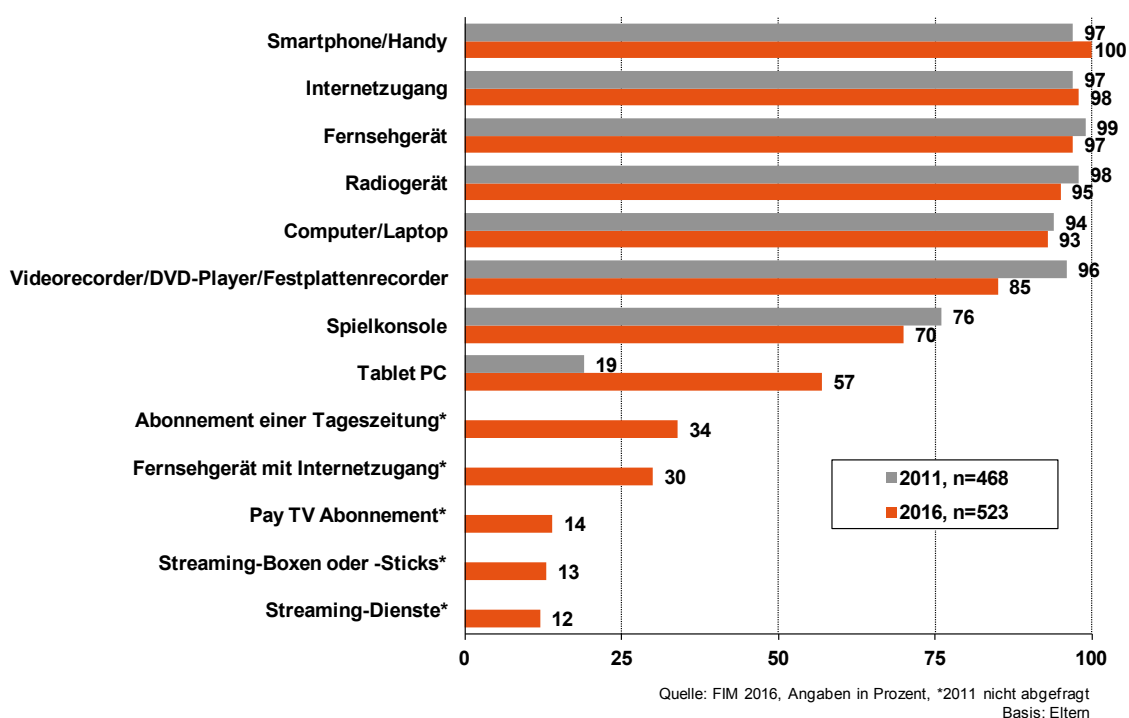
## 4. TV, Radio und Internet – Mediennutzung in der Familie

### 4.1 Medienausstattung

Familien in Deutschland haben zuhause ein breites Repertoire an Geräten zur Mediennutzung zur Verfügung. Praktisch alle Haushalte mit Kindern zwischen drei und 19 Jahren verfügen über mindestens ein Mobiltelefon (konventionelles Handy oder Smartphone), einen Internetzugang, einen Fernseher und ein Radiogerät. 93 Prozent der Familien besitzen einen Computer oder einen Laptop. Video-/Festplattenrekorder oder DVD-Player sind bei 85 Prozent vorhanden, in sieben von zehn Familien gibt es eine (stationäre oder mobile) Spielkonsole. Tablet-PCs stehen mittlerweile in gut jeder zweiten Familie zur Verfügung. In jedem dritten Haushalt kann das Abo einer Tageszeitung genutzt werden. Pay-TV wie z. B. Sky haben 14 Prozent der Familien, zwölf Prozent können Streaming-Dienste wie bspw. Netflix nutzen.

### Medienausstattung im Haushalt

- Eltern: mindestens ein Gerät im Haushalt vorhanden -



Im Vergleich zur FIM-Studie 2011 ist die Ausstattungsrate für alle Geräte außer Tablet (+38 PP), Mobiltelefon (+3 PP) und Internetzugang (+1 PP) gesunken.

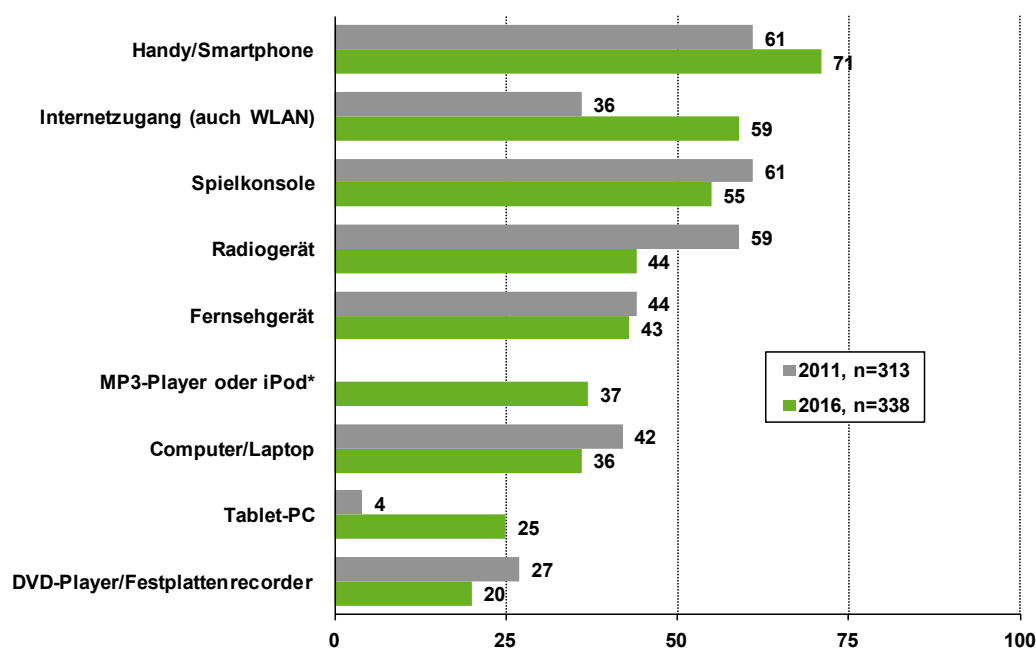
Tageszeitungsabonnements sind häufiger in Familien mit formal hohem Bildungsgrad der Eltern zu finden (niedrige Bildung: 30 %, mittlere Bildung: 31 %, hohe Bildung: 40 %), dasselbe gilt für Computer bzw. Laptop (niedrige Bildung: 88 %, mittlere Bildung: 94 %, hohe Bildung: 97 %). Spielkonsolen sind hingegen in Haushalten mit formal niedrigerer

Bildung der Eltern häufiger vorhanden (niedrige Bildung: 77 %, mittlere Bildung: 70 %, hohe Bildung: 61 %). Tablet-PCs sind insbesondere in Familien mit berufstätigen Eltern vorhanden (nicht berufstätig: 41 %, Teilzeit berufstätig: 65 %, Vollzeit berufstätig: 57 %), Generell haben Familien, in denen die Eltern nicht berufstätig sind, tendenziell eine etwas niedrigere Medienausstattung.

Die sechs- bis 19-jährigen Kinder wurden in der FIM-Studie gefragt, welche Mediengeräte sie allein oder gemeinsam mit Geschwistern besitzen bzw. für sich im eigenen Zimmer haben. Betrachtet man alle Kinder in dieser Altersgruppe gemeinsam, so ist das Mobiltelefon, das sieben von zehn Kindern ihr Eigen nennen können, am weitesten verbreitet. Jeweils knapp drei Fünftel der Kinder können vom eigenen Zimmer aus das Internet nutzen oder besitzen eine Spielkonsole. Knapp jedes zweite Kind zwischen sechs und 19 Jahren hat ein eigenes Radio oder einen eigenen Fernseher im Zimmer. MP3-Player/iPod und Computer/Laptop sind bei etwa einem Drittel im Eigenbesitz. Ein Viertel der Kinder besitzt ein eigenes Tablet und jedes fünfte Kind kann einen eigenen DVD-Player oder Festplattenrekorder nutzen. Im Vergleich zur FIM-Studie 2011 können mittlerweile deutlich mehr Kinder das Internet vom eigenen Zimmer aus nutzen (+23 PP), ebenso ist die Besitzrate für Tablets (+21 PP) und Mobiltelefone (+10 PP) merklich angestiegen. Radiogeräte (-15 PP) sind seltener in den Kinderzimmern zu finden als vor fünf Jahren, auch bei DVD-Player (-7 PP), Spielkonsole und Computer/Laptop (jeweils -6 PP) zeigt sich eine abnehmende Tendenz.

## Eigene Medienausstattung der Kinder

- Kinder (6-19 Jahre): Habe für mich allein (im Zimmer, oder für mich und meine Geschwister)... -



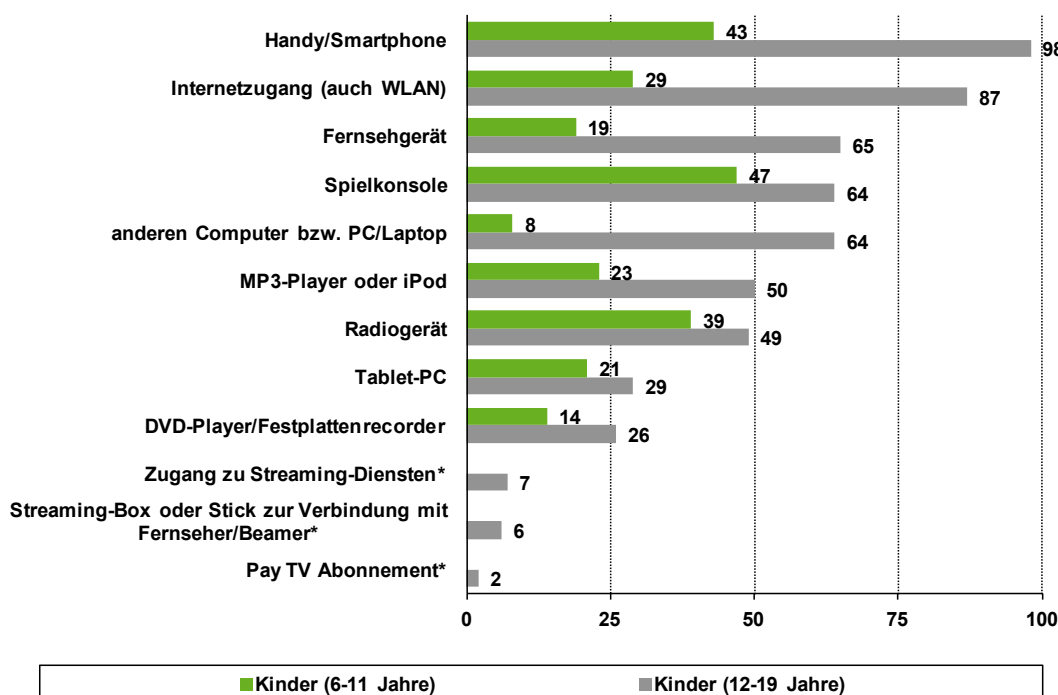
Quelle: FIM 2011, FIM 2016, Angaben in Prozent, \*2011 nicht abgefragt  
Basis: Kinder (6-19 Jahre)

Die Medienausstattung von Mädchen und Jungen variiert für die meisten Geräte nur geringfügig. Lediglich Spielkonsolen sind sehr viel häufiger im Besitz von Jungen zu finden (63 %, Mädchen: 46 %), während Mädchen eher einen MP3-Player bzw. iPod besitzen (43 %, Jungen: 32 %).

Das Alter der Kinder hat einen erheblichen Einfluss auf den Medienbesitz. Während bei Kindern zwischen sechs und elf Jahren die Spielkonsole (47 %) das am weitesten verbreitete Gerät ist – gefolgt von Mobiltelefon (43 %) und Radio (39 %) – ist bei den Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren das Mobiltelefon ungeschlagen auf dem ersten Rang (98 %).

## Eigene Medienausstattung der Kinder

- Kinder (6-19 Jahre): Habe für mich allein (im Zimmer, oder für mich und meine Geschwister)... -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent

Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

\* Nur für die Teilgruppe 12-19 Jahre abgefragt

## 4.2 Medientätigkeiten

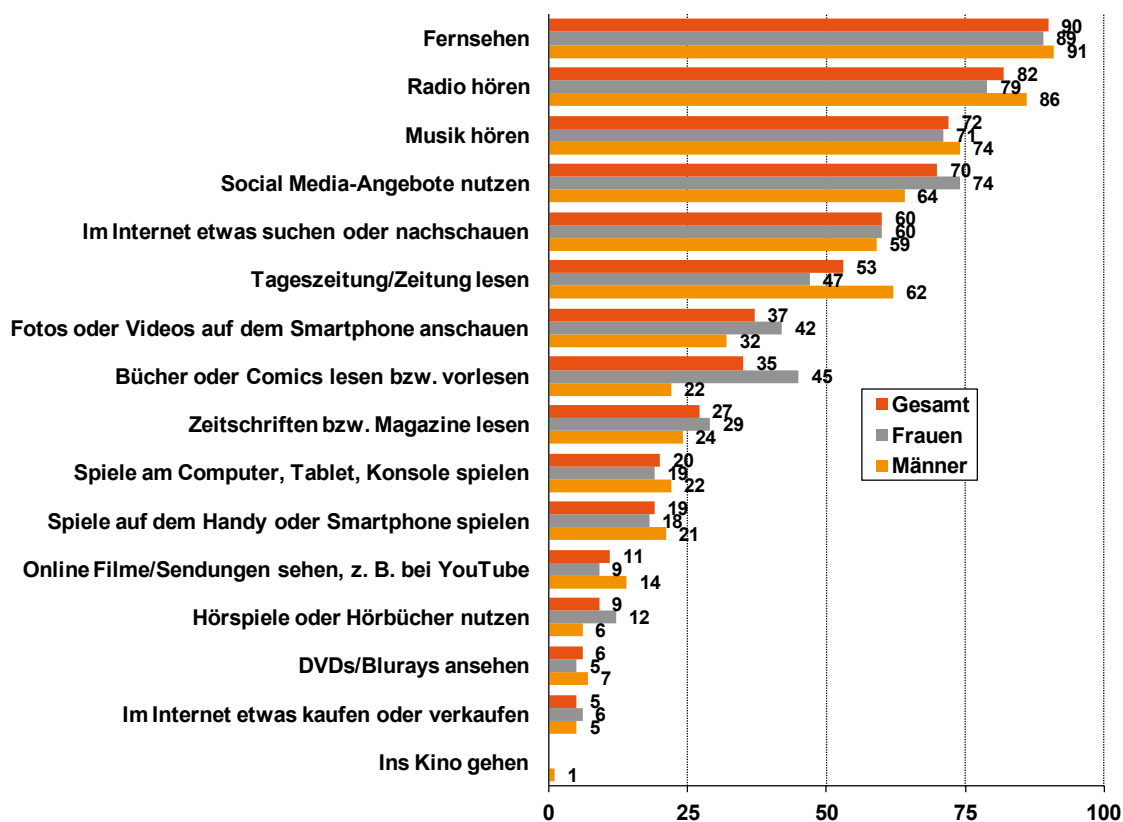
### 4.2.1 Mediennutzung der Eltern

Wie relevant die einzelnen Medientätigkeiten im Alltag der Eltern sind, zeigt die Betrachtung der Nutzungshäufigkeit. Diejenigen Tätigkeiten, die zumindest mehrmals pro Woche ausgeübt werden, können als Tätigkeiten mit hoher Alltagsrelevanz angesehen werden. Fast alle Eltern (90 %) sehen regelmäßig fern und 82 Prozent hören mindestens mehrmals wöchentlich Radio. Musikhören unabhängig vom Nutzungsweg sowie die Nutzung von

Social Media-Angeboten wie zum Beispiel Facebook gehört für etwa sieben von zehn Eltern zum regelmäßigen Medienalltag. Drei von fünf Eltern suchen regelmäßig Informationen im Internet, gut die Hälfte liest regelmäßig eine (Tages-)Zeitung. Für jeweils gut ein Drittel gehört das Anschauen von Fotos oder Videos auf dem Smartphone sowie das Lesen bzw. Vorlesen von Büchern oder Comics zu den regelmäßig ausgeübten Medientätigkeiten. Zeitschriften bzw. Magazine liest jeder Vierte mindestens mehrmals wöchentlich, jeder Fünfte spielt in dieser Häufigkeit digitale Spiele an PC, Tablet, Konsole oder auf dem Handy/Smartphone. Elf Prozent der Eltern schauen regelmäßig online Filme und Sendungen bei Anbietern wie YouTube an, ein ähnlicher Anteil nutzt Hörbücher/Hörspiele (9 %).

## Medientätigkeiten

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



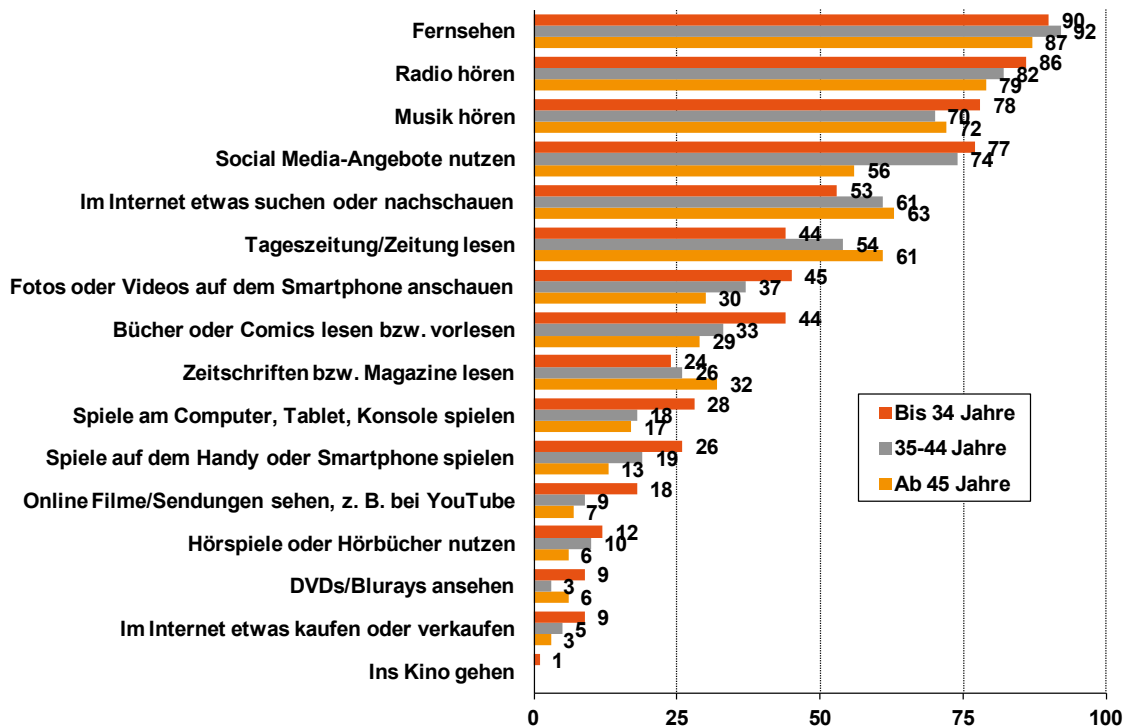
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Während Frauen eine Präferenz für Bücher (regelmäßige Nutzung: 45 %, Männer: 22 %), Social Media-Angebote (74 %, Männer: 64 %) sowie das Anschauen von Fotos oder Videos auf dem Smartphone (42 %, Männer: 32 %) zeigen, spielt das Lesen einer (Tages-)Zeitung bei Männern eine größere Rolle (62 %, Frauen: 47 %). Für die übrigen Tätigkeiten zeigen sich hinsichtlich der Mediennutzung der Mütter und Väter in der FIM-Studie keine nennenswerten Unterschiede.

Die Mediennutzung der Eltern steht zudem in Zusammenhang mit ihrem Alter: Für jüngere Eltern sind Social Media-Angebote, die Nutzung von Fotos/Videos auf dem Smartphone, (Vor-)Lesen und digitale Spiele (im Zusammenhang mit dem meist niedrigeren Alter der Kinder) von höherer Relevanz, während die Nutzung der Tageszeitung sowie die Bedeutung von Online-Recherchen mit dem Alter der Eltern zunehmen.

### Medientätigkeiten

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



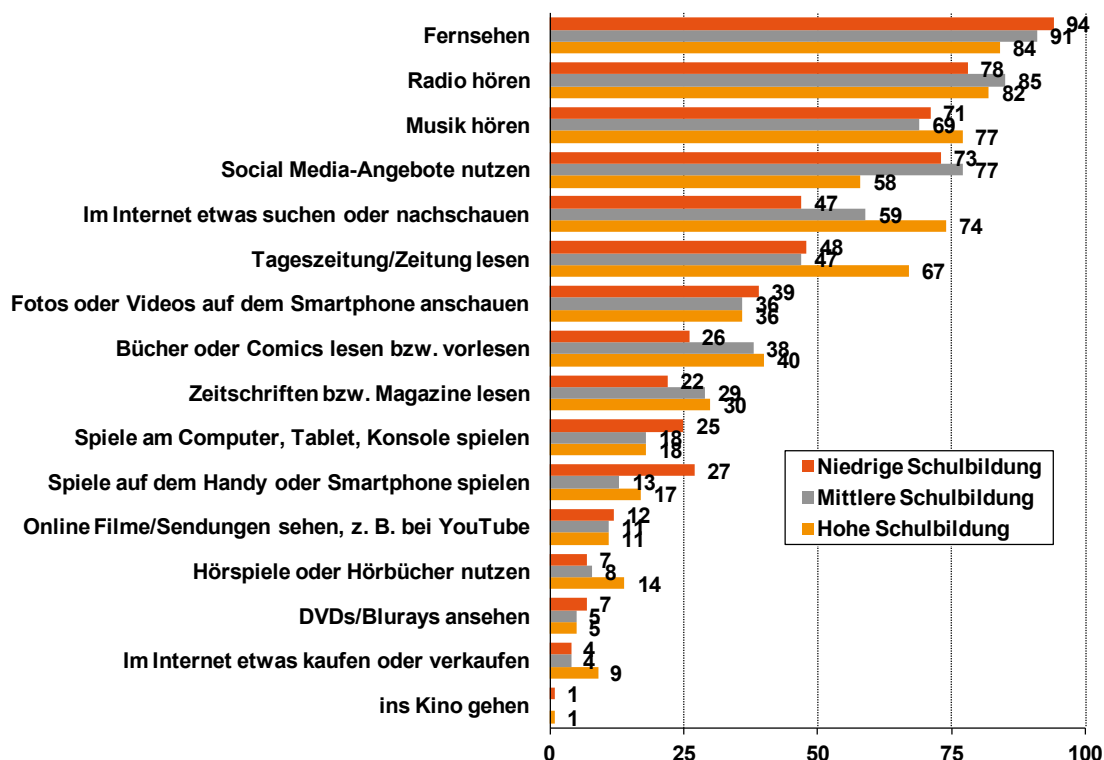
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Neben dem Alterseffekt zeigen sich deutliche Unterschiede in der Nutzungsfrequenz nach formaler Bildung der Eltern. Mit der formalen Bildung der Eltern steigt die Frequenz der Internetrecherche, der Tageszeitungslektüre sowie des Lesens oder Vorlesens, während die Affinität zu Social Media-Angeboten und digitalen Spielen leicht abnimmt.



## Medientätigkeiten

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



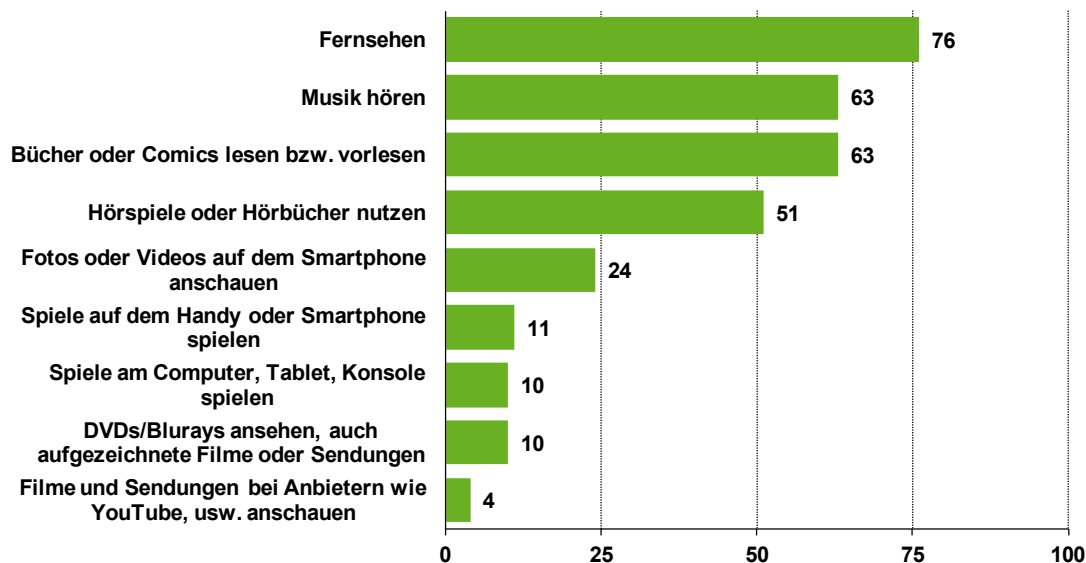
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

### 4.2.2 Mediennutzung der Kinder im Vorschulalter

Im Medienalltag der Kinder im Vorschulalter (n=105) spielt eindeutig das Fernsehen die größte Rolle: Drei von vier Kindern zwischen drei und fünf Jahren sehen regelmäßig fern. Jeweils 63 Prozent hören mindestens mehrmals pro Woche Musik oder schauen sich Bücher oder Comics an bzw. bekommen diese vorgelesen. Für ein Viertel der Kinder ist es eine regelmäßige Freizeitbeschäftigung, Fotos oder Videos auf dem Smartphone anzuschauen. Jeweils jedes zehnte Kind spielt mindestens mehrmals pro Woche digitale Spiele an PC, Tablet oder Konsole oder sieht DVDs, Blurays oder aufgezeichnete Sendungen. Vier Prozent der Drei- bis Fünfjährigen sehen regelmäßig Videos bei YouTube oder auf ähnlichen Plattformen.

## Medientätigkeiten der Vorschulkinder

- Kinder (3-5 Jahre): täglich/mehrmals pro Woche -

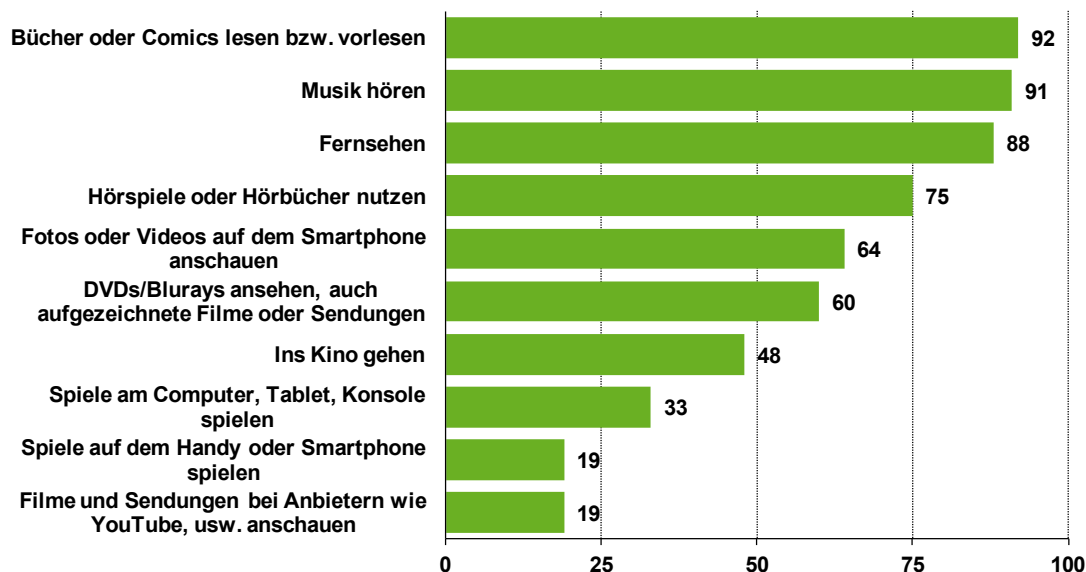


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (3-5 Jahre), n=105

Erweitert man den Blick auf diejenigen Mediantätigkeiten, die von Vorschulkindern zumindest selten ausgeübt werden, dann sind das Anschauen oder Vorlesen von Büchern und Comics, Musik hören und Fernsehen für jeweils neun von zehn Kindern relevant. Zwei Drittel der Kinder sehen zumindest selten Fotos oder Videos auf einem Smartphone an, ein Drittel spielt Spiele an PC, Tablet oder Konsole. Online-Videos, z. B. bei YouTube, werden nur von jedem fünften Vorschulkind zumindest selten angeschaut.

## Mediantätigkeiten der Vorschulkinder

- Kinder (3-5 Jahre): zumindest selten -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (3-5 Jahre), n=105

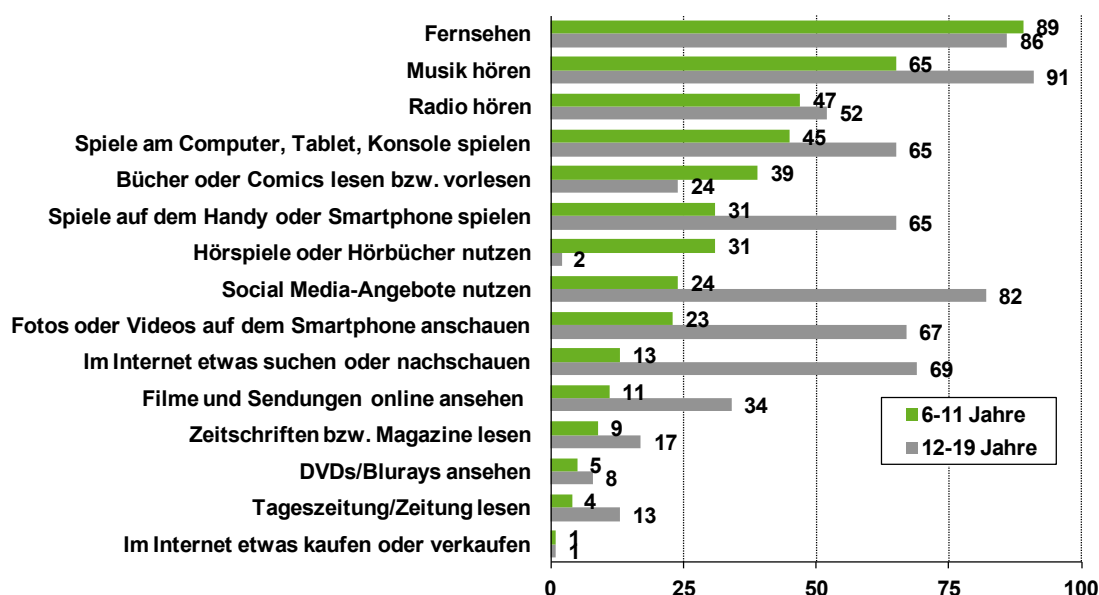
### 4.2.3 Mediennutzung der Kinder ab sechs Jahren

Auch bei den Sechs- bis Elfjährigen steht hinsichtlich der regelmäßigen Mediennutzung (mindestens mehrmals pro Woche) das Fernsehen (89 %) auf Platz eins. Zwei Drittel der Kinder hören mindestens mehrmals pro Woche Musik, jeweils knapp die Hälfte hört Radio oder spielt digitale Spiele an PC, Tablet oder stationären/mobilen Konsolen. Das Lesen/Vorlesen von Büchern oder Comics ist für zwei von fünf Kindern regelmäßig an der Tagesordnung. Je 31 Prozent spielen regelmäßig digitale Spiele auf dem Smartphone oder hören Hörspiele bzw. Hörbücher. Social Media-Angebote bzw. Fotos oder Videos auf dem Smartphone anschauen ist für jeweils ein Viertel regelmäßig relevant.

Bei den Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren finden sich bezüglich der regelmäßigen Mediennutzung Musikhören (91 %), Fernsehen (86 %) und die Nutzung von Social Media-Angeboten (82 %) auf den ersten drei Rängen. Auf den weiteren Plätzen folgen die Online-Recherche (69 %), das Anschauen von Fotos oder Videos auf dem Smartphone (67 %) sowie digitale Spiele an PC/Konsole/Tablet oder dem Smartphone (jeweils 65 %). Gut jeder zweite Jugendliche hört regelmäßig Radio, ein Drittel schaut mindestens mehrmals pro Woche Filme und Sendungen online, z. B. bei YouTube.<sup>8</sup>

## Medientätigkeiten

- Kinder (6-19 Jahre): täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

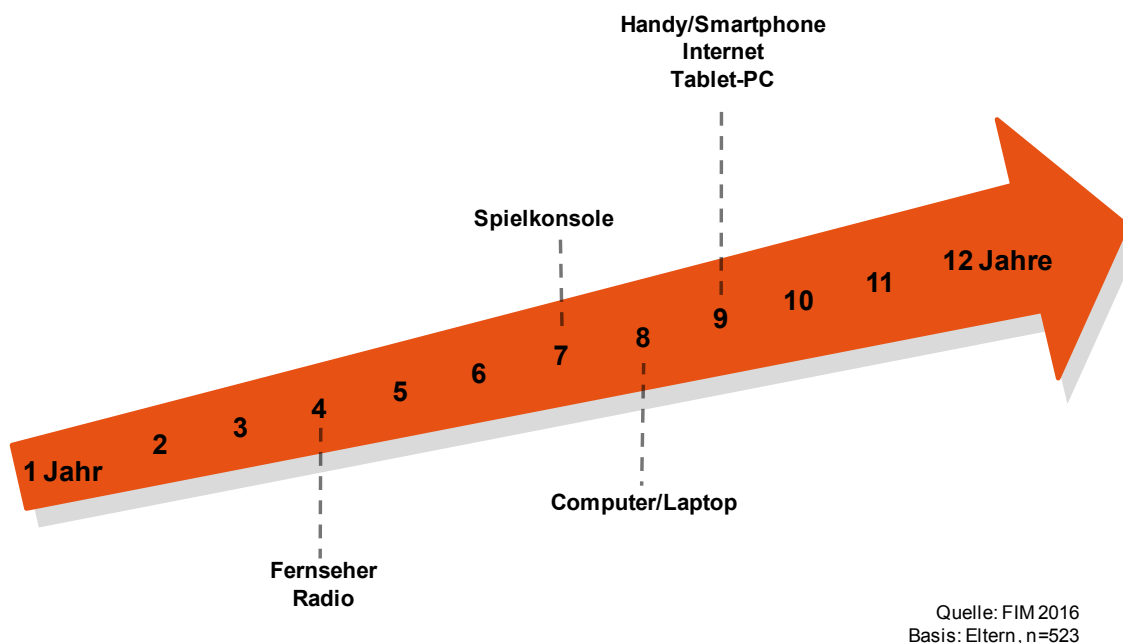
<sup>8</sup> Genauere auch nach Alter und Geschlecht differenzierbare Daten liefert die JIM-Studie. Die Ergebnisse zur Bedeutung der einzelnen Medien für die Jugendlichen werden in der FIM-Studie entsprechend abgebildet und sind auf Ebene der Familie, nicht auf Individualebene repräsentativ.

#### 4.2.4 Medienbiografien

Um zu untersuchen, wie der Einstieg der Kinder in die Medienwelt aussieht, wurden die Eltern im Rahmen der FIM-Studie gefragt, in welchem Alter das erstgeborene Kind verschiedene Medien zum ersten Mal selbstbestimmt genutzt hat. Fernsehen und Radio sind die Medien, mit denen die Kinder als erstes in Kontakt kommen, mit durchschnittlich vier Jahren. Mit sieben Jahren spielen die Kinder zum ersten Mal digitale Spiele an einer Spielkonsole. Computer oder Laptop werden von den erstgeborenen Kindern mit acht Jahren erstmals genutzt. Die eigenständige und selbstbestimmte Nutzung von Handy/Smartphone, Internet und Tablet ergänzt das Medienrepertoire der Kinder, wenn diese durchschnittlich neun Jahren alt sind.

### Zeitstrahl Mediennutzung

- Durchschnittsalter des Erstgeborenen bei der ersten Mediennutzung -



Jüngere Eltern geben über alle Medien hinweg ein früheres Einstiegsalter des erstgeborenen Kindes an als ältere Eltern. Dies deutet darauf hin, dass der Einstieg der Kinder in die Medienwelt zunehmend früher stattfindet. Im Vergleich zur FIM-Studie 2011 ist das Durchschnittsalter der ersten Nutzung für die meisten Mediengeräte gesunken.

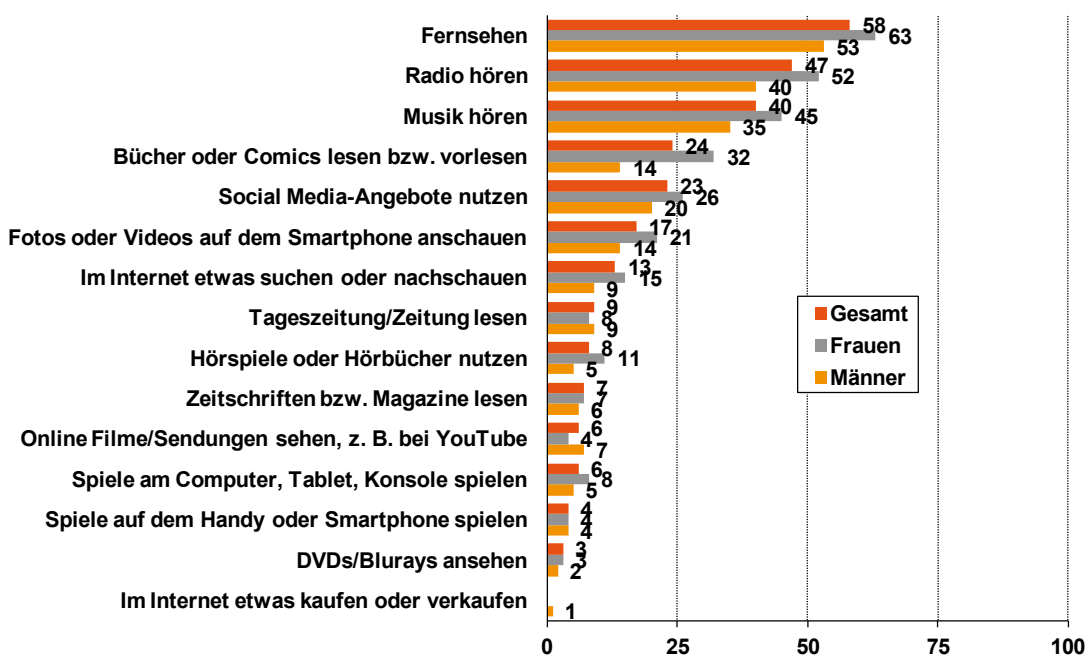
#### 4.2.5 Gemeinsame Mediennutzung in der Familie

Bei der gemeinsamen Mediennutzung der Eltern und Kinder kommt dem Fernsehen (egal über welchen Verbreitungsweg) eine besondere Bedeutung zu. 58 Prozent der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, gemeinsam mit ihren Kindern

fern. Knapp die Hälfte hört gemeinsam Radio, 40 Prozent hören gemeinsam Musik (egal über welches Medium). Jeweils ein Viertel der Eltern liest gemeinsam mit den Kindern Bücher/Comics oder nutzt Social Media-Angebote. Fotos auf dem Smartphone werden von knapp einem Fünftel regelmäßig mit den Kindern gemeinsam angeschaut. 13 Prozent der Eltern suchen mindestens mehrmals pro Woche zusammen mit den Kindern etwas online. Die gemeinsame Nutzung von Zeitungen oder Hörspielen ist nur für jeweils ein knappes Zehntel regelmäßig alltagsrelevant.

## Medientätigkeiten mit den Kindern

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -

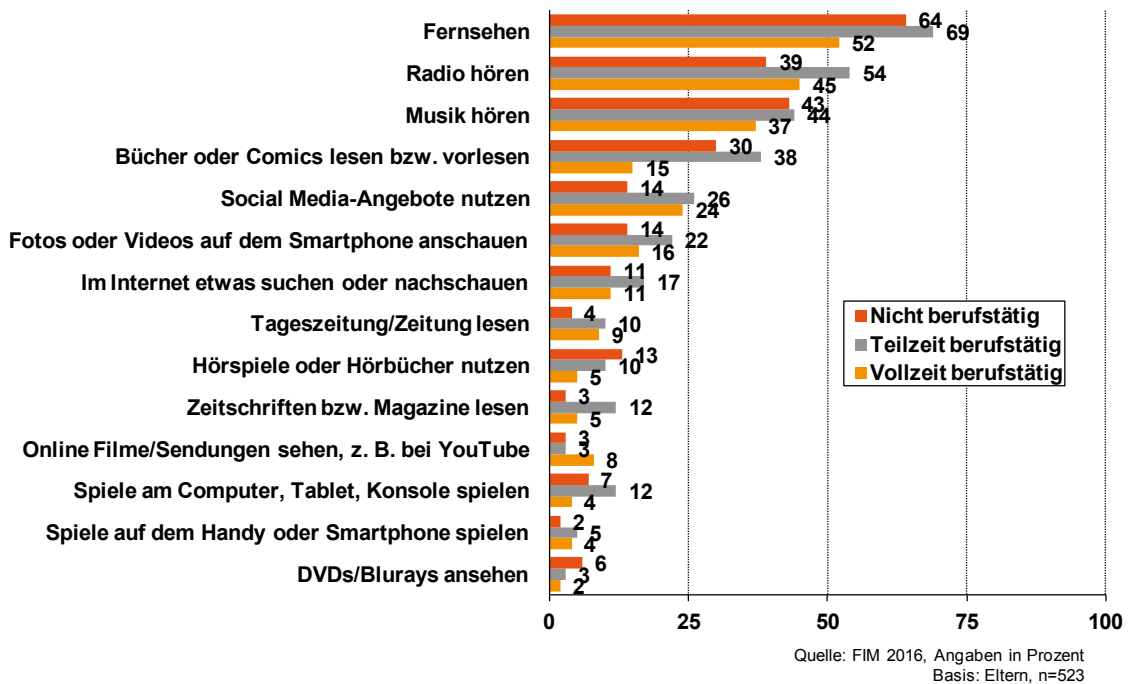


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Für Teilzeit Berufstätige spielt gemeinsames Radio hören, Lesen von Büchern/Comics sowie gemeinsames Fernsehen mit dem Kind eine größere Rolle als bei nicht oder Vollzeit berufstätigen Eltern.

## Medientätigkeiten mit den Kindern

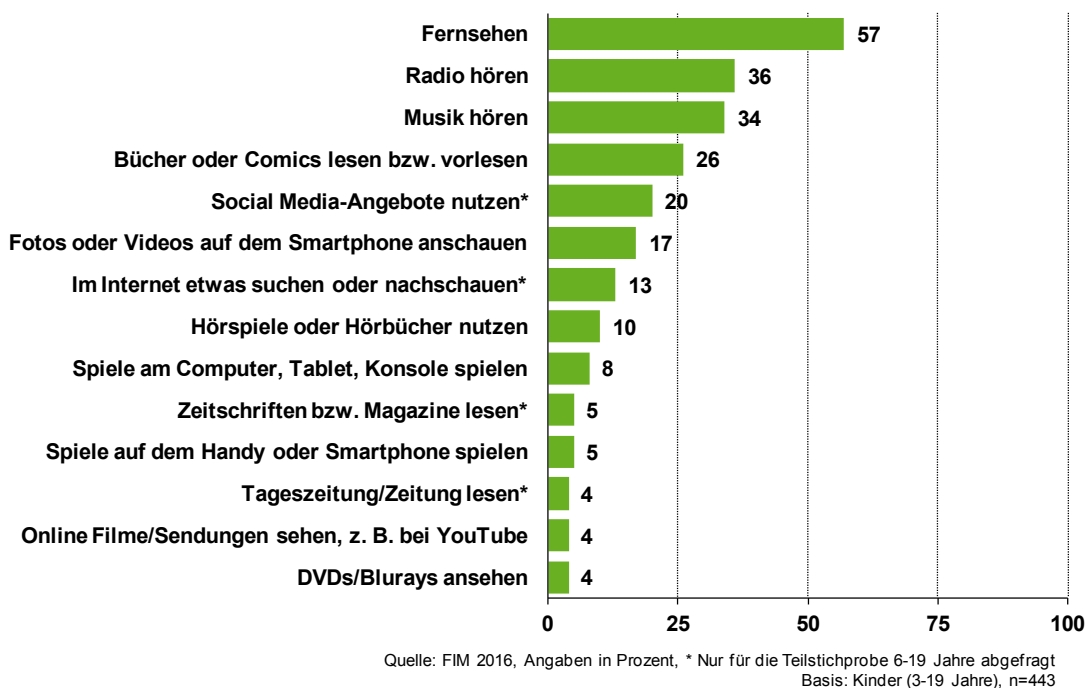
- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



Aus Sicht der Kinder ändert sich die grundlegende Rangfolge nicht, auch hier steht das gemeinsame Fernsehen eindeutig an erster Stelle.

## Medientätigkeiten mit den Eltern

- Kinder (3-19 Jahre): täglich/mehrmals pro Woche -



Mädchen (25 %) nutzen zu einem etwas größeren Anteil regelmäßig Social Media-Angebote gemeinsam mit den Eltern als Jungen (16 %). Ansonsten zeigen sich hinsichtlich der gemeinsamen Nutzung mit den Eltern keine nennenswerten Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen.

Mit steigendem Alter der Kinder nimmt das gemeinsame Lesen von Büchern oder Comics (regelmäßige gemeinsame Nutzung; 3-5 Jahre: 58 %, 6-11 Jahre: 24 %, 12-19 Jahre: 8 %) sowie Hörspielen (3-5 Jahre: 31 %, 6-11 Jahre: 7 %, 12-19 Jahre: 1 %) deutlich ab. Die gemeinsame Social Media-Nutzung mit den Eltern gewinnt hingegen an Bedeutung, je älter die Kinder werden (6-11 Jahre: 11 %, 12-19 Jahre: 29 %).

#### **4.2.6 Medien im Tagesablauf**

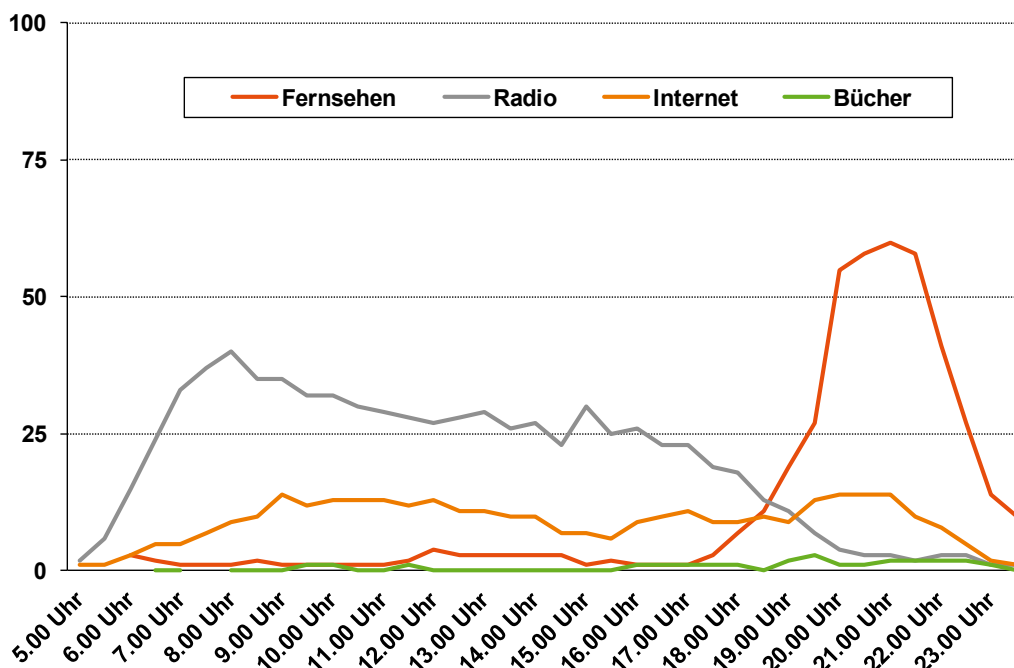
Die Angaben zu Häufigkeiten von Medientätigkeiten aus der Befragung werden in der FIM-Studie durch eine Tagebuchbefragung ergänzt. Diese liefert ein genaueres Bild vom Tagesablauf aller Familienmitglieder, deren Mediennutzung und Kommunikationsverhalten über einen längeren Zeitraum und im Kontext der Alltagssituationen.

Der Tag der deutschen Durchschnittsfamilien beginnt früh. An Werktagen (Montag bis Freitag) sind bereits um 6:30 Uhr drei Viertel der Eltern wach, entsprechend geht man auch früh schlafen, bis 23:00 Uhr haben sich drei Viertel der Eltern Schlafen gelegt.

Die Mediennutzung im Tagesverlauf spiegelt auch in Familien die bekannten Nutzungsmuster wider. Das Radio ist über den ganzen Tag verteilt ein stetiger Begleiter und erreicht den höchsten Wert morgens um 8 Uhr, hier hören 40 Prozent der Eltern Radio. Der Wert bleibt auf hohem Niveau über den ganzen Tag und sinkt erst ab 17:30 Uhr unter 20 Prozent. Die Fernsehnutzung der Eltern bleibt tagsüber konstant unter fünf Prozent, steigt dann zum Abend stark an und erreicht ihren Höhepunkt um 21 Uhr mit knapp zwei Dritteln der Eltern und nimmt dann wieder deutlich ab. Die Internetnutzung der Eltern verteilt sich relativ gleichmäßig über den gesamten Tag und den Abend, bleibt aber konstant bei etwa zehn Prozent, stärkere Nutzungszeiten sind am Vormittag und am Abend ab 20 Uhr. Zu bedenken ist hierbei, dass die über den Tag verteilte Nutzung des Smartphones in vielen kurzen Einheiten in dieser Abfrage von den Eltern möglicherweise nicht immer als Internetnutzung wahrgenommen wird.

## Medientätigkeiten Montag bis Freitag

- Tagebücher: Eltern -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern-Tagebücher (Werktage), n=799

Im Rahmen der FIM-Studie ist insbesondere die gemeinsame Mediennutzung von Kindern und Eltern von Interesse. Aus Sicht der Eltern erreicht das Radio morgens zwischen sieben und acht Uhr seinen höchsten gemeinsamen Nutzungswert mit sieben Prozent. Über den Nachmittag liegt die gemeinsame Nutzung zwischen drei und sechs Prozent, ab 19 Uhr nimmt die gemeinsame Radionutzung in der Familie deutlich ab.

Das Fernsehen wird tagsüber nur sehr vereinzelt gemeinsam von Eltern und Kindern genutzt. Am Abend wird das gemeinsame Fernseherlebnis relevanter: Das Maximum der gemeinsamen Fernsehnutzung ist mit 13 Prozent um 20 Uhr erreicht.

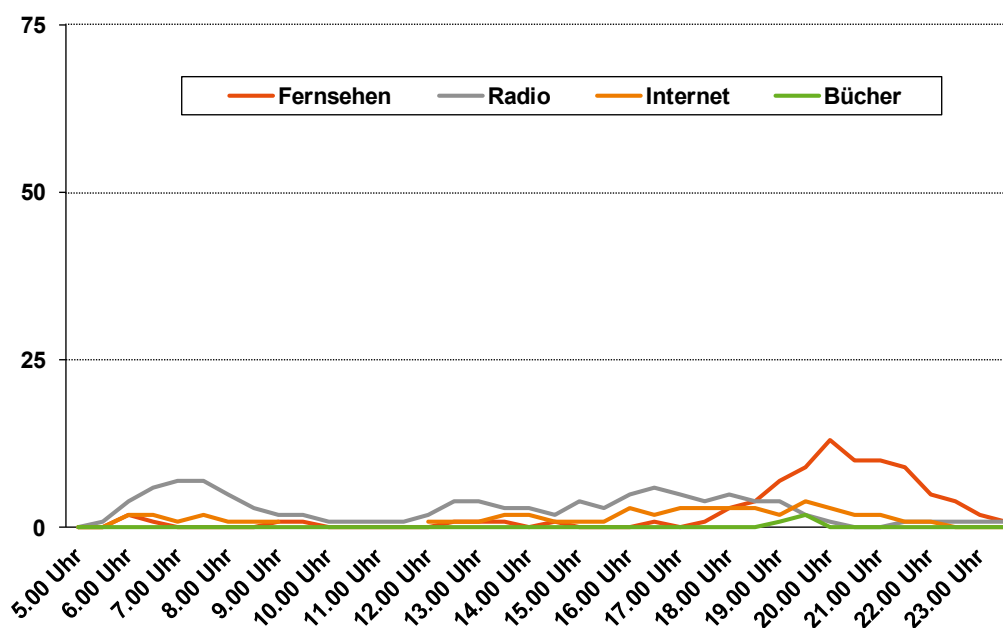
Dass Eltern und Kinder unter der Woche gemeinsam das Internet nutzen, kommt (nach Einschätzung der Eltern) nur sehr sporadisch vor. Der Wert für die gemeinsame Internetnutzung pendelt über den Tag gesehen zwischen ein und drei Prozent und erreicht um 19 Uhr mit vier Prozent den Höchstwert.

Bücher zu lesen wird nur äußerst vereinzelt als gemeinsame Beschäftigung an einem Wochentag genannt.



## Gemeinsame Medientätigkeiten Montag bis Freitag

- Tagebücher: Eltern, gemeinsame Medientätigkeiten mit den Kindern -



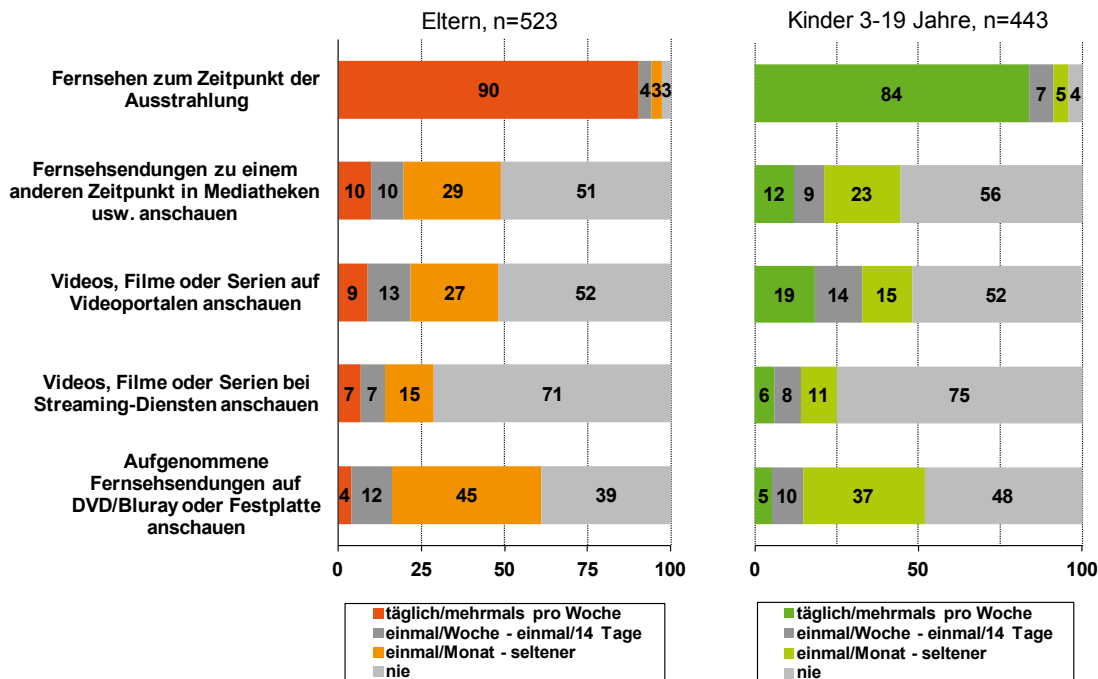
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern-Tagebücher (Werktage), n=799

### 4.3 Bewegtbildnutzung

Auch wenn das Fernsehen nach wie vor eine herausragende Stellung im Medienensemble einnimmt, so gibt es inzwischen die unterschiedlichsten Möglichkeiten Fernsehsendungen oder andere Bewegtbildangebote zu nutzen. Fast alle Eltern sehen zumindest mehrmals pro Woche Fernsehsendungen in Echtzeit, also zum Zeitpunkt der Ausstrahlung, an. Jeder Zehnte sieht mit dieser Häufigkeit Fernsehsendungen zeitversetzt in Mediatheken oder schaut sich Videos, Filme oder Serien auf Videoportalen im Internet an. Für sieben Prozent der Eltern gehört die Nutzung von Streaming-Diensten wie Amazon oder Netflix zum Alltag, nur vier Prozent nutzen regelmäßig aufgenommene Fernsehsendungen. Jüngere Eltern haben insgesamt eine höhere Affinität zur Bewegtbildnutzung, nutzen aber vor allem die onlinebasierten Möglichkeiten deutlich intensiver. Bei der Bewegtbildnutzung der Kinder steht ebenfalls das klassische Fernsehen an erster Stelle, häufiger als die Eltern nutzen sie (und hier vor allem die 12- bis 19-Jährigen) aber auch andere Optionen, um Sendungen, Filme oder Serien anzusehen – vor allem auf Videoportalen wie YouTube oder myvideo.

## Nutzung von Bewegtbildangeboten

- Alleine oder mit anderen -



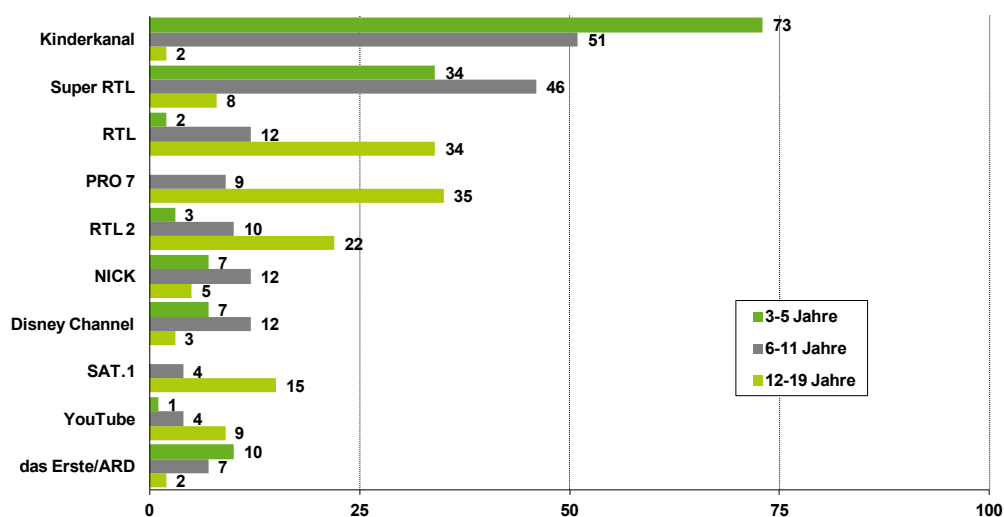
Das liebste/zweitliebste Fernsehprogramm (bzw. liebster/zweitliebster Anbieter für Sendungen, Filme oder Serien) der Eltern ist RTL (34 %), es folgen Pro7 (23 %), Das Erste/ARD, ZDF und Sat.1 (je 21 %). Auch bei den Männern liegt RTL (27 %) vorn, dicht darauf folgen Das Erste (25 %), ZDF (22 %) vor Pro7 (21 %) und Sat.1 (18 %). Zwölf Prozent der Männer nennen den auf die männliche Zielgruppe ausgerichteten Sender DMAX. Bei den Frauen liegt RTL (40 %) gleichfalls weit vorne, mit Abstand folgen Pro7 (25 %) und Sat.1 (24 %), dann das ZDF (19 %) und Das Erste (17 %). Ebenfalls zweistellig erreicht Vox 13 Prozent. Betrachtet man das Alter der Eltern, dann liegen bei den bis 35-Jährigen Pro7 (38 %) und RTL (34 %) an der Spitze, jeder Fünfte nennt Sat.1 (20 %), gefolgt von Das Erste (16 %), Vox und DMAX (je 12 %). Bei den 35- bis 44-Jährigen liegt RTL vorn (39 %), gefolgt von Sat.1 (24 %), Pro7 (21 %), das Erste (20 %) und nun auch das ZDF (19 %). Bei den Ab-45-Jährigen schließlich liegen ZDF (34 %) und Das Erste (28 %) gefolgt von RTL (26 %) vorne. Sat.1 (16 %) liegt knapp vor den Dritten Programmen der ARD (14 %) und Pro7 (13 %).

Ganz anders die Präferenzen der Kinder. Nach dem liebsten/zweitliebsten Fernsehsender gefragt nennen sie an erster Stelle den öffentlich-rechtlichen KiKA (37 %), auf Platz zwei kommt der privatrechtliche Kindersender SuperRTL (29 %). Danach folgen bereits Erwachsenenprogramme – RTL (18 %), Pro7 (17 %) und RTL2 (13 %). Jungen sprechen sich eher für KiKa (40 %, Mädchen: 34 %) und SuperRTL (32 %, Mädchen: 25 %) aus, Mädchen

favorisieren stärker als Jungen RTL (24 %, Jungen: 13 %) und RTL2 (16 %, Jungen: 10 %). Stellvertretend für die Drei- bis Fünfjährigen geben deren Eltern zu 73 Prozent KiKA an, SuperRTL wird von 34 Prozent, Das Erste von zehn Prozent genannt. Bei den Sechs- bis Elfjährigen liegt ebenfalls KiKA vor SuperRTL, mit weitem Abstand folgen NICK, Disney Channel und RTL sowie RTL2. Ganz anders sieht es dann bei den Zwölf- bis 19-Jährigen aus: Pro7 (35 %) und RTL (34 %) führen die Liste an, es folgen RTL2 (22 %) und Sat.1 (15 %). Interessant ist, dass in dieser Altersgruppe erstmals YouTube in nennenswerter Häufung auftaucht: Für neun Prozent der Jugendlichen ist YouTube liebster/zweitliebster Anbieter von Sendungen, Filmen oder Serien.

### Liebstes/Zweitliebstes TV-Programm bzw. Anbieter Bewegtbild

- Kinder (3-19 Jahre): offene Nennungen ab 5 Prozent -

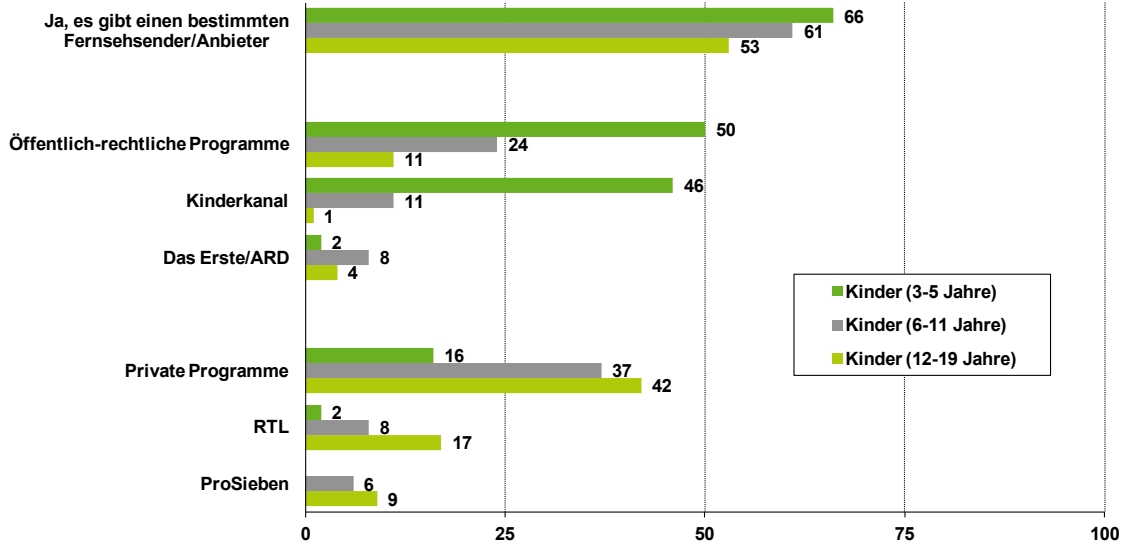


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen (3-19 Jahre), n=416

Trotz dieser unterschiedlichen Präferenzen nutzt die Familie Bewegtbildangebote natürlich auch gemeinsam. Bei 60 Prozent der Eltern (59 Prozent der Kinder) gibt es sogar einen favorisierten Anbieter, der häufiger gemeinsam angeschaut wird, wobei öffentlich-rechtliche und private Angebote hier zunächst zu gleichen Teilen genannt werden. Während Eltern mit jüngeren Kindern vor allem KiKA gemeinsam nutzen, werden mit zunehmendem Alter der Kinder private Anbieter favorisiert.

## Mit den Eltern gemeinsam genutzte Fernsehsender bzw. Film-/Serienanbieter

- Kinder (3-19 Jahre): offene Nennungen ab 5 Prozent -

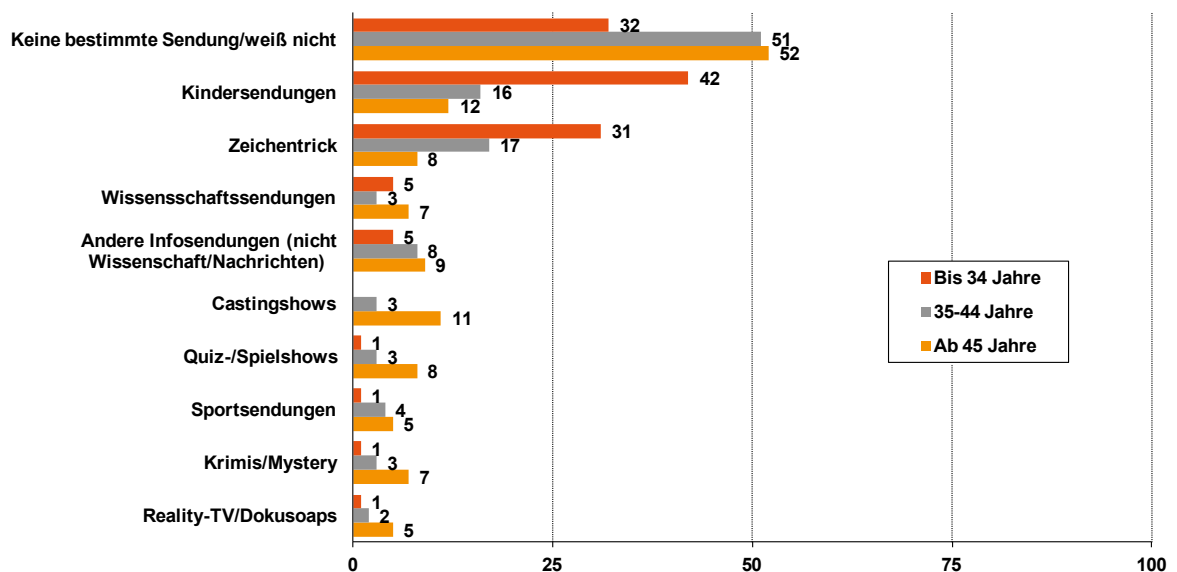


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder, die mit ihren Eltern gemeinsam fernsehen bzw. Sendungen, Filme oder Serien schauen (3-19 Jahre), n=431

Entsprechend geht es inhaltlich bei diesen Lagerfeuermomenten für jüngere Eltern hauptsächlich um Kindersendungen und Zeichentrick – die Interessen, Fähigkeiten und Wünsche des Kindes bestimmen die gemeinsame Bewegtbildnutzung. Dies gilt auch für Eltern älterer Kinder, die inhaltlichen Interessen gleichen sich – zumindest im Unterhaltungsbereich – aber immer mehr an.

## Gemeinsam mit den Kindern geschaute Sendungen

- Eltern: offene Nennungen -

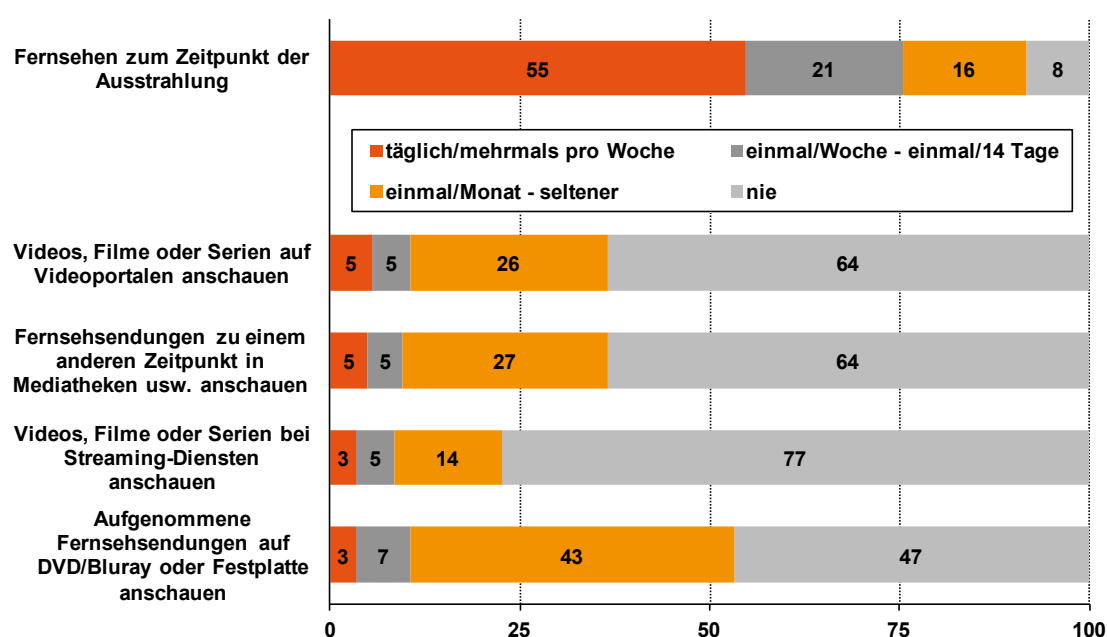


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, die mit ihren Kindern gemeinsam fernsehen bzw. Sendungen, Filme oder Serien schauen, n=511

Wenn es um die gemeinsame Nutzung von Eltern und Kindern geht, bleibt es trotz zahlreicher alternativen Möglichkeiten der Bewegtbildnutzung dennoch bei der Dominanz des linearen Fernsehens. Über die Hälfte der Eltern (55 %) schaut regelmäßig gemeinsam mit den Kindern zum Zeitpunkt der Ausstrahlung fern. Maximal jedes zwanzigste Elternteil schaut gemeinsam mit den Kindern Filme, Serien oder Videos zeitversetzt oder auf anderen Plattformen an. Bei Frauen (58 %) ist die Dominanz des Live-Fernsehens noch etwas stärker ausgeprägt als bei den Männern (51 %). Alternative Nutzungsszenarien kommen dagegen bei Frauen und Männern gleich selten vor. Selbst bei jüngeren Eltern (bis 35 Jahre), die per se eine deutlich höhere Affinität zu onlinebasiertem Bewegtbild haben, liegt das Fernsehen weit vorne – 64 Prozent sehen zumindest selten gemeinsam mit den Kindern Echtzeit-TV, bei den älteren Eltern sind es nur 50 Prozent. Der Grund hierfür dürfte die strukturierende Funktion des Fernsehens gerade für jüngere Kinder sein – viele Familien beenden beispielsweise mit „Unser Sandmännchen“ den Tag.

## Nutzung von Bewegtbildangeboten mit den Kindern

- Eltern -



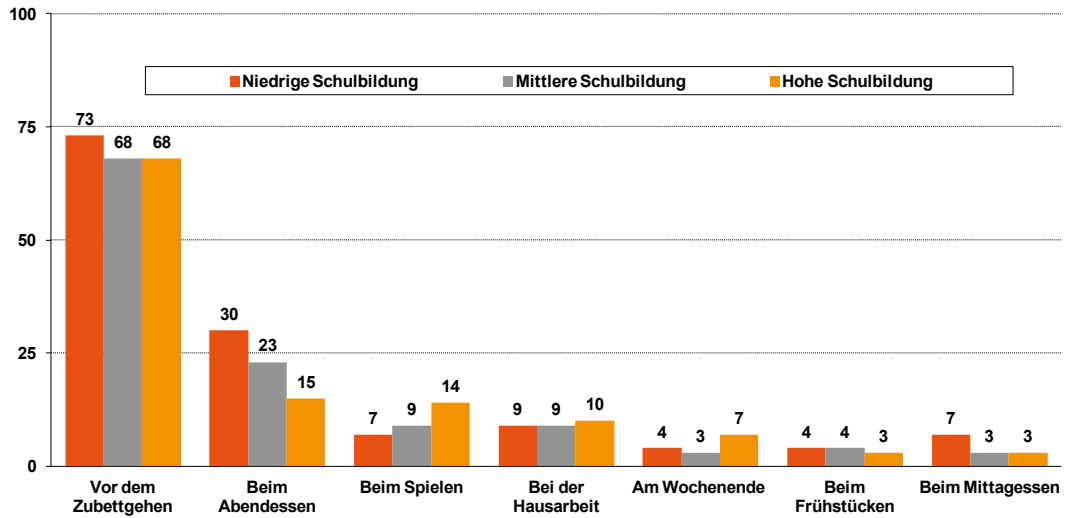
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Das gemeinsame Fernsehen findet in den Familien meist am Abend bzw. vor dem Zubettgehen statt, was 69 Prozent der Eltern bestätigen. Beim gemeinsamen Abendessen sieht ein Viertel der Eltern mit den Kindern fern, jedes zehnte Elternteil gibt an, dass die gemeinsamen Fernsehmomente beim Spielen oder bei der Hausarbeit stattfinden. Je älter die Kinder sind, desto größer ist der Anteil der Eltern, die vor dem Zubettgehen oder beim Abendessen mit ihren Kindern fernsehen (Eltern 3- bis 5-Jähriger: 18 %, Eltern 12- bis 19-Jähriger: 27 %). Deutliche Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich der Schulbildung der

Eltern: Gemeinsames Fernsehen findet bei Eltern mit formal niedrigerer Schulbildung häufiger während der Mahlzeiten statt, hier läuft bei fast jeder dritten Familie der Fernseher während des Abendessens.

### Gelegenheiten, bei denen man mit den Kindern gemeinsam fernsieht

- Eltern: Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent, Nennungen ab 4 Prozent  
Basis: Eltern, die mit ihren Kindern gemeinsam fernsehen bzw. Sendungen, Filme oder Serien schauen, n=511

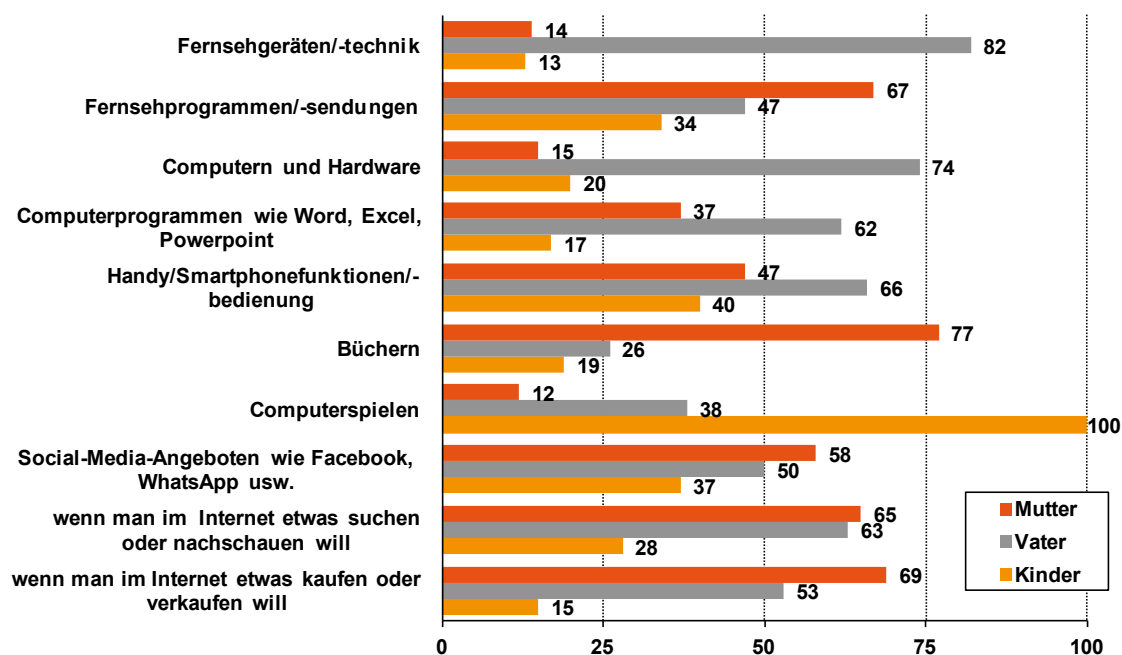
## 5. Medienkompetenz

### 5.1 Medienexperten

In einer Familie finden sich unterschiedliche Fähigkeiten und Talente für bestimmte Tätigkeiten und Themenbereiche. Auch beim Thema Medien werden den Familienmitgliedern jeweils bestimmte Kompetenzen zugeschrieben. Offensichtlich gibt es eine klare Rollenzuschreibung beim Thema Technik: So sind aus Sicht der Eltern die Väter Experten in Sachen Fernsehtechnik (82 %) und bei Computer und Hardware (74 %). Aber auch bei der Bedienkompetenz von Handys und Smartphones (66 %) sowie im Umgang mit Computerprogrammen (62 %) wird den Vätern am meisten zugetraut. Hingegen werden bei Fernsehinhalten (74 %) und bei Büchern (64 %) an erster Stelle die Mütter genannt. Aus Sicht der Eltern sind die Mütter auch die Expertinnen für das Internet, bei der Nutzung von Social Media-Angeboten wie Facebook oder WhatsApp (58 %) oder beim Kaufen oder Verkaufen von Dingen über das Internet (69 %). Bei der Internetrecherche liegen die Mütter leicht vorn (65 %), dicht gefolgt von den Vätern (63 %). Wenn auch den Heranwachsenden oft eine hohe Bedienkompetenz im Medienbereich zugeschrieben wird, so sind aus Sicht der Eltern die Kinder nur beim Thema Computerspiele die Experten in der Familie (100 %). Im Bereich Computer und Hardware rangieren die Kinder (20 %) noch vor den Müttern (15 %), aber bei allen übrigen abgefragten Aspekten der Mediennutzung wird den Kindern von den Eltern eine geringere Kompetenz als den Eltern zugeschrieben.

### Wer kennt sich am besten aus mit...

- Eltern: Mehrfachnennungen möglich -

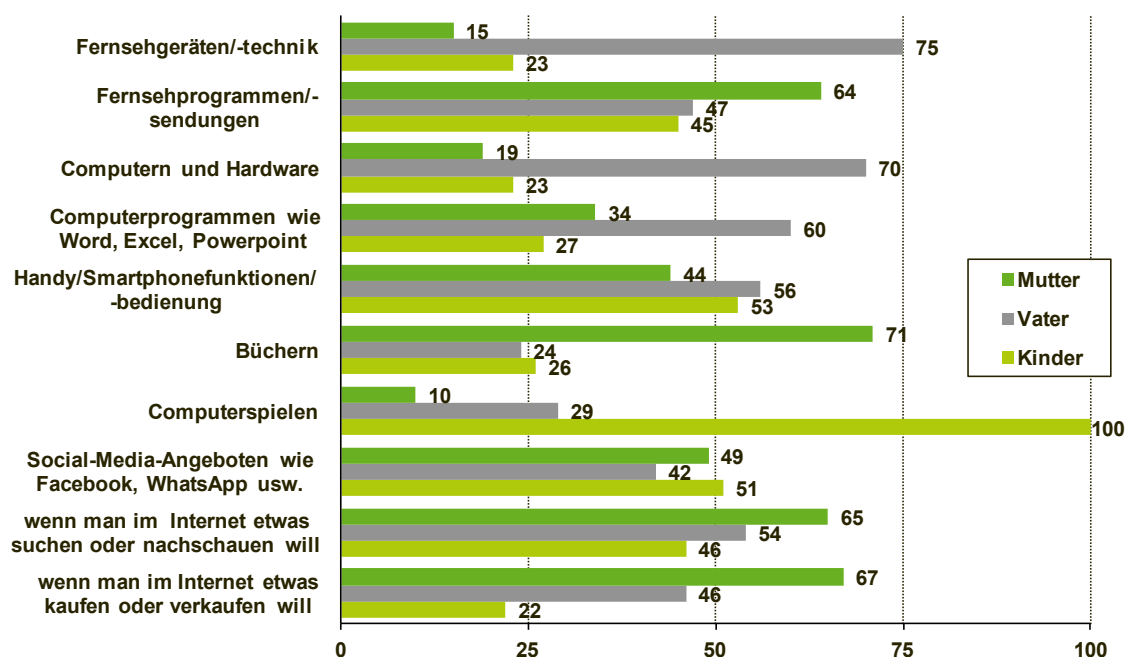


Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Betrachtet man bei dieser Frage die Perspektive der Kinder, so bestätigt sich weitgehend die Einschätzung der Eltern. Auch die Kinder sehen bei technischen Fragen die Väter als die kompetentesten Familienmitglieder an, allerdings schätzen sich die Kinder bei der Bedienung von Handy und Smartphone deutlich besser ein, bleiben aber dennoch knapp hinter den Vätern. Auch die Einschätzung der Eltern, dass die Mütter bei Fernsehhalten, Büchern, Internetrecherche und dem Verkaufen und Kaufen im Internet die Experten sind, bestätigen die Kinder; allerdings schätzen sie sich selbst bei Internetthemen kompetenter ein als die Eltern dies tun. Beim Thema Social Media sehen sich die Kinder dann auch mit leichtem Vorsprung kompetenter als die Mütter. Die klare Kompetenzzuschreibung für den Bereich Computerspiele an die Kinder bestätigt sich auch in der Selbsteinschätzung der Kinder.

## Wer kennt sich am besten aus mit...

- Kinder (6-19 Jahre): Mehrfachnennungen möglich -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=338

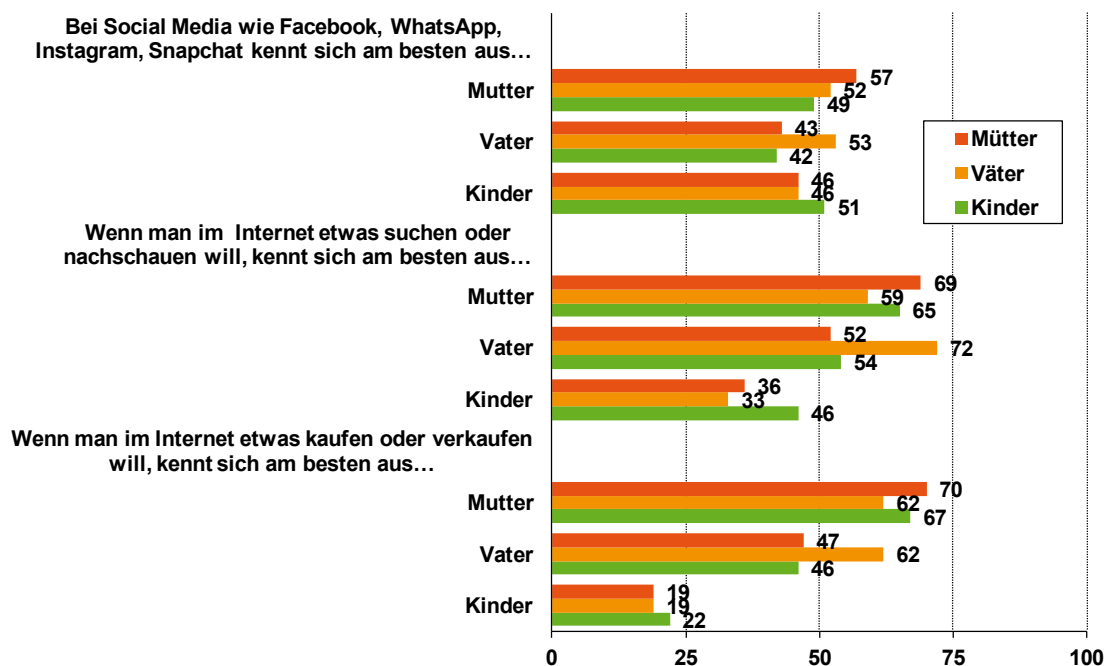
Insgesamt zeigen also sowohl die Angaben der Eltern als auch die der Kinder, dass mit Ausnahme der Computerspiele für die meisten Medienthemen ein Elternteil als Experte in der Familie eingeschätzt wird. Kinder ordnen sich nur beim Thema Social Media selbst knapp vor den Eltern ein. Es bestätigt sich also nicht, dass die Kinder in Sachen Medien den Eltern deutlich überlegen wären. Auch aus Sicht der Kinder können Eltern durchaus ihren Kindern noch etwas vormachen – nur bei Computerspielen sind die Kinder klar die Experten.



Interessant ist noch eine Betrachtung der Differenz zwischen Fremd- und Selbsteinschätzung, also inwieweit die Bewertung der eigenen Kompetenz von den anderen Familienmitgliedern bestätigt wird. Generell gilt, dass sich alle Familienmitglieder selbst etwas kompetenter einschätzen, als dies die übrigen Familienmitglieder tun. Besonders die Väter sehen sich selbst deutlich kompetenter als die Fremdeinschätzung. In der Tendenz bestätigt sich aber meist die Rangreihe. Betrachtet man beispielsweise, wer sich am besten bei Social Media-Angeboten wie WhatsApp oder Facebook auskennt, sehen sich jeweils Väter, Mütter und Kinder selbst an erster Stelle. Auffällig ist, dass sich die Kinder (51 %) bei Social Media-Angeboten mehr Kompetenz zuschreiben, als die Eltern den Kindern zutrauen (46 %). Ähnlich ist dies auch bei der Internetrecherche, hier sieht nur etwa jeder dritte Elternteil (Väter: 33 %, Mütter: 36 %) die Kinder als die kompetentesten Familienmitglieder an, mit 46 Prozent sieht sich dann fast jedes zweite Kind als der Familienexperte bei diesem Thema.

### Medienexperte in der Familie

- Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Mehrfachnennungen möglich -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
 Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=423; Kinder (6-19 Jahre), n=338

## 5.2 Medienerziehungskompetenz

Neben der Betrachtung einzelner Fähigkeiten und Fertigkeiten in verschiedenen Medienbereichen, die offensichtlich in der Familie klar zugeordnet sind, ist ein weiterer Aspekt, wie sich die Eltern selbst in ihrer Medienerziehungskompetenz einschätzen. Hier geht es generell um die Frage, wie sich Eltern in Fragen der Medienerziehung bewerten.<sup>9</sup> Etwa jeder dritte Elternteil (31 %) schätzt sich hierbei sehr kompetent ein, die Männer schreiben sich mit 40 Prozent deutlich mehr Erziehungskompetenz zu als die Frauen mit 23 Prozent. Gut die Hälfte (57 %) ist etwas verhaltener und sieht sich „etwas kompetent“, jeder Zehnte (9 %) schätzt sich eher weniger gerüstet ein und vier Prozent trauen sich Medienerziehung gar nicht zu.

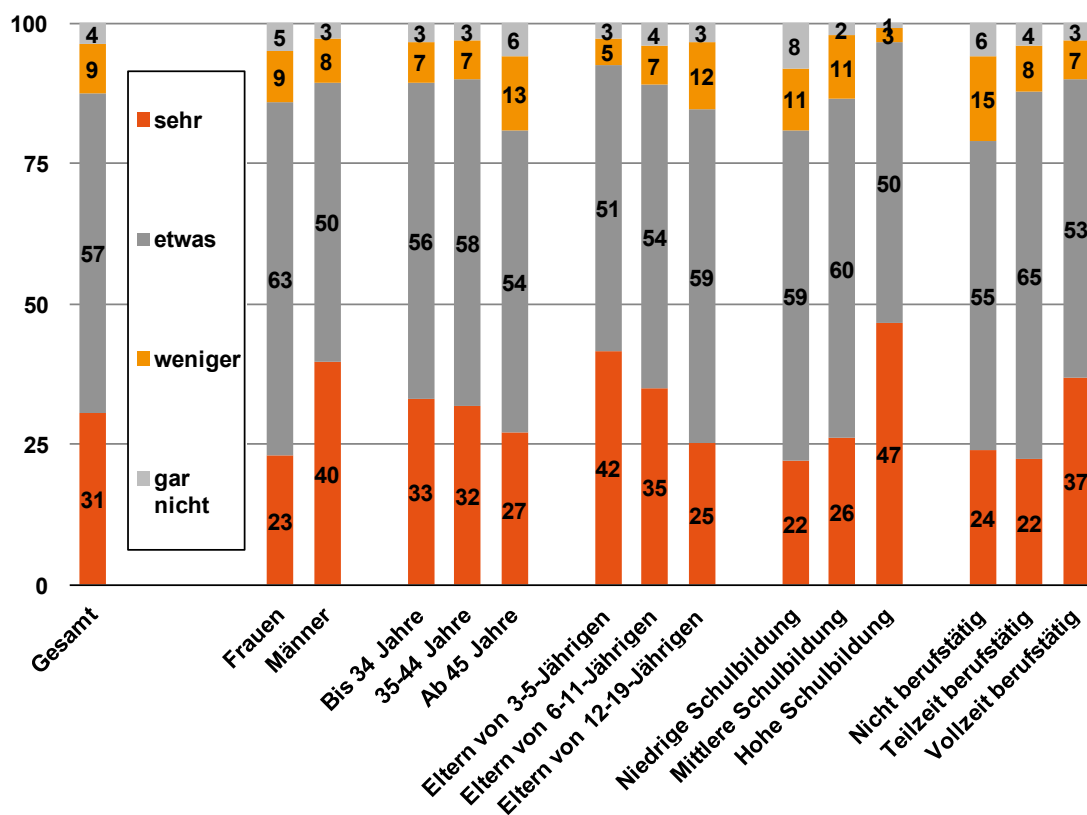
Bei näherer Betrachtung zeigen sich deutliche Unterschiede in der subjektiven Einschätzung der Medienerziehungskompetenz. Je älter die Eltern selbst sind, desto häufiger schätzen sie sich weniger kompetent ein, auch bei der Betrachtung nach dem Alter der Kinder zeigt sich, dass sich mit zunehmendem Alter der Kinder die Eltern weniger kompetent in Fragen der Medienerziehung sehen. Einen starken Einfluss auf die Selbsteinschätzung hat auch der Bildungshintergrund, je höher die formale Bildung der Eltern, desto sicherer fühlen sich die Eltern in Sachen Medienerziehung. Entsprechend sieht sich dann jeder Fünfte unter den Eltern mit geringerer formaler Bildung weniger oder gar nicht gerüstet für Fragen der Medienerziehung.

---

<sup>9</sup> Frage: Die Medienentwicklungen stellen auch an die Eltern hinsichtlich der Medienerziehung immer neue Anforderungen. Alles in allem: wie kompetent fühlen Sie sich in Fragen der Medienerziehung von heute?

## Einschätzung der Medienerziehungskompetenz

- Eltern -



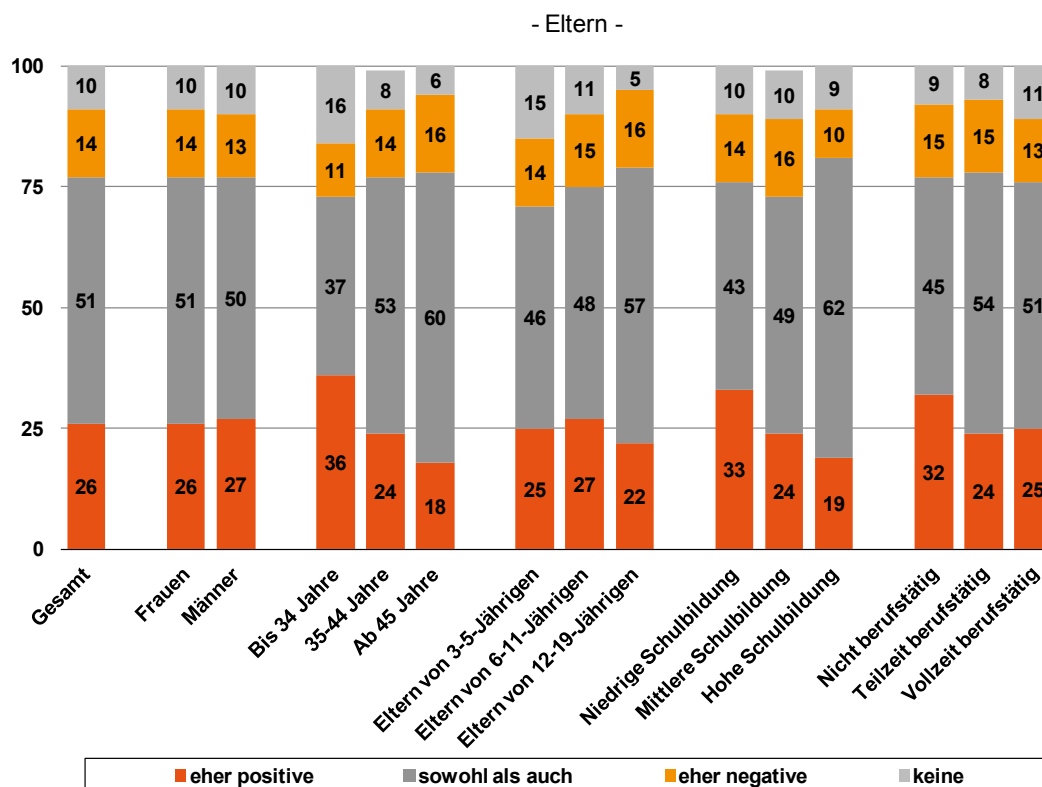
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Vergleicht man die aktuellen Ergebnisse mit den Werten der FIM-Studie 2011 so schätzen sich die Eltern deutlich besser ein als noch vor fünf Jahren. Der Anteil derer, die sich als sehr kompetent betrachten, ist von 21 auf 31 Prozent gestiegen und während sich 2011 insgesamt 19 Prozent als wenig oder gar nicht kompetent einstufen, sind es aktuell nur noch 13 Prozent.

Mit der flächendeckenden Verbreitung von Smartphones bei Jugendlichen aber auch in der Elterngeneration sowie der Verfügbarkeit von mobilem Internet veränderte sich in den vergangenen fünf Jahren der Alltag im Umgang mit Medien. Angebote wie WhatsApp sind inzwischen in beiden Generationen präsent. Die FIM-Studie untersucht, ob der Medienwandel der letzten Jahre einen Einfluss auf das Familienleben hat und ob die Medienentwicklung aus Sicht der Eltern eher positiv oder negativ bewertet wird. Gut die Hälfte der Eltern (51 %) steht der Entwicklung ambivalent gegenüber und sieht sowohl positive wie negative Aspekte der Medienentwicklung. Jeder Vierte (26 %) äußert sich eher positiv und 14 Prozent sehen eher negative Folgen für das Familienleben. Jeder Zehnte sieht gar keine Auswirkungen auf die eigene Familie.

Männer und Frauen unterscheiden sich in dieser Einschätzung kaum, deutliche Unterschiede in dieser Bewertung gibt es allerdings bei der Betrachtung des Alters der Eltern. Jüngere Eltern können eher einen positiven Einfluss feststellen als ältere Eltern. Auch Eltern mit formal höherer Bildung sehen deutlich seltener positive Auswirkungen und sind mehrheitlich der Ansicht, dass die Medienentwicklung sowohl positive als auch negative Aspekte mit sich bringt.

## Auswirkungen der Medienentwicklung auf das Familienleben



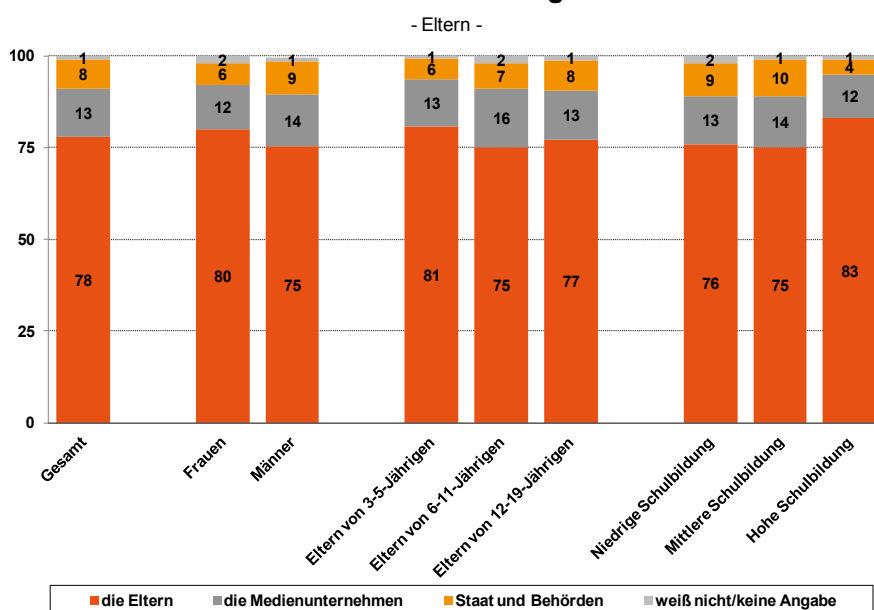
Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Betrachtet man die Bewertung der Medienentwicklung unter dem Aspekt der Selbsteinschätzung der Medienerziehungskompetenz so zeigt sich, dass Eltern, die sich eher sicher in Fragen der Medienerziehungsfragen sind, auch eine positivere Wahrnehmung der Medienentwicklung haben. Während Eltern, die sich sehr kompetent einschätzen, zu etwa einem Drittel der Ansicht sind, dass die Medienentwicklung positive Auswirkungen auf ihr Familienleben hat, bestätigt dies nur jeder Zehnte der Elternteile, die sich als gar nicht kompetent in Sachen Medienerziehung einschätzen. 45 Prozent sehen hier keine Auswirkungen. Eltern die sich weniger Kompetenz zuschreiben, sehen wiederum zu etwa einem Drittel negative Auswirkungen auf ihr Familienleben.

## 6. Jugendmedienschutz

Bei der Nutzung von Medien innerhalb der Familie spielt auch Jugendschutz eine wichtige Rolle. Generell ist Jugendmedienschutz eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Staat und Behörden setzen den Rahmen für die Verbreitung von Medieninhalten beispielweise durch Vorgabe von Sendezeitgrenzen und Kennzeichnungspflichten. Die Anbieter tragen Verantwortung durch die Gestaltung ihrer Angebote, die Umsetzung der gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie freiwilliger Maßnahmen und die Arbeit der Selbstkontrollen. Auch die Eltern tragen durch Medienerziehung und das Setzen von Regeln und Vermittlung von Grenzen und Werten innerhalb der Familie einen nicht unwesentlichen Teil. Wenn diese Verantwortlichkeiten auch ineinander greifen, so stellt sich die Frage, wer von den Beteiligten bei dieser Thematik aus Sicht der Eltern an erster Stelle steht. Laut FIM-Studie sind die Eltern mehrheitlich der Ansicht (78 %), dass sie selbst für den Schutz ihrer Kinder (vor negativen Medieneinflüssen) die Hauptverantwortung tragen. 13 Prozent sehen hier an erster Stelle die Medienunternehmen in der Verantwortung und acht Prozent erwarten, dass Staat und Behörden Schutz bieten. Erst an zweiter Stelle sehen die Eltern dann vor allem die Unternehmen (46 %) und staatliche Organe (37 %). Diese Einschätzung zeigt nur geringe Unterschiede bei der Betrachtung von Vätern oder Müttern, nach dem Alter der Kinder oder dem eigenen Alter. Lediglich die Bildung der Befragten hat einen merklichen Einfluss auf die Zuschreibung der Verantwortung: Während Eltern mit niedriger und mittlerer Schulbildung zu etwa drei Viertel die Eltern verantwortlich sehen und etwa jeder Zehnte Staat und Behörden in der Pflicht sieht, sehen Eltern mit höherer Bildung zu 83 Prozent die Eltern und nur zu vier Prozent den Staat an erster Stelle.

### An erster Stelle verantwortlich für Schutz vor negativen Medieneinflüssen sind ...



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Obwohl sich die Eltern in erster Linie selbst in der Pflicht sehen, zeigt die praktische Umsetzung dann doch gewisse Lücken. Beispielsweise bei der Nutzung von technischen Möglichkeiten zum Jugendschutz haben laut der aktuellen KIM-Studie<sup>10</sup> 73 Prozent auf keinem der von den Kindern genutzten Geräte irgendein Jugendschutzprogramm installiert.

Neben dem Einsatz spezieller Programme werden auch deutlich niederschwelligere Möglichkeiten nur sporadisch genutzt. Die Nutzung der im Gerät bzw. im Betriebssystem bereits vorhandenen Jugendschutz- oder Kindereinstellungen oder die Einrichtung eines Benutzerkontos für Kinder erfolgt laut KIM-Studie 2016 nur bei einem Fünftel der Eltern.

Eine seit vielen Jahren etablierte Form des Jugendschutzes sind Alterskennzeichnungen. Neben den bereits erwähnten Einstufungen der Kinofilme, ist auch für Computer- und Konsolenspiele eine Kennzeichnung gesetzlich vorgeschrieben. Jedes Spiel wird von der USK geprüft und ist im Handel entsprechend mit einer Alterskennzeichnung deutlich gekennzeichnet.<sup>11</sup> In der FIM-Studie wurde die generelle Zufriedenheit der Eltern mit der derzeitigen Alterskennzeichnung abgefragt. Mehr als die Hälfte der Eltern ist der Ansicht die aktuelle Form der Alterskennzeichnung sei ausreichend, sieben Prozent geben an, die Altersangaben nicht zu beachten und 29 Prozent wünschen sich eine inhaltliche Begründung der Altersklassifikation, acht Prozent haben zu diesem Thema keine Meinung.

Ein etwas größerer Informationsbedarf zeigt sich bei Eltern von Kindern unter zwölf Jahren, hier wünscht sich jeder Dritte eine Begründung zu den Altersangaben. Unterschiede in der Bewertung werden bei der Betrachtung des Bildungsgrads der Eltern ersichtlich. Während Eltern mit niedriger Schulbildung zu 62 Prozent die derzeitige Regelung für ausreichend halten, ist nur gut die Hälfte der Eltern mit mittlerem und höherem Bildungsabschluss damit zufrieden. Von diesen wünscht sich jeder Dritte zusätzlich eine Begründung zur Altersfreigabe. Hingegen hat nur jeder Fünfte der Eltern mit niedriger formaler Bildung Interesse an weiteren Informationen.

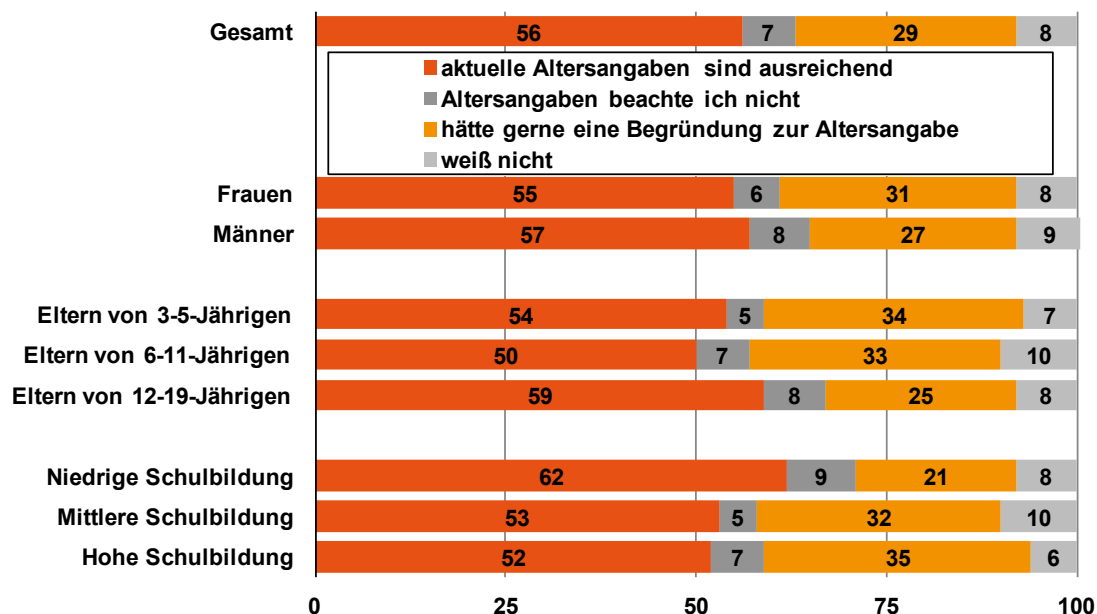
---

<sup>10</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2016, S. 75.

<sup>11</sup> Laut KIM-Studie 2016 haben drei Viertel der Haupterzieher diese Kennzeichnung schon wahrgenommen und von diesen Eltern finden dann auch 91 Prozent diese Angaben (sehr) hilfreich.

## Meinung zu Altersangaben auf Medien

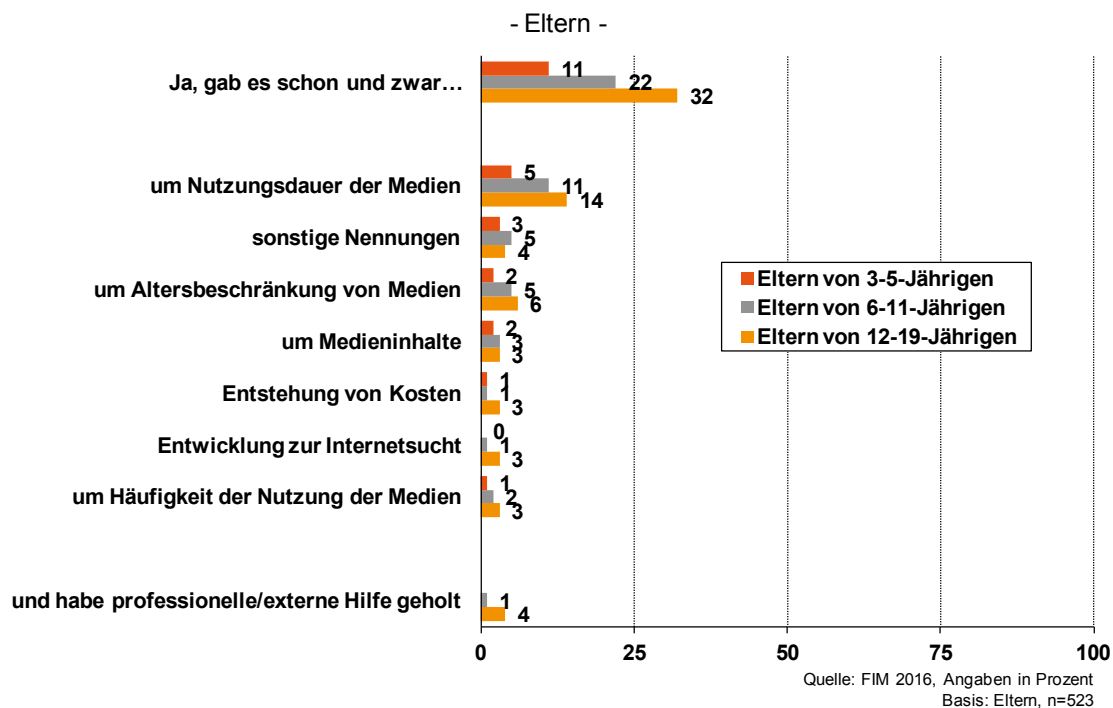
- Eltern: stimme am ehesten zu -



Quelle: FIM 2016, Angaben in Prozent  
Basis: Eltern, n=523

Während Jugendschutzlösungen und Altersangaben präventive Maßnahmen sind um Kinder und Jugendliche vor negativen Einflüssen zu schützen, stellt sich die Frage ob die Mediennutzung der Kinder generell in Familien für Krisensituationen verantwortlich ist und welche Themen hierbei im Vordergrund stehen. Insgesamt scheint nach Angaben der Eltern die Mediennutzung nur bei einer Minderheit (21 %) der Familien für Konfliktstoff zu sorgen. Zehn Prozent geben dann konkret die Nutzungsdauer der Medien als Grund an, weitere Konfliktthemen sind generell Medieninhalte und insbesondere die Altersbeschränkung von Medien. Zwei Prozent der Eltern geben an, sich bei Problemen mit der Mediennutzung der Kinder professionelle Hilfe von außen zur Bewältigung der Krise geholt zu haben.

## Krisensituationen oder unangenehme Erfahrungen bei der Mediennutzung der Kinder



Deutliche Unterschiede im Konfliktpotential der Mediennutzung ergeben sich bei der Betrachtung nach dem Alter der Kinder. Während nur jeder Zehnte der Eltern von Drei- bis Fünfjährigen von einer Krise berichten konnte, waren es schon gut jeder Fünfte der Eltern von Kindern im Alter von sechs bis zwölf Jahren und jeder dritte Elternteil von Zwölf- bis 19-Jährigen. Unabhängig vom Alter der Kinder kommen Krisen rund um die Dauer der Mediennutzung in den Familien am häufigsten vor. Externe Hilfe für solche Situationen wird eher von Eltern Zwölf- bis 19-Jähriger in Anspruch genommen (4 %, Eltern von 6- bis 13-Jährigen: 1 %).



## 7. Zusammenfassung

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), der gemeinsam von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) getragen wird, führt gemeinsam mit dem Südwestrundfunk (SWR) seit 1998 Studien zum Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen durch. Im Mittelpunkt stehen die beiden Untersuchungsreihen „JIM“ (Jugend, Information, (Multi-) Media) und „KIM“ (Kindheit, Internet, Medien). 2011 wurden diese beiden Studienreihen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen um eine vertiefende Untersuchung zu allen familiären Fragen, die in diesem Kontext von Interesse sind, ergänzt. Die Studie trägt den Namen „Familie, Interaktion, Medien“ (FIM-Studie) und wurde 2016 zum zweiten Mal erhoben. Die Grundgesamtheit der FIM-Studie 2016 umfasst alle deutschsprachigen Haushalte mit einem oder mehreren Kindern zwischen drei und 19 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Quotenstichprobe von 284 Familien befragt. In den 284 ausgewählten Familien wurden alle Familienmitglieder ab drei Jahren in die Befragung einbezogen. Neben der Befragung aller Familienmitglieder wurden auch Tagebuchaufzeichnungen zur Darstellung des Alltags in Familien herangezogen.

Erziehung ist oft eine Aufgabe, die sich die Eltern partnerschaftlich teilen. Gut die Hälfte kümmert sich nach eigenen Angaben gemeinsam um die Kindererziehung. Die finanzielle Situation der Familie bewertet ein Fünftel als sehr gut, knapp zwei Drittel als gut. Jeder fünfte Elternteil bewertet die wirtschaftliche Ausstattung in der Familie als weniger bzw. gar nicht gut.

Werden Eltern und Kinder offen nach der Bedeutung von Familie für sie persönlich befragt, so bedeutet Familie für sie insbesondere Zusammenhalt und Gemeinsamkeit. Familie gibt Halt und Sicherheit, macht für viele den Sinn des Lebens aus und macht glücklich. Dies zeigt sich auch an der gemeinsam verbrachten Zeit. An einem durchschnittlichen Wochentag verbringen die Eltern gut vier Stunden mit ihren Kindern. Die (meist berufstätigen) Väter (3 Stunden) verbringen unter der Woche nur etwa halb so viel Zeit mit ihren Kindern wie die Mütter (5,4 Stunden). Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die gemeinsam verbrachte Zeit ab. Die Eltern sind zu einem Drittel voll und ganz zufrieden mit diesem gemeinsamen Zeitbudget, die Hälfte ist noch weitgehend zufrieden. Als gemeinsame Tätigkeiten mit den Kindern werden insbesondere gemeinsame Mahlzeiten, Gespräche und Ausruhen/nichts tun genannt. Kinder urteilen hier deutlich positiver: Bei den Sechs- bis Elfjährigen sind 63 Prozent voll und ganz und weitere 31 Prozent weitgehend zufrieden mit dem gemeinsam mit den Eltern verbrachten Zeitbudget.

In den meisten Familien gibt es Regeln zur Bettgehzeit und rund um Hausaufgaben und Lernen. Auch zu Ausgehzeiten/Verabredungen mit Freunden oder der Mithilfe im Haushalt wurden in den meisten Familien Absprachen getroffen. Ebenso gibt es hinsichtlich der Nutzung verschiedener Medien bei etwa der Hälfte Vereinbarungen zwischen Eltern und Kindern – am häufigsten die Nutzung von Serien und Filmen betreffend, aber auch hinsichtlich Dauer und Inhalt von digitalen Spielen. Die Einhaltung der Regeln funktioniert aus Sicht der Eltern gut; zwei Drittel geben an, dass Absprachen immer oder fast immer eingehalten werden.

Das Kommunikations- und Gesprächsklima in den Familien ist überwiegend positiv. Die größte Zustimmung erhält die Aussage „Bei uns kommt immer jeder zu Wort, egal wie alt er ist“. 49 Prozent der Eltern und 50 Prozent der Kinder stimmen dieser Aussage voll und ganz zu, nur sechs Prozent geben an, dies treffe in ihrer Familie weniger zu. In den Familien kommt es nach Einschätzung der befragten Eltern und Kinder nur sehr selten bei Gesprächen zu Auseinandersetzungen und Streit. Wenn doch einmal gestritten wird, so scheint dies schnell geklärt zu werden.

Im Alltag vieler Familien gibt es „Rituale“ oder feste Zeiten, zu denen die Familie zusammenkommt, um über bestimmte Themen zu sprechen oder Gesprächssituationen zu schaffen. Insgesamt gibt es solche ritualisierten Gesprächsanlässe bei 56 Prozent der Familien. Solche Rituale sind in erster Linie gemeinsame Mahlzeiten oder Phasen des Aufstehens/Zubettgehens sowie Aktivitäten außer Haus. Die häufigsten Themenbereiche, die Eltern mit ihren Kindern besprechen, betreffen Schule, Kindergarten sowie gemeinsame Freunde und Bekannte der Familie.

Betrachtet man Gesprächsthemen aus dem Medienbereich, liegt das Fernsehen bzw. Fernsehinhalte eindeutig auf Platz eins, gefolgt von Tageszeitungsinhalten sowie dem Internet bzw. Internetinhalten auf dem dritten Platz. Eine nicht unbedeutende Rolle spielt auch die Kommunikation zu Social Media-Angeboten wie Facebook, WhatsApp, Instagram oder Snapchat bzw. zu Inhalten, die man auf diesen Plattformen gesehen oder gelesen hat. Neben den Inhalten sind generell auch medienerzieherische Aspekte relevant: Gespräche über Nutzungsdauern oder -zeiten von Medien stehen in jeder dritten Familie täglich oder mehrmals pro Woche auf der Tagesordnung.

Generell ist aus Elternperspektive der (Ehe-)Partner für die meisten allgemeinen Themen der erste Ansprechpartner. Nur für die Themen Schule/Kindergarten und Vereine werden häufiger die Kinder als Gesprächspartner genannt. Auch für die meisten Medienthemen (insbesondere Tageszeitungs-, Zeitschriften-, Internet- und Radioinhalte) ist aus Sicht der Eltern der jeweilige Partner wichtigster Gesprächspartner. Gespräche zu Nutzungszeiten

oder -dauern werden hingegen eher mit den Kindern geführt, ebenso sind die Kinder eher Gesprächspartner bei digitalen Spielen, Büchern/Comics oder Hörbüchern/Hörspielen. Aus der Kinderperspektive wird insbesondere die Mutter als Hauptzieher und damit als vornehmliche Gesprächspartnerin gesehen. Bei allen familien- und alltagsbezogenen Themen wird sie sehr viel häufiger genannt als der Vater, der lediglich beim Thema Sportereignisse als wichtigster Gesprächspartner in der Familie genannt wird. Ebenso zeigt sich aus Sicht der Kinder, dass auch für Gespräche über Medienthemen die Mutter wichtigste Ansprechpartnerin ist, mit einer Ausnahme: Für das Thema Ausstattung, Technik oder Funktion von Mediengeräten ist der Vater wichtigster Gesprächspartner.

Der wichtigste Kommunikationsweg zwischen Eltern und Kindern ist weiterhin das persönliche direkte Gespräch. 88 Prozent sprechen häufig persönlich miteinander, Telefonate über das Festnetztelefon, Handy oder Smartphone führen nur 13 Prozent der Eltern häufig mit ihren Kindern – von ähnlicher Bedeutung sind Textnachrichten (12 %). Über die Gesamtheit aller Eltern und Kinder gesehen, haben sich die technischen Kommunikationswege in Familien seit 2011 nicht grundlegend verändert. Nur bei der Kommunikation zwischen älteren Kindern und ihren Eltern lässt sich eine Entwicklung festmachen: Kommunizierten 2011 noch etwa ein Drittel der Eltern häufig oder gelegentlich über SMS mit ihren zwölf- bis 19-jährigen Kindern (34 %), so sind es nun fast doppelt so viele Eltern, die angeben, sich mit ihren Kindern zumindest gelegentlich per Textnachricht auszutauschen (62 %).

Familien in Deutschland haben zuhause ein breites Repertoire an Geräten zur Mediennutzung zur Verfügung. Praktisch alle Haushalte mit Kindern zwischen drei und 19 Jahren verfügen über mindestens ein Mobiltelefon (konventionelles Handy oder Smartphone), einen Internetzugang, einen Fernseher und ein Radiogerät. 93 Prozent der Familien besitzen einen Computer oder einen Laptop. Video-/Festplattenrekorder oder DVD-Player sind bei 85 Prozent vorhanden, in sieben von zehn Familien gibt es eine (stationäre oder mobile) Spielkonsole. Tablet-PCs stehen mittlerweile in gut jeder zweiten Familie zur Verfügung. Auch die Kinder verfügen über eine breite Medienausstattung. Sieben von zehn Kindern besitzen ein eigenes Mobiltelefon, jeweils knapp drei Fünftel der Kinder können vom eigenen Zimmer aus das Internet nutzen oder besitzen eine Spielkonsole. Knapp jedes zweite Kind zwischen sechs und 19 Jahren hat ein eigenes Radio oder einen eigenen Fernseher im Zimmer. MP3-Player/iPod und Computer/Laptop sind bei etwa einem Drittel im Eigenbesitz. Ein Viertel der Kinder besitzt ein eigenes Tablet.

Bei der gemeinsamen Mediennutzung der Eltern und Kinder kommt dem Fernsehen eine besondere Bedeutung zu. 58 Prozent der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, gemeinsam mit ihren Kindern fern. Knapp die Hälfte hört gemeinsam Radio, 40 Prozent hören gemeinsam Musik (egal über welchen Verbreitungsweg). Jeweils

ein Viertel der Eltern liest gemeinsam mit den Kindern Bücher oder Comics oder nutzt Social Media-Angebote.

Da Fernsehen nach wie vor eine herausragende Stellung im Medienensemble einnimmt, gilt es zu beachten, dass es inzwischen die unterschiedlichsten Möglichkeiten gibt, Fernsehsendungen oder andere Bewegtbildangebote zu nutzen. Fast alle Eltern sehen zumindest mehrmals pro Woche Fernsehsendungen in Echtzeit, also zum Zeitpunkt der Ausstrahlung, an. Jeder Zehnte sieht mit dieser Häufigkeit Fernsehsendungen zeitversetzt in Mediatheken oder schaut sich Videos, Filme oder Serien auf Videoportalen im Internet an. Für sieben Prozent der Eltern gehört die Nutzung von Streaming-Diensten wie Amazon oder Netflix zum Alltag, nur vier Prozent nutzen regelmäßig aufgenommene Fernsehsendungen. Jüngere Eltern haben insgesamt nicht nur eine höhere Affinität zur Bewegtbildnutzung, sie nutzen auch die onlinebasierten Möglichkeiten deutlich intensiver. Bei der Bewegtbildnutzung der Kinder steht ebenfalls das klassische Fernsehen an erster Stelle, häufiger als die Eltern nutzen sie (und hier vor allem die 12- bis 19-Jährigen) aber auch andere Optionen, um Sendungen, Filme oder Serien anzusehen – vor allem auf Videoportalen wie YouTube oder myvideo.

Wenn es um die gemeinsame Nutzung von Eltern und Kindern geht, bleibt es trotz zahlreicher alternativer Möglichkeiten der Bewegtbildnutzung dennoch bei der Dominanz des linearen Fernsehens. Über die Hälfte der Eltern (55 %) schaut regelmäßig gemeinsam mit den Kindern zum Zeitpunkt der Ausstrahlung fern. Maximal jedes zwanzigste Elternteil schaut gemeinsam mit den Kindern Filme, Serien oder Videos zeitversetzt oder auf anderen Plattformen an. Das gemeinsame Fernsehen findet in den Familien meist am Abend bzw. vor dem Zubettgehen statt, was 69 Prozent der Eltern bestätigen. Beim gemeinsamen Abendessen sieht ein Viertel der Eltern mit den Kindern fern, jedes zehnte Elternteil gibt an, dass die gemeinsamen Fernsehmomente beim Spielen oder bei der Hausarbeit stattfinden.

Bei der Frage nach den Medienexperten in der Familie sind die Rollen klar verteilt. Väter sind die Spezialisten hinsichtlich technischer Aspekte. Mütter werden beim Thema Fernsehinhalte und zu Büchern am kompetentesten eingeschätzt. Beim Thema Computerspiele sind Kinder die Experten. Auch aus Sicht der Kinder werden – mit Ausnahme des Themas Computerspiele – die Erwachsenen als Medienexperten angesehen.

In Sachen Medienerziehung schätzt sich jedes dritte Elternteil sehr kompetent ein, wobei sich Männer sehr viel stärker eine hohe Erziehungskompetenz zuschreiben als Frauen (40 % bzw. 23 %). Gut die Hälfte der Eltern bewertet sich als „etwas kompetent“, jeder Zehnte meint hier eher weniger gerüstet zu sein und vier Prozent trauen sich Medienerzie-

hung gar nicht zu. Gut die Hälfte der Eltern steht der Medienentwicklung der letzten Jahre ambivalent gegenüber und sieht sowohl positive wie negative Aspekte für das Familienleben. Jeder Vierte äußert sich eher positiv und 14 Prozent sehen eher negative Folgen für das Familienleben. Jeder Zehnte sieht gar keine Auswirkungen auf die eigene Familie. Eltern, die sich eher sicher in Fragen der Medienerziehung sind, haben auch eine positivere Wahrnehmung der Medienentwicklung.

Die Eltern sind mehrheitlich der Ansicht (78 %), dass sie selbst für den Schutz ihrer Kinder vor negativen Medieneinflüssen die Hauptverantwortung tragen. 13 Prozent sehen hier an erster Stelle die Medienunternehmen in der Verantwortung und acht Prozent erwarten, dass Staat und Behörden Schutz bieten. Erst an zweiter Stelle sehen die Eltern dann vor allem die Unternehmen (46 %) und staatliche Organe (37 %), deutlich weniger sich selbst (16 %) in der Verantwortung.

Mehr als die Hälfte der Eltern ist der Ansicht, die aktuelle Form der Alterskennzeichnung von Medieninhalten sei ausreichend; sieben Prozent geben an, die Altersangaben nicht zu beachten und 29 Prozent wünschen sich eine inhaltliche Begründung der Altersklassifikation, acht Prozent haben zu diesem Thema keine Meinung. Insgesamt scheint nach Angaben der Eltern die Mediennutzung nur bei einer Minderheit (21 %) der Familien für Konfliktstoff zu sorgen. Zehn Prozent geben konkret die Nutzungsdauer der Medien als Grund an, weitere Konfliktthemen sind generell Medieninhalte und insbesondere die Altersbeschränkung von Medien.

Insgesamt betrachtet sind Medien und ihre Inhalte in vielschichtiger Hinsicht Teil des Familienalltags. Einerseits bringen Medien Gesprächsstoff und Neuigkeiten aus der Welt, dem nahen Umfeld und dem Freundes- und Bekanntenkreis, andererseits ist die gemeinsame Mediennutzung auch Teil der Familienzeit und stiftet Gemeinschaftsmomente. Nicht zuletzt sind Medien selbst ein Thema in der Familie und für viele ein Mittel, sich im Alltag auszutauschen und zu organisieren. Diesbezüglich gilt es als Familie ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln, welche Rolle man den unterschiedlichen Medien im Familienalltag zugesteht, welche Regeln und Vereinbarungen gelten, welche Plattformen und Dienste man innerhalb der Familie nutzt und wie man miteinander kommuniziert.

## 8. English Summary

The Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (Pedagogical Media Research Centre Southwest, mpfs), which is jointly funded by the two State Media Authorities of Baden-Württemberg (LFK) and Rhineland-Palatinate (LMK), has been conducting research on media behaviour of children and adolescents together with Südwestrundfunk (SWR) since 1998. The focus is on the two research series "JIM" (Youth, Information, (Multi) Media) and "KIM" (Childhood, Internet, Media). In 2011, these two series of studies on media use of children and adolescents were supplemented with an in-depth study of all family issues of interest in this context. The study is called "Family, Interaction, Media" (FIM study) and was surveyed for the second time in 2016. The population of the FIM Study 2016 includes all German-speaking households with one or more children between the ages of 3 and 19 in the Federal Republic of Germany. From this basic group a representative sample of 284 families was surveyed. In the 284 families selected, all family members aged three and upwards were included in the survey. In addition to the survey of all family members, diary records were also used to describe everyday family life.

Education is often a responsibility that parents share as partners. About half of them, according to their own information, assume the duty of child-raising together. One fifth rates the financial situation of the family as very good, and just under two thirds as good. One in five parents rates the economic means of the family as not so good or not at all good.

When parents and children are asked about the meaning of family for them personally, they say that for them family means cohesion and community, especially. Family provides support and security, represents the meaning of life for many, and makes people happy. This is also reflected in the time spent together. On an average weekday, parents spend a good four hours with their children. The (mostly working) fathers (3 hours) spend only half as much time with their children during the week as the mothers (5.4 hours). As the age of the children increases, the time spent together decreases. One third of the parents are completely satisfied with this common time budget, and half are still largely satisfied. Common activities with children include common meals and conversation in particular, and relaxing / doing nothing. Children assess this much more positively: among the six to eleven-year-olds, 63 per cent are completely and a further 31 per cent are largely satisfied with the time budget spent together with their parents.

There are bedtime rules and homework and studying rules in most families. In most families, agreements were also made on going out / dates with friends or helping in the household. Likewise, when it comes to the use of different media, there are agreements between about half of the parents and children – most often concerning the watching of series and films, as well as the duration and content of digital games. From the perspective of the

parents, compliance with the rules works well; two-thirds say that agreements are always or almost always observed.

The communication and discussion climate in the families is predominantly positive. The statement "With us everyone has his say, no matter how old he is" received the greatest agreement. 49 per cent of the parents and 50 per cent of the children fully agree with this statement, and only 6 per cent say that this applies to a lesser extent in their family. In the opinion of the parents and children interviewed, their discussions very rarely lead to disagreements or arguments. If there is an argument, it seems to clear up quickly.

In the everyday life of many families there are "rituals" or fixed times when the family comes together to talk about certain topics or to create conversational situations. Overall, such ritualised conversational events occur in 56 per cent of families. Such rituals are primarily meals or phases of getting up / going to bed, as well as activities outside the house. The most common topics that parents discuss with their children include school, kindergarten, and family friends and acquaintances.

If one considers topics of conversation in the field of the media, television or television content is clearly in first place, followed by daily newspaper content and the Internet or Internet content in third place. Communication on social media offers such as Facebook, WhatsApp, Instagram, or Snapchat, or on contents seen or read on these platforms, also plays a not-insignificant role. Apart from the content, the education aspects of these media are also generally relevant. Discussions about usage duration or times on these media are on the agenda of every third family daily or several times a week.

From the parents' perspective, the (marriage) partner is generally the first contact for most general topics. The children are mentioned more often as conversation partners only for the subjects of school / kindergarten and clubs. For most media topics (especially daily newspaper, magazine, Internet, and radio content), the respective partner is the most important discussion partner from the parents' perspective. Discussions about times or duration of use, on the other hand, are more likely to be conducted with the children, and the children are also more likely to be partners in digital games, books / comics, or audiobooks / radio plays. From the children's perspective, the mother in particular is seen as the main educator and thus as the primary interlocutor. She is mentioned much more frequently for all family and everyday topics than the father, who is only mentioned as the most important conversation partner in the field of sports events. Likewise, from the point of view of the children the mother is the most important contact person for discussions about media topics, with one exception: the father is the most important discussion partner for the subject of equipment, technology or the functioning of media devices.

The most important means of communication between parents and children is still personal direct conversation. 88 per cent often speak to each other in person, while only 13 per cent of parents often speak with their children during telephone calls on the landline, mobile or smartphone. Text message are of similar importance (12%). Seen over the entirety of all parents and children, the technical communication channels in families have not changed fundamentally since 2011. A development can only be seen in the communication between older children and their parents: in 2011, about a third of parents communicated frequently or occasionally with their 12 to 19-year-old children via SMS (34%); now almost twice as many parents say they interact with their children by text message at least occasionally (62%).

Families in Germany have a broad repertoire of devices for media use at their disposal. Virtually all households with children between the ages of 3 and 19 have at least one mobile phone (conventional mobile phone or smartphone), Internet access, a television and a radio. 93 per cent of the families own a computer or a laptop. Video / disk recorders or DVD players are present in 85 per cent of homes, and in seven out of ten families there is a (stationary or mobile) game console. Tablet PCs are now available in just about every second family. Children also have access to a wide range of media. Seven out of ten children have their own mobile phone, and almost three-fifths of the children can use the Internet from their own room or have a game console. Almost every second child between the ages of 6 and 19 has their own radio or television in the room. MP3 players / iPods and computers / laptops are owned by about one-third. A quarter of the children have their own tablet.

Television is of particular importance in the shared media use of parents and children. 58 per cent of parents watch TV together with their children regularly, at least several times a week. Almost half of them listen to the radio together, 40 per cent listen to music together (no matter what the distribution channel). One in four parents reads books or comics together with the children or uses social media offers.

Since television still occupies a prominent position in the media ensemble, it should be noted that there are now a variety of ways to use television programs or other moving images. Almost all parents watch television broadcasts in real time, i.e. at the time of broadcast, at least several times a week. One in ten watches delayed or recorded TV shows this frequently in media libraries, or watches videos, films, or series on video portals on the Internet. For seven per cent of parents the use of streaming services such as Amazon or Netflix is part of everyday life, and only four per cent use regularly recorded television programmes. Overall, younger parents not only have a higher affinity for moving image usage, they also make clearly more intensive use of online opportunities. Classic television



is also the number one priority in children's utilisation of moving images, but they (and above all the 12-to-19-year olds) also use other options to view programmes, films, or series more than the parents - especially on video portals like YouTube or myvideo.

When it comes to common usage by parents and children, linear television still dominates despite many alternative possibilities in the field of moving images. Over half of the parents (55%) regularly watch television together with their children at the time of broadcast. A maximum of every twentieth parent watches films, series, or videos with the children at different times or on other platforms. Joint television watching usually takes place in the evening or at bedtime, which is confirmed by 69 per cent of parents. A quarter of parents watch television with their children at dinner, and one in ten parents say that the shared television moments take place while playing or doing housework.

When asked about the media experts in the family, the roles are clearly distributed. Fathers are the specialists in terms of technical aspects. Mothers are the most competent in TV content and books. Children are the experts on the subject of computer games. From the point of view of children as well – with the exception of computer games – the adults are regarded as the media experts.

As far as media education is concerned, one out of every three parents rates him/herself as very competent, with men rating their skills much higher than women (40% and 23%, respectively). A good half of the parents rate themselves as "somewhat competent", one in ten thinks that they are less equipped, and four per cent do not dare to do media education at all. More than half of the parents are ambivalent about the media development of recent years and see both positive and negative aspects for family life. One in four is more positive and fourteen per cent more likely to see negative consequences for family life. Every tenth parent sees no impact on their own family life. Parents who are more confident about media education also have a more positive perception of media development.

Most parents (78%) believe that they themselves have the primary responsibility for protecting their children from negative media influences. 13% regard the media companies as primarily responsible, and 8% expect state and government protection. Only in second place do parents see mainly companies (46%), public authorities (37%), and much less themselves (16%) as responsible.

More than half of the parents believe that the current form of age classification of media content is sufficient. Seven per cent say they do not pay attention to the age information and 29 per cent would like content information to justify the age classification. Eight per cent have no opinion on this subject. Overall, according to the information provided by the

parents, media use seems to be a source of conflict for only a minority (21%) of families. Ten per cent specifically state the duration of media use as a reason; other topics of conflict are generally media content and in particular the age restriction of media.

Considered overall, media and its contents are in many ways part of everyday family life. On the one hand, the media provides topics for conversation and news from the world, the immediate environment, and the circle of friends and acquaintances, and on the other hand shared media use also forms part of family time and creates moments of communion. Last but not least, media itself is a topic in the family and for many a way of exchanging and organising themselves in everyday life. In this regard, as a family, it is important to develop a common understanding of what role is assigned to different media in everyday family life, what rules and agreements apply, and how to communicate with each other.

# Herausgeber der FIM-Studie



## Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) und KIM (Kindheit, Internet, Medien) bieten seit 1998 repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Bei den Studienreihen kooperiert der mpfs mit der SWR Medienforschung.



## Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg

Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) mit Sitz in Stuttgart ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland und sorgt im Südwesten für Medienvielfalt. Zu ihren Aufgaben zählen u. a. die Zulassung und Aufsicht der privaten Radio- und Fernsehveranstalter, die Förderung der privaten Rundfunksender im Land, die Kontrolle des Jugendschutzes im Rundfunk und im Internet sowie Medienpädagogik und Medienforschung. Die LFK leitet die Geschäftsstelle des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) und ist außerdem auch Geschäftsstelle der Informationsplattform Mediendaten Südwest.



## Landeszentrale für Medien und Kommunikation

Die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) ist die Landesmedienanstalt des Landes Rheinland-Pfalz. Der LMK obliegt weitgehend der gleiche Aufgabenbereich wie ihrer Schwesternanstalt LFK. Ein besonderer Schwerpunkt liegt im Bereich der Medienkompetenz. Hier gibt es zahlreiche Projekte, Kooperationen und Initiativen der LMK auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene, um in den Bereichen Bildung, OK-TV und Medienvermittlung ein engmaschiges Netz an attraktiven Angeboten anzubieten und aufzubauen. Die LMK leitet die Geschäftsstelle der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest, die von LMK, LFK und SWR getragen wird.



## Südwestrundfunk

Der Südwestrundfunk (SWR) ist die gemeinsame Landesrundfunkanstalt der Länder Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Er ist die zweitgrößte Rundfunkanstalt der ARD. Der SWR widmet sich sowohl inhaltlich als auch technisch den relevanten Themen und Ansprüchen der Zeit. Sein Programm dient der Information, der Bildung, der Beratung und der Unterhaltung und ist dem kulturellen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunk verpflichtet. Der SWR fördert – alleine und mit Partnern – in vielfältiger Weise die Bildung und Vermittlung von Medienkompetenz. Im Bereich Forschung führt die SWR Medienforschung eine Reihe von Untersuchungen und Studien zum Wandel des Medienangebots und des Medienkonsums durch.



**Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest**

Gefördert vom:



**Bundesministerium  
für Familie, Senioren, Frauen  
und Jugend**

[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest  
c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)  
Reinsburgstr. 27 | 70178 Stuttgart

**Leitung:** Peter Behrens (LMK) & Thomas Rathgeb (LFK)

**))) LFK**  
Landesanstalt für Kommunikation  
Baden-Württemberg

**■ ■ ■ LMK**  
Landeszentrale für  
Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz

**Kooperationspartner:** SWR Medienforschung **SWR >>**