

Ergebnisse der Studie Familie,
Interaktion & Medien

→ FIM-Studie: Mediennutzung im Familienkontext

Von Lena Ebert*, Walter Klingler*, Ulrike Karg**
und Thomas Rathgeb**

Bei Medienuntersuchungen stehen in der Regel die Gesamtbevölkerung oder bestimmte Zielgruppen im Mittelpunkt: Kinder, werberelevante Zielgruppen, Entscheider usw.. Diesem Prinzip folgen beispielsweise die beiden Untersuchungsreihen des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (1), die Studie Jugend, Information, (Multi-) Media (JIM) und die Studie Kinder + Medien, Computer + Internet (KIM).

Bei FIM-Studie steht
Familienperspektive
im Vordergrund

Mit der hier vorgestellten neuen Untersuchung wurde ein anderer Anspruch verbunden: Die Studie Familie, Interaktion und Medien (FIM) stellt die ganze Familie in den Mittelpunkt und geht damit einen methodisch aufwändigeren Weg. Alle jeweiligen Haushaltsmitglieder sollten befragt und die Ergebnisse in Relation zueinander gesetzt werden. Im Fokus der Untersuchung sollten folgende Fragenkomplexe stehen:

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

Im folgenden Bericht soll vor allem der Medienteil der Studie im Mittelpunkt stehen. (2)

Konzeption der Studie

Grundgesamtheit
und Stichprobe

Die Grundgesamtheit der FIM-Studie 2011 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 260 Familien befragt. Die Stichprobe wurde quotiert nach der Anzahl der Kinder im Haushalt, nach dem Alter der Kinder, nach der Familienform, nach Nielseengebieten und nach drei Ortsgrößenklassen. Die Quotenvorgaben wurden der ma 2010/II – Basis Haushalte – entnommen. Geringe Abweichungen der Sollstruktur wurden durch eine iterative Gewichtung nach den vorgegebenen Quotenmerkmalen ausgeglichen, so dass die befragten Familien ein möglichst genaues Spiegelbild der Grundgesamtheit wiedergeben.

In den 260 ausgewählten Familien wurden alle Familienmitglieder ab drei Jahren in die Befragung einbezogen. Hieraus ergab sich für die verschiede-

nen Zielgruppen folgende Stichprobe: Haushalte/Familien n=260, Eltern n=468, Kinder (3 bis 19 Jahre) n=388. Die Angaben für die Drei- bis Fünfjährigen kamen von den Eltern.

Die Befragung erfolgte im Rahmen eines zweistufigen Untersuchungsdesigns, das sowohl quantitative als auch qualitative Forschungselemente berücksichtigte: Die erste Stufe wurde in Form einer Basisbefragung realisiert. Eine national repräsentative, quantitative Face-to-Face-Studie ermöglichte es, statistisch abgesicherte Aussagen über grundlegende Kommunikations- und Mediennutzungsstrukturen in Familien zu erhalten. Die Basisuntersuchung wurde in Form persönlicher, computergestützter Interviews (CAPI) durchgeführt. Es wurden jeweils alle Familienmitglieder eines Haushaltes sukzessive, einzeln und unabhängig voneinander befragt. Entsprechend dem Untersuchungsgegenstand und der altersgemäßen Umsetzung wurden für Eltern und Kinder getrennte Fragebögen entwickelt. Die Interviews im Rahmen der standardisierten Befragung wurden im Zeitraum vom 19. Mai bis 27. Juni 2011 durchgeführt.

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.

Die Gestaltung der Tagebücher und die Instruktionen wurden an die unterschiedlichen Befragten-Gruppen angepasst. Jedes Familienmitglied füllte an drei aufeinander folgenden Tagen ein eigenes Tagebuch aus. 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 Stichprobe, rund 70 Prozent der Basisbefragung konnten realisiert werden, umfasste 586 Personen. 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 Tagebucherhebung wurde im Zeitraum vom 21. Mai bis 6. Juli 2011 durchgeführt. Dies entspricht einer Feldzeit von sechs Wochen.

Alle Inhalte der Studie wurden in enger Zusammenarbeit zwischen den Auftraggebern und dem Institut ENIGMA GfK in Wiesbaden entwickelt. Besonderes Augenmerk galt dabei der Problematik, die Inhalte jeweils altersgemäß in den Forschungsinstrumentarien umzusetzen. Die Feldarbeit wurde von ENIGMA GfK durchgeführt.

Zweistufige
Untersuchung:
Befragung und
Tagebucherhebung

Tagebücher für jedes
Familienmitglied

* SWR Medienforschung/Programmstrategie.

** Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

Familienstrukturen im Überblick

**Durchschnittlich
3,5 Personen in den
befragten Haushalten**

Im Durchschnitt lebten 3,5 Personen in den befragten Haushalten. 44 Prozent der Haushalte waren Drei-Personen-Haushalte, 36 Prozent Vier-Personen-Haushalte, in je 10 Prozent der Haushalte wohnten entweder fünf oder mehr Personen oder nur zwei, in diesen Fällen also ein Elternteil mit Kind. Hinter diesen Zahlen verbergen sich die unterschiedlichsten Konstellationen: Von klassischen Familien bis hin zu Kindern mit alleinerziehenden Elternteilen (Single, ledig, verwitwet oder geschieden ohne Partner). Insgesamt findet sich hier also eine Abbildung des bundesdeutschen Familienlebens. Durch den höheren Anteil an Frauen innerhalb der Gruppe der Alleinerziehenden (5% der alleinerziehenden Elternteile sind männlich) erklärt sich der leichte Überhang an Frauen (55%) bei den befragten Eltern.

**Berufstätigkeit und
Bildungsstruktur der
befragten Eltern**

53 Prozent aller befragten Eltern waren in Vollzeit berufstätig, 29 Prozent arbeiteten in Teilzeit und 18 Prozent waren nicht berufstätig. 92 Prozent der Männer gehörten zu den Vollzeit-Berufstätigen, 2 Prozent arbeiteten in Teilzeit und 6 Prozent waren nicht erwerbstätig. Jede zweite Frau in der Stichprobe war in Teilzeit berufstätig, voll berufstätig war jede Fünfte und nicht erwerbstätig waren 28 Prozent der Frauen. Eltern mit einer niedrigeren Schulbildung (Volks- oder Hauptschulabschluss) bildeten 35 Prozent der Stichprobe, mit einer mittleren Schulbildung 37 Prozent, und Eltern mit hoher Schulbildung (Abitur) machten 28 Prozent der Stichprobe aus.

**Verteilung der
Erziehungsaufgaben**

Die Hälfte der Eltern gab an, dass sich beide Elternteile um die Erziehung der Kinder kümmerten. Das ist vor dem Hintergrund, dass diese Antwortmöglichkeit vom Interviewer nicht vorgegeben war, ein besonders hoher Wert. 42 Prozent der Männer und 51 Prozent der Frauen gaben an, dass die Frau die Haupterzieherin war. Unabhängig vom Umfang der Berufstätigkeit gab die Hälfte der Elternteile an, dass sich beide Elternteile um die Erziehung der Kinder kümmerten. 12 Prozent der Vollzeit-Berufstätigen sahen sich selbst als Haupterzieher der Kinder, ein Drittel antwortete, der Partner kümmere sich in erster Linie um die Erziehung. Neben den Eltern spielten die Großeltern bei der Erziehung eine wichtige Rolle: 44 Prozent der Eltern sagten, dass diese sich in einer normalen Woche ebenfalls um die Kinder kümmerten.

**Finanzielle Situation
der Familien**

Gut jeder fünfte befragte Erwachsene beurteilte die finanzielle Situation der eigenen Familie als weniger gut oder gar nicht gut. Zwei Drittel beurteilten sie als gut, jeder Zehnte bewertete die aktuelle finanzielle Situation der Familie mit sehr gut. Diese Frage nach der subjektiven Einschätzung wurde von den einzelnen Altersgruppen unterschiedlich beantwortet. Die Eltern in der mittleren

Altersgruppe (35 bis 44 Jahre) schienen am ehesten mit ihrer finanziellen Ausstattung zufrieden zu sein, die Jüngsten schätzten ihre Finanzsituation am wenigsten gut ein. Und: Mit zunehmender Schulbildung wurde die Finanzsituation der Familie positiver bewertet. Eine detaillierte Erhebung der materiellen Möglichkeiten der Familie konnte im Rahmen dieser Studie nicht erfolgen.

Bei den befragten Kindern gehörten 19 Prozent der Altersgruppe von drei bis fünf Jahren an. 36 Prozent waren zwischen sechs und elf Jahre und 45 Prozent zwölf bis 19 Jahre alt. Es gilt im Allgemeinen der plausible Zusammenhang: Je jünger die Kinder, desto jünger die Eltern. Ausnahmen bestätigten wie immer die Regel. 54 Prozent der befragten Kinder waren Mädchen, 46 Prozent Jungen.

**Medienausstattung in den untersuchten
Familienhaushalten**

Familien in Deutschland steht ein breites Medienrepertoire zur Verfügung. So gut wie alle befragten Haushalte hatten 2011 (mindestens) einen Fernseher, ein Radiogerät, ein Handy, Internetzugang und ein Gerät zum Aufzeichnen von Fernsehinhalten bzw. Abspielen von Filmen wie DVD-Player/-Recorder, Festplatten- oder Videorecorder (vgl. Abbildung 1). In je drei von vier Haushalten war eine Spielkonsole oder ein MP3-Player vorhanden. Gut jede vierte Familie gab zusätzlich Geld für ein erweitertes Fernsehprogramm im Pay-TV aus, jede Fünfte besaß nach eigenen Angaben bereits einen Tablet-PC.

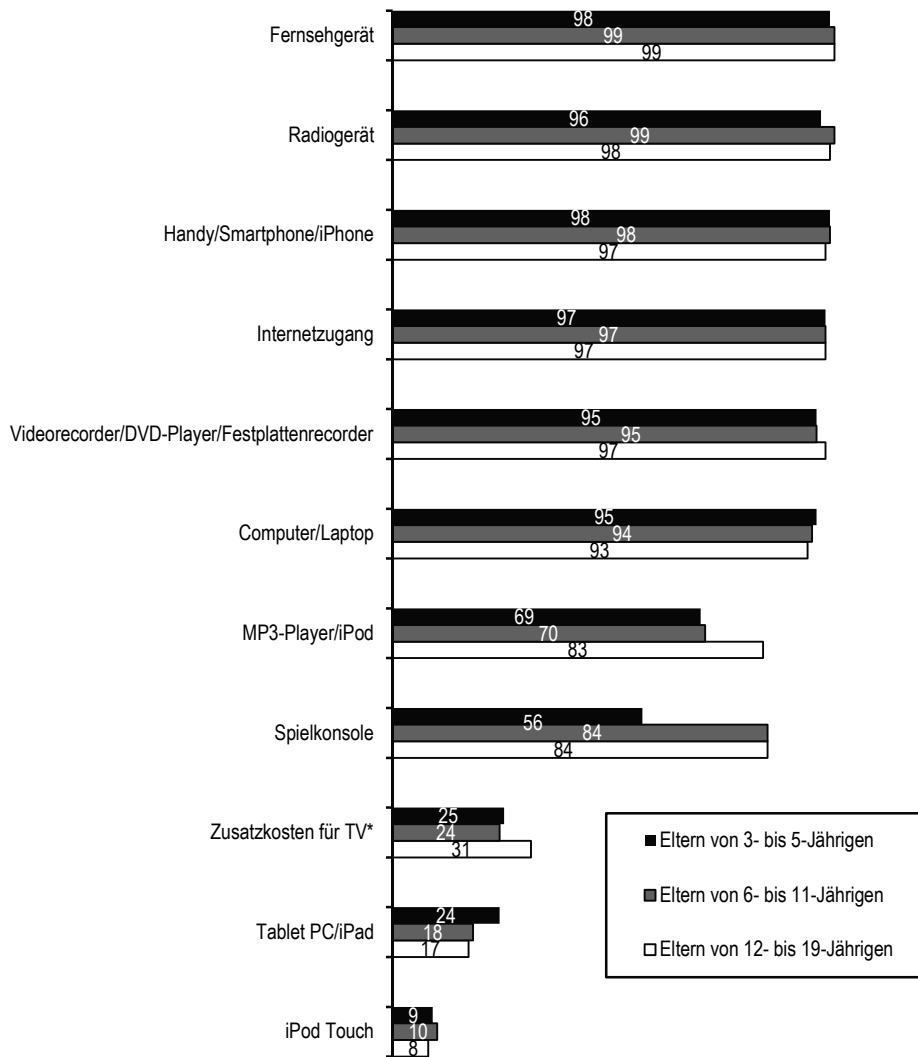
Während die Grundausstattung der Familien mit Computer, Internet, Fernsehen, Radio und Handy sowie Recordern bei allen Familien gleichermaßen vorhanden war, zeigten sich je nach Alter der Kinder, Berufstätigkeit und Bildung der Eltern Unterschiede beim Besitz von Spielkonsolen, MP3-Playern, Pay-TV und Tablet-PCs. Familien mit älteren Kindern (6 bis 19 Jahre) hatten zu 84 Prozent eine Spielkonsole, bei Familien mit Kleinkindern (3 bis 5 Jahren) war es nur gut die Hälfte der Haushalte. MP3-Player waren vor allem in Haushalten mit Jugendlichen (12 bis 19 Jahre) deutlich häufiger anzutreffen. Ein anderes Bild zeigt sich bei der Ausstattung mit Tablet-PCs wie dem iPad. Hier waren Familien mit jüngeren Kindern (und in der Regel auch jüngeren Eltern) besser ausgestattet, jede vierte Familie mit Vorschulkindern hatte zum Befragungszeitpunkt einen Tablet-PC zu Hause. Was den Bildungsgrad der Eltern betrifft, bedeutet formal höhere Bildung eine breitere Medienausstattung. (5) Dies gilt insbesondere für die Ausstattung mit Pay-TV (niedrige Bildung 24%, mittlere Bildung 25%, höhere Bildung 36%) sowie mit Tablet-PCs (niedrige Bildung 15%, mittlere Bildung 21%, höhere Bildung 22%). Eine Ausnahme machten Spielkonsolen. Vier von fünf Haushalten mit mittlerer und niedriger Schulbildung hatten eine Spielkonsole zu Hause, aber nur zwei Drittel der formal höher Gebildeten. Unterschiede zeigten sich auch nach Berufstätigkeit. In der Regel hatten Eltern, die nicht berufstätig waren, eine etwas gerin-

**Altersstruktur
der befragten Kinder**

**Familien
verfügen über breites
Medienrepertoire**

**Bei manchen Medien
soziodemografische
Unterschiede**

Abb. 1 Medienausstattung im Haushalt der Eltern
 mindestens ein Gerät im Haushalt vorhanden, in %



* = z.B. Gebühren für Pay-TV, Video-on-Demand etc.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

gere Medienausstattung. Ausnahmen waren Spielkonsolen und Tablet-PCs, hier gab es keine Unterschiede zu den berufstätigen Eltern.

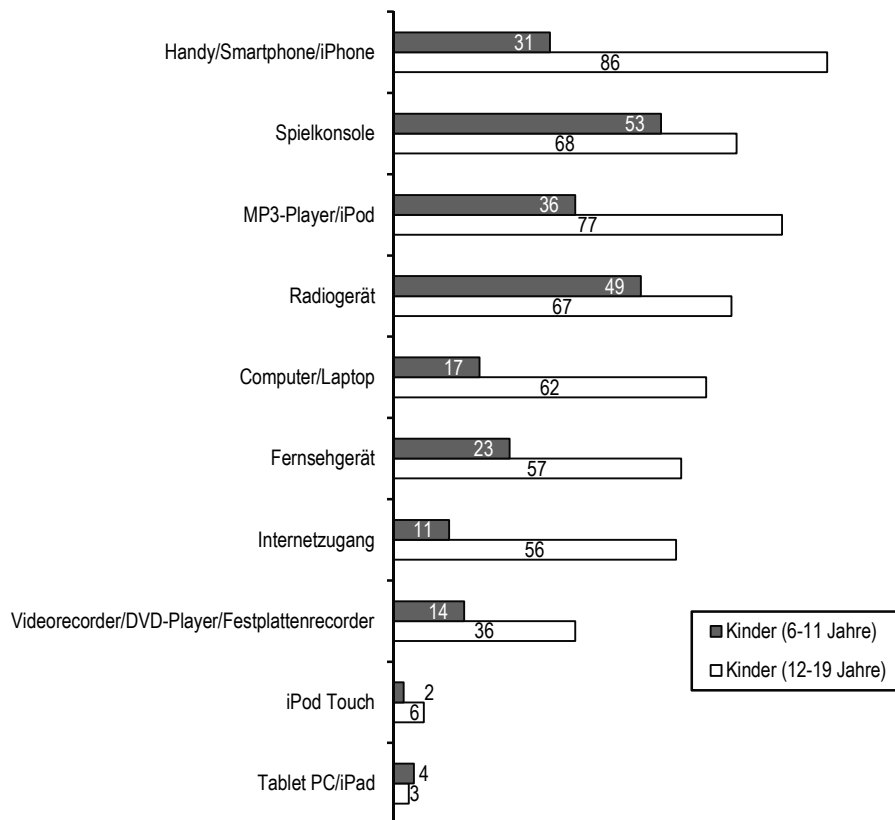
Medienbesitz der Kinder

Viele Kinder besitzen selbst schon eigene Fernseher, Radioapparate sowie Computer etc., sie haben somit einen relativ unabhängigen Zugang zu den Medien. Nach Angaben der befragten Kinder waren am häufigsten Handys, Spielkonsolen, MP3-Player und Radios vorhanden; etwa drei von fünf Kindern zwischen sechs und 19 Jahren hatten jeweils ein solches Gerät zur Verfügung. Zwei Fünftel hatten einen Computer und einen Fernseher. Gut jeder Dritte verfügte bereits über einen eigenen Internetzugang, etwa jeder Vierte konnte mit Video-/DVD-/Festplattenrecorder aufzeichnen und Filme abspielen. Je 4 Prozent hatten einen Tablet-PC und einen iPod Touch. Mädchen waren besser mit Handys (66%, Jungen: 56%), MP3-Player (62%, Jungen: 55%), Fernseher (47%, Jungen: 36%) und

Recordern (30%, Jungen: 25%) ausgestattet. Jungen hatten häufiger eine Spielkonsole (67%, Mädchen 56%). Keine bzw. nur geringfügige Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeigten sich beim Computerbesitz, Internetzugang und bei Tablet-PCs.

Der Gerätebesitz der Kinder variierte je nach Alter. Erwartungsgemäß hatten jugendliche Kinder (12 bis 19 Jahre) häufiger eigene Medien zur Verfügung als jüngere (vgl. Abbildung 2). Am häufigsten waren bei den jüngeren Kindern Spielkonsolen und das Radio vorhanden, bei den Jugendlichen Handys und MP3-Player.

Abb. 2 Eigene Medienausstattung der Kinder nach Altersgruppen
"habe für mich allein (im Zimmer oder für mich und meine Geschwister)..." in %



Basis: Kinder (6-19 Jahre) n=313.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

Fernsehen, Radio, Internet, Zeitungen von deutlicher Mehrheit mehrmals pro Woche genutzt

Mediennutzung der Eltern

Welche Alltagsrelevanz die einzelnen Medien haben, zeigt die Häufigkeit der Mediennutzung – alleine oder gemeinsam mit anderen Familienmitgliedern. Fast alle Eltern gaben in der Befragung 2011 an, regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) zu telefonieren (97%) und fernzusehen (94%). Häufig wurde Radio gehört (84%), die Nutzung des Internets (74%) und die Lektüre von (Tages-)Zeitungen gehörten ebenfalls zum Alltag (69%). Knapp die Hälfte las regelmäßig Bücher (46%), je zwei Fünftel hörten Tonträger (39%) und lasen Zeitschriften oder Magazine (38%). 23 Prozent hörten MP3-Dateien, 15 Prozent der Eltern spielten regelmäßig Computerspiele. DVDs, Videos oder Blurays sahen 13 Prozent mindestens mehrmals pro Woche, und 5 Prozent nutzten Spielkonsolen.

Unterschiede nach Geschlecht und Altersgruppen bei einigen Medien

Deutliche Unterschiede zwischen Männern und Frauen zeigten sich beim Lesen von Zeitungen und Büchern. Während die Väter häufiger Zeitung lasen (73%, Mütter: 65%), lasen Mütter häufiger

Bücher bzw. sie lasen vor (61%, Väter: 27%). Auch das Alter der Eltern wirkte sich auf die Mediennutzung aus. Eine deutlich höhere Nutzung zeigten junge Eltern beim Internet, Bücher lesen/vorlesen, CDs/Kassetten oder MP3s hören und Computerspielen. (Tages-)Zeitungen und Zeitschriften wurden von Älteren häufiger genutzt (vgl. Tabelle 1). In diesen Ergebnissen zeigen sich unterschiedliche Mediensozialisierungen verschiedener Generationen. Gleichzeitig liegen hiermit natürlich auch unterschiedliche Nutzungsmodelle für die nachwachsende Generation vor.

Die Häufigkeit der Mediennutzung unterscheidet sich (mit Ausnahme des Telefonierens und der Fernsehnutzung) nach dem Grad der formalen Bildung. Abgesehen von Computerspielen und Spielkonsolen, die häufiger bei Eltern mit geringerem Bildungshintergrund gespielt wurden, zeigten Eltern mit höherem Bildungshintergrund generell eine häufigere (und selektivere) Mediennutzung. Besonders deutlich wurde dies bei der Internetnutzung und dem Lesen von Büchern, (Tages-)Zeitungen und Zeitschriften. Eltern mit höherer Bildung und Berufstätige hatten also ein breiteres Medienrepertoire, aus dem sich ihre Medienwelt zusammensetzte.

Mediennutzung der Eltern variiert auch nach formaler Bildung

Mediennutzung der Kinder

92% aller Drei- bis 19-Jährigen sehen regelmäßig fern

Was die Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen betrifft, so dominierte, zumindest bei der Gesamtbetrachtung der Drei- bis 19-Jährigen, (4) das Fernsehen: 92 Prozent sahen regelmäßig fern, etwa drei Viertel telefonierten (77%). Für gut die Hälfte waren Radio (58%), Internet (57%), MP3-Dateien (56%), CDs (54%) und Bücher (53%) Freizeitbeschäftigungen, die mindestens mehrmals pro Woche ausgeübt wurden. Wie bereits aus den Studienreihen KIM und JIM bekannt, bestätigten sich auch hier die Vorlieben der Mädchen für das Radio (63%, Jungen: 52%), CDs/Kassetten (59%, Jungen: 48%) und Bücher (59%, Jungen: 46%). Auch für das Internet ergaben die Daten der FIM-Studie ein stärkeres Interesse der Mädchen (60%, Jungen: 54%). Eine häufigere Nutzung bei den Jungen zeigte sich hingegen bei Spielkonsolen (49%, Mädchen: 26%) und Computerspielen (45%, Mädchen: 27%).

Medien im Altersverlauf unterschiedlich genutzt

Sinnvoll ist bei den Medientätigkeiten eine altersdifferenzierte Betrachtung. Wie die Daten der JIM- und KIM-Studien belegen, werden die Medien im Altersverlauf unterschiedlich genutzt. Dies betrifft nicht nur die Häufigkeit, sondern auch die jeweils konsumierten Inhalte. Nach den Ergebnissen der FIM-Studie spielten bei den Jüngsten (3 bis 5 Jahre) eindeutig das Fernsehen und das Lesen (in diesem Fall das Vorlesen) sowie CDs und Kassetten die größte Rolle (vgl. Tabelle 2). Bei den Sechs- bis Elfjährigen waren Fernsehen, Telefonieren, CDs und Bücher sowie Radio und Spielkonsole die am meisten genutzten Medien. Jugendliche (12 bis 19 Jahre) favorisierten Fernsehen und Telefonieren, darauf folgte das Internet und MP3 hören. Insgesamt betrachtet zeigte sich, dass das Fernsehen in allen Altersgruppen eine zentrale Rolle spielte.

Einstiegsalter für die Nutzung verschiedener Medien ermittelt

Wie die Daten zur Mediennutzung zeigen, werden die Medien je nach Alter der Kinder unterschiedlich genutzt. Je nach Entwicklungsstand der Kinder und Interessen kommt den verschiedenen Medien unterschiedliche Bedeutung zu. Um den Einstieg der Kinder in die Medienwelt nachzuvollziehen, wurden die Eltern befragt, in welchem Alter das erste Kind begann, die Medien Fernsehen, Radio, Computer, Spielkonsole, Internet, MP3-Player und Handy zu nutzen.

Einstieg in TV-Nutzung mit vier, Spielkonsolen mit acht und Internetnutzung mit zehn Jahren

Von den vorgegebenen Optionen ist das Fernsehen das Medium, mit dem Kinder zuerst in Kontakt kommen. Nach Angaben der Eltern haben die Kinder mit durchschnittlich vier Jahren begonnen fernzusehen. (5) Mit durchschnittlich fünf Jahren begannen Kinder Radio zu hören. Spielkonsole und Computer wurden nach Angaben der Eltern erstmals mit acht Jahren vom ältesten Kind verwendet. Der MP3-Player kam im Alter von neun Jahren zum Einsatz, und mit durchschnittlich zehn Jahren hatten die Kinder zum ersten Mal ein Handy und das Internet genutzt (vgl. Abbildung 3).

Jüngere Eltern geben frühere Einstiegszeitpunkte an

Insgesamt geschieht generell der Einstieg der Kinder in die Medienwelt zunehmend früher. Dies besagen die Angaben der Eltern über den Zeitpunkt

① Ausgewählte Medientätigkeiten der Eltern nach Altersgruppen

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	bis 34 Jahre	35-44 Jahre	ab 45 Jahre
Internet nutzen	82	75	67
Tageszeitung/Zeitung lesen	44	74	82
Bücher lesen/vorlesen	57	46	37
CDs/Kassetten hören	49	39	31
Zeitschriften/Magazine lesen	30	40	41
MP3s hören	28	25	17
Computerspiele spielen	19	16	12

Basis: Eltern, n=468.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

② Medientätigkeiten der Kinder nach Altersgruppen

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	3-5 Jahre	6-11 Jahre	12-19 Jahre
Fernsehen	84	92	96
Telefonieren*	-	57	93
Radio hören *	-	53	62
Internet nutzen*	-	22	86
MP3s hören*	-	33	75
CDs/Kassetten hören	65	54	49
Bücher lesen/vorgelesen bekommen	87	54	38
Spiele mit der Konsole spielen	6	46	42
Computerspiele spielen*	-	23	45
Zeitschriften/Magazine lesen*	-	17	32
Tageszeitung/Zeitung lesen*	-	8	33
DVDs/Videos/Blurays ansehen	26	18	20
ins Kino gehen	-	-	1

* = nur für Teilstichprobe 6-19 Jahre abgefragt.

Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=388.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

des Beginns der mehr oder weniger kontinuierlichen Nutzung der unterschiedlichen Medien.

Eltern mit mehreren Kindern gaben zu einem Drittel an, dass nachfolgende Kinder früher mit der Nutzung der jeweiligen Medien begonnen haben. Jeder Zehnte bestätigte, dass dies sehr viel früher erfolgte. Die Mehrheit (53%) sah jedoch beim Einstiegsalter in die Mediennutzung keinen Unterschied zwischen den Kindern.

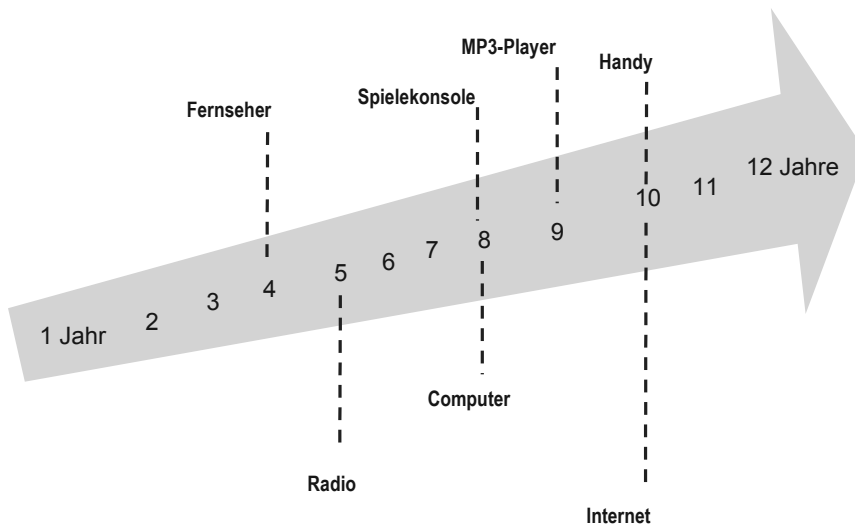
Geschwisterkinder bei einem Drittel der Familien früher mit Medien konfrontiert

Gemeinsame Mediennutzung in der Familie

Bei der FIM-Studie steht die Familienperspektive im Vordergrund. Für die Mediennutzung wurden daher auch die gemeinsamen Medientätigkeiten erfasst. In der Befragung gaben 71 Prozent der Eltern an, zumindest mehrmals pro Woche mit ihrem Kind bzw. ihren Kindern gemeinsam fernzusehen. Knapp die Hälfte gab an, regelmäßig miteinander

Fernsehen und Radio am häufigsten gemeinsam genutzt

Abb. 3 Medienbiografie
Durchschnittsalter des Erstgeborenen bei der ersten Mediennutzung



Basis: Eltern, n=468.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

Radio zu hören (45%), 29 Prozent lasen mindestens mehrmals wöchentlich gemeinsam mit ihren Kindern oder lasen ihnen vor. Jeder vierte Elternteil gab an, gemeinsam mit den Kindern CDs oder Kassetten anzuhören. 13 Prozent gingen regelmäßig zusammen ins Internet. Etwa jeder Zehnte las mit den Kindern die Tageszeitung, jeweils 8 Prozent sahen Filme auf DVD (oder anderen Trägern) an und hörten zusammen MP3-Dateien. Eher selten wurden gemeinsam Zeitschriften angeschaut (5%). Auch das gemeinsame Spielen am Computer (4%) und an der Spielkonsole (3%) spielte im Alltag kaum eine Rolle. Drei Viertel der Eltern gingen 2011 zumindest selten mit ihren Kindern ins Kino. Die Angaben der Kinder zur gemeinsamen Mediennutzung deckten sich weitgehend mit den Angaben der Eltern.

Die gemeinsamen Medientätigkeiten differieren nach Berufstätigkeit der Eltern. Vollzeitbeschäftigte Eltern kommen deutlich seltener dazu, mit ihren Kindern gemeinsam fernzusehen, Radio zu hören oder ihnen vorzulesen (vgl. Tabelle 3).

Familienverständnis

Jeder hat unterschiedliche Vorstellungen davon, was Familie für ihn bedeutet. In erster Linie wird – bei einer offenen Abfrage – Familie als Ort der Geborgenheit, des Vertrauens und der positiven Unterstützung erlebt. Von mehr als der Hälfte der Eltern wurden Begriffe wie Zusammenhalt oder Zu-

sammengehörigkeit verwendet, um Familie zu beschreiben. Darauf folgt Geborgenheit, was von 28 Prozent der Eltern genannt wurde. Ein Viertel hatte das Großziehen der Kinder im Fokus und ebenfalls ein Viertel sprach von Liebe, Zuneigung oder „den Menschen, die ich lieb habe“. Abbildung 4 zeigt, ob und sofern ja, bei welchen Aspekten des Familienverständnisses die Eltern nach Altersgruppe unterschiedliche Vorstellungen haben.

Auch bei Kindern stehen Zusammenhalt und Gemeinsamkeit bei der Beschreibung von Familie im Vordergrund, die Hälfte der Befragten nannte Begriffe dieser Art. Knapp die Hälfte der Nennungen kann dem Bereich Familienstruktur zugeordnet werden, vor allem die Jüngeren zwischen sechs und elf Jahren beschrieben Familie, indem sie aufzählten, wer für sie zur Familie zählt.

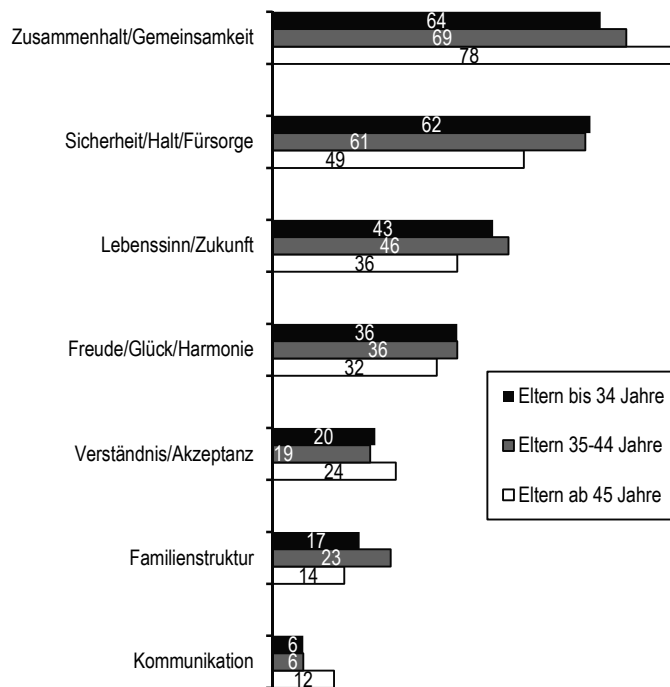
Die gestützte Abfrage zum Familienverständnis bestätigte den Eindruck, dass Familie hauptsächlich als ein positiver und bestärkender Rückzugsort wahrgenommen wird. Antwortmöglichkeiten, die den Themenbereichen Geborgenheit und Vertrauen (von allen Eltern stimmten hier 85% voll und ganz zu) und Unterstützung (70%) angehören, erfuhren die größte Zustimmung von Eltern und Kindern. Nur 6 Prozent der Eltern und 10 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen stimmten der Aussage „Familie bedeutet für mich ein Lebensraum, in den ich mich zurückziehen kann“ weniger oder gar nicht zu. Die drei negativen Aussagen („Ich wünsche mir manchmal eine andere Familie“, „Mir sind meine Freunde wichtiger als die Familie“ und

Offene Befragung, was Familie bedeutet

Gestützte Abfrage liefert ähnliches Bild

Abb. 4 Familienverständnis in der offenen Abfrage

Eltern: "Was bedeutet Familie für Sie persönlich?", offene Nennungen, in %



Basis: Eltern, n=468.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

③ Gemeinsame Medientätigkeiten von Eltern und Kindern nach Berufstätigkeit der Eltern

Eltern: täglich/mehrmals pro Woche, in %

	in Vollzeit berufstätig	in Teilzeit berufstätig	nicht berufstätig
Fernsehen	63	81	79
Telefonieren	48	44	46
Radio hören	35	58	54
Bücher lesen bzw. vorlesen	19	46	32
CDs/Kassetten hören	18	33	29
Internet nutzen	14	15	7
Tageszeitung/Zeitung lesen	11	8	16
DVDs/Videos/Blurays ansehen	6	12	12
MP3s hören	8	10	6
Zeitschriften/Magazine lesen	5	3	9
Computerspiele spielen	3	4	8
Spiele mit der Konsole spielen	2	2	5
ins Kino gehen	-	-	-

Basis: Eltern, n=468.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

„Es kommt vor, dass ich meine Zeit lieber woanders verbringe, damit ich nicht nach Hause gehen muss“) erhielten eine äußerst geringe Zustimmung. Die Übereinstimmung zwischen Kindern – all diese Fragen wurden nur den Kindern ab zwölf Jahren gestellt – und ihren Eltern war bei diesem Themenbereich (wie in der gesamten Studie) sehr hoch. Tabelle 4 zeigt, dass die Rangfolge der verschiedenen Statements nahezu identisch ist. Einzig bei der Zustimmung zu „Eltern und Kinder müssen in einer Familie gleichberechtigt sein“ besteht ein

großer Unterschied. Die Zustimmung der Jugendlichen war hier mit 44 Prozent mehr als doppelt so hoch wie die der Eltern. Für Väter war die finanzielle Absicherung der Familie wichtiger als für Mütter, knapp die Hälfte der männlichen Befragten, aber nur ein Drittel der Frauen stimmten der Aussage „In meiner Familie ist die finanzielle Ab-

④ Familienverständnis der Eltern und Kinder (12–19 Jahre)

„stimme voll und ganz zu“, in %

	Eltern von 12- bis 19-Jährigen	Kinder 12 bis 19 Jahre
Familie bedeutet für mich Geborgenheit und Vertrauen	84	76
Meine Familie hält zu mir	79	79
In meiner Familie bekomme ich Unterstützung, wenn mir etwas wichtig ist	68	70
In meiner Familie kann ich offen und ehrlich über alles sprechen	67	56
In einer Familie ist es vor allem wichtig, die richtigen Werte an die Kinder weiterzuvermitteln	67	30
In meiner Familie kann ich einfach so sein, wie ich wirklich bin	56	54
Familie bedeutet für mich ein Lebensraum, in den ich mich zurückziehen kann	54	44
In meiner Familie gibt es viele eingespielte Rituale	31	20
In meiner Familie ist die finanzielle Absicherung sehr wichtig	39	33
Eine Familie funktioniert nur, wenn alles genau geregelt ist	25	16
Eltern und Kinder müssen in einer Familie gleichberechtigt sein	18	44
In meiner Familie spielen religiöse Werte eine wichtige Rolle	16	12
Alles in allem erziehe ich meine Kinder so, wie ich selbst erzogen wurde	9	nicht abgefragt
Ich würde meine Kinder auf keinen Fall so erziehen, wie ich selbst erzogen wurde	8	nicht abgefragt
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	3	4
Mir sind meine Freunde wichtiger als meine Familie	3	1
Ich wünsche mir manchmal eine andere Familie	0	2

Basis: Eltern von 12- bis 19-Jährigen, n= 241; Kinder 12–19 Jahre, n= 173.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

sicherung sehr wichtig“ voll und ganz zu. Außerdem waren für ein Viertel der Eltern klare Strukturen innerhalb einer Familie sehr wichtig. Religiöse Werte spielten dagegen für gut zwei Drittel der befragten Eltern keine größere Rolle.

Die meisten Regeln, im Durchschnitt acht, hatten Familien mit sechs- bis elfjährigen Kindern. Mit zunehmendem Alter der Kinder nahm die durchschnittliche Anzahl an geregelten Bereichen wieder ab (vgl. Abbildung 5).

Regeln in der Familie

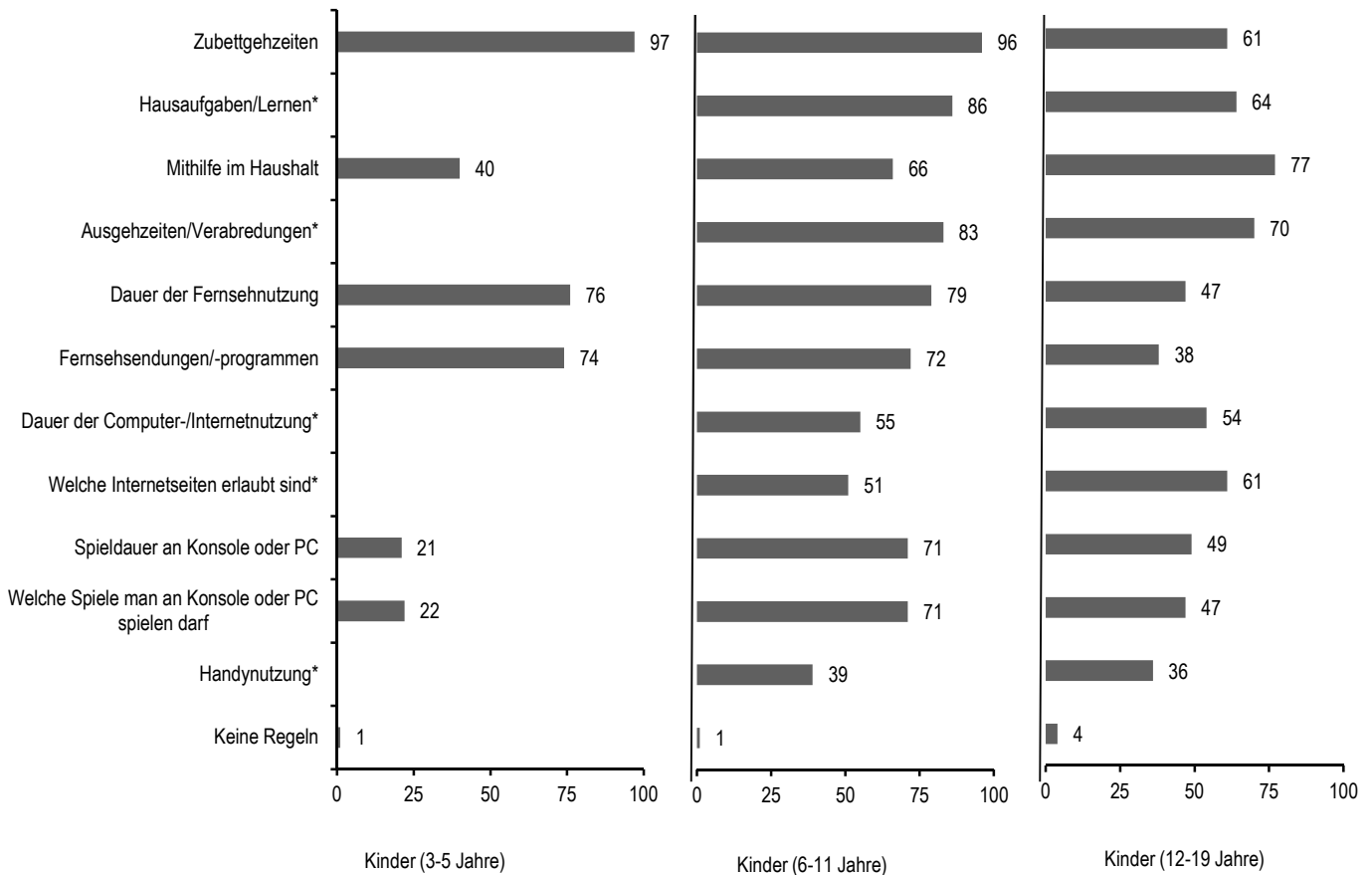
Regeln sind ein wichtiger Bestandteil des familiären Lebens und der Kindererziehung. Die Bedeutung von klaren Regeln und Grenzen für die Entwicklung von Kindern ist kaum umstritten. Das Aufstellen und Umsetzen von Regeln ist außerdem ein Bestandteil der innerfamiliären Kommunikation. In der FIM-Studie wurde für elf verschiedene Bereiche abgefragt, ob es dafür in der Familie Regeln gibt und falls ja, inwieweit diese Regeln eingehalten werden und ob Ausnahmen zugelassen werden. Die elf Bereiche betreffen Allgemeines, wie Zubettgehzeiten oder Ausgehzeiten, sowie die Dauer und die Inhalte der Mediennutzung.

In den befragten Familien gab es durchschnittlich für sechs der elf abgefragten Bereiche Regeln.

Bei den Medien war etwas häufiger geregelt, welche Inhalte konsumiert werden dürfen, als die Dauer der Mediennutzung. Die Regeln zu den Inhalten der Mediennutzung wurden den Angaben der befragten Eltern zufolge auch strikter durchgesetzt als die Regeln zur Dauer der Mediennutzung. So gaben beispielsweise 85 Prozent der Eltern, die geregelt hatten, welche Internetseiten ihre Kinder besuchen dürfen, an, dass dies immer bzw. fast immer eingehalten wird. Von diesen Eltern ließen auch nur 7 Prozent häufig und weitere 5 Prozent gelegentlich Ausnahmen von dieser Regel zu. Die Nutzung von Onlineinhalten ist somit der am strengsten geregelte Bereich. Ähnlich weit verbreitet waren Vorgaben zu Fernsehprogrammen und zu PC-Spielen, auch hier wurde nach Angaben der Befragten auf strikte Einhaltung geachtet. Zur Handy-nutzung hatte nur jeder Dritte der befragten Eltern Regeln für die Kinder aufgestellt. Umgerechnet auf die Eltern der Kinder, die ein Handy besitzen, steigt diese Zahl allerdings. Von ihnen gaben 46

Regeln zu Medien betrafen öfter die Inhalte als die Dauer

Abb. 5 Familienregeln
 "Es gibt Regeln zu...", in %



Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=388.
 *= nur für Teilstichproben 6-19 Jahre abgefragt.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

Prozent an, Regeln zur Handynutzung aufgestellt zu haben.

Abgesehen vom Alter der Kinder wirkt sich auch die Schulbildung der Eltern auf die Anzahl der Regeln in der Familie aus. Eltern mit einer niedrigeren Schulbildung hatten für ihre Kinder häufiger Regeln aufgestellt als Eltern mit mittlerer oder höherer Schulbildung.

Themen der innerfamiliären Kommunikation

Die Themen der innerfamiliären Kommunikation waren vielfältig und variabel. Unabhängig davon, ob es in einer Familie feste Zeiten für Gespräche gab, wurden manche Themen besonders häufig im Familienkreis besprochen. Um diese Themenbereiche adäquat abzubilden, wurden alle Familienmitglieder offen (also ohne Antwortvorgaben) dazu befragt, welche Themen insgesamt besonders häufig mit den Kindern bzw. mit den Eltern besprochen wurden.

Die Rangreihe der häufigsten Themenbereiche, die Kinder mit ihren Eltern besprechen (und dies sieht umgekehrt sehr ähnlich bis identisch aus), wird eindeutig von Alltagsfragen wie Schule bzw. Kindergarten, dem Freundeskreis und der Freizeit dominiert (vgl. Tabelle 5). Sport ist das wichtigste Thema, welches nicht direkt mit der Familie asso-

ziiert ist – hierüber redeten Jungen (18%) deutlich häufiger mit ihren Eltern als Mädchen (6%). Auch Medienthemen tauchten bei den offenen Nennungen der Kinder auf: Das Fernsehen (Sendungen/Fernsehünsche etc.) wurde von 5 Prozent der Sechs- bis 19-Jährigen als häufiges Thema der innerfamiliären Kommunikation genannt.

Bei den Themen, die mit Mediennutzung, Medientechnik oder Medieninhalten assoziiert sind, lag das Fernsehen auf Platz 1. Über „Fernsehen oder Dinge, die man im Fernsehen gesehen hat“, unterhielten sich 58 Prozent der Eltern regelmäßig in der Familie, auch die Tageszeitung lieferte für viele Eltern Gesprächsstoff (vgl. Tabelle 6). An dritter Stelle folgte das Thema „wann oder wie lange Medien genutzt werden“. Offensichtlich kommt einigen Medienthemen bzw. Themen, über die man aus den Medien erfahren hat, in der familiären Kommunikation eine wichtige Rolle zu. Über Fern-

Medienthemen in der Kommunikation der Eltern

⑤ **Häufige Gesprächsthemen der Kinder mit den Eltern**

offene Nennungen ab 5 %

	Kinder (6–19 Jahre)
Schule/Kindergarten/Schulthemen/Schulisches (allg.)	70
Gespräche über Freunde/Kumpels/Freundeskreis	42
Freizeit/Wochenend(planung/wünsche)/Freizeitaktivitäten (allg.)	19
Hausaufgaben/Lernen/Lernkontrolle/Schulvorbereitungen	16
Tagesgeschehen/-erlebnisse/-rückblick (Alltagserlebnisse/Wetter)	14
Sport/Fußball etc.	12
(Erziehungs-/Verhaltens-)Regeln (Benehmen/Verbote etc.)	11
Aufgabenverteilung/häusliche Pflichten (Aufräumen etc.)	10
Gespräche über Familienangehörige (Geschwister/Großeltern etc.)	10
(Sport)Vereine/Sportunterricht	8
Hobbys (Gitarre spielen/Pferd/Angeln etc.)/Basteln/Malen/Kreatives	8
Mode/Trends (Kleidung/Schuhe/Kosmetik/Friseur)	8
Schul-/Kindergartenalltag/-ereignisse/-erlebnisse	7
Tagesplanung/-organisation/-ablauf/Terminabsprachen	7
Einkaufen/Kaufwünsche/Anschaffungen	7
Entwicklung, Werdegang des Kindes (Zukunft/Berufswahl etc.)	7
Verabredungen/Treffen (mit Freunden etc.)	7
Schulleistungen/-fächer/Noten/Klassenarbeiten/Prüfungen	6
Lehrer/Erzieherinnen (neuer Lehrer/Probleme mit Lehrern etc.)	6
Beruf/Arbeit (Arbeitsplatz/Arbeitsalltag/Arbeitsstress)	6
Spezielle Freizeitaktivitäten (Kino/Disco/Zoobesuch/Fahrradtour etc.)	6
Urlaubs-/Ferien(planung)/Reisen/Sommerferien	6
Spiele (mit Freunden/Kindern/Spielkreis)/gemeinsame Spiele	5
Fernsehen (Sendungen/Fernseh wünsche)	5

Basis: Kinder (6–19 Jahre), n= 313.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

⑥ **Medien als Gesprächsthema in der Familie**

Eltern: täglich/mehrmals pro Woche, in %

	gesamt
Fernsehen bzw. was man darin gesehen hat	58
Tageszeitung bzw. was man darin gelesen hat	47
Wann oder wie lange Medien genutzt werden	40
Internet/Dinge, die mit dem PC zu tun haben	34
Telefonieren und Handys	30
Radio bzw. was man darin gehört hat	25
Bücher bzw. was man darin gelesen hat	19
Zeitschriften bzw. was man darin gelesen hat	16
Computerspiele	14
Spiele für die Spielekonsole	13
MP3s/CDs/Kassetten	12
DVDs/Videos/Blurays	10
Funktion, Anschaffung etc. von Mediengeräten	6
Kino und Kinofilme	2

Basis: Eltern, n=468.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

sehen bzw. Fernsehinhalte wurde den Angaben der Eltern zufolge demnach häufiger gesprochen als zum Beispiel über Mode, Musik und Sportereignisse, da es zum Alltag der Befragten gehört und kontinuierlich Gesprächsstoff liefert.

Bei der Kommunikation zu Medienthemen stand auch bei den befragten Kindern das Thema Fernsehen im Vordergrund: Fast zwei Drittel aller Drei- bis 19-Jährigen redeten mindestens mehrmals pro Woche mit jemandem aus der Familie über „Fernsehen oder was man im Fernsehen gesehen hat“ (vgl. Tabelle 7). Auch „wann oder wie lange Medien genutzt werden“ (dürfen), war ein häufiges Thema (41% täglich/mehrmals pro Woche). „Bücher und Dinge, die man aus Büchern erfahren hat“, boten für 31 Prozent der Kinder häufig ein Gesprächsthema. Hier zeigte sich eine deutliche Entwicklung über die verschiedenen Altersgruppen. Während 60 Prozent der Drei- bis Fünfjährigen regelmäßig über Bücher und deren Inhalte im Familienkreis sprachen, waren es bei den Sechs- bis Elfjährigen 36 Prozent und bei den Zwölf- bis 19-Jährigen nur noch 14 Prozent. Im Gegensatz dazu gewinnt das Internet – in der Kommunikation wie auch in der Nutzung (6) – mit steigendem Alter deutlich an Bedeutung (6- bis 11-Jährige sprachen zu 17% regelmäßig darüber, 12- bis 19-Jährige zu 40%). Über Fernsehen/Fersehinhalte sprach hingegen von den Kindern im Jugendalter ein geringerer Anteil regelmäßig (3- bis 5-Jährige: 70%, 6- bis 11-Jährige: 75%, 12- bis 19-Jährige: 54%).

Die Befragung der Kinder machte deutlich, dass bei vielen Medienthemen die Mutter wichtigste Ansprechpartnerin ist (vgl. Abbildung 6). Beim Thema „Bücher und was man darin gelesen hat“, zeigte

Fernsehen wichtigstes Medienthema in der familiären Kommunikation

Mütter sind die wichtigsten Ansprechpartner für Medienthemen

sich ein sehr großer Abstand zwischen der Mutter und dem Vater sowie den Geschwistern. Der Vater war bei den Themen „Internet und andere Dinge, die mit dem Computer zusammenhängen“ sowie allen Themen rund um Medientechnik für die Mehrzahl der Sechs- bis 19-Jährigen der häufigste Ansprechpartner.

Das bedeutendste Medienthema unter Geschwistern (ohne Berücksichtigung der Einzelkinder) war das Fernsehen und seine Inhalte (65%). Auch „Kino und Kinofilme“ (55%) sowie „DVDs, Videos und Blurays“ (52%) wurden von über der Hälfte der Sechs- bis 19-Jährigen am ehesten mit den Geschwistern diskutiert. Für die verschiedenen Hörmedien („MP3s/CDs/Kassetten“) nannten 49 Prozent die Geschwister als wichtigsten Ansprechpartner, und auch elektronische Spiele wurden zwischen ihnen thematisiert („Spiele für die Spielkonsole“: 46%, „Computerspiele“: 44%). Zwei Fünftel der Kinder sprachen mit ihren Geschwistern über das Internet und andere Computertemen.

Liebste Fernsehprogramme und Internetseiten

Senderpräferenzen der Eltern variieren nach Alter und Bildung

Wie die Nutzungswerte für die individuelle und für die gemeinsame Nutzung zeigen (sowohl aus der Befragung als auch aus der Tagebuchehebung), kommt dem Fernsehen innerhalb der Familie eine besondere Rolle zu. Ergänzend zu den Häufigkeiten lohnt hier auch ein inhaltlicher Blick auf die jeweiligen Präferenzen beim Fernsehen. Gefragt nach ihrem liebsten Fernsehprogramm, nannten 27 Prozent der Eltern RTL, 18 Prozent Das Erste/ARD und 14 Prozent ProSieben. Mit Abstand folgten ZDF (7%), Sat.1 (6%) und VOX (5%). Die Väter zeigten eine etwas stärkere Vorliebe für öffentlich-rechtliches Fernsehen, die Mütter votierten häufiger für RTL. Die Lieblingsprogramme unterschieden sich je nach Alter der befragten Eltern. Jüngere Eltern präferierten eher private Angebote, ältere Eltern entschieden sich häufiger für öffentlich-rechtliche Programme.

Weiter unterschieden sich die Programmvorlieben nach dem Grad der Bildung. 39 Prozent der Eltern mit höherer Bildung, aber nur gut jeder Vierte mit mittlerer (28%) oder niedrigerer (27%) formaler Bildung zählten ein öffentlich-rechtliches Programm zu ihren Favoriten, letztere votierten häufiger für privatrechtliche Programme (niedrige Schulbildung: 72%; mittlere Schulbildung: 70%) als höher gebildete Eltern (60%).

Lieblingssender der Kinder: KiKA am häufigsten genannt

Individuelle Programmvorlieben hatten auch die befragten Kinder. An erster Stelle stand KiKA, sogar bei der Betrachtung der Gesamtstichprobe der Drei- bis 19-Jährigen wurde mit 26 Prozent KiKA als Lieblingsprogramm am häufigsten genannt. Mit etwas Abstand lagen dahinter gleichauf RTL (15%), Super RTL (15%) und ProSieben (14%). 6 Prozent nannten das private Kinderprogramm NICK als liebstes Programm. Während KiKA von Jungen wie Mädchen gleichermaßen als liebstes Programm genannt wurde, stand RTL mehr in der Gunst der Mädchen, Jungen dagegen hatten eine Präferenz für ProSieben.

⑦ Allgemeine und Medienthemen in der Familie (Top 5)

täglich/mehrmals pro Woche, in %

	Kinder 3-19 Jahre
Allgemeine Themen	
Schule/Kindergarten	86
Freunde/Clique	70
Neuigkeiten und Themen aus dem privaten Umfeld	62
Familienorganisation, Termine, Planung	60
Hobbys wie z.B. Sport oder Musik usw.	58
Medienthemen	
Fernsehen bzw. was man darin gesehen hat	64
Wann oder wie lange Medien genutzt werden	41
Bücher bzw. was man darin gelesen hat	31
Internet/Dinge, die mit dem PC zu tun haben*	30
Telefonieren und Handys*	26

Basis: Kinder (3-19 Jahre), n=588.

*nur für Teilgruppe 6-19 Jahre abgefragt.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

Deutliche Unterschiede in den Lieblingsprogrammen zeigten sich erwartungsgemäß bei der Betrachtung nach dem Alter der Kinder. Bei den Kindern im Vorschulalter war KiKA der unangefochtene Favorit (71%). Hier spielte nur noch Super RTL mit 16 Prozent eine Rolle. Bei den Kindern im Grundschulalter (6 bis 11 Jahre) stand für jedes dritte Kind der öffentlich-rechtliche Kinderkanal an erster Stelle, gut jedes Vierte nannte Super RTL, jedes Zehnte entschied sich für RTL bzw. NICK als Lieblingsprogramm. Ganz andere Vorlieben zeigten die älteren Kinder ab zwölf Jahren. Hier dominierte ProSieben mit 29 Prozent, jedes vierte Kind nannte RTL als sein Lieblingsprogramm, und jeweils 5 Prozent entschieden sich für Super RTL und NICK. Die weiteren von dieser Altersgruppe genannten Lieblingsprogramme lagen unter 5 Prozent.

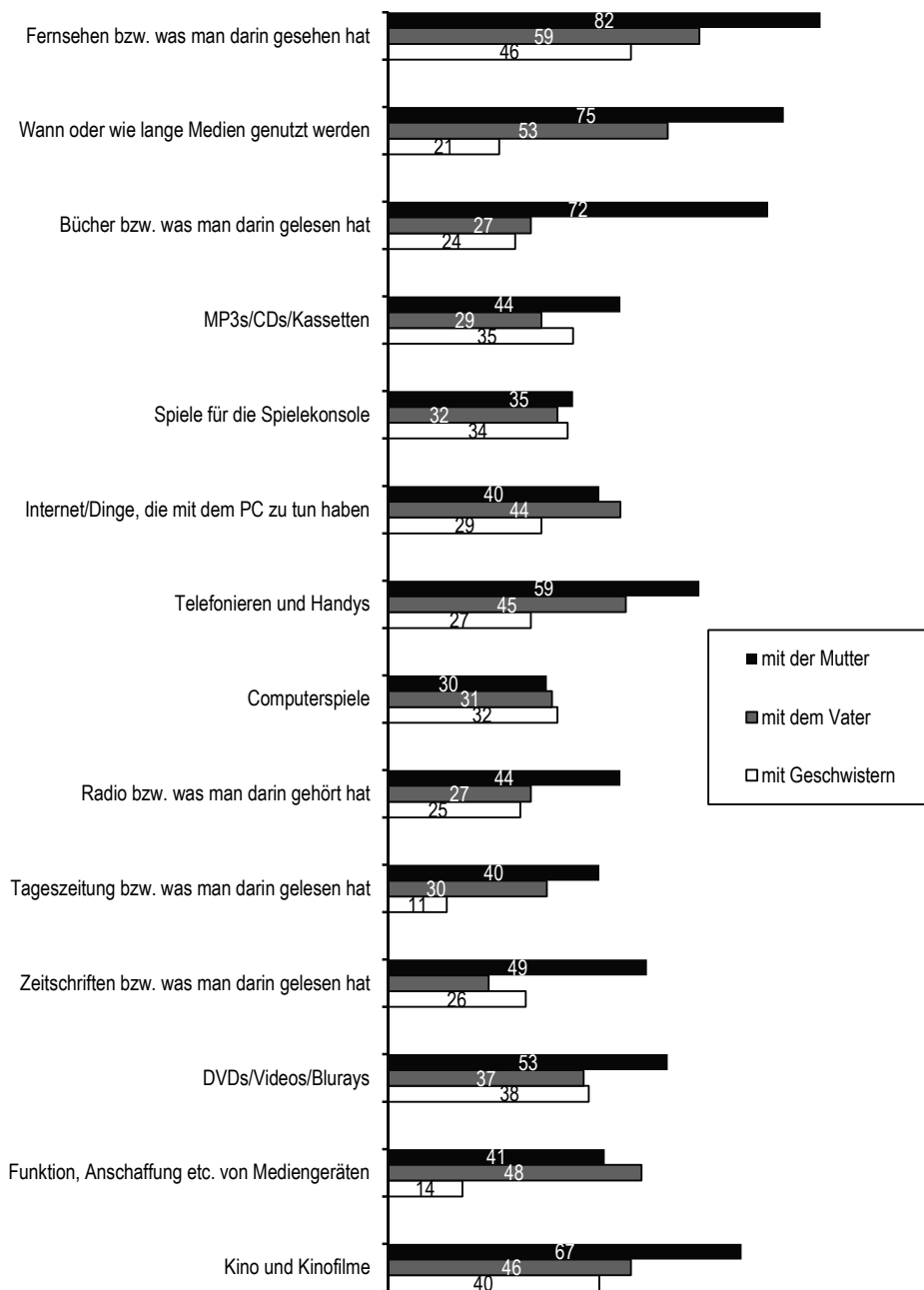
Die Kinder konnten neben dem Lieblingsprogramm überwiegend auch eine eigene Lieblingsendung benennen. Bei einer offenen Abfrage unter den Drei- bis 19-Jährigen entfielen häufigere Nennungen auf „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ, 9%), „SpongeBob“ (8%), „Die Simpsons“ (7%), „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS, 6%), „Sandmännchen“ (6%) und „Galileo“ (5%). Mädchen zeigten deutliche Vorlieben für „GZSZ“ und „DSDS“, Jungen mochten eher „SpongeBob“, „Die Simpsons“ und „Galileo“. Das „Sandmännchen“ war bei Jungen wie Mädchen gleichermaßen beliebt.

Das Internet gehörte in den meisten Familien zum Alltag. 97 Prozent der Haushalte hatten den Befragungsergebnissen zufolge einen Internetzugang, drei Viertel der Eltern nutzten regelmäßig das

Mit dem Kindesalter ändern sich die Vorlieben

Internet gehört zum Familienalltag

Abb. 6 Gesprächspartner der Kinder für Medienthemen
 Mehrfachnennungen, in %



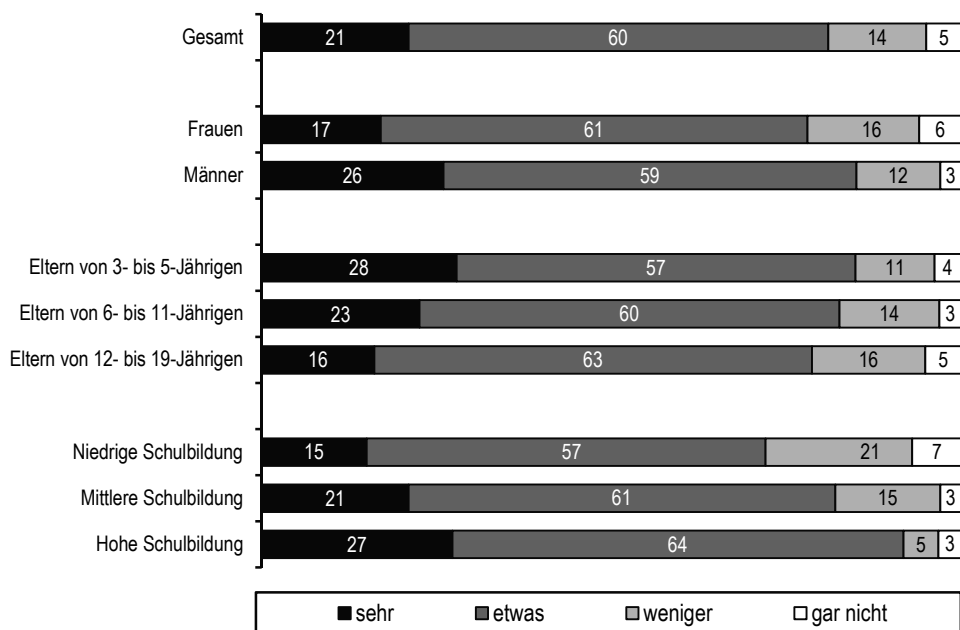
Basis: Kinder (6-19 Jahre), n=313.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

Internet, 37 Prozent täglich. Insbesondere jüngere Eltern, Berufstätige und Eltern mit höherer Bildung wiesen eine häufige Internetnutzung auf. Auf die Frage nach ihren Lieblingsseiten im Internet bzw. nach besonders oft genutzten Seiten nannten die Eltern mit 29 Prozent am häufigsten das Onlineauktionshaus eBay. 18 Prozent der Eltern nannten das soziale Netzwerk Facebook, 8 Prozent das Einkaufsportale Amazon. Jeweils 6 Prozent zählten Wikipedia und wer-kennt-wen zu ihren belieb-

testen Seiten. Unter den Eltern bis 34 Jahren war Facebook der Favorit, ein Drittel der Eltern in dieser Altersgruppe nannte dies als Lieblingsseite. Bei den Kindern (6 bis 19 Jahre) waren über die Hälfte regelmäßige Internetnutzer. Allerdings spielte das Alter der Kinder hier eine große Rolle: 22 Prozent der Sechs- bis Elfjährigen und 86 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen (7) waren regelmäßig im Internet unterwegs. Die beliebtesten Seiten der Sechs- bis 19-Jährigen waren Facebook (53%), YouTube (24%), Seiten der VZ-Netzwerke (schülerVZ, studivZ, meinVZ, insgesamt: 21%) und eBay (9%).

Abb. 7 Einschätzung der Medienerziehungskompetenz
 Eltern: "Wie kompetent fühlen Sie sich in Fragen der Medienerziehung von heute?", in %



Basis: Eltern, n=468.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2011.

Wikipedia und wer-kennt-wen nannten je 8 Prozent als Lieblingsseite, das Spielportal SpielAffe 7 Prozent.

Gemeinsame Internetnutzung von Eltern und Kindern eher selten

Obwohl das Internet sowohl bei den Eltern als auch bei den Kindern einen hohen Stellenwert einnahm, gaben nur 13 Prozent der Eltern an, es regelmäßig gemeinsam mit ihren Kindern zu nutzen. Immerhin 61 Prozent der Eltern nutzten zumindest selten die Gelegenheit, mit den Kindern gemeinsam online zu gehen. Trotz der jeweils relativ starken Nutzung bei Eltern wie bei Kindern hat sich – im deutlichen Gegensatz zum Fernsehen – hier bislang keine Kultur der gemeinsamen Nutzung etabliert. Dies erscheint angesichts der jeweils genannten favorisierten Seiten von Eltern und Kindern auch plausibel. Zudem ist Fernsehen weit eher ein Medium für die familiäre Gemeinschaft als das Internet.

Medienerziehungskompetenz

Medienerziehung: Mehrheit der Eltern hält sich für „etwas“ kompetent

Neben den auf die einzelnen Medien bezogenen Kompetenzen wurde auch die Selbsteinschätzung zur Kompetenz in Medienerziehungsfragen generell erhoben. (8) Ein Fünftel der Eltern schätzte sich in diesen Fragen als sehr kompetent ein. Mit 60 Prozent schätzte sich die Mehrheit als „etwas kompetent“ ein. Ein weiteres Fünftel sagte, es fühle sich in Fragen der Medienerziehung weniger oder gar nicht kompetent. Mit der Schulbildung steigt bei den Eltern die positive Einschätzung der Medienerziehungskompetenz (vgl. Abbildung 7).

Überraschenderweise hatte die Einschätzung der Medienerziehungskompetenz keine Auswirkungen

auf die Aussage „Medien sind in unserer Familie häufig ein Grund für Streit“. Dies verneinten 85 Prozent der Eltern, die sich als sehr kompetent einschätzten, aber auch 90 Prozent derjenigen, die sich als gar nicht kompetent einstuften, hatten keine Streitereien in Medienfragen.

Angesichts des von Medien geprägten Umfeldes in Familien und der medialen Veränderungen der vergangenen Jahre stellte sich die Frage, inwieweit sich die Medienentwicklung auf das Familienleben ausgewirkt hat. 10 Prozent der Eltern waren der Ansicht, dass die Medienentwicklung der letzten Jahre keine Auswirkungen auf das Familienleben hatte, 52 Prozent sahen sowohl positive als auch negative Aspekte durch die veränderte Medienwelt für ihre eigene Familie. Ein Viertel empfand die Entwicklung positiv, und für 14 Prozent hatte die Medienentwicklung eindeutig negative Auswirkungen auf das Familienleben. Eine eher negative Einschätzung erfolgte häufiger von Eltern ab 45 Jahren. Junge Eltern und Eltern von kleinen Kindern (3 bis 5 Jahre) sahen hingegen zu über einem Drittel die Medienentwicklung positiv.

Die (subjektiv empfundene) Medienerziehungskompetenz hängt mit der Frage zusammen, wie man die Auswirkungen der Medienveränderungen auf die Familie bewertet. Empfindet sich ein Elternteil als (sehr) kompetent in Fragen der Me-

Hälfte der Eltern sieht zugleich positive und negative Auswirkungen der Medienentwicklung auf Familie

Wer sich für kompetent hielt, sah Entwicklung eher positiv

dienenerziehung, sieht er/sie die Auswirkungen der Medienentwicklung (eher) positiv – damit auch die Auswirkungen auf die eigene Familie – und umgekehrt. Medien(erziehungs)kompetenz ist also tatsächlich und nachweisbar ein Schlüssel im produktiven Umgang mit Veränderungen und mit der positiven Nutzung der entstehenden Optionen.

Fazit

Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet

Ergänzend zu den Studienreihen KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) und JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media), die seit über zehn Jahren das Medienverhalten der Kinder und Jugendlichen in Deutschland dokumentieren, hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest gemeinsam mit dem Südwestrundfunk in der FIM-Studie (Familie, Interaktion & Medien) die Kommunikationsstruktur und die Mediensituation in Familien untersucht. Familie bedeutet für die Befragten vor allem Zusammenhalt, Zusammengehörigkeit und Geborgenheit. Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet: Computer, Internet, Fernseher, Radio, Handy und verschiedene Geräte zum Aufzeichnen von Fernsehinhalten gehören zur Standardausstattung so gut wie aller Haushalte. Auch die Kinder der untersuchten Familien verfügen über eine breite Medienausstattung.

Fernsehen im Zentrum der gemeinsamen Mediennutzung

Die Betrachtung der Mediennutzung der Eltern und der Kinder machte deutlich, dass dem Fernsehen in den Familien eine besondere Bedeutung zukommt. In der FIM-Studie lag der Fokus auf der gemeinsamen Mediennutzung. 71 Prozent der Eltern sahen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, mit ihren Kindern fern.

Beim Internet war die gemeinsame Nutzung eher selten: Nur 15 Prozent der Eltern gaben an, regelmäßig gemeinsam mit ihren Kindern das Internet zu nutzen – am häufigsten Shoppingseiten, Angebote von Sendern und Sendungen sowie Spieleseiten.

Medienerziehung: Mehrheit der Eltern hielt sich für „etwas kompetent“

In aktuellen Fragen der Medienerziehung schätzten sich 21 Prozent der Eltern als sehr kompetent ein. Die Mehrheit mit 60 Prozent der Eltern formulierte dies mit „etwas kompetent“ deutlich zurückhaltender. 14 Prozent schätzten sich weniger kompetent

ein, und 5 Prozent schrieben sich hier gar keine Kompetenz zu. Die Auswirkungen der Medienentwicklungen der letzten Jahre auf das Familienleben haben für den Großteil der Eltern sowohl positive als auch negative Aspekte. 14 Prozent empfanden die Entwicklung als negativ, für ein Viertel der Eltern hat die Medienentwicklung eindeutig positive Auswirkungen auf das Familienleben. Dabei bewerteten Eltern, die sich in Fragen der Medienerziehung als kompetent einschätzten, die Auswirkungen des Medienwandels eher positiv. Offensichtlich ist Medien(erziehungs)kompetenz geeignet, die Neuerungen der Medienwelt eher chancenorientiert zu nutzen und den Entwicklungen positiv zu begegnen. Familien in Medienkompetenzfragen zu stärken, ist also ein guter Beitrag, die Familien insgesamt zu unterstützen, damit sie den Anforderungen des gesellschaftlichen Wandels gerecht werden können.

Anmerkungen:

- 1) Im Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest kooperieren die baden-württembergische Landesanstalt für Kommunikation (LFK), die rheinland-pfälzische Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) sowie der Südwestrundfunk (SWR).
- 2) Alle weiteren Daten sind dokumentiert in der Publikation: FIM 2011. Familie, Interaktion & Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien. Hrsg. v. Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest. Stuttgart, Februar 2012.
- 3) Dies erscheint plausibel, da sowohl höher gebildete Eltern als auch berufstätige Eltern ihre finanzielle Situation als besser einschätzten als Eltern mit geringerem Bildungshintergrund sowie Nicht-Berufstätige.
- 4) Telefonieren, Radio, Internet, MP3, Computerspiele und Tageszeitungen wurden nur in der Teilstichprobe der Sechs- bis 19-jährigen abgefragt.
- 5) Es kann vermutet werden, dass von einigen Eltern der Beginn später angesetzt und damit eine sozial erwünschte Antwort gegeben wurde, um nicht den Anschein zu erwecken, Kleinkinder vor dem Fernseher „geparkt“ zu haben. Immerhin gab gut die Hälfte der Eltern an, dass das älteste Kind spätestens mit drei Jahren bereits zu den Fernsehnutzern gehörte.
- 6) Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2010. Kinder + Medien, Computer + Internet. Stuttgart, Februar 2011 sowie Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM 2011. Jugend, Information, (Multi-) Media. Stuttgart, November 2011.
- 7) Für diese Altersgruppe wies die telefonische Befragung der JIM-Studie 2011 für die regelmäßige Nutzung einen vergleichbaren Wert von 90 Prozent aus.
- 8) „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?“

