



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

# FIM-STUDIE 2011

Familie, Interaktion & Medien

Untersuchung zur Kommunikation  
und Mediennutzung in Familien

# **FIM 2011**

## **Familie, Interaktion & Medien**

**Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien**

**Herausgeber:**

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest**

**Geschäftsstelle mpfs:  
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)

<http://www.mpfs.de>

Leitung:

Peter Behrens (LMK)

Thomas Rathgeb (LFK)

Stuttgart, Februar 2012

Redaktion:

Lena Ebert (SWR Medienforschung)

Ulrike Karg (LFK)

Dr. Walter Klingler (SWR Medienforschung)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)  
in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR)

# 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	6
<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>21</b>
3.1 Kommunikationsklima und familiäre Entscheidungen	21
3.2 Situationen für Gespräche	25
3.3 Rituale und feste Zeiten für Gespräche	30
3.4 Themen der innerfamiliären Kommunikation	33
3.4.1 Gesprächsthemen	33
3.4.2 Gesprächspartner für verschiedene Themen	41
3.5 Bewertung der innerfamiliären Kommunikation	49
3.6 Technische Kommunikationswege	54
<b>4. Mediennutzung in Familien</b>	<b>56</b>
4.1 Medianausstattung	56
4.2 Medientätigkeiten	58
4.2.1 Mediennutzung der Eltern	58
4.2.2 Mediennutzung der Kinder	60
4.2.3 Medienbiographien	61
4.2.4 Gemeinsame Mediennutzung in der Familie	63
4.2.5 Die Medien im Tagesablauf	66
4.3 Fernsehen	69
4.4 Radio	78
4.5 Internet	78
4.6 Medienkompetenz	82
4.6.1 Medienexperten	82
4.6.2 Medienerziehungskompetenz	85
<b>5. Zusammenfassung</b>	<b>88</b>
<b>6. English Summary</b>	<b>93</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 (Kinder + Medien, Computer + Internet).

Die Studienreihen beleuchten aktuelle Fragen zur Medienausstattung, zur Nutzungsfrequenz und zum Stellenwert der verschiedenen Medien im Alltag. Durch die langfristige Anlage der Studien – JIM wird seit 1998 jährlich durchgeführt, KIM seit 1999 etwa alle zwei Jahre – lässt sich einerseits sehr präzise der jeweils gegenwärtige Stand nachvollziehen, andererseits werden auch mittelfristige Entwicklungen transparent.

2011 wurden nun 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“, abgekürzt FIM-Studie 2011.

Mit dieser neuen Untersuchung wurde ein besonderer Anspruch verbunden: Anders als JIM und KIM, die für die jeweilige Altersgruppe repräsentativ sind, stellt die FIM-Studie die ganze Familie in den Mittelpunkt und geht damit einen methodisch aufwändigen Weg. Alle jeweiligen Haushaltsmitglieder wurden im Rahmen der Untersuchung befragt und die Ergebnisse in Relation zueinander gesetzt.

Im Fokus der Untersuchung standen die Fragenkomplexe:

- 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.

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.

## 1.2 Methode

Die Inhalte der Studie wurden in enger Zusammenarbeit zwischen den Auftraggebern und dem Institut ENIGMA GfK entwickelt. Besonderes Augenmerk galt dabei der Problematik, die Inhalte jeweils altersgemäß in den „Forschungsinstrumentarien“ umzusetzen.

Die Grundgesamtheit der FIM-Studie 2011 umfasst die ca. 18 Millionen deutschsprachigen Haushalte mit einem oder mehreren Kindern zwischen 3 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 Nielsegebieten und nach drei Ortsgrößenklassen. Die Quotenvorgaben wurden der ma 2010/II – Basis Haushalte – entnommen. 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 260 ausgewählten Familien wurden alle Familienmitglieder ab drei Jahren in die Befragung einbezogen. Hieraus ergab sich für die verschiedenen Zielgruppen folgende Stichprobe:

- Haushalte/Familien: n=260
- Eltern: n=468
- Kinder (3-19 Jahre): n=388.

Die Befragung erfolgte im Rahmen eines zweistufigen Untersuchungsdesigns, das sowohl quantitative als auch qualitative Forschungselemente berücksichtigt:

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

### 1.2.1 Basisbefragung

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

Bei den unterschiedlichen Altersgruppen spielt die Verständlichkeit des Fragebogens aber auch die Interviewdauer eine besondere Rolle. Die Verständlichkeit wurde im Rahmen von Pretests (für alle Zielgruppen) getestet und die durchschnittliche Interviewdauer den Möglichkeiten und Bedürfnissen der Befragten angepasst. Es gab somit vier verschiedene Fragebogenversionen<sup>1</sup>:

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 (durchschnittliche Interviewdauer: 45 Minuten).

Fragebogen für Kinder zwischen 3 und 5 Jahren: Aufgrund der Komplexität einiger Fragestellung wurde auf eine persönliche Befragung der jüngsten Altersgruppe verzichtet. Die Fragen wurden von dem Elternteil beantwortet, der hauptsächlich für die Erziehung des Kindes zuständig ist (durchschnittliche Interviewdauer: 13 Minuten).

Fragebogen für Kinder zwischen 6 und 11 Jahren: Das Kind wurde persönlich interviewt, wobei es den Eltern oblag, ob bei der Befragung ein Erwachsener anwesend war (durchschnittliche Interviewdauer: 31 Minuten).

Fragebogen für Kinder zwischen 12 und 19 Jahren: Persönliches Interview mit dem Kind bzw. Jugendlichen (ohne Beisein der Eltern; durchschnittliche Interviewdauer: 37 Minuten).

Die Interviews im Rahmen der standardisierten Befragung wurden im Zeitraum vom 19. Mai bis 27. Juni 2011 durchgeführt. Die Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim Institut ENIGMA GfK in Wiesbaden.

---

<sup>1</sup> In den folgenden Kapiteln ist, bei der wörtlichen Wiedergabe von Fragestellungen, in der Regel die Version aus dem Elternfragebogen aufgeführt.

### 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 6 Jahren sollte das Ausfüllen vom haupterziehenden Elternteil übernommen werden. Bei Kindern von 6 bis 11 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 Tagebuchehebung erfragt – sie lag bei 70 Prozent. Jedes Familienmitglied erhielt sein „eigenes“ Tagebuch, das während eines Zeitraums von drei aufeinanderfolgenden Tagen auszufüllen war. Die Stichprobe umfasst 586 Personen, dies entspricht 1.755 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 21. Mai bis 6. Juli 2011 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 Graphiken in Orangetönen dargestellt, Ergebnisse der Kinder in Grüntönen. Darstellungen über die komplette Familie, den gesamten Haushalt oder auch verschiedene Mitglieder einer Familie sind gelb eingefärbt.



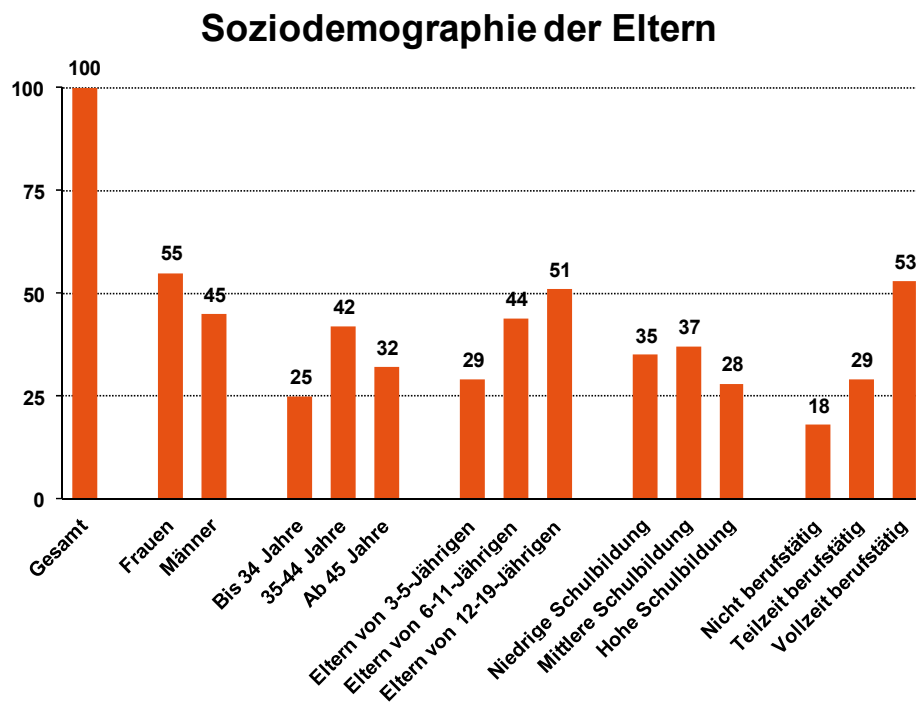
## 2. Familie

### 2.1 Familienstruktur

Im Durchschnitt leben 3,5 Personen in den befragten Haushalten. 44 Prozent der Haushalte sind Drei-Personen-Haushalte, 36 Prozent sind Vier-Personen-Haushalte, in je 10 Prozent der Haushalte wohnen entweder fünf oder mehr Personen oder nur zwei, in diesem Fall 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 also eine Abbildung des bundesdeutschen Familienlebens.

Die Stichprobe der FIM-Studie, wurde wie oben bereits erläutert nach bestimmten Kriterien (Anzahl und Alter der Kinder im Haushalt, Familienform etc.) quotiert. Darüber hinaus gibt es weitere Merkmale der einzelnen Befragten, die im vorliegenden Bericht immer wieder aufgegriffen werden. Eltern und Kinder werden wie häufig üblich nach Alter und nach Geschlecht dargestellt.

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.



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Für die Themen der FIM-Studie ist außerdem der zeitliche Umfang der Berufstätigkeit bedeutsam, da die Beschäftigung mit den Kindern dadurch wesentlich beeinflusst wird. 53 Prozent aller befragten Eltern sind Vollzeit berufstätig, 29 Prozent arbeiten in Teilzeit und 18 Prozent sind nicht berufstätig. 92 Prozent der Männer gehören zu den Vollzeit-Berufstätigen, zwei Prozent arbeiten in Teilzeit und sechs Prozent sind nicht erwerbstätig. Jede zweite Frau in der Stichprobe ist Teilzeit berufstätig, voll berufstätig ist jede Fünfte und nicht erwerbstätig sind 28 Prozent der Frauen.

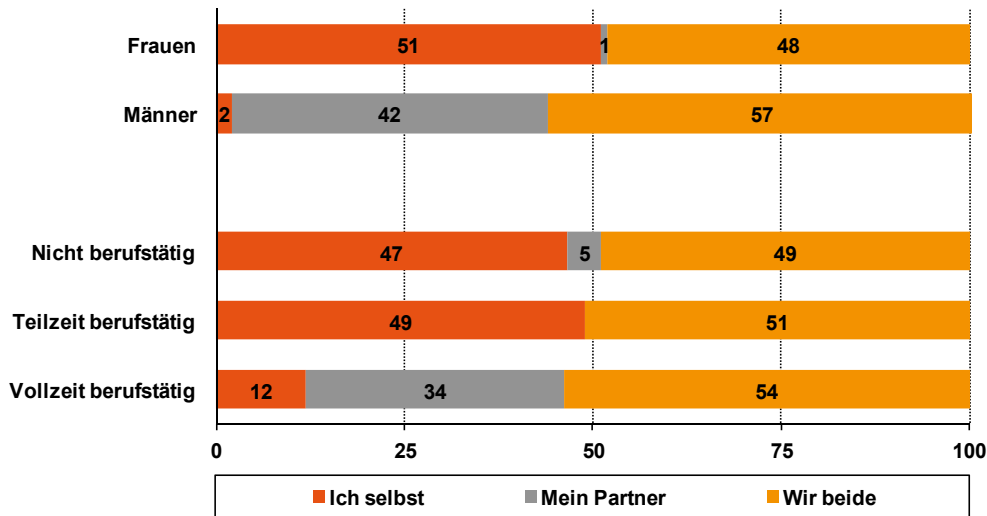
Neben den Altersgruppen und der Berufstätigkeit werden die Eltern in der FIM-Studie häufig nach dem Alter ihrer Kinder dargestellt, da dieses bei vielen Fragestellungen von Interesse ist. Bei solchen Darstellungen ist zu beachten, dass es sich nicht um ausschließliche Gruppen handelt. Eltern, die mehrere Kinder in verschiedenen Altersgruppen haben, beispielsweise sowohl ein Kind zwischen 6 und 11 Jahren, als auch eines zwischen 12 und 19 Jahren, werden hier beiden Gruppen zugeteilt.

Eine weitere Möglichkeit, die Angaben der Eltern zu differenzieren, ist der Grad der formalen Bildung. Diese wird im Folgenden als formale Schulbildung, entsprechend des in der Bundesrepublik Deutschland weit verbreiteten dreigliedrigen Schulsystems, in drei Gruppen dargestellt. Eltern mit einer niedrigeren Schulbildung (Volks- oder Hauptschulabschluss) bilden 35 Prozent der Stichprobe, mit einer mittleren Schulbildung 37 Prozent und Eltern mit hoher Schulbildung (Abitur) machen 28 Prozent der Stichprobe aus.

Die Hälfte der Eltern gibt an, dass sich beide Elternteile um die Erziehung der Kinder kümmern. 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 geben an, dass die Frau die Haupterzieherin ist. Unabhängig vom Umfang der Beschäftigung gibt die Hälfte der Elternteile an, dass sich beide Elternteile um die Erziehung der Kinder kümmern. zwölf Prozent der Vollzeit-Berufstätigen sehen sich selbst als Haupterzieher der Kinder, ein Drittel gibt an, der Partner kümmere sich in erster Linie um die Erziehung. Neben den Eltern spielen die Großeltern bei der Erziehung eine wichtige Rolle: 44 Prozent der Eltern geben an, dass diese sich in einer normalen Woche ebenfalls um die Kinder kümmern.

## Haupterzieher

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



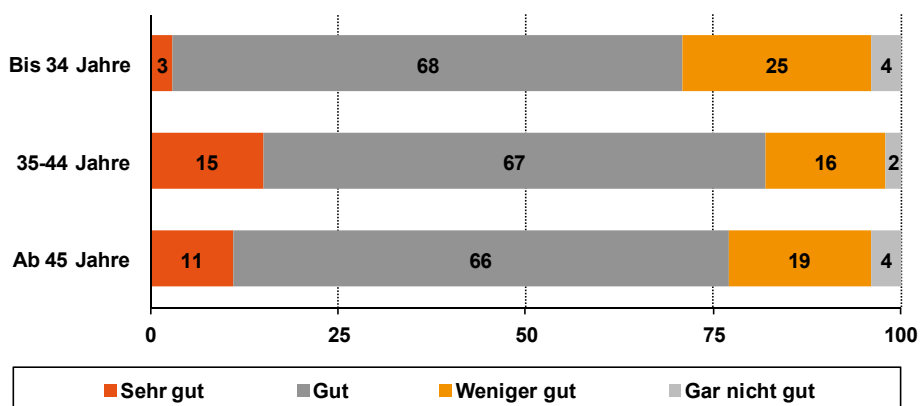
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Gut jeder fünfte befragte Erwachsene beurteilt die finanzielle Situation der eigenen Familie als weniger gut oder gar nicht gut. Zwei Drittel beurteilen sie als gut, jeder Zehnte bewertet die aktuelle finanzielle Situation der Familie mit sehr gut. Diese Frage nach der subjektiven Einschätzung wird von den einzelnen Altersgruppen unterschiedlich beantwortet. Die Eltern in der mittleren Altersgruppe scheinen am ehesten mit ihrer finanziellen Ausstattung zufrieden zu sein, die jüngsten schätzen ihre Finanzsituation am wenigsten gut ein.

## Einschätzung der aktuellen finanziellen Situation der Familie

- Eltern: „Wenn Sie mal an die aktuelle finanzielle Situation ihrer Familie denken. Wie würden Sie diese beurteilen?“ -



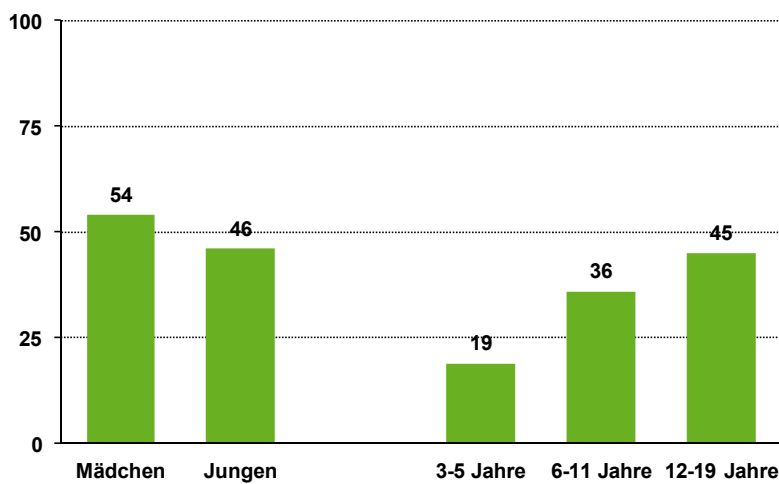
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Die Männer (82 % sehr gut/gut) sind bei der Bewertung der finanziellen Situation etwas zufriedener als die Frauen (74 %) und auch mit zunehmender Schulbildung wird die Finanzsituation der Familie positiver bewertet, mit sehr gut bewerten sie Befragte mit hoher Schulbildung zu 20 Prozent, Befragte mit mittlerer Bildung zu zehn Prozent und mit niedrigerer Bildung zu drei Prozent. Was bei dieser Einschätzung auf reale Unterschiede zurückzuführen ist, was auf subjektiv unterschiedliche Wahrnehmung, muss offen bleiben. Eine Erhebung der materiellen Möglichkeiten der Familie konnte im Rahmen dieser Studie nicht erfolgen.

Wenn in der FIM-Studie generell von Kindern die Rede ist, so sind Kinder im Sinne von Nachkommen der Eltern gemeint, somit auch die ältesten 12- bis 19-Jährigen, die auch als Jugendliche und nicht mehr als Kinder bezeichnet werden könnten. Für die Kinder wird auf die Darstellung nach Bildung oder nach Schulzweig verzichtet, da in der Altersspanne der befragten Kinder ein solcher Vergleich nicht sinnvoll ist. Die vorwiegend dargestellten Zielgruppen innerhalb der Kinderstichprobe sind somit Geschlecht und Alter. Das Geschlecht aller befragten Kinder von 3 bis 19 Jahren verteilt sich wie folgt: 54 Prozent der befragten Kinder sind Mädchen, 46 Prozent sind Jungen.

### Soziodemographie der Kinder

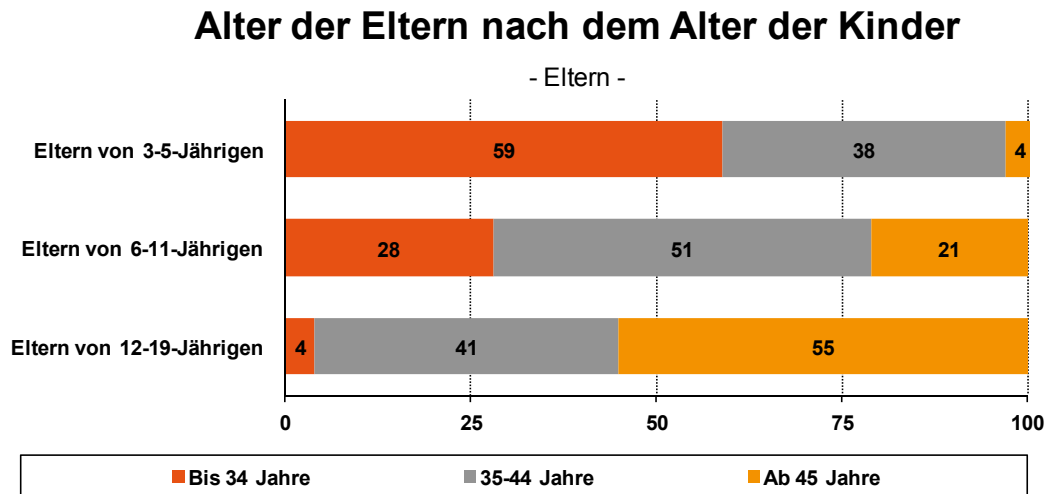


Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

Das Alter der Kinder wird analog zu den in der Befragung unterschiedenen Altersgruppen und den jeweils angepassten Befragungsinstrumenten in drei Gruppen abgebildet: Kinder von 3 bis 5 Jahren (19 %), von 6 bis 11 Jahren (36 %) und von 12 bis 19 Jahren (45 %). Es

gilt im Allgemeinen der plausible Zusammenhang: je jünger die Kinder, desto jünger die Eltern. Ausnahmen bestätigen wie immer die Regel.



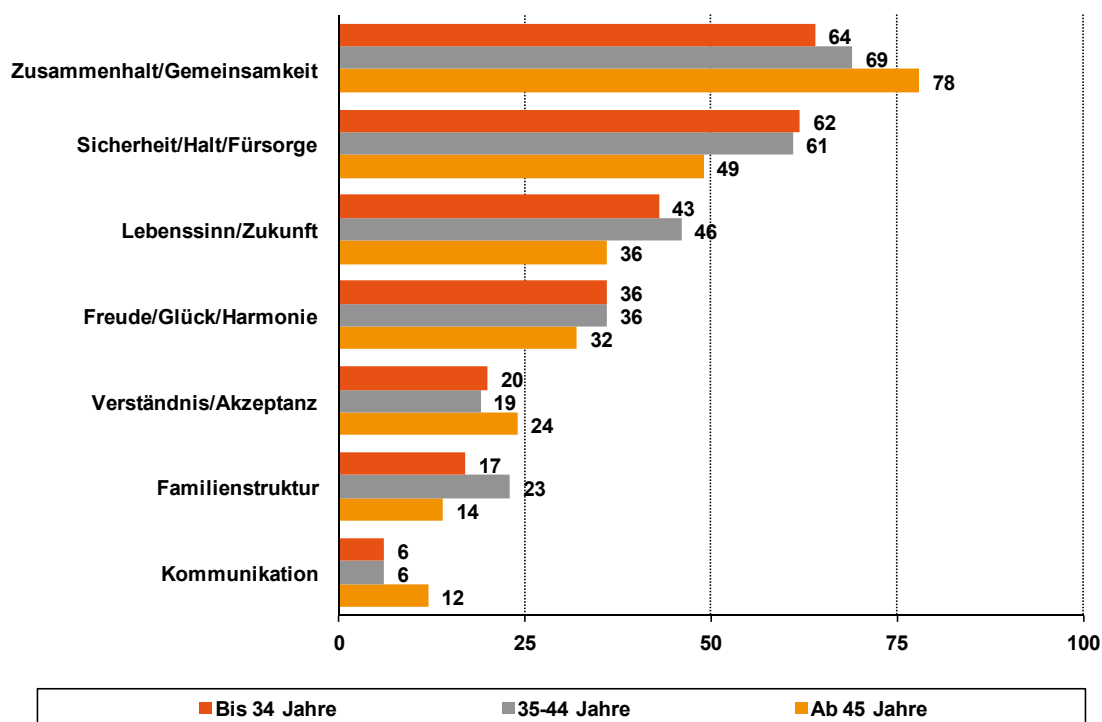
## 2.2 Familienverständnis

Jeder hat unterschiedliche Vorstellungen davon, was „Familie“ für ihn bedeutet. In erster Linie wird Familie jedoch als Ort der Geborgenheit, des Vertrauens und der positiven Unterstützung erlebt. Bei der offenen Abfrage zum Familienverständnis werden von mehr als der Hälfte der Eltern Begriffe wie Zusammenhalt oder Zusammengehörigkeit verwendet, um Familie zu beschreiben. Darauf folgt Geborgenheit, was von 28 Prozent der Eltern genannt wird. Ein Viertel hat das Großziehen der Kinder im Fokus und ebenfalls ein Viertel spricht von Liebe, Zuneigung oder den Menschen, die ich lieb habe. Die verschiedenen Nennungen der Eltern auf die Frage, was für sie persönlich Familie bedeutet, können in sieben Bereiche zusammengefasst werden. Die wichtigste ist Zusammenhalt/Gemeinsamkeit (die Aussagen von 71 % der Eltern können dieser Dimension zugeordnet werden), hierzu zählen die oben genannten Begriffe Zusammenhalt, Zusammengehörigkeit und Zusammenleben, sowie (lebenslange) Loyalität, füreinander da sein, Sorgen und Probleme, aber auch gemeinsame Interessen haben und miteinander Zeit verbringen. An zweiter Stelle steht mit 58 Prozent Sicherheit/Halt/Fürsorge. Hierunter fallen unter anderem die Nennungen Geborgenheit und Liebe, aber auch Rückhalt, Verantwortung, Nähe und ein sicherer Ort. Die Dimension Lebenssinn/Zukunft umfasst Kinder groß ziehen, die Nennungen von Erziehungsaufgaben, wie Wertvermittlung, und auch Begriffe wie mein Leben oder etwas Gutes oder etwas Wertvolles. Männer nennen etwas häufiger Begriffe, die den letzten beiden beschriebenen Kategorien

zuzuordnen sind, Frauen betonen eher den Zusammenhalt und die Gemeinsamkeit. Bei den weiteren Dimensionen gibt es kaum Unterschiede bezüglich der Nennungen zwischen den Geschlechtern. Diese sind Freude/Glück/Harmonie (35 %), Verständnis/Akzeptanz, wozu auch Achtung und Vertrauen zählen (21 %). Die Dimension Familienstruktur (19 %) umfasst die Aufzählung der Familienmitglieder und die Nennung verheiratet sein. Diese Dimension wird mit 23 Prozent häufiger von den Eltern genannt, die zwischen 35 und 44 Jahre alt sind (bis 34 Jahre: 17 %; ab 45 Jahre: 14 %). Zuletzt können noch die Nennungen rund um Kommunikation, Aufmerksamkeit und Zuhören zu der Dimension Kommunikation zusammengefasst werden, acht Prozent der Nennungen fallen hierauf.

### Familienverständnis

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



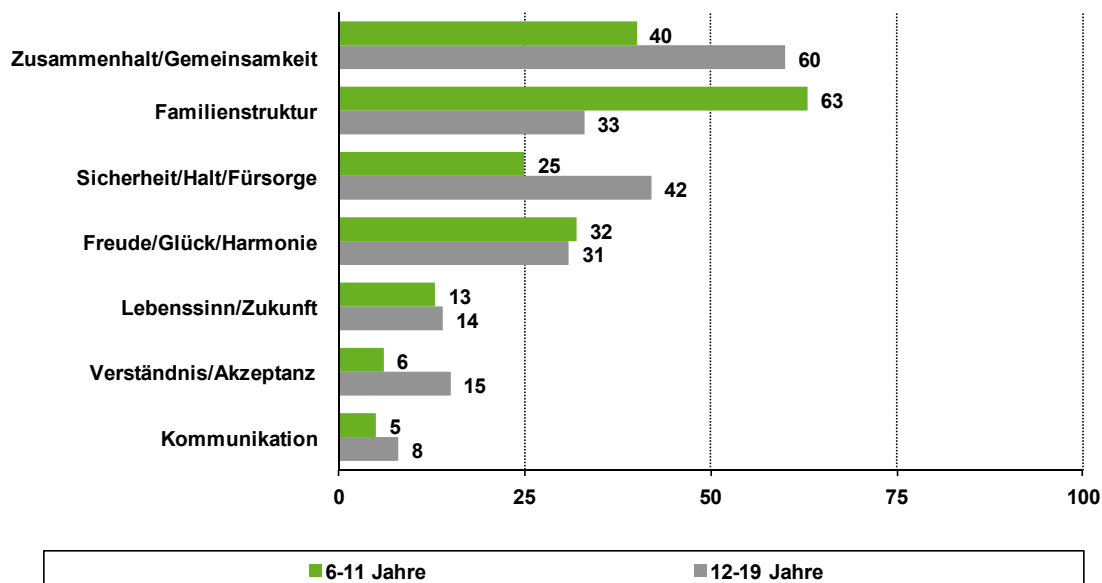
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Auch bei Kindern stehen Zusammenhalt und Gemeinsamkeit bei der Beschreibung von Familie im Vordergrund, die Hälfte der Befragten nennt Begriffe dieser Art. Knapp die Hälfte der Nennungen können dem Bereich Familienstruktur zugeordnet werden, vor allem die Jüngeren zwischen 6 und 11 Jahren beschreiben Familie, indem sie aufzählen, wer für sie zur Familie zählt.

## Familienverständnis

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

Die gestützte Abfrage zum Familienverständnis bestätigt den Eindruck, dass Familie hauptsächlich als ein positiver und bestärkender Rückzugsort wahrgenommen wird. Antwortmöglichkeiten, die den Themenbereichen Geborgenheit und Vertrauen (von allen Eltern stimmen hier 85 % voll und ganz zu) und Unterstützung (70 %) angehören, erfahren die größte Zustimmung von Eltern und Kindern. Nur sechs Prozent der Eltern und zehn Prozent der 12- bis 19-Jährigen stimmen 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 „Es kommt vor, dass ich meine Zeit lieber woanders vertreibe, damit ich nicht nach Hause gehen muss“) erfahren eine äußerst geringe Zustimmung. Die Übereinstimmung zwischen Kindern – all diese Fragen wurden nur den Ab-12-Jährigen gestellt – und ihren Eltern ist bei diesem Themenbereich, wie in der gesamten Studie, sehr hoch. Die abgebildete Tabelle 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 ist hier mit 44 Prozent mehr als doppelt so hoch wie die der Eltern. Für Väter ist die finanzielle Absicherung in der Familie wichtiger als für Mütter, knapp die Hälfte der männlichen Befragten, aber nur ein Drittel der Frauen stimmen der Aussage „In meiner Familie ist die finanzielle Absicherung sehr wichtig“ voll und ganz zu. Außerdem sind für ein Viertel der Eltern klare Strukturen innerhalb einer Familie

sehr wichtig. Religiöse Werte spielen dagegen für gut zwei Drittel der befragten Eltern keine größere Rolle.

## Familienverständnis

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

	Eltern von 12-19-Jährigen	Kinder (12-19 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 weiter zu vermitteln.	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 verbringe, 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.		2 %

Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 12-19-Jährigen, n=241; Kinder (12-19 Jahre), n=173

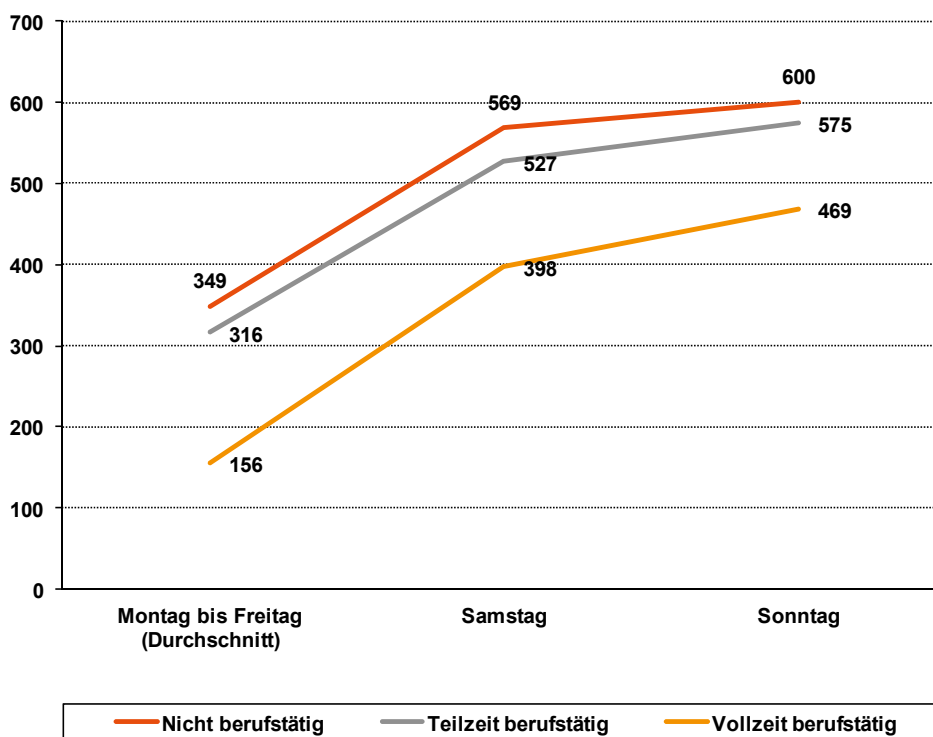


### 2.3 Gemeinsame Zeit und Familienaktivitäten

Nach eigener Schätzung verbringen Mütter und Väter an Werktagen (Montag bis Freitag) im Durchschnitt 237 Minuten, also knapp vier Stunden mit ihren Kindern, an Samstagen sind es 466 Minuten und an Sonntagen sind es durchschnittlich 524 Minuten. An einem Durchschnittstag, von Montag bis Sonntag, verbringen Eltern somit gut fünf Stunden mit ihren Kindern. Frauen geben für Montag bis Freitag 308 Minuten an, dieser Wert ist doppelt so hoch wie der, den die befragten Männer angeben. Am Wochenende verringert sich der Abstand zwischen der Zeit, die Männer und Frauen mit ihren Kindern zubringen, nur leicht. Bei der Betrachtung der verschiedenen Berufstätigkeitsgruppen zeigt sich, dass auch die Vollzeit-Berufstätigen sowohl unter der Woche, als auch am Wochenende kürzer mit ihren Kindern zusammen sind, als die Teilzeit- und Nicht-Berufstätigen. Interessant ist hier, dass die Nicht-Berufstätigen nur geringfügig mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen, als die Teilzeit-Berufstätigen. Es kann also angenommen werden, dass in Teilzeit arbeitende Eltern ihre Arbeitszeiten an die Schulzeiten (bzw. Kindergartenzeiten) der Kinder anpassen, um ihre Freizeit mit den Kindern nutzen zu können.

#### Gemeinsam mit den Kindern verbrachte Zeit

- Eltern: Angaben in Minuten -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Minuten

Basis: Eltern, n=468

Mit zunehmendem Alter der Kinder geht die gemeinsam mit den Eltern verbrachte Zeit zurück, da man vor allem am Wochenende weniger zusammen ist. Eltern von 12- bis 19-Jährigen verbringen an einem Durchschnittstag 256 Minuten mit ihren Kindern, die 12- bis 19-Jährigen selbst geben für den Durchschnittstag als gemeinsame Zeit mit ihren Eltern 265 Minuten an. Die Selbsteinschätzung der Eltern in Bezug auf die gemeinsam verbrachte Zeit wird damit von ihren Kindern bestätigt.

## Gemeinsam mit den Kindern verbrachte Zeit

- Eltern: Angaben in Minuten -

	Eltern von 3-5-Jährigen	Eltern von 6-11-Jährigen	Eltern von 12-19-Jährigen
<b>Montag bis Freitag (Durchschnitt)</b>	275	253	203
<b>Samstag</b>	568	521	363
<b>Sonntag</b>	624	592	413
<b>Montag bis Sonntag (Durchschnitt)</b>	367	340	256

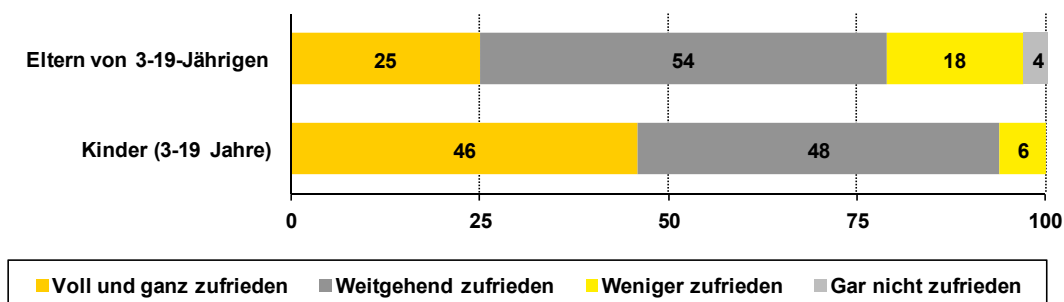
Quelle: FIM 2011, Angaben in Minuten

Basis: Eltern, n=468

Wie wichtig die gemeinsame Familienzeit ist, zeigt sich auch in dem Ergebnis, dass die Zufriedenheit mit dem gemeinsamen Zeitbudget und die Menge der Zeit, die gemeinsam verbracht wird, zueinander in Beziehung steht. Die Befragten aller Generationen, die verhältnismäßig viel Zeit mit ihren Kindern bzw. ihren Eltern verbringen, sind auch im Verhältnis zum Durchschnitt zufriedener mit dem gemeinsamen Zeitbudget. Somit ist auch nachvollziehbar, dass vor allem Männer und Vollzeit-Berufstätige mit dem zeitlichen Umfang, den sie mit ihren Kindern haben, unzufriedener sind. Alles in allem ist jeder vierte befragte Erwachsene voll und ganz zufrieden und jeder fünfte ist weniger oder gar nicht mit dem gemeinsamen Zeitbudget zufrieden. Die befragten Kinder sind mit dem zeitlichen Umfang, den sie mit ihren Eltern verbringen sehr zufrieden, nur sechs Prozent sind weniger zufrieden und keins der befragten Kinder gab an, gar nicht mit dem gemeinsamen Zeitbudget zufrieden zu sein.

## Zufriedenheit mit gemeinsamem Zeitbudget

- Eltern & Kinder (3-19 Jahre) -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

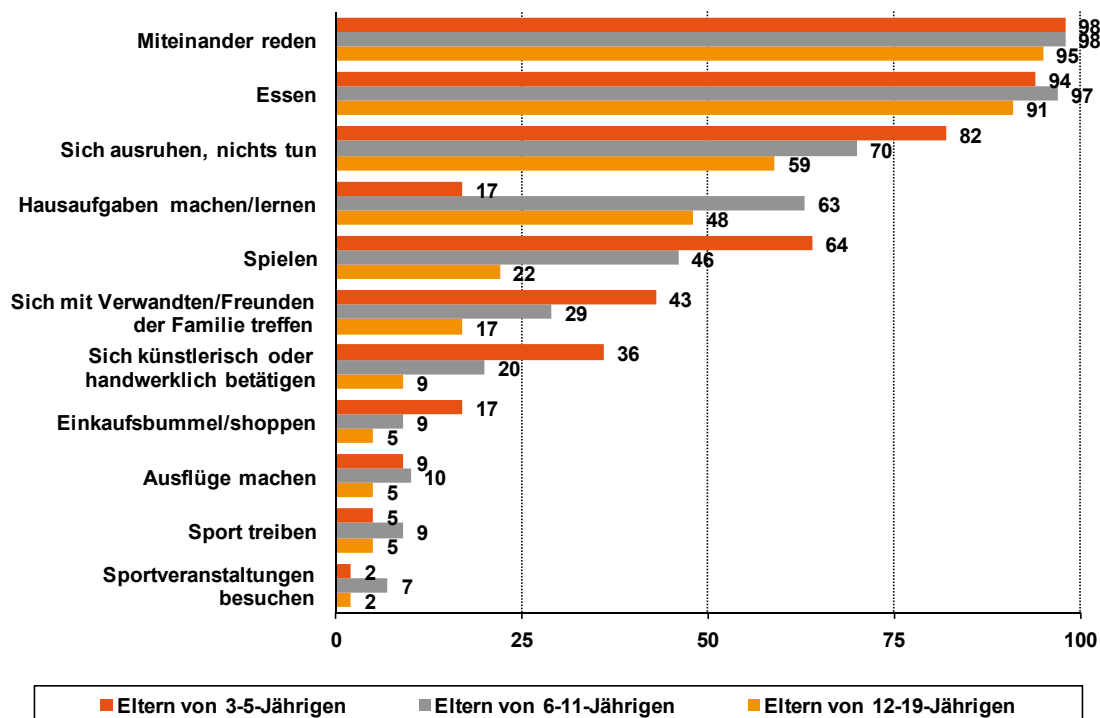
Basis: Eltern, n=468; Kinder (3-19 Jahre), n=388

Neben dem Umfang der Zeit, die gemeinsam verbracht wird, ist auch interessant, was in dieser Zeit stattfindet. Gemeinsam essen und miteinander reden gehört in fast allen Familien zum Alltag. 86 Prozent reden täglich mit ihren Kindern und drei Viertel der Eltern geben an, täglich gemeinsam mit ihren Kindern Mahlzeiten einzunehmen. 93 Prozent essen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, mit ihren Kindern. Hier unterscheiden sich Männer und Frauen kaum.<sup>2</sup> Bei vielen Tätigkeiten herrschen hingegen deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. 59 Prozent der Frauen, aber nur jeder vierte Mann macht Hausaufgaben oder lernt regelmäßig mit seinen Kindern. Hier, wie auch bei vielen anderen Tätigkeiten, hat das Alter der Kinder natürlich wesentlichen Einfluss darauf, wie häufig die verschiedenen Aktivitäten gemeinsam gemacht werden. So lernt gut die Hälfte der Eltern von Kindern ab 6 Jahren regelmäßig gemeinsam mit den Kindern beziehungsweise macht mindestens mehrmals die Woche mit den Kindern Hausaufgaben. Dagegen spielen und basteln Eltern mit jüngeren Kindern häufiger, zwei Drittel der Eltern der jüngsten Altersgruppe spielen mindestens mehrmals die Woche mit den Kindern. Sportliche Aktivitäten werden eher selten gemeinsam mit Kindern gemacht. 29 Prozent der Eltern treiben nie, ein Drittel maximal einmal im Monat, mit ihren Kindern Sport. Sportveranstaltungen werden noch seltener gemeinsam besucht.

<sup>2</sup> Lediglich bei der Anzahl der gemeinsamen Mahlzeiten am Tag zeigt die Tagebuchehebung Unterschiede zwischen Männern und Frauen.

## Gemeinsame Freizeitaktivitäten mit den Kindern

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

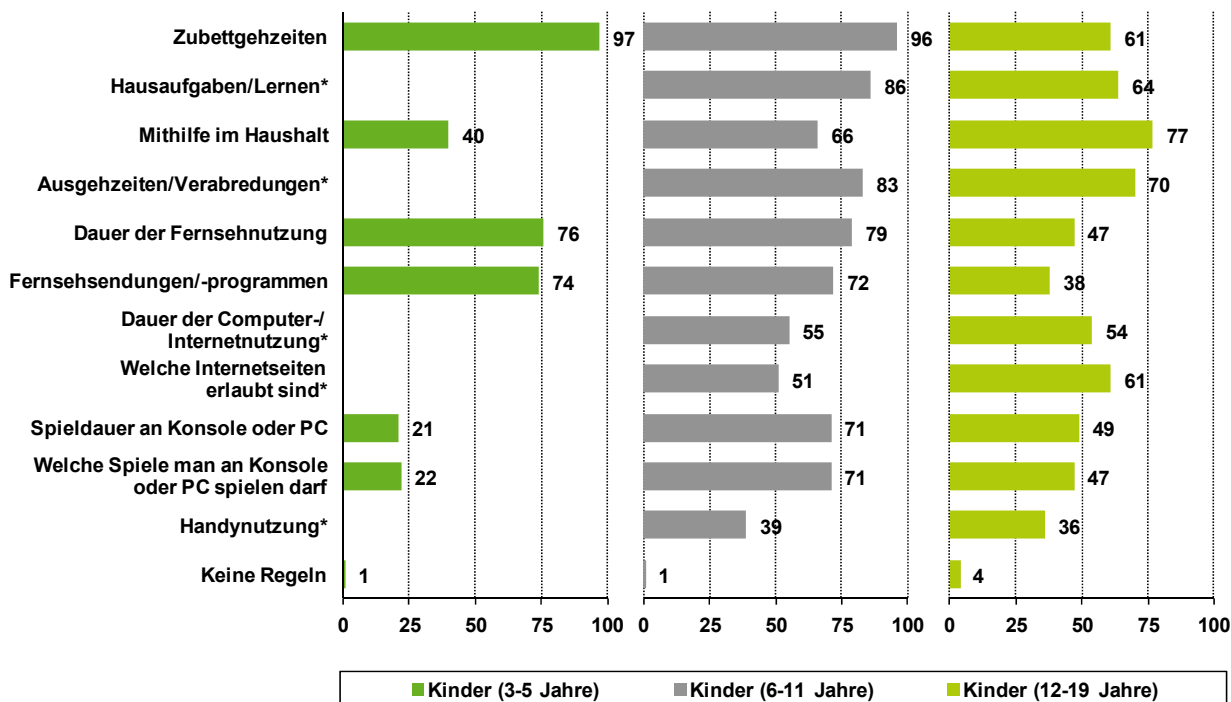
## 2.4 Regeln in der Familie

Regeln sind ein wichtiger Bestandteil des familiären Lebens und der Kindererziehung. Die Bedeutsamkeit 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 gibt es durchschnittlich für sechs der elf abgefragten Bereiche Regeln. Die meisten Regeln, im Durchschnitt acht, haben Familien mit 6- bis 11-jährigen Kindern. Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die durchschnittliche Anzahl an geregelten Bereichen wieder ab.

## Familienregeln

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



Quelle: FIM2011, Angaben in Prozent

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

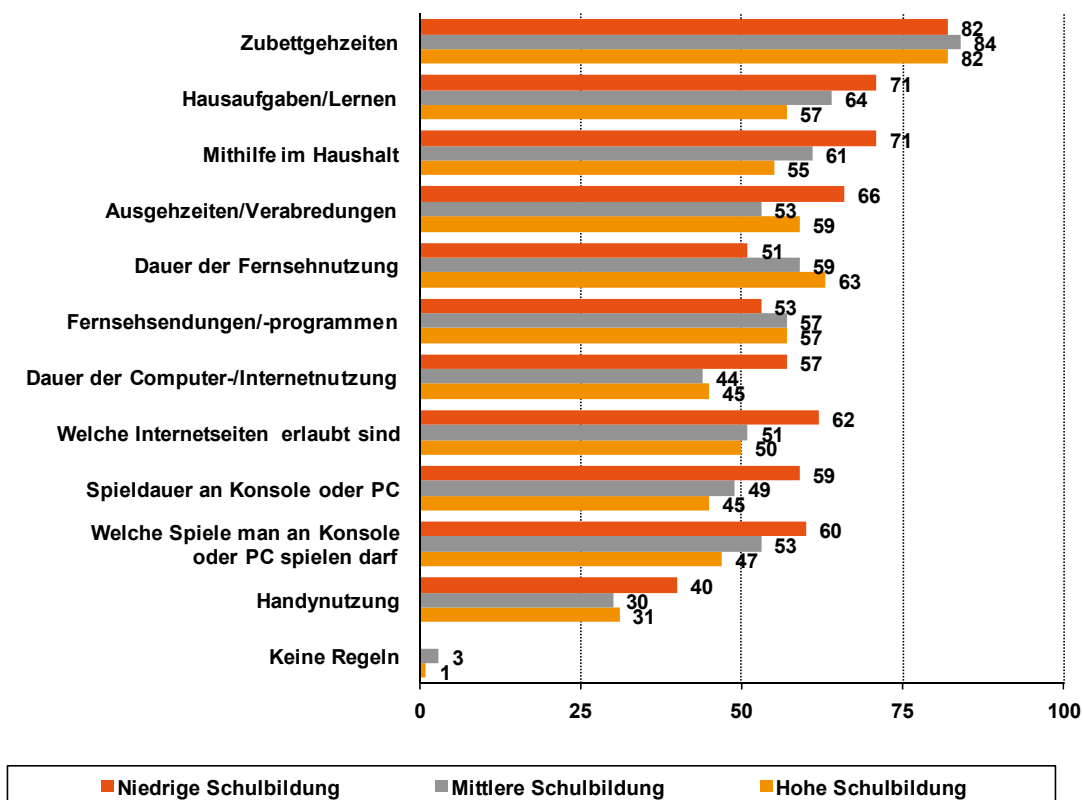
\* Nur für die Teilstichprobe 6-19 Jahre abgefragt

Regeln zur Schlafenszeit sind am weitesten verbreitet. Für fast alle Kinder unter 12 Jahren gibt es hierzu Regeln und diese werden auch nur selten gebrochen.

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 haben für ihre Kinder häufiger Regeln aufgestellt als Eltern mit mittlerer oder höherer Schulbildung. Das gilt für alle abgefragten Bereiche außer für die Dauer und die Inhalte der Fernsehnutzung, hierfür haben Eltern mit höherer Bildung häufiger Regeln für ihre Kinder.

## Regeln in der Familie

- Eltern: es gibt Regeln zu ... -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Bei den Medien ist etwas häufiger geregelt, welche Inhalte konsumiert werden dürfen, als wie lange die verschiedenen Medien genutzt werden dürfen. Die Regeln zu den Inhalten der Mediennutzung werden laut den Angaben der befragten Eltern auch strikter durchgesetzt als die Regeln zur Dauer der Mediennutzung. So geben beispielsweise 85 Prozent der Eltern, die geregelt haben welche Internetseiten ihre Kinder besuchen dürfen, an, dass dies immer beziehungsweise fast immer eingehalten wird. Von diesen Eltern lassen auch nur sieben Prozent häufig und weitere fünf Prozent gelegentlich Ausnahmen von dieser Regel zu. Die Nutzung von Onlineinhalten ist somit der am strengsten geregelte Bereich. Ähnlich weit verbreitet und auch ähnlich strikt eingehalten werden Vorgaben zu Fernsehprogrammen und zu PC-Spielen. Zur Handynutzung hat 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 geben 46 Prozent an Regeln zur Handynutzung aufgestellt zu haben.

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

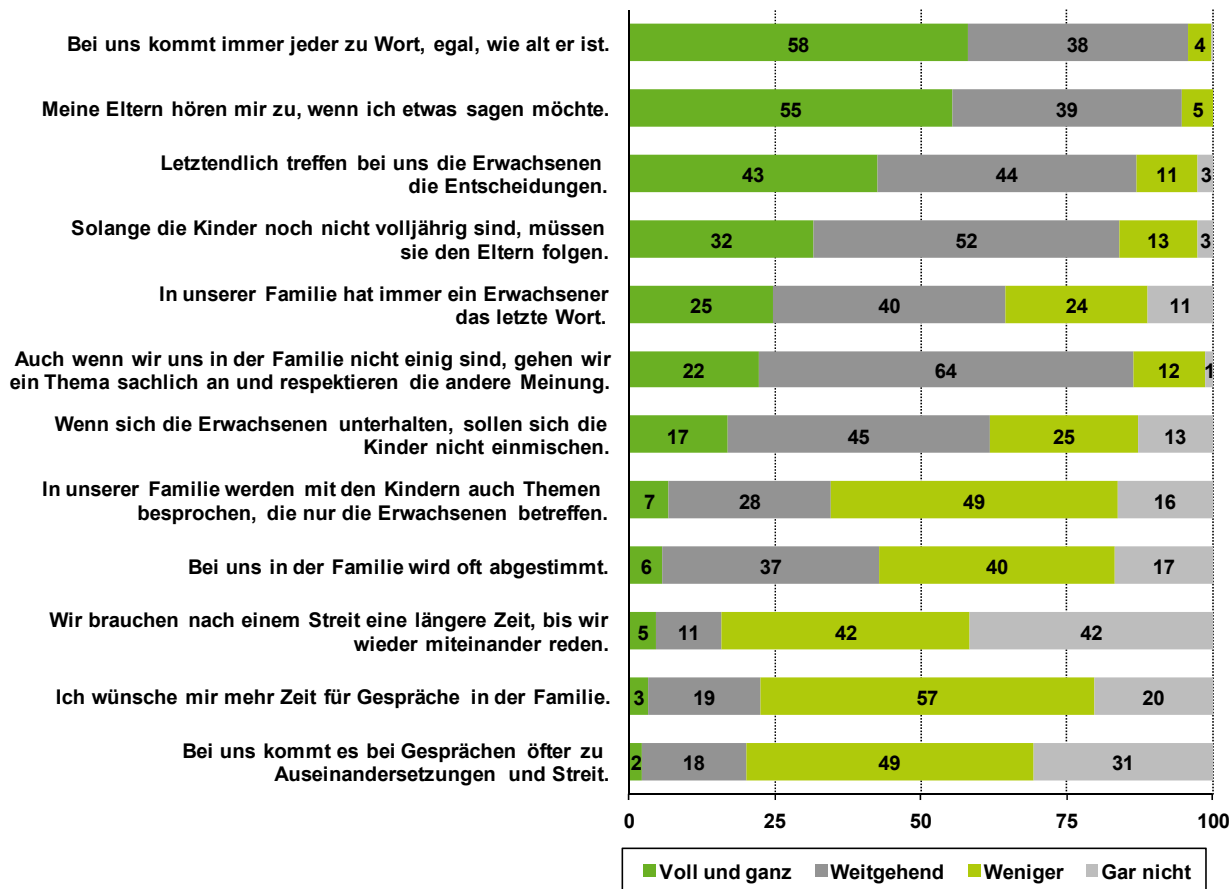
#### **3.1 Kommunikationsklima und familiäre Entscheidungen**

Das Wohlbefinden in einer sozialen Gruppe hängt stark davon ab, wie die einzelnen Gruppenmitglieder miteinander umgehen und vor allem, wie sie miteinander kommunizieren. Auf die Kernfamilie trifft dies im Besonderen zu. Auch die Erfüllung der gesellschaftlichen Funktionen der Familie, insbesondere die Sozialisationsfunktion, fällt in einem positiven Kommunikationsklima leichter.

Um einen Einblick in das Gesprächsklima der Familien zu erhalten, sollten für die FIM-Studie alle Befragten ab 6 Jahren Aussagen zur Familienkommunikation dahingehend bewerten, ob diese auf die Gespräche in der eigenen Familie zutreffen. Die größte Zustimmung erfährt „Bei uns kommt immer jeder zu Wort, egal wie alt er ist“. 57 Prozent der Eltern und 58 Prozent der 6- bis 19-Jährigen stimmen dieser Aussage voll und ganz zu und jeweils nur vier Prozent meinen, dies treffe weniger auf die Gespräche in der Familie zu. Niemand lehnt diese Aussage ab. Dieses Ergebnis und auch die fast ebenso hohe Zustimmung der Kinder zu dem Satz „Meine Eltern hören mir zu, wenn ich etwas sagen möchte“ zeigt, dass die Kommunikation in den Familien im Großen und Ganzen als angenehm empfunden wird und dass Kinder grundsätzlich angehört werden. Auf einen sehr demokratischen Kommunikationsstil weist die Aussage „Bei uns in der Familie wird oft abgestimmt“. Die Zustimmung zu dieser Aussage (voll und ganz: 8 %, weitgehend: 34 %) ist allerdings wesentlich geringer als zu den zuvor beschriebenen. Ebenfalls für ein positives Gesprächsklima in den Familien spricht, dass jeder dritte Erwachsene voll und ganz bestätigt, dass auch dann ein Thema sachlich angegangen wird und die andere Meinung respektiert wird, wenn man sich in der Familie nicht einig ist. Insgesamt beläuft sich die Zustimmung der Eltern zu dieser Aussage auf 92 Prozent, die der befragten 6- bis 19-Jährigen auf 86 Prozent. Auch die große Ablehnung der Aussagen „Bei uns kommt es bei Gesprächen öfter zu Auseinandersetzungen und Streit.“ und „Wir brauchen nach einem Streit eine längere Zeit, bis wir wieder miteinander reden.“ (mehr als 80 % der Eltern und der Kinder von 6 bis 19 Jahren stimmen beiden Aussagen weniger oder gar nicht zu) deutet auf eher harmonische Kommunikationsverhältnisse in den Familien hin.

## Statements zur Familienkommunikation

- Kinder (6-19 Jahre): stimme zu ... -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

Einen weiteren thematischen Bereich zur Familienkommunikation bilden die Aussagen „Ich wünsche mir mehr Zeit für Gespräche in der Familie“ und „Häufiger habe ich das Gefühl, dass ich nicht ausreichend über Themen, die die Kinder beschäftigen, informiert bin“ (letzteres wurden nur die Eltern gefragt). Die Zustimmung zu diesen beiden Aussagen ist generell auf einem eher niedrigen Niveau. 46 Prozent der Eltern wünschen sich mehr Zeit für Gespräche. Bei den Kindern sieht das anders aus, nur 23 Prozent der 6- bis 19-Jährigen stimmen hier zumindest weitgehend zu, am stärksten ist der Wunsch nach mehr Gesprächszeit mit den Eltern bei den Kindern im Grundschulalter ausgeprägt, von ihnen äußern sich 34 Prozent entsprechend.

27 Prozent der befragten Eltern fühlen sich nicht genügend informiert. Vor allem über die Themen Schule oder Kindergarten, Probleme, Gefühle, Sorgen, Interesse und Wünsche der Kinder würden die Eltern gerne mehr wissen. Aber auch in Bezug auf den Umgang ihrer Kin-



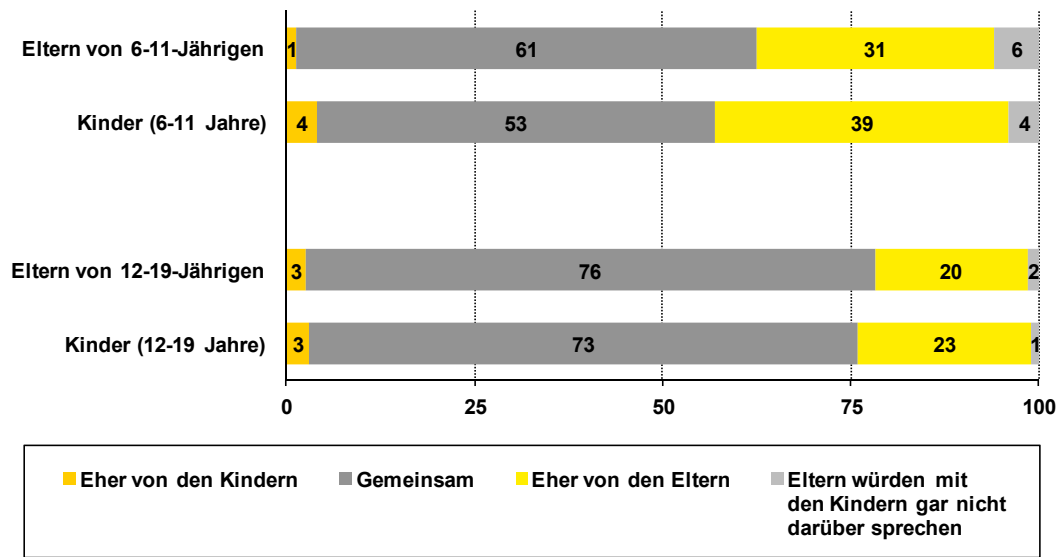
der mit Anderen, deren Freunde, Liebe sowie deren Tagesgeschehen fühlen sich die Eltern zu wenig informiert. Mit zunehmendem Alter der Kinder steigt bei den Eltern der Eindruck der zu geringen Information über Kinderthemen. Ein Mangel an Information an Kinderthemen geht häufig mit einer Vollzeit Beschäftigung einher, somit sind Väter hier eher betroffen und stimmen auch eher zu (31 %) Informationsdefizite zu haben.

Auch in einem angenehmen und gleichberechtigten Kommunikationsklima obliegen die Entscheidungen innerhalb der Familien vorwiegend den Eltern. Das zeigt der Umstand, dass die Aussagen „Letztendlich treffen bei uns die Erwachsenen die Entscheidungen“ und „Solange die Kinder noch nicht volljährig sind, müssen sie den Eltern folgen“ bei Eltern und Kindern sehr große Zustimmung finden. Vor allem von den 6- bis 11-Jährigen bestätigt ein Großteil dies voll und ganz (57 % und 44 %), bei den Befragten ab 12 Jahren geht die Zustimmung hier deutlich zurück. Die Einstellung der Eltern zu diesen Statements ist jedoch unabhängig vom Alter ihrer Kinder und von anderen soziodemographischen Merkmalen.

An zwei konkreten Beispielen sollte in der FIM-Studie herausgefunden werden, wie das Entscheidungsverhalten in Familien aussieht. Dafür sollten alle Befragten angeben, ob zum einen die Auswahl eines Restaurants für einen gemeinsamen Restaurantbesuch und zum anderen der Kauf eines Fernsehgerätes für das Wohnzimmer mit den Kindern besprochen würde. Falls dies der Fall sei, sollte außerdem genannt werden, wer im Endeffekt die Entscheidung fällen würde, ob diese gemeinsam von Kindern und Eltern, eher von den Kindern oder eher von den Eltern getroffen würde. Bei dieser Fragestellung stimmen Kinder und Eltern sehr gut überein, die Kinder können ihr Mitspracherecht somit sehr gut einschätzen. Eindeutig ist das Ergebnis, dass der Einbezug der Kinder vom Entscheidungsobjekt abhängt. Die eher alltägliche und kurzfristige Entscheidung, welches Restaurant besucht wird, wird laut der Eltern in der Regel mit den Kindern besprochen und auch gemeinsam entschieden. Beim Kauf eines Fernsehers liegt die Entscheidung über ein neues Gerät dagegen deutlich bei den Eltern. Mit dem Alter der Kinder nimmt das Mitspracherecht bei solchen Entscheidungen zu.

## Auswahl eines Restaurants

- Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Entscheidung würde getroffen... -

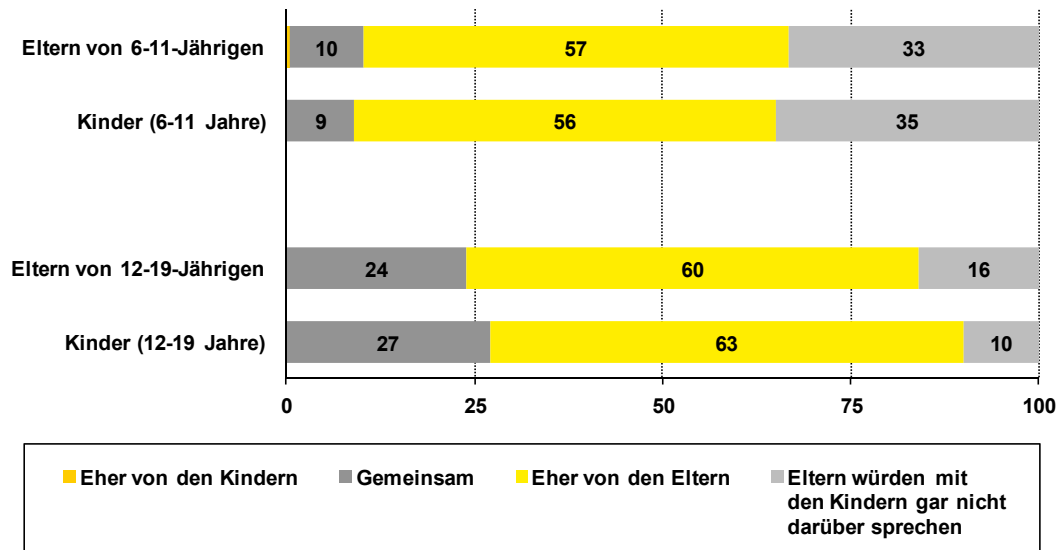


Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383; Kinder (6-19 Jahre), n=313

## Kauf eines Fernsehers für das Wohnzimmer

- Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Entscheidung würde getroffen... -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383; Kinder (6-19 Jahre), n=313

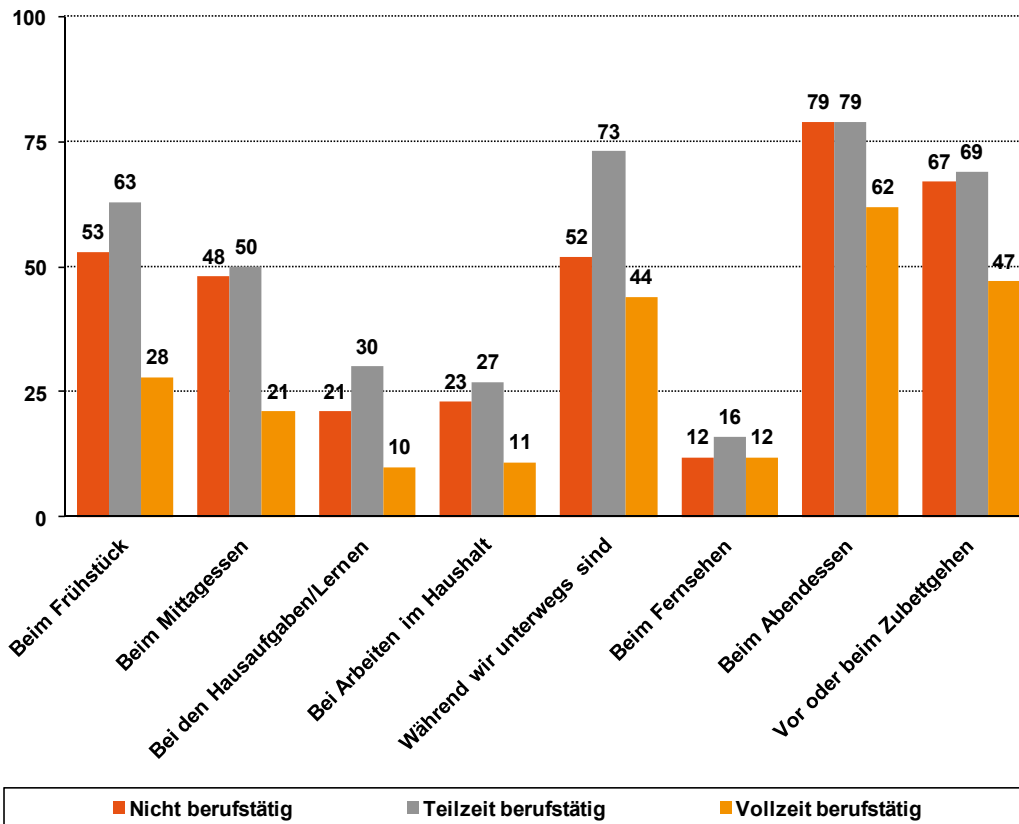
### 3.2 Situationen für Gespräche

In den Familien werden vorwiegend am Abend Gespräche mit den Kindern geführt. 70 Prozent aller Eltern geben an, während des Abendessens häufig mit ihren Kindern zu sprechen, nur acht Prozent tun dies seltener oder nie und vor dem Zubettgehen tauschen sich 57 Prozent der Eltern häufig mit ihren Kindern aus. Generell sind Mahlzeiten typische Situationen für Gespräche mit den Kindern, allerdings werden diese (zumindest tagsüber) eher von den Frauen, als von den Männern, sowie eher von den Teilzeit- und Nicht-Berufstätigen als von den Vollzeit-Erwerbstätigen genutzt. Über die Hälfte der Eltern nutzt außerdem unterwegs die Gelegenheit für Gespräche mit den Kindern. Hier stechen die Teilzeit-Berufstätigen besonders hervor, von ihnen geben drei Viertel an, sich häufig mit ihren Kindern auszutauschen, wenn sie gemeinsam unterwegs sind. Im Vergleich dazu gibt die Hälfte der Nicht-Erwerbstätigen an, in solchen Situationen häufiger Unterhaltungen mit den Kindern zu führen. Die alltäglichen Arbeiten im Haushalt, wie beispielsweise Kochen, werden von jeder vierten Frau oder jedem vierten Teil- oder Nicht-Erwerbstätigen und von jedem zehnten Mann oder jedem zehnten Vollzeit-Berufstätigen für Gespräche mit den Kindern genutzt. Für jeden dritten Teilzeit-Berufstätigen gehört auch das Lernen zu den Situationen, in denen man sich häufig mit den Kindern austauscht.

Zu 34 Prozent sprechen die Eltern jedoch nie beim Lernen und Hausaufgaben machen mit ihren Kindern. Auch während dem Fernsehen wird eher nicht miteinander gesprochen, ca. 50 Prozent der Eltern geben an, selten oder nie mit den Kindern beim Fernsehen zu sprechen.

## Typische Situationen für Gespräche mit den Kindern

- Eltern: häufig -



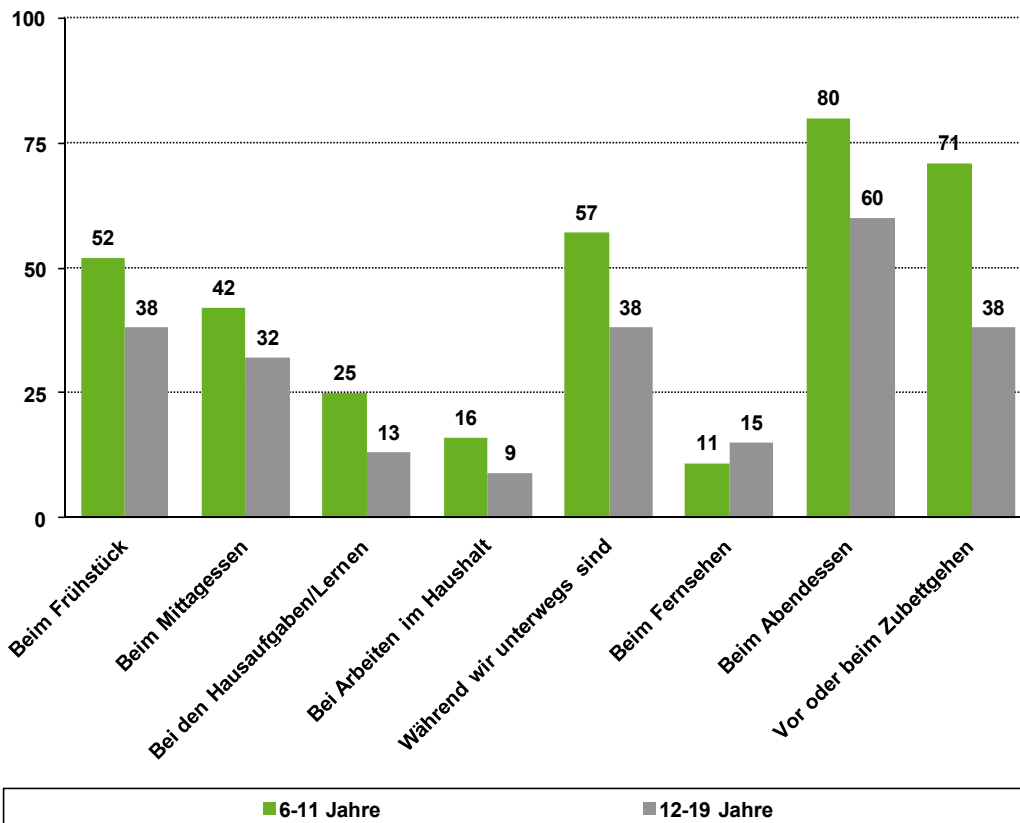
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Differenziertere Aussagen lassen die Ergebnisse der Kinder zu. Hier zeigt sich, dass eher die 12- bis 19-Jährigen beim Fernsehen mit ihren Eltern reden. Alle anderen Situationen werden eher von den Jüngeren für Gespräche mit den Eltern genutzt. Insgesamt bestätigen die Kinder jedoch die Aussagen ihrer Eltern. Wenn beide Altersgruppen der Kinder zusammengefasst werden, lassen sich nur sehr geringe Abweichungen zwischen Eltern- und Kinderaussagen feststellen.

## Typische Situationen für Gespräche mit den Eltern

- Kinder (6-19 Jahre): häufig -



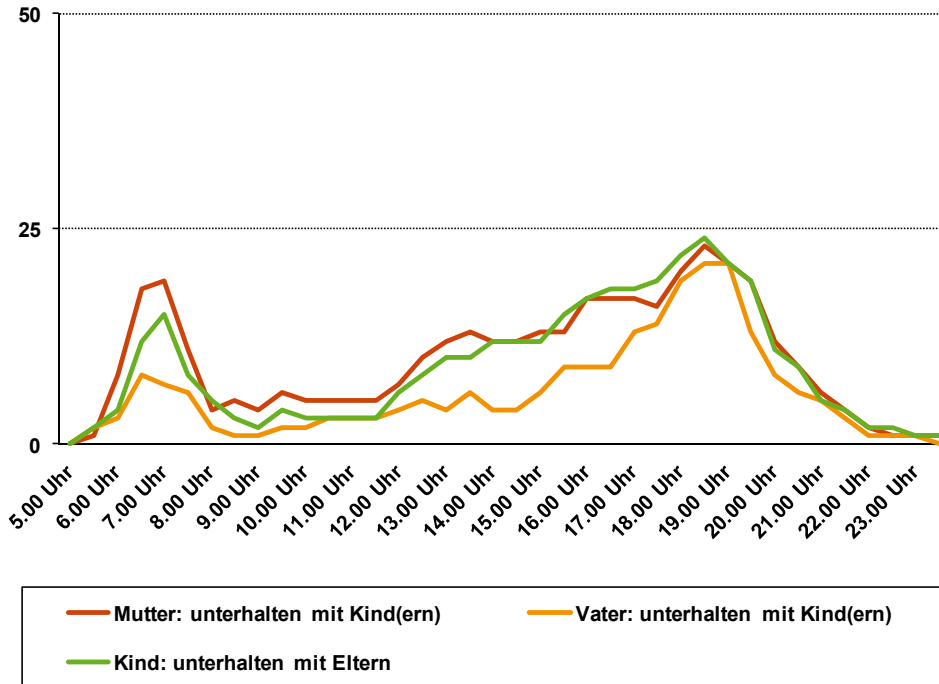
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

Die Tagebuchehebung eines Teils der Befragten gibt Aufschluss darüber, wie ein durchschnittlicher Tag von Familien in Deutschland abläuft. Wie oben bereits festgestellt, sind die beiden wichtigsten oder häufigsten gemeinsamen Tätigkeiten Essen und miteinander reden. Beide Tätigkeiten sind in der Tagesverlaufsgaphik für die einzelnen Familienmitglieder dargestellt. Hier zeigt sich, dass Unterhaltungen zwischen Eltern und Kindern zwar nicht nur, aber vorwiegend während den Mahlzeiten stattfinden. Vor allem das gemeinsame Abendessen bietet Raum für Gespräche zwischen allen Familienmitgliedern. Auch beim Frühstück und beim Mittagessen wird miteinander geredet, wobei hier und auch am Nachmittag die Väter etwas außen vor sind. Da am Wochenende keine Unterschiede zwischen Müttern und Vätern festzustellen sind, lässt sich die Differenz an den Werktagen durch die häufigere Berufstätigkeit der Männer erklären.

## Zeiten für Gespräche Montag - Freitag

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

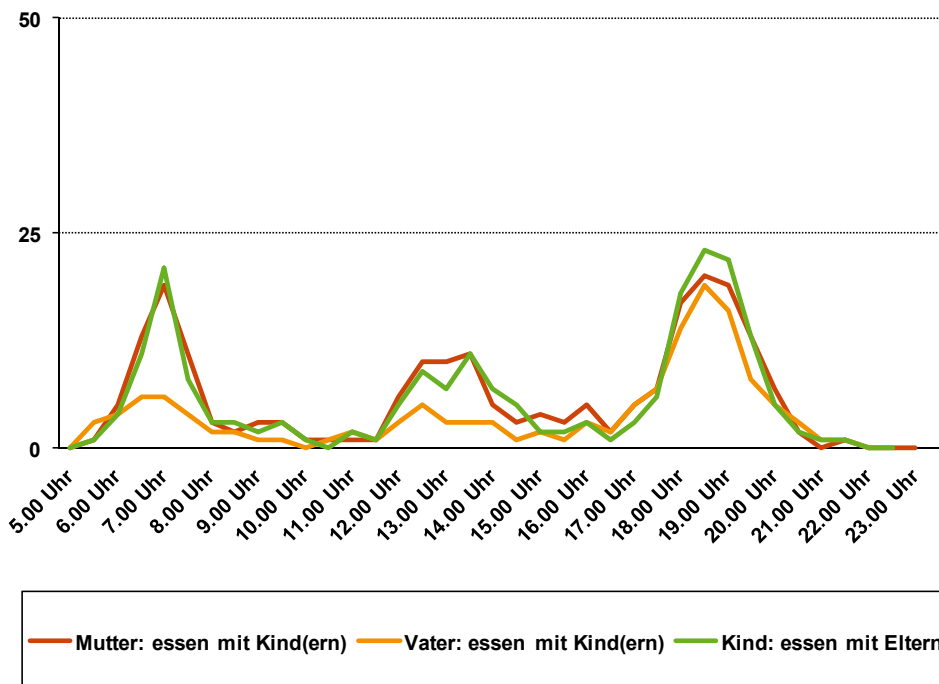


Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern-Tagebücher, n=684;  
Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=555

## Essenszeiten Montag - Freitag

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

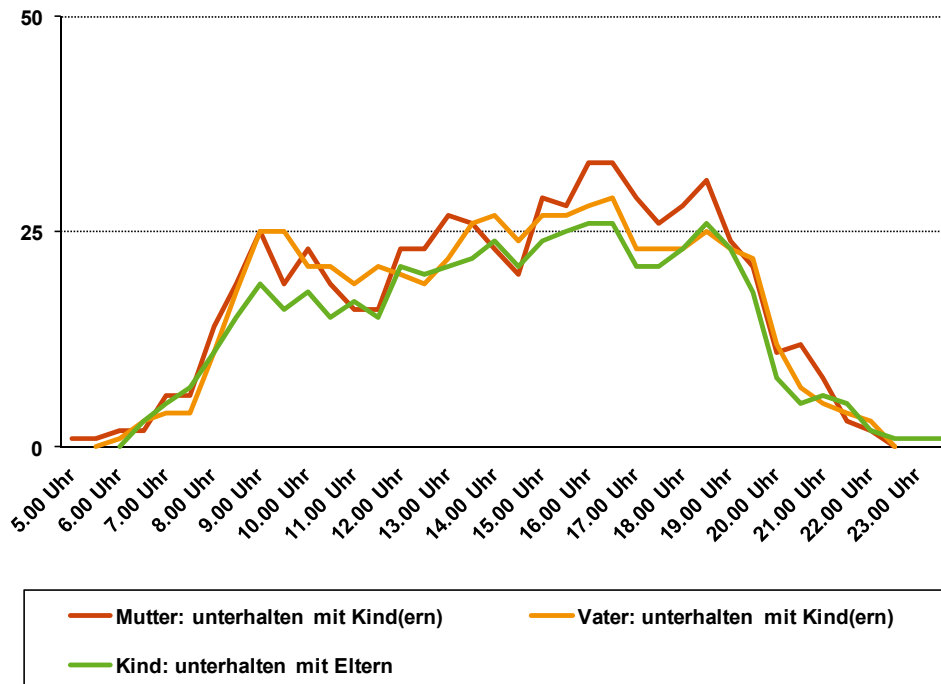


Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern-Tagebücher, n=684;  
Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=555

## Zeiten für Gespräche Samstag - Sonntag

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

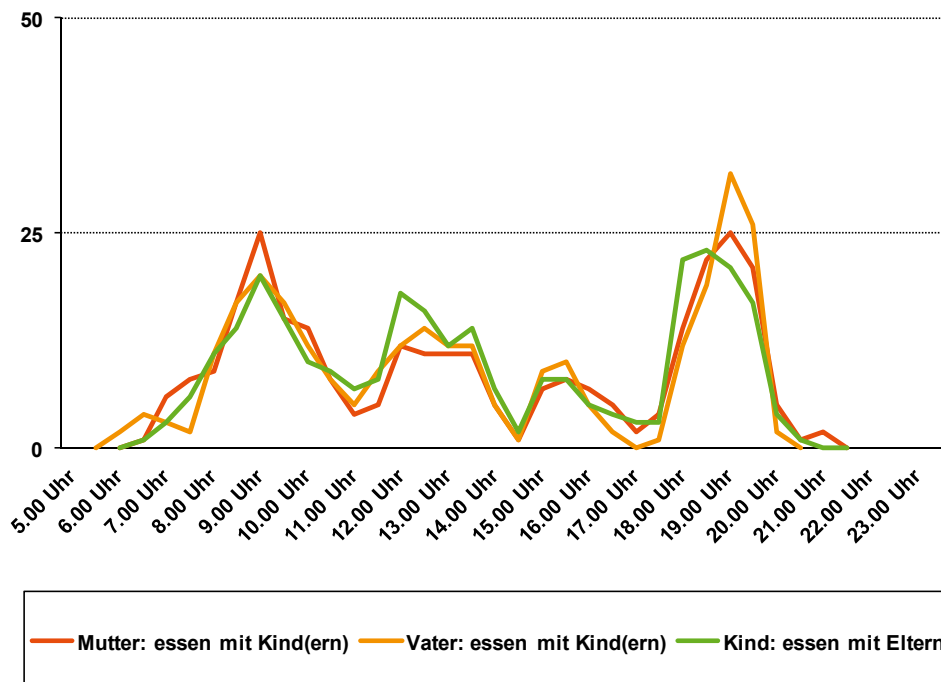


Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern-Tagebücher, n=684;  
Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=555

## Essenszeiten Samstag - Sonntag

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern-Tagebücher, n=684;  
Kinder-Tagebücher (3-19 Jahre), n=555

### 3.3 Rituale und feste Zeiten für Gespräche

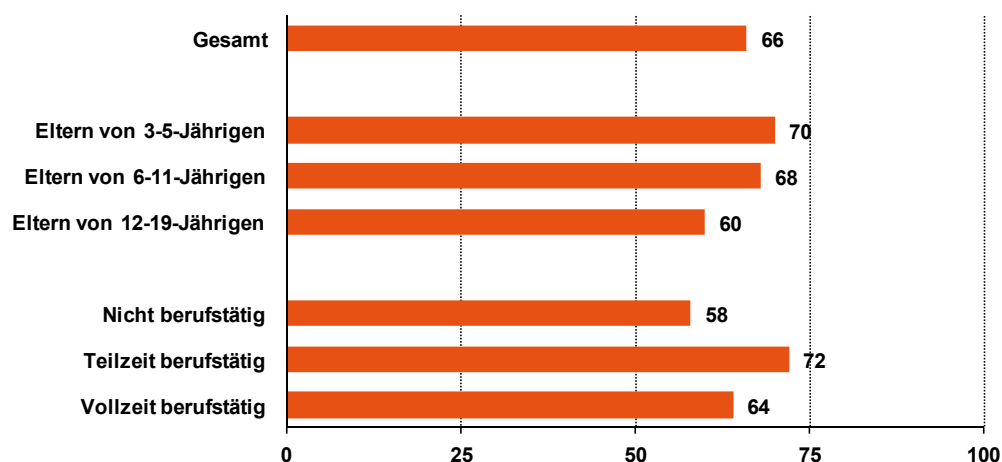
Das Familienleben und die Zeit, die man in der Familie gemeinsam verbringt, wird nicht nur durch die Berufstätigkeit der Eltern und deren weitere Termine bestimmt, auch die freie Zeit der Kinder ist durch schulische Aktivitäten und Hobbies begrenzt. Durchschnittlich 1,8 feste Termine – zum Beispiel für Sportvereine, Musikstunden oder Jugendgruppen – nehmen die Kinder in den befragten Familien durchschnittlich pro Woche wahr. Dabei haben die älteren Kinder noch deutlich mehr Termine als die jüngeren.

Für Gespräche im Familienkreis und gemeinsame Absprachen scheint es deshalb in mancher Familie sinnvoll, feste Zeiten oder Situationen für Gespräche zu schaffen oder auch durch regelmäßige „Rituale“ das Gespräch mit den Kindern zu suchen.

Insgesamt geben zwei Drittel aller Eltern an, feste Zeiten für Gespräche<sup>3</sup> oder Rituale in der Familie zu haben. Eltern mit jüngeren Kindern haben dabei etwas häufiger feste Termine für gemeinsame Gespräche als Eltern, deren Kinder bereits das Jugendalter erreicht haben. Hier spiegelt sich eventuell auch ein stärker ritualisierter Tagesablauf von Familien mit jüngeren Kindern wider. Des Weiteren wird der ritualisierte Austausch in der Familie von der Berufstätigkeit der Eltern bestimmt: Eltern, die berufstätig sind, geben etwas häufiger an, feste Zeiten oder Situationen für Gespräche zu haben, als nicht berufstätige Eltern. Es scheint, als schaffen sich berufstätige Eltern bewusste Freiräume, um wichtige Familienthemen zu besprechen und sich mit den Kindern auszutauschen.

#### Rituale und feste Zeiten für Gespräche mit den Kindern

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

<sup>3</sup> Die 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 über verschiedene Dinge austauschen?“.



Die Angaben der Eltern decken sich gut mit den Antworten der Kinder (6-19 Jahre), die zu 63 Prozent die Existenz von Ritualen/festen Zeiten für Gespräche bestätigen. Auch von den Kindern werden also die bewusst geschaffenen Kommunikationsräume als solche erkannt.

## Rituale und feste Zeiten für Gespräche in der Familie

- Eltern & Kinder (6-19 Jahre): Ja, wir haben regelmäßige Rituale/feste Zeiten für Gespräche -

Eltern von 6-11-Jährigen	Kinder (6-11 Jahre)	Eltern von 12-19-Jährigen	Kinder (12-19 Jahre)
68 %	69 %	60 %	58 %

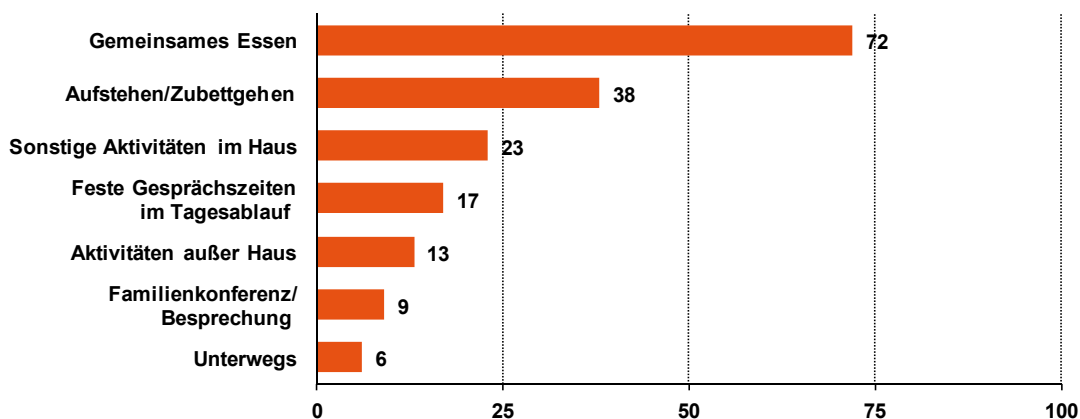
Quelle: FIM2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383;  
Kinder (6-19 Jahre), n=313

Bei der im Anschluss gestellten Frage, um welche Rituale es sich handelt bzw. in welchen Situationen oder zu welchen Zeiten ein regelmäßiger Austausch in der Familie stattfindet, nennt der Großteil der Eltern, die zuvor die Frage nach Ritualen/festen Zeiten für Gespräche bejaht haben, das gemeinsame Essen (72 %) – hier spielt vor allem das gemeinsame Abendessen eine wichtige Rolle. Knapp zwei Fünftel der Befragten nennen das Zubettbringen der Kinder oder das gemeinsame Aufstehen. Bei den Aktivitäten im Haus (insgesamt 23 %) wird vor allem das gemeinsame Spielen zum Austausch genutzt, aber auch Feste und Feierlichkeiten, das Hausaufgaben-Machen, Schmusen/Kuscheln und gemeinsame Fernsehabende bieten Gelegenheit zum Gedanken- und Meinungs-austausch. 17 Prozent der Eltern haben feste Gesprächszeiten im Tagesablauf verankert, wie zum Beispiel das Gespräch mit den Kindern nach der Arbeit. Bei den Aktivitäten außer Haus (13 %) sind vor allem gemeinsame Unternehmungen und Ausflüge wichtig für die innerfamiliäre Kommunikation und auch der gemeinsame Weg zur Schule oder zum Kindergarten wird regelmäßig für Gespräche genutzt (unterwegs insgesamt 6 %). Eine „Familienkonferenz“, also regelmäßige bzw. bei Bedarf einberufene Besprechungen im Familienkreis, haben neun Prozent der Eltern in ihrer Familie eingeführt.

## Rituale und feste Zeiten für Gespräche

- Eltern: offene Nennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

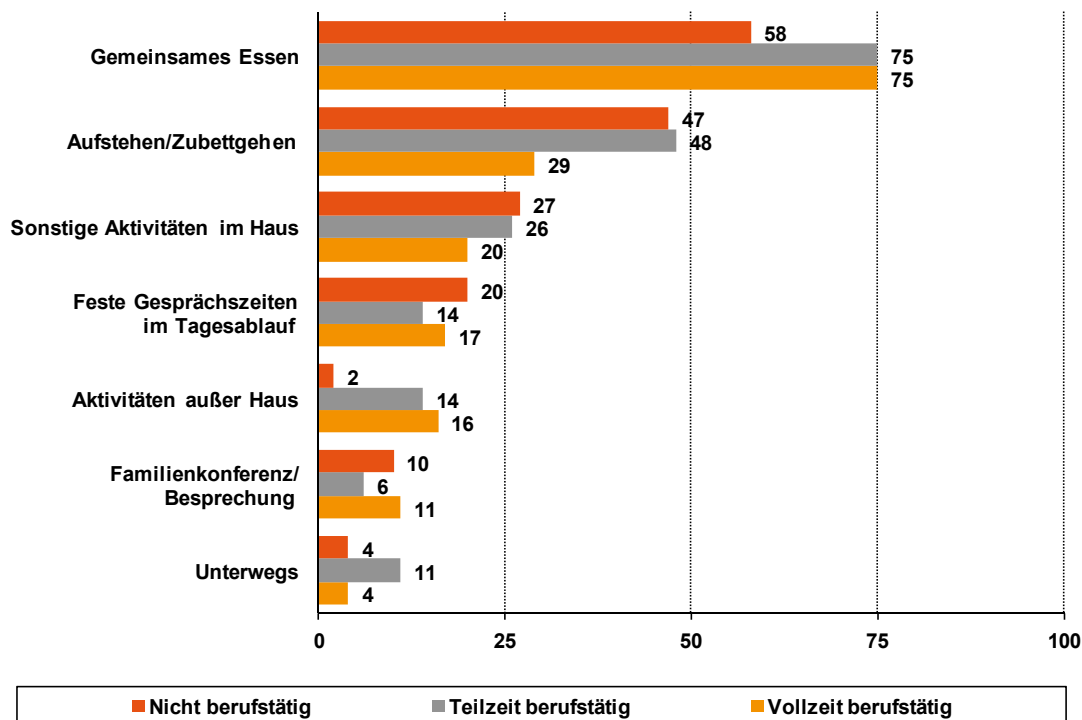
Basis: Eltern, die Rituale/feste Zeiten für Gespräche haben, n=307

Betrachtet man die verschiedenen Rituale/Zeiten für Gespräche nach dem Alter der Kinder, nimmt die Bedeutung des ritualisierten Aufstehens/Zubettgehens mit steigendem Alter der Kinder deutlich ab (Eltern von 3- bis 5-Jährigen: 55 %, Eltern von 6- bis 11-Jährigen: 43 %, Eltern von 12- bis 19-Jährigen: 19 %). Auch andere Aktivitäten im Haus, wie das gemeinsame Spielen oder Kuschneln, haben bei Eltern mit älteren Kindern weniger Bedeutung (Eltern von 3- bis 5-Jährigen: 37 %, Eltern von 6- bis 11-Jährigen: 21 %, Eltern von 12- bis 19-Jährigen: 13 %).

Vergleicht man die Eltern, die Voll- oder Teilzeit berufstätig sind, mit den Nicht-Berufstätigen, zeigt sich vor allem beim gemeinsamen Essen ein deutlicher Unterschied: Die berufstätigen Eltern nennen das gemeinsame Essen deutlich häufiger als wichtige Gelegenheit für gemeinsame Gespräche mit den Kindern. Dies ist sicher Ausdruck der Tatsache, dass für berufstätige Eltern die Kommunikation mit den Kindern im Verlauf des Tages nur selten möglich ist.

## Rituale und feste Zeiten für Gespräche

- Eltern: offene Nennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, die Rituale/feste Zeiten für Gespräche haben, n=307

Bei der Frage, welche Rituale oder Gelegenheiten für Gespräche mit den Eltern genutzt werden, stimmen die Antworten der Kinder weitgehend mit den Angaben der Eltern überein. Auch aus Perspektive der Kinder (6-19 Jahre) ist das gemeinsame Essen das wichtigste familiäre Ritual (66 %), gefolgt von Aufstehen/Zubettgehen (26 %) und den Aktivitäten im Haus (22 %).

### 3.4 Themen der innerfamiliären Kommunikation

#### 3.4.1 Gesprächsthemen

Die Themen der innerfamiliären Kommunikation sind vielfältig und variabel. Unabhängig davon, ob es in einer Familie bestimmte Rituale oder feste Zeiten für Gespräche gibt, werden 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 werden.

## Häufige Gesprächsthemen mit den Eltern

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

	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 Lehrem etc.)	6 %
Beruf/Arbeit (Arbeitsplatz/Arbeitsalltag/Arbeitsstress)	6 %
Spez. Freizeitaktivitäten (Kino/Disco/Zoobesuch/Fahrradtour etc.)	6 %
Urlaubs-/Ferien(planung)/Reisen/Sommerferien	6 %
Spielen (mit Freunden/Kindern/Spielkreis)/gemeinsame Spiele	5 %
Fernsehen (Sendungen/Fernsehünsche)	5 %

Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

Die Rangreihe der häufigsten Themenbereiche, die Kinder mit ihren Eltern besprechen, wird eindeutig von Alltagsfragen wie Schule bzw. Kindergarten, dem Freundeskreis und der Freizeit dominiert. Sport ist das wichtigste Thema, welches nicht direkt mit der Familie assoziiert ist – hierüber reden Jungen (18 %) deutlicher häufiger mit ihren Eltern als Mädchen (6 %). Auch Medienthemen tauchen bei den offenen Nennungen der Kinder auf: Das Fernsehen

(Sendungen/Fernsehwünsche etc.) wird von fünf Prozent der 6- bis 19-Jährigen als häufiges Thema der innerfamiliären Kommunikation genannt.

## Häufige Gesprächsthemen mit den Kindern

- Eltern: offene Nennungen ab 5 Prozent -

	Gesamt	Eltern von 3- bis 5-Jährigen	Eltern von 6- bis 11-Jährigen	Eltern von 12- bis 19-Jährigen
Schule/Kindergarten/Schulthemen/Schulisches (allg.)	66 %	52 %	68 %	73 %
Gespräche über Freunde/Kumpels/Freundeskreis	42 %	39 %	41 %	43 %
Freizeit/Wochenend(planung/wünsche)/Freizeitaktivitäten (allg.)	29 %	21 %	35 %	31 %
Tagesgeschehen/-erlebnisse/-rückblick (Alltagserlebnisse/Wetter)	22 %	27 %	24 %	16 %
Schul-/Kindergartenalltag/-ereignisse/-erlebnisse	19 %	36 %	15 %	12 %
Tagesplanung/-organisation/-ablauf/Terminabsprachen	14 %	13 %	17 %	12 %
(Erziehungs-/Verhaltens-)Regeln (Benehmen/Verbote etc.)	13 %	16 %	15 %	11 %
Sorgen/Probleme (Alltagsprobleme/Pubertät etc.)	13 %	8 %	12 %	15 %
Hausaufgaben/Lernen/Lernkontrolle/Schulvorbereitungen	10 %	3 %	13 %	12 %
Wünsche, Vorstellungen des Kindes (Interessen/Wohlergehen)	9 %	19 %	10 %	4 %
Hobbys (Gitarre spielen/Pferd/Angeln etc.)/Basteln/Malen/Kreatives	9 %	7 %	13 %	9 %
Sport/Fußball etc.	9 %	4 %	12 %	10 %
Aufgabenverteilung/häusliche Pflichten (Aufräumen etc.)	8 %	6 %	6 %	9 %
Gespräche über Familienangehörige (Geschwister/Großeltern etc.)	7 %	12 %	5 %	4 %
Entwicklung, Werdegang des Kindes (Zukunft/Berufswahl etc.)	6 %	1 %	4 %	9 %
Einkaufen/Kaufwünsche/Anschaffungen	5 %	2 %	3 %	7 %
Essen/Ernährung/Kochen	5 %	13 %	5 %	0 %
Rituale/Begrüßung/Verabschiedung (Frage nach Befinden etc.)	5 %	8 %	3 %	4 %
Familiäres/Familiengespräche/Familiensachen (allg.)	5 %	6 %	4 %	5 %
Spez. Freizeitaktivitäten (Kino/Disco/Zoobesuch/Fahrradtour etc.)	5 %	4 %	5 %	5 %
Spielen (mit Freunden/Kindern/Spielkreis)/gemeinsame Spiele	5 %	12 %	4 %	1 %
Fernsehen (Sendungen/Fernsehwünsche)	5 %	4 %	7 %	4 %

Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Die Angaben der Eltern zu den häufigsten Gesprächsthemen mit ihren Kindern weichen kaum von den Antworten der Kinder ab. Die ersten drei Plätze der häufigsten Themen belegen hier ebenfalls allgemeine Schulthemen, Gespräche über den Freundeskreis und die Freizeit- und Wochenendplanung.

Betrachtet man die Differenzierung nach den Altersgruppen der Kinder, nimmt die Häufigkeit der Nennung von allgemeinen Schulthemen mit steigendem Alter deutlich zu, während der Rückblick auf die Tageserlebnisse und die Ereignisse in der Schule deutlich seltener wird. Sorgen und Probleme werden mit zunehmendem Alter der Kinder häufiger thematisiert, Wünsche und Vorstellungen des Kindes eher seltener.

Um die Kommunikationswege in Familien detailliert abzubilden, wurde in der FIM-Studie die Häufigkeit der Kommunikation zu verschiedenen, vorgegebenen Themen abgefragt. Im zweiten Schritt wurden die wichtigsten Gesprächspartner für jedes Thema erfragt, wobei hauptsächlich die Kommunikation im Familienkreis erhoben wurde und Gespräche mit Außenstehenden nicht berücksichtigt wurden.<sup>4</sup> Bei den Eltern wurde hier auch die Kommunikation mit dem (Ehe-)Partner abgefragt, bei den Kindern die Gespräche unter Geschwistern (soweit vorhanden). Auf diese Weise wurden 15 verschiedene allgemeine Themen und 14 weitere Themen aus dem Bereich Medien erfasst (für die 3- bis 5-Jährigen wurde eine reduzierte Auswahl an Themen erfasst).

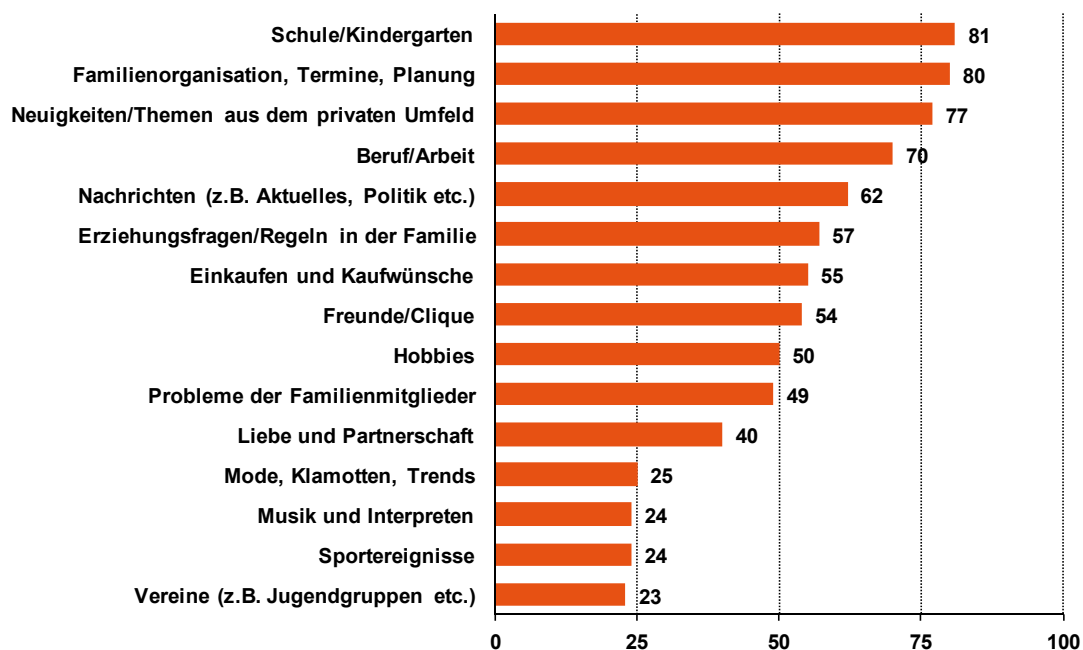
Betrachtet man die regelmäßige Kommunikation (mindestens mehrmals pro Woche) stehen bei den Eltern in der innerfamiliären Kommunikation vor allem alltägliche Themen wie „Schule bzw. Kindergarten“, „Familienorganisation, Termine, Planung“ und „Neuigkeiten/Themen aus dem privaten Umfeld“ im Vordergrund. Auch über „Beruf/Arbeit“ wird regelmäßig im Familienkreis gesprochen. Auf Platz 5 der häufigsten Themen folgen bei den Eltern „Nachrichten zum Beispiel Aktuelles, Politik, Wirtschaft“.

---

<sup>4</sup> „Ich nenne Ihnen jetzt mal einige Themen, um die es in Gesprächen in der Familie und mit den Kindern gehen könnte. Sagen Sie mir bitte jeweils, wie oft Sie in der Familie und mit wem aus der Familie Sie darüber am ehesten sprechen.“ (anschließend für jedes Thema einzelne Abfrage).

## Allgemeine Themen in der Familie

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



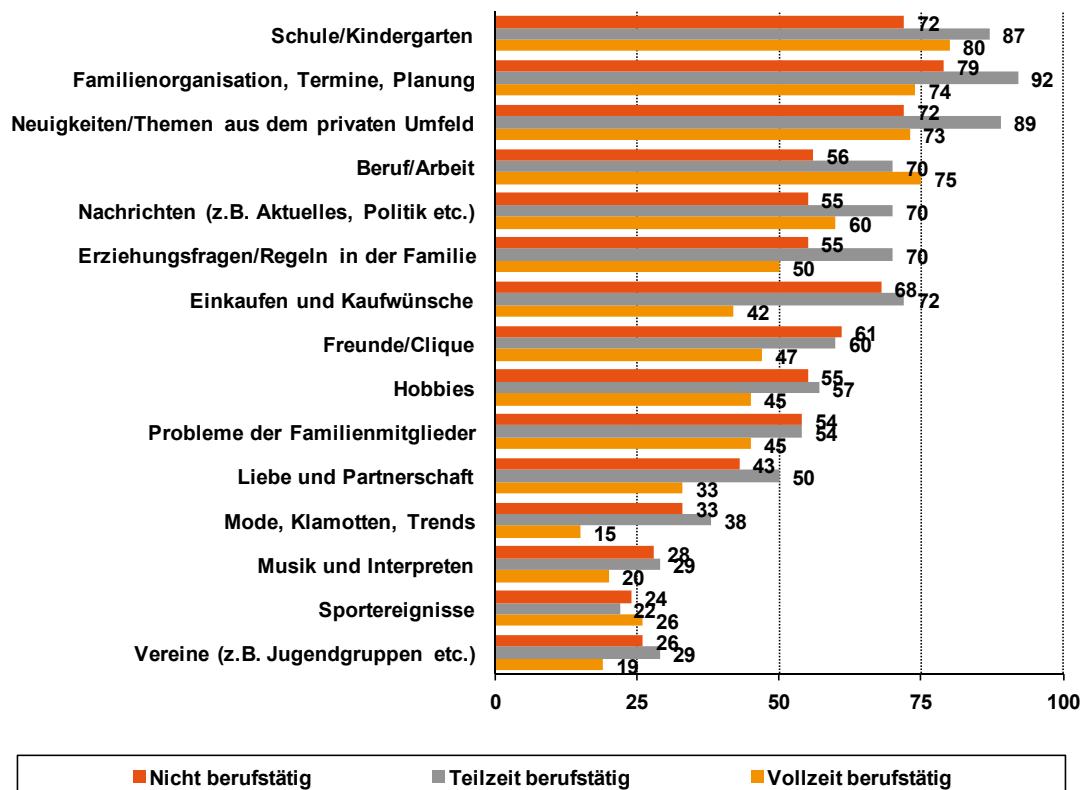
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Die Gruppe der Teilzeit-Berufstätigen sticht bei der Kommunikation zu den abgefragten allgemeinen Themen häufig heraus. Verglichen mit den Eltern, die Vollzeit arbeiten, und jenen, die nicht berufstätig sind, ergeben sich hier oftmals höhere Werte.

## Allgemeine Themen in der Familie

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

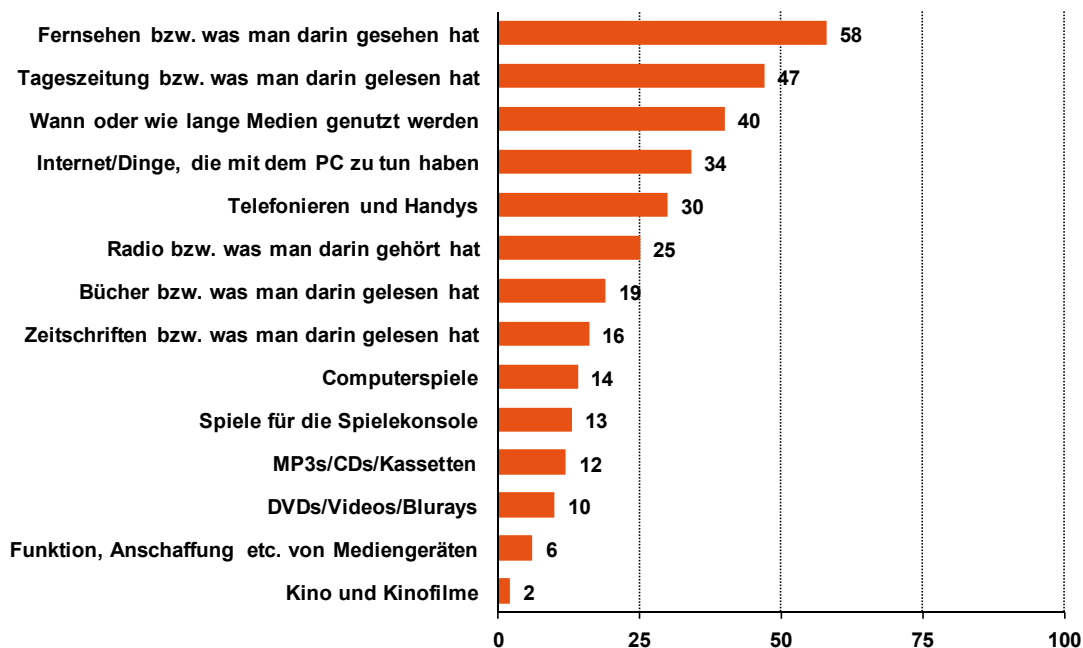
Bei den Themen, die mit Mediennutzung, Medientechnik oder Medieninhalten assoziiert sind, liegt das Fernsehen auf Platz eins. Über „Fernsehen oder Dinge, die man im Fernsehen gesehen hat“, unterhalten sich 58 Prozent der Eltern regelmäßig in der Familie, auch die Tageszeitung liefert für viele Eltern Gesprächsstoff. An dritter Stelle folgt das Thema „Wann oder wie lange Medien genutzt werden“. Insgesamt zeigt sich, dass einigen Medienthemen bzw. Themen, über die man aus den Medien erfahren hat, in der familiären Kommunikation eine wichtige Rolle zukommt. Über Fernsehen bzw. Fernsehinhalte wird aus Sicht der Eltern demnach häufiger gesprochen als zum Beispiel über Mode, Musik und Sportereignisse, da es zum Alltag der Befragten gehört und kontinuierlich Gesprächsstoff liefert.

Die oben beschriebene Besonderheit der Teilzeit-Berufstätigen setzt sich bei den Medienthemen nicht fort. Allein bei den mit Büchern assoziierten Gesprächsthemen unterscheidet sich diese Gruppe leicht von den anderen beiden Gruppen (Nicht-Berufstätige: 21 %, Teilzeit-Berufstätige: 28 %, Vollzeit-Berufstätige: 14 %).



## Medien als Gesprächsthema in der Familie

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Betrachtet man die Aussagen der Kinder (3-19 Jahre), spielen auch aus deren Sicht die Themen „Schule/Kindergarten“ (86 % täglich/mehrmals pro Woche), „Neuigkeiten/Themen aus dem privaten Umfeld“ (62 %) und „Familienorganisation, Termine, Planung“ (60 %) eine wichtige Rolle. Anders als bei den Erwachsenen rangieren hier die Themen „Freunde/Clique“ (70 %) und „Hobbies“ (58 %) etwas weiter oben in der Liste.

## 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		86 %
Freunde/Clique		70 %
Neuigkeiten und Themen aus dem privaten Umfeld		62 %
Familienorganisation, Termine, Planung		60 %
Hobbies wie z.B. Sport oder Musik usw.		58 %
<b>Top 5 Medienthemen:</b>		
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 %

Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

\* Nur für die Teilgruppe 6-19 Jahre abgefragt

Bei der Kommunikation zu Medienthemen steht auch bei den Kindern das Thema Fernsehen im Vordergrund: Fast zwei Drittel aller 3- bis 19-Jährigen reden mindestens mehrmals pro Woche mit jemandem aus der Familie über „Fernsehen oder was man im Fernsehen gesehen hat“. Auch „Wann oder wie lange Medien genutzt werden“ (dürfen), ist ein häufiges Thema (41 % täglich/mehrmals pro Woche). „Bücher und Dinge, die man aus Büchern erfahren hat“, bieten für 31 Prozent der Kinder häufig ein Gesprächsthema. Hier zeigt sich eine deutliche Entwicklung über die verschiedenen Altersgruppen. Während 60 Prozent der 3- bis 5-Jährigen regelmäßig über Bücher und deren Inhalte im Familienkreis sprechen, sind es bei den 6- bis 11-Jährigen 36 Prozent und bei den 12- bis 19-Jährigen nur noch 14 Prozent. Im Gegensatz dazu gewinnt das Internet – in der Kommunikation wie auch in der Nutzung<sup>5</sup> – mit steigendem Alter deutlich an Bedeutung (6- bis 11-Jährige: 17 %, 12- bis 19-Jährige: 40 %). Die Häufigkeit von Gesprächen über Fernsehen/Fernsehinhalte lässt hingegen bei den Jugendlichen etwas nach (3- bis 5-Jährige: 70 %, 6- bis 11-Jährige: 75 %, 12- bis 19-Jährige: 54 %).

<sup>5</sup> Vgl. KIM-Studie 2010 bzw. JIM-Studie 2011

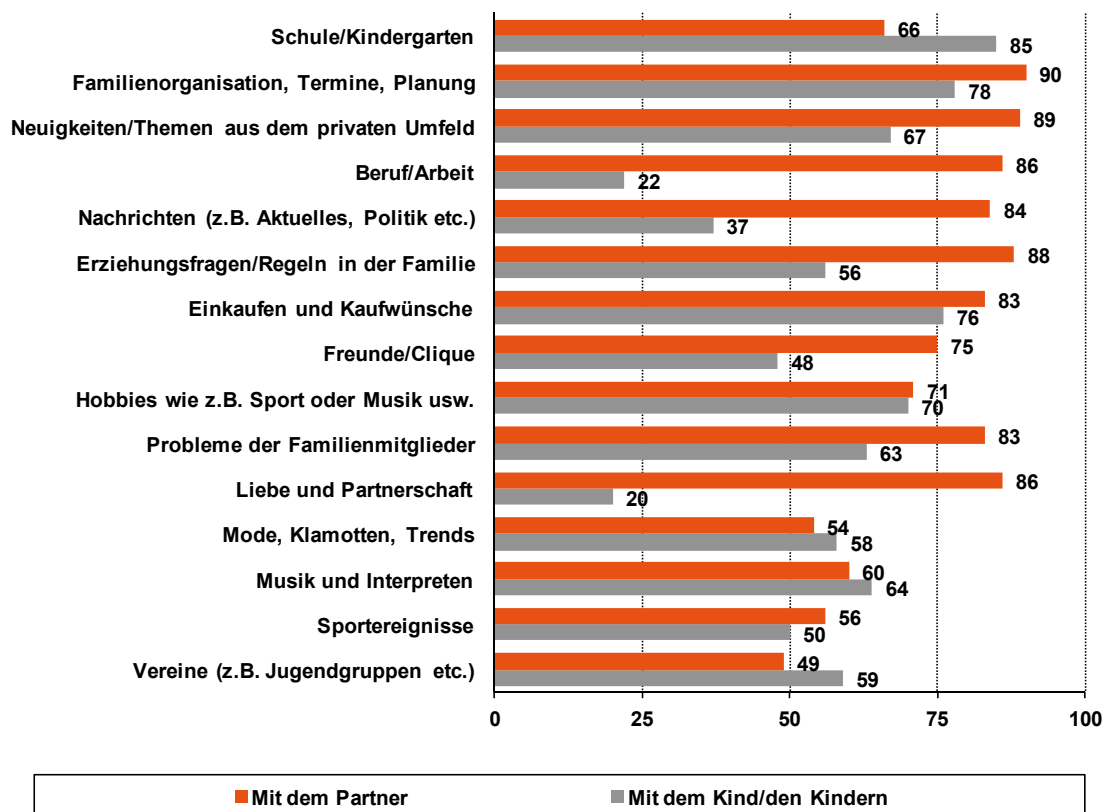
### 3.4.2 Gesprächspartner für verschiedene Themen

Wie oben bereits beschrieben, wurde für jedes Thema (über das zumindest selten im Familienkreis gesprochen wird) der wichtigste Gesprächspartner erfragt<sup>6</sup>.

Aus Perspektive der Eltern ist für viele allgemeine Themen der (Ehe-)Partner der wichtigste Ansprechpartner. Nur bei den Themen „Schule/Kindergarten“, „Mode, Klamotten, Trends“, „Musik und Interpreten“ sowie „Vereine“ werden die Kinder etwas häufiger als Gesprächspartner genannt.

#### Gesprächspartner für allgemeine Themen

- Eltern: Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

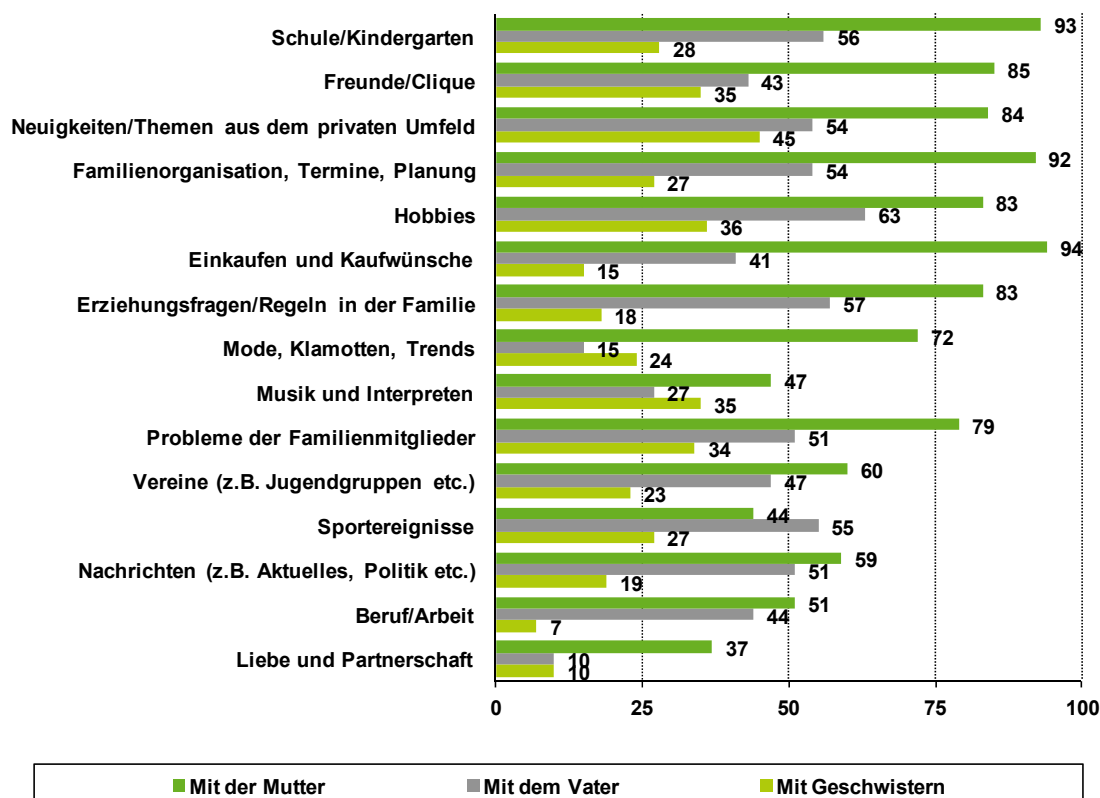
Die nachfolgende Graphik zeigt die Angaben der Kinder. Hier ist vorab zu bemerken, dass die Überblicksdarstellung sich zunächst auf alle Familien bezieht, also unabhängig davon, ob es sich um einen Ein-Kind-Haushalt handelt, oder ob das befragte Kind die Möglichkeit hat, sich mit seinen Geschwistern über die verschiedenen Themen auszutauschen. Für alle Fa-

<sup>6</sup> Hier waren Mehrfachnennungen möglich, wobei durch die Fragestellung vornehmlich auf den wichtigsten Gesprächspartner abgezielt wurde.

milien ergibt sich folgendes Bild: Die Kinder (6-19 Jahre) sehen bei den meisten Themen die Mutter als wichtigsten Ansprechpartner. Vor allem bei den familienbezogenen und Alltagsthemen wird sie deutlich häufiger als Gesprächspartner genannt als der Vater.

## Gesprächspartner für allgemeine Themen

- Kinder (6-19 Jahre): Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

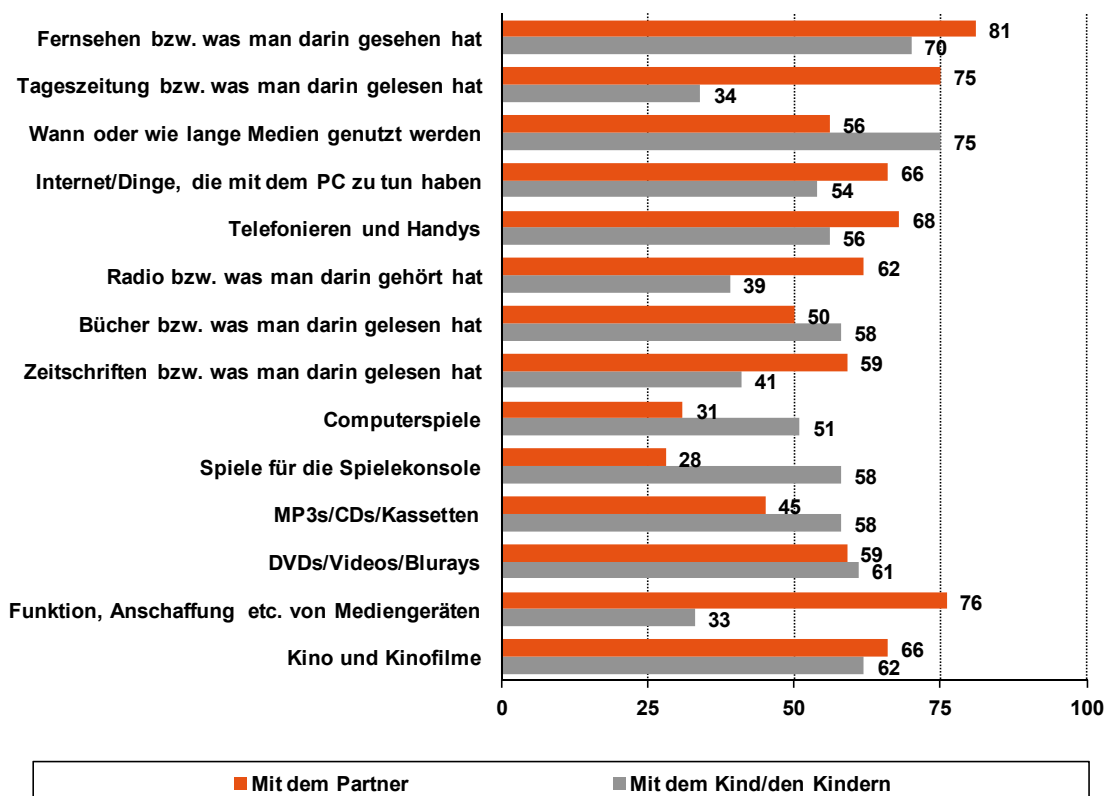
Wertet man die Rolle der Geschwisterkinder für die Familien aus, in denen zwei oder mehr Kinder vorhanden sind, ergibt sich folgendes Bild: Das wichtigste Gesprächsthema unter Geschwistern sind „Neuigkeiten und Themen aus dem privaten Umfeld“ (62 %). Etwa die Hälfte der Kinder spricht mit ihren Geschwistern über „Hobbies“ (51 %), „Freunde/Clique“ (47 %) und „Musik und Interpretieren“ (47 %) und auch die „Probleme der einzelnen Familienmitglieder“ (45 %) werden am ehesten mit den Geschwistern besprochen.

Hinsichtlich der erfassten Medienthemen sind die Kinder aus Perspektive der Eltern oftmals neben dem Partner ein wichtiger Kommunikationspartner. Allein die Themen „Tageszeitung und was man darin gelesen hat“, „Radio bzw. was man im Radio gehört hat“, „Zeitschrif-

ten/Magazine und was man darin gelesen hat“ sowie „Ausstattung, Technik, Funktion oder Anschaffung von Geräten zur Mediennutzung“ werden meistens mit dem Partner besprochen. Gespräche zu elektronischen Spielen werden von über der Hälfte der Eltern vornehmlich mit den Kindern geführt und auch die Diskussion „Wann oder wie lange Medien genutzt werden“, wird öfter mit den Kindern als mit dem Partner geführt.

## Gesprächspartner für Medienthemen

- Eltern: (Mehrfachnennungen) -



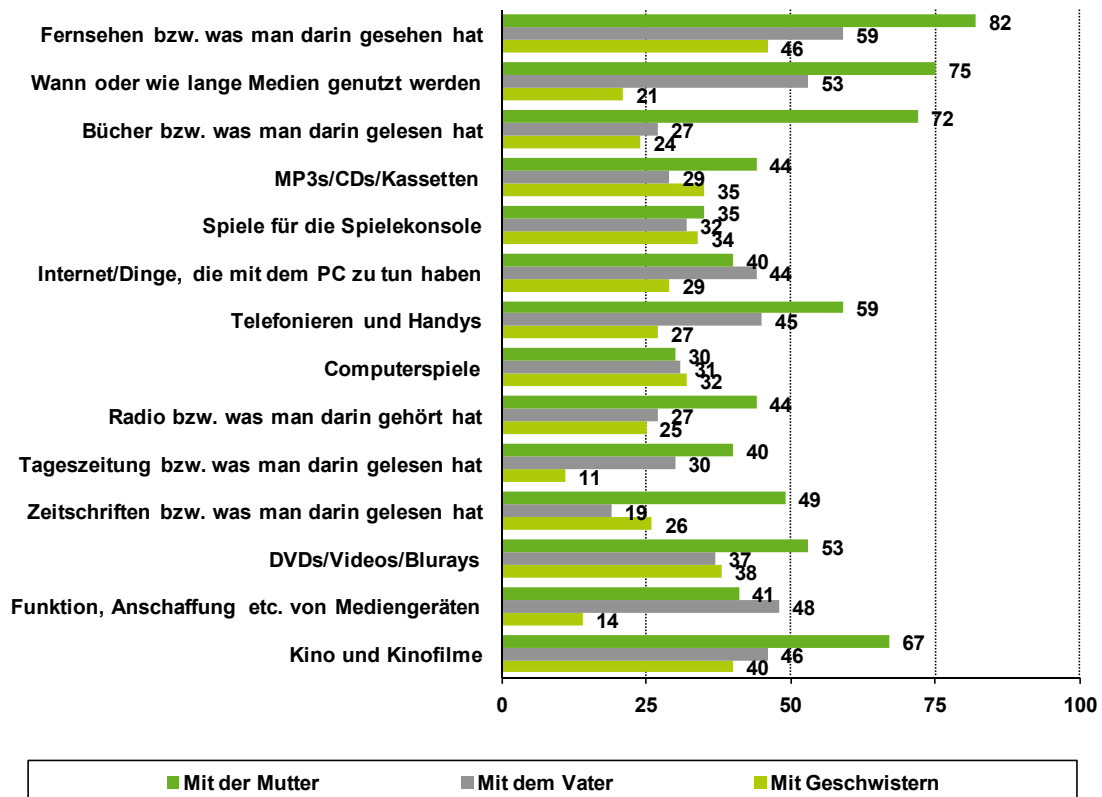
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Die Sicht der Kinder zeigt, dass auch bei vielen Medienthemen – wieder auf Basis alle Familien – die Mutter wichtigste Ansprechpartnerin ist. Beim Thema „Bücher und was man darin gelesen hat“, zeigt sich ein extremer Abstand zwischen der Mutter und dem Vater sowie den Geschwistern. Der Vater ist bei den Themen „Internet und andere Dinge die mit dem Computer zusammenhängen“ sowie allem rund um Medientechnik für die Mehrzahl der 6- bis 19-Jährigen der häufigste Ansprechpartner.

## Gesprächspartner für Medienthemen

- Kinder (6-19 Jahre): Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

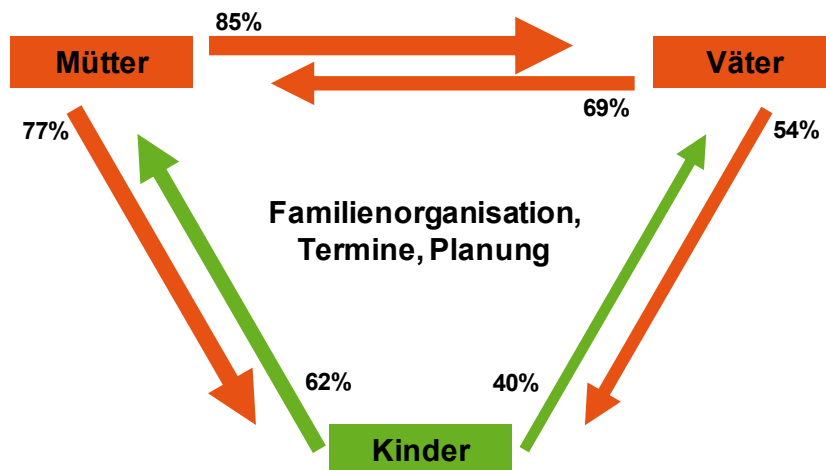
Das bedeutendste Medienthema unter Geschwistern (ohne Berücksichtigung der Einzelkinder) ist das Fernsehen und seine Inhalte (65 %). Auch „Kino und Kinofilme“ (55 %) sowie „DVDs, Videos und Blurays“ (52 %) werden von über der Hälfte der 6- bis 19-Jährigen am ehesten mit den Geschwistern diskutiert. Für die verschiedenen Hörmedien („MP3s/CDs/Kassetten“) nennen 49 Prozent die Geschwister als wichtigsten Ansprechpartner und auch elektronische Spiele werden thematisiert („Spiele für die Spielkonsole“: 46 %, „Computerspiele“: 44 %). Zwei Fünftel der Kinder sprechen mit ihren Geschwistern über das Internet und andere Computerthemen.

Mit Hilfe der oben beschriebenen Ergebnisse lassen sich für die befragten Familien regelmäßige Kommunikationsströme zwischen den Eltern und den Kindern abbilden. Hierfür wurde jeweils nur die regelmäßige Kommunikation berücksichtigt (täglich/mehrmals pro Woche). Für jedes Familienmitglied, das zumindest mehrmals pro Woche über ein bestimmtes Thema im Familienkreis spricht, wurde der jeweilige Kommunikationspartner erfasst und die Ergeb-

nisse graphisch aufbereitet. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu beachten, dass hier das subjektive Kommunikationsaufkommen aus der jeweiligen Perspektive der einzelnen Familienmitglieder abgebildet wird.

## Kommunikation zum Thema „Familienorganisation, Termine, Planung“

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

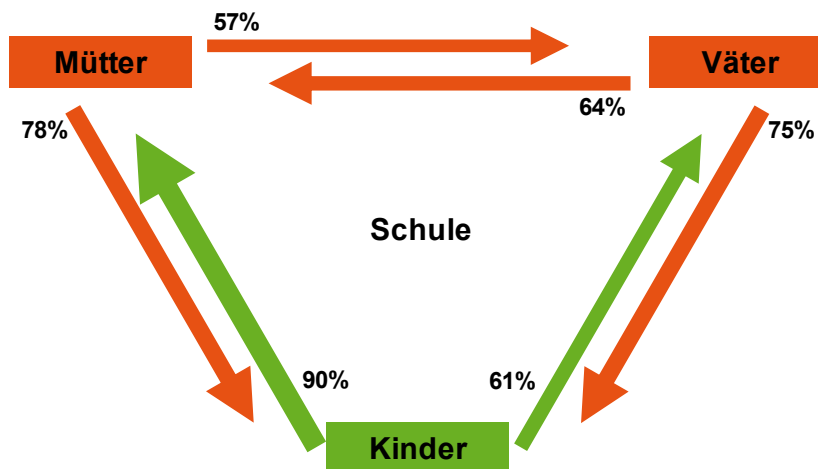
Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=176

Die Abbildung zum Thema „Familienorganisation, Termine, Planung“ zeigt, dass der regelmäßige „Kommunikationsstrom“ innerhalb der gesamten Familie zu diesem Thema relativ hoch ist. Insgesamt geben die Mütter am häufigsten an, regelmäßig über das Thema Familienorganisation zu sprechen: 85 Prozent sprechen mindestens mehrmals pro Woche darüber mit ihrem (Ehe-)Partner, 77 Prozent mit ihrem Kind/ihren Kindern. Die Väter schätzen ihre regelmäßige Kommunikation zu diesem Thema etwas geringer ein (mit der Partnerin: 69 %, mit den Kindern: 54 %). Aus der Perspektive beider Elternteile findet die Kommunikation etwas häufiger zwischen den Erwachsenen statt als mit den Kindern. Die Kinder greifen das Thema „Familienorganisation, Termine, Planung“ zum größeren Anteil in Gesprächen mit der Mutter (62 %) als in Gesprächen mit dem Vater (40 %) auf.

Aus Sicht der Kinder wird das Thema „Schule“ oftmals mit der Mutter besprochen (90 % mindestens mehrmals pro Woche, mit dem Vater: 61 %). Die Eltern schätzen ihre Kommunikationsfrequenz zu diesem Thema mit den Kindern ähnlich hoch ein: je drei Viertel der Mütter und Väter geben an, regelmäßig mit ihren Kindern über die Schule zu sprechen.

### Kommunikation zum Thema „Schule“

- täglich/mehrmals pro Woche -



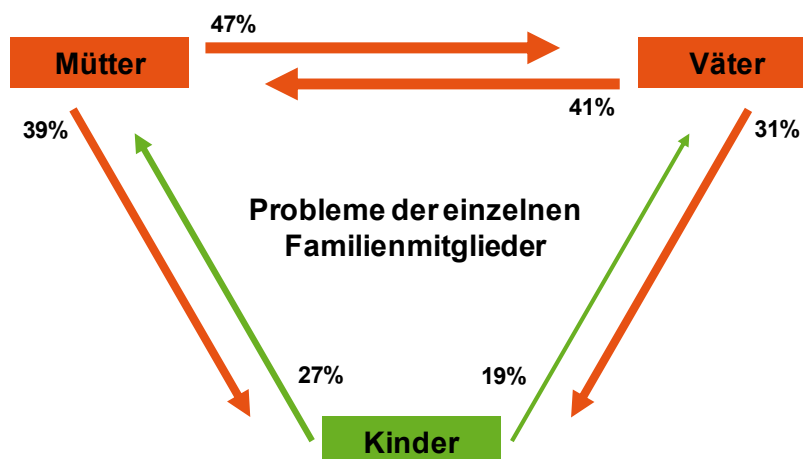
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=176

Bei Gesprächen über die „Probleme der einzelnen Familienmitglieder“ ist die Frequenz der innerfamiliären Kommunikation insgesamt etwas geringer als bei den zuvor beschriebenen Themen. Von den Müttern redet knapp die Hälfte regelmäßig mit dem Partner über Probleme und 39 Prozent mit dem Kind/den Kindern. Die Väter thematisieren zu 41 Prozent mindestens mehrmals pro Woche dieses Thema im Gespräch mit ihrer Partnerin und zu 31 Prozent mit den Kindern. Bei den Kindern liegt der Anteil, der regelmäßig im Familienkreis über Probleme spricht, etwas niedriger.

### Kommunikation zum Thema „Probleme der Familienmitglieder“

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

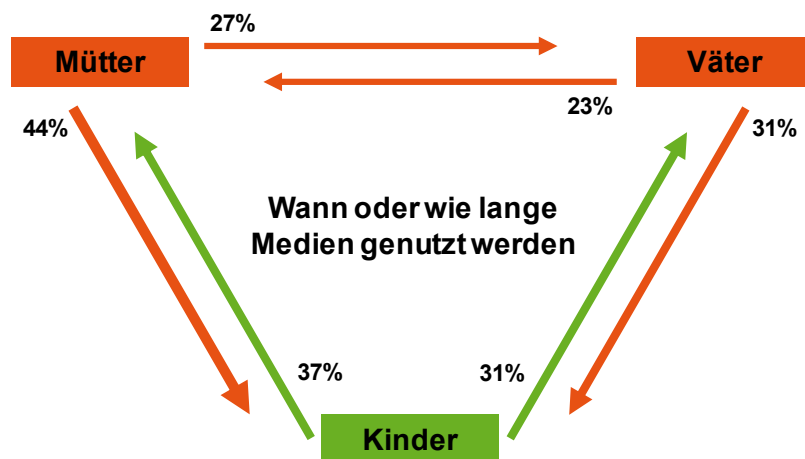
Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=176



Wie bereits oben beschrieben, sprechen sowohl zwei Fünftel der Eltern als auch der Kinder zumindest mehrmals pro Woche darüber „Wann oder wie lange Medien genutzt werden“ (dürfen). Auch hier lassen sich die Konstellationen näher analysieren: 44 Prozent der Mütter sprechen mindestens mehrmals pro Woche mit ihrem Kind/ihren Kindern über Zeit und Dauer der Mediennutzung. Bei den Kindern ist es ca. ein Drittel, das das Thema „Wann oder wie lange Medien genutzt werden“ mit den Eltern diskutiert (mit der Mutter: 37 %, mit dem Vater: 31 %). Die Eltern besprechen das Thema häufiger mit ihrem Kind/ihren Kindern als untereinander.

## Kommunikation zum Thema „Wann oder wie lange Medien genutzt werden“

- täglich/mehrmals pro Woche -



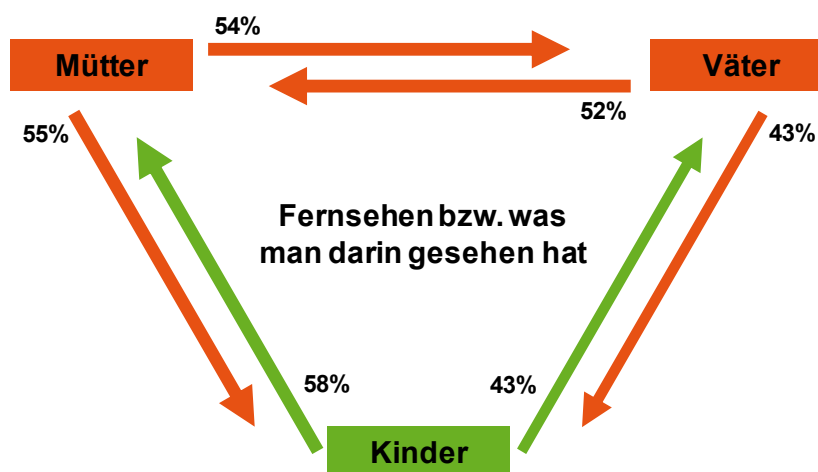
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=176

Das Fernsehen und seine Inhalte ist wie bereits ausgeführt im Familienkreis das wichtigste Medienthema. 58 Prozent der Eltern und 64 Prozent der Kinder geben an, regelmäßig über Fernsehthemen zu sprechen. Die Analyse der Gesprächspartner zeigt, dass über die Hälfte der Mütter (54 %) und Väter (52 %) mit dem Partner/der Partnerin über solche Themen spricht. Auch die Kinder unterhalten sich regelmäßig mit ihren Eltern über das „Fernsehen oder Dinge, die sie im Fernsehen gesehen haben“ – mit der Mutter (58 %) etwas häufiger als mit dem Vater (43 %).

## Kommunikation zum Thema „Fernsehen bzw. was man darin gesehen hat“

- täglich/mehrmals pro Woche -



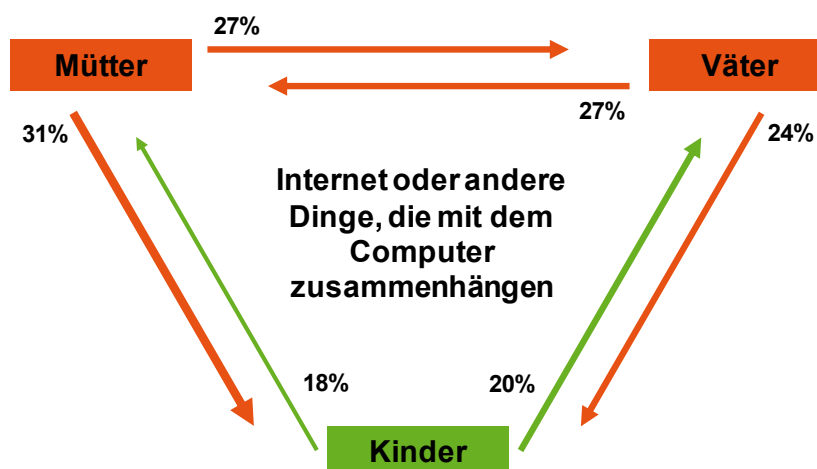
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=176

Im Gegensatz zum Fernsehen werden Internet- und Computertemen nicht so häufig im Familienkreis besprochen (Eltern: 34 % täglich/mehrmals pro Woche, Kinder: 30 %). Bezogen auf die verschiedenen Gesprächspartner greift etwa ein Viertel der Erwachsenen solche Themen in der Kommunikation mit dem Partner auf. Bei den Kindern ist es etwa ein Fünftel, das mit den Eltern über „Internet, oder andere Dinge, die mit dem Computer zusammenhängen“ spricht.

## Kommunikation zum Thema „Internet/Dinge, die mit dem PC zu tun haben“

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Familien (Eltern nicht alleinerziehend, Kinder 6-19 Jahre), n=176

### 3.5 Bewertung der innerfamiliären Kommunikation

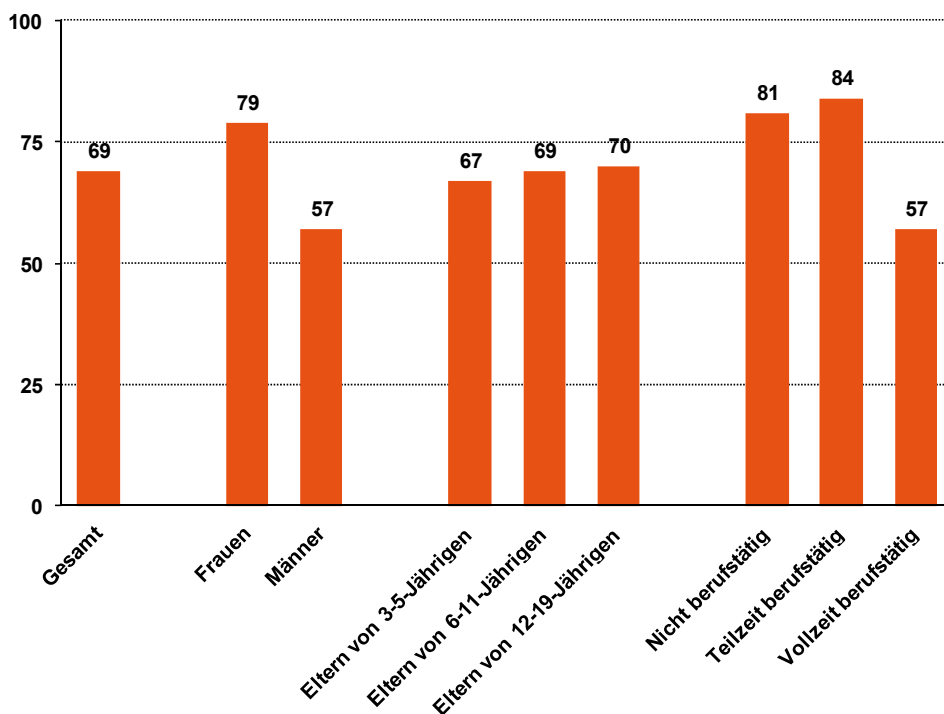
Die Bewertung der innerfamiliären Kommunikation wurde auf zwei Ebenen erfasst. Zum einen sollten alle Familienmitglieder die Zufriedenheit mit den vorhandenen Möglichkeiten und der vorhandenen Zeit für Gespräche bewerten. Zum anderen konnten alle Befragten die Kommunikationsqualität innerhalb der Familie beurteilen.

Der Großteil der Eltern (69 %) ist mit dem Zeitbudget für Gespräche mit den Kindern zufrieden und empfindet es als „so gerade richtig“, nur knapp ein Drittel wünscht sich mehr Zeit für Gespräche mit den Kindern. Hier differieren die Angaben von Vätern und Müttern deutlich: Die Väter sind weniger zufrieden mit dem Zeitbudget für Gespräche mit ihren Kindern als die Mütter. Auch die Berufstätigkeit der Eltern hat einen merkbaren Effekt auf die Zufriedenheit mit der Quantität der Gespräche<sup>7</sup>. Vollzeit-Berufstätige sind zu 57 Prozent zufrieden mit dem Zeitbudget für Gespräche, während Eltern, die Teilzeit oder gar nicht berufstätig sind, deutlich häufiger die Gesprächsquantität als „so gerade richtig“ beschreiben. Das Alter der Kinder scheint hingegen keinen Einfluss auf diese Zufriedenheit zu haben.

<sup>7</sup> Vgl. 2.3 Gemeinsame Zeit und Familienaktivitäten

## Zufriedenheit mit dem Zeitbudget für Gespräche mit den Kindern

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Die Angaben der Kinder zur Zufriedenheit mit dem Zeitbudget für Gespräche mit ihren Eltern fallen noch positiver aus als die ihrer Eltern. Insgesamt 87 Prozent der Kinder zwischen 6 und 19 Jahren sind zufrieden mit der Quantität an Gesprächen mit ihren Eltern. Hierbei unterscheiden sich Jungen (87 %) und Mädchen (86 %) nicht voneinander und auch bei den beiden Altersgruppen gibt es keine Unterschiede.

## 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)
69 %	87 %	70 %	87 %

Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

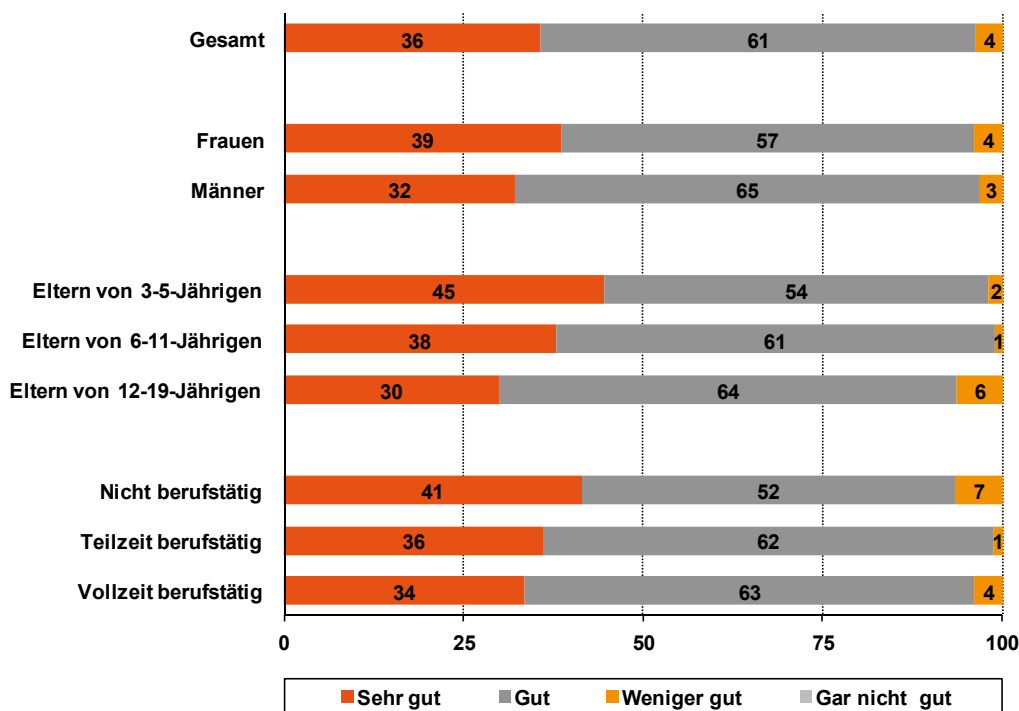
Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383;  
Kinder (6-19 Jahre), n=313

Die zweite Ebene der Bewertung der innerfamiliären Kommunikation, die Qualität, gibt Aufschluss darüber, inwiefern die vorhandene Zeit für „gute“ Gespräche genutzt wird. Bei den Eltern wurde eine globale Beurteilung der Kommunikation mit den Kindern – unabhängig vom Thema – erbeten. Anhand einer vierstufigen Skala sollte die Kommunikation mit den Kindern zwischen sehr gut und gar nicht gut eingestuft werden.

Insgesamt bewerten die Eltern die Kommunikation zu 36 Prozent als sehr gut und zu 61 Prozent als gut. Nur eine kleine Minderheit von vier Prozent beschreibt die Kommunikation mit den Kindern als weniger gut. Mütter stufen die eigene Kommunikation mit den Kindern dabei etwas häufiger als sehr gut ein als die Väter (Frauen: 39 %, Männer: 32 %).

### Bewertung der Kommunikationsqualität mit den Kindern

- Eltern: Globale Bewertung unabhängig vom Thema -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

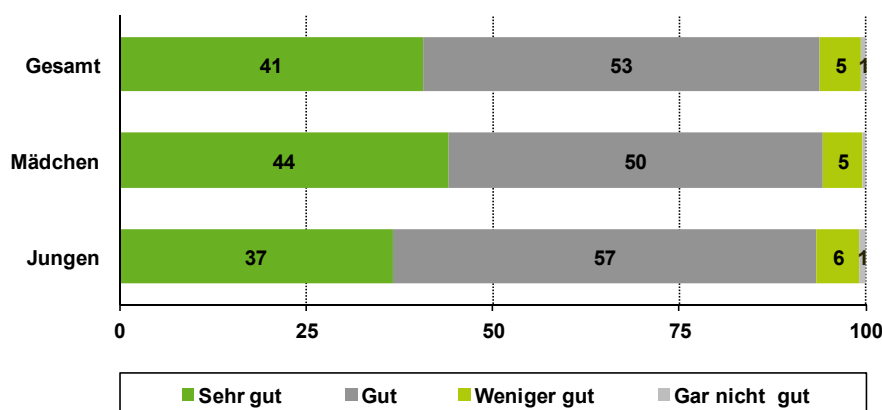
Basis: Eltern, n=468

Leichte Unterschiede zeigen sich, wenn man das Alter der dazugehörigen Kinder betrachtet: Mit steigendem Alter der Kinder bewerten die Eltern die Kommunikation etwas seltener mit sehr gut. Auch die Berufstätigkeit der Eltern spiegelt sich – analog zu den Ergebnissen zur Zufriedenheit mit dem Zeitbudget für Gespräche – in der Bewertung der Kommunikationsqualität wider. Hier schätzen Eltern, die Vollzeit berufstätig sind, die Kommunikationsqualität mit ihren Kindern insgesamt weniger gut ein.

Für die 6- bis 19-jährigen Kinder wurde die Kommunikationsqualität getrennt für beide Elternteile mittels der gleichen Skala abgefragt. Insgesamt wird dabei die Kommunikation in der Familie, sowohl in Bezug auf die Mutter (94 %) als auch auf den Vater (87 %) in der Regel als gut oder sehr gut eingestuft. Allerdings zeigen sich bei den einzelnen Ausprägungen der Skala einige Unterschiede zwischen der Beurteilung der Väter und der der Mütter. Die Kommunikation mit der Mutter wird von 41 Prozent der Kinder (6-19 Jahre) mit sehr gut bewertet, 53 Prozent befinden die Kommunikation als gut und insgesamt sechs Prozent bewerten sie als weniger oder gar nicht gut. Jungen und Mädchen liegen bei der positiven Bewertung (sehr gut/gut) insgesamt auf dem gleichen Niveau (beide 94 %), unterscheiden sich aber hinsichtlich der Bewertung mit sehr gut (Mädchen: 44 %, Jungen: 37 %).

## Bewertung der Kommunikationsqualität mit der Mutter

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



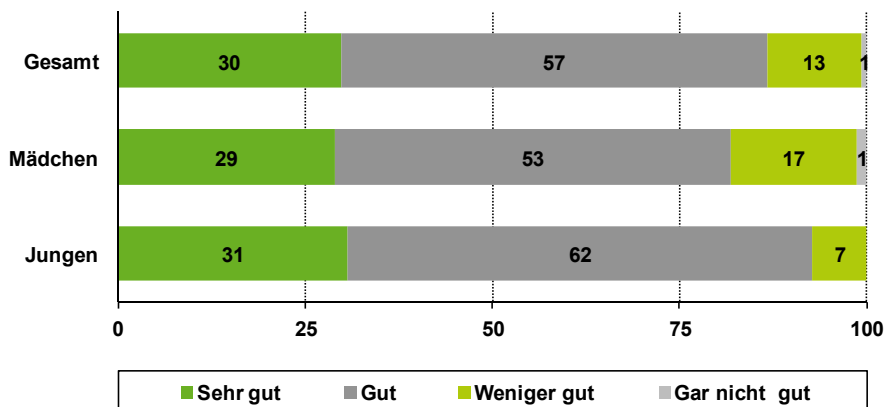
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

Auch die Kommunikation mit dem Vater wird häufig als sehr gut oder gut bewertet (87 %), mit 14 Prozent, verglichen mit der Bewertung der Kommunikationsqualität mit der Mutter, jedoch etwas häufiger als negativ. Die Mädchen bewerten die Kommunikation mit dem Vater schlechter als die Jungen (Mädchen: 18 %, Jungen 7 % weniger gut/gar nicht gut).

## Bewertung der Kommunikationsqualität mit dem Vater

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, deren Vater im Haushalt lebt (6-19 Jahre), n=288

Die Angaben der Kinder (6-19 Jahre) stimmen, was die Bewertung der Kommunikation mit den beiden Elternteilen betrifft, im Wesentlichen mit den Angaben der Erwachsenen überein. Die Eltern scheinen hier die Qualität der Kommunikation mit ihren Kindern insgesamt realistisch einzuschätzen – und umgekehrt.

## Bewertung der Kommunikationsqualität in der Familie

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

Kommunikationsqualität mit dem Kind/der Mutter	Mütter von 6-19-Jährigen	Kinder (6-19 Jahre)
Sehr gut	39 %	41 %
Gut	57 %	53 %
Weniger gut	4 %	5 %
Gar nicht gut		1 %

Kommunikationsqualität mit dem Kind/dem Vater	Väter von 6-19-Jährigen	Kinder (6-19 Jahre)
Sehr gut	29 %	30 %
Gut	67 %	57 %
Weniger gut	4 %	13 %
Gar nicht gut		1 %

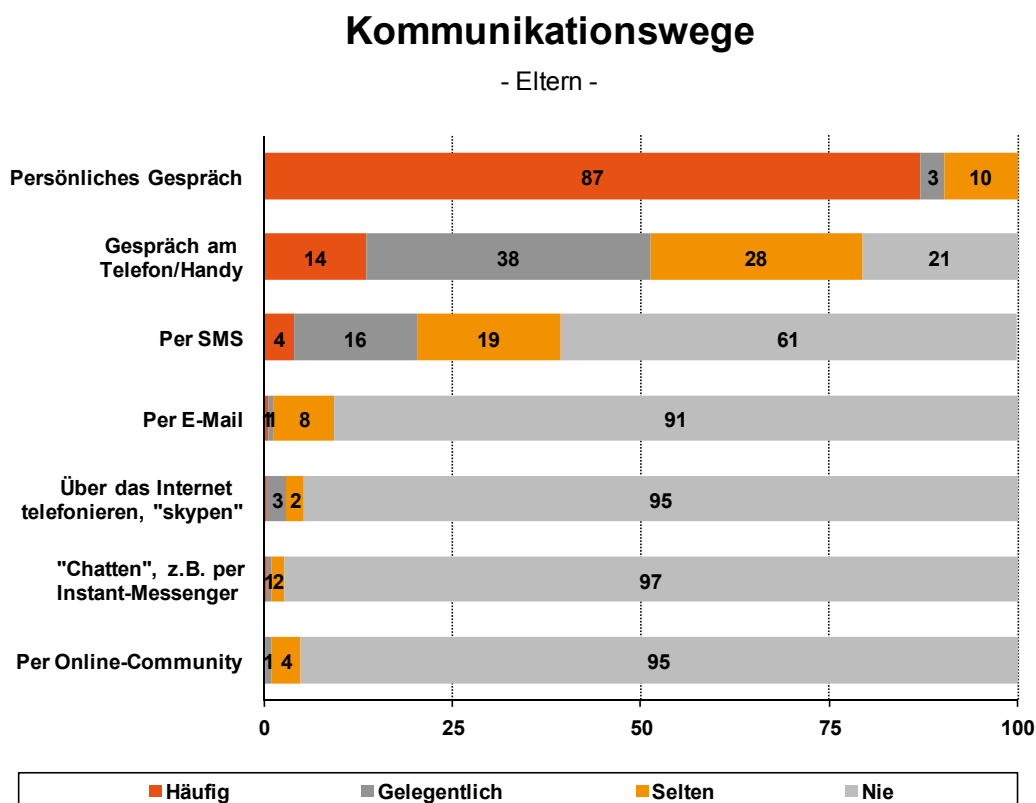
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383; Kinder (6-19 Jahre), n=313

### 3.6 Technische Kommunikationswege

Die Kommunikationswege haben sich in den letzten Jahren durch technische Errungenschaften wie Handy und Internet stark weiterentwickelt und ausdifferenziert. Die JIM-Studie 2011 zeigt, dass vor allem Jugendliche die „neuen Medien“ flexibel und individuell zur Kommunikation nutzen. Ob auch die Elterngeneration diese Kommunikationswege nutzt und welche Rolle sie in der innerfamiliären Kommunikation spielen, zeigt die FIM-Studie.

Das persönliche Gespräch ist zwischen Eltern und Kindern der wichtigste Kommunikationsweg: 87 Prozent der Eltern sprechen häufig persönlich mit ihren Kindern. Das Telefonat über Handy oder Festnetztelefon wird im Vergleich dazu deutlich seltener genutzt (14 % häufig). Nur vier Prozent der Eltern nutzen häufig SMS übers Handy zur Abstimmung mit den Kindern. E-Mail, Internettelefonie, Chat oder Communities werden von über 90 Prozent der Eltern nie zur innerfamiliären Kommunikation genutzt und spielen demnach kaum eine Rolle – sie scheinen für familiäre Konstellationen als Kommunikationsmittel bislang wenig geeignet.



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Das Alter der Kinder beeinflusst die Nutzung von Telefon/Handy und SMS. Vor allem die Eltern der 12- bis 19-Jährigen kommunizieren häufiger per Telefon (häufig/gelegentlich:



64 %) oder Kurznachricht (häufig/gelegentlich: 34 %) mit ihren Kindern. Und auch die Eltern, die in Vollzeit berufstätig sind, nutzen öfter SMS (häufig/gelegentlich: 24 %) und Telefon (häufig/gelegentlich: 57 %) zur Verständigung mit den Kindern.

### Kommunikationswege

- Eltern: häufig/gelegentlich -

	Eltern von 3-5-Jährigen	Eltern von 6-11-Jährigen	Eltern von 12-19-Jährigen
Gespräch am Telefon/Handy	28 %	48 %	64 %
Per SMS	2 %	14 %	34 %

	Nicht berufstätig	Teilzeit berufstätig	Vollzeit berufstätig
Gespräch am Telefon/Handy	48 %	42 %	57 %
Per SMS	16 %	15 %	24 %

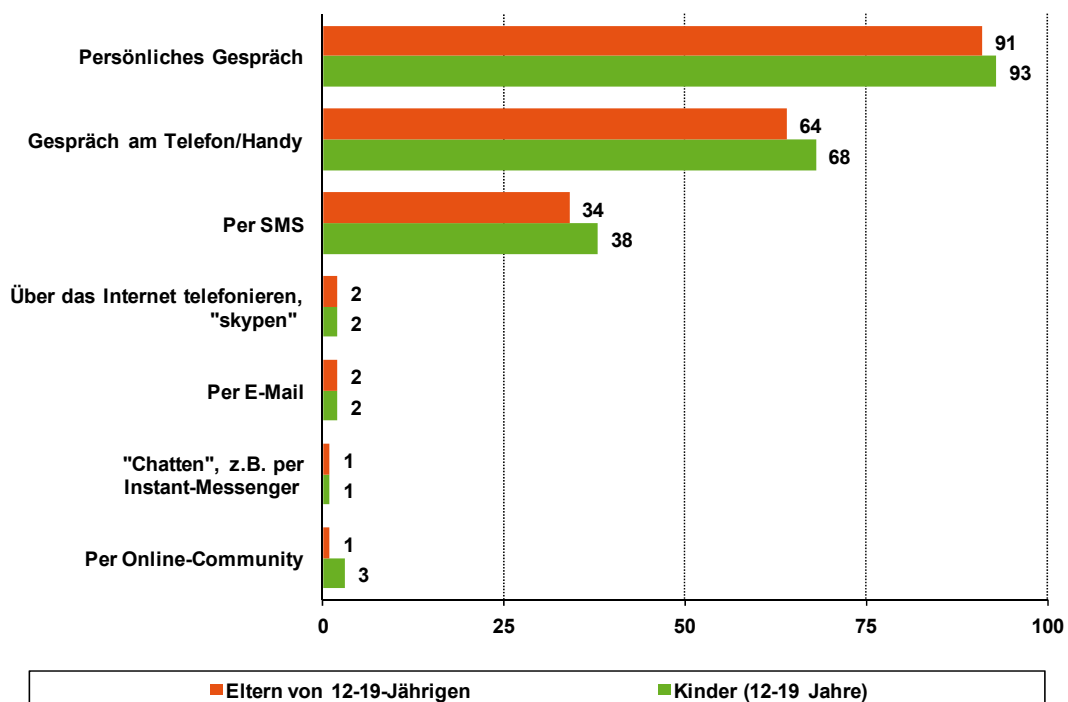
Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Die Angaben der Kinder – hier wurden nur die 12- bis 19-Jährigen befragt – liegen auf dem gleichen Niveau wie die Aussagen der Eltern.

### Kommunikationswege

- Eltern & Kinder (12-19 Jahre): häufig/gelegentlich -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=241; Kinder (12-19 Jahre), n=173

## 4. Mediennutzung in Familien

### 4.1 Medienausstattung

Familien in Deutschland steht ein breites Medienrepertoire zur Verfügung. So gut wie alle Haushalte haben mindestens einen Fernseher, ein Radiogerät, ein Handy, Internetzugang und ein Gerät zum Aufzeichnen von Fernsehinhalten bzw. Abspielen von Filmen wie DVD-Player/-Rekorder, Festplatten- oder Videorekorder. In je drei von vier Haushalten ist eine Spielkonsole oder ein MP3-Player vorhanden. Gut jede vierte Familie gibt für ein erweitertes Fernsehprogramm im Pay-TV zusätzlich Geld aus, jede fünfte Familie besitzt bereits einen Tablet-PC und acht Prozent verfügen über einen iPod Touch.

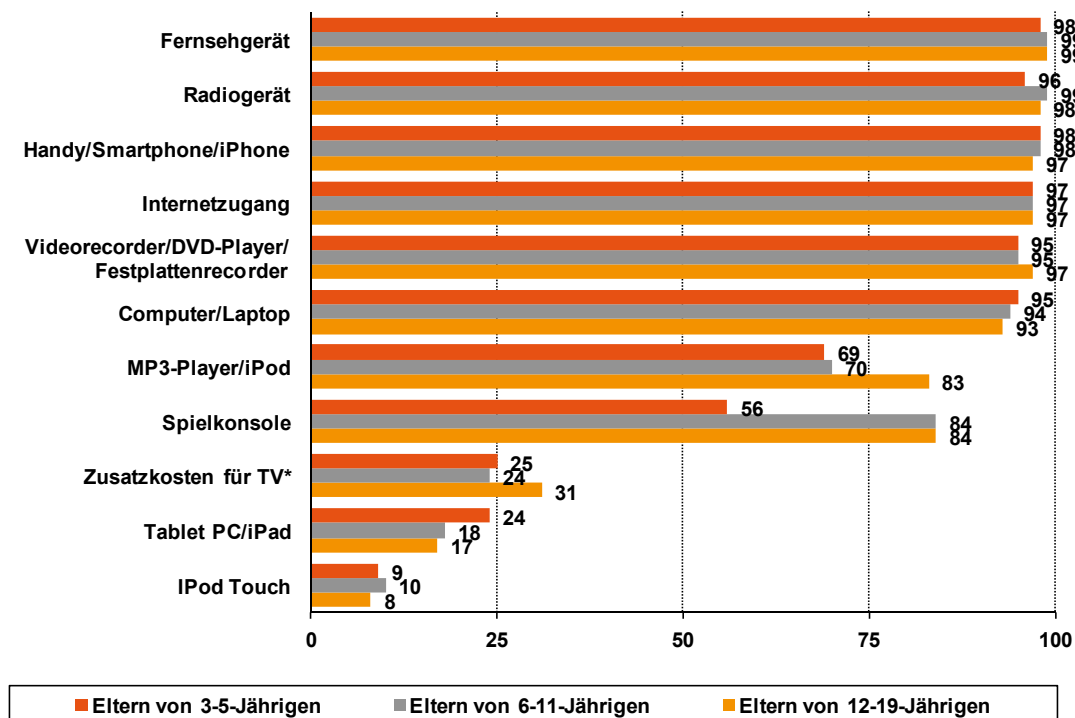
Während die Grundausstattung der Familien mit Computer, Internet, Fernsehen, Radio und Handy sowie Rekordern bei allen Familien gleichermaßen vorhanden ist, zeigen sich je nach Alter der Kinder, Berufstätigkeit und Bildung der Eltern Unterschiede beim Besitz von Spielkonsolen, MP3-Playern, Pay-TV und Tablet-PCs. Familien mit älteren Kindern (6-19 Jahren) haben zu 84 Prozent eine Spielkonsole, bei Familien mit Kleinkindern (3-5 Jahren) ist es nur gut die Hälfte der Haushalte. MP3-Player sind vor allem in Haushalten mit Jugendlichen (12-19 Jahre) deutlich häufiger anzutreffen. Ein anderes Bild zeigt sich bei der Ausstattung mit Tablet-PCs wie dem iPad. Hier sind Familien mit jüngeren Kindern (und in der Regel auch jüngeren Eltern) besser ausgestattet, jede vierte Familie mit Vorschulkindern hat einen Tablet-PC zu Hause. Was den Bildungsgrad der Eltern betrifft, bedeutet formal höhere Bildung eine breitere Medienausstattung.<sup>8</sup> 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 machen hierbei Spielkonsolen, hier haben vier von fünf Haushalten mit „mittlerer und niedriger Schulbildung“ eine Spielkonsole zu Hause aber nur zwei Drittel der „höher Gebildeten“. Unterschiede zeigen sich auch nach Berufstätigkeit. In der Regel haben Eltern, die nicht berufstätig sind, eine etwas geringere Medienausstattung. Ausnahmen sind Spielkonsolen und Tablet-PCs, hier liegen sie gleichauf mit den berufstätigen Eltern.

---

<sup>8</sup> Dies erscheint plausibel, da sowohl höher gebildete Eltern als auch berufstätige Eltern ihre finanzielle Situation besser einschätzen als Eltern mit geringerem Bildungshintergrund sowie Nicht-Berufstätige.

## Medienausstattung im Haushalt

- Eltern: mindestens ein Gerät im Haushalt vorhanden -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

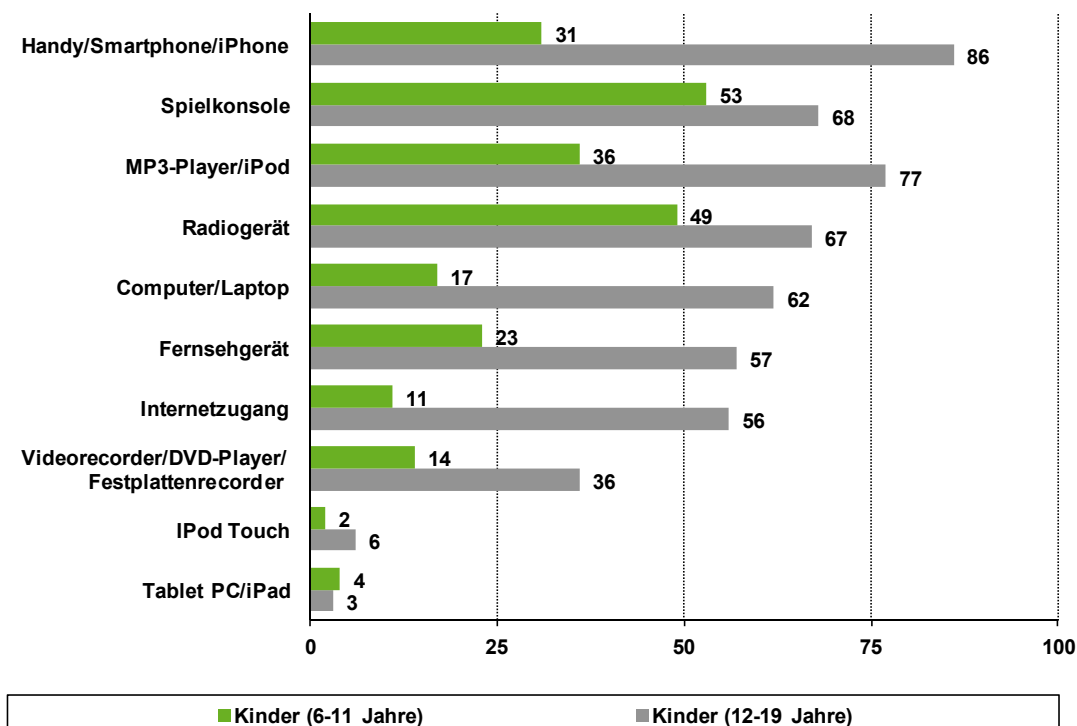
\* z.B. Gebühren für Pay-TV, Video-on-Demand etc.

Viele Kinder (6-19 Jahre) besitzen selbst schon eigene Fernseher, Radioapparate sowie Computer etc., sie haben somit einen unabhängigeren Zugang zu den Medien. Nach Angaben der befragten Kinder sind am häufigsten Handys, Spielkonsolen, MP3-Player und Radios vorhanden, etwa drei von fünf Kindern zwischen 6 und 19 Jahren haben jeweils ein solches Gerät zur Verfügung. Zwei Fünftel haben einen Computer und einen Fernseher. Gut jeder Dritte hat bereits einen eigenen Internetzugang, etwa jeder Vierte kann mit Video-/DVD-/Festplattenrekorder aufzeichnen und Filme abspielen. Je vier Prozent haben einen Tablet-PC und einen iPod Touch. Mädchen sind besser mit Handys (66 %, Jungen: 56 %), MP3-Player (62 %, Jungen: 55 %), Fernseher (47 %, Jungen: 36 %), und Rekorder (30 %, Jungen: 23 %) ausgestattet. Jungen haben häufiger eine Spielkonsole (67 %, Mädchen 56 %). Keine bzw. nur geringfügige Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeigen sich beim Computerbesitz, Internetzugang und Tablet-PCs.

Der Gerätebesitz der Kinder variiert je nach Alter. Erwartungsgemäß haben Jugendliche (12-19 Jahre) häufiger eigene Medien zur Verfügung als Kinder (6-11 Jahre). Am häufigsten bei den Kindern sind Spielkonsolen und das Radio, bei den Jugendlichen Handys und MP3-Player.

## Eigene Medienausstattung der Kinder

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

## 4.2 Medientätigkeiten

### 4.2.1 Mediennutzung der Eltern

Welche Alltagsrelevanz die einzelnen Medien haben, zeigt die Häufigkeit der Mediennutzung – alleine oder mit anderen Familienmitgliedern. Fast alle Eltern geben an, regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) zu telefonieren (97 %) und fernzusehen (94 %). Eine häufige Nutzung zeigt sich auch beim Radio hören (84 %), bei der Nutzung des Internets (74 %) und der Lektüre von (Tages-)Zeitungen (69 %): Knapp die Hälfte liest regelmäßig Bücher (46 %), je zwei Fünftel hören Tonträger (39 %) und lesen Zeitschriften oder Magazine (38 %). 23 Prozent hören MP3-Dateien, 15 Prozent der Eltern spielen regelmäßig Computerspiele. DVDs, Videos oder Blurays sehen 13 Prozent mehrmals pro Woche und fünf Prozent nutzen Spielkonsolen. Deutliche Unterschiede zwischen Männer und Frauen zeigen sich beim Lesen von Zeitungen und Büchern. Während die Väter häufiger Zeitung lesen (73 %, Mütter: 65 %), lesen Mütter häufiger Bücher bzw. lesen vor (61 %, Väter: 27 %). Auch das Alter der Eltern wirkt sich auf die Mediennutzung aus. Eine deutlich höhere Nutzung zeigen junge Eltern beim Internet, Bücher lesen/Vorlesen, CDs/Kassetten hören, MP3s und Computerspie-

len. Auch (Tages-)Zeitungen und Zeitschriften werden von Älteren häufiger genutzt. Ergebnisse, die auch jenseits der Familienperspektive unterschiedliche Mediensozialisationen verschiedener Generationen verdeutlichen.

## Medientätigkeiten

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -

	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 %

Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

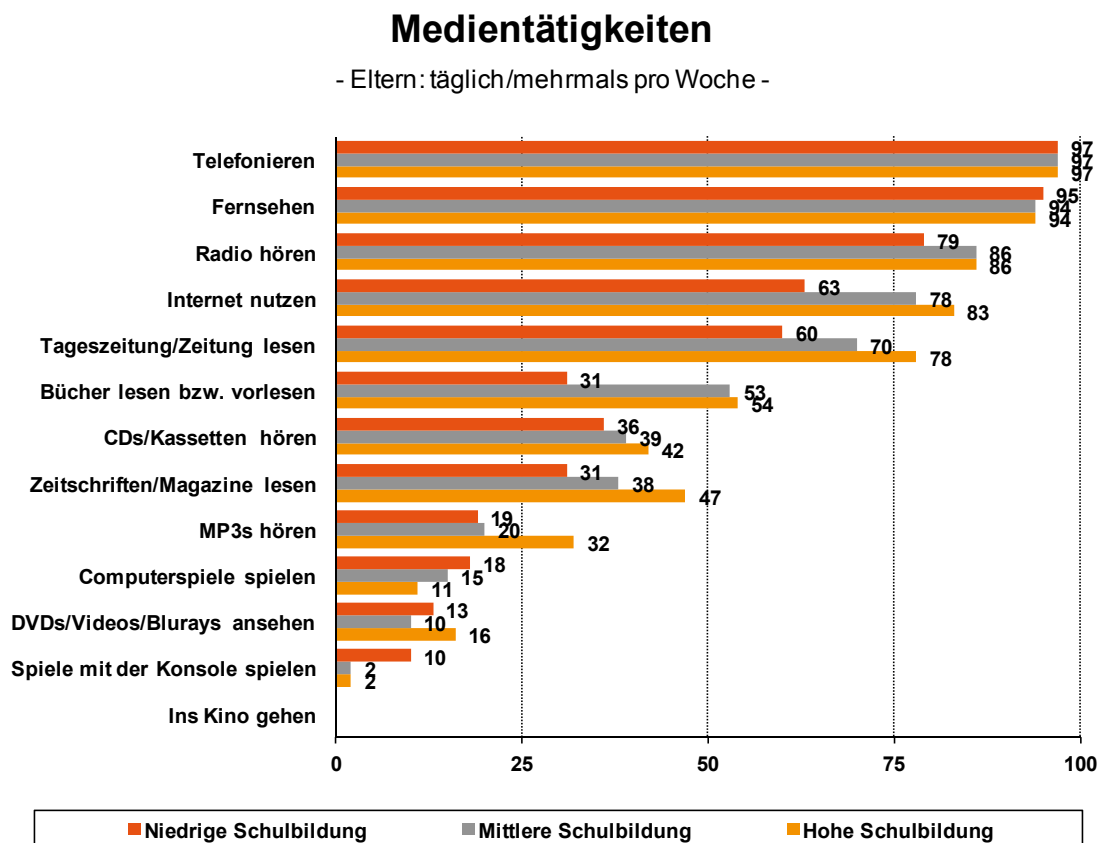
Basis: Eltern, n=468

Bei der Betrachtung der elterlichen Mediennutzung unter dem Aspekt der Berufstätigkeit zeigt sich überraschenderweise überwiegend eine häufigere Mediennutzung bei den Eltern, die berufstätig sind bzw. in Teilzeit arbeiten. Eine Ausnahme bildet lediglich die Nutzung von DVDs und Blurays sowie die Nutzung von Computerspielen, die bei Nicht-Berufstätigen häufiger vorkommt. Die höchste Nutzung beim Lesen bzw. Vorlesen von Büchern weisen Eltern auf, die in Teilzeit erwerbstätig sind.

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 werden, zeigen Eltern mit höherem Bildungshintergrund generell eine häufigere Mediennutzung. Besonders deutlich wird dies bei der Internetnutzung und dem Lesen von Büchern, (Tages-) Zeitung und Zeitschriften.

Die Betrachtung der Häufigkeit der Nutzung beispielsweise in der Ausprägung „mehrmals pro Woche“ sagt etwas über die „Alltäglichkeit“ eines Mediums aus, macht aber keine Aus-

sage zur jeweiligen Dauer der Nutzung. Das heißt Eltern mit höherer Bildung und Berufstätige haben ein breiteres Medienrepertoire, aus dem sich die Medienwelt zusammensetzt.



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

#### 4.2.2 Mediennutzung der Kinder

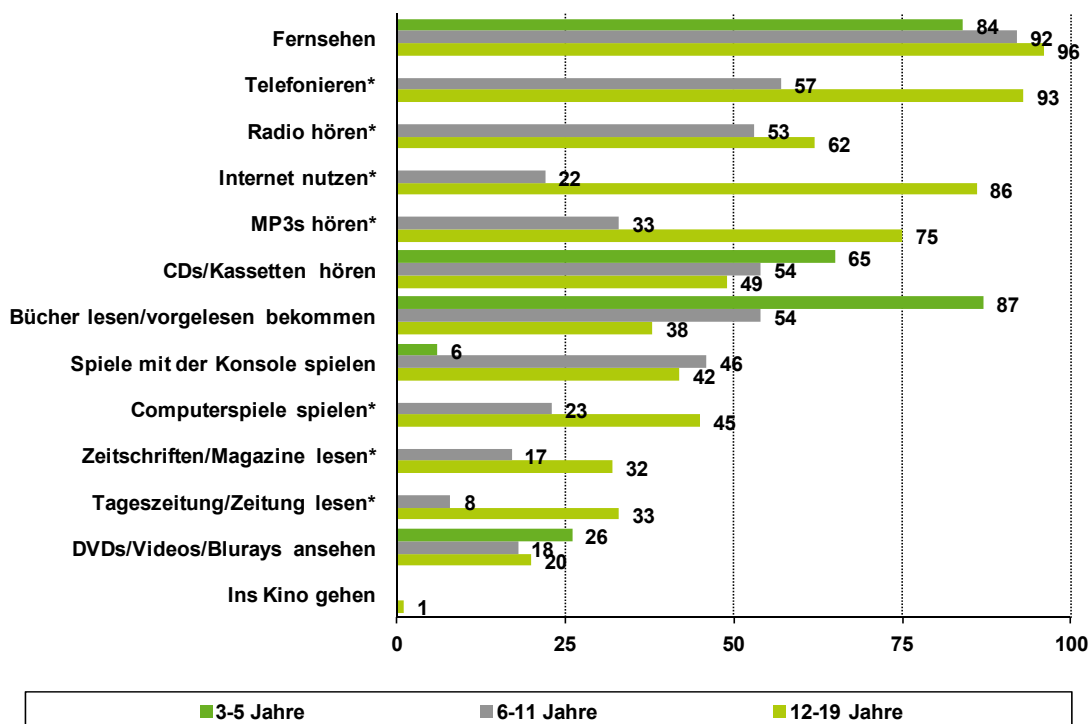
Was die Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen betrifft, so dominiert, zumindest bei der Gesamtbetrachtung der 3- bis 19-Jährigen<sup>9</sup>, das Fernsehen: 92 Prozent sehen regelmäßig fern, etwa drei Viertel telefonieren (77 %). Für gut die Hälfte sind Radio (58 %), Internet (57 %), MP3-Dateien (56 %), CDs (54 %) und Bücher (53 %) Freizeitbeschäftigungen, die mindestens mehrmals pro Woche ausgeübt werden. Wie bereits aus den Studienreihen KIM und JIM bekannt, bestätigen 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 zeigen die Daten der FIM-Studie ein stärkeres Interesse der Mädchen (60 %, Jungen: 54 %). Eine häufigere Nutzung bei den Jungen zeigt sich hingegen bei Spielkonsolen (49 %, Mädchen: 26 %) und Computerspielen (45 %, Mädchen: 27 %).

<sup>9</sup> Telefonieren, Radio, Internet, MP3, Computerspiele und Tageszeitungen wurden nur in der Teilstichprobe der 6- bis 19-Jährigen abgefragt.

Neben den Gesamtwerten der Kinder ist bei den Medientätigkeiten vor allem eine altersdifferenzierte Betrachtung sinnvoll. 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. So spielen bei den Jüngsten (3-5 Jahre) eindeutig das Fernsehen und das Lesen (in diesem Fall das Vorlesen) sowie CDs und Kassetten die größte Rolle. Bei den 6- bis 11-Jährigen sind Fernsehen, Telefonieren, CDs und Bücher sowie Radio und Spielkonsole die am meisten genutzten Medien. Jugendliche (12-19 Jahre) favorisieren Fernsehen und Telefonieren, darauf folgt das Internet und MP3 hören. Insgesamt betrachtet zeigt sich, dass das Fernsehen über alle Altersgruppen eine zentrale Rolle spielt.

### Medientätigkeiten

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

\* Nur für die Teilstichprobe 6-19 Jahre abgefragt

#### 4.2.3 Medienbiographien

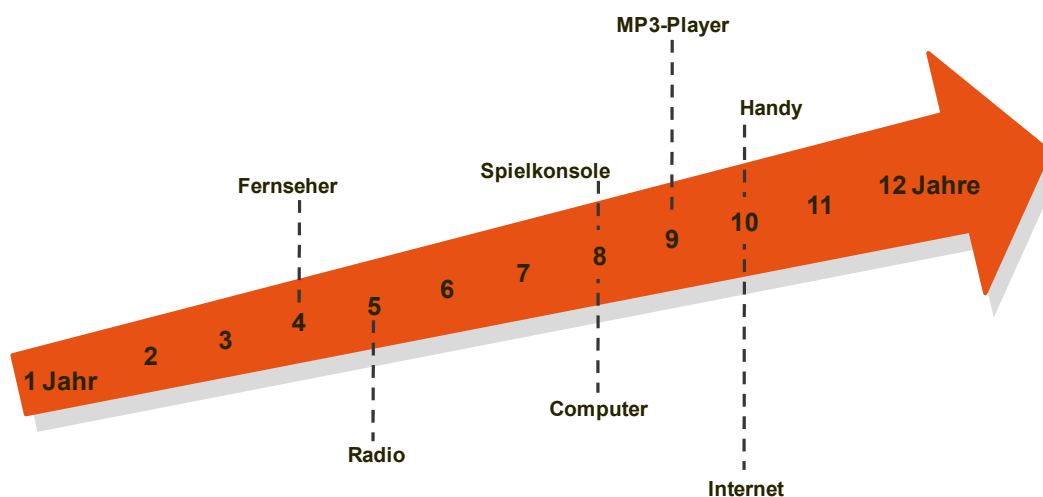
Wie die Daten zur Mediennutzung zeigen, werden die Medien je nach Alter der Kinder unterschiedlich genutzt. Je nach Entwicklungsstand der Kinder und Interessen kommt den verschiedenen Medien unterschiedliche Bedeutung zu. Um den Einstieg der Kinder in die Medi-

enwelt nachzuvollziehen, wurden die Eltern befragt, in welchem Alter das erste Kind begann die Medien Fernsehen, Radio, Internet, MP3-Player und Handy zu nutzen.

Von den vorgegeben Optionen ist das Fernsehen das Medium mit dem Kinder zuerst in Kontakt kommen. Nach Angaben der Eltern haben die Kinder mit durchschnittlich 4 Jahren begonnen fernzusehen<sup>10</sup>. Mit durchschnittlich 5 Jahren beginnen Kinder Radio zu hören. Spielkonsole und Computer werden nach Angaben der Eltern erstmals mit 8 Jahren vom ältesten Kind verwendet. Der MP3-Player kommt im Alter von 9 Jahren zum Einsatz und mit durchschnittlich 10 Jahren haben die Kinder zum ersten Mal ein Handy und das Internet genutzt.

## Medienbiographie

- Durchschnittsalter des Erstgeborenen bei der ersten Mediennutzung -



Quelle: FIM 2011

Basis: Eltern, n=468

Auffällig ist, dass jüngere Eltern über alle Medien hinweg einen deutlich früheren Einstieg ihres erstgeborenen Kindes angeben als ältere Eltern. Dies erklärt sich einerseits, da jüngere Eltern seltener Kinder im Jugendalter haben, der Durchschnitt also naturgemäß niedriger liegt, da keine hohen Altersangaben möglich sind. Bei der Betrachtung der einzelnen Angaben zu den Altersstufen und der Berücksichtigung des aktuellen Alters der Kinder wird jedoch deutlich, dass über alle Medien hinweg in den ersten Lebensjahren der Kinder deutlich höhere Nennungen von Eltern unter 34 Jahren erfolgen. Dies deutet darauf hin, dass generell der

<sup>10</sup> Hier 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 gibt gut die Hälfte der Eltern an, dass das älteste Kind spätestens mit 3 Jahren bereits zu den Fernsehnutzern gehörte.



Einstieg der Kinder in die Medienwelt zunehmend früher geschieht. Möglicherweise haben jüngere Eltern hier weniger Vorbehalte, zudem zeigen jüngere Eltern auch selbst ein anderes Medienverhalten.

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

#### **4.2.4 Gemeinsame Mediennutzung in der Familie**

Bei der FIM-Studie steht die Familienperspektive im Vordergrund. Für die Mediennutzung wurden daher auch die gemeinsamen Medientätigkeiten erfasst. Befragt man die Eltern, so geben 71 Prozent an, zumindest mehrmals pro Woche mit ihrem Kind bzw. ihren Kindern gemeinsam fernzusehen. Knapp die Hälfte gibt an, regelmäßig miteinander zu telefonieren (46 %) und Radio zu hören (45 %). 29 Prozent lesen mindestens mehrmals wöchentlich gemeinsam mit ihren Kindern oder lesen ihnen vor. Jeder vierte Elternteil gibt an, gemeinsam mit den Kindern CDs oder Kassetten anzuhören. 13 Prozent gehen regelmäßig zusammen ins Internet. Etwa jeder Zehnte liest mit den Kindern die Tageszeitung, jeweils acht Prozent sehen Filme auf DVD (oder anderen Trägern) an und hören zusammen MP3-Dateien. Eher selten werden gemeinsam Zeitschriften angeschaut (5 %). Auch das gemeinsame Spielen am Computer (4 %) und an der Spielkonsole (3 %) spielt im Alltag kaum eine Rolle. Der Vollständigkeit halber sei das Kino erwähnt, hier ist die Betrachtung der Frequenz „mehrmals pro Woche“ nicht angemessen. Orientiert man sich an einem größeren Zeitraum, so gehen drei Viertel der Eltern zumindest selten mit ihren Kindern ins Kino.

Die herausragende Stellung des Fernsehens in der Familie zeigt sich auch bei der täglichen Nutzung. 27 Prozent der Eltern geben an, täglich gemeinsam mit den Kindern fernzusehen. Eine ähnliche Größenordnung erreicht nur das Radio, das 21 Prozent der Eltern jeden Tag mit ihren Kindern zusammen nutzen. In der täglichen Nutzung haben weiter nur Telefonieren (13 %) und das Bücher lesen/vorlesen (12 %) als gemeinsame Medientätigkeit Relevanz.

Insgesamt geben die Mütter häufiger an, gemeinsam mit ihren Kindern mindestens mehrmals pro Woche Medien zu nutzen. Besonders deutlich sind die Unterschiede beim Fernsehen (Mütter: 76 %, Väter: 65 %), beim Radio (Mütter: 55 %, Väter: 33 %) sowie beim Lesen/Vorlesen (Mütter: 39 %, Väter: 17 %) und beim gemeinsamen Anhören von Kassetten und CDs (Mütter: 29 %, Väter: 18 %).

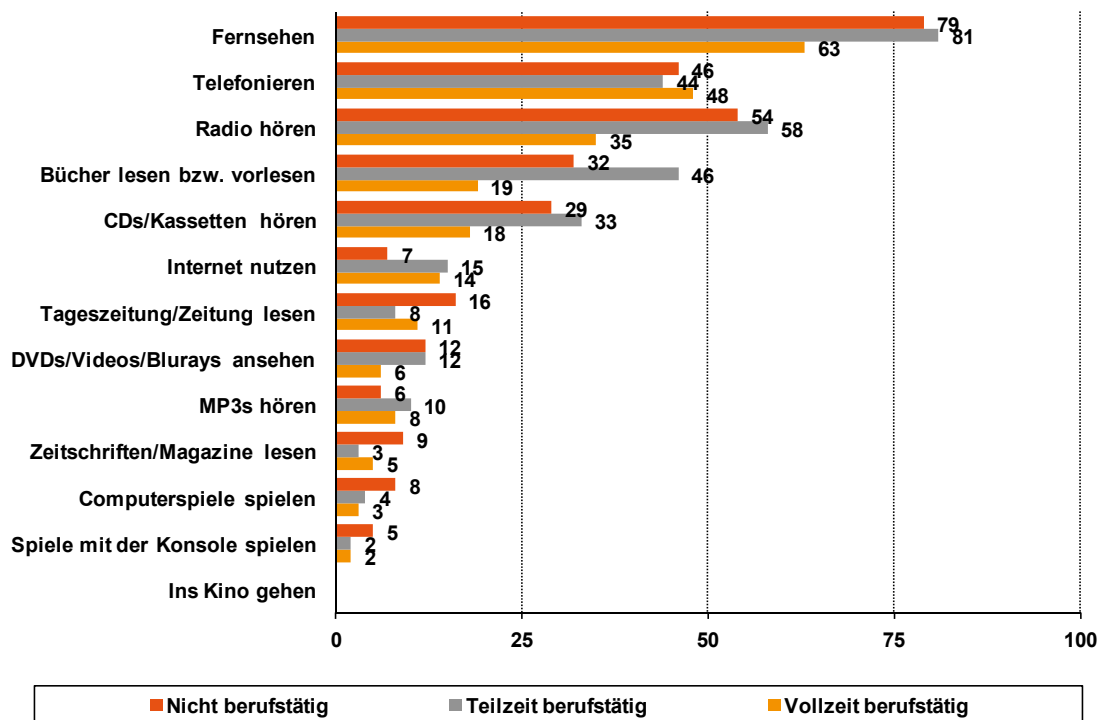
Ein wichtiger Faktor bei der gemeinsamen Mediennutzung ist das Alter der Kinder. Zwar ist für Eltern von Kindern aller Altersgruppen das Fernsehen die häufigste gemeinsame Medienbeschäftigung, doch zeigen sich bei den anderen Medien deutliche Unterschiede. Erwartungsgemäß nimmt die Häufigkeit des Lesens/Vorlesens bei Eltern mit dem Älterwerden der Kinder deutlich ab, dies gilt auch für das gemeinsame CD oder Kassetten hören. Mit zunehmendem Alter der Kinder geben die Eltern eine deutlich häufigere gemeinsame Nutzung beim Telefonieren, beim Internet und der Lektüre der Tageszeitung an.

Bei der gemeinsamen Mediennutzung macht sich der Bildungshintergrund der Eltern vor allem beim Lesen bemerkbar. Nur jeder sechste Elternteil mit niedrigerem Bildungsniveau liest gemeinsam mit seinen Kindern, bei Eltern mit mittlerem und höherem Bildungsniveau ist es über ein Drittel. Dagegen sehen etwa drei Viertel der Eltern mit mittlerem und niedrigerem Bildungsstand gemeinsam mit ihren Kindern fern, bei den höher gebildeten Eltern sind dies nur knapp zwei Drittel.

Vor dem Hintergrund der Berufstätigkeit geben diejenigen Eltern, die in Vollzeit arbeiten, in der Regel seltener an, mit ihren Kindern gemeinsam Medien zu nutzen. Jedoch ist der Telefonkontakt mit den Kindern hier häufiger als bei den anderen Eltern. Bei den Medien Fernsehen, Radio und Bücher zeigen sich bei den Teilzeit-Berufstätigen und bei nicht berufstätigen Eltern deutlich höhere gemeinsame Nutzungswerte.

## Medientätigkeiten mit den Kindern

- Eltern: täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

Befragt man die Kinder zur gemeinsamen Mediennutzung deckt sich dies weitgehend mit den Angaben der Eltern. So ist auch aus der Perspektive der Kinder das Fernsehen mit 73 Prozent die häufigste gemeinsame regelmäßige Medientätigkeit.<sup>11</sup>

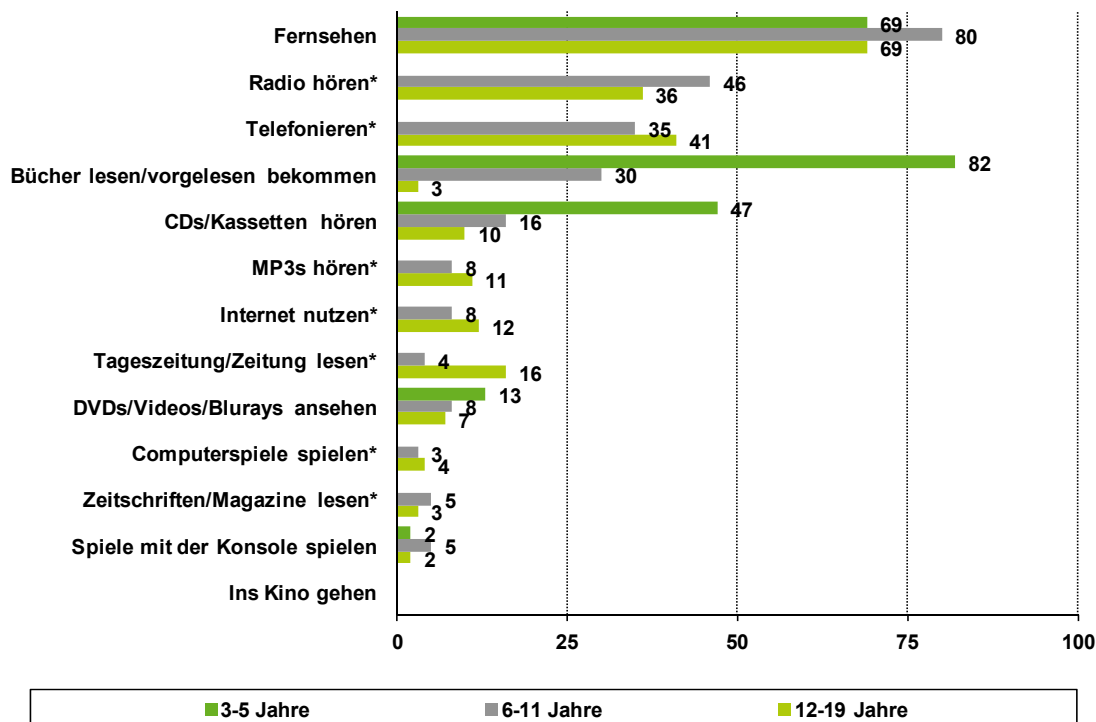
Entsprechend der verschiedenen Entwicklungsphasen der Kinder unterscheiden sich die gemeinsamen Medientätigkeiten der Kinder mit ihren Eltern deutlich nach dem Alter der Kinder. Für die jüngsten Kinder der Befragung mit 3 bis 5 Jahren wurden allerdings nur die in ihrem Alter relevanten Medien abgefragt. Vier Fünftel der 3- bis 5-Jährigen lesen regelmäßig gemeinsam mit ihren Eltern (mindestens ein Elternteil) bzw. bekommen von den Eltern vorgelesen. Gut zwei Drittel sehen in dieser Altersstufe gemeinsam mit den Eltern mindestens mehrmals pro Woche fern, knapp die Hälfte hört in dieser Häufigkeit mit den Eltern CDs/Kassetten. Für Kinder im Grundschulalter dominiert das Fernsehen: 80 Prozent sehen regelmäßig mit ihren Eltern fern, knapp die Hälfte hört gemeinsam Radio und etwa jeder Dritte liest oder telefoniert mit den Eltern zumindest mehrmals wöchentlich. Für die Jugendlichen kommt nach dem Fernsehen (69 %) das Telefonieren (41 %) und dann das Radio (36 %),

<sup>11</sup> Siehe Kapitel 4.3 Fernsehen

gefolgt von der Zeitungslektüre (16 %) und dem Internet (12 %) als regelmäßige gemeinsame Medientätigkeit mit den Eltern in Betracht.

## Medientätigkeiten mit den Eltern

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

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

\* Nur für die Teilstichprobe 6-19 Jahre abgefragt

### 4.2.5 Die Medien im Tagesablauf

Die selbst eingeschätzten Angaben zu Häufigkeiten von Medientätigkeiten werden in der FIM-Studie ergänzt durch die Tagebuchbefragung. Somit wird ein genaueres Bild vom Tagesablauf aller Familienmitglieder, deren Mediennutzung und Kommunikationsverhalten über einen längeren Zeitraum und im Kontext der Alltagssituationen erfasst.

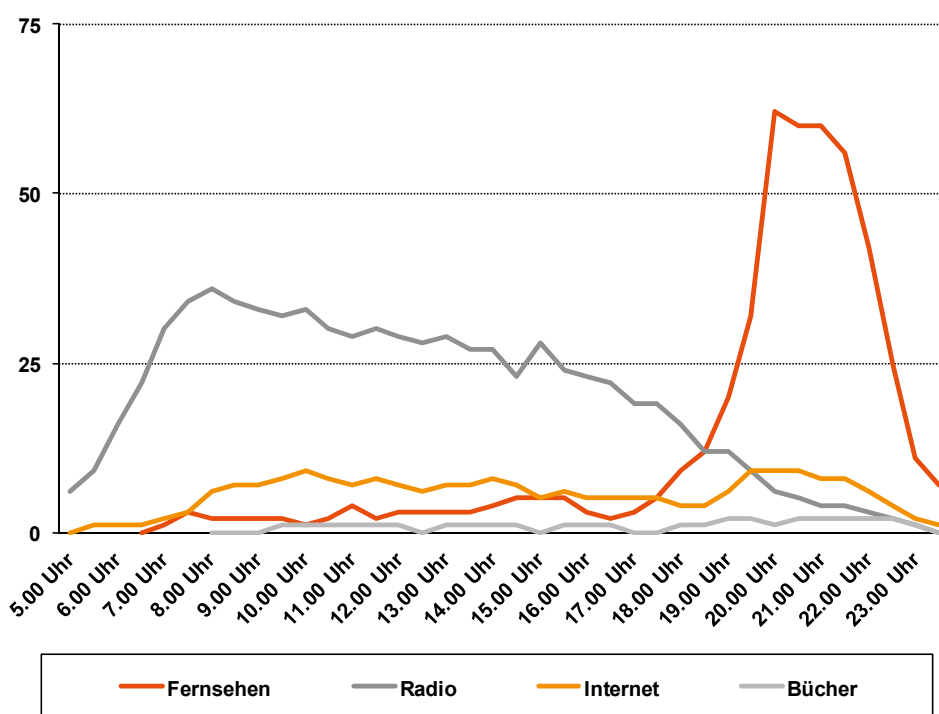
Der Tag der deutschen Durchschnittsfamilien beginnt früh. An Werktagen (Montag bis Freitag) sind bereits um 6:30 Uhr zwei Drittel der Eltern wach, entsprechend geht man auch früh schlafen, bis 23:00 Uhr haben sich drei Viertel der Eltern Schlafen gelegt. Ein anderes Bild zeigt das Wochenende, hier kann über die Hälfte der Eltern bis 8 Uhr ausschlafen.

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 hört ein Drittel der Eltern Radio. Der Wert bleibt auf hohem Niveau über den ganzen Tag und sinkt erst ab 17 Uhr unter 20 Prozent.<sup>12</sup> Die Fernsehnutzung der Eltern bleibt tagsüber konstant unter fünf Prozent, steigt dann zum Abend stark an und erreicht ihren Höhepunkt um 20 Uhr mit knapp zwei Dritteln der Eltern und nimmt dann wieder deutlich ab.<sup>13</sup> Die Internetnutzung der Eltern verteilt sich relativ gleichmäßig über den gesamten Tag und den Abend, bleibt aber konstant unter zehn Prozent, stärkere Nutzungszeiten sind am Vormittag und am Abend ab 20 Uhr.

## Medientätigkeiten Montag bis Freitag

- Tagebücher: Eltern -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern-Tagebücher (Werktage), n=684

In der FIM-Studie interessierte hier vor allem der gemeinsame Medienkonsum in der Familie, also die Zeiten, zu denen die Eltern mit mindestens einem Kind bzw. das Kind mit mindestens einem Elternteil, das jeweilige Medium gemeinsam nutzen. Aus Sicht der Eltern erreicht das Radio an Wochentagen seinen höchsten gemeinsamen Nutzungswert morgens um 7:30 Uhr mit acht Prozent der Eltern. Über den Tag hinweg schwankt die gemeinsame Nutzung

<sup>12</sup> Über den gesamten Tag verteilt hören laut Tagebuchbefragung insgesamt drei Viertel der Eltern Radio (Montag bis Freitag).

<sup>13</sup> Über den gesamten Tag verteilt sehen insgesamt zwei Fünftel der Eltern fern (Montag bis Freitag).

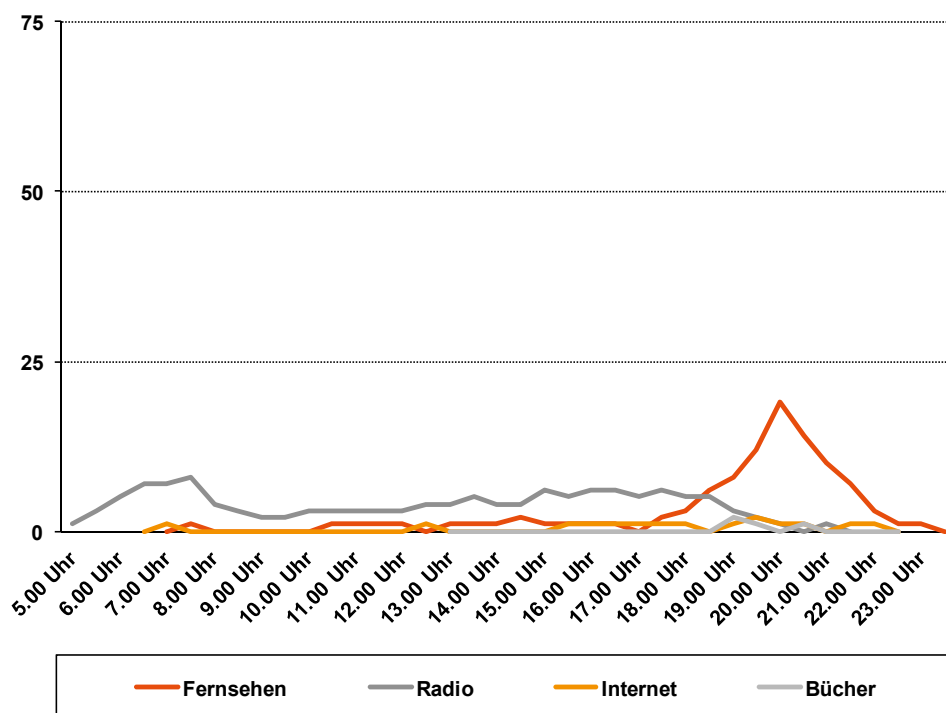
um etwa fünf Prozent, vormittags etwas schwächer als am Nachmittag, ab etwa 18 Uhr nimmt die gemeinsame Radionutzung in der Familie deutlich ab.<sup>14</sup>

Bei der Fernsehnutzung ist über den Tag verteilt nur eine vereinzelte gemeinsame Nutzung zu verzeichnen. Am Abend wird dann das gemeinsame Fernsehen häufiger: Den höchsten Wert erreicht das gemeinsame Fernseherlebnis um 20 Uhr, hier gibt knapp ein Fünftel der Eltern an, gemeinsam mit den Kindern fernzusehen.

Die gemeinsame Internetnutzung erfolgt an Wochentagen nur sehr sporadisch über den Tag verteilt. Vereinzelt werden noch Bücher und PC- und Konsolenspiele als gemeinsame Beschäftigung genannt. Wenn, dann erfolgen diese gemeinsamen Tätigkeiten überwiegend am Abend. Insgesamt wird deutlich, dass in der gemeinsamen Mediennutzung das Radio und das Fernsehen dominiert, dies wird auch durch die Ergebnisse der repräsentativen Befragung bestätigt.

## Gemeinsame Medientätigkeiten Montag bis Freitag

- Tagebücher: Eltern: gemeinsame Medientätigkeiten mit den Kindern -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern-Tagebücher (Werktage), n=684

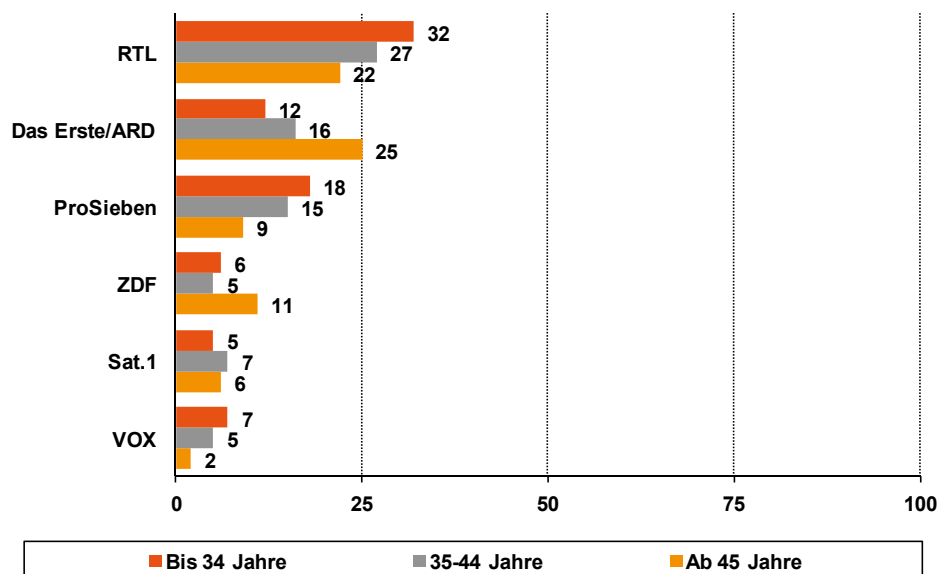
<sup>14</sup> In der Tagebucherhebung geben zwei Fünftel der Eltern an, zu irgendeiner Zeit gemeinsam mit den Kindern Radio zu hören (Montag bis Freitag).

### 4.3 Fernsehen

Wie die Nutzungswerte für die individuelle als auch 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. Fragt man die Eltern nach ihrem liebsten Fernsehprogramm, so nennen 27 Prozent RTL, 18 Prozent Das Erste/ARD und 14 Prozent ProSieben. Mit Abstand folgen ZDF (7 %), Sat.1 (6 %) und VOX (5 %). Die Väter zeigen eine etwas stärkere Vorliebe für öffentlich-rechtliches Fernsehen, die Mütter votieren häufiger für RTL. Die Lieblingsprogramme unterscheiden sich je nach Alter der befragten Eltern. Jüngere Eltern präferieren eher private Angebote, ältere Eltern entscheiden sich häufiger für öffentlich-rechtliche Programme.

#### Liebstes Fernsehprogramm

- Eltern: offene Nennungen ab 5 Prozent -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, die zumindest selten fernsehen, n=458

Weiter unterscheiden 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 zählen ein öffentlich-rechtliches Programm zu ihren Favoriten. Dagegen votieren Eltern mit geringerem Bildungshintergrund häufiger für privatrechtliche Programme (niedrige Schulbildung: 72 %; mittlere Schulbildung: 70 %) als höher gebildete Eltern (60 %).

Die Sendungsvorlieben der Eltern wurden zur besseren Übersicht verschiedenen Genres zugeordnet. Demnach zählt jeder dritte Elternteil Krimisendungen zu seinen Lieblingssendungen, jeweils jeder Fünfte nennt Nachrichten oder Sportsendungen. Für Spielfilme und Seifenopern bzw. Telenovelas entscheiden sich je 17 Prozent. Für 14 Prozent zählen andere Informationssendungen (neben Nachrichten) zu ihren Favoriten. Zwölf Prozent nennen Quiz- und Gameshows. Die aktuell in der Diskussion stehenden Reality-TV Formate und Dokusoaps zählen zehn Prozent der Eltern zu ihren Lieblingssendungen. Weiter werden Arzt- und Krankenhausendungen (9 %), Castingshows (8 %) und Sitcoms/Comedyendungen (6 %) genannt. Acht Prozent nennen keine Lieblingssendung. Als häufigste Einzelsendung bei der offenen Abfrage wurde von zwölf Prozent der Eltern die Krimireihe „Tatort“ im Ersten als liebste Fernsehsendung genannt.

Jüngere Eltern bis 34 Jahre haben deutlich häufiger Sendungen der Kategorien Seifenopern/Telenovelas, Reality-TV/Dokusoaps sowie Arzt-/Krankenhausserien und Castingshows als Lieblingssendung als ältere Eltern. Quiz- und Spielshows sind insbesondere bei den Eltern zwischen 35 und 44 Jahren beliebt und bei Eltern ab 45 Jahren liegen die Präferenzen bei Krimis, Nachrichten und anderen Informationssendungen sowie Sportsendungen und Spielfilmen.

Individuelle Programmvorlieben haben auch die befragten Kinder. An erster Stelle steht der Kinderkanal, sogar bei der Betrachtung der Gesamtstichprobe der 3- bis 19-Jährigen wird mit 26 Prozent der KI.KA als Lieblingsprogramm am häufigsten genannt. Mit etwas Abstand liegen dahinter gleichauf RTL (15 %), Super RTL (15 %) und ProSieben (14 %). Sechs Prozent nennen das private Kinderprogramm NICK als liebstes Programm.

Während der KI.KA von Jungen wie Mädchen gleichermaßen als liebstes Programm genannt wird, steht RTL mehr in der Gunst der Mädchen, Jungen dagegen haben eine Präferenz für ProSieben.

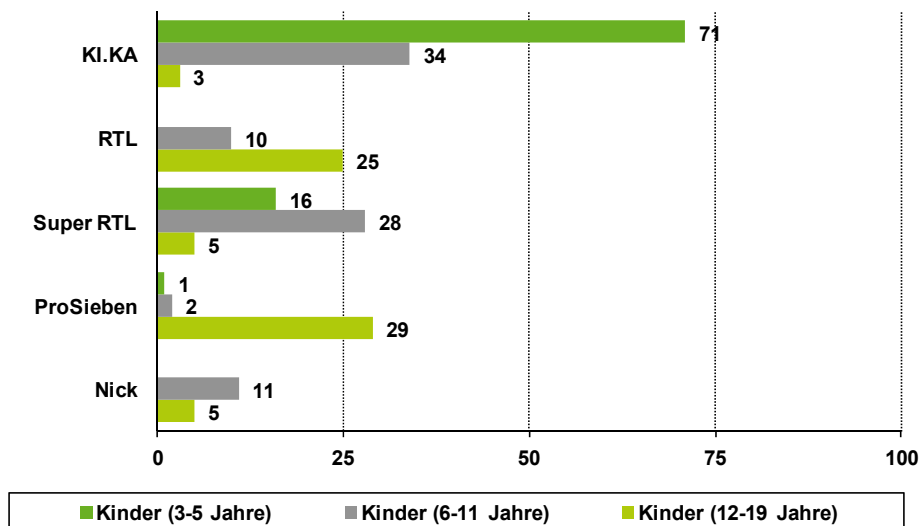
Deutliche Unterschiede in den Lieblingsprogrammen zeigen sich erwartungsgemäß bei der Betrachtung nach dem Alter der Kinder. Bei den Kindern im Vorschulalter ist der KI.KA der unangefochtene Favorit (71 %). Hier spielt nur noch Super RTL mit 16 Prozent eine Rolle. Bei den Kindern im Grundschulalter (6-11 Jahre) steht für jedes dritte Kind der öffentlich-rechtliche Kinderkanal an erster Stelle, gut jeder Vierte nennt Super RTL, jeder Zehnte entscheidet sich für RTL bzw. NICK als Lieblingsprogramm. Ganz andere Vorlieben zeigen die Jugendlichen. Hier dominiert ProSieben mit 29 Prozent, jeder Vierte nennt RTL als sein Lieblingsprogramm und jeweils fünf Prozent entscheiden sich für Super RTL und NICK. Die wei-



teren von den Jugendlichen (12-19 Jahre) genannten Lieblingsprogramme liegen unter fünf Prozent.

## Liebstes Fernsehprogramm

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen (3-19 Jahre), n=372

Die Kinder können neben dem Lieblingsprogramm überwiegend auch eine eigene Lieblingssendung benennen. Bei einer offenen Abfrage unter den 3- bis 19-Jährigen entfallen 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 zeigen deutliche Vorlieben für „GZSZ“ und „DSDS“, Jungen mögen eher „SpongeBob“, „Die Simpsons“ und „Galileo“. Das „Sandmännchen“ ist bei Jungen wie Mädchen gleichermaßen beliebt.

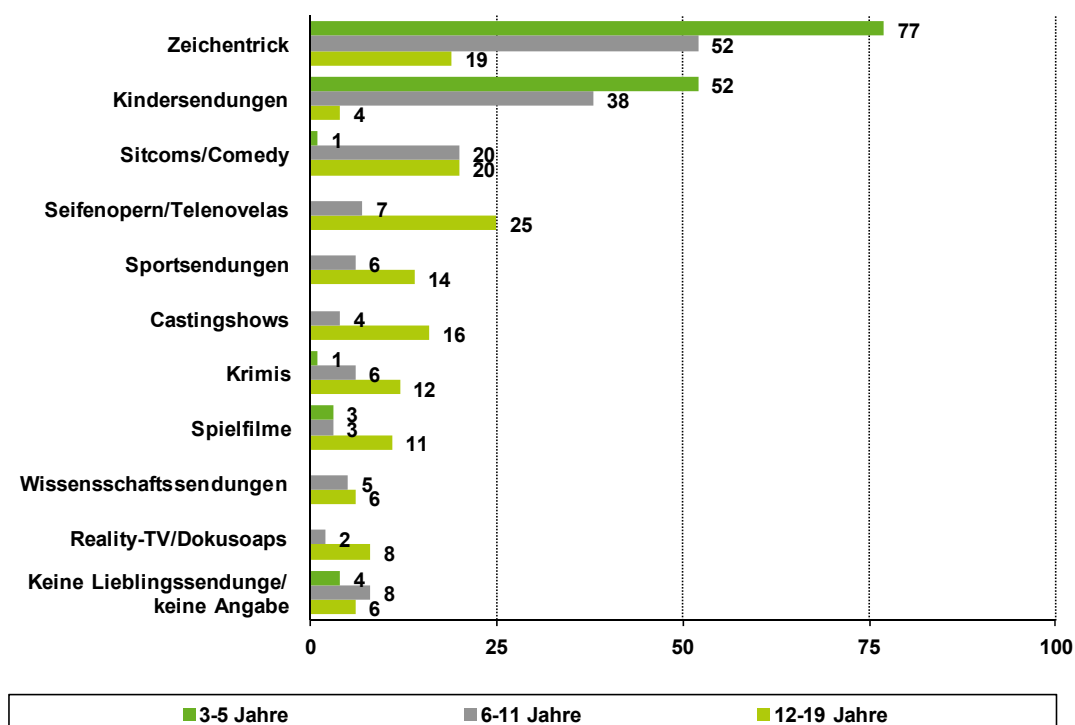
Betrachtet man die Lieblingssendungen der Kinder nach Kategorien, so haben die meisten Kinder eine Lieblingssendung im Genre Zeichentrick (42 %) sowie bei expliziten Kindersendungen (25 %). Diese werden gefolgt von Sitcoms/Comedy (17 %) und Seifenopern/Telenovelas (14 %). Je acht Prozent haben ihre Favoriten bei Sportsendungen, Castingshows oder Krimis. Spielfilme haben sieben Prozent als liebste Sendungen und je

fünf Prozent bevorzugen Wissenschaftssendungen und Reality-TV/Dokusoaps. Sieben Prozent haben keine explizite Lieblingssendung.

Deutliche Unterschiede zeigen sich bei der Betrachtung nach dem Alter der Kinder. So nennen die jüngsten Kinder (3-5 Jahre) fast nur Zeichentrick- und Kindersendungen. Kinder im Grundschulalter (6-11 Jahre) nennen neben Zeichentrick- und Kindersendungen noch Sitcoms/Comedy besonders häufig. Für Jugendliche kommen an erster Stelle Seifenopern/Telenovelas, gefolgt von Sitcoms/Comedy und Zeichentricksendungen.

## Eigene Lieblingssendungen

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen (3-19 Jahre), n=372

Von besonderem Interesse im Rahmen der FIM-Studie sind neben den individuellen Präferenzen die von Eltern und Kindern gemeinsam genutzten Programme und Inhalte.

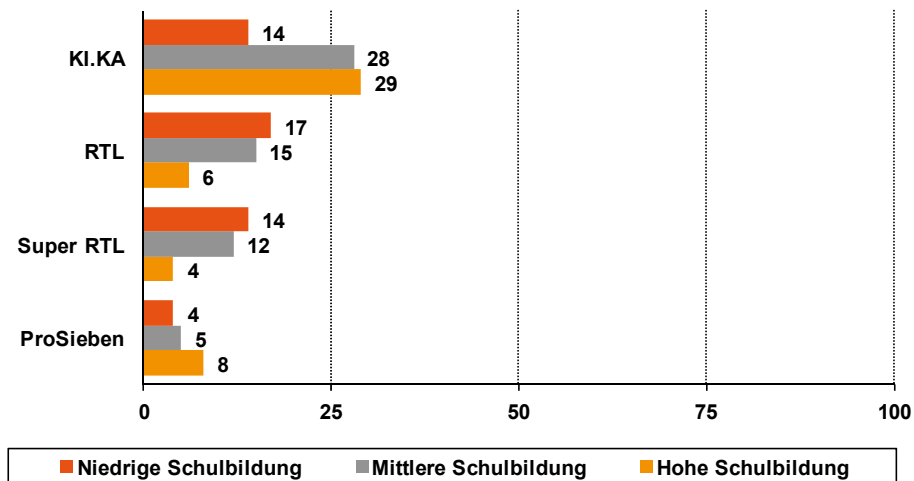
Insgesamt betrachtet ist das am häufigsten gemeinsam gesehene Programm der öffentlich-rechtliche Kinderkanal (KI.KA), der nach eigenen Angaben von 23 Prozent der Eltern gemeinsam mit den Kindern genutzt wird. 13 Prozent nennen RTL als gemeinsames Programm, gefolgt von Super RTL (10 %) und ProSieben (6 %). Eltern von Kindern unter 12

Jahren sehen häufiger KI.KA und Super RTL, bei Eltern von Jugendlichen (12-19 Jahre) wird vor allem das Programm von RTL gemeinsam genutzt.

Deutliche Unterschiede in der Auswahl der gemeinsam gesehenen Programme zeigen sich bei der Differenzierung nach dem Bildungsgrad der Eltern. Der KI.KA wird vor allem von Eltern mit mittlerem und hohem Bildungsniveau gemeinsam mit den Kindern angesehen. RTL und Super RTL wird mehr von Eltern mit formal geringerer Bildung als gemeinsames Programm ausgewählt.

## Mit den Kindern gemeinsam genutzte Fernsehsender

- Eltern: offene Nennungen ab 5 Prozent -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

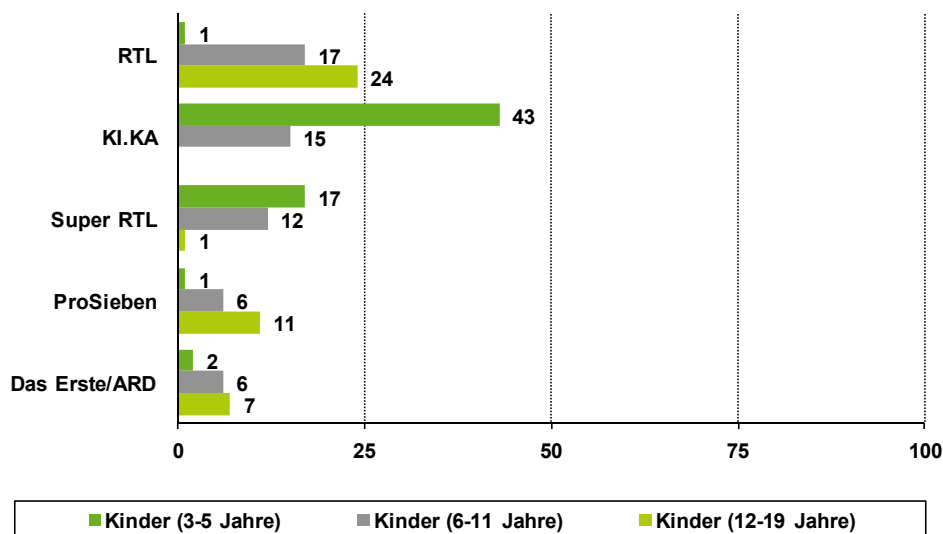
Basis: Eltern, die mit ihren Kindern gemeinsam fernsehen, n=454

Die Liste der gemeinsam gesehenen Programme wurde auch von den Kindern erfragt. Hier steht an erster Stelle allerdings RTL mit 17 Prozent und der KI.KA kommt mit 13 Prozent auf den zweiten Platz. Die weiteren Plätze mit Super RTL (8 %) und ProSieben (7 %) bleiben gleich. Allerdings nennen sechs Prozent der Kinder noch Das Erste/ARD als gemeinsam gesehenes Programm. Ein Blick auf die Einzelnennungen zeigt, dass es sich hierbei vor allem um die Tagesschau, Sport und die Krimireihe „Tatort“ handelt, die vor allem von Jugendlichen als gemeinsam gesehene Sendungen genannt werden.

Die Präferenz für den öffentlich-rechtlichen Kinderkanal als gemeinsamen Nenner für das Fernsehprogramm bestätigen vor allem die Kinder im Vorschulalter. Kinder im Grundschulalter nennen den KI.KA in vergleichbarer Größenordnung wie RTL und Super RTL. Jugendliche (12-19 Jahre) sehen am ehesten RTL und ProSieben gemeinsam mit ihren Eltern.

## Mit den Eltern gemeinsam genutzte Fernsehsender

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

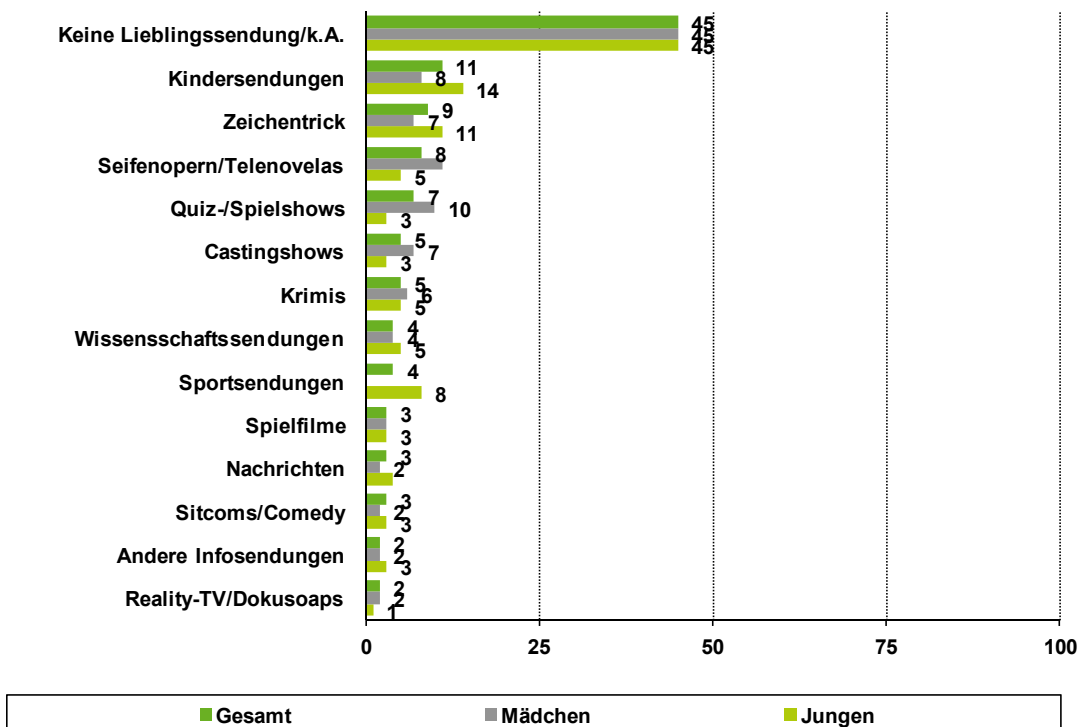
Basis: Kinder, die mit ihren Eltern gemeinsam fernsehen (3-19 Jahre), n=369

Bei der Frage nach konkreten Sendungen, macht die Hälfte der Eltern, die angeben, mit ihren Kindern gemeinsam fernzusehen, keine konkreten Sendungsangaben. Die Bandbreite der im Detail aufgeführten Sendungen ist sehr groß. Häufiger genannt werden beispielsweise das „Sandmännchen“, „Galileo“, „DSDS“, „Wer wird Millionär“, „GZSZ“, „Die Sendung mit der Maus“, „Alles was zählt“, „Die Pinguine aus Madagaskar“, „SpongeBob“, „Die Simpsons“, sowie die Kindernachrichten „Logo“ und die Wissenssendung „Wissen macht Ah!“.

Befragt man die Kinder, die angeben mit ihren Eltern fernzusehen, dann nach den gemeinsam gesehenen Sendungen, so erinnern sich über die Hälfte der Kinder an gemeinsame Sendungen. Die Liste der Erwachsenen wird hierbei weitgehend bestätigt. Allerdings nennen Kinder deutlich häufiger das „Sandmännchen“ als gemeinsames Fernseherlebnis und häufiger als bei den Eltern werden auch die „Tagesschau“, Fußball, „Wetten dass..?“ , „Alarm für Cobra 11“ und der „Tatort“ genannt.

## Gemeinsam mit den Eltern geschaute Fernsehsendungen

- Kinder (3-19 Jahre): offene Nennungen ab 2 Prozent -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, die gemeinsam mit den Eltern fernsehen (3-19 Jahre), n=369

Fasst man die Nennungen nach Kategorien zusammen, zeigt sich eine Häufung bei den Genres Kindersendungen (11 %), Zeichentrick (9 %), Seifenopern/Telenovelas (8 %), Quiz- und Spielshows (7 %) sowie bei Castingshows und Krimis (je 5 %). Kinder zwischen 3 und 5 Jahren nennen vor allem Kindersendungen (28 %) und Zeichentrick (26 %). Kinder im Grundschulalter nennen neben Kindersendungen (13 %) und Zeichentrick (7 %), vermehrt Seifenopern/Telenovelas (11 %), Quiz- und Spielshows (6 %) und Wissenschaftssendungen (7 %). Die 12- bis 19-Jährigen erinnern sich vor allem an Krimis (10 %), Seifenopern/Telenovelas, Quiz- und Spielshows sowie Castingsendungen (je 9 %), die gemeinsam gesehen wurden.

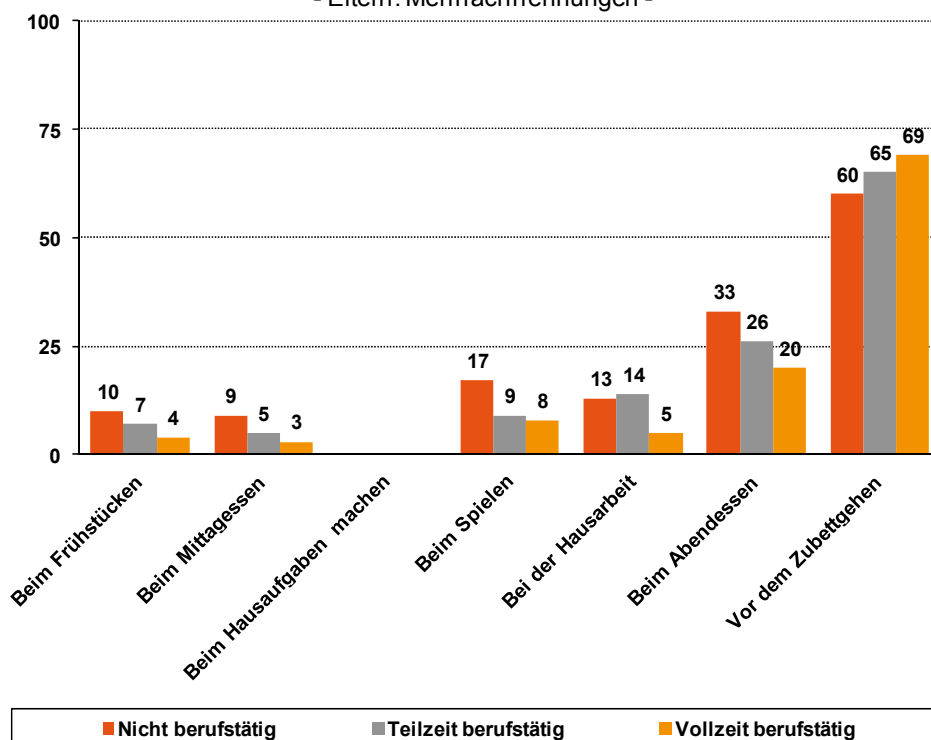
Neben dem inhaltlichen Angebot für gemeinsam genutzte Sendungen stellt sich die Frage nach den Gelegenheiten, zu denen in der Familie gemeinsam Zeit vor dem Fernseher verbracht wird. Nach Angaben der Eltern ist dies am häufigsten vor dem Zubettgehen der Fall. Zwei Drittel der Eltern sehen in dieser Zeit gemeinsam mit ihren Kindern fern. Auch während der Mahlzeiten wird gemeinsam ferngesehen, am häufigsten geschieht dies beim Abendessen (24 %), seltener beim Frühstück (6 %) und beim Mittagessen (5 %). Eine weitere Gele-

genheit, vor allem für die Mütter, ist während der Hausarbeit (9 %, Frauen: 13 %, Männer: 4 %) und beim Spielen (10 %). Das Fernsehen mit den Kindern bei der Hausarbeit und beim Spielen ist bei Eltern von jüngeren Kindern (3-5 Jahre) häufiger. Gemeinsames Fernsehen am Abend, beim Abendessen und beim Zubettgehen, wird häufiger von Eltern der Kinder im Grundschulalter und Jugendlichen genannt.

Inwieweit zu diesen Gelegenheiten zusammen ferngesehen wird, ist auch abhängig vom Bildungsgrad der Eltern. Vor allem bei den Mahlzeiten geben Eltern mit formal niedrigerer Schulbildung deutlich häufiger an, gemeinsam mit den Kindern fernzusehen, als Eltern mit mittlerer und höherer Schulbildung. Dies gilt tendenziell auch für Tätigkeiten wie Hausarbeiten und Spielen. Keine Unterschiede zeigen sich beim gemeinsamen Fernsehen vor dem Schlafengehen.

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

- Eltern: Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, die mit ihren Kindern gemeinsam fernsehen, n=454

Interessant ist eine Betrachtung nach der Erwerbstätigkeit. Eltern, die Vollzeit berufstätig sind, sehen bei den Mahlzeiten und bei der Hausarbeit weniger gemeinsam mit den Kindern fern, tun dies jedoch häufiger vor dem Zubettgehen. Nicht berufstätige Eltern nutzen ver-

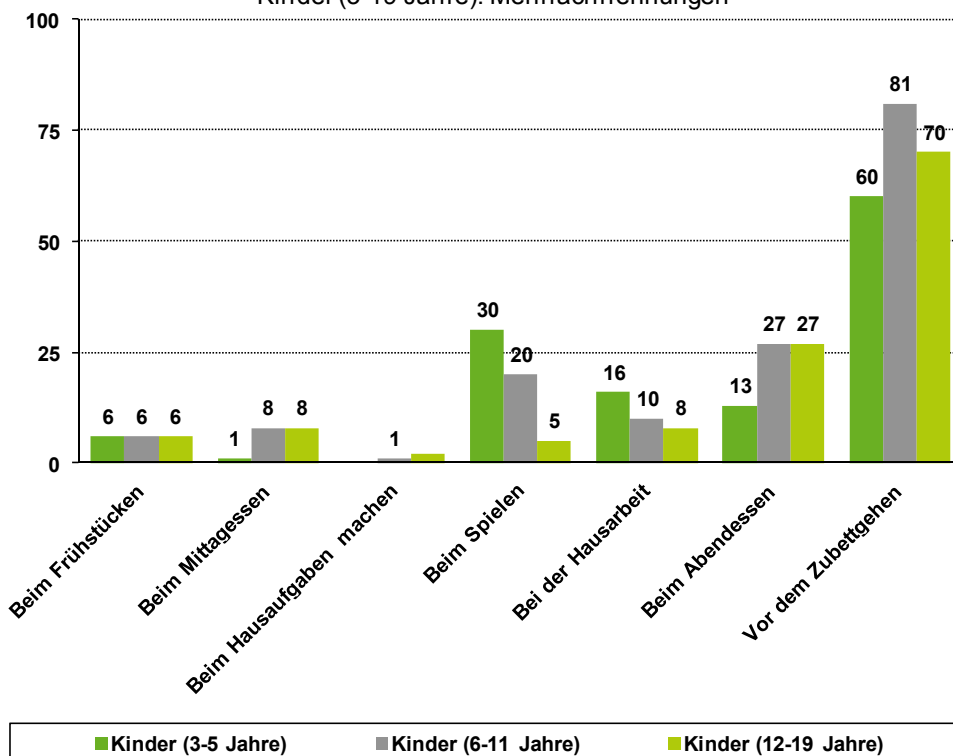
stärkt die Gelegenheiten beim Spielen, bei der Hausarbeit und bei den Mahlzeiten. Für ein Drittel der nicht berufstätigen Eltern ist das Abendessen eine Gelegenheit mit den Kindern fernzusehen, bei den Eltern, die in Teilzeit arbeiten, sagt dies nur jeder Vierte und bei den berufstätigen Eltern in Vollzeit nur jeder Fünfte.

Auch aus Sicht der befragten Kinder sieht man in den Familien am häufigsten vor dem Schlafengehen gemeinsam fern: 72 Prozent der Kinder nennen diese Option. Jedes vierte Kind gibt an, beim Abendessen gemeinsam mit den Eltern fernzusehen, seltener wird Spielen (15 %) und Hausarbeit (10 %) als Gelegenheit genannt. Beim Frühstück (6 %) und Mittagessen (7 %) wird kaum gemeinsam ferngesehen.

Allerdings unterscheiden sich die Gelegenheiten je nach Alter der Kinder. So geben Kinder im Vorschulalter (3-5 Jahre) häufiger an, beim Spielen und bei der Hausarbeit gemeinsam mit den Eltern fernzusehen. Die älteren Kinder nennen dagegen häufiger die Gelegenheit beim Abendessen und vor dem Schlafengehen.

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

- Kinder (3-19 Jahre): Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, die mit ihren Eltern gemeinsam fernsehen (3-19 Jahre), n=369

## 4.4 Radio

Nach Fernsehen und Telefon ist das Radio das Medium, das am dritthäufigsten von Eltern und Kindern gemeinsam genutzt wird. 55 Prozent der Mütter und jeder dritte Vater geben an, regelmäßig mit zumindest einem Kind Radio zu hören. 21 Prozent der Eltern nutzen täglich mit ihren Kindern das Radio. Wie die Tagebuchbefragung belegt, geschieht dies vor allem beim Frühstück.<sup>15</sup> Die Eltern, die alleine zumindest selten Radio hören, geben zu 45 Prozent einen privatrechtlichen und zu 40 Prozent einen öffentlich-rechtlichen Sender als meistgenutztes Programm an. 14 Prozent machten keine Angabe zum Radioprogramm, das sie am meisten einschalten. Vor allem Eltern ab 45 Jahren und Eltern mit höherem Bildungsgrad nutzen verstärkt öffentlich-rechtliche Programme.

Bei den befragten Kindern – hier wurden nur die Kinder zwischen 6 und 19 Jahren gefragt – zeigt sich eine stärkere Präferenz für private Programme: knapp die Hälfte (47 %) nutzt meist Privatrado, 29 Prozent schalten eher öffentlich-rechtliche Programme ein. Jedes vierte Kind kann kein Lieblingsradioprogramm nennen.

## 4.5 Internet

Das Internet gehört in den meisten Familien zum Alltag. 97 Prozent der Haushalte haben einen Internetzugang, drei Viertel der Eltern nutzen regelmäßig das Internet, 37 Prozent täglich. Insbesondere bei jüngeren Eltern, bei Berufstätigen und Eltern mit höherer Bildung ist die Häufigkeit der Internetnutzung ausgeprägter.

Auf die Frage nach ihren Lieblingsseiten im Internet bzw. Seiten, die besonders häufig genutzt werden, entfallen die häufigsten Nennungen mit 29 Prozent auf das Onlineauktionshaus eBay. 18 Prozent der Eltern nennen das soziale Netzwerk Facebook, acht Prozent das Einkaufsportale Amazon. Jeweils sechs Prozent zählen Wikipedia und wer-kennt-wen zu ihren beliebtesten Seiten. Unter den Eltern bis 34 Jahren ist Facebook der Favorit, ein Drittel der Eltern in dieser Altersgruppe nennt dies als Lieblingsseite.

Fasst man die beliebtesten Internetangebote der Eltern nach Kategorien zusammen, sind Shoppingseiten bzw. Seiten zum Vergleichen von Preisen (42 %) die beliebtesten Angebote. Jeder vierte Elternteil nennt Suchmaschinen (25 %) oder ein soziales Netzwerk (24 %).

---

<sup>15</sup> Vgl. 4.2.4 Die Medien im Tagesablauf



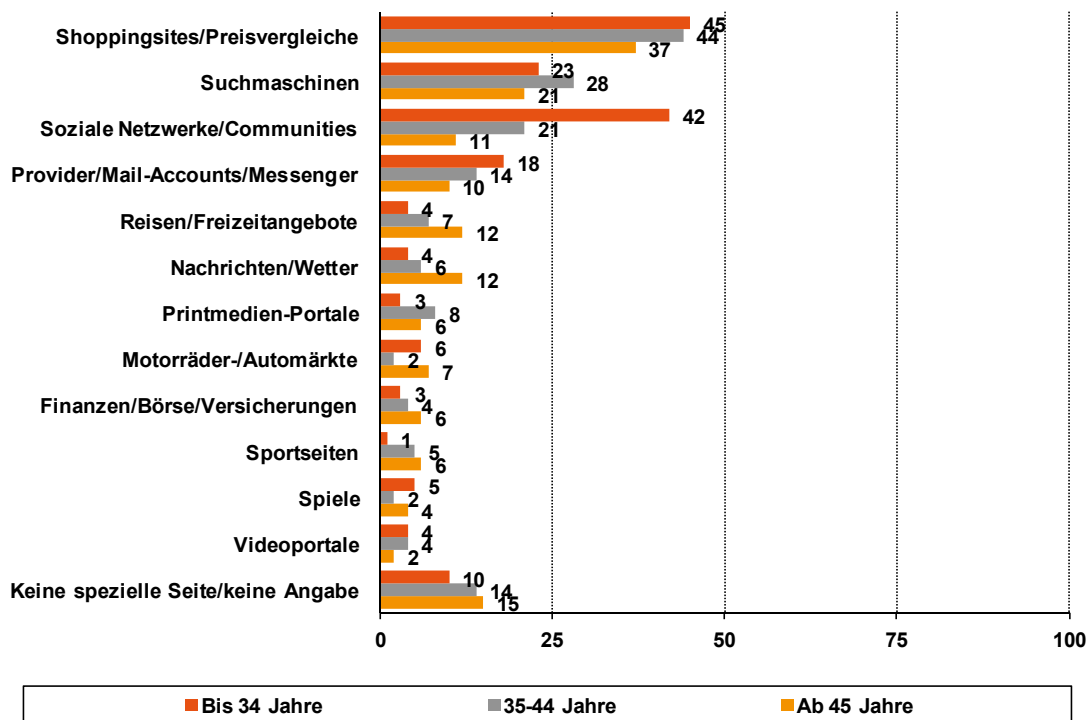
14 Prozent zählen die Seiten ihres Providers oder Mailanbieters wie beispielsweise Web.de, T-Online oder GMX zu ihren Lieblingsseiten bzw. zu den Seiten, die sie besonders häufig nutzen. Routenplaner sowie Nachrichtenangebote unterschiedlicher Anbieter oder Wetterseiten mögen acht Prozent, sechs Prozent favorisieren die Portale von Printmedien und je fünf Prozent zählen Auto-/Motorradmärkte sowie Finanz- und Bankseiten zu den meistgenutzten Seiten. 13 Prozent der Eltern, die zumindest selten Internet nutzen, können keine Lieblingsseite benennen.

Während Mütter ein größeres Interesse bei Shoppingseiten, Suchmaschinen, sozialen Netzwerken und Seiten der Provider zeigen, entscheiden sich Väter häufiger für Nachrichtenseiten, Printmedienportale, Auto-/Motorradmärkte und Sportseiten.

Die Favoriten der Eltern unterscheiden sich nach ihrem Alter. Insbesondere Shoppingseiten, soziale Netzwerke und die Angebote der Provider und Mail-Accounts werden deutlich häufiger von jungen Eltern zu den meistgenutzten Seiten/Liebingsseiten gezählt. Dies gilt auch für Spieleseiten. Eltern ab 45 Jahre haben dagegen eine höhere Affinität zu Reiseseiten/Routenplanern, Nachrichtenangeboten und Printmedienportalen. Auch Auto-, Finanz- und Sportseiten werden häufiger von älteren Eltern genannt.

## Häufig genutzte Seiten/Liebingsseiten im Internet

- Eltern: offene Nennungen ab 3 Prozent -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, die zumindest selten das Internet nutzen, n=434

Je nach Bildungsgrad unterscheidet sich die Anzahl der Nennungen von Shoppingseiten (niedrige Schulbildung: 48 %, mittlere Schulbildung: 40 %, hohe Schulbildung: 38 %) und Suchmaschinen (niedrige Schulbildung: 19 %, mittlere Schulbildung: 27 %, hohe Schulbildung: 28 %). Bei sozialen Netzwerken liegt der Schwerpunkt der Nutzung hingegen im mittleren Bildungssegment (niedrige Schulbildung: 23 %, mittlere Schulbildung: 30 %, hohe Schulbildung: 16 %).

Shoppingseiten und Suchmaschinen werden besonders häufig von Eltern genannt, die in Teilzeit berufstätig sind. Eklatant sind die Unterschiede bei der Beliebtheit der sozialen Netzwerke: 41 Prozent der nicht berufstätigen Eltern, aber nur 28 Prozent der Teilzeit-Berufstätigen und 16 Prozent der Vollzeit-Beschäftigten nennen eine Community als Lieblingsseite im Internet. Hier sollte beachtet werden, dass die nicht- und teilzeitbeschäftigten Eltern im Schnitt jünger sind als die in Vollzeit berufstätigen Eltern.

Bei den Kindern (6-19 Jahre) sind über die Hälfte regelmäßige Internetnutzer. Allerdings spielt das Alter der Kinder hier eine große Rolle: 22 Prozent der 6- bis 11 Jährigen und 86 Prozent der 12- bis 19-Jährigen<sup>16</sup> sind regelmäßig im Internet unterwegs.

Die beliebtesten Seiten der 6- bis 19-Jährigen sind Facebook (33 %), YouTube (24 %), Seiten der VZ-Netzwerke (schülerVZ, studiVZ, meinVZ, insgesamt: 21 %) und eBay (9 %). Wikipedia und wer-kennt-wen nennen je acht Prozent als Lieblingsseite, das Spielportal SpielAffe sieben Prozent.

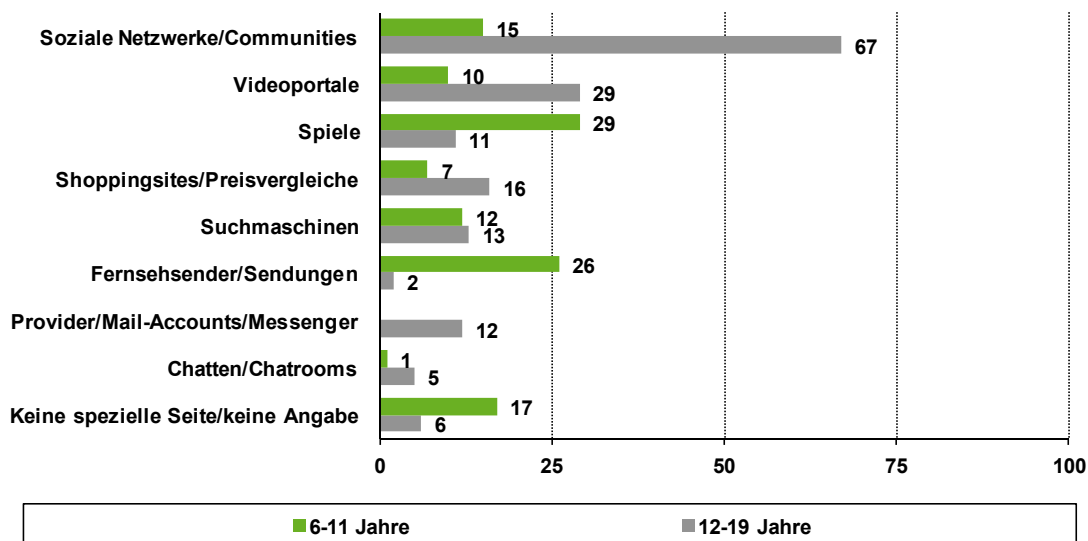
Geordnet nach Kategorien werden soziale Netzwerke, Videoportale und Shoppingseiten eher von den älteren Kindern und Spielseiten und die Onlineangebote von Fernsehsendern bzw. Begleitangebote zu Sendungen eher von jüngeren Kindern als Lieblingsseiten genannt. Das Interesse an Suchmaschinen ist bei beiden Altersgruppen ähnlich ausgeprägt.

---

<sup>16</sup> Für diese Altersgruppe weist die telefonische Befragung der JIM-Studie 2011 für die regelmäßige Nutzung einen vergleichbaren Wert von 90 % aus.

## Häufig genutzte Seiten/Liebblingsseiten im Internet

- Kinder (6-19 Jahre): offene Nennungen ab 3 Prozent -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, die zumindest selten das Internet nutzen, n=233

Obwohl das Internet sowohl bei den Eltern als auch bei den Kindern einen hohen Stellenwert einnimmt, geben nur 13 Prozent der Eltern an, es regelmäßig gemeinsam mit ihren Kindern zu nutzen. Immerhin 61 Prozent der Eltern nutzen zumindest selten die Gelegenheit mit den Kindern gemeinsam online zu gehen. Trotz der jeweils relativ hohen 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 eher „nach außen gerichtete“ Internet.

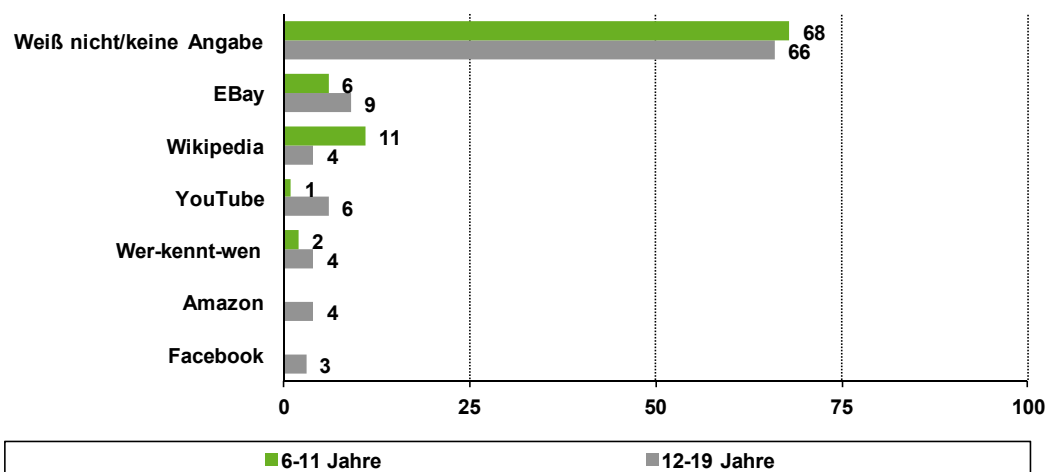
Die gemeinsame Nutzung des Internets scheint zumindest aus Sicht der Eltern nicht besonders einprägsam zu sein. Fast drei Viertel der Eltern, die angeben, zumindest selten gemeinsam mit ihren Kindern das Internet zu nutzen, können auf Nachfrage keine konkrete Seite benennen, die gemeinsam besucht wurde. Häufungen ergeben sich bei Shoppingseiten (6 %), Angeboten von Sendern und Sendungen (4 %) und Spielseiten (4 %) sowie Suchmaschinen (3 %), Videoportalen (3 %) und sozialen Netzwerken (3 %). Auch die insgesamt internetaffineren jungen Eltern zeigen hierbei kaum eine häufigere gemeinsame Nutzung gegenüber älteren Eltern.

Die Angaben der Kinder bestätigen weitgehend die Ausführungen der Eltern. Auch hier kann nur etwa ein Drittel der Kinder (6-19 Jahre), die mit ihren Eltern gemeinsam das Internet nutzen, spontan konkrete Angebote benennen: An erster Stelle steht hier mit acht Prozent eBay, darauf folgt mit sechs Prozent Wikipedia und mit vier Prozent YouTube. Weitere Nennungen sind wer-kennt-wen (3 %), Amazon (2 %) und Facebook (2 %).

Sortiert nach Kategorien entfallen zwölf Prozent der spontan genannten Seiten auf Shoppingseiten, sechs Prozent auf soziale Netzwerke und vier Prozent auf Videoportale. Bei Kindern im Grundschulalter (6-11 Jahre) spielen zusätzlich die Onlineangebote der Fernsehsender eine deutliche Rolle. Diese Daten bilden nur die spontan genannten, also am stärksten eingprägten Seiten ab. Dahinter verbirgt sich naturgemäß eine größere Bandbreite an tatsächlich genutzten Angeboten.

## Mit den Eltern gemeinsam genutzte Internetangebote

- Kinder (6-19 Jahre): offene Nennungen ab 2 Prozent -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Kinder, die mit ihren Eltern gemeinsam das Internet nutzen (6-19 Jahre), n=185

## 4.6 Medienkompetenz

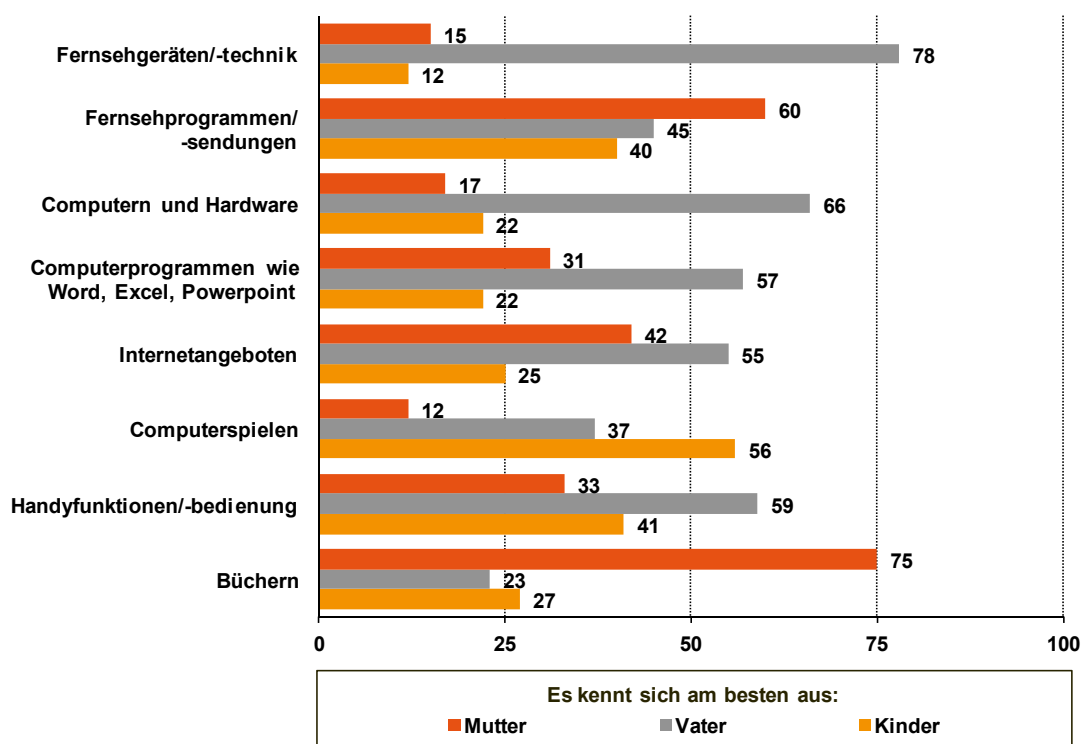
### 4.6.1 Medienexperten

Die Medien sind in den Familien stark präsent, sie werden von den unterschiedlichen Familienmitgliedern häufig genutzt und sind Inhalt von Gesprächen innerhalb der Familien. Somit kommt ihnen eine wichtige Rolle im Familienalltag zu. Aber wer kennt sich am besten aus, nach Selbsteinschätzung und aus der Perspektive der anderen Familienmitglieder?

Aus Sicht der Eltern - Mütter wie Väter - liegen die Kompetenzen der Mütter vor allem bei Büchern (75 %) und Fernsehinhalten, also den Sendungen und Programmen (60 %). Den Vätern wird mehr Kompetenz bei Fernsehgeräten/-technik (78 %), bei Computerfragen zu Hard- (66 %) und Software (57 %), bei Internetangeboten (55 %) und der Handybedienung (59 %) zugesprochen. Bei Computerspielen sind die Eltern der Ansicht, dass sich hier die Kinder am besten auskennen (56 %).

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

- Eltern: Mehrfachnennungen -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

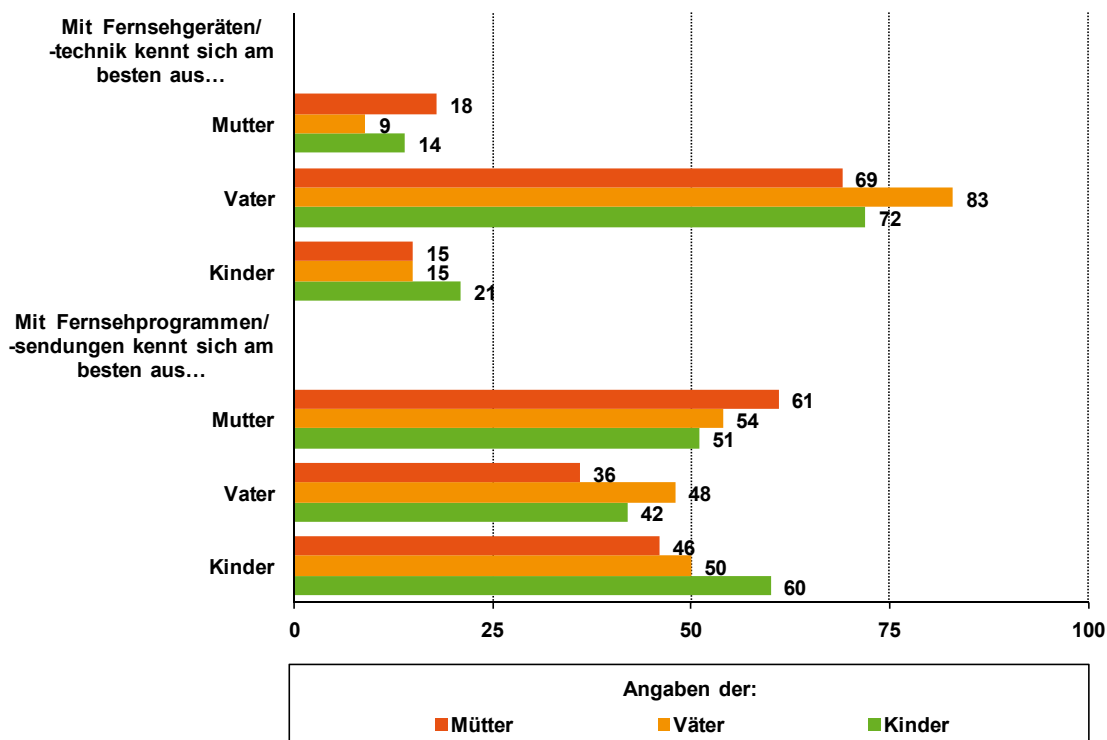
Basis: Eltern, n=468

Stellt man die gleiche Frage den Kindern (6-19 Jahre), so bestätigt sich diese generelle Kompetenzzuweisung in vielen Fällen. Die Kinder bestätigen die unangefochtene Expertenstellung der Mütter beim Thema Bücher (72 %) und sind auch der Ansicht, dass sich die Väter bei Computer/Hardware (60 %), Computerprogrammen (56 %) und beim Internet (52 %) am besten auskennen. Allerdings sehen sich die Kinder beim Thema Handy (Funktionen und Bedienung) mit 51 Prozent ebenso kompetent wie die Väter. Nach eigener Ansicht kennen sich die Kinder (also das befragte Kind oder ggf. dessen Geschwister) selbst bei Fernsehprogrammen und -sendungen (60 %) sowie bei Computerspielen (66 %) innerhalb der Familie am besten aus.

Selbst- und Fremdwahrnehmung der Mütter, Väter und Kinder stimmen also bei den Themen weitgehend überein, die Kompetenzen bei den unterschiedlichen Medienthemen sind innerhalb der Familien überwiegend klar zugeordnet. Vergleicht man die Aussagen der Väter mit denen der Mütter und der Kinder, so zeigt sich, dass sich die Väter meist überschätzen, d.h. sie schreiben sich selbst mehr Kompetenz zu den einzelnen Themen zu als die anderen Familienmitglieder; sie nennen sich zu den jeweiligen Bereichen also häufiger als kompetentestes Familienmitglied als dies die Mütter und Kinder tun.

### Medienexperten in der Familie

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

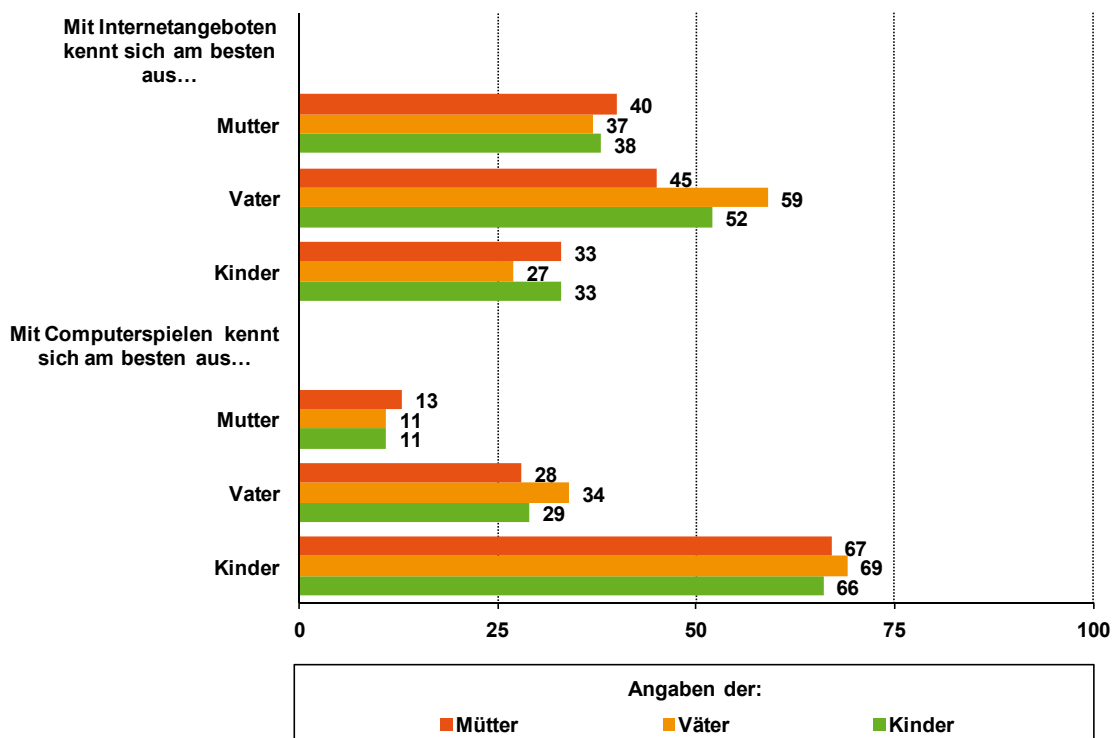


Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383;  
Kinder (6-19 Jahre), n=313

## Medienexperten in der Familie

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



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern von 6-19-Jährigen, n=383;  
Kinder (6-19 Jahre), n=313

### 4.6.2 Medienerziehungskompetenz

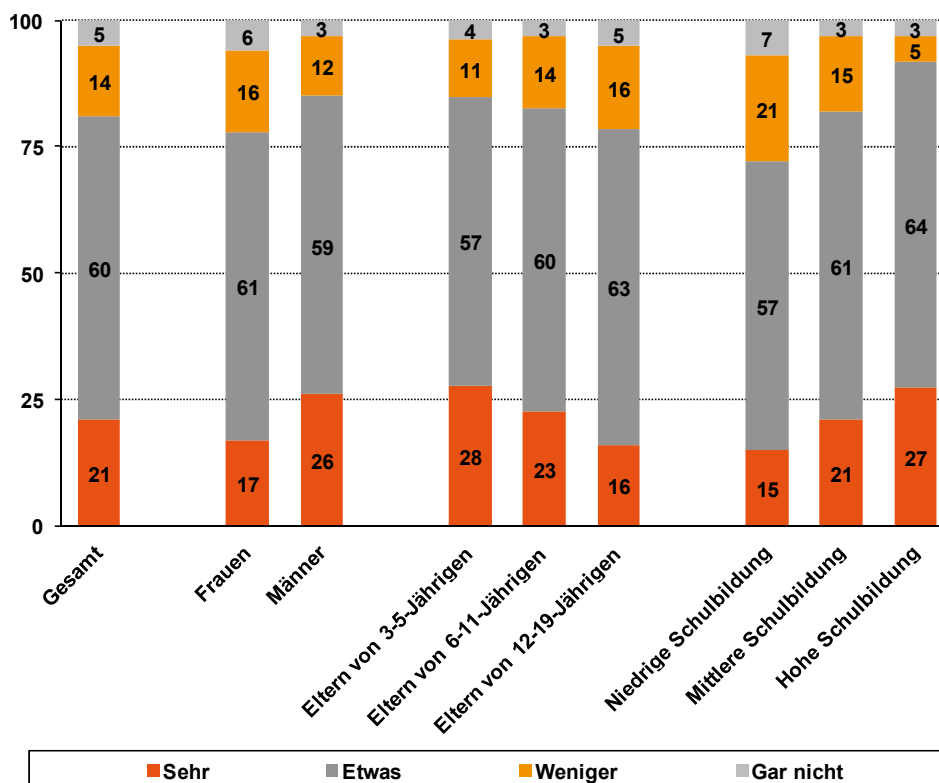
Neben den auf die einzelnen Medien bezogenen Kompetenzen wurde auch die Selbsteinschätzung zur Kompetenz in Medienerziehungsfragen generell erhoben.<sup>17</sup> Ein Fünftel der Eltern schätzt sich in diesen Fragen als sehr kompetent ein und ein weiteres Fünftel sagt es fühle sich in Fragen der Medienerziehung weniger oder gar nicht kompetent. Mit 60 Prozent schätzt sich die Mehrheit nur begrenzt kompetent ein.

Überraschenderweise hat die Einschätzung der Medienerziehungskompetenz keine Auswirkungen auf die Aussage „Medien sind in unserer Familie häufig ein Grund für Streit“. Dies verneinen 85 Prozent der Eltern, die sich sehr kompetent einschätzen, aber auch 90 Prozent derer, die sich gar nicht kompetent einstufen, haben keine Streitereien in Medienfragen.

<sup>17</sup> „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: „Wie kompetent fühlen Sie sich in Fragen der Medienerziehung von heute?“ -



Quelle: FIM2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

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

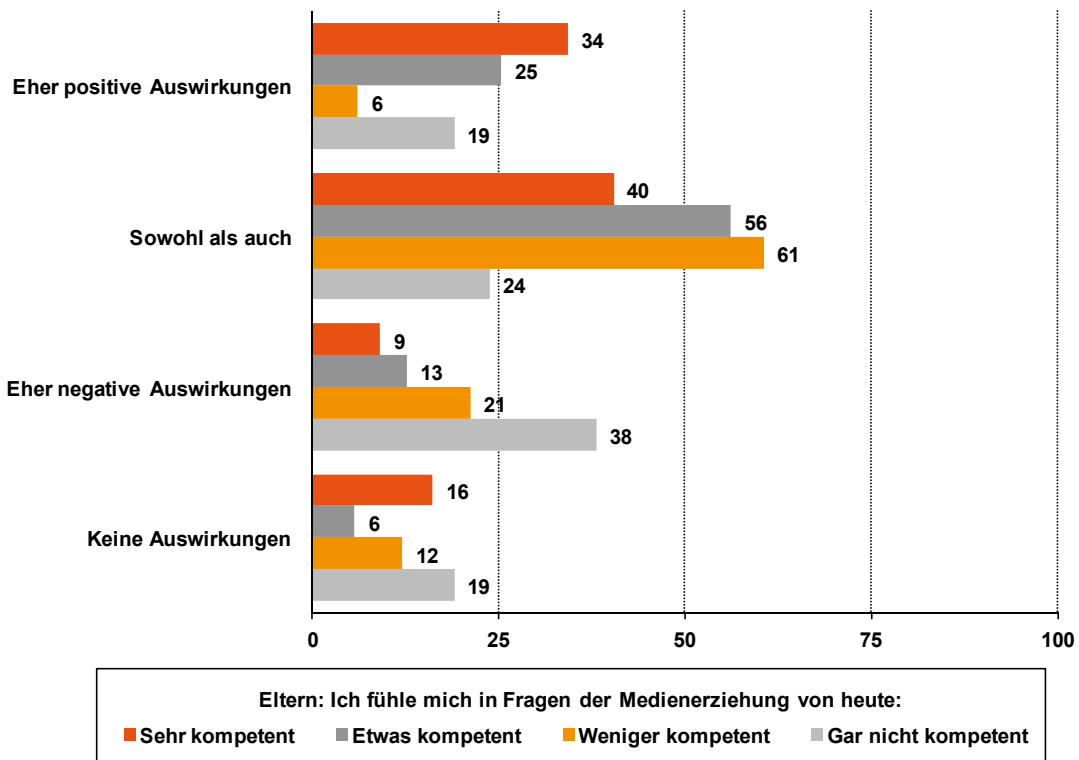
Die (subjektiv empfundene) Medienerziehungskompetenz hängt mit der Frage zusammen, wie man die Auswirkungen der Medienveränderungen auf die Familie bewertet. Empfindet sich ein Elternteil als (sehr) kompetent in Fragen der Medienerziehung, sieht er/sie die Auswirkungen der Medienentwicklung (eher) positiv – 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.

## Auswirkungen der Medienentwicklung auf das Familienleben

- Eltern: „Hat die Medienentwicklung der letzten Jahre eher positive oder eher negative Auswirkungen auf das Leben in Ihrer Familie?“ -



Quelle: FIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: Eltern, n=468

## 5. Zusammenfassung

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. Für die FIM-Studie wurden im Frühsommer 2011 alle Familienmitglieder von 260 Familien in Deutschland (insgesamt 856 Personen, 468 Elternteile und 388 Kinder zwischen 3 und 19 Jahren) persönlich befragt. Zusätzlich wurde für eine Teilstichprobe dieser Basisuntersuchung eine Tagebuchbefragung durchgeführt, die das Kommunikations- und Medienverhalten in Alltagssituationen detailliert erfasst. Die Fragebögen sowie die Tagebücher wurden für die beteiligten Altersgruppen entsprechend angepasst.

Erziehung findet heutzutage oft gemeinschaftlich statt: In der Hälfte der Familien kümmern sich beide Eltern um die Erziehung. Zwei Drittel der Eltern bewerten die finanzielle Situation der Familien als gut, elf Prozent empfinden die eigene wirtschaftliche Situation als sehr gut. Allerdings bewertet jeder Fünfte die Situation als weniger gut oder gar nicht gut.

Familie bedeutet für die Befragten vor allem Zusammenhalt und Zusammengehörigkeit. Außerdem werden Geborgenheit und das Großziehen der Kinder spontan als Assoziation zu dem Begriff Familie genannt. Die meisten sehen Familie als positiv und harmonisch, als Ort der Gemeinschaft, der Unterstützung und des Vertrauens. Nur sehr wenige der befragten Familienmitglieder verbinden spontan negative Aspekte mit der Familie.

Durchschnittlich verbringen Eltern an Werktagen (Montag bis Freitag) etwa vier Stunden mit ihren Kindern. Hierbei erleben die Mütter doppelt so viel Zeit mit ihren Kindern wie die Väter. Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die gemeinsam verbrachte Zeit ab. Die befragten Kinder sind zu 94 Prozent mit dem gemeinsamen Zeitbudget mit ihren Eltern zumindest weitgehend zufrieden. Bei den Eltern gibt etwa jeder fünfte Elternteil an, mit der gemeinsam verbrachten Zeitspanne weniger oder gar nicht zufrieden zu sein.

Als gemeinsame Tätigkeiten mit den Kindern werden besonders Gespräche, das gemeinsame Essen und Ausruhen/nichts tun genannt. Für Gespräche im Familienkreis werden häufig die gemeinsamen Mahlzeiten – vor allem das Abendessen – genutzt. Auch die Zeit vor dem Zubettgehen bietet oftmals Raum für den familiären Austausch. Zwei Drittel der Familien haben festgelegte Zeiten für Gespräche oder besondere Rituale. Auch hier kommt den gemeinsamen Mahlzeiten eine besondere Rolle zu.

Das Gesprächsklima innerhalb der Familien wird positiv wahrgenommen. Mehr als die Hälfte der Eltern und der Kinder ab 6 Jahren bestätigt voll und ganz, dass in der Familie jeder zu Wort kommt und Gehör findet. Meinungsverschiedenheiten werden von der Mehrheit weitgehend sachlich geklärt. Ungefähr ein Fünftel der Familien gibt an, dass es öfter Streit gibt, doch können dann in der überwiegenden Mehrheit der Fälle die Streitigkeiten rasch wieder beigelegt werden.

Die am häufigsten offen und ohne Vorgaben von den Eltern genannten Gesprächsthemen mit den Kindern sind schulische Fragen sowie der Freundeskreis der Kinder. Außerdem werden die Freizeit- und Wochenendplanung sowie Freizeitaktivitäten als Gesprächsthemen genannt. Weiter stehen das Tagesgeschehen und Alltagserlebnisse im Fokus der Gespräche.

Betrachtet man Themen aus dem Medienbereich, so wird nach Auskunft der Eltern im Familienkreis am häufigsten über das Fernsehen und seine Inhalte gesprochen: 58 Prozent der Eltern tauschen sich in der Familie regelmäßig über das Fernsehen aus, etwa die Hälfte der Eltern unterhält sich in der Familie über Zeitungsmeldungen. Für zwei Fünftel der Eltern sind Mediennutzungszeiten ein regelmäßiges Thema in der Familie, für ein Drittel das Internet. 14 Prozent der Eltern thematisieren regelmäßig Computerspiele in der Familie.

Fragt man nach dem vorwiegenden Gesprächspartner ist aus der Perspektive der Eltern mehrheitlich der Partner bzw. die Partnerin der jeweils häufigste Ansprechpartner für die verschiedenen Themenbereiche. Über Computer- und Konsolenspiele, Bücher, MP3-Dateien, CDs und Kassetten sowie generell Mediennutzungszeiten sprechen die Eltern hingegen eher mit den Kindern. Außerdem spielen die Themen Schule/Kindergarten, Mode, Musik und Interpreten sowie Vereine/Jugendgruppen eine größere Rolle in der Kommunikation mit den Kindern als mit dem Partner. Dabei ist zu beachten, dass Gespräche in der Familie natürlich bilateral, aber oftmals auch mit mehreren oder gar allen Familienmitgliedern geführt werden. Aus Sicht der Kinder dominiert eindeutig die Mutter als Ansprechpartnerin bei fast allen Themenbereichen. Väter sind aus Sicht der Kinder bei Sportereignissen, Computer- und Internetfragen sowie Medientechnik generell der erste Ansprechpartner. Geschwister sind für Themen rund ums Fernsehen, Neuigkeiten und Themen aus dem privaten Umfeld sowie Kino und Kinofilme wichtige Gesprächspartner.

87 Prozent der Kinder empfinden das Zeitbudget für Gespräche mit den Eltern als „so gerade richtig“. Gut zwei Drittel der Eltern sind ebenfalls mit dem zeitlichen Umfang für Gespräche mit den Kindern zufrieden, allerdings liegen die Väter mit 57 Prozent deutlich unter dem Wert der Mütter (79 %). Die Qualität der Kommunikation mit den Kindern bewertet nur eine Minderheit von vier Prozent der Eltern als weniger gut. Mit zunehmendem Alter der Kinder

verschlechtert sich dieser Wert nur geringfügig, gleichzeitig wird die Bewertung „sehr gut“ von Eltern der 12- bis 19-Jährigen seltener vergeben. Kinder bewerten die Kommunikation mit der Mutter insgesamt besser als die mit dem Vater. Dies gilt vor allem für die Mädchen, hier schätzt jede Sechste die Kommunikationsqualität mit dem Vater als weniger gut oder gar nicht gut ein.

Trotz guter Medienausstattung findet die Kommunikation in der Familie nach wie vor meistens persönlich, also Face-to-Face statt. Zumindest gelegentlich nutzt die Hälfte der Eltern Telefongespräche am Handy oder über Festnetz, ein Fünftel schreibt SMS um mit den Kindern zu kommunizieren. Ein etwas anderes Bild zeigt sich bei Eltern von Jugendlichen: Hier telefonieren etwa zwei Drittel und etwa ein Drittel nutzt zumindest gelegentlich SMS. Auch Vollzeit berufstätige Eltern nutzen diese Möglichkeiten überdurchschnittlich.

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. Etwa jeder fünfte Haushalt besitzt einen Tablet-PC. Spielkonsolen sind bei Familien mit Kindern ab 6 Jahren zu 84 Prozent vorhanden. Auch die Kinder verfügen über eine breite Medienausstattung: Einen eigenen Computer für sich oder gemeinsam mit den Geschwistern haben 17 Prozent der Kinder im Grundschulalter (6-11 Jahre) und 62 Prozent der Jugendlichen (12-19 Jahre). Jedes zehnte Kind von 6 bis 11 Jahren und 56 Prozent der Jugendlichen haben einen eigenen Internetzugang. Einen Fernseher haben 23 Prozent der Kinder zwischen 6 und 11 Jahren und 57 Prozent der Jugendlichen zur Verfügung.

Die Betrachtung der Mediennutzung der Eltern und der Kinder macht deutlich, dass dem Fernsehen in den Familien eine besondere Bedeutung zukommt. In der FIM-Studie liegt der Fokus auf der gemeinsamen Mediennutzung. 71 Prozent der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, mit ihren Kindern fern. Etwa die Hälfte hört gemeinsam Radio. 13 Prozent der Eltern nutzen regelmäßig mit zumindest einem Kind das Internet, deutlich seltener werden gemeinsam Computer- (4 %) und Konsolenspiele (3 %) gespielt. In der tagtäglichen gemeinschaftlichen Nutzung sind nur Fernsehen, Radio und Bücher relevant und – wenn man dies dazu nehmen will – telefonieren. Insgesamt ist das Fernsehen die häufigste gemeinsame Medientätigkeit von Kindern und Eltern. In der jüngsten Altersgruppe (3-5 Jahre) hat das Bücher lesen bzw. vorgelesen bekommen eine noch größere Bedeutung als das gemeinsame Fernsehen und auch Kassetten und CDs werden besonders häufig mit den Eltern angehört.

Die Tagebucherhebung zeigt, dass die gemeinsame Mediennutzung beim Radio einen Schwerpunkt beim Frühstück hat und dann über den Tag verteilt geschieht. Gemeinsames

Fernsehen findet über den Tag verteilt eher sporadisch statt, steigt dann allerdings ab 17 Uhr deutlich an und erreicht seinen Höhepunkt etwa um 20 Uhr. Zwischen 20:00 Uhr und 20:30 Uhr vermerkt jeder fünfte Elternteil, gemeinsam mit den Kindern fernzusehen.

Die beliebtesten Fernsehprogramme der Eltern sind RTL, Das Erste/ARD und ProSieben. Jüngere Eltern bevorzugen privatrechtliche Programme, bei den Eltern ab 45 Jahren ist Das Erste das Programm der ersten Wahl. Bei den Vorschulkindern (3-5 Jahre) dominiert der öffentlich-rechtliche Kinderkanal (KI.KA) gefolgt von Super RTL, bei den Jugendlichen sind die Favoriten ProSieben und RTL. Auch in der gemeinsamen Nutzung mit den Eltern spiegeln sich diese Präferenzen wider. Die häufigsten Gelegenheiten gemeinsam mit der Familie fernzusehen sind vor dem Zubettgehen und beim Abendessen.

Das Internet ist für die meisten Familien selbstverständlich. 97 Prozent der Haushalte haben einen Internetanschluss, drei Viertel der Eltern sind regelmäßige Internetnutzer. Eltern nutzen das Shoppingportal eBay und das soziale Netzwerk Facebook besonders gern bzw. besonders häufig, vor allem jüngere Eltern sind auf Facebook aktiv.

Auch bei den Kindern (6-19 Jahre) sind Communities von besonderer Bedeutung. Facebook zählt für jeden Dritten zu den beliebtesten Seiten. Weitere Favoriten sind YouTube und die Seiten der VZ-Netzwerke. Bei jüngeren Kindern spielen auch die Onlineangebote von Fernsehanbietern und Spieleseiten eine Rolle. 13 Prozent der Eltern geben an, regelmäßig gemeinsam mit ihren Kindern das Internet zu nutzen – am häufigsten Shoppingseiten, Angebote von Sendern und Sendungen sowie Spieleseiten.

Bei der Frage nach den Medienexperten der Familie sind die Rollen klar verteilt. Väter sind die Spezialisten im Umgang mit technischen Aspekten, vor allem beim Computer. Mütter werden für Fernsehinhalte und zum Thema Buch als kompetentestes Familienmitglied eingeschätzt, für Computerspiele sind die Kinder die Experten.

In aktuellen Fragen der Medienerziehung schätzen sich 21 Prozent der Eltern als sehr kompetent ein. Die Mehrheit mit 60 Prozent der Eltern formuliert dies mit etwas kompetent deutlich zurückhaltender. 14 Prozent schätzen sich weniger kompetent ein und fünf Prozent schreiben 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 empfinden die Entwicklung als negativ und für ein Viertel der Eltern hat die Medienentwicklung eindeutig positive Auswirkungen auf das Familienleben. Dabei bewerten Eltern, die sich in Fragen der Medienerziehung als kompetent einschätzen, 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.

## 6. English Summary

Additional to the study series KIM (kids + media, computer + internet) and JIM (youth, information, (multi-) media), which have documented the media behaviour of kids and adolescents in Germany for over ten years, FIM, (family, interaction & media) introduced by Pedagogical Media Research Center Southwest (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) and SWR (Südwestrundfunk) examined the communication structure and the media situation of families in Germany. In early summer of 2011 members of 260 families in Germany (altogether 856 persons, 468 parents and 388 kids between 3 and 19 years of age) were personally interviewed. In addition 181 families took part in a diary survey gathering detailed data on communication and media behaviour in day-to-day life. The questionnaires and diaries were adapted to the age group of the participants.

Upbringing is nowadays shared by both parents. Every other parent claims that both parents take care of their children. Two thirds of the surveyed regard the families' financial situation for "good". Eleven percent think it is "very good". At the same time, one in five finds the situation "not as good" or "not good at all".

For the surveyed persons, family means social cohesion and togetherness. Furthermore, the notion of family is associated with parenting and the mere feeling of security within the family. Family is regarded by most persons as positive and harmonious, seen as a place of support and trust. Only a very few surveyed family members associate family spontaneous with negative aspects.

On average, parents spend about four hours with their children on a working day. Hereby, mothers experience twice as much time with their children as fathers do. The older the children get, the less time is spent together. 94 percent of the surveyed children are satisfied with the time available to a great extent. This is also true of the parents. However, one in five parents claims to be unhappy with the time being committed to the family.

The most common activities shared with children are conversations, meals and relaxation. The shared meals are often occasions at which the family communicates. Dinner is especially a good occasion to share ideas. Also bed time is a good possibility for sharing things to be discussed. Two thirds of families have rituals and specific times for conversations.

The discussion atmosphere within the family is usually perceived as positive. More than half of the parents, as well as the children above 6 years of age, confirm fully, that everyone in the family gets a chance to speak and be heard; differences are by and large discussed. Approximately one fifth of families confirm to have contentions from time to time. However, a large majority claims to be able to talk again after such disputes.

The most common topics discussed with children are related to school and their friends. Furthermore, leisure time, weekend planning and free time activities are among the topics named.

Regarding the communication media topics, the most common theme discussed according to parents is television and television contents. 58 percent of the parents talk regularly about television contents; approximately half of parents discuss newspaper reports. For two fifth of parents the time spent by children with the communication media is a regular discussion topic. One in three parents discusses regularly topics associated to the internet. 14 percent of parents address computer games in their family discussions.

From the point of view of parents, their partner is the most common contact person for different topics of discussion. Media topics however, games and play stations, books, MP3, CDs and cassettes, as well as time spent for the use of media are some exceptions discussed commonly with children. Further topics discussed with children are school, kindergarten, fashion, music and performers, as well as youth groups. From the point of view of the children, mothers are predominantly the contact person for discussing most topics. Fathers are the first contact person, solely for sport events, computer and internet, as well as technical questions.

87 percent of parents are satisfied with the time spent on discussions within the family. However, fathers (57 percent satisfaction rate) are behind mothers (79 percent satisfaction rate) regarding time spent with discussions. For children the time spent discussing in family is sufficient (87 percent satisfaction rate). Regarding quality of the communication, a minority of four percent of parents find the discussion atmosphere with the children "not as good". With an increase in age the quality of discussions alter minimally. In general children evaluate the communication with their mothers better than the one with their fathers. This is especially true for girls.

Despite good communication devices, personal communication in the family is usually preferred. Half of the parents use mobile phones, or landlines for communication at least occasionally. A fifth writes text messages (SMS) to communicate with their children. This is different in the case of parents of adolescents. Here, two thirds call their children at least occasionally; a third uses text messages for communicating. Parents working full-time, use these possibilities above average.

Families feature good communication devices. Computer, internet, TV, radio, mobile phones and different devices for recording TV content are standard features of most households. One in five households owns a Tablet-PC. Play stations among families with kids above 6 years of age is available in 84 percent of households. Children too have a big range of elec-



tronic devices. 17 percent of children in elementary school age (6-11 years old), and 62 percent of adolescents (12-19 years old) have their own computer; partially shared by a sibling. Eleven percent of young children and 56 percent of adolescents have their own internet connection. 23 percent of children between 6 and 11 years of age and 57 percent of the adolescents have their own TV.

Regarding parents' and childrens' media use, it is obvious that TV plays an important role in families. The FIM-Study focuses the joint use of media. 71 percent of parents watch television together with their children many times a week; in other words regularly. Every second parent listens to radio and makes phone calls together with their children. 13 percent of parents use the internet regularly with at least one child. More seldom is the joint use of computer games (4%) and play stations (3%). Among all age groups, watching TV is the most frequent shared media use within families. Among young children (3-5 years old) reading books and listening to CDs has a higher importance.

The diary survey shows that the joint use of radio is preferably during breakfast, or here and there throughout the day. Joint TV watching happens all day long scattered throughout the day; with a rise from 5 pm, reaching a peak at 8 pm. Between the time between 8 pm and 8:30 pm one out of five parents is watching TV with his/her children.

The most favourite TV programs amongst parents are RTL, Das Erste/ARD and ProSieben. Younger parents prefer commercial TV stations. Among parents 45 years and above, Das Erste/ARD is the first choice. KI.KA and Super RTL are the most favourite amongst preschool kids (3-5 years old). Adolescents favour ProSieben and RTL. The most common occasion for the family to watch TV is bed and dinner time.

Internet is for most families self-evident. 97 percent of all households have internet connection. Three quarter of parents use internet on a regular basis. Amongst parents, the most frequent site is the shopping portal eBay, and the social network Facebook. Especially parents less than 34 years of age like to use Facebook.

Communities are also of big importance among children (6 to 19 years of age). Facebook is regarded as best site for one out of three. Further favourites are YouTube and the sites of VZ-networks. 13 percent of parents use internet together with their children on a regularly basis. Most commonly used sites are shopping sites, TV providers' online offers and game sites.

From the point of view of the parents, fathers are skilled in dealing with technical aspects of communication media, especially with that of computers. Mothers are regarded as the most skilled family member concerning TV content and books. Children are experts for computer games.

Regarding media education competency, 21 percent of parents regard themselves as “very competent”. 60 percent of parents evaluate their competency with “somewhat qualified”. 14 percent regard themselves as “less qualified”. Five percent think they are “not competent at all” regarding media education competency. The skilled parents regard the consequences of the media development on family life for more positive than other parents.

Apparently with more media(education)competency one can take advantage of the chances the innovations have to offer, while being enabled to confront the developments positively. It is therefore a good contribution to strengthen families in media competency questions and to support them to prepare for the requirements of the changes to come.

## 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 (Kinder + Medien, Computer + Internet) 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 öffentlichen Rundfunk verpflichtet. Der SWR fördert die Bildung und Vermittlung von Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen und arbeitet in mehreren medienpädagogischen Initiativen mit Kindergärten und Schulen zusammen. Die SWR Medienforschung führt verschiedene Untersuchungen zum Wandel des Medienangebots und des Medienkonsums durch.

## Studien des mpfs



Die Studienreihe **JIM** (Jugend, Information, (Multi-) Media) wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 jährlich in Kooperation mit dem SWR durchgeführt. Die repräsentative Studie zeigt den **Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen** in Deutschland.

Die Studienreihe **KIM** (Kinder + Medien, Computer + Internet) bildet seit 1999 das **Medienverhalten der 6- bis 13-Jährigen** ab. Für die repräsentative Studie werden alle 2 Jahre ca. 1.200 Kinder und deren Haupterzieher zu ihrem Mediennutzungsverhalten befragt.

Die Familienstudie **FIM** (Familie, Interaktion & Medien) liefert neue Erkenntnisse zur Kommunikation und Interaktion in deutschen Familien sowie repräsentative Ergebnisse über die **Mediennutzung im Familienkontext**.



**Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest**

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

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

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