

Mediennutzung in der Familie

Ergebnisse der FIM-Studie 2016

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 1998 Studien zum Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen durch. Im Mittelpunkt stehen hierbei die beiden Untersuchungsreihen „JIM“ (Jugend, Information, [Multi-]Media) und „KIM“ (Kindheit, Internet, Medien), die den Medienumgang der Zwölf- bis 19-Jährigen (JIM-Studie) bzw. der Sechs- bis 13-Jährigen (KIM-Studie) in den Fokus stellen. 2011 wurden diese beiden Studienreihen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen um eine vertiefende Untersuchung zu allen familiären Fragen, die in diesem Kontext von Interesse sind, ergänzt. Die Studie trägt den Namen „FIM“ (Familie, Interaktion, Medien) und wurde 2016 zum zweiten Mal erhoben. Die Grundgesamtheit der FIM-Studie umfasst alle deutschsprachigen Haushalte mit einem oder mehreren Kindern zwischen drei und 19 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Für die FIM-Studie 2016 wurden 284 Familien persönlich befragt. Alle Familienmitglieder ab drei Jahren wurden in die Befragung einbezogen, wobei für die Drei- bis Fünfjährigen stellvertretend die Eltern Auskunft gaben. Neben der Befragung aller

Familienmitglieder wurden auch Tagebuchaufzeichnungen zur Darstellung des Alltags in Familien herangezogen. Zentraler Untersuchungsgegenstand der FIM-Studie sind die Themenbereiche Kommunikation und Mediennutzung in der Familie. Die Kernerkenntnisse der FIM-Studie 2016¹ werden im Folgenden skizziert.

2. Familie – Struktur, Verständnis und gemeinsam verbrachte Zeit

Erziehung ist nach Erkenntnissen der FIM-Studie eine Aufgabe, die sich die Eltern meist partnerschaftlich teilen. Gut die Hälfte der befragten Eltern kümmert sich nach eigenen Angaben gemeinsam mit dem Partner/der Partnerin um die Kindererziehung. Die finanzielle Situation der Familie bewertet ein Fünftel als sehr gut, knapp zwei Drittel als gut. Jeder fünfte Elternteil bewertet die wirtschaftliche Ausstattung in der Familie als weniger bzw. gar nicht gut.

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

1 *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest* (Hg.), FIM-Studie 2016, Stuttgart 2018, online: www.mpfs.de/studien/fim-studie/2016/ (Abruf 13.12.2018).

insbesondere gemeinsame Mahlzeiten, Gespräche und Ausruhen/nichts tun genannt. Kinder urteilen hier deutlich positiver: Bei den Sechs- bis Elfjährigen sind 63 Prozent voll und ganz und weitere 31 Prozent weitgehend zufrieden mit dem gemeinsam mit den Eltern verbrachten Zeitbudget.

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

3. Kommunikation in der Familie

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

Im Alltag vieler Familien gibt es „Rituale“ oder feste Zeiten, zu denen die Familie zusammenkommt, um über bestimmte Themen zu sprechen oder Gesprächssituationen zu schaffen. Insgesamt gibt es solche ritualisierten Gesprächsanlässe bei 56 Prozent der Familien. Solche Ri-

tuale sind in erster Linie gemeinsame Mahlzeiten oder Phasen des Aufstehens/Zubettgehens sowie Aktivitäten außer Haus. Die häufigsten Themenbereiche, die Eltern mit ihren Kindern besprechen, betreffen Schule, Kindergarten sowie gemeinsame Freunde und Bekannte der Familie.

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

Generell ist aus Elternperspektive der (Ehe-)Partner für die meisten allgemeinen Themen der erste Ansprechpartner. Nur für die Themen Schule/Kindergarten und Vereine werden häufiger die Kinder als Gesprächspartner genannt. Auch für die meisten Medienthemen (insbesondere Tageszeitungs-, Zeitschriften-, Internet- und Radioinhalte) ist aus Sicht der Eltern der jeweilige Partner wichtigster Gesprächspartner. Gespräche zu Nutzungszeiten oder -dauern werden hingegen eher mit den Kindern geführt, ebenso sind die Kinder eher Gesprächspartner bei digitalen Spielen, Büchern/Comics oder Hörbüchern/Hörspielen. Aus der Kinderperspektive wird insbesondere die Mutter als Haupterzieherin und damit als vornehmliche Gesprächspartnerin gesehen. Bei allen familien- und alltagsbezogenen Themen wird sie sehr viel häufiger genannt als der Vater, der lediglich beim Thema Sportereignisse als wichtigster Gesprächspartner in der Familie genannt wird. Ebenso zeigt sich aus Sicht der Kinder, dass auch für Gespräche über Medienthemen die Mutter wichtigste Ansprechpartnerin ist, mit einer Ausnahme: Für das Thema Ausstattung, Technik oder Funktion von Mediengeräten ist der Vater wichtigster Gesprächspartner.

Auch die Wege der Kommunikation zwischen den Generationen werden in der FIM-Studie untersucht. Der wichtigste Kommunikationsweg zwischen Eltern und Kindern ist weiterhin das persönliche direkte Gespräch. 88 Prozent sprechen häufig persönlich miteinander, Telefonate über das Festnetztelefon, Handy oder Smartphone führen nur 13 Prozent der Eltern häufig mit ihren Kindern – von ähnlicher Bedeutung sind Textnachrichten (12 %).

Über die Gesamtheit aller Eltern und Kinder gesehen, haben sich die technischen Kommunikationswege in Familien seit 2011 nicht grundlegend verändert. Nur bei der Kommunikation zwischen älteren Kindern und ihren Eltern lässt sich eine Entwicklung festmachen: Kommunizierten 2011 noch etwa ein Drittel der Eltern häufig oder gelegentlich über SMS mit ihren zwölf- bis 19-jährigen Kindern (34 %), so sind es nun fast doppelt so viele Eltern, die angeben, sich mit ihren Kindern zumindest gelegentlich per Textnachricht auszutauschen (62 %).

4. Mediennutzung in der Familie

Familien in Deutschland haben zuhause ein breites Repertoire an Geräten zur Mediennutzung zur Verfügung. Praktisch alle Haushalte mit Kindern zwischen drei und 19 Jahren verfügen über mindestens ein Mobiltelefon (konventionelles Handy oder Smartphone), Internetzugang, einen Fernseher und ein Radiogerät. 93 Prozent der Familien besitzen einen Computer oder einen Laptop. Video-/Festplattenrekorder oder DVD-Player sind bei 85 Prozent vorhanden, in sieben von zehn Familien gibt es eine (stationäre oder mobile) Spielkonsole. Tablet-PCs stehen mittlerweile in gut jeder zweiten Familie zur Verfügung.

Auch die Kinder verfügen über eine breite Medienausstattung. Sieben von zehn Kindern besitzen ein eigenes Mobiltelefon, jeweils knapp drei Fünftel der Kinder können vom eigenen Zimmer aus das Internet nutzen oder besitzen eine Spielkonsole. Knapp jedes zweite Kind zwischen sechs und 19 Jahren hat ein eigenes Radio oder einen eigenen Fernseher

im Zimmer. MP3-Player/iPod und Computer/Laptop sind bei etwa einem Drittel im Eigenbesitz. Ein Viertel der Kinder besitzt ein eigenes Tablet.

Bei der gemeinsamen Mediennutzung der Eltern und Kinder kommt dem Fernsehen eine besondere Bedeutung zu. 58 Prozent der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, gemeinsam mit ihren Kindern fern. Knapp die Hälfte hört gemeinsam Radio, 40 Prozent hören gemeinsam Musik. Jeweils ein Viertel der Eltern liest gemeinsam mit den Kindern Bücher oder Comics oder nutzt Social Media-Angebote.

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

Wenn es um die gemeinsame Nutzung dieser Portale durch Eltern und Kinder geht, bleibt es trotz zahlreicher alternativer Möglichkeiten der Bewegtbildnutzung dennoch bei der Dominanz des linearen Fernsehens. Über die Hälfte der Eltern (55 %) schaut regelmäßig gemeinsam mit den Kindern zum Zeitpunkt der Ausstrahlung fern. Maximal jedes zwanzigste Elternteil schaut gemeinsam mit den Kindern Filme, Serien oder Videos zeitversetzt oder über andere Plattformen an. Das gemeinsame

Fernsehen findet in den Familien meist am Abend bzw. vor dem Zubettgehen statt, was 69 Prozent der Eltern bestätigen. Beim gemeinsamen Abendessen sieht ein Viertel der Eltern mit den Kindern fern, jedes zehnte Elternteil gibt an, dass die gemeinsamen Fernsehmomente beim Spielen oder bei der Hausarbeit stattfinden.

5. Medienkompetenz

In der FIM-Studie werden zudem unterschiedliche Expertenrollen der Familienmitglieder hinsichtlich Medientechnik und Medieninhalten erhoben. Bei dieser Frage nach den Medienexperten sind die Rollen klar verteilt. Väter sind die Spezialisten hinsichtlich technischer Aspekte. Mütter werden beim Thema Fernsehinhalte und zu Büchern am kompetentesten eingeschätzt. Beim Thema Computerspiele sind Kinder die Experten. Auch aus Sicht der Kinder werden – mit Ausnahme des Themas Computerspiele – die Erwachsenen als Medienexperten angesehen.

In Sachen Medienerziehung schätzt sich jedes dritte Elternteil sehr kompetent ein, wobei sich Männer sehr viel stärker eine hohe Erziehungskompetenz zuschreiben als Frauen (40 % bzw. 23 %). Gut die Hälfte der Eltern bewertet sich als „etwas kompetent“, jeder Zehnte meint hier eher weniger gerüstet zu sein und vier Prozent trauen sich Medienerziehung gar nicht zu. Gut die Hälfte der Eltern steht der Medienentwicklung der letzten Jahre ambivalent gegenüber und sieht sowohl positive wie negative Aspekte für das Familienleben. Jeder Vierte äußert sich eher positiv und 14 Prozent sehen eher negative Folgen für das Familienleben. Jeder Zehnte sieht gar keine Auswirkungen auf die eigene Familie. Eltern, die sich eher sicher in Fragen der Medienerziehung sind, haben auch eine positivere Wahrnehmung der Medienentwicklung.

6. Jugendmedienschutz

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

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

7. Fazit

Insgesamt betrachtet hat sich die Mediennutzung innerhalb der Familie seit der letzten FIM-Studie von 2011 nur geringfügig verändert. Das Smartphone wird mittlerweile stärker zur innerfamiliären Kommunikation genutzt, klassische Medien haben jedoch nach wie vor Bestand im Familienalltag. Hinsichtlich der Mediennutzung gilt es, als Familie ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln, welche Rolle man den unterschiedlichen Medien im Familienalltag zugesteht, welche Regeln und Vereinbarungen gelten und welche Plattformen und Dienste innerhalb der Familie genutzt werden dürfen.

Informationen zur Autorin

Theresa Reutter studierte Empirische Kommunikationswissenschaft an den Universitäten Wien und Hohenheim. Seit 2014 ist sie Referentin für Medien- und Publikumsforschung bei der [Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg \(LFK\)](#) und Co-Autorin der Studien KIM, JIM, FIM und miniKIM [des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest \(mpfs\)](#), die bundesweite Grundlagendaten zum Medienumgang von Kindern und Jugendlichen erheben.

Schlagwörter

FIM-Studie, Mediennutzung in der Familie, Kommunikation, Social Media, Medienkompetenz, Jugendmedienschutz, Medienerziehung, Computerspiele, Fernsehen