



Eltern mitdenken, Kinder erreichen

Welche Rolle Eltern in der
Mediennutzung spielen

Stefanie Engels
Head of Marketing
SUPER RTL

Studienübersicht

| Quantitative Studie | | |
|---|-------------------|---|
|  | Erhebungszeitraum | 23.10.-02.11.2020 |
|  | Methode | Online-Befragung |
|  | Zielgruppe | <ul style="list-style-type: none"> • Eltern von Kindern zwischen 1 - 13 Jahren • Quotierung nach Alterszellen bzw. Jahrgängen: mindestens n=100 je Jahrgang • gute Verteilung hinsichtlich Bildungsniveau der Eltern, Anzahl der Kinder, Wohnort (Stadt / Land), Bundesländer, HHNE) |
|  | Fallzahl | n=1.500 |

| Qualitative Studie | | |
|--|-------------------|---|
|  | Erhebungszeitraum | Nov. - Dez. 2020 |
|  | Methode | <ul style="list-style-type: none"> • Webbasierte Tiefeninterviews flankiert durch Paar- und Familiengespräche (Blind Dates) • Medientagebuch im Vorfeld |
|  | Zielgruppe | <ul style="list-style-type: none"> • Eltern von Kindern zwischen 4 - 10 Jahren |
|  | Fallzahl | n=40 |

Idealvorstellung der Eltern:

Mediennutzung ist immer eine Freizeitbeschäftigung zweiter Wahl



Motive für Medienmomente



VERSCHNAUFPAUSE FÜR
ELTERN



ERZIEHUNG/BILDUNG



HARMONIE ERZEUGEN

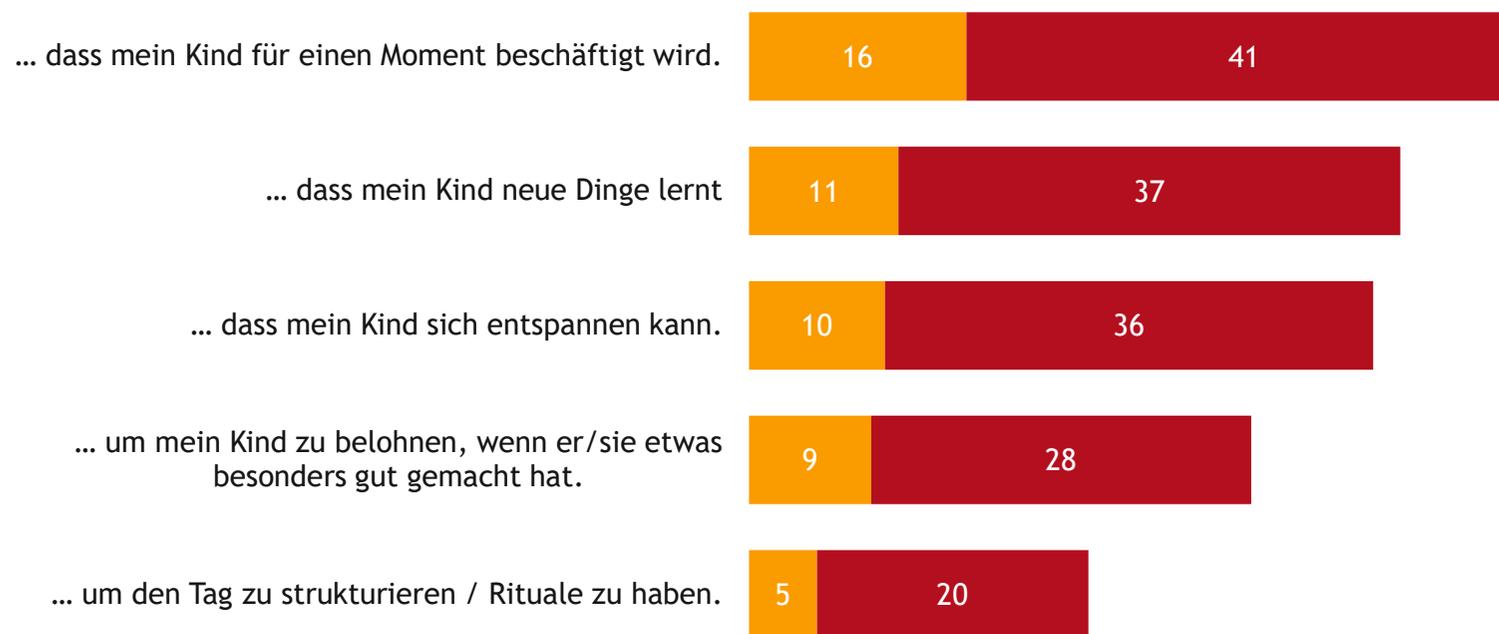
Mediennutzung als Beschäftigung für Kinder

Auch Bildungs- und Entspannungsmotive spielen eine Rolle

Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu? 5er-Skala, in %

■ stimme voll und ganz zu

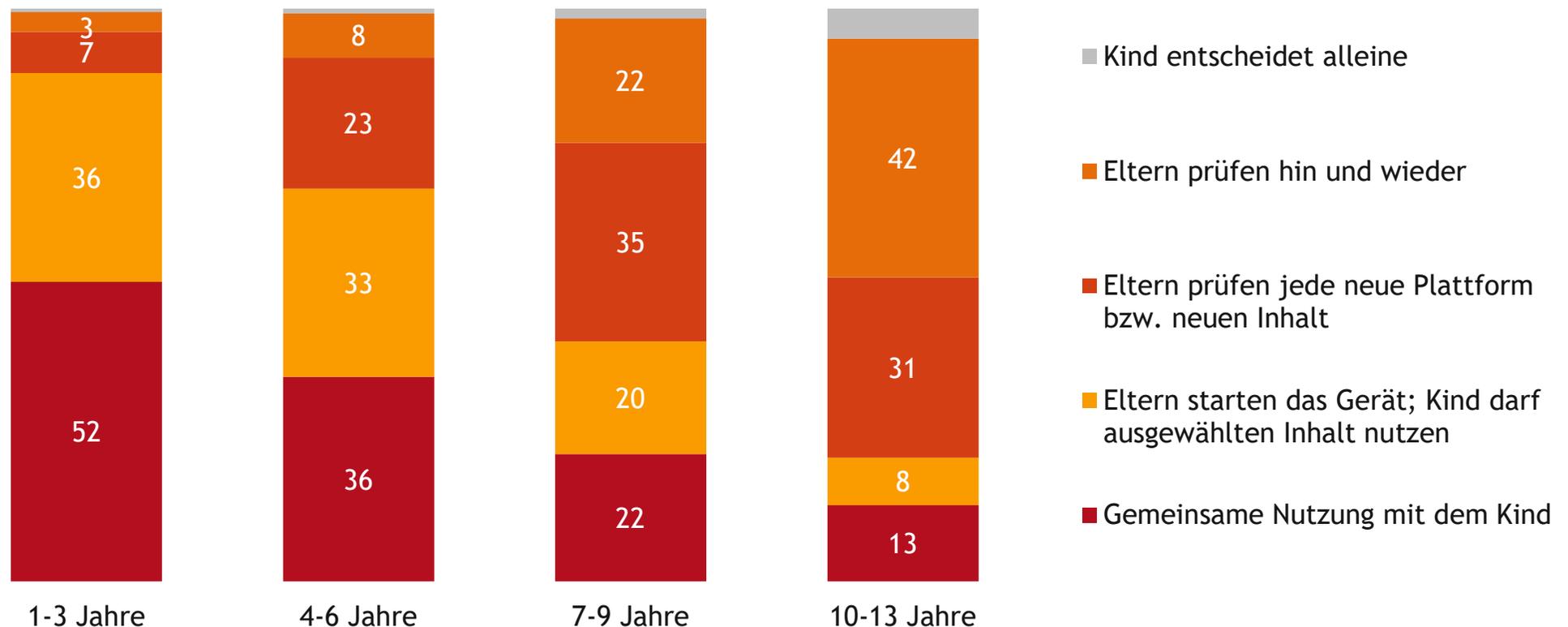
■ stimme eher zu



Eltern haben ein Auge auf die Mediennutzung

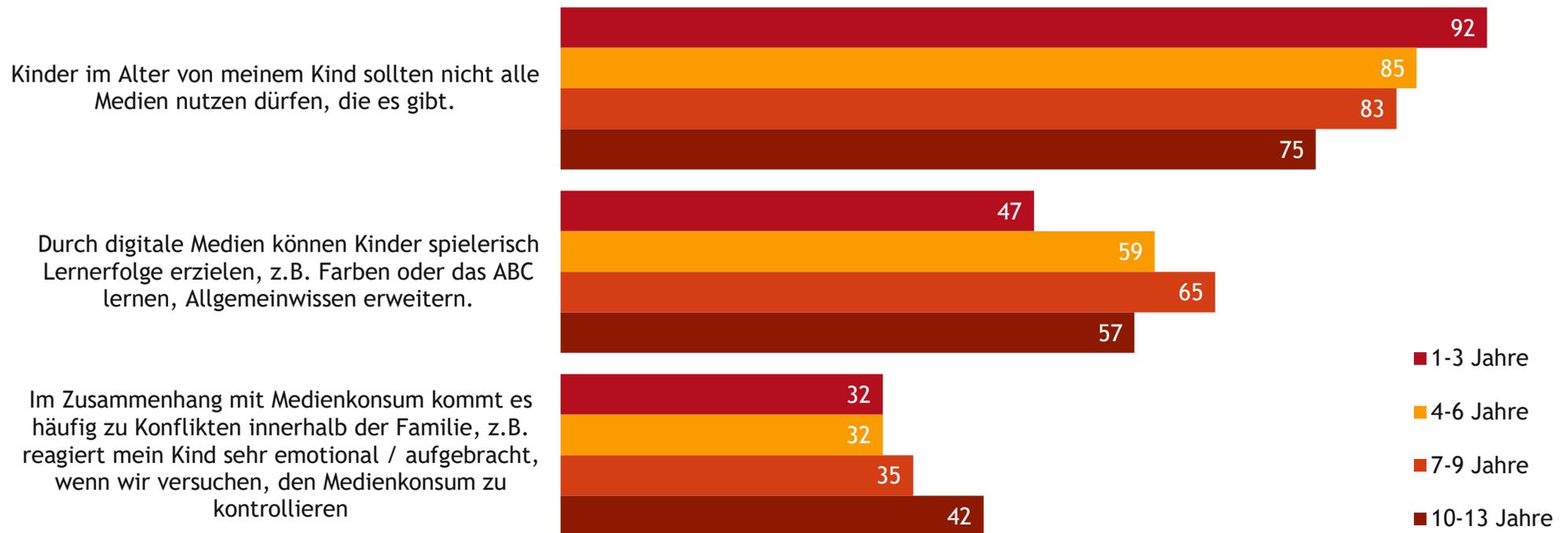
Bei den kleinen Kindern spielt die gemeinsame Nutzung eine große Rolle

Inwieweit sind Sie in die Mediennutzung Ihres Kindes involviert? (gestützt, Angaben in %)



Eltern stehen Medien ambivalent gegenüber

Was denken Sie generell über die Medien, die Ihr Kind zur Verfügung hat? Und wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?
5er-Skala, in %

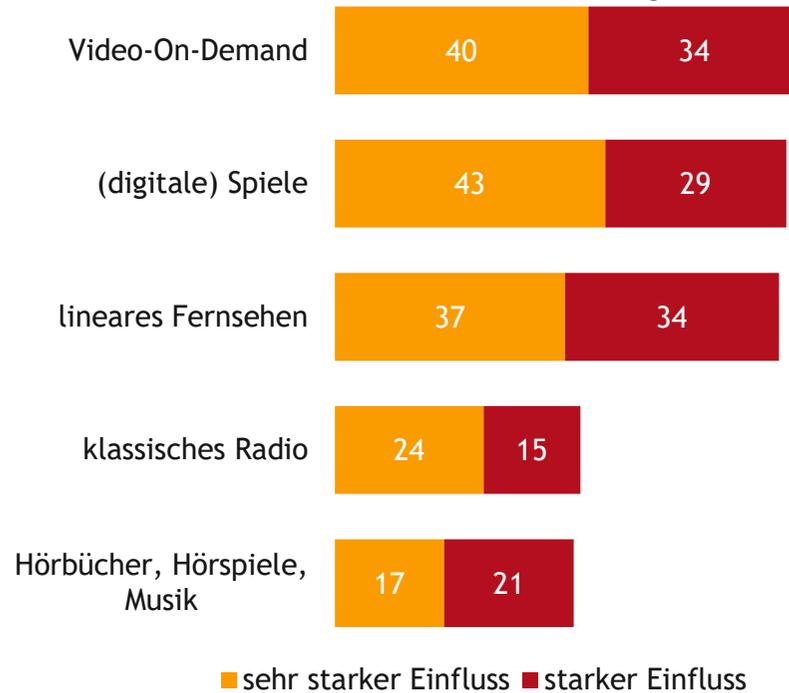


Eltern nehmen Einfluss auf Menge und Inhalte der genutzten Medien

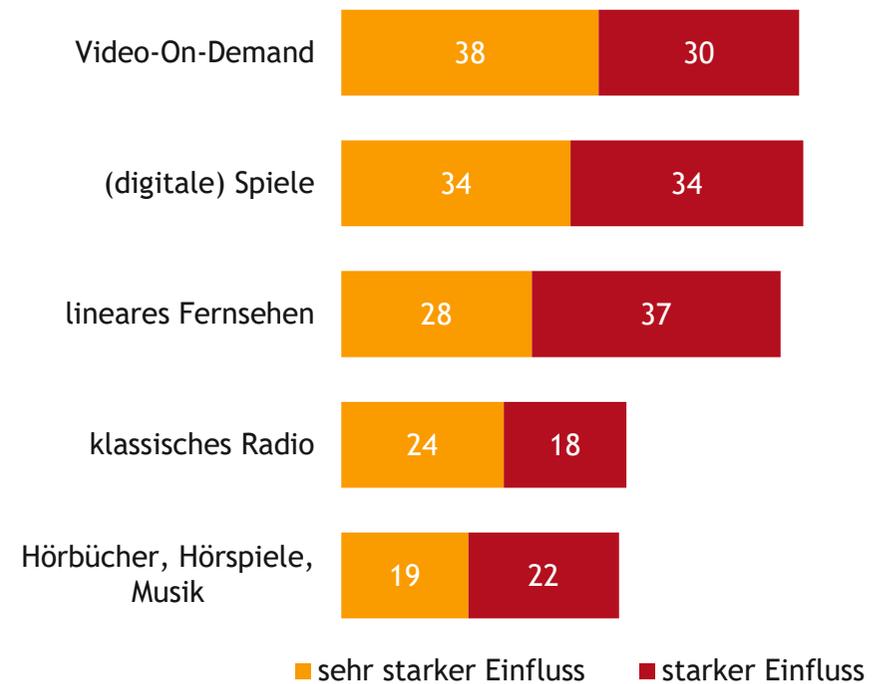
Bei Audiomedien ist der Einfluss geringer

Wie stufen Sie Ihren Einfluss auf die Mediennutzung von Ihrem Kind ein? 5er-Skala, in %

Einfluss auf die MENGE der Mediennutzung



Einfluss auf die INHALTE der Mediennutzung



Eltern geben den Rahmen vor - Kinder nehmen Einfluss

Eltern geben den Rahmen vor, dieser ist auch abhängig von:

- **Medienkompetenz der Eltern:** Vom Ohnmachtsgefühl bis hin zur inhaltlichen Auseinandersetzung mit Medien
 - Kennen die Eltern die Angebote?
 - Setzen sie sich damit auseinander?
 - Beherrschen sie die Technologie? etc.
- **Einstellung zu Medien:** Wird auch von Peers mitbestimmt (z.B. Lehrer, andere Eltern)

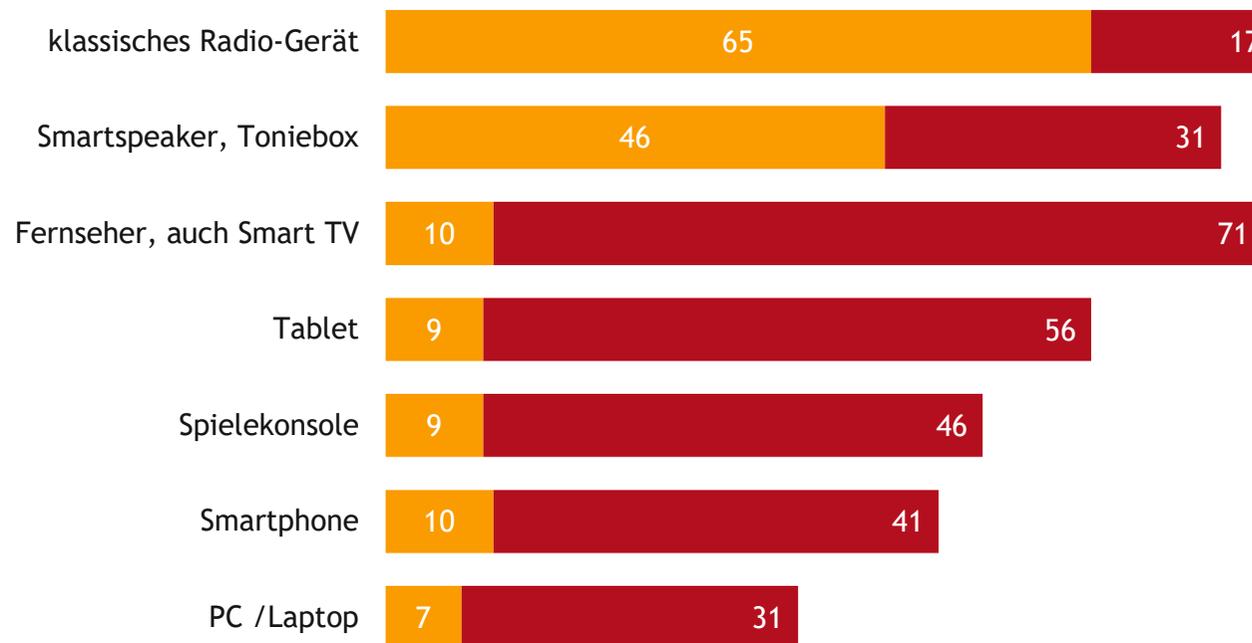


Je nach Alter und Entwicklungsstand der Kinder nehmen diese aktiv Einfluss:

- Peergroup-Einfluss durch andere Kinder
- Selektion der Inhalte durch die Kinder
- artikulieren Wünsche
- diskutieren Regeln
- wünschen sich Geräte

TV-Nutzung wird eher reglementiert als Audio-Nutzung

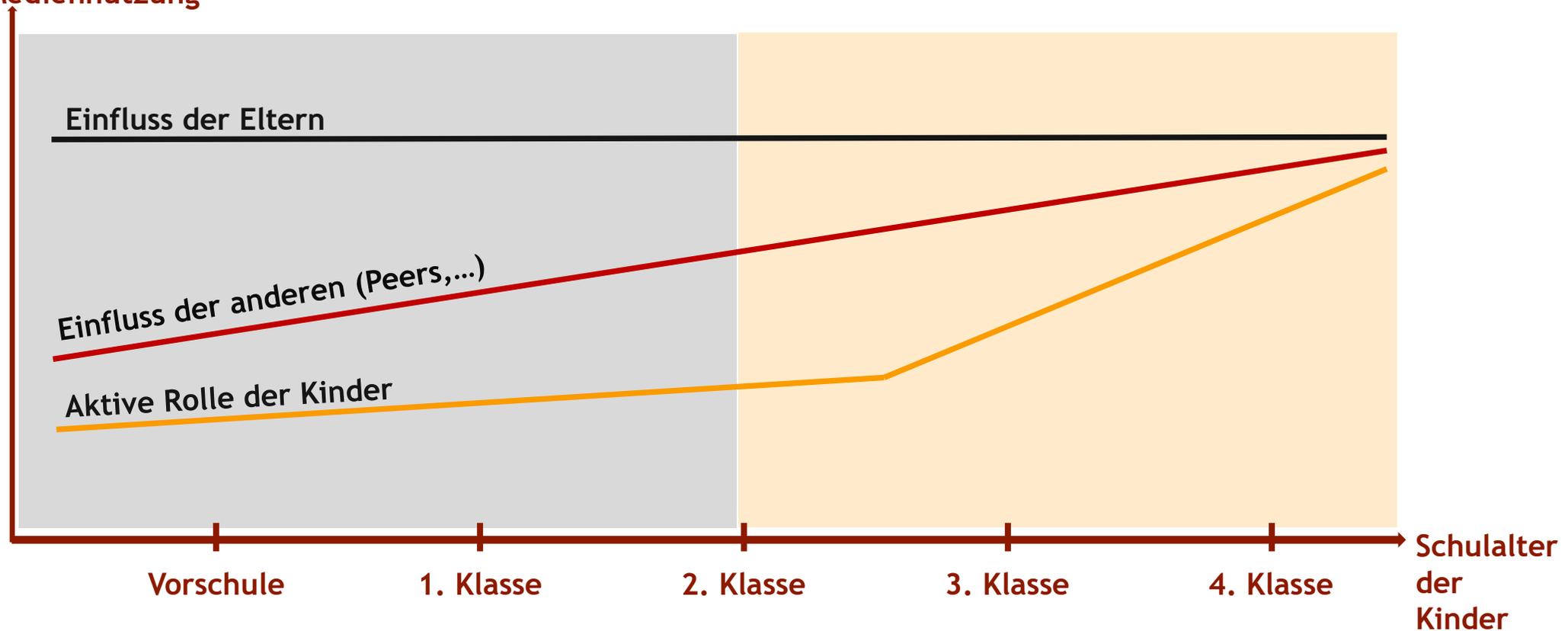
Wie oft darf Ihr Kind die verfügbaren Geräte in Ihrem Haushalt nutzen?, Hochrechnung auf Gesamt-Basis, in %



■ uneingeschränkte Nutzung/so oft es möchte ■ eingeschränkte Nutzung/zeitlich begrenzt (mit festen Regeln)

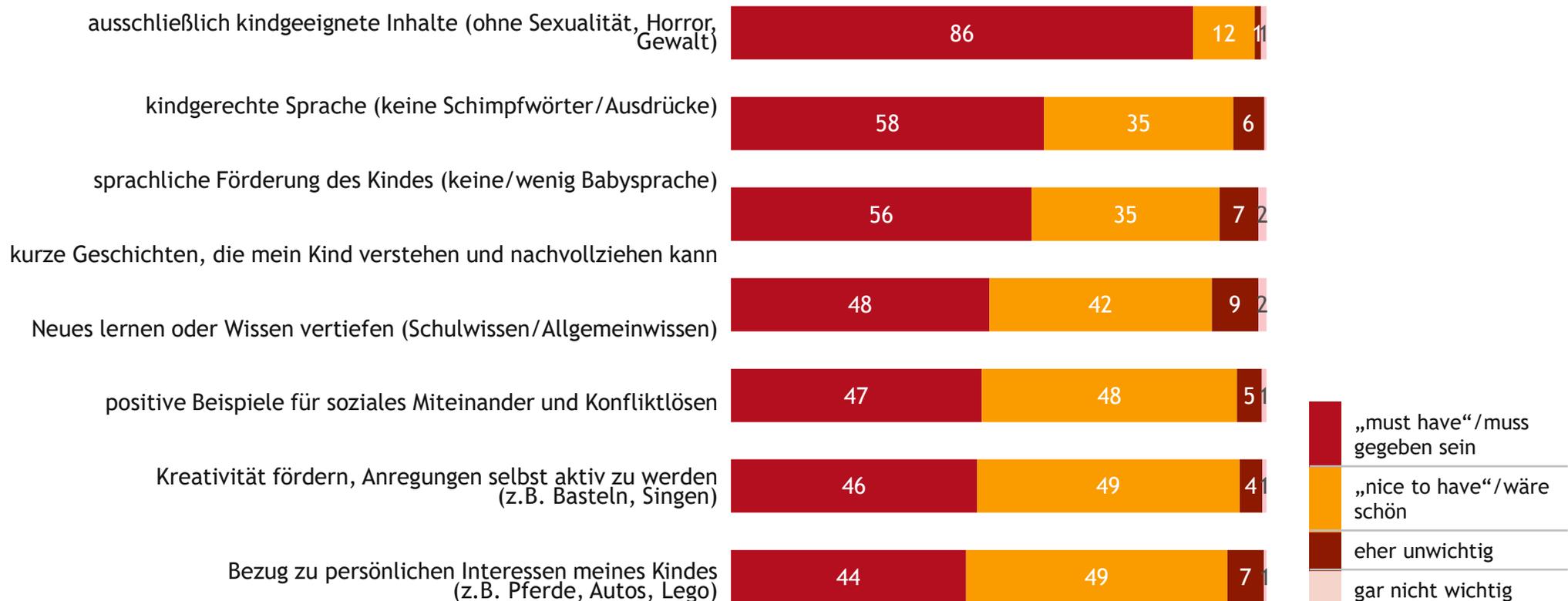
Die Entwicklungsstufe der Kinder entscheidet über die Rolle der elterlichen Begleitung von Medienkonsum

Einfluss auf
Mediennutzung



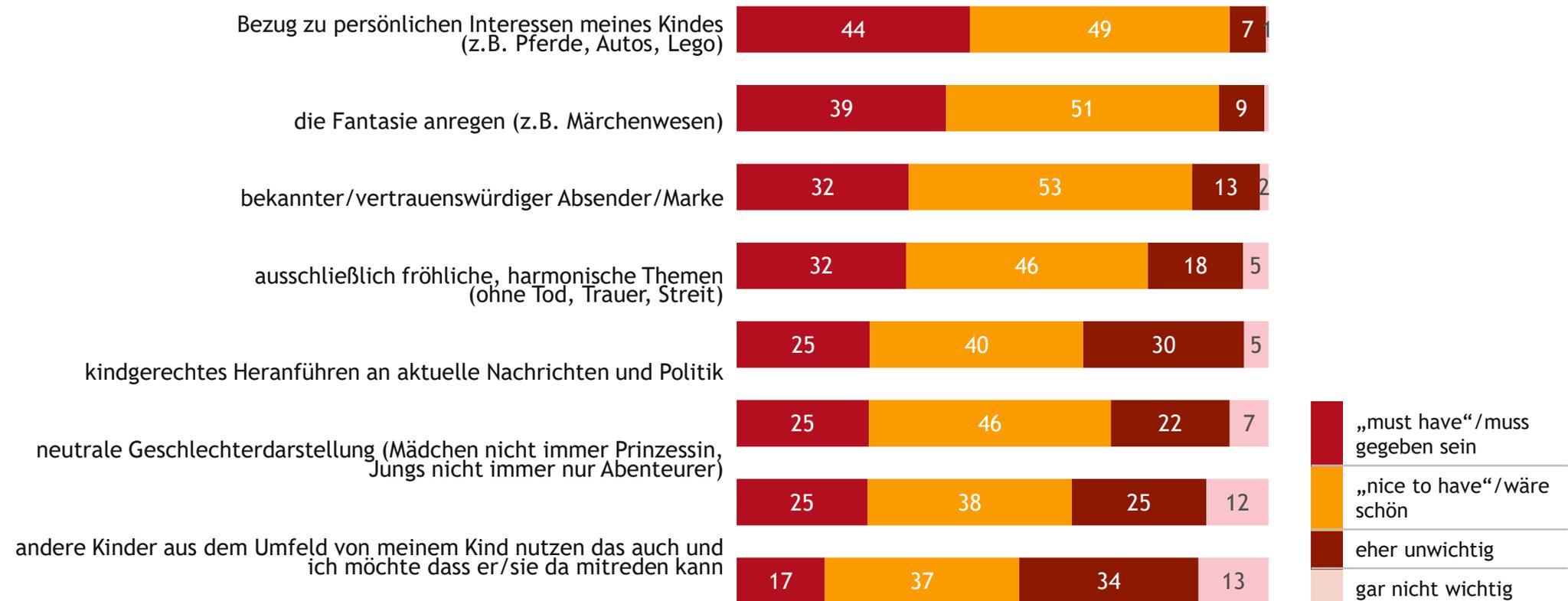
Was Eltern wichtig ist: „Qualitätskriterien“ für Medieninhalte I

Wenn Sie entscheiden, welche Medieninhalte für Ihr Kind geeignet sind, wie sehr spielen die folgenden Kriterien eine Rolle? (4er-Skala von „must have“ bis „unwichtig“, Angaben in %)



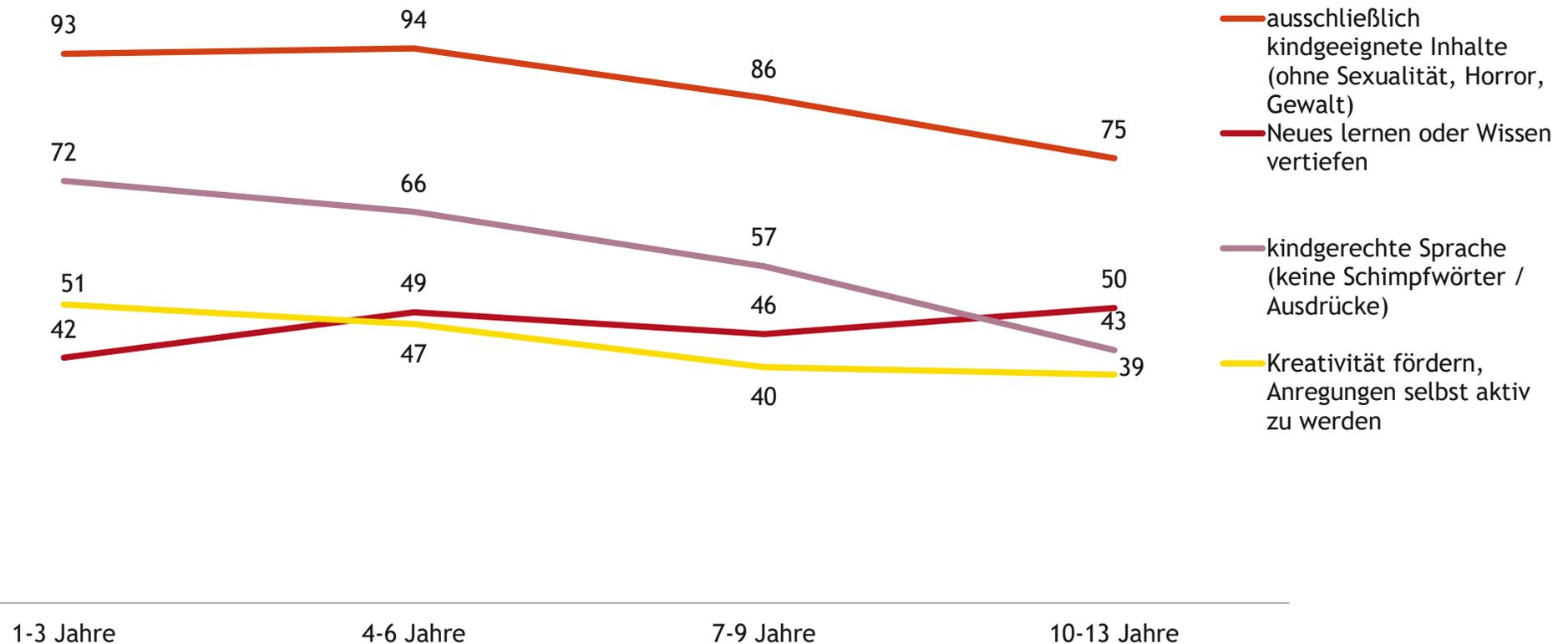
Was Eltern wichtig ist: „Qualitätskriterien“ für Medieninhalte II

Wenn Sie entscheiden, welche Medieninhalte für Ihr Kind geeignet sind, wie sehr spielen die folgenden Kriterien eine Rolle?
(4er-Skala von „must have“ bis „unwichtig“, Angaben in %)



Bei jüngeren Kindern dominiert der Schutzaspekt, bei älteren das Vertrauen in den Absender

Wenn Sie entscheiden, welche Medieninhalte für Ihr Kind geeignet sind, wie sehr spielen die folgenden Kriterien eine Rolle?
(Angaben für „must have“ auf 4er-Skala, Angaben in %)



Key Takeaways



ELTERN MITDENKEN BEI
KINDERANSPRACHE



BEDÜRFNISSE UND MOTIVE
DER ELTERN AUFGREIFEN



BEEINFLUSSUNG DURCH
PEERS / SOZIALE
ERWÜNSCHTHEIT



BRAND SAFETY

Bedürfnisse der Eltern aufgreifen



Die Learnings aus der Eltern-Studie wurden im aktuellen Toggolino Trailer berücksichtigt. Dieser steht auf unserer Website für Sie bereit.

A photograph of a woman with blonde hair, wearing a yellow dress with white polka dots, hugging a young girl with blonde hair, wearing a dark blue dress with white floral patterns. They are standing on a beach with white sand and a blurred background of rocks and water. The scene is bathed in warm, golden light, suggesting a sunset or sunrise. The woman is holding the girl from behind, and they are both smiling and looking towards each other.

Vielen Dank

Kontakt



Stefanie Engels

Head of
Marketing SUPER RTL

Tel: +49 221 456-51311

E-Mail: stefanie.engels@superrtl.de

SUPER RTL

Picassoplatz 1

D-50679 Köln

www.superrtl.de