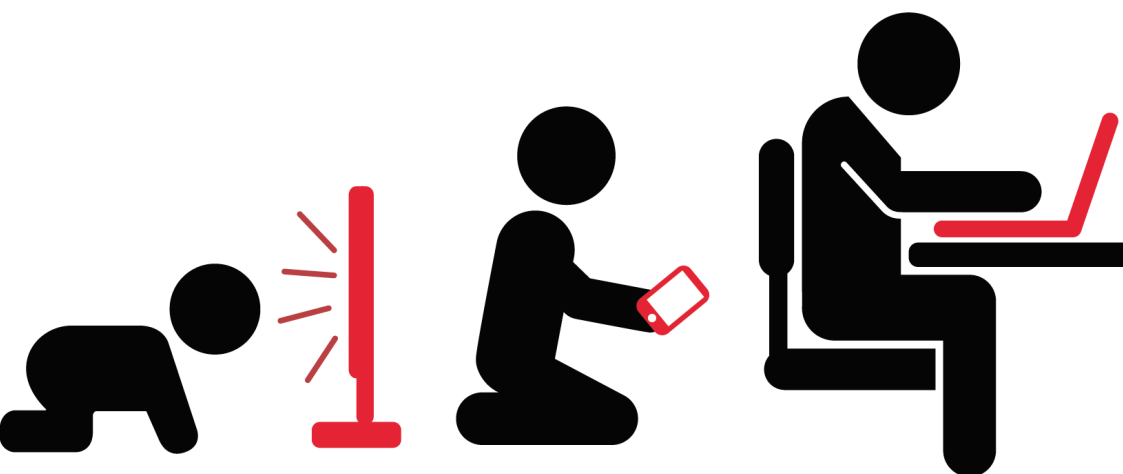




# Im Dialog

Beiträge aus der Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart

1 | 2019



Aufwachsen mit Medien –  
Mediensozialisation und -kritik heute  
(41. Stuttgarter Tage der  
Medienpädagogik)

# Impressum



Herausgeberin des Online-Journals:  
[Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart](#)  
Im Schellenkönig 61  
70184 Stuttgart  
Telefon: +49 711 1640-600  
E-Mail: [info@akademie-rs.de](mailto:info@akademie-rs.de)

Koordination des Online-Journals:  
Dr. Christian Ströbele ([dialog@akademie-rs.de](mailto:dialog@akademie-rs.de))

Layout: Corinna Schneider, Heidelberg  
Titelbild: Julia Eppler ([Kastanie Eins](#))

Herausgeber\*innen dieser Ausgabe  
Ulrike Bischof, Ingrid Bounin, Julia Kieninger, Johannes Kuber,  
Christina Reich, Karl-Ulrich Templ, Oliver Turecek,  
Susanne Zeltwanger-Canz

The content is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#). / Alle Inhalte sind lizenziert mit einer [Creative Commons Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz](#).

# Inhalt

Vorwort	3
<i>Katrin Schlör</i> Doing Family mit Medien Impulse für eine lebenslagensensible medienpädagogische Familienbildung	7
<i>Theresa Reutter</i> Mediennutzung in der Familie Ergebnisse der FIM-Studie 2016	23
<i>Ursula Kluge</i> Medienpädagogische Angebote für Eltern und Familien	33
<i>Nicolas Conrads</i> Workshop-Bericht: „Durchgehend online – wann hört der Spaß auf?“	41
<i>Melanie Kabus</i> Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet	51
<i>Christa Rahner-Göhring</i> Medienpädagogische Elternarbeit	59
<i>Saskia Nakari</i> Jugendsexualität heute – Let’s talk about Porno	69



# Vorwort

## Aufwachsen mit Medien – Mediensozialisation und -kritik heute

Aufwachsen mit Medien – das war das Thema der 41. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik, die der Frage nachgingen, wie Familien im Hinblick auf die wachsenden Anforderungen der Mediengesellschaft gestärkt werden können. Gerade vor dem Hintergrund einer Gesellschaft, die sich zunehmend auf eine digitale Welt ausrichtet – Stichworte Industrie 4.0, digitale Bildung und mobiles Lernen, Smart Home und Toolification –, spielt die Gestaltung und Begleitung des Medienumgangs von Kindern und Jugendlichen eine immer wichtigere Rolle, besonders für Familien. Keine einfache Aufgabe – besonders auch angesichts aktueller Medienstudien, die einen kritischen Ton anschlagen und vor den Gefahren der Mediennutzung für Heranwachsende warnen. Vermehrt sehen sich verunsicherte Eltern vor die vermeintliche Alternative gestellt, ihren Kindern die Mediennutzung zu verbieten – was kaum durchsetzbar wäre – oder sich permanent in Sorge zu wähen, ihre Kinder zu gefährden.

Die 41. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik befassten sich daher mit Ansätzen und Praxisbeispielen der Medienbildung und -pädagogik in Familien. Sie fragten, was Eltern für eine gelingende Medienerziehung ihrer Kindern brauchen, und setzten sich kritisch mit neuen Medienstudien auseinander. In Vorträgen und Workshops wurden die Medi-

## *Vorwort*

ennutzung von Familien vorgestellt und Problemfelder herausgearbeitet sowie Handlungsstrategien diskutiert.

Wir freuen uns, die Ergebnisse der Stuttgarter Tage erstmals in gebündelter Form zu präsentieren und damit gleichzeitig die erste Ausgabe des Open Journals „Im Dialog. Beiträge aus der Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart“ vorzulegen. Unser Dank gebührt allen Autor\*innen sowie Corinna Schneider für das Layout.

Die Herausgeber\*innen:

Ulrike Bischof (GMK),

Ingrid Bounin (LMZ),

Julia Kieninger (LFK),

Johannes Kuber (Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart),

Christina Reich (Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart),

Karl-Ulrich Templ (lpb),

Oliver Turecek (SWR),

Susanne Zeltwanger-Canz (Evangelisches Medienhaus GmbH).

## *Die Stuttgarter Tage der Medienpädagogik*

Die Stuttgarter Tage der Medienpädagogik bieten seit 1978 jährlich ein Forum für Vertreter\*innen aus Forschung, Praxis und Politik, sich mit aktuellen Fragen der Medienpädagogik auseinanderzusetzen. Neben Vorträgen, Gesprächen und Arbeitsgruppen nimmt die Präsentation verschiedenster medienpädagogischer Projekte und Ansätze jeweils breiten Raum ein.

Die Tagungsthemen nicht nur der vergangenen Jahre greifen auch medienethische und medienpolitische Debatten auf: Welche Herausforderungen stellen sich angesichts der Digitalisierung weiter Lebensbereiche? Wie reagieren wir auf Menschenfeindlichkeit und Extremismus im Netz?

Veranstaltet werden die Stuttgarter Tage gemeinsam von [der Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart](#), [der Evangelisches Medienhaus GmbH](#), [der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg \(LFK\)](#), dem [Landesmedienzentrum Baden-Württemberg \(LMZ\)](#), der [Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg \(lpb\)](#), der [Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur \(GMK\)](#) sowie dem [Südwestdeutschen Rundfunk \(SWR\)](#).

Weitere Informationen und umfangreiche Tagungsdokumentationen finden Sie unter [www.stuttgarter-tage.de](http://www.stuttgarter-tage.de).





## Doing Family mit Medien

### Impulse für eine lebenslagensensible medienpädagogische Familienbildung

#### 1. Einführung

Eine Erzieherin spricht mit einer Mutter, die ihr Smartphone in der einen und ihr Kind an der anderen Hand hält. Über Ihnen steht der Schriftzug „Handy-Garten“. „Wir kümmern uns um Ihre Facebook- und WhatsApp-Freunde, wenn Sie mit Ihrem Kind spielen wollen“, bietet die Erzieherin an.<sup>1</sup>

Mit dieser Karikatur und der zugehörigen Kampagne sollen durch das Mecklenburg-Vorpommersche Informationsportal [www.medienwissen-mv.de](http://www.medienwissen-mv.de) „Eltern landesweit sensibilisiert werden, darüber nachzudenken, wie oft sie mit dem Smartphone beschäftigt sind und dabei ihre Kinder ignorieren“<sup>2</sup>.

Dies ist nur ein Beispiel für das Phänomen, dass Medienpraktiken in Familien seit jeher anhand normativer Ideale beobachtet, diskutiert und bewertet werden. Insbesondere seit das Smartphone in die familiäre Alltagspraxis Einzug gehalten hat, mehren sich kritische Bilder der Mediennutzung in Familien und erzieherische Stimmen gegenüber Eltern. Doch wie berechtigt ist eine solche (Be-)Wertung? Und wie bringen

---

1 Online: <https://www.medienwissen-mv.de/medien-familie-verantwortung.html> (Abruf 11.12.2018).

2 Online: <https://www.medienwissen-mv.de/medien-familie-verantwortung/kampagneinfos.html> (Abruf 11.12.2018).

(Medien-)Pädagog\*innen Familienmitglieder in einen konstruktiven Austausch über ihre Medienpraxis?

Der vorliegende Beitrag nähert sich dieser Frage zunächst über die Herausforderungen, die Familien durch entgrenzte und mediatisierte Lebensbedingungen bewältigen müssen. Anschließend diskutiert er den Ansatz „Doing Family mit Medien“ vor dem Hintergrund des Bewältigungskonzepts und gibt im Sinne der Verbindung von Theorie und Praxis Handlungsimpulse für eine lebenslagensensible medienpädagogische Arbeit mit Familien. Zum Abschluss stellt der Artikel zwei Good-Practice-Beispiele vor.

Abbildung 1:  
Assoziationen der Tagungsteilnehmenden zum Thema „Medienpraxis in Familien“ (erhoben und visualisiert mit der Plattform [answergarden.ch](http://answergarden.ch) auf den Stuttgarter Tagen der Medienpädagogik am 14. März 2018)



## 2. Herausforderungen für Familien im Kontext der Lebensbewältigung

Familienleben war und ist durch diverse Herausforderungen geprägt, doch insbesondere zwei Bereiche haben in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen:

So kann mit Jurczyk u. a. von einer zunehmenden Entgrenzung von Familie gesprochen werden, die sich nicht nur durch eine zunehmende Pluralisierung der Familienformen und eine Individualisierung der Lebensführung abbildet, sondern auch durch entgrenzte Arbeits- und Bildungszeiten sowie Freizeitgestaltungen. Diese Faktoren verstärken die Alltagsfragmentierung und setzen Familienmitglieder gegebenenfalls unter enormen Zeitstress. Als weiterer Aspekt der Entgrenzung von Familie gilt das Zusammenleben in multilokalen Settings. Aufgrund von (Re-)Migration, Trennung oder beruflichen Faktoren leben mehr denn je Familien – auch über die Eltern-Kind-Beziehung hinaus – an unterschiedlichen Orten.<sup>3</sup>

Durch die wachsende Mediatisierung von Familie im Sinne einer zeitlichen, räumlichen und sozialen Zunahme medienvermittelter Kommunikation bei gleichzeitig wachsender Bedeutung von Medien<sup>4</sup> entstehen in kurzer Zeit sehr viele neue Entwicklungen, für die keine erprobten Bewältigungsmuster und bewährten Erziehungskonzepte vorliegen. Der technologische Fortschritt bringt eine zunehmende Multifunktionalität und Konvergenz, sprich ein „Zusammenwachsen“ unterschiedlichster Medien zu einem Medium (Beispiel: Smartphone) mit sich. Außerdem führen die Mobilität der Medien, die starke Vernetzung und Individualisierung der Medienpraktiken zu neuen Herausforderungen, insbesondere in der Gestaltung von gemeinsamen Familienzeiten und der Medienerziehung. Auch eine wachsende Kommerzialisierung der Medi-

---

3 Vgl. *Karin Jurczyk* u. a., *Entgrenzte Arbeit – entgrenzte Familie. Grenzmanagement im Alltag als neue Herausforderung*, Berlin 2009, 30–60.

4 Vgl. *Andreas Hepp*, *Mediatisierung/Medialisierung*, in: Jens Schröter (Hg.), *Handbuch Medienwissenschaft*, Stuttgart/Weimar 2014, 190–196.

enräume ist im konkreten Familienleben spürbar.<sup>5</sup> So findet die Alltagsorganisation und -kommunikation in vielen Familien über kommerzielle Anbieter wie WhatsApp statt und die Familie sieht über Bezahldienste wie Netflix fern. In den letzten Jahren ist darüber hinaus eine vermehrte Visualisierung von Familie in Form von audiovisuellen (Selbst-)Darstellungen, u. a. in virtuellen Räumen<sup>6</sup> zu beobachten, die eine tiefere Auseinandersetzung mit medienethischen und medienrechtlichen Fragen der Privatsphäre, des Datenschutzes sowie des Rechts am eigenen Bild notwendig macht.

All diese Herausforderungen gilt es neben anderen in Familien zu bewältigen, um Familie erfolgreich gestalten und bestärken zu können. Unter Bewältigung verstehen Böhnisch und Schröer „das Streben nach subjektiver Handlungsfähigkeit“ in jenen Lebenskonstellationen, die „von den Subjekten dann als kritisch erlebt werden, wenn die bislang verfügbaren personalen und sozialen Ressourcen für die Bewältigung nicht mehr ausreichen“<sup>7</sup>. Daraus ergibt sich die Chance, die Situation erfolgreich zu bewältigen und Handlungsfähigkeit wiederzuerlangen. Allerdings gilt es zu beachten, dass sich die Möglichkeits- und Verhinderungsräume von erfolgreicher Bewältigung stets aus dem Zusammen-

---

5 Vgl. *Ulrike Wagner/Christa Gebel*, Medienerziehung in der Familie unter den Bedingungen von Mediatisierung, in: Kai-Uwe Hugger u. a. (Hg.), *Jahrbuch Medienpädagogik Bd.12. Kinder und Kindheit in der digitalen Kultur*, Wiesbaden 2015, 11–28, 11.

6 Vgl. *Ulla Autenrieth*, Die Visualisierung von Kindheit und Familie im Social Web als Forschungsfeld einer mediatisierten Gesellschaft, in: Dagmar Hoffmann/Friedrich Krotz/Wolfgang Reißmann (Hg.), *Mediatisierung und Mediensozialisation. Prozesse – Räume – Praktiken*, Wiesbaden 2017, 137–151; *Katrin Schlör*, „Wo is’n dein papa? Im skype, ne!“: (Audio)visuelle Social-Media-Praktiken von Familien in der Perspektive von Doing Family, in: Andreas Baur u. a. (Hg.), *Dicker als Wasser. Konzepte des Familiären in der zeitgenössischen Kunst*, Köln 2016, 176–185.

7 *Lothar Böhnisch/Wolfgang Schröer*, *Pädagogik und Arbeitsgesellschaft. Historische Grundlagen und theoretische Ansätze für eine sozialpolitisch reflexive Pädagogik*, Weinheim/München 2001, 221.

spiel der personalen Betroffenheit und der Lebenslagen der Subjekte ergeben, die Bewältigungsmuster ermöglichen oder behindern können.<sup>8</sup> Somit eröffnet sich ein hohes Potenzial für Bildungsprozesse im Allgemeinen und Medienbildungsprozesse im Speziellen, denn: Um Handlungsfähigkeit – beispielsweise hinsichtlich Mediensozialisation und -erziehung – zu erlangen oder zu bewahren, müssen Betroffene gegebenenfalls neue Strategien entwickeln, um ihr Bewältigungsspektrum zu erweitern.

### 3. Doing Family mit Medien: Potentiale, Grenzen und Herausforderungen

Erschwerend kommt zu den oben benannten Phänomenen hinzu, dass Familie in der Praxis – dem „Doing Family“-Konzept folgend – keine naturgegebene oder rechtlich klar definierbare Gruppe darstellt. Stattdessen konstatiert der britische Soziologe David H. J. Morgan „family‘ is not a thing“<sup>9</sup> und betont die Bedeutung familialer Praktiken in Abhängigkeit von strukturellen Komponenten wie Geschlecht, Historie, etc.<sup>10</sup> Silva und Smart, die Morgans Überlegungen weiterdenken, veranschaulichen anhand der Gegenüberstellung des „being in a family“ sowie des „doing family“ den partizipativen Anspruch des Konzeptes, der von Familienmitgliedern ein hohes Maß an Engagement verlangt. Sie sind demnach nicht per se Teil einer Familie, sie müssen sich vielmehr immer wieder erneut durch entsprechende Praktiken zu ihrer Familie bekennen.<sup>11</sup> Unter einer Familie ist demzufolge nicht mehr nur eine vermeintlich selbst- verständliche, naturgegebene oder per Familien-

---

8 Vgl. ebd. 221f.

9 *David H. J. Morgan*, *Family Connections. An Introduction to Family Studies*, Cambridge 1996, 11.

10 Vgl. ebd. 188–191.

11 Vgl. *Elizabeth B. Silva/Carol Smart*, *The ‚New‘ Practices and Politics to Family Life*, in: *dies.* (Hg.), *The New Family?* London u. a. 2004, 1–12, 8.

recht bestimmte Gruppe von Menschen zu fassen, sondern ein anspruchsvolles Netzwerk an Fürsorgebeziehungen, die zwischen Generationen und Geschlechtern teilweise über verschiedene Haushalte hinweg erbracht werden.<sup>12</sup> „Familie muss dabei“, so Jurczyk u. a., „umso mehr gestaltet werden, je komplexer und dynamischer das haushaltsübergreifende Netzwerk ist und je heterogener die Lebenslagen der einzelnen Familienmitglieder sind“<sup>13</sup>.

Dass dies im Alltag häufig nicht oder nur sehr schwer gelingt, zeigt das folgende Beispiel von Familie Covo aus der qualitativen Studie „Medienkulturen in Familien in belasteten Lebenslagen“<sup>14</sup>. Frau Covo ist alleinerziehend und hat zwei Töchter: Miranda im Jugendalter und Leonie, die die Grundschule besucht. Obwohl Frau Covo einen hohen Anspruch an ihre Mutterrolle stellt, gelingt ihr die Balance aus Erwerbsarbeit, Haushalt und Erziehung selten zu ihrer Zufriedenheit. Insbesondere klassische Doing Family-Situationen, wie das gemeinsame Essen, können im Alltag häufig nicht zufriedenstellend gemeistert werden.

*Frau Covo:* [...] des geht net, die eine hat DA aus, die andere hat DA aus, die hat da DES, die hat da DES (-) ICH muss scho wieder ans nächste denken (--) oder hab dann, dann ham die manchmal so spät schule aus, dass i sag, mensch i kann gar nimmer so lang warta jetzt mit essa, i muss gschwind was essa und hab wieder koin hunger bis die zwoi kommat, danach geht's dann glei wieder weiter (--) s familien leben so an sich (--) [wo gibts denn des heut no?]

*Miranda:* [is VOLL im eimer] [...] bei uns is eigentlich nur noch so dass (--) MEISTENS beim ESSEN (-) die familie (-) gar nich am tisch zusammen sitzt.

---

<sup>12</sup> Vgl. Jurczyk, Arbeit (s. Anm. 3), 64–69.

<sup>13</sup> Ebd. 65.

<sup>14</sup> Vgl. Katrin Schlör, Medienkulturen in Familien in belasteten Lebenslagen. Eine Langzeitstudie zu medienbezogenem Doing Family als Bewältigungsresource, München 2016.

Die Visualisierung der phonetischen Betonungen zeigt die Vereinzelung innerhalb der Familie sehr deutlich. Ein „WIR“ kommt in der Erzählung nicht vor. Stattdessen wird aus dem Esstisch als traditionell symbolischem Ort des Zusammenkommens ein Ort, an dem der Mangel an Gemeinschaft im „Familienleben“ besonders deutlich wird. Anders gestaltet sich die Bestärkung von Familie auf dem Sofa, im Rahmen der „Frauenabende“, die die Familie zu der Zeit regelmäßig samstagsabends vor dem Fernseher verbringt:

*Frau Covo:* [des isch dann] (-- ) i find des isch ganz arg nett und des sind so UNSERE momente oifach

*Miranda:* ja, also des is dann schon irgendwo au (-- ) so (-- ) UNSERS, des was WIR machen, des was (-) UNS gehört und da is schon irgendwie glaub ich so n stückchen weit des vom tisch auch (-) halt nur auf den sofa bezogen, dass halt alle zusammen (-) liegen. (-) also da liegen dann immer (-) Leonie [Leonie: ich lieg HIER] und mama und ich lieg (-) immer DA

Hier wird aus dem „ICH“ und „DIE“ ein „WIR“. Die Familie rückt nicht nur körperlich, sondern auch symbolisch zusammen und erlebt sich sowohl emotional als auch sinnlich als Familie. Wenngleich in Familie Covo diese Harmonie während des Fernsehens nicht immer hergestellt werden kann, so zeigt das Beispiel deutlich, welches Potenzial Medienpraktiken in Familien, insbesondere in belasteten Lebenslagen, für Prozesse des Doing Family haben können.

Auch multilokal lebende Familien nutzen mediale Kommunikationspraktiken, um die räumliche Distanz zu bewältigen. In Familie Wolf lebt der Vater berufsbedingt in einem anderen Land und wird seine Frau und Kinder voraussichtlich die kommenden Monate nicht besuchen können. Seine Teilhabe an Fürsorge, Erziehung und an der Herstellung von Familie kann folglich lediglich virtuell erfolgen.

*Monika Wolf:* also insofern klar wir versuchen uns jetzt einfach hier wieder irgendwie (-- ) zu FINDEN als HALBE familie. skype natürlich viel mit papa.

ganz ganz klar. ähm (--) diskutieren natürlich auch viel mit papa der muss ja involviert werden der is ja (--) immer noch existent also is nich so, dass wir jetzt GETRENNT leben würden. wir leben nur räumlich getrennt ja. aber kommt ja wahrscheinlich wieder in nem halben jahr oder jahr ne! und (---) ja so versuchen wir uns momentan hier AUFZUSTELLEN. [...]

*Monika Wolf:* fotografiern tun wir schon aber halt nur so otto-normalverbraucher-fotografiern ja? also wenn wir irgendwohin gehn dann wern da fotos geschossen und dann machen wir sie wie gesagt auf meine harddisc oder kene ahnung und schicken sie vielleicht mal zu papa. n paar fotos. oder zu oma. jetzt ham se grad ihr seepferdchen gemacht dann ham wir des auf den badeanzug gestickt und ham n foto gemacht und hams an oma opa und papa geschickt ja? [...]

Teil des „Doing Family“-Konzeptes sind die Bilder von Familie, die einerseits als Selbstbild in der Familie (re-)konstruiert und tradiert werden, andererseits von außen als Fremdbilder an die Familie herangetragen werden. Von der Hagen-Demszky folgend, dient diese „Idee von sich als Familie“ der Herstellung einer Sinnhaftigkeit, die sprachlich explizit hervorgebracht werden kann.<sup>15</sup> Sich als „alleinerziehend“ zu definieren und verbal zu beschreiben transportiert folglich ein gewisses Familienbild und gibt Einblick in ein anderes Selbstverständnis, als dies beispielsweise über folgende Selbstzuschreibungen abgebildet wird: „Zweimannfamilie“, „halbe Familie“, „ne Familie bestehend aus Mutter und Tochter“, „Eineltern-Familie plus Netzwerk“<sup>16</sup>.

Gleichzeitig ist Familie ein ideologisch hoch emotional besetzter Begriff, der selbst im politischen, rechtlichen, journalistischen, pädagogischen und wissenschaftlichen Diskurs von normativen Wunschvorstel-

---

15 Vgl. *Alma von der Hagen-Demszky*, Familiäre Bildungswelten. Familiäre Lebensführung als Ressource oder Restriktion?, in: Andreas Lange/Margret Xyländer (Hg.), *Bildungswelt Familie. Theoretische Rahmung, empirische Befunde und disziplinäre Perspektiven*, Weinheim/München 2011, 117–141, 123f.

16 Die Zitate stammen aus der qualitativen Erhebung im Rahmen der Studie „Medienkulturen in Familien in belasteten Lebenslagen“ (vgl. *Schlör*, *Medienkulturen* [s. Anm.14]).



lungen geprägt ist. Jene Familienbilder implizieren laut Böhnisch, Lenz und Schröder die subjektive Vorstellung, was unter einer „richtigen“ Familie „eigentlich“ zu verstehen sei, und prägen die Beurteilung von Familien.<sup>17</sup> Auf einer gesellschaftlichen Ebene wird dieses Phänomen in Bezug auf das Konzept Familienrhetorik diskutiert. Diese beinhaltet „Texte, Bilder und Reden, denen das Bemühen zugrunde liegt, ‚die‘ Familie bzw. spezifische Formen von Familie (bzw. familiäre Verhaltensweisen) öffentlich zu bewerten und sie als vorbildlich oder unerwünscht darzustellen“<sup>18</sup>. Dabei findet stets auch eine Auseinandersetzung mit legitimen Formen der Mediensozialisation und Medienerziehung in Familien statt, die auf die Bewertung der Mediensozialisation innerhalb der eigenen Familie Einfluss nimmt.

Häufig finden sich jene familien- und medien(erziehungs)rhetorischen Diskurse nicht nur in Politik, Journalismus oder in Unterhaltungsangeboten wieder, sondern werden in medienpädagogischen Settings multipliziert. Ein Beispiel stellt die eingangs erwähnte Kampagne von medienwissen-MV.de dar, die neben der beschriebenen Karikatur weitere Plakate mit fotografischen Darstellungen beinhaltete, die Eltern mit Blick auf ihr Smartphone zeigen, während ihr Kind alleine spielt oder isst. Zweifelsohne ist die Sensibilisierung von Eltern für ihre Vorbildrolle sowie die Bedeutung von gemeinsamer Zeit und Hinwendung zum Kind ein wichtiges Anliegen, das nicht nur Medienpädagoginnen und Medienpädagogen betrifft, doch ist die Ansprache und Haltung den Eltern gegenüber ein ebenso wichtiger Faktor. In besagter Kampagne ist beispielsweise ein Kind auf einer Schaukel abgebildet, neben dem sein Vater steht und in sein Smartphone vertieft zu sein scheint. Daneben ist der Slogan abgebildet: „Heute schon mit Ihrem Kind gespielt?“ Nicht

---

17 Vgl. *Lothar Böhnisch/Karl Lenz/Wolfgang Schröder*, Sozialisation und Bewältigung. Eine Einführung in die Sozialisationstheorie der zweiten Moderne, Weinheim/München 2009, 209f.

18 *Kurt Lüscher*, Was heißt heute Familie? Thesen zur Familienrhetorik, in: Uta Gerhardt u. a. (Hg.), Familie der Zukunft. Lebensbedingungen und Lebensform, Opladen 1995, 51–65, 53.

nur, dass der Satzteil „Haben Sie“ fehlt, auch die Aussage des Bildes wirft Fragen auf. Ist dies eine „gute“ oder „richtige“ Ansprache? Finden wir so Zugang zu Eltern? Und: Wie können diese die Balance zwischen der Bewertung als omnipräsente „Helikoptereltern“ oder der Gefahr der emotionalen Verwahrlosung der Eltern-Kind-Beziehung leisten? Was ist der Unterschied zu strickenden, Buch lesenden oder Kaffee trinkenden Eltern, wie sie „früher“ auf Spielplätzen anzutreffen waren? Oder: Sind auch andere Interpretationen des Fotos denkbar? Vielleicht sucht der Vater eine spätere Busverbindung heraus, um mit seinem Kind noch eine Weile auf dem Spielplatz bleiben und schaukeln zu können? Oder der Vater schreibt seinem Chef, dass er gerne ein Gespräch hätte, um zukünftig in Teilzeit arbeiten und mehr Zeit für sein Kind haben zu können?

Die Frage, die sich in diesem Zusammenhang stellt, ist: Wie können in medienpädagogischen Debatten stereotype Familienbilder aufgebrochen und Eltern auf Augenhöhe angesprochen werden? Ein Ansatz kann sein, vom Bewerten zum Verstehen von Medienpraktiken zu gelangen und die Heterogenität von Erziehungsstilen und „Doing Family“-Praktiken anzuerkennen. Das erfordert eine besondere Haltung, die im Folgenden als lebenslagensensible Medienbildung beschrieben wird.

#### 4. Anregungen für lebenslagensensible Medienbildungsangebote in Familien<sup>19</sup>

Um Familien in ihren jeweiligen Bewältigungspraktiken mittels Medien möglichst zielführend unterstützen zu können, zeigen die folgenden Forderungen auf, wie Akteure aus sowohl medien- als auch familienpädagogischer Praxis Familien auf diesem Weg begleiten können.

---

19 Dieses Kapitel ist bereits unter *Schlör*, Medienkulturen (s. Anm. 14), 348–354 erschienen.

### *Für ein breites Familienverständnis*

Was Menschen unter Familie verstehen, geht meist über das klassische Bild aus Mutter-Vater-Kind(ern) hinaus. Entsprechend vielfältig sind die Systeme der an der Mediensozialisation und -erziehung beteiligten Akteure. Lebenslagensensible Angebote der Familienbildung beziehen dies in ihre Ansprache und Konzeption mit ein. Sie zeigen sich offen für ein breites Familienverständnis und wenden sich an das gesamte Unterstützungssystem, bspw. auch an ein Netzwerk aus Freund\*innen oder an jede Akteurin und jeden Akteur, der von den Familien als Mitglied verstanden wird.

### *Für mehr intergenerationelle Medienbildungsangebote*

Intergenerationelle Medienbildung ist ein essenzieller Bestandteil der familialen Medienkultur und findet tagtäglich im Alltag von Familien statt. Anstatt in medienpädagogischen Veranstaltungen das „miteinander Lernen“, verstanden als gemeinsame Lernsituation mit externen Dozierenden, ins Zentrum zu rücken, gewinnen entsprechende Angebote durch die Initiierung von Räumen, in denen die Familienmitglieder „übereinander lernen“ – bspw. im Hinblick auf unterschiedliche medienbiografisch bedingte Haltungen – oder durch Situationen, die das „voneinander Lernen“ – bspw. durch die Methodik von generationengegrenzten Veranstaltungsphasen und anschließender gegenseitiger Präsentation – anregen. Das Ziel intergenerationeller Medienbildungsangebote sollte stets sein, Familien in ihrem (Medien-)Alltag zu stärken und die Freude am „aneinander Lernen“ zu befördern.

### *Für ein offenes Medienverständnis*

Das alltagsweltliche Medienverständnis von Familien unterscheidet sich häufig von Mediendefinitionen, die in professionellen Kontexten An-

*Katrin Schlör*

wendung finden. Der Begriff „Medien“ wird dabei von Familien sehr diffus aufgefasst und stellt für viele keine greifbare Ansprache dar, wodurch bspw. Zugänge zu Familien erschwert werden können. Diesem Phänomen kann zum einen durch die konkrete Formulierung von Angebotsthemen begegnet werden. Zum anderen birgt ein breites Medienverständnis die Chance zu einer produktiven Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Facetten von Medien – wie kreativen oder handlungsorientierten Ausdrucksmöglichkeiten.

### *Für mehr handlungsorientierte und produktive Methoden*

Die produktive Beschäftigung mit Medien, ob durch Text, Bild, Akustik oder Bewegung, kann als aktive Zuwendung und Auseinandersetzung mit dem eigenen Denken und Tun verstanden werden. Sie hat positiven Einfluss sowohl auf die Entwicklung von Medienkompetenzen, bspw. dem Verständnis von Medientechnologien, als auch auf die Partizipation an verschiedenen sozialen Systemen. Lebenslagensensible Medienbildungsangebote setzen gezielt auf Methoden der aktiven Medienarbeit und stärken Familien(mitglieder) darin, sich durch Medien ausdrücken zu können. Speziell in intergenerationellen Kontexten erfahren Familien durch den gemeinschaftlichen Prozess der aktiven Hervorbringung Wertschätzung für die gemeinsame Leistung und gewinnen wertvolle Ressourcen für die Herstellung von Familie. Familien(mitglieder) erleben sich so – sowohl gegenseitig als auch selbst – als kompetente Gestalterinnen und Gestalter ihrer Lebens- und Medienwelt.

### *Für mehr interaktive und partizipative Medienbildungsangebote*

So individuell jede Familie ist, so unterschiedlich gestalten sich ihre familialen Medienkulturen und Bedürfnisse hinsichtlich Medienbildung. Während monologische Vorträge, wie sie häufig in Form von Elternabenden durchgeführt werden, sich meist lediglich auf Schnittmengen

fokussieren können, liefern lebenslagensensible Medienbildungsangebote keine allgemeingültigen ‚Rezepte‘, sondern individuelle ‚Zutaten‘, die die Teilnehmenden auf Basis ihrer persönlichen Erfahrungen und Wünsche in ihre Lebens- und Medienwelt integrieren können.

### *Für mehr Flexibilität*

Lebenslagenorientierung und Subjektorientierung sind nicht denkbar ohne das flexible Eingehen auf spezielle Bedürfnisse. Dazu gehört, in einem ersten Schritt die Belange der Zielgruppe zu identifizieren und auf deren Basis Angebote zu gestalten. Zeitlich flexibel zu sein bedeutet u. a., Veranstaltungen terminlich so zu legen, dass auch Eltern ohne Kinderbetreuungsmöglichkeiten teilnehmen können; örtlich flexibel zu sein beinhaltet, Familien dort anzusprechen, wo sie eine vertraute Atmosphäre auffinden; und methodisch flexibel zu sein, schließt bspw. ein, auf eine Gruppe individuell einzugehen. Diese Flexibilität auf Seiten der Fachkräfte verlangt ein hohes Maß an Erfahrung und Kompetenz, die zum einen einer empathischen, akzeptierenden Haltung bedarf, zum anderen der Fähigkeit zur Improvisation und Vernetzung.

### *Für mehr Akzeptanz für unterschiedliche familiäre Medienkulturen*

Anstatt Familien belehrend zu begegnen, versuchen Akteur\*innen einer lebenslagensensiblen Medienbildung die Funktionen zu verstehen, die Medienpraktiken für Familien einnehmen. Insbesondere Familien in belasteten Lebenslagen erfahren häufig Stigmatisierungen. Die (medienbezogenen) Bewältigungspraktiken in Familien anzunehmen und wertzuschätzen, ist jedoch nicht gleichzusetzen mit einer Übernahme der jeweiligen Haltungen. Sie kann vielmehr die Basis für einen konstruktiven Dialog oder eine bedürfnisgerechte Beratung bilden, um bspw. Eltern ressourcenorientiert in ihrer Medienerziehungskompetenz zu stärken. Erst durch eine vertrauensvolle Gesprächsatmosphäre können sich Fa-

milien öffnen und Schwierigkeiten bspw. bei der Umsetzung von jugendmedienschutzrelevanten Medienerziehungszielen äußern.

### *Für mehr Ressourcen*

Um all jene Anregungen verwirklichen und Familien konstruktiv sowie nachhaltig in ihrer Medienpraxis unterstützen zu können, bedarf es Zeit für individuelle Veranstaltungskonzeptionen, für intensive Beziehungspflege und Raum für flexible Änderungen und Anpassungen. Daraus resultiert der Bedarf nach einem hohen Fachkräfteschlüssel mit langfristiger Perspektive, um Beziehungen und Erfahrungen nachhaltig weiterentwickeln zu können. Essenziell ist zudem das Fachwissen um aktuelle medien(pädagogische) Diskurse auf der einen und um Belange von Familien auf der anderen Seite.

## 5. Good-Practice-Beispiele

Dass es möglich ist, Ressourcen für lebenslagensensible Angebote bereitzustellen, zeigt bspw. das Projekt „Medienpädagogische Fortbildung für die sozialpädagogische Familienhilfe“ der Aktion Jugendschutz Baden-Württemberg<sup>20</sup>, das durch die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg seit 2010 gefördert wird.<sup>21</sup> Ein solch langfristiger Zeitraum und die Offenheit der Geldgebenden für die kontinuierliche Weiterentwicklung und Anpassung des Konzepts an aktuelle Erfordernisse ermöglicht unter anderem einen multiperspektivischen Zugang zu den

---

20 Online: <http://www.ajs-bw.de/kindermedienland-baden-wuerttemberg.html> (Abruf 12.12.2018).

21 Vgl. hierzu *Katrin Schlör/Ursula Kluge*, Intergenerationelle Medienbildung in Familien. Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung, in: Ludwigsburger Beiträge zur Medienpädagogik 17 (2014), online: [http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user\\_files/Online-Magazin/Ausgabe17/Schloer17.pdf](http://www.ph-ludwigsburg.de/fileadmin/subsites/1b-mpxx-t-01/user_files/Online-Magazin/Ausgabe17/Schloer17.pdf) (Abruf 12.12.2018).

Zielgruppen. Ergänzend zu einer zweitägigen Fortbildung werden die Pädagoginnen und Pädagogen zusammen mit ihren Familien zu intergenerationellen Workshops eingeladen, deren Konzepte und Abläufe in einer Arbeitshilfe dokumentiert sind, um den Fachkräften die eigene Umsetzung zu erleichtern. In eintägigen Update-Seminaren können sie im weiteren Verlauf ihre Kenntnisse auffrischen und vertiefen. Zudem bekommen die Fachkräfte monatlich einen Newsletter zu unterschiedlichen Medienthemen und können kostenlos Familienplaner mit inhaltlichem Schwerpunkt auf medienpädagogischen Themen für ihre Klient\*innen bestellen.

Das Projekt Eltern-Medien-Mentoren-Programm (EMM) des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg, das ebenfalls durch die Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg gefördert wird, verfolgt insbesondere interkulturelle Perspektiven. So gibt es die Einladung an Eltern nicht nur in deutscher Sprache, sondern auch auf Englisch, Französisch, Türkisch und Arabisch. Die Referentinnen und Referenten aus unterschiedlichen Kulturkreisen werden speziell für die interkulturelle Medienarbeit geschult und häufig in Tandems eingesetzt. Mütter, Väter und andere an der Erziehung von Kindern und Jugendlichen Beteiligte können eine Einführungsveranstaltung, wie einen klassischen Elternabend oder Gesprächsrunden, besuchen und anschließend sowohl intergenerationale Eltern-Kind-Workshops als auch eine mehrtägige zertifizierte Schulung absolvieren, um im Anschluss bei Interesse im Sinne des Peer-to-Peer-Ansatzes Ansprechperson für andere Eltern zu werden.

Ähnliche Projekte, die neben den organisatorischen und strukturellen Voraussetzungen die Begegnung auf Augenhöhe ermöglichen, werden dringend benötigt, denn es ist die Aufgabe und Pflicht unserer Gesellschaft, allen Familien die Teilhabe an den Potenzialen von Medien zu ermöglichen und sie hinsichtlich des Umgangs mit medialen Herausforderungen zu unterstützen.

*Katrin Schlör*

## Informationen zur Autorin

[Prof. Dr. Katrin Schlör](#) ist Professorin für Kulturarbeit, ästhetische und kulturelle Bildung in der Sozialen Arbeit an der Evangelischen Hochschule Ludwigsburg am Campus Reutlingen. Sie promovierte an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg in der Abteilung Medienpädagogik zum Thema Medienkulturen in Familien in belasteten Lebenslagen, wo sie anschließend als akademische Mitarbeiterin im Projekt Digitales Lernen Grundschule (dileg-SL) arbeitete. Darüber hinaus ist sie als [selbständige Referentin und Autorin für Medienbildung](#) tätig und Gründungs- sowie Vorstandsmitglied der [Medienakademie Baden-Württemberg](#).

## Schlagwörter

Doing Family, lebenslagensensible medienpädagogische Familienbildung, Eltern-Kind-Beziehung, Medienerziehung, Medienbildung, Kommunikationspraktiken, Mediensozialisation, Medienverständnis, Medienkultur



# 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 2016<sup>1</sup> 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/](http://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



*Ursula Kluge*

## Medienpädagogische Angebote für Eltern und Familien

### 1. LandesNetzWerk für medienpädagogische Angebote der Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg

Der Auftrag der Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg (ajs) ist es seit 1956, den erzieherischen, gesetzlichen und strukturellen Schutz von Kindern und Jugendlichen in Baden-Württemberg und die Grundlagen guten Aufwachsens zu fördern. Die Referentinnen und Referenten der ajs arbeiten dazu in den Bereichen Medienpädagogik und Jugendmedienschutz, Sexualpädagogik, Gewaltprävention, Migrationspädagogik, Suchtprävention und Gesundheitsförderung, gesetzlicher Jugendschutz. Die Angebote richten sich an Multiplikator\*innen: pädagogische Fachkräfte in den verschiedenen Feldern der Kinder- und Jugendhilfe, der Jugendsozialarbeit und an Schulen. Sie umfassen Fach- und Fortbildungsveranstaltungen, Fach- und Arbeitsmaterialien, die Fachzeitschrift „ajs-informationen“, Beratung und Gremienarbeit. In einzelnen Projekten richten sich die Angebote an Kinder und Jugendliche und deren Eltern.

Im Fachbereich Medienpädagogik koordiniert die Aktion Jugendschutz Baden-Württemberg seit dem Jahr 2000 mit dem LandesNetzWerk für medienpädagogische Angebote ein landesweites Netzwerk medienpädagogischer Referentinnen und Referenten. Die Angebote des

LandesNetzWerks richten sich an Eltern, Kinder und Jugendliche, Familien und pädagogische Fachkräfte in Einrichtungen der Jugendhilfe und in Schulen. Sie umfassen Vorträge, Seminare, Workshops, Eltern-Kinder-Veranstaltungen, Gesprächsangebote in Gruppen und Elterncafés. Im Schnitt erreichen die Referentinnen und Referenten jährlich bis zu 8.000 Adressat\*innen.

Ein Teil der Referentinnen und Referenten hat sich darüber hinaus für die migrationssensible Durchführung medienpädagogischer Veranstaltungen qualifiziert; ein anderer Teil für die Auseinandersetzung mit den Spielangeboten von Lasertag-Arenen auf dem Hintergrund der Erkenntnisse zur Wirkung gewalthaltiger digitaler Spiele am Computer und der Konsole. Sie alle bringen die notwendigen Fach-, Methoden-, Sozial-, Prozess- und Personalkompetenzen ein, um Eltern und Fachkräfte bei der Entwicklung eigener Medienkompetenz und der Stärkung ihrer Medienerziehungskompetenz wirkungsvoll zu unterstützen.

Im Blick der Aktion Jugendschutz sind damals wie heute die Chancen und möglichen Risiken medialer Entwicklungen. Ziel der Arbeit ist und bleibt, Kinder und Jugendliche zu befähigen, selbstbestimmt und kritisch – also kompetent – mit Medien umzugehen. Um diese Fähigkeiten zu entwickeln, brauchen sie Erwachsene an ihrer Seite. Die Förderung der Medienkompetenz von Eltern, Kindern und Jugendlichen ist das Ziel der medienpädagogischen Arbeit im LandesNetzWerk. Heute sind die Referentinnen und Referenten mehr denn je herausgefordert, generationsübergreifend eine digitale Gesellschaft zu entwickeln.

Handlungsleitend waren und sind für die Referentinnen und Referenten im LandesNetzWerk:

- den Zielgruppen Medien und ihre Möglichkeiten verständlich zu machen, damit sie eine Haltung einnehmen können, die von Neugier geprägt und nicht von Abschottung und Skepsis bestimmt wird;

### *Medienpädagogische Angebote für Eltern und Familien*

- die Faszinationskraft medialer Angebote für junge Menschen nachvollziehbar zu machen, sodass Eltern und Fachkräfte bereit sind, die Motivation Heranwachsender zu erfragen und sie in ihrer Nutzung zu unterstützen, wie auch ihre Kenntnisse im Umgang mit Medien wertzuschätzen und abzurufen, um von ihnen zu lernen;
- Eltern und Fachkräfte in ihrer Medienerziehung zu unterstützen, d. h. insbesondere mit deren Verunsicherung und Skepsis umzugehen und Perspektivwechsel anzuregen, damit sie Medien mit ihren bereichernden und anregenden Anteilen nicht nur wahrnehmen, sondern auch nutzen und einsetzen können;
- die Gleichberechtigung und Teilhabemöglichkeiten aller Kinder und Jugendlichen zu fördern, indem sie die Vielfalt der angebotenen Medien und Medieninhalte kennenlernen und für ihre eigenen Zwecke anwenden können.

Mit den von ihnen angebotenen Themen und Inhalten decken die Referent\*innen des LandesNetzWerks ein breites Spektrum aktueller medienpädagogischer und medienpraktischer Fragestellungen und Nutzungsweisen ab. Im Mittelpunkt ihrer Veranstaltungen stehen die Bedürfnisse, Interessen und Fähigkeiten von Kindern und Jugendlichen in einer von Medien geprägten Lebenswelt. Dies schließt den Blick auf mögliche Gefahren und Risiken durch eine intensive, nicht altersgerechte oder inhaltlich fragwürdige Nutzung ein, ohne durch Skandalisierung und Alarmismus zu verschrecken und Handlungsfähigkeit und Begleitung unmöglich zu machen.

## 2. Medienpädagogische Fortbildung und Workshops – ein besonderes Angebot der ajs für die Sozialpädagogische Familienhilfe und Familien

Medien sind selbstverständlicher Bestandteil familialen Zusammenlebens. Eltern sind die ersten und wichtigsten Unterstützer ihrer Kinder – auch in der Mediennutzung. Fachkräfte wie Eltern fühlen sich jedoch gegenüber den Medien und der Rasanz ihrer Weiterentwicklung oft hilflos und glauben, aufgrund ihres Kenntnisstands den Anforderungen einer wirkungsvollen Medienerziehung nicht gerecht werden zu können. Die ajs und das LandesNetzWerk möchten Familien in einer kompetenten Nutzung unterstützen.

Deshalb verantwortet die ajs seit dem Jahr 2011 ein Angebot für die Sozialpädagogische Familienhilfe (SPFH) in verschiedenen Stadt- und Landkreisen Baden-Württembergs. Das Angebot ist Teil der Initiative Kindermedienland Baden-Württemberg und wird durch das baden-württembergische Staatsministerium finanziert. Ziel ist es, Familien zu erreichen und in ihrer Medienerziehung zu unterstützen, die durch herkömmliche Bildungsangebote weniger oder gar nicht erreicht werden können.

Wie in den meisten Familien stehen auch in Familien mit einem besonderen Hilfe- und Unterstützungsbedarf zahlreiche Medien zur Verfügung, die den Alltag von Eltern und Kindern oft dominieren. Es können hier Probleme im Umgang mit Medien entstehen, wie etwa übermäßiger Medienkonsum durch Kinder und/oder Eltern, mangelnder Schutz der eigenen Persönlichkeit wie der eigenen Daten, unbeabsichtigt kostenpflichtige Nutzung medialer Dienste oder nicht altersentsprechender Konsum medialer Inhalte. Familien haben einen Informations- und Unterstützungsbedarf, dem die Aktion Jugendschutz in besonderer Weise entgegenkommt.

Die Angebote für die Fachkräfte und die Familien werden von Referent\*innen des LandesNetzWerks durchgeführt, die sich in besonderer Weise für die Arbeit mit Familien qualifiziert haben. Sie haben im Ver-

## *Medienpädagogische Angebote für Eltern und Familien*

lauf der Zusammenarbeit vor dem Hintergrund ihres vielfältigen Erfahrungsschatzes Konzepte entwickelt, die den Bedürfnissen der Gruppen sowie den Ansprüchen der Themen mit der geforderten Flexibilität entgegenkommen. Ihre Erfahrungen fließen über die regelmäßigen Treffen innerhalb des LandesNetzWerks in die Arbeit aller Referent\*innen ein und bereichern so die angebotenen Veranstaltungsformen.

### 3. Medienpädagogische Workshops für Familien und Fachkräfte der SPFH

Neben der Fortbildung und Qualifizierung der Fachkräfte wurden im Rahmen des Angebots Workshops, in denen Familienmitglieder und Fachkräfte lokal zusammenkommen, entwickelt. Die Themen sind: Film und Fernsehen, Smartphone und Internet und Digitales Spiel. In diesen Workshops machen die Familienmitglieder die Erfahrung, dass Medien ein Thema sind, über das man in der Familie generationsübergreifend ins Gespräch kommen und sich austauschen kann. Sie werden ermutigt, dazu eigene Fragen zu formulieren und Informationen abzurufen.

In den Workshops wird anhand eines niederschweligen, spielerisch orientierten Vorgehens zu den Medien pädagogisch gearbeitet. Wesentlich ist, dass inhaltlich und methodisch ein altersübergreifendes Angebot vorgehalten wird, da immer die ganze Familie, d. h. Mutter, Vater, Kinder und Teenies bzw. Jugendliche eingeladen werden. Entsprechend kommen in den Workshops Altersgruppen zwischen drei und 50 Jahren zusammen. Von den Referentinnen und Referenten erfordert dies ein hohes Maß an Flexibilität und Sensibilität gegenüber den Gruppen.

Parallel zu gemeinsamen generationenübergreifenden Arbeitseinheiten werden den Kindern und Jugendlichen sowie den Erwachsenen zeitweise auch getrennte Gruppengespräche ermöglicht. Hier erhalten Kinder bzw. Jugendliche und Eltern sowie Fachkräfte ihrem Interessen- und Kenntnisstand entsprechende Informationen und formulieren ihre eigenen Fragen. Diese sind weitreichend: von allgemeinen pädagogi-

schen Fragen, z. B. zum Umgang mit den Medien, wenn mehrere Kinder in der Familie leben, bis zu möglichen Alternativen zu Medienangeboten, wie z. B. zum Fernsehen, oder ganz praktischen Fragen zur Gestaltung und Kontrolle eigener Profile in Netzwerken. Dabei ist es hilfreich und anregend, wenn im Workshop alternative Angebote, wie z. B. themenorientiertes Basteln oder Gruppenspiele, gemacht werden. Eltern und Kinder bekommen Anregungen für Beschäftigungsangebote, z. B. zu einem Besuch der örtlichen Bücherei, dem gemeinsamen Sichten von Internetseiten oder Apps oder auch der Erstellung von Animationsfilmen oder Fotobüchern.

Neben allen medienpädagogischen Zielen erleben sich Eltern und Kinder in den Workshops miteinander: im Spiel und in der Kommunikation mit anderen Menschen, im Austausch über die Mediennutzung in der Familie. Mütter und Väter bekommen Rückmeldung über die Mediennutzung ihrer Kinder, über sie ängstigende, langweilende oder auch froh stimmende Medienerlebnisse. Gleichzeitig können sie die Kompetenz ihrer Söhne und Töchter wahrnehmen: im Hinblick auf die Beherrschung komplexer oder schneller Computerspiele, Wissen zu Sicherheitsfragen bei der Nutzung sozialer Netzwerke oder Messenger-Apps wie auch in der Diskussion über die Notwendigkeit, das neueste Smartphone besitzen zu müssen.

#### 4. Das Setting ist entscheidend

Das Setting muss dazu einladen, sich wohlfühlen: Eine freundliche und schützende Sitzordnung, Getränke und etwas zu essen sind Ausdruck von Wertschätzung der Veranstalter. Nur eine Haltung gegenüber Familien, die nicht belehrend, missionarisch und vorurteilsbeladen ist, sondern eine Begegnung auf Augenhöhe und die Stärkung der Ressourcen, die auch hier deutlich vorhanden sind und sichtbar werden, ermöglichen eine Unterstützung aller Teilnehmenden. Vor allem zeigen sich dabei die Fähigkeiten der Familienangehörigen, sich gegenseitig zu un-



terstützen. Die Achtung und Beachtung aller, egal ob Elternteil oder Kind, Jung oder Alt, sind dabei selbstverständlich. Sind diese Bedingungen gegeben, kommt es meist zu einem lebendigen Austausch und zu Anregungen, die Mediennutzung in der Familie genauer zu betrachten und eventuell anders zu gestalten. Mit solchen Anregungen können auch die Fachkräfte gestärkt in die weitere Bearbeitung der Themen im häuslichen Umfeld gehen.

## 5. Nachhaltigkeit: Der Familien-Medien-Planer

Aus der Zusammenarbeit mit den Fachkräften und den Familien entstand der Wunsch, konkrete Arbeitsmaterialien für die Arbeit in den Familien zu bekommen. Manchmal erweisen sich jedoch viele der zur Medienerziehung erhältlichen Informationsmaterialien für die Familien als ungeeignet, v. a. aufgrund der Länge der Texte und einer fehlenden Klarheit in den medienpädagogischen Empfehlungen und Hinweisen. Diesem Bedarf wurde mit der Erstellung eines Familien-Medien-Kalenders in Form eines Familienplaners entsprochen. Der Familien-Medien-Planer fokussiert medienerzieherische Themen in Familien und behandelt sie in kurz gehaltenen Texten, deren Aussagen durch deutliche Illustrationen unterstützt werden. Zusätzlich zum Kalender erhalten die beteiligten Fachkräfte und interessierte Eltern einen monatlichen Newsletter zum jeweiligen Medienthema mit vertiefenden Hinweisen und Empfehlungen zur Arbeit in den Familien. So bleiben aktuelle medienerzieherische Themen das ganze Jahr über präsent und können bei Bedarf jederzeit aufgegriffen werden.

Die Schwerpunkte auf besondere Zielgruppen oder Medienthemen zu legen, ermöglicht es der ajs zusammen mit den Referentinnen und Referenten des LandesNetzWerks, Modelle für die medienpädagogische Arbeit in Baden-Württemberg zu entwickeln.

*Ursula Kluge*

## Informationen zur Autorin

Die Diplompädagogin Ursula Kluge ist Fachreferentin für Medienpädagogik der [Aktion Jugendschutz Landesarbeitsstelle Baden-Württemberg](#) und koordiniert in dieser Funktion das [LandesNetzWerk für medienpädagogische Angebote](#).

## Schlagwörter

medienpädagogische Elternarbeit, sozialpädagogische Familienhilfe, Aktion Jugendschutz, digitales Spiel, Medienkompetenz, Mediennutzung, Familien-Medien-Planer

## Workshop-Bericht: „Durchgehend online – wann hört der Spaß auf?“

### 1. Einführung

„Computerspielsucht ist (nicht) vergleichbar mit der Abhängigkeit von ‚richtigen‘ Drogen, weil...“

So lautete eine Fragekarte, über die sich einige Teilnehmer\*innen zu Beginn des Workshops „Durchgehend online – wann hört der Spaß auf?“ austauschten. Andere Fragen thematisierten die Folgen einer ständigen Internetnutzung. So sollte beispielsweise folgende Aussage vervollständigt werden: „Eine Folge davon, ständig in sozialen Netzwerken unterwegs zu sein, könnte z. B. sein ...“

Carmen Kunz vom Fachbereich Medienpädagogik des Wissenschaftlichen Instituts des Jugendhilfswerkes Freiburg nutzt diese Fragekarten<sup>1</sup> gerne auch bei ihrer Arbeit mit Jugendlichen. Sie sind ein gutes Instrument, niederschwellig ins Gespräch über die eigene Mediennutzung zu kommen. Damit bilden sie einen Teil der handlungsorientierten Medienarbeit, welche die Medienpädagogin verfolgt, um Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene zu einem verantwortungsvollen, bewussten und selbstbestimmten Umgang mit Medien zu befähigen. Das Wissenschaft-

---

1 Diese Karten sind Teil des Spiels „medien“ von der „Aktion Jugendschutz Bayern“.

liche Institut bietet neben Möglichkeiten der individuellen Beratung und Informationsveranstaltungen auch die „ComputerSpielSchule Freiburg“. In dieser gibt es offene Angebote der Beratung über Spiele und man kann dort gemeinsam spielen. Ein besonderes Ziel der „ComputerSpielSchule“ ist die Überwindung der Kluft zwischen den Generationen, so dass insbesondere ältere Menschen eingeladen sind, gemeinsam mit den jüngeren Menschen das Spielen kennenzulernen.

## 2. Gleiche Bedürfnisse

Schnell wird im Workshop von Carmen Kunz klar, dass sie die neuen Medien und deren Nutzung nicht als etwas grundsätzlich Schlechtes ansieht. Vielmehr gehe es oft um das Stillen von Bedürfnissen, die auch in der analogen Welt bestünden, dort aber mit anderen Mitteln befriedigt würden.

Während in jener Welt über den Sport oder das Aussehen Anerkennung gesucht wird, geschehe dies in der digitalen Welt über Computerspiele oder die Likes unter Bildern auf Facebook oder Instagram. Eine einfache Trennung zwischen „analog“ und „digital“ funktioniert aber genauso wenig wie zwischen „früher“ und „heute“ gemäß dem Duktus, heute finde alles in der digitalen Welt statt. Zwar lässt sich beobachten, dass z. B. die Suche nach Anerkennung verstärkt in den digitalen Medien erfolgt. Gleichzeitig wird man feststellen, dass sich die beiden Sphären „analog“ und „digital“ überlagern und wechselseitig Bedeutungen festlegen. Vielleicht ist genau dieses *Zusammenspiel* zwischen den beiden Sphären die heutige Herausforderung. Eine wichtige Erkenntnis könnte also sein, dass sich an der Bedürfnisstruktur und den Wünschen von Jugendlichen nicht viel geändert hat, es heute aber zusätzlich andere Medien sind, mit denen die Jugendlichen diese stillen.

### 3. Exzessive und pathologische Mediennutzung

Natürlich kann dies nur eine vorläufige Entwarnung sein, denn problematisch wird es, wenn die Bedürfnisstillung in eine exzessive Nutzung umschlägt. Aber wo fängt eine Abhängigkeit an und wie lässt sie sich erkennen? Mittlerweile gibt es im DSM-5® der American Psychiatric Association eine Diagnose, die als „Internet Gaming Disorder“ bezeichnet wird. Es geht dabei um eine Computerspielnutzung, die als Verhaltenssucht mit deutlichen Parallelen zu sonstigen Süchten angesehen wird. Für andere internetbezogene Verhaltensweisen ist es schwieriger, eine Einordnung in die Verhaltenssüchte vorzunehmen.<sup>2</sup>

Im DSM-5® wird für die Diagnose der „Internet Gaming Disorder“ gefragt, ob mindestens fünf aus neun der folgenden Symptome über eine Periode von 12 Monaten bestehen: übermäßige Beschäftigung mit Internetspielen, Entzugssymptomatik, Toleranzentwicklung (Bedürfnis, mehr zu spielen), Kontrollverlust über das Spielverhalten, Interessenverlust an früheren Hobbies, Täuschungen von Nahestehenden/Therapeut\*innen über den Umfang des Spielens, Flucht vor negativer Stimmungslage durch das Spielen und Gefährdung wichtiger Beziehungen oder der Ausbildung bzw. Arbeitsstelle.<sup>3</sup>

Die Dauer des Spielens und die Art der Spiele sind demnach allein noch keine hinreichenden Merkmale für eine Diagnose. Carmen Kunz erläuterte dies an mehreren Fallbeispielen, die auch hier vorgestellt werden sollen.

---

2 *Drogenbeauftragte der Bundesregierung* (Hg.), Drogen- und Suchtbericht der Bundesregierung Juli 2017, Rostock 2017, 61, online: [https://www.drogenbeauftragte.de/fileadmin/dateien-dba/Drogenbeauftragte/4\\_Presse/1\\_Pressemitteilungen/2017/2017\\_III\\_Quartal/Drogen-\\_und\\_Suchtbericht\\_2017\\_V2.pdf](https://www.drogenbeauftragte.de/fileadmin/dateien-dba/Drogenbeauftragte/4_Presse/1_Pressemitteilungen/2017/2017_III_Quartal/Drogen-_und_Suchtbericht_2017_V2.pdf) (Abruf: 19.01.2019).

3 *American Psychiatric Association*, Diagnostisches und statistisches Manual psychischer Störungen DSM-5. Deutsche Ausgabe hg. v. Peter Falkai/Hans-Ulrich Wittchen, Göttingen 2015, 1088f.

## Nicolas Conrads

*Fallvignette 1:* Matthias und Fabien sind seit kurzem ein Paar. Fabien wendet sich an die Beratungsstelle, weil sie Sorge hat, dass ihr Freund videospielesüchtig sein könnte. Matthias habe kaum Lust aus dem Haus zu gehen und etwas zu unternehmen. Er spielt den ganzen Abend am Computer, während Fabien zu Gast ist und auf dem Sofa auf ihn wartet. Trotz der gemeinsamen Vereinbarung, wieder mehr Zeit miteinander zu verbringen, spielt Matthias weiterhin jeden Tag mehrere Stunden. Wenn Fabien ihn darauf anspricht, reagiert Matthias gereizt.

*Fallvignette 2:* Mike ist 18 Jahre alt und spielt gerne Counter-Strike. Mit dem Wunsch, ganz oben mitspielen zu können, trainieren er und sein Team bis zu 13 Stunden am Tag. Um den Computer nicht verlassen zu müssen, uriniert Mike in seinem Zimmer in Flaschen. Eine Ausbildung hat Mike nicht abgeschlossen. Er möchte unbedingt E-Sport Profi werden und viel Geld verdienen. Andere berufliche Perspektiven interessieren ihn nicht.

*Fallvignette 3:* Simon hat sich zu Weihnachten mit seinem lang gesparten Geld und dem Zuschuss seitens seiner Großeltern eine Playstation 4 gekauft. In den Weihnachtsferien war Simon nicht von der Konsole wegzubekommen. Die Eltern machen sich Sorgen, dass ihr Sohn bereits von Videospiele abhängig geworden ist.

Die Besprechung der Fallvignetten im Workshop hatte nicht zum Ziel, eine umfassende Fallanalyse oder gar -diagnose vorzunehmen. Und auch hier kann und soll dies nicht geleistet werden. Vielmehr sollen anhand der Beispiele einige Grundlinien aufgezeigt werden, die bei der Einordnung des Nutzerverhaltens von Bedeutung sind.

So lässt sich zeigen, dass für eine fundierte Einschätzung sehr viele Informationen notwendig sind und es sich verbietet, bei einer so dünnen Datenlage eine klare Diagnose vorzunehmen. In der konkreten Arbeit der Beratungsstellen gestaltet sich dies oft schwierig bzw. ist mit einem längeren Prozess verbunden, da besorgte Eltern oder Freunde bei ihrem ersten Anruf nur bruchstückhafte Informationen mitteilen und gleichzeitig eine klare Diagnose wünschen.

Ein grundlegender Aspekt der Bewertung besteht in der Berücksichtigung des sozialen Gefüges. An *Fall 1* kann man dies gut ablesen. Matthias legt keinen Wert auf die Abmachungen mit seiner Freundin, verliert das Interesse an anderen Hobbies und gefährdet dadurch seine

Beziehung zu Fabien. „Mehrere Stunden“ am Tag zu spielen muss nicht per se schon ein Problem sein, aber je nach den damit verbundenen Folgen für Beziehungen mit anderen kann es zum Problem werden.

*Fall 2* verdeutlicht die Bedeutung des Bewertungskontextes. Mike vernachlässigt seine sonstigen Bedürfnisse und Berufschancen, sowohl kurzfristig als auch langfristig. Die zeitliche Eingebundenheit durch das Spielen und seine Zurückgezogenheit führen dazu, dass er neben der virtuellen Welt wahrscheinlich wenige bis gar keine nicht-virtuellen Kontakte pflegt. Auch wenn hier grundsätzlich nicht über die Sinnhaftigkeit, seine Energie ganz auf eine Spielerkarriere zu setzen, geurteilt werden soll, ist es fraglich, inwiefern bei ihm die Ablehnung einer anderen Ausbildung reflektiert ist.

Bei *Fall 3* ist erst einmal hervorzuheben, dass Computerspiele als Möglichkeit der Unterhaltung, auch der Bildung und Entspannung gesehen werden können. Außerdem scheint Simon lange auf die Playstation 4 gespart zu haben, was diese mit seiner sonstigen Lebenswelt verbindet. Daneben ist es naheliegend, dass Simon, nachdem er ein Spiel neu bekommen hat, in der ersten Zeit besonders viel Zeit auf das Spielen verwendet – insofern kann Fall 3 bei dem geschilderten bisherigen Ausmaß noch als unproblematisch eingestuft werden.

Wichtig ist – zusammenfassend – die Unterscheidung der verschiedenen Umgangsweisen mit Medien, die Einbettung in den sonstigen sozialen Kontext und die Frage nach der Bedeutung der Nutzung. Ein Nutzerverhalten, das auf ein Fliehen vor Problemen im sozialen Umfeld schließen lässt, ist anders zu beurteilen als ein Spielen, bei dem der Spaßwerb oder das Spielen mit Freunden im Vordergrund steht. Carmen Kunz unterscheidet daher zwischen Mediennutzung zum Zeitvertreib, exzessiver Mediennutzung und pathologischer Mediennutzung.

Zwei Studien seien herausgegriffen, um die Prävalenz der Internetabhängigkeit in Deutschland bei Jugendlichen aufzuzeigen. Die Studie „Game over“, bei der 1531 Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 12 und 25 Jahren befragt wurden, hat anhand der oben aufgeführten Kriterien des DSM-5® die Häufigkeit einer Compu-

terspielabhängigkeit ermittelt. Demnach erfüllen 8,4 % der männlichen Befragten die Kriterien für eine Abhängigkeit von Computerspielen, bei den weiblichen Befragten sind es 2,9 %.<sup>4</sup>

Die Studie PINTA<sup>5</sup> hingegen fragt nach der Internetabhängigkeit im Allgemeinen.<sup>6</sup> Bei den 14- bis 24-Jährigen findet sich eine Abhängigkeit bei 4,5 % der befragten Frauen und bei 3,0 % der Männer. Innerhalb dieser Altersgruppe stechen die 14- bis 16-Jährigen mit 8,6 % bei den Frauen und 4,1 % bei den Männern noch einmal hervor. Unter den 14- bis 24-Jährigen gaben die weiblichen Befragten mit vermuteter Internetabhängigkeit als Aktivität vor allem Soziale Netzwerke an (81,4 %), bei den männlichen Befragten sind es neben Sozialen Netzwerken mit 61,4 % häufig noch die Onlinespiele (28,9 %).

Bei aller Beunruhigung und natürlich auch berechtigter Sorge wegen der Mediennutzung von jungen Menschen, sollte aber auch beachtet werden, dass viele der Jugendlichen, die gerne Computer spielen und Medien nutzen, auch noch anderen Beschäftigungen nachgehen, etwa Sport treiben, sich mit Freunden treffen oder Musik machen.

#### 4. Projekte und Vorschläge für einen verantwortungsvollen Umgang mit Medien

„Mal wieder abschalten?“ Diese Frage stellt das Projekt „Level Six“, das vom Jugendhilfswerk Freiburg organisiert und durch die „Aktion

---

4 Vgl. Game over: DAK-Studie zur Spielesucht, online: <https://www.diagnose-media.org/artikel/detail&id=23> (Abruf 24.06.2018).

5 Bericht zur PINTA-Studie mit Kurz- und Abschlussbericht siehe: <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/ministerium/ressortforschung/krankheitsvermeidung-und-bekaempfung/drogen-und-sucht/epidemiologie-des-suchtmittelkonsums/praevaleanz-der-internetabhaengigkeit-pinta.html> (Abruf 23.12.2018). Hier genannte Werte beziehen sich auf die Prävalenzschätzungen der PINTA auf Basis des Cut-off 28 des CIUS.

6 Dabei legt sie den Fragebogen CIUS mit 14 Items zugrunde.



Mensch“ gefördert wird.<sup>7</sup> Dabei geht es um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Medien, der dabei ansetzt, dass Medien heute einen integralen Bestandteil des Lebens von Jugendlichen darstellen, was neben den vielen Chancen auch Gefahren einer exzessiven und unreflektierten Mediennutzung bedeutet. Konkret besteht das Projekt aus fünf Projektbausteinen. In Gruppenarbeitsformen mit Kindern und Jugendlichen wird ein reflektierter und kritischer Umgang mit digitalen Medien unmittelbar mit Kommunikationsmedien und Computerspielen eingeübt. Da Fragen der Mediennutzung natürlich auch die Eltern betreffen, wird zweimal im Monat ein Elterncafé angeboten, bei dem der Austausch mit anderen Eltern und Medienpädagog\*innen stattfinden kann. Falls bereits konkreter Beratungsbedarf besteht, gibt es die Möglichkeit, ein persönliches Beratungsgespräch zu vereinbaren. Schließlich werden Fach- und Informationsveranstaltungen organisiert und in der Zeitschrift „Familie & Co“ eine „Medienrubrik“ verfasst.

Daneben wurde von Carmen Kunz auch noch auf ein anderes zukunftsweisendes Projekt verwiesen. Im Rahmen der Kampagne „Dein Spiel. Dein Leben. – Find your Level!“ haben seit dem Jahresbeginn 2012 mehr als 100 Jugendliche in Workshops, im Austausch mit Medienpädagog\*innen oder an einem Messestand auf der gamescom überlegt, wie man andere Gamer ansprechen und dazu bewegen könnte, über ihr Spielverhalten nachzudenken. Das Ergebnis dieser Überlegungen war ein dreistufiger Aufruf.<sup>8</sup> Es wurde zu einem Wettbewerb aufgerufen, bei dem kreative filmische Beiträge, aber auch Comics eingereicht werden konnten. Gewonnen hat unter anderen der Film von Mirko Muhshoff<sup>9</sup>, der deutlich macht, warum Computerspielen Jugendlichen Spaß macht und zeigt, dass die Balance zwischen „virtuellem“ und „realem“ Leben wichtig und auch möglich ist. Ein weiteres Element war die

---

7 Überblick über dieses Projekt auf: <http://level-6.net> (Abruf 23.12.2018).

8 Zu dieser Initiative siehe: <http://dein-spiel-dein-leben.de/>, folgend ein Infoblatt: [http://dein-spiel-dein-leben.de/wpcontent/uploads/130222\\_DSDL\\_Factsheet\\_doppelseitig.pdf](http://dein-spiel-dein-leben.de/wpcontent/uploads/130222_DSDL_Factsheet_doppelseitig.pdf) (Abruf 23.12.2018).

9 Siehe: <https://www.youtube.com/watch?v=WPBua7Zw39M> (Abruf 23.12.2018).

Entwicklung von Gütekriterien für Clans und Gilden, in denen sich die Gamer zusammenschließen können, aufeinander achten und das „Miteinander-Spielen“ vor dem Spielen an sich im Mittelpunkt steht.

Schließlich wurde, um auch Einzelspieler\*innen mit der Kampagne zu erreichen, eine Auszeichnung entwickelt, die man als „Reflected Gamer“ erhalten kann. Dafür muss man sein Spielverhalten reflektieren und sich beispielsweise über seine Spieldauer, aber vor allem über die Einbettung in sein sonstiges Leben Gedanken machen.

Statt die Mediennutzung und das Computerspielen zu verteufeln, muss es darum gehen, junge Menschen zu einem reflektierten und verantwortungsvollen Verhältnis zu ihrem Spielverhalten zu befähigen. Es fängt für Eltern dabei an, Interesse an diesem Hobby bzw. der Nutzungsweise ihrer Kinder zu zeigen. Dies bedeutet unter Umständen auch, das kritische Gespräch zu suchen. Die Bewertung, die dabei vorgenommen werden muss, sollte kontextbezogen und im Gespräch mit den Kindern gefunden werden, was nicht ausschließt, dass in gewissen Situationen von den Eltern klare Grenzen gesetzt werden sollten. Medienpädagogische Angebote für Eltern und Familien können dabei eine Hilfe sein.

## Informationen zum Autor

Nicolas Conrads ist Student der katholischen Theologie und der Rechtswissenschaften an der Universität Tübingen und absolvierte während der 41. Stuttgarter Tage der Medienpädagogik ein Praktikum an der [Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart](#).

## Informationen zur Workshop-Leiterin

Die Diplompädagogin Carmen Kunz ist Systemische Beraterin und arbeitet am [Fachbereich Medienpädagogik des Wissenschaftlichen Instituts JHW Freiburg e.V.](#)

## Schlagwörter

Computerspielsucht, Spielverhalten, exzessive Mediennutzung



## Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet

### 1. Einführung<sup>1</sup>

Kinder und Jugendliche nutzen eine Vielzahl digitaler Dienste zur Kommunikation, Information und Unterhaltung. Viele dieser Angebote sind an kommerzielle Zwecke gebunden – und jüngere Internetnutzer\*innen sind eine attraktive Zielgruppe für Unternehmen. Dabei werden nicht nur mittels Werbung und durch die Erfassung, Auswertung und Weitergabe von Nutzerdaten Gewinne erzielt. Eine ganze Bandbreite offener und versteckter Strategien ermöglicht es Unternehmen, die Kaufkraft im Internet möglichst maximal auszuschöpfen. Und je mehr persönliche Daten über die jeweilige Zielgruppe bekannt sind, desto passgenauer können individuelle Interessen bedient und Kaufentscheidungen beeinflusst werden.

Diese Strategien zu durchschauen, sie kritisch zu bewerten und die eigenen Bedürfnisse zu erkennen, stellt nicht nur junge Menschen vor eine große Herausforderung. Die klicksafe-Broschüre *Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet* will Eltern und anderen wichtigen Ansprechpartnern dabei helfen, Kinder und Jugendliche beim Umgang mit werblichen und

---

1 Grundlage des Workshops auf den Stuttgarter Tagen der Medienpädagogik war die gleichnamige Broschüre der EU-Initiative klicksafe: <https://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/werbung-und-kommerz-im-mobilen-internet/> (Abruf 23.12.2018).

kommerziellen Inhalten in Apps und im Internet zu unterstützen. Dazu umfasst die Broschüre, neben Hintergrundwissen zu den Themenbereichen Online-Werbung, Datensammlung, Kaufen im Netz und Algorithmen, konkrete Tipps für Eltern und Hinweise zu Anlaufstellen sowie weiterführende Informationen und Surftipps. Auch das Phänomen der YouTube-Stars und andere kommerzielle Aspekte des Internets werden vorgestellt. So sollen Eltern angeregt werden, sich offen, verständnisvoll und sachgerecht mit aktuellen und bei Kindern und Jugendlichen beliebten Angeboten auseinanderzusetzen, um Kinder bestmöglich auf dem Weg zu selbstständigen und kompetenten Nutzern zu begleiten.

## 2. Übersicht über die verschiedenen Themenbereiche

### *Online-Werbung, Produktplatzierung und Co.*

Kinder und Jugendliche werden alltäglich mit Werbung konfrontiert – verstärkt auch über Internet und Smartphone. Denn viele kostenlose Apps und Webseiten, die von Kindern und Jugendlichen genutzt werden, finanzieren sich über Werbung. Häufig ist jedoch gerade für jüngere Kinder nicht zu erkennen, dass es sich bei bestimmten Inhalten in diesen Angeboten um Werbung oder andere kommerzielle Inhalte handelt. Umso wichtiger ist es, dass sie ein kritisches Bewusstsein dafür erlangen und wissen, wann sie als Konsumenten angesprochen werden. Die Broschüre gibt Einblick darin,

- a) welche verschiedenen Werbeformen und -strategien es im Internet gibt;
- b) wie junge Menschen Werbung wahrnehmen;
- c) welche Werbung, Produktplatzierungen und -empfehlungen YouTube bietet;
- d) was das Gesetz zu (Online-)Werbung sagt.

### *Einkaufen im Internet*

Die Möglichkeiten, im Internet Geld auszugeben, sind sehr vielfältig. Anstelle eines Einkaufsbummels in der Stadt lassen sich alltägliche und besondere Anschaffungen bequem und einfach in Online-Shops erledigen. Die digitale Einkaufswelt ist jedoch weit mehr als nur ein virtuelles Einkaufszentrum: So kann man beispielsweise Geld ausgeben, um die liebsten Apps mit Zusatzfunktionen auszustatten oder den Verlauf eines digitalen Spiels zu beschleunigen. Die Broschüre behandelt, was beim Einkaufen im Internet beachtet werden sollte:

- a) Einkaufen in Online-Shops;
- b) Geschäftsfähigkeit von Kindern und Jugendlichen im Internet;
- c) Fake-Shops und Online-Abzocke;
- d) Rechtslage bei Online-Abzocke;
- e) Das Geschäftsmodell Freemium/Free to Play.

### *Datenspuren im Netz und ihre Folgen*

Infolge der zunehmenden Digitalisierung und Vernetzung gibt es heute weitaus mehr Möglichkeiten, Zugang zu persönlichen Daten zu erlangen. Durch die digitale Kommunikation und die Informationen, die wir im Internet mit einem begrenzten Personenkreis oder der Öffentlichkeit teilen, geben wir viel von uns preis. Vorgestellt werden in diesem Kapitel die Themen Nutzerdaten, Algorithmen und personalisierte Empfehlungen sowie die Wege der Datensammlung.

## *Die zehn wichtigsten Tipps für Eltern auf einen Blick*

### 1. Begleiten Sie Ihr Kind

Nehmen Sie sich Zeit, um gemeinsam mit Ihrem (jüngeren) Kind zu surfen oder sich die Lieblings-Apps und Webseiten präsentieren zu lassen. Je mehr Erfahrungen Ihr Kind hat, desto eigenständiger kann es sich im Internet bewegen. Bleiben Sie aber auch dann im regelmäßigen Austausch über „digitale Erlebnisse“.

### 2. Klären Sie Ihr Kind frühzeitig über Werbung auf

Stärken Sie die Werbekompetenz Ihres Kindes, indem Sie mit ihm über Internetwerbung sprechen. Unterstützen Sie es dabei, Werbung in ihren jeweiligen Erscheinungsformen zu erkennen und die Absichten dahinter zu verstehen. Vermitteln Sie auch, welche Hintergründe kommerzielle (Spiel-)Angebote haben.

### 3. Treffen Sie technische Schutzvorkehrungen

Werbeblocker können ungewollte Online-Werbung zumindest im Browser einschränken. Gerade beim Einstieg ins Internet können geschützte Surfräume mit werbefreien und kindgerechten Inhalten eine hilfreiche Unterstützung bieten. Verwenden Sie hierzu bei jüngeren Surfern Filter- und Jugendschutzprogramme und nehmen Sie entsprechende Sicherheitseinstellungen am Gerät vor.<sup>2</sup>

### 4. Geben Sie Ihrem Kind Tipps zum Schutz persönlicher Daten

Zeigen Sie Ihrem Kind, wie es Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre vornehmen kann und erklären Sie altersgerecht, warum es sei-

---

<sup>2</sup> Siehe auch <http://www.klicksafe.de/jugendschutzfilter> (Abruf 23.12.2018).



ne Daten schützen sollte. Hier gibt der klicksafe-Flyer „[Datenschutz-Tipps für Eltern](#)“<sup>3</sup> weitere Hinweise.

## 5. Seien Sie Vorbild

Ihr Kind orientiert sich an Ihrem Nutzungsverhalten und dem Umgang mit Medien innerhalb der Familie. Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und zeigen Sie Ihrem Kind, wie es Medien kritisch und selbstbestimmt nutzen kann.

## 6. Vereinbaren Sie gemeinsame Regeln

Treffen Sie gemeinsam verbindliche Vereinbarungen zur Mediennutzung. Hier kann das Angebot eines Mediennutzungsvertrages<sup>4</sup> eine gute Hilfe sein. Besprechen Sie dabei auch die Konsequenzen für den Fall, dass Regeln nicht eingehalten werden. Die Teilnahme an Gewinnspielen, Downloads oder Käufen sollte jüngeren Surfern nur nach vorheriger Absprache erlaubt sein. Besonders bei Kindern sollte auch gelten: App-Kauf ist Elternsache.

## 7. Klären Sie Ihr Kind über rechtliche Pflichten und Folgen auf

Auch wenn Kinder und Jugendliche nur bedingt geschäftsfähig sind, sollten sie auch im Internet geltende rechtliche Grundlagen kennen und beachten. Insbesondere Verstöße gegen das Urheberrecht können zu hohen Kosten und Abmahnungen führen.

---

3 [www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/datenschutz-tipps-fuer-eltern/](http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/datenschutz-tipps-fuer-eltern/) (Abruf 19.01.2019).

4 <http://www.mediennutzungsvertrag.de> (Abruf 23.12.2018).

Melanie Kabus

## 8. Holen Sie sich Unterstützung

Sollte Ihr Kind im Internet ungewollt einen Kaufvertrag abgeschlossen haben, informieren Sie sich über Ihre Rechte und wenden Sie sich an die zuständige Verbraucherzentrale.

## 9. Probieren Sie Alternativen aus

Nutzen Sie alternative Kommunikationsdienste und Suchmaschinen und wägen Sie gemeinsam mit Ihrem Kind die Vor- und Nachteile ab.

## 10. Melden Sie unzulässige Werbung

Fällt Ihnen ein Angebot auf, das sich Ihrer Meinung nach nicht an die gesetzlichen Auflagen hält (z. B. nicht gekennzeichnete Werbung oder sonstige Irreführung), melden Sie dieses beim [Deutschen Werberat](#) oder bei der [Kommission für Jugendmedienschutz der Medienanstalten](#) und helfen Sie dabei, das Web sicherer zu machen.

Surftipps und weiterführende Hinweise runden die Broschüre ab. Die komplette klicksafe- Broschüre *Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet* steht hier zur Bestellung oder zum Download bereit.<sup>5</sup>

## Informationen zur Autorin

[Melanie Kabus](#) ist durch die Landesanstalt für Medien NRW zertifizierte Medientrainerin sowie Journalistin und Dozentin für Hochschulen und Bildungseinrichtungen in den Bereichen Medienkompetenzerwerb, Digitale Medien sowie Online-Verhalten. Schwerpunkte sind unter anderem Urheber- und Persönlichkeitsrechte. Seit 2013 bildet sie im Auf-

---

<sup>5</sup> Siehe Anm. 1.

## *Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet*

trag der [Landesanstalt für Medien NRW](#) Medienscouts sowie deren Beratungslehrer\*innen der weiterführenden Schulen aus. Außerdem ist sie – ebenfalls im Auftrag der Landesanstalt für Medien – Referentin für die Initiative Eltern und Medien, klicksafe, Handysektor und Internet-ABC.

### Schlagwörter

Online-Werbung, Kommerz, Algorithmen, Datenspuren, Werbekompetenz



## Medienpädagogische Elternarbeit

### 1. Eltern-Medienmentoren

Ausgehend davon, dass die Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen vor allem in der Freizeit stattfindet und Eltern Vorbildfunktion haben, sollten auch Eltern Grundkenntnisse zur Medienkompetenz haben. Viele Eltern sind jedoch selbst im Umgang mit digitalen Medien überfordert oder höchst verunsichert. Gleichzeitig wollen sie ihre Kinder vor negativen Einflüssen schützen. Das Eltern-Medienmentoren-Programm<sup>1</sup> möchte Eltern daher eine Orientierungsmöglichkeit geben. Eltern, die sich intensiver mit der Thematik beschäftigen möchten, können an einer Schulung teilnehmen, die zum Ziel hat, dass sie im Anschluss daran ihre Kenntnisse an andere Eltern weitergeben.

Mit Elternabenden in Kindergärten, Schulen und außerschulischen Bildungseinrichtungen rund um die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen wird zunächst das Bewusstsein dafür geschaffen, dass sich Eltern mit der Mediennutzung ihrer Kinder auseinandersetzen müssen, um sie unterstützen zu können.

---

1 Weitere Informationen zum Eltern-Medienmentoren-Programm des Landesmedienzentrums Baden-Württemberg finden Sie online: <https://www.lmz-bw.de/landesmedienzentrum/mentorenprogramme/eltern-medienmentoren-programm-emm/> (Abruf 13.12.2018).

## *Christa Rahner-Göhring*

Das Eltern-Medienmentoren-Programm ist ein Projekt im Rahmen der Initiative „Kindermedienland Baden-Württemberg“ und wird vom Landesmedienzentrum Baden-Württemberg im Auftrag des Staatsministeriums Baden-Württemberg durchgeführt. Das Landesmedienzentrum hat mit eigenen Qualifizierungsmaßnahmen Referent\*innen für die Durchführung von Eltern-Veranstaltungen in ganz Baden-Württemberg ausgebildet und bietet ihnen darüber hinaus mehrmals jährlich Fortbildungen und Fachtage an.

Zu den Eltern-Angeboten im Rahmen des Eltern-Medienmentoren-Programms gehören verschiedene Veranstaltungsformate:

- Elternabend
- Eltern-Schulung
- Eltern-Workshop
- Eltern-Kind-Workshop

### *Elternabend*

Bei Elternabenden geben die Referent\*innen vor allem allgemeine Einblicke in die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen in Schule und Freizeit und in Fragen der Medienbildung. Auf Wunsch können die Referent\*innen auch speziellere Themen ansprechen, wie z. B. Smartphone-Nutzung, YouTube, Mobbing, soziale Netzwerke etc. Je nach der Zahl der Teilnehmer\*innen kommt es hier bereits zu sehr angeregten Diskussionen und Gesprächen. Teilweise wird ein weiterer Bedarf erkennbar, der eine Folgeveranstaltung begründen kann.

## Eltern-Schulung

Dieses Angebot bietet sehr viel mehr Möglichkeiten, Themen intensiver anzusprechen. Mit zwölf Zeitstunden und Gruppen zwischen 8 und 15 Personen erschließen sich die Eltern die Welt der Medien, entwickeln ein Verständnis für die Anliegen der Kinder und können Unsicherheiten ausräumen. Ziel ist es, dass Eltern nach Abschluss der Schulung in der Lage sind, Themen der Mediennutzung mit anderen Eltern zu besprechen, sei es in der Klassenpflegschaft oder in Vereinen. Sie übernehmen so die Funktion als Multiplikator\*innen, die dazu beitragen, das allgemeine Medienwissen der anderen Eltern zu verbessern. Sie werden auch befähigt, in Problemsituationen reagieren zu können, entweder durch eigene Beiträge oder durch das Hinzuziehen von externen Referent\*innen.

Im Anschluss an die Schulung bietet das Landesmedienzentrum weitere Vernetzungsmöglichkeiten und Betreuung für die Eltern-Medienmentor\*innen an. Dazu gehört zum Beispiel das *mentoren-net*, ein internes Netzwerk, in dem sich die Eltern online austauschen können, ein halbjährlich erscheinender Newsletter sowie das LMZ als ständiger Ansprechpartner in Medienfragen<sup>2</sup>.

## Eltern-Workshop

Mit Hilfe eines Eltern-Workshops mit drei Zeitstunden können einzelne Themen vertieft werden. Diese Workshops dienen dazu, in kleineren Gruppen mit 8 bis 20 Personen spezielle Themen, die die Eltern bewegen, ausführlicher zu besprechen und ggf. praktisch umzusetzen.

---

2 Medienpädagogische Beratungsstelle, [beratungsstelle@lmz-bw.de](mailto:beratungsstelle@lmz-bw.de), Tel. 0711/2850-777.

## *Eltern-Kind-Workshop*

Gemeinsame Workshops mit Eltern und Kindern, meistens durchgeführt von zwei Referent\*innen, bieten einmalige Möglichkeiten, um das Gespräch zwischen den Generationen zu fördern. Mit drei Zeitstunden, in denen sich theoretische und praktische Phasen abwechseln, wird eine Situation geschaffen, in der sich Eltern und Kinder miteinander austauschen. Aus Rückmeldungen wird deutlich, dass häufig nach den Workshops in den Familien ein deutlich entspannterer Familienalltag möglich wurde.

Im Jahr 2018 fanden ca. 90 Einführungsveranstaltungen (Elternabende) statt, außerdem rund 25 Praxisworkshops, darunter mehr als die Hälfte als Eltern-Kind-Workshops. An den Eltern-Schulungen nahmen ca. 100 Personen teil, die sich zu Eltern-Medienmentor\*innen ausbilden ließen. 14 Veranstaltungen richteten sich gezielt an Eltern mit Migrationshintergrund. Zwei Eltern-Kind-Workshops wurden speziell für Familien mit Fluchthintergrund angeboten.

## 2. Fragen von Eltern

Die häufigsten Fragen, die Eltern bewegen, sind:

- Thema Sicherheit: Wie können die Geräte kindersicher gemacht werden?
- Thema Zeit: Wie viel Zeit darf mein Kind mit Medien verbringen, wie viel ist zu viel?
- Thema Smartphone: Ab welchem Alter kann mein Kind ein Smartphone bekommen?
- Thema Spiele: Wie lange darf mein Kind am PC spielen?
- Thema Konflikte: Was kann ich tun, wenn mein Kind ständig gegen meine Vorgaben verstößt?



### 3. Erwartungen von Eltern

Eltern suchen häufig einfache Antworten auf komplexe Themen. Vielen ist die Komplexität der Nutzung von digitalen Medien nicht bewusst. Sie nutzen sie häufig selbst eher intuitiv und wenig reflektiert. Die Veranstaltungen führen oftmals dazu, dass Eltern überhaupt erst beginnen, sich mit Fragen zur Medienkompetenz zu beschäftigen.

Manche Eltern suchen auch nach einfachen Lösungen für ihre Erziehungsprobleme. Solange es allgemein um Tipps und Hinweise für den Medienalltag geht, sind die Eltern mit den in den Veranstaltungen gewonnenen Informationen schon zufrieden. Es kommt aber auch immer wieder vor, dass die häuslichen Probleme bereits so groß sind, dass die Referent\*innen hier letztlich nur mit dem Hinweis auf eine Erziehungsberatungsstelle weiterhelfen können.

Viele Eltern suchen in den Veranstaltungen eine Bestätigung für ihre Ängste oder ihre (negativen) Einstellungen gegenüber neuen Technologien und digitalen Medien. Hier gilt es insbesondere, sie ernst zu nehmen und sie mit sachlichen Informationen und praktischen Beispielen zu überzeugen.

Insgesamt schafft die medienpädagogische Elternarbeit einen Raum, in dem die Eltern mit Referent\*innen und miteinander sprechen und zuhören können, in dem sie ernst genommen werden und keine bevormundenden Ratschläge erhalten. Sie sollen befähigt werden, selbständig zu entscheiden, aufgrund neuen Verständnisses, neuer Erfahrungen und neuer Informationen.

#### 4. Methoden und Hilfsmittel

Die Veranstaltungen knüpfen an den Lebenswelten der Eltern und Kinder an. Dabei wird Eltern vermittelt, wie notwendig es für ihre Kinder ist, dass sie sie *bei der Mediennutzung begleiten* und unterstützen, insbesondere bei der Entwicklung von Werthaltungen und ethischen Grundlagen. Individuelle Medienhelden als Beispiele sind hier sehr hilfreich.

Wichtig ist, dass Eltern *Verständnis für ihre Kinder und deren Bedürfnisse* haben/entwickeln. Dabei ist es sehr hilfreich, sich an die eigene Jugend zu erinnern, daran, welche Wege man selbst eingeschlagen hat, um Verbote oder Einschränkungen der persönlichen Freiheit zu umgehen, und an die eigenen Medienhelden der damaligen Zeit. So wird leichter verständlich, dass Kinder und Jugendliche heute ähnliche Bedürfnisse haben, die sie mit den neuen Mitteln/Werkzeugen erfüllen möchten.

Wichtig ist außerdem, pädagogisch den *Gegensatz von Begleitung und Kontrolle* erfahrbar zu machen. Eine zu starke Kontrolle der Kinder durch die Eltern macht sie entweder unselbständig oder zwingt sie, sich die Befriedigung ihrer Bedürfnisse außerhalb der elterlichen Reichweite zu suchen. Das kann nicht im Sinn der Eltern sein. Deshalb zeigen die Veranstaltungen Wege auf, wie eine Begleitung der Kinder gelingen kann.

Die Eltern erhalten außerdem *Tipps und Hinweise zum Weiterlesen und Ausprobieren*: Links zu einschlägigen Portalen wie *klicksafe*<sup>3</sup>, *Internet-ABC*<sup>4</sup> und anderen ebenso wie Tipps und Informationen zu kind- und altersgerechten Angeboten. Das Eltern-Medienmentoren-Programm fördert mit den Veranstaltungen den *Erfahrungsaustausch* der Eltern untereinander und macht so erfahrbar, dass es für Medienthemen nicht EINE Lösung gibt, sondern viele Varianten denk- und lebbar sind. Sehr hilfreich ist beispielsweise auch die *Stuttgarter Computerspiel-Schule*, in der Eltern und Kinder jeden Freitagnachmittag gemeinsam die Welt

---

3 Online: <https://www.klicksafe.de> (Abruf 13.12.2018).

4 Online: <https://www.internet-abc.de> (Abruf 13.12.2018).

der Spiele entdecken können.<sup>5</sup> Problematisch ist es also nicht, DASS Kinder Medien nutzen, sondern WAS sie damit WIE LANGE tun. Eltern haben daher die Aufgabe,

- altersgerechte Medieninhalte für das Kind auszuwählen;
- mit den Kindern über Medieninhalte, Netiquette, Werbung, Gewaltdarstellungen, Datenschutz, Privatsphäre, sozialen Druck, Apps zu sprechen;
- mit den Kindern Medien gemeinsam zu nutzen: Spiele, Freizeitaktivitäten, etc.;
- Alternativen zu bieten;
- Regeln zu vereinbaren.

Für die Erarbeitung von *Regeln in der Familie* gibt es Hilfsmittel wie z. B. einen Mediennutzungsvertrag<sup>6</sup> oder die Homepage „Surfen-ohne-Risiko“<sup>7</sup>. Bei beiden Angeboten wird großer Wert darauf gelegt, dass die Regeln auch für die Kinder transparent sind, dass auch die Konsequenzen für Regelverstöße vereinbart werden und dass sowohl Eltern als auch Kinder als Vertragspartner an der Gestaltung der Regeln beteiligt sind. Dies erhöht die Akzeptanz der Regeln beträchtlich.

Kriterien für altersgerechte Angebote für Kinder:

- sind werbefrei;
- sammeln möglichst wenig Daten;
- sind klar strukturiert und leicht bedienbar;
- haben für das Lebensalter angemessene Inhalte;
- fördern Kreativität und Lernbereitschaft.

---

5 Online: <http://computerspielschule-stuttgart.de/> (Abruf 13.12.2018).

6 Online: <https://www.mediennutzungsvertrag.de/> (Abruf 13.12.2018).

7 Online: <https://www.surfen-ohne-risiko.net/> (Abruf 13.12.2018).

## 5. Beispiele für Angebote für Kinder, Jugendliche und Eltern

- Datenbank Apps für Kinder des Deutschen Jugendinstituts: <https://www.dji.de/ueber-uns/projekte/projekte/apps-fuer-kinder-angebote-und-trendanalysen/datenbank-apps-fuer-kinder.html>
- Suchmaschine FragFinn: <https://www.fragfinn.de>
- Lernplattform Internet-ABC für die Grundschule (mit sehr gutem Eltern- und Lehrerbereich): <https://www.internet-abc.de>
- Vorschlag für eine kindgerechte Startseite: <https://www.klicksafe.de/fuer-kinder/>
- Tipps für die technische Absicherung von Android-Geräten für Kinder: <https://www.schau-hin.info/sicherheit/android-sicher-machen/>
- Tipps für Mobilgeräte – für Jugendliche: <https://www.handysektor.de/>
- Smart mobil?! Ein Ratgeber zu Handys, Apps und mobilen Netzen für Eltern und andere Interessierte: <https://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/smart-mobil-elternratgeber-handys-smartphones-mobile-netze/>
- Young Data – Jugendplattform zum Schwerpunkt Datenschutz: <https://www.youngdata.de/>
- Schau-hin – Plattform für Eltern: <https://www.schau-hin.info>
- Kindermedienland: <https://www.kindermedienland-bw.de/de/startseite/service/>
- Landesmedienzentrum Baden-Württemberg: <https://www.lmz-bw.de/landesmedienzentrum.html>
- Medien – aber sicher. Ein Ratgeber für Eltern: [https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Downloads/Handouts/2017-01-11-medien-aber-sicher.pdf](https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Downloads/Handouts/2017-01-11-medien-aber-sicher.pdf)

## Informationen zur Autorin

Die Diplompädagogin [Christa Rahner-Göhring](#) ist Infobrokerin (IHK) und Social Media Managerin (ILS). Als solche arbeitet sie als freie Trainerin für Eltern-Medienmentoren beim [Landesmedienzentrum Baden-Württemberg](#).

## Schlagwörter

medienpädagogische Elternarbeit, Mediennutzung, Eltern-Medien-Mentoren, Medienbildung, Computerspiele, altersgerechte Angebote für Kinder



## Jugendsexualität heute – Let's talk about Porno

Spätestens ab der frühen Pubertät suchen Jugendliche im World Wide Web Informationen über Sexualität. Ob bei der Recherche über populäre Suchmaschinen oder ungewollt über Pop-Ups oder Linkempfehlungen – sie stoßen häufig auf pornografische Inhalte. Nicht immer können sie diese Bilder richtig einordnen. In der hier beschriebenen Workshoparbeit werden Methoden aufgezeigt, wie man mit Jugendlichen über das Thema Pornografie ins Gespräch kommt und ihnen dabei hilft, pornografische Skripte richtig zu deuten.

Für Jugendliche ist der Konsum von pornografischem Materialen schon lange kein Tabu mehr. Seitdem 2006 Youporn & Co. an den Start gegangen sind, geben sich Heranwachsende mit herkömmlichen Aufklärungsangeboten allein nicht mehr zufrieden. Zum einen wollen sie wissen, wie „es“ geht und zum anderen stoßen sie ungewollt auf pornografisches Material – und das schon ab dem 12. Lebensjahr. Dies löst unterschiedliche Gefühle aus, wie Prof. Dr. Petra Grimm von der Hochschule der Medien 2010 in einer qualitativen Befragung von Jugendlichen herausgefunden hat – wobei bei den männlichen Jugendlichen die Erregung und bei den weiblichen Jugendlichen der Ekel im Vordergrund stehen. Einig sind sich beide Geschlechter jedoch in einem Punkt: Sie haben ihrer Meinung nach dazugelernt. „Wollen wir die Aufklärung unserer Kinder der Pornodustrie überlassen?“ lautet deshalb die entscheidende Frage.

## 1. Jugendliche und Pornografie

Leider stellt es für die meisten Erwachsenen noch immer ein großes Problem dar, über Pornografie mit Kindern und Jugendlichen ins Gespräch zu kommen. Oft scheinen sie es nicht wahrhaben zu wollen, dass Pornos v. a. von Jungen als Vorlage zur Selbstbefriedung und auch als Informationsquelle zu sexuellen Fragen genutzt werden. Schließlich herrschen bei der Suche nach der sexuellen Identität bei beiden Geschlechtern große Unsicherheiten: Wie groß muss ein Penis sein? Wie kommt es zum Geschlechtsverkehr? Wie mache ich es richtig? Hier liefern Bewegtbilder schlicht und einfach eine scheinbar genaue Beschreibung von sexuellen Vorgängen. Es sieht allerdings so aus, als sei das Sexualverhalten der heutigen Jugendlichen nicht pornografisch deformiert. Laut der repräsentativen Jugendsexualität-Studie der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung von 2015 stieg zum Beispiel das Durchschnittsalter beim ersten Geschlechtsverkehr zwischen 1998 und 2018 von 16 auf 17 Jahre.<sup>1</sup> Dass jugendliche Pornokonsument\*innen nichts als Sex im Kopf haben, kann man somit also nicht behaupten.

Trotzdem: Man muss davon ausgehen, dass das regelmäßige Anschauen von Pornos etwas mit dem Zuschauer macht. Annähern an das, was Pornos in den Köpfen von Adoleszenten bewirken, kann man sich über den Begriff der „Lovemaps“ von John Money.<sup>2</sup> Er beschreibt das Vorhandensein frühkindlicher und vorpubertärer sexueller Skripte, die durch unterschiedliche Erfahrungen und Bedürfnisse im Laufe der Persönlichkeitsentwicklung entstanden, also intrapsychischer Natur sind. Somit werden diese bereits vorhandenen „zentralen Masturbationsphan-

---

1 Vgl. *Heidrun Bode/Angelika Heßling*, Jugendsexualität 2015. Die Perspektive der 14- bis 25-Jährigen. Ergebnisse einer aktuellen repräsentativen Wiederholungsbefragung. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Köln 2015.

2 Vgl. *John Money*, Lovemaps. Clinical Concepts of Sexual/Erotic Health and Pathology, Paraphilia, and Gender Transposition in Childhood, Adolescence, and Maturity, New York 1986.



tasien“<sup>3</sup> durch pornografische Stimuli bloß erweitert und nicht gänzlich umgeschrieben. Diese Annahme deutet also darauf hin, dass Jugendliche nicht wahllos Pornos konsumieren, sondern eher wählerisch mit dem Überangebot an pornografischem Material umgehen. Sie werden sich gezielt die Angebote aussuchen, die am ehesten ihrer Lovemap entsprechen. Pornografie schreibt die sexuelle Landkarte also nicht vollkommen um, doch inwieweit das (regelmäßig) Gesehene die Landkarte dann doch verändert, ist durch Studien nicht erforscht. Insbesondere stellt sich die Frage, ob es das Genderskript auf irgendeine Weise beeinflusst.

Zwar kann man sich per Pornografie ein paar – scheinbar nützliche – „Skills“ anschauen, jedoch sorgen diese für teils unrealistische Vorstellungen und Erwartungen. Denn Lovemaps beinhalten neben den erwähnten intrapsychischen Skripten auch interaktionelle Skripte, die sich auf das Zusammenspiel der Geschlechtspartner von der Annäherung bis hin zur Durchführung von sexuellen Handlungen beziehen. Waren Jugendliche früherer Generationen in dieser Hinsicht eher „underscripted“, sind Jugendliche heute eher „overscripted“.<sup>4</sup>

## 2. Let's talk about Porno – die Praxis

In der Praxis eines Pornografie-Workshops mit Jugendlichen verbinden wir sexualpädagogische und medienpädagogische Ansätze. Da es sich bei Pornografie nicht um die Darstellung, sondern um die reine Inszenierung von Sexualität handelt, ist es sinnvoll, sich auch mit filmästhetischen Aspekten auseinanderzusetzen, um die „Gemachtheit“ des Gezeigten zu verdeutlichen. Hinzu kommen natürlich Fragen aus der sexu-

---

3 Vgl. *Moses Laufer/M. Egle Laufer*, *Adoleszenz und Entwicklungskrise*, Stuttgart 1989.

4 Vgl. *Gunter Schmidt/Silja Mathiesen*, *Pornografiekonsum von Jugendlichen – Fakten und Fiktionen*, in: *Martina Schuegraf/Angela Tillmann (Hg.), Pornografisierung von Gesellschaft. Perspektiven aus Theorie, Emperie und Praxis* Konstanz/München 2012, 245–258.

ellen Aufklärung. Hier können u. a. Pornomythen gemeinsam besprochen oder diskutiert werden. Im Gespräch mit Jugendlichen über Pornografie muss außerdem über die gesetzlichen Bestimmungen bezüglich deren Verbreitung aufgeklärt werden.

Bei der Auseinandersetzung mit dem Thema ist es überaus empfehlenswert, die Gruppe geschlechtsspezifisch zu trennen. Bei kaum einem anderen Thema gehen die Meinungen und Empfindungen von Jungen und Mädchen so weit auseinander wie beim Thema „Pornografie“. Wenn wir als Erwachsene mit Heranwachsenden in den Austausch über Pornografie gehen, tun sich zu Beginn zwei Hürden auf:

- Welche Einstellung habe ich persönlich zu Pornografie?
- Welche Sprache benutze ich, um mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen?

Es ist ratsam, hier z. B. auf den Selbstevaluationsbogen von klicksafe zurückzugreifen.<sup>5</sup> Er ist dabei behilflich, sich den eigenen Standpunkt zu einzelnen Aspekten von Pornografie zu verdeutlichen. Schließlich soll es ja auch darum gehen, Jugendlichen bei der Einordnung von pornografischem Material Orientierung zu geben, und da darf die persönliche Meinung eines Erwachsenen nicht fehlen. Die Erziehungswissenschaftlerin Karla Etschenberg formuliert zugespitzt: „Ich frage mich, was gefährlicher ist: Ein klares Sprechen über Pornografie, so dass beim Pornokonsum das Wissen eines Erwachsenen mitschwingt. Oder der Porno-Konsum ohne Kommentar und Begleitung.“<sup>6</sup>

Das führt zur zweiten Hürde, nämlich dem Finden einer gemeinsamen Sprache. Die eigenen sprachlichen Grenzen werden bereits durch die

---

5 Vgl. *Birgit Kimmel u. a.*, Let's talk about Porno. Jugendsexualität, Internet und Pornografie. Arbeitsmaterial für Schule und Jugendarbeit, Ludwigshafen 2011, 14–16.

6 *Karla Etschenberg*, Kinder brauchen Porno-Kompetenz, in: Tages-Anzeiger online, 17.03.2010, online: [www.tagesanzeiger.ch/leben/gesellschaft/Kinderbrauchen-PornoKompetenz/story/18453424](http://www.tagesanzeiger.ch/leben/gesellschaft/Kinderbrauchen-PornoKompetenz/story/18453424) (Abruf November 2017).

Selbstevaluation generiert, resultierend aus den Fragen „Welche derben sexuellen Wörter haben Sie selbst in Ihrer Jugend benutzt?“ und „Welche sexuellen Schimpfwörter empfinden Sie selbst als demütigend?“ Geht es dann in den Austausch mit Jugendlichen, hat es sich bewährt, Bilder von nackten Körpern zu zeigen, mit der Aufforderung: „Was ist alles zu sehen?“ Zögerlich kommt hierbei ein Lockerungsprozess in Gang, welcher auch der Beziehung zwischen Jugendlichen und Erwachsenen zuträglich ist. Die von den Jugendlichen genannten Begriffe (Penis, Brust, Titten, Schwanz, Schamhaare etc.) werden beispielsweise an die Tafel geschrieben, nachdem das „Einverständnis“ aller eingeholt wurde. Denn wenn ein Begriff auf persönlichen Missmut stößt, wird dieser, zumindest für den Verlauf der Einheit, aus dem gemeinsamen Sprachgebrauch verbannt.

Hat man sich auf ein gewisses „Wording“ geeinigt, kann man sich mit den unterschiedlichen Gefühlen bei der Betrachtung von pornografischem Material auseinandersetzen. Ratsam ist es, über den gesamten Verlauf der Einheit davon abzusehen, die Jugendlichen direkt über ihre persönlichen Erfahrungen und Einstellungen zu Pornografie zu befragen, sondern sie eher um eine Einschätzung bezüglich der Wirkung auf andere bzw. jüngere Adoleszenten zu bitten. So muss sich niemand gegenüber der Gruppe outen.

### 3. Wie analysiert man einen Pornofilm?

Da man mit Jugendlichen keine pornografischen Filme schauen darf, wenden wir eine Art medienpädagogischen Kniff an. Die Jugendlichen bekommen die Aufgabe, eine Sequenz aus einem Actionfilm zu analysieren. Ist das Blut echt? Nach welchen Kriterien sind die Darsteller gecastet? Schlagen sich die Darsteller in Wirklichkeit? Was fällt auf der Tonebene auf? Wird viel mit Schnitten gearbeitet? Gibt es spezielle Kameraperspektiven oder Einstellungsgrößen? Die Ergebnisse werden dann auf die Machart von Pornos übertragen, so dass die Jugendlichen

selbst erkennen, dass es sich auch hier um eine reine Inszenierung handelt. Des Weiteren können hier Produktionsbedingungen innerhalb der Pornoindustrie angesprochen werden.

Darauf folgt dann die Beschäftigung mit sogenannten „Porno-Mythen“. Hierbei lassen wir Jugendliche sich zu einer bestimmten Aussage auf einer imaginären Skala zwischen „stimme zu“ und „stimme nicht zu“ positionieren. Es bietet sich an, mit dem Satz „Jugendliche ohne sexuelle Erfahrung gehen davon aus ...“ einzusteigen. Nacheinander werden dann Aussagen vorgelesen wie „Je größer der Penis, desto besser der Sex“, „Je lauter die Frau stöhnt, desto größer ist ihr Lustempfinden“, „Zu gutem Sex gehört häufiger Stellungswechsel“, „Gangbang ist eine weitverbreitete Praktik“, „Oralsex gehört zum Vorspiel dazu“. Nach jeder Aussage kann freiwillig begründet werden, warum man sich genau die Stelle auf dem Meinungsstrahl ausgesucht hat. Über diese Methode kommt man sehr gut mit den Jugendlichen ins Gespräch und es tun sich weitere Aspekte sexualpraktischer Unsicherheiten auf, über die geredet werden kann. Zum Abschluss des Workshops lohnt sich ein Blick in die Mini-Animationsserie „Sex we can“<sup>7</sup> aus Österreich. Besonders die dritte und letzte Episode greift die behandelten Themen noch einmal auf und ist nah an der Lebenswelt der Jugendlichen.

In der Praxis machen wir immer wieder die Erfahrung, dass das Gesprächsangebot zum Thema Pornografie dankend angenommen wird. Nicht zuletzt durch den Umstand, dass die Jugendlichen den/die Workshop-Leiter\*in so schnell nicht wiedersehen werden, entsteht in der Gruppe ein sehr offener Austausch über die unterschiedlichsten Aspekte von Sexualität und Pornografie. Am Ende eines Workshops sagte eine Schülerin: „Ich fand es gut, überhaupt einmal über das Thema gesprochen zu haben.“ In diesem Sinne: Let’s talk about Porno!

---

7 Online: <http://www.sexwecan.at> (Abruf 13.12.2018).

## Informationen zur Autorin

Die Diplom-Medienpädagogin Saskia Nakari arbeitet am [Landesmedienzentrum Baden-Württemberg](#) in der medienpädagogischen Beratung. In dieser Funktion hält sie diverse Workshops zum Themenkomplex Jugendsexualität.

## Schlagwörter

Jugendsexualität, Jugendliche und Pornografie, Porno-Mythen, Aufklärung, sexualpädagogische und medienpädagogische Ansätze



# Im Dialog

Beiträge aus der Akademie der Diözese Rottenburg-Stuttgart

1 | 2019

Herausgeber\*innen:

Ulrike Bischof, Ingrid Bounin, Julia Kieninger,  
Johannes Kuber, Christina Reich, Karl-Ulrich Templ, Oliver Turecek,  
Susanne Zeltwanger-Canz