

The background of the slide features several 3D red cubes of varying sizes and orientations, some in sharp focus and others blurred, creating a sense of depth and movement. The cubes are set against a light, off-white background.

Studie zur digitalen Familienkommunikation – Key Findings

MI Marktforschung / August 2017

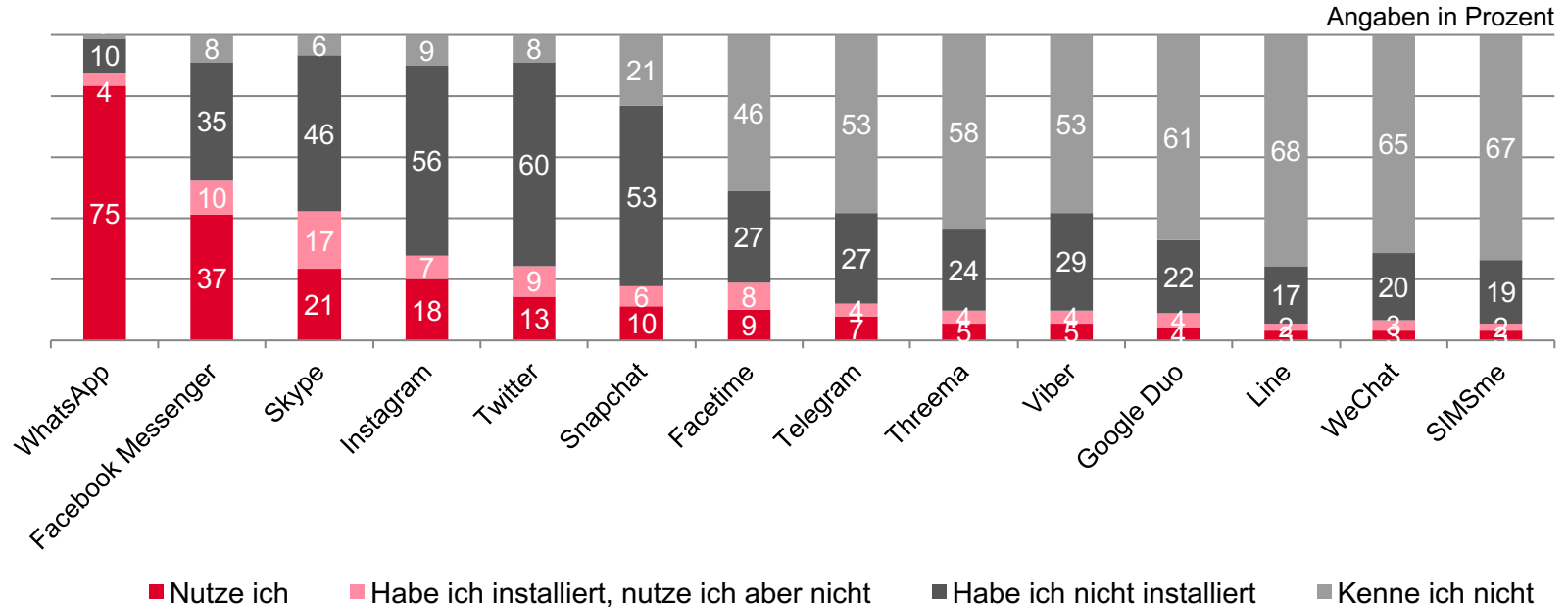
media **impact** ■

Studiendesign

- **Thema:** Digitale Familienkommunikation
- **Grundgesamtheit:** deutsche Online-Bevölkerung ab 18 Jahre
- **Quotierung:** nach Alter, Geschlecht sowie Beziehungsstand
- **Methode:** Online-Interviews (CAPI)
- **Befragungszeitraum:** 31.07.2017 bis 10.08.2017
- **Stichprobe:** n=2.000
- **Durchführendes Institut:** Kantar TNS, München

Messenger-Nutzung

WhatsApp ist der beliebteste Messenger: Drei Viertel nutzen den Messenger.



Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+ (n=2.000); Frage: Q17; zu 100% fehlende %: Kein Smartphone/Tablet zur Nutzung im HH vorhanden (entspricht 10%)

Reichweite von WhatsApp

Überdurchschnittlich häufig nutzen die Jüngeren oder Paare mit Kindern WhatsApp.



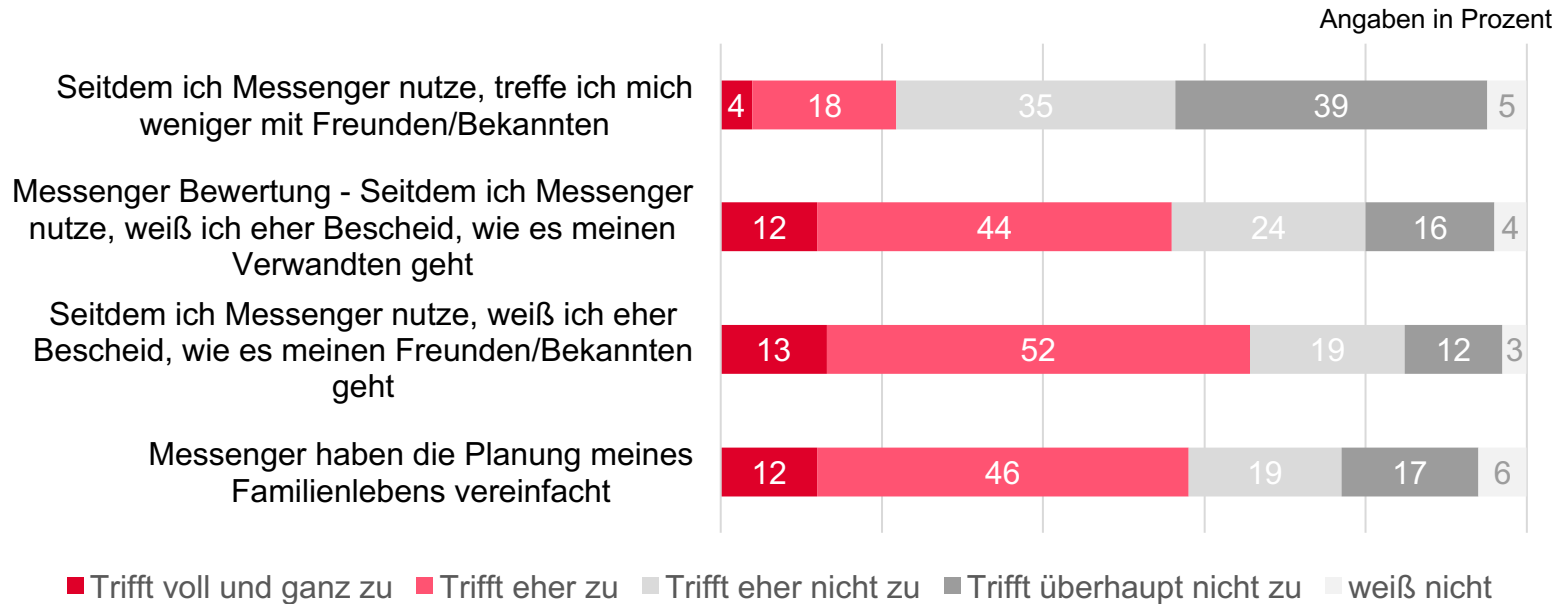
Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+ (n=2.000); Frage: Q17 - Nutze WhatsApp

Digitale Kommunikation der Messenger-Nutzer

- **Nachrichten-Arten:** Man bleibt dem Kommunikationsstil zwischen verschiedenen Gruppen treu.
 - Mit Personen im HH (mind. häufig): 68% Text-, 37% Bild-, 24% Sprach-, 10% Videonachrichten
 - Mit Familie außerhalb vom HH (mind. häufig): 56% Text-, 32% Bild-, 22% Sprach-, 11% Videonachrichten
 - Mit Freunden/Bekanntem (mind. häufig): 61% Text-, 37% Bild-, 23% Sprach-, 13% Videonachrichten
- **Über was wird kommuniziert (Top 3):**
 - Mit Personen im HH (mind. häufig): 49% Termine, 38% Organisation, 35% lustige Bilder/Videos
 - Mit Familie außerhalb vom HH (mind. häufig): 28% lustige Bilder/Videos, 28% Termine, 28% Teilen von Erlebnissen über Text
 - Mit Freunden/Bekanntem (mind. häufig): 35% lustige Bilder/Videos, 30% Teilen von Erlebnissen über Text, 29% Termine
- **Gruppenunterhaltungen:**
 - mit Freunden: 54%
 - Weitere Familie außerhalb des HH: 37%
 - Personen aus dem HH: 33%
 - Kollegen: 32%

Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+, die mindestens einen der genannten Messenger nutzen (n=1.628); Fragen: Q24/Q27 (Filter: Mehrpersonen-HH) + Q25/Q28 + Q26/Q29 + Q30

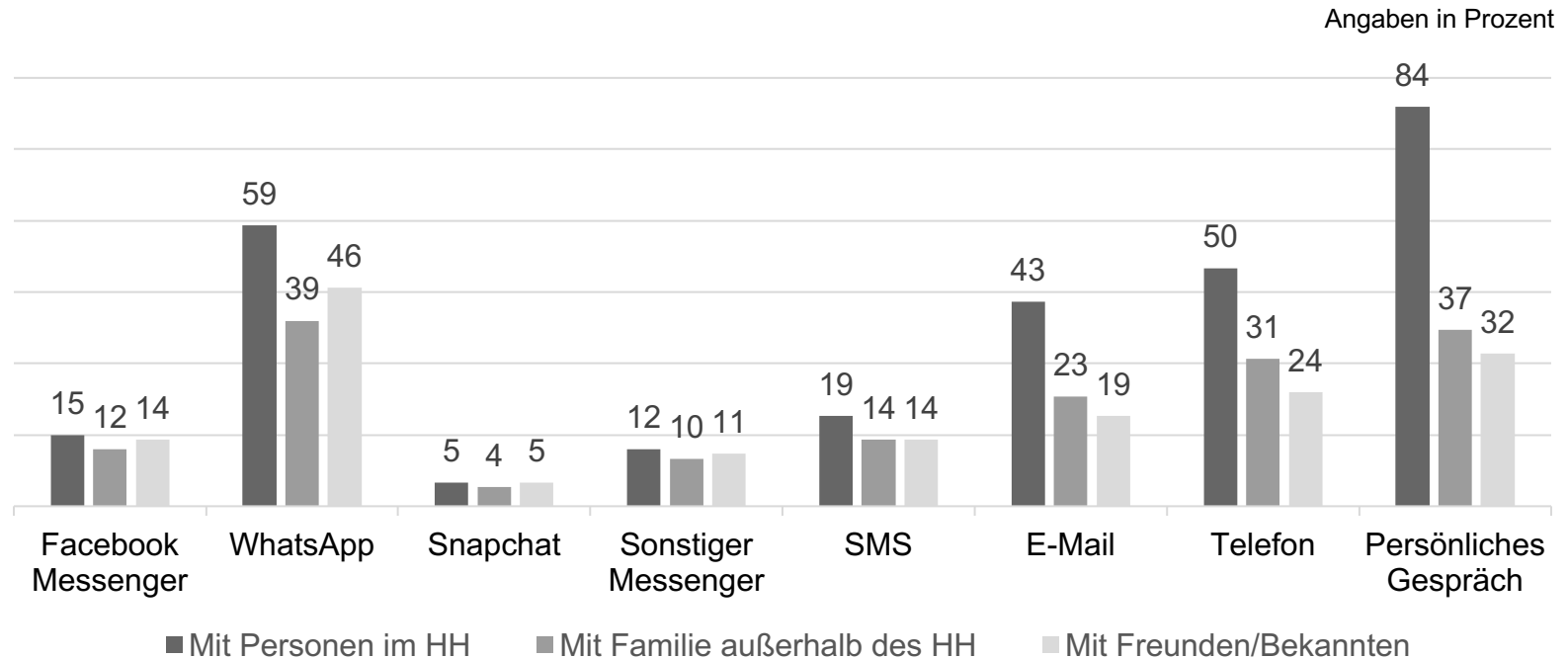
Digitale Kommunikation - Veränderung



Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+, die mindestens einen der genannten Messenger nutzen (n=1.628); Frage: Q31

Digitale Kommunikation - Wege

Mit den Personen im Haushalt wird es am häufigsten im persönlichen Gespräch kommuniziert.
Mit Freunden/Bekannten wird vorrangig über WhatsApp kommuniziert.

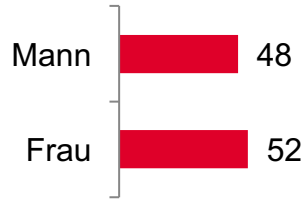


Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+ (n=2.000); Fragen: Q19 (Filter: Mehrpersonen-HH) + Q19 + Q22 (Mind. tägliche Nutzung)

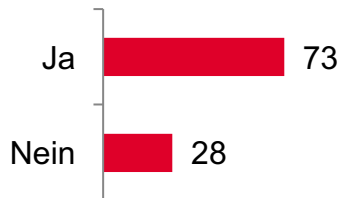
Soziodemografie



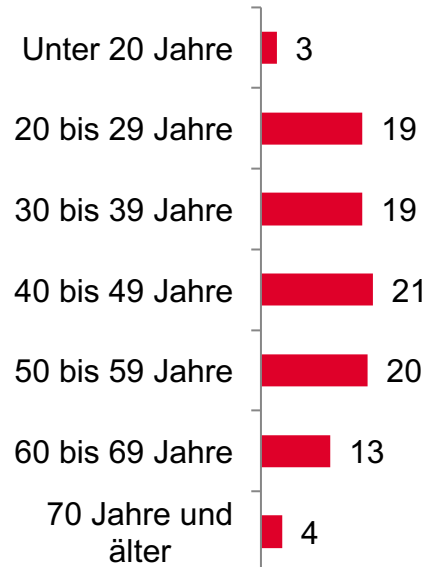
Geschlecht



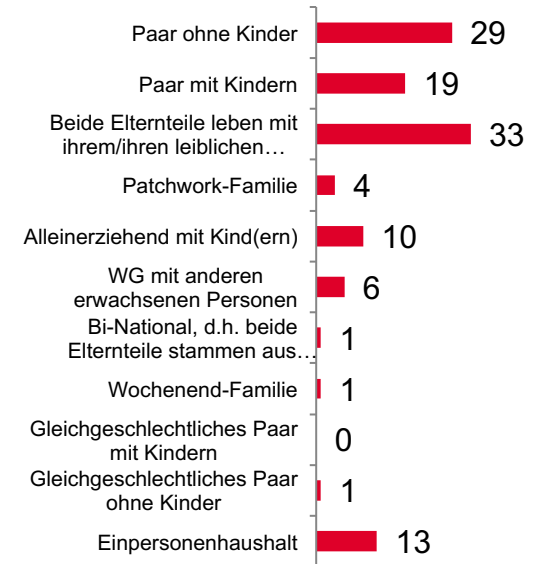
Beziehung



Alter



Familientyp



Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+; Fragen: Soziodemografie; Angaben in Prozent

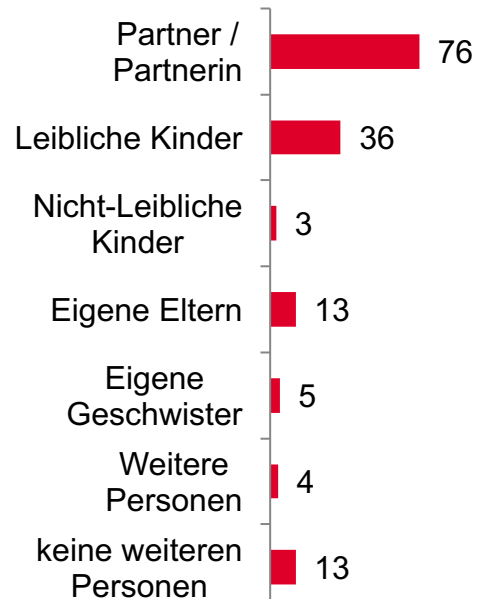
Soziodemografie



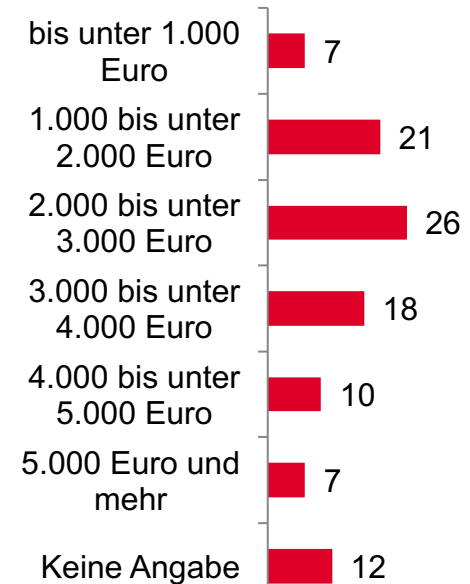
Haushaltsgröße



Personengruppen im HH



Haushalts-Nettoeinkommen



Quelle: Studie zur digitalen Familienkommunikation 2017, Basis: Erwachsene Online-Bevölkerung 18+; Fragen: Soziodemografie; Angaben in Prozent

Ansprechpartner

Anne Weedermann

E-Mail: anne.weedermann@axelspringer.de

Tel.: 030 / 2591 - 76818

Oliver Brix

E-Mail: oliver.brix@axelspringer.de

Tel.: 030 / 2591 - 76822

Media Impact GmbH & Co. KG

Marktforschung

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin