

10

E

I

D

S

T

-

M

K

I

M

F



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

KIM-STUDIE 2010

Kinder + Medien, Computer + Internet

Basisuntersuchung zum
Medienumgang 6- bis 13-Jähriger

F o r s c h u n g s b e r i c h t e

KIM-Studie 2010

Kinder + Medien Computer + Internet

Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland

Herausgeber:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Geschäftsstelle:

c/o Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)

Thomas Rathgeb

Reinsburgstr. 27

70178 Stuttgart

Tel.: 0711 – 66 99 131

Fax: 0711 – 66 99 111

E-Mail: info@mpfs.de

<http://www.mpfs.de>

Leitung:

Peter Behrens (LMK)

Thomas Rathgeb (LFK)

Mitarbeit:

Tina König (LFK)

Thomas Schmid (LMK)

Stuttgart, Februar 2011

Redaktion:

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Ulrike Karg (LFK)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Einführung und Methode	3
2. Themeninteressen	5
3. Medienausstattung und Medienbesitz	7
4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung	9
5. Medienbindung	15
6. Vorbilder und Idole	18
7. Fernsehen	19
8. Musik, Radio und MP3	21
9. Bücher und Lesen in der Freizeit	23
10. Computer	25
10.1 Nutzungsfrequenz und Tätigkeiten	25
10.2 Computer und Schule	27
11. Internet	30
11.1 Nutzungsfrequenz und Nutzungsdauer	30
11.2 Internet-Tätigkeiten	33
11.3 Communities und persönliche Daten	34
11.4 Chats	36
11.5 Probleme im Internet	38
11.6 Suchen im Internet	39
12. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele	44
12.1 Nutzungshäufigkeit, Spieleplattformen und Spieldauer	44
12.2 Beliebteste Spiele	49
12.3 Computerspiele und Jugendschutz	50
13. Handy	52
13.1 Ausstattung und Nutzung	52
13.2 Kontakt zu Freunden	55
14. Technische Medienkompetenz	57
15. Medien in der Familie	58
15.1 Einstellungen, Meinungen, Nutzungsdauer	58
15.2 Informationen zum Thema „Kinder und Medien“	62
15.3 Internet und Spiele in der Familie	63
15.4 Handy des Kindes	67
16. Zusammenfassung	69
17. English summary	71

1. Einführung und Methode

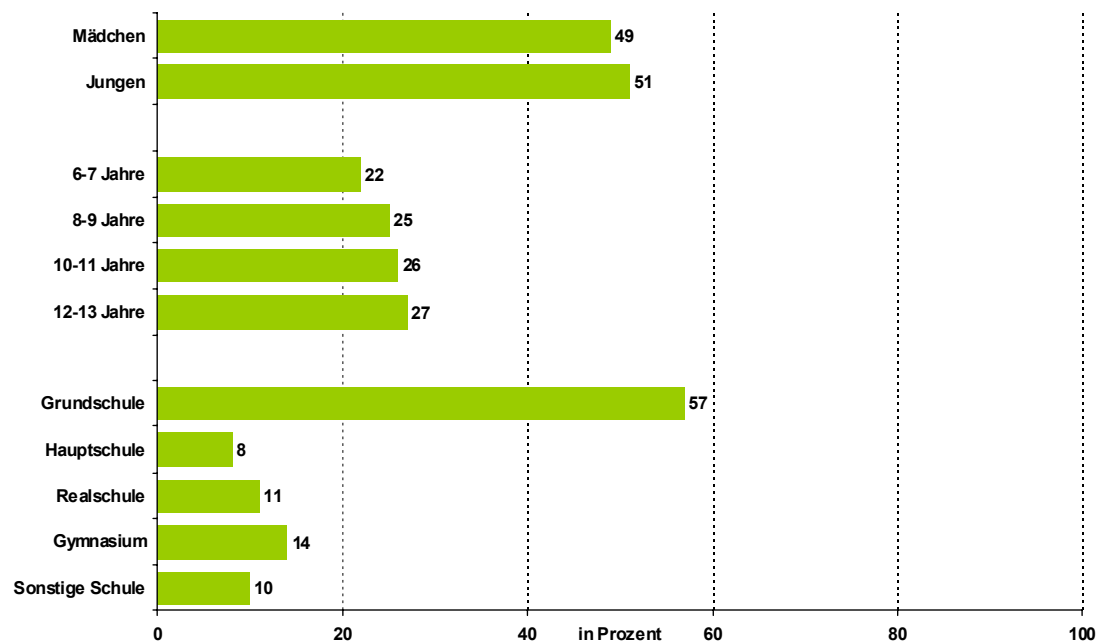
Seit Beginn der Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) im Jahre 1999 wird das Thema „Kinder und Medien“ immer wieder in verschiedenen Zusammenhängen diskutiert und hat zu keiner Zeit an Aktualität verloren. In diesen Jahren hat sich vieles geändert: Die Medienlandschaft ist noch bunter und vielseitiger und auch unübersichtlicher geworden, viele neue Geräte und Anwendungen haben sich etabliert und das Internet ist inzwischen für viele Menschen Teil des täglichen Lebens geworden. Doch nicht nur das Internet war und ist Thema der Debatte: Mal wurde der Fernsehkonsum thematisiert, mal die Fragen, ob Kinder heute überhaupt noch lesen, oder welche Rolle das Radio angesichts der Entwicklung des MP3-Players spielt, oder die Themen Abfallen beim Handy, Spielsucht, Gewaltspiele etc. Die Liste der Medienthemen, die immer wieder medial präsentiert werden, ist lang. Doch oft basieren die Darstellungen auf Einzelfällen und individuellen Erfahrungen. Dies kann zwar anschaulich auf Problemfelder hinweisen, Eltern und Pädagogen auf neue Entwicklungen aufmerksam machen und für Gefahren sensibilisieren, jedoch gerät angesichts der bestehenden Befürchtungen und des berechtigten Interesses an Fehlentwicklungen häufig die Gesamtentwicklung aus dem Blick und die differenzierte Betrachtung dieses komplexen Themas geht verloren. Es genügt beispielsweise eben nicht, nur zu wissen ob und wie lange ein Gerät genutzt wird, sondern vor allem zu welchem Zweck und mit welchen Inhalten. Um für das gesellschaftlich wichtige Thema der Mediennutzung der Kinder repräsentative Fakten anzubieten und die Diskussion zu befördern, ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) vor über zehn Jahren mit der Studienreihe KIM angetreten, die Diskussion zu versachlichen.

Der Forschungsverbund, bestehend aus den Landesmedienanstalten „Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg“ (LFK) und „Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz“ (LMK) untersucht in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR) in der KIM-Studie das Medienverhalten der sechs bis 13-Jährigen und deren Haupterzieher. Die Themen sind Geräteausstattung und Medienbeschäftigung, Verzichtbarkeit und Wichtigkeit der Medien, Nutzungsmuster bei Radio und Fernsehen, Computer- und Internetaktivitäten und der Umgang mit dem Handy. Ergänzt werden diese Themenbereiche durch Informationen zur Mediennutzung der Eltern, zu Einstellungen und Medienverhalten in der Familie. 2010 wurde in Kooperation mit dem Deutschen Jugendinstitut (DJI) München, flankierend zu einem größeren Forschungsvorhaben des DJI, ein Themenkomplex zum Umgang der Kinder mit Suchmaschinen integriert. Hierbei wurden Vorlieben und Nutzungsgewohnheiten sowie Suchstrategien abgefragt.

Wie in den Vorgängerstudien umfasst die Grundgesamtheit der KIM-Studie 2010 die ca. sechs Millionen deutschsprachigen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren und deren primäre Erziehungspersonen (Haupterzieher). Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Stichprobe von jeweils 1.214 Zielpersonen in der Zeit vom 3. Juni bis 28. Juli 2010 befragt. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK-Institut, Taunusstein. Die

Kinder wurden in einem persönlichen Interview befragt, parallel hierzu wurde bei den Haupterziehern, hierbei handelt es sich mehrheitlich um die Mütter, mit einem selbstauszufüllenden Fragebogen die Mediensituation in der Familie erfasst. Die Befragung der Kinder im persönlichen Interview wurde 2010 methodisch verändert und erstmals computergestützt durchgeführt (CAPI), somit ist eine direkte Vergleichbarkeit der hier vorliegenden Daten mit den Vorgängerstudien nicht vollständig gegeben.

KIM-Studie 2010 Soziodemografie der befragten Kinder



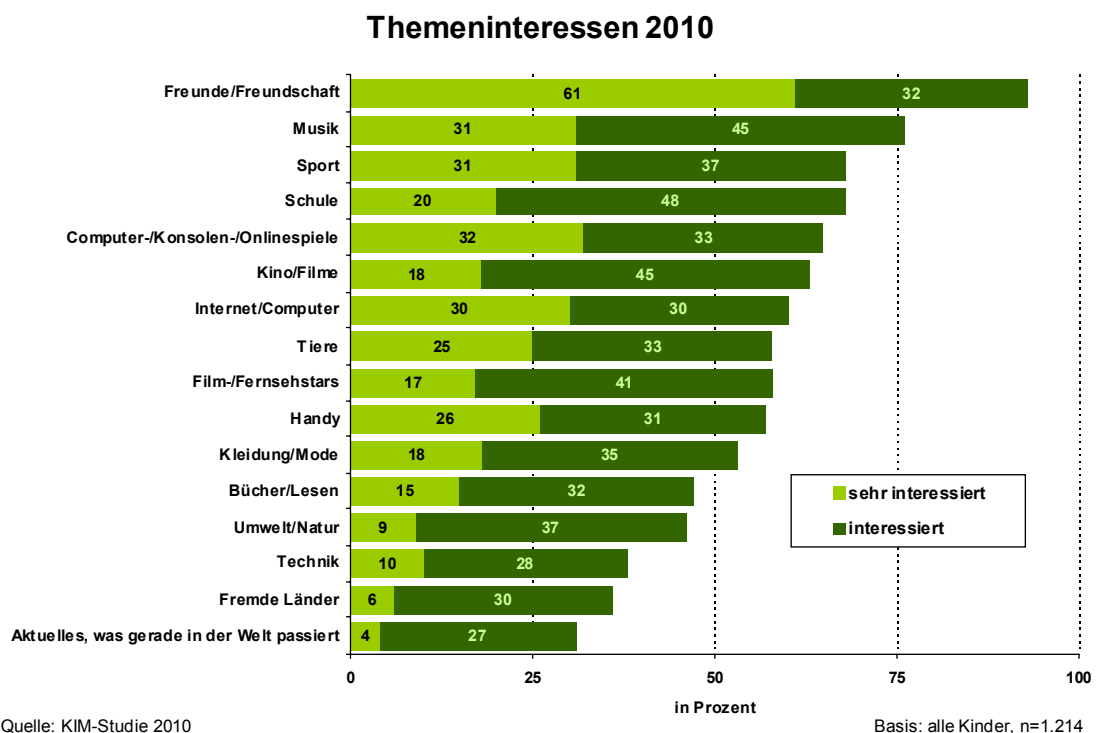
Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

Aus Gründen der Lesbarkeit bedient sich der vorliegende Bericht bei Personenbezeichnungen meist männlicher Substantive, schließt die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich mit ein. Wenn beispielsweise von Nutzern die Rede ist, so sind stets Nutzerinnen und Nutzer gemeint, es sei denn, das Geschlecht wird explizit hervorgehoben. Die Haupterzieher werden hinsichtlich ihres höchsten Bildungsabschlusses vor dem Hintergrund des in Deutschland im Befragungszeitraum überwiegend vorherrschenden dreigliedrigen Schulsystems dargestellt – Haupt- und Realschule sowie Gymnasium.

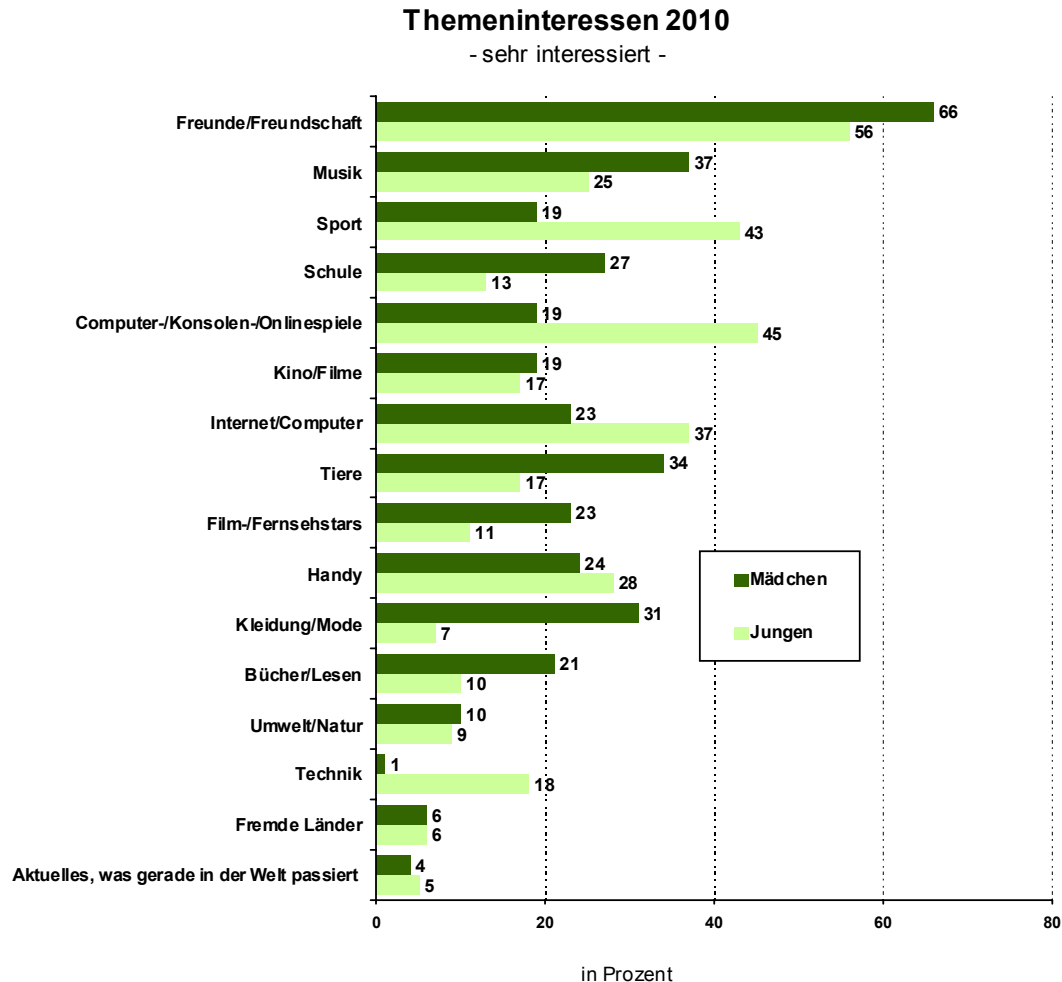
2. Themeninteressen

Die vielfältigen Interessen der Kinder werden in der KIM-Studie anhand einer Liste von Themenbereichen erfragt. Die teilnehmenden Mädchen und Jungen können angeben, ob sie diese „sehr interessant“, „interessant“, „weniger interessant“ oder „gar nicht interessant“ finden. Auch im Jahr 2010 liegen „Freunde und Freundschaft“ an erster Stelle der Themeninteressen – nahezu alle Kinder empfinden diesen Bereich als interessant. Auf Platz 2 folgt der Komplex „Musik“. „Sport“ und „Schule“ ist für 68 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen von Interesse. Im Bereich Medien sind „Computer-/Konsolen- und Onlinespiele“ (65 %), „Kino und Filme“ (63 %) sowie „Internet/Computer“ (60 %) von besonderer Bedeutung. Alles rund ums Handy ist für 57 Prozent und „Bücher/Lesen“ für 47 Prozent der Kinder wichtig. Bei Flora und Fauna wird der Bereich „Tiere“ (58 %) deutlich häufiger als interessant eingestuft als das Thema „Umwelt und Natur“ (46 %). Aktuelle Ereignisse des Weltgeschehens sind hingegen nur für einen kleineren Teil der Befragten interessant: 31 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen bewerten diesen Bereich als bedeutend. Auch die Themen „Technik“ (38 %) und „Fremde Länder“ (36 %) sind für eine vergleichsweise kleine Gruppe interessant.



Vergleicht man die Angaben der Jungen und Mädchen, gibt es wenige Bereiche, bei denen die Interessen übereinstimmen. Hierzu zählen „Handy“, „Kino/Filme“, „Umwelt/Natur“, „fremde Länder“ und „Aktuelles, was gerade in der Welt passiert“. Mädchen interessieren sich häufiger für „Freunde/Freundschaft“, „Musik“, „Tiere“, „Schule“ und „Bücher/Lesen“. Auch alles rund um die Themen „Kleidung und Mode“ sowie „Film- und Fernsehstars“ ist erwartungsgemäß für Mädchen eher von Bedeutung als für Jungen. Im Gegensatz dazu

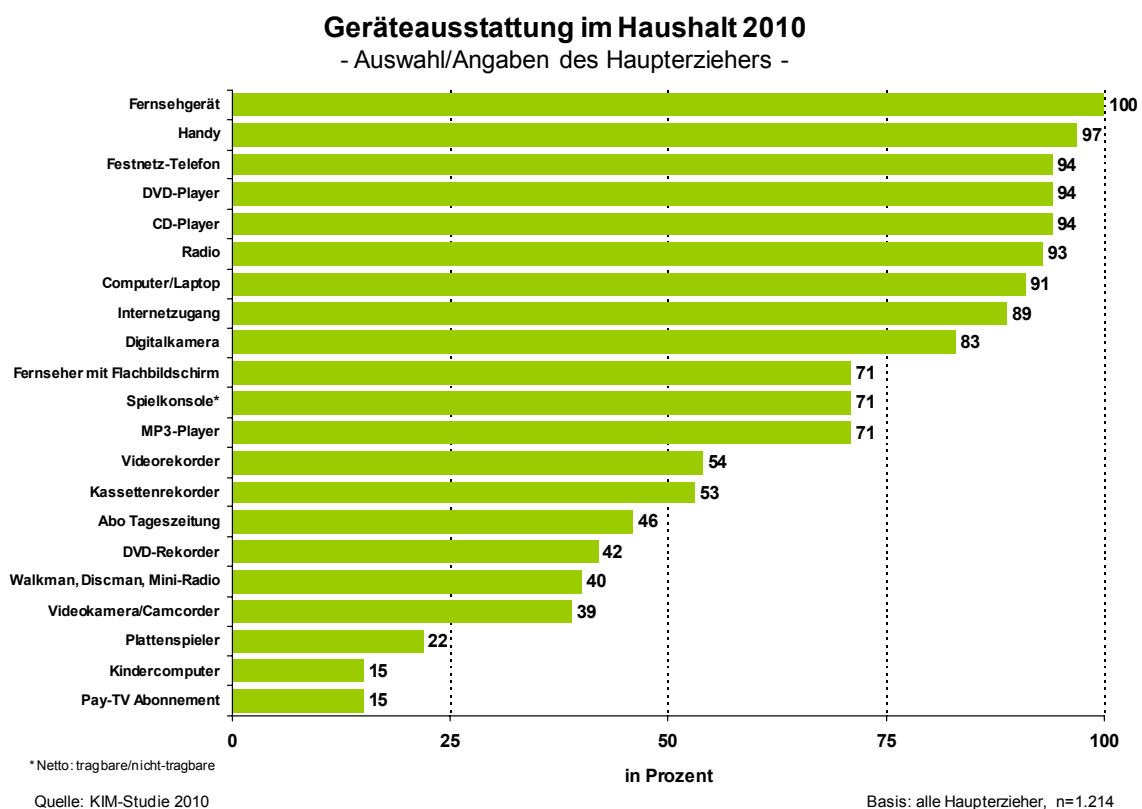
interessieren sich Jungen häufiger für „Technik“ und neue Medien („Computer-/Konsolen-/Onlinespiele“, „Internet/Computer“). Auch „Sport“ spielt für Jungen eine deutlich größere Rolle.



Der Vergleich mit der KIM-Studie 2008 zeigt für die Bereiche „Sport“ (-13 Prozentpunkte (PP)), „Schule“ (-12 PP), „Tiere“ (-16 PP), „Kleidung/Mode“ (-7 PP) und „Umwelt/Natur“ (-10 PP) ein vermindertes Interesse. Für den Komplex „Film-/Fernsehstars“ ergab sich hingegen eine leichte Steigerung (+8 PP).

3. Medienausstattung und Medienbesitz

Die Haushalte, in denen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren leben, sind mit diversen Geräten ausgestattet. Fernsehgerät, Handy, Festnetztelefon, DVD-Player, CD-Player und Radio sind in nahezu allen Haushalten vorhanden. Computer und Internet stehen in neun von zehn Haushalten zur Verfügung. Auch Digitalkameras (83 %) und Fernsehgeräte mit Flachbildschirm (71 %) sind mittlerweile in einem Großteil der Haushalte zu finden, ebenso wie Spielkonsolen (71 %) und MP3-Player (71 %). Verglichen mit der letzten KIM-Studie besitzen mehr Haushalte einen DVD-Player und einen DVD-Recorder. Die Verbreitung von MP3-Playern (+15 PP) und Fernsehgeräten mit Flachbildschirm (+29 PP) verzeichnete erneut einen starken Anstieg. Videorecorder (-22 PP) und Abonnements von Tageszeitungen (-11 PP) gingen hingegen deutlich zurück.

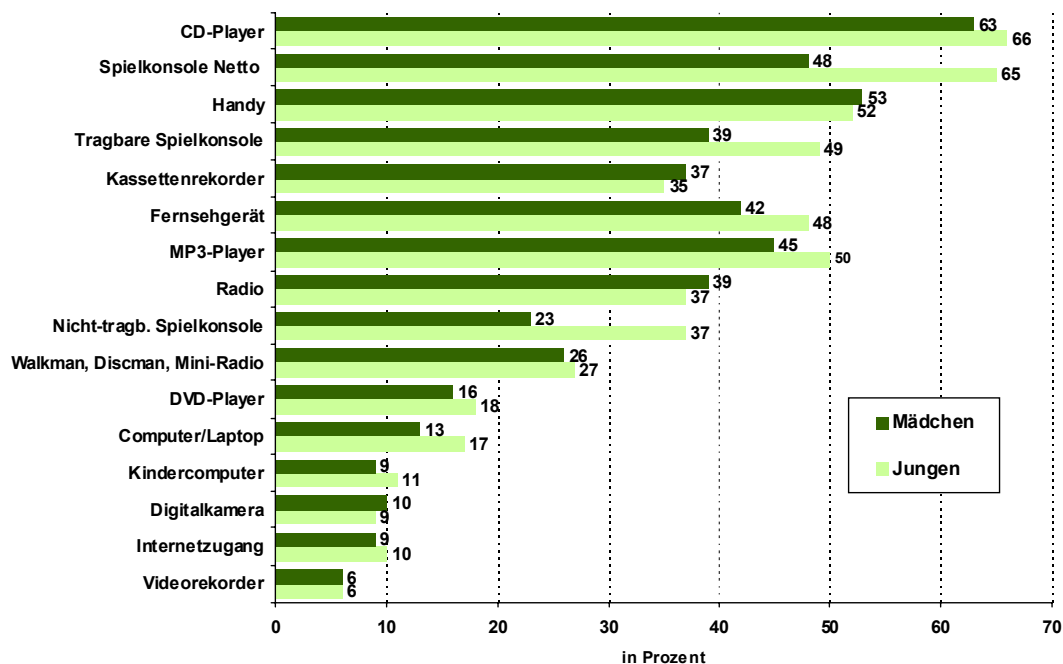


Vergleicht man die Ausstattung der Haushalte mit einem vergleichsweise geringem durchschnittlichen Nettoeinkommen (bis zu 1.500 Euro) mit der Ausstattung in besser verdienenden Haushalten (ab 2.500 Euro), ergeben sich für viele Mediengeräte deutliche Unterschiede. Besonders mit Internetanschluss (68 % vs. 94 %), Fernseher mit Flachbildschirm (36 % vs. 81 %) und DVD-Recorder (20 % vs. 51 %) sind Haushalte mit höherem Einkommen deutlich besser ausgestattet. Außerdem gibt es in Haushalten mit geringerem Nettoeinkommen deutlich weniger häufig ein Abonnement der Tageszeitung (16 % vs. 57 %).

Viele Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren verfügen auch über eigene Geräte, die sie selbstbestimmt im eigenen Zimmer oder unterwegs nutzen können. An erster Stelle steht hier ein eigener CD-Player, über den 64 Prozent der Kinder frei verfügen können. Eine Spielkonsole (fest oder tragbar) besitzen 57 Prozent. Etwa die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen hat ein eigenes Handy, genauso wie einen MP3-Player. Auch traditionelle Medien wie Fernseher (45 %) und Radio (38 %) sind in vielen Kinderzimmern vorhanden. Deutlich seltener sind Computer und Internetanschluss zu finden: 15 Prozent der Kinder haben einen Computer und etwa eins von zehn Kindern hat einen eigenen Internetanschluss. Geschlechtsunterschiede hinsichtlich des Gerätebesitzes zeigen sich vor allem bei der Ausstattung mit Spielkonsolen: Jungen besitzen deutlich häufiger eine eigene Spielkonsole als Mädchen (tragbare Spielkonsole: Jungen: 49 %, Mädchen: 39 %; stationäre Spielkonsole: Jungen: 37 %, Mädchen: 23 %).

Gerätebesitz der Kinder 2010

- Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2010

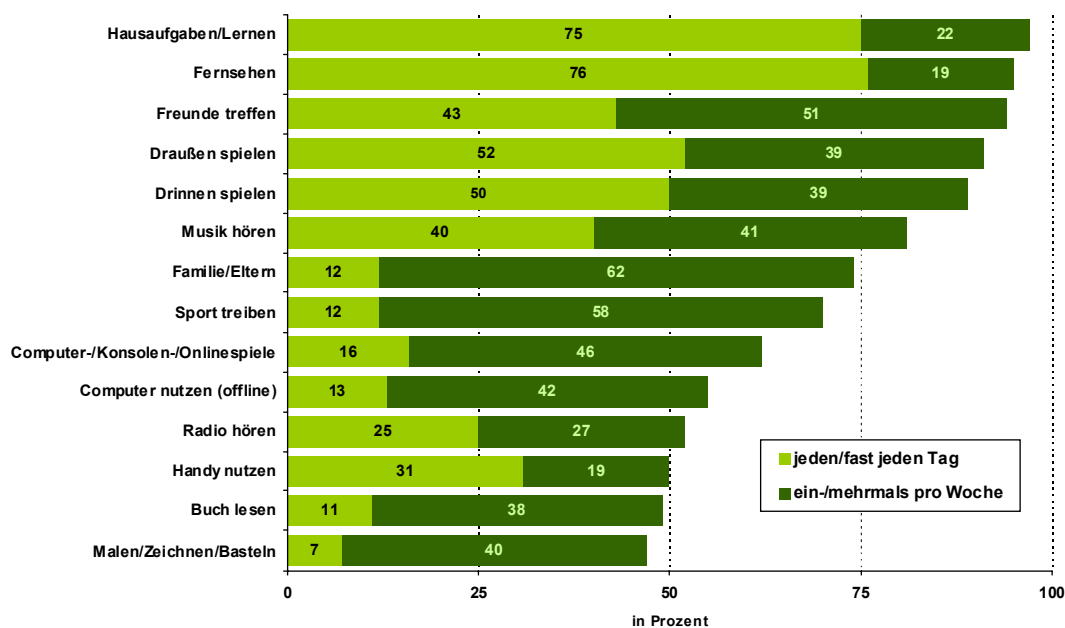
Basis: alle Haupterzieher, n=1.214

Im Vergleich zur letzten Erhebung zeigt sich eine deutlich bessere Ausstattung mit CD-Playern (+14 PP), MP3-Playern (+11 PP) und DVD-Playern (+8 PP). Ältere Geräte wie Kassettenrekorder und Walkman bzw. Discman sind hingegen deutlich weniger oft in den Kinderzimmern zu finden.

4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

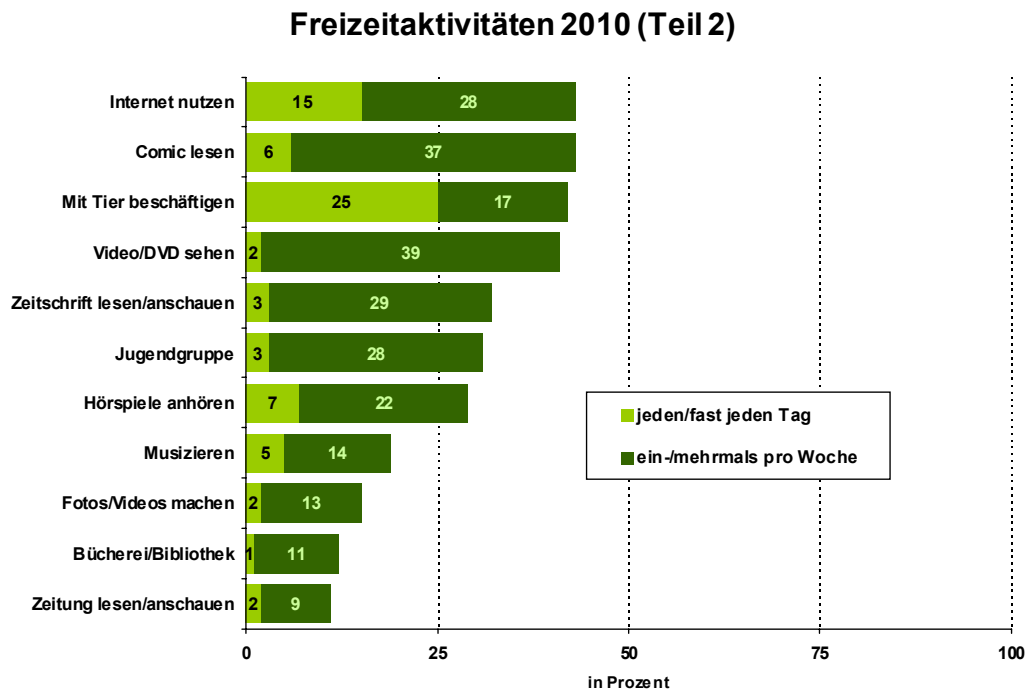
Um genauer zu beschreiben, wie Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren ihre Freizeit verbringen, wird in der KIM-Studie die Häufigkeit verschiedener medialer und non-medialer Aktivitäten erfragt. Die Antwort kann über die Möglichkeiten „jeden/fast jeden Tag“, „ein-/mehrmals pro Woche“, „seltener“ oder „nie“ eingestuft werden. Als regelmäßige Tätigkeiten gelten solche, die mindestens einmal pro Woche ausgeübt werden. An erster Stelle steht analog zur letzten KIM-Studie Hausaufgaben machen und Lernen: insgesamt 97 Prozent der Kinder tun dies mindestens einmal pro Woche. Fernsehen ist ebenfalls für fast alle Sechs- bis 13-Jährigen (95 %) ein regelmäßiger Zeitvertreib. Das Treffen mit Freunden (94 %) und Spielen, ob drinnen (89 %) oder draußen (91 %), gehört in gleicher Weise zum alltäglichen Leben der Kinder dazu. Bei den medialen Freizeitbeschäftigungen ist neben dem Fernsehen vor allem Musik hören für viele Befragte (81 %) ein regelmäßiger Zeitvertreib. Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele werden von 62 Prozent mindestens einmal pro Woche genutzt, den Computer (offline) nutzen 55 Prozent regelmäßig. Auch Radio hören ist für über die Hälfte der Kinder im Alltag verankert. Jeder Zweite der Sechs- bis 13-Jährigen nutzt ein Handy, 43 Prozent der Kinder surfen regelmäßig im Internet.

Freizeitaktivitäten 2010 (Teil 1)



Ein großer Teil der Kinder verbringt die Freizeit auch regelmäßig mit der Familie (74 %) oder Sport (70 %), knapp ein Drittel besucht eine Jugendgruppe. 19 Prozent machen zumindest einmal pro Woche selbst Musik. Für die Freizeitaktivitäten im Bereich Bücher/Lesen ergibt sich folgendes Bild: Knapp die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen liest regelmäßig Bücher (nicht für die Schule). Comics werden von 43 Prozent der Kinder

gelesen und eine Bücherei/Bibliothek besucht etwa jeder Zehnte mindestens einmal pro Woche.



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

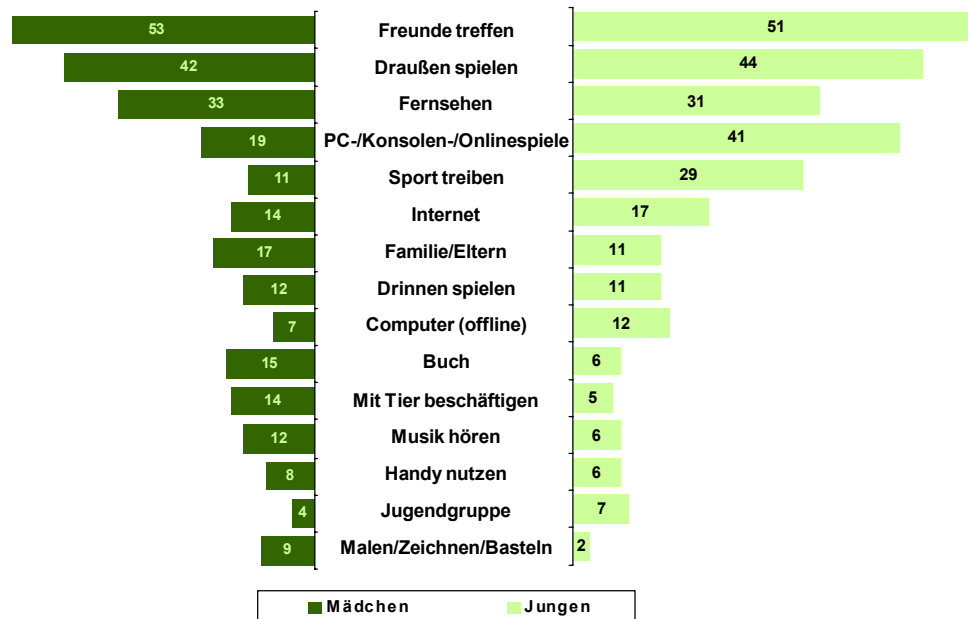
Bei einigen Freizeitaktivitäten zeigen sich geschlechtsspezifische Präferenzen: Mädchen verbringen ihre freie Zeit häufiger mit Malen und Basteln, beschäftigen sich öfter mit Tieren und lesen häufiger Bücher als Jungen. Bei Sport, Computerspielen und dem Lesen von Comics gibt es hingegen mehr Jungen, die dies regelmäßig tun.

Fragt man die Kinder, welche dieser Beschäftigungsmöglichkeiten ihre liebsten sind, steht das „Freunde-Treffen“ klar an erster Stelle. Auch das „Draußen-Spielen“ gehört für viele Kinder (43 %) zu einer der drei Lieblingsaktivitäten. Knapp ein Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen nennt das Fernsehen, dicht gefolgt von Computer-, Konsolen- bzw. Onlinespielen.

Auch bei der Beliebtheit der verschiedenen Freizeitaktivitäten zeigen sich Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen. Analog zur Häufigkeit der Nutzung gehören Computer-, Konsolen- und Onlinespiele sowie Sport für mehr Jungen als Mädchen zu den liebsten Beschäftigungen nach der Schule. Bei den Mädchen stehen Unternehmungen mit der Familie, Bücher lesen, die Beschäftigung mit Tieren, Musik hören und Malen/Zeichnen/Basteln etwas höher im Kurs.

Liebste Freizeitaktivitäten 2010

- bis zu drei Nennungen -



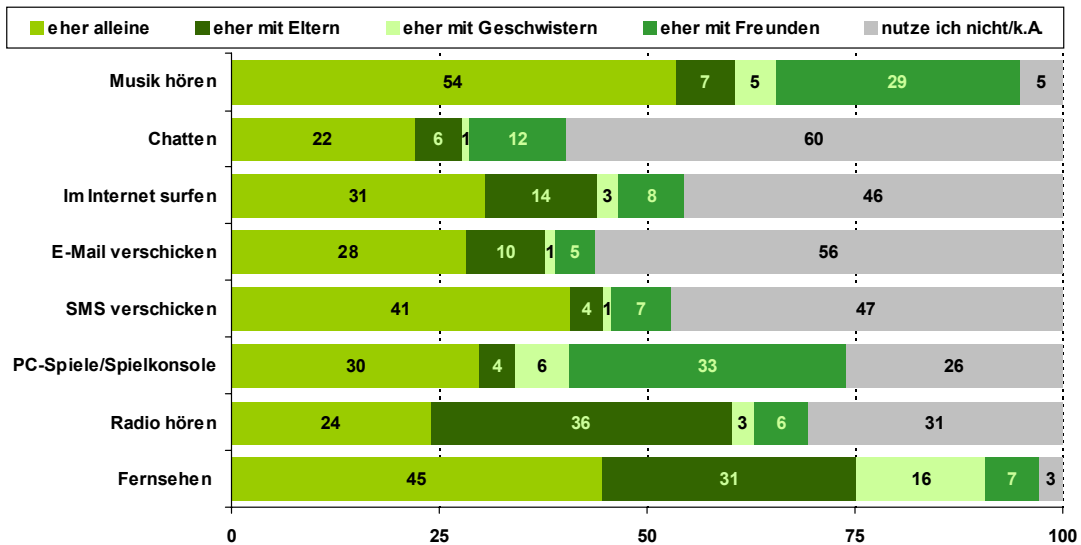
Quelle: KIM-Studie 2010
Nennungen ab 5 %

Basis: alle Kinder, n=1.214

Mit zunehmendem Alter verliert das Spielen (drinnen und draußen), Fernsehen und Zusammensein mit Eltern und Familie an Bedeutung. Internet, Computer und Handy werden hingegen deutlich häufiger als eine der drei liebsten Freizeitaktivitäten genannt. Verglichen mit den Ergebnissen aus dem Jahr 2008, bleiben die Top 3 unverändert. Das „Freunde-Treffen“ gewinnt sogar leicht hinzu (+6 PP). Die Beschäftigung mit Tieren und Malen/Zeichnen/Basteln werden hingegen von deutlich weniger Kindern als liebste Beschäftigung genannt. Für die Angaben zur Beliebtheit von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen und der Computernutzung ist ein Vergleich zur der letzten KIM-Studie nur bedingt möglich, da hier die Fragestellung verändert wurde. Bei den elektronischen Spielen wurde die Abfrage deutlich erweitert (2008: Videospiele/Spielkonsole: 7 %; 2010: Computer-/Konsolen-/Onlinespiele: 30 %). Bei Computer wird nun zwischen offline und online unterschieden (2008: Computer nutzen: 18 %; 2010: Computer (offline): 10 %, Internet: 16 %).

Da Medien im Alltag der Kinder eine bedeutende Rolle spielen, ist die Frage interessant, in welchen Situationen und „Settings“ die verschiedenen Medien hauptsächlich genutzt werden. In der KIM-Studie 2010 wurde deshalb für diverse Medienangebote erfragt, ob diese eher alleine, eher zusammen mit den Eltern bzw. Erziehungsberechtigten oder zusammen mit Freunden und Gleichaltrigen genutzt werden. Dabei zeigt sich, dass ein großer Bereich der Mediennutzung alleine und somit auch eigenständig erfolgt. Musik hören, Fernsehen und auch die Kommunikation über neue Medien in Form von Chat, E-Mail und SMS wird von einem Großteil der Befragten eher alleine gemacht. Bei der Mediennutzung im familiären Rahmen spielen vor allem die traditionellen Medien Radio und Fernsehen eine zentrale Rolle, während Musik hören und die Nutzung von PC- und Konsolenspielen eher im Freundeskreis stattfindet.

Mediennutzung mache ich ...

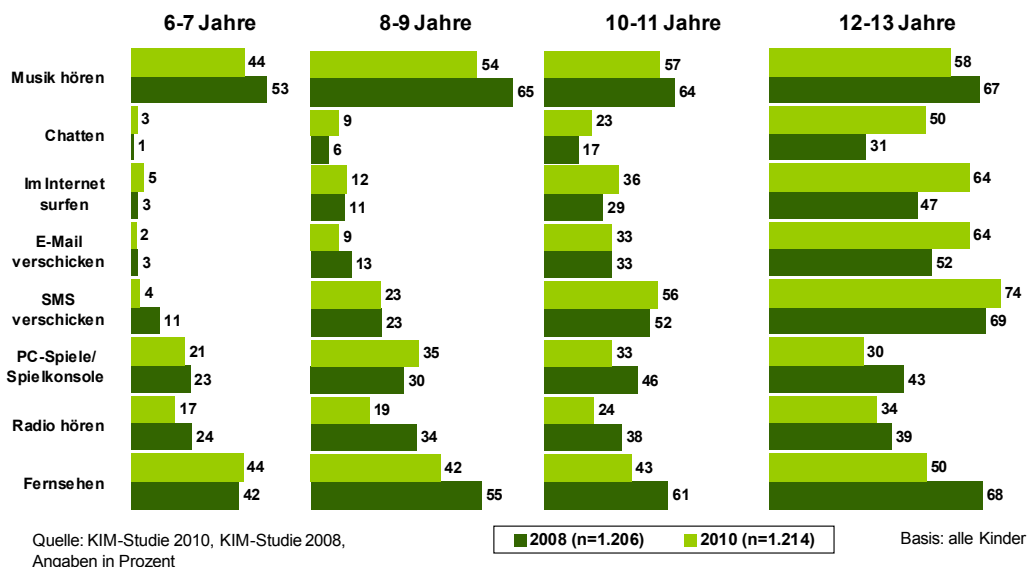


Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

Mit zunehmendem Alter wird der Umgang mit Medien in der Regel kompetenter und routinierter. Dies zeigt sich vor allem bei der Nutzung von Handy und Internet: ältere Kinder nutzen diese Medien und ihre verschiedenen Angebote deutlich häufiger alleine als jüngere Kinder. Mädchen und Jungen unterscheiden sich hingegen bezüglich dieses Aspekts der Mediennutzung (allein oder mit anderen) kaum voneinander. Gegenüber dem Jahr 2008 ergeben sich vor allem deutliche Steigerungen bei der Nutzung (eher alleine) von Chat und Internet.

Mediennutzung 2010/2008: mache ich eher alleine ...



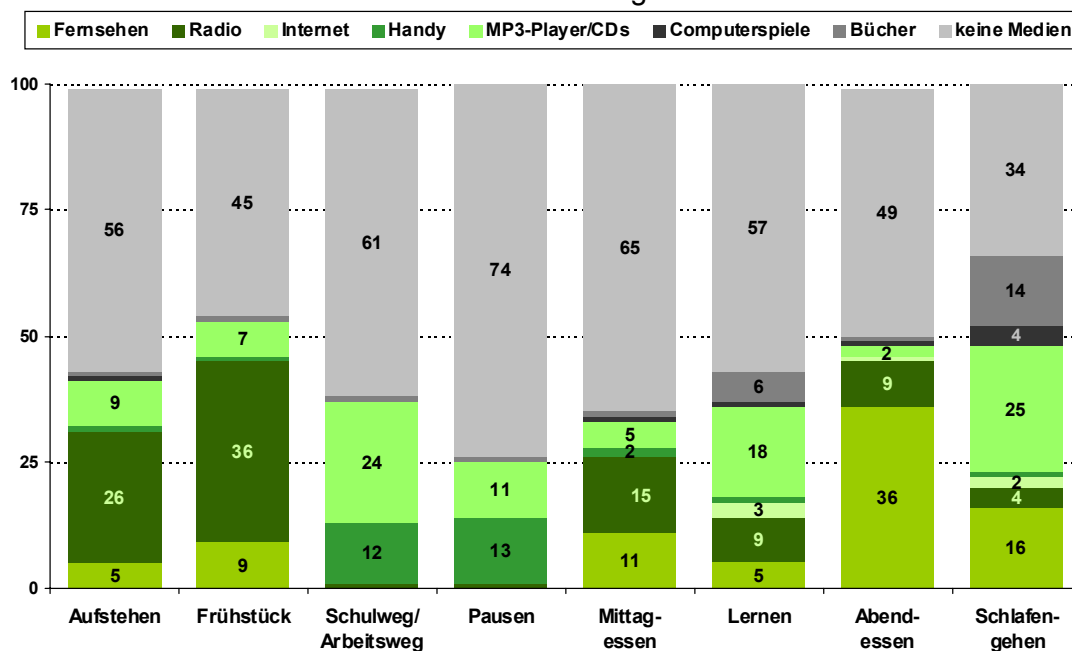
Quelle: KIM-Studie 2010, KIM-Studie 2008, Angaben in Prozent

■ 2008 (n=1.206) ■ 2010 (n=1.214)

Basis: alle Kinder

Um weitere „Settings“ der Mediennutzung abzufragen, wurde in der KIM-Studie 2010 die Wichtigkeit verschiedener Medien im Tagesablauf erhoben. Hierbei sollten die Kinder angeben, welches Medium ihnen in verschiedenen Alltagssituationen am wichtigsten ist oder ob sie in diesen Situationen in der Regel kein Medium nutzen. Die Ergebnisse zeigen, dass in Abhängigkeit von der Situation die verschiedenen Medien unterschiedlich bedeutsam sind und flexibel eingesetzt werden. Das Fernsehen ist für die meisten Kinder vor allem während der Mahlzeiten (hier besonders beim Abendessen) und beim Schlafengehen von Bedeutung. Das Radio hören spielt vor allem in den Morgenstunden beim Aufstehen und Frühstück eine wichtige Rolle. Portable Geräte wie Handy und MP3-Player sind den Sechs- bis 13-Jährigen vor allem dann wichtig, wenn sie nicht zu Hause sind und sich zum Beispiel auf dem Schulweg oder in den Pausen die Zeit vertreiben wollen. Im Übrigen ist die Nutzung von MP3-Player und CDs auch beim Hausaufgaben machen und Lernen sowie vor dem zu Bett gehen für viele Kinder wichtig. Das Internet findet im Gegensatz zu den anderen genannten Medien nur wenig Berücksichtigung im Tagesablauf, in den hier erfassten Situationen sind den Kindern andere Medien deutlich wichtiger.

Wichtigkeit der Medien im Tagesablauf - ist mir am wichtigsten -



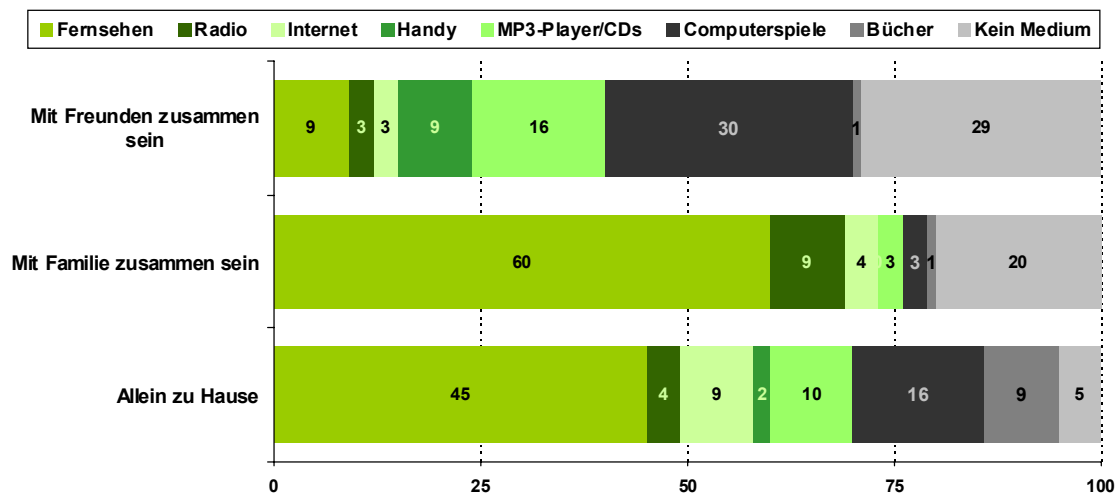
Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n= 1.214

Neben der Nutzung zu verschiedenen Tageszeiten ist auch die Nutzung zusammen mit anderen Personen von Interesse. Analog zum Tagesablauf sollten die Kinder entscheiden, welches Medium für sie das wichtigste ist, wenn sie mit Freunden zusammen, mit der Familie zusammen oder allein zu Hause sind. Beim Zusammensein mit Freunden nehmen die Computerspiele eine herausragende Rolle ein. Auch das gemeinsame Musik hören über CDs oder MP3-Player ist in diesem Umfeld für viele Kinder wichtig. Fast ein Drittel der Befragten verzichtet aber beim Zusammensein mit Freunden ganz auf die Mediennutzung.

Im Familienverbund ist vor allem das Fernsehen bedeutend: 60 Prozent der Kinder legen auf dieses Medium Wert, wenn sie mit der Familie zusammen sind. Daneben ist für jeden Zehnten in diesem Zusammenhang das Radio wichtigstes Begleitmedium. 20 Prozent erachten keines der Medien als wichtig beim Zusammensein mit der Familie. Das Fernsehen spielt auch eine wichtige Rolle, wenn sich die Sechs- bis 13-Jährigen allein zu Hause die Zeit vertreiben wollen (45 %). Computer- und Konsolenspiele sind ebenfalls für einige Kinder in diesem Zusammenhang von Bedeutung. Auch bei dieser Fragestellung erhält das Internet, verglichen mit den „traditionellen Medien“, relativ wenig Zuspruch. Wenn man allein zu Hause ist, wird es aber immerhin von jedem zehnten Kind präferiert.

Wichtigkeit der Medien in der Freizeit - ist mir am wichtigsten -

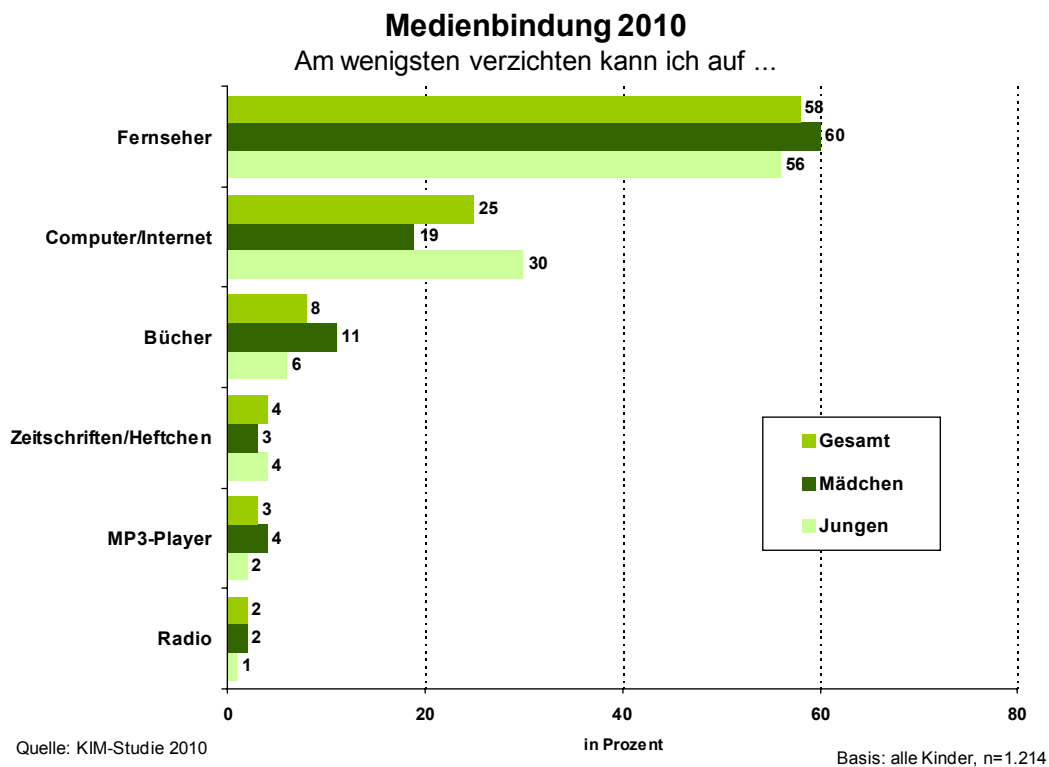


Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n= 1.214

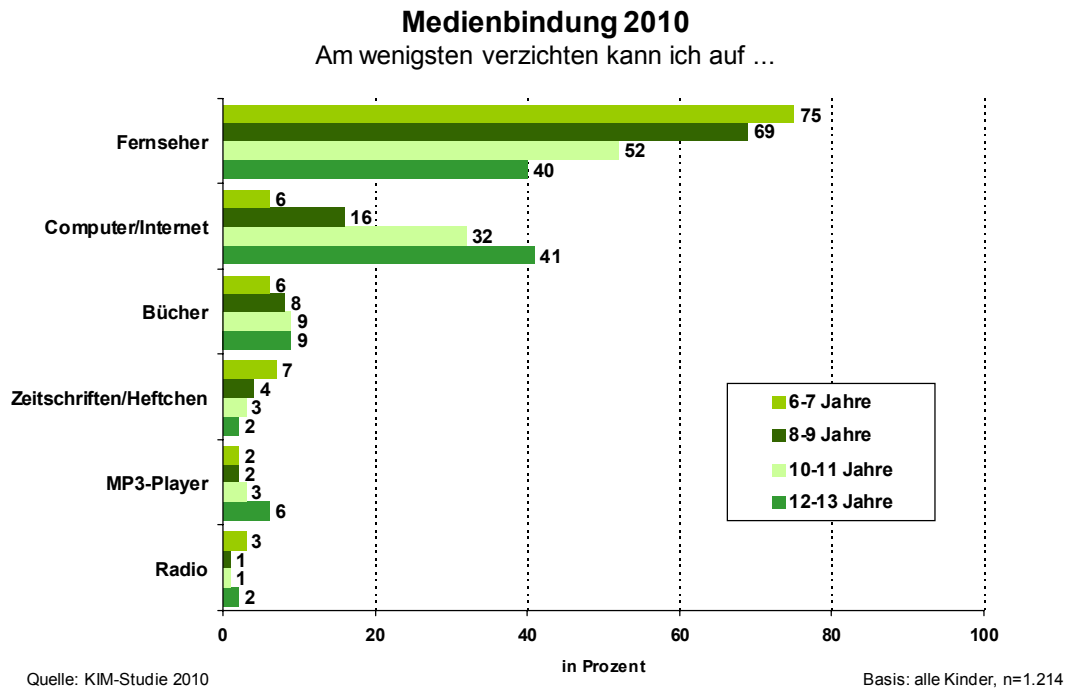
5. Medienbindung

Bei der großen Palette an Medienoptionen und der starken Durchdringung des Alltags, interessiert natürlich auch die subjektive Wichtigkeit der verschiedenen Medien. Um die Medienbindung der Kinder zu erheben, sollten sie sich entscheiden, auf welches Medium sie generell am wenigsten verzichten könnten.¹ Hierbei liegt das Fernsehen immer noch deutlich auf Platz eins: über die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen möchte hierauf am wenigsten verzichten. Ein Viertel der Kinder wählt den Computer bzw. das Internet als wichtigstes Medium aus. Immerhin 8 Prozent möchten unter keinen Umständen auf Bücher verzichten. Vergleicht man die Antworten von Mädchen und Jungen, zeigen sich vor allem bezüglich Computer/Internet sowie der Bücher Unterschiede: Deutlich mehr Jungen möchten nicht auf Computer und Internet verzichten, während es bei den Büchern etwas mehr Mädchen sind.



Die Differenzierung der Altersgruppen zeigt mit zunehmendem Alter eine deutliche Entwicklung weg vom Fernseher und hin zum Computer: Während drei Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen nicht auf das Fernsehen verzichten wollen, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nur noch 40 Prozent (8-9 Jahre: 69 %, 10-11 Jahre: 52 %). Entgegengesetzt dazu verläuft die Entwicklung bei Computer und Internet (6-7 Jahre: 6 %, 8-9 Jahre: 16 %, 10-11 Jahre: 32 %, 12-13 Jahre: 41 %).

¹ Siehe auch Kapitel 15: Medien in der Familie



Insgesamt hat die Bindung an das Fernsehen im Vergleich zur letzten KIM-Studie deutlich abgenommen (-10 PP). Bei Computer und Internet ist ein Vergleich zur der letzten KIM-Studie nur bedingt möglich, da hier die Fragestellung verändert wurde (2008: Computer: 12 %, Internet: 3 %; 2010: Computer/Internet: 25 %).

Neben der generellen Medienbindung wird die Auswahl der Medien auch durch aktuelle Stimmungen und Emotionen beeinflusst. Um diesen Nutzungsaspekt zu untersuchen, wurden die Kinder gefragt, welches Medium sie am ehesten nutzen, wenn sie in einer bestimmten Gemütslage sind. So zeigt sich, dass bei Langeweile von der Mehrzahl der Sechs- bis 13-Jährigen vor allem auf die audiovisuellen Medien Fernsehen, Video und DVD zurückgegriffen wird. Bei Traurigkeit sind ebenfalls Fernsehen/Video/DVD aber auch Radio/CD und MP3 von Bedeutung. Computer-/Konsolen- und Onlinespiele werden vor allem genutzt um Spaß zu haben. Wenn sich die Kinder geärgert haben, möchten die meisten von ihnen keine Medien nutzen oder greifen abermals auf TV/Video/DVD zurück. Auch für Situationen in denen man sich allein fühlt oder etwas besonders Spannendes erleben will, sind Filme und Fernsehen das am häufigsten genutzte Medium.

Funktionen verschiedener Medien 2010

Mache ich am ehesten wenn ...

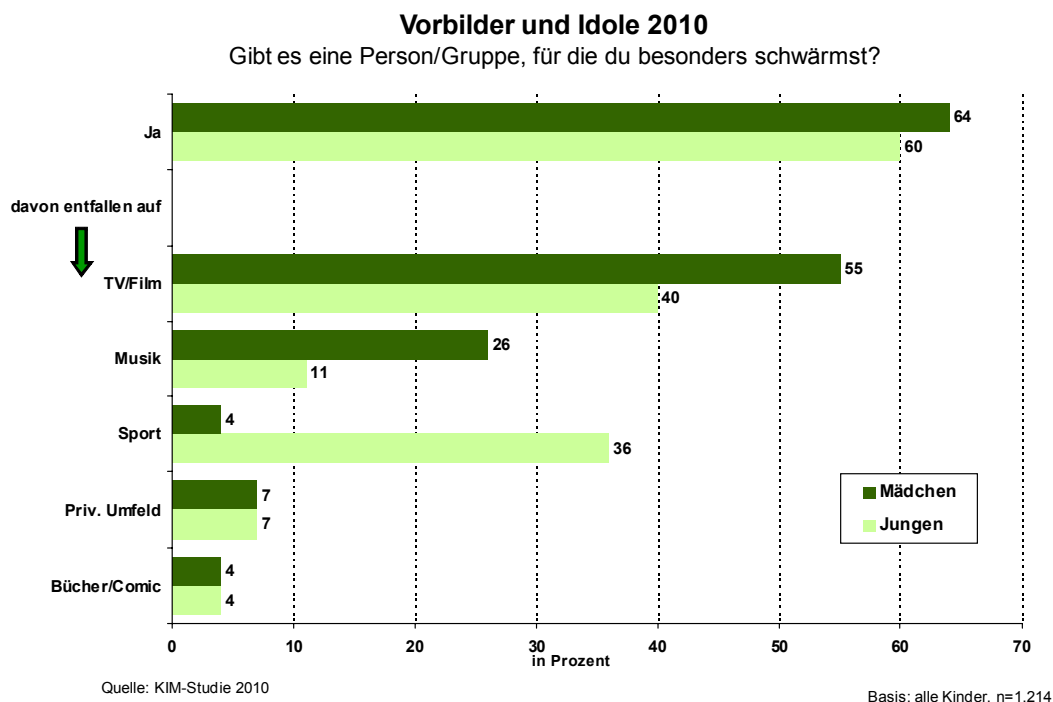
(in Prozent)							
	Radio/CD/ MP3	TV/Video/ DVD	Telefon/ Handy	Lesen	Computer- /Konsolen- spiele	Internet	nichts davon
mir langweilig ist	7	43	6	11	22	6	4
ich traurig bin	27	26	10	9	7	3	17
ich Spaß haben will	6	27	7	3	33	6	19
ich mich geärgert habe	18	22	13	4	15	4	23
ich was Spannendes erleben will	2	39	3	9	24	7	15
ich mich alleine fühle	16	42	12	8	10	5	7

Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

6. Vorbilder und Idole

Fast zwei Drittel der Kinder (62 %) haben eine Person oder eine Figur für die sie besonders schwärmen. Dabei nennen knapp die Hälfte von ihnen eine Person aus Film und Fernsehen, ein Fünftel hat einen Sportler oder eine Sportlerin als Vorbild, 18 Prozent nennen eine Persönlichkeit aus dem Musikbusiness und sieben Prozent haben jemand aus dem privaten Umfeld, für den sie schwärmen oder dem sie nacheifern. Im persönlichen Umfeld sind dies vor allem Familienangehörige, aber auch Lehrer und Trainer. Mädchen haben etwas häufiger ein Vorbild als Jungen. Sie suchen sich ihre Vorbilder eher aus dem Bereich von Film und Fernsehen sowie der Musik, Jungen finden häufiger Idole beim Sport. Die meisten Einzelnennungen entfallen auf Miley Cyrus alias „Hannah Montana“, auf die Gewinnerin des European Song Contest Lena Meyer-Landrut, sowie die Fußballstars Lukas Podolski, Bastian Schweinsteiger und Michael Ballack, als fiktive Person wird am häufigsten „SpongeBob“ genannt. Weitere Idole sind Heidi Klum, „Barbie“, Lady Gaga, „Spiderman“, der Schauspieler Robert Pattinson aus der „Twilight“-Saga und Justin Bieber.



Gegenüber der letzten KIM-Studie 2008 ist der Anteil der Kinder, die ein Vorbild benennen können, deutlich um zwölf Prozentpunkte angestiegen. Insbesondere die Sängerin und Schauspielerin Miley Cyrus hat viele Anhänger(innen) hinzugewonnen. Insgesamt wurde das Spektrum der genannten Personen und Figuren deutlich erweitert.

7. Fernsehen

Das Fernsehen ist weiterhin das zentrale Medium für Kinder. Dies belegt die Häufigkeit der Nutzung: 95 Prozent der Kinder sehen mindestens einmal pro Woche fern, drei Viertel (76 %) sehen jeden oder fast jeden Tag fern, Jungen (77 %) gleichermaßen wie Mädchen (76 %). Bereits bei den Sechs- bis Siebenjährigen sitzen 74 Prozent jeden oder fast jeden Tag vor dem Fernseher. Nach Angabe der Haupterzieher sehen Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren im Durchschnitt 98 Minuten pro Tag fern, Jungen mit 100 Minuten unerheblich länger als Mädchen (97 Min.).² Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die Nutzungsdauer deutlich zu, von 84 Minuten bei den Sechs- bis Siebenjährigen bis zu 110 Minuten bei den Zwölf- bis 13-Jährigen. Das Fernsehen ist auch weiterhin das Medium, auf das Kinder am wenigsten verzichten können³, allerdings entscheiden sich 2010 deutlich weniger Kinder für den Fernseher als 2008.

Die meisten Kinder entwickeln eine eigene Programmpräferenz: 78 Prozent der jungen Fernsehnutzer haben eine Lieblingssendung. Werden die Kinder gebeten, diese zu benennen, zeigt sich eine große Vielfalt der Vorlieben. Am häufigsten wird mit acht Prozent die Sendung „Hannah Montana“ genannt⁴, für sieben Prozent ist „SpongeBob“ die Sendung der ersten Wahl, sechs Prozent nennen „Die Simpsons“ und vier Prozent die Daily Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ). Fußballspiele und die Serie „Hotel Zack and Cody“ werden von jeweils drei Prozent genannt. Jeweils zwei Prozent entscheiden sich für die Klassiker „Die Sendung mit der Maus“ und „Löwenzahn“, die Jugendserie „Schloss Einstein“, die Castingshows „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS) und „Germany's next Topmodel“, die Animationsserie „Pokemon“, Tierfilme und „iCharly“. Die Wissenssendung „Galileo“ und die Kindershow „Tigerentenclub“ nennen ebenfalls zwei Prozent.

Mädchen geben häufiger an, eine Lieblingssendung zu haben als Jungen, auch unterscheidet sich erwartungsgemäß der Geschmack von Jungen und Mädchen was die Auswahl der Lieblingssendungen betrifft. Mädchen bevorzugen Serienformate wie „Hannah Montana“ und „GZSZ“, sowie die Castingshows „DSDS“ und „Germany's next Topmodel“. Jungen sind Fans der Zeichentrickserien „SpongeBob“ und „Die Simpsons“ und schauen gerne Fußballspiele - hier macht sich sicherlich auch die Austragung der Fußball WM 2010 bemerkbar.

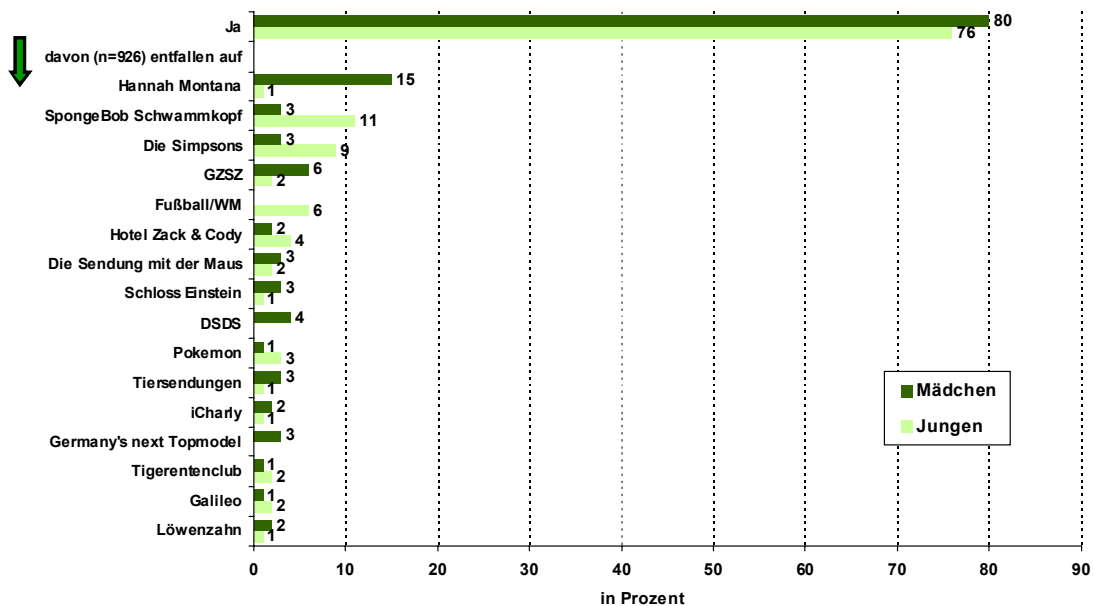
² Diese Einschätzung entspricht weitgehend den Messungen der GfK-Fernsehforschung. Hier liegt die durchschnittliche Sehdauer der Sechs- bis 13-Jährigen für das Jahr 2010 bei 96 Minuten.

³ Siehe auch Kapitel 5: Medienbindung

⁴ Siehe auch Kapitel 6: Vorbilder und Idole

Lieblingssendung im TV 2010

Gibt es eine Sendung, die du besonders gerne einschaltest?



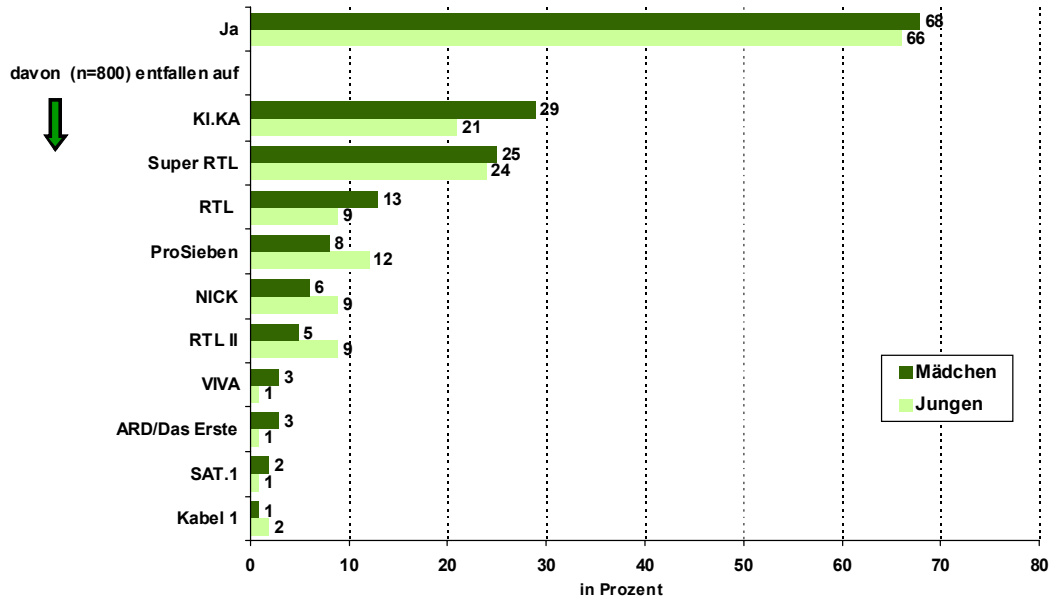
Quelle: KIM-Studie 2010
Nennungen ab 2%

Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen, n=1.187

Zwei Drittel der Kinder (67 %) haben ein Lieblingsprogramm. An erster Stelle wird von 25 Prozent der öffentlich-rechtliche Kinderkanal KI.KA genannt, an zweiter Stelle folgt mit 24 Prozent das private auf Kinder ausgerichtete Programm Super RTL. Etwa jeder Zehnte nennt RTL (11 %) und ProSieben (10 %), für acht Prozent ist Nick die erste Wahl, gefolgt von RTL 2 (7 %). Hierbei entscheiden sich Mädchen häufiger für den KI.KA und RTL, bei Jungen werden ProSieben, Nick und RTL 2 häufiger genannt.

Lieblingssender im TV 2010

Hast du auch einen Lieblingsfernsehsender ... ?

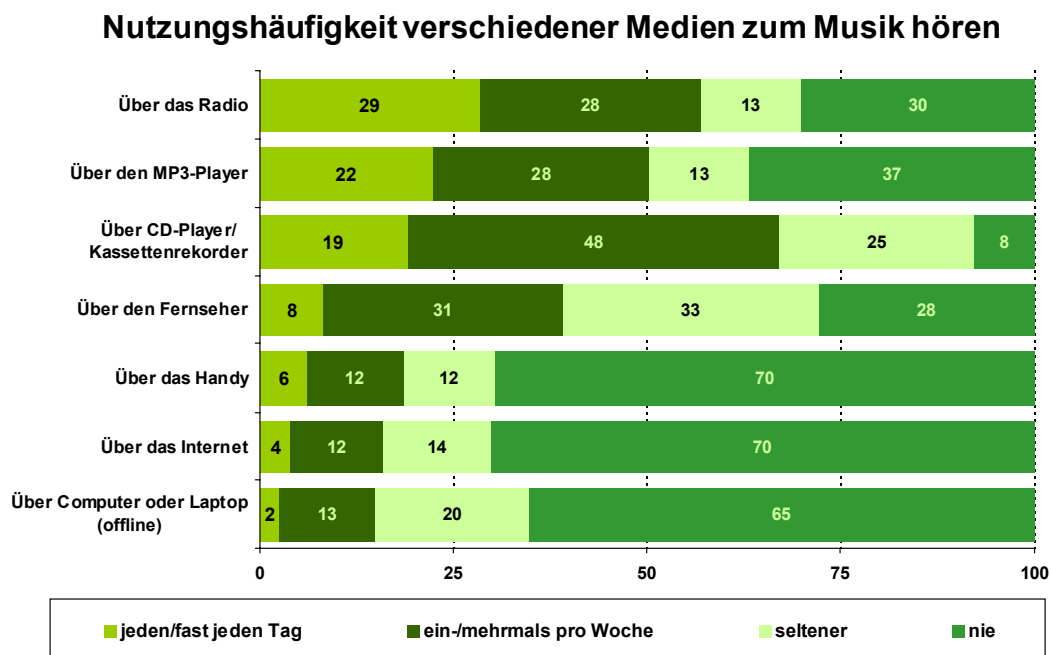


Quelle: KIM-Studie 2010
Nennungen ab 2% (gesamt)

Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen, n=1.187

8. Musik, Radio und MP3

Musik hören zählt für zwölf Prozent der Mädchen und sechs Prozent der Jungen zu den drei beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Knapp zwei Drittel der Kinder haben einen eigenen CD-Player und jedes zweite Kind besitzt einen MP3-Player. Vier Fünftel (81 %) hören zumindest einmal pro Woche Musik. Betrachtet man die Nutzung „ein-/bis mehrmals pro Woche“, so lauscht jeder Zweite Musik über den CD-Spieler oder einen Kassettenrekorder, etwa jeder Dritte nutzt in dieser Häufigkeit jeweils den Fernseher (31 %), das Radio (28 %) und den MP3-Player (28 %) zum Musik hören. Nimmt man die tägliche Nutzung in den Blick („jeden/fast jeden Tag“) so wird am häufigsten das Radio (29 %) verwendet, etwa ein Fünftel nutzen täglich MP3-Player (22 %) und CD-Spieler bzw. Kassettenrekorder (19 %). Das Handy, Internet und der Computer spielt bei den Kindern zwischen sechs und 13 Jahren als Musikabspielgerät noch keine große Rolle, nur etwa jeder Dritte nutzt diese Medien überhaupt zum Musik hören.

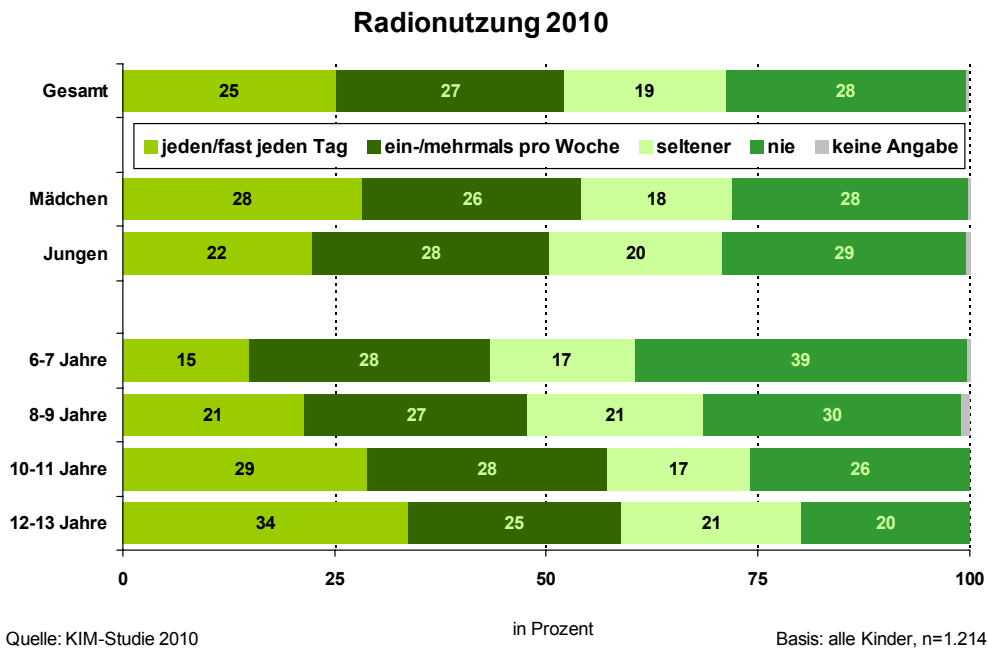


Quelle: KIM-Studie 2010

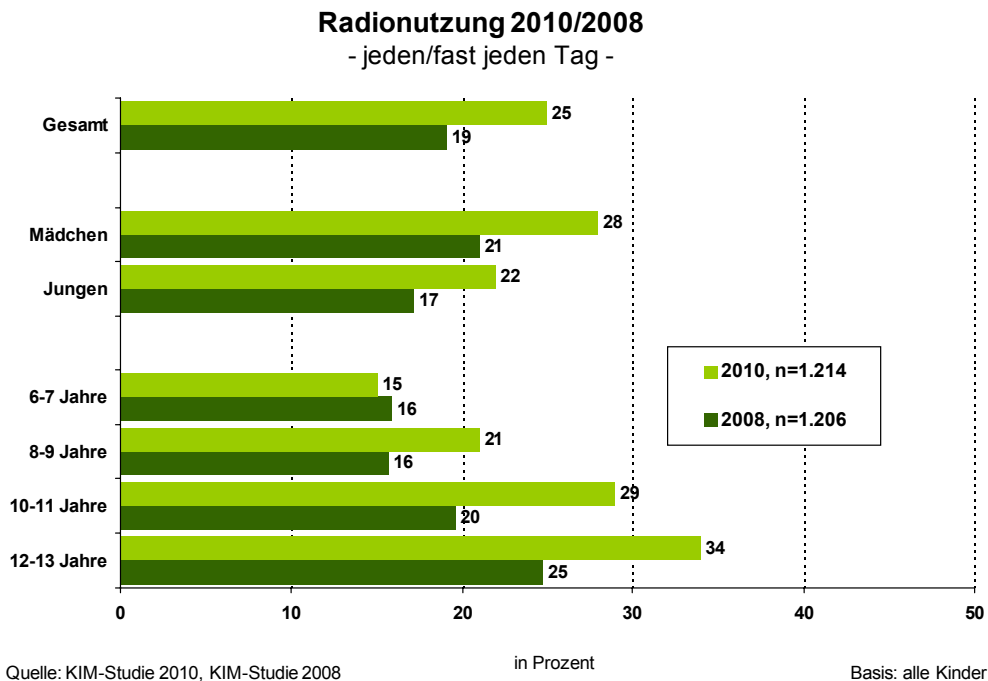
Basis: Kinder, die zumindest selten Musik hören, n=1.164

Mehr als die Hälfte der Kinder nutzt regelmäßig das Radio, jeder Vierte sogar (fast) jeden Tag. Mädchen hören etwas häufiger als Jungen Radio. Mit zunehmendem Alter wird das Radio stärker in den Alltag integriert. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen hört jeder Dritte (fast) jeden Tag Radio. Die Alltagsrelevanz des Radios für Kinder zeigt sich auch in spezifischen Situationen: beim Aufstehen, beim Frühstück und beim Mittagessen ist aus Sicht der Kinder das Radio das wichtigste Medium.⁵

⁵ Siehe auch Kapitel 4: Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung



Gegenüber 2008 ist die Häufigkeit der Radionutzung deutlich angestiegen, angesichts der Entwicklung des MP3-Players eine überraschende Entwicklung, die sich allerdings auch in den Ergebnissen anderer Studien, wie der Media Analyse (ma), bestätigt.⁶

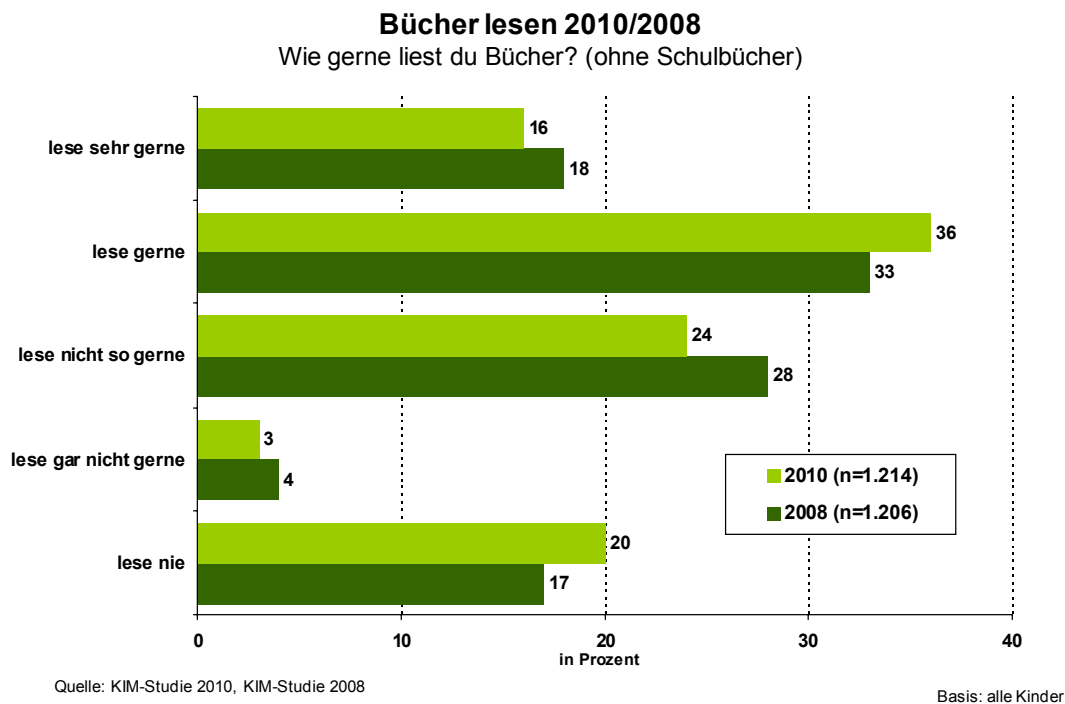


⁶ Gatringer K. & Klingler W (2010): Radionutzung in Deutschland mit leichten Zuwächsen. Ergebnisse, Trends und Methodik der ma 2010 Radio II. Media Perspektiven, 10/2010: 442 - 456.

9. Bücher und Lesen in der Freizeit

Angesichts des großen Medienangebots muss sich das Buch auch bei Kindern gegenüber den elektronischen Medien behaupten. Inwieweit das Lesen als Freizeitbeschäftigung bei Kindern eine Rolle spielt, ist eine feste Fragestellung der KIM-Studie. Jedes zweite Kind kann von sich sagen, dass es (sehr) gerne liest, jedes vierte Kind liest dagegen nicht so gerne. Der Anteil der Nichtleser ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen: Während 2005 der Anteil noch bei sieben Prozent lag, gibt aktuell ein Fünftel der Kinder an, nie in der Freizeit zu lesen (2006: 14 %, 2008: 17 %).

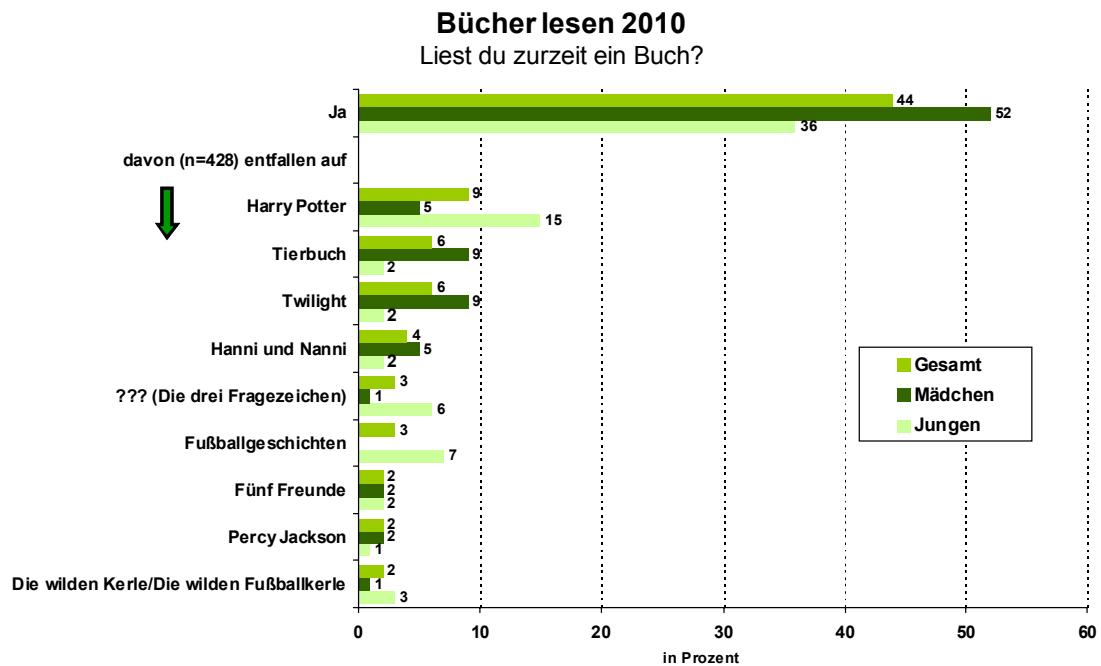
Bei der Betrachtung des Lesens zeigen sich deutliche Geschlechtsunterschiede: jedes vierte Mädchen aber nur jeder zehnte Junge liest sehr gerne in der Freizeit ein Buch, ein Drittel der Jungen liest nicht so gerne und jeder Vierte (24 %) liest nie in seiner Freizeit ein Buch. Der Anteil der Nichtleser liegt bei den Mädchen nur bei 15 Prozent.



Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Betrachtung der Häufigkeit der Nutzung. Jedes zweite Kind liest regelmäßig, elf Prozent lesen jeden oder fast jeden Tag, 31 Prozent lesen nur selten Bücher. Auch hier zeigt sich die höhere Affinität der Mädchen zum Lesen: Drei Fünftel der Mädchen aber nur zwei Fünftel der Jungen sind regelmäßige Leser.

Neben der abstrakten Bewertung des Lesens durch die Beliebtheit und die Häufigkeit zeigt die Alltagsnutzung, inwieweit zum Zeitpunkt der Befragung gerade ein Buch gelesen wird. Hier bestätigen 44 Prozent gerade eine Lektüre zu haben. Mädchen deutlich häufiger als Jungen. Auch 2010 lesen die meisten Kinder gerade ein Buch der „Harry Potter“-Reihe. Weiter werden Tierbücher und die Bücher der „Twilight“ Saga von Stephenie Meyer ge-

nannt, die bereits zur Jugendliteratur gehören. Klassiker wie „Hanni und Nanni“, „??? (Die drei Fragezeichen)“ und „Fünf Freunde“ stehen ebenso oben in der Liste der gelesenen Bücher. Im Jahr der Fußballweltmeisterschaft finden sich auch Fußballgeschichten als Lesestoff, allerdings ausschließlich bei den Jungen. Auch die Fantasyreihe „Percy Jackson“ wird derzeit gelesen. Auffällig ist, dass fast alle aktuell gelesenen Bücher Inhalte betreffen, die auch im Kino oder im Fernsehen zu sehen sind.



Quelle: KIM-Studie 2010
Nennungen ab 2%

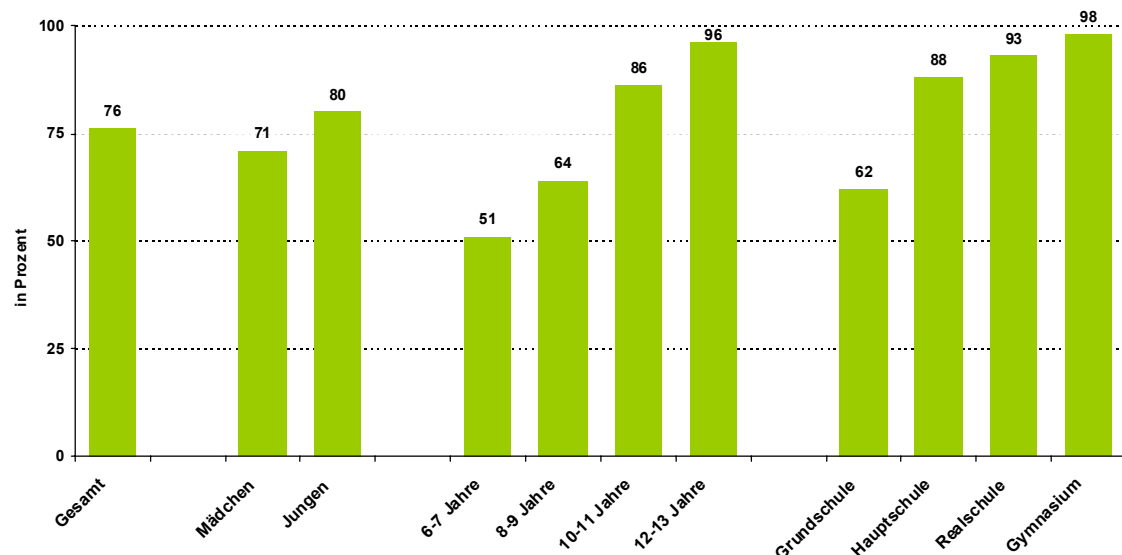
Basis: Kinder, die zumindest selten Bücher lesen, n= 970

10. Computer

10.1 Nutzungsfrequenz und Tätigkeiten

Neun von zehn Haushalten mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren haben einen Computer zu Hause und jedes zehnte Kind zählt den Computer (offline) zu seinen drei Lieblingsbeschäftigungen. Ein eigener Rechner ist bei Kindern noch die Ausnahme, nur 15 Prozent können über einen eigenen Computer verfügen. Allerdings steigt der Computerbesitz mit dem Alter deutlich an, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen hat dann jeder Dritte bereits einen eigenen Computer im Zimmer (6-7 Jahre: 2 %, 8-9 Jahre: 5 %, 10-11 Jahre: 18 %). Inzwischen sitzen drei Viertel der Kinder zumindest selten am Computer – offline oder im Internet. Der Anteil der Jungen, die bereits Computererfahrung haben, ist mit 80 Prozent höher als bei den Mädchen (71 %). Während bei den Sechs- bis Siebenjährigen nur jeder Zweite schon Kontakt mit dem Computer hatte, nutzt bei den ältesten der befragten Kinder fast jeder zumindest selten einen Computer. Wegen einer Anpassung der Fragestellung sind die aktuellen Werte der Computernutzung nicht direkt mit den Ergebnissen der KIM-Studie 2008 vergleichbar, sie liegen jedoch auf ähnlichem Niveau.

Kinder und Computer 2010
- Nutzung zumindest selten -



Quelle: KIM-Studie 2010

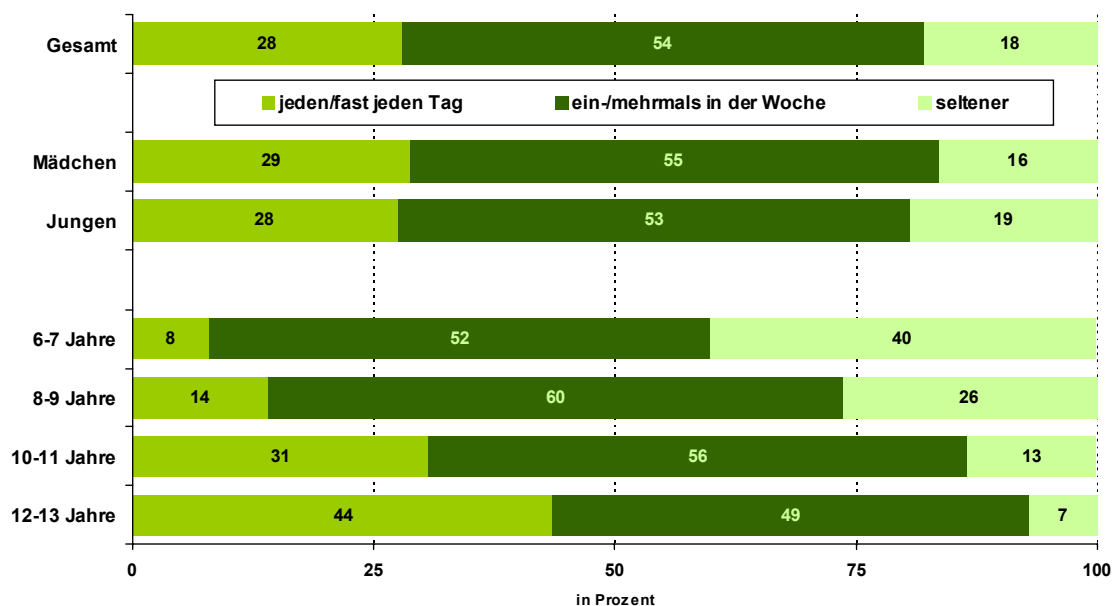
Basis: alle Kinder, n= 1.214

98 Prozent der Computernutzer verwenden einen Computer zu Hause, 46 Prozent tun dies (auch) in der Schule und bei zwei Dritteln spielt sich die Computernutzung (auch) bei Freunden ab.

Vier Fünftel der Computernutzer sitzen zumindest einmal pro Woche vor dem Bildschirm, 28 Prozent machen dies (fast) jeden Tag. Was die Häufigkeit der Nutzung betrifft, unter-

scheiden sich Jungen und Mädchen kaum voneinander. Je älter die Kinder werden, desto häufiger verwenden sie einen Computer und die Beschäftigung damit wird Teil des Alltags, bei den Zehn- bis Elfjährigen sitzt dann jeder Dritte täglich vor dem Computer, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen steigert sich der Anteil der täglichen Nutzer auf 44 Prozent.

Kinder und Computer: Nutzungsfrequenz 2010

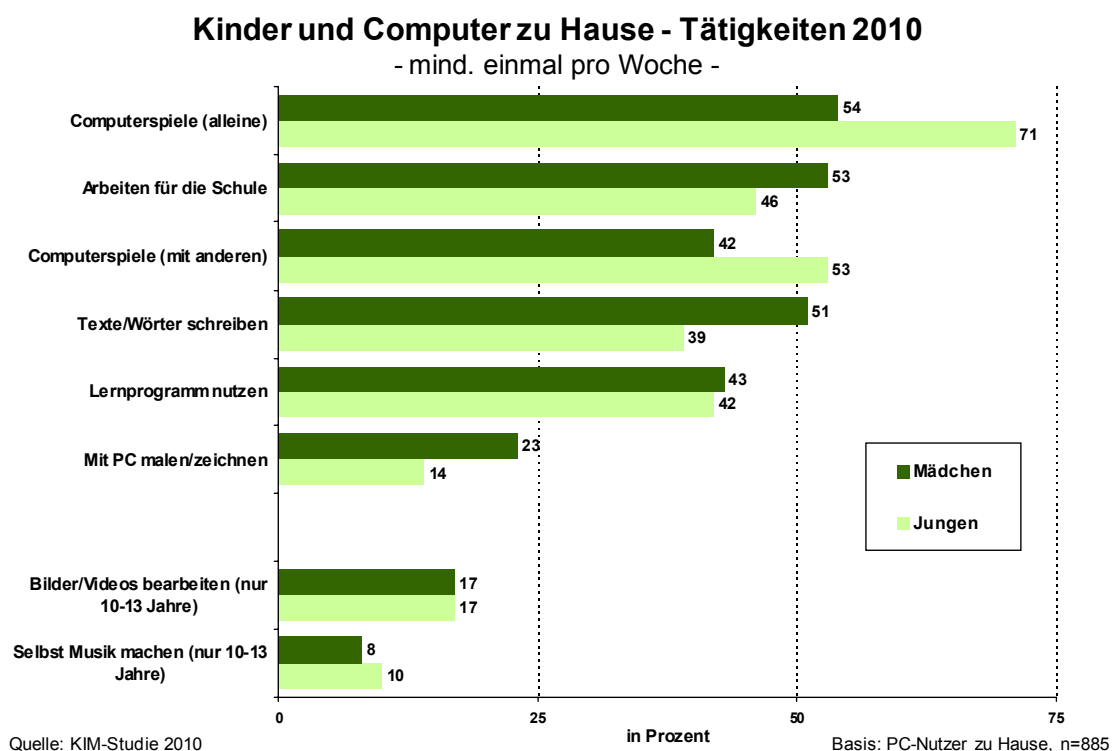


Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: PC-Nutzer, n=917

Die Computernutzung zumindest bei jüngeren Kindern ist insoweit eingeschränkt, da diese ja gerade erst dabei sind, ihre Lese- und Schreibfertigkeiten auszubauen und sich so manche Anwendungen erst mit der Zeit für Kinder erschließen. Die genutzten Potentiale werden so Schritt für Schritt erweitert. So überrascht es nicht, dass die am häufigsten genutzten Funktionen Computerspiele sind, deren Benutzeroberfläche mit einem spielerischen, oft bildlichen Zugang auch ohne größere Lese- und Schreibkompetenz genutzt werden können. 63 Prozent der Kinder, die zu Hause einen Computer nutzen, spielen zumindest einmal pro Woche PC-Spiele alleine (mit Freunden 48 %). Häufig wird der Computer von Kindern auch als Arbeitsmittel eingesetzt: knapp jeder Zweite verwendet den Computer für die Schularbeiten (49 %), schreibt Texte oder Wörter (45 %) oder sitzt vor einem Lernprogramm (42 %). 18 Prozent der Nutzer sind eher kreativ und malen oder zeichnen zumindest einmal pro Woche am Computer. Komplexere Tätigkeiten wurden nur für die älteren Kinder abgefragt: Bei den Kindern ab 10 Jahren bearbeiten 18 Prozent regelmäßig Bilder und/oder Filme und jeder Zehnte macht selbst Musik mit Hilfe des Computers (9 %).

Bei den Inhalten der Computernutzung zeigen Jungen und Mädchen deutliche Unterschiede vor allem beim Thema Computerspiele. Jungen spielen deutlich häufiger als Mädchen am Computer, Mädchen hingegen setzen den Computer mehr als Arbeitsgerät ein und machen häufiger Schularbeiten, schreiben Texte und Wörter und zeigen sich bei Malprogrammen kreativ. Kaum Unterschiede sind bei der Nutzung von Lernprogrammen ersichtlich. Bei den älteren Kindern ab 10 Jahren wird die Bildbearbeitung von Jungen wie Mädchen gleichermaßen genutzt, bei der Erstellung eigener Musikstücke haben Jungen einen kleinen Vorsprung.



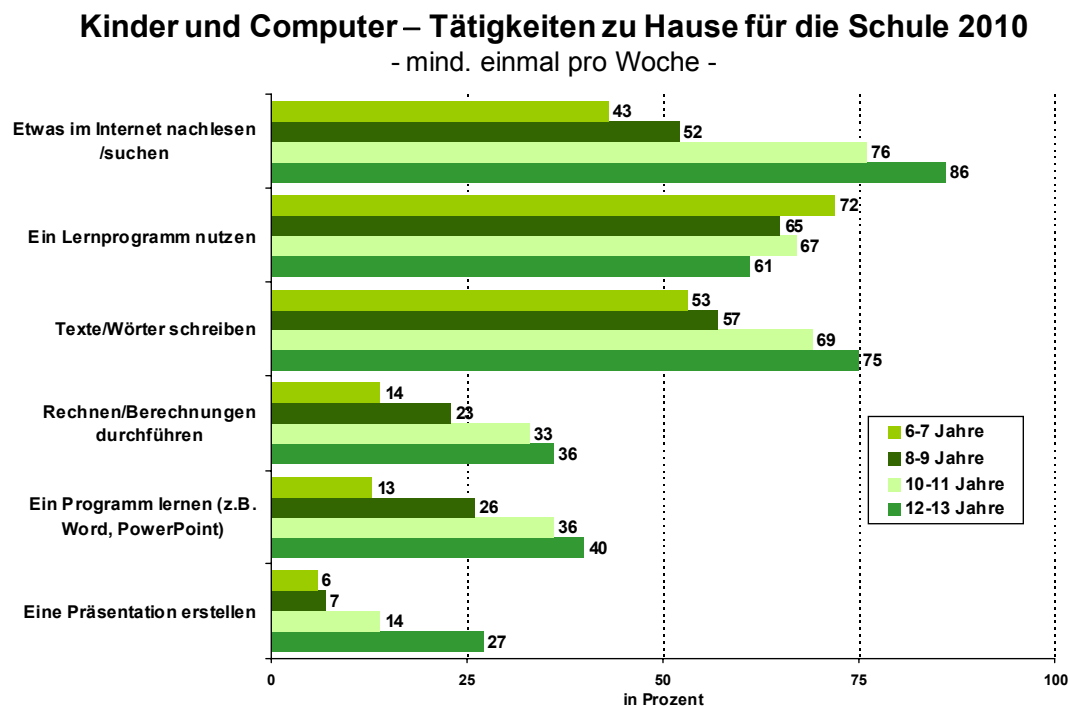
10.2 Computer und Schule

Wie eben dargelegt, wird der Computer von Kindern als Spiel- und Arbeitsgerät verwendet. Welche Rolle hierbei die Schule spielt und inwieweit innerhalb der Schule Computer zum Einsatz kommen, wird im Folgenden dargestellt.

Diejenigen Kinder, die zu Hause am Computer für die Schule arbeiten, nutzen an erster Stelle das Internet. 72 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche dort nach Informationen und lesen etwas nach.⁷ Jeweils etwa zwei Drittel nutzen im Laufe einer Woche Lernprogramme und schreiben Texte oder Wörter am Computer. Jeder Dritte lernt den Umgang mit Anwenderprogrammen wie Word oder PowerPoint, 30 Prozent beschäftigen sich mit mathematischen Fragestellungen. 17 Prozent erstellen zumindest einmal pro Woche zu

⁷ Zu Suchstrategien im Internet siehe ausführlich Kapitel 11.6: Suchen im Internet

Hause Präsentationen für die Schule. Mit Ausnahme von Lernprogrammen, die vor allem jüngere Kinder verwenden, nimmt die Bandbreite der Tätigkeiten, die zu Hause für die Schule genutzt werden, mit zunehmendem Alter deutlich zu.



Quelle: KIM-Studie 2010

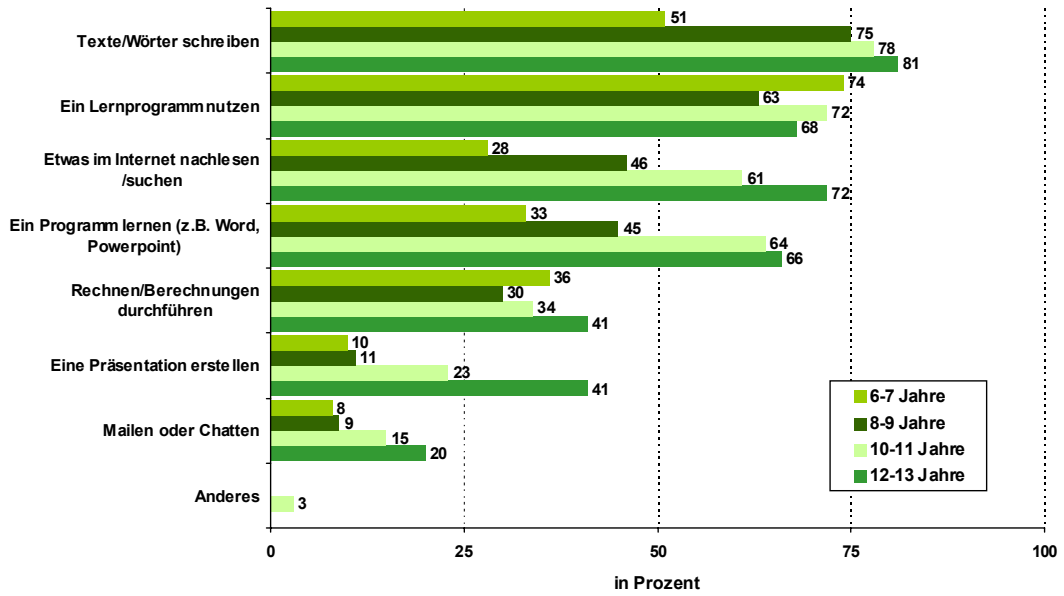
Basis: Kinder, die mit dem PC zu Hause etwas für die Schule machen, n=712

Knapp die Hälfte der Computernutzer (46 %) kommt in der Schule mit Computern in Berührung. Überwiegend erfolgt dies im Computerunterricht, drei Viertel (73 %) haben den Computer in der Schule in diesem Rahmen genutzt. Knapp die Hälfte nutzt den Computer in Deutsch, an dritter Stelle folgt mit 38 Prozent Mathematik. Jeder dritte Schüler, der im Unterricht Computer anwendet, macht dies in einem fremdsprachlichen Fach, je 15 Prozent in Sach- und Erdkunde, bei jedem Zwanzigsten fand die Anwendung in einem naturwissenschaftlichen Fach statt. Insgesamt lässt sich also feststellen, dass nur etwa jeder dritte Schüler im Alter von sechs bis 13 Jahren den Einsatz eines Computers im Unterricht erlebt hat. Die Verwendung von Computern im normalen Unterricht findet derzeit offensichtlich nur sporadisch statt.

Neben der generellen Verortung im Unterricht stellt sich die Frage, wie der Computer in der Schule eingesetzt wird, welche Tätigkeiten die Schüler durchführen. Gut drei Viertel der Schüler, die in der Schule Computer nutzen, schreiben mindestens einmal in der Woche Wörter oder Texte (77 %), 69 Prozent nutzen Lernprogramme und 61 Prozent recherchieren im Internet. 59 Prozent erlernen in dieser Häufigkeit den Umgang mit Anwenderprogrammen wie Word oder PowerPoint, 37 Prozent führen Berechnungen durch und 28 Prozent erstellen Präsentationen. Die Kommunikation über das Internet spielt kaum eine Rolle: nur 16 Prozent nutzen Chat- oder Messenger-Programme im Rahmen des Unter-

rechts. Insgesamt zeigen die Daten zum Medieneinsatz, dass im regulären Unterricht Computer und Internet noch nicht im Alltag verankert sind.

Computernutzung in der Schule – Tätigkeiten 2010 - mind. einmal pro Woche -



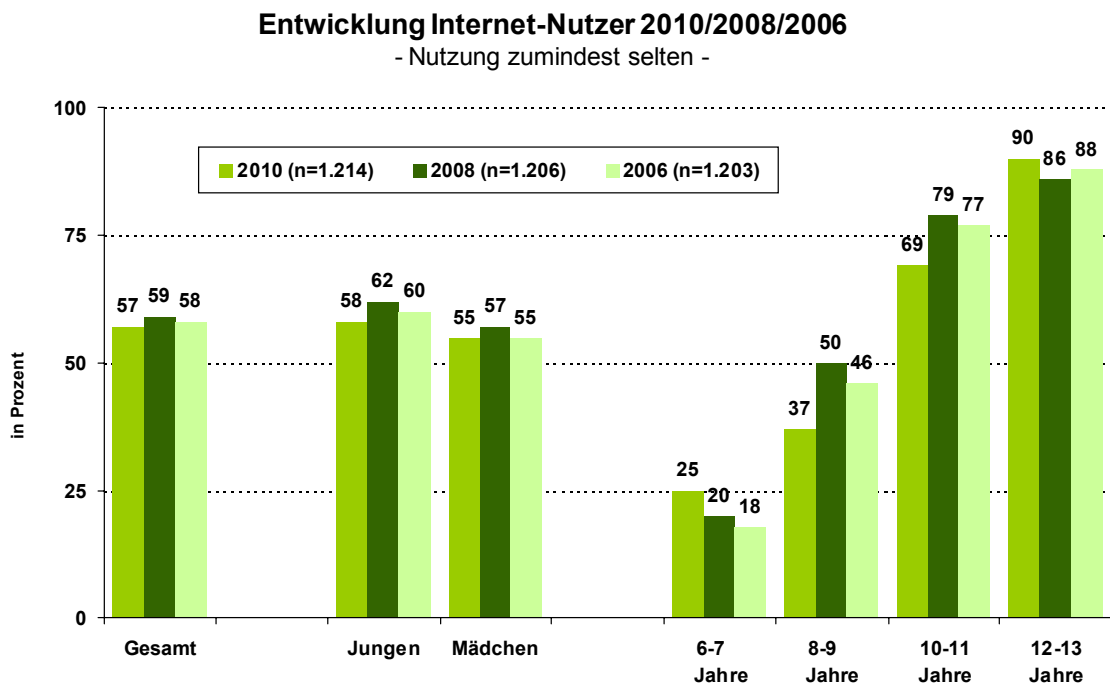
Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: PC-Nutzung in der Schule, n=412

11. Internet

11.1 Nutzungsfrequenz und Nutzungsdauer

Das Internet ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Onlinebanking, Onlineshopping, Onlineticket, Fahrpläne, Wetterbericht, Telefonbuch, Routenplaner und natürlich E-Mail sowie viele andere Angebote des Internets sind heute für viele selbstverständlich. Inwieweit das Internet auch im Leben der Kinder Einzug gehalten hat, zeigen einige Eckdaten aus der KIM-Studie. 89 Prozent der Kinder haben zu Hause einen Internetanschluss, etwa jedes zehnte Kind hat bereits einen eigenen Internetzugang im Zimmer. 57 Prozent der Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren nutzen zumindest selten das Internet, Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei kaum, allerdings zeigen sich enorme Unterschiede bei der Betrachtung der Altersstufen. Nur jeder vierte Sechs- bis Siebenjährige aber 90 Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen zählen zu den Internet-Nutzern.



Quelle: KIM-Studie 2006 - 2010

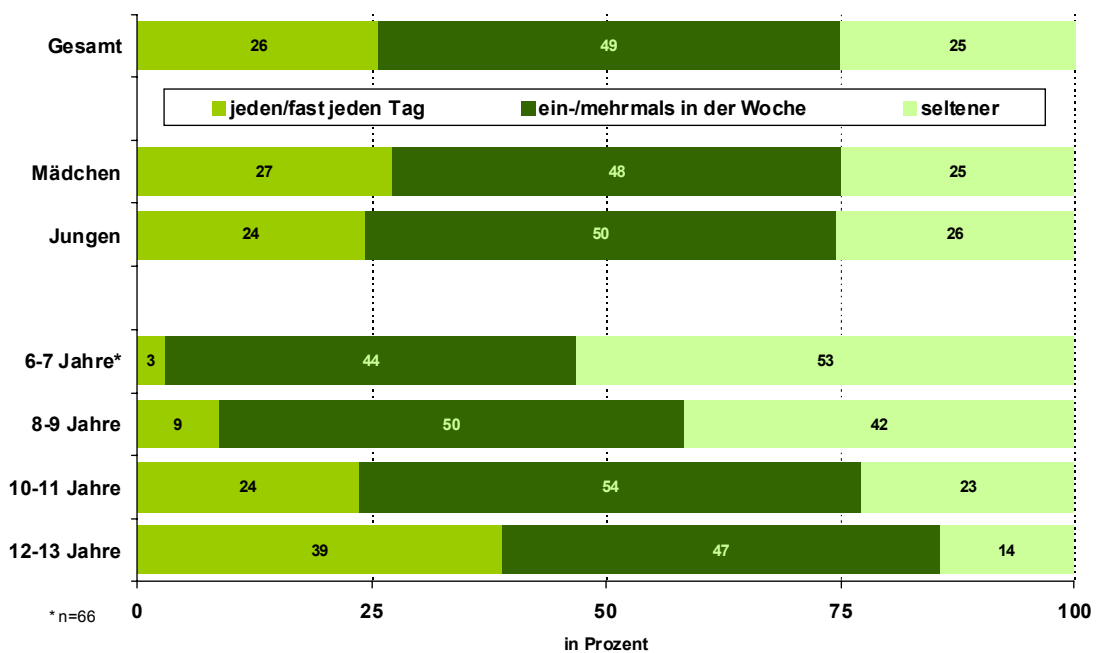
Basis: alle Kinder

Betrachtet man die Werte der Vorgängerstudien 2008 und 2006 fällt auf, dass der Anteil der Nutzer insgesamt relativ gleich geblieben ist, eine deutliche Steigerung ist nur bei den jüngsten Kindern zu verzeichnen. Angesichts der sehr dynamischen Entwicklung bei den Jugendlichen in diesem Zeitraum mag diese Stabilität auf den ersten Blick verwundern. Betrachtet man die Interessen und Bedürfnisse von Kindern sowie deren altersbedingten Entwicklungsstand, so wird deutlich, dass der Nutzung des Internets in diesem Alterssegment natürliche Grenzen gesetzt sind. Sei es durch die Bedienungskompetenz, die ein entsprechendes Schreib- und Leseverhalten sowie das Verständnis komplexerer Zusam-

menhänge voraussetzt. Oder auch durch die Funktionalität der Angebote, die derzeit zumindest überwiegend Jugendliche und Erwachsene ansprechen.

Bei genauerer Betrachtung zeigt sich dennoch eine eindeutige Entwicklung im Laufe der letzten Jahre. Diejenigen Kinder, die im Netz unterwegs sind, nutzen dies deutlich intensiver. Der Anteil der Nutzer, die jeden oder fast jeden Tag das Internet nutzen, hat sich von 17 Prozent in 2008 (2006: 14 %) auf nunmehr 26 Prozent erhöht. Am deutlichsten ist diese Intensivierung bei den Mädchen festzustellen: hier stieg der Anteil von 16 im Jahr 2008 auf aktuell 27 Prozent (Jungen 2008: 19 %).

Nutzungsfrequenz Internet/Online-Dienste 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

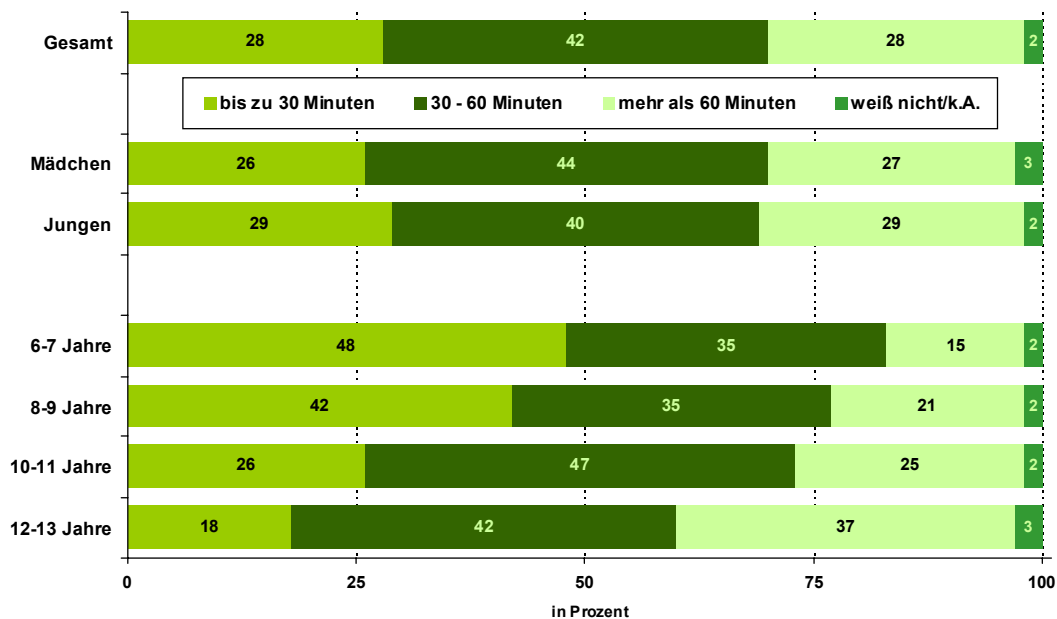
Basis: Internet-Nutzer, n=687

Kinder nutzen das Internet überwiegend zu Hause (97 %), knapp zwei Drittel gehen auch bei Freunden online und ein gutes Drittel der Internet-Nutzer nimmt die Möglichkeit wahr, in der Schule ins Internet zu gehen.

An einem normalen Tag verbringen 28 Prozent der Internet-Nutzer bis zu einer halben Stunde im Netz, zwei Fünftel sind zwischen 30 und 60 Minuten online und 28 Prozent sind normalerweise mehr als eine Stunde online.⁸ Mit zunehmendem Alter verbringen Kinder deutlich mehr Zeit im Internet.

⁸ Nach Schätzung der Haupterzieher nutzen Kinder an einem Wochentag durchschnittlich 24 Minuten pro Tag das Internet (s. Kapitel 15: Medien in der Familie).

Wenn du an einem normalen Tag das Internet nutzt – wie lange ist das so in etwa?



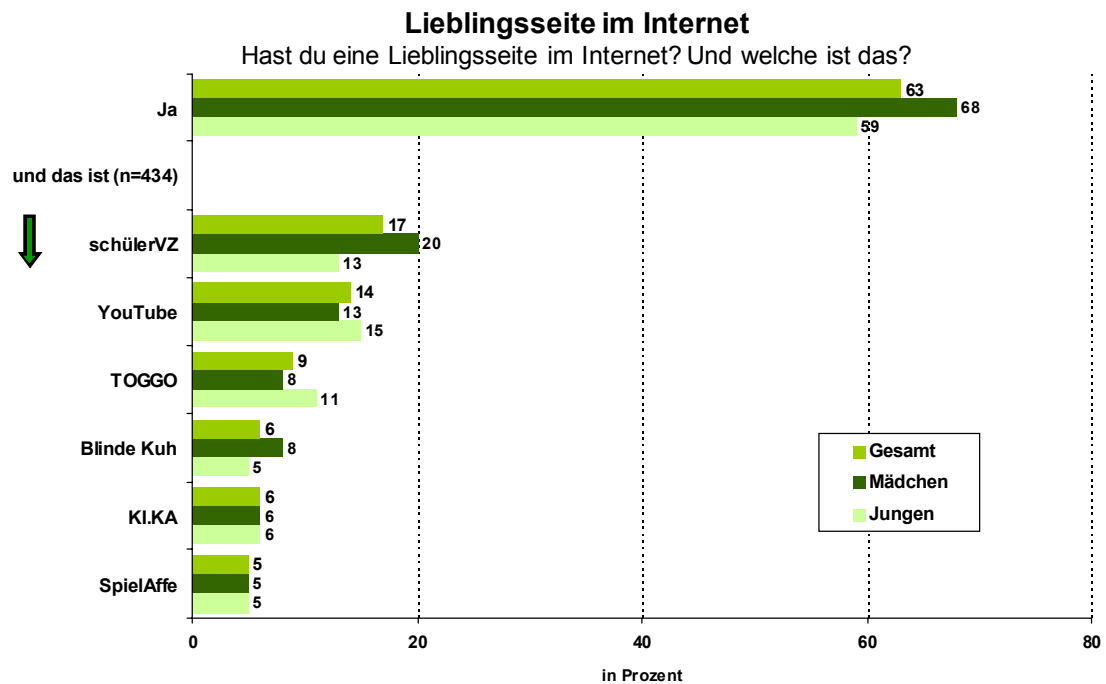
Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Internet-Nutzer, n=687

Gegenüber der KIM-Studie 2008 hat sich der Anteil der Nutzer, die mehr als eine Stunde im Internet verbringen von 15 Prozent auf 28 Prozent fast verdoppelt. Bei den männlichen Internet-Nutzern, mit einer Nutzungsdauer von über einer Stunde, steigerte sich der Anteil von 18 auf 29 Prozent, bei den Mädchen hat sich dieser Wert von zehn auf 29 Prozent fast verdreifacht.

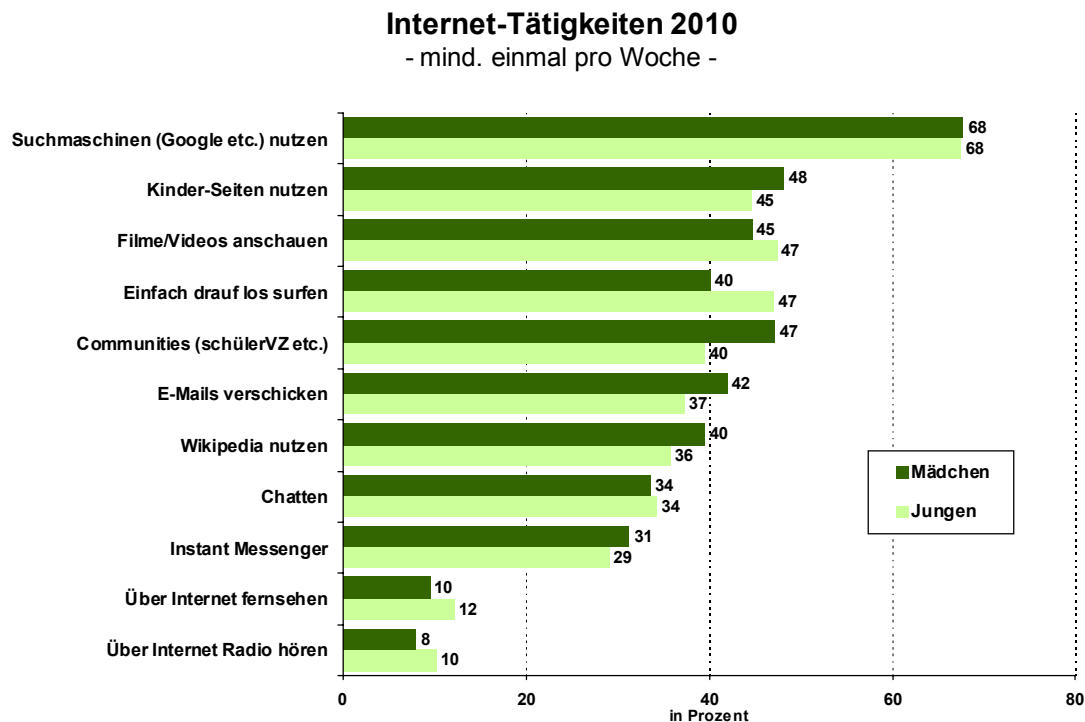
Fast zwei Drittel der Internet-Nutzer haben mindestens eine Lieblingsseite im Internet⁹, die sie regelmäßig ansteuern. Dies sind vor allem Kommunikationsplattformen wie Communities, Chats und Messenger (32 %), die Seiten von Medienanbietern (27 %), Videoportale (15 %), Suchmaschinen (14 %), Spieleseiten (13 %), spezielle Kinderseiten (7 %), Lern- und Wissensangebote (6 %) und Sportangebote (6 %). Betrachtet man hier die Nennung einzelner Angebote, so führen die Liste der beliebtesten Seiten schülerVZ und YouTube an, gefolgt von TOGGGO, dem Onlineangebot von Super RTL, der Kindersuchmaschine Blinde Kuh, dem Internetangebot des öffentlich-rechtlichen Kinderkanals KI.KA und der Spieleseite SpielAffe.

⁹ Hierbei waren Mehrfachnennungen möglich.



11.2 Internet-Tätigkeiten

Bei der Betrachtung der Internet-Tätigkeiten, nutzen Kinder am häufigsten Suchmaschinen, dies ermöglicht den Zugang zu vielen Themen und Angeboten. Zwei Drittel nutzen diese Anwendungen mindestens einmal pro Woche. Knapp die Hälfte klicken Kinderseiten (46 %) an bzw. sehen Filme und Videos online an (46 %). 44 Prozent surfen einfach so drauf los und 43 Prozent sind regelmäßige Nutzer von Communities wie schülerVZ. Zwei Fünftel kommunizieren regelmäßig via E-Mail und 38 Prozent erkundigen sich bei Wikipedia. Ein Drittel verkehrt zumindest einmal pro Woche in Chats (34 %) und ein etwas kleinerer Anteil nutzt Instant Messenger (30 %) zum Austausch. Nur etwa jeder Zehnte nutzt die Möglichkeiten online fernzusehen (11 %) und Radio zu hören (9 %). Vor allem bei der Nutzung von Communities zeigen sich Mädchen deutlich aktiver als Jungen.



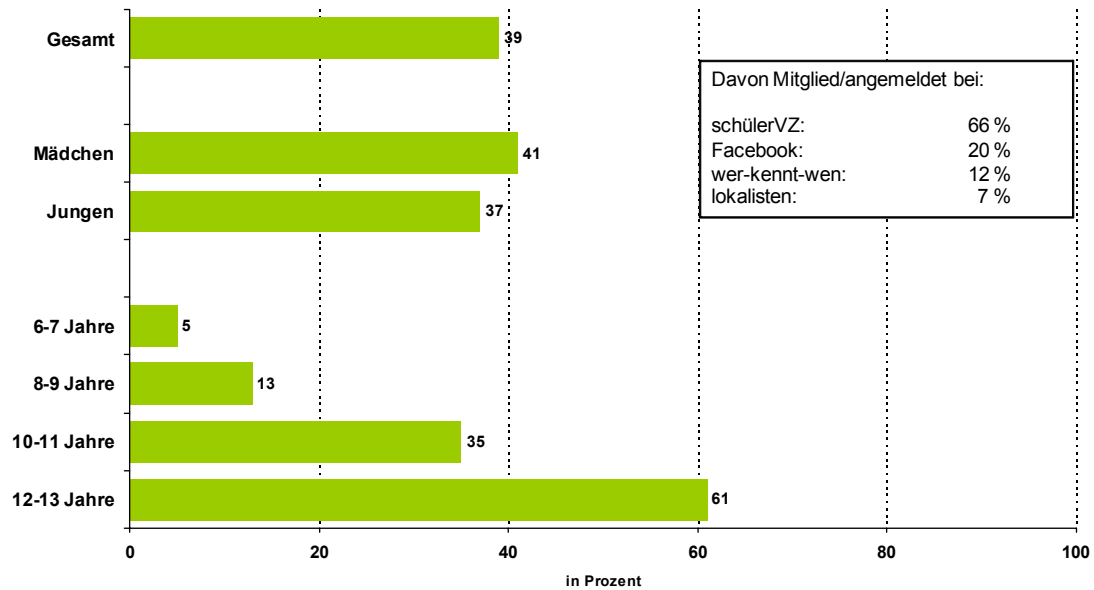
Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Internet-Nutzer, n=687

11.3 Communities und persönliche Daten

Ein zentraler Trend im Internet sind derzeit soziale Netzwerke. Anfänglich vor allem unter Jugendlichen ein großes Thema, sind nun auch viele Firmen, Institutionen, Politiker und Medien dort mit einem Account vertreten. Inzwischen ist dieser Trend auch bei den Kindern angekommen, der Anteil der User zwischen sechs und 13 Jahren, die zumindest einmal pro Woche Communities nutzen, hat sich von 16 Prozent im Jahr 2008 auf aktuell 43 Prozent mehr als verdoppelt. Zwei Fünftel der Internet-Nutzer sind in einem sozialen Netzwerk angemeldet, Mädchen sind hierbei aktiver als Jungen. Diese Netzwerke gewinnen vor allem bei den älteren Kindern enorm an Attraktivität. Bei Kindern unter zehn Jahren spielen diese Plattformen zwar noch eine untergeordnete Rolle, doch bereits jeder Dritte der zehn- bis elfjährigen Internet-Nutzer hat ein Profil in einer Community, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es dann fast doppelt so viele. Dies überrascht, denn die meisten Anbieter erlauben erst ab zwölf Jahren oder gar noch später das Anlegen eines eigenen Profils. Zwei Drittel der Mitglieder sind bei schülerVZ angemeldet, ein Fünftel hat einen Account bei Facebook, ein geringerer Anteil ist bei wer-kennt-wen, lokalisten sowie weiteren Plattformen vertreten. Abgesehen von schülerVZ, das explizit ein Angebot für Kinder ab zwölf Jahren darstellt, sind die anderen Communities eigentlich für Erwachsene konzipiert.

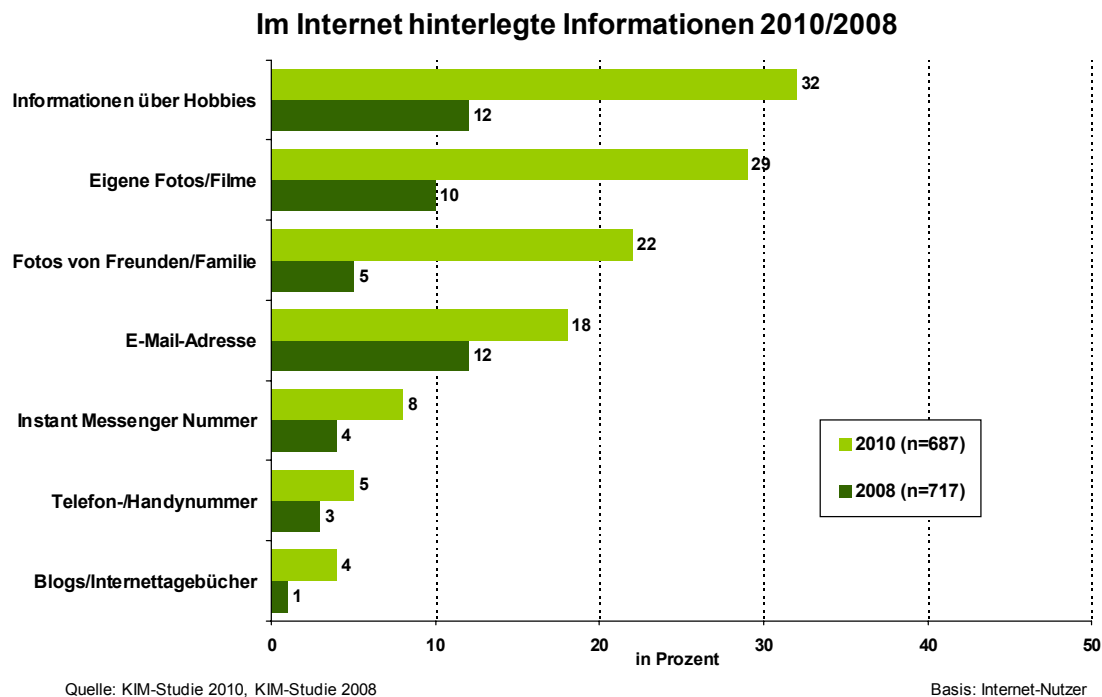
Mitglied in einer Community



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Internet-Nutzer, n=687

Zur Anmeldung in einem sozialen Netzwerk gehört in der Regel das Anlegen eines Profils, also eines Steckbriefs mit Fotos und Angaben zur Person. Um hier oder auf anderen Webangeboten eine interessante Selbstdarstellung abzuliefern, werden auch persönliche Daten eingestellt. Jeder dritte Internet-Nutzer hat Informationen über Hobbies im Internet abgelegt, 29 Prozent haben eigene Bilder oder Filme ins Netz gestellt, 22 Prozent Bilder bzw. Filme von Freunden oder der Familie. Etwa jeder Sechste hat seine E-Mail-Adresse gepostet und acht Prozent die Instant-Messenger-Nummer. Entsprechend der deutlich häufigeren Nutzung dieser Angebote gegenüber 2008, ist auch der Anteil der Kinder, die persönliche Daten im Internet hinterlegt haben, deutlich gestiegen. Er hat sich von 2008 auf 2010 verdreifacht. Bei Bildern von Freunden und Familie sind es sogar mehr als fünfmal so viele. Analog zur Nutzung haben die älteren Kinder auch deutlich häufiger persönliche Daten im Internet verbreitet. Diejenigen, die Persönliches ins Internet gestellt haben, geben zu drei Vierteln an, dass diese Daten nur für ihre Freunde sichtbar sind (73 %), ein Viertel gibt an, dass die Informationen für alle Nutzer im Internet einsehbar sind (27 %). Dieses Verhältnis gilt in etwa für Jungen und Mädchen gleichermaßen. Dabei ist die Definition von „Freunden“, wie sie in sozialen Netzwerken verwendet wird, nicht gleichbedeutend mit der alltagssprachlichen Bezeichnung. 60 Prozent derjenigen, die ihre persönlichen Daten nur für ihre Freunde freigegeben haben, sagen, dass dies ausschließlich Freunde sind, die sie auch im realen Leben richtig kennen, 37 Prozent geben an, dass unter ihren Freunden solche sind, die sie persönlich kennen und solche, die sie nur aus dem Internet kennen. Drei Prozent sagen, dass sie ihre Freunde in ihrer Community nur aus dem Internet kennen. Mädchen sagen zu zwei Dritteln, dass sie ihre Freunde alle auch wirklich kennen, bei Jungen können dies nur 54 Prozent bestätigen.



Die zunehmende Bedeutung der Communities bei Kindern und die damit einhergehende Bereitschaft, persönliche Daten preiszugeben, ist bedenklich. Datenschutz ist ein Thema, das Kindern eher schwer zugänglich erscheint. Hier Kinder verständlich auf die Gefahren hinzuweisen und zu einer sicheren Nutzung entsprechender Angebote anzuleiten, ist eine vordringliche Aufgabe.

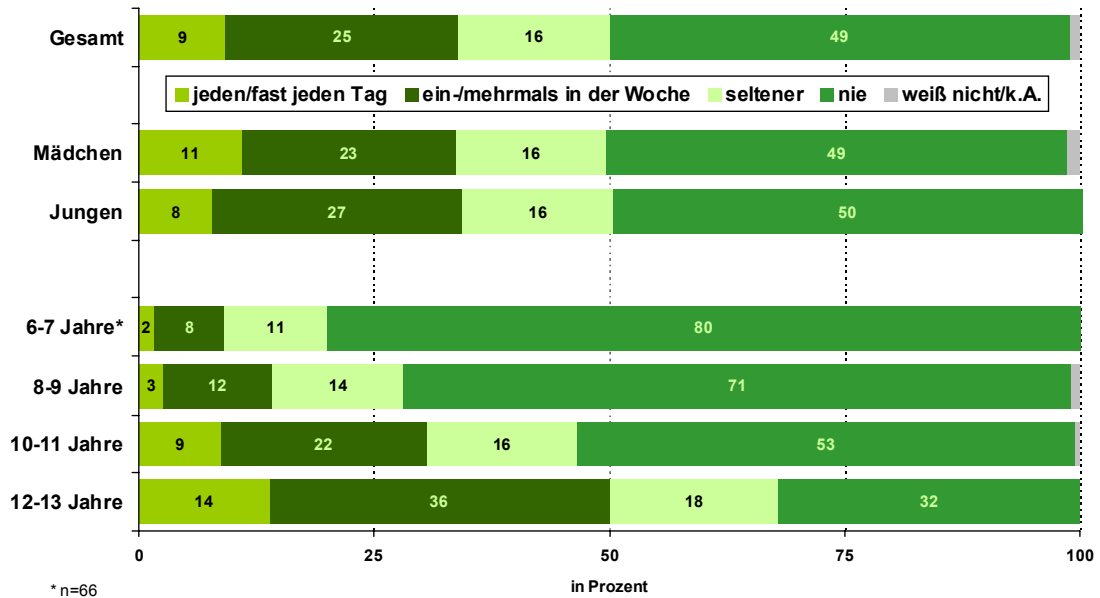
11.4 Chats

Eine weitere Kommunikationsform im Internet, neben dem Austausch über Communities, ist das Chatten. Also der direkte Austausch (live) mit anderen Internet-Nutzern, der üblicherweise in sogenannten Chaträumen stattfindet. Diese Möglichkeit der direkten Kommunikation besteht in eingeschränkter Weise auch bei Instant Messengern, hier allerdings direkt adressiert, also nur innerhalb einem den jeweiligen Nutzern bekannten Personenkreis. Zudem enthalten auch soziale Netzwerke Möglichkeiten, direkt mit anderen Nutzern, die ebenfalls gerade online sind, zu kommunizieren. Somit hat sich die Bedeutung des Begriffs „Chatten“ inzwischen deutlich erweitert und umfasst verschiedene Möglichkeiten der direkten Kommunikation im Internet.

Explizit nach der Nutzung von Chatrooms befragt, sagt jeder dritte Internet-Nutzer, dass er solche zumindest einmal pro Woche besucht. Die Hälfte der Onliner nutzt diese Angebote nie. Jungen und Mädchen unterscheiden sich in der Nutzung von Chaträumen kaum. Allerdings steigt die Häufigkeit der Nutzung im Altersverlauf deutlich an, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen ist jeder Zweite regelmäßig in Chatrooms. Gegenüber der KIM-Studie 2008 ist der Anteil der Chatter deutlich angestiegen, vor zwei Jahren war nur knapp jeder Vierte

(23 %) im Laufe einer Woche in Chaträumen unterwegs. Eine deutlich gesteigerte Nutzung zeigt sich vor allem bei den Über-10-Jährigen.

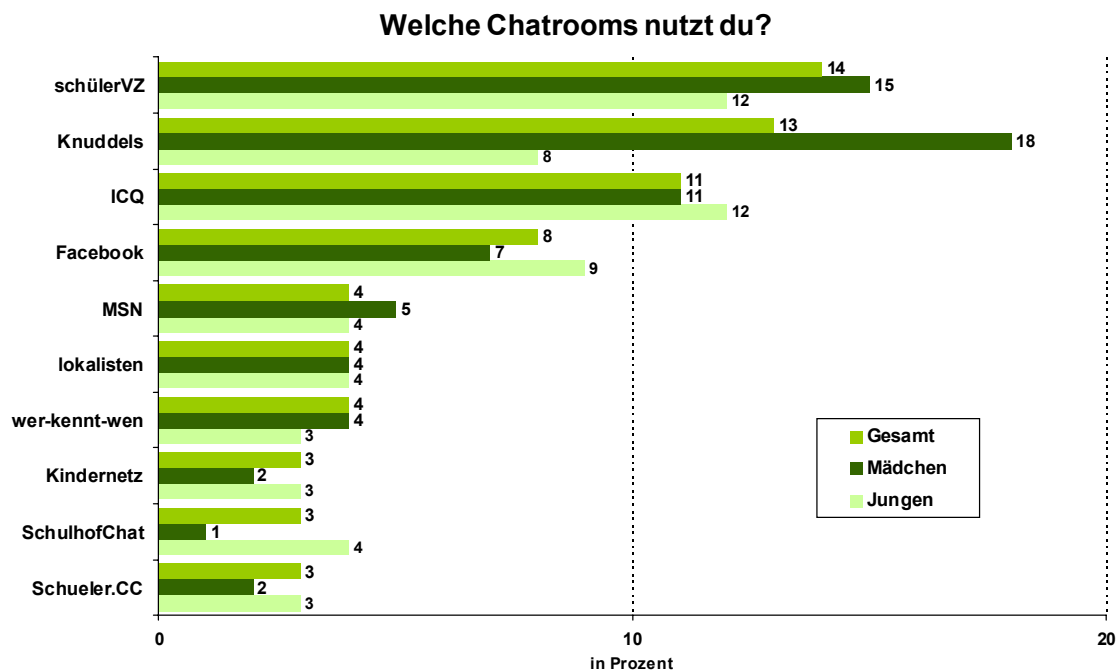
Nutzung Chatrooms 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Internet-Nutzer, n=687

Bei der Frage nach den benutzten Chaträumen zeigt sich, dass der Begriff sehr weit verstanden wird. Hier finden sich unter den meistgenannten Abgeboten auch soziale Netzwerke und Instant Messenger. Angeführt wird die Liste von schülerVZ und Knuddels, die beide besonders von Mädchen genutzt werden. Auf Platz drei folgen das Messenger-Programm ICQ und Facebook, die jeweils mehr von Jungen genutzt werden. Nach den lokalen Plattformen lokalisten und wer-kennt-wen folgen dann spezielle Angebote für Kinder, wie das Kindernetz, ein kindgerechtes Angebot des SWR, sowie SchulhofChat und Schueler.CC.



Quelle: KIM-Studie 2010
Nennungen ab 3%

Basis: Kinder, die zumindest selten chatten, n=344

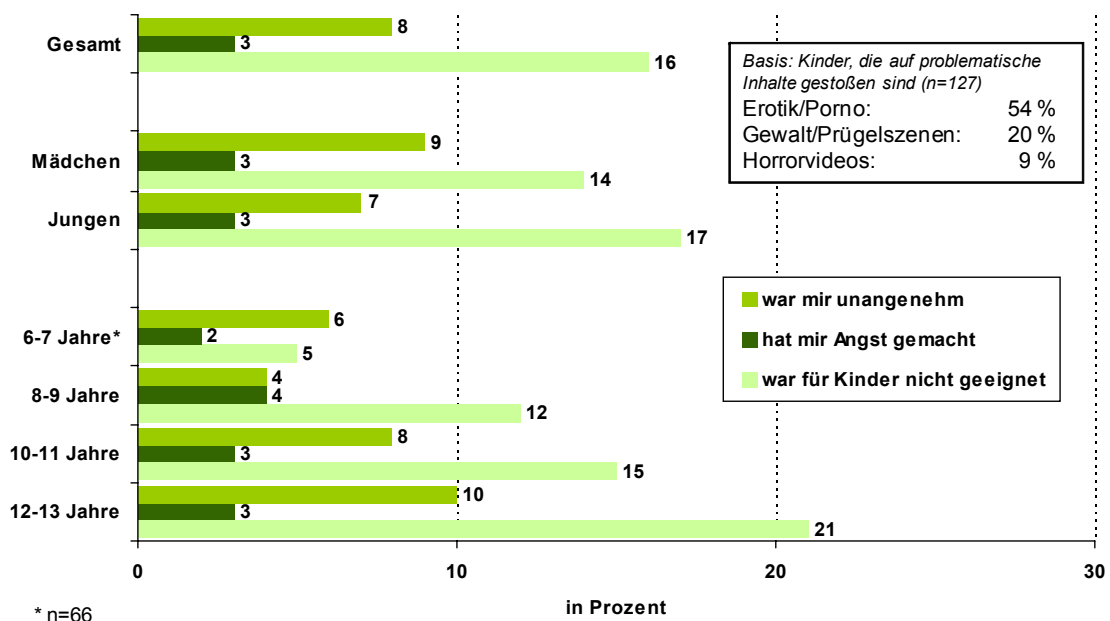
11.5 Probleme im Internet

Neben der bereits angesprochenen Problematik der persönlichen Daten, die bei mangelnder Datensparsamkeit ein Gefährdungspotential darstellen, gibt es noch weitere Aspekte beim alltäglichen Umgang im Internet, die für Kinder zumindest unangenehm sein können. Eine Möglichkeit ist die meist anonyme Kommunikation bei Treffen im Chat, die nicht immer unproblematisch verläuft. Unter den Chaterfahrenen berichtet jedes dritte Mädchen und jeder vierte Junge von unangenehmen Begegnungen beim Chatten, 17 Prozent der Mädchen und 14 Prozent der Jungen sind schon mehrfach auf unangenehme Gesprächspartner gestoßen.

Ein weiterer Aspekt ist die Konfrontation mit ungeeigneten Inhalten, die es im Internet in verschiedener Weise gibt. Um zu erfassen, inwieweit Kinder hier betroffen sind, wurde bei der Fragestellung zur Einordnung der problematischen Inhalte die Perspektive der Kinder gewählt – also bewusst nicht die gesetzliche Einteilung in beeinträchtigende, gefährdende und unzulässige Inhalte, diese Kategorien sind Kindern fremd. Bei der KIM-Studie wurde die individuelle Beeinträchtigung in der Wahrnehmung des Kindes erfragt. Hierbei sind acht Prozent der Kinder mit Interneterfahrung auf unangenehme Sachen gestoßen, drei Prozent sahen Inhalte, die ihnen Angst gemacht haben und 16 Prozent waren auf Seiten, die sie selbst als für Kinder ungeeignet einschätzten. Bei mehr als der Hälfte der Fälle handelte es sich um sexuelle Inhalte, bei 20 Prozent handelte es sich um Gewalt oder Prügel Szenen und neun Prozent haben im Internet schlechte Erfahrungen mit Horrorvideos gemacht.

Probleme im Internet 2010

Bist du schon mal auf Sachen gestoßen, die dir unangenehm waren, die für Kinder ungeeignet waren oder die dir Angst gemacht haben?



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Internet-Nutzer, n=687

Vor der Konfrontation mit ungeeigneten Inhalten kann zumindest zum Teil die Installation eines Filters helfen, der problematische Inhalte blockiert. Weiter besteht die Möglichkeit, mit Kindersicherungen einzelne Angebote oder ganze Anwendungen zu sperren. 22 Prozent der Kinder, die zu Hause im Internet unterwegs sind, geben an, dass an dem Rechner, den sie zumeist nutzen, eine Kindersicherung für das Surfen im Internet installiert ist. Nun werden sicherlich nicht alle Sicherheitsmaßnahmen vom Kind auch als solche wahrgenommen. Doch ist bedenklich, dass nach eigener Einschätzung bei über drei Vierteln der Kinder, die das Internet nutzen, keine Sicherungsmaßnahmen getroffen sind.

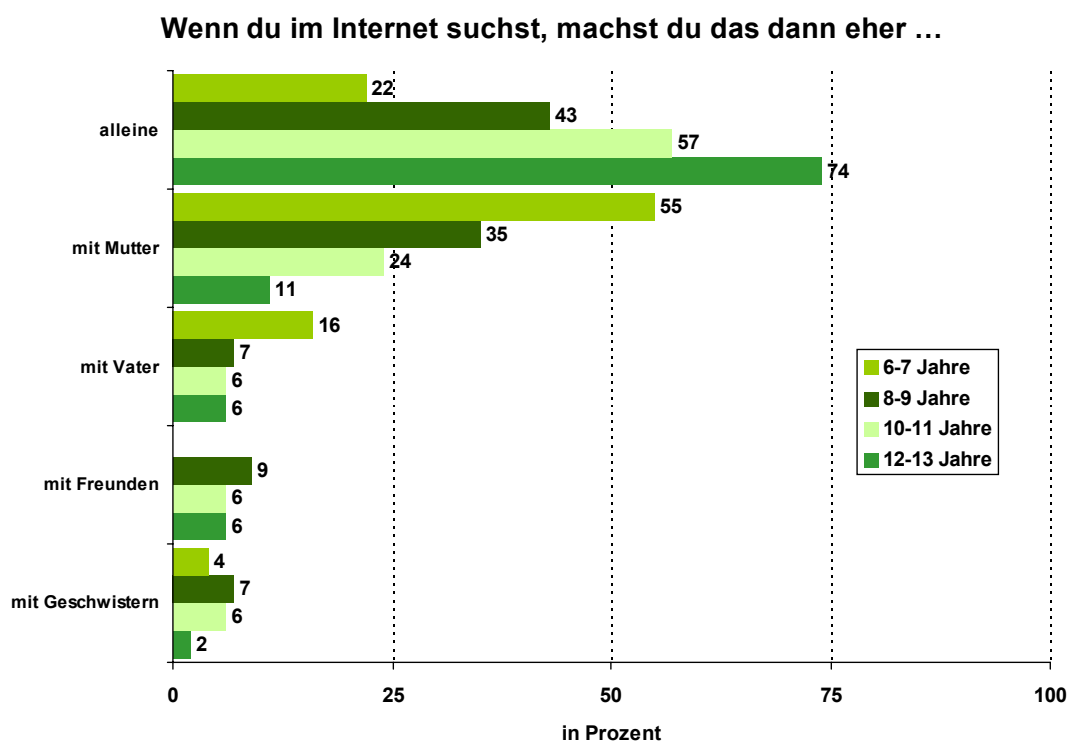
11.6 Suchen im Internet

Bei der Suche nach Informationen im Internet aber auch nach anderen Anwendungsmöglichkeiten steht die Nutzung von Suchmaschinen an erster Stelle. Nach welcher Systematik diese funktionieren und wie man mit Hilfe von Suchmaschinen gute Ergebnisse erzielt, ist auch für Erwachsene nicht immer offensichtlich. Angesichts der zentralen Bedeutung dieser Zugangsmöglichkeiten, stellt sich auch bei Kindern die Frage, wie sie mit diesen Systemen umgehen. Das Deutsche Jugendinstitut (DJI) befasst sich derzeit intensiv mit dem Thema „Kinder und Suchmaschinen“ in einem Forschungsprojekt¹⁰. Im Zuge einer Kooperation mit dem DJI zum Informations- und Rechercheverhalten von Kindern im Internet, hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest in der KIM-Studie 2010 die Befragung um einen Fragenkomplex „wie Kinder im Internet suchen“ erweitert.

¹⁰ <http://www.dji.de/cgi-bin/projekte/output.php?projekt=898>

Wenn Kinder im Internet suchen, tun sie dies zu 60 Prozent eher alleine, 22 Prozent suchen eher gemeinsam mit der Mutter, sieben Prozent mit dem Vater, bei sechs Prozent sind meist die Freunde dabei und bei vier Prozent sitzen die Geschwister dabei. Jungen und Mädchen unterscheiden sich nur insoweit, dass Jungen häufiger mit dem Vater suchen und Mädchen häufiger mit der Mutter. Die Recherche im Internet geschieht mit zunehmendem Alter immer mehr eher alleine, die Begleitung durch die Eltern wird dagegen seltener.

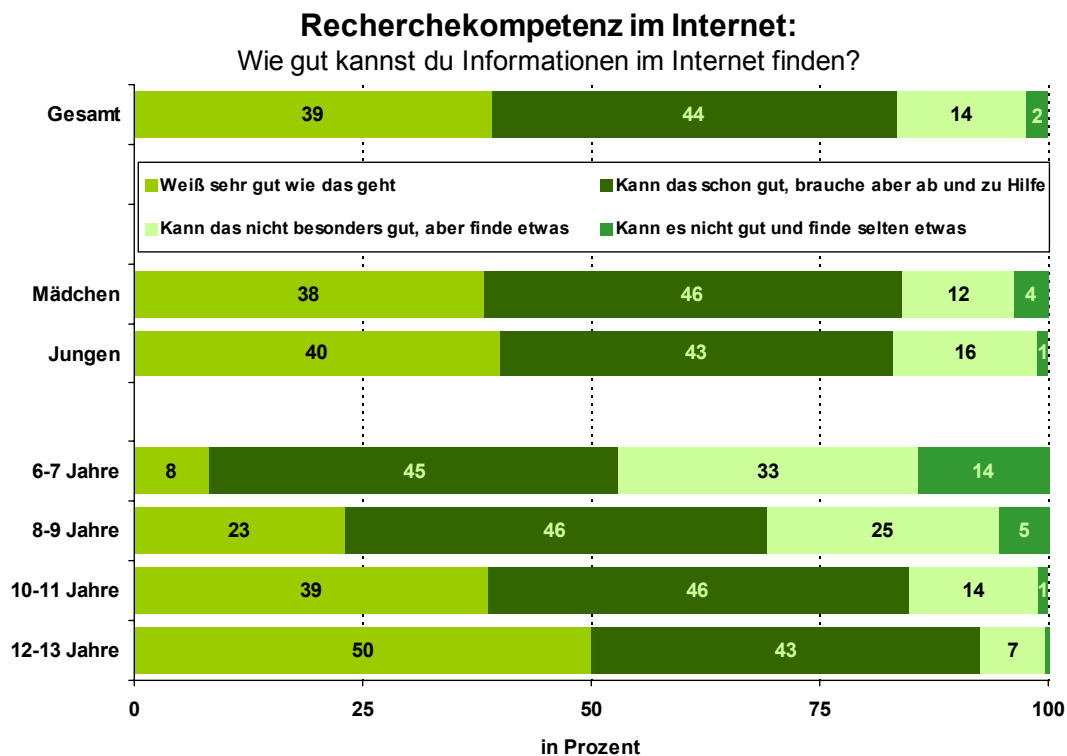
Wird gemeinsam mit den Eltern gesucht, bedient zu 38 Prozent das Kind den Computer, bei jedem Dritten sitzt die Mutter am Rechner (34 %) bei jedem Zehnten der Vater (11 %). Bei 17 Prozent wechseln sich Kinder und Elternteil ab.



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Suchmaschinen, n=626

Insgesamt fühlen sich die Nutzer von Suchmaschinen recht kompetent. Etwa zwei Fünftel sagen von sich, dass sie im Internet gut Informationen finden können. Knapp die Hälfte findet sich ebenfalls gut zurecht, braucht aber ab und zu Hilfe. 14 Prozent geben zu, hier nicht besonders versiert zu sein, allerdings werden sie dennoch fündig. Nur zwei Prozent geben an, hier nicht zurecht zu kommen und nur selten etwas zu finden. Jungen und Mädchen zeigen nur hinsichtlich der erfolglosen Recherche Unterschiede, hier kommen Mädchen etwas schlechter zurecht als Jungen. Eine deutliche Entwicklung zeigt sich im Altersverlauf: Die positive Einschätzung der eigenen Recherchekompetenz nimmt mit dem Alter deutlich zu.



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Suchmaschinen, n=626

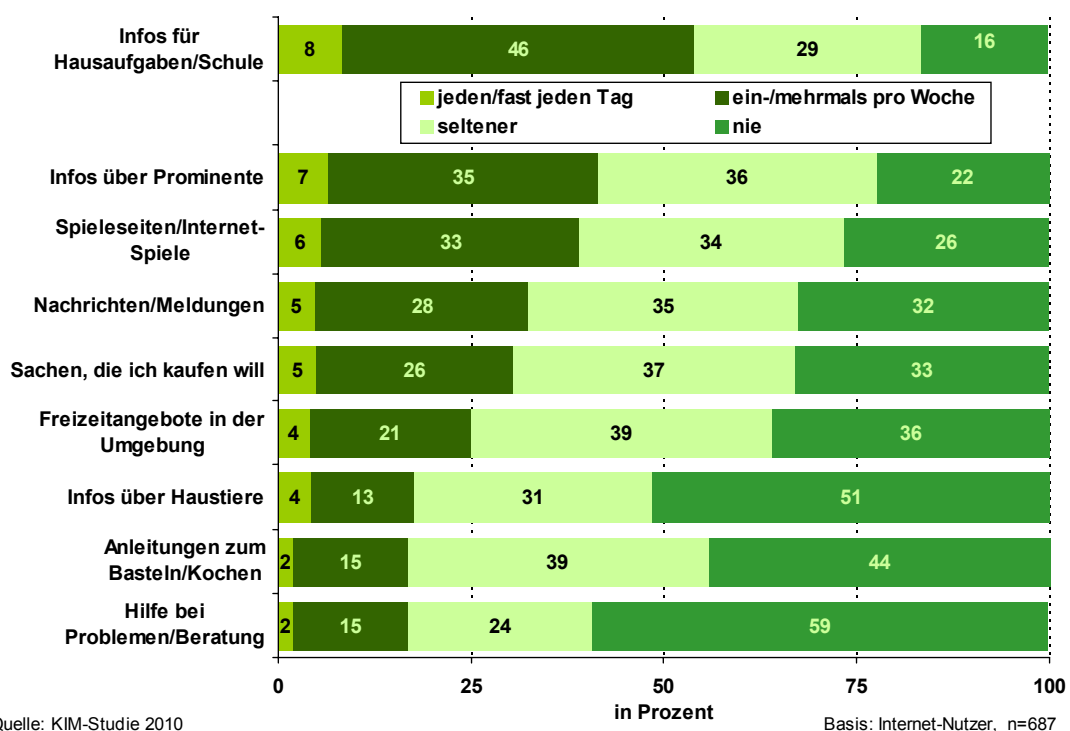
Wenn Kinder im Internet nach einem bestimmten Thema suchen, geben sie zu 69 Prozent ihre Suchbegriffe auf der Seite der Suchmaschine im Suchfeld ein. 15 Prozent geben die Begriffe in die Adresszeile ihres Browsers ein und 13 Prozent nutzen hierfür die im Browser integrierte Suchmaschine (Toolbar). Der Umgang mit den dabei erzielten Suchergebnissen ist unterschiedlich. Zwei Fünftel lesen sich die kurzen Texte der Reihe nach durch und entscheiden dann, ein gutes Viertel (27 %) klickt die Ergebnisse von oben nach unten durch, jeder Fünfte (19 %) gibt sich mit einem der ersten Treffer zufrieden. Zwölf Prozent prüfen, ob die eingegebenen Suchbegriffe bei den Treffern auftauchen. Mädchen arbeiten häufiger die Ergebnisse durch, Jungen gehen dagegen häufiger nach „trial and error“ vor oder sind mit den ersten Treffern zufrieden. Ältere Kinder gehen hier deutlich differenzierter mit den Ergebnissen um, bei den Kindern ab zehn Jahren geben sich immer weniger mit den ersten Treffern zufrieden, sondern sie gehen die Texte durch oder klicken die einzelnen Angebote an, bis sie passende Ergebnisse haben.

Bei der Frage nach spezifischen Suchinhalten gibt über die Hälfte der Internet-Nutzer an, mindestens einmal pro Woche online nach Informationen für die Schule bzw. für die Hausaufgaben (54 %) zu suchen. Zwei Fünftel suchen in diesem Zeitraum nach Informationen über Prominente (42 %) oder Computerspiele (39 %), ein Drittel recherchiert Nachrichten. 31 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche nach Sachen, die sie kaufen wollen und jeder Vierte ist auf der Suche nach Freizeitangeboten in der Umgebung. Etwa jeder Sechste sucht nach Infos über Haustiere, Beratung und Hilfe zu Problemen oder

nach Anleitungen zum Basteln/Kochen. Die Themen Schule, Prominente, Haustiere und Anleitungen zum Basteln/Kochen werden von Mädchen häufiger gesucht, Jungen sind mehr auf der Suche nach Neuigkeiten zu Spieleseiten und Internetspielen. Die übrigen Themen sind für Jungen wie Mädchen relevant.

Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die Häufigkeit der Onlinerecherche bei den meisten Themen deutlich zu. Relativ unverändert bleibt das Interesse an Informationen zu Computerspielen und Haustieren. Bastel- und Kochanleitungen werden dagegen von älteren Kindern weniger häufig gesucht.

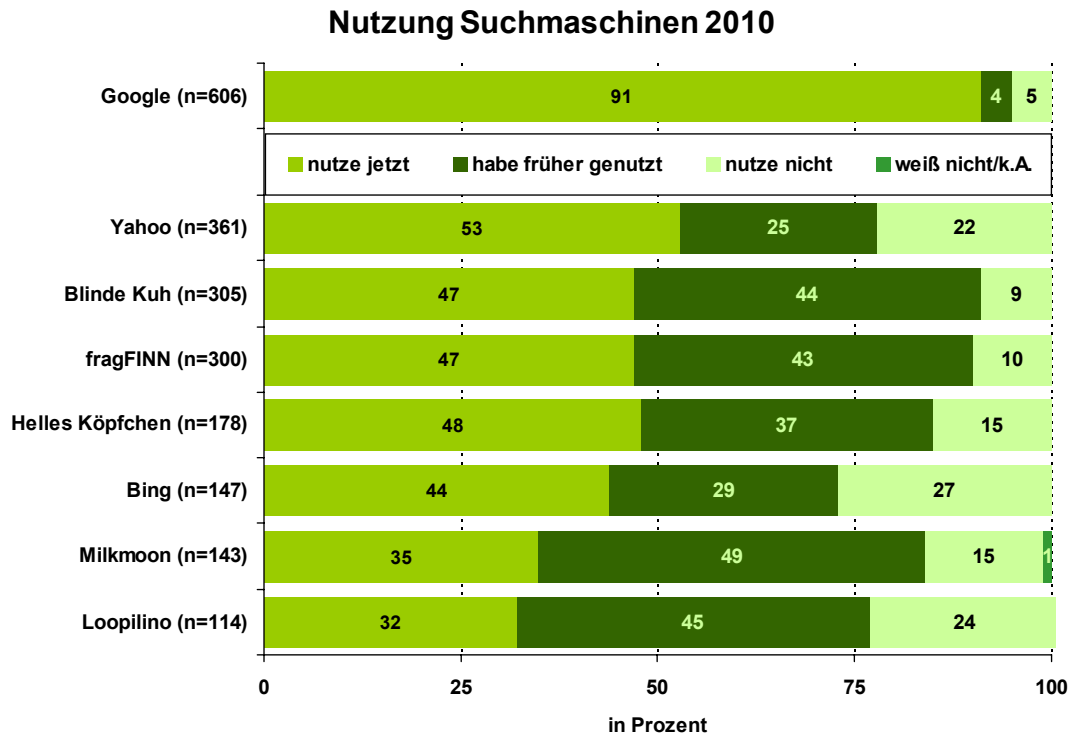
Suchen im Internet 2010



Werden den Kindern, die Suchmaschinen nutzen, Screenshots verschiedener Suchmaschinen vorgelegt, so ist 97 Prozent die Seite von Google bekannt, jeder Zweite hat Yahoo (58 %) bzw. die Kindersuchmaschinen Blinde Kuh (49 %) und fragFINN (48 %) schon einmal gesehen. 28 Prozent kennen das Kinderangebot Helles Köpfchen, knapp ein Drittel die Suchmaschine Bing von Microsoft (23 %), ebenfalls 23 Prozent kennen Milkmoon und 18 Prozent Loopilino. Jungen und Mädchen zeigen hier keine Unterschiede, lediglich Blinde Kuh wird von Mädchen häufiger erkannt.

Allerdings führt die Bekanntheit einer Suchmaschine nicht automatisch zur Nutzung. Eine Ausnahme macht Google: 91 Prozent der Kinder, die Google kennen, verwenden es auch. Yahoo, Blinde Kuh, fragFINN, Helles Köpfchen und Bing werden je ungefähr von der Hälfte der Kinder, die dieses Angebot kennen, genutzt. Ein etwas kleinerer Anteil nutzt diese zwar

aktuell nicht, hat dies aber früher getan. Milkmoon und Loopilino werden aktuell von etwa jedem Dritten, der dieses Angebot kennt, genutzt. Bei der Frage nach der am meisten genutzten Suchmaschine ist Google für 42 Prozent die erste Wahl, Blinde Kuh ist für jeden Dritten, der diese Kindersuchmaschine kennt, auch die meistgenutzte Suchhilfe, bei fragFINN ist es jeder Vierte.



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Kinder, denen die jeweilige Suchmaschine bekannt ist

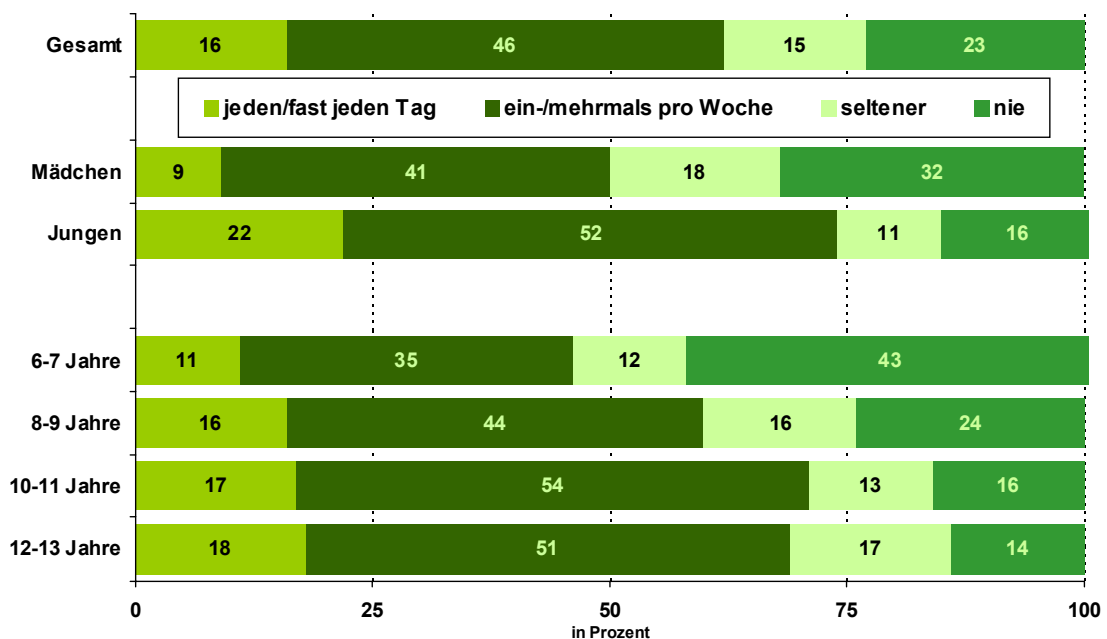
12. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele

12.1 Nutzungshäufigkeit, Spieleplattformen und Spieldauer

Spielen ist ein wichtiges Element der Kindheit. Kinder lernen viele Dinge spielerisch und spielend erfahren Kinder Ihre Umwelt. Auch in der digitalen Welt hat das Spielen für Kinder einen hohen Stellenwert. Computerspielen ist für Kinder eine der häufigsten Nutzungsformen des Computers. Eine Spielkonsole ist mit 57 Prozent das zweithäufigste Mediengerät in Kinderhand nach dem CD-Spieler. Allerdings hat das digitale Spielen viele Facetten, hier lohnt ein differenzierter Blick.

Bezogen auf alle Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren zählen 16 Prozent zu den täglichen Spielern („jeden/fast jeden Tag“). Fast zwei Drittel der Kinder spielen regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche, 15 Prozent eher sporadisch und knapp ein Viertel spielt nie elektronische Spiele. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier sehr deutlich. Jedes zweite Mädchen aber drei Viertel der Jungen zählen zu den regelmäßigen Spielern. Das unterschiedliche Interesse an dieser Freizeitbeschäftigung zeigt auch der Anteil der Nichtspieler, der bei den Mädchen um 16 Prozentpunkte höher liegt als bei den Jungen. Eine deutliche Entwicklung zeigt sich auch im Altersverlauf. Während bei den Sechs- bis Siebenjährigen 43 Prozent nie spielen, liegt dieser Anteil bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nur bei 14 Prozent. In dieser Altersgruppe spielt knapp jeder Fünfte (fast) jeden Tag.

Nutzung Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2010

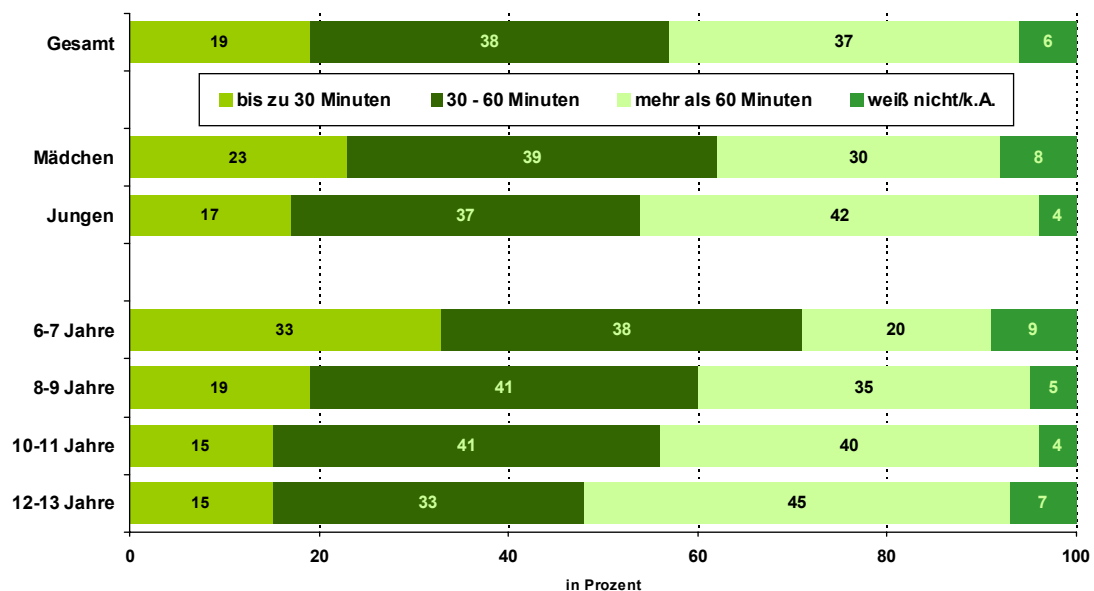


Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

In der öffentlichen Debatte um Computerspiele geht es neben der Frage der für Kinder geeigneten Inhalte vor allem auch um die Dauer der Nutzung. Ein Fünftel der Spieler bleibt bei seiner Nutzung unter einer halben Stunde pro Tag, 38 Prozent spielen zwischen 30 und 60 Minuten und 37 Prozent spielen länger als eine Stunde pro Tag.¹¹ Der Anteil der Spieler mit einer Spieldauer von mehr als einer Stunde pro Tag ist unter den männlichen Spielern mit 42 Prozent höher als bei weiblichen Spielern mit 30 Prozent. Exzessive Spieler mit einer Spieldauer von mehr als drei Stunden pro Tag finden sich nur bei den abzehnjährigen Kindern: ein Prozent der Zehn- bis Elfjährigen und zwei Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen sind dieser Kategorie zuzuordnen. Mit zunehmendem Alter werden die Spielzeiten länger: bei den Jüngsten spielt nur ein Fünftel länger als eine Stunde bei den Ältesten ist es fast die Hälfte der Spieler.

Wenn du an einem normalen Tag spielst - wie lange ist das so in etwa?



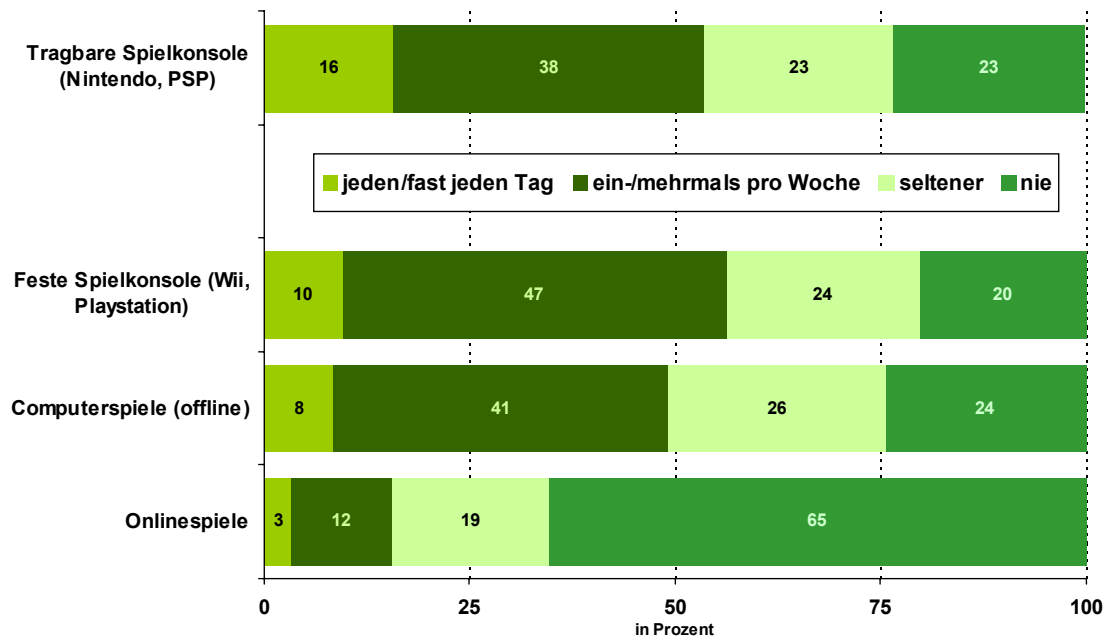
Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

Das elektronische Spielen hat dabei viele Facetten. So ist es etwas anderes auf einer tragbaren Konsole Geschicklichkeitsspiele und Rätsel zu lösen, als an einer Wii Tennis zu spielen oder in einem Online-Rollenspiel in einer Gilde zu kämpfen. Insofern bedarf es einer genauen Betrachtung der Spielformen. Bezogen auf die tägliche Nutzung wird am häufigsten mit einer tragbaren Spielkonsole (wie beispielsweise einer Playstation Portable oder einem Nintendo DS) gespielt, an zweiter Stelle folgen fest installierte Spielkonsolen (wie eine Xbox, eine Playstation oder eine Wii), kaum weniger häufig werden Computerspiele offline gespielt. Deutlich seltener spielen Kinder im Internet, nur 15 Prozent der Spieler nutzen zumindest einmal die Woche Onlinespiele, zwei Drittel nutzen diese Spielmöglichkeit nie.

¹¹ Nach Schätzung der Haupterzieher nutzen Kinder an einem Wochentag 36 Minuten pro Tag Computer-/Konsolen-/Onlinespiele (s. Kapitel 15: Medien in der Familie).

Nutzung Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2010

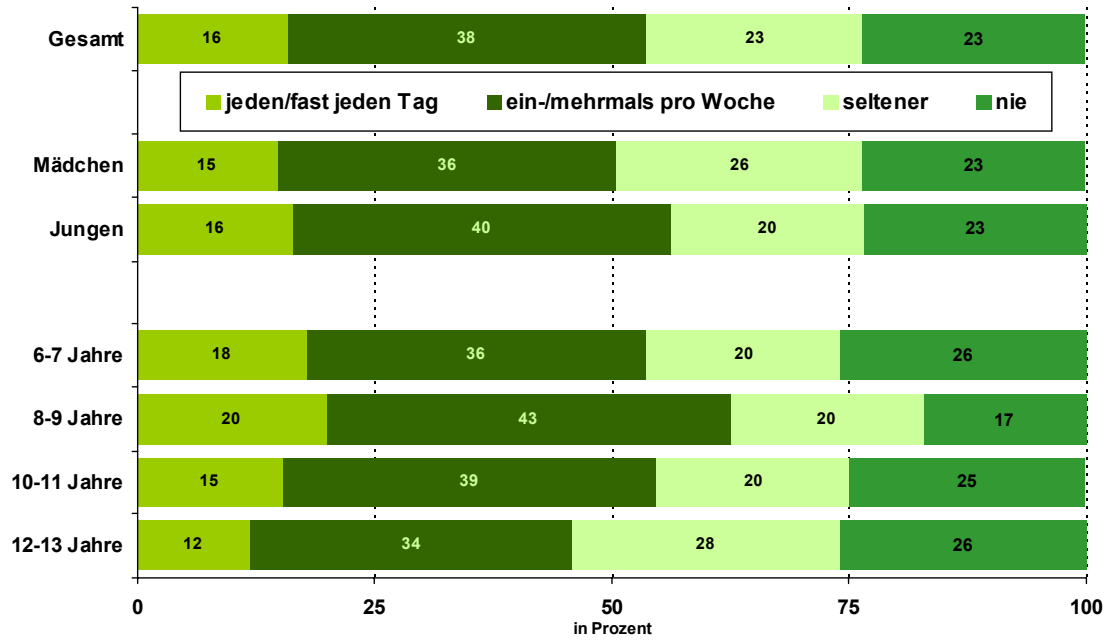


Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

Während beim Thema Computerspiele Jungen und Mädchen generell große Unterschiede aufweisen, zeigen sich bei tragbaren Konsolenspielen kaum Nutzungsunterschiede zwischen weiblichen und männlichen Spielern. Am häufigsten werden diese im Alter von acht bis neun Jahren gespielt, dann nimmt die Nutzung leicht ab. Bei festen Spielkonsolen und Computerspielen, die offline gespielt werden, zeigt sich jedoch eine deutlich häufigere Nutzung bei den Jungen und bei diesen Spielarten nimmt die Häufigkeit der Nutzung mit zunehmendem Alter dann deutlich zu. Drei Fünftel der Spieler im Alter von zwölf und 13 Jahren verbringen ihre Freizeit regelmäßig vor der (fest installierten) Spielkonsole oder mit Computerspielen (offline). Bei Onlinespielen ist die Nutzung wesentlich geringer, nur ein Fünftel der Jungen und 12 Prozent der Mädchen spielen regelmäßig im Internet, auch bei den Ältesten zählt nur jeder Vierte zu den regelmäßigen Onlinespielern.

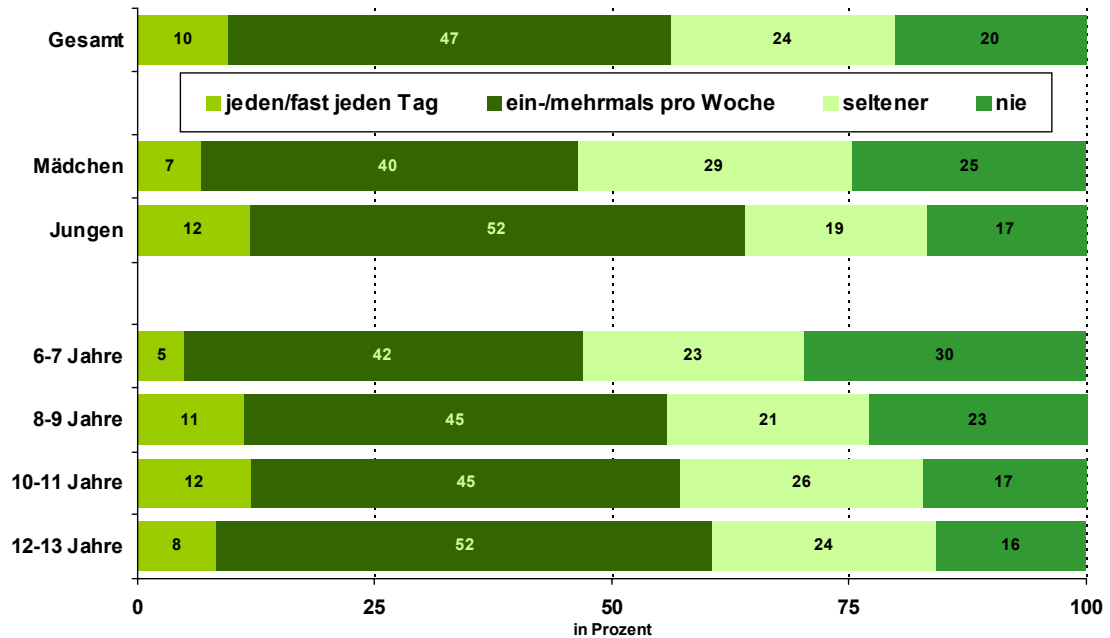
Nutzung tragbare Spielkonsole 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

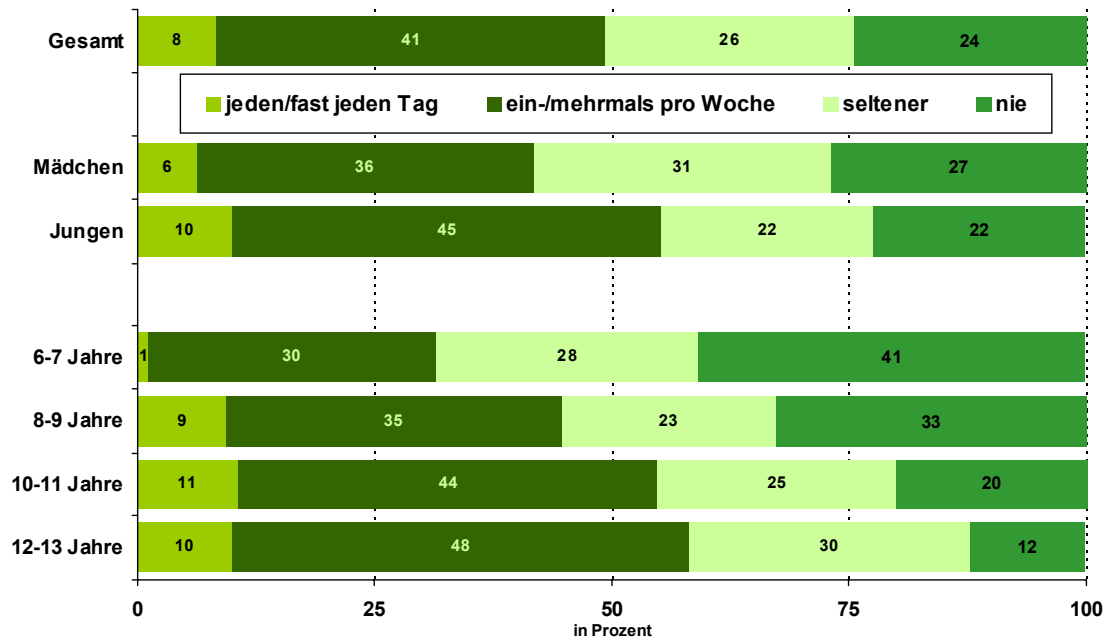
Nutzung fest installierte Spielkonsole 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

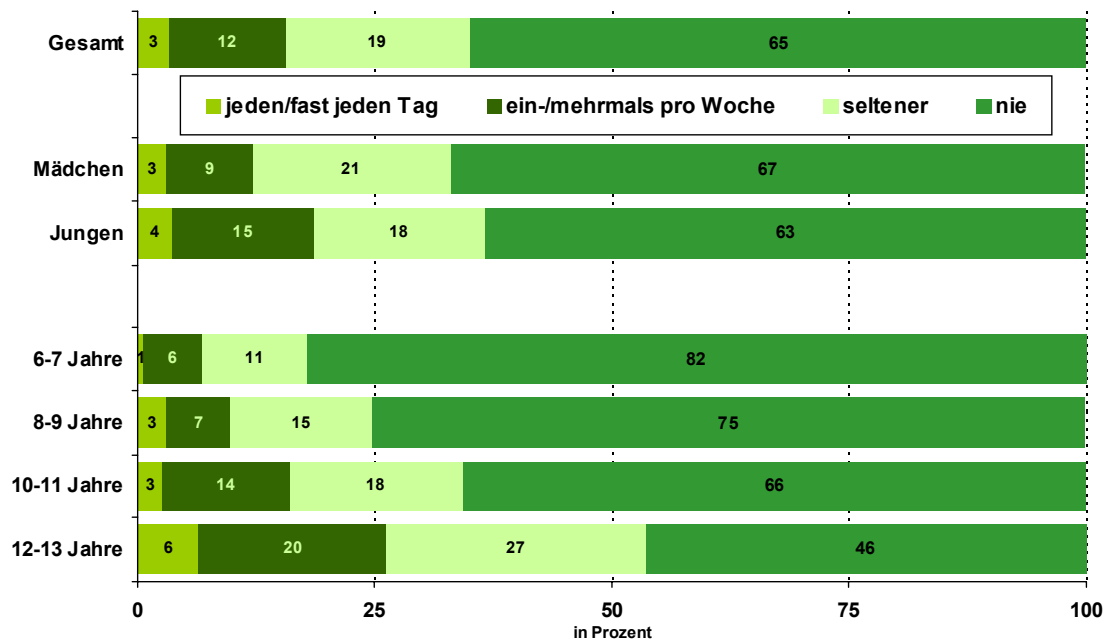
Nutzung Computerspiele (offline) 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

Nutzung Onlinespiele 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

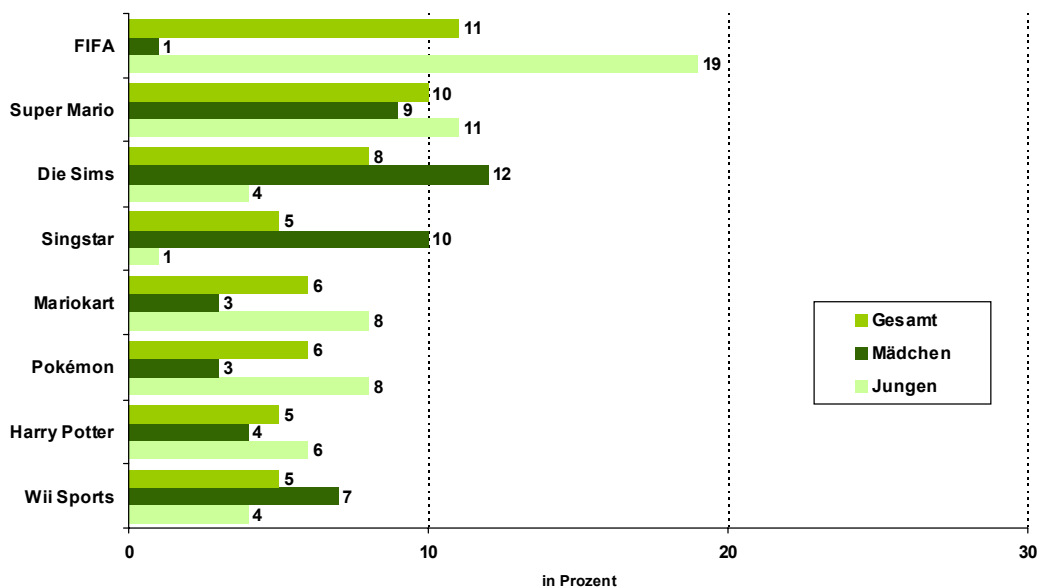
Die Nutzung von Computer- und Konsolenspielen wird auch im Kontext mit dem Verlust sozialer Beziehungen diskutiert. Zwar spielen 63 Prozent der Kinder, die zu Hause einen Computer nutzen, regelmäßig alleine am Bildschirm, aber etwa jeder zweite Computernutzer macht dies gemeinsam mit anderen. Auch die Nutzung von Onlinespielen kann eine soziale Komponente haben, über das Internet kann man im sogenannten Multiplayermodus auch mit anderen Internet-Nutzern spielen. Diese Möglichkeit des vernetzten Spielens gibt es auch bei vielen Konsolenspielen. Knapp ein Viertel der Spieler spielt regelmäßig über das Netz mit anderen, Jungen (27 %) etwas häufiger als Mädchen (18 %). Das gemeinsame virtuelle Spielen ist vor allem für ältere Kinder relevant, fast ein Drittel der ältesten Spieler nutzt diese Möglichkeit regelmäßig (6-7 Jahre: 15 %, 8-9 Jahre: 20 %, 10-11 Jahre: 23 %, 12-13 Jahre: 31 %).

12.2 Beliebteste Spiele

Zur Nutzung von elektronischen Spielen steht nicht nur eine Reihe von unterschiedlichen Spieleplattformen zur Verfügung, auch das jeweilige Angebot an Spielen ist sehr vielseitig. Im Durchschnitt besitzen die Kinder, die zumindest selten spielen, 10,3 Spiele. Mädchen haben mit einem Schnitt von 8,2 etwas weniger Auswahl als Jungen mit 11,9 Spielen. Von Rätsel- und Geschicklichkeitsspielen für unterwegs, über Renn- und Fußballspiele, komplexe Simulationen bis hin zu Action- und Strategiespielen reicht die bunte Palette der Spielmöglichkeiten. Welche Spiele hier aus Sicht der Kinder am relevantesten sind, zeigt die offene Abfrage nach den drei beliebtesten Spielen. Betrachtet man die einzelnen Nennungen, belegt die enorme Anzahl der dort genannten Lieblingsspiele die Vielfältigkeit des Themas Computer-/Konsolen-/Onlinespiele. Die am häufigsten genannten Spiele sind das Fußballspiel „FIFA“, gefolgt von dem Spieleklassiker „Super Mario“ und der Simulation „Die Sims“. Neben dem auch in Fernsehserien, Kinofilmen und Kartenspielen vermarkteten Thema „Pokémon“ findet sich mit „Mario Kart“ der virtuelle Klempner Mario nochmals auf der Liste. Neben dem Spiel „Harry Potter“, das die Produktwelt um die populäre Bücherreihe ergänzt, finden sich zwei Spiele, die echten (Körper-)Einsatz fordern: das Karaokepiel „Singstar“ und „Wii Sports“, das mit Körperbewegungen gesteuert werden muss. Der erste Platz für „FIFA“ geht vor allem auf das Konto der Jungen: jeder fünfte männliche Spieler zählt dies zu seinen Lieblingsspielen, auch die Spiele „Mario Kart“ und „Pokémon“, werden mehr von Jungen genannt. Der Favorit bei den Mädchen ist die Simulation „Die Sims“ sowie das Karaokepiel „Singstar“. Daneben wird auch das Bewegungsspiel „Wii Sports“ mehr von Mädchen als von Jungen als Lieblingsspiel bezeichnet.

Liebste Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2010

- bis zu drei Nennungen -



Quelle: KIM-Studie 2010
Nennungen ab 5%

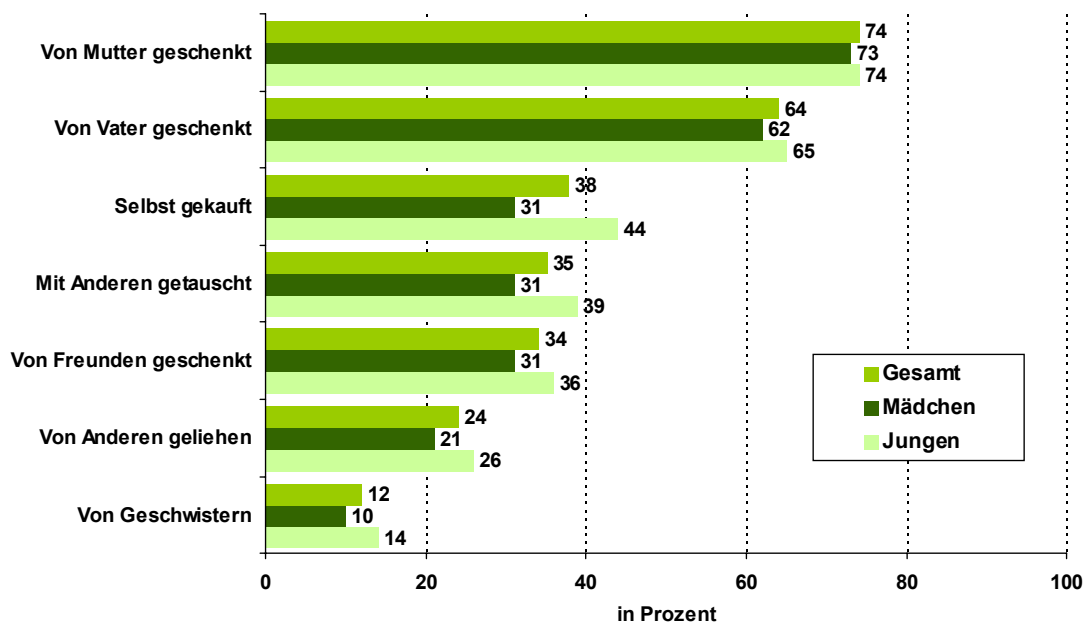
Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=973

12.3 Computerspiele und Jugendschutz

Die Lieblingsspiele zeigen, wie weit das Feld der Computerspiele ist. Das Angebot an Spielen ist enorm, die verschiedenen Genres unterscheiden sich dabei sehr. Um Kinder und auch Jugendliche vor ungeeigneten Inhalten zu schützen, sieht das Jugendschutzgesetz eine Kennzeichnung aller Spiele vor, die in Deutschland verkauft werden. Hierzu haben die Obersten Landesjugendbehörden die Prüfung der Spiele der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle USK übertragen. Die USK prüfte allein im Jahr 2010 ca. 2.800 Spiele und versah diese mit den Alterskennzeichen. Drei Viertel der Spieler sind diese Kennzeichen schon einmal aufgefallen. Schon bei den Sechs- und Siebenjährigen hat jeder Zweite die Empfehlungen bemerkt. Mit zunehmendem Alter werden die Altershinweise deutlich öfter wahrgenommen (8-9 Jahre: 70 %, 10-11 Jahre 85 %, 12-13 Jahre 82 %). Allerdings werden diese Hinweise nicht immer beachtet. Immerhin zwei Fünftel der Kinder, denen die Alterskennzeichnung schon mal aufgefallen ist, geben zu, schon einmal Spiele gespielt zu haben, für die sie eigentlich zu jung waren. Jungen gehen mit 48 Prozent deutlich großzügiger mit den Altersfreigaben um als Mädchen (30 %). Ältere Kinder machen zu einer höheren Wahrscheinlichkeit Erfahrungen mit Spielen, die eigentlich für ihr Alter noch nicht freigegeben sind, (6-7 Jahre: 26 %, 8-9 Jahre: 31 %, 10-11 Jahre: 46 %, 12-13 Jahre: 45 %). Ob dies Probleme verursacht, muss dahin gestellt bleiben. Insgesamt bestätigen auf Nachfrage vier Prozent, dass sie schon einmal Spiele gespielt haben, die ihnen Angst gemacht haben. Jungen (5 %) sind von dieser Erfahrung mehr betroffen als Mädchen (2 %).

Bei der aktuellen Jugendschutzregelung, die auf eine Kennzeichnung der Spiele setzt, kommt für ein Funktionieren dieser Systematik der Distribution der Spiele eine große Rolle zu. Die meisten Besitzer von Computerspielen haben ihre Spiele größtenteils von den Eltern geschenkt bekommen. Ein gutes Drittel kauft sich Spiele auch selbst und tauscht mit Anderen Spiele aus oder bekommt diese von Freunden geschenkt. Jeder Vierte leiht sich auch Spiele von Dritten aus. Zwölf Prozent bekommen Spiele von Geschwistern.

Woher hast du eigene Computer-/Konsolenspiele?



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Besitzer von Computer-/Konsolenspielen, n=911

Kinder informieren sich über neue Spiele vor allem im Freundeskreis, 85 Prozent erfahren hier Neuigkeiten aus dem Spielebereich. Als weitere Quellen werden das Fernsehen (44 %), Zeitschriften (30 %), das Internet (24 %) und Computer-Geschäfte (19 %) angegeben. Bei Kindern spielt die Familie als Informationsquelle nur für wenige der Spieler eine Rolle (Mutter: 17 %, Geschwister: 15 %, Vater: 14 %).

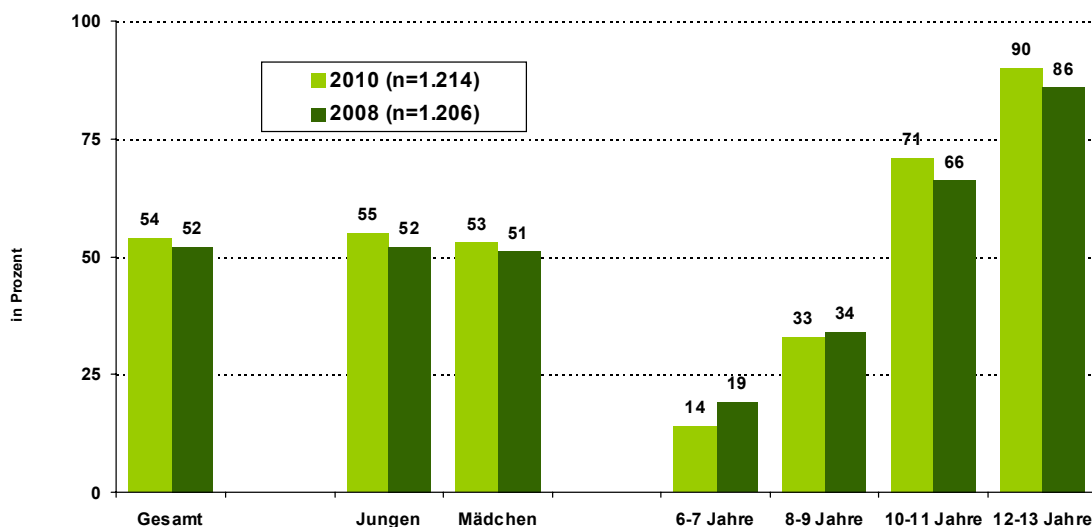
13. Handy

13.1 Ausstattung und Nutzung

Das Handy ist schon seit einigen Jahren bei Jugendlichen¹² nicht mehr wegzudenken, doch auch bei den Kindern spielt die mobile Kommunikation eine immer größere Rolle. Inzwischen hat mehr als jedes zweite Kind ein eigenes Handy, Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier kaum, allerdings steigt der Handybesitz mit dem Alter deutlich an. Bereits die Sechs- bis Siebenjährigen haben zu 14 Prozent ein Mobiltelefon zur Verfügung, bei den Acht- bis Neunjährigen ist es jedes dritte Kind und bei den Zehn- bis Elfjährigen fast drei Viertel, die ein Handy besitzen. Bei den ältesten mit zwölf bis 13 Jahren haben mit 90 Prozent fast alle ein eigenes Handy. Diese Werte sind Angaben der Kinder, die Angaben der Haupterzieher zum Handybesitz bestätigen diese Angaben weitgehend und liegen nur leicht darunter. Gegenüber der KIM-Studie 2008 ist die Verfügbarkeit von Handys insgesamt leicht angestiegen, wobei die Kinder ab zehn Jahren merklich zugelegt haben, bei den Acht- bis Neunjährigen gibt es keine Änderungen, bei den Jüngsten sind die Werte hingegen leicht rückläufig.

Handy-Verfügbarkeit 2010/2008

- Angaben der Kinder -



Quelle: KIM-Studie 2010, KIM-Studie 2008

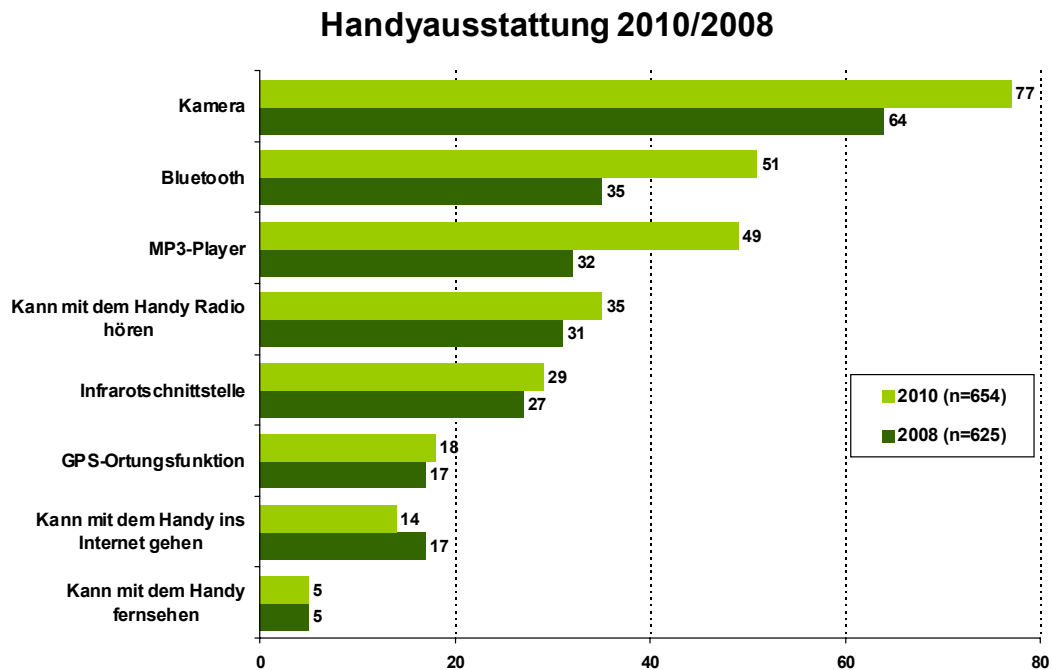
Basis: alle Kinder

Die Handys in Kinderhand haben zahlreiche Funktionalitäten: Bei drei Vierteln ist eine Kamera integriert und jeder zweite Handybesitzer kann per Bluetooth Daten verschicken und mit dem Handy MP3-Dateien anhören. Ein Radio hat gut ein Drittel und 29 Prozent haben eine Infrarotschnittstelle, gut ein Sechstel hat mit einem GPS-Empfänger die Möglichkeit der Lokalisierung, ein Siebtel kann mit seinem Handy ins Internet gehen und jeder

¹² Die Mediennutzung der 12- bis 19-Jährigen wird in der JIM-Studie (Jugend. Information, (Multi-)Media) jährlich dokumentiert. (Download unter www.mpfs.de).

Zwanzigste kann mit dem Handy fernsehen. Bei fast allen technischen Funktionen sind die Handys der Jungen besser ausgestattet als die der Mädchen, lediglich eine eingebaute Kamera und GPS-Empfang sind bei Mädchen häufiger vorhanden.

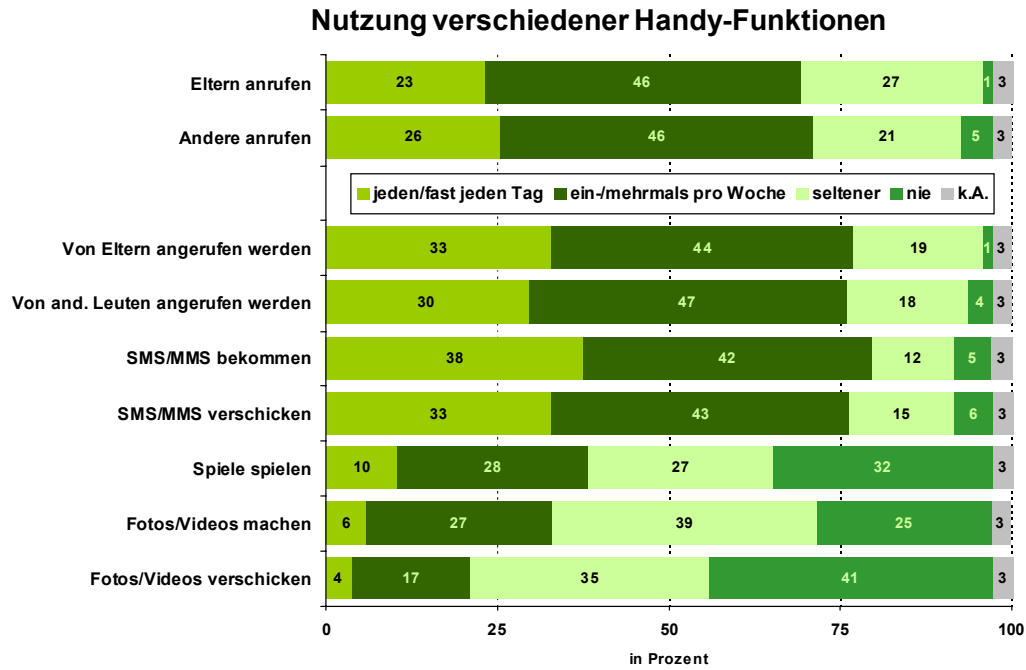
Die Ausstattung der Geräte hat sich - mit Ausnahme der Internetfähigkeit und des TV-Empfangs - gegenüber 2008 insgesamt verbessert, vor allem MP3-Player, Bluetooth und Digitalkamera sind deutlich weiter verbreitet.



Quelle: KIM-Studie 2010, KIM-Studie 2008

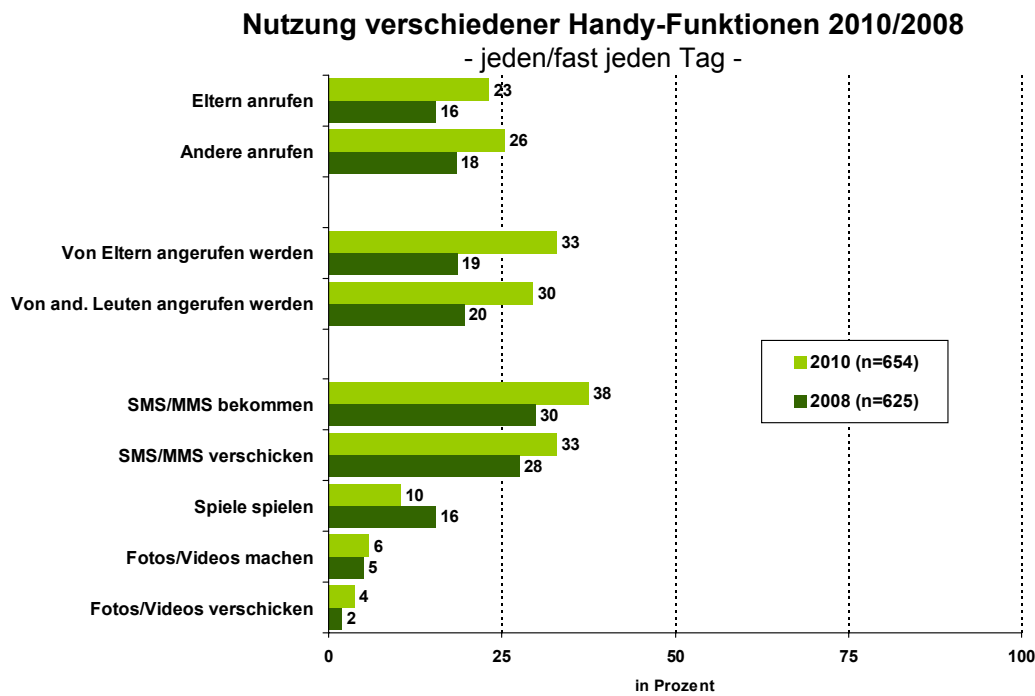
Basis: Handy-Besitzer (Auskunft Kind)

Die sehr gute Ausstattung der Handys, die Kindern heute zur Verfügung stehen, sagt allerdings noch nichts über deren Nutzung aus. Die Geräte sind zwar multifunktional, doch sind viele Funktionen im Alltag von Kindern wenig relevant oder auch schlichtweg zu teuer. Betrachtet man die tägliche Nutzung („jeden/fast jeden Tag“) so wird am häufigsten SMS verschickt und telefoniert. Jeder dritte Handy-Besitzer wird (fast) täglich von den Eltern angerufen, Anrufe von Anderen sind etwas weniger häufig, jeweils knapp ein Viertel rufen in dieser Häufigkeit die Eltern bzw. Andere an. Die weiteren Funktionen spielen in der alltäglichen Nutzung eine deutlich geringere Rolle. Handyspiele werden von 38 Prozent zumindest einmal in der Woche genutzt, ein Drittel nutzt in diesem Zeitraum die eingebaute Kamera und nur jeder Fünfte verschickt im Laufe einer Woche Filme oder Bilder über das Handy.



Im Altersverlauf zeigen sich deutliche Unterschiede in der täglichen Handynutzung. Bei den Kindern bis neun Jahren steht die Kommunikation mit den Eltern im Vordergrund, am häufigsten werden Kinder in dieser Altersgruppe von den Eltern angerufen oder sie kontaktieren selbst die Eltern, Kommunikation mit anderen spielt hier noch eine untergeordnete Rolle. Die Nutzung von SMS nimmt mit zunehmendem Alter deutlich zu und ist dann bei den Zwölf- bis 13-jährigen die häufigste Kommunikationsform mit dem Handy.

Gegenüber 2008 hat sich die tägliche Nutzung des Handys deutlich intensiviert, lediglich die Nutzung von Spielen ist rückläufig. Auffällig ist, dass die Kommunikation mit den Eltern, die bisher mit zunehmendem Alter deutlich abnahm, 2010 im Altersverlauf relativ stabil bleibt. Das Handy scheint inzwischen für Kinder aller Altersgruppen eine feste Größe in der intrafamiliären Kommunikation zu sein.



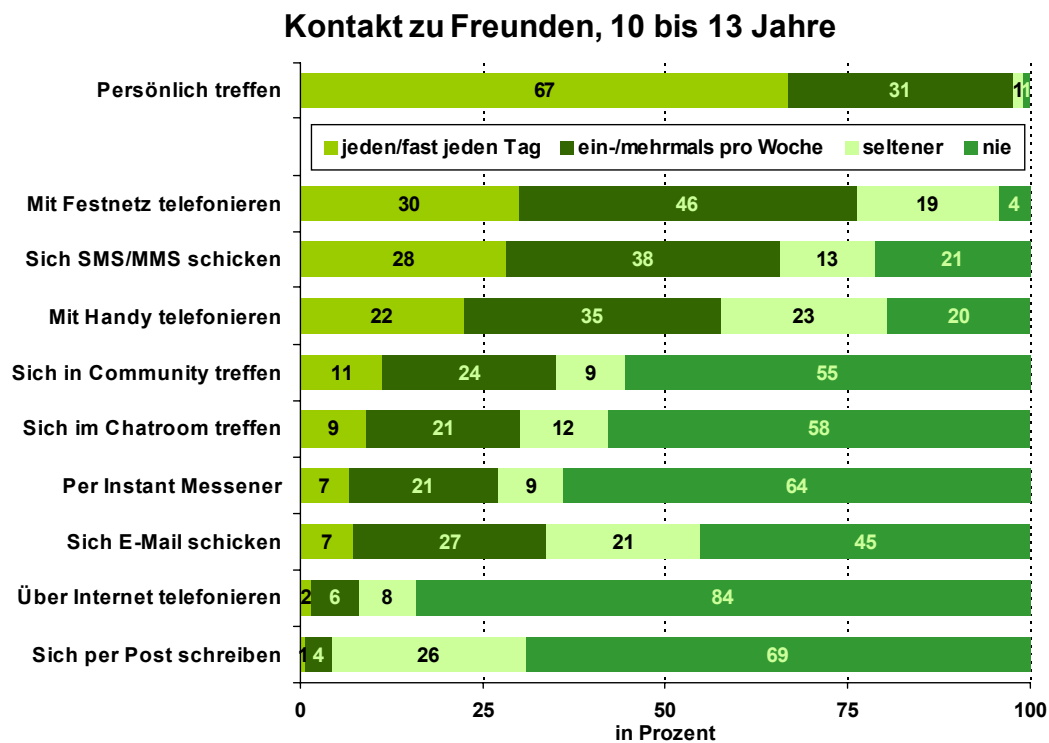
Das Handy wird immer wieder auch mit problematischen Aspekten in Verbindung gebracht, sei es durch das Versenden gewalthaltiger oder pornographischer Inhalte oder auch durch betrügerische sowie undurchsichtige Angebote, beispielsweise durch manche Anbieter von Klingeltönen. Inwieweit bereits Kinder von diesen Problemen betroffen sind, wurde in der KIM-Studie anhand zweier Fragestellungen erfasst. Dass sie „schon einmal seltsame oder unangenehme Sachen per Handy“ zugesandt bekommen haben, können nur zwei Prozent der Handybesitzer bestätigen, hierbei handelte es sich beispielsweise um Nachrichten von Unbekannten, Sexangebote, Beleidigungen, Gewaltdarstellungen und Kaufangebote sowie kostenpflichtige Rückrufnummern. Insgesamt betrachtet sind derartige Botschaften sehr selten. Klingeltöne haben bislang nur 28 Prozent der Handybesitzer heruntergeladen - jeder dritte Junge und jedes vierte Mädchen. Hiervon gaben 21 Prozent an, dass der Preis höher war als erwartet und sie sich hierbei „abgezockt“ fühlten. Gut ein Drittel moniert, dass der Preis höher war als erwartet, dies dann aber doch akzeptiert wurde. 56 Prozent der Besteller von Klingeltönen waren über den Preis letztendlich überrascht. Die Angebote dieser Produkte sind also für die Mehrheit der jungen Kunden offensichtlich nicht verständlich. Da sich diese Produkte vor allem an Kinder und Jugendliche richten, ist dies nicht nur unter Verbraucherschutzgesichtspunkten, sondern auch unter dem Aspekt des Jugendschutzes bedenklich.

13.2 Kontakt zu Freunden

Immer häufiger wird diskutiert, inwieweit Kinder angesichts der zahlreichen Kommunikationsmöglichkeiten überhaupt noch persönliche Kontakte pflegen und wieweit man sich im Freundeskreis heutzutage nur noch medienvermittelt austauscht. In der KIM-Studie 2010

wurden die Zehn- bis 13-Jährigen befragt, wie sie mit ihren Freunden im Kontakt stehen und welche Rolle hierbei die Medien spielen bzw. welche Kommunikationsmöglichkeiten wie häufig genutzt werden. Die Jüngeren (6 bis 9 Jahre) wurden hierzu nicht befragt, da in dieser Altersgruppe die medienvermittelte Kommunikation (noch) eine untergeordnete Rolle spielt.

Eindeutig die häufigste und damit üblichste Form des Austausches ist weiterhin das persönliche Treffen: zwei Drittel der Kinder zwischen zehn und 13 Jahren treffen sich jeden oder fast jeden Tag von Angesicht zu Angesicht mit ihren Freunden und zwar außerhalb der Schule. Fast alle Kinder in dieser Altersgruppe treffen sich regelmäßig (zumindest einmal pro Woche) mit ihren Freunden persönlich. An zweiter Stelle folgt der Kontakt per Festnetztelefon, den drei Viertel der Kinder im Laufe einer Woche pflegen, zwei Drittel nutzen den Austausch per SMS, gut die Hälfte telefoniert zumindest einmal in der Woche mit den Freunden per Handy und jeweils etwas mehr als ein Drittel tauscht sich mit seinen Freunden in einer Community oder per E-Mail online aus. Die Möglichkeiten Chat und Instant Messenger werden etwas weniger häufig regelmäßig genutzt. Internettelefonie, wie beispielsweise über Skype sowie die Briefpost werden nur selten genutzt. Für etwa ein Drittel der Kinder im Alter von zehn bis 13 Jahren spielen generell die Kommunikationsmöglichkeiten via Internet im Freundeskreis (noch) keine Rolle.



Quelle: KIM-Studie 2010

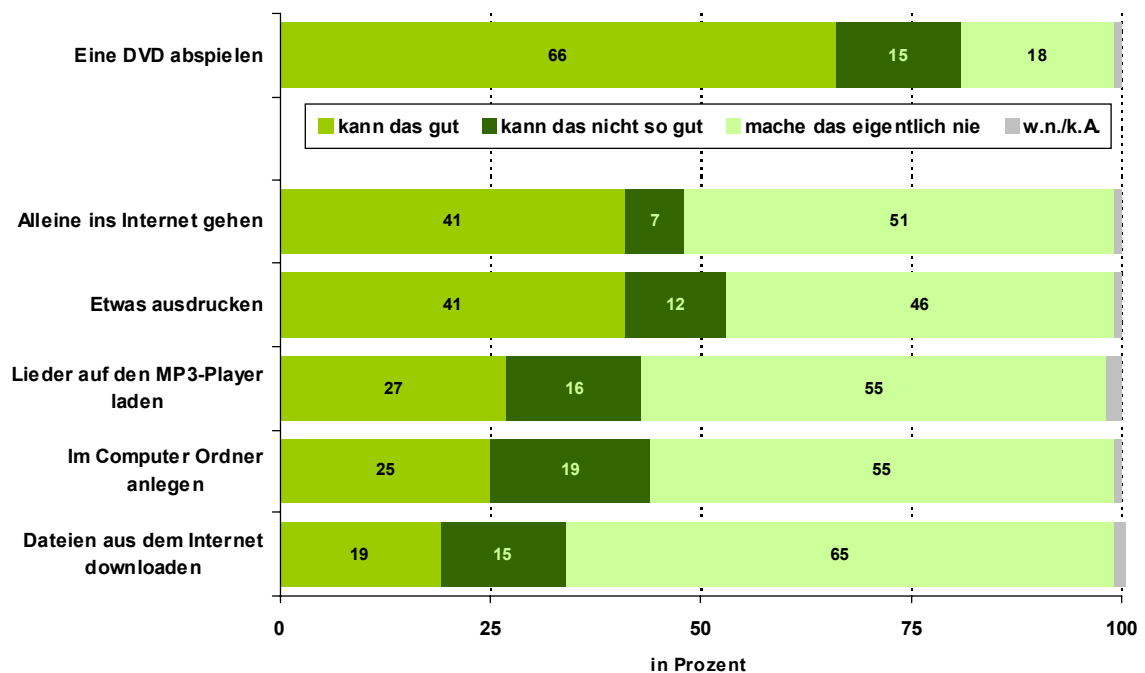
Basis: Kinder 10-13 Jahre, n=637

14. Technische Medienkompetenz

Beim Thema Kinder und Medien wird oft vorgebracht, man könne Kindern hier nichts mehr vormachen, da diese technisch versierter als Erwachsene wären. Abgesehen von der Tatsache, dass es bei der medienpädagogischen Begleitung von Kindern weniger um die Technik als um die Inhalte und das Verständnis der Zusammenhänge gehen sollte, ist auch zu klären, ob Kinder hier wirklich den Erwachsenen voraus sind.

Zwei Drittel der Kinder behaupten von sich, dass sie alleine eine DVD abspielen können, jeweils zwei Fünftel können alleine ins Internet gehen oder eine Seite ausdrucken. Etwa jedes vierte Kind kann Lieder auf einen MP3-Player laden und im Computer Ordner anlegen. Ein Fünftel ist in der Lage, aus dem Internet Dateien herunter zu laden. Was die den Computer betreffenden Tätigkeiten angeht, geben je über die Hälfte der Kinder an, dass sie dies eigentlich nie (alleine) machen. Zwar steigern sich die Kompetenzen mit zunehmendem Alter der Kinder deutlich, mit Zunahme der Nutzung werden auch die technischen Aspekte beherrscht. Doch bedürfen in technischer Hinsicht vor allem jüngere Kinder noch der Anleitung und Begleitung der Eltern oder älterer Geschwister.

Technische Kompetenzen der Kinder 2010



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

15. Medien in der Familie

15.1 Einstellungen, Meinungen, Nutzungsdauer

Der Medienumgang von Kindern wird zunächst maßgeblich vom Umfeld, in dem Kinder aufwachsen, geprägt. Das Elternhaus ist die wichtigste Sozialisationsinstanz auch beim Thema Medien. Die Art und Weise wie Eltern, Geschwister oder Großeltern das Medienbuckett nutzen, schlägt sich direkt oder indirekt auch auf die Medienpräferenzen der jüngeren Kinder nieder. Mit zunehmendem Alter der Kinder kommen weitere Instanzen und Faktoren hinzu, die den Medienumgang beeinflussen, neben der peer group und der Schule auch veränderte Persönlichkeitsmerkmale im Zuge der Identitätsentwicklung.

Welche Einstellungen Eltern zum Thema Medien generell und dem Medienumgang ihrer Kinder im speziellen haben, untersucht die KIM-Studie anhand verschiedener Dimensionen. Zunächst einmal lohnt der Blick auf das allgemeine Interessensspektrum der Haupterzieher, die in dieser Studie zu 85 Prozent von Müttern und zu 15 Prozent von Vätern repräsentiert werden. Bei einer Vorgabe von 24 Themenbereichen zeigen die Haupterzieher das größte Interesse (Skalenpunkte 1 + 2)¹³ bei Fragen rund um die schulische Laufbahn ihrer Kinder (72 %), es folgen gleichauf die Themen „Erziehung“ sowie „Liebe/Partnerschaft“ (je 68 %). Nach „Gesundheit/Medizin“ (64 %), „Ausbildung/Beruf“ (63 %), „Ernährung/Kochen“ (60 %), „Mode/Kleidung“ (55 %) und „Reisen“ (52 %) platziert sich das Thema „Kinder und Medien“ auf dem neunten Platz und ist für knapp die Hälfte der Haupterzieher (49 %) von großer Bedeutung. Spezifischere Medienthemen wie „Internet“ (44 %), alles rund um die Mobiltelefonie (27 %) oder Computerspiele – mit 10 Prozent auf dem letzten Rang der Themenliste – stoßen auf weniger Interesse. Ebenfalls haben nur für etwa 30 bis 40 Prozent Themen wie „Umweltschutz“ (39 %), „regionale Politik“ (36 %), „Bundespolitik“ (30 %) oder „Wirtschaft“ (28 %) eine größere Bedeutung. Trotz aller öffentlichen Diskussionen steht das Thema „Kinder und Medien“ zwar nicht unmittelbar im Focus der Haupterzieher, hat aber dennoch einen vergleichsweise hohen Stellenwert.

Differenziert man die Haupterzieher nach ihrem Bildungshintergrund, so zeigt sich, dass mit zunehmender Bildung bei den meisten Themen ein deutlicher Interessensanstieg einhergeht. Am deutlichsten ist dies beim Thema „Bücher/Lesen“ (Hauptschule: 33 %, Gymnasium: 70 %) und bei „Reisen“ (Hauptschule: 41 %, Gymnasium: 69 %) ausgeprägt, aber auch „Umweltschutz“ (Hauptschule: 31 %, Gymnasium: 56 %), „Kunst/Kultur“ (Hauptschule: 14 %, Gymnasium: 36 %) und „Kinder und Medien“ (Hauptschule: 40 %, Gymnasium: 61 %) haben bei den höher Gebildeten deutlich mehr Bedeutung. Nur geringe Interessensunterschiede (weniger als 10 Prozentpunkte Unterschied zwischen Erziehern mit Hauptschul- und gymnasialem Hintergrund) bestehen bei den Themen „Handy“, „Film-

¹³ Das Interesse wurde anhand einer 6er-Skala ermittelt (1=ist für mich sehr interessant, 6=ist für mich überhaupt nicht interessant).

/Fernsehstars“, „Musik-Stars und Bands“, „Computerspiele“, „Mode/Kleidung“, „Liebe/Partnerschaft“, „Musik“, „Technik“, „Kino/Filme“ und „Ernährung/Kochen/Backen“.

Welche Bedeutung die einzelnen Medien nach Ansicht der Haupterzieher für Kinder haben, wurde anhand verschiedener Aussagen über potentielle Wirkungen ermittelt. Es zeigt sich, dass dem Internet noch stärker als 2008 diffuse Ängste entgegen stehen: Es hat hohen Einfluss auf die Gewaltbereitschaft von Kindern, sie erfahren ungeeignete Dinge oder werden zu Stubenhockern, so die Befürchtungen der Haupterzieher. Ähnliche Ängste werden auch Fernsehen, Video oder DVD entgegen gebracht. Mehr noch als das Internet sind diese audiovisuellen Medien aber wichtig, um bei den Freunden mitreden zu können. Andererseits werden das Internet bzw. der Computer generell als wichtig für das schulische Weiterkommen der Kinder eingestuft. Als „bestes“ Medium gilt aber nach wie vor das Buch: Kein anderes Medium ist nach Ansicht der Haupterzieher bedeutsamer für die Förderung von Fantasie, dem Lernen generell und den Schulerfolg der Kinder.

Bedeutung der Medien für Kinder 2010

- Angaben der Haupterzieher (in Prozent) -

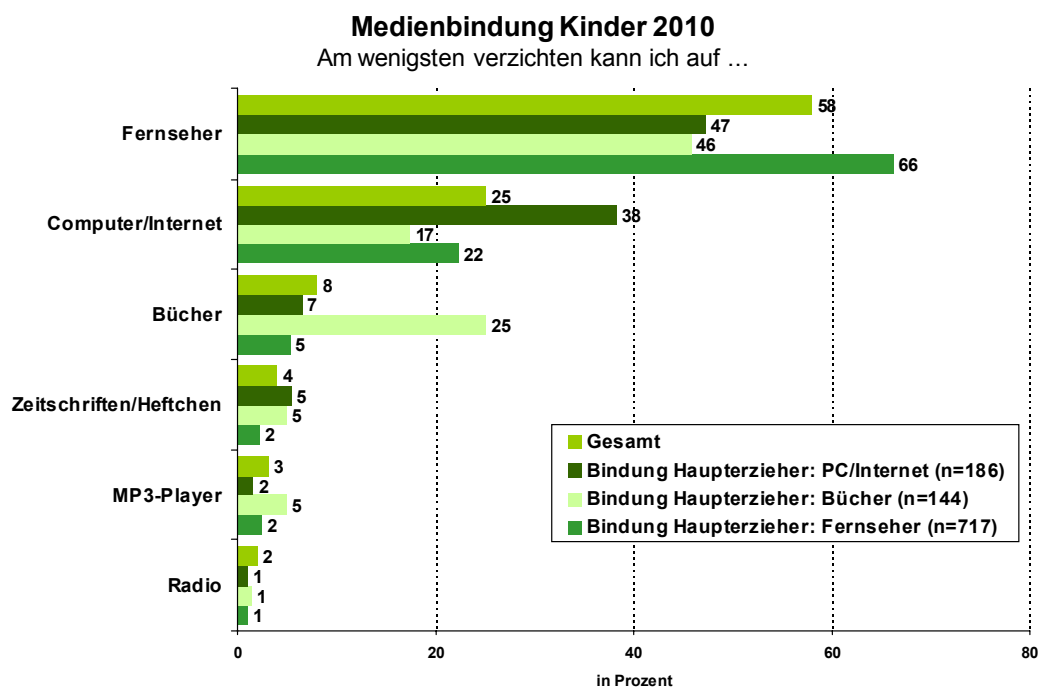
	Buch	Computer	Internet	Kassette/CD/ MP3	Radio	TV/Video/ DVD
Fördert die Fantasie von Kindern	72	25	18	24	12	38
Kinder lernen aus Medien	62	43	35	13	15	43
Hat Einfluss auf Gewaltbereitschaft	3	31	58	3	3	62
Vermittelt Eindruck vom wirklichen Leben	14	9	14	4	14	42
Ist wichtig, um bei Freunden mitzureden	21	50	42	20	12	61
Kinder erfahren ungeeignete Dinge	3	20	65	3	7	56
Ist wichtig für Schulerfolg	69	47	31	6	9	17
Gibt Vorstellung, was "gut" und was "schlecht" ist	26	9	14	6	11	39
Macht Kinder zu "Stubenhockern"	7	63	59	7	3	57

Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Haupterzieher, n=1.214

Diese Einschätzungen spiegeln sich weder in der eigenen Mediennutzung noch in der des befragten Kindes wider. Hinsichtlich der Unverzichtbarkeit dieser Medien entscheiden sich mit einer deutlichen Mehrheit von 59 Prozent die Haupterzieher für das Fernsehen. Mit deutlichem Abstand folgen Computer/Internet (15 %) und Bücher (12 %). Vergleichsweise unbedeutend in dieser alternativen Entscheidungssituation sind für die Haupterzieher Zeitungen oder das Radio (je 5 %), Zeitschriften (3 %) oder MP3-Player (1 %). Erwartungsgemäß zeigen sich auch hier deutliche Unterschiede je nach Bildungshintergrund. Für drei Viertel der Eltern mit Volks- oder Hauptschulabschluss ist das Fernsehen am unverzichtbarsten, bei Eltern mit Abitur und/oder Studium trifft dies nur auf ein Drittel zu. Letzt-

genannte haben dagegen sehr viel häufiger die größte Bindung an Computer/Internet (23 %, Hauptschule: 10 %) oder Bücher (26 %, Hauptschule: 5 %). Die Präferenzen der Eltern spiegeln sich dann auch in denen der Kinder wieder.¹⁴ So entscheiden sich mehr Kinder für das Fernsehen als das Medium, auf das am wenigsten verzichtet werden kann, wenn auch der Haupterzieher die höchste Bindung dem Fernsehen gegenüber aufweist. Gleiches lässt sich bei Kindern beobachten, deren Haupterzieher die höchste Bindung an Computer/Internet bzw. an Bücher haben – auch hier weisen die Kinder dann eine überdurchschnittliche Bindung auf.



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Kinder, n=1.214

Lässt man die Haupterzieher die eigene Mediennutzung pro Tag einschätzen, so zeigt sich auch hier mit einer durchschnittlichen Nutzungsdauer von 154 Minuten die starke Dominanz des Fernsehens. Mit dem Radio werden 115 Minuten pro Tag, mit Lesen hingegen nur 27 Minuten verbracht. Stärker fällt bei den Haupterziehern die generelle Nutzungsdauer für Computer aus (101 Min.), auf das Internet entfallen 50 Minuten. Ähnlich verhält es sich auch mit der Nutzungsdauer der Kinder. Nach Einschätzung der Haupterzieher sehen Kinder pro Tag im Schnitt 98 Minuten fern¹⁵, der Umgang mit dem Computer (spielen, lernen, arbeiten) liegt bei 44 Minuten, mit PC- und Konsolenspielen werden 36 Minuten am Tag verbracht. Auf das Internet entfällt mit 24 Minuten etwas mehr als auf das Lesen (21 Min.), Radio hören die Kinder 33 Minuten pro Tag. Jungen verbringen nach Einschätzung der Eltern deutlich mehr Zeit mit Computer- und Konsolenspielen (43 Min., Mädchen: 29 Min.), gleiches gilt für den generellen Umgang mit dem Computer (48 Min., Mädchen: 39 Min.). Kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt es beim Fernsehen (Jungen:

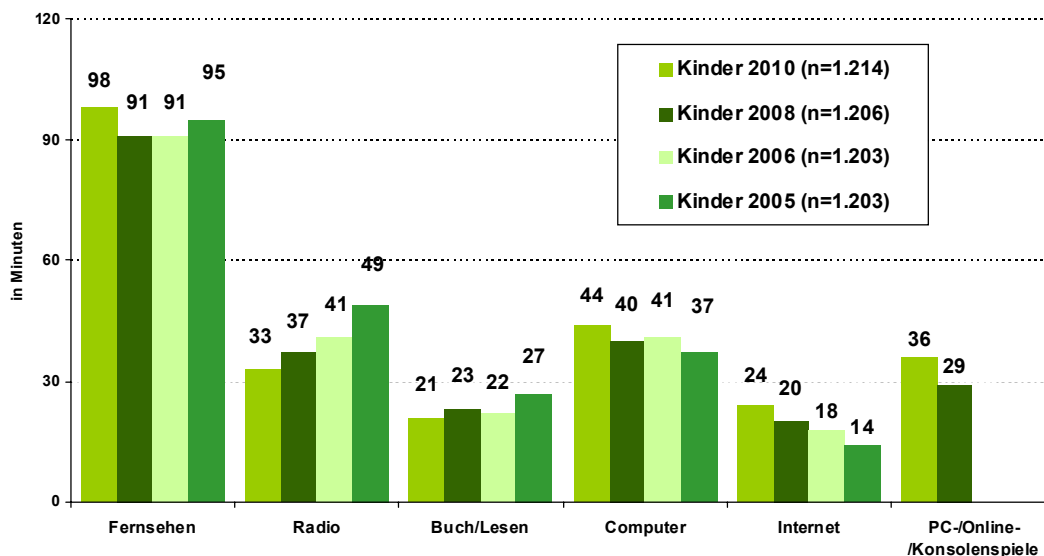
¹⁴ Siehe auch Kapitel 5: Medienbindung

¹⁵ Diese Einschätzung entspricht weitgehend den Messungen der GfK-Fernsehforschung. Hier liegt die durchschnittliche Sehdauer der Sechs- bis 13-Jährigen für das Jahr 2010 bei 96 Minuten.

100 Min., Mädchen: 97 Min.), beim Radio hören (Jungen: 32 Min., Mädchen: 35 Min.) und bei der Internet-Nutzung (Jungen: 25 Min., Mädchen: 22 Min.). Beim Lesen liegen dagegen die Mädchen sieben Minuten vor den Jungen (18 Min.). Deutliche Zuwächse finden sich im Altersverlauf: alle Medien werden von den Sechs- bis Siebenjährigen am kürzesten und den Zwölf- bis 13-Jährigen am längsten genutzt. Besonders stark fällt der Anstieg beim Computer (6-7 Jahre: 16 Min., 12-13 Jahre: 73 Min.), aber auch beim Internet (6-7 Jahre: 7 Min., 12-13 Jahre: 45 Min.) und dem Fernsehen (6-7 Jahre: 84 Min., 12-13 Jahre: 110 Min.) aus. Weniger deutlich nimmt die Radionutzung zu (6-7 Jahre: 24 Min., 12-13 Jahre: 41 Min.), vom Alter vergleichsweise unabhängig ist die Zuwendung zu Büchern (6-7 Jahre: 15 Min., 12-13 Jahre: 25 Min.). Vor dem Bildungshintergrund der Eltern schließlich zeigt sich der größte Unterschied beim Fernsehen: Kinder, deren Haupterzieher als höchsten Schulabschluss die Hauptschule haben, sehen 111 Minuten am Tag fern, Kinder, deren Haupterzieher Abitur und/oder Studium vorweisen, kommen nur auf 73 Minuten. Weniger stark fallen die Nutzungsunterschiede bei den Computer- bzw. Konsolenspielen aus (40 vs. 28 Minuten). Umgekehrt lesen die Kinder von Eltern mit Abitur/Studium etwas länger (27 Min.) als Kinder, deren Eltern ein geringes Bildungsniveau haben (18 Min.) Bei Radio, Computer und Internet hingegen finden sich keine Unterschiede – die Nutzung der Kinder ist hier jeweils gleich hoch.

Der Langzeitvergleich zeigt stabile Werte für die Fernseh- und Buchnutzung der Kinder, während die des Radios in den letzten fünf Jahren um eine Viertelstunde zurück gegangen ist. Mehr oder weniger kontinuierliche Zuwächse verzeichnet dagegen die Beschäftigung der Kinder mit Computer, Internet und elektronischen Spielen. Allerdings bewegen sich diese Zuwächse in sehr überschaubaren Maßen. So hat sich beispielsweise die Beschäftigung der Kinder mit dem Computer generell nach Einschätzung der Haupterzieher in den letzten fünf Jahren lediglich um sieben Minuten erhöht, die mit dem Internet um zehn Minuten. Den stärksten Anstieg (hier 2008 auf 2010) um ebenfalls sieben Minuten verzeichnet der Umgang mit Computer- bzw. Konsolenspielen.

Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch Kinder - Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2010-2005

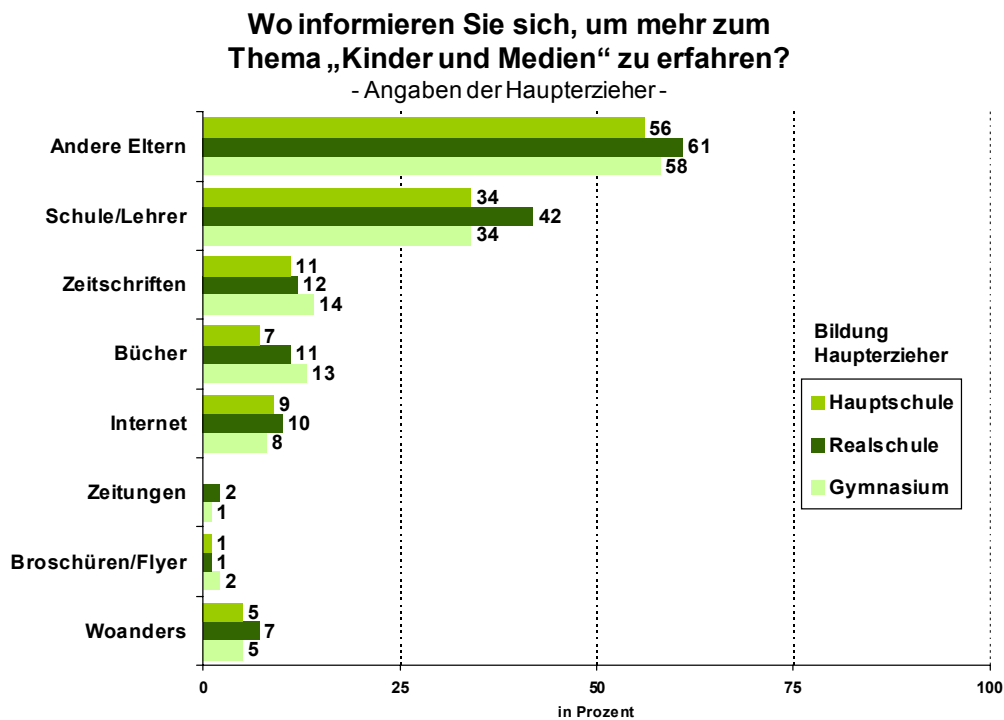
Basis: alle Haupterzieher

15.2 Informationen zum Thema „Kinder und Medien“

Am Thema „Kinder und Medien“ sind 49 Prozent der befragten Haupterzieher sehr stark bzw. stark interessiert. Doch wie gut ist der „gefühlte“ Informationsstand zu diesem weiten Themenfeld? Insgesamt 16 Prozent der befragten Haupterzieher fühlen sich sehr gut, weitere 60 Prozent gut informiert. Weniger oder gar nicht gut informiert fühlt sich ein knappes Viertel. Dabei spielt das Geschlecht des eigenen Kindes so gut wie keine Rolle und auch das Alter des Kindes hat nur wenig Einfluss auf die persönliche Informiertheit. Etwas deutlichere Unterschiede treten hingegen beim Bildungsgrad der Haupterzieher auf. Je niedriger dieser ausfällt, desto weniger gut sind die befragten Haupterzieher im Thema verankert: bei Befragten mit Hauptschulhintergrund fühlen sich 67 Prozent sehr gut bzw. gut informiert, bei Befragten mit Abitur/Studium sind es mit 86 Prozent deutlich mehr. Trotz des relativ hohen Informationsstandes würden mehr als zwei Drittel der Eltern gerne noch mehr über die Thematik erfahren (sehr gerne: 15 %, gerne: 55 %). Auch hier zeigen die Haupterzieher mit Abitur/Studium mehr Engagement, 23 Prozent würden sehr gerne, weitere 47 Prozent gerne mehr Hintergrundinformationen erhalten (Hauptschule: 9 % sehr gerne, 56 % gerne). Etwas zweigeteilt ist die Meinung der Befragten allerdings hinsichtlich der Frage, ob es genügend Informationen und Angebote zum Thema „Kinder und Medien“ gibt. Zwar bejaht dies mit 47 Prozent die Mehrheit der Haupterzieher, ein Drittel ist aber der Meinung, dass es zu wenig Materialien gibt. Ein Fünftel hat hierzu keine Meinung.

Als bevorzugte Informationsquelle in diesem Kontext gelten für 59 Prozent andere Eltern, 37 Prozent nennen die Schule der Kinder bzw. Lehrer. Ratgeber in Form von Zeitschriften

(12 %) oder Büchern (10 %) sind ebenso wenig verbreitet wie das Internet (9 %). Hinsichtlich des Bildungshintergrunds der Haupterzieher bestehen hier kaum Unterschiede.



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Haupterzieher, n=1.214

15.3 Internet und Spiele in der Familie

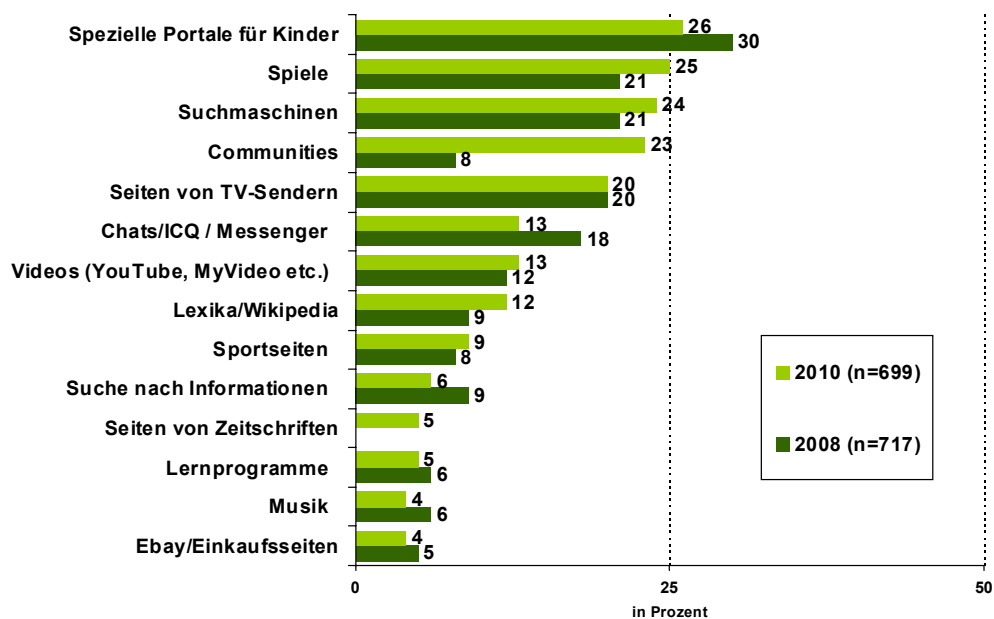
Der prozentuale Anteil der Kinder mit Interneterfahrung liegt sowohl nach Auskunft der Kinder (zumindest selten: 57 %) als auch nach Angaben der Haupterzieher (Kind hat Internet schon einmal genutzt: 58 %) bei knapp 60 Prozent. Die Frage, ob die Kinder im Internet spezielle Angebote nur für Kinder nutzen oder auch Inhalte, die eigentlich für Erwachsene konzipiert sind, beantworten Haupterzieher von Kindern mit Interneterfahrung (n=699) mehrheitlich mit einem „sowohl als auch“ (48 %). 35 Prozent geben an, die Kinder nutzen spezielle Kinderangebote, acht Prozent sagen, ihr Kind nutze Angebote, die nicht speziell für Kinder gemacht sind. Neun Prozent können hierüber keine Angaben machen. Vor allem jüngere Internet-Nutzer bewegen sich nach Auskunft der Haupterzieher fast ausschließlich auf (mehr oder weniger) altersspezifischen Angeboten (6-7 Jahre: 80 %), deren ausschließliche Nutzung geht aber mit zunehmendem Alter der Kinder rasch zurück (8-9 Jahre: 59 %, 10-11 Jahre: 30 %, 12-13 Jahre: 17 %) und das Repertoire genutzter Internetseiten besteht zunehmend sowohl aus Websites für Kinder als auch für Erwachsene.

Bei der ungestützten Nachfrage, welche Internetangebote das befragte Kind besonders gerne nutzt, nennen die Haupterzieher spezielle Portale für Kinder (z.B. Kindernetz, Geolino, Antolin, Toogo, Kidsville, was ist was?, Barbie, internet-abc oder Helles Köpfchen). Aber auch Spiele, Suchmaschinen, Communities und die Seiten der Fernsehsender

suchen die Kinder gerne auf. Vor allem die Communities haben bei den Kindern im Vergleich zu 2008 nach Eindruck der Eltern starken Zulauf erfahren, umgekehrt ist die Begeisterung für andere Kommunikationsplattformen wie Chats, ICQ oder andere Messenger etwas zurückgegangen.

Angebote, die Kind im Internet besonders gerne nutzt

- Angaben Haupterzieher, bis zu drei ungestützte Nennungen -



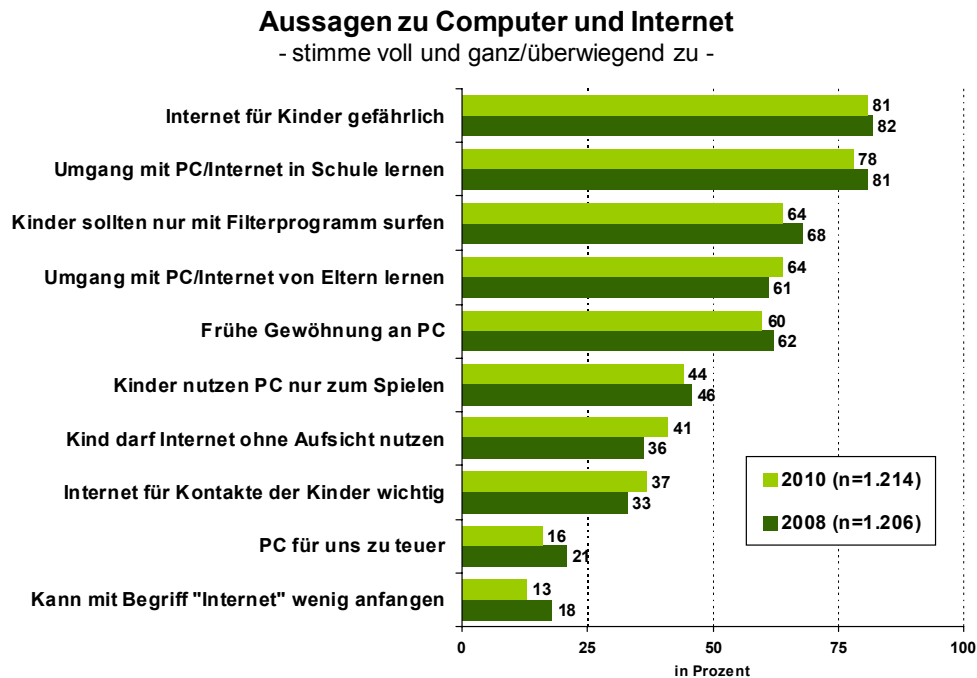
Quelle: KIM-Studie 2010, KIM-Studie 2008

Basis: Haupterzieher von Internetnutzern

Allerdings hat die Nutzung des Internets auch seine Schattenseiten. So gibt jeder zehnte Haupterzieher an, dass das befragte Kind beim Surfen im Internet schon einmal auf gewalthaltige, pornografische oder rechtsextreme Seiten gestoßen sei. Am häufigsten stoßen die Kinder demnach auf gewalthaltige (8 %) oder pornografische (6 %) Inhalte, vom Kontakt mit rechtsextremen Seiten wird deutlich seltener berichtet (3 %).

Um die generellen Einstellungen der Haupterzieher zu Computer und Internet zu erfassen, wurden unabhängig davon, ob das Kind selbst zu den Nutzern zählt oder nicht, die Zustimmung zu vorgegebenen Aussagen erhoben („stimme voll und ganz/überwiegend zu“). Insgesamt zeigt sich, dass die Haupterzieher Computer und Internet zunehmend ambivalent und verunsichert gegenüber stehen. Vier Fünftel der Haupterzieher halten das Internet für eine gefährliche Plattform für Kinder, knapp zwei Drittel sprechen sich entsprechend dafür aus, dass Kinder nur mit Unterstützung von Filterprogrammen surfen sollten. Zu dieser Einschätzung passt die Aussage, dass nur noch vier von zehn Haupterziehern der Meinung sind, dass Kinder das Internet ohne Aufsicht der Eltern nutzen sollten. Für den richtigen Umgang mit Computer und Internet soll zwar vor allem die Schule sorgen, aber auch die Eltern selbst stehen hier in der Pflicht. Trotzdem sind 60 Prozent der Ansicht, dass Kinder so früh wie möglich an Computer und Internet herangeführt werden sollten, knapp 40 Prozent halten das Internet für ein wichtiges Instrument, um Kontakt zu anderen

Kindern zu pflegen. Ökonomische Gesichtspunkte spielen für den Stellenwert von Computer und Internet in den Familien mittlerweile ebenso wenig eine Rolle wie persönliche Vorbehalte bzw. die Unwissenheit der Haupterzieher.



Quelle: KIM-Studie 2010, KIM-Studie 2008

Basis: alle Haupterzieher

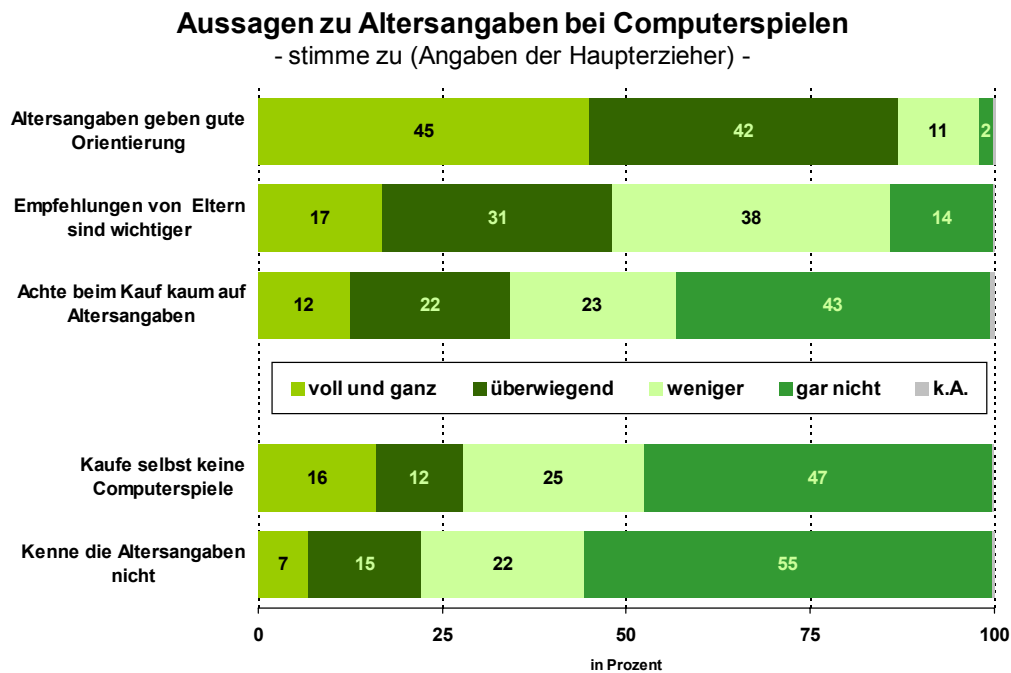
Dass im Spannungsfeld Computer und Internet Theorie und Praxis oftmals weit auseinander gehen, sei am Beispiel der Filterprogramme verdeutlicht. So räumen Eltern Filterprogrammen rein theoretisch zwar einen hohen Stellenwert ein, betrachtet man dann aber den Umgang im Alltag, so ist insgesamt nur auf 14 Prozent der Computer mit Internetzugang, die auch von den Kindern genutzt werden, tatsächlich ein Filterprogramm installiert. Ist ein Filterprogramm installiert (n=169), dann handelt es hauptsächlich um die Kindersicherung der Provider oder Browseranbieter (T-Online: 16 %, AOL: 5 %, Microsoft Family Safty: 4 %) oder von Virenprogrammen (Norton Internet Security: 7 %, McAfee Privacy Service: 3 %). Auch eher nichtkommerzielle Angebote von Seiten öffentlicher Einrichtungen oder Verbänden werden genannt (Klicksafe: 6 %, fragFINN: 4 %). Daneben taucht eine Vielzahl weiterer Programme auf, mehr oder weniger als Einzelnennungen. Ein Fünftel kann das installierte Filterprogramm namentlich nicht benennen.

Immer wieder Anlass für Sorge und Diskussionen stellt daneben das Spielen dar – sei es direkt am Computer, an Spielkonsolen oder im Internet. Vor allem im Spielbereich hat die Nutzungsdauer der Medien nach Einschätzung der Haupterzieher am stärksten zugenommen. Und fragt man, mit welchen Medien die Kinder nach Meinung der Haupterzieher zu viel Zeit verbringen, dann werden gleichauf mit dem Fernsehen vor allem Computerspiele genannt. Trotz hoher Vorbehalte sowohl die zeitliche als auch die inhaltliche Zu-

wendung zu den elektronischen Spielen, werden diese vor allem durch die Eltern selbst zur Verfügung gestellt¹⁶.

Zwar bestehen nach Angaben der Haupterzieher generell Absprachen mit dem Kind, was die Dauer (80 %) und auch die Inhalte der Spiele-Nutzung (77 %) anbelangt, mit der eigenen Praxiserfahrung der Haupterzieher sieht es allerdings deutlich anders aus. So geben nur zwölf Prozent an, fast alle Spiele des Kindes auch schon einmal selbst ausprobiert zu haben, bei weiteren 15 Prozent trifft dies auf eine Auswahl an Spielen zu. Die Mehrheit hat aber nur vereinzelt (24 %) oder keines der Spiele (43 %) schon einmal selbst gespielt (Basis: Haupterzieher, deren Kinder Computer-/Konsolen-/Onlinespiele nutzen, n=910). Deutlich mehr Haupterzieher haben ihren Kindern beim Spielen schon einmal über die Schulter geschaut. 41 Prozent geben an, ihren Kindern bei fast allen Spielen schon zugesehen zu haben, bei weiteren 29 Prozent trifft dies auf einige Spiele zu. Der Rest hat nur ganz wenige oder gar kein Spiel des Kindes in Form persönlicher Anwesenheit begleitet. Offensichtlich sind für die Haupterzieher spielender Kinder die (gesetzlich vorgeschriebenen) Altersangaben zu den Spielen hier mindestens genauso hilfreich wie eigene Erfahrungen. Fast 90 Prozent attestieren (stimme voll und ganz/überwiegend zu), dass die Altersangaben eine gute Orientierung bieten, nur ein gutes Drittel achtet beim Kauf vom Spielen kaum auf die Altersangaben. Aber: 22 Prozent der Haupterzieher sind die Altersangaben mehr oder weniger unbekannt und das, obwohl ihr Kind zu den aktiven Spielern zählt. Diese Unkenntnis betrifft interessanterweise vor allem Haupterzieher älterer Kinder (12-13 Jahre: 32 %, 6-7 Jahre: 18 %) und weniger Haupterzieher mit geringerer formaler Bildung (Hauptschule: 25 %, Abitur/Studium: 21 %). Knapp die Hälfte der Haupterzieher setzt bei der Beurteilung von Spielen aber lieber auf die Empfehlungen anderer Eltern.

¹⁶ Siehe auch Kapitel 12.3: Computerspiele und Jugendschutz



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Haupterzieher der Nutzer von PC-/Konsolen-/Onlinespielen, n=910

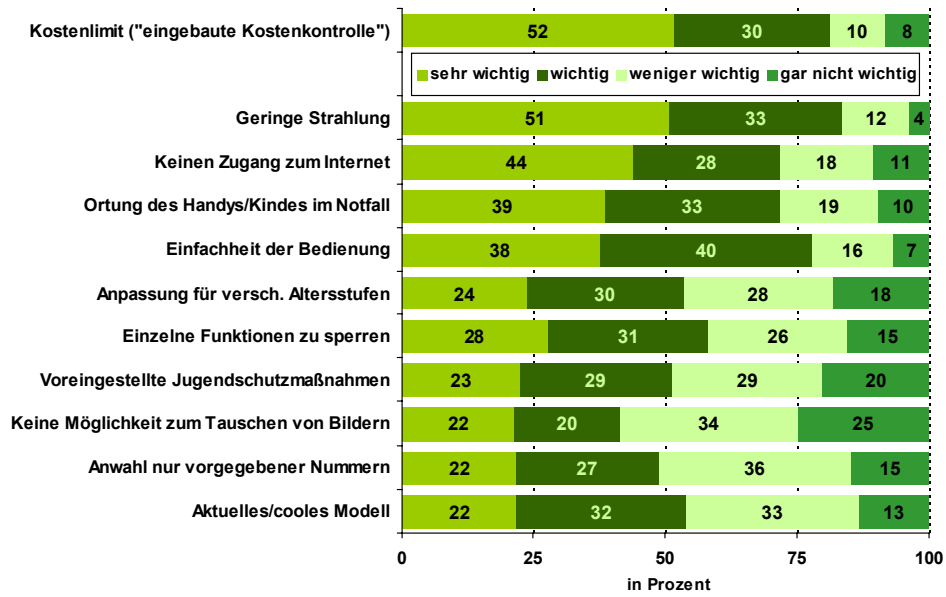
15.4 Handy des Kindes

Gut die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen hat ein eigenes Mobiltelefon. Nach Angaben der Haupterzieher handelt es sich dabei bei elf Prozent um ein spezielles Kinderhandy (6-7 Jahre: 31 %, 12-13 Jahre: 5 %), bei 30 Prozent ist eine Ortungsfunktion per GPS integriert (6-7 Jahre: 45 %, 12-13 Jahre: 28 %) und bei 19 Prozent der Mobiltelefone in Kinderhand sind gewisse Nutzungsfunktionalitäten eingeschränkt (6-7 Jahre: 15 %, 12-13 Jahre: 15 %) zum Beispiel ist der Internetzugang gesperrt oder das Telefonieren ist nur für bestimmte Rufnummern erlaubt. Die durchschnittlichen Nutzungskosten belaufen sich nach Angaben der Haupterzieher auf 13,60 Euro (2008: 14,58 Euro). Bei den Jüngsten fallen mit 9,77 Euro deutlich weniger Kosten an als bei den Ältesten (12-13 Jahre: 15,44 Euro). Für einen Festvertrag, mit dem 20 Prozent der Handys ausgestattet sind, zahlen Eltern pro Monat im Schnitt 17,11 Euro, bei der sehr viel weiter verbreiteten Prepaid-Karte (80 %) fallen im Schnitt 12,69 Euro an.

Bei der Anschaffung des Mobiltelefons des Kindes waren für die Haupterzieher vor allem die Kontrolle des Nutzungsentgeltes, geringe Strahlung und die Sperrung eines mobilen Internetzugangs ausschlaggebend. Im Vergleich zur KIM-Studie 2008 hat die Bedeutung aller abgefragten Aspekte zugenommen, am deutlichsten die Unterbindung des Internetzugangs, die mögliche Anpassung des Handys an verschiedene Altersgruppen, die Wahl eines aktuellen/coolen Modells (jeweils +8 PP) sowie die Kostenkontrolle (jeweils +7 PP).

Handy des Kindes: Wichtigkeit verschiedener Funktionen

- Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: Haupterzieher von Handybesitzern, n=636

16. Zusammenfassung

Mit der hier vorliegenden KIM-Studie dokumentiert der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest zum achten Mal die Situation der Mediennutzung von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren in Deutschland. Die Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, sind sehr gut mit Medien ausgestattet: Fernseher, Computer, Handy, Radio und MP3-Player stehen in (fast) allen Familien zur Verfügung, 89 Prozent haben einen Internetanschluss. Auch die Kinder sind gut mit Medien versorgt, am häufigsten sind CD-Player. Gut jeder Zweite hat eine Spielkonsole. MP3-Player und ein eigenes Handy haben etwa die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen. Einen Fernseher im Kinderzimmer haben 45 Prozent. Ein eigener Computer ist bei Kindern eher selten: Nur 15 Prozent der Kinder haben einen Computer für sich und jedes zehnte Kind hat einen eigenen Internetanschluss.

Fast alle Kinder sitzen regelmäßig vor dem Fernseher, weitere häufige Medienbeschäftigungen sind Musik hören und Computer-/Konsolenspiele, letzteres vor allem für die Jungen. Über die Hälfte nutzt regelmäßig einen Computer und 43 Prozent sind mindestens einmal pro Woche online. Neben den Medientätigkeiten haben der Freundeskreis, Spielen sowie Sport- und Familienunternehmungen einen festen Platz im Alltag der Kinder.

Das zentrale Medium der Kinder ist immer noch der Fernseher. Fernsehen ist die häufigste und beliebteste Freizeitbeschäftigung und Kinder möchten am wenigsten auf das Fernsehen verzichten. Allerdings ist bei den älteren Kindern eine deutliche Tendenz hin zum Computer erkennbar. Dennoch ist Fernsehen fest im Alltag der Kinder verankert: Drei Viertel schauen jeden oder fast jeden Tag fern. Am beliebtesten sind bei den Mädchen die Sendungen „Hannah Montana“ und „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, bei den Jungen „SpongeBob Schwammkopf“ sowie „Die Simpsons“. Die beliebtesten Fernsehsender sind die Kinderprogramme KI.KA und Super RTL sowie – mit etwas Abstand – RTL und ProSieben. Auch das Radio ist fester Teil des Alltags von Kindern, jedes vierte Kind hört jeden oder fast jeden Tag Radio.

Auch im Multimedialzeitalter lesen Kinder in ihrer Freizeit Bücher. Drei Fünftel der Mädchen und zwei Fünftel der Jungen sind regelmäßige Leser. Kinder lesen oft Bücher, deren Inhalte auch aus dem Fernsehen oder dem Kino bekannt sind. Zum Zeitpunkt der Befragung wurde vor allem „Harry Potter“, Tierbücher und die Jugendbuchserie „Twilight“ gelesen. Allerdings wird insgesamt der Anteil der Nichtleser immer größer: Aktuell liest jedes fünfte Kind nie in seiner Freizeit ein Buch.

Drei Viertel der Kinder zählen zu den Computernutzern, bereits jeder Zweite im Alter von sechs bis sieben Jahren nutzt zumindest selten einen Rechner. Die häufigsten Tätigkeiten am Computer sind Spielen und Arbeiten für die Schule sowie das Schreiben von Texten. Zu Hause für die Schule zu arbeiten bedeutet vor allem Dinge im Internet nachlesen, Lernprogramme nutzen und Texte oder Wörter zu schreiben. Innerhalb der Schule kam bislang nur etwa jedes dritte Kind mit Computern in Berührung. Wenn Computer innerhalb

der Schule genutzt werden, geschieht dies vor allem im Rahmen eines speziellen Computerunterrichts, deutlich seltener in Deutsch und Mathematik.

Das Internet wird auch im privaten Bereich von Kindern eingesetzt. Gut die Hälfte der Kinder kann man zu den Onlinern zählen, von diesen geht jeder Vierte so gut wie jeden Tag ins Internet. Mit zunehmendem Alter der Kinder steigt die generelle Zuwendung zum Internet und auch die Häufigkeit der Nutzung deutlich an. Die beliebtesten Seiten der Kinder im Internet sind schülerVZ, YouTube, TOGGO, Blinde Kuh, KI.KA und SpielAffe. Im Internet sind die häufigsten Tätigkeiten der Einsatz von Suchmaschinen, das Surfen auf Kinderseiten, Fotos und Videos anschauen, „Drauf-los-surfen“ und die Nutzung von Communities. Dabei hat die Nutzung sozialer Netzwerke deutlich zugenommen: Zwei Fünftel der Kinder sind inzwischen bei einer Community angemeldet. Vor allem die Nutzung dieser Online-Plattformen bringt auch eine deutliche Ausweitung der Preisgabe persönlicher Daten mit sich. Hier gilt es Kinder für die Gefahren zu sensibilisieren.

Die Befragung der Haupterzieher der Sechs- bis 13-Jährigen zeigt, dass dem Internet diffuse Ängste entgegen stehen: Es hat hohen Einfluss auf die Gewaltbereitschaft von Kindern, sie erfahren ungeeignete Dinge oder werden zu Stubenhockern, so die Befürchtungen der Haupterzieher. Andererseits werden das Internet bzw. der Computer generell als wichtig für das schulische Weiterkommen der Kinder eingestuft. Nach Ansicht der Haupterzieher ist das Buch am bedeutsamsten für die Förderung der Fantasie, für das Lernen und die Schule.

Die durchschnittliche Internetnutzung ihrer Kinder schätzen die Haupterzieher auf 24 Minuten pro Tag. Im Vergleich dazu liegt das Fernsehen bei 98 Minuten, der Umgang mit dem Computer (spielen, lernen, arbeiten) bei 44 Minuten und das Radio hören bei etwa 33 Minuten am Tag. Für das Spielen an PC und Konsole werden nach Einschätzung der Eltern ca. 36 Minuten und für das Lesen 21 Minuten verwendet. Hier zeigt der Langzeitvergleich relativ stabile Werte für die Fernseh- und Buchnutzung der Kinder. Die Dauer der Radionutzung ist hingegen in den letzten fünf Jahren um eine Viertelstunde zurückgegangen ist. Bei Computer, Internet und elektronischen Spielen sind in den letzten Jahren leichte Zuwächse zu verzeichnen.

Fragt man die Haupterzieher nach ihrem Interesse an dem Thema „Kinder und Medien“, zeigt sich die Hälfte als sehr interessiert/interessiert. Die meisten fühlen sich hier auch gut informiert, dennoch würden zwei Drittel gerne weitere Informationen zu dem Thema erhalten. Als wichtigste Informationsquelle in diesem Bereich fungieren andere Eltern und Ansprechpartner in der Schule. Folglich gilt es Eltern und Pädagogen mit den aktuellen Entwicklungen vertraut zu machen und Hilfestellungen anzubieten – derzeit vor allem im Bereich sozialer Netzwerke sowie Computer- und Konsolenspiele.

17. English Summary

The eighth KIM study by the Pedagogical Media Research Centre Southwest (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) provides a detailed look at current media use patterns among children from ages six to thirteen in Germany. Almost all households which children grow up in, are well-equipped with media devices. TV-sets, computers, mobile phones, radios and MP3 players are available in nearly all families. 89 percent have an access to the Internet. Children also possess their own devices. The mainly used are CD players. Every second child has a game console. About half of the children between the ages of six and thirteen have their own MP3 player and mobile phone. 45 percent have a TV-set in their room. Computer is still rather seldom in the children's room: only 15 percent of children have their own computer and just every tenth child has his or her own access to the Internet.

Almost all children watch TV regularly. Some other frequent activities are listening to the music and playing computer- or console games. Although playing computer- or console games is more typical for boys. More than half of children use a computer regularly. 43 percent of them go online at least once a week. Nevertheless, themes such as friendship, family, sports and playing continue to have a great significance for children.

The television remains the most important media activity for children from ages six to thirteen. It is most commonly used and popular pastime. The television is the media that children can renounce the least. However, there is an evident trend: the older the children, the more often they use a computer. The television plays furthermore very important role in the life of the children; nearly three quarters of them watch TV every or nearly every day. "Hannah Montana", "Gute Zeiten, schlechte Zeiten" are mainly watched by girls, while boys like "SpongeBob Schwammkopf" or "Die Simpsons". The most popular TV channels are KI.KA and Super RTL, followed by RTL and ProSieben. Traditional type of media such as radio remains an important part of children's everyday life; every fourth child listens to the radio every or nearly every day.

Even in the multimedia age children read books in their spare time. Three in five girls and two fifths of the boys are regular readers. Children often read books with plots already known from television or movies. At the time of this research, "Harry Potter", "Twilight" and books about animals were most popular by 6- to 13-year-olds. However, the number of non-readers is in the upward trend: one in five children never reads books in his or her spare time.

Three quarters of children are computer users, and every second child sits at least rarely at the computer. The most common activities on computer are games, school work and writing. School work at home involves reading on the Internet, using educational software

or writing. Only one third of children use computer at school. Mostly it takes place during computer classes, rarely in German and mathematics.

The Internet is also used in the private sphere of children. More than half of children belong to online users. A quarter of them use Internet nearly every day. Availability and frequency of Internet use significantly increase with the age of the children. The most popular websites are SchülerVZ, YouTube, TOGGO, Blinde Kuh, KI.KA and SpielAffe. When children use Internet, they mainly use search engines, special pages dedicated to children, picture- and video websites, communities or just browse around. The interest in social networks has markedly increased. Meanwhile two fifths of children are registered in different communities. It means significant expansion in the disclosure of personal data. Here children have to be made aware of risks.

Parents of children ages six to thirteen express their vague fear of Internet. Potentially negative effects of the Internet mentioned by parents are increasing the propensity to violence, learning inappropriate things or even danger of becoming stay-at-home. On the other hand, the Internet or computer are generally regarded as an important tool for children's education. However, according to the parents, the book keeps its prominent position. None of other media could be more important for encouraging imagination and creativity of children, learning and making progress at school.

On average, as the parents estimate, their children spent about 24 minutes a day using Internet. In comparison, time spent by the children in front of a television makes 98 minutes, using computer (playing games, studying or working) takes 44 minutes, listening to the radio takes about 33 minutes a day. On average, children reported spending 36 minutes playing computer- or console games and 21 minutes reading. Children's interest in television and books remains to be relatively stable. Meanwhile, time spent listening to the radio reduced by 15 minutes during the course of the past five years. The use of computers, the Internet and electronic games has slightly increased in recent years.

Half of the parents show their interest in the issue "Children and the Media". Most of them considered themselves well informed. Although two thirds of the parents would like to gather additional information. Other parents and teachers at school are considered as the most important sources of information. Thus, parents and teachers need to be provided with the latest information and corresponding support: particularly in such fields as social networks and gaming.

www.medienportal.de

Das Medienportal Südwest bündelt unter [www.medienportal.de] die Angebote

- des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest
- der Mediendaten Südwest
- des MedienKompetenz Forums Südwest
- des Infopools Medienkompetenz Südwest

und bietet den idealen Einstieg zu

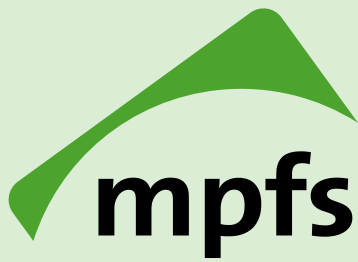
- Daten und Informationen zur Nutzung, Funktion und Wirkung von Medien bei Kindern und Jugendlichen
- den Studienreihen JIM und KIM
- aktuellen Basisdaten aus den Bereichen Fernsehen, Hörfunk, Print, Film und Internet
- Informationen zu medienpädagogischen Projekten, Materialien, Internet-Angeboten, Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Institutionen

Das Medienportal Südwest bietet zudem die Möglichkeit, angebotsübergreifend zu recherchieren.

The screenshot shows the homepage of the Medienportal Südwest. At the top left is the logo 'medienportal südwest' with a search bar and a 'Suche' button. Below the logo is the URL 'www.medienportal.de'. The main content area features four logos and their descriptions:

- mpfs** (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest): Daten und Analysen von Heute für Morgen
- MEDIEN DATEN SÜDWEST**: Aktuelle Basisdaten zu TV, Hörfunk, Print, Film und Internet
- MKFS** (MedienKompetenz Forum Südwest): Heute für Morgen lernen
- INFOPOOL** (Infopool Medienkompetenz Südwest): Institutionen und Projekte im Südwesten

At the bottom, it lists 'Kooperationspartner: LFK • LMK • MFG • Ipb • SWR' and 'Newsletter • Impressum'.



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

www.mpfs.de

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



Landeszentrale für
Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz

Kooperationspartner bei der KIM-Studie:

SWR Medienforschung **SWR** >>