



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest



KIM-STUDIE 2012

Kinder + Medien, Computer + Internet

Basisuntersuchung zum
Medienumgang 6- bis 13-Jähriger

KIM-Studie 2012

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)

Stuttgart, Mai 2013, aktualisierte Ausgabe

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	6
3. Medienausstattung und Medienbesitz	8
4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung	10
5. Medienbindung	15
6. Vorbilder und Idole	17
7. Fernsehen	18
8. Musik und Radio	22
9. Bücher und Lesen in der Freizeit	25
10. Computer	27
10.1 Nutzungsfrequenz und Tätigkeiten	27
10.2 Computer und Schule	30
11. Internet	33
11.1 Nutzungsfrequenz, Nutzungsdauer und Tätigkeiten	33
11.2 Suchen im Internet	38
11.3 Communities und persönliche Daten	40
11.4 Probleme im Internet	44
12. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele	46
12.1 Nutzungshäufigkeit, Spieldauer und Spieleplattformen	46
12.2 Beliebteste Spiele	49
12.3 Computerspiele und Jugendschutz	50
13. Handy	53
13.1 Ausstattung und Nutzung	53
13.2 Kontakt zu Freunden	57
14. Technische Medienkompetenz	58
15. Medien in der Familie	60
15.1 Einstellungen, Meinungen, Nutzungsdauer	60
15.2 Tablet-PCs	63
16. Sonderteil „miniKIM“	66
16.1 Freizeit und Medien	66
16.2 Fernsehen	68
16.3 „Kinder und Medien“ im Alltag der Haupterzieher	70
16.4 „Kinder und Medien“ in Kindergarten und Krippe	71
16.5 Medienkompetenz der Haupterzieher	72
17. Zusammenfassung	73
18. English Summary	77

1. Einführung und Methode

Da die Medien unverkennbar ein fester Bestandteil unserer Gesellschaft und damit auch bereits im Alltag der Kinder verankert sind, sah sich 2012 die Bildungspolitik veranlasst, eine Empfehlung zum verpflichtenden Einsatz von Medien in der schulischen Bildung herauszugeben. Die Kultusministerkonferenz hat in ihrer 337. Sitzung am 08./09.03.2012 die Empfehlung „Medienbildung in der Schule“ verabschiedet.¹ Dort heißt es: *„Die neue KMK-Erklärung ‚Medienbildung in der Schule‘ soll dazu beitragen, Medienbildung als Pflichtaufgabe schulischer Bildung nachhaltig zu verankern sowie den Schulen und Lehrkräften Orientierung für die Medienbildung in Erziehung und Unterricht zu geben. Zugleich sollen die sich durch den didaktisch-methodischen Gebrauch neuer Medien ergebenden Möglichkeiten und Chancen für die Gestaltung individueller und institutioneller Lehr- und Lernprozesse hervorgehoben werden.“*² Um Medienbildung sinnvoll und an den Realitäten der Mediennutzung – der Situation zu Hause und in der Schule – zu orientieren, bedarf es repräsentativer Daten zum Istzustand und zur Entwicklung des Medienumgangs von Heranwachsenden. Wie häufig werden Computer und Internet in der Schule genutzt? Was machen Kinder bereits heute zu Hause für die Schule mit dem Computer? Wer hilft bei der Anmeldung in Sozialen Netzwerken? Die Daten der KIM-Studie (Kinder + Medien, Computer + Internet) geben Antworten auf solche Fragen und dokumentieren seit vielen Jahren den Medienumgang der Kinder in Deutschland. Die Ergebnisse belegen die Vielschichtigkeit und Dynamik des Themas Medien und sprechen für die Notwendigkeit einer *„ganzheitliche[n], vernetzte[n] Strategie zur nachhaltigen Förderung der Medienbildung in der Schule“*³.

Spricht man von Kindern und Medien ist oft die Rede von den „Digital Natives“, also von der im Internetzeitalter aufgewachsenen Generation. Es kursieren Bilder und Videos im Internet von Säuglingen, die Tablet-PCs bedienen. Die kinderleicht zu bedienende Benutzeroberfläche bei Tablet-PCs und Smartphones verleitet zu der Annahme, dass Kinder auch kompetent damit umgehen können. Zudem erscheinen andere Medien altmodisch, kompliziert und schwer zugänglich. Folgt man manchen Medienberichten und Talkshows könnte man den Eindruck bekommen, dass Tablet-PCs bei Kindern selbstverständlich sind und Kinder auch in Büchern und auf Fernsehbildschirmen nur noch „wischen“ wollen. Welche Rolle Tablet-PCs aktuell bei Kindern spielen, welche Verbreitung diese haben und zu welchem Zweck und in welchem Kontext diese genutzt werden, sind Themen der vorliegenden KIM-Studie.

¹ Kultusministerkonferenz (2012): Medienbildung in der Schule. Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 8. März 2012. <http://www.kmk.org/bildung-schule/allgemeine-bildung/sonstiges-einzelfragen/neue-medien.html> (abgerufen am 31.3.2013).

² Ebenda, S. 3.

³ Ebenda, S. 6.

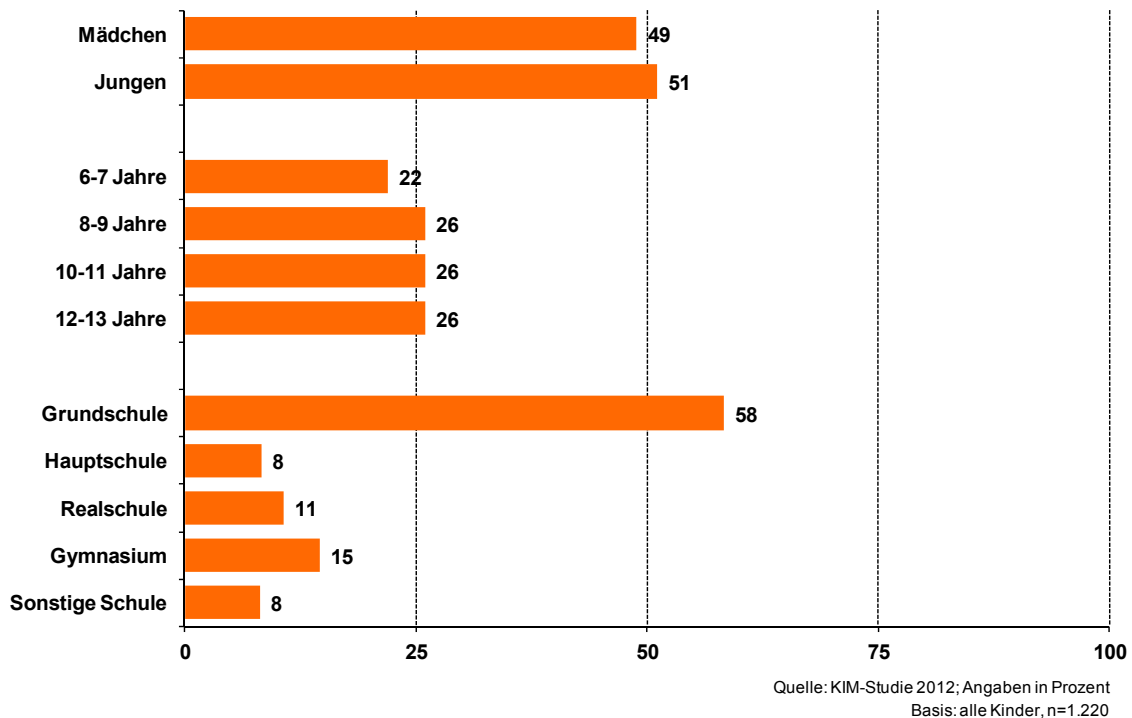
Ein zentraler Themenkomplex der aktuellen Studie ist die Internetnutzung der Kinder: Wie erfolgt die Aneignung der verschiedenen Onlineangebote in den Altersgruppen, welche Tätigkeiten sind für Kinder besonders relevant? Hierbei sind die Grenzen von „online“ und „offline“ – wie sooft – nicht klar zu ziehen. Denn inwieweit Apps oder andere Anwendungen auf das Internet zugreifen, wissen auch Erwachsene nicht immer ganz genau. Die Schwierigkeiten bei der Definition von „im Internet sein“ werden in der KIM-Studie von verschiedenen Seiten angegangen. Auf der einen Seite wird bei der Abfrage der Eckdaten zur Internetnutzung (Häufigkeit, Dauer, Tätigkeiten) mit vielen Beispielen gearbeitet und die Angaben der Kinder mit denen der Haupterzieher verglichen. Dabei zeigt sich, dass Kinder und Erwachsene in ihrer (oftmals impliziten) Definition von online und offline gut übereinstimmen. Auf der anderen Seite werden die verschiedenen Tätigkeiten oder Anwendungen zusätzlich einzeln abgefragt, so dass ihre Relevanz – unabhängig von der online/offline-Frage – genau erfasst werden kann.

Eine Neuerung der vorliegenden Publikation ist die Betrachtung der Altersgruppe zwei bis fünf Jahre. Unter dem Stichwort „miniKIM“ wurden 2012 erstmals Haupterzieher (in der Regel Mütter) von Kindern im Vorschul- und Kindergartenalter zum Medienverhalten ihrer Kinder befragt. Der Fragebogen orientierte sich weitgehend an dem bestehenden Fragenkatalog der KIM-Studie, wurde jedoch dem Alter der Kinder angepasst und gekürzt. Mit dieser Erweiterung liegen nun auch repräsentative Daten zur Mediennutzung von Kleinkindern vor.

Weitere Themen sind Gerätebesitz und Medienbeschäftigung, Medienbindung, Themeninteressen, Nutzungsmuster bei Radio und Musik, Fernsehen und Büchern sowie der Umgang mit dem Handy. Diese Basisdaten untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) seit 1999 mit der Studienreihe KIM. Die Studie dokumentiert das Medienverhalten der Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren in Deutschland. In der Forschungskoooperation mpfs haben sich die Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg (LFK) und Rheinland-Pfalz (LMK) zusammengeschlossen, die Durchführung der KIM-Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR).

Für die KIM-Studie 2012 wurden im Zeitraum von 29. Mai bis 13. Juli 2012 insgesamt 1.220 deutschsprachige Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren in einem persönlichen Interview (CAPI) befragt. Parallel hierzu wurden bei der primären Erziehungsperson – hierbei handelte es sich überwiegend um die Mutter – mit einem Fragebogen (Selbstaussfüller) deren eigene Mediennutzung, der Medienumgang des befragten Kindes, Fragen der Medienerziehung und zu Einstellungen in Medienfragen erhoben. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK Institut, Taunusstein.

KIM-Studie 2012 Soziodemografie der befragten Kinder



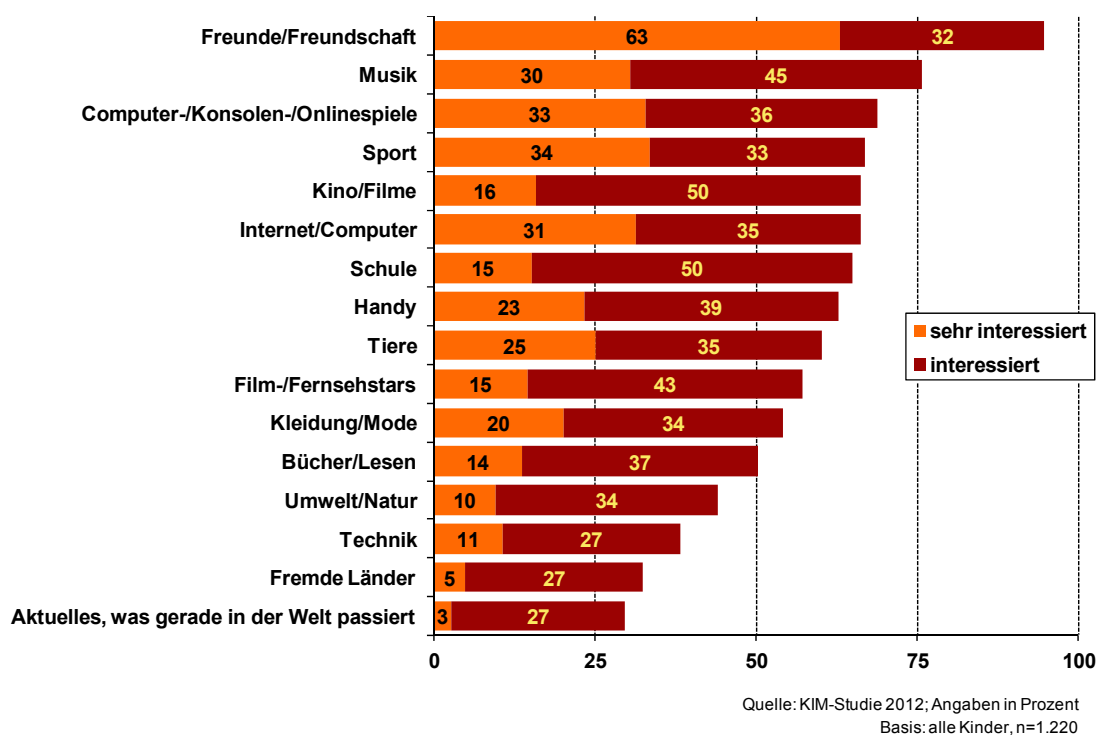
Das Auswahlverfahren erfolgte nach dem Quotenverfahren, geschichtet nach den Merkmalen Bundesland und Gemeindetyp (BIK Ortsgrößenklassen) anhand der Strukturdaten der zum Befragungszeitpunkt aktuell vorliegenden Daten des Statistischen Bundesamtes für die Haushalte mit Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren. Innerhalb der so gebildeten Sample Points wählten die Interviewerinnen und Interviewer die Zielpersonen anhand von Quotenvorgaben aus (Geschlecht x Alter; Geschlecht x Alter x Bundesland; Gemeindetyp BIK (Ortsgrößenklassen) x Bundesland). Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Sechsbis 13-Jährigen in Deutschland.

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.

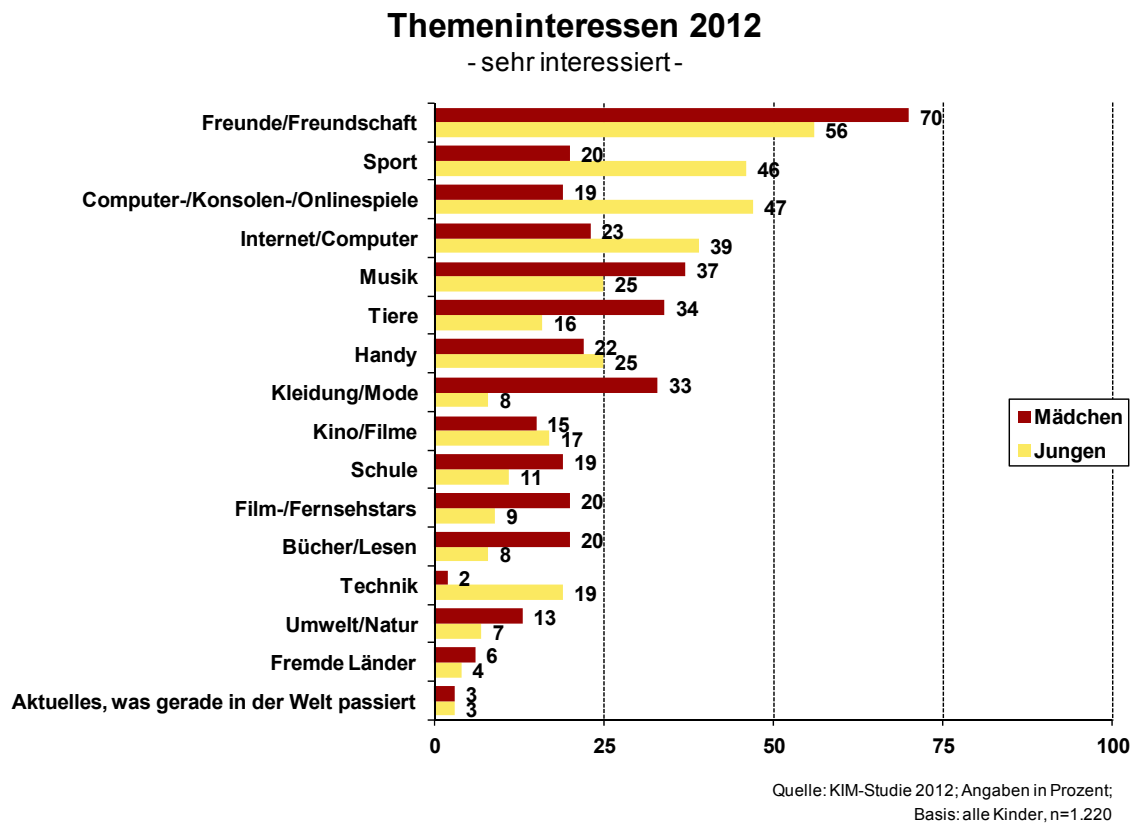
2. Themeninteressen

Ein fester Bestandteil des Fragenkatalogs der KIM-Studie ist das Themeninteresse der Kinder. Anhand von 16 vorgegeben Themen aus verschiedenen Lebensbereichen konnten die Kinder angeben, inwieweit sie sich für diese interessieren. Die mit Abstand höchste Zustimmung bekommt das Thema „Freunde/Freundschaft“, für das sich mit 95 Prozent fast alle Kinder interessieren (finde ich sehr interessant/interessant). Drei Viertel der befragten Kinder begeistern sich für „Musik“, etwa je zwei Drittel zeigen Interesse an „Computer-, Konsolen- und Onlinespielen“, „Sport“, „Internet und Computer“, „Kino/Filme“, „Schule“ und am Thema „Handy“. Jedes zweite Kind zeigt sich aufgeschlossen beim Thema „Bücher/Lesen“ und 30 Prozent haben Interesse am aktuellen Weltgeschehen.

Themeninteressen 2012



Allerdings zeigt die Interessenlage deutliche Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen, insbesondere bei der klaren Interessensbekundung „finde ich sehr interessant“. So zeigen Mädchen deutlich mehr Interesse an „Freunde/Freundschaft“ sowie an den Themen „Musik“, „Tiere“, „Film-/Fernsehstars“, „Kleidung/Mode“, „Schule“, „Bücher/Lesen“ und „Umwelt/Natur“. Hingegen wird bei Jungen die starke Affinität zum Thema „Computerspiele“ und „Sport“ deutlich: Während diese für fast jeden zweiten Jungen sehr relevant sind, zeigt hier nur etwa jedes fünfte Mädchen stärkeres Interesse. Ein traditionelles Rollenbild zeigt sich auch beim Thema „Technik“: hierfür begeistern sich fast ausschließlich Jungen. Vergleichbare Interessenswerte beider Geschlechter gibt es nur bei den Bereichen „Handy“, „Kino/Filme“, „Fremde Länder“ und dem aktuellen Zeitgeschehen.



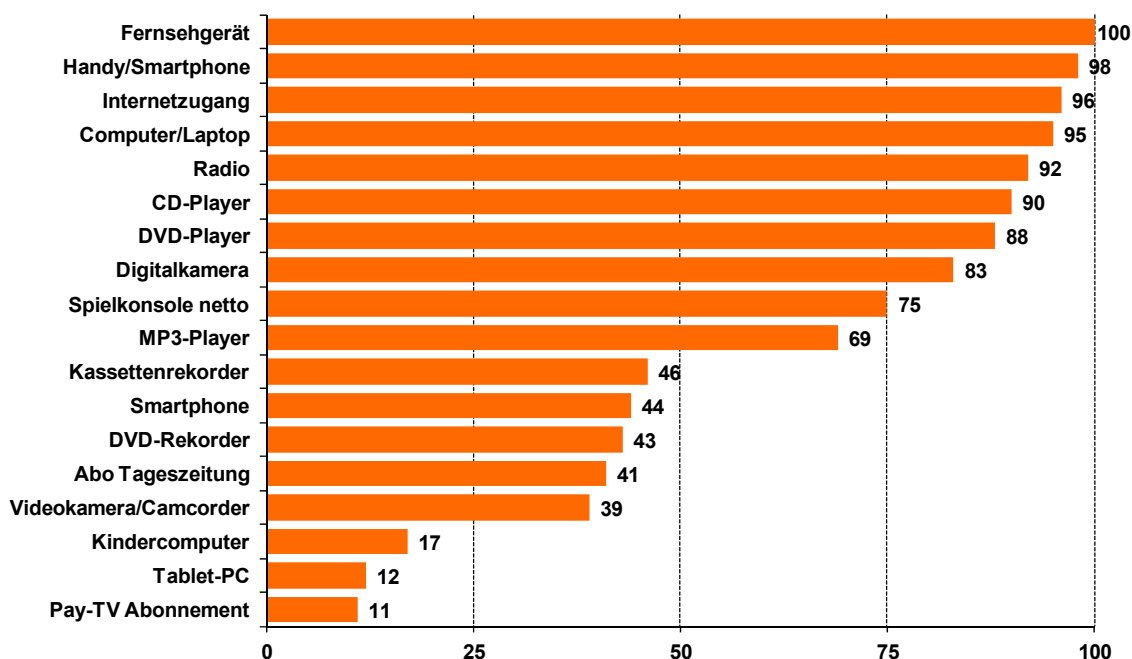
Für die meisten Themen nimmt das Interesse mit dem Alter zu, besonders deutlich wird dies bei den Aspekten „Internet und Computer“ sowie „Handy“ und Dingen, die die Darstellung der eigenen Identität unterstützen, wie beispielsweise „Kleidung und Mode“. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen ist gut die Hälfte sehr an den Themen „Computer und Internet“ interessiert, an Handythemen zeigen 45 Prozent großes Interesse. Ausnahmen stellen die Themenbereiche „Tiere“ und „Schule“ dar, hier nimmt das Interesse mit zunehmendem Alter ab. Relativ unabhängig vom Alter ist die Bedeutung der Themen „Freunde/Freundschaft“, „Sport“ und „Bücher/Lesen“.

3. Medienausstattung und Medienbesitz

Kinder wachsen heute mit einem immer vielfältigeren Medienrepertoire auf. Bei Haushalten, in denen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren leben, besteht eine Vollaussattung bei Handy und Fernseher sowie annähernd bei Computer und Internetzugang. Auch Radio, CD- und DVD-Player sind in etwa neun von zehn Haushalten vorhanden. Spielkonsolen stehen in drei von vier Familien zur Verfügung, stationäre Konsolen sind mit 59 Prozent etwas häufiger anzutreffen als mobile Spielkonsolen mit 54 Prozent. 41 Prozent der Haushalte haben eine Tageszeitung abonniert, zwölf Prozent haben einen Tablet-PC zu Hause.

Geräteausstattung im Haushalt 2012

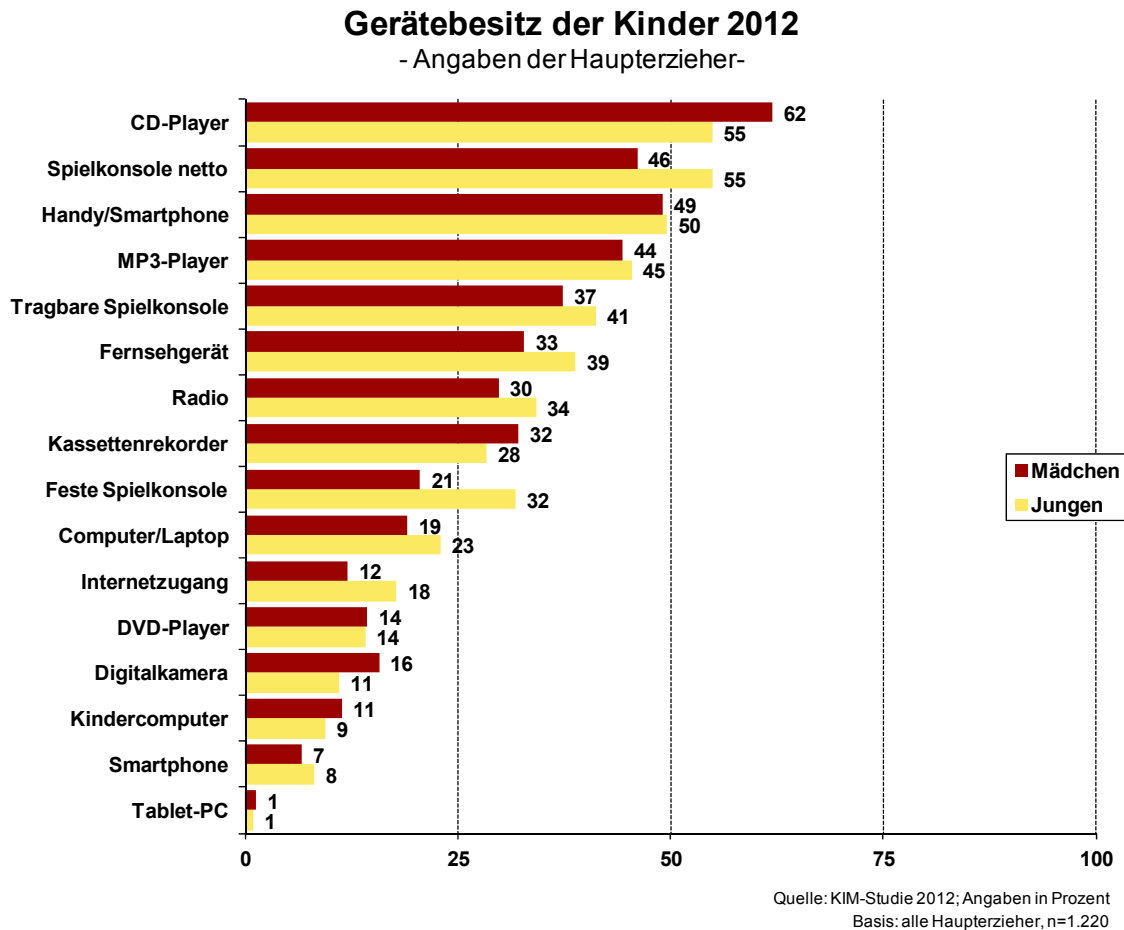
- Auswahl/Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher, n=1.220

Die Kinder selbst verfügen in diesem Alter nur über eine kleinere Anzahl von Geräten. Am häufigsten findet sich nach Angaben der Haupterzieher ein CD-Player, der in 58 Prozent der Kinderzimmer vorhanden ist. Jeweils jedes zweite Kind besitzt ein eigenes Handy (49 %) oder eine Spielkonsole (51 % netto, tragbar: 39 %, stationär: 26 %). 45 Prozent der Kinder haben einen MP3-Player und gut jedes dritte Kind (36 %) hat einen eigenen Fernseher. In vergleichbarer Größenordnung sind ein eigenes Radio (32 %) und ein Kassettenrekorder (30 %) verfügbar. Computer und Laptop sind deutlich seltener, nur etwa jedes fünfte Kind (21 %) hat einen eigenen Rechner. 15 Prozent der Kinder verfügen über einen Internetzugang. Jedes zehnte Kind hat einen speziellen Kindercomputer, ein eigenes Smartphone besitzen bislang nur sieben Prozent und Tablet-PCs sind mit einem Prozent (noch) die absolute Ausnahme.

Bei der Betrachtung nach Geschlecht zeigt sich, dass Jungen im Allgemeinen eine höhere Ausstattungsquote aufweisen – besonders deutlich wird dies beim Thema Spielkonsolen. Mädchen besitzen hingegen etwas häufiger einen eigenen CD-Player und haben häufiger einen Kassettenrekorder und eine Digitalkamera als Jungen.



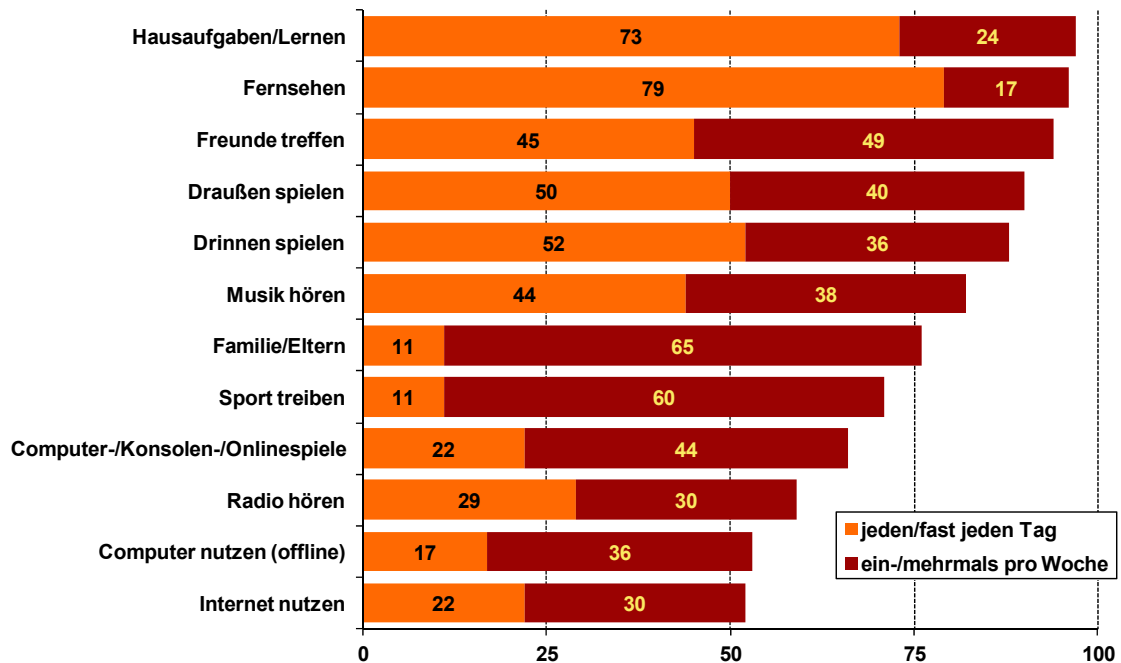
Der Eigenbesitz steigt – mit Ausnahme von Kindercomputer und Kassettenrekorder – mit dem Alter der Kinder deutlich an. Besonders dynamisch ist dies bei Handy, Fernseher, Spielkonsolen sowie Computer und Internetzugang. So besitzen bereits knapp zwei Drittel der Zehn- bis Elfjährigen ein eigenes Handy (63 %), etwa je zwei Fünftel haben einen eigenen Fernseher (39 %) und eine Spielkonsole (54 %) und jeder Fünfte verfügt in dieser Altersstufe über einen eigenen Computer (19 %).

Betrachtet man die Vorgängerstudie 2010, so zeigt sich ein eindeutig rückläufiger Trend für die meisten Geräte, beispielsweise beim Besitz von Spielkonsolen (-6 Prozentpunkte (PP)), Kassettenrekorder (-6 PP), Radio (-6 PP) und Fernseher (-9 PP). Einen merklichen Zuwachs verzeichnen dagegen Computerbesitz (+6 PP) und Internetzugang (+6 PP).

4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

Um zu erfahren wie Kinder heute ihre Freizeit verbringen, wurden den befragten Kindern der KIM-Studie 28 verschiedene Freizeitaktivitäten vorgegeben, zu denen sie jeweils angeben sollten, wie häufig sie diesen nachgehen. Von fast allen Kindern werden Hausaufgaben/Lernen und Fernsehen als regelmäßige Tätigkeiten (mindestens einmal pro Woche) genannt. Für die meisten Kinder haben beide Beschäftigungen eine hohe Alltagsrelevanz. Freunde und Spielen haben ebenso eine hohe Bedeutung. Gut neun von zehn Kindern treffen sich mindestens einmal pro Woche mit ihrem Freundeskreis, in vergleichbarer Häufigkeit spielen Kinder auch drinnen oder draußen. Vier von fünf Kindern hören regelmäßig Musik und drei Viertel unternehmen zumindest einmal pro Woche etwas mit ihren Eltern.

Freizeitaktivitäten 2012 (Teil 1)

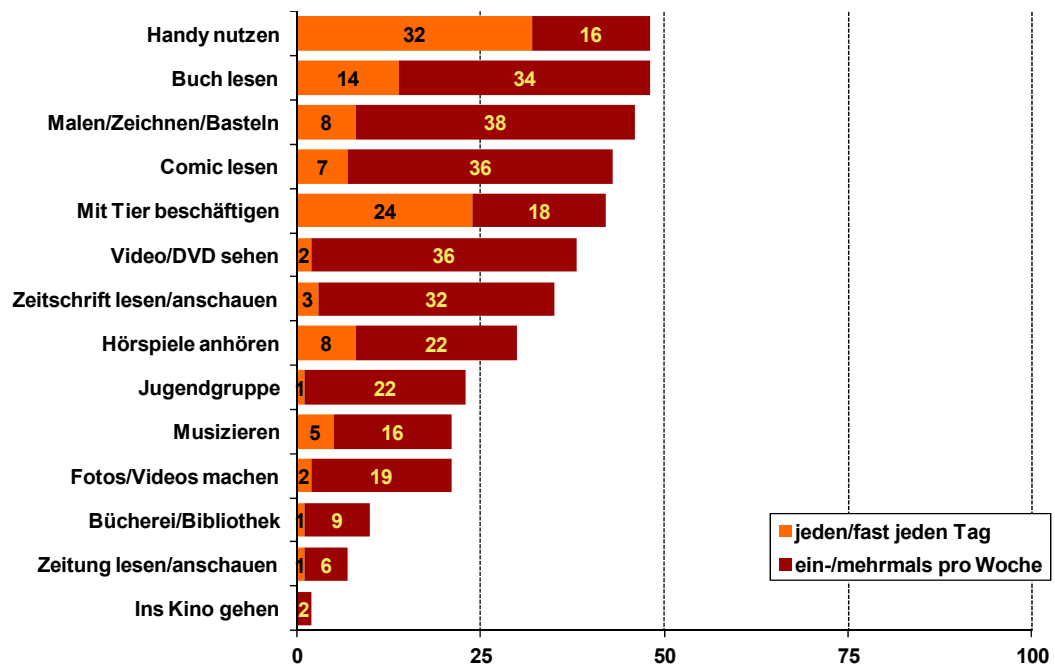


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Kinder sind häufig auch körperlich aktiv: Über zwei Drittel treiben regelmäßig Sport. Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele sind ebenfalls für zwei von drei Kindern mindestens wöchentliche Freizeitbeschäftigungen. Das Radio ist bei über der Hälfte der Kinder ein regelmäßiger Begleiter. Gut die Hälfte der Kinder zählt zu den regelmäßigen Computer- und Internetnutzern. Fast jedes zweite Kind zwischen sechs und 13 Jahren nutzt zumindest einmal pro Woche ein Handy und greift regelmäßig zu einem Buch. Ein gutes Drittel der Kinder schaut sich mindestens einmal in der Woche Videos oder DVDs an. Ebenso viele nutzen in dieser Häufigkeit Zeitschriften. Hörspiele sind für 30 Prozent ein regelmäßiger Zeitvertreib und jedes zehnte Kind sucht wöchentlich eine Bibliothek auf. Sieben Prozent

lesen oder blättern regelmäßig in einer Zeitung. Üblicherweise sind Kinobesuche nicht so häufig, nur zwei Prozent schauen sich hier wöchentlich Filme an. Über einen größeren Zeitraum betrachtet (zumindest selten), zählen aber 90 Prozent der Kinder zu den Kinogängern.

Freizeitaktivitäten 2012 (Teil 2)



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Ein Blick auf die tägliche Nutzung (jeden/fast jeden Tag) zeigt die immense Bedeutung des Fernsehens bei Kindern. 79 Prozent der Kinder sehen täglich fern, einen vergleichbaren Wert gibt es nur für das Erledigen der Hausaufgaben (73 %). Etwa jedes zweite Kind spielt täglich drinnen oder draußen. Ein Drittel nutzt täglich ein Handy, 29 Prozent hören jeden Tag Radio und ein gutes Fünftel ist täglich online.

Bereits im Kindesalter bilden sich bestimmte Vorlieben der Jungen und Mädchen für einzelne Freizeitaktivitäten heraus. So treiben Jungen häufiger Sport, spielen öfter am Computer, an der Konsole oder im Internet, sehen häufiger Videos bzw. DVDs und lesen eher Comics als Mädchen. Mädchen hingegen hören häufiger Musik und nutzen zu einem größeren Anteil das Radio, sind eher kreativ beim Malen oder Basteln, kümmern sich mehr um Haustiere und spielen häufiger ein Instrument oder singen in einem Chor. Besonders deutlich sind die Unterschiede beim Lesen: Während 58 Prozent der Mädchen regelmäßig in ihrer Freizeit zu einem Buch greifen, zählen nur 39 Prozent der Jungen zu den regelmäßigen Lesern. Die größere Affinität der Mädchen zum Lesen spiegelt sich auch in der Häufigkeit der Nutzung von Zeitschriften sowie dem Besuch von Bibliotheken wider.

Über die verschiedenen Altersgruppen hinweg sind die häufigsten Tätigkeiten wie Fernsehen, Hausaufgaben machen und sich mit Freunden treffen sehr stabil. Während das Spielen drinnen oder draußen mit zunehmendem Alter deutlich abnimmt, nimmt die Häufigkeit des Spielens am Computer, der Konsole oder online deutlich zu. Einen Rückgang erfahren Aktivitäten mit den Eltern und der Familie sowie Malen oder Basteln. Einen besonders starken Zuwachs mit zunehmendem Alter zeigen die Beschäftigung mit dem Computer (offline) sowie die Nutzung des Internets. Auch die Nutzung des Handys erschließen sich Kinder in der Altersspanne zwischen sechs und 13 Jahren: Während nur sieben Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen regelmäßig ein Handy verwenden, ist es mit 88 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen der Großteil der Kinder. Die Häufigkeit der Nutzung von Büchern ist über die Altersklassen relativ stabil, allerdings lesen ältere Kinder häufiger Zeitungen und Zeitschriften. Auch Jugendgruppen werden von Kindern in den höheren Altersgruppen eher besucht als von jüngeren Kindern.

Gegenüber der Vorgängeruntersuchung im Jahr 2010 zeigen sich hinsichtlich der Freizeitaktivitäten bei den meisten Tätigkeiten nur geringfügige Unterschiede. Eine merklich häufigere regelmäßige Nutzung verzeichnen Radio (+7 PP), Internet (+9 PP), Fotos/Videos machen (+6 PP) und Computer-, Konsolen- und Onlinespiele (+4 PP). Einen Rückgang der Nutzungshäufigkeit gibt es beim Lesen von Zeitungen (-4 PP) und besonders deutlich beim Besuch von Jugendgruppen (-8 PP)⁴.

Neben der reinen Nutzung und der Häufigkeit wurden die Kinder auch zu ihren Vorlieben gefragt: Sie sollten sich entscheiden, welche der genannten Freizeitbeschäftigungen sie am liebsten machen (hierbei waren bis zu drei Nennungen möglich). Mit 52 Prozent haben sich die meisten Kinder für das Treffen mit den Freunden entschieden. An zweiter Stelle folgen mit jeweils 38 Prozent draußen Spielen und Fernsehen. Jeder Vierte zählt die Nutzung von Computer-, Konsolen- und Onlinespielen zu seinen liebsten Beschäftigungen, und etwa jeder Fünfte entscheidet sich für die Internetnutzung (19 %) und Sport (22 %). 14 Prozent unternehmen am liebsten etwas mit der Familie bzw. den Eltern und jeder Zehnte entscheidet sich für den Computer (offline, 10 %), drinnen Spielen, Haustiere, Lesen und Musik hören (je 9 %). Das Handy nutzen zählt nur für sieben Prozent der Kinder zu den drei liebsten Beschäftigungen. Sechs Prozent mögen Basteln, Malen und Zeichnen und je fünf Prozent entscheiden sich für Comics, Jugendgruppen und den Kinobesuch.

Wie bei den Nutzungshäufigkeiten unterscheiden sich die Vorlieben der Jungen und Mädchen auch bei den Lieblingsbeschäftigungen. Freunde treffen, Bücher lesen, Tiere, Musik und Kreatives wie Malen und Basteln werden deutlich häufiger von Mädchen ge-

⁴ Allerdings ist die Vereinszugehörigkeit relativ stabil geblieben: Aktuell sind 73 Prozent der Kinder in einem Verein oder einer Gruppe aktiv (2010: 75 %).

nannt. Jungen zählen hingegen eher draußen Spielen, Fernsehen, Computer-, Konsolen- und Onlinespiele sowie Sport zu den Lieblingstätigkeiten.



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; Nennungen ab 5 %
Basis: alle Kinder, n=1.220

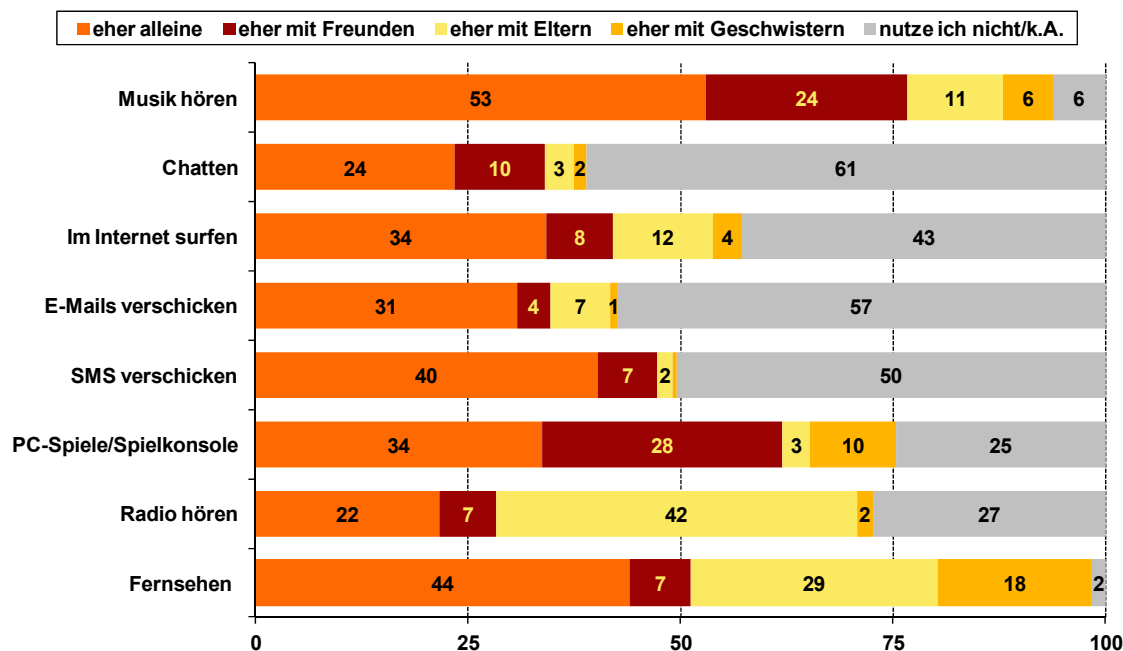
Vergleicht man die Werte der Lieblingsbeschäftigungen mit der KIM-Studie 2010 so haben draußen Spielen (-5 PP) und Computer-, Konsolen- und Onlinespiele (-5 PP) etwas an Beliebtheit verloren. In der Gunst der Kinder gestiegen ist das Fernsehen (+6 PP). Die Werte der übrigen Tätigkeiten zeigen keine großen Veränderungen.

Neben der Häufigkeit der Nutzung und der Beliebtheit der Medientätigkeiten ist auch von Interesse, ob Kinder die Medien alleine, mit Freunden, Geschwistern oder den Eltern nutzen. Einerseits ist dies ein Kriterium, inwieweit Kinder diese Medientätigkeiten selbstbestimmt in ihren Alltag integrieren, andererseits stellt sich die Frage, ob Kinder hier mit ihren Medienerfahrungen alleine sind und sie – beispielsweise beim Fernsehen – überhaupt die Möglichkeit haben, die medialen Erlebnisse direkt mit jemandem zu besprechen.

Der größte Anteil einer singulären Nutzung zeigt sich beim Musik hören (53 %) und beim Fernsehen (44 %). Jedes dritte Kind surft meist alleine im Internet, zwölf Prozent sind eher zusammen mit den Eltern online. Kommunikation via SMS, E-Mail und Chat hat für jedes zweite Kind noch gar keine Relevanz – wenn diese Kommunikationswege überhaupt genutzt werden, dann auch meist alleine. Die häufigste Nutzung gemeinsam mit den Eltern verzeichnet der Hörfunk, gut zwei Fünftel der Kinder hören Radio am ehesten im Kreis der

Familie. Auch das Fernsehen spielt innerhalb der Familie eine Rolle: 29 Prozent sehen meist mit den Eltern fern und 18 Prozent eher mit den Geschwistern. Bei der Nutzung im Freundeskreis sind vor allem Spielkonsolen und Computerspiele sowie Musik relevant.

Mediennutzung 2012: mache ich ...

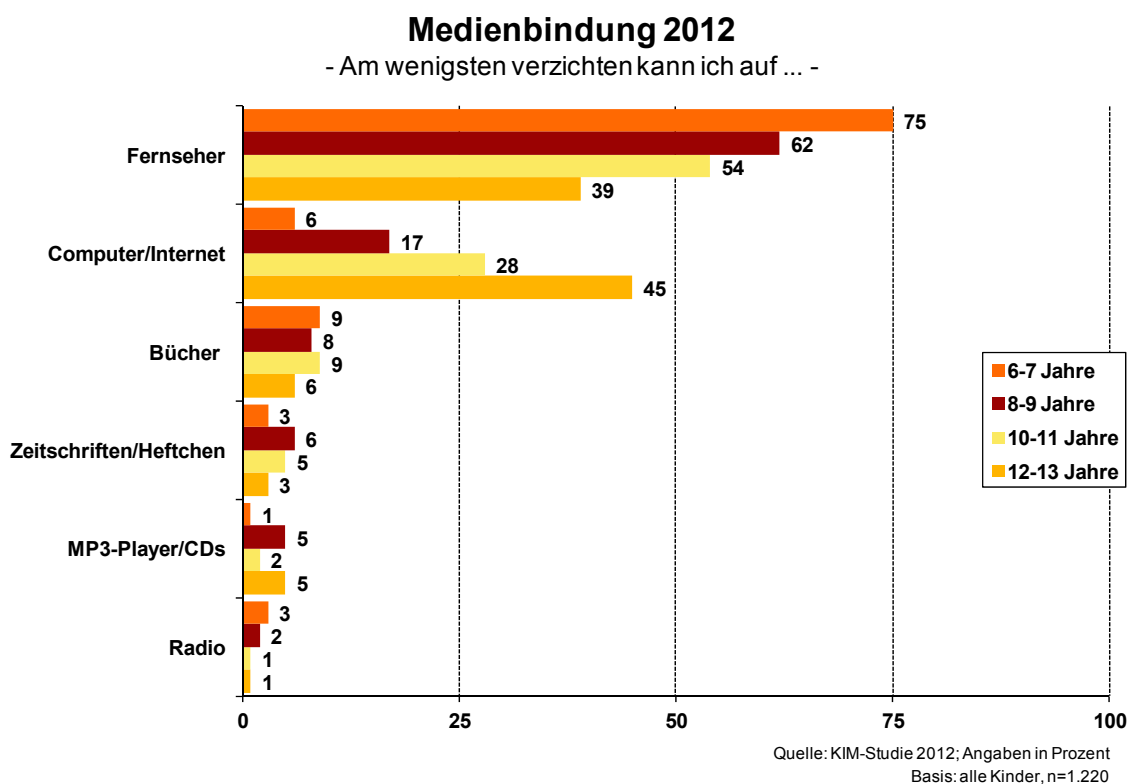


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Bei der Betrachtung der Mediennutzung alleine zeigt sich in der Regel, dass Medientätigkeiten mit zunehmendem Alter deutlich autonomer genutzt werden. Dies gilt vor allem für die Nutzung des Internets, das von älteren Kindern deutlich häufiger und dann auch überwiegend alleine genutzt wird (mache ich eher alleine: 6-7 Jahre: 4 %, 8-9 Jahre: 15 %, 10-11 Jahre: 44 %, 12-13 Jahre: 69 %). Analog entwickelt sich die Kommunikation über E-Mail oder Chat (E-Mail: 6-7 Jahre: 3 %, 8-9 Jahre: 11 %, 10-11 Jahre: 40 %, 12-13 Jahre: 65 %; Chatten: 6-7 Jahre: 2 %, 8-9 Jahre: 9 %, 10-11 Jahre: 30 %, 12-13 Jahre: 50 %). Fernsehen und Musik hören weisen im Altersverlauf bezüglich der alleinigen Nutzung keine großen Unterschiede auf (Fernsehen: 6-7 Jahre: 41 %, 8-9 Jahre: 41 %, 10-11 Jahre: 46 %, 12-13 Jahre: 48 %; Musik hören: 6-7 Jahre: 46 %, 8-9 Jahre: 52 %, 10-11 Jahre: 57 %, 12-13 Jahre: 55 %).

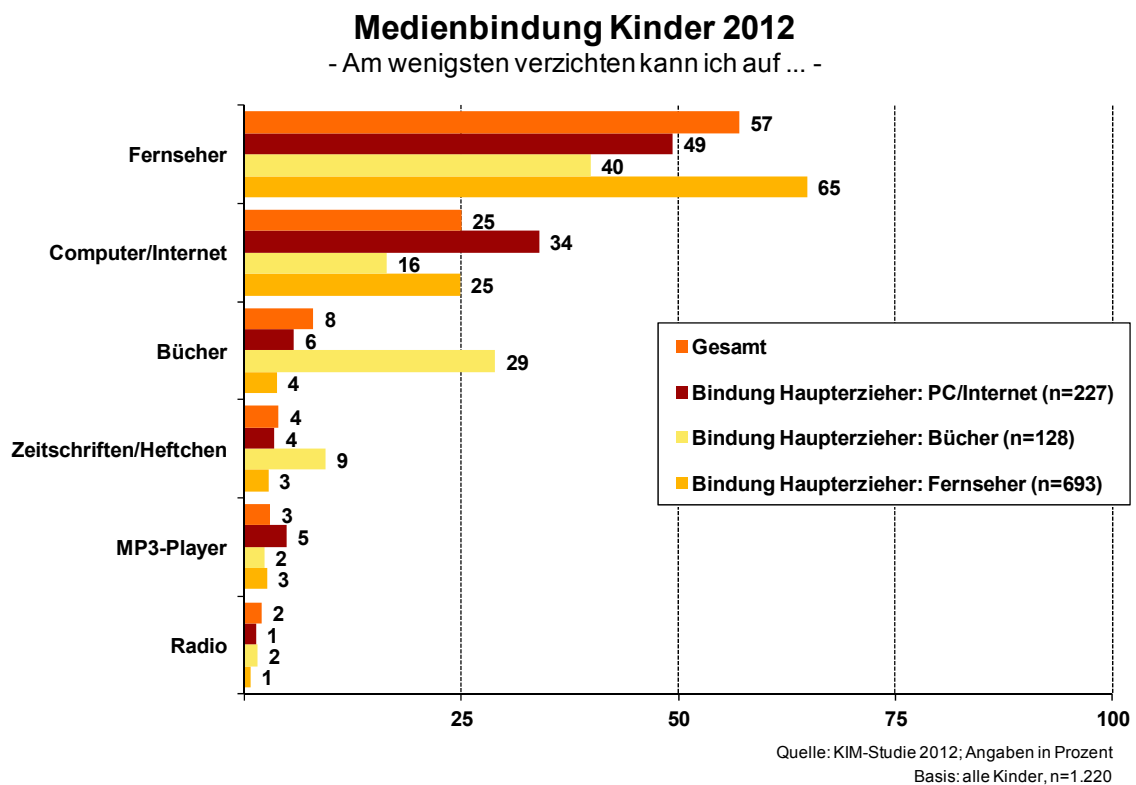
5. Medienbindung

Mit der Frage nach der Unverzichtbarkeit einzelner Medien soll deren subjektive Wichtigkeit jenseits von Besitz und Nutzung näher untersucht werden. Vorgegeben waren Fernsehen, Computer bzw. Internet, Bücher, Radio, Zeitschriften und Audio-Medien wie MP3-Player oder CDs. Für den Großteil der Kinder steht bei dieser Auswahl das Fernsehen an erster Stelle, es ist für 57 Prozent am wenigsten verzichtbar. Genau ein Viertel würde sich für Computer bzw. Internet entscheiden, acht Prozent für Bücher. An Zeitschriften/Heftchen (4 %), MP3-Player bzw. CDs (3 %) oder das Radio (2 %) besteht in diesem Kontext nur vereinzelt eine hohe Bindung. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier an zwei Stellen markant. Die Dominanz des Fernsehens zeigt sich zwar auch bei der Betrachtung nach Geschlecht (Mädchen: 58 %, Jungen: 55 %), jedoch halten 30 Prozent der Jungen, aber nur 19 Prozent der Mädchen Computer bzw. Internet für am wenigsten verzichtbar. Umgekehrt verhält es sich bei den Büchern. Für diese würden sich dreimal so viele Mädchen (12 %) wie Jungen (4 %) entscheiden. Deutliche Unterschiede in Bezug auf die Relevanz des Fernsehens zeigen sich bei der Betrachtung nach Alter. So würden sich drei Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen, aber nur noch 39 Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen für das Fernsehen entscheiden. Computer und Internet gewinnen mit zunehmendem Alter der Kinder dagegen deutlich an Bindungskraft hinzu und verweisen in der Altersgruppe der Zwölf- bis 13-Jährigen das Fernsehen auf den zweiten Platz.



Die Frage nach der Unverzichtbarkeit einzelner Medien wurde – ergänzt um die Tageszeitung – auch den Haupterziehern gestellt. Auch hier würden sich 57 Prozent für das Fernsehen, 19 Prozent für Computer/Internet und zehn Prozent für Bücher entscheiden (Radio: 5 %, Zeitungen und Zeitschriften je 4 %, MP3-Player/CDs 1 %).

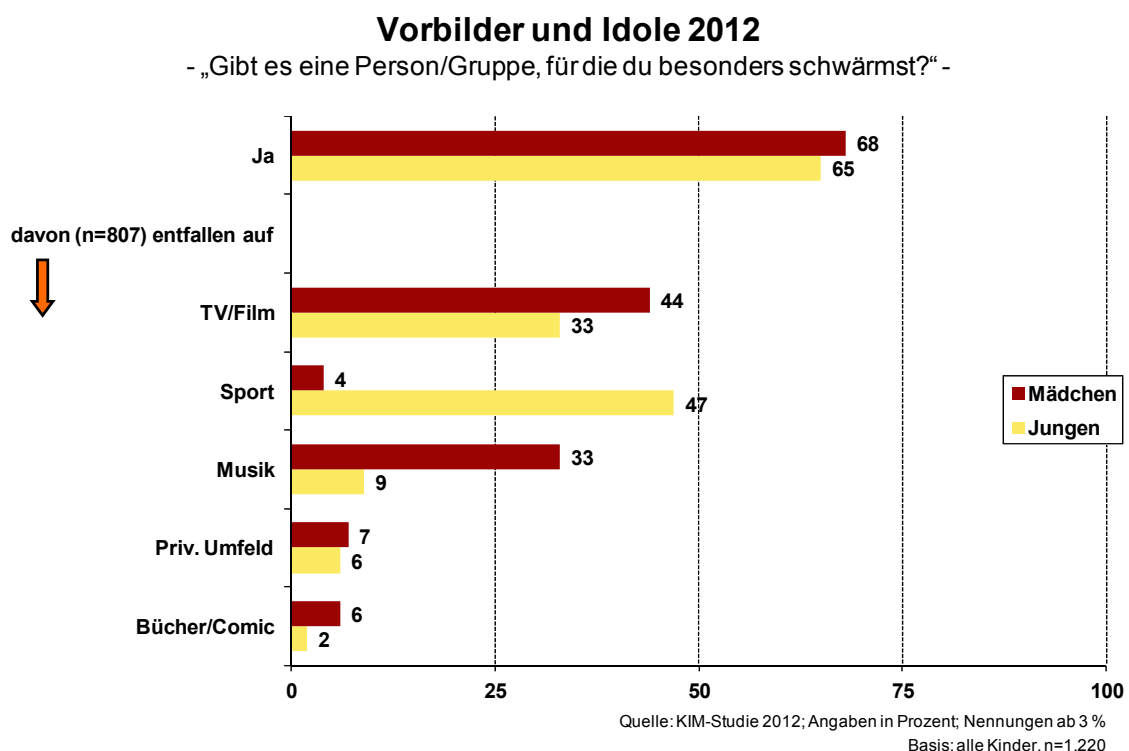
Betrachtet man die Medienpräferenzen der Kinder vor dem Hintergrund der Präferenzen der Haupterzieher, so zeigen sich deutliche Zusammenhänge. Bei Kindern, deren Haupterzieher am wenigsten auf das Fernsehen verzichten könnten, ist die Bindung ans Fernsehen mit 65 Prozent ebenfalls überdurchschnittlich ausgeprägt. Halten Haupterzieher Bücher für am wenigsten verzichtbar, so entscheiden sich auch 29 Prozent der Kinder für Bücher, für das Fernsehen würden sich dann nur noch 40 Prozent der Kinder entscheiden. Das gleiche Phänomen zeigt sich bei Kindern, deren Haupterzieher am wenigsten auf Computer/Internet verzichten könnten – die Bindung der Kinder ist dann ebenfalls überdurchschnittlich ausgeprägt.



Auch wenn die Angaben zur Unverzichtbarkeit der einzelnen Medien im Vergleich zur Vorgängerstudie KIM 2010 nahezu identisch sind, zeigt sich in der Langzeitbetrachtung ein Rückgang der Bindungskraft des Fernsehens (2006: 70 %, 2008: 68 %, 2010: 58 %, 2012: 57 %). Die Bindung an Computer und Internet hat sich im gleichen Zeitraum verdoppelt. Die Werte für die restlichen Medien in der Auswahl sind dagegen von sehr hoher Stabilität gekennzeichnet.

6. Vorbilder und Idole

Während ihrer persönlichen Entwicklung orientieren sich Kinder und Jugendliche oftmals an Vorbildern und Idolen. Diese können Modell für das eigene Verhalten sein oder sie bilden Projektionsflächen für Wünsche und Träume. 66 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren haben eine Person oder Gruppe, die ihnen besonders gut gefällt. Dabei werden besonders häufig Personen aus dem Bereich Film und Fernsehen genannt (38 %). Ein Viertel nennt Personen aus dem Bereich Sport und 21 Prozent favorisieren Personen aus dem Musikbereich. Sieben Prozent der Kinder finden ihre Vorbilder im privaten Umfeld, weitere vier Prozent präferieren Figuren aus Büchern oder Comics. Jungen und Mädchen suchen sich Vorbilder oft aus ganz unterschiedlichen Bereichen – für Jungen bieten Sportidole eine sehr viel größere Projektionsfläche als für Mädchen, diese wiederum schwärmen meist für (Musik- und Film-)Stars. Mit steigendem Alter nehmen Vorbilder aus den Bereichen Sport und Musik zu, Vorbilder aus dem privaten Umfeld oder aus Büchern/Comics nehmen eher ab.

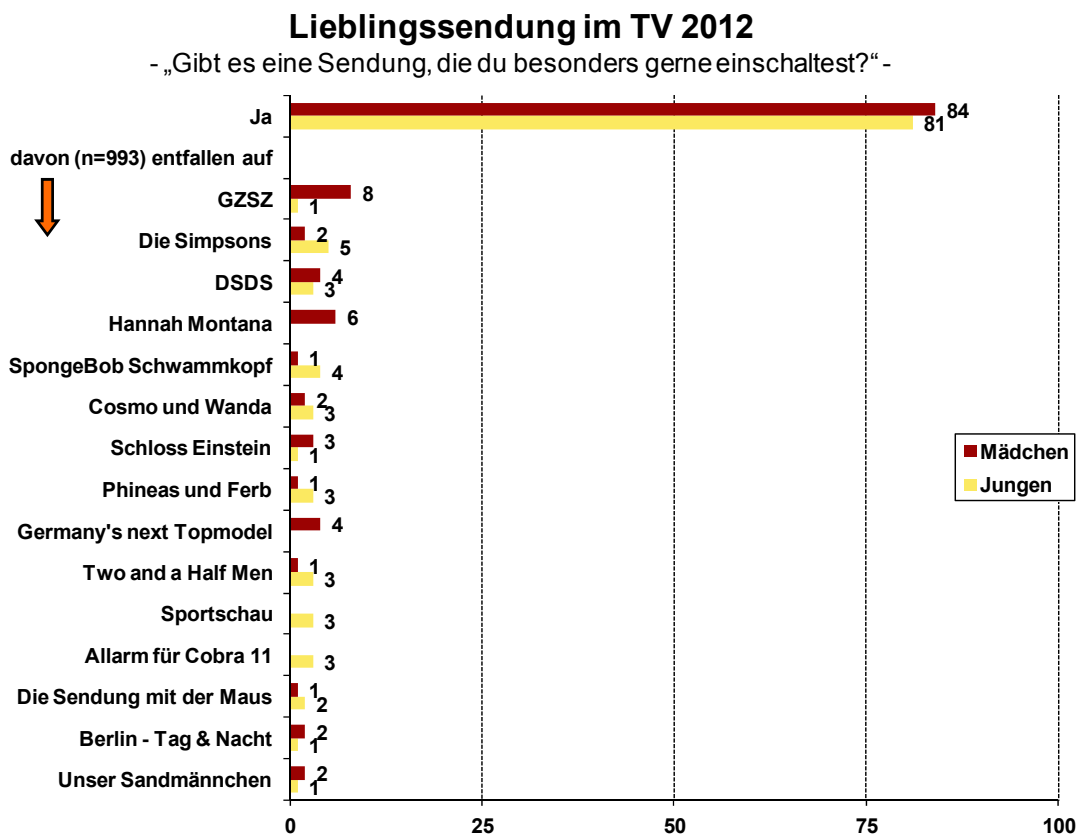


Bei den Einzelnennungen liegt derzeit Justin Bieber auf Platz eins. Auch Miley Cyrus bzw. ihre TV-Figur „Hannah Montana“ ist noch immer bei vielen Kindern beliebt. Die Fußballer Manuel Neuer, Mario Gómez und Bastian Schweinsteiger folgen auf den weiteren Plätzen. Weitere Nennungen entfallen (absteigend nach Häufigkeit) auf „Spiderman“, Cristiano Ronaldo, Lukas Podolski, Heidi Klum, Shakira und Robert Pattinson.

7. Fernsehen

Das Fernsehen ist nach wie vor das dominante Medium bei Kindern und wenig deutet darauf hin, dass sich hieran in absehbarer Zeit Grundlegendes ändern wird. 79 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen sehen jeden oder fast jeden Tag fern, für 57 Prozent ist das Fernsehen das Medium, auf das sie am wenigsten verzichten könnten. Ein eigenes Fernsehgerät findet sich in 36 Prozent der Kinderzimmer, wobei dies die geringste Besitzquote seit 2008 ist (2010: 45 %, 2008: 40 %).

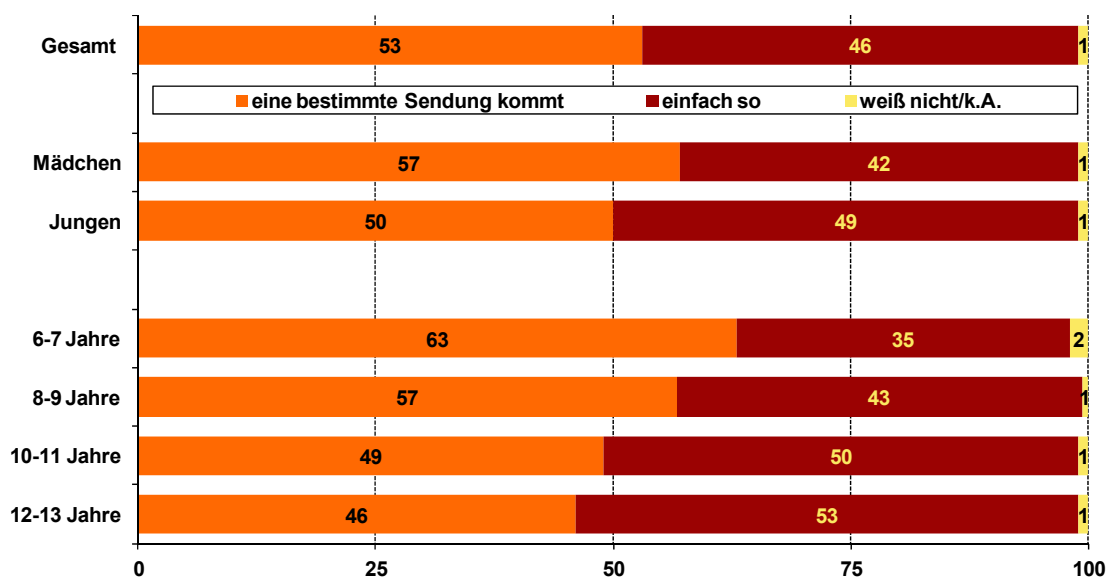
Nach Auskunft der Haupterzieher fangen die Kinder mit durchschnittlich drei Jahren an fernzusehen. Entsprechend erfährt das Fernsehen hohen Zuspruch, je nach Alter geben zwischen 56 und 58 Prozent der Kinder an, sehr gerne fernzusehen. Etwa weitere 40 Prozent schauen gerne fern. 82 Prozent der Kinder haben eine bestimmte Fernsehsendung, die sie besonders gerne einschalten, die konkrete Nachfrage zeigt dann eine extrem hohe Bandbreite. Am häufigsten wird „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ, 5 %), „Die Simpsons“ (4 %), „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS), „Hannah Montana“ oder „SpongeBob Schwammkopf“ (je 3 %) genannt. Insgesamt dokumentieren die Nennungen eine breite Mischung aus Kinder- und Erwachsenenprogramm, wobei Mädchen und Jungen entsprechend ihrer Themeninteressen unterschiedliche Präferenzen aufweisen.



Mit zunehmendem Alter haben die Kinder immer seltener eine Lieblingssendung (6-7 Jahre: 89 %, 8-9 Jahre: 82 %, 10-11 Jahre: 81 %, 12-13 Jahre: 78 %). Kinderformate werden dann zunehmend von Erwachsenenformaten abgelöst. Die Favoriten der Zwölf- bis 13-Jährigen sind dann „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (11 %), „Die Simpsons“ (6 %), „Deutschland sucht den Superstar“ und „Two and a Half Men“ (je 5 %), „Germany's next Topmodel“ oder „Berlin – Tag & Nacht“ (je 4 %).

Die Frage nach einem Lieblingsfernsehsender beantworten 61 Prozent der Kinder positiv (Mädchen: 62 %, Jungen: 60 %). Jeweils 26 Prozent der Kinder mit einem liebsten Fernsehsender geben hier den öffentlich-rechtlichen Kinderkanal KiKA sowie den privaten und werbefinanzierten Sender Super RTL an. Für 13 Prozent ist RTL und für acht Prozent ProSieben der Lieblingssender. Auf Nickelodeon und RTL2 entfallen jeweils sechs Prozent, SAT.1 und VIVA werden von jeweils zwei Prozent genannt. Mädchen mit Lieblingssender geben häufiger als Jungen KiKA (32 %, Jungen: 21 %) und RTL (16 %, Jungen: 11 %) an, die Jungen nennen ProSieben (12 %) dreimal so häufig wie Mädchen (4 %) und liegen bei Super RTL (28 %) knapp vor den Mädchen (25 %). Im Altersverlauf geht die Präferenz für den KiKA (6-7 Jahre: 48 %, 12-13 Jahre: 4 %) und Super RTL (6-7 Jahre: 34 %, 12-13 Jahre: 8%) deutlich zurück. RTL (6-7 Jahre: 1 %, 12-13 Jahre: 32 %) und ProSieben (6-7 Jahre: 3 %, 12-13 Jahre: 18 %) erhalten einen höheren Stellenwert. Nickelodeon (6-7 Jahre: 4 %, 12-13 Jahre: 4 %) und RTL2 (6-7 Jahre: 4 %, 12-13 Jahre: 8 %) haben in allen Altersgruppen vergleichbar viele Fans.

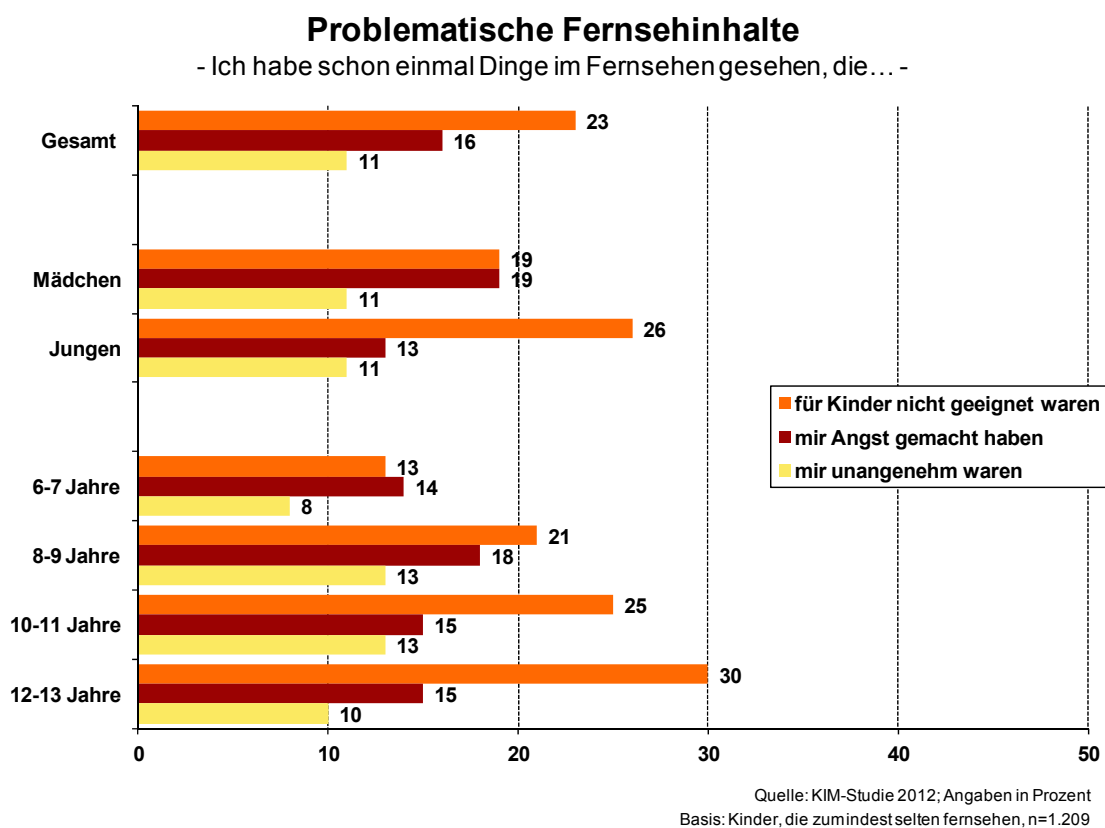
Ich schalte den Fernseher ein, weil ...



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen; n=1.209

Gut die Hälfte der Kinder schaltet den Fernseher zielgerichtet ein, wenn eine bestimmte Sendung kommt, Mädchen etwas häufiger als Jungen. Mit zunehmendem Alter der Kinder geht das zielgerichtete Sehen aber zurück und Kinder lassen sich immer häufiger vom Angebot überraschen.

Dass Fernsehen bzw. Fernsehinhalte überfordern oder ängstigen können, haben Kinder auch schon selbst erfahren. So bestätigen 23 Prozent der fernsehenden Kinder, dass sie schon einmal Inhalte gesehen haben, die nicht für Kinder geeignet waren. 16 Prozent sahen im Fernsehen schon Dinge, die ihnen Angst gemacht haben und elf Prozent wurden mit für sie unangenehmen Bildern konfrontiert. Gruseliges wie Horror/Monster/Geister sowie Gewalt und sexuelle Inhalte – in verschiedener Reihenfolge nennen Kinder diese Inhalte, wenn es um aus ihrer Sicht Problematisches im Fernsehen geht. Angst hatten Kinder daneben aber auch bei Krimis oder Nachrichtensendungen.

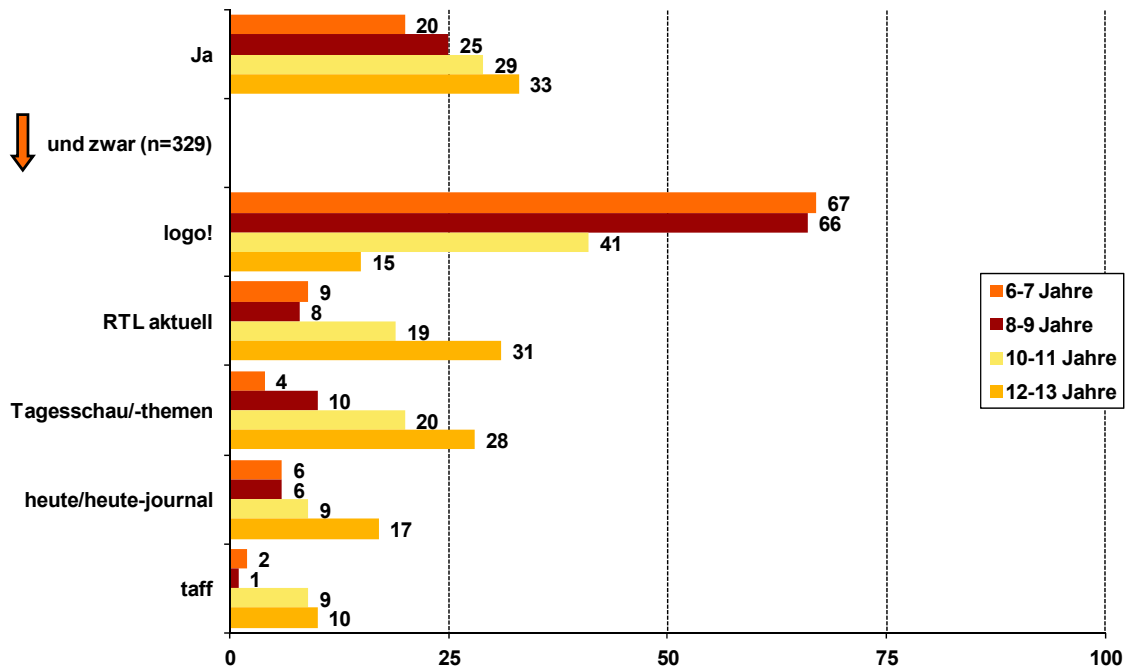


27 Prozent der Kinder (Fernsehnutzung zumindest selten) sehen öfter Nachrichtensendungen an (Mädchen 30 %, Jungen 25 %). Der Anteil steigt von 20 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf 33 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen. Es handelt sich dabei dann in erster Linie um die Kindernachrichtensendung „logo!“ (43 %, Mädchen: 47 %, Jungen: 38 %), aber auch „RTL aktuell“ (19 %, Mädchen: 17 %, Jungen: 20 %), „Tageschau/Tagesthemen“ (17 %, Mädchen: 14 %, Jungen: 21 %) oder „heute/heute-journal“

(10 %, Mädchen: 7 %, Jungen: 14 %) werden von einem Teil der Kinder genutzt. Gleiches gilt für das Boulevardmagazin „taff“ (6 %, Mädchen: 7 %, Jungen: 5 %). „logo!“ bleibt dabei für Kinder bis elf Jahre interessant, ab dem zehnten Lebensjahr gewinnen aber auch die „erwachsenen“ Nachrichtensendungen für Kinder an Bedeutung bzw. werden gemeinsam mit den Eltern angesehen.

Nachrichtensendungen

- „Gibt es Nachrichtensendungen, die du öfters anschaust?“ (Mehrfachnennungen) -

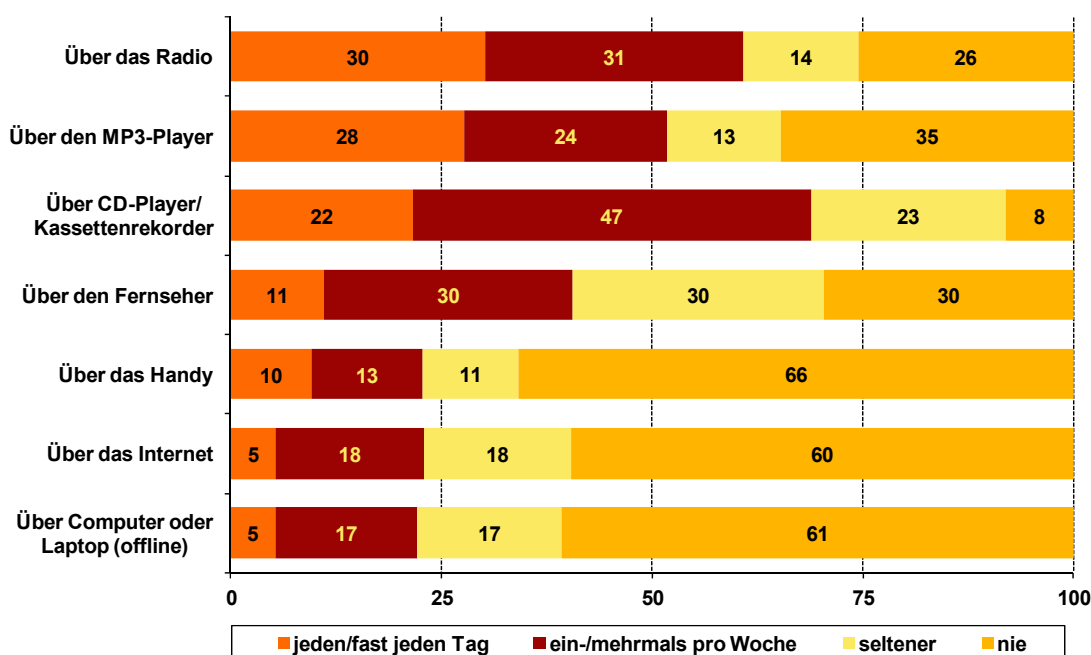


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; Nennungen ab 5 %
 Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen, n=1.209

8. Musik und Radio

Musik spielt für viele Kinder eine wichtige Rolle in ihrem Alltag. 82 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen hören mindestens einmal pro Woche Musik, 44 Prozent täglich. Dabei gibt es viele verschiedene Übertragungswege und Geräte, über die Musik gehört werden kann. Betrachtet man die tägliche Nutzung, ist das Radio das wichtigste Medium zum Musik hören (30 %). Auch der MP3-Player ist ähnlich häufig in Gebrauch (28 %). CDs oder Kassetten werden von 22 Prozent der Kinder täglich zum Musik hören genutzt. Der Fernseher (11 %) und das Handy (10 %) spielen bei den Sechs- bis 13-Jährigen im Bereich Musik eine eher untergeordnete Rolle. Der Computer wird von Kindern sehr selten zum Abspielen von Musik genutzt (online und offline jeweils 5 %). Die Betrachtung der Angaben zur Kategorie „nie“ zeigt im Unterschied, dass CDs und Kassetten für das Hören von Musik die weiteste Verbreitung finden.

Nutzungshäufigkeit verschiedener Medien zum Musik hören 2012



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Kinder, die zumindest selten Musik hören, n=1.158

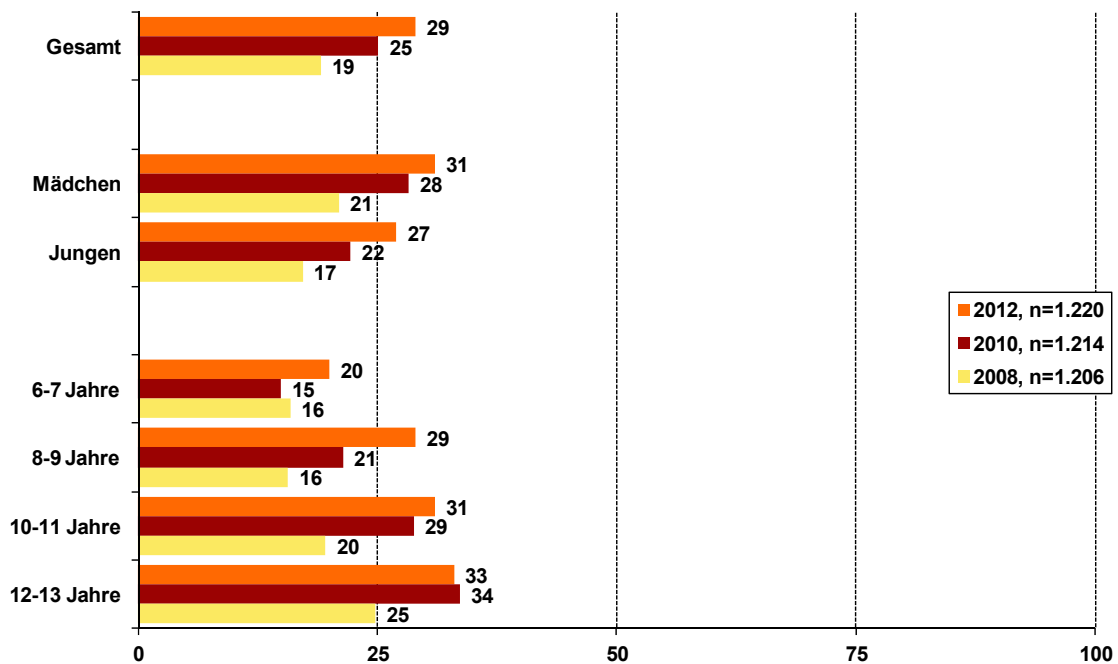
63 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren haben eine Lieblingsband oder einen Sänger bzw. eine Sängerin, die ihnen besonders gut gefällt. Mädchen (74 %) schwärmen häufiger für Musikinterpreten als Jungen (53 %). Mit steigendem Alter nimmt die Begeisterung für ausgewählte Musiker deutlich zu (6-7 Jahre: 44 %, 8-9 Jahre: 61 %, 10-11 Jahre: 68 %, 12-13 Jahre: 77 %). Justin Bieber steht auf der Liste der beliebtesten Musikinterpreten an erster Stelle. Auf den weiteren Rängen folgen Lady Gaga, Rihanna und Bushido. Auch Miley Cyrus und Katy Perry sind bei den Kindern beliebt. Die Ärzte sind für die

Sechs- bis 13-Jährigen die beliebteste Band. Unter den weiteren Nennungen sind Lena, Unheilig, Adele, Die Toten Hosen, Tokio Hotel, Luca Hänni und Pitbull.

Bei der Verbreitung und Prominenz bestimmter Musiktitel oder Interpreten spielt das Medium Radio eine bedeutende Rolle. Die tägliche Radionutzung bei den Sechs- bis 13-Jährigen ist seit der KIM-Studie 2008 um zehn Prozentpunkte auf 29 Prozent angestiegen. Mädchen hören etwas häufiger Radio als Jungen. Der Vergleich der Altersgruppen zeigt lediglich für die Sechs- bis Siebenjährigen eine deutlich unterdurchschnittliche Radionutzung. Ab einem Alter von etwa acht Jahren lässt sich nur noch eine leichte Steigerung in der täglichen Nutzung feststellen.

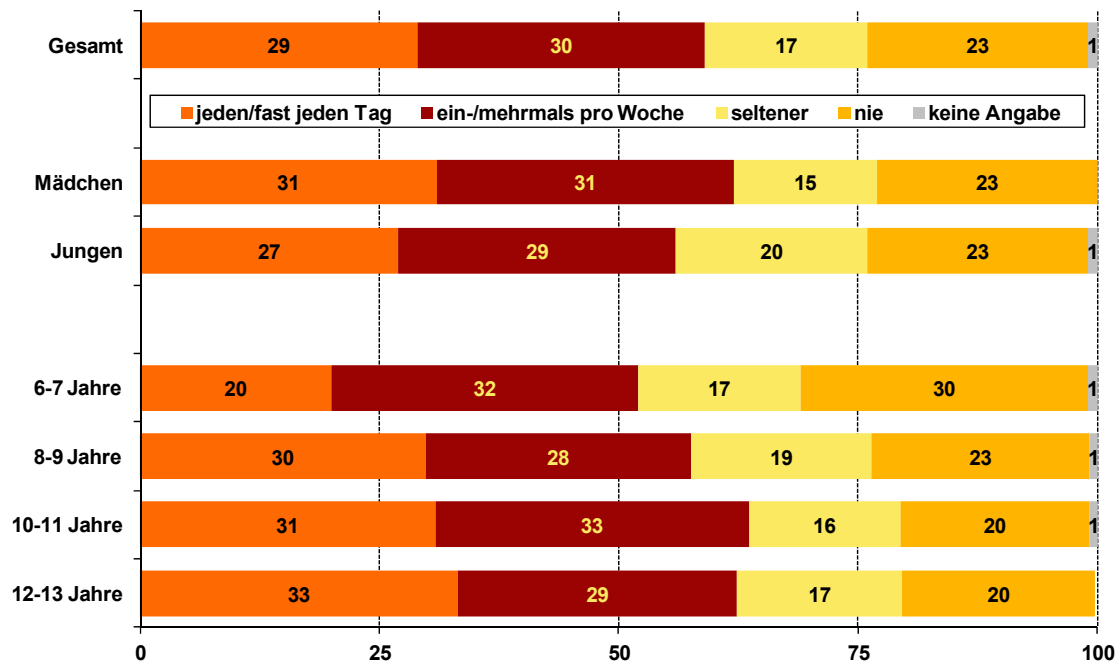
Radionutzung 2012 - 2008

- jeden/fast jeden Tag -



Quelle: KIM-Studie 2012 - KIM-Studie 2008; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder

Radionutzung 2012

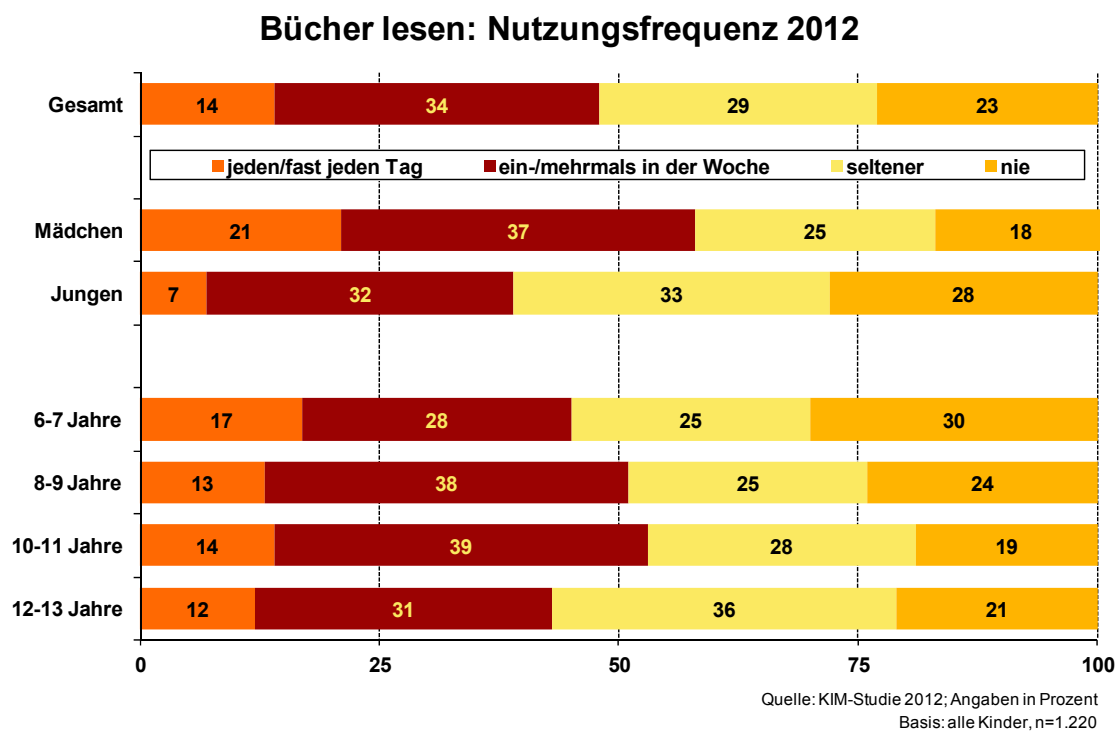


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Ein ähnliches Bild zeigt auch die Auflistung der weiteren Häufigkeitskategorien. Bei der regelmäßigen Nutzung (mindestens einmal pro Woche) erreichen Mädchen etwas höhere Werte als Jungen. Auch hier zeigt sich der Effekt, dass ab circa acht Jahren die Häufigkeit der Radionutzung nur noch leicht ansteigt. Insgesamt betrachtet hören 23 Prozent der Kinder nie Radio. Bei diesem Wert unterscheiden sich Jungen und Mädchen nicht. Bei den Ab-Zehnjährigen ist der niedrigste Anteil an Nicht-Nutzern zu finden (20 %).

9. Bücher und Lesen in der Freizeit

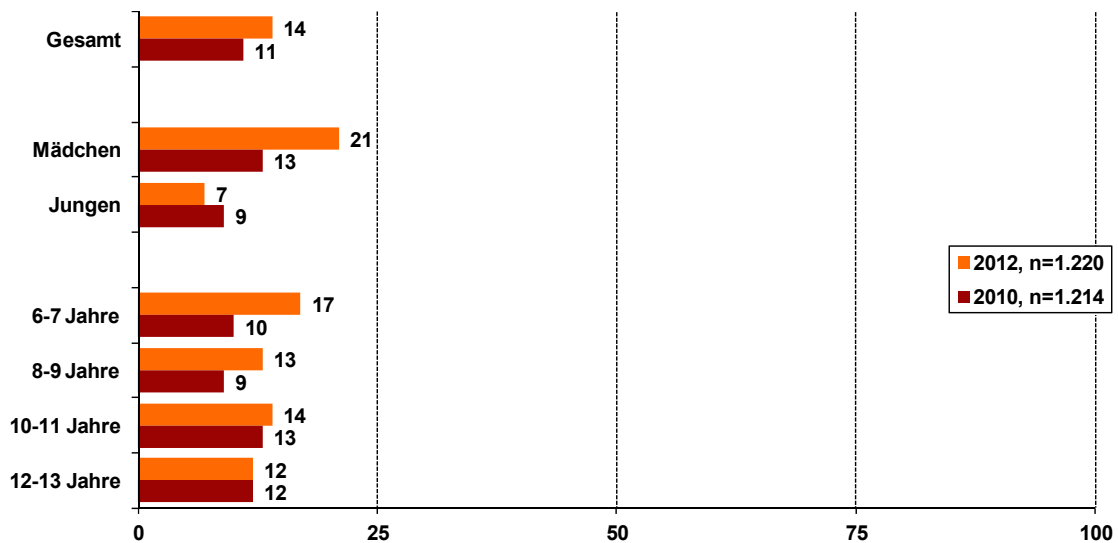
Trotz des wachsenden Medienangebots und der stärkeren Verbreitung des Internets bei Kindern hat das Lesen von Büchern (jenseits von Schulbüchern) noch immer einen fundierten Stellenwert im Kinderalltag. So lesen 14 Prozent der Kinder jeden/fast jeden Tag, ein weiteres Drittel ein- oder mehrmals pro Woche, 29 Prozent seltener und 23 Prozent zählen zu den Nicht-Lesern. Dass bei Kindern die Affinität zum Lesen weniger mit dem Alter und mehr mit dem Geschlecht zusammenhängt, lässt sich auch in der KIM-Studie 2012 bestätigen. So lesen je nach Alter zwischen 43 und 53 Prozent der Kinder mindestens einmal pro Woche, bei den Mädchen sind es mit 58 Prozent aber deutlich mehr als bei den Jungen (39 %). Vergleicht man den Anteil der intensiven Leser (jeden/fast jeden Tag), dann ist er bei den Mädchen dreimal so hoch wie bei den Jungen.



Der Vergleich mit der KIM-Studie 2010 zeigt beim intensiven Lesen (jeden/fast jeden Tag) einen Zuwachs um acht Prozentpunkte bei den Mädchen, bei den Jungen hingegen einen Rückgang um zwei Prozentpunkte. Auch zählen jüngere Kinder häufiger zu den Intensivlesern als noch 2010 (6-7 Jahre: +7 PP, 8-9 Jahre: +4 PP). Die Frage wie gerne Bücher gelesen werden, beantworten im Übrigen 18 Prozent der Kinder mit „sehr gerne“ (Mädchen: 26 %, Jungen: 10 %), 35 Prozent mit „gerne“ (Mädchen: 39 %, Jungen: 31 %) und 20 Prozent mit „nicht so gerne“ (Mädchen: 16 %, Jungen: 25 %).

Bücher lesen 2012/2010

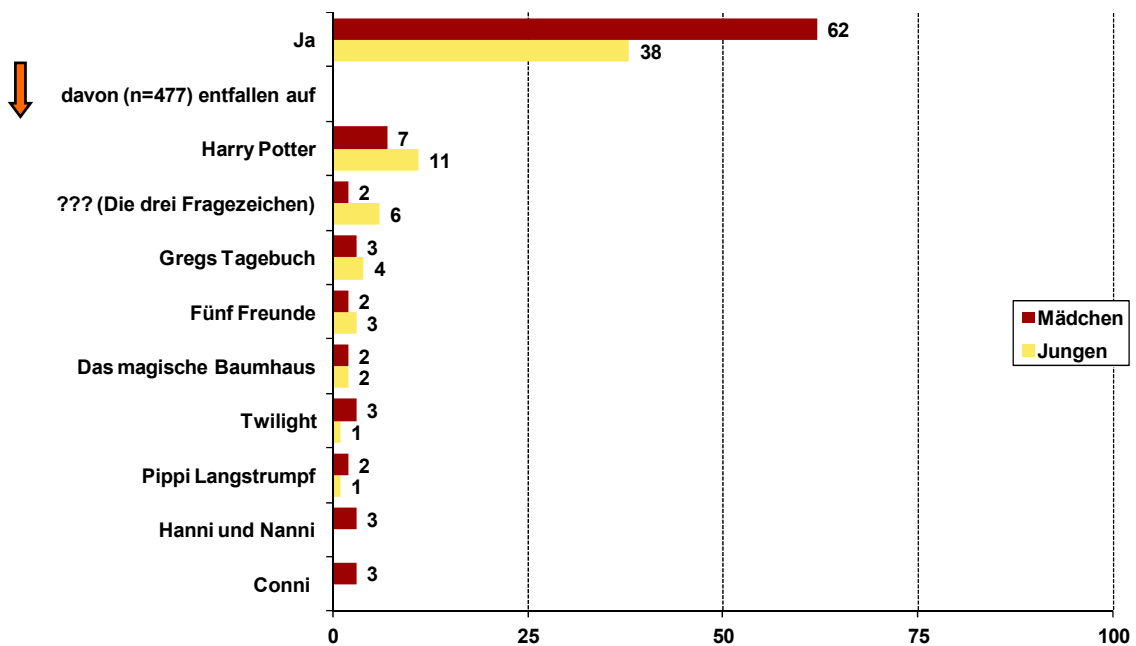
- jeden/fast jeden Tag -



Quelle: KIM-Studie 2012, KIM-Studie 2010; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder

Bücher lesen 2012

- „Liest du zurzeit ein Buch?“ -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; Nennungen ab 2 %
Basis: Kinder, die zumindest selten Bücher lesen, n=940

Zum Zeitpunkt der Befragung lasen 51 Prozent der Kinder (die zumindest selten lesen) gerade ein Buch, wobei die Bandbreite gelesener Buchtitel enorm ist. Die häufigsten Nennungen entfallen noch immer auf „Harry Potter“ (8 %), es werden aber auch Tierbücher (5 %), Klassiker wie „Die drei Fragezeichen“ (4 %), „Fünf Freunde“, „Pippi Langstrumpf“, „Hanni und Nanni“ (je 2 %) oder neuere Titel wie die Comic-Roman-Reihe „Gregs Tagebuch“ (3 %) oder „Twilight“ (2 %) häufiger genannt.

10. Computer

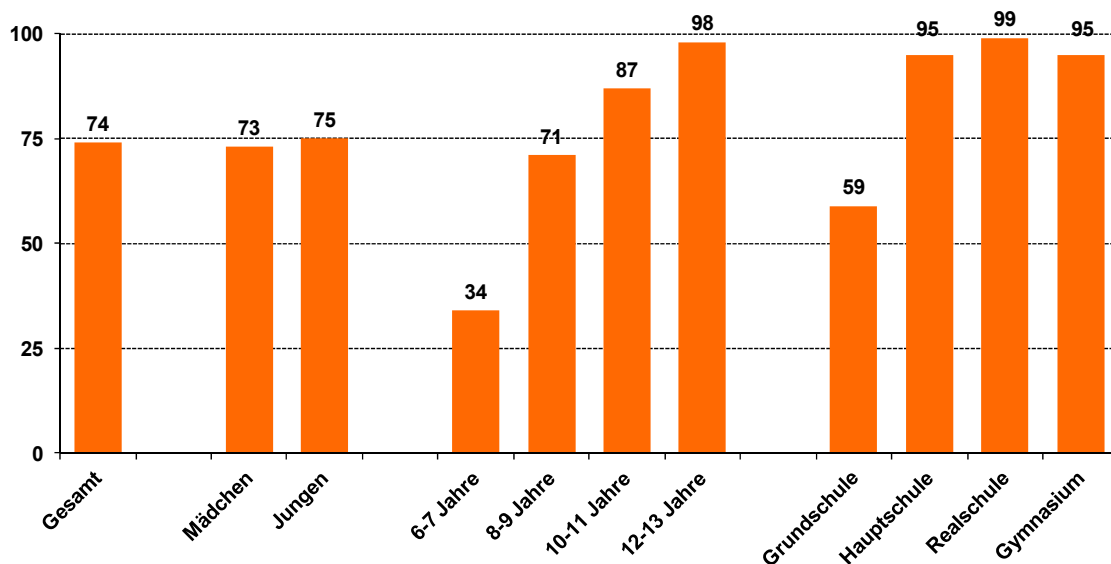
10.1 Nutzungsfrequenz und Tätigkeiten

Die Nutzung von Computern spielt mittlerweile auch im Alltag von Kindern eine beachtliche Rolle. In 95 Prozent der Haushalte, in denen Sechs- bis 13-Jährige leben, gibt es (mindestens) einen Computer oder Laptop. Ein Fünftel (21 %) der Kinder besitzt ein eigenes Gerät. Jungen (23 %) haben etwas häufiger einen eigenen Computer als Mädchen (19 %). In der jüngsten Altersgruppe (6-7 Jahre) besitzen lediglich drei Prozent einen eigenen PC/Laptop. Mit steigendem Alter nimmt auch die Ausstattung deutlich zu (8-9 Jahre: 8 %, 10-11 Jahre: 19 %). Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen verfügt schon jeder Zweite (52 %) über ein eigenes Gerät.

Etwa drei Viertel der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren nutzen zumindest selten einen Computer. Lediglich ein Viertel (26 %) hat noch nie einen Computer genutzt. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei kaum. Analog zum Gerätebesitz nimmt der Anteil an Computernutzern mit steigendem Alter deutlich zu. Bei den Sechs- bis Siebenjährigen nutzt jeder Dritte mindestens selten einen PC, bei den Acht- bis Neunjährigen sind es bereits 71 Prozent. Im Alter von zehn und elf Jahren sind es 87 Prozent und mit zwölf bzw. 13 Jahren hat nahezu jeder (98 %) schon einmal Erfahrungen mit einem Computer gesammelt.

Kinder und Computer 2012

- Nutzung zumindest selten -

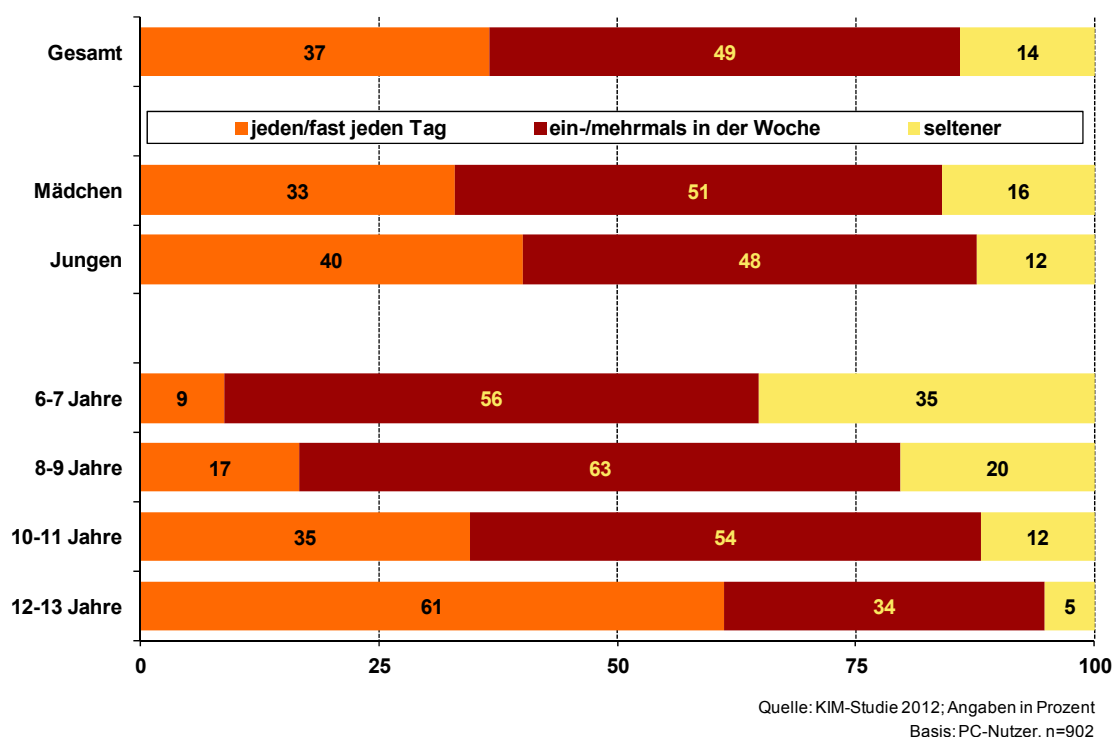


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Nahezu alle Kinder, die einen Computer nutzen, tun dies zu Hause (98 %). Fast zwei Drittel (63 %) können (auch) bei Freunden einen Computer nutzen und 44 Prozent in der Schule.

Unabhängig von Ort und Inhalt der Nutzung beschäftigen sich insgesamt 37 Prozent der Computernutzer zwischen sechs und 13 Jahren jeden/fast jeden Tag mit einem PC. Jeder Zweite nutzt den Computer ein- oder mehrmals pro Woche und 14 Prozent seltener. Bei Jungen fällt die tägliche Nutzung etwas häufiger aus als bei Mädchen. Mit steigendem Alter nimmt die Häufigkeit der Computernutzung deutlich zu. Bei den Sechs- bis Siebenjährigen nutzen lediglich neun Prozent der Computernutzer jeden oder fast jeden Tag einen PC, bei den Acht- bis Neunjährigen sind es 17 Prozent. Zwischen zehn und elf Jahren steigt der Wert für die tägliche Nutzung auf 35 Prozent und bei der ältesten Gruppe sind es dann bereits 61 Prozent, die jeden/fast jeden Tag einen Computer nutzen.

Kinder und Computer: Nutzungsfrequenz 2012



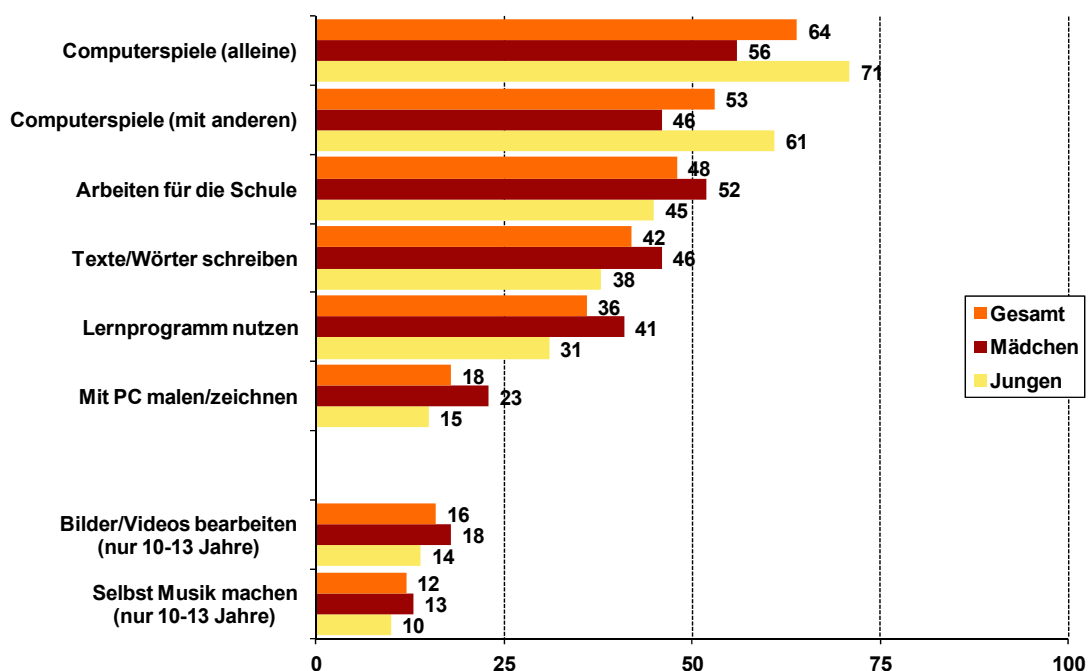
Im Vergleich zur letzten KIM-Studie ergibt sich vor allem für die (fast) tägliche Nutzung eine deutliche Steigerung: Während 2010 noch 28 Prozent jeden oder fast jeden Tag einen Computer nutzten, sind es mittlerweile 37 Prozent. Diese Entwicklung ist vor allem durch einen Anstieg der täglichen Internetnutzung begründet, welche seit der letzten Erhebung insgesamt um sieben Prozentpunkte angestiegen ist.

Um die Relevanz verschiedener Tätigkeiten am Computer näher zu bestimmen, wird in der KIM-Studie die Häufigkeit diverser Anwendungen erfragt. Bei der regelmäßigen Computernutzung am heimischen PC sind für die Sechs- bis 13-Jährigen Computerspiele von großer Bedeutung: 64 Prozent der Computernutzer spielen mindestens einmal pro Woche (alleine) Computerspiele. Die gemeinsame Nutzung mit anderen ist für rund die Hälfte (53 %) von

Bedeutung⁵. An dritter Stelle steht das Arbeiten am Computer für die Schule, 48 Prozent tun dies mindestens einmal pro Woche. 42 Prozent schreiben mit dem PC Texte oder Wörter und 36 Prozent nutzen regelmäßig ein Lernprogramm. Der Gebrauch von Mal- und Zeichenprogrammen ist für 18 Prozent der Kinder relevant. Anspruchsvollere Tätigkeiten wie das Bearbeiten von Bildern und Videos wurden nur in der Altersgruppe von zehn bis 13 Jahren abgefragt. 16 Prozent der Computernutzer dieser Altersgruppe beschäftigen sich regelmäßig mit solchen Anwendungen. Zwölf Prozent der zehn- bis 13-jährigen PC-Nutzer machen regelmäßig mithilfe eines Computers selbst Musik. Die Nutzung von Computerspielen ist bei Jungen deutlich häufiger als bei Mädchen. Alle anderen Tätigkeiten werden etwas häufiger von Mädchen ausgeübt.

Computernutzung zu Hause – Tätigkeiten 2012

- mind. einmal pro Woche -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Kinder, die zu Hause den PC nutzen, n=869

Mit steigendem Alter werden die meisten Computertätigkeiten öfter ausgeübt. Vor allem das Arbeiten am PC für die Schule (6-7 Jahre: 24 %, 8-9 Jahre: 32 %, 10-11 Jahre: 54 %, 12-13 Jahre: 60 %) und das Schreiben von Texten/Wörtern (6-7 Jahre: 23 %, 8-9 Jahre: 29 %, 10-11 Jahre: 47 %, 12-13 Jahre: 53 %) nimmt deutlich zu. Beim Malen und Zeichnen am Computer zeigt sich im Altersverlauf ein Rückgang: Jedes dritte Kind im Alter von sechs bis sieben Jahren malt regelmäßig am PC, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es nur noch 16 Prozent (8-9 Jahre: 19 %, 10-11 Jahre: 16 %). Im Vergleich zur KIM-Studie 2010 sind die Angaben zum Gebrauch der verschiedenen Anwendungen relativ stabil.

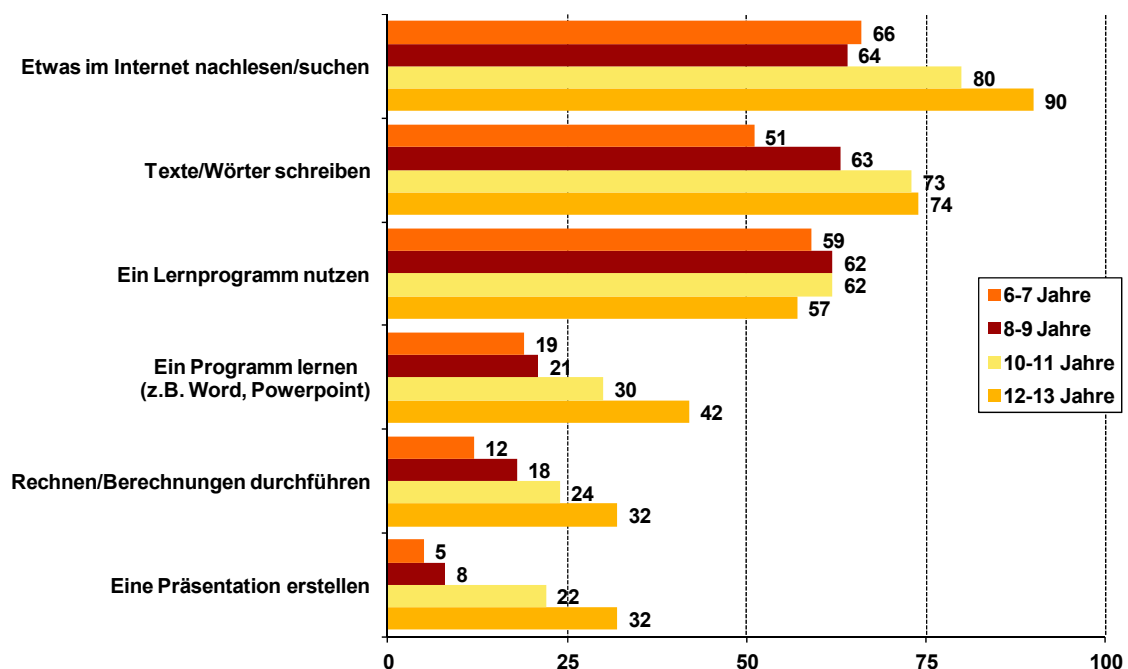
⁵ Zur Nutzung von digitalen Spielen vgl. Kapitel 12 Computer-, Konsolen- und Onlinespiele.

Merklich hat sich nur der regelmäßige Umgang mit Lernprogrammen reduziert (-7 PP), auch wird etwas seltener alleine gespielt (-5 PP).

10.2 Computer und Schule

Für Kinder ist der Computer nicht nur als „Spielzeug“ zum Zeitvertreib beliebt. Auch die Vor- und Nachbereitung von schulischen Themen und Inhalten wird häufig mithilfe des Computers bewältigt (zumindest selten: 82 % der PC-Nutzer). Dabei ist die Recherche im Internet die häufigste Tätigkeit: 80 Prozent der Kinder, die zu Hause am Computer für die Schule arbeiten, suchen mindestens einmal pro Woche nach Informationen im Internet. 70 Prozent nutzen den PC, um Texte oder Wörter für die Schule zu schreiben, ein Lernprogramm nutzen 60 Prozent regelmäßig. Etwa jeder Dritte (32 %) nutzt den Computer, um zu Hause ein Anwendungsprogramm zu lernen. Jeder Vierte (25 %) führt für die Schule Berechnungen am Computer durch, Präsentationen werden von 22 Prozent regelmäßig erstellt. Mädchen und Jungen unterscheiden sich am deutlichsten bei der Nutzung von Lernprogrammen voneinander (Mädchen: 64 %, Jungen: 56 %).

Computernutzung zu Hause für die Schule – Tätigkeiten 2012 - mind. einmal pro Woche -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Kinder, die zu Hause am PC etwas für die Schule machen, n=709

Nahezu alle Tätigkeiten, für die der Computer zu Hause für die Schule genutzt wird, werden im Altersverlauf häufiger ausgeübt. Einzig die Nutzung von speziellen Lernprogrammen bleibt relativ stabil. Im Vergleich zum Jahr 2010 hat sich die Nutzung des Inter-

nets für die Schule um acht Prozentpunkte erhöht, der Umgang mit Lernprogrammen und das Rechnen bzw. Berechnungen durchführen ist zurückgegangen (je -5 PP).

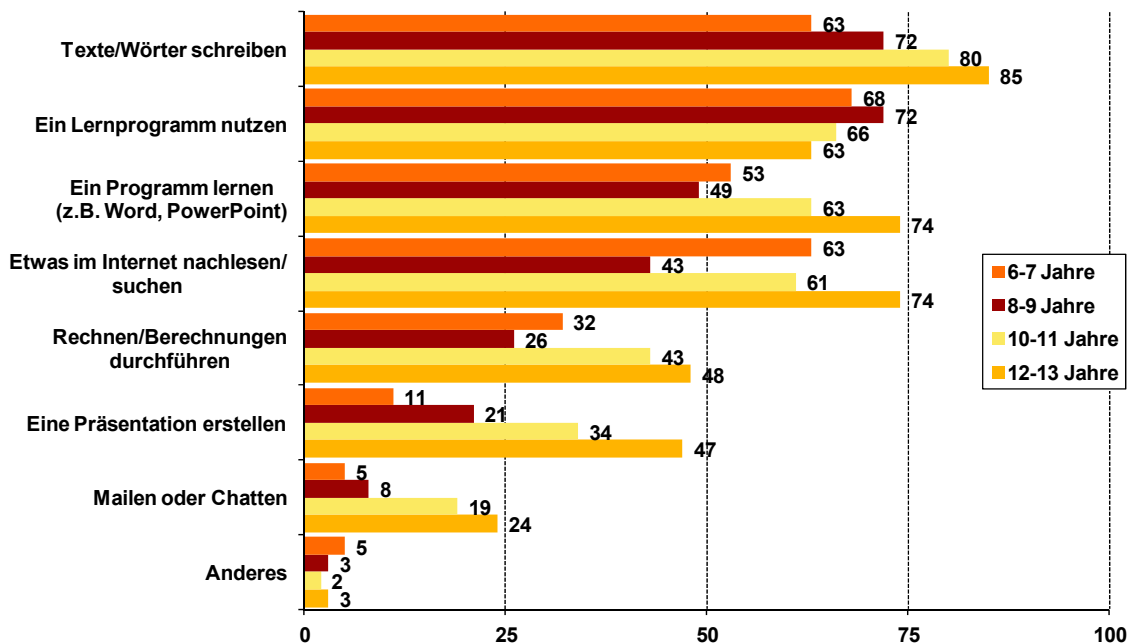
Neben den Anwendungen, die zu Hause für die Schule genutzt werden, werden Computer und Internet teilweise auch in der Schule während des Unterrichts verwendet: Insgesamt 44 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Computernutzer haben bereits in der Schule Erfahrungen mit dem PC gesammelt. Dabei wird die Einbindung von Computern in den Unterricht mit steigendem Alter immer häufiger (6-7 Jahre: 22 %, 8-9 Jahre: 27 %, 10-11 Jahre: 45 %, 12-13 Jahre: 61 %).

Am häufigsten wird der PC in der Schule in speziellen Fächern zum Erlernen des Umgangs mit Computern genutzt: 77 Prozent der Kinder, die in der Schule einen PC nutzen, tun dies im Informatik-/Computerunterricht/ITG. Weitere 42 Prozent greifen im Deutschunterricht auf Computer zurück, 38 Prozent in Mathematik. Bei dem Erlernen von Fremdsprachen nutzen 28 Prozent in der Schule einen PC. Auf die Fächer Erdkunde und Sachkunde entfallen elf bzw. zehn Prozent.

Bei der Computernutzung in der Schule steht das Schreiben von Texten und Wörtern an erster Stelle (mindestens einmal pro Woche: 80 %). Zwei Drittel nutzen regelmäßig ein Lernprogramm in der Schule oder erlernen im Unterricht ein Programm, wie bspw. Word oder PowerPoint. 64 Prozent recherchieren mindestens einmal pro Woche am Schulcomputer im Internet. Für das Durchführen von Berechnungen (42 %) oder Erstellen von Präsentationen (37 %) wird der Computer in der Schule weniger häufig genutzt. Ein Fünftel (19 %) der Kinder kommuniziert regelmäßig in der Schule über Mail oder Chat.

Computernutzung in der Schule – Tätigkeiten 2012

- mind. einmal pro Woche -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; Nennungen ab 2 %
Basis: PC-Nutzer in der Schule, n=389

Für Jungen und Mädchen ergeben sich keine deutlichen Unterschiede hinsichtlich der Computernutzung in der Schule. Für die meisten PC-Anwendungen, die in der Schule genutzt werden, steigt die Häufigkeit der Nutzung mit dem Älterwerden der Kinder an. Ausnahme ist hier – analog zu der Computernutzung zu Hause für die Schule – die Nutzung von Lernprogrammen: diese nimmt mit steigendem Alter leicht ab. Seit der letzten Erhebung im Jahr 2010 hat die Häufigkeit der abgefragten Tätigkeiten am Computer in der Schule insgesamt leicht zugenommen (ausgenommen der Nutzung von Lernprogrammen: -3 PP). Vor allem mit dem Erstellen von Präsentationen (+9 PP) und dem Erlernen von Programmen (+7 PP) beschäftigen sich mehr Kinder regelmäßig in der Schule.

11. Internet

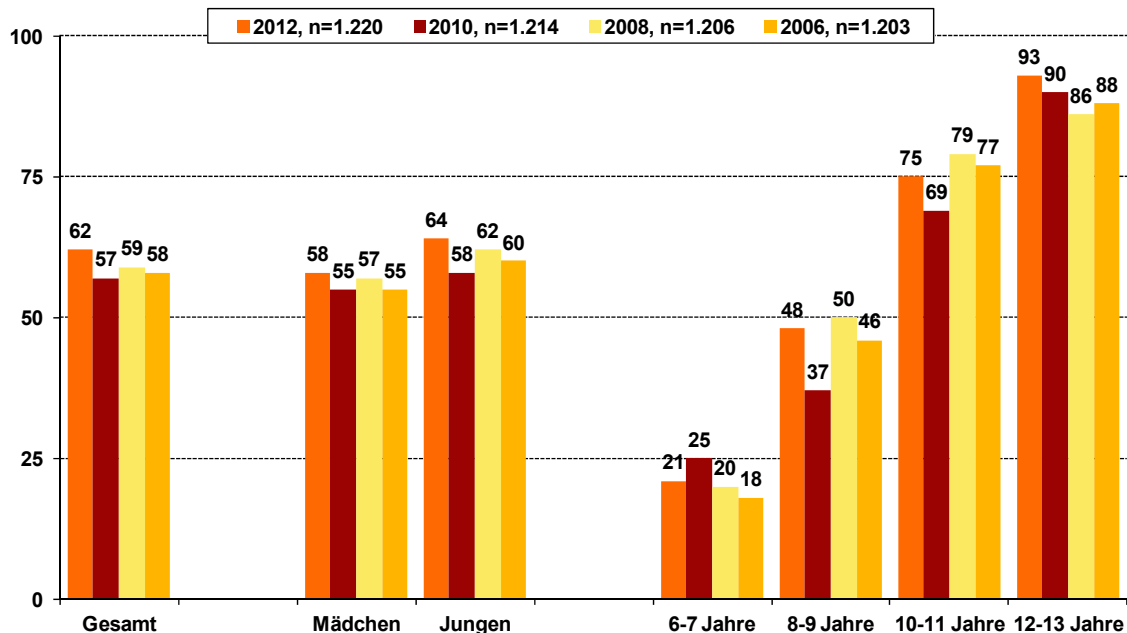
11.1 Nutzungsfrequenz, Nutzungsdauer und Tätigkeiten

Die Internetnutzung im Kindesalter ist in der Regel durch den aktuellen Stand der Lese- und Schreibfähigkeit des Kindes limitiert. Die eigenständige Internetnutzung ohne Hilfe von Älteren ist deshalb vor allem im Grundschulalter schwer. Durch neue Endgeräte wie Tablet-PCs und Smartphones, die „kinderleicht“ mit den Fingern zu bedienen sind, wachsen aber auch die Möglichkeiten für Kinder Angebote im Internet zu nutzen, zum Beispiel um Spiele zu spielen, Bilder zu malen oder Videoclips anzusehen.

Betrachtet man die aktuellen Daten, zählen 62 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren zu den Internetnutzern. Von den Jungen nutzen 64 Prozent zumindest selten das Internet, bei den Mädchen sind es 58 Prozent. Analog zur Computernutzung nimmt die Internetnutzung mit steigendem Alter zu. Der Vergleich mit den Vorgängerstudien lässt keine eindeutige Entwicklung erkennen. Insgesamt zeigt sich der Anteil an Internetnutzern seit 2006 relativ stabil.

Entwicklung Internet-Nutzer 2012 - 2006

- Nutzung zumindest selten -

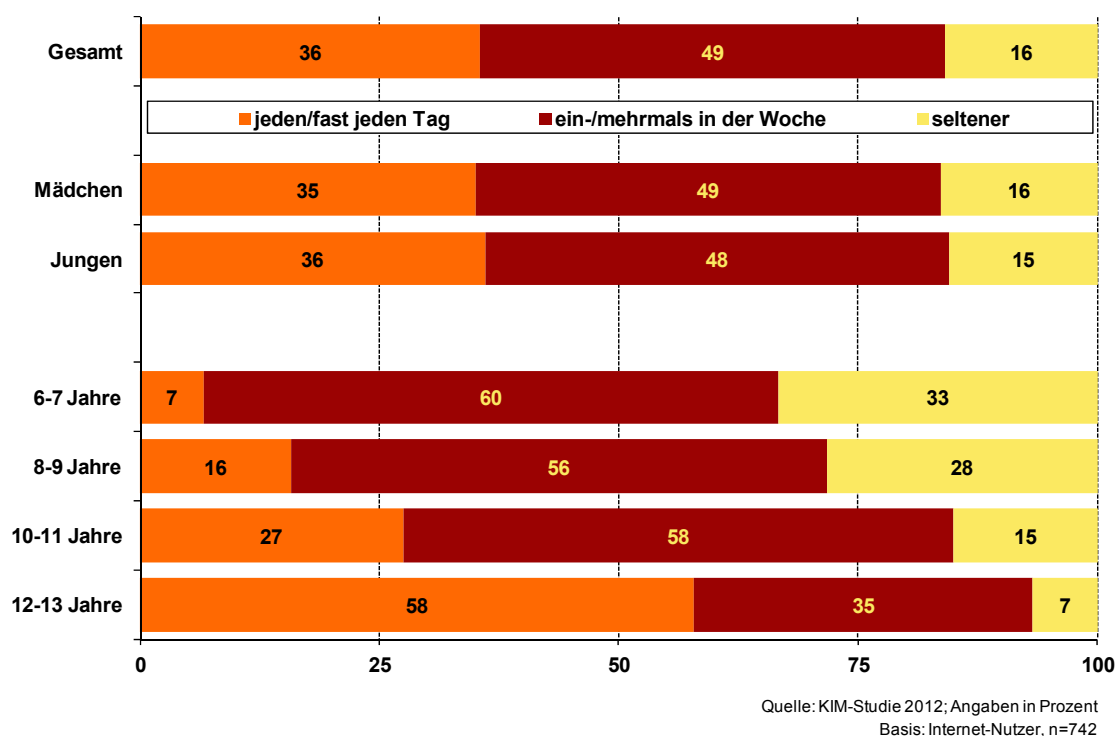


Quelle: KIM-Studie 2012 - KIM-Studie 2006; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder

Insgesamt 16 Prozent der Internetnutzer gehen nur selten ins Internet, knapp die Hälfte (49 %) nutzt es ein- oder mehrmals pro Woche. Für 36 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer gehört die Nutzung von Onlineangeboten zum Alltag, sie gehen (fast) jeden Tag ins Internet – ein Anstieg um zehn Prozentpunkte im Vergleich zur letzten Erhebung.

Die männlichen und weiblichen Internetnutzer unterscheiden sich hinsichtlich der Häufigkeit der Nutzung kaum. Bei den verschiedenen Altersgruppen zeigt sich hingegen (vor allem hinsichtlich der täglichen Nutzung) ein deutlicher Anstieg: Von den Sechs- bis Siebenjährigen nutzen sieben Prozent jeden oder fast jeden Tag das Internet. 16 Prozent der Internetnutzer zwischen acht und neun Jahren und 27 Prozent im Alter von zehn und elf Jahren gehen täglich ins Internet. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es schließlich knapp drei Fünftel (58 %), die (fast) jeden Tag das World Wide Web nutzen.

Nutzungsfrequenz Internet/Online-Dienste 2012



Der Einstieg in die Internetnutzung findet nach Angaben der Haupterzieher mit durchschnittlich acht Jahren statt. Jungen beginnen hiermit im Mittel etwas früher als Mädchen (Jungen: 7,9 Jahre, Mädchen: 8,2 Jahre). Die formale Bildung der Eltern spielt beim Zeitpunkt der ersten Internetnutzung des Kindes keine Rolle (Hauptschule: 8,0, Realschule: 8,0, Abitur/Studium: 8,1).

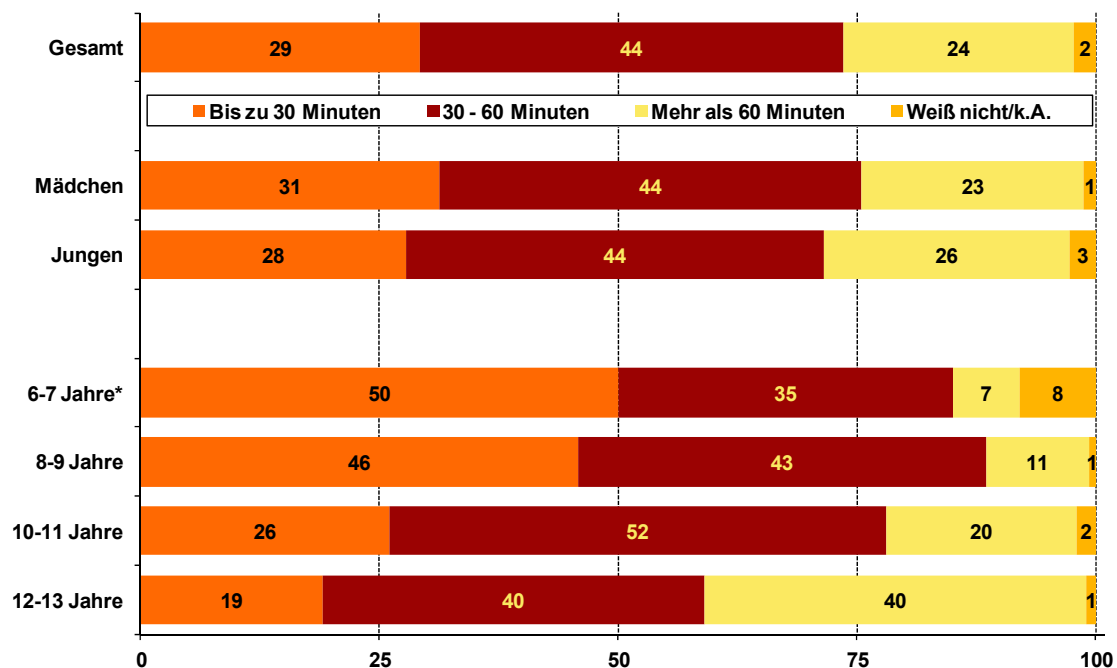
Ein gutes Drittel der Haupterzieher der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer (36 %) berichtet, dass ihr Kind das Internet nutzen darf, ohne vorher zu fragen. 70 Prozent berichten, dass ihr Kind vorher um Erlaubnis bitten muss, wenn es online gehen möchte. Die selbstbestimmte Internetnutzung kommt bei älteren Kindern deutlich häufiger vor als bei jüngeren (6-7 Jahre: 3 %, 8-9 Jahre: 12 %, 10-11 Jahre: 36 %, 12-13 Jahre: 55 %).

Fast alle Kinder nutzen das Internet zu Hause (98 %). Drei Fünftel nutzen Onlinedienste (auch) bei Freunden, knapp zwei Fünftel (38 %) in der Schule.

Fragt man die Internetnutzer wie gerne sie das Internet im Allgemeinen nutzen, antworten 47 Prozent mit „sehr gerne“. Weitere 46 Prozent gehen „gerne“ ins Internet und sieben Prozent nutzen es „nicht so gerne/gar nicht gerne“. Bei Jungen (51 % „sehr gerne“) ist die Internetnutzung etwas beliebter als bei Mädchen (41 % „sehr gerne“). Mit steigendem Alter nimmt die absolute Wertschätzung – analog zur Nutzungshäufigkeit – erheblich zu („sehr gerne“: 6-7 Jahre: 23 %, 8-9 Jahre: 36 %, 10-11 Jahre: 46 %, 12-13 Jahre: 57 %).

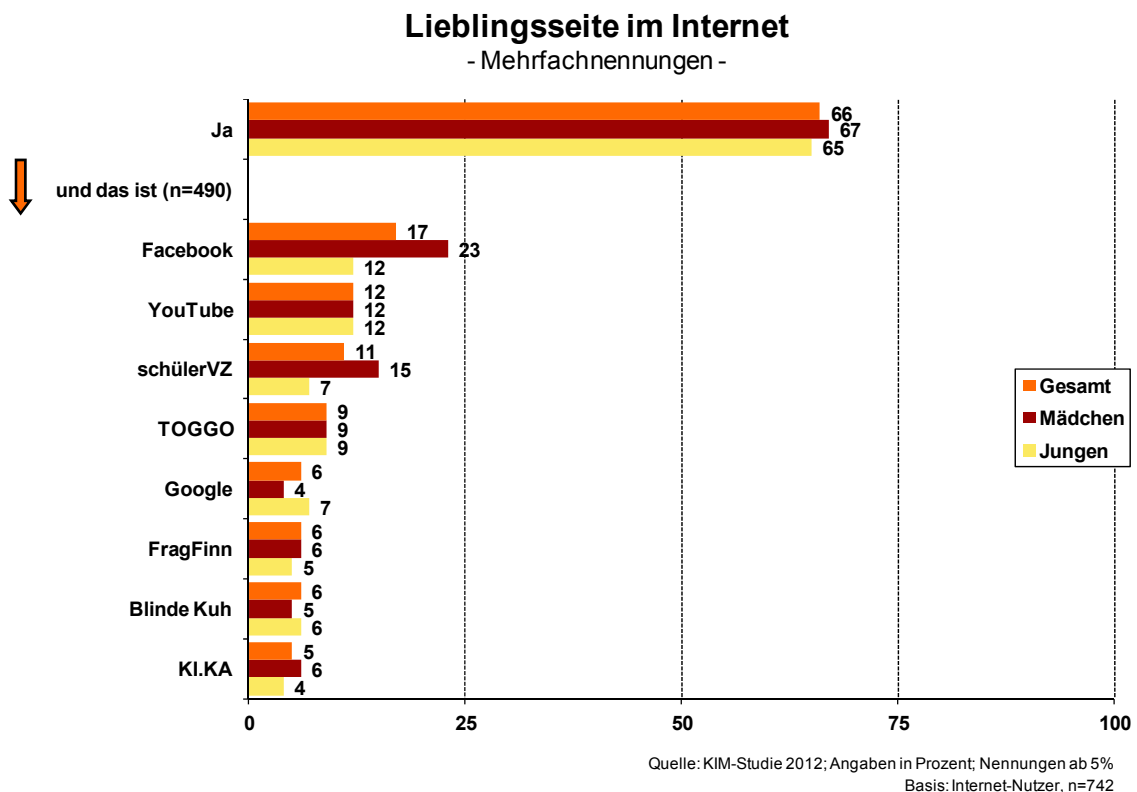
29 Prozent nutzen das Internet nach eigener Aussage täglich maximal 30 Minuten, 44 Prozent surfen zwischen 30 und 60 Minuten pro Tag im WWW. Ein Viertel der Internetnutzer zwischen sechs und 13 Jahren geht mehr als 60 Minuten am Tag ins Internet. Mädchen geben im Vergleich zu Jungen etwas kürzere Onlinezeiten an. Die Betrachtung der Nutzungszeiten im Altersverlauf zeigt eine deutliche Steigerung. Während bei den Sechs- bis Siebenjährigen nur Einzelne (7 %) das Internet länger als eine Stunde am Tag nutzen, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen bereits 40 Prozent. Im Vergleich zur KIM-Studie 2010 gibt es keine deutlichen Änderungen in den Angaben zur Dauer der Internetnutzung der Kinder.

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



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; *n=60
Basis: Internet-Nutzer, n=742

Bei den Lieblingswebseiten liegt mittlerweile Facebook auf Platz eins (17 % der Internetnutzer, die eine Lieblingsseite haben). Auf den weiteren Rängen folgen die Videoplattform YouTube (12 %) und die Community schülerVZ (11 %), welche im Jahr 2010 mit 17 Prozent noch die beliebteste Seite der Sechs- bis 13-Jährigen war (2010: Facebook: 3 %). Außerdem zählen aktuell die Internetplattform von Super RTL TOGGO (9 %) sowie die Suchmaschine Google (6 %) zu den weiteren Lieblingsseiten. Mit fragFINN (6 %) und Blinde Kuh (6 %) finden sich auch Suchmaschinen, die speziell für Kinder konzipiert wurden, in der Rangliste. Das Angebot des Kinderkanals von ARD und ZDF KiKA wird von fünf Prozent als Lieblingsangebot im Internet genannt. Mädchen sprechen sich doppelt so häufig für die Communities Facebook und schülerVZ aus als Jungen, diese nennen Google etwas öfter als Lieblingsseite.



Die Häufigkeit der verschiedenen Tätigkeiten im Internet wird von der Nutzung von Suchmaschinen angeführt. Drei Viertel aller Internetnutzer im Alter von sechs bis 13 Jahren nutzen mindestens einmal pro Woche eine Suchmaschine, wie zum Beispiel Google. 53 Prozent nutzen regelmäßig Internetangebote, die speziell für Kinder gemacht sind. Die Hälfte der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer surft ohne spezielles Anliegen zumindest einmal pro Woche „einfach drauf los“. Filme, Videos oder kurze Clips werden von 48 Prozent im Internet angesehen, der gleiche Wert ergibt sich für die regelmäßige Nutzung von Online-Communities. Das Verschicken von E-Mails (37 %), die Nutzung von Wikipedia

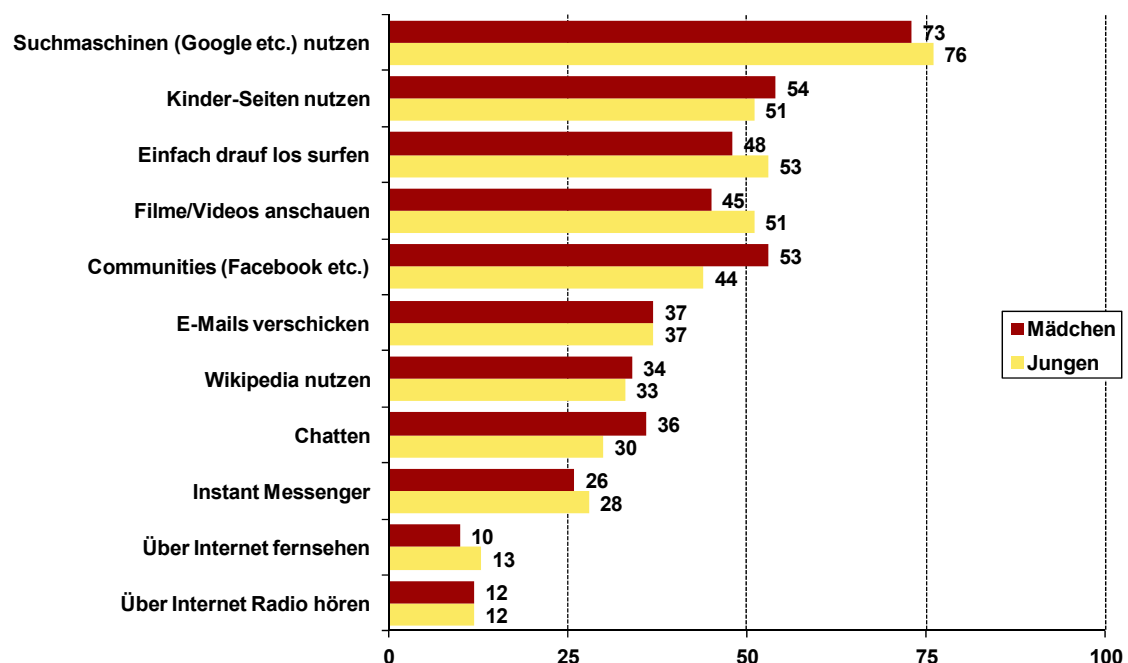
(34 %), Chatten⁶ (33 %) und Instant Messaging (27 %) spielen bei der Internetnutzung von Kindern eine eher untergeordnete Rolle. Auch die regelmäßige Nutzung von Fernseh- oder Radioinhalten via Internet ist eher die Ausnahme (je 11 %).

Bei der täglichen Nutzung haben Suchmaschinen (23 %) und Communities (22 %) die größte Relevanz. 17 Prozent der Internetnutzer zwischen sechs und 13 Jahren surfen jeden/fast jeden Tag „einfach drauf los“. Kinderseiten und Chats werden von zwölf Prozent täglich genutzt, elf Prozent schauen Filme und Videoclips jeden/fast jeden Tag im Internet an.

Der Vergleich der regelmäßigen Internet-Tätigkeiten von Mädchen und Jungen zeigt, dass Mädchen deutlich häufiger als Jungen Online-Communities nutzen. Außerdem chatten Mädchen etwas häufiger. Jungen verzeichnen höhere Werte beim Surfen ohne bestimmtes Ziel („einfach drauf los surfen“) und beim Ansehen von Filmen und Videos. Für alle erfassten Internet-Tätigkeiten ergibt sich eine Steigerung im Altersverlauf – allein die Nutzung von Kinderseiten nimmt mit dem Alter ab (6-7 Jahre: 65 %, 8-9 Jahre: 65 %, 10-11 Jahre: 60 %, 12-13 Jahre: 38 %).

Internet-Tätigkeiten 2012

- mindestens einmal pro Woche -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Internet-Nutzer, n=742

⁶ Die Echtzeitkommunikation per Chat findet mittlerweile sehr häufig über Social Communities statt: Fragt man die Kinder, die zumindest selten chatten, über welches Portal dies geschieht, nennen 25 Prozent Facebook und 17 Prozent schülerVZ. Lediglich die Chatplattform Knuddels (11 %) spielt hier noch eine Rolle.

Die regelmäßige Nutzung von Suchmaschinen hat sich im Vergleich zur letzten KIM-Studie um sieben Prozentpunkte erhöht. Weitere Zunahmen ergeben sich für die Nutzung von Kinderwebsites (+7 PP), das planlose „drauf-los-Surfen“ (+7 PP) und die Nutzung von Communities (+5 PP).

Neben der Kommunikation in Online-Communities spielt auch das Versenden von E-Mails weiterhin eine Rolle. Hierfür ist die Anmeldung bei einem Anbieter nötig, um eine eigene E-Mail-Adresse zu erstellen und zu nutzen. 43 Prozent der Internetnutzer zwischen sechs und 13 Jahren haben eine eigene E-Mail-Adresse. Weitere vier Prozent haben sogar mehrere Adressen. Mehr als die Hälfte (54 %) verfügt jedoch nicht über ein eigenes E-Mail-Konto und kann somit nicht eigenständig (bzw. nicht unter dem eigenen Namen) E-Mails versenden und empfangen. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier kaum. Der Anteil an Kindern, die über keine eigene E-Mail-Adresse verfügen, wird mit steigendem Alter deutlich weniger (6-7 Jahre: 88 %, 8-9 Jahre: 74 %, 10-11 Jahre: 48 %, 12-13 Jahre: 37 %).

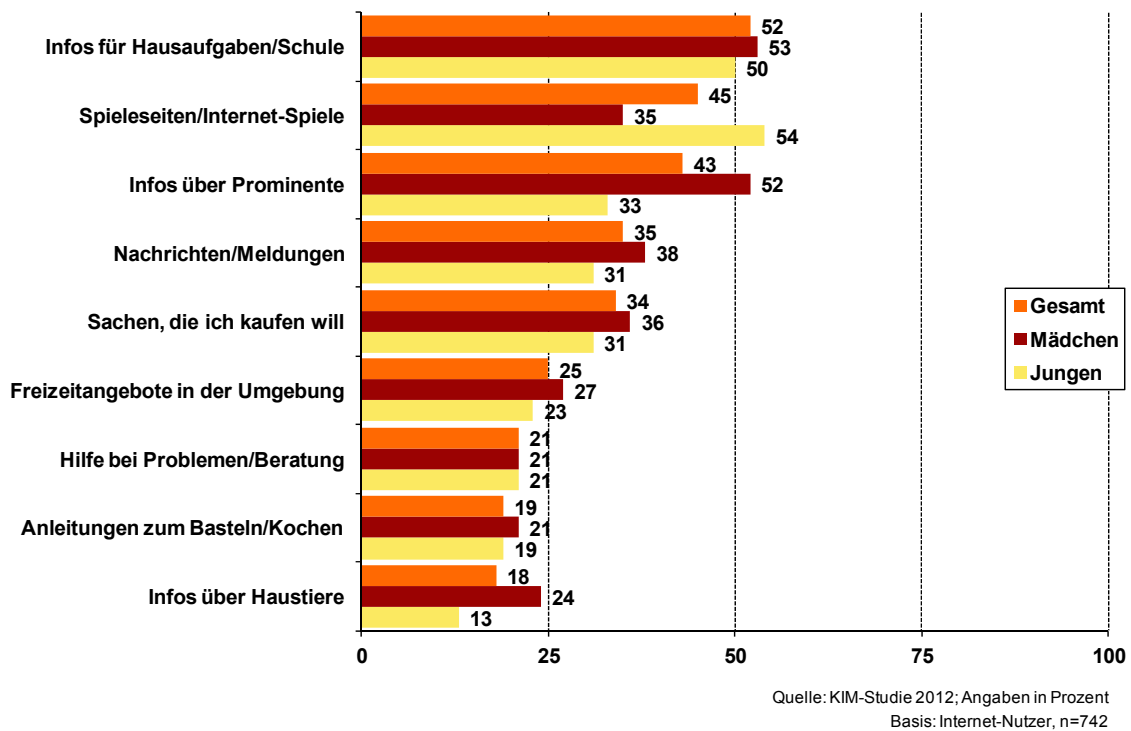
11.2 Suchen im Internet

Suchmaschinen sind für viele Internetnutzer zwischen sechs und 13 Jahren ein wichtiges Instrument zur Orientierung im World Wide Web. Am häufigsten wird nach Informationen für die Hausaufgaben oder die Schule gesucht, jeder zweite Internetnutzer sucht mindestens einmal pro Woche solche Inhalte im Internet. Auch Spieleseiten (45 %) und Informationen über Prominente (43 %) sind bei den Sechs- bis 13-Jährigen beliebt. 35 Prozent suchen regelmäßig nach aktuellen Nachrichten und 34 Prozent nutzen das Internet um nach Sachen zu suchen, die sie eventuell kaufen möchten. Jeder Vierte sucht nach Freizeitangeboten in der Umgebung. Etwa ein Fünftel der Internetnutzer sucht mindestens einmal pro Woche nach Hilfe bei Problemen, Anleitungen zum Basteln oder Kochen und Informationen über Haustiere.

Jungen und Mädchen unterscheiden sich beim Suchen im Internet gemäß ihrer Interessen. Jungen suchen häufiger nach Internet-Spielen, während sich Mädchen vor allem öfter über Prominente informieren oder nach speziellen Informationen zum Thema Haustiere suchen.

Suchen im Internet 2012

- mindestens einmal pro Woche -



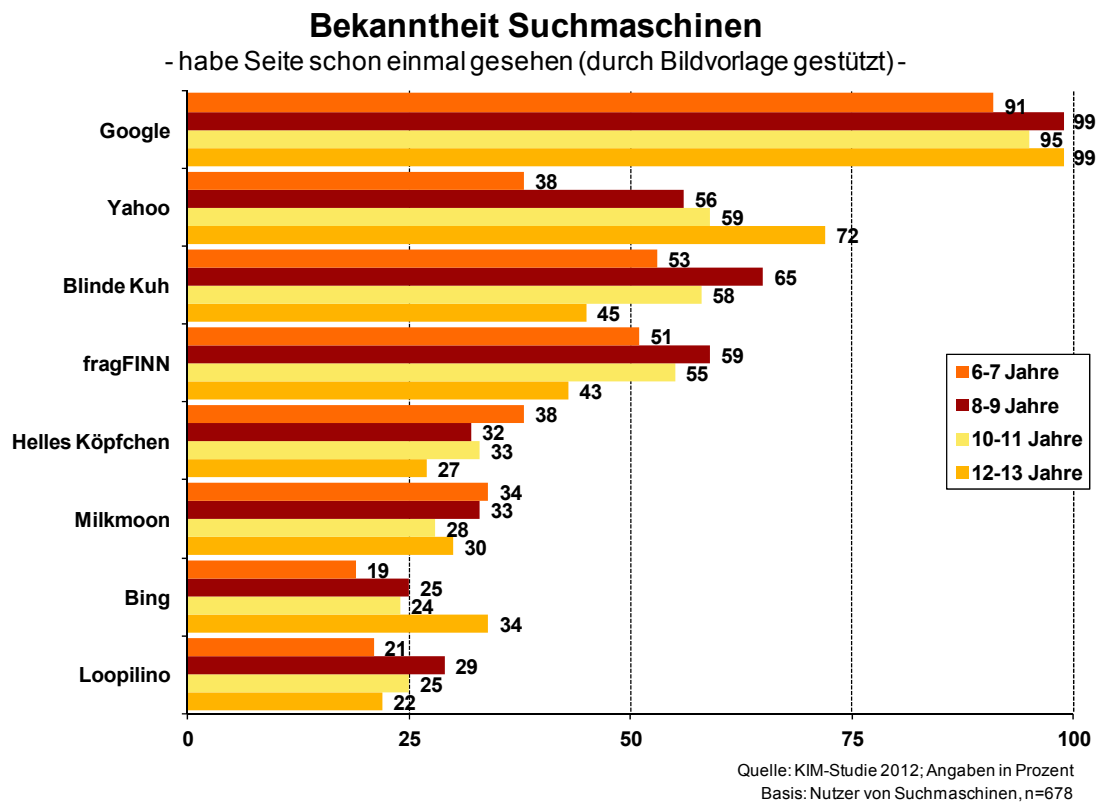
Im Altersaufriß ist für die meisten Themen eine Steigerung festzustellen. Besonders deutlich ist dies zum Beispiel bei der Suche nach aktuellen Meldungen (6-7 Jahre: 4 %, 8-9 Jahre: 23 %, 10-11 Jahre: 38 %, 12-13 Jahre: 45 %) oder nach konkreten Shopping-Angeboten (6-7 Jahre: 7 %, 8-9 Jahre: 23 %, 10-11 Jahre: 33 %, 12-13 Jahre: 43 %). Die Häufigkeit der Suchanfragen zum Thema Haustiere bleibt hingegen relativ konstant, das Interesse an Anleitungen zum Basteln oder Kochen nimmt unterdessen leicht ab (6-7 Jahre: 25 %, 8-9 Jahre: 20 %, 10-11 Jahre: 20 %, 12-13 Jahre: 17 %).

Google ist bei den sechs- bis 13-jährigen Internetnutzern die bekannteste Suchmaschine (97 %). Auf den weiteren Rängen folgen Yahoo (63 %) und die Kindersuchmaschine Binde Kuh (53 %). Etwa jeder Zweite kennt fragFINN (51 %), fast jeder Dritte das Kinder- und Jugendportal Helles Köpfchen (31 %). Auf den weiteren Rängen folgen die Angebote Milkmoon⁷ (30 %), Bing (28 %) und Loopilino (24 %).

Vergleicht man die Angaben von Jungen und Mädchen zur Bekanntheit der verschiedenen Suchmaschinen, zeigen sich nur leichte Unterschiede (Jungen weisen meist höhere Werte auf). Im Altersverlauf sind hingegen deutliche Unterschiede zu erkennen. So verzeichnen die Angebote Yahoo und Bing eine wesentliche Steigerung der Bekanntheit mit zunehmendem

⁷ Das Angebot Milkmoon ist derzeit nicht in Betrieb (Stand: 18.03.2013).

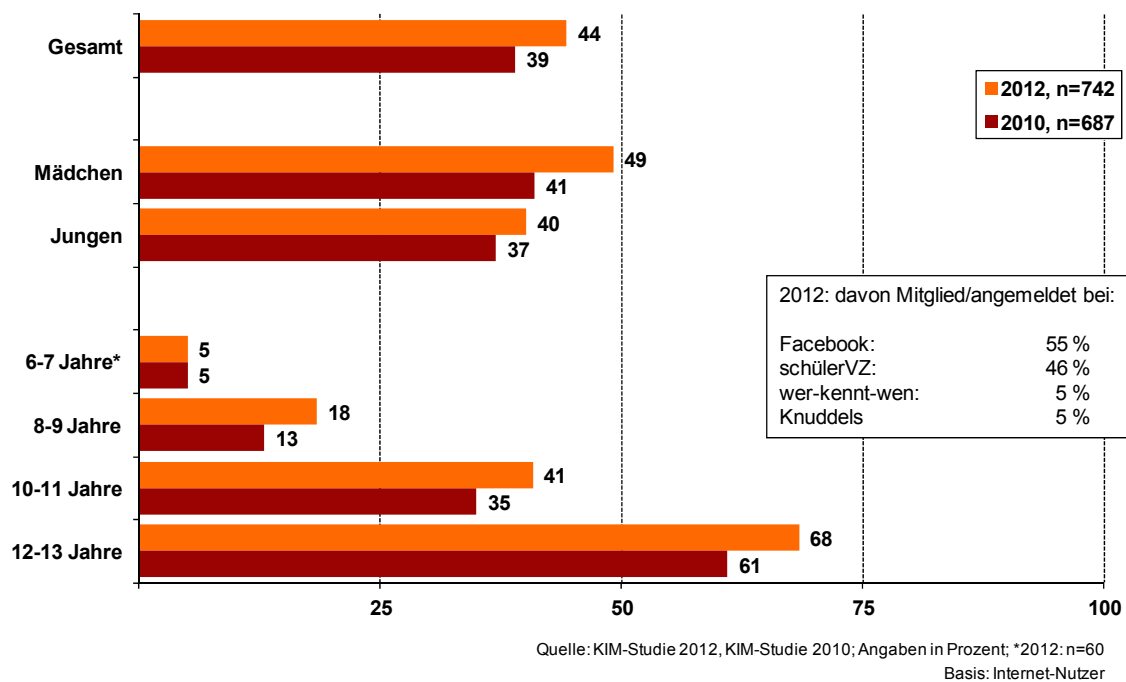
dem Alter der Internetnutzer. Die Kindersuchmaschinen Blinde Kuh und fragFINN erreichen den höchsten Bekanntheitsgrad bei den Acht- bis Neunjährigen.



11.3 Communities und persönliche Daten

Die Angaben zu den liebsten Websites und auch die Häufigkeit der Nutzung zeigen, dass Online-Netzwerke wie Facebook und schülerVZ bei Kindern sehr gefragt sind. 44 Prozent der Internetnutzer im Alter zwischen sechs und 13 Jahren sind in einer Community angemeldet. Mädchen (49 %) haben etwas häufiger ein eigenes Profil als Jungen (40 %). Bereits in der jüngsten Altersgruppe von sechs bis sieben Jahren gibt es – wenn auch nur sehr wenige – Kinder, die in einer Community angemeldet sind (5 % der Internetnutzer). Bei den Acht- bis Neunjährigen sind 18 Prozent Mitglied in einer Community. Zwei Fünftel (41 %) der Internetnutzer zwischen zehn und elf Jahren sowie zwei Drittel (68 %) der zwölf- bis 13-jährigen sind in einer Community angemeldet. Im Vergleich zur letzten KIM-Studie sind die Werte zur Mitgliedschaft in Communities insgesamt aber nur leicht angestiegen (+5 PP).

Mitglied in einer Community 2012/2010

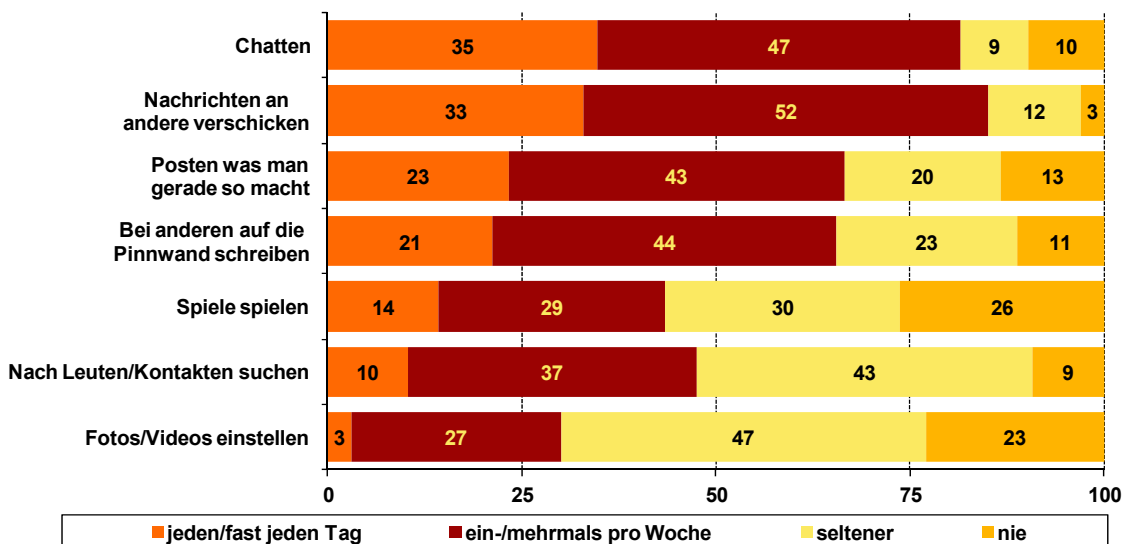


Analog zu den Änderungen bei der Rangfolge der Lieblingswebsites, steht nun auch bei der Community-Mitgliedschaft an erster Stelle Facebook. 55 Prozent der Kinder, die ein eigenes Profil bei einem Sozialen Netzwerk haben, nutzen dieses US-amerikanische Angebot. 46 Prozent entfallen auf die deutsche Community schülerVZ. Bei wer-kennt-wen und Knuddels sind lediglich fünf Prozent angemeldet. Die Konzentration auf Facebook als beliebtestes Angebot der Kinder ist durchaus kritisch zu bewerten. Nach den Nutzungsbedingungen des Unternehmens ist die Anmeldung prinzipiell erst ab 13 Jahren erlaubt. Zudem steht Facebook seit einiger Zeit hinsichtlich des Umgangs mit den persönlichen Daten der Nutzer stark in der Kritik. Die Mitgliedschaft bei schülerVZ ist laut AGB frühestens ab zehn Jahren zugelassen.

Bei der Frage, in welchem Alter sich die Kinder erstmals in einer Community angemeldet haben, ergibt sich ein Durchschnittsalter von 10,4 Jahren. Ein Prozent der Community-Nutzer hat bereits im Alter von sechs Jahren einen eigenen Community-Account erstellt. Zwölf Prozent meldeten sich erstmals mit sieben oder acht Jahren an und 37 Prozent mit neun bis zehn Jahren. Knapp die Hälfte des Community-Nutzer (48 %) war bei der Erstangemeldung in einem Sozialen Netzwerk zwischen elf und 13 Jahre alt. Der Großteil der Kinder (80 %), die in einer Community angemeldet sind, hat sich bei der Erstellung des Benutzerkontos von einer anderen Person helfen lassen. Jeweils ein Drittel erfuhr Unterstützung von Vater (35 %) oder Mutter (33 %). 30 Prozent erhielten bei der Registrierung Hilfe von Freunden. 17 Prozent meldeten sich gemeinsam mit einem Geschwisterkind an.

Die derzeitige Beliebtheit von Communities lässt sich auch mit der großen Vielfalt an Funktionen erklären, die diese Netzwerke ihren Mitgliedern bieten. Bei der Nutzung der sechs- bis 13-jährigen Community-Mitglieder steht die direkte Kommunikation mit anderen im Vordergrund. 35 Prozent der Community-Nutzer chatten jeden/fast jeden Tag über ihr Soziales Netzwerk mit Freunden und Bekannten. Jeder Dritte verschickt täglich Nachrichten über die Community, 23 Prozent posten aktuelle Statusmeldungen. Ein Fünftel schreibt bei anderen Nutzern Kommentare auf die Pinnwand und 14 Prozent nutzen (fast) jeden Tag das Spiele-Angebot der Online-Netzwerke. Jeder Zehnte sucht nach Leuten und neuen Kontakten, drei Prozent stellen selbst täglich Fotos oder Videos online. Betrachtet man die Angaben zu den Tätigkeiten, die nie genutzt werden, haben Spiele bei Sozialen Netzwerken die geringste Relevanz: Ein Viertel der Community-Nutzer macht nie von dieser Funktion Gebrauch. Auch das Einstellen von Fotos oder Videos hat für etwa ein Viertel (23 %) keine Bedeutung.

Online-Communities: Funktionen Nutzungsfrequenz 2012

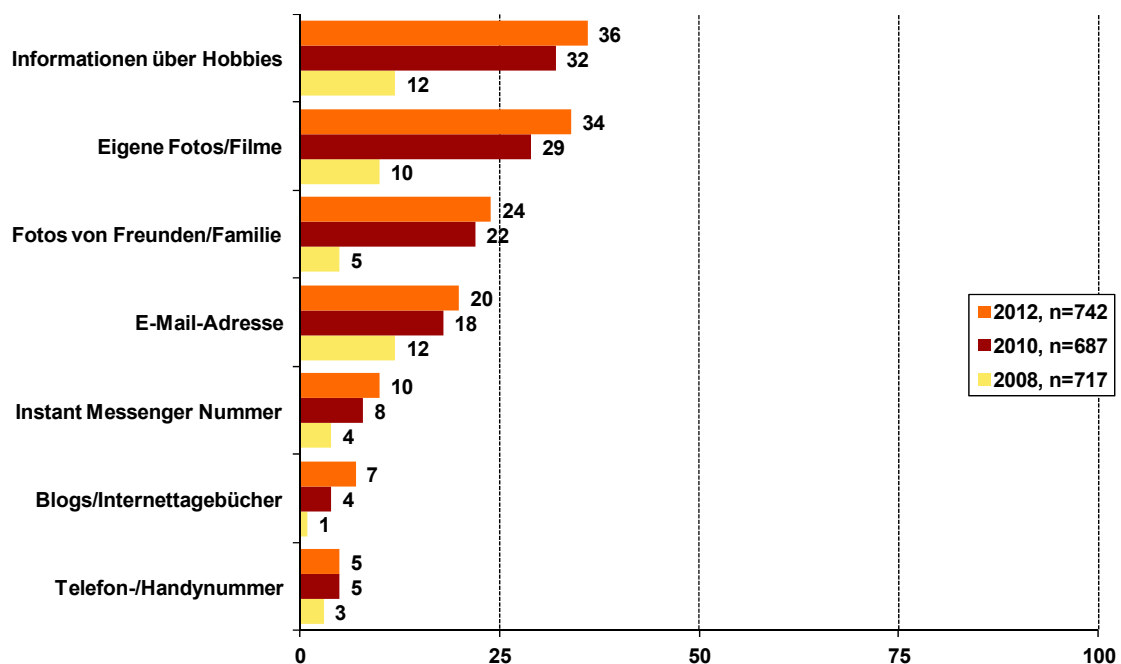


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Community-Nutzer; n=329

Die Mitgliedschaft in Online-Netzwerken geht in der Regel auch mit der Veröffentlichung von Informationen zur eigenen Person einher. Dabei dürfte es vor allem für Kinder sehr schwer sein, die Diskussion zum Thema Datenschutz und Datensparsamkeit zu verstehen und die möglichen Folgen der Veröffentlichung von privaten Informationen vorauszusehen. In der KIM-Studie werden alle Internetnutzer zwischen sechs und 13 Jahren gefragt, welche Informationen sie über sich selbst im Internet preisgegeben haben. 36 Prozent der Internetnutzer haben Angaben zu Hobbies im Internet hinterlegt, 34 Prozent Fotos oder Filme, auf denen sie selbst abgebildet sind. Jeder vierte Internetnutzer hat Fotos von Freunden oder der Familie online veröffentlicht, ein Fünftel macht via Internet Angaben zur

eigenen E-Mail-Adresse. Einen eigenen Blog oder ein ähnliches Internettagebuch haben sieben Prozent. Bei der Veröffentlichung der Telefon- oder Handynummer sind die meisten vorsichtig: fünf Prozent der Internetnutzer haben diese online gestellt. Jungen und Mädchen unterscheiden sich bei der Preisgabe von Daten zur eigenen Person kaum. Je älter die Internetnutzer sind, desto mehr Informationen haben sie in der Regel online gestellt – dies ist sicher auch durch die mit dem Alter länger andauernde Mitgliedschaft in Social Communities bedingt. Im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2010 sind die Werte insgesamt leicht angestiegen.

Im Internet hinterlegte Informationen 2012 - 2008



Quelle: KIM-Studie 2012 - KIM-Studie 2008; Angaben in Prozent
Basis: Internet-Nutzer

Fragt man die Kinder, wer auf ihre im Internet hinterlegten Daten zugreifen kann, geben 22 Prozent an, dass diese für jeden Internetnutzer frei zugänglich sind. Mit 78 Prozent hat der Großteil der Kinder jedoch den Zugang zu den eigenen Daten auf „Freunde“ eingeschränkt – für Jungen und Mädchen ergeben sich hier ähnliche Werte (Jungen: 77 %, Mädchen: 79 %). Die Betrachtung der Altersdifferenzierung zeigt, dass im Allgemeinen die Zahl der zugangsbeschränkten Profile mit steigendem Alter zunimmt. Eine Ausnahme bilden die Sechs- bis Siebenjährigen: bei ihnen gibt es nach eigenen Angaben ausschließlich zugangsbeschränkte Profile (Zugriff auf persönliche Daten nur durch Freunde: 6-7 Jahre: 100 %, 8-9 Jahre: 63 %, 10-11 Jahre: 74 %, 12-13 Jahre: 81 %). Die Wirksamkeit solcher Zugangsbeschränkungen für persönliche Daten wird dabei (vor allem in Communities) durch die Zahl und Art der zugangsberechtigten Personen bestimmt. Zwei Fünftel der befragten Kinder (59 %) kennen diese Personen aus ihrem direkten persönlichen Umfeld

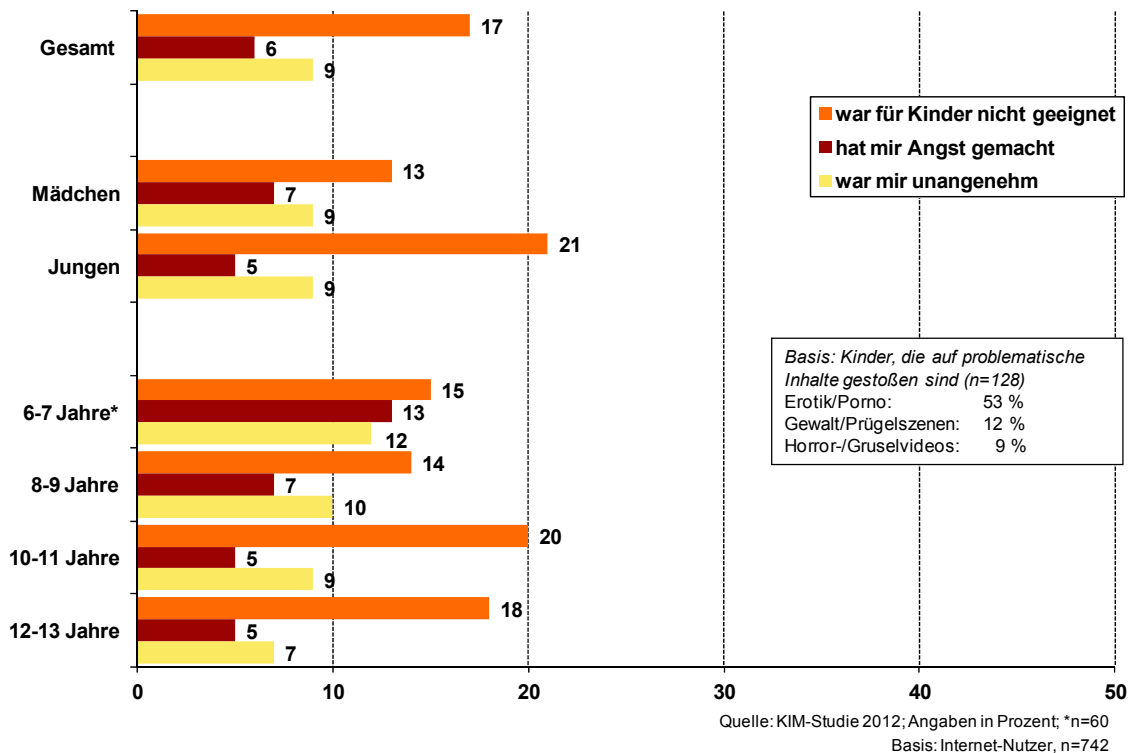
(„richtige“ Freunde). 36 Prozent sind online sowohl mit persönlichen Freunden, als auch mit Personen verbunden, die sie nur aus dem Internet kennen. Der Anteil der Freunde, die nur aus dem Internet bekannt sind, liegt bei fünf Prozent.

11.4 Probleme im Internet

Mit den vielfältigen Angeboten und Inhalten des Internets geht auch ein gewisses Gefährdungspotential einher: Kinder können beim eigenständigen Surfen auf Seiten gelangen, die sie ängstigen, verstören, verunsichern oder ganz allgemein überfordern.

Probleme im Internet 2012

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



Fragt man die sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer, ob sie im Internet schon einmal auf für Kinder ungeeignete Inhalte gestoßen seien, bejahen dies insgesamt 17 Prozent – Jungen etwas häufiger als Mädchen. Neun Prozent haben des Weiteren im Internet schon etwas gesehen, das ihnen unangenehm war. Sechs Prozent berichten von Online-Inhalten, die sie als ängstigend empfunden haben. Bei den Angaben zu unangenehmen oder ängstigenden Erfahrungen unterscheiden sich Jungen und Mädchen kaum. Mit steigendem Alter kommen solche Erlebnisse eher seltener vor – wohl auch, weil die Inhalte von älteren Kindern besser eingeordnet oder bewältigt werden können.

Bis zu einem gewissen Grad können technische Mittel helfen, Kinder vor ungeeigneten Inhalten im Internet zu schützen. In der KIM-Studie wird deshalb seit einiger Zeit erfragt, ob auf dem heimischen Computer eine Filter- oder Schutzsoftware installiert ist. Diese Programme ermöglichen es den Eltern, die Inhalte, die ihr Kind im Internet aufrufen kann, einzuschränken und somit die Gefahr der Konfrontation mit unangenehmen oder ängstigenden Inhalten zu reduzieren. Fragt man die Sechs- bis 13-Jährigen, die zu Hause das Internet nutzen, berichten 21 Prozent, dass auf ihrem Computer eine solche „Kindersicherung“ installiert ist. Bei der jüngsten Altersgruppe (29 %) ist dies deutlich häufiger der Fall als bei den Ältesten (14 %). Der Vergleich zur letzten Erhebung zeigt keine merkliche Entwicklung hinsichtlich der Installation von Schutzsoftwares (2010: 22 %).

Neben der Konfrontation mit ungeeigneten Inhalten kann auch der Kontakt zu Fremden im Internet für Kinder unangenehm oder ängstigend sein. Insgesamt zehn Prozent der Internetnutzer haben nach eigenen Angaben online schon einmal jemanden „getroffen“, der ihnen unangenehm war oder sie sogar belästigt hat. Vier Prozent ist dies einmal passiert, sechs Prozent berichten von mehrmaligen Erlebnissen. Mädchen (13 %) sind etwas häufiger betroffen als Jungen (9 %). Die Zwölf- bis 13-Jährigen haben am häufigsten unangenehme Erfahrungen mit Fremden im Internet gemacht (6-7 Jahre: 4 %, 8-9 Jahre: 8 %, 10-11 Jahre: 8 %, 12-13 Jahre: 16 %). Dabei entsteht der Kontakt zu fremden Personen oftmals über die eigene Online-Community: 32 Prozent der Kinder, die schon einmal im Internet belästigt wurden, haben diese Erfahrung auf Facebook gemacht, 19 Prozent nennen schülerVZ. Weitere 16 Prozent haben beim Chatten bzw. in einem (nicht näher definierten) Chatroom Bekanntschaft mit unangenehmen Personen gemacht.

12. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele

12.1 Nutzungshäufigkeit, Spieldauer und Spieleplattformen

Die Spiele-Industrie hat in Deutschland im Jahr 2012 nach Angaben des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. insgesamt 73,7 Millionen Computer- und Konsolenspiele verkauft und 1,85 Milliarden Euro umgesetzt⁸. Themen und Inhalte von digitalen Spielen sprechen mittlerweile ein breites Publikum an und finden auch Verbreitung über andere Medien. Mittlerweile gibt es eine ganze Reihe von Kinofilmen, die auf der Handlung von Computerspielen basieren (z.B. „Tomb Raider“, „Hitman – Jeder stirbt für sich alleine“, „Max Payne“). Ebenso werden Geschichten aus Spielen in Comics und Büchern aufgegriffen oder weiter erzählt (z.B. „Assassin’s Creed: Der geheime Kreuzzug“). Digitale Games werden – zumindest von Teilen der Gesellschaft – nicht mehr nur als „kindische Spielerei“ betrachtet, sondern als Teil unserer modernen Kultur. Seit 2009 wird der vom Deutschen Bundestag, der Bundesregierung und der Computerspielbranche gemeinsam getragene Deutsche Computerspielpreis vergeben, um „besondere Anreize für die Entwicklung hochwertiger kulturell und pädagogisch wertvoller Spiele“⁹ zu setzen.

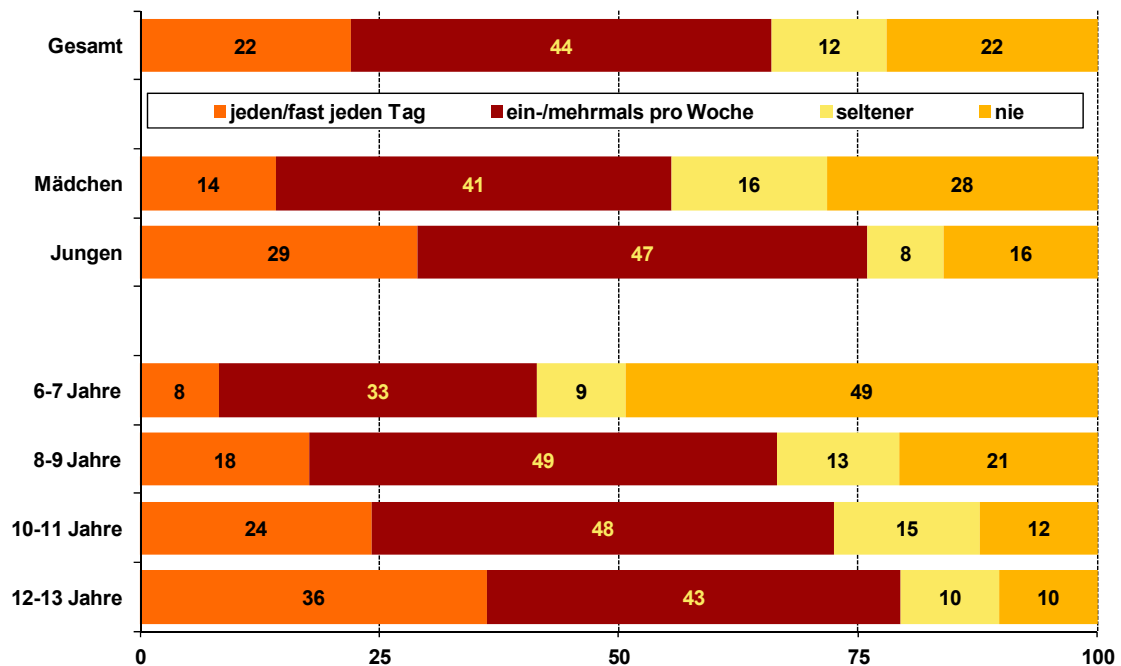
Die Nutzung von digitalen Spielen – egal ob am Computer, an der Spielkonsole oder im Internet – ist für Erwachsene oftmals vorurteilsbehaftet. Für ein Viertel aller Kinder (besonders für Jungen) gehört die Nutzung solcher Spiele dennoch zu den liebsten Freizeitaktivitäten und ist – ähnlich wie Fernsehen und Radio – eine Selbstverständlichkeit im medialen Alltag. Derzeit nutzen 66 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen mindestens einmal pro Woche Computer-, Konsolen- und Onlinespiele, 22 Prozent täglich. In drei von vier Haushalten ist mindestens eine Spielkonsole vorhanden. Spiele sind für viele Kinder ein nicht zu vernachlässigender Teil ihrer Lebenswelt. Angesichts der verschiedenen Inhalte und Spielformen ist eine differenzierte Betrachtung unabdingbar.

Jungen zeigen in der Regel eine größere Vorliebe für digitale Spiele als Mädchen. Während bei den Jungen lediglich 16 Prozent nie PC-, Konsolen- oder Onlinespiele nutzen, sind es bei den Mädchen mit 28 Prozent fast doppelt so viele. Bei der jüngsten Altersgruppe findet sich die größte Anzahl an Nicht-Spielern (49 %), mit zunehmendem Alter nimmt diese dann deutlich ab. Analog dazu entwickelt sich die Zahl der täglichen Spieler von acht Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen zu 36 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen.

⁸ Vgl. Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e.V. (2013): <http://www.biu-online.de/de/fakten/marktzahlen.html> (abgerufen am 20.03.2013).

⁹ Deutscher Computerspielpreis (2013): <http://www.deutscher-computerspielpreis.de/12.0.html> (abgerufen am 21.03.2013).

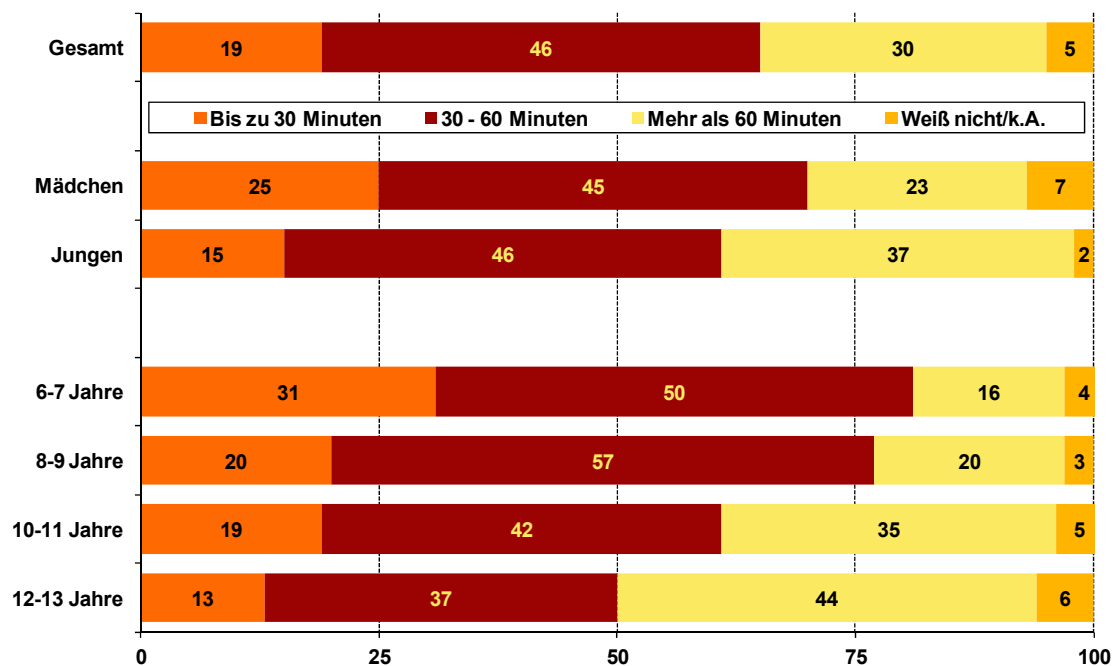
Nutzung Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2012



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Im Vergleich zur KIM-Studie 2010 hat die Zahl der regelmäßigen Spieler (mindestens einmal pro Woche) leicht zugenommen (+4 PP), dabei zeigt sich eine stärkere Zunahme bei den Mädchen (+6 PP) als bei den Jungen (+2 PP).

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

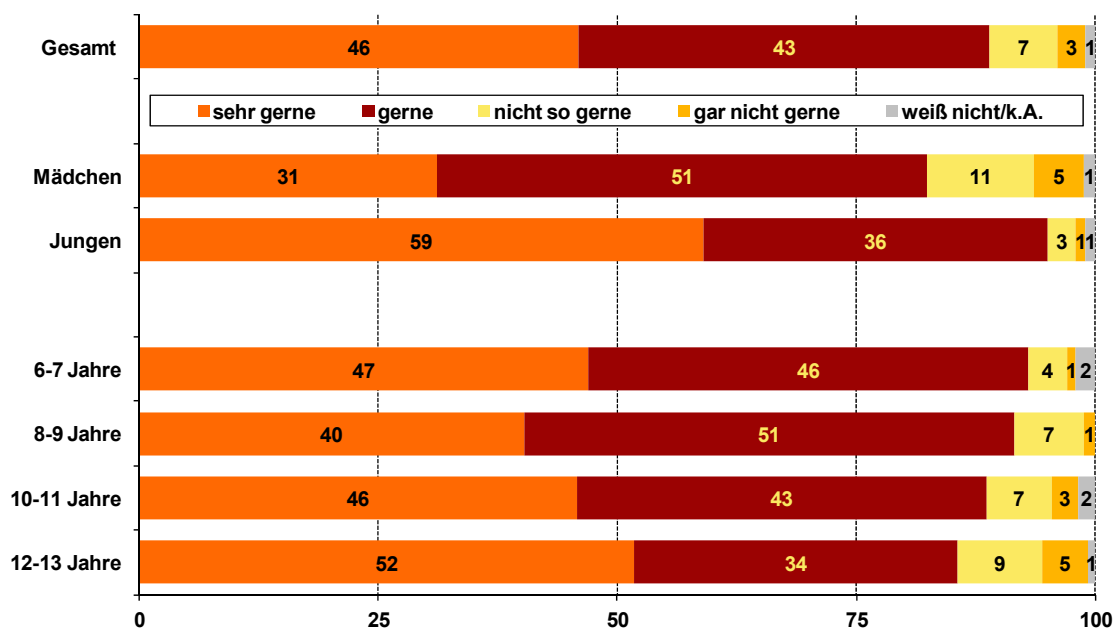


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=948

Die durchschnittliche Dauer der Spiele-Nutzung beziffern 19 Prozent der Nutzer von digitalen Spielen (zumindest selten) mit bis zu 30 Minuten pro Tag. 46 Prozent spielen durchschnittlich 30 bis 60 Minuten, 30 Prozent spielen länger als 60 Minuten. Auch hier ergeben sich für die Jungen sowie im Altersverlauf höhere Werte.¹⁰

Um den individuellen Spaß am digitalen Spielen zu erfassen, wurden die Kinder, die zumindest selten Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele nutzen, gefragt, wie gern sie im Allgemeinen spielen. Knapp drei Fünftel (59 %) der Jungen nutzen sehr gerne Computer-, Konsolen oder Onlinespiele, bei den Mädchen sind es mit 31 Prozent etwa halb so viele. Weitere 36 Prozent der Jungen und 51 Prozent der Mädchen spielen gerne. Bei den Mädchen ist der Anteil an Spielern, die nicht so gerne oder gar nicht gerne spielen, besonders hoch (16 %, Jungen: 4 %). Auch die ältesten Spieler verzeichnen in diesen Kategorien vergleichsweise hohe Werte.

Wie gerne spielst du Computer-/Konsolen-/Onlinespiele?



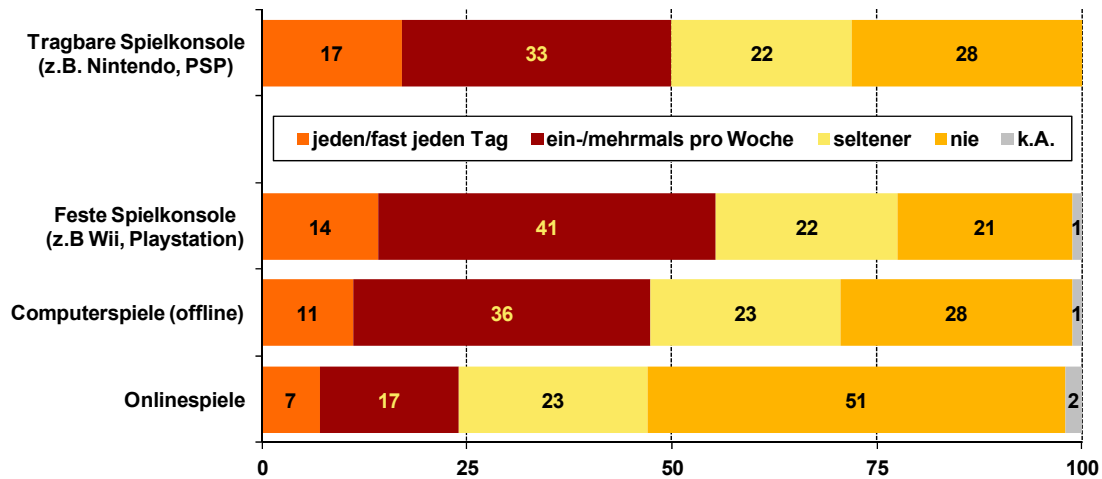
Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=948

Das Angebot an elektronischen Geräten, mit denen digitale Spiele genutzt werden können, ist heutzutage sehr groß. Bei den sechs- bis 13-jährigen Gamern haben Konsolenspiele die größte Bedeutung: 17 Prozent nutzen jeden/fast jeden Tag eine tragbare Spielkonsole, 14 Prozent eine stationäre Konsole. Computerspiele erreichen bei der täglichen Nutzung deutlich niedrigere Werte (offline: 11 %, online: 7 %). Bei Onlinespielen lässt sich eine besonders große Zahl an Kindern feststellen, die diese Spielmöglichkeit nie nutzen (51 %). Der Vergleich mit den Daten der letzten Erhebung zeigt dennoch, dass Onlinespiele einen

¹⁰ Angaben der Haupterzieher zur Dauer der Mediennutzung der Kinder finden sich in Kapitel 15 Medien in der Familie.

merklichen Zuwachs erfahren haben (2010: Nicht-Nutzer: 65 %). Für alle anderen Nutzungsformen sind die Werte relativ stabil.

Nutzung Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2012



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=948

Beim Vergleich der verschiedenen Spieleplattformen (tragbare und feste Konsole, Online- und Offlinespiele) ist vor allem der Blick auf die Altersgruppen interessant. Die regelmäßige Nutzung von tragbaren Spielkonsolen nimmt mit dem Älterwerden stetig ab (mind. einmal pro Woche: 6-7 Jahre: 58 %, 8-9 Jahre: 56 %, 10-11 Jahre: 49 %, 12-13 Jahre: 41 %). Im Gegensatz dazu verzeichnen stationäre Spielkonsolen eine merkliche Steigerung im Altersverlauf (6-7 Jahre: 47 %, 8-9 Jahre: 54 %, 10-11 Jahre: 59 %, 12-13 Jahre: 58 %). Auch die Nutzung von Computerspielen (offline und online) nimmt mit steigendem Alter zu (offline: 6-7 Jahre: 30 %, 8-9 Jahre: 41 %, 10-11 Jahre: 53 %, 12-13 Jahre: 57 %; online: 6-7 Jahre: 9 %, 8-9 Jahre: 18 %, 10-11 Jahre: 23 %, 12-13 Jahre: 39 %).

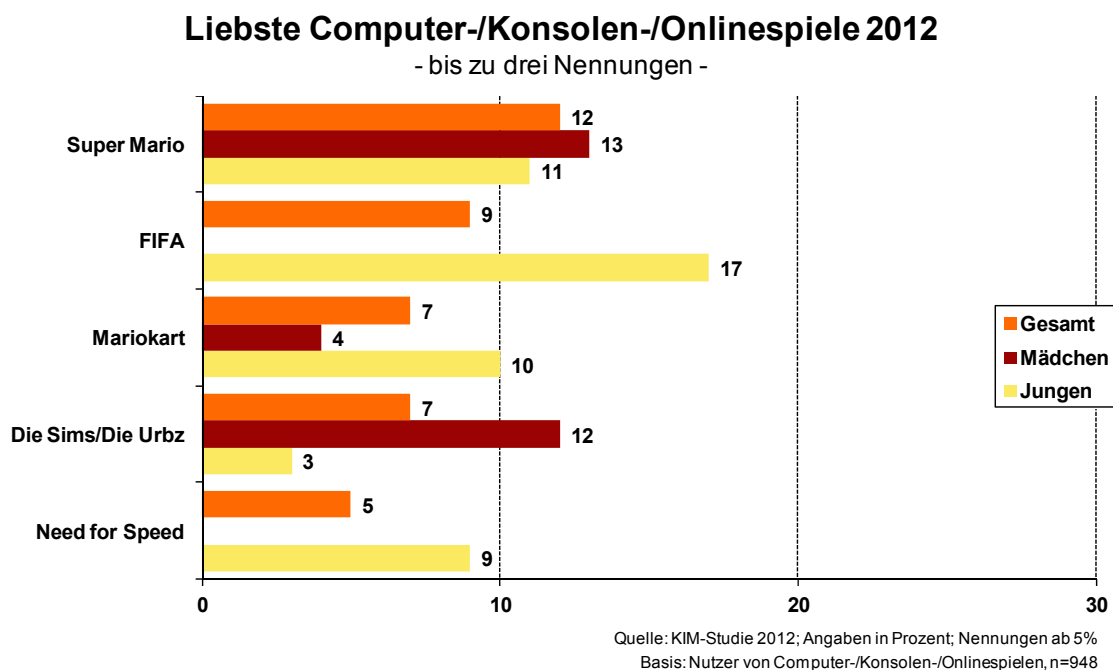
Die Nutzung des Multiplayermodus über das Internet spielt bei den Sechs- bis 13-Jährigen eher eine untergeordnete Rolle. Acht Prozent nutzen diesen (fast) jeden Tag, weitere 22 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. 17 Prozent spielen eher selten gemeinsam mit anderen Internetnutzern. Hier lässt sich – analog zur Nutzung von Onlinespielen – eine leichte Steigerung im Vergleich zur letzten Erhebung feststellen (mindestens einmal pro Woche: +7 PP).

12.2 Beliebteste Spiele

Im Durchschnitt besitzen Kinder, die zumindest selten Computer- und Konsolenspiele nutzen, 12,8 Spiele (Jungen: 15,3, Mädchen: 9,8). Im Altersverlauf nimmt die Zahl an eigenen Spielen deutlich zu: Die Sechs- bis Siebenjährigen besitzen 8,1 eigene Spiele, die Acht- bis Neunjährigen bereits 10,8. Die Gamer im Alter von zehn und elf Jahren können

durchschnittlich aus 14,5 verschiedenen Spielen wählen, bei den Zwölf- und 13-Jährigen sind es dann 15,4. Im Vergleich zum Jahr 2010 ist die durchschnittliche Anzahl an eigenen Spielen gestiegen (2010: 10,3).

Die Liste der beliebtesten Spiele wird von „Super Mario“ angeführt: zwölf Prozent der Spieler zählen ein Spiel dieser Jump'n'Run-Reihe zu ihren drei liebsten Spielen. Mit neun Prozent folgt das Fußballspiel „FIFA“, sieben Prozent entfallen auf das Rennspiel „Mariokart“. Ebenfalls sieben Prozent sprechen sich für „Die Sims“ bzw. den neuen Ableger „Die Urbz“ aus. Weitere fünf Prozent nennen „Need for Speed“. Das Fußballspiel „FIFA“ und das Autorrennspiel „Need for Speed“ werden ausschließlich von Jungen als Lieblingsspiel genannt. Auch „Mariokart“ wird eher von Jungen genannt, Mädchen präferieren hingegen öfter „Die Sims/Die Urbz“. Lediglich bei den Angaben zu „Super Mario“ stimmen Jungen und Mädchen weitgehend überein.



12.3 Computerspiele und Jugendschutz

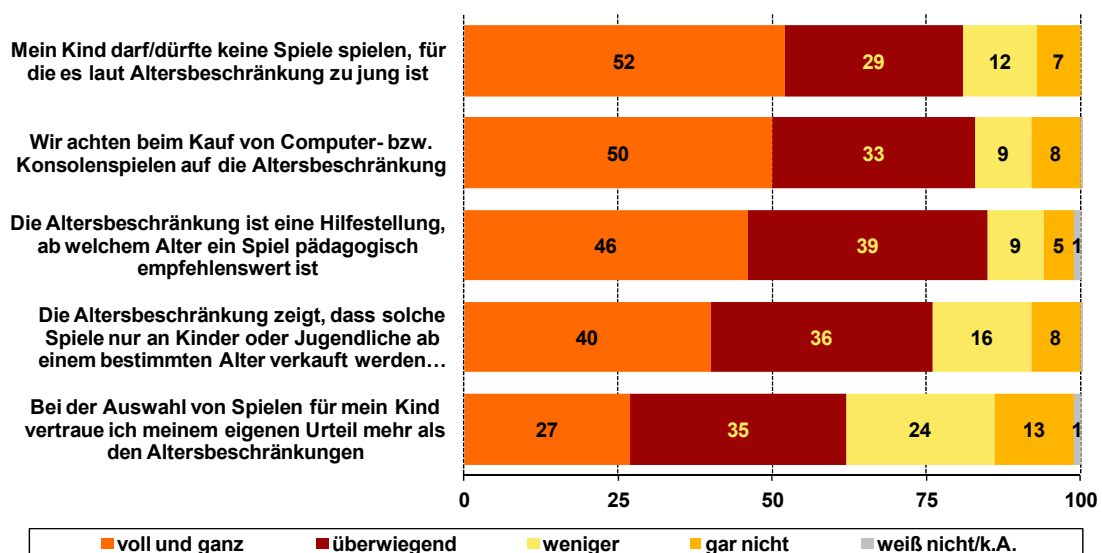
Die Frage nach dem Schutz von Kindern und Jugendlichen vor ungeeigneten oder gar schädigenden Medieninhalten wird besonders häufig in Bezug auf digitale Spiele gestellt. Computer- und Konsolenspiele werden in Deutschland verpflichtend von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) vor der Veröffentlichung geprüft und mit einer Alterskennzeichnung versehen. 76 Prozent aller Gamer im Alter zwischen sechs und 13 Jahren haben so eine Alterskennzeichnung schon einmal gesehen – Jungen (78 %) etwas häufiger als Mädchen (74 %). Mit steigendem Alter nimmt die Bekanntheit der Alterskennzeichnungen deutlich zu (6-7 Jahre: 62 %, 8-9 Jahre: 69 %, 10-11 Jahre: 77 %, 12-13 Jahre: 89 %).

44 Prozent der Kinder, die die Alterskennzeichnungen kennen, haben schon einmal ein Spiel genutzt, für das sie eigentlich zu jung waren. Jungen (52 %) setzen sich deutlich häufiger über die Beschränkungen hinweg als Mädchen (33 %). Im Altersverlauf ist nur eine leichte Steigerung erkennbar (6-7 Jahre: 42 %, 8-9 Jahre: 37 %, 10-11 Jahre: 43 %, 12-13 Jahre: 49 %).

Auch bei den Haupterziehern ist die Kennzeichnung zur Altersfreigabe nicht jedem bekannt: Vier Prozent der befragten Eltern hörten im Rahmen des Interviews zur KIM-Studie zum ersten Mal von den Altersfreigaben der USK, mit 76 Prozent hatte aber der Großteil der Haupterzieher die Kennzeichnungen zur Altersfreigabe schon einmal gesehen. Weitere 19 Prozent der Haupterzieher gaben an, die Altersfreigaben zwar zu kennen, sie aber noch nie bewusst wahrgenommen zu haben.

Aussagen zu Altersangaben bei Computer-/Konsolenspielen

- trifft zu (Angaben der Haupterzieher) -



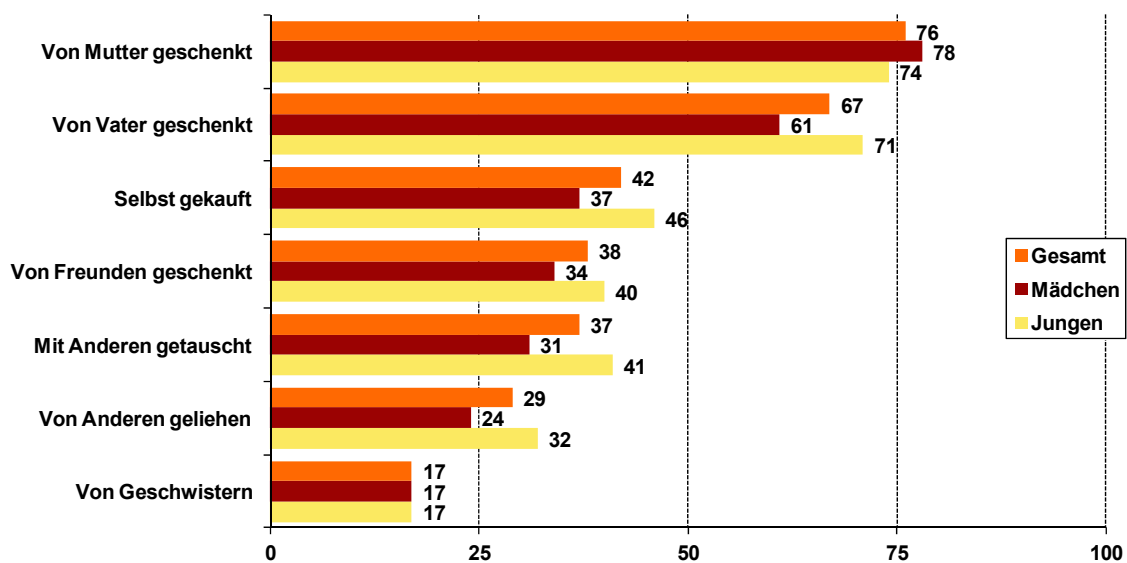
Quelle: KIM-Studie 2012, Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher, n=1.220

Die Mehrheit der Haupterzieher gibt an, dass ihr Kind keine digitalen Spiele spielen darf/dürfte, für die es laut Alterskennzeichnung zu jung ist. Auch beim Kauf von Computer- und Konsolenspielen achtet der Großteil der Eltern auf die Altersbeschränkungen – deutlich weniger vertrauen hier mehr auf ihr eigenes Urteil als auf die Angaben der USK. Der Unterschied zwischen pädagogischen Empfehlungen und den gesetzlichen Altersfreigaben ist jedoch nur sehr wenigen Eltern klar. So sind 85 Prozent der Meinung, dass es sich hierbei um pädagogische Empfehlungen handelt.¹¹

¹¹ Die Altersfreigaben der USK beziehen sich allein auf das mögliche Gefährdungspotenzial, welches von einem digitalen Spiel ausgeht. Inwiefern die gekennzeichneten Spiele für eine bestimmte Altersgruppe empfehlenswert (also gut geeignet sind), wird von der USK nicht geprüft.

In Bezug auf die Einhaltung der Altersfreigaben ist ebenso die Frage interessant, aus welchen Quellen die Kinder ihre Computer- und Konsolenspiele beziehen. Der Großteil der Sechs- bis 13-Jährigen antwortet hier, dass sie die Spiele in der Regel von ihren Eltern geschenkt bekommen. Zwei Fünftel kaufen die Spiele selbst von ihrem Taschengeld. Auch der Freundeskreis spielt beim Besorgen von Computer- oder Konsolenspielen eine Rolle: knapp zwei Fünftel der Kinder bekommen Spiele von Freunden geschenkt oder tauschen diese mit ihnen. 29 Prozent leihen sich mitunter Spiele von Anderen, 17 Prozent bekommen ihre Spiele von Geschwistern.

Woher hast du eigene Computer-/Konsolenspiele?



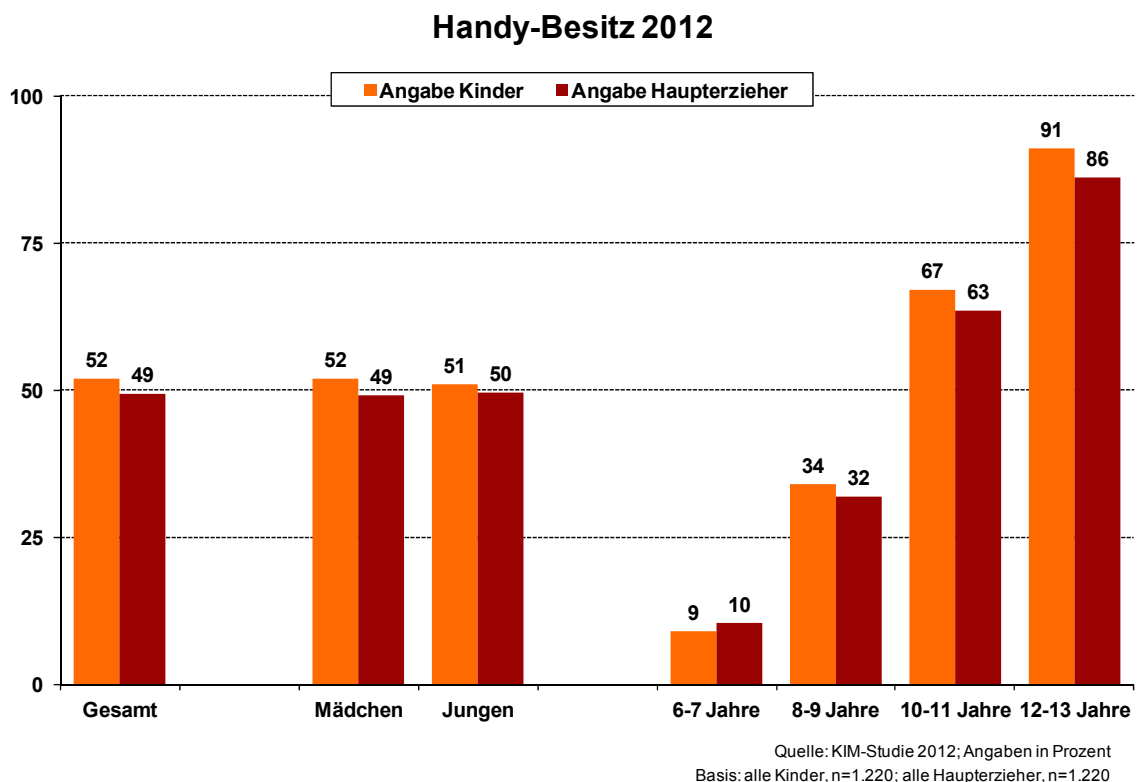
Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Besitzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=855

Fünf Prozent der Kinder, die zumindest selten Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele spielen, haben schon einmal Spiele gespielt, die ihnen Angst gemacht haben. Besonders die jüngsten Spieler berichten über solche Erlebnisse, aber auch bei den ältesten gibt es einige, die während der Nutzung von digitalen Spielen Angst bekommen haben (6-7 Jahre: 9 %, 8-9 Jahre: 5 %, 10-11 Jahre: 4 %, 12-13 Jahre: 4 %). Im Wesentlichen handelte es sich dabei nach Angaben der Kinder um verschiedene Kampfspiele (z.B. „Resident Evil“). Auch das Onlinespiel „World of Warcraft“ wird von einigen Kindern als beängstigendes Spiel genannt. Überraschenderweise finden sich unter den Nennungen auch einige Spiele, die aus erwachsener Perspektive wohl eher als harmlos empfunden werden (z.B. „Harry Potter“, „Die Sims“). Dies zeigt, dass die Verarbeitung von medialen Eindrücken oftmals sehr individuell verläuft und die Auswahl von Medieninhalten immer dem persönlichen Entwicklungsstand des Kindes angepasst werden muss.

13. Handy

13.1 Ausstattung und Nutzung

Während es bei Jugendlichen schon seit Jahren eine Selbstverständlichkeit ist, dass man ein eigenes Handy besitzt, ist dieses Phänomen inzwischen auch bei den Grundschulkindern angekommen. Nach Angaben der Kinder hat jedes zehnte Kind im Alter von sechs bis sieben Jahren bereits ein eigenes Handy. Mit zunehmendem Alter steigt die Besitzrate dann deutlich an: bei den Acht- und Neunjährigen hat jeder Dritte ein Handy, zwei Drittel sind es bei den Zehn- und Elfjährigen und mit 91 Prozent ist der Besitz eines eigenen Handys bei den Zwölf- und 13-Jährigen obligatorisch. Die Antworten der Kinder decken sich weitgehend mit den Ergebnissen der Befragung der Haupterzieher. Es zeigt sich also, dass etwa ab dem Besuch einer weiterführenden Schule das Handy eine größere Bedeutung erfährt. Dies belegen auch Ergebnisse der 2011 erstmals durchgeführten FIM-Studie (Familie, Interaktion & Medien). Demnach liegt das durchschnittliche Einstiegsalter der Kinder für die regelmäßige Handynutzung nach Angaben der Eltern bei zehn Jahren.¹²

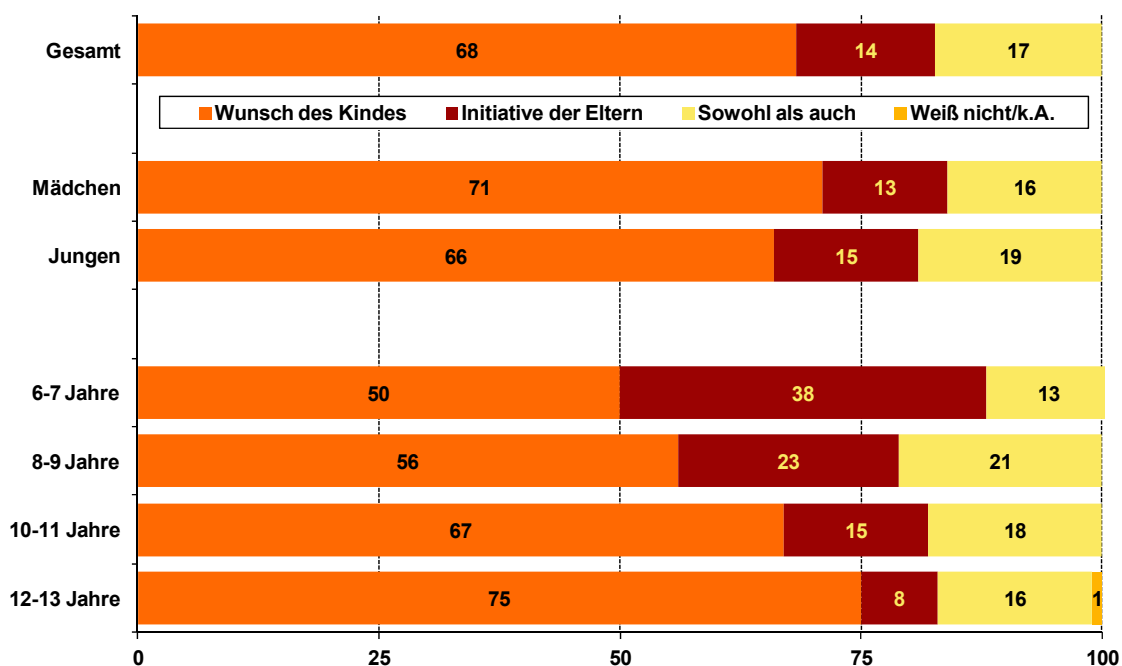


Zwischen Jungen und Mädchen gibt es hinsichtlich des Handybesitzes keine nennenswerten Unterschiede. Der Vergleich mit der KIM-Studie 2010 zeigt insgesamt keine eindeutige Entwicklung im Handybesitz der Kinder.

¹² Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): FIM-Studie 2011. Familie, Interaktion & Medien. Stuttgart, Seite 62. Download unter www.mpfs.de.

Der Kauf des ersten Handys geschieht überwiegend auf Wunsch der Kinder: Zwei Drittel der Handybesitzer geben an, dass sie sich selbst ein Handy gewünscht haben, bei 14 Prozent war es eher der Wunsch der Eltern und bei 17 Prozent war es der einvernehmliche Wunsch von Kind und Eltern, der zum Kauf des ersten Handys geführt hat. Es fällt auf, dass bei den jüngsten Handybesitzern (6-7 Jahre) der Anteil der Kinder, die ein Handy auf Wunsch der Eltern bekommen haben, mit 38 Prozent überdurchschnittlich hoch ist.

Das erste Handy: Anschaffung aufgrund ...

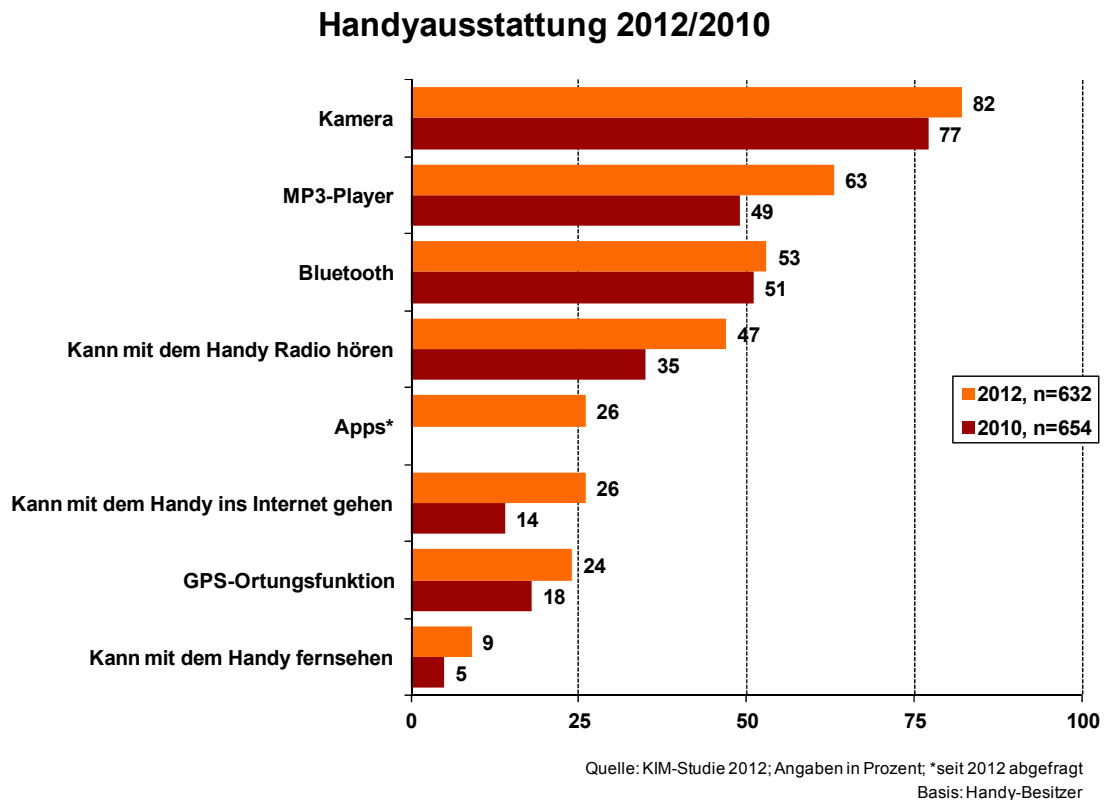


Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Handy-Besitzer, n=632

Während bei Jugendlichen inzwischen etwa jeder Zweite ein Smartphone besitzt¹³, ist dies bei den Kindern die Ausnahme. Insgesamt betrachtet haben sieben Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren ein eigenes Smartphone. Meist finden sich diese dann bei den älteren Kindern: bei den Zwölf- bis 13-Jährigen hat inzwischen jeder Fünfte ein Smartphone. Auch ohne Smartphone sind die Kinder mit ihrem Mobiltelefon gut ausgestattet. Gut vier Fünftel der Handys haben eine Kamera integriert, etwa zwei Drittel haben einen MP3-Player und gut die Hälfte der Handys kann via Bluetooth kommunizieren. Fast jeder zweite Handybesitzer hat die Möglichkeit mit dem Handy Radio zu hören, jeder vierte kann sich jeweils mit dem Handy ins Internet einwählen und hat einen GPS-Empfänger integriert. Jeder Zehnte hat die Möglichkeit mit dem Handy fernzusehen.

¹³ Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-) Media. Stuttgart, Seite 52, Download unter www.mpfs.de.

Die Handys von Jungen sind hinsichtlich der meisten Optionen besser ausgestattet als die der Mädchen. Je älter die Kinder sind, desto mehr Funktionen des Handys werden genannt, allerdings könnte dies auch daran liegen, dass sich manche Möglichkeiten erst für ältere Kinder erschließen und für jüngere Kinder diese für die eigene Nutzung noch nicht relevant sind.



Auch wenn es sich bei Handys um multifunktionale und multimediale Geräte handelt, so sind die am meisten genutzten Funktionen weiterhin das Telefonieren und das Versenden von Kurznachrichten per SMS. Für etwa zwei Drittel bis drei Viertel der Handybesitzer sind diese Tätigkeiten regelmäßig genutzte Funktionen (mindestens einmal pro Woche). Etwa je zwei Fünftel nutzen die Möglichkeit regelmäßig mit dem Handy zu spielen bzw. Fotos oder Bilder zu machen. Jeder vierte Handybesitzer geht zumindest einmal pro Woche mit dem Handy ins Internet und jeder fünfte verschickt mit dem Handy Bilder oder Filme. Die Nutzung von Apps spielt mit 14 Prozent derzeit noch kaum eine Rolle – angesichts der noch relativ geringen Verbreitung von Smartphones in dieser Altersgruppe ist dies auch nicht weiter verwunderlich.

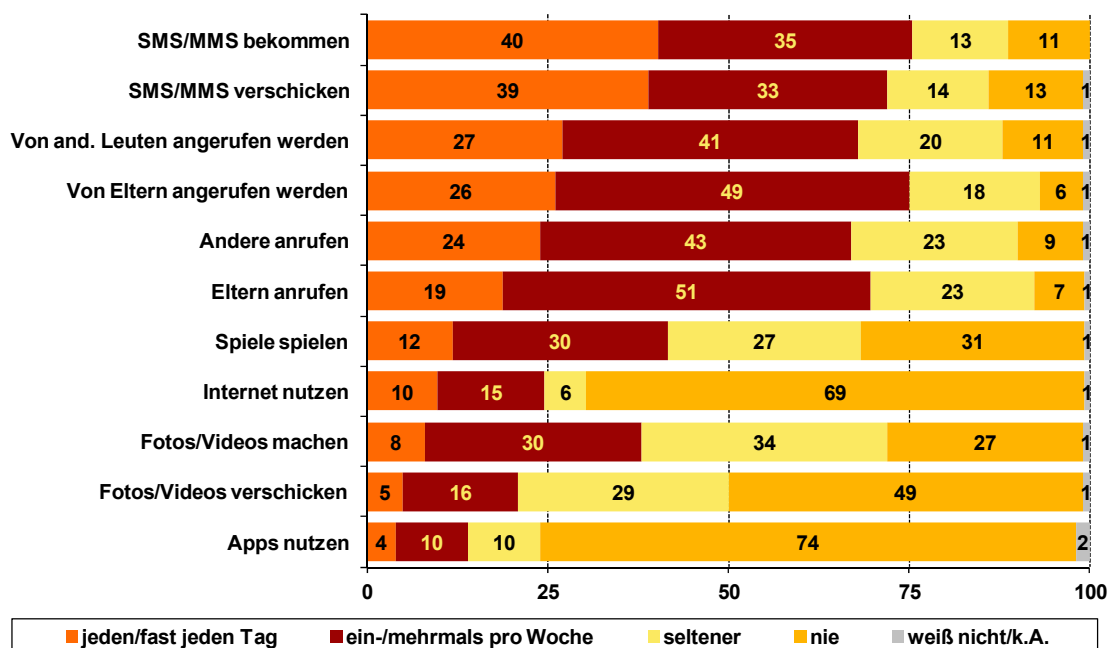
Betrachtet man die tägliche Nutzung (jeden/fast jeden Tag) so steht mit zwei Fünfteln an erster Stelle die Nutzung von SMS. Die Verwendung des Handys als Telefon, sei es um angerufen zu werden oder selbst anzurufen, wird von jedem Vierten täglich genutzt. Auch der explizit abgefragte Anruf von den Eltern gehört für 26 Prozent zum täglichen Ritual.

Jeder Fünfte ruft selbst die Eltern jeden Tag an. Die Nutzung von Spielen auf dem Handy ist für zwölf Prozent eine tägliche Beschäftigung. Jeder Zehnte geht Tag für Tag mit dem Handy ins Internet.

Der Umfang der Tätigkeiten steigt mit zunehmendem Alter deutlich an. Eine Ausnahme bilden lediglich Anrufe der Eltern und das Spielen auf dem Handy, diese Funktionen bleiben in der Häufigkeit auf vergleichbarem Niveau. Einen besonders deutlichen Anstieg bei älteren Kindern erfährt die Nutzung der SMS-Funktion.

Vergleicht man die Ergebnisse der KIM-Studie 2012 mit denen von 2010, so fallen die Häufigkeiten für SMS höher aus, während das Telefonieren etwas rückläufig ist. Eine etwas häufigere Nutzung ist auch beim Spielen und beim Aufzeichnen und Versenden von Bildern bzw. Filmen feststellbar. Die Nutzung von Apps wurde 2012 erstmals abgefragt.

Nutzung verschiedener Handy-Funktionen



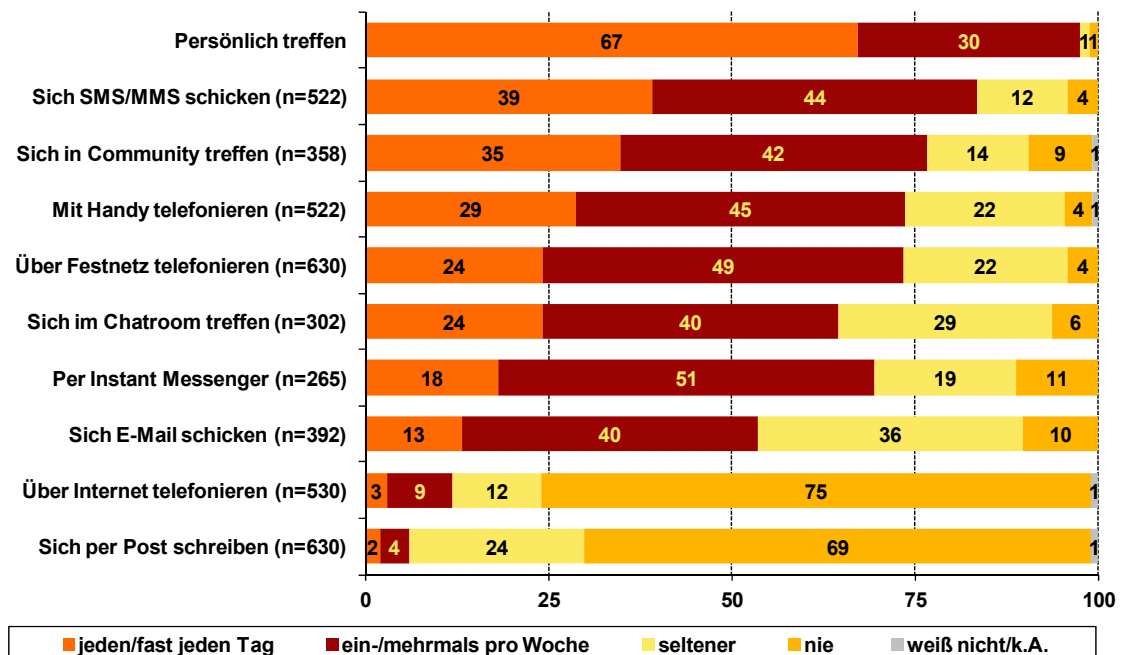
Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Handy-Nutzer, n=700

Das Handy bietet neben der Telefonie weitere Möglichkeiten mit der Umwelt zu kommunizieren, sei es über Bluetooth, Internet oder auch die Nutzung von SMS. Da es sich um ein mobiles Gerät handelt, kann dies auch ohne Aufsicht und Kenntnis der Eltern geschehen. Dabei können die Kinder auch unangenehme Inhalte erreichen, sei es in Bild- oder Textform. Fünf Prozent der Handynutzer berichten, selbst schon einmal Inhalte auf das Handy geschickt bekommen zu haben, die sie als unangenehm empfunden haben. Jungen sind mit sechs Prozent häufiger betroffen als Mädchen (3 %).

13.2 Kontakt zu Freunden

Angesichts der vielen Möglichkeiten medienvermittelt zu kommunizieren – sei es mit dem Handy oder via Internet – stellt sich (zumindest für die älteren Kinder) die Frage, welche Rolle diese Kommunikationswege im Alltag beim Kontakt zu Freunden spielen und auch welchen Stellenwert das persönliche Treffen noch hat. Trotz der vielen technischen Optionen treffen zwei Drittel der Kinder (10-13 Jahre) ihre Freunde jeden oder fast jeden Tag persönlich, weitere 30 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Somit geben fast alle Kinder an, ihre Freunde zumindest einmal in der Woche auch persönlich zu sehen. Die häufigste mediale Kommunikationsform ist die Nutzung von SMS und das „Treffen“ in der Community, über drei Viertel der Kinder nutzen diese Möglichkeiten zumindest einmal pro Woche. Beim Telefonieren spielt es kaum eine Rolle, ob das Handy oder das Festnetz verwendet wird: je knapp drei Viertel telefonieren regelmäßig, bei der täglichen Nutzung wird etwas häufiger zum Handy gegriffen. E-Mails nutzt jedes zweite Kind um im Freundeskreis zu kommunizieren. Internettelefonie (z.B. Skype) oder der klassische Brief bzw. die Postkarte spielen kaum eine Rolle.

Kontakt zu Freunden, 10 bis 13 Jahre



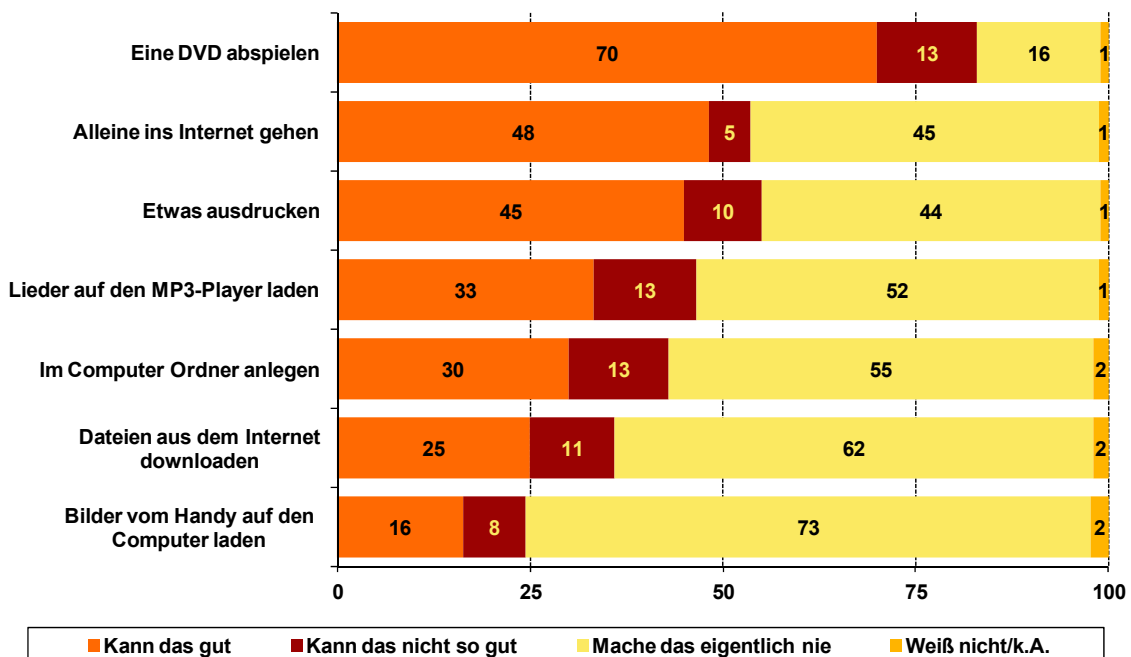
Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Kinder zwischen 10 und 13 Jahren, die das jeweilige Medium nutzen

14. Technische Medienkompetenz

In der Diskussion um Medienkompetenz bei Kindern wird ganz automatisch davon ausgegangen, dass Kinder heute sehr früh in der Lage sind, viele verschiedene Medienanwendungen bedienen zu können. Den Kindern wird sogar oftmals eine höhere technische Medienkompetenz attestiert als den Eltern oder anderen Erwachsenen. Um verschiedene technische Fertigkeiten zu überprüfen, wurden den Kindern insgesamt sieben Anwendungsbeispiele mit der Bitte um Selbsteinschätzung („kann das gut“, „kann das nicht so gut“, „mache das eigentlich nie“) vorgelegt.

Eine DVD abzuspielen ist für mehr als zwei Drittel der Kinder kein Problem („kann das gut“), aber nur etwa die Hälfte der Kinder kann alleine ins Internet gehen oder etwas ausdrucken. Etwa ein Drittel fühlt sich sicher, wenn es darum geht, Lieder auf den MP3-Player zu laden oder im Computer Ordner anzulegen. Ein Viertel traut sich zu, Dateien aus dem Internet herunter zu laden; Bilder vom Handy auf den Computer zu transferieren beherrscht nur jedes sechste Kind.

Technische Kompetenzen der Kinder 2012



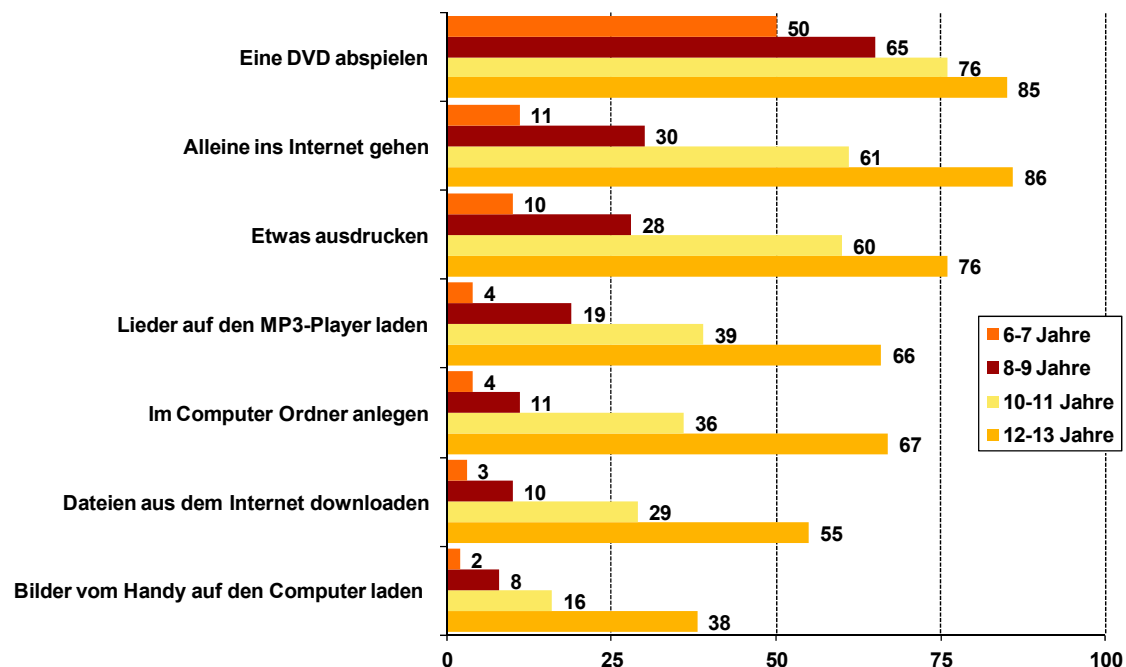
Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Die positive Selbsteinschätzung („kann das gut“) der Mädchen ist über alle Tätigkeiten geringer ausgeprägt als die der Jungen. Dies zeigt sich am deutlichsten beim Abspielen von DVDs (Mädchen: 65 %, Jungen: 74 %), am geringsten beim Laden von Handybildern auf den Computer (Mädchen: 16 %, Jungen: 17 %).

Es überrascht nicht, dass die technischen Kompetenzen der Kinder mit zunehmendem Alter deutlich ansteigen. Betrachtet man die Altersgruppen, so beherrschen Sechs- bis Siebenjährige bei dieser Tätigkeitsauswahl – wenn überhaupt – nur das Abspielen einer DVD, bei den Acht- bis Neunjährigen kommt dann langsam der Gang ins Internet und das Ausdrucken von Texten oder Bildern hinzu. Selbst bei den Zehn- bis Elfjährigen kann nur ein Drittel den Aufbau der Dateistrukturen auf dem Computer nachvollziehen oder etwas aus dem Internet herunterladen. Bei den Ältesten, den Zwölf- bis 13-Jährigen, sind dann alle Fertigkeiten am stärksten ausgeprägt, aber selbst hier werden nicht alle Anwendungsbeispiele beherrscht bzw. überhaupt ausgeübt.

Technische Kompetenzen der Kinder 2012

- kann das gut -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.220

Medienkompetenz umfasst zweifellos weit mehr als die technische Bedienfertigkeit. Unabhängig davon zeigt die Abfrage konkreter Handlungen, dass die Bedienung von Mediengeräten nicht allen Kindern leichtfällt. Es ist also ein Trugschluss, dass Kinder die im Medienzeitalter aufwachsen, diese Technik auch automatisch bedienen können.

15. Medien in der Familie

15.1 Einstellungen, Meinungen, Nutzungsdauer

Der Familie, als wichtigste Sozialisationsinstanz, kommt bei der Diskussion um den Medienumgang von Kindern eine, wenn nicht die zentrale Rolle zu. Eltern und (ältere) Geschwister sind natürlich auch beim Thema Medien wichtige Vorbilder, die das Verhalten und die Vorstellungen der Kinder prägen. Mit zunehmendem Alter und den damit einhergehenden Persönlichkeits- und Identitätsentwicklungen kommt dann auch den Freunden bzw. der Peergroup ein besonderer Stellenwert zu.

Der Blick auf die Aussagen zu potentiellen Medienwirkungen bzw. der Bedeutung der Medien im Kinderalltag zeigt nach wie vor die Ambivalenz mit der das Thema „Kinder und Medien“ belegt ist. Den Haupterziehern wurden verschiedene Aussagen vorgelegt, und sie gaben dann jeweils an, ob diese Aussage auf Buch, Computer, Internet, Tonträger (Kassette/CD/MP3), Radio oder Fernseher (Video/DVD) zutreffen.

So gilt das Buch als „gutes“ Medium, das die Fantasie der Kinder fördert (Zustimmung: 75 %), aus dem gelernt wird (64 %) und das wichtig für den Schulerfolg ist (68 %). Vom Computer geht die Gefahr aus, Kinder zu Stubenhockern zu machen (65 %), er hat aber auch positiven Einfluss auf den Schulerfolg (51 %), er ist wichtig, um bei Freunden mitzureden (50 %) und Kinder können etwas lernen (47 %). Ungeeignete Inhalte erfahren Kinder nach Meinung der Haupterzieher vor allem aus dem Internet (68 %), hier besteht zudem die Gefahr des Stubenhockens (63 %) und es hat für viele einen Einfluss auf die Gewaltbereitschaft (61 %). Auch ist das Internet wichtig, um bei Freunden mitreden zu können (50 %). Dass man aus dem Internet etwas lernen kann, bestätigen 44 Prozent.

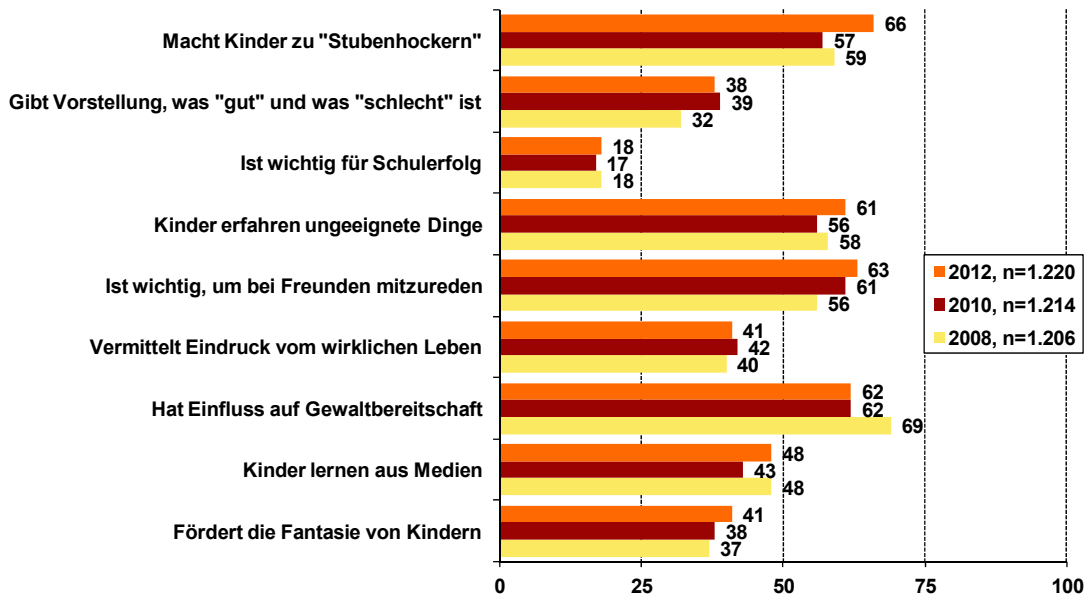
Tonträger und Radio sind für die Haupterzieher unauffällige und ungefährliche Medien, den Tonträgern wird – wenn überhaupt – das Potential zur Fantasieförderung zugesprochen (30 %). Die Meinungen zu Fernsehen und DVDs sind hingegen sehr ausgeprägt und zeigen ein ambivalentes Bild. Am größten ist die Befürchtung, dass das Fernsehen die Kinder zu sehr vereinnahmt, seine kommunikative Funktion (bei Freunden mitreden) wird aber ebenfalls hoch eingeschätzt. Ein negativer Einfluss auf die Gewaltbereitschaft wird ebenso häufig gesehen wie die Sorge, dass ungeeignete Inhalte konsumiert werden. Knapp die Hälfte ist der Auffassung, dass aus dem Fernsehen Dinge gelernt werden, etwas weniger sind der Meinung, dass es einen Eindruck vom wahren Leben vermittelt oder die Fantasie fördert.

Wie der Langzeitvergleich mit den KIM-Studien aus 2008 und 2010 zeigt, handelt es sich bei den Attributen des Fernsehens um vergleichsweise stabile Einschätzungen, die 2012

nur noch etwas pointierter ausfallen. Das Internet hingegen weist bei allen zugewiesenen Eigenschaften – den positiven wie eher negativen – einen kontinuierlichen Anstieg auf. Offenbar hat die zunehmende Etablierung des Internet dazu geführt, die ebenfalls ambivalenten Meinungen der Eltern zu festigen.

Bedeutung von TV/Video/DVD für Kinder 2012 - 2008

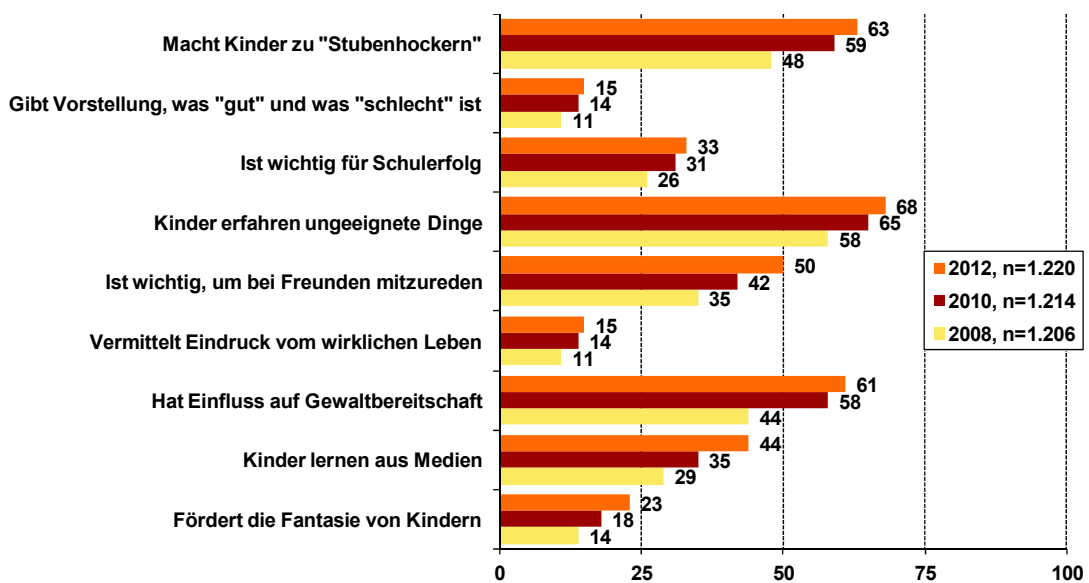
- Angaben der Haupterzieher (in Prozent) -



Quelle: KIM-Studie 2012 - KIM-Studie 2008; Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher

Bedeutung des Internets für Kinder 2012 - 2008

- Angaben der Haupterzieher (in Prozent) -

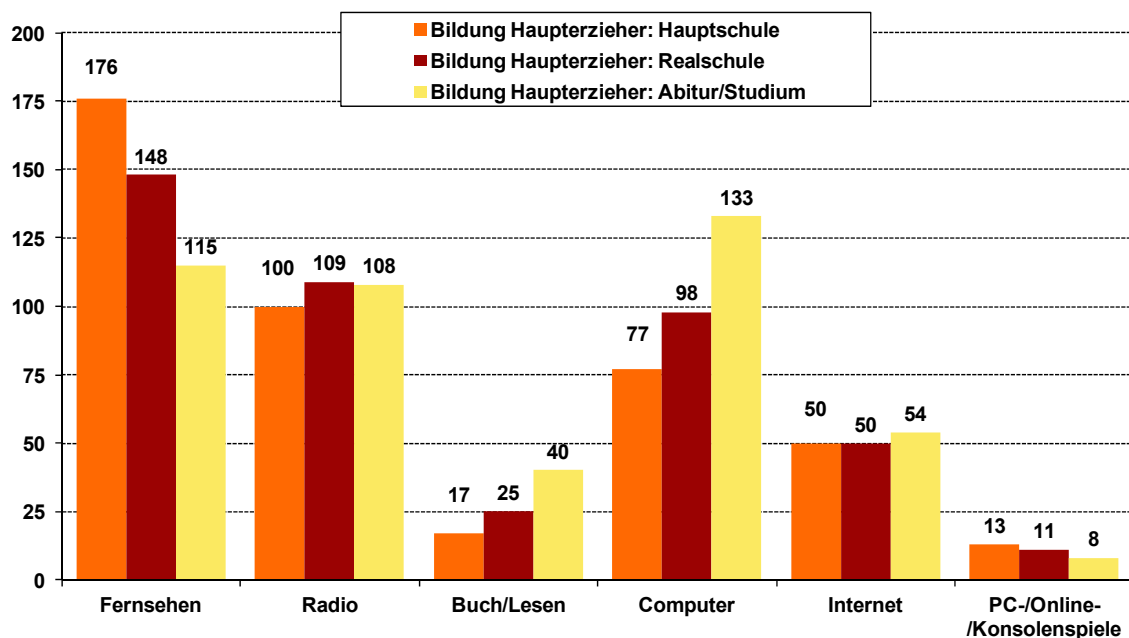


Quelle: KIM-Studie 2012 - KIM-Studie 2008; Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher

Der Blick auf die täglichen Nutzungszeiten zeigt, dass die Haupterzieher mit durchschnittlich 150 Minuten am Tag die meiste Zeit mit dem Fernsehen verbringen. Radioprogramme werden 107 Minuten lang gehört, 98 Minuten entfallen auf die Computernutzung (inkl. Internet), knapp die Hälfte dieser Zeit (51 Min.) sind die Haupterzieher im Internet unterwegs. Etwa eine halbe Stunde am Tag (25 Min.) entfallen auf Bücher bzw. auf das Lesen. Am wenigsten Zeit (11 Min.) entfällt auf Computer-/Konsolen-/Onlinespiele. Differenziert man nach dem Bildungshintergrund der Haupterzieher, dann verbringen Haupterzieher mit niedrigerem Bildungsabschluss deutlich mehr Zeit mit Fernsehen und deutlich weniger mit Computer und Lesen. Keine Unterschiede ergeben sich hinsichtlich der Radio- und Internetnutzung, auch der Zeitaufwand für elektronische Spiele ist nahezu gleich.

Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch Haupterzieher

- Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Minuten; Mittelwert
Basis: alle Haupterzieher; n=1.220

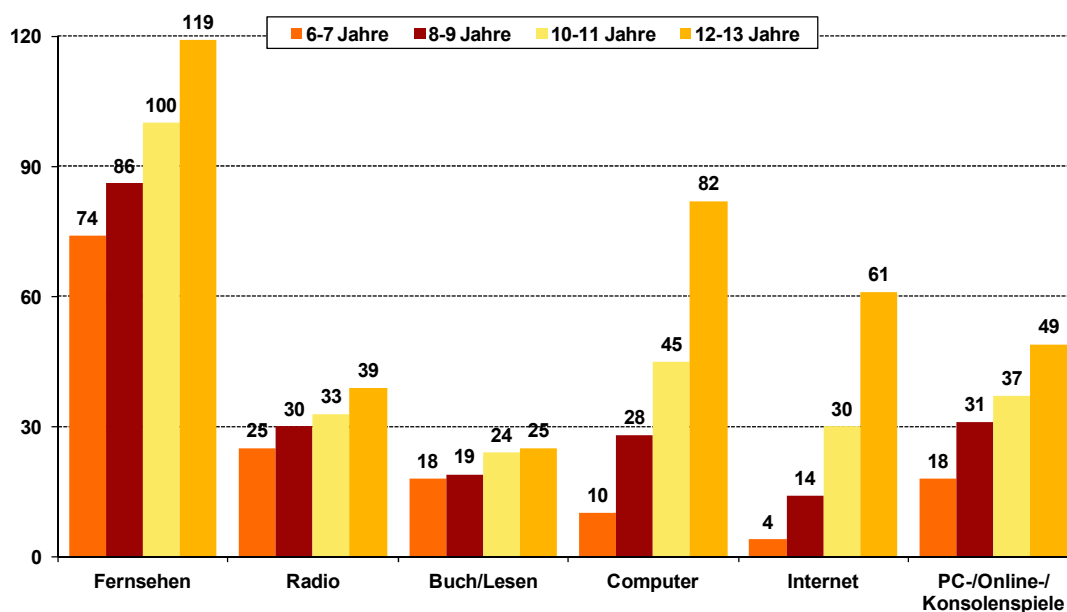
Die Angaben zur Mediennutzungszeit der Kinder zeigen erneut die Dominanz des Fernsehens. Nach Schätzung der Haupterzieher nutzen die Sechs- bis 13-Jährigen das Fernsehen 95 Minuten am Tag¹⁴, 42 Minuten verbringen sie mit dem Computer (inkl. Internet). Je etwa eine halbe Stunde entfallen auf Computer-/Konsolen-/Onlinespiele (34 Min.), Radio hören (32 Min.) oder die Nutzung des Internets (28 Min.). Auf das Lesen von Büchern entfallen 22 Minuten. Mit Ausnahme des Bücherlesens (Mädchen: 25 Min., Jungen: 18 Min.) weisen Jungen überall längere Nutzungszeiten auf als Mädchen. Besonders deutlich

¹⁴ Diese Einschätzung entspricht weitgehend den Messungen der GfK-Fernsehforschung. Die hier ermittelte durchschnittliche Sehdauer der Sechs- bis 13-Jährigen für das Jahr 2012 liegt bei 96 Minuten.

ist dieser Unterschied bei den Computerspielen (Computer/Konsole/online) ausgeprägt (Mädchen: 25 Min., Jungen: 43 Min.), nur geringfügig länger als Mädchen nutzen Jungen das Radio (33 Min., Mädchen: 31 Min.) oder das Internet (29 Min., Mädchen: 27 Min.). Beim Fernsehen beträgt der Unterschied acht Minuten (Mädchen: 91 Min., Jungen: 99 Min.).

Die Differenzierung nach den Altersgruppen zeigt zunächst, dass mit zunehmendem Alter der Kinder alle Medien länger genutzt werden. Während diese Zunahme beim Lesen von Büchern oder bei der Radionutzung eher moderat ausfällt, zeigt sich bei den anderen Medien ein sehr viel extremerer Anstieg. So sehen die jüngsten Kinder eine Dreiviertelstunde weniger fern als die ältesten. Der Umgang mit dem Computer (inkl. Internet) steigt mit zunehmendem Alter um das Achtfache an. Und während die Zuwendung zum Internet bei den Sechs- bis Siebenjährigen mit durchschnittlich vier Minuten noch sehr flüchtig ausfällt, kommen die Zwölf- bis 13-Jährigen dann schon auf eine Stunde.

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



Quelle: KIM-Studie 2012; Angaben in Minuten; Mittelwert;
Basis: alle Haupterzieher, n=1.220

15.2 Tablet-PCs

Die jüngste Generation der tragbaren Computer, die sogenannten Tablet-PCs, zeichnen sich durch eine besonders leichte Benutzerführung und Handhabung aus. Ohne Tastatur, nur mittels Touchscreen, stehen Internetangebote oder Apps quasi sofort per Knopfdruck zur Verfügung. Und nicht mehr zwingend sind Lese- oder Schreibkompetenzen erforderlich, die oftmals visuelle Menüführung erlaubt potentiell selbst Vorschulkindern die Nutzung. Anders als am herkömmlichen Computer greifen hier verschiedene Schutzfunktionen

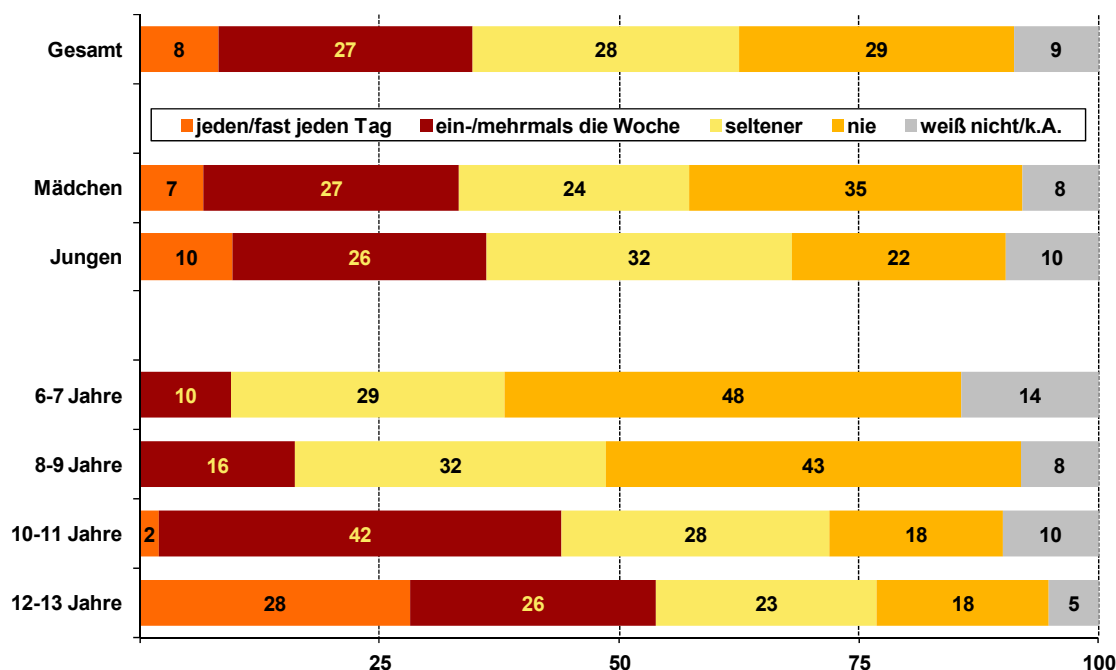
wie Filterprogramme oder voreinstellbare Nutzungseinschränkungen aber in der Regel nicht mehr.

Zum Erhebungszeitraum der KIM-Studie 2012 stand erst in zwölf Prozent der Haushalte ein Tablet-PC zur Verfügung, inzwischen dürfte sich die Ausstattungsrate auch in Haushalten mit Kindern aber deutlich erhöht haben.

Der Umgang mit diesen meist noch sehr teuren Geräten durch Kinder findet noch eher zögerlich statt. Zwar darf ein Drittel der Kinder den Tablet-PC mindestens einmal die Woche nutzen, für 29 Prozent ist das Gerät aber offenbar gänzlich tabu. Jüngeren Kindern ist der alltägliche Zugang allerdings verwehrt, das „dürfen“ erst die Ab-Zwölfjährigen zu einem größeren Anteil. Selbst hier nutzen 18 Prozent den Tablet-PC allerdings nie.

Nutzung des Tablet-PCs durch das Kind (alleine/mit Eltern)

- Angaben der Haupterzieher -

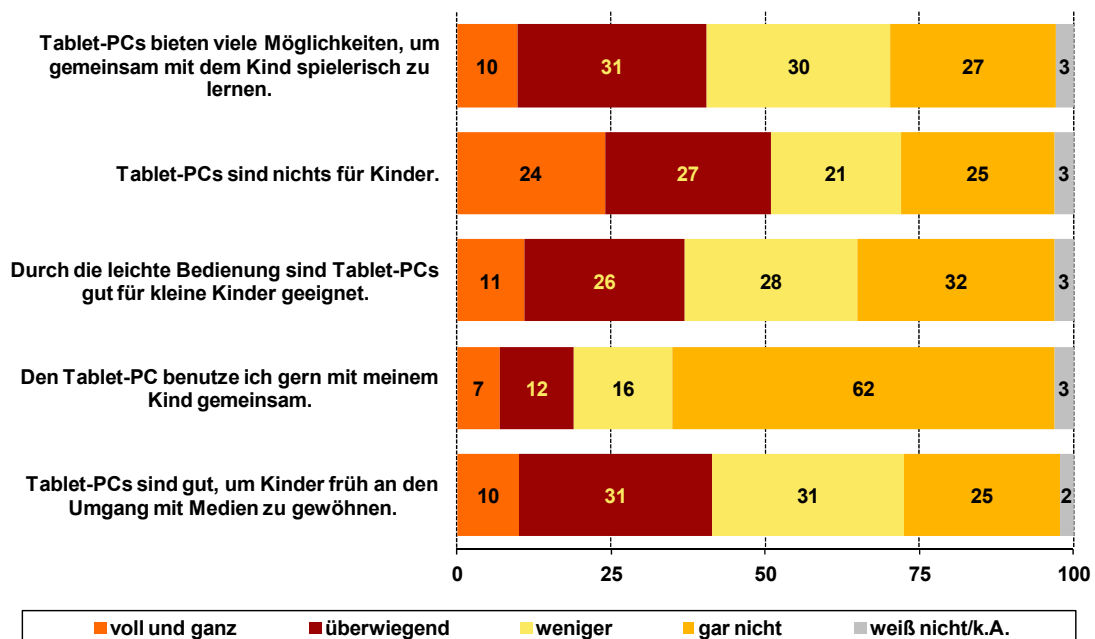


Quelle: KIM-Studie 2012, Angaben in Prozent
Basis: Haupterzieher, Tablet-PC im Haushalt vorhanden, n=147

Wenn der Tablet-PC von Kindern genutzt wird (n=92), dann vor allem für das Ansehen von Bildern und/oder Videos (zumindest selten: 82 %), aber auch das Spielen ist offenbar recht attraktiv (76 %). Ins Internet gehen 65 Prozent via Tablet-PC, mehr oder weniger „frei“ gemalt wird von 50 Prozent. Betrachtet man die regelmäßige Nutzung (mindestens einmal in der Woche), dann steht das Spielen (41 %) an erster Stelle, gefolgt von der Internetnutzung (26 %) und dem Ansehen von (Bewegt-)Bildmaterial (19 %). Mit dieser Häufigkeit auf dem Tablet-PC gemalt wird von 13 Prozent.

Ob der Tablet-PC mit seiner einfach zu bedienenden Multi-Funktionalität auch ein Einstiegsmedium für Kinder sein kann, wurde anhand von fünf vorformulierten Statements überprüft, die allen Haupterziehern (unabhängig vom persönlichen Besitz und der Nutzung von Tablet-PCs) mit der Bitte um Zustimmung vorgelegt wurden. Insgesamt wird die Eignung der Tablet-PCs für Kinder eher zurückhaltend beurteilt. So erhält die Aussage „Tablet-PCs sind nichts für Kinder“ hier die höchste Zustimmung und wird von der Hälfte der Haupterzieher geteilt. Die Eignung dieser Geräte für einen frühen Einstieg der Kinder in die Medienwelt wird ebenso ambivalent beurteilt wie deren Eignung als Lernmedium. Diese Einschätzungen ändern sich im Übrigen kaum, wenn man nur Haupterzieher betrachtet, bei denen ein Tablet-PC im Haushalt vorhanden ist. Nur der Aussage „Den Tablet-PC benutze ich gern mit meinem Kind gemeinsam“ stimmt diese Gruppe (n=147) dann zu 34 Prozent zu (trifft voll und ganz zu: 12 %, trifft überwiegend zu: 22 %), bei allen Haupterziehern tun dies nur 19 Prozent.

Aussagen zu Tablet-PCs - trifft zu (Angaben der Haupterzieher) -



Quelle: KIM-Studie 2012, Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher, n=1.220

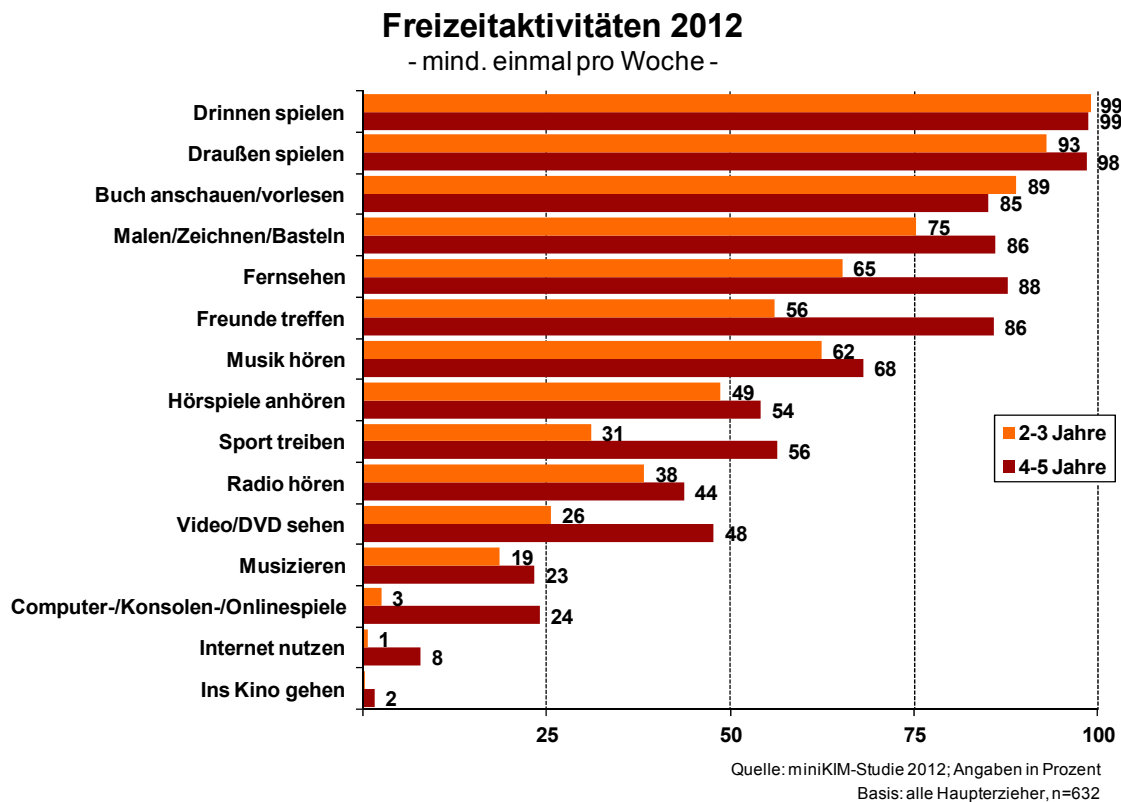
16. Sonderteil „miniKIM“

Um mehr über den Stellenwert der Medien bei Kindern im Vorschulalter zu erfahren, wurde im Rahmen der KIM-Studie 2012 erstmals eine repräsentative Zusatzerhebung bei 632 Haupterziehern von Kindern im Alter von zwei bis fünf Jahren durchgeführt. Die Informationen der miniKIM – eine Mischung aus Teilen des Kinderfragebogens und Teilen des Elternfragebogens der KIM-Studie – wurden analog zum Elternfragebogen der KIM-Studie in Form eines Selbstausfüllers erhoben. Fragen zum Medienverhalten der Kinder wurden also stellvertretend durch die Haupterzieher (87 % Frauen, 13 % Männer) beantwortet.

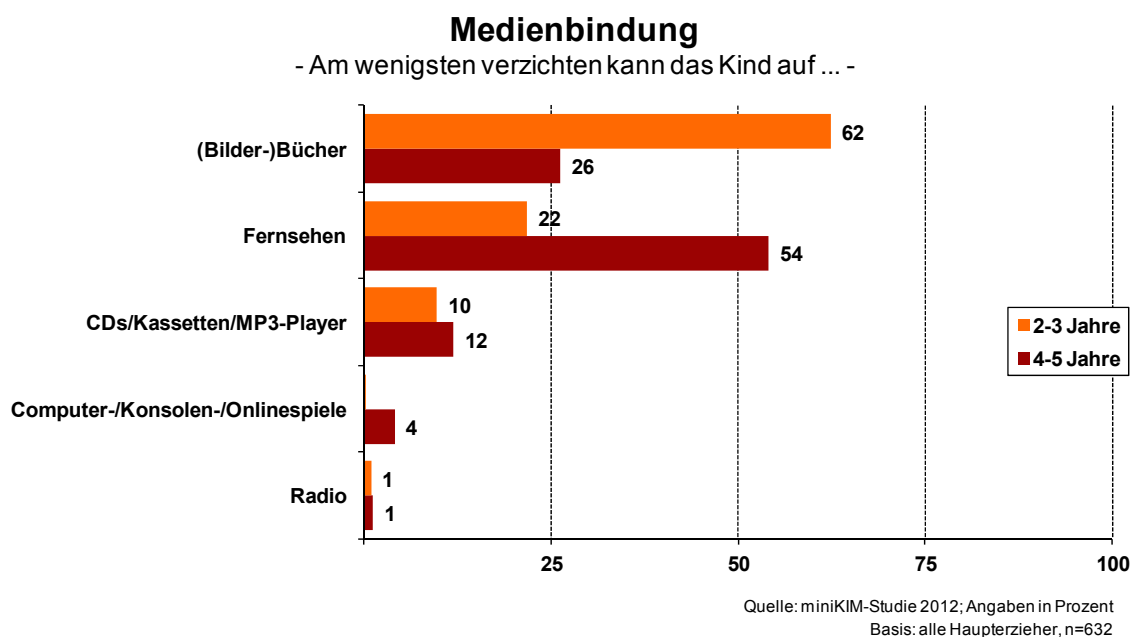
16.1 Freizeit und Medien

Die Haushalte, in denen Zwei- bis Fünfjährige leben, unterscheiden sich bezüglich der Medienausstattung nur an wenigen Stellen von denen der KIM-Studie: In der miniKIM fällt der Haushaltsbesitz von Spielkonsolen (fest oder tragbar) deutlich geringer aus (42 %, KIM: 75 %), auch MP3-Player (59 %, KIM: 69 %) sind etwas seltener vorhanden. Dafür gibt es in den Haushalten der miniKIM etwas mehr DVD-Rekorder (54 %, KIM: 43 %). Ein Smartphone ist bei 48 Prozent vorhanden, einen Tablet-PC haben 15 Prozent der Haushalte. Deutliche Unterschiede ergeben sich natürlich hinsichtlich des Medienbesitzes der Kinder. Kassettenrekorder (28 %) und CD-Player (25 %) sind bei den Zwei- bis Fünfjährigen mit Abstand am stärksten verbreitet. In jedem zehnten Kinderzimmer findet sich ein Radio (9 %), vereinzelt sind bereits spezielle Kindercomputer (7 %), Spielkonsolen (6 %), MP3-Player oder Fernsehgeräte (je 3 %) vorhanden.

Was die Freizeitaktivitäten der Vorschulkinder betrifft, ist der Alltag (Nutzung jeden/fast jeden Tag) zwar vom Spielen geprägt (drinnen 89 %, draußen 67 %), das Fernsehen (47 %) liegt aber bereits knapp vor der Beschäftigung mit Büchern (45 %). Andere Medienaktivitäten sind bezüglich des alltäglichen Umgangs noch vergleichsweise unbedeutend (Musik hören: 18 %, Hörspiele hören: 18 %, Radio hören: 12 %, Video/DVDs sehen: 3 %, Computer-/Konsolen-/Onlinespiele: 2 %). Erweitert man die Betrachtung auf die Frequenz „mindestens einmal pro Woche“, so bleibt das Spielen (drinnen 99 %, draußen 96 %) vorne, die Beschäftigung mit Büchern (anschauen/vorlesen) kommt auf den dritten Rang (87 %), gefolgt von Malen/Basteln/Zeichnen (81 %), Fernsehen (77 %), dem Treffen mit Freunden (71 %), Musik (65 %) oder Hörspiele hören (52 %). Während sich Mädchen und Jungen kaum unterschieden, zeigen die Vier- bis Fünfjährigen bereits ein deutlich breiteres Medienspektrum als die Zwei- bis Dreijährigen. Dies gilt vor allem für die Beschäftigung mit Fernseher, Videos und DVDs oder Computer-/Konsolen-/Onlinespielen. Auch mit dem Internet haben Vier- bis Fünfjährige dann erstmals Kontakt. Deutlich häufiger finden daneben Treffen mit anderen Kindern oder sportliche Aktivitäten statt – Zeichen einer zunehmenden Außenorientierung der Kinder.



Diese Beobachtungen decken sich mit den Angaben zur Unverzichtbarkeit verschiedener Medien. Nach Angaben der Haupterzieher haben die Zwei- bis Dreijährigen die höchste Bindung an (Bilder-)Bücher (62 %). Auf das Fernsehen entfällt jede fünfte Stimme, jedes zehnte Kind könnte am wenigsten auf Tonträger wie CDs, Hörspielkassetten oder MP3-Player verzichten. Dieses Bild dreht sich bei den Vier- bis Fünfjährigen komplett. In dieser Altersgruppe wird dem Fernsehen (54 %) die höchste Bindungskraft attestiert, für Bücher würde sich nur noch ein Viertel entscheiden.



Betrachtet man die Nutzungsdauer der jeweiligen Medien, dann entfallen auf das Fernsehen an einem durchschnittlichen Tag 42 Minuten, 26 Minuten verbringen Vorschulkinder mit dem Anschauen oder Vorgelesen bekommen von Büchern und 22 Minuten wird Radio (mit-)gehört. Mit Computer generell (4 Min.) oder Computer-/Konsolen-/Onlinespielen (5 Min.) beschäftigen sich die Zwei- bis Fünfjährigen deutlich weniger. Differenziert man auch hier nach dem Alter, dann ergeben sich für die Beschäftigung mit Büchern (2-3 Jahre: 27 Min., 4-5 Jahre: 26 Min.) und Radio hören (2-3 Jahre: 20 Min., 4-5 Jahre: 25 Min.) kaum Unterschiede. Die Zuwendung zum Fernsehen fällt bei den Vier- bis Fünfjährigen (55 Min.) aber bereits doppelt so lange aus wie bei den Zwei- bis Dreijährigen (30 Min.). Bei den älteren Kindern erhöht sich dann die Nutzungszeit für Computer generell (2-3 Jahre: 1 Min., 4-5 Jahre: 7 Min.) und Computer-/Konsolen-/Onlinespiele (2-3 Jahre: 1 Min., 4-5 Jahre: 9 Min.).

16.2 Fernsehen

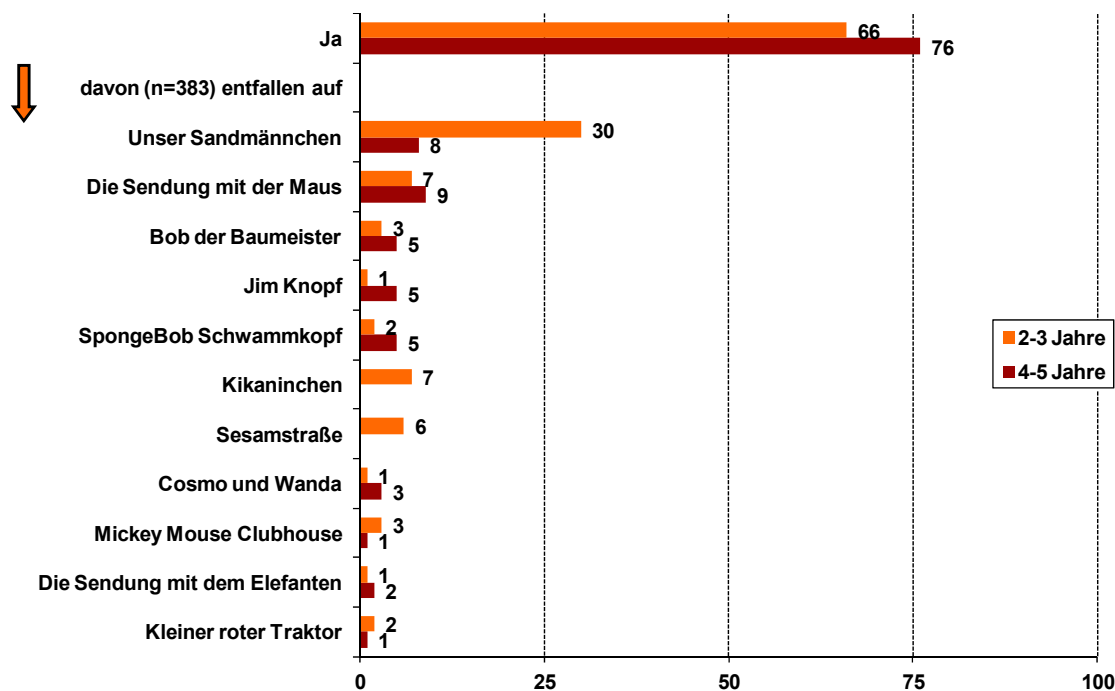
Bei den Zwei- bis Dreijährigen haben nach Angaben der Haupterzieher 23 Prozent noch keine Erfahrung mit dem Fernsehen gemacht, dieser Anteil reduziert sich bei den Vier- bis Fünfjährigen auf acht Prozent. Wenn Fernseherfahrung besteht, dann sehen 43 Prozent der Kinder sehr gerne, 46 Prozent gerne, zehn Prozent nicht so gerne und ein Prozent gar nicht gerne fern. Bei den jüngeren Kindern ist die Begeisterung für das Fernsehen (Kind sieht sehr gerne fern) mit 29 Prozent deutlich geringer ausgeprägt als bei den Älteren (55 %), 17 Prozent der jüngeren Kinder stehen dem Fernsehen nach Angaben der Haupterzieher distanziert gegenüber (sehe nicht so gerne bzw. gar nicht gerne fern, 4-5 Jahre: 6 %).

72 Prozent der Kinder, die zumindest selten fernsehen, haben nach Angaben der Haupterzieher eine Lieblingssendung, zwei Drittel der Jüngeren, drei Viertel der Älteren. Bei den Jüngeren wird hier in erster Linie „Unser Sandmännchen“ genannt, mit Abstand folgt „Die Sendung mit der Maus“, das Programm für Vorschulkinder „Kikaninchen“ oder die „Sesamstraße“. Die Präferenzen der älteren Kinder weisen dann schon eine viel größere Bandbreite auf und generieren weniger hohe Häufigkeiten für einzelne Sendungen.

Einen Lieblingssender, der besonders gerne geschaut wird, haben nach Angaben der Haupterzieher 60 Prozent der fernsehfernen Kinder. Von diesen nennen dann 68 Prozent den KiKA, 20 Prozent Super RTL – vereinzelt werden auch RTL2 und Nickelodeon (je 3 %) genannt. Bei den älteren Kindern gehen die Präferenzen für den KiKA zugunsten von Super RTL zurück, der KiKA bleibt aber auch hier mit Abstand beliebtestes Programm.

Lieblingssendung im TV 2012

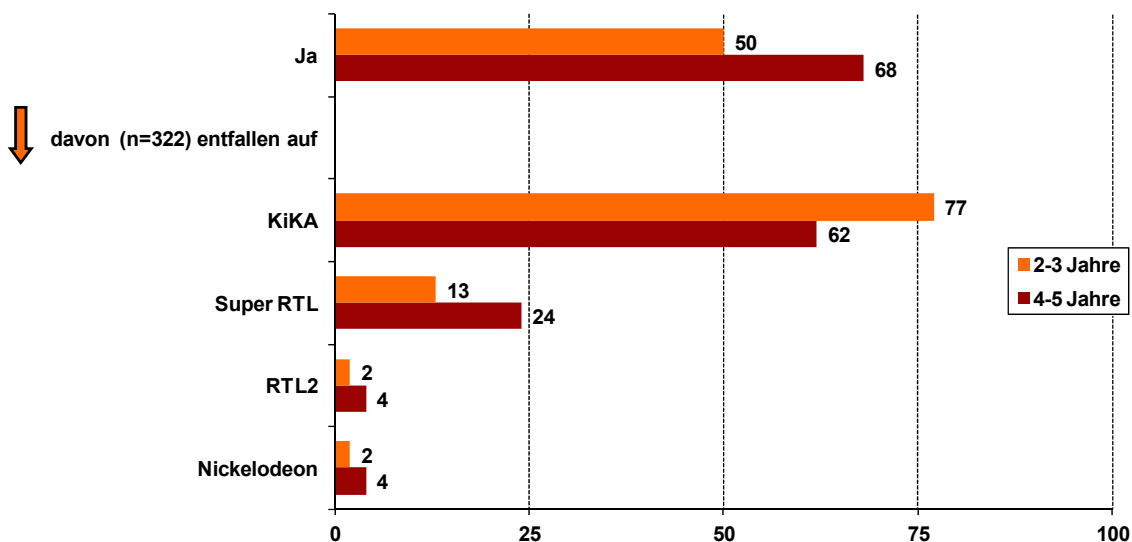
- „Gibt es eine Sendung, die Ihr Kind besonders gerne sieht?“ -



Quelle: miniKIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; Nennungen ab 2 %
 Basis: Haupterzieher von Kindern, die zumindest selten fernsehen, n=535

Lieblingssender im TV 2012

- „Hat Ihr Kind auch einen Lieblingsfernsehsender ...?“ -

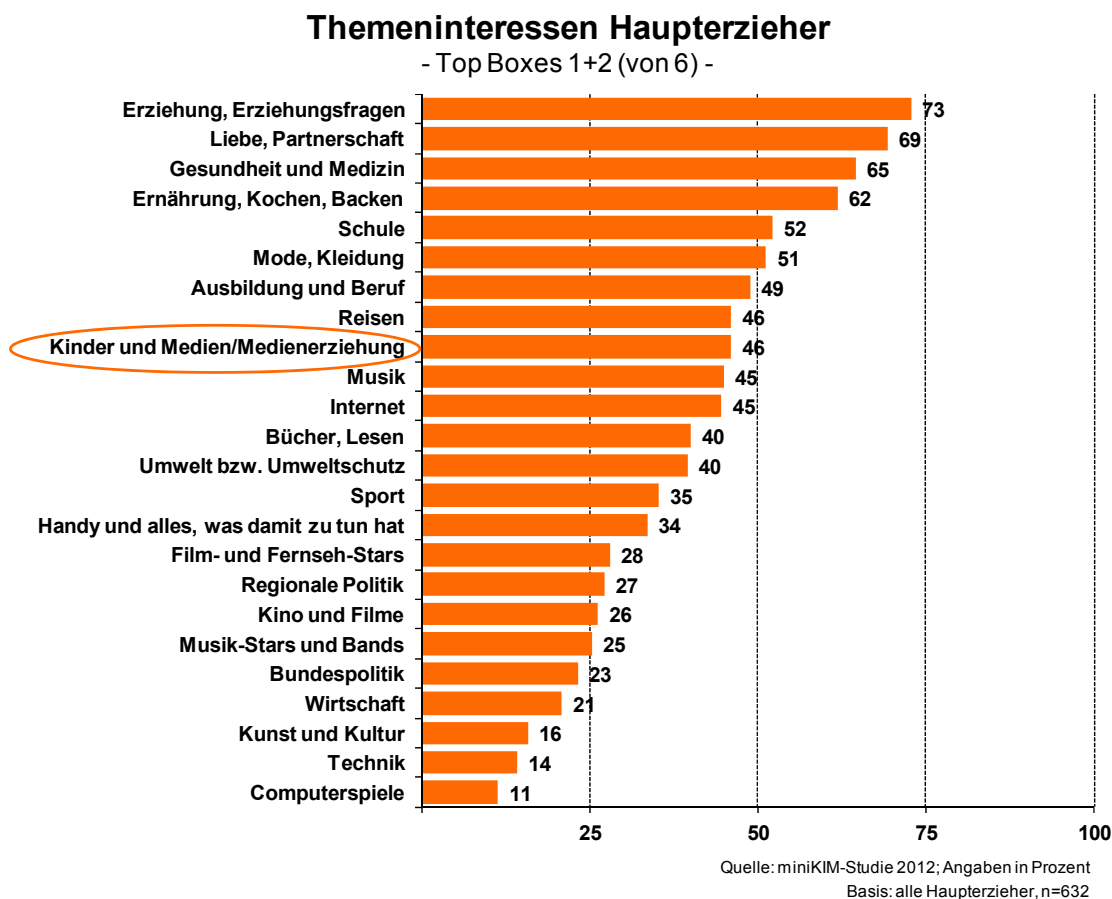


Quelle: miniKIM-Studie 2012; Angaben in Prozent; Nennungen ab 2 %
 Basis: Haupterzieher von Kindern, die zumindest selten fernsehen, n=535

Die Fernsehnutzung der Vorschulkinder erfolgt in erster Linie zielgerichtet, das Fernsehen wird in der Regel nur zu bestimmten Sendungen (71 %) eingeschaltet, auch wenn ein gutes Viertel das Gerät (für die Kinder) einfach so einschaltet. Dies gilt für jüngere und ältere Kinder gleichermaßen, wenngleich sich das „freie“ Sehen etwas verstärkt (2-3 Jahre: 25 %, 4-5 Jahre: 30 %).

16.3 „Kinder und Medien“ im Alltag der Haupterzieher

Für die Haupterzieher von Vorschulkindern hat das Thema „Kinder und Medien“ ebenso wie für Eltern der Sechs- bis 13-Jährigen eine mittlere Priorität. Unter 24 vorgegebenen Themenfeldern kommt es auf den neunten Rang (KIM-Studie: Rang zehn), für 46 Prozent sind Fragen um die Medienerziehung von besonderem Interesse¹⁵ (KIM-Studie: 44 %). Den ersten Platz nimmt das weniger spezifische Thema „Erziehung/Erziehungsfragen“ ein.



Der persönliche Kenntnisstand zum Thema „Kinder und Medien“ wird von 14 Prozent der Haupterzieher als sehr gut, von weiteren 59 Prozent als gut beschrieben. 22 Prozent fühlen sich weniger gut, vier Prozent gar nicht gut informiert. Je höher das Bildungsniveau der Haupterzieher, desto besser ist das gefühlte Wissen: 68 Prozent der Erzieher mit Hauptschulhintergrund fühlen sich sehr gut bzw. gut informiert, bei Haupterziehern mit Abitur und/oder Studium beträgt dieser Anteil 81 Prozent. Trotz hohem Kenntnisstand würden 14 Prozent der Eltern sehr gerne, 54 Prozent gerne weitere Informationen zum Thema „Kinder und Medien“ erhalten. Auch hier zeigen sich Haupterzieher mit hohem Bildungsniveau interessierter (75 %) als solche mit geringer formaler Bildung (64 %).

¹⁵ Das Interesse wurde anhand einer 6er-Skala ermittelt (1=ist für mich sehr interessant, 6=ist für mich überhaupt nicht interessant).

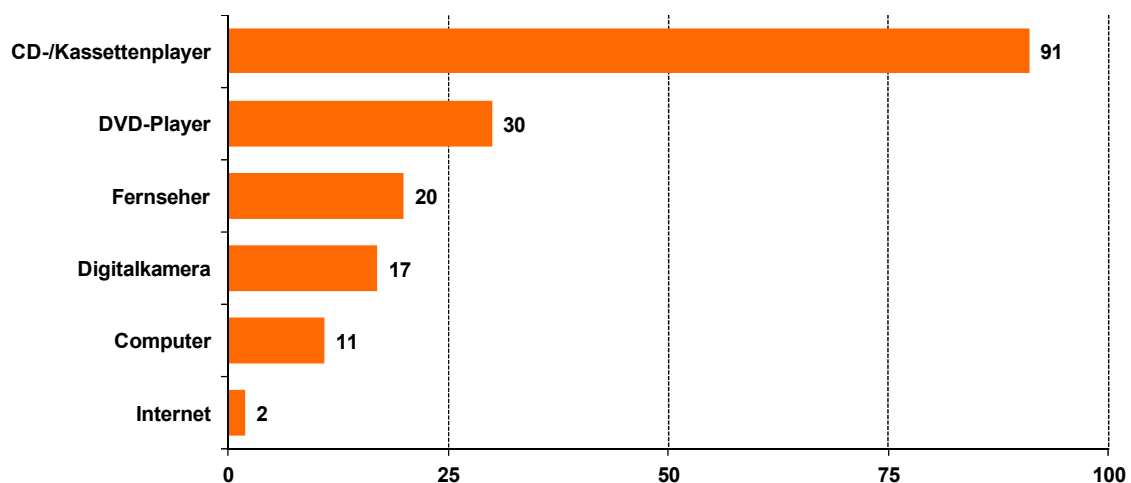
Wo informieren sich Haupterzieher zum Thema „Kinder und Medien“? Am bedeutsamsten sind hier andere Eltern (59 %), aber auch der Kindergarten bzw. die Kinderkrippe (42 %). Bücher (18 %), Zeitschriften (14 %) oder das Internet (9 %) werden seltener als Informationsquelle herangezogen. Grenzt man die Betrachtung auf Haupterzieher ein, deren Kinder einen Kindergarten oder eine Krippe besuchen, dann verstärkt sich diese eher selbstreferenzielle Informationssuche: 79 Prozent suchen dann das Gespräch mit anderen Eltern, der Kindergarten bzw. das dortige Fachpersonal wird von 57 Prozent um Rat gefragt.

16.4 „Kinder und Medien“ in Kindergarten und Krippe

In der miniKIM liegt der Anteil der Kinder, die eine Betreuungseinrichtung besuchen, bei insgesamt 75 Prozent. Diese auf den ersten Blick recht hohe Quote relativiert sich bei der Detailbetrachtung nach Alter. So geht bei den Zwei- bis Dreijährigen nur gut die Hälfte (57 %) in einen Kindergarten bzw. eine Krippe, während bei den Vier- bis Fünfjährigen fast alle Kinder eine entsprechende Einrichtung besuchen (93 %). Mit dem Bildungsgrad der Haupterzieher steigt die Wahrscheinlichkeit, dass das Vorschulkind eine außerhäusliche Betreuungseinrichtung besucht (Hauptschule: 69 %, Realschule: 75 %, Gymnasium: 84 %). Geht das Kind in eine Einrichtung, dann wird in Elterngesprächen oder auf Elternabenden das Thema „Kinder und Medien“ nicht flächendeckend angesprochen, nur 60 Prozent berichten über einen entsprechenden Informationsaustausch.

Welche Medien stehen den Kindern im Kindergarten/ der Krippe zur Verfügung?

- Angaben der Haupterzieher -



Quelle: miniKIM-Studie 2012; Angaben in Prozent
Basis: Kind geht in Kindergarten/Krippe, n=470

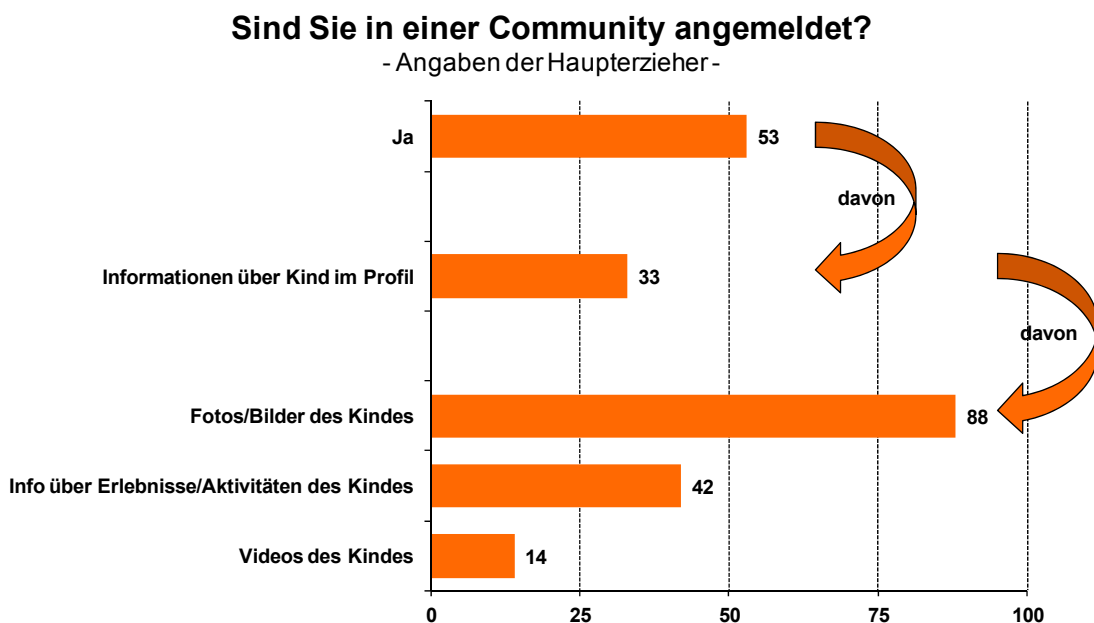
Auch die Ausstattung der Betreuungseinrichtung mit Medien ist in der Regel auf Audiomedien wie Kassettenrekorder oder CD-Player beschränkt. Nur knapp jeder dritte Haupterzieher bestätigt, dass den Kindern in der Einrichtung darüber hinaus ein DVD-Player zur

Verfügung stünde, etwa jeder Fünfte gibt dies für Fernseher oder Digitalkamera an. Computer und Internet stehen für die Kinder nur vereinzelt bereit.

16.5 Medienkompetenz der Haupterzieher

Im Umgang mit Computer und Internet sind die Haupterzieher in der Regel sehr geübt. 46 Prozent nutzen täglich/fast täglich zu Hause einen Computer, weitere 35 Prozent tun dies mehrmals die Woche. Allerdings hat knapp ein Fünftel auch wenig oder keine Erfahrung mit dem Computer (seltener: 8 %, nie: 11 %). Die Nutzer schätzen ihre persönlichen Fertigkeiten zu 18 Prozent als „sehr gut“ ein, 59 Prozent sind der Meinung gute Computer-Kenntnisse zu haben. Mit „weniger gut“ beschreiben 19 Prozent und mit „gar nicht gut“ zwei Prozent die eigene Kompetenz.

Das Internet wird – zu Hause – nicht ganz so häufig genutzt. 39 Prozent gehen täglich/fast täglich online, 37 Prozent mehrmals die Woche, zehn Prozent seltener und 14 Prozent haben keinerlei Erfahrung mit dem Internet. Jeder zweite Internetnutzer ist bei einer Social Community wie Facebook oder wer-kennt-wen angemeldet. Dort hat dann ein Drittel auch Informationen über das Kind hinterlegt – meist in Form von Fotos, aber auch alltägliche Begebenheiten werden der Community mitgeteilt. Allerdings sind diese Informationen dann meist vor den Augen der Internetgemeinde geschützt. Wer Informationen über das Kind hinterlegt hat, macht diese zu 91 Prozent nur den „Freunden“ in der Community sichtbar, acht Prozent haben keine solche Schutzoption veranlasst, die Informationen sind für alle Internetnutzer sichtbar.



17. Zusammenfassung

Die Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) dokumentiert seit 1999 das Medienverhalten der Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren. Mit der vorliegenden Ausgabe veröffentlicht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) – eine Kooperation der Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg (LFK) und Rheinland-Pfalz (LMK) – in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR) zum neunten Mal aktuelle Basisdaten zur Mediennutzung von Kindern in Deutschland. Zum ersten Mal enthält die aktuelle KIM-Studie den Sonderteil „miniKIM“, in dem das Medienverhalten von Kindern im Vorschul- und Kindergartenalter (2-5 Jahre) beschrieben wird.

Kinder wachsen heute mit einem immer vielfältigeren Medienrepertoire auf. Bei Haushalten, in denen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren leben, besteht eine Vollausstattung bei Handy und Fernseher sowie annähernd bei Computer und Internetzugang. Auch Radio, CD- und DVD-Player sind in etwa neun von zehn Haushalten vorhanden. Spielkonsolen stehen in drei von vier Familien zur Verfügung. Die Kinder selbst verfügen in diesem Alter (6-13 Jahre) nur über eine kleinere Anzahl von Geräten. Am häufigsten findet sich nach Angaben der Haupterzieher ein CD-Player, der in 58 Prozent der Kinderzimmer vorhanden ist. Jeweils jedes zweite Kind besitzt ein eigenes Handy (49 %) oder eine Spielkonsole (51 %). 45 Prozent der Kinder haben einen MP3-Player und gut jedes dritte Kind (36 %) hat einen eigenen Fernseher. In vergleichbarer Größenordnung sind ein eigenes Radio (32 %) oder ein Kassettenrekorder (30 %) verfügbar.

Von fast allen Kindern werden Hausaufgaben und Lernen sowie Fernsehen als regelmäßige Tätigkeiten (mindestens einmal pro Woche) genannt. Für die meisten Kinder haben beide Beschäftigungen eine hohe Alltagsrelevanz. Freunde und Spielen haben ebenso eine hohe Bedeutung. Gut neun von zehn Kindern treffen sich mindestens einmal pro Woche mit ihrem Freundeskreis, in vergleichbarer Häufigkeit spielen Kinder auch drinnen oder draußen. Vier von fünf Kindern hören regelmäßig Musik und drei Viertel unternehmen zumindest einmal pro Woche etwas mit ihren Eltern. Bei den liebsten Freizeitaktivitäten entscheiden sich mit 52 Prozent die meisten Kinder für das Treffen mit Freunden. An zweiter Stelle folgen, mit jeweils 38 Prozent, draußen Spielen und Fernsehen.

Das Fernsehen ist nach wie vor das dominante Medium bei Kindern und wenig deutet darauf hin, dass sich hieran in absehbarer Zeit Grundlegendes ändern wird. 79 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen sehen jeden oder fast jeden Tag fern, für 57 Prozent ist das Fernsehen das Medium, auf das sie am wenigsten verzichten könnten. Ein eigenes Fernsehgerät findet sich in 36 Prozent der Kinderzimmer. Nach Auskunft der Haupterzieher fangen die Kinder mit durchschnittlich drei Jahren an fernzusehen. Bei den liebsten Fernsehsendungen zeigt sich eine breite Mischung aus Kinder- und Erwachsenenprogramm. Am

häufigsten werden „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (5 %), „Die Simpsons“ (4 %), „Deutschland sucht den Superstar“, „Hannah Montana“ oder „SpongeBob Schwammkopf“ (je 3 %) genannt.

Trotz des wachsenden Medienangebots und der stärkeren Verbreitung des Internets bei Kindern hat das Lesen von Büchern (jenseits von Schulbüchern) noch immer einen fundierten Stellenwert im Alltag der Kinder. So lesen 14 Prozent der Kinder jeden oder fast jeden Tag, ein weiteres Drittel ein- oder mehrmals pro Woche, 29 Prozent seltener und 23 Prozent zählen zu den Nicht-Lesern. Dass bei Kindern die Affinität zum Lesen weniger mit dem Alter und mehr mit dem Geschlecht zusammenhängt, lässt sich auch in der KIM-Studie 2012 bestätigen. So lesen je nach Alter zwischen 43 und 53 Prozent der Kinder mindestens einmal pro Woche, bei den Mädchen sind es mit 58 Prozent aber deutlich mehr als bei den Jungen (39 %). Vergleicht man den Anteil der intensiven Leser (jeden/fast jeden Tag), so ist er bei den Mädchen dreimal so hoch wie bei den Jungen.

Die Nutzung von Computern spielt mittlerweile auch im Alltag von Kindern eine beachtliche Rolle. In 95 Prozent der Haushalte, in denen die Sechs- bis 13-Jährigen leben, gibt es (mindestens) einen Computer oder Laptop. Ein Fünftel (21 %) der Kinder besitzt ein eigenes Gerät. Jungen (23 %) haben etwas häufiger einen eigenen Computer als Mädchen (19 %). Etwa drei Viertel der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren nutzen zumindest selten einen Computer. Lediglich ein Viertel (26 %) hat noch nie einen Computer genutzt.

Die Internetnutzung im Kindesalter ist in der Regel durch den aktuellen Stand der Lese- und Schreibfähigkeit des Kindes limitiert. Durch neue Endgeräte wie Tablet-PCs und Smartphones, die „kinderleicht“ mit den Fingern zu bedienen sind, wachsen die Möglichkeiten für Kinder, Angebote im Internet zu nutzen. Aktuell nutzen 62 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren das Internet zumindest selten (Jungen: 64 %, Mädchen: 58 %). Der Einstieg in die Internetnutzung findet nach Angaben der Haupterzieher mit durchschnittlich acht Jahren statt. Für 36 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer gehört die Nutzung von Onlineangeboten zum Alltag, sie gehen (fast) jeden Tag ins Internet – ein Anstieg um zehn Prozentpunkte im Vergleich zur letzten Erhebung. Bei der täglichen Nutzung haben Suchmaschinen und Communities die größte Relevanz.

Insgesamt sind 44 Prozent der Internetnutzer im Alter zwischen sechs und 13 Jahren in einer Community angemeldet – im Vergleich zur letzten KIM-Studie stellt dies aber nur einen leichten Anstieg dar (+5 PP). Mittlerweile steht bei der Community-Mitgliedschaft auch bei den Kindern Facebook an erster Stelle (55 %), die speziell für Kinder und Jugendliche konzipierte Plattform schülerVZ kommt nur auf den zweiten Rang (46 %). Die Konzentration auf Facebook als beliebtestes Angebot der Kinder ist durchaus kritisch zu

bewerten. Nach den Nutzungsbedingungen des Unternehmens ist die Anmeldung prinzipiell erst ab 13 Jahren erlaubt. Zudem steht Facebook seit einiger Zeit hinsichtlich des Umgangs mit den persönlichen Daten der Nutzer stark in der Kritik.

Die Nutzung von digitalen Spielen – egal ob am Computer, an der Spielkonsole oder im Internet – ist für Erwachsene oftmals vorurteilsbehaftet. Für ein Viertel aller Kinder (besonders für Jungen) gehört die Nutzung solcher Spiele dennoch zu den liebsten Freizeitaktivitäten und ist – ähnlich wie Fernsehen und Radio – eine Selbstverständlichkeit im medialen Alltag. Derzeit nutzen 66 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen mindestens einmal pro Woche Computer-, Konsolen- und Onlinespiele, 22 Prozent sogar täglich. Die Liste der beliebtesten Spiele wird von „Super Mario“ angeführt (12 %). Mit neun Prozent folgt das Fußballspiel „FIFA“, sieben Prozent entfallen auf das Rennspiel „Mariokart“. Ebenfalls sieben Prozent sprechen sich für „Die Sims“ bzw. den neuen Ableger „Die Urbz“ aus.

Die Ausstattungsrate der Haushalte mit Tablet-PCs lag zum Zeitpunkt der Befragung bei 12 Prozent. Der Umgang mit diesen meist noch sehr teuren Geräten durch Kinder findet hier noch eher zögerlich statt. Generell sehen die Haupterzieher die Eignung von Tablet-PCs für Kinder eher kritisch.

Nach Angaben der Kinder hat bereits jedes zehnte Kind im Alter von sechs bis sieben Jahren ein eigenes Handy, bei den Acht- und Neunjährigen besitzt jeder Dritte ein Handy. Zwei Drittel sind es bei den Zehn- und Elfjährigen und bei den Zwölf- und 13-Jährigen (91 %) ist ein eigenes Handys quasi obligatorisch. Wenn es sich bei Handys auch um multifunktionale und multimediale Geräte handelt, so sind die am meisten genutzten Funktionen weiterhin das Telefonieren und das Versenden von Kurznachrichten per SMS. Die Nutzung von Apps spielt derzeit (noch) kaum eine Rolle – angesichts der noch relativ geringen Verbreitung von Smartphones (7 %) ist dies auch nicht weiter verwunderlich.

Die Angaben der Haupterzieher zur Mediennutzungszeit der Kinder zeigen erneut die Dominanz des Fernsehens. Die Sechs- bis 13-Jährigen nutzen das Fernsehen 95 Minuten am Tag, 42 Minuten verbringen sie mit dem Computer (inkl. Internet). Je etwa eine halbe Stunde entfallen auf Computer-/Konsolen-/Onlinespiele (34 Min.), Radio hören (32 Min.) oder die Nutzung des Internets (28 Min.). Für das Lesen von Büchern werden 22 Minuten aufgewendet.

Um mehr über den Stellenwert der Medien bei Kindern im Vorschulalter zu erfahren, wurde im Rahmen der KIM-Studie 2012 erstmals eine repräsentative Zusatzerhebung bei 632 Haupterziehern von Kindern im Alter von zwei bis fünf Jahren durchgeführt. Für diesen Sonderteil „miniKIM“ wurden Fragen zum Medienverhalten der Kinder stellvertretend durch

die Haupterzieher beantwortet. Die Haushalte, in denen Zwei- bis Fünfjährige leben, unterscheiden sich bezüglich der Medienausstattung kaum von denen der KIM-Studie. Deutliche Unterschiede ergeben sich natürlich hinsichtlich des Medienbesitzes der Kinder. Kassettenrekorder (28 %) und CD-Player (25 %) sind bei den Zwei- bis Fünfjährigen mit Abstand am stärksten verbreitet, erst in jedem zehnten Kinderzimmer findet sich ein Radio (9 %), vereinzelt sind bereits spezielle Kindercomputer (7 %), Spielkonsolen (6 %), MP3-Player oder Fernsehgeräte (je 3 %) vorhanden. Der Alltag (jeden/fast jeden Tag) der Vorschulkinder ist zwar vom Spielen geprägt (drinnen 89 %, draußen 67 %), das Fernsehen (47 %) liegt aber bereits knapp vor der Beschäftigung mit Büchern (45 %). Andere Medienaktivitäten sind bezüglich des alltäglichen Umgangs noch vergleichsweise irrelevant (Musik hören: 18 %, Hörspiele hören: 18 %, Radio hören: 12 %, Video/DVDs sehen: 3 %, Computer-/Konsolen-/Onlinespiele: 2 %). Erweitert man die Betrachtung auf die Frequenz „mindestens einmal pro Woche“, so bleibt das Spielen (drinnen 99 %, draußen 96 %) vorne, die Beschäftigung mit Büchern (anschauen/vorlesen) kommt auf den dritten Rang (87 %), gefolgt von Malen/Basteln/Zeichnen (81 %), Fernsehen (77 %), dem Treffen mit Freunden (71 %), Musik (65 %) oder Hörspiele hören (52 %). Betrachtet man die Nutzungsdauer für die jeweiligen Medien, dann entfallen auf das Fernsehen an einem durchschnittlichen Tag 42 Minuten, 26 Minuten verbringen Vorschulkinder mit dem Anschauen oder Vorgelesen bekommen von Büchern und 22 Minuten wird Radio (mit-)gehört.

Insgesamt zeigt die KIM-Studie 2012, dass das Internet sich auch bei den Kindern zunehmend im Alltag integriert. Inwieweit die bislang durch die Lese- und Schreibfähigkeit eingeschränkte Internetnutzung der jüngeren Kinder durch Tablet-PCs eine neue Dynamik erfährt, muss sich erst noch zeigen. Angesichts der im Jahr 2012 noch geringen Verbreitung dieser Geräte in den Haushalten mit Kindern, sind deutliche Effekte auf die Struktur der Internetnutzung bislang noch ausgeblieben. Bei der inhaltlichen Betrachtung der Internetnutzung ist einerseits erfreulich, dass Kinder auch (die immer noch eher spärlich vorhandenen) Kinderangebote nutzen und für die Recherchen spezielle Kindersuchmaschinen bei jungen Usern bekannt sind. Problematisch ist allerdings, dass mit Facebook ein Angebot die Hitliste der liebsten Internetangebote der Sechs bis 13-Jährigen anführt, das eigentlich nicht für Kinder gedacht ist und (nach den AGBs) erst ab 13 Jahren genutzt werden darf. Die Komplexität des Themas Internet zeigt, dass Eltern hier Unterstützung benötigen und durchaus auch Interesse an Themen der Medienerziehung vorhanden ist. Neben hilfreichen Onlineangeboten, wie beispielsweise dem Internet-ABC oder klicksafe, gilt es auch Multiplikatoren in Schulen und Kindergärten in Fragen der Medienerziehung zu unterstützen, denn dort erhoffen sich Eltern oftmals Hilfestellung.

18. English Summary

The study series KIM (children + media, computer + internet) has documented the media behaviour of six- to 13-year-olds in Germany since 1999. For the first time the current KIM Study includes a special section “miniKIM” in which the media behaviour of two- to five-year-old children is described. The study was made by Media Authorities of Baden-Württemberg and Rhineland-Palatinate (LFK and LMK) joined within Pedagogical Media Research Centre Southwest (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) and in cooperation with Südwestrundfunk.

Households in which children reside are fully equipped with mobile phone, TV set and nearly fully equipped with computer and internet access. Radio, CD and DVD players are also available in nine out of ten households. Game consoles exist in three out of four families. Kids (6 to 13 years old) themselves only own a few number of media devices. A CD player is available in 58 percent of children’s bedrooms. Every second child has its own mobile phone (49 %) or a game console (51 %). 45 percent of children have a MP3 player and 36 percent own a TV set. One third of six- to 13-year-olds own a radio (32 %) or cassette recorder (30 %).

Homework and studying as well as watching television are almost all kids’ regular activities (at least once a week). For most children both activities have a high relevance to their everyday life. However friends and playing are as well very important. Nearly nine out of ten kids meet their friends regularly. Children also play inside or outside in a comparable frequency. Four out of five children listen to music regularly and three fourths undertake activities with their parents at least once a week. The most favourite activity of children is meeting friends (52 %), followed by playing outside and watching television (38 % each).

Television is still the most dominant medium among kids and there is little evidence that there will be a fundamental change in the foreseeable future. 79 percent of six- to 13-year-old children watch television (almost) every day. 57 percent state that television is the medium they can do without least. A TV set is to be found in 36 percent of children’s rooms. According to their parents, children start to watch TV at the average age of three. Kids’ most favourite TV programmes are “Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (5 %), “Die Simpsons“ (4 %), “Deutschland sucht den Superstar“, “Hannah Montana“ or “SpongeBob Schwammkopf“ (3 % each).

Despite an increasing number of media offerings and the wider distribution of internet among children, reading books (apart from school books) still has a remarkable status in children’s life. 14 percent of children read every day, a further third read one or more times a week. 29 percent read rarely, 23 percent account for non-readers. KIM Study confirms

that the affinity to reading is related more to gender than to age. Girls (at least once a week: 58 %) read significantly more than boys (39 %). Regarding the amount of children reading every day, gender differences are even more evident (girls: 21 %, boys: 7 %).

Computer usage plays a substantial role in kids' day-to-day life too. 95 percent of households in which six- to 13-year-old children live have at least one computer or laptop. 21 percent of children have their own device. Boys (23 %) have more often their own computer than girls (19 %). About three quarters of kids use at least rarely a computer. 26 percent of six- to 13-year-olds have never used a computer at all.

Use of internet is in general limited due to the kids' current literacy level (reading and writing abilities). Possibilities for children to use offers on the internet have been developing through new terminal devices such as tablet PCs and smartphones which can be operated with fingers. Currently, 62 percent of children aged six to 13 years are using the internet at least rarely (girls: 58 %, boys: 64 %). According to their parents, children start to use the internet at the age of eight years on average. Internet use is a common day-to-day practice among 36 percent of six- to 13-year-old internet users (an increase of 10 percentage points in comparison to the last survey in 2010). Among kids using internet offers every day, use of search engines and communities have the greatest relevance.

44 percent of internet users are registered in a social network. Facebook takes the first place (55 %) whereas schülerVZ, a platform especially conceptualized for children and adolescents, ranks number two (46 %). The finding that Facebook now is the most favourite website is to be assessed critically. According to Facebook's terms of use, a registration is only allowed from the age of 13. Due to its handling of personal data, Facebook has stood in the firing line of critics for some time.

Adults often are prejudiced against digital games but for one fourth of all children (especially boys) the use of such games – whether on computer, game consoles or online – is the most favourite activity. 66 percent of six- to 13-year-olds use digital games at least once a week, 22 percent even daily. Top ranking is given to "Super Mario" (12 %), followed by the soccer game "FIFA" (9 %), "Mariokart" (7 %) and "Die Sims/Die Urbz" (7 %).

At the time of the survey, twelve percent of the households were equipped with a tablet PC. Usage of these devices is not yet very common among six- to 13-year-old children. In general, parents assess the appropriateness of tablet PCs for children critically.

According to children themselves, one out of ten owns a mobile phone at the age of six to seven. One third of eight- to nine-year-old kids and two thirds of children aged ten or eleven

years own their own mobile phone. 91 percent of twelve- to 13-year-olds have an own mobile phone. No matter how multifunctional these devices are, telephoning and sending text messages (SMS) are still used most. Among children, having a smartphone is still rare (7 %) and use of apps hardly plays a role.

According to their parents, children spent 95 minutes a day watching television on average. Use of computer (including internet) accounts for 42 minutes a day, 34 minutes are spent on playing digital games. On average, listening to the radio accounts for 32 minutes, internet usage for 28 minutes. 22 minutes are spent on reading books.

To learn more about the significance of media for children aged two to five years, an additional survey with 632 parents was carried out. For this special section „miniKIM“, questions about children’s media behaviour were answered by parents on kids’ behalf. Regarding the media equipment, households in which two- to five-year-olds live differ hardly from those of the current KIM Study. Significant differences are present with a view to children’s media ownership. Cassette recorders (28 %) and CD players (25 %) are most common among the two- to five-year-old kids. Nine percent have an own radio. Toy-computers for children (7 %), game consoles (6 %), MP3 player or television (3 % each) are available occasionally. Preschool children’s daily routine (every/almost every day) is mainly characterized by playing (89 % inside, 67 % outside). About half of the children watch TV every day (47 %) or spend time on (picture) books (45 %). Regarding the daily use, further media activities are comparatively irrelevant (listening to music: 18 %, listening to radio plays: 18 %, listening to radio: 12 %, watching videos/DVDs: 3 %, using computer or console games: 2 %). Extending the scope of examination to the frequency “at least once a week” playing (99 % inside, 96 % outside) still takes the first place. Activities with books (looking at books/reading books to children) take third place (87 %), followed by painting/crafting (81 %), watching TV (77 %), meeting friends (71 %), listening to music (65 %) and listening to radio plays (52 %). Looking at the time spent on the respective media, watching TV accounts for 42 minutes a day, reading to children/looking at books takes 26 minutes and 22 minutes are spent on listening to the radio on average.

KIM Study 2012 shows that internet has been integrated more and more in children’s everyday life. It remains to be seen whether and to what extent the use of the internet (an activity which has been limited due to reading/writing abilities of children) will gain momentum with the increasing spread of tablet PCs. So far noticeable effects on the structure of internet use have been absent due to the lack of circulation of these devices in households with kids. Regarding the online contents used by children, it is delightful that kids use (the still hardly available) internet offers designed for children and know specific search engines like “Blinde Kuh”. However, it is a problem that Facebook now is the most favourite website

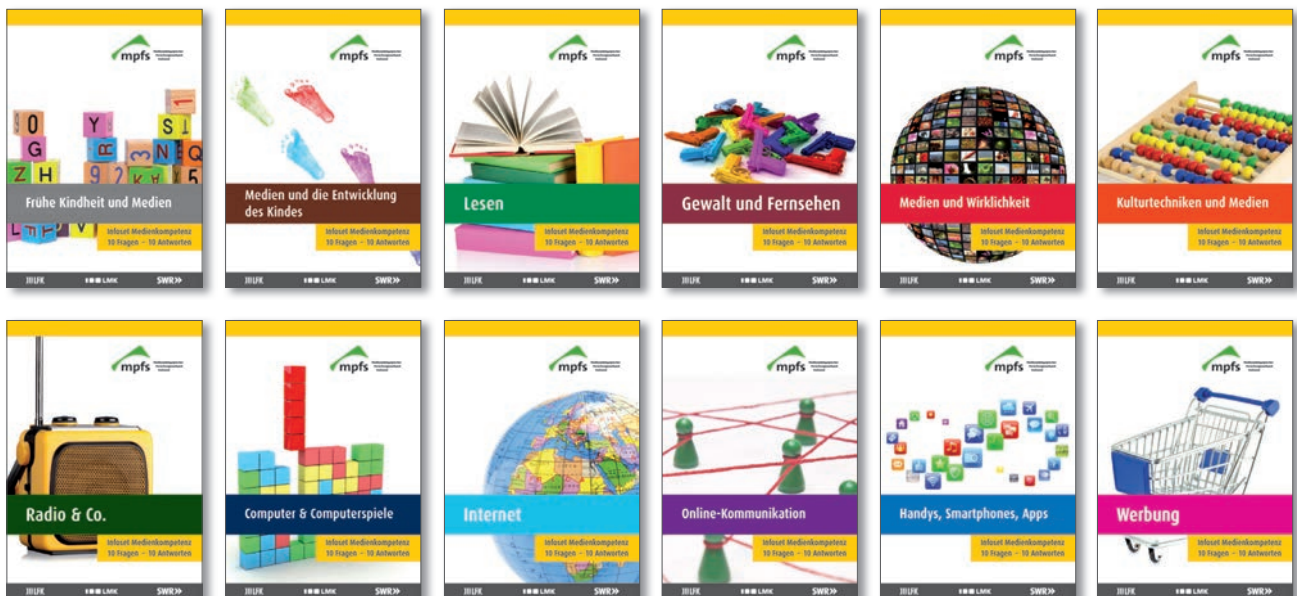
of six- to 13-year-old kids given the fact that a registration is only allowed from the age of 13. The complexity of the topic internet shows that parents need support and that they are interested in issues related to media education. In addition to helpful online offers such as “Internet-ABC” or “klicksafe”, multipliers in schools and kindergartens need to be supported.

Infoset Medienkompetenz

10 Fragen – 10 Antworten

13 aktuelle Themenhefte zum Medienumgang von Kindern und Jugendlichen

- Frühe Kindheit und Medien
- Medien und die Entwicklung des Kindes
- Lesen
- Kinder und Fernsehen
- Gewalt und Fernsehen
- Medien und Wirklichkeit
- Kulturtechniken und Medien
- Radio & Co
- Computer & Computerspiele
- Internet
- Online Kommunikation
- Handys, Smartphones, Apps
- Werbung



Bestellung und Download unter www.mpfs.de



**Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest**

www.mpfs.de

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstr. 27 | 70178 Stuttgart

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



Kooperationspartner: SWR Medienforschung **SWR** >>