



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

KIM-STUDIE 2014

Kinder + Medien, Computer + Internet

Basisuntersuchung zum
Medienumgang 6- bis 13-Jähriger

KIM-Studie 2014

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, Februar 2015

Autoren:

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Theresa Plankenhorn (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	16
6. Medien im Tagesverlauf	18
7. Vorbilder und Idole	19
8. Fernsehen	20
9. Musik und Radio	24
10. Bücher und Lesen in der Freizeit	26
10.1 Nutzungsfrequenz und Präferenzen	26
10.2 Hörbücher und Hörspiele	29
11. Computer und Internet	31
11.1 Computernutzung generell: Frequenz und Tätigkeiten	31
11.2 Internetnutzung: Frequenz, Nutzungsdauer und Tätigkeiten	33
11.3 Suchen im Internet	35
11.4 Communities und persönliche Daten	37
11.5 Probleme im Internet	39
12. Computer und Schule	40
13. Tablet-PCs	42
14. Handy und Smartphone	45
15. Kontakt zu Freunden	51
16. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele	52
16.1 Nutzungshäufigkeit, Spieldauer und Spieleplattformen	52
16.2 Beliebteste Spiele	55
16.3 Jugendschutz	56
17. Technische Medienkompetenz	59
18. Medien in der Familie	62
18.1 Themeninteressen, Medienbindung und Meinungen	62
18.2 Absprachen zum Medienumgang	66
18.3 Jugendschutz im Internet	68
19. Zusammenfassung	70
20. English Summary	74

1. Einführung und Methode

Heute herrscht weitgehend Einigkeit darüber, dass Medienkompetenz in der Mediengesellschaft, in der wir leben, eine wichtige Grundlage des Zugangs zu Wissen und Information darstellt. So formulierte die Enquete-Kommission „Internet und digitale Gesellschaft“ des Deutschen Bundestags in ihrem Zwischenbericht zur Medienkompetenz diese „als Schlüsselqualifikation in der modernen Gesellschaft“ und weist gleichzeitig aber auch auf die Vielschichtigkeit des Begriffs hin.¹ Bereits beim Verständnis, was an Medienkompetenzen in welchem Alter bzw. welcher Lebensphase vermittelt werden soll, zeigen sich unterschiedliche Ansichten. Während zum Beispiel auf europäischer Ebene die EU-Kommission den Slogan „All you need ist code“ ausgegeben hat und mit der „European Coding Initiative“² die Einführung eines Schulfaches zum Programmieren forciert, wird in Deutschland diskutiert, inwieweit Basiskurse in Medienkompetenzvermittlung im Grundschulalter flächendeckend eingeführt werden und ob Ressourcen hierzu bereitgestellt werden sollen.

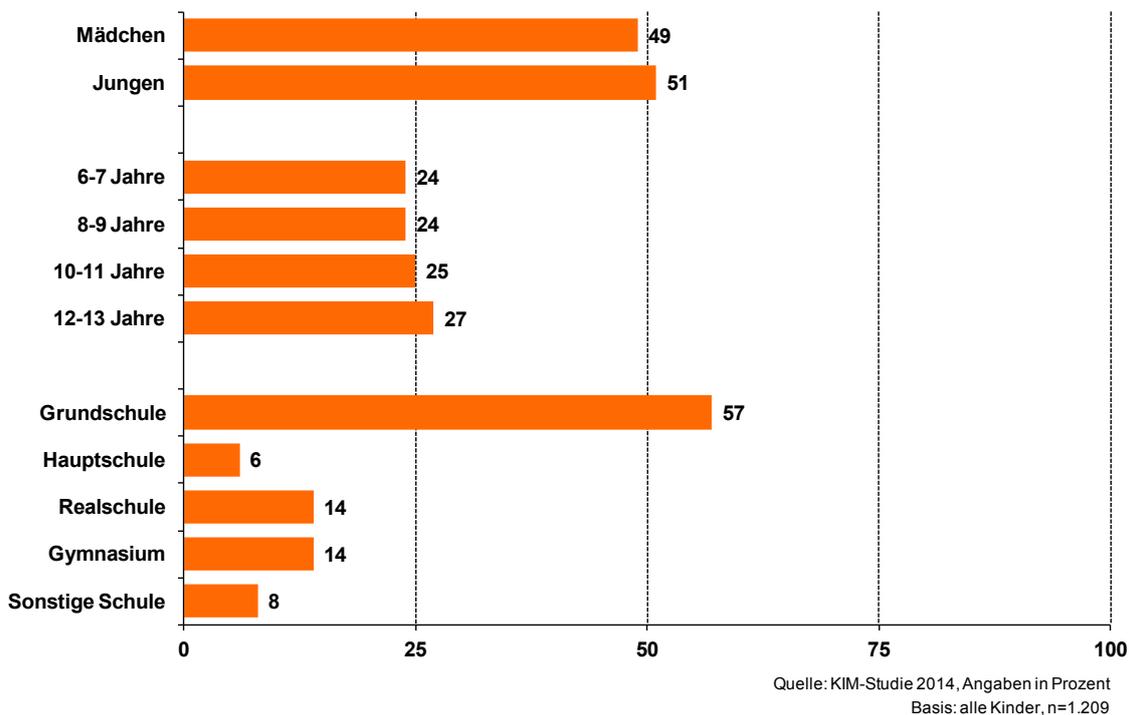
Um die Rolle und den Stellenwert von Medienkompetenz bei Kindern besser beurteilen und einordnen zu können, ist die Analyse des aktuellen Mediennutzungsverhaltens von zentraler Bedeutung. Hierfür liefert der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) seit 15 Jahren Daten zur Mediennutzung von Kindern und zur Bedeutung der Medien für die jeweilige Altersgruppe. So zeichnen die bundesweit repräsentativen Studien ein Bild der aktuellen Situation und korrigieren oft auch das Bild, das die Medien präsentieren oder das man aus dem eigenen Umfeld als allgemeingültig annimmt. Mit der Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) untersucht der mpfs seit 1999 das Medienverhalten der Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren in Deutschland. Neben der persönlichen Befragung werden auch die jeweiligen Haupterzieher, dies sind in der Regel die Mütter, zu ihrem Medienverhalten, zu Einstellungen den Medien gegenüber und zum Medienumgang des Kindes schriftlich befragt. Somit bietet die KIM-Studie ein repräsentatives Bild der aktuellen Mediensituation der Sechs- bis 13-Jährigen. Erfasst werden die Nutzung von Fernsehen, Radio, Büchern, Computer und Internet, digitalen Spielen sowie die Handynutzung und die jeweiligen inhaltlichen Präferenzen.

Um die Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, enthält die KIM-Studie einen Fragenkatalog, der von Erhebung zu Erhebung gleich bleibt und sich lediglich von Zeit zu Zeit den Veränderungen der äußeren Bedingungen und Medienangebote anpasst. Diese Basisfragen werden durch thematische Schwerpunkte ergänzt. 2014 wurde insbesondere die Nutzung von Tablets verstärkt in den Blick genommen. Weitere Themen waren die Nutzung von Computern in der Schule sowie zuhause für die Schule.

¹ Drucksache 17/7286, Seite 5: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/072/1707286.pdf> (Abruf 28.01.2015)

² http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-1117_de.htm sowie <http://eu.code.org/> (Abruf 28.01.2015)

KIM-Studie 2014 Soziodemografie der befragten Kinder



Für die KIM-Studie 2014 wurden zwischen dem 9. Mai 2014 und dem 20. Juni 2014 insgesamt 1.209 deutschsprachige Schulkinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren computergestützt persönlich-mündlich (CAPI) zuhause befragt. Parallel zur Befragung der Kinder erfolgten die Interviews der Haupterzieher mit einem Selbstausfüllerfragebogen (paper & pencil). Das Auswahlverfahren erfolgte nach einem Quotenverfahren. Die Sample Points wurden geschichtet nach Bundesland und Gemeindetyp (BIK Ortsgrößenklassen) zufällig ausgewählt. Innerhalb der Sample Points wurden die Befragten anhand von Quotenvorgaben mit den Merkmalen Geschlecht x Alter, Geschlecht x Alter x Bundesland und Gemeindetyp (BIK) x Bundesland entsprechend der aktuell vorliegenden Daten des Statistischen Bundesamts ausgewählt. Damit sind die Ergebnisse repräsentativ für die Sechsbis 13-Jährigen in Deutschland. Die Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK Institut Taunusstein.

In der Studie sind auch Kinder/Familien mit Migrationshintergrund erfasst, allerdings mit der Einschränkung, dass diese deutschsprachig sind. Denn Voraussetzung für die Teilnahme an der KIM-Studie ist ein entsprechendes Verständnis der deutschen Sprache in Wort und Schrift sowie die Einwilligung zumindest eines Elternteils. Bei der KIM-Studie 2014 geben zehn Prozent der Eltern an, dass sie selbst oder ihre Eltern nach 1950 nach Deutschland eingewandert sind. Für eine differenzierte Auswertung ist die Basis dieser Teilgruppe zu gering, zumal hier auch kulturspezifische Hintergründe der jeweiligen Herkunftsländer zu berücksichtigen wären.

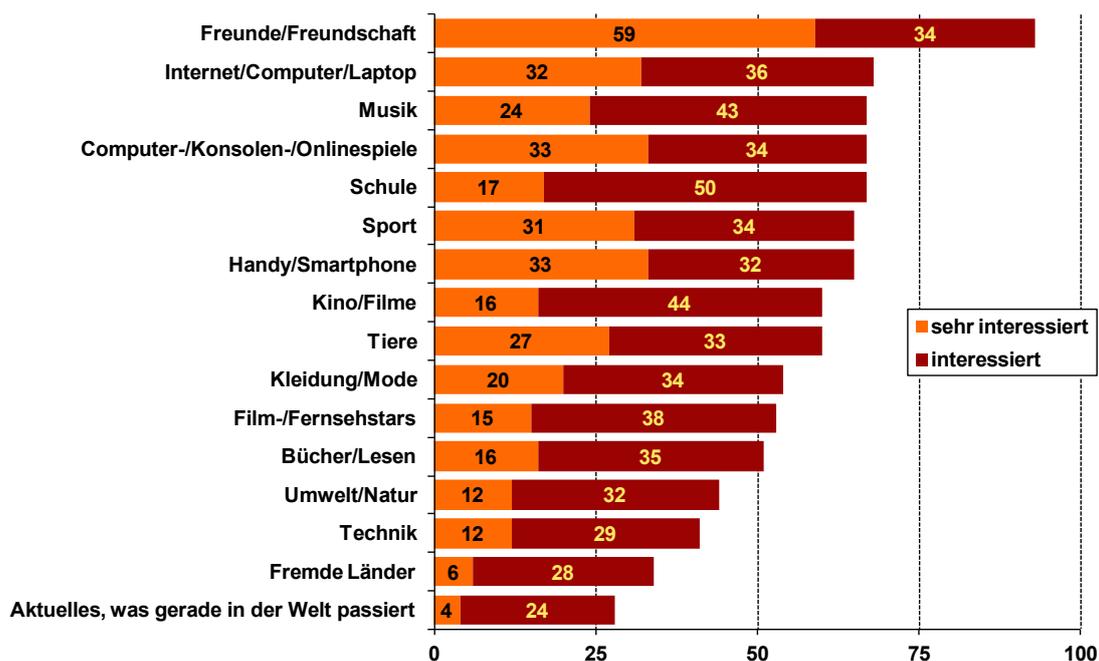
Die Studienreihe KIM wird herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs), der gemeinsam von den Landesmedienanstalten in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz – der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) – getragen wird. Die Durchführung der Studie erfolgt in Kooperation mit dem Südwestrundfunk (SWR).

Aus Gründen der Lesbarkeit bedient sich der vorliegende Bericht meist männlicher Substantive, schließt die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich mit ein. Wenn zum Beispiel von Nutzern die Rede ist, so sind stets Nutzerinnen und Nutzer gemeint. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Ergebnisse auf die Erhebungen des Jahres 2014.

2. Themeninteressen

Seit 2003 erhebt die KIM-Studie das Interesse der Sechs- bis 13-Jährigen an verschiedenen Themenfeldern. Auch in diesem Jahr wurden den Kindern 16 Themen vorgegeben, zu denen sie jeweils angeben konnten, wie sehr sie sich für diese interessieren. Das Thema „Freunde/Freundschaft“ steht bei dieser Fragestellung mit großem Abstand an erster Stelle und wird von 93 Prozent aller Kinder als sehr interessant oder interessant bewertet. Etwa je zwei Drittel bekunden Interesse an „Internet/Computer/Laptop“, „Musik“, „Computer-/Konsolen-/Onlinespielen“, „Schule“, „Sport“ sowie dem Thema „Handy/Smartphone“. Drei von fünf Kindern interessieren sich für „Kino/Filme“ und „Tiere“, während sich gut die Hälfte für „Kleidung/Mode“, „Film-/Fernsehstars“ sowie „Bücher/Lesen“ ausspricht. Die Themen „Umwelt/Natur“ und „Technik“ werden von 44 bzw. 41 Prozent als interessant eingestuft. Etwa drei von zehn Kindern sind besonders aufgeschlossen gegenüber „Fremden Ländern“ sowie dem aktuellen Zeitgeschehen.

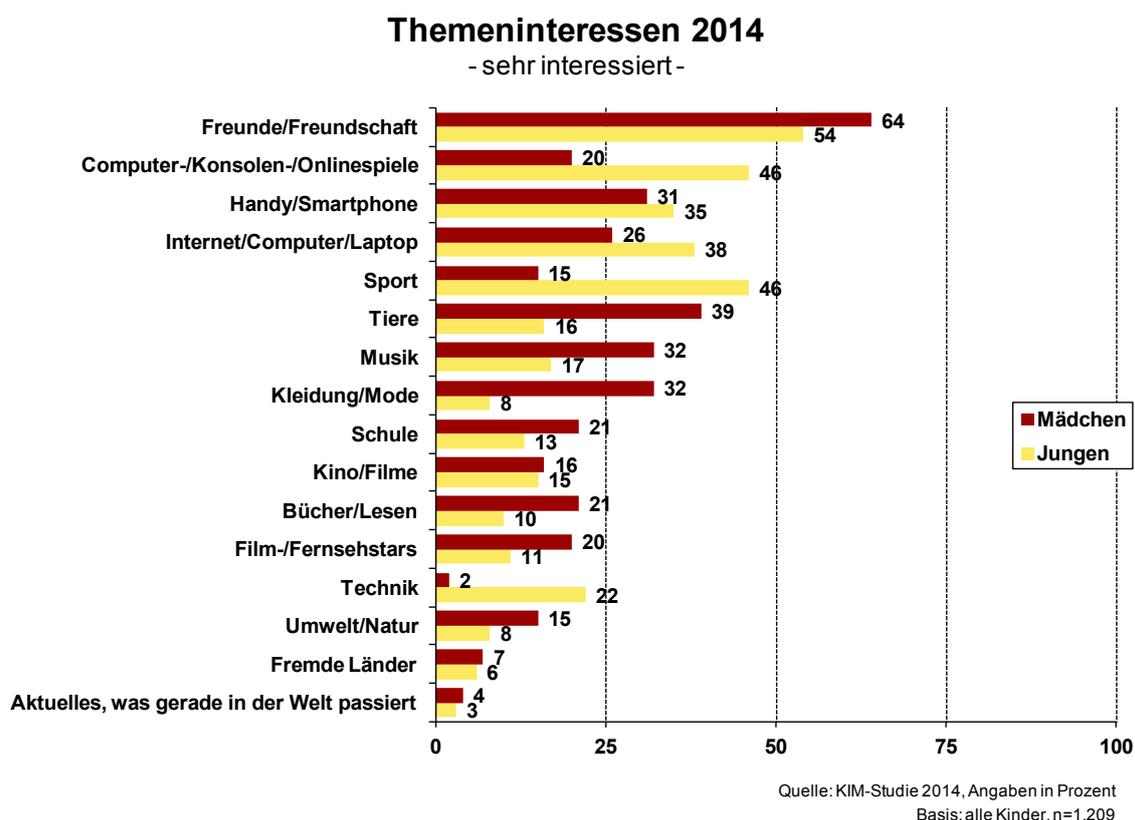
Themeninteressen 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

Zwischen Mädchen und Jungen zeigen sich klare Unterschiede hinsichtlich der Themeninteressen, die bei der starken Interessensbekundung („finde ich sehr interessant“) am deutlichsten sind. Mädchen zeigen stärkeres Interesse an „Freunde/Freundschaft“ sowie an den Themen „Tiere“, „Musik“, „Kleidung/Mode“, „Schule“, „Bücher/Lesen“, „Film-/Fernsehstars“ sowie „Umwelt/Natur“. „Computer-/Konsolen-/Onlinespiele“ und „Sport“ werden hingegen deutlich von Jungen präferiert: Fast jeder zweite Junge begeistert sich für

diese beiden Bereiche, während es bei den Mädchen nur 20 („Computer-/Konsolen-/Onlinespiele“) bzw. 15 Prozent („Sport“) sind. Auch bei „Technik“ (Mädchen: 2 %, Jungen: 22 %) und „Internet/Computer/Laptop“ (Mädchen: 26 %, Jungen: 38 %) werden Geschlechterdifferenzen sichtbar. Lediglich bei den Themen „Handy/Smartphone“, „Kino/Filme“ sowie „Fremde Länder“ und dem aktuellen Weltgeschehen äußern beide Geschlechter ähnlich starkes Interesse.



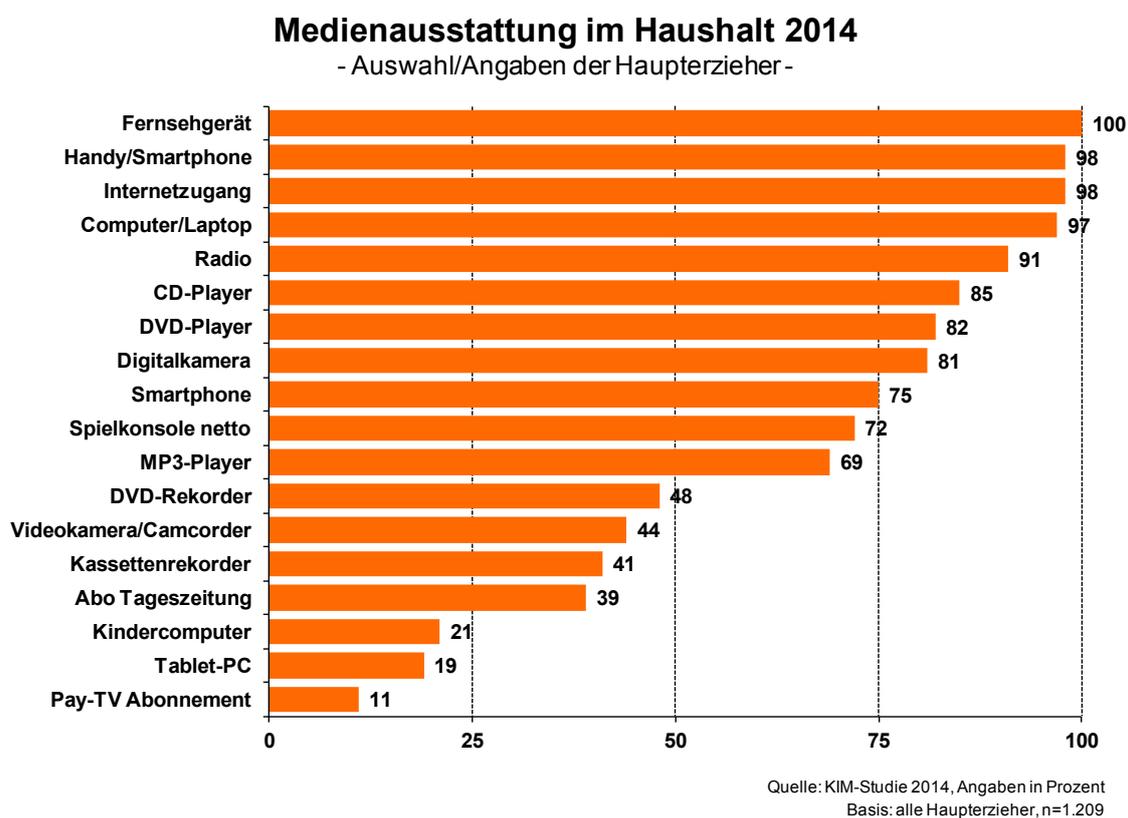
Betrachtet man die Themeninteressen der verschiedenen Altersgruppen, so wird deutlich, dass das Interesse an den meisten Themen mit dem Alter zunimmt. Dies gilt insbesondere für „Handy/Smartphone“ und „Internet/Computer/Laptop“ sowie für Bereiche wie „Musik“ oder „Kleidung/Mode“, mit denen individueller Geschmack und Persönlichkeit ausgedrückt werden können. Bei den Themenfeldern „Tiere“ und „Schule“ zeigt sich eine gegenläufige Tendenz; hier nimmt das Interesse der Kinder mit steigendem Alter ab. Die Begeisterung für „Freunde/Freundschaft“ und „Sport“ ist relativ unabhängig vom Alter der befragten Kinder.

Im Vergleich zur KIM-Studie 2012 fällt bei der starken Interessensbekundung „sehr interessiert“ auf, dass das Interesse an Musik um sechs Prozentpunkte (PP) zurückgegangen ist, während die Kategorie „Handy/Smartphone“ deutlich interessanter bewertet wurde (+10 PP).

3. Medienausstattung und Medienbesitz

Kinder wachsen heute in Haushalten auf, in denen eine Vielzahl an Mediengeräten zur Verfügung steht. In Familien mit sechs- bis 13-jährigen Kindern besteht bei Fernseher, Handy/Smartphone³, Computer/Laptop und Internetzugang (nahezu) Vollaussstattung. Ein Radio steht in neun von zehn Familien zur Verfügung, während CD-Player, DVD-Player und Digitalkamera in gut acht von zehn Haushalten vorhanden sind. In knapp drei Viertel der Familien gibt es eine Spielkonsole, wobei stationäre Versionen (55 %) etwas häufiger sind als tragbare Varianten (51 %). 39 Prozent der Haushalte haben ein Tageszeitungs-Abonnement und elf Prozent verfügen über Pay-TV.

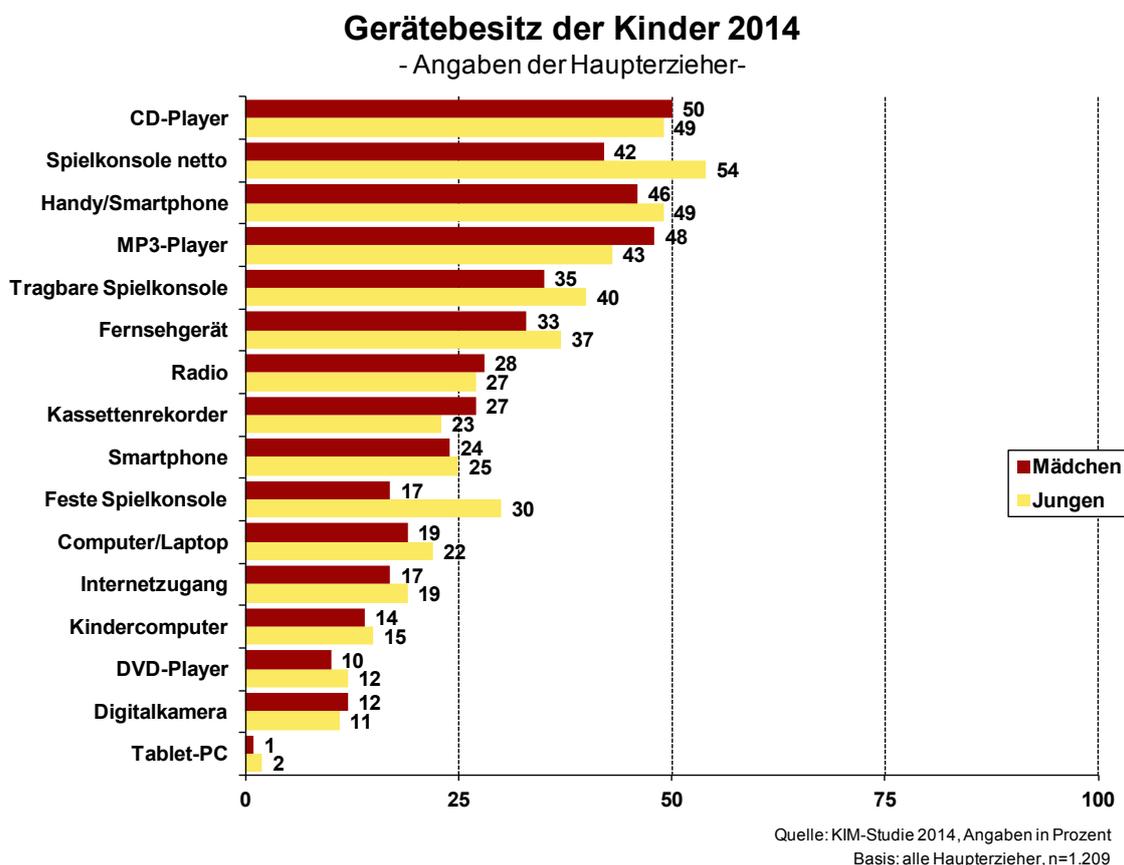
Die Ausstattung mit Smartphones hat sich seit der letzten Erhebung 2012 drastisch um 31 Prozentpunkte erhöht, während die Ausstattungsrate bei Tablet-PCs im Vergleich dazu deutlich schwächer um sieben Prozentpunkte auf 19 Prozent angestiegen ist.



Im Alter von sechs bis 13 Jahren besitzen die Mädchen und Jungen selbst eine relativ überschaubare Anzahl an Mediengeräten. Nach Angaben der Haupterzieher ist das am weitesten verbreitete Gerät der CD-Player (50 %), den jedes zweite Kind besitzt. Auch Spielkonsolen (48 % netto, tragbar: 38 %, stationär: 24 %) und MP3-Player (46 %) sind in knapp der Hälfte aller Kinderzimmer vorhanden. Ebenso besitzt fast jeder zweite Sechs-

³ Hier sind Mobiltelefone generell erfasst, unabhängig davon, ob es sich um ein Smartphone mit Internetzugang und Touchscreen oder ein konventionelles Handy ohne diese Funktionalitäten handelt.

bis 13-Jährige ein Handy/Smartphone (47 %). Gut ein Drittel der Kinder (35 %) verfügt über einen eigenen Fernseher, jeder Vierte besitzt ein eigenes Radio (27 %), einen Kassettenrekorder (25 %) oder ein Smartphone (25 %). Einen eigenen Computer oder Laptop hat nur jeder Fünfte (21 %), 18 Prozent können damit vom Kinderzimmer aus auf das Internet zugreifen. Lediglich zwei Prozent der Kinder besitzen selbst einen Tablet-PC.



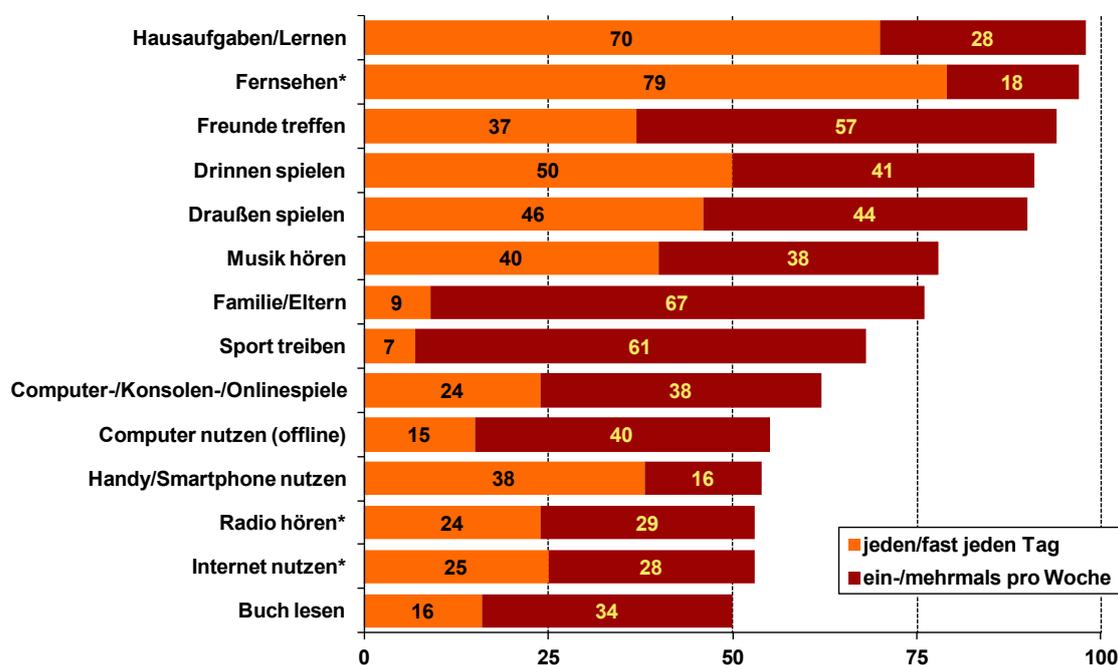
Jungen weisen tendenziell eine höhere Ausstattungsrate mit Mediengeräten auf als Mädchen – dies gilt insbesondere für Spielkonsolen. MP3-Player und Kassettenrekorder finden sich hingegen etwas häufiger im Besitz von Mädchen. Mit steigendem Alter der Kinder nimmt der Gerätebesitz (außer bei Kindercomputern und Kassettenrekordern) deutlich zu. So besitzen beispielsweise nur zehn Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen ein Handy/Smartphone, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es 83 Prozent.

Beim Vergleich mit der Vorgängerstudie 2012 wird für die meisten Geräte eine rückläufige Tendenz sichtbar. Dies zeigt sich beispielsweise bei CD-Playern (-8 PP), Radios (-5 PP) sowie Kassettenrekordern (-5 PP). Eine Ausnahme bildet das Smartphone, dessen Besitzrate sich innerhalb von zwei Jahren verdreifacht hat (+18 PP).

4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

Die Freizeitaktivitäten der Sechs- bis 13-Jährigen bilden seit der ersten Erhebung 1999 einen Kernbestandteil der KIM-Studie. Um einen genauen Einblick in die nonmedialen und medialen Freizeitbeschäftigungen der Kinder zu erhalten, werden die Mädchen und Jungen zu 28 vorgegebenen Freizeitaktivitäten gefragt, wie häufig sie diesen nachgehen. Dabei stehen Hausaufgaben und Lernen an erster Stelle der regelmäßigen Tätigkeiten, die mindestens einmal pro Woche von fast allen Kindern ausgeübt werden. Direkt nach den schulischen Pflichten kommt das Fernsehen, das nach wie vor eine sehr hohe Relevanz im Alltag der Kinder hat. Aber auch Freunde und Spielen kommen nicht zu kurz: Gut neun von zehn Kindern treffen sich mindestens einmal pro Woche mit Freunden, ein ebenso großer Anteil spielt regelmäßig nach der Schule drinnen (91 %) oder draußen (90 %). Knapp vier von fünf der Sechs- bis 13-Jährigen hören regelmäßig Musik und drei Viertel unternehmen mindestens einmal in der Woche etwas mit ihren Eltern oder anderen Familienmitgliedern. Auch Sport spielt für einen Großteil der Kinder eine wichtige Rolle im Alltag, 68 Prozent betätigen sich mindestens einmal pro Woche sportlich (außerhalb des Schulsports).

Freizeitaktivitäten 2014 (Teil 1)

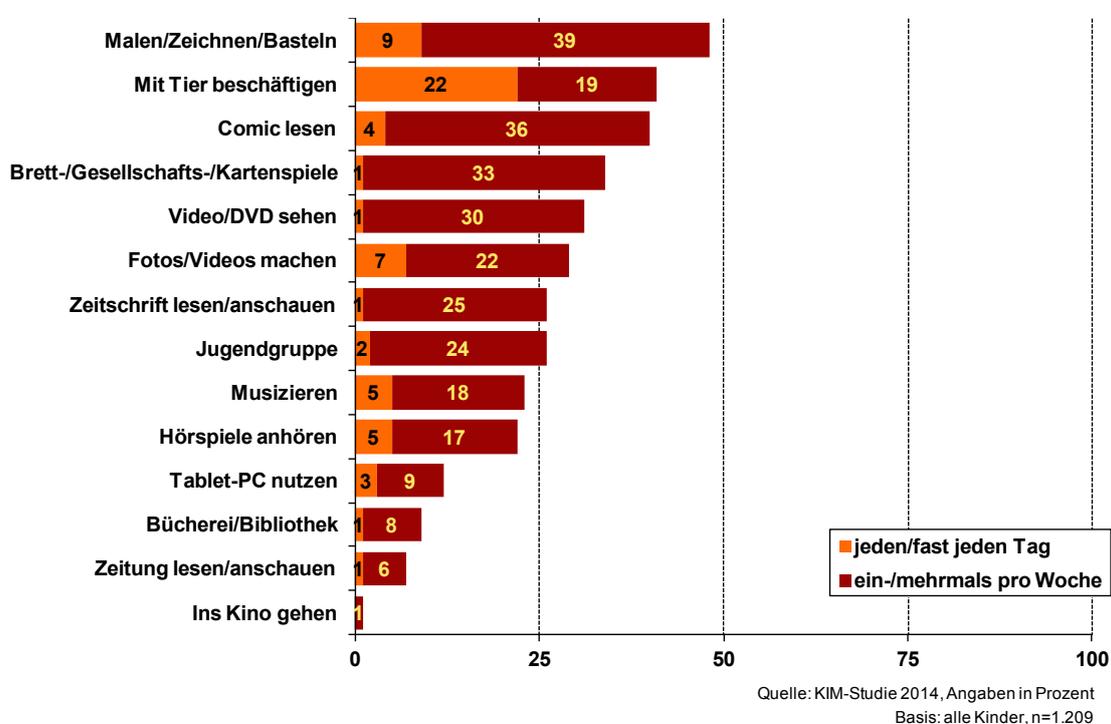


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg
Basis: alle Kinder, n=1.209

Auch das Spielen an Computer, Konsole oder online gehört für 62 Prozent zu den regelmäßigen Freizeitbeschäftigungen. Mehr als die Hälfte der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren nutzt mindestens einmal pro Woche einen Computer und das Internet, ebenso gehören für gut die Hälfte der Mädchen und Jungen Handy/Smartphone und Radio zu den

regelmäßigen Alltagsbegleitern. Jedes zweite Kind greift mindestens einmal pro Woche zu einem Buch. Das Spielen von Brett-/Gesellschafts-/Kartenspielen mit der Familie oder Freunden stellt für ein Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen eine regelmäßige Freizeitbeschäftigung dar. 31 Prozent sehen sich mindestens einmal pro Woche Videos oder DVDs an, gut ein Viertel liest regelmäßig Zeitschriften. Ein Tablet-PC wird bislang von zwölf Prozent der Jungen und Mädchen mindestens wöchentlich genutzt. Fast jeder Zehnte besucht regelmäßig eine Bibliothek und sieben Prozent der Kinder blättern mindestens einmal pro Woche in einer Zeitung. Ein Kinobesuch steht lediglich für ein Prozent der Kinder mindestens wöchentlich auf dem Freizeitprogramm, „zumindest selten“ sehen jedoch 90 Prozent der Kinder einen Film im Kino.

Freizeitaktivitäten 2014 (Teil 2)



Im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen haben diejenigen Freizeitaktivitäten die größte Relevanz, die jeden oder fast jeden Tag ausgeübt werden. Hier sticht das Fernsehen mit 79 Prozent täglichen Zuschauern deutlich hervor. Lernen und das Erledigen von Hausaufgaben steht für sieben von zehn Kindern dieser Altersgruppe täglich auf dem Programm, etwa die Hälfte spielt (fast) jeden Tag drinnen (50 %) oder draußen (46 %). Zwei von fünf Kindern hören täglich Musik und ein fast gleich großer Anteil beschäftigt sich täglich mit dem Handy oder Smartphone. Tablet-PCs sind mit drei Prozent täglichen Nutzern noch nicht im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen angekommen.

Differenziert man zwischen den Freizeitaktivitäten der Mädchen und denen der Jungen, so werden bereits in diesem Alter eindeutige Präferenzen sichtbar. Während Jungen deutlich häufiger Sport treiben (75 % mind. einmal pro Woche, Mädchen: 61 %), Comics lesen (47 %, Mädchen: 33 %) sowie an Computer, Konsole oder im Internet spielen (70 %, Mädchen: 53 %), zieht es Mädchen eher in den Bereich der musisch-kreativen Freizeitbeschäftigungen: Sechs von zehn Mädchen betätigen sich regelmäßig selbst kreativ beim Basteln, Zeichnen oder Malen (Jungen: 35 %), fast jedes dritte Mädchen spielt mindestens einmal pro Woche selbst ein Instrument (29 %, Jungen: 16 %). Das Anhören von Musik oder Hörspielen, die Beschäftigung mit Tieren und Familienunternehmungen sind weitere von Mädchen präferierte Aktivitäten. Auch für das regelmäßige Spielen von Brett-, Gesellschafts- oder Kartenspielen, das 2014 erstmals abgefragt wurde, zeigen Mädchen eine höhere Affinität (39 %, Jungen: 29 %). Der größte Unterschied in der Freizeitgestaltung zeigt sich jedoch beim Lesen von Büchern: So zählen sechs von zehn Mädchen zu den regelmäßigen Lesern, während es bei den Jungen nur gut vier von zehn sind. Auch beim Lesen von Zeitschriften und Bibliotheksbesuchen schlägt sich die größere Präferenz der Mädchen für Bücher nieder.

Mit steigendem Alter der Kinder nehmen Aktivitäten wie Freunde treffen oder Hausaufgaben/Lernen sowie das Lesen von Büchern etwas zu. Einen starken Zuwachs erfahren das Spielen an PC, Konsole oder im Internet sowie die Computernutzung offline und die Internetnutzung. Auch Musik oder Radio hören sind Tätigkeiten, die von älteren Kindern häufiger ausgeübt werden als von jüngeren. Die Handynutzung spielt bei den Jüngsten eine eher untergeordnete Rolle und wird mit zunehmendem Alter immer bedeutender: Nur elf Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen nutzen regelmäßig ein Handy, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen hat der Anteil regelmäßiger Nutzer 91 Prozent erreicht. Das Spielen drinnen und draußen sowie Unternehmungen mit der Familie werden hingegen seltener ausgeübt, je älter die Kinder werden. Der Stellenwert des Fernsehens ist über die Altersgruppen hinweg sehr stabil.

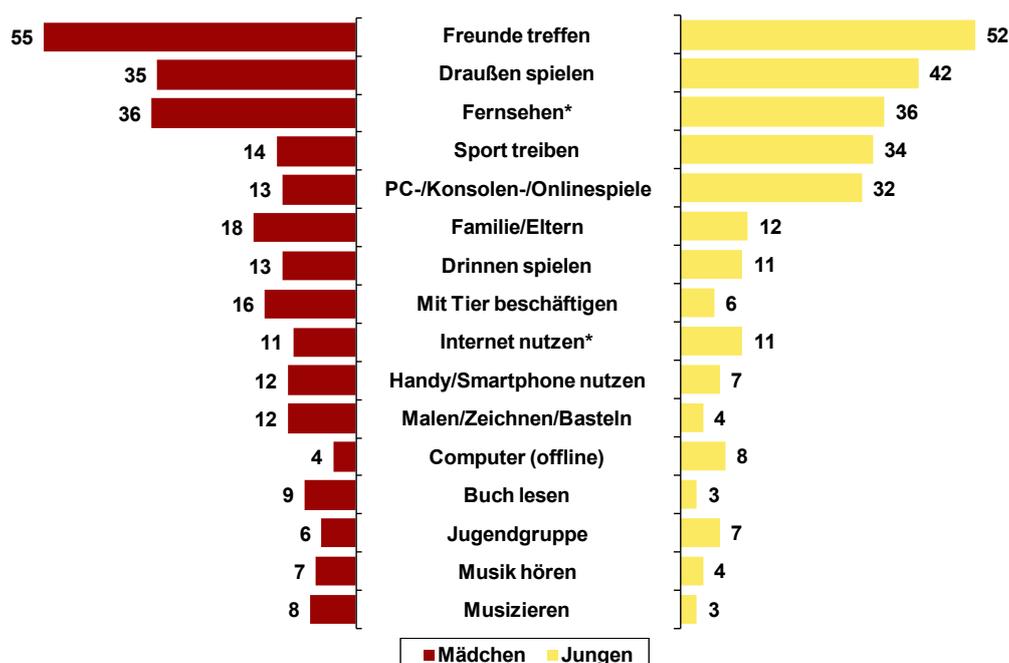
Der Vergleich mit der Vorgängerstudie 2012 zeigt einen Rückgang in der Nutzungshäufigkeit beim Lesen/Anschauen von Zeitschriften (-9 PP), Anhören von Hörspielen (-8 PP), beim Ansehen von Videos/DVDs (-7 PP), Radio hören (-6 PP), Musik hören (-4 PP) sowie bei Computer-/Konsolen-/Onlinespielen (-4 PP). Generell ist auffallend, dass die Nutzungsfrequenz der Audio-Medien deutlich zurückgegangen ist, was sich mit der gesunkenen Besitzrate an Radios, CD-Playern und Kassettenrekordern deckt und die Vermutung nahe legt, dass Audio-Inhalte vermehrt multimedial über PC/Laptop oder Smartphone genutzt werden. Die Nutzung von Handy/Smartphone (+6 PP) sowie Fotos/Videos machen (+8 PP) hat in den letzten zwei Jahren an Bedeutung gewonnen, was vermutlich in direktem (technischen) Zusammenhang zu sehen ist.

Zusätzlich zur Häufigkeitsabfrage verschiedener Freizeitaktivitäten wurden die Kinder auch gefragt, welche dieser Tätigkeiten sie am liebsten ausüben. Bei dieser Frage (es waren bis zu drei Nennungen möglich) entscheiden sich mit 53 Prozent die meisten Kinder für das Treffen mit Freunden. Auf Platz zwei der liebsten Aktivitäten steht das Spielen draußen (39 %), dicht gefolgt von Fernsehen (36 %). Knapp jedes vierte Kind treibt am liebsten Sport (24 %) oder spielt Computer-, Konsolen- und Onlinespiele (23 %). Für 15 Prozent der Kinder gehören Familienunternehmungen zu den liebsten Freizeitbeschäftigungen, zwölf Prozent spielen am liebsten drinnen. Etwa ein Zehntel entscheidet sich für die Beschäftigung mit einem Tier (11 %), die Internet- (11 %) oder Handy-/Smartphonennutzung (9 %). Acht Prozent favorisieren Malen, Basteln und Zeichnen und jeweils sechs Prozent nutzen am liebsten den Computer (offline), lesen Bücher, hören Musik oder besuchen eine Jugendgruppe. Fünf Prozent der Mädchen und Jungen musizieren am liebsten in ihrer Freizeit.

Analog zu den Nutzungshäufigkeiten finden sich auch bei den Lieblingsbeschäftigungen Unterschiede zwischen den von Mädchen und Jungen präferierten Tätigkeiten. Mädchen nennen etwas häufiger die Beschäftigung mit Tieren, Kreatives wie Malen und Basteln, Familienunternehmungen, Lesen, Handynutzung, Musizieren und auch Treffen mit Freunden. Für Jungen gehören häufiger sportliche Aktivitäten, PC-, Konsolen- und Online-Spiele sowie draußen Spielen zu den Lieblingstätigkeiten.

Liebste Freizeitaktivitäten 2014

- bis zu drei Nennungen -



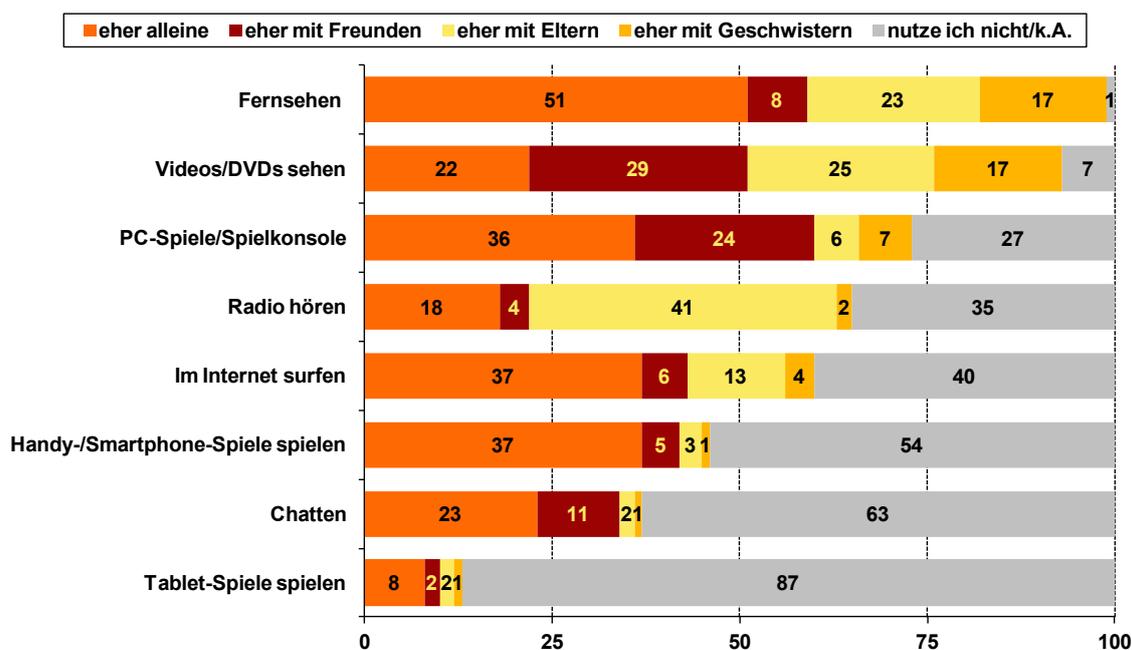
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5 %, *egal über welchen Verbreitungsweg
Basis: alle Kinder, n=1.209

Verglichen mit den Werten aus dem Jahr 2012 haben Internetnutzung (-8 PP) und Offline-Computertätigkeiten (-4 PP) etwas an Beliebtheit verloren. Die übrigen Werte zeigen keine nennenswerten Veränderungen.

Neben Nutzungsfrequenzen und Vorlieben wurde bei medialen Tätigkeiten auch erhoben, ob die Medien von den Kindern eher allein, mit Freunden, Geschwistern oder den Eltern gemeinsam genutzt werden. Diese Frage zeigt zum einen, inwieweit Kinder Medienkonsum eigenständig in ihren Alltag einbinden, weiterhin gibt sie Aufschluss darüber, ob sie die Möglichkeit haben, mit anderen über Medieninhalte zu sprechen und mediale Erlebnisse zu thematisieren.

Mit Abstand am selbstständigsten wird das Fernsehen (51 %) von den Kindern genutzt. Aber auch Internet und PC- oder Konsolenspiele werden von gut jedem dritten Kind allein genutzt. Als Medium für die ganze Familie gilt hingegen das Radio – 41 Prozent hören gemeinsam mit ihren Eltern. Aber auch Fernsehen sowie Videos und DVDs spielen innerhalb der Familie eine Rolle: Jedes vierte Kind sieht meist mit den Eltern fern oder DVDs/Videos an und jeweils 17 Prozent gehen diesen Tätigkeiten eher mit ihren Geschwistern nach. Für den Medienkonsum im Freundeskreis haben Videos und DVDs die größte Bedeutung, knapp ein Drittel sieht gemeinsam mit Freunden Filme. Auch das Spielen an PC oder Konsole wird von einem Viertel gemeinsam mit Gleichaltrigen praktiziert.

Mediennutzung 2014: mache ich ...

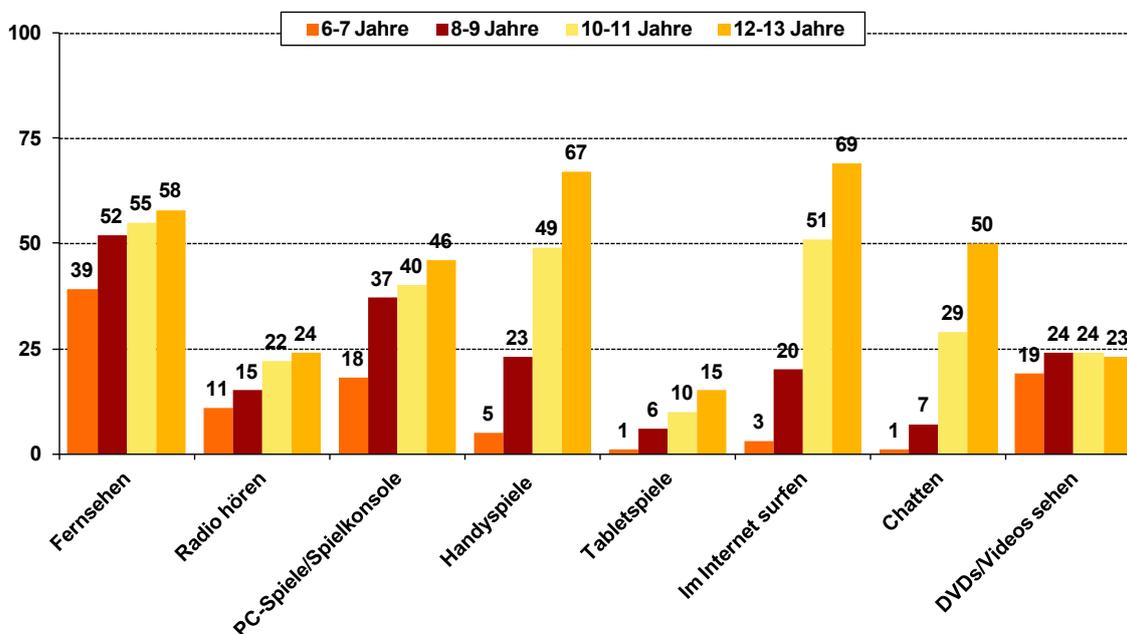


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

Die geringste Relevanz haben Chatten sowie Spielen auf dem Tablet oder Handy/Smartphone. Wenn diese Tätigkeiten überhaupt ausgeübt werden, dann meist von den Kindern alleine.

Mit zunehmendem Alter der Kinder werden alle Medientätigkeiten deutlich selbstständiger ausgeübt. Dies zeigt sich nicht nur beim Fernsehen (6-7 Jahre: 39 %, 12-13 Jahre: 58 %), sondern auch beim Spielen an PC oder Konsole (6-7 Jahre: 18 %, 12-13 Jahre: 46 %) sowie besonders bei Handyspielen (6-7 Jahre: 5 %, 12-13 Jahre: 67 %) und beim Surfen im Internet (6-7 Jahre: 3 %, 12-13 Jahre: 69 %). DVDs und Videos weisen die geringsten Altersunterschiede bei der autonomen Nutzung auf, hier beträgt die Differenz zwischen den Jüngsten und den Ältesten nur vier Prozentpunkte.

Mediennutzung 2014: mache ich eher alleine



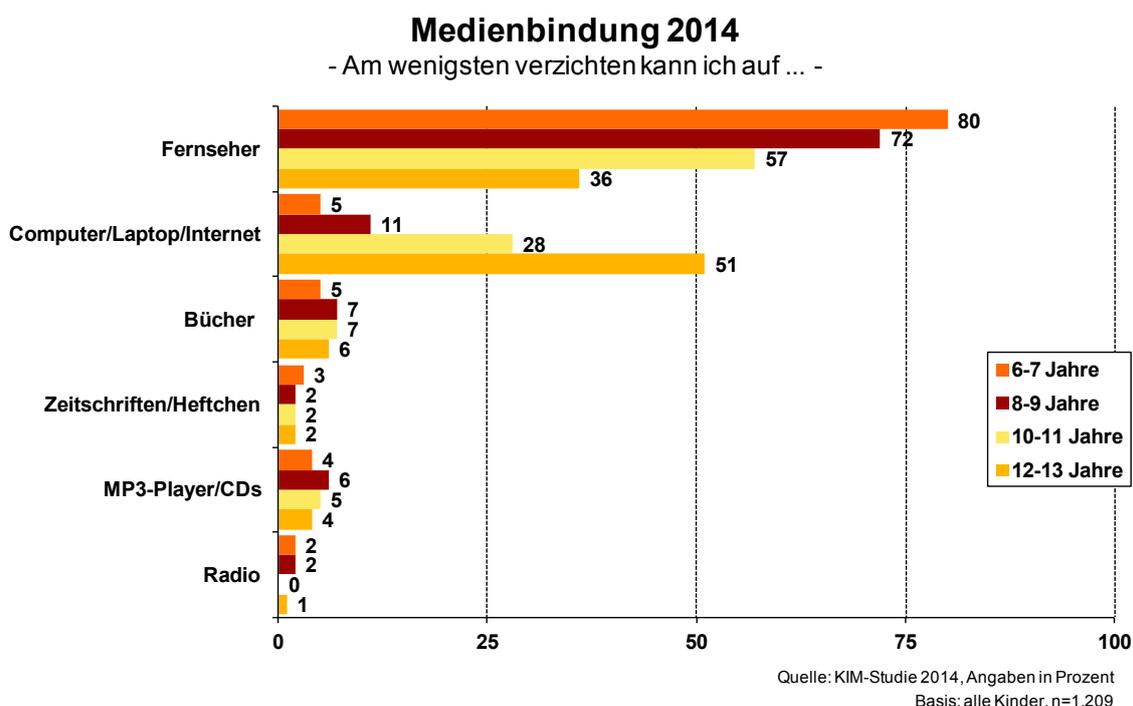
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

5. Medienbindung

Die subjektive Wichtigkeit einzelner Medien für Kinder wird in der KIM-Studie unabhängig von Besitz oder Nutzung durch die Frage nach deren Unverzichtbarkeit untersucht. Hierbei müssen sich die Sechs- bis 13-Jährigen entscheiden, auf welches Medium sie am wenigsten verzichten können (zur Auswahl vorgegeben werden Fernsehen, Computer/Laptop/Internet, Bücher, Zeitschriften, Radio und MP3-Player bzw. CDs). Der Großteil der Kinder votiert bei dieser Frage für das Fernsehen (61 %). Ein Viertel könnte am wenigsten auf Computer/Laptop/Internet (24 %) verzichten. Bücher (6 %), MP3-Player/CDs (5 %), Zeitschriften (2 %) oder das Radio (1 %) sind offensichtlich relativ verzichtbar und können die Kinder nicht sehr stark an sich binden.

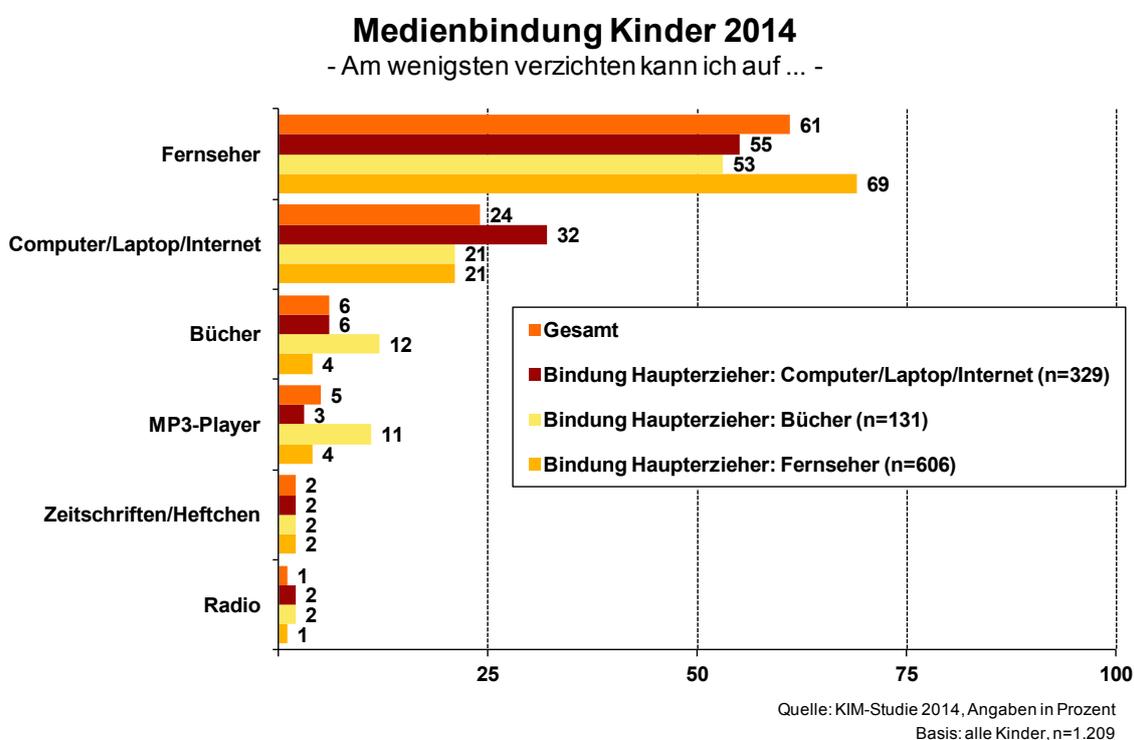
Mädchen und Jungen zeigen eine ähnlich starke emotionale Bindung an die einzelnen Medien, wobei Jungen deutlich häufiger Computer/Laptop/Internet (29 %, Mädchen: 19 %) und Mädchen Bücher (9 %, Jungen: 4 %) nennen.

Die emotionale Bindung an das Fernsehen korreliert stark negativ mit dem Alter der Kinder: Während acht von zehn der Sechs- bis Siebenjährigen sich für das Fernsehen entscheiden würden, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nur noch 36 Prozent. Ein umgekehrter Effekt zeigt sich bei Computer/Laptop/Internet (6-7 Jahre: 5 %, 12-13 Jahre: 51 %). In der Altersgruppe der Zwölf- bis 13-Jährigen wird das Fernsehen damit auf den zweiten Platz verwiesen.



Dieselbe Frage nach der Unverzichtbarkeit der Medien wird – ergänzt um die Tageszeitung – auch den Haupterziehern gestellt. Auch hier hat das Fernsehen eindeutig die stärkste Bindungskraft.⁴

Bei der Betrachtung der Medienpräferenzen der Kinder vor dem Hintergrund der Präferenzen ihrer Haupterzieher kann ein direkter Zusammenhang festgestellt werden. Diejenigen Kinder, deren Haupterzieher am wenigsten auf das Fernsehen verzichten können, weisen mit 69 Prozent eine überdurchschnittliche Bindung an das Fernsehen auf. Sind für die Haupterzieher Computer/Laptop oder Internet unverzichtbar, so können auch die Kinder überdurchschnittlich häufig nicht auf diese Medien verzichten. Der gleiche Zusammenhang zeigt sich auch bei Kindern, deren Haupterzieher am wenigsten auf Bücher verzichten können. Dieses Phänomen ist jedoch etwas schwächer ausgeprägt als in der Vorgängerstudie 2012. Insbesondere die Kinder der an Bücher gebundenen Haupterzieher spiegeln diese Prägung nicht mehr so stark wider wie vor zwei Jahren und sind zum Fernsehen (+13 PP) und Computer/Laptop/Internet (+5 PP) „abgewandert“. Insgesamt sind die Angaben zur Unverzichtbarkeit der einzelnen Medien im Vergleich zum Vorjahr recht stabil. Das Fernsehen, dessen Bindungskraft bei den Sechs- bis 13-Jährigen seit 2006 zurückgegangen war, hat in den letzten zwei Jahren wieder an Bindungskraft gewonnen (2006: 70 %, 2008: 68 %, 2010: 58 %, 2012: 57 %, 2014: 61 %).



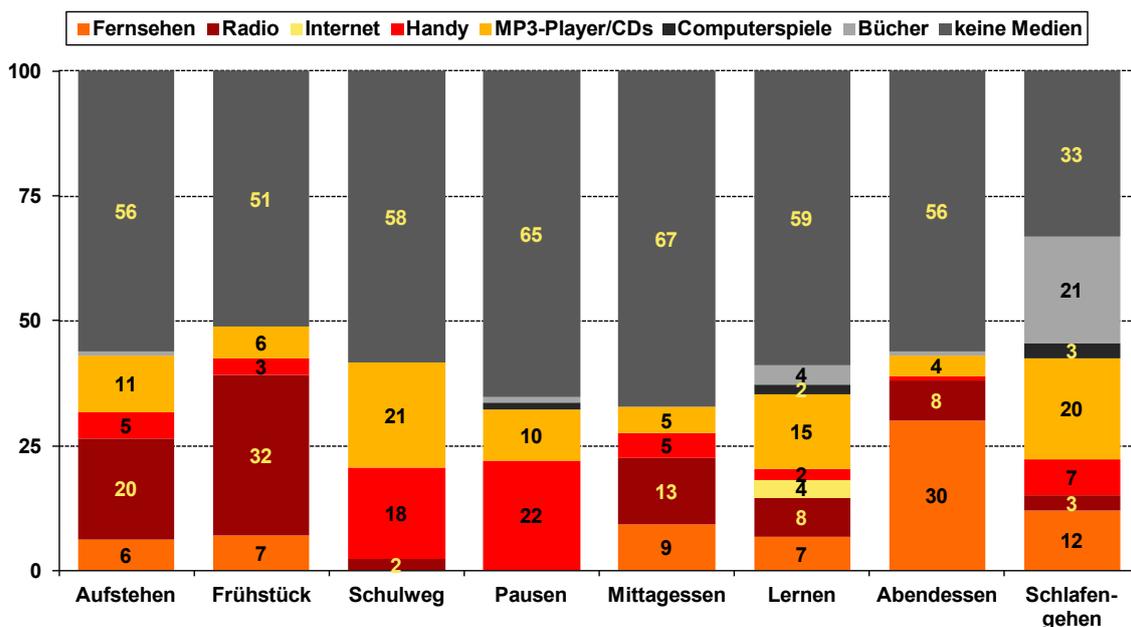
⁴ Zur Medienbindung der Haupterzieher siehe Kapitel 18.

6. Medien im Tagesverlauf

Während mit der Frage nach der Unverzichtbarkeit die generelle Bedeutung und emotionale Bindung der Kinder an die einzelnen Medien erhoben wird, wird die spezifische, situative Wichtigkeit anhand der Betrachtung im Tagesverlauf deutlich. Um diesen Aspekt analysieren zu können, sollten die Mädchen und Jungen jeweils das Medium nennen, das ihnen zu einer bestimmten Phase des Tages am wichtigsten ist.

Für Kinder sind Medien schon ein wichtiger Teil des Tagesablaufs, bestimmte Medien haben für sie ihre Stärken zu bestimmten Phasen am Tag: Das Radio ist für den Start in den Tag besonders wichtig: Jedes fünfte Kind nennt Radio als wichtigstes Medium beim Aufstehen, für jedes dritte Kind ist das Radio das wichtigste Medium beim Frühstück. Auf dem Schulweg und in den Schulpausen sind mobile Mediengeräte wie Handy und MP3-Player von Bedeutung. Auch beim Lernen sind MP3-Player und CDs noch für 15 Prozent der Kinder wichtig. Wenn die Familie beim Abendessen zusammenkommt, ist traditionell das Fernsehen das wichtigste Medium (30 %). Erst beim Schlafengehen sind für ein Fünftel der Sechs- bis 13-Jährigen Bücher am wichtigsten, ein etwa gleich großer Anteil findet vor dem Schlafengehen wiederum Audiomedien wie MP3-Player und CDs wichtig. Für zwölf Prozent der Kinder hat das Fernsehen auch beim Schlafengehen noch seine Wichtigkeit. Abgesehen vom Schlafengehen gibt bei allen Situationen die Mehrheit der Kinder an, dass kein Medium eine besondere Bedeutung hat.

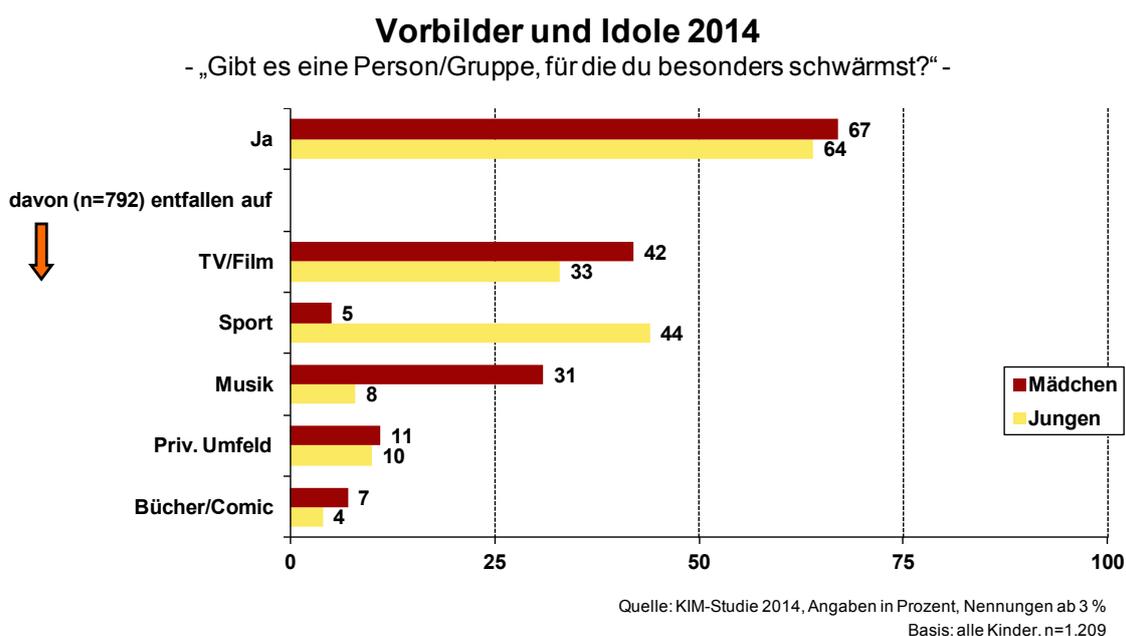
Wichtigkeit der Medien im Tagesablauf 2014
- ist mir am wichtigsten -



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

7. Vorbilder und Idole

Personen, die in der Öffentlichkeit stehen, sind für Kinder häufig Projektionsfläche für eigene Zukunftswünsche oder Träume. Zwei Drittel der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren schwärmen besonders für eine bestimmte Person oder Gruppe. Mit 38 Prozent kommt diese am häufigsten aus dem Bereich Film und Fernsehen. Jedes vierte Kind nennt eine Person aus dem Bereich Sport, jeder Fünfte bewundert eine Person oder Gruppe aus der Musikbranche. Für jedes zehnte Kind kommt die besonders verehrte Person aus dem privaten persönlichen Umfeld und sechs Prozent favorisieren Figuren aus Büchern oder Comics. Mädchen und Jungen suchen sich ihre Vorbilder in verschiedenen Bereichen: Während Sportidole für Jungen eine sehr große Projektionsfläche bieten, schwärmen Mädchen für Personen aus der TV-, Kino- oder Musikbranche. Mit steigendem Alter der Kinder werden Vorbilder aus dem privaten Umfeld sowie aus Büchern oder Comics seltener genannt, während die Nennung von Idolen aus den Bereichen Musik und Sport zunimmt.



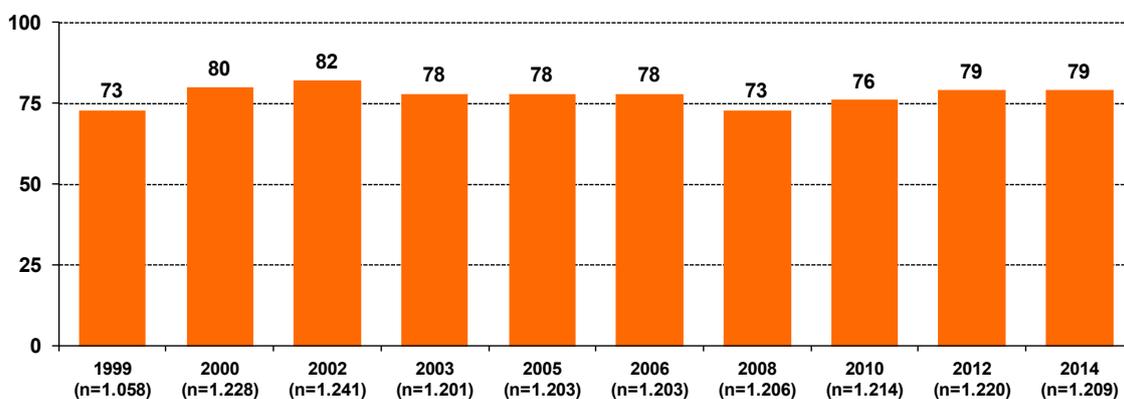
An der Spitze der Einzelnennungen steht in diesem Jahr (nach Familienmitgliedern oder Personen aus dem persönlichen Umfeld des Kindes) Justin Bieber, der schon 2012 auf Platz eins lag. Im Jahr der Fußballweltmeisterschaft überrascht es nicht, dass die Fußballer Bastian Schweinsteiger, Cristiano Ronaldo, Manuel Neuer und Thomas Müller auf den nächsten Plätzen folgen. Weitere Nennungen entfallen in absteigender Häufigkeit auf Heidi Klum, Miley Cyrus bzw. ihre TV-Rolle „Hannah Montana“, „Harry Potter“, „Barbie“, „Hello Kitty“, Lukas Podolski, Rihanna sowie Lehrer/innen oder Sport-Trainer/innen der Kinder.

8. Fernsehen

Der Fernseher ist nach wie vor das am meisten verbreitete Mediengerät in Haushalten mit Kindern. Zu 99,9 Prozent können die Sechs- bis 13-Jährigen zuhause einen Fernseher nutzen, 35 Prozent der Kinder haben einen Fernseher im eigenen Zimmer bzw. zur eigenen Verfügung. Während die Besitzrate bei den Jüngsten (6-7 Jahre) nur elf Prozent beträgt, steigt sie im Altersverlauf rapide auf 62 Prozent an (12-13 Jahre, 8-9 Jahre: 24 %, 10-11 Jahre: 41 %). Knapp vier Fünftel der Kinder sehen unabhängig von Geschlecht (Mädchen: 80 %, Jungen: 79 %) oder Alter (6-7 Jahre: 79 %, 8-9 Jahre: 80 %, 10-11 Jahre: 80 %, 12-13 Jahre: 79 %) jeden oder fast jeden Tag fern, weitere 18 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Der Anteil der täglich fernsehenden Kinder ist über die letzten 15 Jahre enorm stabil geblieben, seit der Durchführung der ersten KIM-Studie im Jahr 1999 schwankt der Wert nur um wenige Prozentpunkte. Fernsehen ist (nach Hausaufgaben und Lernen) die häufigste Tätigkeit, der Kinder in ihrer Freizeit nachgehen und für 36 Prozent die liebste Freizeitbeschäftigung. Entsprechend hoch ist auch die Bindung der Kinder: 61 Prozent könnten am wenigsten auf das Fernsehen verzichten. Fernsehen ist eine Tätigkeit, die alle Kinder (97 %) sehr gerne (56 %) bzw. gerne (41 %) ausüben. Hinsichtlich Geschlecht (Mädchen: 97 %, Jungen: 96 %) oder Alter gibt es kaum Unterschiede (6-7 Jahre: 97 %, 8-9 Jahre: 99 %, 10-11 Jahre: 97 %, 12-13 Jahre: 96 %).

Fernsehen 1999 - 2014

- jeden/fast jeden Tag -

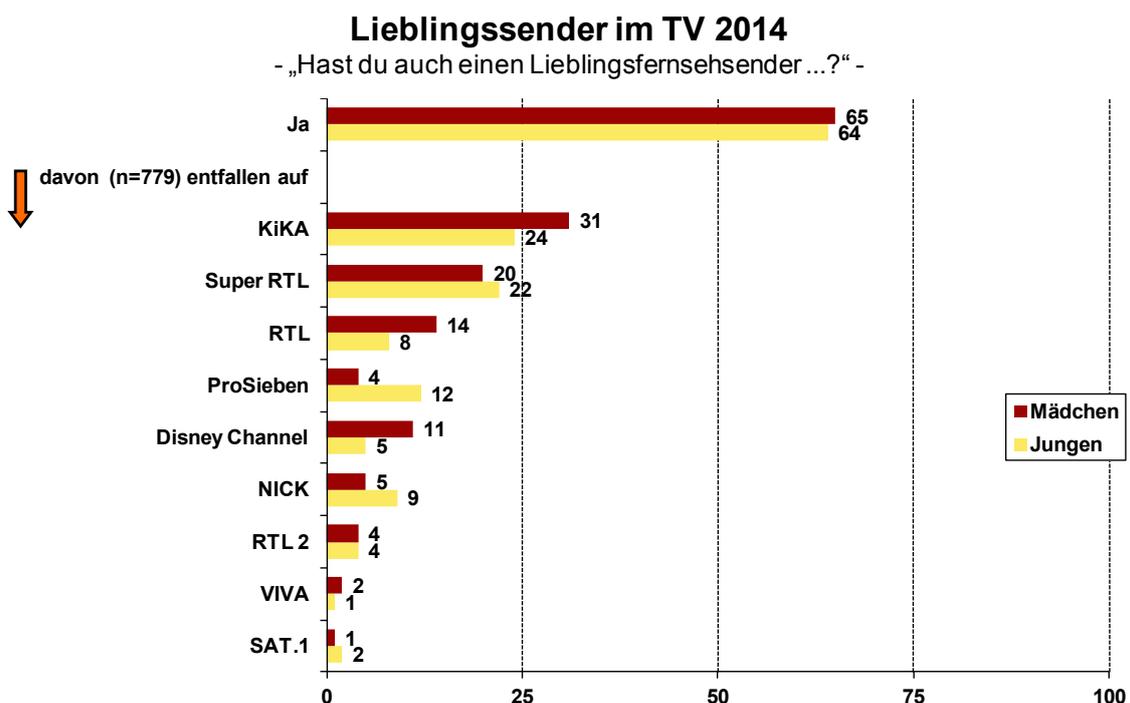


Quelle: KIM-Studie 1999 - KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder

Gut die Hälfte der Kinder sieht nach eigenen Angaben überwiegend alleine fern, 23 Prozent geben an, dass sie eher gemeinsam mit den Eltern schauen, 17 Prozent sehen vor allem mit ihren Geschwistern fern. Der Anteil der Kinder, die eher alleine fernsehen, hat sich im Vergleich zur Vorgängerstudie 2012 um acht Prozentpunkte erhöht. Dass Fernsehen eine Tätigkeit mit hoher Alltäglichkeit ist und viel mit Gewohnheit zu tun hat, zeigen die Antworten zum gezielten Einschalten. Jeweils die Hälfte der Kinder gibt an, den Fernseher einzuschalten, wenn eine bestimmte Sendung kommt, die andere Hälfte schaltet einfach so

ein und lässt sich vom Angebot „überraschen“. Mädchen (52 %) schalten etwas häufiger zielgerichtet ein als Jungen (47 %), mit zunehmendem Alter der Kinder geht das bewusste Einschalten etwas zurück (6-7 Jahre: 53 %, 8-9 Jahre: 49 %, 10-11 Jahre: 47 %, 12-13 Jahre: 48 %). Unterschiede gibt es hier vor dem Bildungshintergrund des Haupterziehers: Hat dieser Abitur oder Studium, so nutzen 58 Prozent der Kinder das Fernsehen zielgerichtet, Kinder deren Haupterzieher einen Hauptschulabschluss haben tun dies nur zu 45 Prozent (Realschule: 48 %).

80 Prozent der Kinder, die zumindest selten fernsehen, geben an, eine Lieblingssendung zu haben, die sie besonders gerne einschalten – Jüngere etwas häufiger (6-7 Jahre: 83 %) als Ältere (12-13 Jahre: 77 %). Inhaltlich wird hierbei eine enorme Bandbreite sichtbar – von „Die Simpsons“ (5 %), „SpongeBob“ (4 %) über „Schloss Einstein“ und „GZSZ“ (je 3 %) zu Fußball (3 %) und „Sportschau“ (2 %), „Die Sendung mit der Maus“ (3 %), „Cosmo und Wanda“ (2 %) und Casting-Formaten wie „DSDS“ oder „Germany’s next Topmodel“ (je 2 %). Die Liste vieler Einzelnennungen ließe sich noch lange fortführen, der breite Genre- und Themenmix wird aber bereits aus diesen zehn meistgenannten Einzelformaten sichtbar. Pointierter fällt die Wahl des liebsten Fernsehsenders aus. Einen solchen haben mit 65 Prozent zwei Drittel der Kinder – auch hier mehr Jüngere (6-7 Jahre: 72 %) als Ältere (12-13 Jahre: 60 %). Kinder, die einen Lieblingssender haben, benennen diesen zu 27 Prozent mit „KiKA“, 21 Prozent geben „Super RTL“ und elf Prozent „RTL“ an. Auf jeweils acht Prozent kommen „ProSieben“ und der erst wenige Monate vor der Befragung auf Sendung gegangene „Disney Channel“, dicht gefolgt von „NICK“ (7 %).

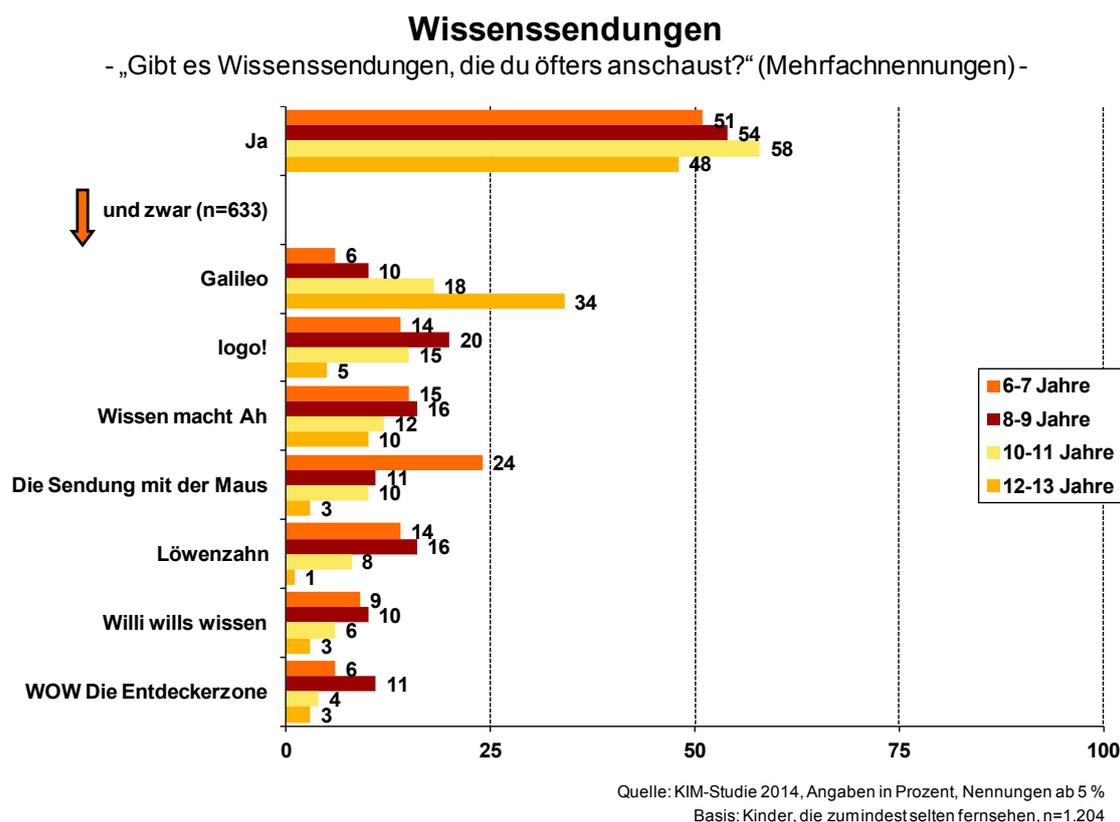


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, Nennungen ab 2 %
Basis: Kinder, die zumindest selten fernsehen, n=1.204

Mädchen bevorzugen zu einem höheren Anteil den öffentlich-rechtlichen KiKA, RTL und den Disney Channel, Jungen nennen häufiger ProSieben, NICK und Super RTL. Im Altersverlauf geht die Präferenz für „Kindersender“ deutlich zurück: Während der KiKA für 53 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen Kinder mit Lieblingsender Favorit ist, geht dieser Anteil bei den Zwölf- bis 13-Jährigen auf vier Prozent zurück. Ähnliches ist bei Super RTL (6-7 Jahre: 20 %, 12-13 Jahre: 10 %), NICK (6-7 Jahre: 10 %, 12-13 Jahre: 4 %) und dem Disney Channel (6-7 Jahre: 10 %, 12-13 Jahre: 5 %) zu beobachten. Umgekehrt steigt die Beliebtheit der Vollprogramme wie RTL (6-7 Jahre: 0 %, 12-13 Jahre: 24 %) und ProSieben (6-7 Jahre: -, 12-13 Jahre: 19 %) deutlich an.

Bei der Fernsehnutzung von Kindern steht immer auch das Thema „Wissensvermittlung“ und „Lernen“ im Mittelpunkt. Die Frage „Im Fernsehen gibt es ja auch verschiedene Wissenssendungen für Erwachsene oder für Kinder, in denen Dinge erklärt werden und wo man etwas lernen kann. Gibt es Wissenssendungen, die Du öfters anschaust?“ bejahen mit 53 Prozent gut die Hälfte der Kinder, Mädchen (51 %) und Jungen (54 %) gleichermaßen. Während bei den Jüngsten 51 Prozent regelmäßig Wissenssendungen ansehen, steigt der Anteil bei den Bis-Elfjährigen auf 58 Prozent an, bei den Ältesten geht er auf 48 Prozent zurück.

Bei der ungestützten Abfrage der Nutzer von Wissenssendungen (n=633) nach konkreten Sendungen liegt mit „Galileo“ (17 %) ein Wissensformat vorne, das eigentlich für erwachsene Zuschauer und nicht speziell für Kinder konzipiert ist. Es folgen vorwiegend öffentlich-rechtliche Kindermagazine wie „logo!“ und „Wissen macht Ah“ (je 13 %), aber auch „Die Sendung mit der Maus“ (12 %), „Löwenzahn“ (10 %) oder „Willi wills wissen“ (7 %) sowie „WOW Die Entdeckerzone“ von Super RTL (6 %). Mit Ausnahme von „Galileo“, das von 22 Prozent der Jungen aber nur von zwölf Prozent der Mädchen genannt wird, ergeben sich kaum geschlechtsspezifische Unterschiede. Anders sieht dies im Altersverlauf aus. So ist für die Jüngsten noch immer „Die Sendung mit der Maus“ die erste Wahl, für die Ältesten hat fast nur noch „Galileo“ Relevanz.

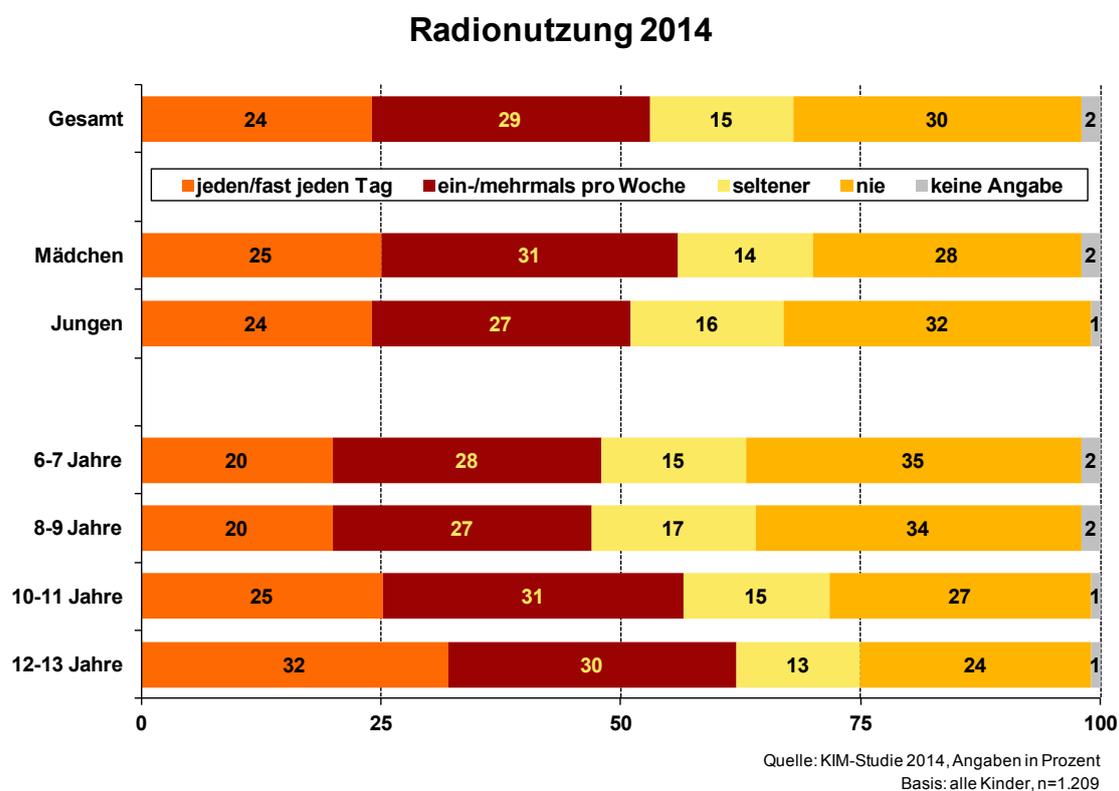


Eher negative Fernseherfahrungen gehören aber ebenfalls zum Alltag. Hierbei kann man unterscheiden, ob es sich um für das Kind unangenehme oder ungeeignete Inhalte handelt oder um Dinge im Fernsehen, die dem Kind Angst gemacht haben. Jedes fünfte Kind gibt an, im Fernsehen schon einmal mit ungeeigneten Inhalten konfrontiert worden zu sein, etwas mehr Jungen als Mädchen. Unangenehme Dinge hat etwa jedes zehnte Kind schon einmal im Fernsehen gesehen – unabhängig vom Geschlecht. Mit Inhalten, die Angst gemacht haben, wurden 17 Prozent der Kinder schon einmal konfrontiert – hier etwas mehr Mädchen. Während der Kontakt mit für Kinder ungeeigneten Inhalten mit steigendem Alter deutlich häufiger auftritt (6-7 Jahre: 13 %, 8-9 Jahre: 18 %, 10-11 Jahre: 24 %, 12-13 Jahre: 29 %), gibt es bei Inhalten, die Angst machen, offenbar nur einen geringen Zusammenhang mit dem Alter der fernsehenden Kinder (6-7 Jahre: 21 %, 8-9 Jahre: 17 %, 10-11 Jahre: 15 %, 12-13 Jahre: 17 %). Die Konfrontation mit unangenehmen Inhalten scheint vollkommen altersunabhängig zu sein und tritt bei den Sechs- bis Siebenjährigen genauso häufig auf wie bei den Zwölf- bis 13-Jährigen (jeweils 10 %). Bei der Nachfrage, um welche konkreten Inhalte es sich jeweils handelte, führen die Kinder bei den ungeeigneten Inhalten Gewalt und Brutalität an erster Stelle, aber auch Horrorfilme, Krimis oder Filme für Ältere an. Bei den unangenehmen Inhalten handelt es sich nach Angaben der Kinder vor allem um Liebes- bzw. Sex- oder Erotikszenen, mit Abstand folgen brutale bzw. gewalthaltige Inhalte. Bei den angstmachenden Inhalten werden Gewalt- und Horror-/Geisterfilme in gleichem Maße genannt.

9. Musik und Radio

Musik hören spielt bei Kindern zwar noch keine so große Rolle wie bei den Jugendlichen⁵, nur sechs Prozent nennen Musik hören als eine ihrer drei Lieblingstätigkeiten. Dennoch zeigen sich zwei Drittel der Kinder generell interessiert am Thema Musik und das Hören von Musik ist bereits fest im Alltag von Kindern verankert. Über drei Viertel (78 %) hören zumindest einmal pro Woche Musik, zwei Fünftel machen dies jeden oder fast jeden Tag – egal ob im Internet oder über MP3-Player etc. Mit zunehmendem Alter gewinnt Musik für immer mehr Kinder an Bedeutung, jedes vierte Kind im Alter von sechs bis sieben Jahren nutzt täglich Musik, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es dann mehr als die Hälfte (54 %, 8-9 Jahre: 33 %, 10-11 Jahre: 44 %). Kinder sind auch selbst musikalisch aktiv, jedes dritte Kind musiziert zumindest selten; zwei Prozent gehen regelmäßig in einen Chor, 15 Prozent sind in einem Musikverein oder haben in ihrer Freizeit Musikunterricht.

Auch das Radio ist ein fester Bestandteil des Medienrepertoires der Kinder. Über die Hälfte der Kinder zählt zu den regelmäßigen Radiohörern – jedes vierte Kind hört täglich zuhause oder im Auto mit.



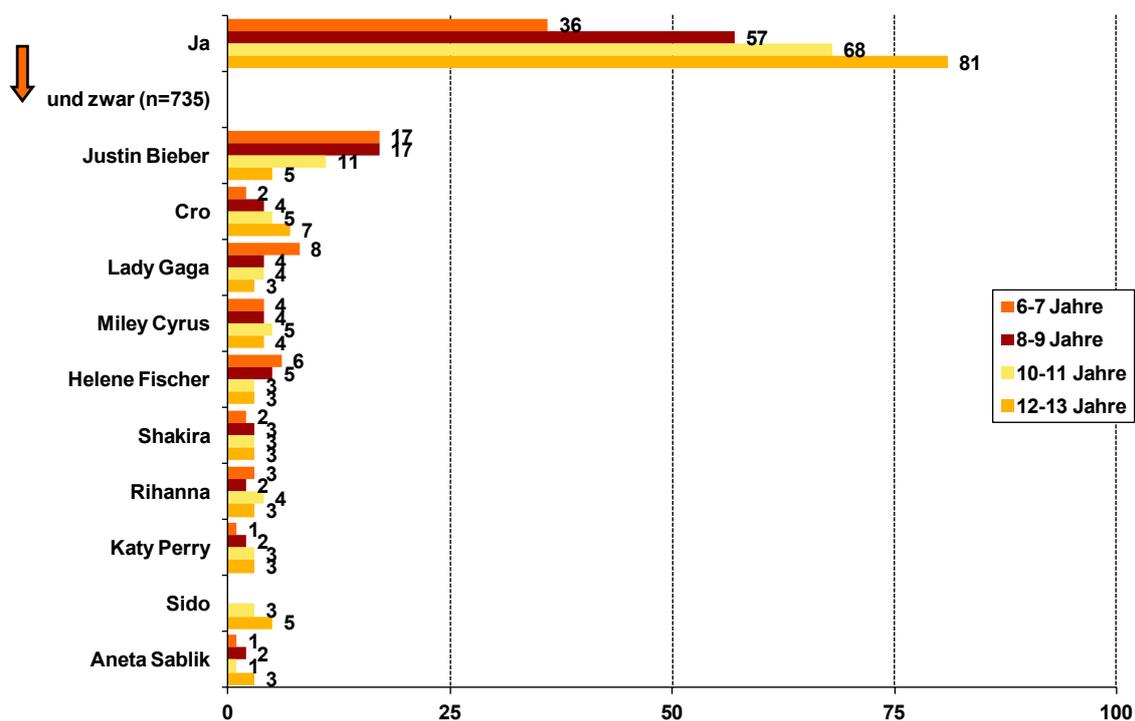
⁵ Musik zu hören ist für 90 Prozent der Jugendlichen (sehr) wichtig und liegt damit mit dem Internet (89 %) an der Spitze der Lieblingstätigkeiten der Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2013, Stuttgart, S.13.

Die Häufigkeit der Radionutzung nimmt mit dem Alter zu, der Anteil der täglichen Hörer steigt von einem Fünftel bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf ein Drittel bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an. Bei der langfristigen Betrachtung zeigt sich, dass die tägliche Nutzung nach einem kontinuierlichen Anstieg von 2008 bis 2012 (19 % auf 29 %) im Jahr 2014 wieder leicht um vier Prozentpunkte gesunken ist. Radio ist aus der Sicht der Kinder ein in der Familie genutztes Medium: 41 Prozent geben an, dass sie überwiegend gemeinsam mit den Eltern (oder einem Elternteil) Radio hören.

Nicht zuletzt über das Radio werden Kinder über neue Songs, aktuelle Hits und die Stars der Musikszene informiert. 61 Prozent der Kinder haben eine Lieblingsband, eine Sängerin oder einen Sänger der ihnen besonders zusagt. Mädchen (69 %) können hier häufiger Stars benennen als Jungen (54 %). Die meisten Fans bei den Sechs- bis 13-Jährigen haben Justin Bieber, der Rapper mit der Pandamaske „Cro“ sowie Lady Gaga und Miley Cyrus. Der Schlagerstar Helene Fischer findet auch bei Kindern Gefallen.

Lieblingsbands/-SängerInnen 2014

- „Gibt es eine Musikband oder SängerInnen, die dir besonders gut gefällt?“ -



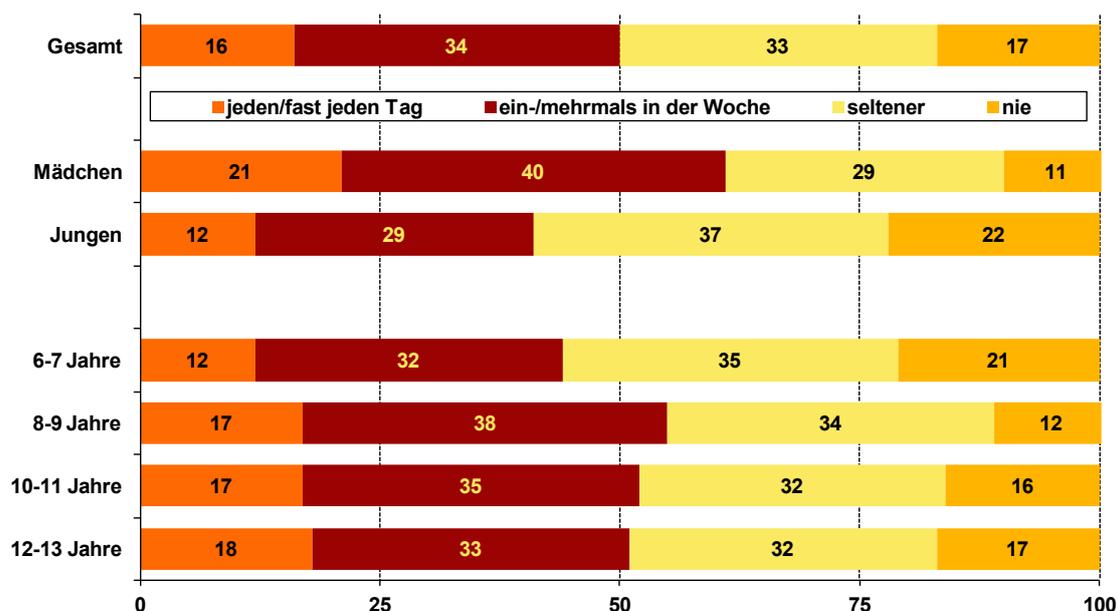
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, Nennungen ab 2 %
Basis: alle Kinder, n=1.209

10. Bücher und Lesen in der Freizeit

10.1 Nutzungsfrequenz und Präferenzen

Lesen gilt als Schlüsselkompetenz zur Erschließung von Wissen und Information. Neben dem zweckbezogenen Lesen in und für die Schule zählt vor allem das freiwillige Lesen als wichtiger Baustein zur Stärkung der Lesekompetenz. Viele Kinder haben schon im Vorschulalter Erfahrungen mit Büchern gemacht, sei es mit Bilderbüchern oder durch das Vorlesen. Wenn Kinder selbst Lesen lernen, zeigt sich, ob sie das selbständige Lesen auch als Freizeitaktivität in ihren Alltag integrieren. Jedes zweite Kind im Alter von sechs bis 13 Jahren liest regelmäßig Bücher, 83 Prozent greifen zumindest selten zu einem Buch. Mädchen zählen zu einem deutlich höheren Anteil zu den regelmäßigen Lesern (61 %) als Jungen (41 %). Bei den Jungen ist dann auch der Anteil der Nicht-Leser mit 22 Prozent doppelt so hoch wie bei den Mädchen (11 %).

(Gedruckte) Bücher lesen: Nutzungsfrequenz 2014

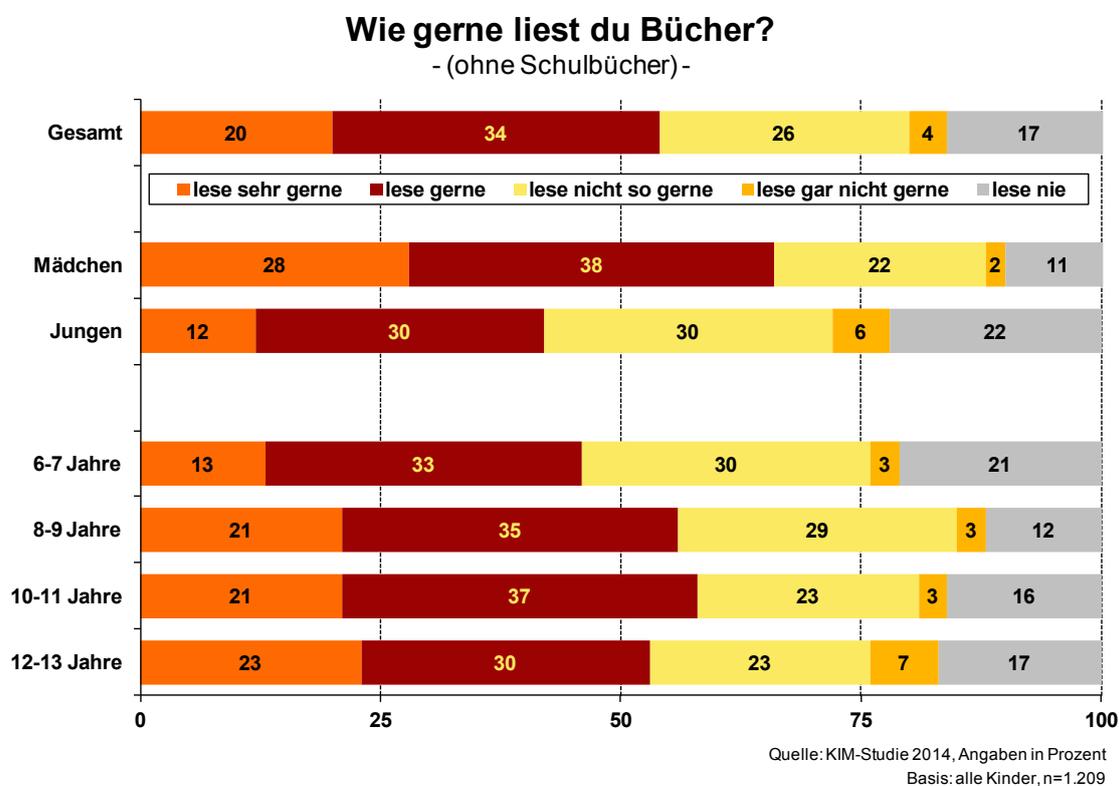


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

Die Lesefähigkeit, die sich mit zunehmender Leseerfahrung mit dem Alter steigert, hat wenig Auswirkung auf die Lesefrequenz. Lediglich die Leseanfänger im Alter von sechs bis sieben Jahren haben mit 44 Prozent einen deutlich geringeren Anteil an regelmäßigen Lesern als die übrigen Altersgruppen.

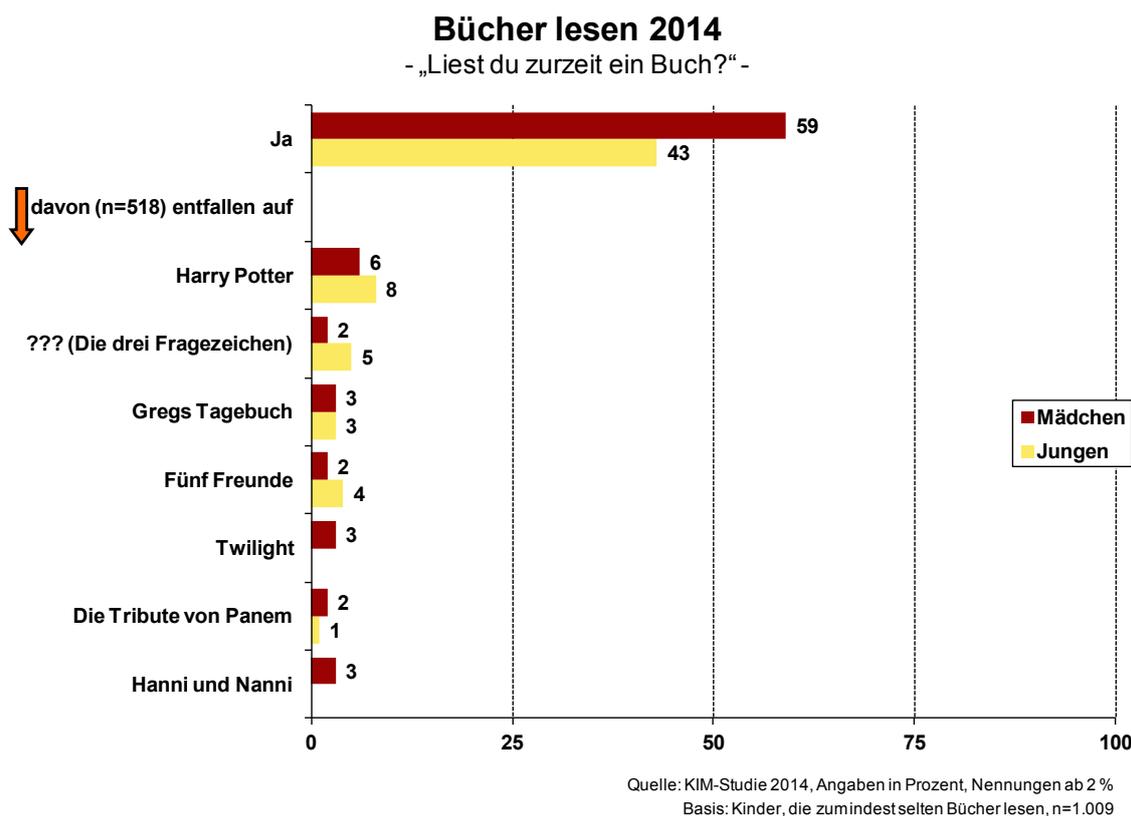
Nicht nur die Nutzung zeigt, dass auch im multimedialen Zeitalter aufwachsende Kinder einen Sinn für Bücher haben: 51 Prozent zeigen generell Interesse am Thema „Buch“. Über die Hälfte der Kinder liest gerne oder sehr gerne. Wie bei der Nutzung zeigt sich auch

bei der Beliebtheit des Lesens, dass Mädchen eine besondere Beziehung zum Buch haben. Mit 28 Prozent ist der Anteil der Mädchen, die sehr gerne lesen, mehr als doppelt so hoch wie bei den Jungen (12 %).



Die höhere Affinität der Mädchen zum Lesen zeigt sich auch bei der Nutzungshäufigkeit von Zeitschriften und beim Besuch von Bibliotheken, hier weisen Mädchen jeweils eine höhere Nutzungsfrequenz auf als Jungen. Jungen haben dagegen ein Faible für Comics. Während nur jedes dritte Mädchen regelmäßig Comics liest, liegt der Anteil bei den Jungen bei 47 Prozent.

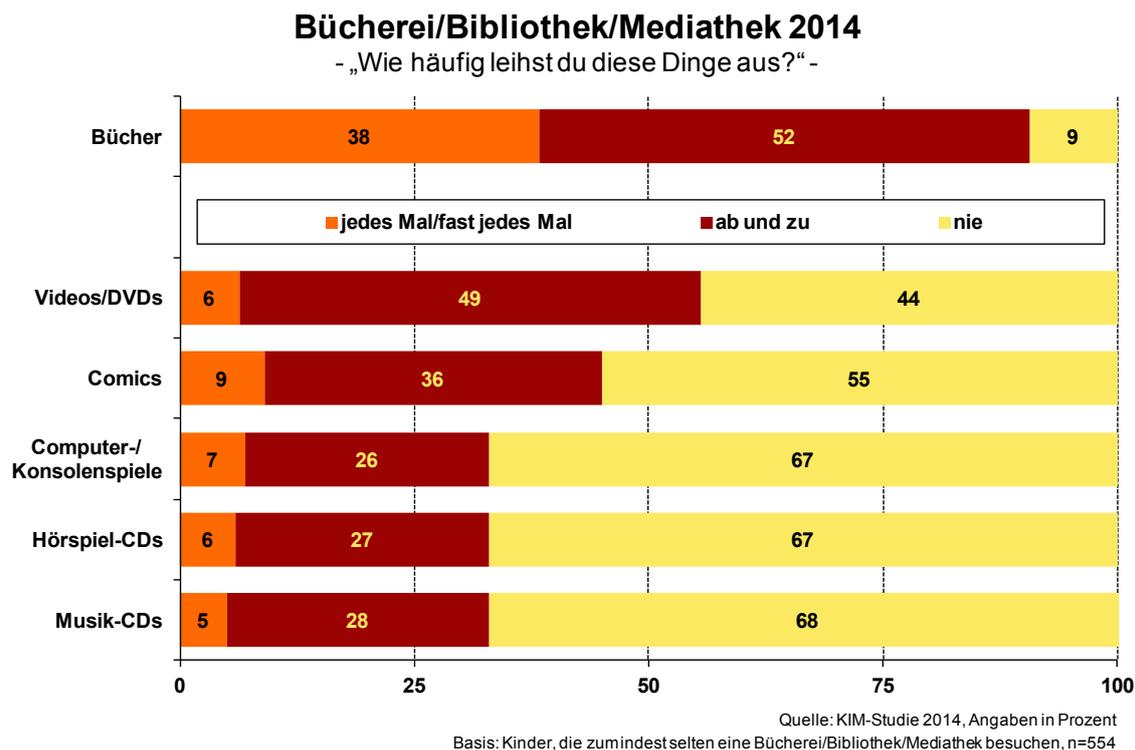
Zum Zeitpunkt der Befragung lasen 51 Prozent der Kinder, die zumindest selten lesen, gerade ein Buch. Auch hier sind Mädchen häufiger bei einer Lektüre als Jungen. Die Art der gerade gelesenen Bücher zeigt ein breites Bild der Interessen der Kinder, unterscheidet sich jedoch kaum von den Titeln der vergangenen Jahre. An erster Stelle stehen weiterhin wie seit vielen Jahren Bücher aus der Welt von „Harry Potter“, beliebt sind auch Bücher der Reihen „Die drei Fragezeichen“, „Gregs Tagebuch“, „Fünf Freunde“ und die Vampir- und Mystery-Serie „Twilight“. Neu ist auf Platz sechs „Die Tribute von Panem“ – eine durchaus gewalthaltige Science Fiction-Geschichte. Diese wird allerdings – wie auch die Reihen „Harry Potter“ und „Twilight“ – vor allem von den Lesern über zehn Jahren genannt.



Der Zugang zum klassischen Medium Buch ist deutlich abhängig vom Bildungsgrad der Haupterzieher. Dies belegt beispielsweise auch die Ausstattung mit Büchern. Im Durchschnitt sind in einem Haushalt mit Kindern im Alter zwischen sechs und 13 Jahren 132 Bücher vorhanden, die Kinder haben durchschnittlich 26 eigene Bücher. In Haushalten mit höherer formaler Bildung (Abitur/Studium) ist der Bestand mit 297 Büchern (Kinder: 43 Bücher) deutlich höher. Bei mittlerer Bildung liegt die Anzahl bei 104 Büchern (Kinder: 24), bei niedriger formaler Bildung bei 79 Büchern (Kinder: 19). Was die Ausstattung der Kinder mit Büchern betrifft, haben Mädchen mit 27 Exemplaren nur eine geringfügig größere Auswahl an Büchern als Jungen (25). Im Altersverlauf nimmt der Bestand an Büchern naturgemäß zu, er liegt bei 22 Büchern bei den Sechs- bis Siebenjährigen und steigt auf 30 Exemplare bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an (8-9 Jahre: 27, 10-11 Jahre: 27).

Neben der heimischen Ausstattung gibt es auch vielerorts eine öffentliche Bibliothek, eine Bücherei oder Mediathek, die den Zugang zu Büchern und weiteren Medien ermöglichen.⁶ 46 Prozent der Kinder nutzen zumindest selten dieses Angebot. Auch wenn das Angebot der Büchereien und ähnlicher Einrichtungen in den vergangenen Jahren deutlich ausgeweitet wurde und neben Büchern oft auch Filme, CDs oder Computerspiele angeboten werden, leihen Kinder überwiegend Bücher aus.

⁶ Nach Angaben der Haupterzieher haben 38 Prozent der Kinder die Möglichkeit, selbständig mindestens eine Bücherei in der Nähe zu erreichen.



Eine weitere Option in der Freizeit zu lesen ist das Angebot von Tageszeitungen. Zwei Fünftel der Familien (39 %) haben zuhause ein Abonnement einer Tageszeitung. Generell zählen sieben Prozent der Kinder zu den regelmäßigen Lesern, die zumindest einmal pro Woche die Tageszeitung lesen. Etwa jedes vierte Kind nutzt zumindest selten eine Tageszeitung (24 %). Von diesen geben 38 Prozent an, dass die Zeitung, die sie zuhause lesen, spezielle Seiten für Kinder enthält; für 42 Prozent gibt es allerdings kein altersgerechtes Angebot. Die restlichen 20 Prozent lesen zwar zumindest selten in einer Tageszeitung, haben aber kein Abo zuhause. Diejenigen Kinder, die Kinderseiten zur Verfügung haben, nutzen diese mehrheitlich auch gerne. Zwei Drittel der Mädchen und über die Hälfte der Jungen schauen sich „ihre“ Kinderseiten sehr gerne oder gerne an.

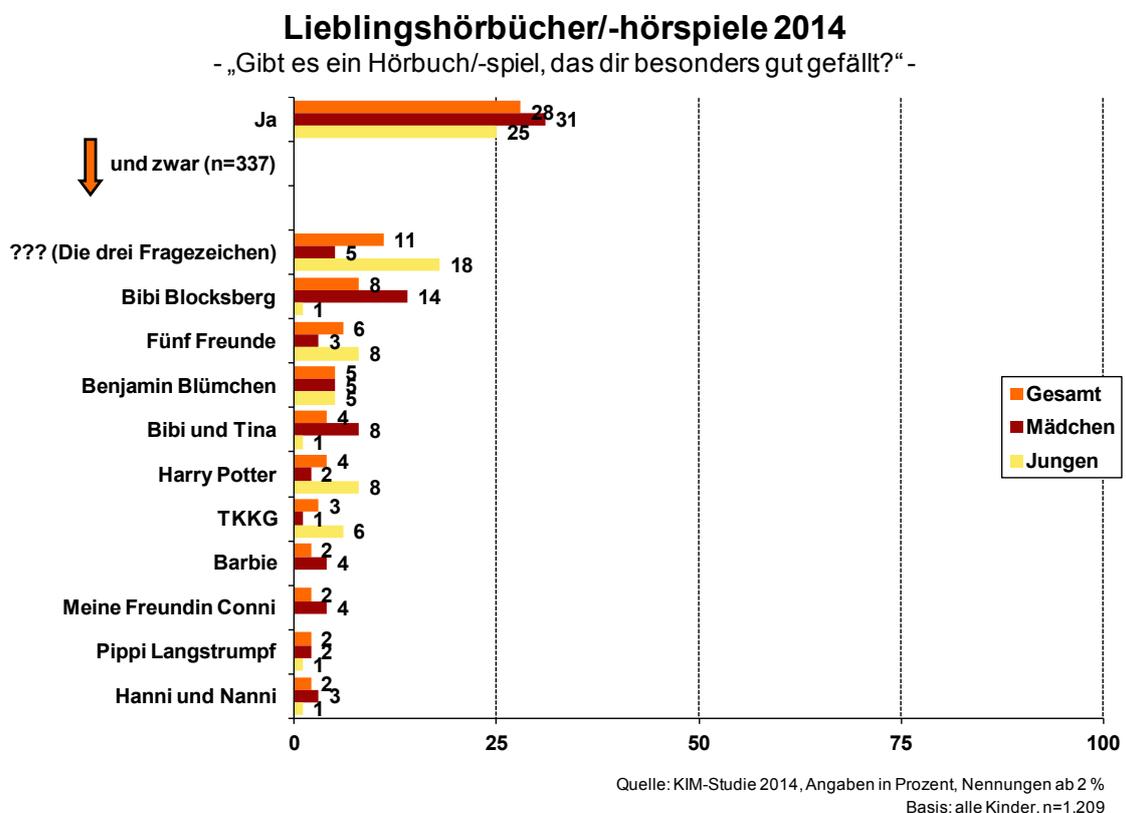
10.2 Hörbücher und Hörspiele

Neben Büchern erlauben Hörspiele eine andere Auseinandersetzung mit Geschichten und Erzählungen. Zum einen erschließen sich so auch Geschichten für jüngere Kinder, die noch nicht die nötige Ausdauer zum selbstständigen Lesen haben und durch Hörspiele und Hörbücher ohne das Zutun eines Erwachsenen selbst bestimmen können, wann sie den Geschichten lauschen möchten. Andererseits bietet die akustische Ebene auch eine neue Erfahrungsdimension, die einer Geschichte mehr Tiefe und Spannung verleihen kann, so dass Hörspiele auch für Ältere und nicht zuletzt auch für Erwachsene sehr spannend sein

können.⁷ Bei den Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren hört jedes zweite zumindest selten Geschichten an. 22 Prozent nutzen regelmäßig (zumindest einmal pro Woche) Hörspiele oder Hörbücher. Mit 26 Prozent ist der Anteil bei den Mädchen höher als bei den Jungen (18 %). Geschichten anzuhören ist vor allem eine Freizeitbeschäftigung für die jüngeren Kinder. Der Anteil der regelmäßigen Zuhörer liegt bei den Sechs- bis Siebenjährigen bei 37 Prozent und nimmt dann stetig ab (8-9 Jahre: 30 %, 10-11 Jahre: 14 %, 12-13 Jahre: 9 %).

28 Prozent aller Kinder können ein Hörspiel oder ein Hörbuch benennen, das ihnen besonders gut gefällt, jüngere Kinder haben deutlich häufiger ein Lieblingshörspiel (6-7 Jahre: 44 %, 8-9 Jahre: 37 %, 10-11 Jahre: 23 %, 12-13 Jahre: 10 %).

Entsprechend der höheren Nutzungsfrequenz der jüngeren Kinder sind unter den Nennungen vor allem Titel, die eine jüngere Altersgruppe ansprechen. Diejenigen, die ein Lieblingshörspiel haben (n=337) nennen hauptsächlich „Klassiker“, die auch als gedrucktes Buch bei Kindern seit vielen Jahren beliebt sind. An erster Stelle liegen „Die drei Fragezeichen“, gefolgt von der Hexe „Bibi Blocksberg“, den Krimigeschichten der „Fünf Freunde“ sowie den Abenteuern des Elefanten „Benjamin Blümchen“.



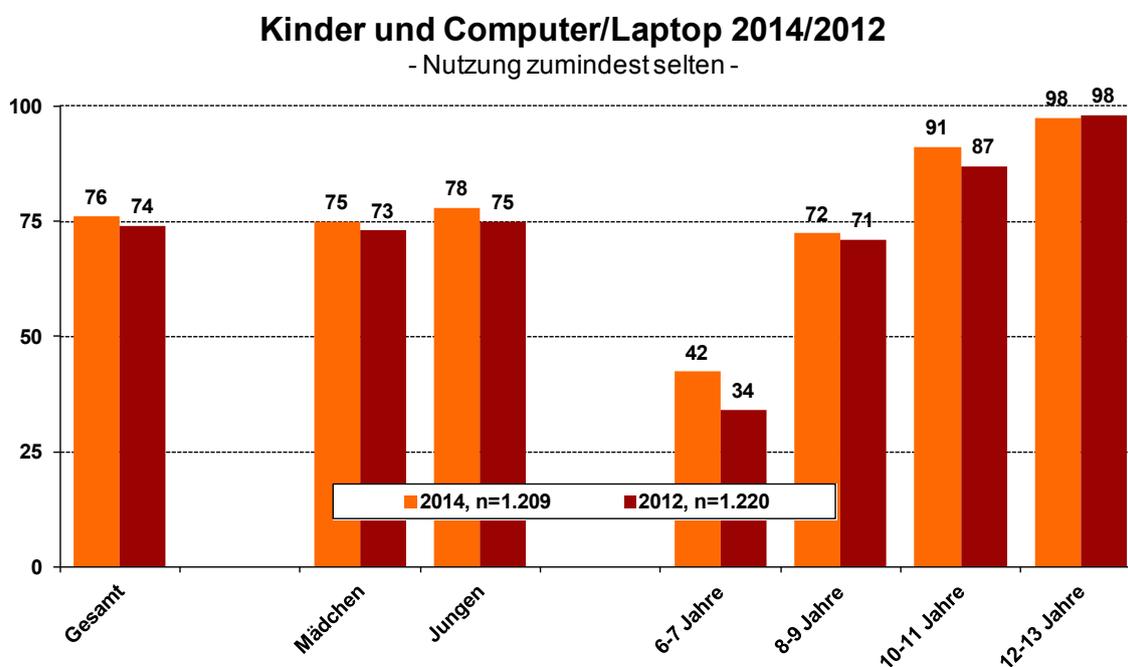
⁷ Eine pädagogische Empfehlung für den Einsatz von aktuellen Hörspielen für Kinder bietet das Angebot www.ohrenspitzer.de mit „Töne für Kinder“ sowie weiteren Materialien zur Zuhörförderung.

11. Computer und Internet

11.1 Computernutzung generell: Frequenz und Tätigkeiten

Klassische Computer oder Laptops sind in nahezu allen Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, vorhanden (97 %). Die Kinder selbst sind zu einem Fünftel mit Computer/Laptop ausgestattet, spezielle Kindercomputer (mit eingeschränkten Funktionalitäten) haben 15 Prozent im Besitz. Während Kindercomputer bei Jungen (15 %) und Mädchen (14 %) gleichermaßen verteilt sind, haben Jungen zu einem etwas größeren Anteil einen „echten“ eigenen Computer oder Laptop (22 %, Mädchen: 19 %). Im Altersverlauf zeigt sich, dass die persönliche Verfügbarkeit von Computer und/oder Laptop erst für Kinder ab dem zehnten Lebensjahr eine Rolle spielt. Bei den Zehn- bis Elfjährigen hat jeder Vierte ein eigenes Gerät, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen besitzen nach Angaben der Haupterzieher dann 47 Prozent einen eigenen Computer/Laptop (6-7 Jahre: 2 %, 8-9 Jahre: 6 %).

Unabhängig vom persönlichen Besitz oder der Haushaltsausstattung nutzen 76 Prozent der Kinder zumindest selten einen Computer/Laptop. Der Anteil der Jungen ist etwas höher als der der Mädchen, mit zunehmendem Alter (und damit einhergehender Lese- und Schreibfertigkeit) steigt die generelle Nutzung durch Kinder deutlich an. Der Vergleich zur Vorgängerstudie zeigt insgesamt kaum einen Zuwachs; überdurchschnittlich gestiegen sind die Nutzeranteile aber bei den Jüngsten, den Sechs- bis Siebenjährigen.

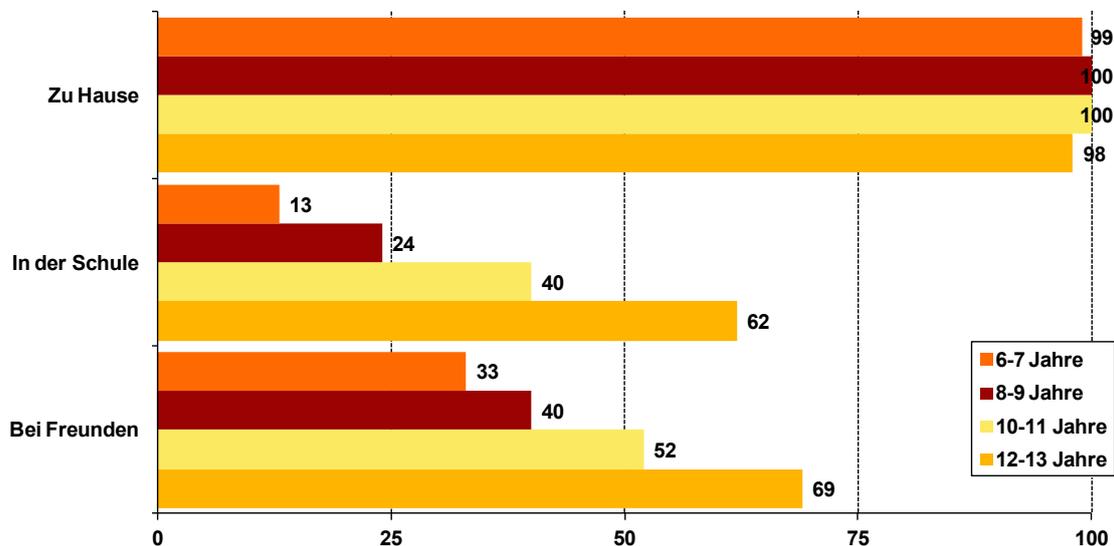


Quelle: KIM-Studie 2014, KIM-Studie 2012, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder

Betrachtet man die Intensität der Nutzung, so beschäftigen sich 37 Prozent der Nutzer jeden oder fast jeden Tag mit einem Computer oder Laptop, 48 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche und 14 Prozent nutzen diese Geräte seltener als einmal pro Woche. Zwischen den Geschlechtern gibt es kaum Unterschiede, der Anteil der regelmäßigen Nutzer (jeden/fast jeden Tag) steigt von 14 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen zunächst nur mäßig auf 17 Prozent bei den Acht- bis Neunjährigen an. Bei den Zehn- bis Elfjährigen verdoppelt sich dieser Anteil auf 38 Prozent und bei den Zwölf- bis 13-Jährigen schließlich zählen sechs von zehn Kindern zu den regelmäßigen Nutzern von Computer bzw. Laptop. Primärer Nutzungsort ist für fast alle das heimische Umfeld, gut die Hälfte beschäftigt sich bei Freundinnen und Freunden mit Computern, zwei Fünftel in der Schule. Mit zunehmendem Alter gewinnen Freunde, aber auch die Schule als Nutzungsoption an Bedeutung.

Orte Computernutzung 2014

- nutze an diesen Orten den Computer -



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: PC-Nutzer, n=888

Zu den Anwendungen, die mindestens einmal pro Woche von den Nutzern (unabhängig vom Nutzungsort) ausgeübt werden, zählt in erster Linie das Schreiben von Wörtern und Texten (50 %), von einem etwas geringeren Anteil (45 %) werden mit dieser Intensität Fotos und/oder Videos betrachtet. Ein Viertel malt oder zeichnet – Mädchen (30 %) häufiger als Jungen (21 %). Mit zunehmendem Alter gewinnen das Schreiben (6-7 Jahre: 27 %, 8-9 Jahre: 35 %, 10-11 Jahre: 51 %, 12-13 Jahre: 66 %) und das Betrachten von Bildern bzw. Videos an Bedeutung hinzu (6-7 Jahre: 31 %, 8-9 Jahre: 37 %, 10-11 Jahre: 44 %, 12-13 Jahre: 57 %), Malen und Zeichnen hingegen büßt an Attraktivität ein (6-7 Jahre: 45 %, 8-9 Jahre: 34 %, 10-11 Jahre: 20 %, 12-13 Jahre: 16 %). Bei den Ab-Zehnjährigen bearbeitet knapp ein Viertel mindestens einmal pro Woche Bilder und Videos – Mädchen (27 %) etwas häufiger als Jungen (19 %), die Älteren mehr (27 %) als die Jüngeren (19 %).

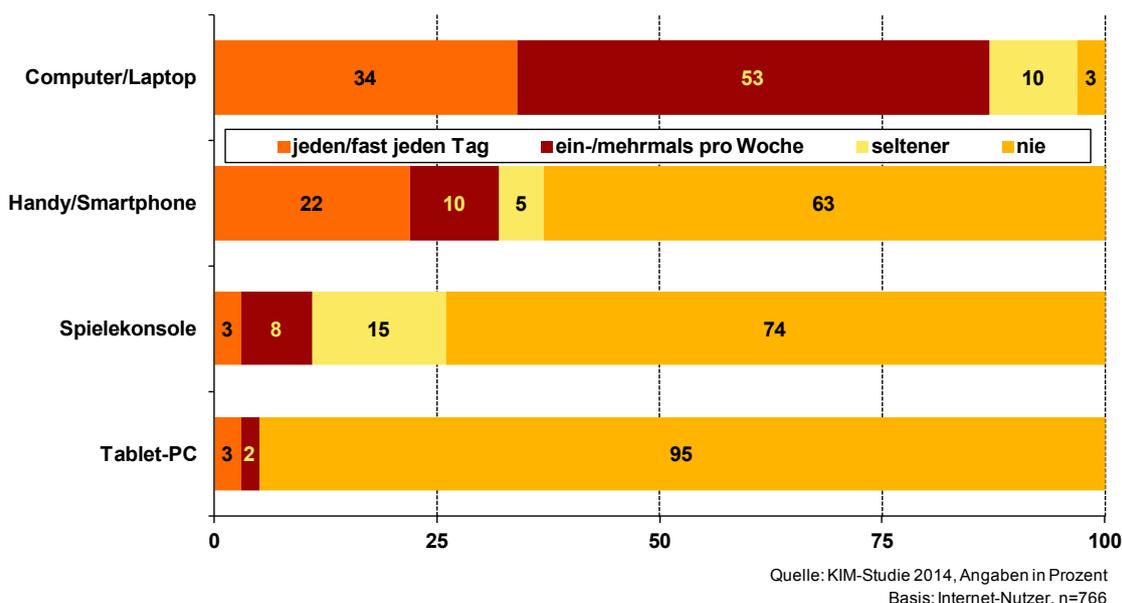
11.2 Internetnutzung: Frequenz, Nutzungsdauer und Tätigkeiten

Auch der Zugang zum Internet zählt heute zur technischen Grundausstattung einer Familie. 98 Prozent der Kinder haben heute die Möglichkeit, zuhause das Internet zu nutzen, 63 Prozent sind dann auch zumindest selten online. Der Anteil der Internet-Nutzer fällt nach wie vor bei Mädchen (60 %) etwas geringer aus als bei Jungen (66 %), bereits ein Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen hat erste Erfahrungen mit dem Internet gesammelt. Bei den Acht- bis Neunjährigen sind mit 52 Prozent gut die Hälfte im Netz unterwegs, bei den Zehn- bis Elfjährigen sind es acht von zehn und im Alter von zwölf Jahren haben fast alle Kinder das Internet kennen gelernt (12-13 Jahre: 93 %). Im Vergleich zu den Vorgängerstudien hat sich der Anteil der Internet-Nutzer nur marginal erhöht (2012: 62 %, 2010: 57 %), angestiegen ist aber sowohl die Häufigkeit der Nutzung als auch die Dauer. Zählen Kinder zu den Nutzern des Internets, dann suchen 40 Prozent das Netz jeden oder fast jeden Tag auf (2012: 36 %, 2010: 26 %), 44 Prozent sind ein- oder mehrmals pro Woche online und 16 Prozent zählen zu eher sporadischen Nutzern (weniger als einmal pro Woche). Während Mädchen und Jungen bei der fast täglichen Nutzung so gut wie keine Unterschiede aufweisen, sind die Jüngeren zu einem deutlich geringeren Anteil vertreten (6-7 Jahre: 15 %, 8-9 Jahre: 18 %, 10-11 Jahre: 38 %, 12-13 Jahre: 60 %).

Nach Schätzung der Kinder beträgt ein durchschnittlicher Nutzungsvorgang im Internet bei 23 Prozent bis zu einer halben Stunde, 44 Prozent sind dann zwischen 30 und 60 Minuten im Netz unterwegs und genau ein Drittel gibt an, länger als eine Stunde online zu sein. Im Vergleich zum Jahr 2012 hat sich der Anteil der Wenig-Nutzer (bis 30 Minuten) um sechs Prozentpunkte reduziert, der der intensiven Nutzer (mehr als 60 Minuten) ist von 24 auf 33 Prozent angestiegen. Diese Selbsteinschätzung deckt sich mit den Beobachtungen der Haupterzieher. Sie schätzen die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Kinder auf 36 Minuten (Mädchen: 33 Min., Jungen: 39 Min.), acht Minuten mehr als im Jahr 2012. Für die Jüngsten veranschlagen die Haupterzieher zehn Minuten Online-Nutzung am Tag, für die Ältesten fallen bereits 69 Minuten an (8-9 Jahre: 19 Min., 10-11 Jahre: 42 Min.).

Der Umgang mit dem Internet findet ebenso wie der mit Computer bzw. Laptop bei 98 Prozent der Nutzer zuhause statt. 56 Prozent gehen bei ihren Freunden ins Netz, die Schule spielt nur für 36 Prozent eine Rolle. Hinsichtlich der Zugangsgeräte liegen Computer und Laptop bei Kindern an erster Stelle, aber auch Handy bzw. Smartphone zeigen bereits Relevanz. Spielkonsolen oder gar Tablet-PCs werden von Kindern kaum zum Surfen im Netz genutzt.

Wege der Internetnutzung 2014

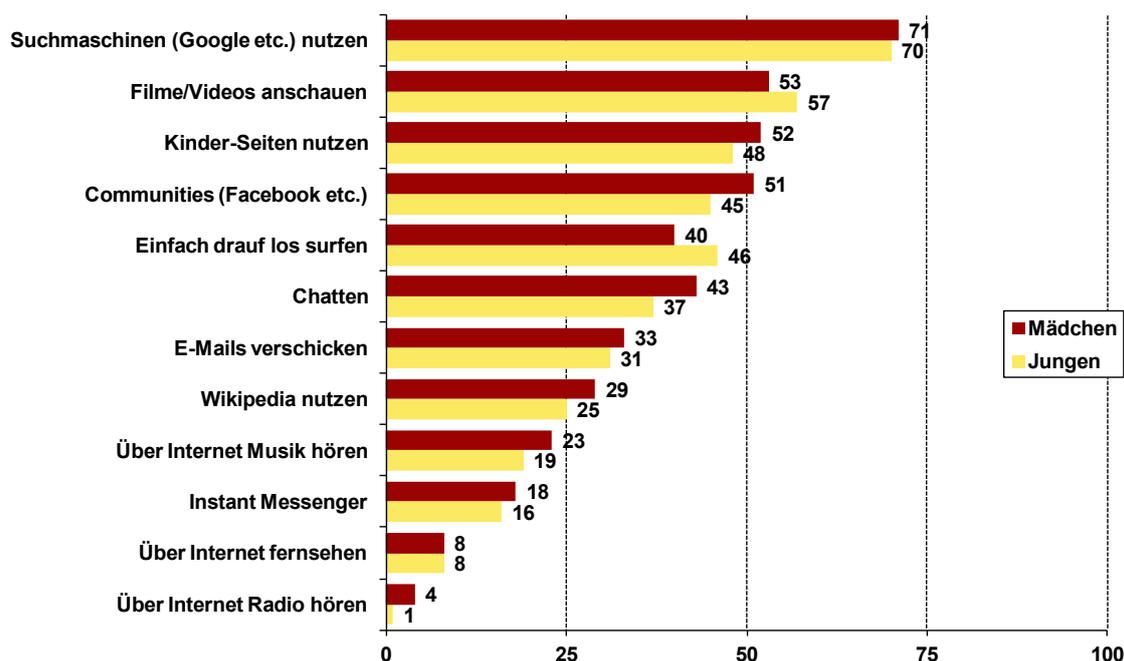


59 Prozent der Internet-Nutzer haben ein Lieblingsangebot im Netz (Mädchen: 60 %, Jungen: 58 %), das sie besonders gerne aufsuchen. Fasst man die zahlreichen Einzelnennungen (Mehrfachantworten) zusammen, so sind kommunikative Angebote in der ungestützten Nennung (Communities, Chats, Messenger) auch für Kinder am stärksten präsent und zählen für 28 Prozent zu den liebsten Websites (Facebook: 23 %). Videoportale werden von 26 Prozent genannt (YouTube: 24 %), Medienseiten zählen für genau ein Viertel zu den Premium-Angeboten (KiKA: 8 %, Toggo: 7 %) und auch (Kinder-) Suchmaschinen sind bei 17 Prozent sehr beliebt (fragFINN: 6 %, Blinde Kuh: 5 %). Spezielle Plattformen zum Spielen werden von 16 Prozent genannt (Spielaffe: 5 %) und für sechs Prozent sind Sportangebote wichtig, allerdings nur für Jungen (11 %, Mädchen: -).

Betrachtet man die gestützt erfragten Tätigkeiten der Internet-Nutzer insgesamt, so steht die Recherche bei Kindern an der Spitze regelmäßiger Aktivitäten. 71 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche in Suchmaschinen nach Informationen, 55 Prozent sehen sich Filme und Videos an, genau die Hälfte nutzt spezielle Kinderangebote. Zu den regelmäßigen Nutzern der Online-Communities zählen 48 Prozent der Kinder, 43 Prozent lassen sich ergebnisoffen durchs Netz treiben und surfen einfach so drauf los. Etwas geringer ist der Anteil derer, die häufig im Internet chatten (39 %), E-Mails verschicken (31 %) oder die Online-Enzyklopädie Wikipedia nutzen (27 %). Mit 21 Prozent bietet das Internet einem Fünftel regelmäßig die Möglichkeit, Musik zu hören, geringer fällt die Nutzung von Instant Messengern (17 %) aus. Die Möglichkeit, über das Internet fern zu sehen, wird nur von acht Prozent regelmäßig wahrgenommen, die Radionutzung über Internet spielt für gerade drei Prozent eine Rolle. Interessanterweise unterscheiden sich Jungen und Mädchen hier kaum.

Internet-Tätigkeiten 2014

- mindestens einmal pro Woche -

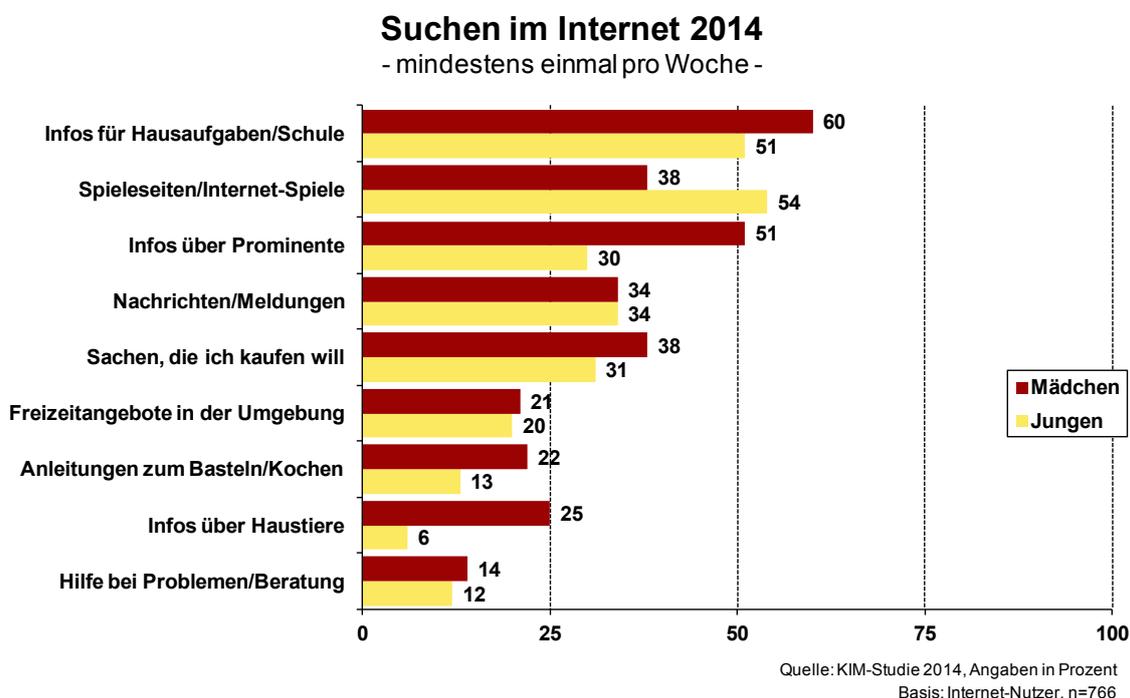


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Internet-Nutzer, n=766

11.3 Suchen im Internet

Für Kinder ist die Recherche im Internet ein zentrales Thema – das Netz als großes Buch des Wissens, das Antworten auf die vielen Fragen und Themeninteressen Heranwachsender bietet. Insgesamt fällt auf, dass nur ganz wenige Themen einen nennenswerten Anteil der Kinder veranlassen, jeden oder fast jeden Tag aktiv zu werden – dies gilt für die Suche nach neuen Spielen (11 %), die Information über Promis (8 %) oder die Information für Hausaufgaben bzw. die Schule (7 %). Bei der Betrachtung der Rechercheanlässe, die für die Kinder mindestens einmal pro Woche relevant sind, zeigt sich, dass das Thema „Hausaufgaben und Schule“ bei den Suchanfragen im Internet an erster Stelle steht (55 %). 47 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche nach neuen Spielen, 39 Prozent informieren sich über das Leben Prominenter, 34 Prozent suchen Nachrichten und Meldungen. Ein Drittel nutzt das Internet als Schaufenster und informiert sich über Dinge, die man kaufen will. Für ein Fünftel ist die Suche nach Freizeitangeboten in der Umgebung von Bedeutung, 17 Prozent suchen Anleitungen zum Basteln oder Rezepte, 15 Prozent informieren sich regelmäßig über Haustiere. Hilfe bei persönlichen Problemen suchen 13 Prozent mindestens einmal pro Woche im Netz. Jungen suchen zu einem größeren Anteil regelmäßig nach Informationen über Spiele, für Mädchen sind Informationen über Prominente, Haustiere und Bastelanleitungen wichtiger, sie suchen auch etwas häufiger nach Informationen für Schule und Hausaufgaben sowie nach Sachen die sie kaufen möchten.

Geschlechtsneutral ist die Suche nach Nachrichten, Freizeitangeboten vor Ort und Beratungsangeboten, die Hilfe bei persönlichen Problemen bieten.



Mit zunehmendem Alter der Internet-Nutzer intensiviert sich die Suche im Internet und gewinnt an Alltäglichkeit. Informationen für Hausaufgaben und Schule suchen ein Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen, aber 68 Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen mindestens einmal pro Woche. Ähnlich sieht es bei Nachrichten (6-7 Jahre: 9 %, 12-13 Jahre: 48 %), Produktinformationen (6-7 Jahre: 16 %, 12-13 Jahre: 50 %) oder der Suche nach Neuigkeiten über Prominente (6-7 Jahre: 21 %, 12-13 Jahre: 52 %) aus. Die Suche nach Spielen (6-7 Jahre: 45 %, 12-13 Jahre: 47 %) und Infos über Haustiere (6-7 Jahre: 15 %, 12-13 Jahre: 16 %) hingegen bleibt für alle Altersstufen gleichermaßen relevant.

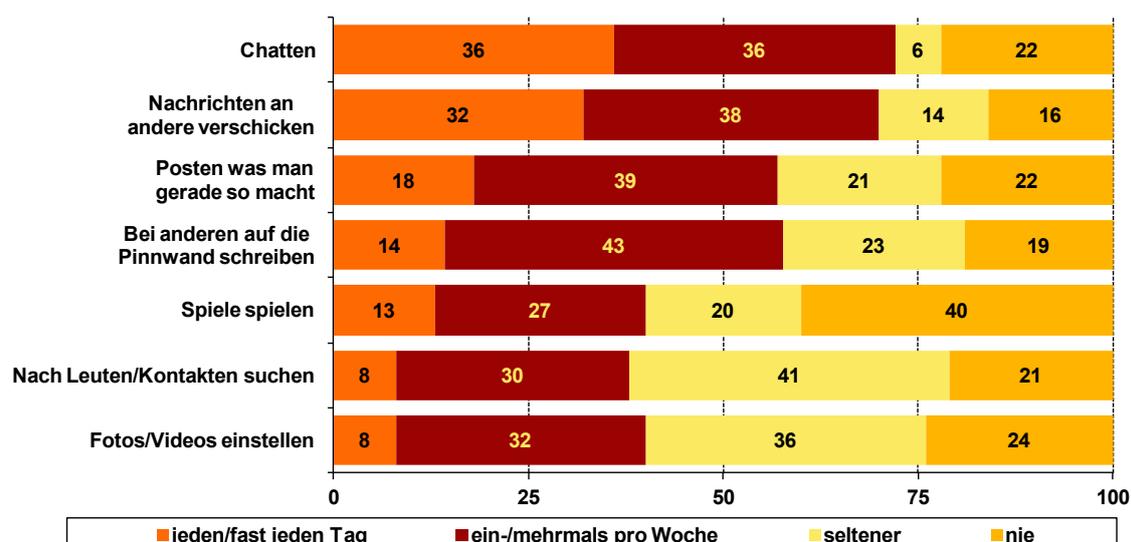
Welche Suchportale Kinder kennen und nutzen wurde mit Hilfe von Bildvorlagen bzw. Screenshots untersucht. Demnach ist Google unangefochten die bekannteste Plattform und 94 Prozent der Suchmaschinen-Nutzer bekannt. Yahoo (60 %) folgt mit Abstand und liegt fast gleichauf mit dem Kindersuchdienst „fragFINN“ (56 %), knapp die Hälfte erkennt die Startseite von „Blinde Kuh“ (49 %). Für etwa jeden Dritten sind „Helles Köpfchen“ (32 %), „Bing“ (30 %) oder „Loopilino“ (29 %) ein Begriff. Hinsichtlich der tatsächlichen Nutzung zeigt sich allerdings, dass Google auch bei Kindern ein Quasi-Monopol hat. 94 Prozent derer, die Google kennen, nutzen die Suchmaschine auch aktiv. Bei den Kennern der anderen Plattformen liegt der Anteil aktiver Nutzer höchstens zwischen 46 Prozent (Yahoo) und 26 Prozent (Loopilino).

11.4 Communities und persönliche Daten

Zwar stehen kommunikative Aspekte des Internets bei der tatsächlichen Nutzung von Kindern (noch) nicht im Vordergrund, mit den Angeboten eines Sozialen Netzwerks haben aber 53 Prozent der Internet-Nutzer zumindest selten Kontakt, 48 Prozent besuchen solche Plattformen einmal pro Woche oder häufiger. Auch wenn es zur Nutzung nicht zwingend einer persönlichen Mitgliedschaft bedarf, sind 43 Prozent der Internet-Nutzer in einer Community angemeldet (2012: 44 %). Der Anteil bei Mädchen (43 %) und Jungen (42 %) fällt nahezu gleich aus, im Altersverlauf erfahren die Sozialen Netzwerke einen enormen Anstieg des Zuspruchs (6-7 Jahre: 7 %, 8-9 Jahre: 18 %, 10-11 Jahre: 36 %, 12-13 Jahre: 70 %). Zum Zeitpunkt der Anmeldung in der Community waren die Kinder im Schnitt 10,4 Jahre alt, der Großteil (79 %) wurde hierbei von den eigenen Eltern (etwa die Hälfte), Geschwistern oder Freunden (jeweils ein Viertel) unterstützt.

Facebook hat sich auch bei den Kindern als mehr oder weniger konkurrenzlose Community etabliert. Mitglieder eines Netzwerkes sind zu 72 Prozent bei Facebook gelistet, wer-kennt-wen (5 %), meinVZ (4 %) oder Instagram (2 %) zählen hier schon zu den Exoten. Zu den am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten im Netzwerk zählen Chatten und das Versenden von Nachrichten, die Abgabe von Status-Posts oder das Hinterlassen von Botschaften auf den Pinnwänden anderer Nutzer. Etwas weniger weit verbreitet sind Spielen, die Suche nach (neuen) Bekanntschaften bzw. Freunden und das Einstellen von Fotos und Videos.

Online-Communities: Funktionen Nutzungsfrequenz 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Community-Nutzer, n=327

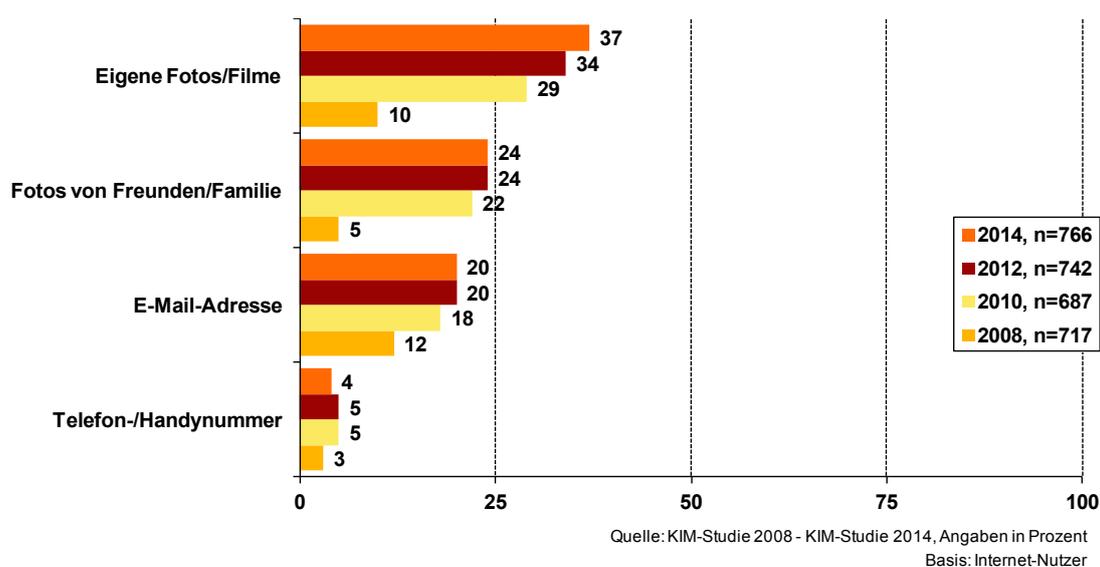
Während Mädchen zu einem etwas größeren Anteil die direkte und regelmäßige (mind. einmal pro Woche) Kommunikation per Chat nutzen (76 %, Jungen: 68 %) oder dem Ver-

senden von Nachrichten (74 %, Jungen: 67 %) nachgehen, spielen Jungen zu einen größeren Anteil Spiele innerhalb der Community (44 %, Mädchen: 35 %).

Was den Umgang mit persönlichen Daten betrifft, so hat sich knapp die Hälfte der Community-Nutzer (47 %) in der Community mit einem Phantasie- oder Spitznamen angemeldet. 28 Prozent haben nur ihren richtigen Vornamen, zwei Prozent nur ihren richtigen Nachnamen genutzt. Bedenklich aus der Perspektive des Datenschutzes ist aber, dass mit 29 Prozent fast ein Drittel mit richtigem Vor- und Nachnamen angemeldet ist. Mit 62 ist die durchschnittliche Anzahl der Freunde, mit denen die Kinder in der Community vernetzt sind, recht beachtlich (Mädchen: 56, Jungen: 67). Eine gewisse Kontrolle der Aktivitäten in der Community des Kindes ist – zumindest theoretisch – dadurch gegeben, dass knapp die Hälfte (45 %) auch mit den eigenen Eltern befreundet ist. Auf Lehrer trifft dies nur bei 13 Prozent der Community-Nutzer zu.

Verlässt man die Ebene der Community und fragt alle Internet-Nutzer danach, welche Informationen über ihre Person im Netz verfügbar sind, sind das bei einem guten Drittel eigene Fotos oder Filme, ein Viertel hat Fotos von Freunden oder der Familie hinterlegt, ein Fünftel die eigene E-Mail-Adresse. Mit der Handy- bzw. Telefonnummer wird weitaus vorsichtiger umgegangen, nur vier Prozent haben diese im Netz bekannt gegeben. Mädchen sind beim Online-Stellen von Fotos (von Freunden und Familie) etwas aktiver als Jungen. Die Langzeitbetrachtung ist mit Ausnahme eigener Fotos/Filme seit 2010 von großer Stabilität gekennzeichnet.

Im Internet hinterlegte Informationen 2008 - 2014



Zugriff auf diese Angaben haben bei drei Viertel der Kinder, die Informationen hinterlegt haben, nur die „Freunde“. Bei 13 Prozent sind die Daten ungeschützt für jeden im Internet

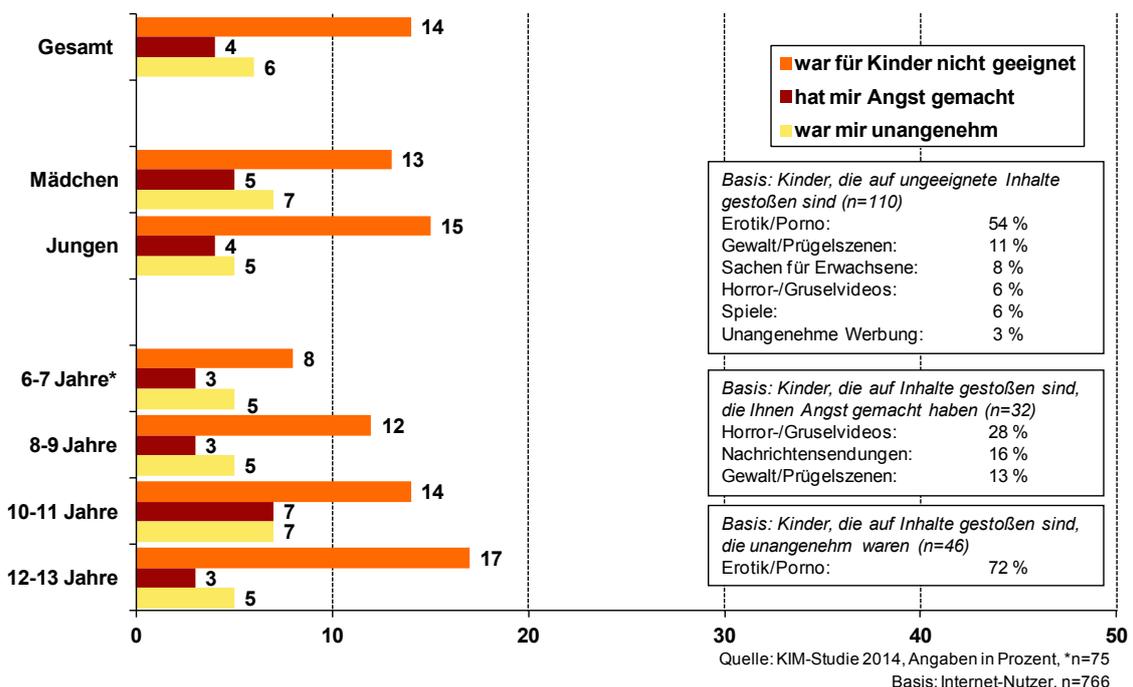
einsehbar und elf Prozent ist sich über den Status der hinterlegten Informationen nicht wirklich bewusst. Bei diesen Freunden, die persönliche Informationen einsehen können, handelt es sich dann zur einen Hälfte nur um „richtige“ Freunde, die man von Angesicht zu Angesicht kennt, zur anderen Hälfte handelt es sich um eine Mischung „richtiger“ Freunde und Freunde, die man nur aus dem Internet kennt. Bedenkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass der Anteil der Freunde, die man ausschließlich persönlich kennt und die darum auch als vertrauenswürdiger gelten können, mit zunehmendem Alter der Internet-Nutzer zurück geht.

11.5 Probleme im Internet

Neben Kontakttrisiken, die sich aus der leichtfertigen Preisgabe persönlicher Daten ergeben können, gehören vor allem für Kinder ungeeignete oder sie ängstigende Inhalte zu den Problemen des Internets – Gewalt, Pornografie, Extremismus. Aber auch Hänseleien oder Mobbing zählen zu den negativen Begleiterscheinungen. So berichten insgesamt 14 Prozent der Internet-Nutzer, dass sie schon einmal mit für sie problematischen Inhalten konfrontiert wurden. In der kindlichen Wahrnehmung umfassen ungeeignete bzw. unangenehme Inhalte vor allem sexualisierte Inhalte, während ängstigende Inhalte vor allem aus dem Bereich von Grusel- oder Horrorvideos kommen. Aber auch Kontaktversuche von Fremden im Internet waren für sieben Prozent der Kinder problematisch, wobei Mädchen (10 %) doppelt so häufig wie Jungen im Internet auf unangenehme Leute gestoßen sind. Unangenehme oder belästigende Kontaktaufnahmen erfolgten hauptsächlich über Facebook.

Probleme im Internet 2014

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

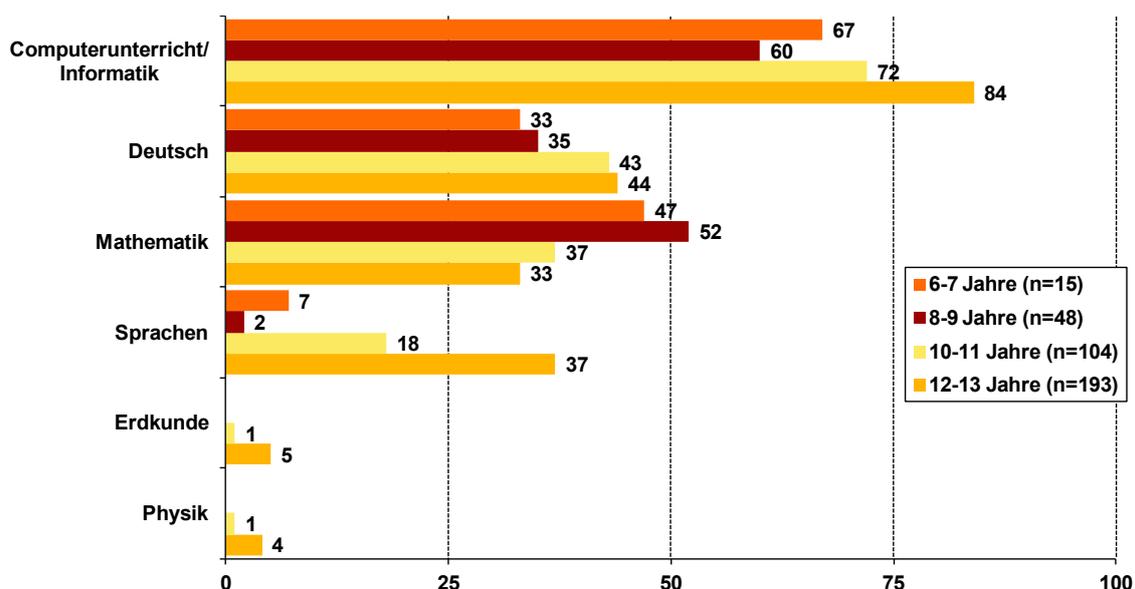


12. Computer und Schule

Der Einsatz von Computern im schulischen Kontext findet noch immer sehr punktuell und weniger fachübergreifend statt. Insgesamt nutzen nur 30 Prozent aller Kinder (n=360) in der Schule zumindest selten einen Computer oder Laptop, dies betrifft vor allem die Schüler ab zehn Jahre. Der Einsatz des Computers erfolgt in erster Linie in einem speziellen Fach für Computerbildung (77 %, 2012: 77 %), mit Abstand folgen die Fächer Deutsch (42 %, 2012: 42 %), Mathematik (37 %, 2012: 38 %) und Sprachen (26 %, 2012: 28 %). Jungen und Mädchen unterscheiden sich aufgrund der geschlechtsgemischten Klassen hier kaum, die Differenzierung der Schüler nach Alter hingegen zeigt zwar Unterschiede, diese fallen mit Ausnahme des Fremdsprachenunterrichts aber weniger pointiert aus als erwartet.

Computernutzung in der Schule nach Fächern 2014

- Mehrfachnennungen -



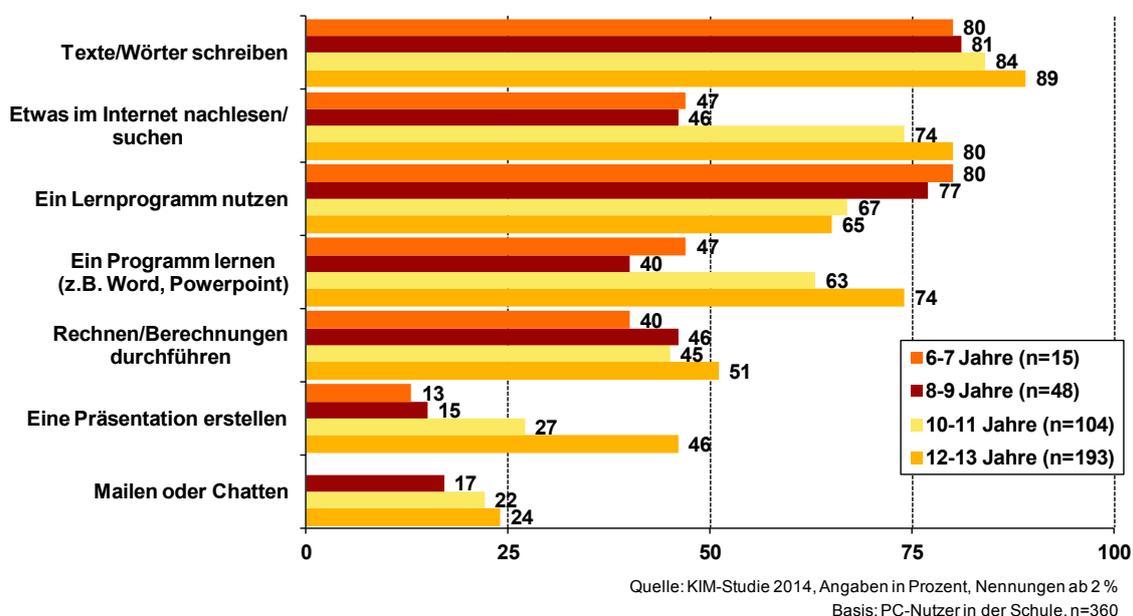
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, Nennungen ab 3 %
Basis: PC-Nutzer in der Schule, n=360

Eine leicht positive Entwicklung gegenüber 2012 zeichnet sich bei den konkreten Anwendungen in der Schule bzw. im Unterricht ab. 86 Prozent der Kinder, die Computer in der Schule nutzen, schreiben mindestens einmal pro Woche Texte bzw. Wörter (2012: 80 %), 73 Prozent recherchieren im Internet (2012: 64 %), 68 Prozent nutzen Lernprogramme (2012: 66 %), 65 Prozent lernen den Umgang mit einem speziellen Programm (2012: 66 %). Mit 48 Prozent führt knapp die Hälfte Berechnungen durch (2012: 42 %), 35 Prozent erstellen eine Präsentation (2012: 37 %), 22 Prozent kommunizieren per E-Mail oder Chat (2012: 19 %). Während die Angaben von Jungen und Mädchen über alle Tätigkeiten höchstens um fünf Prozentpunkte variieren, zeigt die Betrachtung im Altersverlauf deutliche Unterschiede. So steigt beispielsweise die Nutzung des Internets bei Schülern ab zehn

Jahren deutlich an, ähnliches gilt für das Lernen bestimmter Software oder die Erstellung von Präsentationen. Weniger altersspezifische Unterschiede treten beim Schreiben von Texten, der Durchführung von Berechnungen oder der Kommunikation mit Dritten auf.

Computernutzung in der Schule – Tätigkeiten 2014

- mind. einmal pro Woche -



Deutlich größer ist der Anteil der Kinder, die Computer oder Laptop hingegen zuhause für die Schule nutzen (n=881), dabei steht dann die Recherche im Internet an erster Stelle – 74 Prozent sind mindestens einmal pro Woche im Netz unterwegs, um etwas für die Schule zu suchen oder nachzulesen. 62 Prozent schreiben mit dieser Häufigkeit zuhause Texte für die Schule, 52 Prozent nutzen ein Lernprogramm. Weniger verbreitet ist das Erlernen und Einüben spezieller Programme wie Word oder Powerpoint für schulische Zwecke, gleiches gilt für die Durchführung von Berechnungen (je 28 %). Nur 17 Prozent erstellen mindestens einmal pro Woche zuhause eine Präsentation für die Schule. Auch hier gibt es so gut wie keine geschlechtsspezifischen Unterschiede. Zuhause für die Schule mit dem Internet zu arbeiten gehört bereits für 44 Prozent der Jüngsten mehr oder weniger zum Alltag – bei den Ältesten steigt dieser Anteil auf 91 Prozent an. Gleiches gilt für das Schreiben von Texten (6-7 Jahre: 32 %, 12-13 Jahre: 77 %), das weniger verbreitete Erlernen von Software (6-7 Jahre: 9 %, 12-13 Jahre: 42 %) oder das Rechnen (6-7 Jahre: 13 %, 12-13 Jahre: 36 %). Präsentationen werden erst bei den Ab-Zehnjährigen relevant (10-11 Jahre: 14 %, 12-13 Jahre: 35 %), während die Nutzung von Lernprogrammen zuhause für alle Altersgruppen einen vergleichbaren Stellenwert hat (6-7 Jahre: 49 %, 8-9 Jahre: 52 %, 10-11 Jahre: 58 %, 12-13 Jahre: 48 %).

13. Tablet-PCs

Die Diskussion um den richtigen Einsatz von Computern, Laptops oder Tablet-PCs in Kindergarten und Schule wird aktuell in der politischen Debatte immer präsenter. Spätestens seit dem Erscheinen der Studie „ICILS“ im November 2014, in der die internationale Konkurrenz Deutschland in Sachen Medienbildung auf den hintersten Platz verwies, wird Medienbildung in Deutschland wieder intensiver und kontrovers diskutiert.⁸ Tablet-PCs sind aufgrund ihrer intuitiv bedienbaren Oberfläche oft Thema der Medienbildungsdebatte, da sie durch die einfache und unkomplizierte Handhabung einen Einsatz in der Schule auch für jüngere Kinder möglich machen. Während die britische Ofcom-Studie „Children and Parents: Media Use and Attitudes Report 2014“ bereits vom Siegeszug der Tablets in Großbritannien berichtet⁹, wird in Deutschland zunächst die Frage diskutiert, inwieweit Tablet-PCs überhaupt schon von Kindern genutzt werden (sollen).¹⁰ Die Ergebnisse der KIM-Studie 2014 zeigen die aktuelle Situation in Deutschland.

Ein Tablet-PC ist in 19 Prozent der Haushalte mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren vorhanden (2012: 12 %), allerdings besitzen in dieser Altersgruppe nur zwei Prozent der Kinder selbst ein Tablet (2012: 1 %). Diese sehr geringe Besitzrate der Kinder und die generell (noch) sehr eingeschränkte Verfügbarkeit müssen bei der Betrachtung der nachfolgenden Ergebnisse stets im Blick behalten werden – Tablets stehen nur einer Minderheit überhaupt zur Verfügung.

Nach Angaben der Haupterzieher nutzen von denjenigen Kindern, die generell zuhause Zugang zu einem Tablet-PC haben (n=235), 54 Prozent das Gerät mindestens einmal pro Woche, unabhängig davon, ob die Nutzung der Kinder allein oder gemeinsam mit den Eltern/einem Elternteil erfolgt. Die regelmäßige Nutzung von Mädchen und Jungen unterscheidet sich lediglich um drei Prozentpunkte. Mit dem Alter der Kinder nimmt insbesondere der Anteil täglicher Nutzer deutlich zu (6-7 Jahre: -, 8-9 Jahre: 7 %, 10-11 Jahre: 17 %, 12-13 Jahre: 23 %), der Anteil regelmäßiger Nutzer ist bei den Zehn- bis Elfjährigen am höchsten (6-7 Jahre: 27 %, 8-9 Jahre: 52 %, 10-11 Jahre: 65 %, 12-13 Jahre: 61 %). Unter den Jüngsten gibt es mit 18 Prozent den größten Anteil an Nichtnutzern, am geringsten ist dieser Wert bei den Acht- bis Neunjährigen.

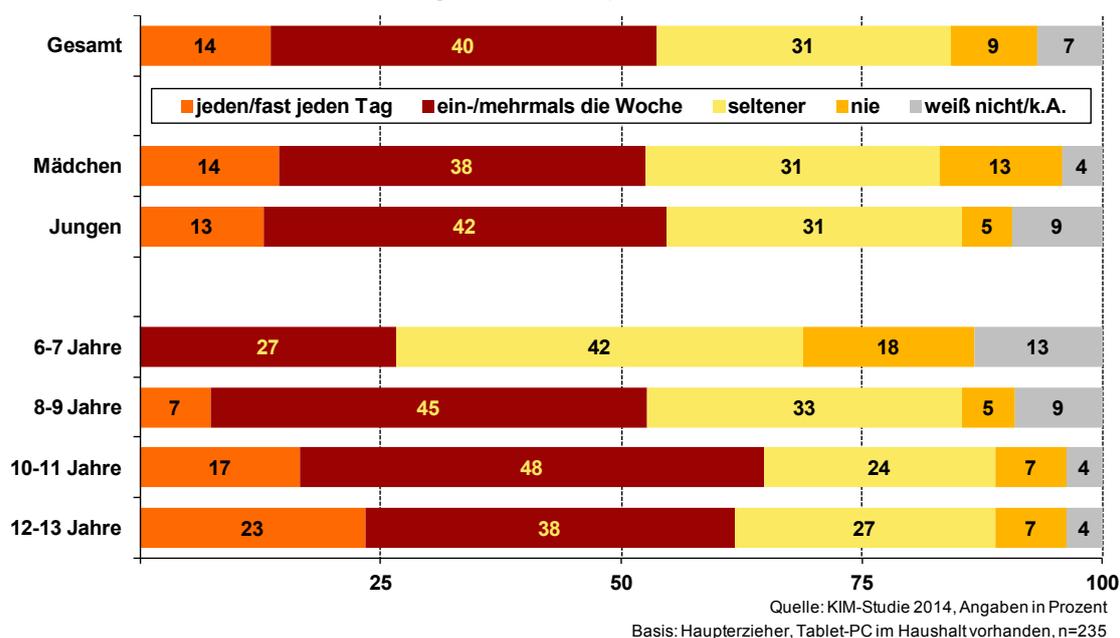
⁸ Vgl. <http://ifs-dortmund.de/icils2013-projektbeschreibung.html> (Abruf 03.02.2015)

⁹ Vgl. <http://media.ofcom.org.uk/news/2014/media-lit-audit-oct2014/> (Abruf 03.02.2015)

¹⁰ Vgl. <http://www.sueddeutsche.de/bildung/medienpaedagogik-kita-erzieher-fehlt-wissen-ueber-digitale-medien-1.2262518> (Abruf 10.02.2015)

Nutzung des Tablet-PCs durch das Kind

- Angaben der Haupterzieher -



Der Tablet-PC wird von knapp der Hälfte der Kinder (45 %), die im Haushalt auf einen Tablet-PC zugreifen können, auch regelmäßig selbstständig ohne Zutun der Eltern genutzt. Je älter die Kinder sind, desto autonomer ist ihr Umgang mit dem Gerät – so nutzen nur elf Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen das Tablet regelmäßig allein, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es dann 58 Prozent regelmäßige Alleinnutzer (8-9 Jahre: 36 %, 10-11 Jahre: 61 %). Analog dazu nimmt die Nutzung des Tablets gemeinsam mit den Eltern oder einem Elternteil mit zunehmendem Alter der Kinder ab. Die Jüngsten nutzen zu 27 Prozent das Gerät regelmäßig mit den Eltern, bei den Ältesten sind es nur noch 13 Prozent.

Nach Angaben der Haupterzieher sind Tablet-Spiele die am häufigsten regelmäßig ausgeübte Tätigkeit der Kinder mit dem Gerät. Jedes zweite Kind, das zumindest selten einen Tablet-PC nutzt, spielt darauf regelmäßig Spiele. Die Spiele-Apps „Candy Crush“, „Angry Birds“, „Pinball“, die „Pet Rescue Saga“ sowie „Cut the Rope“ sind die beliebtesten Tablet-Spiele der befragten Kinder.¹¹ Auf Platz zwei der Tablet-Tätigkeiten steht das Ansehen von Fotos/Videos, das von 36 Prozent der Tablet-Nutzer regelmäßig praktiziert wird. 35 Prozent nutzen regelmäßig mit dem Tablet das Internet, 16 Prozent malen mindestens einmal pro Woche auf dem Touchscreen. Bei der Betrachtung der täglichen Tablet-Tätigkeiten liegt wiederum das Spielen vorn (12 %), darauf folgt die Internetnutzung (9 %), vor dem Anschauen von Fotos/Videos (4 %) sowie Malen (4 %). Mit Ausnahme des Malens werden alle Tätigkeiten im Altersverlauf häufiger ausgeübt.

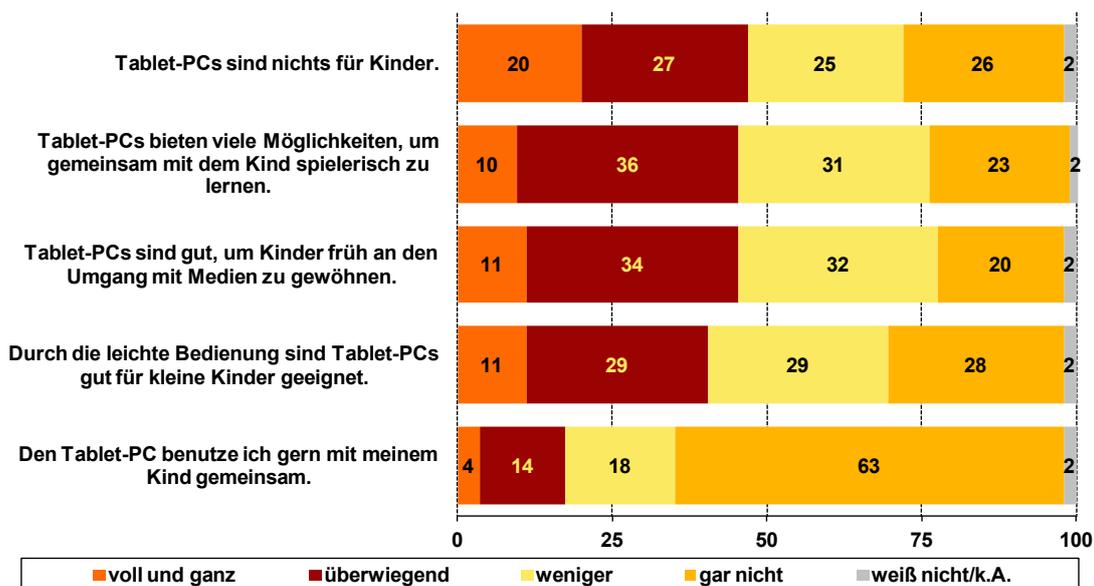
¹¹ Die Apps „Angry Birds“ und „Candy Crush“ sind auch auf dem Handy sehr beliebt, vgl. Kapitel 14.

Im Rahmen der KIM-Studie 2014 wurden aufgrund der aktuellen Relevanz des Themas alle Haupterzieher zu ihrer Meinung zum Thema Kinder und Tablet-PCs befragt. Dazu sollten alle Haupterzieher – unabhängig davon ob es in ihrem Haushalt einen Tablet-PC gibt oder nicht – ihre Zustimmung zu einzelnen Statements äußern. Mit 47 Prozent stimmt fast die Hälfte der Aussage voll und ganz bzw. überwiegend zu, dass Tablet-PCs nichts für Kinder seien. Mit 20 Prozent voller Zustimmung ist dies die Aussage, der die Haupterzieher am deutlichsten zustimmen und mit der sie sich offenbar am stärksten identifizieren – die Akzeptanz des Tablets als Mediengerät für Kinder ist unter den Eltern von Sechs- bis 13-Jährigen in Deutschland nur teilweise vorhanden. Es gibt auch Befürworter unter den Haupterziehern: 45 Prozent sind der Ansicht, dass Tablet-PCs viele Möglichkeiten bieten, um gemeinsam mit dem Kind spielerisch zu lernen. Ein Viertel stimmt dieser Aussage überhaupt nicht, 31 Prozent weniger zu. Auch bei der Frage zur frühen Gewöhnung scheiden sich die Geister: Während 45 Prozent Tablet-PCs für gut geeignet halten, um Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen, sind 52 Prozent eher weniger oder gar nicht dieser Ansicht. Zwei von fünf Haupterziehern sehen Potential in der intuitiven Bedienoberfläche und stimmen zu, dass Tablets durch die leichte Bedienung gut für kleine Kinder geeignet sind. Knapp ein Fünftel (18 %) stimmt zu, den Tablet-PC gern mit dem Kind gemeinsam zu nutzen.

Insgesamt sind die Haupterzieher also sehr skeptisch, es zeigt sich ein sehr gespaltenes Bild. Während die eine Hälfte dem Tablet-PC Potential zur Medienbildung zuspricht, ist die andere Hälfte abgeneigt und sieht keine Vorzüge des Geräts für die jungen Nutzer.

Aussagen zu Tablet-PCs 2014

- trifft zu (Angaben der Haupterzieher) -



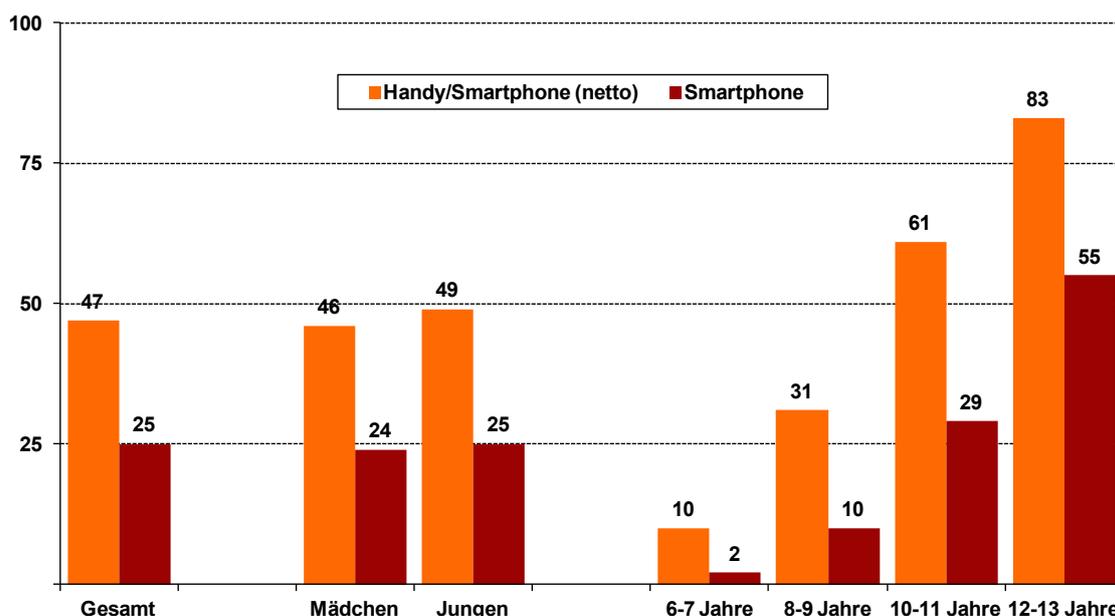
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher, n=1.209

14. Handy und Smartphone

Dass das Mobiltelefon bei Jugendlichen seit vielen Jahren zur Grundausstattung gehört, ist inzwischen eine Binsenweisheit. Die zunehmende Verbreitung von Smartphones sorgte in der Altersgruppe der Zwölf- bis 19-Jährigen in den letzten Jahren für einen deutlichen Anstieg der mobilen Internetnutzung.¹² Ob dieser Trend auch bei den Kindern angekommen ist und wie sich Kinder den Umgang mit dem Handy/Smartphone aneignen, zeigen die aktuellen Ergebnisse der KIM-Studie. Hier wurden die Haupterzieher gefragt, ob ihr Kind ein Handy bzw. ein Smartphone besitzt. Die unterschiedliche Art der Erhebung, möglicherweise vorherrschende Unsicherheiten bezüglich der Definition eines „Smartphones“ bei den Eltern (welche Funktionalitäten machen ein Handy zum Smartphone?) sowie der unüberschaubare Markt machen diese Ergebnisse nicht direkt mit den Antworten der Jugendlichen aus der JIM-Studie vergleichbar. Betrachtet man die Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen, liegt der Besitz von konventionellen Handys und Smartphones mit jeweils etwa einem Viertel gleich auf, dies gilt für Jungen wie Mädchen gleichermaßen. Bei der differenzierten Altersbetrachtung wird deutlich, dass bei den Sechs- bis Siebenjährigen weder Handy noch Smartphone eine große Rolle spielen, bei den Acht- bis Neunjährigen ist das traditionelle Handy mit 22 Prozent noch mehr als doppelt so häufig vorhanden wie ein Smartphone (10 %). Auch im Alter von zehn bis elf Jahren dominiert noch das konventionelle Handy. Erst beim Übergang ins Jugendalter mit zwölf bis 13 Jahren liegt das Smartphone mit 55 Prozent deutlich vor dem konventionellen Mobiltelefon (31 %).

Verbreitung von Handys/Smartphones 2014

- Angaben der Haupterzieher -



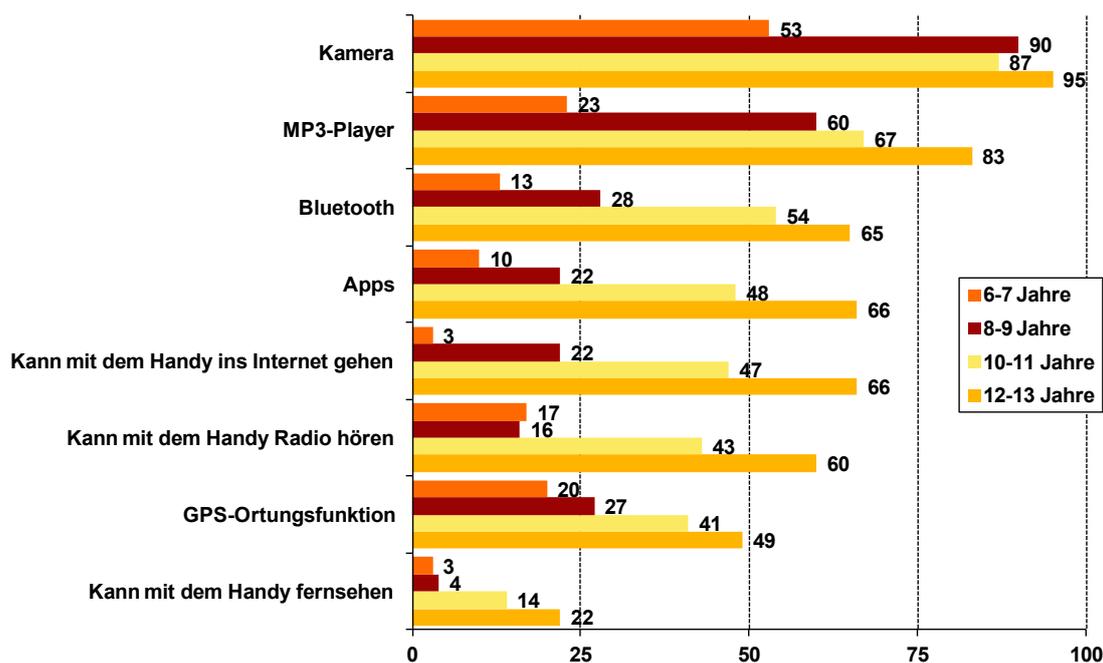
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

¹² Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2014, Stuttgart, Seite 24.

Das Mobiltelefon erreicht folglich für die meisten Kinder erst im Alter von etwa zehn Jahren Relevanz, für Jüngere ist ein eigenes Handy immer noch eher die Ausnahme. Haben jüngere Kinder ein eigenes Handy, so ist dies durchaus auch ein Wunsch der Eltern. Jedes dritte Kind mit einem eigenen Handy im Alter von sechs bis sieben Jahren gibt an, dass das erste Handy auf Initiative der Eltern angeschafft wurde. 37 Prozent sagen, dies geschah auf eigenen Wunsch und bei 30 Prozent erfolgte dies auf gemeinsamen Wunsch von Kind und Eltern. Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Kinder, die angeben, dass das Handy auf eigenen Wunsch gekauft wurde (8-9 Jahre: 58 %, 10-11 Jahre: 60 %, 12-13 Jahre 76 %). Woran das Interesse der Eltern an einem eigenen Handy für das Kind liegt, kann man an der Bedeutung der Handyfunktionen ablesen. Für 71 Prozent der Eltern, deren Kind ein eigenes Handy hat, ist es (sehr) wichtig, dass es die Funktion der Ortung im Notfall hat. Bei Eltern, die noch kein Handy für das Kind angeschafft haben, wäre dies sogar für 90 Prozent ein Kaufkriterium (wichtig/sehr wichtig). Weitere Funktionen die beim Handykauf sehr wichtig/wichtig wären, sind ein Kostenlimit (92 %), die Einfachheit der Bedienung (90 %), geringe Strahlung (85 %), die Möglichkeit, Funktionen zu sperren (79 %), eine altersdifferenzierte Anpassung (77 %) und voreingestellte Jugendschutzmaßnahmen (76 %). Weniger Bedeutung hat für Eltern der Imagefaktor, nur 45 Prozent finden es sehr wichtig/wichtig, dass es sich um ein aktuelles und cooles Modell handelt.

Die Handys im Besitz der Kinder sind relativ neuwertig, zwei Drittel der Geräte sind jünger als zwei Jahre, im Durchschnitt sind die Handys der Kinder 2,4 Jahre alt. Entsprechend ist die Ausstattung der Geräte sehr gut. 89 Prozent der Handys haben eine Kamera, 71 Prozent einen MP3-Player, 53 Prozent können über Bluetooth Daten austauschen. Jedes zweite Kind mit eigenem Handy kann Apps nutzen und ins Internet gehen. Ein Radio haben 46 Prozent im Handy integriert und 42 Prozent haben eine Ortungsfunktion via GPS, 16 Prozent können mit dem Handy fernsehen. Die Mobiltelefone der älteren Kinder verfügen über deutlich mehr verschiedene Funktionen als die der Jüngeren, da mit dem Alter der Kinder auch die Wahrscheinlichkeit steigt, dass es sich bei ihrem Mobiltelefon um ein Smartphone handelt. Desweiteren ist zu beachten, dass jüngere Kinder ggf. auch die Funktionen des eigenen Mobiltelefons noch nicht so gut kennen und sich manche Anwendungen erst mit zunehmendem Alter erschließen.

Handy-/ Smartphoneausstattung 2014

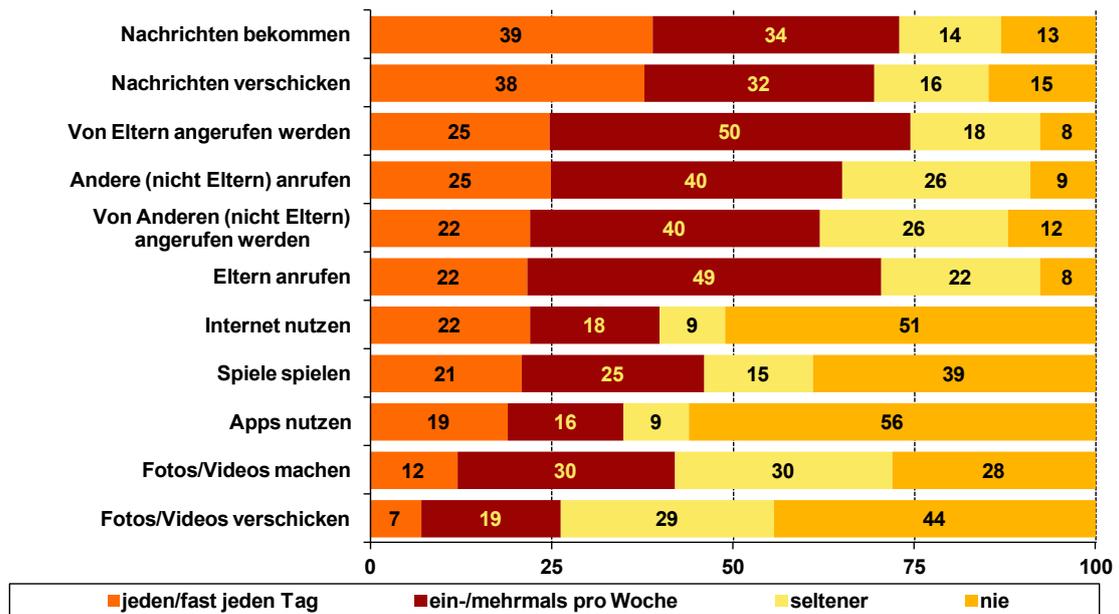


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Handy-Besitzer, n=650

Vergleicht man die Ausstattung mit der Situation 2012, so hat sich entsprechend dem Anstieg von Smartphones die Verfügbarkeit von Apps und die Option, ins Internet zu gehen, verdoppelt (jeweils +24 PP). Deutlich zugenommen hat auch die integrierte GPS-Funktion zur Ortung (+18 PP). Weiter sind MP3-Player (+8 PP), die Option von Handy-TV und eine integrierte Kamera (jeweils +7 PP) häufiger vorhanden.

Betrachtet man die praktizierte regelmäßige Nutzung unabhängig von der technischen Ausstattung der Mobiltelefone, steht bei den Kindern der Kontakt mit den Eltern im Vordergrund, drei Viertel werden zumindest einmal pro Woche von den Eltern angerufen. Kaum geringer ist der Anteil der Kinder, die in dieser Häufigkeit die Eltern anrufen, sowie Nachrichten verschicken oder bekommen. Etwa zwei Drittel rufen andere Personen als die Eltern an, etwas weniger Kinder werden angerufen. Telefonieren und Nachrichten-Senden sind damit die zentralen Funktionen, die Kinder am häufigsten mit dem Handy/Smartphone nutzen. 46 Prozent spielen regelmäßig am Handy/Smartphone, 42 Prozent nutzen die Foto- und Videofunktion, zwei Fünftel gehen mit dem Mobiltelefon zumindest einmal pro Woche ins Internet. Apps werden von 35 Prozent regelmäßig genutzt, jeder Vierte (26 %) verschickt Bilder und Filme über das Mobiltelefon. Betrachtet man die tägliche Nutzung, hat die größte Relevanz das Verschicken und Empfangen von Nachrichten.

Nutzung verschiedener Handy-/Smartphone-Funktionen 2014

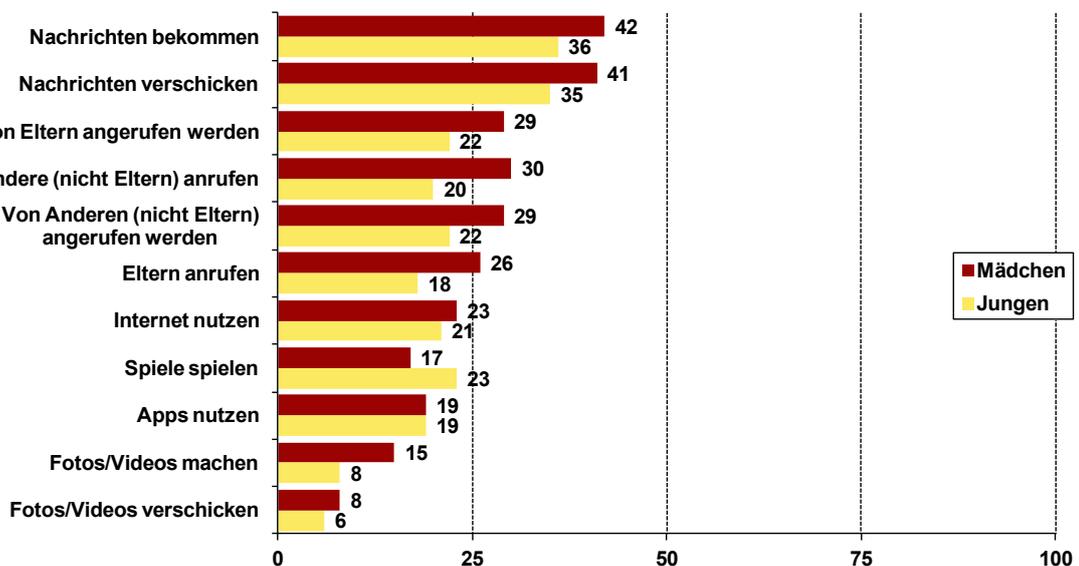


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Handy-Nutzer, n=751

Bei der Nutzung der verschiedenen Funktionen verzeichnen Mädchen fast überall eine höhere Nutzungsfrequenz als Jungen. Insgesamt zeigen sich Mädchen mit dem Handy oder Smartphone kommunikativer als Jungen. Lediglich bei der Nutzung von Apps sind beide Geschlechter gleichauf und beim Thema „Spiele“ bestätigt sich erneut die generelle Spieleaffinität der Jungen, die dann auch beim Medium Handy/Smartphone eine höherer Nutzungsintensität aufweisen als die Mädchen.

Nutzung verschiedener Handy-/ Smartphone-Funktionen 2014

- jeden/fast jeden Tag -



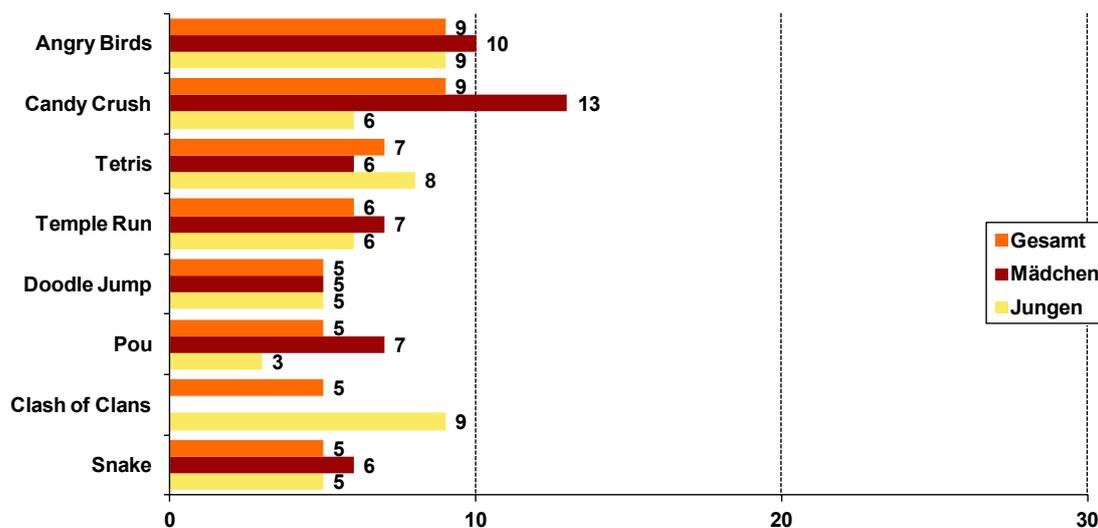
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Handy-Nutzer, n=751

Wenn auch immer noch 51 Prozent der Handy-/Smartphonebesitzer nie mit ihrem Mobiltelefon ins Internet gehen und 56 Prozent nie Apps nutzen (können), sind dies die Funktionen, die im Vergleich zu 2012 deutlich häufiger von den Kindern verwendet werden (Internet: +12 PP, Apps: +15 PP). Einen deutlichen Anstieg verzeichnet auch das Thema Handyspiele (+9 PP). Diese Entwicklung lässt sich mit der gestiegenen Verbreitung von Smartphones erklären. Die Grundfunktion des Handys, von anderen als den Eltern angerufen zu werden, ist gegenüber 2012 rückläufig (-5 PP).

Bezüglich der Lieblingsspiele der Kinder auf dem Handy/Smartphone zeigt sich eine ungeheure Bandbreite an Nennungen, die das große Angebot auf dem Spiele(app-)markt widerspiegelt. Die Nutzer von Handyspielen konnten hier bis zu drei Spiele nennen, die sie besonders gerne spielen. Am beliebtesten sind die Spiele „Angry Birds“, „Candy crush“, der Klassiker „Tetris“ und das Jump'n'Run-Spiel „Temple Run“. Während das Puzzlespiel „Candy Crush“ vor allem Mädchen anspricht, wird das Strategiespiel „Clash of Clans“ ausschließlich von Jungen als eines ihrer drei liebsten Spiele genannt.

Liebste Spiele auf dem Handy/Smartphone 2014

- bis zu drei Nennungen -

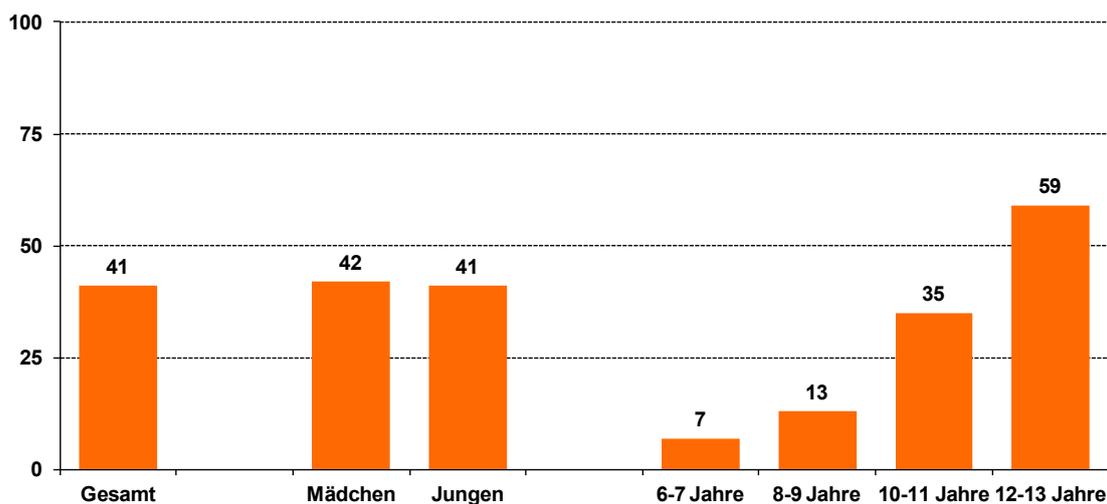


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5%
Basis: Nutzer von Handy-/Smartphonepielen, n=457

Der Versand von Nachrichten, der früher unter dem Begriff „SMS“ bereits sehr beliebt war, wird nun im Zeitalter von Smartphones neben der gerätespezifischen integrierten Nachrichtenfunktion auch von Apps erledigt. Besonders beliebt ist hierbei der internetbasierte Instant-Messenger-Dienst „WhatsApp“. Hierüber kann man neben Textnachrichten auch Bilder, Filme und Sprachnachrichten austauschen. Während bei den Jugendlichen fast alle diese App installiert haben und diese dort auch in der Bedeutung Facebook und andere Communities überholt hat, spielt dieses Angebot bei den Kindern derzeit noch eine vergleichbar untergeordnete Rolle. Etwa zwei Fünftel der Kinder im Alter von sechs bis 13, die

ein eigenes Handy/Smartphone haben, haben WhatsApp installiert. Erst bei den Zehn- bis Elfjährigen gewinnt dieses Angebot an Relevanz und erreicht dann bei den Zwölf- bis 13-Jährigen mehr als die Hälfte der Handy-/Smartphonebesitzer. Diese Tatsache erklärt sich dadurch, dass bei den Kindern eben noch nicht alle Handybesitzer bereits ein Smartphone (was Voraussetzung für die Installation von Apps ist) zur Verfügung haben.

Verfügbarkeit von WhatsApp 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Handy-Besitzer, n=650

Betrachtet man nur diejenigen Handy-/Smartphonebesitzer, die auf ihrem Mobiltelefon Apps nutzen können (n=327), ergibt sich eine deutlich größere Verbreitung von WhatsApp: 82 Prozent der App-Nutzer haben den Messenger-Dienst installiert. Mädchen (82 %) und Jungen (81 %) gehören gleichermaßen zu den Nutzern, wobei WhatsApp auch bei dieser Teilgruppe der App-Nutzer erst bei den Ab-Zehnjährigen eine Rolle spielt.

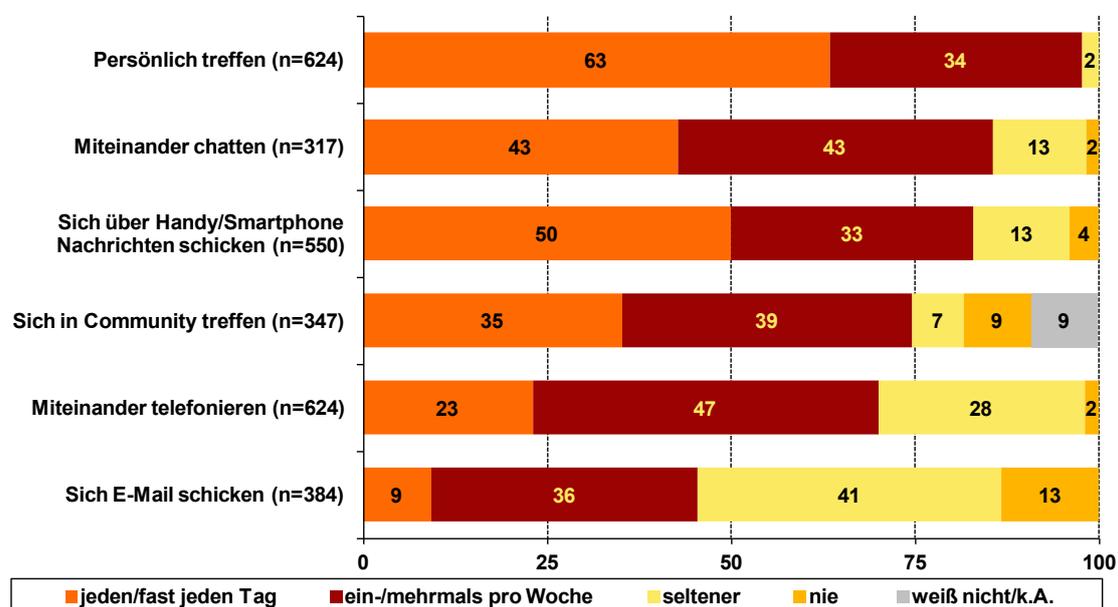
Im Rahmen der KIM-Studie wurden auch kritische Aspekte der Mobiltelefon-Nutzung untersucht. Handy und Smartphone als Zugang zu problematischen Inhalten zeigen jedoch – zumindest für die befragte Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen – kaum Relevanz. Nur zwei Prozent der Kinder, die ein Handy oder Smartphone zur Verfügung haben, berichten, dass sie schon einmal seltsame oder unangenehme Sachen über ihr Mobiltelefon bekommen haben. Jungen (3 %) unterscheiden sich hierbei kaum von den Mädchen (2 %). Dabei mussten ausschließlich ältere Kinder schon negative Erfahrungen machen (10-11 Jahre: 4 %, 12-13 Jahre 2 %). Als konkrete Beispiele wurde von den Betroffenen vor allem der Empfang von gewalthaltigen oder sexuell motivierten Fotos/Videos genannt; weiter waren es dubiose Kaufangebote, Nachrichten von Unbekannten oder Anmachen, die die Kinder verunsichert haben.

15. Kontakt zu Freunden

Nicht nur über das Handy oder Smartphone stehen Kindern zahlreiche Möglichkeiten zur Kommunikation zur Verfügung, auch im Internet kann man sich über Chats, Communities oder klassisch per E-Mail austauschen. Welche der Kontaktmöglichkeiten von den Kindern präferiert werden, wurden in der KIM-Studie die älteren Kinder ab zehn Jahren gefragt (n=624). Erst ab dieser Altersstufe sind die verschiedenen Möglichkeiten so weit verfügbar, dass sie von einer gewissen Größenordnung genutzt werden und somit ein Vergleich sinnvoll erscheint (Basis = jeweilige Nutzer).

Persönliche Treffen haben trotz aller medialer Kommunikationsoptionen weiterhin den größten Stellenwert bei den Zehn- bis 13-Jährigen, 63 Prozent treffen ihre Freunde (fast) jeden Tag. An zweiter Stelle steht bei der Betrachtung der täglichen Nutzung das Handy/Smartphone als zentrales Kontaktmedium zum Verschicken von Nachrichten. Chatten (43 %) und die Community (35 %) sind für etwa zwei von fünf Kindern in dieser Altersgruppe für den Kontakt mit Freunden von großer Bedeutung. Eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielen Telefonieren (mobil oder Festnetz) sowie das Verschicken von E-Mails im Freundeskreis.

Kontakt zu Freunden, 10 bis 13 Jahre



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Kinder zwischen 10 und 13 Jahren und jeweilige Nutzer

Im Vergleich zur KIM-Studie 2012 haben sich die Kontaktwege der Zehn- bis 13-Jährigen zu ihren Freunden nur geringfügig verändert. Die Rolle des Handys/Smartphones als Nachrichtenplattform hat sich weiter verstärkt, da mit WhatsApp mittlerweile eine kostengünstigere und bequemere Alternative zu SMS/MMS existiert.

16. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele

16.1 Nutzungshäufigkeit, Spieldauer und Spieleplattformen

Digitale Spiele haben seit vielen Jahren einen besonderen Stellenwert im Alltag von Kindern und Jugendlichen und sind auch für erwachsene Zielgruppen eine Freizeitbeschäftigung. Inzwischen haben die Eltern oft bereits selbst als Kind Erfahrungen mit Computerspielen gemacht. Nach Angaben des Bundesverbands Interaktive Unterhaltungssoftware war 2014 ein sehr erfolgreiches Jahr für die Computer- und Videospielebranche in Deutschland, nicht zuletzt auch aufgrund realer Ereignisse, die im Spiel immer und immer wieder erlebt werden können: So verhalf der Sieg der deutschen Nationalmannschaft bei der Fußball-WM in Brasilien auch der digitalen Fußballspiel-Version „FIFA 15“ zu großen Erfolgen. Das Spiel erhielt 2014 einen Multiplattform-Award und verkaufte sich insgesamt über eine Million Mal.¹³

Computer-, Konsolen- und Online-Spiele sind weitaus mehr als reine Unterhaltungselektronik. Neben dem kulturellen Aspekt wurde auch ihr Wert für andere Zwecke erkannt. „Serious Games“ werden in Bereichen wie Gesundheitsförderung, Prävention, Jugend- und Erwachsenenbildung eingesetzt, um das Lernen verschiedenster Inhalte im Spiel durch die direkte Anwendung von Wissen zu erleichtern. Es steht außer Frage, dass von digitalen Spielen Zukunftspotential abseits von reiner Unterhaltung ausgeht. Doch werden Computerspiele oft kontrovers diskutiert. Angesichts der sehr vielschichtigen Inhalte, die sich hinter diesem Begriff verbergen, lohnt eine eingehende Analyse des Spielverhaltens von Kindern und Jugendlichen.

In der KIM-Studie werden Computer-, Konsolen- und Onlinespiele im Detail separat von Smartphone- und Tabletspielen betrachtet.¹⁴ Das Smartphone als Spielgerät hat bei den befragten Kindern zwischen sechs und 13 Jahren (im Unterschied zu den im Rahmen der JIM-Studie befragten Zwölf- bis 19-Jährigen) noch keinen allzu hohen Stellenwert: Eine vergleichbare Ausstattung wie bei den Jugendlichen ist bei den Kindern nicht gegeben, die Smartphone-Besitzrate (25 %) liegt weit hinter den Spielkonsolen (48 % Netto-Eigenbesitz).¹⁵ Auch der Tablet-PC (2 %) ist nicht in die Lebenswelt der Kinder integriert und kann durch die aktuell sehr niedrige Besitzrate nicht mit PC oder Konsole als Plattformen verglichen werden. Eine ähnliche Relevanz im Alltag der Kinder ist aufgrund dieser Zugangsunterschiede (noch) nicht gegeben, daher werden an dieser Stelle wie in den Vorjahren nur die „traditionellen“ digitalen Spielmöglichkeiten differenziert analysiert.

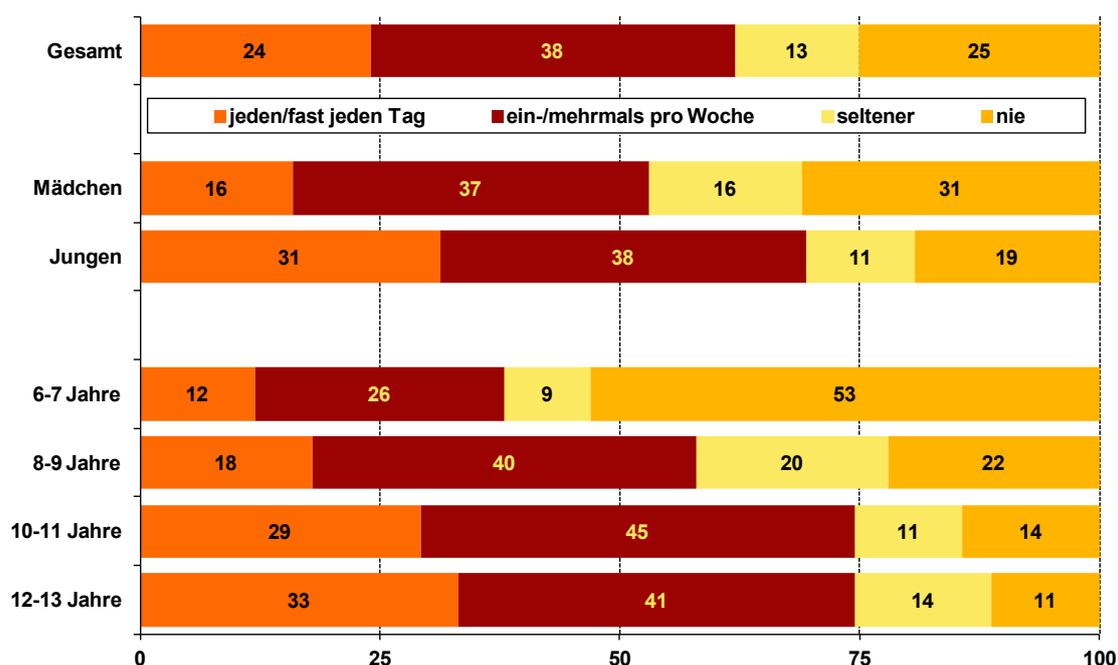
¹³ Vgl. BIU (2015) <http://www.biu-online.de/de/presse/newsroom/newsroom-detail/datum/2015/01/30/2014-waren-computer-und-videospiele-besonders-gefragt.html>, (Abruf 01.02.2015).

¹⁴ Informationen zur Nutzungshäufigkeit von Smartphone- bzw. Tablet-Spielen sowie zu den beliebtesten Spielen für Smartphone/Tablet finden sich in den Kapitel 13 bzw. 14.

¹⁵ Vgl. Kapitel 3.

Für 23 Prozent der Kinder gehört das Spielen an Computer, Konsole oder im Internet zu den liebsten Freizeitaktivitäten. Das Spielen über diese Plattformen ist fest in den Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen integriert – 62 Prozent der Kinder spielen regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche, jedes vierte Kind (24 %) spielt täglich. Traditionell zeigen Jungen eine größere Vorliebe für Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele als Mädchen: Knapp ein Drittel der Jungen (31 %) aber nicht einmal ein Fünftel der Mädchen (16 %) nutzt die genannten Spielmöglichkeiten jeden Tag. Die Jüngsten zeigen nur ein gemäßigtes Interesse an digitalen Spielen, nur knapp die Hälfte spielt hier zumindest selten. Mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil der Nicht-Spieler stetig ab: Nur einer von zehn Zwölf- bis 13-Jährigen nutzt PC-, Konsolen- und Onlinespiele überhaupt nie. Der Anteil der täglichen Gamer entwickelt sich analog dazu und steigt von zwölf Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf 33 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an. Verglichen mit der KIM-Studie 2012 hat der Anteil der regelmäßigen Spieler leicht abgenommen (-4 PP), dabei zeigt sich ein stärkerer Rückgang bei den Jungen (-7 PP) als bei den Mädchen (-2 PP).

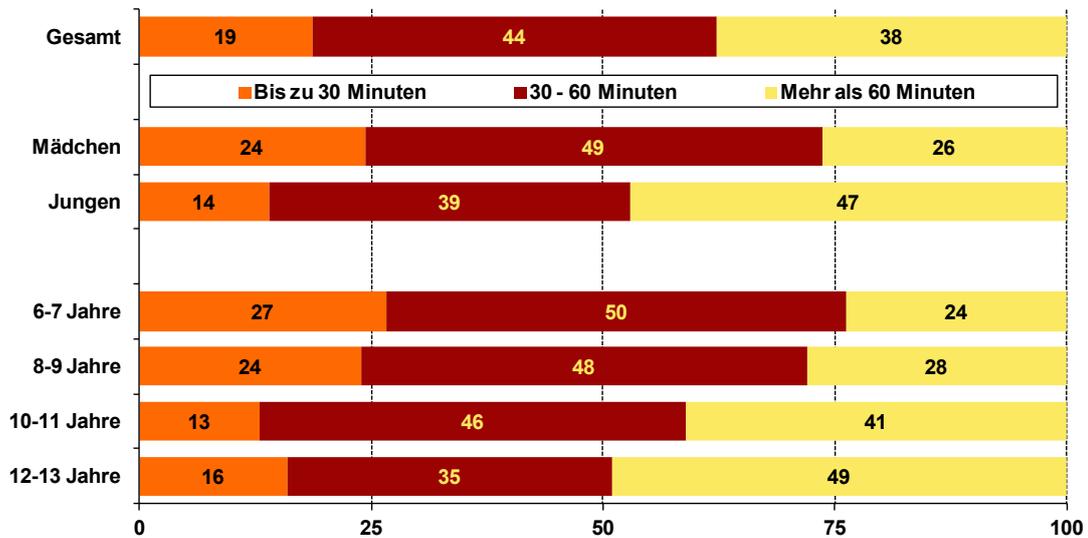
Nutzung Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

Nach eigenen Angaben spielen 19 Prozent der Spieler durchschnittlich bis zu 30 Minuten pro Tag, für 44 Prozent dauert das digitale Spiel an Computer, Konsole oder online täglich zwischen 30 und 60 Minuten und 38 Prozent spielen länger als eine Stunde am Tag. Jungen spielen dabei länger als Mädchen, zudem erhöht sich die Spieldauer im Altersverlauf.

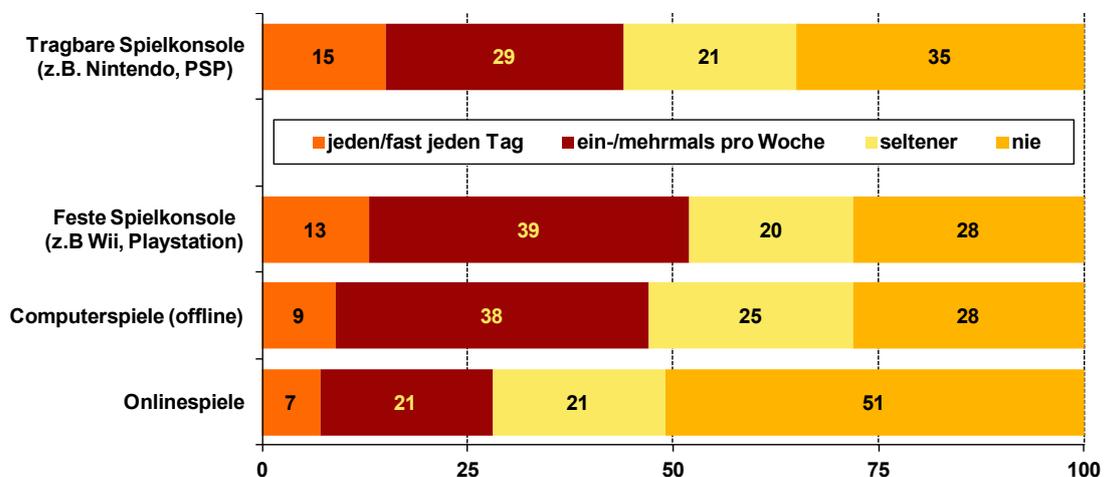
Wenn du an einem normalen Tag spielst – wie lange ist das so in etwa?



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=909

Bei der näheren Betrachtung der verschiedenen Spieloptionen wird deutlich, dass Konsolenspiele die größte Bedeutung im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen haben. 15 Prozent der jungen Spieler nutzen täglich eine tragbare, 13 Prozent eine stationäre Spielkonsole. Am Computer spielen deutlich weniger Kinder täglich (offline: 9 %, online: 7 %). Online-Spiele sind generell nicht so populär wie die übrigen Spielformen, jeder Zweite nutzt sie überhaupt nicht. Tragbare Spielkonsolen sind als einzige Plattform für beide Geschlechter gleich interessant und vereinen bei der Betrachtung der täglichen Nutzung fast gleich viele Mädchen (14 %) wie Jungen (15 %) auf sich.

Nutzung Computer-/Konsolen-/Onlinespiele 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, n=909

Die verschiedenen Spieleplattformen sind für verschiedene Altersgruppen unterschiedlich interessant: Tragbare Spielkonsolen werden hauptsächlich von den Jüngeren genutzt, mit dem Alter nimmt die regelmäßige Nutzung stetig ab (mind. einmal pro Woche: 6-7 Jahre: 52 %, 8-9 Jahre: 45 %, 10-11 Jahre: 45 %, 12-13 Jahre: 37 %). Gegenläufig dazu werden stationäre Spielkonsolen im Altersverlauf häufiger genutzt (mind. einmal pro Woche: 6-7 Jahre: 41 %, 8-9 Jahre: 43 %, 10-11 Jahre: 58 %, 12-13 Jahre: 57 %). Auch die regelmäßige Nutzung von Offline- und Online-Computerspielen nimmt mit steigendem Alter zu (offline: 6-7 Jahre: 24 %, 8-9 Jahre: 41 %, 10-11 Jahre: 54 %, 12-13 Jahre: 57 %; online: 6-7 Jahre: 16 %, 8-9 Jahre: 16 %, 10-11 Jahre: 32 %, 12-13 Jahre: 41 %).

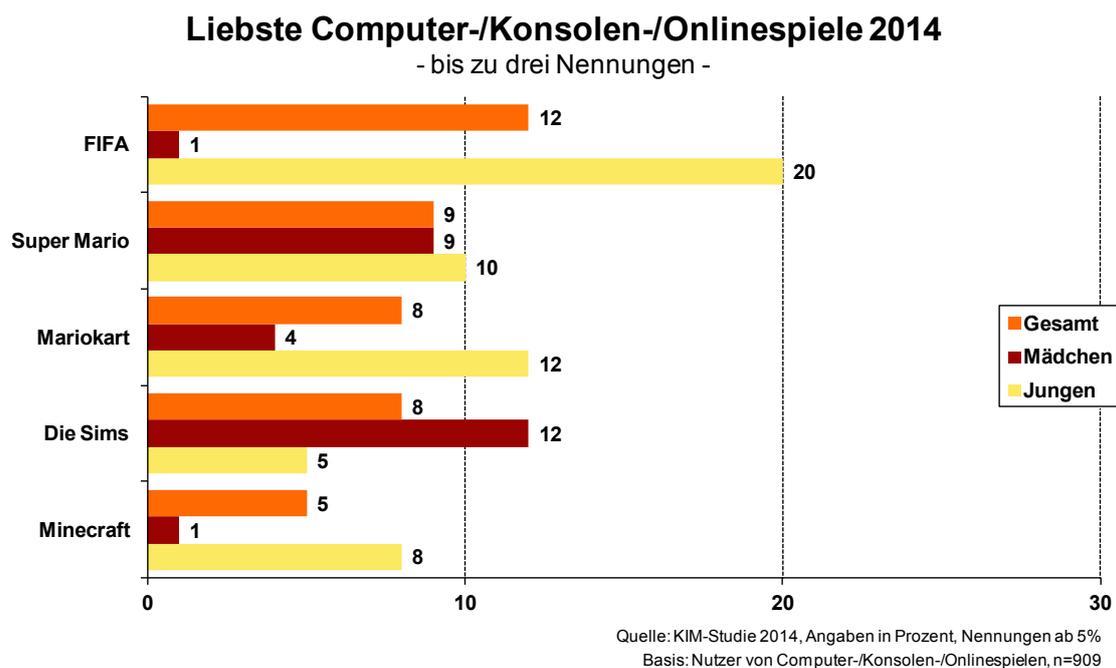
Die Nutzung von Online- oder Konsolenspielen mit anderen Spielern über den Multiplayer-Modus ist nur am Rande relevant. Nur sechs Prozent der Spieler von PC-/Konsolen-/Onlinespielen nutzen diese Form des Spielens (fast) täglich, ein Fünftel ein- oder mehrmals pro Woche. 19 Prozent spielen seltener mit anderen Spielern über das Internet. Im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2012 gibt es diesbezüglich keine nennenswerte Veränderung.

16.2 Beliebteste Spiele

Diejenigen Sechs- bis 13-Jährigen, die zumindest selten Computer- oder Konsolenspiele spielen, besitzen im Durchschnitt 10,8 eigene Spiele. Jungen (12,3) können dabei auf mehr verschiedene Spiele zurückgreifen als Mädchen (8,9). Mit dem Alter der Kinder nimmt der Besitz eigener PC- und Konsolenspiele kontinuierlich zu: So besitzen die Sechs- bis Siebenjährigen im Schnitt 6,5 Spiele, bei den Acht- bis Neunjährigen gibt es einen Sprung auf 10,7 Spiele. Die Zehn- bis Elfjährigen haben dann schon eine Auswahl von 11,3 eigenen Spielen, während die Zwölf- bis 13-Jährigen 12,4 Spiele ihr Eigen nennen können. Verglichen mit der Vorgängerstudie 2012 ist die durchschnittliche Anzahl eigener Spiele um zwei Spiele zurückgegangen (2012: 12,8).

Die Top 5 der beliebtesten Computer-, Konsolen- und Onlinespiele wird 2014 vom Fußballspiel „FIFA“ angeführt, das zwölf Prozent der Nennungen auf sich vereint – und keine Überraschung darstellt.¹⁶ Auf Platz zwei folgt das Jump'n'Run-Spiel „Super Mario“, das für neun Prozent zu den am liebsten gespielten Titeln gehört. Jeweils acht Prozent sprechen sich für das Rennspiel „Mario Kart“ sowie die Simulation „Die Sims“ aus. Das Open-World-Spiel „Minecraft“ wird von fünf Prozent genannt. „Super Mario“ ist als einziges Spiel für Mädchen und Jungen gleich interessant, ansonsten unterscheiden sich die Präferenzen deutlich. Während die Jungen lieber „Mario Kart“ oder „Minecraft“ spielen, begeistern Mädchen sich eher für „Die Sims“. „FIFA“ ist offensichtlich für Mädchen gänzlich uninteressant.

¹⁶ Vgl. zum Thema Fußball auch die Liste der Idole und Vorbilder 2014 (Kapitel 7, Seite 19).



16.3 Jugendschutz

Das von Computer-, Konsolen- und Onlinespielen ausgehende Gefährdungspotential ist häufig Thema politischer und pädagogischer Diskussionen. Immer wieder ist die Debatte um für Kinder und Jugendliche ungeeignete oder schädigende Inhalte und die Pflichten des Gesetzgebers zu diesem Thema in der Öffentlichkeit präsent. In Deutschland müssen Computer- und Konsolenspiele auf Trägermedien vor ihrer Veröffentlichung von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) geprüft und mit einer Alterskennzeichnung versehen werden. Diese Alterskennzeichnung ist nach eigenen Angaben 78 Prozent der Kinder, die Computerspiele spielen, schon einmal aufgefallen – Jungen (81 %) haben die Kennzeichnung etwas häufiger bemerkt als Mädchen (74 %). Die Bekanntheit der Altersfreigabe nimmt mit steigendem Alter der Kinder deutlich zu (6-7 Jahre: 53 %, 8-9 Jahre: 68 %, 10-11 Jahre: 87 %, 12-13 Jahre: 89 %).

Von den Kindern, denen die Alterskennzeichnung schon einmal aufgefallen ist, geben 41 Prozent an, dass sie schon einmal ein Spiel gespielt haben, für das sie eigentlich noch zu jung waren. Deutlich mehr Jungen (50 %) als Mädchen (29 %) haben sich schon über die Kennzeichnung hinweggesetzt. Im Altersverlauf nimmt die Risikofreudigkeit der Kinder diesbezüglich deutlich zu (6-7 Jahre: 27 %, 8-9 Jahre: 33 %, 10-11 Jahre: 43 %, 12-13 Jahre: 47 %).

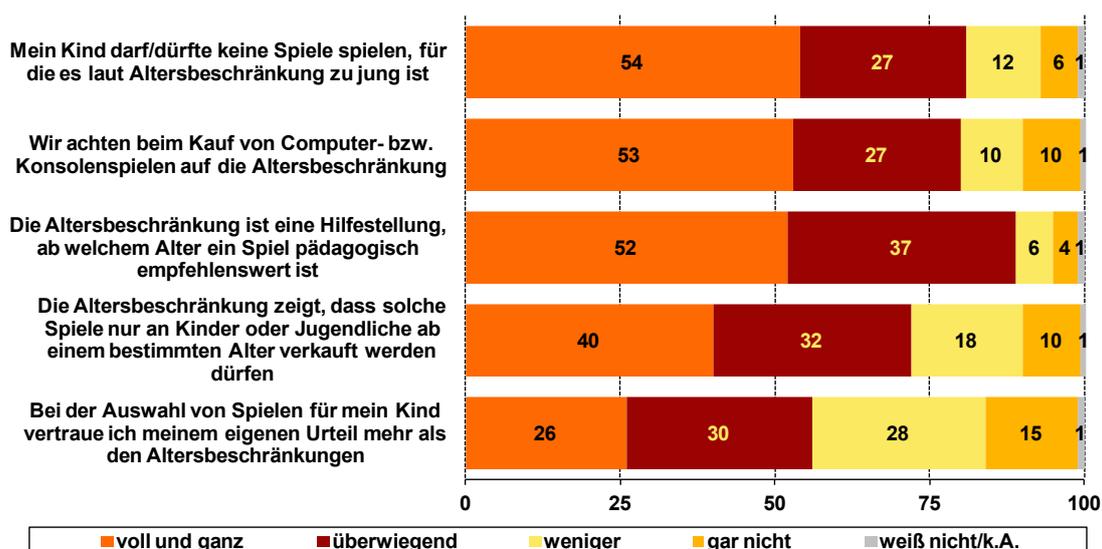
Die Kennzeichnung der Spiele zur Altersfreigabe ist auch nicht allen Haupterziehern bekannt: Sechs Prozent der befragten Haupterzieher hörten im Rahmen der Befragung zur KIM-Studie 2014 zum ersten Mal von den Alterskennzeichnungen der USK. 20 Prozent

gaben an, dass ihnen die Kennzeichnung zwar prinzipiell bekannt, aber noch nie bewusst aufgefallen sei. 71 Prozent Haupterzieher hatten die USK-Kennzeichnungen nach eigener Aussage schon einmal gesehen.

Der Großteil der Haupterzieher gibt an, dass ihr Kind keine Spiele spielen darf/dürfte, für die es laut Alterskennzeichnung zu jung ist. Ebenso achtet die Mehrheit der Eltern beim Kauf von Computer- bzw. Konsolenspielen auf die Alterskennzeichnung. Allerdings stimmt jeder Vierte der Aussage voll und ganz zu, bei der Auswahl von Spielen für das Kind mehr auf das eigene Urteil zu vertrauen als auf eine Altersbeschränkung, weitere 30 Prozent stimmen dem überwiegend zu. Dass die Alterskennzeichnung eine gesetzliche Freigabe und keine pädagogische Empfehlung darstellt, ist zudem nur den wenigsten Eltern klar. Fast 90 Prozent sind der Meinung, es handle sich um eine pädagogische Empfehlung.¹⁷

Aussagen zu Altersangaben bei Computer-/Konsolenspielen 2014

- trifft zu (Angaben der Haupterzieher) -

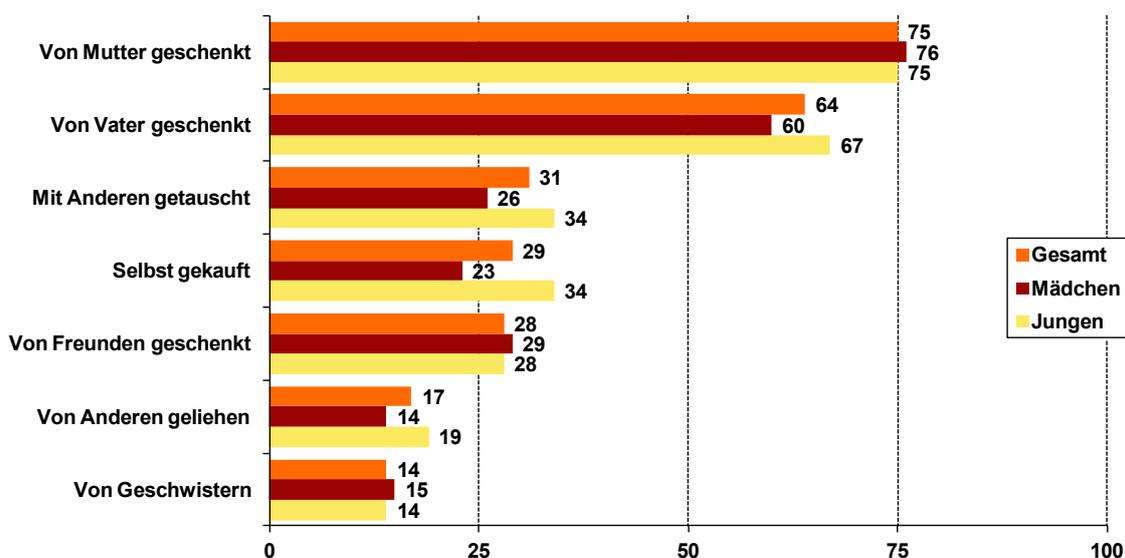


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher, n=1.209

Vor dem Hintergrund der Einhaltung der Alterskennzeichnungen ist zudem interessant, woher die Kinder ihre Computer- oder Konsolenspiele beziehen. Die Mehrheit der Sechs- bis 13-Jährigen bekommt Spiele von den Eltern geschenkt, 29 Prozent kaufen sie sich selbst von ihrem Taschengeld. Auch der Freundeskreis hat einen Einfluss auf die digitale Spielesammlung der Kinder, knapp ein Drittel hat Spiele von Freunden geschenkt bekommen oder sie mit ihnen getauscht. Für 17 Prozent ist auch das Ausleihen von Spielen im Freundeskreis eine Option, 14 Prozent bekommen Spiele von Geschwistern.

¹⁷ Die Alterskennzeichen, die im USK-Prüfverfahren vergeben werden, bewerten ein digitales Spiel ausschließlich aus Sicht des Jugendschutzes im Hinblick auf das Gefährdungspotential. Inwiefern ein Spiel gut geeignet, empfehlenswert oder pädagogisch wertvoll ist, wird von der USK nicht bewertet.

Woher hast du eigene Computer-/Konsolenspiele?



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Besitzer von Computer-/Konsolenspielen, n=854

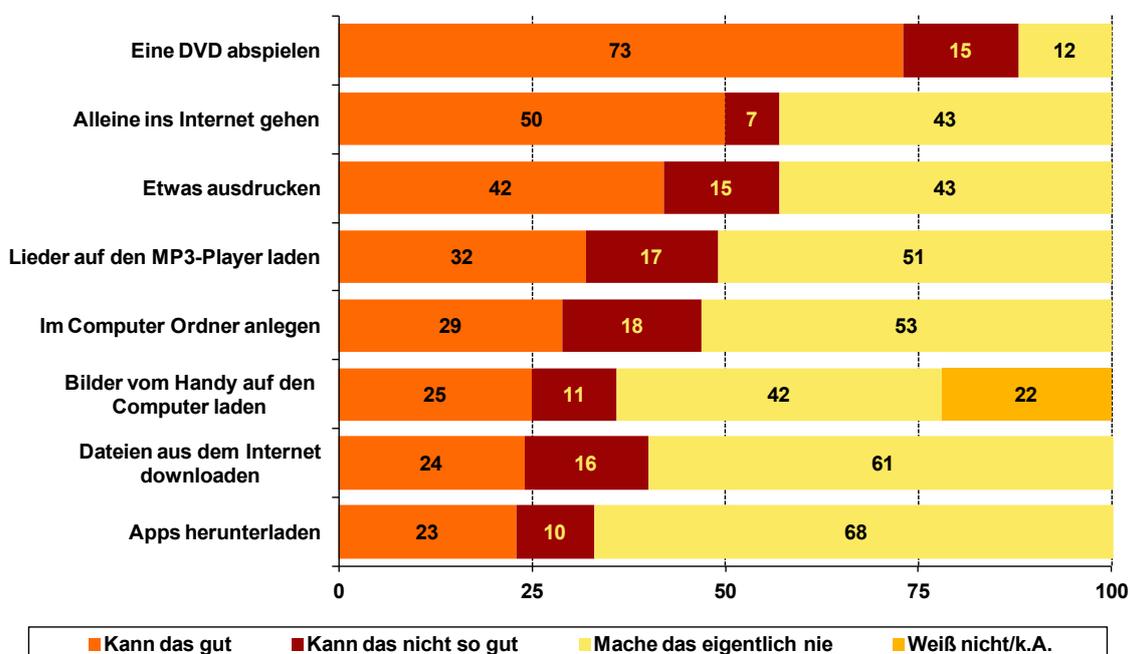
Erfreulicher Weise kommt nur ein sehr geringer Anteil der Spieler mit angsteinflößenden Inhalten in Berührung. Nur vier Prozent der Kinder, die zumindest selten Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele spielen, haben schon einmal Spiele gespielt, die ihnen Angst gemacht haben. Anders als vor zwei Jahren sind es nicht unbedingt die Jüngeren, die bei digitalen Spielen Angst bekommen haben (6-7 Jahre: 2 %, 8-9 Jahre: 1 %, 10-11 Jahre: 6 %, 12-13 Jahre: 5 %). Bei den genannten Spielen handelt es sich hauptsächlich um verschiedene Shooter- oder Kampfspiele. Am häufigsten wird der Science Fiction-Egoshoooter „Doom“ genannt, der aktuell mit USK 16 gekennzeichnet ist.¹⁸ Weitere Nennungen entfallen auf „Grand Theft Auto“ (die Version „Grand Theft Auto V ist mit USK 18 gekennzeichnet) sowie den Shooter „Call of Duty“ (ebenfalls mit Spielversionen ab 18 Jahren), das Horrorspiel „Silent Hill“ (USK 16) und das Online-Multiplayer-Rollenspiel „World of Warcraft“ (USK 12). Unter den Nennungen finden sich jedoch auch aus erwachsener Perspektive vermeintlich harmlose Spiele wie „Die Sims“ oder „Harry Potter“ – ein eindeutiger Beleg dafür, dass sich die Auswahl von Medieninhalten nach dem individuellen Entwicklungsstand des Kindes richten sollte.

¹⁸ „Doom“ war in Deutschland seit 1994 von der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften (BPJS) wegen der Gewaltdarstellungen indiziert, 2011 wurde das Spiel auf Antrag des Rechteinhabers von der Liste für jugendgefährdende Medien gestrichen. Vgl. Bundesprüfstelle (2011) <http://www.bundespruefstelle.de/RedaktionBMFSFJ/RedaktionBPJM/PDFs/BPJMAktuell/bpjm-aktuell-201103-doom,property=pdf,bereich=bpjm,sprache=de,rwb=true.pdf> (Abruf 30.01.2015).

17. Technische Medienkompetenz

Da Kinder immer selbstverständlicher in einer von Medien geprägten Welt aufwachsen, wird oftmals eine schon früh ausgebildete technische Kompetenz erwartet bzw. vorausgesetzt. Die „kinderleichte“ und intuitive Bedienung von Smartphone oder Tablet-PC verstärkt diesen Eindruck. Wie genau es um die technischen Fertigkeiten der Kinder tatsächlich bestellt ist, zeigt die Abfrage unterschiedliche Medientätigkeiten, die die Kinder mit „das kann ich gut“, „das kann ich nicht so gut“ oder „das mache ich eigentlich nie“ beantworten. So stellt das Abspielen einer DVD für drei Viertel der Kinder keine besondere Herausforderung dar, die Hälfte der Kinder kann auch alleine und ohne Anleitung ins Internet gehen. Einen Screenshot oder den Inhalt einer Datei auszudrucken, ist dann nur noch für vier von zehn Kindern alleine zu bewerkstelligen. Nur knapp ein Drittel kann Musikstücke auf einen MP3-Player überspielen, noch etwas weniger ausgeprägt ist die Fähigkeit, eine Datenstruktur in Form von Ordnern anzulegen. Nur noch je etwa ein Viertel der Kinder ist nach eigener Einschätzung gut darin, Bilder vom Handy auf ein anderes Trägermedium, generell Dateien aus dem Internet oder gar Apps herunter zu laden. Für einen großen Teil der Kinder haben die meisten Tätigkeiten im Alltag noch kaum Relevanz („mache das eigentlich nie“). Der unbedarfte und neugierige Umgang von Kindern mit Technik sollte also nicht mit grundlegenden Kompetenzen verwechselt werden.

Technische Kompetenzen der Kinder 2014



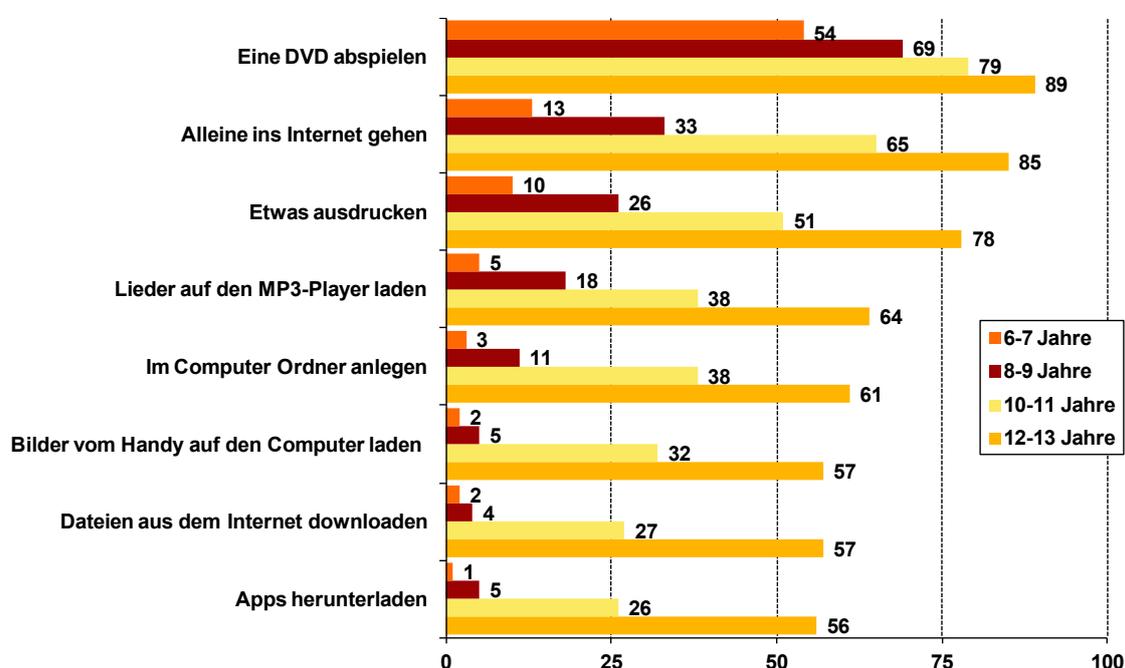
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

Obwohl sich Jungen in der Regel gerade im technischen Bereich oftmals größere Kompetenzen zuschreiben als Mädchen, liegen die Angaben der Geschlechter bei allen „Aufgaben“ sehr dicht beieinander. So beträgt die größte Differenz acht Prozentpunkte – 28 Prozent der Jungen aber nur 20 Prozent der Mädchen können demnach gut Dateien aus dem Internet herunterladen. Um jeweils sechs Prozentpunkte besser als die Mädchen schätzen sich Jungen ein, wenn es um den selbstständigen Zugang zum Internet bzw. um die Option geht, etwas auszudrucken. Bei den restlichen Aussagen liegen die Jungen zwar anteilig immer vor den Mädchen, der Unterschied beträgt aber maximal vier Prozentpunkte.

In der Differenzierung nach Alter wird deutlich, dass sich die technischen Kompetenzen der Kinder jenseits des Abspielens einer DVD meist erst ab dem zehnten Lebensjahr ausprägen. Bei den Acht- bis Neunjährigen kann zwar ein Drittel gut alleine ins Internet gehen und ein Viertel sieht sich in der Lage etwas auszudrucken, aber nur ein knappes Fünftel kann Lieder auf den MP3-Player laden und nur jeder Zehnte kennt sich mit der Ablagestruktur eines Computers aus. Auch im Alter von zehn bis elf Jahren werden die meisten Aufgaben nur von jedem dritten bzw. vierten Kind beherrscht. Und selbst unter den ältesten Kindern gibt es für einige Tätigkeiten noch Nachholbedarf.

Technische Kompetenzen der Kinder 2014

- kann das gut -

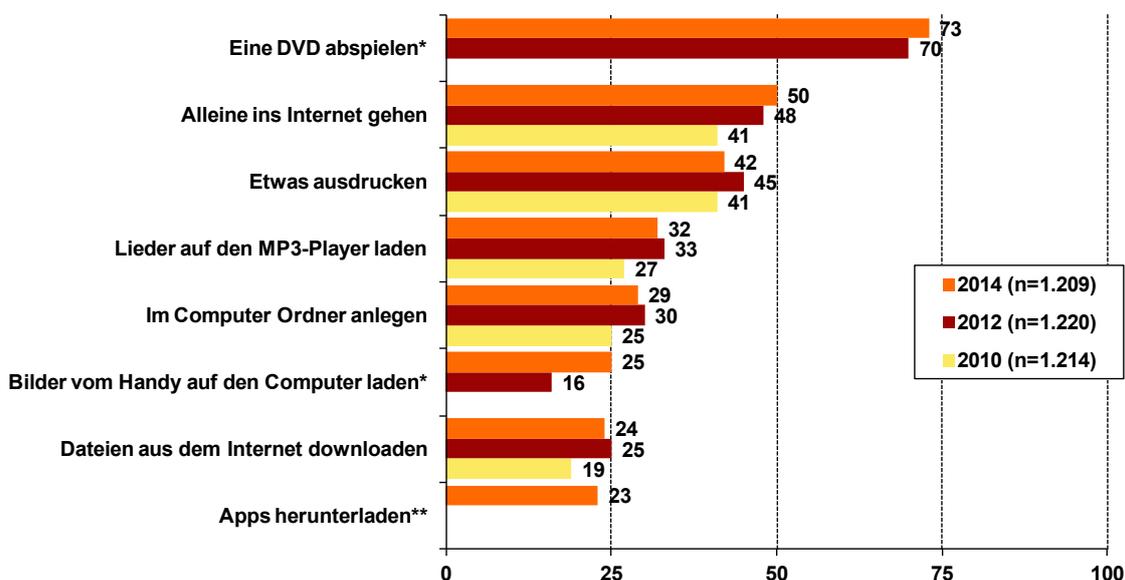


Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Kinder, n=1.209

Der Langzeitvergleich zeigt, dass der Zuwachs an technischer Kompetenz in den letzten Jahren trotz Omnipräsenz der Medien im Alltag der Kinder nur partiell vonstatten gegangen ist. So können heute deutlich mehr Kinder als noch 2010 alleine ins Internet gehen. Ein deutlicher Entwicklungsschub ist hinsichtlich des Herunterladens von Handybildern zu beobachten. Aber die Fähigkeit etwas auszudrucken, Lieder auf den MP3-Player zu laden oder eine Dateisystematik aufzubauen, hat sich ebenso wenig positiv entwickelt wie das Herunterladen von Dateien aus dem Internet.

Technische Kompetenzen der Kinder 2010 - 2014

- kann das gut -



Quelle: KIM-Studie 2010 - KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent, *2010 nicht abgefragt, **2014 erstmals abgefragt
Basis: alle Kinder

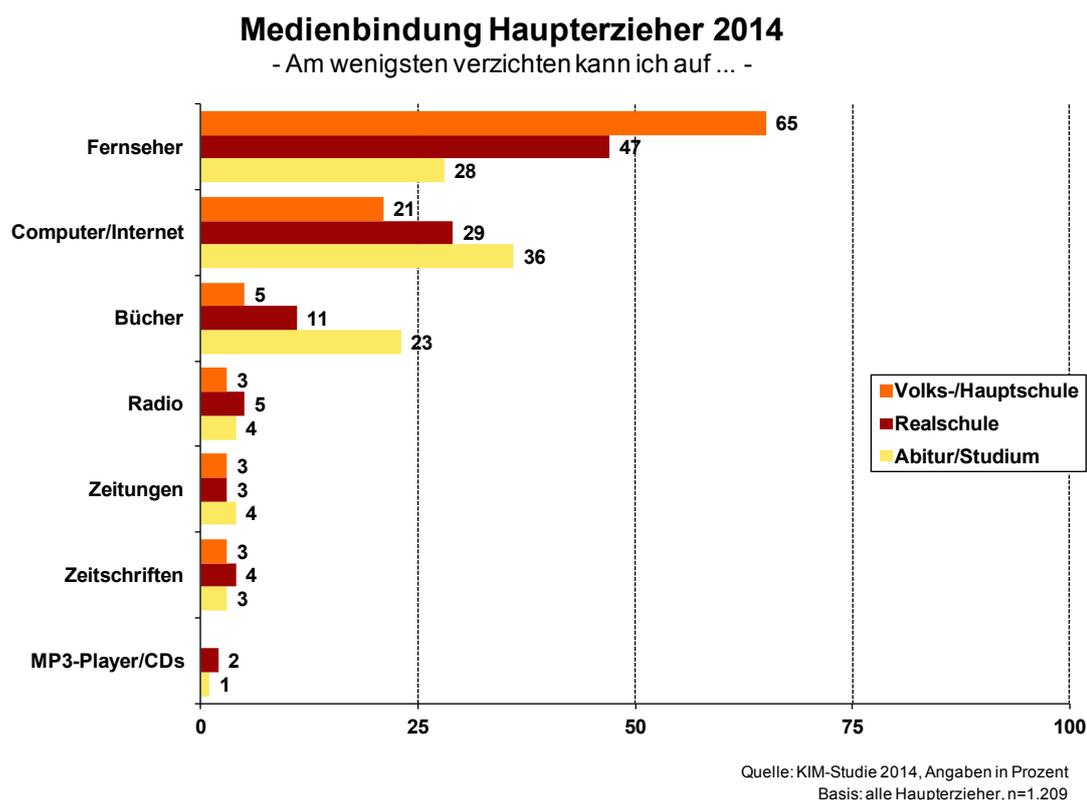
18. Medien in der Familie

18.1 Themeninteressen, Medienbindung und Meinungen

Die Digitalisierung und Mediatisierung der Gesellschaft schreitet immer weiter voran und hält in immer mehr Lebensbereiche Einzug. Auch auf die Themeninteressen¹⁹ der Haupterzieher haben sich diese Veränderungen ausgewirkt. Das Ranking (Skalenpunkte 1+2) wird vom Thema „Schule“, das für 67 Prozent von hohem Interesse ist, angeführt, auf dem zweiten Platz folgt „Erziehung/Erziehungsfragen“ (62 %) und den dritten Rang nimmt „Liebe/Partnerschaft“ (60 %) ein. Das Thema „Internet“ spielt für 50 Prozent eine große Rolle (Rang neun), „Kinder und Medien“ sind für 41 Prozent bedeutsam (Rang zehn) und das Thema „Handy, und alles was damit zu tun hat“ hat für 35 Prozent der Haupterzieher eine große Relevanz (Rang 14). „Computerspiele“ bilden das Schlusslicht und sind nur für zwölf Prozent der Haupterzieher von größerer Bedeutung. Das Interesse an den Themen „Internet“ und „Handy“ ist unabhängig vom Bildungsgrad des Haupterziehers, während das Interesse an „Kinder und Medien“ mit steigender Bildung wächst (Hauptschule: 30 %, Realschule: 44 %, Abitur/Studium: 53 %). Der Blick auf die Vorgängerstudien zeigt bei den meisten Themenfeldern einen Interessensrückgang – etwas gestiegen ist die persönliche Relevanz beim den Themen „Internet“ (2010: 44 %, 2012: 47 %, 2014: 50 %) und „Handy“ (2010: 27 %, 2012: 28 %, 2014: 35 %). Immer weniger Haupterzieher interessieren sich dagegen stark für das Thema „Kinder und Medien“ (2010: 49 %, 2012: 44 %, 2014: 41 %). Aktuell fühlen sich drei Viertel der Haupterzieher sehr gut (17 %) bzw. gut (57 %) über das Thema informiert, etwas weniger als 2012 (16 % und 64 %). Trotzdem sehen knapp 60 Prozent weiteren Informationsbedarf und würden sehr gerne (11 %) bzw. gerne (48 %) mehr über „Kinder und Medien“ erfahren.

Das Medium mit der stärksten Bindungskraft ist (auch) bei den Haupterziehern das Fernsehen. Genau die Hälfte könnte – vor die Wahl gestellt – am wenigsten auf das Fernsehen verzichten, für 27 Prozent sind Computer und Internet die wichtigsten Medien. Weit abgeschlagen folgen Bücher (11 %), Radio (4 %), Zeitungen und Zeitschriften (je 3 %) und Tonträger wie MP3-Player oder CDs (1 %). Die Bindung an das Fernsehen ist bei den unter 35-Jährigen (56 %) am stärksten ausgeprägt (35-39 Jahre: 51 %, 40 Jahre +: 46 %), obwohl diese als Jüngste bereits am intensivsten den medialen Wandel selbst erlebt haben. Vor dem Bildungshintergrund fallen vor allem Haupterzieher mit Abitur und Studium auf: Hier ist die Bindung an Computer und Internet am stärksten, das Fernsehen kommt dicht gefolgt von Büchern auf den zweiten Rang.

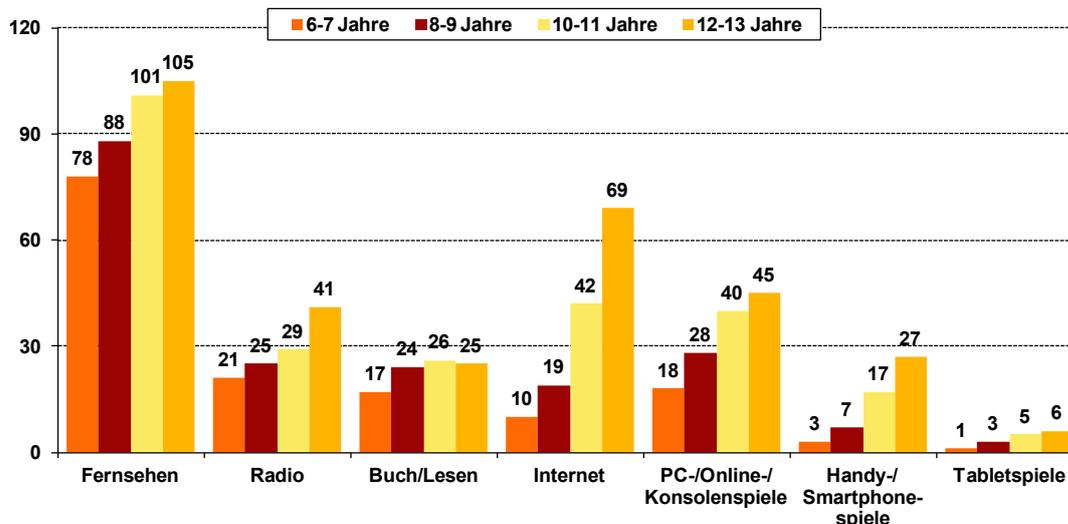
¹⁹ Für 24 vorgegebene Themenbereiche bekundeten die Haupterzieher ihr persönliches Interesse jeweils auf einer sechs Punkte umfassenden Skala von „1 = ist für mich sehr interessant“ bis „6 = ist für mich überhaupt nicht interessant“.



Die Haupterzieher haben einen guten Eindruck wenn es darum geht, den zeitlichen Umfang der Mediennutzung ihrer Kinder einzuschätzen. Demnach sehen die Kinder an einem durchschnittlichen Tag 93 Minuten fern,²⁰ beschäftigen sich 36 Minuten mit dem Internet, spielen 33 Minuten an Computer, Konsole oder Internet, hören 29 Minuten Radio, lesen 23 Minuten in einem Buch und spielen 14 Minuten am Handy oder Smartphone und vier Minuten am Tablet-PC. Mädchen lesen länger (26 Min., Jungen: 20 Min.) und hören ein klein wenig länger Radio (30 Min., Jungen: 28 Min.), Jungen spielen länger an PC/Konsole und im Internet (42 Min., Mädchen: 25 Min.) und am Handy (16 Min., Mädchen: 11 Min.), nutzen das Internet intensiver (39 Min., Mädchen: 33 Min.) und sehen etwas länger fern (95 Min., Mädchen: 91 Min.). Mit zunehmendem Alter der Kinder weitet sich die Nutzungsdauer aller Medien mit Ausnahme des Lesens von Büchern deutlich aus.

²⁰ Diese Einschätzung entspricht weitgehend den Messungen der GfK-Fernsehforschung. Die hier ermittelte durchschnittliche Sehdauer der Sechs- bis 13-Jährigen für das Jahr 2014 liegt bei 93 Minuten.

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



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Minuten, Mittelwert
Basis: alle Haupterzieher, n=1.209

Die Bedeutung der Medien für den Alltag der Kinder wird von den Haupterziehern ambivalent betrachtet. Bücher haben aus Sicht der Eltern fast nur positive Auswirkungen: Sie fördern die Fantasie und die (Allgemein-)Bildung und sind wichtig für den Schulerfolg. Computer und Internet sind einerseits wichtig für die Schule und die Integration bei Freunden, binden aber zu viel freie Zeit. Dem Internet schreiben die Eltern außerdem gewalthaltige und andere für Kinder ungeeignete Inhalte zu.

Bedeutung der Medien für Kinder 2014

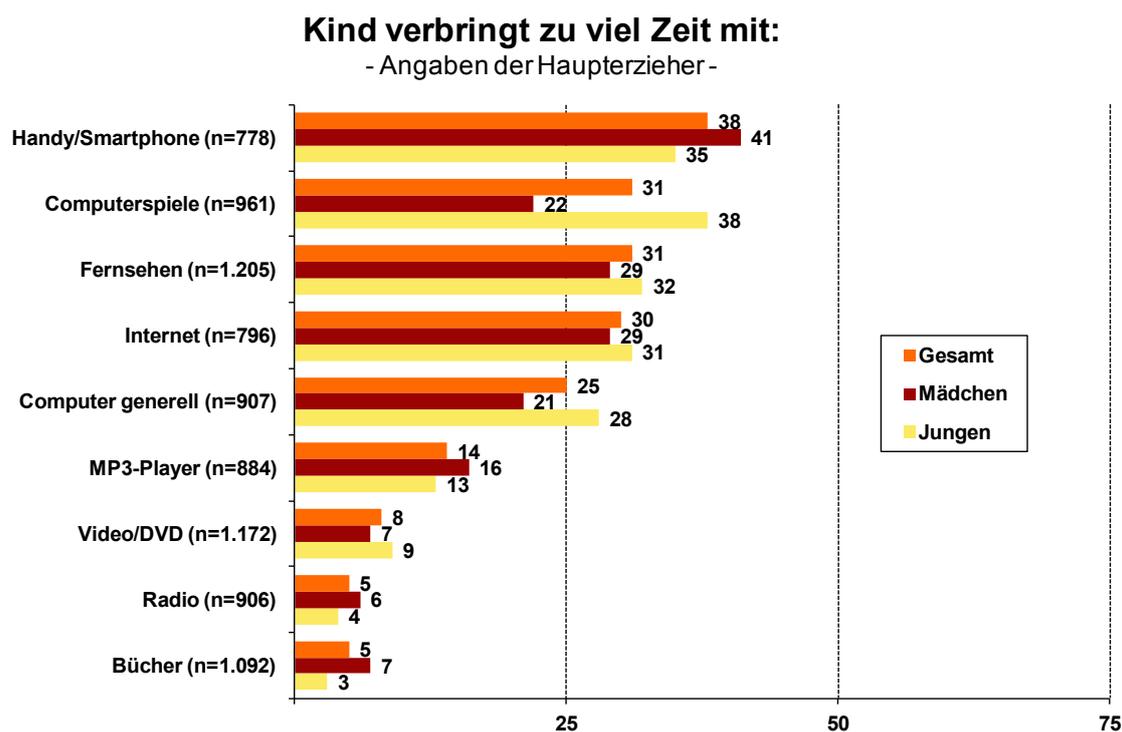
- Angaben der Haupterzieher -

	Buch	Computer	Internet	Kassette/CD/MP3	Radio	TV/Video/DVD
Fördert die Fantasie von Kindern	75	25	23	26	13	43
Kinder lernen aus Medien	66	42	41	14	14	48
Hat Einfluss auf Gewaltbereitschaft	3	28	62	3	3	61
Vermittelt Eindruck vom wirklichen Leben	19	9	17	3	12	42
Ist wichtig, um bei Freunden mitzureden	19	47	49	14	8	59
Kinder erfahren ungeeignete Dinge	3	23	67	3	7	58
Ist wichtig für Schulerfolg	66	46	37	6	8	18
Gibt Vorstellung, was "gut" und was "schlecht" ist	29	12	17	5	8	37
Macht Kinder zu "Stubenhockern"	10	60	61	6	3	63

Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: alle Haupterzieher, n=1.209

Dies gilt in abgeschwächter Form auch für Fernsehen, Video und DVD. Haupterzieher attestieren vor allem dieser Form des Bewegtbildes aber auch die Vermittlung von Werten und Alltagsrealität.

Daneben sehen die Haupterzieher die Beschäftigung der Kinder mit Medien unterschiedlich kritisch. Zählen Kinder zu den Nutzern eines Mediums, wurden die Haupterzieher um ein Urteil gebeten, ob das befragte Kind ihrer Meinung nach zu viel (Skalenpunkt 1) oder zu wenig Zeit (Skalenpunkt 6) mit dem jeweiligen Medium verbringt. Fasst man jeweils die Skalenpunkte 1 und 2 zusammen (Kind verbringt zu viel Zeit), dann zeigt sich, dass Handy und Smartphone aus Sicht der Haupterzieher das höchste Konfliktpotential in sich bergen, was für Mädchen noch stärker gilt als für Jungen. Vergleichsweise ähnlich problematisch werden Computerspiele, Fernsehen und Internet bewertet. Allerdings bereitet der Umgang mit Computerspielen den Haupterziehern von Jungen deutlich größeres Unbehagen als dies bei Mädchen der Fall ist. Bücher und Audiomedien geben hingegen kaum Anlass eine übermäßige Nutzung zu beklagen.



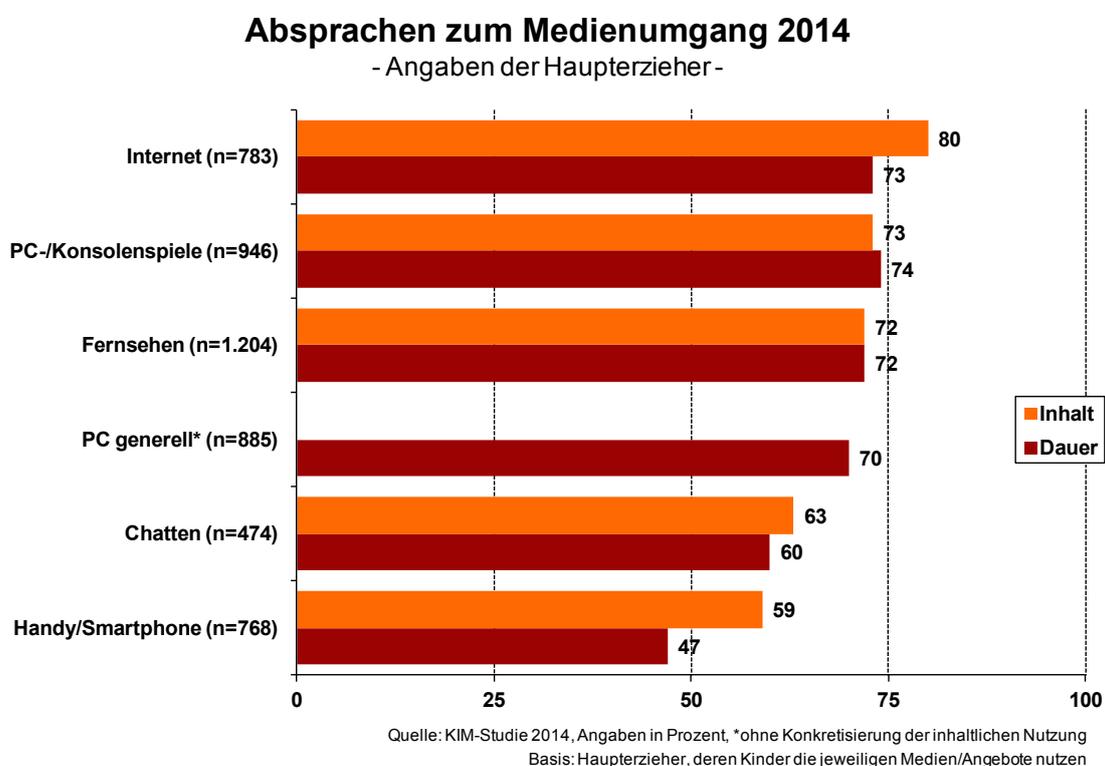
Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Haupterzieher, deren Kinder das jeweilige Medium nutzen

Die Meinungen zum Umgang der Kinder mit Computer und Internet haben sich verstetigt. 84 Prozent der Haupterzieher sind der Meinung, dass das Internet für Kinder gefährlich sei, 62 Prozent sprechen sich dafür aus, dass Kinder an Geräten online gehen sollten, die eine Filtersoftware installiert haben, nur 46 Prozent der Kinder dürfen das Internet ohne Aufsicht nutzen. Ein großes Potential bei der Wissensvermittlung wird dem Computer von 77 Pro-

zent attestiert, wie man Computer und Internet richtig nutzt sollen Kinder sowohl in der Schule (71 %) als auch im Elternhaus (68 %) lernen. Die Hälfte der Haupterzieher spricht sich für eine frühe Heranführung an diese Medien aus (55 %). Etwa genauso groß ist der Anteil derer, die das Internet als wichtigen Bestandteil für die sozialen Kontakte ihrer Kinder ansehen (50 %) oder der Meinung sind, dass Kinder Computer nur zum Spielen nutzen. Im Vergleich zur Vorgängerstudie 2012 ergeben sich über alle Aussagen hinweg kaum Änderungen mit Abweichungen der Zustimmungswerte von maximal zwei Prozentpunkten – mit einer Ausnahme: 2014 dürfen etwas mehr Kinder das Internet ohne Aufsicht nutzen (+6 PP).

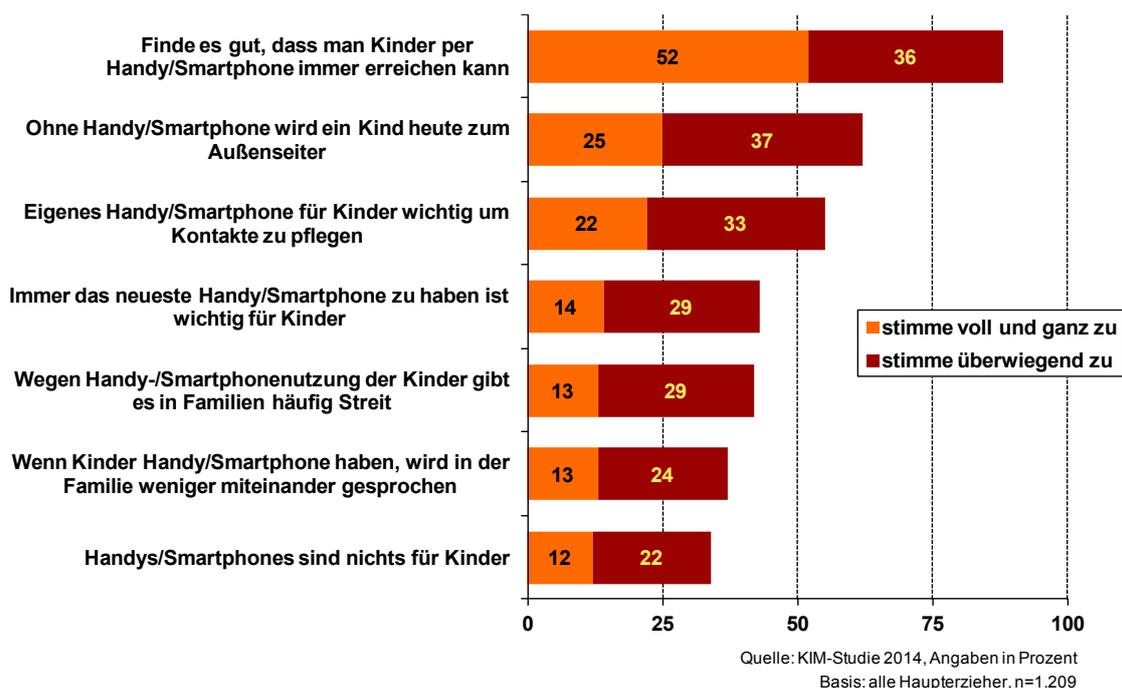
18.2 Absprachen zum Medienumgang

In Familien gibt es verschiedene Regeln für den Medienumgang der Kinder – einmal in Bezug auf die genutzten Inhalte und einmal hinsichtlich der Nutzungsdauer. Bei den Inhalten wird das Internet am stärksten reglementiert, aber es gibt auch bei jeweils drei Vierteln der jeweiligen Nutzer Absprachen darüber, welche Computerspiele gespielt werden oder welche Sendungen im Fernsehen angeschaut werden (dürfen). Etwas weniger werden Fragen diskutiert, in denen es darum geht, wo die Kinder chatten oder was genau sie am Handy bzw. Smartphone machen. Wie lange das Internet, Computerspiele, der PC generell oder der Fernseher genutzt werden dürfen, haben ebenfalls jeweils drei Viertel der Nutzer in der Familie abgesprochen.



Bei Handy und Smartphone offenbart sich ein Paradoxon: Obwohl Haupterzieher am stärksten beklagen, dass die Kinder zu viel Zeit damit verbringen, gibt es hier im Vergleich am seltensten Regeln, was die Nutzungsdauer angeht. Dieser Widerspruch erklärt sich ein wenig, wenn man sich die Zustimmungswerte (stimme voll und ganz/weitgehend zu) zu verschiedenen Aussagen zum Thema Handy/Smartphone anschaut – unabhängig davon, ob das eigene Kind dieses nutzt oder nicht. 88 Prozent der Haupterzieher finden es gut „dass man Kinder per Handy/Smartphone immer erreichen kann“. 62 Prozent sind der Meinung „ohne Handy/Smartphone wird ein Kind heute zum Außenseiter“, 55 Prozent glauben Handy und Smartphone sind „für Kinder wichtig, um Kontakte zu anderen zu pflegen“. Die Sorge, dass in der Familie weniger miteinander gesprochen wird, wenn Kinder ein Handy oder Smartphone haben, teilen hingegen nur 37 Prozent, etwas größer ist der Anteil derer, die aufgrund der Handy- bzw. Smartphonennutzung der Kinder Streitigkeiten in der Familie erwarten (42 %). Auch hier zeigt sich, dass ein Handy/Smartphone für Kinder aus Sicht der Eltern meist als Aspekt von Sicherheit und Kontrolle verstanden wird.

Aussagen zum Thema Handy/Smartphone 2014

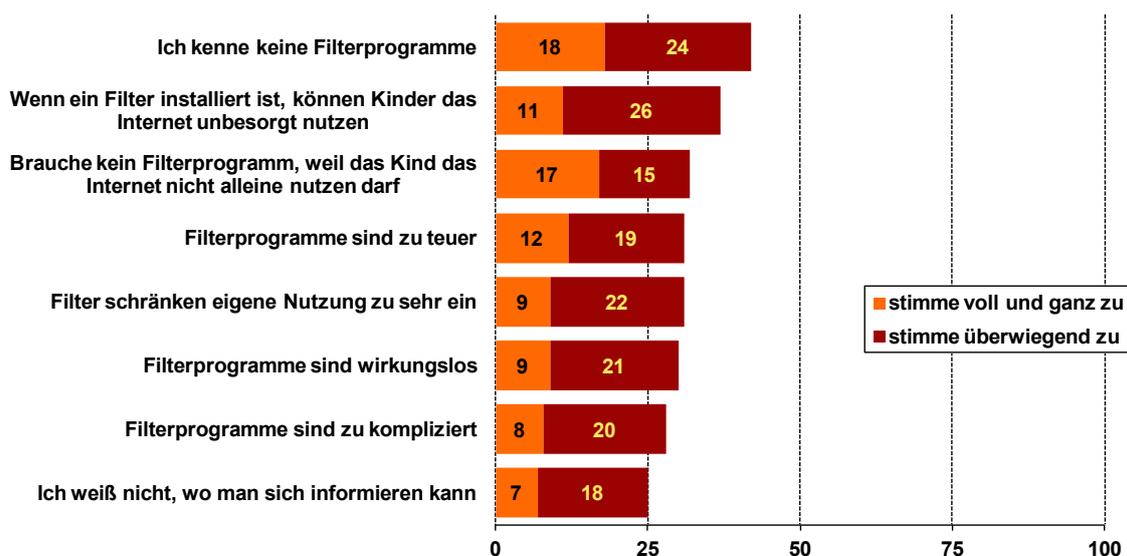


18.3 Jugendschutz im Internet

Obwohl Filterprogramme generell als hoher Sicherheitsfaktor für die Internetnutzung der Kinder angesehen werden, haben sie wenig Alltagsrelevanz. Nach Auskunft der Haupterzieher ist nur auf 14 Prozent der internetfähigen Computer, den das Kind am häufigsten nutzt, eine Filtersoftware installiert (2012: 18 %, 2010: 21 %). Allerdings kann fast ein Viertel der Haupterzieher hierüber keine Auskunft geben. Diejenigen, die bewusst ein Filterprogramm installiert haben (n=123), sind zu 96 Prozent mit dessen Funktion zufrieden (sehr zufrieden: 33 %), 44 Prozent haben hierbei ein spezielles Nutzerprofil für das Kind eingerichtet. Als Startseite wurden hier meist Suchmaschinen („Blinde Kuh“ 22 %, „fragFINN“ 17 %, „Google“ 15 %, „Helles Köpfchen“ 6 %) oder Fernsehanbieter („Toggo“ 9 %, „KiKA“ 6 %) eingestellt. Das Filterprogramm wird von drei Vierteln so eingesetzt, dass nur geeignete Inhalte/Seiten vom Kind genutzt werden können²¹, bei 15 Prozent wird eine Zeitschaltuhr aktiviert, die die Nutzung nur für eine bestimmte Dauer erlaubt. Bei sechs Prozent bestimmt das Schutzprogramm, dass das Kind nur zu bestimmten Zeiten online sein kann.

Haupterziehern, deren Kinder zuhause einen Computer mit Internetzugang nutzen, wurden auch 2014 verschiedene Aussagen zum Thema „Filterprogramm“ vorgelegt. Auch diese Ergebnisse zeigen nahezu identische Ergebnisse wie 2012. Aktuell haben 42 Prozent generell keine Kenntnis über Filterprogramme und nur 37 Prozent trauen einem solchen Filter zu, ein sicheres Surfen der Kinder zu garantieren.

Aussagen zu Filterprogrammen 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent

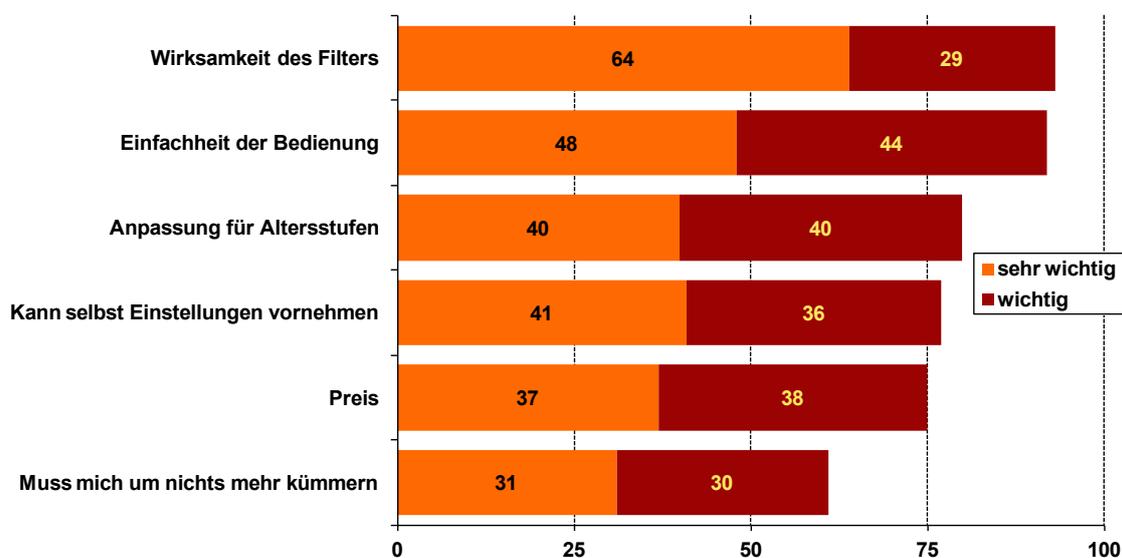
Basis: Haupterzieher von Kindern, die einen PC mit Internetzugang nutzen, n=877

²¹ Durch die Nutzung der von den Filterprogrammen angebotenen „Whitelist“ oder „Positivliste“ kann der Surfraum ausschließlich auf ausgewählte kindgerechte Angebote beschränkt werden.

Für 32 Prozent stellt sich die Frage nach einem Filterprogramm in der Regel nicht, da das Kind nur unter Aufsicht online sein darf. Hohe Kosten vermutet knapp ein Drittel, ebenso viele befürchten eine negative Auswirkung auf das eigene Surfverhalten oder glauben nicht an die Wirkung eines Filters. Auch stehen Filterprogramme für ein gutes Viertel im Ruf, kompliziert in der Anwendung zu sein. Und noch immer ist einem Viertel keine Anlaufstelle bekannt, die über Filterprogramme aufklärt. Insgesamt zeigt sich aber, dass Filterprogramme ein recht gutes Image haben und ihre Wirksamkeit nicht grundsätzlich in Frage gestellt wird.

Fragt man die Haupterzieher nach den generellen Anforderungen an ein Filterprogramm, so hat vor allem die verlässliche Wirksamkeit eines Schutzfilters höchste Priorität, ebenso muss die Einfachheit der Bedienung garantiert sein. Ein weiteres wichtiges Argument ist die Flexibilität des Filters je nach Alter des Kindes und dass Einstellungen selbst vorgenommen werden können. Aber auch der Preis ist bei der Auswahl eines Filterprogramms ausschlaggebend.

Wichtigkeit Optionen bei Filterprogrammen 2014



Quelle: KIM-Studie 2014, Angaben in Prozent
Basis: Haupterzieher von Kindern, die einen PC mit Internetzugang nutzen, n=877

19. Zusammenfassung

Die Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) dokumentiert seit 1999 das Medienverhalten von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren. Mit der KIM-Studie 2014 veröffentlicht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), als Kooperation der beiden Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg (LFK) und Rheinland-Pfalz (LMK) in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR), bereits zum zehnten Mal repräsentative Basisdaten zur Mediennutzung von Kindern in Deutschland.

In den Haushalten, in denen Kinder heute aufwachsen, steht eine Vielzahl an Geräten zur Mediennutzung zur Verfügung. In den Familien mit sechs- bis 13-jährigen Kindern besteht bei Fernseher, Handy, Computer/Laptop und Internetzugang (nahezu) Vollausrüstung. Ein Radio steht in neun von zehn Familien zur Verfügung, CD-Player, DVD-Player und Digitalkamera sind in gut acht von zehn Haushalten vorhanden. Die Kinder selbst besitzen in diesem Alter eine relativ überschaubare Anzahl an Mediengeräten. Am häufigsten findet sich nach Angaben der Haupterzieher ein CD-Player (50 %), auch Spielkonsolen (48 % netto, tragbar: 38 %, stationär: 24 %) und MP3-Player (46 %) sind in knapp der Hälfte aller Kinderzimmer vorhanden. Ebenso besitzt fast jeder zweite Sechs- bis 13-Jährige ein Handy/Smartphone (47 %). Gut ein Drittel der Kinder (35 %) verfügt über einen eigenen Fernseher. Einen eigenen Computer oder Laptop hat nur jeder Fünfte (21 %), 18 Prozent können damit vom Kinderzimmer aus auf das Internet zugreifen. Beim Vergleich mit der Vorgängerstudie 2012 wird für die meisten Geräte eine rückläufige Tendenz sichtbar. Deutlich angestiegen ist die Verbreitung von Smartphones, die mittlerweile bei 25 Prozent liegt.

Hausaufgaben und Lernen sowie Fernsehen stehen mit sehr hoher Alltagsrelevanz an erster Stelle der regelmäßigen Aktivitäten, die mindestens einmal pro Woche von fast allen Kindern ausgeübt werden. Auch Freunde und Spielen haben eine große Bedeutung: Gut neun von zehn Kindern treffen sich mindestens einmal pro Woche mit Freunden oder spielen drinnen (91 %) oder draußen (90%). Knapp vier von fünf der Sechs- bis 13-Jährigen hören regelmäßig Musik und drei Viertel unternehmen mindestens einmal in der Woche etwas mit ihren Eltern oder anderen Familienmitgliedern. 68 Prozent treiben mindestens einmal pro Woche in ihrer Freizeit Sport. Das Treffen mit Freunden ist für 53 Prozent der Kinder die am liebsten ausgeübte Freizeitaktivität, 39 Prozent entscheiden sich für das Spielen draußen, 36 Prozent sehen am liebsten fern.

Das Fernsehen hat in der Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen die größte mediale Bindungskraft, 61 Prozent der Kinder könnten am wenigsten auf das Fernsehen verzichten. Knapp vier Fünftel der Kinder sehen jeden Tag fern, weitere 18 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Fernsehen ist eine Tätigkeit mit hoher Alltäglichkeit und hat viel mit Gewohnheit zu tun. Jeweils die Hälfte der Kinder gibt an, den Fernseher einzuschalten wenn

eine bestimmte Sendung kommt, die andere Hälfte schaltet einfach so ein und lässt sich vom Angebot „überraschen“. 80 Prozent der fernsehenden Kinder haben eine Lieblingssendung. Der beliebteste Fernsehsender der Kinder ist der „KiKA“ gefolgt von „Super RTL“.

Auch das Radio ist ein fester Bestandteil im Medienrepertoire der Kinder, über die Hälfte zählt zu den regelmäßigen Radiohörern. Das Radio ist zudem ein „Familienmedium“, 41 Prozent der Mädchen und Jungen geben an, dass sie überwiegend gemeinsam mit den Eltern (oder einem Elternteil) Radio hören.

Trotz des wachsenden Angebots an digitalen Medien haben Bücher weiterhin einen hohen Stellenwert im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen. Jedes zweite Kind liest regelmäßig Bücher, 83 Prozent greifen zumindest selten zu einem Buch. Mädchen zählen zu einem deutlich höheren Anteil zu den regelmäßigen Lesern (61 %) als Jungen (41 %). Die höhere Affinität der Mädchen zum Lesen zeigt sich auch bei der Nutzungshäufigkeit von Zeitschriften und beim Besuch von Bibliotheken, Jungen haben dagegen ein Faible für Comics.

Unabhängig vom persönlichen Besitz oder der Haushaltsausstattung nutzen 76 Prozent der Kinder zumindest selten einen Computer/Laptop. 37 Prozent der Computernutzer beschäftigen sich jeden oder fast jeden Tag mit einem Computer oder Laptop, 48 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche. Der Einsatz von Computern im schulischen Kontext findet noch immer sehr punktuell und weniger fachübergreifend statt, nur 30 Prozent aller Kinder haben in der Schule Kontakt mit Computern.

98 Prozent der Kinder haben heute die Möglichkeit, zuhause das Internet zu nutzen, 63 Prozent sind zumindest selten online. Der Anteil der Internet-Nutzer fällt nach wie vor bei Mädchen (60 %) etwas geringer aus als bei Jungen (66 %). Hinsichtlich der Zugangsgeräte liegen Computer und Laptop bei Kindern an erster Stelle, aber auch Handy bzw. Smartphone spielen bereits eine Rolle. Spielkonsolen oder Tablet-PCs werden von Kindern kaum zum Surfen im Netz genutzt. Die Recherche liegt bei Kindern an der Spitze regelmäßiger Aktivitäten. 71 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche in Suchmaschinen nach Informationen. Mit den Angeboten eines Sozialen Netzwerks haben 53 Prozent der Internet-Nutzer zumindest selten Kontakt, 48 Prozent besuchen solche Plattformen einmal pro Woche oder häufiger. 43 Prozent der Internet-Nutzer sind in einer Community angemeldet (2012: 44 %). Mit für sie problematischen Inhalten wurden 14 Prozent der Internetnutzer schon einmal konfrontiert.

Tablets stehen nur einer Minderheit überhaupt zur Verfügung: Lediglich in 19 Prozent der Haushalte sind Tablet-PCs vorhanden und nur zwei Prozent der Kinder besitzen selbst ein Tablet. Nach Angaben der Haupterzieher nutzen von denjenigen Kindern, die generell

zu Hause Zugang zu einem Tablet-PC haben, 54 Prozent das Gerät mindestens einmal pro Woche. Mit dem Alter der Kinder nimmt der Anteil täglicher Nutzer zu. Nach Angaben der Haupterzieher sind Tablet-Spiele die am häufigsten ausgeübte Tätigkeit der Kinder mit dem Gerät. Die Haupterzieher zeigen sich gegenüber Tablet-PCs sehr skeptisch. Während die eine Hälfte dem Tablet Potential zur Medienbildung zuspricht, ist die andere Hälfte abgeneigt und sieht keine Vorzüge des Geräts für die jungen Nutzer.

Das Spielen an Computer, Konsole oder im Internet gehört für 23 Prozent der Kinder zu den liebsten Freizeitaktivitäten und ist fest in den Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen integriert – 62 Prozent der Kinder spielen regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche, jedes vierte Kind (24 %) spielt täglich. Jungen zeigen eine größere Vorliebe für Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele als Mädchen: Knapp ein Drittel der Jungen, aber nicht einmal ein Fünftel der Mädchen nutzt die genannten Spielmöglichkeiten jeden Tag. Die Liste der beliebtesten Computer-, Konsolen- und Onlinespiele wird 2014 vom Fußballspiel „FIFA“ angeführt.

Das Handy/Smartphone erreicht für die meisten Kinder erst im Alter von etwa zehn Jahren Relevanz, bei Jüngeren ist ein eigenes Mobiltelefon immer noch eher die Ausnahme. 24 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen besitzen ein konventionelles Mobiltelefon, 25 Prozent haben mittlerweile ein eigenes Smartphone (2012: 7 %). Jedes zweite Kind im Besitz eines eigenen Handys kann Apps nutzen und ins Internet gehen. 41 Prozent der Handybesitzer haben die Messenger-App „WhatsApp“ auf ihrem Handy installiert. Das Handy wird am häufigsten zur Kommunikation mit den Eltern genutzt, Telefonieren und Nachrichtensenden generell sind die zentralen Funktionen, die Kinder am häufigsten nutzen. 46 Prozent spielen regelmäßig auf dem Handy, zwei Fünftel gehen mit dem Mobiltelefon zumindest einmal pro Woche ins Internet. Das Handy als Zugang zu problematischen Inhalten ist für Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren kaum relevant. Nur zwei Prozent der Kinder, die ein Handy oder Smartphone zur Verfügung haben, berichten, dass sie schon einmal seltsame oder unangenehme Sachen über das Handy bekommen haben.

Die Angaben der Haupterzieher zur Mediennutzungszeit der Kinder zeigen erneut die Dominanz des Fernsehens: Kinder sehen an einem durchschnittlichen Tag 93 Minuten fern, nutzen 36 Minuten das Internet, spielen 33 Minuten an Computer, Konsole oder Internet, hören 29 Minuten Radio, lesen 23 Minuten in einem Buch, spielen 14 Minuten am Handy oder Smartphone und vier Minuten am Tablet-PC.

In Familien mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren gibt es unterschiedliche Regeln zum Medienumgang: So haben 80 Prozent der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, mit ihnen Absprachen dazu getroffen, welche Angebote und Seiten sie im Internet besu-

chen dürfen. Auch dazu, welche Computer- oder Konsolenspiele gespielt und welche Fernsehsendungen gesehen werden dürfen, gibt es in vergleichbar vielen Familien, in denen die Kinder die entsprechenden Medien nutzen, Regeln. Zum Thema Handy und Smartphone wurden anteilig am wenigsten Regeln aufgestellt: So haben zwar drei von fünf Haupterziehern, deren Kinder ein Handy oder Smartphone nutzen, reglementiert, welche Dinge das Kind mit dem Mobiltelefon machen darf – zur täglichen Nutzungsdauer hat jedoch nicht einmal die Hälfte Absprachen getroffen. Eltern sind hier offenbar in der Zwickmühle: Obwohl sie beklagen, dass ihre Kinder zu viel Zeit mit dem Handy verbringen, bewerten sie es doch positiv, dass sie den Nachwuchs ständig erreichen können.

Die Ergebnisse der KIM-Studie 2014 zeigen, dass bei den jüngeren Kindern eindeutig das Fernsehen die Mediennutzung dominiert und Computer und Internet abgesehen vom Spielen noch keine allzu große Alltagsrelevanz für die Jüngeren haben. Erst ab etwa zehn Jahren wird das Medienrepertoire um kommunikative Aspekte ergänzt und die Medien Internet und Handy werden in den Alltag der Kinder integriert. Das Thema Computer ist bislang nur teilweise an Schulen präsent. Nur zwei Fünftel der Kinder, die Computernutzer sind, geben an, auch in der Schule Computer zu verwenden. Weiter zeigen die Angaben zu technischen Kompetenzen, dass nur die Kinder ab zwölf Jahren mehrheitlich in der Lage sind, Basisfunktionen am Computer gut zu bewerkstelligen. Angesichts dessen ist die Diskussion um den Einsatz von Tablets an Grundschulen der aktuellen Situation im Alltag weit voraus. Mit einer Haushaltsausstattung von einem Fünftel sind Tablet-PCs derzeit für die meisten Kinder noch nicht relevant, zuhause müsste dann doch wieder an einem herkömmlichen PC gearbeitet werden. Inwieweit die Geräte der Schüler in den Schulalltag integriert werden können (Stichwort BYOD, bring your own device) ist also derzeit noch keine Frage, da sie nicht vorhanden sind. Für das Grundschulalter gilt dies aktuell auch noch für Smartphones. Vor der Diskussion um die technische Ausstattung kommt daher eher der Aspekt, welche Inhalte verbindlich vermittelt werden sollten, um für alle Kinder vergleichbare Voraussetzungen für einen kompetenten Umgang mit digitalen Medien zu schaffen.

20. English Summary

The KIM series of studies (kids + media, computer + internet) has been documenting the media behaviour of children between the ages of six and 13 since 1999. With the KIM Study 2014, the Pedagogical Media Research Centre Southwest (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest; mpfs) as a cooperation of the media authorities of Baden-Württemberg (LFK) and Rhineland-Palatinate (LMK) together with the Südwestrundfunk (SWR) is publishing representative basic data on the media usage of children in Germany for the tenth time.

In the households that children grow up in today, a large number of devices are available for media usage. Families with six to 13-year-old children are (close to) fully equipped with TV, mobile phones, computer/laptop and Internet access. A radio is available in nine out of ten families; a CD player, DVD player and digital camera are present in eight of ten households. The children themselves own a relatively limited number of media devices at this age. According to their parents, the most common device is a CD player (50%); game consoles (48% net, portable: 38%, stationary: 24%) and MP3 players (46%) are available in nearly half of all children's rooms. Furthermore, almost every second six to 13-year-old owns a mobile phone (47%). One third of children (35%) are owners of a TV. Only every fifth child (21%) has its own computer or laptop, 18 per cent have Internet access from their room. In comparison to the previous survey in 2012, a decreasing tendency is visible for most devices. A clear increase can be seen in the prevalence of smartphones, which now lies at 25 per cent.

Homework and learning as well as watching TV rank first, with high relevance to everyday life, among regular activities that all children practice at least once a week. Friends and games are also of great importance: Nine out of ten children meet friends at least once a week or play inside (91%) or outside (90%). Almost four out of five six to 13-year-olds listen to music regularly and three quarters join in family activities with their parents or other family members at least once a week. 68 per cent practice sports in their leisure time at least once a week. Meeting friends is the most preferred leisure activity for 53 per cent of children, 39 per cent choose to play outside and 36 per cent prefer to watch TV.

Watching TV has the highest medial bonding force in the age group of six to 13-year-olds – 61 per cent of children are least willing to give up TV. Nearly four fifths of children watch TV every day, another 18 per cent one or more times a week. Watching TV is an activity with high everyday application and has a lot to do with habit. Half of the children state that they turn on the TV whenever a particular show is running, the other half simply turns on the TV and lets the range of offerings “surprise” them. 80 per cent of the children that watch TV

have a favourite TV show. "KiKA" is the children's most favoured TV channel, followed by "Super RTL".

Radio, too, is an integral part in the media repertoire of children; more than half of them regularly listen to the radio. The radio is also a family media, as 41 per cent of girls and boys indicate primarily listening to the radio with their parents (or one of the parents).

Despite the growing range of offered digital media, books continue to enjoy a high rank in the everyday lives of six to 13-year-olds. Every second child reads books regularly and 83 per cent at least infrequently read a book. Girls make up a clearly higher proportion of the regular readers (61%) than boys (41%). The preference of girls is also visible in the user frequency of magazines and in visits to libraries, while boys take a liking to comics.

Regardless of personal property or household amenities, 76 per cent of children at least infrequently use a computer/laptop. 37 per cent of computer users deal with a computer or laptop on a daily or nearly daily basis, 48 per cent one to several times a week. The use of computers in academic contexts still only takes place highly selectively and is less interdisciplinary. Only 30 per cent of children at least infrequently use computers at school.

Today, 98 per cent of children have the option of using Internet at home, 63 per cent are at least online infrequently. The proportion of Internet users is still somewhat lower for girls (60%) than for boys (66%). With regards to access devices, computers and laptops rank first for children, but mobile phones or smartphones also already play a role. Children hardly use game consoles or tablet PCs for surfing on the Internet. Searching is on the forefront of children's regular activities. 71 per cent look up information in search engines at least once a week. At least 53 per cent of Internet users at least infrequently come into contact with the offerings of a social network, 48 per cent visit such platforms once a week or more. 43 per cent of Internet users are registered in a community (2012: 44%). 14 per cent of Internet users have already been confronted with contents perceived by them as problematic.

Only a minority even has access to a tablet: Merely 19 per cent of households have a tablet PC available and just two per cent of children own a tablet themselves. According to their parents, of those children who have access to a tablet PC at home, 54 per cent use the device at least once a week. With age, the proportion of daily users increases. According to the parents, tablet games are the most frequently practiced activity with the device. The parents regard tablet PCs very sceptically. While half attribute potential for media education to the tablet, the other half is reluctant and sees no benefits in the device for young users.

Playing at the computer, console or on the Internet is among the most favourite leisure activities for 23 per cent of children and is firmly integrated into the everyday life of the six to 13-year-olds – 62 per cent of children play regularly, i.e. at least once a week, and every fourth child (24%) plays on a daily basis. Boys demonstrate a greater preference for computer, console or online games than girls: Nearly one third of boys use the mentioned gaming options every day, while this number is below one fifth for girls. The list of most popular computer, console and online games in 2014 is led by the football game “FIFA”.

Mobile phones first become relevant for most children around the age of ten; younger than that, mobile phones are still rather an exception. 24 per cent of six to 13-year-olds own a conventional mobile phone, while 25 per cent now have a smartphone (2012: 7%). Every second child that owns a mobile phone can use apps and has access to the Internet. 41 per cent of mobile phone owners have installed the messenger app “WhatsApp” on their mobile phones. The mobile phone is most frequently used for communication with parents. Speaking on the telephone or sending messages are generally the central functions that children use commonly. 46 per cent regularly play games on the mobile phone; two fifths access the Internet at least once a week from their mobile phones. The mobile phone as an access to problematic concepts is barely relevant for children between the ages of six and 13. Only two per cent of children with an available mobile phone or smartphone report having received strange or unpleasant things via the mobile phone.

The indications of the parents on media usage time again show the dominance of TV: On an average day, children watch 93 minutes of TV, use the Internet for 36 minutes, play on a computer, console or the internet for 33 minutes, listen to 29 minutes of radio, read a book for 23 minutes, play with a mobile phone or smartphone for 14 minutes and play on a tablet PC for four minutes.

In families with children between six and 13 years, there are different rules for use of media: Thus, 80 per cent of parents whose children use the Internet have made agreements with their children about which offerings and sites they may visit on the Internet. In a similar number of families, there are also rules for what computer or console games and what TV shows may be watched. Proportionally least rules were established for mobile phones and smartphones: This way, three out of five main educators whose children use a mobile phone or smartphone have regulated what the children may do with the mobile phone – however, not even half has made arrangements for daily usage time. Here, parents seem to be faced with a dilemma: Despite complaining that their children spend too much time with the mobile phone, they regard it as positive to be able to reach them constantly.

The results of the KIM Study 2014 show that for younger children, TV clearly dominates media usage, while computer and Internet apart from games still do not have a high relevance in everyday life. Beginning at about ten years, the repertoire of media is expanded to include communicative aspects and the media Internet and mobile phones become integrated into the daily life of children. The topic of computers is so far only partly present in schools. Only two fifths of children who use computers indicate also using computers at school. Furthermore, the statements on technical competencies show that only a majority of children from age 12 upward are able to accomplish basic functions at the computer well. In view of this fact, the discussion on implementing tablets at primary school is far ahead of the current situation. With household equipment at one fifth, tablet PCs are currently not yet relevant for most children; returning home, the children would again have to work at a traditional PC. To what extent the devices of students could be integrated into the school routine (keyword BYOD, bring your own device) is therefore currently not a question, since the devices are not present. For primary school, this currently also applies to smartphones. Prior to technical equipment ranks the aspect of what contents should be firmly established in order to provide all children with comparable prerequisites for exploiting full potential of digital media.

Herausgeber der KIM-Studie



Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) und KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) bieten seit 1998 repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Bei den Studienreihen kooperiert der mpfs mit der SWR Medienforschung.



Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg

Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) mit Sitz in Stuttgart ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland und sorgt im Südwesten für Medienvielfalt. Zu ihren Aufgaben zählen u. a. die Zulassung und Aufsicht der privaten Radio- und Fernsehveranstalter, die Förderung der privaten Rundfunksender im Land, die Kontrolle des Jugendschutzes im Rundfunk und im Internet sowie Medienpädagogik und Medienforschung. Die LFK leitet die Geschäftsstelle des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) und ist außerdem auch Geschäftsstelle der Informationsplattform Mediendaten Südwest.



Landeszentrale für Medien und Kommunikation

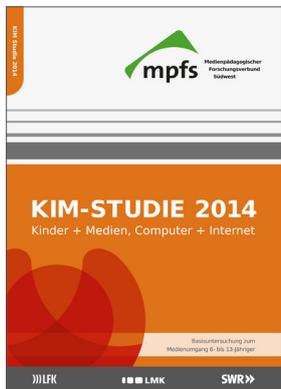
Die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) ist die Landesmedienanstalt des Landes Rheinland-Pfalz. Der LMK obliegt weitgehend der gleiche Aufgabenbereich wie ihrer Schwesternanstalt LFK. Ein besonderer Schwerpunkt liegt im Bereich der Medienkompetenz. Hier gibt es zahlreiche Projekte, Kooperationen und Initiativen der LMK auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene, um in den Bereichen Bildung, OK-TV und Medienvermittlung ein engmaschiges Netz an attraktiven Angeboten anzubieten und aufzubauen. Die LMK leitet die Geschäftsstelle der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest, die von LMK, LFK und SWR getragen wird.



Südwestrundfunk

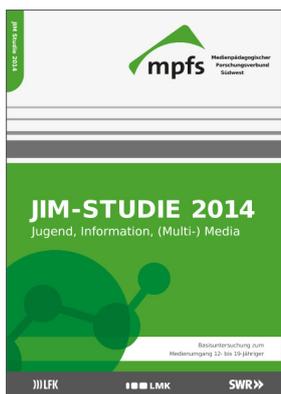
Der Südwestrundfunk (SWR) ist die gemeinsame Landesrundfunkanstalt der Länder Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Er ist die zweitgrößte Rundfunkanstalt der ARD. Der SWR widmet sich sowohl inhaltlich als auch technisch den relevanten Themen und Ansprüchen der Zeit. Sein Programm dient der Information, der Bildung, der Beratung und der Unterhaltung und ist dem kulturellen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunk verpflichtet. Der SWR fördert – alleine und mit Partnern – in vielfältiger Weise die Bildung und Vermittlung von Medienkompetenz. Im Bereich Forschung führt die SWR Medienforschung eine Reihe von Untersuchungen und Studien zum Wandel des Medienangebots und des Medienkonsums durch.

Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs)



KIM-Studie (Kinder + Medien, Computer + Internet)

Die Studienreihe KIM bildet seit 1999 das Medienverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen ab. Für die repräsentative Studie werden alle zwei Jahre ca. 1.200 Kinder und deren Haupterzieher zu ihrem Mediennutzungsverhalten persönlich befragt. Die KIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt, um die sich im permanenten Wandel befindlichen Rahmenbedingungen des Medienangebots und die damit verbundenen Veränderungen adäquat abbilden zu können. Themenschwerpunkte der KIM-Studie sind: Themeninteressen der Kinder, Medienbesitz, Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung, Medienbindung, Vorbilder und Idole, Fernsehen und Radionutzung, Bücher und Lesen, Nutzung von digitalen Spielen, Computer und Schule, Internettätigkeiten, Medien in der Familie.



JIM-Studie (Jugend, Information, (Multi-) Media)

Die repräsentative Studienreihe JIM zeigt seit 1998 jährlich den Medienumgang der Zwölf- bis 19-Jährigen in Deutschland. Auch die JIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt. Es werden einerseits allgemeine Entwicklungen und Trends kontinuierlich abgebildet und dokumentiert, gleichzeitig werden in den einzelnen Untersuchungen spezifische Fragestellungen realisiert, um aktuelle Medienentwicklungen aufzugreifen. Themenschwerpunkte der JIM-Studie sind: Medienausstattung, Freizeitaktivitäten, Mediennutzung, Wichtigkeit der Medien, Glaubwürdigkeit der Medien, Bücher und Lesen, Radionutzung, TV-Präferenzen, Aktivitäten im Internet, Computer- und Konsolenspiele, Handynutzung und Medienkompetenz.



15 Jahre JIM-Studie

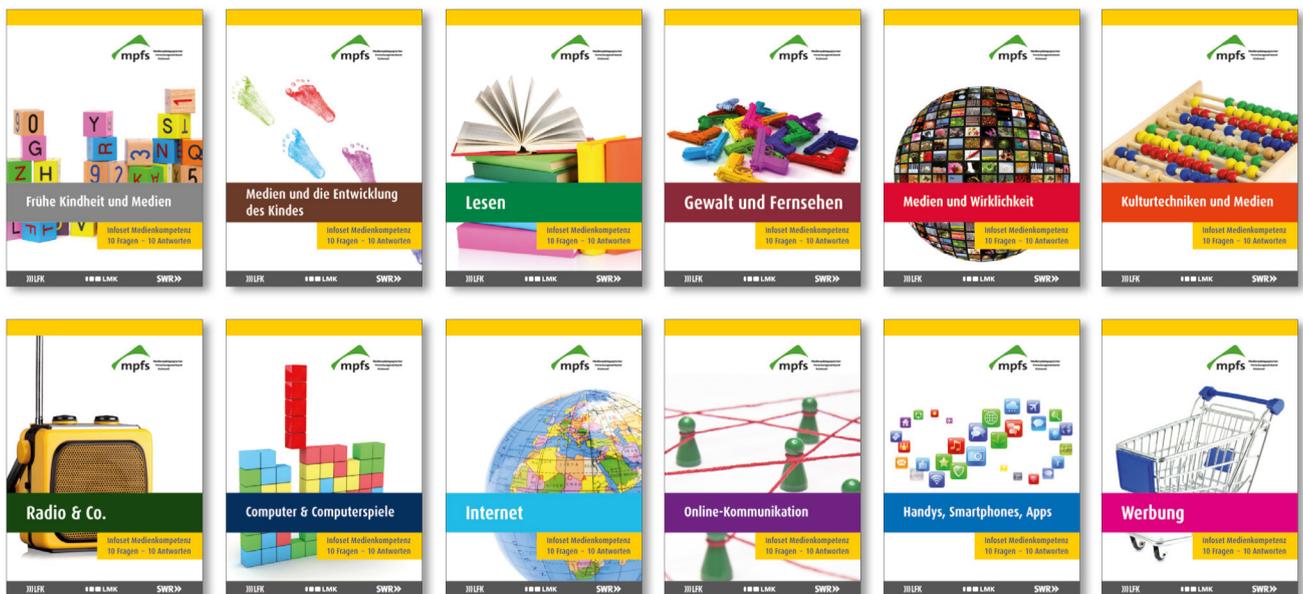
Die JIM-Studie (Jugend, Information, (Multi-) Media) dokumentiert seit mehr als 15 Jahren die Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. Wichtige Entwicklungslinien, dynamische Veränderungen aber auch Konstanten der jugendlichen Mediennutzung konnten durch die wiederholte Datenerhebung aufgezeigt werden. Die Jubiläumspublikation „15 Jahre JIM-Studie“ lässt diese Entwicklungen Revue passieren und dokumentiert, mit welcher Geschwindigkeit sich technische, inhaltliche und auch wirtschaftliche Veränderungen des Medienbereichs im Alltag Jugendlicher etabliert haben.

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** >>