

05

E

I

D

S

T

-

M

M

I

K

F



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

# KIM-STUDIE 2005

Kinder + Medien, Computer + Internet

Basisuntersuchung zum  
Medienumgang 6- bis 13-jähriger

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

# **KIM-Studie 2005**

## **Kinder und Medien**

### **Computer und Internet**

**Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland**

**Herausgeber:**

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest**

Geschäftsstelle:

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

Rotebühlstr. 121

70178 Stuttgart

Tel.: 0711 – 66 99 131

Fax: 0711 – 66 99 111

E-Mail: [info@mpfs.de](mailto:info@mpfs.de)

<http://www.mpfs.de>

Stuttgart, Februar 2006

Redaktion:

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Einführung und Methode</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Freizeitaktivitäten</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	<b>Themeninteressen</b>	<b>9</b>
<b>4.</b>	<b>Vorbilder und Idole</b>	<b>11</b>
<b>5.</b>	<b>Medienausstattung und Medienbesitz</b>	<b>13</b>
<b>6.</b>	<b>Medienbindung</b>	<b>17</b>
<b>7.</b>	<b>Fernsehen</b>	<b>19</b>
<b>8.</b>	<b>Bücher und Lesen in der Freizeit</b>	<b>23</b>
<b>9.</b>	<b>Computer</b>	<b>26</b>
	9.1 Computernutzung	26
	9.2 Computerspiele	33
	9.3 Lernprogramme	38
<b>10.</b>	<b>Internet</b>	<b>39</b>
<b>11.</b>	<b>Handy</b>	<b>46</b>
<b>12.</b>	<b>Medienkompetenz</b>	<b>48</b>
<b>13.</b>	<b>Medienfunktionen</b>	<b>52</b>
<b>14.</b>	<b>Medien in der Alltagskommunikation</b>	<b>53</b>
<b>15.</b>	<b>Medienklima in der Familie</b>	<b>54</b>
<b>16.</b>	<b>Fazit</b>	<b>63</b>



## 1. Einführung und Methode

Ob in Schule, Beruf oder Freizeit – die Medien sind aus unserem Alltag und dem Alltag unserer Kinder nicht mehr wegzudenken. Fernsehen, Radio, Computer, Internet, Handy, DVD und MP3 stehen uns dabei auf vielfältige Weise zur Information, Kommunikation und Unterhaltung zur Verfügung. Dabei unterliegt die Medienwelt einem ständigen Wandel. Um hier Transparenz und Orientierung zu schaffen bedarf es der kontinuierlichen Darstellung aktueller Nutzungszahlen und der Untersuchung neuer Entwicklungen. So können neue und bestehende Konzepte der Medienkompetenz überprüft und entwickelt werden.

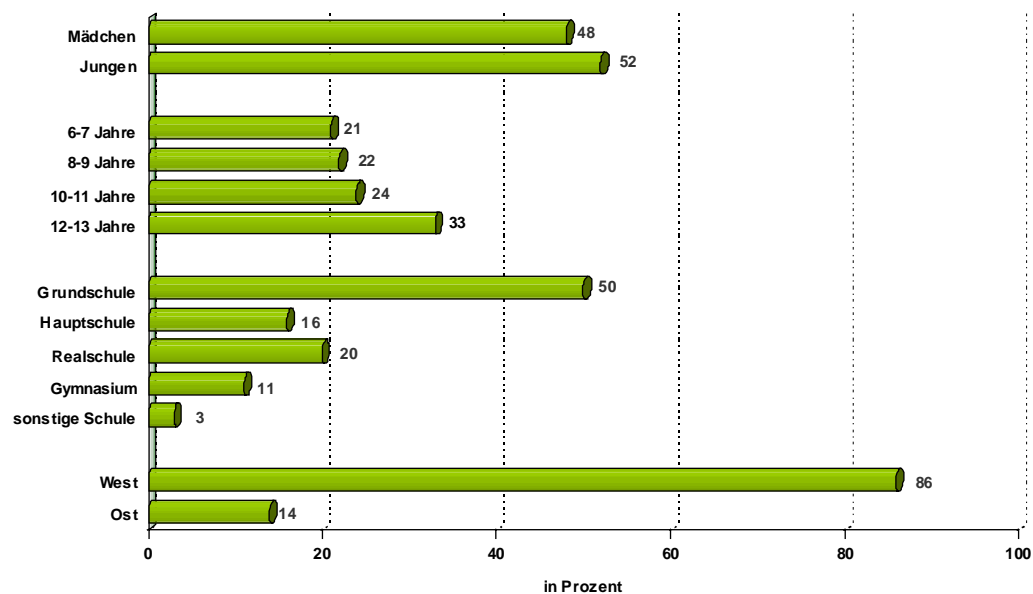
Bereits seit 1999 untersucht die Studienreihe „KIM – Kinder und Medien“ das Medienverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen in der Bundesrepublik Deutschland. Zum fünften Mal dokumentiert der vorliegende Bericht Ergebnisse dieser repräsentativen Studie, für die 2005 etwa 1.200 Kinder und deren Haupterzieher befragt wurden.

Die Studienreihe wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) beauftragt, eine Forschungskoooperation – bestehend aus der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) – die mit diesem Beitrag die Diskussion über das Medienverhalten von Kindern versachlicht und objektives Datenmaterial bereitstellt. Die Durchführung der KIM-Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit der Medienforschung des SWR.

Bei der Anlage des Designs der Langzeitstudie KIM sind zwei Besonderheiten charakterisierend: Zum einen wird es durch die Befragung sowohl der Kinder als auch deren Haupterzieher möglich, das familiäre Umfeld, wie beispielsweise die sozioökonomischen Verhältnisse, mit einzubeziehen. Dies wäre bei einer Befragung nur der Kinder nicht möglich. Zum anderen ist der Fragenkomplex aufgeteilt in einen stets gleichbleibenden Teil, der die aktuelle Abbildung des Medienumgangs der Kinder ermöglicht, und in einen variablen, eher langfristig orientierten Teil, der mit in größeren Zeitintervallen wiederkehrenden Fragen Entwicklungen nachzeichnen und Trends aufzeigen kann. Diese Verknüpfung von Kontinuität und der Möglichkeit, auf aktuelle Entwicklungen einzugehen, macht die KIM-Studie besonders interessant.

Für die „KIM-Studie 2005“ bildeten – wie in den vorangehenden Jahren – die rund 6 Mio. deutschsprachigen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren in Deutschland und deren primäre Erziehungsperson die Grundgesamtheit. Hieraus wurde von Juni bis Juli 2005 eine repräsentative Stichprobe von jeweils 1.203 Zielpersonen untersucht. Dabei erfolgte die Befragung der Kinder mündlich-persönlich, die der Erziehungspersonen bzw. Mütter<sup>1</sup> schriftlich. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK-Institut in Taunusstein.

### KIM 2005 Soziodemografie der befragten Kinder



Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Im Rahmen der „KIM-Studie 2005“ standen folgende Themen im Mittelpunkt:

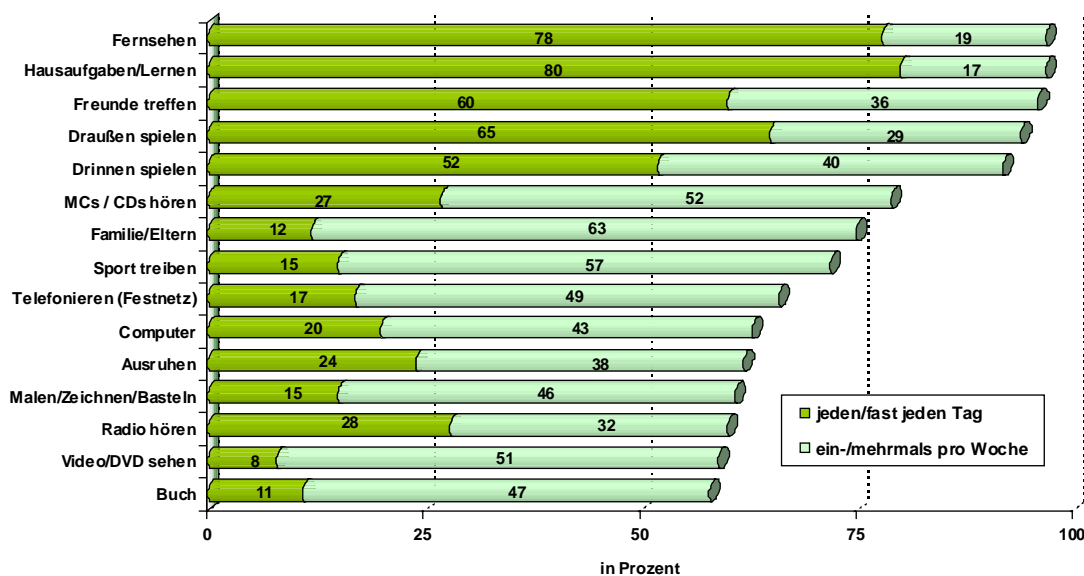
- Freizeitaktivitäten
- Themeninteressen
- Medienausstattung
- Medienbindung
- Medienfunktionen
- Computer: Nutzung, Meinungen, Umgang im Alltag
- Computerspiele
- Lernprogramme
- Internet
- Medienkompetenz
- Handynutzung
- MP3

<sup>1</sup> Als primäre Erziehungspersonen sind in der Stichprobe insgesamt nur 19 Väter enthalten.

## 2. Freizeitaktivitäten

Wie seit Jahren ist auch 2005 die am häufigsten ausgeübte Freizeitaktivität (mindestens einmal pro Woche) Fernsehen (97 %). An nächster Stelle der vorgegebenen Freizeitaktivitäten steht Hausaufgaben machen und das Treffen mit Freunden (jeweils 96 %)² und das Spielen (im Haus 91 %, außer Haus 94 %). Nach dem Fernsehen ist bei Kindern die Nutzung von Musikkassetten oder CDs die am weitesten verbreitete Medienbeschäftigung (79 %). Drei Viertel unternehmen regelmäßig etwas mit der Familie und 71 Prozent treiben regelmäßig Sport. Weniger häufig wird mit 60 Prozent das Radio genutzt (2003: 70 %), das damit von der Beschäftigung mit dem Computer (63 %) überholt wurde. Stabil bleibt mit 58 Prozent das Lesen von Büchern (ohne Schulbuch) oder Zeitschriften (55 %).

### Freizeitaktivitäten 2005 (Teil 1)



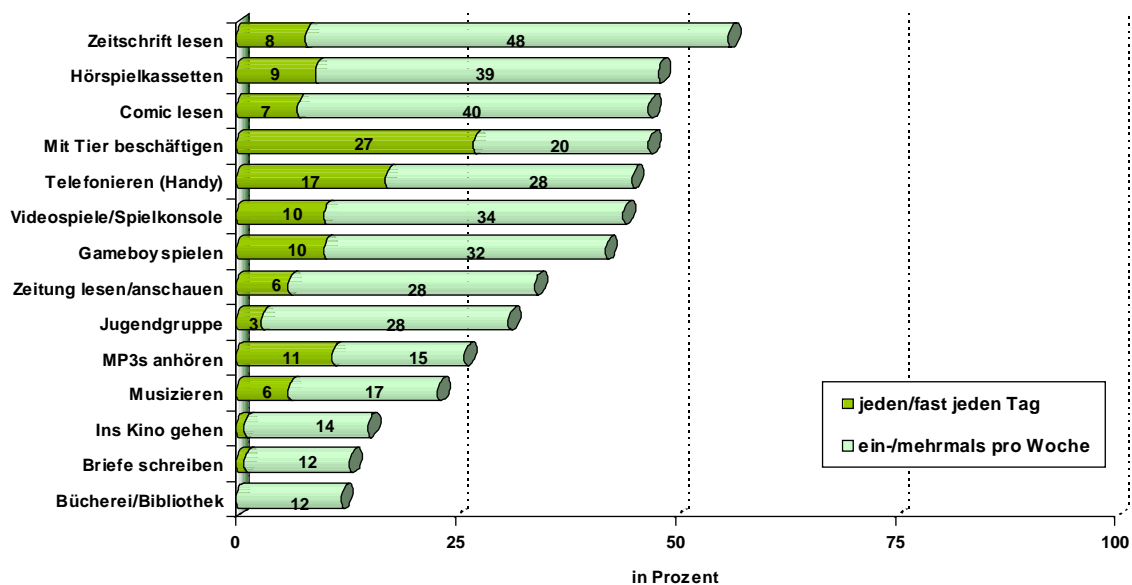
Mit 60 Prozent werden Videos oder DVDs vergleichbar häufig geschaut. Hörspielkassetten (49 %) und Comics (47 %) werden von knapp der Hälfte der Kinder zumindest einmal die Woche genutzt. Bereits bei den Sechs- bis 13-Jährigen ist für 45 Prozent das Handy eine regelmäßige Freizeitaktivität, 17 Prozent nutzen das Handy jeden oder fast jeden Tag. Weniger als die Hälfte der Kinder spielen mindestens einmal pro Woche Gameboy (42 %) oder Videospiele (44 %). 33 Prozent blättern regelmäßig in einer Zeitung. Über ein Viertel der Kinder (26 %) nutzt zumindest einmal die Woche digitale Audiodateien bzw. MP3-Files.

<sup>2</sup> Abweichungen zwischen Text und graphischer Darstellung sind rundungsbedingt.

Neben den Medienaktivitäten spielen auch andere Beschäftigungen durchaus eine Rolle, drei Viertel der Kinder unternehmen regelmäßig etwas mit ihren Eltern, 71 Prozent treiben mindestens einmal die Woche Sport, ebenso häufig trifft sich etwa ein Drittel in einer Jugendgruppe. 12 Prozent nutzen wöchentlich eine Bücherei.

Viele Tätigkeiten werden von Jungen und Mädchen in vergleichbarer Häufigkeit ausgeübt, Unterschiede bestehen beispielsweise bei kreativen Tätigkeiten. Die Mädchen haben beim Malen und Basteln (73 % zu 50 %), Musizieren (29 % zu 17 %) und Briefe schreiben (19 % zu 7 %) die Nase vorn. Auch beim Lesen (64 % zu 52 %), Musikhören (83 % zu 75 %), bei Hörspielkassetten (53 % zu 45 %), und bei der Beschäftigung mit Tieren (53 % zu 42 %) sind Mädchen aktiver als Jungen. Diese hingegen treiben häufiger Sport (78 % zu 65 %) und spielen mehr mit dem Gameboy (51 % zu 33 %) und Videospiele/Spielkonsolen (54 % zu 33 %). Auch der Computer wird von Jungen derzeit noch häufiger genutzt (67 zu 58 %) als von Mädchen. Keine Unterschiede gibt es bei der Fernsehnutzung.

### Freizeitaktivitäten 2005 (Teil 2)



Mit steigendem Alter werden Unternehmungen mit der Familie und die Nutzung von Hörspielkassetten sowie Malen/Basteln/Zeichnen deutlich weniger ausgeübt. Dagegen steigt die Nutzungshäufigkeit beim Computer, dem Lesen von Zeitschriften und Zeitungen, bei Radio, Handy und Videospiele mit dem Alter der Kinder an.

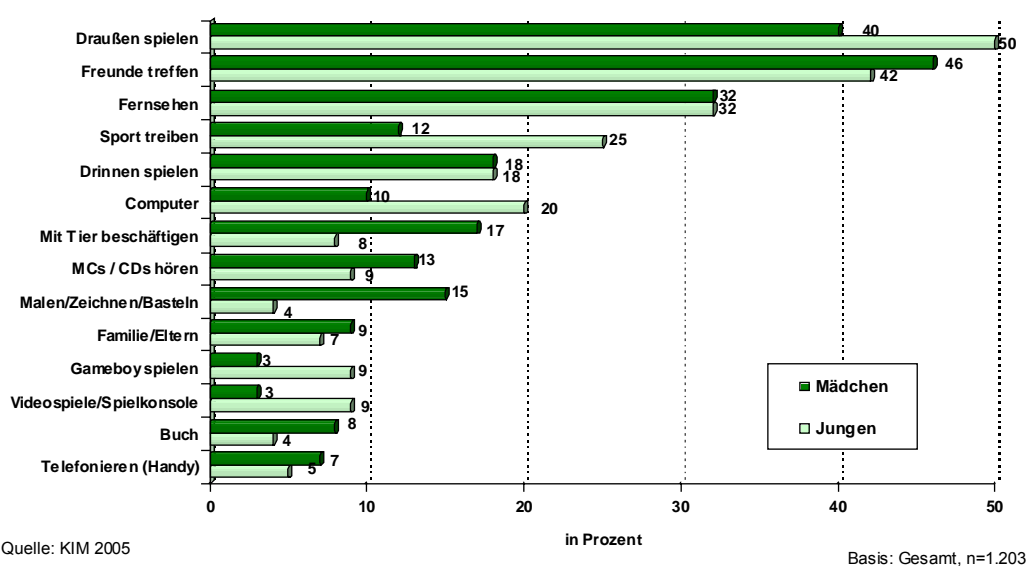


Unter den vorgegebenen Freizeitaktivitäten sollten sich die befragten Kinder für bis zu drei Lieblingsbeschäftigungen entscheiden. Die meisten sprachen sich mit 45 Prozent für Spielen im Freien und das Treffen mit Freunden (44 %) aus; Fernsehen wird von etwa einem Drittel gewählt und erreicht den dritten Platz. Für 19 Prozent ist Sport treiben und für 18 Prozent Spielen im Haus die liebste Beschäftigung. 15 Prozent nennen den Computer, elf Prozent Musikkassetten oder CDs als Lieblingsbeschäftigung. Jeder Zehnte bastelt, malt oder zeichnet am liebsten und 8 Prozent nennen Unternehmungen mit der Familie. Mit sechs Prozent liegen Gameboy, Videospiele, Bücher lesen und das Telefonieren mit dem Handy gleichauf in der Gunst der Kinder.

Allerdings unterscheiden sich die Geschlechter in einigen Punkten deutlich: Jungen haben klare Vorlieben für das Spielen im Freien, für das Sporttreiben, den Computer, Video-/Konsolenspiele und den Gameboy. Bei den Mädchen sind dagegen das Treffen mit Freunden, Haustiere, Malen/Zeichnen/Basteln und Bücher lesen deutlich beliebter. Das Fernsehen wiederum ist bei beiden Geschlechtern gleichermaßen beliebt.

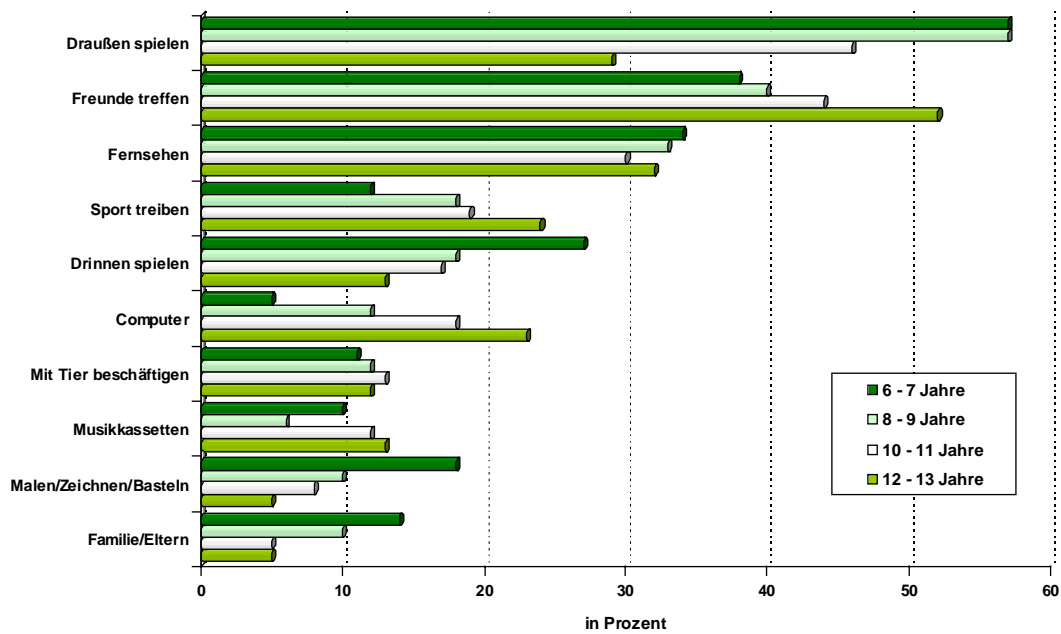
### Liebste Freizeitaktivitäten 2005

- bis zu drei Nennungen -



Deutliche Veränderungen ergeben sich bei der Betrachtung nach den unterschiedlichen Altersgruppen. Während das Treffen mit Freunden, der Computer und Sport mit zunehmendem Alter deutlich an Bedeutung gewinnen, nimmt das Interesse am Spielen (drinnen und draußen), Malen/Zeichnen/Basteln und die Beschäftigung mit den Eltern ab. Das Fernsehen ist für alle Altersgruppen gleichbleibend attraktiv.

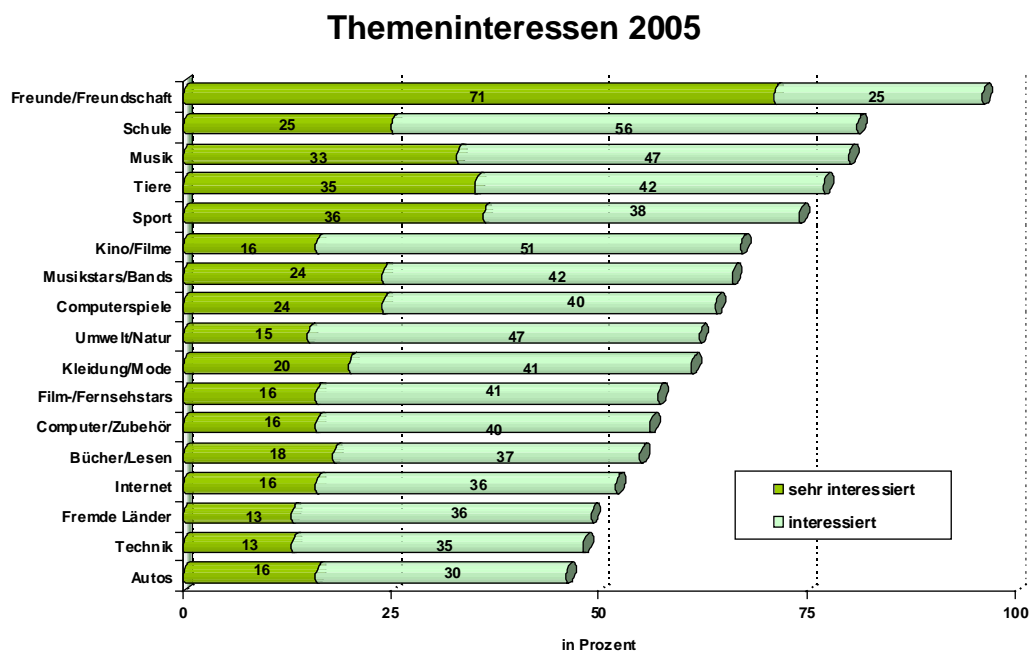
## Liebste Freizeitaktivitäten 2005 - bis zu drei Nennungen -



### 3. Themeninteressen

Um über die Zuwendung zu den einzelnen Freizeitaktivitäten hinaus auch etwas über die generellen Interessen der Kinder zu erfahren, wurden ihnen 17 Themenbereiche vorgegeben, zu denen sie angeben sollten, inwieweit diese für sie von Interesse seien.<sup>3</sup>

Das mit Abstand bedeutendste Thema der Sechs- bis 13-Jährigen ist „Freunde/Freundschaft“ (96 %). Für etwa drei Viertel der Kinder sind Schule, Musik, Tiere und Sport von Interesse. Kino, Musikstars/Bands und Computerspiele begeistern etwa zwei Drittel. Sechs von zehn Kinder finden Umwelt- und Naturthemen, Kleidung und Mode, Film- und Fernsehstars spannend. Etwas mehr als 50 Prozent zeigen Interesse für Computerthemen, Bücher und das Internet. Für die Themen fremde Länder, Technik und Autos können sich nur knapp die Hälfte der Kinder begeistern.



Quelle: KIM 2005

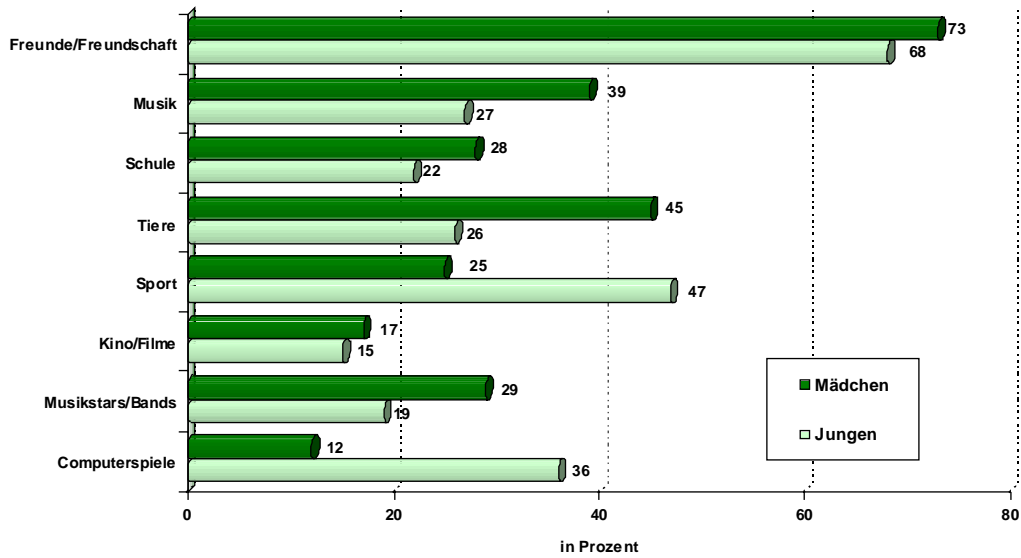
Basis: Gesamt, n=1.203

Die geschlechtsspezifische Betrachtung zeigt bei Mädchen ein größeres Interesse für Musik, Musikstars und Bands, Mode und Lesen. Für Jungen sind Sport, Computerspiele, Computer, Autos, Technik und Internet bedeutsamer.

<sup>3</sup> „Ich zähle dir mal ein paar Dinge auf, und du sagst mir bitte, ob du daran sehr interessiert, interessiert, nicht so sehr interessiert oder gar nicht interessiert bist.“

### Themeninteressen 2005 (Teil 1)

- sehr interessiert -

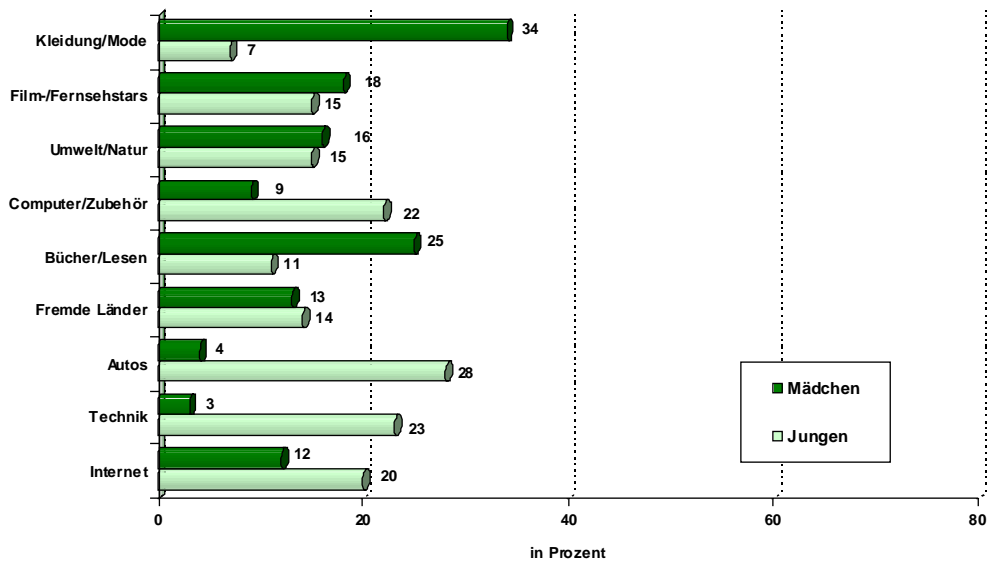


Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

### Themeninteressen 2005 (Teil 2)

- sehr interessiert -

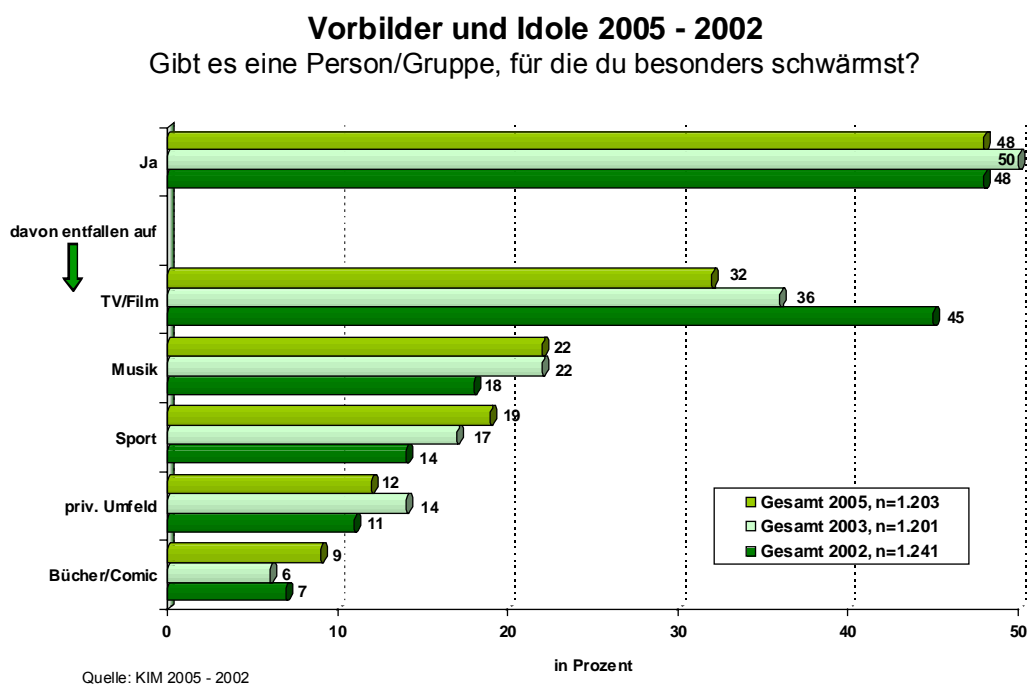


Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

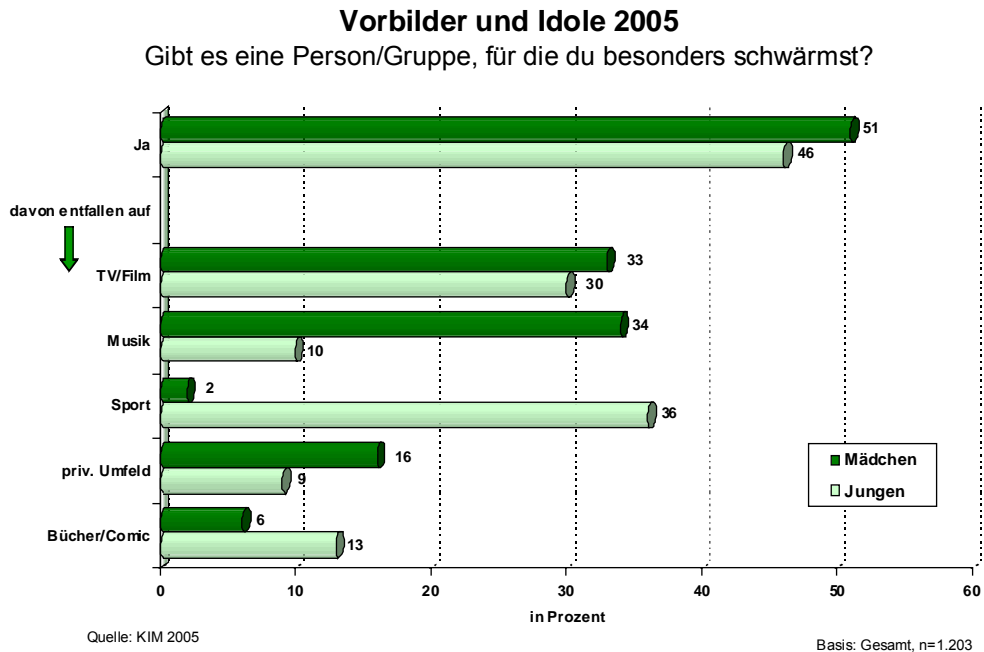
## 4. Vorbilder und Idole

Dass für Kinder Identifikationsfiguren auch aus den Medien bedeutsam sein können, ist weit- hin bekannt. In der KIM-Studie 2005 geben knapp die Hälfte der Kinder an, dass sie ein Vor- bild oder Idol haben, das sie richtig gut finden bzw. für das sie schwärmen. Kategorisiert man die (ungestützten) Angaben der Kinder, so nennt im Jahr 2005 ein Drittel Personen bzw. Schauspieler aus Film und Fernsehen. Vorbilder aus dem Bereich Musik oder Sport nennt etwa jedes fünfte Kind. Auf das private Umfeld der Sechs- bis 13-Jährigen, also Familienmit- glieder oder Freunde, entfallen 12 Prozent der Nennungen. Neun Prozent der Kinder nennen Figuren aus Büchern oder Comics.



Vergleicht man die Werte von 2005 mit den beiden Vorgängerstudien, so ist die Zahl der Kinder, die ein Vorbild haben seit Jahren stabil. Verändert haben sich aber die Bereiche, aus denen diese Idole stammen, nämlich immer weniger aus Film und Fernsehen, dafür häufiger aus den Bereichen Sport, Büchern und Comics. Sportidole sind neben Michael Schumacher überwiegend Fußballstars wie Michael Ballack, Oliver Kahn und David Beckham. Aus der Musikbranche werden Sarah Connor, Britney Spears, Jeanette Biedermann und Yvonne Catterfeld genannt. Im Filmbereich schwärmen Kinder für Brad Pitt, als Idol aus Büchern und Comics wird vor allem Harry Potter genannt.

Die unterschiedlichen Themeninteressen von Jungen und Mädchen spiegeln sich auch in der Auswahl der Identifikationsfiguren wider: Für Jungen sind häufiger Sportler und Personen aus Büchern und Comics ein Vorbild, Mädchen hingegen orientieren sich eher an Personen aus der Musikbranche und aus dem privaten Umfeld.

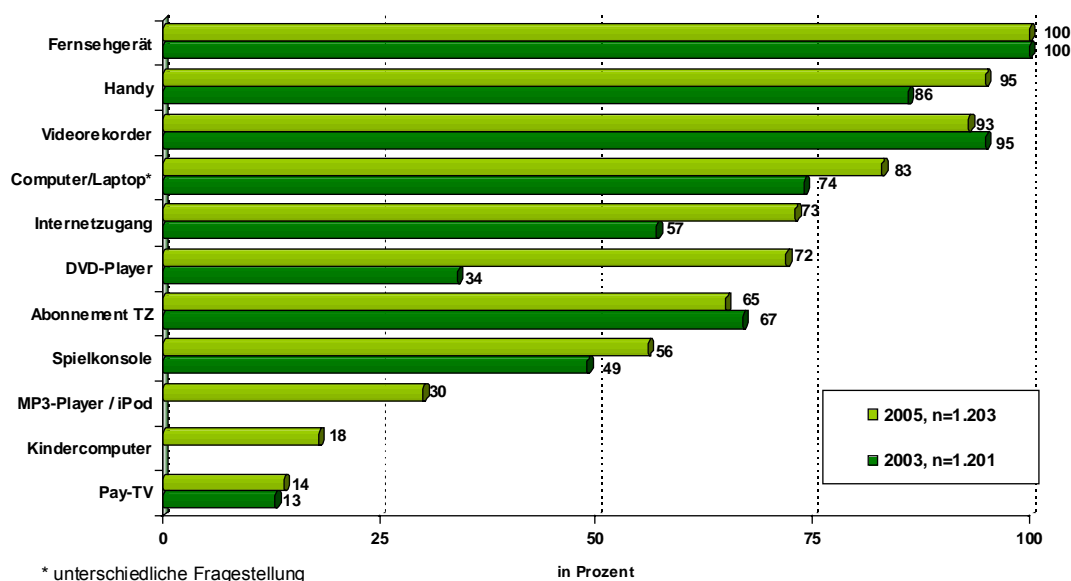


## 5. Medienausstattung und Medienbesitz

Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, weisen eine zunehmende Medienausstattung auf. Bei Fernsehgerät, Handy und Videorekorder kann man von einer Vollversorgung ausgehen, Computer stehen in vier von fünf Haushalten zur Verfügung, annähernd drei Viertel der Haushalte haben einen Internetzugang und ebenso viele einen DVD-Player. Diese Medien haben auch den stärksten Zuwachs gegenüber 2003 zu verzeichnen: Die Zahl der Haushalte mit einem DVD-Player hat sich binnen zweier Jahre verdoppelt, Internetanschlüsse haben um fast ein Drittel zugenommen. Spezielle Kindercomputer – erstmals 2005 erhoben – gibt es in 18 Prozent der Haushalte. Ebenfalls neu aufgenommen wurde der MP3-Player, der bereits in 30 Prozent der Haushalte zur Verfügung steht.

### Geräteausstattung im Haushalt 2005 - 2003

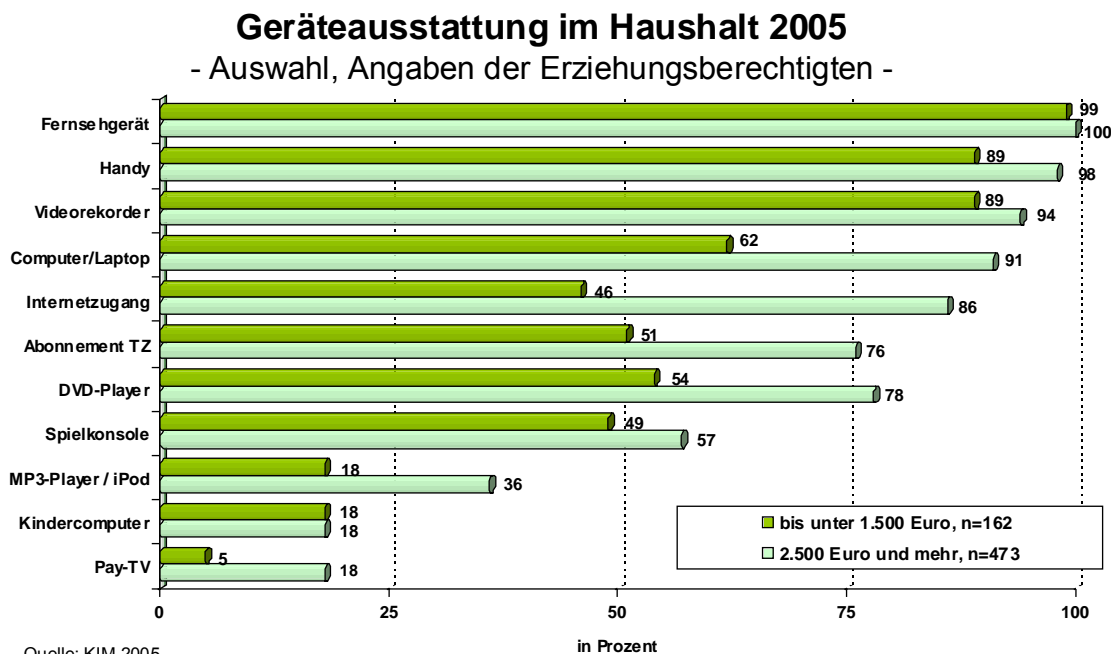
- Auswahl / Angaben der Erziehungsberechtigten -



Quelle: KIM 2005 - 2003

Allerdings gibt es bei bestimmten Medien deutliche Unterschiede, wenn man nach dem verfügbaren Nettoeinkommen differenziert. Stellt man die Geräteausstattung der Haushalte, die monatlich maximal bis zu 1.500 Euro zur Verfügung haben (13 %), den Haushalten gegenüber, deren Nettoeinkommen bei 2.500 Euro und mehr im Monat liegt (39 % der Haushalte), so sind die schlechter Situierten beim Computer, beim Abonnement einer Tageszeitung und bei DVD- bzw. MP3-Player etwa ein Drittel schlechter ausgestattet. Nur etwa halb so viele Familien in dieser Gruppe haben einen Internetzugang, auch Pay-TV ist bei der unteren Einkommensgruppe deutlich geringer verbreitet.

Weniger Unterschiede gegenüber den finanziell besser gestellten Familien zeigen sich bei der Ausstattung mit Fernseher, Handy, Videorekorder, Spielkonsole und Kindercomputer.



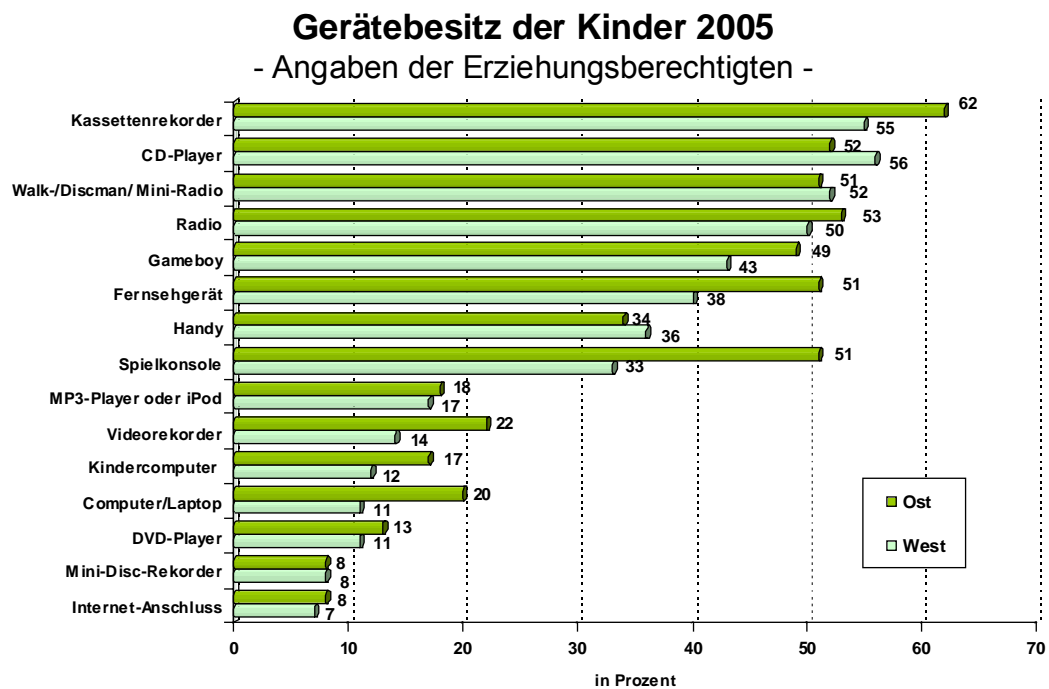
Welche Bedeutung die einzelnen Medien für den Alltag der Kinder haben, lässt sich unter anderem am Gerätebesitz der Kinder selbst festmachen, also welche Geräte die Kinder in ihrem Zimmer haben bzw. selbst darüber verfügen können. Die am weitesten verbreiteten Geräte sind hierbei mit 56 Prozent Kassettenrekorder und CD-Player, gefolgt von Walkman und Radio, die etwa die Hälfte der Kinder besitzen. 44 Prozent können mit ihrem eigenen Gameboy spielen und 42 Prozent haben inzwischen einen eigenen Fernseher. Handy (36 %) und Spielkonsole (35 %) finden weiterhin eine steigende Verbreitung. 17 Prozent haben einen MP3-Player, 15 Prozent einen eigenen Videorekorder zur Verfügung. Jeweils zwölf Prozent besitzen einen Kindercomputer bzw. einen Computer. Jedes zehnte Kind hat einen eigenen DVD-Player. Sieben Prozent der Kinder haben einen eigenen Internetanschluss.

Abgesehen von Kassetten- und Mini-Disc-Rekorder sowie dem Radio weisen Jungen immer eine höhere Ausstattungsrate als Mädchen auf. Besonders große Unterschiede zeigen sich bei Gameboy, Spielkonsole und Computer.

Die Geräteausstattung der Kinder ist in Ostdeutschland überwiegend besser als in Westdeutschland, lediglich bei CD-Playern und dem Walkman sind Kinder in den alten Bundesländern geringfügig besser ausgestattet. So verfügen in den neuen Bundesländern bereits über die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen über einen eigenen Fernseher (West: 38 %) oder



eine eigene Spielkonsole (West: 33 %). Deutliche Unterschiede ergeben sich auch beim Computer, jedes Fünfte Kind in Ostdeutschland hat einen eigenen Computer (West: 11 %). Beim eigenen Internetzugang liegen die Kinder in West und Ost etwa gleichauf.



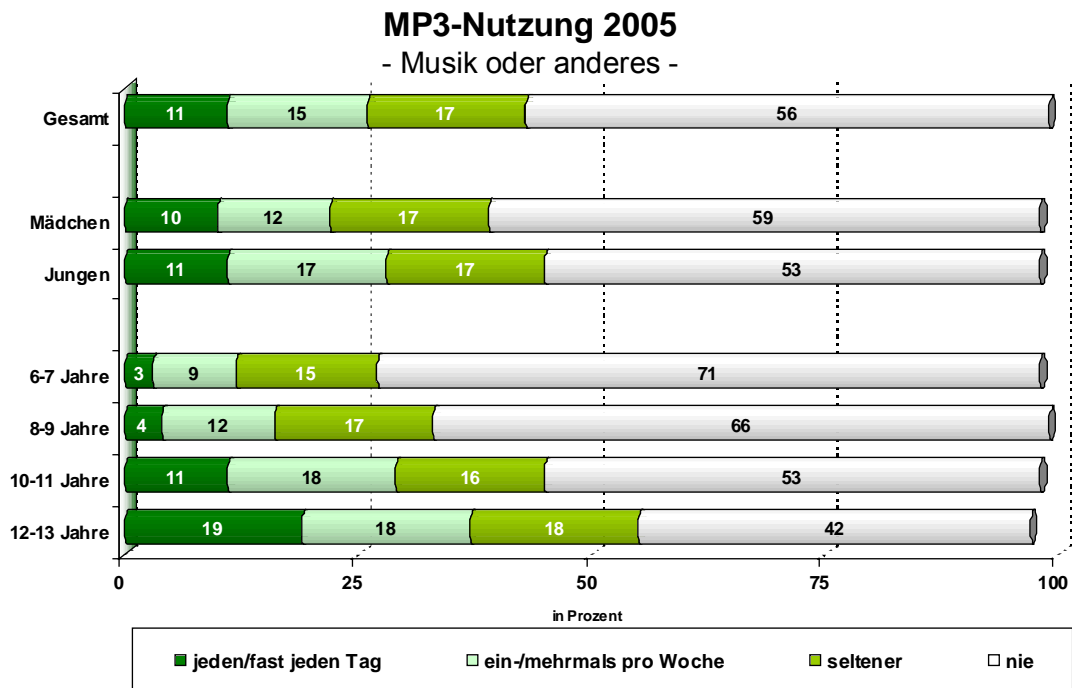
Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Im Vergleich zur KIM-Studie 2003 fällt vor allem die Dynamik beim Mobiltelefon auf. Mit einem Anstieg von 24 auf 36 Prozent hält die stark wachsende Verbreitung des Handys weiter an; seit dem Jahr 2000 hat sich der Handybesitz versechsfacht. Eine deutliche Entwicklung zeichnet sich auch bei den DVD-Playern ab, hier hat sich der Besitz verdoppelt, allerdings auf derzeit noch niedrigem Niveau (2003: 5 %, 2005: 11 %).

## Exkurs MP3-Player

Als neuartige Technologie hat der MP3-Player inzwischen auch die Kinderzimmer erreicht. In Haushalten mit Kindern sind zu 30 Prozent MP3-Player vorhanden, 17 Prozent der Kinder haben bereits ein eigenes Gerät. Kinder, die zumindest selten MP3-Dateien nutzen, hören überwiegend Musik (82 %), 16 Prozent nutzen digitale Audiodateien für Hörspiele. Diese spielen bei den Jüngsten mit 27 Prozent noch eine deutlich stärkere Rolle als bei älteren Kindern. Die Sechs- bis Siebenjährigen interessieren sich dafür weniger für Musikdateien (69 %) als die Zwölf- bis 13-Jährigen (86 %). Die Hälfte der Kinder hört digitale Audiodateien ausschließlich mit einem MP3-Player oder iPod an, ein Viertel (26 %) nutzt hierfür den Computer, jeder Zehnte (11 %) nutzt beides. Im Durchschnitt haben Kinder nach eigener Schätzung 80 MP3-Musiktitel gespeichert, die Sechs- bis Siebenjährigen haben mit 34 Titel deutlich weniger als die Ältesten (113 Titel).

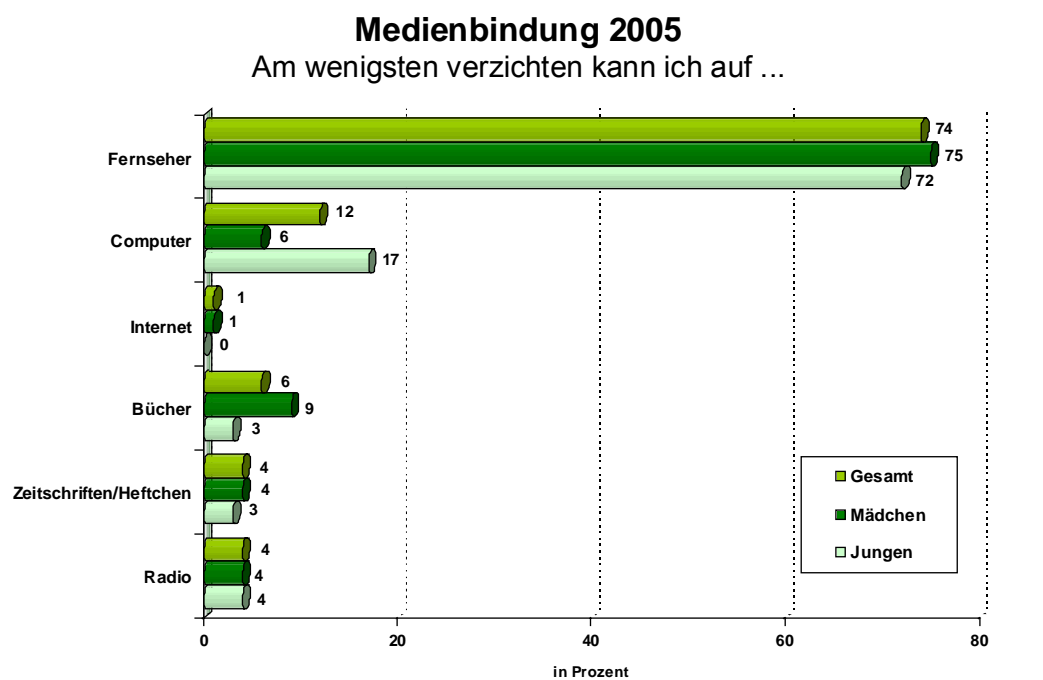


Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

## 6. Medienbindung

Um mehr über die subjektive Wichtigkeit einzelner Medien für Kinder zu erfahren, wurde auch in der KIM-Studie 2005 die Unverzichtbarkeit verschiedener Medien – hier waren Fernseher, Computer, Internet, Bücher, Zeitschriften/Heftchen und das Radio vorgegeben – ermittelt. Wie in den vergangenen Jahren nimmt der Fernseher mit Abstand den ersten Platz ein, drei Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen könnten auf dieses Medium am wenigsten verzichten. Zwölf Prozent entscheiden sich für den Computer und sechs Prozent für Bücher. Mädchen stimmen dreimal so häufig wie Jungen für das Buch, Jungen dagegen entscheiden sich etwa dreimal so häufig wie Mädchen für den Computer. Erstmals wurde 2005 das Internet in diese Liste aufgenommen, allerdings spielt es bei Kindern derzeit noch keine Rolle.



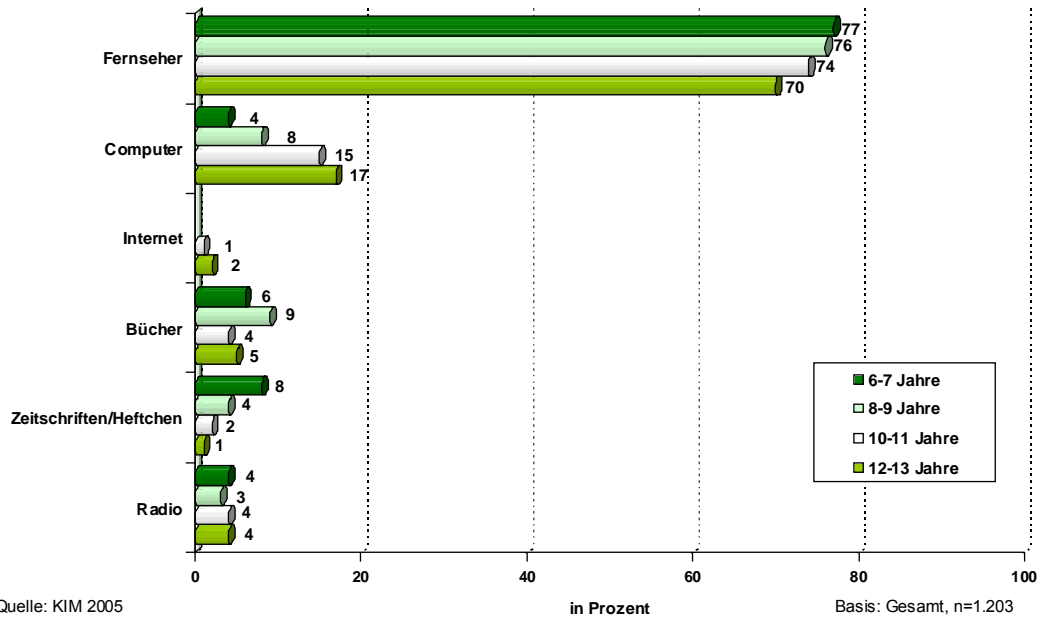
Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Mit zunehmendem Alter verliert das Fernsehen etwas an Bedeutung, dafür werden Computer wichtiger. Allerdings sind die Unterschiede zwischen den Altersgruppen in der aktuellen Studie nicht mehr so ausgeprägt, wie in der vorigen KIM-Studie.

Kinder aus den neuen Bundesländern haben eine stärkere Bindung zum Computer, Kinder aus den alten Bundesländern entscheiden sich etwas mehr für das Fernsehen, bei den übrigen Medien gibt es kaum Unterschiede.

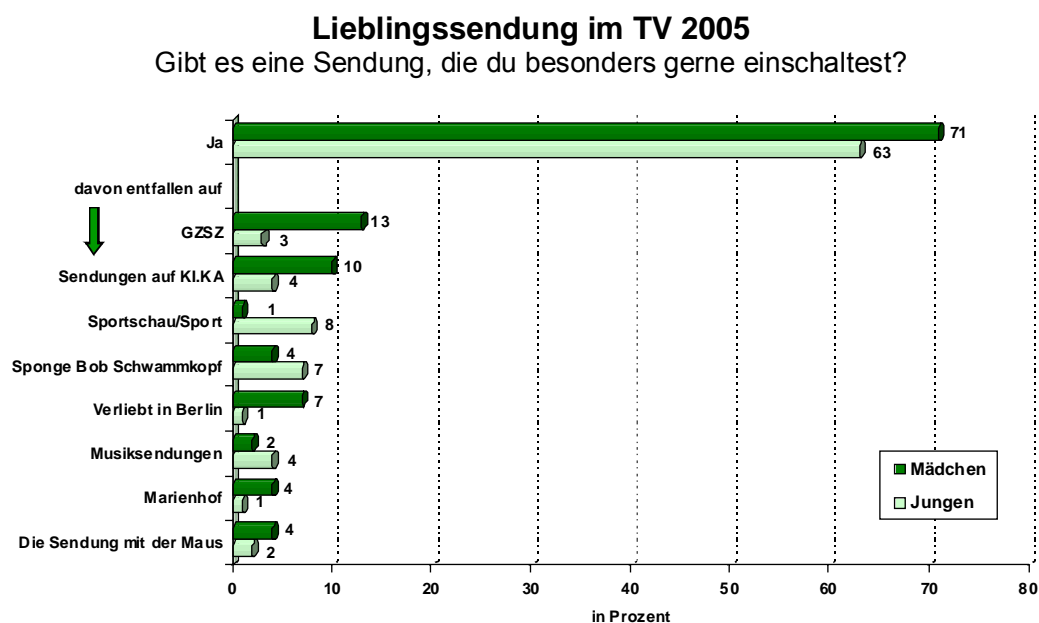
### Medienbindung 2005 Am wenigsten verzichten kann ich auf ...



## 7. Fernsehen

Wie berichtet ist der Fernseher auch weiterhin das wichtigste Medium für Kinder. Fast die Hälfte der Kinder besitzt ein eigenes Gerät, 78 Prozent schauen fast täglich Tag fern. Welche Sendungen besonders beliebt sind und welche Sendungen Kinder eher Angst machen, zeigt ein näherer Blick auf den Fernsehalltag der Kinder.

67 Prozent der Kinder, die zumindest selten fernsehen, geben an, dass es eine Sendung gibt, die sie besonders gerne anschauen. Am häufigsten werden hierbei „Gute Zeiten Schlechte Zeiten“ (GZSZ), Sendungen des Kinderkanals (KI.KA), Sportsendungen, „Sponge Bob“, „Verliebt in Berlin“ und „Marienhof“ genannt. Dass sich die Präferenzen zwischen Jungen und Mädchen deutlich unterscheiden, zeigt die geschlechtsspezifische Betrachtung. „Sportschau“, „Sponge Bob“ und Musiksendungen sind eher Jungenformate, Daily Soaps werden hingegen von Mädchen bevorzugt.

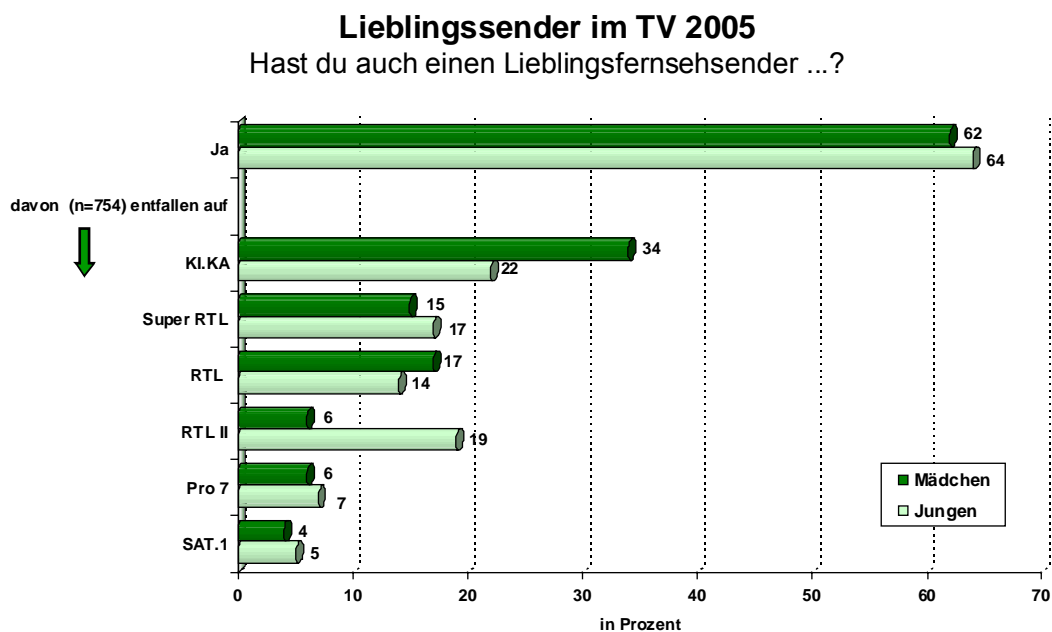


Quelle: KIM 2005

Basis: Befragte, die zumindest selten fernsehen, n=1.194

Explizite Kindersendungen sind vor allem bei jüngeren Kindern beliebt. So geben 14 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen eine Sendung des Kinderkanals als Lieblingssendung an. „Die Sendung mit der Maus“ haben sechs Prozent der Jüngsten als liebste Fernsehsendung. Das Interesse an diesen speziellen Kinderformaten nimmt mit dem Alter deutlich ab. Unter den Zwölf- bis 13-Jährigen nennen nur noch zwei Prozent Sendungen des Kinderkanals als Lieblingssendung.

Die Frage nach dem liebsten Fernsehprogramm wird von 27 Prozent mit dem KI.KA beantwortet, es folgen Super RTL (16 %), RTL (15 %) und RTL II (13 %). Pro7 und Sat.1 geben sieben bzw. fünf Prozent als liebstes Programm an. Auch bei den Senderpräferenzen gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Jungen ziehen Super RTL und vor allem RTL II vor, Mädchen bevorzugen den KI.KA und RTL.

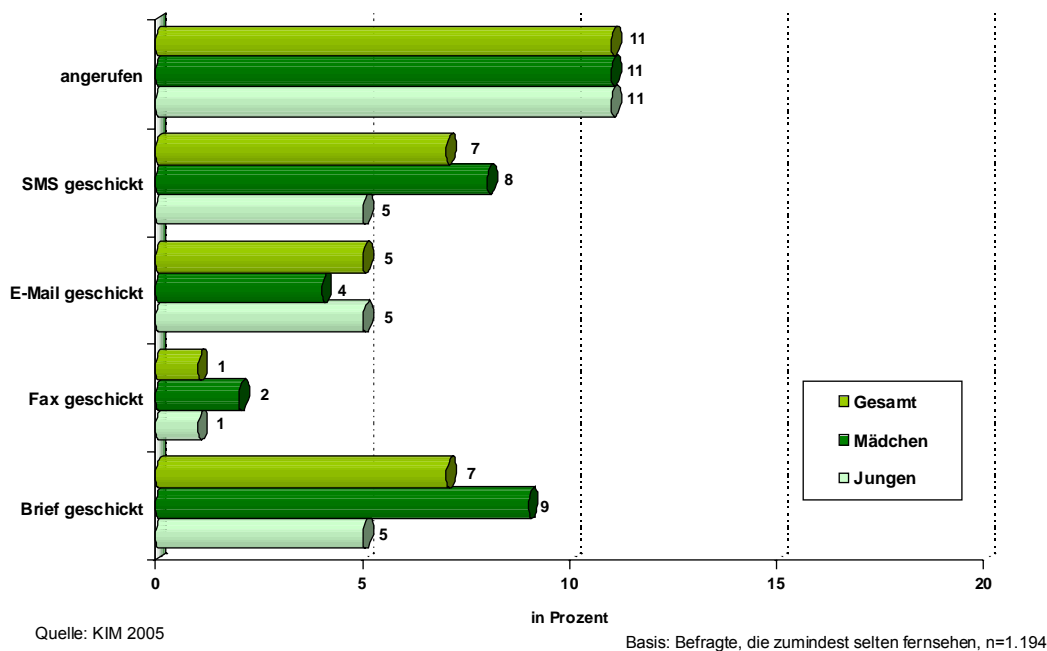


Wie bei den Lieblingssendungen ändern sich die Vorlieben der Kinder mit zunehmendem Alter. Bei den Sechs- bis Siebenjährigen stehen KI.KA (56 %) und Super RTL (19 %) hoch im Kurs, die Zwölf- bis 13-Jährigen bevorzugen RTL (21 %), RTL II (16 %) Super RTL (12 %) und Pro7 (11 %).

Fernsehprogramme sind zunehmend interaktiv gestaltet und bieten verschiedene Formen der Beteiligung an, die sich auch an jüngere Zuschauer richten. So haben zehn Prozent der Kinder, die zumindest selten fernsehen, schon einmal telefonisch zu einem Fernsehsender Kontakt aufgenommen, jeweils sieben Prozent haben einen Brief oder eine SMS geschickt, fünf Prozent sendeten eine E-Mail.

Als Grund für die Kontaktaufnahme nannte die Hälfte dieser Kinder die Teilnahme an einem Gewinnspiel. Ein Drittel nahm an einer Abstimmung (Voting) teil, 18 Prozent wollten eine Auskunft und 16 Prozent sendeten Grußbotschaften über das Fernsehprogramm.

### Kontaktaufnahme mit Fernsehsender / -sendung



### Exkurs: Angst und Fernsehen

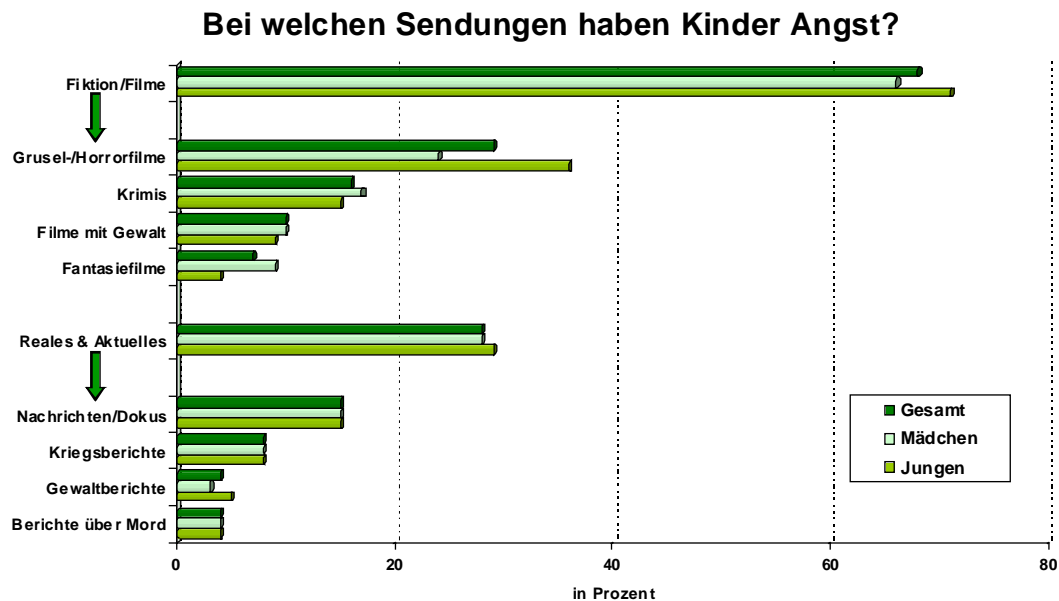
In der Öffentlichkeit wird immer wieder diskutiert, inwieweit das Fernsehen für Kinder ungeeignete Bilder sendet, sei es in gewalthaltigen Spielfilmen oder in der Berichterstattung aus Krisengebieten. In der KIM-Studie 2003 wurde die Wahrnehmung des Irak-Krieges näher beleuchtet. Ein Ergebnis war, dass die Kriegsbilder über alle Altersstufen gleichermaßen Ängste auslösen können. Inwieweit Kinder generell beim Fernsehen Angst empfinden, war Gegenstand der aktuellen Untersuchung.

Nach eigenen Angaben haben drei Prozent der Kinder zumindest mehrmals pro Woche Angst beim Fernsehen.<sup>4</sup> Etwa ein Viertel hat dieses Gefühl eher seltener und 71 Prozent behaupten von sich, nie Angst zu empfinden.<sup>5</sup> Das Alter spielt bei dieser Einschätzung fast keine Rolle. Dagegen geben mehr Mädchen als Jungen an, zumindest selten Angst zu verspüren. Zwei Drittel der Mädchen behaupten, nie Angst zu bekommen, während dies drei Viertel der Jungen angeben.

<sup>4</sup> „Wie oft kommt es vor, dass Du Dinge im Fernsehen siehst, die dir Angst machen?“

<sup>5</sup> Um diese Antworten zu verifizieren, wurde den Erziehungsberechtigten die gleiche Frage gestellt – mit nahezu identischen Ergebnissen.

Auf die Nachfrage, bei welchen (vorgegebenen) Inhalten die Kinder denn jeweils Angst haben, werden zu 68 Prozent fiktionale Sendungen und zu 28 Prozent reale und aktuelle Formate genannt. Bei Filmen sind dies vor allem Grusel- und Horrorfilme, Krimis, Filme mit Gewalt und Fantasiefilme. Bei realen Sendeformaten machen vor allem Nachrichten und Dokumentationen Kindern Angst. Entsprechend haben Kinder meist bei Fernsehsendungen am Abend (82 %) Angst, ein Drittel fürchtet sich aber auch am Nachmittag.



Quelle: KIM 2005

Basis: Befragte, die zumindest selten Dinge im TV sehen, die ihnen Angst machen, n=346

Angstgefühle treten dabei in allen Rezeptionssituationen auf, egal ob Kinder alleine oder gemeinsam mit anderen fernsehen<sup>6</sup>. Mit zunehmendem Alter und einer damit einhergehenden stärker selbstbestimmten Fernsehnutzung berichten Kinder dann aber häufiger von Angstgefühlen, wenn sie alleine vor dem Bildschirm sitzen.

Auf die Frage, was die Kinder denn machen, wenn Dinge im Fernsehen kommen, die ihnen Angst machen, werden als häufigste Antwort Vermeidungsstrategien wie das Ab- oder Umschalten (41 %) oder auch Wegschauen (17 %) und Weggehen (12 %) genannt. Zehn Prozent schauen sich die Sendung weiter an, acht Prozent reden im Anschluss über das Gesehene.

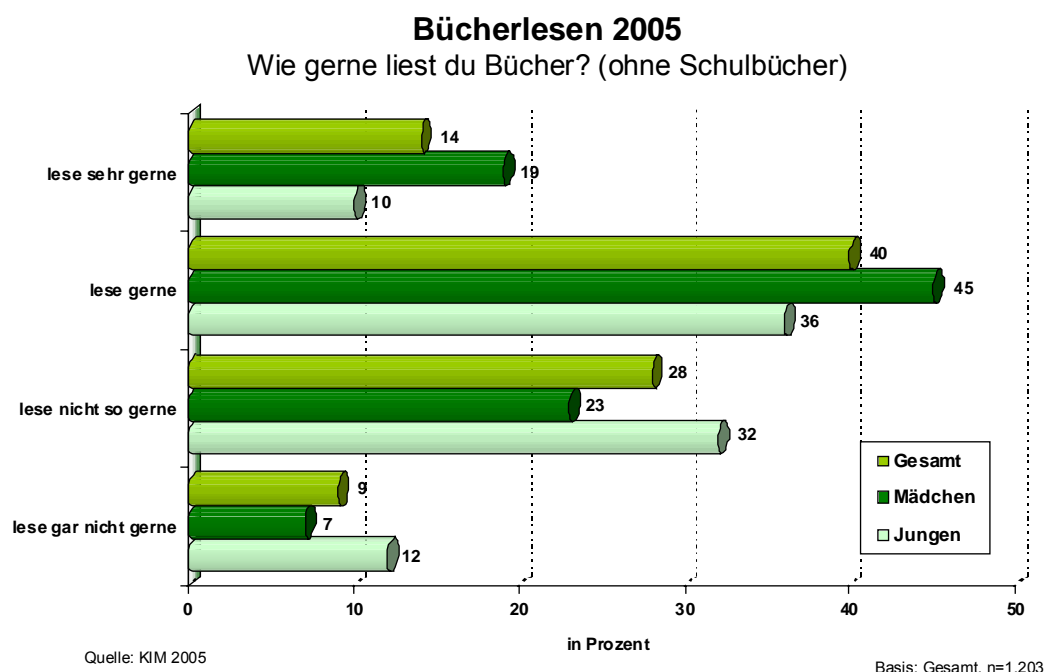
<sup>6</sup> „Gemeinsam mit anderen“ meint nach Angaben der Kinder meistens im Beisein der Familie – Mutter (71 %), Vater (51 %) oder Geschwister (40 %) – weniger im Beisein von Freunden (24 %).



## 8. Bücher und Lesen in der Freizeit

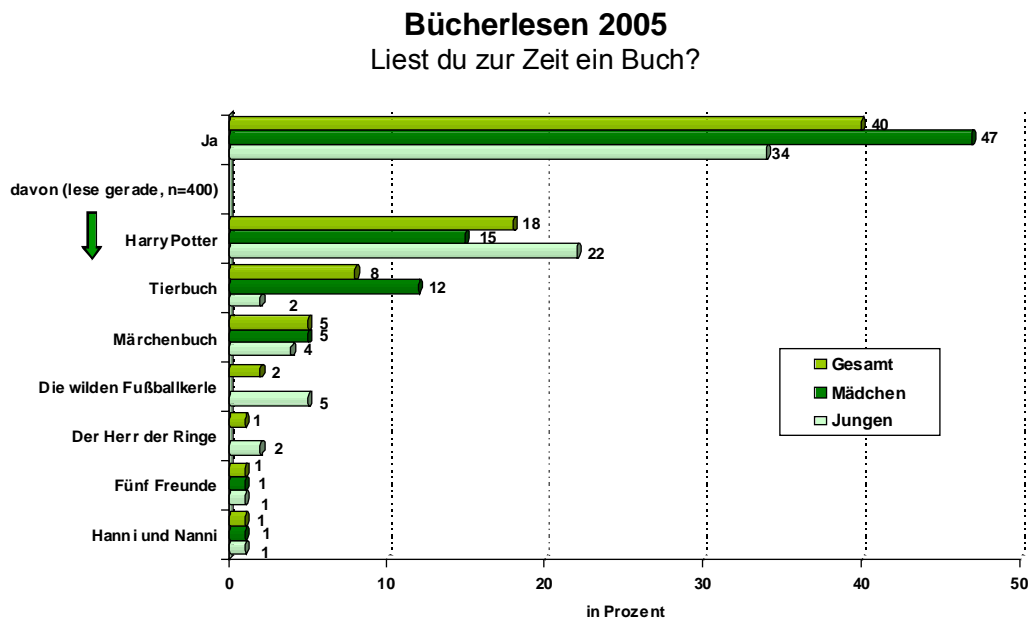
Angesichts der Fülle des Angebots an elektronischen Medien stellt sich die Frage, inwieweit das klassische Buch als Medium für Kinder heute noch eine Rolle spielt. Das Interesse an dieser Fragestellung begründet sich auch vor dem Hintergrund der Lesefähigkeit als Grundkompetenz und der Zukunft des Buches bei den jungen Lesern.

Auch im Zeitalter multimedialer Unterhaltungsangebote und neuer Mediengeräte wie MP3-Player haben Bücher nicht ausgedient: 93 Prozent der Kinder lesen zumindest selten ein Buch. Die Beschäftigung mit Büchern ist auch weiterhin beliebt, 54 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren lesen gerne oder sehr gerne. In der KIM-Studie 2003 war dieser Wert mit 55 Prozent nahezu gleich hoch, wobei Mädchen weiterhin größeres Interesse am Lesen zeigen als Jungen. Interessanterweise geben Kinder, die in einem Haushalt mit Computer aufwachsen, häufiger an, zumindest gerne zu lesen (61 %), als Kinder in einem Haushalt ohne Computer (50 %). Die Freude am Lesen variiert mit dem Einkommen des Haushalts: Während in Haushalten mit einem Nettoeinkommen unter 1.500 € nur 38 Prozent gerne oder sehr gerne lesen, sind es bei einem Einkommen über 2.500 € 66 Prozent.



Inwieweit sich dieser generelle Zuspruch zum Buch auch beim aktuellen Leseverhalten widerspiegelt, zeigt die tatsächliche Lesesituation. Vier von zehn Kindern lasen zum Zeitpunkt der Befragung ein Buch, dabei deutlich mehr Mädchen (47 %) als Jungen (34 %). Bei

der Nennung der Buchtitel entfallen allein 18 Prozent auf die Lektüre eines „Harry Potter“-Romans<sup>7</sup>. Weiter wurden zum Zeitpunkt der Befragung Tier- und Märchenbücher gelesen. Insbesondere Jungen lasen gerade „Die wilden Fußballkerle“ (5 %). Neben diesen neueren Titeln werden auch Kinderbuchklassiker wie „Hanni und Nanni“, „Der kleine Prinz“ oder „Pipi Langstrumpf“ gelesen. Die Häufigkeit der Lektüre differiert auch mit der Höhe des Haushaltseinkommens, in Haushalten mit geringem Einkommen (<1.500 €) lesen 28 Prozent gerade ein Buch, in gut situierten Haushalten (>2.500 €) sind es 45 Prozent.



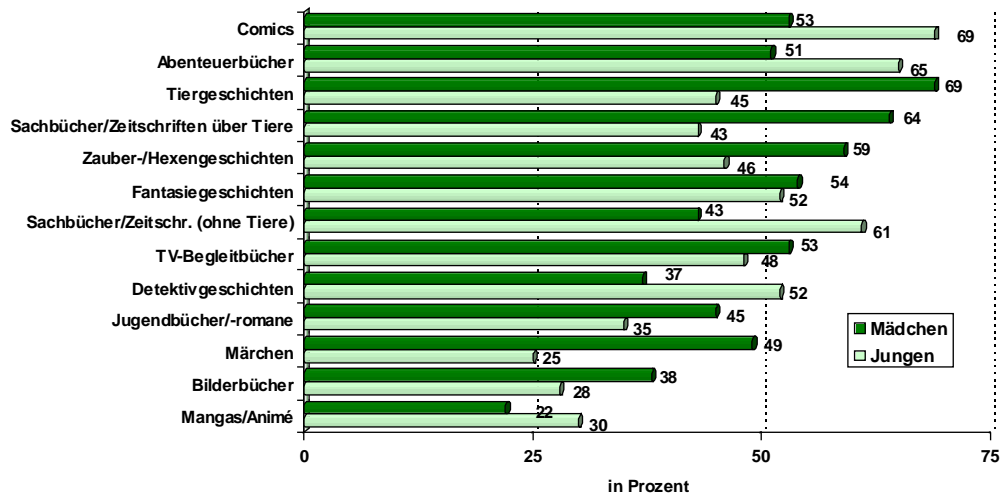
Unabhängig von der aktuellen Lektüre wurden die Kinder, die zumindest selten lesen, nach ihren liebsten Buchgenres befragt. Dabei wurden 13 Kategorien vorgegeben. Am beliebtesten sind mit 61 Prozent Comics. Anschließend werden Abenteuer- und Tiergeschichten (58 bzw. 57 %), Tiersachbücher (54 %) sowie Zauber-, Hexen- und Fantasiegeschichten (jeweils 53 %) genannt. Über die Hälfte mögen Sachbücher (52 %) und Fernsehbegleitbücher (51 %), etwas weniger angesagt sind Detektivgeschichten (45 %) und Jugendbücher bzw. Jugendromane (40 %). Märchen lesen immerhin 37 Prozent noch sehr gerne oder gerne, etwa ein Drittel schaut gerne Bilderbücher an. Trotz der großen Beliebtheit des Comics werden Mangas/Animés nur von etwa einem Viertel gerne gelesen, die Bildergeschichten aus Japan belegen den letzten Platz.

<sup>7</sup> Allerdings hat das Interesse am Zauberschüler etwas abgenommen: 2003 entfiel auf Harry Potter noch ein Drittel der aktuellen Lektüre.

Während das Interesse an Tierliteratur, Zaubergeschichten, Bilderbüchern und Märchen mit zunehmendem Alter abnimmt, verändert sich das Interesse an Comics und auch Mangas/Animés im Altersverlauf nicht. Ältere Kinder lesen zunehmend gerne Fantasiegeschichten. Die anderen Genres zeigen ein uneinheitliches Bild.

### Präferenz für einzelne Büchergenres 2005

- lese ich sehr gerne / gerne -



Quelle: KIM 2005

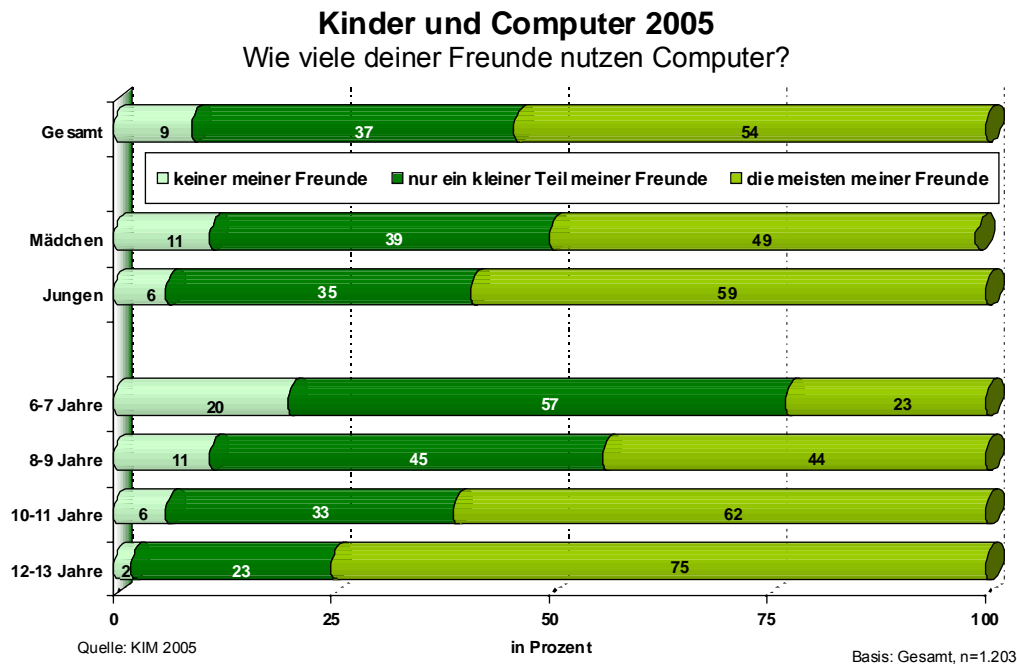
Basis: Befragte, die zumindest selten lesen, n=1.116

## 9. Computer

### 9.1 Computernutzung

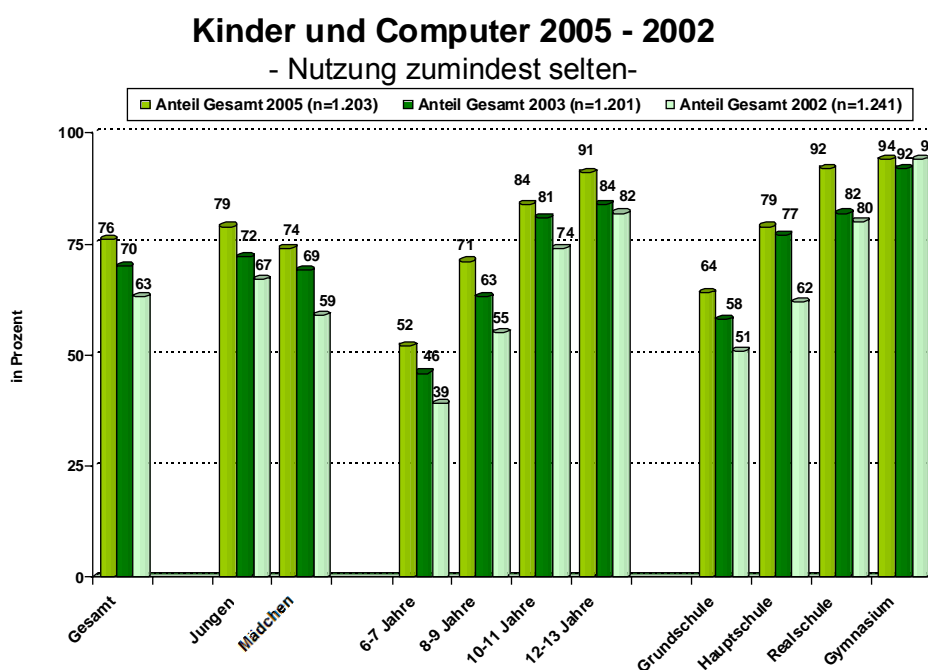
Der Computer spielt bereits in der Kindheit eine Rolle und ist in den Alltag von Kindern integriert. 83 Prozent der Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, haben einen Computer oder ein Laptop, zwölf Prozent der Kinder haben bereits ein eigenes Gerät. Von 63 Prozent der Kinder wird mindestens einmal pro Woche ein Computer genutzt. Welche Inhalte für Kinder dabei bedeutsam sind, welche Kompetenzen die Kinder besitzen und der Umgang mit Computerspielen sind Themen, die im folgenden Kapitel aufgezeigt werden.

Ein Indikator für die Bedeutung des Computers für den Kinderalltag stellt die Aussage der Kinder über die Computernutzung im eigenen Freundeskreis dar. So berichten 54 Prozent, dass die meisten der eigenen Freunde computererfahren seien, 37 Prozent bestätigen dies nur für einen kleinen Teil im Freundeskreis. Jedes zehnte Kind gibt an, dass keiner der eigenen Freunde Computer nutzt. Jungen haben mit 59 Prozent mehr Computernutzer unter ihren Freunden als Mädchen (49 %). Während bei den Sechs- bis Siebenjährigen noch jeder Fünfte keine computererfahrenen Kinder im Freundeskreis hat, bestätigen drei Viertel der Zwölf- bis 13-Jährigen, dass sich die meisten der Freunde mit dem Computer beschäftigen.



Neben der subjektiven Einschätzung der Computernutzung im Freundeskreis ist natürlich der eigene Umgang der befragten Kinder von zentraler Bedeutung. Der Anteil der Kinder, die

sich zumindest selten mit einem Computer beschäftigen – hierbei ist sowohl Spielen, Lernen oder Arbeiten gemeint – nimmt seit Jahren stetig zu. 2005 gaben nunmehr drei Viertel (76 %) der Kinder an, einen Computer zu nutzen. Bereits bei den Sechs- bis Siebenjährigen sind es über die Hälfte (52 %), bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nutzen neun von zehn Kindern zumindest selten einen Computer. Im Vergleich zu 2003 hat die Computernutzung in allen Altersstufen zugenommen. Bei den weiterführenden Schularten wird der Computer noch immer mehr von Gymnasiasten und Realschülern genutzt als von Hauptschülern. Allerdings ist der Unterschied nicht mehr so ausgeprägt wie in den Voruntersuchungen.

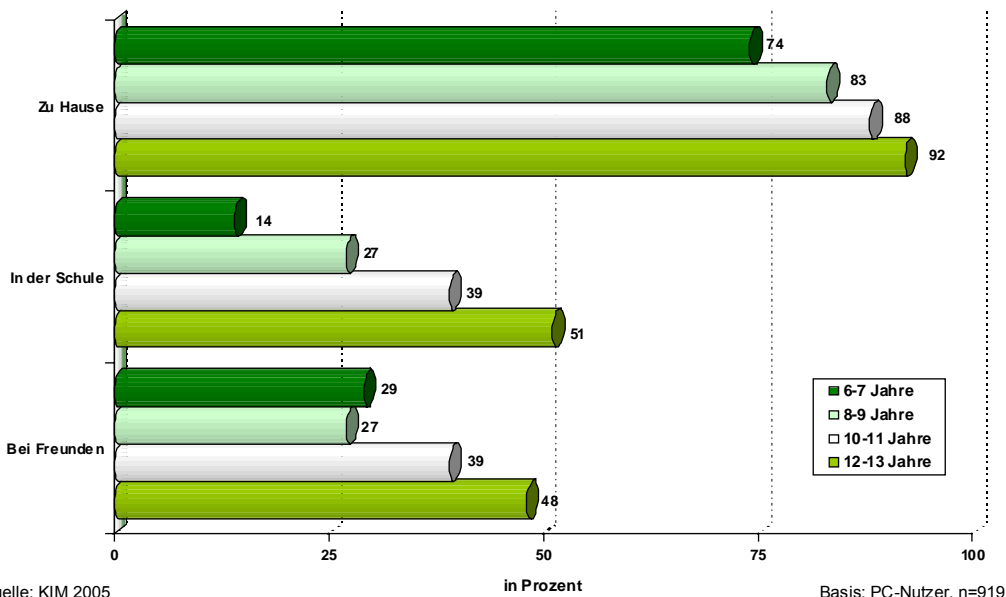


Quelle: KIM 2005 - KIM 2002

Ein Viertel (26 %) der Computernutzer sitzt jeden oder fast jeden Tag am Bildschirm, 56 Prozent nutzen den Rechner ein- oder mehrmals pro Woche und 18 Prozent benutzen seltener einen Computer. Die Intensität der Nutzung steigt mit dem Alter deutlich an. Während 14 Prozent der Sechs- und Siebenjährigen (fast) täglich vor dem Bildschirm sitzen, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen bereits 36 Prozent (8-9 Jahre: 17 %, 10-11 Jahre: 24 %).

Betrachtet man die regelmäßigen Computernutzer (mindestens einmal pro Woche) genauer, so stellt man fest, dass die Computernutzung überwiegend zu Hause stattfindet (86 %) und weniger bei Freunden und in der Schule (jeweils 38 %). Dies ändert sich mit zunehmendem Alter der Kinder – unter den zwölf- bis 13-jährigen Computernutzern berichtet die Hälfte über eine regelmäßige Nutzung in der Schule. Die Jüngsten haben in der Schule seltener Kontakt mit Computern (14 %) und nutzen den Computer mehr bei Freunden (29 %), etwa drei Viertel können zu Hause einen Rechner nutzen.

### Computer: Nutzungsorte 2005 - mind. einmal pro Woche -



Entsprechend den Nutzungsorten sitzen die Kinder überwiegend nachmittags (85 %) und abends (35 %) vor dem Bildschirm, 22 Prozent nutzen einen Computer mittags nach der Schule, in der Schule sind es 23 Prozent. Nur zwei Prozent der Nutzer zwischen sechs und 13 Jahren sitzen schon morgens vor der Schule am Computer.

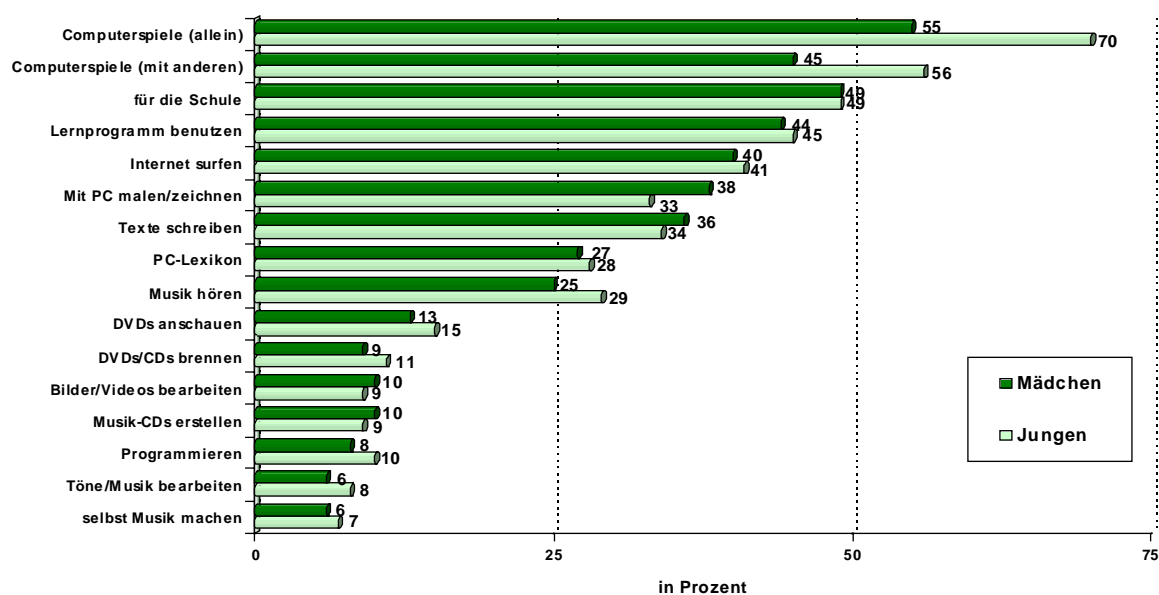
Wie man mit dem Computer umgeht, haben die meisten von Vater (62 %) und Mutter (37 %) beigebracht bekommen, ein Viertel (24 %) hat den Umgang bei Freunden gelernt. Jeweils ein Fünftel haben ihre Computerkenntnisse in der Schule oder von Geschwistern gelernt. Nur sieben Prozent gaben an, Autodidakten zu sein. Computerkurse sind weniger gefragt: Nur ein Prozent gab an, einen solchen besucht zu haben.

Wenn Kinder Probleme mit dem Computer haben, wenden sie sich vorwiegend an den Vater (60 %), seltener werden die Mutter (34 %) oder Freunde (29 %) gefragt. 19 Prozent der Computernutzer holen sich bei Geschwistern Rat, in der Schule oder von Lehrern bekommen 16 Prozent Hilfe, sechs Prozent wenden sich an Verwandte und fünf Prozent sind in der Lage, sich selbst zu helfen.

Nun kann die Nutzung eines Computers viele unterschiedliche Tätigkeiten beinhalten. Welche werden von Kindern bevorzugt ausgeübt? Hier wurden den Computernutzern eine Liste vorgegeben und die Häufigkeit dieser Tätigkeit abgefragt. Betrachtet man die Frequenz „mache ich mindestens einmal pro Woche“, so nutzen Kinder den Computer am häufigsten zum

Spielen.<sup>8</sup> Dabei wird mehr alleine (63 %) als gemeinsam mit anderen (50 %) gespielt. Die Hälfte (49 %) arbeitet mit dem Computer für die Schule, 45 Prozent nutzen Lernprogramme. Im Internet bewegen sich 41 Prozent regelmäßig. 35 Prozent sind eher kreativ und malen/zeichnen oder schreiben Texte am Bildschirm. Die Lexikonfunktion nutzen 28 Prozent und ebenso viele hören mit dem Computer Musik. Für 14 Prozent fungiert der Computer zumindest einmal die Woche als DVD-Player. Zehn Prozent brennen regelmäßig CDs und bearbeiten Videos. Neun Prozent erstellen Musik-CDs und programmieren. Die Liste endet mit der Bearbeitung von Tönen/Musik oder mit Musikmachen, was sieben Prozent regelmäßig tun.

### Kinder und Computer - Tätigkeiten 2005 - mind. einmal pro Woche -



Quelle: KIM 2005

Basis: PC-Nutzer, n=919

Die Computernutzung von Mädchen und Jungen unterscheidet sich nur bei wenigen Tätigkeiten, deutliche Unterschiede bestehen vor allem bei Computerspielen. Mit 70 Prozent spielen mehr Jungen regelmäßig alleine als Mädchen (55 %), beim Spielen mit anderen ist die Differenz zwischen Jungen (56 %) und Mädchen (45 %) weniger ausgeprägt. Mädchen nutzen den Computer häufiger kreativ: 38 Prozent malen und zeichnen regelmäßig (Jungen: 33 %).

Im Vergleich zur KIM-Studie 2003 wird weniger häufig am Computer gespielt. Das Spielen alleine ging von 70 auf 63 Prozent, das Spielen mit anderen von 53 auf 50 Prozent zurück.

<sup>8</sup> Das Thema „Computerspiele“ wird in Kapitel 9.2 ausführlich behandelt.

2005 wurde etwas stärker für die Schule gearbeitet (von 46 auf 49 %). Deutlich zugenommen hat die Internetnutzung (plus zehn Prozentpunkte). Im Trend liegt auch die Nutzung des Rechners als Musikabspielgerät, die von 20 auf 28 Prozent zugelegt hat. Auch die übrigen Tätigkeiten werden häufiger ausgeführt als noch im Jahr 2003, allerdings mit nur geringen Steigerungen.

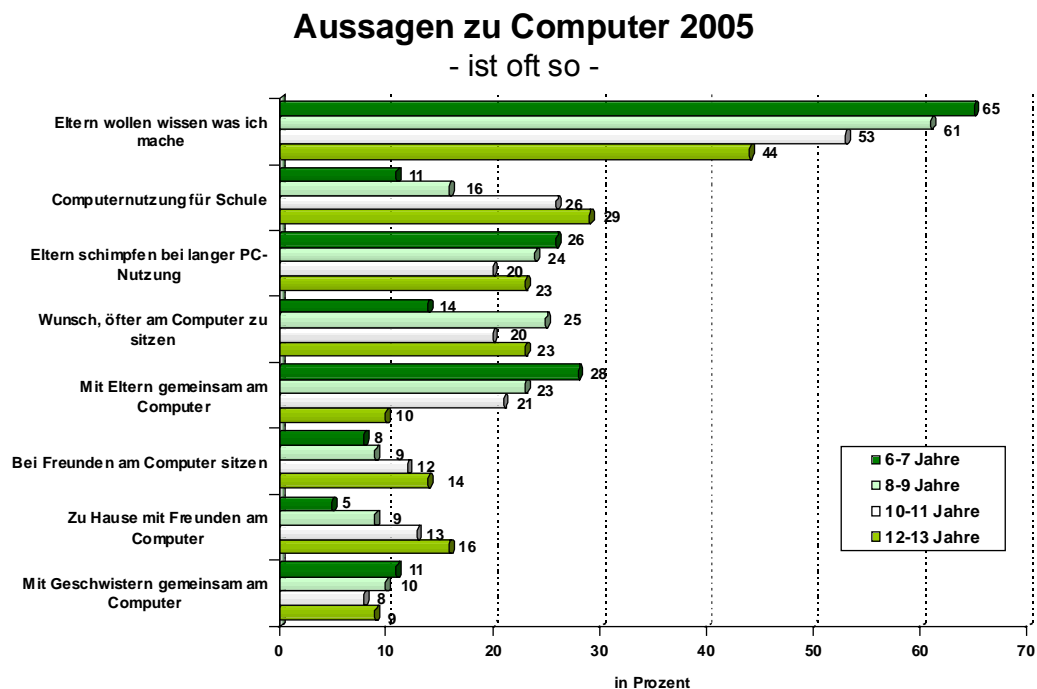
Um festzustellen, welche Rolle der Computer im täglichen Miteinander hat und wie in der Familie mit diesem Medium umgegangen wird, wurden den befragten Kindern verschiedene Aussagen mit der Bitte um Bewertung (ist oft, manchmal oder selten zuhause so) vorgelegt.

Über die Hälfte der computerefahrenen Kinder ist der Ansicht, dass man mit dem Computer schön spielen kann, wobei Jungen (57 %) hier häufiger zustimmen als Mädchen (44 %). Nur vier Prozent finden den Computer langweilig, 61 Prozent sind der Meinung, dass Computer einfach toll sind - mehr Jungen (68 %) als Mädchen (54 %). Auch nimmt die Begeisterung für den Computer mit steigendem Alter zu: die Sechs- bis Siebenjährigen stimmen zu 28 Prozent zu, dass Computer oft toll sind, unter den Zwölf- bis 13-Jährigen bestätigen dies zwei Drittel. Jedes zehnte Kind kennt die Situation, dass die Eltern es oft nicht gerne sehen, wenn es am Computer sitzt, bei den Jüngsten (6-7 Jahre) bestätigt dies jedes fünfte Kind. Bei vier Prozent gibt es sogar oft Streit wegen des Computers, 35 Prozent streiten nur manchmal deswegen mit den Eltern.

Der Aussage, dass die Eltern oft wissen wollen, was sie am Computer machen, stimmt über die Hälfte (53 %) der Kinder, die zumindest selten einen Computer nutzen, zu. Etwa ein Viertel (23 %) bestätigt (ist oft so) dass die Eltern bei langer PC-Nutzung schimpfen. Ein Fünftel (21 %) wünscht sich, öfter am Computer zu sitzen. 18 Prozent sitzen oft mit den Eltern gemeinsam am Bildschirm, neun Prozent mit Geschwistern. Zwölf Prozent nutzen oft bei Freunden oder zuhause mit Freunden den Computer.

Dabei stimmen mehr Mädchen (55 %) der Aussage zu, dass die Eltern wissen wollen, was sie machen, als Jungen (51 %). Während ein Viertel der Jungen oft mit den Eltern Ärger bekommt, weil sie lange vor dem Computer sitzen, beklagen sich hierüber nur 19 Prozent der Mädchen. Auch bestätigen mehr Jungen (25 %) den Wunsch, öfter am PC zu sitzen, als Mädchen (17 %). Bei Jungen ist es auch öfter als bei Mädchen der Fall, dass sie zu Hause mit Freunden (15 %, Mädchen: 9 %) oder bei Freunden (14 %; Mädchen: 9 %) einen Computer nutzen.





Quelle: KIM 2005

Basis: PC-Nutzer, n=919

Im Vergleich zur KIM-Studie 2003 ist das Interesse der Eltern an der Computernutzung ihrer Kinder gestiegen (von 45 auf 53 %). Auch bestätigen mehr Kinder, dass die Eltern oft mit ihnen gemeinsam Zeit am Computer verbringen (von 14 auf 18 %).

Ein Blick auf die verschiedenen Altersstufen macht deutlich, dass ältere Kinder zunehmend weniger von den Eltern kontrolliert werden, auch nimmt mit dem Alter die Nutzung des Rechners zusammen mit Freunden zu, immer seltener sitzen die Kinder dagegen mit den Eltern am Computer. Ältere Kinder bestätigen auch eine häufigere Nutzung des Computers in der Schule.

Da die gemeinsame Nutzung des Computers von Kind und Eltern eher die Ausnahme ist, stellt sich die Frage, inwieweit den Kindern Vorgaben bzw. Einschränkungen bei der Computernutzung auferlegt sind.<sup>9</sup> Hierbei zeigt sich, dass der Umgang mit dem Computer durchaus in die Erziehung einbezogen ist. 70 Prozent der Kinder bestätigen, dass sie nur ganz bestimmte Sachen am Computer machen dürfen, nur etwa ein Viertel (26 %) darf weitgehend selbstbestimmt agieren. Dies gilt für Jungen und Mädchen gleichermaßen.

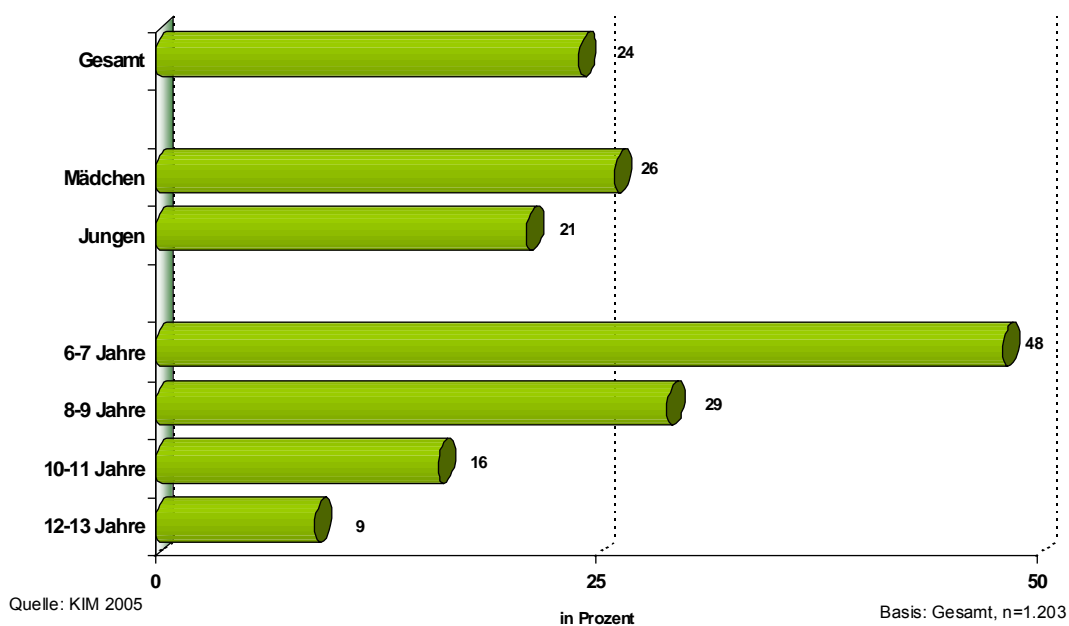
<sup>9</sup> „Am Computer kann man ja viele verschiedene Sachen machen. Wie ist das bei Euch zu Hause, wenn du alleine am Computer sitzt? Darfst du dann am Computer alles machen, was du willst, oder darfst du am Computer nur ganz bestimmte Sachen machen?“

Bereits unter den jüngsten Computernutzern dürfen 16 Prozent ohne Aufsicht vor dem Bildschirm sitzen, bei den zwölf- bis 13-Jährigen sind dies 38 Prozent. Insgesamt scheint es aber, als ob Eltern den Umgang ihrer Kinder mit dem Computer im Vergleich zum Jahr 2003 restriktiver handhaben – weniger Kinder dürfen uneingeschränkt den Computer nutzen.

### Exkurs: Die Nicht-Nutzer

Während meist die Nutzung der Medien im Zentrum des Interesses steht, stellt sich dennoch die Frage, wer denn die Nicht-Nutzer sind und welche Hintergründe hierbei vorliegen. In der KIM-Studie 2005 wurden daher diejenigen Kinder näher befragt, die derzeit noch keinen PC nutzen. 43 Prozent der Nicht-Nutzer würden gern einen PC nutzen, 48 Prozent haben eher kein Interesse, neun Prozent sind unentschlossen. Von denjenigen, die in der Schule noch keinen Computer benutzen, wünschen sich zwei Drittel einen Computereinsatz in der Schule, 28 Prozent wollen dies nicht. Auf Nachfrage, was die Nicht-Nutzer denn gerne/sehr gerne mit dem Computer machen würden, antworten zwei Drittel „mit anderen computerspielen“ (alleine computerspielen 48 %); 59 Prozent würden gerne mit dem Computer malen oder zeichnen, die Hälfte (48 %) würde gerne für die Schule arbeiten, ein etwas geringerer Anteil würde gerne Lernprogramme nutzen (46 %). Weiter wird Musikhören am Computer von 43 Prozent gewünscht. Etwa ein Drittel wünscht sich im Internet zu surfen (30 %) oder E-Mails zu schreiben (29 %).

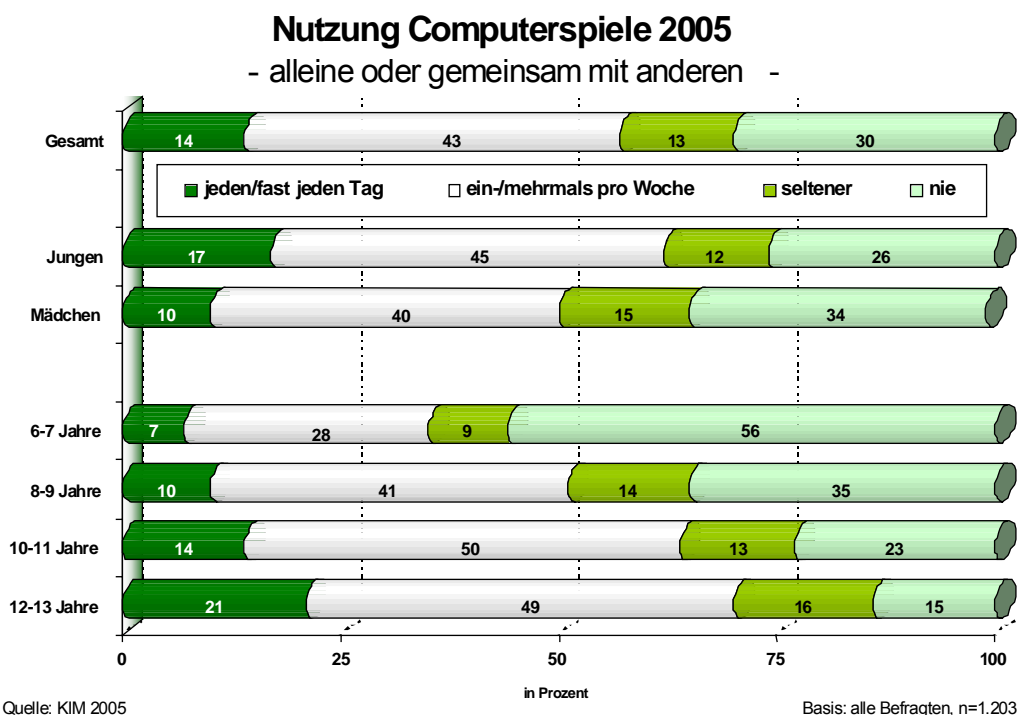
### Kinder und Computer: Die Nicht-Nutzer -benutze keinen Computer-



## 9.2 Computerspiele

Die bei Kinder am häufigsten ausgeübte Tätigkeit am Computer ist Spielen - 14 Prozent spielen jeden oder fast jeden Tag, weitere 43 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Allerdings spielt knapp ein Drittel der Kinder nie Computerspiele.

Jungen spielen häufiger als Mädchen, jedoch zählt auch jedes zweite Mädchen zu den regelmäßigen Computerspielern (Jungen 62 %). Über ein Drittel der jüngsten Kinder spielt bereits regelmäßig am Computer, mit zunehmendem Alter steigt dieser Anteil auf 70 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen.

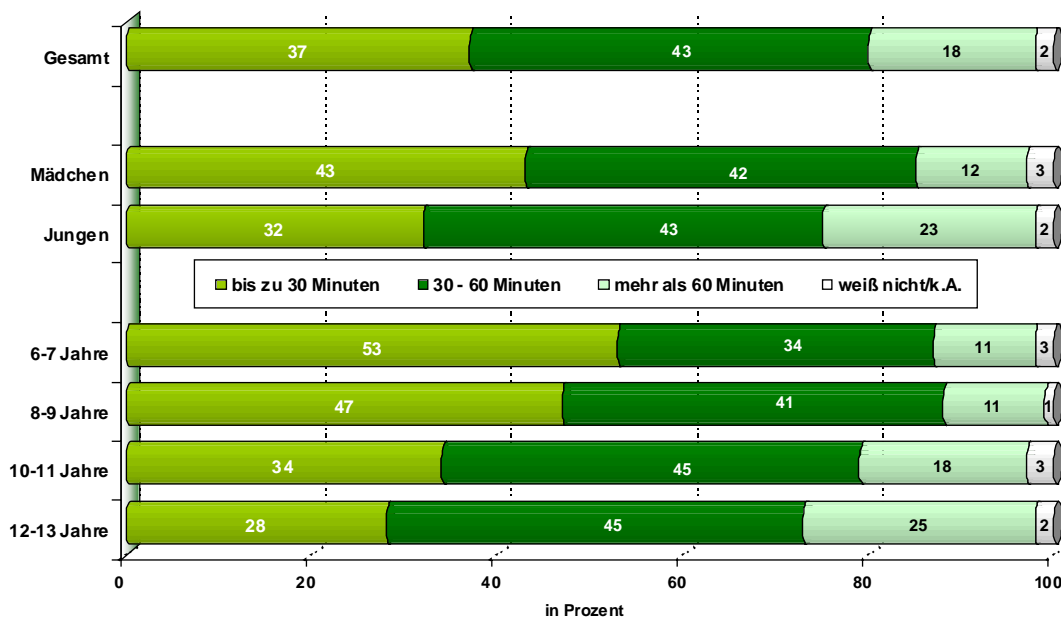


Dabei verbringen Kinder unterschiedlich viel Zeit mit Computerspielen. 37 Prozent spielen im Durchschnitt bis zu einer halben Stunde, bei 45 Prozent liegt die Nutzungsdauer zwischen 30 und 60 Minuten, 18 Prozent spielen eine Stunde und länger. Jungen zählen hierbei zu den intensiveren Nutzern, auch steigt mit dem Alter der Kinder die durchschnittliche Nutzungszeit deutlich an.

Nach den Lieblingsspielen gefragt, konnte jedes Kind bis zu drei Titel angeben, die dann den verschiedenen Genres zugeordnet wurden. Die unter Kindern beliebtesten Spiele sind Simulationsspiele (36 % der Nennungen) und Strategiespiele (35 %). Die häufigsten Nennungen unter den Simulationsspielen entfallen auf „Die Sims“ (15 %) und „Formel 1“ (4 %). „Die

Sims“ sind im übrigen auch insgesamt betrachtet das beliebteste Spiel bei Kindern im Jahr 2005. Unter den Strategiespielen wird „Tetris“ (5 %) am häufigsten als liebstes Spiel genannt.

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

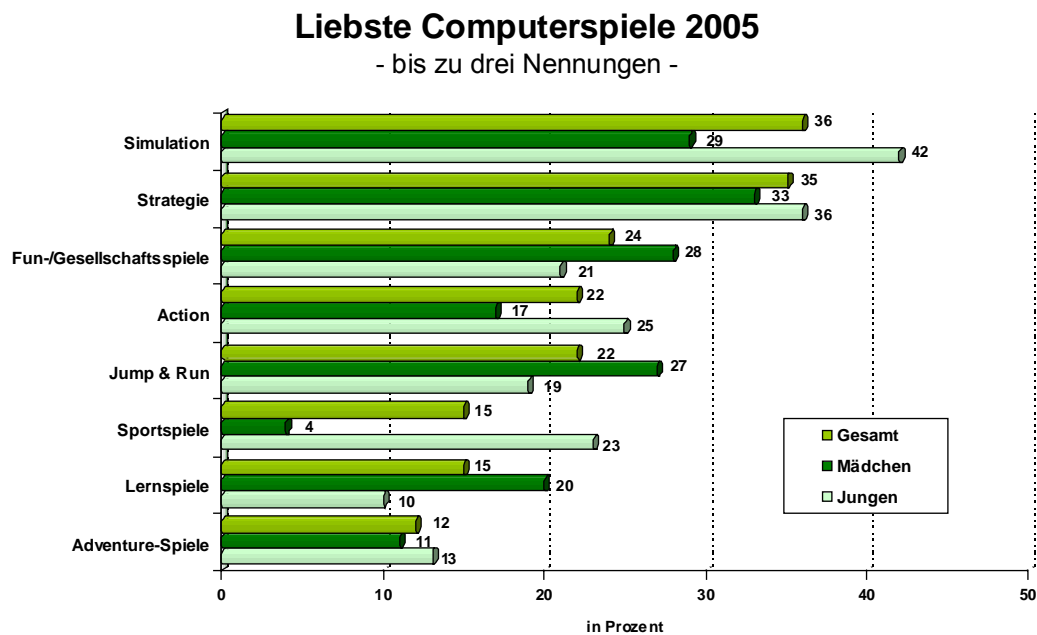


Quelle: KIM 2005

Basis: Nutzer von Computerspielen, n=846

Etwa ein Viertel der Computerspieler wählt ein Fun- und Gesellschaftsspiel unter die ersten drei Lieblingstitel, die meisten Stimmen entfallen hier mit fünf Prozent auf „Harry Potter“. Action und Jump & Run-Spiele werden von 22 Prozent unter die ersten drei gewählt, hier vor allem das Actionspiel „Moorhuhn“ (9 %) sowie „Barbie“ und „Sponge Bob“ mit drei Prozent. Jeweils 15 Prozent bevorzugen Sport- und Lernspiele. Beim Sport hat Fußball mit den Spielen „Fußball-Simulation“ (5 %) und „FIFA“ (4 %) die Nase vorn. Bei Lernspielen ist „Löwenzahn“, das Spiel der gleichnamigen Fernsehsendung, mit fünf Prozent am beliebtesten. Ein Adventure-Spiel nennen zwölf Prozent als einer ihrer drei liebsten Spiele, hier entfallen die meisten Nennungen mit drei Prozent auf „Tomb Raider/Lara Croft“.

Insgesamt besitzt ein Kind im Durchschnitt 11,6 Spiele, Jungen (13,8) etwas mehr als Mädchen (8,9). Kinder in den alten Bundesländern haben 9,9 Spiele in ihrem Besitz, in den neuen Bundesländern sind es mit 20,6 doppelt so viele. Jedes zehnte Kind hat im übrigen kein eigenes Computerspiel, doppelt so viele Mädchen (13 %) als Jungen (6 %).



Quelle: KIM 2005

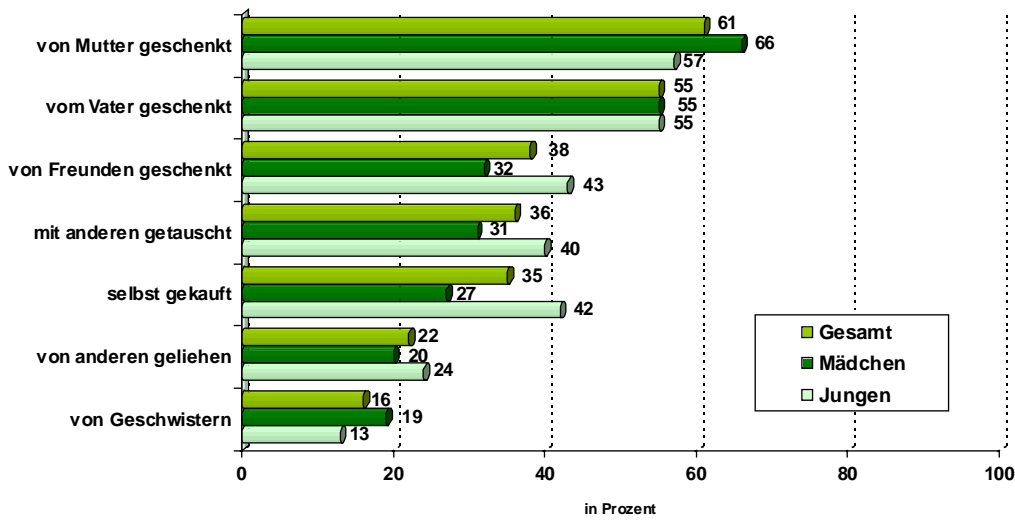
Basis: Nutzer von Computerspielen, n=846

Um aus der Vielzahl unterschiedlichster Computerspiele diejenigen zu finden, die auch für Kinder und Jugendliche geeignet sind, werden unter Jugendmedienschutzgesichtspunkten alle Spiele mit einer Altersbeschränkung versehen. Insofern ist es von besonderer Bedeutung, über welche Zugangswege Kinder an Computerspiele gelangen bzw. ob und wie diese Altersbeschränkungen greifen.

Nach ihren Bezugsquellen befragt, geben die meisten PC-Spieler an, die Spiele von Mutter (61 %) oder Vater (55 %) geschenkt bekommen zu haben, seltener sind es Geschenke von Freunden (36 %). 35 Prozent der Kinder kaufen sich ihre Spiele selbst. Gerne werden Spiele auch getauscht (36 %) oder einfach ausgeliehen (22 %). Die eigenen Geschwister werden von 16 Prozent als Spiele-Lieferant angegeben.

Als Informationsquelle über neue Spiele dient vor allem der eigene Freundeskreis, 77 Prozent der PC-Spieler informieren sich bei Gleichaltrigen. An zweiter Stelle kommt mit weitem Abstand das Fernsehen (29 %), gefolgt von Zeitschriften (21 %). Auch liefert die eigene Familie Informationen zu diesem Thema (Vater 18 %, Mutter 16 %, Geschwister 18 %). 15 Prozent erfahren im Computerladen, was es für Spieleneuheiten gibt, das Internet ist für Kinder hier weniger bedeutsam (9 %). Beim Kauf neuer Spiele darf etwa ein Viertel (26 %) der PC-Spieler die Spiele selbständig aussuchen, 56 Prozent wählen gemeinsam mit den Eltern Computerspiele aus, und bei zehn Prozent entscheiden die Eltern darüber, welche Spiele gekauft werden.

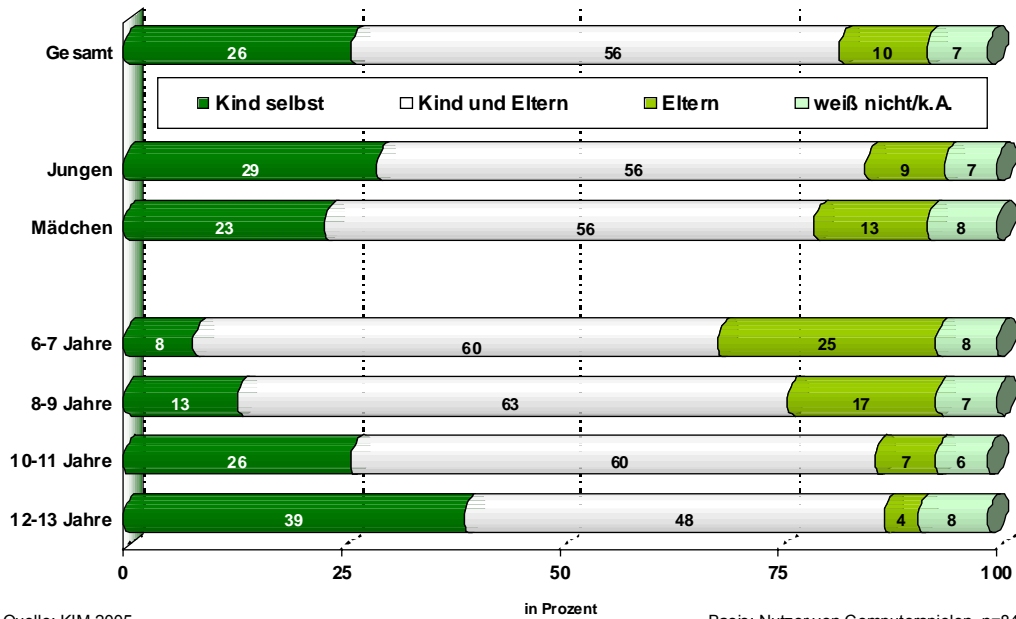
### Woher hast du eigene Computerspiele?



Quelle: KIM 2005

Basis: Kinder, die eigene PC-Spiele haben, n=760

### Wer sucht Computerspiele aus?



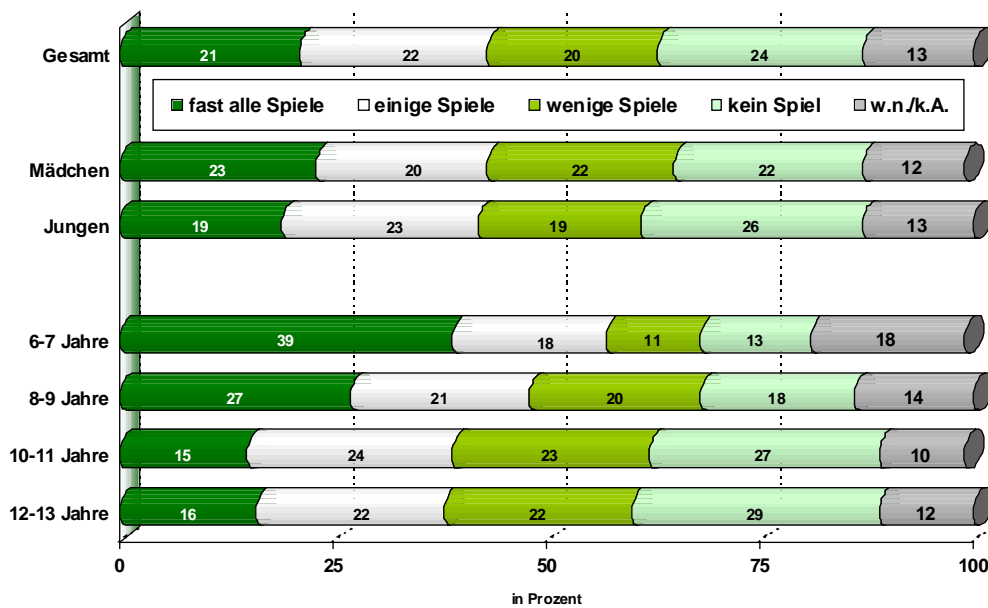
Quelle: KIM 2005

Basis: Nutzer von Computerspielen, n=846

Angesichts des Einflusses der Eltern beim Kauf der Spiele stellt sich die Frage, inwieweit diese über das Spielverhalten der Kinder informiert sind und Kenntnis über die Spielinhalte haben. Immerhin 38 Prozent der Eltern von PC-Spielern haben bei fast allen Spielen schon einmal zugeschaut, 30 Prozent kennen einige Spiele vom Zusehen, ein Fünftel hat bisher nur wenige Spiele in Augenschein genommen. Sieben Prozent haben sich bislang kein Spiel selbst angeschaut.

Deutlich weniger Eltern machen sich die Mühe, die Spiele ihres Kindes selbst auszuprobieren. Etwa ein Viertel der Eltern hat noch gar kein Spiel gespielt. 20 Prozent haben nur wenige und 22 Prozent einige Spiele selbst getestet. Ein Fünftel der Eltern hat fast alle Spiele schon einmal ausprobiert. Die (inhaltliche) Kenntnis der Eltern über die Computerspiele der Kinder nimmt deutlich ab, je älter die Kinder werden. Dies ist insoweit ungewöhnlich, als Spiele, die Jugendliche und damit auch ältere Kinder ansprechen, ein größeres Problempotential haben als spezielle Kinderspiele.

### Computerspiele der Kinder selbst gespielt - Angaben der Erziehungsberechtigten -

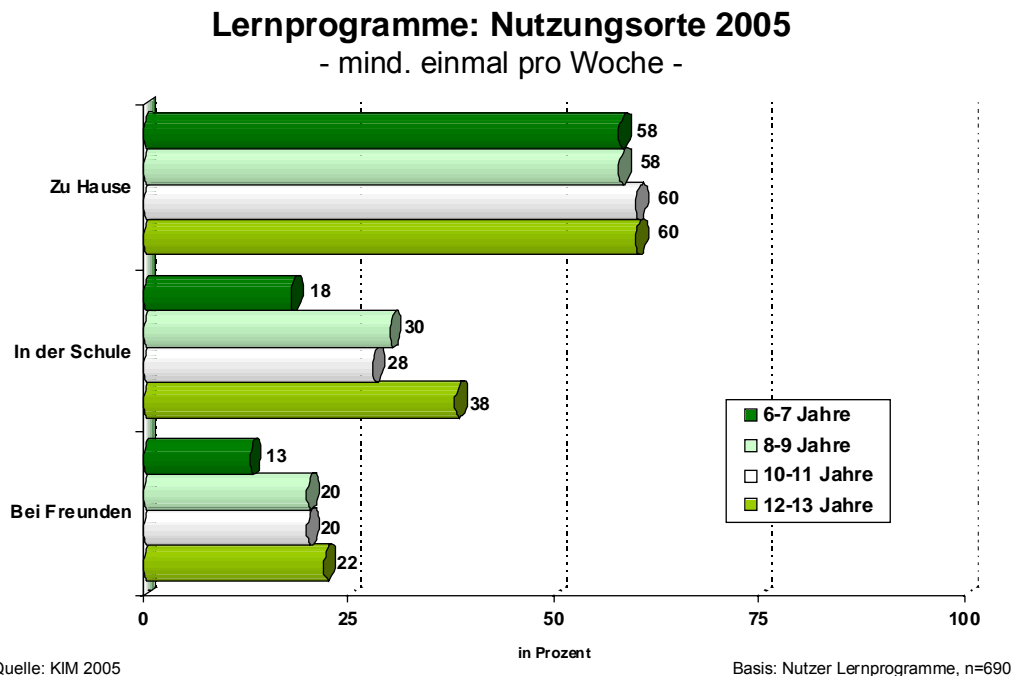


Quelle: KIM 2005

Basis: Nutzer von Computerspielen, n=846

### 9.3 Lernprogramme

Kinder, die bereits Computerefahrung haben, nutzen zu 45 Prozent mindestens einmal die Woche Lernprogramme, fünf Prozent verwenden diese täglich oder fast täglich. Insgesamt zählen drei Viertel der Computernutzer zum Kreis derer, die zumindest selten Lernprogramme anwenden. Dies findet überwiegend zu Hause statt (59 %), etwa ein Drittel (32 %) nutzt mindestens einmal pro Woche in der Schule solche Programme. Jedes fünfte Kind beschäftigt sich bei Freunden mit Lernprogrammen. Während sich mit zunehmendem Alter der Einsatz von Lernprogrammen zu Hause kaum verändert, werden Lernprogramme in der Schule bei älteren Kindern häufiger eingesetzt.



Bei den meisten Lernprogrammen geht es um Mathematik (62 %), gefolgt von Deutsch (53 %) und Sprachen (49 %). Etwa ein Viertel nutzt Computerprogramme für Erdkunde (24 %) und Sachkunde (23 %), etwa 18 Prozent sind für das Fach Biologie. In anderen Fachgebieten werden Lernprogramme praktisch nicht eingesetzt. Gegenüber der KIM-Studie 2003 werden deutlich mehr Programme für das Erlernen von Fremdsprachen eingesetzt (plus 10 Prozentpunkte).

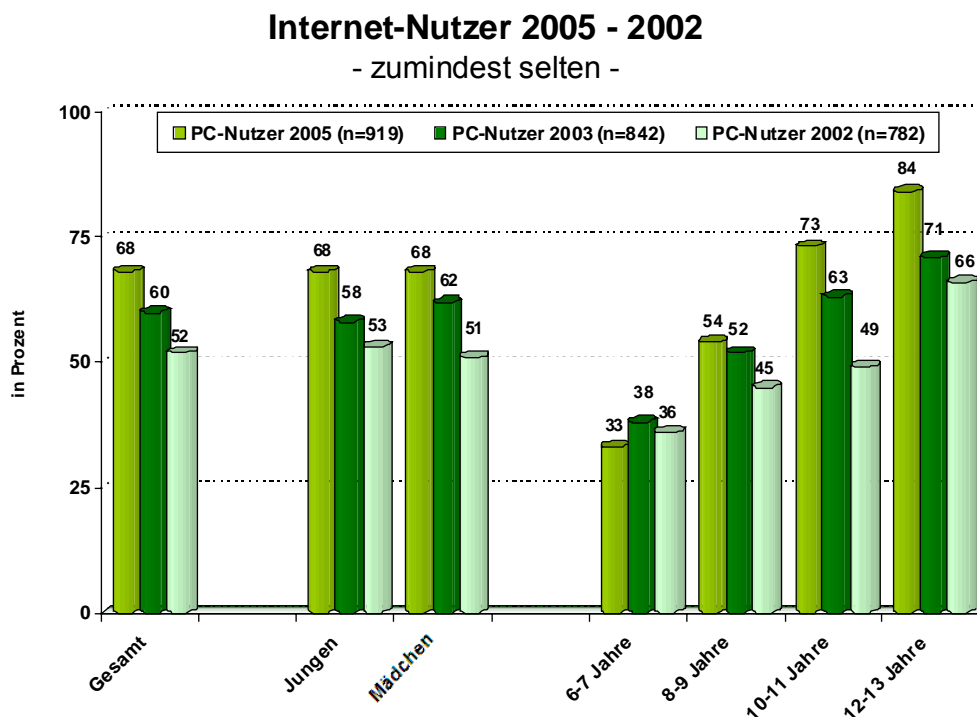
Lernprogramme sind bei Kindern recht beliebt. Über zwei Drittel (71 %) nutzen diese Programme gerne oder sehr gerne, etwa ein Viertel (24 %) lernt weniger gerne mit dem Computer, nur drei Prozent nutzen Lernprogramme überhaupt nicht gerne.



## 10. Internet

Das Internet steht aktuell fast drei Viertel (73 %) der Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, zur Verfügung. Dabei nimmt die Verfügbarkeit mit steigendem Alter der Kinder zu. So besteht für 59 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen die Möglichkeit, zu Hause Internetdienste zu nutzen, bei den Ältesten (zwölf bis 13 Jahre) haben bereits 82 Prozent zumindest theoretisch die Option, von zu Hause aus online zu gehen .

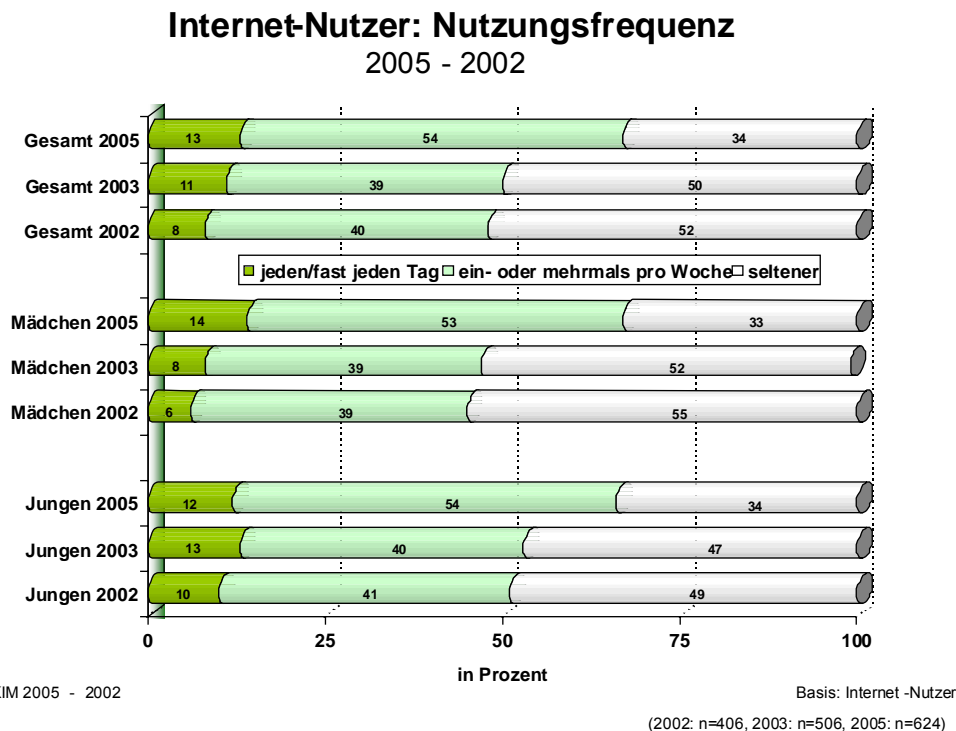
Bereits die Hälfte aller Kinder (52 %) nutzt das Internet zumindest selten. Betrachtet man nur die Computer-Nutzer sind es über zwei Drittel (68 %), wobei sich Jungen und Mädchen hier nicht unterscheiden. Erfahrungen im Netz haben bereits ein Drittel der jüngsten PC-Nutzer gesammelt, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen steigt der Anteil auf 84 Prozent.



Quelle: KIM 2005 - 2002

Im Vergleich zur KIM-Studie 2003 hat sich der Kreis derer, die zumindest selten das Internet nutzen, noch einmal deutlich erweitert (plus acht Prozentpunkte). Die Internetnutzung der Jungen ist um zehn, die der Mädchen um sechs Prozentpunkte angestiegen. Besonders deutlich fällt die Zunahme bei den älteren Kindern aus, die Zwölf- und 13-Jährigen haben 13 Prozentpunkte zugelegt, die Zehn- und Elfjährigen zehn Prozentpunkte.

Wie weit das Internet bereits im Alltag der Kinder angekommen ist, zeigt sich an der Häufigkeit der Nutzung. Zwei Drittel der interneterfahrenen Kinder sind mindestens einmal pro Woche online, 13 Prozent sogar jeden oder fast jeden Tag. 34 Prozent nutzen das Internet eher seltener. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei kaum. Im Vergleich zu den KIM-Studien 2003 und 2002 wird das Internet deutlich intensiver genutzt. Zählten 2003 genau die Hälfte der Internetnutzer zu den regelmäßigen Onlinern, sind dies aktuell zwei Drittel.



Je älter die Kinder sind, desto stärker ist das Internet Teil ihrer Alltagswelt. Bereits unter den jüngsten Internetnutzern ist die Hälfte (51 %) mindestens einmal pro Woche online, bei den Ältesten sind es drei Viertel (74 %; 8-9 Jahre: 56 %, 10-11 Jahre: 62%).

Kinder gehen zu 63 Prozent (zumindest selten) von zuhause aus online. 29 Prozent machen dies bei Freunden und 18 Prozent nutzen das Internet in der Schule. Bei der häuslichen Nutzung unterscheiden sich Jungen und Mädchen nicht, etwas mehr Jungen (30 %) als Mädchen (27 %) gehen bei Freunden ins Internet, vor allem aber den schulischen Netzzugang nutzen mehr Jungen (21 %) als Mädchen (14 %).

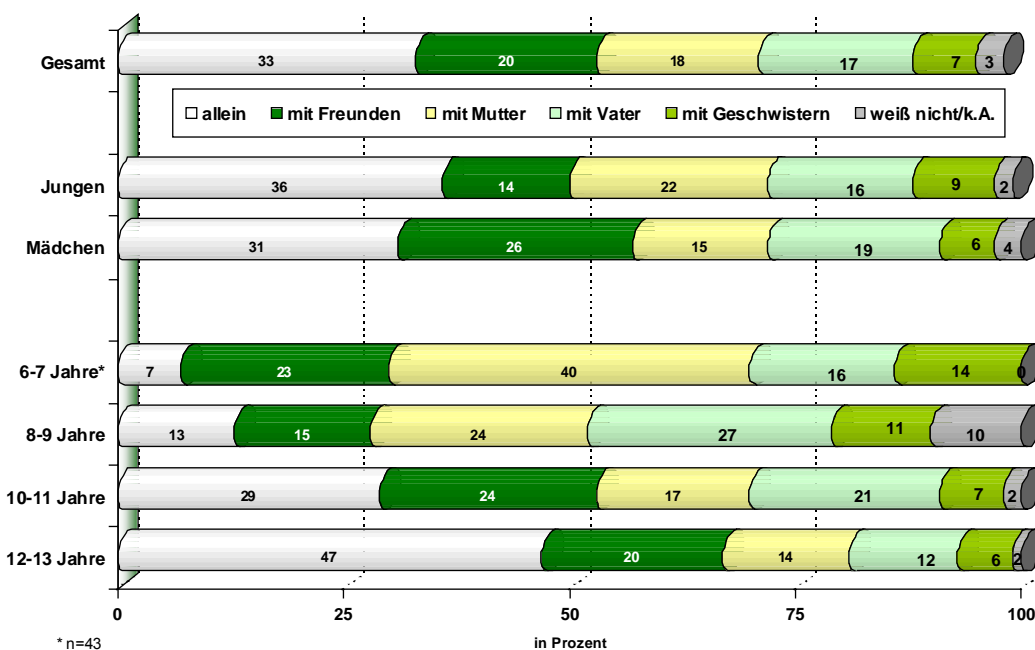
Wenn Probleme oder Fragen zum Internet auftreten, wenden sich die meisten Kinder an ihren Vater (61 %). Deutlich weniger fragen Freunde (36 %) oder die Mutter (34 %) um Rat. Ein Fünftel berät sich mit Geschwistern und 18 Prozent stellen ihre Fragen an Lehrer in der

Schule. Verwandte (5 %) und Bücher oder Zeitschriften (4 %) sind eher seltene Ratgeber. Nur vier Prozent können ihre Probleme selbst lösen.

Dass das Internet neben vielen interessanten Inhalten auch Gefahren für Kinder birgt, ist unbestritten. Als internationales und aus globaler Perspektive weitgehend unreguliertes Netzwerk wird das Internet immer jugendbeeinträchtigende oder sogar (zumindest aus deutscher Sicht) unzulässige Inhalte bereithalten. Somit spielt es eine Rolle, ob Kinder unbeaufsichtigt oder in Begleitung ins Internet gehen.

Beim Surfen im Internet sind ein Drittel der Nutzer meistens allein, 20 Prozent gehen überwiegend gemeinsam mit Freunden online, 18 Prozent mit ihrer Mutter, 17 Prozent mit ihrem Vater und sieben Prozent surfen mit ihren Geschwistern. Mädchen surfen häufiger zusammen im Freundeskreis. Mit zunehmendem Alter sind die Kinder immer öfter ohne Begleitung und Aufsicht im Internet unterwegs. Während nur sieben Prozent der Jüngsten meist unbeaufsichtigt surfen, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen bereits knapp die Hälfte.

### Gehe ins Internet meist ....



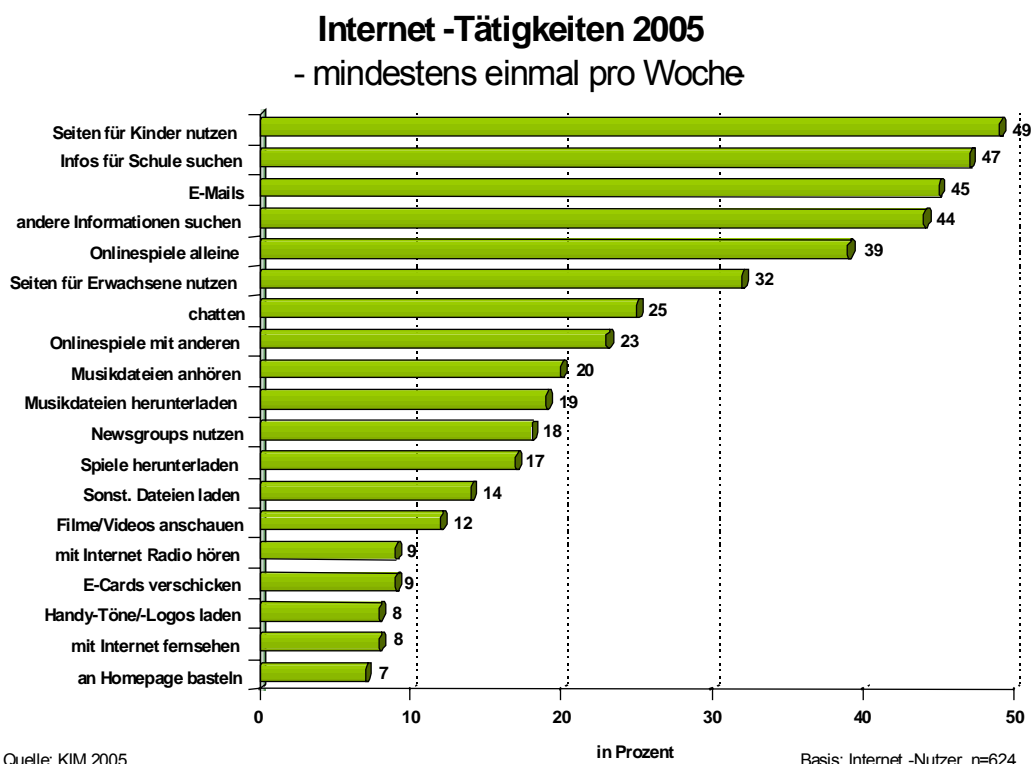
Quelle: KIM 2005

Basis: Internet-Nutzer, n=624

Um zu erfahren, inwieweit Kinder überhaupt mit anderen über ihre Interneterfahrungen sprechen, wurde die Häufigkeit solcher Gespräche abgefragt. Ein Fünftel (19 %) der Kinder spricht oft über seine Erlebnisse im Netz, 46 Prozent haben dies manchmal zum Gesprächsthema und ein Viertel (26 %) redet eher selten darüber. Für fünf Prozent ist die eigene Internetnutzung kein Gesprächsthema. Jungen sind hier etwas gesprächsbereiter als Mädchen.

Als Gesprächspartner steht hier der Freundeskreis (83 %) im Vordergrund. Die Hälfte der Kinder wendet sich an den Vater, mit der Mutter reden 44 Prozent über ihre Internetsitzungen, jeder Fünfte (22 %) wendet sich an seine Geschwister und 16 Prozent besprechen mit dem Lehrer in der Schule ihre Erfahrungen im Netz. Was sie im Internet gemacht haben erzählen Jungen häufiger ihrem Vater (56 %, Mädchen: 41 %), Mädchen stärker der Mutter (49 %, Jungen 40 %).

Welchen Tätigkeiten gehen Kinder im Internet häufiger nach, was macht das Internet aus der Perspektive der Kinder aus? Die Hälfte der Kinder nutzt regelmäßig Angebote, die speziell für Kinder gemacht wurden, es folgt die Informationssuche für die Schule (47 %). An dritter Stelle steht das Senden und Empfangen von E-Mails. Inzwischen hat ein Drittel der Internetnutzer eine oder mehrere E-Mail-Adressen. 45 Prozent suchen Informationen (nicht für die Schule). Ein Drittel nutzt ebenso häufig Seiten für Erwachsene.<sup>10</sup> Ein Viertel chattet regelmäßig und fast ein Fünftel nutzt mindestens einmal die Woche Newsgroups.



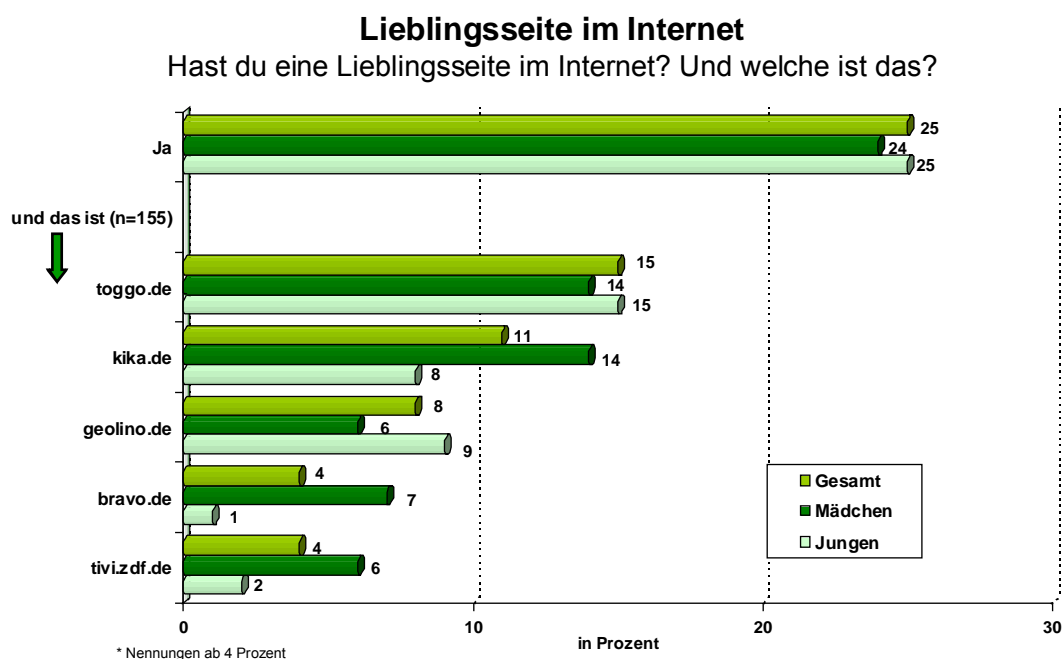
Im Vergleich zur KIM-Studie 2003 haben alle Tätigkeiten einen Zuwachs zu verzeichnen. Stark gestiegen (um 17 Prozentpunkte) ist der Anteil der Internetnutzer, die Seiten für Kinder

<sup>10</sup> Hiermit sind allerdings keineswegs nur „Erwachsenenangebote“ im Sinne von „Adult-Angeboten“ gemeint, sondern all die Seiten, die sich nicht explizit an Kinder richten.

nutzen, auch werden deutlich mehr Seiten für Erwachsene besucht (plus 20 Prozentpunkte). Das Interesse am Chat ist 2005 weitaus größer als 2003 (plus 9 Prozentpunkte). Die Nutzung von E-Mail konnte um fünf Prozentpunkte zulegen. Ein positiver Trend zeigt sich auch bei Webradio und Web-TV, allerdings noch auf geringem Ausgangsniveau.

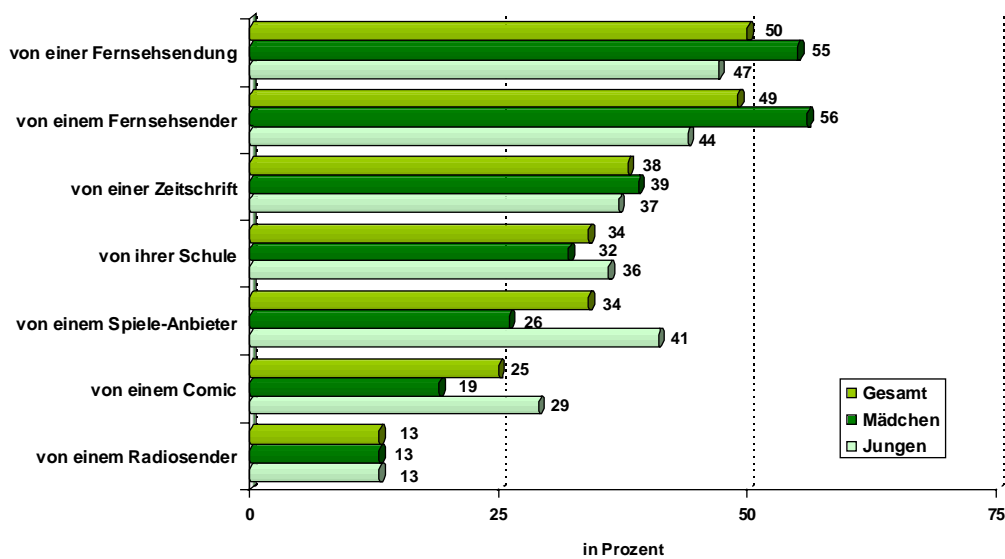
Bezüglich der Internetnutzung unterscheiden sich Jungen und Mädchen vor allem bei Computerspielen (Onlinespiele alleine, Netzspiele, Spieledownload), die eindeutig eine Domäne der Jungen sind. Ebenso ist Musik im Internet (Musikdateien anhören, downloaden und Web-radio) männlich besetzt. Mädchen bevorzugen hingegen Kinderseiten und nutzen die kommunikativen Elemente des Internets intensiver. Sie verschicken öfter E-Mails oder E-Cards, chatten häufiger und nutzen Newsgroups intensiver.

Inwieweit sich beim Surfen im Internet bereits inhaltliche Vorlieben herausgebildet haben, zeigt die Frage nach der Lieblingsseite im Netz. Ein Viertel der Internetnutzer bestätigt, dass sie eine Lieblingsseite hat (2003: 17 %). Die am häufigsten genannten Seiten sind Ableger oder Begleitangebote von klassischen Medien. „toggo.de“ (15 % der Nennungen) ist die Website von Super RTL, „kika.de“ (11 %) die Seite des öffentlich-rechtlichen Kinderkanals, bei „geolino.de“ (8 %) handelt es sich um das Webangebot einer Kinderzeitschrift, „bravo.de“ (4 %) gehört zur gleichnamigen Jugendzeitschrift und „tivi.zdf.de“ (4 %) ist das Kinderangebot des ZDF.



Dass cross-mediale Vernetzungen auch für Kinder interessant sind, zeigt der Blick auf die generell von Kindern besuchten Seiten: Internetangebote von Fernsehsendern oder -sendungen haben die Hälfte der Internetnutzer schon einmal besucht. Webangebote von Zeitschriften (38 %), Comics (25 %) oder eines Radiosenders (13 %) sind weniger verbreitet. Eine große Attraktivität haben aber auch Homepages der eigenen Schule oder Spiele-Anbieter (jeweils 34 %).

### Von Kindern besuchte Internetseiten 2005



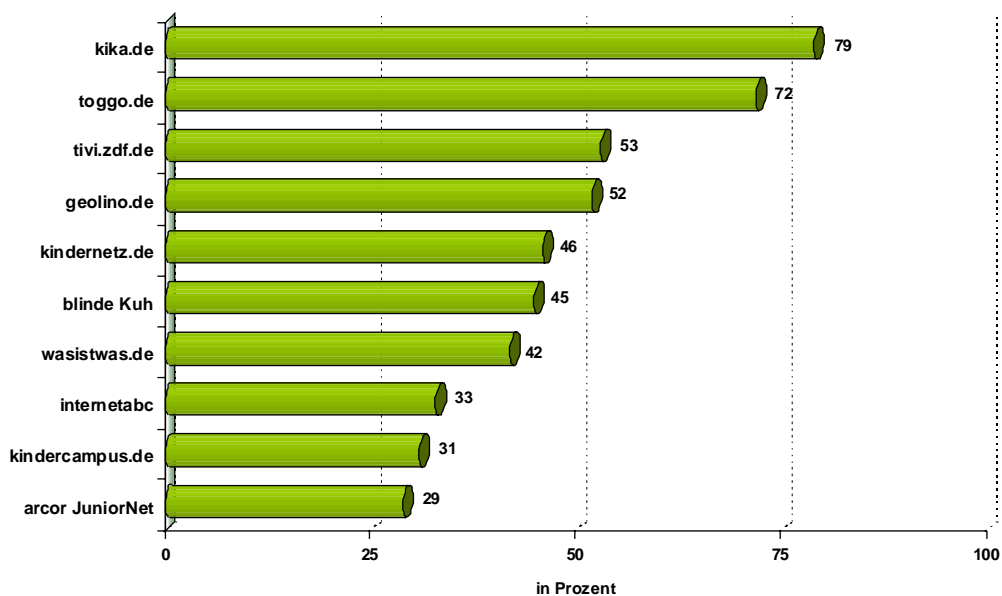
Quelle: KIM 2005

Basis: Internet-Nutzer, n=624

Auf die direkte Nachfrage, woher die jungen Internetnutzer die Angebote im Internet kennen, verweisen zwei Drittel auf den Freundeskreis. Mit Abstand an zweiter Stelle werden Hinweise aus Fernsehsendungen (37 %) genannt. Etwa ein Viertel kennt Internetangebote vom Vater (26 %), aus Suchmaschinen (26 %) oder einfach durch Ausprobieren (25 %). Ein Fünftel nennt Zeitschriften (22 %), Lehrer (21 %), Geschwister (20 %) und die Mutter (19 %) als Informationsquelle. Nur jeder Zehnte hat Adressen gespeichert und fünf Prozent erhalten Hinweise aus dem Radio.

In den letzten Jahren hat sich das Angebot an speziellen Internetseiten für Kinder kontinuierlich erhöht. Die Bandbreite reicht hier von kommerziellen Angeboten über sendungsbegleitende Seiten bis hin zu Kindersuchmaschinen und medienpädagogischen Projekten im Netz. Inwieweit diese bei den Kindern bekannt sind, wurde über eine gestützte Abfrage mittels Bildvorlage ermittelt. Demnach weist die Homepage des KI.KA mit 79 Prozent die größte Bekanntheit aus den vorgegebenen Angeboten auf, gefolgt von „toggo.de“ mit 72 Prozent. Etwa die Hälfte der Kinder kennt „tivi.zdf.de“, „geolino.de“, das „Kindernetz“ des SWR oder die Suchmaschine „Blinde Kuh“.

### Bekanntheit Internetangebote für Kinder 2005 - kenne diese Seite (durch Bildvorlage gestützt) -

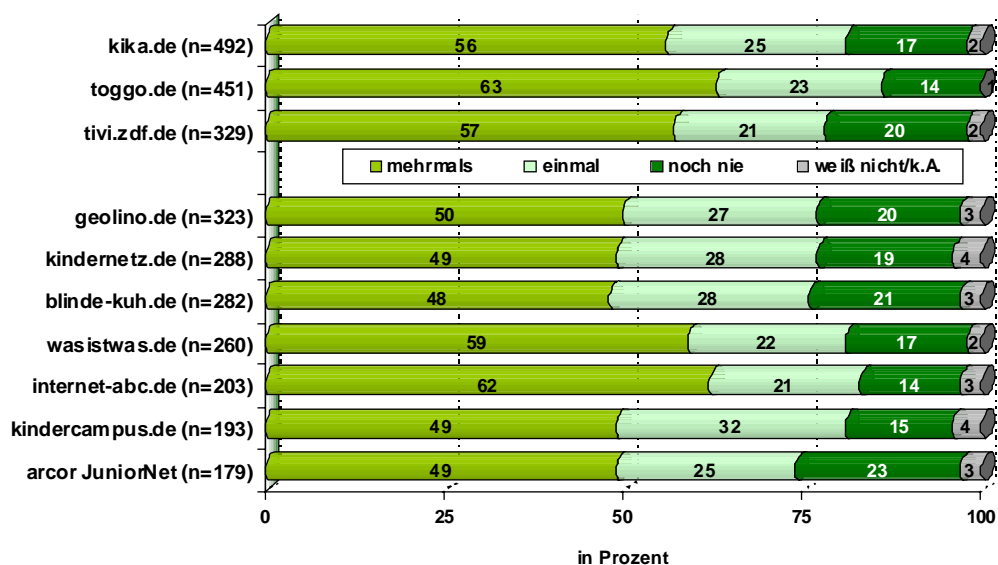


Quelle: KIM 2005

Basis: Internet-Nutzer, n=624

Befragt man die Internetnutzer zu jedem ihnen bekannten Angebot nach der Nutzungsintensität, so zeigt sich, dass etwa jeweils ein Fünftel das Angebot wohl eher dem Namen nach kennt, es selbst aber noch nie genutzt hat

### Internetangebote für Kinder 2005 Und hast du dieses Internetangebot schon .... angeschaut?



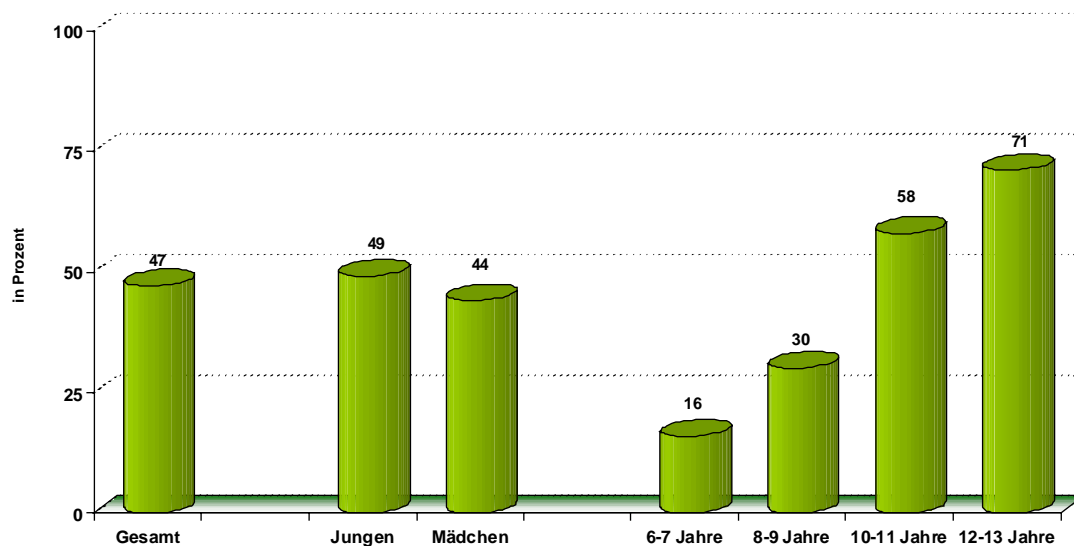
Quelle: KIM 2005

Basis: Internet-Nutzer, denen jeweiliges Angebot bekannt ist

## 11. Handy

Mittlerweile sind 95 Prozent der Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, mit einem Mobiltelefon ausgestattet. Dabei steht auch immer mehr Sechs bis 13-Jährigen ein eigenes Handy zur Verfügung – aktuell mit 47 Prozent fast jedem zweiten Kind.<sup>11</sup> Die Ausstattung steigt mit dem Alter der Kinder deutlich an. Während 16 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen bereits ein Handy für sich alleine haben, sind es unter den Zwölf- bis 13-Jährigen fast drei Viertel (71 %). Jungen (49 %) sind etwas besser ausgestattet als Mädchen (44 %).

**Handy-Verfügbarkeit 2005**  
Angaben der Kinder



Quelle: KIM 2005

Basis: alle Befragte, n=1.203

Fast alle jungen Handynutzer verschicken bereits Nachrichten als SMS (93 %), bei den ältesten Kindern nutzen diesen Service 98 Prozent, doch auch bei den Jüngsten (6-7 Jahre) ist für 78 Prozent das Simsen selbstverständlich. Im Durchschnitt verschickt ein Kind 3,3 SMS-Botschaften am Tag, Mädchen sind mit 3,6 Nachrichten etwas mitteilungsfreudiger als Jungen (3,1). Im Durchschnitt gehen 3,9 Meldungen am Tag bei den Kindern ein.

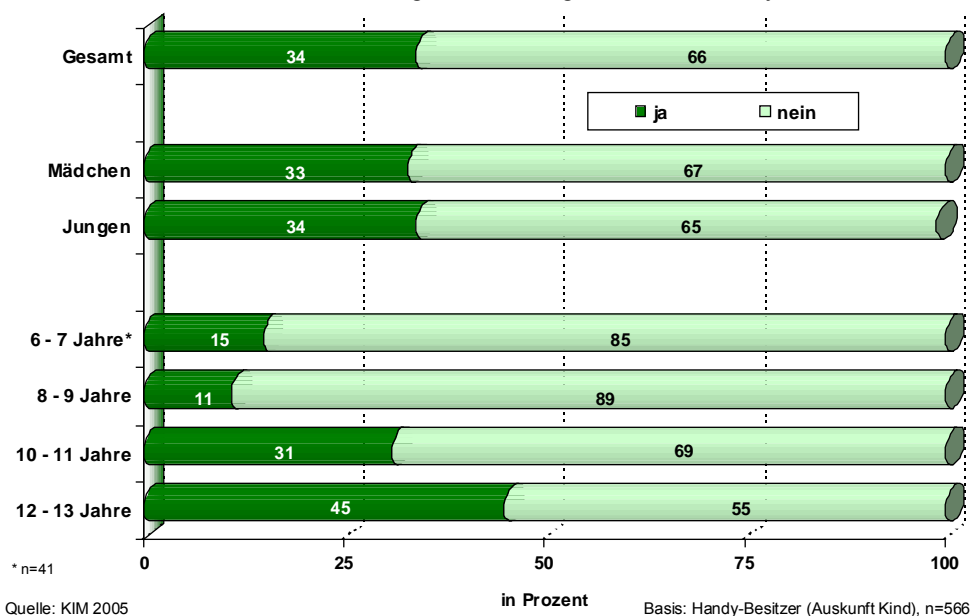
<sup>11</sup> „Hast du ein Handy für dich alleine?“ Die Fragestellung bei den Kindern unterscheidet sich gegenüber der Befragung der Erziehungsberechtigten, die mehr auf den Besitz abzielt. Da ein Handy - streng juristisch betrachtet - eigentlich immer den Erziehungsberechtigten gehört, unterscheiden sich die Ansichten von Kindern und Erziehungsberechtigten über die Verfügbarkeit bzw. den Besitz eines Handys. Die Antworten der Kinder sind dabei stets um einige Prozentpunkte höher als die Angaben der Erziehungsberechtigten.



Werbung für Handy-Klingeltöne und -Logos wird aktuell unter den Aspekten Jugendschutz und Verbraucherschutz diskutiert. Inwieweit bereits Kinder diese Angebote nutzen, war auch Gegenstand der KIM-Studie. Ein Drittel der Handybesitzer (34 %) gibt an, schon einmal Klingeltöne oder Logos für das Handy bestellt zu haben, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es schon knapp die Hälfte. Hauptinformationsquelle für diese Produkte sind überwiegend das Fernsehen, Zeitschriften und der Freundeskreis.

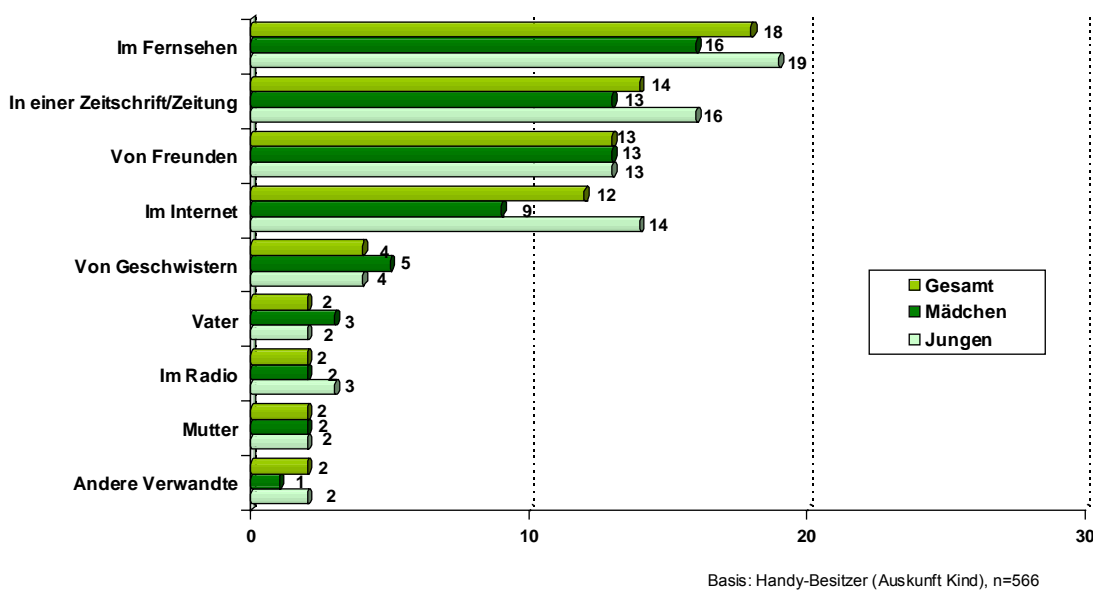
### Handy: Logos/Klingeltöne 2005

Hast du schon einmal Logos oder Klingeltöne fürs Handy bestellt?



### Handy: Logos/Klingeltöne 2005

Woher hast du erfahren, wo man Logos/Klingeltöne bestellen kann?



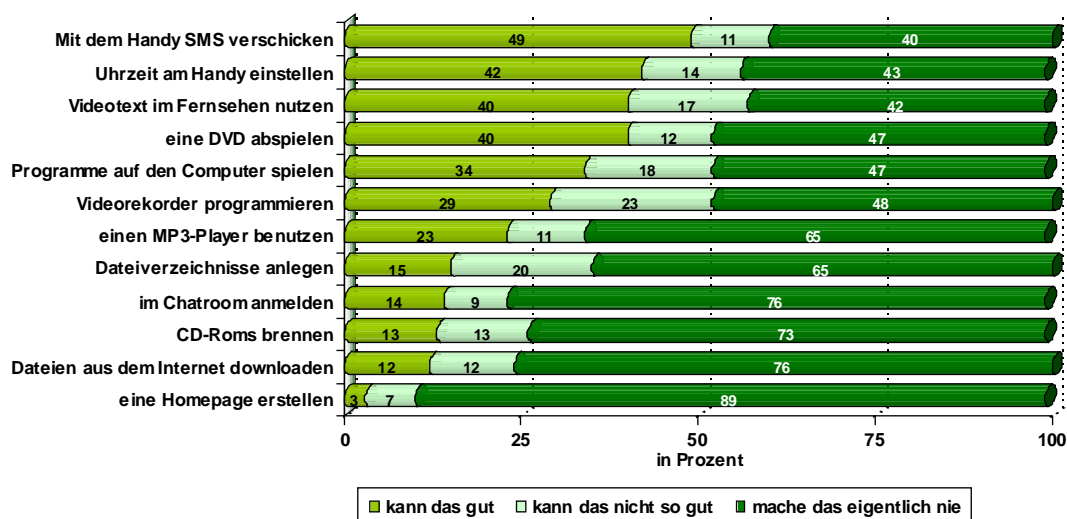
## 12. Medienkompetenz

Der Begriff Medienkompetenz umfasst je nach Definition unterschiedliche Aspekte<sup>12</sup> – Mediennutzung und Medienpraxis sind dabei wichtige Komponenten. Nachdem die Mediennutzung der Kinder bisher in ihrer eher passiven Form dargestellt wurde, sollen an dieser Stelle (medien-)technische Kompetenzen der Kinder sowie ihre medienpraktischen Erfahrungen untersucht werden.

Die technischen Fähigkeiten der Sechs- bis 13-Jährigen wurden mittels Selbsteinschätzung verschiedener Bedienungsoptionen aus den Bereichen Handy, Computer oder Fernsehen abgefragt.

Im Umgang mit dem Handy weisen die Kinder die größte Erfahrung auf. Knapp die Hälfte weiß, wie man eine SMS verschickt, vier von zehn können die Uhrzeit am Mobiltelefon einstellen. Für jeweils 40 Prozent ist es kein Problem, den Videotext des Fernsehers zu nutzen oder eine DVD abzuspielen. Schwieriger ist es da schon, einen Videorekorder zu programmieren.

### Technische Kompetenzen der Kinder 2005



Quelle: KIM 2005

Basis: alle Befragten, n=1.203

Bei Dingen, die mit Computer und Internet zu tun haben, sind die Kinder nach eigenen Angaben dann vergleichsweise weniger kompetent. Trotzdem ist es für ein Drittel der Sechs- bis

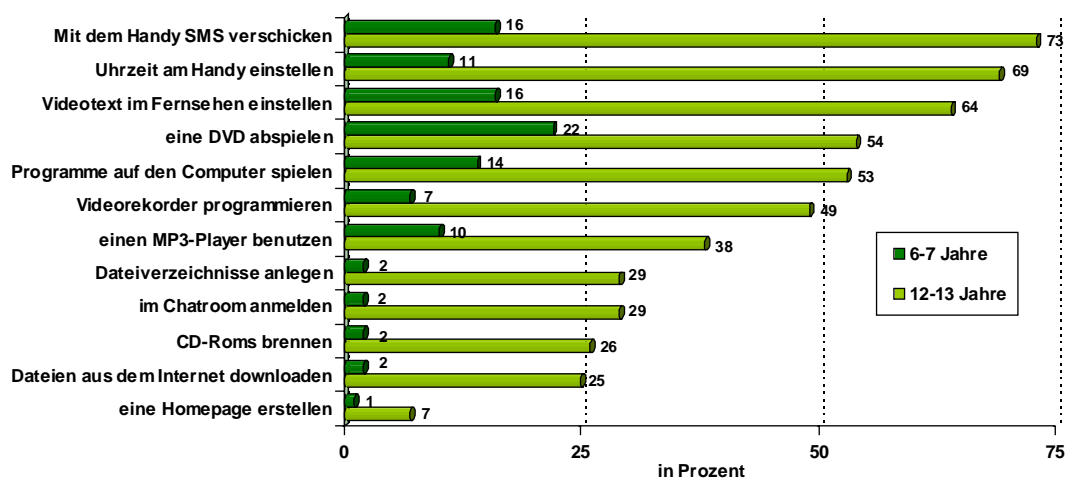
<sup>12</sup> Nach Dieter Baacke sind das z.B. die Dimensionen Medienkunde, Medienkritik, Mediennutzung und Mediengestaltung. Vgl. GMK (Hrsg.), 2001: Medienkompetenz in Theorie und Praxis.

13-Jährigen kein Problem, ein neues Programm auf dem Computer zu installieren. Mit dem Anlegen von Dateiverzeichnissen oder dem Brennen von CD-ROMs hingegen sind dann zwar nur wenige Kinder vertraut (15 bzw. 13 %), immerhin können sich aber genauso viele schon selbst im Chat anmelden (14 %) oder Dateien aus dem Internet herunterladen (12 %).

Jungen trauen sich bei allen Tätigkeiten mehr zu als Mädchen, besonders aber beim Programmieren des Videorekorders (Jungen 36 %, Mädchen 21%), bei der Nutzung des Videotext (Jungen 46 %, Mädchen 35 %), beim Installieren von Computerprogrammen (Jungen 39 %, Mädchen 29 %), beim Einstellen der Uhrzeit am Handy (Jungen 47 %, Mädchen 37 %) und beim Umgang mit einem MP3-Player (Jungen 27 %, Mädchen 18 %). Weniger deutlich sind die Unterschiede bei den Internet-Tätigkeiten. Hier liegen die Mädchen maximal fünf Prozentpunkte unter den Jungen.

Mit zunehmendem Alter der Kinder erhöhen sich auch die technischen Kompetenzen der Kinder. Bei den Sechs- bis Siebenjährigen liegt das Abspielen von DVDs (22 %) vorn, beim Simsen oder der Nutzung des Videotext sagen jeweils 16 Prozent „das kann ich gut“. Bei den Ältesten dominieren die Tätigkeiten am Handy, Aktivitäten im Internet sind auch in dieser Altersgruppe noch weniger verbreitet.

### Technische Kompetenzen der Kinder 2005 - kann das gut -

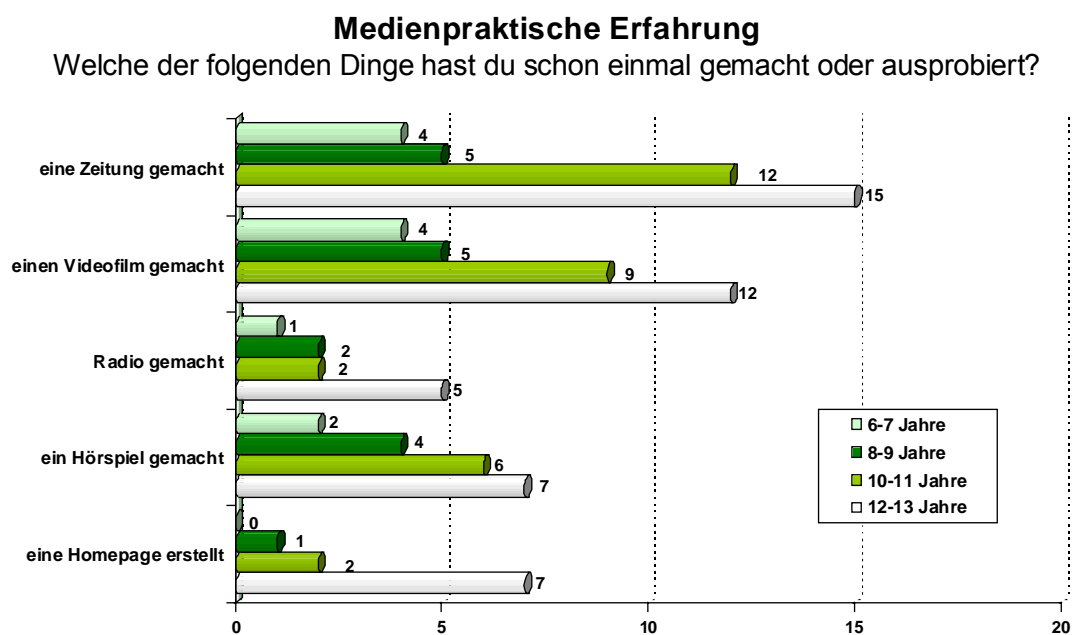


Quelle: KIM 2005

Basis: alle Befragten, n=1.203

Medienpraktische Erfahrungen über die Produktionsbedingungen der verschiedenen Medien haben bisher nur die wenigsten Kinder gesammelt. Dies deutet darauf hin, dass in den Schulen insgesamt die praktische und kreative Medienarbeit noch nicht so weit verbreitet ist, wie es dem alltäglichen Medienumgang der Kinder entsprechen würde.

Wenn überhaupt, dann haben Kinder bei der Erstellung einer Zeitung Einblick in die Medienpraxis genommen; allerdings trifft auch dies nur auf zehn Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen zu. Bei der Erstellung eines Videofilmes haben acht Prozent schon einmal mitgewirkt, noch weniger Erfahrung besteht hinsichtlich der auditiven Medien (Hörspiel: 5 %, Radio: 3 %). Kenntnisse beim Erstellen einer Homepage wurden bisher nur von einer Minderheit gesammelt (3 %). Dass diese Werte seit mehreren Jahren stagnieren, darf als weiteres Indiz dafür gewertet werden, dass in Deutschland Medienpraxis erst in den höheren Schulklassen angeboten wird.



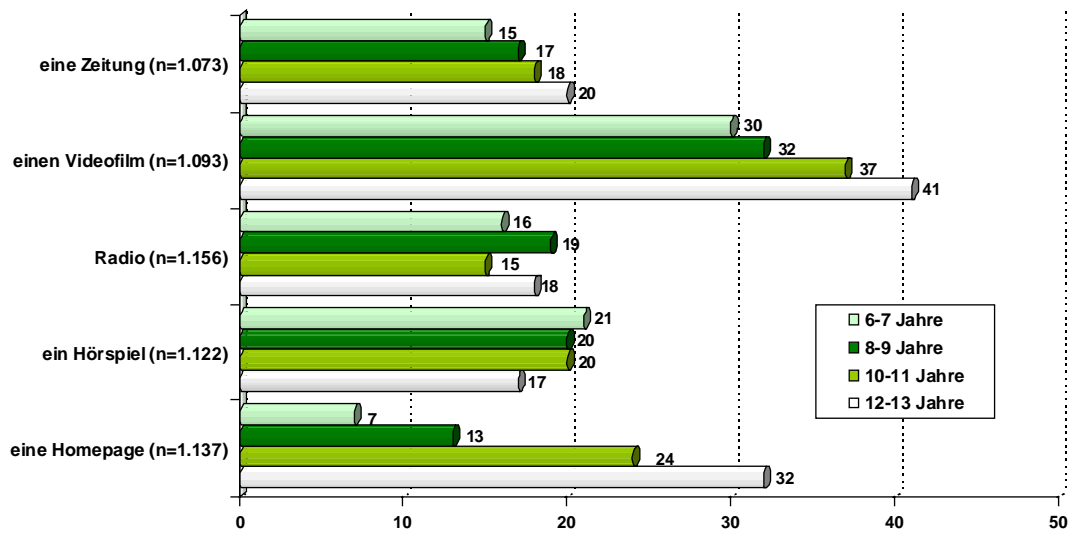
Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Diesen eher dürftigen Erfahrungswerten steht ein großes Interesse derjenigen gegenüber, die bisher noch nie den praktischen Umgang mit dem jeweiligen Medium ausprobiert haben. Mit weitem Abstand übt das Erstellen eines Videofilms die größte Faszination auf die Kinder aus (36 %), mit Abstand folgen nahezu gleichauf das Erstellen einer Homepage (20 %), eines Hörspiels (19 %) und Radio- und Zeitungsarbeit (jeweils 17 %).

### Medienpraktische Erfahrung

Und welche Dinge würdest du gerne selbst machen bzw. ausprobieren?



Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

### 13. Medienfunktionen

Welche Funktionen und Aufgaben nehmen die Medien bei der Alltagsbewältigung der Kinder ein? Anhand vorgegebener Situationen wurden die Kinder um eine Einschätzung darüber gebeten, welches Medium – vorgegeben waren Radio, Tonträger, Fernsehen und Video/DVD, Telefon/Handy, Bücher sowie Computer und Internet – hier am ehesten herangezogen wird.

Dabei wird deutlich, dass das Fernsehen für die Kinder die meisten Kompetenzen aufweist. Es hilft nicht nur bei Langeweile und Einsamkeit, sondern verspricht gleichzeitig Spannung und Spaß. Daneben ist das Fernsehen das einzige Medium, das gemeinsam mit den Eltern genutzt wird. Computer stehen ebenfalls für Spaß und Spannung, die Tonträger dienen auch den Kindern zur Regulierung ihrer Stimmungen. Interessant ist an dieser Stelle auch, dass für viele Kinder bei diesen Situationen keines der Medien an erster Stelle steht, sondern offensichtlich andere Alternativen bevorzugt werden.

**Funktionen verschiedener Medien 2005**

mache ich am ehesten, wenn ....									
	Radio	CD/ MC/ MP3	TV	Video/ DVD	Telefon/ Handy	Bücher	PC ohne Internet	Internet	nichts davon
ich Musik hören will	39	48	4	2	0	1	1		4
mir langweilig ist	7	13	45	3	3	8	8	2	10
ich mit Freunden zusammen bin	7	12	14	6	2	1	14	1	42
ich mit meinen Eltern zusammen bin	5	2	49	4	1	2	3	1	33
ich traurig bin	7	17	22	4	7	10	5	1	27
ich alles um mich herum vergessen will	8	15	26	5	2	12	11	1	18
ich Spaß haben will	4	8	22	5	4	3	16	5	33
wenn ich mich geärgert habe	7	12	18	3	9	4	7	2	37
ich besonders gute Laune habe	9	16	14	4	6	5	5	2	37
ich was Spannendes erleben will	2	4	35	12	2	7	10	4	23
ich mich alleine fühle	6	10	36	3	10	8	8	2	16

Quelle: KIM 2005, Angaben in Prozent

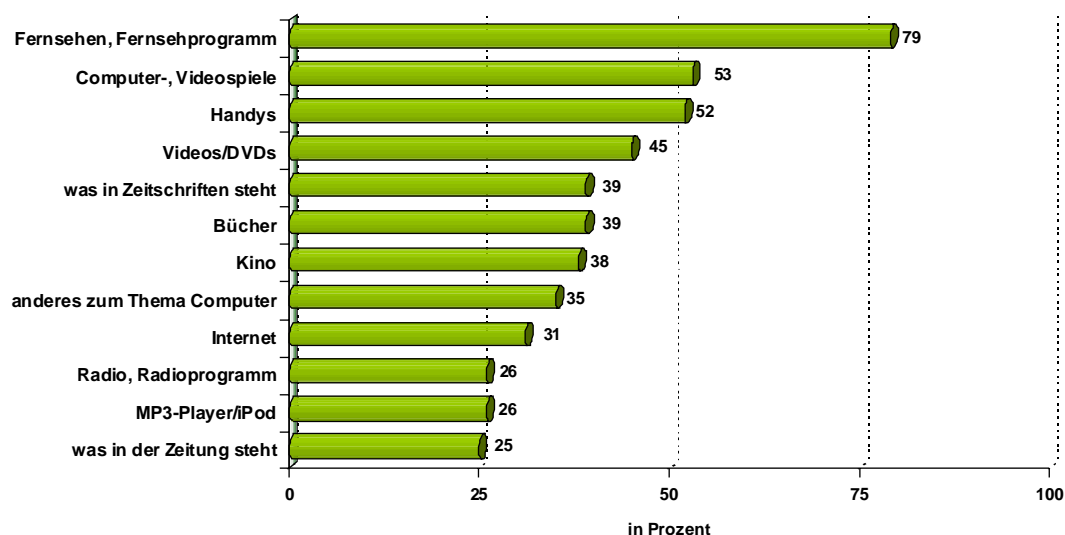
Basis: alle Befragten, n=1.203

## 14. Medien in der Alltagskommunikation

Auch bei Kindern bleibt der Umgang mit Medien nicht auf die reine Rezeption beschränkt. Ebenso wie Jugendliche oder Erwachsene tauschen sie sich mit Freundinnen und Freunden über Medien und deren Inhalte aus, bieten die Medien Anlass für Gespräche und/oder Diskussionen.

Erneut zeigt sich die Bedeutung des Fernsehens, das für fast 80 Prozent der Kinder Inhalte ihrer Unterhaltungen liefert. Gut die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen tauscht sich häufig über Computer- oder Videospiele und Dinge rund um das Mobiltelefon aus. Knapp dahinter rangiert das Thema Video und DVD. Über Zeitschriften, Bücher oder auch das Kino reden vier von zehn Kindern, das Internet ist für ein Drittel wichtiger Gesprächsgegenstand. Und jeweils ein Viertel spricht mit Gleichaltrigen über das Radio, MP3-Player oder Dinge aus der Zeitung. Im Vergleich zur KIM-Studie 2003 kreisen die Gespräche der Kinder häufiger um das Handy (plus 10 Prozentpunkte) und das Internet (plus 9 Prozentpunkte).

**Gespräche über Medien /-inhalte 2005**  
- mindestens einmal pro Woche -



Quelle: KIM 2005

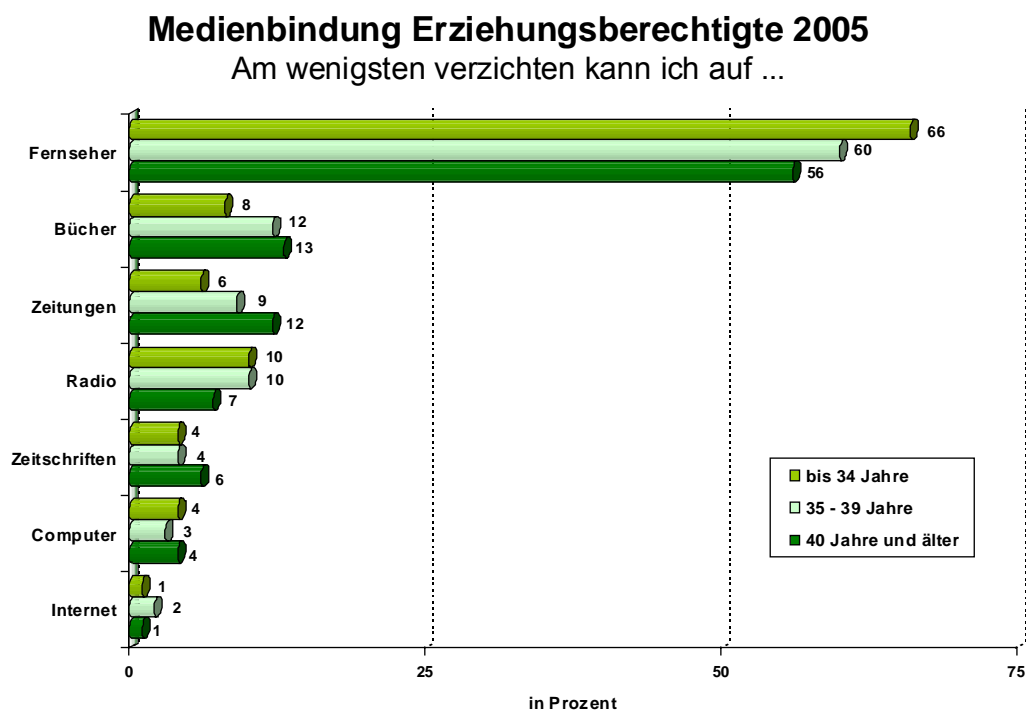
Basis: Gesamt, n=1.203

Über das Fernsehen, das Radio oder die Zeitung sprechen Jungen und Mädchen mit gleicher Intensität, über Bücher sprechen Mädchen (47 %) sehr viel häufiger als Jungen (31 %). Jungen tauschen sich vor allem intensiver über alles rund um den Computer aus: Spiele (63 %, Mädchen: 2 %), Internet (37 %, Mädchen: 24 %) und Sonstiges zum Thema (44 %, Mädchen: 25 %).

## 15. Medienklima in der Familie

Medien sind natürlich nicht nur Alltagsbegleiter für Kinder und Jugendliche, sondern sie sind auch bei allen Familienmitgliedern mehr oder weniger stark verankert. Welches Klima herrscht bei den Erziehungsberechtigten bzw. Müttern gegenüber Fernseher, Computer und Internet vor? Wie gestaltet sich die Mediennutzung in der Familie? Und wie sieht die Mediennutzung der Erziehungsberechtigten selbst aus?

Die Frage, auf welches Medium die Erziehungsberechtigten am wenigsten verzichten können, beantworten diese nicht nur genauso eindeutig, sondern auch mit der selben Auswahl wie die Kinder: Für 61 Prozent ist das Fernsehen am wichtigsten. Es folgen mit weitem Abstand das Buch (11 %), Zeitungen und Radio (jeweils 9 %) sowie Zeitschriften (5 %). Das Schlusslicht bilden Computer (3 %) und Internet (1 %). Je jünger die Erziehungsberechtigten sind, desto stärker stimmen sie für das Fernsehen bzw. desto geringer ist ihre Bindung an die Printmedien. Auffällig ist die große Distanz auch der jüngeren Eltern zu Computer und Internet.



Quelle: KIM 2005

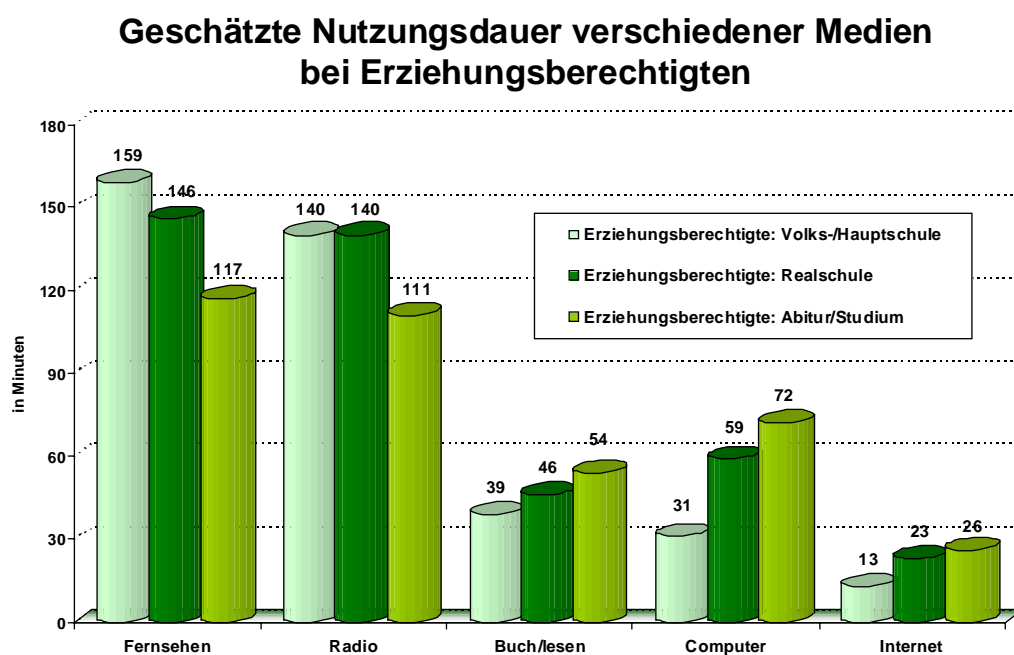
Basis: alle Befragte, n=1.203

Die Betrachtung nach Bildungsgruppen zeigt, dass Erziehungsberechtigte mit Abitur/Studium eine stärkere Bindung an Bücher (21 %) und Zeitungen (14 %) aufweisen, das Fernsehen ist nur für 42 Prozent am attraktivsten. Aber auch die gut Gebildeten haben kaum Bindung zu



Computer (6 %) und Internet (2 %). Bei Erziehungsberechtigten mit geringerer formaler Bildung (Volks-/Hauptschule) dominiert das Fernsehen mit 69 Prozent sehr viel stärker, Bücher (8 %) oder Zeitung (7 %) sind vergleichsweise unbedeutend.

Dass die subjektive Wichtigkeit eines Mediums nicht mit der tatsächlichen Nutzung gleichzusetzen ist, zeigt die Selbsteinschätzung der durchschnittlichen Zuwendungszeit pro Tag. Demnach verbringen die Erziehungsberechtigten 147 Minuten täglich mit dem Fernsehen, 136 Minuten mit dem Radio, 44 Minuten mit Lesen in Büchern, Zeitungen oder Zeitschriften. 50 Minuten werden mit dem Computer verbracht und das Internet wird 19 Minuten genutzt. Auch hier zeigt der Blick auf die Bildungsgruppen eine höhere Affinität der formal geringer Gebildeten zu Fernsehen und Radio, während formal höher Gebildete überdurchschnittlich lange Lesen oder Computer und Internet nutzen.



Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Welche Themeninteressen haben die Erziehungsberechtigten, welchen Stellenwert nehmen die Medien ein? Hierzu wurde den Befragten eine 25 Bereiche umfassende Liste mit der Bitte um Bewertung des persönlichen Interesses auf einer 6er-Skala<sup>13</sup> vorgelegt. Demnach sind

<sup>13</sup> „Zunächst geht es ganz allgemein um verschiedene Themenbereiche. Bitte geben Sie bei jedem Thema an, wie interessant es für Sie ist. Vergeben Sie dazu bitte Werte von 1 bis 6, wobei 1 heißt „ist für mich sehr interessant“ und 6 „ist für mich überhaupt nicht interessant“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen.“

die Themen Schule, Erziehung, Liebe und Partnerschaft sowie Gesundheit und Medizin für gut drei Viertel der Erziehungsberechtigten am wichtigsten<sup>14</sup>. Rund 70 Prozent interessieren sich stark für Ernährung/Kochen oder Ausbildung/Beruf. Fragen rund um Kinder und Medien werden von 58 Prozent als sehr bedeutsam eingestuft und liegen auf dem siebten Rang. Insgesamt wird deutlich, dass das Thema Familie in der Bedeutsamkeit deutlich vor den persönlichen Interessen der Erziehungsberechtigten wie Reisen (54 %), Mode (52 %), Bücher (48 %), Musik (41 %) oder Kino/Filme (26 %) und Kultur (22 %) rangiert. Die Bereiche Computer (19 %), Computerspiele (16 %) oder Internet (24 %), die man auch als spezifische Unterthemen des Bereiches „Kinder und Medien“ betrachten könnte, stoßen dagegen auf eher geringes Interesse, haben aber im Vergleich zur KIM-Studie des Jahres 2003 etwas an Bedeutung gewonnen (zwischen plus sechs und plus drei Prozentpunkte). Insgesamt hat sich das Themenranking aber nicht verändert. Leicht rückläufig ist das Interesse am Oberthema „Kinder und Medien“ (minus fünf Prozentpunkte).

Spricht man die Erziehungsberechtigten näher auf die Bedeutung der verschiedenen Medien – hier waren Buch, Computer, Internet, Tonträger, Radio und Fernsehen/Video/DVD vorgegeben – für Kinder an, so zeigt sich auch hier die Schlüsselrolle des bewegten Bildes.

Fernseher, Video oder DVD liefern den Kindern nach Meinung der Erwachsenen den meisten Gesprächsstoff und haben den größten Einfluss auf ihre Gewaltbereitschaft. Auch erfahren Kinder nach Einschätzung der Eltern hier am häufigsten ungeeignete Dinge. Daneben bedeutet nach Ansicht der Befragten das bewegte Bild wie kein anderes Medium Spaß und Spannung für Kinder und ist für Kinder wichtig, um bei Freunden mitreden zu können – es herrscht also ein ambivalentes Verhältnis vor.

Bücher hingegen sind in der Regel positiv besetzt: Sie fördern nach Ansicht der Eltern am stärksten die Fantasie der Kinder, aus Büchern lernen Kinder (mehr als aus dem Fernsehen), sie sind für die Schule nützlich und bieten Vorbilder. Dem Computer wird ebenfalls eine unterstützende Rolle für die Schule zugeschrieben, außerdem bringt er den Kindern nach dem Fernseher den meisten Spaß. Das Internet ist vor allem mit Ängsten besetzt. Die Hälfte der Eltern fürchtet, Kinder könnten im Netz mit ungeeigneten Inhalten konfrontiert werden. Nur knapp ein Drittel glaubt, das Internet unterstütze Kinder in der Schule – selbst Fernseher/Video oder DVD erhalten hier höhere Werte.

<sup>14</sup> Top Boxes, Skalenpunkte 1 + 2

## Bedeutung der Medien für Kinder 2005

- Angaben der Erziehungsberechtigten -

	Buch	Computer	Internet	Kassette/CD/ MP3	Radio	TV/Video/ DVD
fördern die Fantasie von Kindern	71	29	12	20	14	46
liefern Gesprächsstoff	37	44	26	20	17	72
Kinder lernen aus Medien	60	45	23	15	15	51
Einfluss auf Gewaltbereitschaft	8	28	31	5	6	72
Kinder haben Spaß	38	60	31	37	21	68
Eindruck vom wirklichen Leben	24	14	11	7	15	46
für Kinder spannend	41	44	30	22	13	70
Unterstützung für die Schule	61	58	30	10	11	36
um bei Freunden mitzureden	30	53	30	24	16	67
bieten Vorbilder	45	14	8	10	10	34
ungeeignete Dinge	11	26	48	6	8	69

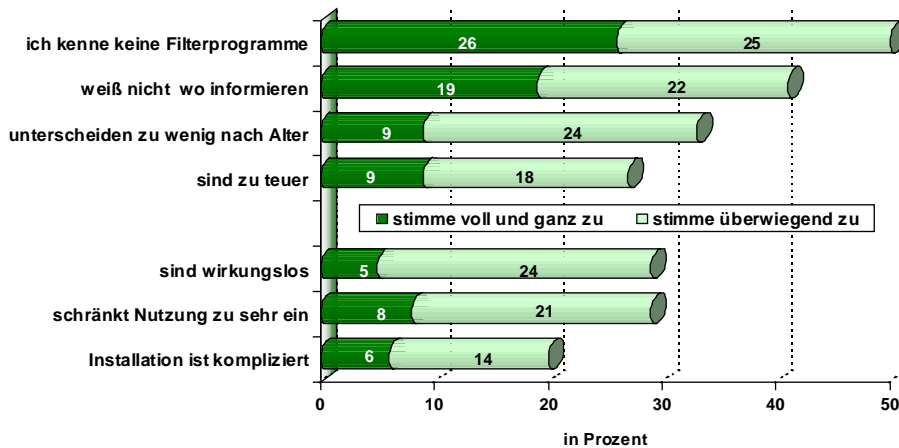
Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Die Frage, ob das eigene Kind mit Interneterfahrung schon einmal auf gewalthaltige, rechts-extreme oder pornografische Seiten gelangt ist, bejahen acht Prozent der Eltern, 20 Prozent sind sich nicht sicher und 72 Prozent schließen dies aus.

Schutzmaßnahmen in Form von Filterprogrammen haben im übrigen 24 Prozent der Eltern getroffen, deren Kinder das Internet zu Hause nutzen. Aber auch hier herrscht Unsicherheit vor – 17 Prozent können nicht sagen, ob auf dem Computer eine Filtersoftware installiert ist oder nicht. Dabei spielen das Geschlecht oder das Alter der Kinder kaum eine Rolle. Es sind vor allem mangelnde Kenntnisse und ein in den Augen der Eltern schwerer Zugang zu Informationen, die für den Einsatz eines Filterprogramms hinderlich sind.

### Gründe, warum kein Filterprogramme installiert ist



Quelle: KIM 2005

Basis: Kind nutzt PC im HH, der keine Filtersoftware hat, n=502

Wie sehen die Zeitbudgets aus, die Kinder für die verschiedenen Medien aufwenden? Um hierüber – neben der bereits beschriebenen Nutzungsfrequenz – einen Eindruck zu bekommen, wurden die Haupterzieher gebeten, die Nutzungsdauer an einem durchschnittlichen Tag einzuschätzen<sup>15</sup>. Daneben wurde die generelle Freizeit der Kinder – also ohne Hausaufgaben oder feste Termine wie Sport oder Musik – ermittelt.

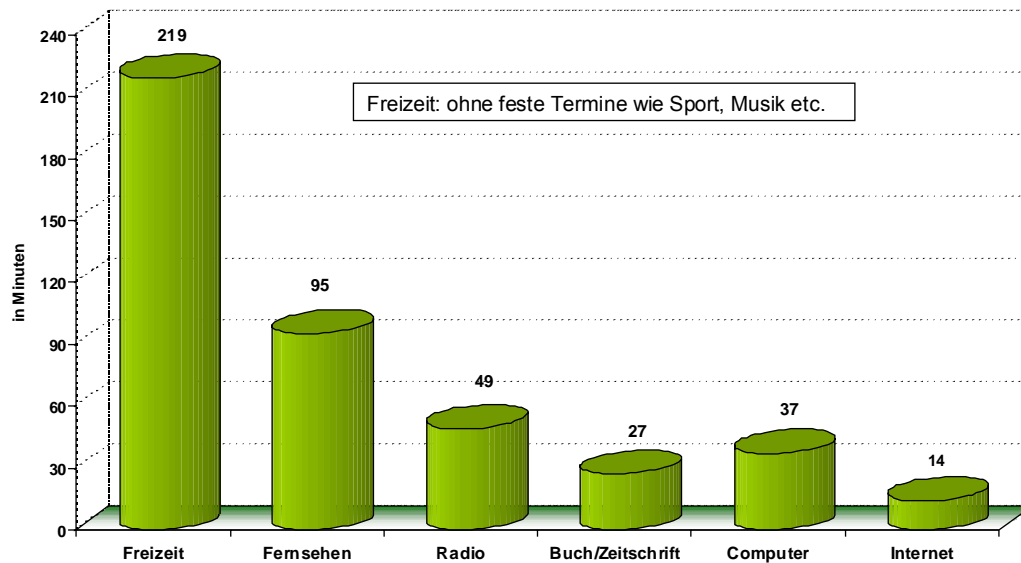
Demnach bleiben Kindern am Tag gut 3,5 Stunden freie Zeit. Die tägliche Fernsehdauer beträgt nach Einschätzung der Befragten 95 Minuten<sup>16</sup>, es wird eine gute dreiviertel Stunde Radio gehört und mit dem Computer verbringen die Sechs- bis 13-Jährigen 37 Minuten. In Büchern oder Zeitschriften lesen die Kinder eine knappe halbe Stunde am Tag, mit dem Internet beschäftigen sie sich 14 Minuten. Jungen und Mädchen unterscheiden sich eigentlich nur hinsichtlich der Computernutzung deutlich, die bei Jungen (43 Minuten) um 13 Minuten höher liegt als bei Mädchen. Jungen weisen beim Fernsehen und Internet eine etwas höhere Nutzung auf (jeweils plus 3 Minuten), Mädchen beim Radio (plus 3 Minuten) und beim Lesen (plus 5 Minuten). Bei allen Medien steigt die Zuwendung mit dem Alter der Kinder an. Zieht man die Schulbildung der Erziehungsberechtigten zur Betrachtung heran, dann fällt vor allem der Unterschied in der Fernsehnutzung auf. Kinder, deren Elternteil eine hohe formale Bildung hat (Abitur/Studium), sehen mit 75 Minuten deutlich weniger fern als Kinder, deren

<sup>15</sup> Nutzungszeit pro Medium inkl. möglicher Paralleltätigkeiten bzw. Überschneidungen.

<sup>16</sup> Nach Messungen der GfK-Fernsehforschung für das Jahr 2005 ergibt sich für Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren eine durchschnittliche Fernsehnutzung von 97 Minuten. Der von den Müttern geschätzte Wert stimmt fast exakt mit dieser Messung überein. Entsprechend verlässlich werden die Angaben zu den anderen Medientätigkeiten eingeschätzt. Zum Messverfahren der GfK-Fernsehforschung siehe <http://www.agf.de/fsforschung>.

Haupterzieher eine geringe formale Bildung aufweist (100 Minuten). Umgekehrt geben Eltern mit Abitur und Studium eine jeweils um zehn Minuten längere Nutzungszeit für Bücher und Computer an. Beim Radio und Internet gibt es dagegen keine bildungsspezifischen Unterschiede.

### Nutzungsdauer verschiedene Tätigkeiten bei Kindern - Einschätzungen der Erziehungsberechtigten -

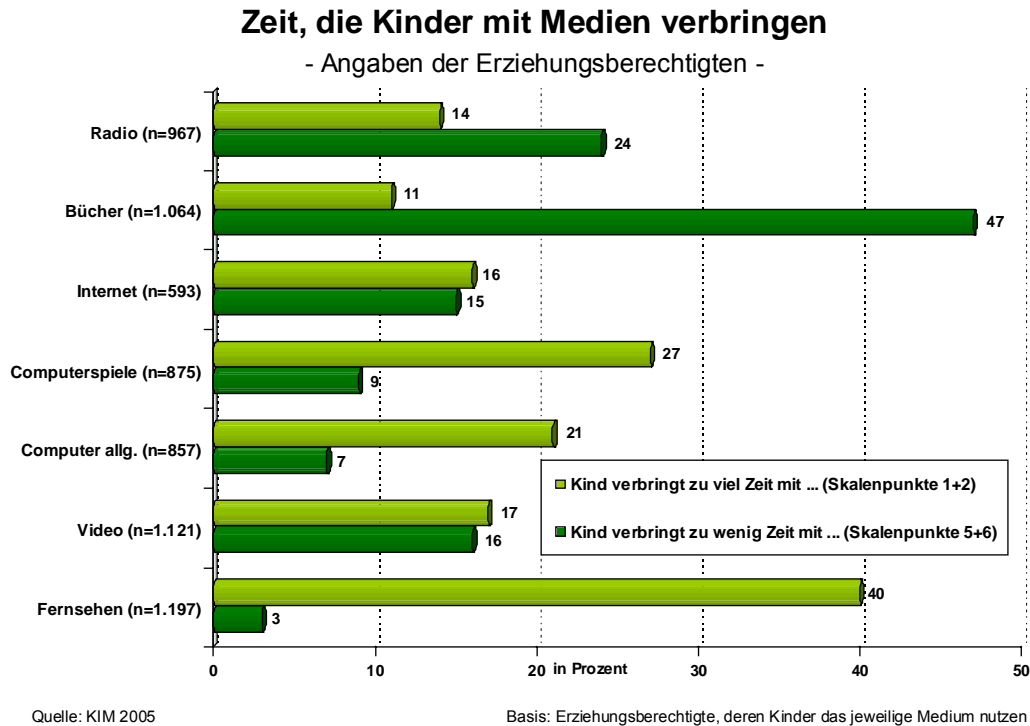


Quelle: KIM 2005

Basis: Gesamt, n=1.203

Verglichen mit den Angaben in der KIM-Studie 2003 sind die Zeiten für die Freizeit insgesamt (minus 7 Minuten), das Fernsehen (minus 2 Minuten), Radio (minus 4 Minuten) und das Lesen (minus vier Minuten) etwas zurückgegangen, mit dem Computer wurde etwas mehr Zeit verbracht (plus zwei Minuten). Die Nutzungszeit der Kinder für das Internet wurde 2003 nicht erhoben, folglich liegen keine Vergleichswerte vor.

In der generellen Einschätzung, ob ihre Kinder mit den verschiedenen Medien zu viel oder zu wenig Zeit verbringen, spiegeln sich dann auch die bereits geäußerten Meinungen wieder. Beim Fernsehen, Computer und Computerspielen überwiegt der Anteil derer, die es lieber sehen würden, wenn Kinder hierfür weniger Zeit investierten. Ebenso eindeutig ist die Zuordnung bei Büchern, mit denen nach Ansicht knapp der Hälfte der Befragten die Sechs- bis 13-Jährigen deutlich mehr Zeit verbringen könnten. Ambivalent wird das Internet sowie die Nutzung von Videos eingeschätzt: etwa gleich viele monieren hier sowohl eine zu geringe als auch eine zu umfangreiche Nutzung.



Wie sich der Umgang mit Fernseher/Video/DVD, Computer und Internet im Familienalltag ganz konkret gestaltet, zeigen die Zustimmungswerte zu vorgegebenen Nutzungssituationen (mindestens einmal pro Woche). Demnach wird in sieben von zehn Familien gemeinsam über das Fernsehprogramm am Abend entschieden. Dabei haben die Wünsche der Kinder anscheinend ein großes Gewicht, auch sehen 42 Prozent der Befragten manche Sendungen nur auf expliziten Wunsch ihrer Kinder an. In der Hälfte der Familien gibt es Absprachen über die Fernsehnutzung, Kinder schalten das Gerät nicht ohne Rückfrage an. Videos bzw. DVDs werden in den Familien ebenso häufig von den Kindern alleine wie zusammen mit den Eltern angeschaut. Streit darüber, was im Fernsehen gesehen wird und was nicht, gibt es bei einem Viertel der Familien regelmäßig – und zwar quer durch alle Altersgruppen.

Bei der Computernutzung hingegen – die Werte liegen hier insgesamt etwas niedriger – sind die Kinder häufiger alleine und die Eltern (im Verhältnis) weniger involviert als dies beim Fernsehen der Fall ist. Dies gilt für das Arbeiten am Computer für die Schule ebenso wie für das Spielen von Computerspielen. Nur das Surfen im Internet wird etwas stärker von der Familie gemeinsam ausgeübt als vom Kind alleine. Erst wenn die Kinder 12 Jahre oder älter sind, löst sich dieses Verhältnis nach Angaben der Erziehungsberechtigten zugunsten des Surfens alleine auf.

**Medienumgang in der Familie 2005**  
- mindestens einmal pro Woche / Angaben der Erziehungsberechtigten -

	Gesamt	6-7 Jahre	8-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre
Familie entscheidet gemeinsam über TV-Programm am Abend	68	73	76	66	61
oft Streit, was im Fernsehen gesehen wird	23	26	24	22	21
Kind entscheidet, was es im Fernsehen sehen will	62	49	55	63	73
Kind sieht nur fern, wenn Eltern es erlauben	53	72	66	52	34
Eltern schauen oft TV-Sendungen, die Kind sehen will	42	55	48	38	33
Kind sieht Fernsehen/Video/DVD im eigenen Zimmer	36	21	27	39	50
Eltern und Kind schauen zusammen Video/DVD	40	42	35	42	41
Kind sieht alleine Videofilme/DVDs	40	28	29	42	54
Kind nutzt Computer allein zum Lernen/Arbeiten	46	17	32	54	68
Eltern und Kind nutzen gemeinsam Computer zum Lernen/Arbeiten	39	25	41	43	43
Kind spielt alleine Computerspiele	41	18	32	47	56
Eltern und Kind spielen gemeinsam Computerspiele	25	18	26	28	27
Kind surft alleine im Internet	21	4	10	23	38
Eltern und Kind surfen gemeinsam im Internet	25	13	19	31	31

Quelle: KIM 2005

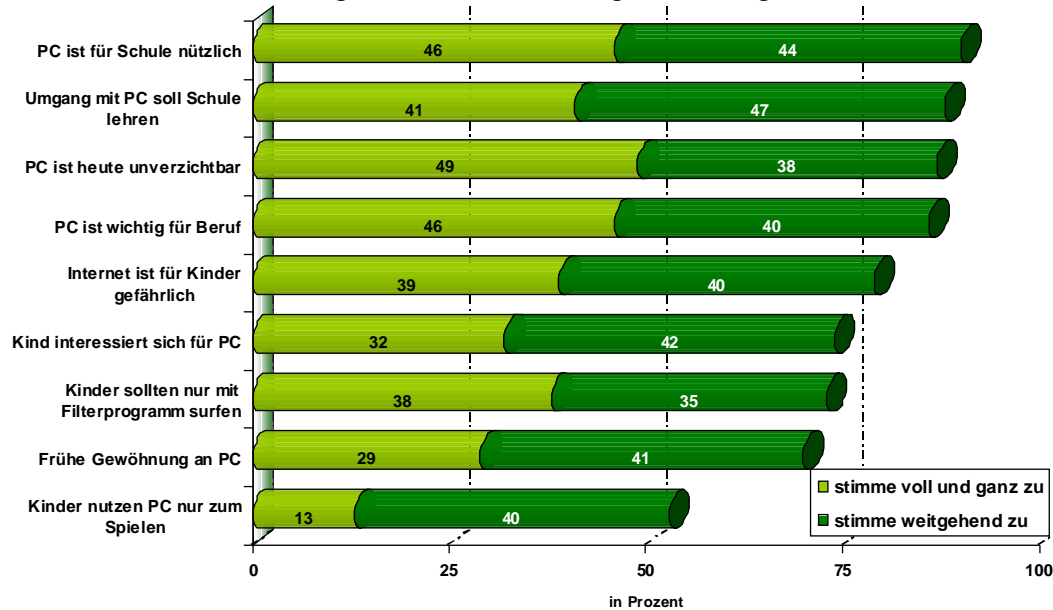
Basis: Gesamt, n=1.203

Betrachtet man abschließend noch verschiedene Aussagen zu Computer und Internet, so zeigt sich – trotz vielfach artikuliertem Unbehagen – eine an den (gesellschaftlichen) Gegebenheiten und Entwicklungen orientierte Einstellung.

Dass Computerkenntnisse heute vor allem für Schule und Beruf unerlässlich sind, wird von den Erziehungsberechtigten mehrheitlich bejaht. Die Aufgabe der – frühestmöglichen – Vermittlung wird hierbei an erster Stelle im Verantwortungsbereich der Schule und erst danach des Elternhauses gesehen. Das Internet wird von den meisten Eltern als ein für Kinder gefährliches Medium eingestuft, in dem sich Kinder nur unter Verwendung eines Filterprogramms bewegen sollten. Leider setzen wie berichtet nur wenige Eltern diesen Anspruch auf dem heimischen Computer in die Realität um. Die Hälfte der Befragten glaubt, dass der Computer für Kinder eigentlich nur ein Spielzeug sei. Im Schulalltag der Sechs- bis 13-Jährigen sind Computer oder Internet bei der Hälfte der Befragten angekommen.

## Aussagen zu Computer und Internet (1)

- Angaben der Erziehungsberechtigten -



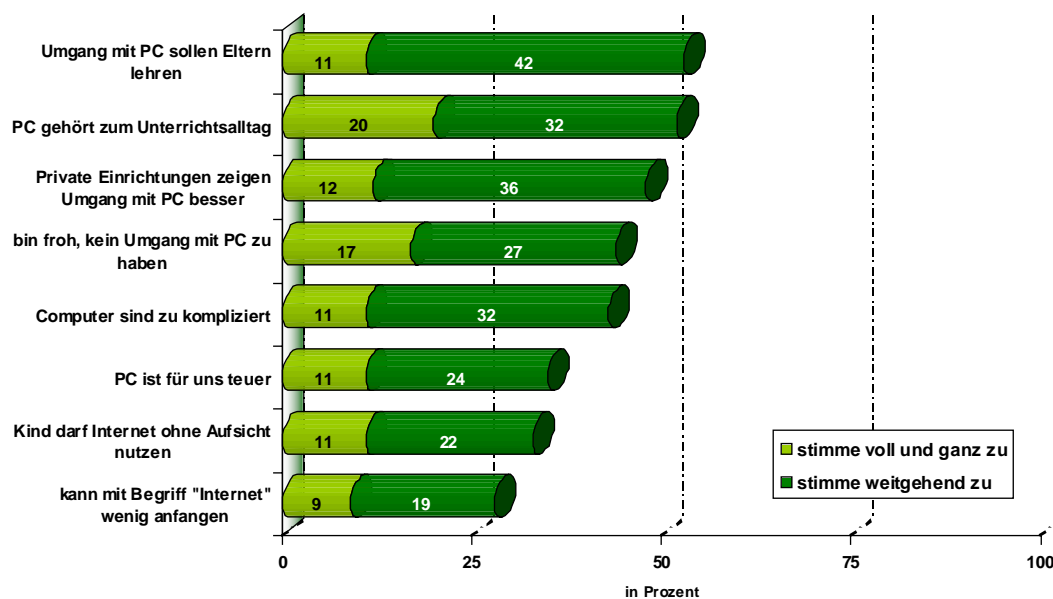
Quelle: KIM 2005

Basis: alle Erziehungsberechtigten, n=1.203

Ablehnende Statements zu Computer und Internet rangieren insgesamt am Ende der Liste, trotzdem sind mehr als 40 Prozent froh darüber, keinen Umgang mit Computern zu haben, weil sie diese u. a. als zu kompliziert einschätzen. Auch ist der Anteil derer, die nach eigenen Angaben mit dem Begriff „Internet“ wenig anfangen können, mit 28 Prozent recht hoch. Bedenklich muss es auch stimmen, wenn ein Drittel der Eltern finanzielle Belastungen anführt, die dem Umgang mit Computern im Wege stehen.

## Aussagen zu Computer und Internet (2)

- Angaben der Erziehungsberechtigten -



Quelle: KIM 2005

Basis: alle Erziehungsberechtigten, n=1.203



## 16. Fazit

Die KIM-Studie 2005 des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest beschreibt die aktuelle Mediensituation der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren in Deutschland. Seit 1999 liefert diese repräsentative Langzeitstudie Daten zum Medienumgang von Kindern und Einstellungen der Erziehungsberechtigten.

Die häufigste Freizeitbeschäftigung von Kindern ist Fernsehen, Hausaufgabenmachen und das Treffen mit Freunden. Wenn auch ein Viertel der Kinder regelmäßig MP3-Dateien nutzt, sind immer noch Musikkassetten und CDs die vorrangigen Hörmedien für Kinder. Die Zuwendung zum Radio hat gegenüber 2003 abgenommen. Zunehmende Nutzung ist beim Computer, dem Internet und dem Handy zu verzeichnen. Der Fernseher ist nicht nur das am meisten genutzte, sondern auch das beliebteste Medium. Auf ihn können die Kinder derzeit noch am wenigsten verzichten.

Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, sind medientechnisch gut ausgestattet. Fernseher, Handy und Videorekorder sind flächendeckend vorhanden. Die Ausstattung mit Computern hat sich weiter erhöht. Deutliche Zuwächse haben die Haushalte beim Internetzugang und bei der Verbreitung von DVD-Playern. Die bei Kindern am weitesten verbreiteten Geräte sind Audioabspielgeräte wie Kassettenrekorder und CD-Player. Fast jedes zweite Kind zwischen sechs und 13 hat einen Gameboy, einen eigenen Fernseher oder ein Mobiltelefon. Jedes zehnte Kind besitzt einen eigenen Computer, dreimal so viele eine eigene Spielkonsole. Einen MP3-Player hat jedes fünfte Kind.

Ein Sonderthema der KIM-Studie 2005 ist „Angst und Fernsehen“. Für die überwiegende Mehrheit scheint Angst beim Fernsehen kein Thema zu sein, eine Einschätzung, die auch von den Erziehungsberechtigten bestätigt wird. Nur ein ganz geringer Teil der Kinder empfindet häufiger Angst beim Fernsehen. Grund für diese Ängste können sowohl fiktionale als auch reale Sendungen sein, wobei die Spielfilme hier überwiegen, aber auch Nachrichtensendungen und Dokumentationen sind in diesem Kontext für Kinder nicht unproblematisch.

In einer von elektronischen Medien dominierten Welt hat sich das Buch als Medium für Kinder behauptet. Über die Hälfte der Kinder gibt an, gerne zu lesen und tut dies auch regelmäßig. Mädchen sind weiterhin stärker an Büchern interessiert als Jungen. Das aktuell am häufigsten gelesene Buch ist auch 2005 ein Abenteuer von „Harry Potter“.

Der Umgang mit dem Computer zählt für immer mehr Kinder zum Alltag. Drei Viertel der Kinder kann man zu den Computernutzern zählen, jeder zweite Sechs- oder Siebenjährige hat schon Computerefahrung gesammelt. Bei den Kindern haben die Eltern noch ein Auge auf die Computernutzung, nur jedes Vierte Kind darf am Computer machen, was es will. Kinder stehen dem Computer positiv gegenüber, die Mehrheit findet Computer einfach toll.

Am häufigsten nutzen Kinder den Computer zum Spielen: Über die Hälfte der Kinder zählt zu den regelmäßigen Computerspielern, 30 Prozent aller Kinder spielen nie. Die große Mehrheit spielt allerdings nach eigenen Angaben im Durchschnitt weniger als eine Stunde am Tag. Am liebsten spielen Kinder Simulations- und Strategiespiele, 2005 wurde das Spiel „Die Sims“ am häufigsten als liebstes Computerspiel genannt. Die Spiele bekommen Kinder überwiegend von ihren Eltern geschenkt. Die Kaufentscheidung treffen meist Kind und Eltern zusammen, nur ein Viertel darf die Spiele selbst aussuchen.

Die Internetnutzung hat weiter zugenommen, über die Hälfte der Kinder war schon einmal online. Dabei sind zwei Drittel davon regelmäßige Nutzer, Jungen wie Mädchen gleichermaßen. Im Internet nutzen sie vor allem Seiten für Kinder, häufig werden auch Informationen für die Schule gesucht oder E-Mails verschickt. Kinder surfen gerne auf Seiten von Fernsehsendungen, -veranstaltungen oder Zeitschriften. Hinweise auf Internetseiten bekommen Kinder von Freunden und den Eltern sowie aus dem Fernsehen, zunehmend werden auch Suchmaschinen eingesetzt. Bereits ein Viertel der Kinder mit Interneterfahrung chattet regelmäßig.

In der KIM-Studie wurden verschiedene technische Kompetenzen abgefragt. Kinder können am besten mit dem Handy umgehen, im Umgang mit Computertechnik ist nur ein kleiner Teil der Kinder versiert. Was medienpraktische Projekte betrifft, hatten bisher nur wenige Kinder eigene Erfahrungen sammeln können. Wenn dies der Fall war, geschah dies vor allem bei Zeitungsprojekten. Der Wunsch, selbst an Medien mitzuwirken ist groß, am liebsten würden Kinder gerne bei Videoprojekten mitarbeiten.

Die Einstellung der Erziehungsberechtigten gegenüber den Medien und vor allem gegenüber dem Computer ist ambivalent. Die Notwendigkeit diese zu beherrschen, steht außer Frage, jedoch bestehen noch viele Vorbehalte bei den Eltern. Über ein Viertel kann mit dem Begriff „Internet“ wenig anfangen. Die Eltern sind mehrheitlich der Ansicht, dass das Internet für Kinder gefährlich ist. Allerdings haben nur wenige Eltern hieraus auch Konsequenzen gezogen. Der Einsatz von Filtersystemen ist eher die Ausnahme, viele Eltern haben hierbei noch Informationsbedarf.



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

Geschäftsstelle Stuttgart, Thomas Rathgeb

[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

**))) LFK**  
Landesanstalt für Kommunikation  
Baden-Württemberg

Albrecht Kutteroff  
Tina König

**||| LMK**

Landeszentrale für  
Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz

Peter Behrens  
Thomas Schmid

**In Zusammenarbeit mit:**  
SWR Medienforschung