

08



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

E

T

S

T

D

I

-

M

K

I

# KIM-STUDIE 2008

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 2008**

## **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)**

**Thomas Rathgeb**

**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>

Leitung:

Albrecht Kutteroff (LFK)

Peter Behrens (LMK)

Mitarbeit:

Tina König (LFK)

Thomas Schmid (LMK)

Stuttgart, Februar 2009

Redaktion:

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)

## Inhaltsverzeichnis

|  | Seite |
|--|-------|
| 1. Einführung und Methode                              | 3     |
| 2. Themeninteressen                                    | 5     |
| 3. Medienausstattung und Medienbesitz                  | 7     |
| 4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung         | 9     |
| 5. Vorbilder und Idole                                 | 14    |
| 6. Fernsehen   | 15    |
| 7. Musik, Radio und MP3                                | 19    |
| 8. Bücher und Lesen in der Freizeit                    | 23    |
| 9. Computer  | 25    |
| 9.1 Generelle Nutzung                                  | 25    |
| 9.2 Computerspiele und Spielkonsolen                   | 28    |
| 9.3 Alterskennzeichnung                                | 31    |
| 9.4 Lernprogramme                                      | 32    |
| 9.5 Computer und Schule                                | 34    |
| 10. Internet   | 38    |
| 10.1 Generelle Nutzung                                 | 38    |
| 10.2 Persönliche Daten im Internet                     | 42    |
| 10.3 Probleme bei der Internetnutzung                  | 43    |
| 10.4 Sicherheit im Internet                            | 44    |
| 11. Handy  | 46    |
| 12. Medienkompetenzen und medienpraktische Erfahrungen | 51    |
| 13. Medienfunktionen                                   | 54    |
| 14. Medienklima im Elternhaus                          | 55    |
| 15. Zusammenfassung                                    | 63    |



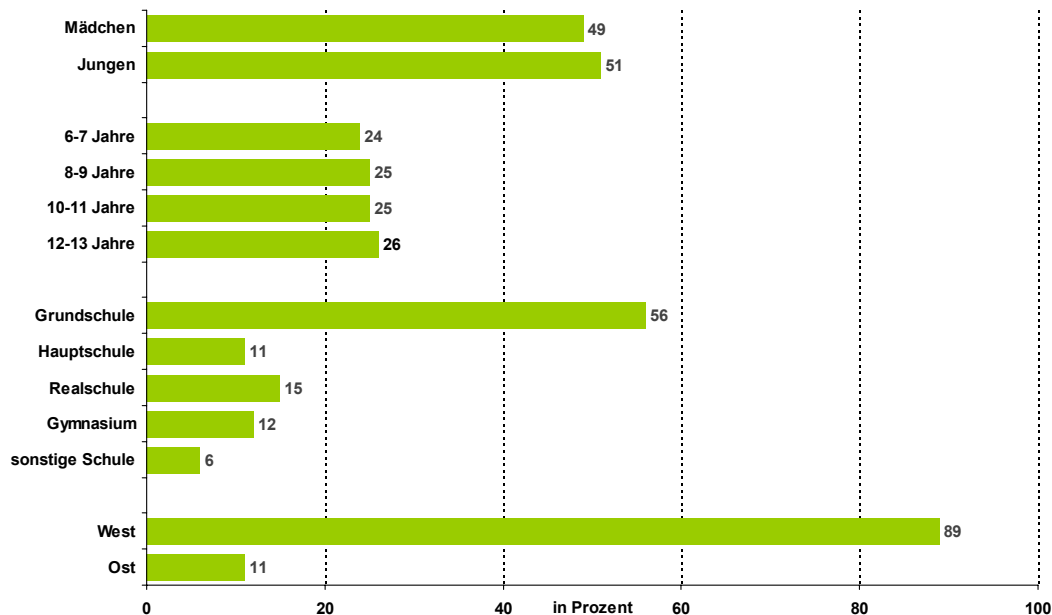
## 1. Einführung und Methode

Kinder und Medien sind ein zentrales Thema, wenn es um eine Standortbestimmung der Situation von Kindern geht. Medien spielen sowohl in der Freizeit als auch in der Schule eine zentrale Rolle. Medien begleiten den gesamten Tagesablauf von Kindern: vom Aufwachen mit dem Radiowecker über die Nutzung von Lernprogrammen in der Schule, dem MP3-Player auf dem Nachhauseweg, dem Hausaufgabenmachen mit Hilfe des Computers, der Kommunikation mit den Freunden über das Internet, dem Verabreden zum Spielen per SMS mit dem Handy, dem Computerspielen mit den Freunden und der täglichen Vorabendserie im Fernsehen bis hin zu ein paar Seiten Harry Potter vor dem Schlafengehen. So oder ähnlich stellt sich heute der Alltag vieler Kinder dar. Wie dies genau aussieht, welche Tätigkeiten in welchem Alter und in welcher Häufigkeit eine Rolle spielen, wird in der KIM-Studie (Kinder und Medien) vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1999 regelmäßig untersucht. Die hohe Durchdringung des Alltags mit Medientätigkeiten, die Zeit, die mit Medien gebunden wird, macht die Mediennutzung zu einem Schlüsselthema bei der Betrachtung der aktuellen Situation der Kinder. Ob in der individuellen Entwicklung oder beim Thema „Schule und Bildung“, ob bei der Freizeitgestaltung oder dem sozialen Zusammenleben der Kinder und der Familien – die Mediennutzung ist immer relevant – mal mehr, mal weniger. Umso wichtiger ist eine kontinuierliche Erfassung der aktuellen Situation in den Kinderzimmern und in den Familien. Denn ein wichtiger Aspekt ist hierbei, inwieweit die Eltern die aktuellen Entwicklungen erkennen und die Mediensozialisation ihrer Kinder aktiv begleiten. Dies gilt auch für Pädagogen in Schulen und außerschulischen Einrichtungen. Angesichts der sehr dynamischen Medienwelt ist eine objektive Datenlage zum Medienumgang von Kindern unerlässlich.

Die KIM-Studie erfasst den gesamten Medienumgang von Kindern, also Fernsehen, Radio, MP3, Lesen, Computer, Internet und Handy. Weiter werden Themeninteressen, Freizeitverhalten, Medienbindung und Vorbilder erfragt. Die Besonderheit der KIM-Studie ist, dass auch die Haupterzieher, in der Regel die Mütter, mit einem schriftlichen Fragebogen einbezogen werden. Somit können ergänzend zu den Angaben der Kinder Informationen zur Mediennutzung der Haupterzieher, zu deren Einstellungen und zum Medienverhalten in der Familie erfasst werden.

Herausgeber der Studienreihe KIM ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), der gemeinsam von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) getragen wird. Die Durchführung der KIM-Studie erfolgt in Kooperation mit der SWR Medienforschung.

### KIM-Studie 2008 Soziodemografie der befragten Kinder



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Wie in den Vorgängerstudien umfasst die Grundgesamtheit der KIM-Studie 2008 die ca. sechs Millionen deutschsprachigen Schulkinder im Alter von 6 bis 13 Jahren und deren primäre Erziehungspersonen (Haupterzieher). Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Stichprobe von jeweils 1.206 Zielpersonen in der Zeit vom 29. Mai bis 10. Juli 2008 befragt. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK-Institut, Taunusstein.

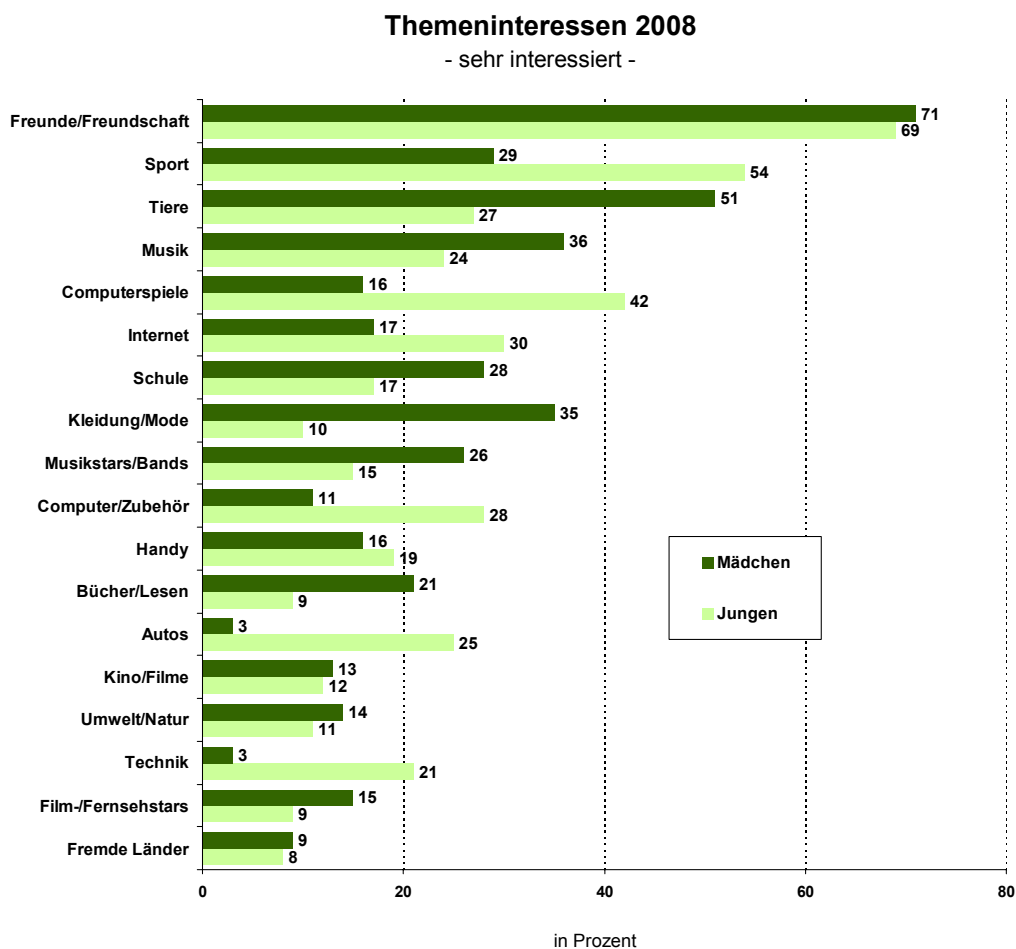
Aus Gründen der Lesbarkeit bedient sich der vorliegende Bericht bei Personenbezeichnungen meist männlicher Substantive, schließt die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich mit ein. Wenn beispielsweise von Nutzern die Rede ist, so sind stets Nutzerinnen und Nutzer gemeint, es sei denn,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

## 2. Themeninteressen

Wie sich die Interessenlage der Kinder darstellt, wird in der KIM-Studie anhand von 18 vorgegebenen Themenbereichen erfragt, zu denen die Kinder angeben, ob sie diese sehr interessant, interessant, weniger oder gar nicht interessant finden. Für fast alle Kinder ist „Freunde/Freundschaft“ wichtig, mehr als drei Viertel begeistern sich für „Sport“, „Schule“, „Musik“ und „Tiere“. „Computerspielen“ steht an sechster Stelle, zwei Drittel der Kinder zeigen hierfür Interesse. „Kino/Filme“, „Musikstars/Bands“, „Kleidung/Mode“ und das Internet sind für sechs von zehn Kindern ein Thema. Etwas mehr als die Hälfte finden an den Themen „Umwelt/Natur“, „Handy“ und „Computer/Zubehör“ Gefallen. Für jedes zweite Kind sind „Bücher/Lesen“ sowie „Film-/Fernsehstars“ ein Thema. Zwei Fünftel finden Interesse an „Technik“, „fremden Ländern“ und „Autos“.



Die Vorlieben von Jungen und Mädchen unterscheiden sich deutlich, Ausnahmen machen lediglich die Themen „Handy“, „Kino/Filme“, „Umwelt/Natur“ und „fremde Länder“, für die beide Geschlechter ähnliches Interesse zeigen. Für Jungen sind vor allem Sport, Computer- und Computerspiele, das Internet, Autos und Technik von größerem Interesse, für Mädchen haben Tiere, Kleidung, Schule und Musikthemen einen größeren Stellenwert.



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Mit zunehmendem Alter ändern sich die Interessen der Kinder. Vor allem die Medienthemen „Computer“, „Computerspiele“, „Handy“ und „Kino/Filme“ werden vermehrt interessant, auch „Kleidung/Mode“, „Musik“ und „Musikstars/Bands“ werden wichtiger. Am deutlichsten verlieren bei älteren Kindern die Themen „Schule“ und „Tiere“.

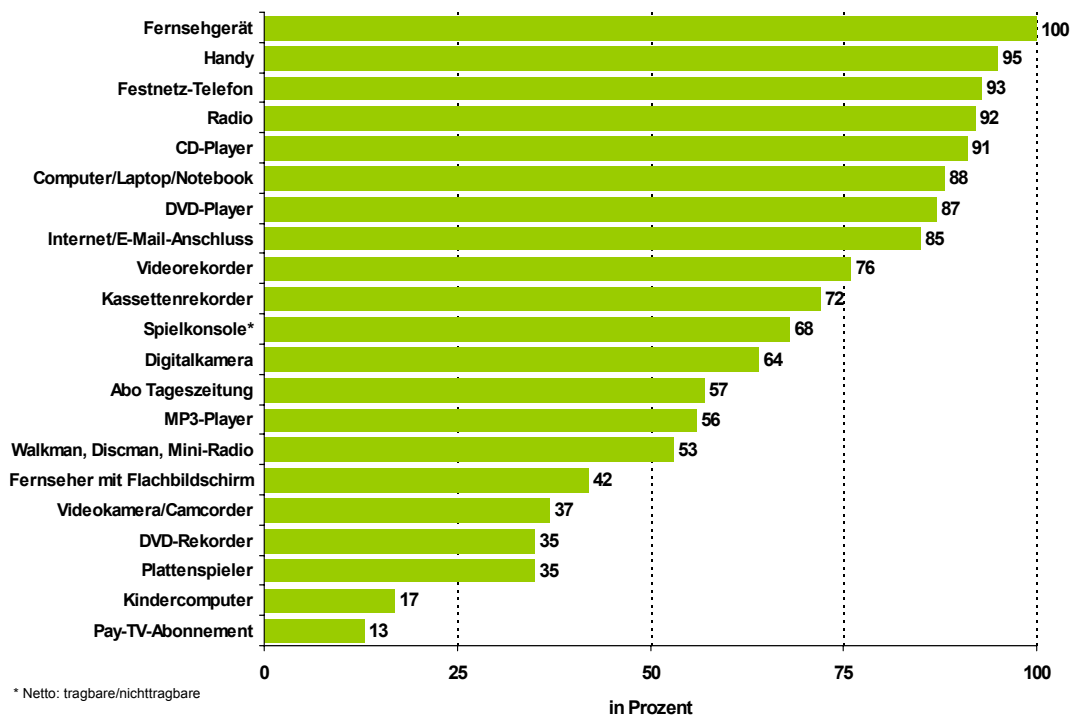
Im Vergleich zur KIM-Studie 2006 zeigen Kinder 2008 weniger Interesse für Kino und Filme, Stars aus Musik, Film und Fernsehen sowie für die Themen „Technik“, „fremde Länder“ und „Autos“. Dagegen begeistert das Thema „Internet“ zunehmend mehr Kinder.

### 3. Medienausstattung und Medienbesitz

In jedem Haushalt, in dem Kinder aufwachsen, ist ein Fernsehgerät vorhanden, auch die weitere Ausstattung mit Medientechnik ist sehr gut und überwiegend höher als im bundesdeutschen Durchschnitt. Fast alle Haushalte haben ein Handy, ein Festnetztelefon ein Radio und einen CD-Player. 88 Prozent haben einen Computer und 85 Prozent einen Internetzugang zuhause. Zwei Drittel der Haushalte besitzen eine tragbare oder nichttragbare Spielkonsole, 64 Prozent haben eine Digitalkamera zur Verfügung. Etwas mehr als jeder zweite Haushalt hat eine Tageszeitung abonniert. Ebenso häufig sind MP3-Player und andere tragbare Musikgeräte vorhanden. Den größten Zuwachs gegenüber der Vorgängerstudie 2006 haben MP3-Player sowie DVD-Player und -Rekorder zu verzeichnen, auch der Zugang zum Internet ist weiter angestiegen. Der Anteil der Haushalte mit Flachbildfernsehern hat sich mehr als verdoppelt.

#### Geräteausstattung im Haushalt 2008

- Auswahl / Angaben des Haupterziehers -

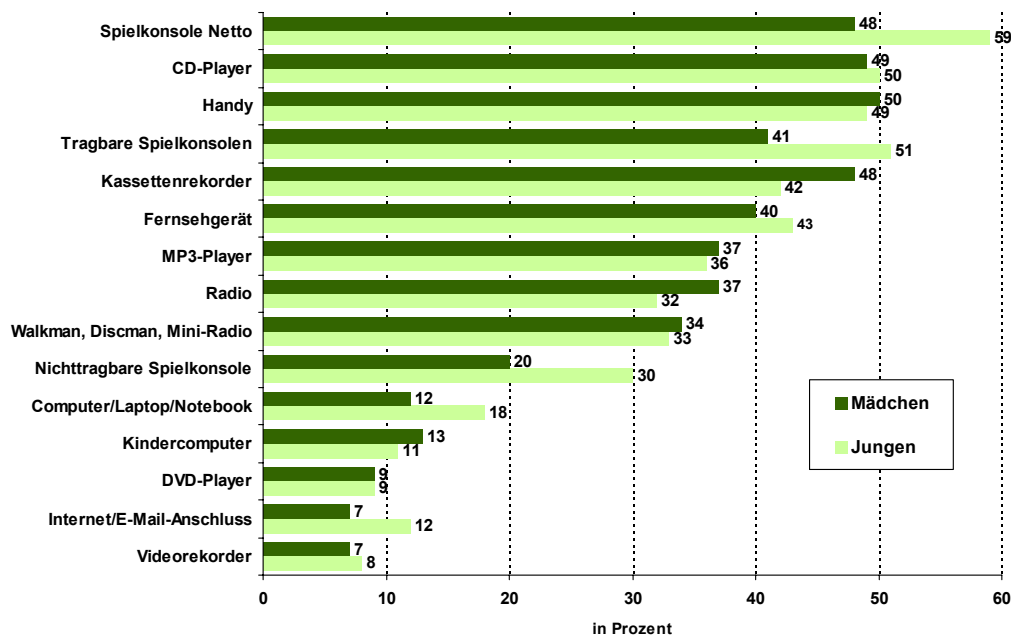


Ein wichtiges Merkmal, das den Medienbesitz der Haushalte differenziert, ist das Nettoeinkommen. Haushalte mit einem durchschnittlichen Nettoeinkommen von bis zu 1.500 Euro haben in der Regel weniger Geräte zur Verfügung als Haushalte, die ein durchschnittliches Einkommen von über 2.500 Euro angeben. Besonders deutlich sind die Unterschiede bei Digitalkameras, Internetzugang, Tageszeitungsabo, Videokamera und

Flachbildschirmfernseher, die in Haushalten mit geringem Einkommen weit unter der Ausstattung der besser situierten Haushalte liegen.

Neben der Haushaltsausstattung werden die Erziehungsberechtigten auch nach dem Gerätebesitz der Kinder gefragt. Am häufigsten finden sich in den Kinderzimmern Spielkonsolen (53 %, tragbare oder nichttragbare), eine tragbare Spielkonsole haben 46 Prozent, eine nichttragbare 25 Prozent. Jedes zweite Kind hat ein eigenes Handy oder einen CD-Player. Bei 42 Prozent der Kinder steht ein eigener Fernseher im Kinderzimmer. Mehr als ein Drittel der Kinder besitzt jeweils einen MP3-Player, ein Radio oder einen Walk-/Discman. 15 Prozent steht ein eigener Computer zur Verfügung und etwa jedes zehnte Kind kann vom eigenen Zimmer aus ins Internet gehen. Vor allem bei Spielkonsolen, Computern und Internet sind Jungen deutlich besser ausgestattet als Mädchen.

### Gerätebesitz der Kinder 2008 - Angaben des Haupterziehers -



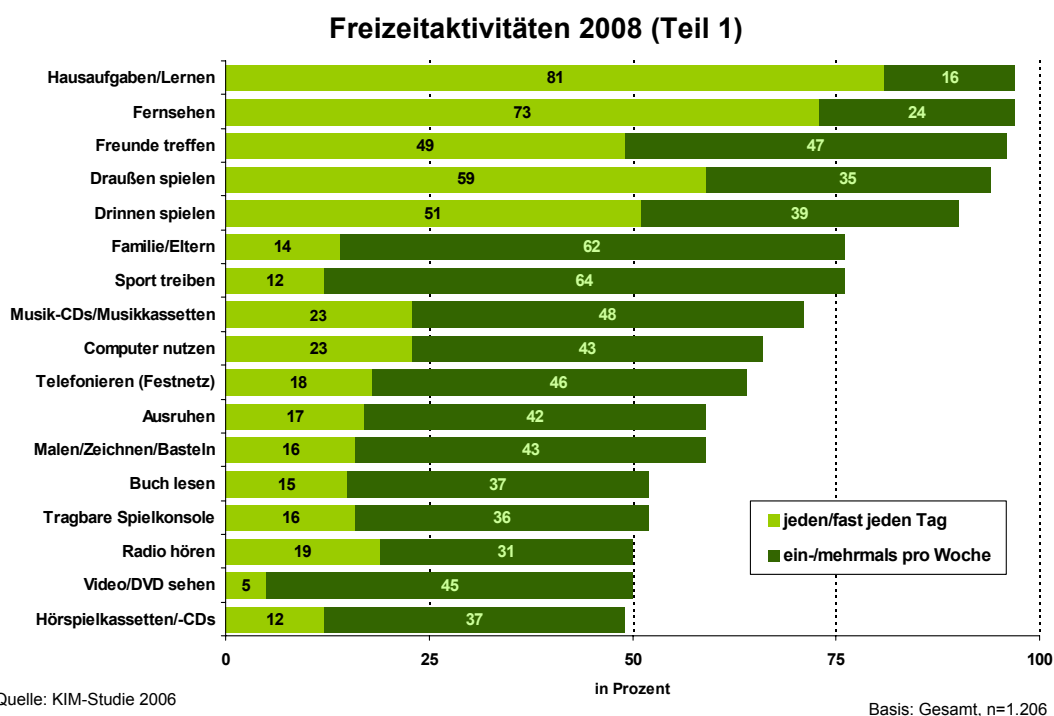
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Im Vergleich zur KIM-Studie 2006 haben vor allem Handy und MP3-Player bei Kindern deutlich mehr Verbreitung gefunden. Herkömmliche Musikabspielgeräte wie CD-Player, Kassettenrekorder und Walkman sowie das Radio sind dagegen rückläufig. Bei Fernseher, Computer und Internet bleiben die Werte weitgehend stabil.

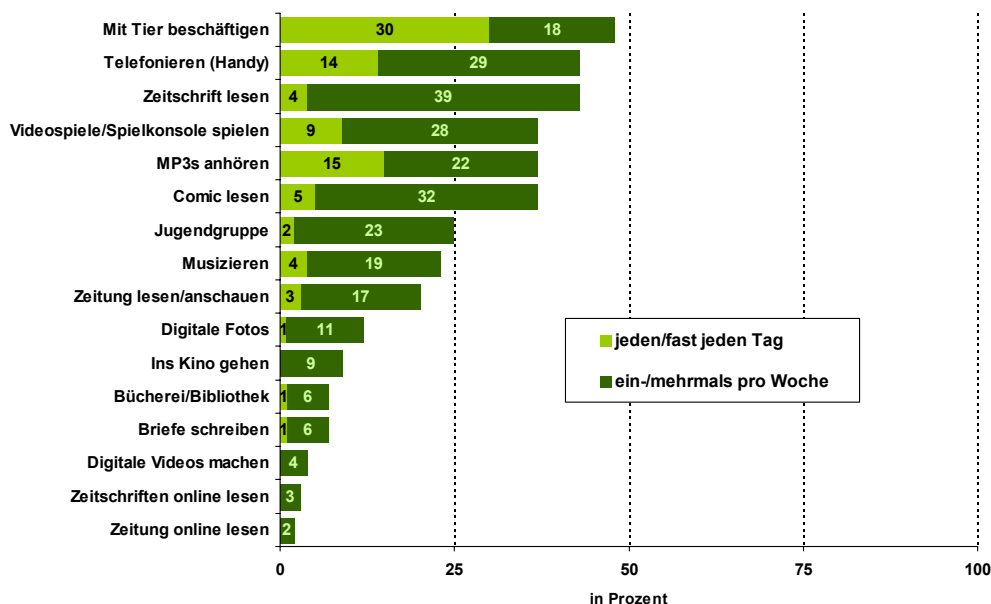
## 4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

Welchen Beschäftigungen und Tätigkeiten Kinder in ihrer Freizeit nachgehen und welcher Stellenwert hierbei den Medien zukommt, untersucht die KIM-Studie anhand von 33 vorgegebenen Tätigkeiten. Erfasst wurde jeweils die Häufigkeit der Nutzung („jeden/fast jeden Tag“, „ein-/mehrmals pro Woche“, „seltener“ oder „nie“). Bei der regelmäßigen Nutzung, also zumindest einmal pro Woche, sind die häufigsten Tätigkeiten „Hausaufgaben machen“ oder „Lernen“, „Fernsehen“ und „mit Freunden treffen“, dies machen fast alle Kinder regelmäßig. Ebenso häufig spielen 9 von 10 Kindern draußen oder drinnen. Jeweils drei Viertel der Kinder treiben regelmäßig Sport und unternehmen etwas mit der Familie. Zwei Drittel der 6- bis 13-Jährigen sitzen bereits regelmäßig am Computerbildschirm. Mehr als die Hälfte der Kinder liest mindestens einmal pro Woche Bücher oder greift zu einer tragbaren Spielkonsole. Jedes zweite Kind ist regelmäßiger Radiohörer, ebenso viele sehen zumindest wöchentlich Videos oder DVDs.



Hörspiele sind für knapp die Hälfte der Kinder eine Freizeitoption, gleiches gilt für die Beschäftigung mit Haustieren. Jeweils 43 Prozent nutzen regelmäßig ein Handy oder lesen Zeitschriften. Spielkonsolen, MP3 und Comics sind für knapp zwei Fünftel wöchentliche Freizeitbeschäftigungen. Ein Fünftel liest regelmäßig eine Zeitung, 12 Prozent beschäftigen sich mit Digitalfotografie.

### Freizeitaktivitäten 2008 (Teil 2)



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

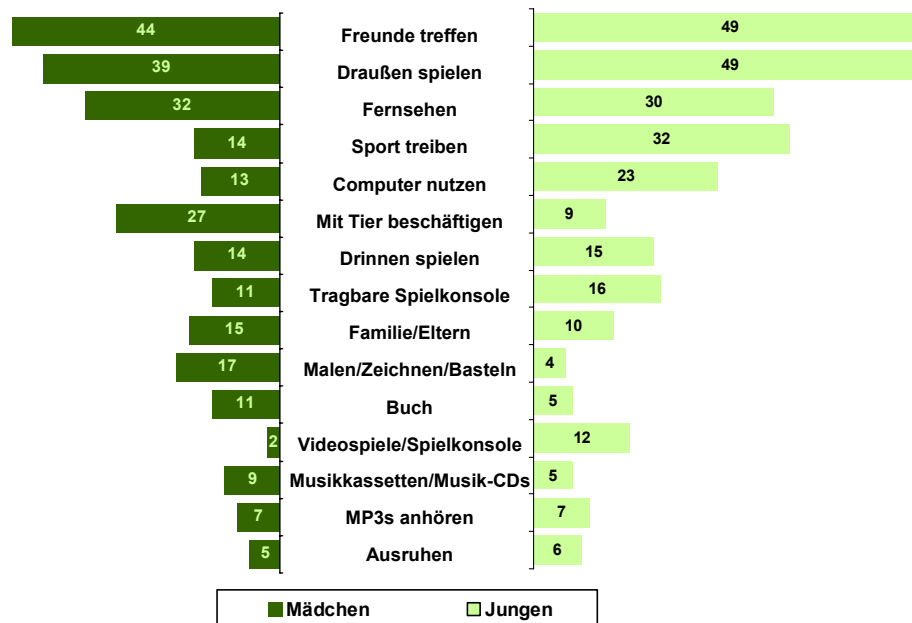
Mädchen sind häufiger kreativ und malen oder basteln, sie beschäftigen sich häufiger mit Haustieren, lesen und nutzen zu einem höheren Anteil Hörspiele und machen eher selbst Musik. Jungen hingegen nutzen zu einem größeren Anteil Computer- und Konsolenspiele, lesen mehr Comics und treiben häufiger Sport.

Befragt man die Kinder nach ihren drei Lieblingsbeschäftigungen unter den vorgegebenen Aktivitäten, so steht das Treffen mit Freunden an erster Stelle, gefolgt von Draußen-Spielen und Fernsehen. Knapp ein Viertel zählt Sport zu den drei liebsten Beschäftigungen. Jeweils 18 Prozent entscheiden sich für Computer und Haustiere als bevorzugte Tätigkeit.

Wie bei der Nutzungshäufigkeit unterscheiden sich auch bei der Beliebtheit die Geschlechter. So haben Jungen eine größere Vorliebe für das Treffen mit Freunden, Draußen-Spielen und Sport. Auch Computer sowie Computer- und Konsolenspiele sind bei Jungen beliebter. Mädchen beschäftigen sich lieber mit Haustieren, unternehmen häufiger etwas mit der Familie, bevorzugen Bücher und haben eine größere Vorliebe für kreative Tätigkeiten.

### Liebste Freizeitaktivitäten 2008

- bis zu drei Nennungen -



Quelle: KIM-Studie 2008, Nennungen ab 5 Prozent

Basis: Gesamt, n=1.206

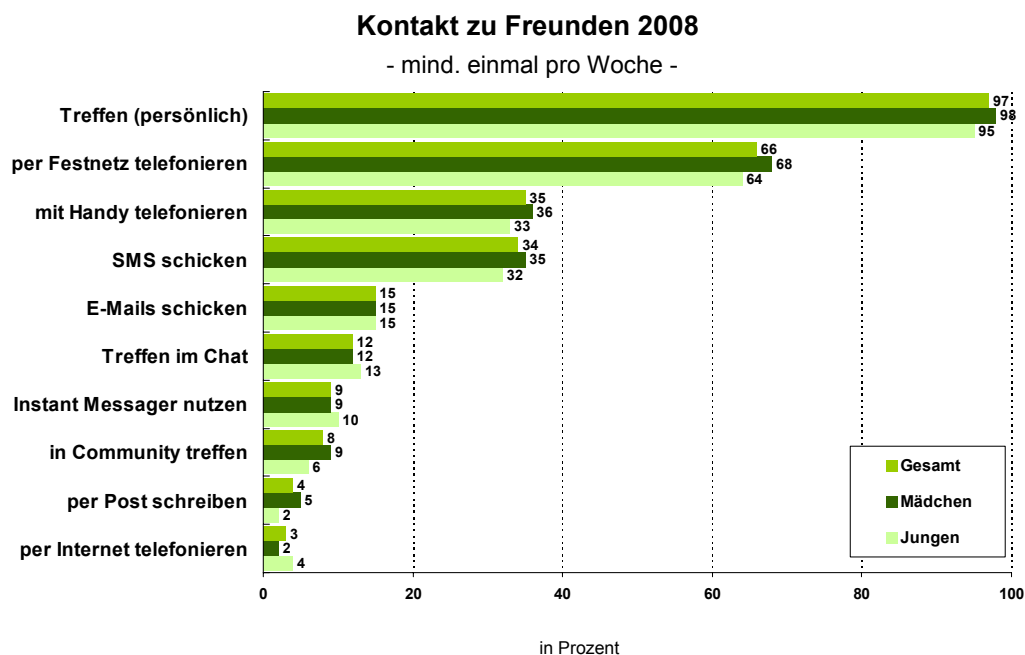
Vergleicht man die liebsten Freizeitaktivitäten mit den Ergebnissen der KIM-Studie 2006, fällt vor allem auf, dass die Vorliebe für den Computer etwas rückläufig ist, dagegen werden tragbare Spielkonsolen, Bücher und MP3s häufiger genannt.

Mit zunehmendem Alter wird der Freundeskreis immer wichtiger; und auch Sport, Computernutzung und MP3 steigen in der Gunst der Kinder an. Hingegen büßen Spielen, kreative Tätigkeiten und Familienunternehmungen an Beliebtheit ein.

Medienbesitz und Freizeitaktivitäten zeigen, dass Kinder heute viele mediale Möglichkeiten haben und diese in den unterschiedlichsten Kontexten nutzen. Vor dem Hintergrund der großen Bedeutung des Freundeskreises stellt sich die Frage, inwieweit sie diese Optionen auch im Alltag, im Kontakt zu den Freunden einsetzen. Hierzu wurden die innerhalb einer Woche genutzten Kontaktformen erfragt.<sup>1</sup> Bei den 6- bis 13-Jährigen ist das reale Treffen mit den Freunden mit Abstand am häufigsten (97 %). Zwei Drittel der Kinder pflegen ihre Kontakte mit dem Festnetztelefon, etwa ein Drittel nutzt das Handy zum Telefonieren oder per SMS. 15 Prozent unterhalten sich mindestens einmal wöchentlich mit ihren Freunden per E-Mail, 12 Prozent tun dies im Chat. Nicht einmal jeder Zehnte nutzt regelmäßig Instant Messenger oder Communities, um mit seinen Freunden in Kontakt zu bleiben. Für Kinder

<sup>1</sup> Fragestellung: „Hier sind einige Möglichkeiten aufgeschrieben, wie man Kontakt zu seinen Freunden haben kann. Wie oft hast du auf diese Weise Kontakt zu deinen Freunden? Ist das jeden/fast jeden Tag, ein-/mehrmals in der Woche, seltener oder nie?“

spielt das Internet als Kommunikationsmittel im Freundeskreis noch eine untergeordnete Rolle. Die „Netzwerke“ von Kindern funktionieren überwiegend über den persönlichen Kontakt und Telefonate.



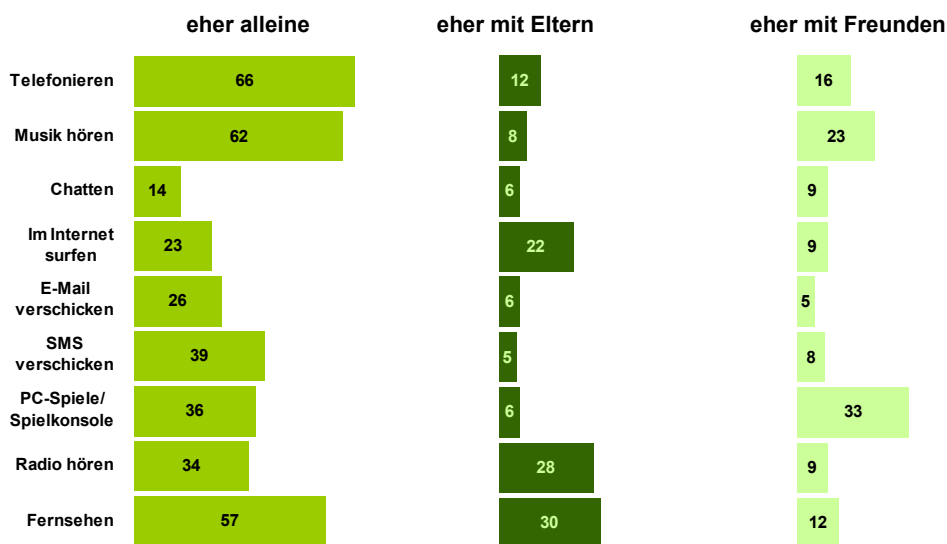
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

In der KIM-Studie 2008 sollten die befragten Kinder für eine Reihe von Medientätigkeiten angeben, ob sie diese eher alleine, eher mit Freunden oder eher mit den Eltern gemeinsam nutzen. Hieran lässt sich aufzeigen, inwieweit die Kinder in der Lage sind, eigenständig mit Medien umzugehen, welche Rolle diese Medien als gemeinsames Erlebnis im Freundeskreis spielen und nicht zuletzt inwieweit Eltern ihre Kinder bei der Mediennutzung begleiten. Per Telefon, E-Mail oder SMS wird meist alleine kommuniziert, hier spielt die Privatsphäre eine große Rolle. Auch Musik und Radio werden häufig ohne weitere Beteiligte genutzt. Gemeinsame mediale Familienerlebnisse gibt es am ehesten beim Fernsehen, beim Radiohören und bei gemeinsamen Internetsitzungen. Zusammen mit Freunden werden vor allem Computer- und Konsolenspiele genutzt und auch Musik wird oft im Freundeskreis gehört.

Insbesondere bei Kindern gilt ein besonderes Augenmerk der Mediennutzung ohne weitere Begleitung. Bereits bei den 6- bis 7-Jährigen nutzen mehr als die Hälfte selbstständig das Telefon und hören alleine Musik. Auch Fernsehen, Radio und Computerspiele werden häufig alleine genutzt. Allerdings zeigt sich, dass unter den jüngeren Kindern nur sehr wenige das Internet und dessen Dienste ohne Begleitung in Anspruch nehmen. Mit zunehmendem Alter zeigt sich hier eine größere Eigenständigkeit.

### Mediennutzung: mache ich ...

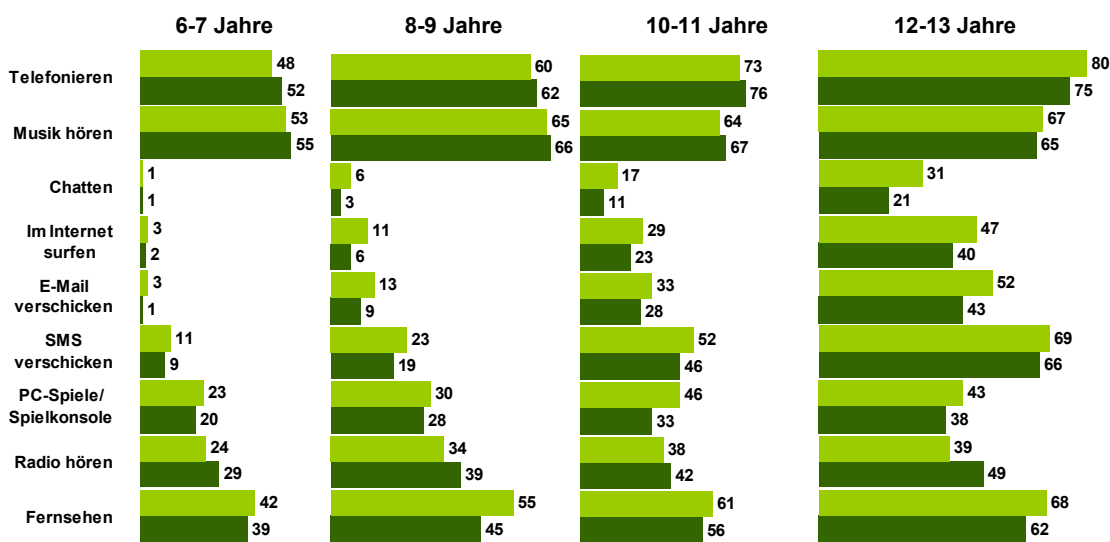


in Prozent

Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

### Mediennutzung 2008/2006: mache ich eher alleine ...



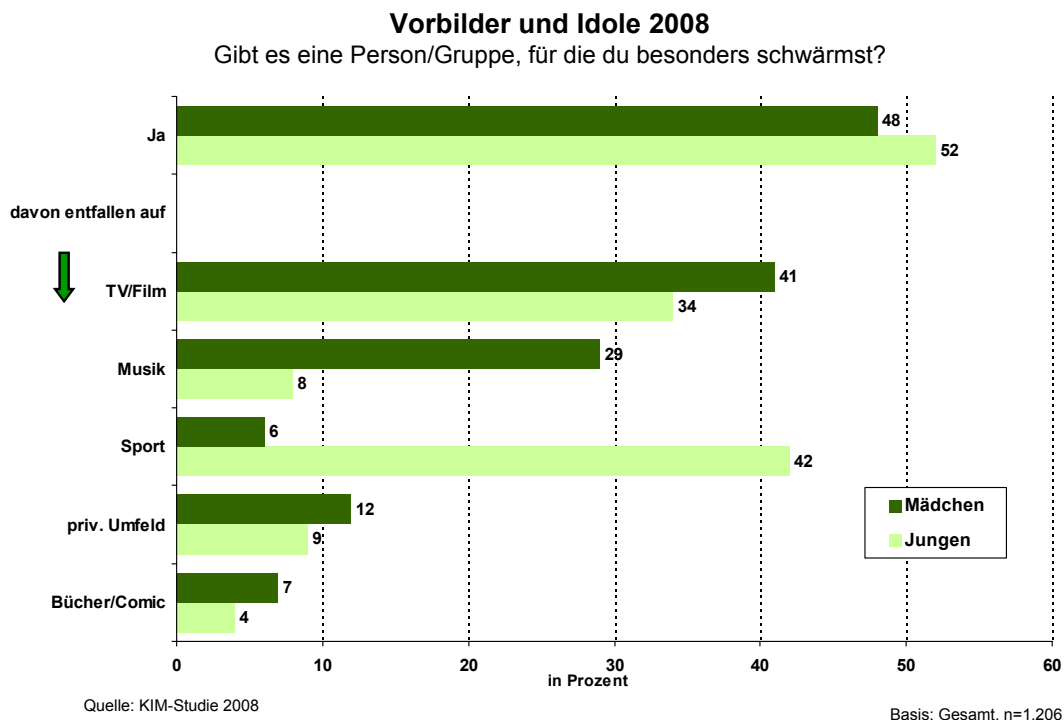
Quelle: KIM-Studie 2008, KIM-Studie 2006, Angaben in Prozent

■ 2006 (n=1.203) ■ 2006 (n=1.206)

Basis: Gesamt

## 5. Vorbilder und Idole

Jedes zweite Kind schwärmt für eine bestimmte Person oder eine Gruppe. Am häufigsten geben diese Kinder an, sich Personen aus Film und Fernsehen zum Vorbild zu nehmen (37 %). Jeder Vierte orientiert sich an einem Sportler, jeder Fünfte hat ein Idol aus der Musikbranche, jedes zehnte Kind hat ein Vorbild im privaten Umfeld und jeder Zwanzigste schwärmt für eine Person aus der Literatur bzw. einem Comic. Jungen begeistern sich eher für Sportidole, Mädchen orientieren sich mehr an Film- und Fernsehstars und schwärmen für Musikinterpreten. Auch finden mehr Mädchen als Jungen Vorbilder im privaten Bereich und in der Literatur. Die häufigsten Einzelnennungen entfallen im Sportbereich auf die Fußballnationalspieler Michael Ballack, Lukas Podolski und Bastian Schweinsteiger, die beliebtesten Musikidole sind Tokio Hotel und deren Frontman Bill, weiter finden sich hier Jimi Blue Ochseneck sowie der Gewinner einer TV-Castingshow, Thomas Godoj. Als Vorbilder aus Film und Fernsehen werden die Animationsfigur Sponge Bob Schwammkopf, Hannah Montana und Heidi Klum genannt. Aus der Literatur ist Harry Potter am beliebtesten.



Im Vergleich zu den vorangegangenen KIM-Studien ist der Anteil der Kinder, die für eine Person oder Gruppe schwärmen, mit etwa 50 Prozent sehr konstant. Der Anteil der Vorbilder aus dem Sport ist seit Jahren steigend. Tendenziell werden auch mehr Fernsehstars genannt. Musiker und private Vorbilder werden zunehmend seltener gewählt.

## 6. Fernsehen

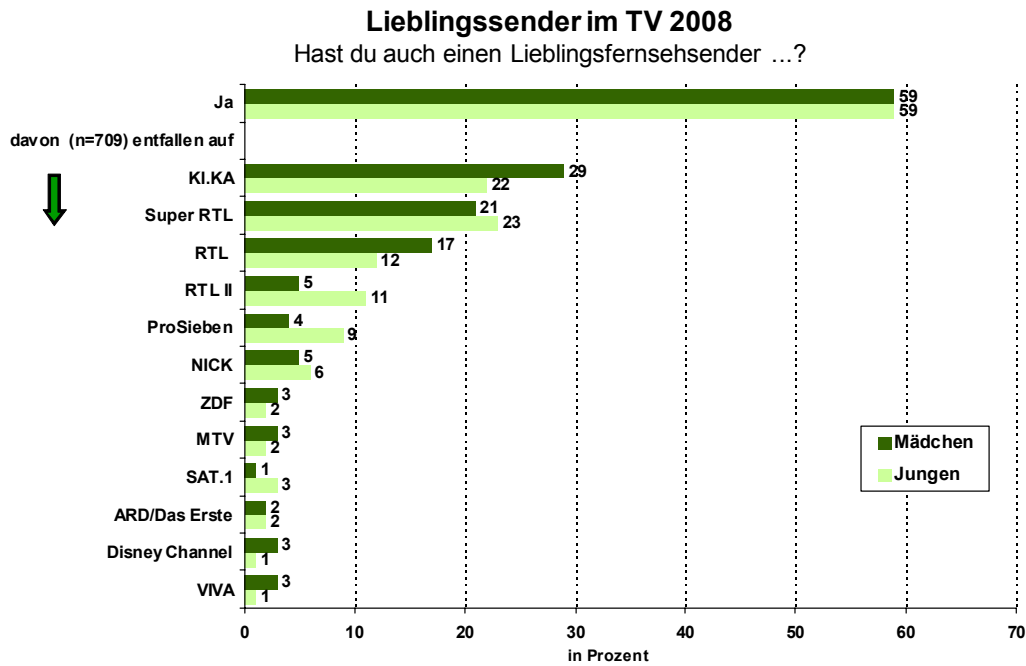
Trotz Computer, Internet und Spielkonsolen spielt das Fernsehen im Leben der 6- bis 13-Jährigen noch immer die wichtigste Rolle. Fernsehen ist die nicht nur die am häufigsten ausgeübte Medientätigkeit, sondern auch die beliebteste (siehe Kapitel 4). Nach Angaben der Haupterzieher sehen die 6- bis 13-Jährigen 91 Minuten täglich fern<sup>2</sup> (Computer: 40 Minuten, Radio: 37 Minuten, Lesen: 23 Minuten). Darüber hinaus weisen die Kinder dem Fernsehen gegenüber eine hohe emotionale Bindung auf, für zwei Drittel gilt es als das am wenigsten verzichtbare Medium. 42 Prozent der 6- bis 13-Jährigen haben nach Angaben ihrer Eltern ein eigenes Fernsehgerät im Zimmer, eine höhere Besitzrate weisen nur das Handy, CD-Player (je 50 %) und Spielkonsolen (tragbar oder stationär) auf (53 %).

72 Prozent der Kinder haben eine Lieblingssendung im Fernsehen, die sie besonders gern einschalten. Auf die Frage, um welche Sendung genau es sich hierbei handelt, spiegelt sich das breite Angebot sowohl an speziellen Kindersendungen als auch an Formaten für eine eigentlich ältere Zielgruppe in den sehr differenzierten Antworten wider. Insgesamt geben 9 Prozent „Sponge Bob Schwammkopf“ als liebste Fernsehsendung an – doppelt so viele Jungen (13 %) wie Mädchen (6 %). Vor allem die Jüngsten lieben die skurrilen Geschichten vom Meeresboden, bei den Älteren flaut die Begeisterung deutlich ab (6-7 Jahre: 19 %, 8-9 Jahre: 12 %, 10-11 und 12-13 Jahre: je 4 %). Am zweithäufigsten von jeweils 6 Prozent werden die Daily-Soap „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (Mädchen: 11 %, Jungen: 2 %, 6-7 Jahre: 1 %, 12-13 Jahre: 13 %) und das Animationsformat „Die Simpsons“ (Mädchen: 3 %, Jungen: 9 %, 6-7 Jahre: 2 %, 12-13 Jahre: 8 %) genannt. Jeweils 3 Prozent entfallen auf die „Sportschau“ (Jungen: 5 %, Mädchen: 0 %) und „Die Sendung mit der Maus“ (Mädchen: 4 %, Jungen: 3 %).

Die Folgefrage, ob es auch einen liebsten Fernsehsender gibt, beantworten 59 Prozent der Kinder positiv (2006: 60 %). Hiervon nennen 26 Prozent den öffentlich-rechtlichen Kinderkanal von ARD und ZDF (KI.KA) als Lieblingssender (2006: 21 %), Super RTL kommt mit 22 Prozent der Nennungen auf den zweiten Platz (2006: 22 %). Es folgen RTL (15 %), RTL II (8 %) und ProSieben (7 %). Das neben Super RTL zweite im Free-TV empfangbare private Kinderangebot NICK ist für 5 Prozent der Kinder mit Lieblingssender die erste Wahl. Mädchen geben häufiger als Jungen den KI.KA und RTL als liebsten Fernsehsender an. Für Jungen haben hingegen RTL II und ProSieben eine größere Relevanz als für Mädchen.

---

<sup>2</sup> Diese Einschätzungen des Haupterziehers decken sich mit den Messungen der GfK-Fernsehforschung für einen durchschnittlichen Tag des Jahres 2007 (Mo-So) in dieser Altersgruppe.

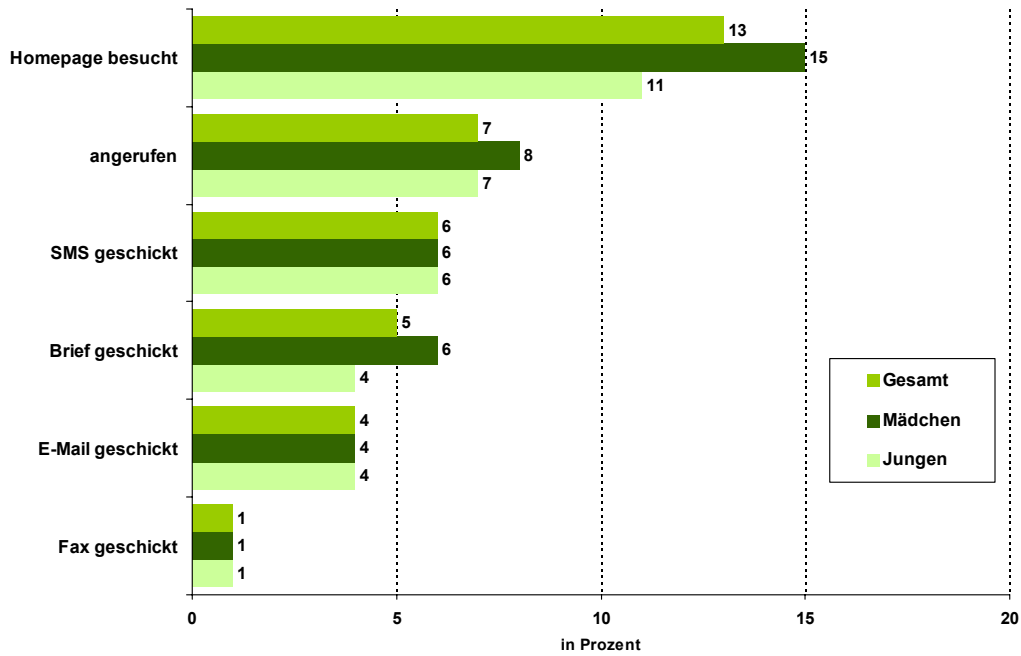


Unter dem Stichwort „Interaktivität“ und als Mittel der Zuschauerbindung bieten die Fernsehveranstalter auch die Kinderprogramme, eine Reihe verschiedener Möglichkeiten an, damit Sender und Nutzer in Kontakt treten können – sei es telefonisch, per Brief oder Fax oder inzwischen auch über das Internet. Der Zuschauer soll nicht nur Empfänger und Rezipient der Fernsehinhalte sein, sondern sich auch aktiv am Programm beteiligen.

Insgesamt hat ein Fünftel der Kinder schon einmal mit einem Sender oder einer speziellen Fernsehsendung Kontakt aufgenommen. Als Gründe<sup>3</sup> geben diese Kinder (n=257) vor allem die Teilnahme an Gewinnspielen (35 %, Mädchen: 28 %, Jungen: 44 %) oder bei Abstimmungen bzw. Votings (35 %, Mädchen: 41 %, Jungen: 28 %) an. Ein Viertel richtete sich mit konkreten Fragen an einen Fernsehveranstalter (Mädchen: 29 %; Jungen: 21 %), 11 Prozent wollten Grüße verschicken (Mädchen: 13 %, Jungen: 9 %), und 7 Prozent begründeten die Kontaktaufnahme damit, dass sie etwas bestellen oder kaufen wollten (Mädchen: 6 %, Jungen: 9 %).

<sup>3</sup> Die Abfrage erfolgte ohne Antwortvorgaben, die Kinder konnten mehrere Antworten geben.

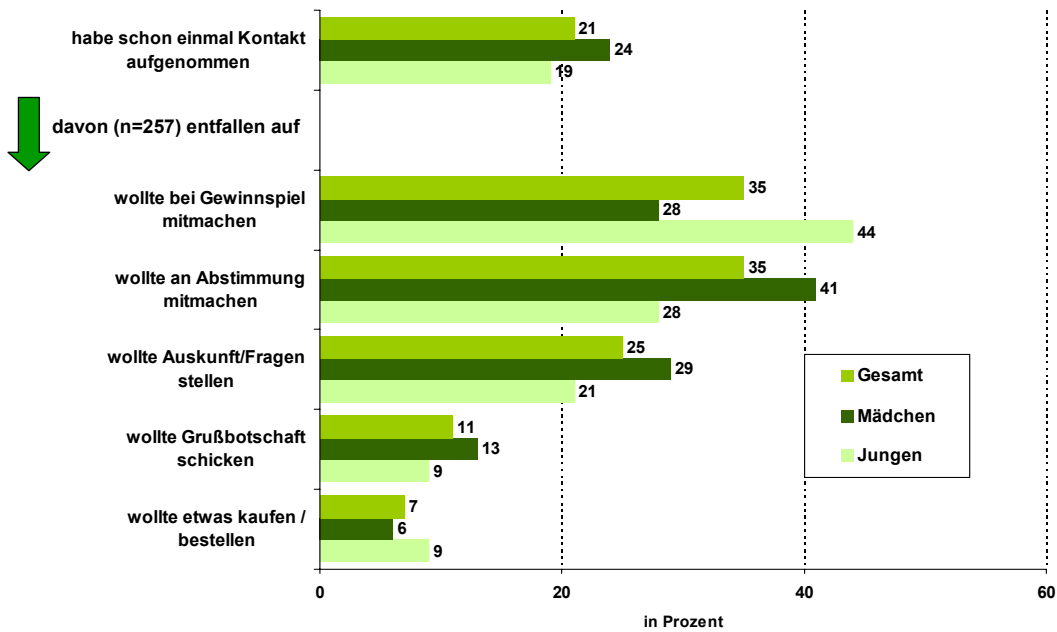
### Kontaktaufnahme mit Fernsehsender / Sendung: Schon einmal ...



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Befragte, die zumindest selten fernsehen, n=1.198

### Gründe für Kontaktaufnahme mit Fernsehsender / Sendung

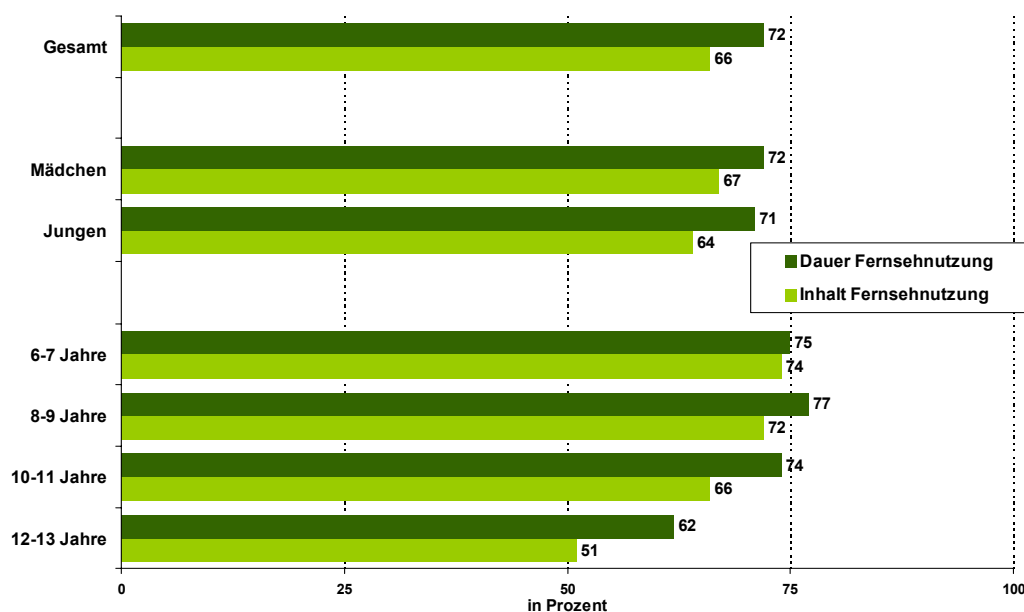


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Befragte, die zumindest selten fernsehen, n=1.198

Die Fernsehnutzung findet bei den meisten Kindern in enger Abstimmung mit den Eltern statt. Fast drei Viertel der 6- bis 13-Jährigen geben an, dass es zu Hause Regeln gibt, wie lange sie fernsehen dürfen. Etwas weniger groß ist der Anteil derer, die mit ihren Eltern die jeweils genutzten Fernsehinhalte absprechen (müssen). Dies gilt für Mädchen und Jungen gleichermaßen, im Altersverlauf zeigt sich, dass diese Regeln auch noch für mindestens die Hälfte der ältesten Kinder, die 12- bis 13-Jährigen, gilt. Diese Frage wurde im Übrigen auch an die Haupterzieher gestellt – deren Ergebnisse weisen die gleiche Struktur auf, liegen im Schnitt aber etwa zehn Prozentpunkte höher. Wunsch und Realität liegen in diesem Kontext also sehr eng beieinander.

### Absprachen zum Fernsehgang zwischen Eltern und Kind - Angaben Kinder -



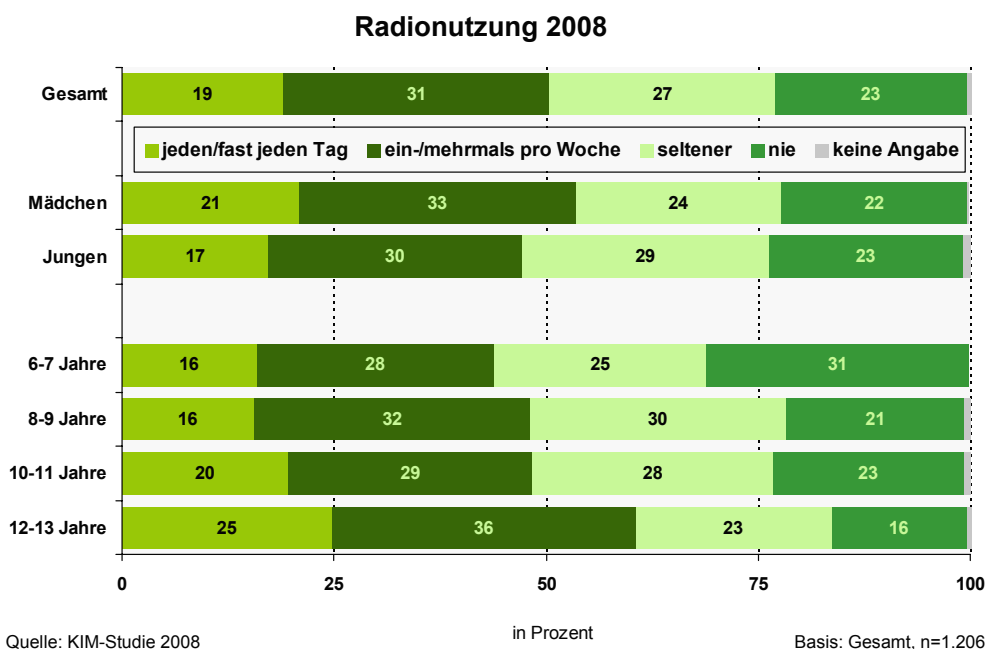
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

## 7. Musik, Radio und MP3

Nicht nur für Jugendliche, auch bereits für Kinder ist Musik von großer Bedeutung: Vier Fünftel interessieren sich für das Thema „Musik“.<sup>4</sup> Ein Viertel der Kinder hört jeden oder fast jeden Tag Musik-CDs, fast zwei Fünftel nutzen zumindest einmal die Woche MP3-Files und ein Fünftel musiziert mindestens einmal pro Woche. 58 Prozent der 6- bis 13-Jährigen geben an, eine Musikband, eine Sängerin oder einen Sänger zu haben, der ihnen besonders gut gefällt. Unangefochten auf Platz 1 liegt, wie bereits 2006, die Gruppe Tokio Hotel (25 % der Nennungen). Weitere Nennungen entfallen auf Mark Medlock und Rihanna (jeweils 4 %) sowie LaFee, Be Four und Thomas Godoj (jeweils 3 %). Die unter Jugendschutzgesichtspunkten kritisch diskutierten Rapper Bushido und Sido spielen mit 2 bzw. 1 Prozent der Nennungen kaum eine Rolle.

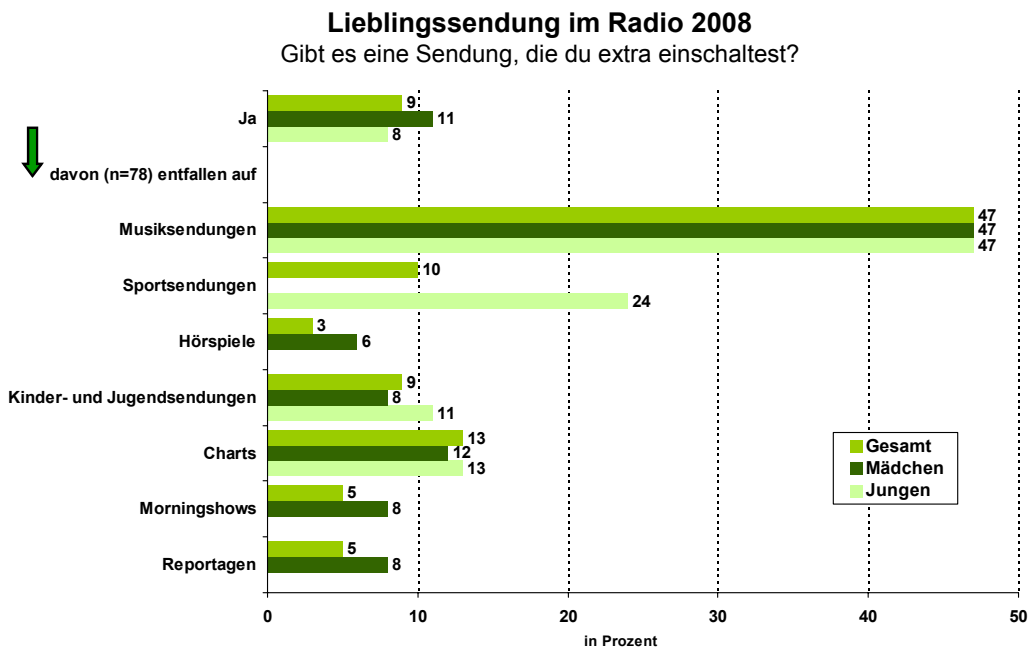
Jedes zweite Kind hört regelmäßig Radio, ein Fünftel sogar jeden oder fast jeden Tag. Gegenüber der KIM-Studie 2006 ist die Radionutzung etwas rückläufig, 2006 lag der Anteil der täglichen Hörer (jeden/fast jeden Tag) noch bei 25 Prozent. Die durchschnittliche Radionutzung der Kinder pro Tag liegt nach Einschätzung der Haupterzieher bei 37 Minuten.



Beim Radioprogramm orientieren sich Kinder überwiegend an den Präferenzen anderer: 60 Prozent der Radionutzer hören das, was die anderen gerade hören, lediglich 38 Prozent wählen selbst das Programm aus. Mit zunehmendem Alter entwickeln die Kinder eigene

<sup>4</sup> Siehe auch Kapitel 2: Themeninteressen.

Vorlieben. Während nur ein Fünftel der 6- bis 7-Jährigen den Radiosender selbst einstellt, macht dies unter den 12- bis 13-Jährigen jeder zweite selbstständig. Da es explizit auf Kinder zugeschnittene Radioprogramme bislang in Deutschland nur vereinzelt gibt, hören Kinder – vergleichbar den Erwachsenen – meist massenattraktive Pop-Programme. Bei den älteren Kindern finden dann verstärkt auf Jugendliche ausgerichtete Programme Interesse. Allerdings fungiert das Radio auch bei Kindern eher als Nebenbei-Medium. Nur jeder zehnte Radiohörer kann Sendungen benennen, die er extra einschaltet. Überwiegend handelt es sich hierbei um Musiksendungen, insbesondere Charts. Beliebte sind auch Sportsendungen und spezielle Kinder- und Jugendangebote.



Quelle: KIM-Studie 2008

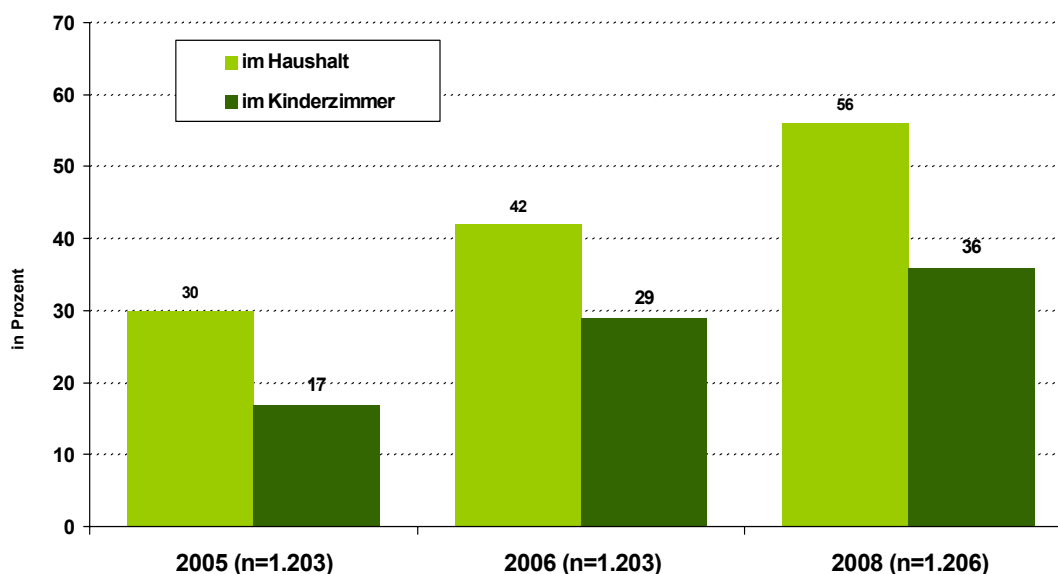
Basis: Befragte, die zumindest selten Radio hören, n=929, Nennungen ab 5 Prozent

Viele Radiosender, insbesondere junge Formate, bieten verschiedene Möglichkeiten, sich am Programm zu beteiligen bzw. mit den Veranstaltern in Kontakt zu treten. Kinder nutzen dies bislang nur in geringem Ausmaß. Gerade einmal 6 Prozent der Radionutzer haben schon einmal bei einer Radiostation angerufen, die anderen Kontaktoptionen über Internet, SMS oder Fax spielen kaum eine Rolle.

Die Nutzung von MP3-Dateien hat in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Sowohl in den Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, als auch bei den Kindern selbst ist die Ausstattung mit MP3-Playern rasant gestiegen. Aktuell besitzt mehr als jedes dritte Kind zwischen 6 und 13 Jahren einen eigenen MP3-Player.

### Ausstattung MP3-Player 2005 - 2008

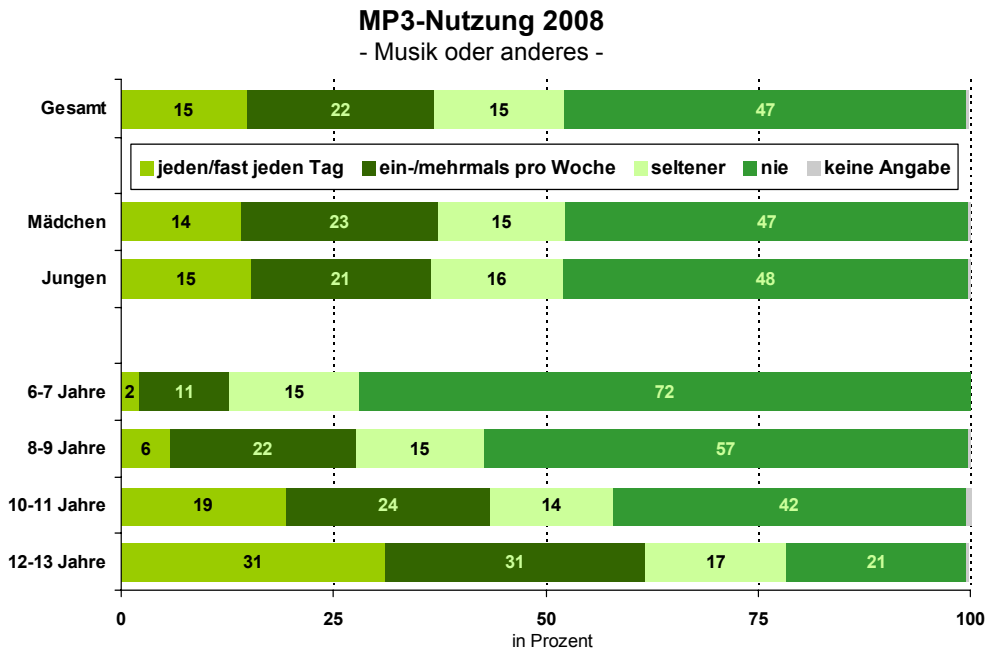
- Angaben des Haupterziehers -



Quelle: KIM-Studie 2008 - 2005

Basis: Gesamt

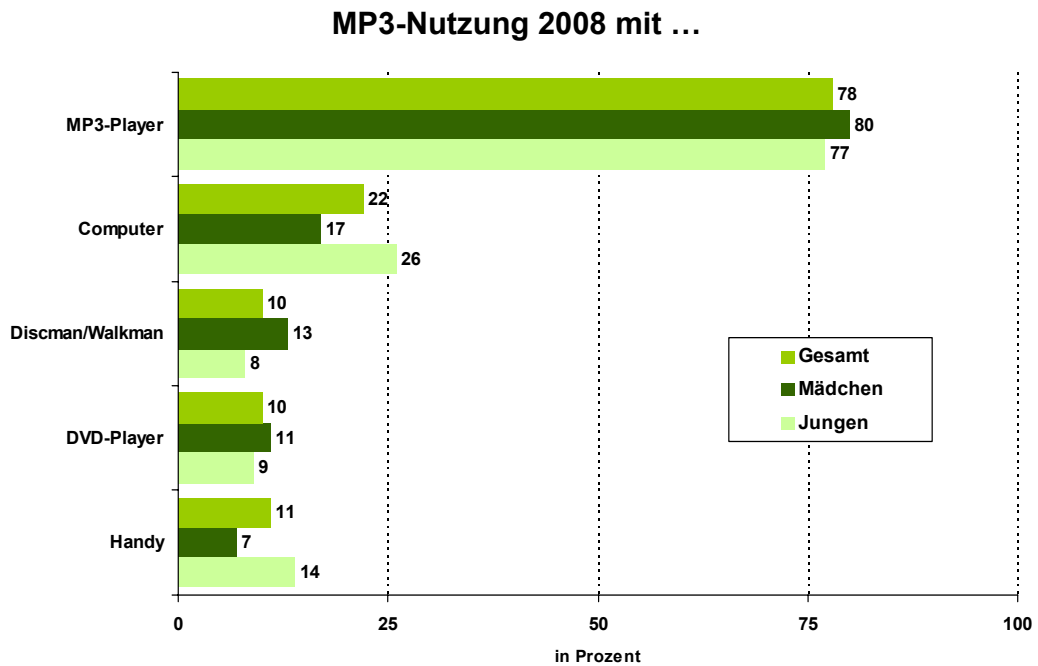
Entsprechend der guten Verfügbarkeit werden diese Geräte auch häufig genutzt. Jedes zweite Kind verwendet zumindest selten einen MP3-Player, 15 Prozent hören jeden oder fast jeden Tag digitale Audiodateien an. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei kaum voneinander. Die Nutzung steigt mit zunehmendem Alter deutlich an, so hören nur ein gutes Viertel der 6- bis 7-Jährigen, aber vier Fünftel der 12- bis 13-Jährigen zumindest selten digitale Dateien. Die MP3-Hörer haben im Durchschnitt 90 Musiktitel gespeichert, Mädchen mit 84 Titel etwas weniger als Jungen mit 96 Titel. Je älter die Kinder sind, desto mehr Dateien haben sie auf ihrem Player gespeichert. Die jüngeren Altersgruppen (6 bis 9 Jahre) haben weniger als 60 Titel gespeichert. Die 10- bis 11-Jährigen verfügen über durchschnittlich 73 Musikdateien, die Ältesten (12- bis 13 Jahre) haben bereits 132 Titel zur Verfügung.



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Die Nutzung von MP3-Dateien ist mit verschiedenen Geräten möglich. Kinder verwenden vor allem MP3-Player. An zweiter Stelle werden Musikdateien am Computer gehört, eine Option, die vor allem für Jungen relevant ist. Jeder Zehnte nutzt jeweils einen Disc- oder Walkman, einen DVD-Player oder ein Handy zum Hören digitaler Musik. Im Vergleich zu 2006 wird vor allem das Handy häufiger als Musikabspielgerät verwendet.

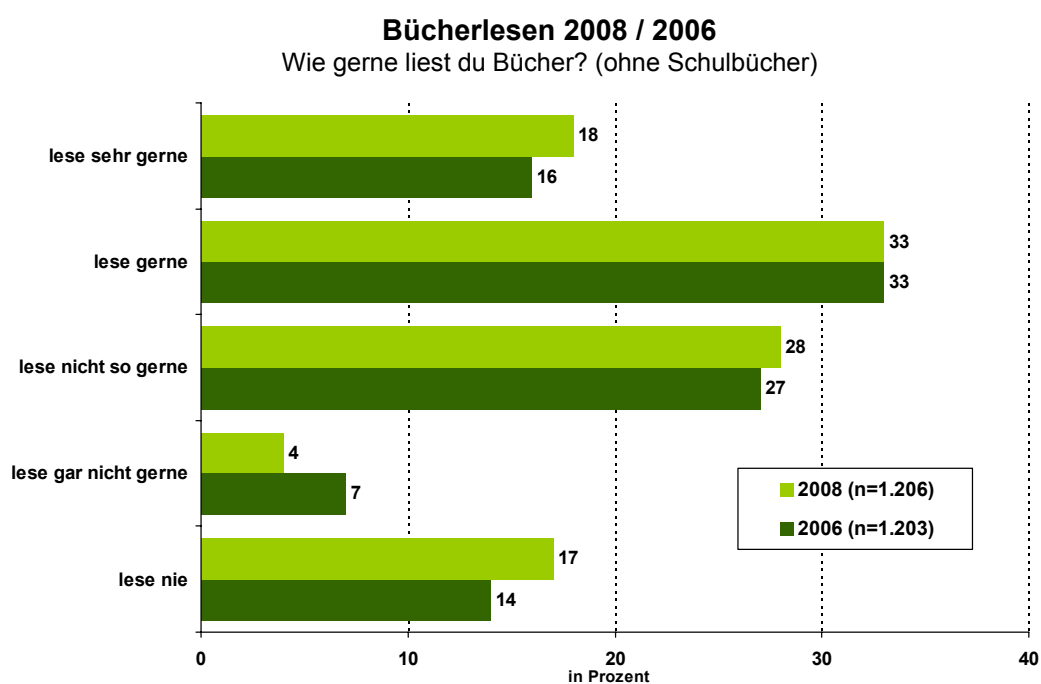


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Befragte, die zumindest selten MP3 hören, n=630

## 8. Bücher und Lesen in der Freizeit

Wie die Themeninteressen der Kinder zeigen, spielt das Lesen von Büchern auch in der multimedialen Welt noch eine bedeutende Rolle.<sup>5</sup> Jedes zweite Kind interessiert sich für Bücher. Ebenso viele lesen zumindest einmal in der Woche ein Buch. Jeder zehnte Junge und jedes fünfte Mädchen liest sogar jeden oder fast jeden Tag in der Freizeit. Der Anteil der Nichtleser liegt bei einem Sechstel, allerdings mit deutlich steigender Tendenz im Verlauf der letzten Jahre (2006: 14 %, 2005: 7%). Vier Fünftel nutzen zumindest selten Zeitschriften. 44 Prozent der Jungen und 30 Prozent der Mädchen lesen regelmäßig Comics und jedes zweite Kind sucht zumindest selten eine Bücherei auf. Somit wird deutlich, dass sich das Lesen als Freizeitbeschäftigung gegen das elektronische Angebot insgesamt bislang recht gut behaupten konnte. Mehr als die Hälfte der Kinder liest gerne oder sehr gerne Bücher.



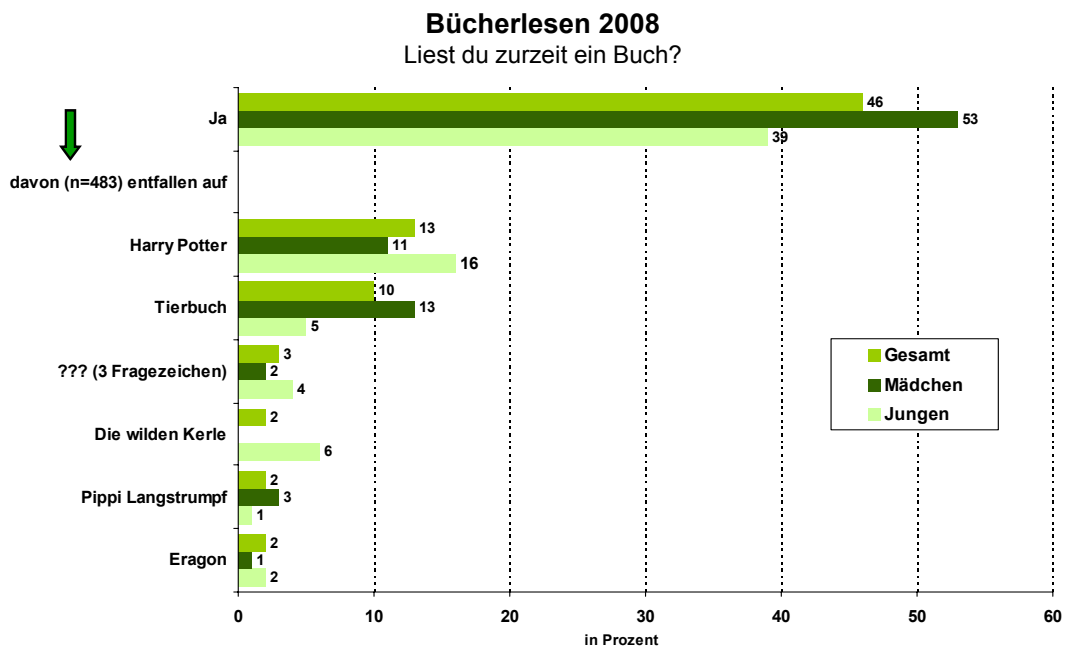
Quelle: KIM-Studie 2008 – KIM-Studie 2006

Basis: Gesamt

Beim Lesen unterscheiden sich Jungen und Mädchen sehr deutlich. Während zwei Drittel der Mädchen gerne oder sehr gerne lesen, gilt dies für gerade einmal 38 Prozent der Jungen. Entsprechend ist der Anteil der Nichtleser bei den Jungen mit 21 Prozent deutlich höher als bei den Mädchen (11 %).

<sup>5</sup> Siehe auch Kapitel 2: Themeninteressen.

Knapp die Hälfte der Kinder las zum Zeitpunkt der Befragung gerade ein Buch, die meisten Nennungen entfielen hierbei auf eine Ausgabe der „Harry-Potter“-Serie. Jedes zehnte Kind, das gerade ein Buch las, schmökerte in einem Tierbuch. Weitere Nennungen entfielen auf die Buchreihen „Die drei Fragezeichen“ und „Die Wilden Kerle“. Weiter werden Kinderklassiker wie „Pippi Langstrumpf“ oder Bücher der „Eragon“-Reihe genannt. Auffällig ist, dass die meisten der derzeit gelesenen Bücher verfilmt wurden bzw. in verschiedenen Medien vermarktet werden. Trotz multimedialer Umsetzung und crossmedialer Nutzung der Stoffe in Form von Kino- oder Fernsehfilmen oder Computerspielen behauptet sich auch der traditionelle Zugang über das Buch.



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Befragte, die zumindest selten Bücher lesen, n= 1.044

## 9. Computer

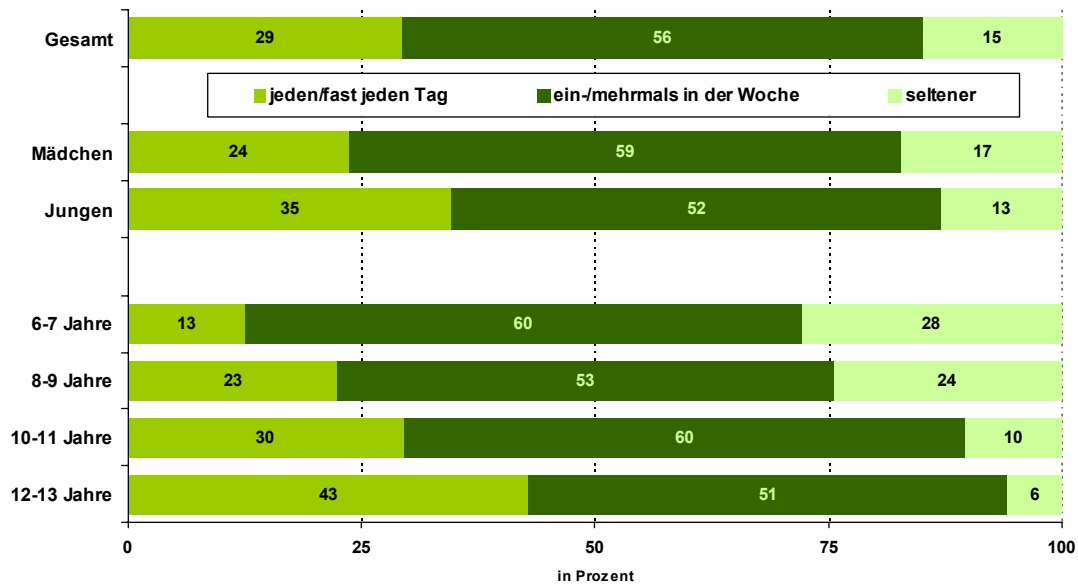
### 9.1 Generelle Nutzung

Kinder kommen heute ganz selbstverständlich mit Computern in Kontakt. In 88 Prozent der Haushalte, in denen 6- bis 13-Jährige leben, gibt es mindestens einen Computer oder Laptop. Ein Viertel der Kinder hat ein eigenes Gerät zur Verfügung, sei es in Form eines speziellen Kindercomputers (12 %) oder in Form eines gewöhnlichen Computers, wie ihn auch Erwachsene benutzen (15 %). Entsprechend weisen mehr als drei Viertel (78 %) der Kinder Erfahrungen im Umgang auf (Nutzung zumindest selten). Mädchen (76 %) zählen zu einem etwas geringeren Anteil als Jungen (80 %) zu den Nutzern. Und während bei den 6- bis 7-Jährigen jedes zweite Kind zumindest selten einen Computer nutzt, gehört der Computer bei nahezu allen 12- bis 13-Jährigen zum Alltag (95 %). Im Vergleich zu 2006 stagniert der Anteil der Kinder mit Computerefahrung. Die Befürchtung, dass schon die Jüngsten in immer stärkerem Maße mit dieser Technologie in Berührung kommen, scheint also unbegründet. Da es selbst für den spielerischen Umgang gewisser kognitiver und motorischer Fertigkeiten bedarf, scheint hier eine mehr oder weniger natürliche Grenze gesetzt zu sein.

Ebenso wie der generelle Umgang erweist sich auch die Nutzungsfrequenz, mit der sich Kinder dem Computer widmen, als äußerst stabil. Wie im Jahr 2006 nutzt ein knappes Drittel der computerefahrenen Kinder den Computer jeden bzw. fast jeden Tag. Gut die Hälfte wendet sich ein- oder mehrmals pro Woche diesem Medium zu und 15 Prozent haben zwar Erfahrung im Umgang, gehen aber seltener als einmal pro Woche aktiv mit Computern um. Jungen haben Computer schon etwas stärker in ihren Alltag integriert, und während bei den Jüngsten gerade 13 Prozent zu den intensiven Nutzern zählen, sind es bei den Älteren bereits über 40 Prozent.

Die Nutzung des Computers findet dabei zum größten Teil zu Hause statt. Mindestens einmal pro Woche nutzen 88 Prozent der Computernutzer (Mädchen: 85 %, Jungen: 90 %) den Computer im häuslichen Umfeld; in der Schule oder bei Freunden findet der Umgang mit dieser Häufigkeit gerade bei jeweils 38 Prozent statt. Der Anteil der Jungen, die bei Freunden einmal pro Woche oder häufiger Computer nutzen, ist mit 42 Prozent höher als bei Mädchen (34 %). Betrachtet man den Tagesverlauf der Computernutzung, dann zeigt sich entsprechend am Nachmittag die intensivste Zuwendung – mindestens 8 von 10 Nutzern beschäftigen sich um diese Zeit mit dem Computer. Morgens vor der Schule wird der Computer nur in Einzelfällen angeschaltet, in der Schule und direkt danach sitzen je nach Altersgruppe 10 bis 30 Prozent an der Tastatur. Am Abend ist der Computer für alle Altersgruppen weniger bedeutsam als am Nachmittag – vor allem für die Jüngsten. Bei den 12- bis 13-Jährigen sitzt knapp die Hälfte auch am Abend vor dem Bildschirm.

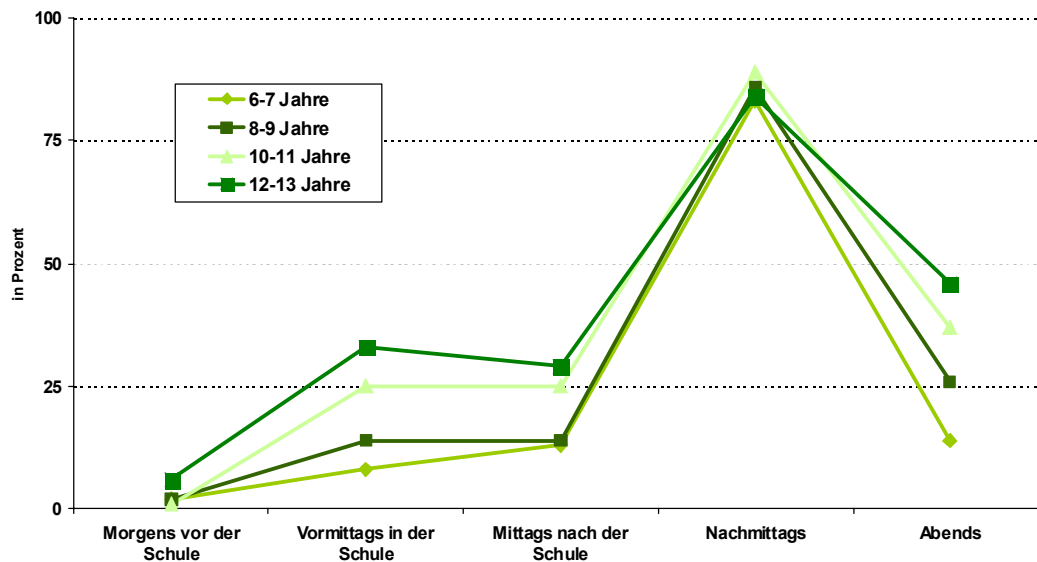
## Kinder und Computer: Nutzungsfrequenz 2008



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: PC-Nutzer, n=938

## Zu welchen Tageszeiten nutzt du den Computer?



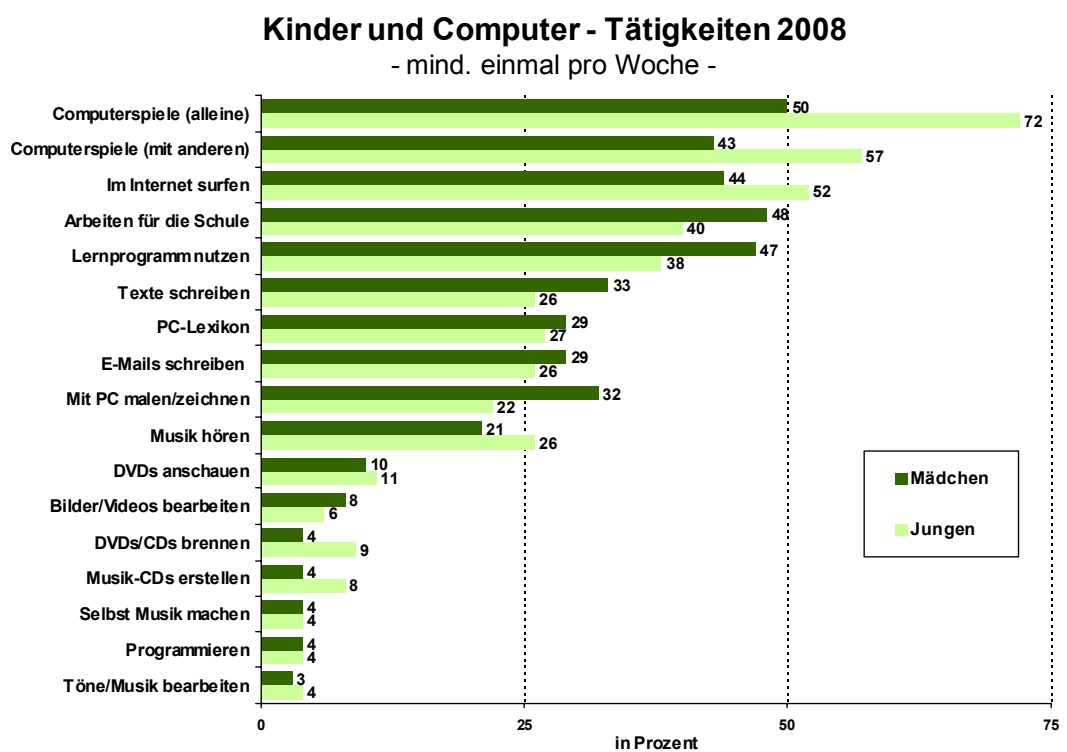
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: PC-Nutzer, n=938

Wie man mit einem Computer umgeht, lernen die Kinder in erster Linie von ihren Eltern – allerdings häufiger von den Vätern (62 %) als von den Müttern (49 %). Auch Freunde (31 %) oder die Schule bzw. Lehrer (27 %) gelten als Vermittlungsinstanz. Jeder zehnte Computernutzer gibt an, sich die erforderlichen Kenntnisse autodidaktisch angeeignet zu

haben. Mädchen (54 %) haben häufiger als Jungen (45 %) von ihren Müttern gelernt, wie man einen Computer nutzt, bei den Jungen spielen die Freunde (34 %, Mädchen: 28 %) und das selbstständige Lernen (12 %, Mädchen: 8 %) eine etwas größere Rolle. Entsprechend den Vermittlungsmustern wenden sich die Computernutzer auch vorrangig an ihre Väter (61 %) und etwas weniger häufig an ihre Mütter (45 %), wenn Probleme mit dem Computer auftauchen. Im Vergleich zur den Ergebnissen der KIM-Studie 2006 haben Mütter sowohl hinsichtlich der Vermittlung von Computerkompetenzen (+ 9 Prozentpunkte) als auch in der Rolle der Ratgeber (+ 7 PP) zugelegt, während die Werte für die Väter leicht zurückgegangen sind (Vermittlung: - 5 PP, Ratgeber: (- 2 PP).

Spielen zählt nach wie vor zu den am häufigsten am Computer ausgeübten Tätigkeiten. 62 Prozent der Computernutzer geben an, mindestens einmal pro Woche alleine am Computer zu spielen, 50 Prozent spielen mit dieser Häufigkeit gemeinsam mit anderen. Das Surfen im Internet kommt mittlerweile bereits an dritter Stelle (49 %, 2006: 41 %), gefolgt vom Arbeiten für die Schule (44 %) oder der Beschäftigung mit Lernprogrammen (42 %). Texte schreiben (29 %), E-Mails verschicken (27 %), malen und zeichnen am Computer (27 %) oder das Musikhören am Computer sind etwas weniger alltägliche Anwendungen. Kaum Verbreitung hat die Nutzung (11 %) oder das Brennen (7 %) von DVDs, Bildbearbeitung (7 %) oder das Erstellen von Musik-CDs (6 %).

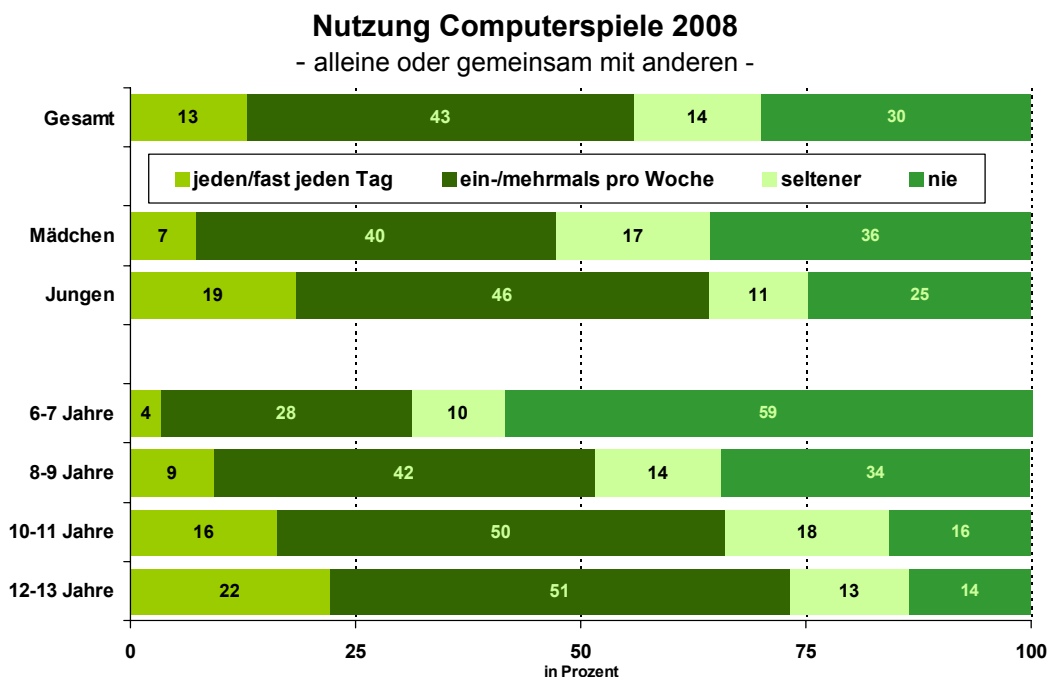


Nach wie vor weisen Mädchen und Jungen unterschiedliche Nutzungsprofile auf. Mädchen arbeiten häufiger am Computer für die Schule und nutzen stärker Lernprogramme, sie schreiben häufiger Texte und malen oder zeichnen mehr. Jungen unterscheiden sich durch eine sehr viel stärkere Fokussierung auf Spiele – alleine oder gemeinsam mit anderen, sie surfen öfter im Internet und nutzen den Computer schon häufiger als Mädchen als Musikabspielstätte.

Der Vergleich mit der KIM-Studie 2006 zeigt mit Ausnahme der stärkeren Onlinenutzung (mind. einmal pro Woche: + 8 PP) keine nennenswerten Unterschiede. Dabei ist der Anstieg bei den Mädchen (+ 3 PP) geringer ausgefallen als bei den Jungen (+ 12 PP).

## 9.2 Computerspiele und Spielkonsolen

Computerspiele – alleine oder gemeinsam mit anderen gespielt – zählen zu den häufigsten Anwendungen, die Kinder am Computer ausüben. Insgesamt spielen 70 Prozent aller Kinder zumindest selten (Mädchen: 65 %, Jungen: 75 %). 13 Prozent jeden/fast jeden Tag, 43 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche, 14 Prozent seltener und 30 Prozent nie. Bei den 6- bis 7-Jährigen sind die Spieler mit 41 Prozent noch in der Minderheit, bei den 12- bis 13-Jährigen spielen dann bereits 86 Prozent zumindest selten am Computer. Der Vergleich mit 2006 zeigt, dass der Anteil der intensiven Spieler (jeden/fast jeden Tag) sich kaum verändert hat (2008: 13 %, 2006: 15 %). Deutlicher ausgeprägt ist der Unterschied nur bei den Jüngsten, den 6- bis 7-Jährigen. Spielten 2006 noch 9 Prozent dieser Altersgruppe jeden/fast jeden Tag am Computer, sind es 2008 mit 4 Prozent nur noch halb so viele.



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Betrachtet man nur die Nutzer von Computerspielen, so spielt ein Fünftel jeden oder fast jeden Tag, weitere 51 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Bei den Jungen gibt es doppelt so viele tägliche Spieler (25 %) als bei den Mädchen (11 %). Mit zunehmendem Alter der Kinder verfestigen sich Computerspiele immer stärker im Alltag. Während bei den 6- bis 7-Jährigen nur 8 Prozent zu den intensiven Spielern zählen, steigt dieser Wert bei den Ältesten auf 26 Prozent an. Gleichzeitig geht der Anteil derer, die eher selten spielen, von 25 auf 15 Prozent zurück.

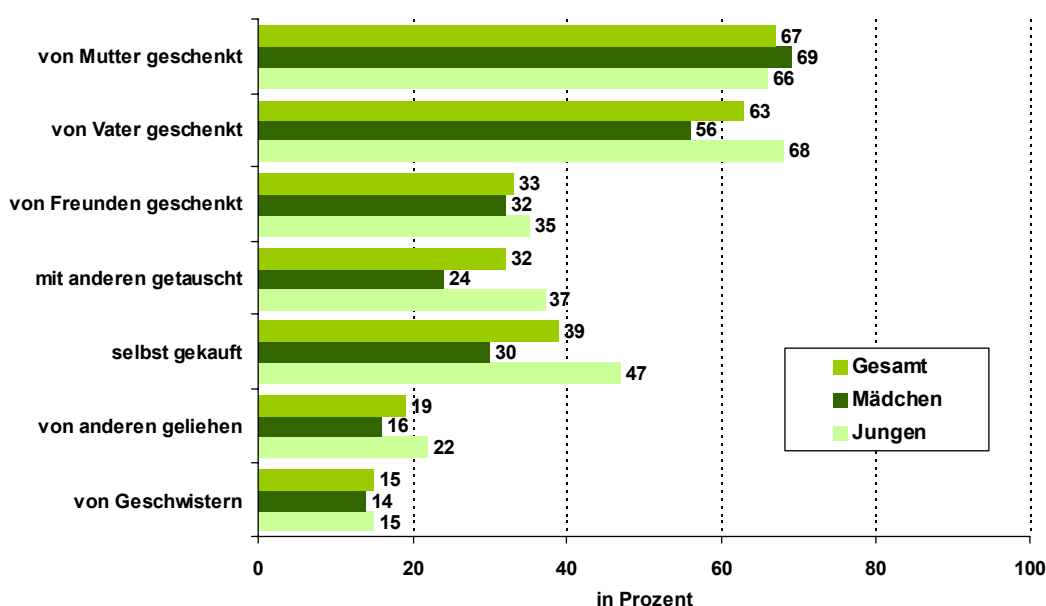
Gespielt wird aber nicht nur am Computer, in diesem Kontext sind auch Konsolenspiele von Bedeutung – tragbare wie die Nintendo DS oder die Play Station Portable (PSP) oder feste Konsolen wie Playstation, Xbox oder Wii. Was die Nutzungshäufigkeit dieser Geräte betrifft, so liegt sie bezogen auf alle Kinder bei den tragbaren Spielkonsolen (jeden/fast jeden Tag: 16 %, ein- bis mehrmals pro Woche: 36 %, seltener 20 %, nie: 29 %) in vergleichbarer Größenordnung wie bei den Computerspielen. Feste Spielkonsolen oder auch Videospiele nutzen 9 Prozent aller Kinder jeden oder fast jeden Tag, 28 Prozent spielen ein- oder mehrmals pro Woche, 22 Prozent seltener und mit 40 Prozent ist der Anteil der Nicht-Spieler hier am größten. Am deutlichsten ausgeprägt sind auch die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei der regelmäßigen Nutzung: Bei den Jungen beschäftigen sich 48 Prozent mindestens einmal pro Woche mit festen Spielkonsolen, bei den Mädchen sind es etwa halb so viele (27 %). Betrachtet man die Altersgruppen, so zeigt sich, dass tragbare Spielkonsolen eher von älteren Kindern gespielt werden. Bei den 6- bis 7-Jährigen spielen 25 Prozent mindestens einmal pro Woche und erst bei den 12- bis 13-Jährigen steigt dieser Anteil über die 50-Prozent-Marke (8-9 Jahre: 30 %, 10-11 Jahre: 38 %, 12-13 Jahre: 56 %).

23 Prozent der Spieler schätzen ihre tägliche Nutzungsdauer von Computer- und Konsolenspielen auf bis zu 30 Minuten. 42 Prozent glauben, zwischen 30 Minuten und einer Stunde am Tag zu spielen, 21 Prozent geben an, mehr als eine Stunde am Tag mit Spielen zu verbringen. Für 14 Prozent der Kinder ist eine zeitliche Einordnung schwierig, dies gilt vor allem für die 6- bis 7-Jährigen, hier kann jeder Dritte keine Auskunft über die eigene Spieldauer geben. Der Anteil der intensiveren Spieler (mehr als eine Stunde) ist bei den Mädchen mit 13 Prozent halb so hoch wie bei den Jungen (27 %) und steigt mit dem Alter der Kinder deutlich an (6- 7 Jahre: 8 %, 8-9 Jahre: 13 %, 10-11 Jahre: 21 %, 12-13 Jahre: 36 %).

Die durchschnittliche Anzahl eigener Computer- oder Konsolenspiele wird von den Nutzern dieser Spiele mit 14 angegeben. Mädchen (10 Spiele) besitzen deutlich weniger eigene Spiele als Jungen (17 Spiele), 12- bis 13-Jährige sind mit 19 Spielen deutlich besser ausgestattet wie die 6- bis 7-Jährigen, die es immerhin auch schon auf acht eigene Spiele bringen (8-9 Jahre: 10 Spiele, 10-11 Jahre: 14 Spiele). Bezugsquelle dieser Spiele sind in

erster Linie die Eltern, vor allem Jungen bekommen sehr viel häufiger Spiele von ihren Vätern geschenkt als Mädchen. Auch kaufen sich Jungen zu einem größeren Anteil die Spiele selbst oder tauschen sie mit anderen. Als Informationsquelle über Neuigkeiten auf dem Spielmarkt dienen den Spielern hingegen in erster Linie die Freunde (68 %), mit Abstand folgen Fernsehen (35 %) und Zeitschriften (22 %). Die Eltern spielen hier eine vergleichsweise geringe Rolle (14 %), ein geringer Teil informiert sich auch im Internet (13 %) oder im Computer-Geschäft (12 %).

### Woher hast du eigene Computer-/Konsolenspiele?



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Besitzer von Computer-/Konsolenspielen, n=820

Auf die Frage nach dem Mitspracherecht<sup>6</sup> in Sachen Computer- und Konsolenspiele geben 22 Prozent der spielenden Kinder an, dass sie sich die Spiele selbst aussuchen, 54 Prozent wählen gemeinsam mit den Eltern und bei 6 Prozent entscheiden die Eltern, was gespielt werden darf. Bei einem recht großen Teil (18 %) ist hier keine eindeutige Zuordnung möglich, ein Indiz dafür, dass es wohl häufig auch vom speziellen Spiel abhängig ist und es keine grundsätzlichen Regeln gibt.

Bei der Frage nach den liebsten Computer- und Konsolenspielen (bis zu drei Nennungen) werden „Super Mario“ (16 %), „Die Sims“ (11 %) und das Fußballspiel „FIFA“ (9 %) am häufigsten genannt. Es folgen „Pokémon“ (7 %), Autorennspiele (6 %), „Nintendogs“ (6 %) oder „Sponge Bob“ (5 %). Jeweils drei Prozent der Nennungen entfallen auf andere Simulationsspiele aus der Fußballwelt oder „Die Siedler“. Von jeweils zwei Prozent der

<sup>6</sup> „Kannst du dir deine Computer-/Konsolenspiele alleine aussuchen, suchst du sie gemeinsam mit deinen Eltern aus oder suchen deine Eltern aus, was du spielen darfst?“

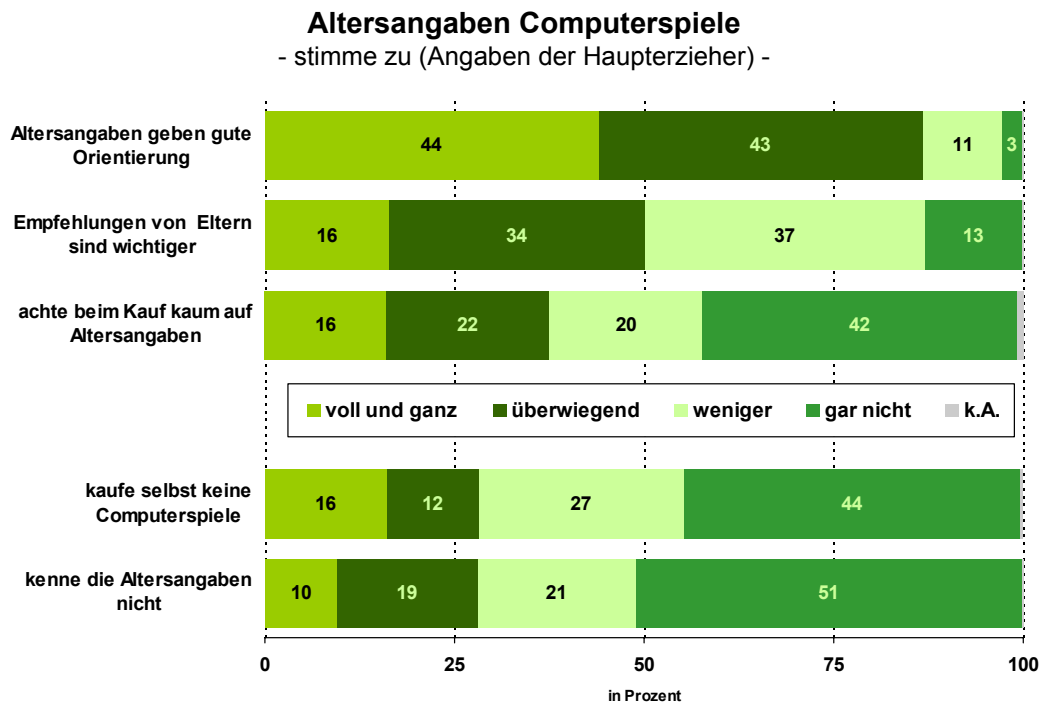
Spieler werden die Spiele „World of Warcraft“, „Age of Empire“ oder das etwas harmlosere „Moorhuhn“ genannt, aber auch das Geschicklichkeitsspiel „Sing Star“. Nur vereinzelt (jeweils 1 %) geben die Kinder „Kim Possible“ oder „Dragon Ball“, aber auch für Kinder problematische Spiele wie „Counter Strike“, „Battlefield“ oder „Call of Duty“ an. Insgesamt favorisieren Jungen sehr viel häufiger als Mädchen Sport-, Adventure- und Actionspiele. Mädchen begeistern sich in stärkerem Umfang als Jungen für Strategie-, Fun- bzw. Gesellschafts- und Lernspiele.

### 9.3 Alterskennzeichnung

Computer- und Konsolenspiele weisen eine vom Gesetzgeber vorgeschriebene Alterskennzeichnung<sup>7</sup> auf. Diese soll einerseits Orientierung und Hilfestellung über die Eignung eines Spiels für bestimmte Altersgruppen geben, gleichzeitig wird damit deutlich gemacht, ob ein Spiel beispielsweise an Minderjährige abgegeben werden darf. Trotz dieser Kennzeichnungen und obwohl Spiele ja vor allem durch die Eltern angeschafft werden, haben 30 Prozent der Nutzer von Computer- und Konsolenspielen auch schon Spiele gespielt, für die sie eigentlich zu jung sind, mehr Jungen (35 %) als Mädchen (23 %) und vor allem die Ab-12-Jährigen (45 %, 6-7 Jahre: 16 %, 8-9 Jahre: 22 %, 10-11 Jahre: 31 %). Fragt man die Eltern spielender Kinder nach ihrer Meinung zu den Altersangaben, dann bestätigen knapp 90 Prozent, dass diese Kennzeichnung eine gute Orientierung bietet. Für die Hälfte der Eltern sind aber auch Empfehlungen anderer Eltern bedeutsam. Etwa 40 Prozent geben dagegen an, dass die Alterskennzeichnung beim Kauf von Spielen für sie kaum Relevanz hat und noch immer sind einem Viertel die Altersangaben offenbar mehr oder weniger unbekannt.

---

<sup>7</sup> Diese lauten „Freigegeben ohne Altersbeschränkung“, „Freigegeben ab 6 Jahren“, „Freigegeben ab 12 Jahren“, „Freigegeben ab 16 Jahren“ und „Keine Jugendfreigabe“. Für weitere Informationen zum Verfahren und zum Gesetzestext siehe [http://www.usk.de/90\\_Die\\_Alterskennzeichen.htm](http://www.usk.de/90_Die_Alterskennzeichen.htm) (14.01.2009).

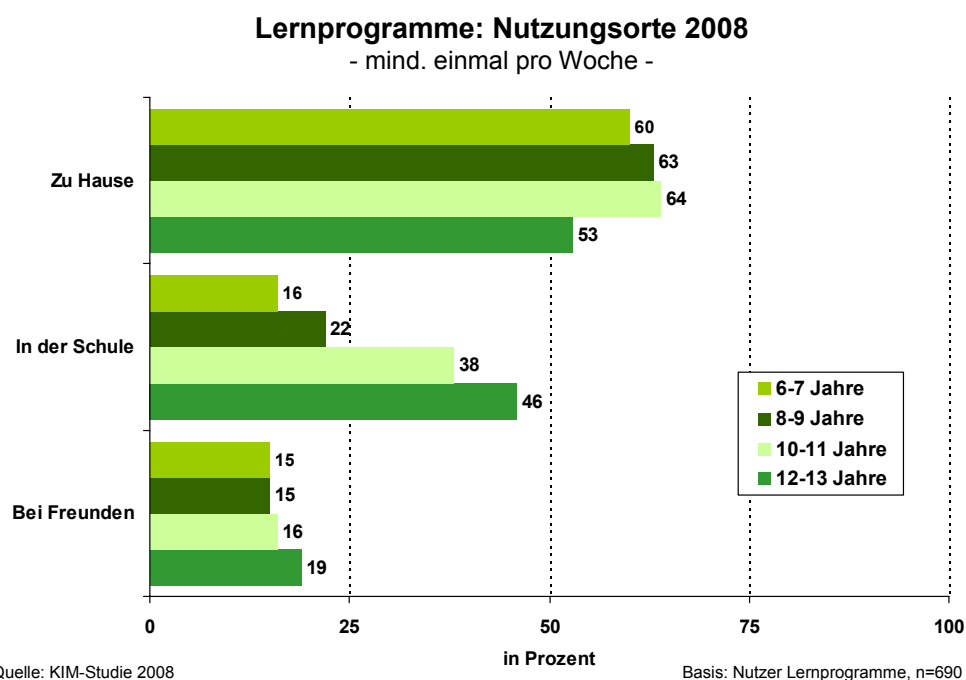


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Nutzer von PC-/Konsolenspielen (Angabe der Erziehungsberechtigten), n=886

## 9.4 Lernprogramme

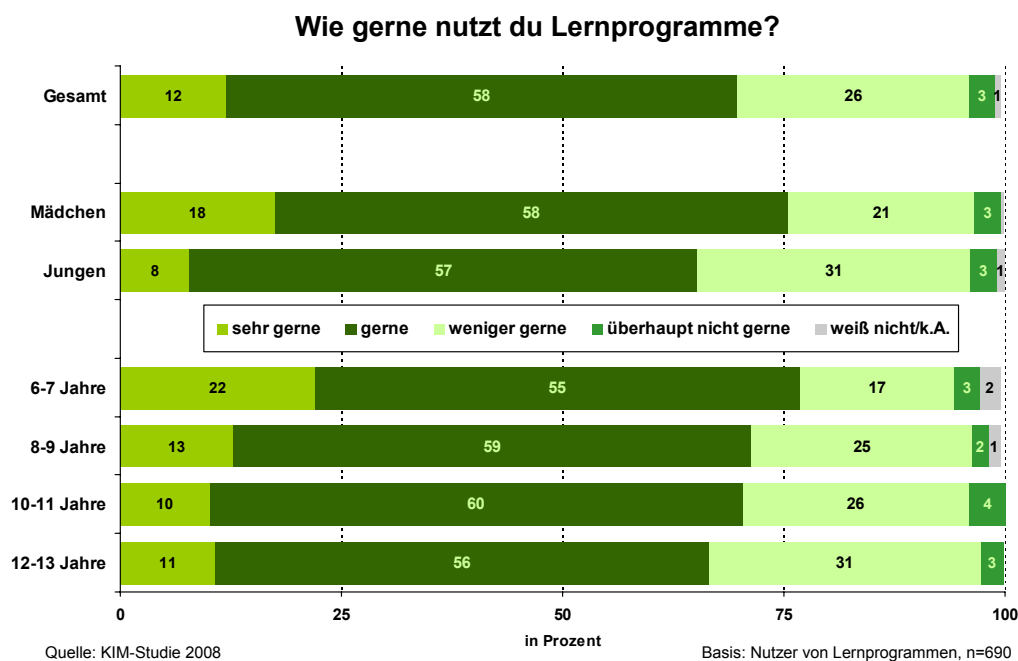
Drei Viertel der Kinder mit Computererfahrung nutzen Lernprogramme zumindest selten, eine regelmäßige Zuwendung (einmal pro Woche oder häufiger) findet bei 42 Prozent statt. Lernprogramme sind eine der wenigen Anwendungen, die von mehr Mädchen (47 %) regelmäßig genutzt werden als von Jungen (38 %). Die Beschäftigung mit Lernprogrammen erfolgt dabei wie die Computernutzung generell überwiegend in heimischer Umgebung. 60 Prozent der Anwender von Lernprogrammen nutzen diese mindestens einmal pro Woche zu Hause, bei 34 Prozent findet der Umgang mit dieser Häufigkeit in der Schule statt. Bei Freunden ist die Nutzung von Lernprogrammen dagegen eher die Ausnahme (17 %). Mädchen und Jungen unterscheiden sich hinsichtlich der Nutzungsorte kaum, mit zunehmendem Alter der Kinder spielen Lernprogramme in der Schule aber eine immer größere Rolle. Im Vergleich zu 2006 sind nur die Ältesten auffällig: Deren Umgang mit Lernprogrammen hat sich von zu Hause (- 9 PP) deutlich in die Schule verlagert (+ 14 PP).



Mittels der Lernprogramme werden vor allem Kenntnisse in Mathematik und Deutsch (bei 63 % bzw. 61 % der Nutzer von Lernprogrammen) vermittelt, Sprachen (46 %) sind wohl auch aufgrund des Alters der Kinder im Vergleich weniger relevant. Gleiches gilt für die Fächer Sachkunde (23 %), Erdkunde (21 %) und Biologie (19 %). Im Vergleich zum Jahr 2006 sind Lernprogramme zum Deutschunterricht bedeutsamer geworden – damals lagen Anwendungen aus dem Bereich Mathematik noch mit einem Abstand von 10 Prozentpunkten vor Programmen zum Fach Deutsch.

Die meisten Kinder beschäftigen sich sehr gerne (12 %) bzw. gerne (58 %) mit Lernprogrammen, jeder Dritte hat allerdings weniger Freude bei dieser Art der Computernutzung. Mit zunehmendem Alter schwindet die Begeisterung für Lernprogramme, vermutlich bleiben sie dann hinsichtlich Aufmachung, Grafik und Navigation hinter den Anforderungen der Kinder zurück.

Die Beschäftigung mit einem Lernprogramm fällt deutlich kürzer aus als bei Spielen. 53 Prozent geben an, Lernprogramme normalerweise weniger als eine halbe Stunde zu nutzen, bei 39 Prozent sind es zwischen 30 und 60 Minuten. Länger als eine Stunde setzen sich nur 8 Prozent mit diesen Bildungsinhalten auseinander. Geschlechts- oder altersspezifische Unterschiede tauchen hier nicht auf, die Nutzungszeiten scheinen den gängigen Längen von Lerneinheiten zu entsprechen.

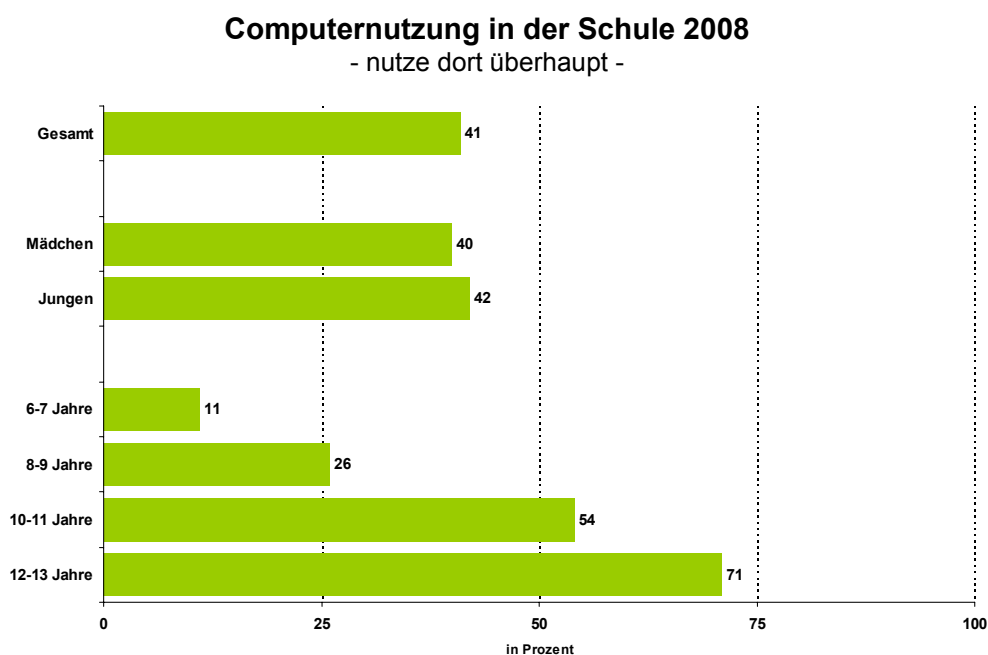


## 9.5 Computer und Schule

Erstmals untersucht die KIM-Studie nicht nur ob, sondern auch in welchem Maße Computer Eingang in den schulischen Alltag der 6- bis 13-Jährigen gefunden haben. Dass die Schule als Nutzungsort nicht die erste Priorität hat, wurde bereits beschrieben. Eine Nutzung im Wochenrhythmus findet gerade bei 38 Prozent der Kinder mit Computererfahrung statt – ein Anstieg von 5 Prozentpunkten im Vergleich zur Vorgängerstudie aus dem Jahr 2006. Erweitert man den Blickwinkel darauf, ob überhaupt ein Computereinsatz in der Schule stattfindet, dann steigt der Anteil geringfügig auf 41 Prozent an. Vor allem bei Kindern im Grundschulalter kommen Schule und Computer nur in seltenen Fällen zusammen, erst bei den Ab-10-Jährigen nimmt die Computernutzung in der Schule dann sprunghaft zu.

Wenn Computer in der Schule genutzt werden, dann ist dies bei 46 Prozent der Kinder im Fach Deutsch, 43 Prozent bestätigen dies für den Mathematikunterricht. Mit Abstand folgen Fremdsprachen (35 %), Sachkunde (23 %), Erdkunde (19 %), Biologie (17 %) und Informatik (16 %). Interessanterweise geben Jungen in Mathematik (47 %, Mädchen: 38 %), Sachkunde (26 %, Mädchen: 19 %) und Erdkunde (24 %, Mädchen: 15 %) eine intensivere Nutzung an, in den restlichen Fächern liegen die Geschlechter gleichauf. Betrachtet man den Computereinsatz nach Altersgruppen, werden die Unterschiede zwischen Grundschulern und Schülern weiterführender Schulen und der damit verbundene erweiterte Fächerkanon deutlich. Computereinsatz im Mathematikunterricht spielt demnach

besonders für die Schulanfänger eine Rolle, bei den Sprachen und den naturwissenschaftlichen Fächern kommt er verstärkt bei den Ab-10-Jährigen zum Einsatz. Im Deutschunterricht geht der Computereinsatz nach der Grundschule dagegen deutlich zurück.



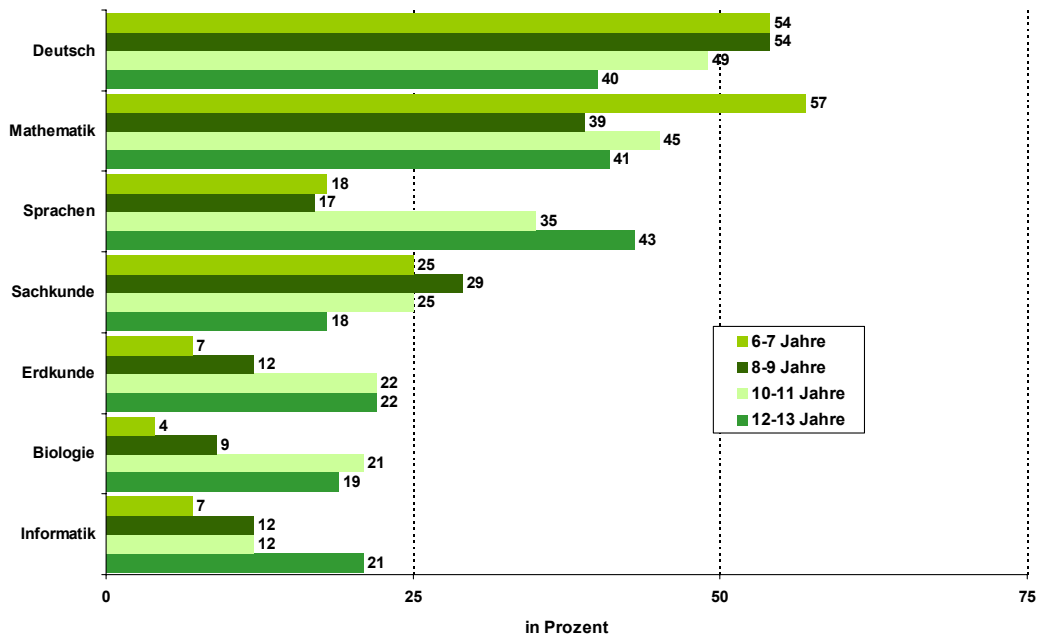
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: PC-Nutzer, n=938

Jenseits des Fachbezugs stellt sich die Frage, welche konkreten Anwendungen mit dem Computer in der Schule im Mittelpunkt stehen. Betrachtet man hier die Tätigkeiten, die mindestens einmal pro Woche von den Kindern in der Schule ausgeübt werden, dann steht die Nutzung von Lernprogrammen an der Spitze (66 %). Recherchen im Internet (58 %) stehen ebenso häufig auf dem Programm wie das Schreiben von Texten (55 %). Weniger verbreitet ist das konkrete Lernen einer Software wie Word oder Powerpoint (36 %) oder die Durchführung von Berechnungen mittels des Computers (33 %). 16 Prozent erstellen einmal pro Woche oder häufiger eine Präsentation oder ein Referat.

Auch hier zeigt die Betrachtung nach Altersgruppen, dass nur die Nutzung von Lernprogrammen über alle Klassenstufen im gleichen Ausmaß erfolgt. Die Bandbreite der Tätigkeiten nimmt für die älteren Kinder deutlich zu. Im Schulalltag der Sekundarstufe nimmt der Computer offenbar einen recht großen Stellenwert ein und wird auf unterschiedlichste Weise in den Unterricht integriert.

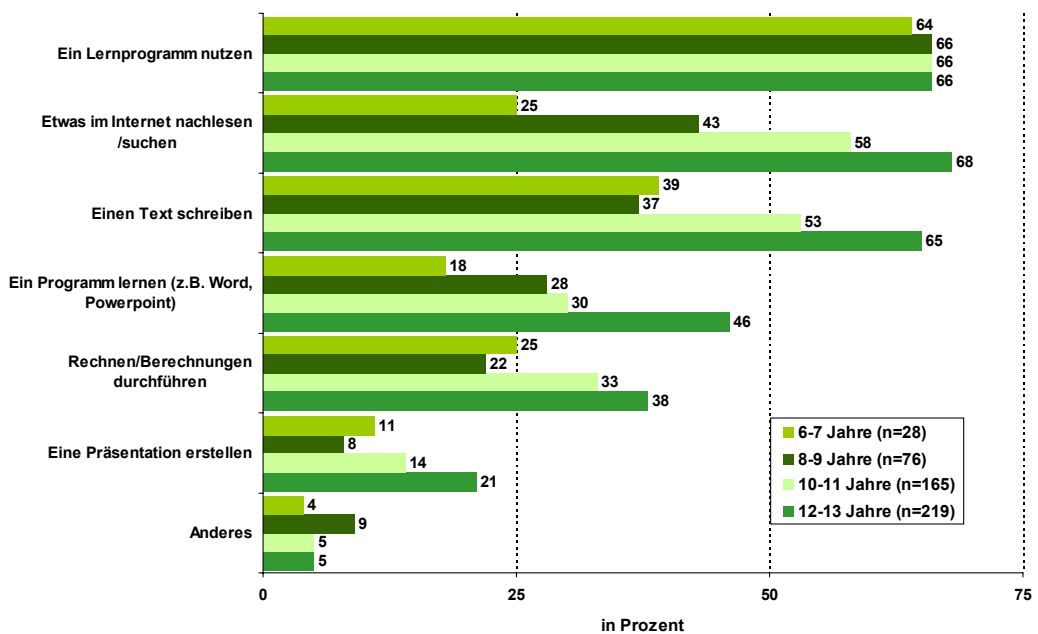
### Computernutzung in der Schule nach Fächern



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: PC-Nutzung in Schule zumindest selten, n=488

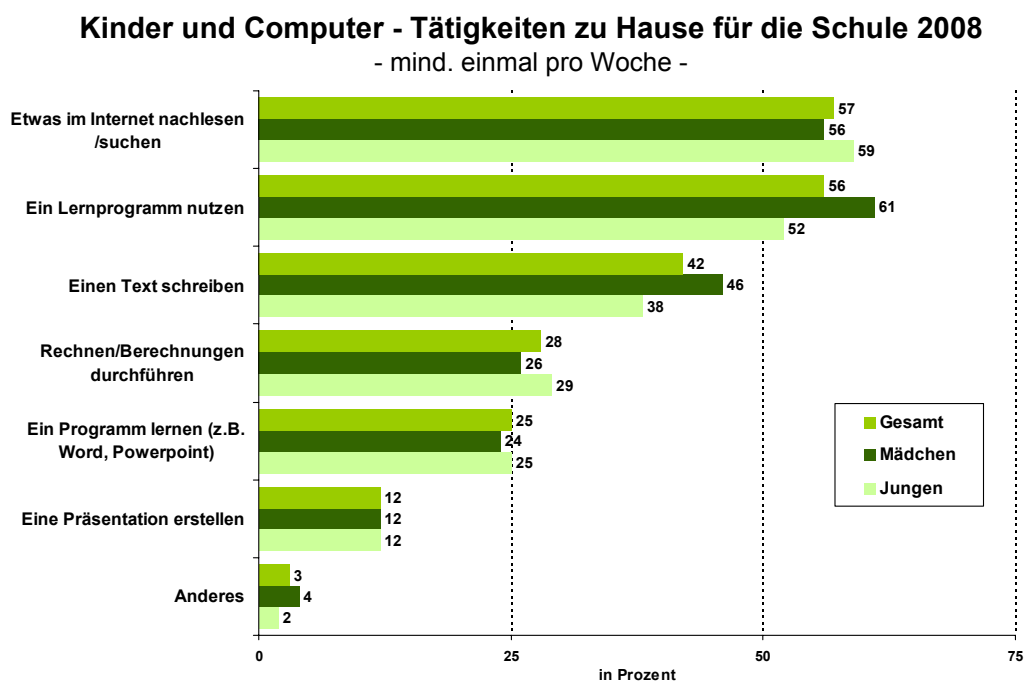
### Computernutzung in der Schule: Tätigkeiten - mind. einmal pro Woche -



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: PC-Nutzung in Schule zumindest selten, n=488

Ähnlich gestaltet sich der Computereinsatz für schulische Belange zu Hause – 74 Prozent der Computernutzer geben an, den Computer zumindest selten in ihrer Freizeit für die Schule zu nutzen. 38 Prozent tun dies ein- oder mehrmals pro Woche, weitere 6 Prozent jeden oder fast jeden Tag. Wenn der Computer für die Schule genutzt wird, dann stehen für 57 Prozent Recherchen im Internet an erster Stelle (mindestens einmal pro Woche), genauso häufig werden Lernprogramme genutzt. Wie in der Schule steht auch zu Hause das Schreiben von Texten an dritter Stelle. Mathematische Berechnungen oder das Lernen von Softwareanwendungen spielen eine geringere Rolle – diese Dinge finden häufiger in der Schule selbst statt. Und ebenso wie in der Schule ist das Erstellen von Präsentationen für die Schule noch eher die Ausnahme.



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Befragte, die mit PC zu Hause etwas für die Schule machen, n=699

## 10. Internet

### 10.1 Generelle Nutzung

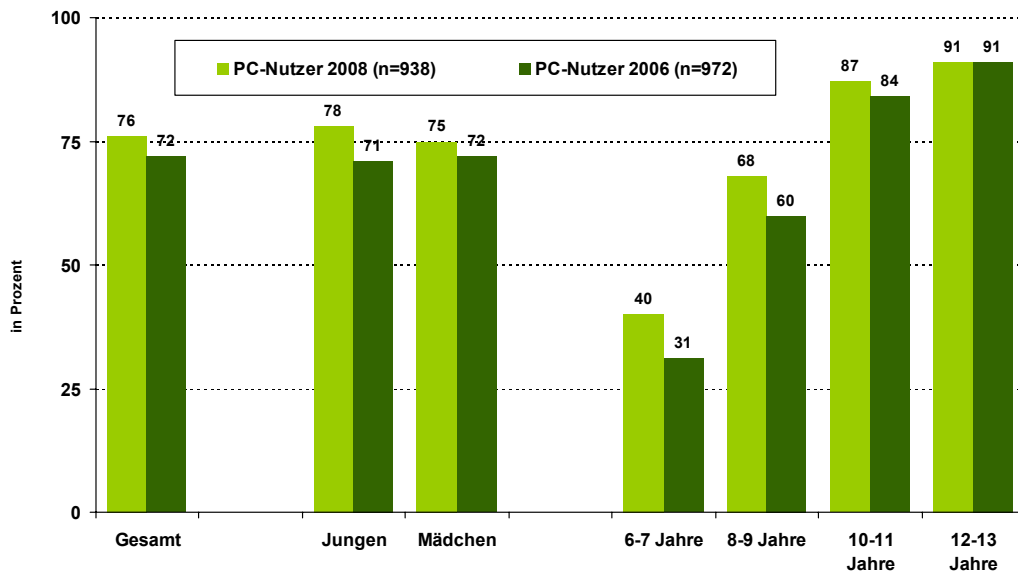
Die Verfügbarkeit des Internets ist auch in Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Gab es in der Vergangenheit noch moderate Zuwachsraten, so fallen diese aufgrund der mittlerweile hohen Ausstattung nun deutlich geringer aus. Aktuell ist in 85 Prozent der Familien ein Internetzugang vorhanden, 2006 lag dieser Wert bei 81 Prozent (2005: 73 %). Aber obwohl sich die Nutzungsentgelte deutlich reduziert haben, ist es noch immer eine Frage des sozioökonomischen Status, ob ein Internetzugang in der Familie vorhanden ist oder nicht. Bei einem Haushalts-Nettoeinkommen bis 1.500 Euro liegt die Ausstattungsrate gerade bei 59 Prozent, bei einem Einkommen ab 2.500 Euro hat nahezu jede Familie einen Internetanschluss (92 %).

Insgesamt nutzen 59 Prozent der Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren das Internet zumindest selten und zählen im Folgenden zur Gruppe der Internetnutzer. Bei Jungen (62 %) liegt der Anteil höher als bei Mädchen (57 %), aber vor allem im Altersverlauf zeigen sich extreme Unterschiede. Bei den Sechs- bis Siebenjährigen hat erst jeder Fünfte Erfahrung mit dem Online-Medium, in der Altersgruppe darüber (8-9 Jahre) ist es bereits die Hälfte. Bei den Kindern im Alter von zehn und elf Jahren steigt der Anteil noch einmal deutlich auf nunmehr 79 Prozent an. Nur noch wenig kommt bei den Ältesten, den 12- bis 13-Jährigen, hinzu, hier liegt der Anteil der Internetnutzer bei 86 Prozent.

Im Vergleich zur KIM-Studie 2006 zeigen sich stabile Werte, interessanter ist aber die Betrachtung der Computernutzer. In dieser Gruppe beschäftigen sich 76 Prozent zumindest selten mit dem Internet, ein Anstieg um 4 Prozentpunkte. Vor allem bei den Unter-10-Jährigen und bei den Jungen gab es deutliche Zugewinne. Wenn Kinder also erst einmal Zugang zu Computern haben, dann sammeln sie auch immer früher Erfahrungen mit dem Internet. Leicht angestiegen ist auch die Nutzungsfrequenz. Zwei Drittel der Internetnutzer gehen mindestens einmal pro Woche online (2006: 58 %), 17 Prozent jeden bzw. fast jeden Tag (2006: 14 %). Jungen nutzen das Internet etwas häufiger (mind. einmal pro Woche: 67 %) als Mädchen (62 %) und natürlich steigt die Nutzungsintensität mit dem Alter der Kinder kontinuierlich an (6-7 Jahre: 41 %, 12-13 Jahre: 79 %).

### Internet-Nutzer 2008 - 2006

- zumindest selten -

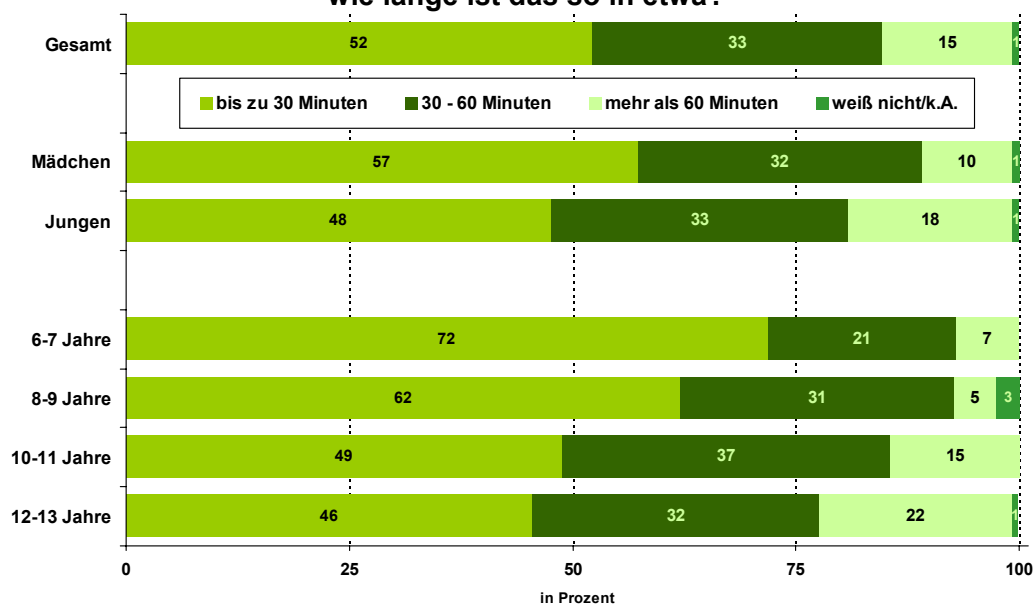


Quelle: KIM-Studie 2008, KIM-Studie 2006

Basis: PC-Nutzer

Das gleiche Muster zeigt sich auch hinsichtlich der Nutzungsdauer. So schätzt die Hälfte der Internetnutzer, dass sie an einem durchschnittlichen Tag bis zu einer halben Stunde online sind, ein Drittel gibt als Nutzungsdauer zwischen 30 und 60 Minuten an, bei 15 Prozent ist es mehr als eine Stunde.

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



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Internet-Nutzer, n=717

Analog zur Computernutzung gehen die Kinder überwiegend von zu Hause aus online (76 % mind. einmal pro Woche), weniger bei Freunden (26 %) oder in der Schule (14 %). Mit zunehmendem Alter steigt nicht nur die häusliche, sondern auch die Nutzung außer Haus an – bei Freunden (6-7 Jahre: 16 %, 12-13 Jahre: 35 %) oder in der Schule (6-7 Jahre: 13 %, 12-13 Jahre: 20 %).

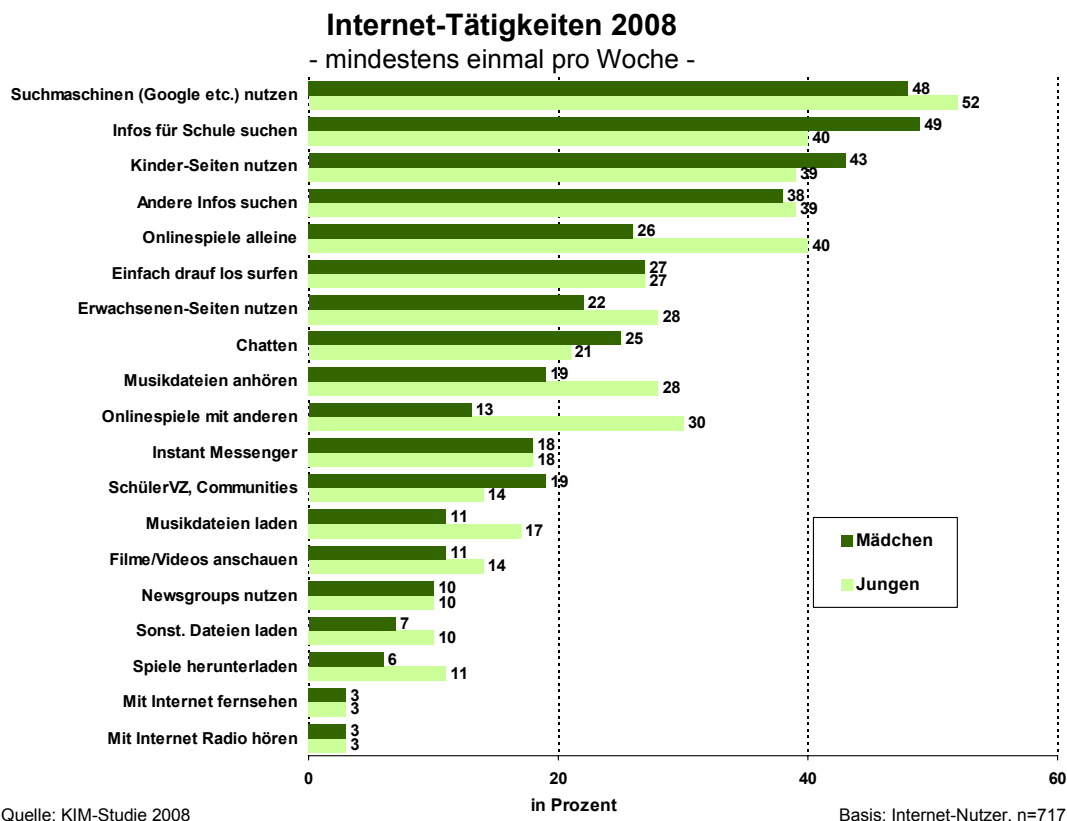
Bei den konkreten Internet-Anwendungen stehen Suchmaschinen für Kinder an erster Stelle (min. einmal pro Woche: 50 %), es folgt die Recherche bzw. Informationssuche für die Schule (45 %) oder außerschulische Interessen (38 %) sowie der Umgang mit speziellen Kinder-Angeboten (41 %). Online-Spiele alleine zu spielen (33 %) oder einfach drauf los zu surfen (27 %) ist ähnlich weit verbreitet wie die Nutzung von Angeboten, die sich nicht speziell an Kinder, sondern eher an Erwachsene richten (25 %). Chatten und das Anhören von Musik (je 23 %) zählen ebenso wie das gemeinsame Spielen für ein Fünftel zu den mehr oder weniger regelmäßig ausgeübten Online-Tätigkeiten. Anders als bei Jugendlichen<sup>8</sup> spielen kommunikative Aspekte bei der Internetnutzung von Kindern insgesamt noch keine so große Rolle. Instant Messenger (19 %) oder die erstmals abgefragten Communities wie SchülerVZ (16 %) sind, wenn überhaupt, für die älteren Kinder interessant. Die Liste der Online-Tätigkeiten wird fortgesetzt vom Runterladen von Musikdateien (14 %) oder Filmen (13 %). Etwa jeder zehnte Internetnutzer beschäftigt sich wöchentlich oder häufiger mit Newsgroups oder lädt Spiele und sonstige Dateien herunter. So gut wie keine Verbreitung hat das Fernsehen oder das Radiohören via Internet.

Betrachtet man die Geschlechter, so liegen die Mädchen nur bei drei Tätigkeiten vorne: Sie nutzen das Internet intensiver für die Schule, sie chatten häufiger und sie bewegen sich zu einem größeren Anteil als Jungen auf Seiten, die speziell für Kinder konzipiert worden sind. Bei den Jungen sticht vor allem die sehr viel höhere Affinität zu Spielen hervor, sie hören sich im Internet häufiger Musik an und nutzen stärker Angebote, die sich nicht direkt an Kinder richten.

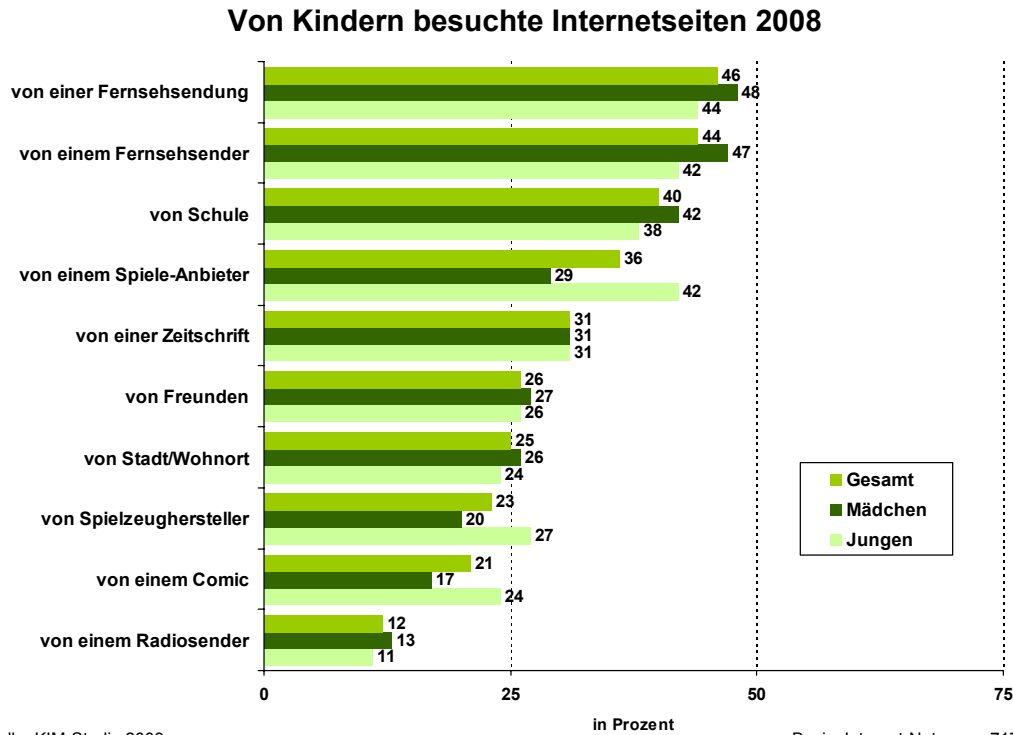
Im Vergleich zur KIM-Studie 2006 erweisen sich die meisten Tätigkeiten als relativ stabil. Allerdings geben weniger Kinder an, alleine Onlinespiele zu spielen (- 7 PP). Auch die Recherche nach Informationen zeigt sich als rückläufig, allerdings weniger im schulischen (- 3 PP) als im außerschulischen Kontext (- 6 PP). Zugenommen hat die Musiknutzung im Internet (+ 6 PP), das Anschauen von Filmen/Videos sowie der Umgang mit Instant Messengern (je + 5 PP). Auch ist das Chatten für etwas mehr Kinder interessant geworden (+ 3 PP).

---

<sup>8</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2008 (Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. Der Studienbericht steht unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) zum Download bereit.



38 Prozent der Kinder geben an, eine Lieblingsseite im Internet zu haben, etwas mehr Mädchen (40 %) als Jungen (36 %). Auf die Frage, um welches Angebot es sich dabei konkret handelt, nennen jeweils 8 Prozent das Internetangebot des öffentlich-rechtlichen Kinderkanals „KI.KA“ (kika.de) sowie das Filmportal „Youtube“. Für 7 Prozent ist die Onlinewelt des Fernsehsenders „Super RTL“ (toggo.de) das liebste Angebot, jeweils 5 Prozent geben die Online-Community „SchülerVZ“ bzw. Seiten mit Onlinespielen an. Wie die Vorlage einer Liste mit verschiedenen Angebotstypen zeigt, bietet den Kindern vor allem das Fernsehen viele Einstiegsmöglichkeiten in die Onlinewelt. Aber auch die eigene Lebenswelt ist in diesem Zusammenhang für Kinder interessant, indem sie beispielsweise die Homepage ihrer Schule, des Wohnorts oder die von Freunden besuchen. Spieleanbieter sind attraktiver als Spielzeughersteller, aus dem Bereich Print geben Zeitschriften öfter als Comics Anlass für einen Besuch im Internet.



Die Empfehlungen der eigenen Freunde dienen am häufigsten als Informationsquelle für bestimmte Onlineangebote. 75 Prozent der Internet-Nutzer geben an, die Adressen bzw. URLs für Internetangebote von den Freunden zu kennen, 38 Prozent geben als Quelle Fernsehsendungen an, aber auch Suchmaschinen (34 %) oder die Eltern (29 %) spielen neben der Schule bzw. Lehrern (26 %) eine Rolle. Jeweils 24 Prozent kennen Internetadressen aus Zeitschriften oder durch einfaches Ausprobieren. Letzteres ist insofern bedenklich, weil viele unseriöse oder pornografische Angebote genau diese Schwäche ausnutzen und z. B. durch einfache Buchstabendreher ein ganz anderes Ergebnis als das ursprünglich gewollte auf dem Bildschirm erscheint. Von den Geschwistern bekommen 17 Prozent Tipps für bestimmte Internetseiten, 13 Prozent nutzen Lesezeichen bzw. haben die sie interessierenden Seiten gespeichert.

## 10.2 Persönliche Daten im Internet

Auch Kinder nutzen in zunehmendem Maße Internetangebote, bei denen persönliche Informationen über Alter und Hobbys oder auch Fotos hinterlegt werden können. Dies kann zum einen bei selbst kreierte Angeboten erfolgen, ist aber eher die Ausnahme. Gerade einmal 4 Prozent der Internetnutzer geben an, eine eigene Homepage zu unterhalten (Jungen: 3 %, Mädchen: 6 %), selbst bei den Ältesten sind es lediglich 7 Prozent. Eine andere Möglichkeit bieten auch Plattformen wie SchülerVZ oder andere Online-

Communities. Unabhängig von der Art der Onlinepräsenz gibt jeder zehnte Internetnutzer an, Informationen über Hobbys (12 %), die eigene E-Mail-Adresse (12 %) oder eigene Fotos bzw. Filme (10 %) veröffentlicht zu haben. Bilder von Freunden oder der Familie (5 %) werden ebenso wie die Handy-Nummer (3 %) aber deutlich seltener öffentlich zugänglich gemacht. Während sich Jungen und Mädchen hier kaum unterscheiden, zeigt sich im Altersverlauf eine deutliche Zunahme der im Internet präsentierten Informationen. Bei den Ältesten Internetnutzern hat dann bereits jeder zweite Fotos/Filme, E-Mail-Adresse oder Informationen über Hobbys verbreitet, knapp jeder zehnte dieser Altersgruppe präsentiert dann auch Fotos von Freunden oder die Nummer des Instant Messengers.

Wenn Kinder persönliche Informationen im Internet hinterlegt haben (n=155), dann kann bei einem Viertel jeder Internetnutzer diese Daten einsehen, drei Viertel geben an, dass nur die eigenen Freunde Zugriff auf diese Informationen haben. Interessant ist in diesem Zusammenhang die Definition von „Freunde“. Denn 17 Prozent sagen, dass diese Freunde nur „virtuell“ sind, sie diese nur aus dem Internet kennen (Jungen: 21 %, Mädchen: 11 %).

### 10.3 Probleme bei der Internetnutzung

Das Internet bietet für Kinder zahlreiche spannende, informative oder lustige Inhalte. Allerdings kommen Kinder – oft unbeabsichtigt – auch mit problematischen Angeboten in Kontakt. 8 Prozent der Internet-Nutzer geben an, dass sie im Internet schon einmal auf Sachen gestoßen seien, die ihnen unangenehm waren oder ihnen Angst gemacht haben. Dabei unterscheiden sich Mädchen und Jungen nur geringfügig. Etwas häufiger als die jüngsten berichten die ältesten Kinder von solchen Vorkommnissen, was mit ihrer höheren Nutzung generell zusammenhängt und damit auch zu einer größeren Wahrscheinlichkeit führt, auf problematische Inhalte zu stoßen. Im Einzelnen handelt es sich hierbei um Erotik- oder Pornoseiten, aber auch gewalthaltige Inhalte oder Bilder und Videos von Unfällen werden von den Kindern genannt.

Da es sich hier um eine sehr sensible Frage handelt, kann nicht mit Sicherheit davon ausgegangen werden, dass Kinder ein solches Erlebnis einem Dritten oder gar einem Interviewer mitteilen wollen. Von daher handelt es sich bei den hier ermittelten Werten mit großer Wahrscheinlichkeit eher um Unter- als um Übertreibungen. Insgesamt decken sich die Aussagen dieser Kinder weitgehend mit denen der Haupterzieher. Eltern von Internetnutzern geben zu 7 Prozent an, dass ihr Kind schon einmal auf gewalthaltige, pornografische oder rechtsextreme Seiten gestoßen sei. Mit 76 Prozent ist sich der Großteil der Haupterzieher sicher, dass ihre Kinder beim Surfen noch nicht mit solchen Inhalten konfrontiert wurden. Es bleibt eine „Dunkelziffer“ von 17 Prozent, die diese Frage mit „weiß nicht“ beantworten. Haupterzieher von 6- bis 7-jährigen Internetnutzern sind zu 7

Prozent unsicher, bei Eltern von 12- bis 13-jährigen Internetnutzern steigt dieser Anteil auf 24 Prozent an.

Die kommunikativen Möglichkeiten des Internets stehen bei Kindern insgesamt zwar noch nicht an erster Stelle, Erfahrungen im Umgang mit Chats, Instant Messenger, Online-Communities oder E-Mails haben die Kinder aber dennoch schon reichlich gesammelt. Insgesamt haben 34 Prozent der Internetnutzer eine oder mehrere eigene E-Mail-Adressen. Entsprechend treffen Kinder unter Umständen auch in diesen Kommunikationsräumen auf Botschaften, die sie verunsichern oder ihnen Angst machen<sup>9</sup>. Kinder mit eigener Adresse berichten zu 15 Prozent, per E-Mail schon einmal mit unangenehmen Inhalten konfrontiert worden zu sein, die ihnen teilweise auch Angst gemacht haben. In erster Linie handelt es sich dabei um unterschiedlichste Kaufangebote, aber auch um Spams und Viren, um Anmache allgemeiner Art oder auch mehr oder weniger eindeutige Sex-Angebote. Auch beim Chatten kann es zu Problemen kommen. 37 Prozent der 6- bis 13-jährigen Internetnutzer tummeln sich zumindest gelegentlich in Chatrooms, 23 Prozent davon mindestens einmal pro Woche. Bei der Nachfrage, um welche Chats es sich hierbei konkret handelt, nennt ein Fünftel „ICQ“, jeder Zehnte „SchülerVZ“ und 8 Prozent „Knuddels.de“. Für Kinder ist es offenbar schwierig, zwischen Chat und Instant Messengern zu unterscheiden; es zeigt sich eine immer stärkere Vermischung dieser Kommunikationsformen. Kinder mit Chat-Erfahrung berichten zu 17 Prozent, dass sie schon einmal auf unangenehme Leute in Chatrooms getroffen seien, bei jedem Zehnten ist dies sogar schon mehrmals vorgekommen.

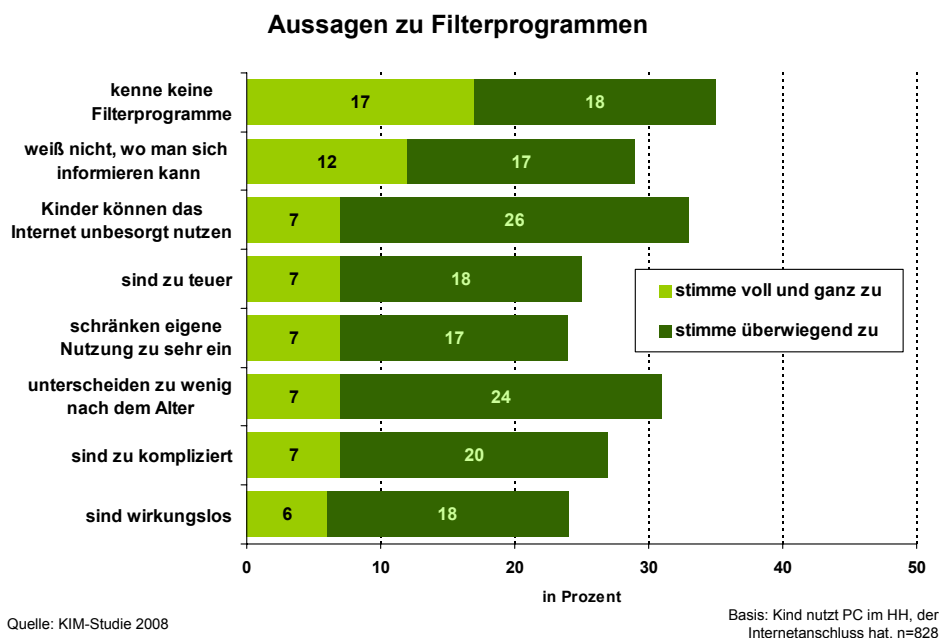
#### 10.4 Sicherheit im Internet

Schutz vor für Kinder ungeeigneten Internetinhalten können – mehr oder weniger verlässlich – Filterprogramme bieten. Ein gutes Viertel der Haupterzieher gibt an, dass auf dem Computer, den das Kind am häufigsten nutzt, ein solches Filterprogramm installiert sei. 63 Prozent verneinen dies und 10 Prozent können hierüber keine Angaben machen. Am häufigsten geben Haupterzieher von 8- bis 9-Jährigen an, dass sie eine Filtersoftware installiert haben (32 %), Eltern der 12- bis 13-Jährigen bestätigen dies nur zu 21 Prozent (6-7 Jahre: 27 %, 10-11 Jahre: 30 %). Die Kindersicherungen von T-Online, AOL und der Norton Internet Security-Filter sind am weitesten verbreitet. Haupterzieher, bei denen am Computer ein Schutzprogramm installiert ist (n=225), sind zu 32 Prozent sehr und zu 69 Prozent weitgehend zufrieden.

---

<sup>9</sup> Tipps für den sicheren Umgang in Chats für Kinder, Eltern und Pädagogen finden sich z. B. unter [www.chatten-ohne-risiko.net](http://www.chatten-ohne-risiko.net).

Um mehr über die Einstellungen zu Filtersoftware zu erfahren, wurden Haupterziehern, deren Kinder von zuhause aus ins Internet gehen können, verschiedene Aussagen mit der Bitte um Zustimmung (stimme voll und ganz, überwiegend, weniger, gar nicht zu) vorgelegt. Demnach besteht wohl noch immer das Hauptproblem darin, Zugang zu den nötigen Informationen zu finden. Ein Drittel kennt keine Filterprogramme oder weiß nicht, wo man sich über diese informieren kann. Ebenso groß ist der Anteil derer, die der Meinung sind, dass Filterprogramme zu wenig nach dem Alter differenzieren. Jeweils ein Viertel beklagt eine zu komplizierte Installation oder meint, dass Schutzsoftware sowieso wirkungslos sei. Der Aussage „Wenn ein Filterprogramm installiert ist, kann ich mein Kind unbesorgt das Internet nutzen lassen“ stimmen nur 7 Prozent voll und ganz und weitere 26 Prozent weitgehend zu. Daneben sprechen auch der Preis und die Sorge vor einer Einschränkung der eigenen Nutzung bei gut einem Fünftel gegen ein Filterprogramm.



Bei Schutzprogrammen legen die Haupterzieher den größten Wert auf die Wirksamkeit (sehr wichtig: 58 %, wichtig: 32 %), aber auch die Einfachheit der Bedienung steht stark im Vordergrund (49 % und 40 %). Dass an dem Programm individuelle Einstellungen vorgenommen werden können, ist für 44 Prozent sehr wichtig (wichtig: 36 %). Aber auch die Kosten für eine solche Filtersoftware ist für ein gutes Drittel sehr bedeutsam (sehr wichtig: 38 %, wichtig: 39 %). Die Möglichkeit der Anpassung an verschiedene Altersgruppen betonen insgesamt drei Viertel der Haupterzieher (sehr wichtig: 37 %, wichtig: 46 %). Die geringste Zustimmung erfährt die Aussage „Alle Einstellungen sind vorgegeben – ich muss mich um nichts mehr kümmern“ (sehr wichtig: 27 %, wichtig: 32 %). Insgesamt belegen diese Aussagen, dass Eltern der grundsätzlichen Wirksamkeit von Filtersoftware eher skeptisch gegenüberstehen und sehr hohe Ansprüche an die Alltagstauglichkeit solcher Programme haben.

## 11. Handy

Ein Handy ist aus den meisten Haushalten mit Kindern nicht mehr wegzudenken. In 95 Prozent der Familien ist zumindest ein Handy vorhanden, jedes zweite Kind hat sogar ein eigenes Mobiltelefon. Jungen und Mädchen sind vergleichbar gut ausgestattet. Je älter die Kinder sind, desto häufiger besitzen sie ein eigenes Handy. Bereits jeder fünfte 6- bis 7-Jährige hat ein eigenes Gerät, unter den 8- bis 9-Jährigen ist es jeder Dritte. In der nächsten Altersstufe (10 bis 11 Jahre) verdoppelt sich der Anteil auf zwei Drittel und beim Eintritt ins Jugendalter (12 bis 13 Jahre) ist ein eigenes Handy bereits eine Selbstverständlichkeit. Die gute Ausstattung der Kinder mit Mobiltelefonen ist inzwischen unabhängig vom Einkommen der Eltern, auch in Haushalten mit einem Nettoeinkommen unter 1.500 Euro hat jedes zweite Kind zwischen 6 und 13 Jahren ein eigenes Handy.

**Handy-Verfügbarkeit 2008**  
Angaben der Kinder

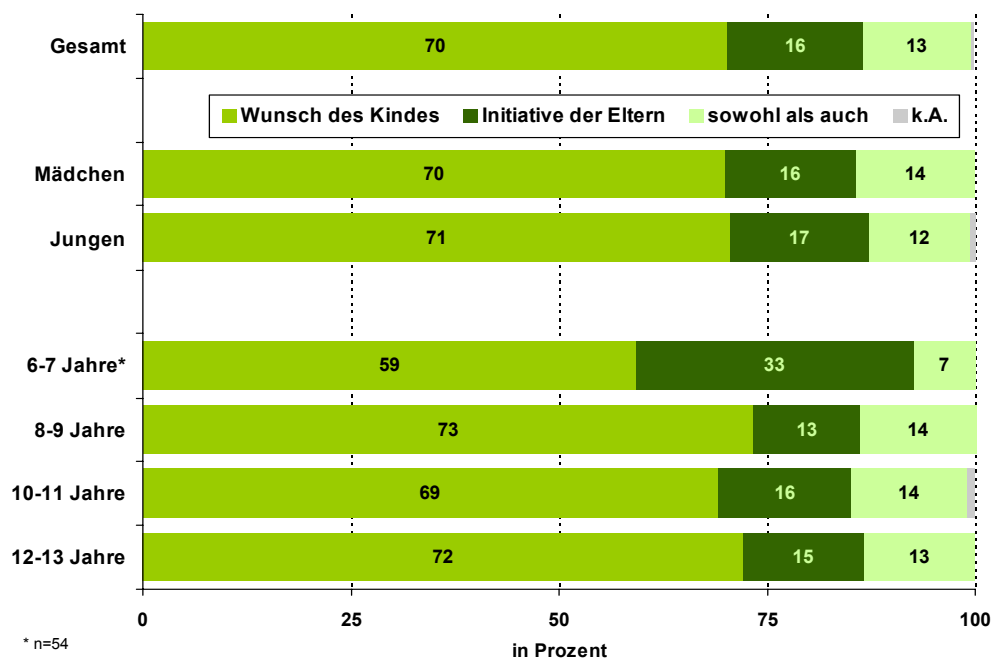


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Die Anschaffung des ersten eigenen Handys erfolgte nach Angaben der Kinder überwiegend auf ihren eigenen Wunsch (70 %), 16 Prozent erinnern sich, dass es eher ein Anliegen der Eltern war, ein Handy zu kaufen. Bei 13 Prozent ging die Initiative von beiden aus. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei in ihren Aussagen kaum. Analysiert man die erste Anschaffung nach dem Alter, so gibt bei den jüngsten Handybesitzern (6 bis 7 Jahre) immerhin jeder Dritte an, dass es ausdrücklich ein Wunsch der Eltern war, ein Handy anzuschaffen.

### Das erste Handy: Anschaffung aufgrund ...



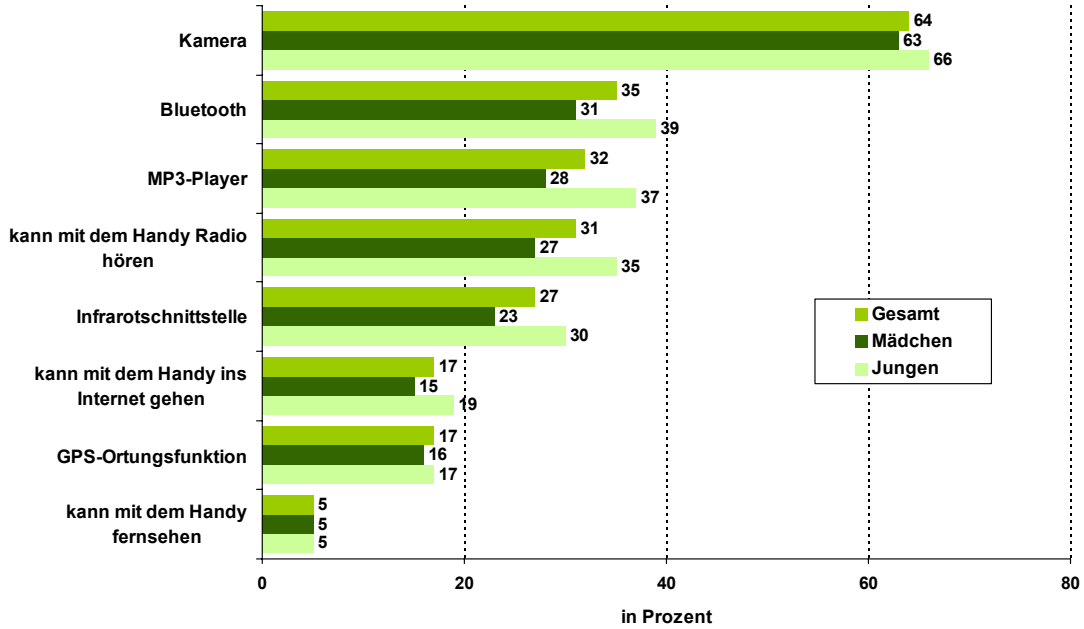
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Handy-Besitzer (Auskunft Kind), n=625

Die Handys, die Kindern zur Verfügung stehen, sind weit mehr als nur ein Mobiltelefon oder reine Kommunikationsmittel. Zwei Drittel der Geräte haben eine Kamera, mit jedem dritten Handy besteht die Möglichkeit, Dateien per Bluetooth auszutauschen. Ebenso groß ist der Anteil derer, die mit dem Handy Radio hören und es als MP3-Player nutzen können. Ein gutes Viertel der Geräte hat eine Infrarotschnittstelle und bei einem Sechstel besteht die Option, mit dem Handy ins Internet zu gehen. Darüber hinaus gibt ein Sechstel der Kinder an, dass die Eltern sie über die GPS-Funktion ihres Handys orten können. Die Nutzung von Fernsehinhalten ist nur jedem zwanzigsten Handybesitzer möglich. Generell haben die Mobiltelefone von Jungen mehr Funktionen zur Verfügung als die der Mädchen.

Trotz der multimedialen Ausstattung dient das Handy in Kinderhand vor allem der Kommunikation. Die am häufigsten verwendete Funktion ist das Senden und Empfangen von Kurzmitteilungen – über zwei Drittel der Handybesitzer nutzen regelmäßig SMS – und das Telefonieren. Ein wichtiger Ansprechpartner sind die Eltern: 16 Prozent rufen jeden oder fast jeden Tag ihre Eltern an, 19 Prozent werden ebenso häufig von den Eltern angerufen. Sicherlich spielt hier die Organisation des Familienalltags mit Schule und Freizeiterminen eine große Rolle. Andere Funktionen werden deutlich seltener genutzt, nicht einmal die Hälfte der Handybesitzer nutzt das Handy regelmäßig zum Spielen. Ein Viertel nutzt das Handy als Digitalkamera. Das Versenden von Filmen und Bildern ist kaum relevant. Mehr als die Hälfte der Kinder hat dies noch nie ausprobiert und nur ein Siebtel macht dies zumindest einmal pro Woche.

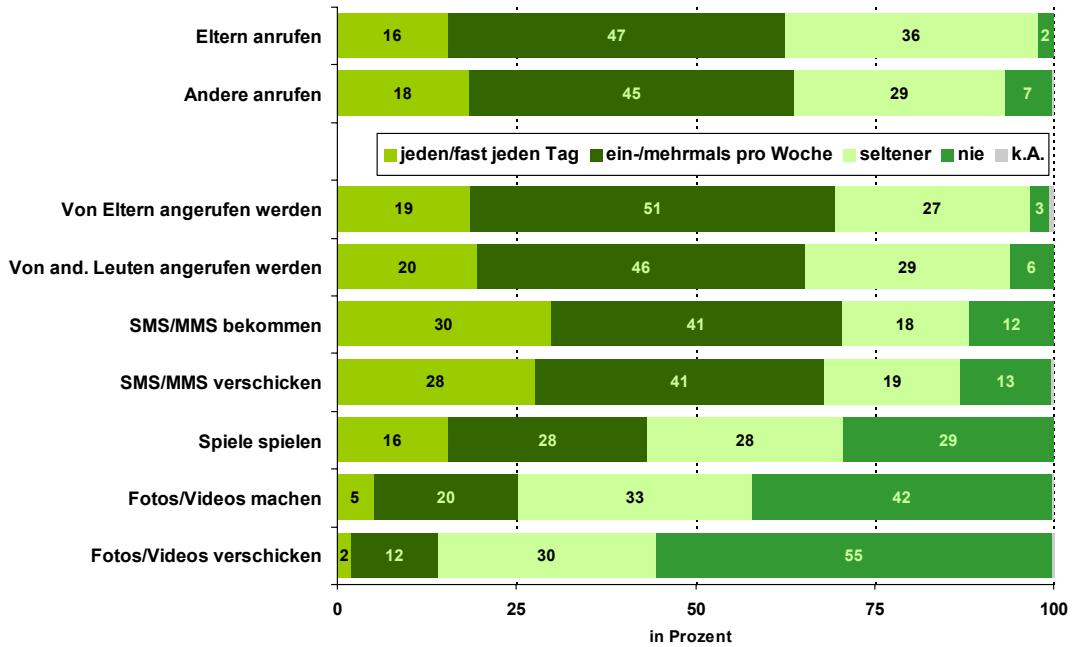
### Handyausstattung 2008



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Handy-Besitzer (Auskunft Kind), n=625

### Nutzung verschiedener Handy-Funktionen



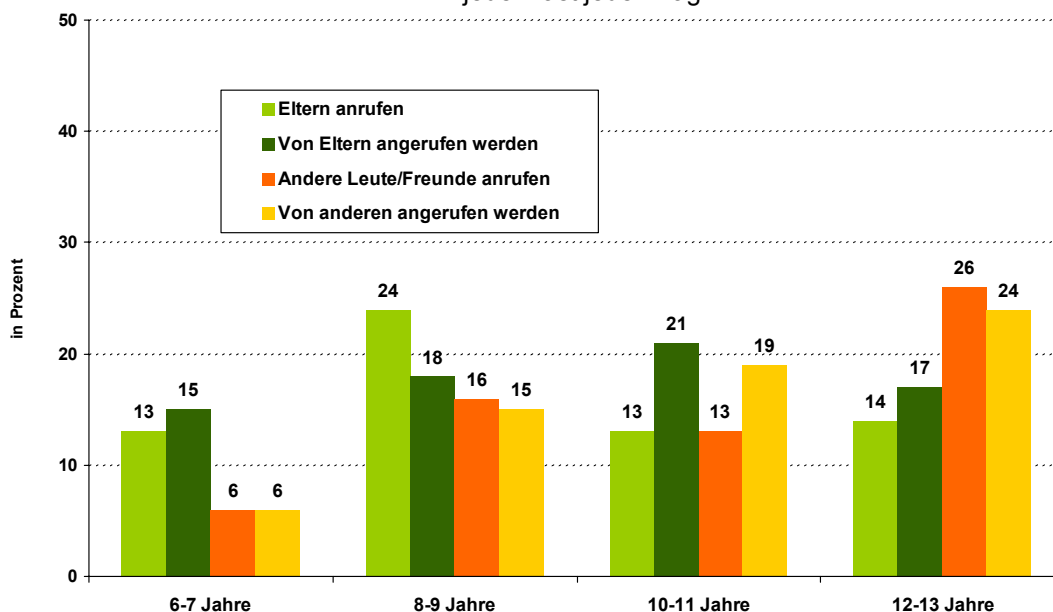
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Handy-Besitzer (Auskunft Kind), n=625

Auf dem Weg von der Kindheit zum Jugendalter lässt sich an der Handynutzung zeigen, wie Kinder ihr soziales Umfeld erweitern. Betrachtet man die Adressaten der häufigen

Anrufe (jeden/fast jeden Tag), so orientieren sich Kinder mit zunehmendem Alter mehr außerhalb der Familie; andere Gesprächspartner werden öfter kontaktiert als die Eltern. Mit 10 bis 11 Jahren hält sich die Kommunikation mit Freunden und der Familie noch die Waage. Mit dem Eintritt ins Jugendalter (12 bis 13 Jahre) dient das Handy dann eindeutig mehr zur Kommunikation mit dem Freundeskreis.

### Nutzung verschiedener Handy-Funktionen - jeden/fast jeden Tag -

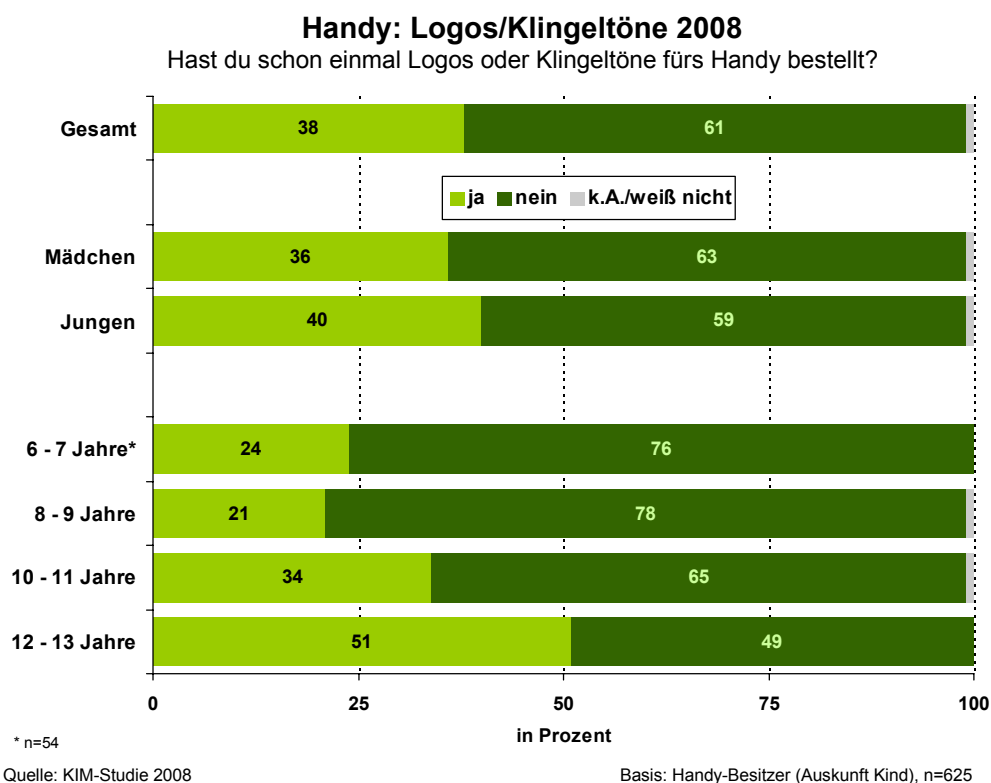


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Handy-Besitzer (Auskunft Kind), n=625

Im Zusammenhang mit der Handynutzung von Kindern werden immer wieder Verbraucherschutzaspekte diskutiert. Unter dem Stichwort „Handyabzocke“ sind vor allem undurchsichtige Angebote zum Bezug von Klingeltönen und Logos gemeint. 38 Prozent der Handybesitzer haben schon einmal Klingeltöne oder Logos bestellt, Jungen (40 %) etwas häufiger als Mädchen (36 %). Mit zunehmendem Alter steigt die Nutzung solcher Angebote erwartungsgemäß deutlich an. Während weniger als ein Viertel der 6- bis 9-Jährigen solche Produkte gekauft haben, ist es bei den 10- bis 11-Jährigen ein Drittel. Jeder zweite Handybesitzer im Alter von 12 bis 13 Jahren hat sich schon einmal zusätzliche Logos oder Klingeltöne bestellt.

Informationen über solche Angebote erhält jeder Zweite aus dem Freundeskreis, jeweils etwa ein Drittel hat davon aus dem Fernsehen (38 %, 2006: 41 %, 2005: 52 %), dem Internet (36 %) oder aus Zeitschriften (32 %) erfahren. Geschwister (17 %) und Eltern (14 %) dienen kaum als Informationsquelle für solche Angebote.

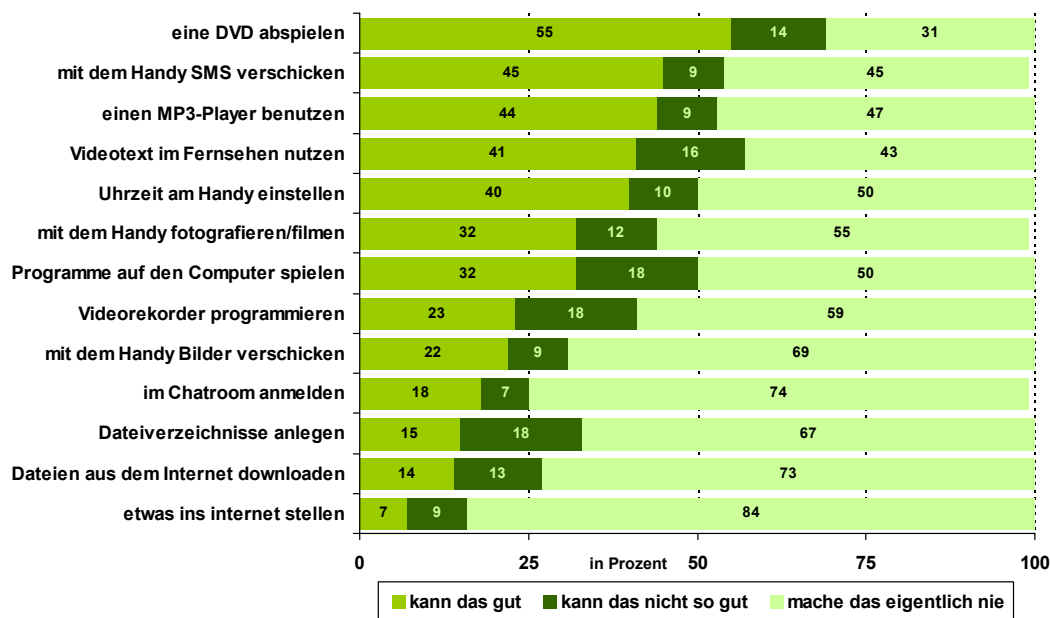


Vor allem bei Jugendlichen ist Handymissbrauch ein wichtiges Thema. Die explizite Befragung von Kindern zu Themen wie Gewalt und Pornografie ist im Rahmen der KIM-Studie seriös nicht möglich. Allerdings wurden die Handynutzer befragt, inwieweit sie schon einmal mit seltsamen oder unangenehmen Dingen auf dem Handy konfrontiert wurden. Hier gab nur ein sehr geringer Anteil von 3 Prozent an, schon einmal so etwas bekommen zu haben. Für den Großteil der Handybesitzer scheint dies kein Thema zu sein. Diejenigen, die betroffen waren, berichteten meist von dubiosen Kaufangeboten, sexuellen Inhalten und Anmache.

## 12. Medienkompetenzen und medienpraktische Erfahrungen

Kinder eignen sich die Medienwelt entsprechend ihrer altersspezifischen kognitiven und affektiven Fähigkeiten und Fertigkeiten auf höchst unterschiedliche Art und Weise an. Anhand einer Liste mit 13 vorgegebenen Medientätigkeiten lassen sich neben den bisherigen Darstellungen über die Häufigkeit verschiedener Anwendungen Aussagen über die generellen Fertigkeiten der Kinder anstellen.<sup>10</sup> Das Abspielen einer DVD oder das Verschicken von Textnachrichten mit dem Handy bereitet der Hälfte der Kinder keine Schwierigkeit. Etwas geringer ist der Anteil derer, die sich gut mit einem MP3-Player auskennen, den Videotext im Fernsehen nutzen oder am Handy die Uhrzeit selbstständig einstellen können. Nur ein Drittel der 6- bis 13-Jährigen kann gut mit der Foto- bzw. Filmfunktion am Handy umgehen oder Programme auf einen Computer aufspielen. Etwas weniger Kinder können ohne Probleme einen Videorekorder programmieren oder mit dem Handy Bilder verschicken. Sich selbst in einem Chatroom anmelden beherrscht ein Fünftel. Das Anlegen von Dateiverzeichnissen auf dem Computer oder das Herunterladen von Daten aus dem Internet können nur wenige Kinder gut durchführen. Am wenigsten Erfahrung haben Kinder damit, etwas ins Internet zu stellen.

**Technische Kompetenzen der Kinder 2008**



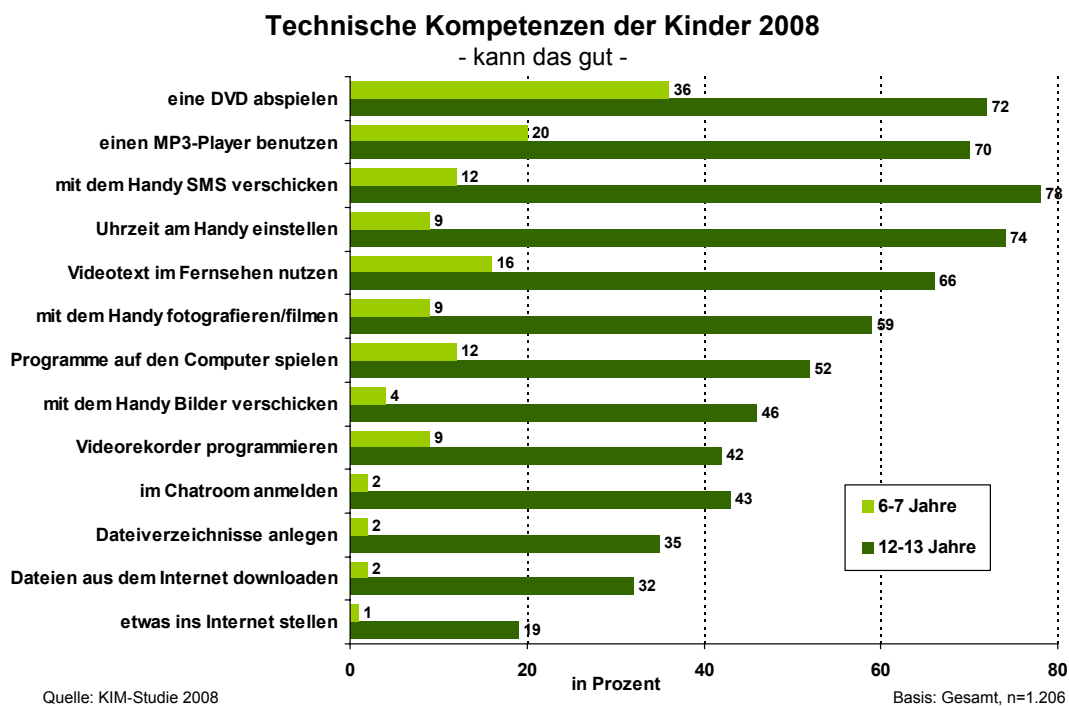
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Jungen schätzen ihre Kompetenzen bei fast allen vorgegebenen Tätigkeiten besser ein als Mädchen. Besonders deutlich sind die Unterschiede bei der Videotext-Nutzung am Fernsehgerät (Jungen: 48 %, Mädchen: 33 %), beim Aufspielen von Programmen auf den

<sup>10</sup> „Jetzt geht es darum, was man mit elektronischen Geräten alles machen kann. Ich nenne dir mal verschiedene Möglichkeiten und du sagst mir bitte, ob du das gut kannst, ob du das nicht so gut kannst oder ob du das eigentlich nie machst.“

Computer (Jungen: 40 %, Mädchen: 25 %) und beim Einstellen der Uhrzeit am Handy (Jungen: 44 %, Mädchen: 36 %). Gleichstand herrscht bei der Nutzung eines MP3-Players, beim Anmelden im Chat und was das Abspielen einer DVD anbelangt. Im Altersverlauf nehmen die technischen Fertigkeiten der Kinder zwar deutlich zu, interessant ist aber, dass auch bei den 12- bis 13-Jährigen eine Vielzahl von Tätigkeiten gerade einmal von der Hälfte oder noch weniger gut ausgeübt werden kann.

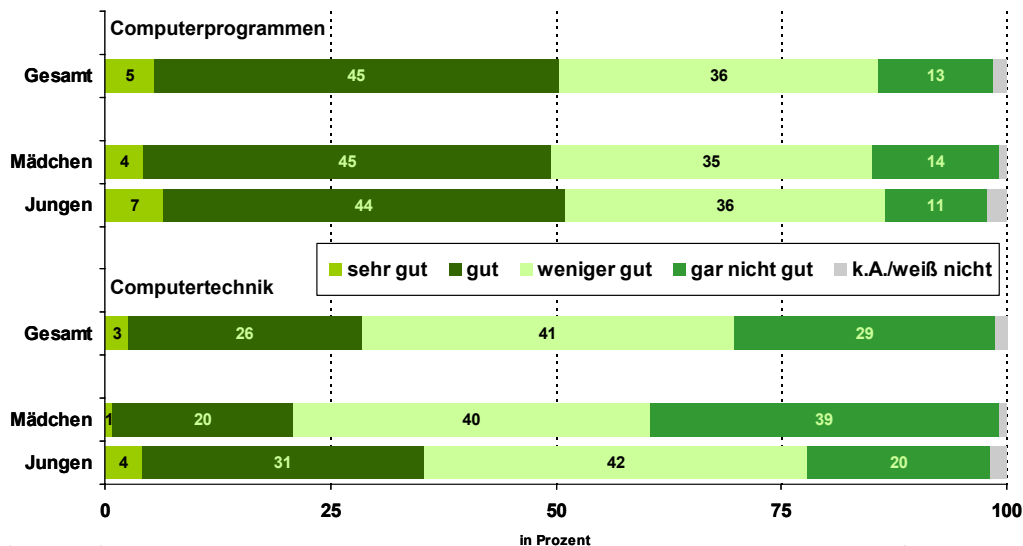


Beim Umgang mit dem Computer schätzt die Hälfte der Kinder ihre Kompetenzen im Bereich Computerprogramme als mindestens gut ein, Jungen und Mädchen weisen so gut wie keine Unterschiede auf. Mit der Computertechnik kennen sich die Kinder weniger gut aus, nur ein knappes Drittel glaubt, hier gute Kenntnisse zu haben. Mädchen schätzen sich deutlicher weniger kompetent ein als Jungen.

Jenseits der technischen Kompetenzen ist das medienpraktische Arbeiten eine wichtige Hilfestellung für Kinder, um die Funktionsweisen der Medien besser verstehen und durchschauen zu können. Insgesamt zeigt sich aber, dass die 6- bis 13-Jährigen bisher kaum Medienpraxis erfahren haben. Gerade einmal jeder Zehnte hat schon einmal einen Videofilm gedreht oder an einem Zeitungsprojekt mitgearbeitet. Nur 5 Prozent haben sich im Rahmen eines Hörspiels ausprobiert, jeweils 3 Prozent haben Radio gemacht oder eine Homepage erstellt. Auch hier zeigt sich im Altersverlauf eine deutliche Zunahme an Medienpraxis, doch selbst bei den 12- bis 13-Jährigen hat nur ein Fünftel Film- bzw. Videoerfahrung oder konnte eine eigene Zeitung erstellen.

### Selbsteinschätzung Computerkompetenz 2008

Kenne mich aus mit ...

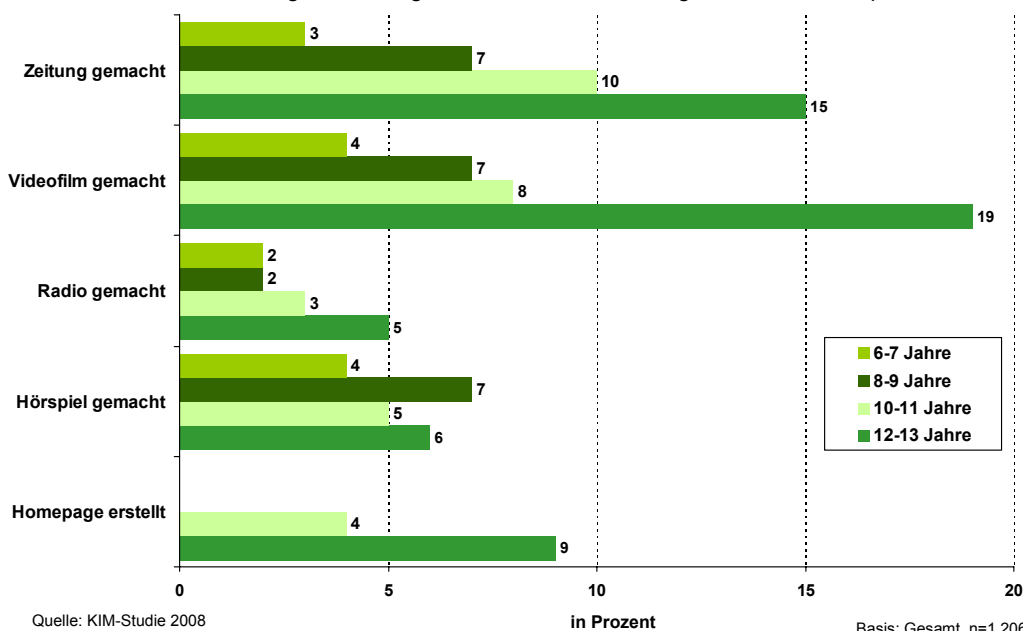


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: PC-Nutzer, n=938

### Medienpraktische Erfahrung

Welche der folgenden Dinge hast du schon einmal gemacht oder ausprobiert?



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Fragt man die Kinder ohne jeweilige Medienpraxis nach ihren Interessen, so zeigt sich auch hier die große Affinität zu Film und Fernsehen. Mit 40 Prozent wird die Videoproduktion am stärksten nachgefragt, 24 Prozent würden gerne einmal eine Homepage einrichten. Auf vergleichbarem Niveau rangieren Zeitungsprojekte (15%), Hörspiele (15%) oder eigene Radiobeiträge (14%).

### 13. Medienfunktionen

Medien können je nach situativem Kontext eine ganz unterschiedliche Rolle für die Nutzer spielen, sei es bei Langeweile, zur Überbrückung von Einsamkeit oder wenn es darum geht, sich zu amüsieren und Spaß zu haben. Anhand einer Liste mit vorgegebenen Situationen und Stimmungen geben die Kinder jeweils an, ob sie sich in dieser Situation am ehesten mit Radio, Tonträger, Fernseher, Video/DVD, Telefon/Handy, Bücher oder Computer und Internet beschäftigen.

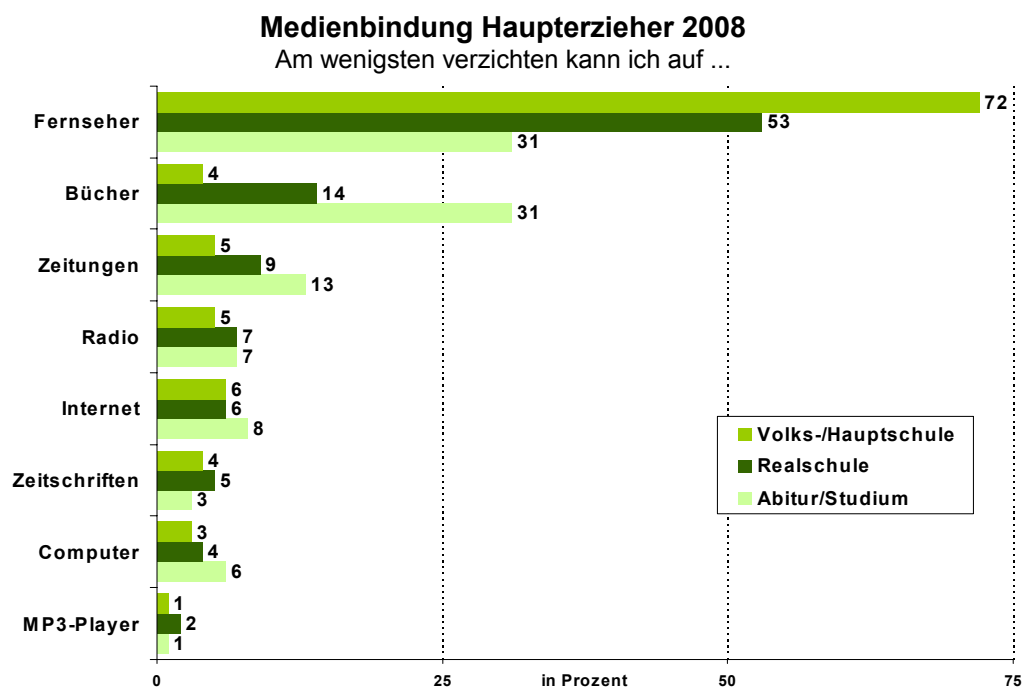
Bei Langeweile spielt für knapp die Hälfte der Kinder das Fernsehen die wichtigste Rolle (Mädchen: 44 %, Jungen: 49 %), für jeden zehnten sind aber auch Bücher (Mädchen: 15 %, Jungen: 7 %), oder Computer (Mädchen: 5 %, Jungen: 15 %) relevant. Beim Zusammensein mit Freunden stehen Medien insgesamt weniger im Vordergrund, wenn überhaupt, dann spielen Fernseher, Computer (Mädchen: 8 %, Jungen: 18 %) oder Tonträger (Mädchen: 15 %, Jungen: 8 %) eine Rolle. Bei Traurigkeit hilft das Fernsehen am ehesten, aber auch Tonträger spielen vor allem für die Älteren eine Rolle. Größtmögliche Ablenkung vom Alltag erlaubt aus Sicht der Kinder ebenfalls das Fernsehen, auch ist es für die meisten das Medium, dass am meisten Spaß verspricht. Der Computer hat für doppelt so viele Jungen (22 %) wie Mädchen (11 %) den größten Unterhaltungswert, und auch im Altersverlauf gewinnt er als einziges Medium an Bedeutung hinzu (6-7 Jahre: 12 %, 12-13 Jahre: 23 %). Auch wenn es darum geht, Spannendes zu erleben, hat das Fernsehen für die Kinder das größte Potenzial. Mit zunehmendem Alter der Kinder rückt aber auch hier der Computer nach vorne (6-7 Jahre: 6 %, 12-13 Jahre: 12 %), während das Fernsehen in diesem Kontext an Attraktivität verliert (6-7 Jahre: 37 %, 12-13 Jahre: 26 %). Und auch bei Einsamkeit liegt das Fernsehen deutlich an erster Stelle.

#### Funktionen verschiedener Medien 2008

| mache ich am ehesten, wenn .... (in Prozent) |       |        |    |               |                   |        |                     |          |                 |
|--|-------|--------|----|---------------|-------------------|--------|---------------------|----------|-----------------|
|  | Radio | CD/MP3 | TV | Video/<br>DVD | Telefon/<br>Handy | Bücher | PC ohne<br>Internet | Internet | nichts<br>davon |
| mir langweilig ist                           | 6     | 8      | 47 | 2             | 5                 | 11     | 10                  | 3        | 8               |
| ich mit Freunden zusammen bin                | 5     | 12     | 14 | 4             | 1                 | 1      | 13                  | 3        | 47              |
| ich traurig bin                              | 5     | 15     | 25 | 3             | 5                 | 9      | 4                   | 1        | 33              |
| ich alles um mich herum vergessen will       | 5     | 12     | 32 | 5             | 1                 | 15     | 8                   | 3        | 19              |
| ich Spaß haben will                          | 2     | 4      | 26 | 4             | 4                 | 3      | 16                  | 6        | 35              |
| ich mich geärgert habe                       | 4     | 10     | 18 | 2             | 11                | 4      | 8                   | 3        | 41              |
| ich was Spannendes erleben will              | *     | 1      | 31 | 9             | 1                 | 7      | 10                  | 6        | 34              |
| ich mich alleine fühle                       | 5     | 7      | 41 | 2             | 9                 | 8      | 7                   | 3        | 17              |

## 14. Medienklima im Elternhaus

Der Medienumgang von Kindern wird vor allem durch das familiäre Umfeld determiniert, mit zunehmendem Alter werden dann auch die Medienaktivitäten der Peergroup bedeutsam. Fragt man die Haupterzieher, auf welches Medium sie am wenigsten verzichten könnten, dann liegt das Fernsehen mit 55 Prozent der Nennungen auf dem ersten Platz. Mit sehr großem Abstand folgen Bücher (14 %), Zeitungen (9 %), Radio und Internet (jeweils 6 %), Zeitschriften und Computer (jeweils 4 %) und an letzter Stelle der MP3-Player (1 %). Je nach Alter und Bildungsgrad der Haupterzieher variieren diese Präferenzen deutlich. So entscheiden sich jüngere Befragte bis 34 Jahre sehr viel deutlicher für das Fernsehen (65 %) als ältere (35-39 Jahre: 51 %, ab 40 Jahre: 52 %). Der umgekehrte Effekt lässt sich – schwächer ausgeprägt – bei Büchern (bis 34 Jahre: 10 %, 35-39 Jahre: 15 %, ab 40 Jahre: 16 %) und Zeitungen (bis 34 Jahre: 5 %, 35-39 Jahre: 9 %, ab 40 Jahre: 10 %) beobachten. Noch stärkere Abweichungen zeigen sich bei den unterschiedlichen Bildungsgruppen. Die Bindung an das Fernsehen verliert mit zunehmender formaler Bildung, die Bindung an Bücher und Zeitungen steigt deutlich an. Bei Computer und Internet zeigen ebenso wie bei Radio, Zeitschriften und MP3-Player weder die Alters- noch die Bildungsgruppen merkbliche Unterschiede.



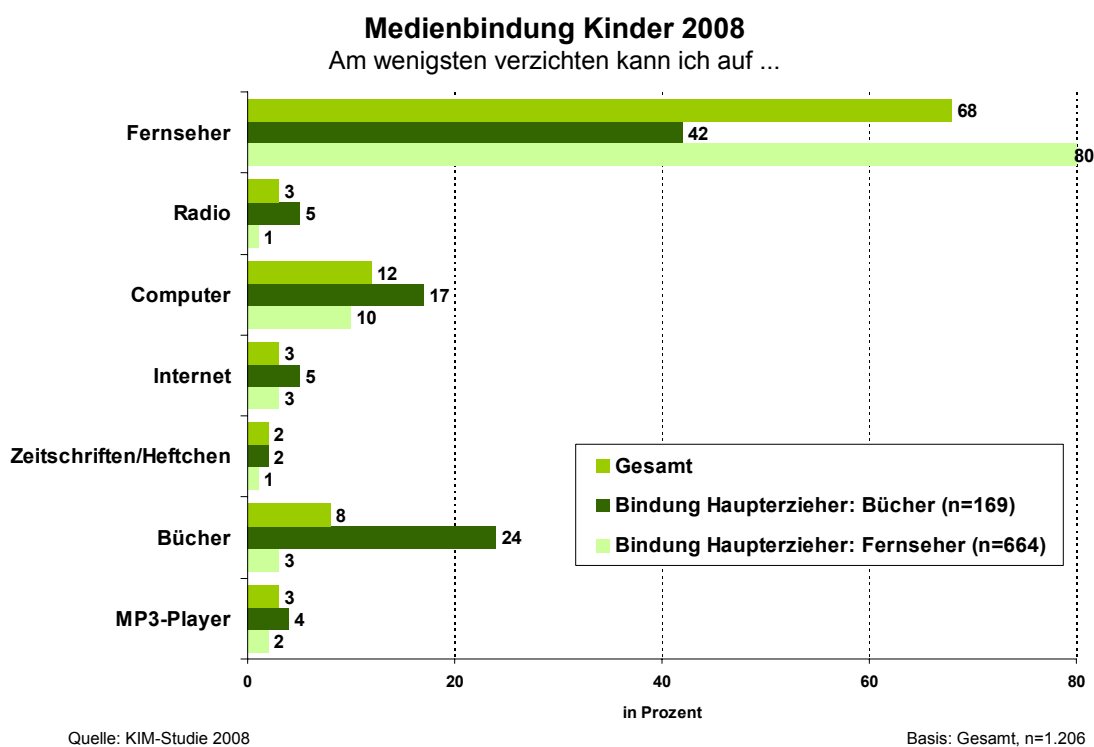
Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Die Vorbildfunktion der Haupterzieher wird deutlich, wenn man deren Medienbindung mit der ihrer Kinder vergleicht. Generell gilt, dass sich auch die meisten Kinder für das Fernsehen entscheiden, wenn sie gefragt werden, auf welches Medium sie am wenigsten

verzichten könnten.<sup>11</sup> Hier spiegelt sich die häufige Alltagsnutzung des Fernsehens wider. Lediglich der Computer – vor allem bei Jungen – und Bücher – vor allem bei Mädchen – spielen bei der Medienbindung der Kinder noch eine Rolle. Die starke Stellung des Fernsehens verliert mit zunehmendem Alter vor allem zugunsten von Computer und Internet.

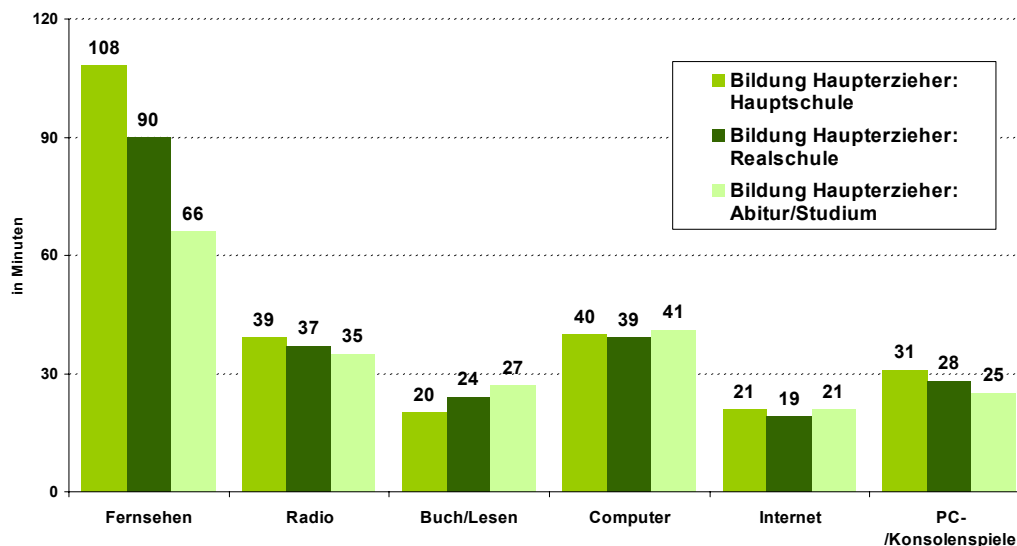
Betrachtet man nun die Haupterzieher, für die das Fernsehen das unentbehrlichste Medium ist, so weisen auch deren Kinder eine überdurchschnittliche Bindung an das Fernsehen auf. Präferieren die Haupterzieher Bücher, dann hat auch das Kind eine sehr viel stärkere Bindung an das gedruckte Wort.



Nach Einschätzungen der Haupterzieher verbringen die Kinder an einem durchschnittlichen Tag die meiste Zeit mit dem Fernsehen (91 Min.). Die Computernutzung insgesamt wird auf 40 Minuten geschätzt, die Hälfte dieser Zeit sind die Kinder im Internet unterwegs. Die Beschäftigung mit Computer- und Konsolenspielen schätzen die Haupterzieher auf 29 Minuten, für die Beschäftigung mit Büchern werden 23 Minuten am Tag aufgewendet. Unterscheidet man auch hier nach dem Bildungsgrad der Haupterzieher, dann zeigen sich die größten Unterschiede bei der Nutzungsdauer des Fernsehens.

<sup>11</sup> Die Kinder konnten sich hier zwischen Fernseher, Radio, Computer, Internet, Zeitschriften/Heftchen, Büchern und MP3-Player entscheiden.

### Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien bei Kindern - Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Die Abfrage nach insgesamt 26 Interessensbereichen<sup>12</sup> zeigt, dass für Haupterzieher das Thema „Schule“ die höchste Priorität hat (74 %), gefolgt von „Erziehungsfragen“ (73 %), „Liebe/Partnerschaft“ (72 %) und „Gesundheit/Medizin“ (70 %). Auf dem siebten Platz liegt das Thema „Kinder und Medien“ (54 %). Als weitere Medienthemen wurde das Interesse am Internet (34 %) oder an Handys (21 %) abgefragt. Schlusslicht der 26 Themen bilden „Computerspiele“ (11 %), für die sich nur jeder zehnte Haupterzieher stark interessiert. Mit steigender formaler Bildung erhöht sich das Interesse am Thema „Kinder und Medien“ von 47 Prozent bei den Haupterziehern mit Hauptschulabschluss auf 63 Prozent bei denen mit Abitur/Studium. Bei den Themen „Handys“ (HS: 27 %, Abitur: 14 %) und „Computerspiele“ (HS: 14 %, Abitur: 9 %) ist das Interesse dagegen bei den formal wenig Gebildeten stärker ausgeprägt.

Welche Einstellungen haben Haupterzieher zum Medienumgang von Kindern? Die Förderung der Fantasie wird eindeutig dem Buch zugeschrieben, auch beim Stichwort „Lernen“ und „Schulerfolg“ spielt das Buch eine tragende Rolle. Filme und Fernsehsendungen haben ebenso wie das Internet nach Ansicht der Haupterzieher nicht nur den höchsten Einfluss auf die Gewaltbereitschaft der Kinder, in diesen Medien erfahren Kinder auch besonders viele ungeeigneten Dinge. Für viele Eltern ist das Fernsehen daneben aber auch die bedeutsamste Instanz, wenn es um die Darstellung des wirklichen

<sup>12</sup> Ihr Interesse an den 26 Themenbereichen konnten die Haupterzieher anhand einer sechsstufigen Skala (1=ist für mich sehr interessant, 6=ist für mich überhaupt nicht interessant) bekunden. Abgebildet werden hier jeweils die Skalenpunkte 1 und 2.

Lebens bzw. um die Akzeptanz des Kindes im Freundeskreis geht. Auch bei der Vermittlung von Werten und Normen spielen nach Ansicht der Haupterzieher das Fernsehen und Bücher eine prägende Rolle. Die Furcht, dass Kinder zu Stubenhockern werden, ist bei Fernseher, Computer und Internet ähnlich hoch ausgeprägt.

### Bedeutung der Medien für Kinder 2008

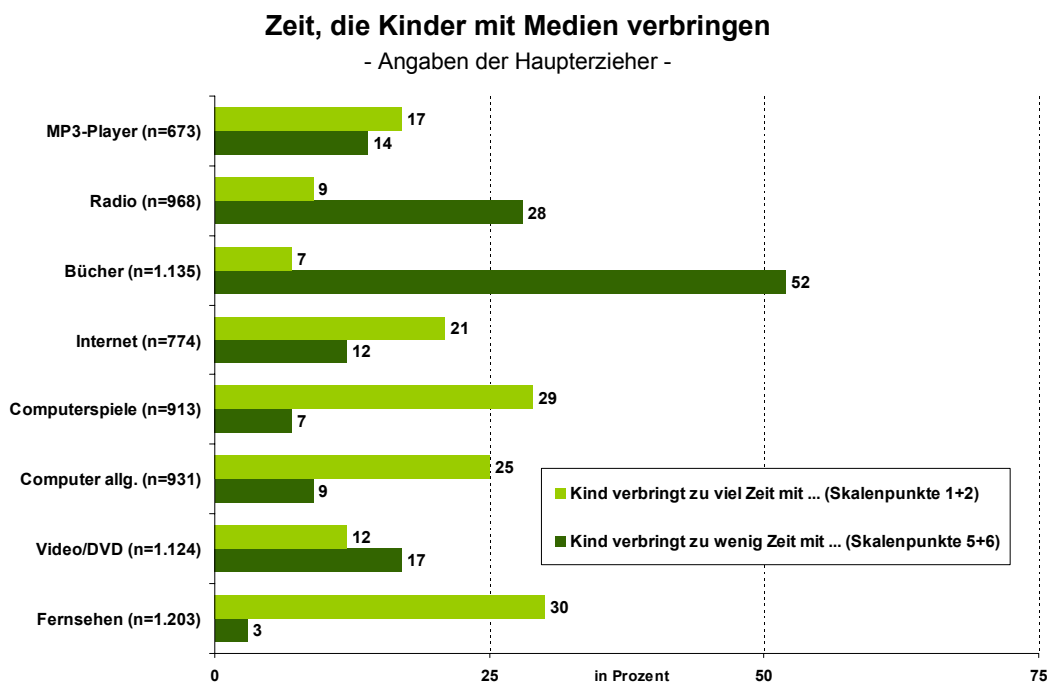
- Angaben der Haupterzieher -

|   | Buch | Computer | Internet | Kassette/CD/<br>MP3 | Radio | TV/Video/<br>DVD |
|---|------|----------|----------|---------------------|-------|------------------|
| fördert die Fantasie von Kindern                    | 71   | 22       | 14       | 20                  | 8     | 37               |
| Kinder lernen aus Medien                            | 59   | 39       | 29       | 10                  | 11    | 48               |
| hat Einfluss auf Gewaltbereitschaft                 | 4    | 25       | 44       | 3                   | 3     | 69               |
| vermittelt Eindruck vom wirklichen Leben            | 20   | 9        | 11       | 3                   | 13    | 40               |
| ist wichtig, um bei Freunden mitzureden zu können   | 23   | 45       | 35       | 15                  | 11    | 56               |
| Kinder erfahren ungeeignete Dinge                   | 4    | 16       | 58       | 2                   | 6     | 58               |
| ist wichtig für Schulerfolg                         | 63   | 47       | 26       | 5                   | 6     | 18               |
| geben Vorstellung, was "gut" und was "schlecht" ist | 28   | 9        | 11       | 4                   | 9     | 32               |
| macht Kinder zu "Stubenhockern"                     | 8    | 59       | 48       | 7                   | 4     | 59               |

Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Wenn es darum geht, ob Kinder nach Meinung der Haupterzieher zu viel oder zu wenig Zeit mit verschiedenen Medien verbringen, dann zeigt sich ein entsprechendes Bild. Mehr als die Hälfte wollen, dass ihre Kinder mehr lesen, deutlich geringer ausgeprägt ist dieser Wunsch hinsichtlich einer Steigerung der Video-, Internet- oder Computernutzung. Zu viel Zeit verbringen die Kinder nach Meinung von etwa einem Drittel der Haupterzieher mit dem Fernsehen und mit Computerspielen, für ein Viertel fällt die Computernutzung generell zu hoch aus, ein Fünftel gibt dies für das Internet an. Hinsichtlich des Geschlechts des Kindes beklagen mehr Haupterzieher von Jungen die verbrachte Zeit mit Computerspielen als zu hoch (36 %, Mädchen: 21 %). Bei den unterschiedlichen Bildungsniveaus beklagen Haupterzieher mit Hauptschulhintergrund über alle Medien eine zu große zeitliche Zuwendung, am deutlichsten aber beim Fernsehen (38 %, Abitur: 22 %) und bei der Computernutzung allgemein (32 %, Abitur: 19 %).



Quelle: KIM-Studie 2008

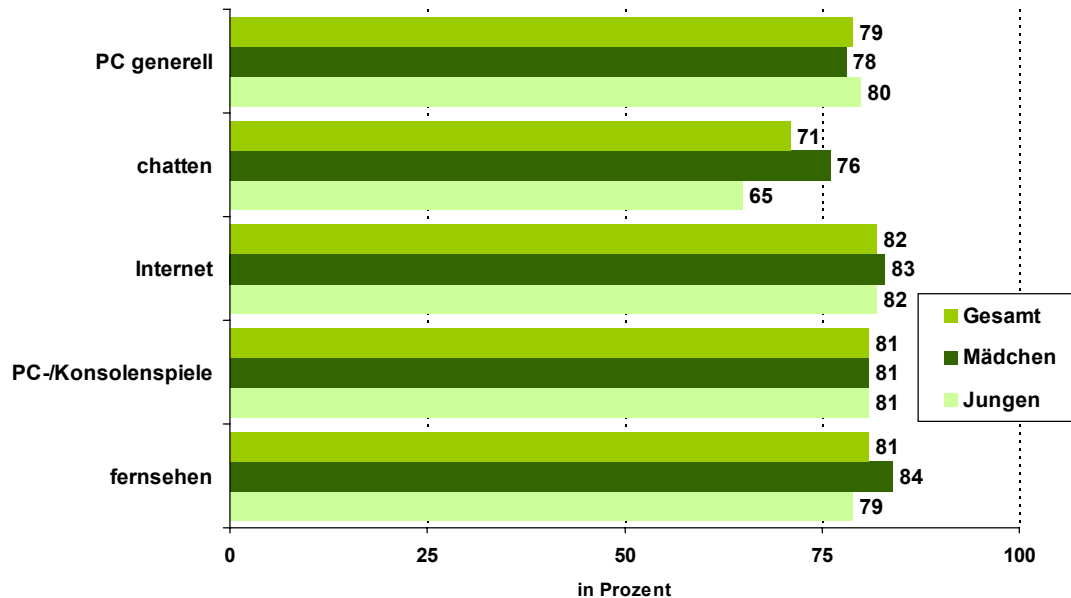
Basis: Haupterzieher, deren Kinder das jeweilige Medium nutzen

Absprachen über die Nutzungsdauer haben die Haupterzieher bei allen Medien in gleichem Maße mit ihren Kindern getroffen. Nur beim Chatten ist das Reglement etwas schwächer ausgeprägt, hier fallen auch die Unterschiede zwischen den Geschlechtern am deutlichsten aus. Dass Jungen beispielsweise sehr viel häufiger und intensiver Computerspiele spielen als Mädchen, lässt sich an den Absprachen zur Nutzungsdauer kaum ablesen – offenbar akzeptieren die Haupterzieher die intensivere Zuwendung. Auch hier zeigt die Differenzierung nach Bildungsgruppen, dass Haupterzieher mit Hauptschulhintergrund über alle Medien hinweg zu einem geringeren Anteil (4 bis 10 Prozentpunkte) Absprachen zum zeitlichen Medienumgang mit ihren Kindern treffen.

Das gleiche Muster mit nahezu identischen Ausprägungen findet sich auch hinsichtlich der Absprachen über genutzte Medieninhalte – also welche Internetseiten vom Kind angeschaut werden, welche Chatrooms besucht werden oder welche Computerspiele oder Fernsehsendungen genutzt werden.

## Medienumgang in der Familie: Absprachen über Nutzungsdauer

- Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2008

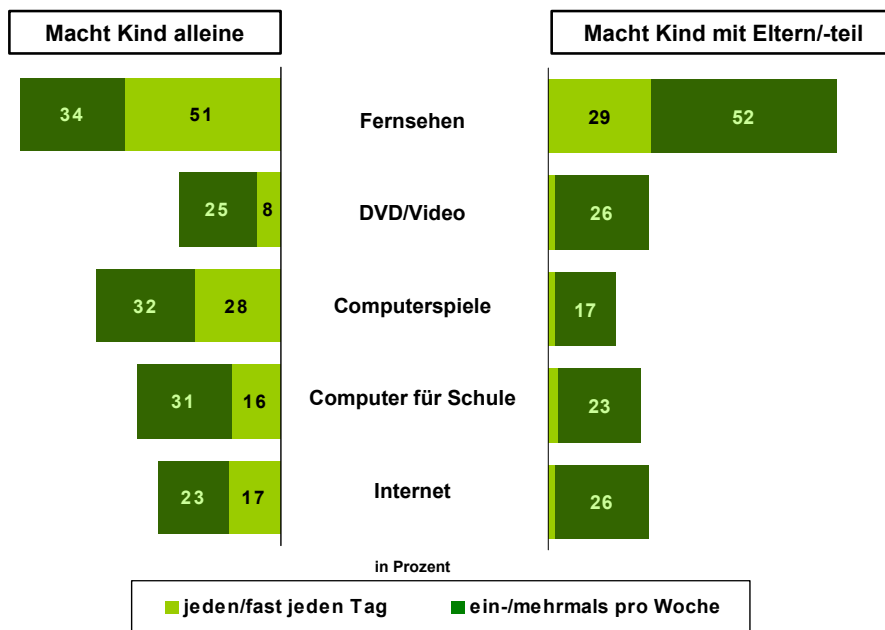
Basis: Haupterzieher, deren Kinder die jeweiligen Medien/Angebote nutzen

Um die Bedeutung der Medien und deren Inhalte für die Kinder besser erkennen und verstehen zu können, braucht es natürlich erst einmal Kenntnis darüber, welchen Inhalten sich Kinder in den verschiedenen Medien zuwenden. So können sich Eltern entweder ausführlich erzählen lassen, was ihre Kinder gesehen bzw. gespielt haben, oder sie nutzen die Medien gemeinsam mit ihren Kindern. Am häufigsten wird in bundesdeutschen Familien gemeinsam ferngesehen, die Nutzung von Videos, Computerspielen oder des Internets erfolgt im Familienverbund bzw. gemeinsam mit mindestens einem Elternteil eher seltener. Computerspiele werden beispielsweise von 60 Prozent der Kinder mindestens einmal pro Woche alleine, aber nur von 19 Prozent gemeinsam mit einem Elternteil gespielt. Auch bei der Computernutzung für die Schule oder beim Umgang mit dem Internet sind die Kinder häufiger alleine.

Im Vergleich zur KIM-Studie 2006 haben sich die Werte für die gemeinsame Mediennutzung kaum verändert. Leicht angestiegen sind die Angaben der Haupterzieher, wenn es darum geht, wie häufig ihr Kind bestimmte Medien alleine nutzt. Der Anteil der Kinder, die jeden bzw. fast jeden Tag alleine fernsehen, ist demnach von 39 Prozent auf 51 Prozent angestiegen (ein- bis mehrmals pro Woche: - 6 PP). Auch das Internet wird 2008 von mehr Kindern jeden/fast jeden Tag (+ 5 PP) bzw. ein- bis mehrmals pro Woche (+ 6 PP) alleine genutzt.

### Mediennutzung in der Familie

- Angaben der Haupterzieher -

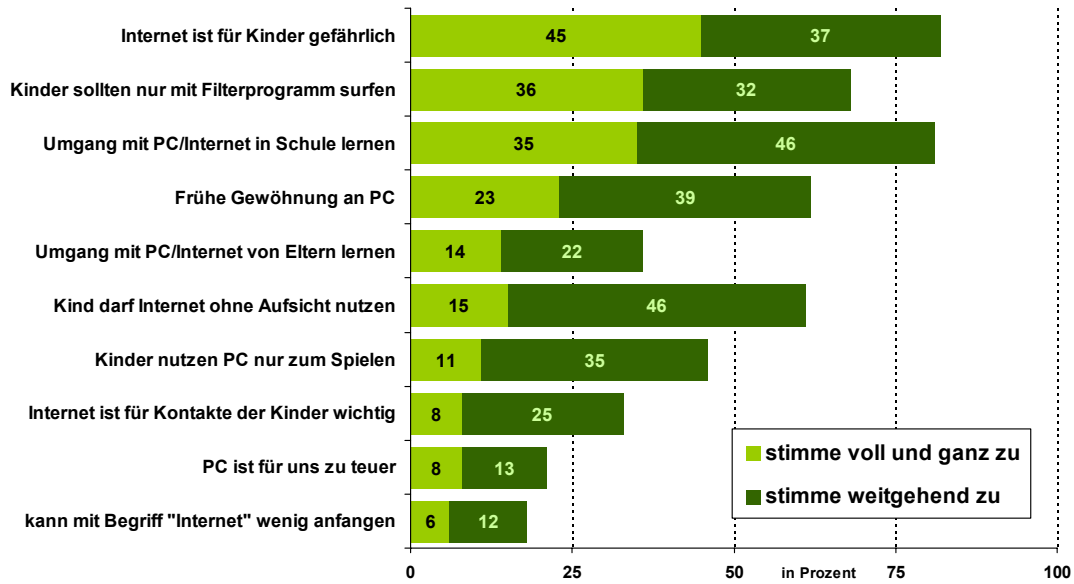


Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

Bezüglich der Einstellungen zu Computer und Internet wurden den Haupterziehern zehn Aussagen vorgelegt, die sie anhand einer vierstufigen Skala bewerten konnten. Knapp die Hälfte der Befragten ist der Meinung (stimme voll und ganz zu), dass das Internet für Kinder gefährlich sei, ein gutes Drittel meint, dass Kinder nur an Computern mit Filtersoftware surfen sollten. Ähnlich viele sind der Meinung, dass der Umgang mit Computer und Internet in der Schule beigebracht werden soll, ein Viertel spricht sich für eine möglichst frühe Gewöhnung an den Computer aus. Ein Sechstel erlaubt seinem Kind die Internetnutzung ohne elterliche Aufsicht, fast genauso viele sehen bei der Vermittlung von Computerkompetenzen die Eltern in der Pflicht. Für jeden Zehnten stellt der Computer ausschließlich ein „Spielzeug“ dar, dass Kinder das Internet für die Kontaktpflege mit Gleichaltrigen brauchen, ist nur für 8 Prozent der Haupterzieher voll und ganz nachvollziehbar. Ebenfalls 8 Prozent stimmen der Aussage „Computer sind für uns zu teuer“ voll und ganz zu, und 6 Prozent bestätigen, dass sie mit dem Begriff „Internet“ wenig anfangen können. Nimmt man die Werte für „stimme weitgehend zu“ hinzu, so verliert das Meinungsbild insgesamt an Schärfe, zeigt aber bei etwa einem Fünftel der Haupterzieher eine große Distanz zu Computer und Internet – sowohl in materieller als auch in genereller Hinsicht. Dieses Stimmungsbild entspricht im Großen und Ganzen dem aus dem Jahr 2006. Etwas rückläufig ist die Ansicht, dass Kinder so früh wie möglich an Computer herangeführt werden sollen (- 5 PP), stark zurückgegangen ist die Einschätzung, dass Kinder das Internet nur mit Filtersoftware nutzen sollten (- 9 PP). Etwas erhöht haben sich die generellen Vorbehalte gegenüber dem Internet als gefährlichem Medium (+ 4 PP).

### Aussagen der Haupterzieher zu Computer und Internet



Quelle: KIM-Studie 2008

Basis: Gesamt, n=1.206

## 15. Zusammenfassung

Auch im zehnten Jahr der Studienreihe KIM zeigt sich, dass die Mediennutzung von Kindern nicht an Relevanz verloren hat. Vielmehr zeigt sich, dass der Medienwandel auch die Kinder tangiert und deren Alltag durch neue Entwicklungen verändert wird. Handy, Computer und Internet haben längst Einzug in die Kinderzimmer gehalten und sind für viele Kinder selbstverständlich. 6- bis 13-Jährigen steht heute ein großes Potential an Mediengeräten zur Verfügung. Fast alle Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, haben Computer und Internet. In den Kinderzimmern finden sich am häufigsten Spielkonsolen, jedes zweite Kind hat ein eigenes Handy, kaum weniger haben einen eigenen Fernseher. Nur ein eigener Computer findet sich noch eher selten im Kinderzimmer.

Allerdings haben sich trotz des großen und veränderten Medienangebots viele Elemente der Kindheit bewahrt. Themen wie Freundschaft, Sport, Tiere und Musik haben für Kinder weiterhin große Bedeutung, was sich auch in den Freizeitaktivitäten widerspiegelt. Drei Viertel der Kinder unternehmen regelmäßig etwas mit der Familie und ebenso viele sind sportlich aktiv.

Die wichtigste Medientätigkeit bleibt bei Kindern zwischen 6 und 13 Jahren das Fernsehen. Es wird am häufigsten genutzt und ist neben dem Treffen mit Freunden und dem Spielen auch die beliebteste Tätigkeit. Nach Auskunft der Eltern wird die meiste Medienzeit der Kinder vor dem Fernsehbildschirm verbracht. Der Fernseher ist auch das Medium, auf das Kinder am wenigsten verzichten könnten. Inhaltlich werden vor allem Kindersendungen genutzt und Sender mit einem expliziten Kinderprogramm, wie der Kinderkanal von ARD und ZDF oder Super RTL, stehen bei Kindern hoch im Kurs. Beim Stimmungsmanagement der Kinder spielt das Fernsehen weiterhin eine große Rolle: Egal ob Überwindung von Langeweile oder Einsamkeit, Ablenkung vom Alltag, oder ob man Spaß oder Spannung erleben will – das Fernsehen ist aus der Sicht der Kinder am besten geeignet, diese Bedürfnisse zu befriedigen.

Das Buch als traditionelles Medium konnte sich bislang gegen die elektronische Konkurrenz relativ gut behaupten. Jedes zweite Kind hat Freude am Lesen, mehr als vier Fünftel lesen zumindest selten ein Buch. Allerdings ist die Zahl der Nichtleser in der Tendenz steigend.

Wenn auch das Fernsehen seine herausragende Stellung bei den Kindern bislang behalten hat, so haben Computer und Internet bereits eine große Bedeutung erlangt. Über drei Viertel der Kinder sitzen zumindest selten vor dem Computer, die meisten von ihnen tun dies mindestens einmal pro Woche. Die häufigsten Tätigkeiten sind hierbei Computerspiele, das Surfen im Internet sowie das Arbeiten für die Schule und die Nutzung

von Lernprogrammen. Computer- und Konsolenspiele nehmen bei Kindern eine wichtige Rolle ein. Vor allem bei Jungen ist diese Beschäftigung stark im Alltag integriert. Über ein Viertel der Jungen spielt nach eigener Einschätzung mehr als eine Stunde pro Tag. Computerspielinhalte werden aber in der Öffentlichkeit auch kritisch diskutiert und nicht umsonst unterliegt der Handel mit Computerspielen einer differenzierten Alterskennzeichnung, um den Jugendschutz zu gewährleisten. Allerdings stellt sich diese Hürde für viele Kinder als überwindbar dar: Etwa jeder dritte Spieler hat schon Erfahrungen mit Spielen gesammelt, die nicht für sein Alter freigegeben waren.

Ein Schwerpunkt wurde in der aktuellen KIM-Studie auf das Thema „Computer und Schule“ gelegt. Nur zwei Fünftel der Kinder mit Computerefahrung nutzen den Computer auch regelmäßig an der Schule. Eine verbreitete Nutzung findet aber meist erst nach der Grundschule statt. Hauptsächlich wird der Computer in den Fächern Deutsch und Mathematik verwendet, an den weiterführenden Schulen spielen dann auch Fremdsprachen zunehmend eine Rolle. Inhaltlich bedeutet die Beschäftigung mit dem Computer vor allem die Nutzung von Lernprogrammen, Internetrecherchen und die Bearbeitung von Texten.

Nicht nur im schulischen Kontext, auch in der Freizeit kommt der Internetnutzung eine große Bedeutung zu. Gut drei Viertel der Kinder haben bereits Erfahrungen im Internet gesammelt, knapp die Hälfte der Internetnutzer verbringt im Schnitt mehr als eine halbe Stunde täglich im Netz. Neben Arbeiten für die Schule werden meist Suchmaschinen genutzt, Informationen recherchiert, spezielle Seiten für Kinder genutzt oder einfach drauf los gesurft. Onlinespiele sind wiederum vor allem für Jungen relevant. Das Internet als Kommunikationsplattform via Chat und Instant Messenger sowie Communities spielen erst für die größeren Kinder eine Rolle. Insgesamt haben die Nutzung von Videos und Filmen im Netz aber auch Instant Messenger und Chat an Bedeutung gewonnen.

Wie beim Internet kann man auch beim Handy feststellen, dass sich mit Eintritt in die weiterführende Schule die Nutzung verändert und die weitere Kommunikation, außerhalb des familiären Umfelds, wichtiger wird. Diese normale Entwicklung birgt allerdings bei der medialen Kommunikation gewisse Risiken. Bei der Nutzung von Chat und Instant Messenger gilt es zur eigenen Sicherheit Regeln zu beachten und die zunehmende Erschließung des Internets sollte mit einer entsprechenden Nutzungskompetenz einhergehen. Es zeigt sich, dass bereits im Kindesalter bspw. über Vorbilder in der Familie der Weg für spätere Mediennutzungsmuster gelegt wird und spätestens mit der weiterführenden Schule grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten zur Nutzung von Internet und Handy vermittelt werden müssen. Dies betrifft nicht nur die Schule, sondern auch das Elternhaus und andere Erziehungsinstitutionen.

## www.medienportal.de


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

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





und bietet den idealen Einstieg zu

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

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

**medienportal**  
südwest   
[www.medienportal.de](http://www.medienportal.de)

---

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  <p><b>Medienpädagogischer<br/>Forschungsverbund Südwest</b></p> <p>Daten und Analysen von Heute<br/>für Morgen</p> <p><a href="http://www.mpfs.de">www.mpfs.de</a></p> |  <p><b>Mediendaten<br/>Südwest</b></p> <p>Aktuelle Basisdaten zu TV,<br/>Hörfunk, Print, Film und<br/>Internet</p> <p><a href="http://www.mediendaten.de">www.mediendaten.de</a></p> |  <p><b>MedienKompetenz Forum<br/>Südwest</b></p> <p>Heute für Morgen lernen</p> <p><a href="http://www.mkfs.de">www.mkfs.de</a></p> |  <p><b>Infopool Medienkompetenz<br/>Südwest</b></p> <p>Institutionen und Projekte im<br/>Südwesten</p> <p><a href="http://www.infopool-medienkompetenz.de">www.infopool-medienkompetenz.de</a></p> |
|--|---|--|---|

---

Kooperationspartner: LFK • LMK • MFG • Ipb • SWR Impressum



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

Geschäftsstelle Stuttgart, Thomas Rathgeb

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

Leitung:  
Albrecht Kutteroff (LFK)  
Peter Behrens (LMK)

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

**||| LMK**  
Landeszentrale für  
Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz

**Kooperationspartner bei der KIM-Studie:**  
SWR Medienforschung