

**KIM-STUDIE 2002**  
**Kinder und Medien**  
**Computer und Internet**

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

# **KIM 2002 PC und Internet**

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

**Herausgeber:**

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest**

Geschäftsstelle: SWR Medienforschung  
Hans-Bredow-Straße  
76530 Baden-Baden

Tel.: 07221 – 929 43 38  
Fax.: 07221 – 929 21 80

E-Mail: [info@mpfs.de](mailto:info@mpfs.de)  
<http://www.mpfs.de>

Baden-Baden, Dezember 2002

Sabine Feierabend / Dr. Walter Klingler

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Im Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest kooperieren die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), die Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) und der Südwestrundfunk (SWR).

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>1. Einführung und Methode</b>	<b>3</b>
<b>2. Freizeitaktivitäten</b>	<b>5</b>
<b>3. Themeninteressen</b>	<b>12</b>
<b>4. Vorbilder / Idole</b>	<b>14</b>
<b>5. Medienausstattung</b>	<b>16</b>
<b>6. Fernsehnutzung</b>	<b>20</b>
<b>7. Bücher und Lesen in der Freizeit</b>	<b>23</b>
<b>8. Computernutzung</b>	<b>25</b>
<b>9. Computerspiele</b>	<b>32</b>
<b>10. Lernprogramme</b>	<b>36</b>
<b>11. Computer und Schule</b>	<b>37</b>
<b>12. Internet</b>	<b>38</b>
<b>13. Medienbindung</b>	<b>47</b>
<b>14. Praktische Medienkompetenz</b>	<b>48</b>
<b>15. Medien im Kontext der Familie</b>	<b>50</b>
<b>16. Fazit</b>	<b>60</b>

## 1. Einführung und Methode

Gesellschaftliche Veränderungen haben für Bevölkerungsgruppen unterschiedliche Auswirkungen. Die sogenannten „Early Adopters“ zum Beispiel sind diejenigen, die in besonderer Weise Veränderungsprozesse mitbefördern, machen sie doch u.a. durch ihre Akzeptanz von Innovationen Entwicklungen mehrheitsfähig. Gleichzeitig sind sie in der Lage, Entwicklungen kritisch mitzugestalten.

Kinder dagegen sind in ganz anderer Weise von Veränderungen betroffen. Sie können sie spielerisch adaptieren. Häufig gelingt ihnen das Erlernen neuer Techniken einfacher als Älteren. Gleichzeitig sind sie aber auch weit weniger in der Lage, sich kritisch mit diesen Situationen und Veränderungen auseinanderzusetzen, entsteht doch Medienkompetenz in der Regel langsamer als die schon frühe Konfrontation mit Medien und ihren Einflüssen. Insofern sind sie auch schneller „Opfer“ als andere Bevölkerungsgruppen.

Die realistische Einschätzung dieser Beziehung von Kindern zu Medien, von Adaption, über Umgang bis hin zu Beeinflussung ist ein breites Forschungsfeld. Gleichzeitig stellt sich auch sofort die Frage nach der kontinuierlichen Abbildung von Konstanten und Veränderungen. Und: In diesem Kontext ist auch das Erziehungsverhalten der Eltern zu berücksichtigen.

Die hier für das Jahr 2002 dokumentierte Untersuchungsreihe hat sich diesen Thematiken verschrieben und sich die Aufgabe gestellt,

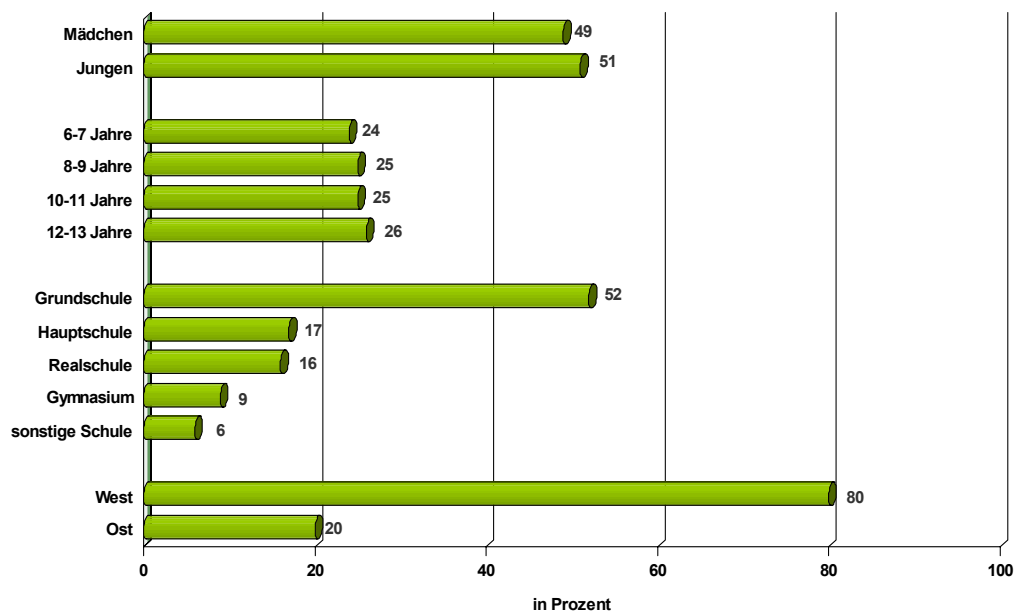
- jährlich eine aktuelle Abbildung des Themenfeldes zu bieten
- und gleichzeitig durch die methodische Konstanz über Jahre hinweg Datenmaterial zu Veränderungen und Veränderungsprozessen zu liefern.

Im folgenden sollen Basisdaten zum Themenbereich „Kinder, PC und Internet“ dokumentiert werden, die auf den Ergebnissen einer Studie basieren, die im Auftrag des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest – eine Forschungskooperation zwischen der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz und dem Südwestrundfunk – durchgeführt wurde.

Grundgesamtheit der Studie „Kinder und Medien 2002“ (KIM 2002) bilden die rund 7 Mio. deutschsprachigen Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren sowie deren Mütter bzw. primäre Erziehungspersonen in Deutschland.

Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Stichprobe von jeweils 1.241 Zielpersonen von Mai bis Juli 2002 untersucht. Die Befragung der Kinder erfolgte dabei mündlich-persönlich, die der Mütter<sup>1</sup> schriftlich. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK-Institut in Taunusstein.

### KIM 2002 Soziodemografie der befragten Kinder



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Im Rahmen der Befragung „KIM 2002“ standen bei den Kindern folgende Themen im Mittelpunkt:

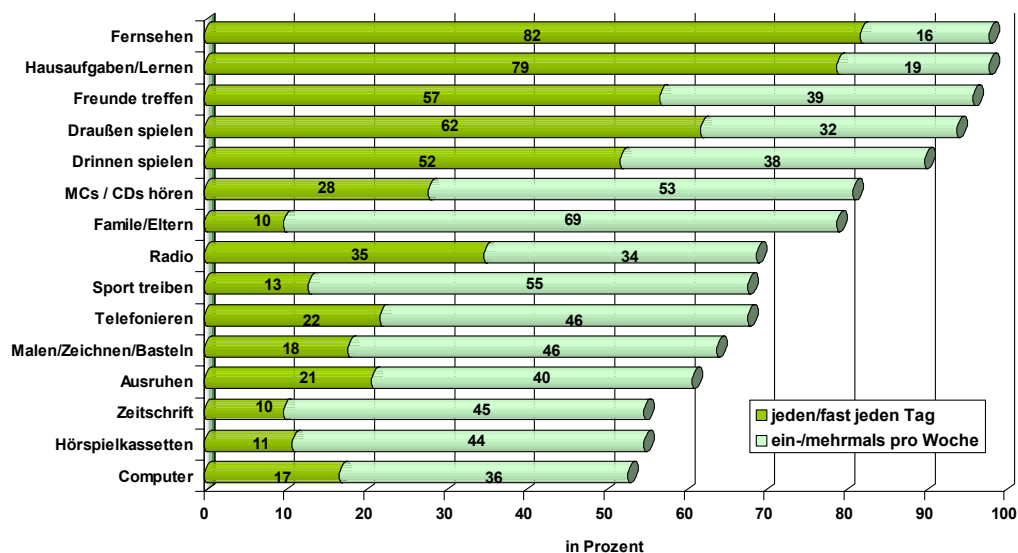
- Freizeitaktivitäten
- Themeninteressen
- Medienausstattung
- Medienbindung
- Medienfunktionen
- Computer: Nutzung, Meinungen, Umgang im Alltag
- Computerspiele
- Lernprogramme
- Computer und Schule
- Internet

<sup>1</sup> Als primäre Erziehungspersonen sind in der Stichprobe insgesamt nur neun Väter enthalten. Aus diesem Grund wird im Folgenden verallgemeinernd von „Müttern“ gesprochen, wenn von Erziehungspersonen die Rede ist.

## 2. Freizeitaktivitäten

Welchen Tätigkeiten gehen Sechs- bis 13-Jährige außerhalb der Schule nach? Mit welcher Intensität werden diese Tätigkeiten ausgeübt? Und welchen Stellenwert nehmen hier die verschiedensten Medien ein? Auf die Frage<sup>2</sup>, welche der vorgelegten Tätigkeiten die Kinder „jeden bzw. fast jeden Tag“ ausüben, geben 82 Prozent der Kinder „fernsehen“ an, vor „Hausaufgaben machen“ (79 %), „draußen spielen“ (62 %), „Freunde treffen“ (57 %), „drinnen spielen“ (52%). Das Radio hören wird – als zweithäufigste mediale Tätigkeit – von einem guten Drittel der Kinder in dieser Intensität ausgeübt. Alle anderen Tätigkeiten haben – zumindest für einen großen Teil der Kinder – einen weniger festen Platz im Alltag der Kinder.

**Freizeitaktivitäten 2002 (Teil 1)**



Quelle: KIM 2002

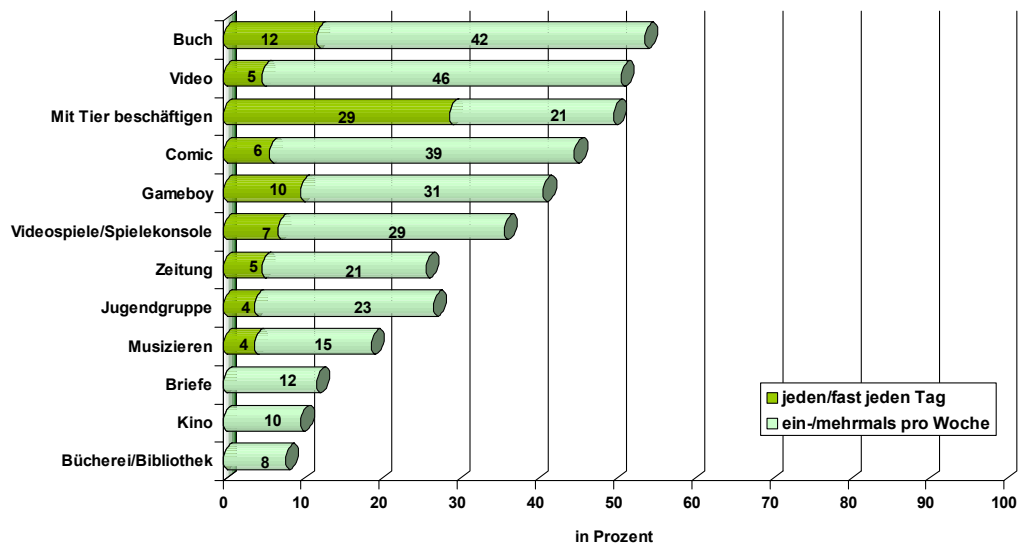
Basis: Gesamt, n=1.241

Gemessen an „mache ich mindestens einmal pro Woche“ nutzen Kinder aus dem vorgegebenen Medienrepertoire nach dem Fernsehen in ihrer Freizeit – noch vor dem Radio - am häufigsten Musikkassetten /-CDs (81 %). Ebenso viele Kinder geben an, mindestens einmal pro Woche etwas mit ihren Eltern/der Familie zu unternehmen. 60 bis 70 Prozent hören mindestens einmal pro Woche Radio, sind sportlich aktiv, kommunizieren mit dem Telefon oder sind gestalterisch kreativ

<sup>2</sup> Hierfür wurde den Kindern ein Kartenspiel mit 27 verschiedenen Tätigkeiten vorgelegt. Die Kinder sortierten die Karten auf ein Vorlegeblatt mit den Feldern mache ich „jeden/fast jeden Tag“, „ein- oder mehrmals in der Woche“, „seltener“ oder „nie“.

(Malen/Zeichnen). Für jeweils die Hälfte der Kinder ist die Nutzung weiterer Medien in den Wochenablauf integriert – das Lesen oder Durchblättern von Zeitschriften und Büchern, das Anhören von Hörspielkassetten, die Nutzung eines Computers oder das Ansehen von Videos. Geringer fällt die Nutzung von Comics, Gameboys, Spielekonsolen, Zeitungen oder Kinos aus.

### Freizeitaktivitäten 2002 (Teil 2)



Quelle: KIM 2002

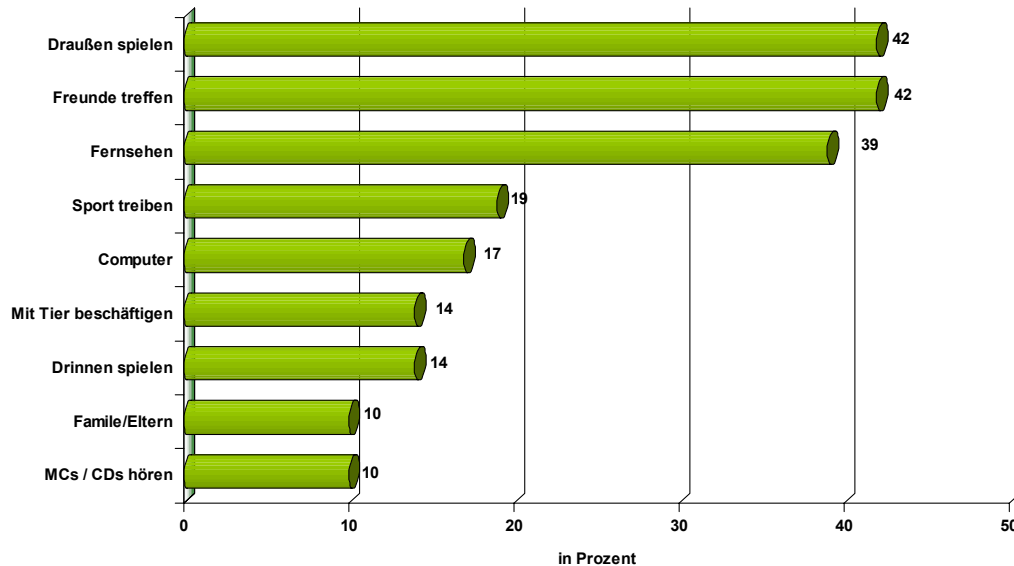
Basis: Gesamt, n=1.241

Jungen und Mädchen unterscheiden sich hinsichtlich der Häufigkeit ihrer Freizeitaktivitäten nur an wenigen Stellen. Auf der Betrachtungsebene „mache ich mindestens einmal pro Woche“ malen Mädchen häufiger (74 %, Jungen 54 %), kommunizieren stärker mit dem Telefon (71 %, Jungen 65 %), schreiben öfter Briefe (17 %, Jungen 8 %) und gehen häufiger in Büchereien als Jungen (12 % zu 5 %). Diese beschäftigen sich in ihrer Freizeit stärker mit Videospielen (45 %, Mädchen 27 %), Gameboy (47 %, Mädchen 34 %) oder Comics (52 %, Mädchen 40 %), außerdem treiben Jungen häufiger Sport (74 %, Mädchen 62 %).

In einem zweiten Schritt wurden die Sechs- bis 13-Jährigen aufgefordert, aus den vorgegebenen Tätigkeiten maximal drei auszuwählen, die für sie persönlich zu den Lieblingstätigkeiten zählen. Auch im Jahr 2002 gilt, dass Kinder in ihrer Freizeit am liebsten draußen spielen und / oder sich mit ihren Freunden treffen (jeweils 42 %). Fernsehen erreicht unter den vorgegebenen Aktivitäten den dritten

Rang (39 %). Mit großem Abstand folgt Sport, die Beschäftigung mit dem Computer nimmt aber schon den fünften Platz ein.

### Liebste Freizeitaktivitäten 2002 - bis zu drei Nennungen -



Quelle: KIM 2002

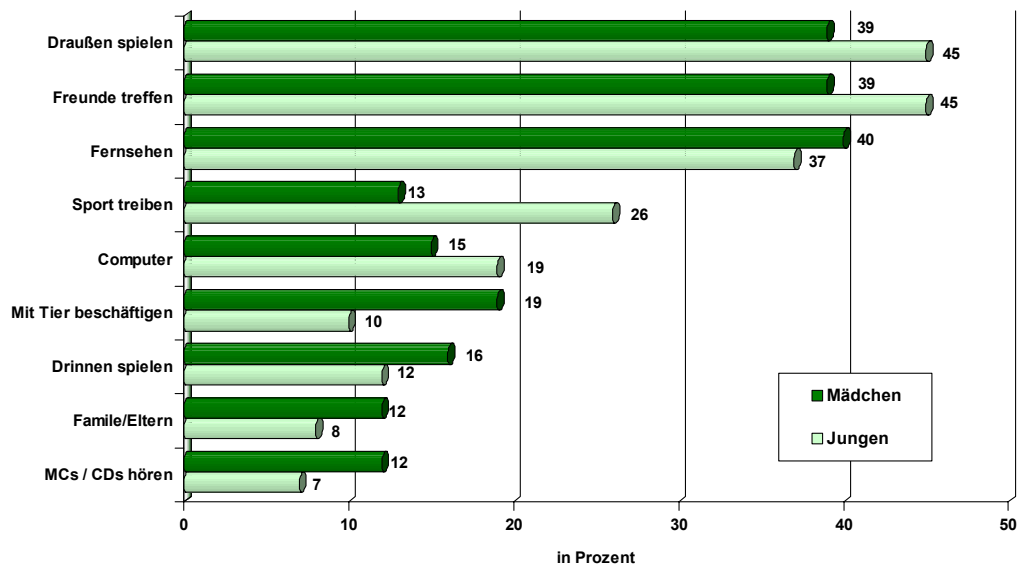
Basis: Gesamt, n=1.241

Vor allem bei den Mädchen wird Fernsehen mit 40 Prozent am häufigsten als liebste Beschäftigung genannt, Freunde treffen und draußen spielen liegen jedoch nahezu gleichauf. Häufiger als Jungen geben Mädchen an, sich am liebsten mit einem Tier zu beschäftigen, Tonträger zu nutzen oder etwas mit der Familie zu unternehmen. Auch spielen Mädchen lieber zu Hause als Jungs.

Mit 45 Prozent nennt fast jeder zweite Junge das Zusammensein mit Freunden und das Spielen außer Haus als Lieblingstätigkeit. Das Fernsehen hat bei ihnen mit 37 Prozent weniger Attraktivität. Jeder vierte Junge gibt darüber hinaus an, am liebsten Sport zu treiben (hier meist Fußball). Spielen, Lernen oder Arbeiten mit dem Computer wird von 19 Prozent der Jungen als eine der liebsten Freizeitaktivitäten angegeben, dieser Anteil liegt nur unwesentlich höher als bei den Mädchen (15 %).

## Liebste Freizeitaktivitäten 2002

- bis zu drei Nennungen -

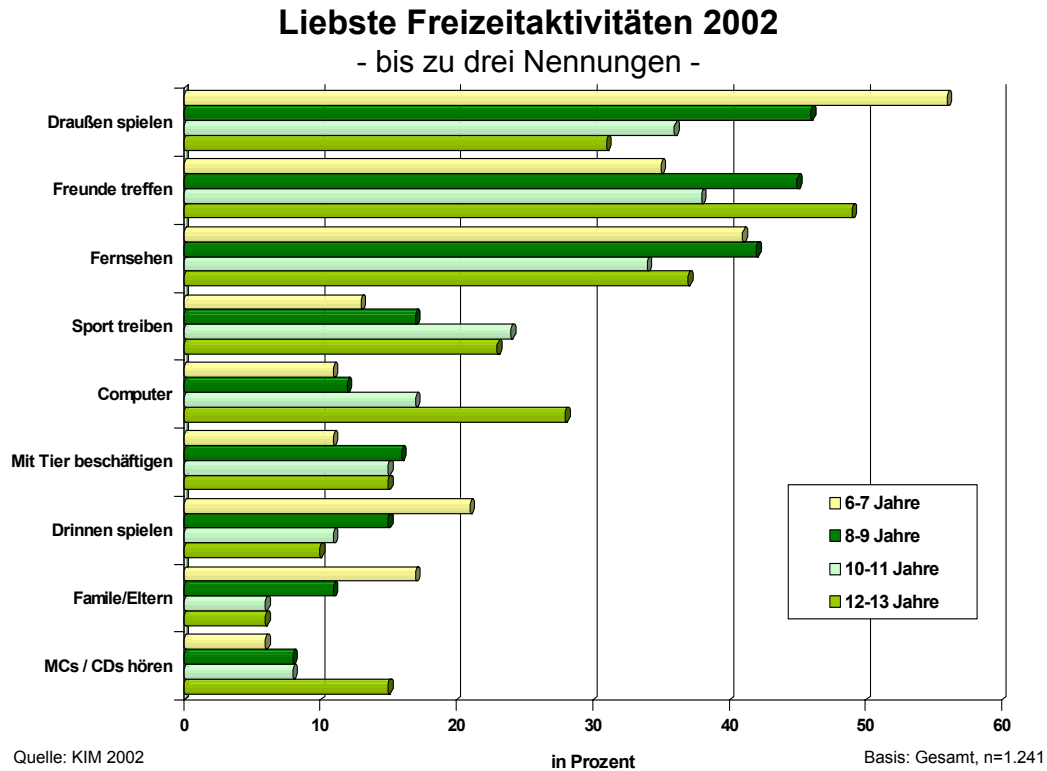


Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Kinder in den alten und neuen Bundesländern haben ganz ähnliche Präferenzen. Deutliche Unterschiede gibt es eigentlich nur in zwei Bereichen. Während 45 Prozent der „West-Kinder“ sagen, dass sie sich sehr gerne mit ihren Freunden treffen, sagen dies nur 30 Prozent der „Ost-Kinder“. Anders ist die Beschäftigung mit dem Computer bei Kindern aus den neuen Ländern (23 %) deutlich beliebter als bei Kindern aus den alten Ländern (16 %).

Im Altersverlauf zeigt sich, dass das Spielen – vor allem draußen, aber auch drinnen – mit zunehmendem Alter der Kinder an Attraktivität verliert, gleiches gilt auch für Unternehmungen mit der Familie. Selbst das Fernsehen verzeichnet – wenn auch auf hohem Niveau – leichte Rückgänge. Das Treffen mit Freunden hingegen gewinnt an Attraktivität, auch die Nutzung von Tonträgern und der Sport. Deutlich altersabhängig ist auch die Attraktivität des Computers. Zwölf- bis 13-Jährige geben den Computer als liebste Freizeitbeschäftigung mehr als doppelt so häufig an als Sechs- bis Sieben-Jährige.

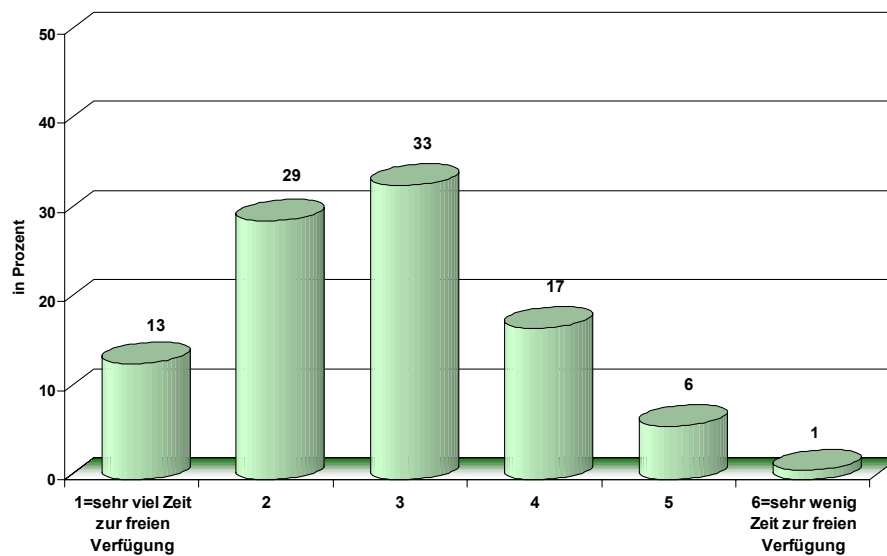


Um eine bessere Einschätzung darüber zu erhalten, in welchem zeitlichen Verhältnis das Freizeitverhalten der Kinder mit der Nutzung von Medien steht, wurden auch die Mütter um Angaben zum Freizeitverhalten ihrer Kinder befragt.

Demnach haben Sechs- bis 13-Jährige neben der Schule bereits zwei feste Termine pro Woche – privater Unterricht, regelmäßiger Besuch eines Sportvereins, die Musikschule oder andere Gruppen. Mit zunehmendem Alter der Kinder steigt dieser Wert leicht an, Jungen und Mädchen sind dabei generell gleichermaßen „aktiv“. Mit steigendem sozioökonomischen Status der Familie nehmen die Termine der Kinder dabei erkennbar zu.

Gleichzeitig haben die Kinder nach Schätzungen ihrer Mütter neben diesen Verpflichtungen mit durchschnittlich 225 Minuten knapp vier Stunden am Tag zur freien Verfügung. Auf einer Skala von 1 bis 6 (1 = sehr viel Zeit zur freien Verfügung, 6 = sehr wenig Zeit zur freien Verfügung) liegt der Mittelwert bei 2,8.

## Zeit, über die Kinder frei verfügen können (ohne Schule etc.) - Einschätzungen der Mütter -



Quelle: KIM 2002

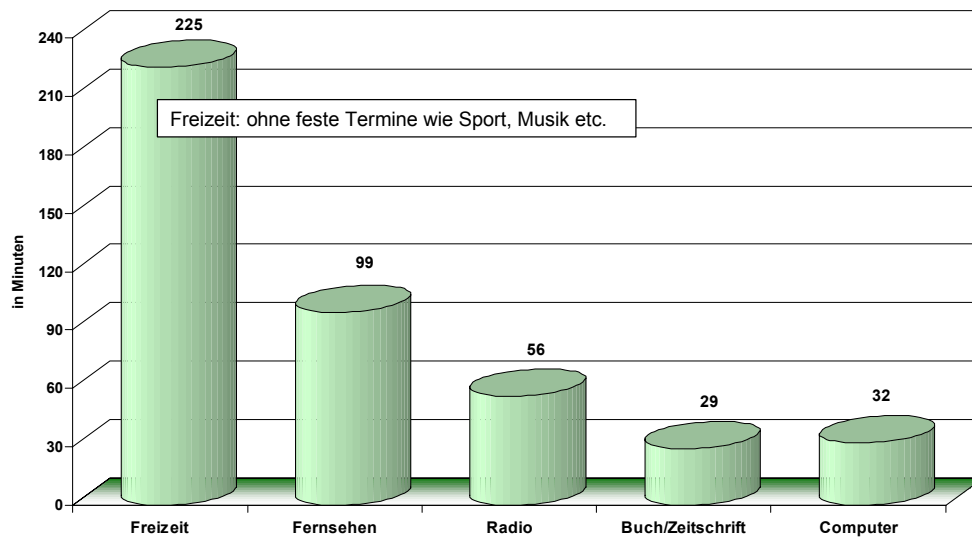
Basis: Gesamt, n=1.241

In einem weiteren Schritt wurden die Mütter gebeten einzuschätzen, wie viel Zeit ihr Kind an einem durchschnittlichen Tag mit den verschiedenen Medien verbringt.

Mütter veranschlagen für die Fernsehnutzung Sechs- bis 13-Jähriger 99 Minuten pro Tag. Diese Einschätzung entspricht weitgehend der Messung der GfK-Fernsehforschung, die als täglichen Durchschnittswert für das Jahr 2002 eine Sehdauer von 105 Minuten für diese Altersgruppe ermittelt hat. Somit kann - zumindest für die Nutzung des Fernsehens - von einer sehr guten Einschätzung der Nutzungsdauer durch die Mütter gesprochen werden.

Die durchschnittliche Radionutzung der Kinder liegt nach Angaben der Mütter bei einer knappen Stunde am Tag, das Lesen von Büchern oder die Beschäftigung mit dem Computer wird mit jeweils einer halben Stunde angegeben. Nicht erfasst wurde die Nutzung anderer Audiomedien wie Kassettenrekorder, Plattenspieler oder CD-Player.

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



Quelle: KIM 2002

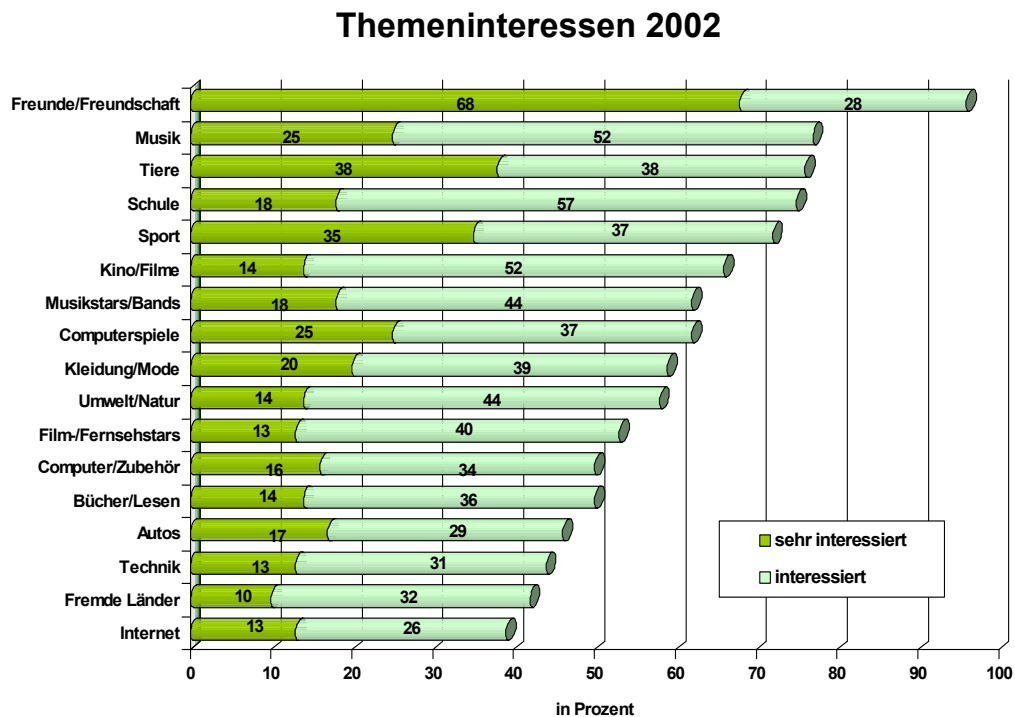
Basis: Gesamt, n=1.241

Je älter die Kinder sind, desto zeitlich umfangreicher fällt die Mediennutzung aus. Vergleicht man die jüngsten (6-7 Jahre) mit den ältesten (12 -13 Jahre) Kindern, so ist der größte zeitliche Zugewinn bei der Computernutzung (plus 38 Minuten) zu verzeichnen, gefolgt vom Fernsehen (plus 29 Minuten). Deutlich weniger altersabhängig ist die Nutzung des Radios (plus 12 Minuten) und das Lesen (plus 9 Minuten).

Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen bestehen nach Angaben der Mütter kaum - bei der Computernutzung liegen Jungen etwas vorne (acht Minuten länger als Mädchen), beim Lesen dagegen Mädchen (sechs Minuten länger als Jungen), ebenso beim Radio hören (fünf Minuten länger als Jungen). Beim Fernsehen gibt es nur marginale Unterschiede (Jungen zwei Minuten länger als Mädchen) .

### 3. Themeninteressen

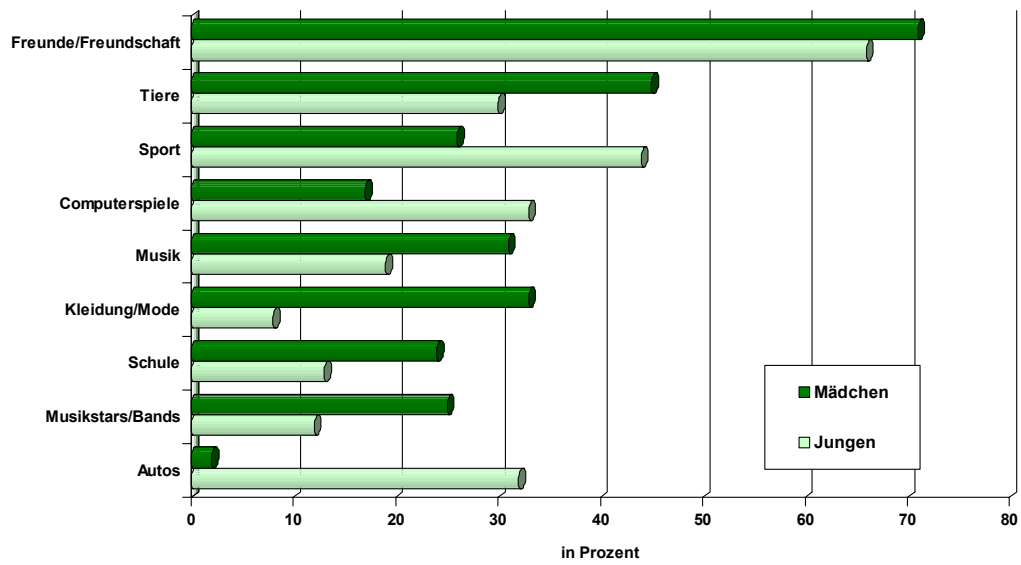
Die Themen, die für die Sechs- bis 13-Jährigen von besonderem Interesse sind, korrespondieren in Teilen mit den präferierten Tätigkeiten. So geben zwei Drittel der Kinder an, sich sehr für das Thema „Freunde/Freundschaft“ zu interessieren. Auf dem zweiten Platz folgt - wenn auch mit großem Abstand - das Thema „Tiere“ (38 %), dicht dahinter „Sport“ (35 %). Während sich Mädchen überdurchschnittlich häufig für Tiere interessieren, sind es beim Thema „Sport“ deutlich mehr Jungen. Ein Viertel der Kinder interessiert sich sehr für Computerspiele (doppelt so viele Jungen wie Mädchen), ein Fünftel für Musik (hier dominieren wieder die Mädchen).



Generell zeigen sich bekannte geschlechtsspezifische Muster – technische Themen und Autos beispielsweise können nach wie vor mehr Jungen in ihren Bann ziehen, während sich Mädchen stärker für Musik, Kleidung, Bücher oder die Natur interessieren.

### Themeninteressen 2002 (Teil 1)

- sehr interessiert -

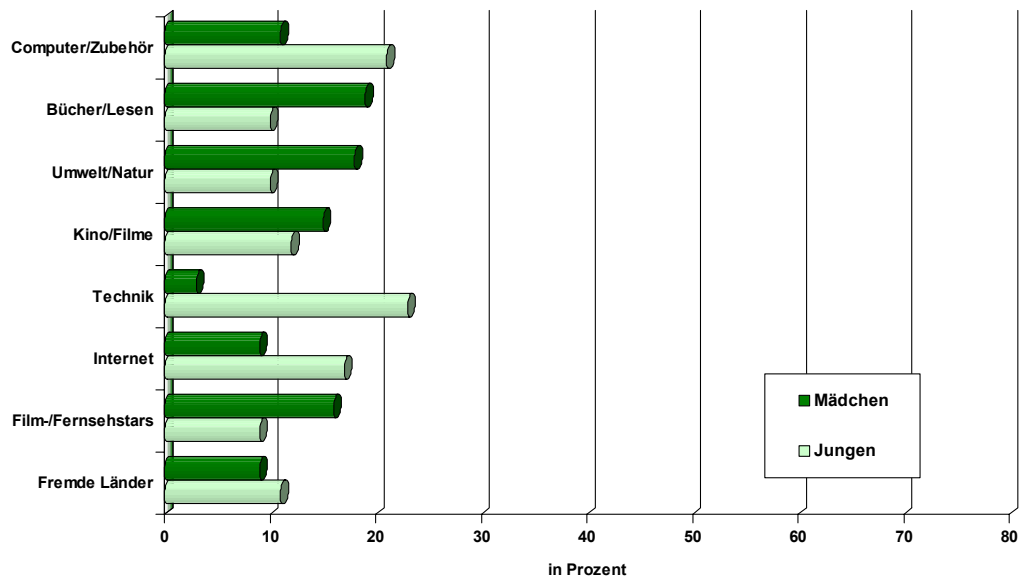


Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

### Themeninteressen 2002 (Teil 2)

- sehr interessiert -



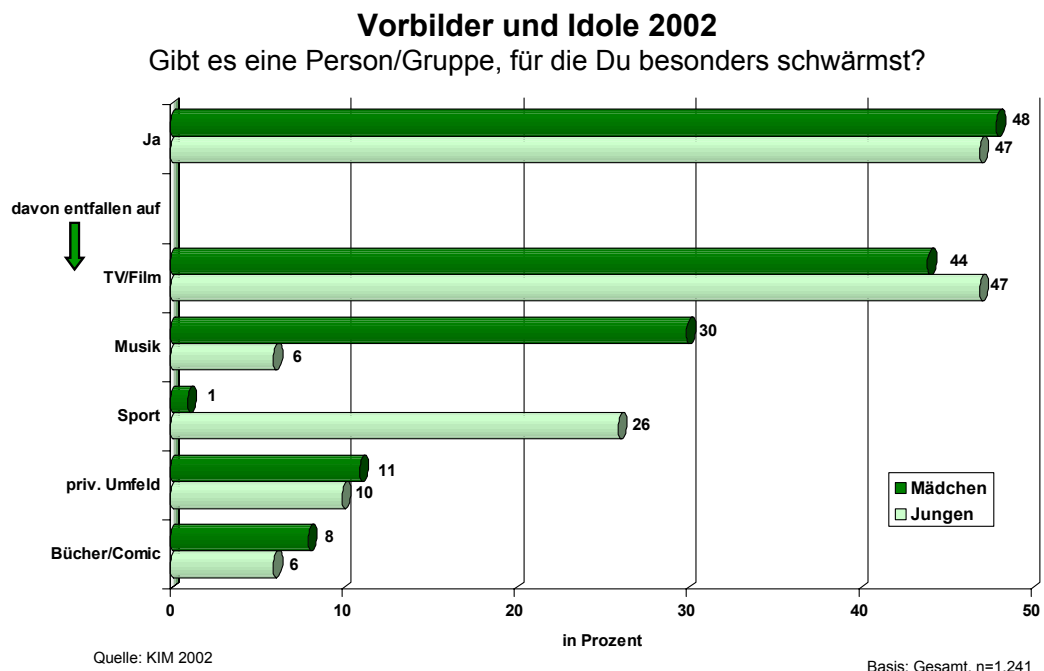
Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

## 4. Vorbilder / Idole

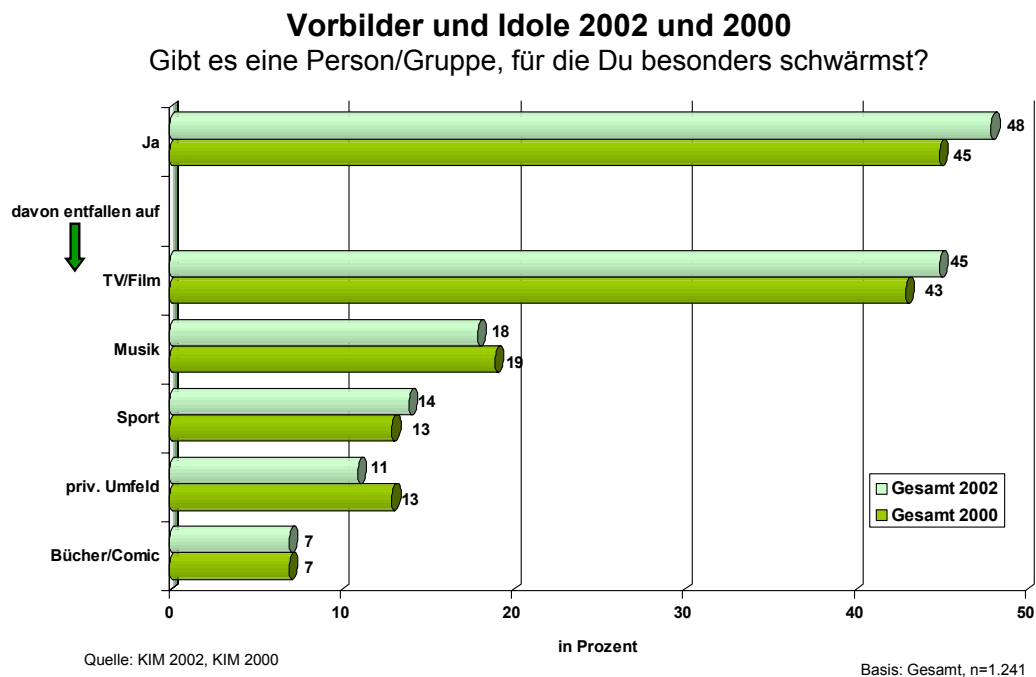
Auch im Jahr 2002 wurden die Kinder gefragt, ob es eine Person oder Gruppe gibt, die sie besonders gut finden bzw. für die sie schwärmen. Knapp die Hälfte der Kinder - sowohl Jungen als auch Mädchen - bekennt sich dazu, ein „Fan“ zu sein.

Film und Fernsehen stellen für Kinder dabei offenbar das größte Potential zur Identifikation mit Personen dar. Fast die Hälfte aller genannten Figuren oder Gruppen lassen sich diesem Bereich zuordnen. Mit Abstand folgen die Bereiche Musik und Sport, wobei hier starke geschlechtsspezifische Unterschiede auftreten: Während Musikstars offenbar fast ausschließlich ein Identifikationsangebot für Mädchen (30 %) darstellen, sind diese für Jungen kaum eine Option (6 %). Umgekehrt verehren nur Jungen Personen, die aus dem Sport kommen (26 %, Mädchen: 1 %). Aus dem persönlichen Umfeld der Kinder schließlich – Freunde, Eltern, Verwandte oder Lehrer – kommt jede zehnte Nennung. Bücher oder Comics bieten hingegen nur bedingt Projektionsflächen, es sei denn, sie werden visuell in Szene gesetzt (z.B. Harry Potter).



Die Betrachtung der (insgesamt 590) Einzelnennungen zeigt, dass es sich bei den Idolen und Vorbildern der Kinder um ein sehr breit gestreutes Feld handelt. In der freien Nennungen – also ohne irgendeine Vorgabe - wird die Sängerin Britney Spears zwar am häufigsten genannt, trotzdem gaben nur sieben Prozent

(also 43 Kinder) den Namen der Künstlerin explizit an. Den Zauberschüler Harry Potter nannten sechs Prozent (34 Kinder), Oliver Kahn kommt auf vier Prozent der Einzelnennungen, drei Prozent bzw. 17 Kinder sind Fans der Figuren aus der Disney-Familie. Michael Schumacher und Spiderman werden von jeweils zwei Prozent bzw. 13 Kindern genannt. Alle weiteren Angaben bleiben unter zwei Prozent. Diese Bandbreite zeigt, dass sich Kinder höchst individuell durch Medien vermittelte Charaktere herausuchen, zu denen sie eine besondere Verbindung aufbauen.

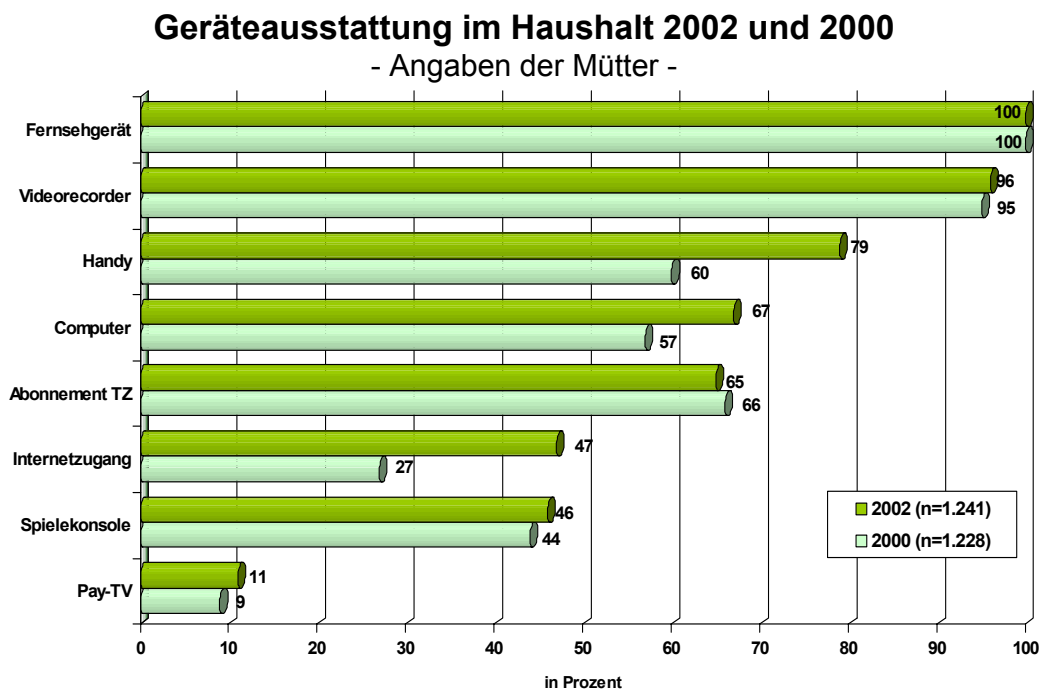


Im Vergleich zum Jahr 2000 gibt es in der aktuellen Studie aus dem Jahr 2002 etwas mehr Kinder, die sich explizit als „Fan“ bekennen; Fernsehen, Film und Video bieten eine größere Projektionsfläche als noch im Jahr 2000 – insgesamt können die Angaben aber als ausgesprochen stabil bezeichnet werden.

Betrachtet man aber die Einzelnennungen, die hinter den einzelnen Kategorien stehen, werden Unterschiede erkennbar. Sie dokumentieren die aktuellen Beeinflussungen, denen diese Beziehungen unterliegen. So entfielen im Jahr 2000 von den Kindern, die angaben ein „Fan“ zu sein, alleine 15 Prozent der Nennungen auf die Pokémons – in der aktuellen Untersuchung bekennen sich nur noch knapp zwei Prozent der Kinder zu Anhängern der Serienfiguren. Stabile Werte weisen eigentlich nur Britney Spears – sie erhielt im Jahr 2000 wie heute sieben Prozent der Nennungen – oder Michael Schumacher (um die zwei Prozent) auf. Ansonsten herrscht hier ein vergleichsweise großes Kommen und Gehen.

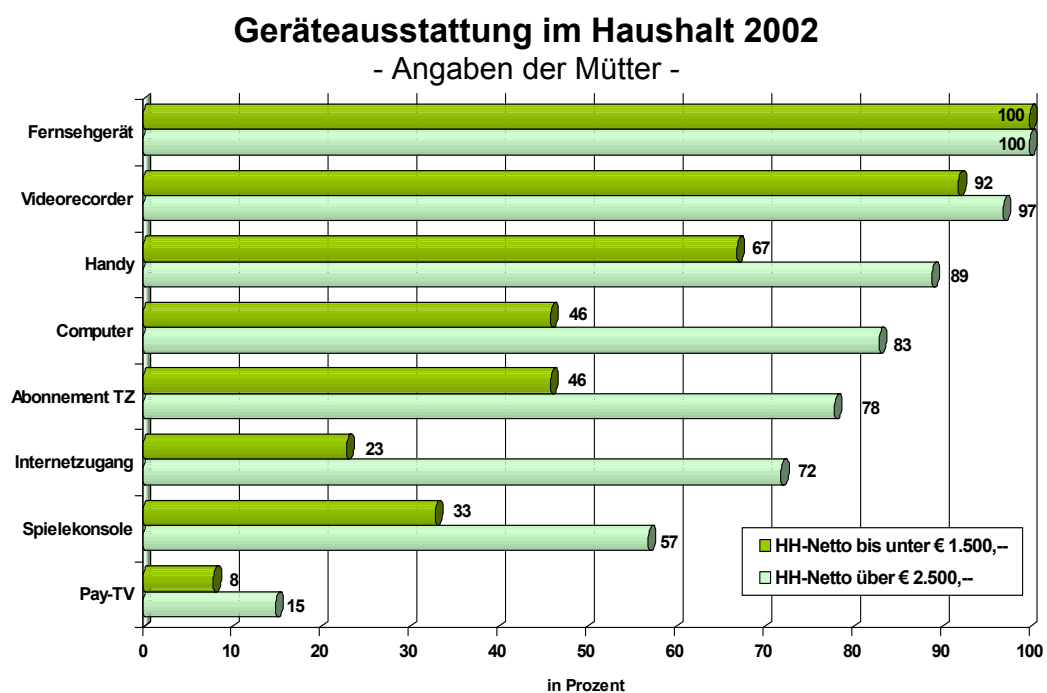
## 5. Medienausstattung

Die Ausstattung mit elektronischen (Unterhaltungs-)Medien ist in den Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, auch in den letzten beiden Jahren in drei Bereichen weiter angestiegen. Nach Auskunft der Mütter ist die Vollversorgung mit Fernseher und Videorecorder abgeschlossen, die Ausstattung mit Spielekonsolen (46 %), dem Abonnement einer Tageszeitung (65 %) oder Pay-TV (11 %) zeigt stabile Werte. Deutliche Zuwächse gab es seit der KIM-Studie 2000 hingegen bei Handy, Computer und Internet. War im Jahr 2000 in 60 Prozent der Haushalte (mindestens) ein Mobiltelefon vorhanden, so ist die Ausstattungsrate im Jahr 2002 auf 79 Prozent angestiegen. Zuwächse sind auch bei der Computerausstattung (von 57 % auf 67 %) und bei der Verbreitung von Internetzugängen (von 27 % auf 47 %) zu verzeichnen. Der Blick weiter zurück auf das Jahr 1999 macht die enorme Dynamik noch deutlicher. Damals lag die Ausstattungsrate mit Computern bei 47 Prozent, ein Internetzugang war erst in acht Prozent der Haushalte vorhanden.



Quelle: KIM 2002, KIM 2000

Während hinsichtlich der Haushaltsausstattung zwischen Mädchen und Jungen kaum Unterschiede auftreten, spielt die Höhe des verfügbaren Haushalts-Nettoeinkommens eine weitaus größere Rolle. Für diese Betrachtung wurden die Befragten je nach Höhe des zur Verfügung stehenden Haushalts-Nettoeinkommens<sup>3</sup> verschiedenen Gruppen zugeordnet. Demnach leben 17 Prozent der befragten Kinder in Haushalten mit geringem sozioökonomischen Status (HH-Netto-Einkommen bis zu € 1.500,-), 31 Prozent der Kinder kommen aus Haushalten mit hohem sozioökonomischen Status (HH-Netto-Einkommen € 2.500,- und mehr).



Quelle: KIM 2002

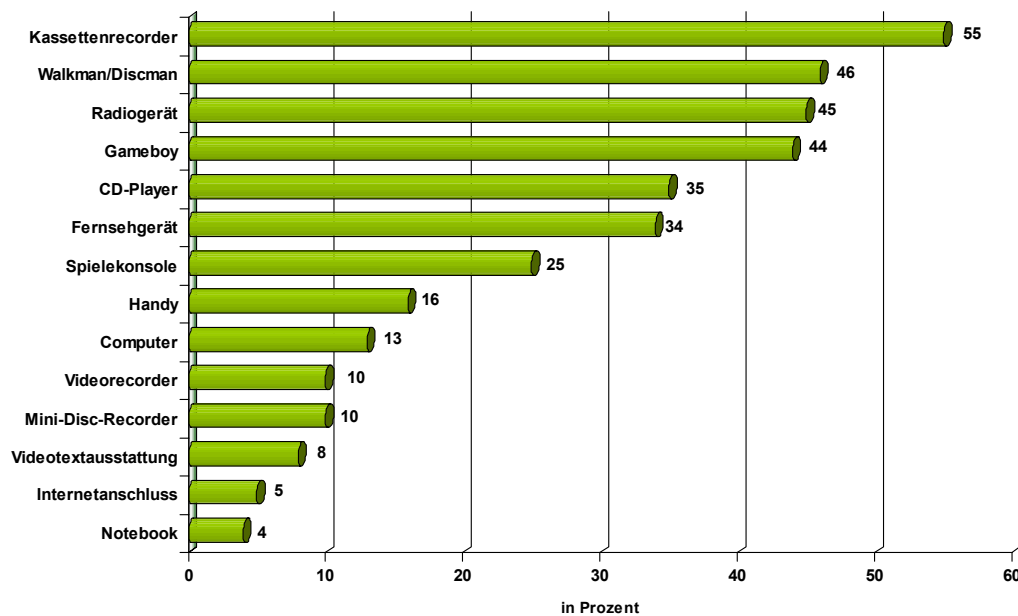
Basis: Gesamt, n=1.241

Bei der Verfügbarkeit von Fernsehgerät und Videorecorder bestehen kaum Unterschiede hinsichtlich der finanziellen Ausstattung eines Haushalts. Deutlich wird der Zusammenhang zwischen sozioökonomischem Status und Geräteausstattung aber bei Dingen wie Tageszeitung, Computer, Internetzugang, Handy, Pay-TV und Spielekonsolen. Diese sind in Haushalten mit engerem finanziellen Spielraum deutlich weniger häufig vertreten.

<sup>3</sup> verfügbares Einkommen des Haushalt nach Abzug von Steuern und Sozialversicherungen

Auch der persönliche Besitz oder die eigenständige Verwendung der Geräte durch Kinder – wieder erfragt bei den Müttern – belegt die große Alltäglichkeit der Medien. Kassettenrecorder sind demnach bei Kindern am weitesten verbreitet, knapp jedes zweite Kind hat einen eigenen Walk-/Discman, ein eigenes Radio und / oder einen eigenen Gameboy. Ein Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen verfügt über einen eigenen CD-Player bzw. ein eigenes Fernsehgerät, ein Viertel besitzt eine Spielekonsole. Im Jahr 2002 haben bereits 16 Prozent der Kinder ein eigenes Mobiltelefon, 13 Prozent einen eigenen Computer.

### Gerätebesitz der Kinder 2002 - Angaben der Mütter -



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

In den neuen Ländern ist der persönliche Medienbesitz der Kinder deutlich höher ausgeprägt als in den alten Ländern. Vor allem Fernsehgeräte stehen im Osten (55 %) weitaus häufiger im Kinderzimmer als im Westen (29 %). Auch Computer sind häufiger im Besitz von „Ost-Kindern“ (26 %) als von „West-Kindern“ (18 %), gleiches gilt für Spielekonsolen und Videorecorder. Kaum einen Unterschied zwischen Ost und West gibt es allerdings beim Handy-Besitz, wenngleich Kinder im Westen (16 %) etwas häufiger ein eigenes Mobiltelefon haben als Kinder im Osten (13 %).

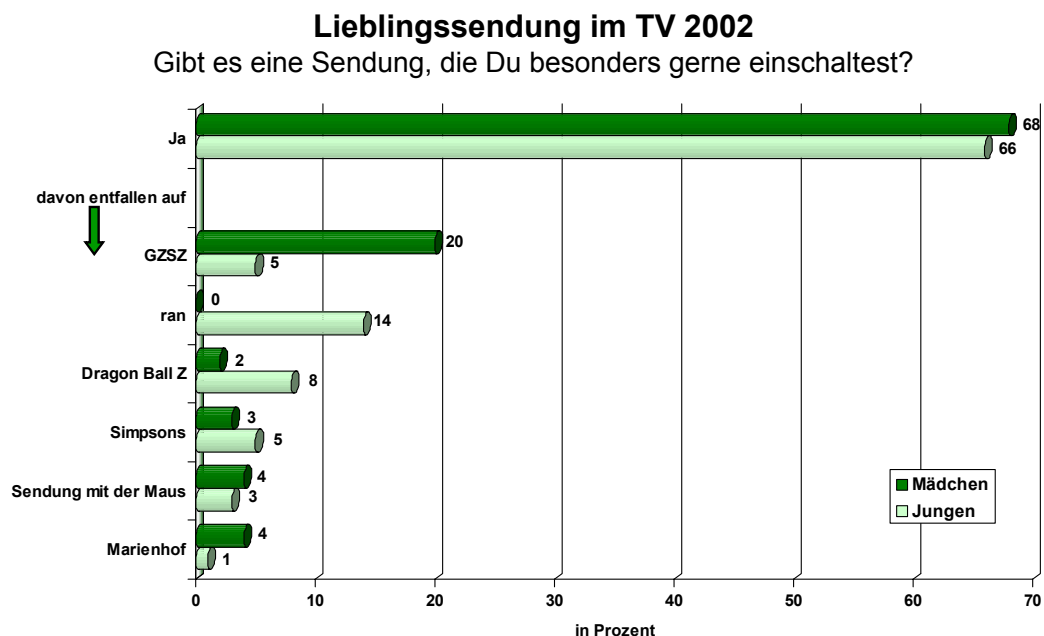
Unterschiede im Medienbesitz der Kinder ergeben sich auch, wenn man wieder den sozioökonomischen Status als Vergleichsmaßstab heranzieht. Je höher das verfügbare Haushalts-Nettoeinkommen, desto höher ist in der Regel auch der Medienbesitz der Kinder. Dies gilt überraschenderweise aber nicht für alle Medien gleichermaßen: Während der Besitz von CD-Player, Radiogerät, Kassettenrecorder, Walk- oder Discman bei Kindern mit geringerem finanziellen Hintergrund um die zehn Prozentpunkte unter dem der Kinder aus finanziell besser gestellten Haushalten liegt, gibt es beim Besitz von Fernsehgeräten oder Computern keine Unterschiede.

Vergleicht man die aktuellen Angaben der Mütter zum Gerätebesitz ihrer Kinder mit denen aus dem Jahr 2000, so zeigen sich hier so gut wie keine Zuwächse. Einzige Ausnahme: Im Jahr 2000 hatten nur sechs Prozent der Kinder ein eigenes Handy, aktuell sind es 16 Prozent.

## 6. Fernsehnutzung

Welche Fernsehpräferenzen haben Kinder in Deutschland? Welche Kanäle schalten Sie am liebsten ein, welche Lieblingssendungen haben Kinder im Fernsehen? Und wie informieren sich Kinder über das Programmangebot?

Zwei Drittel der Kinder geben an, eine bestimmte Sendung im Fernsehen zu haben, die sie ganz besonders gerne einschalten. Hierbei zeigen sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Während Mädchen vor allem die Daily-Soap „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ bei RTL nennen, geben die Jungen hier das Fussball-Magazin „ran“ auf SAT.1, die Animé-Zeichentrickserie „Dragon Ball Z“ bei RTL II oder die „Simpsons“ bei Pro Sieben an.



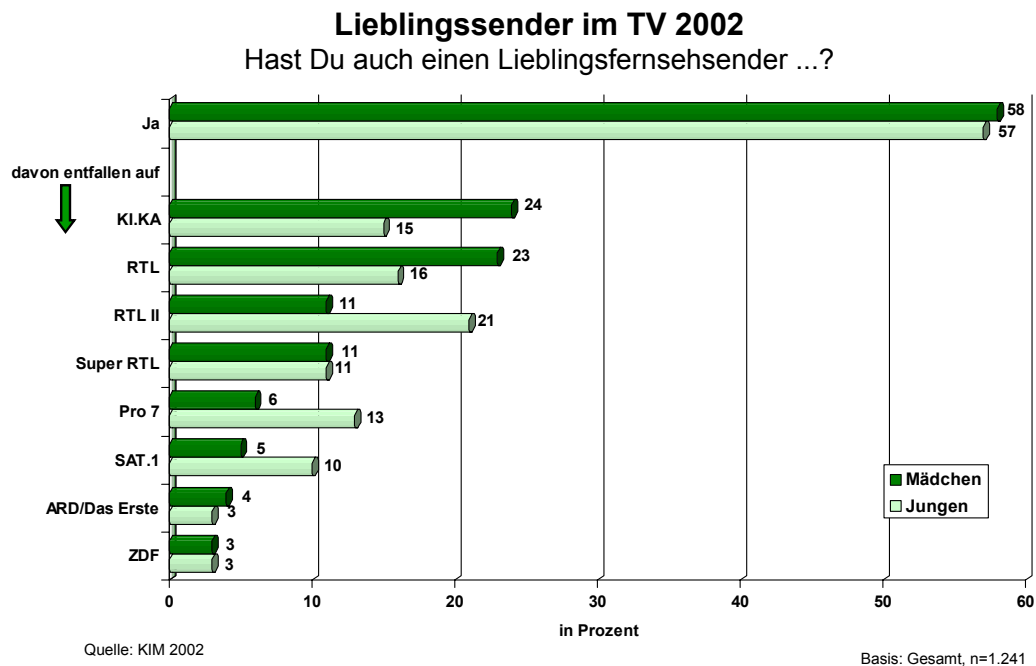
Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Diese Sendungspräferenzen spiegeln sich auch in den Angaben zum beliebtesten Programmanbieter wider. Rund 60 Prozent der befragten Kinder geben ein Lieblings-Fernsehprogramm an. Davon entscheiden sich jeweils 19 Prozent für den öffentlich-rechtlichen KI.KA – einen Sender, der ausschließlich Kinderprogramm anbietet – und für RTL. In der Präferenzliste folgen RTL II (16 %), Super RTL (11 %), Pro Sieben (9 %) und SAT.1 (8 %).

Allerdings zeigen sich auch hier deutliche Unterschiede, wenn man Jungen und Mädchen separat betrachtet. So erreichen KI.KA und RTL bei den Mädchen

überdurchschnittliche Werte, RTL II, Pro Sieben und SAT.1 werden hingegen von doppelt so vielen Jungen als Mädchen präferiert.

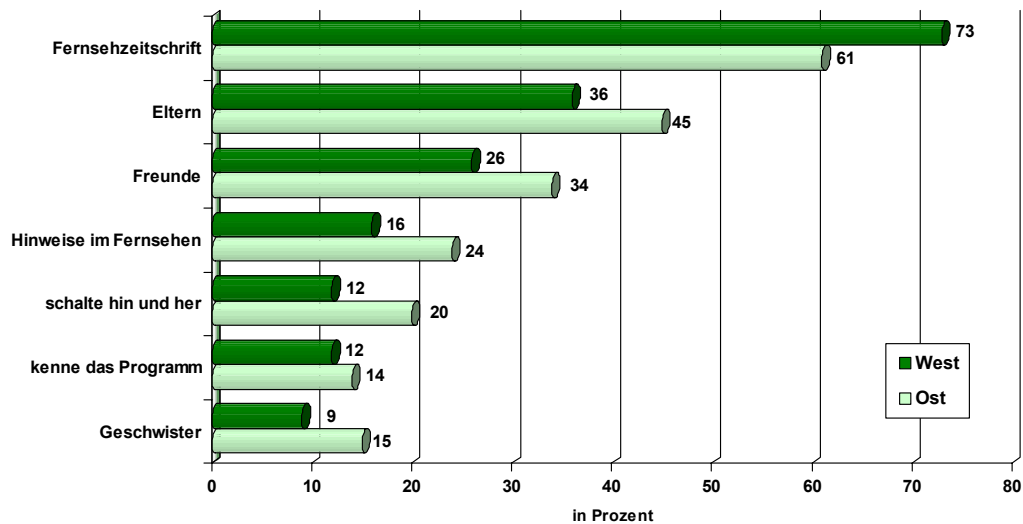


Die Senderpräferenzen sind aber auch stark altersabhängig. Bei den Sechs- bis Sieben-Jährigen mit Lieblingssender votieren 34 Prozent für den KI.KA, mit Abstand folgen Super RTL (18 %), RTL II (17 %) und RTL (10 %). Auch bei den Acht- bis Neun-Jährigen sprechen sich noch die meisten für den KI.KA aus (28 %), die Sender der RTL-Familie (RTL, RTL II und Super RTL) liegen untereinander in etwa gleichauf (14 bis 16 %). Bei den Zehn- bis Elf-Jährigen hat sich RTL mit nunmehr 21 Prozent auf den ersten Rang geschoben, es folgt RTL II mit 18 Prozent, der KI.KA liegt bei 16 Prozent. Mit Pro Sieben (11 %) tritt in dieser Altersgruppe nun ein „neuer“ Sender auf, der die gleiche Attraktivität wie Super RTL (11 %) besitzt. Bei den ältesten Kindern, den Zwölf- bis 13-Jährigen schließlich, liegt RTL mit 29 Prozent weit vorne, Pro Sieben folgt mit 17 Prozent, RTL II schließt sich mit 15 Prozent an, und SAT.1 erreicht mit zehn Prozent den vierten Rang.

Woher beziehen Kinder ihre Informationen über das Fernsehprogramm? 70 Prozent der Kinder ziehen hierfür eine Fernsehzeitschrift zu Rate. Mit Abstand folgen Eltern (37 %) und Freunde (28 %) als Ratgeber oder Informationsquelle. Auch Trailer im Fernsehprogramm selbst (18 %) geben den Kindern Hinweise auf das

Programmangebot. Zappen (13 %), also das hin- und herschalten zwischen verschiedenen Programmen, scheint in der Wahrnehmung der Kinder weniger von Bedeutung zu sein. Diese Angaben weisen auf einen eher zielgerichteten Umgang mit dem Fernsehen hin.

### Kenntnisse über TV-Programm 2002 Woher weißt Du was im Fernsehen kommt?



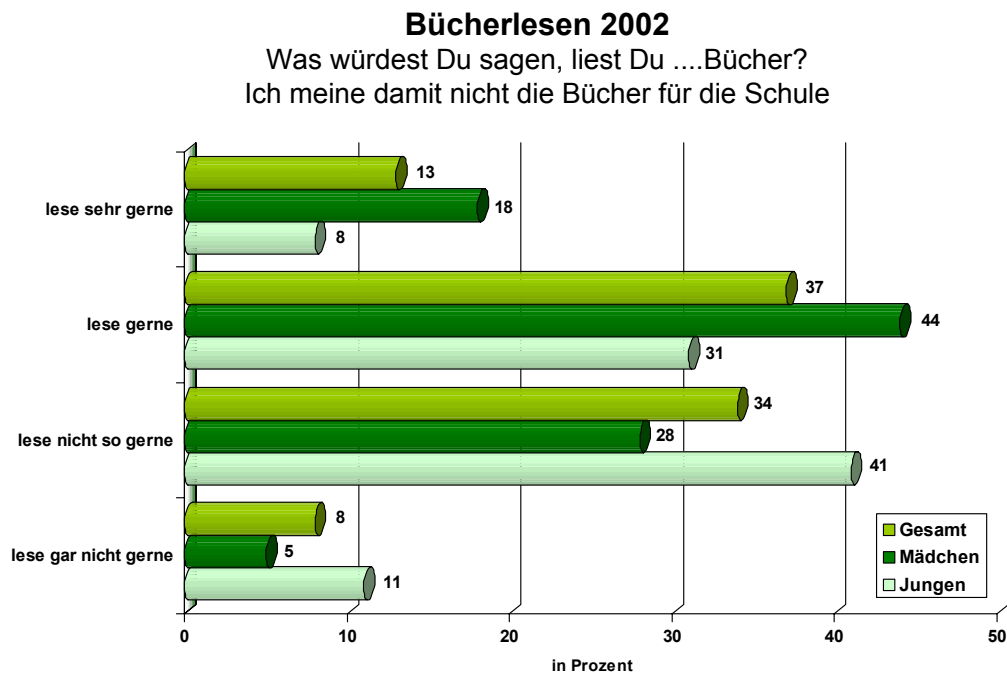
Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Jungen und Mädchen weisen hier keine Unterschiede auf. Mit zunehmendem Alter und damit zunehmender Lesefähigkeit steigt die Bedeutung der Fernsehzeitschriften zwar an, ansonsten lassen sich aber keine Unterschiede zwischen den Altersgruppen feststellen. Kinder aus den neuen Bundesländern geben Eltern, Freunde, Hinweise im Fernsehen und das Zappen häufiger als Informationsquelle über das Fernsehprogramm an als Kinder aus den alten Bundesländern. Im Westen hingegen ist der Blick in die Programmzeitschrift weiter verbreitet als im Osten.

## 7. Bücher und Lesen in der Freizeit

Das Lesen gilt als grundlegende Kompetenz, um auch mit den anderen Medien sinnvoll umgehen zu können. Bücher sind auch für die „Multimedia-Generation“ attraktiv. Gut die Hälfte aller Kinder gibt an, mindestens einmal pro Woche ein Buch in die Hand zu nehmen – deutlich mehr Mädchen als Jungen.

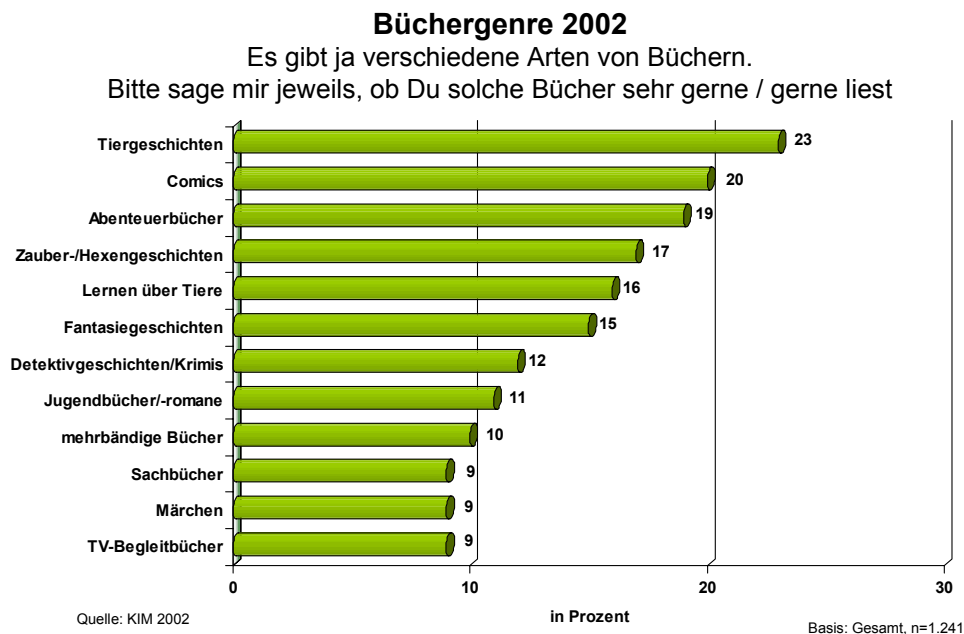


Ein ähnliches Bild ergibt sich auch, wenn die Kinder danach gefragt werden, wie gerne sie lesen. 50 Prozent der Kinder geben an, sehr gerne oder gerne zu lesen, ein Drittel liest nicht so gerne, und acht Prozent der Kinder gibt an, überhaupt nicht gerne zu lesen. Während das Lesen nur bei einem Drittel der Mädchen auf Vorbehalte stößt, lehnt die Hälfte der Jungen das Lesen von Büchern in der Freizeit weitgehend ab.

Der Blick auf die Altersgruppen zeigt keine lineare Entwicklung. So geben 46 Prozent der Sechs- bis Sieben-Jährigen an, zumindest gerne zu lesen, bei den Acht- bis Neun-Jährigen sind es 54 Prozent, bei den Zehn- bis Elf-Jährigen erhöht sich dieser Anteil noch einmal auf 56 Prozent. Dann allerdings zeigt sich bei den Zwölf- bis 13-Jährigen ein Rückgang auf 46 Prozent. Dieser Prozess ist bei Jungen und Mädchen – wenn auch auf unterschiedlichem Niveau – gleichermaßen erkennbar.

Betrachtet man verschiedene Buchgenres, so sind Kinder für Tiergeschichten, Comics, Abenteuerbücher, Zauber- und Hexengeschichten, Sachbücher über Tiere oder Fantasiegeschichten am meisten zu begeistern.

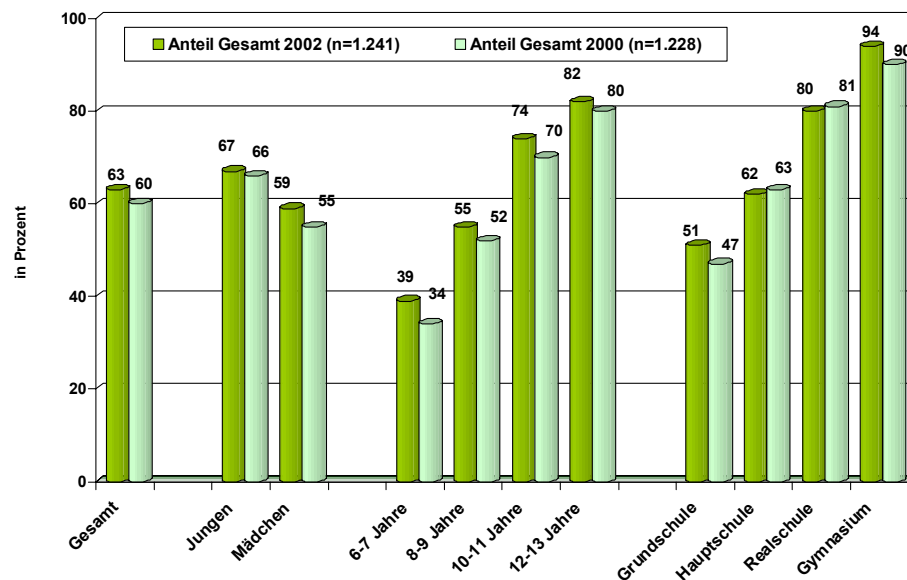
Allerdings zeigen Jungen und Mädchen hier deutlich unterschiedliche – an Genrepräferenzen im Fernsehen erinnernde - Vorlieben. Doppelt so viele Mädchen wie Jungen sprechen sich für Tiergeschichten, Sachbücher über Tiere, Zauber- bzw. Hexengeschichten oder Märchen aus. Umgekehrt geben doppelt so viele Jungen wie Mädchen an, Comics und Abenteuerbücher gerne zu lesen, und auch Detektivgeschichten/Krimis und Sachbücher sind für Jungen deutlich attraktiver als für Mädchen. Drei Buchgenres sind mehr oder weniger geschlechtsneutral: Fantasiegeschichten, Fortsetzungsbücher und Fernsehbegleitbücher.



## 8. Computernutzung

Wie groß ist der Anteil derjenigen Kinder, die im Jahr 2002 Computer-Erfahrung haben, also das Medium zumindest selten nutzen? Trotz gestiegener Haushaltsausstattung (plus zehn Prozentpunkte), sind die Werte hier im Vergleich zur letzten Erhebung weitgehend stabil. Zählten im Jahr 2000 sechs von zehn Kindern zu den Computer-Nutzern, so hat sich dieser Anteil im Jahr 2002 nur unwesentlich auf 63 Prozent erhöht. Aktuell zählen mehr Jungen (67 %) als Mädchen (59 %) zu dieser Gruppe, wenngleich Mädchen einen etwas stärkeren Zuwachs zu verzeichnen haben als Jungen.

**Kinder und Computer 2002 und 2000**  
- Nutzung zumindest selten-

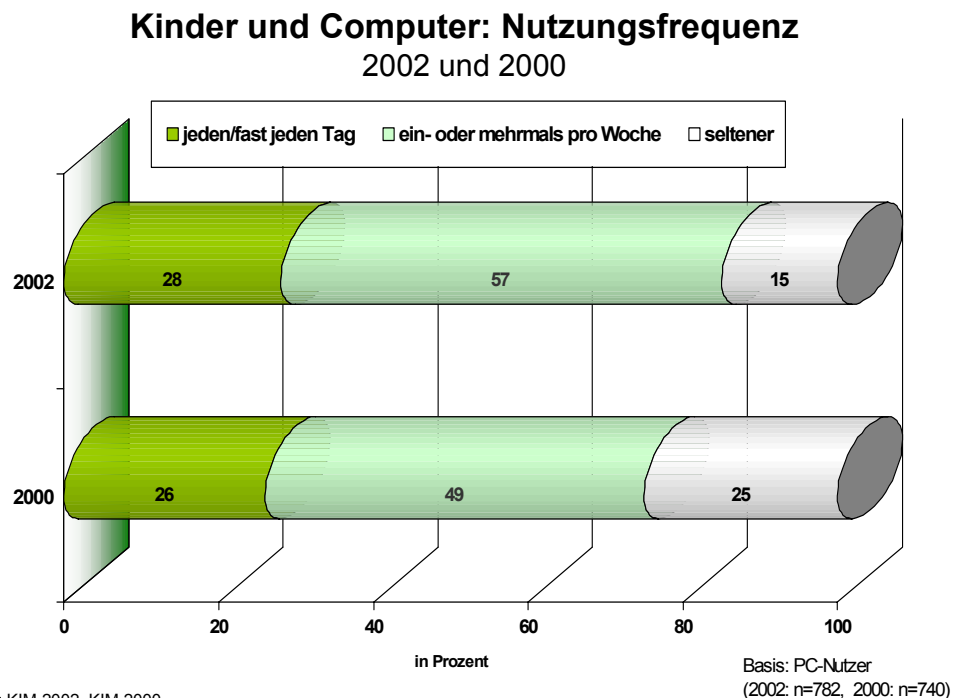


Quelle: KIM 2002, KIM 2000

Je älter die Kinder sind, desto wahrscheinlicher nutzen sie zumindest selten einen Computer. Während bei den Sechs- bis Sieben-Jährigen nur gut ein Drittel zu den Computer-Nutzern zählt, sind es bei den Acht- bis Neun-Jährigen bereits gut die Hälfte. Bei den Zehn- bis Elf-Jährigen beträgt der Anteil der Computer-Nutzer dann bereits 74 Prozent, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es acht von zehn Kindern. Der (leichte) Zuwachs im Vergleich zum Jahr 2000 findet sich in allen Altersgruppen wieder. Betrachtet man den von den Kindern besuchten Schultyp, so ist der Anteil an computerefahrenen Kindern aus der Grundschule und aus dem Gymnasium leicht angestiegen, Kinder aus Haupt- und Realschule erreichen den gleichen Anteil wie im Jahr 2000. Unverändert ist hier ein deutliches Bildungsgefälle erkennbar: Während der Anteil an Computer-Nutzern bei den

Hauptschülern knapp zwei Drittel beträgt, zählen bei den Gymnasiasten fast alle Kinder zu dieser Gruppe.

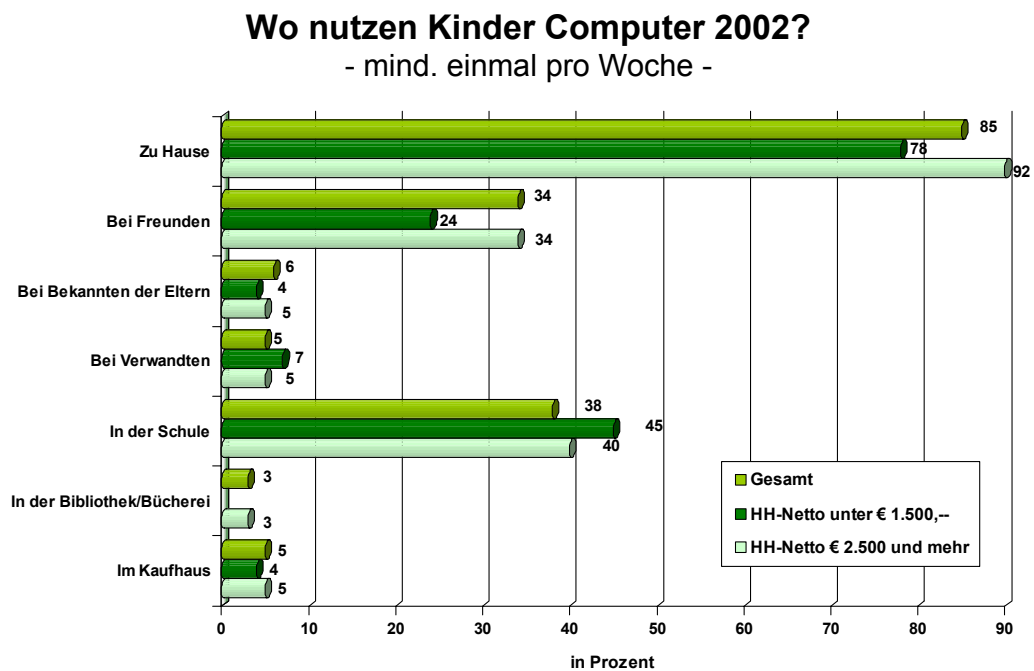
Wenngleich das Potential der Computer-Nutzer im Vergleich zu KIM 2000 kaum größer geworden ist, zeigt der Blick auf die Nutzungsintensitäten einen leichten Anstieg der Zuwendung. Der Anteil der Computer-Nutzer, die sich seltener als einmal pro Woche mit dem Computer auseinandersetzen, ist von 25 Prozent im Jahr 2000 auf 15 Prozent im Jahr 2002 zurückgegangen. 28 Prozent zählen zu den intensiven Nutzern, die jeden bzw. fast jeden Tag Kontakt mit dem Computer haben. Die meisten Kinder aber nutzen den Computer nach wie vor ein- bis mehrmals pro Woche.



Betrachtet man die Orte, an denen Kinder mit Computern umgehen, so hat mit weitem Abstand die häusliche Nutzung die größte Priorität. 85 Prozent der computernutzenden Kinder geben an, mindestens einmal pro Woche zu Hause am Computer zu sitzen. Mit großem Abstand hat sich die Schule als Nutzungsort auf dem zweiten Platz etabliert, die Nutzung bei Freunden erreicht knapp dahinter (34 %) den dritten Rang. Andere potentielle Zugangsorte wie Verwandte, Bekannte der Eltern oder öffentliche Einrichtungen wie Bibliotheken oder Kaufhäuser sind – sicher auch aufgrund der bei Kindern noch eingeschränkten eigenständigen Mobilität – als Nutzungsorte kaum relevant.

Geschlechtsspezifische Unterschiede treten hier nur an einer Stelle auf - Jungen nutzen Computer bei Freunden häufiger als Mädchen dies tun.

Auch hier schlägt sich die Höhe des Haushalts-Nettoeinkommens in der Familie nieder. Entsprechend der geringeren Haushalts-Ausstattung mit Computern (siehe Kapitel 5) nutzen Kindern mit geringem sozioökonomischem Hintergrund weniger oft zu Hause einen Computer als Kinder, die in gut situierten Haushalten aufwachsen.



Quelle: KIM 2002

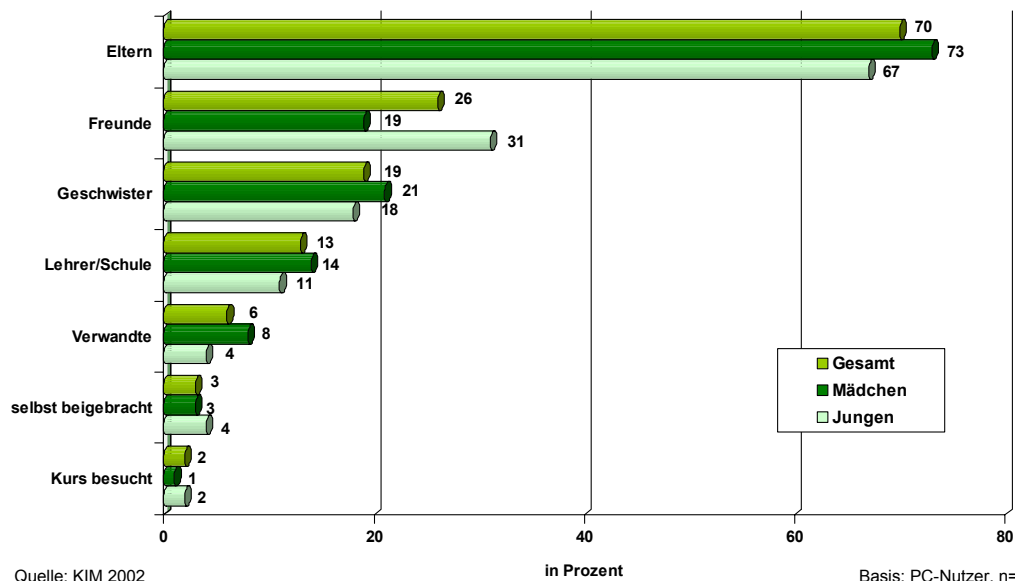
Basis: PC-Nutzer, n=782

Der Vergleich mit den Daten aus dem Jahr 2000 spiegelt die gestiegene Haushaltsausstattung wider. So hat sich die heimische Computernutzung um acht Prozentpunkte, die bei Freunden zu Hause um vier Prozentpunkte erhöht. Zuwachs kann aber auch die Schule als Nutzungsort aufweisen. Gaben im Jahr 2000 34 Prozent der Computer-Nutzer an, mindestens einmal pro Woche in der Schule einen Computer zu nutzen, so hat sich dieser Anteil auf 38 Prozent erhöht.

Woher beziehen die Kinder ihre Kenntnisse im Umgang mit dem Computer, wer hat Ihnen gezeigt, wie man einen Computer benutzt? Erste Kompetenzvermittler sind hier mit weitem Abstand die Eltern, was für Mädchen im übrigen noch stär-

ker gilt als für Jungen. Freunde und Gleichaltrige spielten bei einem Viertel der PC-Nutzer ebenfalls eine Rolle, wenn es um die Aneignung erster Fertigkeiten mit und am Computer geht – eine Klientel, die für Jungen sehr viel bedeutender ist als für Mädchen. In der Schule haben 13 Prozent der computererfahrenen Kinder Einstiegswissen für die Computer-Nutzung mitnehmen können.

### Wer hat Dir gezeigt, wie man mit einem Computer umgeht?



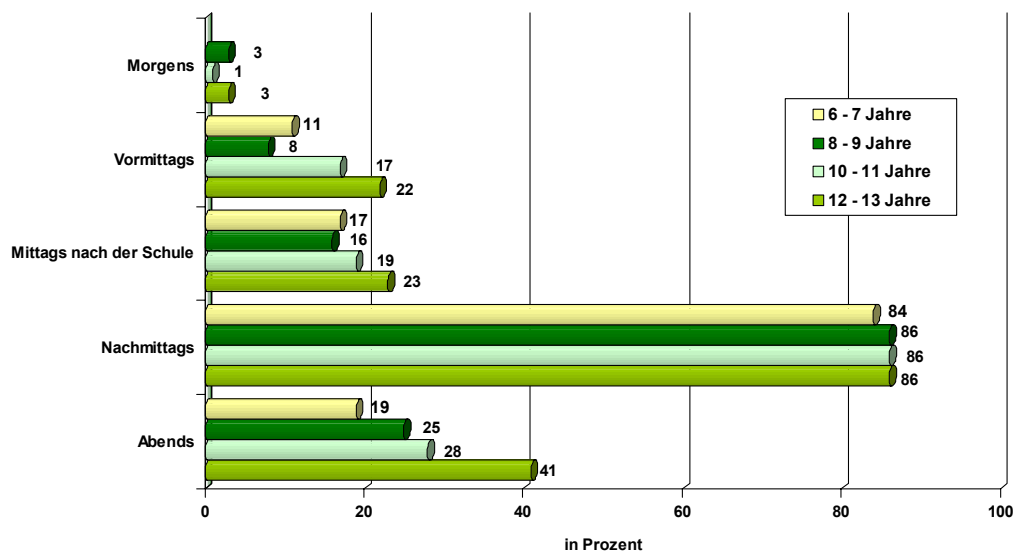
Ganz ähnlich ist das Bild bei der Frage nach Ansprechpartnern, die den Kindern bei Problemen und Fragen rund um den Computer zur Verfügung stehen. Auch hier spielen die eigenen Eltern (69 %) - entsprechend des überwiegend zu Hause stattfindenden Umgangs - die mit Abstand größte Rolle, es folgen Freunde (34 %) und Geschwister (20 %), und auch hier erreicht die Schule bzw. der Lehrer oder die Lehrerin (14 %) den vierten Rang. Mit zunehmendem Alter der PC-Nutzer werden die Freunde - und das nicht nur als Ansprechpartner bei Computerfragen - immer wichtiger. Während bei den Sechs- bis Sieben-Jährigen 17 Prozent Probleme mit Hilfe von Freunden lösen, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen bereits 41 Prozent. Umgekehrt geht die Bedeutung der Eltern von 80 Prozent bei den jüngsten auf 61 Prozent bei den ältesten Kindern zurück.

Natürlich weckt die Auseinandersetzung mit dem Computer Gesprächsbedarf bei den Kindern. So gibt ein Viertel der PC-Nutzer an, sich oft mit anderen darüber zu unterhalten, was am Computer gemacht wurde, die Hälfte tut dies zumindest selten. Mädchen reden dabei weniger oft (20 %) als Jungen (27 %) über Erlebnisse am Computer, mit zunehmendem Alter der Kinder steigt der Kommunikati-

onsbedarf aber deutlich an. 13 Prozent der Sechs- bis Sieben-Jährigen PC-Nutzer reden oft über Computer, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es bereits 33 Prozent. Als Gesprächspartner dienen den Kindern dabei vor allem die Freunde, aber auch die Eltern.

Im Tagesverlauf wenden sich Kinder hauptsächlich am Nachmittag (86 %) und am Abend (31 %) dem Computer zu. Ein Fünftel nutzt Computer auch direkt nach der Schule am Mittag. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier nur unwesentlich, mit zunehmendem Alter der Kinder ist aber eine deutliche Ausdehnung der Nutzung in den Abend zu beobachten.

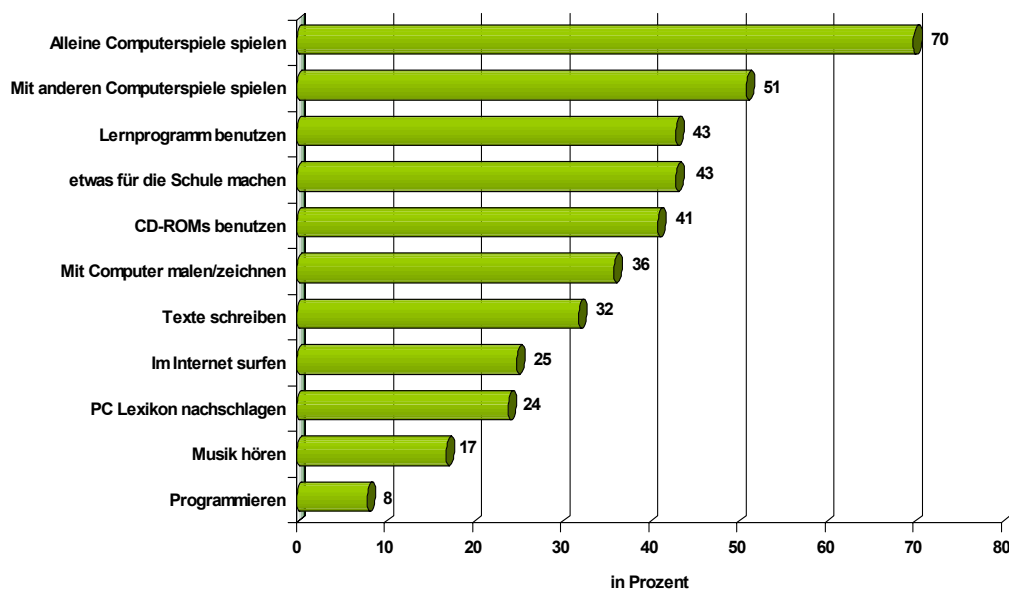
### Zu welchen Tageszeiten nutzt Du Computer?



Welchen Tätigkeiten gehen Kinder am Computer nach? Die folgende Darstellung betrachtet hier vor allem regelmäßige Anwendungen, die mindestens einmal pro Woche ausgeübt werden. Computerspiele – ob alleine (70 %) oder mit anderen (51 %) – sind die bei Kindern am weitesten verbreitete Tätigkeit am Computer. Den quantitativ dritten Rang teilen sich Lernprogramme und schulische Belange mit jeweils 43 Prozent. Die Nutzung von CD-ROMs erreicht 41 Prozent. Kreative Tätigkeiten wie Malen bzw. Zeichnen (36 %) oder das Schreiben von Texten (32 %) werden von etwa einem Drittel der Computer-Nutzer mindestens einmal pro Woche ausgeübt. Ebenso häufig geht ein Viertel der computernutzenden Kinder ins Internet oder nutzt Online-Dienste.

Jungen weisen eine deutlich höhere Affinität zu Computerspielen auf als Mädchen, besonders was das Spielen mit anderen gemeinsam betrifft. Für Mädchen scheint dies eine weniger attraktive Art der Freizeitgestaltung in Gesellschaft anderer zu sein. Sie geben dafür häufiger als Jungen an, Lernprogramme zu nutzen, mit dem Computer etwas für die Schule zu tun oder sonst am Computer kreativ tätig zu sein.

### Kinder und Computer - Tätigkeiten 2002 - mind. einmal pro Woche -



Quelle: KIM 2002

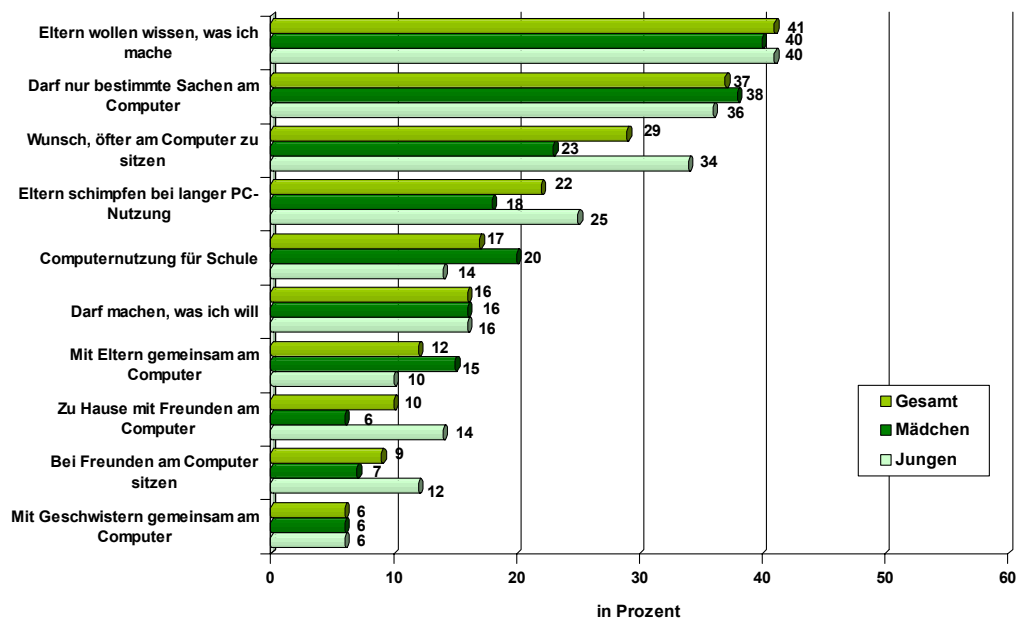
Basis: PC-Nutzer, n=782

Vergleicht man das Tätigkeitsprofil des Jahres 2002 mit dem aus dem Jahr 2000, so ist zunächst im Bereich der Computerspiele ein leichter Zuwachs zu verzeichnen, dies gilt auch für das Schreiben von Texten. Deutlich zugenommen hat die – regelmäßige – Nutzung des Internet. Gaben im Jahr 2000 noch 15 Prozent der Computer-Nutzer an, mindestens einmal pro Woche online zu sein, so hat sich dieser Anteil im Jahr 2002 um zehn Prozentpunkte erhöht.

Wie hat man sich den Umgang mit dem Computer bei den Kindern jenseits bestimmter Tätigkeiten vorzustellen? Um dieser Frage nachzugehen, wurden den computernutzenden Kindern verschiedene Aussagen vorgelegt, die diese anhand der Skala „ist bei mir oft, manchmal oder nie so“ beantworteten. Die höchste Zustimmung erhalten Aussagen, die eine Kontrolle der Computernutzung durch die Eltern beschreiben. Eltern wollen bei 41 Prozent der Kinder oft wissen,

was diese am Computer machen, entsprechend geben 37 Prozent der Kinder an, dass sie oft nur ganz bestimmte Dinge am Computer machen dürfen. Bei jedem fünften Computer-Nutzer gibt eine übermäßige Computernutzung oft Anlass zu Streitigkeiten mit den Eltern, dieses Problem taucht bei Jungen im übrigen öfter auf als bei Mädchen. Die gemeinsame Computernutzung von Kindern und Eltern scheint eher die Ausnahme als die Regel zu sein. Nur zwölf Prozent geben an, oft zusammen mit Vater oder Mutter am Computer zu sitzen. Den Wunsch, häufiger als bisher Computer zu nutzen, haben 29 Prozent der Kinder oft – deutlich mehr Jungen als Mädchen.

### Aussagen zu Computer 2002 - ist oft so -



Quelle: KIM 2002

Basis: PC-Nutzer, n=782

Betrachtet man die Aussagen der Computer-Nutzer hinsichtlich der verschiedenen Altersgruppen, so wird deutlich, dass die Restriktionen der Eltern bei zunehmendem Alter der Kinder rückläufig sind. Gleichzeitig steigt der selbstbestimmte Umgang der Kinder an.

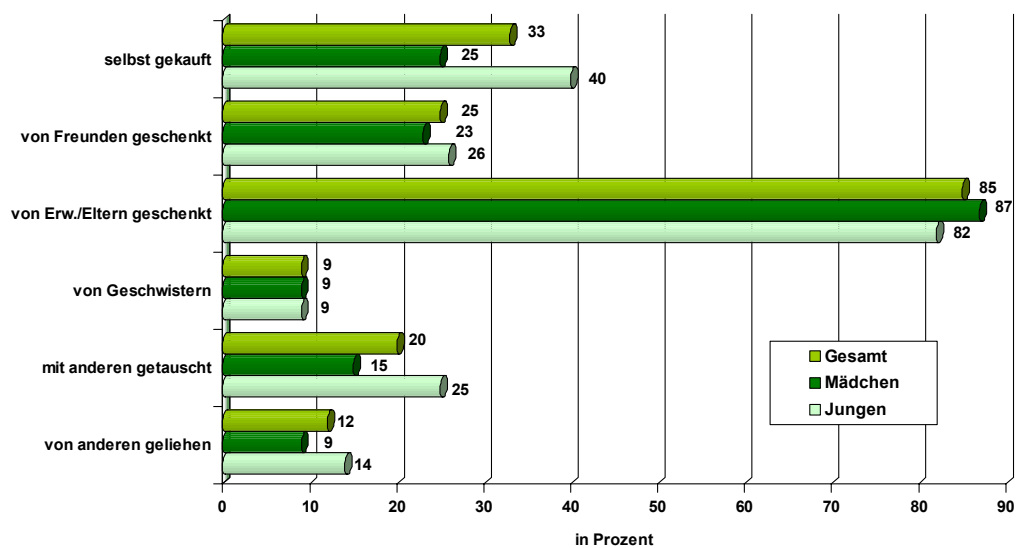
## 9. Computerspiele

Computerspiele stellen für Kinder die häufigste Anwendung am Computer dar, dies gilt für Jungen und Mädchen gleichermaßen. Die Gruppe der Kinder, die zumindest selten Computerspiele spielen (n=764), ist darum Gegenstand der folgenden Betrachtung. Alle weiteren Prozentangaben beziehen sich dementsprechend auf diesen Personenkreis.

Nach Angaben der Kindern verfügen diese im Durchschnitt über 7,1 eigene Computerspiele – bei Jungen ist der Besitz (8,3 Spiele) etwas stärker ausgeprägt als bei Mädchen (5,7 Spiele). Je älter die Kinder sind, desto mehr Spiele haben sie zur Auswahl. 18 Prozent der Kinder, die zumindest selten Computerspiele nutzen, haben übrigens keine eigenen Spiele – dieser Prozentsatz ist bei Jungen ebenso hoch wie bei Mädchen und über alle Altersklassen stabil.

85 Prozent der Kinder geben an, dass sie Computerspiele von Erwachsenen bzw. den eigenen Eltern geschenkt bekommen. Ein Drittel der Kinder kauft sich Computerspiele selbst, ein Viertel bekommt Spiele von Freunden geschenkt oder tauscht Spiele mit anderen aus. Insgesamt scheinen männlichen Computerspielern mehr Zugangswege zu Computerspielen zur Verfügung zu stehen als weiblichen. Mit zunehmendem Alter kaufen Kinder mehr Spiele selbst, das Tauschen und Leihen nimmt ebenfalls an Bedeutung zu.

### Woher hast Du diese Computerspiele?



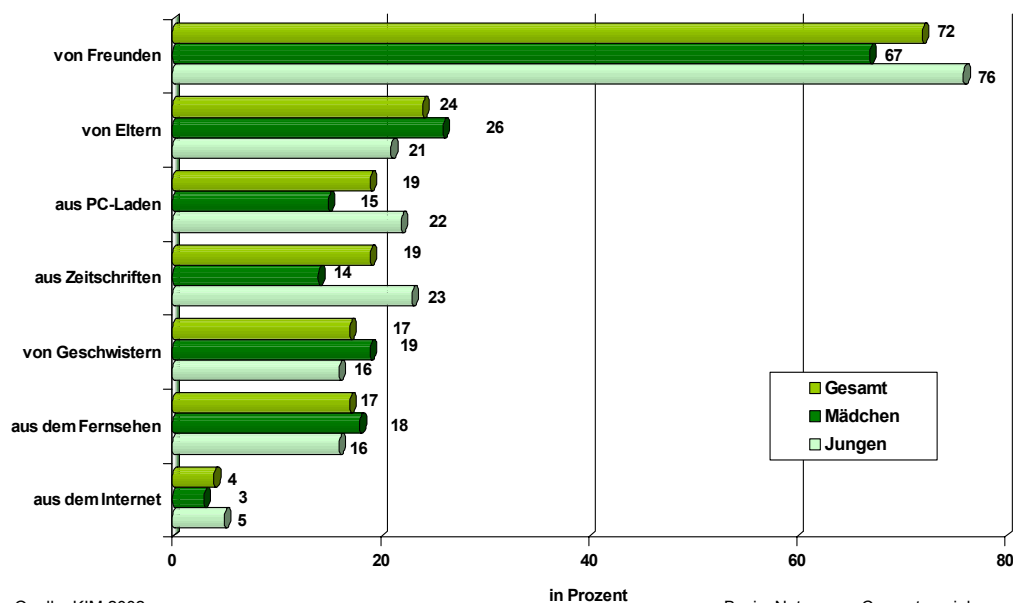
Quelle: KIM 2002

Basis: Kinder, die eigene PC-Spiele haben, n=615

Wenn es um die Auswahl einzelner Computerspiele geht, die den Kindern zugänglich sind<sup>4</sup>, haben Eltern den größten Einfluss. 53 Prozent der Kinder geben an, die Spiele gemeinsam mit den Eltern auszusuchen, bei 14 Prozent suchen die Eltern die Spiele für die Kinder aus. Allerdings wählen bereits 27 Prozent der Kinder ihre Computer-Spiele nach eigenen Angaben selbst aus. Je älter die Kinder sind, desto häufiger bestimmen sie alleine, welche Spiele sie spielen. Bei den sechs- bis siebenjährigen Computer-Spielern wählen nur elf Prozent die Spiele selbst aus, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es bereits 44 Prozent.

Neuigkeiten über das Angebot an Computerspielen erfahren die Kinder fast ausschließlich von Gleichaltrigen (72 %), nur 24 Prozent geben die eigenen Eltern als relevante Informationsquelle an. Aus Zeitschriften und dem Fernsehen will jeweils knapp ein Fünftel der Kinder über neue Angebote informiert sein, aber auch ein Besuch im Computer-Laden eröffnet neue Spiele-Dimensionen.

### Woher erfährst Du von neuen Computerspielen?



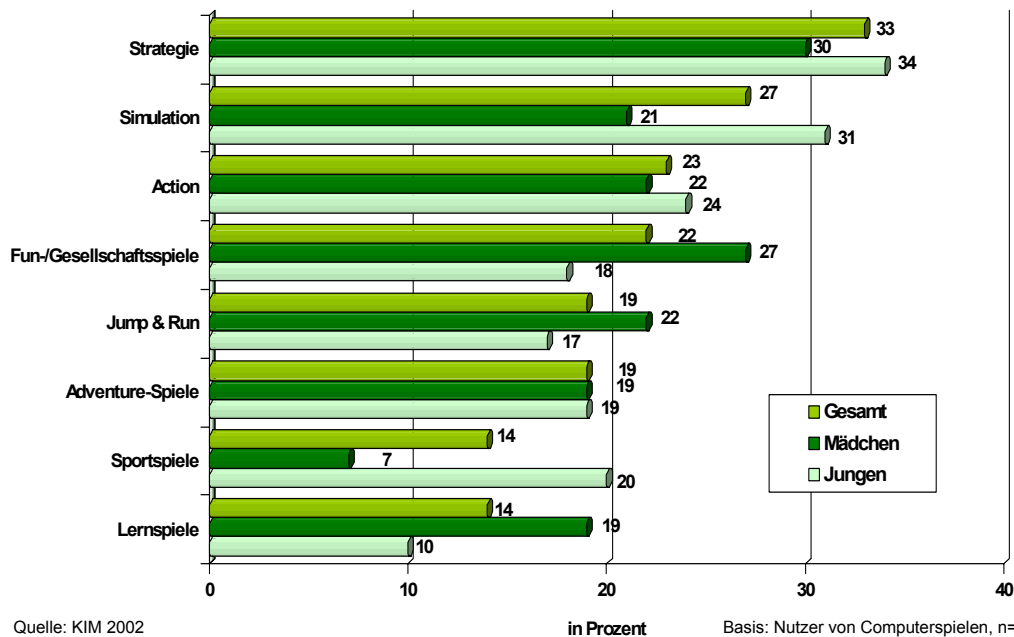
Die Bandbreite der bei Kindern beliebtesten Spiele ist beinahe genauso groß wie das Angebot selbst. Fasst man die Aussagen auf die offen gestellte Frage „Und welches sind Deine drei liebsten Computerspiele?“ zusammen, so zeigt sich, dass Strategie- und Simulationsspiele in der Gunst der Kinder vor Actionspielen

<sup>4</sup> „Kannst Du Dir Deine Computerspiele alleine aussuchen, suchst Du sie gemeinsam mit Deinen Eltern aus, oder suchen Deine Eltern aus, was Du spielen darfst?“

rangieren, die gemeinsam mit Fun- und Gesellschaftsspielen den dritten Rang einnehmen. Des Weiteren nennt ein Fünftel der Kinder Jump & Run- und/oder Adventure-Spiele. Den Abschluss bilden Spiele aus dem Bereich des Sports und Spiele, die in der Auswertung unter der Rubrik „Lernspiele“ zusammengefasst wurden.

## Welches sind Deine liebsten Computerspiele?

- bis zu drei Nennungen -



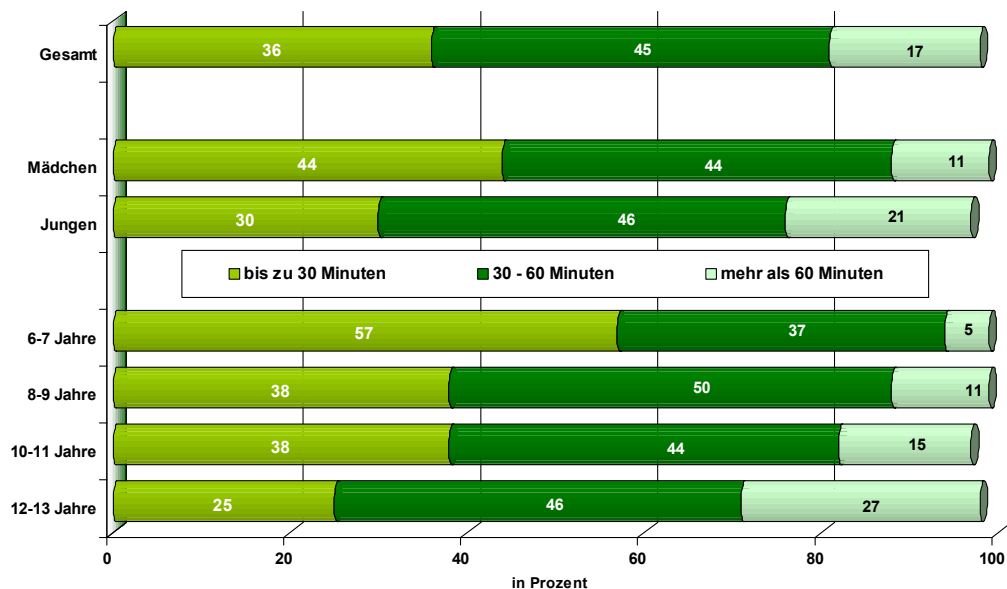
Sportspiele sind nur für einen kleinen Teil der Mädchen interessant, bei Jungen aber vergleichsweise beliebt. Hier handelt es sich fast ausschließlich um Spiele rund um das Thema Fußball. Auch im Bereich der Simulationsspiele sind die Präferenzen bei Jungen deutlicher ausgeprägt, hier kommt der Bereich Auto-Rennen / Grand Prix zum Tragen. Zwar können sich auch Mädchen für solche Spiele begeistern, doppelt so häufig wie Jungen (5 %) benennen sie aber beispielsweise das Spiel „The Sims“ (9 %).

Unter der Rubrik „Fun-/Gesellschaftsspiele“ finden sich die Favoriten der Mädchen stärker wieder als die der Jungen. Hierunter fallen Spiele wie „Harry Potter“, für das sich neun Prozent der Mädchen und acht Prozent der Jungen aussprechen oder „Sven Bomwollen“ (3 %) und „Wer wird Millionär“ (3 %). Auch Lernspiele kommen bei Mädchen besser an. Trotzdem wird „Löwenzahn“ von Jungen (5 %) und Mädchen (6 %) gleichermaßen genannt. Einzelnennungen der Mädchen entfallen auf beliebte Fernseh motive wie „Bibi Blocksberg“, „Die Sendung mit der Maus“ oder auch ganz generell „Addy Lernprogramme“.

Vergleichsweise dicht beieinander liegen Jungen und Mädchen bei Spielen, die den Kategorien Strategie, Action, Jump & Run oder Adventure zugeordnet werden. Das Strategiespiel „Die Siedler“ wird von jeweils sechs Prozent der Jungen und Mädchen angegeben, auch „Tetris“ (Jungen 4 %, Mädchen 4 %) oder Brett-/Denkspiele (Jungen 3 %, Mädchen 5 %) werden hier genannt. „Star Wars“ mögen Jungen (3 %, Mädchen 1 %) lieber, Mädchen favorisieren „Monopoly“ (3 %, Jungen 1 %). Im Bereich Action wird sowohl bei Jungen (9 %) als auch bei Mädchen (15 %) vor allem das „Moorhuhn“ angeführt. Jump & Run steht bei Kindern ebenfalls für bekannte Figuren wie die „Disney-Familie“ (8 %), „Barbie“ (Mädchen: 5 %) oder Super Mario (3 %). Beliebte Adventure-Spiele sind „Tomb Raider / Lara Croft“ (8 %) und die „Pokémons“ (5 %).

Jungen spielen nicht nur hinsichtlich der Nutzungsfrequenz öfter Computerspiele als Mädchen, sondern weisen auch eine längere Spieldauer auf. Der Anteil der intensiven Spieler, die länger als eine Stunde pro Anwendung spielen, ist bei Jungen mit 21 Prozent doppelt so hoch wie bei Mädchen. Auch im Altersverlauf spielen die Kinder länger, was sicherlich auch mit der höheren Komplexität bzw. Spieldauer der jeweiligen Spiele in Zusammenhang steht.

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



Quelle: KIM 2002

Basis: Nutzer von Computerspielen, n=764

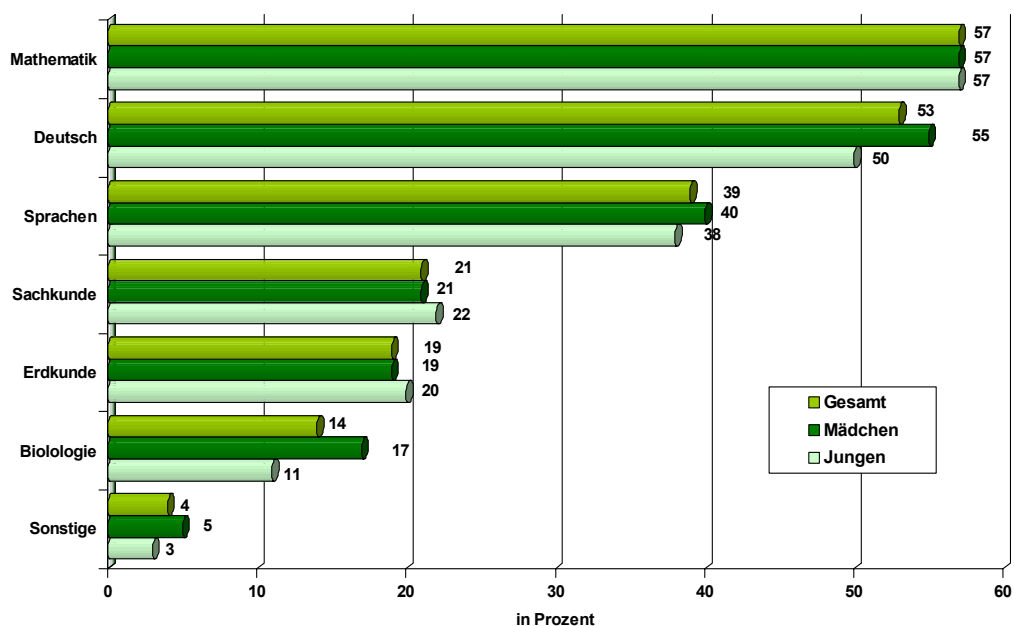
## 10. Lernprogramme

Neben den Spielen sind Lernprogramme die Anwendung, die von Kindern am Computer am häufigsten genutzt wird. Gut die Hälfte der Befragten gibt an, zumindest selten Lernprogramme zu nutzen (n=624). Im Weiteren beziehen sich alle Prozentangaben dementsprechend auf diese Gruppe.

Der spielerische Umgang mit Lerninhalten stößt bei diesen Kindern auf breite Zustimmung, 67 Prozent geben an, sehr gerne oder gerne Lernprogramme zu nutzen - allerdings mehr Mädchen (74 %) als Jungen (61 %). Dabei bleibt die Attraktivität über alle Altersgruppen gleich hoch. Wie bei der Computernutzung generell, wenden sich Kinder Lernprogrammen vor allem zu Hause zu (mindestens einmal pro Woche: 57 %), aber auch in der Schule (28 %) oder bei Freunden (18 %) findet die Zuwendung statt.

Im Durchschnitt verwenden die Kinder 2,6 verschiedene Lernprogramme. Die Nutzungsdauer beträgt bei 62 Prozent der Kinder bis zu einer halben Stunde, 29 Prozent beschäftigen sich zwischen 30 und 60 Minuten mit Lernprogrammen. Inhaltlich geht es bei Lernprogrammen überwiegend um die Schulfächer Mathematik und/oder Deutsch, mit Abstand folgen Anwendungen zu Fremdsprachen oder zum Sachunterricht.

### Um was geht es bei diesen Lernprogrammen ?



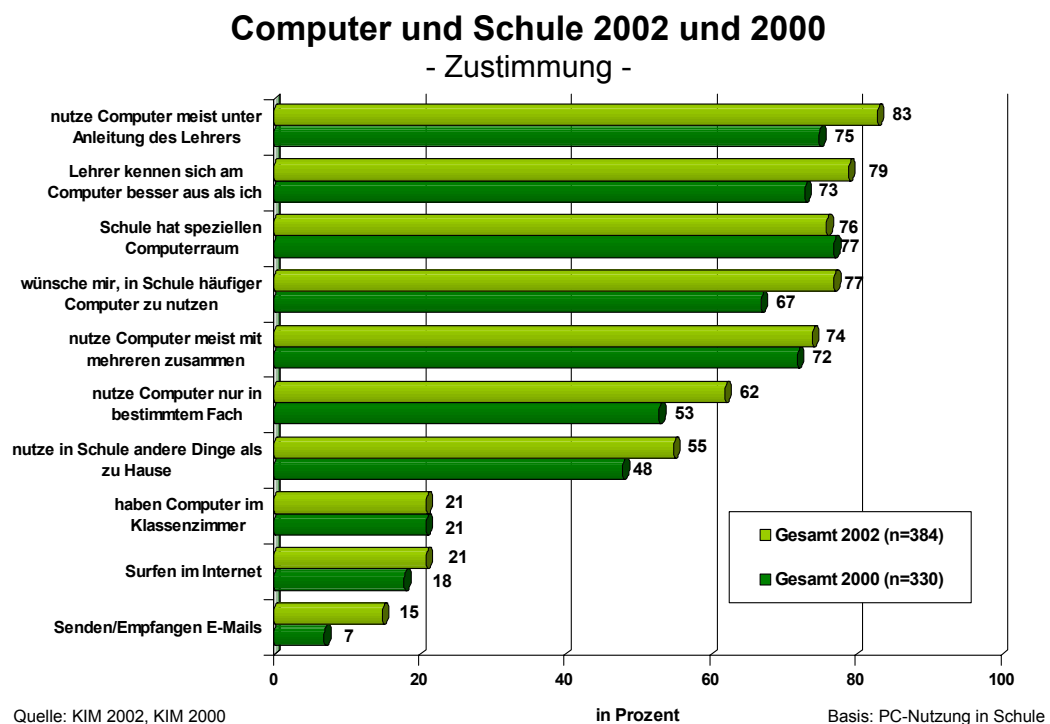
Quelle: KIM 2002

Basis: Nutzer von Lernprogrammen, n=624

## 11. Computer und Schule

Auch in der Schule halten Computer zunehmenden Einzug. Insgesamt geben 31 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen an, zumindest selten in der Schule Computer zu nutzen. Im Vergleich zur KIM-Studie aus dem Jahr 2000 ist dies ein leichter Anstieg um vier Prozentpunkte. Insgesamt scheinen die (bereits länger) vorhandenen Ressourcen in den Schulen nun stärker in den Unterrichtsalltag integriert zu sein, denn die Ausstattung der Schulen hat sich - folgt man den Angaben der Kinder - nicht verändert. Entsprechend ist die Zustimmung der Kinder zur Aussage „Wir nutzen Computer meist nur in einem ganz bestimmten Fach“ um neun Prozentpunkte angestiegen. Auch wenn das Surfen im Internet im Schulalltag der Sechs- bis 13-Jährigen noch nicht die erste Priorität hat, nutzen sie Online-Verbindungen bzw. E-Mail stärker als bisher.

Weiter angestiegen ist auch der Wunsch der Kinder, in der Schule mit dem Computer zu arbeiten. Und obgleich die Kinder selbst ihr Anwendungsspektrum in Sachen Computer und Internet im Vergleich zur KIM-Studie des Jahres 2000 weiter ausgebaut haben, attestieren sie ihren Lehrerinnen und Lehrern eine zunehmende Qualifikation am Computer. Verstärkt nehmen die Kinder auch wahr, dass sie in der Schule ganz andere Inhalte am Computer nutzen als zu Hause.

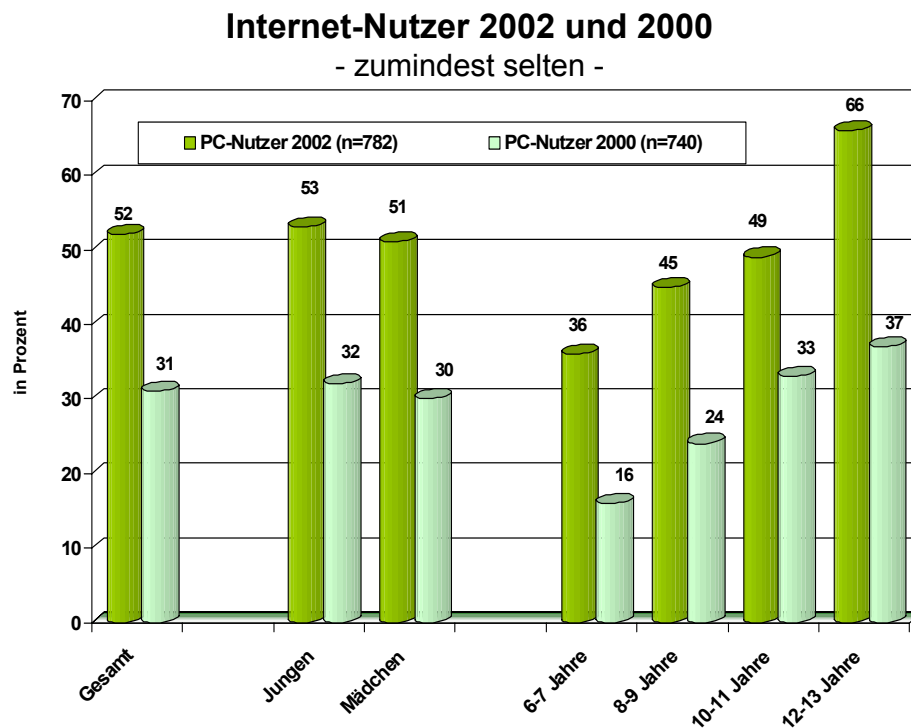


Quelle: KIM 2002, KIM 2000

## 12. Internet

Obgleich die Zahl der computererfahrenen Kinder seit dem Jahr 2000 stabil zu sein scheint, verändern sich die Nutzungsmuster der Kinder. Wie die Computertätigkeiten der Kinder gezeigt haben, hat vor allem das Internet im vergangenen Jahr an Bedeutung gewonnen.

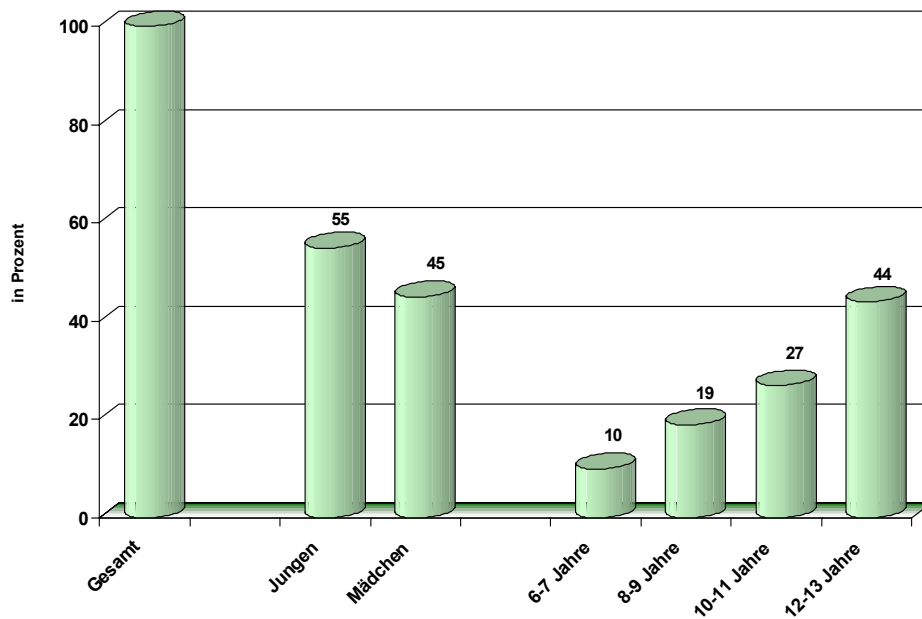
Erfahrung mit dem Internet haben inzwischen gut die Hälfte der PC-Nutzer gesammelt. Weibliche und männliche PC-Nutzer liegen hier nahezu gleich auf. Und wie die nachstehende Grafik zeigt, verfügen vor allem die älteren PC-Nutzer über breite Erfahrung mit Internet und Online-Diensten. Im Vergleich zur KIM-Studie aus dem Jahr 2000 steigerte sich der Prozentsatz der Internet-Nutzer unter den Computer-Nutzern damit um 21 Prozentpunkte – wobei auch hier vor allem die älteren Kinder einen überdurchschnittlichen Zugewinn aufweisen.



Quelle: KIM 2002, KIM 2000

Betrachtet man die Zusammensetzung der Sechs- bis 13-Jährigen, die zumindest selten das Internet bzw. Online-Dienste nutzen, so zeigt sich einerseits ein leichter Überhang an Jungen, andererseits wird in dieser Darstellung deutlich, dass zu den interneterfahrenen Kindern vor allem ältere ab 10 Jahren gehören.

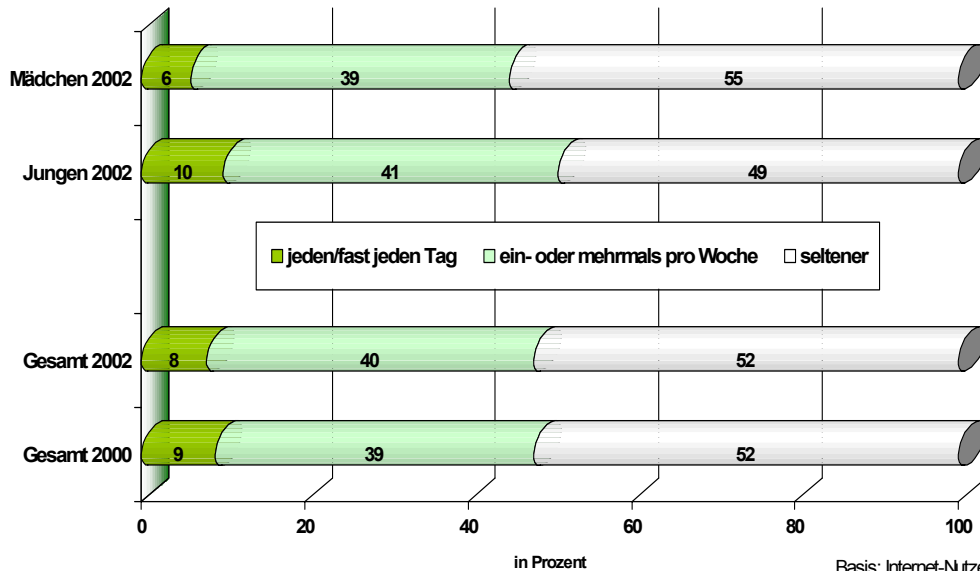
### Soziodemografie Internet-Nutzer 2002 - nutze zumindest selten -



Quelle: KIM 2002

Basis: Internet-Nutzer, n=406

### Internet-Nutzer: Nutzungsfrequenz 2002 und 2000



Quelle: KIM 2002, KIM 2000

Basis: Internet-Nutzer  
(2002: n=406, 2000: n=227)

Der Blick auf die Intensität, mit der die Internet-Nutzer (n=406) online sind, zeigt, dass bei gut der Hälfte dieser Kinder die Online-Nutzung noch nicht fest im Alltag manifestiert ist (alle nachstehenden Prozentangaben auf diese Gruppe).

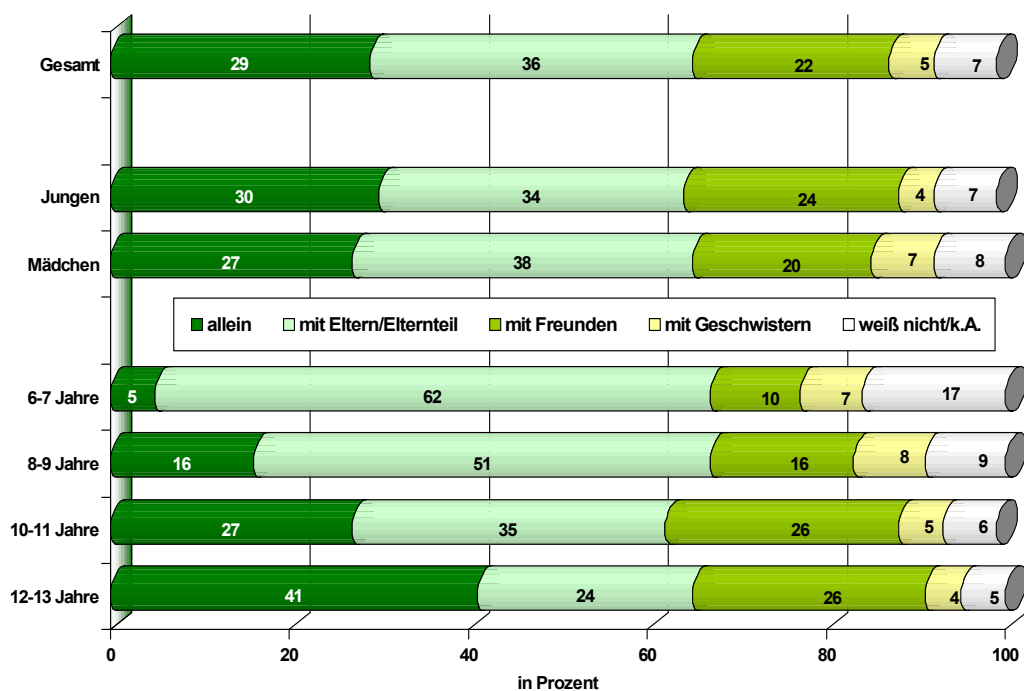
Nur acht Prozent der Kinder nutzen das Internet jeden oder fast jeden Tag, weitere 40 Prozent geben ihre Nutzung mit ein- bis mehrmals pro Woche an. Mädchen sind nach eigenen Angaben etwas weniger intensiv im Internet unterwegs als Jungen. Damit stimmen die aktuellen Nutzungszahlen nahezu exakt mit den Intensitäten aus dem Jahr 2000 überein, jetzt allerdings bei fast doppelt so vielen Nutzern.

In diesem Zusammenhang ist auch die Frage nach dem Einstiegsalter der Internet-Nutzer interessant. Ein Fünftel der interneterfahrenen Kinder gibt an, im Jahr der Befragung das erste Mal das Internet oder Online-Dienste genutzt zu haben. (dies gilt vor allem für Kinder unter neun Jahren). 40 Prozent der Kinder geben an, zum Zeitpunkt der Befragung etwa ein Jahr online zu sein, ein weiteres Fünftel blickt auf eine Erfahrung von zwei Jahren zurück, und 14 Prozent sind nach eigenen Angaben bereits drei Jahre oder länger mit dem Internet vertraut. Die Analyse der Nutzungsintensitäten dieser Gruppen zeigt, dass die „neuen“ Internet-Nutzer überdurchschnittlich zu den seltenen Nutzern zählen, die erfahrenen Internet-Nutzer hingegen überdurchschnittlich mindestens einmal pro Woche online sind.

Zugang zu Internet und Online-Diensten haben die Kinder - ebenso wie bei der Computer-Nutzung generell - in erster Linie von zu Hause aus. 55 Prozent der Internet-Nutzer gehen mindestens einmal pro Woche vom heimischen Computer aus ins Netz, 20 Prozent surfen bei Freunden und 13 Prozent in dieser Intensität in der Schule. Ähnliche Angaben wie bei der Computernutzung machen Kinder auf die Frage, wer ihnen gezeigt hat, wie man ins Internet kommt und was man dort machen muss, um sich Sachen anzuschauen. Auch hier verweisen 62 Prozent der Internet-Nutzer auf die eigenen Eltern, 22 Prozent auf Freundinnen und Freunde, 19 Prozent auf Geschwister und zehn Prozent auf Lehrer bzw. die Schule.

Das Thema Internet und Kinder bzw. Jugendliche wird in der öffentlichen Diskussion auch sehr intensiv unter Jugendschutzaspekten diskutiert.<sup>5</sup> Unter diesem Gesichtspunkt ist die Art und Weise der Internet-Nutzung durch Kinder von großem Interesse. Auf die Frage „Wie ist das, wenn Du ins Internet gehst: Machst Du das meistens alleine, gemeinsam mit Freunden, gemeinsam mit Eltern oder gemeinsam mit Geschwistern?“ gibt knapp ein Drittel der Kinder an, meistens alleine im Internet zu surfen. Vier von zehn Kindern gehen meist gemeinsam mit den Eltern online, und ein Fünftel surft meist gemeinsam mit Freunden, also in der Regel wohl auch ohne Aufsicht. Während die jüngsten Surfer zu zwei Dritteln von ihren Eltern im Netz begleitet werden, nutzen ältere Kinder das Internet weitgehend selbständig. Die vermeintliche Diskrepanz zwischen Besorgnis der Erwachsenen auf der einen Seite und weitgehend selbständigem Zugang der Kinder auf der anderen Seite wird auch an anderer Stelle sichtbar. So geben nur 29 Prozent der Mütter von Internet-Nutzern an, dass auf dem heimischen Computer, zu dem das befragte Kind Zugang hat, eine Filter- bzw. Schutzsoftware für das Surfen im Internet installiert sei.

### Gehe ins Internet meist ....

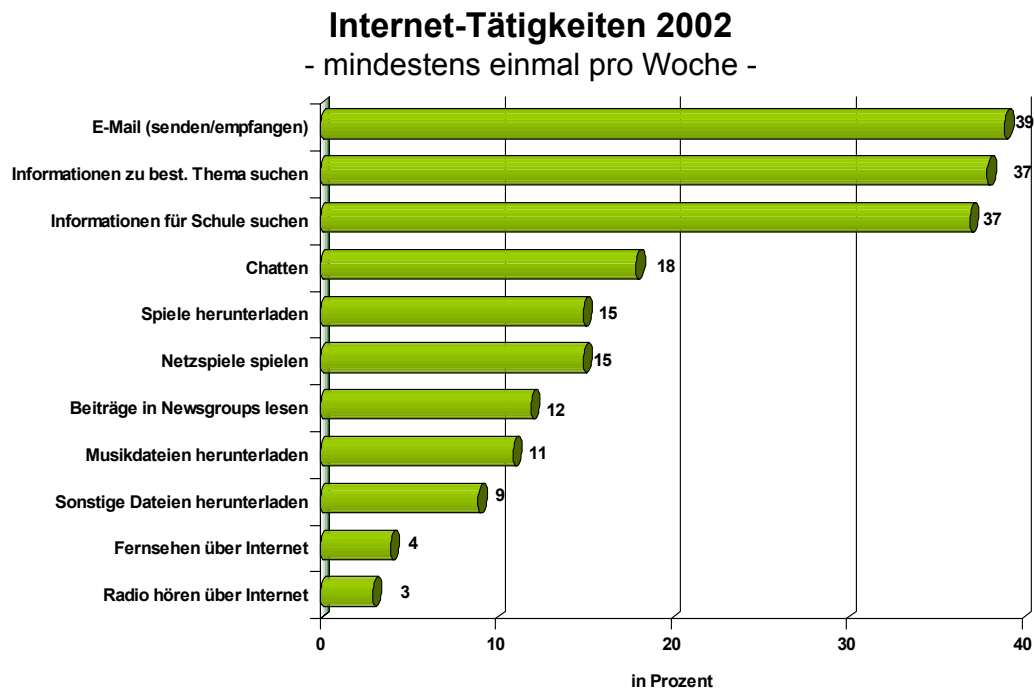


Quelle: KIM 2002

Basis: Internet-Nutzer, n=406

<sup>5</sup> Bereits 1998 hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest hierzu im Rahmen einer Studie großes Unbehagen sowohl in der Bevölkerung insgesamt als auch bei Eltern festgestellt. Vgl. Behrens, P., Feierabend, S. & Schmid, T. (1998): Jugend- und Jugendmedienschutz im Spiegel der Bevölkerung. In: Klingler, W., Roters, G. & Zöllner, O., Fernsehforschung in Deutschland, Nomos Baden-Baden, S. 935-954.

Welchen Tätigkeiten gehen die Kinder im Internet nach? Die Liste der vorgegebenen Anwendungen (mache ich mindestens einmal pro Woche) wird vom Senden und Empfangen von E-Mails angeführt, aber auch die Suche nach Informationen zu spezifisch relevanten Themen sowie die Suche nach Informationen für die Schule gehört zum kleinen Kreis der populären Tätigkeiten. Chats, das Herunterladen von Dateien oder das vernetzte Spielen ist nur für einen geringen Teil der Kinder von Interesse.

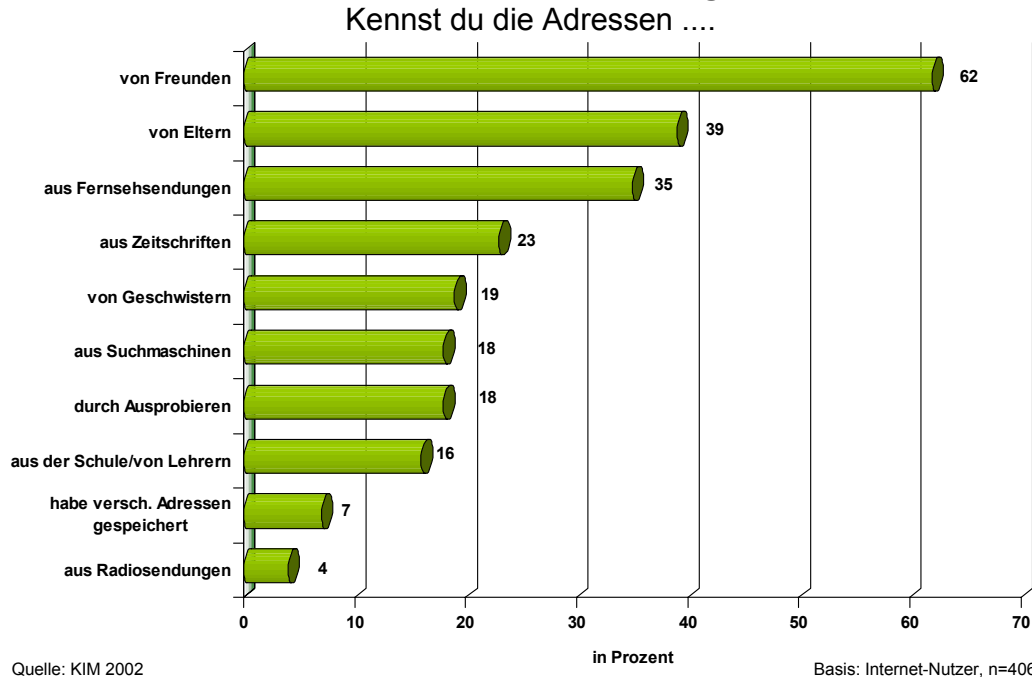


Jungen und Mädchen unterscheiden sich hinsichtlich ihres Nutzungsverhaltens nur unwesentlich. Mädchen suchen im Internet etwas häufiger nach Informationen als Jungen, diese wiederum sind aktiver, wenn es um das Runterladen von Musik- oder sonstigen Dateien geht. Der einzige Punkt, an dem sich Jungen und Mädchen eklatant unterscheiden, betrifft das Herunterladen von Spielen aus dem Internet. Während 20 Prozent der männlichen Internet-Nutzer dies mindestens einmal pro Woche tun, sind es bei den Mädchen mit neun Prozent gerade mal halb so viele.

Anregungen, welche Angebote man im Internet aufsuchen kann, erhalten die Kinder vor allem von ihren Freunden, mit Abstand dienen auch die Eltern als Informationsquelle. Unter den „klassischen“ Medien dient vor allem das Fernsehen als Hauptreferenz, aber auch Zeitschriften bieten den Kindern relevante Web-Adressen. Die Nutzung von Suchmaschinen oder das Auffinden von Netzseiten

durch reines Ausprobieren ist nur für einen kleinen Teil der Kinder alltäglich, auch aus der Schule erhalten die Kinder wenig Anreize, um spezielle Internetangebote aufzusuchen. Die nach wie vor geringe Nutzung von Lesezeichen bzw. Bookmarks deutet auf einen wenig habitualisierten Gebrauch des Internets hin. Hierzu passt auch, dass nur 17 Prozent der Internet-Nutzer eine spezielle Lieblingsseite im Netz angeben.

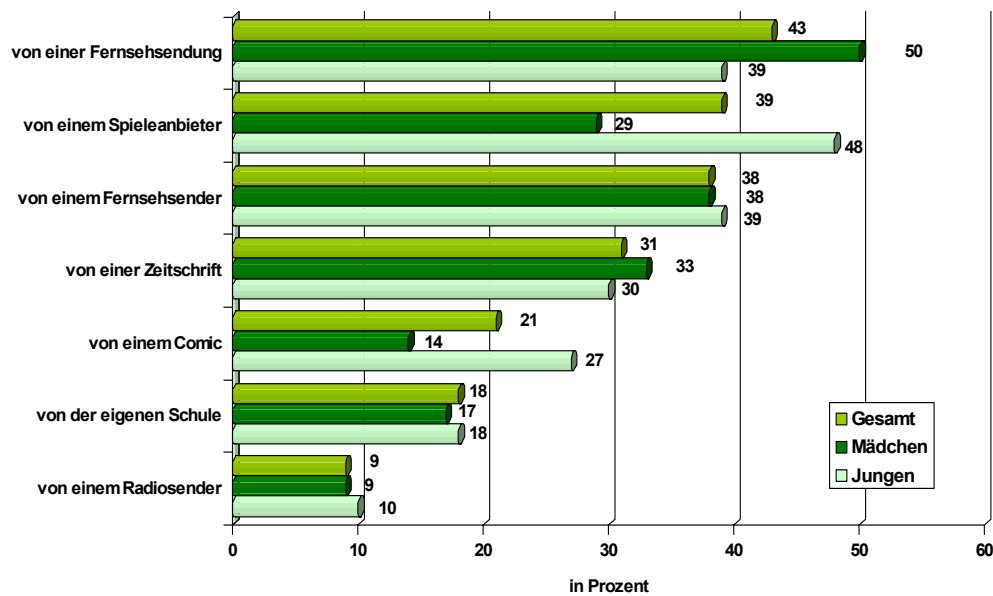
## Wie kommst Du zu den verschiedenen Angeboten im Internet?



Dass das Fernsehen den Kindern oft als Anregung für die Nutzung verschiedener Internetangebote dient, belegt auch die Untersuchung der von Kindern bereits besuchten Seiten. Den Kindern wurden hier – einmal auf abstrakter, einmal auf konkreter Ebene – potentielle Angebote im Internet vorgelegt.

Seiten von Fernsehsendungen, Fernsehsendern und Spieleanbietern wurden demnach jeweils von etwa 40 Prozent der Kinder schon einmal besucht, auch die Netzversion diverser Zeitschriften ist den Kindern nicht unbekannt. Internetseiten von Comics oder Radioanbietern liefern den Kindern hingegen weniger Anreize.

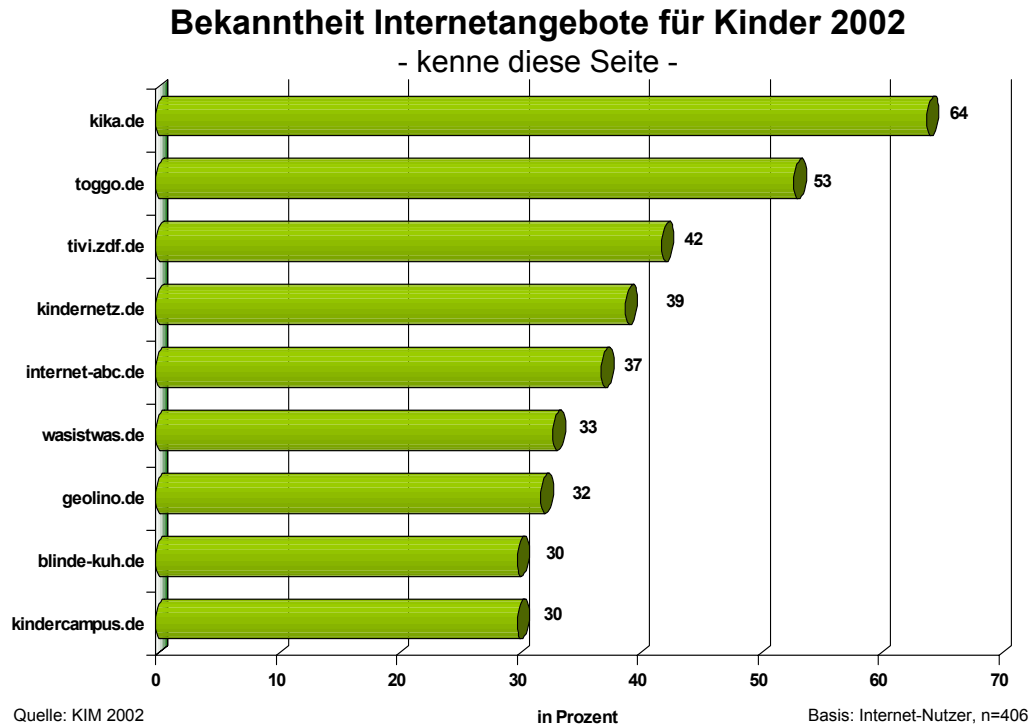
## Von Kindern besuchte Internetseiten 2002



In einem zweiten Schritt wurde den Internet-Nutzern eine Auswahl von neun speziellen Kinderangeboten im Internet vorgelegt und zunächst deren generelle Bekanntheit ermittelt. Bei Angeboten, die den Kindern dem Namen nach bekannt waren, wurde dann danach gefragt, ob sie diese Seiten einmal, mehrmals oder noch nie im Netz besucht haben. Generell muss an dieser Stelle angemerkt werden, dass es bei der Beantwortung dieses Fragenblocks durch die Kinder durchaus zu Fehleinschätzungen gekommen sein kann. Denn die hier untersuchten Internetangebote sind den Kindern dem Namen nach sicherlich auch aus anderen Kontexten – sei es ein Fernsehsender, eine Zeitschrift, ein Kinderspiel oder durch das Lernen des Alphabets – bereits bekannt.

Hinsichtlich der Bekanntheit erhält der Internetauftritt des KI.KA mit 64 Prozent den höchsten Wert, 53 Prozent der Internet-Nutzer geben an, die Seiten von Super RTL bzw. [toggo.de](http://toggo.de)<sup>6</sup> zu kennen. Jeweils vier von zehn Kindern kennen das Kinderangebot des ZDF, das Kindernetz des SWR und das internet-abc. Der Netzableger der „Was-ist-Was“-Buchreihe ist einem Drittel bekannt, gleiches gilt für Geolino, die Suchmaschine „Blinde Kuh“ und den Kindercampus. Die Angaben von Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei nicht.

<sup>6</sup> Die Abfrage von [toggo.de](http://toggo.de) erfolgte mit dem Verweis auf den Fernsehsender Super RTL.



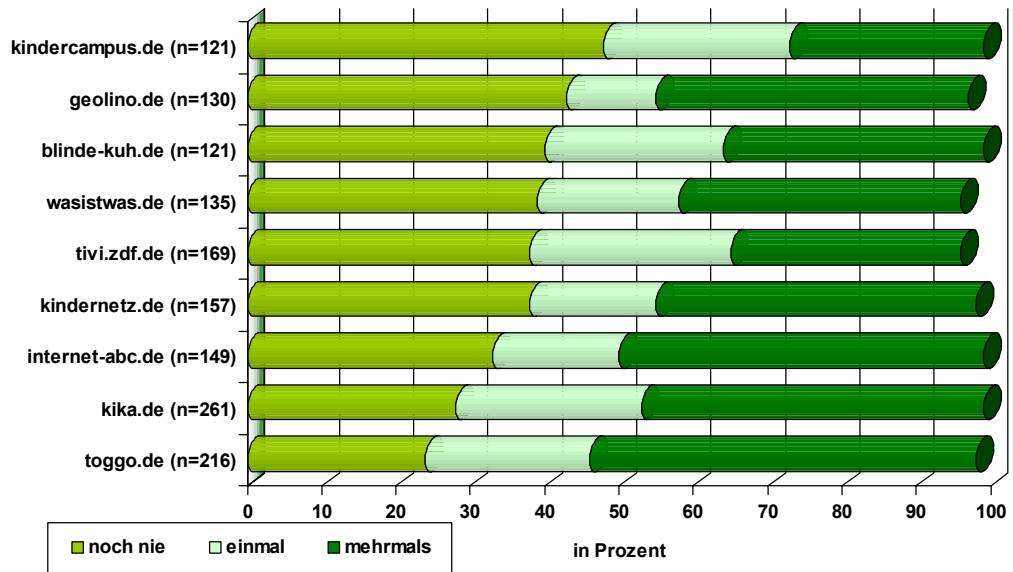
Dass Bekanntheit nicht mit der tatsächlichen Nutzung eines Internetangebots gleichzusetzen ist, zeigen die Antworten auf die Frage, mit welcher Häufigkeit die Kinder die vorgegebenen Internetseiten schon einmal besucht haben.

Von den 121 Kindern, die „kindercampus.de“ dem Namen nach kennen, hat bisher nur etwa die Hälfte das Angebot überhaupt schon einmal im Internet aufgesucht. Jeweils ein Viertel hat die Seiten einmal bzw. auch schon mehrmals besucht. Bei „geolino.de“ geben etwa 40 Prozent derer, die das Angebot kennen, an, bisher noch nicht vorbeigesurft zu sein. Allerdings liegt der Prozentsatz derer, die die Webseiten schon mehrmals genutzt haben, genauso hoch. In der gleichen Größenordnung verhält es sich bei „wasistwas.de“.

Ein positiveres Verhältnis zwischen „Angebot noch nie besucht“ und „Angebot schon mehrmals besucht“ weisen das Kindernetz des SWR, das Internet-ABC sowie die Seiten des Kinderkanals (kika.de) und von Super RTL (toggo.de) auf. Hier liegt der Anteil derer, die ein Angebot schon angeschaut haben, über demjenigen, die die Webseiten nur dem Namen nach kennen.

## Internetangebote für Kinder 2002

Und hast Du dieses Internetangebot schon ... angeschaut?



Quelle: KIM 2002

Basis: Internet-Nutzer, denen  
jeweiliges Angebot bekannt ist

### 13. Medienbindung

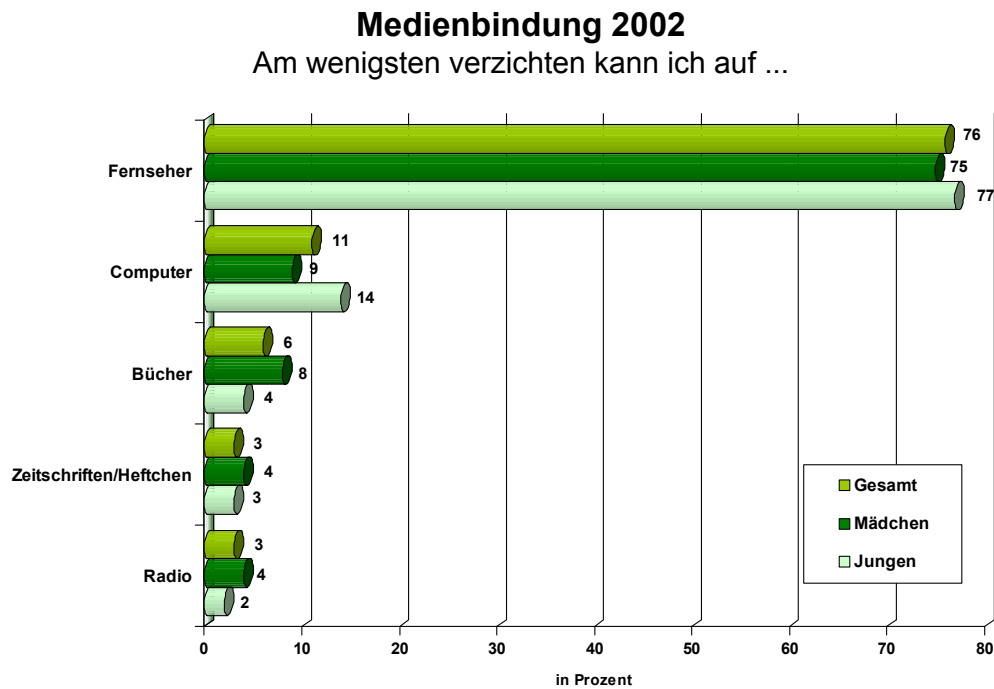
Die Frage nach der Unverzichtbarkeit verschiedener Medien macht – jenseits von Ausstattung, Besitz oder Nutzung – ihre subjektive Wichtigkeit in den Augen der Kinder deutlich.

Vor die Wahl gestellt, ob sie am wenigsten auf das Fernsehen, das Radio, den Computer, Zeitschriften/Heftchen oder Bücher verzichten könnten, votieren die Kinder auch im Jahr 2002 eindeutig zugunsten des Fernsehens. Drei Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen wollen dieses Medium am wenigsten missen. Der Computer erreicht mit sehr großem Abstand (11 %) den zweiten Platz, Bücher belegen mit sechs Prozent den dritten Rang. Zeitschriften und das Radio liegen im Fall der Entscheidung für ein Medium dann erst auf den nächsten Plätzen.

Jungen und Mädchen bewerten die Wichtigkeit einzelner Medien fast gleich. Allerdings messen Jungen Computern (14 %) eine etwas höhere Bedeutung zu als Mädchen (9 %). Das Votum für das Buch hingegen wird von Mädchen (8 %) doppelt so häufig abgegeben als von Jungen (4 %).

Im Altersverlauf geht die subjektive Bedeutung des Fernsehens zugunsten des Computers zurück. Während sich bei den Sechs- bis Sieben-Jährigen noch 81 Prozent für das Fernsehen und nur fünf Prozent für den Computer aussprechen, würden bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nur noch 71 Prozent den Fernseher und bereits 19 Prozent den Computer wählen.

Der Vergleich zur KIM-Studie 2000 kann hier nur eingeschränkt gezogen werden, da in der aktuellen KIM-Studie das Medium „Buch“ neu in die potentielle Auswahl aufgenommen wurde. Dies wirkt sich auf die Bedeutung des Fernsehens nicht aus, rückläufig sind hingegen die Angaben für Zeitschriften/Heftchen und das Radio. Ob es sich hierbei um einen tatsächlichen oder um einen (durch die Hinzunahme des Buchs) methodisch bedingten Rückgang handelt, muss an dieser Stelle offen bleiben.



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

## 14. Praktische Medienkompetenz

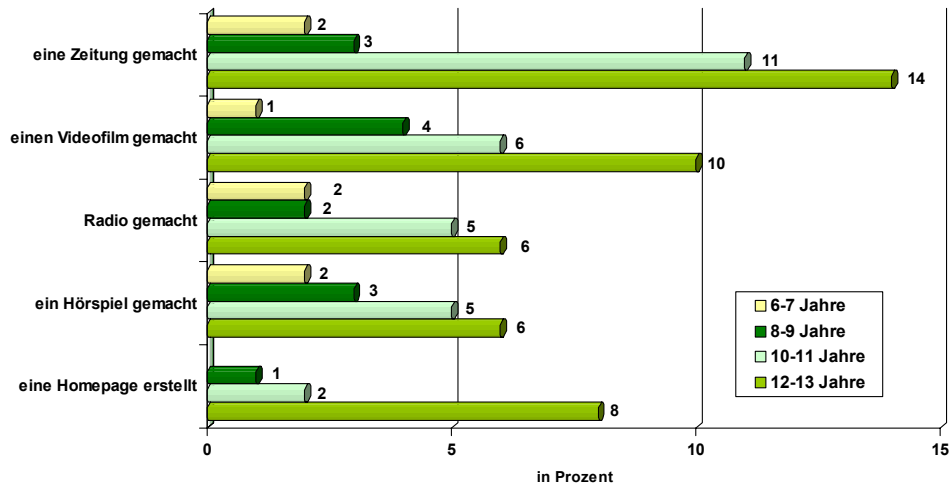
Obwohl die Kinder über eine breite Erfahrung hinsichtlich der Nutzung verschiedener Medien verfügen, sind sie mit den Produktionsbedingungen von Medieninhalten so gut wie gar nicht vertraut. Dabei liegt genau in diesem Feld ein großes Potential, Kindern die Funktionsweisen der Medienwelt nahe zu bringen und nicht zu reinen Medienkonsumenten werden zu lassen. Kinder, die beispielsweise selbst schon einmal Medieninhalte gestaltet haben, werden danach mit ganz anderen Augen einen Film sehen oder Radio hören – kritischer, auf Qualität achtend, die Absicht der Macher besser verstehend, um nur einige Aspekte zu nennen.

Wie die Grafik zeigt, haben die befragten Kinder bisher nur wenig medienpraktische Erfahrungen gesammelt. Sieben Prozent der Kinder haben nach eigenen Angaben bei der Erstellung einer Zeitung mitgearbeitet, fünf von einhundert Kindern haben schon einmal einen Videofilm gedreht. In einer ähnlichen Größenordnung bewegen sich die Erfahrungen der Kinder im Bereich Radio und Hörspiel oder was die Erstellung einer Homepage angeht. Jüngere Kinder unter

zehn Jahre haben so gut wie keine Erfahrungen bei der Erstellung von Medieninhalten.

### Medienpraktische Erfahrung

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



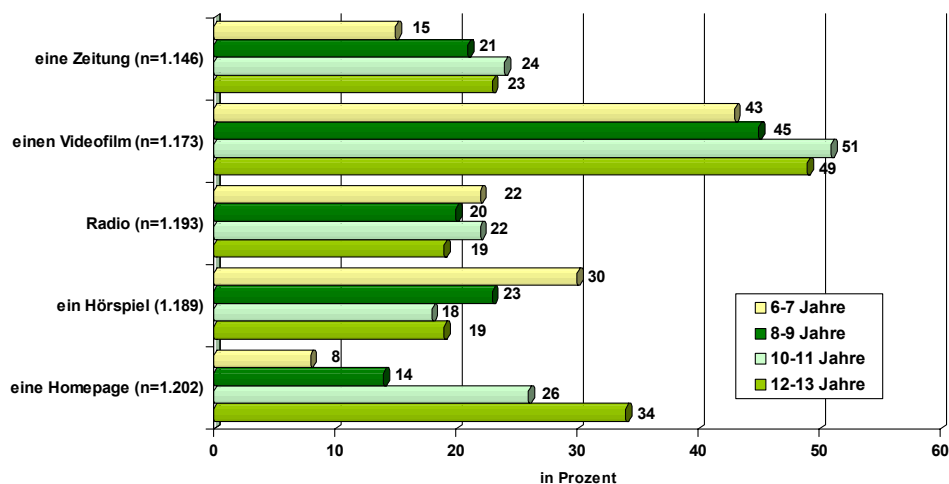
Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Gleichzeitig artikulieren die Kinder ein recht großes Interesse daran, selbst Medienbeiträge zu produzieren. Die größte Faszination übt dabei das Drehen eines Videofilms auf Kinder aller Altersstufen aus. Daneben zeigen jüngere Kinder Präferenzen bei der Erstellung von Hörspielen, ältere Kinder würden gerne lernen, wie man eine Homepage erstellt. Auch Radio- und Zeitungsarbeit stößt in allen Altersgruppen auf ähnlich großes Gefallen.

### Medienpraktische Erfahrung

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



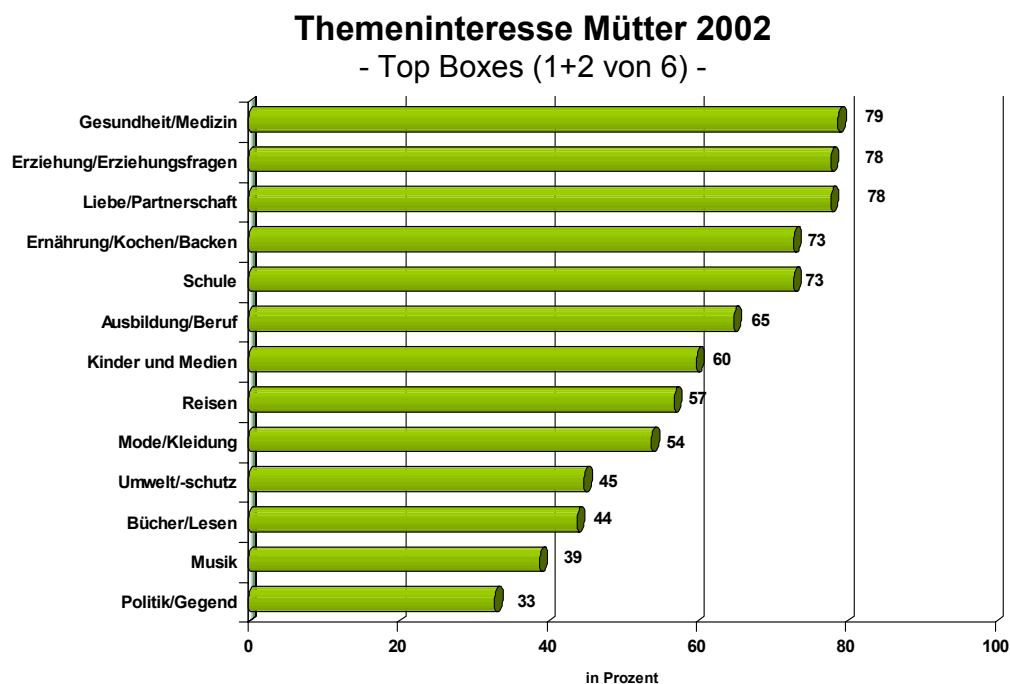
Quelle: KIM 2002

Basis: Befragte, die jeweilige Tätigkeit noch nie gemacht haben

## 15. Medien im Kontext der Familie

Während sich der bisherige Teil der Dokumentation mit dem Medienumgang von Kindern beschäftigt hat, soll an dieser Stelle näher auf das familiäre Umfeld eingegangen werden. Unbestritten ist das Elternhaus – auch in Sachen Medien – die wichtigste Sozialisationsinstanz der Kinder. Welche Stimmung herrscht bei den „Erziehern“ der Kinder, also den Müttern und Vätern, gegenüber Medien vor? Welche Rolle spielt das Thema „Kinder und Medien“? Wie sieht die Mediennutzung im familiären Kontext aus?

Um die Bedeutung des Themenkomplexes „Medien“ auch in Konkurrenz zu anderen relevanten Interessensbereichen bei den Müttern zu eruieren, wurden diese gebeten, insgesamt 25 vorgegebene Themenfelder nach der persönlichen Wichtigkeit zu beurteilen. Hierfür wurde eine Skala mit sechs Punkten vorgegeben, wobei der Skalenpunkt 1 bedeutet, ein Thema ist für die Befragte „sehr interessant“, Skalenpunkt 6 bedeutet, ein Themenfeld ist für die Befragte „überhaupt nicht interessant“.



Quelle: KIM 2002

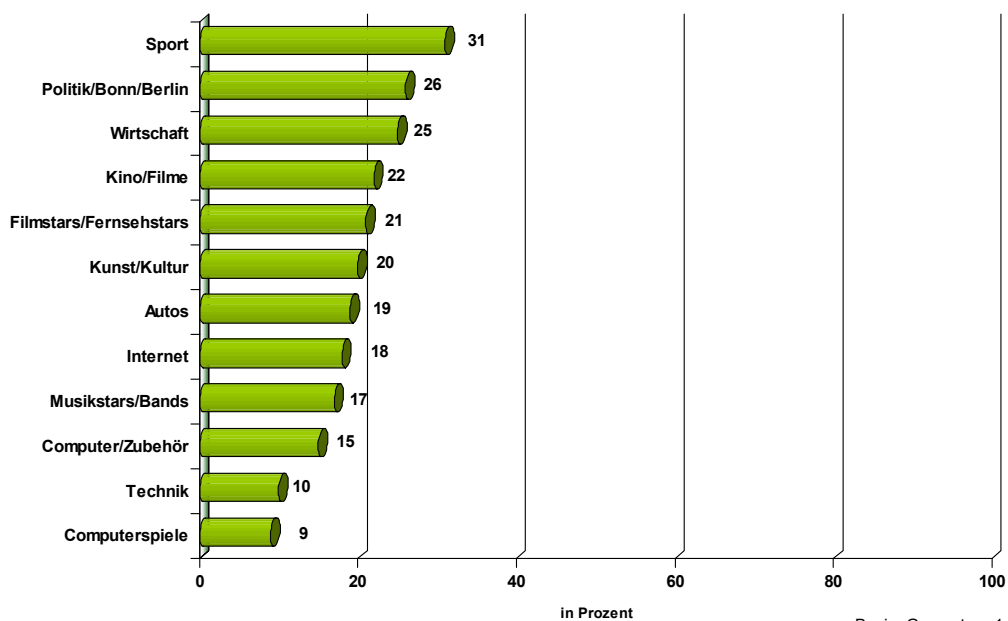
Basis: Gesamt, n=1.241

Das größte Interesse (Skalenpunkte 1 und 2) bringen die Mütter den Bereichen Gesundheit und Medizin (79 %), Erziehung und Erziehungsfragen, Liebe/Partnerschaft (jeweils 78 %), Schule, Ausbildung und Beruf sowie Ernährung,

Kochen, Backen (jeweils 73 %) entgegen. Für das Thema „Kinder und Medien“ melden 60 Prozent der Mütter ein explizites Interesse an.

Interessanterweise ist der Wissensdurst bei Themen wie Internet, Computerspiele oder Sonstiges rund um den Computer bei den Müttern vergleichsweise gering ausgeprägt. Dies hängt - trotz breiter öffentlicher Diskussion dieser Themen im Kontext mit Kindern - wohl auch mit der persönlichen Nutzung bzw. Relevanz zusammen.

### Themeninteresse Mütter 2002 - Top Boxes (1+2 von 6) -



Quelle: KIM 2002

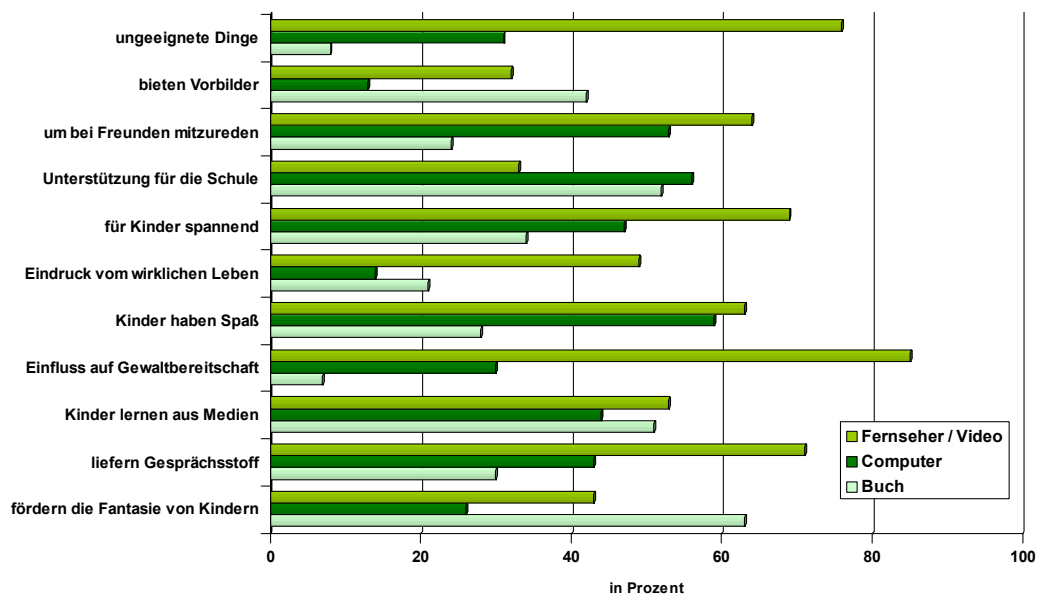
Basis: Gesamt, n=1.241

Im Laufe der weiteren Befragung wurde das Thema „Kinder und Medien“ weiter differenziert. Den Müttern wurden verschiedene Aussagen zu Medienwirkungen vorgelegt. Sie sollten dann angeben, auf welches Medium - hier waren Buch, Computer, Kassette/CD, Radio und Fernsehen/Video vorgegeben - die beschriebenen Medienwirkungen ihrer Einschätzung nach zutreffen.

Die Phantasie von Kindern wird nach Meinung der Mütter am stärksten vom Buch angeregt, aber auch dem Fernsehen wird dieses Attribut von nahezu der Hälfte der Befragten attestiert. Gesprächsstoff für Kinder liefern hingegen vor allem das Fernsehen bzw. Videos, aber auch der Computer ist nach Ansicht der Mütter oft ein Thema für und unter Kindern. Wissenszuwachs können Kinder aus dem Fernsehen, dem Buch und dem Computer nahezu gleichermaßen ziehen. Nega

tiven Einfluss auf die Gewaltbereitschaft der Kinder haben in den Augen der Mütter vor allem Fernsehen und Video, aber auch der Computer wird von einem Drittel genannt. Spaß bringen Kindern nach Ansicht der Mütter vor allem das Fernsehen/Video und der Umgang mit dem Computer. Knapp die Hälfte der Mütter glaubt, das Fernsehen könne Kindern ein Bild der Wirklichkeit vermitteln, ein Viertel der Mütter spricht aber allen vorgegebenen Medien diese Fähigkeit ab. Auch beim Thema „Spannung“ votieren die Mütter vorrangig für das Fernsehen, mit Abstand folgt der Umgang mit Computer oder Büchern. Die beste Unterstützung der Kinder für schulische Belange liefern nach Meinung der Mütter Bücher und Computer, auch das Fernsehen wird hier von einem Drittel genannt. Gute Vorbilder für Kinder kommen am ehesten in Büchern oder im Fernsehen vor, aber auch hier glaubt ein gutes Viertel der Mütter, das kein Medium diesen Anspruch erfüllen kann. Für Kinder ungeeignete Botschaften und Inhalte liefern nach Ansicht von drei Vierteln der Mütter vor allem das Fernsehen oder Videofilme, ein Drittel hat hier auch beim Computer Bedenken. Dass Medien wichtig sind, damit Kinder bei ihren Freunden mitreden können, attestieren zwei Drittel der Mütter vor allem dem Fernsehen, die Hälfte dem Computer.

### Bedeutung der Medien für Kinder - Angaben der Mütter -



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Fasst man die Funktionen der einzelnen Medien für Kinder aus Sicht der Mütter zusammen, so stehen Bücher vor allem für Kreativität und Lernen. Zweigespalten ist die Meinung zum Computer. Einerseits wird seine Rolle als Lernmedium betont, gleichzeitig steht er für Spaß und Kommunikation unter Kindern. Kassetten

und CDs haben kaum ein eigenes Profil, ihre Funktion lässt sich nach Ansicht der Mütter am ehesten mit Spaß und Unterhaltung beschreiben. Das Radio hat in diesem Kontext wenig Relevanz. Dem Fernsehen werden die meisten Attribute zugeschrieben – positive wie negative. Spaß, Unterhaltung und Realitätsvermittlung auf der einen Seite, schlechte Vorbilder und ein hoher Einfluss auf die Gewaltbereitschaft auf der anderen Seite.

## **Medienaktivitäten in der Familie**

Im Rahmen der Studie KIM 2002 wurden die Mütter um eine Einschätzung gebeten, wie der Umgang mit Fernsehen und Video sowie Computer und Internet in der eigenen Familie normalerweise stattfindet.

Betrachtet man zunächst die Fernseh- und Videonutzung, so scheint hier eine recht partnerschaftliche Beziehung zwischen Kind und Eltern vorzuherrschen. Die Kinder haben bei der Wahl des Fernsehprogramms am Abend ein gewisses Mitbestimmungsrecht – ein Viertel der Mütter gibt an, diese Entscheidung jeden bzw. fast jeden Tag im Familienverbund zu fällen, weitere 50 Prozent tun dies ein- oder mehrmals pro Woche. Recht oft bestimmen die Kinder, was im Fernsehen angeschaut wird, wenngleich vor allem die jüngeren Kinder nur dann das Fernsehgerät einschalten, wenn die Eltern es erlauben. Nach Angaben der Mütter sieht knapp ein Drittel der Kinder mindestens einmal pro Woche alleine im eigenen Zimmer fern, ein Viertel der Kinder darf sich ohne elterliche Aufsicht Videofilme anschauen.

Auch beim Thema „Computerspiele“ scheinen die Eltern aber aufgeschlossen zu sein, vier von zehn Müttern geben an, dass die Kinder dieser Beschäftigung oft alleine nachgehen. Ähnlich hoch scheint die Akzeptanz bei der Nutzung des Computers unter Lernaspekten zu sein. Eine gemeinschaftliche Nutzung des Computers von Eltern und Kindern findet auch, aber weniger ausgeprägt statt.

Je älter die Kinder sind, desto weniger oft findet die Mediennutzung im familiären Kontext statt, auch geht die Reglementierung durch die Eltern deutlich zurück. Auch kommen ältere Kinder weniger oft auf einen gleichen Nenner mit ihren Eltern, vor allem wenn es um die Auswahl des Fernsehprogramms geht. Interessant ist aber, dass die gemeinsame Computer- und auch Internet-Nutzung von

Eltern und Kindern mit zunehmendem Alter der Kinder ansteigt. Dies auf die stark verkürzte Formel „Fernsehen entzweit – Computer vereint“ zu bringen geht hier sicher zu weit, weitere Forschung über die „Familienmitglieder“ Computer und Internet sollte diese mögliche Beziehung aber nicht außer Acht lassen.

### **Medienumgang in der Familie** - mindestens einmal pro Woche / Angaben der Mütter -

	Gesamt	6-7 Jahre	8-9 Jahre	10-11 Jahre	12-13 Jahre
Familie entscheidet gemeinsam über TV-Programm am Abend	73	76	81	72	64
oft Streit, was im Fernsehen gesehen wird	20	16	22	18	23
Kind entscheidet, was es im Fernsehen sehen will	55	40	51	59	68
Kind sieht nur fern, wenn Eltern es erlauben	55	75	62	50	35
Eltern schauen oft TV-Sendungen, die Kind sehen will	45	52	48	44	38
Kind sieht Fernsehen/Video im eigenen Zimmer	29	17	20	29	47
Eltern und Kind schauen zusammen Video	29	33	28	26	27
Kind sieht alleine Videofilme	26	20	23	28	33
Eltern und Kind nutzen gemeinsam Computer	29	20	25	36	33
Kind nutzt Computer allein zum Lernen	35	13	27	42	55
Eltern und Kind spielen gemeinsam am Computer	18	13	19	19	22
Kind spielt alleine Computerspiele	42	24	30	46	65
Eltern und Kind nutzen gemeinsam Internet	14	8	11	17	20
Kind surft alleine im Internet	13	2	7	11	29

Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

## **Erfahrung mit Computer und Internet**

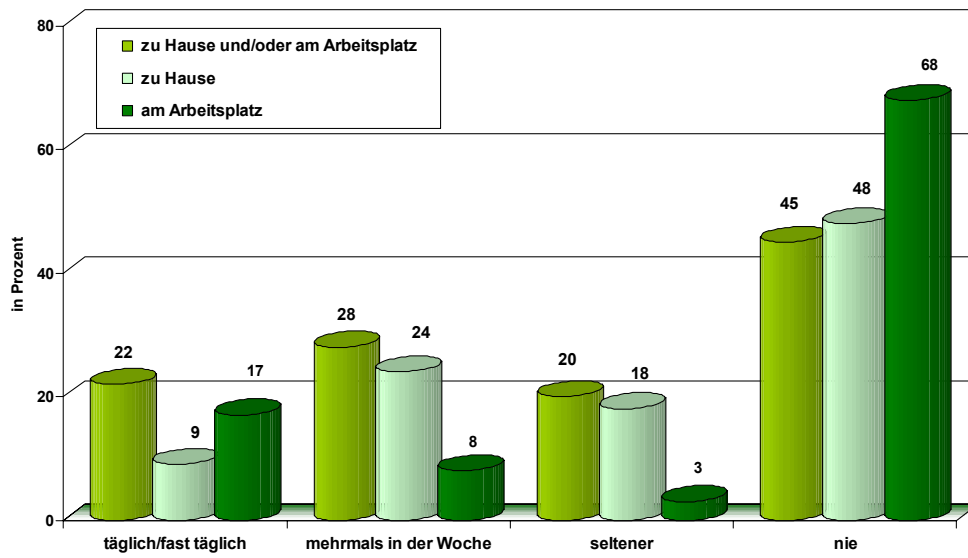
Wie in Kapitel 8 gezeigt, sind für Kinder die Eltern die wichtigste Instanz, wenn es um Vermittlung von Kompetenzen im Bereich Computer und Internet geht. Daher ist der Blick auf die eigenen Fähigkeiten und Erfahrungen der Eltern, hier der Mütter, besonders interessant.

Gut die Hälfte der befragten Mütter verfügt über persönliche Erfahrungen im Umgang mit dem Computer – sei es im Rahmen der häuslichen Nutzung oder am Arbeitsplatz.

Eine regelmäßige Zuwendung (mindestens mehrmals pro Woche) findet bei einem Drittel der Mütter zu Hause, bei einem Viertel am Arbeitsplatz statt. Allerdings zeigt sich, dass Berufstätigkeit bei Frauen nicht automatisch zu Computerefahrung führt. Denn obwohl insgesamt 69 Prozent der befragten Mütter voll oder teilweise berufstätig sind, geben fast genau so viele an, am Arbeitsplatz nie

mit einem Computer in Berührung zu kommen. Auch die heimische Verfügbarkeit eines Computers ist kein Garant für dessen Nutzung durch die Mütter. Nur in einem Drittel der Haushalte ist nach Angaben der Mütter kein Computer vorhanden, trotzdem sagen fast die Hälfte, dass sie sich zu Hause nie mit diesem Medium beschäftigen.

### Computernutzung der Mütter - Angaben der Mütter -



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

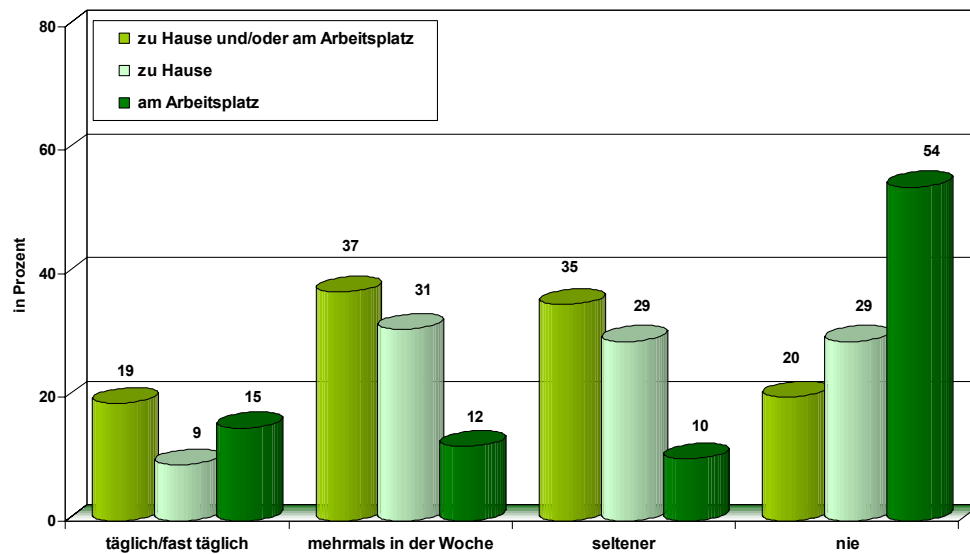
Die Mütter mit Computer-Erfahrung schätzen ihre persönlichen Fähigkeiten zu 53 Prozent mit sehr gut/gut ein, 38 Prozent glauben, weniger gute Computerkenntnisse zu haben, und nur acht Prozent schätzen die eigenen Kompetenzen als gar nicht gut ein.

Betrachtet man in einem weiteren Schritt, wie es mit der Interneterfahrung der Mütter aussieht, die nach eigenen Angaben zumindest selten einen Computer - zu Hause oder am Arbeitsplatz - benutzen, so scheint bei dieser Gruppe ein recht breites Erfahrungsfeld vorzuliegen.

So bestätigen 80 Prozent zumindest eine seltene Internetnutzung, nur jede fünfte Mutter gibt an, zum Zeitpunkt der Untersuchung weder zu Hause noch am Arbeitsplatz online gewesen zu sein. Vier von zehn Müttern gehen mindestens mehrmals pro Woche von zu Hause aus ins Internet, 27 Prozent surfen mit dieser Intensität am Arbeitsplatz.

## Internetnutzung der Mütter

- Basis: Mütter, die zumindest selten Computer nutzen -



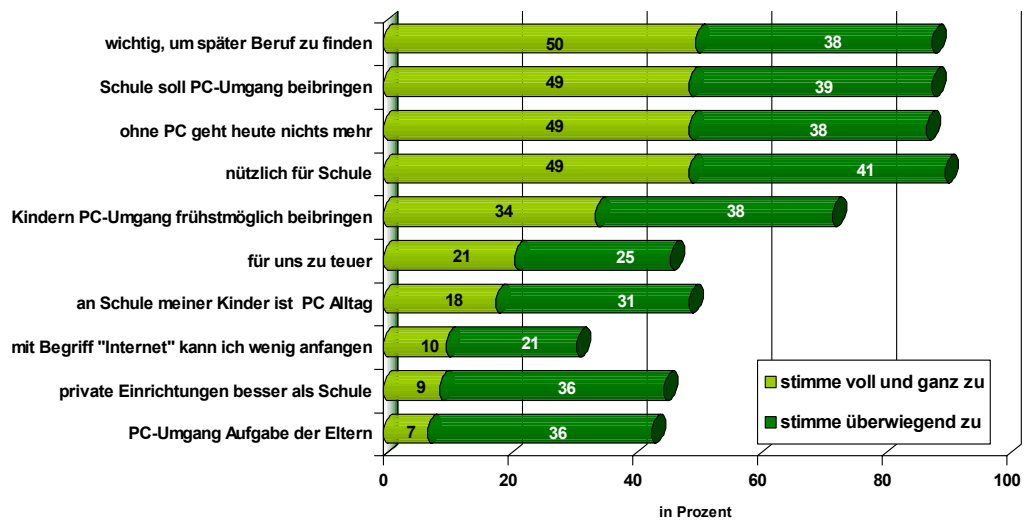
Quelle: KIM 2002

Basis: Mütter, die PC nutzen, n=688

Unabhängig davon, ob die Mütter selbst über Erfahrung mit dem Computer verfügen oder nicht, haben sie doch ganz bestimmte Meinungen zu diesem Medium. Die Zustimmung (stimme voll und ganz, überwiegend, weniger oder gar nicht zu) zu vorgefertigten Statements zeigt hierbei einige interessante Ergebnisse auf, auch und vor allem im Zusammenhang mit der öffentlichen Diskussion um das Thema „Medienkompetenz“.

Dass der (kompetente) Umgang mit Computern für die Ausbildung und berufliche Zukunft ihrer Kinder unumgänglich ist, wird von nahezu allen Müttern bestätigt. Auch hinsichtlich der Zuständigkeit, wer den Kindern diese Kompetenz vermitteln soll, sind sich die Mütter weitgehend einig. Fast 90 Prozent sehen hier die Schule in der Pflicht, nur etwa 40 Prozent sind der Meinung, dass es Aufgabe der Eltern sei, den Kindern den Umgang mit dem Computer beizubringen. Gleichzeitig glauben 45 Prozent, dass private Einrichtungen hier ein besseres Ergebnis erzielen als die Schule.

## Aussagen zu Computer (Auswahl) - Angaben der Mütter -



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

Dieses Ergebnis zeigt zum einen die doch große - sowohl formale als auch inhaltliche - Unsicherheit der Mütter bei dieser Thematik. So gibt trotz der breiten und kontinuierlichen Debatte noch immer ein Drittel der Mütter an, mit dem Begriff „Internet“ wenig anfangen zu können. Wer als Mutter nur wenig oder keine Erfahrung mit dem Computer hat, macht hierfür vor allem die (subjektiv) empfundene komplizierte Handhabung verantwortlich.

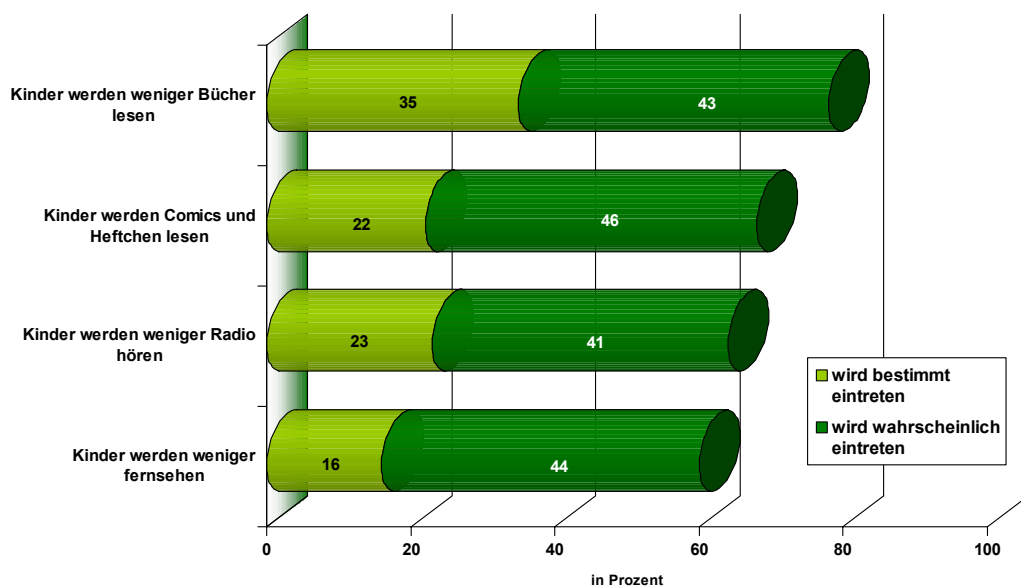
Andererseits sehen sich die Mütter beim Thema „Computer“ wohl auch unabsehbarer finanzieller (Folge-)Kosten ausgesetzt. Knapp die Hälfte stimmt nämlich der Aussage „Computer sind für uns zu teuer“ zu. Dies gilt besonders für Mütter mit geringem sozioökonomischem Hintergrund. Gut zwei Drittel dieser Frauen lehnen Computer aus Kostengründen ab. Aber auch ein Drittel der Mütter aus finanziell gut gestellten Haushalten meldet diesbezüglich Skepsis an.

## Zukunftsprognosen

Abschließend wurden die Mütter um Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen sowohl bei Kindern als auch ganz allgemein gebeten, die sich durch die weitere Verbreitung des Internet ergeben. Aus den Antworten wird deutlich, dass die Mehrheit der Mütter trotz zum Teil geringer eigener Erfahrung große und weitreichende Auswirkungen des Internet auf den bisherigen Alltag von Kindern, aber auch der Gesellschaft insgesamt erwarten.

Auf die Frage, ob die sogenannten klassischen Medien – Fernsehen, Radio, Bücher und Comics – durch eine zunehmende Internetnutzung der Kinder zukünftig weniger genutzt werden, prognostizieren die Mütter vor allem eine rückläufige Büchernutzung der Kinder. Auch Comics bzw. Heftchen sowie das Radio werden durch die Internetnutzung in der Gunst der Kinder deutlich verlieren, so die Mütter. Am wenigsten beeinflusst wird nach Ansicht der Mütter das Fernsehen.

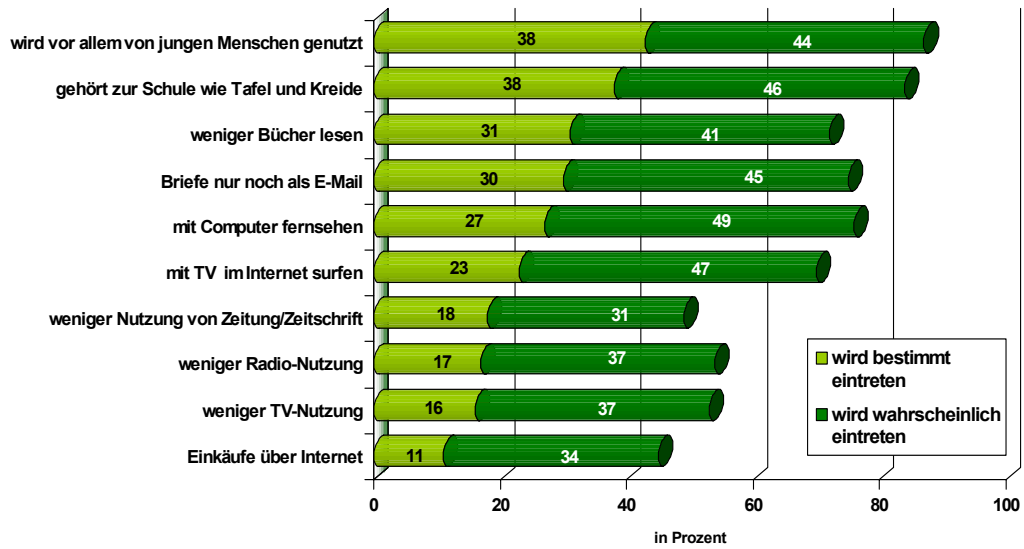
### Folgen der Internet-Verbreitung bei Kindern - Angaben der Mütter -



Auch gesamtgesellschaftlich erwarten die Mütter einen Rückgang der Nutzung der klassischen Medien, allerdings nicht so stark ausgeprägt wie bei den Kindern. Generell wird das Internet aber auch zukünftig ein Medium der jungen Generation sein, so die Erwartungen der Mütter. Gleichzeitig prognostizieren sie einen flächendeckenden Einzug der neuen Technologien in den Schulen von morgen.

Auch hinsichtlich der technischen Konvergenz der Medien ist nach Ansicht der Mütter deutliches Entwicklungspotential vorhanden.

### Folgen der Internet-Verbreitung - Angaben der Mütter -



Quelle: KIM 2002

Basis: Gesamt, n=1.241

## 16. Fazit

Massenmedien sind – wie die Daten erneut belegen – wichtiger Bestandteil des Lebens von Kindern. Im Bereich der Freizeitaktivitäten spielen sie eine zentrale Rolle, sowohl in der Frequenz ihrer Nutzung wie auch hinsichtlich des aufgewandten Zeitbudgets. Sie liefern in vielen Fällen auch die Inhalte, für die sich Sechs- bis 13-Jährige interessieren und über die sie reden. Vorbilder und Idole sind in vielfältiger Weise mit Medien vernetzt, wobei der Medienverbund eine zunehmende Bedeutung gewinnt.

Die Medienausstattung erlaubt heute diese vielfältigen und differenzierten Zugriffe, von den klassischen Medien bis hin zu Computer und Internet. Und – aktuell mit raschen Wachstumsraten – der Möglichkeit auch für Kinder, mit dem Handy zu telefonieren. Die starke Position des Fernsehens ist allerdings weiter ungebrochen. Dies zeigt sich auch bei der Medienbindung. Insgesamt ist aber auch eine zunehmende Differenzierung des Medienumgangs der Sechs- bis 13-Jährigen festzustellen, eine Entwicklung, die bei den Erwachsenen ihre Parallele hat.

Wichtigste Instanz für die Vermittlung von Medienkompetenz bleibt die Familie, entweder direkt bei der Erziehung der eigenen Kinder oder indirekt, dadurch dass die eigenen Kinder dies fremden Kindern – Freunden u.a. – weitergeben. Die Bedeutung der Schulen ist ebenfalls erkennbar. Die Vermittlung von Medienkompetenz hat offensichtlich eine große Chance, wenn im Verbund gearbeitet wird, und wenn Kinder aus allen gesellschaftlichen Schichten erreicht werden können. Nach wie vor existiert hier ein Problem bei der Vermittlung von Chancengleichheit.

Die nächste KIM-Studie wird sich erneut der Aufgabe stellen, das Thema „Kinder und Medien“ aktuell zu bilanzieren und gleichzeitig aber auch Entwicklungen zu verdeutlichen.

**))) LFK**

**Landesanstalt für Kommunikation (LFK)**

Albrecht Kutteroff  
Tina König



**Landeszentrale für  
private Rundfunkveranstalter (LPR)**

Peter Behrens  
Thomas Schmid

**SWR >>**

**Südwestrundfunk (SWR)**

Dr. Walter Klingler  
Dr. Frank Haase