

Ergebnisse qualitativ-empirischer Studien  
1993 und 1995

## → Computernutzung und Fernsehkonsument von Kindern

Stefan Weiler\*

Gehört der Computer schon seit einiger Zeit zum festen Bestandteil der Erwachsenenwelt, kann dies heute umso mehr für die Kinder gelten, insbesondere durch die erweiterten, interaktiven Nutzungsmöglichkeiten. PCs offerieren Information und Unterhaltung, Lernhilfe durch spezielle Softwareprogramme, E-mail-Verbindungen und nicht zuletzt die Eroberung künstlicher Welten über Spiele, Interaktivität und Onlinedienste. Die Zahl der Internetsurfer und Cybernauten steigt ständig, und will man neueren Befragungen glauben, auch der jungen Nutzer. (1) Eigene Foren für Kinder und Jugendliche im Netz werden geschaffen, Schüler lernen, mit den sich bietenden Möglichkeiten zu spielen und diese auch regelmäßig zu nutzen. (2)

Ein Viertel der  
Bevölkerung mit  
PCs versorgt

Im Dezember 1995 wünschte sich jedes 15. Kind zwischen sechs und 13 Jahren einen eigenen PC und jeder neunte Heranwachsende Computerbestandteile und Zubehör als Weihnachtsgeschenk. Inzwischen ist rund ein Viertel aller erwachsenen Bundesbürger mit einem eigenen PC oder Laptop versorgt. (3) Die Media Analyse 1996 weist 44 Prozent Computerbesitzer in der Altersgruppe der 14- bis 19jährigen aus, während aktuelle Untersuchungen zur Nutzung des World Wide Webs (WWW) von einem Durchschnittsalter von rund 30 Jahren ausgehen. (4)

Vergleich der  
Kinderbefragungen  
1993 und 1995

Im folgenden sollen die Ergebnisse der ersten Befragung im Rahmen des ZDF-Kinderpanels Dinofon vom März 1993 (5) mit der zweiten Befragungswelle vom Dezember 1995 verglichen werden. Im Blickpunkt stehen wiederum Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren und ihr Verhältnis zum Computer und anderen elektronischen Medien.

In den Befunden der ersten Befragung hatte sich herausgestellt, daß die Medienausstattung und insbesondere der Fernsehbesitz und -konsum einen Einfluß auf die Computernutzung besitzen. Aus diesem Grund sind Veränderungen der Fernsehnutzung von besonderem Interesse. Es stellt sich daher die Frage, welche Fernsehinhalte die Computerkids bevorzugen, und ob Zusammenhänge zur PC-Nutzung existieren. Ebenso ist nach den Beeinflussungsfaktoren und Motiven für Besitz und Nutzung von Computern zu fragen. Existieren Wissensklüfte? Bleibt der PC eine

Männer- und Jugenddomäne, wie dies in früheren Untersuchungen zur PC-Nutzung und zu den Internetaktivitäten aufgezeigt wurde?

### Anlage der Studie

In der vorliegenden Dinofon-Untersuchung des Kinderpanels der ZDF-Medienforschung wurden wie schon 1993 rund 700 Kinder zu den unterschiedlichsten Themenkomplexen befragt, wie zum Beispiel zu ihren Computerbesitzständen, zur allgemeinen Medienausstattung, zu ihren Kenntnissen von Computerspielen sowie deren Nutzung am heimischen PC. Im November 1995 wurden Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren neu rekrutiert und erstmalig zur Medienutzung und zu speziellen Fernsehsendungen befragt. Darüber hinaus wurden schriftliche Angaben von 424 Eltern bzw. den Haushaltsvorständen zu ihrer (Medien-)kindheit und den Mediengewohnheiten eingeholt.

Insgesamt umfaßt das Sample 722 Kinder, davon 364 Jungen und 358 Mädchen. 299 Kinder (41 %) waren zum Befragungszeitpunkt sechs bis neun Jahre, 217 (30 %) neun bis elf Jahre, und 172 (24 %) gehörten der Gruppe der Zwölf- bis 13jährigen an. 612 Befragte (85 %) entstammten aus den alten und 110 (15 %) aus den neuen Bundesländern. Als Anhänger der öffentlich-rechtlichen Programme konnten 191 (26 %) Kinder identifiziert werden, private Sender bevorzugten etwas mehr als die Hälfte (51 %, n= 367), und beiden Programmtypen zugeneigt zeigten sich 164 Heranwachsende (23 %). Die Gruppe der Wenigfernsehnutzer betrug 149 Kinder (21 %), als mittlere Fernsehnutzer konnten 342 (47 %) und als Vielnutzer 231 (32 %) Kinder identifiziert werden. (6) Nur 2 Prozent aller Befragten gingen noch nicht in die Schule, 53 Prozent besuchten die Grundschule, 5 Prozent die Orientierungsstufe, 6 Prozent die Hauptschule, 12 Prozent die Realschule und 18 Prozent das Gymnasium. Andere Schultypen, wie Gesamtschule und Sonderschule, machten 4 Prozent des Panels aus. Die meisten der Interviewten konnten schon lesen und schreiben.

Der Vergleich der Panels von 1993 und 1995 offenbart nur geringfügige demographische Unterschiede. Beide Stichproben weisen eine ähnliche Altersverteilung auf. Das Durchschnittsalter betrug etwa neuneneinhalb Jahre. Der Anteil der Kindergartenkinder war 1995 etwas geringer, der Grundschüler höher, und insbesondere mehr Gymnasiasten nahmen an den aktuellen Befragungen teil. 85 Prozent der Interviewten kamen aus den alten und 15 Prozent aus den neuen Bundesländern (vgl. Tabelle 1). Bei den ostdeutschen Kindern konnten keine signifikanten demographischen Abweichungen gegenüber den westdeutschen Kindern festgestellt werden. Es wurden

Panel umfaßt  
722 Kinder von  
sechs bis 13 Jahren

Stichproben 1993  
und 1995 nur mit  
geringen demogra-  
phischen Unter-  
schieden

\* Doktorand am Lehrstuhl für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Mannheim; freier Mitarbeiter der ZDF-Medienforschung.

dort geringfügig mehr Mädchen (53%), etwas ältere Kinder (fast 10 Jahre im Durchschnitt) und mehr Gymnasiasten (19%) befragt.

① **Zusammensetzung des Kinderpanels 1993 und 1995**  
nach demographischen Merkmalen, in %

	1993	1995
<b>Geschlecht</b>		
Jungen	50	50
Mädchen	50	50
<b>Alter in Jahren</b>		
6-9	43	46
10-11	29	30
12-13	28	24
<b>Schultyp</b>		
noch nicht in der Schule	8	2
Grundschule	50	53
Orientierungsstufe	8	5
Hauptschule	10	6
Mittelschule	9	12
Gymnasium	15	18
andere Schultypen	1	4
<b>Region</b>		
Neue Bundesländer	n.e.	15
Alte Bundesländer	n.e.	85
<b>Fernsehnutzung*</b>		
wenig	25	21
mittel	43	47
viel	32	32
<b>Präferenz für</b>		
öff.-rechtl. Programme	26	26
private Programme	36	51
beide Programmtypen/keine Präferenz	37	23

\* Zur Ermittlung der Fernsehnutzung siehe Anm. 6.  
1993: n=662; 1995: n=722.

**Anteil der Anhänger privater Fernsehangebote ist gestiegen**

Deutliche Unterschiede zwischen den beiden Erhebungen zeigen sich in der Präferenz öffentlich-rechtlicher oder privater Fernsehprogramme. Während die öffentlich-rechtlichen Anbieter ihren Kinderanteil von 1993 halten konnten (26%), ging der Anteil der Unentschiedenen, der zwei Jahre zuvor noch den Großteil der Kinder (37%) ausmachte, drastisch zurück. Profit aus dieser eindeutigeren Festlegung auf einen Programmtyp ziehen die privaten Anbieter. Mehr als die Hälfte aller Befragten gab sich als Anhänger der privaten Programme aus. Dies resultiert vermutlich aus dem gestiegenen Angebot an Kindersendungen und den längeren Programmstrecken durch RTL 2, Kabel 1 und PRO SIEBEN. Insgesamt konnte jedoch nur ein leichter Anstieg der Fernsehnutzung ausgemacht werden. Allerdings kann nur noch knapp jedes fünfte Kind (21%) in die Gruppe der Wenig-Fernsehnutzer eingeordnet werden.

**Medienausstattung in den Haushalten**

Wie schon 1993 besitzen auch 1995 mehr als drei Viertel aller befragten Kinder einen Walkman oder Kassettenrecorder (79%), zwei Drittel ein eigenes Radio (66%; 1993: 63%). Eine Steigerung von 12 Prozentpunkten ergibt sich bei der Ausstattung mit CD-Playern oder Plattenspielern, über die mittlerweile ein Drittel der befragten Kinder verfügt (34%). Stereoanlagen besitzen 29 Prozent der Kinder (Steigerung um 5%). Die Ausstattung mit eigenen Fernsehgeräten (16%) und PCs (11%) hat sich leicht verringert. Dies dürfte aber mit dem etwas höheren Anteil der jüngeren Kinder im aktuellen Panel zu erklären sein. 2 Prozent aller Kinder verfügen über alle hier aufgeführten Medien und können somit als Multimedialkids bezeichnet werden. Nur 14 Prozent besitzen kein elektronisches Mediengerät (vgl. Tabelle 2).

② **Medienbesitz von Kindern (exklusiv) 1993 und 1995**  
6-13 Jahre, in %

Medium	1993	1995
Walkman/Kassettenrecorder	79	79
Radio	63	66
Plattenspieler/CD-Player	22	34
Stereoanlage	24	29
Fernseher	20	16
Computer	15	11
Alle genannten Medien	3	2
Kein Gerät vorhanden	12	14

1993: n=662; n=722.

Bei der Differenzierung nach dem Alter ergeben sich analoge Ergebnisse zu der Stichprobe von 1993. Fast ein Drittel (30%) aller über 12jährigen verfügt über einen eigenen Fernseher, mehr als die Hälfte über eine Stereoanlage (58%), zwei Drittel über einen CD-Player (67%) und vier von fünf verfügen über ein eigenes Radio (83%). Fast jeder fünfte Befragte im Alter von 12 bis 13 Jahren kann einen eigenen PC (18%) im Kinderzimmer aufweisen (vgl. Tabelle 3).

Unterschiede zwischen den Geschlechtern bestehen bei fast allen Ausstattungen mit elektronischen Medien. Als Fernseh- und Radiobesitzer offenbaren sich eher die Jungen. Eine Stereoanlage oder ein CD-Player finden sich eher bei den Mädchen und Walkman oder Discman in allen Haushalten gleich häufig. Die größte Veränderung zu 1993 erfolgte bei den Computerbeständen. Während sich noch 1993 fast dreimal so viele Jungen (21%) wie Mädchen (8%) als Computerbesitzer auswiesen, existiert inzwischen kaum noch ein Unterschied beim Besitz von PCs. 38 Mädchen (11%) und 40 Jungen (11%) geben an, einen eigenen Computer zu besitzen (vgl. Tabelle 3). Geschlechterdifferenzen existieren lediglich bei der geschwisterlichen Mitbenutzung. Die Jungen (15%) haben eher die Chance, den PC ihrer Geschwister zu verwenden als die Mädchen

**Medienbesitz steigt mit dem Alter der Kinder**

**Jungen und Mädchen inzwischen mit annähernd gleich hohem Computerbesitz**

③ **Medienbesitz von Kindern (exklusiv) 1995**  
nach Geschlecht und Altersgruppen, in %

Medium	Alter in Jahren					gesamt
	Jungen	Mädchen	6-9	10-11	12-13	
Walkman/Kassettenrecorder	79	79	74	82	87	79
Radio	70	63	52	75	83	66
Plattenspieler/CD-Player	32	37	12	42	67	34
Stereoanlage	28	31	10	36	58	29
Fernseher	19	13	8	18	30	16
Computer	11	11	8	9	18	11
Videorecorder	5	3	1	5	7	4
Mindestens 6 genannte Medien	3	4	1	3	8	3
Kein Gerät vorhanden	14	17	20	14	8	15

n = 722.

(12 %). Auch beim Zugriff der Mädchen und Jungen auf den elterlichen PC bestehen signifikante Unterschiede. Die Jungen (29 %) erhalten eher den Zugang zum Computer von Mutter und/oder Vater als die Mädchen (24 %).

Erst ab dem zehnten Lebensjahr kann von einer starken Verbreitung hochwertiger und teurerer elektronischer Gerätschaften gesprochen werden. Mit zunehmendem Alter erhöhen sich entsprechende Besitzstände weiter. Beispielsweise verfügt jeder zwölfte Zwölf- bis 13jährige (8 %), der an der Untersuchung teilnahm, exklusiv über alle hier aufgeführten Mediengeräte.

**Privatfernsehfans verfügen über mehr Mediengeräte als Anhänger ö.-r. Programme**

Die Fans der privaten Fernsehprogramme verfügen über eine höhere Anzahl von Mediengerätschaften als die Anhänger der öffentlich-rechtlichen Programme. 5 Prozent der Seher von RTL, SAT.1, PRO SIEBEN etc. verfügen über ein großes Sortiment von mindestens sechs elektronischen Medien in ihren Zimmern (vgl. Tabelle 4).

④ **Medienbesitz von Kindern (exklusiv) 1995**  
6-13 Jahre, nach Präferenz für ö.-r. oder priv. Programme, in %

Medium	Präferenz für			gesamt
	ö.-r. Progr.	priv. Progr.	beide Progr.typen	
Walkman/Kassettenrecorder	82	77	81	79
Radio	70	66	62	66
Plattenspieler/CD-Player	32	34	34	34
Stereoanlage	29	31	26	29
Fernseher	6	21	15	16
Computer	5	14	10	11
Videorecorder	1	6	2	4
Mindestens 6 genannte Medien	1	5	2	3
Kein Gerät vorhanden	15	15	17	15

n = 722.

**Gründe liegen im sozialen Umfeld**

Der Unterschied zu den öffentlich-rechtlichen Anhängern - hier finden sich fünfmal weniger Kinder mit der großen Ausstattung - kann nicht nur mit dem etwas jüngeren Alter dieser Gruppe erklärt werden. Er liegt zum Teil im sozialen Umfeld und der allgemeinen Verfügbarkeit von

Medien für die Kinder begründet. Beispielsweise geben die Anhänger von ARD, ZDF und den Dritten Programmen an, daß sich ihre Eltern eher um sie kümmerten. Dagegen verfügen die Privatseher in der Regel über die teuren Elektronikspiel-sachen. Sie sind eher Fernseh- (21 %) und Computerbesitzer (14 %), während die Fans öffentlich-rechtlicher Programme häufiger im Besitz eines Radioempfängers (70 %) sind. Nur 5 Prozent der Anhänger von ARD, ZDF und den Dritten Programmen haben einen eigenen PC, während fast dreimal so viele Privatseher am eigenen Heim-computer spielen, lernen oder programmieren.

Während bezüglich der allgemeinen Medien-ausstattung von Kindern zwischen 1993 und 1995 keine gravierenden Veränderungen zu verzeichnen sind, erweiterten sich die Zugangsmöglichkeiten in signifikantem Ausmaß. Zu erkennen ist eine Annäherung der Mädchen an das Ausstattungsniveau der Jungen, ohne daß die Mädchen von ihren Eltern in gleichem Maße unterstützt werden. Dies gilt insbesondere bei den High-tech-Produkten.

**Computerkids und das duale Fernsehsystem**

Während die Anzahl der sogenannten Cyberkids noch gering ist (7), wächst die Anzahl der Kinder schnell an, die auf irgendeine Art und Weise mit Computern in Kontakt geraten. Die Erwartungen der Kinder steigen, denn der Computerbesitz und der findige Umgang mit dem PC werden immer mehr zur Notwendigkeit, um beim Pausenhofgespräch in der Schule mitreden zu können. Falls der eigene oder elterliche Geldbeutel für die notwendigen Investitionen nicht ausreichen, kann der Erwerb von Spielekonsolen zu Beginn der Computerkarriere erste Abhilfe schaffen. Begleitet und teilweise hervorgerufen wird das Verlangen nach einem eigenen PC auch über die Medien, insbesondere durch das Fernsehen. Schon 1993 konnte ein Zusammenhang zwischen Fernsehkonsum und PC-Besitz festgestellt werden. (8) Dies gilt in verstärktem Maße auch im Jahre 1995.

**Beispiele für Computersendungen und -magazine im Fernsehen**

Die Fernsehanbieter antworten auf das wachsende Interesse an Computern mit der Entwicklung eigener Computersendungen und -magazine, bei denen die Anwendung und Nutzung der Geräte im Mittelpunkt steht. „Neues ... Der Anwenderkurs“ (3sat), „Clip und Claro, das Jugend- und Technikmagazin“ (Bayerischer Rundfunk), der „Computerclub“ (WDR), „Computertreff“ (Südwest 3), Computer als Themenschwerpunkte in Kindersendungen wie „Smello“ (ZDF) und die Präsenz in diversen Nachrichtenmagazinen von „Spiegel-TV“ bis „Stern-TV“ unterstreichen diesen Trend. Auch dem Thema Internet wird Rechnung getragen. In der „Net-night“ im ZDF und im „ZDF-Fernsehgarten“ können sich Computernutzer aller Altersgruppen ebenso wie durch Angebote des Bayerischen Rundfunks und des WDR beraten lassen. Seit Ende August 1996 bietet die ARD für Nachrichteninteressierte aktuelle Seiten zur Nachbereitung an, und das ZDF ging im Juli 1996 im Verbund mit Microsoft eine Partnerschaft ein, die den Internet-Usern diverse World-Wide-Web-Pages offeriert. (9)

**Weniger Spiele, sondern Vermittlung von Soft- und Hardwarekenntnissen stehen im Vordergrund der Sendungen**

Auffallend ist, daß vornehmlich die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Computerthemen fernsehgerecht aufbereiten, während sich die privaten Anbieter merklich zurückhalten und lediglich auf ihre Internet-Seiten verweisen. (10) Eine inhaltliche Schwerpunktverlagerung wird deutlich, wenn man Computersendungen von 1993 mit ihren aktuellsten Ausprägungen vergleicht. Computershows mit rein spielerischen Inhalten, die noch bis vor einem Jahr im Mittelpunkt der TV-Computer-Angebote standen, sind bis auf die „Hugo“-Show in Kabel 1 und einige Nickelodeon-Beiträge von den Fernsehbildschirmen verschwunden. Kinder wollen offenbar doch lieber selbst spielen als anderen beim Spielen am PC oder Bildschirm zuzusehen. Das Surfen im Internet scheint allemal interessanter als ein Bericht darüber.

Die „coolen“ Moderatoren, die rasenden Kamerafahrten, das „abgefahrene“ Vokabular und die Video-clip-ähnlichen Schmitte wurden inzwischen in vielen Talk- und Showformaten als zeitgemäße Präsentation adaptiert und kopiert. Die Inhalte von Computer-, Gameboy- und Videospiele bieten sich als Thema kaum mehr für Fernsehsendungen an; vermittelt werden in der Regel Soft- und Hardwarekenntnisse, die bei der jungen Zielgruppe auf reges Interesse stoßen. Gespielt wird nun zu Hause am heimischen PC, vermutlich, weil die Darstellungsmöglichkeiten des Fernsehens im Vergleich zu der Software der neuesten Spielergeneration und der damit ausgehenden Faszination kaum noch mithalten können.

**Privatfernsehfans bevorzugen Spannung, Action und Comedy**

Privatfernsehfans, rund die Hälfte aller interviewten Kinder, bevorzugen im Fernsehen Spannung, Action und Comedy, während die Anhänger von ARD und ZDF auf die klassischen öffentlich-

rechtlichen Angebote wie „Die Sendung mit der Maus“, „Heidi“ und „Pippi Langstrumpf“, aber auch auf Serien wie „Verbotene Liebe“ oder „Marienhof“ verweisen (vgl. Tabelle 5).

Die Hitliste der Lieblingssendungen weist bei den Privatfernsehfans auf den ersten zehn Plätzen nur zwei Sendungen auf, die bei den Öffentlich-rechtlichen ausgestrahlt werden. „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (RTL) rangiert in der Gunst der Privatfernseher auf dem ersten Platz, gefolgt von der „Sendung mit der Maus“ (ARD) und weiteren Trickfilmen oder Kindershows von PRO SIEBEN und RTL. Die Anhänger von ARD und ZDF halten vor allem den Sendungen ihrer Lieblingssender die Treue. Im Jahre 1995 erreichten insbesondere die Wiederholungen der Serien „Pippi Langstrumpf“ und „Heidi“ durch das ZDF sowie der ARD-Dauerbrenner „Die Sendung mit der Maus“ die ersten Plätze, gefolgt von der ARD-Soap „Verbotene Liebe“. „Die Schlümpfe“ (PRO SIEBEN) rangierten, als bestplatzierte Sendung eines Privatsenders, bei den Fans der öffentlich-rechtlichen Programme nur auf dem elften Platz.

**5 Lieblingssendungen von Kindern 1995**

6-15 Jahre, nach Präferenz für ö.-r. oder priv. Programme, in %

Sendung (Programm)	Präferenz für		gesamt
	ö.-r. Progr.	priv. Progr.	
Pippi Langstrumpf (ZDF)	29,3	7,4	14,8
Die Sendung mit der Maus (ARD 1, Dritte Programme)	22,0	9,0	13,6
Heidi (ZDF)	26,2	4,6	12,0
Smello (ZDF)	22,5	2,7	9,1
Disney Club (ARD)	15,7	5,2	8,0
Gute Zeiten, schlechte Zeiten (RTL)	2,1	12,0	7,8
Zeichentrickfilme allgemein	6,8	7,6	7,6
Die Schlümpfe (PRO SIEBEN)	3,7	9,0	7,1
Video	7,3	7,1	6,5
Alf (PRO SIEBEN)	2,1	7,4	5,3
Familie Feuerstein (PRO SIEBEN)	3,1	6,3	5,1
Bim Bam Bino (Kabel 1)	1,0	7,4	4,6
Bugs Bunny (PRO SIEBEN)	2,6	4,9	4,4
Mila Superstar (RTL 2)	0,5	6,5	4,3
Kelly Family (SAT.1)	5,8	4,4	4,3
Unter uns (RTL)	2,1	6,5	4,2
Vampy (RTL 2)	1,0	7,1	4,2
Fußball, Tennis	2,6	4,9	4,2
Alle unter einem Dach (PRO SIEBEN)	1,0	5,7	3,9
Tier- und Natursendungen	4,2	2,7	3,9
Verbotene Liebe (ARD)	7,9	2,5	3,6
Marienhof (ARD)	8,9	1,9	3,5
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

n=722.

Wie schon bei der Befragung von 1993 erwies sich auch 1995 der Besitz eines Fernsehgerätes als wichtige Bestimmungsgröße einer starken Nutzung audiovisueller Medien. Kinder, die einen Fernseher ihr eigen nennen, schalten auch signifikant häufiger ihr Gerät ein als diejenigen, die noch auf das Wohlwollen ihrer Eltern oder

**Kinder mit eigenem Fernsehgerät besitzen mehr elektronische Medien, aber weniger Bücher**

Geschwister angewiesen sind (vgl. Tabelle 6). Sie haben größere Programmkenntnisse und verfügen über eine größere Palette an Mediengeräten in ihren Zimmern. Mehr als die Hälfte (56,6%) aller Kinder mit Exklusivrecht an einem Fernseher nennen fünf und mehr elektronische Mediengeräte ihr eigen. Nur 1,5 Prozent der Kinder ohne Fernseher besitzt eine solche Anzahl an Mediengeräten.

⑥ **Fernsehgerätebesitz von Kindern 1995**

6-13 Jahre, nach Fernsehnutzung, in %

Fernsehnutzung *	Fernsehgerätebesitz		
	nein	exklusiv	gesamt
wenig	22	12	21
mittel	48	42	47
viel	29	46	32

\* Zur Ermittlung der Fernsehnutzung siehe Anm. 6, n = 722.

Im Gegensatz zu den Computerkids verfügen fernsehbesitzende Kinder zwischen zehn und 13 Jahren über weniger Bücher (Ø 35 Bücher) als ihre Altersgenossen ohne Fernsehgerät (Ø 42 Bücher). Durch die stärkere Nutzung des Fernsehers bleibt ihnen offensichtlich auch weniger Zeit, Bücher zu lesen. Während ein Fünftel (20%) der Wenigfernsehnutzer angab, am Stichtag gelesen zu haben, hatten nur 13 Prozent der Vielnutzer die Zeit gefunden, am Befragungstag in einem Buch zu lesen (vgl. Tabelle 7). Der Schule stehen die Vielseher und Fernsehbesitzer eher skeptisch gegenüber. Fast drei Viertel (72%) der Wenigseher geben an, gern zur Schule zu gehen, aber nur weniger als zwei Drittel (61%) der Vielseher bereitet die Schule Vergnügen.

**Fernsehbesitzer und Computerkids bevorzugen private Programme**

Fernsehbesitzer, in der Regel auch Vielseher, präferieren vornehmlich die Programme der privaten Anbieter. Nur jedes zehnte (10,4%) befragte Kind mit eigenem Fernseher schaut noch bevorzugt die öffentlich-rechtlichen Programme, aber

nahezu jeder Dritte (30,5%) ohne exklusiven Fernsehzugang wählte ARD und ZDF als Lieblingssender aus. Mehr als zwei Drittel (67,8%) der Probanden mit eigenem Fernsehgerät sind Fan der Privaten, aber nur weniger als die Hälfte (45,9%) der Heranwachsenden ohne Fernsehzugriff favorisiert RTL, SAT.1, PRO SIEBEN oder andere Privatsender. Auch bei den Computerkids sind die privaten Sender wesentlich beliebter als bei den Kindern ohne PC-Zugang. Insgesamt geben sich zwei Drittel (67,9%) der Exklusivnutzer von Computern als Fan der Privaten aus, während die Eltern noch eher den öffentlich-rechtlichen Sendern zugeneigt sind.

Auch bezüglich der favorisierten Sendungsinhalte ergaben sich beträchtliche Differenzen. Die Aufschlüsselung aller genannten Sendungen der Kinder nach Genres und Altersgruppen offenbart, daß sich sowohl die jüngeren als auch die älteren Computerkids für Comedysendungen wie „Der Prinz von Bel Air“ (RTL) oder „Die schrecklich nette Familie“ (RTL) interessieren. Hoch in der Gunst der Kinder mit exklusivem PC-Zugriff stehen auch die Soaps von ARD („Marienhof“, „Verbotene Liebe“) und RTL („Gute Zeiten, schlechte Zeiten“, „Unter uns“) sowie Actionfilme („Indiana Jones“) und alle Arten von Spiel („Dalli, Dalli“, ZDF) oder Gameshows („100 000 Mark Show“, RTL). Zielgruppenspezifischer als die Computerbesitzer orientieren sich Kinder ohne PC-Zugang. Sie bevorzugen in erster Linie Kindersendungen wie „Die Sendung mit der Maus“ oder „Disney Club“ und sehen prozentual weniger die leichtere Unterhaltungskost, die ihre computerbesitzenden Altersgenossen präferieren. Zeichentricksendungen werden von allen, insbesondere den jüngeren Kindern gern gesehen. Nachrichten, Talkshows und Boulevardsendungen („Explosiv“) spielen in allen Gruppen eine nur untergeordnete Rolle (vgl. Tabelle 8).

⑦ **Buchlektüre von Kindern 1995**

nach Alter, Computerzugang und Fernsehnutzung, in %

	Letzter Zeitpunkt der Buchnutzung nach Alter							
	heute		gestern		vor ein paar Tagen		noch länger her	
	6-9 J.	10-13 J.	6-9 J.	10-13 J.	6-9 J.	10-13 J.	6-9 J.	10-13 J.
Gesamt	16	18	31	30	28	26	22	26
Computerzugang								
kein Zugang	12	18	31	28	28	21	23	32
mit Eltern/Geschwistern oder allein	21	18	31	31	28	29	21	22
Fernsehnutzung *								
wenig	13	20	30	32	24	24	27	24
mittel	18	21	31	29	28	30	21	20
viel	14	13	32	31	32	22	19	35

\* Zur Ermittlung der Fernsehnutzung siehe Anm. 6, n = 674; nur Kinder, die lesen können.

⑧ **Bevorzugte Fernsehgenres von Kindern**

nach Alter, Computerbesitz, in %

Genre	kein PC-Zugang		Computerbesitz	
	6-9 J.	10-13 J.	6-9 J.	10-13 J.
Soaps/Teenie-Sendung	3,3	12,4	7,4	15,8
Kindersendung	27,4	21,5	20,9	15,5
Comedy	8,9	12,7	10,4	13,5
Zeichentrickfilm	23,2	11,3	25,2	12,9
Action/Spielfilm	6,6	8,0	6,1	7,6
Krimi	2,1	4,5	0,6	4,4
Spielshow	2,9	3,5	8,6	3,2
Sport	1,3	2,7	0,6	2,0
Tiere/Wissenschaft	3,1	3,1	1,2	1,8
Familienserie	0,8	3,5	0	1,5
Nachrichten	0,4	1,0	0,6	1,2
Talkshow	0,1	0,2	0,6	1,2
Western/Cowboyfilm	0,1	0,2	0	0,6
Boulevardsendungen	0,4	0,5	0	0,3
Werbung	0,1	0,3	0	0
Keine Angaben	9,3	4,6	7,8	8,5
Gesamt	100,0	100,0	100,0	100,0

n=722.

**Weihnachtswünsche der Kinder**

**Wunschhitliste wird von Medien dominiert**

Als Indikator für die zukünftige Entwicklung und Nutzung der elektronischen Medien bot sich die Frage nach den Wünschen der Kinder zum Weihnachtsfest 1995 an. Die Wunschhitliste der Kinder dominieren eindeutig Medienprodukte. 317 Kinder (44%) hoffen auf eine Erweiterung und Ergänzung ihrer Medienpalette nach Weihnachten. An der Spitze steht neben CDs, Kassetten und Schallplatten der Wunsch nach Computerausstattung, um die Kapazitäten des PCs oder der Software aufzustocken. Mehr als 6 Prozent der Befragten wünschen sich einen PC mit möglichst viel Software und Zubehör bestückt, mit Spielen, einem Joystick, CD-ROM mit möglichst viel RAM-Arbeitsspeicher und großer Festplatte (vgl. Tabelle 6). Wenn dies finanziell nicht möglich ist, dann kann auch - dies gilt hauptsächlich für die unter Achtjährigen und vornehmlich für die Jungen - ein Gameboy oder eine Spielekonsole Abhilfe schaffen (7%). Dieser wird zum Ersatz- und Trainingsinstrument für die spätere Computernutzung, falls die Eltern finanziell in der Lage oder willens sind, diesen auch anzuschaffen.

Vor allem Jungen (15%) wünschen sich Computerausstattungen und Erweiterungen. Die Wunschschwerpunkte der Mädchen liegen bei Kleidung (13%) und Kuscheltieren/Stofftieren (13%), das Verlangen nach Computersoftware ist geringer ausgeprägt (7%). Diese Ergebnisse reflektieren offensichtlich die vorhandenen Besitzstände in den Kinderzimmern, da 1993 fast dreimal so viele Jungen wie Mädchen einen eigen-

nen Computer zu ihrer Verfügung hatten. Beim Wunsch der Neuausstattung mit einem eigenen Computer können hingegen inzwischen nur geringe Geschlechterunterschiede festgestellt werden. Mädchen (5%) wünschen sich fast ebenso häufig wie Jungen (6%) einen eigenen PC. Dies gilt auch für die Anschaffung von Mediengeräten im allgemeinen. Mädchen wünschen sich (29%) nur unwesentlich weniger häufig elektronisches Rüstzeug als Jungen (32%). Insgesamt besteht bei fast einem Drittel (31%) aller Kinder zwischen sechs und 13 Jahren das Bedürfnis, Mediengeräte zu erwerben (vgl. Tabelle 9).

⑨ **Hitliste der Weihnachtswünsche von Kindern 1995**

6-13 Jahre, in %

Weihnachtswunsch	Jungen	Mädchen	gesamt
1. Kassetten/CD/Schallplatten	7	17	12
2. Computerausstattung	15	7	11
3. Rennbahn/Modellautos	16	2	9
4. Kleidung/Schuhe	4	13	9
5. Stereoanlage/CD-Player	7	8	9
6. Lego	13	1	8
7. Gameboy/Nintendo	9	4	7
8. Kuscheltiere/Stofftiere	1	13	7
9. Gesellschaftsspiele	6	6	6
10. Sportausstattung	6	6	6
11. Rollschuhe/Skater	4	8	6
12. Bücher/Comics	3	9	6
13. PC/Computer	6	5	6
14. Barbie/Barbiezubehör	1	9	5
15. Tiere	1	8	4
16. Fahrrad/Bike/Einrad	4	5	4
17. Videofilme	3	5	4
Weitere Medienausstattungs-wünsche			
26. Walkman/Discman/Kassettenrecorder	1	3	2
28. Fotoapparat	1	3	2
29. TV-Set	2	1	2
37. CB-Funk/Walkie-Talkie	2	0	1

n=722. Mehrfachnennungen möglich.

Der Wunsch nach Mediengeräten oder -ausstattung verstärkt sich mit zunehmendem Alter der Kinder signifikant. 40 Prozent aller Kinder zwischen zwölf und 13 Jahren hofften auf ein solches Geschenk zum Weihnachtsfest 1995. Diese vom Alter abhängige Tendenz schlägt sich ebenso bei der Differenzierung nach den unterschiedlichen Schultypen nieder. Auch Kinder, die schon über einen Computer exklusiv verfügen oder sich als Vielfernseher bestimmen lassen, hegen häufiger einen Medienwunsch als die jeweiligen Kontrastgruppen. Der Medienbesitz, und hier insbesondere der von High-tech-Produkten, scheint den Wunsch auf den Erwerb weiterer und erweiterter Gerätschaften zu unterstützen. Das Verlangen, immer auf dem neuesten Stand der Technologie zu bleiben, wird durch ständige Weiterentwicklungen und Verbesserungen von Software oder Medienprodukten gesteigert. Dies zeigt sich auch bei den Medienbesitzdaten. Mehr als ein Drittel (37%) der Kinder mit den größten Besitzständen

**Medienbesitz von Kindern unterstützt Wunsch nach weiteren Mediengeräten**

wünschten sich neue Gerätschaften, aber nur 23 Prozent ohne elektronisches Gerät verspürten dieses Verlangen (vgl. Tabelle 10).

Um diesem Phänomen weiter auf den Grund zu gehen, sollen im folgenden der Umgang dieser Computerkids mit den PCs, ihr persönliches Umfeld, Vorlieben und Interessen typologisch untersucht werden.

⑩ **Medienwunsch von Kindern an Weihnachten 1995**

nach soziodemographischen Merkmalen, Computerbesitz und Medienausstattung, in %

	Medienwunsch <sup>1)</sup>	
	nein	ja
Gesamt	70	31
Geschlecht		
Jungen	68	32
Mädchen	71	29
Alter in Jahren		
6-9	75	25
10-11	69	31
12-13	60	40
Schultyp		
Grundschule	77	23
Orientierungsstufe	67	33
Hauptschule	57	43
Mittelschule/Realschule	50	50
Gymnasium	56	44
Fernsehnutzung <sup>2)</sup>		
wenig	76	24
mittel	69	31
viel	67	33
Präferenz für		
öff.-rechtl. Programme	70	29
private Programme	68	32
beide Programmtypen/keine Präferenz	71	29
Region		
Neue Bundesländer	66	34
Alte Bundesländer	70	30
Computerbesitz		
nein	70	30
mit Eltern	69	31
mit Geschwistern	75	25
allein	63	37
Medienausstattung (exklusiv)		
kein Gerät	77	23
mindestens 6 Geräte	63	37

<sup>1)</sup> Fernsehgeräte, PC, Videorecorder, Discman, Walkman, CD-Player, CB-Funk, Walkie-Talkies, Kassettenrecorder, Plattenspieler, PC-Ausstattungen, Gameboys, Videospielkonsolen, Stereoanlagen.

<sup>2)</sup> Zur Ermittlung der Fernsehnutzung siehe Anm. 6.  
n = 722.

Kinder scheint der Anreiz, an dieser Medienzukunft teilzunehmen, besonders groß. In geförderten Schulprojekten wie auch durch Werbetreibenden wird bei den Heranwachsenden der Wunsch geweckt, Medienzukunft gegenwärtig mitzerleben und zu gestalten. Im Vergleich zu den Befunden von 1993 zeigt sich, daß fast alle demographischen Gruppen häufiger Zugang zu Computern haben. Dies gilt insbesondere für Schulkinder, wobei die meisten Kinder jedoch noch auf die Geräte ihrer Eltern angewiesen sind (vgl. Tabelle 11).

Nach den Ergebnissen der neuesten Befragung verfügt mehr als jedes zehnte interviewte Kind über einen eigenen Computer. Fast ein Drittel hat Zugang zum PC der Eltern oder anderer Erwachsenen, und 14 Prozent nutzen einen Computer zusammen mit ihren Geschwistern. Mehr als die Hälfte aller Kinder hat Zugriff auf einen PC (51 %). Dies entspricht einer Steigerung gegenüber 1993 um mehr als 18 Prozentpunkte. Wie zu erwarten, ist der PC eher ein Medium der etwas älteren, das heißt über Zehnjährigen. Fast zwei Drittel (64 %) der Zwölf- bis 13jährigen haben Zugang, und nahezu jedes fünfte Kind (18 %) dieser Altersgruppe besitzt einen Computer. Aber auch bei den unter Zehnjährigen finden sich noch 40 Prozent mit PC-Zugriff. Jungen haben noch einen leichten Vorsprung gegenüber den Mädchen. Kinder aus den neuen Bundesländern geben an, eher über einen PC verfügen zu können als ihre Altersgenossen im Westen Deutschlands. (11) Außerdem zeichnet sich ab, daß Vielfernseher für den Zugang zum Computer weniger auf ihre Eltern, aber stärker auf ihre Geschwister angewiesen sind und daß sie auch häufiger über einen eigenen PC verfügen als Wenig-Fernsehnutzer. Kinder, die angeben, vornehmlich die öffentlich-rechtlichen Programme einzuschalten, erhalten ihren Computerzugang hauptsächlich durch ihre Eltern und weniger am eigenen PC, sie sind also eher der elterlichen Aufsicht unterworfen, wobei die Eltern ihren Sprößlingen auch mehr als Ansprech- und Gesprächspartner zur Verfügung stehen (vgl. Tabelle 12).

Computerspiele stehen nach wie vor in der besonderen Gunst der Kinder. 86 Prozent aller Befragten spielen am PC. Dies gilt insbesondere für die Jungen (88 %) und die über Zwölfjährigen (89 %) sowie die Fans von privaten Fernsehprogrammen (87 %). Aber auch die Kleinsten beschäftigen sich mit Computerspielen. Am zweithäufigsten nutzen die Sechs- bis 13jährigen die Textverarbeitungsprogramme des PCs (48 %). Diese können vornehmlich von den Älteren im schulischen Alltag eingesetzt werden: Mehr als zwei Drittel der Zwölf- bis 13jährigen verwendet den PC zum

**Anhänger öffentlich-rechtlicher Fernsehprogramme erhalten Computerzugang häufiger durch die Eltern**

**Computerspiele sowie Textverarbeitungsprogramme werden am häufigsten genutzt**

**Typologie der Computerkids und Computernutzung 1995**

**Kinder haben häufiger Zugang zu PCs als zwei Jahre zuvor**

Zwischen 1993 und 1995 setzte eine rasante Entwicklung im Bereich der Computernutzung und -anwendung ein, die mit den Stichworten Multimedia, Internet und Onlineverbindungen nur kurz angerissen werden soll. Insbesondere für

**11 Computerzugang von Kindern 1993 und 1995**  
nach soziodemographischen Merkmalen, in %

	kein Zugang		mit Geschwistern		mit Eltern	allein	
	1993	1995	1993	1995	1995	1993	1995
Gesamt	67	49	19	14	26	15	11
Geschlecht							
Jungen	59	46	21	15	29	21	11
Mädchen	75	54	17	12	24	8	10
Alter in Jahren							
6-9	73	60	17	12	20	11	8
10-11	68	44	20	15	32	12	9
12-13	58	36	20	15	32	22	18
Schultyp							
Kindergarten	89	100	12	0	0	0	0
Grundschule	70	56	19	13	23	12	8
Orientierungsstufe	60	37	11	14	40	28	9
Hauptschule	60	42	16	11	31	24	16
Mittelschule	64	37	21	18	29	16	17
Gymnasium	63	37	29	15	34	18	14
Gesamtschule	100	50	0	14	18	0	18
Sonderschule	100	100	0	0	0	0	0

1993: n=662; 1995: n=722.

**12 Computerzugang von Kindern 1995**  
nach Region und Fernsehnutzung, in %

	kein Zugang	mit Geschw.	mit Eltern	allein
Gesamt	46	14	26	11
Region				
Alte Bundesländer	51	13	26	10
Neue Bundesländer	43	16	27	15
Fernsehnutzung*				
wenig	54	9	29	9
mittel	51	14	27	9
viel	44	17	24	15
Präferenz für				
öfl.-rechtl. Programme	49	15	31	5
private Programme	48	14	24	14
beide Programmtypen	52	12	26	10

\* Zur Ermittlung der Fernsehnutzung siehe Anm. 6.

Schreiben. Malend betätigen sich fast ein Drittel der Befragten (28%). Hier scheinen insbesondere Kinder am Computer kreativ zu werden, die wenig Zeit vor dem Fernseher zubringen. Vielseher haben weniger Sinn für das Malen am PC. Sie schreiben, rechnen, programmieren und nutzen eher Lernprogramme - auch weil sie im Schnitt etwas älter sind als die Wenigseher. Der Gebrauch von Lernsoftware scheint aber noch nicht allzu weit bei den Kindern mit Computerzugang vorgezogen zu sein. Lediglich jeder siebte Heran-

wachsende mit PC in Reichweite bedient sich der Unterstützung durch Lernprogramme (14%). Dies steigert sich jedoch mit zunehmendem Alter und dem Zuwachs von kognitiven Fähigkeiten. Fast jeder fünfte Zwölf- bis 13jährige nutzt Lernprogramme (vgl. Tabelle 13).

Kinder mit exklusivem Zugang zum PC spielen fast genauso oft wie die Kinder, die auf Eltern und Geschwister angewiesen sind, aber sie verwenden ihren Computer verstärkt zum Lernen. Der elterliche Einfluß auf die Computernutzung wird deutlich bei der Untersuchung der Kinder, die nur über den elterlichen PC Zugangsmöglichkeiten besitzen. Sie malen mehr, schreiben Texte und sind etwas häufiger beim Programmieren anzutreffen als ihre Altersgenossen. Jungen spielen, malen und schreiben häufiger, während die Mädchen anteilmäßig eher Lernhalten, Rechnen und musischen Tätigkeiten zuneigen.

Eine Analyse der Computernutzung nach rein spielerischer Tätigkeit einerseits und kreativerer Nutzung des PCs andererseits, ergibt, daß der Anteil der Kinder, die nur spielen, von 1993 auf 1995 stark abgenommen hat. Offenbarten sich noch 1993 nahezu die Hälfte aller Kinder (48%) als reine Spieler, erweisen sich 1995 nur noch ein Drittel der Sechs- bis 13jährigen als Spielefreaks. Nur noch jeder fünfte Zwölf- bis 13jährige gibt 1995 keine weiteren PC-Tätigkeiten neben Spielen an. Zwei Jahre zuvor lag der Anteil noch bei 40 Prozent. Analog zu diesen Befunden stieg der Anteil der Spieleabstinenten auf 14 Prozent (vgl. Tabelle 14). Die meisten Kinder nutzen den PC sowohl zum Spielen als auch zum Lernen, Programmieren, Malen, Rechnen und Schreiben (54%).

**PC wird nicht nur zum Spielen genutzt**

## ⑬ Art der Computernutzung von Kindern 1995

6-13 Jahre, nach soziodemograph. Merkmalen, Fernsehnutzung und Computerbesitz, in %

	Spielen	Malen	Schrei- ben	Rech- nen	Lernen	Musik	Program- mieren
Gesamt	86	28	48	15	14	3	6
Geschlecht							
Jungen	88	32	53	14	14	2	8
Mädchen	83	24	42	17	15	4	4
Alter in Jahren							
6-9	82	27	31	17	9	2	1
10-11	88	30	48	16	16	3	5
12-13	89	28	67	14	19	4	14
Region							
Alle Bundesländer	85	29	47	13	13	2	7
Neue Bundesländer	89	25	49	25	19	5	5
Fernsehnutzung*							
wenig	87	38	42	15	16	1	1
mittel	85	29	45	13	10	1	7
viel	87	22	54	19	19	5	8
Präferenz für							
öff.-rechtl. Programme	84	24	54	9	7	1	6
private Programme	87	26	46	19	17	4	7
beide Programmtypen	86	39	45	14	17	1	4
Computerbesitz							
mit Geschwistern	88	16	36	19	18	3	6
mit Eltern	85	39	55	15	9	3	7
allein	85	17	45	13	23	3	5

\* Zur Ermittlung der Fernsehnutzung siehe Anm. 6.  
n=722.

## ⑭ Art der Computernutzung von Kindern 1993 und 1995

6-13 Jahre, nur Computerbesitzer, nach soziodemograph. Merkmalen, in %

	nur Spiele		nur andere Tätigkeiten		Spiele u. andere Tätigkeiten	
	1993	1995	1993	1995	1993	1995
Gesamt	48	32	8	14	44	54
Alter in Jahren						
6-9	65	49	14	16	21	35
10-11	44	32	8	15	48	53
12-13	40	19	3	11	58	70
Geschlecht						
Jungen	46	29	7	12	46	59
Mädchen	51	35	8	17	41	49

1993: n=218; 1995: n=365.

**Kinder mit PC lesen  
häufiger als Kinder  
ohne PC-Zugang****Computerkids im Alltag**

Trotz aller Befürchtungen über das Aufkommen von Leseunlust, ausgelöst durch ständiges Spielen am PC, wird durch die Daten des Dinofon-Panels belegt, daß die Gruppe der jüngeren Computerbesitzer oder Computerkids häufiger lesen als Kinder ohne PC-Zugang. Während nur 12 Prozent der sechs- bis neunjährigen Kinder ohne Zugriff auf einen Computer angeben, am Stichtag der Befragung ein Buch gelesen zu haben, traf dies auf mehr als jedes fünfte Kind (21%) dieser Altersgruppe mit Computerzugang zu. Diese Befunde

stehen im Widerspruch zu den Ergebnissen aus dem Jahre 1993. Damals hatte ein Drittel (33%) der jüngeren Kinder mit PC im Haushalt bekundet, nur vor längerer Zeit Kontakt mit Büchern gehabt zu haben, während dies nur bei einem Viertel (25%) der sechs- bis neunjährigen ohne Computerzugang der Fall war.

**Computerkids  
bevorzugen private  
Fernsehprogramme,  
vor allem VIVA**

Computerkids gehen genauso gern oder ungern zur Schule wie ihre Altersgenossen. Jeweils zwei Drittel der sechs- bis neunjährigen mit Computerzugang (67,2 %) bzw. ohne Zugriff auf einen Computer (67,8 %) geben an, die Schule eher gern zu besuchen. Tendenziell ähnliche Befunde zeigen sich bei den älteren Kindern. Computerkids kennen sich jedoch im Fernsehprogramm und speziell bei Kindersendungen besser aus. Bevorzugt werden zumeist private Programme und Musikkanäle, insbesondere VIVA. Reizvolle Sendungen für die Computerkids sind – analog zu den Befunden aus dem Jahre 1993 – Comedies, Spielshows und Daily soaps wie „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ oder „Marienhof“. Kindersendungen wie „Heidi“, „die Sendung mit der Maus“ oder „Pippi Langstrumpf“ treten hinter VIVA, MTV, Videofilmen, Comedies und „Hugo“ ins zweite Glied zurück.

Computerkids besitzen und nutzen häufiger Mediengerätschaften – inklusive Gameboys, die zumeist als Einstieg in die Computerwelt der PC-Anwendungen dienen. Auch Comics stehen hoch in der Gunst dieser Gruppe.

**Computerkids  
nutzen auch andere  
Medien häufiger**

Computerkids können insgesamt als eher vielfältig interessierte und aktive Kinder bezeichnet werden, deren Interessen und Freizeitaktivitäten breiter gestreut sind. Sie lesen mehr und nutzen verstärkt alle audiovisuellen Möglichkeiten. Mit zunehmendem Alter werden für diese Gruppe neben dem Spielen am PC kreativere und nützlichere Anwendungen wichtig. Dies hängt auch zum Teil mit den Anforderungen der Schule zusammen. Die Betreuungssituation dieser Gruppe gestaltet sich in der Regel besser als bei ihren Altersgenossen. Computerkids haben meist mehr Ansprechpartner und Freunde als Computerabstinenzler. Eltern kümmern sich verstärkt um sie, nicht zuletzt, um ihre Fachkenntnisse am Computer für eigene Zwecke nutzbar machen zu können.

**Fazit**

**Besitz eines Medien-  
gerätes regt Kinder  
zur Vielnutzung an**

Der Vergleich der Befragungen von 1993 und 1995 zeigt, daß immer mehr Kinder die Chance erhalten, ihre Fähigkeiten an einem Computer zu testen und mit den Anwendungen zu spielen. Insbesondere für die Heranwachsenden ab zehn Jahren ist der Wunsch nach einem Computerzugang zumeist schon erfüllt, oder die Kinder warten auf die Erfüllung eines entsprechenden Weihnachtswunsches. Analog zu den Befunden zum Fernsehkonsum bei Exklusivbesitz eines Fernsehers kann gefolgert werden, daß allgemein der Besitz eines Mediengerätes bei Kindern zur Vielnutzung anregt.

Ein entsprechender Zusammenhang besteht auch zwischen der Computerausstattung bei Kindern und ihrem Fernsehkonsum. Fast die Hälfte

(45 %) aller Computereigner schaut viel, aber nur 18 Prozent der sechs- bis 13jährigen mit PC-Zugang schaut wenig fern. Die Kinder ohne Computerzugang nutzen das Fernsehgerät weit aus weniger. Fast drei Viertel (71 %) der Befragten dieser Gruppe sind wenig- oder mittlere Nutzer des Fernsehens. Ein analoges Nutzungsverhalten weisen die sechs- bis 13jährigen, die auf die Eltern beim Spielen, Rechnen und Schreiben am Computer angewiesen sind. Sie sitzen weniger vor dem Fernseher, spielen weniger am PC und lesen häufiger. Hat ein Kind einen eigenen Fernseher im Zimmer und schaut es viel fern, vornehmlich private Anbieter, wächst auch der Wunsch nach einem eigenen PC. Dieser Trend wird durch entsprechende Angebote im Fernsehen noch unterstützt. Steht der Computer erst im Kinderzimmer, kommt es zu einer Umorientierung im Freizeitverhalten, beispielsweise auf Kosten der musischen Ausbildung.

Insgesamt zeigt sich, daß die Zugangsmöglichkeiten für Kinder innerhalb von nur zwei Jahren stark angestiegen sind. Nach den Befunden übernehmen die Eltern der Computerkids einen Großteil der Beratung, Gespräche und Hilfe für ihre Kinder. Heranwachsende, die keinen Zugang zu einem Computer haben, bleiben auf ihre Spielkonsolen und Gameboys beschränkt und können somit nicht an kognitiv anspruchsvolleren und kreativeren Tätigkeiten am PC teilhaben. Möglicherweise entstehen hierdurch Wissensklüfte zwischen den Kindern mit Zugangsmöglichkeiten und den zwangsweise Abstinenten bzw. den Jugendlichen mit viel Taschengeld und denen mit nur geringen finanziellen Mitteln. Das Fernsehen und andere Medien können nur einen beschränkten Anteil an der Aufklärung übernehmen, gefragt sind Förderprogramme für Schüler sowie Hilfestellungen für Lehrer, um das benötigte Wissen weitervermitteln zu können.

**Entstehen Wissens-  
klüfte zwischen  
Computernutzern  
und -abstinenz-  
lern?**

## Anmerkungen:

- 1) Laut einer Studie, die das Hamburger Magazin Stern im März 1996 veröffentlichte, sind zur Zeit 1,65 Millionen Deutsche online, und 5,5 Millionen können sich vorstellen, im Laufe der beiden nächsten Jahre einen Onlineanschluß zu beschaffen. 55 Prozent aller Befragten (n= 10 000) stehen den Möglichkeiten der Onlinenutzung positiv gegenüber. Kinder und Jugendliche sind im World Wide Web (WWW) nach den neuesten Untersuchungen jedoch nur zu ca. 2 Prozent vertreten. Vgl. Fraunhofer Institut/Südwestfunk/Telecooperation Office: Ist-Online-Umfrage, November 1995.
- 2) Beispielsweise soll die Initiative Schulen ans Netz, initiiert vom Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie (BMBF) in Kooperation mit der Telekom, mehr als 1 000 Schulen in der Bundesrepublik die Gelegenheit geben, sich am Internet zu beteiligen. Vgl. Spiegel-Special, März 1996.
- 3) Nach Angaben der Media Analyse 1996 verfügen 25 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren über einen eigenen PC oder Laptop. Dies sind insgesamt mehr als 16 Millionen PC-Nutzer.
- 4) Befunde der Ist-Online-Umfrage (Anm. 1).
- 5) Vgl. Weiler, Stefan: Computerkids und elektronische Medien. Ergebnisse einer qualitativ-empirischen Studie. In: Media Perspektiven 5/1995, S. 228-234.
- 6) Die Häufigkeit der Fernsichtnutzung wurde aus den Angaben der Kinder zu ihrer tageszeitlichen Fernsichtnutzung, analog zur Befragung von 1993, ermittelt (Kategorien: „nie“= 0 Punkte, „manchmal“= 1 Punkt, „oft“= 2 Punkte). In die Variable ging die morgendliche (vor der Schule), mittägliche, nachmittägliche und abendliche Nutzung des Fernsehgeräts ein. In den Punktwert miteinbezogen wurde auch das Fernsehverhalten am Stichtag der Befragung, beispielsweise ob die Kinder zum Zeitpunkt der Befragung vor dem Bildschirm saßen (= 1 Punkt). Als Vielseher wurden alle Befragte eingestuft, die mindestens zu zwei Tageszeiten „oft“ und einmal „manchmal“ angaben. Wenigseher waren alle diejenigen, die nie „oft“ und nur maximal zweimal am Tag „manchmal“ das Fernsehgerät einschalten.
- 7) Als Cyberkids können diejenigen Kinder bezeichnet werden, die einen eigenen Zugang zum Internet bzw. World Wide Web (WWW) besitzen.
- 8) Vgl. Weiler (Anm. 5).
- 9) Vgl. Schröter, Christian/Karl Ewald: Onlineangebote von Rundfunkveranstaltern in Deutschland. Öffentlich-rechtliche und private Initiativen im neuen Medium. In: Media Perspektiven 9/1996, S. 478-486.
- 10) Ausnahme bildet das Internet- und Virtual Reality Magazin „Click“ des Privatsenders VOX.
- 11) Dies steht jedoch im Gegensatz zu den Befunden der MA 1996 für die Gesamtbevölkerung. Während in 28 Prozent der West-Haushalte ein PC oder Laptop vorgefunden werden kann, besitzen nur 18 Prozent der Ost-Haushalte einen eigenen PC.

