

Ergebnisse der Studie KIM 2002 zum Medien-
umgang Sechs- bis 13-Jähriger in Deutschland

→ Kinder und Medien 2002

Von Sabine Feierabend* und Walter Klingler**

Das Medienangebot hat sich auch für Kinder in den letzten Jahren mit zunehmender Dynamik entwickelt. Aufgrund der rasanten technischen Entwicklungen sind immer kürzere Untersuchungseinheiten nötig, um Veränderungen so zeitnah wie möglich abzubilden. Da gerade Kinder und Jugendliche diesen neuen Entwicklungen – seien es Fernsehformate, Computer und Internet oder mobiles Telefon – sehr aufgeschlossen gegenüberstehen, ist es notwendig, Entwicklungen und Veränderungsprozesse kontinuierlich aufzuzeigen. (1) Denn diese Altersgruppe gilt einerseits als besonders gefährdet bezüglich möglicher Risiken, andererseits als die Generation, die wie keine zuvor nahezu selbstverständlich in diese Medienwelt hineinwächst. Während zum Fernsehnutzungsverhalten von Kindern umfangreiche Forschungsergebnisse vorliegen, (2) sind Untersuchungen über andere Medien und hier besonders zur Nutzung der neuen Technologien bei Kindern weniger verbreitet. (3)

**Aktuelle Studie
„Kinder und Medien
2002“ (KIM 2002)**

Im Folgenden werden Basisdaten zum Themenbereich „Kinder, PC und Internet“ dokumentiert, die auf den Ergebnissen einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest – eine Forschungs Kooperation zwischen der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz und dem Südwestrundfunk – basieren. Grundgesamtheit der Studie „Kinder und Medien 2002“ (KIM 2002) bilden die rund sieben Millionen 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 1241 Zielpersonen von Mai bis Juli 2002 untersucht. Die Befragung der Kinder erfolgte dabei mündlich-persönlich, die der Mütter (4) schriftlich. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK-Institut in Taunusstein. Die Daten der Studie KIM 2002 erlauben eine aktuelle Bestandsaufnahme des Themenfeldes Kinder und Medien, hier insbesondere zum Thema „Computer und Internet“. Gleichzeitig bietet ein Vergleich mit der Vorgängerstudie KIM 2000 einen Einblick in die Geschwindigkeit von Veränderungsprozessen in diesem Bereich.

Medienausstattung

Die Ausstattung mit elektronischen (Unterhaltungs-) Medien ist in Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, in den letzten beiden Jahren in drei Sektoren weiter angestiegen. Nach Auskunft der Mütter ist die Vollversorgung mit Fernsehen 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 8 Prozent der Haushalte vorhanden (vgl. Tabelle 1).

Bei der Haushaltsausstattung mit Medien spielt die Höhe des verfügbaren Haushalts-Nettoeinkommens eine wichtige Rolle, wenn auch nicht bei allen Medien gleichermaßen. Deutlich wird der Zusammenhang zwischen sozioökonomischem Status und Geräteausstattung aber bei Medien wie Tageszeitung, Computer, Internetzugang, Handy, Pay-TV und Spielekonsolen. Diese sind in Haushalten mit engerem finanziellen Spielraum deutlich weniger häufig vertreten. Bei der Verfügbarkeit von Fernsehgerät und Videorecorder sind hingegen kaum Unterschiede hinsichtlich der finanziellen Ausstattung eines Haushalts feststellbar.

Auch der persönliche Besitz und damit die zumindest potenziell eigenständige Verwendung der Geräte durch Kinder – wieder erfragt bei den Müttern – belegt die große Alltäglichkeit der Medien. Kassettenrecorder (55%) sind demnach bei Kindern am weitesten verbreitet, knapp jedes zweite Kind (46%) hat einen eigenen Walk-/Discman, ein eigenes Radio (45%) und/oder einen eigenen Gameboy (44%). Rund ein Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen verfügt über einen eigenen CD-Player bzw. ein eigenes Fernsehgerät, ein Viertel besitzt eine Spielkonsole. Im Jahr 2002 hatten bereits 16 Prozent der Kinder ein eigenes Mobiltelefon, 13 Prozent einen eigenen Computer (vgl. Tabelle 2).

In den neuen Bundesländern 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.

Unterschiede im Medienbesitz der Kinder ergeben sich, wenn man auch hier den sozioökonomischen Status als Vergleichsmaßstab heranzieht. Je höher das verfügbare Haushalts-Nettoeinkommen, desto

**Deutliche Zuwächse
bei Handy, Computer
und Internet**

**Einkommen spielt
bei Medienaus-
stattung teilweise
eine Rolle**

**Im Osten besitzt
jedes zweite Kind ein
eigenes TV-Gerät, im
Westen jedes dritte**

**Auch Medienbesitz
hängt zum Teil vom
sozioökonomischen
Status ab**

* Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
(Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg,
Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-
Pfalz, Südwestrundfunk).
** SWR-Medienforschung.

① Geräteausstattung in Haushalten mit Kindern

Angaben der Mütter, in %

	2000	2002								
	Gesamt (n=1 228)	Gesamt (n=1 241)	Mädchen (n=607)	Jungen (n=634)	6-7 J. (n=301)	8-9 J. (n=307)	10-11 J. (n=309)	12-13 J. (n=324)	West (n=995)	Ost (n=246)
Fernsehgerät	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Telefon	96	96	95	97	96	96	96	94	96	94
Videorecorder	95	96	95	97	96	95	96	96	96	97
Radiogerät/Stereoanlage	96	95	96	95	97	93	96	95	95	95
Kassettenrecorder	88	87	87	88	89	88	87	85	88	86
CD-Player	84	84	85	84	83	82	87	85	85	82
Handy	60	79	77	80	75	75	79	85	78	80
Videotext am TV	71	70	71	69	66	71	71	73	68	79
Computer	57	67	65	69	54	61	72	81	64	79
Abonnement einer Tageszeitung	66	65	67	63	62	65	66	66	66	62
Walkman/Discman	63	65	66	65	59	59	69	74	65	65
Gameboy	56	59	56	63	51	60	64	62	58	66
Anrufbeantworter	55	57	56	58	56	57	57	57	60	43
Internet/E-Mail	27	47	46	48	38	42	50	58	47	46
Spielekonsole	44	46	40	52	43	38	50	54	45	53
Videokamera	35	37	37	36	34	33	39	41	36	40
Telefaxgerät	22	24	23	25	24	20	26	26	25	22
DVD-Player*	-	18	18	18	16	13	22	21	18	18
Mini-Disc-Recorder	11	17	16	18	17	11	18	20	16	18
Notebook/Laptop	10	14	13	15	13	10	17	16	13	17
Elektronischer Terminplaner	10	14	14	14	15	12	16	14	13	17
Pay-TV-Abonnement	9	11	13	10	11	8	13	13	11	11

* Nicht erhoben bzw. abweichende Fragestellung.

Quellen: KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

② Gerätebesitz von Kindern (Auswahl)

Angaben der Mütter, in %

	2000	2002								
	Gesamt (n=1 228)	Gesamt (n=1 241)	Mädchen (n=607)	Jungen (n=634)	6-7 J. (n=301)	8-9 J. (n=307)	10-11 J. (n=309)	12-13 J. (n=324)	West (n=995)	Ost (n=246)
Kassettenrecorder	59	55	55	54	58	55	52	53	54	57
Walkman/Discman	43	46	47	45	37	42	51	55	45	50
Radiogerät/Stereoanlage	48	45	44	45	34	37	48	59	46	41
Gameboy	43	44	40	47	38	45	48	45	42	53
CD-Player	35	35	36	34	23	29	39	48	35	32
Fernsehgerät	34	34	32	36	23	25	38	50	29	55
Spielekonsole	26	25	18	32	24	18	27	32	23	36
Handy	6	16	15	16	6	7	15	34	16	13
Computer	14	13	11	15	7	8	13	23	10	26
Videorecorder	8	10	10	10	6	6	10	18	8	19
Mini-Disc-Recorder	6	10	10	9	10	6	11	11	10	10
Videotext am TV	6	8	8	8	5	7	7	12	7	13
Internet/E-Mail	4	5	4	6	3	4	4	10	5	7
Notebook/Laptop	4	4	5	3	6	3	3	4	4	6
DVD-Player*	-	4	4	3	4	3	4	4	4	4
Elektronischer Terminplaner*	-	4	4	3	4	3	4	4	4	3
Pay-TV-Abonnement	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
Videokamera/Camcorder*	-	3	4	3	4	3	2	4	3	4

* Nicht erhoben bzw. abweichende Fragestellung.

Quellen: KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

höher ist in der Regel auch der Medienbesitz der Kinder. Dies gilt aber wiederum nicht für alle Medien gleichermaßen: Während der Besitz von CD-Player, Radiogerät, Kassettenrecorder, Walk- oder Discman bei Kindern mit geringerem finanziellen

Hintergrund um die 10 Prozentpunkte unter dem der Kinder aus finanziell besser gestellten Haushalten liegt, gibt es beim Besitz von Fernsehgeräten oder Computern kaum Unterschiede.

Fernsehen ist häufigste Aktivität außerhalb der Schule

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 verschiedenen Medien ein? Auf die Frage, 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%) und „Drinnen spielen“ (52%). 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 (vgl. Tabelle 3).

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 bzw. mit der Familie zu unternehmen. 60 bis 70 Prozent hören mindestens einmal pro Woche Radio, sind sportlich aktiv, kommunizieren per Telefon oder sind gestalterisch kreativ (Malen/Zeichnen). Für jeweils die Hälfte der Kinder ist die Nut-

zung weiterer Medien in den Wochenablauf integriert – also 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. 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 mittels 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 Videospiele (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. 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%) – im Vergleich zur KIM-Studie 2000 ein Anstieg um 4 Prozentpunkte. Mit großem Abstand folgt Sport, die Beschäftigung mit dem Computer

Kinder spielen am liebsten draußen und treffen sich mit Freunden

③ **Freizeitaktivitäten nach Angaben der Kinder**

jeden Tag/fast jeden Tag, in %

	2000	2002		6-7 J. (n=301)	8-9 J. (n=307)	10-11 J. (n=309)	12-13 J. (n=324)	West (n=995)	Ost (n=246)	
	Gesamt (n=1 228)	Gesamt (n=1 241)	Mädchen (n=607)							Jungen (n=634)
Fernsehen	80	82	81	83	77	82	82	88	83	79
Hausaufgaben/Lernen	81	79	80	78	77	79	80	79	80	72
Draußen spielen	51	62	56	68	70	69	59	51	60	69
Freunde treffen	53	57	53	61	50	55	56	65	59	49
Drinnen spielen	56	52	52	52	65	60	45	38	52	52
Radio hören	35	35	38	32	32	33	37	38	34	39
Mit Tier beschäftigen	26	29	31	27	25	32	32	27	28	32
Musikkassetten/-CDs	32	28	32	23	22	23	31	35	28	28
Telefonieren	18	22	24	19	9	19	21	36	23	16
Ausruhen	19	21	21	21	24	20	19	20	22	15
Malen/Zeichnen/Basteln	18	18	21	15	30	25	11	8	18	17
Computer	16	17	15	20	9	11	20	29	16	24
Sport treiben	10	13	10	16	7	11	16	19	13	14
Buch (ohne Schulbuch)	14	12	16	8	12	13	12	11	12	9
Hörspielkassetten	14	11	15	7	15	11	9	8	11	9
Gameboy	12	10	7	13	10	11	11	8	9	13
Familie/Eltern	12	10	10	11	17	12	7	6	11	7
Zeitschrift	10	10	11	8	7	8	10	13	10	9
Videospiele/Spielekonsole	8	7	4	10	4	6	11	8	7	7
Comic	4	6	4	9	4	8	6	7	7	4
Video	5	5	4	6	3	7	5	6	5	6
Zeitung	5	5	6	5	4	4	6	7	5	7
Musizieren	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4
Jugendgruppe	2	4	3	4	2	2	4	6	3	4
Briefe	1	0	0	0	-	0	-	0	0	0
Bücherei/Bibliothek	0	0	0	0	-	0	0	1	1	-

Quellen: KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

nimmt aber schon den fünften Platz ein. Kinder in den alten und neuen Bundesländern haben ganz ähnliche Präferenzen. Deutliche Unterschiede gibt es nur in zwei Bereichen: Während 45 Prozent der „West-Kinder“ sagen, dass sie sich am liebsten mit ihren Freunden treffen, sagen dies nur 30 Prozent der „Ost-Kinder“. Dagegen 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 – 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 wie Sechs- bis Siebenjährige (vgl. Tabelle 4).

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.

Nach Schätzungen ihrer Mütter haben die Kinder neben diesen Verpflichtungen mit durchschnittlich 225 Minuten knapp vier Stunden am Tag zur freien Verfügung. In einem weiteren Schritt wurden die Mütter gebeten einzuschätzen, wie viel Zeit ihr Kind an einem durchschnittlichen Tag mit den verschiedenen Medien verbringt. Dabei veranschlagten Mütter 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 56 Minuten am Tag, das Lesen von Büchern (29 Minuten) oder die Beschäftigung mit dem Computer (32 Minuten) wird mit jeweils einer halben Stunde angegeben. Nicht erfasst wurde die Nutzung anderer Audiomedien wie Kassettenrekorder, Plattenspieler oder CD-Player.

Mediennutzung der Kinder nach Ein- schätzung der Mütter

④ Liebste Freizeitbeschäftigungen nach Angaben der Kinder

maximal drei Nennungen, in %

	2000	2002								
	Gesamt (n=1 228)	Gesamt (n=1 241)	Mädchen (n=607)	Jungen (n=634)	6-7 J. (n=301)	8-9 J. (n=307)	10-11 J. (n=309)	12-13 J. (n=324)	West (n=995)	Ost (n=246)
Freunde treffen	40	42	39	45	35	45	38	49	45	30
Draußen spielen	33	42	39	45	56	46	36	31	42	43
Fernsehen	35	39	40	37	41	42	34	37	39	39
Sport treiben	18	19	13	26	13	17	24	23	19	20
Computer	16	17	15	19	11	12	17	28	16	23
Drinnen spielen	17	14	16	12	21	15	11	10	15	11
Mit Tier beschäftigen	13	14	19	10	11	16	15	15	15	13
Musikkassetten/-CDs	13	10	12	7	6	8	8	15	10	10
Familie/Eltern	9	10	12	8	17	11	6	6	10	10
Malen/Zeichnen/Basteln	10	9	12	7	15	12	5	5	8	13
Gameboy	9	7	5	8	6	8	7	6	5	11
Videospiele/Spielekonsole	8	6	3	9	5	6	7	6	6	7
Telefonieren	6	6	8	4	3	4	7	10	6	6
Ausruhen	4	6	5	7	7	5	6	7	6	5
Buch (ohne Schulbuch)	4	5	7	3	4	5	7	5	5	4
Radio	5	4	4	4	5	2	6	4	4	4
Musizieren	4	4	5	3	2	4	5	4	4	4
Jugendgruppe	3	4	5	2	2	2	6	5	4	4
Video	3	4	3	5	5	4	3	3	4	2
Hörspielkassetten	4	3	5	2	8	3	1	1	4	2
Hausaufgaben/Lernen	3	3	3	2	2	2	4	3	2	7
Kino	1	3	3	3	2	3	2	3	3	1
Comic	3	2	1	3	2	4	2	2	3	1

Vor allem Computer- und TV-Nutzung steigen mit dem Alter der Kinder an

Je älter die Kinder sind, desto zeitlich umfangreicher fällt die Mediennutzung aus. Vergleicht man die jüngsten (6 bis 7 Jahre) mit den ältesten (12 bis 13 Jahre) Kindern, so ist der größte zeitliche Zuwinn bei der Computernutzung (plus 38 Minuten) zu verzeichnen, gefolgt vom Fernsehen (plus 29 Minuten). Absolut gesehen geringer fallen die Zuwächse bei der Radionutzung (plus 12 Minuten) und dem Lesen (plus 9 Minuten) aus. Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen bestehen nach Angaben der Mütter kaum – bei der Computernutzung liegen Jungen etwas vorne (8 Minuten länger als Mädchen), beim Lesen dagegen Mädchen (6 Minuten länger als Jungen), ebenso beim Radio hören (5 Minuten länger als Jungen). Beim Fernsehen gibt es nur marginale Unterschiede (Jungen 2 Minuten länger als Mädchen).

Medienbindung

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

Fernsehen hat höchste Bindung bei Kindern

Vor die Wahl gestellt, ob sie am wenigsten auf das Fernsehen, das Radio, den Computer, Zeitschriften/Hefte oder Bücher verzichten könnten, votierten die Kinder 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 6 Prozent den dritten Rang. Zeitschriften und das Radio (jeweils 3 %) liegen im Fall der Entscheidung für ein Medium 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 %) dop-

pelt so häufig abgegeben wie von Jungen (4 %). Im Altersverlauf geht die subjektive Bedeutung des Fernsehens zugunsten des Computers zurück. Während sich bei den Sechs- bis Siebenjährigen noch 81 Prozent für das Fernsehen und nur 5 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.

Computernutzung

Wie groß ist der Anteil derjenigen Kinder, die im Jahr 2002 Computererfahrung hatten, also das Medium zumindest selten nutzten? Trotz gestiegener Haushaltsausstattung (plus 10 Prozentpunkte) sind die Werte hier im Vergleich zur letzten Erhebung weitgehend stabil. Zählten im Jahr 2000 sechs von zehn Kindern zu den Computernutzern, 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. Je älter die Kinder sind, desto wahrscheinlicher nutzen sie zumindest selten einen Computer. Während bei den Sechs- bis Siebenjährigen nur gut ein Drittel zu den Computernutzern zählt, sind es bei den Acht- bis Neunjährigen bereits gut die Hälfte. Bei den Zehn- bis Elfjährigen beträgt der Anteil der Computernutzer 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 computererfahrenen Kindern aus der Grundschule und aus dem Gymnasium leicht angestiegen, Kinder aus Haupt- und Realschule erreichen fast den gleichen Anteil wie im Jahr 2000. Unverändert ist hier ein deutliches Bildungsgefälle erkennbar: Während der Anteil an Computernutzern bei den Hauptschülern knapp zwei Drittel beträgt, zählen bei den Gymnasiasten fast alle Kinder zu dieser Gruppe (vgl. Tabelle 5).

Leichter Zuwachs bei der PC-Nutzung in allen Altersgruppen

⑤ **PC-Nutzer nach Angaben der Kinder**

zumindest selten, in %

	2002 Gesamt (n=1 241)	2000 Gesamt (n=1 228)	1999 Gesamt (n= 782)	2002 Nutzer (n=1 058)	2000 Nutzer (n= 740)	1999 Nutzer (n= 537)
Gesamt	63	60	51	100	100	100
Jungen	67	66	57	54	55	57
Mädchen	59	55	45	46	45	43
6-7 Jahre	39	34	39	15	12	18
8-9 Jahre	55	52	45	22	21	23
10-11 Jahre	74	70	56	29	28	27
12-13 Jahre	82	80	61	34	39	32
West	60	57	47	77	73	74
Ost	74	73	67	23	27	26
Grundschule	51	47	43	42	43	47
Hauptschule	62	63	45	16	15	12
Realschule	80	81	65	21	23	21
Gymnasium	94	90	79	14	15	16

Quellen: KIM 1999, KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

Wenngleich das Potenzial der Computernutzer im Vergleich zu KIM 2000 kaum größer geworden ist, zeigt der Blick auf die Nutzungsintensitäten einen leichten Anstieg der Zuwendung. Der Anteil der Computernutzer, 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 (57%) aber nutzen den Computer nach wie vor ein- bis mehrmals pro Woche.

Kinder nutzen PC vor allem zu Hause, gefolgt von der Schule

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 (38%) als Nutzungsort auf dem zweiten Platz etabliert, die Nutzung bei Freunden erreicht knapp dahinter (34%) den dritten Rang. Andere potenzielle Zugangsorte wie Verwandte (5%), Bekannte der Eltern (6%) oder öffentliche Einrichtungen wie Bibliotheken (3%) oder Kaufhäuser (5%) 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.

Eltern bleiben erste Kompetenzvermittler für Umgang mit Computer

Woher beziehen die Kinder ihre Kenntnisse im Umgang mit dem Computer, wer hat ihnen gezeigt, wie man einen Computer benutzt? Erste Kompetenzvermittler sind nach wie vor mit weitem Abstand die Eltern (70%), was für Mädchen im Übrigen noch stärker gilt als für Jungen (73% vs. 67%). 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 Computernutzung gewonnen.

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 Siebenjährigen 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.

Im Tagesverlauf wenden sich Kinder hauptsächlich am Nachmittag (86%) und am Abend (31%) dem Computer zu. Ein Fünftel nutzt den 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 hinein zu beobachten.

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 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 Computernutzer mindestens einmal pro Woche ausgeübt. Mit gleicher Häufigkeit geht ein Viertel der computernutzenden Kinder ins Internet oder nutzt Onlinedienste – ein deutlicher Anstieg im Vergleich zum Jahr 2000 (15%).

Jungen weisen eine deutlich höhere Affinität zu Computerspielen auf als Mädchen, besonders was das Spielen gemeinsam mit anderen 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 (vgl. Tabelle 6).

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 Aussage "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 Computernutzer gibt eine übermäßige Computernutzung oft Anlass zu Streitigkeiten mit den Eltern, dieses Problem taucht bei Jungen öfter auf als bei Mädchen. Die gemeinsame Computernutzung von Kindern und Eltern scheint eher die Ausnahme als die Regel zu sein. Nur 12 Prozent geben an, oft zusammen mit Vater oder Mutter am Computer zu sitzen. Den Wunsch, häufiger als bisher den Computer zu nutzen, haben 29 Prozent der Kinder oft – deutlich mehr Jungen als Mädchen. Betrachtet man

PC wird vornehmlich nachmittags und auch abends genutzt

Computerspiele und Lernprogramme sind häufigste Anwendungen

Kontrolle der Eltern nimmt mit zunehmendem Alter der Kinder ab

⑥ **Tätigkeiten am Computer nach Angaben der Kinder**

mindestens einmal pro Woche, in %

	2000	2002								
	Gesamt (n=740)	Gesamt (n=782)	Mädchen (n=360)	Jungen (n=422)	6-7 J. (n=117)	8-9 J. (n=169)	10-11 J. (n=229)	12-13 J. (n=267)	West (n=601)	Ost (n=181)
Alleine Computerspiele spielen	63	70	65	74	64	66	71	73	67	78
Mit anderen Computerspiele spielen	46	51	43	59	44	51	50	56	53	45
Lernprogramm benutzen	46	43	49	38	34	44	46	45	42	48
etwas für die Schule machen*	-	43	46	40	25	34	44	55	41	49
CD-ROMs benutzen	42	41	39	44	27	35	44	49	43	36
Mit Computer malen/zeichnen	36	36	38	34	40	41	35	30	33	45
Texte schreiben	28	32	34	30	17	22	32	45	32	33
Internet/E-Mails	15	25	23	27	9	15	26	38	27	17
PC Lexikon nachschlagen	21	24	26	21	12	21	26	28	21	32
Musik hören*	-	17	15	18	11	12	15	23	13	28
Programmieren	8	8	7	8	2	5	7	12	6	12

Basis: PC-Nutzer.

* Nicht erhoben bzw. abweichende Fragestellung.

Quellen: KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

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

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 Analyse. Alle weiteren Prozentangaben beziehen sich dementsprechend auf diesen Personenkreis.

Kinder bekommen Computerspiele überwiegend von Erwachsenen bzw. Eltern geschenkt

Nach Angaben der Kinder 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). 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 (20%). Mit zunehmendem Alter kaufen Kinder mehr Spiele selbst, das Tauschen und Leihen nimmt ebenfalls an Bedeutung zu. Wenn es um die Auswahl einzelner Computerspiele geht, die den Kindern zugänglich sind, haben Eltern den größten Einfluss. 53 Prozent der Kinder geben an, die Spiele gemeinsam mit den Eltern auszusuchen, bei 14 Prozent suchen die eigenen Eltern die Spiele für die Kinder aus. Allerdings wählen bereits 27 Prozent der Kinder ihre Computerspiele nach eigenen Angaben selbst aus. Je älter die Kinder sind, desto häufiger bestimmen sie alleine, welche Spiele sie spielen. Bei den sechs- bis siebenjährigen Computerspielern wählen nur 11 Prozent die Spiele selbst aus, bei den zwölf- bis 13-jährigen

sind es bereits 44 Prozent. Neuigkeiten über das Angebot an Computerspielen erfahren die Kindern 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 Computerladen eröffnet neue Spieldimensionen (19%).

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- (33%) und Simulationsspiele (27%) in der Gunst der Kinder vor Actionspielen (23%) rangieren, die gemeinsam mit Fun- und Gesellschaftsspielen (22%) den dritten Rang einnehmen. Ein Fünftel der Kinder nennt Jump & Run- und/oder Adventurespiele. Den Abschluss bilden Spiele aus dem Bereich des Sports (14%) und Spiele, die in der Auswertung unter der Rubrik „Lernspiele“ (14%) zusammengefasst wurden.

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 Autorennen/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%), ein Spiel, in dem das Leben und der Alltag virtueller Personen gestaltet und beeinflusst werden kann.

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 9 Prozent der Mädchen und 8 Prozent der Jungen aussprechen oder „Sven Bomwollen“ (3%) und „Wer wird Millionär?“ (3%).

Strategie- und Simulationsspiele rangieren in der Gunst der Kinder vor Actionspielen

Auch Lernspiele kommen bei Mädchen besser an. Trotzdem wird „Löwenzahn“ von Jungen (5%) und Mädchen (6%) gleichermaßen genannt. Einzelnenungen 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 Jun-gen und Mädchen bei Spielen, die den Kategorien Strategie, Action, Jump & Run oder Adventure zu-geordnet werden. Das Strategiespiel „Die Siedler“ wird von jeweils 6 Prozent der Jungen und Mädchen angegeben, auch „Tetris“ (Jungen 4%, Mädchen 4%) oder Brett-/ bzw. 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 Kin-dern ebenfalls für bekannte Figuren wie die „Dis-ney-Familie“ (8%), „Barbie“ (Mädchen: 5%) oder Super Mario (3%). Beliebte Adventurespiele sind „Tomb Raider/Lara Croft“ (8%) und die „Poké-mons“ (5%).

⑦ **Internetnutzung nach Angaben der Kinder**

zumindest selten, in %

	2002 (n=782)	2000 (n=740)	1999 (n=537)
Gesamt	52	31	13
Jungen	53	32	13
Mädchen	51	30	11
6-7 Jahre	36	16	3
8-9 Jahre	45	24	5
10-11 Jahre	49	33	13
12-13 Jahre	66	37	23
West	50	34	14
Ost	50	23	8

Basis: PC-Nutzer.

Quellen: KIM 1999, KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

45%). Zu den interneterfahrenen Kindern zählen insbesondere Kinder ab zehn Jahren. Die Sechs- bis Siebenjährigen stellen nur 10 Prozent der Internet-nutzer, die Acht- bis Neunjährigen 19 Prozent. Die Gruppe der Zehn- bis Elfjährigen ist mit 27 Pro-zent vertreten, nahezu die Hälfte (44%) der Inter-netnutzer sind zwölf bis 13 Jahre alt.

Der Blick auf die Intensität, mit der die Internet-nutzer (n=406) online sind, zeigt, dass bei gut der Hälfte dieser Kinder die Onlinenutzung noch nicht fest im Alltag manifestiert ist (alle nachstehenden Prozentangaben beziehen sich auf diese Gruppe). Nur 8 Prozent der Kinder nutzen das Internet je-den oder fast jeden Tag, weitere 40 Prozent geben ihre Nutzung mit ein- bis mehrmals pro Woche an. Mädchen sind nach eigenen Angaben etwas weni-ger intensiv im Internet unterwegs als Jungen. Da-mit stimmen die aktuellen Nutzungszahlen nahezu exakt mit den Intensitäten aus dem Jahr 2000 überein, jetzt allerdings bei fast doppelt so vielen Nutzern.

Zugang zu Internet und Onlinediensten haben die Kinder – ebenso wie bei der Computernutzung ge-nerell – in erster Linie von zu Hause aus. 55 Pro-zent der Internetnutzer gehen mindestens einmal pro Woche vom heimischen Computer aus ins Netz, 20 Prozent surfen bei Freunden und 13 Pro-zent in dieser Intensität in der Schule. Ganz ähn-liche Angaben wie zum Umgang mit Computern machen die Kinder auch bei der Frage danach, 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 Internetnutzer auf die eigenen Eltern, 22 Prozent auf Freundinnen und Freunde, 19 Prozent auf Ge-schwister und 10 Prozent auf Lehrer bzw. die Schule.

Das Thema Internet und Kinder bzw. Jugendliche wird in der öffentlichen Diskussion auch intensiv unter Jugendschutzaspekten diskutiert. (5) Unter diesem Gesichtspunkt ist die Art und Weise der In-ternetnutzung durch Kinder von großem Interesse.

Jungen beschäftigen sich häufiger und länger mit Computerspielen als Mädchen

Jungen spielen nicht nur hinsichtlich der Nutzungs-frequenz öfter Computerspiele als Mädchen, son-dern weisen auch eine längere Spieldauer auf („Wenn Du an einem normalen Tag spielst – wie lange ist das in etwa?“). 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 (11%). Auch im Altersver-lauf spielen die Kinder länger, was sicherlich auch mit der höheren Komplexität bzw. Spieldauer der jeweiligen Spiele in Zusammenhang steht. Der An-teil der Intensivnutzer (60 Minuten und länger) be-trägt bei den Sechs- bis Siebenjährigen 5 Prozent, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen bereits 27 Prozent.

Internet

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

Gut die Hälfte der kindlichen PC-Nutzer verfügt über Internetenerfahrung

Erfahrung mit dem Internet hat inzwischen gut die Hälfte der PC-Nutzer gesammelt. Weibliche und männliche PC-Nutzer liegen hier nahezu gleich auf. Wie Tabelle 7 zeigt, verfügen vor allem die äl-teren PC-Nutzer über breite Erfahrung mit Internet und Onlinediensten. Im Vergleich zur KIM-Studie aus dem Jahr 2000 steigerte sich der Prozentsatz der Internetnutzer unter den Computernutzern damit um 21 Prozentpunkte – wobei auch hier vor allem die älteren Kinder einen überdurchschnittli-chen Zugewinn aufweisen.

Vor allem Kinder ab 10 Jahren sind interneterfahren

Betrachtet man die Zusammensetzung der Sechs-bis 13-Jährigen, die zumindest selten das Internet bzw. Onlinedienste nutzen (n= 406), so zeigt sich ein leichter Überhang an Jungen (55%, Mädchen

Bei mehr als 50 Prozent der onlinenutzenden Kinder gehört Internet noch nicht zum Alltag

Auch das Internet wird hauptsächlich zu Hause genutzt

Ein Drittel der Kinder surft meistens alleine im Internet

⑧ **Beaufsichtigung bei der Internetnutzung 2002**

Gehe ins Internet meist ...	Gesamt (n=406)	Mädchen (n=183)	Jungen (n=223)	6-7 J. (n=42)	8-9 J. (n=76)	10-11 J. (n=111)	12-13 J. (n=177)
allein	29	27	30	5	16	27	41
mit Eltern/Elternteil	36	38	34	62	51	35	24
mit Freunden	22	20	24	10	16	26	26
mit Geschwistern	5	7	4	7	8	5	4
weiß nicht, k.A.	7	8	7	17	9	6	5

Basis: Internetnutzer.

Quelle: KIM 2002 PC und Internet.

⑨ **Tätigkeiten im Internet nach Angaben der Kinder**

mindestens einmal pro Woche, in %

	2000 Gesamt (n=227)	2002 Gesamt (n=406)	Mädchen (n=183)	Jungen (n=223)	West (n=315)	Ost (n=91)
E-Mails (senden/empfangen)	31	39	38	39	43	23
Informationen zu best. Thema suchen	41	37	34	40	40	29
Informationen für Schule suchen*	-	37	35	39	38	34
Chatten	23	18	16	19	18	15
Netzspiele spielen	22	15	11	17	16	12
Spiele herunterladen*	-	15	9	20	17	10
Beiträge in Newsgroup lesen/schreiben	13	12	10	14	13	10
Musikdateien herunterladen*	-	11	9	12	11	9
sonstige Dateien herunterladen*	-	9	7	11	10	4
Fernsehen über das Internet*	-	4	3	5	4	5
Radio hören über das Internet*	-	3	3	3	3	4
Dateien herunterladen*	14	-	-	-	-	-

Basis: Internetnutzer.

* Nicht erhoben bzw. abweichende Fragestellung.

Quellen: KIM 2000, KIM 2002 PC und Internet.

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 (vgl. Tabelle 8). 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 Internetnutzern an, dass auf dem heimischen Computer, zu dem das befragte Kind Zugang hat, eine Filter- bzw. Schutzsoftware für das Surfen im Internet installiert sei.

E-Mails und Informationssuche sind die häufigsten Anwendungen

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 ange-

führt, aber auch die Suche nach Informationen zu spezifisch relevanten Themen sowie die Suche nach Informationen für die Schule gehört zum kleinen Kreis der von Kindern bevorzugten 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 Herunterladen 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 Internetnutzer dies mindestens einmal pro Woche tun, sind es bei den Mädchen mit 9 Prozent gerade einmal halb so viele (vgl. Tabelle 9).

Anregungen, welche Angebote man im Internet aufsuchen kann, erhalten die Kinder vor allem von ihren Freunden (62%), mit Abstand dienen auch die Eltern (39%) als Informationsquelle. Unter den klassischen Medien dient vor allem das Fernsehen (35%) als Hauptreferenz, aber auch Zeitschriften (23%) und Geschwister (19%) bieten den Kindern

Anregungen zur Internetnutzung stammen von Freunden und Eltern

⑩ Bekanntheit und Besuch von Internetangeboten für Kinder 2002

in %

Bekanntheit von Internetangeboten ¹⁾	Gesamt (n=406)	davon haben sich dieses Internetangebot bereits angeschaut ²⁾	einmal	mehrmals	noch nie
kika.de	64	(n=261)	25	46	28
toggo.de	53	(n=216)	22	52	24
tivi.zdf.de	42	(n=169)	27	31	38
kindernetz.de	39	(n=157)	17	43	38
internet-abc.de	37	(n=149)	17	49	33
wasistwas.de	33	(n=135)	19	38	39
geolino.de	32	(n=130)	12	42	43
blinde-kuh.de	30	(n=121)	24	35	40
kindercampus.de	30	(n=121)	25	26	48

1) Basis: Internetnutzer.

2) Basis: Internetnutzer, denen das jeweilige Angebot bekannt ist.

Quelle: KIM 2002 PC und Internet.

43 % der Kinder haben Internetseiten von TV-Sendungen schon einmal besucht

relevante Webadressen. Die Nutzung von Suchmaschinen (18%) oder das Auffinden von Netzseiten durch reines Ausprobieren (18%) ist nur für einen kleinen Teil der Kinder alltäglich, auch aus der Schule (16%) erhalten die Kinder wenig Anreize, um spezielle Internetangebote aufzusuchen. Die nach wie vor geringe Nutzung von Lesezeichen bzw. Bookmarks (7%) deutet auf einen wenig habitualisierten Gebrauch des Internets hin. Hierzu passt auch, dass nur 17 Prozent der Internetnutzer eine spezielle Lieblingsseite im Netz angeben können.

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

Seiten von Fernsehsendungen (43%), Fernsehsendern (38%) und Spieleanbietern (39%) haben demnach etwa vier von zehn Kindern schon einmal besucht, auch die Netzversion verschiedener Zeitschriften bzw. Zeitschriftenverlage (31%) ist den Kindern nicht unbekannt. Internetseiten von Comics (21%) oder Radioanbietern (9%) liefern den Kindern hingegen weniger Anreize.

In einem zweiten Schritt wurde den Internetnutzern 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 als Fernsehsender, als Zeitschrift, als Kinderspiel oder durch das Lernen des Alphabets – bereits bekannt.

Hinsichtlich der Bekanntheit erhält der Internetauftritt des KIKA mit 64 Prozent den höchsten Wert, 53 Prozent der Internetnutzer geben an, die Seiten von Super RTL bzw. toggo.de (6) 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 (vgl. Tabelle 10). Die Angaben von Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei nicht.

Dass Bekanntheit nicht mit der tatsächlichen Nutzung eines Internetangebots gleichzusetzen ist, zeigen die Antworten auf die Frage, mit welcher Häufigkeit die Kinder die „bekanntesten“ 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 das Angebot schon angeschaut haben, über denen, die die Webseiten nur dem Namen nach kennen.

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. Da-

Internetauftritt des KIKA ist am bekanntesten, gefolgt von toggo.de (Super RTL)

Kinder sind kaum mit den Produktionsbedingungen der Medien vertraut

⑪ Medienpraktische Erfahrung von Kindern 2002

in %

	Gesamt (n=1 241)	Mädchen (n=607)	Jungen (n=634)	6-7 J. (n=301)	8-9 J. (n=307)	10-11 J. (n=309)	12-13 J. (n=324)
schon einmal gemacht/ausprobiert ¹⁾							
eine Zeitung	7	8	6	2	3	11	14
einen Videofilm	5	7	4	1	4	6	10
Radio	4	4	3	2	2	5	6
ein Hörspiel	4	4	4	2	3	5	6
eine Homepage	3	1	4	-	1	2	8
würde ich gerne einmal machen/ausprobieren ²⁾							
eine Zeitung (n=1 146)	21	22	19	15	21	24	23
einen Videofilm (n=1 173)	47	49	45	43	45	51	49
Radio (n=1 193)	21	20	21	22	20	22	19
ein Hörspiel (n=1 189)	22	27	18	30	23	18	19
eine Homepage (n=1 202)	21	18	23	8	14	26	34

1) Basis: alle Befragten.

2) Basis: Befragte, die jeweilige Tätigkeit noch nie gemacht haben.

Quelle: KIM 2002 PC und Internet.

bei liegt genau in diesem Feld ein großes Potenzial, Kindern die Funktionsweisen der Medienwelt nahe zu bringen und sie 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.

Kinder zeigen Interesse, selbst Medienbeiträge zu produzieren

Zeitungsprojekte sind bei den Sechs- bis 13-jährigen noch am weitesten verbreitet, obgleich die Tageszeitung ein Medium ist, das im Alltag der Kinder eine vergleichsweise geringe Rolle spielt. Wenn überhaupt, haben die ab Zehnjährigen schon einmal in Produktionsbedingungen der Medien hineingeschnuppert, jüngere Kinder können in dieser Hinsicht als „unbefleckt“ bezeichnet werden, obwohl sie als Konsumenten durchaus mit den genannten Medien in Berührung kommen. Gleichzeitig artikulieren die Kinder ein recht großes Interesse daran, selbst Medienbeiträge zu produzieren. Die größte Faszination übt dabei das Drehen eines Videofilms auf die Kinder aus, aber auch die Arbeit mit anderen Medien stößt bei den Kindern auf Gefallen (vgl. Tabelle 11).

Medienaktivitäten in der Familie

Die Nutzung von Medien kann in der Familie auf ganz unterschiedliche Art und Weise erfolgen. Im Rahmen der Studie KIM 2002 wurden die Mütter um eine Einschätzung gebeten, wie der Umgang von Fernsehen und Video sowie Computer und Internet als gemeinsame Aktivität der Familie bzw. zwischen Kind und einem Elternteil gestaltet ist. Hierfür wurden den Müttern verschiedene Aussagen mit der Bitte vorgelegt, die Häufigkeit des Vorkommens der jeweiligen Situation einzuschätzen.

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 (vgl. Tabelle 12).

Entsprechend der im Vergleich zu Fernsehen und Video geringeren Ausstattung mit Computer und Internet liegen die Werte hier auf einem geringeren Niveau. In Bezug auf Computerspiele scheinen die Eltern aber recht 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. Darüber hinaus 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 Internetnutzung von Eltern und Kindern mit zunehmendem Alter der Kinder stärker wird. Dies auf die stark verkürzte Formel "Fernsehen entzweit – Computer vereint" zu bringen, geht hier sicher zu weit, weite-

Partnerschaftliche Beziehung zwischen Kind und Eltern bei Fernseh- und Videonutzung

Vier von zehn Kindern nutzen Computerspiele alleine

Gemeinsame PC- und Internetnutzung mit Eltern steigt mit dem Alter der Kinder an

12 Medienumgang in der Familie nach Angaben der Mütter 2002

mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt (n=1 241)	Mädchen (n=607)	Jungen (n=634)	6-7 J. (n=301)	8-9 J. (n=307)	10-11 J. (n=309)	12-13 J. (n=324)	West (n=995)	Ost (n=246)
Familie entscheidet gemeinsam über TV-Programm am Abend	73	75	71	76	81	72	64	73	74
oft Streit, was im Fernsehen gesehen wird	20	18	22	16	22	18	23	21	16
Kind entscheidet, was es im Fernsehen sehen will	55	55	55	40	51	59	68	53	61
Kind sieht nur fern, wenn Eltern es erlauben	55	51	60	75	62	50	35	57	48
Eltern schauen oft TV-Sendungen, die Kind sehen will	45	45	46	52	48	44	38	47	40
Kind sieht TV/Video im eigenen Zimmer	29	27	30	17	20	29	47	25	43
Eltern und Kind schauen zusammen Video	29	27	30	33	28	26	27	28	33
Kind sieht alleine Videofilme	26	25	27	20	23	28	33	25	33
Eltern und Kind nutzen gemeinsam Computer	29	28	29	20	25	36	33	28	33
Kind nutzt Computer allein zum Lernen	35	34	35	13	27	42	55	32	45
Eltern und Kind spielen gemeinsam am Computer	18	19	18	13	19	19	22	18	20
Kind spielt alleine Computerspiele	42	39	42	24	30	46	65	38	57
Eltern und Kind nutzen gemeinsam Internet	14	14	14	8	11	17	20	15	11
Kind surft alleine im Internet	13	10	15	2	7	11	29	13	11

Quelle: KIM 2002 PC und Internet.

re Forschung über die "Familienmitglieder" Computer und Internet sollte diese mögliche Beziehung aber nicht außer acht lassen.

Fazit

Massenmedien gehören zum Alltag der Kinder

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 als auch hinsichtlich des aufgewandten Zeitbudgets. Medien 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.

Starke Position des Fernsehens ist ungebrochen

Die Medienausstattung erlaubt heute vielfältige und differenzierte Zugriffe, von den klassischen Medien bis hin zu Computer und Internet. Hinzu kommt - aktuell mit raschen Wachstumsraten - die 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 eine zunehmende Differenzierung des Medienumgangs der Sechs- bis 13-Jährigen festzustellen, eine Entwicklung, die bei den Erwachsenen ihre Parallele hat.

Familie bleibt wichtigste Instanz zur Vermittlung von Medienkompetenz

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 ihr Wissen anderen Kindern - Freunden u.a. - weitergeben. Die Bedeutung der Schulen ist ebenfalls erkennbar. Die Vermittlung von Medienkompetenz hat offensichtlich eine große Chance, wenn im Verbund gearbei-

tet wird, und wenn Kinder aus allen gesellschaftlichen Schichten erreicht werden können. Denn nach wie vor bestehen hier vor allem hinsichtlich Computer und Internet unterschiedliche Zugangs- und Nutzungsmöglichkeiten.

Anmerkungen:

- 1) Dies geschieht beispielsweise für die Altersgruppe der Zwölf- bis 19-Jährigen mit der JIM-Studie (Jugend, Information, (Multi-) Media, die seit 1998 im Jahresturnus vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (LFK, LPR, SWR) durchgeführt wird. Die jeweiligen Ergebnisberichte können unter www.mps.de angefordert werden.
- 2) Vgl. Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung von Drei- bis 13-Jährigen 2002. In: Media Perspektiven 4/2003, S. 167-179.
- 3) Um dieses Forschungsdefizit abzubauen, wurde im Frühjahr 1999 die Untersuchung „Kinder und Medien“ (KIM) vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (LFK, LPR, SWR) initiiert. Vgl. Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Kinder und Medien 1999. Ergebnisse der Studie KIM 99 zur Mediennutzung von Kindern. In: Media Perspektiven 12/1999, S. 610-625 sowie Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie 2000. Baden-Baden 2001.
- 4) 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.
- 5) 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, Peter/Sabine Feierabend/Thomas Schmid: Jugend- und Jugendmedienschutz im Spiegel der Bevölkerung. In: Klingler, Walter/Gunnar Roters/Oliver Zöllner: Fernsehforschung in Deutschland. Baden-Baden 1998, S. 935-954.
- 6) Die Abfrage von toggo.de erfolgte hier mit dem Verweis auf den TV-Sender Super RTL.

