

Der Medienumgang Sechs- bis 13-Jähriger nach Sinus-Milieus

→ Kinder und Medien: Ergebnisse der KIM-Studie 2006

Von Sabine Feierabend und Walter Klingler*

Befragung von 1 200 Sechs- bis 13-Jährigen und ihren Haupterziehern

Mediennutzung von Kindern ist ein Thema, das stetig an Aktualität gewinnt. Zahlreiche Kampagnen versuchen, Eltern und Pädagogen für Medienfragen zu sensibilisieren und der Medienerziehung eine höhere Aufmerksamkeit zukommen zu lassen. Der Umgang mit Medien ist für Kinder heute eine Selbstverständlichkeit, in den Familien stehen zahlreiche Geräte zur Verfügung, die zu den unterschiedlichsten Tätigkeiten genutzt werden. Um Orientierung in der dynamischen Medienentwicklung zu bieten, untersucht die Studienreihe KIM – Kinder und Medien – seit 1999 den Medienumgang von Kindern in Deutschland. (1) Für die aktuelle Untersuchung wurden in der Zeit von Mai bis Juni 2006 rund 1 200 Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren und deren Haupterzieher befragt, Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK-Institut in Taunusstein. Die repräsentative Studienreihe KIM ist ein Projekt des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest – einer Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) –, der mit dieser Langzeitstudie eine Basis für eine sachliche Diskussion über das Medienverhalten von Kindern bietet. Die Durchführung der Studie erfolgt in enger Zusammenarbeit mit der Medienforschung des Südwestrundfunks (SWR).

Erstmals Sinus-Milieus der Kinder miterhoben

Die Ergebnisdarstellung der KIM-Studie erfolgt in der Regel anhand gängiger soziodemografischer Variablen, die die unterschiedlichen Lebensphasen oder -situationen von Kindern in Deutschland gut abbilden. Wenig Informationen gibt es aber beim Thema Kinder und Medien, wenn man nicht einzelne Zielgruppen, sondern unterschiedliche gesellschaftliche Milieus, in denen Kinder heute leben und aufwachsen, analysieren will. (2) Um milieuspezifisch zu untersuchen, ob und welche Unterschiede Kinder hinsichtlich Ausstattung, Nutzung und familiärem Status der einzelnen Medien aufweisen, wurden in der KIM-Studie 2006 im Rahmen der Befragung der Haupterzieher erstmals die Sinus-Milieus erhoben. Hintergrund ist, dass der Einzelne nicht als Merkmalsträger (Geschlecht, Alter, Bildungshintergrund oder Schichtzugehörigkeit) betrachtet wird, sondern als Mensch, der je nach Lebensauffassung und Lebensweise einem ganz bestimmten Milieu angehört – mit eigenen Werten, Lebensorientierungen und Interessen, die sich dann auch im Lebensstil, im Konsum und eben auch im Medienumgang widerspiegeln. Insgesamt unterscheidet das Sinus-Modell zehn ver-

schiedene soziale Milieus, die sich in einem zweidimensionalen Raum positionieren. In der Vertikalen wird aufsteigend nach sozialer Lage in Schichten – auf der Grundlage von Bildung, Beruf und Einkommen – differenziert, in der Horizontalen wird nach Grundorientierungen unterschieden, die einem Spannungsbogen von traditionell bis postmodern folgen (vgl. Abbildung 1).

Vergleicht man die gesamtdeutsche Milieu-Verteilung mit der der KIM-Studie 2006, zeigt sich vor allem, dass die traditionellen Milieus in der KIM-Studie deutlich unterrepräsentiert sind (vgl. Tabelle 1). Entfällt gesamtdeutsch etwa ein Viertel der Bevölkerung auf diese Milieus, so lässt sich nur jeder zehnte Haushalt, in dem Sechs- bis 13-Jährige aufwachsen, den „DDR-Nostalgischen“ (6%), „Traditionsverwurzelten“ (2%) oder „Konservativen“ (3%) zuordnen. Fast alle anderen Milieus finden sich in vergleichbarer Größenordnung sowohl in der KIM-Studie als auch im Bevölkerungsdurchschnitt wieder. Mit einem Anteil von 19 Prozent wachsen die meisten Kinder im Milieu der Bürgerlichen Mitte („statusorientierter moderner Mainstream“) auf, das auch bundesweit das zweitgrößte Potenzial darstellt. Knapp dahinter folgt das Milieu der Etablierten (15%), das als „gebildete, gutsituierte und selbstbewusste Elite“ beschrieben wird. In beiden Milieus leben überdurchschnittlich viele Kinder. In der als „spaßorientierte untere Mittelschicht“ geltenden Gruppe der „Hedonisten“ wachsen 13 Prozent der Kinder auf, jeweils 11 Prozent entfallen auf die gesellschaftlichen Leitmilieus „Moderne Performer“ und „Postmaterielle“ sowie auf das Mainstream-Milieu der „Konsum-Materialisten“. Jedes zehnte Kind wächst im Milieu der „Experimentalisten“ auf, das als „individualistische neue Bohème“ beschrieben wird.

Traditionelle Milieus in KIM-Studie deutlich unterrepräsentiert

Für die weitere Analyse wird aufgrund der geringen Fallzahlen auf eine Darstellung der traditionellen Milieus verzichtet. Die verbleibenden Milieus unterscheiden sich – per Definition – vor allem hinsichtlich des Bildungshintergrundes des Haupterziehers und des sozioökonomischen Status. Auch die Altersstruktur der Kinder innerhalb der Milieus ist vergleichbar, kleinere Abweichungen ergeben sich nur hinsichtlich der Geschlechtsverteilung. Etwas mehr Jungen finden sich im Milieu „Moderne Performer“ und bei den „Experimentalisten“ (vgl. Tabelle 2).

Traditionelle Milieus daher hier unberücksichtigt

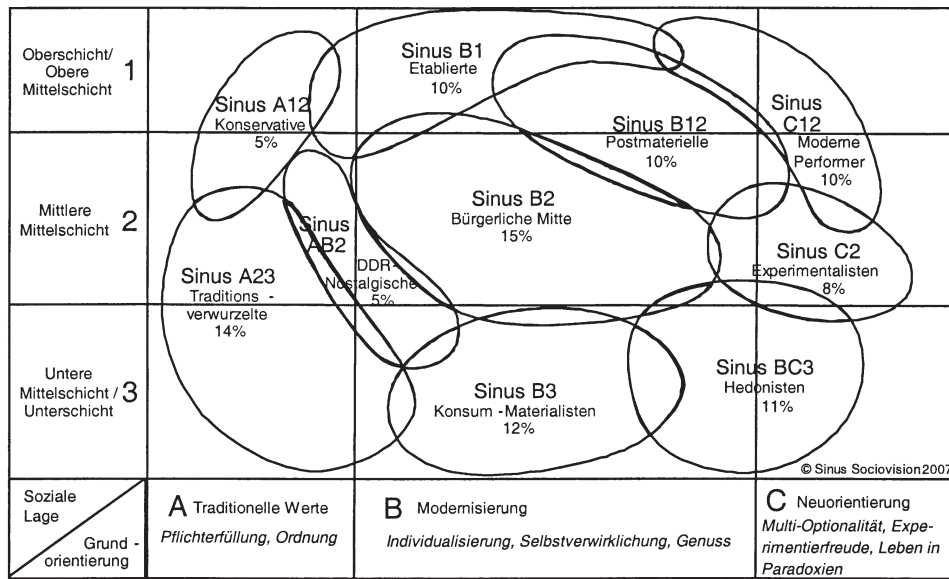
Mediennutzung und Freizeitaktivitäten Sechs- bis 13-Jähriger

Betrachtet man zunächst die Freizeitaktivitäten der Kinder (jeden/fast jeden Tag, ohne Medien), so steht das Lernen für die Schule für mehr als drei Viertel der Kinder an erster Stelle, gut die Hälfte spielt jeden oder fast jeden Tag draußen (59%) oder drinnen (51%) und trifft sich mit Freunden (53%) (vgl. Tabelle 3). 29 Prozent beschäftigen sich in dieser Intensität mit einem (Haus-)Tier, es folgen ausruhen/nichts tun (19%), Unternehmungen mit den Eltern bzw. der Familie (18%) oder kreative Tätigkeiten wie malen, basteln oder zeichnen (17%).

Milieuspezifische Unterschiede bei Freizeitaktivitäten

* Südwestrundfunk Medienforschung/Programmstrategie.

Abb. 1 Sinus-Milieus in Deutschland 2007
Bevölkerungsanteile



Quelle: Sinus Sociovision 2007.

15 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen treiben jeden oder fast jeden Tag Sport. Je nach Herkunftsmilieu zeigen sich bereits hier erste Unterschiede. Kinder aus dem postmateriellem Milieu spielen weniger oft draußen, treffen sich seltener mit Freunden und treiben weniger Sport als Kinder aus anderen Milieus. Umgekehrt beschäftigen sich Kinder aus keinem anderen Milieu so intensiv in der Freizeit mit einem Tier. Kinder aus dem konsum-materialistischen Milieu fallen durch insgesamt unterdurchschnittliche Freizeitaktivitäten auf, dies umfasst auch die Unternehmungen mit der Familie, das Treffen mit Freunden und Sport treiben. Sechs- bis 13-Jährige aus dem hedonistischen Milieu zeigen unterdurchschnittliche Werte beim Erledigen von Hausaufgaben bzw. Lernen und draußen spielen, dafür unternehmen Kinder aus diesem Milieu am häufigsten etwas mit der Familie. Freunde treffen und Sport treiben sind Tätigkeiten, die überdurchschnittlich oft in den Alltag von Kindern aus dem experimentalistischen Milieu integriert sind.

puternutzung ist in diesem Milieu am weitesten verbreitet. Bei Kindern aus dem postmateriellen Milieu hingegen ist das alltägliche Fernsehen am wenigsten verbreitet (67%), gleiches gilt auch für das Radio (13%), dafür ist das Lesen von Büchern für Kinder aus diesem Milieu am deutlichsten in den Alltag integriert (21%). Für Kinder aus dem etablierten Milieu ist das Thema Musik bereits etwas interessanter, ebenso wie Kinder aus der Bürgerlichen Mitte weisen sie aber sonst keine Besonderheiten im Medienumgang auf. Das Leitmedium Fernsehen ist bei Kindern aus dem konsum-materialistischen Milieu noch fester im Alltag verankert, hier sehen mit 87 Prozent deutlich mehr Kinder jeden oder fast jeden Tag fern. Auch die Nutzung von Videos und DVDs fällt überdurchschnittlich aus. Radio und Hörspiele werden hingegen deutlich weniger genutzt als in anderen Milieus. Die geringste Verbreitung des Computers weisen Kinder aus dem hedonistischen Milieu auf, nur bei 18 Prozent ist die Computernutzung fester Bestandteil des Alltags.

Fernsehen dominiert im Medienportfolio der Kinder

Hinsichtlich der Medienaktivitäten der Sechs- bis 13-Jährigen insgesamt nimmt das Fernsehen die dominierende Rolle ein – 78 Prozent der Kinder sitzen jeden oder fast jeden Tag vor dem Gerät (vgl. Tabelle 4). Mit weitem Abstand folgt die Nutzung von Musikkassetten/CDs (29%), Computer und Radio (jeweils 24%) oder das Telefonieren über das Festnetz (23%). Die Auseinandersetzung mit Hörspielkassetten (15%), Büchern (14%), dem Handy (13%), MP3-Dateien (12%), Gameboy (11%) oder Videospielen bzw. Spielkonsolen (10%) erfolgt bei etwa jedem zehnten Kind sehr regelmäßig. Je nach Milieuzugehörigkeit lassen sich verschiedene Schwerpunkte unterscheiden. So weisen Moderne Performer eine überdurchschnittliche Nutzung bei Fernseher, Musikkassetten und MP3s auf, die Com-

Diese Angaben korrespondieren weitgehend mit der Haushaltsausstattung bzw. dem persönlichen Medienbesitz der Kinder. Unabhängig vom jeweiligen Milieu sind die Haushalte, in denen Kinder aufwachsen, in fast gleichem Ausmaß mit Fernsehgerät (100%), Telefon (Festnetz: 96%, Handy: 95%), Radio und CD-Player (je 94%) oder Videorecorder (89%) ausgestattet. Beim Computer, der durchschnittlich in 89 Prozent der Haushalte vorhanden ist, variiert die Ausstattungsrate zwischen 95 (Etablierte und Moderne Performer) und 80 Prozent (Konsum-Materialisten). Ähnlich verhält es

Kindliche Mediennutzung korrespondiert mit Geräteausstattung bzw. Medienbesitz

① **Charakteristika der Sinus-Milieus und ihre Verteilung in der KIM-Studie 2006**

in %

		BRD	KIM-Studie 2006	Fallzahlen KIM-Studie 2006
Gesellschaftliche Leitmilieus				
Moderne Performer	Die junge, unkonventionelle Leistungselite: intensives Leben – beruflich und privat, Multi-Optionalität, Flexibilität und Multimedia-Begeisterung. Hohes Bildungsniveau, hohes HH-Nettoeinkommen.	10	11	n=128
Postmaterielle	Nach-68er-Milieu: überwiegend hochgebildet, kosmopolitisch und tolerant, kritische Auseinandersetzung mit Übertechnisierung und Globalisierung, breites Altersspektrum, hohe bis höchste Formalbildung, qualifizierte und leitende Angestellte und Beamte, Freiberufler, Studenten, hohes Einkommensniveau.	10	11	n=129
Etablierte	Gebildete, gutsituierte und selbstbewusste Elite, Erfolgsethik, Machbarkeitsdenken und ausgeprägte Exklusivitätsansprüche. Mittlere Altersgruppen ab 30 Jahre, überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau, hohe und höchste Einkommensklassen.	10	15	n=182
Mainstream-Milieus				
Konsum-Materialisten	Die stark materialistisch geprägte Unterschicht: Anschluss halten an die Konsumstandards der breiten Mitte als Kompensationsversuch sozialer Benachteiligungen. Breite Altersstreuung, untere Einkommensklassen, häufig soziale Benachteiligung.	12	11	n=129
Bürgerliche Mitte	Der statusorientierte moderne Mainstream: Streben nach beruflicher und sozialer Etablierung, nach gesicherten und harmonischen Verhältnissen. 30 bis 50 Jahre, qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse, mittlere Einkommensklassen.	15	19	n=234
Hedonistische Milieus				
Experimentalisten	Die individualistische neue Bohème: Ungehinderte Spontaneität, Leben in Widersprüchen, Selbstverständnis als Lifestyle-Avantgarde. Junges Milieu, viele (noch) ohne eigenes Einkommen, gehobene Bildungsabschlüsse.	8	10	n=119
Hedonisten	Die spaßorientierte moderne Unterschicht/untere Mittelschicht: Verweigerung von Konventionen und Verhaltenserwartungen der Leistungsgesellschaft. Jüngere und mittlere Altersgruppen, einfache bis mittlere Formalbildung, großer Anteil von Personen ohne eigenes Einkommen.	11	13	n=151
Traditionelle Milieus				
DDR-Nostalgische	Die resignierten Wende-Verlierer: Festhalten an preußischen Tugenden und altsozialistischen Vorstellungen von Gerechtigkeit und Solidarität. Meist einfache bis mittlere Bildung, aber auch viele Hochschulabschlüsse, kleine bis mittlere Einkommen.	5	6	n=67
Traditionsverwurzelte	Die Sicherheit und Ordnung liebende Kriegsgeneration: verwurzelt in der kleinbürgerlichen Welt bzw. in der traditionellen Arbeiterkultur. Kriegs- und Nachkriegsgeneration, Hauptschule mit abgeschlossener Berufsausbildung, viele Frauen, meist kleine bis mittlere Einkommen.	14	2	n=35
Konservative	Das alte deutsche Bildungsbürgertum: konservative Kulturkritik, humanistisch geprägte Pflichtauffassung und gepflegte Umgangsformen. Altersschwerpunkt ab 60 Jahre, hoher Anteil von Personen im Ruhestand, mittleres bis gehobenes Einkommensniveau, teilweise größere Vermögen.	5	3	n=29

Quelle: Sinus Sociovision 2007, KIM-Studie 2006.

sich beim Internetzugang (81%): Während bei den Modernen Performern 93 Prozent von zu Hause aus online gehen können, sind es bei den Konsum-Materialisten gerade 65 Prozent (die restlichen Milieus bewegen sich zwischen 81 und 88%). Spezielle Kindercomputer finden sich mit 27 Prozent in gut jedem vierten Haushalt Etablierter, Moderne Performer ergreifen dieses frühe Angebot der Aneignung nur zu 13 Prozent, weniger noch als die Konsum-Materialisten (17%). Beim Abonnement einer Tageszeitung (62%) liegen Postmaterielle

und Etablierte (jeweils 70%) mit weitem Abstand vor Konsum-Materialisten (51%), beim insgesamt weniger weit verbreiteten Pay-TV-Abonnement (13%) hingegen variiert die Ausstattungsrate zwischen den Milieus nur um maximal vier Prozentpunkte.

Betrachtet man den Medienbesitz der Kinder, so zeigt sich auch hier, dass Kinder aus den gesellschaftlichen Leitmilieus (Moderne Performer und Etablierte) über ein breiteres Medienrepertoire verfügen als Kinder aus den Mainstream- oder hedonistischen Milieus (vgl. Tabelle 5). Besondere Be-

② Struktur der Herkunftsmilieus

in %

	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimentaldenken	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Geschlecht Kinder								
Junge	51	63	45	49	52	50	58	44
Mädchen	49	38	55	51	48	50	42	56
Altersgruppen Kinder								
6-7 Jahre	24	25	26	15	29	21	27	25
8-9 Jahre	25	27	19	25	27	26	23	23
10-11 Jahre	25	20	23	30	18	26	25	26
12-13 Jahre	26	28	31	30	26	26	25	25
Ø-Alter (in Jahren)	9,6	9,5	9,7	9,9	9,2	9,7	9,5	9,6
Bildung Haupterzieher								
Hauptschule	40	27	21	36	52	47	43	44
Realschule	41	60	38	43	37	42	32	36
Abitur/Studium	17	13	40	20	11	8	23	19
Haushaltsnettoeinkommen								
bis unter 1 500 Euro	15	7	6	6	24	18	17	19
1 500 - unter 2 000 Euro	19	13	9	21	28	21	18	18
2 000 Euro bis unter 2 500 Euro	23	25	21	21	22	20	24	20
2 500 Euro und mehr	43	55	62	52	25	38	42	44

Quelle: KIM-Studie 2006.

③ Freizeitaktivitäten* von sechs bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit

jeden/fast jeden Tag, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimentaldenken	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Hausaufgaben/Lernen	78	80	80	87	66	87	71	60
draußen spielen	59	60	45	68	55	64	64	51
Freunde treffen	53	61	41	59	44	54	69	52
drinnen spielen	51	55	53	47	56	52	50	46
mit Tier beschäftigen	29	34	41	32	18	29	27	25
ausruhen	19	22	9	24	13	21	24	22
Familie/Eltern	18	17	18	21	10	17	14	23
malen/zeichnen/basteln	17	17	17	17	16	16	18	18
Sport treiben	15	17	10	15	10	17	23	17

* Nennungen ab 5 Prozent.

Quelle: KIM-Studie 2006.

achtung verdienen die Postmateriellen, deren eher medienkritische Einstellung sich auch im Medienbesitz der Kinder widerspiegelt – Fernsehgeräte, Handy, MP3-Player, Videorecorder oder die Playstation Portable sind deutlich seltener im Kinderzimmer zu finden. Der Blick auf das konsummaterialistische Milieu zeigt, dass trotz überdurchschnittlicher Nutzung von Fernseher, Computer oder Spielkonsole der persönliche Besitz bei den Kindern geringer ausgeprägt ist als in anderen Milieus.

Top-3-Freizeitaktivitäten: Freunde treffen, draußen spielen, fernsehen

Die Frage nach der liebsten Freizeitaktivität – mit oder ohne Medien – beantworten im übrigen 47 Prozent aller Kinder mit „Freunde treffen“, 42 Prozent geben „draußen spielen“ und 31 Prozent „fernsehen“

an (vgl. Tabelle 6). Sport (24%) platziert sich vor dem Computer (22%), in vergleichbarer Größenordnung folgen der Umgang mit Tieren (15%), das „drinnen spielen“ (14%), das Zusammensein mit Eltern (12%) oder das Malen und Basteln (10%). Freunde treffen und draußen spielen wird von Kindern aus allen Milieus auf die Plätze 1 und 2 gesetzt, auf Rang 3 kommt bei den Kindern der Postmateriellen der Umgang mit Tieren, bei den Konsum-Materialisten der Umgang mit dem Fernseher und bei den Experimentalisten der aktive Sport. Freunde treffen ist für Experimentalisten

④ **Medienaktivitäten* von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit**

jeden/fast jeden Tag, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Post-materielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experim- talisten	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Fernsehen	78	84	67	80	87	81	72	75
Musikkassetten/CDs am Computer sitzen (spielen, lernen, arbeiten)	29	35	29	37	26	29	23	25
Radio hören	24	34	26	27	29	21	26	18
Telefonieren (Festnetz)	24	28	13	26	15	29	27	25
Hörspielkassetten	23	31	19	20	23	23	28	19
Buch	15	21	16	19	9	14	11	12
Telefonieren (Handy)	14	12	21	17	12	11	8	10
MP3s anhören	13	17	14	16	11	17	9	13
Gameboy spielen	12	20	10	14	10	15	11	11
Videospiele/Spielkonsole spielen	11	18	9	10	11	8	18	14
Zeitschrift lesen	10	13	5	10	12	11	13	13
Comic lesen	6	9	5	7	5	6	11	8
Video/DVD sehen	6	13	4	6	8	4	9	6
Zeitung lesen/anschauen	6	6	1	7	12	2	13	10
	5	6	2	4	2	6	9	5

* Nennungen ab 5 Prozent.

Quelle: KIM-Studie 2006.

⑤ **Medienbesitz* von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit**

Angaben der Haupterzieher, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Post-materielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experim- talisten	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
CD-Player	57	65	64	59	50	60	50	52
Kassettenrecorder	53	55	57	53	50	52	48	56
Radio/Radio in Stereoanlage	48	46	50	51	34	54	48	42
Fernsehgerät	44	48	31	49	37	51	50	47
andere tragbare Spielkonsolen	43	58	42	43	34	44	41	42
Walkman, Discman, Mini-Radio	43	50	42	53	35	49	35	31
Handy	36	50	32	45	29	36	30	36
MP3-Player oder iPod	29	43	29	35	23	33	23	23
nicht-tragbare Spielkonsole	22	29	16	26	22	21	22	17
Computer/Laptop/Notebook	17	16	21	22	17	14	18	20
Kindercomputer	15	11	16	18	15	17	13	13
DVD-Player	14	20	19	14	9	15	18	15
Videorecorder	13	17	8	14	12	13	13	17
Playstation Portable	12	13	9	14	12	15	8	13
Internet/E-Mail-Anschluss	8	10	10	9	8	6	11	8
Mini-Disc-Rekorder	6	5	5	8	7	7	8	3
Digitalkamera	5	8	5	6	2	4	3	5

* Nennungen ab 5 Prozent.

Quelle: KIM-Studie 2006.

besonders wichtig, und auch der Stellenwert der Familie ist bei diesen Kindern im Vergleich am stärksten ausgeprägt. Den geringsten Familiensinn zeigen Kinder aus konsum-materialistischem Milieu.

Fernsehen mit Abstand am wenigsten verzichtbares Medium

Fragt man Kinder, auf welches Medium sie am wenigsten verzichten könnten, so benennen 70 Prozent den Fernseher, 16 Prozent den Computer, 5 Prozent Bücher und jeweils 2 Prozent Radio, Internet,

Zeitschriften und MP3-Player (vgl. Tabelle 7). Trotz vielfältiger Medienausstattung und -nutzung ist die Bindung an das Fernsehen (noch) am stärksten ausgeprägt. Bei Kindern aus postmateriellem Milieu ist die Bindung an das Fernsehen mit 60 Prozent deutlich geringer, an Computer und Bücher hingegen deutlich stärker ausgeprägt. Bei Sechsbis 13-Jährigen mit experimentalistischer und hedonistischer Milieuherkunft ist die Bindung an das Fernsehen ebenfalls etwas geringer ausgeprägt.

⑥ **Liebste Freizeitaktivitäten* von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit**

Angaben der Haupterzieher, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Post-materielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimenter	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	15
Freunde treffen	47	53	52	45	40	45	61	44
draußen spielen	42	39	32	42	40	50	43	36
Fernsehen	31	32	19	34	32	35	24	30
Sport treiben	24	29	27	26	21	28	29	19
am Computer sitzen (spielen, lernen, arbeiten)	22	20	28	16	27	21	19	21
mit Tier beschäftigen	15	18	29	14	13	15	11	14
drinnen spielen	14	16	9	7	22	12	18	14
Familie/Eltern	12	9	10	14	8	11	18	13
malen/zeichnen/basteln	10	9	18	9	11	7	10	10

* Nennungen ab 10 Prozent.

Quelle: KIM-Studie 2006.

⑦ **Medienbindung der Kinder und Haupterzieher**

„am wenigsten verzichten könnte ich auf ...“, Angaben in %

	Gesamt	Moderne Performer	Post-materielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimenter	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Kinder 6–13 Jahre								
Fernsehen	70	74	60	74	74	74	66	67
Computer	16	17	21	15	15	13	18	16
Radio	2	1	4	1	2	2	3	3
Internet	2	2	2	2	3	1	4	3
Zeitschriften/Heftchen	2	2	3	2	1	2	3	5
Bücher	5	4	10	4	4	4	1	5
MP3-Player	2	1	1	2	2	4	3	2
Haupterzieher								
Fernsehen	58	58	36	52	77	65	55	57
Bücher	11	13	25	11	6	6	8	11
Zeitung	9	8	12	13	4	8	10	11
Radio	7	6	7	8	4	8	4	5
Computer	6	9	9	7	3	6	8	4
Zeitschriften	5	2	5	4	4	3	8	7
Internet	4	3	5	5	2	3	5	3
MP3-Player	0	1	1	1	–	1	–	–

Quelle: KIM-Studie 2006.

Vergleich man diese Angaben mit denen des Haupterziehers, so zeigen sich deutliche Parallelen – auch erwachsene Befragte aus dem postmateriellen Milieu haben im Vergleich die schwächste Bindung an das Fernsehen, Bücher werden überproportional wertgeschätzt. Die Bindung an das Fernsehen fällt bei Haupterziehern aus dem konsum-materialistischen Milieu am stärksten aus.

Nutzungsdauer und Bindungskraft korrespondieren nicht bei allen Medien

Der Vergleich mit der durchschnittlichen Nutzungszeit (Schätzung der Haupterzieher) zeigt, dass der Umfang der Mediennutzung und die Bindungskraft eines Mediums nicht übereinstimmen müssen (vgl. Tabelle 8). Mit 91 Minuten verbringen die Kinder zwar die meiste Zeit mit dem Fernseher, mit jeweils 41 Minuten folgen dann Computer und

Radio, die Bindung vor allem an das Radio ist aber deutlich geringer ausgeprägt. Gelesen wird 22 Minuten pro Tag, die Onlinenutzung wird auf 18 Minuten geschätzt. Je nach Milieuherkunft unterscheiden sich die Nutzungszeiten zum Teil recht deutlich. Die geringste Mediennutzung weisen Kinder aus postmateriellem Milieu auf – sie sehen mit 74 Minuten deutlich weniger fern, nutzen Radio, Computer und Internet unterdurchschnittlich, lesen dafür aber mit 29 Minuten am längsten. Eine unterdurchschnittliche Fernsehnutzung weisen auch Kinder aus dem Milieu der Modernen Performer auf (84 Minuten) auf, Computer und Internet wer-

⑧ **Mediennutzung von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit**

Einschätzung der Haupterzieher, in Min. pro Tag

	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimentalisten	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Fernsehen	91	84	74	97	99	94	93	94
Radio	41	39	38	43	29	45	45	46
Buch/lesen	22	19	29	23	17	22	18	18
Computer	41	43	34	45	39	40	53	41
davon Internet	18	21	14	21	16	15	26	19

Quelle: KIM-Studie 2006.

den in diesem etwas jungenlastigen Milieu etwas intensiver genutzt. Auch Kinder mit konsummaterialistischer Milieuherkunft verbringen insgesamt etwas weniger Zeit mit Medien als der Durchschnitt, hier fällt aber die Fokussierung auf das Fernsehen auf, während die anderen Medien eher unterdurchschnittlich genutzt werden. Die insgesamt längste Mediennutzung haben aber Kinder aus dem Milieu der Experimentalisten, dies gilt vor allem für Computer und Internet.

Die Hälfte der Kinder hat ein Vorbild oder Idol

Jenseits der Bindung an eines der Medien wird im Zusammenhang mit der Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen immer die Frage nach potentiellen Identifikationsfiguren diskutiert. Insgesamt bestätigen 51 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren, sich an einem Idol oder einem Vorbild zu orientieren. Auf die Nachfrage, wer dies sei, geben hiervon 38 Prozent eine Person aus Film und Fernsehen an, 24 Prozent haben eine Sportlerin oder einen Sportler zum Vorbild, 18 Prozent begeistern sich für jemanden aus dem Musikbusiness. Jeder Zehnte nennt eine Person aus seinem privaten Umfeld und 7 Prozent haben ihr Idol aus einer literarischen Vorlage. Je nach Herkunftsmilieu variiert dabei weniger die generelle Verbreitung von Idolen als deren Herkunft (Ausreißer bilden Moderne Performer, die zu 61 % angeben, ein Vorbild zu haben, und Experimentalisten bei denen nur 44 % ein Vorbild nennen). Für Moderne Performer bieten Sportler (36 %) die größte Identifikationsfläche, bei den Postmateriellen liegen Musiker (27 %) knapp vor Film- und Fernsehstars (25 %) und Sportlern (22 %). Bei den Etablierten und vor allem den Experimentalisten und Hedonisten liegen Idole aus der Film- und Fernsehbranche mit Abstand (41 %, 54 % und 53 %) vorne.

60 Prozent haben einen Lieblings-Fernsehsender

Das Fernsehen als Leitmedium der Kinder präsentiert sich diesen mit einer umfangreichen Angebotspalette – auf eine detaillierte Darstellung der Fernsehnutzung wird an dieser Stelle mit Verweis auf andere Quellen verzichtet. (4) Im Rahmen der KIM-Studie geben 60 Prozent der Sechs- bis 13-jährigen an, einen Lieblings-Fernsehsender zu haben. Dieser Wert variiert je nach Milieuherkunft nur unwesentlich, Ausnahme bilden Moderne Per-

former (70 %) und Postmaterielle (53 %). Fragt man nach, um welchen Sender es sich genau handelt, so geben 22 Prozent der Kinder mit Lieblingssender Super RTL an, 21 Prozent den KIKKA, 14 Prozent RTL, 9 Prozent RTL II und jeweils 6 Prozent ProSieben und SAT.1. Der KIKKA wird am häufigsten von Kindern aus dem postmateriellen Milieu als Lieblingssender genannt (29 %), Super RTL (25 %) folgt dicht auf. Kinder mit experimentellem Milieuhintergrund geben zu 23 Prozent den KIKKA als liebsten Sender an, es folgen RTL (17 %), Super RTL (13 %) und RTL II (12 %). Bei Konsum-Materialisten steht Super RTL (28 %) vorne, nach RTL (16 %) liegt der KIKKA nur auf dem dritten Rang (14 %). Die restlichen Milieus zeigen keine weiteren Auffälligkeiten.

Die Lesekompetenz als grundlegende Fähigkeit ist der Schlüssel zur kompetenten Beherrschung anderer Medien. Viele Bereiche von Computer und Internet lassen sich nur dadurch sinnvoll erschließen. Inwieweit Bücher und Lesen neben der schulischen Beschäftigung auch in der Freizeit der Kinder eine Rolle spielen, ist eine Fragestellung der KIM-Studie. Nicht zuletzt durch einige erfolgreiche Buchtitel und Reihen wie beispielsweise Harry Potter konnte sich das Lesen als Freizeitbeschäftigung trotz des immer leichteren Zugangs zu elektronischen Medien über die Jahre relativ gut behaupten. Aktuell lesen 49 Prozent der Kinder zumindest einmal pro Woche in einem Buch (2000: 40 %, 2003: 57 %), weitere 37 Prozent lesen seltener und 13 Prozent geben an, nie zu einem Buch zu greifen (vgl. Tabelle 9). Der Anteil der Nicht-Leser beträgt bei Kindern aus konsummaterialistischem und hedonistischem Milieu ein Fünftel, am niedrigsten liegt er bei Postmateriellen (7 %), Etablierten (10 %) und Kindern aus der Bürgerlichen Mitte (9 %). Das generelle Interesse an Büchern korrespondiert mit diesen Angaben. So geben insgesamt 16 Prozent der Kinder an, sehr gerne zu lesen, weitere 33 Prozent lesen zumindest gerne – Postmaterielle und Etablierte lesen besonders gerne, Konsum-Materialisten und Experimentalisten weisen auch hier die größte Distanz auf. Entsprechend fallen auch die Angaben zur Frage nach der aktuellen Buchnutzung aus. Jedes zweite Kind aus postmateriellem oder etabliertem Milieu las zum Zeitpunkt der Befragung ein Buch, bei Konsum-Materialisten und Experimentalisten waren es nur jeweils ein Viertel.

Die Hälfte der Kinder liest mindestens einmal pro Woche Bücher

9 Buchlektüre von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit

in %

	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimentalisten	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Nutzungsfrequenz Buch lesen								
jeden/fast jeden Tag	14	12	21	17	12	11	8	10
ein-/mehrmals i.d. Woche	36	35	44	36	25	37	37	36
seltener	37	41	28	36	43	42	37	30
nie	13	13	7	10	19	9	16	21
Interesse am Lesen von Büchern								
lese sehr gerne	16	20	30	18	9	15	6	9
lese gerne	33	30	34	40	25	31	34	36
lese nicht so gerne	27	23	22	24	34	29	29	22
lese gar nicht gerne	7	10	3	4	10	9	8	7
Nicht-Leser/keine Angabe	17	17	10	14	22	15	23	26
Buchnutzung zum Befragungszeitpunkt								
ja	38	34	53	46	26	38	25	33

Quelle: KIM-Studie 2006.

Vier Fünftel der Sechs- bis 13-Jährigen nutzen zumindest selten Computer

Computer und Internet haben auch im Alltag der Kinder einen immer höheren Stellenwert. Zählte im Jahr 1999 mit 51 Prozent gerade die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen zu denjenigen, die zumindest selten einen Computer nutzen, hat sich dieser Anteil bis zum Jahr 2006 auf 81 Prozent erhöht. Die Zuwachsraten des Internets liegen noch höher: 1999 hatten gerade 6 Prozent aller Kinder überhaupt Erfahrung mit dem Internet (Nutzung zumindest selten) gesammelt, im Jahr darauf hatte sich dieser Anteil bereits verdreifacht. 2002 lag der Anteil bei 33 Prozent und stieg in den Folgejahren – dann allerdings mit weniger Dynamik – weiter an (2003: 42%, 2005: 52%, 2006: 58%). Für die Nutzung des Internets sind stärker noch als für den Umgang mit dem Computer vor allem Schreib- und Lesefähigkeit der Nutzer Voraussetzung – Fertigkeiten, die Kinder in der Regel erst ab dem Alter von sechs Jahren systematisch erlernen. Entsprechend ist der Verbreitung des Internets eine Art natürliche Grenze nach unten gesetzt. Der Anteil an Kindern mit Computererfahrung weist aktuell über die verschiedenen Milieus nur wenig Variation auf. Experimentalisten (76%), Konsum-Materialisten (77%) und Hedonisten (79%) haben die 80-Prozent-Marke noch nicht überschritten, Moderne Performer (84%), Postmaterielle und Etablierte (jeweils 86%) weisen etwas höhere Anteile auf. Größere Abweichungen ergeben sich bei den Kindern mit Interneterfahrung. Bei Konsum-Materialisten gehören nur 47 Prozent der Kinder zu den Internetnutzern, nun zeichnen sich aber auch Kinder der Bürgerlichen Mitte durch einen geringen Anteil (51%) aus. Etwas höher liegen die Anteile bei Experimentalisten (59%), jeweils mehr als 60 Prozent Internetnutzer gibt es bei den Hedonisten (62%), Postmateriellen (64%), Modernen Performern (66%) und den Etablierten (67%).

Wie nutzen Kinder Computer und Internet?

Welchen Offline- und Onlinetätigkeiten gehen die Kinder nach, und gibt es milieuspezifische Schwerpunkte? Betrachtet man die regelmäßig ausgeüb-

ten Computertätigkeiten (mindestens einmal pro Woche), so zeichnen sich fünf Kerntätigkeiten ab: Computerspiele alleine (63%) oder mit anderen (52%) spielen, den Computer für die Schule (46%) oder Lernprogramme (43%) nutzen und im Internet surfen (41%) (vgl. Tabelle 10). Etwa jedes dritte Kind mit Computererfahrung malt regelmäßig mit dem Computer, nutzt ein PC-Lexikon oder hört sich mit dem Computer Musik an. Andere Tätigkeiten wie die Nutzung und Bearbeitung von Bild- oder Tondateien sind weniger stark in den Alltag integriert. Bei den Modernen Performern nehmen Spiele (alleine oder mit anderen) die ersten beiden Plätze der häufigen Tätigkeiten ein, das Surfen im Internet folgt knapp vor der Nutzung im schulischen Kontext. Auch bei Kindern mit postmateriellem Milieuherkunft wird am häufigsten alleine gespielt, aber deutlich weniger als in allen anderen Milieus. Etwas häufiger als zum Spielen mit Dritten wird der Computer für die Schule genutzt. Das Surfen im Internet ist für diese Kinder wichtiger als die Nutzung von Lernprogrammen. Überdurchschnittlich ausgeprägt ist auch die Auseinandersetzung mit PC-Lexika. Bei Kindern von Etablierten stellt sich die inhaltliche Zuwendung ganz ähnlich dar, wenngleich das Spielen alleine deutlicher und das Surfen im Internet geringer ausgeprägt ist als bei den Postmateriellen, auch werden häufiger Texte geschrieben. Für Konsum-Materialisten steht hingegen das Spielen am deutlichsten im Vordergrund der Computernutzung, der Abstand zur schulischen Nutzung oder dem Surfen im Internet ist am stärksten ausgeprägt. Deutlich unterdurchschnittlich fällt das Schreiben von Texten und das Nachschlagen in PC-Lexika aus. Bei Experimentalisten zeigt sich das breiteste Anwendungsrepertoire, auch wenn ein deutlicher Schwerpunkt auf der Spielnutzung liegt – egal ob alleine oder gemein-

⑩ **Computer- und Internettätigkeiten* von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit**

mind. einmal pro Woche, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimentalisten	Hedonisten
Computertätigkeiten (Basis: Computernutzer)								
Fallzahl (n)	972	108	111	156	99	194	90	120
alleine Computerspiele spielen mit anderen Computerspiele spielen	63	66	52	66	66	62	69	63
etwas für die Schule machen	52	55	47	49	53	51	67	56
Lernprogramm benutzen	46	44	50	55	35	42	52	40
im Internet surfen	43	48	39	50	34	44	46	39
Texte schreiben	41	50	47	40	35	36	52	49
mit Computer malen/zeichnen	31	37	27	39	20	29	30	27
PC-Lexikon	30	27	31	33	31	29	37	33
Musik hören	28	26	35	32	16	27	37	26
E-Mails verschicken/empfangen	24	25	22	21	25	26	39	23
DVDs anschauen	24	31	24	25	18	21	33	28
	13	13	14	12	17	11	18	19
Internettätigkeiten (Basis: Internetnutzer)								
Fallzahl (n)	695	85	83	122	60	120	70	94
nach Informationen für die Schule suchen	48	48	55	53	40	48	44	43
nach Informationen zu anderen Themen suchen	44	49	46	41	42	38	51	53
alleine Spiele spielen	40	47	34	39	47	46	45	36
Internetseiten nutzen, die speziell für Kinder gemacht sind	38	41	42	38	37	44	34	38
Internetseiten nutzen, die nicht speziell für Kinder gemacht sind mit anderen Internetnutzern	25	26	27	19	22	24	37	34
Spiele spielen	24	25	16	25	27	26	39	26
chatten	20	14	23	20	32	21	29	17
Musikdateien anhören	17	16	17	13	15	19	29	22
Musikdateien herunterladen	15	12	12	8	25	13	23	22
Instant-Messenger	14	13	14	14	20	12	16	17
sonstige Dateien herunterladen	12	12	7	7	8	12	20	23
Beiträge in Newsgroups oder Foren lesen oder schreiben	12	12	16	7	7	13	14	21
Spiele herunterladen	11	11	4	7	15	11	26	15

* Nennungen ab 10 Prozent.

Quelle: KIM-Studie 2006.

sam mit anderen. Der Computer als Musikabspielstätte ist in diesem Milieu am weitesten verbreitet, gleiches gilt auch für eher kreative Tätigkeiten wie Zeichnen oder Tonbearbeitung.

Informationssuche wichtigste Onlineaktivität

Zu den am häufigsten ausgeübten Onlineaktivitäten (mindestens einmal pro Woche) der Internetnutzer zählt zunächst die Informationssuche – sei es für die Schule (48%) oder für andere Interessensbereiche (44%). Gespielt wird auch im Internet häufiger alleine (40%) als gemeinsam mit anderen Usern (24%). Spezielle Internetangebote für Kinder (38%) werden in dieser Altersgruppe noch häufiger genutzt als Seiten, die sich nicht speziell an

Kinder richten (25%). Kommunikative Aspekte sind für ein Drittel in Form von E-Mails, für ein Fünftel im Besuch von Chatrooms regelmäßige Onlineanwendungen, die Nutzung von Instant Messengern ist noch nicht so weit verbreitet (14%). Der Faktor Musik wird erst für die älteren Kinder eine relevante Größe der Internetnutzung, in der Gesamtbetrachtung der Sechs- bis 13-Jährigen spielt er noch eine untergeordnete Rolle.

Für Kinder aus dem Milieu der Modernen Performer steht bei der Informationssuche die Schule erst an zweiter Stelle, sie spielen häufiger alleine im Internet und kommunizieren überdurchschnittlich per Mail. Chatten spielt für diese Kinder im Milieuvorgleich aber die geringste Rolle. Postmaterielle nutzen das Internet vor allem als Rechercheinstru-

Unterschiede nach Milieus

11 Medienkompetenz von sechs- bis 13-jährigen Kindern nach Milieuzugehörigkeit

„...kann das ganz gut“, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Post-materielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimentaristen	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Videorecorder programmieren	27	34	27	31	28	25	27	25
Uhrzeit am Handy einstellen	39	51	40	43	29	41	34	34
mit dem Handy SMS verschicken	44	54	43	48	36	44	40	42
Videotext im Fernsehen einstellen	42	48	39	46	35	48	44	30
Programme auf den Computer spielen	38	38	40	43	36	44	36	32
Dateiverzeichnisse anlegen	16	16	19	16	13	15	19	19
CD-Roms brennen	16	21	22	20	17	11	13	17
Dateien aus dem Internet downloaden	14	17	18	13	13	10	16	18
im Chatroom anmelden	14	17	19	13	16	13	22	11
eine Homepage erstellen	4	2	5	4	5	4	6	6
eine DVD abspielen	51	60	62	52	49	53	45	44
einen MP3-Player benutzen	36	52	36	38	33	38	39	26

Quelle: KIM-Studie 2006.

ment, Onlinespiele haben für diese Gruppe die geringste Bedeutung, die kommunikativen Aspekte der Onlinenutzung sind durchschnittlich ausgeprägt. Etablierte zeigen bei der Internetnutzung kaum Auffälligkeiten, allerdings beschäftigt sich diese Gruppe am wenigsten mit Onlineangeboten, die nicht explizit für Kinder, sondern eher für Erwachsene konzipiert sind. Auch das Downloaden von Musik findet kaum Anwendung. Für Kinder aus dem Milieu der Konsum-Materialisten steht die Beschäftigung mit Onlinespielen im Vordergrund, die Informationssuche folgt knapp dahinter. Im kommunikativen Bereich spielt das Chatten die größte Rolle, dann erst kommen E-Mails. Das Instant Messaging ist in dieser Gruppe am weitesten verbreitet. Auch bei Kindern aus der Bürgerlichen Mitte steht die Informationssuche an erster Stelle, allerdings vor allem den schulischen Bereich betreffend. Es folgen Onlinespiele und spezielle Kinderseiten, die allgemeine Informationssuche kommt erst an vierter Stelle. Am auffälligsten sind Kinder mit experimentalistischem Milieuhintergrund – sie weisen bei allen Tätigkeiten eine überdurchschnittliche Nutzung auf. Die Informationssuche außerhalb des schulischen Kontextes steht für diese Kinder an erster Stelle, es folgen fast gleichauf Infos für die Schule, Spiele und E-Mails. Auch ist die Nutzung von Angeboten, die sich nicht direkt an Kinder richten, am weitesten verbreitet. Kinder mit hedonistischem Hintergrund schließlich weisen ein sehr ähnliches Profil auf, wenngleich das Spielen (alleine oder mit anderen) und kommunikative Aspekte (vor allem Chat, aber auch E-Mail) weniger relevant sind.

der Bitte um Bewertung genannt. Dabei konnten die Kinder zwischen „kann das gut“, „kann das nicht so gut“ und „mache das eigentlich nie“ wählen. Am besten können Kinder mit dem DVD-Player umgehen, über die Hälfte der Kinder kommt damit gut zurecht (vgl. Tabelle 11). Knapp die Hälfte beherrscht es gut, SMS zu verschicken, 42 Prozent haben keine Schwierigkeiten, den Videotext am Fernseher zu nutzen. Etwa zwei Fünftel stellen problemlos die Uhr am Handy selbst ein oder spielen Dateien auf den Computer. 27 Prozent können einen Videorecorder programmieren. Schwierigere Tätigkeiten am Computer, wie beispielsweise Verzeichnisse anlegen, beherrschen deutlich weniger Kinder (16%), die meisten machen dies eigentlich nie. 14 Prozent verstehen es, sich in einem Chatroom anzumelden oder Dateien aus dem Internet herunter zu laden. Die Fertigkeiten der Kinder variieren dabei je nach Milieuherkunft. Moderne Performer haben überdurchschnittliche Kenntnisse beim Umgang mit DVDs und MP3-Playern, beim Programmieren des Videorecorders und beim Handy. Konsum-Materialisten haben entsprechend ihrer geringeren Ausstattung weniger Erfahrung im Umgang mit dem Handy und sind weniger versiert im Umgang mit dem Videotext am Fernsehgerät. Kinder aus der Bürgerlichen Mitte können etwas weniger gut CDs brennen oder Daten aus dem Internet beziehen, Experimentalisten kennzeichnen vor allem ihre Kenntnisse, wie man sich im Chat anmeldet. Hedonisten schneiden bei diesem Kompetenzvergleich am wenigsten gut ab.

Stellenwert von Medienerziehung bei den Haupterziehern

Eine andere Untersuchungsebene der Studie bezog sich auf den Stellenwert des Themas „Kinder und Medien“ bzw. „Medienerziehung“. Hierzu wurden

Selbstinschätzung medialer Kompetenzen erfragt

Unterschiedliche Medienausstattung und Medienbesitz, aber auch Differenzierungen nach Medientätigkeiten werfen die Frage auf, wie es mit ganz konkreten Kompetenzen im alltäglichen Umgang mit den verschiedenen Medien aussieht. Den Kindern wurden hierfür verschiedene Tätigkeiten mit

Thema „Kinder und Medien“ rangiert an 6. von 26 Stellen

den Haupterziehern 26 mögliche Interessensbereiche mit der Bitte um Bewertung vorgelegt (6er Skala, 1 = ist für mich sehr interessant, 6 = ist für mich überhaupt nicht interessant). Für drei Viertel der Haupterzieher stehen die Themen „Schule“ und „Liebe, Partnerschaft“ (je 74% Skalenspunkte 1+2) ganz oben, es folgen allgemeine Erziehungsfragen (73%), „Gesundheit und Medizin“ (71%), „Ernährung, Kochen, Backen“ (64%), „Ausbildung und Beruf“ (62%) und an sechster Stelle mit 58 Prozent das Thema „Kinder und Medien“. Moderne Performer, Postmaterielle, Etablierte und Bürgerliche Mitte zeigen hier ein überdurchschnittliches Interesse, für jeweils zwei Drittel sind Fragen zum richtigen Medienumgang ihrer Kinder besonders relevant. Für Experimentalisten (48%), Hedonisten (38%) und Konsum-Materialisten (36%) sind die Fragen weniger drängend. Da diese Milieus aber zu allen Themenbereichen geringeres Interesse bekunden, sei auch die Platzierung im Themenranking genannt: „Kinder und Medien“ liegen bei Konsum-Materialisten und Experimentalisten jeweils auf Platz 8, bei Hedonisten kommt dieses Thema nur auf Platz 11.

Umgang mit dem Fernsehen in den Familien nach Milieus

Welche Meinungen und Einstellungen zum Stellenwert der Medien und dem Umgang damit in der Familie vorherrschen, wurde bei den Haupterziehern anhand vorformulierter Aussagen erfragt. In Bezug auf das Fernsehverhalten geben insgesamt 32 Prozent der Haupterzieher an, jeden bzw. fast jeden Tag mit der Familie gemeinsam zu entscheiden, was gesehen wird. Vor allem bei den Etablierten wird die Sendungsauswahl stark gemeinschaftlich diskutiert (40%), bei den Modernen Performern (24%), den Postmateriellen und der Bürgerlichen Mitte (jeweils 26%) finden solche Diskussionen seltener statt. Streit über das Fernsehen im Alltag (jeden/fast jeden Tag) gibt es nur bei 3 Prozent der Befragten, bei Hedonisten (9%) allerdings häufiger, bei Modernen Performern und Postmaterialisten so gut wie gar nicht (jeweils 1%). Dass das Kind in der Regel selbst entscheiden darf, was es im Fernsehen anschaut, bestätigen 18 Prozent der Haupterzieher. Vor allem Konsum-Materialisten überlassen die Programmauswahl stärker dem Kind selbst (26%), bei Familien mit postmateriellem Milieuhintergrund kommt das deutlich seltener vor (9%). Ähnlich sind die Ergebnisse, wenn es darum geht, ob die Kinder fragen müssen, wenn sie fernsehen wollen. 27 Prozent der Haupterzieher bestätigen, dass ihr Kind in der Regel (jeden/fast jeden Tag) nur mit Erlaubnis der Eltern fernsehen darf. Bei den Postmateriellen brauchen 35 Prozent der Kinder diese Erlaubnis, bei den Konsum-Materialisten nur 19 Prozent.

Aussagen zu Computer und Internet

Differenzierter fallen die Meinungen aus, wenn es um Aussagen rund um den Themenbereich Computer und Internet geht. Der Aussage „Computer und/oder Internet sind für uns zu teuer“ stimmen 25 Prozent der Haupterzieher (voll und ganz/weit-

gehend) zu (vgl. Tabelle 12). Für Konsum-Materialisten scheint die Ausstattung mit Computer und Internet ein sehr viel stärkeres finanzielles Moment zu haben, hier stimmen dieser Aussage nämlich 42 Prozent der Haupterzieher zu. Überdurchschnittliche Zustimmung erteilen auch die Experimentalisten (34%) und Hedonisten (32%). Zwar scheint das Internet inzwischen auch bei den meisten Haupterziehern – in welcher Form auch immer – angekommen zu sein, noch immer stimmt aber jeder Fünfte der Aussage „Mit dem Begriff Internet kann ich wenig anfangen“ zu, bei den Konsum-Materialisten, Experimentalisten und Hedonisten sogar jeweils ein Drittel. 70 Prozent der Haupterzieher sind der Meinung, dass der Umgang mit dem Computer Kindern so früh wie möglich beigebracht werden soll, auch hier zeichnen sich die genannten drei Milieus durch stärkere Zurückhaltung aus. Dass der Umgang mit Computer und Internet in der Schule vermittelt werden soll, steht für 81 Prozent der Haupterzieher außer Frage, das sehen vor allem die Bürgerliche Mitte und die Modernen Performer so, während die bereits genannten drei distanzierteren Milieus auch hier einen geringeren Zustimmungswert aufweisen. Die Verantwortung des Elternhauses in Sachen Computer- und Interneterziehung wird insgesamt weniger stark gesehen, nur sechs von zehn Haupterziehern sehen sich hier in der Pflicht. Die größte Eigeninitiative zeigen hier die Modernen Performer (75%), vor allem Konsum-Materialisten fühlen sich hier weniger zuständig (44%). Dass vor allem das Internet für Kinder nicht ungefährlich ist, meinen insgesamt 77 Prozent der Haupterzieher. Das Gefahrenpotenzial für besonders groß halten Postmaterielle und Bürgerliche Mitte (je 84%), bei den Hedonisten teilen mit zwei Dritteln deutlich weniger diese Sorge. Entsprechend der Gefahreinschätzung sprechen sich insgesamt ebenfalls drei Viertel dafür aus, dass Kinder nur mit Computern online gehen sollten, auf denen entsprechende Filter- bzw. Schutzsoftware installiert ist – einer Vorsichtsmaßnahme, der Experimentalisten und Hedonisten deutlich seltener zustimmen. Dass Kinder das Internet auch ohne Aufsicht nutzen, erlaubt nur ein Drittel der Befragten. Noch vorsichtiger ist die Bürgerliche Mitte (27%), während bei den Experimentalisten fast die Hälfte der Haupterzieher ihre Kinder auch ohne Aufsicht surfen lässt.

Abschließend zeigen die Antworten auf die Bewertung des quantitativen Medienumgangs der Kinder noch einmal aus einer anderen Perspektive, wo potenzielle Problemfelder liegen. Hierbei stand die Frage, ob die Kinder zu viel oder zu wenig Zeit mit einem Medium verbringen oder ob der Nutzungsumfang nach Ansicht der Haupterzieher gerade richtig so ist, im Mittelpunkt (vgl. Tabelle 13). Am umstrittensten ist demnach der Umfang der Fernsehnutzung, die 36 Prozent der Haupterzieher als zu umfangreich einstufen, es folgen explizit Computerspiele (30%) und der generelle Umgang mit dem Computer (22%) sowie die Nutzung des MP3-Player (21%). Videos und DVDs werden nach Ansicht von 14 Prozent zu intensiv gesehen, über eine

Nutzen Kinder Medien zu viel? – Bewertungen der Haupterzieher

⑫ Aussagen der Haupterzieher zu Computer und Internet

„... stimme voll und ganz/weitgehend zu“, in %

	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimenten-talisten	Hedonisten
Fallzahl (n)	1 203	128	129	182	129	234	119	151
Computer und/oder Internet sind für uns zu teuer	25	7	10	12	42	29	34	32
Kinder sollten so früh wie möglich an Computer gewöhnt werden	70	75	71	72	68	74	67	65
Kinder sollen den Umgang mit Computer und Internet in der Schule beigebracht bekommen	81	87	77	83	84	88	75	72
Mit dem Begriff Internet kann ich wenig anfangen	19	5	9	9	31	16	30	31
Mein Kind darf/dürfte das Internet auch ohne Aufsicht nutzen	34	38	33	40	35	27	48	38
Kinder sollten nur im Internet surfen, wenn auf dem Computer ein Filter- oder Schutzprogramm installiert ist	76	80	79	77	76	85	67	61
Kinder nutzen Computer sowieso nur für Computerspiele	47	44	27	43	58	53	50	48
Kindern den Umgang mit Computern und Internet beizubringen ist Aufgabe der Eltern	61	75	68	67	44	63	60	56
Das Internet birgt für Kinder viele Gefahren	77	76	84	73	75	84	70	66

Quelle: KIM-Studie 2006.

⑬ Kinder verbringen zu viel Zeit mit ...

Angaben der Haupterzieher, in %

	Fallzahl (n)	Gesamt	Moderne Performer	Postmaterielle	Etablierte	Konsum-Materialisten	Bürgerliche Mitte	Experimenten-talisten	Hedonisten
Fernsehen	1 194	36	45	32	35	38	37	34	42
Video/DVD	1 126	14	25	15	12	17	8	15	15
Computer allg.	967	22	27	14	22	24	20	29	19
Computerspiele	914	30	32	22	33	33	32	37	27
Internet	741	17	22	17	12	19	17	27	17
Bücher	1 114	6	4	3	7	7	5	8	10
Radio	968	11	7	4	16	10	14	16	11
MP3-Player	541	21	22	16	30	33	19	22	4

Basis: Kinder, die jeweiliges Medium zumindest selten nutzen.

Quelle: KIM-Studie 2006.

zu hohe Internetnutzung klagen 17 Prozent der Haupterzieher, und jeder Zehnte bemängelt eine zu hohe Radionutzung. Dass die Kinder zu viel Bücher lesen, meinen hingegen nur 6 Prozent der Befragten.

Betrachtet man die verschiedenen Milieus, so beklagen Moderne Performer mit am häufigsten eine zu lange Nutzung von Fernsehen (45%), Computer (27%) und Video/DVD (25%). Und dies, obwohl Kinder aus diesem Herkunftsmilieu laut Tabelle 7 mit die geringste Nutzung des Fernsehens aufweisen und auch die Computernutzung im

Milieuvergleich im Mittelfeld liegt. Postmaterielle weichen hinsichtlich ihrer Einschätzung, mit welchen Medien zu viel Zeit verbracht wird, vor allem im Bereich der Computernutzung (allgemein und Spiele) nach unten ab und machen sich demnach weniger Sorgen. Diese Einstellung korrespondiert mit dem Befund zum Nutzungsumfang, denn Kinder aus dieser Gruppe beschäftigen sich am kürzesten mit dem Computer. Etablierte und Konsum-Materialisten beklagen überdurchschnittlich die

ihrer Meinung nach zu hohe Nutzung des MP3-Players durch ihre Kinder, urteilen sonst aber wie der Gesamtdurchschnitt. Dies gilt auch für die Bürgerliche Mitte, das Thema Video/DVD scheint hier besonders unproblematisch zu sein. Die Experimentalisten beklagen überdurchschnittlich einen zu langen Umgang mit Computer und Internet – auch diese Bewertung passt zu den ermittelten Nutzungszeiten, die bei den Experimentalisten am höchsten sind.

Fazit

Die Beschreibung der kindlichen Medienwelt anhand von Sinus-Milieus ist ein weiterer Zugangsweg, die komplexen Zusammenhänge der Mediensozialisation darzustellen. Die Zuweisung zu den Milieus kann zwar nicht direkt bei den Kindern selbst, wohl aber stellvertretend über die Haupterzieher ermittelt werden. Die Ergebnisse der Kinderbefragung spiegeln dabei sehr gut die Milieubeschreibung der Erwachsenen wider.

Stellenwert der verschiedenen Medien differiert nach Milieus

Die Darstellung des Medienumgangs von Kindern nach Sinus-Milieus zeigt dabei nicht nur, dass die verschiedenen Medien je nach Milieuherkunft einen unterschiedlichen Stellenwert im Alltag der Kinder und ihrer Familien einnehmen, sondern auch, dass gleiche Medien je nach Milieu mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung genutzt oder bewertet werden.

Moderne Performer: Interesse am Thema „Kinder und Medien“

Kinder aus dem Milieu der Modernen Performer haben zu Hause fast alle Zugang zu Computer und Internet, verfügen über ein breites Medienrepertoire und haben neben dem Fernsehen und Tonträgern auch Computer und Internet bereits am stärksten in ihren Alltag integriert. Das Fernsehen erscheint stark ritualisiert – die Nutzungsfrequenz ist in dieser Gruppe am höchsten, die Sehdauer am geringsten ausgeprägt. In diesem Milieu gibt es mit die meisten Internetnutzer, insgesamt ist beim Umgang mit Computer und auch dem Internet die spielerische Komponente bedeutsamer als der schulische Kontext. Im kommunikativen Bereich spielen Chats eine auffallend geringe Rolle. Die Haupterzieher zeigen Interesse am Thema „Kinder und Medien“. Daneben beklagen sie im Milieuvvergleich mit am häufigsten eine zu lange Beschäftigung mit Fernseher, Video/DVD und Computer – obwohl ihre Kinder eine vergleichsweise geringe Fernsehnutzung aufweisen.

Postmaterielle: Eher medienkritische Einstellung

Die eher medienkritische Einstellung des Postmateriellen Milieus spiegelt sich nicht nur in einer geringeren Medienausstattung des Kinderzimmers wider, auch die Mediennutzung der Kinder ist am niedrigsten ausgeprägt – sie sehen deutlich weniger fern, nutzen Radio, Computer und Internet unterdurchschnittlich, aber lesen dafür am längsten und am liebsten. Dabei spielen Computer und Internet auch hier eine große Rolle, der Zugang ist vor allem spielerisch geprägt, aber in einem deut-

lich geringeren Ausmaß. Ebenso wichtig ist hier die Nutzung von Computer und Internet für schulische Belange und als Rechercheinstrument. Der Erziehungsstil der Eltern scheint stärker reglementiert, über Inhalt und Umfang der Mediennutzung wird weniger debattiert – dies betrifft sowohl das Fernsehen als auch Computer und Internet, deren Gefahrenpotenzial für Haupterzieher dieser Gruppe am stärksten ausgeprägt ist. Entsprechend wird der Medienumgang der Kinder in weiten Teilen als angemessen beurteilt.

Die Etablierten positionieren sich zwischen Modernen Performern und Postmateriellen. Die Medienausstattung liegt auch hier auf hohem Niveau, die Kinder weisen eine durchschnittliche Mediennutzung auf und das Lesen hat einen hohen Stellenwert. Beim Umgang mit Computer und Internet ist das Spielen wieder etwas wichtiger, im Internet beschäftigt sich diese Gruppe – im Milieuvvergleich – am wenigsten mit Angeboten für Erwachsene. Innerhalb der Familie wird die gemeinsame Fernsehnutzung am häufigsten diskutiert, Etablierte beklagen überdurchschnittlich die ihrer Meinung nach zu hohe Nutzung des MP3-Players durch ihre Kinder, urteilen hinsichtlich der anderen Medien aber wie der Gesamtdurchschnitt. Im Vergleich zu Modernen Performern und Postmateriellen fällt vor allem die intensive Fernsehnutzung auf.

Auch bei Konsum-Materialisten sind die Medien und allen voran das Fernsehen fest im Alltag verankert. Der Zugang zu Computer und Internet ist am geringsten ausgeprägt, was vor allem mit den hohen Kosten begründet wird. Spezielle Kindercomputer finden sich hier aber in jedem vierten Haushalt. Trotz überdurchschnittlicher Alltagsintegration von Fernseher, Computer oder Spielkonsole ist der persönliche Besitz geringer ausgeprägt als in anderen Milieus. Kinder aus diesem Milieu sehen am längsten fern, aber lesen am wenigsten und hören am wenigsten Radio. Ein Fünftel der Kinder sind Nicht-Leser. Beim Umgang mit Computer und Internet steht das Spielen am deutlichsten im Vordergrund. Im kommunikativen Bereich spielt Chatten die größte Rolle, das Instant Messaging ist in dieser Gruppe am weitesten verbreitet. Das Interesse am Thema „Kinder und Medien“ ist bei den Haupterziehern geringer ausgeprägt als in den Leitmilieus, auch überlassen die Erwachsenen beim Fernsehen die Programmauswahl stärker dem Kind selbst. Ein Drittel kann mit dem Begriff Internet wenig anfangen.

Kinder aus der Bürgerlichen Mitte weisen hinsichtlich Freizeitaktivitäten, Medienausstattung und Mediennutzung zunächst wenig Auffälligkeiten auf. Bei der Computernutzung steht wie bei allen Kindern das Spielen im Vordergrund, die Nutzung für Schule und Lernen ist ebenfalls durchschnittlich ausgeprägt. Allerdings hat erst jedes zweite Kind schon Erfahrungen mit dem Internet gesammelt, dann steht allerdings die Informationssuche an erster Stelle, vor allem den schulischen Bereich betreffend. Es folgen Onlinespiele und spezielle Kin-

Etablierte: Durchschnittliche Mediennutzung mit hohem Stellenwert des Lesens

Konsum-Materialisten: Höchste Fernsehnutzung, wenigste Leser

Bürgerliches Milieu sieht Gefahren des Internets am stärksten

derseiten. Der Grund für die geringe Internetnutzung der Kinder liegt aber weniger im Finanziellen, vielmehr ist die Angst vor potenziellen Gefahren des Internets bei den Haupterziehern aus diesem Milieu am stärksten ausgeprägt.

**Experimentalisten:
Längste Mediennutzung, vor allem
Computer/Internet**

Freunde, Sport und Familie sind für Kinder der Experimentalisten besonders wichtig, gleichzeitig haben diese Kinder die längste Mediennutzung, dies gilt vor allem für Computer und Internet. Im Umgang mit dem Computer haben diese Kinder das breiteste Anwendungsspektrum, auch wenn ein deutlicher Schwerpunkt auf der Spielesnutzung liegt. Im Internet steht zunächst die Informationssuche an erster Stelle, insgesamt zeigt sich aber auch hier ein deutlich breiteres Nutzungsrepertoire. Obwohl und gerade weil das Internet für die Haupterzieher überdurchschnittlich ungewisses Terrain darstellt, dürfen es die Kinder sehr viel häufiger auch ohne Aufsicht nutzen. Gleichzeitig beklagen die Eltern besonders häufig einen zu intensiven Umgang mit Computer und Internet.

**Hedonisten:
Computer am
wenigsten verbreitet**

Kinder aus dem Milieu der Hedonisten weisen nur an einigen Stellen Spezifika auf. So ist ihre Freizeit im Milieuvvergleich unterdurchschnittlich durch Hausaufgaben und Lernen oder draußen spielen gekennzeichnet. Durchschnittlich sind dagegen bis auf zwei Ausnahmen die Medienaktivitäten: So ist in diesem Milieu die Beschäftigung mit dem Computer am wenigsten in den Kinderalltag integriert und der Anteil der Nicht-Leser ist besonders hoch.

Der persönliche Medienbesitz insgesamt entspricht zwar weitgehend dem Durchschnitt, ist aber beispielsweise im Vergleich zu den Etablierten deutlich geringer ausgeprägt. Bei den Computernutzern steht wie sonst auch das Spielen im Vordergrund, dann das Surfen; Schule und Lernprogramme sind weniger bedeutsam. Ähnlich wie bei den Experimentalisten dient das Internet am stärksten der Recherche allgemeiner Infos, im Vergleich zu diesen sind Spiele und kommunikative Aspekte aber weniger relevant. Bei allgemeinen (medien-) technischen Kompetenzen schneiden Hedonisten am wenigsten gut ab.

Anmerkungen:

- 1) Alle Berichte der Studienreihe KIM stehen unter <http://www.mpf.de> zum download bereit.
- 2) Vgl. Kuchenbuch, Katharina: Die Fernsehnutzung von Kindern aus verschiedenen Herkunftsmilieus. Eine Analyse anhand des Sinus-Milieu-Modells. In: Media Perspektiven 1/2003, S. 2-11.
- 3) Bei der angrenzenden Altersgruppe, den 12- bis 19-Jährigen, hat das Fernsehen hinsichtlich seiner Bindungskraft die Spitzenposition verloren. Hier würden sich 26 Prozent für den Computer, jeweils 19 Prozent für Fernseher und Internet und 13 Prozent für den MP3-Player entscheiden. Radio und Bücher (jeweils 8%) sowie Zeitschriften (4%) und Zeitungen (2%) folgen. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.). JIM-Studie 2006: Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, S. 16. Der Bericht steht unter <http://www.mpf.de> zum download bereit.
- 4) Eine umfangreiche Darstellung der Fernsehnutzung von Kindern auf Basis der Daten der GfK-Fernsehforschung erfolgt in dieser Zeitschrift im Jahresturnus. Vgl. Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2006. In: Media Perspektiven 4/2007, S. 200-211.

