

Ergebnisse der KIM-Studie 2012

▶ Kinder und Medien

Von Sabine Feierabend*, Ulrike Karg**
und Thomas Rathgeb**

Untersuchungsreihe seit 1999

Nie war der Zugang zum Internet so einfach wie heute: (Kinder-)Leicht zu bedienende Smartphones und Tablet-PCs sowie neue Angebotsformen in Form von Apps machen die Internetnutzung immer leichter, gleichzeitig wurden technische Hürden der Bedienung in den letzten Jahren kontinuierlich abgebaut. Daneben setzt die Steuerung über einen Touchscreen nicht mehr zwingend Lese- und Schreibkompetenz voraus, um das Internet zu nutzen. Ob diese Vereinfachungen sich bereits im Alltag von Kindern niederschlagen, wie das Internet im Alltag genutzt wird, inwieweit hierbei die traditionellen Medien wie Fernsehen oder Bücher noch eine Rolle spielen und wie die Freizeit von Kindern mit und ohne Medien aussieht, untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) seit 1999 mit der Studienreihe Kinder + Medien, Computer + Internet (KIM). Die Studienreihe dokumentiert das Medienverhalten der Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren in Deutschland. In dieser Forschungs-kooperation haben sich die Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg (LFK) und Rheinland-Pfalz (LMK) zusammengeschlossen, die Durchführung der KIM-Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR).

Kinder und Haupt- erzieher befragt

Für die Studie wurden im Frühsommer 2012 insgesamt 1 220 Kinder in einem persönlich-mündlichen Interview befragt (CAPI), parallel hierzu wurde den Haupterziehern ein Fragebogen (Selbstaussfüller) vorgelegt. Thema der Studie ist das Medien- und Freizeitverhalten der Kinder und der Haupterzieher sowie Einstellungen zu Medienthemen auf Seiten der Erwachsenen.

Geräteausstattung

Kinder wachsen heute mit einem immer vielfältigeren Medienrepertoire auf. Bei Haushalten, in denen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren leben, besteht eine Vollausstattung bei Handy und Fernseher sowie annähernd bei Computer und Internetzugang. Auch Radio, CD- und DVD-Player sind in etwa neun von zehn Haushalten vorhanden. Spielkonsolen stehen in drei von vier Familien zur Verfügung, stationäre Konsolen sind mit 59 Prozent etwas häufiger anzutreffen als mobile Spielkonsolen mit 54 Prozent. 41 Prozent der Haushalte haben eine Tageszeitung abonniert, 12 Prozent haben einen Tablet-PC zu Hause.

Die Kinder selbst verfügen in diesem Alter nur über eine kleinere Anzahl von Geräten. Am häufigsten findet sich nach Angaben der Haupterzieher ein CD-Player, der in 58 Prozent der Kinderzimmer vorhanden ist (vgl. Tabelle 1). Jeweils jedes zweite Kind besitzt ein eigenes Handy oder eine Spielkonsole (tragbar oder stationär). 45 Prozent der Kinder haben einen MP3-Player und gut jedes dritte Kind (36 %) hat einen eigenen Fernseher. In vergleichbarer Größenordnung sind ein eigenes Radio (32 %) und ein Kassettenrekorder (30 %) verfügbar. Computer und Laptop sind deutlich seltener, nur etwa jedes fünfte Kind hat einen eigenen Rechner. 15 Prozent der Kinder verfügen über einen Internetzugang. Ein eigenes Smartphone besitzen bislang nur 7 Prozent, und Tablet-PCs sind mit 1 Prozent (noch) die absolute Ausnahme. Betrachtet man die Vorgängerstudie 2010, so zeigt sich ein eindeutig rückläufiger Trend im Besitz von tragbaren Spielkonsolen und beim Kassettenrekorder. Einen merklichen Zuwachs verzeichnen dagegen Computerbesitz und Internetzugang.

Bei der Betrachtung nach Geschlecht zeigt sich, dass Jungen im Allgemeinen eine höhere Ausstattungsquote aufweisen, besonders deutlich wird dies beim Thema Spielkonsolen. Mädchen hingegen besitzen etwas häufiger ein eigenes Handy und haben häufiger einen Kassettenrekorder und eine Digitalkamera als Jungen.

Der Eigenbesitz steigt – mit Ausnahme von Kindercomputer und Kassettenrekorder – mit dem Alter der Kinder deutlich an. Besonders dynamisch ist dies bei Handy, Fernseher, Spielkonsolen sowie Computer und Internetzugang. So besitzen bereits zwei Drittel der Zehn- bis Elfjährigen ein eigenes Handy, etwa je zwei Fünftel haben einen eigenen Fernseher und eine Spielkonsole und jeder Fünfte verfügt in dieser Altersstufe über einen eigenen Computer.

Themeninteressen

Ein fester Bestandteil des Fragenkatalogs der KIM-Studie ist das Themeninteresse der Kinder. Anhand von 16 vorgegeben Themen aus verschiedenen Lebensbereichen konnten die Kinder angeben, inwieweit sie sich für diese interessieren. Die mit Abstand höchste Zustimmung bekommt das Thema „Freunde/Freundschaft“, für das sich 63 Prozent der Kinder sehr interessieren (vgl. Tabelle 2). Etwa ein Drittel der befragten Kinder begeistert sich für „Sport“ und „Computer-/Konsolen- und Onlinespielen“. „Internet und Computer“ sind für 31 Prozent sehr interessant, an

**Kinder besitzen am
ehelsten CD-Player,
Handy und Spiel-
konsole**

**Geschlechtsspezifi-
sche Besonderheiten**

**Gerätebesitz steigt
mit dem Alter an**

**Wichtigstes Thema
für Kinder ist
„Freunde/
Freundschaft“**

* Südwestrundfunk Medienforschung/Programmstrategie.

** Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

Tab. 1 Gerätebesitz von Kindern
in %

	Gesamt 2010 (n=1 214)	Gesamt 2012 (n=1 220)	Jungen (n=623)	Mädchen (n=597)	6–7 J. (n=271)	8–9 J. (n=319)	10–11 J. (n=312)	12–13 J. (n=318)
CD-Player	64	58	55	62	48	57	66	61
Spielkonsole netto	57	51	55	46	32	49	54	64
Feste Spielkonsole (z. B. Playstation, Wii, Xbox, Gamecube)	30	26	32	21	15	18	26	44
Tragbare Spielkonsole (z. B. Nintendo DS, PSP, Gameboy)	44	39	41	37	26	43	42	45
Handy/Smartphone netto	52	49	50	49	10	32	63	86
Handy	n.e.	42	42	43	10	31	57	68
Smartphone (z. B. iPhone)	n.e.	7	8	7	1	1	7	19
MP3-Player oder iPod	47	45	45	44	20	38	54	64
Fernsehgerät	45	36	39	33	15	23	39	64
Radio/Radio in Stereoanlage	38	32	34	30	17	30	34	45
Kassettenrekorder	36	30	28	32	33	36	31	20
Externer DVD-Player, Computer/Laptop netto	15	21	23	19	3	8	19	52
Laptop	n.e.	8	7	8	1	1	8	20
Computer	n.e.	14	17	11	3	7	11	33
Digitalkamera	10	13	11	16	3	10	17	22
Kindercomputer/Computer speziell für Kinder	10	10	9	11	15	13	8	7
Internet	9	15	18	12	1	6	14	37
Tablet-PC (z. B. iPad, Samsung Galaxy Pad)	n.e.	1	1	1	1	1	1	2

Quelle: KIM-Studie 2012.

„Musik“ bekunden 30 Prozent großes Interesse. Jedes vierte Kind zeigt sich aufgeschlossen bei den Themen „Tiere“ und „Handy“. Eine deutlich untergeordnete Rolle spielen die Themen „Fremde Länder“ (5 %) und „Aktuelles, was gerade in der Welt passiert“ (3 %).

Allerdings zeigt die Interessenlage deutliche Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen. So haben Mädchen deutlich mehr Interesse an Freundschaft sowie an den Themen „Musik“, „Tiere“, „Film-/Fernsehstars“, „Kleidung/Mode“, „Schule“, „Bücher/Lesen“ und „Umwelt/Natur“. Hingegen wird bei Jungen die starke Affinität zum Thema „Computerspiele“ und „Sport“ deutlich: Während diese für fast jeden zweiten Jungen sehr relevant sind, zeigt hier nur etwa jedes fünfte Mädchen stärkeres Interesse. Ein traditionelles Rollenbild zeigt sich auch beim Thema „Technik“: Hierfür begeistern sich fast ausschließlich Jungen. Vergleichbare Interessenswerte beider Geschlechter gibt es nur bei den Bereichen „Handy“, „Kino/Filme“, „Fremde Länder“ und dem aktuellen Zeitgeschehen.

Für die meisten Themen nimmt das Interesse mit dem Alter zu, besonders deutlich wird dies bei den Aspekten „Internet und Computer“ sowie „Handy“ und Dingen, die die Darstellung der eigenen Identität unterstützen – wie beispielsweise „Kleidung und Mode“. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen ist gut die Hälfte sehr an den Themen „Computer und Internet“ interessiert, an Handythemen zeigt knapp die Hälfte in diesem Alter großes Interesse. Ausnahmen stellen die Themenbereiche „Tiere“ und „Schule“ dar, hier nimmt das Interesse mit zunehmendem Alter ab. Relativ unabhängig vom Alter sind „Freunde/Freundschaft“, „Sport“ und „Bücher/Lesen“.

Freizeitaktivitäten

Um zu erfahren, wie Kinder heute ihre Freizeit verbringen, wurden den befragten Kindern der KIM-Studie 28 verschiedene Freizeitaktivitäten vorgegeben, zu den sie jeweils angeben sollten, wie häufig sie ihnen nachgehen. Von fast allen Kindern werden Hausaufgaben und Lernen sowie Fernsehen als regelmäßige Tätigkeiten (mindestens einmal pro Woche) genannt (vgl. Tabelle 3). Für die meisten Kinder haben beide Tätigkeiten eine hohe Alltagsrelevanz, drei von vier Kindern machen täglich Hausaufgaben und vier von fünf Kindern sitzen täglich vor dem Fernseher. Doch haben Freunde und Spielen weiterhin eine hohe Bedeutung. Gut neun von zehn Kindern treffen sich

Bedeutung von Internet/Computer und Handy nimmt mit Alter zu

Hausaufgaben und Fernsehen sind häufigste Freizeitaktivität

Tab. 2 Themeninteressen von Kindern
sehr interessiert, in %

	Gesamt 2010 (n=1 214)	Gesamt 2012 (n=1 220)	Jungen (n=623)	Mädchen (n=597)	6–7 J. (n=271)	8–9 J. (n=319)	10–11 J. (n=312)	12–13 J. (n=318)
Freunde/Freundschaft	61	63	56	70	63	63	62	64
Musik	31	30	25	37	17	26	32	45
Computer-/Konsolen-/Onlinespiele	32	33	47	19	19	29	38	44
Sport	31	34	46	20	31	34	36	32
Internet/Computer	30	31	39	23	8	22	36	56
Tiere	25	25	16	34	32	24	23	22
Handy	26	23	25	22	8	13	27	45
Kleidung/Mode	18	20	7	33	7	12	25	35
Kino/Filme	18	16	17	15	11	13	18	20
Schule	20	15	11	19	20	17	14	11
Film-/Fernsehstars	17	15	9	20	10	12	16	20
Bücher/Lesen	15	14	8	20	12	15	15	13
Technik	10	11	19	2	7	11	11	13
Umwelt/Natur	9	10	7	13	8	8	11	11
Fremde Länder	6	5	4	6	4	4	6	6
Aktuelles, was gerade in der Welt passiert	4	3	3	3	1	4	2	3

Quelle: KIM-Studie 2012.

regelmäßig (mindestens einmal pro Woche) mit ihrem Freundeskreis, in vergleichbarer Häufigkeit spielen Kinder auch drinnen oder draußen. Für etwa jedes zweite Kind sind dies tägliche Freizeitbeschäftigungen. Vier von fünf Kindern hören regelmäßig Musik und drei Viertel unternehmen zumindest einmal pro Woche etwas mit ihren Eltern.

Kinder sind häufig auch körperlich aktiv: Über zwei Drittel treiben regelmäßig Sport (außerhalb der Schule). Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele sind ebenfalls für zwei von drei Kindern wöchentliche Freizeitbeschäftigungen. Das Radio ist bei über der Hälfte der Kinder ein regelmäßiger Begleiter, 29 Prozent hören sogar täglich Radio. Gut die Hälfte der Kinder zählt zu den regelmäßigen Computer- und Internetnutzern, 22 Prozent gehen sogar täglich ins Netz. Fast jedes zweite Kind zwischen sechs und 13 Jahren nutzt zumindest einmal pro Woche ein Handy und greift regelmäßig zu einem Buch. Ein gutes Drittel der Kinder schaut sich mindestens einmal in der Woche Videos oder DVDs an. Ebenso viele nutzen in dieser Häufigkeit Zeitschriften. Hörspiele sind für 30 Prozent ein häufiger Zeitvertreib, und jedes zehnte Kind sucht wöchentlich eine Bibliothek auf. 7 Prozent lesen oder blättern regelmäßig in einer Zeitung. Erwartbar sind Kinobesuche nicht so häufig, nur 2 Prozent schauen sich hier wöchentlich Filme an. Über einen größeren Zeitraum (zumindest selten) betrachtet, zählen aber 90 Prozent der Kinder zu den Kinogängern.

Mädchen greifen häufiger zum Buch

Bereits im Kindesalter bilden sich bestimmte Vorlieben der Jungen und Mädchen für einzelne Freizeitaktivitäten heraus. So treiben Jungen häufiger Sport, spielen häufiger am Computer, an der Kon-

sole oder im Internet, sehen häufiger Videos bzw. DVDs und lesen eher Comics als Mädchen. Mädchen hingegen hören häufiger Musik und nutzen das Radio, sind eher kreativ beim Malen oder Basteln, kümmern sich mehr um Haustiere und spielen häufiger ein Instrument oder singen in einem Chor als Jungen. Besonders deutlich sind die Unterschiede beim Lesen: Während 59 Prozent der Mädchen regelmäßig in ihrer Freizeit zu einem Buch greifen, zählen nur 39 Prozent der Jungen zu den regelmäßigen Lesern. Die größere Affinität der Mädchen zum Lesen spiegelt sich auch in der Häufigkeit der Nutzung von Zeitschriften sowie dem Besuch von Bibliotheken wider.

Über die verschiedenen Altersgruppen hinweg sind die häufigsten Tätigkeiten wie Fernsehen, Hausaufgaben machen und sich mit Freunden treffen sehr stabil. Während das Spielen drinnen oder draußen mit zunehmendem Alter deutlich abnimmt, nimmt die Häufigkeit des Spielens am Computer, der Konsole oder online deutlich zu. Einen Rückgang erfahren Aktivitäten mit den Eltern und der Familie sowie Malen oder Basteln. Einen besonders starken Zuwachs mit zunehmendem Alter zeigt die Beschäftigung mit dem Computer (offline) sowie die Nutzung des Internets. Auch die Nutzung des Handys erschließen sich Kinder in der Altersspanne zwischen sechs und 13 Jahren: Während nur 7 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen regelmäßig ein Handy verwenden,

Computernutzung nimmt mit steigendem Alter deutlich zu

Tab. 3 Freizeitaktivitäten von Kindern
mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt 2010 (n=1 214)	Gesamt 2012 (n=1 220)	Jungen (n=623)	Mädchen (n=597)	6–7 J. (n=271)	8–9 J. (n=319)	10–11 J. (n=312)	12–13 J. (n=318)
Hausaufgaben machen/Lernen	97	97	97	96	97	98	98	98
Fernsehen, egal ob über Fernseher, Internet etc.	95	96	97	96	98	97	96	97
Sich mit Freunden treffen	94	94	94	93	94	93	96	91
draußen spielen	91	90	90	89	99	96	92	73
drinnen spielen	88	88	88	89	97	94	91	73
Musik hören	81	82	80	85	75	79	87	89
etwas mit den Eltern/ der Familie machen	74	76	74	77	89	84	76	57
Sport treiben (alleine oder im Verein)	70	71	77	65	65	75	71	72
Computer-/Konsolen-/Onlinespiele	62	66	76	55	41	66	72	79
Radio hören	52	59	56	62	52	57	63	62
einen Computer benutzen, ohne im Internet zu sein	55	53	56	52	18	50	67	75
Internet nutzen	43	52	53	49	15	34	63	87
Buch lesen (ohne Schulbuch)	49	48	39	58	45	51	53	43
Handy nutzen	49	48	47	49	7	30	61	88
Malen/Zeichnen/Basteln	47	46	35	59	71	56	35	28
Comic lesen/anschauen	43	43	53	32	48	40	48	36
sich mit einem Tier beschäftigen	42	42	33	50	44	41	45	35
Video/DVD sehen	41	38	41	33	39	39	33	39
Zeitschrift lesen/anschauen	32	35	27	43	21	31	38	47
Hörspiele anhören	29	30	23	35	46	32	24	16
eine (Jugend-)Gruppe besuchen	31	23	21	26	14	22	27	28
Fotos/Videos machen	15	21	18	24	6	14	21	41
Musizieren	19	21	14	27	19	20	25	18
in eine Bücherei/Bibliothek gehen	12	10	7	13	7	10	11	13
Tageszeitung lesen/anschauen	11	7	8	7	1	3	10	15
Zeitschriften im Internet lesen	n.e.	3	2	5	0	0	5	7
Zeitung/Tageszeitung im Internet lesen	n.e.	3	2	4	0	0	4	5
ins Kino gehen	0	2	2	3	1	2	3	4

Quelle: KIM-Studie 2012.

ist es mit 88 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen der Großteil der Kinder. Obwohl sich die Lesefähigkeit im Grundschulalter gerade erst entwickelt, bleibt die Häufigkeit der Nutzung von Büchern stabil, allerdings lesen ältere Kinder dann häufiger Zeitungen und Zeitschriften. Auch Jugendgruppen werden von Kindern in den höheren Altersgruppen eher besucht als von jüngeren Kindern.

Am liebsten treffen sich Kinder mit ihren Freunden

Neben der reinen Nutzung wurden die Kinder auch zu ihren Vorlieben gefragt: Sie sollten sich entscheiden, welche der genannten Freizeitbeschäftigungen sie am liebsten machen (hierbei waren bis zu drei Nennungen möglich). Mit 52 Prozent haben sich die meisten Kinder für das Treffen mit

den Freunden entschieden. An zweiter Stelle folgen mit jeweils 38 Prozent draußen Spielen und Fernsehen. Jeder Vierte zählt die Nutzung von Computer-/Konsolen- und Onlinespielen zu seinen liebsten Beschäftigungen, und etwa jeder Fünfte entscheidet sich für die Internetnutzung und Sport. 14 Prozent unternehmen am liebsten etwas mit der Familie bzw. den Eltern, und jeder Zehnte entscheidet sich für den Computer (offline), drinnen Spielen, Haustiere, Lesen und Musik hören. Das Handy zählt nur für 7 Prozent der Kinder zu den drei liebsten Beschäftigungen.

Medienbindung

Mit der Frage nach der Unverzichtbarkeit einzelner Medien soll deren subjektive Wichtigkeit jenseits von Besitz und Nutzung näher untersucht werden. Vorgegeben waren Fernseher, Computer bzw. Internet, Bücher, Radio, Zeitschriften und Audio-Medien wie MP3-Player oder CDs. Für den Großteil der Kinder steht bei dieser Auswahl das

Fernsehen ist unverzichtbares Medium für Großteil der Kinder

Tab. 4 Unverzichtbarkeit von Medien für Kinder
könnte am wenigsten verzichten auf..., in %

	Gesamt 2010 (n=1 214)	Gesamt 2012 (n=1 220)	Jungen (n=623)	Mädchen (n=597)	6–7 J. (n=271)	8–9 J. (n=319)	10–11 J. (n=312)	12–13 J. (n=318)
Fernseher	58	57	55	58	75	62	54	39
Computer/Internet	25	25	30	19	6	17	28	45
Bücher	8	8	4	12	9	8	9	6
Zeitschriften/Heftchen	4	4	4	5	3	6	5	3
MP3-Player/CDs	3	3	3	4	1	5	2	5
Radio	2	2	2	1	3	2	1	1

Quelle: KIM-Studie 2012.

Fernsehen an erster Stelle, es ist für 57 Prozent am wenigsten verzichtbar (vgl. Tabelle 4). Ein Viertel würde sich für Computer bzw. Internet entscheiden, 8 Prozent für Bücher. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier an zwei Stellen markant. Die Dominanz des Fernsehens zeigt sich zwar auch bei der Betrachtung nach Geschlecht, jedoch hält knapp ein Drittel der Jungen, aber nur ein Fünftel der Mädchen Computer bzw. Internet für am wenigsten verzichtbar. Umgekehrt verhält es sich bei den Büchern. Für diese würden sich dreimal mehr Mädchen als Jungen entscheiden. Der Altersaufriss zeigt deutliche Unterschiede. So würden sich für das Fernsehen drei Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen, aber nur noch 39 Prozent der Zwölf- bis 13-Jährigen entscheiden. Computer und Internet gewinnen mit zunehmendem Alter der Kinder dagegen deutlich an Bindungskraft hinzu und verweisen in der Altersgruppe der Zwölf- bis 13-Jährigen das Fernsehen (39%, Computer/Internet: 45%) auf den zweiten Platz.

Vorbildfunktion der Erziehungsberechtigten

Die Frage nach der Unverzichtbarkeit einzelner Medien wurde – ergänzt um die Tageszeitung – auch den Haupterziehern gestellt. Auch hier würden sich 57 Prozent für das Fernsehen, 19 Prozent für Computer/Internet und 10 Prozent für Bücher entscheiden (Radio: 5%, Zeitungen und Zeitschriften: je 4%, MP3-Player/CDs: 1%). Betrachtet man die Medienpräferenzen der Kinder vor dem Hintergrund der Präferenzen der Haupterzieher, so zeigen sich deutliche Zusammenhänge. Bei Kindern, deren Haupterzieher am wenigsten auf das Fernsehen verzichten könnten, ist die Bindung an das Fernsehen mit 65 Prozent überdurchschnittlich ausgeprägt. Halten Haupterzieher Bücher für am wenigsten verzichtbar, so entscheiden sich auch 29 Prozent der Kinder für Bücher, für das Fernsehen würden sich nur noch 40 Prozent der Kinder entscheiden.

Tägliche Nutzungszeiten

Die Dominanz des Fernsehens zeigt sich auch beim Blick auf die täglichen Nutzungszeiten verschiedener Medien. Nach Schätzung der Haupterzieher nutzen die Sechs- bis 13-Jährigen das Fernsehen gut eineinhalb Stunden am Tag (1), eine knappe Dreiviertelstunde verbringen Sie mit

dem Computer (inkl. Internet). Je etwa eine halbe Stunde entfallen auf Computer-/Konsolen-/Onlinespiele, Radio hören oder die Nutzung des Internets. Auf das Lesen von Büchern entfallen 22 Minuten. Mit Ausnahme des Bücherlesens weisen Jungen hier überall längere Nutzungszeiten auf als Mädchen. Besonders deutlich ist dieser Unterschied bei den Computerspielen (PC/Konsole/online) ausgeprägt (Mädchen: 25 Min., Jungen: 43 Min.), nur geringfügig länger als Mädchen nutzen Jungen das Radio oder das Internet.

Die Differenzierung nach den Altersgruppen zeigt zunächst, dass mit zunehmendem Alter der Kinder alle Medien länger genutzt werden (vgl. Tabelle 5). Während diese Zunahme beim Lesen von Büchern (6 bis 7 Jahre: 18 Min., 12 bis 13 Jahre: 25 Min.) oder bei der Radionutzung (6 bis 7 Jahre: 25 Min., 12 bis 13 Jahre: 39 Min.) eher moderat ausfällt, zeigt sich bei den anderen Medien ein sehr viel deutlicherer Anstieg. So sehen die jüngsten Kinder eine Dreiviertelstunde weniger fern als die ältesten. Der Umgang mit dem Computer (inkl. Internet) steigt um das Achtfache an (6 bis 7 Jahre: 10 Min., 12 bis 13 Jahre: 82 Min.). Und während die Zuwendung zum Internet bei den Sechs- bis Siebenjährigen mit durchschnittlich 4 Minuten noch sehr flüchtig ausfällt, kommen die Zwölf- bis 13-Jährigen dann schon auf eine Stunde.

Fernsehen

Das Fernsehen ist nach wie vor das dominante Medium bei Kindern, und nichts deutet darauf hin, dass sich hieran in absehbarer Zeit Grundlegendes ändern wird. 79 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen sehen jeden oder fast jeden Tag fern, für 57 Prozent ist das Fernsehen das Medium, auf das sie am wenigsten verzichten könnten. Nach Auskunft der Haupterzieher fangen die Kinder mit durchschnittlich drei Jahren an, fernzusehen. Entsprechend erfährt das Fernsehen hohen Zuspruch, ganz unabhängig vom Alter geben zwischen 56 und 58 Prozent der Kinder an, sehr gerne fernzusehen. Etwa weitere 40 Prozent

Fernseh- und PC-Nutzung steigt altersbedingt

Fernsehen bleibt bei Kindern dominantes Medium

Kinder sehen rund 90 Minuten pro Tag fern

Tab. 5 Mediennutzungsdauer von Kindern
Einschätzung der Haupterzieher..., in Min./Tag

	Gesamt 2010 (n=1 214)	Gesamt 2012 (n=1 220)	Jungen (n=623)	Mädchen (n=597)	6–7 J. (n=271)	8–9 J. (n=319)	10–11 J. (n=312)	12–13 J. (n=318)
Fernsehen	98	95	99	91	74	86	100	119
Radio	33	32	33	31	25	30	33	39
Buch/Lesen	21	22	18	25	18	19	24	25
Computer (inkl. Internet)	44	42	46	38	10	28	45	82
Internet	24	28	29	27	4	14	30	61
PC-/Online-/Konsolenspiele	36	34	43	25	18	31	37	49

Quelle: KIM-Studie 2012.

schauen gerne fern. 82 Prozent der Kinder haben eine bestimmte Fernsehsendung, die sie besonders gerne einschalten, die konkrete Nachfrage zeigt dann eine extrem hohe Bandbreite. Am häufigsten werden „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (5%), „Die Simpsons“ (4%), „Deutschland sucht den Superstar“, „Hannah Montana“ oder „Spongebob“ (je 3%) genannt. Insgesamt zeigt sich eine breite Mischung aus Kinder- und Erwachsenenprogramm. Die Frage, ob sie einen Lieblingsfernsehsender haben, bejahten 61 Prozent der Kinder. Jeweils 26 Prozent der Kinder mit liebstem Fernsehsender geben hier den KiKA und Super RTL an, für 13 Prozent ist RTL und für 8 Prozent ProSieben der Liebblingssender. Auf NICK und RTL II entfallen jeweils 6 Prozent, Sat.1 und Viva werden von jeweils 2 Prozent genannt. Mädchen mit Liebblingssender geben häufiger als Jungen KiKA (32%, Jungen: 21%) und RTL (16%, Jungen: 11%) an, die Jungen nennen ProSieben (12%) dreimal so häufig wie Mädchen.

Gut die Hälfte der Kinder (53%) schaltet den Fernseher zielgerichtet ein, wenn eine bestimmte Sendung kommt, Mädchen (57%) etwas häufiger als Jungen (50%). Mit zunehmendem Alter der Kinder geht das zielgerichtete Sehen zurück (6 bis 7 Jahre: 63%, 12 bis 13 Jahre: 46%), Kinder schalten dann häufiger einfach so den Fernseher ein und lassen sich vom Angebot überraschen.

Erfahrungen mit unangenehmen oder ängstigenden Inhalten

Dass Fernsehen bzw. Fernsehinhalte überfordern oder ängstigen können, haben Kinder auch schon selbst erfahren. So bestätigen 23 Prozent der fernsehenden Kinder, dass sie schon einmal Inhalte gesehen haben, die nicht für Kinder geeignet waren. 16 Prozent sahen im Fernsehen schon Dinge, die ihnen Angst gemacht haben, und 11 Prozent wurden mit für sie unangenehmen Bildern konfrontiert. Horror, Gewalt und Sex – in verschiedener Reihenfolge nennen Kinder diese Inhalte, wenn es um für sie Problematisches im Fernsehen geht. Angst hatten Kinder daneben aber auch bei Krimis oder Nachrichtensendungen.

Denn immerhin schauen 27 Prozent der fernsehenden Kinder öfter Nachrichtensendungen an (Mädchen: 30%, Jungen: 25%), der Anteil steigt von 20 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf 33 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen. Bei diesen Nachrichtensendungen handelt es sich zwar in erster Linie um die Kindernachrichtensendung „logo!“ (43%), aber auch „RTL aktuell“ (19%), „Tageschau“/„Tagesthemen“ (17%) oder „heute“/„heute journal“ (10%) werden von einem Teil der Kinder genutzt. „logo!“ bleibt dabei für Kinder bis elf Jahre interessant, ab dem zehnten Lebensjahr gewinnen aber auch die „erwachsenen“ Nachrichtensendungen für Kinder an Bedeutung bzw. werden gemeinsam mit den Eltern angeschaut.

Bücher

Trotz zunehmender Digitalisierung und der stärkeren Verbreitung des Internets bei Kindern hat das Lesen von Büchern (jenseits von Schulbüchern) noch immer einen fundierten Stellenwert im Kinderalltag. 14 Prozent der Kinder lesen jeden/fast jeden Tag, 34 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche, 29 Prozent seltener und 23 Prozent zählen zu den Nicht-Lesern. Dass bei Kindern die Affinität zum Lesen weniger mit dem Alter und mehr mit dem Geschlecht zusammenhängt, lässt sich auch in der KIM-Studie 2012 bestätigen. So lesen je nach Alter zwischen 43 und 53 Prozent der Kinder mindestens einmal pro Woche (6 bis 7 Jahre: 45%, 8 bis 9 Jahre: 51%; 10 bis 11 Jahre: 53%, 12 bis 13 Jahre: 43%). Bei den Mädchen sind es mit 58 Prozent aber deutlich mehr als bei den Jungen (39%). Vergleicht man den Anteil der intensiven Leser (jeden/fast jeden Tag), dann ist er bei den Mädchen (21%) dreimal so hoch wie bei den Jungen (7%), liegt aber insgesamt je nach Altersgruppe zwischen 12 und 17 Prozent. Der Vergleich mit der KIM-Studie 2010 zeigt beim intensiven Lesen einen Zuwachs um 8 Prozentpunkte bei den Mädchen, bei den Jungen hingegen einen Rückgang um 2 Prozentpunkte. Die Frage, wie gerne Bücher gelesen werden, beantworten im Übrigen 18 Prozent der Kinder mit „sehr gerne“ (Mädchen: 26%, Jungen: 10%), 35 Prozent mit „gerne“ (Mädchen: 39%, Jungen: 31%) und 20 Prozent mit „nicht so

Mädchen lesen mehr und lieber als Jungen

gerne“ (Mädchen: 16 %, Jungen: 25 %). Zum Zeitpunkt der Befragung lasen 51 Prozent der Kinder, die zumindest selten lesen, aktuell ein Buch (Mädchen: 62 %, Jungen: 38 %). Die Bandbreite gelesener Buchtitel ist auch hier enorm, die häufigsten Nennungen entfallen noch immer auf „Harry Potter“ (8 %), es werden aber auch Tierbücher (5 %), Klassiker wie „Die drei Fragezeichen“ (4 %) „Fünf Freunde“, „Pippi Langstrumpf“, „Hanni und Nanni“ (je 2 %) oder neuere Titel wie die Comic-Romane „Gregs Tagebuch“ (3 %) oder „Twilight“ (2 %) häufiger genannt.

Computer- und Internetnutzung

Computernutzung ist Teil des Alltags von Kindern

Die Nutzung von Computer und Internet spielt mittlerweile auch im Alltag von Kindern eine beachtliche Rolle. In 95 Prozent der Haushalte, in denen Sechs- bis 13-Jährige leben, gibt es (mindestens) einen Computer oder Laptop. Ein Fünftel (21 %) der Kinder in dieser Altersstufe besitzt ein eigenes Gerät. Lediglich ein Viertel (26 %) der Sechs- bis 13-Jährigen hat noch nie einen Computer genutzt.

Die Einstellung der Haupterzieher zur Computernutzung von Kindern ist oftmals zwiespaltig. Etwa die Hälfte der Eltern bestätigt, dass Kinder durch die Nutzung von Computern etwas lernen können (47 %) und dass Computer für den Schulerfolg von Bedeutung sind (51 %). Dennoch sind knapp zwei Drittel (65 %) überzeugt, dass Computer zu den Medien gehören, die Kinder zu „Stuhnhockern“ werden lassen.

Leichter Anstieg des Anteils an Internetnutzern

Der Einstieg in die Internetnutzung findet nach Angaben der Haupterzieher mit durchschnittlich acht Jahren statt. Bereits bei den Kindern zwischen sechs und sieben Jahren nutzen 21 Prozent zumindest selten das Internet (nach eigenen Angaben) (vgl. Tabelle 6). Im Altersverlauf nimmt die Zahl der Internetnutzer kontinuierlich zu, so dass unter den Zwölf- bis 13-Jährigen insgesamt 93 Prozent mindestens selten das Internet nutzen. Bei Jungen (64 %) liegt der Anteil etwas höher als bei den Mädchen (58 %). Im Vergleich zur KIM-Studie 2010 zeigt sich eine leichte Steigung des Anteils an Internetnutzern (um 5 %-Punkte).

Je älter die Kinder, desto stärker steigt Internetnutzung an

Insgesamt 16 Prozent der Internetnutzer gehen selten ins Internet, knapp die Hälfte (49 %) nutzt es ein- oder mehrmals pro Woche. Für 36 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer gehört die Nutzung von Onlineangeboten zum Alltag, sie gehen (fast) jeden Tag ins Internet – ein Anstieg um immerhin 10 Prozentpunkte im Vergleich zur letzten Erhebung. Die männlichen und weiblichen Internetnutzer unterscheiden sich hinsichtlich der Häufigkeit der Nutzung kaum. Bei den verschiedenen Altersgruppen zeigt sich hingegen (vor allem hinsichtlich der täglichen Nutzung) ein deutlicher Anstieg: Von den Sechs- bis Siebenjährigen nutzen 7 Prozent jeden oder fast jeden Tag das Internet. 16 Prozent der Internetnutzer zwischen acht und neun Jahren und 27 Prozent im

Alter von zehn und elf Jahren gehen täglich ins Internet. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es schließlich knapp drei Fünftel (58 %), die (fast) jeden Tag das Internet nutzen.

Fragt man die Kinder, die über Onlineerfahrungen verfügen, wie gerne sie das Internet im Allgemeinen nutzen, antworten 47 Prozent mit „sehr gerne“ (vgl. Tabelle 7). Weitere 46 Prozent gehen „gerne“ ins Internet, 7 Prozent nutzen es „nicht so gerne/gar nicht gerne“. Bei Jungen (51 % „sehr gerne“) ist die Internetnutzung etwas beliebter als bei Mädchen (41 % „sehr gerne“). Mit steigendem Alter nimmt die Wertschätzung – analog zur Nutzungshäufigkeit – erheblich zu.

Die Haupterzieher der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer berichten, dass ein Drittel der Kinder das Internet nutzen darf, wann es möchte, während 64 Prozent vorher um Erlaubnis bitten müssen. Die selbstbestimmte Internetnutzung kommt bei älteren Kindern (12 bis 13 Jahre: 54 %) deutlich häufiger als bei jüngeren (6 bis 7 Jahre: 3 %) vor.

Bei den Lieblingsseiten im Internet liegt mittlerweile Facebook auf Platz 1 (17 % der Internetnutzer, die eine Lieblingsseite haben). Auf den weiteren Rängen folgen die Videoplattform YouTube (12 %) und die Community schülerVZ (11 %), welche im Jahr 2010 noch die beliebteste Seite der Sechs- bis 13-Jährigen war. Außerdem zählen die Internetplattform von Super RTL, TOGGO (9 %), sowie die Suchmaschine Google (6 %) zu den weiteren Lieblingsseiten. Mit fragFINN (6 %) und Blinde Kuh (6 %) finden sich auch Suchmaschinen, die speziell für Kinder konzipiert wurden, in der Rangliste. Das Angebot des Kinderkanals von ARD und ZDF, KiKA, wird von 5 Prozent als Lieblingsangebot im Internet genannt. Mädchen sprechen sich etwas häufiger für die Communitys Facebook und schülerVZ aus, Jungen nennen etwas öfter Google als Lieblingsseite.

Die Häufigkeit verschiedener Tätigkeiten im Internet wird von der Nutzung von Suchmaschinen angeführt (vgl. Tabelle 8). Drei Viertel aller Internetnutzer im Alter von sechs bis 13 Jahren nutzen mindestens einmal pro Woche eine Suchmaschine, wie zum Beispiel Google. 53 Prozent nutzen regelmäßig Internetangebote, die speziell für Kinder gemacht sind. Die Hälfte der sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer surft ohne spezielles Anliegen zumindest einmal pro Woche „einfach drauflos“. Filme, Videos oder kurze Clips werden von 48 Prozent im Internet angesehen, der gleiche Wert ergibt sich für die regelmäßige Nutzung von Onlinecommunitys. Das Verschicken von E-Mails (37 %), die Nutzung von Wikipedia (34 %),

Beliebtheit des Internets

Facebook, YouTube und schülerVZ sind Lieblingsseiten im Netz

Suchmaschinen werden im Internet am häufigsten genutzt

Tab. 6 Internetnutzung und Nutzungsfrequenz bei Kindern
in %

	Gesamt 2010 (n=1 214)	Gesamt 2012 (n=1 220)	Jungen (n=623)	Mädchen (n=597)	6-7 J. (n=271)	8-9 J. (n=319)	10-11 J. (n=312)	12-13 J. (n=318)
Internetnutzer (zumindest selten)	57	62	64	58	21	48	75	93
Nutzungsfrequenz der Nutzer								
jeden/fast jeden Tag	26	36	36	35	7	16	27	58
ein-/mehrmals in der Woche	49	49	48	49	60	56	58	35
seltener	25	16	15	16	33	28	15	7

Quelle: KIM-Studie 2012.

Tab. 7 Beliebtheit der Internetnutzung bei Kindern
Internetnutzer, nutze das Internet... , in %

	Gesamt 2012 (n=742)	Jungen (n=394)	Mädchen (n=348)	6-7 J. (n=60)	8-9 J. (n=152)	10-11 J. (n=233)	12-13 J. (n=297)
sehr gerne	47	51	41	23	36	46	57
gerne	46	43	50	58	53	47	39
nicht so gerne	6	5	8	13	11	5	4
gar nicht gerne	1	1	1	2	1	1	
weiß nicht/k.A.	-	1	-	3	-	-	-

Quelle: KIM-Studie 2012.

Chatten (33 %) und Instant Messaging (27 %) spielen bei der Internetnutzung von Kindern eine eher untergeordnete Rolle. Auch die regelmäßige Nutzung von Fernseh- oder Radioinhalten via Internet ist eher die Ausnahme (je 11 %).

44 % der internet-nutzenden Kinder sind in Community angemeldet

Die Angaben zu den liebsten Websites und auch die Häufigkeit der Nutzung zeigen, dass Onlinenetzwerke wie Facebook und schülerVZ bei Kindern sehr gefragt sind. 44 Prozent der Internetnutzer im Alter zwischen sechs und 13 Jahren sind in einer Community angemeldet. Jungen (49 %) haben etwas häufiger ein eigenes Profil als Mädchen (40 %). Bereits in der jüngsten Altersgruppe von sechs bis sieben Jahren gibt es – zwar sehr wenige – Kinder, die in einer Community angemeldet sind (5 % der Internetnutzer). Bei den Acht- bis Neunjährigen sind 18 Prozent Mitglied in einer Community. Zwei Fünftel (41 %) der Internetnutzer zwischen zehn und elf Jahren sowie zwei Drittel (68 %) der Zwölf- bis 13-jährigen sind in einer Community angemeldet. Im Vergleich zur letzten KIM-Studie sind die Werte zur Mitgliedschaft in Communities insgesamt aber nur leicht angestiegen (um 5 %-Punkte).

Facebook ist beliebteste Community

Analog zu den Änderungen bei der Rangfolge der Lieblingswebsites steht nun auch bei der Community-Mitgliedschaft an erster Stelle Facebook. 55 Prozent der Kinder, die ein eigenes Profil bei einem sozialen Netzwerk haben, nutzen dieses US-amerikanische Angebot. 46 Prozent entfallen auf die deutsche Community schülerVZ. Bei wer-

kennt-wen und Knuddels sind lediglich 5 Prozent angemeldet. Die Konzentration auf Facebook als beliebtestes Angebot der Kinder ist durchaus kritisch zu bewerten. Nach den Nutzungsbedingungen des Unternehmens ist die Anmeldung prinzipiell erst ab 13 Jahren erlaubt. Zudem steht Facebook seit einiger Zeit hinsichtlich des Umgangs mit den persönlichen Daten der Nutzer stark in der Kritik. Die Mitgliedschaft bei schülerVZ ist laut AGB frühestens ab zehn Jahren zugelassen.

Bei der Frage, in welchem Alter sich die Kinder erstmals in einer Community angemeldet haben, ergibt sich ein Durchschnittsalter von zehn Jahren. 1 Prozent der Communitynutzer hat bereits im Alter von sechs Jahren einen eigenen Community-Account erstellt. 12 Prozent meldeten sich erstmals mit sieben oder acht Jahren an und 37 Prozent mit neun bis zehn Jahren. Knapp die Hälfte der Communitynutzer (48 %) war bei der Erstanmeldung in einem sozialen Netzwerk zwischen elf und 13 Jahre alt. Der Großteil der Kinder (80 %), die in einer Community angemeldet sind, hat sich bei der Erstellung des Benutzerkontos von einer anderen Person helfen lassen. Jeweils ein Drittel hat sich vom Vater (35 %) oder der Mutter (33 %) helfen lassen. 30 Prozent erhielten bei der Registrierung Hilfe von Freunden. 17 Prozent meldeten sich gemeinsam mit einem Geschwisterkind an.

Die Daten zur Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet zeigen, dass das Internet bereits im Kindesalter zur Kommunikation genutzt wird. Auch die Hälfte der Haupterzieher (49 %) von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren stimmt zu,

Anmeldung in Community erfolgt etwa mit zehn Jahren

Meinungen der Erziehungsberechtigten zu sozialen Netzwerken

Tab. 8 Internettätigkeiten bei Kindern
Internetnutzer, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt 2010 (n=687)	Gesamt 2012 (n=742)	Jungen (n=394)	Mädchen (n=348)	6–7 J. (n=60)	8–9 J. (n=152)	10–11 J. (n=233)	12–13 J. (n=297)
Suchmaschinen nutzen	68	75	76	73	43	59	79	85
Internetseiten nutzen, die speziell für Kinder gemacht sind	46	53	51	54	65	65	61	38
einfach so drauflos surfen	44	51	53	48	22	34	47	67
Filme/Videos anschauen zum Beispiel bei YouTube, MyVideo, etc.	46	48	51	45	25	32	47	63
schulervZ, wer-kennt-wen, Facebook oder andere Communitys nutzen	43	48	44	53	12	20	45	72
E-Mails verschicken	40	37	37	37	10	17	37	53
Wikipedia nutzen	38	34	33	34	7	14	36	48
Chatten, also Chatrooms besuchen	34	33	30	36	7	20	29	49
Instant-Messenger wie z. B. ICQ/MSN nutzen	30	27	28	26		13	29	38
über das Internet Radio hören	9	11	12	12	5	7	14	14
Fernsehsendungen im Internet ansehen	11	11	13	10	7	7	14	13

Quelle: KIM-Studie 2012.

Tab. 9 Probleme von Kindern mit dem Internet
Internetnutzer, in %

	Gesamt 2010 (n=687)	Gesamt 2012 (n=742)	Jungen (n=394)	Mädchen (n=348)	6–7 J. (n=60)	8–9 J. (n=152)	10–11 J. (n=233)	12–13 J. (n=297)
war für Kinder nicht geeignet	16	17	21	13	15	14	20	18
hat mir Angst gemacht	3	6	5	7	13	7	5	5
war mir unangenehm	8	9	9	9	12	10	9	7

Quelle: KIM-Studie 2012.

dass „das Internet für Kinder wichtig ist, um Kontakt mit anderen zu pflegen“. Die Zustimmung zu diesem Statement hat sich in den letzten vier Jahren um 16 Prozentpunkte gesteigert (2008: 33%; 2010: 37%). Das Statement „Das Internet birgt für Kinder viele Gefahren“ erhält von den Haupterziehern insgesamt die größte Zustimmung (84%). Die Nutzung von Filterprogrammen, um den Internetzugang für Kinder technisch zu beschränken, befürworten 62 Prozent („Kinder sollten nur im Internet surfen, wenn auf dem Computer ein Filter- oder Schutzprogramm installiert ist“). Im Gegensatz dazu meinen zwei Fünftel, dass das eigene „Kind das Internet auch ohne Aufsicht nutzen darf/dürfte“.

Konfrontation mit ängstigen oder unangenehmen Inhalten

Die Aussagen der Eltern zur Internetnutzung von Kindern zeigen, dass diese oftmals auch mit der Angst verbunden ist, Kinder könnten im Internet mit Dingen konfrontiert werden, die für sie ungeeignet oder gar schädlich sind. Fragt man die sechs- bis 13-jährigen Internetnutzer, ob sie im Internet schon einmal auf solche Inhalte gestoßen seien, bejahen dies insgesamt 17 Prozent – Jungen etwas häufiger als Mädchen (vgl. Tabelle 9). 9 Prozent haben außerdem im Internet schon etwas gesehen, das ihnen unangenehm war. 6 Prozent

berichten von Onlineinhalten, die sie als ängstigend empfunden haben. Bei den Angaben zu unangenehmen oder ängstigenden Erfahrungen unterscheiden sich Jungen und Mädchen kaum. Mit steigendem Alter kommen solche Erlebnisse eher seltener vor – wahrscheinlich auch, weil die Inhalte von älteren Kindern besser eingeordnet oder bewältigt werden können.

Unabhängig von den problematischen Inhalten, mit denen Kinder im Internet konfrontiert werden können, sehen Eltern auch die positiven Aspekte von Computer und Internet. Drei Viertel der Haupterzieher stimmen zu, dass „Kinder durch Computer und Internet viel lernen und Neues erfahren können“. Bei der Vermittlung von Medienkompetenz in Bezug auf Internet und PC sehen viele Eltern sowohl sich selbst (67%) als auch die Schule (73%) in der Pflicht. Insgesamt denkt über die Hälfte der Haupterzieher (54%), dass „Kinder so früh wie möglich an Computer gewöhnt werden sollen“.

Eltern sehen auch positive Aspekte von Computer/Internet

Zusatzstudie zur Mediennutzung von Vorschulkindern	<p>Exkurs „mini-KIM“</p> <p>Um mehr über den Stellenwert der Medien bei Kindern im Vorschulalter zu erfahren, wurde im Rahmen der KIM-Studie 2012 erstmals eine Zusatzserhebung bei 632 Haupterziehern von Zwei- bis Fünfjährigen durchgeführt. Das Befragungsinstrument der miniKIM orientierte sich dabei stark an dem der KIM-Studie, wurde aber entsprechend angepasst bzw. gekürzt.</p>	<p>Fazit</p> <p>Kinder wachsen heute ganz selbstverständlich in einer von Medien geprägten Welt auf. Dennoch steht bei den Themeninteressen der Sechs- bis 13-Jährigen „Freunde und Freundschaft“ immer noch an erster Stelle. Auch bei den Freizeitaktivitäten ist die Relevanz von nicht-medialen Tätigkeiten seit vielen Jahren konstant: Rund neun von zehn Kindern treffen sich regelmäßig mit ihren Freunden oder nutzen ihre Freizeit zum Spielen.</p>	Freunde/ Freundschaft bleiben für Kinder am wichtigsten
Fernsehen spielt bereits wichtige Rolle im Alltag	<p>Der Alltag (jeden/fast jeden Tag) der Vorschulkinder ist zwar vom Spielen geprägt (drinnen: 89 %, draußen: 67 %), das Fernsehen (47 %) liegt aber bereits knapp vor der Beschäftigung mit Büchern (45 %). Andere Medienaktivitäten sind in dieser Altersgruppe noch vergleichsweise irrelevant (Musik hören: 18 %, Hörspiele hören: 18 %, Radio hören: 12 %, Video/DVDs sehen: 3 %, Computer-/Konsolen-/Onlinespiele: 2 %).</p>	<p>Bei der Mediennutzung im Kindesalter dominiert das Fernsehen. Fast alle Kinder schalten zumindest einmal pro Woche den Fernseher ein, und der Großteil der Sechs- bis 13-Jährigen möchte bei der Frage nach der Medienbindung am wenigsten auf das Fernsehen verzichten. Die Medienpräferenzen von Mädchen und Jungen weisen jenseits des Fernsehens deutliche Unterschiede auf. So sind Computer-/Konsolen- und Onlinespiele für Jungen deutlich attraktiver als für Mädchen, diese haben nach wie vor eine sehr viel höhere Affinität zum Lesen.</p>	Fernsehen bleibt trotz Konkurrenz des Internets wichtigstes Medium
Bindung an das Fernsehen steigt ab Alter von vier Jahren steil an	<p>Dies deckt sich mit den Angaben zur Unverzichtbarkeit verschiedener Medien. Nach Angaben der Haupterzieher haben die Zwei- bis Dreijährigen die höchste Bindung an (Bilder-)Bücher, 62 Prozent glauben, dass ihr Kind hierauf am wenigsten verzichten könnte. Das Fernsehen erhält hier 22 Prozent der Stimmen, auf Tonträger wie CDs, Hörspielkassetten oder MP3-Player kommen auf 10 Prozent. Dieses Bild dreht sich bei den Vier- bis Fünfjährigen komplett. In dieser Altersgruppe wird dem Fernsehen (54 %) die höchste Bindungskraft attestiert, Bücher fallen auf 26 Prozent zurück. Die Bindung an Tonträger bleibt relativ konstant (12%), auf Computer-, Konsolen-, Onlinespiele entfallen nach Angaben der Haupterzieher 4 Prozent.</p>	<p>Die Ergebnisse der KIM-Studie zeigen, dass zwar das Fernsehen weiterhin im Grundschulalter das bedeutendste Medium ist, das Internet aber auch schon im Alltag von Kindern angekommen ist. Zwar haben derzeit Tablet-PCs und Smartphones bei den Sechs- bis Dreizehnjährigen noch keine so große Bedeutung, doch nimmt die Intensität der Internetnutzung zu, und spätestens mit zehn Jahren spielt das Internet eine wichtige Rolle bei Kindern. Eltern sind hierbei im Zwiespalt, da sie einerseits die Notwendigkeit einer frühen Annäherung an den Computer erkennen, andererseits auch die Gefahren sehen. Die aktuelle Debatte, ob bzw. ab wann elektronische Medien für Kinder überhaupt geeignet sind, spiegelt diese ambivalente Haltung wieder.</p>	Nutzung von Communitys wie Facebook durch Kinder ist kritisch zu sehen
	<p>Betrachtet man die Nutzungsdauer, beschäftigen sich Zwei- bis Dreijährige genauso lange mit Büchern wie Vier- bis Fünfjährige (27 bzw. 26 Min.). Die Zuwendung zum Fernsehen fällt bei den Vier- bis Fünfjährigen (55 Min.) aber bereits doppelt so lang aus wie bei den Zwei- bis Dreijährigen (30 Min.). Was die Beschäftigung mit dem Fernsehen generell betrifft, so sehen 29 Prozent der Zwei- bis Dreijährigen sehr gerne, 54 Prozent gerne und immerhin 17 Prozent weniger bzw. gar nicht gerne fern (weniger: 16 %, gar nicht gerne: 1 %). Bei den Vier- bis Fünfjährigen steigt der Anteil der Fernsehfans auf insgesamt 94 Prozent an, nur 5 Prozent sehen weniger gerne fern. Das zielgerichtete Fernsehen ist auch bei den Vorschulkindern die Regel (71 %), mehr als ein Viertel der Haupterzieher schaltet das Fernsehgerät für ihr Kind aber auch einfach so ein (28 %).</p>	<p>Die Liste der Lieblingswebsites der Kinder wird mittlerweile von der Community Facebook angeführt. YouTube und schülerVZ folgen auf Platz 2 und 3. Die Nutzung von Internetangeboten wie Facebook, welches primär für Erwachsene konzipiert wurde, ist durchaus kritisch zu sehen. Global agierende Anbieter zielen in der Regel allein auf eine erwachsene Zielgruppe ab und stellen sich durch die Angabe eines (nicht geprüften) Mindestalters in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Facebook: 13 Jahre) häufig nicht ihrer Verantwortung, was den Schutz von Kindern und Jugendlichen angeht. Anhand der Nutzungszahlen lässt sich feststellen, dass Kinder sich mit durchschnittlich zehn Jahren in ihrer Community anmelden – die Nutzung durch Kinder ist also Realität, auf die sich auch die Anbieter einstellen sollten.</p>	
		<p>Die Daten der KIM-Studie zeigen, dass das Internet bei den Kindern längst angekommen ist und sich nicht mehr so sehr die Frage stellt, ob Kinder im Internet surfen, sondern eher wie, zu welchem</p>	Altersgerechte und sichere Internetangebote erforderlich

Zweck und auf welchen Angeboten. Aus pädagogischer Sicht sollte man sich also weniger die Frage stellen, wie man die Kindern generell vom Internet fernhalten kann, sondern wie man Kindern ein altersgerechtes und sicheres Angebot zur Verfügung stellen und einen begleiteten und kompetenten Einstieg ins Internet für alle Kinder gewährleisten kann. Darüber hinaus sollte man weiterhin Anstrengungen unternehmen, kindgerechte und sichere Angebote für Kinder im Internet anzubieten.

Anmerkung:

- 1) Dass die Haupterzieher hier eine sehr realistische Schätzung abgeben, zeigt der Vergleich mit den Messungen der AGF/GfK-Fernsehforschung. Hier lag die tägliche Nutzungsdauer des Fernsehens bei dieser Altersgruppe an einem durchschnittlichen Tag im Jahr 2012 bei 96 Minuten.

