

Ergebnisse der KIM-Studie 2014

► Kinder und Medien, Computer und Internet

Von Sabine Feierabend*, Theresa Plankenhorn**
und Thomas Rathgeb**

Wenn sich die Gesellschaft mit dem Thema Kinder befasst, ist deren Mediennutzung seit Jahren von großem Interesse. Dies gilt im Zusammenhang mit Erziehung und Freizeitverhalten im familiären Rahmen wie auch im schulischen Kontext als Element der Bildung. Es geht um die Frage, wieviel Zeit Kinder mit Medien verbringen, es geht um ihre Interessenlagen, ihre inhaltlichen Präferenzen, um ihre Kompetenzen in der Bedienung und um ihren Zugang zu den verschiedenen Medien. Zur Beurteilung der aktuellen Situation der Kinder ist die Analyse des Mediennutzungsverhaltens eine wichtige Grundlage. Hierfür liefert der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) (1) seit 15 Jahren Daten zum Medienumgang von Kindern und zur Bedeutung der Medien für die jeweilige Altersgruppe. So beschreiben die bundesweit repräsentativen Studien die jeweils aktuelle Situation und korrigieren oft auch das Bild, das Medien über den Medienumgang von Kindern präsentieren oder das man aus dem eigenen Umfeld als allgemeingültig annimmt.

**KIM-Studie
untersucht seit 1999
Medienverhalten
Sechs- bis
13-Jähriger**

Mit der Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) untersucht der mpfs seit 1999 das Medienverhalten der Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren in Deutschland. Neben der persönlichen Befragung der Kinder werden auch die jeweiligen Haupterzieher, dies sind in der Regel die Mütter, zu ihrem Medienverhalten, zu Einstellungen den Medien gegenüber und zum Medienumgang des Kindes schriftlich befragt. Somit bietet die KIM-Studie ein repräsentatives Bild der aktuellen Mediensituation der Sechs- bis 13-Jährigen. Erfasst werden die Nutzung von Fernsehen, Radio, Büchern, Computer und Internet, digitalen Spielen sowie die Handynutzung und die jeweiligen inhaltlichen Präferenzen.

**KIM-Studie 2014:
Gut 1 200 Schulkinder
und ihre
Haupterzieher befragt**

Für die KIM-Studie 2014 wurden zwischen dem 9. Mai 2014 und dem 20. Juni 2014 insgesamt 1 209 deutschsprachige Schulkinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren computergestützt persönlich-mündlich (CAPI) zuhause befragt. Parallel zur Befragung der Kinder erfolgten die Interviews der Haupterzieher mit einem Selbstausfüllerfragebogen (paper & pencil). Das Auswahlverfahren erfolgte nach einem Quotenverfahren. (2) Damit sind die Ergebnisse repräsentativ für die Sechs- bis 13-Jährigen

in Deutschland. Die Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK Institut Taunusstein. Dass der Anteil der Kinder mit Migrationshintergrund bei der KIM-Studie 2014 nur bei rund 10 Prozent und damit deutlich unter den offiziellen Werten des Statistischen Bundesamtes liegt, ist der Tatsache geschuldet, dass für die Teilnahme an der Studie ein entsprechendes Verständnis der deutschen Sprache in Wort und Schrift sowie die Einwilligung zumindest eines Elternteils vorausgesetzt wird.

Eine erste grundsätzliche Affinität zu verschiedenen Medien wurde erfragt, indem die Kinder bei 16 verschiedenen Themenbereichen jeweils angeben konnten, wie sehr sie sich für diese interessieren. Das Thema Freunde/Freundschaft steht bei dieser Fragestellung mit großem Abstand an erster Stelle und wird von 93 Prozent aller Kinder als sehr interessant oder interessant bewertet. Etwa je zwei Drittel bekunden Interesse an Internet/Computer/Laptop, Musik, Computer-/Konsolen-/Onlinespielen, Schule, Sport sowie dem Thema Handy/Smartphone. Drei von fünf Kindern interessieren sich für Kino/Filme und Tiere, während sich gut die Hälfte für Kleidung/Mode, Film-/Fernsehstars sowie Bücher/Lesen ausspricht. Die Themen Umwelt/Natur und Technik werden von 44 bzw. 41 Prozent als interessant eingestuft. Etwa drei von zehn Kindern sind besonders aufgeschlossen gegenüber fremden Ländern sowie dem aktuellen Zeitgeschehen.

Hierbei zeigen Mädchen stärkeres Interesse (sehr interessiert) an Freunde/Freundschaft sowie an den Themen Tiere, Musik, Kleidung/Mode, Schule, Bücher/Lesen, Film-/Fernsehstars sowie Umwelt/Natur. Computer-/Konsolen-/Onlinespiele und Sport werden hingegen deutlich von Jungen präferiert: Fast jeder zweite Junge begeistert sich für diese beiden Bereiche, während es bei den Mädchen nur 20 Prozent (Computer-/Konsolen-/Onlinespiele) bzw. 15 Prozent (Sport) sind. Auch bei Technik (Mädchen: 2 %, Jungen: 22 %) und Internet/Computer/Laptop (Mädchen: 26 %, Jungen: 38 %) werden Geschlechterdifferenzen sichtbar. Lediglich bei den Themen Handy/Smartphone, Kino/Filme sowie fremde Länder und dem aktuellen Weltgeschehen äußern beide Geschlechter ähnlich starkes Interesse. Im Vergleich zur KIM-Studie 2012 fällt bei der starken Interessensbekundung „sehr interessiert“ auf, dass das Interesse an Musik um 6 Prozentpunkte zurückgegangen ist, während die Kategorie Handy/Smartphone deutlich interessanter bewertet wurde (+10 %-Punkte) (vgl. Tabelle 1).

Medienausstattung und Medienbesitz

Kinder wachsen heute in Haushalten auf, in denen eine Vielzahl an Mediengeräten zur Verfügung steht. In Familien mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren liegt die Ausstattungsrate mit Fernseher, Handy/Smartphone (3), Computer/Laptop und Internetzugang bei nahezu 100 Prozent, ein Radio steht in neun von zehn Familien zur Verfügung, während CD-Player, DVD-Player und Digitalkamera in gut

**Themeninteressen
der Kinder:
Freundschaft vor
Internet, Computer,
Handy und Medien**

**Unterschiedliche
Schwerpunkte bei
Jungen und Mädchen**

**Fast alle Haushalte
haben Radio und TV,
Handy, Computer und
Internet**

* Südwestrundfunk Medienforschung/Programmstrategie.
** Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

Tab. 1 Themeninteressen von Kindern
 sehr interessiert, in %

	Gesamt			2014					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	Jungen (n=620)	Mädchen (n=589)	6–7 J. (n=295)	8–9 J. (n=290)	10–11 J. (n=302)	12–13 J. (n=322)
Freunde/Freundschaft	61	63	59	54	64	52	61	59	62
Musik	31	30	24	17	32	13	19	27	38
Computer-/Konsolen-/ Onlinespiele	32	33	33	46	20	25	25	40	42
Sport	31	34	31	46	15	29	28	34	33
Internet/Computer	30	31	32	38	26	11	22	44	50
Tiere	25	25	27	16	39	37	30	22	20
Handy/Smartphone	26	23	33	35	31	11	23	37	57
Kleidung/Mode	18	20	20	8	32	6	11	24	37
Kino/Filme	18	16	16	15	16	13	12	15	21
Schule	20	15	17	13	21	23	17	16	13
Film-/Fernsehstars	17	15	15	11	20	10	13	16	21
Bücher/Lesen	15	14	16	10	21	10	21	15	17
Technik	10	11	12	22	2	7	11	15	15
Umwelt/Natur	9	10	12	8	15	8	12	13	13
fremde Länder	6	5	6	6	7	4	4	7	11
Aktuelles, was gerade in der Welt passiert	4	3	4	3	4	2	3	4	6

Quelle: KIM-Studien 2010–2014.

acht von zehn Haushalten vorhanden sind. In knapp drei Viertel der Familien gibt es eine Spielkonsole, wobei stationäre Versionen (55 %) etwas häufiger sind als tragbare Varianten (51 %). 39 Prozent der Haushalte haben ein Tageszeitungsabonnement und 11 Prozent verfügen über Pay-TV. Die Ausstattung mit Smartphones hat sich seit der letzten Erhebung 2012 drastisch um 31 Prozentpunkte auf nunmehr 75 Prozent erhöht, überraschend gering (und damit gegen den bundesweiten Trend) fällt dagegen der Zuwachs bei Tablet-PCs aus (+7 %-Punkte), die in 19 Prozent der Familien vorhanden sind.

Kinder selbst besitzen relativ überschaubare Anzahl eigener Geräte

Die Kinder selbst haben dagegen eine relativ überschaubare Anzahl eigener Mediengeräte. Nach Angaben der Haupterzieher ist der CD-Player am weitesten verbreitet, den jedes zweite Kind besitzt. Auch Spielkonsolen (48 % netto, tragbar: 38 %, stationär: 24 %) und MP3-Player (46 %) sind in knapp der Hälfte aller Kinderzimmer vorhanden. Ebenso besitzt fast jeder zweite Sechs- bis 13-Jährige ein Handy/Smartphone (47 %). Gut ein Drittel der Kinder (35 %) verfügt über einen eigenen Fernseher, jeder Vierte über ein eigenes Radio (27 %), einen Kassettenrekorder (25 %) oder ein Smartphone (25 %). Einen eigenen Computer oder Laptop hat nur jeder Fünfte (21 %), 18 Prozent können damit vom Kinderzimmer aus auf das Internet zugreifen. Lediglich 2 Prozent der Kinder besitzen selbst einen Tablet-PC. Jungen weisen tendenziell eine höhere Ausstattungsrate mit Mediengeräten auf als Mädchen – dies gilt insbesondere für Spielkonsolen. MP3-Player und Kassettenrekorder finden sich hingegen etwas häufiger im Besitz von Mädchen.

Mit steigendem Alter der Kinder nimmt der Gerätebesitz (außer bei Kindercomputern und Kassettenrekordern) deutlich zu. So haben beispielsweise nur 10 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen ein Handy/Smartphone, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es 83 Prozent. Beim Vergleich mit der Vorgängerstudie 2012 wird für die meisten Geräte eine rückläufige Tendenz sichtbar. Dies zeigt sich beispielsweise bei CD-Playern (–8 %-Punkte), Radios (–5 %-Punkte) sowie Kassettenrekordern (–5 %-Punkte). Eine Ausnahme bildet das Smartphone, dessen Besitzrate sich innerhalb von zwei Jahren verdreifacht hat (+18 %-Punkte) (vgl. Tabelle 2).

Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

Bei den Freizeitaktivitäten der Kinder stehen Hausaufgaben und Lernen an erster Stelle der regelmäßigen Tätigkeiten, die mindestens einmal pro Woche von fast allen Kindern ausgeübt werden. Direkt nach den schulischen Pflichten kommt das Fernsehen, das nach wie vor eine sehr hohe Relevanz im Alltag der Kinder hat und von 79 Prozent jeden oder fast jeden Tag genutzt wird. Aber auch Freunde und Spielen kommen nicht zu kurz: Gut neun von zehn Kindern treffen sich mindestens einmal pro Woche mit Freunden, ein ebenso großer Anteil spielt regelmäßig nach der Schule drinnen (91 %) oder draußen (90 %) (vgl. Tabelle 3). Knapp vier von fünf der Sechs- bis 13-Jährigen hören regelmäßig Musik, und drei Viertel unternehmen mindestens einmal in der Woche etwas mit ihren El-

Geräteausstattung nimmt mit dem Alter der Kinder zu
Fernsehen und Lernen häufigste Freizeitbeschäftigungen der Kinder

Tab. 2 Gerätebesitz von Kindern (Angaben Hauptzieher)
in %

	Gesamt			2014					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	Jungen (n=620)	Mädchen (n=589)	6–7 J. (n=295)	8–9 J. (n=290)	10–11 J. (n=302)	12–13 J. (n=322)
CD-Player	64	58	50	49	50	49	44	50	54
Spielkonsole netto	57	51	48	54	42	27	46	57	61
Feste Spielkonsole (z. B. Playstation, Wii, Xbox, Gamecube)	30	26	24	30	17	6	18	29	41
Tragbare Spielkonsole (z. B. Nintendo DS, PSP, Gameboy)	44	39	38	40	35	26	41	43	41
Handy/Smartphone netto	52	49	47	49	46	10	31	61	83
Handy	n.e.	42	24	25	23	8	22	35	31
Smartphone (z. B. iPhone)	n.e.	7	25	25	24	2	10	29	55
MP3-Player oder iPod	47	45	46	43	48	21	42	53	65
Fernsehgerät	45	36	35	37	33	11	24	41	62
Radio/Radio in Stereoanlage	38	32	27	27	28	14	19	31	43
Kassettenrekorder	36	30	25	23	27	31	30	25	16
Externer DVD-Player, der nicht in den PC integriert ist	17	14	11	12	10	6	8	12	17
Computer/Laptop netto	15	21	21	22	19	2	6	25	47
Laptop	n.e.	8	12	11	12	2	2	13	29
Computer	n.e.	14	10	12	8	1	3	13	21
Digitalkamera	10	13	11	11	12	5	8	12	19
Kindercomputer / Computer speziell für Kinder	10	10	15	15	14	16	19	12	11
Internet	9	15	18	19	17	2	5	20	43
Tablet-PC (z. B. iPad, Samsung Galaxy Pad)	n.e.	1	2	2	1	0	2	1	3

Quelle: KIM-Studien 2010–2014.

tern oder anderen Familienmitgliedern. Auch Sport spielt für einen Großteil der Kinder eine wichtige Rolle im Alltag, 68 Prozent betätigen sich mindestens einmal pro Woche sportlich (außerhalb des Schulsports). Das Spielen an Computer, Konsole oder online gehört für 62 Prozent zu den regelmäßigen Freizeitbeschäftigungen. Mehr als die Hälfte der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren nutzt mindestens einmal pro Woche einen Computer und das Internet, ebenso gehören für gut die Hälfte der Mädchen und Jungen Handy/Smartphone und Radio zu den regelmäßigen Alltagsbegleitern. Jedes zweite Kind greift mindestens einmal pro Woche zu einem Buch. Das Spielen von Brett-/Gesellschafts-/Kartenspielen mit der Familie oder Freunden stellt für ein Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen eine regelmäßige Freizeitbeschäftigung dar. 31 Prozent sehen sich mindestens einmal pro Woche Videos oder DVDs an, gut ein Viertel liest regelmäßig Zeitschriften. Ein Tablet-PC wird bislang von 12 Prozent der Jungen und Mädchen mindestens wöchentlich genutzt.

Während Jungen deutlich häufiger Sport treiben, Comics lesen sowie an Computer, Konsole oder im Internet spielen, zieht es Mädchen eher in den Be-

reich der musisch-kreativen Freizeitbeschäftigungen wie Basteln, Zeichnen oder Malen oder dem Spielen eines Instruments. Gleiches gilt für das Anhören von Musik oder Hörspielen, die Beschäftigung mit Tieren und für Familienunternehmungen oder das regelmäßige Spielen von Brett-, Gesellschafts- oder Kartenspielen. Der größte Unterschied in der Freizeitgestaltung zeigt sich jedoch beim Lesen von Büchern: So zählen sechs von zehn Mädchen zu den regelmäßigen Lesern, während es bei den Jungen nur gut vier von zehn sind. Auch beim Lesen von Zeitschriften und bei Bibliotheksbesuchen schlägt sich die größere Präferenz der Mädchen für Bücher nieder. Mit steigendem Alter der Kinder nehmen fast alle Aktivitäten zu, nur der Stellenwert des Fernsehens ist über die Altersgruppen hinweg sehr stabil.

Der Vergleich mit der Vorgängerstudie 2012 zeigt eine rückläufige Nutzung von Zeitschriften (–9 %-Punkte, 9), Hörspielen (–8 %-Punkte), Videos/DVDs (–7 %-Punkte), Radio (–6 %-Punkte), Musik (–4 %-Punkte) sowie Computer-/Konsolen-/Onlinespielen (–4 %-Punkte). Generell ist auffallend, dass die Nutzungsfrequenz der Audiomedien deutlich zurückgegangen ist, was sich mit dem rückläufigen Besitz von Radios, CD-Playern und Kassettenrekordern deckt und die Vermutung nahe legt, dass Audioinhalte vermehrt multimedial über PC/Laptop

**Audioinhalte
wahrscheinlich
verstärkt über
PC/Laptop oder
Smartphone genutzt**

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

	Gesamt			2014					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	Jungen (n=620)	Mädchen (n=589)	6–7 J. (n=295)	8–9 J. (n=290)	10–11 J. (n=302)	12–13 J. (n=322)
Hausaufgaben machen/lernen	97	97	97	97	97	96	98	98	97
fernsehen, egal ob über Fernseher, Internet etc.	95	96	97	97	97	97	97	97	98
sich mit Freunden treffen	94	94	93	94	93	89	93	94	96
draußen spielen	91	90	90	91	90	97	97	90	79
drinnen spielen	88	88	91	91	90	98	95	92	80
Musik hören	81	82	78	75	80	65	74	80	89
etwas mit den Eltern/der Familie machen	74	76	76	71	81	90	80	74	62
Sport treiben (allein oder im Verein)	70	71	68	75	61	58	70	73	70
Computer-/Konsolen-/Onlinespiele	62	66	62	70	53	38	58	75	74
einen Computer benutzen, ohne im Internet zu sein	55	53	54	56	53	25	45	68	77
Handy nutzen	49	48	54	54	53	11	38	72	91
Internet nutzen	43	52	53	55	51	18	36	69	86
Radio hören	52	59	53	51	56	48	47	56	61
Buch lesen (ohne Schulbuch)	49	48	50	41	60	44	54	52	51
malen/zeichnen/basteln	47	46	48	35	60	70	55	40	27
sich mit einem Tier beschäftigen	42	42	41	32	51	51	40	38	38
Comic lesen/anschauen	43	43	40	47	33	45	45	42	28
Brettspiele/Gesellschaftsspiele/ Kartenspiele	n.e.	n.e.	34	29	39	55	39	28	15
Video/DVD sehen	41	38	31	32	31	31	32	26	36
Fotos/Videos machen	15	21	29	27	31	7	18	37	51
eine (Jugend-)Gruppe besuchen	31	23	27	25	28	19	22	27	38
Zeitschrift lesen/anschauen	32	35	26	21	32	16	23	30	36
musizieren	19	21	22	16	29	20	21	23	25
Hörspiele anhören	29	30	22	18	26	37	30	14	9
Tablet-PC benutzen	n.e.	n.e.	12	13	11	4	10	12	22
in eine Bücherei/Bibliothek/ Mediathek gehen	12	10	10	7	12	7	8	10	12
Tageszeitung lesen/anschauen	11	7	7	7	7	4	6	9	11
Zeitschriften im Internet lesen	n.e.	3	4	3	5	0	0	4	11
Zeitung/Tageszeitung im Internet lesen	n.e.	3	1	1	1	0	0	3	3
ins Kino gehen	0	2	1	1	2	1	1	2	2

Quelle: KIM-Studien 2010–2014.

oder Smartphone genutzt werden. Die Nutzung von Handy/Smartphone (+6%-Punkte) sowie Fotos/Videos machen (+8%-Punkte) hat in den letzten zwei Jahren an Bedeutung gewonnen, was vermutlich in direktem (technischen) Zusammenhang zu sehen ist.

**Medienbindung:
Gut 60 % möchten
am wenigsten aufs
Fernsehen verzichten**

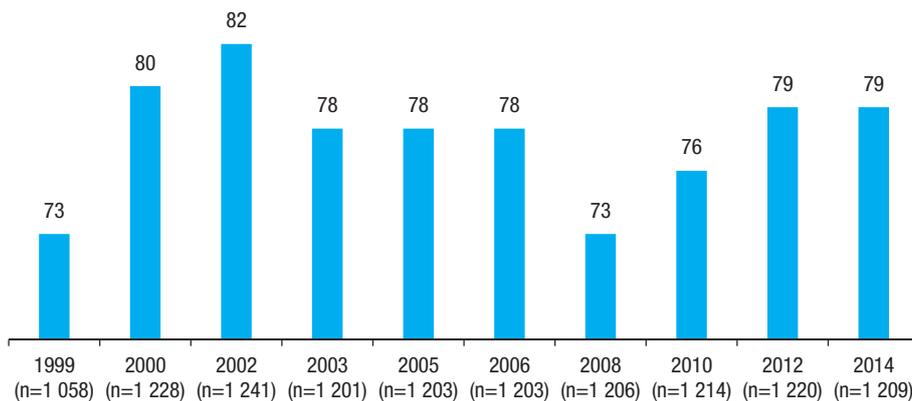
Die subjektive Wichtigkeit einzelner Medien für Kinder wird in der KIM-Studie unabhängig von Besitz oder Nutzung durch die Frage nach deren Unverzichtbarkeit untersucht. Hierbei müssen sich die Sechs- bis 13-Jährigen entscheiden, auf welches Medium sie am wenigsten verzichten können. Zur Auswahl vorgegeben werden Fernsehen, Computer/Laptop/Internet, Bücher, Zeitschriften, Radio und MP3-Player bzw. CDs. Der Großteil der Kinder votiert bei dieser Frage für das Fernsehen (61 %). Ein

Viertel könnte am wenigsten auf Computer/Laptop/Internet (24 %) verzichten. Bücher (6 %), MP3-Player/CDs (5 %), Zeitschriften (2 %) oder das Radio (1 %) sind offensichtlich relativ verzichtbar und können die Kinder nicht sehr stark an sich binden.

Mädchen und Jungen zeigen eine ähnlich starke Bindung an die einzelnen Medien, wobei für Jungen deutlich häufiger Computer/Laptop/Internet (29 %, Mädchen: 19 %) und für Mädchen zu einem größeren Anteil Bücher (9 %, Jungen: 4 %) unverzichtbar sind. Die Bindungskraft des Fernsehens lässt mit zunehmendem Alter der Kinder deutlich nach. Wäh-

**Unterschiede in
der Medienbindung
nach Alter**

Abb. 1 Fernsehnutzung bei Kindern 1999 bis 2014
jeden Tag/fast jeden Tag, in %



Quelle: KIM-Studien 1999-2014.

rend sich 80 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen für das Fernsehen entscheiden würden, sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nur noch 36 Prozent. Ein umgekehrter Effekt zeigt sich bei Computer/Laptop/Internet (6-7 Jahre: 5 %, 12-13 Jahre: 51 %).

Fernsehen

35 Prozent der Kinder haben einen Fernseher im eigenen Zimmer bzw. zur eigenen Verfügung. Während die Besitzrate bei den Jüngsten (6-7 Jahre) nur 11 Prozent beträgt, steigt sie im Altersverlauf rapide auf 62 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an (8-9 Jahre: 24 %, 10-11 Jahre: 41 %). Fernsehen gehört für vier Fünftel der Kinder unabhängig von Geschlecht oder Alter zu den täglich oder fast täglich ausgeübten Medientätigkeiten, weitere 18 Prozent sehen ein- oder mehrmals pro Woche. Rückblickend weist der Anteil der täglich fernsehenden Kinder über die letzten 15 Jahre eine große Stabilität auf (vgl. Abbildung 1). Fernsehen ist (nach Hausaufgaben und Lernen) die häufigste Tätigkeit der Kinder in ihrer Freizeit und für 36 Prozent die liebste Freizeitbeschäftigung. Entsprechend hoch ist auch die Bindung der Kinder: 61 Prozent könnten am wenigsten auf das Fernsehen verzichten.

Vier Fünftel der Kinder sehen täglich oder fast täglich fern

Gut die Hälfte der Kinder alleine vor dem Fernseher – mehr als 2012

51 Prozent der Kinder sehen nach eigenen Angaben überwiegend alleine fern, 23 Prozent geben an, dass sie eher gemeinsam mit den Eltern schauen, 17 Prozent sehen vor allem mit ihren Geschwistern fern. Der Anteil der Kinder, die eher allein fernsehen, hat sich im Vergleich zur Vorgängerstudie 2012 um 8 Prozentpunkte erhöht. Dass Fernsehen eine Tätigkeit mit hoher Alltäglichkeit ist und viel mit Gewohnheit zu tun hat, zeigen die Antworten zum gezielten Einschalten. Jeweils die Hälfte der Kinder gibt an, den Fernseher einzuschalten, wenn eine bestimmte Sendung kommt, die andere Hälfte schaltet einfach so ein und lässt sich vom Angebot „überraschen“.

80 Prozent der Kinder, die zumindest selten fernsehen, geben an, eine Lieblingssendung zu haben, die sie besonders gerne einschalten – Jüngere etwas häufiger als Ältere (6-7 Jahre: 83 %, 12-13 Jahre: 77 %). Inhaltlich wird hierbei eine enorme Bandbreite sichtbar – von „Die Simpsons“ (5 %), „SpongeBob“ (4 %) über „Schloss Einstein“ und „GZSZ“ (je 3 %) zu Fußball (3 %) und „Sportschau“ (2 %), „Die Sendung mit der Maus“ (3 %), „Cosmo und Wanda“ (2 %) und Casting-Formaten wie „DSDS“ oder „Germany’s next Topmodel“ (je 2 %). Die Liste vieler Einzelnennungen ließe sich noch lange fortführen, der breite Genre- und Themenmix wird aber bereits aus diesen zehn meistgenannten Einzelformaten sichtbar.

Pointierter fällt die Wahl des liebsten Fernsehsenders aus. Einen solchen haben mit 65 Prozent zwei Drittel der Kinder – auch hier mehr jüngere (6-7 Jahre: 72 %) als ältere (12-13 Jahre: 60 %). Kinder, die einen Lieblingssender haben, benennen diesen zu 27 Prozent mit KiKA, 21 Prozent geben Super RTL und 11 Prozent RTL an. Auf jeweils 8 Prozent kommen ProSieben und der erst wenige Monate vor der Befragung auf Sendung gegangene Disney Channel, dicht gefolgt von Nick. Mädchen bevorzugen zu einem höheren Anteil den öffentlich-rechtlichen KiKA, RTL und den Disney Channel, Jungen nennen häufiger ProSieben, Nick und Super RTL. Im Altersverlauf geht die Präferenz für Kindersender deutlich zurück: Während KiKA für 53 Prozent der sechs- bis siebenjährigen Kinder mit einem Lieblingssender der Favorit ist, geht dieser Anteil bei den Zwölf- bis 13-Jährigen auf 4 Prozent zurück. Ähnlich verhält es sich bei den anderen Kindersendern Super RTL, Nick und Disney Channel. Umgekehrt steigt die Beliebtheit der Vollprogramme wie RTL und ProSieben deutlich an (vgl. Tabelle 4).

Breites Spektrum an Lieblingssendungen

Lieblingssender: KiKA vor Super RTL und RTL

Betrachtet man das Fernsehen auch als „Fenster zur Welt“, dann stehen bei der Fernsehnutzung von Kindern Wissensvermittlung und Lernen im Mittelpunkt. Die Frage „Im Fernsehen gibt es ja auch

Rund die Hälfte der Kinder nutzt Wissenssendungen

Tab. 4 Liebstes Fernsehprogramm von Kindern 2014
Kinder mit Lieblingsprogramm, in %, Nennungen ab 2 %

	Gesamt (n=779)	Jungen (n=396)	Mädchen (n=383)	6–7 J. (n=209)	8–9 J. (n=196)	10–11 J. (n=180)	12–13 J. (n=194)
KiKA	27	24	31	53	30	21	4
Super RTL	21	22	20	20	34	19	10
RTL	11	8	14	0	6	15	24
ProSieben	8	12	4	–	4	12	19
Disney Channel	8	5	11	10	11	6	5
Nick	7	9	5	10	8	7	4
RTL II	4	4	4	1	2	3	10
VIVA	2	1	2	–	–	2	5
Sat.1	2	2	1	–	–	3	4

Quelle: KIM-Studie 2014.

verschiedene Wissenssendungen für Erwachsene oder für Kinder, in denen Dinge erklärt werden und wo man etwas lernen kann. Gibt es Wissenssendungen, die Du öfters anschaust?“ bejaht mit 53 Prozent gut die Hälfte der Kinder, Mädchen (51 %) und Jungen (54 %) gleichermaßen. Während bei den Jüngsten 51 Prozent regelmäßig Wissenssendungen ansehen, steigt der Anteil bei den bis Elfjährigen auf 58 Prozent an, bei den Ältesten geht er auf 48 Prozent zurück. Bei der ungestützten Abfrage der Nutzer von Wissenssendungen (n=633) nach konkreten Sendungen liegt mit „Galileo“ (17 %) ein Wissensformat vorne, das eigentlich für erwachsene Zuschauer und nicht speziell für Kinder konzipiert ist. Es folgen vorwiegend öffentlich-rechtliche Kindermagazine wie „logo!“ und „Wissen macht Ah“ (je 13 %), aber auch „Die Sendung mit der Maus“ (12 %), „Löwenzahn“ (10 %) oder „Willi wills wissen“ (7 %) sowie „WOW Die Entdeckerzone“ von Super RTL (6 %). Mit Ausnahme von „Galileo“, das von 22 Prozent der Jungen, aber nur von 12 Prozent der Mädchen genannt wird, ergeben sich kaum geschlechtsspezifische Unterschiede. Anders sieht dies im Altersverlauf aus. So ist für die Jüngsten noch immer „Die Sendung mit der Maus“ die erste Wahl, für die Ältesten hat fast nur noch „Galileo“ Relevanz.

Musik und Radio

Musik gewinnt mit dem Alter der Kinder an Bedeutung

Musik hören spielt bei Kindern zwar noch keine so große Rolle wie bei den Jugendlichen (4), nur 6 Prozent nennen Musik hören als eine ihrer drei Lieblingstätigkeiten. Dennoch zeigen sich zwei Drittel der Kinder generell interessiert am Thema Musik. Über drei Viertel (78 %) hören zumindest einmal pro Woche Musik, zwei Fünftel machen dies jeden oder fast jeden Tag, egal ob im Internet oder über MP3-Player etc. Mit zunehmendem Alter gewinnt Musik für immer mehr Kinder an Bedeutung, jedes vierte Kind im Alter von sechs bis sieben Jahren nutzt täglich Musik, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen sind es dann mehr als die Hälfte (54 %, 8-9 Jahre: 33 %, 10-11 Jahre: 44 %). Kinder sind auch selbst musikalisch aktiv, jedes dritte Kind musiziert zumindest selten; 2 Prozent gehen

regelmäßig in einen Chor, 15 Prozent sind in einem Musikverein oder haben in ihrer Freizeit Musikunterricht.

Auch das Radio ist ein fester Bestandteil des Medienrepertoires der Kinder. Über die Hälfte der Kinder zählt zu den regelmäßigen Radiohörern. Jedes vierte Kind schaltet täglich das Radio ein oder hört zuhause oder im Auto mit. Die Häufigkeit der Radionutzung nimmt mit dem Alter zu, der Anteil der täglichen Hörer steigt von einem Fünftel bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf ein Drittel bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an. Bei der langfristigen Betrachtung zeigt sich, dass die tägliche Nutzung nach einem kontinuierlichen Anstieg von 2008 bis 2012 (von 19 auf 29 %) im Jahr 2014 wieder leicht um 4 Prozentpunkte gesunken ist. Radio ist aus der Sicht der Kinder ein in der Familie genutztes Medium: 41 Prozent geben an, dass sie überwiegend gemeinsam mit den Eltern (oder einem Elternteil) Radio hören.

Nicht zuletzt über das Radio werden Kinder über neue Songs, aktuelle Hits und die Stars der Musikszene informiert. 61 Prozent der Kinder haben eine Lieblingsband, eine Sängerin oder einen Sänger, der ihnen besonders zusagt. Mädchen (69 %) können hier häufiger Stars benennen als Jungen (54 %). Die meisten Fans bei den Sechs- bis 13-Jährigen haben Justin Bieber, der Rapper mit der Pandamaske Cro sowie Lady Gaga und Miley Cyrus. Der omnipräsente Schlagerstar Helene Fischer findet auch bei Kindern Gefallen.

Computer und Internet

Klassische Computer oder Laptops sind in nahezu allen Haushalten vorhanden, in denen Kinder aufwachsen (97 %). Die Kinder selbst sind zu einem Fünftel mit Computer/Laptop ausgestattet, spezielle Kindercomputer (mit eingeschränkten Funktionalitäten) haben 15 Prozent im Besitz. Unabhängig vom persönlichen Besitz oder der Haushaltsaus-

Radio wird häufig gemeinsam mit Familie gehört

76 % der Kinder nutzen zumindest selten einen Computer

Tab. 5 Internetnutzung bei Kindern 1999 bis 2014
zumindest selten, in %

	Gesamt	Jungen	Mädchen	6–7 J.	8–9 J.	10–11 J.	12–13 J.
1999 (n=1 203)	6	8	5	1	2	7	14
2000 (n=1 228)	18	21	16	5	12	23	30
2002 (n=1 241)	33	36	30	15	25	37	55
2003 (n=1 201)	42	42	43	17	33	51	60
2005 (n=1 203)	50	52	49	16	36	59	75
2006 (n=1 203)	58	60	55	18	46	77	88
2008 (n=1 206)	59	62	57	20	50	79	86
2010 (n=1 214)	57	58	55	25	37	69	90
2012 (n=1 220)	62	64	58	21	48	75	93
2014 (n=1 209)	63	66	60	25	52	80	93

Quelle: KIM-Studien 1999–2014.

stattung nutzen 76 Prozent der Kinder zumindest selten einen Computer/Laptop. Der Anteil der Jungen ist etwas höher als der der Mädchen, mit zunehmendem Alter (und damit einhergehender Lese- und Schreibfertigkeit) steigt die generelle Nutzung durch Kinder deutlich an. Der Vergleich zur Vorgängerstudie zeigt insgesamt kaum einen Zuwachs (+2 %-Punkte); überdurchschnittlich gestiegen sind die Nutzeranteile aber bei den Jüngsten, den Sechs- bis Siebenjährigen (+8 %-Punkte).

Tägliche Nutzung liegt bei den Ältesten bei 60 %

Betrachtet man die Intensität der Nutzung, so beschäftigen sich 37 Prozent der Nutzer jeden oder fast jeden Tag mit einem Computer oder Laptop, 48 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche, und 14 Prozent nutzen diese Geräte seltener als einmal pro Woche. Zwischen den Geschlechtern gibt es kaum Unterschiede, der Anteil der täglichen Nutzer (jeden/fast jeden Tag) steigt von 14 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen zunächst nur mäßig auf 17 Prozent bei den Acht- bis Neunjährigen an. Bei den Zehn- bis Elfjährigen verdoppelt sich dieser Anteil auf 38 Prozent und bei den Zwölf- bis 13-Jährigen schließlich zählen sechs von zehn Kindern zu den regelmäßigen Nutzern von Computer bzw. Laptop. Primärer Nutzungsort ist für 99 Prozent das heimische Umfeld, gut die Hälfte beschäftigt sich bei Freundinnen und Freunden mit Computern, zwei Fünftel in der Schule. Mit zunehmendem Alter gewinnen im Hinblick auf die Computernutzung Freunde, aber auch die Schule an Bedeutung hinzu.

Internetzugang in nahezu allen Familien vorhanden

Auch der Zugang zum Internet zählt heute zur technischen Grundausstattung einer Familie. 98 Prozent der Kinder haben heute die Möglichkeit, zuhause das Internet zu nutzen, 63 Prozent sind zumindest selten online. Der Anteil der Internetnutzer fällt nach wie vor bei Mädchen (60 %) etwas geringer aus als bei Jungen (66 %), bereits ein Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen hat erste Erfahrungen

mit dem Internet gesammelt (vgl. Tabelle 5). Bei den Acht- bis Neunjährigen sind mit 52 Prozent gut die Hälfte im Netz unterwegs, bei den Zehn- bis Elfjährigen sind es acht von zehn, und im Alter von zwölf Jahren haben fast alle Kinder das Internet kennengelernt (12-13 Jahre: 93 %). Im Langzeitvergleich zeigt sich, dass sich der Anteil der Kinder mit Interneterfahrung in den letzten Jahren kaum erhöht hat, eine weitere Ausschöpfung des Potenzials scheint an natürliche Grenzen zu stoßen, auch wenn das Internet inzwischen viel mehr Angebote speziell auch für kleinere Kinder vorhält, die eine intuitive Nutzung auch ohne Lese- und Schreibfähigkeiten ermöglichen.

Seit der letzten KIM-Studie aus dem Jahr 2012 sind sowohl die Häufigkeit der Internetnutzung als auch die Dauer angestiegen. Zählen Kinder zu den Nutzern des Internets, dann suchen 40 Prozent das Netz jeden oder fast jeden Tag auf (2012: 36 %, 2010: 26 %), 44 Prozent sind ein- oder mehrmals pro Woche online und 16 Prozent zählen zu eher sporadischen Nutzern (weniger als einmal pro Woche). Während Mädchen und Jungen bei der fast täglichen Nutzung so gut wie keine Unterschiede aufweisen, sind die Jüngeren zu einem deutlich geringeren Anteil vertreten (6-7 Jahre: 15 %, 8-9 Jahre: 18 %, 10-11 Jahre: 38 %, 12-13 Jahre: 60 %). Nach Einschätzung der Haupterzieher beträgt die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Kinder 36 Minuten (Mädchen: 33 Min., Jungen: 39 Min.), 8 Minuten mehr als im Jahr 2012. Für die Jüngsten veranschlagen die Haupterzieher 10 Minuten Onlinenutzung am Tag, für die Ältesten fallen bereits 69 Minuten an (8-9 Jahre: 19 Min., 10-11 Jahre: 42 Min.) (vgl. Tabelle 6).

Der Umgang mit dem Internet findet ebenso wie der mit Computer bzw. Laptop bei 98 Prozent der Nutzer zuhause statt. 56 Prozent gehen bei ihren Freunden ins Netz, die Schule spielt nur für 36 Prozent eine Rolle. Hinsichtlich der Zugangsgeräte liegen Computer und Laptop bei Kindern an erster Stelle (mindestens einmal pro Woche: 87 %), aber auch Handy bzw. Smartphone gewinnen an Relevanz (32 %). Spielkonsolen (5 %) oder gar Tablet-

Häufigkeit und Dauer der Internetnutzung von Kindern gestiegen

Tab. 6 Mediennutzungsdauer von Kindern
Einschätzung der Haupterzieher, in Min. pro Tag

	Gesamt			2014					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	Jungen (n=620)	Mädchen (n=589)	6–7 J. (n=295)	8–9 J. (n=290)	10–11 J. (n=302)	12–13 J. (n=322)
Fernsehen	98	95	93	95	91	78	88	101	105
Radio	33	32	29	28	30	21	25	29	41
Buch/Lesen	21	22	23	20	26	17	24	26	25
Computer (inkl. Internet)	44	42	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.
Internet	24	28	36	39	33	10	19	42	69
Handy-/ Smartphonespiele	n.e.	n.e.	8	9	7	3	7	17	27
Tabletspiele	n.e.	n.e.	2	5	3	1	3	5	6

Quelle: KIM-Studien 2010–2014.

Tab. 7 Internettätigkeiten bei Kindern
Internetnutzer, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt			2014					
	2010 (n=687)	2012 (n=742)	2014 (n=766)	Jungen (n=410)	Mädchen (n=356)	6–7 J. (n=75)	8–9 J. (n=152)	10–11 J. (n=241)	12–13 J. (n=298)
Suchmaschinen nutzen	68	75	71	70	71	45	53	73	84
Filme/Videos anschauen zum Beispiel bei YouTube, MyVideo, etc.	46	48	55	56	53	35	37	53	70
Internetseiten nutzen, die speziell für Kinder gemacht sind	46	53	50	48	53	76	61	60	30
schuelerVZ, wer-kennt-wen, Facebook oder andere Communitys nutzen	43	48	48	46	51	15	20	41	77
einfach so drauf los surfen	44	51	43	46	40	20	22	43	60
chatten*	34	33	39	37	42	3	13	37	64
E-Mails verschicken	40	37	31	30	33	12	9	33	48
Wikipedia nutzen	38	34	27	25	29	3	12	28	40
über das Internet Musik hören	n.e.	n.e.	21	19	23	8	9	20	30
Instant-Messenger wie z. B. ICQ/MSN nutzen	30	27	17	16	18	7	6	16	27
Fernsehsendungen im Internet ansehen	11	11	8	7	8	9	4	8	9
über das Internet Radio hören	9	11	3	2	4	1	1	3	4

* Bis 2012: Chatrooms besuchen.

Quelle: KIM-Studien 2010–2012.

PCs (2 %) werden von Kindern kaum zum Surfen im Netz genutzt.

Communitys, Chats, Videoportale und Medienseiten am beliebtesten

59 Prozent der Internetnutzer haben ein Lieblingsangebot im Netz (Mädchen: 60 %, Jungen: 58 %), das sie besonders gerne aufsuchen. Fasst man die zahlreichen Einzelnennungen (Mehrfachnennungen, bis zu drei Antworten) zusammen, so sind kommunikative Angebote in der ungestützten Nennung (Communitys, Chats, Messenger) auch für Kinder am stärksten präsent und zählen für 28 Prozent zu den liebsten Websites (Facebook: 23 %). Videoportale werden von 26 Prozent genannt (YouTube: 24 %), Medienseiten zählen für genau ein Viertel zu den Lieblingsangeboten (KiKA: 8 %, Toggo: 7 %), und auch (Kinder-)Suchmaschinen sind bei 17 Prozent sehr beliebt (fragFINN: 6 %, Blinde Kuh: 5 %). Spezielle Plattformen zum Spielen werden von 16 Prozent genannt (Spielaffe:

5 %), und für 6 Prozent sind Sportangebote wichtig, allerdings nur für Jungen (11 %, Mädchen: –).

Betrachtet man die gestützt erfragten Tätigkeiten der Internetnutzer insgesamt, so steht die Recherche bei Kindern an der Spitze regelmäßiger Aktivitäten. 71 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche in Suchmaschinen nach Informationen, 55 Prozent sehen sich Filme und Videos an, genau die Hälfte nutzt spezielle Kinderangebote (vgl. Tabelle 7). Zu den regelmäßigen Nutzern der Onlinecommunitys zählen 48 Prozent der Kinder, 43 Prozent lassen sich ergebnisoffen durchs Netz treiben und surfen einfach so drauf los. Etwas geringer ist der Anteil derer, die häufig im Internet chatten (39 %), E-Mails

Nutzung: Suchmaschinen vor Videos, Kinderseiten und Communitys

Tab. 8 Suchen im Internet

Internetnutzer, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt 2014 (n=766)	Jungen (n=410)	Mädchen (n=356)	6–7 J. (n=75)	8–9 J. (n=152)	10–11 J. (n=241)	12–13 J. (n=298)
Infos für Hausaufgaben/Schule	55	51	60	25	37	59	68
Spielseiten/Internetspiele	47	54	38	45	41	51	47
Infos über Prominente	39	30	51	21	29	37	52
Nachrichten/Meldungen	34	34	34	9	21	33	48
Sachen, die ich kaufen will	33	31	38	16	20	29	50
Freizeitangebote in der Umgebung	20	20	21	9	6	16	34
Anleitungen zum Basteln/Kochen	17	13	22	24	23	15	14
Infos über Haustiere	15	6	25	15	17	12	16
Hilfe bei Problemen/Beratung	13	12	14	8	8	12	19

Quelle: KIM-Studie 2014.

verschicken (31 %) oder die Online-Enzyklopädie Wikipedia nutzen (27 %). Mit 21 Prozent bietet das Internet einem Fünftel regelmäßig die Möglichkeit, Musik zu hören. Ein eher kleinerer Nutzerkreis nutzt Instant Messenger (17 %). Die Möglichkeit, über das Internet fernzusehen, wird nur von 8 Prozent regelmäßig wahrgenommen, die Radionutzung über Internet spielt für 3 Prozent eine Rolle. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier kaum.

Suchen im Internet: Recherche für Schule vor neuen Spielen und Prominenteninfos

Obwohl für Kinder die Recherche im Internet ein zentrales Thema ist, fällt auf, dass insgesamt nur sehr wenige Themen einen nennenswerten Anteil der Kinder veranlassen, jeden oder fast jeden Tag aktiv zu werden – dies gilt für die Suche nach neuen Spielen (11 %), die Information über Promis (8 %) oder die Information für Hausaufgaben bzw. die Schule (7 %). Bei der Betrachtung der Rechercheanlässe, die für die Kinder mindestens einmal pro Woche relevant sind, zeigt sich, dass das Thema Hausaufgaben und Schule bei den Suchanfragen im Internet an erster Stelle steht (55 %) (vgl. Tabelle 8). 47 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche nach neuen Spielen, 39 Prozent informieren sich über das Leben Prominenter, 34 Prozent suchen Nachrichten und Meldungen. Ein Drittel nutzt das Internet als Schaufenster und informiert sich über Dinge, die man kaufen will. Etwa jeweils ein Fünftel informiert sich mindestens einmal pro Woche über Freizeitangebote, Anleitungen zum Basteln, Rezepte oder Haustiere. Jungen suchen zu einem größeren Anteil regelmäßig nach Informationen über Spiele, für Mädchen sind Informationen über Prominente, Haustiere und Bastelanleitungen wichtiger, sie suchen auch etwas häufiger nach Informationen für Schule und Hausaufgaben sowie nach Dingen, die sie kaufen möchten. Mit zunehmendem Alter der Internetnutzer intensiviert sich die Suche im Internet und gewinnt an Alltagslichkeit. Die Suche nach Spielen und Infos über Haustiere bleibt für alle Altersstufen gleichermaßen relevant.

Zwar stehen kommunikative Aspekte des Internets für Kinder (noch) nicht im Vordergrund, mit den Angeboten eines sozialen Netzwerks haben aber 53 Prozent der Internetnutzer zumindest selten Kontakt, 48 Prozent besuchen solche Plattformen einmal pro Woche oder häufiger. Auch wenn es zur Nutzung nicht zwingend einer persönlichen Mitgliedschaft bedarf, sind 43 Prozent der internetnutzenden Kinder in einer Community angemeldet (2012: 44 %). Der Anteil bei Mädchen (43 %) und Jungen (42 %) fällt nahezu gleich aus, im Altersverlauf erfahren die sozialen Netzwerke einen enormen Anstieg des Zuspruchs (6-7 Jahre: 7 %, 8-9 Jahre: 18 %, 10-11 Jahre: 36 %, 12-13 Jahre: 70 %). Zum Zeitpunkt der Anmeldung in der Community waren die Kinder im Schnitt 10,4 Jahre alt, der Großteil (79 %) wurde hierbei von den eigenen Eltern (etwa die Hälfte), Geschwistern oder Freunden (jeweils ein Viertel) unterstützt.

Facebook hat sich auch bei den Kindern als mehr oder weniger konkurrenzlose Community etabliert. Mitglieder eines Netzwerkes sind zu 72 Prozent bei Facebook gelistet, wer-kennt-wen (5 %), mein-VZ (4 %) oder Instagram (2 %) zählen hier schon zu den Exoten. Zu den am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten im Netzwerk zählen Chatten (mindestens einmal pro Woche: 72 %) und das Versenden von Nachrichten (70 %), die Abgabe von Status-Posts oder das Hinterlassen von Botschaften auf den Pinnwänden anderer Nutzer (jeweils 57 %). Etwas weniger weit verbreitet sind Spielen und das Einstellen von Fotos und Videos (jeweils 40 %) oder die Suche nach (neuen) Bekanntschaften (38 %). Während Mädchen zu einem etwas größeren Anteil die direkte und regelmäßige (mindestens einmal pro Woche) Kommunikation per Chat nutzen (76 %, Jungen: 68 %) oder Nachrichten versenden (74 %, Jungen: 67 %), spielen Jungen zu einem größeren Anteil Spiele innerhalb der Community (44 %, Mädchen: 35 %).

Der Einsatz von Computern im schulischen Kontext findet genau wie im Jahr 2012 sehr punktuell und weniger fachübergreifend statt. Insgesamt nutzen

Communitys:
Kinder zum Zeitpunkt der Anmeldung im Schnitt 10,4 Jahre alt

Facebook auch bei Kindern führende Community

Computer in der Schule

nur 30 Prozent aller Kinder (n=360) in der Schule zumindest selten einen Computer oder Laptop, dies betrifft vor allem die Schüler ab zehn Jahren (6-7 Jahre: 5 %, 8-9 Jahre: 17%, 10-11 Jahre: 34 %, 12-13 Jahre: 60 %). Der Einsatz des Computers erfolgt bei diesen Kindern in erster Linie in einem speziellen Fach für Computerbildung (77 %, 2012: 77 %), mit Abstand folgen die Fächer Deutsch (42 %, 2012: 42 %), Mathematik (37 %, 2012: 38 %) und Sprachen (26 %, 2012: 28 %). Eine leicht positive Entwicklung gegenüber 2012 zeichnet sich bei den konkreten Anwendungen in der Schule bzw. im Unterricht ab. 86 Prozent der Kinder, die Computer in der Schule nutzen, schreiben mindestens einmal pro Woche Texte bzw. Wörter (2012: 80 %), 73 Prozent recherchieren im Internet (2012: 64 %), 68 Prozent nutzen Lernprogramme (2012: 66 %), 65 Prozent lernen den Umgang mit einem speziellen Programm (2012: 66 %). Mit 48 Prozent führt knapp die Hälfte Berechnungen durch (2012: 42 %), 35 Prozent erstellen eine Präsentation (2012: 37 %), 22 Prozent kommunizieren per E-Mail oder Chat (2012: 19 %).

Handy und Smartphone

Kinder unter 12 Jahren haben überwiegend konventionelles Handy

Seit vielen Jahren schon zählt das Mobiltelefon bei Jugendlichen zur medialen Grundausstattung. Die zunehmende Verbreitung von Smartphones sorgte in der Altersgruppe der Zwölf- bis 19-Jährigen in den letzten Jahren für einen deutlichen Anstieg der mobilen Internetnutzung. (5) Ob dieser Trend auch bei den Kindern angekommen ist und wie sich Kinder den Umgang mit dem Handy/Smartphone aneignen, wurde in der KIM-Studie ebenfalls untersucht. Hier wurden die Haupterzieher gefragt, ob ihr Kind ein Handy bzw. ein Smartphone besitzt. Die unterschiedliche Art der Erhebung beider Studien, möglicherweise vorherrschende Unsicherheiten bezüglich der Definition eines Smartphones bei den Eltern (welche Funktionalitäten machen ein Handy zum Smartphone?) sowie der unüberschaubare Markt machen diese Ergebnisse nicht direkt mit den Antworten der Jugendlichen aus der JIM-Studie vergleichbar. Betrachtet man die Altersgruppe der Sechs- bis 13-Jährigen, liegt der Besitz von konventionellen Handys und Smartphones mit jeweils etwa einem Viertel gleichauf, dies gilt für Jungen wie Mädchen gleichermaßen. Bei der differenzierten Altersbetrachtung wird deutlich, dass bei den Sechs- bis Siebenjährigen weder Handy noch Smartphone eine große Rolle spielen, bei den Acht- bis Neunjährigen ist das traditionelle Handy mit 22 Prozent noch mehr als doppelt so häufig vorhanden wie ein Smartphone (10 %). Auch im Alter von zehn bis elf Jahren dominiert noch das konventionelle Handy. Erst beim Übergang ins Jugendalter mit zwölf bis 13 Jahren liegt das Smartphone mit 55 Prozent deutlich vor dem konventionellen Mobiltelefon (31 %).

Erstes Handy oft auf Wunsch der Eltern angeschafft

Das Mobiltelefon erreicht folglich für die meisten Kinder erst im Alter von etwa zehn Jahren Relevanz, für Jüngere ist ein eigenes Handy immer noch

eher die Ausnahme. Haben jüngere Kinder ein eigenes Handy, so ist dies durchaus auch ein Wunsch der Eltern. Jedes dritte Kind mit einem eigenen Handy im Alter von sechs bis sieben Jahren gibt an, dass das erste Handy auf Initiative der Eltern angeschafft wurde. 37 Prozent sagen, dies geschah auf eigenen Wunsch und bei 30 Prozent erfolgte dies auf gemeinsamen Wunsch von Kind und Eltern. Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Kinder, die angeben, dass das Handy auf eigenen Wunsch gekauft wurde (8-9 Jahre: 58 %, 10-11 Jahre: 60 %, 12-13 Jahre 76 %). Wieso Eltern ihrem Kind ein eigenes Handy geben möchten, kann man an der Bedeutung der Handyfunktionen ablesen. Für 71 Prozent der Eltern, deren Kind ein eigenes Handy hat, ist es (sehr) wichtig, dass es die Funktion der Ortung im Notfall hat. Bei Eltern, die noch kein Handy für das Kind angeschafft haben, wäre dies sogar für 90 Prozent ein Kaufkriterium (wichtig/sehr wichtig). Weitere Funktionen, die beim Handykauf sehr wichtig/wichtig wären, sind ein Kostenlimit (92 %), die Einfachheit der Bedienung (90 %), geringe Strahlung (85 %), die Möglichkeit, Funktionen zu sperren (79 %), eine altersdifferenzierte Anpassung (77 %) und voreingestellte Jugendschutzmaßnahmen (76 %). Weniger Bedeutung hat für Eltern der Imagefaktor, nur 45 Prozent finden es sehr wichtig/wichtig, dass es sich um ein aktuelles und „cooles“ Modell handelt.

Die Handys im Besitz der Kinder sind relativ neuwertig, zwei Drittel der Geräte sind jünger als zwei Jahre, im Durchschnitt sind die Handys der Kinder 2,4 Jahre alt. Entsprechend ist die technische Ausstattung der Geräte sehr gut. Nach Angaben der Kinder mit eigenem Handy bzw. Smartphone haben 89 Prozent der Geräte eine Kamera, 71 Prozent einen MP3-Player, 53 Prozent können über Bluetooth Daten austauschen. Jedes zweite Kind mit eigenem Handy kann Apps nutzen und ins Internet gehen. Ein Radio haben 46 Prozent im Handy integriert, und 42 Prozent haben eine Ortungsfunktion via GPS, 16 Prozent können mit dem Handy fernsehen. Die Mobiltelefone der älteren Kinder verfügen über deutlich mehr verschiedene Funktionen als die der Jüngeren, da mit dem Alter der Kinder auch die Wahrscheinlichkeit steigt, dass es sich bei ihrem Mobiltelefon um ein Smartphone handelt. Des Weiteren ist zu beachten, dass jüngere Kinder gegebenenfalls auch die Funktionen des eigenen Mobiltelefons noch nicht so gut kennen und sich manche Funktionen erst mit zunehmendem Alter erschließen.

Vergleicht man die Ausstattung mit der Situation 2012, so hat sich entsprechend dem Anstieg von Smartphones die Verfügbarkeit von Apps und die Option, ins Internet zu gehen, verdoppelt (jeweils +24 %-Punkte). Deutlich zugenommen hat auch

Kinder besitzen relativ neuwertige Handys

Möglichkeit des mobilen Internetzugangs gegenüber 2012 verdoppelt

Tab. 9 Handy-/Smartphonetätigkeiten bei Kindern
Nutzer Handy-/Smartphone, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt			2014					
	2010 (n=712)	2012 (n=700)	2014 (n=751)	Jungen (n=396)	Mädchen (n=355)	6-7 J. (n=55)	8-9 J. (n=146)	10-11 J. (n=244)	12-13 J. (n=306)
von Eltern angerufen werden	43	75	75	70	80	51	69	75	82
Nachrichten bekommen*	44	76	73	69	76	29	52	75	88
Eltern anrufen	39	70	71	66	76	51	66	74	74
Nachrichten verschicken*	42	72	69	66	72	25	49	71	85
andere (nicht Eltern) anrufen	40	67	65	63	67	38	53	65	75
von anderen (nicht Eltern) angerufen werden	43	68	62	61	64	38	50	61	74
Spiele spielen	22	42	46	48	43	20	36	43	57
Fotos/Videos machen	19	38	42	35	48	13	24	41	55
Internet nutzen	n.e.	25	40	41	39	7	12	39	60
Apps nutzen	n.e.	14	35	35	34	7	10	34	52
Fotos/Videos verschicken	12	21	26	22	31	7	8	27	38

* Bis 2012: SMS/MMS bekommen/verschicken.

Quelle: KIM-Studien 2010-2012.

die integrierte GPS-Funktion zur Ortung (+18%-Punkte). Weiter sind MP3-Player (+8%-Punkte), die Option von Handy-TV und eine integrierte Kamera (jeweils +7%-Punkte) häufiger vorhanden.

Kontakt mit Eltern häufigste Handynutzung der Kinder

Bei der Handynutzung der Kinder steht der Kontakt mit den Eltern im Vordergrund, drei Viertel werden zumindest einmal pro Woche von den Eltern angerufen (vgl. Tabelle 9). Kaum geringer ist der Anteil der Kinder, die in dieser Häufigkeit die Eltern anrufen sowie Nachrichten verschicken oder bekommen. Etwa zwei Drittel rufen andere Personen als die Eltern an, etwas weniger Kinder werden angerufen.

Telefonieren und Kommunikation via Nachrichten zentrale Funktionen

Telefonieren und Nachrichten senden sind damit die zentralen Funktionen, die Kinder am häufigsten mit dem Handy/Smartphone nutzen. 46 Prozent spielen regelmäßig am Handy/Smartphone. 42 Prozent nutzen die Foto- und Videofunktion, zwei Fünftel gehen mit dem Mobiltelefon zumindest einmal pro Woche ins Internet. Apps werden von 35 Prozent regelmäßig genutzt, jeder Vierte (26%) verschickt Bilder und Filme über das Mobiltelefon. Betrachtet man die tägliche Nutzung, hat das Verschicken und Empfangen von Nachrichten die größte Relevanz. Die Mädchen verzeichnen bei fast allen Funktionen eine höhere Nutzungsfrequenz als die Jungen. Insgesamt zeigen sich Mädchen mit dem Handy oder Smartphone kommunikativer als Jungen. Lediglich bei der Nutzung von Apps sind beide Geschlechter gleichauf. Erneut bestätigt sich die generelle Spieleaffinität der Jungen, die auch beim Medium Handy/Smartphone eine höhere Nutzungsintensität aufweisen als die Mädchen.

Im Vergleich zu 2012 werden die Funktionen „mit dem Handy ins Internet gehen“ sowie „Apps nutzen“ deutlich häufiger von den Kindern verwendet (Internet: +15%-Punkte, Apps: +21%-Punkte). Einen Anstieg verzeichnen auch Handyspiele (+4%-Punkte). Diese Entwicklung lässt sich mit der gestiegenen Verbreitung von Smartphones erklären. Die Grundfunktion des Handys, von anderen Personen als den Eltern angerufen zu werden, ist gegenüber 2012 rückläufig (-4%-Punkte).

Nutzung von Apps, mobilem Internet und Spielen deutlich gestiegen

Der Versand von Nachrichten, der früher unter dem Begriff SMS bereits sehr beliebt war, wird nun im Zeitalter von Smartphones neben der gerätespezifischen integrierten Nachrichtenfunktion auch von Apps erledigt. Besonders beliebt ist hierbei der internetbasierte Instant-Messenger-Dienst WhatsApp. Hierüber kann man neben Textnachrichten auch Bilder, Filme und Sprachnachrichten austauschen. Während bei den Jugendlichen fast alle die App installiert haben und diese in puncto Bedeutung bereits Facebook und andere Communitys überholt hat, spielt dieses Angebot bei den Kindern derzeit noch eine vergleichbar untergeordnete Rolle. Etwa zwei Fünftel der Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren, die ein eigenes Handy/Smartphone haben, haben WhatsApp installiert. Erst bei den Zehn- bis Elfjährigen gewinnt dieses Angebot an Relevanz und erreicht dann bei den Zwölf- bis 13-Jährigen mehr als die Hälfte der Handy-/Smartphonebesitzer. Diese Tatsache erklärt sich dadurch, dass bei den Kindern eben noch nicht alle Handybesitzer bereits ein Smartphone (was Voraussetzung für die Installation von Apps ist) zur Verfügung haben. Betrachtet man nur diejenigen Handy-/Smartphonebesitzer, die auf ihrem Mobiltelefon Apps nutzen können (n=327), ergibt sich eine deutlich größere Verbreitung von WhatsApp: 82 Prozent der App-Nutzer haben den Messenger-Dienst installiert. Mädchen (82%) und Jungen (81%) gehören glei-

Vor allem ältere Kinder nutzen verstärkt WhatsApp

chermaßen zu den Nutzern, wobei WhatsApp auch bei dieser Teilgruppe der App-Nutzer erst bei den ab Zehnjährigen eine Rolle spielt.

Computer-, Konsolen- und Onlinespiele

Jungen spielen häufiger als Mädchen, ältere Kinder mehr als jüngere

Für 23 Prozent der Kinder gehört das Spielen an Computer, Konsole oder im Internet (6) zu den liebsten Freizeitaktivitäten. Das Spielen über diese Plattformen ist fest in den Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen integriert – 62 Prozent der Kinder spielen regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche, jedes vierte Kind (24 %) spielt täglich. Traditionell zeigen Jungen eine größere Vorliebe für Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele als Mädchen: Knapp ein Drittel der Jungen (31 %), aber nicht einmal ein Fünftel der Mädchen (16 %) nutzt die genannten Spielmöglichkeiten jeden Tag. Die Jüngsten zeigen nur ein gemäßigtes Interesse an digitalen Spielen, nur knapp die Hälfte spielt hier zumindest selten. Mit zunehmendem Alter nimmt der Anteil der Nicht-Spieler stetig ab (6-7 Jahre: 53 %, 12-13 Jahre: 11 %). Der Anteil der täglichen Gamer entwickelt sich analog dazu und steigt von 12 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf 33 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an. Verglichen mit der KIM-Studie 2012 hat der Anteil der regelmäßigen Spieler leicht abgenommen (-4 %-Punkte), dabei zeigt sich ein stärkerer Rückgang bei den Jungen (-7 %-Punkte) als bei den Mädchen (-2 %-Punkte).

Konsolenspiele haben größte Bedeutung

Bei der näheren Betrachtung der verschiedenen Spieloptionen wird deutlich, dass Konsolenspiele die größte Bedeutung im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen haben. 15 Prozent der jungen Spieler nutzen täglich eine tragbare, 13 Prozent eine stationäre Spielkonsole. Am Computer spielen deutlich weniger Kinder täglich (offline: 9 %, online: 7 %). Onlinespiele sind generell nicht so populär wie die übrigen Spielformen, jeder Zweite nutzt sie überhaupt nicht. Tragbare Spielkonsolen sind als einzige Plattform für beide Geschlechter gleichermaßen interessant und werden täglich fast gleich viel von Mädchen (14 %) wie Jungen (15 %) genutzt.

Beliebteste Spiele

Diejenigen Sechs- bis 13-Jährigen, die zumindest selten Computer- oder Konsolenspiele spielen, besitzen im Durchschnitt 10,8 eigene Spiele. Jungen (12,3) können dabei auf mehr verschiedene Spiele zurückgreifen als Mädchen (8,9). Mit dem Alter der Kinder nimmt der Besitz eigener PC- und Konsolenspiele kontinuierlich zu (6-7 Jahre: 6,5 Spiele, 12-13 Jahre: 12,4 Spiele). Die Top 5 der beliebtesten Computer-, Konsolen- und Onlinespiele wird 2014 vom Fußballspiel „FIFA“ angeführt, das 12 Prozent der Nennungen auf sich vereint. Auf Platz zwei folgt das Jump'n'Run-Spiel „Super Mario“, das für 9 Prozent zu den am liebsten gespielten Titeln gehört. Jeweils 8 Prozent sprechen sich für das Rennspiel „Mario Kart“ sowie die Simulation „Die Sims“ aus. Das Open-World-Spiel „Minecraft“ wird von 5 Prozent genannt. „Super Mario“ ist als einziges Spiel für Mädchen und Jungen gleich in-

teressant, ansonsten unterscheiden sich die Präferenzen deutlich. Während die Jungen lieber „Mario Kart“ oder „Minecraft“ spielen, begeistern Mädchen sich eher für „Die Sims“. „FIFA“ ist offensichtlich für Mädchen gänzlich uninteressant.

Fazit

In Familien gibt es verschiedene Regeln für den Medienumgang der Kinder – in Bezug auf die genutzten Inhalte und auch hinsichtlich der Nutzungsdauer. Bei den Inhalten wird das Internet am stärksten reglementiert. 80 Prozent der Haupterzieher, deren Kind das Internet nutzt, geben an, dass es Absprachen mit dem Kind darüber gibt, welche Seiten im Internet genutzt werden (dürfen). Aber auch drei Viertel der jeweiligen Nutzer von PC-/Computerspielen bzw. dem Fernsehen haben Regeln bezüglich der genutzten Inhalte aufgestellt. Von knapp zwei Dritteln werden Fragen diskutiert, in denen es darum geht, wo die Kinder chatten, auch für knapp die Hälfte der Kinder, die Handy oder Smartphone nutzen, gibt es Verabredungen bezüglich der Inhalte. Wie lange das Internet, Computerspiele, der PC generell oder der Fernseher genutzt werden dürfen, haben ebenfalls jeweils drei Viertel der Nutzer in der Familie abgesprochen.

Die Ergebnisse der KIM-Studie belegen sowohl in der Langzeitperspektive als auch mit den aktuellen Daten der KIM-Studie 2014 die große Bedeutung des Fernsehens insbesondere für jüngere Kinder. Für Kinder ist das Fernsehen noch eindeutig das Medium Nummer eins. Dies gilt für die emotionale Bindung der Kinder an dieses Medium, und es gilt für die Häufigkeit und Dauer der Nutzung.

Dennoch vollzieht sich innerhalb der in der KIM-Studie abgedeckten Altersstufe von sechs bis 13 Jahren eine deutliche Orientierung in Richtung Computer und Internet. In dieser Lebensphase erschließen sich Kinder die Onlinewelt. Beginnend mit Spielen und Recherchen für die Schule und persönliche Interessen, wird dann ab dem Alter von etwa zehn Jahren auch das Thema Kommunikation (im Freundeskreis) relevant und Kinder machen ihre ersten Schritte in sozialen Netzwerken. Dass diese eigentlich nicht für Kinder gedacht sind, scheint kein Hindernis zu sein. Wenn Kinder hier aktiv sind, sind die zentralen Plattformen Facebook und WhatsApp.

Entgegen der aktuellen, generell dynamischen Entwicklung von Tablet-PCs spielt dieses Medium sowohl bei Kindern als auch bei den Haushalten mit Kindern in dieser Altersgruppe noch keine große Rolle. Angesichts einer Ausstattungsrate von gerade mal einem Fünftel der Familien ist ein Tablet-PC derzeit also noch eher die Ausnahme. Die unter dem Aspekt der Medienbildung diskutierte Option, in der Schule die privaten Geräte der Kinder zu nutzen (Stichwort „Bring your own device“),

Absprachen in der Familie über den Medienumgang der Kinder

Fernsehen für Kinder eindeutig wichtigstes Medium

Orientierung in Richtung Computer/Internet mit zunehmendem Alter

ist zumindest für den Grundschulbereich noch weit von der Realität entfernt. Inwieweit Tablet-PCs, die durch ihre Bedienoberfläche ja grundsätzlich für die Nutzung durch Kinder geeignet scheinen, in Freizeit und Schule in Zukunft eine Rolle spielen, wird erst in den nächsten Ausgaben der KIM-Studie zu erfassen sein.

Anmerkungen:

- 1) Die Studienreihe KIM – Kinder + Medien, Computer + Internet – wird herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs). Dieser wird gemeinsam von den Landesmedienanstalten in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz – der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) – getragen. Die Durchführung der Studie erfolgt in Kooperation mit dem Südwestrundfunk (SWR). In Media Perspektiven erschien dazu zuletzt: Feierabend, Sabine/Ulrike Karg/Thomas Rathgeb: Kinder und Medien. Ergebnisse der KIM-Studie 2012. In: Media Perspektiven 3/2013, S. 143-153.
- 2) Die Sample Points wurden geschichtet nach Bundesland und Gemeindetyp (BIK Ortsgrößenklassen) zufällig ausgewählt. Innerhalb der Sample Points wurden die Befragten anhand von Quotenvorgaben mit den Merkmalen Geschlecht x Alter, Geschlecht x Alter x Bundesland und Gemeindetyp (BIK) x Bundesland entsprechend der aktuell vorliegenden Daten des Statistischen Bundesamts ausgewählt.
- 3) Hier sind Mobiltelefone generell erfasst, unabhängig davon, ob es sich um ein Smartphone mit Internetzugang und Touchscreen oder ein konventionelles Handy ohne diese Funktionalitäten handelt.
- 4) Musik zu hören ist für 90 Prozent der Jugendlichen (sehr) wichtig und liegt damit mit dem Internet (89%) an der Spitze der Lieblingstätigkeiten der Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2013. Jugend, Information, (Multi-) Media, Stuttgart, November 2013, S.13.
- 5) Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2014. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart, November 2014, S. 24.
- 6) Angesichts der geringen Verbreitung von Tablet-PC und Smartphones wurden diese Optionen zum Spielen hierbei nicht explizit mit aufgenommen. Die Nutzung von Spielen mit dem Tablet-PC oder dem Smartphone wurde dort jeweils bei der Abfrage nach den Tätigkeiten erfasst.

