



Forschungsdienst

Die Mediennutzung von Kindern in der Schweiz – gemessen und erfragt

Eine Untersuchung zum Medienverhalten sowie zu
den Radiointeressen und -motiven von sieben- bis
vierzehnjährigen Kindern

Forschungsdienst SRG SSR idée suisse

| | |
|---------------------------|--|
| Herausgeber | Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft SRG SSR idée suisse Forschungsdienst SRG SSR, MD/SW |
| Projekt | Forschungsdienst SRG SSR, SW/LB/SB/Hi/MW |
| Durchführung der Erhebung | IHA-GfK AG |
| Text / Layout | Forschungsdienst, SW/LB/SB/Hi/MW |
| Druck | Repro-Center SRG SSR Bern, Oktober 2004 |

© SRG SSR idée suisse media services Forschungsdienst

Vorwort

Die Studie „Die Mediennutzung von Kindern in der Schweiz – gemessen und erfragt“ steht als mittlerweile fünfte grossangelegte Studie zum Thema „Kinder und Massenmedien“ in einer Tradition, die vom SRG SSR Forschungsdienst bereits 1971 aufgenommen wurde. Heute können wir die neuste Bestandesaufnahme der Situation vorlegen; sie trägt den Veränderungen Rechnung, die sich seit der letzten Studie vom Jahre 1997 ergeben haben. Die Digitalisierung hat im Bereich der Unterhaltungs- und Kommunikationstechnologie das Entwickeln von immer kleineren und leistungsfähigeren Geräten erlaubt. Musik hören, Spielen oder Telefonieren ist heute auch für Kinder und Jugendliche praktisch immer und überall möglich geworden. Bereits in den ersten Lebensjahren haben sie Kontakt mit Radio, Fernsehen Gameboy, DVD, CD-Player und Internet. Mit kinderspezifischen Medienangeboten bemühen sich die Anbieter um das junge Publikum, das seinerseits bereits früh einen selbstverständlichen und unkomplizierten Umgang mit Kommunikationstechnologien lernt.

Diese Entwicklung wirft zahlreiche Fragen auf: Wie gehen Kinder mit dem vielfältigen Medienangebot von heute um? Wie ist die Nutzung von Radio, Fernsehen, Audioträgern, Computern etc. in ihrem Alltag eingebettet? Haben Kinder noch Zeit für andere traditionelle Freizeitaktivitäten wie Spielen, Zeichnen etc.? Von welchen Motiven und Interessen wird diese Nutzung geleitet? In welchem Ausmass beeinflussen soziodemografische Voraussetzungen dieses Verhalten?

Zu diesen und weiteren Fragen gibt der vorliegende Bericht Auskunft. Und wie der Titel des Forschungsberichtes schon zeigt: Verschiedene Datenquellen werden kombiniert: Neben einer landesweiten, persönlichen Befragung von Eltern mit Kindern zwischen 7 und 14 Jahren wurden in der deutschen Schweiz auch Eltern und Kinder telefonisch befragt, und letztlich trugen diese Kinder auch für eine Woche eine RADIOCONTROL-Uhr, mit welcher ihr Medienverhalten im Radio- und TV-Bereich elektronisch gemessen werden konnte. Der Umfang des Datenmaterials, vor allem aber die Kombination dieser Daten aus drei unterschiedlichen Quellen verlangte vielfach nach einer Beschränkung der Analyse auf die wesentlichen Züge. Nichts desto trotz können wir heute eine umfangreiche und interessante Studie vorlegen.

Das Thema „Kinder und Medien“ findet immer wieder grosse Beachtung. Die Medienanbieter interessieren sich beispielsweise dafür, wie das jüngere Publikum eigentlich Medien nutzt, wann und wo diese konsumiert werden und welche neuen Ansprüche die Jüngeren den „klassischen“ Medien entgegenbringen.

Im Alltag erleben wir alle, wie die jüngere Generation selbstverständlich und selbstsicher mit den neusten technologischen Entwicklungen umgeht und sie in den Alltag integriert, wo wir uns noch mit Respekt, Handbüchern oder Kursen den Geräten nähern.

Die Wirkung der Medien auf Kinder ist auch immer wieder Inhalt politischer Diskussionen, sei es die Sorge um Inhalte, mit denen Kinder konfrontiert werden, die auch an Erwachsenen nicht spurlos vorbeigehen, sei es aber auch, um über die Medien erziehend und bildend zu wirken.

Und obwohl das hier untersuchte Thema eigentlich der Umgang von Kindern mit Medien ist, spiegelt sich in den Antworten letztlich auch der Umgang jedes Einzelnen von uns mit den Medien wider. Darum sei hier – von dieser eher deskriptiven Warte aus – auch verwiesen auf zwei Arbeiten, welche das Thema theoretisch angehen oder gar zu neuen Denkansätzen in den Medien- und Kommunikationswissenschaften führen:

Auf die gleichen empirischen Datenquellen wie der vorliegende Bericht stützt sich die Dissertation von Stephanie Weiss zum Thema „Kind und Radio – Nutzung, Interessen und Motive der 7- bis 14-Jährigen“, die im Frühjahr 2005 erscheinen wird.

In diesen Tagen gibt Prof. M. Steinmann das Buch „Sophies zweite Welt“ heraus, in welchem der Ansatz des Wirklichkeitstransfers in die medienwissenschaftliche Diskussion eingebracht wird: Das Thema entspringt zahlreichen Arbeiten aber auch persönlichen Beobachtungen des Herausgebers, wie Kinder eigentlich mit Medien umgehen.

Es ist zu erwarten, dass das Interesse am Thema bald wieder zum Bedürfnis nach empirischen Daten führt. Dieser deskriptiven Darstellung folgen daher jetzt Arbeiten zur methodischen Fragestellung des Einsatzes der RADIOCONTROL-Uhr bei Kindern. Im Wesentlichen geht es um die Frage, ob und inwieweit die heutige altersmässige Untergrenze von 15 Jahren in der Radioforschung gesenkt werden kann.

Zum Schluss möchte ich all jenen ganz herzlich danken, welche mit Arbeit, Eifer und Einsatz zum Gelingen der Studie beigetragen haben.

Dies gilt vorab für den langjährigen Leiter des Forschungsdienstes Prof. Matthias Steinmann, der die Tradition dieser Studien verantwortet hat und durch den Aufbau eines kompetenten Forschungsdienstes sowie die wissenschaftliche Unterstützung des Vorhabens die Voraussetzungen für die vorliegende Arbeit schaffte.

Weiter danke ich allen beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des SRG SSR Forschungsdienstes, vor allem Stephanie Weiss, Luca Bertossa, Sara Bürkli, Isabelle Hänni und Martin Weber. Der vorliegende Bericht ist ihr Gemeinschaftswerk, mehrere Autorinnen und Autoren widmeten sich jeweils den einzelnen Themenbereichen, die persönliche Handschrift ist in den einzelnen Kapiteln bemerkbar.

Dank geht auch an die Verantwortlichen IHA-GfK für ihre tatkräftige Unterstützung beim Experiment, die RADIOCONTROL-Uhr an so junge Studienteilnehmer abzugeben – und wieder zurückzubekommen!

Bern, im Oktober 2004

Manuel Dähler
Leiter SRG SSR Forschungsdienst

Abstract

Der SRG-SSR-Forschungsdienst hat zwischen Mai und Juli 2003 eine umfangreiche Erhebung zum Mediennutzungsverhalten von Kindern durchgeführt. Dabei wurde mit verschiedenen Befragungs- und Messmethoden gearbeitet: Rund 500 Eltern in der gesamten Schweiz wurden in persönlichen Interviews zu den Mediennutzungsgewohnheiten und -präferenzen ihrer 7- bis 14-jährigen Kinder befragt. Diese Ergebnisse liefern eine für die drei Sprachregionen repräsentative Basis.

Was die Medienausstattung betrifft, verfügen so gut wie alle Haushalte mit Kindern über mindestens ein Radio- (98%) bzw. Fernsehgerät (96%). Im eigenen Zimmer haben etwa zwei Drittel der Kinder (63%) Zugang zu mindestens einem Radioapparat, während der Anteil beim Fernsehgerät bei 18% liegt. Ähnlich hoch ist das Vorhandensein von Computern (19%) – es handelt sich dabei vor allem um Geräte ohne Internetanschluss. Im Allgemeinen kann man festhalten, dass in den Kinderzimmern aller Sprachregionen des Landes die Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik mehr verbreitet sind als solche der visuellen. Der CD-Player nimmt mit 66% die Spitzenposition in den Kinderzimmern ein.

In Bezug auf den ungehinderten Zugang zu den Apparaten der Unterhaltungselektronik lässt sich feststellen, dass die Freiheit in der Benutzung auditiver Unterhaltungsgeräte überdurchschnittlich gross ist: Fast alle Kinder (96%) haben freien Zugang zum Radio, 68% zum Fernsehen und 59% zum Computer. Die stärkere Reglementierung der TV- und Computernutzung durch die Eltern überrascht nicht: die als potentiell schädigend eingestufteten Inhalte, wie Gewalt- und Sexszenen werden in der Regel visuell vermittelt. Bezeichnend ist in diesem Zusammenhang die restriktivste Haltung gegenüber der freien Benutzung eines PCs mit Internetanschluss (50%).

Das Fernsehen ist das beliebteste Medium der 7-14-Jährigen, dicht gefolgt vom Radio, wobei Deutschschweizer Kinder die grösste Radioaffinität aufzeigen. Ist die mit Radiohören verbrachte Zeit in den verschiedenen Sprachregionen über alle Tage in etwa gleich verteilt, so schauen Schweizer Kinder an Wochenende laut Auskunft ihrer Eltern bis zu einer Stunde länger fern als an Werktagen.

Auffällig ist die grosse Musikvorliebe der Sprösslinge, die sich sowohl in der Nutzung als auch in den Radiointeressen und -motiven offenbart, diese Musikaffinität steigt mit zunehmendem Alter.

Ein weiterer Teil dieser Studie bestand aus einem Pilotprojekt, bei dem die Mediennutzung der Sprösslinge im Mai/Juni 2003 erstmals elektronisch mit RADIOCONTROL gemessen wurde. 352 Deutschschweizer Kinder zwischen 7 und 14 Jahren trugen während einer Woche eine Uhr und gaben in einem Interview Auskunft über ihre Mediennutzung. Die Messungen zeigen, dass die Radionutzung Heranwachsender mit einer Nettoreichweite von 82% schwächer ausfällt als diejenige der Erwachsenen (90%), im Tages- und Wochenverlauf jedoch nach einem ähnlichen Muster abläuft.

Kinder wenden sich mit grösserer Vorliebe Privatradiosendern zu. Der Marktanteil der privaten Radioanbieter ist bei den untersuchten Kindern mit 43% etwa gleich gross wie jener der SRG SSR-Programme (42%). Privatradios erreichen bei Erwachsenen 26%, SRG- SSR-Programme 66% Marktanteil.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Das Wesentliche in Kürze | 1 |
| 1. Untersuchungsdesign, Methodik und Stichproben | 1 |
| 1.1 Die Datenerhebung | 1 |
| 1.1.1 Bevölkerungsrepräsentative Face-to-Face-Befragung von Erwachsenen über den Medienkonsum der Kinder („Elternstichprobe“) | 1 |
| 1.1.2 Telefonische Befragung von Erwachsenen und Kindern über den Medienkonsum der Kinder („Kinderstichprobe“) | 2 |
| 1.1.3 Elektronische Messung des Medienkonsums der Kinder in der Deutschschweiz durch RADIOCONTROL..... | 3 |
| 1.2 Soziodemographische Zusammensetzungen der Stichproben | 4 |
| 1.2.1 Die Elternstichprobe..... | 5 |
| 1.2.2 Die Kinderstichprobe | 10 |
| 1.2.3 Die RADIOCONTROL-Stichprobe (RC-Stichprobe)..... | 15 |
| 1.3 Die Datenauswertung: Verfahren und Transformationen..... | 16 |
| 1.3.1 Die angewendeten Verfahren..... | 16 |
| 1.3.2 Die Datentransformationen | 17 |
| 2. Tagesablauf und Zeitbudget | 18 |
| 2.1 Schlafen | 19 |
| 2.1.1 Sprachregionale Unterschiede | 19 |
| 2.1.2 Soziodemographische Unterschiede..... | 21 |
| 2.1.3 Das Schlafverhalten der Erwachsenen nach Region | 22 |
| 2.2 Essen zu Hause | 24 |
| 2.2.1 Sprachregionale Unterschiede | 24 |
| 2.2.2 Soziodemographische Unterschiede..... | 26 |
| 2.2.3 Das Essverhalten der Erwachsenen nach Region | 27 |
| 2.3 Hausaufgaben machen..... | 30 |
| 2.3.1 Sprachregionale Unterschiede | 30 |
| 2.3.2 Soziodemographische Unterschiede..... | 31 |
| 2.4 Aufräumen, im Haushalt helfen | 32 |
| 2.4.1 Sprachregionale Unterschiede | 32 |
| 2.4.2 Soziodemographische Unterschiede..... | 34 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 2.5 | Spielen, Freizeit zu Hause | 35 |
| 2.5.1 | Sprachregionale Unterschiede | 35 |
| 2.5.2 | Soziodemographische Unterschiede..... | 37 |
| 2.6 | Schulweg | 38 |
| 2.6.1 | Sprachregionale Unterschiede | 38 |
| 2.7 | Schulzeit | 39 |
| 2.7.1 | Sprachregionale Unterschiede | 39 |
| 2.7.2 | Soziodemographische Unterschiede..... | 40 |
| 2.8 | Draussen spielen, mit Freunden unterwegs ausser Haus | 40 |
| 2.8.1 | Sprachregionale Unterschiede | 40 |
| 2.8.2 | Soziodemographische Unterschiede..... | 42 |
| 2.9 | Sport treiben, Musizieren usw. | 43 |
| 2.9.1 | Sprachregionale Unterschiede | 43 |
| 2.9.2 | Soziodemographische Unterschiede..... | 45 |
| 2.10 | Tätigkeiten zu Hause..... | 46 |
| 2.10.1 | Sprachregionale Unterschiede | 46 |
| 2.10.2 | Soziodemographische Unterschiede..... | 48 |
| 2.10.3 | Unterschiede in Zusammenhang mit dem Verhalten der Erwachsenen in der Region | 48 |
| 2.11 | Der gesamte Tagesverlauf der Kinder | 50 |
| 2.12 | Auf den Punkt gebracht..... | 54 |
| 3. | Medienausstattung..... | 55 |
| 3.1 | Die Medienausstattung im Haushalt | 55 |
| 3.1.1 | Die Schweiz..... | 55 |
| 3.1.2 | Die drei Sprachregionen | 57 |
| 3.1.3 | Soziodemographische Unterschiede..... | 62 |
| 3.2 | Die Medienausstattung im Kinderzimmer | 65 |
| 3.2.1 | Die Schweiz..... | 65 |
| 3.2.2 | Die drei Sprachregionen | 66 |
| 3.2.3 | Soziodemographische Unterschiede..... | 68 |
| 3.3 | Die Medienausstattung im Haushalt und im Kinderzimmer. Gibt es Zusammenhänge?..... | 73 |
| 3.3.1 | Die Schweiz..... | 73 |
| 3.3.2 | Die drei Sprachregionen | 76 |
| 3.4 | Die freie Benutzung der elektronischen Medien durch das Kind..... | 79 |
| 3.4.1 | Die Schweiz..... | 79 |
| 3.4.2 | Die drei Sprachregionen | 80 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 3.4.3 | Soziodemographische Unterschiede und Unterschiede in Relation zur Verfügbarkeit der Unterhaltungselektronik-Geräte im Haushalt..... | 83 |
| 3.4.4 | Merkmale, die den freien Zugang für die Kinder zu den Geräten der Unterhaltungselektronik erklären können | 87 |
| 3.5 | Die Medienausstattung in der repräsentativen Elternstichprobe und in der Stichprobe der Deutschschweizer Kinder, welche die RADIOCONTROL-Uhr getragen haben | 90 |
| 3.5.1 | Die Medienausstattung im Haushalt | 90 |
| 3.5.2 | Die Medienausstattung im Kinderzimmer | 92 |
| 3.5.3 | Soziodemographische Unterschiede..... | 94 |
| 3.6 | Auf den Punkt gebracht..... | 98 |
| 4. | Mediennutzung der Kinder allgemein..... | 100 |
| 4.1 | Die tägliche Reichweite der Medien bei Kindern | 100 |
| 4.1.1 | Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Reichweite der Medien..... | 101 |
| 4.1.2 | Soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Reichweite..... | 103 |
| 4.2 | Die Mediennutzung der Kinder im Tagesablauf | 106 |
| 4.2.1 | Radiohören im Tagesablauf | 107 |
| 4.2.2 | Fernsehen im Tagesablauf..... | 114 |
| 4.2.3 | CD/ MD/ MP3/ MC/ LP im Tagesablauf | 119 |
| 4.2.4 | Internet, E-Mail im Tagesablauf..... | 124 |
| 4.2.5 | Gameboy, Playstation, Computerspiele im Tagesablauf..... | 128 |
| 4.2.6 | Lesen im Tagesablauf..... | 131 |
| 4.3 | Die Mediennutzungshäufigkeit bei Kindern nach Gerätetypen | 135 |
| 4.3.1 | Die Mediennutzungshäufigkeit bei Kindern in der Schweiz | 135 |
| 4.3.2 | Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit.. | 137 |
| 4.3.3 | Soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit..... | 139 |
| 4.4 | Die Mediennutzung bei Kindern in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Gerätetypen..... | 147 |
| 4.4.1 | Die Reichweite und der ungehinderte Gerätezugang | 148 |
| 4.4.2 | Die Nutzungsdauer und der ungehinderte Gerätezugang..... | 152 |
| 4.4.3 | Die Nutzungshäufigkeit und der ungehinderte Gerätezugang | 153 |
| 4.4.4 | Die Mediennutzung bei Kindern in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer | 157 |
| 4.4.4.1 | Die Reichweite und die Geräteausstattung im Kinderzimmer | 158 |
| 4.4.4.2 | Die Nutzungsdauer und die Geräteausstattung im Kinderzimmer | 160 |
| 4.4.4.3 | Die Nutzungshäufigkeit und die Geräteausstattung im Kinderzimmer | 161 |
| 4.5 | Auf den Punkt gebracht..... | 166 |

| | |
|---|------------|
| 5. Interessen | 168 |
| 5.1 Die einzelnen Interessen in der ganzen Schweiz..... | 169 |
| 5.1.1 Eine Hitparade der Kinder-Interessen für die ganze Schweiz | 169 |
| 5.1.2 Sprachregionale Unterschiede | 170 |
| 5.1.3 Soziodemographische Unterschiede: die ganze Schweiz..... | 171 |
| 5.1.4 Soziodemographische Unterschiede: die verschiedenen Sprachregionen..... | 174 |
| 5.2 Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in der ganzen Schweiz..... | 178 |
| 5.2.1 Eine räumliche Darstellung der Interessenähnlichkeiten..... | 178 |
| 5.2.2 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und Alter ... | 179 |
| 5.2.3 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und der Kombination von Alter und Geschlecht | 181 |
| 5.2.4 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und den drei Sprachregionen..... | 182 |
| 5.2.5 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und den meistgehörten Radios | 183 |
| 5.3 Eine Typologie der Radiointeressen der Kinder in der ganzen Schweiz | 185 |
| 5.3.1 Die Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen..... | 187 |
| 5.3.2 Die Altersverteilung bei den verschiedenen Interessentypen | 188 |
| 5.3.3 Die Alters- und Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen | 189 |
| 5.3.4 Die sprachregionale Verteilung bei den verschiedenen Interessentypen..... | 190 |
| 5.3.5 Die Anzahl Kinder im Haushalt und die verschiedenen Interessentypen | 191 |
| 5.3.6 Die Lieblingsradios und die verschiedenen Interessentypen | 192 |
| 5.4 Die einzelnen Interessen in der Deutschschweiz auf Grund der Angaben durch die Kinder selbst..... | 196 |
| 5.4.1 Eine Hitparade der Kinder-Interessen in der Deutschschweiz | 196 |
| 5.4.2 Soziodemographische Unterschiede: die Deutschschweiz..... | 197 |
| 5.5 Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in der Deutschschweiz auf Grund der Kinderangaben | 200 |
| 5.5.1 Eine räumliche Darstellung der Interessenähnlichkeiten..... | 200 |
| 5.5.2 Die Radiointeressen und das Alter der Kinder..... | 200 |
| 5.5.3 Die Radiointeressen und die Kombination von Geschlecht und Altersklassen | 201 |
| 5.5.4 Die Radiointeressen und die meistgehörten Programme | 202 |
| 5.6 Eine Typologie der Radiointeressen der Deutschschweizer Kinder..... | 204 |
| 5.6.1 Die Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen..... | 206 |
| 5.6.2 Die Altersverteilung bei den verschiedenen Interessentypen | 207 |
| 5.6.3 Die Alters- und Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen | 208 |
| 5.6.4 Die Anzahl Kinder im Haushalt und die verschiedenen Interessentypen | 209 |
| 5.6.5 Die Lieblingsradios und die verschiedenen Interessentypen | 210 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 5.7 | Vergleich der Interessenverteilung der Deutschweizer Kinder in der Elternstichprobe und in der RC-Kinderstichprobe | 213 |
| 5.7.1 | Eine Hitparade der Kinder-Interessen für die Deutschschweiz..... | 213 |
| 5.7.2 | Eine Hitparade der Kinder-Interessen für die Deutschschweiz: soziodemographische Unterschiede | 215 |
| 5.8 | Auf den Punkt gebracht..... | 217 |
| 6. | Motive..... | 219 |
| 6.1 | Die einzelnen Motive in der ganzen Schweiz | 220 |
| 6.1.1 | Eine Hitparade der Motive | 220 |
| 6.1.2 | Sprachregionale Unterschiede | 221 |
| 6.1.3 | Soziodemographische Unterschiede: die ganze Schweiz..... | 222 |
| 6.1.4 | Soziodemographische Unterschiede: die verschiedenen Sprachregionen..... | 225 |
| 6.2 | Die einzelnen Motive in der Deutschschweiz auf Grund der Angaben durch die Kinder selbst..... | 230 |
| 6.2.1 | Eine Hitparade der Motive in der Deutschschweiz..... | 230 |
| 6.2.2 | Soziodemographische Unterschiede: die Deutschschweiz..... | 231 |
| 6.3 | Vergleich der Motiv-Verteilung der Deutschweizer Kinder in der repräsentativen Stichprobe und in der RC-Kinderstichprobe | 234 |
| 6.3.1 | Eine Hitparade der Kinder-Motive in der Deutschschweiz | 234 |
| 6.3.2 | Eine Hitparade der Kinder-Motive für die Deutschschweiz: soziodemographische Unterschiede | 235 |
| 6.4 | Auf den Punkt gebracht..... | 238 |
| 7. | Die Radionutzung von Kindern gemessen mit RADIOCONTROL | 240 |
| 7.1 | Die Radionutzung allgemein | 241 |
| 7.1.1 | Radionutzung allgemein für die ganze Woche | 241 |
| 7.1.1.1 | Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Geschlecht | 241 |
| 7.1.1.2 | Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Alter | 241 |
| 7.1.1.3 | Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Anzahl Kindern im Haushalt | 242 |
| 7.1.1.4 | Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Einkommen der Eltern | 243 |
| 7.1.1.5 | Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Bildung der Mutter | 243 |
| 7.1.1.6 | Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche durch Kinder und Erwachsene..... | 244 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 7.1.2 | Die Radionutzung allgemein im Tagesverlauf an Werktagen..... | 245 |
| 7.1.2.1 | Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Geschlecht..... | 245 |
| 7.1.2.2 | Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Alter | 247 |
| 7.1.2.3 | Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Anzahl Kindern im Haushalt | 249 |
| 7.1.2.4 | Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Einkommen der Eltern | 250 |
| 7.1.2.5 | Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Bildung der Mutter | 251 |
| 7.1.2.6 | Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf durch Kinder und Erwachsene | 253 |
| 7.1.3 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf..... | 254 |
| 7.1.3.1 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Geschlecht..... | 254 |
| 7.1.3.2 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Alter | 255 |
| 7.1.3.3 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Anzahl Kindern im Haushalt..... | 257 |
| 7.1.3.4 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Einkommen der Eltern | 258 |
| 7.1.3.5 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Bildung der Mutter | 259 |
| 7.1.3.6 | Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf durch Kinder und Erwachsene | 260 |
| 7.1.4 | Vergleich der Radionutzung allgemein im Tagesverlauf zwischen Werktagen und Wochenenden..... | 262 |
| 7.2 | Die Nutzung der Sendergruppen | 263 |
| 7.2.1 | Die Nutzung der Sendergruppen für die ganze Woche: Nettoreichweite, Nutzungsdauer und Marktanteil | 263 |
| 7.2.1.1 | Nettoreichweiten der Sendergruppen für die ganze Woche | 263 |
| 7.2.1.2 | Nutzungsdauer der Sendergruppen für die ganze Woche..... | 264 |
| 7.2.1.3 | Marktanteile der Sendergruppen für die ganze Woche..... | 265 |
| 7.2.2 | Die Nutzung der Sender der SRG SSR..... | 269 |
| 7.2.2.1 | Die Nutzung der Sender der SRG SSR für die ganze Woche..... | 269 |
| 7.2.2.2 | Die Nutzung der Sender der SRG SSR an Werktagen und Wochenenden | 270 |
| 7.2.2.3 | Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR | 270 |
| 7.2.2.4 | Die Nutzung der Sender der SRG SSR durch Kinder und Erwachsene..... | 272 |
| 7.2.2.5 | Vergleich der Nutzung der Sender der SRG SSR im Tagesverlauf zwischen Werktagen und Wochenenden | 274 |
| 7.2.2.6 | Die Nutzung von DRS 1 und DRS 3..... | 275 |
| 7.2.3 | Die Nutzung privater Radiostationen..... | 284 |
| 7.2.3.1 | Die Nutzung privater Radiostationen für die ganze Woche | 284 |
| 7.2.3.2 | Die Nutzung privater Radiostationen an Werktagen und Wochenenden..... | 285 |
| 7.2.3.3 | Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung privater Radiostationen | 286 |
| 7.2.3.4 | Die Nutzung privater Radiostationen durch Kinder und Erwachsene | 288 |
| 7.2.3.5 | Vergleich der Nutzung privater Radiostationen im Tagesverlauf zwischen Werktagen und Wochenenden | 290 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 7.2.4 | Die Nutzung ausländischer Radiostationen | 291 |
| 7.2.4.1 | Die Nutzung ausländischer Radiostationen für die ganze Woche | 291 |
| 7.2.4.2 | Die Nutzung ausländischer Radiostationen an Werktagen und Wochenenden | 292 |
| 7.2.4.3 | Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung ausländischer Radiostationen | 293 |
| 7.3 | Auf den Punkt gebracht..... | 295 |
| 8. | Die Fernsehnutzung von Kindern gemessen mit RADIOCONTROL..... | 298 |
| 8.1 | Die Fernsehnutzung allgemein für die gesamte Woche | 298 |
| 8.1.1 | Die Fernseh- und Radionutzung im Tagesverlauf gesamte Woche | 299 |
| 8.1.2 | Die Fernsehnutzung allgemein im Tages-/Wochenverlauf | 300 |
| 8.1.3 | Die Fernsehnutzung allgemein nach Geschlecht | 302 |
| 8.1.4 | Die Fernsehnutzung allgemein nach Alter..... | 303 |
| 8.1.5 | Die Fernsehnutzung allgemein nach Anzahl Kindern im Haushalt..... | 304 |
| 8.1.6 | Die Fernsehnutzung allgemein nach Einkommen der Eltern | 305 |
| 8.1.7 | Die Fernsehnutzung allgemein nach Bildung der Mutter | 306 |
| 8.1.8 | Die Fernsehnutzung allgemein für Kinder und Erwachsene | 307 |
| 9. | Anhang | 308 |
| 9.1 | Die Fragebögen | 309 |
| 9.1.1 | Die Elternstichprobe..... | 309 |
| 9.1.2 | Die Kinderstichprobe | 319 |
| 9.2 | Die verschiedenen statistischen Verfahren | 335 |
| 9.2.1 | Die Qualität der Variablen | 335 |
| 9.2.2 | Korrelationen und Koeffizienten..... | 335 |
| 9.2.3 | Signifikanz | 336 |
| 9.2.4 | Das Testen von Unterschiedshypothesen mittels χ^2 -Test | 336 |
| 9.2.5 | Korrespondenzanalyse..... | 337 |
| 9.2.6 | Clusteranalyse..... | 337 |

Das Wesentliche in Kürze

Ziel der Studie

Abgesehen von der regelmässigen Reihe von Studien, die vom Forschungsdienst der SRG SSR idée suisse durchgeführt werden, haben Untersuchungen, in welchen die Beziehung der Kinder zu den Massenmedien auf empirischer Basis analysiert wird in der Schweiz eher Seltenheitswert. Mit einer weit reichenden, in der ganzen Schweiz durchgeführten Untersuchung über die Mediennutzung der Kinder im Alter zwischen 7 und 14 Jahren hat der Forschungsdienst der SRG SSR idée suisse einen Beitrag leisten wollen, um diese Lücke zu verkleinern. Die vorliegende Studie, deren Daten aus dem Frühjahr 2003 stammen, zielt zum einen darauf ab, abzuklären, wie häufig die verschiedenen Medien von den Kindern benutzt werden und inwieweit sich ihr Konsum von demjenigen der Erwachsenen unterscheidet. Mit besonderer Aufmerksamkeit wird dabei die Radionutzung der Kinder verfolgt: Informationen über ihre Radiointeressen und die Motive, die sie zum Radiokonsum bewegen, sollen das Bild des jugendlichen Publikums abrunden.

Neben diesen primär inhaltlichen Aspekten soll die vorliegende Studie dem Forschungsdienst auch das notwendige Grundlagenmaterial für die Entscheidung liefern, ob eine Erweiterung der RADIOCONTROL-Stichprobe um Personen, die jünger als 15 Jahre alt sind praktikabel, angebracht und sinnvoll ist.

Untersuchungsdesign (Kapitel 1)

Der Studie liegen mit der RADIOCONTROL-Uhr gemessene und erfragte Daten zugrunde. Letztere stammen aus einer in der ganzen Schweiz in den Monaten April und Mai 2003 durchgeführten bevölkerungsrepräsentativen Befragung. 499 Erwachsene aus den drei grossen Sprachregionen des Landes haben dabei in **Face-to-Face** durchgeführten Interviews Fragen über den Tagesablauf, die Mediennutzung, die Medienverfügbarkeit und die Radiointeressen ihrer Kinder beantwortet. In der Regel handelte es sich bei den auskunftsgewährenden Personen um die Mütter der Kinder. Die auf diese Weise gewonnenen Daten bilden – nicht zuletzt weil bevölkerungsrepräsentativ und regionenübergreifend – das Grundgerüst der Untersuchung.

Etwa zeitgleich wurde in der Deutschschweiz (DS) bei 399 Erwachsenen mit Kindern eine **telefonische Befragung** durchgeführt. Im Gegensatz zur gesamtschweizerischen Face-to-Face Datenerhebung wurden hier einige Fragen – so zum Beispiel diejenigen nach den Radiointeressen und den Gründen, warum Radio gehört wird – direkt von den Kindern selbst beantwortet. Im Grossen und Ganzen unterschied sich die Frage-Palette nicht von derjenigen der Face-to-Face-Befragung. Dies ermöglichte in vielen Fällen einen direkten Vergleich – wenn auch nur auf die Deutschschweiz beschränkt – zwischen den Antworten der Kinder über ihr eigenes Verhalten und den Antworten der Erwachsenen über das Verhalten der Kinder. Zudem erlaubte dies zu einem gewissen Grad zu bestimmen, inwieweit die Antworten der Erwachsenen über die Beziehung der Kinder zu den Massenmedien als „Erwachsenen-Wunschenken“ zu taxieren sind. Die

telefonischen Interviews bezweckten aber auch die Rekrutierung von Eltern, die damit einverstanden waren, dass ihre Kinder während einer Woche eine RADIOCONTROL-Uhr trugen.

Und damit wären wir beim dritten Teil der Untersuchung, einem Teil, der sich hinsichtlich Art und Aufbau der durchgeführten Analysen vom Rest des Projektes deutlich unterscheidet. 352 Kinder in der Deutschschweiz, haben im Mai und Juni 2003 für je eine Woche eine **RADIOCONTROL-Uhr** getragen. Der so gemessene Radiokonsum wurde in Beziehung zu soziodemographischen Merkmalen der Kinder gesetzt und mit der in derselben Zeitspanne bei den Erwachsenen gemessenen Radionutzung verglichen.

Wie verbringen die Kinder den Tag? (Kap. 2)

Die hier vorgestellten Daten stammen ausschliesslich aus der bevölkerungsrepräsentativen, gesamtschweizerischen Face-to-Face-Befragung.

Im Allgemeinen kann man sagen, dass der Tagesablauf der Kinder bzw. die in die verschiedenen Tagesaktivitäten investierte Zeit (Essen, Schlafen, Spielen usw.) von Sprachregion zu Sprachregion differiert. Unterschiede lassen sich auch beobachten zwischen der Strukturierung der Werktage und der Strukturierung eines Samstags oder Sonntags. Alles andere als identisch ist zudem die Tagesgestaltung der Knaben und der Mädchen bzw. der jüngeren Kinder (7- bis 10-Jährige) und der Teens (11- bis 14-Jährige).

Werktags wird in der Romandie (SR) am längsten **geschlafen**, am Wochenende hingegen in der Svizzera italiana (SI). Kinder, die in der Suisse romande (SR) leben, schlafen zwischen Montag und Freitag im Durchschnitt 10 Stunden und 13 Minuten, beinahe eine Viertelstunde länger als Deutschschweizer Kinder (10 Stunden und 1 Minute) und 21 Minuten länger als Kinder der Svizzera italiana (9 Stunden und 52 Minuten). Dass am Wochenende in allen drei Regionen länger als werktags geschlafen wird (DS: 10 Stunden und 37 Minuten; SR: 10 Stunden und 41 Minuten; SI 10 Stunden und 44 Minuten), ist gewiss keine Überraschung. Die längere Zeit in Morpheus' Armen am Wochenende erklärt sich primär dadurch, dass die Kinder am Morgen länger schlafen als werktags. Am Abend gehen sie hingegen praktisch zur selben Zeit ins Bett wie am Werktag. Wirft man einen Blick auf die weiteren soziodemographischen Unterschiede, fällt vor allem auf, dass die Knaben werktags weniger lange schlafen als die Mädchen – am Wochenende ist es aber gerade umgekehrt!

Was das **Essen** anbelangt, lässt sich in allen drei Regionen eine Konzentration der Frühstücks auf die Zeit zwischen 07:00 und 07:45 Uhr beobachten. Das Mittagessen findet für die absolute Mehrheit der Kinder aller drei Regionen zwischen 12:15 und 12:30 Uhr statt. Interessanterweise essen die Kinder aus der Deutschschweiz an Werktagen abends etwa eine Stunde früher als die gleichaltrigen Knaben und Mädchen der zwei übrigen Sprachregionen. Das Phänomen der frühen Abendessens in der Deutschschweiz lässt sich auch am Wochenende beobachten. Sowohl werktags als auch am Wochenende beträgt die Zeit, die die Kinder insgesamt fürs Essen reservieren, zwischen 1 Stunde und 16 Minuten und 1 Stunde und 38 Minuten.

In zwei von drei Sprachregionen sind werktags mehr Kinder mit den **Schulaufgaben** beschäftigt als am Wochenende. Einzig in der Svizzera italiana geben sowohl am Werktag wie am Wochenende etwa gleich viele Personen an, die Kinder hätten zu Hause Schulaufgaben erledigt. Werk-

tags wird in allen drei Regionen etwa 1 Stunde und 15 Minuten für die Schulaufgaben investiert, meistens zwischen 17:00 und 18:00 Uhr.

Der prozentuale Anteil an Kindern, die **im Haushalt helfen**, variiert zwischen 25% (SI werktags; DS am Wochenende) und 36% (SR am Wochenende). Bei den Kindern, die werktags im Haushalt helfen, sind die Einzelkinder überdurchschnittlich häufig vertreten. Am Wochenende betätigen sich vor allem die älteren Kinder (11- bis 14-Jährige) im Haushalt. Geholfen wird unter der Woche vor allem zwischen 12:30 und 14:30 Uhr bzw. zwischen 18:30 und 20:30 Uhr.

Die Zeit, die die Kinder zu Hause mit **Spiele**n oder **anderen Freizeittätigkeiten** verbringen, beträgt werktags in allen drei Sprachregionen deutlich über zwei Stunden. Sie ist eher auf den Abend konzentriert, d.h. auf die Zeit zwischen 19:15 und 20:45 Uhr. Am Wochenende gesellt sich diesem abendlichen Freizeit-Peak in allen drei Regionen ein weiterer Peak zwischen 10:00 und 12:00 Uhr dazu. Gegenüber dem Werktag wird am Samstag oder Sonntag deutlich mehr Zeit zu Hause auf diese Weise verbracht (DS: 4 Stunden und 18 Minuten; SR: 3 Stunden und 21 Minuten; SI: 3 Stunden und 22 Minuten).

Recht viel Zeit wird selbstverständlich auch ausserhalb der eigenen vier Wände verbracht. Sieht man von der Zeit in der Schule oder auf dem Schulweg ab, **spielen** die Kinder **draussen** bzw. verbringen ihre Freizeit mit Freunden oder Kollegen. Sie tun dies sowohl werktags als auch am Wochenende während deutlich mehr als zwei Stunden.

Für etwa zwei von zehn Kindern in der Deutschschweiz und in der Romandie gehört zum durchschnittlichen Tagesablauf – werktags und am Wochenende – das **Sport treiben** oder das **Musizieren**. Wer dies tut, investiert dafür etwa anderthalb Stunden.

Betrachtet man den **gesamten Tagesablauf** der Kinder aus einer gewissen Distanz, d.h. ohne auf die einzelnen Tätigkeiten ausführlich einzugehen, überwiegen die Gemeinsamkeiten zwischen den Sprachregionen. Zu diesen zählt zunächst die Tatsache, dass in allen Regionen am Wochenende deutlich mehr Zeit zu Hause verbracht wird als am Werktag. Die Schlafzeit eingeschlossen verbringen werktags die Kinder in der Deutschschweiz 16 Stunden und 24 Minuten zu Hause, Knaben und Mädchen in der Romandie 16 Stunden und 39 Minuten und in der Svizzera italiana 16 Stunden und 3 Minuten. Die Deutschschweizer sind am Wochenende am längsten zu Hause (DS: 18 Stunden und 34 Minuten; SR: 17 Stunden und 40 Minuten; SI: 18 Stunden und 14 Minuten). Eine weitere Gemeinsamkeit lässt sich an den Werktagen zur Mittagszeit beobachten: über 80% der Kinder aller drei Regionen sind zur Mittagszeit zu Hause. Die Grossmehrheit der Kinder kommt gegen 12:00 Uhr nach Hause und geht von dort gegen 13:15 Uhr wieder weg. Erwähnenswert ist des Weiteren ein kleiner Unterschied zwischen den jüngeren und älteren Kindern: während die 7- bis 10-Jährigen werktags 16 Stunden und 44 Minuten zu Hause verbringen, sind es bei den 11- bis 14-Jährigen 16 Stunden und 4 Minuten (d.h. 40 Minuten weniger lange).

Die Kinder und die Unterhaltungselektronik (Kap. 3)

In so gut wie jedem **Schweizer Haushalt**, in dem Kinder leben, ist mindestens ein Radio- (98%) oder ein TV-Gerät (96%) vorhanden. Die PCs sind leicht weniger verbreitet, aber dennoch in über acht von zehn Haushalten mit Kindern vorhanden (82%). Radiogeräte sind quantitativ dominierend, im Schnitt sind bei den Schweizer Familien mit Kindern 4.6 Radio- oder radioähnliche Gerä-

te (HiFi, Radiowecker, Walkman mit Radioempfang usw.) vorhanden. Was die Verteilung der verschiedenen Gerätetypen anbelangt, lassen sich einige sprachregionale Unterschiede beobachten. PCs, Radiogeräte mit Kabelanschluss, CD-Player und Kassettenrecorder sind in der Deutschschweiz überdurchschnittlich verbreitet, Videorecorder dagegen in der Svizzera italiana.

Betrachtet man die **Verfügbarkeit** der verschiedenen Geräte **in den Kinderzimmern**, haben etwa zwei von drei Kindern ein Radiogerät in ihrer Nähe (63%). 66% der Kinder verfügen über einen CD-Player. Im Allgemeinen kann man sagen, dass sich in den Schweizer Kinderzimmern vor allem Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik befinden. Nur in 18% der Kinderzimmer befindet sich ein Fernseh-Apparat. 19% der Kinder haben einen PC in ihrem Zimmer stehen.

Das absolut am weitesten verbreitete Gerät nicht-auditiver Art ist der Gameboy (in 38% der Kinderzimmer). Die Tatsache, dass der Name dieses Gerätes „Gameboy“ und nicht „Gamegirl“ lautet, ist möglicherweise kein Zufall: vor allem die Jungen haben solch ein Spielzeug im eigenen Zimmer. Überdurchschnittlich viele Mädchen verfügen hingegen über ein Mobiltelefon. Deutlich auffälliger sind die Unterschiede aber zwischen den Sprachregionen. Deutschschweizer Kinder erweisen sich dabei als überdurchschnittlich audioaffin, was die Präsenz der verschiedenen Geräte-Typen im eigenen Zimmer anbelangt. Eine Ziffer soll als Illustration dieses Sachverhaltes dienen: während in der Svizzera italiana 53% und in der Romandie 59% der Kinder mindestens ein Radio im eigenen Zimmer haben, beträgt dieser Anteil in der Deutschschweiz 69%. Gesamtschweizerisch lässt sich zudem eine klare Relation zwischen dem Alter der Kinder und der Verfügbarkeit der Geräte im eigenen Zimmer identifizieren. So gut wie alle Gerätetypen sind in den Zimmern der 11- bis 14-jährigen Kinder stärker vertreten als bei den jüngeren Kindern.

Sowohl für das Radio als auch für das Fernsehen und den PC gibt es eine klare Beziehung zwischen der Anzahl Geräte im Haushalt und der Frage, ob solche Geräte auch im Kinderzimmer vorhanden sind. Stellvertretend für alle drei Geräte kann man diese Relation am Beispiel Radio beschreiben: je mehr Radiogeräte im Haushalt, desto grösser die Wahrscheinlichkeit, dass sich mindestens ein Radiogerät im Kinderzimmer befindet.

In der Regel haben die Kinder der drei Sprachregionen einen **freien Zugang** zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik. Der nicht durch die Erwachsenen kontrollierte Zugriff auf die Geräte ist überdurchschnittlich ausgeprägt beim Radio (96%) und bei den Geräten der auditiven Unterhaltung im Allgemeinen (Walkman: 90%; Kassettenrecorder: 90%; CD-Player: 86%). Beim Fernsehen und beim PC herrscht eine leicht stärkere Zensur durch die Eltern (freier Zugang zum TV: 68%; freier Zugang zum PC: 59%). Bei den auditiven Geräten lässt sich feststellen, dass Kinder in der Suisse romande (63%) und in der Svizzera italiana (65%) häufiger einen freien Zugang zum Radiowecker haben als diejenige in der Deutschschweiz (46%). Bei visuellen Geräten zeigt sich, dass vor allem die Kinder der Svizzera italiana über Fernsehen, PC und Videorecorder frei verfügen dürfen.

Mit Ausnahme des Walkman lässt sich in allen Regionen eine deutliche Beziehung zwischen dem Alter der Kinder und deren freiem Zugang zu den Geräten identifizieren. Die Möglichkeit, ungehindert Geräte der elektronischen Unterhaltung zu nutzen, ist eindeutig Sache der älteren Kinder.

Vergleicht man diese in der gesamten Schweiz erhobenen Informationen mit den Angaben der Personen in der Deutschschweiz, deren Kinder die RADIOCONTROL-Uhr getragen haben, fallen

letztere vor allem dadurch auf, dass in den Kinderzimmern überdurchschnittlich viele Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik vorhanden sind.

Der Medienkonsum der Kinder werktags und am Wochenende (Kap. 4)

Es ist wichtig zu erwähnen, dass die in der Face-to-Face-Befragung erhobenen Reichweiten im Vergleich mit den heute gängigen Messungen in der Regel tiefer liegen. Dies kommt daher, dass es im Falle des in der Face-to-Face-Befragung verwendeten 15-Minuten-Rasters notwendig ist, mindestens während einer Viertelstunde ein bestimmtes Medium konsumiert zu haben, um in die Tagesreichweite einzugehen, wohingegen bei den heute gängigen elektronischen Messmethoden (RADIOCONTROL, TELECONTROL) eine Minute genügt, da eine Analyse auf Minutenebene möglich ist und üblicherweise mit Minutenreichweiten operiert wird.

Vergleicht man die Reichweite der verschiedenen Medien in der ganzen Schweiz werktags und am Wochenende, präsentiert sich uns eine stabile Reihenfolge. Die meisten Kinder werden vom **Fernsehen** erreicht. An einem durchschnittlichen Tag zwischen Montag und Freitag sitzen 60% der Kinder für mindestens 15 Minuten vor dem TV-Bildschirm, am Samstag oder Sonntag beträgt dieser Anteil 55%. Dabei ergeben sich keine deutlichen Unterschiede zwischen den Regionen.

Rang zwei belegt das **Radio**. Die Reichweite des auditiven Mediums par excellence beträgt werktags 29% und am Wochenende 27%. Im Gegensatz zum Fernsehen unterscheiden sich werktags die Reichweiten zwischen den drei Sprachregionen. In der Deutschschweiz (38%) wird das Radio von deutlich mehr Kindern eingeschaltet als in der Suisse romande (17%) oder der Svizzera italiana (24%).

Position drei der Medien-Hitparade belegt die **Musik ab Konserve** (Hören von CD, MD, MP3, Musikkassetten oder Schallplatten). 27% der Kinder machen an einem durchschnittlichen Werktag von mindestens einem dieser Medien Gebrauch. Am Wochenende sind es 23% der Kinder. Auch in diesem Fall liegen Deutschweizer Kinder an der Spitze. Sowohl werktags als auch am Wochenende weisen in der Deutschschweiz CD, MD, MP3, Musikkassetten und Schallplatten gemeinsam eine Reichweite von 36% auf (SR werktags: 14%; SI werktags: 20%).

In der gesamten Schweiz verbringen werktags und an einem durchschnittlichen Samstag bzw. Sonntag 16% der Kinder mindestens 15 Minuten mit einem Buch, einer Zeitung oder einer Zeitschrift in der Hand. Sprachregionale Unterschiede, was das **Lesen** angeht, lassen sich dabei keine identifizieren.

Etwa eines von zehn Kindern spielt an einem durchschnittlichen Werktag (12%) oder an einem durchschnittlichen Samstag bzw. Sonntag (10%) **Gameboy, Playstation oder Computergames**. Das Verhältnis ist in allen drei Sprachregionen in etwa ähnlich.

Keine regionalen Unterschiede weist auch die **Internet-Benutzung (inkl. E-Mail)** auf. An einem durchschnittlichen Werktag surfen 4% der Kinder. So gut wie identisch ist die Reichweite am Samstag oder Sonntag (5%).

Betrachtet man die **Konsumdauer** der verschiedenen Medien, sehen Kinder, die überhaupt das Gerät einschalten (TV-Konsumenten) vor allem am Wochenende fern. Dies gilt für alle drei

Sprachregionen. In der Deutschschweiz beträgt die Zunahme der Fernsehzeit gegenüber den Werktagen etwa eine Stunde (durchschnittlicher Werktag: 1 Stunde und 32 Minuten; durchschnittlicher Tag eines Wochenendes: 2 Stunden und 30 Minuten).

Weniger spektakulär als im Falle des Fernsehens ist die Zunahme der **Hördauer des Radios** am Wochenende gegenüber den Werktagen. In der Svizzera italiana ist die Hördauer sogar im Grossen und Ganzen über alle 7 Tage stabil (durchschnittlicher Werktag: DS: 1 Stunde und 21 Minuten; SR: 1 Stunde und 2 Minuten, SI: 1 Stunde und 8 Minuten. Durchschnittlicher Samstag oder Sonntag: DS: 1 Stunde und 38 Minuten; SR: 1 Stunde und 35 Minuten; SI: 1 Stunde und 4 Minuten).

Die von den Kindern für das Musikhören ab **CD, MD, MP3, Musikkassette oder Schallplatte** investierte Zeit beträgt werktags zwischen 1 Stunde und 10 Minuten (SR) und 1 Stunde und 22 Minuten (SI). Am Wochenende lässt sich eine einheitliche Entwicklung beobachten, d.h. in allen drei Regionen ist die Nutzungsdauer länger (DS: + 14 Minuten; SR: + 5 Minuten; SI: +31 Minuten).

Gesurft wird in zwei von drei Regionen werktags länger als am Wochenende. Die Kinder, die **Internet (inkl. E-Mail)** in der Deutschschweiz nutzen, tun dies am Werktag für 1 Stunde und 20 Minuten, am Samstag oder Sonntag „nur“ für 1 Stunde und 12 Minuten. In der Svizzera italiana nimmt die werktägliche Nutzungsdauer von 1 Stunde und 5 Minuten am Wochenende um 35 Minuten ab. In der Romandie lässt sich hingegen das gegenteilige Phänomen beobachten: werktags surfen die Jungen für 55 Minuten, am Wochenende für 1 Stunde und 30 Minuten.

Auch für die Dauer der **Lesezeit** lässt sich zwischen den Werktagen und den Wochenenden keine einheitliche Entwicklung beobachten. Zum einen widmen die jungen Leser aller drei Regionen an einem durchschnittlichen Werktag weniger als 1 Stunde den Büchern, Zeitungen oder Zeitschriften; zum anderen nimmt die Lesedauer am Wochenende in der Deutschschweiz zu, in der italienischen Schweiz ab und in der Westschweiz bleibt sie stabil.

Ganz anders präsentiert sich die Situation bei **Gameboy, Playstation oder Computerspielen** im Allgemeinen: am Samstag oder Sonntag wird deutlich länger gespielt als an einem durchschnittlichen Werktag, und zwar in allen drei Sprachregionen.

Der Medienkonsum der Kinder im Vergleich zu den Erwachsenen (Kap. 4)

Recht auffällig sind die Unterschiede zwischen dem Medienkonsum der Kinder und demjenigen der Erwachsenen. Sie betreffen die Nutzungsdauer der verschiedenen Medien, aber auch die Tagesverlaufskurve, d.h. die Tageszeiten, in welchen die verschiedenen Medien benutzt werden (die Vergleiche beziehen sich nur auf die durchschnittlichen Werktage).

Deutliche Unterschiede lassen sich in Zusammenhang mit dem **Fernsehkonsum** beobachten. In allen drei Sprachregionen ist die Nutzungsdauer dieses Mediums bei den Erwachsenen deutlich länger als bei den Kindern. In allen drei Regionen sehen die Erwachsenen an einem durchschnittlichen Werktag eine Stunde oder länger fern als Kinder. Bis um 19:00 Uhr lassen sich auch keine allzu grossen Unterschiede bei der Nutzungskurve beobachten. Gegen 19:00 Uhr nimmt die Fernsehnutzung der Erwachsenen in allen drei Sprachregionen deutlicher zu als diejenigen der

Kinder. Zudem erfolgt der Nutzungsppeak (= prozentual höchster Anteil an Personen, die während desselben Viertelstunde-Intervalls das entsprechende Medium nutzen) bei den Kindern früher als bei den Erwachsenen, und zwar in allen drei Sprachregionen. In der Deutschschweiz liegt beispielsweise die maximale Reichweite des Fernsehens bei den Kindern bei etwa 25% zwischen 20:00 und 20:15 Uhr. Bei den Erwachsenen beträgt sie etwa 45% und wird erst eine Stunde später, zwischen 21:00 und 21:15 Uhr, festgestellt.

Noch auffälliger sind die Unterschiede bei der **Radionutzung**. In allen drei Regionen fällt der Radiokonsum der Kinder im Vergleich zu demjenigen der Erwachsenen recht bescheiden aus. Werktags – aus naheliegenden Gründen, sprich: Schulbesuch – hören die Kinder das Radio vor allem zwischen 06:30 und 08:00 Uhr, über den Mittag und dann ab 17:00 Uhr wieder (es gibt dabei leichte regionale Unterschiede), die Erwachsenen werden hingegen von diesem auditiven Medium während praktisch des ganzen Tages begleitet. Erst ab 19:00 Uhr weisen Kinder und Erwachsene ähnliche Reichweiten auf. Diese Tagesablaufdifferenzen widerspiegeln sich in der Nutzungsdauer. In der Deutschschweiz liegt die durchschnittliche Hördauer pro Nutzer bei den Kindern bei 1 Stunde und 21 Minuten. Das erwachsene Radiopublikum wird von den verschiedenen Programmen im Durchschnitt während 4 Stunden und 14 Minuten begleitet. Auch in den zwei übrigen Sprachregionen beträgt der Unterschied zwischen der Hördauer der Kinder und derjenigen der Erwachsenen über zwei Stunden.

Ganz interessant ist der Vergleich der Nutzung von **CD, MD, MP3, Musikkassetten** und **Schallplatten** im Tagesverlauf. Während die Tagesverlaufskurve bei den Erwachsenen aller Sprachregionen relativ flach verläuft – mit leicht höheren Werten am Abend – weist die Nutzung bei den Kindern der drei Sprachregionen mehrere Peaks auf. Der Deutschschweiz, Romandie und Svizzera italiana gemeinsam ist die Tatsache, dass die verschiedenen Unterhaltungsgeräte von den Erwachsenen länger genutzt werden als von den Kindern.

In Bezug auf die **Internet**-Benutzung und das **Lesen** gibt es zwischen Erwachsenen und Kindern der drei Sprachregionen keine allzu grossen Unterschiede. Was das World Wide Web und die elektronische Post anbelangt, wird weder von den Erwachsenen noch von den Kindern die 5%-Reichweite innerhalb des Viertelstunden-Tagesablaufs erreicht. Sowohl die Erwachsenen als auch die Kinder lesen an einem durchschnittlichen Werktag deutlich weniger lange als eine Stunde.

Mädchen, Knaben, jüngere Kinder, Teens: Unterschiede im Medienkonsum? (Kap. 4)

Im Allgemeinen unterscheidet sich die Nutzung der verschiedenen Medien je nach soziodemographischem Merkmal des Kindes. Zu behaupten, dass jüngere Kinder ein völlig anderes Nutzungsprofil als Teens und Mädchen ganz andere Medienkonsumgewohnheiten als die Knaben zeigen, wäre aber übertrieben. Die Unterschiede äussern sich meistens in der Dauer der Mediennutzung.

Was die **Fernsehnutzung** anbelangt, lässt sich beispielsweise einzig in der Suisse romande eine deutlich längere Nutzungsdauer der Mädchen (2 Stunden und 32 Minuten) gegenüber derjenigen der Knaben (1 Stunde und 20 Minuten) am Samstag und Sonntag beobachten.

In Bezug auf die **Radionutzung** sind die Differenzen zwischen Mädchen und Knaben deutlich zahlreicher als im Falle der Fernsehnutzung. In der Romandie hören die Mädchen werktags deut-

lich länger Radio als die Knaben. Die durchschnittliche Hördauer beträgt bei den Mädchen 1 Stunde und 19 Minuten und bei den Knaben 32 Minuten. Auf gesamtschweizerischer Ebene und in der Deutschschweiz gibt es einen vergleichbaren geschlechtsspezifischen Nutzungsunterschied, allerdings betrifft dieser die Hördauer am Samstag oder Sonntag. Während die Mädchen in der Gesamt- bzw. in der Deutschschweiz im Schnitt 2 Stunden und 4 Minuten respektive 2 Stunden und 37 Minuten Radio hören, beträgt die Nutzungsdauer bei den Knaben 1 Stunde und 12 Minuten bzw. 1 Stunde und 3 Minuten.

Unterschiede zwischen jüngeren und älteren Kindern lassen sich vor allem in Bezug auf die **Lesedauer** beobachten. In der Romandie lesen 11- bis 14-jährige Kinder (1 Stunde und 8 Minuten) an Wochenenden eindeutig länger als 7- bis 10-jährige Kinder (30 Minuten).

Die Mediennutzungshäufigkeit der Kinder und die verschiedenen Gerätetypen (Kap. 4)

Mehr als die Hälfte der Schweizer Kinder (57%) nutzt täglich oder fast täglich das **Fernsehen**. 47% der Schweizer Kinder schalten täglich oder fast täglich ein **Radio** ein. Knapp eines von zehn Kindern benutzt täglich oder fast täglich einen **Personal Computer** (13%). Weniger regelmässig als der PC wird von den Kindern lediglich der Videorecorder benutzt (7% tägliche oder fast tägliche Nutzung).

Zu den täglichen **TV-Usern** zählen überdurchschnittlich viele Kinder aus der Svizzera italiana (77%). Die tägliche Nutzung eines CD-Players oder eines Kassettenrecorders ist hingegen eher Sache der Deutschschweizer Kinder (41% bzw. 28%).

Bei der Nutzungshäufigkeit lassen sich einige **Differenzen in Zusammenhang mit diversen soziodemographischen Merkmalen** der Kinder beobachten. Die tägliche PC-Nutzung erweist sich zum Beispiel als eine typische tägliche Tätigkeit der Junioren männlichen Geschlechts (18% gegenüber 8%). Zudem lässt sich bei der Benutzung des Radios und des PCs eine deutliche Beziehung mit dem Alter beobachten, wonach ältere Kinder überdurchschnittlich häufig täglich Radio hören oder mit einem PC arbeiten bzw. spielen.

Der Zusammenhang zwischen dem Gerätezugang und der Mediennutzung (Kap. 4)

Die Nutzung (Reichweite, Nutzungsdauer und Nutzungshäufigkeit) der meisten Geräte der Unterhaltungselektronik steht in engem Zusammenhang mit der Frage, ob das Kind freien Zugang hat zum Apparat oder nicht. Es erstaunt daher kaum, dass die Nutzung von Radio, TV, PC, Kassettenrecorder und CD-Player bei den Kindern, die frei über solche Geräte verfügen dürfen, überdurchschnittlich ist.

Auch die Frage, ob ein bestimmtes Gerät im Kinderzimmer vorhanden ist, spielt eine zentrale Rolle für dessen Nutzung. Für fast alle Geräte gilt die Regel: die Benutzung ist dann überdurchschnittlich, wenn das Kind in seinem Zimmer darüber verfügt.

Was interessiert die Kinder am Radio und warum hören sie es? (Kap. 5, 6)

Musik und musikbezogene Themen, we love you! Dies ist das Fazit, das aus der Analyse der **Kinderinteressen** für die verschiedenen Radioangebote gezogen werden kann. Gesamtschweizerisch interessieren sich für die Musik am Radio 86% der Jungen und Mädchen im Alter zwischen 7 und 14 Jahren. Position zwei in der Interessen-Hitparade belegt ...die Hitparade (53%), gefolgt von den Informationen zu Musikstars und Bands (37%). Erst auf Rang vier liegt mit den Sportsendungen der erste nicht musikalische Themenbereich.

Was die **Interessen** anbelangt, sind die Unterschiede zwischen **Knaben** und **Mädchen** sowie zwischen jüngeren und älteren Kindern gesamtschweizerisch recht auffällig. Obwohl sich alle Kinder unabhängig des Geschlechtes als extrem musikkaffin erweisen, zeigen die Mädchen ein noch stärkeres Interesse für die Hitparade als die Knaben. Gesprochene Beiträge im Allgemeinen üben hingegen eher auf die Jungen einen besonderen Reiz aus: 41% der Knaben interessieren sich für die Sportsendungen (Mädchen: 18%), 30% für die Nachrichten (Mädchen: 15%), 18% für Sendungen über fremde Länder und Kulturen (Mädchen: 10%), 17% für Sendungen zu Technik und Wissenschaft (Mädchen: 5%) und 11% für Hörspiele in ihren verschiedenen Formen (Mädchen: 6%).

Die Unterschiede zwischen den Interessen der **7- bis 10-Jährigen** und denjenigen der **11- bis 14-Jährigen** sind quantitativer statt qualitativer Art. Anders ausgedrückt: die zwei Altersklassen unterscheiden sich nicht dadurch, dass eine der beiden bestimmte Radioangebote bevorzugt, sondern dadurch, dass ältere Kinder für alle Radioangebote ein grösseres Interesse als jüngere zeigen. Es gibt aber drei Ausnahmen, eine davon ist besonders erwähnenswert: In Bezug auf das Interesse für die Sportsendungen und die Hörspiele lassen sich keine statistisch gesicherten Unterschiede zwischen beiden Altersklassen beobachten. In Bezug auf die Kindersendungen (z.B. Sigg-Sagg-Sugg, Kinderclub usw.) – und das ist der besonders erwähnenswerte Unterschied – lässt sich ein deutlich höheres Interesse bei den 7- bis 10-Jährigen beobachten (35%, 11- bis 14-Jährige: 17%).

Die Interessen der Kinder für die verschiedenen Radioangebote variieren von Region zu Region leicht. Die zentrale Rolle der Musik im Interessenspektrum der Kinder findet man aber immer wieder. Die ersten drei Ränge des Interessenpodestes werden nämlich in allen drei Sprachregionen von der Musik, der Hitparade und den Informationen zu Musikstars und Bands besetzt – und zwar in dieser Reihenfolge.

Die Bedeutung der Musik für das jüngere Radiopublikum geht auch aus der Betrachtung der **Motive** hervor, warum die 7- bis 14-Jährigen Radio hören. Für nicht weniger als 83% der Kinder lautet der Grund für die Beschäftigung mit dem Radio: „um Musik zu hören“. Der Wunsch nach Musik erweist sich gesamtschweizerisch und über alle soziodemographischen Kategorien hinweg – mit einem Peak von 89% Zustimmungen in der Svizzera italiana – als das ausschlaggebende Motiv, warum Knaben und Mädchen im Schulalter sich diesem auditiven Medium widmen. Weitere, für die absolute Mehrheit der Kinder ausschlaggebende Motive sind die Begleitungsfunktion (58%) oder die Tatsache, dass das Gerät schon läuft (56%).

Einige Differenzen lassen sich zwischen den „männlichen“ und den „weiblichen“ Motiven beobachten. Tendenziell liegen eher zielgerichtete Aspekte und informative Motive hinter den Gründen, welche die Knaben zum Radiokonsum bewegen („aus einem Informationsbedürfnis“: Knaben 31%, Mädchen 20%). Emotionale und gewohnheitsgebundene Elemente scheinen hin-

gegen eher die Annäherung der Mädchen ans Medium Radio zu kennzeichnen („aus Gewohnheit“: Mädchen 52%, Knaben 40%; „als Zeitfüller bzw. aus Langeweile“: Mädchen 39%, Knaben 29%).

Eine Auswertung der Antworten zu den Motiven nach den zwei Altersklassen „7-10 Jahre“ und 11-14 Jahre“ zeigt recht deutliche Unterschiede. Ältere Kinder geben mehr Gründe für das Radiohören an. Die einzige Ausnahme kann man bei der Antwort „das Gerät läuft schon“ beobachten. Hier überwiegen die Antworten der 7- bis 10-Jährigen.

Die mit RADIOCONTROL gemessene Radionutzung der Kinder in der Deutschschweiz (Kap. 7)

Im Gegensatz zu den vorangehend betrachteten Resultaten aus den verschiedenen Befragungen, gehen die im folgenden Abschnitt beschriebenen Ergebnisse aus der Messung der Radionutzung von Kindern mittels der RADIOCONTROL-Uhr hervor. Es handelt sich also nicht um Daten, die aus Selbst- oder Fremdanfragen resultieren, sondern um Ergebnisse aus einer Messung, in der die betreffenden Personen eine passive Rolle einnehmen.

Die Messung der **Radionutzung** von Kindern durch **RADIOCONTROL** zeigt, dass an einem durchschnittlichen Tag 82% der Kinder Radio hören. Die durchschnittliche Hördauer pro Kind, das Radio hört, beträgt 49 Minuten. Diese Werte zeigen, dass die Radionutzung durch Kinder bedeutend tiefer ist als diejenige der Erwachsenen: 15-Jährige und ältere Personen weisen nämlich im selben Zeitraum (Mai - Juni 2003) eine durchschnittliche Tagesreichweite von 90% und eine durchschnittliche Hördauer pro Hörerin und Hörer von 123 Minuten auf.

Die **Mädchen** hören im Durchschnitt länger Radio als die **Knaben** (54 Minuten gegenüber 44 Minuten). Besonders auffällig ist die Differenz in der Hördauer an Werktagen (Mädchen: 55 Minuten; Knaben: 40 Minuten). Bei 11- bis 14-Jährigen ist sowohl die Reichweite (83%) als auch die Nutzungsdauer (50 Minuten) von Montag bis Sonntag höher als bei 7- bis 10-Jährigen (80% bzw. 47 Minuten).

Der Vergleich zwischen der Radionutzung an **Werktagen** und **Wochenenden** zeigt, dass an einem Samstag oder Sonntag weniger Kinder Radio hören (79%) als an einem durchschnittlichen Tag zwischen Montag und Freitag (83%). Die Hördauer ist dafür an Wochenenden (53 Minuten) länger als an Werktagen (47 Minuten). Im Tagesverlauf zeigen sich an Werktagen die für das Radio typischen Peaks am Morgen, am Mittag und am frühen Abend um 18:00 Uhr. An einem Samstag oder Sonntag ist die Nutzung gleichmässiger über den Tag verteilt.

Aus dem Vergleich zwischen der Nutzung von Programmen der **SRG SSR idée suisse**, der **Schweizer Privatradios** und den **ausländischen Radiostationen** ergeben sich einige auffällige Befunde. Im Gegensatz zu den Erwachsenen, die weit zahlreicher Programme der SRG SSR hören (69%) als solche privater Anbieter (51%), zeigen die Kinder eine ähnliche Reichweite, was den Konsum von SRG SSR-Programmen und Schweizer Privatradios betrifft (48% bzw. 47%). Ausländische Programme erreichen im Schnitt 36% der Kinder.

Besonders erwähnenswert ist die Tatsache, dass die höhere Radionutzung der Altersklasse der 11- bis 14-Jährigen im Vergleich mit den Jüngeren ausschliesslich durch die Nutzung von privaten

Radiostationen bedingt ist. Die Schweizer Privatradios erreichen 51% der 11- bis 14-Jährigen, aber nur 45% der 7- bis 10-Jährigen. Die Hördauer der älteren Kinder ist mit 47 Minuten mehr als eine Viertelstunde länger als diejenige der jüngeren Knaben und Mädchen (31 Minuten). Bei den SRG SSR-Programmen ist die Reichweite in den beiden Altersklassen in etwa gleich (7- bis 10-Jährige: 49%; 11- bis 14-Jährige: 47%) und die Hördauer gar bei den jüngeren etwas höher (36 Minuten) als bei den älteren Kindern (32 Minuten).

Die Reichweite der **SRG SSR-Programme** bei den Kindern ist an Werktagen (49%) leicht höher als an Wochenenden (47%). Die Hördauer ist aber an Samstagen oder Sonntagen (39 Minuten) länger als unter der Woche (33 Minuten). Der Marktanteil der SRG SSR beträgt bei den Kindern unter der Woche 41% und am Wochenende 44%. Die SRG SSR weist am Wochenende bei den Knaben (50%) eine höhere Reichweite als bei den Mädchen (44%) auf. Werktags ist bei beiden eine Reichweite von 49% zu verzeichnen. Was die Reichweite bei den verschiedenen Altersklassen betrifft, erreichen die SRG SSR-Programme unter der Woche 51% der 7- bis 10-Jährigen und 45% der 11- bis 14-Jährigen, an Wochenenden ist es umgekehrt (7- bis 10-Jährige: 44%; 11- bis 14-Jährige: 50%). Der Tagesverlauf der Nutzung von Programmen der SRG SSR an Werktagen weist die typischen Nachrichtenpeaks am Morgen, am Mittag und am frühen Abend auf, welche primär durch die Nutzung von DRS1 bestimmt sind. An einem durchschnittlichen Samstag oder Sonntag ist die Nutzung gleichmässiger über den Tag verteilt.

Sowohl bezüglich Reichweite (jeweils 47%) als auch Nutzungsdauer (37 Minuten bzw. 38 Minuten) sind bei den **Schweizer Privatradios** keine Unterschiede zwischen Werktagen und Wochenenden vorhanden. Der Marktanteil liegt unter der Woche bei 44% und an Wochenenden bei 41%. Schweizer Privatradios weisen werktags und am Wochenende bei älteren Kindern eine höhere Reichweite auf als bei jüngeren. Der Tagesverlauf der Nutzung von Privatradios durch die Kinder weist auch am Morgen und Mittag unter der Woche viel weniger deutliche Peaks auf als derjenige der SRG SSR-Programme.

Die Reichweite von **ausländischen Radiostationen** bei den Kindern ist am Wochenende etwas kleiner (34%) als werktags (37%). Der Marktanteil liegt konstant bei 5%. Mädchen (18 Minuten) hören vor allem an Werktagen länger ausländische Programme als Knaben (12 Minuten), wobei die Reichweite gleich hoch ist. An Wochenenden ist die Reichweite bei den Knaben (36%) höher als bei den Mädchen (32%).

Fazit

Wie lässt sich nun die Mediennutzung von Kindern charakterisieren?

Der Vergleich der Mediennutzung der Kinder im Allgemeinen mit derjenigen der Erwachsenen verlangt eine Differenzierung nach Art des Mediums. Je nach betrachtetem Medium lassen sich nämlich mehr oder weniger grosse Gemeinsamkeiten oder Unterschiede beobachten.

Was die Kinder von den Erwachsenen in Bezug auf Radio und Fernsehen unterscheidet, ist die Nutzungsdauer: Erwachsene hören für deutlich längere Zeit Radio bzw. sehen für längere Zeit fern als Kinder. Dieser Unterschied gilt für alle drei untersuchten Sprachregionen der Landes. Junioren und Erwachsenen gemeinsam ist die Verteilung der Nutzungspeaks von Radio und Fernsehen über den Tag: zwischen 07:00 und 09:00 Uhr bzw. am Mittag beim Radio, ab 19:00 Uhr im Falle des Fernsehens.

Zwischen den Regionen lassen sich im Grossen und Ganzen mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede im Medienverhalten der Kinder beobachten. Die auffälligste sprachregionale Differenz besteht in der überdurchschnittlichen Affinität der Deutschschweizer Kinder zu den auditiven Medien (Radio, CD-Player, Kassettengeräte) und der Kinder in der italienischsprachigen Schweiz zu den visuellen Medien – insbesondere dem Fernsehen.

Mädchen und Knaben unterscheiden sich in Bezug auf die Nutzung der Medien im Tagesablauf kaum, zeigen jedoch leicht andere Medienpräferenzen. Gameboy, Playstation und Computerspiele sind eindeutig Sache der Knaben. Die Nutzung der auditiven Medien (Radio aber auch Musik ab Konserve) ist bei den Mädchen leicht mehr verbreitet.

Wird der Fokus der Aufmerksamkeit auf den Radiokonsum gerichtet, fallen die leicht unterschiedlichen Radiointeressen der Mädchen und der Knaben auf. Zwar ist bei beiden Geschlechtern die Musik äusserst populär, Sendungen zu Musik und musiknahen Themen scheinen aber doch die Mädchen überdurchschnittlich zu interessieren, während gesprochene Beiträge eher die Knaben ansprechen.

Die nur für die Deutschschweiz mit RADIOCONTROL erhobenen Daten haben für die Schweizer Privatradios eine Marktposition ergeben, die deutlich besser ist als diejenige bei den Erwachsenen. Auch hat die RADIOCONTROL-Pilotstudie gezeigt, dass die Radionutzung durch die Kinder quantitativ unter derjenigen der Erwachsenen liegt: kleinere Reichweiten, kürzere Hördauer. Betreffend der Messung des Fernsehkonsums mit RADIOCONTROL hat sich gezeigt, dass die Reichweite bei allen Kindern während der gesamten Woche über 80% liegt und die Sehdauer am Wochenende deutlich länger ist (98 Min.) als unter der Woche (82 Min.).

1. Untersuchungsdesign, Methodik und Stichproben

Bevor wir uns mit dem Medienkonsum der Kinder detailliert befassen, möchten wir den Leserinnen und Lesern einen kurzen, aber für das Verständnis der Ergebnisse notwendigen Überblick über die Art der Daten geben, welche die Grundlage der Untersuchung darstellen.

Vorliegende Studie basiert massgeblich auf drei Erhebungen, die sich von ihrer Methodik her unterscheiden. Im ersten Abschnitt dieses Kapitels wird auf jede der verschiedenen Erhebungen detailliert eingegangen, indem Erhebungszeitpunkte und -bedingungen, Stichprobenarten und -grössen sowie die den Daten zugrundeliegenden Fragebögen in ihren Hauptmerkmalen beschrieben werden. Die soziodemographische Charakterisierung der verschiedenen Stichproben stellt das zentrale Element des zweiten Abschnittes dieses Kapitels dar. Zum einen wird dabei geschildert, wie häufig bestimmte soziodemographische Merkmale in den Stichproben vorhanden sind, zum anderen werden bei einigen soziodemographischen Eigenschaften Vergleiche mit der Verteilung in der ganzen Schweiz gezogen. Ein drittes und letztes Unterkapitel ist einer kurzen Beschreibung der für die Datenauswertung vorgenommenen Prozeduren gewidmet. Darin wird skizziert, welche statistische Verfahren beim Datenauswertungsprozess zur Anwendung kamen und welche spezielle Variablentransformationen und -umcodierungen für eine bessere Operationalisierung der Daten vorgenommen wurden. Detaillierte Informationen über die angewendeten statistischen Verfahren befinden sich im Anhang.

1.1 Die Datenerhebung

1.1.1 Bevölkerungsrepräsentative Face-to-Face-Befragung von Erwachsenen über den Medienkonsum der Kinder („Elternstichprobe“)

Insgesamt wurden vom Institut IHA-GfK im Auftrag des Forschungsdienstes der SRG SSR idée suisse 3'000 Personen ab 15 Jahren in der ganzen Schweiz in persönlichen Gesprächen zu ihrem Tagesablauf und ihrer Mediennutzung befragt (Face-to-Face-Interviews). In der Deutschschweiz (DS) wurden 1'614 Interviews durchgeführt, in der Romandie (SR) 924 und in der Svizzera italiana (SI) 462. Zusammen mit den Gesprächsleiterinnen und Gesprächsleitern rekonstruierten die Befragten jeweils den „gestrigen“ Tag. Bei solchen so genannten „Time-Budget-Studies“, in welchen die interviewten Personen zusammen mit den Interviewer den Vortag rekonstruieren, wird Viertelstunde für Viertelstunde nachvollzogen, was die Personen zwischen 5 Uhr morgens und Mitternacht gemacht haben: Wie lange die Personen geschlafen haben, wann sie gefrühstückt und ob sie dazu Radio gehört haben, wann sie sich an den Arbeitsplatz begaben, wie lange sie dort gearbeitet haben usw. So wird der Tagesablauf anhand zehn verschiedenen Tätigkeiten und der Nutzung der verschiedenen Medien rekonstruiert.

Die Interviews wurden zwischen dem 31. März und dem 25. Mai 2003 (während insgesamt 8 Wochen) durchgeführt und fanden von Montag bis Sonntag statt, womit eine ausgewogene Verteilung der Interviews nach Wochentagen erreicht wurde. Die Interviewten wurden nach dem Random-Quota-Verfahren ausgewählt, d.h. durch Zufallsauswahl auf Basis vorgegebener Quoten. Die Quotenvorgaben betrafen das Alter, das Geschlecht und die Grösse der Wohngemeinde. Wir können die Stichprobe hinsichtlich dieser Merkmale als repräsentativ für die Gesamtbevölkerung der Schweiz ab 15 Jahren bezeichnen.

Ein Sechstel der Interviews wurde explizit mit Eltern von Kindern im Alter zwischen 7 und 14 Jahren durchgeführt; 269 Interviews in der deutschsprachigen, 154 Interviews in der französischsprachigen und 76 Interviews in der italienischsprachigen Schweiz.¹ Die Eltern oder die erwachsenen Bezugspersonen² gaben dabei sowohl über sich als auch über ihr(e) Kind(er) Auskunft – in Familien mit mehreren Kindern bezogen sich die Informationen auf das ältere Kind. Die Kinder selber wurden dabei nicht befragt. Neben den bereits oben erwähnten Angaben über den Verlauf des Vortages wurden Informationen über die Lieblingsradios der Kinder erhoben, über ihre Radiointeressen und Motive für die Radionutzung, über die Nutzungsmöglichkeiten von Geräten der Unterhaltungselektronik in ihrem Zimmer und den freien Zugang zu solchen Apparaten.

Die detaillierte Liste der gestellten Frage befindet sich im Fragebogen im Anhang zu dieser Studie.

1.1.2 Telefonische Befragung von Erwachsenen und Kindern über den Medienkonsum der Kinder („Kinderstichprobe“)

Etwa zeitgleich mit der im Unterkapitel 2.1.1. erwähnten Face-to-Face-Datenerhebung wurden ausschliesslich in der Deutschschweiz vom Institut IHA-GfK im Auftrag des Forschungsdienstes der SRG SSR idée suisse zwei telefonische Befragungen durchgeführt (als „Screening A“ und „Screening B“ bezeichnet). Der Zweck beider Erhebungen bestand unter anderem darin, Eltern bzw. Erwachsene zu rekrutieren (zu „screenen“, daher die Bezeichnung), die einwilligten, dass ihre Kinder im Alter zwischen 7 und 14 während einer Woche eine RADIOCONTROL-Uhr trugen. Die Screening-Interviews A wurden zwischen März und April 2003 bei 420 erwachsenen Personen aus den WEMF-Gebieten 20 (Alpen und Voralpen), 30 (West-Mittelland) und 40 (Ost-

¹ Die Entscheidung, nur ein Sechstel der Interviews bei Haushalten mit Kindern durchzuführen, wurde aus der Überlegung gefällt, mit einem minimalen Zusatzkostenaufwand eine für spezifische Gruppenanalysen (Altersklassen, Geschlecht, Sprachregion usw.) genügend grosse Anzahl Kinder zu erreichen. Dabei wurde darauf geachtet, gleich viele Interviews mit Eltern von 7-10-Jährigen wie mit Eltern von 11-14-Jährigen bzw. gleich viele Interviews mit Eltern von Mädchen wie von Knaben durchzuführen.

² In den meisten Fällen handelte es sich bei den Befragten um die Mutter eines Kindes. In einigen seltenen Fällen wurde aber der Vater interviewt oder – noch seltener – eine andere erwachsene Bezugsperson. Aus diesem Grund sprechen wir im Titel zu diesem Kapitel von „Befragung der Erwachsenen über den Medienkonsum von Kindern“ und nicht von „Befragung von Eltern über den Medienkonsum von Kindern“. Damit der Text nicht allzu schwerfällig wirkt, werden wir aber vereinfachend von nun an für alle Informationen, welche aus dieser Stichprobe stammen bzw. sich auf diese Stichprobe beziehen, den Begriff „Elternstichprobe“ verwenden.

Mittelland) durchgeführt.¹ Die interviewten Personen wurden nach ihren persönlichen Medienkonsumgewohnheiten gefragt (Häufigkeit der Radionutzung, bevorzugtes Medium für die Entspannung, bevorzugtes Medium für die Information, Häufigkeit der Fernsehnutzung usw.), nach den Radioempfangsmöglichkeiten und nach allgemeinen Themen, die den Umgang ihres Kindes mit den Medien betrafen (Häufigkeit der Radionutzung durch das Kind, Häufigkeit der Fernsehnutzung und der Nutzung von CD, Platten oder Kassetten und Nutzungsmöglichkeiten im Kinderzimmer). Im Anschluss an das Interview wurde die erwachsene Auskunftsperson darüber informiert, dass sie im Laufe der nächsten Tage per Post eine Broschüre mit unter anderem einer Liste von verschiedenen Radioprogrammen bekommen würde. Diese Liste sollte die Grundlage für das Screening-Interview B bilden.

Die Screening-Interviews B wurden im Monat April bei 399 Personen durchgeführt. 20 Personen verweigerten das B-Interview, obwohl sie sich im Laufe des A-Interviews für die Teilnahme an einer zweiten Befragung bereit erklärt hatten, und mit einer Person konnte das B-Interview nicht zu Ende geführt werden. Auch der erste Teil des B-Interviews wurde mit den Erwachsenen durchgeführt. Fragen zu den im Allgemeinen gehörten Radioprogrammen („welche Radiosender hören Sie im Allgemeinen?“) und zur Häufigkeit der Lektüre von Tageszeitungen und Zeitschriften standen dabei im Zentrum der Aufmerksamkeit. Das Interview wurde dann direkt mit den Kindern fortgesetzt. Die an die Kinder gestellten Fragen entsprachen – von wenigen Ausnahmen abgesehen – wortwörtlich denjenigen, die den Erwachsenen aus der bevölkerungsrepräsentativen Face-to-Face-Stichprobe („Elternstichprobestichprobe“) in Bezug auf das Verhalten der Kinder gestellt wurden und betrafen unter anderem die Radiointeressen und die Motive für die Radionutzung.²

Die Liste aller Fragen aus dem Screening-Interviews A und B befindet sich im Fragebogen im Anhang zu dieser Studie.

1.1.3 Elektronische Messung des Medienkonsums der Kinder in der Deutschschweiz durch RADIOCONTROL

Zwischen dem 2. Mai und dem 26. Juni 2003 wurde von 352 der mittels Screening-Interviews rekrutierten Kinder eine RADIOCONTROL-Uhr getragen, die den täglichen Konsum der elektroni-

¹ Die drei erwähnten WEMF-Regionen umfassen alle Kantone der Deutschschweiz mit Ausnahme von Freiburg. Da der zur WEMF-Region „Suisse romande“ gehörende zweisprachige Kanton Freiburg bei der Befragung nicht berücksichtigt wurde, kann die Stichprobe streng genommen nicht als für die gesamte Deutschschweiz repräsentativ bezeichnet werden. Auf WEMF-Region-Ebene ist sie aber repräsentativ. Innerhalb jeder WEMF-Region wurde unter Berücksichtigung der effektiven Verteilung der Kinder in der Gesamtbevölkerung nach den kombinierten Quotenkriterien „Altersklasse“ und „Geschlecht“ rekrutiert.

² Da ein Teil der Interviews direkt mit den Kindern durchgeführt wurde, wird im Falle der Daten aus der telefonischen Befragung von nun an von der „Kinderstichprobe“ die Rede sein. Dies nicht zuletzt deshalb, um die auf dieser Weise erhobenen Daten klar von denjenigen aus der gesamtschweizerischen Face-to-Face-Befragung („Elternbefragung“) zu unterscheiden.

schen Medien genau gemessen hat.¹ Pro Tag trugen 44 Kinder eine RADIOCONTROL-Uhr am Handgelenk, was insgesamt 2'464 effektiv gemessene Tage produziert hat. Die gemessenen und gespeicherten Daten sind bei der Datenanalyse (siehe hierfür Kapitel 8) in Beziehung zu den verschiedenen in den Screening-Interviews A und B erhobenen soziodemographischen und Medienkonsum-Merkmalen gesetzt worden. Im Laufe der Auswertungsprozesse sind sie zudem mit den Daten aus der „normalen“, täglich laufenden RADIOCONTROL-Messung verglichen worden (siehe auch hierfür Kapitel 8), d.h., sie sind den Daten von erwachsenen Personen gegenübergestellt worden.²

Diese elektronische Messung bei den Kindern bezweckte zweierlei. Zum einen bestand ein Ziel darin, die Radio (und TV-) Nutzung der Kinder mittels desselben Instruments zu untersuchen, das bei den in der Schweiz wohnhaften Erwachsenen seit etwa 4 Jahren zur Anwendung kommt – was ja die notwendige Bedingung für einen Vergleich des Mediennutzungsverhaltens von Jung und Alt darstellt. Zum anderen wollten wir aber auch im Sinne eines Pilotprojektes überprüfen, ob der Umgang der Kinder mit diesem besonderen Messinstrument die Voraussetzungen für eine eventuelle Senkung des Tragalters der RADIOCONTROL-Uhr in der schweizerischen Stichprobe bringt – wir denken hier vor allem an Tragedisziplin und Tragebereitschaft.³

1.2 Soziodemographische Zusammensetzungen der Stichproben

Im Folgenden werden die verschiedenen Stichproben hinsichtlich ihrer soziodemographischen Zusammensetzung charakterisiert. Das Augenmerk wird dabei in erster Linie auf den Vergleich mit den vom Bundesamt für Statistik (BfS) erhobenen Informationen über die Geschlechts- und Altersverteilung in den verschiedenen Sprachregionen gerichtet. Die Informationen vom BfS stammen zwar aus dem Vorjahr, erlauben dennoch einen genügend aussagekräftigen Vergleich in Bezug auf die Qualität unserer Daten. Man kann nämlich davon ausgehen, dass die prozentualen Verschiebungen innerhalb der Altersklasse „7-14“ von einem Jahr zum anderen minimal sind bzw. die Werte recht stabil bleiben.

Was die Betrachtung der Altersverteilung anbelangt, werden die Altersklassen 7-10 bzw. 11-14 und nicht die einzelnen Altersjahre dem Vergleich mit den BfS-Zahlen unterstellt; dies deshalb, weil in der vorliegenden Studie aus theoretischen Überlegungen bei „Altersfragen“ fast ausschliesslich mit diesen zwei Alterskategorien operiert wird. Zudem wurde bei der Rekrutierung

¹ Mit weiteren 47 Kindern (bzw. Erwachsenen) wurden beide Screening-Interviews zu Ende geführt, diesen Kindern wurde aber keine Uhr verteilt.

² Im Gegensatz zur „normalen“ Erwachsenstichprobe, bei welcher täglich ein Fünftel der Personen, die die Uhr tragen, durch neue ersetzt werden (rollende Stichprobe), wurden die Uhren in der Kinderstichprobe immer am Donnerstag verteilt und somit die Kinder einmal pro Woche „en bloc“ durch neue uhrentragende Kinder ersetzt.

³ Zur Erinnerung: Seit der Einführung von RADIOCONTROL als offizielle Währung für die Messung des Radiokonsums in der Schweiz am 1.1.2001 wird die Uhr von Personen getragen, die mindestens 15 Jahre alt sind.

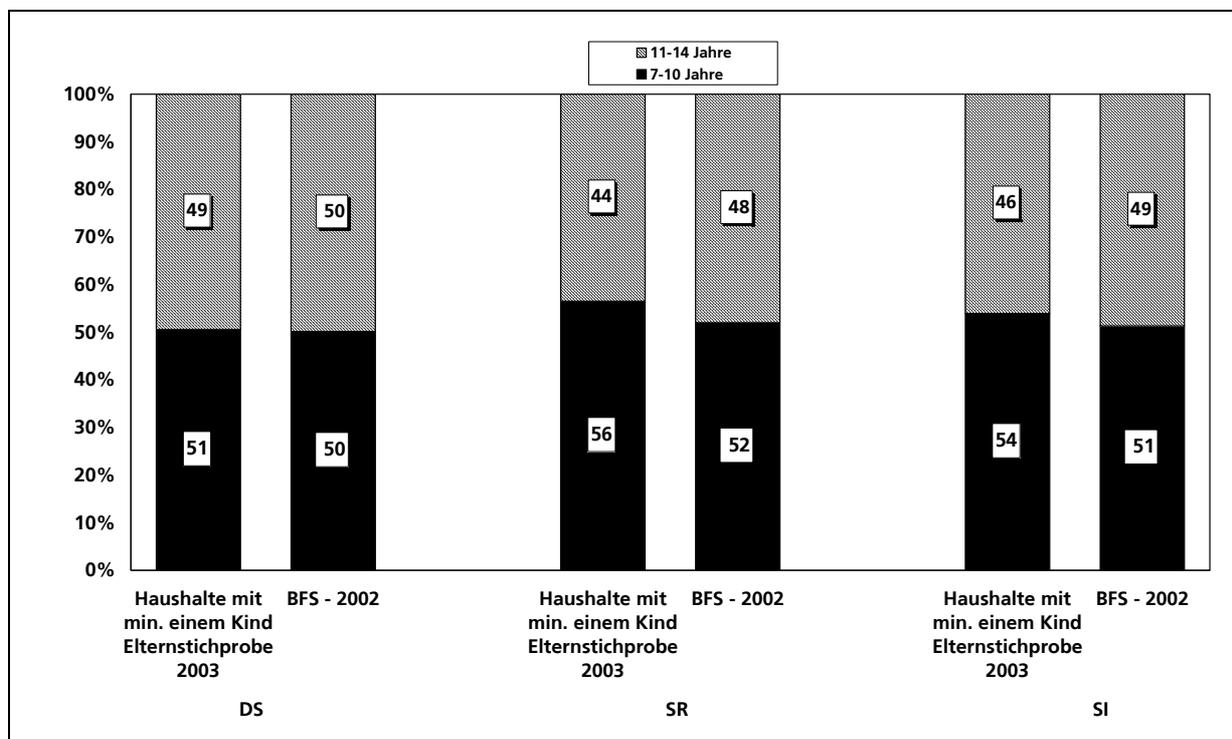
darauf geachtet, wenn möglich, gleich viele 7- bis 10-Jährige wie 11- bis 14-Jährige in die Stichprobe aufzunehmen.

1.2.1 Die Elternstichprobe

Die Quoten-Kriterien für die Rekrutierung der Personen in der Face-to-Face-Befragung galten für die gesamte Stichprobe, also für alle 3'000 Interviewten (siehe Unterkapitel 4.1.1). Die Elternstichprobe ist aber lediglich eine Unterstichprobe der gesamtschweizerisch repräsentativen Stichprobe. Das bedeutet unter anderem, dass bei der Wahl der zu interviewenden Erwachsenen mit mindestens einem Kind im Haushalt nicht explizit kontrolliert wurde, dass die Verteilung der 7-10- bzw. 11-14-Jährigen der effektiv gesamtschweizerischen Verteilung entsprach. Die Frage, die wir zunächst beantworten möchten, ist, wie sich die Altersverteilung der Kinder in der Elternstichprobe von der effektiven Altersverteilung in den drei Regionen unseres Landes gemäss den Angaben vom BfS unterscheidet.

Vergleicht man die Altersverteilung der Kinder in der Elternstichprobe mit der gesamtschweizerischen Altersverteilung gemäss den Bevölkerungszahlen des Bundesamtes für Statistik aus dem Jahre 2002 in den einzelnen Regionen (Abbildung 1.1.), so zeigen sich einige sprachregionale Differenzen.

Abb. 1.1: Die Altersverteilung der Kinder in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik für das Jahr 2002 – Angaben in Prozent

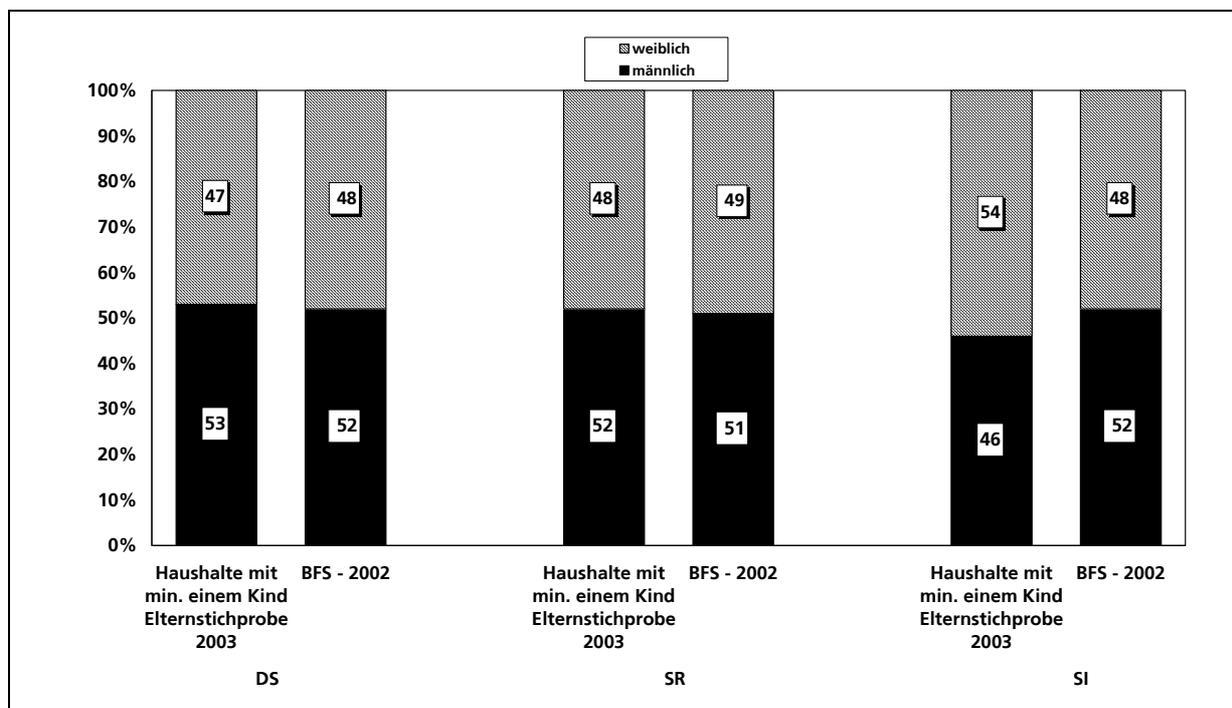


Universum Elternstichprobe: Bevölkerung ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum BfS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
Basis Elternstichprobe : 499 Personen

Der kleinste Unterschied zwischen der Altersverteilung in der Elternstichprobe und der Altersverteilung gemäss den Bevölkerungszahlen des BfS – lediglich 1% – besteht in der Deutschschweiz. Etwas grösser, nämlich 3%, ist der Unterschied in der Svizzera italiana. Am grössten ist die Differenz in der Romandie; sie beträgt 4%. Über die gesamte Schweiz betrachtet ist die Verteilung der Bevölkerung auf die beiden Altersgruppen nach Angaben des BfS gleichmässig (50% 7-10-Jährige, 50% 11-14-Jährige). Im Unterschied dazu beträgt der Anteil an 7-10-Jährigen in der Elternstichprobe 53%. 47% der Kinder gehören somit der Alterskategorie 11-14 (in keiner Abbildung dargestellt.). Zusammenfassend kann man sagen, dass die Elternstichprobe im Vergleich zur effektiven Verteilung gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik eine leichte Übervertretung der „jüngeren“ Kinder präsentiert. Diese kleine Übervertretung ist vor allem in der Romandie und in der Svizzera italiana gegeben.

Vergleicht man die Geschlechtsverteilung der Kinder in der Elternstichprobe mit der Geschlechtsverteilung gemäss den Angaben vom BfS, sind die Unterschiede minimal (in keiner Abbildung dargestellt). Auf gesamtschweizerischer Ebene ist das Verhältnis Knaben zu Mädchen in der Altersklasse 7 bis 14 gemäss dem BfS 51% zu 49%. In der Elternstichprobe ist dieses Verhältnis knapp 52% zu 48% und demnach praktisch identisch. Richtet man den Blick auf die drei Sprachregionen unseres Landes (Abbildung 1.2), stellt man in der Deutschschweiz und in der Romandie in der Elternstichprobe und in der Grundgesamtheit gemäss den Angaben vom BfS praktisch dieselbe Verteilung fest, die Abweichungen sind nämlich sowohl diesseits wie jenseits der Saane minimal (weniger als 1%). In der Svizzera italiana ist die Elternstichprobe hingegen durch eine überdurchschnittliche Präsenz von Mädchen charakterisiert (54% gegenüber 48% gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik).

Abb. 1.2: Die Geschlechtsverteilung der Kinder in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik für das Jahr 2002 – Angaben in Prozent

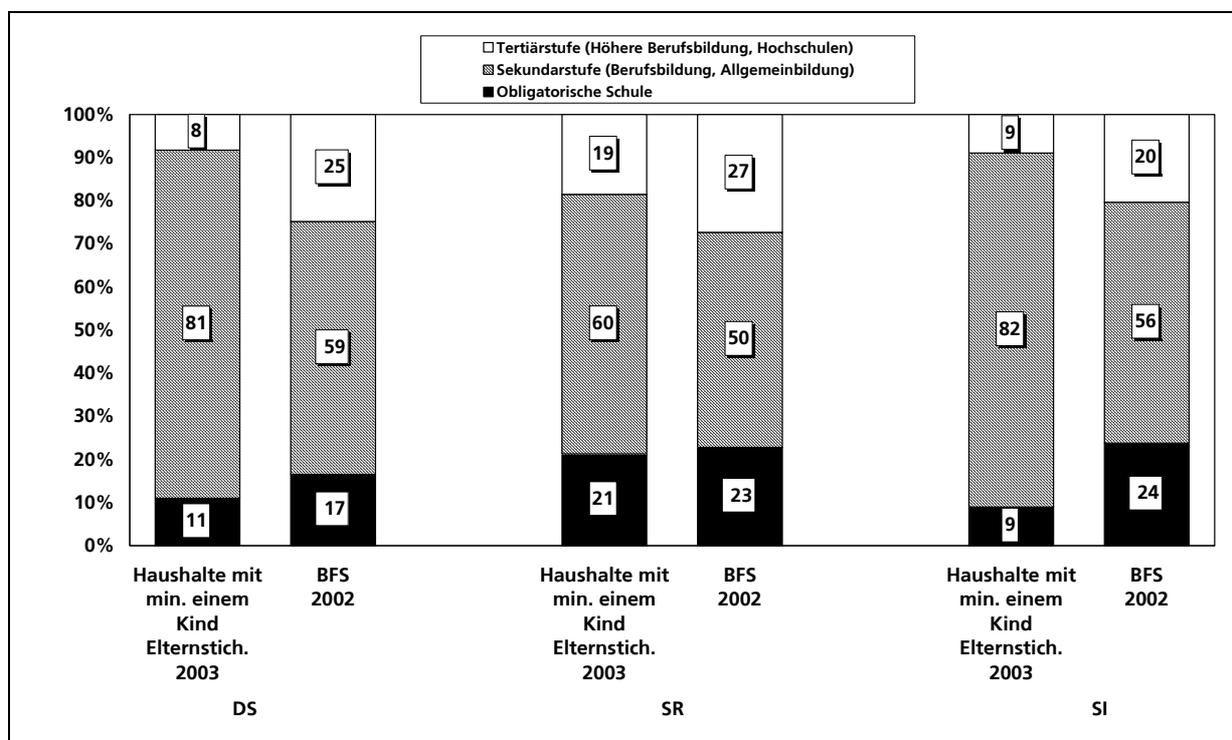


Universum Elternstichprobe: Bevölkerung ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
 Universum BfS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
 Basis Elternstichprobe : 499 Personen

In der nächsten Grafik wird visuell dargestellt, wie sich die Elternstichprobe von der Grundgesamtheit der in der Schweiz wohnhaften Bevölkerung hinsichtlich der Verteilung der Variablen „Bildung“ unterscheidet. Es ist aber diesbezüglich wichtig, im Voraus zu sagen, dass ein hundertprozentig korrekter Vergleich kaum möglich ist. Bei der Datenerhebung wurde nämlich die von der IHA-GfK interviewte Person nach *ihrer persönlich* abgeschlossenen Bildung gefragt und nicht zusätzlich nach der Bildung des Partners oder der Partnerin. Das bedeutet, dass wir nur die Information über *eine* im Haushalt lebende Person zur Verfügung haben. Es handelt sich dabei meistens um die Information über die Bildung einer *weiblichen* Erziehungsperson (es wurde meistens die Mutter des Kindes befragt) – aber nicht ausschliesslich! Diese nicht gegebene Ausschliesslichkeit erlaubt uns somit nicht, die Daten bloss mit den Informationen vom BfS über die Bildungsverteilung der Frauen zu vergleichen. Wir sind gezwungen, alle Daten vom BfS zu berücksichtigen.

Durch die Tatsache, dass die Elternstichprobe überdurchschnittlich „weiblich“ ist, was die effektiv interviewten Personen anbelangt, leidet aber der von uns angestellte Vergleich mit der gesamten schweizerischen Bevölkerung (Frau *und* Mann) unter einem kleinen Verzerrungseffekt. Diese relativierenden Aspekte dürfen bei der vergleichenden Betrachtung von Elternstichprobe und Bildungsverteilung gemäss den Angaben vom BfS keinesfalls ausser Acht gelassen werden.

Abb. 1.3: Die Verteilung der Bildung in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik für das Jahr 2002 – Angaben in Prozent



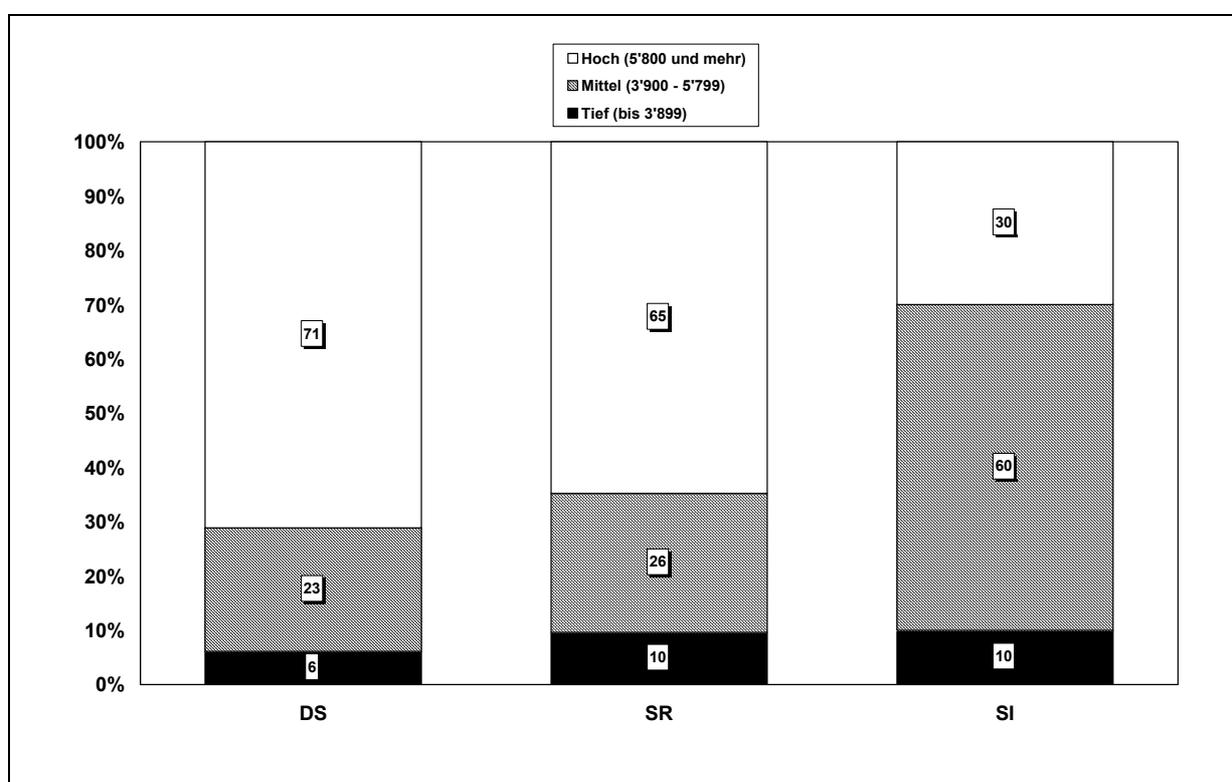
Universum Elternstichprobe: Bevölkerung ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
 Universum BfS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
 Basis Elternstichprobe : 486 Personen

Betrachtet man die Bildungsverteilung in den drei Sprachregionen (Abbildung 1.3), fällt die unterdurchschnittliche Präsenz von Personen in der Elternstichprobe auf, die nur über einen obli-

torischen Schulabschluss verfügen. Zugleich ist aber auch der Anteil an Personen, die über eine Ausbildung der tertiären Stufe verfügen, unterdurchschnittlich. Angesichts der massiven Präsenz von Frauen in der Elternstichprobe erstaunt der überdurchschnittliche Anteil an Personen, die über eine Ausbildung der Sekundärstufe verfügen, nicht: dieses Bildungsniveau ist nämlich gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik bei den Frauen ausgeprägter als bei den Männern.¹

Als Indikator des sozioökonomischen Status des Haushaltes, in welchem das Kind lebt, wurde das durchschnittliche Monatseinkommen des Haushaltes gewählt (Abbildungen 1.4 und 1.5).

Abb. 1.4: Die Verteilung des Haushaltseinkommens in der Elternstichprobe – Angaben in Prozent, drei Ausprägungen



Universum Elternstichprobe: Bevölkerung ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum BfS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
Basis Elternstichprobe : 411 Personen

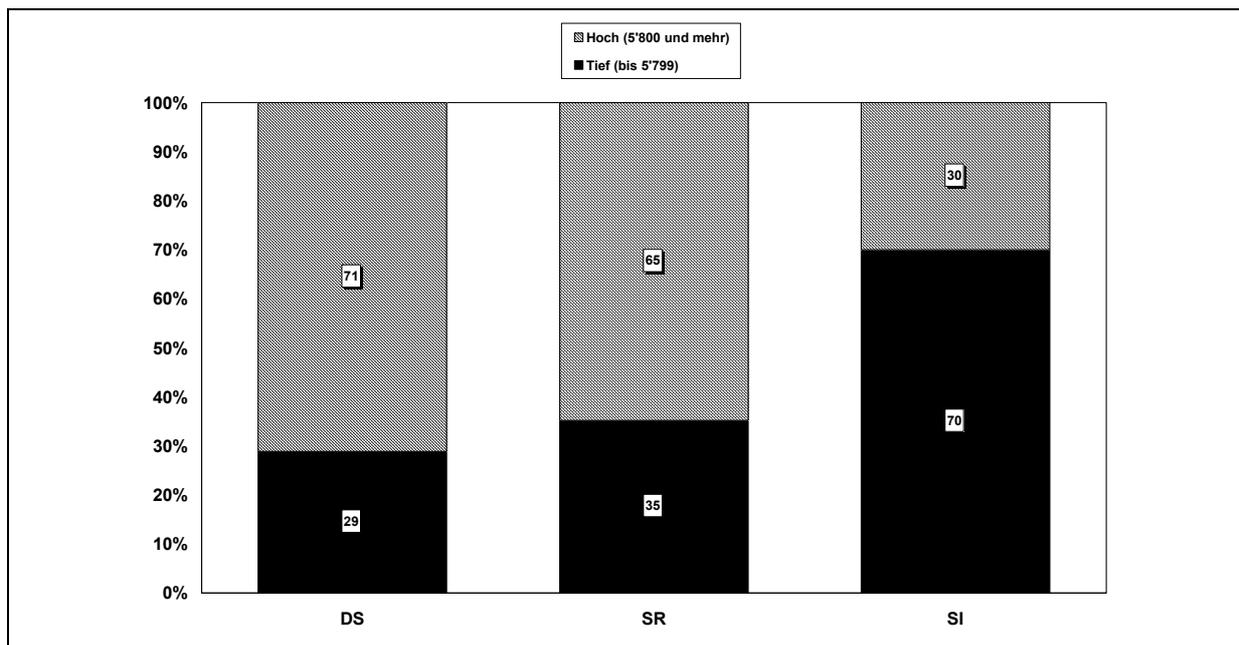
Informationen über das Einkommen sind in der Regel sowohl bei telefonischen als auch bei Face-to-Face-Befragungen relativ schwer zu erhalten: Der Anteil an Antwortverweigerungen ist in den meisten Umfragen recht hoch. Auch wir wurden mit einigen Verweigerungen konfrontiert. Der Anteil an „keine Antwort / weiss nicht“ hat sich aber im Grossen und Ganzen als erstaunlich

¹ Die Unterscheidung zwischen obligatorischer Schule, Sekundärstufe und Tertiärstufe erfolgt gemäss den Kriterien vom BfS. Zur Kategorie Sekundärstufe gehört somit auch der gymnasiale Abschluss mit Matura.

klein erwiesen. Nur 88 der 499 befragten Personen, d.h. etwa 18% aller Befragten haben nämlich nicht angegeben, wie viel ihr durchschnittliches monatliches Haushaltseinkommen beträgt. Für die verschiedenen Analysen, die im Laufe der Studie durchgeführt wurden, haben wir zwei Einkommensvariablen gebildet, die eine mit drei und die andere mit nur zwei Ausprägungen.

Die Abbildungen 1.4 und 1.5 zeigen die Verteilung der zwei Einkommensvariablen in der Elternstichprobe nach Sprachregion. Aus pragmatischen Gründen haben wir im Laufe der Untersuchung oft einzig mit der Variablen mit zwei Ausprägungen operieren müssen, ansonsten hätten wir in der Kategorie „tiefes Einkommen“ zu wenig Fälle für eine unter einem statistischen Gesichtspunkt sinnvolle Auswertung gehabt. Wie aus den zwei erwähnten Abbildungen erkennbar, ist die Einkommensverteilung in der Deutschschweiz und in der Romandie im Grossen und Ganzen ähnlich. Es gibt lediglich eine Tendenz zu einem leicht höheren Einkommen in den Haushalten in der Deutschschweiz. Anders die Situation in der Svizzera italiana: Die Haushalte mit einem hohen Einkommen sind deutlich weniger zahlreich als in den zwei übrigen Sprachregionen. Es handelt sich dabei um einen Sachverhalt, der die Situation im Universum „gesamte Schweiz“ gemäss den Angaben vom Bundesamt für Statistik recht genau widerspiegelt.

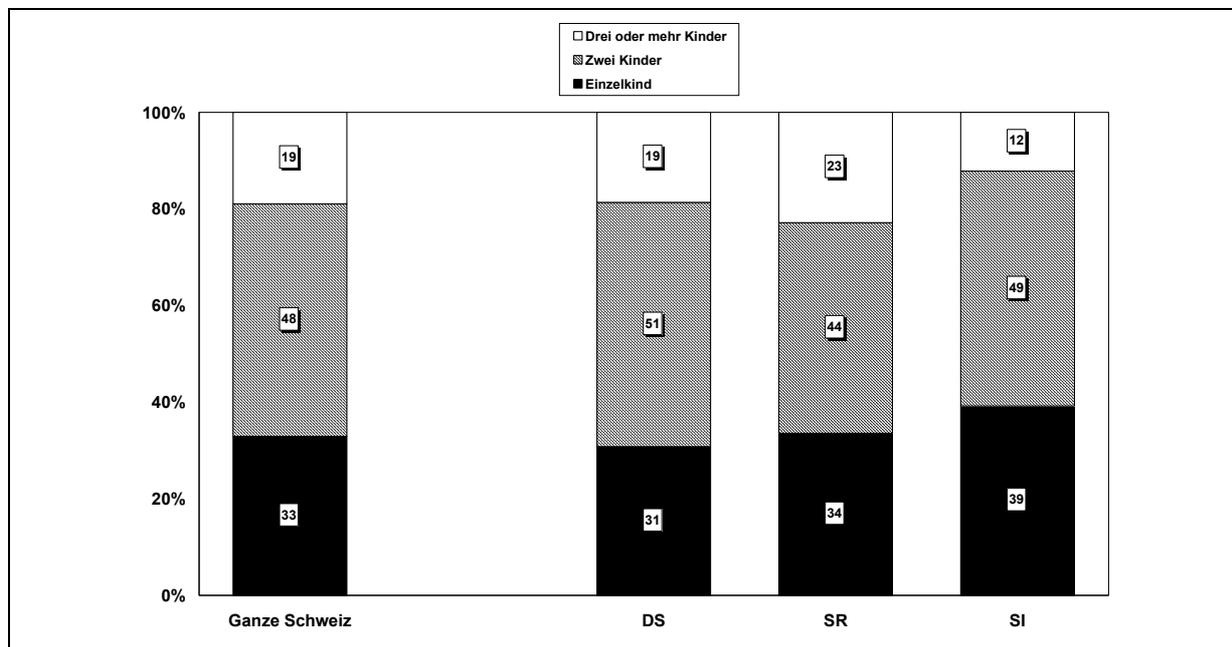
Abb. 1.5: Die Verteilung des Haushaltseinkommens in der Elternstichprobe – Angaben in Prozent, zwei Ausprägungen



Universum: Bevölkerung ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Basis: 411 Personen

Ein weiteres Merkmal, welchem die Leserschaft in den nächsten Kapiteln oft begegnen wird, ist die Anzahl Kinder in der Familie. Auch in diesem Fall haben wir eine Kategorisierung durchgeführt und die Gruppen „Einzelkind“, „zwei Kinder“ und „drei oder mehr Kinder im Haushalt“ für die verschiedenen Analysen festgelegt (Abbildung 1.6).

Abb. 1.6: Die Verteilung der Haushalte mit einem, zwei oder mehr Kindern in der Elternstichprobe – Angaben in Prozent



Universum: Bevölkerung ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Basis: 499 Personen

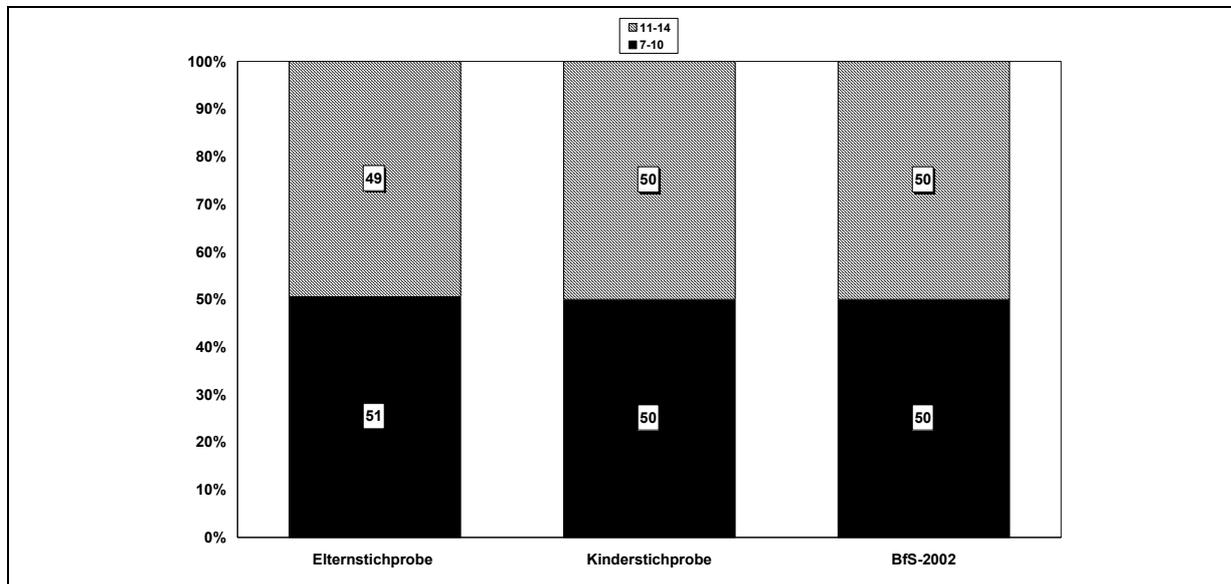
Die Kinderzahl hat sich als ein Element erwiesen, welches in starkem Zusammenhang zu zahlreichen medienkonsumrelevanten Variablen steht. Wie aus Abbildung 1.6 erkennbar, ist der Anteil an Einzelkindern in der Svizzera italiana (SI) im Vergleich zur Verteilung in der ganzen Schweiz leicht überdurchschnittlich. Unterdurchschnittlich ist hingegen der Anteil an Kindern mit zwei oder mehr Geschwistern. Dieser Anteil ist in der Romandie überdurchschnittlich.

1.2.2 Die Kinderstichprobe

Die Daten der Kinderstichprobe stammen ausschliesslich aus der Deutschschweiz. In den folgenden Zeilen werden wiederum die Variablen Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen und Anzahl Kinder im Haushalt kurz unter die Lupe genommen und einem Vergleich zwischen der Verteilung in der Kinderstichprobe und der Verteilung derselben Merkmale im Deutschschweizer Teil der Elternstichprobe unterzogen.

Wie aus Abbildung 2.7 ersichtlich, befinden sich in der Kinderstichprobe genau gleich viele 7- bis 10-Jährige wie 11- bis 14-Jährige. Diese Verteilung entspricht der effektiven Verteilung in der gesamten Deutschschweiz und unterscheidet sich kaum von der Verteilung im Deutschschweizer Teil der Elternstichprobe (Die Vergleiche werden hier zum Deutschschweizer Teil der Elternstichprobe gemacht, da die Kinderstichprobe sich lediglich auf die Deutschschweiz bezieht).

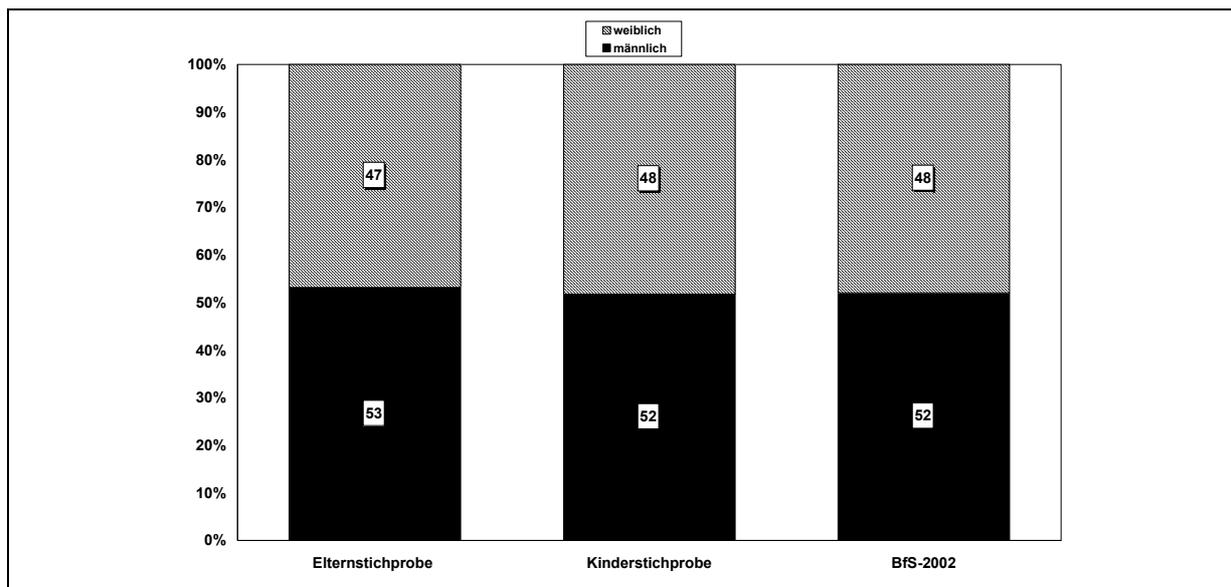
Abb. 1.7: Die Altersverteilung der Kinder in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung in der Kinderstichprobe und in der gesamten Deutschschweiz gemäss den Angaben vom BFS – Angaben in Prozent



Universum Elternstichprobe: Bevölkerung der Deutschschweiz ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
 Universum Kinderstichprobe: Bevölkerung der WEMF-Gebiete 20, 30 und 40 mit mindestens einem Kind im Haushalt
 Universum BFS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
 Basis Elternstichprobe : 499 Personen
 Basis Kinderstichprobe: 352 Personen

Auch für die Verteilung der Variablen Geschlecht gelten dieselben Bemerkungen (Grafik 1.8):

Abb. 1.8: Die Geschlechtsverteilung der Kinder in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung in der Kinderstichprobe und in der gesamten Deutschschweiz gemäss den Angaben vom BFS – Angaben in Prozent

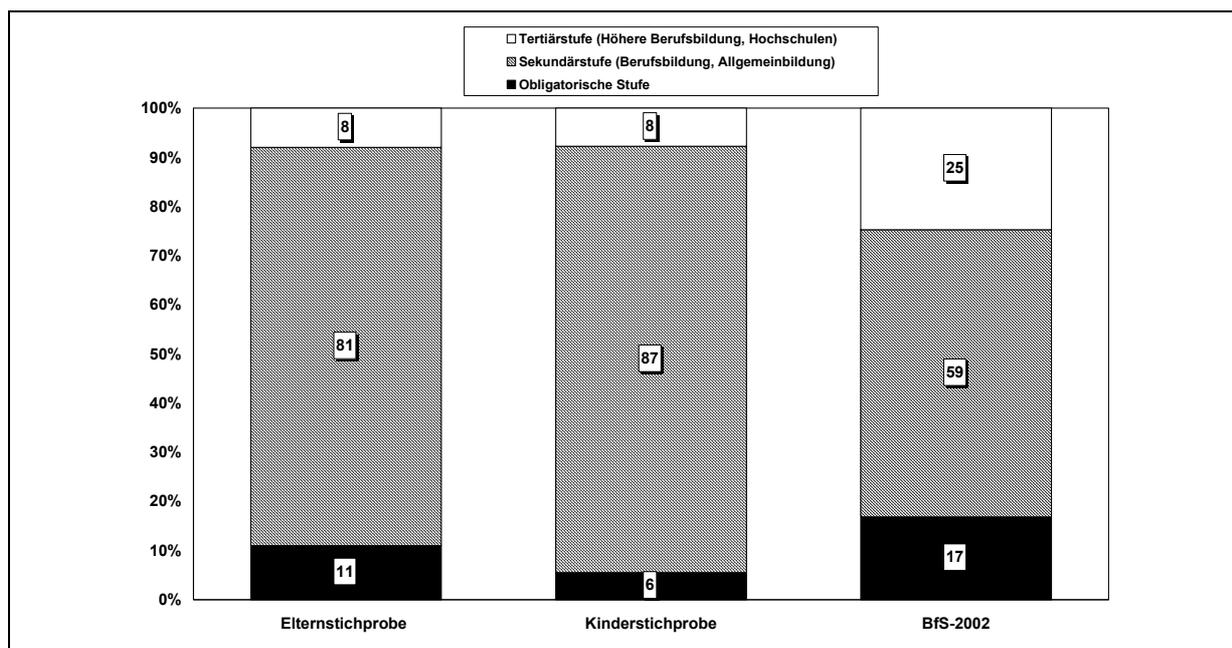


Universum Elternstichprobe: Bevölkerung der Deutschschweiz ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
 Universum Kinderstichprobe: Bevölkerung der WEMF-Gebiete 20, 30 und 40 mit mindestens einem Kind im Haushalt
 Universum BFS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
 Basis Elternstichprobe : 499 Personen
 Basis Kinderstichprobe: 399 Personen

Die Verteilung in der Kinderstichprobe, wonach 52% der untersuchten Kinder männlichen Geschlechts sind, entspricht der Verteilung in der gesamten Deutschschweiz. Die Abweichungen zu den Daten im deutschsprachigen Teil der Elternstichprobe sind minimal.

Betrachten wir nun die Bildung der befragten Erwachsenen (Abbildung 1.9). Im Grossen und Ganzen lässt sich eine recht grosse Kongruenz zwischen der Verteilung der Bildungsvariablen in der Kinderstichprobe und im deutschsprachigen Teil der Elternstichprobe beobachten. In beiden Stichproben stammen die Kinder aus Familien, in welchen die grosse Mehrheit der befragten Erwachsenen – im Allgemeinen könnte man sagen: „die grosse Mehrheit der Mütter“ (siehe Fussnote im Unterkapitel 1.1.2) – als höchste abgeschlossene Ausbildung einen Schulabschluss der Sekundärstufe vorweisen können. Im Vergleich zur Verteilung in der gesamten Deutschschweiz gemäss den Angaben des BFS ist der Anteil an Personen mit überdurchschnittlich hoher und mit unterdurchschnittlicher Bildung eher klein. Die Gründe dafür sind bereits im Unterkapitel 1.2.1 erläutert worden.

Abb. 1.9: Die Verteilung der Bildung der befragten Personen in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung in der Kinderstichprobe und in der gesamten DS gemäss den Angaben vom BFS – Angaben in Prozent



Universum Elternstichprobe: Bevölkerung der Deutschschweiz ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum Kinderstichprobe: Bevölkerung der WEMF-Gebiete 20, 30 und 40 mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum BFS: In der Schweiz wohnhafte Bevölkerung im Jahre 2002
Basis Elternstichprobe : 486 Personen
Basis Kinderstichprobe: 399 Personen

Was die Frage nach dem Einkommen anbelangt (Abbildungen 1.10 und 1.11), lassen sich gewisse Unterschiede zwischen beiden Stichproben beobachten.

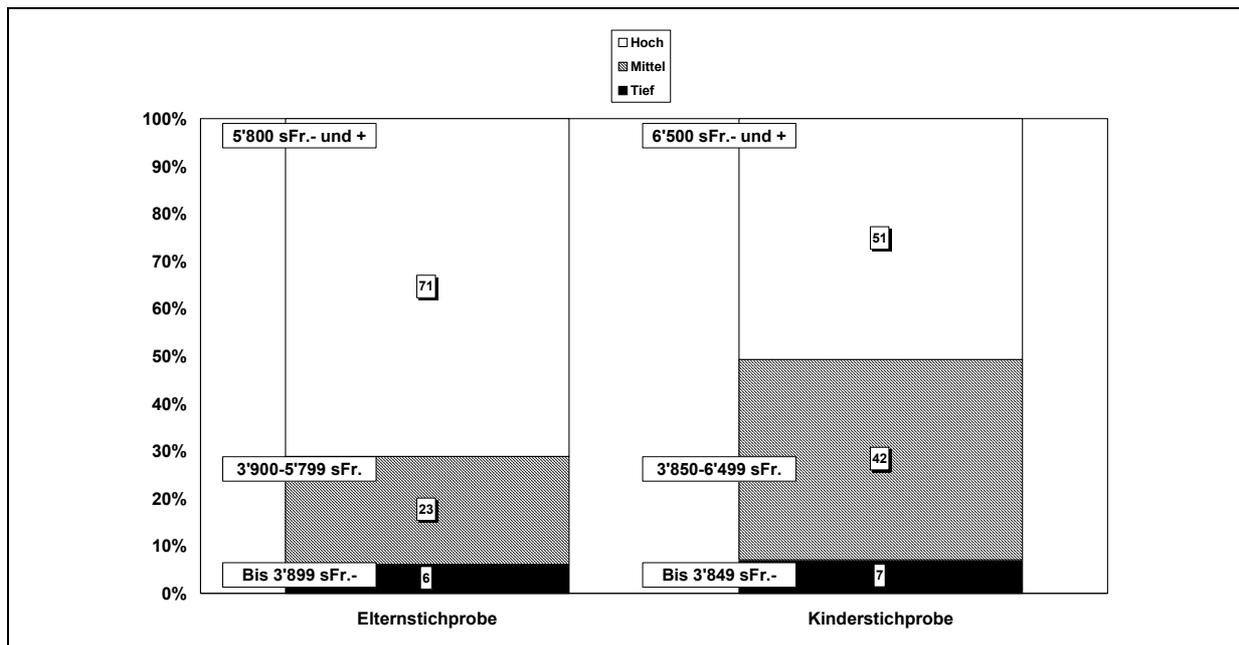
Zunächst muss darauf hingewiesen werden, dass in beiden Stichproben mit unterschiedlichen Einkommensklassen unsererseits operiert wurde. Warum dies? Die Erklärung hat sozusagen historischen Charakter: Die Elternstichprobe gründet auf einer Face-to-Face-Erhebung, die stark an die bis 2001 vom Forschungsdienst SRG SSR zwecks Ermittlungen des medialen Tagesablaufes der

Bevölkerung zweimal pro Jahr durchgeführten Stichtagsbefragungen anlehnt. Von diesen Befragungen wurde hier die Kategorisierung des Einkommens unverändert übernommen. Die Kategorisierung des Einkommens in der Kinderstichprobe stammt hingegen – ebenfalls unverändert – von den aktuell in der täglichen RADIOCONTROL-Erhebung verwendeten Einkommensklassen.

Diese Prämisse hilft die Unterschiede in der Einkommensverteilung beider Stichproben zu erklären, tut es aber nicht ganz vollständig. In der Tat gibt es zwischen Eltern- und Kinderstichprobe bereits in Bezug auf die Auskunftsbereitschaft der Interviewten leichte Unterschiede. Zwar ist in beiden Stichproben der Anteil an Verweigerern recht klein, dieser beträgt aber in der Kinderstichprobe 15%, in der Elternstichprobe haben sich hingegen lediglich 9% der Befragten geweigert, die Frage nach dem Haushaltseinkommen zu beantworten.¹

Tendenziell lässt sich zudem ein leicht höheres Durchschnittseinkommen in der Elternstichprobe beobachten. Dieser Unterschied beträgt 20% und ist möglicherweise nicht nur durch die verschiedenen Einkommenskategorisierungen zu erklären, sondern durch einen effektiv besseren sozioökonomischen Status dieser Stichprobe.

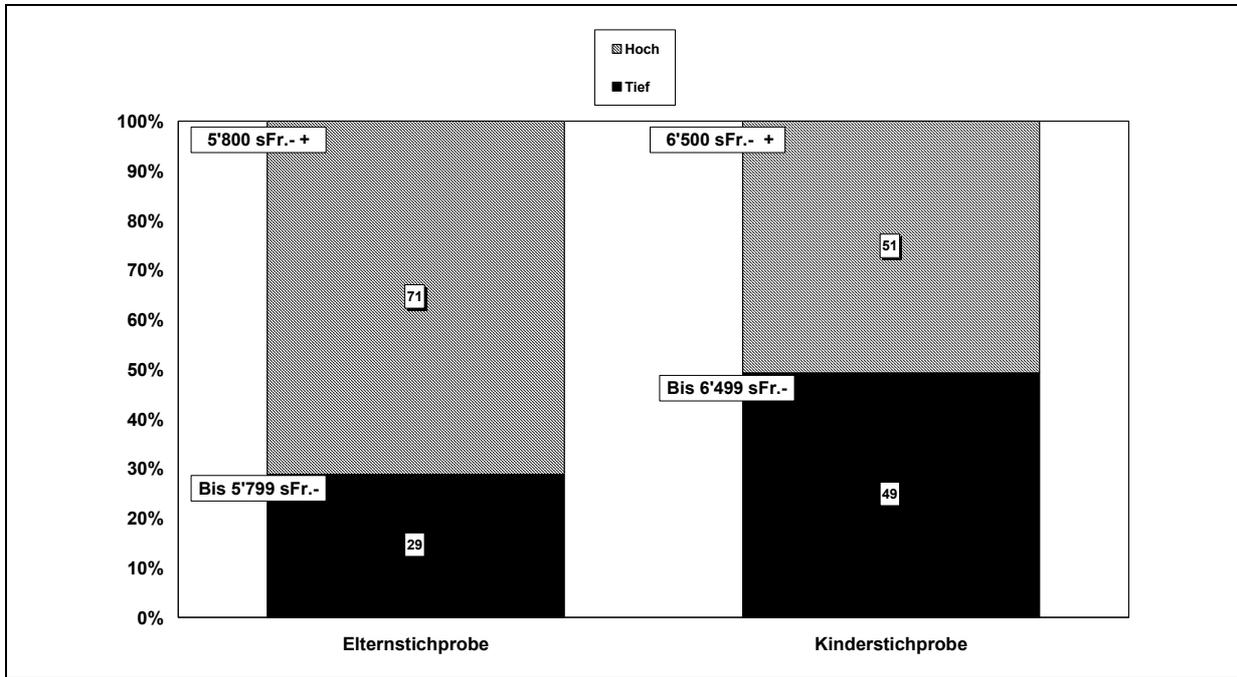
Abb. 1.10: Die Verteilung der Haushaltseinkommens in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung in der Kinderstichprobe – Angaben in Prozent, drei Ausprägungen



Universum Elternstichprobe: Bevölkerung der Deutschschweiz ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum Kinderstichprobe: Bevölkerung der WEMF-Gebiete 20, 30 und 40 mit mindestens einem Kind im Haushalt
Basis Elternstichprobe : 411 Personen
Basis Kinderstichprobe: 341 Personen

¹ Diese Information wird in keiner Abbildung visuell dargestellt. Alle in den Abbildungen 2.10 und 2.11 vorgestellten Prozentwerte über das Haushaltseinkommen beziehen sich auf die Personen, die die entsprechende Frage beantwortet haben.

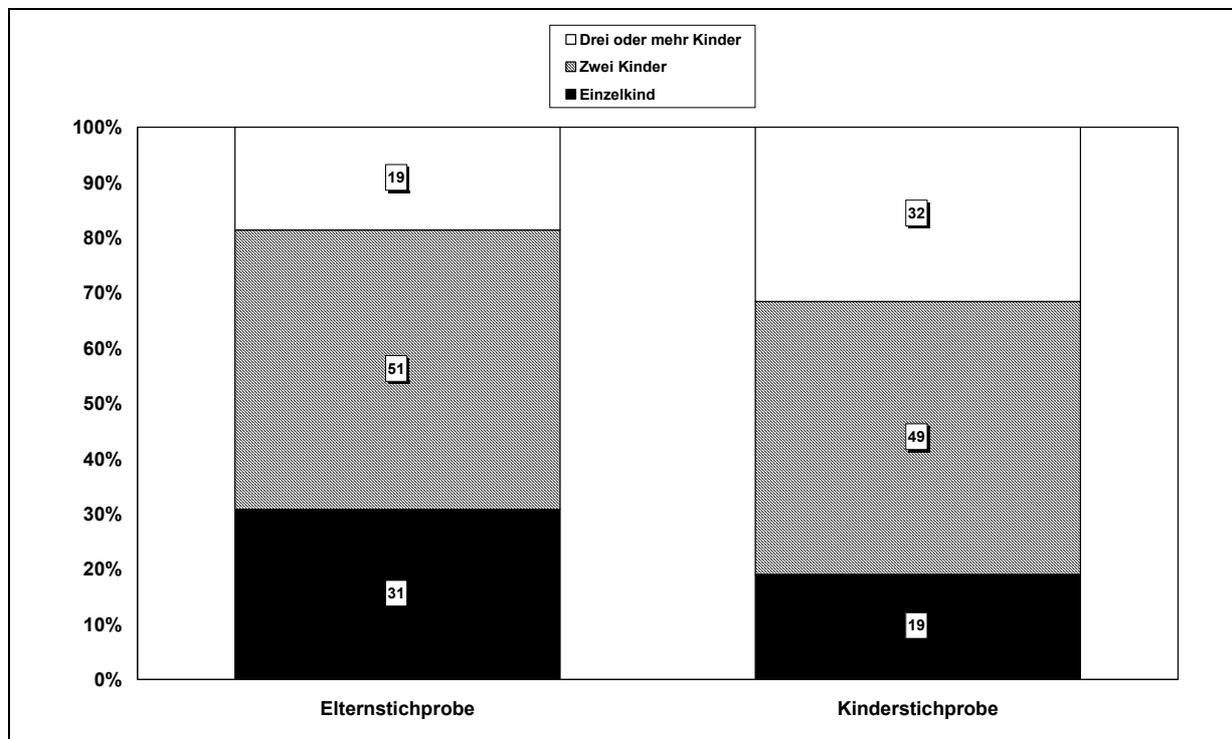
Abb. 1.11: Die Verteilung der Haushaltseinkommens in der Elternstichprobe im Vergleich zur Verteilung in der Kinderstichprobe – Angaben in Prozent, zwei Ausprägungen



Universum Elternstichprobe: Bevölkerung der Deutschschweiz ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum Kinderstichprobe: Bevölkerung der WEMF-Gebiete 20, 30 und 40 mit mindestens einem Kind im Haushalt
Basis Elternstichprobe : 411 Personen
Basis Kinderstichprobe: 341 Personen

Zum Schluss soll auch in diesem Unterkapitel ein Blick auf die Verteilung der Anzahl Kinder im Haushalt gerichtet werden. Wie aus Abbildung 2.12 zu erkennen, beziehen sich die Informationen über das Verhalten der Kinder in beiden Stichproben in etwa der Hälfte der Fälle auf Knaben und Mädchen, die nur ein Geschwister haben. In der Elternstichprobe beträgt der Anteil Einzelkinder 31%, in der Kinderstichprobe etwas weniger als 20%. Umgekehrt verhält es sich in Bezug auf die Kinder mit zwei oder mehr Geschwistern.

Abb. 1.12: Die Verteilung der Haushalte mit einem, zwei oder mehr Kindern in der Elternstichprobe und in der Kinderstichprobe – Angaben in Prozent



Universum Elternstichprobe: Bevölkerung der Deutschschweiz ab 15 Jahren mit mindestens einem Kind im Haushalt
Universum Kinderstichprobe: Bevölkerung der WEMF-Gebiete 20, 30 und 40 mit mindestens einem Kind im Haushalt
Basis Elternstichprobe : 499 Personen
Basis Kinderstichprobe: 399 Personen

Eine zusammenfassende Bilanz der Besonderheiten der Kinderstichprobe gegenüber der repräsentativen Elternstichprobe zeigt, dass leicht unterdurchschnittlich viele Kinder der Kinderstichprobe in Haushalten mit hohem Einkommen leben. Ebenfalls unterdurchschnittlich ist der Anteil an Einzelkindern gegenüber dem Anteil in der Elternstichprobe. Grosse Unterschiede hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht und Bildung des interviewten Erwachsenen lassen sich nicht identifizieren. Kurz: Beide Stichproben sind hinsichtlich der hier beobachteten soziodemographischen Merkmale recht ähnlich.

1.2.3 Die RADIOCONTROL-Stichprobe (RC-Stichprobe)

Die Kinder, die die RADIOCONTROL-Uhr effektiv getragen haben, bilden eine Untermenge der Kinderstichprobe. Wie bereits erwähnt, wurden in der Kinderstichprobe 399 erwachsene Personen in Bezug auf den eigenen Radiokonsum und den Radiokonsum der Kinder interviewt. 352 Kinder haben schliesslich eine RADIOCONTROL-Uhr getragen. Die soziodemographische Zusammensetzung dieser Stichprobe ist so gut wie identisch wie die soziodemographischen Zusammensetzung der Kinderstichprobe.

Die folgende Tabelle fasst die Verteilung der Merkmale „Alter“ und „Geschlecht“ in den drei verschiedenen Stichproben zusammen.

Tab. 1.1: Anzahl befragte Personen (bzw. Anzahl Kinder, die die RC-Uhr getragen haben) und prozentuale Verteilung nach Alter und Geschlecht

| | Anzahl Kinder (n) | Alter in% | | Geschlecht in % | |
|------------------------------|-------------------|------------|-------------|-----------------|---------|
| | | 7-10 Jahre | 11-14 Jahre | Knaben | Mädchen |
| Elternstichprobe (CH) | 499 | 53% | 47% | 52% | 48% |
| Kinderstichprobe (DS) | 399 | 50% | 50% | 52% | 48% |
| RC-Stichprobe (DS) | 352 | 50% | 50% | 50% | 50% |

1.3 Die Datenauswertung: Verfahren und Transformationen

1.3.1 Die angewendeten Verfahren

Die statistischen Betrachtungen in dieser Studie haben zum einen beschreibenden und zum anderen analytischen Charakter. Der beschreibende Charakter steht vor allem in den Kapiteln 8 und 9 im Vordergrund, in welchen die Ergebnisse der durch RADIOCONTROL gewonnenen Daten in Form von Häufigkeitstabellen und Tagesverlaufskurven dargestellt und kommentiert werden, ohne jedoch auf die statistische Überprüfung der Übertragbarkeit der Ergebnisse auf das gesamte Universum der Kinder einzugehen – dies nicht zuletzt deshalb, weil die Daten nur aus der Deutschschweiz stammen und nicht vollständig repräsentativ sind.

Auch in den Kapiteln, deren Daten aus der bevölkerungsrepräsentativen Face-to-Face-Befragung stammen, kommen selbstverständlich deskriptive statistische Verfahren zur Anwendung: Häufigkeitstabellen, Tagesverlaufskurven und Mittelwertsangaben bilden das beschreibende Gerüst der Kapitel 2 bis 6. Im Gegensatz zu den Kapiteln 7 und 8 wird aber hier zusätzlich überprüft, ob festgestellte Unterschiede in Bezug auf Einstellungen, Verhalten und Medienkonsumgewohnheiten zwischen den verschiedenen soziodemographischen oder sozioökonomischen Kategorien statistisch signifikant oder bloss zufällig sind. Es wird somit überprüft, ob die eventuell beobachteten Differenzen auf das Universum der in der Schweiz wohnhaften Kinder im Alter zwischen 7 und 14 übertragen werden dürfen. Meistens kommen bei den Datenanalysen in den Kapiteln 2 bis 6 bivariate statistische Verfahren zur Anwendung, dabei wird jeweils eine Variable in Beziehung zu einer anderen gesetzt.¹ Vor allem operieren wir in dieser Studie mit Kreuztabellen und

¹ Eine Variable ist nichts anderes als ein Merkmal oder eine Frage. Das Alter ist beispielsweise eine Variable.

Korrelationskoeffizienten. Einige multivariate Analysen wurden dennoch durchgeführt. Im Unterschied zu den bivariaten Prozeduren werden bei solchen Verfahren mehrere Variablen gleichzeitig in Betrachtung gezogen. Die hier angewendeten Verfahren findet man vor allem im Kapitel 5. Es handelt sich dabei um Clusteranalysen und Korrespondenzanalysen. Eine ausführlichere Beschreibung der verschiedenen statistischen Verfahren befindet sich im Anhang.

1.3.2 Die Datentransformationen

Einige der aus den verschiedenen Befragungen gewonnenen Informationen bedurften einer Vereinfachung, um für die diversen Analyse-Schritte optimal verwendet zu werden. In der Regel erfolgte diese Vereinfachung mittels einer Reduktion der Anzahl Ausprägungen der in Frage stehenden Variablen. Ein ganz konkretes Beispiel kann diese Problematik veranschaulichen: Bei der Datenerhebung wurden die Erwachsenen nach dem Alter des Kindes gefragt, auf welches sich die verschiedenen Informationen bezogen. Als Ergebnis stand uns somit die Variable „Alter“ mit 8 verschiedenen Ausprägungen (7, 8, 9, 10, 11, 12, 13 und 14 Jahre alt) zur Verfügung. Eine für jedes Alter getrennte Analyse der Radiopräferenzen (oder Radiokonsumgewohnheiten oder Radiointeressen) wäre keine optimale Arbeitsoption: Zum einen verändern sich Gewohnheiten und Präferenz wohl nicht von Jahr zu Jahr, sondern eher von Lebensabschnitt zu Lebensabschnitt (frühe Kindheit, frühe Adoleszenz, späte Adoleszenz usw.) zum anderen würde eine allzu detaillierte Betrachtung keinen schnellen Gesamtüberblick erlauben.

Ähnliche Überlegungen, die uns zu einer Reduktion der Anzahl Ausprägungen bewegt haben, gelten grundsätzlich auch für die Variablen „Anzahl Kinder in der Familie“ (bzw. Anzahl Geschwister), „Haushaltseinkommen“, „Ortgröße“ oder „Bildung“. Im letzterwähnten Fall sind wir mit einem weiteren Problem konfrontiert worden: In der Regel stammen die Angaben über die abgeschlossene Bildung von der Mutter. Es gibt aber auch einige Antworten, die vom Vater stammen. Kurz: die Antworten sind diesbezüglich nicht einheitlich. Zu Vergleichszwecken haben wir uns somit in manchen Fällen auf die Antworten der Mütter über die eigene Bildung beschränken müssen.

Die Datentransformationen betreffen nicht nur die soziodemographischen oder sozioökonomischen Variablen, sondern auch einige Medienkonsumfragen im weiteren Sinne. Auch in diesem Falle wurden die Ausprägungen verschiedener Variablen bei einigen Auswertungsschritten zwecks übersichtlicher Darstellung der Ergebnisse reduziert. Dieser Vereinfachungsprozess hat in erster Linie die Interessensfragen und die Fragen nach den Gründen, warum das Radio gehört wird, betroffen. In der Regel wurde dabei ein Merkmal mit zwei Ausprägungen auf ein dichotomes Merkmal (d.h. auf nur zwei Ausprägungen) reduziert. Konkret: im Falle der Motiv-Fragen wurden die Antworten „häufig“ und „gelegentlich“ zusammengefasst und die Antworten „selten“ und „nie“ im Sinne eines Gegenpols ebenfalls.

2. Tagesablauf und Zeitbudget

Radiohören und Medienkonsum im Allgemeinen sind keine Betätigungen, die isoliert von allen normalen, gewöhnlichen Tätigkeiten im Alltag der Menschen betrachtet werden können. Dies gilt sowohl für Erwachsenen als auch für Kinder. Der Radio- oder Medienkonsum ist vielmehr eine Aktivität, die einen fixen Bestandteil des Alltags der meisten von uns darstellt und als solche in ihrer Entfaltung von anderen konkurrierenden Tätigkeiten begrenzt wird. Selbstverständlich kann manchmal der konkurrierende Aspekt fehlen, d.h. man kann beispielsweise Radio hören *und gleichzeitig* kochen. Manchmal ist dieses „Multitasking“ aber gar nicht möglich: Schlafen *und zugleich* Radio Hören? Ein eher schwieriges Unterfangen.... Um zu erfahren, wie sich die potentiell konkurrierenden Aktivitäten auf den Medienkonsum auswirken, ist es unerlässlich, den Tagesablauf eines durchschnittlichen Menschen zu kennen. Der Tagesablauf setzt nämlich die Grenzen, die es uns unter anderem zu definieren erlauben, wie gross das potentielle Zeitbudget für den Medienkonsum – und dazu gehört selbstverständlich auch das Radiohören – ist. Entsprechend ausführlich werden auf den folgenden Seiten der Studie die Tagestätigkeiten von Mädchen und Knaben dargestellt.

Gegenstand dieses Kapitels ist die Betrachtung des Tagesablaufs der Kinder in den drei Sprachregionen des Landes an Werktagen und Wochenenden sowie die Frage, wie viel Zeit von den Kindern für die verschiedenen Tagestätigkeiten investiert wird. Jedes Unterkapitel ist einer bestimmten Tätigkeit gewidmet. Angefangen wird dabei mit dem Schlafen, gefolgt im Unterkapitel 2.2 vom Essen zu Hause, vom Hausaufgaben Machen im Unterkapitel 2.3, vom Aufräumen und im Haushalt helfen im Unterkapitel 2.4 und vom Spielen zu Hause im darauffolgenden Unterkapitel. Die restlichen Unterkapitel sind den Tätigkeiten ausser Haus gewidmet: Schulweg, Schule und Kindergarten, draussen Spielen und Sport treiben. Ein weiteres, zusammenfassendes Unterkapitel befasst sich mit der für den Medienkonsum der Kinder relevantesten Zeit: der Zeit zu Hause. Es ist nämlich anzunehmen, dass bei den Kindern der Medienkonsum (vor allem was das Medium „Radio“ anbelangt) primär innerhalb der eigenen vier Wände erfolgt: In der Schule darf beispielsweise nicht Radio gehört werden. Abschliessend fassen wir in einem letzten Unterkapitel alle bis dahin getrennt untersuchten Tätigkeiten in einer einzigen Grafik zusammen. Für jede Tätigkeit wird zudem in jedem Unterkapitel untersucht, ob sich Unterschiede in Zusammenhang mit bestimmten soziodemographischen Merkmalen identifizieren lassen. Bei einigen Tätigkeiten erfolgt dann auch ein Vergleich mit dem Verhalten der Erwachsenen in der entsprechenden Sprachregion. Dieser Vergleich beschränkt sich dabei auf die Werktage, denn nur diese Information steht uns über den Tagesverlauf der befragten erwachsenen Personen zur Verfügung.¹

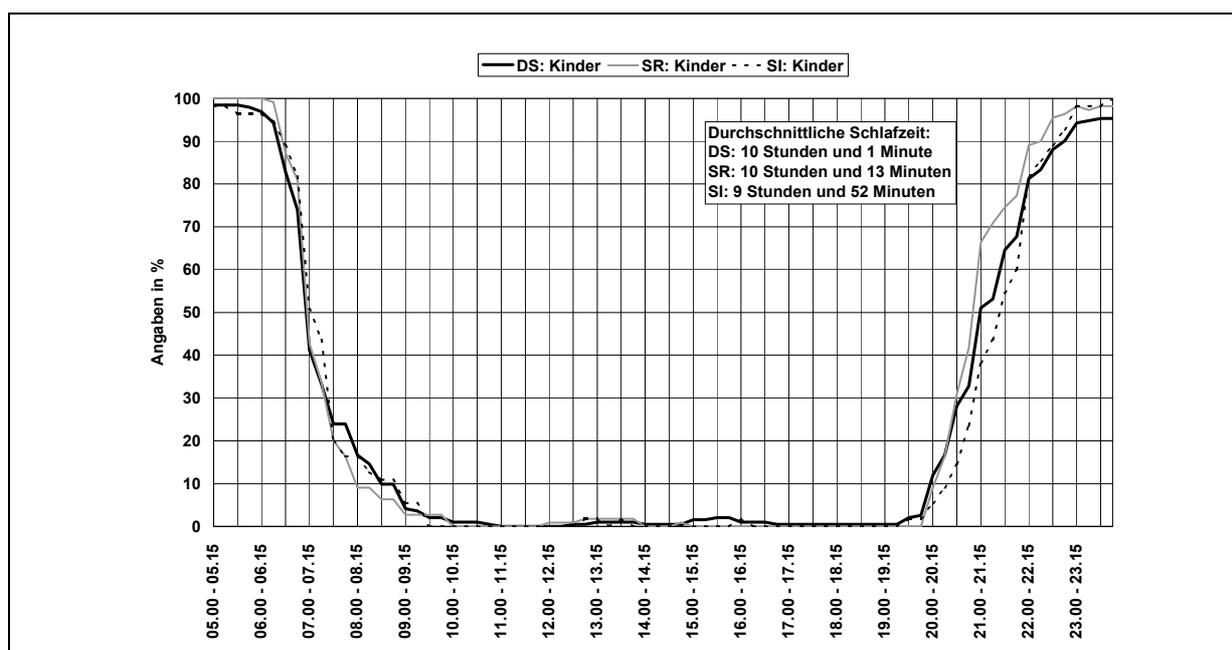
¹ Bei einigen Kindern wurden die Daten während der Frühlingsferien erhoben, was – vor allem werktags – den Kurvenverlauf mancher Tätigkeiten beeinflusst hat. Mit „Erwachsenen“ sind alle Erwachsenen in der entsprechenden Sprachregion gemeint, also auch solche, die keine Kinder haben. Mit anderen Worten: es handelt sich dabei nicht nur um die Eltern der Kinder, die in die Studie einbezogen wurden. Die Daten über den Tagesverlauf wurden erhoben, indem man mit der befragten Person den Vortag in 15-Minuten-Intervallen rekonstruiert hat, und zwar von 05:00 Uhr bis Mitternacht.

2.1 Schlafen

2.1.1 Sprachregionale Unterschiede

Wie aus Abbildung 2.1 ersichtlich, schlafen werktags die Kinder aus der Romandie am längsten, im Schnitt 10 Stunden und 13 Minuten¹. Die Knaben und Mädchen südlich der Alpen verbringen hingegen am wenigsten Zeit im Bett, im Schnitt „nur“ 9 Stunden und 52 Minuten. Die Deutschschweizer Kinder liegen mit 10 Stunden und 1 Minute dazwischen. Aus dem Kurvenverlauf kann man entnehmen, dass die Unterschiede in erster Linie auf die Tatsache zurückzuführen sind, dass die Romands überdurchschnittlich früh ins Bett gehen und die Svizzero-italiani überdurchschnittlich spät. In Bezug auf das Aufstehen am Morgen gibt es hingegen nur kleine Unterschiede von Region zu Region.

Abb. 2.1: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags schlafen – Angaben für die drei Sprachregionen

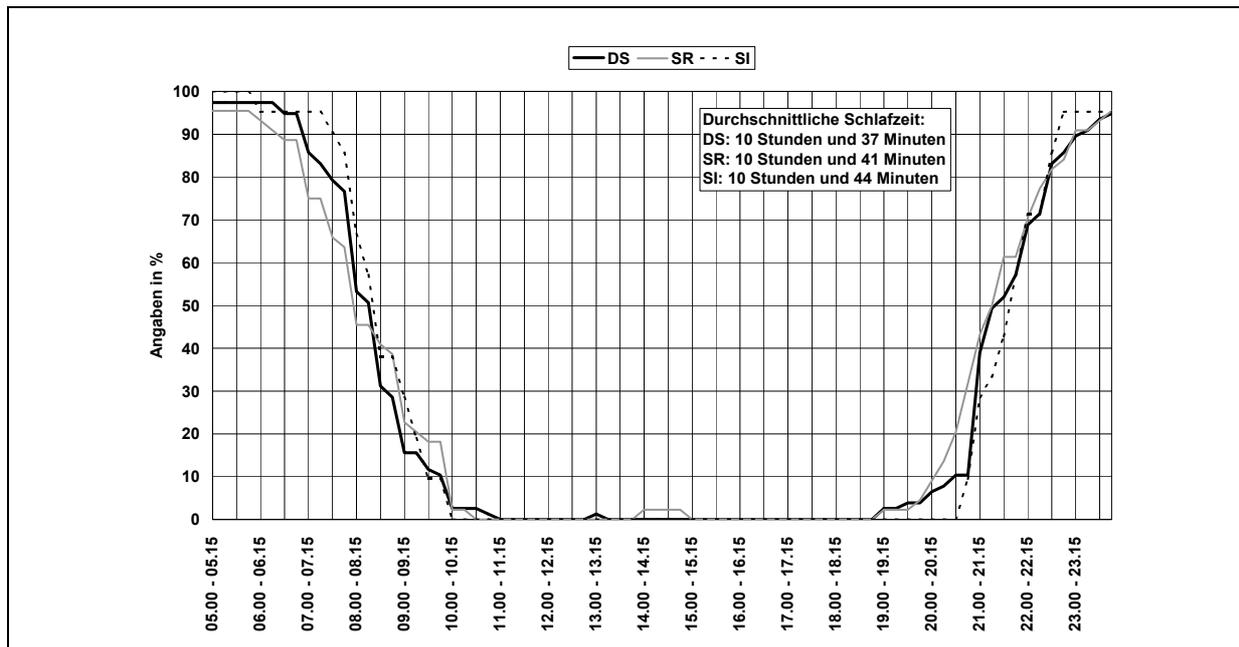


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

¹ Die Rekonstruktion des Vortages mit der befragten Person umfasst lediglich die Zeit zwischen 05:00 Uhr und Mitternacht (siehe Fussnote 1 am Anfang dieses Kapitels). Aus Abbildung 3.1 und 3.2 kann man entnehmen, dass zwischen Mitternacht und 05:00 Uhr praktisch alle Kinder schlafen. Aus diesem Grund haben wir beschlossen, diese 5 „virtuellen“ (d.h. de facto nicht erfragten) Schlafstunden den erhobenen Werten direkt hinzuzufügen. Konkret: gemäss den Angaben schlafen Kinder zwischen 7 und 10 Jahren im Schnitt 5 Stunden und 28 Minuten, in der Realität sind es aber 10 Stunden und 28 Minuten.

Wird der Fokus der Aufmerksamkeit auf das Wochenende gerichtet (Abbildung 2.2), stellt man zunächst erwartungsgemäss fest, dass in allen drei Regionen länger geschlafen wird als werktags. Die Zunahme gegenüber der durchschnittlichen Schlafzeit von Montag bis Freitag beträgt 36 Minuten in der Deutschschweiz, 28 Minuten in der Romandie und nicht weniger als 52 Minuten in der Svizzera italiana. Sind die jungen Svizzero-italiani werktags Kurzschläfer, verwandeln sie sich somit am Wochenende zu Murmeltieren: Im Tessin und italienischsprachigen Graubünden beträgt dann die durchschnittliche Schlafzeit 10 Stunden und 44 Minuten.

Abb. 2.2: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes schlafen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Auch was die Zeit der Bettruhe anbelangt, lassen sich regionale Unterschiede identifizieren: die relative Mehrheit¹ der Kinder der Deutschschweiz und der Romandie legt sich werktags zwischen 21:00 und 21:15 Uhr ins Bett (Deutschschweiz: 18% der Kinder, Romandie: 25%). In der Svizzera italiana erfolgt dies für die relative Mehrheit der Jungen und der Mädchen (22%) erst eine Stunde später. Die Schweizer Hähne zeigen hingegen eine identische Eichung: in allen drei Sprachregionen steht die relative Mehrheit der Kinder zwischen 07:00 und 07:15 Uhr auf (Deutschschweiz: 33%, Romandie: 38%, Svizzera italiana 31%).

Wie sieht es aber am Wochenende aus? Beginnen wir unsere Betrachtung mit dem Aufwachen: In allen drei Sprachregionen ist der Wecker eine Stunde später als werktags gestellt. Die relative

¹ Eine relative Mehrheit bedeutet, dass im betreffenden Zeitabschnitt – verglichen mit allen anderen Zeitabschnitten - die meisten Kinder die betreffende Tätigkeit ausgeführt haben (In diesem Fall Schlafen gehen). Die Anzahl der Kinder die dies im betreffenden Zeitabschnitt tun umfasst aber keine absolute Mehrheit im Sinne von über 50% der Kinder.

Mehrheit der Schweizer Kinder erwacht zwischen 08:00 und 08:15 Uhr (23% in der Deutschschweiz, 18% in der Romandie und 19% in der Svizzera italiana). Thema Bettruhe: In der Deutschschweiz und in der Romandie geht die relative Mehrheit der Kinder wie an einem durchschnittlichen Werktag ins Bett, d.h. zwischen 21:00 und 21:15 Uhr. Auch in der italienischen Schweiz verabschiedet sich die Mehrheit der Kinder zwischen 21:00 und 21:15 vom Tag, d.h. eine Stunde früher als werktags!¹

2.1.2 Soziodemographische Unterschiede

Für die Analyse der soziodemographischen Unterschiede konzentrieren wir uns zuerst auf die ganze Schweiz. Allfällige Differenzen aus der regionalen Auswertung wollen wir bloss herauspicken und kurz kommentieren. Die Betrachtung beschränkt sich dabei auf das Zeitbudget, d.h. auf die Frage, wie viel Zeit für die Tätigkeit „Schlaf“ investiert wird. Auf eine Darstellung der Tageskurve wird verzichtet.

Schlafen werktags

- Es lässt sich ein signifikanter Unterschied zwischen der durchschnittlichen Schlafzeit von Knaben und Mädchen beobachten. Erstere schlafen werktags etwas weniger lange (9 Stunden und 46 Minuten, die Mädchen hingegen 10 Stunden und 12 Minuten). Auf sprachregionaler Ebene ist dieser Unterschied lediglich in der Romandie statistisch signifikant (Knaben: 10 Stunden und 1 Minute, Mädchen: 10 Stunden und 27 Minuten).
- Jüngere Kinder (7-10) schlafen länger als ältere (11-14). Erstere schlafen im Schnitt 10 Stunden und 28 Minuten. Ältere Kinder schlafen „nur“ 9 Stunden und 34 Minuten. Diese Differenz lässt sich in allen drei Regionen identifizieren. Am längsten schlafen die 7- bis 10-Jährigen in der Deutschschweiz (10 Stunden und 35 Minuten), am kürzesten schlafen die 11- bis 14-Jährigen in der Svizzera italiana (9 Stunden und 22 Minuten).
- Kinder aus Familien mit eher tiefem Einkommen schlafen tendenziell länger (10 Stunden und 37 Minuten) als Kinder aus Familien mit eher mittlerem (10 Stunden und 4 Minuten) und diese wiederum länger als Kinder aus Familien mit hohem Einkommen (9 Stunden und 55 Minuten). Diese Tendenz lässt sich in allen Sprachregionen beobachten.
- Einzelkinder schlafen signifikant weniger lange als Kinder, die Geschwister haben. Erstere bleiben werktags für 9 Stunden und 42 Minuten im Bett, Kinder mit einem Bruder oder einer Schwester 10 Stunden und 13 Minuten und Kinder mit zwei oder mehr Geschwistern 10 Stunden und 12 Minuten. Diese Unterschiede sind vor allem in der Deutschschweiz ausgeprägt, während in den zwei übrigen Sprachregionen die Differenzen im Rahmen der statistischen Unschärfe liegen.

Schlafen am Wochenende

- Auf gesamtschweizerischer Ebene stehen die Unterschiede zwischen dem Schlafverhalten der Knaben und der Mädchen genau im Gegensatz zu den beobachteten Differenzen während der Werkstage: Am Wochenende schlafen die Jungen (10 Stunden und 53 Minuten) tenden-

¹ Angesichts der kleinen Stichprobe am Wochenende in der Svizzera italiana sind die Daten, die sich auf den Samstag und den Sonntag beziehen, mit einer gewissen Vorsicht zu geniessen.

ziell länger als die Mädchen (10 Stunden und 24 Minuten). Dieser Unterschied ist besonders ausgeprägt in der italienischen Schweiz, wo die Knaben am Wochenende während nicht weniger als 11 Stunden und 25 Minuten schlafen.

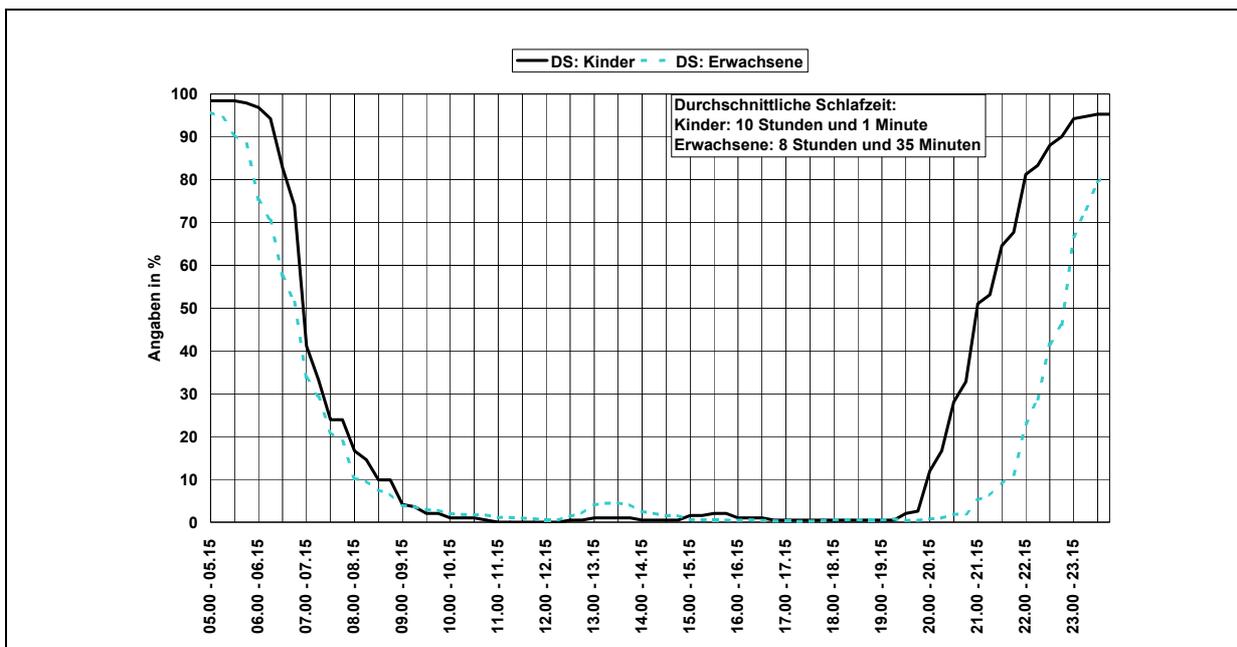
- Der Zusammenhang zwischen Alter und Schlafdauer ist eher schwach und darf lediglich als statistische Tendenz definiert werden. Auch am Wochenende verbringen die jüngeren Kinder am meisten Zeit im Bett (7- bis 10-Jährige: 10 Stunden und 53 Minuten, 11- bis 14-Jährige: 10 Stunden und 25 Minuten).
- Last but not least steht die Dauer des Schlafes am Wochenende in Zusammenhang mit der Frage, ob die Kinder in einer Grosstadt oder in einer eher kleineren Gemeinde wohnen. Kinder, die in Zentren mit 100'000 oder mehr Einwohnern leben, schlafen am Wochenende im Durchschnitt während 11 Stunden und 6 Minuten, Knaben und Mädchen aus kleineren Gemeinden hingegen nur 10 Stunden und 29 Minuten.

Im Allgemeinen kann man somit sagen, dass soziodemographische Differenzen im Zusammenhang mit der Schlafdauer sowohl werktags als auch am Wochenende vorhanden sind.

2.1.3 Das Schlafverhalten der Erwachsenen nach Region

Der Vergleich zum Verhalten der Erwachsenen beschränkt sich auf die Werktage, weil die Frage nach dem Schlafverhalten am Wochenende bei den Erwachsenen nicht erhoben worden ist.

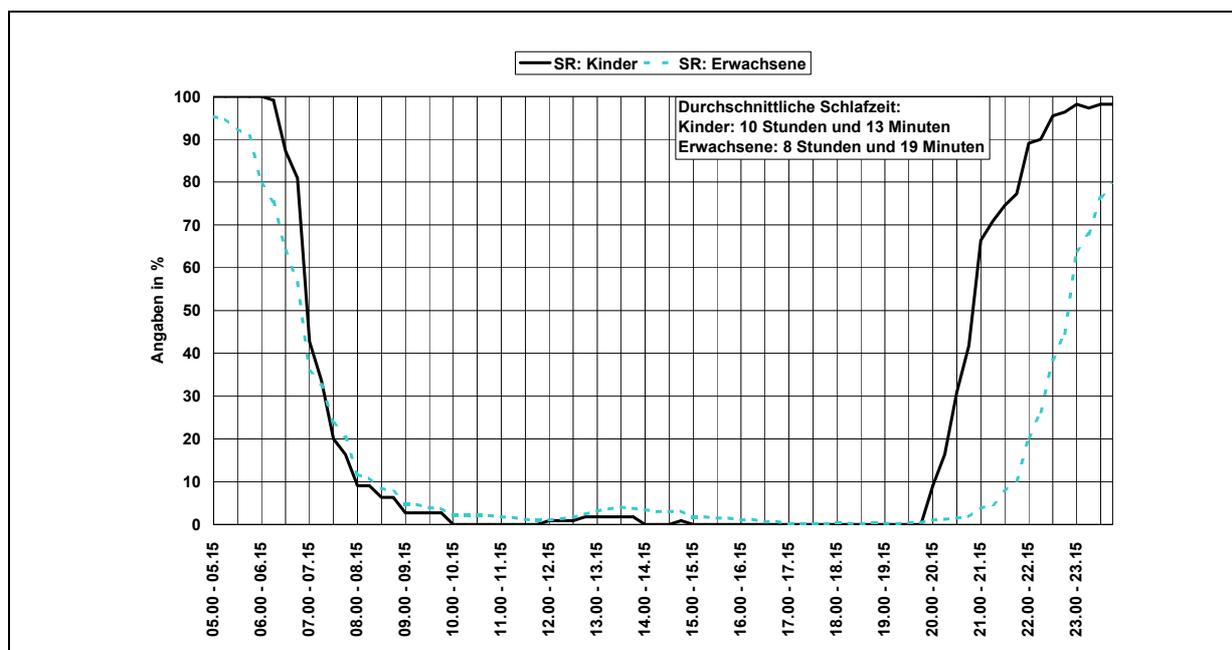
Abb. 2.3: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags schlafen – Angaben für die Deutschschweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

Wie der gesunde Menschenverstand es vermuten lässt (und die Abbildungen 2.3, 2.4 und 2.5 es bestätigen), schlafen die Erwachsenen in allen drei Regionen deutlich weniger lange als die Kinder.¹

Abb. 2.4: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags schlafen – Angaben für die Romandie



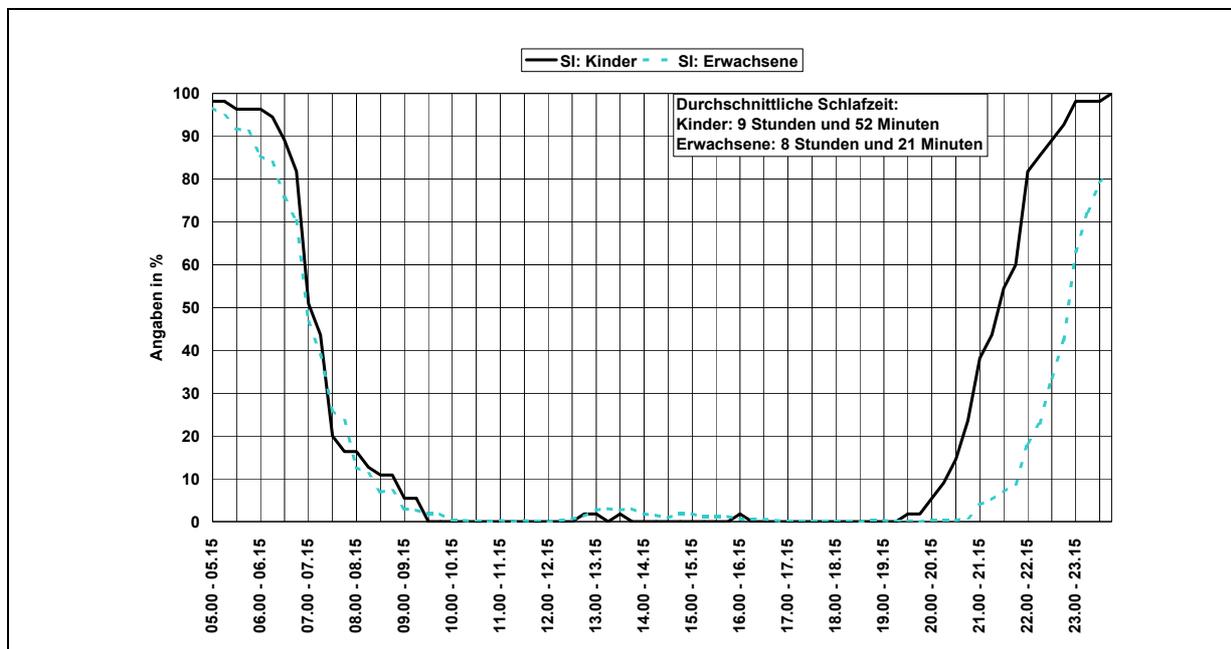
Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Der Unterschied bezüglich der Schlafdauer ist in der Romandie am ausgeprägtesten: Westlich der Saane schlafen die Kinder zwar am längsten, die Erwachsenen bleiben jedoch im interregionalen Vergleich am kürzesten in den Federn, wobei der Unterschied zur Situation in der italienischen Schweiz äusserst klein ist.

In allen drei Sprachregionen geht die relative Mehrheit der Erwachsenen zwischen 23:00 und 23:15 Uhr ins Bett, etwa 2 Stunden später als die Kinder. Interessanterweise steht die absolute Mehrheit der Erwachsenen in derselben Viertelstunde-Spanne wie die absolute Mehrheit der Kinder auf, d.h. zwischen 07:00 und 07:15 Uhr. Das könnte ein Hinweis dafür sein, dass der morgendliche Radiokonsum von Kindern und Eltern in vielen Fällen verschiedene Gemeinsamkeiten aufweist, sprich: identisch ist. Stehen Kinder und Erwachsene zur selben Zeit auf, ist die Annahme, dass sie auch gleichzeitig frühstücken wahrscheinlich nicht völlig ungerechtfertigt.

¹ Mit Erwachsenen sind hier nicht ausschliesslich die in Bezug auf das Verhalten der Kinder befragten Erwachsenen gemeint, sondern alle Erwachsenen der verschiedenen Sprachregionen, also auch diejenigen, die selber keine Kinder haben.

Abb. 2.5: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags schlafen – Angaben für die Svizzera italiana



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene 330 Personen

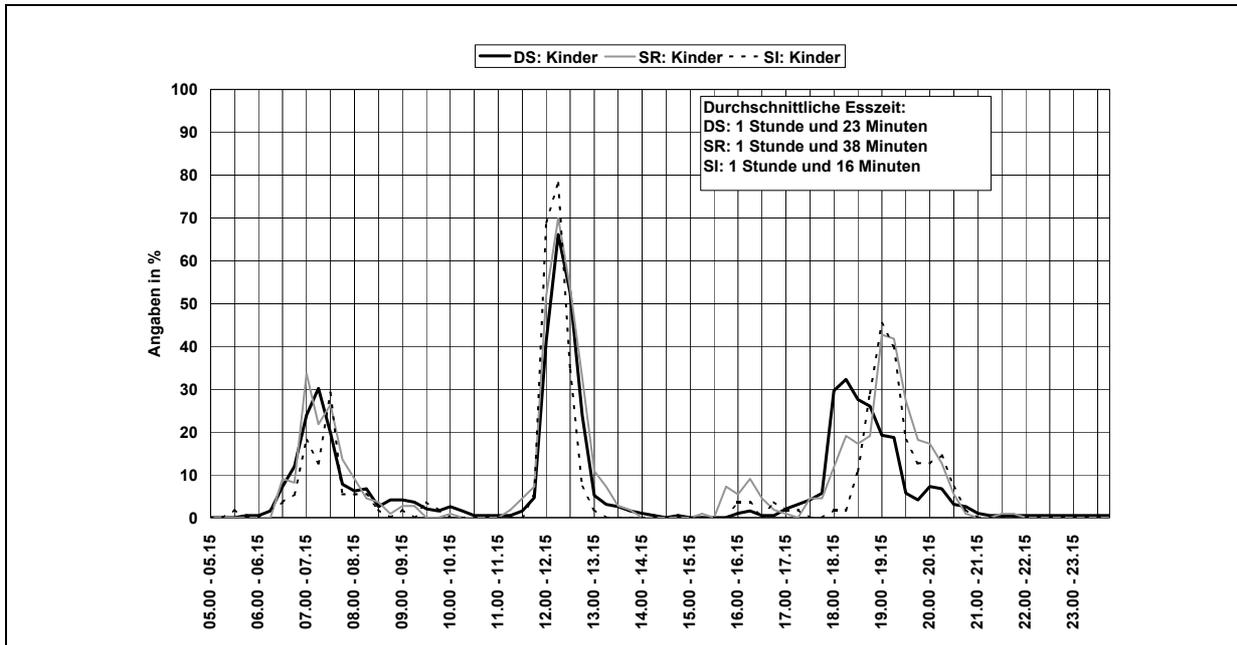
Als Fazit aus diesen Abbildungen lässt sich festhalten, dass sich werktags zwischen den Sprachregionen bei den Kindern deutlichere Unterschiede als bei den Erwachsenen ergeben, was das Schlafen anbelangt.

2.2 Essen zu Hause

2.2.1 Sprachregionale Unterschiede

Werktags gibt es zwischen den Regionen deutliche Unterschiede, was das Zeitbudget in Bezug auf das Essen anbelangt. Die Kinder aus der Romandie bleiben am längsten am Esstisch, im Tagesschnitt über 20 Minuten länger als die Mädchen und Jungen der Svizzera italiana, welche offenbar werktags die Schnell-Esser par excellence darstellen. Die Deutschschweizer verbringen durchschnittlich eine Stunde und 23 Minuten am Esstisch. Unter der Annahme, dass während des Essens Radio gehört (oder TV geschaut) wird und der Entscheid für die Wahl des Programms Sache der Eltern bzw. der Erzieher ist, sind somit die Kinder aus der Romandie der direkten Fremdbestimmung durch die Erwachsenen potenziell am längsten ausgesetzt, was den Konsum der elektronischen Medien anbelangt.

Abb. 2.6: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags essen – Angaben für die drei Sprachregionen



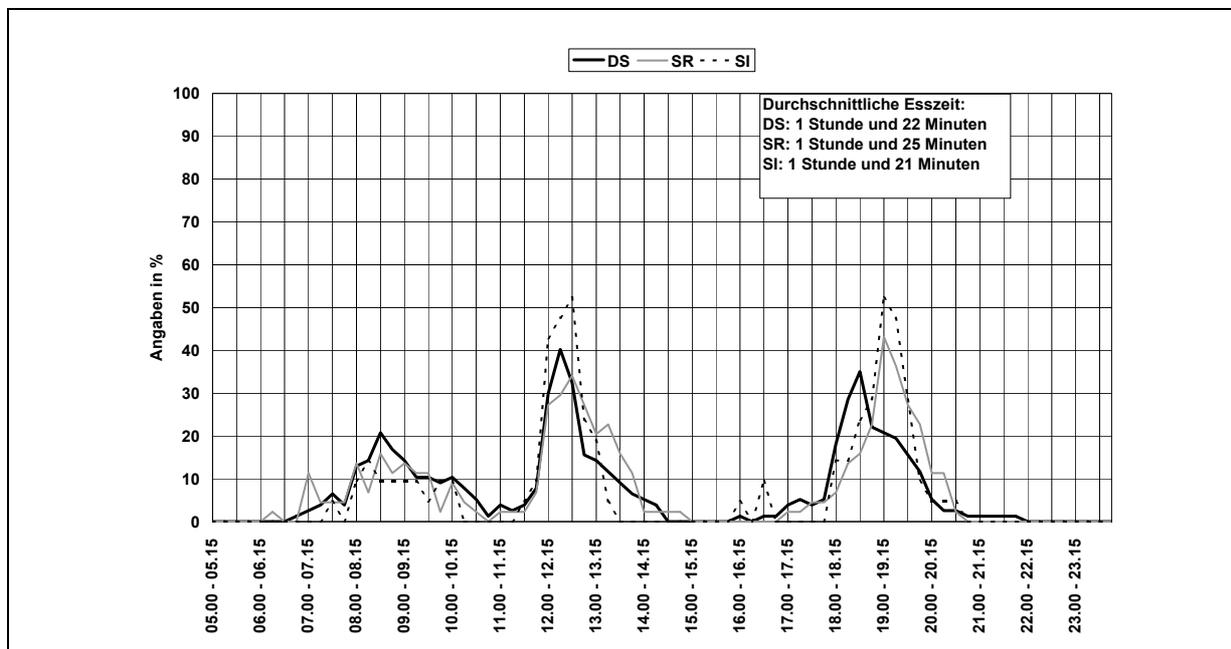
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Betrachtet man nun die verschiedenen Tageskurven (Abbildung 2.6), fällt in erster Linie der Unterschied zwischen der Deutschschweiz und den anderen Sprachregionen am Abend auf. Während in der Svizzera italiana und in der Romandie die relative Mehrheit der Kinder werktags zwischen 19:00 und 19:15 Uhr isst, erfolgt das Abendessen für die relative Mehrheit der Deutschschweizer zwischen 18:15 und 18:30 Uhr. Unter der Perspektive des Radiokonsums bedeutet dies: Am Abend wird in der Deutschschweiz während einer Zeit gegessen, in der Informationssendungen dominieren (Insbesondere das Abendjournal und das Echo der Zeit auf Radio DRS 1). Kleine Unterschiede zwischen den Sprachregionen lassen sich in Bezug auf die Zeit des Frühstücks identifizieren: Die Milch fließt zuerst westlich der Saane in die Flocken: Die relative Mehrheit der Westschweizer Kinder nimmt nämlich das Morgenessen zwischen 07:00 und 07:15 Uhr, fünfzehn Minuten früher als in der Deutschschweiz und eine halbe Stunde früher als in der Svizzera italiana. Diese Zeitstaffelung deckt sich teilweise mit den bereits in Zusammenhang mit dem Schlafen beobachteten Unterschieden.

So gut wie keine Unterschiede gibt es zur Mittagszeit: In allen Ecken der Schweiz nimmt die relative Mehrheit der Kinder ihr Mittagessen zwischen 12:15 und 12:30 Uhr ein.

Richtet man den Fokus der Aufmerksamkeit auf das Wochenende, merkt man, dass die Unterschiede zwischen den Regionen, was die fürs Essen insgesamt investierte Zeit anbelangt, schwinden. Kurz: Am Wochenende bleiben die Kinder in der ganzen Schweiz etwa gleich lang am Tisch (Abbildung 2.7).

Abb. 2.7: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes essen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Die Tageskurve verläuft in allen drei Regionen leicht anders als an einem durchschnittlichen Werktag. Zum einen ist der Anteil der Kindern, die frühstücken, relativ gleichmässig über die Zeit verteilt. Der Peak zwischen 07:00 und 07:45 (je nach Sprachregion) der Werktage verschwindet. Stattdessen lässt sich eine deutlich flachere Kurve erkennen.

Beim Mittagessen kann man in zwei von drei Sprachregionen eine kleine Peak-Verschiebung gegenüber den Werktagen beobachten: Am Wochenende sitzt die relative Mehrheit der Kinder aus der Romandie und der Svizzera italiana zwischen 12:30 und 12:45 Uhr am Tisch, 15 Minuten später also als am Werktag.

Auch am Wochenende isst die relative Mehrheit der Kinder aus der Deutschschweiz früher als die gleichaltrigen Knaben und Mädchen aus den übrigen Sprachregionen des Landes. Dabei essen die Deutschschweizer Kinder etwas später als während der Werktage.

2.2.2 Soziodemographische Unterschiede

Wie schon beim Schlafen beschränken wir auch hier unsere Analyse auf das Zeitbudget, d.h. auf die Frage, wie viel Zeit für die Tätigkeit „Essen“ investiert wird. Auf eine Darstellung der Tageskurve wird verzichtet. Zunächst ein paar Worte über die „Reichweite“ des Essens zu Hause, d.h. über den prozentualen Anteil an Kindern, die werktags und am Wochenende zu Hause essen: Es gibt so gut wie keinen Unterschied zwischen den Regionen. Alle Kinder essen mindestens einmal

pro Tag zu Hause. Wir können uns somit nun der Frage nach der für das Essen investierte Zeit widmen.

Essen werktags

- Es lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Knaben und Mädchen beobachten sowie keine Differenzen in Zusammenhang mit dem Alter der Kinder.
- Am längsten am Tisch bleiben Kinder, über deren Verhalten eine Person Auskunft gegeben hat, die über eine höhere Bildung verfügt (1 Stunde und 46 Minuten).
- Interessanterweise gibt es absolut keinen Zusammenhang mit der Berufstätigkeit der Mutter. Das heisst eine allfällige Hypothese, wonach Kinder erwerbstätiger Mütter werktags auf Grund der beruflichen Beschäftigung der weiblichen Erziehungsperson kürzer am Tisch bleiben, müsste eindeutig verworfen werden.

Essen am Wochenende

- Am Wochenende lässt sich ein deutlicher Zusammenhang mit dem Alter der Kinder beobachten: Jüngere Knaben und Mädchen sitzen länger am Tisch als die 11- bis 14-Jährigen (1 Stunde und 33 Minuten gegenüber 1 Stunde und 13 Minuten). Überdurchschnittlich ausgeprägt ist dieser Unterschied in der Deutschschweiz und in der Svizzera italiana.
- Eine weitere interessante Differenz lässt sich in Zusammenhang mit der Ortsgrösse beobachten: Am Wochenende bleiben Kinder aus grossen Ortschaften (100'000 Einwohner oder mehr) überdurchschnittlich lang am Tisch (1 Stunde und 39 Minuten gegenüber „nur“ 1 Stunde und 7 Minuten bei den Kindern aus kleineren Ortschaften). Dieser Zusammenhang ist vor allem in der Deutschschweiz gegeben, wo erstere 1 Stunde und 46 Minuten fürs Speisen reservieren, während Kinder aus kleineren Gemeinden alles in allem nur 1 Stunde und 3 Minuten für die Befriedigung der kulinarischen Gelüste brauchen.
- Einzelkinder bleiben tendenziell länger am Tisch als Kinder mit einem Geschwisterteil aber vor allem als Kinder mit zwei oder mehr Geschwistern. Wer weder Bruder noch Schwester hat, investiert nämlich am Wochenende 1 Stunde und 29 Minuten für das Essen. Leicht weniger Zeit wird hierfür von Kindern mit einem Bruder oder einer Schwester investiert (1 Stunde und 25 Minuten) und deutlich weniger Zeit von den Kindern mit mindestens 2 Geschwistern (1 Stunde und 2 Minuten).

Als Fazit aus dieser Beobachtung kann man festhalten, dass die Zusammenhänge zwischen soziodemographischen Merkmalen und für das Speisen investierter Zeit vor allem am Wochenende gegeben sind und statistisch signifikanten Charakter aufweisen.

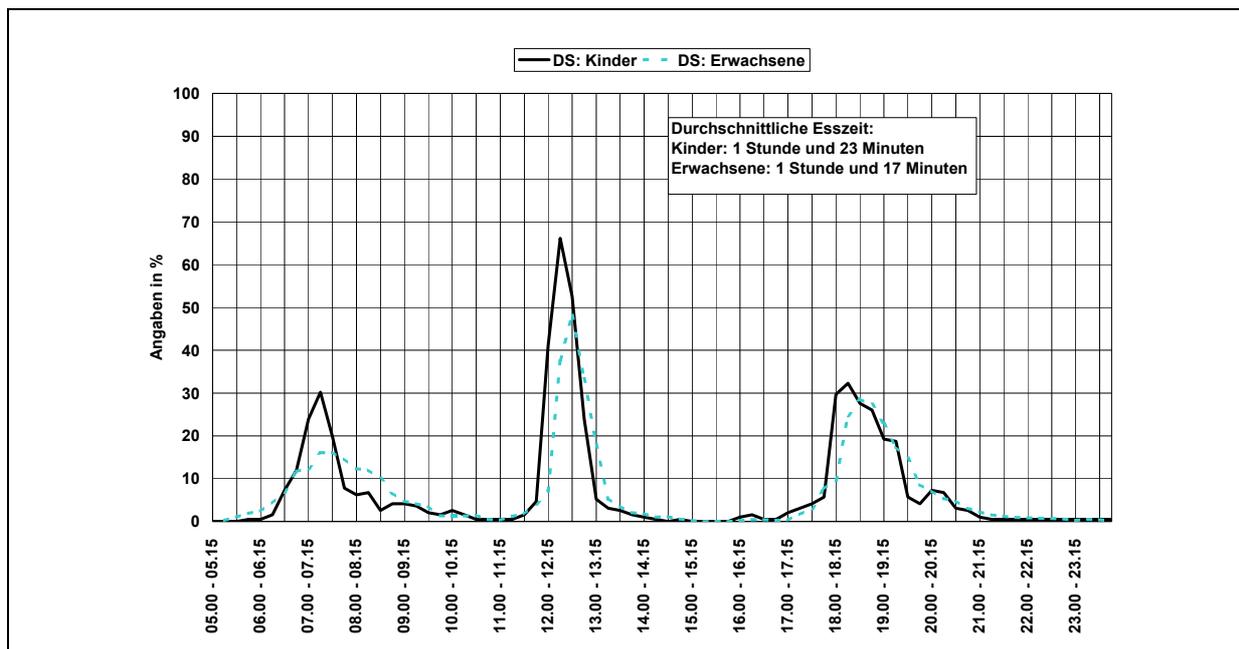
2.2.3 Das Essverhalten der Erwachsenen nach Region

Der Vergleich zum Verhalten der Erwachsenen beschränkt sich auf die Werktage, weil die Frage nach dem Essverhalten am Wochenende bei den Erwachsenen nicht gestellt wurde.

Wie aus den nächsten drei Abbildungen deutlich zu erkennen, wird in allen drei Sprachregionen der Peak des „zu-Tisch-Seins“ bei den Kindern leicht später erreicht als bei den Erwachsenen. Dieses Phänomen ist beim Mittagessen am ausgeprägtesten, lässt sich aber auch in Bezug auf das Frühstück und das Abendessen festhalten.

Im Detail bedeutet dies, dass die relative Mehrheit der Deutschschweizer Kinder zwischen 12:30 und 12:45 Uhr am Mittagstisch sitzt, 15 Minuten früher als die relative Mehrheit der Erwachsenen. Auch am Abend beträgt diese Zeitverschiebung 15 Minuten. Was das Frühstück anbelangt, besteht die interessanteste Besonderheit darin, dass die meisten Kinder zwischen 06:30 und 07:30 Uhr frühstücken, während bei den Erwachsenen die Kurve deutlich flacher verläuft, d.h. es gibt noch recht viele Erwachsene, die erst zwischen 07:30 und 08:30 Uhr Butter und Konfitüre aufs Brot streichen.

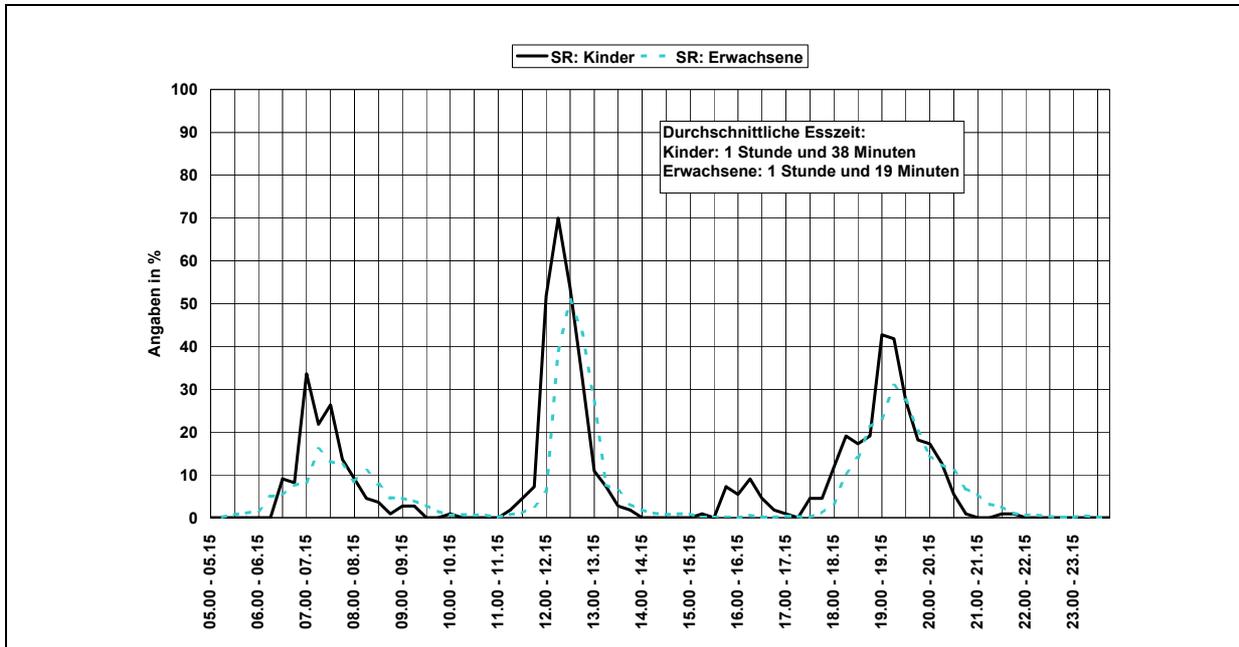
Abb. 2.8: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags essen – Angaben für die Deutschschweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

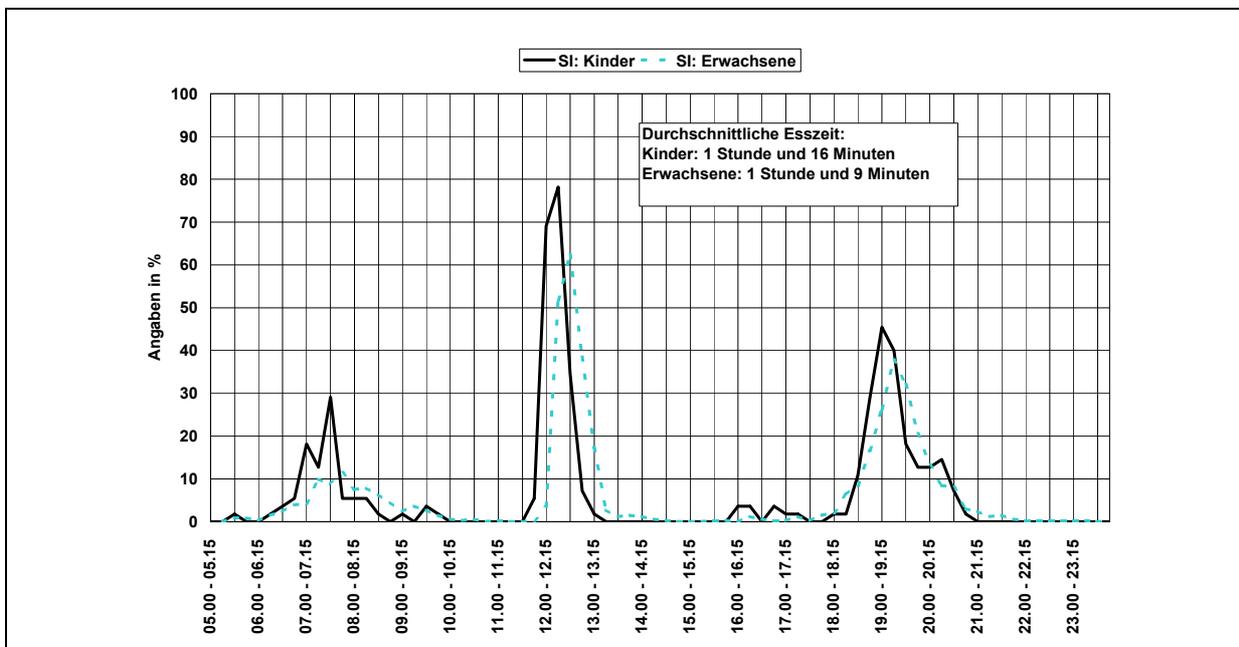
Wie oben bereits skizziert, lassen sich dieselben Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen auch in den zwei übrigen Sprachregionen identifizieren.

Abb. 2.9: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags essen – Angaben für die Romandie



Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
 Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Abb. 2.10: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags essen – Angaben für die Svizzera italiana



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
 Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene: 330 Personen

Eine letzte Besonderheit verdient es, hervorgehoben zu werden: in allen drei Sprachregionen sitzen mehr als 60% der Erwachsenen zwischen 12:15 und 12:30 Uhr am Mittagstisch und zwi-

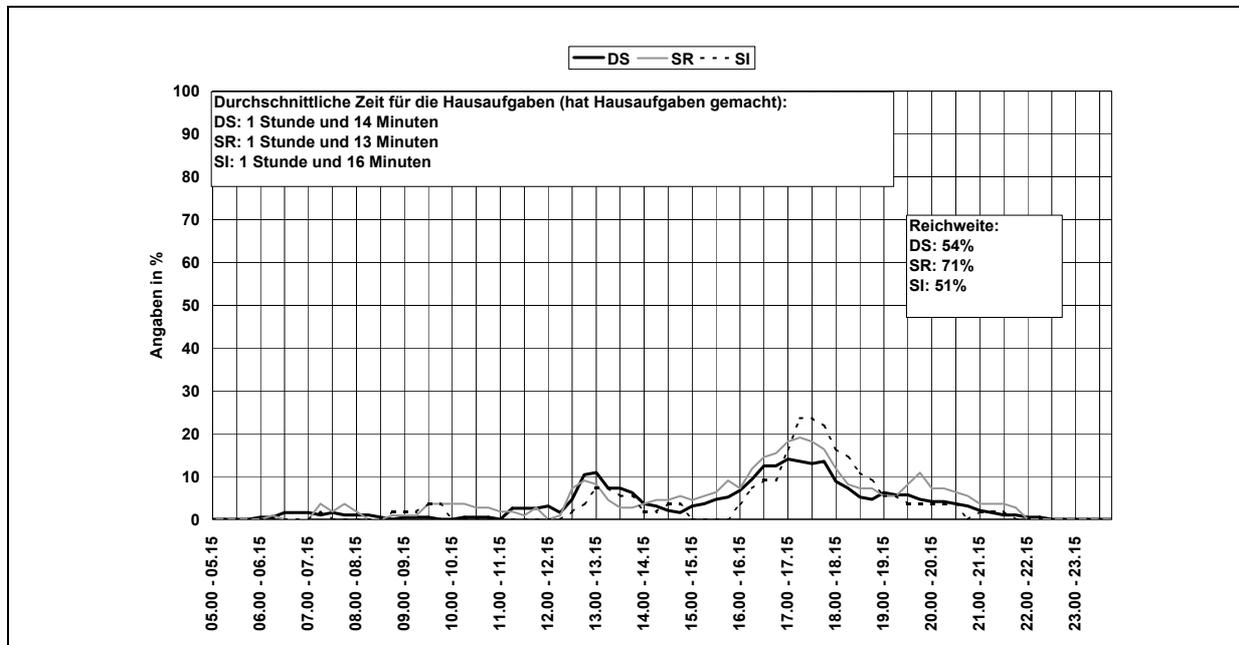
schen 12:30 und 12:45 Uhr mehr als 50% der Kinder zwischen 7 und 14 Jahre. Hier besteht ein recht grosses Potential für auditive Medien, viele Personen auf einmal zu erreichen (Erwachsene und Kinder).

2.3 Hausaufgaben machen

2.3.1 Sprachregionale Unterschiede

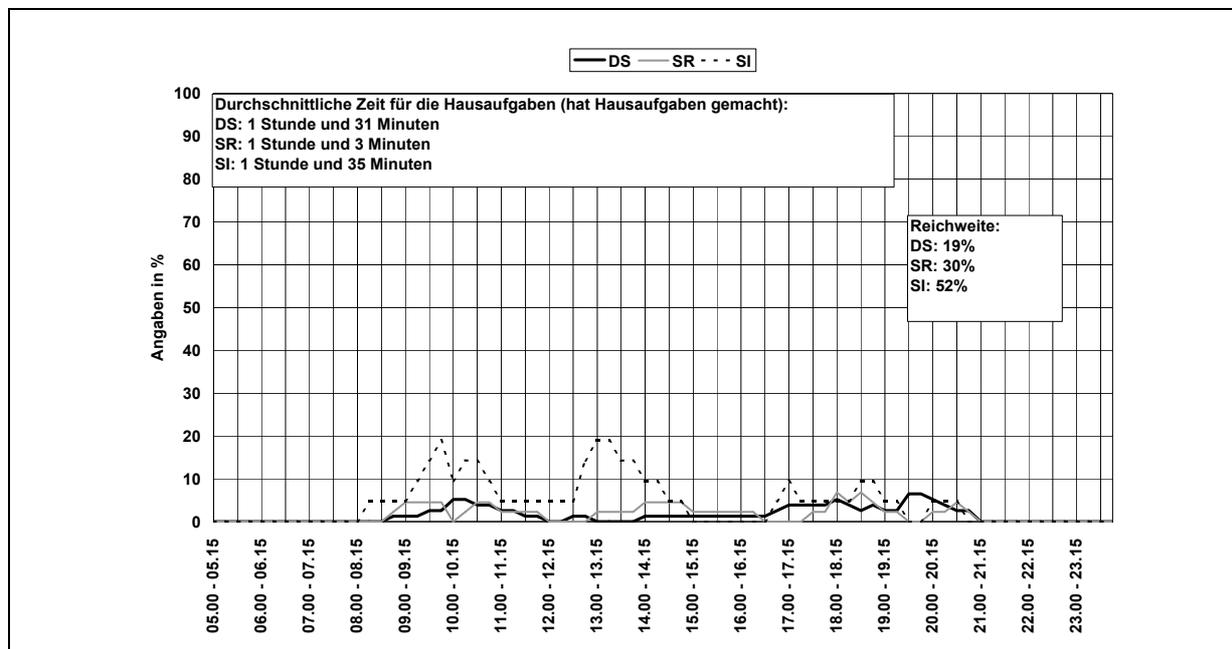
Wie aus Abbildung 2.11 ersichtlich, beugen sich werktags die Kinder, die Hausaufgaben erledigen müssen, im Durchschnitt etwa 1 Stunde und 15 Minuten über Bücher und Schulhefte – dies in allen drei Sprachregionen des Landes. Unterschiede lassen sich jedoch beobachten in Bezug auf die Anzahl Kinder, die werktags überhaupt Hausaufgaben machen bzw. machen müssen. Während in der Deutschschweiz und südlich der Alpen ungefähr die Hälfte der Kinder zu Hause für die Schule arbeitet, ist dieser Anteil in der Romandie deutlich höher: werktags sind nicht weniger als 71% der Knaben und Mädchen zwischen 7 und 14 Jahren mit Hausaufgaben beschäftigt. Was die Verteilung der Erledigung der Schulaufgaben über den Tag anbelangt, lässt sich erwartungsgemäss in allen Sprachregionen eine Konzentration auf die Zeitspanne zwischen 16:00 und 18:30 Uhr beobachten.

Abb. 2.11: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Hausaufgaben erledigen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Abb. 2.12: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes Hausaufgaben erledigen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Betrachtet man das Verhalten am Wochenende (Abbildung 2.12), so lassen sich mehrere Unterschiede zwischen den Regionen identifizieren. Zum einen: Schulaufgaben machen am Wochenende ist eher Sache der Kinder aus dem lateinischen Teil des Landes. Nur 19% der Deutschschweizer Kinder widmen sich nämlich den Hausaufgaben am Samstag und Sonntag, wohingegen dies 30% der Kinder aus der Romandie und gar 52% der Kinder aus der Svizzera italiana tun. Zum anderen: Sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Svizzera italiana investieren diejenigen Kinder, welche Hausaufgaben machen dafür mehr Zeit am Wochenende als an einem durchschnittlichen Tag zwischen Montag und Freitag. Was den Tagesverlauf anbelangt, fällt der Peak der Svizzera italiana am Morgen und zur Mittagszeit auf. Angesichts der kleinen Anzahl Fälle sollte diese Information – wie alle Angaben, die sich auf die Svizzera italiana am Wochenende beziehen – nicht überbewertet werden.

2.3.2 Soziodemographische Unterschiede

Wie die Leserin bzw. der Leser schon auf Grund der eigenen Schulerfahrung vermuten kann, ist die relevante Variable in Zusammenhang mit den soziodemographischen Unterschieden bei der für die Schulaufgaben verbrachte Zeit das Alter.

Hausaufgaben werktags

- Hausaufgaben sind eher Sache der Kinder in adoleszentem Alter: 69% der 11- bis 14-Jährigen müssen werktags Schulaufgaben zu Hause erledigen. Dieser Anteil beträgt bei den 7- bis 10-Jährigen 50%. Auch in Bezug auf die Dauer der damit verbrachten Zeit gibt es statistisch signifikante Unterschiede: 11- bis 14-jährige Kinder verbringen mehr Zeit mit Hausaufgaben als jüngere Knaben und Mädchen (in der ganzen Schweiz: 11- bis 14-Jährige: 1 Stunde und 26 Minuten gegenüber 59 Minuten bei den 7- bis 10-Jährigen; bei der Berechnung dieser Durchschnittswerte wurden nur Kinder berücksichtigt, die überhaupt Hausaufgaben gemacht haben). Auf sprachregionaler Ebene lässt sich dieser Unterschied in der Deutschschweiz und in der Svizzera italiana identifizieren, in der Romandie jedoch nicht.

Hausaufgaben am Wochenende

- Auch am Wochenende verbringen leicht überdurchschnittlich viele Kinder im Alter zwischen 11 und 14 Jahren einen Teil ihrer Zeit mit Hausaufgaben. Während nur 14% der 7- bis 10-Jährigen einen Bleistift in die Hand nehmen, erledigen 32% der älteren Kinder Aufgaben für die Schule. Was die dafür investierte Zeit anbelangt, lassen sich jedoch keine statistisch signifikanten Unterschiede beobachten.

Selbstverständlich wird in diesem Unterkapitel dem Vergleich zwischen dem Verhalten der Kinder und demjenigen der Erwachsenen kein separater Abschnitt gewidmet. Das Fazit, welches sich aus diesem Unterkapitel ziehen lässt, ist, dass Kinder, welche zu Hause die Schulaufgaben erledigen, im Allgemeinen zwischen einer und anderthalb Stunden dafür aufwenden. Dies wirkt sich auf den Medienkonsum so aus, dass das potenzielle tägliche Zeitbudget für die Nutzung von visuellen Medien damit um etwa 90 Minuten schrumpft, dasjenige für den Konsum von auditiven Medien wahrscheinlich nicht (man kann ja die Hausaufgaben machen mit Musik im Hintergrund, man kann jedoch kaum Mathematik-Gleichungen lösen und zugleich die Simpsons aufmerksam am Fernsehen verfolgen oder sich im Bravo über das Privatleben von Britney Spears informieren).

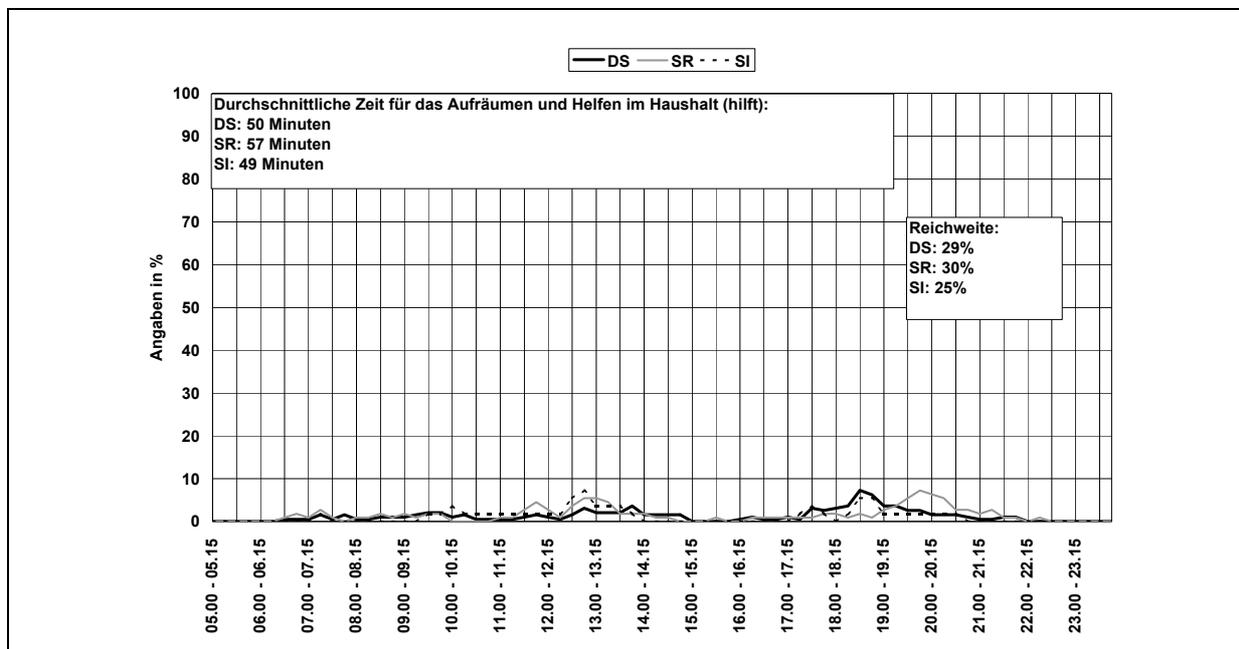
2.4 Aufräumen, im Haushalt helfen

2.4.1 Sprachregionale Unterschiede

Aufräumen und im Haushalt helfen sind zwei Tätigkeiten, die sich mit der Benutzung von visuellen Medien eher schlecht vereinbaren lassen. Wer im Haushalt hilft, wird während derselben Zeit kaum Zeitung lesen oder entspannt fernsehen können. Der Radiokonsum als begleitende Tätigkeit lässt sich hingegen bestens in Einklang bringen mit dem Besenschwingen oder dem Geschirrspülen. Mit anderen Worten: Wer im Haushalt hilft, verfügt über das Zeit-Potenzial, um Radio oder andere auditiven Medien zu konsumieren. Das gesamte Zeitbudget, d.h. die potenziell zur Verfügung stehende Zeit, um Zeitungen oder Zeitschriften zu lesen bzw. vor dem Fernsehapparat sitzen zu können, ist jedoch möglicherweise schmaler.

Wie aus Abbildung 2.13 ersichtlich, hilft werktags etwa ein Drittel der Kinder im Haushalt. Grosse Unterschiede zwischen den Sprachregionen lassen sich dabei nicht ermitteln. Wer zu Hause die Eltern tatkräftig bei den kleinen Arbeiten im Haushalt unterstützt, tut dies während 50 Minuten bis 1 Stunde. Auch diesbezüglich sind die Unterschiede zwischen den Regionen minimal. Was den Verlauf der Tageskurve anbelangt, wird vor allem kurz nach dem Mittagessen und kurz nach dem Abendessen geholfen. Abends helfen die Kinder in der Romandie etwa eine Stunde später als die Deutschschweizer und die Svizzero-italiani. Diese Zeitverschiebung entspricht ziemlich genau der Zeitverschiebung, die man in Bezug auf die Zeit des Abendessens im Unterkapitel 3.2 beobachtet hat.

Abb. 2.13: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags im Haushalt den Erwachsenen helfen – Angaben für die drei Sprachregionen

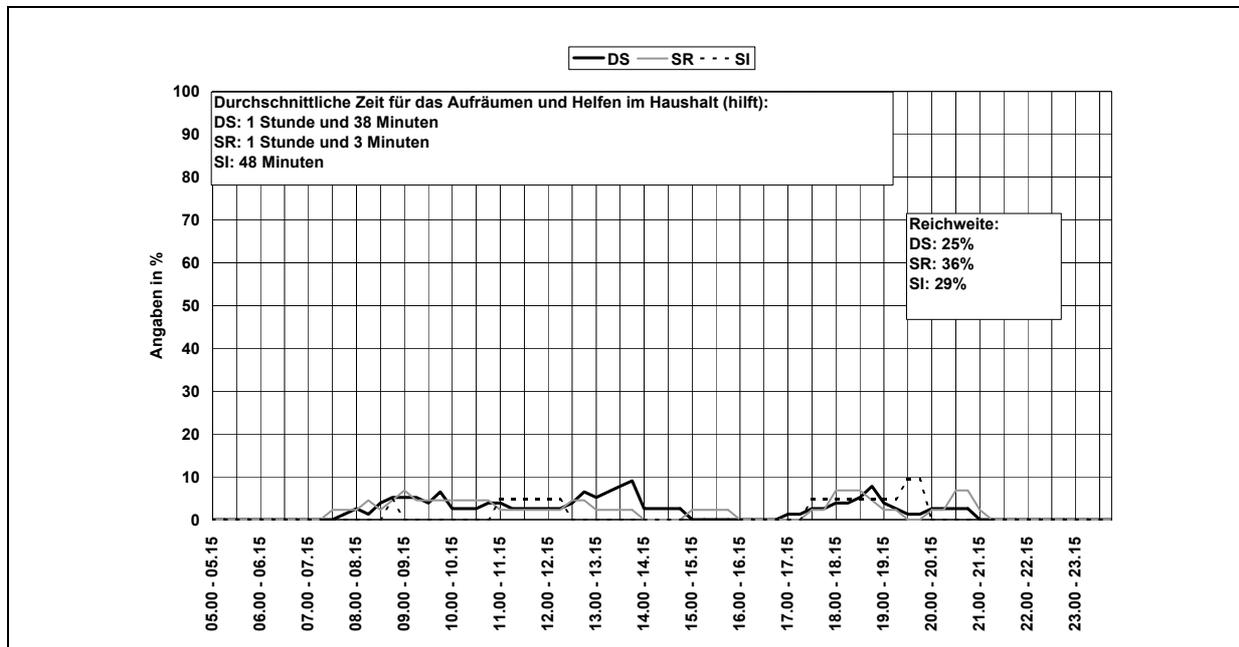


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Am Wochenende ändert sich in den verschiedenen Sprachregionen der prozentuale Anteil an Kindern, die im Haushalt helfen, gegenüber den Werktagen nur unwesentlich.

Kinder, welche am Wochenende helfen, machen dies aber für längere Zeit als die hilfsbereiten Kinder der Werktage es tun. Einzig in der Svizzera italiana, wo jedoch die Fallzahl eher beschränkt ist, stellt man so gut wie keine Veränderungen gegenüber den Werktagen fest.

Abb. 2.14: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes im Haushalt den Erwachsenen helfen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

2.4.2 Soziodemographische Unterschiede

Was die einfache Frage anbelangt, ob im Haushalt überhaupt geholfen wird, lassen sich einige Zusammenhänge mit den verschiedenen soziodemographischen Merkmalen beobachten: Zum einen helfen werktags überdurchschnittlich viele Kinder, die einen Elternteil haben, der über eine höhere Bildung verfügt, überdurchschnittlich viele Einzelkinder sowie überdurchschnittlich viele 11- bis 14-Jährige. Zum anderen gibt es am Wochenende keine Zusammenhänge mit den verschiedenen soziodemographischen Merkmalen.

Fokussiert man die Aufmerksamkeit auf die Zeit, die hilfsbereite Kinder für das Aufräumen und Helfen im Haushalt investieren, lässt sich einzig ein signifikanter Zusammenhang identifizieren: am Wochenende helfen die älteren Kinder für überdurchschnittlich lange Zeit im Haushalt mit. Im Detail lassen sich somit werktags und am Wochenende folgende Besonderheiten feststellen:

Aufräumen und im Haushalt helfen werktags

- 46% der Kinder, deren befragter Elternteil über einen höheren Bildungsabschluss verfügt, helfen im Haushalt mit. Dieser Anteil beträgt 29% bei den Kindern, deren befragter Elternteil nur über den obligatorischen Schulabschluss verfügt und 26%, wenn der befragte Elternteil die Berufsschule besucht hat.
- Bei den Kindern, die werktags im Haushalt mithelfen, ragen die Einzelkinder heraus. 37% der Einzelkinder helfen im Haushalt mit. In den Familien, in welchen zwei Kinder leben, hel-

fen nur 24% der Kinder. Last but not least helfen nur 26% der Kinder mit mehreren Geschwistern werktags im Haushalt mit.

Aufräumen und im Haushalt helfen am Wochenende

- Bei den Kindern, die am Wochenende im Haushalt überhaupt helfen, fallen die 11- bis 14-Jährigen als besonders arbeitsam auf. Sie bemühen sich im Haushalt im Durchschnitt während 1 Stunde und 37 Minuten. In der jüngeren Altersklasse wird hingegen lediglich während 58 Minuten geholfen.

Diese Zahlen zeigen, dass das Helfen im Haushalt eher Sache der älteren Kinder und der Einzelkinder ist und dass der Anteil derjenigen, die werktags oder am Wochenende Besen oder Putzlappen in die Hände nehmen, alles in allem recht stabil ist.

2.5 Spielen, Freizeit zu Hause

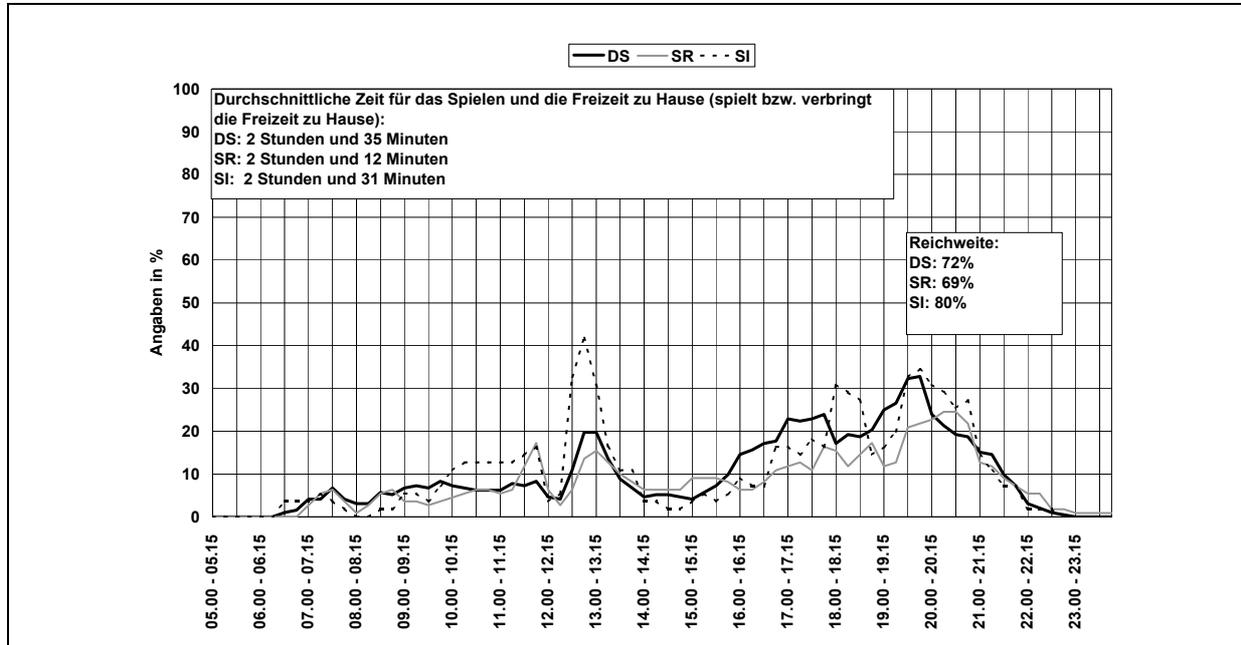
2.5.1 Sprachregionale Unterschiede

Auch in diesem Falle haben wir es mit einer typischen Tätigkeit zu tun, die sich mit dem Radiohören bestens in Einklang bringen lässt.

Eine vergleichende Beobachtung der nächsten beiden Abbildungen zeigt zunächst, dass in allen drei Regionen der Schweiz eine deutliche Mehrheit der Kinder werktags und am Wochenende spielt. Überdurchschnittlich viele Kinder in der italienischen Schweiz spielen bzw. verbringen im Allgemeinen einen Teil ihrer Freizeit zu Hause (80% werktags bzw. 81% am Wochenende). In der Deutschschweiz und in der Romandie sind es hingegen leicht mehr als 20% der Knaben und Mädchen, die gar nicht spielen bzw. keine Freizeit zu Hause verbringen. Interessanterweise ist der Anteil der Kinder, die überhaupt spielen, werktags und am Wochenende in etwa gleich gross – und dies überall in der Schweiz. Misst man die effektive Spielzeit, d.h., betrachtet man, wie viel Zeit die Kinder, die überhaupt spielen, mit Subbuteo, Barbie, Stratego, Lego oder anderen Spielen verbringen, beträgt sie werktags in allen Regionen deutlich mehr als 2 Stunden und am Wochenende deutlich mehr als 3 Stunden. Besonders bemerkenswert ist die Zunahme der Spielzeit bzw. der Freizeit zu Hause in der Deutschschweiz am Wochenende. Mit durchschnittlich 4 Stunden und 18 Minuten sind die Mädchen und Jungen der Deutschschweiz am Wochenende regelrechte Spielprofis bzw. verbringen recht viel Zeit zu Hause!

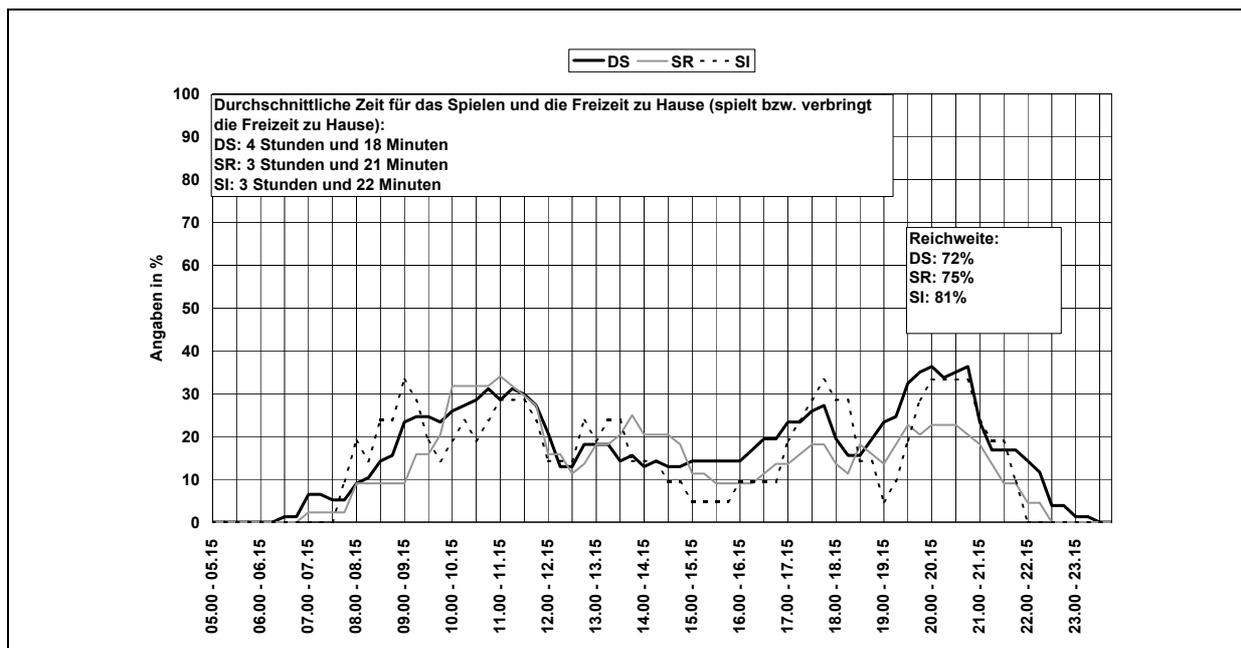
Aus einer Analyse des Kurvenverlaufs der Spielzeit bzw. der Freizeit zu Hause am Werktag (Abbildung 2.15) geht das Primat der Abendzeit hervor; die höchsten Peaks sind nämlich zwischen 19:30 und 20:30 Uhr zu verzeichnen. Auffällig ist aber auch die Tatsache, dass etwa 40% der Kinder der Svizzera italiana zwischen 12:45 und 13:00 Uhr spielen bzw. anderswie die Freizeit zu Hause verbringen. Es handelt sich dabei um ein Phänomen, welches diese deutlich von ihren Gleichaltrigen der anderen Sprachregionen unterscheidet.

Abb. 2.15: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags zu Hause spielen oder ihre Freizeit anderswie verbringen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Abb. 2.16: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes zu Hause spielen oder ihre Freizeit zu Hause anderswie verbringen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Am Wochenende (Abbildung 2.16) konzentriert sich das Spielen der Kinder bzw. die Freizeit zu Hause auf zwei Tageszeiten: auf den späten Morgen und – wie bereits werktags beobachtet – auf den Abend zwischen 19:30 und 20:30 Uhr. Dabei ist der Anteil Kinder, die am Abend spielen oder ihre Freizeit zu Hause anderswie verbringen, in der Romandie und in der Svizzera italiana grösser als in der Deutschschweiz.

2.5.2 Soziodemographische Unterschiede

Wie zu erwarten, stehen die meisten soziodemographischen Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter der Kinder, aber nicht nur! Eine statistisch signifikante Beziehung zur Frage nach der Anzahl Kinder im Haushalt kann identifiziert werden sowie ein schwacher Zusammenhang mit der Ortsgrösse. Wird der Fokus der Aufmerksamkeit nur auf diejenigen Kinder gerichtet, die spielen bzw. anderswie ihre Freizeit zu Hause verbringen, lassen sich ein paar Unterschiede in Bezug auf die Hördauer identifizieren. Als besonders interessant erweist sich aber ein weiterer Aspekt: Am Wochenende gibt es bezüglich des Spielens bzw. der Freizeit zu Hause keine Unterschiede zwischen den verschiedenen soziodemographischen Kategorien.

Spielen und Freizeit zu Hause werktags

- 80% der Kinder zwischen 7 und 10 Jahren spielen an einem Werktag zu Hause während mindestens 15 Minuten. Bei den 11- bis 14-Jährigen beträgt dieser Anteil 64%. Was die durchschnittliche Spieldauer bzw. Freizeit zu Hause anbelangt, lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den zwei Alterskategorien beobachten.
- Einzelkinder spielen (bzw. verbringen ihre Freizeit anderswie zu Hause) weniger als Kinder mit Geschwistern. Der prozentuale Anteil an Einzelkindern, die an einem durchschnittlichen Werktag spielen (bzw. ihre Freizeit zu Hause anderswie verbringen), beträgt 67%, bei den Kindern mit einem Bruder oder einer Schwester 72% und in den Haushalten, wo drei oder mehr Kinder leben, 84%. Betrachtet man die Zeit, die die Kinder für das Spielen investieren, lassen sich jedoch keine statistisch signifikanten Unterschiede feststellen.
- 76% der Kinder, die in einer Gemeinde mit 100'000 Einwohnern oder mehr wohnen, spielen an einem durchschnittlichen Werktag während mindestens 15 Minuten zu Hause bzw. verbringen ihre Freizeit „anderswie“ zu Hause. Dieser Anteil beträgt bei den Kindern aus kleineren Gemeinden 66%. Auch in diesem Fall lassen sich keine Unterschiede in Bezug auf die Spieldauer feststellen.
- Betrachtet man nur die Spieldauer der Kinder, die überhaupt spielen, zeigen die Mädchen (2 Stunden und 44 Minuten) leicht mehr Spielfreude als die Knaben (2 Stunden und 14 Minuten).

Als Fazit kann man festhalten, dass es werktags keinen Unterschied zwischen jüngeren und älteren Kindern in Bezug auf die Spieldauer bzw. auf die zu Hause verbrachte Freizeit gibt. Es gibt jedoch unter den Kindern in em Alter einen grösseren Anteil an Jungen und Mädchen, die nicht (mehr) spielen bzw. die ihre Freizeit nicht zu Hause verbringen.

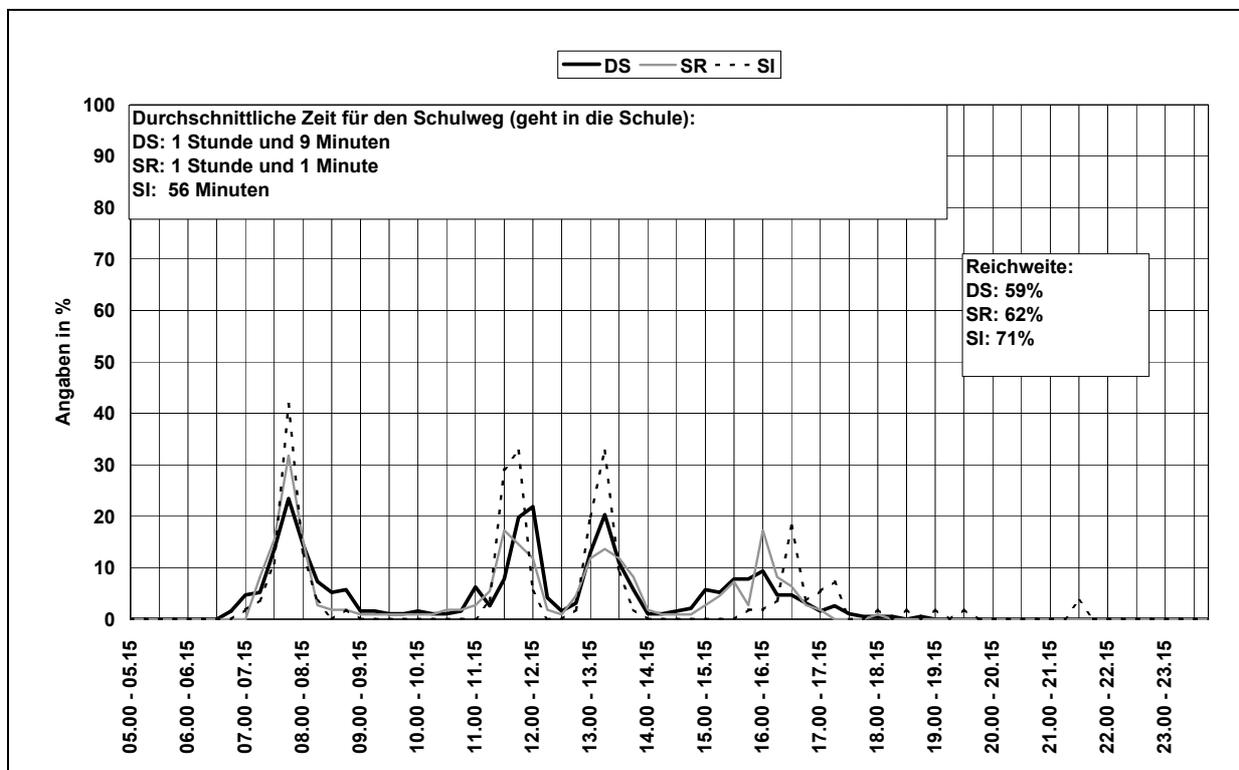
2.6 Schulweg

2.6.1 Sprachregionale Unterschiede

Die Kompatibilität zwischen Schulweg und Medienkonsum ist wahrscheinlich eher gering: Während einer Busfahrt fernzusehen, ist ein technisch relativ schwer zu bewältigendes Unterfangen; auf dem Fahrrad sitzend ein Video anzuschauen ebenfalls. Zeitungen unterwegs zu lesen (z.B. im Bus), ist möglicherweise eher Sache der älteren Adoleszenten als der 7- bis 14-Jährigen. Eher wahrscheinlich ist hingegen der Konsum von Musik ab Tonträger oder Radio. Kurz: Auch in Zusammenhang mit dem Schulweg erweisen sich die auditiven Medien als diejenigen, deren potentielles Zeitbudget durch die konkurrierende Tätigkeit am wenigsten leidet.

An dieser Stelle möchten wir die Leserin und den Leser darauf aufmerksam machen, dass die Angaben zu dieser Frage – vor allem in Bezug auf den Tagesverlauf – mit einer gewissen Vorsicht zu geniessen sind, da – wie bereits ein paar Mal erwähnt – einige Interviews während der Ferienzeit durchgeführt wurden, was natürlich die Verlaufskurve eines durchschnittlichen Werktags verzerrt. Aus diesem Grund ist unserer Meinung nach die informativste und stabilste Information diejenige über die durchschnittliche Zeit, die die Kinder für den Schulweg brauchen. Sie ist angesichts unserer Relativierung um einiges aussagekräftiger als die Angabe in Bezug auf die Personen, die die Tätigkeit überhaupt unternommen haben („Reichweite“).

Abb. 2.17: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags unterwegs auf dem Schulweg sind – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Wie aus Abbildung 2.17 ersichtlich, verbringen die Kinder aller drei Regionen ungefähr eine Stunde pro Tag auf dem Schulweg. Die Kinder der Svizzera italiana verbringen dennoch leicht weniger Zeit auf dem Schulweg als ihre gleichaltrigen Kolleginnen und Kollegen der Deutschschweiz und der Romandie. Die Zeitabschnitte, in der die meisten Knaben und Mädchen mit dem Ziel „Bildungsstätte“ bzw. „Zuhause“ unterwegs sind, lassen sich wie folgt zusammenfassen: 07:45 - 08:00 Uhr, 11:45 - 12:00 Uhr und 13:15 - 13:30 Uhr. Abends lassen sich leichte sprachregionale Unterschiede identifizieren: In der Deutschschweiz und in der Romandie geht die relative Mehrheit der Kinder zwischen 16:00 und 16:15 Uhr nach Hause, in der Svizzera italiana etwas später: erst zwischen 16:30 und 16:45 Uhr.

Was die Länge des Schulwegs bzw. die auf dem Schulweg verbrachte Zeit anbelangt, lassen sich keine soziodemographischen Unterschiede identifizieren.

2.7 Schulzeit

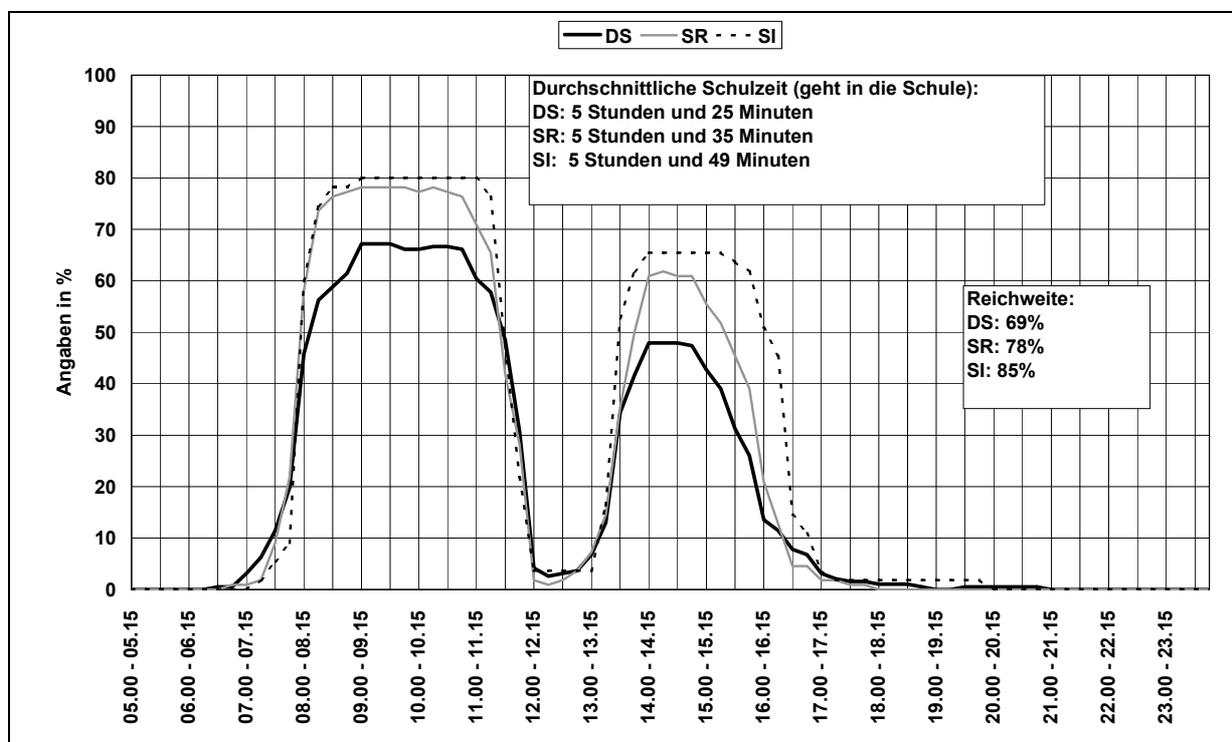
2.7.1 Sprachregionale Unterschiede

Die Bemerkungen des vorhergehenden Unterkapitels in Bezug auf die Inkompatibilität zwischen der vorgestellten Tätigkeit und dem Medienkonsum gelten hier umso mehr: Wer die Schulbank drückt, wird wohl nicht zeitgleich das Radiohören oder die Zeitung lesen. Die Schulzeit stellt somit eines jener Elemente dar, die das potentielle Zeitbudget für den Medienkonsum deutlich reduzieren.

Abbildung 2.18 zeigt deutlich, was jeder von uns aus persönlicher Erfahrung schon weiss: die Grossmehrheit der Kinder sitzt zwischen 08:00 und 11:30 Uhr in der Schule sowie zwischen 13:30 und 15:30 Uhr. Dass die Reichweite in keiner Region 100% beträgt, ist auf die bereits erwähnte Tatsache des Befragungszeitraumes zurückzuführen: einige Informationen wurden während der Ferienzeit erhoben. Dass am Nachmittag die Tagesverlaufskurve nicht so hoch wie am Vormittag ist, erklärt sich hingegen durch schulfreie Nachmittage.

Was die Dauer des täglichen Schulbesuches anbelangt, drücken die Kinder der drei verschiedenen Sprachregionen zwischen 5 Stunden und 30 Minuten und 6 Stunden die Schulbank. Unter dem Gesichtspunkt des Medienkonsums bedeutet dies eine erhebliche Reduktion der möglichen Nutzungszeit während eines Werktags. Interessanterweise bleiben die Schüler der Deutschschweiz am längsten in der Schule, diejenigen der Svizzera italiana hingegen am wenigsten lange.

Abb. 2.18: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags in der Schule sind – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

2.7.2 Soziodemographische Unterschiede

Die soziodemographischen Unterschiede betreffen einzig die Dauer der in der Schulklasse verbrachten Zeit und – wie leicht zu erraten ist – stehen mit dem Alter in Zusammenhang. Jüngere Mädchen und Knaben (7 bis 10 Jahre alt) verbringen im Tagesschnitt 5 Stunden und 16 Minuten in der Schulklasse, 11- bis 14-Jährige hingegen 6 Stunden und 14 Minuten.

2.8 Draussen spielen, mit Freunden unterwegs ausser Haus

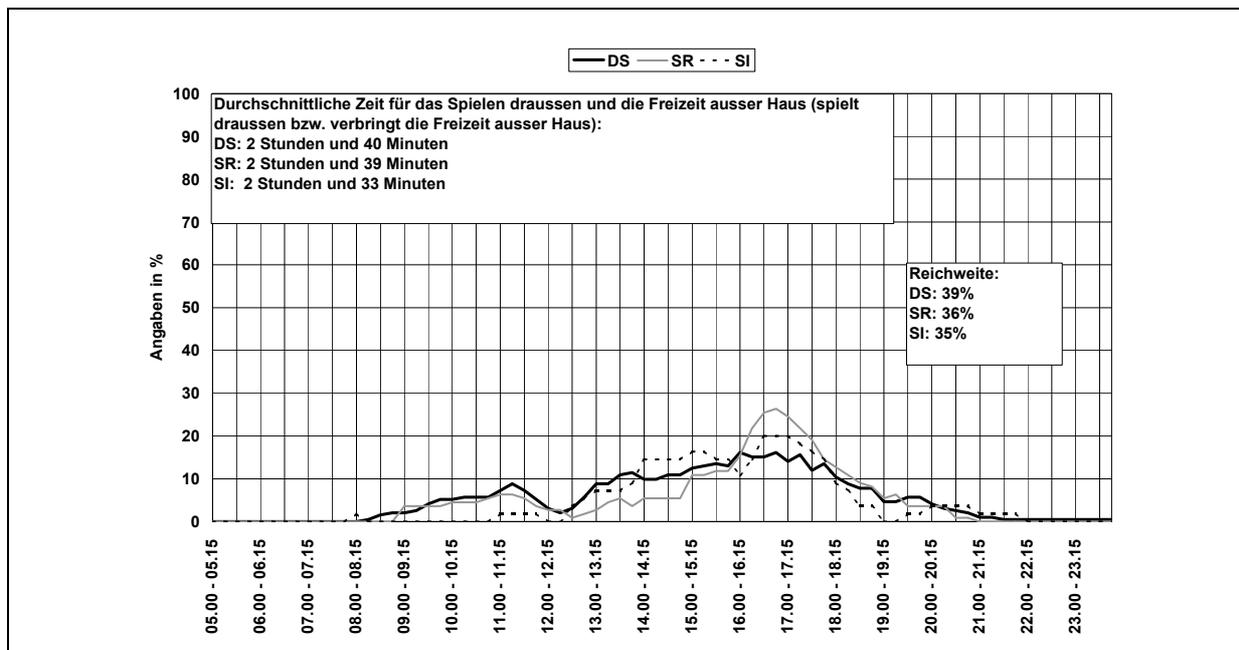
2.8.1 Sprachregionale Unterschiede

„Draussen spielen“ und „mit Freunden unterwegs sein“ sind Tätigkeiten, die den Medienkonsum unter Umständen erschweren könnten, aber andererseits ihm auch nicht im Wege stehen. Ein Widerspruch? Nicht unbedingt: Wenn wir an „draussen spielen“ im Sinne von „sich in der freien Natur bewegen, mit dem Ball spielen usw.“ denken, dann kann man davon ausgehen,

dass der parallele Medienkonsum eher problematisch, ja sogar unwahrscheinlich ist. Wenn wir aber die Kategorie im Sinne von „mit Freunden unterwegs ausser Haus sein“ eventuell „bei Ihnen zu Hause spielen“, dann präsentiert sich uns ein deutlich anderes Bild, die Einschränkungen für den Medienkonsum sind dann eher gering: Radiohören und gleichzeitig WM-Bildli beim besten Freund tauschen? Durchaus denkbar.

Abbildung 2.19 zeigt, dass werktags vor allem zwischen 16:00 und 18:00 Uhr draussen gespielt bzw. die Freizeit ausser Haus verbracht wird, unmittelbar nach Schulschluss also. Etwa vier von zehn Kindern betätigen sich in unserem Befragungszeitraum spielend – der Anteil ist in allen Regionen des Landes in etwa ähnlich. Was die Spieldauer anbelangt, lässt sich ebenfalls eine substantielle regionsübergreifende Stabilität identifizieren. Wer draussen spielt bzw. mit Freunden unterwegs ist, tut es während 2 Stunden und 30 Minuten bis 2 Stunden und 40 Minuten.

Abb. 2.19: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags draussen spielen bzw. mit Freunden unterwegs sind – Angaben für die drei Sprachregionen

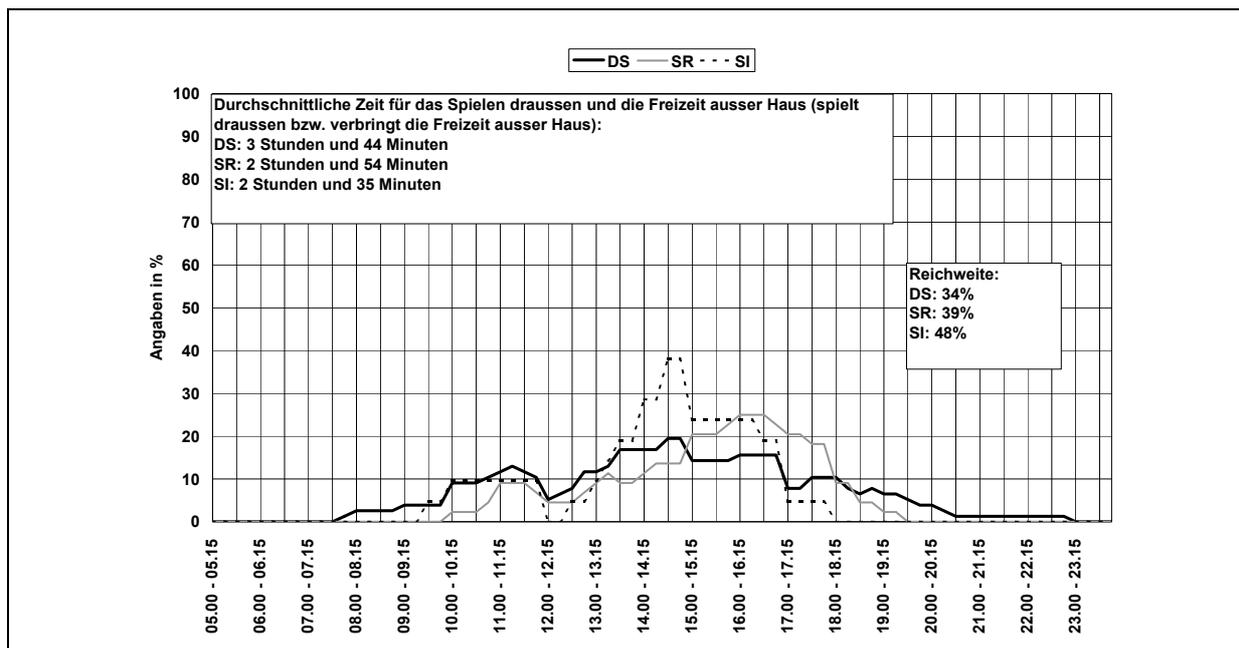


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Betrachtet man die Entwicklung der Tageskurve am Wochenende, fallen einige sprachregionale Unterschiede auf: In der Deutschschweiz und in der Svizzera italiana spielt die relative Mehrheit der Kinder am frühen Nachmittag draussen bzw. sie ist am frühen Nachmittag mit Freunden unterwegs. In der Romandie taucht der entsprechende Peak etwa 2 Stunden später auf. Südlich der Alpen ist aber der Frühnachmittagspeak deutlich ausgeprägter als in der deutschsprachigen Schweiz. Eine weitere Differenz lässt sich in Zusammenhang mit dem Anteil Kinder identifizieren, welche überhaupt spielen bzw. ihre Freizeit ausser Haus mit Freunden verbringen. In der Svizzera italiana spielt (bzw. unterhält sich mit Kameraden ausser Haus) am Wochenende praktisch jedes zweite Kind für mindestens 15 Minuten. In den zwei übrigen Sprachregionen beträgt dieser Anteil „nur“ 34% bzw. 39%.

Betrachtet man die „draussen“ verbrachte Zeit der Kinder, unterscheiden sich die Deutschschweizer deutlich von den übrigen Kindern: Im Vergleich zur Situation in den übrigen Sprachregionen spielt ein leicht unterdurchschnittlicher Anteil von ihnen am Wochenende ausser Haus bzw. ist mit Freunden unterwegs. Die Deutschschweizer Kinder, die es überhaupt tun, tun dies aber für überdurchschnittlich lange Zeit.

Abb. 2.20: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes draussen spielen bzw. mit Freunden unterwegs sind – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

2.8.2 Soziodemographische Unterschiede

Sowohl werktags als auch am Wochenende lassen sich einige soziodemographische Unterschiede identifizieren, die einerseits mit der Frage, ob die Kinder überhaupt spielen (bzw. mit Freunden unterwegs sind), in Zusammenhang stehen, andererseits auch mit der Frage nach der Dauer dieser Tätigkeiten seitens der Kinder, die sich ausserhalb der eigenen vier Wände unterhalten. Als relevanteste Variable erweist sich dabei das Alter der Kinder.

Spielen draussen, mit Freunden unterwegs ausser Haus werktags

- 42% der Kinder zwischen 7 und 10 Jahren spielen an einem Werktag draussen während mindestens 15 Minuten bzw. sind sie mit Freunden unterwegs. Bei den 11- bis 14-Jährigen beträgt dieser Anteil 31%. Was die durchschnittliche Dauer dieser Betätigungen anbelangt, lassen sich jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den zwei Alterskategorien beobachten.

Spielen draussen, mit Freunden unterwegs ausser Haus am Wochenende

- Derselbe Unterschied wie am Werktag lässt sich am Wochenende beobachten: Ein prozentual grösserer Anteil an jüngeren Kindern spielt am Wochenende auswärts. 44% der Kinder zwischen 7 und 10 Jahren spielen nämlich samstags oder sonntags draussen während mindestens 15 Minuten. Bei den 11- bis 14-Jährigen beträgt dieser Anteil 30%. Was die durchschnittliche Dauer anbelangt, lassen sich jedoch keine signifikanten Unterschiede zwischen den zwei Alterskategorien beobachten.
- Ein statistisch signifikanter Unterschied lässt sich zudem in Zusammenhang mit der Frage nach dem Wohnort beobachten: Ein prozentual überdurchschnittlicher Anteil an Kindern, die in einer Stadt mit 100'000 Einwohnern oder mehr wohnen, spielt am Wochenende auswärts (51%) bzw. ist mit Freunden unterwegs. Nur 24% der Kinder aus kleineren Gemeinden zeigen am Wochenende dasselbe Verhalten. Auch in diesem Fall lassen sich jedoch bei den effektiv spielenden Kindern (bzw. bei den Kindern, die effektiv mit Freunden unterwegs sind) keine statistisch signifikanten Unterschiede in Bezug auf die Dauer identifizieren.
- Last but not least gibt es eine statistische Tendenz, wonach leicht überdurchschnittlich viele Kinder mit Geschwistern am Wochenende draussen spielen bzw. sich mit Freunden treffen. 42% der Kinder mit einer Schwester oder einem Bruder bzw. 50% der Kinder mit mindestens zwei Geschwistern tun dies; bei den Einzelkindern beträgt dieser Anteil lediglich 25%.

Alles in allem kann man aus den hier vorgestellten Informationen schliessen, dass etwa 40% der Kinder in den drei Sprachregionen am Wochenende oder werktags draussen spielen bzw. mit Freunden unterwegs sind. Dieser Anteil ist bei den jüngeren Kindern etwas grösser.

2.9 Sport treiben, Musizieren usw.

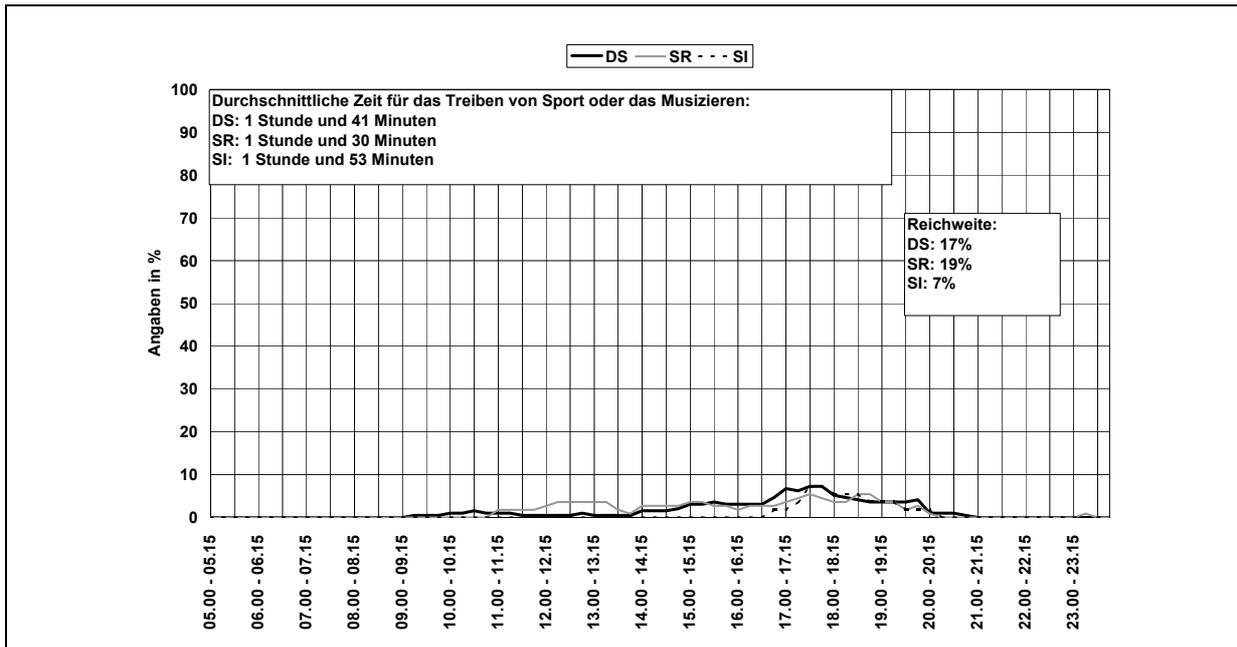
2.9.1 Sprachregionale Unterschiede

Eng verwandt mit der im Unterkapitel 2.8 besprochenen Tätigkeit sind auch das Sport treiben und das Musizieren (alleine oder mit anderen). Noch weniger als das Spielen an der freien Luft lassen aber diese beiden Tätigkeiten den gleichzeitigen Konsum eines massenmedialen Angebotes zu. Nicht einmal die auditive Hintergrund-Begleitung eines Radios oder einer CD scheint möglich zu sein, während beispielsweise Tennis oder Fussball gespielt wird. Dass junge Kinder und Kinder in em Alter en masse ihre Freizeit beim Joggen im Wald mit einem Walkman in der Tasche verbringen, erscheint uns eher unwahrscheinlich. Mit anderen Worten: die in diesem Unterkapitel besprochenen Tätigkeiten schränken das für den Medienkonsum zur Verfügung stehende Zeitbudget in der Regel ein.

Die Zahlen in Abbildung 2.21 zeigen deutlich, dass in allen drei Regionen die Kinder, die werktags sportlich aktiv sind bzw. Musik spielen, nur eine Minderheit sind. Besonders wenig sind es in der Svizzera italiana. Die wenigen, die sich in mindestens einer dieser beiden Tätigkeiten südlich der Alpen betätigen, tun dies aber für leicht längere Zeit als die Knaben und Mädchen der Deutschschweiz und der Romandie.

Was den Tagesverlauf anbelangt, sind die meisten Kinder zwischen 17:00 und 18:00 Uhr sportlich oder musikalisch aktiv, was nicht überrascht. Die Tatsache, dass einige Kinder auch am früheren Nachmittag eines Werktages Sport treiben bzw. Musik machen, ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass der Tag, worauf sich das Interview bezieht, am Nachmittag schulfrei bzw. in einer Ferienwoche positioniert war.

Abb. 2.21: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Sport treiben oder Musik spielen – Angaben für die drei Sprachregionen

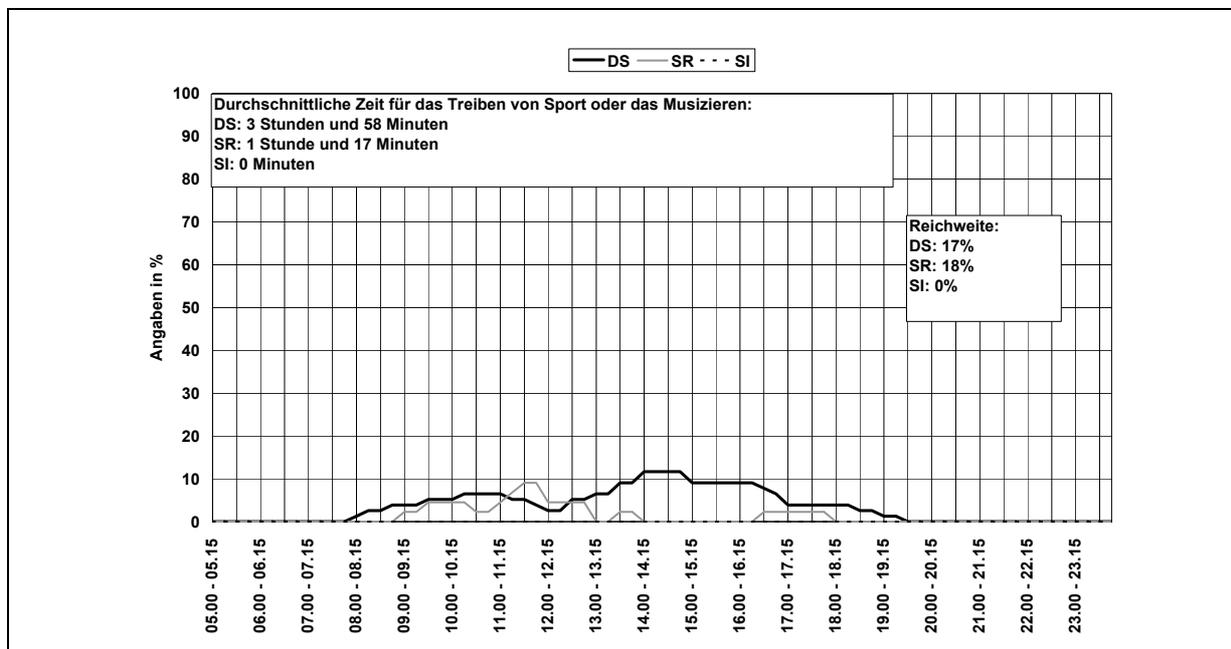


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Der Anteil Kinder, die auch am Wochenende Sport treiben oder ein Musikinstrument spielen bzw. im Allgemeinen Musik machen (Abbildung 2.22), entspricht in der Deutschschweiz und in der Romandie den Werten der Werktage. In der Svizzera italiana lassen sich hingegen gar keine Kinder identifizieren, die diese Tätigkeiten am Wochenende ausüben. Es muss jedoch wieder daran erinnert werden, dass die Anzahl der Interviewten südlich der Alpen klein ist.

Zum Thema „Tagesverlauf“: In der Deutschschweiz wird samstags und sonntags vor allem am Nachmittag Sport getrieben bzw. Musik gespielt, in der Romandie hingegen eher zwischen 11:00 und 12:00 Uhr.

Abb. 2.22: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunde-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes Sport treiben oder Musik spielen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

2.9.2 Soziodemographische Unterschiede

Verhaltensunterschiede in Zusammenhang mit einem oder mehreren soziodemographischen Merkmalen haben hier eher Seltenheitscharakter und sind nur werktags gegeben. Einige Differenzen in Relation zum Geschlecht der Kinder und zur Frage, ob es Geschwister hat, lassen sich dennoch identifizieren.

Sport treiben bzw. Musik machen werktags

- Überdurchschnittlich viele Einzelkinder gehen werktags ins Sporttraining oder musizieren (24%). In Familien mit zwei Kindern beträgt dieser Anteil 13% und in Familien mit mehreren Geschwistern 11%.
- Lässt man die Frage ausser Acht, ob eine dieser Tätigkeiten ausgeübt wird oder nicht, und konzentriert sich auf die Zeit, die für das Sporttraining oder die Musikschule investiert wird, lässt sich ein signifikanter Unterschied zwischen Mädchen und Knaben beobachten. Erstere investieren dafür nur 1 Stunde und 20 Minuten, die Knaben hingegen 1 Stunde und 56 Minuten.

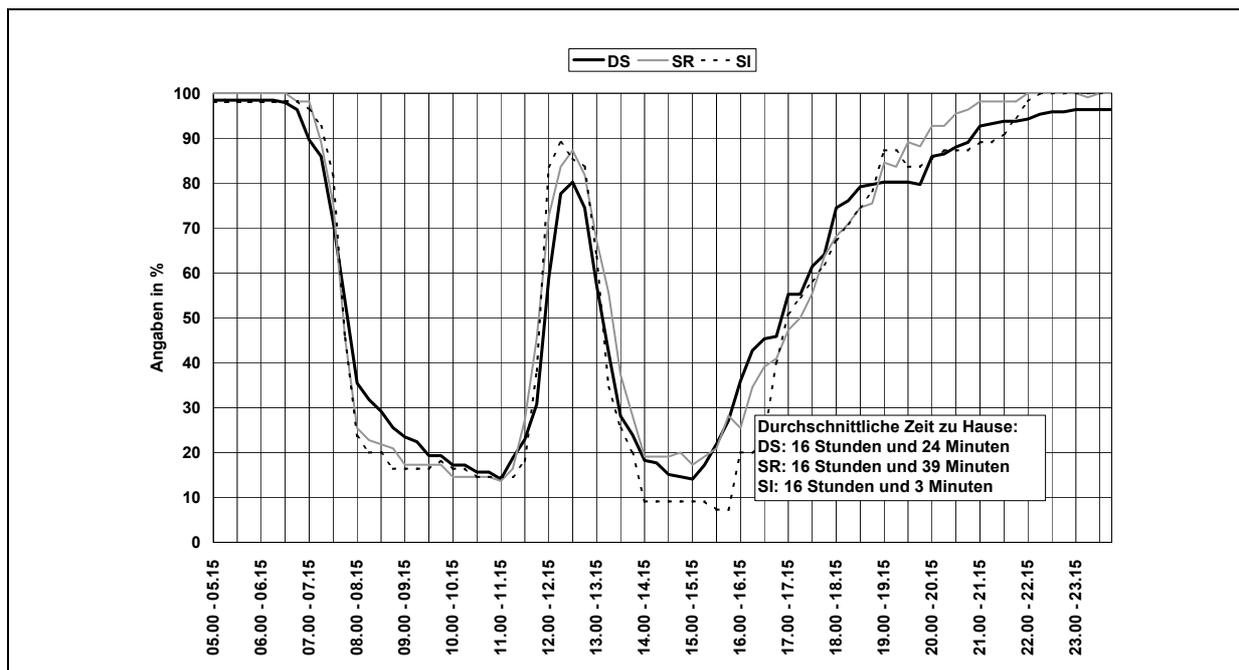
Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Anteil Kinder, die Sport treiben (bzw. Musik spielen), sowohl werktags wie am Wochenende knapp unter 20% liegt. Die dafür investierte Zeit beträgt etwas weniger als eine Stunde.

2.10 Tätigkeiten zu Hause

2.10.1 Sprachregionale Unterschiede

In diesem und im nächsten Unterkapitel möchten wir eine grobe, abschliessende „Tour d’horizon“ über die verschiedenen Tagestätigkeiten von Knaben und Mädchen unternehmen. Zunächst werfen wir einen zusammenfassenden Blick auf die Zeit, die die Kinder unabhängig von der Art der Tätigkeit in den eigenen vier Wänden verbringen, danach stellen wir ein alle Tätigkeiten umfassendes Tagesverlauf-Diagramm vor. Angesichts der in den vorhergehenden Unterkapiteln behandelten Aspekte kann man vermuten, dass der Medienkonsum der Kinder in erster Linie zu Hause erfolgt. Man könnte somit annehmen, dass Kindern, die lange Zeit zu Hause verbringen ein grösseres Zeitbudget für den Medienkonsum zur Verfügung steht als solchen, die kürzere Zeit in den eigenen vier Wänden verbringen. Selbstverständlich muss bei dieser Betrachtung des Zeitbudgets für den Medienkonsum das Schlafen beiseite gelassen werden.

Abb. 2.23: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags zu Hause sind – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

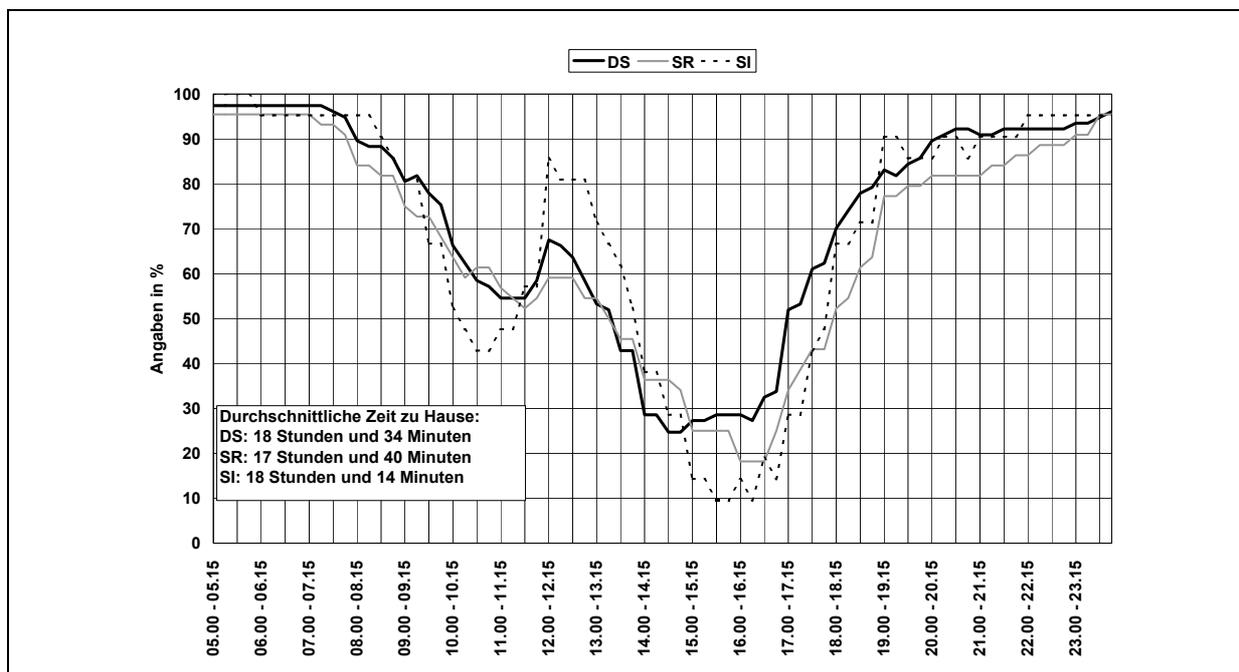
Wir wollen zunächst für die Werktage beobachten, wie sich das Zeitbudget zu Hause bei den Kindern der drei Sprachregionen präsentiert (Abbildung 2.23). Zum einen verläuft die Tageskurve in den drei Regionen der Schweiz praktisch identisch. Zum anderen lassen sich dennoch ein paar Unterschiede beobachten. In der Deutschschweiz beginnt ein grosser Teil der Kinder das eigene Haus bereits um 06:30 Uhr zu verlassen. In der Romandie und in der Svizzera italiana beginnt der grosse Exodus Richtung Schule erst gegen 07:00 Uhr. Die Tatsache, dass zwischen 08:00

und 10:00 Uhr in der Deutschschweiz prozentual mehr Kinder als in den zwei anderen Sprachregionen zu Hause sind, hängt möglicherweise mit dem Befragungszeitpunkt zusammen: wie oben erwähnt, wurden einige Interviews während der Schulferien durchgeführt.

Über 80% der Kinder aller drei Regionen sind zur Mittagszeit zu Hause. Die Grossmehrheit der Kinder kommt gegen 12:00 Uhr nach Hause und verlässt es wieder gegen 13:15 Uhr. Am Nachmittag lässt sich kein eindeutiger Zeitpunkt identifizieren, auf den sich die Rückkehr der Kinder nach Hause konzentriert. Es ist vielmehr so, dass ab 16:00 Uhr der Anteil Kinder zu Hause stetig zunimmt. Die Kurve stabilisiert sich dann wieder ab 21:00 Uhr. Über den ganzen Tag gesehen verbringen die Kinder aus der Romandie die längste Zeit zu Hause (16 Stunden und 39 Minuten). Am wenigsten lange zu Hause sind Ticinesi und Grigioni-italiani (16 Stunden und 3 Minuten). Wenn man aus diesen Werten die durchschnittlichen Schlafzeiten subtrahiert, bleiben in der Romandie 6 Stunden und 26 Minuten an potentieller Mediennutzungs-Zeit übrig, in der Svizzera italiana 6 Stunden und 11 Minuten und in der Deutschschweiz 6 Stunden und 23 Minuten.

Die Kurve des Wochenendes unterscheidet sich vor allem am Vormittag recht deutlich von der Kurve der Werktage (Abbildung 2.24). Auch die durchschnittliche Präsenz zu Hause in den drei Sprachregionen ist von interessanten Differenzen gekennzeichnet.

Abb. 2.24: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendes zu Hause sind – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Wie in Abbildung 2.24 deutlich erkennbar, sinkt am Morgen die Kurve der Präsenz zu Hause weniger abrupt und steil ab als an Werktagen. Die Schulpflicht als den Tagesverlauf bestimmendes Element für alle Kinder entfällt am Wochenende weitgehend, die Zeit kann flexibler gestaltet werden. Über den ganzen Tag gesehen präsentiert sich ein ähnlicher Kurvenverlauf in der Deutschschweiz und in der Romandie. Anders in der Svizzera italiana: Für eine Erklärung der

starken Abweichungen im Tessin und in den italienischsprachigen Tälern Graubündens muss unbedingt auch an die beschränkte Fallzahl südlich der Alpen erinnert werden: Wenige Fallzahlen führen zu einem grossen Spielraum für Schwankungen der Zahlen (das schliesst aber natürlich nicht aus, dass auch bei einer grösseren Fallzahl die Unterscheide zu den zwei anderen Sprachregionen nicht bestehen könnten)!

In Bezug auf die Zeit, die insgesamt zu Hause verbracht wird, lässt sich in allen drei Regionen feststellen, dass diese ist länger als während der Werkstage. Besonders gross sind die Unterschiede in der Romandie: Wird westlich der Saane werktags am längsten Zeit zu Hause verbracht, bleiben am Wochenende von allen Schweizer Kindern diejenigen aus der Romandie am wenigsten lange zu Hause.

2.10.2 Soziodemographische Unterschiede

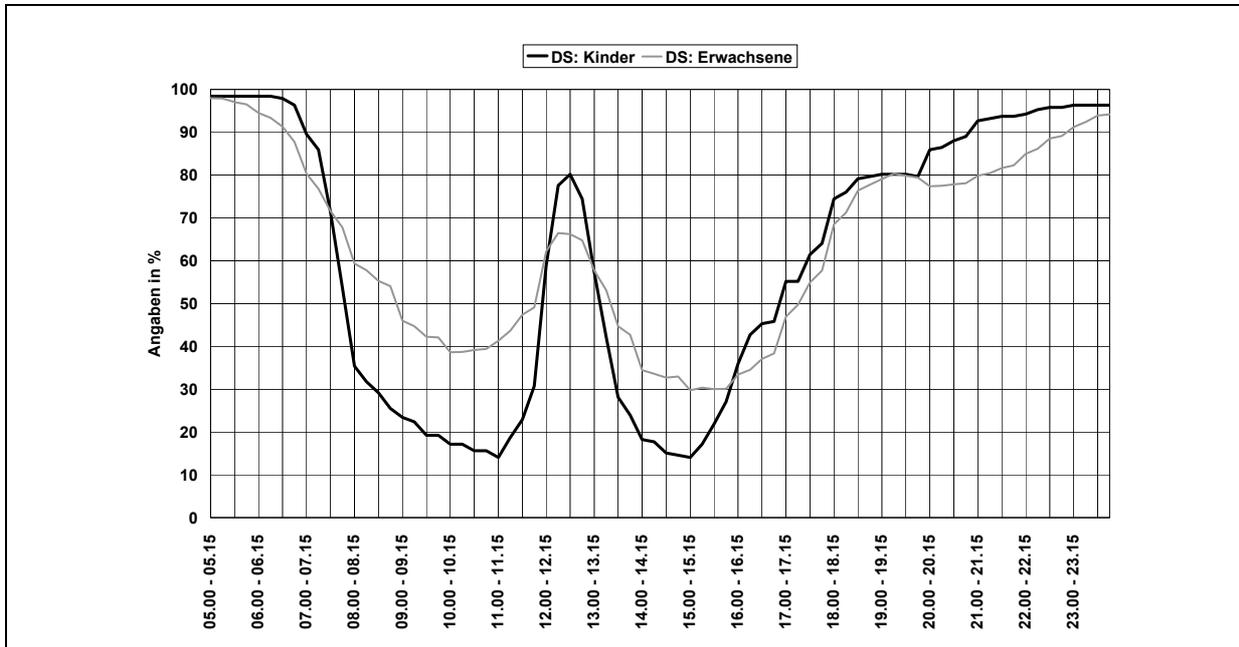
Nur zwei soziodemographische Unterschiede lassen sich in Zusammenhang mit der zu Hause verbrachten Zeit identifizieren: Werktags bleiben jüngere Kinder signifikant länger zu Hause als ältere (7- bis 10-Jährige: 16 Stunden 44 Minuten; 11- bis 14-Jährige: 16 Stunden und 4 Minuten). Am Wochenende unterscheiden sie sich jedoch bezüglich der zu Hause verbrachten Zeit nicht voneinander. Am Samstag und Sonntag lässt sich aber eine andere Differenz beobachten: Kinder aus Grossstädten bleiben signifikant länger zu Hause als Kinder aus kleineren Gemeinden (Gemeinden mit 100'000 Einwohnern oder mehr: 19 Stunden und 25 Minuten; Gemeinden mit weniger als 100'000 Einwohnern: 18 Stunden und 4 Minuten).

2.10.3 Unterschiede in Zusammenhang mit dem Verhalten der Erwachsenen in der Region

Der Vergleich zum Verhalten der Erwachsenen beschränkt sich auf die Werkstage, weil die Frage nach dem Verhalten am Wochenende bei den Erwachsenen nicht gestellt wurde.

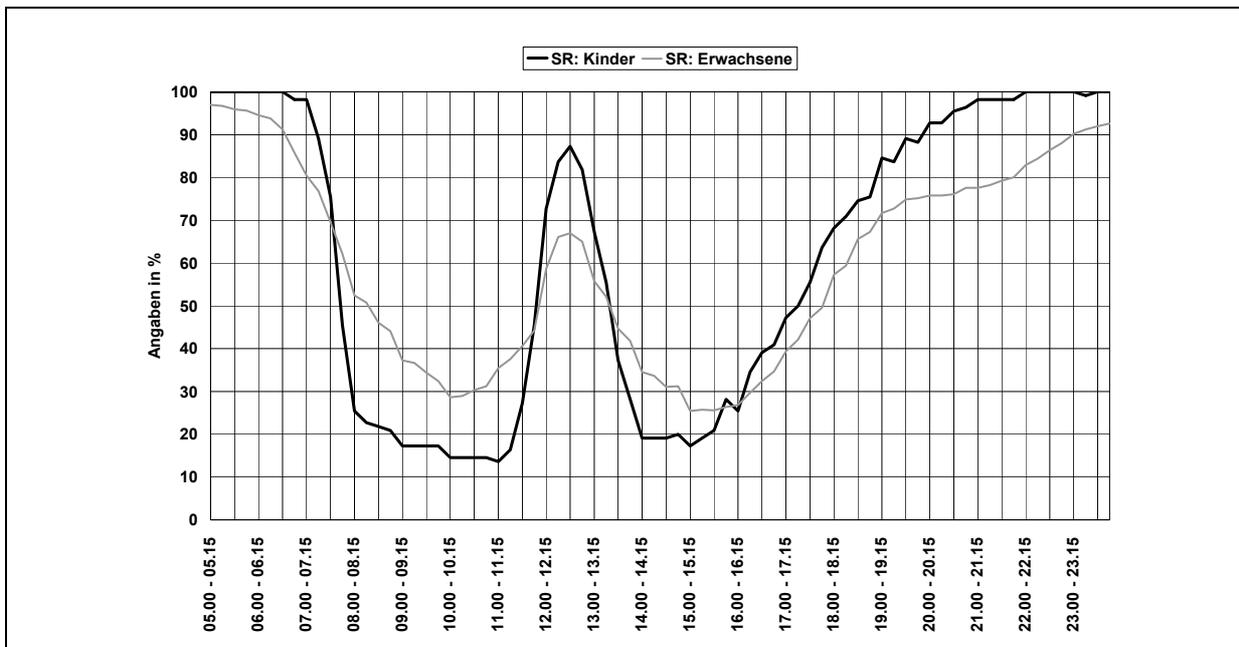
In allen drei Sprachregionen lässt sich dasselbe Phänomen beobachten (Abbildungen 2.25, 2.26 und 2.27): Am Morgen und am Nachmittag sind deutlich mehr Erwachsene zu Hause als Kinder. Was den Morgen anbelangt, ist dies zwischen 07:30 und 11:45 Uhr immer der Fall. Am Nachmittag gibt es diesbezüglich kleine Unterschiede von Sprachregion zu Sprachregion. So lässt sich in der Deutschschweiz und in der Svizzera italiana eine überdurchschnittliche Präsenz der Erwachsenen zu Hause zwischen 13:00 und 16:00 Uhr identifizieren, in der Romandie zwischen 13:30 und 15:30 Uhr. Zur Mittagszeit sind in allen Sprachregionen mehr Kinder als Erwachsene zu Hause.

Abb. 2.25: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunde-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags zu Hause sind – Angaben für die Deutschschweiz



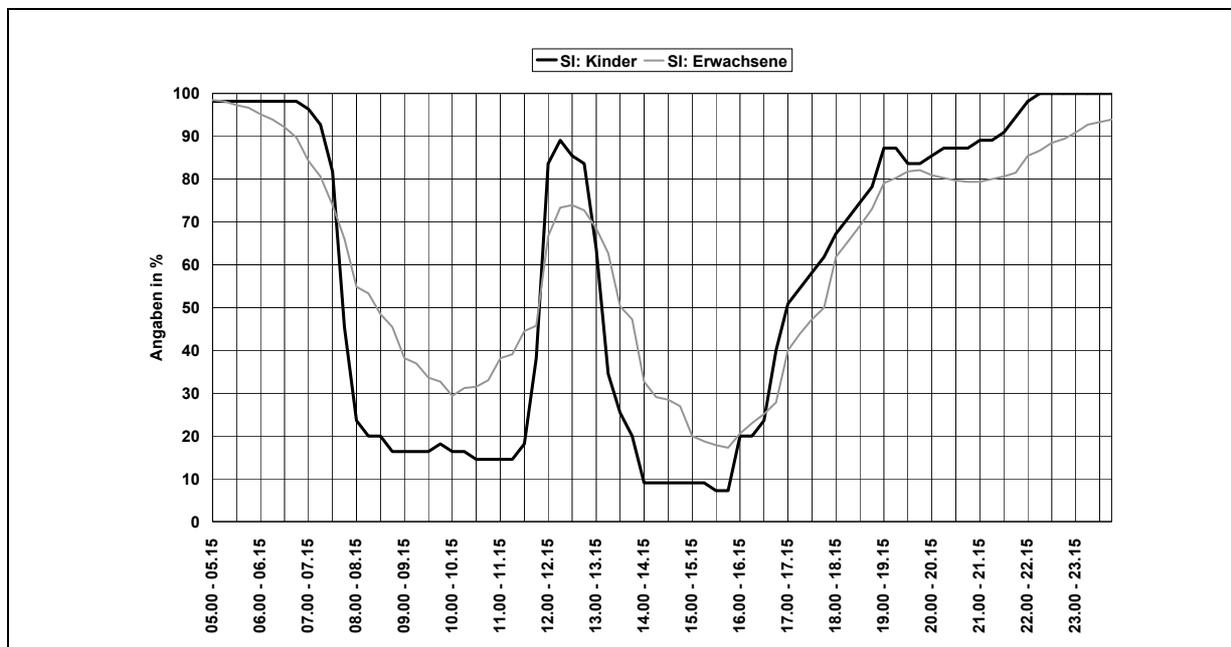
Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

Abb. 2.26: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunde-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags zu Hause sind – Angaben für die Romandie



Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Abb. 2.27: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunde-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags zu Hause sind – Angaben für die Svizzera italiana



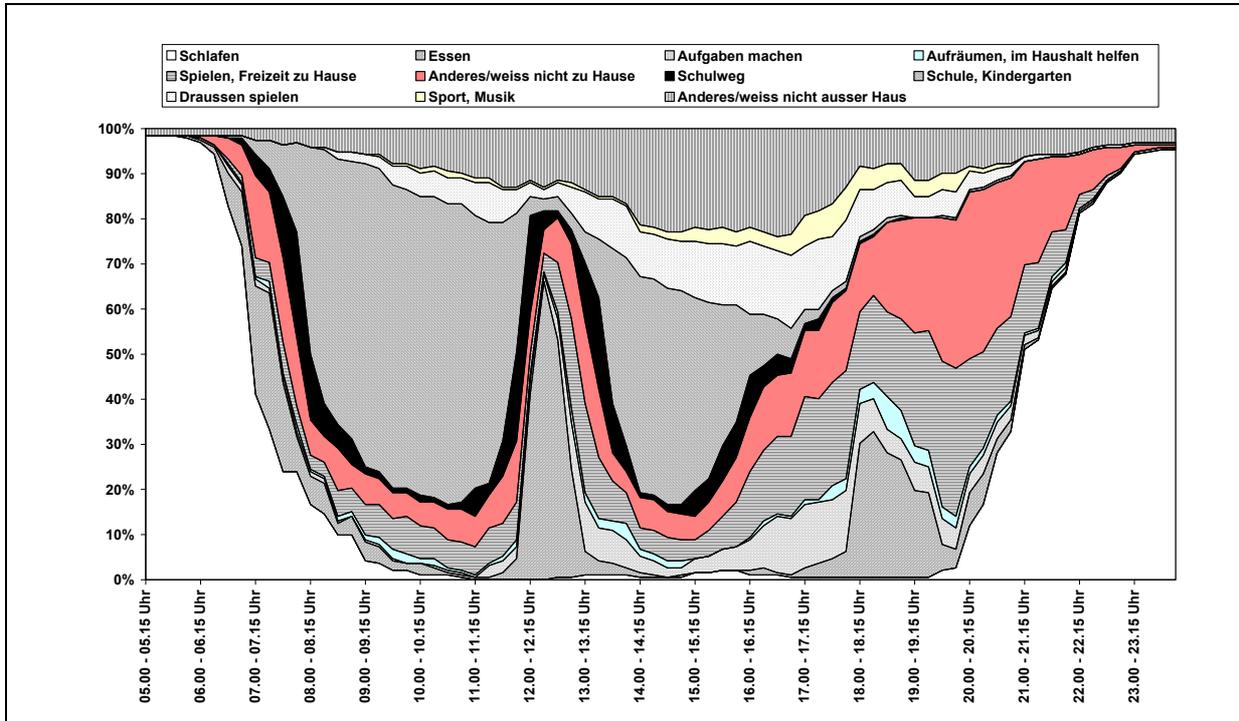
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene 330 Personen

Als Fazit aus diesen letzten vier Seiten kann man Folgendes festhalten: Wenn man von der Hypothese ausgeht, dass die Kinder innerhalb der eigenen vier Wände am ehesten die Möglichkeit haben, zum Konsum der elektronischen Medien zu kommen, so beträgt werktags das durchschnittliche frei zur Verfügung stehende Zeitpotential für die Mediennutzung **etwas mehr als 6 Stunden**. Dieses Zeitpotenzial ist in der Westschweiz am grössten und in der Südschweiz am kleinsten. Am Wochenende nimmt dieses Zeitpotenzial zu; am grössten wird es dann in der Svizzera italiana und am kleinsten in der Romandie. Werktags ist in allen Sprachregionen das Zeitpotenzial morgens über den Mittag und am Abend am grössten, am Wochenende ist es in allen Sprachregionen zwischen 14:00 und 18:00 Uhr am kleinsten.

2.11 Der gesamte Tagesverlauf der Kinder

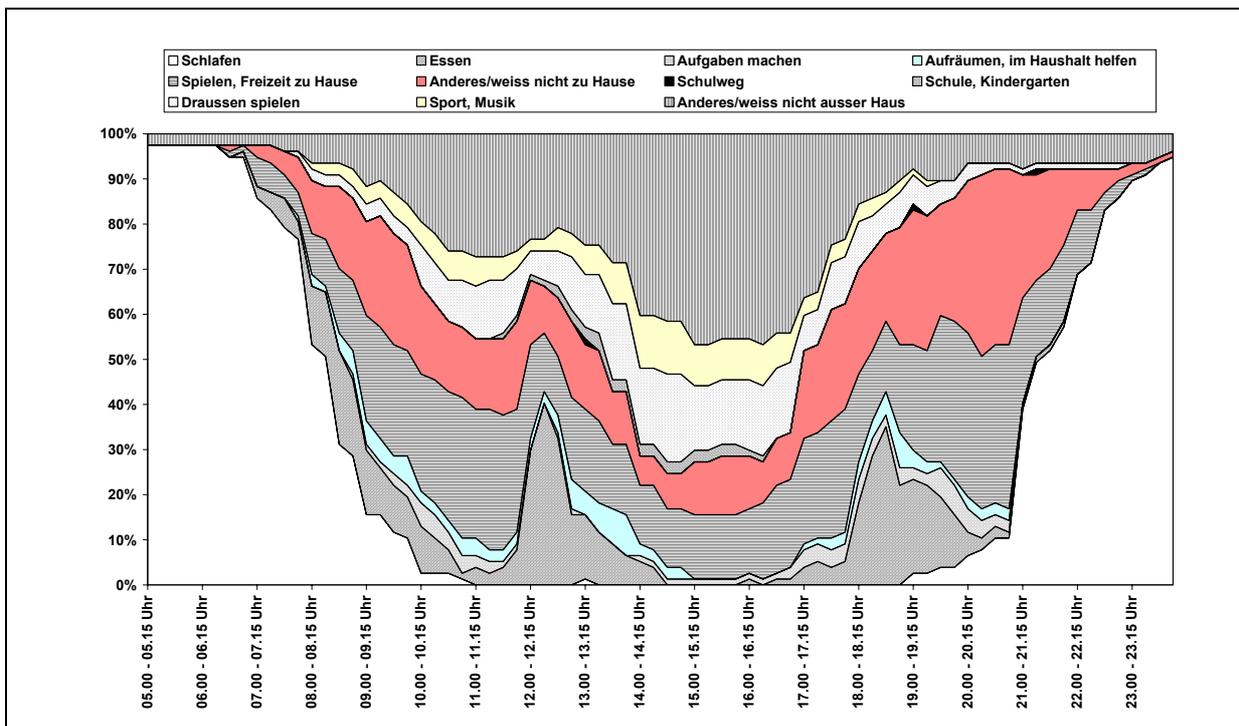
In den Abbildungen auf den nächsten drei Seiten fassen wir separat für jede Sprachregion den gesamten Tagesverlauf der Kinder werktags und am Wochenende zusammen. Es handelt sich dabei um eine rein visuelle, d.h. nicht kommentierte Zusammenfassung der bis dahin im Detail vorgestellten Informationen.

Abb. 2.28: Der Tagesverlauf der Kinder in der Deutschschweiz an einem durchschnittlichen Werktag



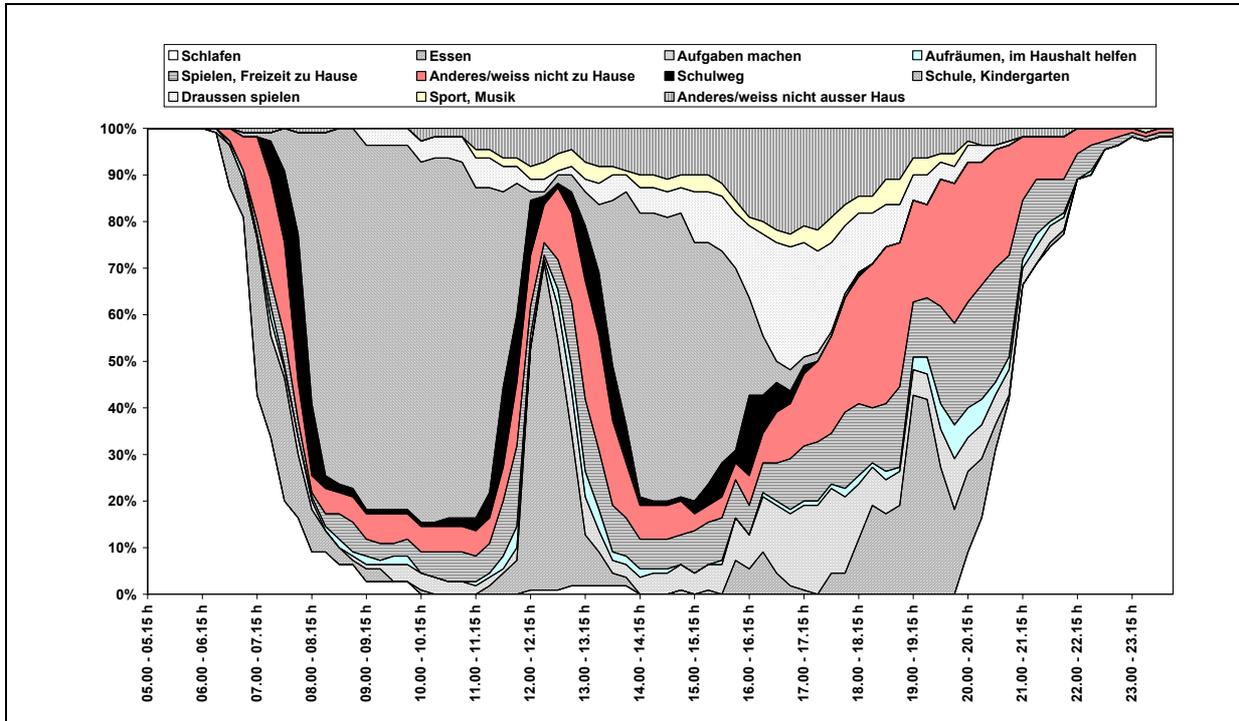
Universum: Haushalte mit Kindern in der Deutschschweiz
 Basis: 192 Personen

Abb. 2.29: Der Tagesverlauf der Kinder in der Deutschschweiz an einem durchschnittlichen Wochenende



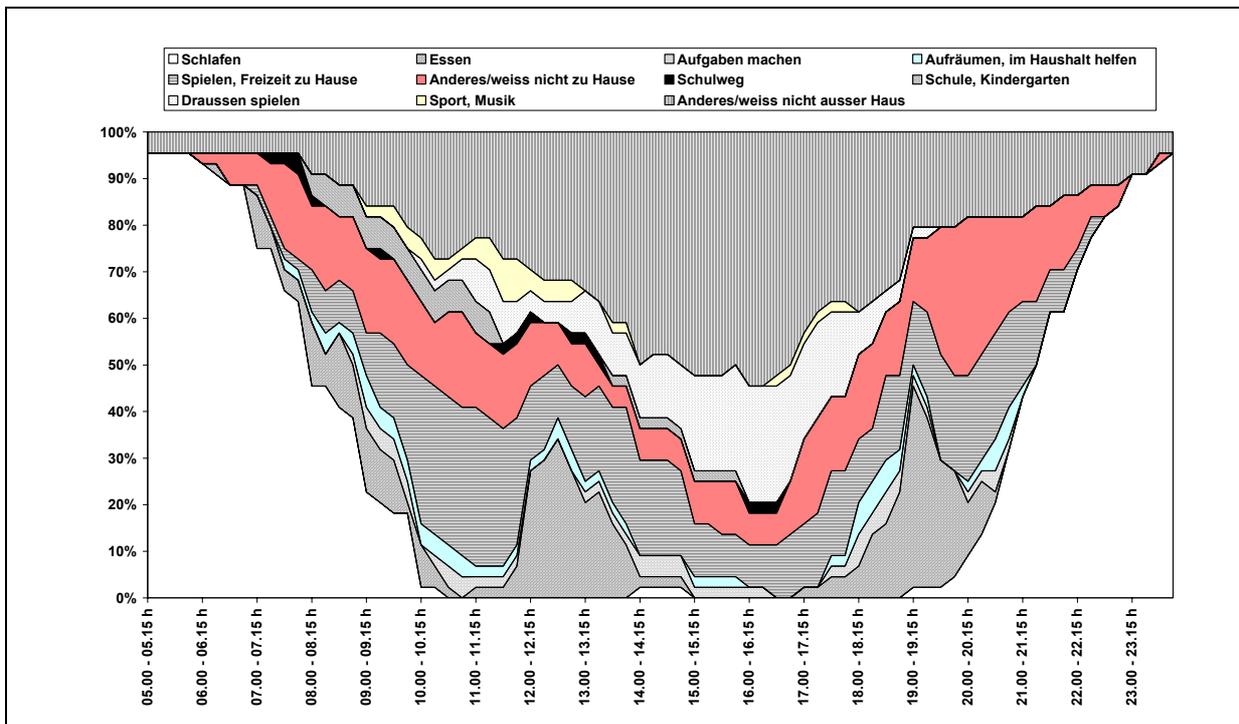
Universum: Haushalte mit Kindern in der Deutschschweiz
 Basis: 77 Personen

Abb. 2.30: Der Tagesverlauf der Kinder in der Romandie an einem durchschnittlichen Werktag



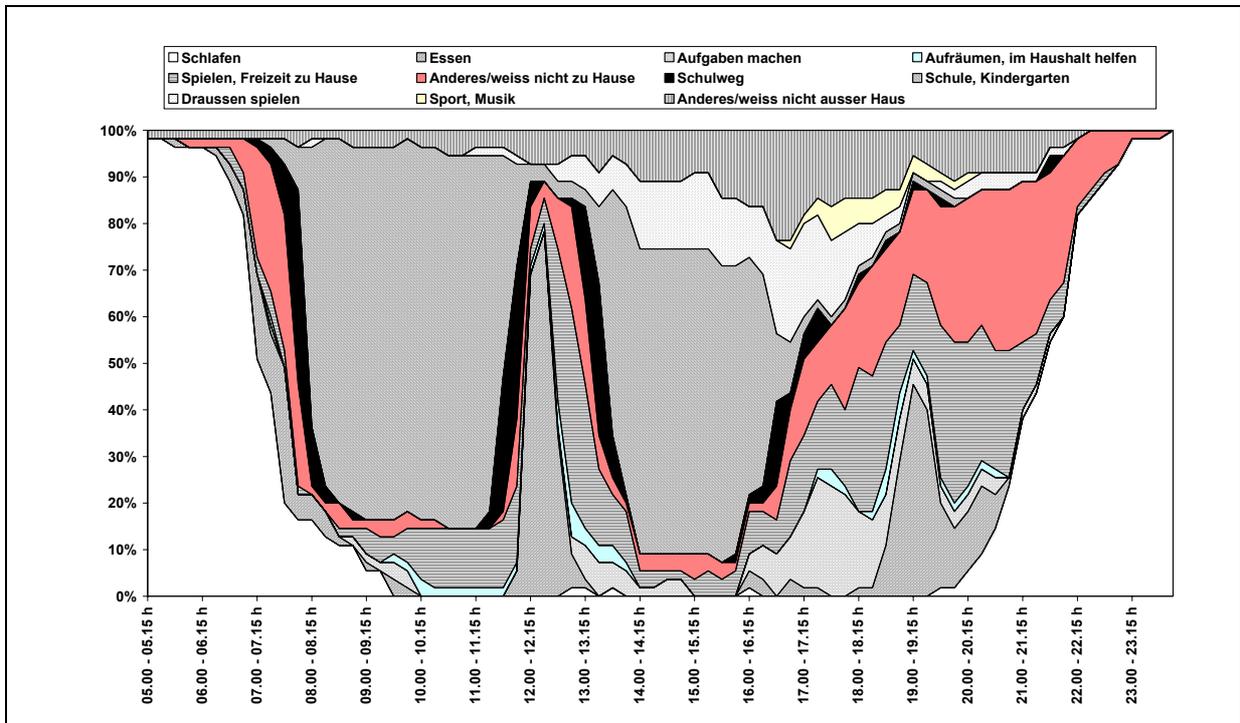
Universum: Haushalte mit Kindern in der Romandie
Basis: 110 Personen

Abb. 2.31: Der Tagesverlauf der Kinder in der Romandie an einem durchschnittlichen Wochenende



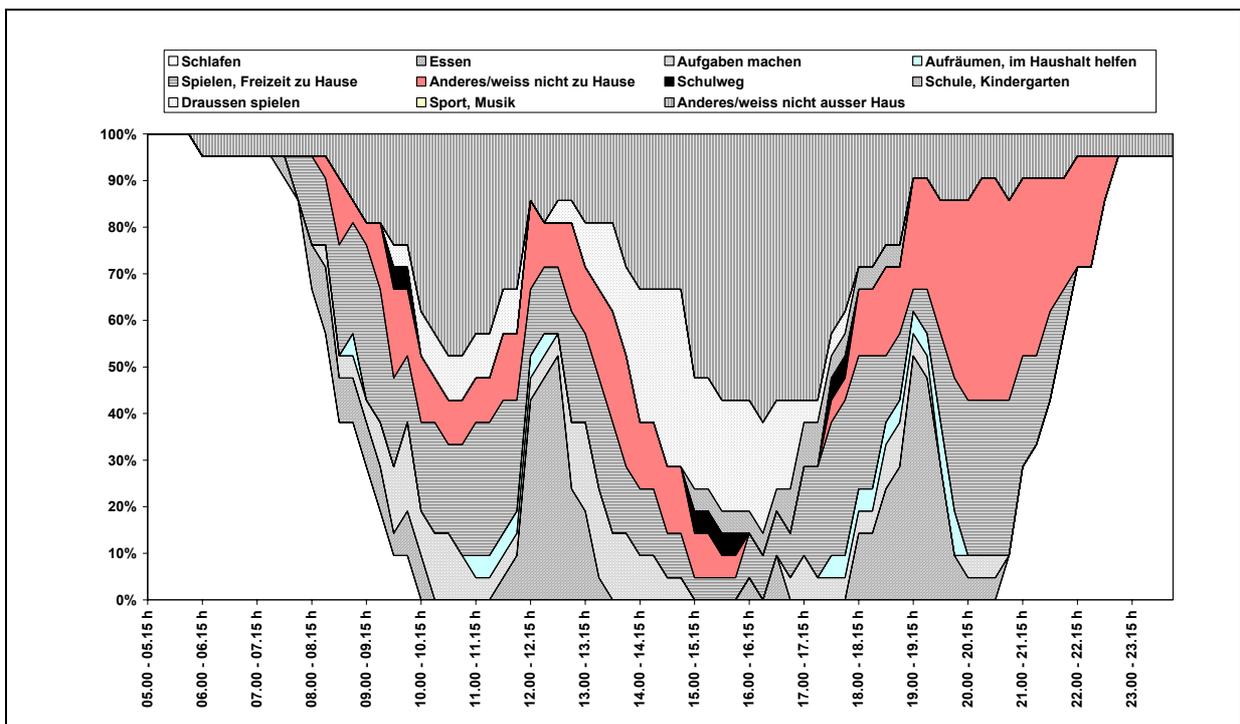
Universum: Haushalte mit Kindern in der Romandie
Basis: 44 Personen

Abb. 2.32: Der Tagesverlauf der Kinder in der Svizzera italiana an einem durchschnittlichen Werktag



Universum: Haushalte mit Kindern in der Svizzera italiana
 Basis: 55 Personen

Abb. 2.33: Der Tagesverlauf der Kinder in der Svizzera italiana an einem durchschnittlichen Wochenende



Universum: Haushalte mit Kindern in der Svizzera italiana
 Basis: 21 Personen

2.12 Auf den Punkt gebracht

Auf Grund der strukturellen Zeitbegrenzungen werktags (Schulbesuch sowie Schulweg, der meistens zu Fuss, mit dem Velo oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt wird) kann man davon ausgehen, dass das grösste Zeitpotenzial für den Medienkonsum – insbesondere für die Nutzung der elektronischen Medien im Allgemeinen und des Radios im Besonderen – dann gegeben ist, wenn das Kind sich zu Hause befindet.

Betrachtet man die zu Hause verbrachte Zeit abzüglich der Schlafzeit, stehen werktags in allen Sprachregionen durchschnittlich ungefähr 6 Stunden für die Mediennutzung zur Verfügung (Romandie 6 Stunden und 26 Minuten, Deutschschweiz 6 Stunden und 23 Minuten, Svizzera italiana 6 Stunden und 11 Minuten).

Am Wochenende ist zwar die potentiell zur Verfügung stehende Zeit ausserhalb der eigenen vier Wände, während der Medien konsumiert werden können, grösser, denn die strukturelle Zeitbegrenzung „Schule“ entfällt. Man kann dennoch davon ausgehen, dass auch samstags und sonntags das Gros des elektronischen Medienkonsums zu Hause erfolgt. Die durchschnittlich zur Verfügung stehende Zeit zu Hause – wiederum berechnet aus der insgesamt zu Hause verbrachten Zeit abzüglich der Schlafzeit – beträgt 7 Stunden und 57 Minuten in der Deutschschweiz, 7 Stunden und 30 Minuten in der Svizzera italiana sowie 6 Stunden und 59 Minuten in der Romandie. Man kann somit sagen, dass das Zeitpotenzial für den Medienkonsum zu Hause am Wochenende grösser ist als werktags.

Wann ist innerhalb der eigenen vier Wände die Wahrscheinlichkeit am grössten, dass die Kinder *nicht selber* über ihren Radiokonsum (bzw. Medienkonsum im Allgemeinen) entscheiden können? Wahrscheinlich am Mittags- und Abendtisch. Um zu erfahren, wie lange ihre Entscheidungsautonomie in Bezug auf den Medienkonsum möglicherweise eingeschränkt wird, ist daher interessant zu beobachten, wie viel Zeit die Kinder mit den Mahlzeiten verbringen. Werktags lassen sich zwischen den drei Sprachregionen recht deutliche Unterschiede identifizieren. In der Romandie sitzen die Kinder innerhalb der 24 Tagesstunden für die längste Zeit am Tisch: 1 Stunde und 38 Minuten; in der Deutschschweiz während 1 Stunde und 23 Minuten und in der Svizzera italiana während 1 Stunde und 16 Minuten. Am Wochenende wird in den drei Regionen in etwa gleich viel Zeit für die Mahlzeiten investiert: 1 Stunde und 25 Minuten in der Romandie, 1 Stunde und 22 Minuten in der Deutschschweiz und 1 Stunde und 21 Minuten in der Svizzera italiana. Werktags sitzen in allen drei Sprachregionen zwischen 12:30 und 12:45 Uhr die meisten Kinder am Mittagstisch (mindestens 70% der Kinder). Weder am Wochenende noch fürs Abendessen werktags lässt sich eine ähnliche Situation beobachten, in welcher in einem 15-Minuten-Intervall so viele Kinder zur selben Zeit die Mahlzeit einnehmen.

3. Medienausstattung

Will man etwas über die Nutzung der elektronischen Medien bzw. des Radios durch die Kinder erfahren, kann die Frage nach der Verfügbarkeit der Geräte, die an der Basis des Medienkonsums stehen, nicht unbeantwortet bleiben.

Im Zentrum dieses Kapitels steht somit die Frage nach dem Vorhandensein der verschiedenen Geräte der Unterhaltungselektronik in Schweizer Haushalten mit Kindern im Jahre 2003. Das erste Unterkapitel befasst sich mit dem Vorhandensein der verschiedenen Apparate in den Haushalten im Allgemeinen. Im zweiten Unterkapitel wird der Fokus der Aufmerksamkeit auf das Vorhandensein der Geräte in den Kinderzimmern gerichtet. Die Beziehung zwischen dem Vorhandensein der Geräte im Haushalt und im Kinderzimmer ist Gegenstand des dritten Unterkapitels. Im vierten Unterkapitel wird untersucht, ob und in welchem Ausmass die Kinder die verschiedenen Geräte benutzen dürfen. Die Daten der bisher erwähnten Unterkapitel sind bevölkerungsrepräsentativ und stammen aus der Face-to-Face-Befragung. Für das Unterkapitel 5 werden auch die Informationen aus der nicht bevölkerungsrepräsentativen Screening-Befragung der RC-Uhrenträger einbezogen. Es wird dabei überprüft, ob und in wie weit sich die Angaben aus der repräsentativen Befragung bezüglich Medienausstattung mit denjenigen aus der Screening-Erhebung decken.

3.1 Die Medienausstattung im Haushalt

3.1.1 Die Schweiz

Praktisch in jedem Schweizer Haushalt mit Kindern befindet sich mindestens ein Radioempfangsgerät – sei es in der Form einer HiFi-Anlage, eines Radioweckers oder eines einfachen Radios ohne Kabelanschluss (Abbildung 3.1). 98% der Face-to-Face-Befragten haben somit zu Hause die technischen Voraussetzungen, ein Radioprogramm zu empfangen. Ebenfalls deutlich über 90% ist der Anteil der mit (mindestens) einem Fernsehgerät ausgestatteten Haushalte (96%)¹.

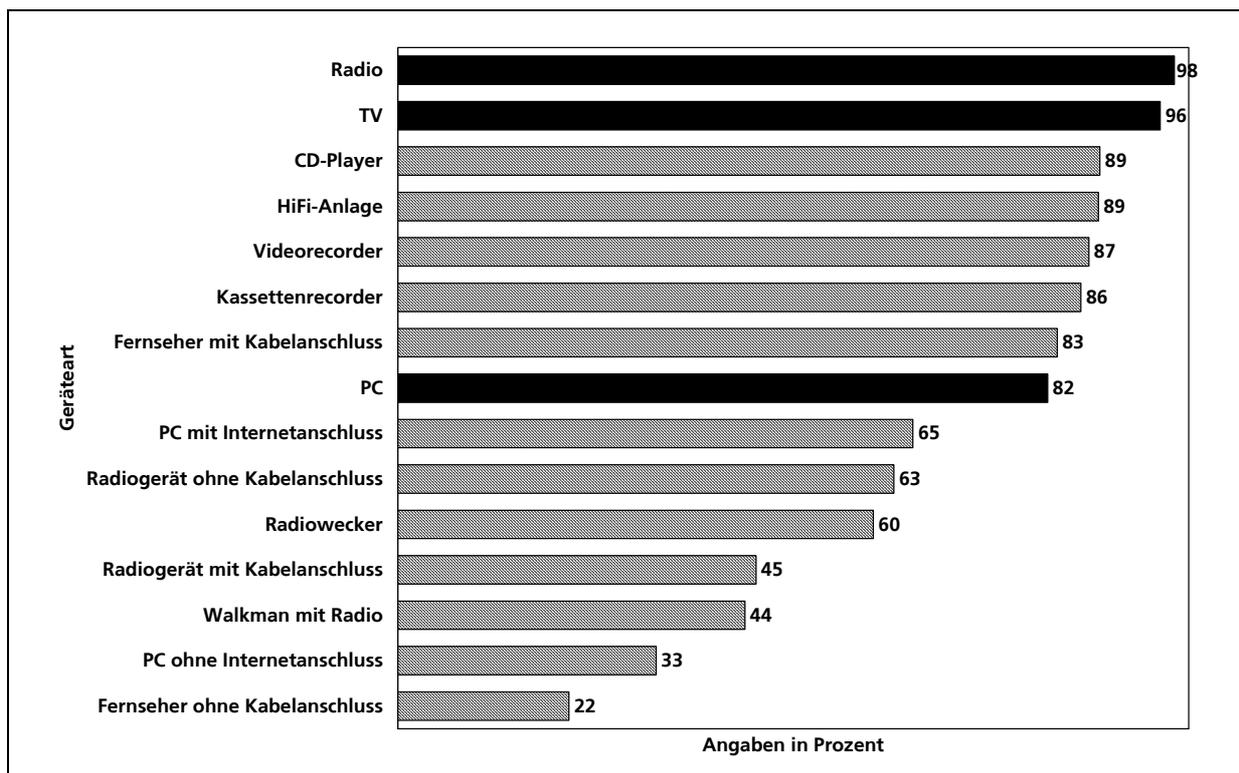
Betrachtet man die Verteilung der einzelnen Geräte-Typen, findet man in etwa 9 von 10 Haushalten eine HiFi-Anlage oder einen CD-Player. Besonders gross ist auch die Dichte der Videorecorder (in 87% der Haushalte), der Kassettenrecorder (86%), der Fernseher mit Kabelanschluss (82%) und der PCs (82%).

¹ Zur Kategorie „Radio“ gehören: HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss, Radiogerät mit Kabelanschluss, Radiowecker oder Walkman mit Radio.
Zur Kategorie TV gehören: Fernseher mit Kabelanschluss oder Fernseher ohne Kabelanschluss.

In etwa 6 von 10 Haushalten ist (mindestens) ein PC mit Internetanschluss vorhanden, ein Radiogerät ohne Kabelanschluss oder ein Radiowecker.

In weniger als der Hälfte der befragten Haushalte findet man ein Radiogerät mit Kabelanschluss, einen Walkman mit integriertem Radio, einen PC ohne Internetanschluss oder einen Fernseher ohne Kabelanschluss.

Abb. 3.1: Der Besitz der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: prozentuale Verteilung der Haushalte mit mindestens einem Gerät – Angaben für die ganze Schweiz

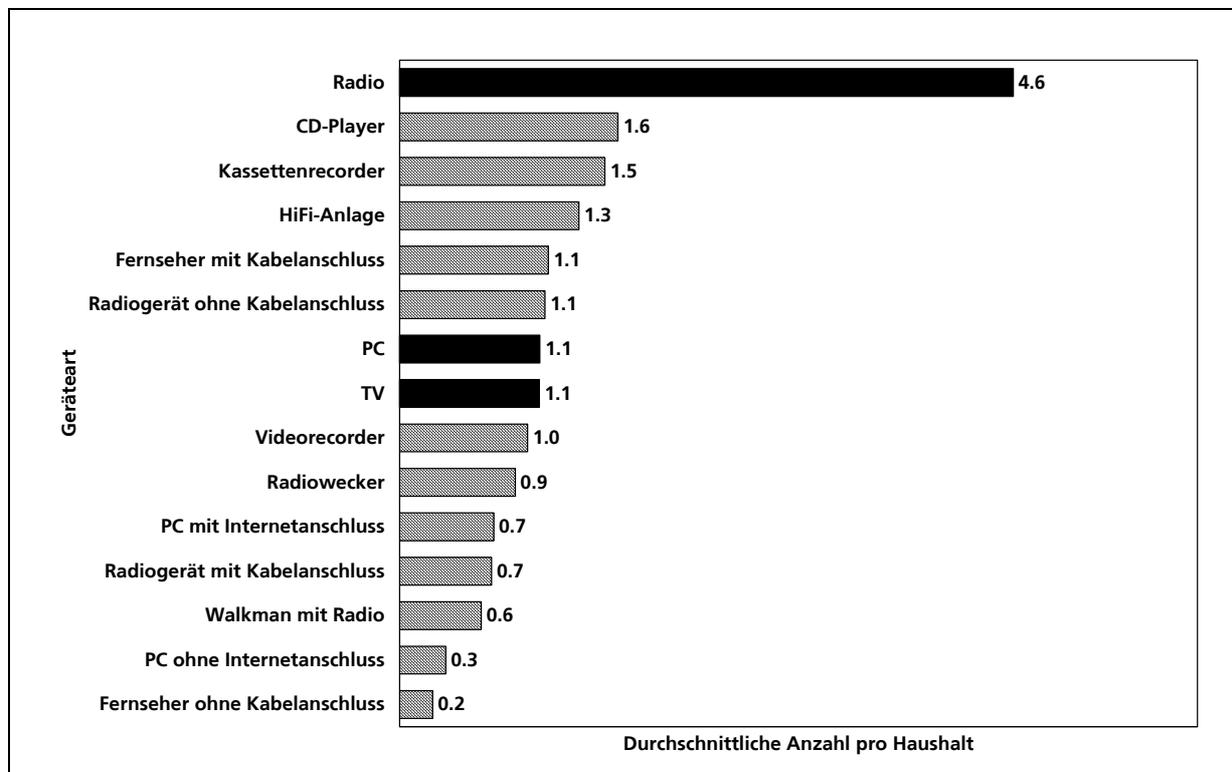


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Im Schnitt befinden sich in den Schweizer Haushalten mit Kindern nicht weniger als 11 Geräte der Unterhaltungselektronik. Was die einzelnen Gerätetypen anbelangt, verfügt jeder Schweizer Haushalt über etwa 5 Radiogeräte. Es handelt sich dabei vor allem um Radiogeräte ohne Kabelanschluss (im Schnitt 1.1 pro Haushalt, Abbildung 3.2). Das Radio scheint somit das meistpräsenste Gerät der Unterhaltungselektronik zu sein.

Im Allgemeinen verfügt der durchschnittliche Schweizer Haushalt mit Kindern über mehr Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik als über solche für die visuelle Unterhaltung. Einzig Walkmen mit integriertem Radio und die Radiowecker erweisen sich im Durchschnitt als weniger häufig vorhanden als das meistpräsenste visuelle Unterhaltungsgerät (der Fernseher mit Kabelanschluss, im Schnitt 1.1). Was das Radio anbelangt, verfügen 17% der Haushalte mit Kindern über 4 Geräte, 16% über 3 Radiogeräte und 14% über 5 Geräte. Etwa 4% der befragten Haushalte besitzen mehr als 10 Radiogeräte. Bemerkenswert: im Schnitt befinden sich in den Schweizer Haushalten mit Kindern gleich viele PCs wie Fernsehapparate.

Abb. 3.2: Der Besitz der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: „Wie viele der folgenden Geräte gibt es in Ihrem Haushalt?“ – Angaben für die ganze Schweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz, die mindestens eins der jeweiligen Geräte besitzen
Basis: 499 Personen

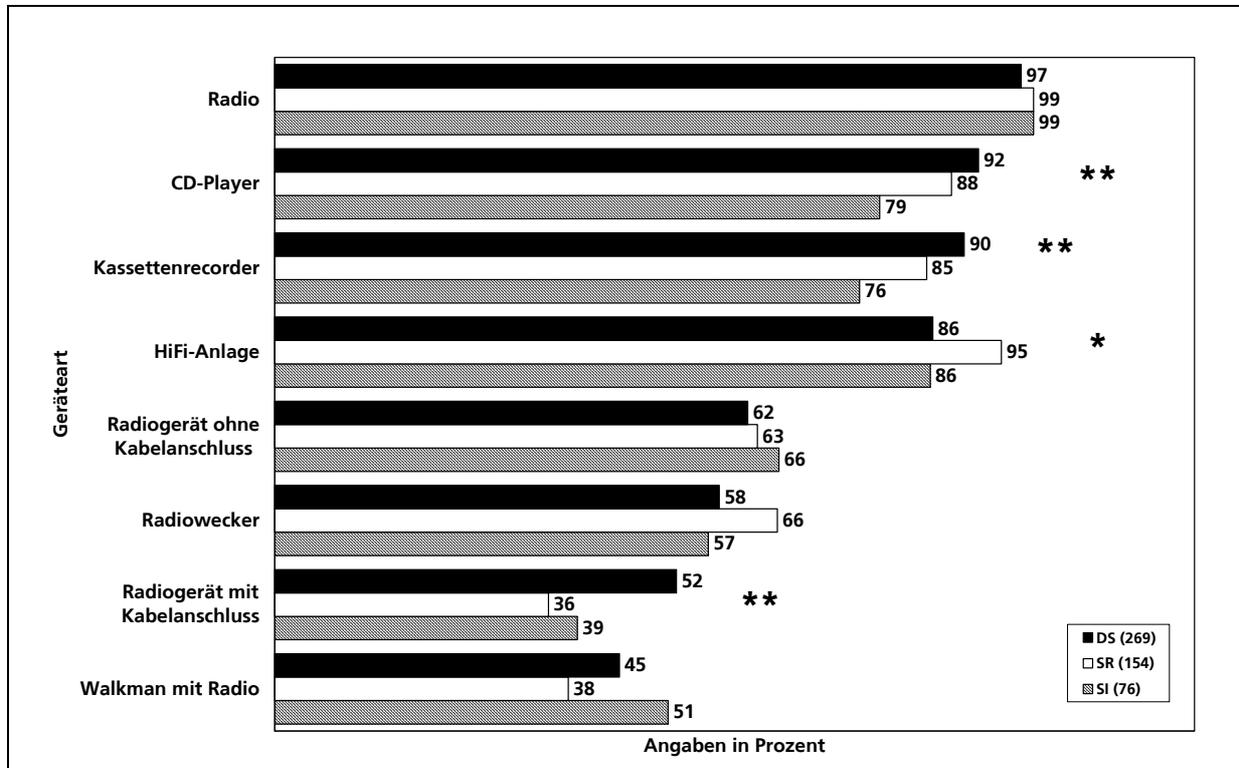
3.1.2 Die drei Sprachregionen

Was die Verteilung der Radio- und Fernsehgeräte in den drei Sprachregionen anbelangt, lassen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Deutschschweiz, Romandie und Svizzera italiana feststellen. Differenzen gibt es aber bei einer Betrachtung der einzelnen Gerätetypen (Abbildungen 3.3 und 3.4). Es gibt zudem einen statistisch signifikanten Unterschied, der die Präsenz der PCs in den drei Landesteilen betrifft.

Beginnen wir unsere Betrachtung bei den Unterhaltungsgeräten aus der auditiven Welt. CD-Player sind signifikant weniger vorhanden in Haushalten südlich der Alpen (79%) als in den zwei anderen Sprachregionen. Kassettengeräte findet man überdurchschnittlich häufig in der Deutschschweiz (90%) und unterdurchschnittlich häufig südlich der Alpen (76%).

Der Besitz einer HiFi-Anlage ist eher Sache der Romands (89%). Weitere signifikante Unterschiede betreffen ferner die Präsenz der Radiogeräte mit einem Kabelanschluss: Man findet sie überdurchschnittlich häufig in der Deutschschweiz (58%), während nur eine Minderheit der Haushalte in der Romandie und in der Svizzera italiana darüber verfügt. Die weiteren in Abbildung 3.3 dokumentierten Differenzen sind statistisch nicht signifikant.

Abb. 3.3: Der Besitz der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: Prozentuale Verteilung der Haushalte mit mindestens einem Gerät – Angaben für die drei Sprachregionen (auditive Unterhaltungselektronik)¹



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

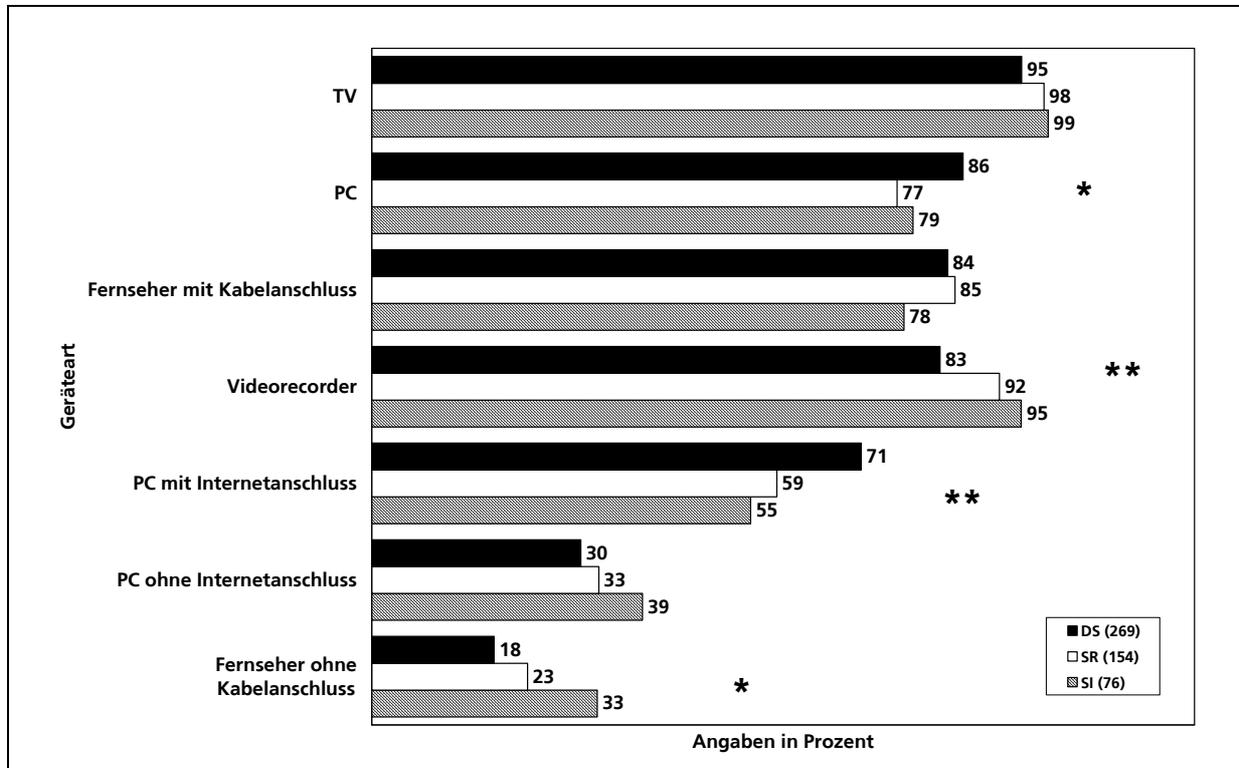
In fast allen Haushalten mit Kindern aller drei Sprachregionen findet man mindestens einen Fernseher (Abbildung 3.4). Einzig in der Svizzera italiana lässt sich ein signifikanter Unterschied gegenüber den zwei übrigen Sprachregionen identifizieren, wonach überdurchschnittlich viele Fernsehgeräte vorhanden sind, die keinen Kabelanschluss haben. In Prozent ausgedrückt: fast zweimal so viele wie in der Deutschschweiz.

Ebenfalls statistisch signifikant ist die Verteilung der Videorecorder in den drei Regionen. Auch diese Geräte sind überdurchschnittlich vorhanden in Haushalten der italienischen Schweiz (95%), wohingegen „nur“ 83% der Deutschschweizer Haushalte über mindestens ein Videogerät verfügen.

Fast umgekehrt verhält es sich mit den PCs: Beinahe in neun von zehn Deutschschweizer Haushalten befindet sich ein Personal Computer. Dieser Anteil beträgt 79% in der italienischen und 77% in der französischen Schweiz. Noch deutlicher fallen die Unterschiede aus, wenn wir die Verteilung der PCs mit Internetanschluss betrachten. 71% der Deutschschweizer Haushalte verfügen über (mindestens) ein Gerät mit diesen Eigenschaften gegenüber 59% in der Romandie und 55% in der Svizzera italiana.

¹ * = signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen, ** = sehr signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen, *** = höchst signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen)

Abb. 3.4: Der Besitz der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: Prozentuale Verteilung der Haushalte mit mindestens einem Gerät – Angaben für die drei Sprachregionen (visuelle Unterhaltungselektronik)

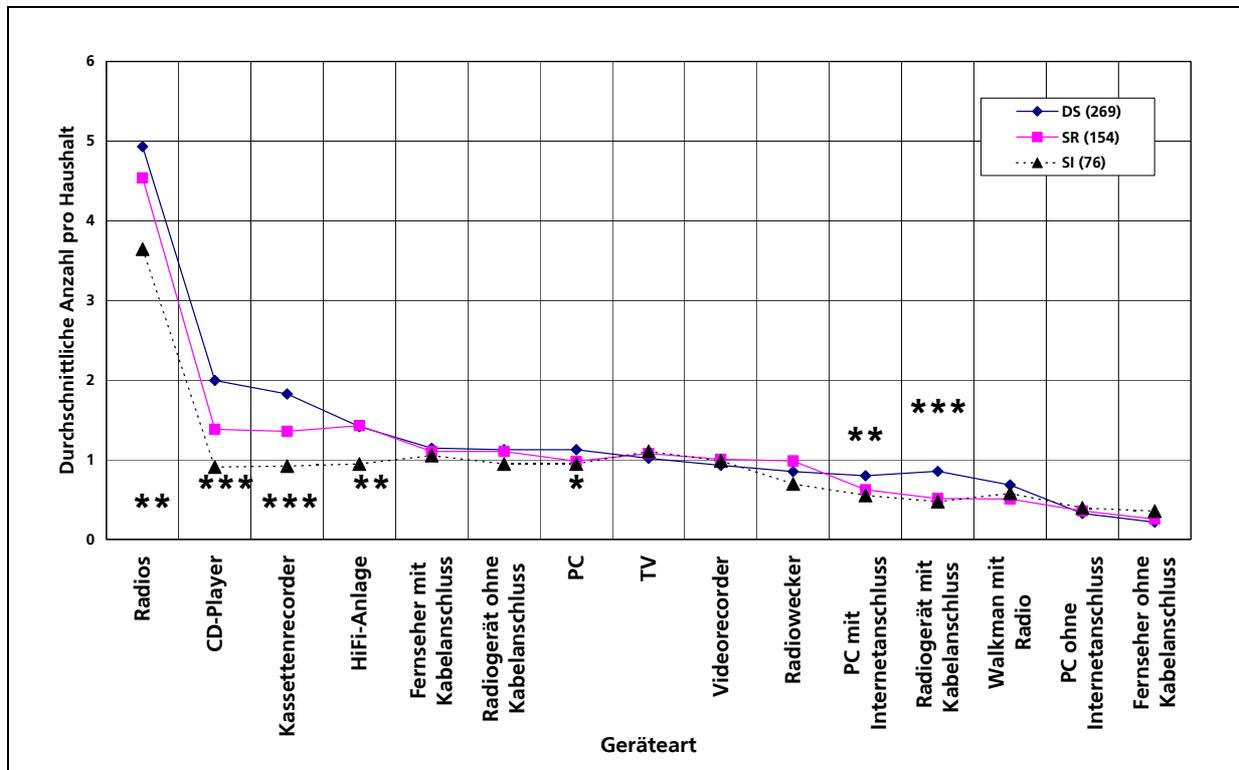


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Abbildung 3.5 zeigt die durchschnittliche Anzahl Geräte in den drei Sprachregionen. Insgesamt befinden sich in der Deutschschweiz pro Haushalt 12.1 Geräte der Unterhaltungselektronik, in der Romandie 10.6 und in der Svizzera italiana deren 8.8. Diese Unterschiede sind statistisch äusserst signifikant.

Was die Anzahl Radiogeräte anbelangt, ist die Deutschschweiz mit einem Durchschnitt von 4.9 Geräten pro Haushalt einsame Spitze und weist einen signifikant höheren Wert als die Suisse romande (4.5 Geräte) und die Svizzera italiana (3.6 Geräte) auf. In Bezug auf die Anzahl Fernsehgeräte lassen sich keine signifikanten regionalen Unterschiede identifizieren. Signifikante Differenzen gibt es aber wiederum, was die Verteilung der PCs in den drei Regionen anbelangt. Wie schon beim Radio, findet man auch bei den PCs den höchsten prozentualen Anteil in der Deutschschweiz (1.1 Geräte). Sowohl in der Romandie wie auch in der Svizzera italiana findet man im Schnitt weniger als einen Personal Computer pro Haushalt.

Abb. 3.5: Der Besitz der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: „Wie viele der folgenden Geräte gibt es in Ihrem Haushalt?“ – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz, die mindestens eins der jeweiligen Geräte besitzen
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Signifikante Differenzen zwischen den Landesteilen gibt es wiederum bei einer Betrachtung der Gerätetypen. Im Allgemeinen findet man in der Svizzera italiana einen unterdurchschnittlichen Anteil an allen Gerätetypen. Die Unterschiede haben signifikanten Charakter, was die CD-Player, die Kassettengeräte und die HiFi-Anlagen anbelangt. Auf der anderen Seite findet man überdurchschnittlich viele Geräte für die musikalische Unterhaltung in der Deutschschweiz. In Deutschschweizer Haushalten ist somit die Präsenz von CD-Player, Kassettenrecordern und Radiogeräten mit Kabelanschluss signifikant überdurchschnittlich.

Wie stehen aber die Daten über den Gerätebesitz der Haushalte mit Kindern im Vergleich zu den für die ganze Bevölkerung repräsentativen Werten da? Als Bezugsgrösse werden hier die Daten des Establishment Survey von 2003 berücksichtigt.¹

¹ Das Establishment Survey hat im Januar 2002 die Medienstudie der SRG SSR idée suisse als Instrument zur Ermittlung von Gerätebesitz und Vektorenverbreitung abgelöst. Die Erhebung erfolgt nach dem Random-Verfahren mittels computergestützten Telefoninterviews (CATI) und ist repräsentativ für die Gesamtbevölkerung der drei grössten Sprachregionen ab 15 Jahren, die über einen fixen Telefonanschluss verfügt. Im Jahr 2003 wurden in der Deutschschweiz 24'607 Personen befragt, in der Suisse romande 24'434 und in der Svizzera italiana 12'236. Die Art der Datenerhebung unterscheidet sich also deutlich von derjenigen, der hier vorliegenden Studie.

Ein Vergleich zeigt vor allem Folgendes:

Deutschschweiz:

- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem Fernsehgerät ist in der vorliegenden Stichprobe der Haushalte mit Kindern (Elternstichprobe) höher (96%) als in der Establishment Survey-Stichprobe (93%).
- Der Anteil Haushalte mit Videorecorder ist in der Elternstichprobe (83%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (65%).
- Der Anteil Haushalte mit Kassettenrecordern ist in der Elternstichprobe (90%) höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (77%).
- Der Anteil Haushalte mit CD-Player ist in der Elternstichprobe (92%) höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (81%).
- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem PC ist in der Elternstichprobe (86%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (70%).
- In Bezug auf den Radiogerät-Besitz gibt es praktisch keine Unterschiede (97% in der Elternstichprobe; 98% in der Establishment Survey-Stichprobe).

Romandie:

- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem Fernsehgerät ist in der Elternstichprobe (98%) höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (94%).
- Der Anteil Haushalte mit Videorecorder ist in der Elternstichprobe (92%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (73%).
- Der Anteil Haushalte mit Kassettenrecorder ist in der Elternstichprobe (85%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (76%).
- Der Anteil Haushalte mit CD-Player ist in der Elternstichprobe (88%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (80%).
- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem PC ist in der Elternstichprobe (77%) höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (63%).
- In Bezug auf den Radiogerät-Besitz gibt es nur kleine Unterschiede (hier: 99%, Establishment Survey: 98%).

Svizzera italiana:

- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem Fernsehgerät ist in der Elternstichprobe (99%) höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (96%).
- Der Anteil Haushalte mit Videorecorder ist in der Elternstichprobe (96%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (67%).
- Der Anteil Haushalte mit Kassettenrecordern ist in der Elternstichprobe (76%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (63%).
- Der Anteil Haushalte mit CD-Player ist in der Elternstichprobe (79%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (63%).
- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem PC ist in der Elternstichprobe (79%) deutlich höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (52%).
- Der Anteil Haushalte mit mindestens einem Radio ist in der Elternstichprobe (99%) höher als in der Establishment Survey-Stichprobe (96%).

Im Allgemeinen entspricht die Verteilung der Radio-Empfanggeräte in der Elternstichprobe zweier von drei Sprachregionen der Verteilung, die wir aus dem Establishment Survey kennen. Was die Verteilung der Fernseher und der verschiedenen Musik- oder Video-Reproduktionsgeräte anbelangt, weist die Elternstichprobe eine deutlich höhere Dichte auf, und zwar in allen drei Regionen. Ein ähnliches Phänomen lässt sich mit der Verteilung der PCs beobachten. Inwiefern diese Unterschiede methodisch zu erklären sind, d.h. in Abhängigkeit von der unterschiedlichen Art der Datenerhebung stehen – in einem Fall mittels Face-to-Face-Befragung im anderen mittels telefonischen Interviews – kann nicht mit absoluter Sicherheit bestimmt werden.

3.1.3 Soziodemographische Unterschiede

Stehen in grossen Haushalten gleich viele Geräte wie in kleinen? Wird in Haushalten mit tiefem Einkommen bei der Anschaffung von Geräten der Unterhaltungselektronik gespart? Ob diese Analogien wirklich gelten, wird in diesem Abschnitt untersucht.

Die erste Frage muss im Allgemeinen mit einem Nein beantwortet werden. Der Zusammenhang zwischen der Haushaltsgrösse und der Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik ist gesamtschweizerisch so gut wie nicht gegeben ($r = .03$, Tabelle 3.1)¹.

Tab. 3.1: Stärke des Zusammenhanges zwischen Haushaltsgrösse und Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik im Haushalt – Pearson-Korrelationskoeffizienten

| | Pearson's r | Signifikanz? ² |
|-------------------|-------------|---------------------------|
| Gesamte Schweiz | .03 | - |
| Deutschschweiz | -.02 | - |
| Romandie | .09 | - |
| Svizzera italiana | .01 | - |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz,
Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Nur wenige Zusammenhänge sind gegeben zwischen der Grösse des Haushaltes und den einzelnen Gerätetypen (Tabelle 3.2). Gesamtschweizerisch lässt sich einzig eine numerisch stärkere Präsenz der PCs in Haushalten mit vielen Personen identifizieren. In der Deutschschweiz und in der

¹ Der Korrelationskoeffizient Pearson's r ist ein Mass für den Zusammenhang zwischen zwei intervallskalierten Merkmalen (z.B Anzahl Geräte, Anzahl Personen im Haushalt). Sein Wert kann zwischen + 1 (absolut positiver Zusammenhang) und -1 (absolut negativer Zusammenhang variieren). Je näher der Wert bei ± 1 liegt, desto stärker der Zusammenhang. Dieser Mass sagt jedoch nichts über allfällige kausale Beziehungen zwischen den Merkmalen aus.

² * = signifikanter Zusammenhang, ** = sehr signifikanter Zusammenhang, *** = höchst signifikanter Zusammenhang, - = kein signifikanter Zusammenhang

Romandie gibt es eine (schwache) statistisch signifikante Beziehung, wonach die Anzahl der TV-Geräte parallel zur Grösse des Haushaltes *abnimmt*! In der Svizzera italiana ist der Zusammenhang *positiv*. Eine positive Beziehung lässt sich auch zwischen Haushaltsgrösse und Anzahl PCs und CD-Player identifizieren. Negativ ist südlich der Alpen die Beziehung zwischen Haushaltsgrösse und Anzahl Radiowecker. D.h.: je kleiner der Haushalt, desto mehr Radiowecker sind vorhanden!

Tab. 3.2: Stärke des Zusammenhanges zwischen Haushaltsgrösse und Anzahl bestimmter Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Haushalt – Pearson-Korrelationskoeffizienten

| Gerätetyp | Pearson's r (und Angaben zur Signifikanz) | | | |
|-------------------|---|---------|---------|----------|
| | CH | DS | SR | SI |
| Radio | .00 | - .02 | .07 | - .23 |
| TV | - .05 | - .14 * | - .06 * | .28 * |
| PC | .12 ** | .08 | .10 | .33 ** |
| Videorecorder | - .01 | - .06 | .03 | .07 |
| HiFi-Anlage | - .01 | - .11 | .16 | - .06 |
| Radiowecker | - .01 | .02 | .06 | - .40 ** |
| Walkman | - .03 | .01 | - .07 | - .11 |
| Kassettenrecorder | .03 | - .02 | .08 | .15 |
| CD-Player | .06 | .03 | .07 | .26 * |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Alles in allem kann man somit sagen, dass der Satz „ je grösser der Haushalt, desto zahlreicher die Geräte der Unterhaltungselektronik“ keine Gültigkeit hat.

Die zweite eingangs aufgestellte Hypothese betrifft die Beziehung zwischen Gerätebesitz und durchschnittlichem Haushaltseinkommen. Auch beim Einkommen beginnen wir unsere Betrachtung mit dem Zusammenhang zum Vorhandensein der Geräte im Allgemeinen. Es muss aber im Voraus gesagt werden, dass ein relativ grosser Anteil an Personen die Frage nicht beantwortet hat.

Wie aus Tabelle 3.3 ersichtlich, gibt es eine positive Beziehung zwischen Haushaltseinkommen und Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik (Spearman's ρ)¹. Diese Beziehung ist auf gesamtschweizerischer Ebene höchst signifikant und lässt sich auch in den einzelnen Regionen wiedererkennen. Einzig in der Svizzera italiana ist der Zusammenhang nicht signifikant – dies

¹ Der Korrelationskoeffizient Spearman's ρ ist ein Mass für den Zusammenhang zwischen zwei ordinalskalierten Merkmalen (z.B Altersklassen, Einkommenskategorien) oder zwischen einem intervallskalierten und einem ordinalskalierten Merkmal. Sein Wert kann zwischen + 1 (absolut positiver Zusammenhang) und -1 (absolut negativer Zusammenhang variieren). Je näher der Wert bei ± 1 liegt, desto stärker der Zusammenhang. Dieser Mass sagt jedoch nichts über allfällige kausale Beziehungen zwischen den Merkmalen aus.

wahrscheinlich aber nicht zuletzt deshalb, weil nur wenig Personen die Frage beantwortet haben.

Tab. 3.3: Stärke des Zusammenhanges zwischen Haushaltseinkommen und Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik im Haushalt – Spearman's ρ

| | Spearman's ρ | Signifikanz |
|-------------------|-------------------|-------------|
| Gesamte Schweiz | .32 | *** |
| Deutschschweiz | .31 | *** |
| Romandie | .23 | ** |
| Svizzera italiana | .17 | |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz, die die Frage zum Einkommen beantwortet haben
 Basis: CH: 411 Personen; DS: 246 Personen; SR: 125 Personen; SI: 40 Personen

Wie steht es aber mit den einzelnen Gerätetypen? Ist dieser Zusammenhang lediglich nur bei einer Betrachtung „aller Geräte zusammen“ gegeben oder lässt er sich auch bei einer differenzierteren Analyse feststellen? Wie aus Tabelle 3.4 ersichtlich, gibt es auf gesamtschweizerischer Ebene mehrere Zusammenhänge zwischen dem Einkommen und dem Besitz von Radiogeräten und PCs. In Haushalten, die ein hohes Einkommen aufweisen, findet man mehr Radiogeräte und PCs als in solchen mit bescheidenem Einkommen. Eine ähnliche Beziehung gilt für die Verteilung von CD-Playern, HiFi-Anlagen, Walkmen, Kassettenrecordern und Radioweckern. Einzig zwischen der Anzahl TV-Geräte bzw. Videorecorder und dem Einkommen gibt es auf gesamtschweizerischer Ebene keinen statistisch signifikanten Zusammenhang.

Tab. 3.4: Stärke des Zusammenhanges zwischen Haushaltseinkommen und Anzahl bestimmter Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Haushalt – Spearman's ρ

| Gerätetyp | Spearman's ρ (und Angaben zur Signifikanz) | | | |
|-------------------|---|---------|---------|--------|
| | CH | DS | SR | SI |
| Radio | .28 *** | .34 *** | .22 * | .23 |
| TV | .10 | -.11 | .10 | .05 |
| PC | .20 ** | .18 ** | .36 *** | -.33 * |
| Videorecorder | .02 | .02 | .11 | -.25 |
| HiFi-Anlage | .25 *** | .29 *** | .17 * | -.05 |
| Radiowecker | .17 *** | .21 ** | .13 | .06 |
| Walkman | .18 ** | .18 ** | .23 ** | -.14 |
| Kassettenrecorder | .16 ** | .15 * | .09 | -.11 |
| CD-Player | .27 *** | .30 *** | .07 | .03 |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz, die die Frage zum Einkommen beantwortet haben
 Basis: CH: 411 Personen; DS: 246 Personen; SR: 125 Personen; SI: 40 Personen

Die Betrachtung der einzelnen Sprachregionen zeigt zunächst, dass in der Svizzera italiana gar keine Beziehung zwischen Einkommen und Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik existiert. Nördlich der Alpen lassen sich hingegen mehrere zum Teil höchst signifikante Zusammenhänge identifizieren. Sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Romandie besitzen Haushalte mit hohem Einkommen überdurchschnittlich viele Radiogeräte und PCs. Der Zusammenhang zu den Radiogeräten ist in der Deutschschweiz höchst signifikant. Derjenige zu den Personal Computer hat höchst signifikanten Charakter in der Romandie. In beiden Sprachregionen kann man ferner eine lineare Beziehung zwischen Höhe des Einkommens und Anzahl HiFi-Anlagen bzw. Walkmen im Haushalt feststellen. Nur in der Deutschschweiz gilt schliesslich der Satz: „Je höher das durchschnittliche Haushaltseinkommen, desto mehr Radiowecker, Kassettenrecorder oder CD-Player“.

Im Allgemeinen resultiert aus diesen Daten eine deutlichere Beziehung zwischen durchschnittlichem Haushaltseinkommen und Geräteverteilung als zwischen letzterer und der Grösse des Haushaltes, in welchem die befragte Person wohnt.

3.2 Die Medienausstattung im Kinderzimmer

3.2.1 Die Schweiz

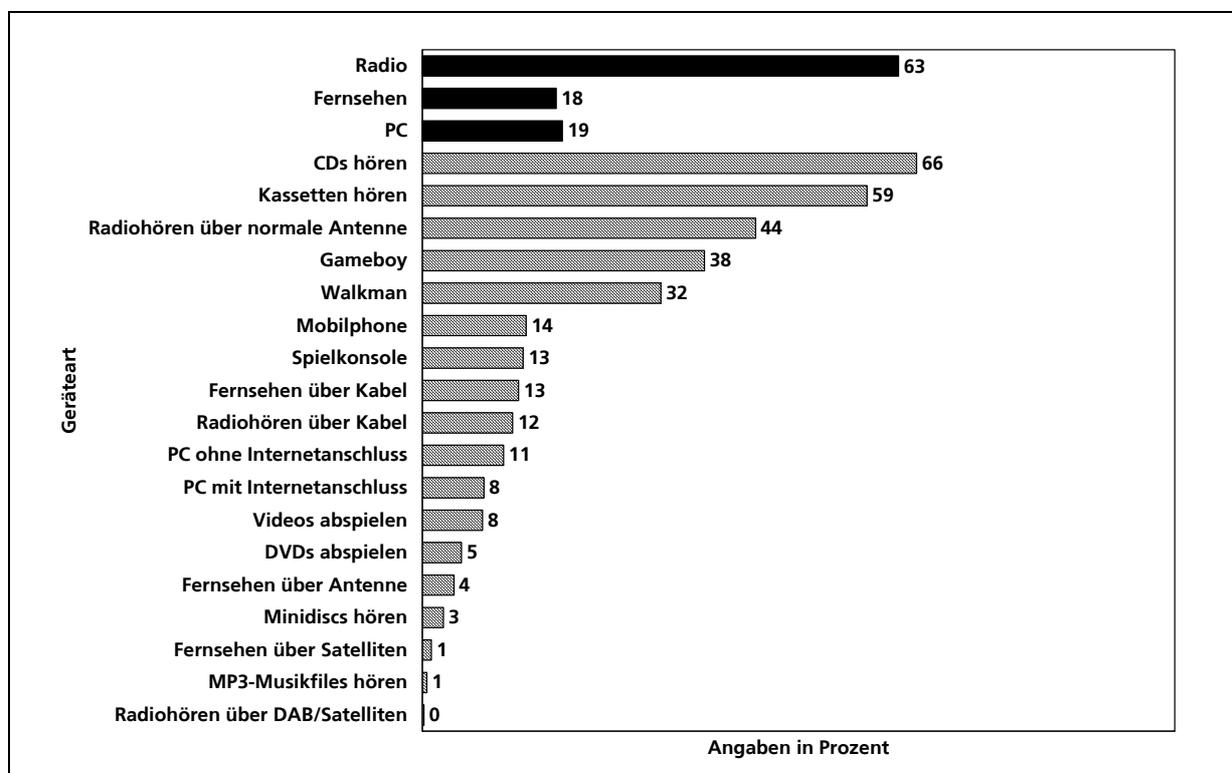
Sechs von zehn Kindern haben die Möglichkeit, im eigenen Zimmer Radio zu hören, sei es weil eine HiFi-Anlage, ein normales Radiogerät mit bzw. ohne Kabelanschluss oder weil sie einen Walkman besitzen (Abbildung 3.6). Knapp zwei von zehn Kindern verfügen im eigenen Zimmer über ein Fernsehgerät oder einen PC.

Betrachtet man die Verteilung der einzelnen Geräte, sticht die starke Präsenz der CD-Player hervor: Knapp sieben von zehn Kindern haben die Möglichkeit, ihre Lieblings-CDs ungestört im eigenen Zimmer zu hören. Es ist ebenfalls eine absolute Mehrheit der Kinder, die im eigenen Zimmer Kassetten hören kann (59%). Zuhinterst in der Hit-Parade der Nutzungsmöglichkeiten im Kinderzimmer stehen vor allem Geräte, die zur modernsten Technologie zählen – d.h. zur Technologie, die erst in den letzten Jahren angefangen hat, den Markt intensiv durchzudringen (DAB, MP3-Player, Minidiscs).

Im Durchschnitt verfügen die Kinder über 3.3 Gerätetypen im eigenen Zimmer.¹ Die meisten Kinder besitzen 3 verschiedene Gerätetypen bzw. haben 3 verschiedene Nutzungsmöglichkeiten im eigenen Zimmer (in keiner Abbildung dargestellt).

¹ Achtung! Hier wird nicht die Anzahl Geräte angegeben, die ein Kind hat (es kann z.B. sein, dass einzelne Kinder mehrere Walkmen besitzen), sondern die Anzahl *Gerätetypen*.

Abb. 3.6: Die Nutzungsmöglichkeiten der Unterhaltungselektronik-Geräte für die Kinder im eigenen Zimmer – Angaben für die ganze Schweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

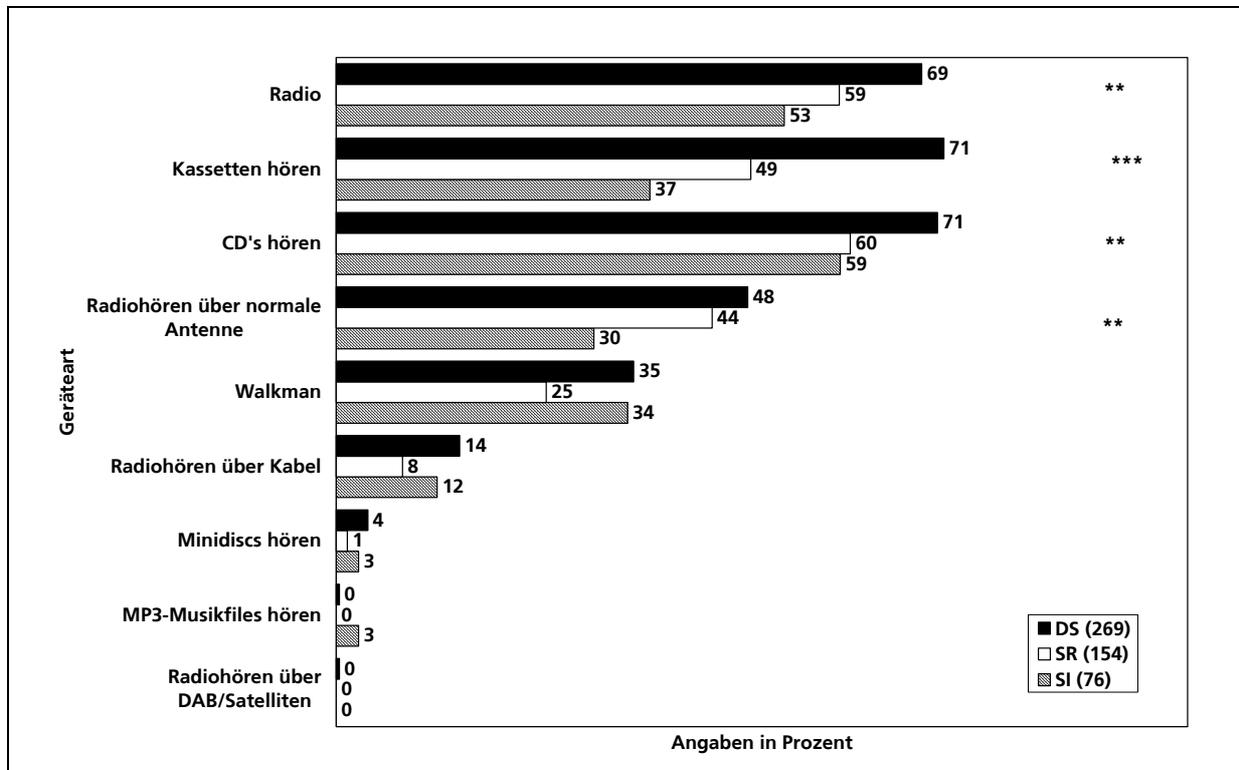
Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

3.2.2 Die drei Sprachregionen

Auch bei diesem Unterkapitel möchten wir die Antwortverteilung separat für die drei Sprachregionen betrachten.

Bei den Geräten der auditiven Unterhaltungselektronik bzw. bei den Möglichkeiten, im Kinderzimmer vom Angebot im Zusammenhang mit der auditiven Unterhaltungselektronik zu profitieren, gibt es vier signifikante Unterschiede zwischen den Regionen (Abbildung 3.7). In der Deutschschweiz findet man signifikant mehr Kinderzimmer, die mit (mindestens) einem Radio ausgestattet sind (69%) als in der Romandie (59%) oder in der Svizzera italiana (53%). Höchst signifikant ist der Unterschied in Bezug auf das Vorhandensein von Kassettengeräten. Sieben von zehn Deutschschweizer Kindern haben die Möglichkeit, in den eigenen vier Wänden Kassetten zu hören (71%), gegenüber nur 49% in der Romandie und 37% in der Svizzera italiana. Sehr signifikant sind die Unterschiede betreffend der Möglichkeit, im eigenen Zimmer CDs zu hören und Radio über normale Antenne zu empfangen. Beide Optionen sind überdurchschnittlich ausgeprägt in den Kinderzimmern der Deutschschweiz und eher unterdurchschnittlich südlich der Alpen. Die übrigen aus Abbildung 4.7 erkennbaren Unterschiede sind statistisch nicht signifikant.

Abb. 3.7: Die Nutzungsmöglichkeiten für die Kinder der Unterhaltungselektronik-Geräte im eigenen Zimmer – Angaben für die drei Sprachregionen (auditive Unterhaltungselektronik)



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

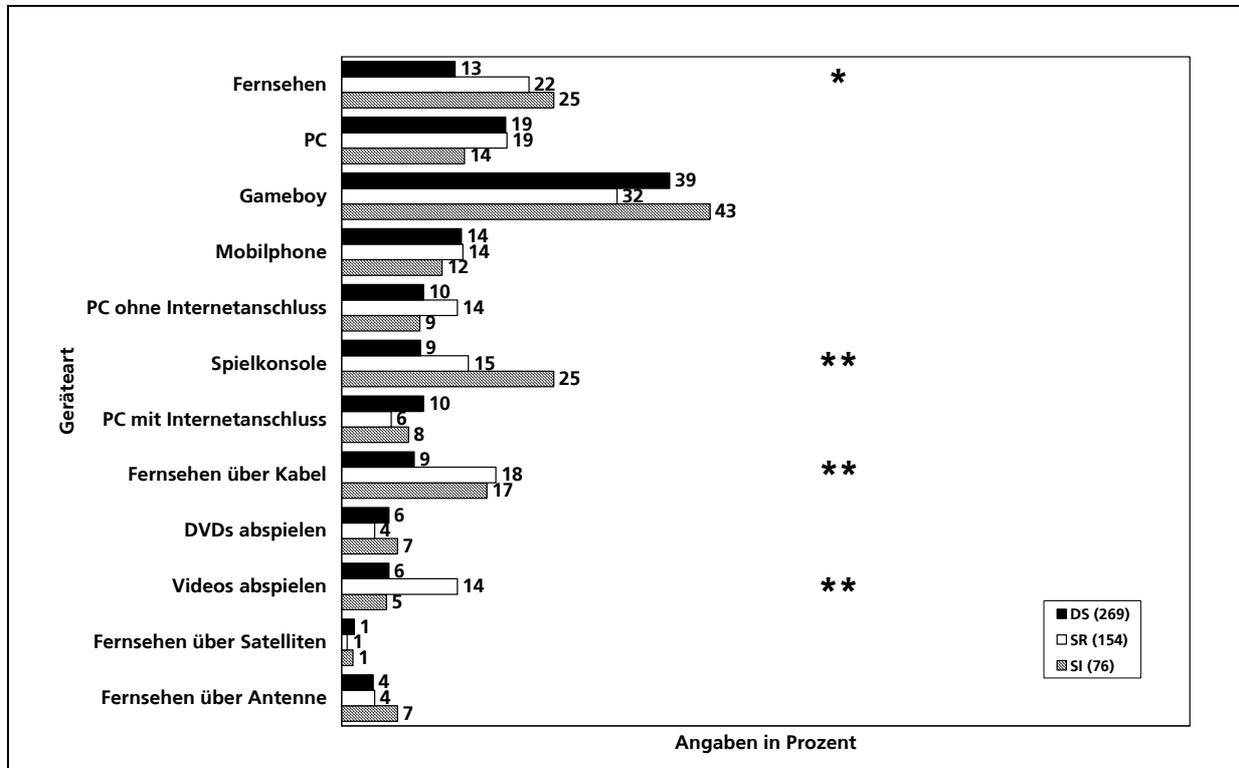
Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Als erste wichtige Erkenntnis aus Abbildung 3.8 kann man festhalten, dass in allen Sprachregionen die Geräte der visuellen Unterhaltungselektronik bzw. der Telefonie in den Kinderzimmern tendenziell weniger präsent sind als die verschiedenen Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik. Es gibt aber von Region zu Region Differenzen in Bezug auf die Dichte der verschiedenen Gerätetypen. So findet man in 13% der Kinderzimmer der Deutschschweiz eins oder mehrere Fernsehgeräte – signifikant weniger als in der Romandie und in der Svizzera italiana. Dieser statistische Unterschied gilt auch für die Verteilung der Fernsehgeräte mit Kabelanschluss. Die Möglichkeit, im eigenen Zimmer Videos abzuspielen, haben vor allem Kinder aus der Romandie (14%), während der Besitz einer Spielkonsole eher Sache der Ticinesi bzw. der Bündner aus den italienischsprachigen Tälern ist (25%).

Unterschiede zwischen den drei Regionen lassen sich auch für die durchschnittliche Anzahl an Gerätetypen im Kinderzimmer identifizieren.

In der Deutschschweiz findet man im Schnitt 3,5, in der Romandie und in der Svizzera italiana lediglich 3,1 Gerätetypen. Die meisten Kinder aus der Deutschschweiz und aus der Romandie haben im eigenen Zimmer Zugang zu 3 verschiedenen Gerätetypen, in der Svizzera italiana zu 2 Gerätetypen. Alle Unterschiede sind statistisch sehr signifikant (in keiner Abbildung dargestellt).

Abb. 3.8: Die Nutzungsmöglichkeiten der Unterhaltungselektronik-Geräte für die Kinder im eigenen Zimmer – Angaben für die drei Sprachregionen (visuelle Unterhaltungselektronik und Telephonie)



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Als Fazit dieser regionalen Betrachtung kann man zweierlei festhalten: Zum einen, dass in der italienischen Schweiz in den Kinderzimmern weniger Geräte der Unterhaltungselektronik zu finden sind als in den zwei übrigen Sprachregionen. Zum anderen, dass die Verbreitung der Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik in den Zimmern Deutschschweizer Kinder überdurchschnittlich stark ist.

3.2.3 Soziodemographische Unterschiede

Die erste Frage, die sich in Bezug auf den Zusammenhang zwischen Geräteverfügbarkeit im Kinderzimmer und soziodemographischen Merkmalen stellt, betrifft die Beziehung zwischen Gerätetypen und Alter. Es scheint naheliegend, dass mit zunehmendem Alter die Anzahl Gerätetypen steigt: ein elektronisches Unterhaltungsgerät ist schliesslich kein billiges Spielzeug, welches schnell gekauft und ebenso schnell entsorgt wird; daher sollte im Kinderzimmer ein gewisser Kumulationseffekt stattfinden. Für den Zusammenhang Alter-Anzahl Gerätetypen spricht zudem die Tatsache, dass das Kind im Laufe des Erwachsenwerdens auch jene notwendigen Fertigkeiten entwickelt, die es ihm erlauben, mit einer nicht immer einfachen Technik erfolgreich umzugehen.

Tabelle 3.5 zeigt auf, dass es tatsächlich eine positive Beziehung zwischen dem Alter des Kindes und der Anzahl Gerätetypen gibt. Diese Beziehung ist nicht nur auf gesamtschweizerischer Ebene (höchst) signifikant, sondern auch in den einzelnen Sprachregionen. Die höchsten Korrelationswerte weisen dabei die Deutschschweiz und die Svizzera italiana auf.

Tab. 3.5: Stärke des Zusammenhanges zwischen Alter des Kindes und Anzahl Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer – Pearson-Korrelationskoeffizienten

| | Pearson's r | Signifikanz? |
|-------------------|-------------|--------------|
| Gesamte Schweiz | .36 | *** |
| Deutschschweiz | .39 | *** |
| Romandie | .30 | *** |
| Svizzera italiana | .35 | *** |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz,
Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Es gibt einige weitere Zusammenhänge zwischen Anzahl Gerätetypen und soziodemographischen Merkmalen, sie sind jedoch eher schwacher Natur:

- Auf gesamtschweizerischer Ebene lässt sich ein Zusammenhang mit dem Einkommen identifizieren (Spearman's $\rho = .20$ *** - „je höher das durchschnittliche Familieneinkommen, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer“) und ein eher schwacher mit der Ortsgrösse (Spearman's $\rho = -.10$ - „je kleiner die Ortschaft, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer“)
- In der Deutschschweiz lässt sich ein Zusammenhang mit dem Einkommen identifizieren (Spearman's $\rho = .18$ ** - „je höher das durchschnittliche Haushaltseinkommen, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer“)
- In der Romandie lässt sich ein Zusammenhang mit der Höhe des Haushaltseinkommens identifizieren (Spearman's $\rho = .26$ ** - „je höher das Haushaltseinkommen, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer“) und einer mit der Ortsgrösse (Spearman's $\rho = -.23$ - „je kleiner die Ortschaft, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer“)
- In der Svizzera italiana lassen sich keine statistisch signifikanten Zusammenhänge identifizieren.

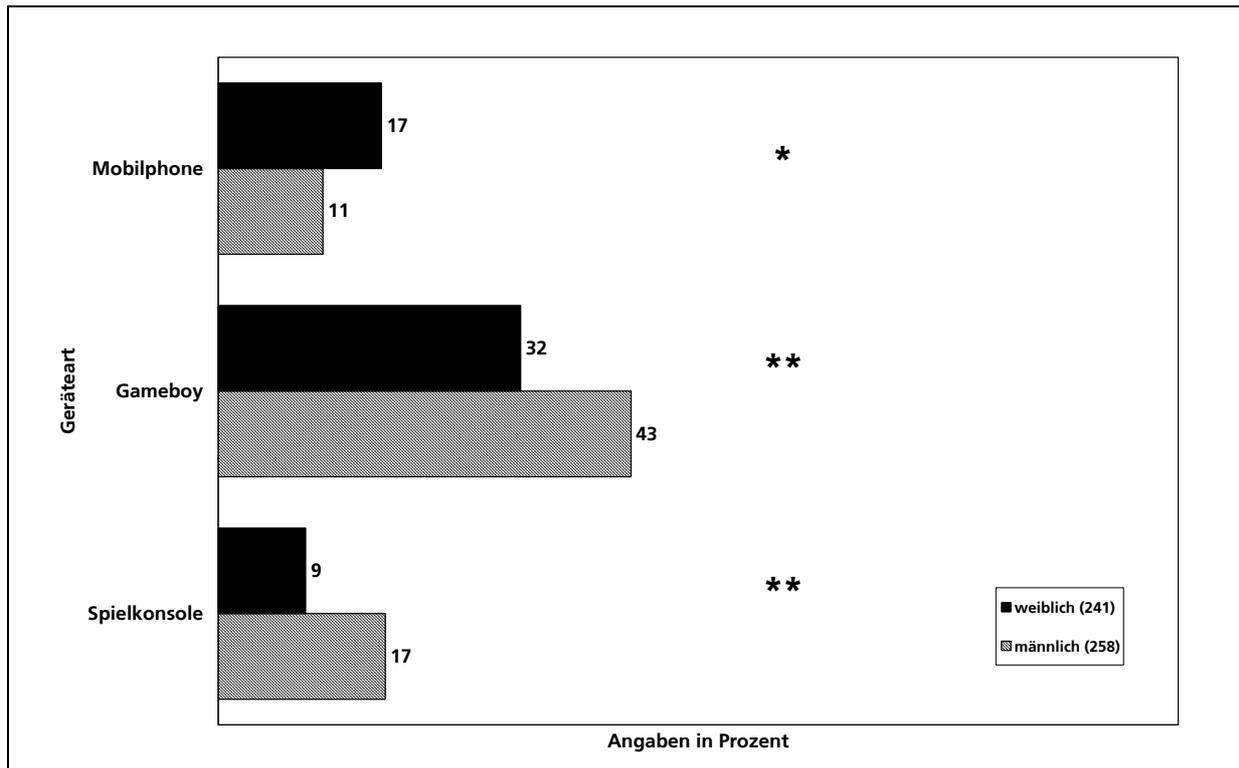
Fernsehen, Radio, PC und weitere Geräte: Wie sieht es in den verschiedenen soziodemographischen Kategorien aus mit der Möglichkeit, im Kinderzimmer die verschiedenen Medien zu benutzen? Wo gibt es Unterschiede? Wir wollen unsere Betrachtung beim Geschlecht anfangen. In den folgenden Abbildungen werden nur Unterschiede mit statistisch signifikantem Charakter aufgezeigt.

Unterschiede im Zusammenhang mit dem Geschlecht

Lediglich in Zusammenhang mit dem Besitz eines Mobiltelefons bzw. mit der Möglichkeit, mit der Spielkonsole oder mit dem Gameboy zu spielen, gibt es Unterschiede zwischen Knaben und

Mädchen. Etwa vier von zehn Jungen können mit einem eigenen Gameboy spielen, bei den Mädchen beträgt dieser Anteil nur 32%. Was die Spielkonsole anbelangt, haben 17% der Knaben gegenüber 9% der Mädchen die Möglichkeit, in ihrem Zimmer sich damit zu vergnügen. Mobiltelefone sind hingegen eher Sache der Mädchen (17% gegenüber 11% - Abbildung 3.9).

Abb. 3.9: Die Nutzungsmöglichkeiten für die Kinder der Unterhaltungselektronik-Geräte im eigenen Zimmer – Angaben für die ganze Schweiz, signifikante Unterschiede im Zusammenhang mit dem Geschlecht



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen; Knaben: 258 Personen; Mädchen: 241 Personen

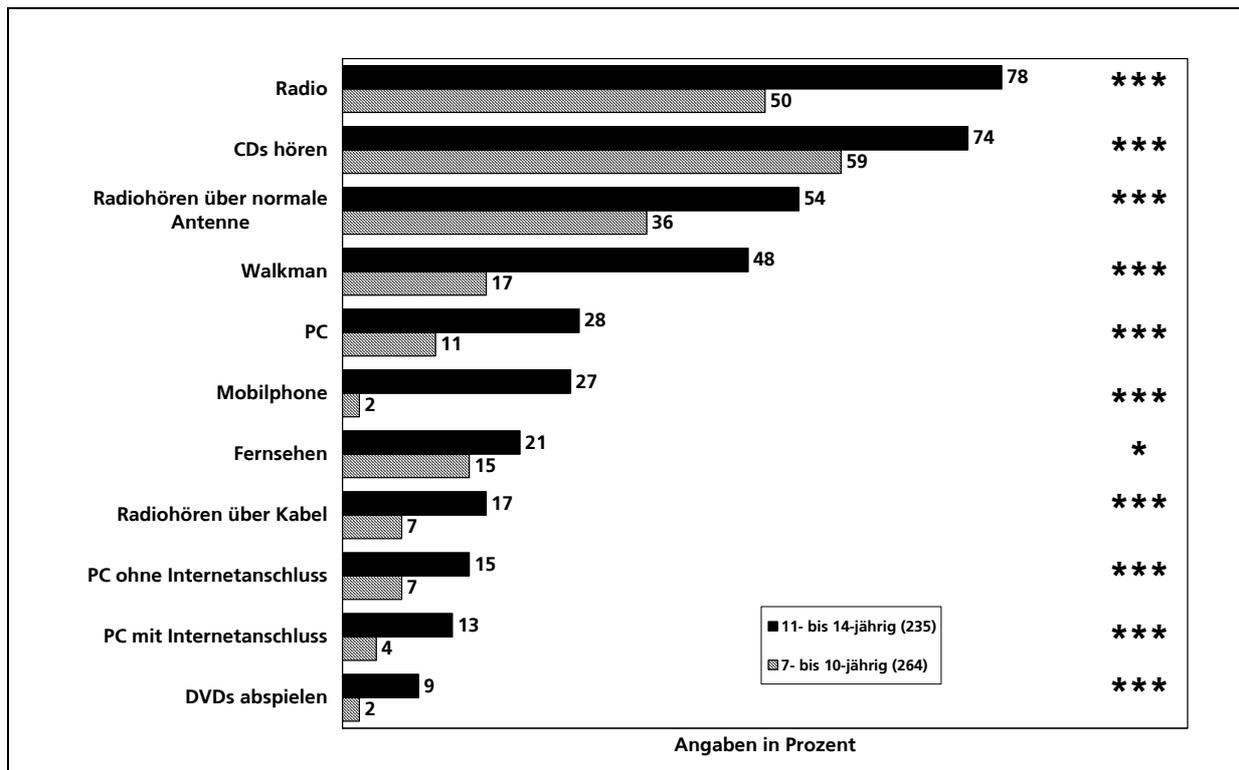
Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter

Die Beziehungen zwischen Alter und der Möglichkeit, die verschiedenen Gerätetypen im eigenen Zimmer zu benutzen, sind deutlich ausgeprägter als die Zusammenhänge zwischen Geschlecht und Gerätetypen-Besitz. Für unsere Betrachtung sind zwei Altersklassen gebildet worden: diejenige der 7- bis 10-Jährigen und diejenige der 11- bis 14-Jährigen. Wie aus Abbildung 3.10 sichtbar, gibt es nicht weniger als 11 statistisch signifikante Zusammenhänge! D.h. bei 11 Gerätetypen lässt sich eine Beziehung identifizieren, wonach der Anteil an Kindern, die in ihrem Zimmer Zugang zu diesen Geräten haben, bei den 11- bis 14-Jährigen signifikant höher ist als bei den 7- bis 10-Jährigen.

Zwei weitere Aspekte verdienen es, hervorgehoben zu werden. Zum einen die Tatsache, dass in beiden Altersklassen vor allem Unterhaltungsmöglichkeiten im Zusammenhang mit auditiven Medien in den Kinderzimmern verbreitet sind – zuoberst auf der Hitliste der 11- bis 14-Jährigen und der 7- bis 10-Jährigen stehen nämlich „Radio hören“, „CD's hören“ und „Walkman“. Zum

anderen die Tatsache, dass der prozentuale Unterschied zwischen den zwei Alterklassen in Bezug auf die Möglichkeit, im eigenen Zimmer über verschiedene Optionen der Unterhaltungselektronik zu verfügen, vor allem bei den Aspekten „Walkman“ (31%-Unterschied), „Radio hören“ (28%-Unterschied) und „Mobiltelefon“ (25%-Unterschied) gross ist. Es scheint somit, dass erst nach dem zehnten Lebensjahr die Präsenz dieser Geräte im Kinderzimmer zu einem relevanten Faktor wird.

Abb. 3.10: Die Nutzungsmöglichkeiten für die Kinder der Unterhaltungselektronik-Geräte im eigenen Zimmer – Angaben für die ganze Schweiz, signifikante Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter

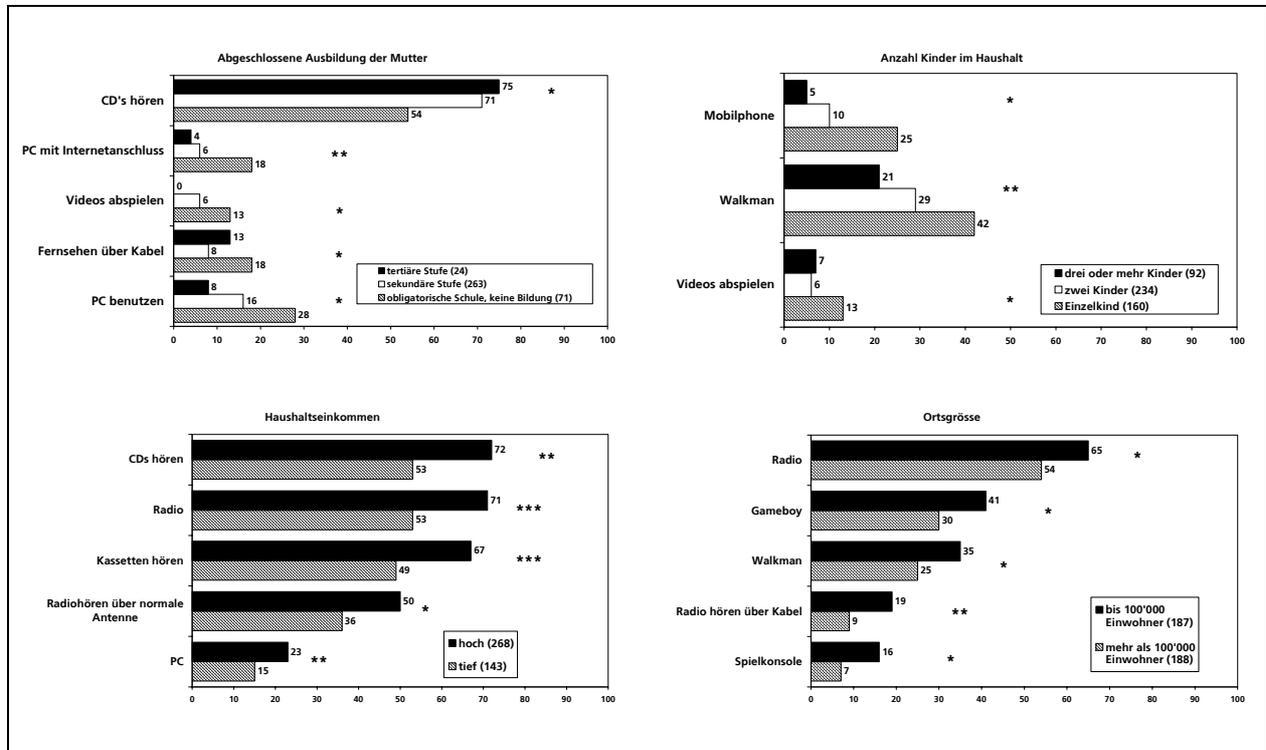


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 499 Personen; 7- bis 10-Jährige: 264 Personen; 11- bis 14-Jährige: 235 Personen

Unterschiede im Zusammenhang mit anderen soziodemographischen Merkmalen

Weitere Beziehungen lassen sich identifizieren zwischen der Verfügbarkeit der verschiedenen Geräte der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer und den restlichen soziodemographischen oder sozioökonomischen Merkmalen. Manche soziodemographischen Merkmale stehen jedoch in keinem Verhältnis zur Gerätezugänglichkeit für die Kinder im eigenen Zimmer. Es gibt beispielsweise gar keinen statistischen Zusammenhang zwischen dem Beruf des befragten Erwachsenen (in der Regel der Mutter) und der Verteilung bzw. der Verfügbarkeit der verschiedenen Unterhaltungselektronikgeräte im Kinderzimmer. In Abbildung 3.11 werden die verschiedenen signifikanten Zusammenhänge graphisch dargestellt. Diese betreffen in erster Linie die Frage nach dem Familieneinkommen, die Grösse des Wohnortes, die Anzahl Kinder im Haushalt und die abgeschlossene Ausbildung der Mutter.

Abb. 3.11: Die Nutzungsmöglichkeiten für die Kinder der Unterhaltungselektronik-Geräte im eigenen Zimmer – Angaben für die ganze Schweiz, signifikante Unterschiede im Zusammenhang mit ausgewählten soziodemographischen Merkmalen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 499 Personen

Ein Zusammenhang mit der Bildung der befragten Mutter lässt sich bei fünf Gerätetypen beobachten. Interessanterweise sind Geräte der visuellen Unterhaltungselektronik überdurchschnittlich vorhanden in Kinderzimmern von Haushalten, in welchen die Mutter nur über die obligatorische Ausbildung verfügt. Das einzige Gerät der auditiven Unterhaltungselektronik, bei welchem signifikante Unterschiede in Bezug auf die Verteilung feststellbar sind, ist hingegen überdurchschnittlich vorhanden in Haushalten, in welchen die Mutter eine höhere Bildung aufweist.

Drei signifikante Zusammenhänge lassen sich identifizieren zwischen Geräteausstattung und Anzahl Kinder im Haushalt: Überdurchschnittlich viele Einzelkinder verfügen über ein Mobiltelefon, einen Walkman und haben die Möglichkeit, Videos abzuspielen.

Einige Zusammenhänge lassen sich ebenfalls identifizieren zwischen Geräteverfügbarkeit bzw. – zugänglichkeit im Kinderzimmer und Haushaltseinkommen. Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einem Haushalt mit hohem Einkommen leben, können in ihrem Zimmer CDs, Kassetten oder Radio hören – letzteres vor allem über Antenne – und haben Zugang zu einem PC.

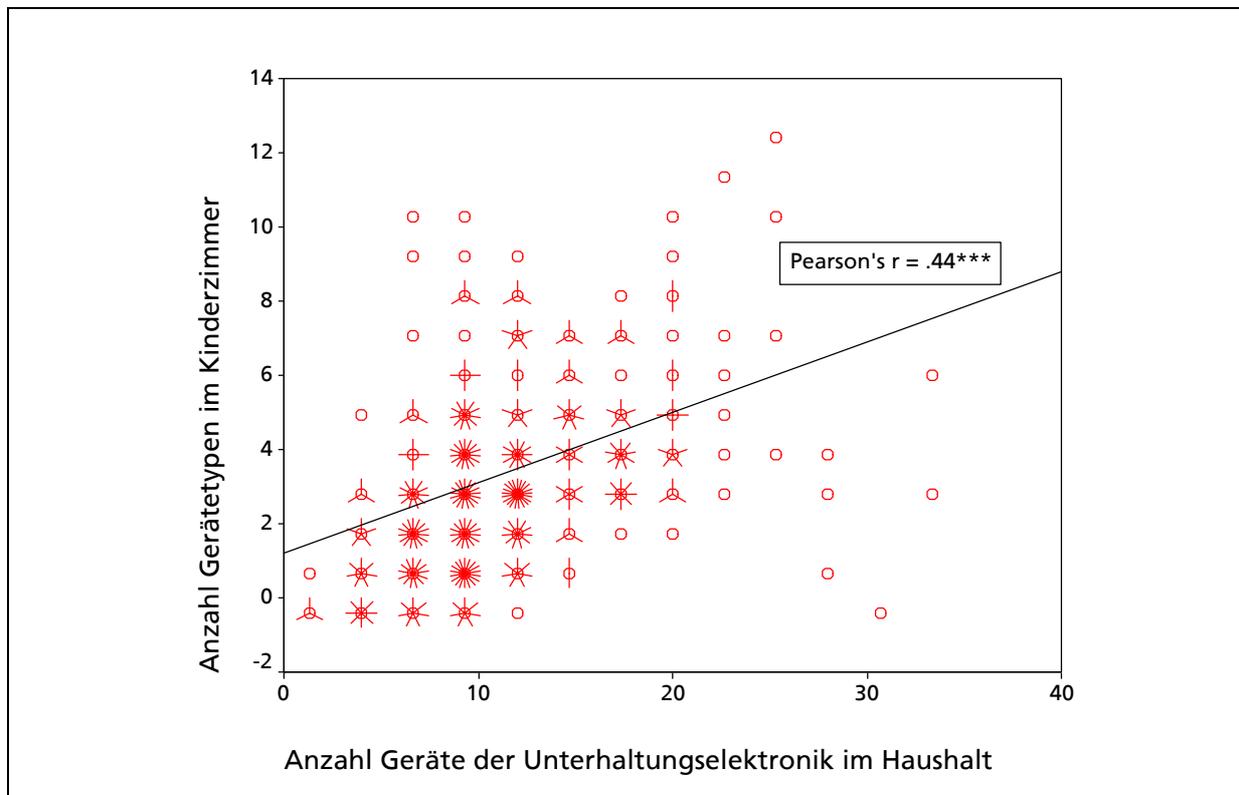
Last but not least lassen sich einige Unterschiede bezüglich der Geräte-Verfügbarkeit im Kinderzimmer zwischen Familien, die in Grosstädten wohnen, und solchen aus Gemeinden mit weniger als 100'000 Einwohnern. In überdurchschnittlich vielen Kinderzimmern von kleineren Ortschaften findet man Radiogeräte, Gameboy, Walkmen, Spielkonsolen und die Möglichkeit, das Radio über Kabel zu hören.

3.3 Die Medienausstattung im Haushalt und im Kinderzimmer. Gibt es Zusammenhänge?

3.3.1 Die Schweiz

Kinderzimmer mit mehreren Geräten für die elektronische Unterhaltung findet man in medienaffinen Haushalten! Die Richtigkeit dieser an und für sich logischen Behauptung wird in diesem Unterkapitel überprüft. Im Detail wird hier untersucht, ob eine Beziehung zwischen der Anzahl Geräte im Haushalt und der Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer gegeben ist. Wir beschäftigen uns ferner mit den drei einzelnen Gerätetypen „Radio“, „TV“ und „PC“, und zwar mit der Frage, ob der Zugang zu diesen drei Gerätetypen vor allem in Kinderzimmern von solchen Haushalten möglich ist, in welchen viele Geräte dieser Art vorhanden sind. Zuletzt wird anhand einer multiplen Regression untersucht, welche Variable(n) das Vorhandensein verschiedener Gerätetypen im Kinderzimmer am besten erklären.

Abb. 3.12: Zusammenhang zwischen der Anzahl Geräte im Haushalt und der Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer – Angaben für die ganze Schweiz

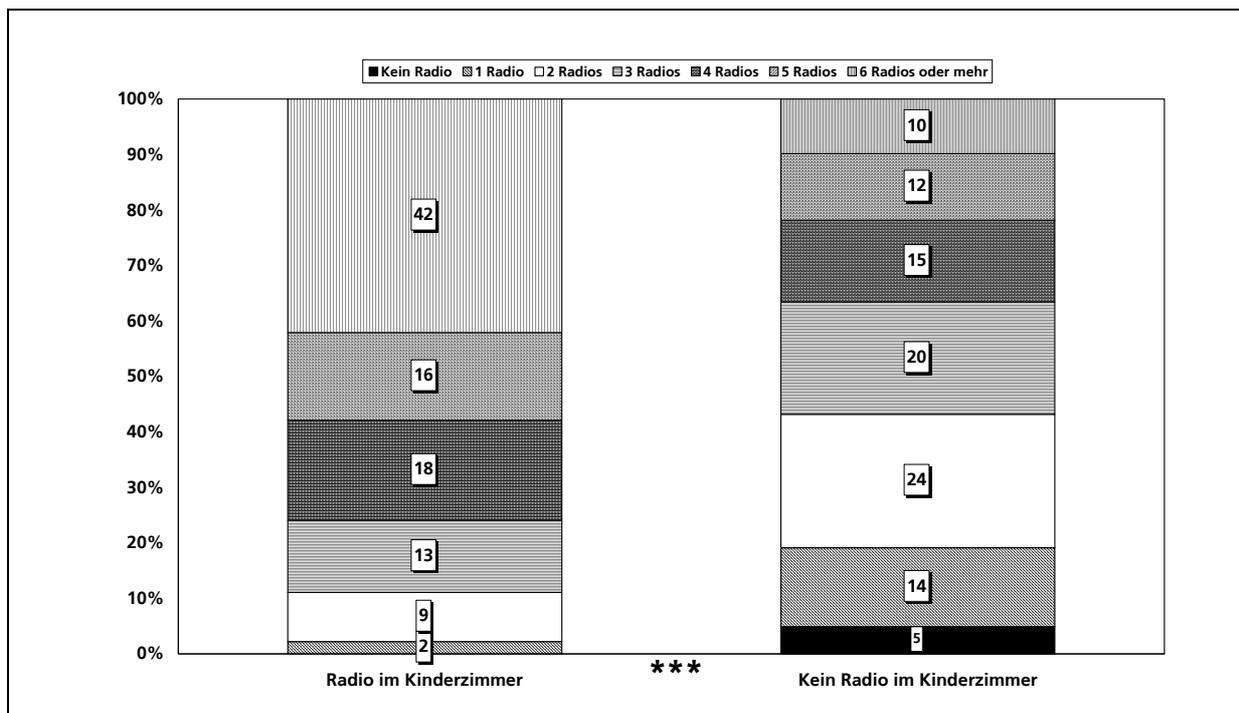


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Wie aus Abbildung 3.12 bzw. aus der in Abbildung 3.12 dargestellten Regressionsgerade ersichtlich, gibt es eine lineare Beziehung zwischen der Anzahl Geräte im Haushalt und der Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer: je mehr Geräte im Haushalt, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer (Pearson's $r = .44$). Der Zusammenhang ist statistisch höchst signifikant.

Die Betrachtung der Beziehung zwischen der Anzahl Radios im Haushalt und der Zugangsmöglichkeit zu diesem Medium für die Kinder im eigenen Zimmer lässt einen höchst signifikanten Zusammenhang erkennen. Es haben nämlich vor allem solche Kinder ein Radiogerät im eigenen Zimmer, die in Haushalten wohnen, in welchen viele Radios vorhanden sind. Wie aus Abbildung 3.13 ersichtlich, wohnt knapp die Hälfte der Kinder, die im eigenen Zimmer ein Radio haben, in einem Haushalt mit 6 oder mehr Radioapparaten. Die relative Mehrheit der Kinder, die in ihrem Zimmer über kein Radiogerät verfügen, wohnt hingegen in einem Haushalt mit insgesamt „nur“ 2 Radios.

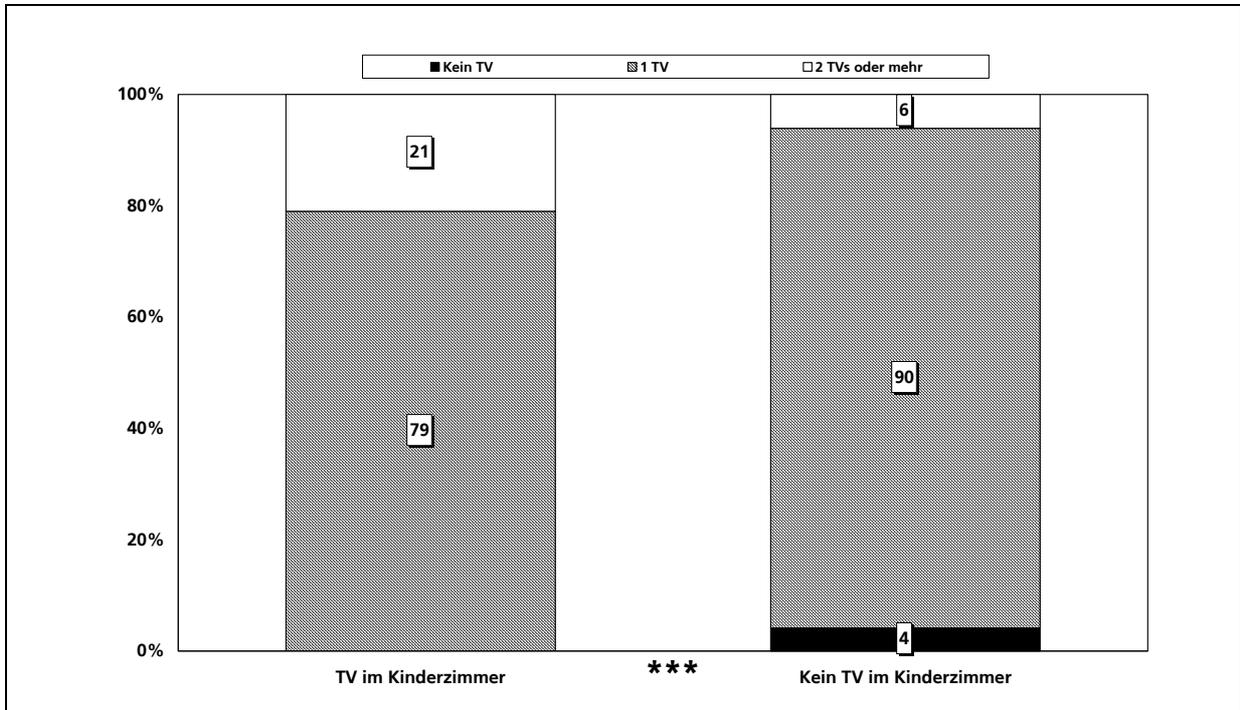
Abb. 3.13: Zusammenhang zwischen der Anzahl Radios im Haushalt und der Verfügbarkeit eines Radiogerätes im Kinderzimmer – Angaben für die ganze Schweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

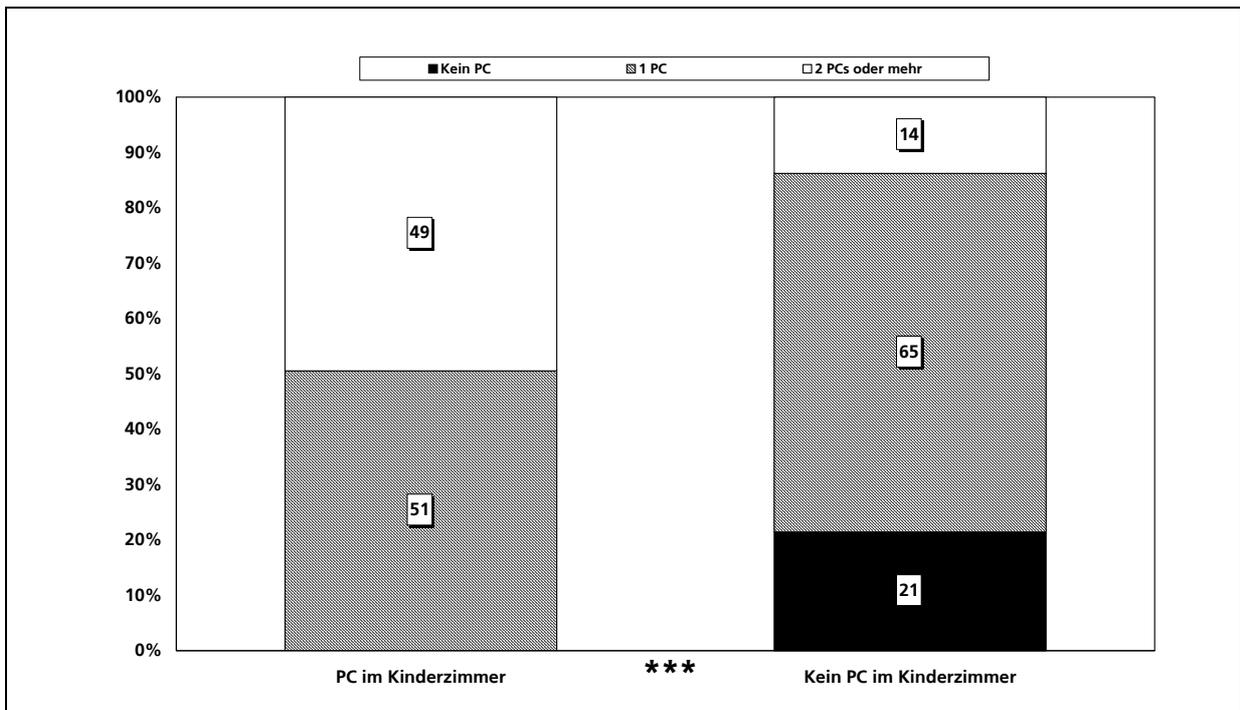
Und nun dieselbe Betrachtung für das Fernsehen: Auch in diesem Fall ist der Zusammenhang zwischen den zwei Variablen höchst signifikant und entspricht unserer eingangs erwähnten Hypothese: Überdurchschnittlich viele Kinder aus einem Haushalt, in welchem 2 oder mehrere Fernsehgeräte vorhanden sind, haben einen TV-Apparat im eigenen Zimmer (Abbildung 3.14). 90% der Kinderzimmer ohne Fernsehapparate gehören einem Haushalt an, in welchem nur ein TV vorhanden ist.

Abb. 3.14: Zusammenhang zwischen der Anzahl TVs im Haushalt und der Verfügbarkeit eines Fernsehgerätes im Kinderzimmer – Angaben für die ganze Schweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Abb. 3.15: Zusammenhang zwischen der Anzahl PCs im Haushalt und der Verfügbarkeit eines PCs im Kinderzimmer – Angaben für die ganze Schweiz



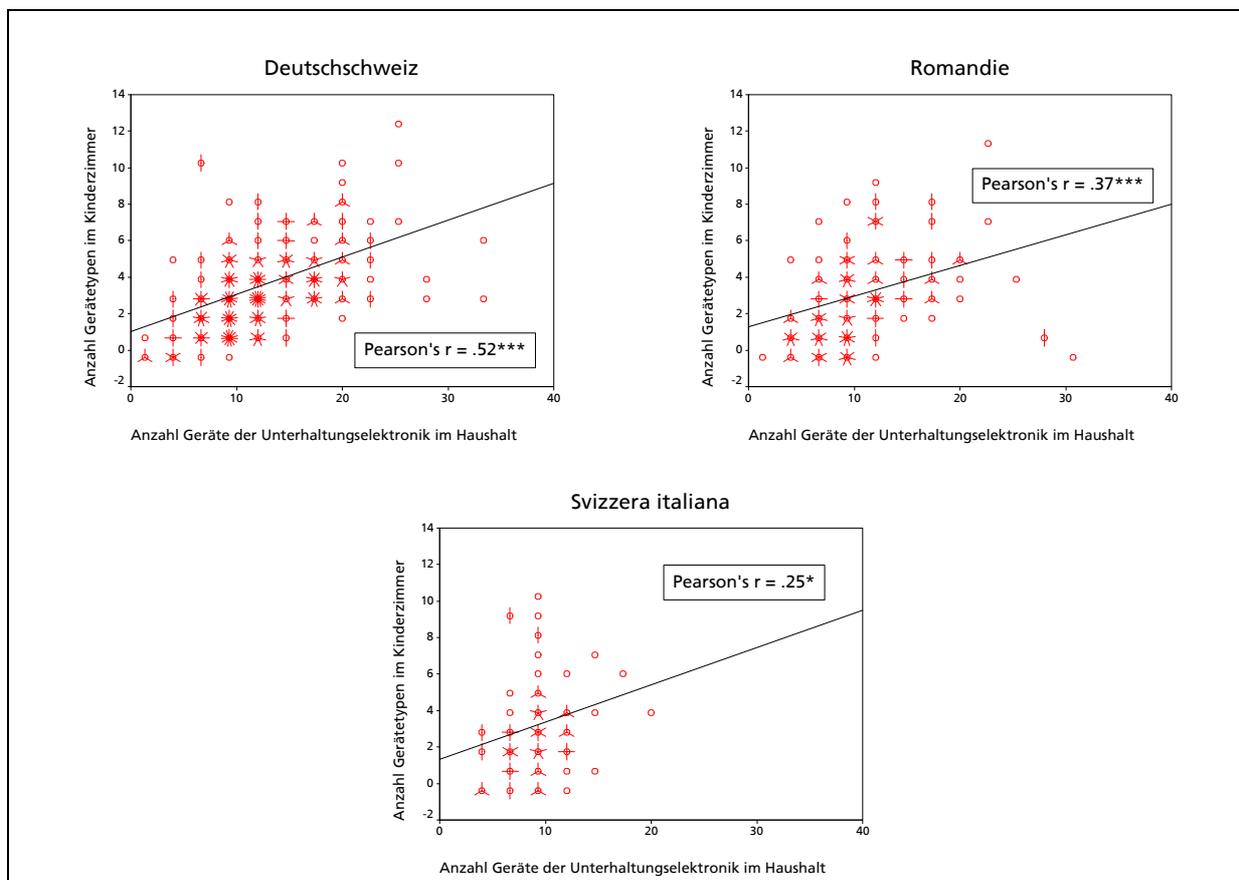
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Wie Abbildung 3.15 deutlich zeigt, besteht auch ein Zusammenhang zwischen der Anzahl PC-Geräte im Haushalt und dem Vorhandensein eines Computers im Kinderzimmer. Auch in diesem Fall ist der Zusammenhang statistisch gesichert: Etwa die Hälfte der Kinderzimmer, in welchen sich ein PC befindet, sind Teile von Haushalten, in welchen 2 oder mehr Computer vorhanden sind. Alle Angaben bestätigen somit unsere These, wonach der (Kinderzimmer)-Zugang zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik vor allem in solchen Haushalten gegeben ist, in welchen sich überdurchschnittlich viele Geräte befinden.

3.3.2 Die drei Sprachregionen

Wie sieht es in den einzelnen Sprachregionen aus? Lässt sich in allen Landesteilen ein Zusammenhang zwischen Medienaffinität des Haushaltes und Geräteverfügbarkeit im Kinderzimmer identifizieren? Auch für die Beantwortung dieser Frage starten wir die Betrachtung bei der Linearität der Beziehung zwischen Gerätezahl im Haushalt und Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer.

Abb. 3.16: Zusammenhang zwischen der Anzahl Geräte im Haushalt und der Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer – Angaben für die drei Sprachregionen

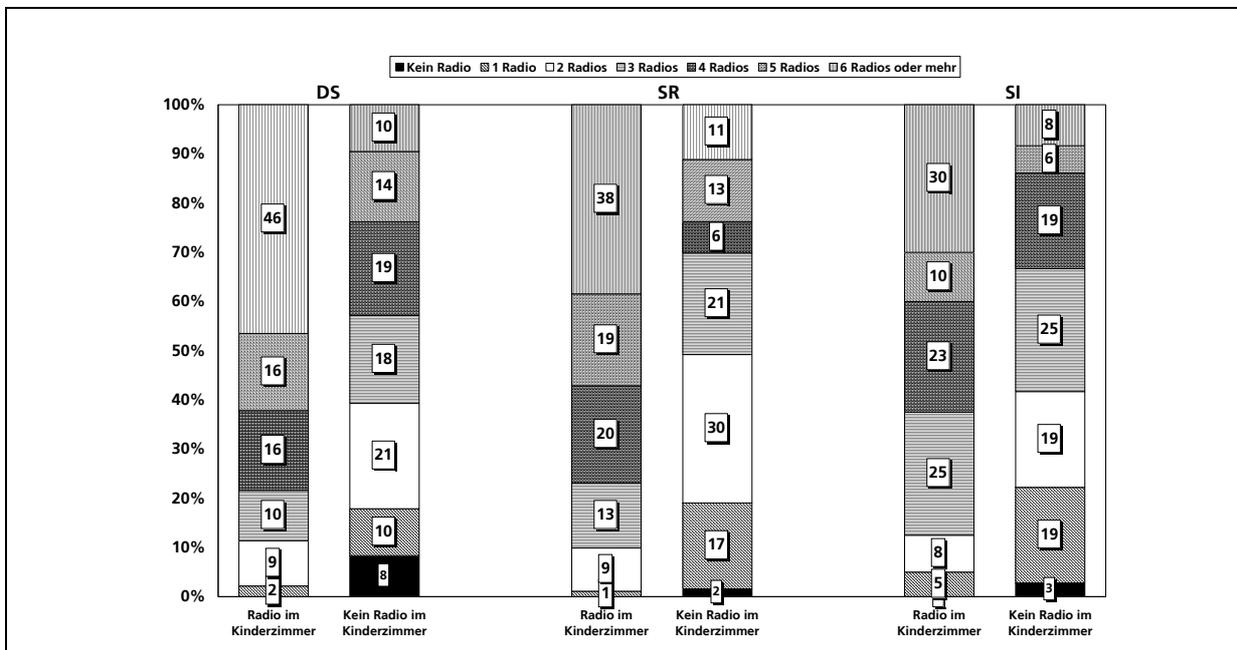


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Wie aus Abbildung 3.16 zu erkennen, lässt sich tatsächlich in allen drei Sprachregionen eine signifikante lineare Beziehung erkennen zwischen Gerätezahl im Haushalt und Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer. In der Deutschschweiz und in der Romandie ist der Zusammenhang sogar höchst signifikant.

Was die Zusammenhänge im Bereiche Radio-, TV- und PC-Geräte anbelangt, können die für die ganze Schweiz gemachten Feststellungen nur zum Teil wiederholt werden. Sie gelten zunächst in toto für den Audio-Bereich: In allen drei Regionen findet man nämlich Radiogeräte vor allem in Kinderzimmern von Haushalten, die über eine überdurchschnittliche Anzahl an Radios verfügen (Abbildung 3.17).

Abb. 3.17: Zusammenhang zwischen der Anzahl Radios im Haushalt und der Verfügbarkeit eines Radiogerätes im Kinderzimmer – Angaben für die drei Sprachregionen



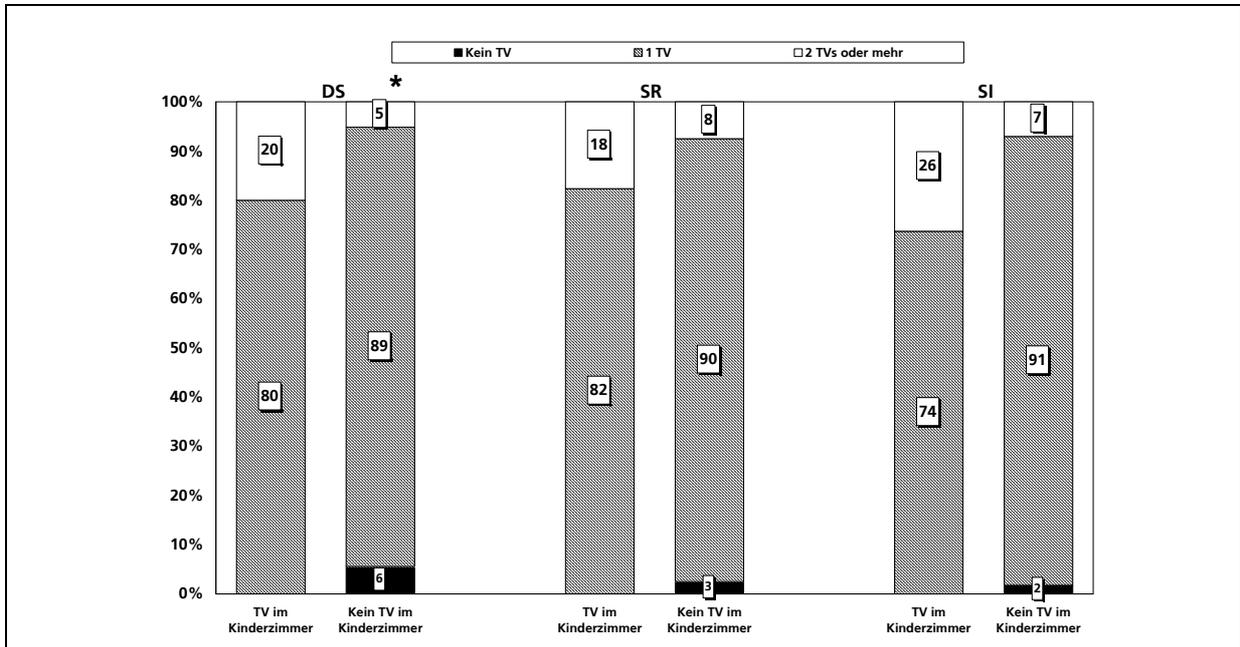
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Was das Fernsehen anbelangt, so ist diese Beziehung zwischen Anzahl Fernsehapparate im Haushalt und Vorhandensein eines TV-Geräts im Kinderzimmer lediglich in der Deutschschweiz gegeben, bzw. nur in der Deutschschweiz kann sie als statistisch gesichert betrachtet werden (Abbildung 3.18).

Es gibt schliesslich in allen drei Regionen einen statistisch gesicherten Zusammenhang zwischen der Anzahl PCs, über welche ein Haushalt verfügt, und dem Vorhandensein eines Computers im Kinderzimmer (Abbildung 3.19).

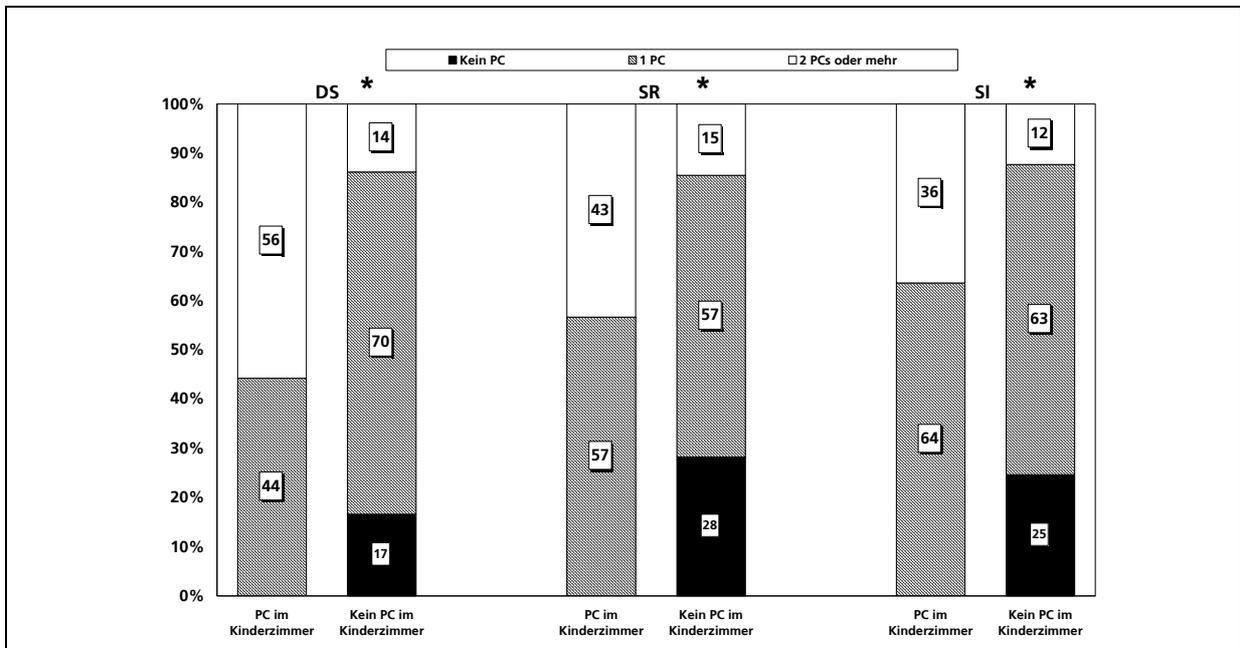
Alles in allem lässt sich ein Zusammenhang zwischen der Medienausstattung im Haushalt und im Kinderzimmer feststellen. Dieser Zusammenhang ist nicht nur auf nationaler, sondern – mit wenigen Ausnahmen – auch auf sprachregionaler Ebene gegeben.

Abb. 3.18: Zusammenhang zwischen der Anzahl TVs im Haushalt und der Verfügbarkeit eines TV-Gerätes im Kinderzimmer – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Abb. 3.19: Zusammenhang zwischen der Anzahl PCs im Haushalt und der Verfügbarkeit eines PCs im Kinderzimmer – Angaben für die drei Sprachregionen



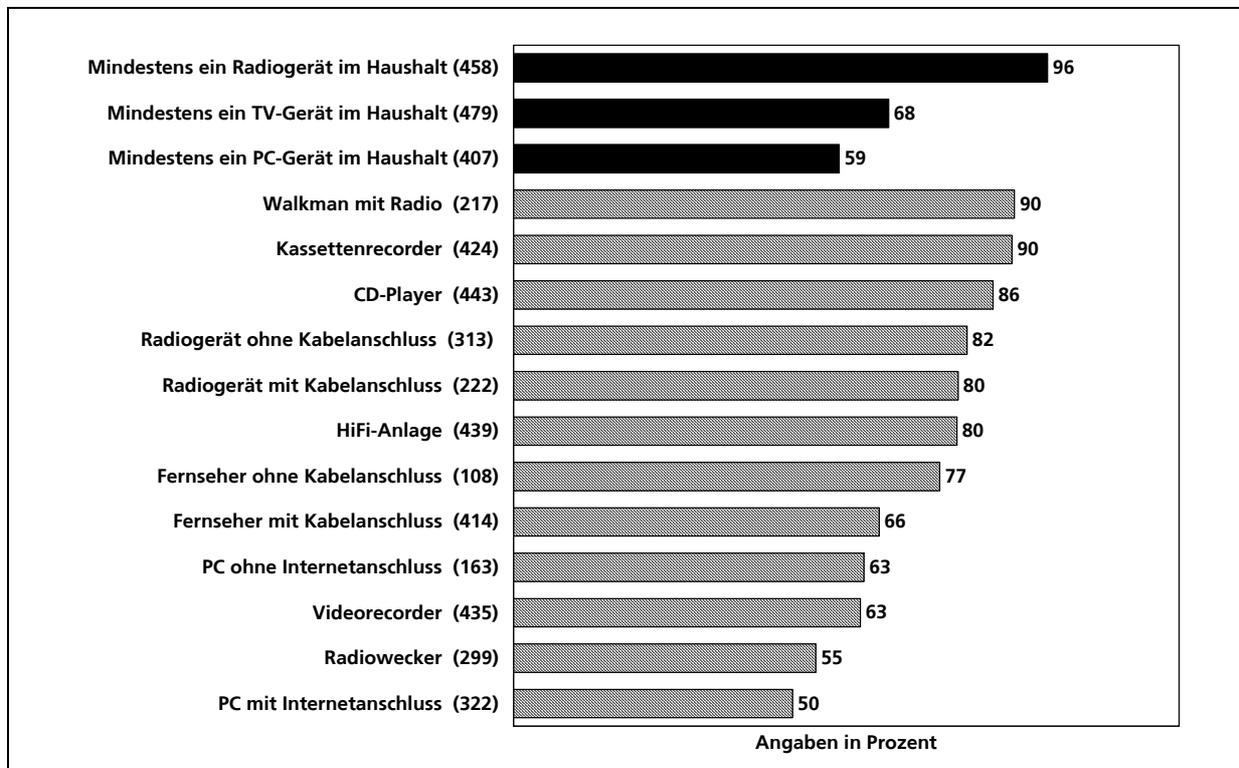
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

3.4 Die freie Benutzung der elektronischen Medien durch das Kind

3.4.1 Die Schweiz

Die Frage nach der freien Verfügbarkeit der verschiedenen Geräte der Unterhaltungselektronik für die Kinder ist das zentrale Thema dieses Unterkapitels. Es wird hier mit anderen Worten geklärt, ob die Kinder freien Zugang zu den verschiedenen Gerätetypen haben, bzw. wie verbreitet diese ungehinderte Benutzung ist.

Abb. 3.20: Der freie Zugang zu den einzelnen Geräten für die Kinder – Angaben für die ganze Schweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz (Die Prozente beziehen sich auf diejenigen Personen, die die entsprechende Frage beantwortet haben)

Basis: 499 Personen

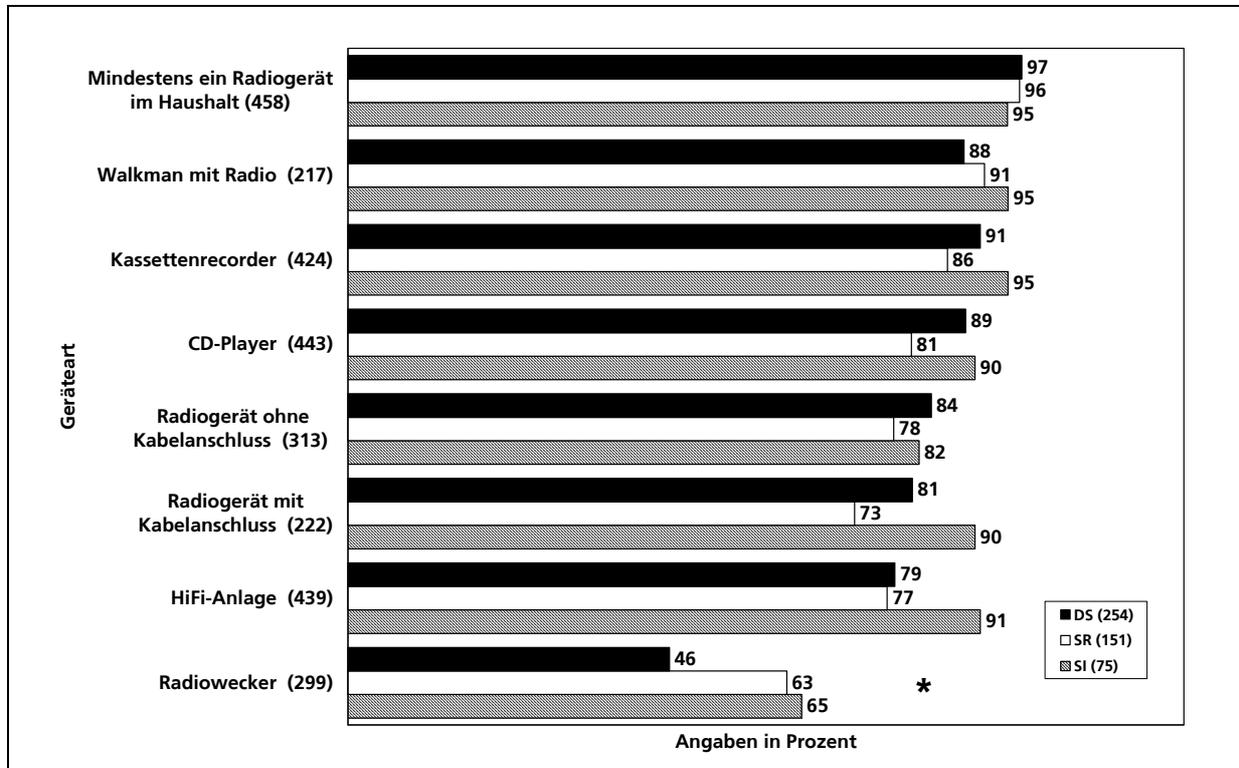
Wie aus Abbildung 3.20 ersichtlich, ist der freie Zugang zum Radio deutlich verbreiteter als die Möglichkeit, ohne Aufsicht oder Erlaubnis einer erwachsenen Person das Fernsehen oder den Computer zu benutzen. Betrachtet man die Verteilung der einzelnen Gerätekategorien, lässt sich diese Feststellung auf die gesamte Palette der Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik verallgemeinern. D.h.: der freie Zugang ist vor allem für die verschiedenen Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik gegeben. Es gibt dabei eine Ausnahme, die prima vista erstaunt: die ungehinderte Benutzung des Radioweckers liegt in unserer Hitparade zuunterst. „Nur“ 55% der Kinder dürfen ungehindert den Radiowecker benutzen. Hinter diesem relativ tiefen prozentualen Wert steckt dennoch eine gewisse Logik: Der Radiowecker muss sich ja nicht zwingend im Kinderzimmer befinden. Es kann sich um Geräte handeln, die im Elternzimmer stationiert sind.

Denkt man an die Art der auditiv oder visuell vermittelten Inhalte, ist das Primat der freien Zugänglichkeit der auditiven Medien alles andere als eine Überraschung. Die Hauptbereiche, die (in der Regel) der Zensur durch Eltern oder Erzieher unterliegen – Gewalt und Sex, werden meistens visuell vermittelt. Bezeichnend und unter ähnlichen Prämissen zu deuten ist in diesem Zusammenhang auch die letzte Position der Benutzung eines PCs mit Internetanschluss.

3.4.2 Die drei Sprachregionen

Es ist an dieser Stelle interessant zu analysieren, ob sich statistisch signifikante Unterschiede zwischen den verschiedenen Landesteilen feststellen lassen. Es drängt sich zum einen die Frage auf, ob sprachregionale und kulturelle Unterschiede eine Auswirkung auf die *Rangreihenfolge* des freien Zuganges zu den einzelnen Geräte-Typen haben. Zum anderen lässt sich aber auch eruieren, ob die sprachregionalen Besonderheiten nicht vielmehr in Zusammenhang mit der freien Zugänglichkeit *im Allgemeinen* stehen. Mit anderen Worten: Ist es etwa so, dass in den zwei Landesteilen „lateinischer Kultur“ bzw. „lateinischer Prägung“ eine stärkere „Laissez-faire-Haltung“ in Bezug auf die freie Benutzung der elektronischen Medien durch die Kinder herrscht als in der in der populären Vorstellung und im Alltag als streng und diszipliniert geltenden Deutschschweiz? In Abbildung 3.21 wird zunächst die Verteilung des freien Zugangs zu den auditiven elektronischen Medien vorgestellt.

Abb. 3.21: Der freie Zugang zu den einzelnen Geräten für die Kinder – Angaben für die drei Sprachregionen (auditive Unterhaltungselektronik). Die Prozente beziehen auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



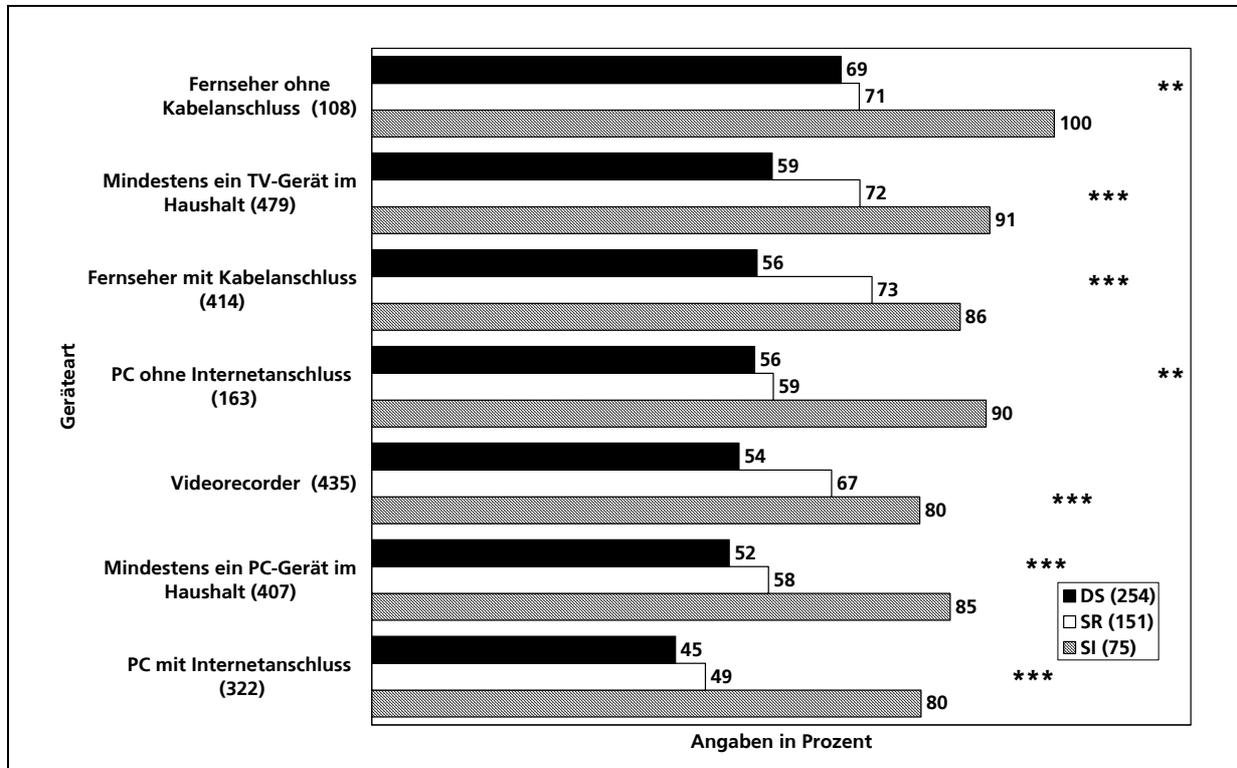
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

Basis: CH: 480 Personen; DS: 254 Personen; SR: 151 Personen; SI: 75 Personen

Signifikante Unterschiede zwischen den Regionen können nur in Bezug auf die freie Zugänglichkeit zum Radiowecker identifiziert werden! Tendenziell lässt sich bei den meisten Geräten in der Svizzera italiana ein stärkerer prozentualer Anteil an Kindern beobachten, die freien Zugang zu den Apparaten haben. Die sprachregionalen Differenzen sind jedoch statistisch nicht gesichert.

Deutlich anders präsentiert sich die Situation bei den Geräten der visuellen Unterhaltungselektronik (Abbildung 3.22).

Abb. 3.22: Der freie Zugang zu den einzelnen Geräten für die Kinder – Angaben für die drei Sprachregionen (visuelle Unterhaltungselektronik). Die Prozente beziehen auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 480 Personen; DS: 254 Personen; SR: 151 Personen; SI: 75 Personen

Was sofort auffällt, ist die Tatsache, dass die (sehr oder höchst) signifikanten Unterschiede *alle* Gerätetypen betreffen! Des Weiteren stellt man fest, dass die Möglichkeit, eines der visuellen Unterhaltungsgeräte zu benutzen, ohne Mami oder Papi fragen zu müssen bzw. neben sich zu haben, in der Svizzera italiana am meisten verbreitet ist. Der Zensur der Erwachsenen unterliegen vor allem Deutschschweizer Kinder, während die Westschweizer Kinder eine Art Zwischenposition einnehmen.

Angesichts der diversen, in den zwei obigen Abbildungen vorgestellten Zahlen kann man sagen, dass sprachregionale Unterschiede vor allem die Zugänglichkeit zu den Geräten der visuellen Unterhaltungselektronik betreffen – Fernsehen und PC. Die Art der Unterschiede entspricht den von uns aufgestellten Hypothesen, wonach die freie Verfügbarkeit der Apparate für die Kinder vor allem in den Landesteilen lateinischer Kultur gegeben ist, und zwar in erster Linie in der Svizzera italiana. Ob dies der Fall ist, weil in den lateinischen Landesteilen tatsächlich eine permissivere Erziehungskultur herrscht, bleibt eine Spekulation. Wir können dies anhand unserer Daten nicht überprüfen.

Eine Gemeinsamkeit zwischen den Sprachregionen lässt sich dennoch identifizieren: sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Romandie und in der Svizzera italiana herrscht die geringste Kontrolle seitens der Eltern oder Erzieher über die Benutzung des Radios und die grösste Kontrolle über die Benutzung des Computers.

3.4.3 Soziodemographische Unterschiede und Unterschiede in Relation zur Verfügbarkeit der Unterhaltungselektronik-Geräte im Haushalt

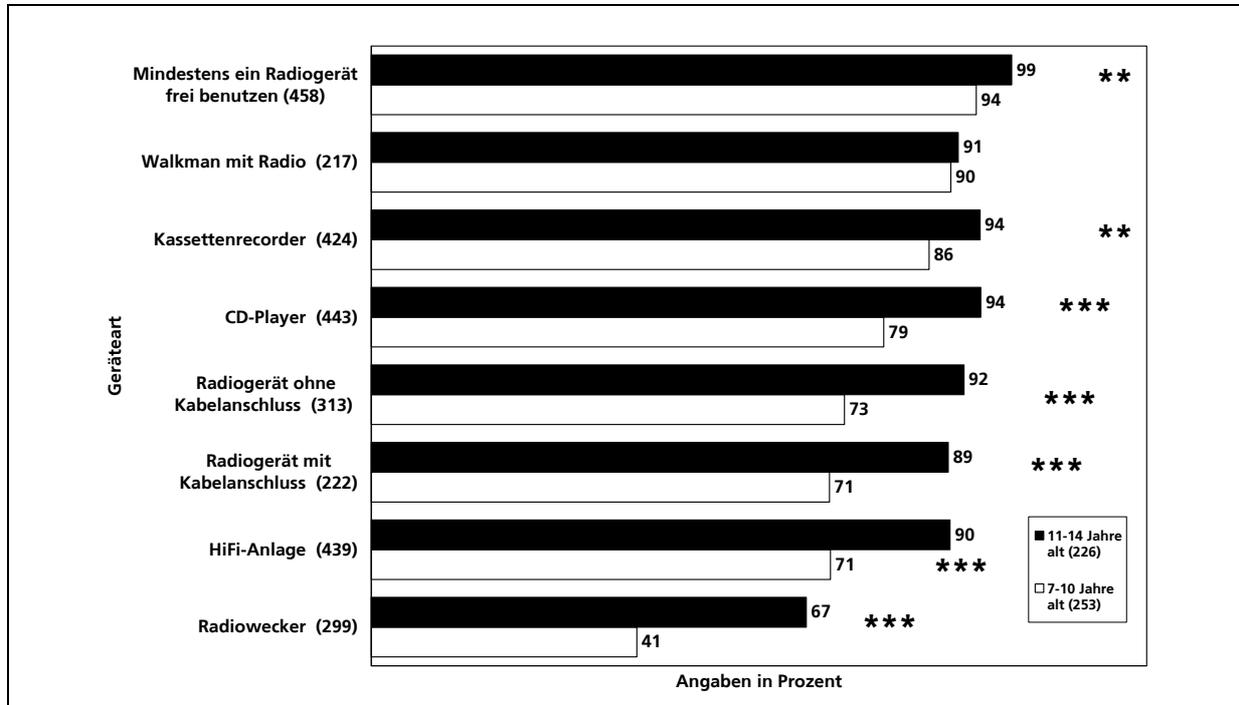
Denkt man kurz darüber nach, welche soziodemographischen Variablen einen Zusammenhang mit der Frage nach der freien Benutzung der elektronischen Unterhaltungsmedien durch die Kinder aufweisen könnten, kommt einem automatisch das Alter in den Sinn. Hinter dieser beinahe reflexartigen Assoziation steckt der Gedanke, dass älteren Kindern seitens der Eltern oder der erziehenden Personen mehr Vertrauen geschenkt werden sollte bzw. von ihnen eine grössere Reife erwartet werden könnte. Gerade mit der Analyse dieses Zusammenhanges wollen wir unsere Betrachtung fortsetzen. Die übrigen soziodemographischen Merkmale werden aber selbstverständlich nicht zu kurz kommen und werden ebenfalls bei der Analyse berücksichtigt. Schliesslich wird die Beziehung zum Vorhandensein bzw. zur Anzahl vorhandener Geräte im Haushalt untersucht.

Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter

Wie aus den zwei nächsten Abbildungen erkennbar, gibt es einzig in Bezug auf die freie Benutzung eines Walkman oder eines Fernsehens ohne Kabelanschluss keine Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter. Ansonsten ist der prozentuale Anteil an Kindern, die einen ungehinderten Zugang zu einem Gerät der Unterhaltungselektronik geniessen, bei den 11- bis 14-Jährigen immer signifikant grösser als bei den 7- bis 10-Jährigen.

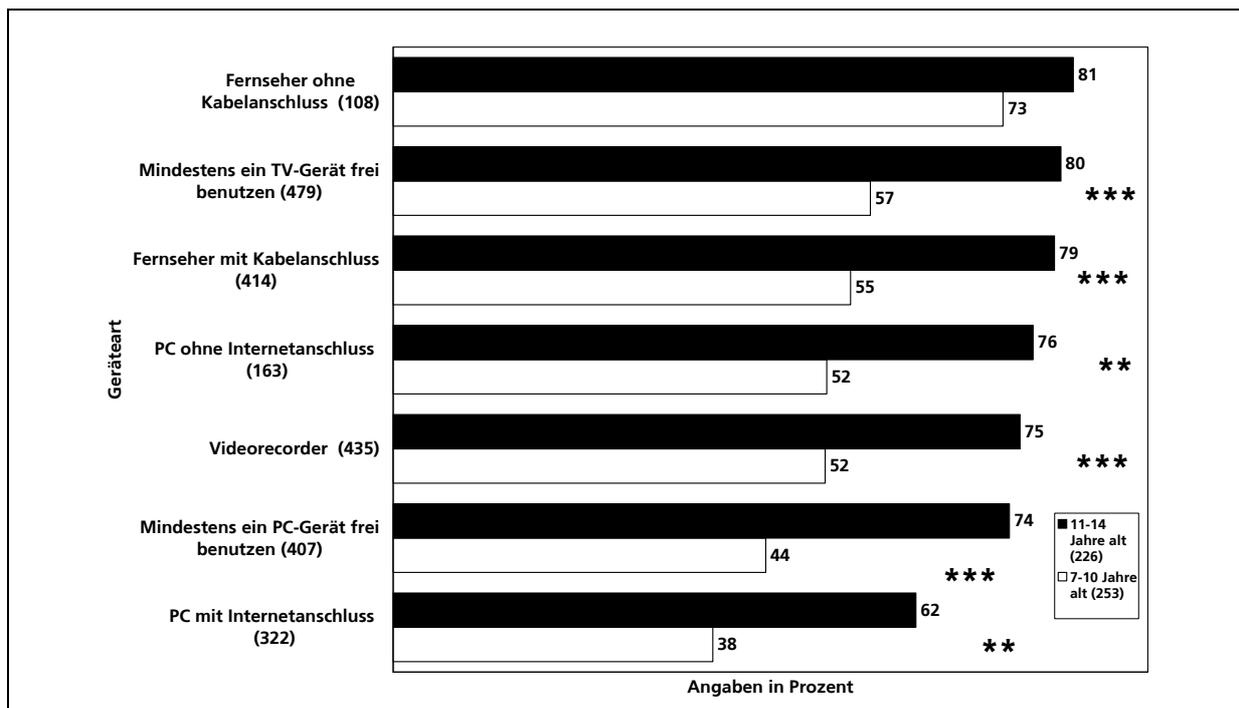
Im Allgemeinen ist die Differenz bei den visuellen Medien (Fernsehen und PC) ausgeprägter als bei den auditiven. Diese Art von Zusammenhang kann tendenziell in allen drei Sprachregionen und sowohl bei den Mädchen als bei den Knaben beobachtet werden. Das heisst.: Jüngere Mädchen und jüngere Knaben haben im Vergleich zu den „älteren“ seltener freien Zugang zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik. Die Hypothese, wonach auch in Bezug auf den Konsum der elektronischen Medien ab einem bestimmten Alter eine gewisse Reife beim Kinde vorausgesetzt wird, scheint somit auf Grund dieser Zahlen eine Bestätigung zu finden. Im Allgemeinen ist der Walkman dasjenige Gerät, dessen Verfügbarkeit bei den Kindern am wenigsten abhängig vom Alter ist. Der prozentuale Anteil an Kindern, die dazu freien Zugang haben, ist bei den 7- bis 10-Jährigen in etwa gleich gross wie bei den 11- bis 14-Jährigen.

Abb. 3.23: Der freie Zugang zu den einzelnen Geräten für die Kinder – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter (auditive Unterhaltungselektronik). Die Prozente beziehen auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 479 Personen; 7- bis 10-Jährige: 253 Personen; 11- bis 14-Jährige: 226 Personen

Abb. 3.24: Der freie Zugang zu den einzelnen Geräten für die Kinder – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter (visuelle Unterhaltungselektronik). Die Prozente beziehen auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



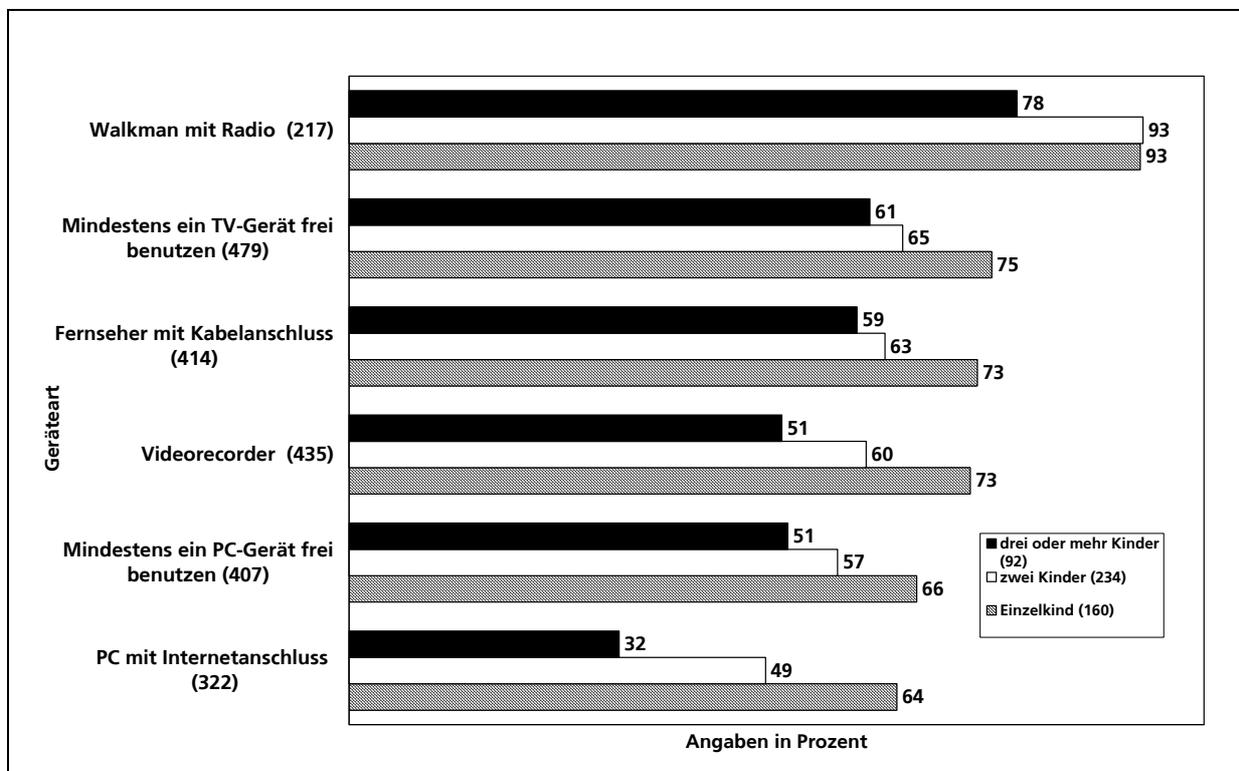
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 479 Personen; 7- bis 10-Jährige: 264 Personen; 11- bis 14-Jährige: 235 Personen

Unterschiede im Zusammenhang mit anderen soziodemographischen Variablen

Analysiert man den Zusammenhang zwischen dem freien Zugang zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik und den restlichen soziodemographischen Merkmalen des Kindes oder des Haushaltes, in welchem das Kind lebt, sind die signifikanten Beziehungen alles andere als zahlreich. Erstens: es gibt gar keine signifikante Beziehung zwischen dem Geschlecht des Kindes und der Frage, ob die verschiedenen Geräte frei benutzt werden dürfen. Ähnlich verhält es sich mit der abgeschlossenen Bildung der Mutter, mit dem Haushaltseinkommen und mit der Ortsgrösse: keine relevanten Unterschiede!

Differenzen lassen sich aber ausmachen im Zusammenhang mit der Anzahl Kinder, die im Haushalt leben. Aus Abbildung 3.25 kann man entnehmen, dass im Allgemeinen vor allem Einzelkinder einen freien Zugang zu den elektronischen Geräten der Unterhaltungselektronik haben. Besonders auffällig ist dieser Unterschied bei den PCs mit Internetanschluss. Nur 32% der Kinder mit Geschwistern können frei auf ein solches Gerät zugreifen, während dieser Anteil bei Einzelkindern 64% beträgt. Man kann ferner von einer quasi-linearen Beziehung sprechen: je weniger Kinder im Haushalt, desto grösser der prozentuale Anteil an „freiem Zugang“ zu den Geräten der Unterhaltungselektronik.

Abb. 3.25: Der freie Zugang zu den einzelnen Geräten für die Kinder – Unterschiede in Zusammenhang mit der Anzahl Kinder, die im Haushalt leben (nur signifikante Unterschiede angegeben). Die Prozente beziehen auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

Basis: 486 Personen; Einzelkind: 160 Personen; zwei Kinder: 234 Personen; drei oder mehr Kinder: 92

Unterschiede im Zusammenhang mit der Verfügbarkeit der Unterhaltungselektronik-Geräte im Haushalt

Bevor wir auf den Zusammenhang eingehen zwischen der Anzahl Geräte im Haushalt und der Frage, ob Kinder die verschiedenen Geräte der Unterhaltungselektronik im Haushalt frei benutzen dürfen, wollen wir noch einen Blick auf den freien Zugang zu den Geräten im Allgemeinen werfen. Die zentrale Frage lautet dabei: gibt es hinsichtlich des freien Zugangs einen Zusammenhang zwischen den verschiedenen Gerätetypen? Mit anderen Worten: haben beispielsweise Kinder, die frei das Radio benutzen dürfen auch freien Zugang zum Fernsehen?

Um diese Frage zu beantworten, haben wir anhand verschiedener bivariater Korrelationen den Zusammenhang zwischen den einzelnen Gerätetypen untersucht in Bezug auf die Möglichkeit, die die Kinder haben, sie unbeaufsichtigt zu benutzen. Daraus lassen sich folgende Erkenntnisse ableiten:

- Der stärkste, höchst signifikante Zusammenhang besteht zwischen Benutzung von PC und TV (Pearson's $r = .42$). Kinder, die freien Zugang zum Computer haben, haben somit in der Regel auch freien Zugang zum Fernsehen und umgekehrt.
- Dieser Zusammenhang ist in allen drei Sprachregionen gegeben und weist in allen drei Regionen in etwa die gleiche Stärke auf: in der Deutschschweiz Pearson's $r = .41$, in der Romandie Pearson's $r = .33$ und in der Svizzera italiana Pearson's $r = .45$.
- Einzig in der Svizzera italiana ist der Zusammenhang zwischen freiem Zugang zum Radio und freiem Zugang zum TV bzw. zum PC mit relativ hohen Werten höchst signifikant (Pearson's $r = .33$ bzw. Pearson's $r = .31$). Geht man davon aus, dass der freie Zugang zum Radio für alle Kinder gegebene Sache ist (und das belegen die Zahlen, siehe z.B. Abbildung 4.23), stellt dies einen weiteren Hinweis für die relativ milde Kontrolle dar, die südlich der Alpen in Bezug auf den Fernseh- und PC-Konsum herrscht.

Kehren wir aber mal zur Frage nach dem Zusammenhang zwischen freiem Zugang für die Kinder zu den Geräten und Anzahl Geräte im Haushalt. Lässt sich eine lineare Beziehung feststellen, wonach es beispielsweise vor allem in Haushalten mit vielen Geräten der Unterhaltungselektronik eine Tendenz zum freien Zugang für die Kinder herrscht? Auch in diesem Fall empfiehlt sich für die Beantwortung der Frage die Durchführung einer bzw. mehrerer bivariater Korrelationen. Prinzipiell zeigen die Daten, dass die Zusammenhänge, wo überhaupt gegeben, von schwacher Natur sind:

- Es besteht kein Zusammenhang zwischen der Frage, ob ein Kind freien Zugang zu mindestens einem Radiogerät hat und der Anzahl Radiogeräte im Haushalt. Es kann ebenfalls keine Beziehung identifiziert werden zwischen dem unbeaufsichtigten Zugang für das Kind zu mindestens einem Radio und der Anzahl Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik im Haushalt.
- Leicht anders präsentiert sich die Lage, wenn man den freien Zugang zum Fernsehen analysiert. Vor allem in Haushalten mit vielen TV-Geräten dürfen die Kinder den Apparat (oder die Apparate) frei benutzen. (Pearson's $r = .12$, sehr signifikanter Zusammenhang). Die freie Benutzung ist zudem in Haushalten gegeben, in welchen die Anzahl Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik beschränkt ist! Der negative Zusammenhang ist besonders ausgeprägt mit der Anzahl Kassettenrecorder (Pearson's $r = -.15$, sehr signifikanter Zusammenhang), mit der Anzahl Radiogeräte ohne Kabelanschluss (Pearson's $r = -.13$, sehr signifikanter Zusammenhang), aber vor allem mit der Anzahl CD-Player (Pearson's $r = -.24$, äusserst signifikanter Zusammenhang).

Zusammenhang). Das bedeutet: Je weniger CD-Player ein Haushalt hat, desto eher verfügt das Kind über einen freien Zugang zum Fernsehen. Diese Zahlen scheinen darauf hinzuweisen, dass der freie Zugang zum Fernsehen vor allem in solchen Haushalten gegeben ist, die eine hohe Affinität zum Fernsehen und eine tiefe Affinität zu den auditiven Medien aufweisen.

- Die Situation präsentiert sich ähnlich, was den freien Zugang zum PC anbelangt: Zum einen ist dieser vor allem in Haushalten gegeben, in welchen viele Computer vorhanden sind (Pearson's $r = .14$, sehr signifikanter Zusammenhang), zum anderen lässt sich wiederum eine negative Beziehung zur Anzahl auditiver Geräte feststellen – und diesmal betrifft dies auch die Anzahl Radiogeräte im Allgemeinen. Der negative Zusammenhang zur Anzahl Radiogeräte beträgt beispielsweise Pearson's $r = -.14$ und ist sehr signifikant. Weitere negative Beziehungen lassen sich identifizieren zur Anzahl CD-Player (Pearson's $r = -.15$, sehr signifikanter Zusammenhang), zur Anzahl Kassettengeräte (Pearson's $r = -.19$, äusserst signifikanter Zusammenhang) sowie zur Anzahl Radiowecker (Pearson's $r = -.12$, signifikanter Zusammenhang).

3.4.4 Merkmale, die den freien Zugang für die Kinder zu den Geräten der Unterhaltungselektronik erklären können

In den vorhergehenden Unterkapiteln wurde untersucht, welche soziodemographischen oder Medienbesitz-Merkmale einen Zusammenhang mit der Frage nach dem freien Zugang der Kinder zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik aufweisen könnten. Die Frage nach allfälligen kausalen Beziehungen wurde dabei ausgelassen. An dieser Stelle möchten wir nun untersuchen, ob sich einzelne Eigenschaften identifizieren und isolieren lassen, die einen Einfluss auf die Tatsache haben, dass manche Kinder gewisse Medien ungehindert benutzen dürfen und andere Kinder nicht. Hierfür bedienen wir uns des statistischen Verfahrens der multiplen Regression. Dadurch können wir die einzelnen unabhängigen, erklärenden Merkmale separat betrachten und ihre gegenseitige Beeinflussung sozusagen ausschalten. Als einzelne zu erklärende Merkmale (abhängige Merkmale) werden der Reihe nach der freie Zugang zum Radio im Allgemeinen, der freie Zugang zum TV im Allgemeinen und der freie Zugang zum PC im Allgemeinen berücksichtigt. Als Erklärungsmerkmale (unabhängige Merkmale) werden das Geschlecht des Kindes berücksichtigt, das Alter, die Grösse der Ortschaft, wo das Kind wohnt, die Sprachregion, das Familieneinkommen, die abgeschlossene Bildung der Mutter, die Anzahl Kinder im Haushalt, die Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer, die Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik im Haushalt und der freie Zugang zu den bei der jeweiligen Frage nicht als zu erklärendes Merkmal berücksichtigten Geräten betrachtet.

Wie aus Tabelle 3.6 ersichtlich, gibt es zwei Merkmale, die sich von den restlichen abheben und als entscheidende Erklärungsvariablen für die Tatsache taugen, dass ein Kind frei Zugang zum Radio im Allgemeinen hat. Der Erklärungswert ist aber klein und auch der sehr tiefe Wert des Bestimmtheitsmasses¹ ($R^2 = .051$) weist auf eine eher wenig aussagekräftige Lösung hin. Ungeachtet dieser Relativierung kann man festhalten, dass die Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer und die Möglichkeit, unbehindert mindestens ein Fernseh-Gerät zu benutzen, tendenziell einen

Einfluss auf den freien Zugang der Kinder zum Radio ausüben. Konkret: Überdurchschnittlich viele Kinder mit verschiedenen Gerätetypen der Unterhaltungselektronik in ihrem Zimmer und überdurchschnittlich viele Kinder, die relativ frei fernsehen dürfen, können unbehindert mindestens ein Radiogerät benutzen. „Klassische“ soziodemographische Merkmale, wie z.B. das Alter oder das Geschlecht spielen keine Rolle für die Frage, ob das Kind frei Radio hören darf oder nicht.

Tab. 3.6: Einfluss ausgewählter Merkmale auf den freien Zugang für das Kind zu mindestens einem Radiogerät im Haushalt – Multiple lineare Regression, Angabe der statistisch signifikanten Beta-Koeffizienten

| Zu erklärendes Merkmal: FREIER ZUGANG ZUM RADIO IM ALLGEMEINEN | Beta-Koeffizienten ² | Signifikanz |
|--|---------------------------------|-------------|
| • Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer | -.15 | * |
| • Freier Zugang zu mindestens einem TV-Gerät | .15 | * |
| Bestimmtheitsmass $R^2 = .051$ | | |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz,
Basis: 499 Personen

Untersucht man die Merkmale, die einen Einfluss auf den freien Zugang der Kinder zu (mindestens) einem TV-Gerät ausüben, ragen drei Variablen heraus: die Sprachregion, das Alter und die Möglichkeit für das Kind, ein Radiogerät ungehindert zu benutzen. Gerade diese letzte Variable weist auf die Wechselwirkung zwischen freiem Zugang zum Fernsehen und zum Radio hin: Die Tatsache, dass man ein Radio ungehindert benutzen darf, erklärt die Tatsache, dass man das Fernsehen ungehindert benutzen darf (Tabelle 3.7) und umgekehrt (Tabelle 3.6). Tabelle 3.7 zeigt, dass der grösste Erklärungswert für den freien Zugang zum TV von der Sprachregion ausgeht. Kinder aus der Svizzera italiana und aus der Romandie dürfen eher das Fernsehen frei benutzen als Deutschschweizer Knaben und Mädchen. Schliesslich spielt das Alter eine zentrale Rolle: ungehinderten Zugang zum Fernsehen hat, wer älter ist. Auch in Bezug auf die Untersuchung dieses Zusammenhanges muss relativierend hinzugefügt werden, dass der Erklärungswert des Modells nicht allzu gross ist.

¹ Das Bestimmtheitsmass ist die Grösse für die Güte der Anpassung der Regressionsgrade, deren Werte zwischen 0 und 1 liegen. Je näher der Wert bei 1, desto besser die Lösung.

² Beta-Koeffizienten geben die Wichtigkeit der jeweiligen unabhängigen Variablen an. Ihr Wert kann zwischen 0 und +1 (bzw. -1) liegen. Je näher der Wert bei +1 (bzw. -1), desto grösser der Einfluss der Variablen.

Tab. 3.7: Einfluss ausgewählter Merkmale auf den freien Zugang für das Kind zu mindestens einem TV-Gerät im Haushalt – Multiple lineare Regression, Angabe der statistisch signifikanten Beta-Koeffizienten

| Zu erklärendes Merkmal: FREIER ZUGANG ZUM FERNSEHEN IM ALLGEMEINEN | Beta-Koeffizienten | Signifikanz |
|--|-------------------------------------|------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Sprachregion SI • Sprachregion SR • Alter des Kindes • Freier Zugang zu mindestens einem Radiogerät | <p>.22 .14 -.14 .12</p> | <p>*** * * *</p> |
| Bestimmtheitsmass $R^2 = .126$ | | |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz,
Basis: 499 Personen

Besonders interessante Ergebnisse liefert die Analyse der Daten zum freien Zugang für das Kind zu mindestens einem PC im Haushalt (Tabelle 3.8).

Tab. 3.8: Einfluss ausgewählter Merkmale auf den freien Zugang für das Kind zu mindestens einem PC-Gerät im Haushalt – Multiple lineare Regression, Angabe der statistisch signifikanten Beta-Koeffizienten

| Zu erklärendes Merkmal: FREIER ZUGANG ZUM PC IM ALLGEMEINEN | Beta-Koeffizienten | Signifikanz |
|--|--------------------------------------|-------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Freier Zugang zu mindestens einem TV-Gerät • Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer • Anzahl Radiogeräte im Haushalt • Alter des Kindes | <p>.31 -.19 .17 -.15</p> | <p>*** ** * *</p> |
| Bestimmtheitsmass $R^2 = .221$ | | |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz,
Basis: 499 Personen

Vor allem die Tatsache, dass ein Kind unbeaufsichtigt ein TV-Gerät im Haushalt benutzen darf, erklärt den freien Zugang zum Computer. Einen bemerkenswerten Erklärungswert besitzt zu-

dem die Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer. Viele Gerätetypen im eigenen Zimmer zu haben, bedeutet nämlich in vielen Fällen, einen unbeaufsichtigten Zugang zum PC zu geniessen. Besonders zu unterstreichen ist ferner die Beziehung zur Anzahl Radiogeräte im Haushalt. Stösst man auf einen wenig radiophilen Haushalt, was die Nummer der Radiogeräte anbelangt, kann man eher davon ausgehen, dass die dort lebenden Kinder frei über den PC verfügen dürfen. Dass schliesslich das Alter den freien Zugang zum PC erklärt, überrascht wenig: Ältere Kinder dürfen eher als jüngere einen PC frei benutzen.

3.5 Die Medienausstattung in der repräsentativen Elternstichprobe und in der Stichprobe der Deutschschweizer Kinder, welche die RADIOCONTROL-Uhr getragen haben

Die bisher in diesem Kapitel vorgestellten Daten beziehen sich auf die gesamtschweizerische, repräsentative Face-to-Face-Erhebung (Elternstichprobe). Ein Teil der Untersuchung zielt aber auch noch darauf, den effektiven Radiokonsum bei einer Stichprobe von Kindern *aus der Deutschschweiz* mit RADIOCONTROL zu *messen*. Die hierfür vorgesehene Stichprobe ist keine Untermenge der repräsentativen Stichprobe. Sie wurde anders gebildet und anders rekrutiert, wurde zum Teil aber mit denselben Fragen konfrontiert, die an die Befragten der repräsentativen Stichprobe gestellt wurden. Dies gilt unter anderem für den Bereich „Medienausstattung im Haushalt“.

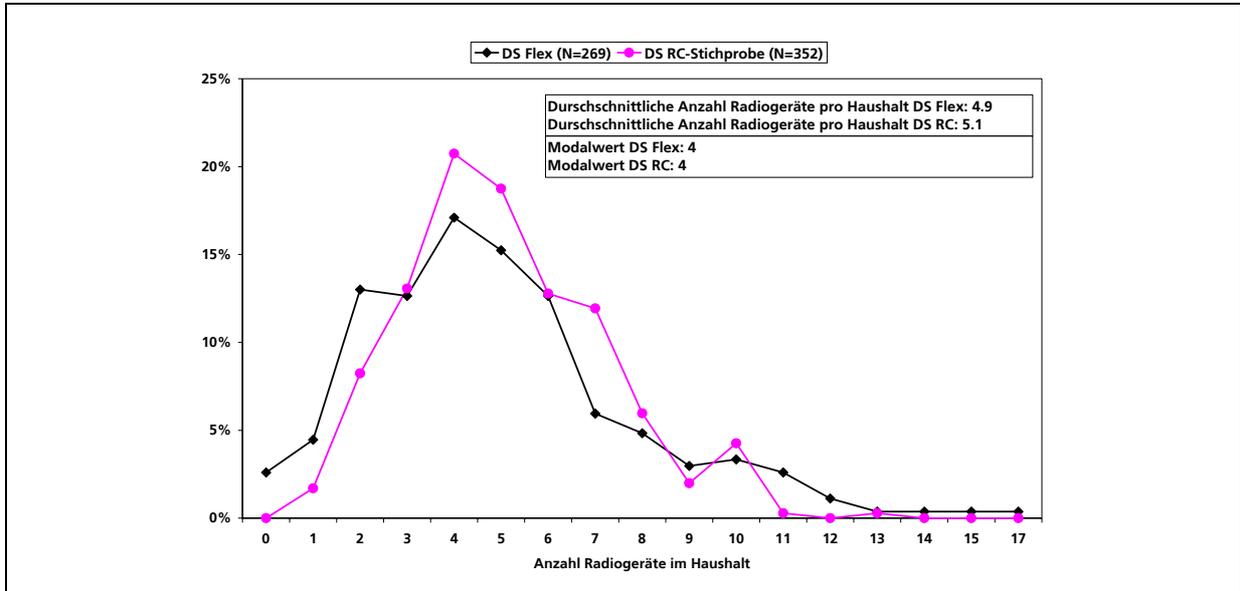
Es ist unser Anliegen zu eruieren, ob und wie sehr sich die auf Deutschschweizer Kinder beschränkte Stichprobe der „Uhrenträger“ von der Elternstichprobe unterscheidet. Dies nicht zuletzt deshalb, um eine Angabe über die Verallgemeinerungsqualität der Ergebnisse einer kleinen, unrepräsentativen Gruppe von Probanden auf eine gesamte Sprachregion. Zu diesem Zweck soll unter anderem analysiert werden, ob statistisch signifikante Differenzen hinsichtlich der Medienausstattung im Allgemeinen, aber vor allem im Kinderzimmer bestehen.

3.5.1 Die Medienausstattung im Haushalt

Es soll zunächst untersucht werden, ob sich die Medienausstattung der Deutschschweizer Haushalte in der repräsentativen Stichprobe anders präsentiert als diejenige der Haushalte in der Stichprobe der Kinder, die die RC-Uhr tragen. Auf Grund der Art der während der Rekrutierung gestellten Frage muss sich der Vergleich auf die Verteilung von Radio- und PC-Geräten beschränken. Wie aus Abbildung 3.26 ersichtlich, besteht nur ein minimaler Unterschied zwischen den zwei Stichproben hinsichtlich der Anzahl Radiogeräte im Haushalt. In beiden Fällen besitzt die relative Mehrheit der Haushalte 4 Geräte (Modalwert). Was die durchschnittliche Anzahl Radiogeräte anbelangt (Mittelwert), ist der Unterschied minimal: 5.1 Radioapparate in einem Fall, 4.9 Geräte im anderen. Es scheint uns somit angebracht und zulässig, von einer recht ähnlichen Verteilung zu sprechen. Die Tatsache, dass es in der RC-Stichprobe keine Haushalte ohne Radiogeräte

te gibt, erklärt sich dadurch, dass bei der Rekrutierung nach Haushalten mit mindestens einem Radiogerät gesucht wurde, da es um die Messung des Radiokonsums durch das Kind ging.

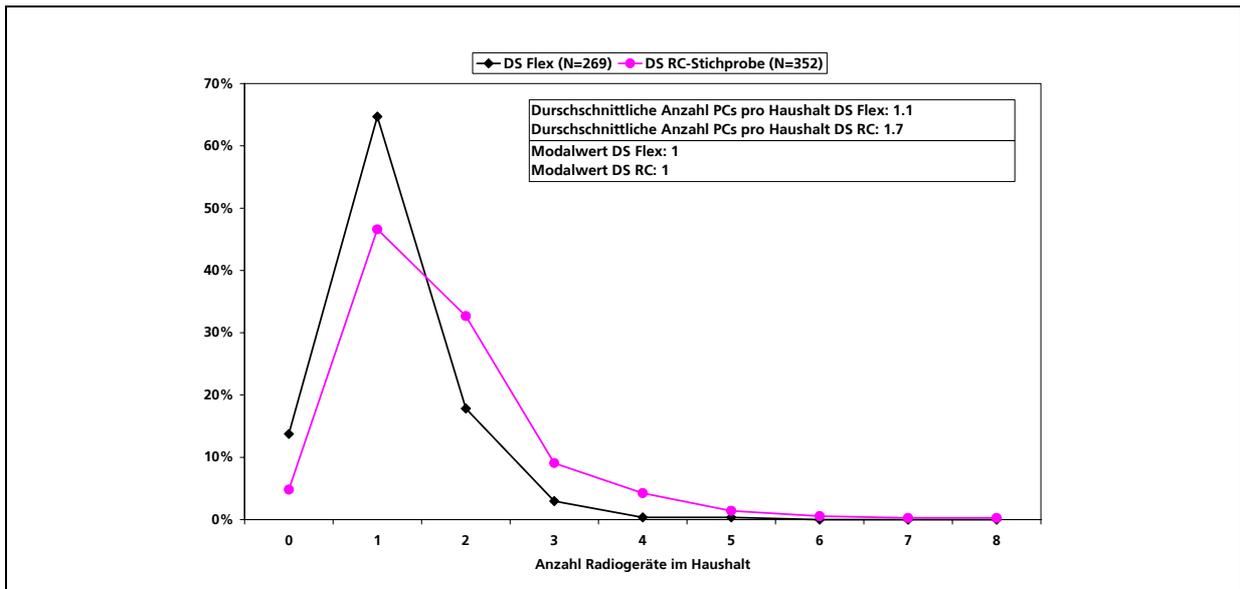
Abb. 3.26: Die Anzahl Radiogeräte im Haushalt – Unterschiede zwischen der für die Deutschschweiz repräsentativen Stichprobe (Elternstichprobe) und der Stichprobe der RC-Uhrenträger



Universum: Haushalte mit Kindern in der Deutschschweiz
Basis: Elternstichprobe: 269 Personen; RC: 352 Personen

Leicht anders sieht es aus bei einer Betrachtung des Besitzes von PCs. (Abbildung 3.27).

Abb. 3.27: Die Anzahl PCs im Haushalt – Unterschiede zwischen der für die Deutschschweiz repräsentativen Stichprobe (Elternstichprobe) und der Stichprobe der RC-Uhrenträger



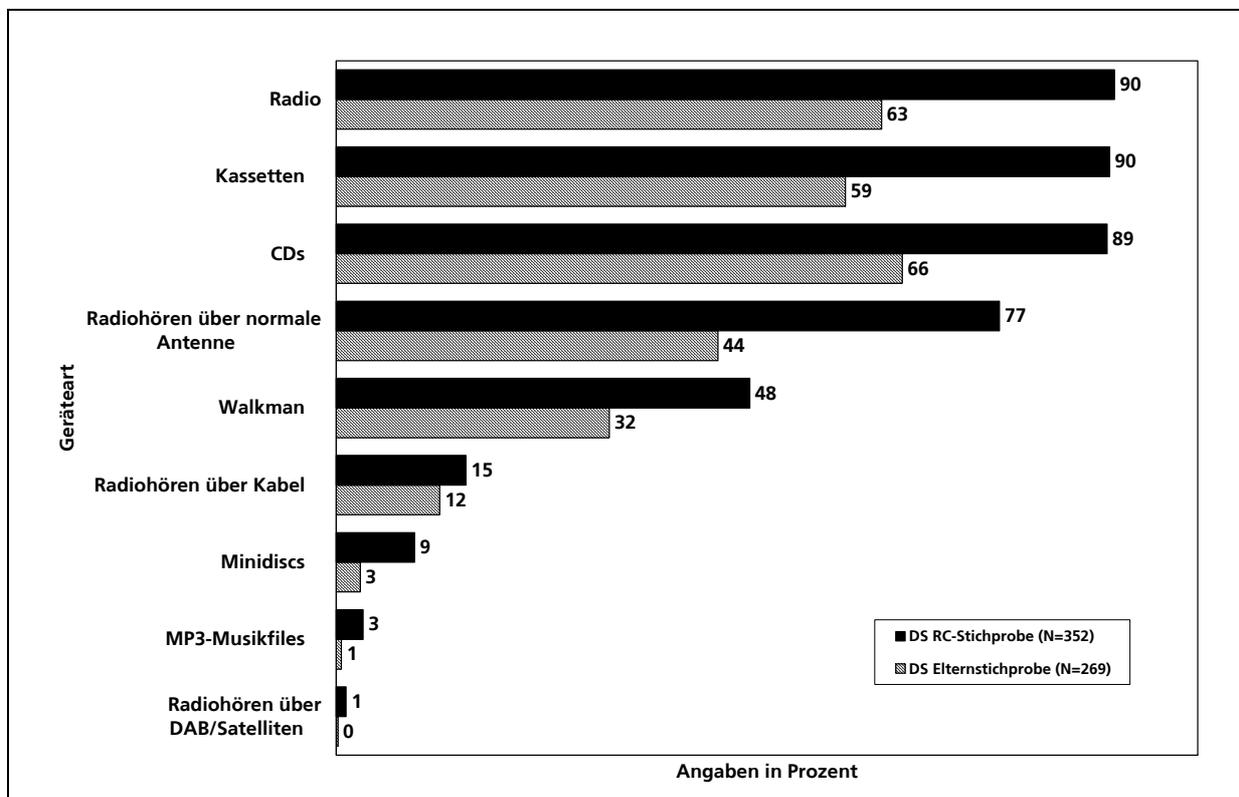
Universum: Haushalte mit Kindern in der Deutschschweiz
Basis: Elternstichprobe: 269 Personen; RC: 352 Personen

Zwar beträgt in beiden Stichproben der Modalwert 1, der Mittelwert in der RC-Stichprobe ist aber deutlich höher (1.7) als in der repräsentativen Elternstichprobe (1.1). Ein zusätzlicher Hinweis für die stärkere Affinität mit der Informatik-Welt der RC-Haushalte geht aus der Betrachtung der prozentualen Werte hervor: während in der RC-Stichprobe nur 5% der Haushalte über keinen PC verfügen, sind dies in der Elternstichprobe 14%. In der RC-Stichprobe findet man zudem mehr Haushalte, in welchen 2, 3 oder 4 PCs vorhanden sind. Fazit: es gibt einen leichten Unterschied zwischen den zwei Stichproben, was die Präsenz der PCs im Haushalt anbelangt.

3.5.2 Die Medienausstattung im Kinderzimmer

Unterscheiden sich die zwei Stichproben hinsichtlich der Medienausstattung im Kinderzimmer? Die Antwort lautet ja. Wie die folgenden Zahlen und Abbildungen zeigen, erweist sich die RC-Stichprobe – mit einer Ausnahme – als deutlich „mediaphiler“. Dies fängt bei der durchschnittlichen Anzahl Gerätetypen an. Während im Durchschnitt ein Kinderzimmer in der Deutschschweizer Elternstichprobe 3.5 Gerätetypen aufweist, findet man im durchschnittlichen Kinderzimmer der RC-Stichprobe 4.5 Apparate der Unterhaltungselektronik. Diese Unterschiede widerspiegeln sich auch im Modalwert: in den meisten Kinderzimmern der Deutschschweizer Elternstichprobe befinden sich 3 Gerätetypen, in den Kinderzimmern der RC-Stichprobe sind es deren 4.

Abb. 3.28: Das Vorhandensein der verschiedenen Gerätetypen in den Kinderzimmern – Unterschiede zwischen der für die Deutschschweiz repräsentativen Stichprobe (Elternstichprobe) und der Stichprobe der RC-Uhrenträger (auditive Gerätetypen)

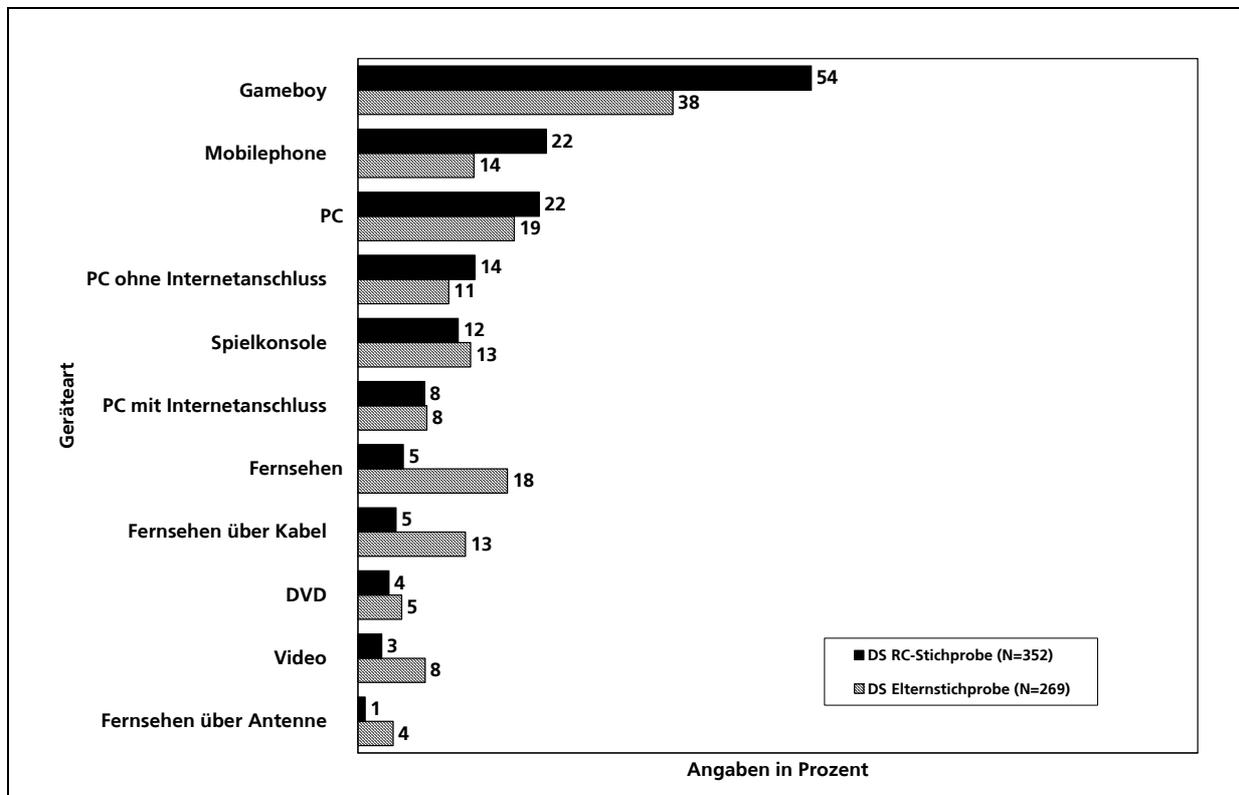


Universum: Haushalte mit Kindern in der Deutschschweiz
Basis: Elternstichprobe: 269 Personen; RC: 352 Personen

Abbildung 3.28 bringt den Primat der RC-Stichprobe deutlich zum Ausdruck, was das Vorhandensein der verschiedenen auditiven Gerätetypen im Kinderzimmer anbelangt. In neun von zehn Kinderzimmern in der RC-Stichprobe befindet sich mindestens ein Radiogerät. Ungefähr gleich stark ist die Präsenz von Kassettengeräten und CD-Abspielgeräten. In acht von zehn Kinderzimmern erlaubt es die mediale Ausrüstung, Radio über normale Antenne zu hören. Auch hinsichtlich Walkmen-Präsenz gibt es Unterschiede zu Gunsten der Kinder aus der RC-Stichprobe. Bemerkenswert ist die Tatsache, dass auch hinsichtlich der alles in allem doch eher wenig vorhandenen Minidiscs Differenzen herrschen.

Wie verhält es sich aber mit der Verteilung der Geräte der visuellen Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer? Abbildung 3.29 zeigt ein leicht unterschiedliches Bild gegenüber der beobachteten Verteilung der auditiven Geräte. Bei zwei Gerätetypen – Gameboy und Mobiltelefon – lässt sich dennoch eine Ähnlichkeit zu Abbildung 3.28 erkennen: Beide sind in Kinderzimmern aus der RC-Stichprobe überdurchschnittlich vorhanden. In beiden Fällen handelt es sich aber um keine Geräte der visuellen Unterhaltungselektronik im klassischen Sinne. Beide setzen im Gegensatz zum Video oder zum Fernsehen die aktive Teilnahme des „Besitzers“ voraus. Hinzu kommt noch die Tatsache, dass nur die Mobiltelefone der neusten Generation visuelle Optionen anbieten. Kurz und bündig: Beide Gerätetypen haben Ausnahmecharakter.

Abb. 3.29: Das Vorhandensein der verschiedenen Gerätetypen in den Kinderzimmern – Unterschiede zwischen der für die Deutschschweiz repräsentativen Stichprobe (Elternstichprobe) und der Stichprobe der RC-Uhrenträger (visuelle Gerätetypen)



Universum: Haushalte mit Kindern in der Deutschschweiz
Basis: Elternstichprobe: 269 Personen; RC: 352 Personen

Bei den restlichen Geräten lässt sich aber keine stärkere Präsenz in den Kinderzimmern der RC-Stichprobe identifizieren, wie dies der Fall war in Abbildung 3.28. Was das Fernsehen, das Fernsehen mit Kabel und das Video anbelangt, kann man sogar die umgekehrte Beziehung beobachten. Danach ist ihr Vorhandensein in Kinderzimmern aus der Elternstichprobe stärker.

Fazit: die RC-Kinderstichprobe erweist sich im Allgemeinen als überdurchschnittlich medienaffin, was den Besitz von Geräten der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer anbelangt. Dies gilt aber in erster Linie für die Apparate der auditiven Unterhaltung. Angesichts der Erfahrungen und Ergebnisse aus verschiedenen Analysen, die bei den erwachsenen Panelisten von RADIOCONTROL durchgeführt wurden, überrascht dies nicht. Ein im Jahre 2001 durchgeführter Vergleich zwischen Personen, die bereit waren, als Panelisten im RADIOCONTROL-Projekt mitzumachen und solchen, die – aus verschiedenen Gründen – darauf verzichteten, hat gezeigt, dass diejenigen, die sich bereit erklärten, irgendwann im Laufe des Jahres eine RADIOCONTROL-Uhr zu tragen, ein radioaffineres Verhalten zeigten, welches sich unter anderem in einem ausgeprägteren Besitz von Radiogeräten äusserte. Nun, gerade dieses Phänomen findet man bei den Kindern wieder, deren Eltern sich für ihr Mitmachen bei der RADIOCONTROL-Messung für die Kinderstudie bereit erklärt haben.

3.5.3 Soziodemographische Unterschiede

Der Vergleich beschränkt sich auf die Frage nach dem Vorhandensein der verschiedenen Gerätetypen in den Kinderzimmern. Wir möchten hier zur Erinnerung noch einen Blick zurückwerfen: Die Daten der Elternstichprobe haben für die Deutschschweiz gezeigt (Unterkapitel 4.2.3), dass

- ein positiver Zusammenhang zwischen Alter und Anzahl Gerätetypen besteht („je älter das Kind, desto mehr Gerätetypen lassen sich in seinem Zimmer finden“);
- ein schwacher Zusammenhang zwischen Familieneinkommen und Anzahl Gerätetypen besteht („je höher das durchschnittliche Familieneinkommen, desto mehr Gerätetypen lassen sich im Kinderzimmer finden“);

Des Weiteren können für die repräsentative Stichprobe der Deutschschweiz folgende im Kapitel 4.2.3 nicht aufgelistete Beziehungen erwähnt werden:

Unterschiede im Zusammenhang mit der Kinderzahl

- Überdurchschnittlich viele Einzelkinder (11%) können in ihrem Zimmer Videos abspielen.
- Überdurchschnittlich viele Einzelkinder (46%) können in ihrem Zimmer einen Walkman benutzen.
- Überdurchschnittlich viele Einzelkinder (25%) können in ihrem Zimmer einen Walkman benutzen.

Unterschiede im Zusammenhang mit der abgeschlossenen Bildung der Mutter

- Überdurchschnittlich viele Kinder, deren Mutter nur über den obligatorischen Schulabschluss oder über gar keinen Abschluss verfügt, können in ihrem Zimmer Videos schauen (14%).

- Überdurchschnittlich viele Kinder, deren Mutter über einen tertiären Bildungsabschluss verfügt, können in ihrem Zimmer CDs hören (82%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, deren Mutter nur über den obligatorischen Schulabschluss oder über gar keinen Abschluss verfügt, haben in ihrem Zimmer Zugang zu einem PC mit Internetanschluss (26%).

Unterschiede im Zusammenhang mit der Grösse des Wohnortes

- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Gemeinde mit weniger als 100'000 Einwohnern leben, können in ihrem Zimmer Radio über Kabel hören (23% gegenüber nur 9%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Gemeinde mit weniger als 100'000 Einwohnern leben, haben in ihrem Zimmer ein Kassettengerät (75% gegenüber nur 63%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Gemeinde mit weniger als 100'000 Einwohnern leben, können in ihrem Zimmer eine Spielkonsole benutzen (14% gegenüber nur 4%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Grossgemeinde (100'000 Einwohner oder mehr) leben, besitzen ein Mobiltelefon (21% gegenüber nur 9%).

Unterschiede im Zusammenhang mit der Höhe des Einkommens

- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Familie mit hohem Einkommen (5'800 sFr.- und mehr) leben, können in ihrem Zimmer Radio über normale Antenne hören (53% gegenüber nur 38%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Familie mit hohem Einkommen (5'800 sFr.- und mehr) leben, haben in ihrem Zimmer ein Kassettengerät (75% gegenüber nur 58%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Familie mit hohem Einkommen (5'800 sFr.- und mehr) leben, können in ihrem Zimmer CDs hören (75% gegenüber nur 56%).
- Überdurchschnittlich viele Kinder, die in einer Familie mit hohem Einkommen (5'800 sFr.- und mehr) leben, können in ihrem Zimmer überhaupt Radio hören (74% gegenüber nur 59%).

Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter

- Was die Verfügbarkeit der Geräte in den Zimmern der Deutschschweizer Kinder anbelangt, erweist sich das Alter als die Variable mit der stärksten Diskriminierungskraft. Bei fast allen Gerätetypen heisst es nämlich: die Verfügbarkeit im Kinderzimmer ist grösser bei älteren Kindern zwischen 11 und 14 Jahren. Das betrifft folgende Gerätetypen: PCs im Allgemeinen (29% bei Kindern, die zwischen 11 und 14 sind gegenüber nur 10% bei jüngeren Kindern); Fernsehen im Allgemeinen (20% gegenüber 8%); Radio im Allgemeinen (80% gegenüber 58%); PCs mit Internetanschluss (15% gegenüber 4%); PCs ohne Internetanschluss (14% gegenüber 5%); Mobiltelefone (27% gegenüber 2%); Walkmen (54% gegenüber 6%); Radio hören über Kabel (20% gegenüber 9%); DVDs abspielen (11% gegenüber 1%); Videos abspielen (10% gegenüber 2%) und schliesslich Fernsehen über Kabel (14% gegenüber 4%).
- Es ist bemerkenswert, dass gerade bei zwei Geräten, die keinen passiven Konsum bedingen - Spielkonsole und Gameboy - keine signifikanten Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter bestehen. Solche Gerätetypen findet man im Zimmer der jüngeren gleich häufig wie im Zimmer der älteren Kinder.

Unterschiede im Zusammenhang mit dem Geschlecht

- Im Zusammenhang mit dem Geschlecht lassen sich in der Deutschschweiz zwei Unterschiede identifizieren. Zum einen besteht eine signifikante Beziehung zwischen dem Geschlecht und

dem Zugang zu einem Gameboy im Kinderzimmer. Bereits aus der Tatsache, dass das Gerät Gameboy und nicht Gamegirl heisst, kann man entnehmen, um welche Art Beziehung es sich dabei handelt: Gameboy findet man nämlich signifikant häufiger in Kinderzimmern von Knaben (45%, demgegenüber nur in 32% der Zimmer von Mädchen). Beim anderen Unterschied handelt es sich um eine statistisch nicht signifikante Beziehung, es darf aber von statistischer Tendenz die Rede sein: das Vorhandensein eines Mobiltelefons ist eher Sache der Mädchen (18% als der Kinder 11%).

Nach dieser Betrachtung der besonderen Unterschiede in der repräsentativen Kinder-Stichprobe der Deutschschweiz richten wir nun unsere Aufmerksamkeit auf die RC-Stichprobe.

- Die erste Frage dabei lautet: Lässt sich auch in der RC-Stichprobe ein linearer Zusammenhang zwischen dem Alter der Kinder und der Anzahl Gerätetypen im Zimmer feststellen? Die Antwort lautet eindeutig: ja. Es gibt tatsächlich eine statistisch signifikante Beziehung. Der Korrelationskoeffizient Pearson's r beträgt .47 und bringt somit deutlich ein Verhältnis zum Ausdruck, wonach „je älter das Kind, desto mehr Gerätetypen befinden sich in seinem Zimmer.“
- Der in der repräsentativen Stichprobe (schwache) beobachtete lineare Zusammenhang zwischen Familieneinkommen und Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer lässt sich in der RC-Stichprobe nicht wiederfinden.

Weitere Beziehungen bestehen in der RC-Stichprobe in der Verfügbarkeit der verschiedenen Gerätetypen im Kinderzimmer und den verschiedenen soziodemographischen Merkmalen. Wir wollen die Reihenfolge unserer Betrachtung beibehalten und mit den Differenzen im Zusammenhang mit der Kinderzahl anfangen:

Unterschiede im Zusammenhang mit der Kinderzahl

- Ein prozentual höherer Anteil an Kindern aus Haushalten, in welchen drei oder mehr Kinder leben, kann im eigenen Zimmer CDs hören (18%; der Anteil beträgt in Einzelkind- und Zwei-Kinder-Haushalten 7%).
- Die Möglichkeit, einen Walkman zu benutzen, ist vor allem in Haushalten gegeben, in welchen drei oder mehr Kinder leben (72%; in Zwei-Kinder-Haushalten 47% und in Einzelkind-Haushalten 32%).
- Über eine Spielkonsole im eigenen Zimmer verfügen vor allem Kinder aus Haushalten, in welchen drei oder mehr Kinder leben (94%; in Zwei-Kinder-Haushalten 88% und in Einzelkind-Haushalten 79%).
- Eine ähnliche Beziehung herrscht in Bezug auf die Verteilung der Mobiltelefone: überdurchschnittlich viele Kinder aus „Grosshaushalten“ besitzen mindestens eins davon (81%, bzw. 80% in Zwei-Kinder-Haushalten; in Einzelkind-Haushalten 63%)

Unterschiede im Zusammenhang mit der abgeschlossenen Bildung der Mutter

- Es lassen sich keine statistischen Zusammenhänge identifizieren.

Unterschiede im Zusammenhang mit der Grösse des Wohnortes

- Diese Information konnte nur bei wenigen Haushalten erhoben werden. Aus der auf diese wenigen Haushalte beschränkte Analyse lassen sich keine statistischen Unterschiede zwischen Haushalten aus grossen (100'000 Einwohner oder mehr) und kleinen Gemeinden erkennen hinsichtlich des Vorhandenseins der verschiedenen Gerätetypen in den Kinderzimmern.

Unterschiede im Zusammenhang mit der Höhe des Einkommens

- Die Möglichkeit, CDs im Kinderzimmer zu hören, ist vor allem in Haushalten mit hohem Einkommen gegeben (95% gegenüber nur 82%).
- Die Möglichkeit, im Kinderzimmer PCs im Allgemeinen zu benutzen, ist vor allem in Haushalten mit hohem Einkommen gegeben (27% gegenüber nur 16%)

Unterschiede im Zusammenhang mit dem Alter

- Auch in der RC-Stichprobe erweist sich die Variable „Alter“ als ein stark diskriminierendes Merkmal in Bezug auf das Vorhandensein der verschiedenen Gerätetypen im Kinderzimmer.
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 haben Zugang zum DVD im eigenen Zimmer (6%; nur 1% bei den 7- bis 10-jährigen).
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 können in ihrem Zimmer Radio hören über Kabel (20% gegenüber 10% bei den 7- bis 10-jährigen).
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 können in ihrem Zimmer CDs hören (97% gegenüber 82% bei den 7- bis 10-jährigen).
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 können in ihrem Zimmer Minidiscs hören (14% gegenüber 4% bei den 7- bis 10-jährigen).
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 können einen Walkman benutzen (64% gegenüber 32% bei den 7- bis 10-jährigen).
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 verfügen in ihrem Kinderzimmer über eine Spielkonsole (15% gegenüber 8% bei den 7- bis 10-jährigen).
- Mobiltelefonie ist eindeutig Sache der älteren Kinder. Während nur 3% der Kinder zwischen 7 und 10 ein Mobiltelefon haben, beträgt dieser Anteil bei den 11- bis 14-jährigen 42%.
- Dasselbe lässt sich sagen über die PCs im Allgemeinen und die PCs mit Internetanschluss im Besonderen. Zugang zum PC im Kinderzimmer haben vor allem Kinder im Alter zwischen 11 und 14 (28%, nur 14% bei den jüngeren Kindern). Leicht anders sehen die Prozentwerte aus, wenn man die Betrachtung auf die PCs mit Internetanschluss beschränkt (12% vs. 4%). Die Richtung des Zusammenhanges bleibt aber unverändert:
- Überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 können in ihrem Zimmer Radio hören (95% gegenüber 86% bei den 7- bis 10-jährigen).

Unterschiede im Zusammenhang mit dem Geschlecht

- Überdurchschnittlich viele Knaben haben in ihrem Zimmer Zugang zu einem Fernsehgerät mit Kabelanschluss (7%, Mädchen 2%).
- Überdurchschnittlich viele Knaben haben in ihrem Zimmer eine Spielkonsole (19%, Mädchen 5%).
- Überdurchschnittlich viele Knaben haben in ihrem Zimmer ein Gameboy (64%, Mädchen 44%).
- Überdurchschnittlich viele Knaben können in ihrem Zimmer überhaupt fernsehen (8%, Mädchen 3%).

Worin unterscheidet sich die repräsentative Kinderstichprobe von der RC-Kinderstichprobe?

In beiden Stichproben lässt sich ein linearer Zusammenhang zwischen Alter und Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer identifizieren. Die Relation zwischen Familieneinkommen und Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer ist jedoch einzig in der repräsentativen Kinderstichprobe gegeben.

In beiden Stichproben kann man eine Beziehung zwischen Kinderzahl und Benutzung ausgewählter Geräte identifizieren. Die Richtungen dieser Beziehungen sind jedoch unterschiedlich: während in der repräsentativen Stichprobe bei manchen Geräten Einzelkinder privilegiert sind, was das Vorhandensein im Kinderzimmer anbelangt, ist es in der RC-Stichprobe gerade umgekehrt. Dort fallen die Privilegien auf die Kinder, die mehrere Geschwister haben.

Unterschiede im Zusammenhang mit der Bildung der Mutter und mit der Grösse des Wohnortes lassen sich nur in der repräsentativen Stichprobe identifizieren.

In beiden Stichproben findet man eine Beziehung zwischen dem Vorhandensein von CD-Player im Kinderzimmer und dem Einkommen. Demnach findet man solche Geräte vor allem in Haushalten, die ein überdurchschnittlich hohes Einkommen aufweisen.

In erster Linie weisen aber beide Stichproben eine grosse Gemeinsamkeit auf, und zwar in Bezug auf den Zusammenhang mit dem Alter: Kinder zwischen 11 und 14 verfügen in ihrem Zimmer über deutlich mehr Gerätetypen als Knaben und Mädchen, die zwischen 7 und 10 Jahre alt sind.

3.6 Auf den Punkt gebracht

In den Schweizer Haushalten mit Kindern sind Radiogeräte so gut wie allgegenwärtig. 98% der befragten Haushalte verfügen über mindestens ein Radiogerät. Die meisten der Radio-Besitzer beschränken sich aber nicht auf ein einziges Gerät. Im Schnitt findet man in den schweizerischen Haushalten mit Kindern 4.6 Radio-Apparate. Zum Vergleich: das zweitverbreitetste Gerät (CD-Player) bringt es nur auf einem Durchschnitt von 1.6 Geräten pro Haushalt.

Das Vorhandensein von Radiogeräten in den Kinder-Haushalten präsentiert sich in etwa ähnlich in allen drei Sprachregionen. Die Deutschschweiz unterscheidet sich von der Romandie und der Svizzera italiana durch eine signifikant überdurchschnittliche Präsenz von Radiogeräten mit Kabelanschluss.

Was die Präsenz der Geräte der visuellen Unterhaltungselektronik anbelangt, ist das Fernsehen praktisch omnipräsent. Die Deutschschweiz unterscheidet sich dann von den übrigen Sprachregionen durch ein statistisch signifikantes überdurchschnittliches Vorhandensein von PCs mit Internetanschluss.

In knapp zwei von drei Kinderzimmern befindet sich mindestens ein Radio-Gerät. Das Radio ist aber nicht das am häufigsten vorhandene Apparat der Unterhaltungselektronik in den Kinderzimmern. Number one in dieser speziellen Hirparade ist der CD-Player. Im Allgemeinen befinden sich in den Kinderzimmern mehr Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik als solche der visuellen.

Bezüglich der Präsenz der Geräte der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer lassen sich von Region zu Region recht auffällige Unterschiede beobachten: Während man in der Deutschschweiz in 69% der Kinderzimmer ein Radio finden kann, beträgt dieser Anteil in der Romandie 59% und in der Svizzera italiana 53%. Die Deutschschweiz liegt an erster Stelle auch in Bezug auf das Vorhandensein von Kassetten-Geräten und CD-Player. Richtet man den Fokus der Aufmerksamkeit auf die Präsenz der Geräte der visuellen Unterhaltungselektronik, präsentiert sich uns ein ganz anderes Bild. Es hat in der Svizzera italiana am meisten Fernseh-Geräte in den Kinderzimmern (25%; in der Deutschschweiz 13% und in der Romandie 22%). Auch die Präsenz der Gameboys und der Spielkonsolen ist überdurchschnittlich stark in den Tessiner und Bündner Kinderzimmern.

Betrachtet man die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen, stellt man fest, dass erstere überdurchschnittlich häufig über ein Mobiltelefon verfügen; hingegen haben überdurchschnittlich viele Knaben ein Gameboy oder eine Spielkonsole in ihrem Zimmer. Die Nutzungsmöglichkeiten variieren zudem in Zusammenhang mit dem Alter: Erwartungsgemäss befinden sich in den Zimmern der älteren Kinder deutlich mehr Geräte der Unterhaltungselektronik als im Zimmer der 7- bis 10-jährigen Knaben und Mädchen.

Im Allgemeinen kann man sagen, dass die Mediophilie der Erwachsenen sich bei der Kindern widerspiegelt. Es gibt nämlich einen linearen Zusammenhang zwischen der Anzahl Geräte der Unterhaltungselektronik im Haushalt und der Anzahl Gerätetypen im Kinderzimmer: je mehr Geräte im Haushalt, desto mehr Gerätetypen im Kinderzimmer. Dieser Zusammenhang ist in allen drei Regionen recht deutlich ausgeprägt.

Die meisten Kinder haben einen freien Zugang zum Radio (96% derjenigen, die in einem Haushalt mit mindestens einem Radioapparat wohnen). Der freie Zugang zum Fernsehen ist hingegen eher der Zensur einer erwachsenen Person unterstellt – dies jedoch vor allem in der Romandie und in der Deutschschweiz.

Die Mehrheit der Daten dieses Kapitels liefert das Bild von eher radiophilen Kindern in der Deutschschweiz und eher videophilen in der Svizzera italiana.

4. Mediennutzung der Kinder allgemein

Im Fokus dieses Kapitels steht die allgemeine Mediennutzung der 7- bis 14-jährigen Schweizer Kinder. Welches sind die Lieblingsmedien unserer Sprösslinge und welche Medien kommen bei diesen eher weniger an? Wie wirkt sich das soziodemografische bzw. soziokulturelle Umfeld der Kinder auf deren Medienkonsum aus? Erhöht sich bei den Kindern die Nutzung der Medien, wenn sie ungehindert bzw. direkt in ihrem Zimmer auf diese Zugriff nehmen können? Diese und ähnliche Fragen stehen beim vorliegenden Kapitel im Zentrum des Interesses. Dem Kapitel liegen die Daten aus der im Frühling 2003 durchgeführten Elternbefragung zu Grunde. In Face-to-face-Interviews wurden in allen Sprachregionen der Schweiz Eltern zum Medienkonsum ihrer Kinder befragt.

Es ist wichtig zu erwähnen, dass die in der Face-to-Face-Befragung erhobenen Reichweiten im Vergleich mit den heute gängigen Messungen in der Regel tiefer liegen. Dies kommt daher, dass es im Falle des in der Face-to-Face-Befragung verwendeten 15-Minuten-Rasters notwendig ist, mindestens während einer Viertelstunde ein bestimmtes Medium genutzt zu haben, um in die Tagesreichweite einzugehen, wohingegen bei den heute gängigen elektronischen Messmethoden (RADIOCONTROL, TELECONTROL) eine Minute genügt, da eine Analyse auf Minutenebene möglich ist und per Konvention mit Minutenreichweiten operiert wird.

In einem ersten Unterkapitel befassen wir uns mit der täglichen Reichweite der Medien. Es geht hierbei darum abzuklären, wie gross der Anteil der Kinder ist, welche die einzelnen Medien mindestens einmal pro Tag nutzen. In einem zweiten Unterkapitel erforschen wir die Frage, wie der mediale Tagesablauf eines Kindes aussieht. Wann verbringt ein Kind wie viel Zeit mit welchem Medium? Wie unterscheidet sich der mediale Tagesablauf eines Kindes von demjenigen eines erwachsenen Menschen? Anschliessend wird in einem dritten Unterkapitel die Häufigkeit untersucht, mit welcher die Schweizer Kinder die Medien beanspruchen. Den Abschluss des 5. Kapitels bilden zwei Unterkapitel, welche auf die Nutzung der elektronischen Medien in Abhängigkeit von den Nutzungsmöglichkeiten der Kinder (ungehinderter Zugang zu den Medien bzw. Geräteausstattung im Kinderzimmer) eingehen. Die Frage des Zusammenhangs zwischen den Zugangsmöglichkeiten der Kinder zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik und der Mediennutzung wird anhand der drei Nutzungsgrössen Reichweite, Nutzungsdauer und Nutzungshäufigkeit erörtert. In einer Synthese werden abschliessend die wichtigsten Erkenntnisse des 4. Kapitels zusammengefasst.

4.1 Die tägliche Reichweite der Medien bei Kindern

Wie viele Schweizer Kinder nutzen im Tagesdurchschnitt die Medien? Um diese Frage beantworten zu können, wurden die Eltern gebeten, anhand eines Viertelstundenrasters anzugeben, welchen (medialen) Tätigkeiten ihre Kinder am Vortag zwischen 05:00 und 24:00 Uhr nachgegangen

waren. Anhand dieser Angaben konnte die Reichweite der verschiedenen Medien bei den Kindern im Total über einen ganzen Tag errechnet werden.

Erfragt wurde in der Elternbefragung nicht nur die Nutzung der elektronischen Medien, sondern auch das Lesen, das gerade bei (Schul-)Kindern zwischen 7 und 14 Jahren einen vergleichsweise hohen Stellenwert einnehmen dürfte. Zudem interessierte auch die Frage, wie oft die Kinder sich mit denjenigen Medien auseinandersetzen, die (zumindest ursprünglich) speziell für diese Zielgruppe konzipiert worden waren: Gameboys, Playstations und Computerspiele.

Wie im vorliegenden Kapitel ersichtlich wird, werden die elektronischen Spielzeuge sowie Internet und E-Mail im Vergleich zu den beiden „grossen“ elektronischen Medien Radio und Fernsehen von den Kindern eher wenig genutzt. Die Fallzahlen bei den entsprechenden Medien sind denn auch meist zu klein, als dass auf statistische Unterschiede nach Sprachregionen und Soziodemografie näher eingegangen werden könnte.

4.1.1 Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Reichweite der Medien

Wie Abbildung 4.1 entnommen werden kann, schalten gemäss den Angaben der Eltern 60% der Kinder mindestens einmal (werk)täglich den Fernseher¹ ein. Zwischen den drei Sprachregionen variieren diese Werte nur minimal. Am zweithäufigsten wird das Radio² genutzt: 29% der Kinder in der Gesamtschweiz, 38% in der deutschsprachigen, 17% in der französischsprachigen und 24% in der italienischsprachigen Schweiz.

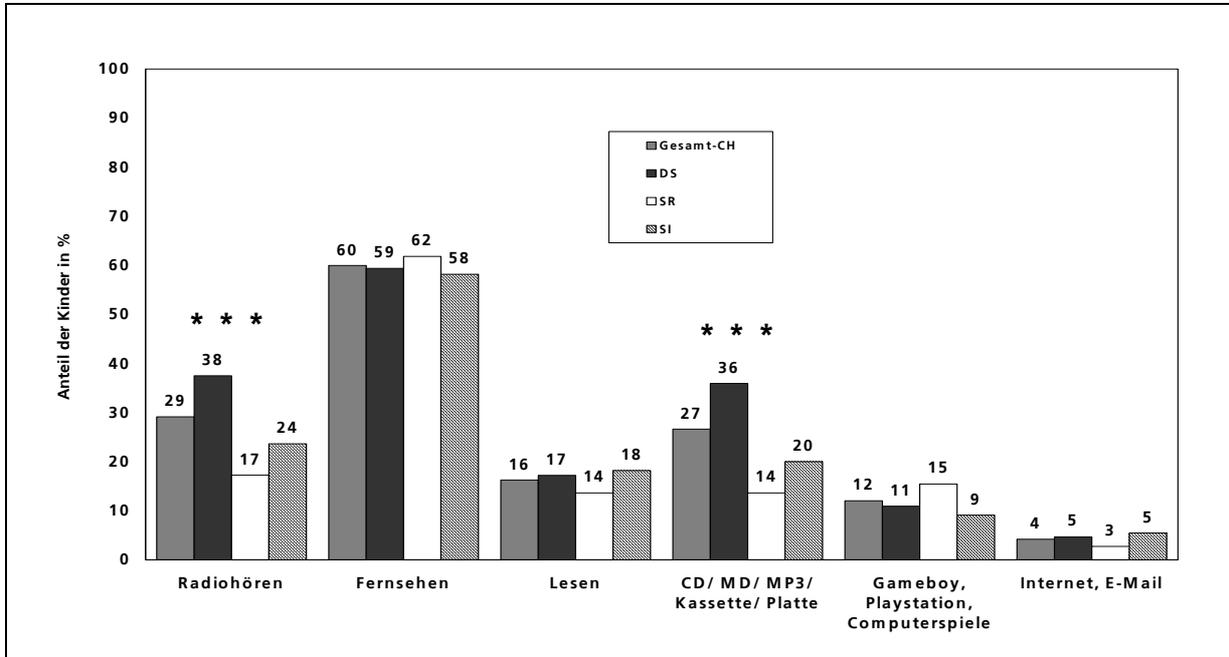
Diese regionalen Unterschiede sind statistisch höchst signifikant³: Die Deutschschweizer Kinder nutzen im Vergleich zu ihren französisch- und italienischsprachigen Kameradinnen und Kameraden das Radio überdurchschnittlich oft. Auch die auditiven Medien CD, Minidisc, MP3, Kassetten und Langspielplatten nutzen Kinder nördlich des Gotthardpasses bzw. östlich der Saane signifikant häufiger (36%) als in der Süd- (20%) oder der Westschweiz (14%). Die gesamtschweizerische Durchschnittsreichweite dieser Medien beläuft sich auf 27%. Das Spielen mit Gameboys, Playstations oder Computern (12%) sowie die Nutzung von Internet bzw. E-Mail (4%) sind mediale Tätigkeiten, welche bei den 7- bis 14-Jährigen im Vergleich zum Radio- und TV-Konsum über alle Sprachregionen hinweg – wie bereits eingangs dieses Kapitels erwähnt – einen eher marginalen Stellenwert einnehmen. Die Reichweite dieser Geräte variiert in den einzelnen Landesteilen nur wenig. Die eher geringe Lesetätigkeit (16%) der Schweizer Kinder dürfte damit zusammenhängen, dass in der Elternbefragung das *Lesen in der Schule* nicht explizit erfragt wurde. Dadurch wurde möglicherweise vorwiegend die private Lektüre der Kinder, jedoch nicht diejenige innerhalb der Schulzeit erfasst.

¹ Zur Kategorie „Fernseher“ bzw. „TV“ gehören: Fernseher mit Kabelanschluss oder Fernseher ohne Kabelanschluss.

² Zur Kategorie „Radio“ gehören: HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss, Radiogerät mit Kabelanschluss, Radiowecker oder Walkman mit Radio.

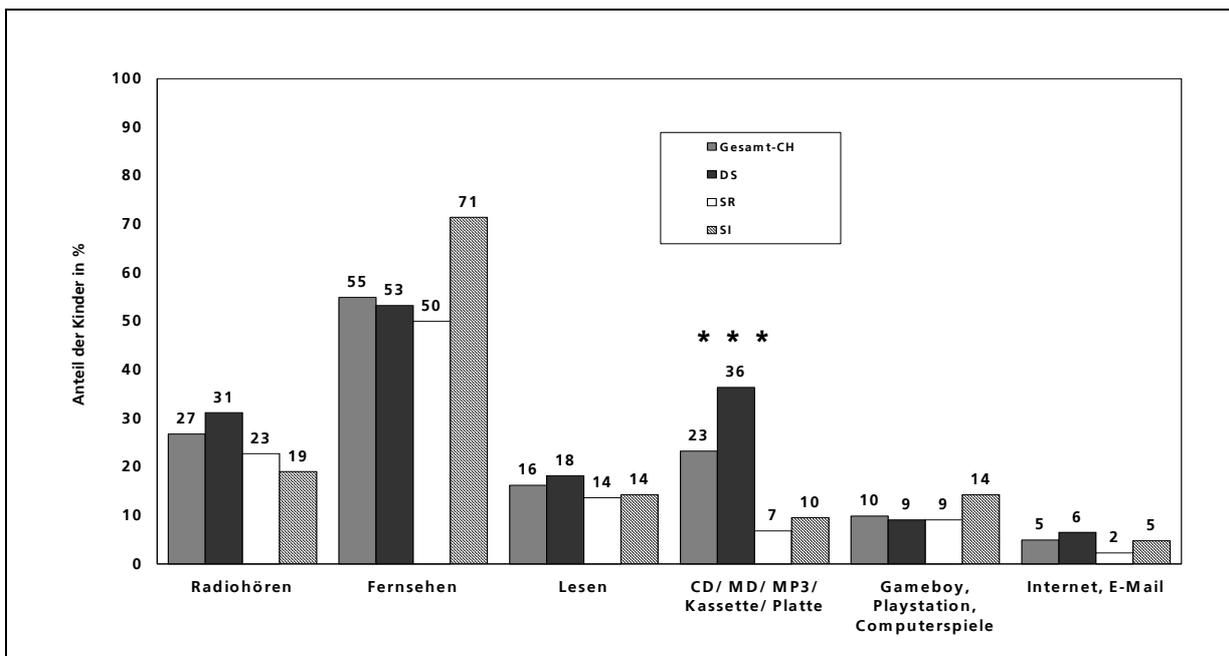
³ Signifikanz gemäss Chi²-Test: * = signifikanter Zusammenhang, ** = sehr signifikanter Zusammenhang, *** = höchst signifikanter Zusammenhang.

Abb. 4.1: Prozentualer Anteil der Kinder, welche mindestens einmal während eines durchschnittlichen Werktags die verschiedenen Medien nutzen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen. Reichweiten aus der Face-to-Face-Befragung mit 15-Minuten-Raster.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Abb. 4.2: Prozentualer Anteil der Kinder, die mindestens einmal während eines durchschnittlichen Wochenendtages die verschiedenen Medien nutzen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen. Reichweiten aus der Face-to-Face-Befragung mit 15-Minuten-Raster.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH:142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Am Wochenende geht die Mediennutzung der Kinder über die ganze Schweiz betrachtet generell leicht zurück (TV: um -5% auf 55%; Radio: um -2% auf 27%; CD/MD/MP3/MC/LP: um -4% auf 23%; elektronische Spielzeuge: um -2% auf 10%; siehe Abbildung 5.2).

Lediglich die Reichweite der gedruckten Presse bzw. von Büchern u.ä. sowie von Internet und E-Mail verändert sich bei den Kindern am Wochenende kaum (+0% bzw. +1%).

Die „Rangliste“ der Medien in Bezug auf ihre Reichweite bleibt trotz der veränderten Nutzungsgewohnheiten der Kinder am Wochenende bestehen (TV vor Radio und CD/MD/MP3/MC/LP), hat aber in den verschiedenen Sprachregionen unterschiedliche deutliche Abstufungen. Im Vergleich zu den Wochentagen werden die italienischsprachigen Kinder samstags und sonntags zu regelrechten Fernsehfreaks (+13%) und Gamern (+5%)¹, die Deutschschweizer Kinder erweisen sich am Wochenende hingegen eher als Radio- (-7%) und Fernsehmuffel (-6%). Die Kinder aus der Suisse romande schliesslich zeigen am Wochenende ein besonderes Faible für das Radiohören (+6%), schauen dafür aber am Wochenende deutlich weniger fern als an Werktagen (-12%).

Was den Medienkonsum an Wochenenden anbetrifft, gibt es einen einzigen statistisch signifikanten sprachregionalen Zusammenhang: Kinder aus der Deutschschweiz nutzen die Tonträger CD/MD/MP3/MC/LP deutlich stärker (36%) als diejenigen aus den beiden anderen Sprachregionen (7% in der Suisse romande bzw. 10% in der Svizzera italiana).

4.1.2 Soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Reichweite

Geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der Reichweite

Die Reichweite, welche die untersuchten Medien bei den 7- bis 14-Jährigen generieren, hängt relativ stark mit dem Geschlecht der Kinder zusammen. Sowohl an Werktagen als auch an Wochenenden wenden sich über alle Sprachregionen hinweg die Mädchen häufiger dem Radio, dem Lesen und Tonträgern wie CDs, Minidiscs, MP3s, Kassetten und Langspielplatten zu als die Knaben, hingegen können sich die Knaben stärker als die Mädchen für das Fernsehen und elektronische Spielzeuge wie Gameboys, Playstations und Computerspiele begeistern.

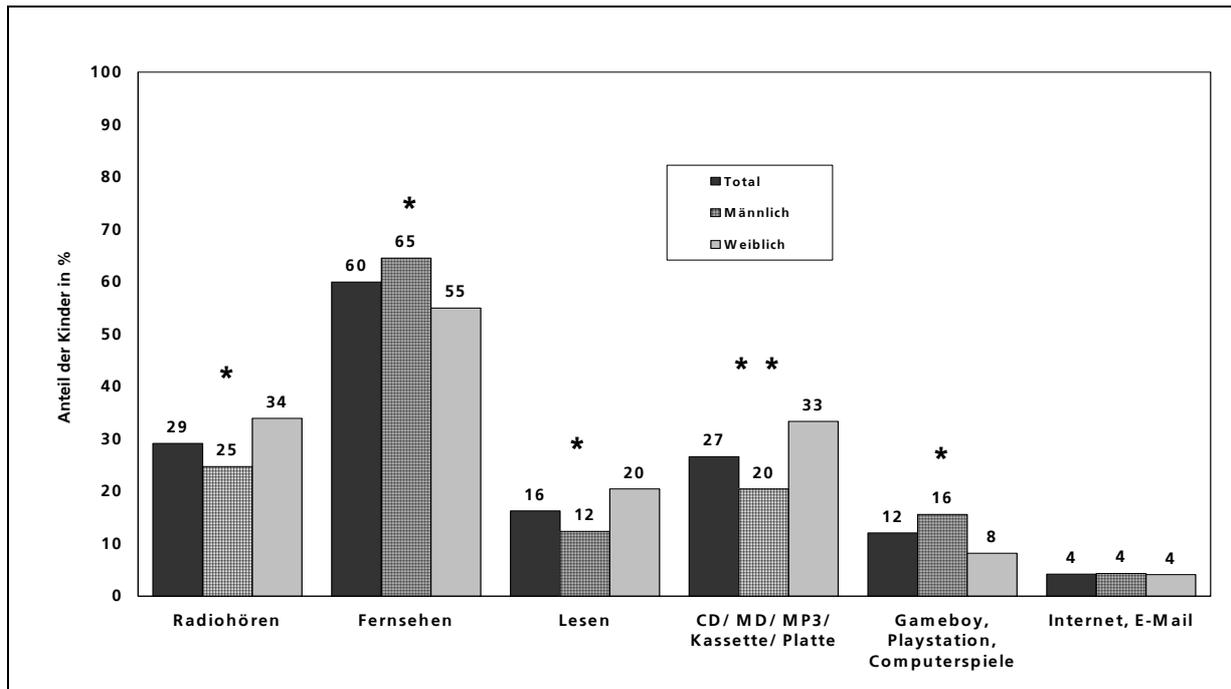
Wie Abbildung 4.3 entnommen werden kann, sind auf gesamtschweizerischer Ebene an Werktagen sämtliche geschlechtsspezifischen (im vorherigen Abschnitt beschriebenen) Nutzungsunterschiede der untersuchten Medien mit Ausnahme des Internets bzw. E-Mail signifikant, im Bezug auf die Tonträger (CD/MD/MP3/MC/LP) sind sie sehr signifikant. Am Wochenende zeigen sich in der Gesamtschweiz ähnliche Nutzungsunterschiede zwischen den beiden Geschlechtern wie werktags, statistisch signifikante Zusammenhänge gibt es allerdings keine (weshalb auf eine entsprechende Abbildung verzichtet wird).

In den einzelnen Sprachregionen bestätigen sich geschlechtsspezifische Nutzungsunterschiede, welche bereits auf eidgenössischer Ebene beobachtet werden konnten: In der Deutschschweiz nutzen von Montag bis Freitag signifikant mehr Mädchen (43%) als Jungen (29%) CDs, Minidiscs,

¹ Auf Grund der geringen Fallzahl im Tessin (21 Personen in Haushalten mit Kindern) sollten diese Aussagen mit grösster Vorsicht genossen werden!

MP3s, Kassetten und Langspielplatten. Die Nutzungspräferenzen nach Geschlecht zeigen sich in der deutschsprachigen Schweiz tendenziell auch am Wochenende, signifikante Unterschiede existieren allerdings nicht.

Abb. 4.3: Prozentualer Anteil der Kinder, welche durchschnittlich an einem Werktag mindestens einmal die verschiedenen Medien nutzen – Angaben für Knaben und Mädchen in der Gesamtschweiz. Reichweiten aus der Face-to-Face-Befragung mit 15-Minuten-Raster.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 357 Personen; Knaben: 186 Personen; Mädchen: 171 Personen

Werktags schauen in der französischsprachigen Schweiz signifikant mehr Jungen (70%) als Mädchen (51%) fern, hingegen wird das Radio deutlich häufiger von Mädchen (26%) als Jungen (11%) eingeschaltet. Die Nutzungszahlen an Wochenenden sind in dieser Sprachregion für statistische Aussagen zu gering.

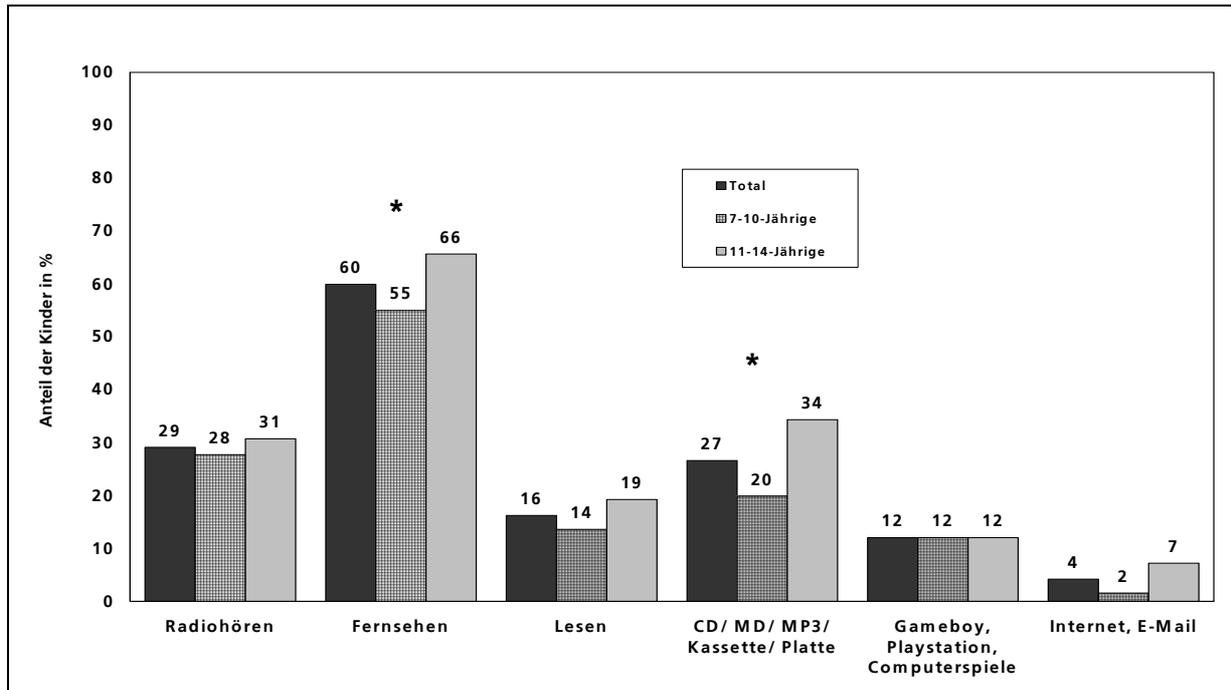
In der italienischsprachigen Schweiz – der Region mit der kleinsten Stichprobe (55 Personen werktags, 21 am Wochenende) – zeigt sich sowohl an Werktagen als auch an Wochenenden tendenziell ein ähnliches geschlechtsspezifisches Nutzungsverhalten wie in den anderen Regionen, auf Grund der äusserst geringen Fallzahlen erübrigen sich aber jegliche Kommentare zu statistischen Zusammenhängen.

Altersspezifische Unterschiede hinsichtlich der Reichweite

Aus Abbildung 4.4 wird ersichtlich, dass in der Schweiz ältere Kinder an Werktagen öfter fernsehen und CDs, Minidiscs, MP3, Kassetten und Langspielplatten hören als jüngere Kinder. Am Wochenende zeigt sich auf eidgenössischer Ebene ein ähnliches altersspezifisches Nutzungsmuster

der Medien wie an den Werktagen, statistisch signifikante Zusammenhänge gibt es aber keine (weshalb auf eine entsprechende Abbildung verzichtet wird).

Abb. 4.4: Prozentualer Anteil der Kinder, die durchschnittlich an einem Werktag mindestens einmal die verschiedenen Medien nutzen – Angaben für die 7-10-jährigen bzw. die 11-14-jährigen Kinder in der Gesamtschweiz. Reichweiten aus der Face-to-Face-Befragung mit 15-Minuten-Raster.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 357 Personen; 7- 10-Jährige: 191 Personen; 11- 14-Jährige: 166 Personen

In der Deutschschweiz bestätigen sich die altersspezifischen Zusammenhänge, welche schon auf Ebene der Gesamtschweiz festgestellt werden konnten, zumindest teilweise. So ist an Werktagen das Hören von CDs, Minidiscs, MP3s, Kassetten und Langspielplatten bei den älteren Kindern (44%) beliebter als bei den jüngeren (29%). Zudem wird von 11-14-jährigen Kindern (22%) deutlich öfter gelesen als von 7- bis 10-jährigen Kindern (12%).

Was die Reichweite der Medien an Werktagen in der Suisse romande anbetrifft, so sind nur die Fallzahlen der Radio- und Fernsehnutzung genügend gross, um darüber allfällige statistische Aussagen machen zu können. Für beide Medien können aber keine altersspezifischen Nutzungsunterschiede ausgemacht werden. Im italienischsprachigen Teil der Schweiz sind die Fallzahlen für eine Untersuchung altersspezifischer Zusammenhänge der Mediennutzung zu klein.

Übrige soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Reichweite

Für die Beleuchtung der übrigen Zusammenhänge zwischen dem soziodemografischen Hintergrund der Kinder und deren Mediennutzung wurde auf Grund der geringen Fallzahlen am Wo-

chenende nur das Nutzungsverhalten von Montag bis Freitag unter die Lupe genommen. Wie dem folgenden Abschnitt zu entnehmen ist, gibt es nur sehr wenige Zusammenhänge:

- Kinder aus Mehrkindfamilien (74%) schauen in der Deutschschweiz häufiger fern als solche aus Zweikind- (55%) oder Einzelkindfamilien (59%).
- (Deutsch)Schweizer Kinder (46 % bzw. 36%) aus kleineren Ortschaften schalten das Radio öfter ein als solche aus urbaneren Gebieten¹ (27% bzw. 23%).

4.2 Die Mediennutzung der Kinder im Tagesablauf

In Kapitel 2 wurde beschrieben, wie ein normaler Tagesablauf im Leben eines Schweizer Kindes aussieht und wie viel Zeit dieses für die einzelnen Tagesaktivitäten im Schnitt aufwendet.

Ausgelassen wurden bei dieser Betrachtung sämtliche Aktivitäten, welche mit dem Medienkonsum zusammenhängen. Im vorliegenden Kapitel soll nun analog zu Kapitel 2 ein Blick auf den medialen Tagesablauf der Schweizer Kinder geworfen werden. Wie bereits in Kapitel 3 erwähnt, können die einzelnen Betätigungen im Zusammenhang mit dem Medienkonsum kaum isoliert von den übrigen Tagesaktivitäten betrachtet werden. Der Schul- und Familienalltag sowie die allgemeine Tagesstruktur setzen dem Medienkonsum der Kinder enge Grenzen.

Jedes der folgenden Unterkapitel ist einer bestimmten medialen Tätigkeit der Kinder gewidmet. Wir fangen mit dem „Radiohören“ an, gehen dann weiter zum „Fernsehen“, zum „Lesen“ und zur Nutzung von „CDs, Minidiscs, MP3s, Kassetten und Platten“ und wenden uns abschliessend den beiden medialen Beschäftigungen „Gameboy, Playstation und Computerspiele“ und „Internet und E-Mail“ zu. Diese sechs medialen Tätigkeiten der Kinder werden nach verschiedenen Gesichtspunkten unter die Lupe genommen. Zum einen betrachten wir die Reichweiten-Tagesverläufe und die durchschnittliche Nutzungsdauer (pro Tag und Kind) nach sprachregionalen und soziodemografischen Aspekten. Zum anderen setzen wir die verschiedenen medialen Aktivitäten der Kinder jeweils in Beziehung zu den entsprechenden Tätigkeiten der erwachsenen Bevölkerung. Durch diese Gegenüberstellung soll eruiert werden, wie sich das mediale Tagesbudget der Schweizer Kinder von demjenigen Erwachsener unterscheidet und inwiefern sich die medialen Betätigungen von Jung und Alt gegenseitig beeinflussen.

¹ Es wurde unterschieden zwischen Ortschaften mit einer Bevölkerung von über bzw. unter 100'000 Einwohnerinnen und Einwohnern.

4.2.1 Radiohören im Tagesablauf

Eingangs dieses Unterkapitels möchten wir darauf hinweisen, dass sämtliche Abbildungen zur Tätigkeit „Radiohören“ nicht wie sonst üblich eine Hunderterskala, sondern eine Fünfigerskala aufweisen. Diese Skalierung wurde zugunsten einer optimalen Lesbarkeit bzw. einer besseren Unterscheidbarkeit der einzelnen Reichweiten-Kurven vorgenommen. Es muss dabei beachtet werden, dass allfällige Reichweitenunterschiede grösser dargestellt werden, als sie es tatsächlich sind.

Vorliegende Studie hat ihren Schwerpunkt bei der Radionutzung der Kinder. Aus diesem Grunde wird auf die Ergebnisse der Elternbefragung zum Radiokonsum in etwas detaillierterer Form eingegangen als auf diejenigen zur Nutzung der übrigen Medien. Am Ende des vorliegenden Unterkapitels wird deshalb nicht nur ein Vergleich zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich der Radionutzung im Tagesablauf angestellt, sondern auch einer hinsichtlich der Marktanteile der verschiedenen Radio-Sendegruppen¹ in den einzelnen Sprachregionen. Ein entsprechender Marktanteils-Vergleich *basierend auf den Radiocontrol-Zahlen* wird in Kapitel 7 vorgenommen.

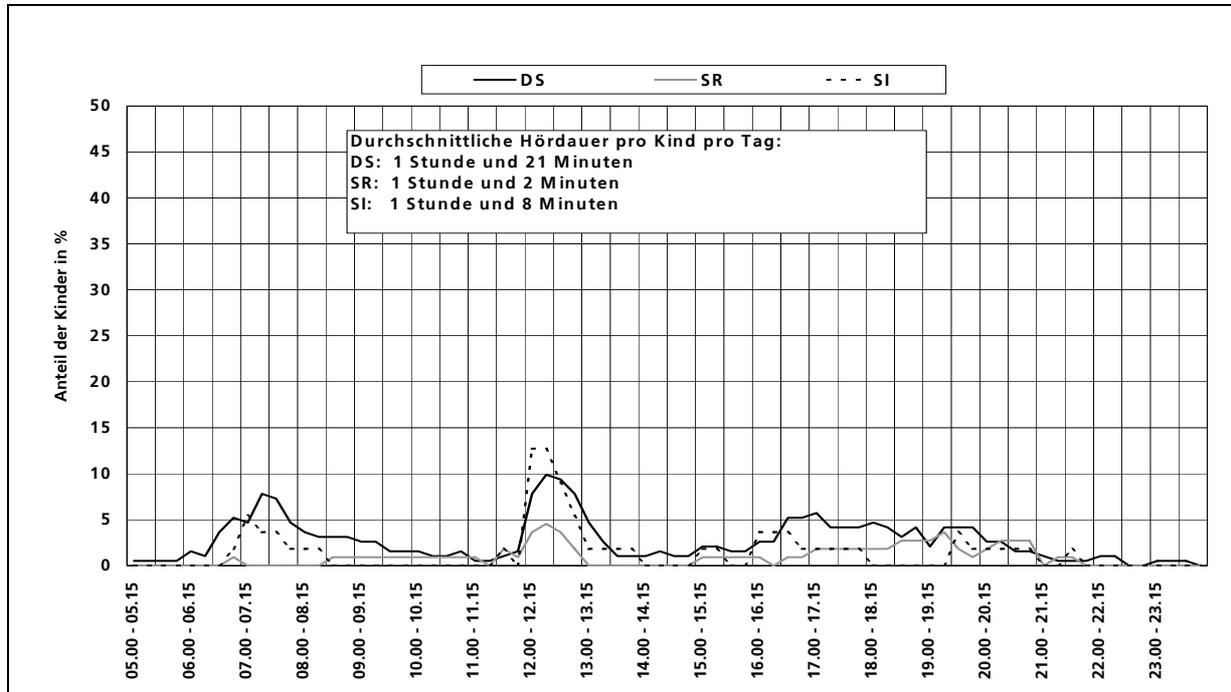
Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich des Radiohörens im Tagesablauf

Aus Abbildung 4.5 geht hervor, dass die Deutschschweizer Kinder werktags mit durchschnittlich 1 Stunde und 21 Minuten am längsten Radio hören, gefolgt von den italienischsprachigen Kindern mit 1 Stunde und 8 Minuten und den Romands mit 1 Stunde und 2 Minuten. Über den Tag gesehen sind in allen Sprachregionen Nutzungsspitzen am Morgen und am Mittag sowie ein längerer Nutzungsblock am späten Nachmittag respektive frühen Abend zu beobachten. Der Nutzungshöhepunkt fällt in allen drei Landesteilen auf den Mittag (12:00 – 13:00 Uhr), wobei die Svizzera italiana den absoluten Spitzenwert aller Regionen aufweist.

Nicht jede Region verzeichnet allerdings die gleiche Radionutzung im Tagesablauf: Während in der Deutschschweiz die Kinder morgens annähernd so häufig wie mittags Radio hören, ist der Anteil radiohörender Kinder südlich der Alpen mittags deutlich höher als am Morgen. In der Romandie schalten die Kinder morgens das Radio kaum ein, mittags und abends aber etwa in gleichem Umfang. Zwischen 20:00 – 22:00 Uhr liegt die Radionutzung der 7- bis 14-Jährigen über alle Sprachregionen hinweg in etwa auf dem gleichen Niveau, noch später hören – allerdings nur noch vereinzelt - die Deutschschweizer Kinder.

¹ Unterschieden wird dabei zwischen den Programmen der SRG SSR idée suisse, den privaten Radioprogrammen sowie den ausländischen Radioprogrammen.

Abb. 4.5: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Radio hören – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

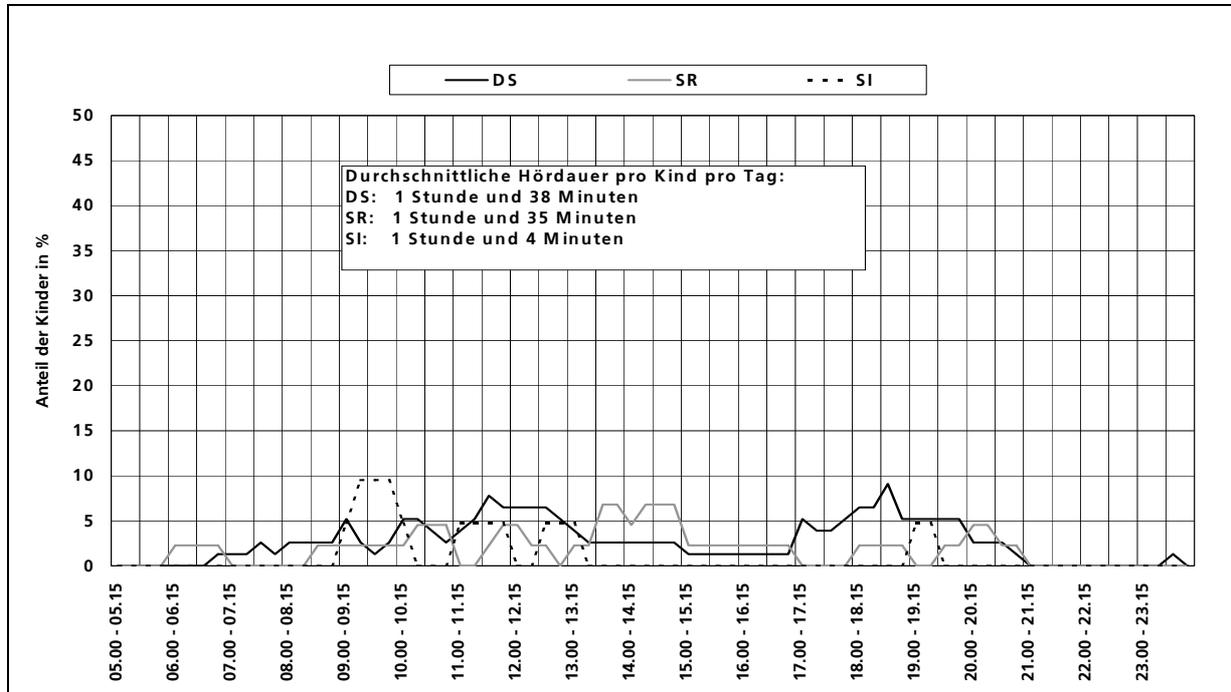
Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Am Wochenende bietet sich ein etwas anderes Bild als an den Werktagen, wie Abbildung 4.6 entnommen werden kann: (Früh)morgens wird weniger Radio gehört (die Kinder stehen später auf), die Nutzungsspitzen sind weniger ausgeprägt und fallen in allen Regionen auf unterschiedliche Tageszeiten. Dabei mag sich das Schlafverhalten der Kinder der Svizzera italiana am Wochenende („Murmeltiere“, vgl. Kap. 2.1.1) auch auf den Radiokonsum auswirken. So setzt der Radiokonsum in der südlichen Schweiz erst um 09:00 Uhr und damit von allen Sprachregionen am spätesten ein.

Die durchschnittliche Radio-Hördauer der 7- bis 14-Jährigen liegt in der Deutschschweiz mit 1 Stunde und 38 Minuten (+17 Minuten) und vor allem in der Suisse romande mit 1 Stunde und 35 Minuten (+33 Minuten) am Wochenende klar höher als an den Werktagen, in der Svizzera italiana liegt sie hingegen etwas tiefer (-4 Minuten) und beträgt 1 Stunde und 4 Minuten.

Diese Nutzungsdifferenzen schlagen sich auch im Tagesverlauf des Wochenendes nieder, welcher sich über die Regionen betrachtet, wie bereits angetönt, uneinheitlich präsentiert: Am häufigsten und gleichzeitig am längsten hören junge Romands samstags und sonntags zwischen 13:00 – 15:15 Uhr Radio, die italienischsprachigen Schweizer besonders morgens zwischen 09:00 – 10:30 Uhr und die Deutschweizer Kinder vormittags zwischen 11:15 – 13:30 Uhr und abends zwischen 17:00 – 20:00 Uhr. In allen Sprachregionen fällt der Radiokonsum abends ab 21:00 Uhr zugunsten des TV-Konsums ab.

Abb. 4.6: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendtages Radio hören – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

Basis: CH: 142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Soziodemographische Unterschiede hinsichtlich des Radiohörens im Tagesablauf

- In der Westschweiz hören die Mädchen werktags deutlich länger Radio als die Knaben. Die durchschnittliche Hördauer beträgt bei den Mädchen 1 Stunde und 19 Minuten und bei den Knaben 32 Minuten.
- In der Gesamt- und der Deutschschweiz gibt es einen vergleichbaren geschlechtsspezifischen Nutzungsunterschied, allerdings betrifft dieser die Hördauer am *Wochenende*. Währenddem die Mädchen in der Gesamt- bzw. in der Deutschschweiz im Schnitt 2 Stunden und 4 Minuten respektive 2 Stunden und 37 Minuten Radio hören, beträgt die Nutzungsdauer bei den Knaben 1 Stunde und 12 Minuten respektive 1 Stunde und 3 Minuten.

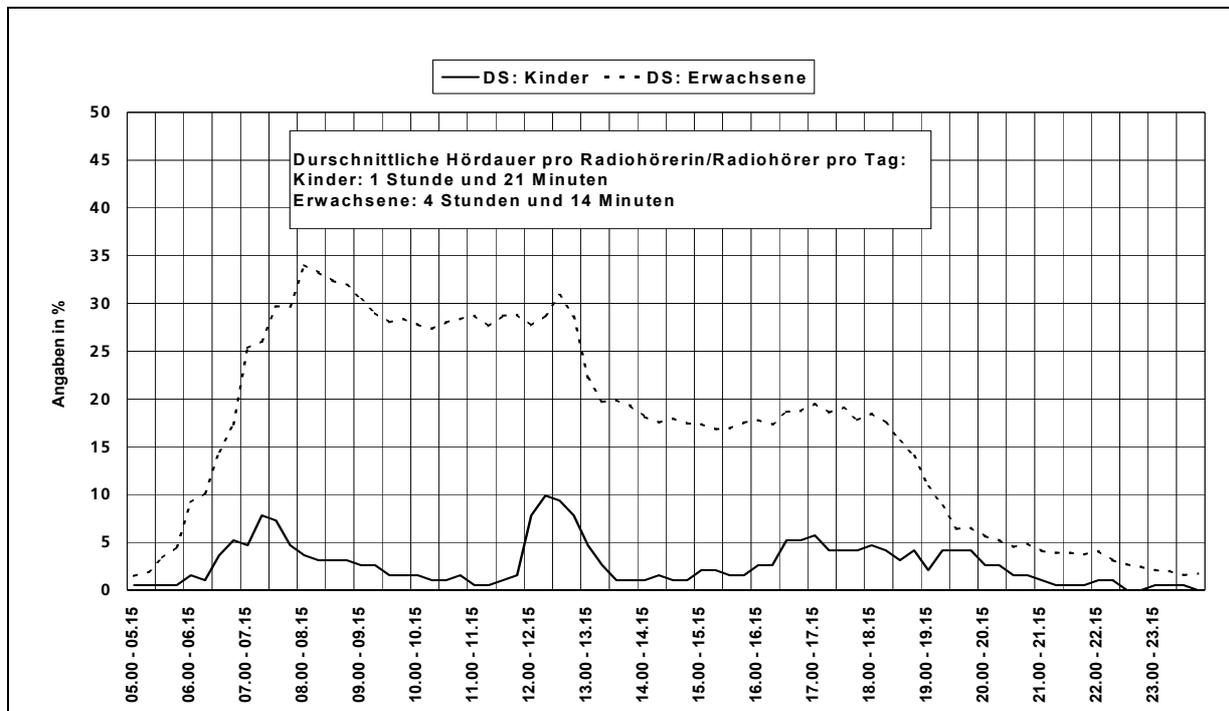
Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich des Radiohörens im Tagesablauf in den einzelnen Regionen

Abgesehen davon, dass die Reichweite des Radios bei Kindern auf einem markant tieferen Niveau verläuft als bei den Erwachsenen, unterscheiden sich die beiden Kurven zumindest auf den

ersten Blick nur wenig voneinander (Abbildung 4.7).¹ Sowohl am Morgen als auch über den Mittag verzeichnen die beiden Reichweiten-Kurven deutliche Nutzungsspitzen und weisen auch am Abend einen kleineren Nutzungsanstieg aus.

Bei näherem Hinsehen gibt es aber einige Unterschiede hinsichtlich des Radiokonsums von Jung und Alt in der Deutschschweiz zu verzeichnen. So setzt die Nutzung der Kinder am Morgen fast eine Stunde später ein (ab 06:30 Uhr) als diejenige von Erwachsenen. Zudem fällt die Nutzungsspitze bei den Erwachsenen am Morgen am intensivsten aus, bei den Kindern hingegen am Mittag. Am Abend fällt die Reichweite des Radios bei den Erwachsenen bereits ab 19:00 Uhr deutlich ab, währenddem sie bei den Kindern erst ab 20:00 Uhr sinkt. Die durchschnittliche Radio-Hördauer der Kinder an Werktagen fällt mit 1 Stunde und 21 Minuten deutlich geringer aus als diejenige der Erwachsenen (4 Stunden und 14 Minuten).

Abb. 4.7: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Radio hören – Angaben für die Deutschschweiz



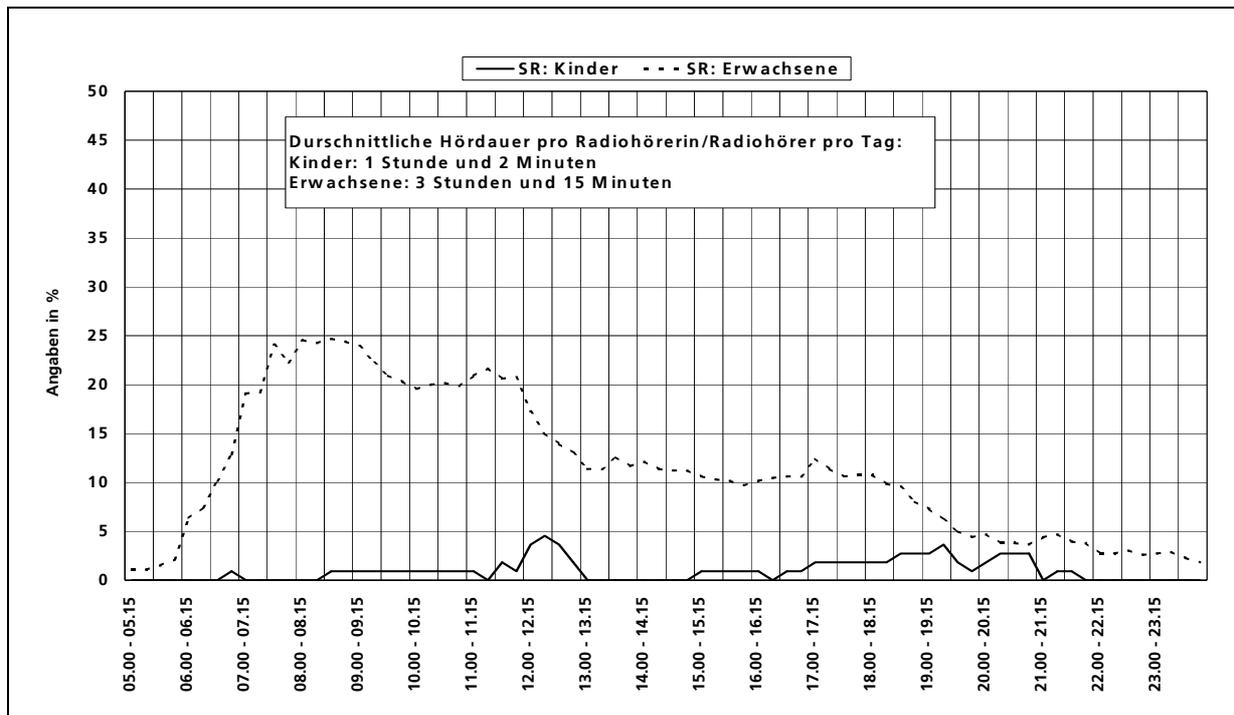
Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

In der Romandie weisen Kinder und Erwachsene werktags ein recht unterschiedliches Hörverhalten auf (Abbildung 4.8): Währenddem die Nutzungskurve der über 15-jährigen Bevölkerung der Suisse romande morgens ihren Höhepunkt erreicht und danach – mit Ausnahme eines kurzzeitigen Nutzungsanstiegs um 11:00 Uhr – bis zum Abend mehr oder weniger kontinuierlich abnimmt, verzeichnet die Nutzungskurve der Kinder mittags und abends ihren Spitzenwert. Wie in

¹ Unter den „Erwachsenen“ verstehen wir nicht nur die zum Medienkonsum der Kinder befragten Erwachsenen bzw. Eltern, sondern *sämtliche* in der Elternbefragung befragten Erwachsenen der verschiedenen Sprachregionen, also auch diejenigen, die selber keine Kinder haben.

der Deutschschweiz liegt sowohl die Reichweite als auch die durchschnittliche Hördauer der Kinder (1 Stunde und 2 Minuten) deutlich unter jener der Erwachsenen (3 Stunden und 15 Minuten).

Abb. 4.8: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Radio hören – Angaben für die Romandie



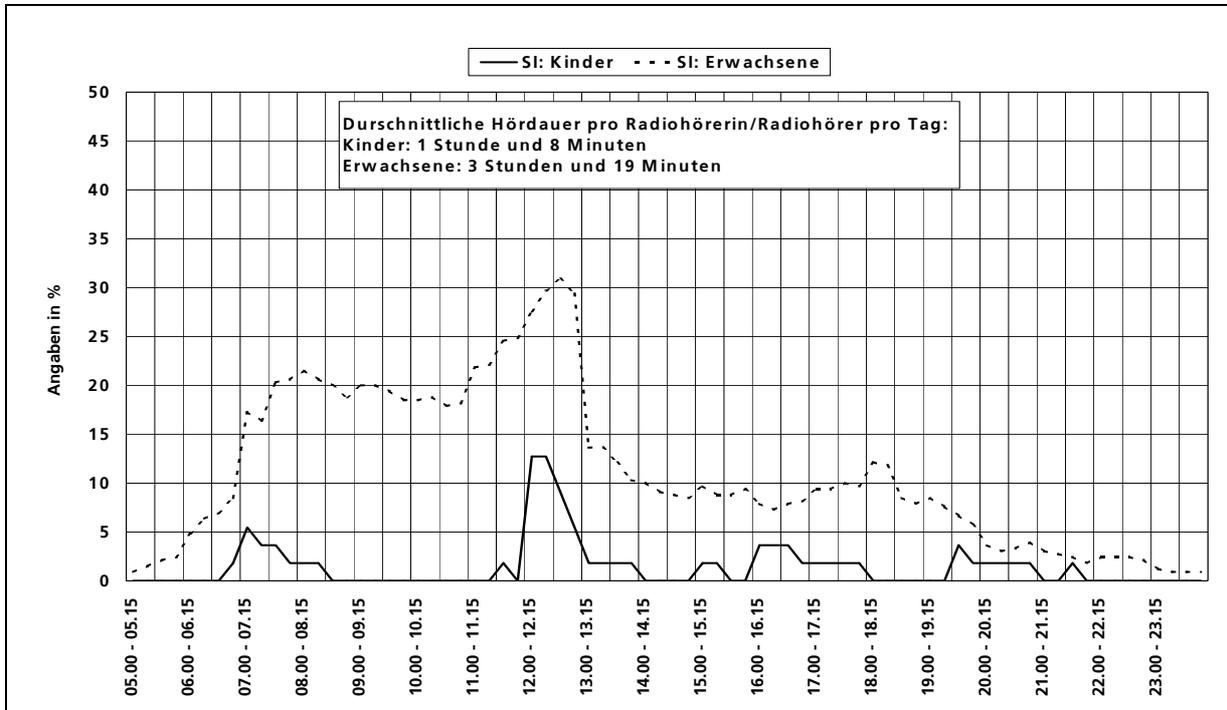
Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Südlich der Alpen sehen sich die Reichweiten-Kurven von Kindern und Erwachsenen relativ ähnlich, auch hier verlaufen diese aber wie in den beiden anderen Landesteilen auf deutlich unterschiedlichen Niveaus (Abbildung 4.9).

Sowohl bei den Kindern als auch bei den den Erwachsenen fallen die Nutzungsspitzen auf die Mittagszeit, zudem erfolgt der (ausgeprägte) morgendliche Nutzungsanstieg in beiden Altersgruppen zur selben Zeit (07:00 Uhr). Hingegen nimmt der Radiokonsum der Erwachsenen im Gegensatz zu jenem der Kinder bis zum Mittag hin kaum ab. Während die Kinder zur Schule gehen und dort kein Radio hören können, bleiben bzw. werden offenbar zahlreiche Geräte der Erwachsenen entweder zu Hause oder im Büro eingeschaltet. Die Reichweiten-Kurve der Erwachsenen erfährt um ca. 18:00 Uhr nochmals einen kleinen Nutzungsspeak, die Kinder lassen hingegen das Radiogerät zum betreffenden Zeitpunkt unangetastet.

Auch in der italienischsprachigen Schweiz liegt wie in den beiden anderen Sprachregionen die durchschnittliche Radiohördauer der 7- bis 14-Jährigen mit 1 Stunde und 8 Minuten weit unter derjenigen der Erwachsenen (3 Stunden und 19 Minuten).

Abb. 4.9: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Radio hören – Angaben für die Svizzera italiana



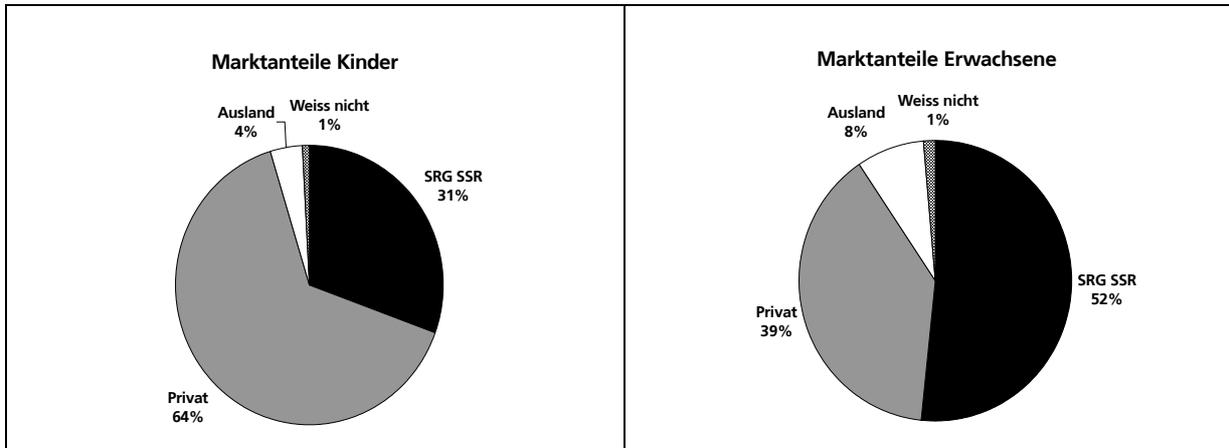
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene: 330 Personen

Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich des Radiohörens nach Marktanteilen

Wie aus Abbildung 4.10 ersichtlich wird, sind die Marktanteile bei den Kindern bzw. den Erwachsenen in der Deutschschweiz recht unterschiedlich auf die einzelnen Sendegruppen verteilt. Während die Programme der SRG SSR idée suisse mehr als die Hälfte der erwachsenen Hörer/innen (52%) auf sich vereinigen können, werden sie nur von knapp einem Drittel der 7- bis 14-jährigen Hörerschaft (31%) eingeschaltet. Die privaten Sender schneiden dafür bei den Kindern umso besser ab: Sie können bei der jungen Hörerschaft fast zwei Drittel (64%) der Marktanteile verbuchen, der entsprechende Wert bei den Erwachsenen beläuft sich auf 39%. Die Marktanteile der ausländischen Radioprogramme betragen bei den erwachsenen Deutschschweizern 8% und liegen damit rund doppelt so hoch wie bei den Kindern (4%)¹.

¹ Die Antworten innerhalb der Antwortkategorie „weiss nicht“ stammen einerseits von Personen, die sich nicht sicher waren, welcher Sendergruppe das von ihnen angegebene Programm angehört und andererseits von Personen, welche nicht angegeben haben, welche Programme sie gehört hatten.

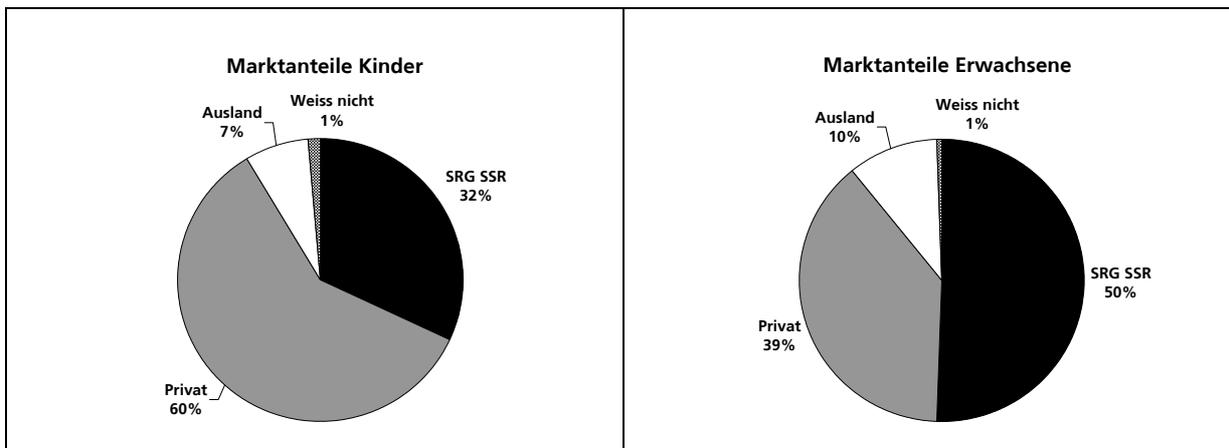
Abb. 4.10: Marktanteile der Sendegruppen: Ein Vergleich zwischen Kindern und Erwachsenen in der Deutschschweiz, Montag bis Sonntag



Universum: Erwachsene: Personen ab 15 Jahren in der Deutschschweiz
Kinder: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
Basis: Erwachsene: 1'614 Personen; Kinder: 269 Personen

In der Suisse romande (Abbildung 4.11) präsentieren sich die Marktanteile von Kindern und Erwachsenen nach Sendegruppen ähnlich wie in der Deutschschweiz. Die Programme der SRG SSR idée suisse werden von der erwachsenen Hörerschaft deutlich stärker genutzt (50%) als von den Kindern (32%), dahingegen kommen die privaten Radioprogramme mit einem Marktanteil von 60% bei den Kindern klar besser an als bei den Erwachsenen (39%). Die ausländischen Sender verfügen sowohl bei den Kindern (7%) als auch den Erwachsenen (10%) über leicht höhere Marktanteile als in der Deutschschweiz.

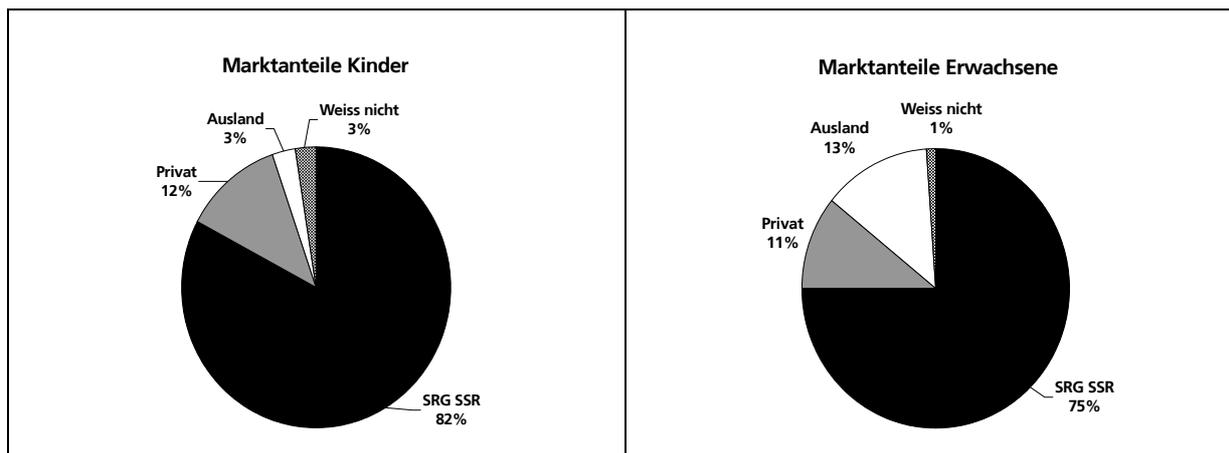
Abb. 4.11: Marktanteile der Sendergruppen: Ein Vergleich zwischen Kindern und Erwachsenen in der Romandie, Montag bis Sonntag



Universum: Erwachsene: Personen ab 15 Jahren in der Suisse romande
Kinder: Kinder zwischen 7-14 Jahren in der Suisse romande
Basis: Erwachsene: 924 Personen; Kinder: 154 Personen

Bei Betrachtung der Marktanteile der verschiedenen Sendegruppen in der Svizzera italiana (Abbildung 4.12) sticht vor allem eine Tatsache sofort ins Auge: Die Programme der SRG SSR idée suisse haben mit einem Marktanteil von 82% bei den Kindern und 75% bei den Erwachsenen eine ungleich stärkere Position als in den beiden anderen Sprachregionen. Zudem weisen die öffentlich-rechtlichen Sender im Gegensatz zu den beiden anderen Landesteilen bei der Hörschaft zwischen 7 und 14 Jahren die höheren Marktanteile auf als bei derjenigen ab 15 Jahren. Die privaten Radioprogramme verfügen bei Kindern und Erwachsenen in der Svizzera italiana über fast identische Marktanteile (12% bzw. 11%) und nehmen damit im Vergleich zur Deutschschweiz und der Suisse romande eine eher schwache Position ein. Von allen Landesteilen besitzen die ausländischen Programme bei den Erwachsenen in der italienischsprachigen Schweiz den höchsten Marktanteil (13%), der entsprechende Marktanteil bei den Kindern in der Südschweiz beträgt 3% und liegt damit auf einem ähnlichen Niveau wie derjenige der privaten Radioprogramme bei ihren Altersgenossinnen und Altersgenossen in der Deutschschweiz (4%).

Abb. 4.12: Marktanteile der Sendergruppen: Ein Vergleich zwischen Kindern und Erwachsenen in der Svizzera italiana, Montag bis Sonntag



Universum: Erwachsene: Personen ab 15 Jahren in der Svizzera italiana
Kinder: Kinder zwischen 7-14 Jahren in der Svizzera italiana
Basis: Erwachsene: 462 Personen; Kinder: 76 Personen

4.2.2 Fernsehen im Tagesablauf

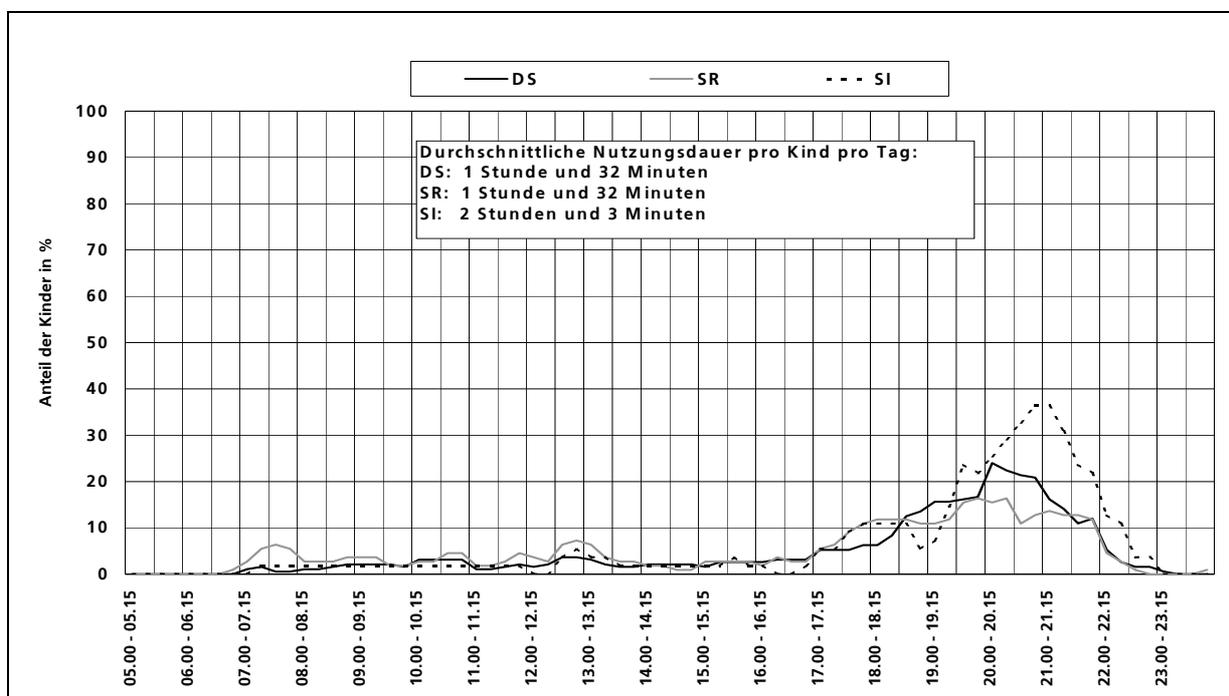
Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich des Fernsehens im Tagesablauf

Im Falle der TV-Nutzung im Tagesverlauf scheint es auf den ersten Blick angemessener, von „sprachregionalen Gemeinsamkeiten“ zu sprechen, denn sowohl in der Deutsch- wie auch in der West- und Südschweiz schauen Kinder am häufigsten abends fern, wie Abbildung 4.13 zu entnehmen ist. Allerdings treten erhebliche Unterschiede bezüglich der Anzahl Kinder (in %) auf, die zu dieser Zeit fernsehen: den weitaus grössten Anteil stellen die italienischsprachigen Kinder (über 35% um 21:00 Uhr), die Romands den kleinsten (etwas mehr als 15% um 20:00 Uhr). Die Deutschschweizer liegen mit etwas mehr als 25% kurz nach 20:00 Uhr dazwischen. Die durchschnittliche Nutzungsdauer der 7- bis 14-Jährigen an einem Werktag beträgt in der Svizzera ita-

liana 2 Stunden und 3 Minuten und liegt damit signifikant höher als diejenige bei ihren Altersgenoss/innen in der Suisse romande und in der Deutschschweiz (je 1 Stunde und 32 Minuten).

Auf zwei Besonderheiten im Nutzungsverlauf sei hingewiesen: In der Svizzera italiana sinkt um 19:00 Uhr der TV-Konsum der Kinder für gut eine Stunde um 5%. In dieser Zeitspanne ersetzen möglicherweise andere mediale Tätigkeiten wie Radiohören, CD/MD/MP3/MC/LP hören oder nicht-mediale Aktivitäten (wie beispielsweise das Abendessen) die Fernsehnutzung (siehe auch Kapitel 2 zu den Tagestätigkeiten). Tagsüber schauen besonders viele Westschweizer Kinder fern, und zwar schon ab dem frühen Morgen.

Abb. 4.13: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags fernsehen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

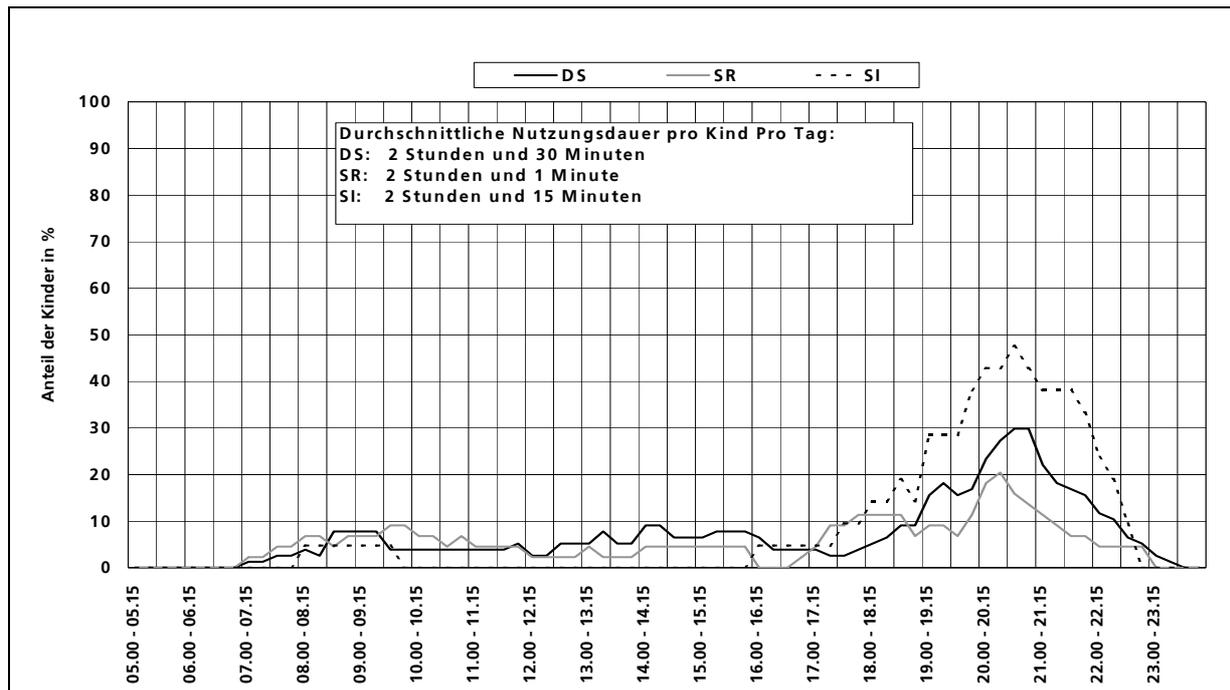
Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Samstags und sonntags steigt der TV-Konsum der Kinder in allen Regionen an (Abbildung 4.14), allerdings sehr unterschiedlich: um +58 Minuten in der Deutschschweiz (auf 2 Stunden und 30 Minuten), +29 Minuten in der Romandie (auf 2 Stunden und 1 Minute) und +12 Minuten in der Svizzera italiana (auf 2 Stunden und 15 Minuten). Der Anstieg der TV-Nutzungsdauer fällt also in der Deutschschweiz klar am höchsten aus. Die Nutzungsdauer kommt damit sogar über derjenigen in der Svizzera italiana zu liegen. Signifikant unterschiedlich ist das Nutzungsverhalten in den verschiedenen Sprachregionen an den Wochenenden allerdings nicht.

Am Wochenende wird in der Deutschschweiz zwar am *längsten* ferngesehen, am *häufigsten eingeschaltet* wird der TV am Abend aber eindeutig (wie schon an den Werktagen) in der italienischsprachigen Schweiz.

In allen drei Sprachregionen schalten die Kinder am Wochenende den Fernseher etwas öfter als an den Werktagen bereits schon am Morgen ein. Deutsch- und Westschweizer Kinder frönen auch zwischen 10:00 – 16:00 Uhr dem Fernsehen. Tagsüber sind die Kinder südlich der Alpen dem Fernseher gegenüber sehr zurückhaltend, um abends um so zahlreicher vor dem TV-Gerät zu sitzen.

Abb. 4.14: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendtages fernsehen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Soziodemographische Unterschiede hinsichtlich des Fernsehens im Tagesablauf

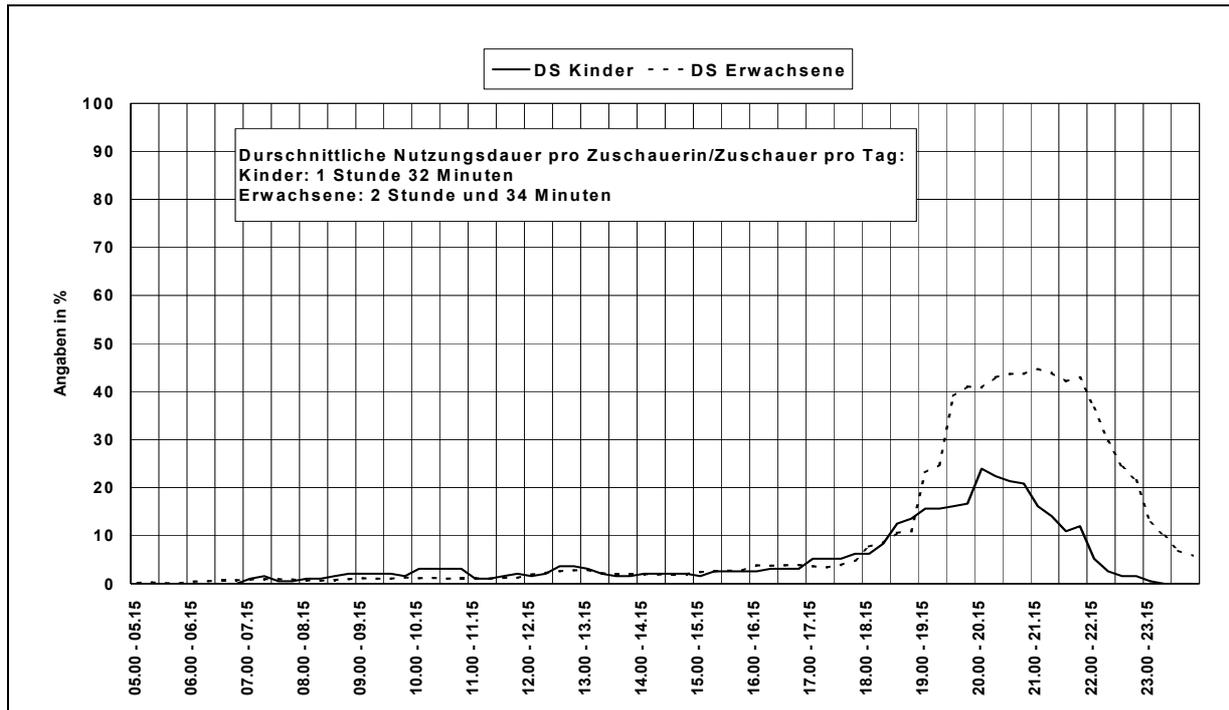
- Die Mädchen aus der Suisse romande lassen sich an Wochenenden deutlich länger vom Fernsehen berieseln als die Knaben. Die durchschnittliche Fernsehnutzungsdauer beträgt bei den Mädchen 2 Stunden und 32 Minuten und bei den Jungen 1 Stunde und 20 Minuten. Dieser Zusammenhang muss allerdings der geringen Fallzahlen wegen mit Vorsicht genossen werden.

Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich des Fernsehens im Tagesablauf in den einzelnen Regionen

Abgesehen davon, dass Erwachsene abends deutlich mehr und auch deutlich länger fernsehen als Kinder, gibt es in der Deutschschweiz kaum Unterschiede zwischen dem Nutzungsverhalten von Kindern und Erwachsenen. Tagsüber verharrt die TV-Nutzung sowohl bei den Kindern als auch bei den Erwachsenen auf sehr tiefem Niveau und steigt beim erwachsenen Fernsehpublikum ab 19:00 Uhr sprunghaft, beim jüngeren Fernsehpublikum eine Stunde später ebenfalls deutlich an (Abbildung 4.15). Diese zeitliche Verschiebung ist möglicherweise auf die „Tages-

schau“ um 19:30 Uhr (Nachrichtensendung) zurückzuführen, welche von den 7- bis 14-Jährigen weniger häufig geschaut bzw. deren Rezeption durch die Eltern eventuell bewusst vermieden wird. Der unterschiedliche TV-Konsum von Jung und Alt am Abend wirkt sich auch auf die Nutzungsdauer aus: Diejenige der Kinder ist mit 1 Stunde und 32 Minuten deutlich kürzer als jene der Erwachsenen (2 Stunden und 34 Minuten).

Abb. 4.15: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags fernsehen – Angaben für die Deutschschweiz

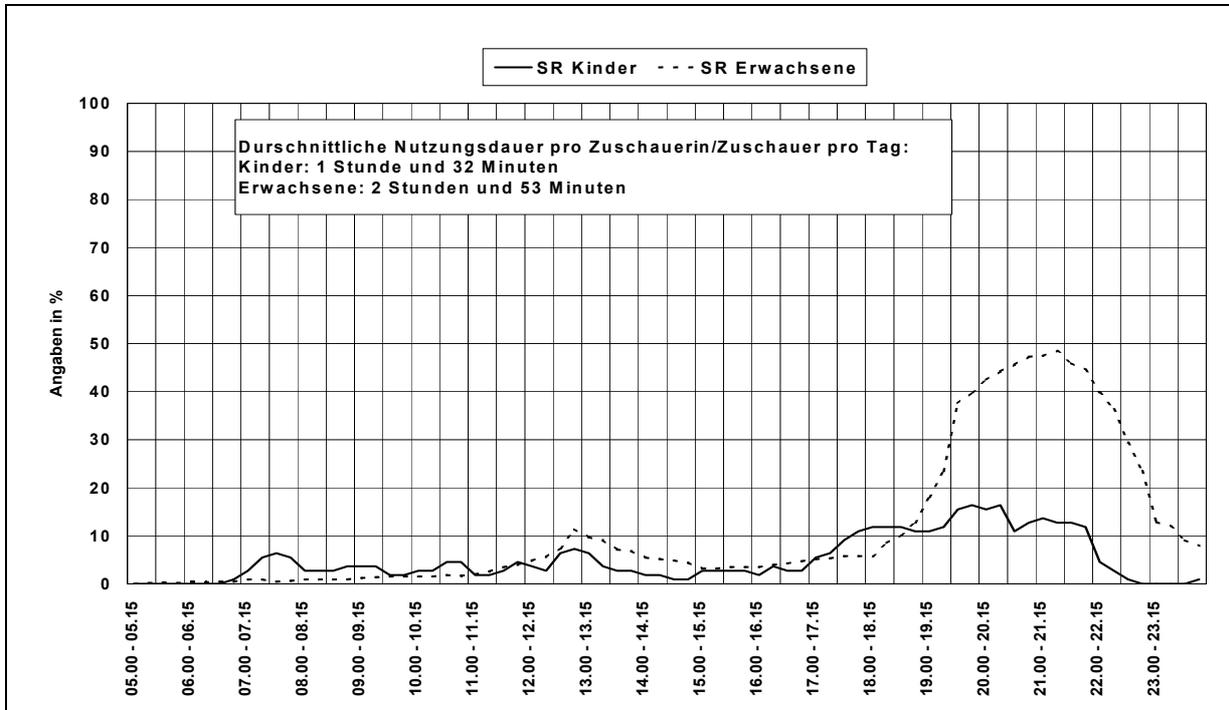


Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

Wie in der Deutschschweiz, so sind auch in der Romandie die TV-Nutzungsgewohnheiten von Kindern und Erwachsenen abgesehen von der Intensität der Abendnutzung nicht allzu unterschiedlich (Abbildung 4.16): Sowohl die Kinder als auch die Erwachsenen schauen am Abend am meisten fern. Währenddem es aber eher die 7- bis 14-Jährigen sind, welche bereits morgens bzw. vormittags fernsehen, schalten die Erwachsenen das Fernsehgerät praktisch nur abends (und wenige um die Mittagszeit) ein. Der TV-Vorabend zwischen 17:15 – 18:45 Uhr gehört vorwiegend den Kindern, möglicherweise auch deshalb, weil zu dieser Zeit speziell auf ein jüngeres Zielpublikum ausgerichtete Sendungen und Serien ausgestrahlt werden.

Auch in der Westschweiz liegt die durchschnittliche Nutzungsdauer der Erwachsenen (2 Stunden und 53 Minuten) deutlich über derjenigen der Kinder (1 Stunde und 32 Minuten).

Abb. 4.16: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags fernsehen – Angaben für die Romandie

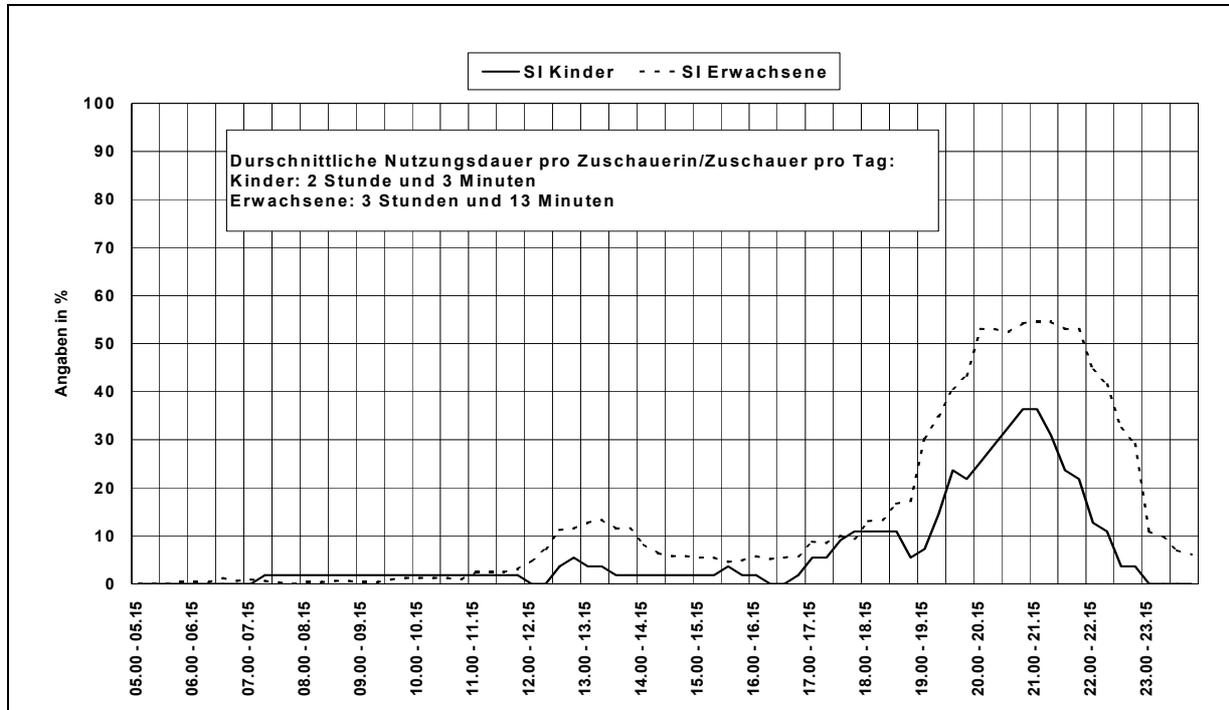


Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

An einem durchschnittlichen Werktag in der Svizzera italiana schauen Erwachsene im Mittel rund 3 Stunden und 13 Minuten lang fern, Kinder tun dies während 2 Stunden und 3 Minuten.

Wie aus Abbildung 4.17 weiter hervorgeht, unterscheidet sich das Nutzungsverhalten nach Alter nur unwesentlich: Tagsüber halten sich Kinder und Erwachsene mit dem TV-Konsum zurück, gegen Abend steigt die Nutzung kontinuierlich und ab 19:00 Uhr sprunghaft an. Dabei liegt die Reichweiten-Kurve der Erwachsenen ab ca. 12:00 Uhr bis um Mitternacht teilweise (besonders abends) ziemlich deutlich über jener der Kinder.

Abb. 4.17: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags fernsehen – Angaben für die Svizzera italiana



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene: 330 Personen

4.2.3 CD/ MD/ MP3/ MC/ LP im Tagesablauf

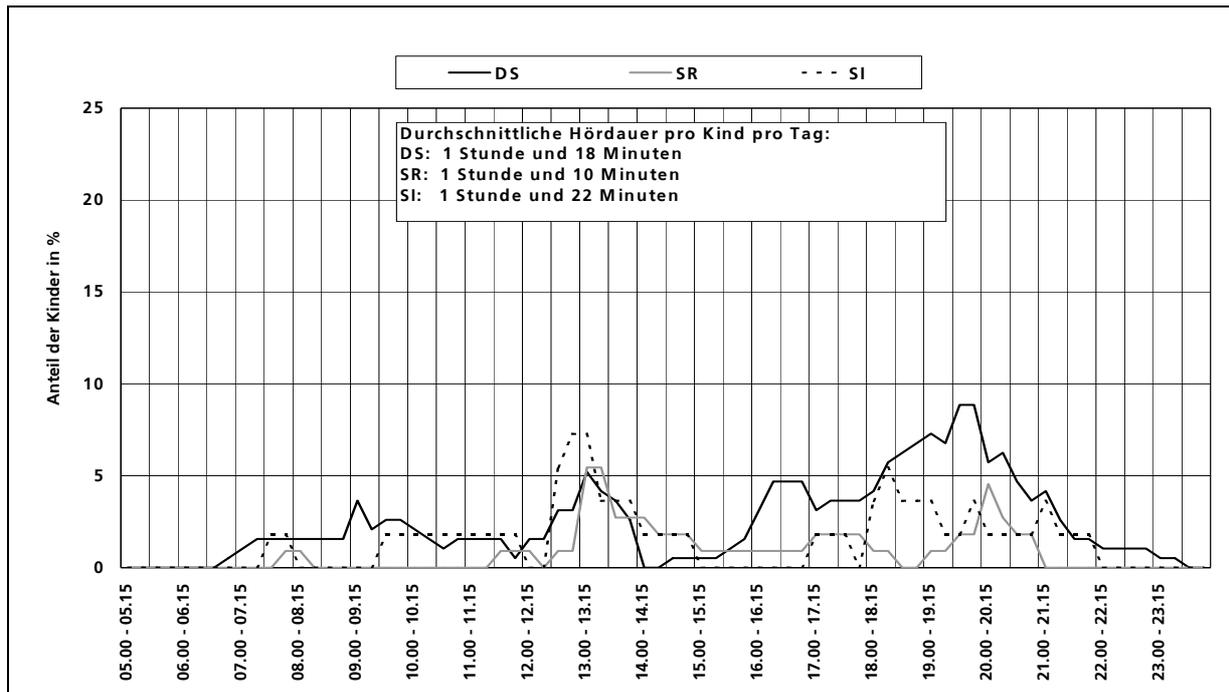
Wie schon im Unterkapitel zum „Radiohören“, so möchten wir auch im vorliegenden Unterkapitel darauf hinweisen, dass zugunsten einer optimalen Lesbarkeit bzw. einer besseren Unterscheidbarkeit der einzelnen Reichweiten-Kurven sämtliche Abbildungen im vorliegenden Unterkapitel nicht wie sonst üblich eine Hunderterskala, sondern eine 25er-Skala aufweisen. Es muss beachtet werden, dass allfällige Reichweitenunterschiede grösser dargestellt werden als sie es in Wirklichkeit sind.

Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von Tonträgern im Tagesablauf

Die Unterschiede der Nutzungsdauer von Tonträgern nach verschiedenen Sprachregionen sind an den Werktagen gering. Tessiner und Bündner Kinder aus den italienischsprachigen Tälern nutzen diese am längsten (1 Stunde und 22 Minuten), in der Deutschschweiz liegt die Nutzungsdauer bei 1 Stunde und 18 Minuten und in der Westschweiz bei 1 Stunde und 10 Minuten (Abbildung 4.18). Die Deutschschweizer Kinder nehmen bereits kurz nach dem Aufstehen Zugriff auf die Tonträger, ohne bis zum Mittag ganz darauf zu verzichten. Die Romands sind bis zur Mittagszeit hingegen viel zurückhaltender, die Südschweizer wiederum nutzen sie ab etwa 09:30

Uhr. Die Nutzungsspitzen fallen einheitlich in allen Landesteilen auf die Mittagszeit sowie den früheren Abend, wobei der abendliche Nutzungshöhepunkt in der Südschweiz vergleichsweise am frühesten (18:00 Uhr) einsetzt und in der Romandie am spätesten (20:00 Uhr). Abends bilden diese Geräte die am zweithäufigsten genutzten Medien nach dem TV, aber noch vor dem Radio.

Abb. 4.18: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags CD/ MD/ MP3/ MC/ LP nutzen – Angaben für die drei Sprachregionen

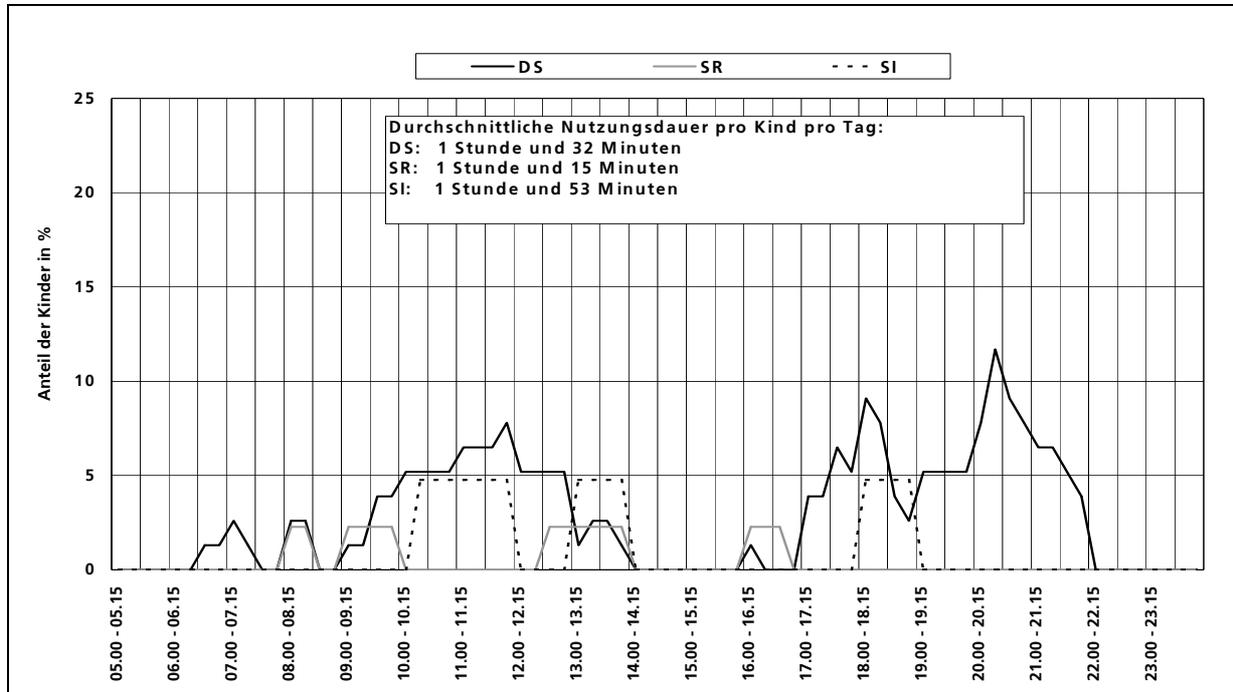


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Samstags und sonntags (Abbildung 4.19) steigt die durchschnittliche Nutzungsdauer der Tonträger in allen Sprachregionen an, am stärksten in der Südschweiz, wo bereits die werktägliche Nutzungsdauer von allen Sprachregionen die höchste ist. Die durchschnittliche Nutzungsdauer beträgt am Wochenende in der Deutschschweiz 1 Stunde und 32 Minuten (+14 Minuten), in der Romandie 1 Stunde und 15 Minuten (+5 Minuten) und in der italienischsprachigen Schweiz 1 Stunde und 53 Minuten (+ 31 Minuten). Die Differenzen zwischen den Sprachregionen bezüglich der Nutzungsdauer von Tonträgern sind nicht signifikant.

Von 14:00 Uhr bis kurz vor 16:00 Uhr werden die Tonträger übereinstimmend in allen Sprachregionen von den Kindern nicht angetastet. Dadurch werden die entsprechenden Nutzungskurven sozusagen zweigeteilt in einen Vormittags- und einen Nachmittags- bzw. Abendblock. Innerhalb beider Nutzungsblöcke sind es die Kinder aus der Deutschschweiz, welche die Tonträger am meisten einschalten, diejenigen aus der Suisse romande tun dies am wenigsten. Insbesondere abends ab 17:00 Uhr nutzen die Westschweizer Kinder die Tonträger nicht mehr, ähnlich wie ihre italienischsprachigen Altersgenossinnen und Altersgenossen, die nach 19:00 Uhr keines dieser Geräte mehr einschalten. Die Deutschweizer Kinder verzichten dahingegen erst ab 22:00 Uhr auf ihre CDs, Minidiscs, MP3s, Musikkassetten oder Langspielplatten.

Abb. 4.19: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendtages CD/ MD/ MP3/ MC/ LP nutzen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz

Basis: CH: 142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Soziodemographische Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von Tonträgern im Tagesablauf

- Deutschschweizer Kinder aus städtischen Gegenden nutzen die Tonträger an Werktagen deutlich länger (1 Stunde und 27 Minuten) als solche aus ländlichen Regionen (59 Minuten).

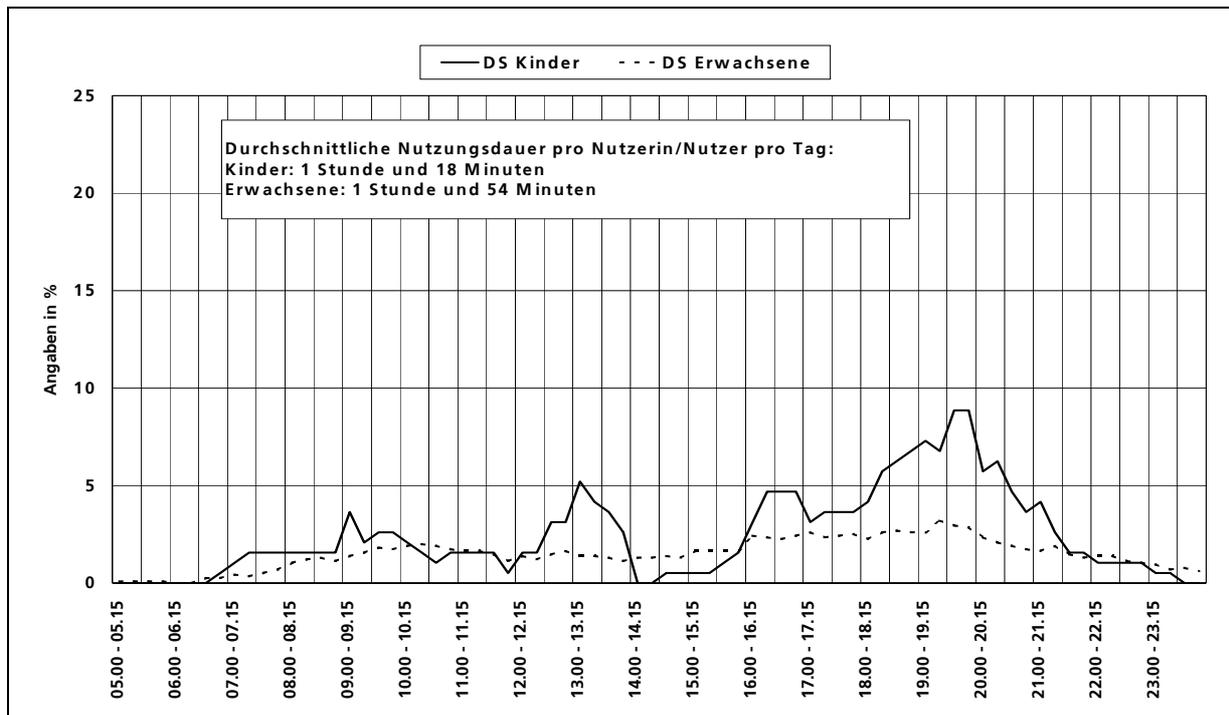
Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich der Nutzung von Tonträgern im Tagesablauf in den einzelnen Regionen

Im Vergleich zum Radio- und TV-Konsum in der Deutschschweiz, wo die Differenz zwischen der Nutzungsdauer von Kindern und Erwachsenen sehr gross ist, hält sich die betreffende Differenz zwischen Jung und Alt bei der Nutzung von Tonträgern in Grenzen. Die Erwachsenen nutzen die entsprechenden Geräte unter der Woche durchschnittlich während 1 Stunde und 54 Minuten, die Kinder während 1 Stunde und 18 Minuten.

Der Nutzungsverlauf der Kinder fällt – wie wir dies bereits auf der vorangehenden Seite beobachten konnten – kurz nach 14:00 Uhr während einer halben Stunde auf den Nullpunkt zurück und ist dadurch sozusagen zweigeteilt in einen Vormittags- und einen Nachmittags- bzw. Abendblock, wobei letzterer eindeutig ausgeprägter ist als ersterer und eine Nutzungsspitze kurz nach 19:30 Uhr aufweist.

Die Reichweiten-Kurve der Erwachsenen bleibt hingegen den ganzen Tag über ziemlich konstant und weist deutlich weniger starke Nutzungspeaks auf als diejenige der Kinder. Sie steigt nur ab ca. 16:00 Uhr minimal an, um nach 20:00 Uhr wieder langsam abzufallen.

Abb. 4.20: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags CD/ MD/ MP3/ MC/ LP nutzen – Angaben für die Deutschschweiz

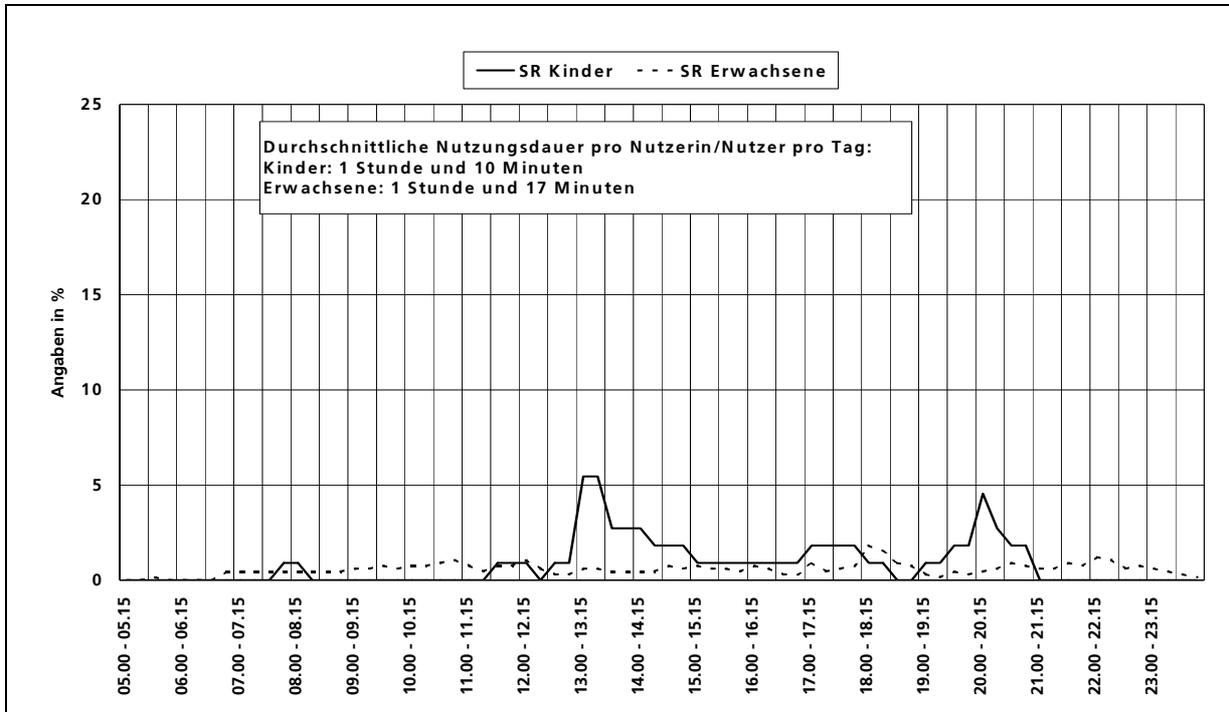


Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

Wie Abbildung 4.21 entnommen werden kann, hören die Kinder aus der Westschweiz fast ebenso lange CD/ MD/ MP3/ MC/ LP (1 Stunde und 10 Minuten) wie die Erwachsenen ihrer Sprachregion (1 Stunde und 17 Minuten).

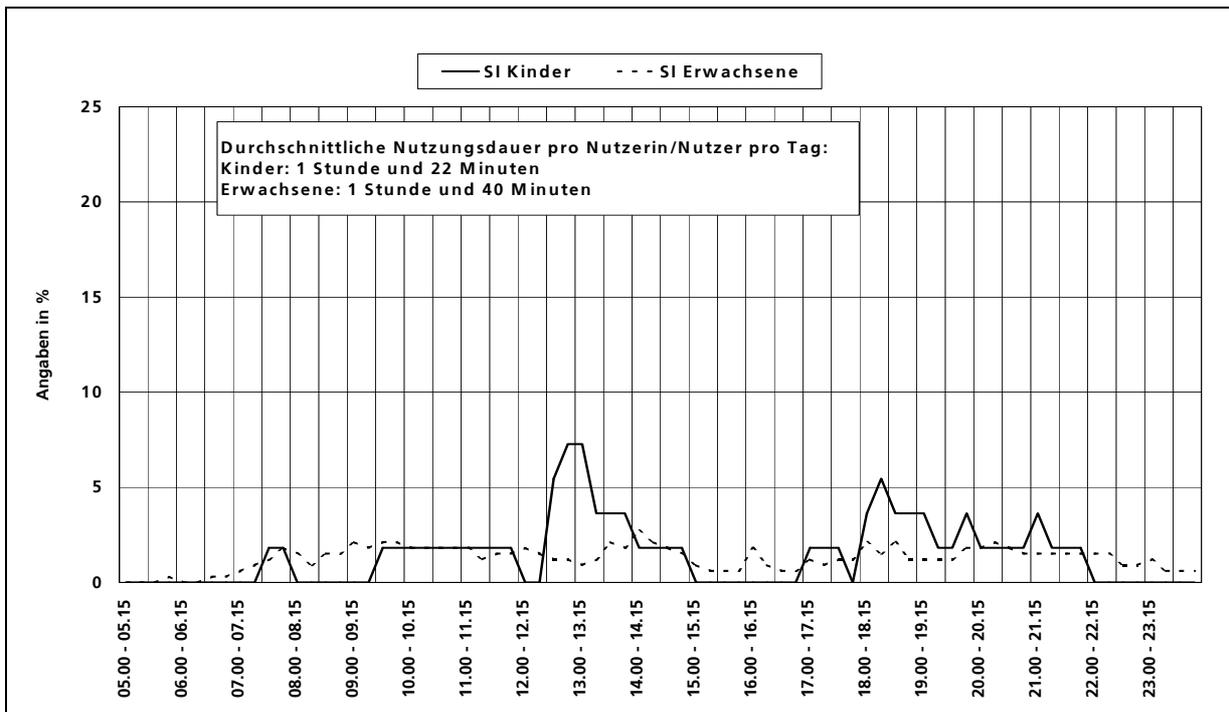
Die Kinder nutzen ähnlich wie in der Deutschschweiz kurz nach dem Mittag (um 13:15 Uhr) und am Abend (um 20:00 Uhr) die Geräte am häufigsten, wobei die Nutzung durch Kinder am Mittag - im Gegensatz zu derjenigen in der Deutschschweiz - höher ausfällt als jene am Abend. Die Reichweiten-Kurve der Erwachsenen hat im Vergleich zu derjenigen von Kindern den ganzen Tag über einen relativ konstanten und „flachen“ Verlauf, einzig um 18:00 Uhr steigt sie etwas an, um kurz danach wieder etwas abzufallen.

Abb. 4.21: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags CD/ MD/ MP3/ MC/ LP nutzen – Angaben für die Romandie



Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Abb. 4.22: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags CD/ MD/ MP3/ MC/ LP nutzen – Angaben für die Svizzera italiana



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene: 330 Personen

Auch südlich der Alpen (Abbildung 4.22) nutzen Personen ab 15 Jahren die Tonträger länger (1 Stunde und 40 Minuten) als solche zwischen 7 und 14 Jahren (1 Stunde und 22 Minuten). Die Nutzungsdifferenz zwischen Jung und Alt ist etwas grösser als diejenige in der Suisse romande und damit mit derjenigen in der Deutschschweiz vergleichbar.

In der italienischsprachigen Schweiz schalten die Kinder ähnlich wie in den beiden anderen Landesteilen mittags (13:00 Uhr) und abends die Geräte deutlich häufiger ein als zu den übrigen Tageszeiten. Der Nutzungshöhepunkt fällt dabei wie in der Suisse romande auf die Mittagszeit. Die Nutzungskurve der Erwachsenen ist den ganzen Tag über relativ konstant und verzeichnet deutlich weniger ausgeprägte Nutzungsspitzen als diejenige der Kinder.

4.2.4 Internet, E-Mail im Tagesablauf

Auch im Unterkapitel über die Nutzung von Internet und E-Mail im Tagesablauf wurde zugunsten einer optimalen Lesbarkeit bzw. einer besseren Unterscheidbarkeit der einzelnen Reichweiten-Kurven keine Hunderterkala, sondern eine 25er-Skala verwendet. Es muss wiederum beachtet werden, dass allfällige Reichweitenunterschiede grösser dargestellt werden als sie es in Wirklichkeit sind. Auf Grund der kleinen Fallzahlen der Kinder, welche Internet und E-Mail benutzen, müssen die entsprechenden Nutzungszahlen in diesem Unterkapitel mit grösster Vorsicht genossen werden.

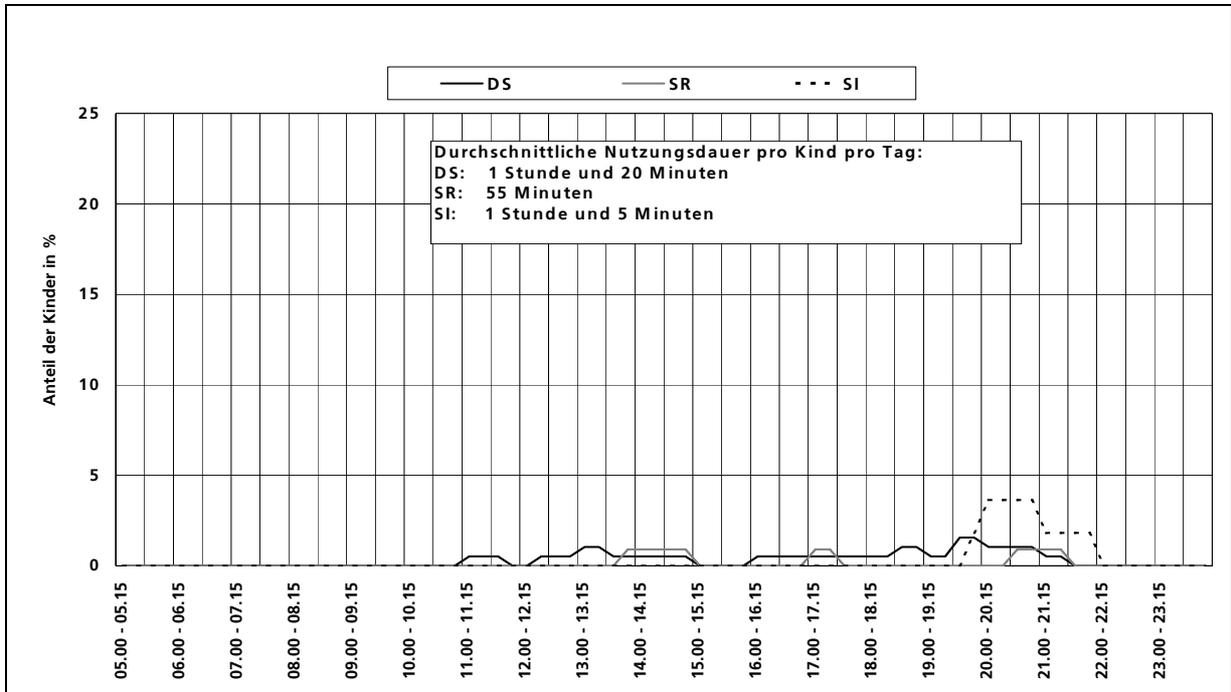
Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von Internet und E-Mail im Tagesablauf

Wie Abbildung 4.23 zeigt, werden Internet und E-Mail nur von wenigen Kindern genutzt. Diejenigen, welche auf Internet und E-Mail zugreifen, tun dies aber – je nach Sprachregion – während 55 Minuten (in der Suisse romande) bis zu 1 Stunde und 20 Minuten (in der Deutschschweiz). Nördlich der Alpen findet die Nutzung „irgendeinmal tagsüber“ bis spätestens 21:00 Uhr statt, in der Westschweiz nachmittags oder abends und in der Südschweiz ausschliesslich abends. Warum dies so ist, lässt sich auf Grund der Minimalwerte weder mit Nutzungsgewohnheiten noch mit einem spezifischen Tagesablauf erklären.

Am Wochenende verändert sich die Internetnutzung nur in der Suisse romande und der Svizzera italiana erwähnenswert (Abbildung 4.24): Westlich der Saane steigt die Internet- bzw. E-Mail-Nutzungsdauer um 35 Minuten auf 1 Stunde und 30 Minuten an, südlich des Gotthardpasses sinkt sie um 35 Minuten auf 30 Minuten. In der Deutschschweiz klinken sich die Kinder samstags und sonntags während 1 Stunde und 12 Minuten auf das Internet bzw. die E-Mail-Box ein, was einer Abnahme der Nutzungsdauer gegenüber den Werktagen um 8 Minuten entspricht.

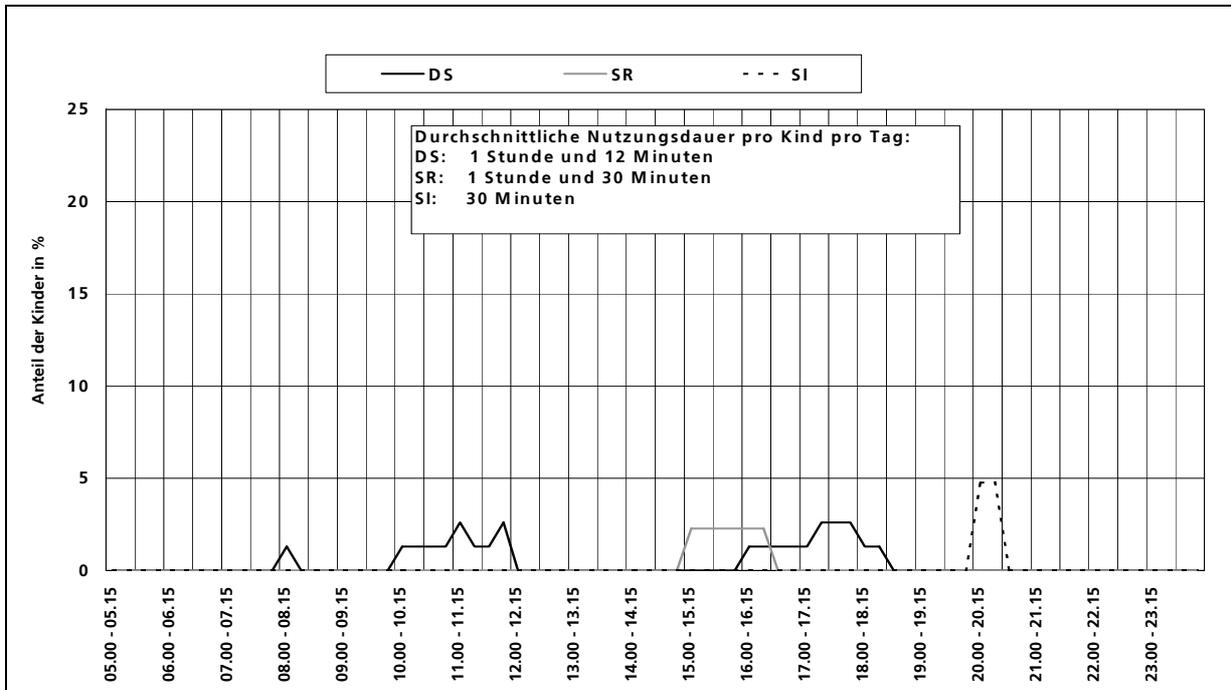
Die Reichweiten-Verläufe ändern sich in den verschiedenen Sprachregionen im Vergleich zu den Wochentagen indes kaum: Die italienischsprachigen Schweizer Kinder begeben sich ausschliesslich abends auf E-Mail und Internet. Auch die Deutsch- und Westschweizer Kinder zwischen 7 und 14 Jahren greifen am Wochenende zur gleichen Zeit in die Tastatur wie an Werktagen, allerdings bleibt der PC im Gegensatz zu den Werktagen über den Mittag unangetastet.

Abb. 4.23: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Internet/ E- Mail nutzen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Abb. 4.24: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendtages Internet/ E- Mail nutzen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

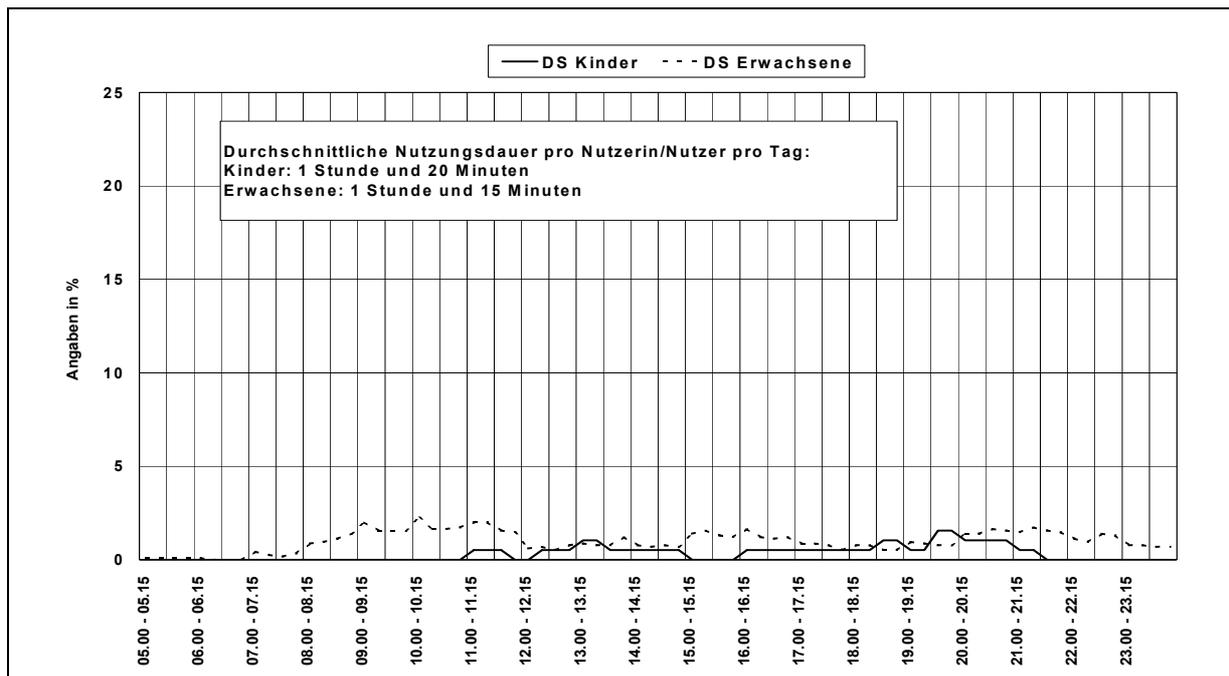
Soziodemographische Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von Internet und E-Mail im Tagesablauf

- Es gibt keine Zusammenhänge zwischen dem soziodemografischen Hintergrund der Kinder und der Nutzungsdauer von Internet und E-Mail.

Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich der Nutzung von Internet und E-Mail im Tagesablauf in den einzelnen Regionen

Kinder in der Deutschschweiz surfen werktags im Durchschnitt während 1 Stunde und 20 Minuten und verbringen damit etwas mehr Zeit auf Internet und E-Mail als die Erwachsenen (1 Stunde und 15 Minuten). Die Nutzung verteilt sich ziemlich gleichmässig auf den ganzen Tag, wobei ein „Erwachsenen-Tag“ von 7:00 – 24:00 Uhr dauert, jener der Kinder lediglich von 11:00 – 21:30 Uhr, wie aus Abbildung 5.25 hervorgeht.

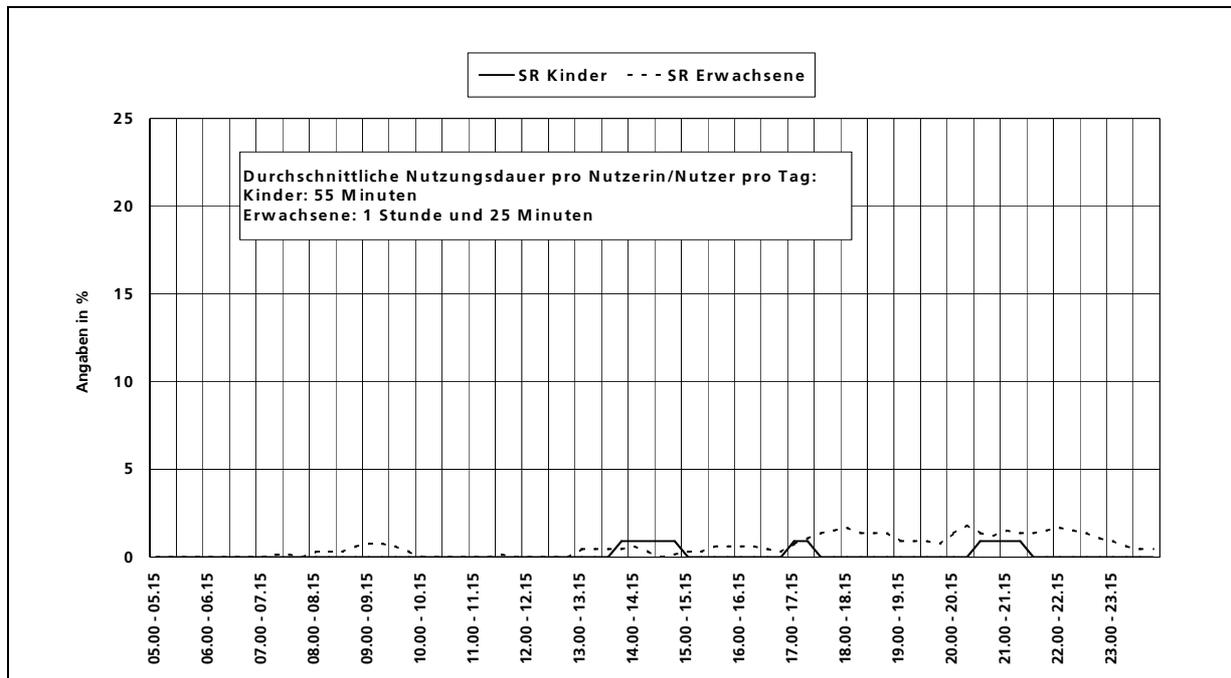
Abb. 4.25: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Internet/ E- Mail nutzen – Angaben für die Deutschschweiz



Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

An Werktagen nutzen die Erwachsenen in der Suisse romande während 1 Stunde und 25 Minuten E-Mail und Internet und tun dies - im Gegensatz zu den Erwachsenen in der Deutschschweiz - länger als die Kinder in ihrer Sprachregion (55 Minuten). Während sich die Kinder in drei schwachen, aber dennoch erkennbaren Nutzungswellen während der zweiten Tageshälfte an den PC setzen, steigt die Kurve der Erwachsenen – abgesehen von einer kurzen und eher schwachen Morgennutzung - erst kurz nach dem Mittag an und neigt sich erst wieder gegen Mitternacht dem Nullpunkt zu (Abbildung 4.26).

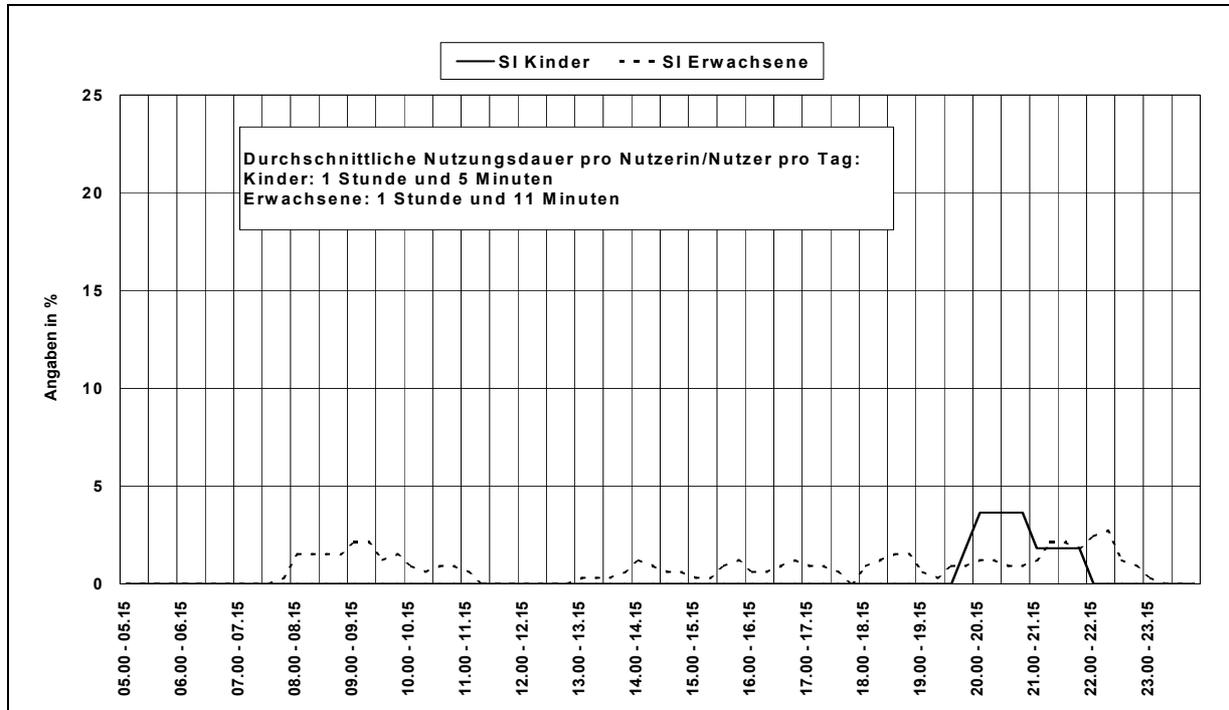
Abb. 4.26: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Internet/ E-Mail nutzen – Angaben für die Romandie



Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Auch südlich der Alpen verläuft die Internet- und E-Mail- Nutzung der Erwachsenen gleichmässiger als jene der Kinder, welche ausschliesslich abends zwischen 19:30 – 22:00 Uhr im Cyberspace surfen (Abbildung 4.27). Im Unterschied zur deutschen Schweiz beginnt der Internet-Tag der erwachsenen Südschweizer Bevölkerung aber eine Stunde später (8:00 Uhr) und läuft bereits vor Mitternacht (gegen 23:00 Uhr) aus. Die durchschnittliche Nutzungsdauer von Internet und E-Mail ist bei Kindern und Erwachsenen in der Svizzera italiana fast gleich lang: 1 Stunde und 5 Minuten bei den 7- bis 14-Jährigen und 1 Stunde und 11 Minuten bei den über 15-Jährigen.

Abb. 4.27: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Internet/ E- Mail nutzen – Angaben für die Svizzera italiana



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene: 330 Personen

4.2.5 Gameboy, Playstation, Computerspiele im Tagesablauf

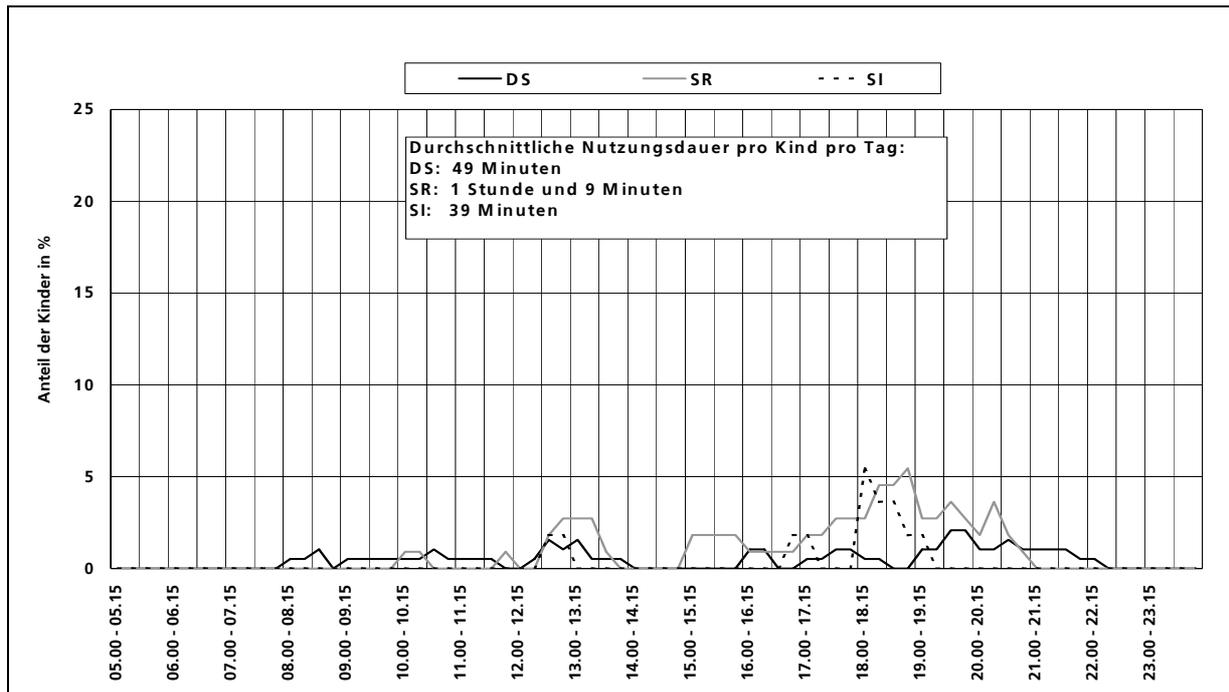
Wie schon in einigen vorangehenden Unterkapiteln zum medialen Tagesablauf von Kindern, so wurde auch im vorliegenden Unterkapitel in den Abbildungen zu den Reichweitenverläufen keine Hunderterskala, sondern eine 25er-Skala verwendet. Es muss wiederum beachtet werden, dass allfällige Reichweitenunterschiede grösser dargestellt werden als sie es in Wirklichkeit sind. Auf Grund der kleinen Fallzahlen der Kinder, welche überhaupt auf die elektronischen Spielzeuge zugreifen, müssen die entsprechenden Nutzungszahlen in diesem Unterkapitel mit grösster Vorsicht genossen werden.

Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von elektronischen Spielzeugen im Tagesablauf

Spitzenreiter in der werktäglichen Nutzung von Gameboys, Playstations und Computerspielen sind die Kinder der Suisse romande. Mit einer durchschnittlichen Nutzungsdauer von 1 Stunde und 9 Minuten gamen sie deutlich länger als die Deutschschweizer (49 Minuten) und die italienischsprachigen Schweizer (39 Minuten, Abbildung 4.28). Ähnlich wie bei der E-Mail- und Internetnutzung scheinen die Nutzungszeiträume je nach Region unterschiedlich abgesteckt: Die Deutschschweizer Kinder spielen fast den ganzen Tag über, die Romands vorzugsweise über den

Mittag sowie nachmittags bzw. abends bis 21:00 Uhr und die Südschweizer besonders gezielt am (Vor-)Abend. Somit fallen die Nutzungszeiten in den lateinisch geprägten Sprachregionen deutlicher mit der Spiel- und Freizeit zu Hause (vgl. Abbildung 2.28 in Unterkapitel 2.11) zusammen als in der deutschen Schweiz.

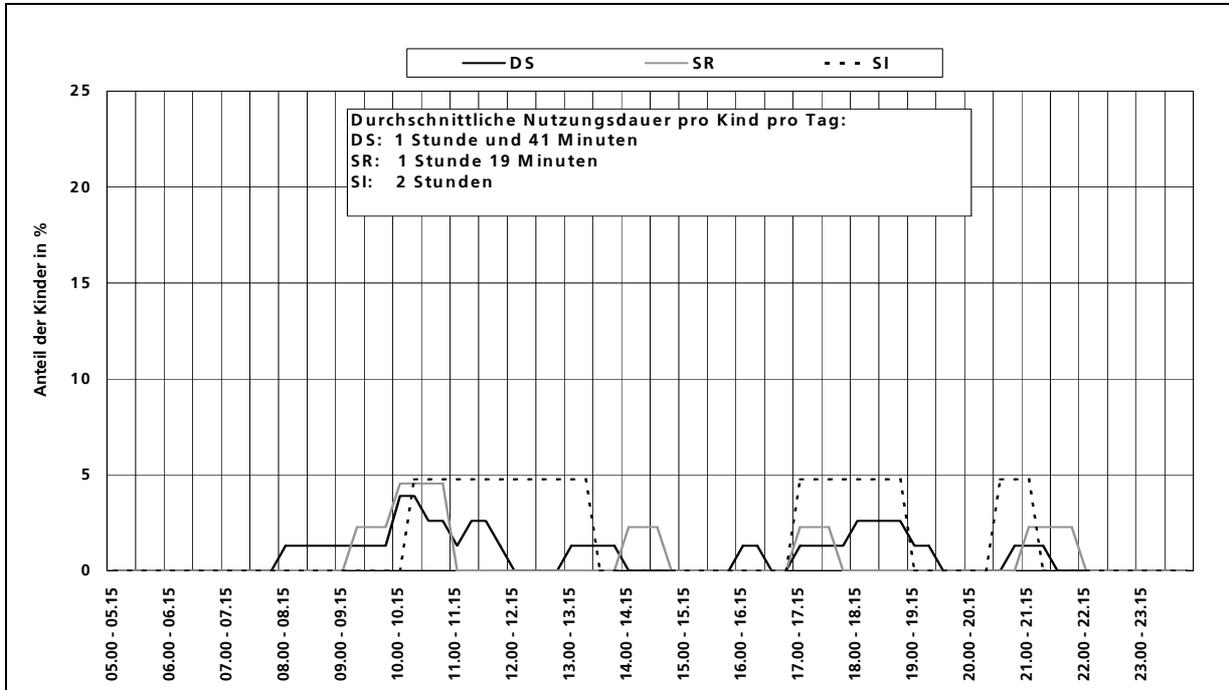
Abb. 4.28: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags Gameboy, Playstation, Computerspiele nutzen– Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Am Wochenende wechselt die Spitzenreiter-Position bezüglich der Nutzungsdauer von elektronischen Spielzeugen von der Romandie in die Svizzera italiana: 2 Stunden werden dort gespielt, 1 Stunde und 41 Minuten sind es in der Deutschschweiz und 1 Stunde und 19 Minuten in der welschen Schweiz. Interessanterweise zeigen alle Sprachregionen einen deutlich unterschiedlichen Nutzungsverlauf (Abbildung 4.29), wobei sich die Nutzungszeiten auf den ganzen Tag ausstrecken und die „Nutzungswellen“ zeitversetzt nach Regionen in gleichmässigen Abständen heranrollen.

Abb. 4.29: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendtages Gameboy, Playstation, Computerspiele nutzen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Nutzung von elektronischen Spielzeugen im Tagesablauf

- Es gibt keine Zusammenhänge zwischen dem soziodemografischen Hintergrund der Kinder und der Nutzungsdauer von elektronischen Spielzeugen.

Unterschiede zwischen Kindern und Erwachsenen hinsichtlich der Nutzung von elektronischen Spielzeugen im Tagesablauf in den Regionen

Die Nutzung von elektronischen Spielzeugen wurde aus naheliegenden Gründen nur bei Kindern, nicht aber bei Erwachsenen erhoben. Auf entsprechende Nutzungsunterschiede zwischen Kinder und Erwachsenen kann deshalb nicht eingegangen werden.

4.2.6 Lesen im Tagesablauf

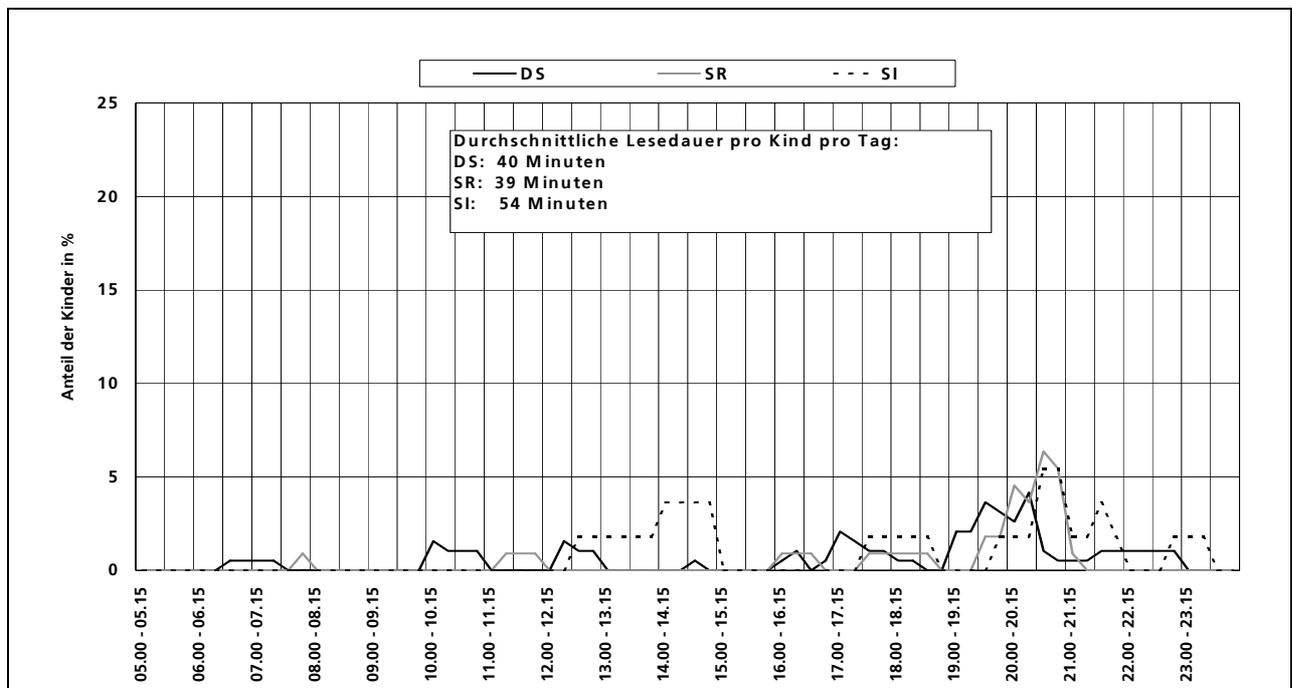
Auch im vorliegenden Unterkapitel wurde in den Abbildungen zu den Reichweitenverläufen keine Hunderterskala, sondern eine 25er-Skala verwendet.

Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich des Lesens im Tagesablauf

Wie bereits im Unterkapitel 4.1.2. erwähnt wurde, ist auf Grund der Fragestellung in der Elternbefragung die Lesetätigkeit der Kinder in der Schule scheinbar kaum erfasst worden. Die Daten der Elternbefragung zum Leseverhalten der Kinder im Tagesablauf müssen deshalb wohl etwas relativiert werden.

Die grössten jungen Bücherwürmer der Schweiz befinden sich an Werktagen in der Svizzera italiana. Dort lesen sie unter der Woche im Schnitt 54 Minuten, in der Romandie tun sie dies während 39 Minuten und in der Deutschschweiz während 40 Minuten. Der Zeitpunkt der Lektüre fällt in allen Sprachregionen hauptsächlich auf den Abend. Vergleicht man die Angaben aus Abbildung 5.30 mit den Schlafenszeiten der 7- bis 14-Jährigen (Abbildung 2.1 in Kap. 2.1.1), kann davon ausgegangen werden, dass eine Vielzahl der Kinder – besonders in der Deutsch- und der Südschweiz – auch nach dem Zubettgehen noch ihrer Lektüre frönen. Tagsüber lesen die italienischsprachigen Schweizer Kinder vor allem am frühen Nachmittag, Deutsch- und Westschweizer Kinder eher vormittags.

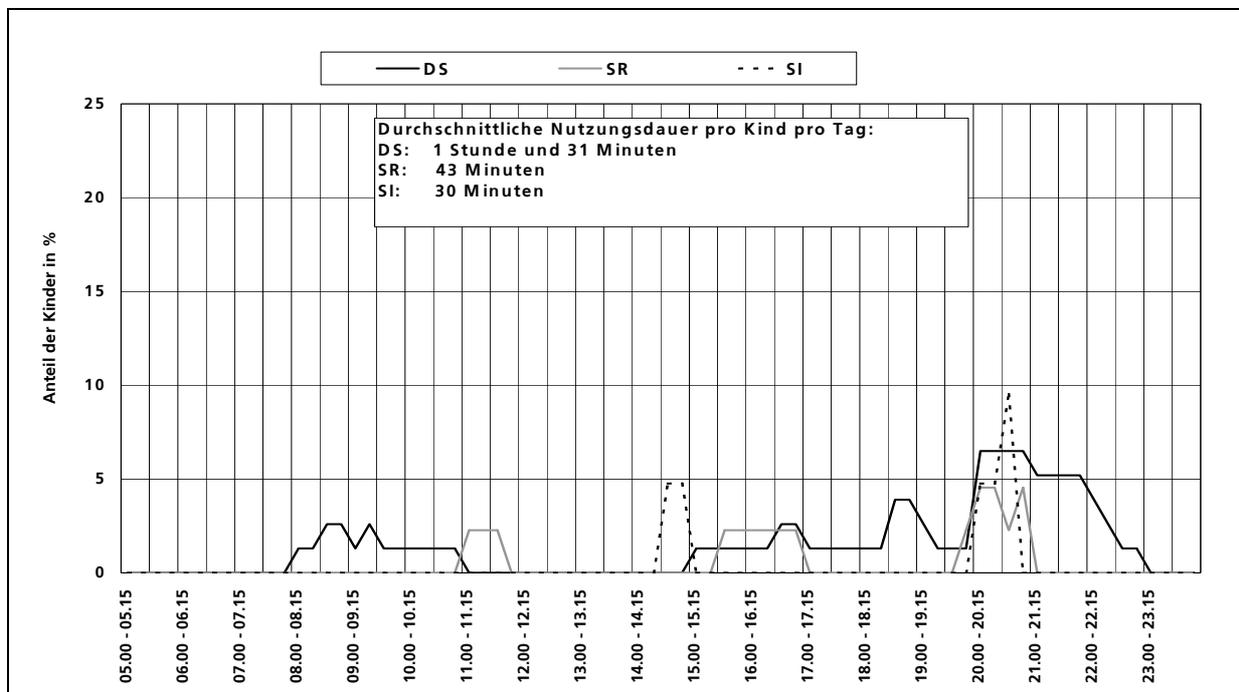
Abb. 4.30: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags lesen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 357 Personen; DS: 192 Personen; SR: 110 Personen; SI: 55 Personen

Am Wochenende konzentriert sich die „Lesezeit“ – wie schon an den Werktagen – in allen drei Sprachregionen der Schweiz vorwiegend auf den Abend (Abbildung 4.31). Die Deutschschweizer Leseratten verteilen ihre Lektüre allerdings etwas stärker als diejenigen aus der französisch- und der italienischsprachigen Schweiz auch auf die Morgen- und Nachmittagsstunden. Von allen Sprachregionen am längsten lesen am Wochenende die Kinder nördlich der Alpen (1 Stunde und 31 Minuten, was einer Zunahme von 51 Minuten entspricht), dafür mutieren die Kinder aus der Svizzera italiana im Vergleich zu den Wochentagen eher zu Lesemuffeln (30 Minuten; -24 Minuten). Die Westschweizer lesen am Wochenende nur wenig länger als an den Werktagen (+ 4 Minuten) und kommen auf eine durchschnittliche Lesedauer von 43 Minuten.

Abb. 4.31: Anteil Kinder, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Wochenendtages lesen – Angaben für die drei Sprachregionen



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: CH: 142 Personen; DS: 77 Personen; SR: 44 Personen; SI: 21 Personen

Soziodemographische Unterschiede hinsichtlich des Lesens im Tagesablauf

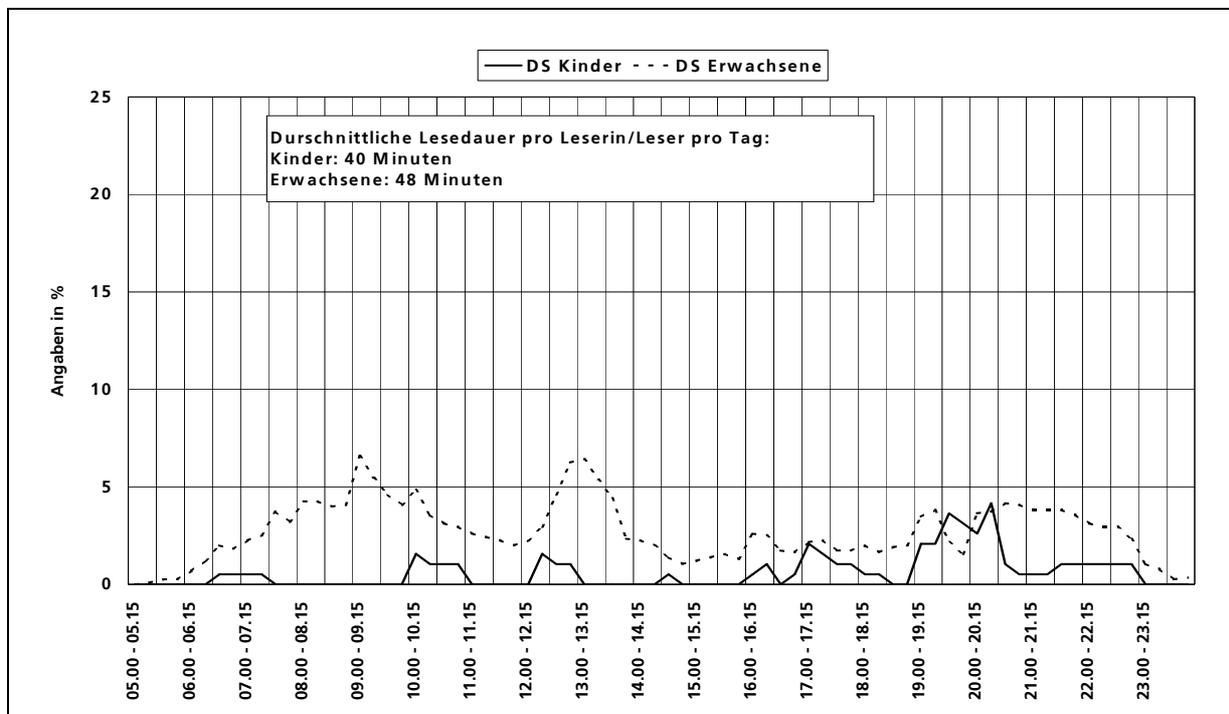
- Mädchen verbringen unter der Woche westlich der Saane mehr Zeit mit Lesen (45 Minuten) als Knaben (30 Minuten).
- In der Suisse romande sind 11- bis 14-jährige Kinder an Wochenenden die eindeutig grössten Leseratten als 7- bis 10-jährige Kinder. Im Schnitt frönen die älteren Kinder an Samstagen und Sonntagen während 1 Stunde und 8 Minuten ihrem Lesehobby, die jüngeren Kinder tun dies während 30 Minuten.

Unterschiede in Zusammenhang mit dem Leseverhalten der Erwachsenen in der Region

In der Deutschschweiz liegt die durchschnittliche Lesedauer von Kindern (40 Minuten) etwas unter derjenigen der Erwachsenen (48 Minuten, Abbildung 4.32). Das Leseverhalten im Tagesablauf differiert besonders stark zwischen 06:00 – 16:00 Uhr: Während die Kinder nur vereinzelt zu lesen scheinen, greifen Erwachsene in dieser Zeit recht häufig zur Lektüre.

Die Lesekurve der Erwachsenen weist denn auch am Morgen um 09:00 Uhr und kurz nach dem Mittag um 13:00 Uhr je einen Peak auf. Die abendliche Lesetätigkeit bewegt sich bei Kindern und Erwachsenen zwischen 19:00-20:30 Uhr auf einem ähnlichen Niveau, fällt dann aber kurz darauf bei den Kindern deutlich ab, während sie bei den Erwachsenen erst ab 22:30 Uhr abflaut.

Abb. 4.32: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags lesen – Angaben für die Deutschschweiz



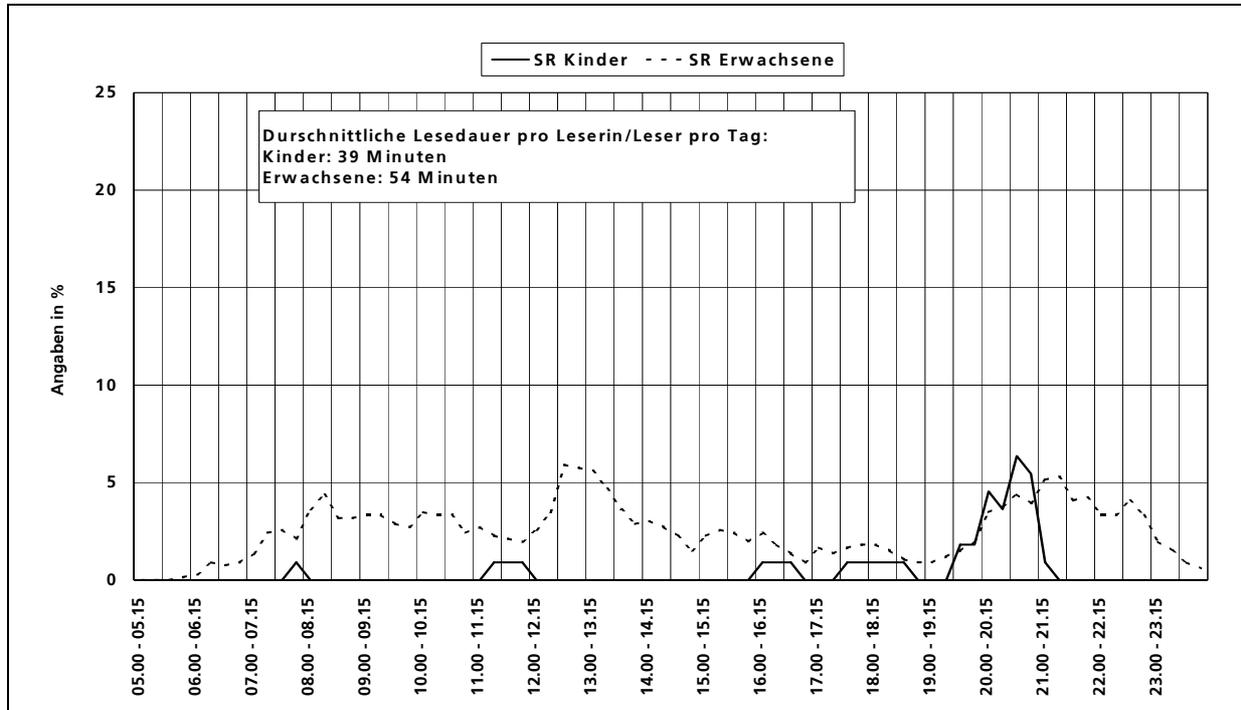
Universum: Haushalte mit Kindern in der DS / Bevölkerung der DS ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 192 Personen; Erwachsene: 1'152 Personen

In der Romandie zeigt sich ein recht ähnliches Bild wie in der Deutschschweiz (Abbildung 4.33): Die durchschnittliche Lesedauer der französischsprachigen Bevölkerung über 15 Jahren liegt mit 54 Minuten über derjenigen der 7- bis 14-jährigen Romands (39 Minuten). Die Leszeit der Erwachsenen verteilt sich etwas gleichmässiger auf den ganzen Tag als nördlich und südlich der Alpen: Die abendliche Lese-Reichweite ist nämlich in der Suisse romande im Gegensatz zu den beiden anderen Landesteilen derjenigen am Morgen und am Mittag ebenbürtig.

Die Lesetätigkeit der Kinder ist tagsüber quasi inexistent und tritt wie in der deutschsprachigen Schweiz erst am späteren Nachmittag und vor allem am Abend (zwischen 19:30 – 21:30 Uhr) in

Erscheinung. Auch in der Suisse romande frönen die Erwachsenen deutlich länger der abendlichen Lektüre als die Kinder.

Abb. 4.33: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags lesen – Angaben für die Romandie

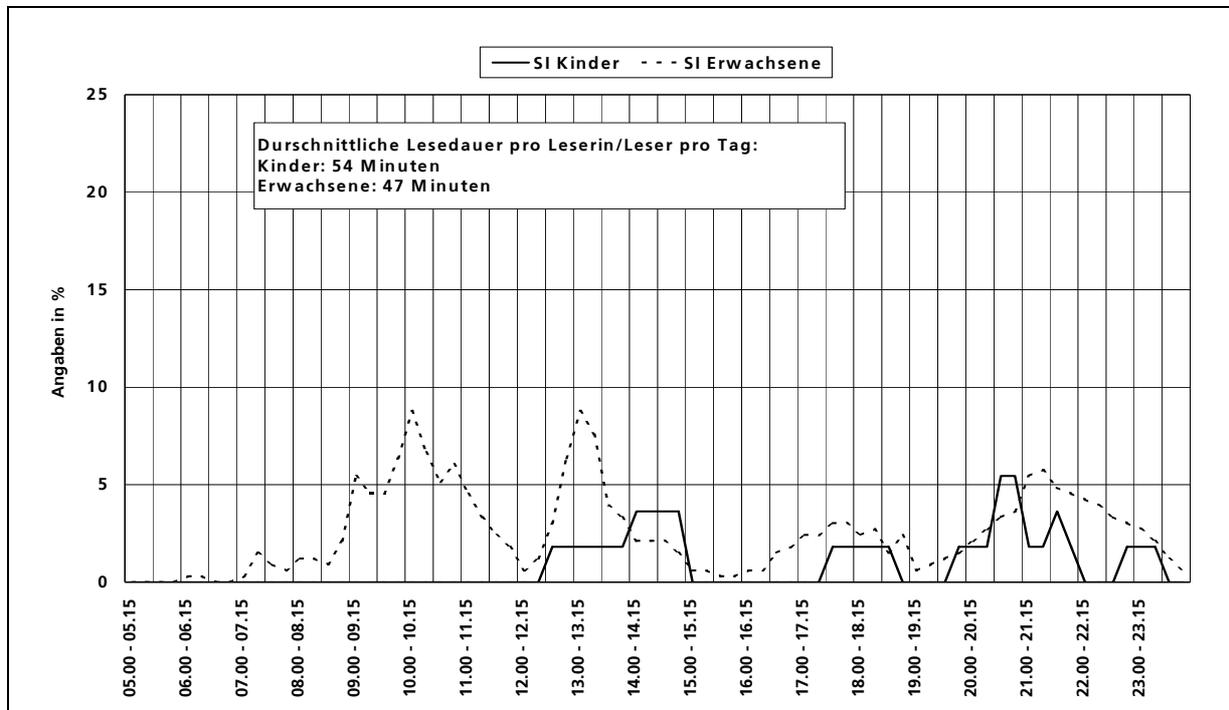


Universum: Haushalte mit Kindern in der SR / Bevölkerung der SR ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 110 Personen; Erwachsene: 660 Personen

Südlich der Alpen liegt die durchschnittliche Lesedauer der Kinder (54 Minuten) leicht über jener der Erwachsenen (47 Minuten, Abbildung 4.34). Die „Spitzen-Lesezeiten“ der erwachsenen Bevölkerung sind – ähnlich wie beim entsprechenden Lese-Tagesverlauf in der Deutschschweiz – in den Morgen- und Mittagsstunden festzustellen, während die 7- bis 14-Jährigen vorwiegend mittags und abends ein Buch o.ä. in die Hand nehmen.

Wie schon in den beiden anderen Sprachregionen beobachtet werden konnte, wird auch in der Südschweiz die abendliche Lektüre bei den Kindern früher eingestellt als bei den Erwachsenen, einige wenige Kinder scheinen sich ihr aber in diesem Landesteil noch relativ spät abends hinzugeben.

Abb. 4.34: Anteil Kinder und Erwachsene, die in den verschiedenen Viertelstunden-Intervallen eines durchschnittlichen Werktags lesen – Angaben für die Svizzera italiana



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen SI / Bevölkerung der SI ab 15 Jahren
Basis: Kinder: 55 Personen; Erwachsene: 330 Personen

4.3 Die Mediennutzungshäufigkeit bei Kindern nach Gerätetypen

4.3.1 Die Mediennutzungshäufigkeit bei Kindern in der Schweiz

In der Elternbefragung wurden die Eltern nicht nur zum medialen Tagesablauf ihrer Kinder, sondern auch zur Häufigkeit, mit der ihre Kinder die Geräte der Unterhaltungselektronik nutzen, befragt¹. Dabei wurde die Nutzungsfrequenz über die ganze Woche erhoben und nicht zwischen denjenigen an Werktagen und an Wochenenden unterschieden.

Das mit Abstand am häufigsten genutzte Medium ist bei den Kindern gemäss den Aussagen ihrer Eltern der Fernseher² (Abbildung 4.35). 57% der Kinder schalten das TV-Gerät täglich oder

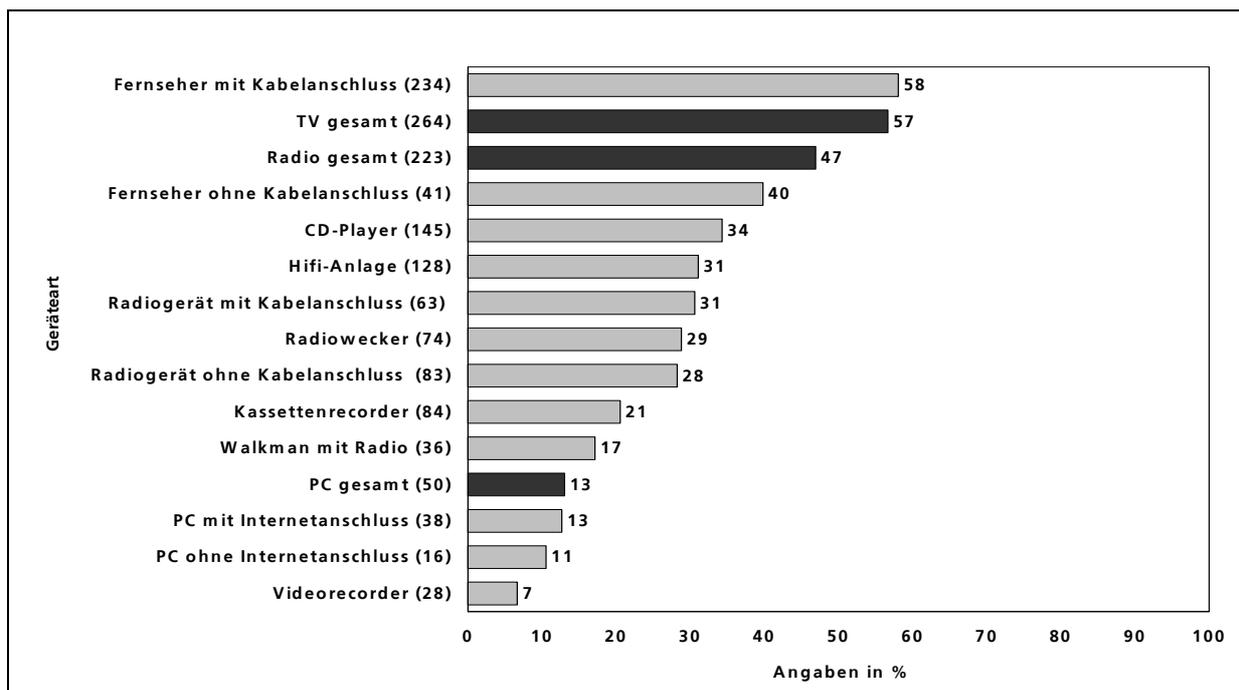
¹ Die Frage zur Nutzungshäufigkeit weist folgende Antwortkategorien auf: „Täglich oder fast täglich“, „mehrmals pro Woche“, „ungefähr einmal pro Woche“, „weniger als einmal pro Woche“ und „nie“.

² Zur Kategorie Fernseher bzw. TV (insgesamt) gehören: Fernseher mit Kabelanschluss oder Fernseher ohne Kabelanschluss.

fast täglich ein, das Radio¹ erreicht immerhin noch fast die Hälfte (47%) der Kinder. Mit 13% täglicher oder fast täglicher Nutzung liegt der Computer² in der Gunst der Kinder auf dem 3. Platz der drei grossen elektronischen Medien. Die Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik (27%) werden von den Kindern tendenziell häufiger genutzt als diejenigen der visuellen Unterhaltungselektronik (25%).

Wenn Kinder fernsehen, dann tun sie dies offensichtlich öfter via TV mit Kabel (58%) als via TV ohne Kabel (40%). In Bezug auf das Radio ist die Diskrepanz zwischen der Nutzung eines Geräts mit oder ohne Kabel deutlich kleiner, aber auch hier liegt das Radio mit Kabelanschluss mit 31% täglicher oder fast täglicher Nutzung vor demjenigen ohne Kabelanschluss (28%). Wie schon erwähnt, wird der PC von den drei grossen elektronischen Medien am seltensten genutzt (13%). Dabei schneidet der PC mit Internetanschluss mit einer täglichen oder fast täglichen Nutzungsfrequenz von 13% leicht besser ab als derjenige ohne Internetanschluss (11%).

Abb. 4.35: Die Nutzungshäufigkeit der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: prozentuale Verteilung der Kinder, welche täglich oder fast täglich ein Gerät nutzen – Angaben für die ganze Schweiz (Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben).



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Bei der Betrachtung der Nutzungshäufigkeit der übrigen Gerätetypen fällt auf, dass der Videorecorder nur gerade bei 7% der Kinder täglicher oder fast täglicher Verwendung findet und damit

¹ Zur Kategorie „Radio“ (insgesamt) gehören: HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss, Radiogerät mit Kabelanschluss, Radiowecker oder Walkman mit Radio.

² Zur Kategorie „Computer“ oder „PC“ gehören: PC mit und ohne Internetanschluss.

das Schlusslicht aller Gerätetypen bildet. Dies trotz der Tatsache, dass in immerhin 87% der Haushalte ein Videorecorder steht (siehe Unterkapitel 3.1.1).

Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass von der Medienausstattung nicht unbedingt auf die Mediennutzung geschlossen werden kann. Faktoren wie die Erziehung der Eltern und die damit zusammenhängende Permissivität gegenüber den Kindern im Umgang mit den Medien oder aber der Standort eines Geräts innerhalb des Hauses dürften hier ebenfalls eine Rolle spielen.

Von den verschiedenen potentiellen Abspielgeräten elektronischer Tonträger schneidet der CD-Player bei den Kindern am besten ab. 34% der Kinder hören sich täglich oder fast täglich CDs auf dem entsprechenden Gerät an. HiFi-Anlagen erfahren von 31% der Kinder eine tägliche oder fast tägliche Nutzung, beim Kassettenrecorder liegt der entsprechende Wert bei 21%, beim Walkman bei 17%.

Erstaunlicherweise wird Radio ebenso häufig via Radiowecker gehört (29%) wie über die beiden „konventionelleren“ Kanäle: Über das Radiogerät mit Kabelanschluss (31%) und ohne Kabelanschluss (28%).

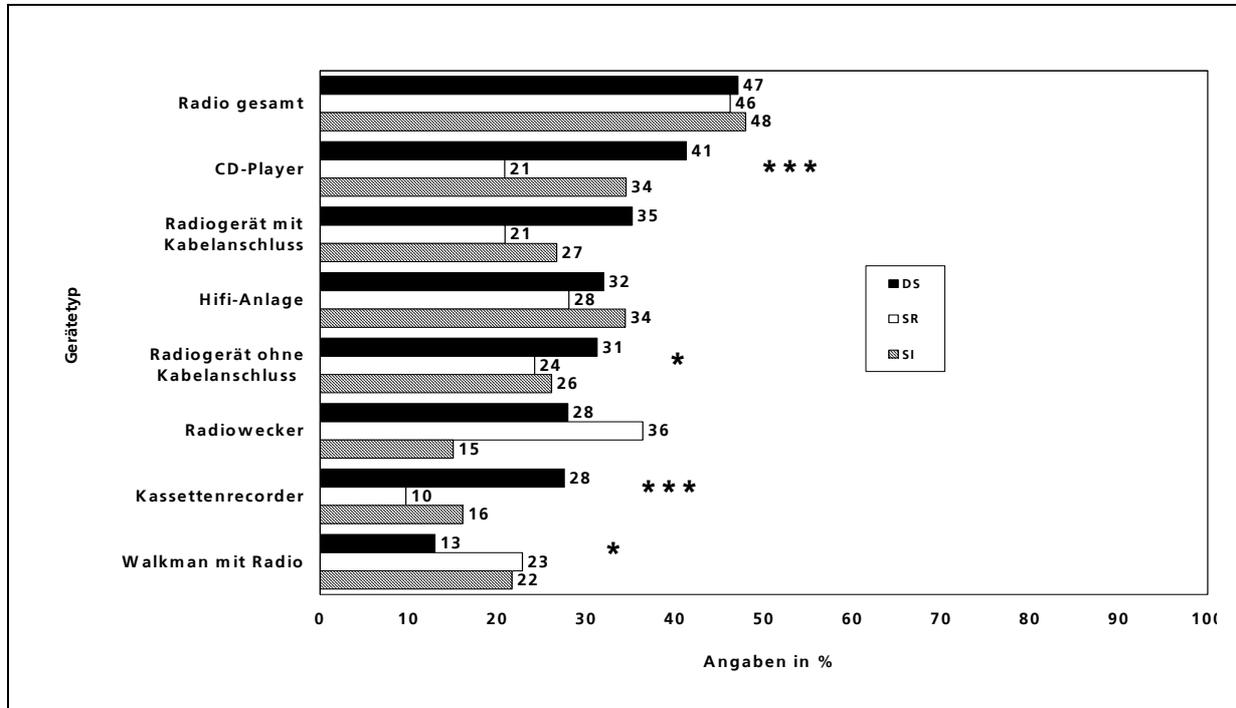
4.3.2 Sprachregionale Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit

Es gibt gleich mehrere signifikante Unterschiede, was die Nutzungshäufigkeit der Geräte der Unterhaltungselektronik durch Kinder in den drei Sprachregionen anbelangt. Von allen Schweizer Kindern bevorzugen diejenigen südlich der Alpen eindeutig am stärksten das Fernsehen, währenddem die Kinder in der Deutschschweiz ein ausgeprägteres Faible für auditive Medien aufzuweisen scheinen als ihre Kamerad/innen in den anderen Sprachregionen.

Beginnen wir unsere Betrachtung bei den elektronischen Unterhaltungsgeräten aus der Welt der Akustik (Abbildung 4.36.). CD-Player und Kassettengeräte werden mit einer hohen Signifikanz häufiger von Deutschschweizer Kindern genutzt als von solchen aus den zwei übrigen Sprachregionen. Auch die Radionutzung ohne Kabel ist bei den Kindern der deutschsprachigen Schweiz signifikant höher als bei ihren Kameradinnen und Kameraden aus der Suisse romande oder der Svizzera italiana. Der Walkman mit Radio kommt allerdings bei den Kindern aus der Deutschschweiz deutlich weniger gut an als bei denjenigen westlich der Saane und südlich des Gotthardes.

Der Anteil der Kinder, welche das Radio täglich oder fast täglich einschalten, liegt in allen Landesteilen quasi übereinstimmend bei annähernd 50%. Betrachtet man ausschliesslich die Abbildung 4.36, könnte man meinen, der Radiowecker werde in den verschiedenen Landesteilen völlig unterschiedlich genutzt. Tatsächlich gibt es bei der täglichen und fast täglichen Nutzung deutliche Differenzen zwischen der Suisse romande und der Svizzera italiana. Diese Differenzen werden aber durch die Werte der übrigen Antwortkategorien zur Nutzungshäufigkeit wieder so ausgeglichen, dass bei der Nutzungsfrequenz im Total keine signifikanten Unterschiede zwischen den Sprachregionen resultieren.

Abb. 4.36: Die Nutzungshäufigkeit der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich ein Gerät nutzen – die Zusammenhänge für die drei Sprachregionen gemäss Chi²-Test (auditive Unterhaltungselektronik)¹. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

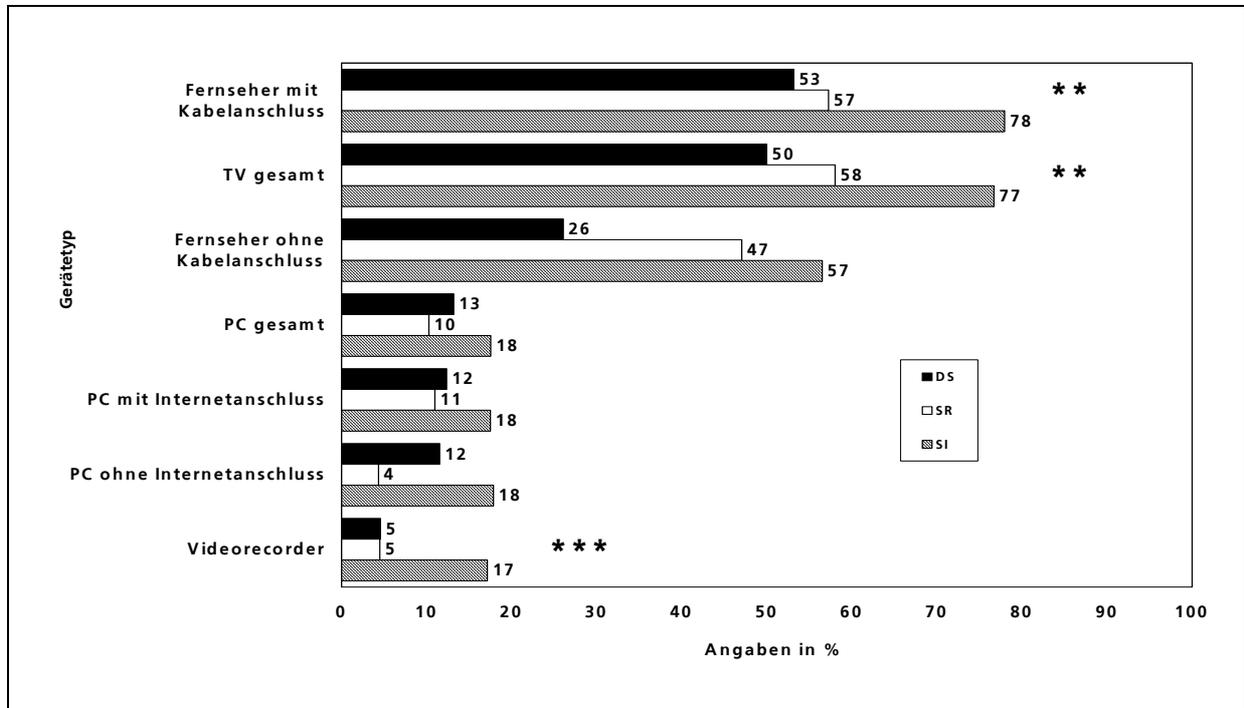
Abbildung 4.37 kann entnommen werden, dass visuelle Medien² mit Ausnahme des Fernsehers ohne Kabelanschluss und des PCs (mit bzw. ohne Internetanschluss) von den italienischsprachigen Kindern signifikant häufiger genutzt werden als von den Westschweizer und vor allem von den Deutschschweizer Kindern.

Dieses Resultat ist in Bezug auf die Fernsehnutzung insgesamt sowie die Nutzung von Fernsehgeräten mit Kabelanschluss sehr signifikant, in Bezug auf die Benutzung von Videorecordern ist es höchst signifikant. 77% der italienischsprachigen Schweizer Kinder sehen täglich fern, bei den Westschweizer Kindern liegt der entsprechende Wert bei 58%, bei den Deutschschweizer Kindern bei 50%.

¹ * = signifikanter Zusammenhang, ** = sehr signifikanter Zusammenhang, *** = höchst signifikanter Zusammenhang

² Dazu zählen wir den Fernseher mit und ohne Kabelanschluss, den Videorecorder sowie PCs.

Abb. 4.37: Die Nutzungshäufigkeit der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich ein Gerät nutzen – die Zusammenhänge für die drei Sprachregionen gemäss Chi²-Test (visuelle Unterhaltungselektronik). Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: CH: 499 Personen; DS: 269 Personen; SR: 154 Personen; SI: 76 Personen

Der PC (mit und ohne Internetanschluss) wird in allen Sprachregionen in einem ähnlichen Ausmass genutzt. Der Anteil derjenigen Kinder, die sich gar nie vor einen PC ohne Internetanschluss setzen, ist aber in der deutschen Schweiz deutlich höher als in der italienischen und vor allem in der französischen Schweiz.

4.3.3 Soziodemografische Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit

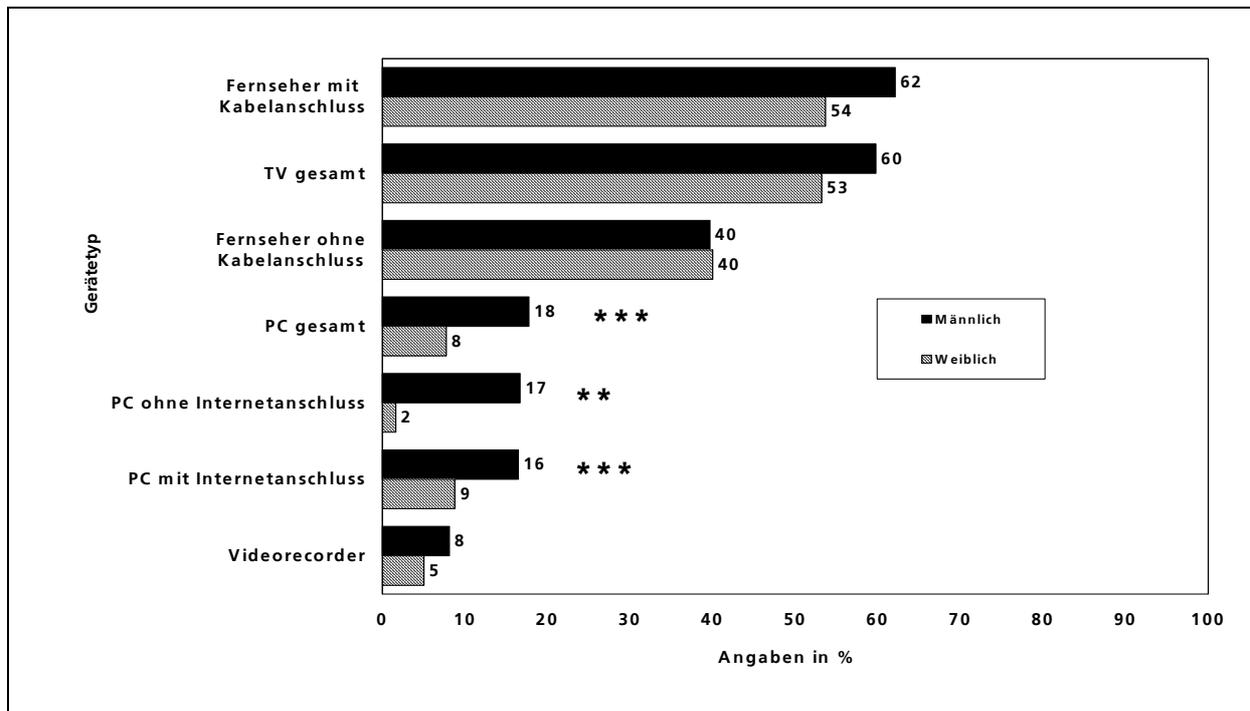
In diesem Abschnitt wird der Frage nachgegangen, inwiefern sich soziodemografische Faktoren (der Kinder und ihrer Eltern) wie Alter, Geschlecht, Einkommen oder Haushaltsgrösse auf die mediale Nutzungshäufigkeit der Kinder auswirken. Gibt es überhaupt einen Zusammenhang? Unsere Analysen haben ergeben, dass es gleich mehrere solche Zusammenhänge gibt.

Geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit

Wie aus Abbildung 4.38 ersichtlich wird, gibt es auf gesamtschweizerischem Niveau einen sehr signifikanten Zusammenhang zwischen der PC-Nutzung und dem Geschlecht. Knaben begeben sich deutlich öfter vor den PC als Mädchen. Sowohl PCs mit als auch ohne Internetanschluss werden überdurchschnittlich oft von Jungs eingeschaltet, wobei die Signifikanz dieses Ergebnisses

bei den PCs mit Internetanschluss noch stärker ausfällt als bei denjenigen ohne Internetanschluss.

Abb. 4.38: Die Nutzungshäufigkeit der Geräte der Unterhaltungselektronik in der Schweiz: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich ein Gerät nutzen – Geschlechtsspezifische Zusammenhänge gemäss Chi²-Test (visuelle Unterhaltungselektronik)



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen; 258 Knaben; 241 Mädchen

Bei allen übrigen Medien kann kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Geschlecht der Kinder und der Nutzungshäufigkeit der Geräte der Unterhaltungselektronik festgestellt werden, deshalb wird auf eine entsprechende Abbildung verzichtet.

Altersspezifische Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit

Gleich mehrere höchst signifikante Zusammenhänge können zwischen dem Alter der Kinder und der Nutzungsfrequenz der untersuchten Medien identifiziert werden. Dies kommt wohl nicht ganz überraschend, wird doch der Zugang zu den meisten Medien für die jüngeren Kinder von den Eltern teilweise eingeschränkt (siehe auch Unterkapitel 3.4.3.).

Tab. 4.1: Stärke des Zusammenhanges zwischen dem Alter der Kinder und der Nutzungshäufigkeit bestimmter Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Haushalt - Pearson-Korrelationskoeffizienten¹

| Gerätetyp | Pearson's r (und Angaben zur Signifikanz) | | | |
|-------------------|---|----------|----------|---------|
| | CH | DS (269) | SR (154) | SI (76) |
| Radio | 0.24 ** | 0.17 ** | 0.28 ** | 0.30 ** |
| TV | 0.07 | 0.10 | 0.11 | 0.02 |
| PC | 0.27 ** | 0.28 ** | 0.24 ** | 0.11 |
| Fernseher o. K. | -0.01 | 0.28 | -0.22 | -0.25 |
| Fernseher m. K. | 0.06 | 0.13 | -0.00 | -0.04 |
| Videorecorder | -0.02 | -0.03 | 0.04 | -0.05 |
| HiFi-Anlage | 0.26 ** | 0.21 ** | 0.24 ** | 0.47 ** |
| Radiogerät o. K. | 0.13 * | 0.16 | 0.05 | 0.16 |
| Radiogerät m. K. | 0.15 * | 0.07 | 0.34 * | 0.14 |
| Radiowecker | 0.26 ** | 0.23 ** | 0.32 ** | 0.26 |
| Walkman mit Radio | 0.12 | 0.14 | 0.02 | 0.25 |
| Kassettenrecorder | -0.14 ** | -0.26 ** | 0.01 | -0.07 |
| CD-Player | 0.25 ** | 0.19 ** | 0.26 ** | 0.41 ** |
| PC ohne Internet | 0.17 * | 0.26 * | 0.08 | 0.04 |
| PC mit Internet | 0.27 ** | 0.36 ** | 0.20 | 0.07 |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Legende: o.K. = ohne Kabelanschluss; m.K. = mit Kabelanschluss

Tabelle 4.1. kann entnommen werden, dass es einen sehr signifikanten positiven Zusammenhang zwischen dem Alter eines Kindes und seiner Radio- und PC-Nutzung gibt. Je älter ein Kind, desto öfter nutzt es die beiden Medien. Dieser Zusammenhang kann sowohl gesamtschweizerisch als auch in den einzelnen Sprachregionen festgestellt werden, in der Svizzera italiana ist dieser allerdings hinsichtlich der PC-Nutzung nicht signifikant.

Betrachtet man die einzelnen Geräte in Tabelle 4.1, so stechen noch weitere sehr signifikante Korrelationen ins Auge: HiFi-Anlagen, Radiowecker, CD-Player und PCs mit Internetanschluss werden auf der Ebene der Gesamt- und der Deutschschweiz sowie teilweise auch in den beiden übrigen Landesteilen von jüngeren, 7- bis 10-jährigen Kindern deutlich weniger stark in An-

¹ Der Korrelationskoeffizient Pearson's r ist ein Mass für den Zusammenhang zwischen zwei intervallskalierten Merkmalen. Sein Wert kann zwischen + 1 (absolut positiver Zusammenhang) und -1 (absolut negativer Zusammenhang variieren). Je näher der Wert bei ±1 liegt, desto stärker der Zusammenhang. Dieses Mass sagt jedoch nichts über allfällige kausale Beziehungen zwischen den Merkmalen aus.

spruch genommen als von älteren, 11- bis 14-jährigen Kindern. In Bezug auf die Nutzung letzteren Gerätes – des PCs mit Internetanschluss – gibt es auch in der Romandie und in der Svizzera italiana eine Tendenz, wonach mit zunehmendem Alter eine erhöhte Nutzung stattfindet. Der Zusammenhang ist allerdings nicht signifikant und vor allem in der italienischen Schweiz sehr schwach.

Statistisch signifikante Zusammenhänge zwischen der Nutzungsfrequenz sowie dem Alter der Kinder existieren auf gesamtschweizerischem und teilweise auch auf deutschschweizerischem oder westschweizerischem Niveau hinsichtlich Radiogeräten mit oder ohne Kabelanschluss und von PCs ohne Internet. Auch jene Geräte ziehen also häufiger ältere Kinder in ihren Bann als jüngere.

Der einzige negative Zusammenhang zwischen dem Alter der Kinder und deren Nutzungshäufigkeit der Medien besteht in Bezug auf die Nutzung von Kassettenrecordern: Sowohl in der gesamten als auch in der deutschsprachigen Schweiz schalten die Kinder mit zunehmendem Alter das Gerät weniger häufig ein.

Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit in Abhängigkeit von der Anzahl der Kinder

Wirkt sich der Kinderreichtum einer Familie auf den Medienkonsum der einzelnen Kinder aus? Wie Tabelle 4.2. zeigt, gibt es einige wenige signifikante Zusammenhänge zwischen der Anzahl Kinder in einer Familie und der Nutzungsfrequenz der Medien durch Kinder, und zwar vorwiegend auf der Ebene der Gesamt- sowie der Deutschschweiz. So findet der PC insgesamt sowie der PC mit Internetanschluss gesamtschweizerisch und in der deutschsprachigen Schweiz bei Einzelkindern deutlich öfter Verwendung als bei ihren Kamerad/innen aus Familien mit mehr als zwei Kindern. Zumindest tendenziell ist dies auch in den beiden anderen Sprachregionen so.

Im weiteren hören Einzelkinder in der gesamten und der deutschsprachigen Schweiz signifikant öfter Walkman als Kinder aus grösseren Familien. Auch in der französischsprachigen Schweiz gibt es eine solche Tendenz, diese ist allerdings nicht signifikant.

Die beiden signifikanten Ergebnisse in Bezug auf die PC- und die Walkman-Nutzung sind wohl deshalb nicht ganz überraschend, weil es sich bei beiden Geräten um Medien handelt, die ganz grundsätzlich (eher) für den Einzelgebrauch konzipiert sind. Nicht zwingend für den Einzelgebrauch konzipiert ist die HiFi-Anlage, trotzdem wird sie gesamtschweizerisch und vor allem in der Deutschschweiz öfter von Einzelkindern eingeschaltet als von Kindern aus kinderreichen Familien.

Tab. 4.2: Stärke des Zusammenhanges zwischen der Anzahl Kinder und der Nutzungshäufigkeit bestimmter Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Haushalt - Pearson-Korrelationskoeffizienten¹

| Gerätetyp | Pearson's r (und Angaben zur Signifikanz) | | | |
|-------------------|---|-----------|----------|---------|
| | CH | DS (269) | SR (154) | SI (76) |
| Radio | - 0.07 | - 0.13 * | - 0.03 | 0.02 |
| TV | - 0.02 | - 0.14 * | 0.01 | 0.28 * |
| PC | - 0.18 ** | - 0.20 ** | - 0.18 | - 0.16 |
| Fernseher o. K. | 0.06 | - 0.15 | 0.44 ** | - 0.07 |
| Fernseher m. K. | - 0.04 | - 0.11 | - 0.06 | 0.24 |
| Videorecorder | -0.06 | - 0.13 | - 0.00 | 0.04 |
| HiFi-Anlage | - 0.12 * | - 0.22 ** | 0.06 | - 0.09 |
| Radiogerät o. K. | - 0.05 | - 0.10 | - 0.07 | 0.04 |
| Radiogerät m. K. | - 0.09 | - 0.12 | - 0.16 | 0.06 |
| Radiowecker | - 0.06 | - 0.05 | - 0.12 | - 0.07 |
| Walkman mit Radio | - 0.20 ** | - 0.26 ** | - 0.25 | - 0.04 |
| Kassettenrecorder | 0.10 | 0.20 ** | - 0.04 | - 0.00 |
| CD-Player | - 0.02 | - 0.11 | 0.09 | 0.05 |
| PC ohne Internet | - 0.07 | - 0.16 | - 0.12 | 0.21 |
| PC mit Internet | - 0.22 ** | - 0.23 ** | - 0.23 | - 0.22 |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Legende: o.K. = ohne Kabelanschluss; m.K. = mit Kabelanschluss

Auf der Ebene der Deutschschweiz gibt es zwei weitere signifikante Ergebnisse: Sowohl das Radio insgesamt als auch der Fernseher insgesamt finden bei Einzelkindern Nutzungsmässig einen signifikant höheren Zuspruch als bei Kindern aus Mehrkindfamilien. Zumindest in Bezug auf die Fernsehnutzung verhält es sich in der Svizzera italiana gerade umgekehrt: dort sehen Kinder aus grösseren Familien öfter fern als solche aus Einzelkindfamilien. Dieses Resultat ist aber auf Grund der kleinen Fallzahlen mit einer gewissen Vorsicht zu geniessen.

Der einzig signifikant *positive* Zusammenhang in der deutschsprachigen Schweiz zwischen der Nutzungshäufigkeit eines Geräts und der Anzahl der Kinder gibt es in Bezug auf das Kassettengerät: Je kinderreicher eine Familie ist, desto häufiger wird das Gerät von den Kindern genutzt. Auch auf der Ebene der Gesamtschweiz gibt es tendenziell einen solchen Zusammenhang, allerdings ist dieser nicht signifikant.

¹ * = signifikanter Zusammenhang (die Korrelation ist auf dem Niveau von 0.05 signifikant), ** = sehr signifikanter Zusammenhang (die Korrelation ist auf dem Niveau von 0.01 signifikant).

Die Romandie weist ein einziges signifikantes Ergebnis auf: Je zahlreicher die Kinder in einer Familie sind, desto häufiger schalten sie einen Fernseher ohne Kabel ein. Die Plausibilität dieser Signifikanz muss allerdings auf Grund der geringen Fallzahl relativiert werden. Insgesamt können nämlich in der Westschweiz nur gerade 34 Kinder überhaupt einen Fernseher ohne Kabelanschluss nutzen. Wohl ebenfalls auf Grund der geringen Fallzahlen kann in der Südschweiz nur ein einziges signifikantes Ergebnis festgestellt werden (welches bereits erörtert worden ist).

Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit in Abhängigkeit von der Bildung der Eltern (bzw. der Mutter)

Da in der Untersuchung jeweils nur der Bildungsgrad der befragten Person erfragt wurde und es sich dabei meistens um die Mutter des Kindes handelte, ergaben sich relativ kleine Fallzahlen. Zudem konnten anhand von Signifikanztests keine Zusammenhänge zwischen dem Bildungsgrad der Mutter und dem Medienkonsum ihrer Sprösslinge festgestellt werden. Ein näheres Eingehen auf die Nutzungshäufigkeit der Medien durch Kinder in Abhängigkeit vom Bildungsgrad der Mutter erübrigt sich somit.

Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit in Abhängigkeit von der Ortsgrösse

Wie Tabelle 4.3. entnommen werden kann, gibt es zwischen der Grösse des Wohnortes eines Kindes und der Häufigkeit, mit der es die Medien nutzt, einige wenige Zusammenhänge. Am eindeutigsten fallen diese Zusammenhänge in Bezug auf die Nutzung der Radiogeräte mit Kabelanschluss aus. Kinder vom Lande nutzen dieses Gerät deutlich häufiger als die Stadtkinder. Dieser Zusammenhang ist auf deutschweizerischer Ebene signifikant und auf gesamtschweizerischer Ebene sehr signifikant. Auch in den beiden anderen untersuchten geografischen Räumen scheint eine Tendenz dahingehend zu bestehen, dass das Radio mit Kabelanschluss bei Kindern in Ortschaften mit weniger als 100'000 Einwohnerinnen und Einwohnern auf eine intensivere Nutzung stösst als in solchen mit mehr als 100'000 Einwohnern. Möglicherweise deshalb, weil es in der Suisse romande sowie in der Svizzera italiana nur zwei Ortschaften mit mehr als 100'000 Einwohnerinnen und Einwohnern gibt (Genf und Lausanne), halten sich die Nutzungsdifferenzen zwischen Stadt und Land innerhalb dieser beiden Sprachregionen aber in Grenzen.

Gleich in drei verschiedenen geografischen Räumen – der gesamten Schweiz sowie der deutsch- und italienischsprachigen Schweiz – werden Walkmen von Kindern aus kleineren Ortschaften signifikant häufiger genutzt. In der Westschweiz weisen die Zahlen tendenziell, aber nicht signifikant, in die gegenteilige Richtung: Je grösser der Wohnort von Kindern, desto öfter benutzen sie Walkmen.

Auf der Ebene der Gesamt- und der Deutschschweiz werden auch Kassettengeräte von Kindern aus kleineren Ortschaften deutlich häufiger eingeschaltet als von Kindern aus urbaneren Gebieten. Zumindest in Bezug auf einen weiteren Gerätetypen – dem CD-Player – gibt es auf gesamtschweizerischem und westschweizerischem Niveau einen vergleichbaren Zusammenhang. Auch dieses Gerät nutzen die Kinder aus der Provinz häufiger als ihre Altersgenossinnen und -genossen aus städtischen Gebieten. Ähnliche Tendenzen weisen die Zahlen in den übrigen geo-

grafischen Räumen auf, allerdings gibt es hier keine signifikanten Ergebnisse, was zumindest teilweise auch mit den beschränkten Fallzahlen zusammenhängen dürfte.

Tab. 4.3: Stärke des Zusammenhanges zwischen der Ortsgrösse und der Nutzungshäufigkeit bestimmter Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Haushalt - Spearman-Korrelationskoeffizienten¹

| Gerätetyp | Spearman's ρ (und Angaben zur Signifikanz) | | | |
|-------------------|---|----------|-----------|----------|
| | CH | DS (269) | SR (154) | SI (76) |
| Radio | - 0.10 | - 0.11 | - 0.13 | - 0.04 |
| TV | - 0.04 | - 0.03 | - 0.05 | - 0.06 |
| PC | - 0.05 | - 0.01 | - 0.28 * | 0.04 |
| Fernseher o. K. | 0.17 | 0.06 | 0.06 | 0.37 |
| Fernseher m. K. | - 0.05 | - 0.04 | - 0.03 | - 0.05 |
| Videorecorder | 0.05 | 0.01 | - 0.05 | 0.32 * |
| HiFi-Anlage | - 0.07 | - 0.04 | - 0.22 | 0.07 |
| Radiogerät o. K. | - 0.06 | - 0.10 | 0.05 | - 0.12 |
| Radiogerät m. K. | - 0.24 ** | - 0.19 * | - 0.23 | - 0.29 |
| Radiowecker | - 0.04 | - 0.04 | - 0.04 | 0.03 |
| Walkman mit Radio | - 0.21 * | - 0.22 * | 0.12 | - 0.36 * |
| Kassettenrecorder | - 0.15 ** | - 0.16 * | - 0.16 | - 0.02 |
| CD-Player | - 0.12 * | - 0.08 | - 0.33 ** | 0.05 |
| PC ohne Internet | 0.09 | 0.04 | 0.03 | 0.28 |
| PC mit Internet | - 0.09 | - 0.05 | -0.29 | 0.02 |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Legende: o.K. = ohne Kabelanschluss; m.K. = mit Kabelanschluss

Ausschliesslich in der Westschweiz existiert ein Zusammenhang zwischen der Grösse des Wohnortes eines Kindes und seiner PC-Nutzung: Je grösser der Wohnort, desto weniger nutzen Kinder den PC. In den anderen Sprachregionen können keine derartigen Zusammenhänge festgestellt werden. Der Zusammenhang muss aber auch in der Romandie relativiert werden: nur gerade 46 Kinder nehmen nämlich dort Zugriff auf den Computer. Dieselbe Vorsicht gilt bei der Dateninterpretation der Videorecorder-Nutzung in der Svizzera italiana. Südlich der Alpen werden die Videorecorder-Geräte signifikant öfter von Kindern aus urbanen Gebieten eingeschaltet als von ihren Kamerad/innen in der Peripherie.

¹ Der Korrelationskoeffizient Spearman's ρ ist ein Mass für den Zusammenhang zwischen zwei ordinalskalierten Merkmalen oder zwischen einem intervallskalierten und einem ordinalskalierten Merkmal. Sein Wert kann zwischen + 1 (absolut positiver Zusammenhang) und -1 (absolut negativer Zusammenhang variieren). Je näher der Wert bei ± 1 liegt, desto stärker der Zusammenhang. Dieser Mass sagt jedoch nichts über allfällige kausale Beziehungen zwischen den Merkmalen aus.

Unterschiede hinsichtlich der Mediennutzungshäufigkeit in Abhängigkeit vom Haushaltseinkommen

Steht die Häufigkeit des Medienkonsums der Kinder in Zusammenhang mit dem Einkommen der Eltern? Die Frage kann wohl am besten mit einem „jein“ beantwortet werden. In Bezug auf die Nutzung der meisten Gerätetypen der Unterhaltungselektronik gibt es nämlich keinen solchen Zusammenhang, bei einigen wenigen Medien scheint aber die Prallheit des elterlichen Portmonnaies tatsächlich in Zusammenhang mit der Mediennutzungshäufigkeit der Sprösslinge zu stehen – dies vor allem westlich der Saane.

Tab. 4.4: Stärke des Zusammenhanges zwischen dem Einkommen der Eltern und der Nutzungshäufigkeit bestimmter Gerätetypen der Unterhaltungselektronik im Haushalt - Spearman-Korrelationskoeffizienten

| Gerätetyp | Spearman's ρ (und Angaben zur Signifikanz) | | | |
|-------------------|---|----------|----------|---------|
| | CH | DS (269) | SR (154) | SI (76) |
| Radio | 0.14 ** | 0.13 | 0.19 * | 0.29 |
| TV | - 0.10 | - 0.08 | - 0.01 | 0.17 |
| PC | - 0.04 | - 0.09 | 0.22 * | - 0.16 |
| Fernseher o. K. | - 0.18 | - 0.01 | - 0.12 | - 0.52 |
| Fernseher m. K. | - 0.08 | - 0.08 | - 0.01 | 0.09 |
| Videorecorder | - 0.05 | - 0.00 | 0.01 | - 0.17 |
| HiFi-Anlage | 0.15 ** | 0.12 | 0.27 ** | 0.26 |
| Radiogerät o. K. | 0.20 ** | 0.09 | 0.33 ** | 0.24 |
| Radiogerät m. K. | 0.06 | 0.06 | - 0.13 | 0.34 |
| Radiowecker | 0.01 | 0.15 | - 0.14 | - 0.24 |
| Walkman mit Radio | 0.04 | - 0.04 | 0.30 * | - 0.11 |
| Kassettenrecorder | 0.10 | 0.09 | 0.10 | - 0.16 |
| CD-Player | 0.08 | 0.05 | 0.09 | 0.15 |
| PC ohne Internet | - 0.08 | - 0.11 | 0.03 | 0.01 |
| PC mit Internet | 0.02 | - 0.05 | 0.27 * | - 0.14 |

Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Legende: o.K. = ohne Kabelanschluss; m.K. = mit Kabelanschluss

Tendenziell gibt es in allen untersuchten Sprachregionen einen Zusammenhang zwischen dem Haushaltseinkommen und der Häufigkeit, mit der Kinder Radio hören. Je mehr Lohn der Vater oder die Mutter nach Hause bringt, desto häufiger begeben sich die Kinder auf den Äther. In der Suisse romande ist dieser Zusammenhang signifikant, auf Ebene der Gesamtschweiz ist er sogar sehr signifikant.

Ein sehr ähnlicher, wiederum signifikanter Zusammenhang kann in der Westschweiz auch bezüglich der PC-Nutzung festgestellt werden. Mit der finanziellen Potenz der Eltern steigt auch der

PC-Gebrauch bei den Kindern. Dieser Zusammenhang betrifft den PC *mit* Internetanschluss, jedoch nicht denjenigen ohne Internetanschluss.

Auf gesamt- und westschweizerischem Niveau schalten Kinder aus finanzstarken Familien HiFi-Anlagen und Radiogeräte ohne Kabelanschluss deutlich häufiger ein als solche aus finanzschwächeren Familien. In der deutsch- und der italienischsprachigen Schweiz tritt tendenziell der gleiche Zusammenhang auf, allerdings ist dieser nicht signifikant. In der Suisse romande existiert noch ein weiterer positiver Zusammenhang: Je mehr die Eltern verdienen, desto öfter nutzen die Kinder einen Walkman.

Abschliessende Bemerkung:

Von allen medialen Nutzungsgrössen – Reichweite, Nutzungsdauer und Nutzungsfrequenz – scheint letztere am stärksten vom soziodemografischen bzw. soziokulturellen Hintergrund der Kinder beeinflusst zu werden.

4.4 Die Mediennutzung bei Kindern in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Gerätetypen

Bereits in Kapitel 3 wurde der Zusammenhang zwischen dem ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik und der Geräteausstattung im Kinderzimmer erörtert. Im vorliegenden Kapitel gehen wir auf den Zusammenhang zwischen dem ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik und der entsprechenden Mediennutzung der Kinder ein. Dies geschieht nach folgenden drei Nutzungsgrössen: der Reichweite (Nutzung eines bestimmten Mediums mindestens einmal pro Tag), der Nutzungsdauer (in Anzahl Minuten) sowie der Nutzungshäufigkeit¹. In diesem Kapitel beschränken wir uns ausschliesslich auf die drei grossen, auf der Unterhaltungselektronik basierenden medialen Tätigkeiten: Radiohören², Fernsehen³ und die Nutzung des PCs⁴ bzw. die Nutzung von Internet und E-Mail. Zugunsten einer

¹ Die Frage zur Nutzungshäufigkeit weist folgende Antwortkategorien auf: „Täglich oder fast täglich“, „mehrmals pro Woche“, „ungefähr einmal pro Woche“, „weniger als einmal pro Woche“ und „nie“.

² Zu dieser Kategorie gehört das Radiohören via HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss, Radiogerät mit Kabelanschluss, Radiowecker oder Walkman mit Radio.

³ Zu dieser Kategorie gehört das Fernsehen via Fernseher mit Kabelanschluss oder Fernseher ohne Kabelanschluss.

⁴ Zu dieser Kategorie gehört die PC-Nutzung via PC mit oder ohne Internetanschluss. In der Elternbefragung wurde allerdings noch ein weiterer Begriff verwendet, welcher mit der PC-Nutzung nicht vollständig übereinstimmt: Die Nutzung von Internet und E-Mail. Die PC-Nutzung wurde anhand der Nutzungshäufigkeit und die Nutzung von Internet bzw. E-Mail anhand der Reichweite und der Nutzungsdauer erhoben (siehe Kapitel 5.1, 5.2 und 5.3).

optimalen Leselogik gehen wir jeweils in dieser Reihenfolge auf die einzelnen Tätigkeiten ein. Die Frage nach dem ungehinderten Zugang zu den verschiedenen Gerätetypen der Unterhaltungselektronik wurde im Rahmen der repräsentativen Elternbefragung mit Hilfe einer Liste vorgegebener Gerätetypen gestellt. Sie lautete folgendermassen: „Welche der Geräte kann ihr Kind ungehindert benutzen?“¹

4.4.1 Die Reichweite und der ungehinderte Gerätezugang

Wie hängt der ungehinderte Zugang zu den verschiedenen Gerätetypen der Unterhaltungselektronik mit der Reichweite der Medien bei den 7- bis 14-jährigen Kindern zusammen? Dieser Frage wird im folgenden Abschnitt nachgegangen. Uns interessieren bei dieser Frage sämtliche plausibel erscheinenden Zusammenhänge zwischen der ungehinderten Nutzungsmöglichkeit eines Geräts und der entsprechenden Nutzung, so etwa der Zusammenhang zwischen dem ungehinderten Zugang zu einem TV-Gerät und dem Fernsehkonsum eines Kindes. Je nach Kontext erscheint aber durchaus auch die Betrachtung eines etwas exotischer anmutenden Zusammenhangs sinnvoll, so z.B. die Auswirkung der ungehinderten Nutzungsmöglichkeit des Fernsehers auf die Radionutzung. Denkbar ist nämlich, dass sich der ungehinderte Zugang zu einem Gerät der Unterhaltungselektronik positiv auf die Nutzung des entsprechenden Geräts, jedoch negativ auf die Nutzung eines dazu in Konkurrenz stehenden Geräts auswirkt.

Die Reichweite und der ungehinderte Gerätezugang in der Schweiz und den einzelnen Sprachregionen

Radionutzung

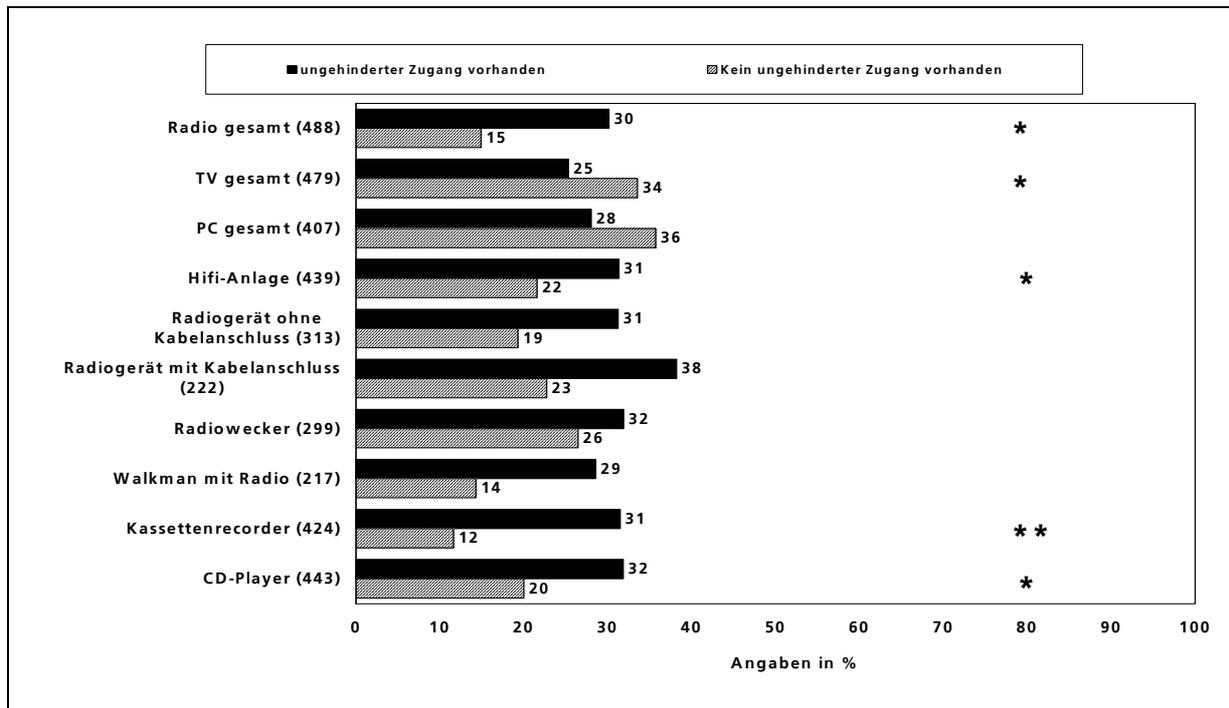
- Auf Ebene der Gesamtschweiz stellen wir Folgendes fest (Abbildung 4.39): Kinder, welche einen ungehinderten Zugang zum Radio insgesamt², einer HiFi-Anlage, einem Kassettenrecorder oder CD-Player haben, hören öfter Radio als solche, welche über keine derartige Nutzungsmöglichkeit verfügen (Radio: 30% resp. 15%; HiFi-Anlage: 31% resp. 22%; Kassettenrecorder: 31% resp. 12%; CD-Player: 32% resp. 20%). Offenbar wird also das Radio von denjenigen Kindern am meisten genutzt, welche ohne Einwilligung der Eltern die Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik beanspruchen können. Tendenziell die gleichen Nutzungszusammenhänge wie auf gesamtschweizerischer Ebene können auch in den einzelnen Sprachregionen festgestellt werden, signifikant sind allerdings kaum. Dies teilweise wahrscheinlich auch auf Grund der Fallzahlen. Der freie Zugang zum Fernseher wirkt sich im Gegensatz zum freien Radiozugang kontraproduktiv auf die Radionutzung aus: Kinder, welche

¹ Unterschieden wurde zwischen folgenden Gerätetypen: Fernseher ohne Kabelanschluss, Fernseher mit Kabelanschluss, Videorecorder, HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss (auch in HiFi-Anlage), Radiogerät mit Kabelanschluss (auch in HiFi-Anlage), Radiowecker, Walkman mit Radio, Kassettenrecorder (auch in HiFi-Anlage), CD-Player (auch in HiFi-Anlage), PC ohne Internetanschluss sowie PC mit Internetanschluss.

² Zur Kategorie „Radio“ gehören: HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss, Radiogerät mit Kabelanschluss, Radiowecker oder Walkman mit Radio.

sich jederzeit auch ohne Einwilligung der Eltern vor den Fernseher setzen dürfen, schalten das Radio weniger oft ein (25%) als solche, welche den Fernseher nur in beschränkter Masse nutzen dürfen (34%). In der Deutschschweiz gibt es einen vergleichbaren statistisch signifikanten Zusammenhang: Kinder hören dann weniger häufig Radio (31%), wenn sie ungehindert über einen Videorecorder verfügen können. Wenn sie lediglich einen limitierten Zugang zum Videogerät haben, erreicht das Radio im Schnitt 43% der Kinder.

Abb. 4.39: Die Reichweite des Radios bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik: Prozentuale Verteilung der Kinder, die mindestens einmal pro Tag Radio hören – Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

TV-Nutzung

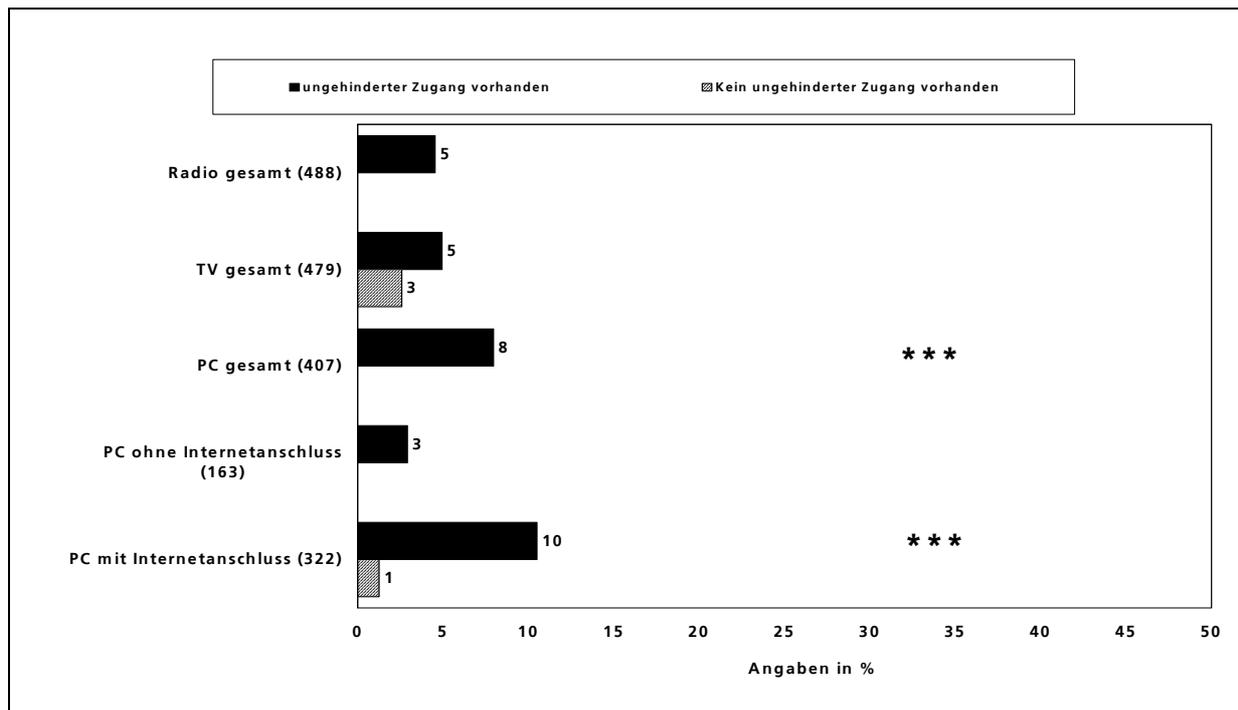
- Zwischen dem TV-Konsum und der ungehinderten Nutzungsmöglichkeit der Geräte der Unterhaltungselektronik ergeben sich keine signifikanten statistischen Zusammenhänge.

Nutzung von Internet bzw. E-Mail

- Was die Nutzung von Internet und E-Mail anbelangt, existieren in der Gesamt- und der Deutschschweiz nur gerade zwei signifikante Zusammenhänge zwischen der ungehinderten Nutzungsmöglichkeit und der Reichweite (Abbildung 5.40). Kinder, welche vom PC insgesamt bzw. vom PC mit Internetanschluss jeweils ohne elterliches Einverständnis Gebrauch machen können, nehmen häufiger auf Internet und E-Mail Zugriff als Kinder, bei denen der Zugang zum Gerät restriktiv gehandhabt wird (PC insgesamt: 8% resp. 0%; PC mit Internetanschluss: 10% resp. 1%). Auf Grund der kleinen Fallzahl muss dieser Zusammenhang allerdings mit grösster Vorsicht genossen werden. Die geringe Fallzahl ist auch der Grund dafür,

dass Abbildung 4.40 nicht wie sonst üblich mit einer Hunderterskala, sondern mit einer 50er-Skala versehen ist.

Abb. 4.40: Die Reichweite von Internet und E-Mail bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik: Prozentuale Verteilung der Kinder, die mindestens einmal pro Tag Internet und E-Mail nutzen – Die Prozente beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Die Reichweite und der ungehinderte Gerätezugang: Sprachregionale Unterschiede

Kinder, welche die Medien der Fernseh-Unterhaltungselektronik (den Fernseher insgesamt, den Fernseher mit Kabelanschluss sowie den Videorecorder) benutzen können, ohne die Eltern erst um Erlaubnis bitten zu müssen, schalten in der italienisch- und der französischsprachigen Schweiz den Fernseher deutlich öfter ein als Gleichaltrige in der Deutschschweiz (Fernseher insgesamt: Svizzera italiana: 75%, Suisse romande: 70%, Deutschschweiz: 57%; Fernseher mit Kabelanschluss: Svizzera italiana: 80%, Suisse romande: 78%, Deutschschweiz: 60%; Videorecorder: Svizzera italiana: 87%, Suisse romande 76%, Deutschschweiz: 61%).

Die Reichweite und der ungehinderte Gerätezugang: Soziodemografische Unterschiede

Es können keine Zusammenhänge zwischen dem Medienkonsum und dem Geschlecht der Kinder ausgemacht werden – vorausgesetzt, beide Geschlechter haben freien Zugang zu den Medien. Es gibt jedoch zahlreiche altersspezifische Zusammenhänge. Bei identischem Medienzugang nutzen die 11- bis 14-jährigen Kinder sämtliche Geräte der Unterhaltungselektronik häufiger als ihre jüngeren, 7- bis 10-jährigen Kameradinnen und Kameraden. Die meisten dieser Zusammenhänge

sind signifikant, einige dieser Zusammenhänge sind sogar höchst signifikant. Folgende Zusammenhänge sind dabei besonders plausibel:

- Ältere Kinder, welche die verschiedensten Geräte der auditiven Medien (Radio insgesamt, Radiogerät mit bzw. ohne Kabelanschluss, Radiowecker, CD-Player, Kassettengerät) ohne elterliche Einwilligung nutzen können, hören deutlich öfter Radio als jüngere Kinder, welche über die gleichen Nutzungsmöglichkeiten verfügen (Radio insgesamt: 100% resp. 90%; Radiogerät ohne Kabelanschluss: 95% resp. 78%; Radiogerät mit Kabelanschluss: 98% resp. 78%; Radiowecker: 79% resp. 37%; CD-Player: 100% resp. 82%; Kassettengerät: 100% resp. 92%). Die Resultate basieren zwar teilweise auf geringen Fallzahlen, die Tendenzen sind aber eindeutig.
- Jüngere Kinder sehen weniger oft fern als ältere Kinder, auch wenn sie zu den Geräten der Fernseh-Unterhaltungselektronik (Fernseher insgesamt, Fernseher mit Kabelanschluss und Videorecorder) wie ihre älteren Kameradinnen und Kameraden freien Zugang haben (Fernseher insgesamt: 59% resp. 81%; Fernseher mit Kabelanschluss: 56% resp. 81%; Videorecorder: 54% resp. 74%).

Allerdings: Bei gleicher Nutzungsmöglichkeit des PCs (mit oder ohne Internetanschluss) klinken sich die älteren Kinder nicht öfter in das Internet oder die E-Mail-Box ein als die jüngeren Kinder, einen altersspezifischen Zusammenhang gibt es also bei der Reichweite von Internet bzw. E-Mail in Abhängigkeit vom freien Gerätezugang nicht.

Neben den zahlreichen altersspezifischen Zusammenhängen gibt es noch zwei weitere soziodemografische Zusammenhänge zwischen dem ungehinderten Gerätezugang und der Reichweite:

- Wenn von einem identischen Zugang zum Radio mit Kabelanschluss und zu CD-Playern ausgegangen werden kann, so schalten Kinder vom Lande das Radio öfter ein als solche aus urbaneren Gebieten¹ (Radio mit Kabelanschluss: 46% resp. 26%; CD-Player: 37% resp. 26%).
- Kinder, welche die HiFi-Anlage, das Radio mit Kabelanschluss, den Radiowecker und den Kassettenrecorder ohne elterliche Einwilligung benutzen können, hören dann öfter Radio, wenn sie aus einer Familie mit einem hohen Familieneinkommen anstatt einer mit einem tiefen Familieneinkommen² stammen (HiFi-Anlage: 36% resp. 23%; Radio mit Kabelanschluss: 45% resp. 29%; Radiowecker: 38% resp. 19%; Kassettenrecorder: 37% resp. 24%).

¹ Es wurde unterschieden zwischen Ortschaften mit einer Bevölkerung von über 100'000 („urbane Gebiete“) bzw. unter 100'000 Einwohnerinnen und Einwohner („Peripherie“)

² Es wurde unterschieden zwischen Eltern mit einem Einkommen von über Fr. 5'800.- bzw. unter Fr. 5'800.-.

4.4.2 Die Nutzungsdauer und der ungehinderte Gerätezugang

Die Nutzungsdauer und der ungehinderte Gerätezugang in der Schweiz und den einzelnen Sprachregionen

Inwiefern wirkt sich der freie Zugang der Kinder zu den Geräten der Unterhaltungselektronik nicht nur auf die Reichweite der Medien, sondern auch auf deren Nutzungsdauer aus? Aus der statistischen Analyse der Nutzungsdauer in Abhängigkeit vom freien Gerätezugang ergibt sich nur ein Zusammenhang:

- Der Fernseher wird sowohl in der gesamten als auch in der deutsch- und französischsprachigen Schweiz von solchen Kindern weniger lang genutzt, welche das Radiogerät ohne Kabelanschluss jederzeit einschalten können (Gesamtschweiz: 1 Stunde 44 Minuten resp. 2 Stunden 29 Minuten; Deutschschweiz: 1 Stunde und 46 Minuten resp. 2 Stunden und 45 Minuten; Suisse romande: 1 Stunde und 31 Minuten resp. 2 Stunden und 20 Minuten).

Die Nutzungsdauer und der ungehinderte Gerätezugang: Sprachregionale Unterschiede

Bei ungehindertem Zugang zu einem Fernseher ohne Kabelanschluss sehen die Kinder der Svizzera italiana deutlich länger fern (2 Stunden und 48 Minuten) als ihre Kameradinnen und Kameraden in der Suisse romande (1 Stunden und 14 Minuten) und der Deutschschweiz (1 Stunde und 44 Minuten). Wie wir schon den Unterkapiteln über die Reichweite der Medien, die Nutzungsdauer (bzw. den Tagesablauf) und die Nutzungshäufigkeit entnehmen konnten, ist der TV-Konsum der Kinder südlich der Alpen generell stärker bzw. länger als nördlich der Alpen und westlich der Saane. Er ist offenbar auch dann stärker bzw. länger, wenn der Faktor „ungehinderter Gerätezugang“ über alle Sprachregionen hinweg konstant gehalten wird (d.h., wenn von einem identischen Gerätezugang ausgegangen werden kann).

Die Nutzungsdauer und der ungehinderte Gerätezugang: Soziodemografische Unterschiede

Wirken sich die verschiedenen soziodemografischen Merkmale der Kinder bei Konstanthaltung des Faktors „ungehinderter Gerätezugang“ auf die Dauer aus, mit welcher die Kinder die einzelnen Geräte der Unterhaltungselektronik benützen? Während keine plausiblen geschlechtsspezifischen Unterschiede eruiert werden können, existiert je ein alters- und ein finanzspezifischer Zusammenhang: Wenn der TV ohne Kabelanschluss von den Kindern frei benutzt werden kann, so sehen ältere Kinder länger fern (2 Stunden und 12 Minuten) als jüngere (1 Stunde und 27 Minuten), zudem verbringen Kinder aus finanzschwächeren Familien mehr Zeit vor dem Fernseher (2 Stunden und 26 Minuten) als solche aus finanzstärkeren Familien (1 Stunde und 27 Minuten).

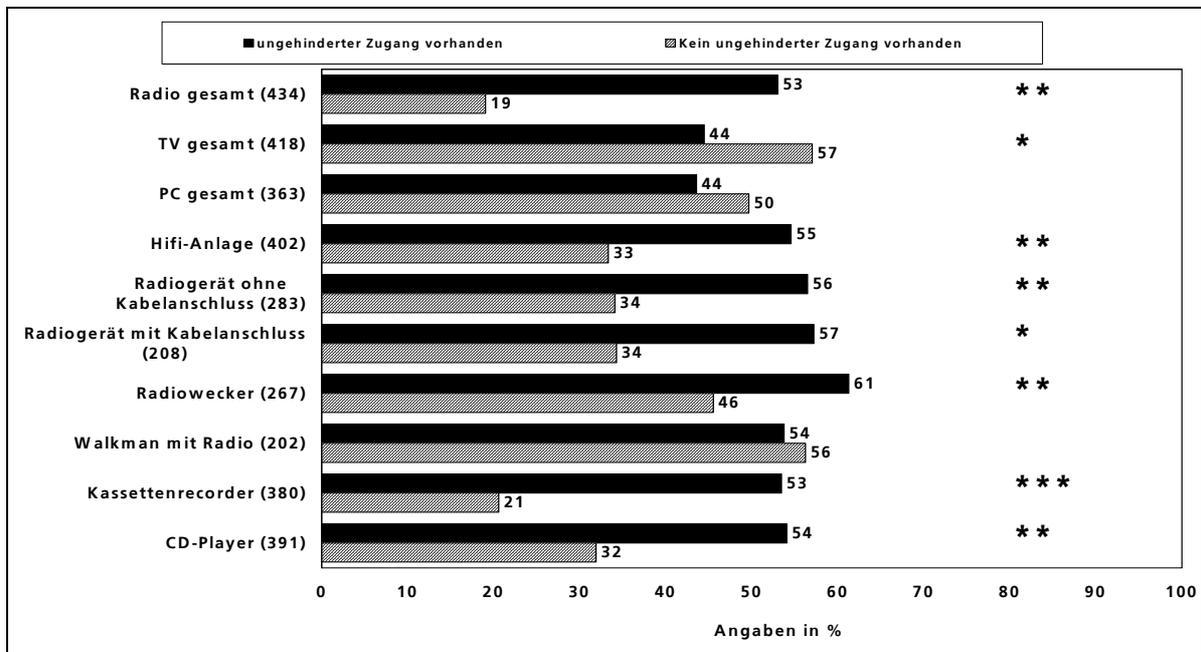
Keine signifikanten Zusammenhänge sind zwischen dem ungehinderten Gerätezugriff und der Radio- und der Internet-Nutzungsdauer zu beobachten.

4.4.3 Die Nutzungshäufigkeit und der ungehinderte Gerätezugang

Die Nutzungshäufigkeit und der ungehinderte Gerätezugang in der Schweiz und den einzelnen Sprachregionen

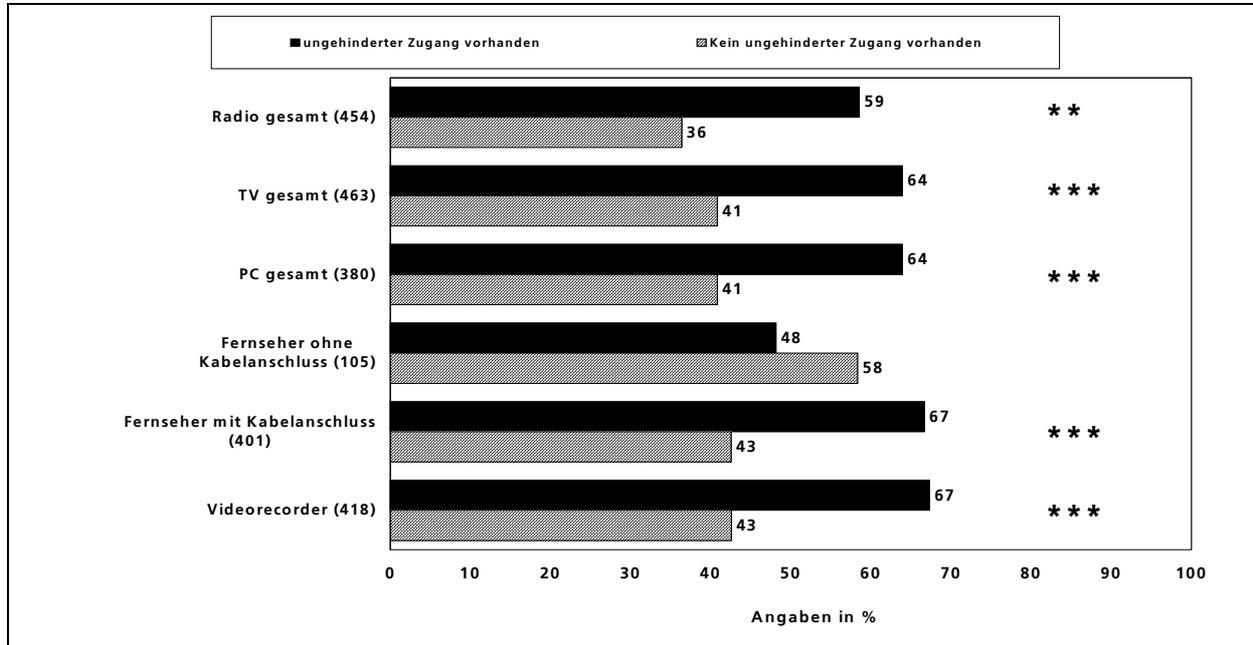
Was den Zusammenhang zwischen dem ungehindertem Nutzungszugang der Kinder zu den verschiedenen Geräten der Unterhaltungselektronik und deren Nutzungshäufigkeit durch ebendiese angeht, gibt es auf der Ebene der Gesamtschweiz fast nur signifikante Ergebnisse (Abbildung 4.41, 4.42 und 4.43), deshalb soll hier nicht auf jeden einzelnen Zusammenhang im Detail eingegangen werden. Nur so viel: Die Nutzung eines Gerätes bzw. einer Gerätegruppe (z.B. auditive Medien) scheint desto intensiver auszufallen, je freier auf das entsprechende Gerät bzw. die entsprechende Gerätegruppe zurückgegriffen werden kann. Dieses Phänomen ist auch in den verschiedenen Sprachregionen zu beobachten, allerdings kann hier auf Grund der teilweise beschränkten Fallzahlen oft nur von Tendenzen, und nicht von signifikanten Zusammenhängen gesprochen werden. In der Deutschschweiz werden die auditiven Medien bei ungehindertem Gerätezugang am häufigsten genutzt. Der freie Zugang zum TV wirkt sich scheinbar nicht nur auf die Reichweite, sondern auch auf die Nutzungsfrequenz des Radios negativ aus. Währenddem 57% der Kinder das Radio täglich oder fast täglich einschalten, wenn ihr Zugang zum Fernseher eingeschränkt ist, sind es bei den Kindern mit freier Nutzungsmöglichkeit des TVs 44%, welche täglich bzw. fast täglich Radio hören.

Abb. 4.41: Die Nutzungshäufigkeit des Radios bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich das Radio nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



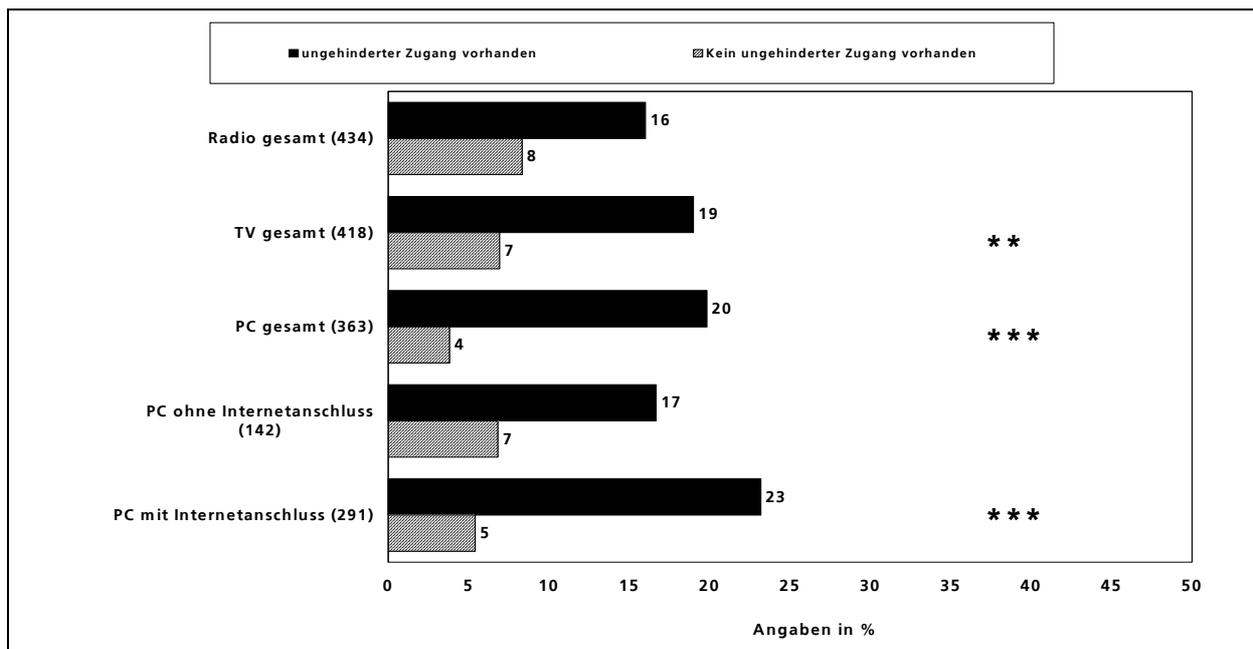
Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 499 Personen

Abb. 4.42: Die Nutzungshäufigkeit des Fernsehens bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich das Fernsehen nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Abb. 4.43: Die Nutzungshäufigkeit des PCs bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit vom ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich den PC nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Die Nutzungshäufigkeit und der ungehinderte Gerätezugang: Sprachregionale Unterschiede

Bei der Analyse der Zusammenhänge zwischen der ungehinderten Nutzungsmöglichkeit der Medien und der Nutzungshäufigkeit können lediglich bei der Fernsehnutzung sprachregionale Unterschiede beobachtet werden. Völlig unabhängig davon, zu welchem Gerätetyp ein uneingeschränkter Zugang besteht, sieht ein Kind in der italienischsprachigen Schweiz deutlich häufiger fern als eines in den beiden anderen Landesteilen. Wenn man bloss die Kinder mit freiem Zugang zum Fernseher (mit oder ohne Kabelanschluss) betrachtet, sind es südlich der Alpen 78%, westlich der Saane 61% und nördlich der Alpen 60% der Kinder, welche sich täglich vor den Fernseher setzen.

Die Nutzungshäufigkeit und der ungehinderte Gerätezugang: Soziodemo- grafische Unterschiede

Geschlechtsspezifische signifikante Differenzen gibt es einzig zwischen dem ungehinderten Gerätezugang und dem PC-Konsum: 7- bis 14-jährige Mädchen schalten den Computer deutlich weniger häufig ein als ihre männlichen Pendants, auch wenn sie dieselben ungehinderten Zugangsmöglichkeiten zum PC wie diese haben (PC mit Internetanschluss: 13% resp. 34%; PC ohne Internetanschluss: 3% resp. 25%).

Was das Alter der Kinder anbetrifft – vorausgesetzt die jüngeren und die älteren Kinder haben einen ungehinderten Zugang zu den Geräten der Unterhaltungselektronik – kann ein Unterschied zwischen den 7- bis 10-jährigen und den 11- bis 14-jährigen Kinder hinsichtlich ihrer Medien-Nutzungshäufigkeit ausgewiesen werden: Das Radio wird von den älteren Kindern deutlich häufiger beansprucht als von jüngeren (Radio insgesamt: 64% resp. 42%; TV insgesamt: 67% resp. 40%; HiFi-Anlage: 64% resp. 43%; Radio ohne Kabelanschluss: 65% resp. 47%; Radiowecker: 65% resp. 42%; CD-Player: 62% resp. 45%).

Offenbar scheint auch die Grösse des Wohnortes sich auf die Radio-Nutzungshäufigkeit der Kinder auszuwirken. Wenn ein ungehinderter Zugang zu den auditiven Geräten der Unterhaltungselektronik besteht, so hören Kinder aus kleineren Ortschaften öfter Radio als solche aus städtischen Gebieten (Radio mit Kabelanschluss: 70% resp. 49%; HiFi-Anlage: 64% resp. 50%; Walkman mit Radio: 68% resp. 38%; Kassettenrecorder: 62% resp. 49%; CD-Player: 65% resp. 52%).

Im übrigen sind es – bei freier Nutzungsmöglichkeit des Radios, der HiFi-Anlage, des Kassettenrecorders und des CD-Players – Kinder aus Familien mit hohem Einkommen, welche das Radio häufiger einschalten als solche aus Familien mit tieferem Einkommen (Radio insgesamt: 56% resp. 46%; HiFi-Anlage: 60% resp. 42%; Kassettenrecorder: 57% resp. 45%; CD-Player: 58% resp. 43%).

Abschliessende Bemerkungen:

- Je besser der Zugang der Kinder zu einem bestimmten Gerätetypen oder zu einer bestimmten Gerätegruppe (z.B. auditive oder visuelle Medien) der elektronischen Unterhaltungsme-

dien, desto intensiver ist tendenziell die Reichweite und die Nutzungsfrequenz des entsprechenden Gerätes bzw. der entsprechenden Gerätegruppe.

- Eine wichtige Ausnahme von dieser „Regel“ stellt die TV-Reichweite dar, welche bei den Kindern mit einem ungehinderten TV-Zugang nicht höher ausfällt als bei solchen ohne diese Nutzungsmöglichkeit.
- Kinder mit einem freien Zugang zum Fernseher hören weniger oft Radio als solche, deren Zugang zum TV limitiert ist. Dieser Zusammenhang ist sowohl bezüglich der Reichweite als auch der Nutzungsfrequenz zu beobachten.
- Der freie Gerätezugang der Kinder und die Nutzungsdauer der Medien durch die Kinder scheinen nur in einigen wenigen Fällen zusammenzuhängen. Die ungehinderte Nutzungsmöglichkeit der Medien erleichtert möglicherweise zwar den Einschaltimpuls der Kinder bei den entsprechenden Geräten (was sich wiederum positiv auf die Reichweite oder die Nutzungsfrequenz dieser Geräte auswirkt). Sie kann aber die Kinder kaum dazu verleiten, diese Geräte auch entsprechend länger zu nutzen als solche Kinder, deren Zugang zu den Medien von den Eltern eingeschränkt wird.
- Sämtliche Zusammenhänge zwischen den soziodemografischen Merkmalen der Kinder und ihrem Medienkonsum (Reichweite und Nutzungsdauer), welche im vorliegenden Unterkapitel bei Kindern mit einem ungehindertem Gerätezugang festgestellt werden konnten, sind bereits schon in den beiden Unterkapiteln 5.1. und 5.3. – in welchen keine Unterscheidung zwischen den Kindern mit bzw. ohne ungehinderten Gerätezugang vorgenommen worden war - beobachtet worden. Folgende medialen Nutzungspräferenzen in den verschiedenen soziodemografischen Gruppen zeigen sich bei den Kindern demnach völlig unabhängig davon, ob der freie Zugang zu den entsprechenden Geräten der Unterhaltungselektronik konstant gehalten wird oder nicht:
 1. Kinder südlich der Alpen schalten den TV öfter ein (dieser Zusammenhang bezieht sich auf die Reichweite und die Nutzungsfrequenz) und nutzen ihn länger als ihre Altersgenossinnen und Altersgenossen in den beiden anderen Sprachregionen.
 2. Knaben nutzen den PC öfter als Mädchen. Dieser geschlechtsspezifische Nutzungszusammenhang bezieht sich ausschliesslich auf die Nutzungshäufigkeit.
 3. Die TV-Reichweite ist bei 11-14-jährigen Kindern deutlich höher als bei 7- bis 10-jährigen Kindern.
 4. Ältere Kinder hören öfter Radio als jüngere. Auch dieser Nutzungszusammenhang bezieht sich nur auf die Häufigkeit, mit der das Radio eingeschaltet wird, nicht aber auf die Reichweite.
 5. Kinder aus ländlicheren Gegenden verzeichnen eine höhere Nutzungsfrequenz des Radios als solche aus urbaneren Gebieten.
 6. Kinder aus wohlhabenden Familien lassen sich öfter vom Radio berieseln als solche mit einem finanziell bescheideneren Familienhintergrund. Auch hier bezieht sich der Zusammenhang ausschliesslich auf die Nutzungshäufigkeit und nicht auf die Reichweite des Radios.
- Bei allen übrigen Zusammenhängen zwischen dem soziodemografischen Hintergrund der Kinder und deren Medienkonsum, welche in den Kapiteln 4.1., 4.2. und 4.3. eruiert werden

konnten, muss von einem (grösseren oder kleineren) Einfluss des Faktors „ungehinderter Gerätezugang“ ausgegangen werden.

4.4.4 Die Mediennutzung bei Kindern in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer

Nun wollen wir der Frage nachgehen, ob es einen Zusammenhang zwischen der Mediennutzung und der Geräteausstattung im Kinderzimmer gibt. Analog zum vorangehenden Kapitel tun wir dies zuerst in Bezug auf die Reichweite (Nutzung eines bestimmten elektronischen Massenmediums mindestens einmal täglich), anschliessend in Bezug auf die Nutzungsdauer (in Anzahl Minuten) und schliesslich in Bezug auf die Nutzungshäufigkeit¹. Auch im vorliegenden Kapitel verstehen wir unter der Mediennutzung ausschliesslich die drei grossen, auf der Unterhaltungselektronik basierenden medialen Tätigkeiten: Radiohören², Fernsehen³ und das Nutzen des PCs⁴ bzw. die Nutzung von Internet und E-Mail. Wir werden wiederum in dieser Reihenfolge auf die einzelnen Tätigkeiten eingehen. Die Frage nach der Geräteausstattung im Kinderzimmer wurde im Rahmen der Elternbefragung mit Hilfe einer Liste vorgegebener Gerätetypen gestellt. Die dazugehörige Frage lautete: „Welche der folgenden Nutzungsmöglichkeiten hat das Kind in seinem Zimmer?“⁵

¹ Die Frage zur Nutzungshäufigkeit weist folgende Antwortkategorien auf: „Täglich oder fast täglich“, „mehrmals pro Woche“, „ungefähr einmal pro Woche“, „weniger als einmal pro Woche“ und „nie“.

² Zu dieser Kategorie gehört das Radiohören via HiFi-Anlage, Radiogerät ohne Kabelanschluss, Radiogerät mit Kabelanschluss, Radiowecker oder Walkman mit Radio.

³ Zu dieser Kategorie gehört das Fernsehen via Fernseher mit Kabelanschluss oder Fernseher ohne Kabelanschluss.

⁴ Zu dieser Kategorie gehört die PC-Nutzung via PC mit oder ohne Internetanschluss. In der Elternbefragung wurde allerdings noch ein weiterer Begriff verwendet, welcher mit der PC-Nutzung nicht vollständig übereinstimmt: Die Nutzung von Internet und E-Mail. Die PC-Nutzung wurde anhand der Nutzungshäufigkeit und die Nutzung von Internet bzw. E-Mail anhand der Reichweite und der Nutzungsdauer erhoben (siehe Kapitel 5.1, 5.2 und 5.3).

⁵ Unterschieden wurde zwischen folgenden Nutzungsmöglichkeiten im Kinderzimmer: Fernsehen über Kabel, Fernsehen über Satelliten, Fernsehen über Antenne, Videos abspielen, DVDs abspielen, Radiohören über normale Antenne, Radiohören über Kabel, Radiohören über DAB/Satelliten, Kassetten hören, CDs hören, Mindiscs hören, MP3-Musicfiles hören, Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio), Spielkonsole, Gameboy, Mobilephone (Handy, Natel), PC ohne Internetanschluss sowie PC mit Internetanschluss.

4.4.4.1 Die Reichweite und die Geräteausstattung im Kinderzimmer

Die Reichweite und die Geräteausstattung im Kinderzimmer in der Schweiz und den einzelnen Sprachregionen

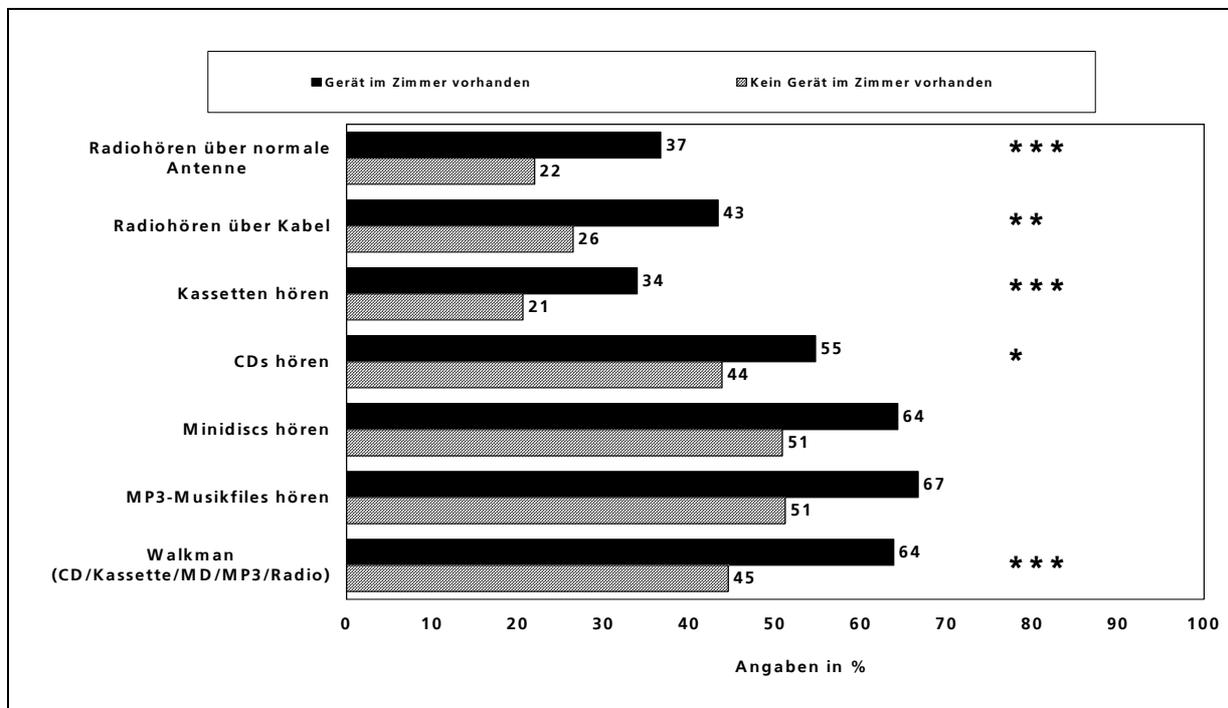
Radionutzung

- Wie Abb. 4.44 entnommen werden kann, schalten auf gesamtschweizerischer Ebene Kinder, welche im Kinderzimmer ein Antennen- bzw. Kabelradio, ein Kassettengerät oder ein Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio) benützen können, das Radio öfter ein als solche, welche in ihrem Zimmer nicht auf diese Geräte Zugriff nehmen können (Radio über normale Antenne: 37% resp. 22%; Radio über Kabel: 43% resp. 26%; Kassetten hören: 34% resp. 21%; Walkman: 64% resp. 45%). In den einzelnen Sprachregionen sind die betreffenden Unterschiede zwar nur teilweise signifikant, weisen aber in die gleiche Richtung.

TV-Nutzung

- Was den TV-Konsum in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer anbelangt, ergeben sich keine signifikanten statistischen Ergebnisse.

Abb. 4.44: Die Reichweite des Radios bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer: Prozentuale Verteilung der Kinder, die mindestens einmal täglich das Radio nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.

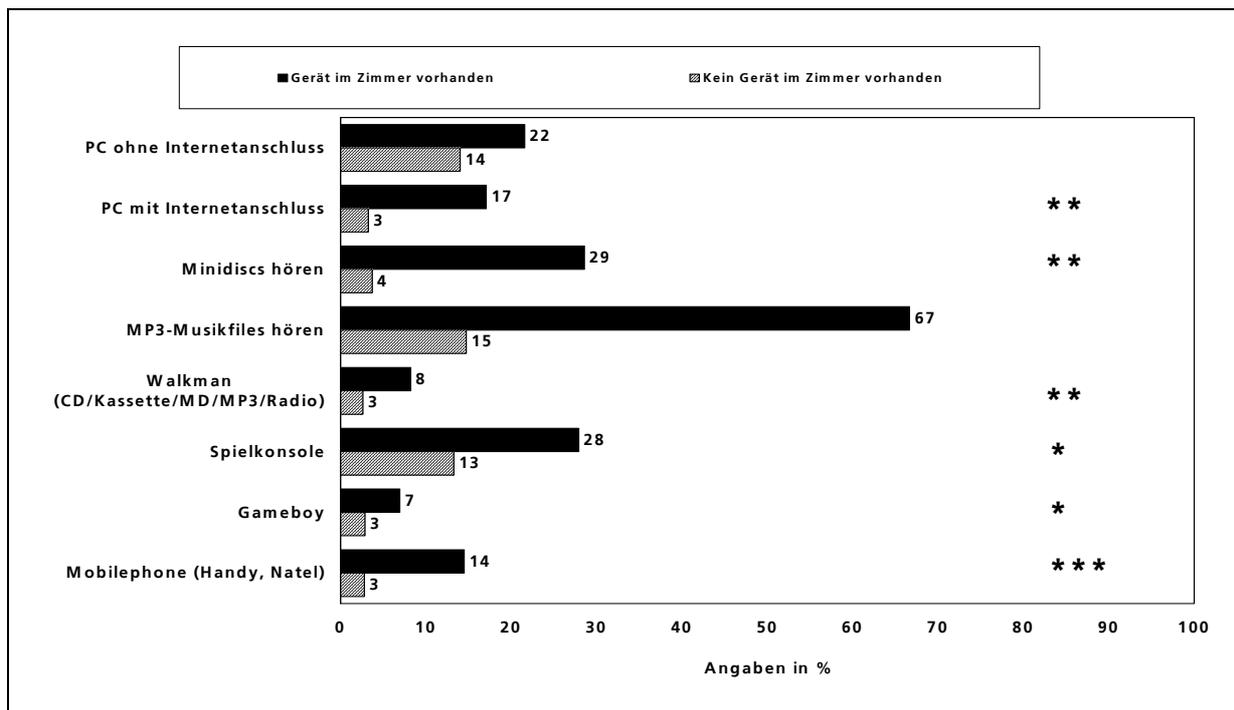


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Nutzung von Internet bzw. E-Mail

- Gleich mehrere statistische Zusammenhänge können aber zwischen der Nutzungsmöglichkeit der Medien und der Reichweite von Internet und E-Mail beobachtet werden (Abbildung 4.45). So machen Kinder, welche im Zimmer einen PC mit Internetanschluss, einen Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio), einen Gameboy, ein Mobilephone, eine Spielkonsole oder Minidiscs nutzen können, häufiger Gebrauch von Internet und E-Mail als solche, welche diese Nutzungsmöglichkeiten im Kinderzimmer nicht besitzen (PC mit Internetanschluss: 17% resp. 3%; Minidiscs: 29% resp. 4%; Walkman: 8% resp. 3%; Spielkonsole: 28% bzw. 13%; Gameboy: 7% resp. 3%; Mobiltelefone: 14% resp. 3%). Tendenziell gibt es auch in den einzelnen Sprachregionen ähnliche Zusammenhänge, diese sind aber – teilweise wahrscheinlich auch auf Grund der geringen Fallzahlen - nicht signifikant. MP3-Musikfiles werden zwar von markant mehr Kindern gehört, die diese Tätigkeit direkt in ihrem Zimmer ausüben können (67%) als von solchen, welche dies woanders im Elternhaus tun müssen (15%). Statistisch signifikant ist dieser Unterschied aber wegen der äusserst geringen Fallzahl von Kindern, welche MP3-Musikfiles nutzen können nicht.

Abb. 4.45: Die Reichweite von Internet und E-Mail bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer: Prozentuale Verteilung der Kinder, die mindestens einmal täglich Internet oder E-Mail nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 499 Personen

Die Reichweite und die Geräteausstattung im Kinderzimmer: Sprachregionale Unterschiede

Bei der Analyse der Zusammenhänge zwischen den Nutzungsmöglichkeiten der Medien im Kinderzimmer und deren Reichweite können keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den Sprachregionen eruiert werden.

Die Reichweite und die Geräteausstattung im Kinderzimmer: Soziodemografische Unterschiede

Auch was das Geschlecht angeht, sind keine Differenzen der Geräteausstattung in Abhängigkeit von den Nutzungsmöglichkeiten im Kinderzimmer auszumachen. Allerdings variiert die Radionutzung bei identischer Geräteausstattung nach Altersgruppe. Ältere Kinder, welche in ihrem Zimmer ein Radio (mit Antenne bzw. Kabel) oder einem Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio) nutzen können, hören öfter Radio als jüngere Kinder, die über die gleichen Nutzungsmöglichkeiten im Zimmer verfügen (Radio über normale Antenne: 69% resp. 45%; Radio über Kabel: 27% resp. 9%; Walkman: 51% resp. 20%). Zudem sehen Kinder, welche uneingeschränkt DVDs abspielen können, öfter fern, wenn sie sich in der Altersgruppe der 11- bis 14-Jährigen befinden (11%), als wenn sie der Gruppe der 7- bis 10-Jährigen angehören (2%). Dieser Zusammenhang ist jedoch auf Grund der geringen Fallzahlen mit einer gewissen Vorsicht zu geniessen.

Zwischen der Reichweite des Radios bei den Kindern und der Geräteausstattung im Kinderzimmer gibt es noch einen weiteren soziodemografischen Zusammenhang: Wenn davon ausgegangen werden kann, dass die Kinder in ihrem Zimmer CDs abspielen können, so hören Kinder aus kleineren Ortschaften öfter Radio (64%) als solche aus Städten bzw. Agglomerationen (47%).

4.4.4.2 Die Nutzungsdauer und die Geräteausstattung im Kinderzimmer

Die Nutzungsdauer und die Geräteausstattung im Kinderzimmer in der Schweiz und den einzelnen Sprachregionen

Radionutzung

- Deutschschweizer Kinder, welche im Zimmer ein Kassettengerät benutzen können, hören weniger lange Radio (1 Stunde und 16 Minuten) als solche, welche diese Nutzungsmöglichkeit nicht haben (2 Stunden und 9 Minuten). In der Suisse romande gibt es den genau gegenteiligen Zusammenhang: Kinder, die in ihrem Zimmer Kassetten abspielen können, hören länger Radio (1 Stunde und 36 Minuten) als solche ohne diese Nutzungsmöglichkeit (56 Minuten).
- In der Svizzera italiana sind es die Kinder, die in ihrem Zimmer frei über ein Radiogerät mit Kabelanschluss verfügen können, die sich deutlich länger auf den Äther begeben (1 Stunde und 56 Minuten) als ihre Kameradinnen und Kameraden, welche dies nicht tun können (51 Minuten).

TV-Nutzung

- Keine signifikanten bzw. plausiblen Zusammenhänge existieren zwischen der TV-Nutzungsdauer und den Nutzungsmöglichkeiten der einzelnen Geräte der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer.

PC-Nutzung

- In der Gesamtschweiz ist nur ein Zusammenhang zwischen der Geräteausstattung im Kinderzimmer und der Nutzungsdauer von Internet und E-Mail zu beobachten. So klicken sich Kinder, welche im Zimmer einen Gameboy nutzen können, weniger lang auf Internet und E-Mail ein (51 Minuten) als solche, welche nicht über diese Nutzungsmöglichkeit im Zimmer verfügen (1 Stunde und 40 Minuten).

Die Nutzungsdauer und die Geräteausstattung im Kinderzimmer: Sprachregionale Unterschiede

Genau einen plausiblen sprachregionalen Zusammenhang gibt es zwischen der Mediennutzungsdauer der Kinder und der Geräteausstattung in ihrem Zimmer. Vorausgesetzt, die Kinder können in ihrem Zimmer DVDs abspielen, sehen sie in der italienischsprachigen Schweiz deutlich länger fern (3 Stunden und 8 Minuten) als in der Deutschschweiz (1 Stunde und 29 Minuten) oder der Suisse romande (1 Stunde und 27 Minuten).

Die Nutzungsdauer und die Geräteausstattung im Kinderzimmer: Soziodemografische Unterschiede

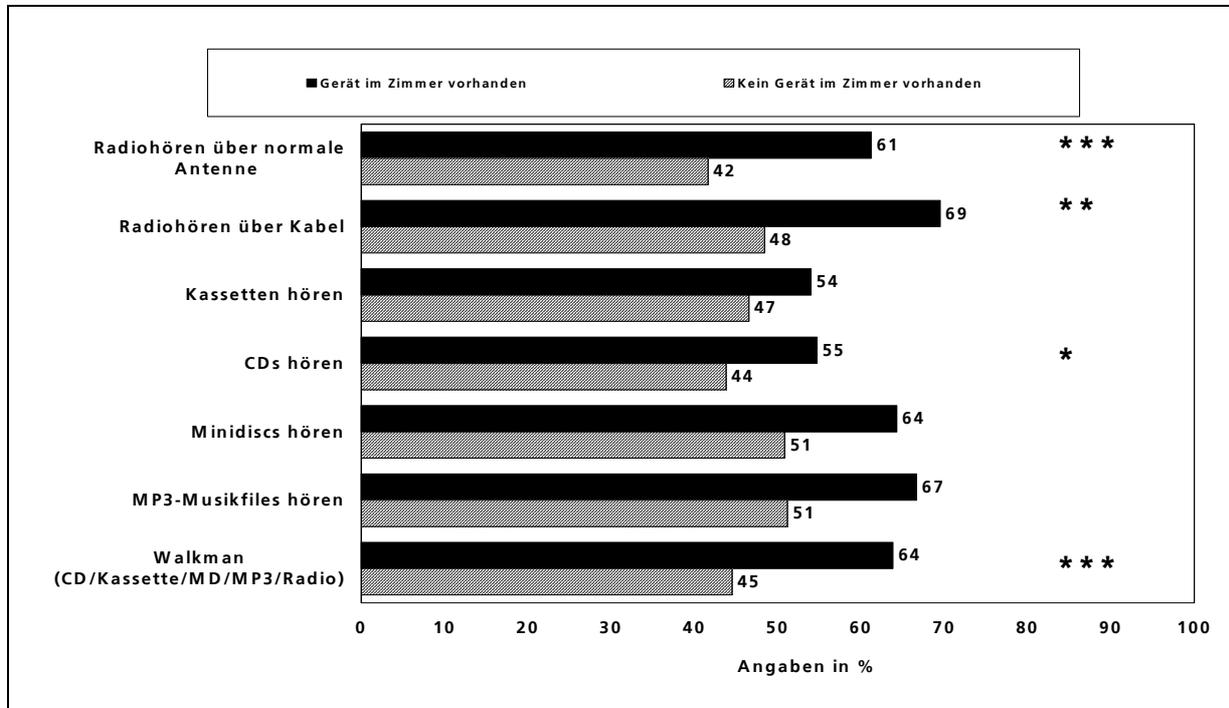
Zwischen den Nutzungsmöglichkeiten von elektronischen Medien im Kinderzimmer und der Nutzungsdauer in Abhängigkeit vom soziodemografischen Hintergrund der Kinder können keine Zusammenhänge ausgewiesen werden.

4.4.4.3 Die Nutzungshäufigkeit und die Geräteausstattung im Kinderzimmer

Die Nutzungshäufigkeit und die Geräteausstattung im Kinderzimmer in der Schweiz und den einzelnen Sprachregionen

Zahlreiche Zusammenhänge bestehen zwischen der Häufigkeit, mit denen die Kinder das Radio, den TV und den PC benutzen können und ihrer Möglichkeit, die verschiedenen Geräte der Unterhaltungselektronik in ihrem Kinderzimmer zu benutzen.

Abb. 4.46: Die Nutzungshäufigkeit des Radios bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit von ihrer Geräteausstattung im Kinderzimmer: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich das Radio nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
 Basis: 499 Personen

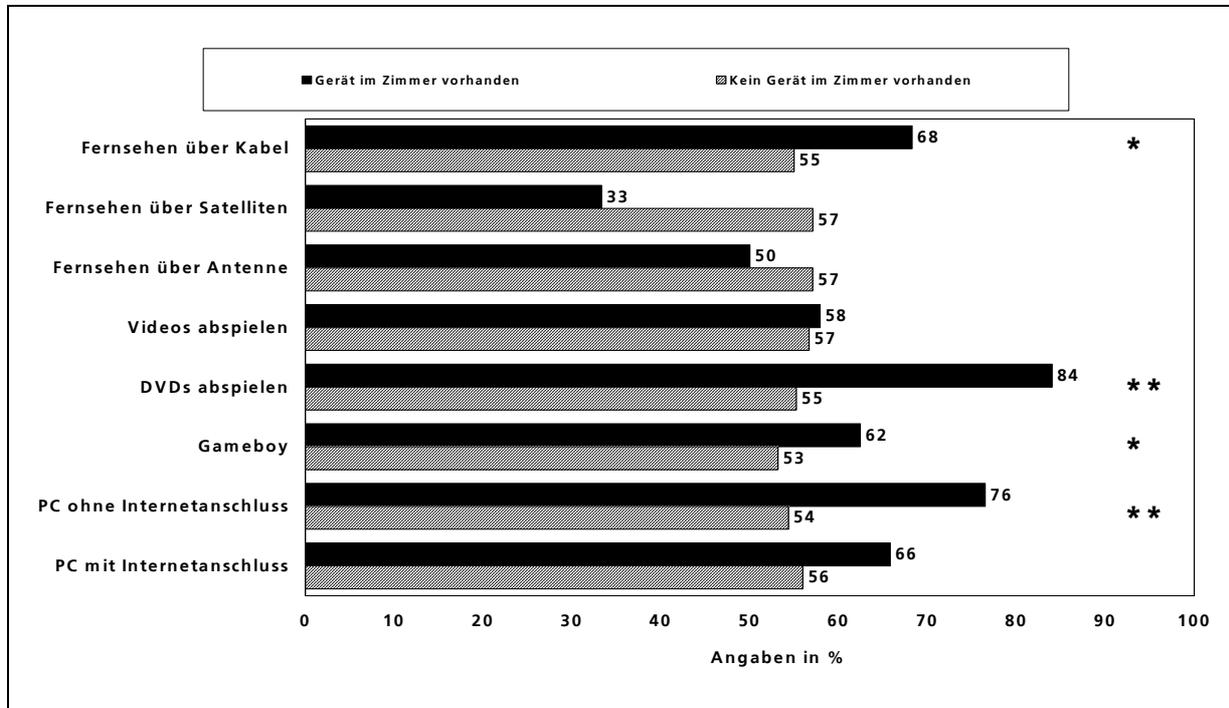
Radionutzung

- Wie Abbildung 4.46 zeigt, nutzen auf Ebene der Gesamtschweiz Kinder, welche im Zimmer die Möglichkeit haben, ein Radio mit Antenne oder Kabel, einen Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio) oder CDs zu gebrauchen, das Radio häufiger als solche, welche diese Nutzungsmöglichkeit im Zimmer nicht besitzen (Radio über normale Antenne: 61% resp. 42%; Radio über Kabel: 69% resp. 48%; Walkman: 64% resp. 44%; CDs hören: 55% resp. 44%). Einige dieser Zusammenhänge sind auch in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz signifikant; in der italienischsprachigen Schweiz sind die Fallzahlen für eine statistische Analyse allerdings zu klein.

TV-Nutzung

- Auch die TV-Nutzungsfrequenz ist grundsätzlich bei denjenigen Kindern höher, die nicht erst ins Wohnzimmer oder das Schlafzimmer der Eltern gehen müssen, um die verschiedenen elektronischen Medien zu nutzen, sondern dies gleich in ihrem eigenen Zimmer tun können (Abbildung 4.47). Signifikant sind in der Gesamtschweiz, teilweise aber auch in der Deutsch- und der Westschweiz folgende Zusammenhänge: Kinder, welche im Zimmer die Gelegenheit haben, einen Fernseher mit Kabel, einen PC ohne Internetanschluss, DVDs und Gameboys zu benutzen, sehen häufiger fern als solche, welche keine derartige Geräteausstattung in ihrem Zimmer besitzen (Fernsehen über Kabel: 68% resp. 55%; DVDs abspielen: 84% resp. 55%; Gameboy: 62% resp. 53%; PC ohne Internetanschluss: 76% resp. 54%).

Abb. 4.47: Die Nutzungshäufigkeit des Fernsehens bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich das Fernsehen nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.

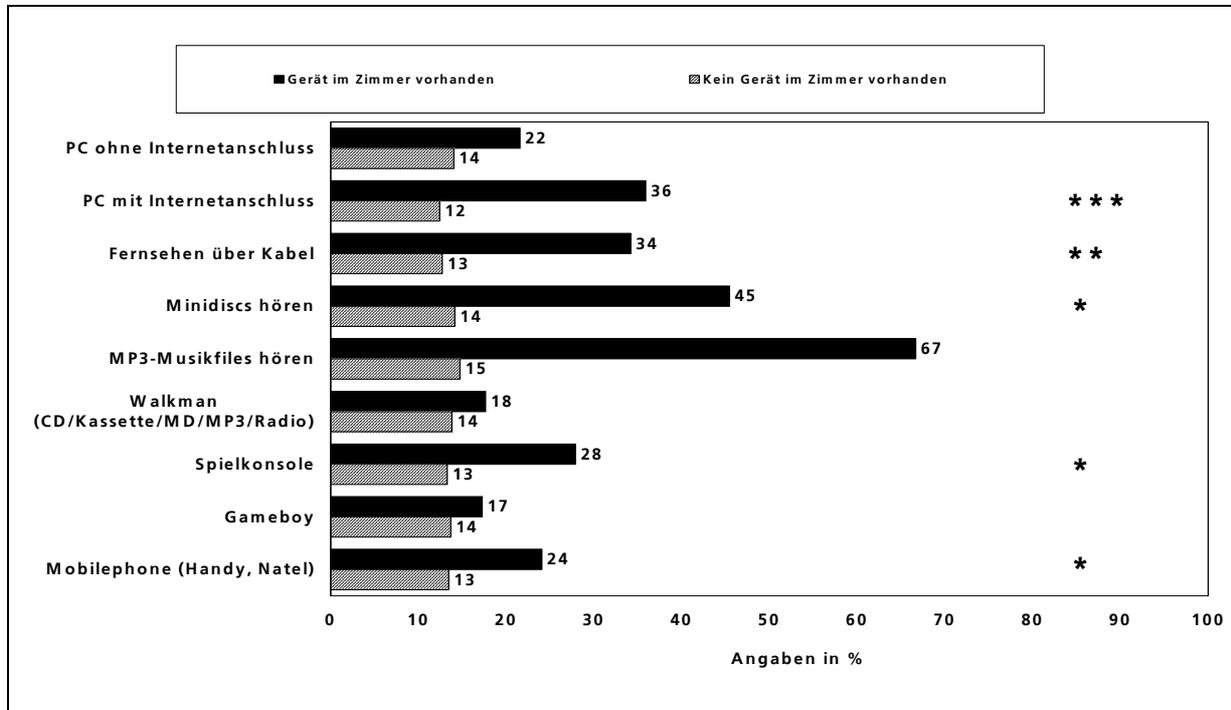


Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

PC-Nutzung

- Die Häufigkeit, mit welcher Kinder sich vor den PC setzen, hängt offenbar in starkem Masse davon ab, ob ein Kind in seinem Zimmer die Geräte der modernen Unterhaltungselektronik nutzen kann oder nicht (Abbildung 4.48). So begeben sich in der Schweiz jene Kinder besonders oft vor den Computer, wenn sie im Zimmer die Möglichkeit haben, einen PC mit Internetanschluss, einen Fernseher mit Kabelanschluss, Minidiscs, Spielkonsolen und Mobiltelefone zu benutzen (PC mit Internetanschluss: 36% resp. 12%; Fernsehen über Kabel: 34% resp. 12%; Minidiscs: 45% resp. 14%; Spielkonsolen: 28% resp. 13%; Mobiltelefone: 24% resp. 13%). Der Zusammenhang zwischen der Nutzungsmöglichkeit von Kassettengeräten im Zimmer und der PC-Nutzung ist gerade umgekehrt: Der PC wird von Kindern, welche in ihrem Zimmer Kassetten hören können, weniger häufig eingeschaltet (11%) als von solchen, die diese Möglichkeit nicht haben (23%). Oben beschriebene Zusammenhänge sind auf Grund der teilweise beschränkten Fallzahlen in den einzelnen Sprachregionen nur teilweise signifikant, tendenziell sind sie aber auch dort vorhanden.

Abb. 4.48: Die Nutzungshäufigkeit des PCs bei den Kindern in der Schweiz in Abhängigkeit von ihrer Geräteausstattung im Kinderzimmer: Prozentuale Verteilung der Kinder, die täglich oder fast täglich den PC nutzen. Die Prozentwerte beziehen sich auf diejenigen Personen, welche die entsprechende Frage beantwortet haben.



Universum: Haushalte mit Kindern in der ganzen Schweiz
Basis: 499 Personen

Die Nutzungshäufigkeit und die Geräteausstattung im Kinderzimmer: Sprachregionale Unterschiede

Die Nutzungshäufigkeit der Medien in Abhängigkeit von der Geräteausstattung im Kinderzimmer wirkt sich in der verschiedenen Sprachregionen gemäss den statistischen Tests nicht signifikant unterschiedlich aus. Auch hier kann aber wiederum eine Tendenz dahingehend beobachtet werden, dass die italienischsprachigen Schweizer Kinder ein besonderes Faible für den Fernseher und die Deutschschweizer Kinder eine Vorliebe für das Radio aufweisen.

Die Nutzungshäufigkeit und die Geräteausstattung im Kinderzimmer: Soziodemografische Unterschiede

Bei Konstanthaltung des Faktors „Geräteausstattung im Kinderzimmer“ können - wie schon in Bezug auf die Reichweite und die Nutzungsdauer - auch bei der Nutzungshäufigkeit keine geschlechtsspezifischen Radio-Nutzungsunterschiede erkannt werden. Auch bezüglich der TV-Nutzungsfrequenz ist es – wiederum unter Konstanthaltung des Aspekts der Geräteausstattung im Kinderzimmer – nicht möglich, von einem Unterschied zwischen dem Verhalten der Knaben und Mädchen zu sprechen.

Ein etwas anderes Bild als bei der Radio- und TV-Nutzungshäufigkeit bietet sich bei der Frequenz, mit welcher der Computer von den beiden Geschlechtsgruppen eingeschaltet wird. Zwar muss auf Grund der geringen Zahl der Kinder, welche überhaupt den PC nutzen, von einer statistischen Tendenz gesprochen werden, diese ist aber recht eindeutig: Auch wenn die Mädchen in ihrem Zimmer dieselben Möglichkeiten wie die Knaben haben, auf den PC ohne Internetanschluss zuzugreifen, wird das Gerät von den Mädchen sozusagen links liegengelassen (0% tägliche oder fast tägliche Nutzung), währenddem es von 35% der Knaben täglich bzw. fast täglich eingeschaltet wird.

Abschliessende Bemerkungen:

- Je besser die Ausstattung mit elektronischen Geräten bzw. Gerätegruppen im Kinderzimmer, desto höher ist tendenziell die entsprechende Reichweite bzw. Nutzungsfrequenz dieser Geräte bzw. Gerätegruppen.
- Eine wichtige Ausnahme von dieser „Regel“ stellt die Reichweite des Fernsehens dar, welche bei den Kindern mit einem TV in ihrem Zimmer nicht höher ausfällt als bei solchen ohne diese Nutzungsmöglichkeit. Das gleiche Phänomen konnte bereits schon in Bezug auf den ungehinderten Gerätezugang festgestellt werden.
- Wenn von einer identischen Geräteausstattung im Kinderzimmer ausgegangen werden kann, so scheinen sich die soziodemografischen Merkmale der Kinder nur in Einzelfällen auf die ihre Mediennutzung auszuwirken. Zwei dieser Zusammenhänge zwischen den verschiedenen soziodemografischen Faktoren und der Mediennutzung der Kinder, welche im vorliegenden Unterkapitel festgestellt werden können, werden durch die Ergebnisse der zwei Unterkapitel 5.1 und 5.3 - wo keine Unterscheidung zwischen den Kindern mit bzw. ohne Nutzungsmöglichkeit eines Gerätes im Kinderzimmer vorgenommen worden war – bestätigt. Diese zwei Zusammenhänge zeigen sich demnach bei den Kindern völlig unabhängig davon, ob der Aspekt der Nutzungsmöglichkeit der entsprechenden Geräte im Kinderzimmer konstant gehalten wird oder nicht:
 1. Das Radio kann bei Kindern aus ländlicheren Regionen eine höhere Reichweite generieren als bei solchen aus Städten oder Agglomerationen.
 2. Knaben greifen öfter auf den PC ohne Internetanschluss zu als Mädchen. Dieser Zusammenhang betrifft die Nutzungsfrequenz, nicht aber die Reichweite.
- Bei allen übrigen Zusammenhängen zwischen dem soziodemografischen Hintergrund der Kinder und deren Medienkonsum, welche in den Kapiteln 5.1, 5.2 und 5.3 eruiert werden konnten, muss von einem (grösseren oder kleineren) Einfluss des Faktors „Geräteausstattung im Kinderzimmer“ ausgegangen werden.
- Eine moderne, trendige Ausstattung von Geräten der Unterhaltungselektronik im Kinderzimmer (z.B. die Möglichkeit, Zugriff zu nehmen auf den PC, Spielkonsolen, DVDs, Mobiltelefone etc.) lässt tendenziell bei den Kindern die Reichweite sowie die Nutzungsfrequenz von PCs bzw. von Internet und E-Mail ansteigen. Sie ändert aber nichts an der Nutzungsdauer dieser Geräte.

4.5 Auf den Punkt gebracht

Völlig unabhängig davon ob man die *Reichweite*, die *Nutzungsdauer* oder die *Nutzungshäufigkeit* der Medien durch die Schweizer Kinder betrachtet; die Hitparade der Lieblingsmedien der Kinder bleibt immer die gleiche. Das Fernsehen steht in der Gunst der Kinder gemäss der Elternbefragung vom Frühling 2003 ganz oben, gefolgt vom Radio und von den Tonträgern (CDs, Mindiscs und HiFi-Anlagen etc.). Das Lesen, die PC-Nutzung bzw. die Nutzung von Internet und E-Mail sowie die Nutzung von elektronischen Spielzeugen nehmen im Medienalltag der Kinder einen eher marginalen Stellenwert ein.

Rund 60% der Schweizer Kinder schalten an Werktagen den Fernseher mindestens einmal täglich ein, 29% hören Radio und 27% nutzen einen oder mehrere Tonträger. Dabei ist die *Reichweite* der auditiven Medien (Radio und elektronische Tonträger) bei Kindern aus der Deutschschweiz signifikant höher als bei solchen aus den beiden anderen Sprachregionen. Wenn man die *Nutzungshäufigkeit* der Medien betrachtet, so finden die Geräte der auditiven Unterhaltungselektronik trotz der grossen Beliebtheit des Fernsehens bei den Kindern tendenziell grösseren Anklang als diejenigen der visuellen Unterhaltungselektronik.

Kinder südlich der Alpen weisen eine besonders hohe TV-Nutzungsdauer auf. Sie schauen an Werktagen während 2 Stunden und 3 Minuten fern, währenddem die Westschweizer und die Deutschschweizer Kinder täglich je 1 Stunde und 32 Minuten vor dem Fernseher verbringen. Die werktägliche Radionutzungsdauer der Kinder beträgt in der Deutschschweiz 1 Stunde und 21 Minuten, in der Suisse romande 1 Stunde und 2 Minuten und in der Svizzera italiana 1 Stunde und 8 Minuten.

In der Deutschschweiz und der Suisse romande ziehen die Kinder im Gegensatz zu den Erwachsenen die privaten Radioprogramme den Programmen der SRG SSR idée suisse deutlich vor. So verfügen die Privaten bei den Kindern in der Deutschschweiz bzw. der Suisse romande annähernd über zwei Drittel der Marktanteile (64% bzw. 60%), die SRG SSR-Programme erreichen in den beiden Landesteilen etwa die Hälfte (52% bzw. 50%) des jungen Publikums. In der Svizzera italiana hingegen nehmen die öffentlich-rechtlichen Sender von allen Sendegruppen sowohl bei den Kindern als auch bei den Erwachsenen die klar stärkste Position ein. Südlich der Alpen liegt der Marktanteil der Programme der SRG SSR idée suisse bei Kindern (82%) sogar über demjenigen der Erwachsenen (75%), die privaten Sender erreichen beim jungen Publikum einen Marktanteil von 12%.

Am Wochenende geht die *Reichweite* der Medien bei den Kindern über die ganze Schweiz betrachtet generell zurück, lediglich die Reichweite der Lesetätigkeit sowie von Internet und E-Mail bleibt samstags und sonntags im Vergleich zu den Werktagen quasi unverändert. Im Gegensatz dazu nimmt die *Nutzungsdauer* sämtlicher Medien ausser diejenige des Internets bzw. E-Mail am Wochenende teilweise deutlich zu. Ausnahmen bilden lediglich die Svizzera italiana, wo am Wochenende weniger lang Radio gehört und gelesen wird als an den Werktagen sowie die Suisse romande, in welcher die Kinder am Wochenende mehr Zeit mit dem Surfen im Internet verbringen als unter der Woche.

Die Schweizer Kinder nutzen mit wenigen Ausnahmen (Nutzung von Internet und E-Mail in der Deutschschweiz sowie Lesetätigkeit in der Svizzera italiana) die Medien teilweise deutlich weni-

ger lange als die Erwachsenen, was wohl hauptsächlich auf die unterschiedliche Tagesstruktur, die Restriktionen in Bezug auf die Nutzungsmöglichkeiten der Medien sowie die unterschiedliche Interessenslage von Jung und Alt zurückgeführt werden dürfte.

Die Medien werden von den verschiedenen soziodemografischen Gruppen unterschiedlich genutzt, was sich wiederum auf ihre *Reichweite* auswirkt: So wenden sich die Mädchen sowohl an Werktagen als auch an Wochenenden dem Radiohören, dem Lesen und der Nutzung von elektronischen Tonträgern häufiger zu als Knaben. Die Knaben weisen ihrerseits ein grösseres Faible für elektronische Spielzeuge auf als ihre weiblichen Altersgenossinnen. Zudem können Knaben eine höhere *PC-Nutzungshäufigkeit* für sich beanspruchen, insbesondere dann, wenn es sich um einen PC mit Internetanschluss handelt. Die PC-Nutzung ist bei der Knaben selbst dann höher als bei den Mädchen, wenn von identischen PC-Nutzungsmöglichkeiten ausgegangen werden kann.

Zwischen dem ungehinderten Zugang zu den Medien bzw. der Medienausstattung im Kinderzimmer und der Mediennutzung bestehen zahlreiche Zusammenhänge. Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass die Mediennutzung umso höher ausfällt, desto besser Kinder auf die entsprechenden Medien Zugriff nehmen können.

5. Interessen

Es ist anzunehmen, dass eine Person das Radio einschaltet und eine bestimmte Sendung hört, weil dort etwas angeboten wird, das sie interessiert. Bevor wir uns im Detail mit dem Radiokonsum auseinandersetzen, ist es angebracht zu untersuchen, welche Radio-Angebote sprechen die Kinder am meisten ansprechen? Dieses Kapitel befasst sich mit der Frage nach den Interessen der 7- bis 14-Jährigen für bestimmte Themen beim Radiohören. Wie in den vorhergehenden Kapiteln basieren auch die vorliegenden Daten auf den Ergebnissen der Elternbefragung einerseits und den Resultaten aus der Screening-Befragung der RC-Uhrenträger andererseits. Die Daten aus der Elternbefragung sind bevölkerungsrepräsentativ, jene aus der Screening-Befragung der RC-Uhrenträger hingegen nicht. Erstere liefern Ergebnisse über die Interessen der 7- bis 14-jährigen Kinder in der gesamten Schweiz, letztere nur für die Region Deutschschweiz.

Beide Interviews verwendeten dieselbe „Interessensfrage“, im ersten Fall wurde sie den Eltern bzw. den erwachsenen Bezugspersonen, beim Screening-Interview direkt dem Kind gestellt. Sie lautet: „Was interessiert das Kind besonders beim Radiohören? Geben Sie bitte an, wie häufig sich Ihr Kind jeweils für dieses Thema am Radio interessiert“ resp. „Was interessiert Dich besonders beim Radiohören? Sag mir für jedes Thema, das ich Dir jetzt vorlese, wie stark Du daran interessiert bist“. Die Befragten gaben zu jedem der folgenden 13 Themenbereiche Auskunft, ob das Kind bzw. sie sich dafür „häufig“, „gelegentlich“, „selten“ oder „nie“ interessieren: Sportsendungen, Musik, Kindersendungen (Sigg-Sagg-Sugg, Kinderclub etc.), Sendungen über Tiere/Natur, Sendungen über fremde Länder und Kulturen, Hörspiele, Humor/Satire/Kabarett, Telefonspiele/Quiz, Wunschkonzerte, Informationen zu Musikstars/Bands, Sendungen zu Technik, Nachrichten und Hitparade. Um die Darstellungen möglichst aussagekräftig gestalten zu können, wurden im Zuge einiger Auswertungen die Antwortkategorien nach „interessiert“ (=Interesse „häufig“, oder „gelegentlich“) und „nicht interessiert“ (=Interesse „selten“ oder „nie“) gruppiert.

In den folgenden Unterkapiteln stehen verschiedene Fragestellungen im Zentrum der Betrachtungen: zum einen die Interessen der Kinder für bestimmte Themen beim Radiohören in Abhängigkeit von Geschlecht, Alter und Anzahl Kinder im Haushalt. In weiteren Abschnitten richtet sich hingegen das Augenmerk auf die einzelnen Sprachregionen und den Unterschiede zwischen diesen. Die Darstellung der Unterschiede resp. der Vergleich bestimmter soziodemografischer Merkmale zwischen der Deutschschweiz, der Romandie und der Svizzera italiana gestaltet sich nach folgendem Schema: Vergleich aller 7- bis 14-Jährigen insgesamt, Vergleich zwischen Mädchen und Jungen, zwischen den Alterskategorien 7 bis 10 Jahre und 11 bis 14 Jahre sowie der Vergleich in Abhängigkeit von der Anzahl Geschwister resp. von der Anzahl Kinder zwischen 7 und 14 Jahren im Haushalt. Des Weiteren wird untersucht, ob und in wie weit sich die Angaben aus der repräsentativen Befragung mit denjenigen aus der Screening-Erhebung decken, d.h. es wird analysiert, ob sich die „direkten“ Antworten durch die Kinder von den „indirekten“, gefilterten durch die Erwachsenen unterscheiden oder nicht. Ein wichtiger Platz in diesem Kapitel wird schliesslich der multivariaten Analyse der Antworten der Erwachsenen über die Interessen-Präferenzen der Kinder eingeräumt bzw. der Antworten der Kinder selbst über die eigenen Vorlieben. Es handelt sich dabei um eine globale Betrachtung der Antworten in ihrer Gesamtheit. Es

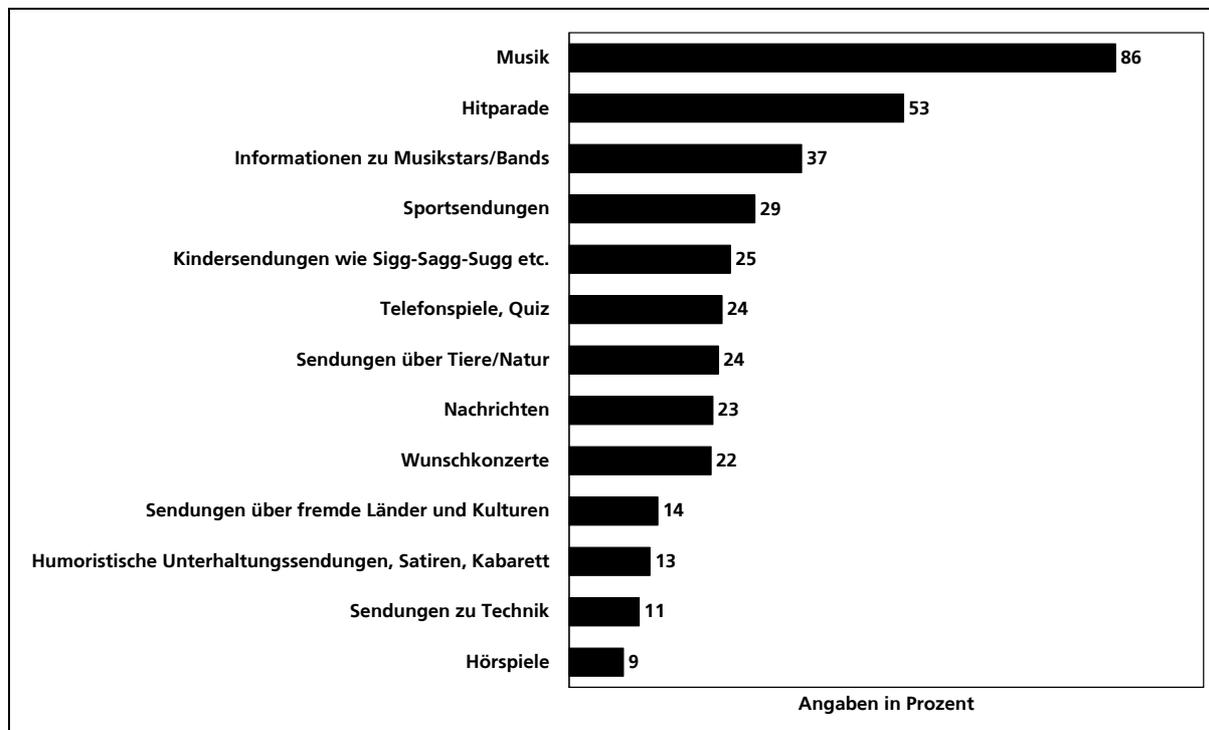
werden nicht die einzelnen Interessensfragen der Reihe nach – d.h. die eine nach der anderen – untersucht, sondern alle 14 gleichzeitig. Wie auf einer Landkarte wird dabei skizziert, wie ähnlich oder unähnlich (um die Sprache der Landkarte zu gebrauchen könnte man sagen „wie nah oder wie entfernt“) die verschiedenen Interessen sind. Die Krönung dieser multivariaten Beobachtung stellt die Bildung einer Interessentypologie dar. Dabei werden verschiedene Interessenprofile gebildet und soziodemographisch charakterisiert.

5.1 Die einzelnen Interessen in der ganzen Schweiz

5.1.1 Eine Hitparade der Kinder-Interessen für die ganze Schweiz

Kinder zwischen 7 und 14 Jahren interessieren sich mit grossem Abstand am häufigsten für Musik im Radio (86%), gefolgt von verwandten Themen wie Hitparade (53%) und Informationen zu Musikstars/Bands (37%), wie Abbildung 5.1. zeigt. Andere Inhalte kommen unterschiedlich gut an: Für Sport- und Kindersendungen sowie für solche über Tiere/Natur, interaktive Formate wie Quiz/Telefonspiele und Wunschkonzerte interessieren sich laut Angaben der Eltern 22% bis 29% der Kinder, Sendungen über fremde Länder/Kulturen, Humor, Technik und Hörspiele wecken das Interesse von 9% bis 14% der Kinder.

Abb. 5.1: Interessen der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“

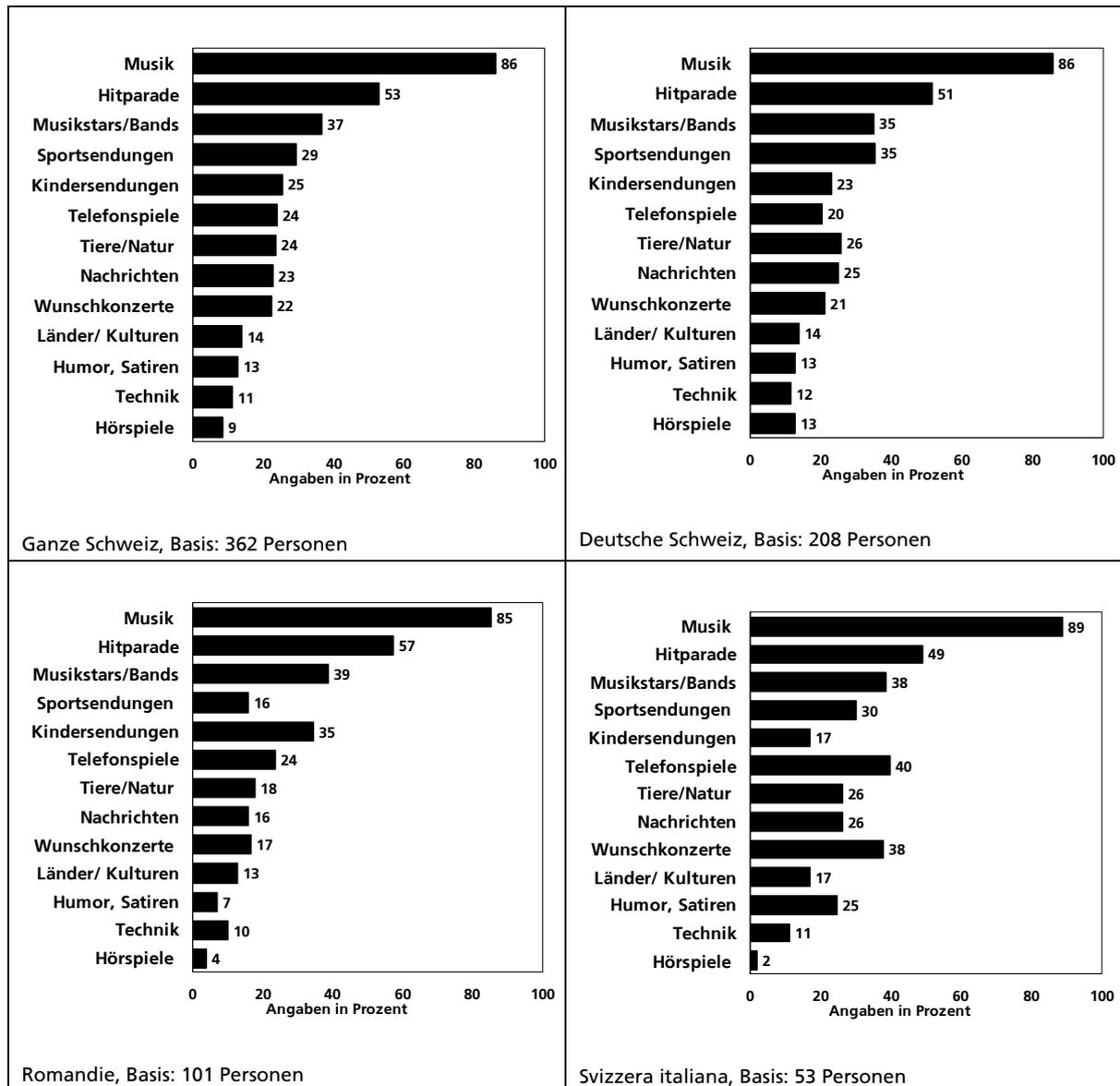


Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz“ beantwortet haben)
Basis: 362 Personen

5.1.2 Sprachregionale Unterschiede

Abbildung 5.2. zufolge ändert sich an der „Hitparade“ der Interessen – unterschieden nach Sprachregionen – auf den Spitzenpositionen nicht viel: Musik und damit verbundene Formate stehen sowohl bei Kindern in der deutschen wie auch in der französischen und italienischen Schweiz an vorderster Stelle. Vielmehr variiert das Interesse der Kinder je nach Sprachregion bei interaktiven Formaten wie Telefonspiele/Quiz und Wunschkonzerten sowie humoristischen Unterhaltungssendungen/Satiren/Kabarett.

Abb. 5.2: Interessen der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



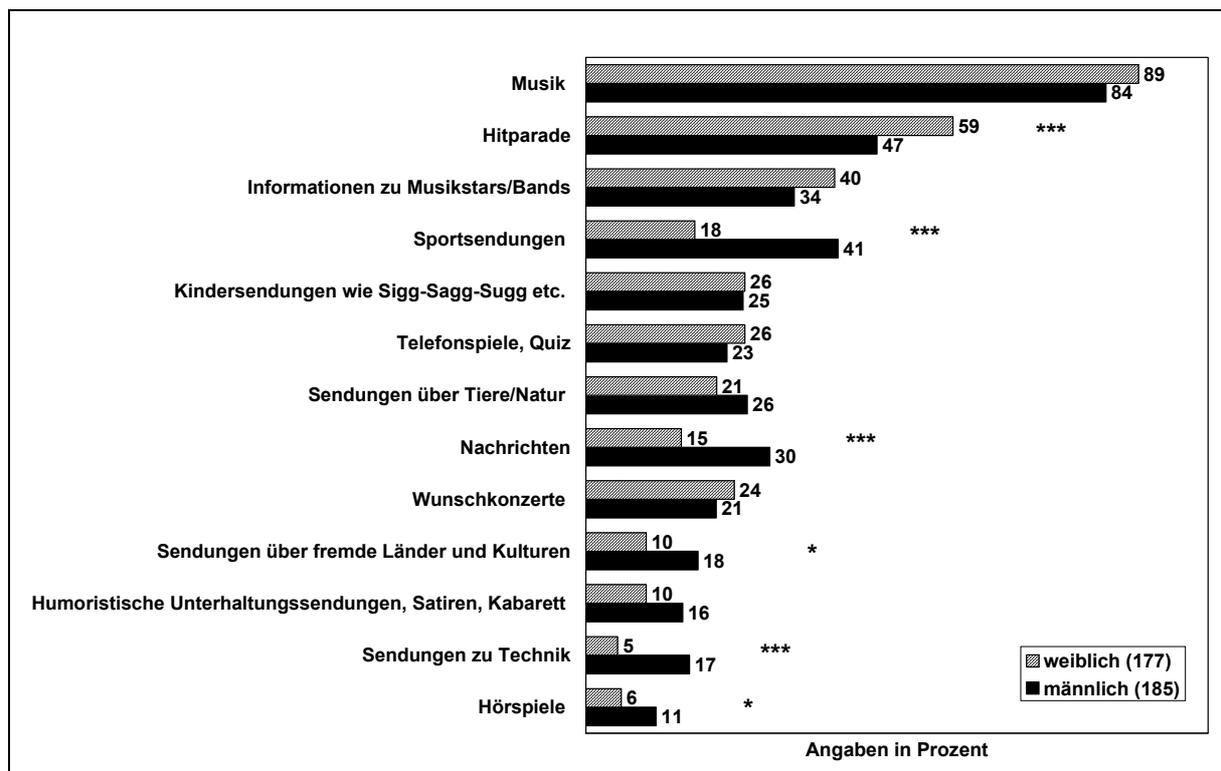
Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

Es ist bemerkenswert, dass in allen genannten Fällen die Kinder der Svizzera italiana es sind, die sich im Vergleich zu ihren Gleichaltrigen in den beiden anderen Sprachregionen überdurchschnittlich für die oben genannten Themen im Radio interessieren. Weiter fällt auf, dass sich die jungen Romands und Romandes nur sehr wenig für Sportsendungen, aber sehr stark für Kindersendungen interessieren. Die genannten Unterschiede sind allesamt statistisch signifikant.

5.1.3 Soziodemographische Unterschiede: die ganze Schweiz

Interessieren sich Jungen und Mädchen für die gleichen Inhalte? Hören ältere Kinder andere Radiosendungen als jüngere? Und wie steht es mit den Interessen von Einzelkindern gegenüber den Interessen von Kindern mit einem oder mehreren Geschwistern? Diese Fragen stehen im Zentrum der Abschnitte zu den soziodemografischen Unterschieden in der Schweiz und zwischen den einzelnen Sprachregionen.

Abb. 5.3: Interessen der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Geschlecht, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



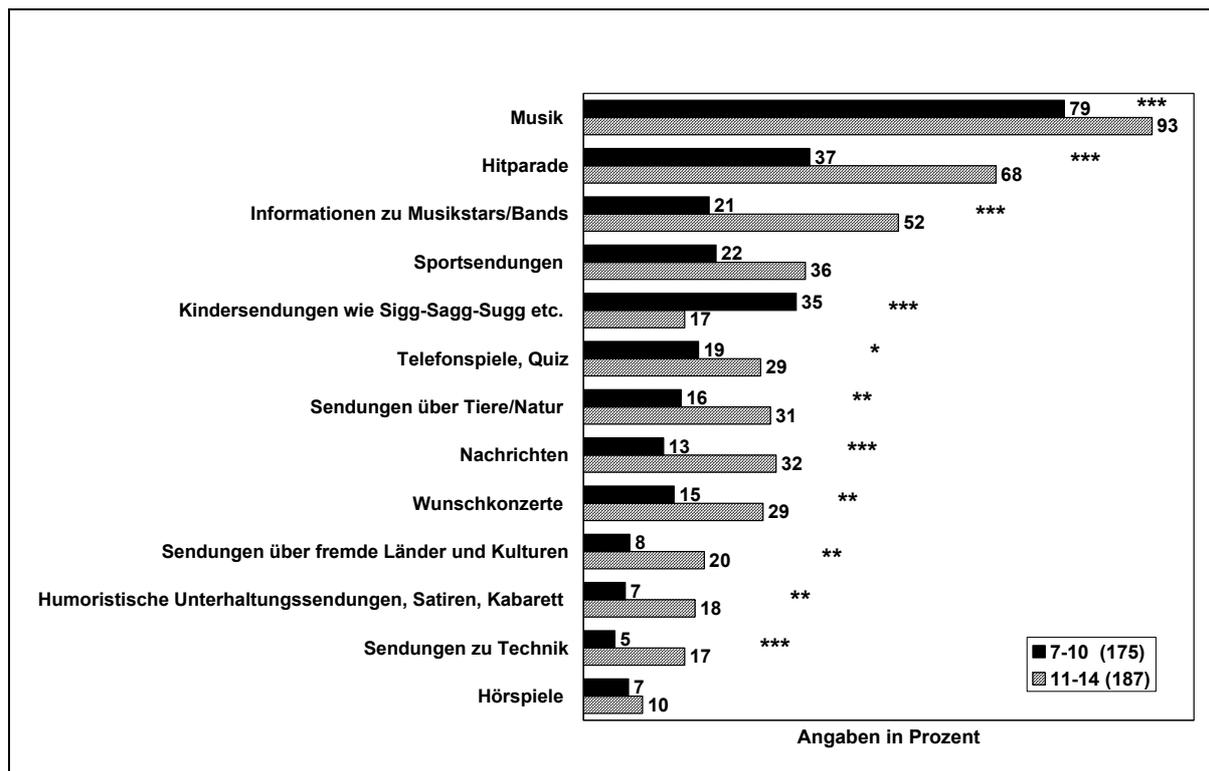
Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
Basis: 362 Personen; Knaben: 185; Mädchen: 177

Über die gesamte Schweiz gesehen, lassen sich einige geschlechtsspezifische Präferenzen für bestimmte Sendungen identifizieren: Signifikant mehr Jungen als Mädchen interessieren sich den erwachsenen Auskunftspersonen zufolge für Sportsendungen, Nachrichten, Sendungen zu

Technik sowie Sendungen über fremde Länder und Kulturen sowie Hörspiele. Überdurchschnittlich viele Mädchen zeigen ein starkes oder zumindest ein gewisses Interesse für die Hitparade (Abbildung 5.3). Im Allgemeinen kann man Folgendes festhalten: Während die beliebtesten Themen wie Musik oder Hitparade tendenziell mehr Mädchen als Knaben interessieren, verhält es sich bei den verhältnismässig weniger beliebten Sendungen über die Technik oder bei den Hörspielen gerade umgekehrt.

Wenn wir die Beziehung zwischen den Interessen der Kinder und ihrem Alter betrachten (Abbildung 5.4), fällt auf, dass die 11- bis 14-Jährigen durchwegs mehr Interessen für sämtliche Themen an den Tag legen als die 7- bis 10-Jährigen – mit Ausnahme von Kindersendungen! „Sigg-Sagg-Sugg“ und andere Formate scheinen also nach Angaben der Erwachsenen die jüngeren Kinder überdurchschnittlich gut zu erreichen. Der altersbedingte Unterschied in der Häufigkeit der Interessen mag allerdings auch mit der Komplexität gewisser Interessensgebiete zusammenhängen: bestimmte Themen wie die Technik übersteigen wahrscheinlich das Vorstellungsvermögen der jüngeren Kinder.

Abb. 5.4: Interessen der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“

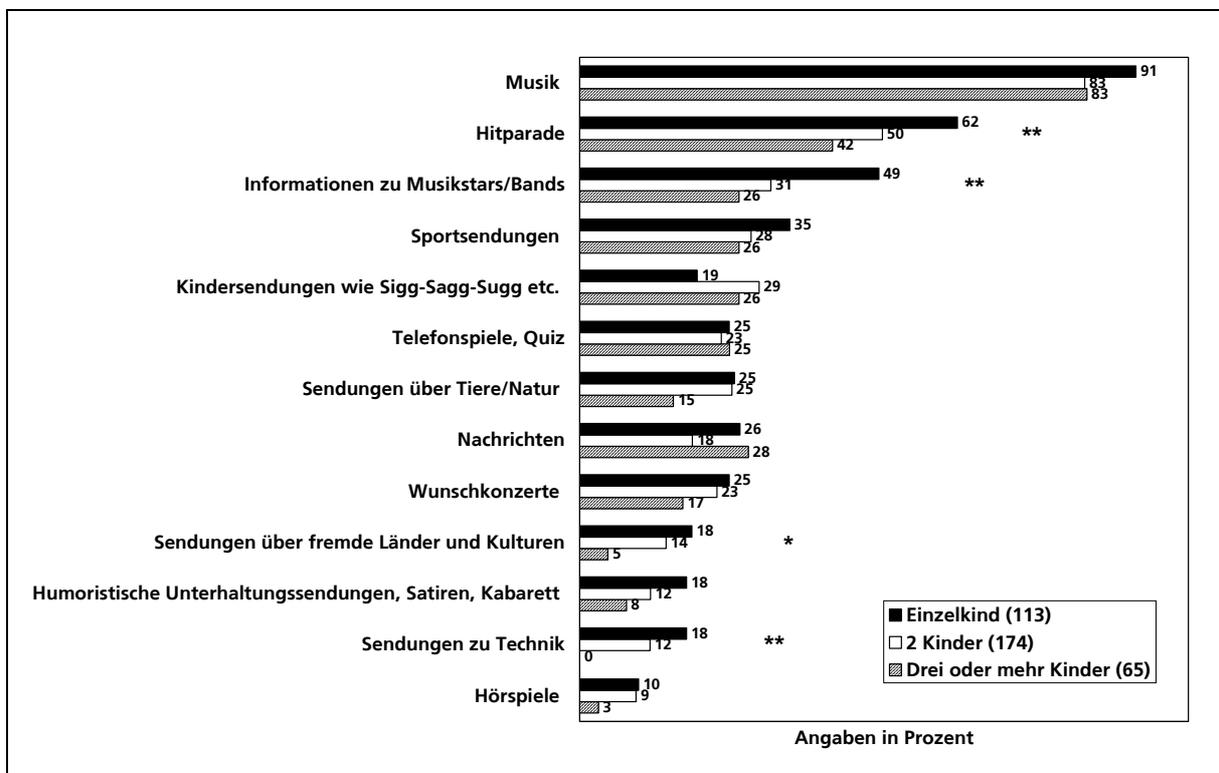


Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
 Basis: 362 Personen; 7- bis 10-Jährige: 175 Personen; 11- bis 14-Jährige: 187 Personen

Haben Einzelkinder andere Interessen als Gleichaltrige mit einem oder mehreren Geschwistern? Die Vermutung liegt nahe, dass sich Kinder ohne Geschwister mehr für interaktive Formate interessieren: Der soziale Kontakt innerhalb der Familie ist bei ihnen auf maximal zwei Personen limitiert und der Austausch mit anderen Kindern findet für sie ja nur ausserhalb der Familie statt; das Radio könnte somit eine Art parasoziale Funktion erfüllen. Wunschkonzerte sowie Telefon-

spiele und Quiz sind prima vista Sendungstypen, die eventuelle parasoziale Bedürfnisse bestens befriedigen. Betrachtet man die Antworten der Erwachsenen über die Kinderinteressen, scheint diese Eigenschaft nicht ausschlaggebend zu sein: Einzelkinder interessieren sich zwar leicht häufiger für Wunschkonzerte (25%) als Kinder mit einem (23%) oder mehreren (17%) Geschwistern, die Unterschiede sind dabei aber statistisch nicht signifikant. Bei den Telefonspielen und Quiz ist das Verhältnis sogar äusserst ausgeglichen: Zwischen 23% und 25% der Befragten gaben an, ihr Kind (mit oder ohne Geschwister) interessiere sich für dieses Format (Abbildung 5.5).

Abb. 5.5: Interesse der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Unterschiede in Zusammenhang mit der Anzahl Kinder im Haushalt, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
 Basis: 352 Personen; Einzelkind: 113 Personen; zwei Kinder: 174 Personen; drei oder mehr Kinder: 55

Eine andere – zugegebenermassen leicht gewagte – Hypothese würde postulieren, dass die Begleitfunktion des Radios in Familien mit mehreren Kindern ausgeprägter ist als in Familien mit einem Kind, weil die Hörsituation der Kinder unterschiedlich ist. Daraus wäre zu folgern, dass Einzelkinder beim Radiohören nicht durch Geschwister „abgelenkt“ sind und sich deshalb häufiger für Themen interessieren (können), die ein konzentriertes Zuhören erfordern. Dem ist nicht ganz so: Das Interesse für Sendungen zu bestimmten „anspruchsvollen“ Themen wie „fremde Länder und Kulturen“ oder „Technik“ ist bei den Einzelkindern zwar am höchsten, jedoch gilt diese Beobachtung ebenfalls für Musik und Hitparade – Inhalte, denen eine genuin begleitende Funktion zugeschrieben wird. Dass diese These vielleicht doch nicht ganz verworfen werden muss, liegt daran, dass „Hörspiele“ und „Sendungen zu Technik“ in Haushalten mit mehreren Kindern bei den Knaben und Mädchen auf signifikant weniger Interesse stossen als in Familien,

in welchen eins bzw. zwei Kinder leben. Kann es vielleicht doch sein, dass das Ablenkungspotenzial durch die Präsenz mehrerer Kinder das Interesse für Sendungen, die ein konzentriertes Zuhören verlangen, hemmt?

Generell bleibt festzuhalten, dass sich Einzelkinder durchwegs mehr für alle befragten Themen interessieren als Kinder mit Geschwistern, vielleicht aus dem Antrieb, sich mit Freundinnen und Freunden über alle Themen austauschen zu können. Warum aber gerade das Interesse für Kindersendungen wie „Sigg-Sagg-Sugg“ leicht geringer ist, bleibt ungeklärt – es muss diesbezüglich als Relativierung hinzugefügt werden, dass der prozentuale Unterschied im Rahmen des statistischen Fehlers liegt und somit durchaus zufällig sein könnte. Ein weiterer Grund für das überdurchschnittliche Interesse der Einzelkinder an vielen verschiedenen Themen könnte das unterschiedliche Zeitbudget sein: Einzelkinder hören öfter und länger Radio als Kinder mit Geschwistern. Ein Zusammenhang zwischen Dauer des Radiokonsums und Interessen wäre durchaus plausibel; einzig die Frage nach der Beziehung zwischen Ursache und Wirkung wäre abzuklären: Zeigen Einzelkinder ein überdurchschnittliches Interesse gegenüber verschiedenen Themenbereichen, weil sie länger Radio hören oder umgekehrt?

5.1.4 Soziodemographische Unterschiede: die verschiedenen Sprachregionen

Die in der Gesamtschweiz beobachtbaren signifikanten Unterschiede zwischen den Interessen von Knaben und Mädchen (Sportsendungen, Nachrichten, Technik) schlagen sich nicht in jeder Region gleichermassen nieder (Abbildung 5.6):

Deutschschweiz:

- Telefonspiele und Wunschkonzerte interessieren in der Deutschschweiz vergleichsweise mehr Jungen als Mädchen.

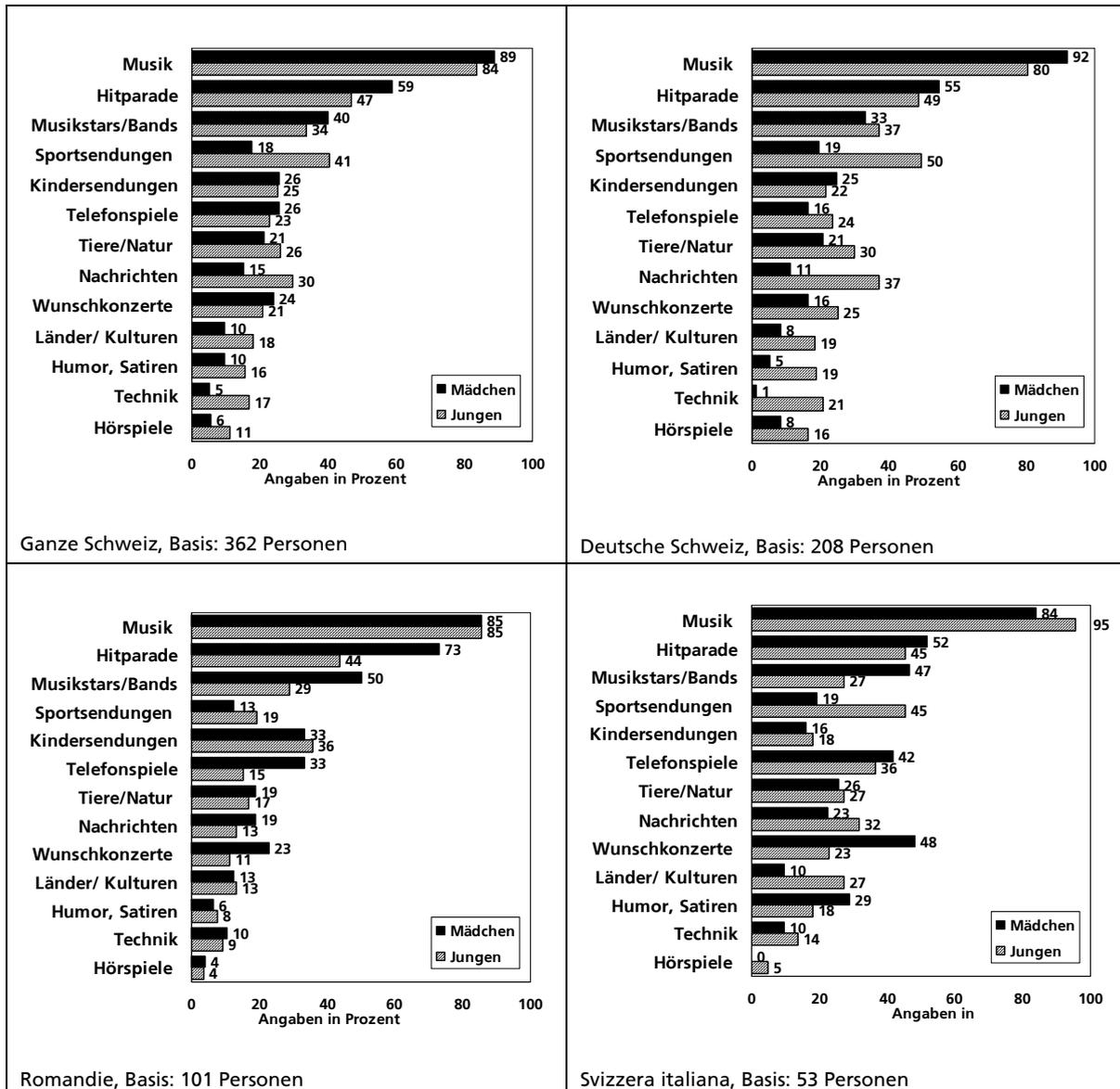
Romandie:

- Der Anteil sportinteressierter Mädchen und Jungen differiert deutlich weniger als in den zwei übrigen Sprachregionen, ebenso das Interesse für Techniksendungen. Das Interesse für Nachrichten ist bei den Mädchen grösser als bei den Jungen.

Svizzera italiana:

- Humoristische Unterhaltungssendungen stossen in der Svizzera italiana im Unterschied zur Deutschschweiz und der Romandie bei den Mädchen auf grösseres Interesse als bei den Knaben. Während das Interesse für Musik bei den Mädchen in der Deutschschweiz und der Romandie am höchsten ist, sind es südlich der Alpen mehr Jungen, die sich von diesem Radioangebot am ehesten angezogen fühlen. Das Interesse für Wunschkonzerte, das in der Svizzera italiana im Vergleich zu den beiden anderen Regionen erheblich grösser ist, schlägt sich auch soziodemografisch nieder: Mehr Mädchen als Jungen sprechen diesem Format zu.

Abb. 5.6: Interesse der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen, Unterschiede in Zusammenhang mit dem Geschlecht, Anteile der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

Auch punkto Alterskategorien fallen die Unterschiede nicht in jeder Region identisch aus (Abbildung 5.7):

Deutschschweiz:

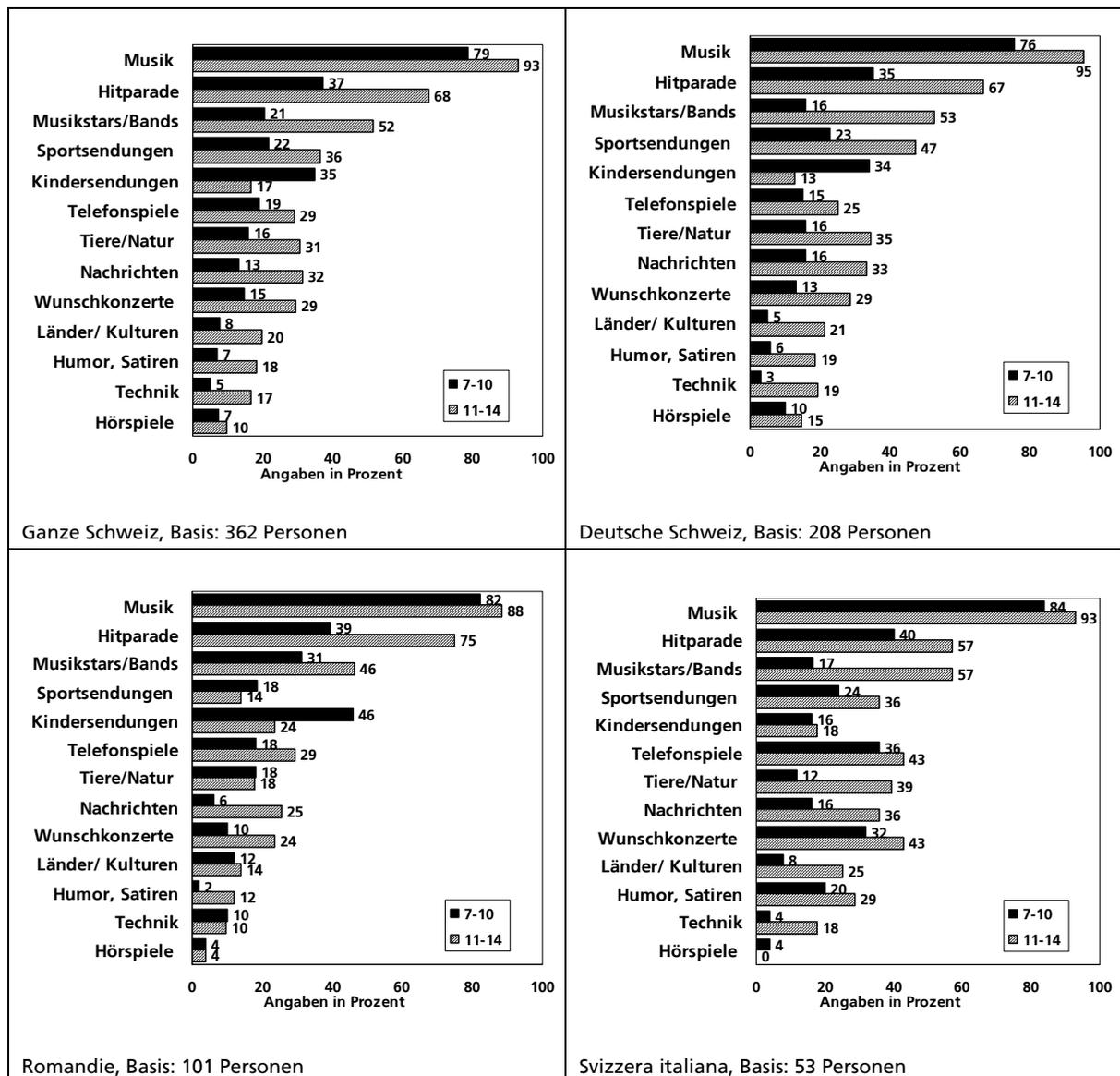
- In dieser Region ist der Unterschied bezüglich Musikinteresse zwischen den Altersklassen am grössten: Fast alle Mädchen interessieren sich für die Musik am Radio. Die Schwankungen bei den übrigen Themen sind in etwa immer gleich gross. Wie in der gesamten Schweiz ist auch in der Deutschschweiz das Interesse für die meisten Themen bei den 11- bis 14-jährigen Kindern überdurchschnittlich ausgeprägt. Die grosse Ausnahme dabei: das Interesse für die ver-

schiedenen Kindersendungen: Nicht weniger als 34% der Kinder zwischen 7 und 10 Jahren interessieren sich in der Deutschschweiz dafür.

Romandie:

- Das Interesse für Technik, Natur/Tiere, Länder/Kulturen sowie für Hörspiele ist hier im Gegensatz zu den beiden anderen Regionen kaum altersabhängig. Die 7- bis 10-Jährigen interessieren sich für diese Themen praktisch in gleichem Masse wie die 11- bis 14-Jährigen. Nirgends wie in der Romandie ist der prozentuale Anteil an 7- bis 10-Jährigen, die sich für Kindersendungen interessieren, so gross (46%).

Abb. 5.7: Interesse der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen, Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



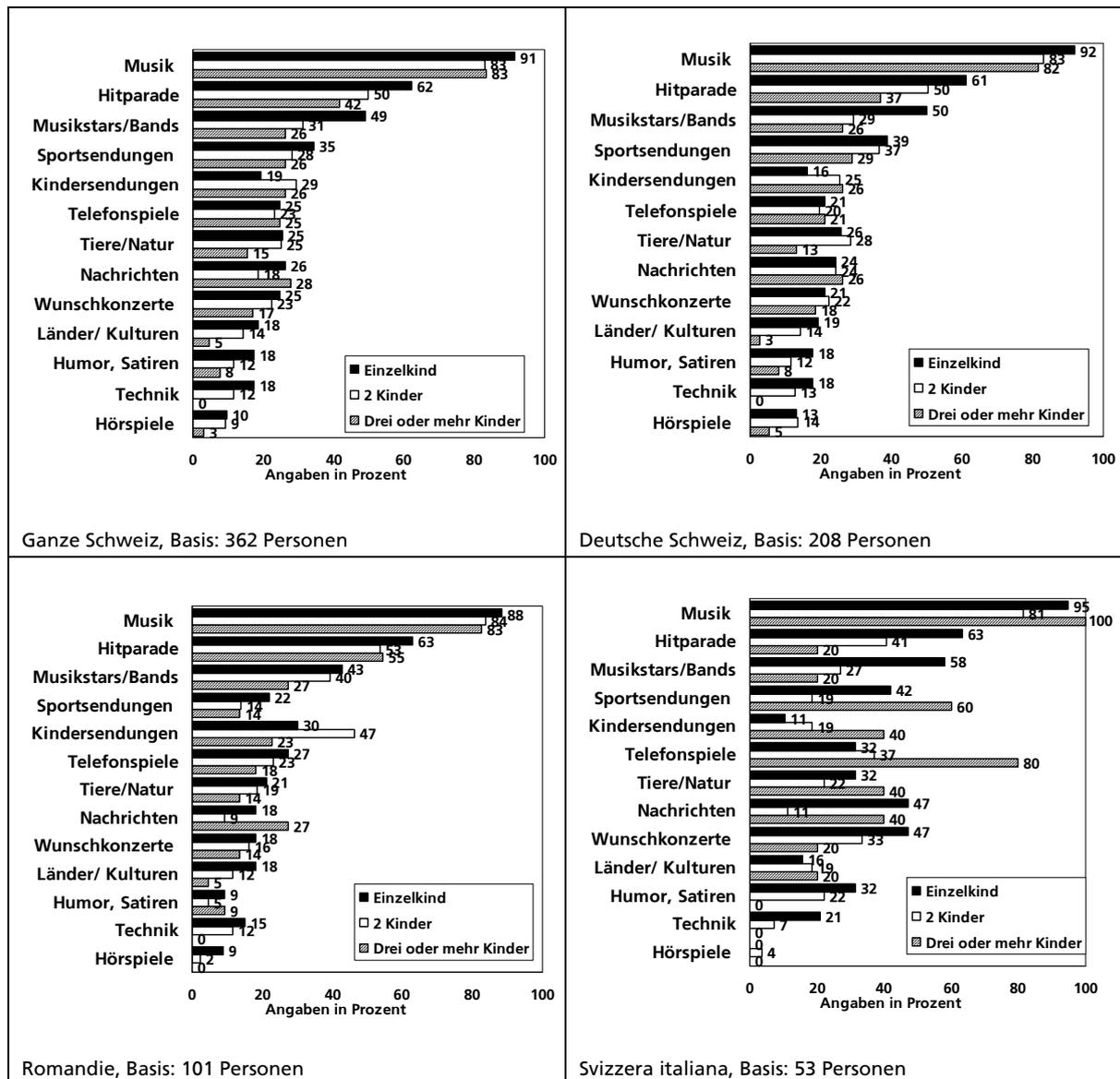
Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

Svizzera italiana:

- Die einzige Region, in welcher das Interesse für Kindersendungen praktisch altersunabhängig ist! Das Interesse für Sendungen über Tiere und Natur ist südlich der Alpen zwar geschlechts-, aber nicht altersunabhängig. Im Gegensatz zu den zwei anderen Sprachregionen ist das Interesse für die Informationen über die verschiedenen Musikstars bei den 11- bis 14-Jährigen gleich ausgeprägt wie das Interesse für die Hitparade.

Last but not least möchten wir uns noch mit der Interessenverteilung in den drei Regionen in Zusammenhang mit der Frage nach der Anzahl Kinder im Haushalt beschäftigen (Abbildung 5.8).

Abb. 5.8: Interesse der Kinder gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen, Unterschiede in Zusammenhang mit der Anzahl Kinder im Haushalt, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

Deutschschweiz:

- Insgesamt ergeben sich kaum nennenswerte Unterschiede in Zusammenhang mit der Anzahl Kinder im Haushalt. Die Interessen der Deutschschweizer Kinder entsprechen im Grossen und Ganzen dem gesamtschweizerischen Durchschnitt.

Romandie:

- Im Vergleich zu den anderen Regionen verzeichnen in der Romandie Kinder aus Haushalten, in denen insgesamt zwei Kinder leben, ein überdurchschnittliches Interesse für Kindersendungen, Kinder aus Haushalten mit einem oder mehreren Geschwistern ein überdurchschnittliches Interesse für Nachrichten. Bemerkenswert ist zudem der absolute Mangel an Interesse für Hörspiele und Programme über Technik seitens der Kinder, die mehrere Geschwister haben.

Svizzera italiana:

- Einzelkinder im Tessin und im italienischsprachigen Graubünden interessieren sich nach Angaben der erwachsenen Personen, die über die Radio-Vorlieben der Kinder Auskunft gegeben haben, überdurchschnittlich für Wunschkonzerte sowie für Sendungen über Technik. Knaben und Mädchen aus Haushalten mit drei oder mehr Kindern verzeichnen sowohl für Musik als auch für Telefonspiele ein überdurchschnittliches Interesse.

Generell bleibt festzuhalten, dass auch auf sprachregionaler Ebene unabhängig der soziodemographischen Besonderheiten musikalische Themenbereiche (vor allem „Musik“ und „Hitparade“) zuoberst auf der Interessen-Hitliste zu finden sind. Eher anspruchsvollere Bereiche, die ein konzentriertes Zuhören bzw. ein minimales Kompetenz-Grundwissen verlangen, um voll genossen zu werden, befinden sich hingegen in den meisten soziodemographischen Kategorien der drei Sprachregionen an letzter Stelle.

5.2 Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in der ganzen Schweiz

5.2.1 Eine räumliche Darstellung der Interessenähnlichkeiten

Im vorhergehenden Unterkapitel wurde die Aufmerksamkeit auf die einzelnen Interessenfragen gerichtet. Sowohl die meisten Erwachsenen als auch die Mehrheit der Kinder beschränken aber ihr Interessenspektrum nicht auf ein einziges Thema, was die möglichen Radioangebote betrifft. Vielmehr weist jedes Individuum ein eigenes, persönliches Interessenbündel vor, das ihn von den anderen unterscheidet. Es gibt beispielsweise Personen, die sich stark für die Hitparade und den Sport interessieren, während sie mit den Wunschkonzerten gar nichts anfangen können. Auf der anderen Seite gibt es diejenigen, welche mit Begeisterung Hörspiele und Sendungen über Technik verfolgen, aber absolut kein Interesse für die Telefonspiele zeigen usw. Obwohl theoretisch jedes Individuum ein nur ihm eigenes Interessenbündel aufweisen könnte, ist dennoch anzunehmen, dass die Differenzierung nicht derart detailliert ist. Es ist vielmehr wahrscheinlich, dass

Personen mit identischen soziodemographischen Merkmalen über ähnliche Interessenkombinationen verfügen.

Gerade die Betrachtung der Beziehung der verschiedenen Radiointeressen untereinander und ihre Relation zu einigen soziodemographischen Merkmalen steht im Zentrum der folgenden Seiten. Anhand einer so genannten Korrespondenzanalyse¹ werden wir räumlich darstellen, wie nah die einzelnen Interessenbündel in Zusammenhang mit verschiedenen soziodemographischen Merkmalen stehen. Als soziodemographische Eigenschaften werden dabei das Alter, die Kombination von Alter und Geschlecht sowie die Sprachregion, in welcher die Kinder leben, berücksichtigt. Zudem werden wir die Beziehung zwischen Radiointeressen und den von den Kindern meistgehörten Radios räumlich darstellen.

5.2.2 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und Alter

Die Anzahl der uns zur Verfügung stehenden Daten lässt eine detaillierte Betrachtung der einzelnen Altersjahre zu. In der nachfolgenden Analyse werden deshalb die Altersjahre zwischen 7 und 14 berücksichtigt und nicht nur die zwei Alterskategorien „Kinder zwischen 7 und 10 Jahren“ und „Kinder zwischen 11 und 14 Jahren“. Abbildung 5.9 zeigt, ähnlich wie auf einer Landkarte, die Relation zwischen Alter und Interessen in graphischer Form. Dabei geht es um die Ähnlichkeit der Interessen und nicht um deren Stärke. Mit anderen Worten: Die Tatsache, dass beispielsweise das Interesse für die Technik in der Grafik eher oben liegt, bedeutet nicht zwingend, dass das Interesse stark ist. Wichtig ist vielmehr die Relation zwischen diesem Merkmal und den übrigen Interessen. Man könnte die Grafik auch um 90 Grad drehen, das Interesse für die Technik stünde graphisch nicht mehr zuoberst, sein absoluter Abstand zu den übrigen Interessen wäre aber noch identisch – und das ist, was hier zählt: die relativen Beziehungen zueinander.

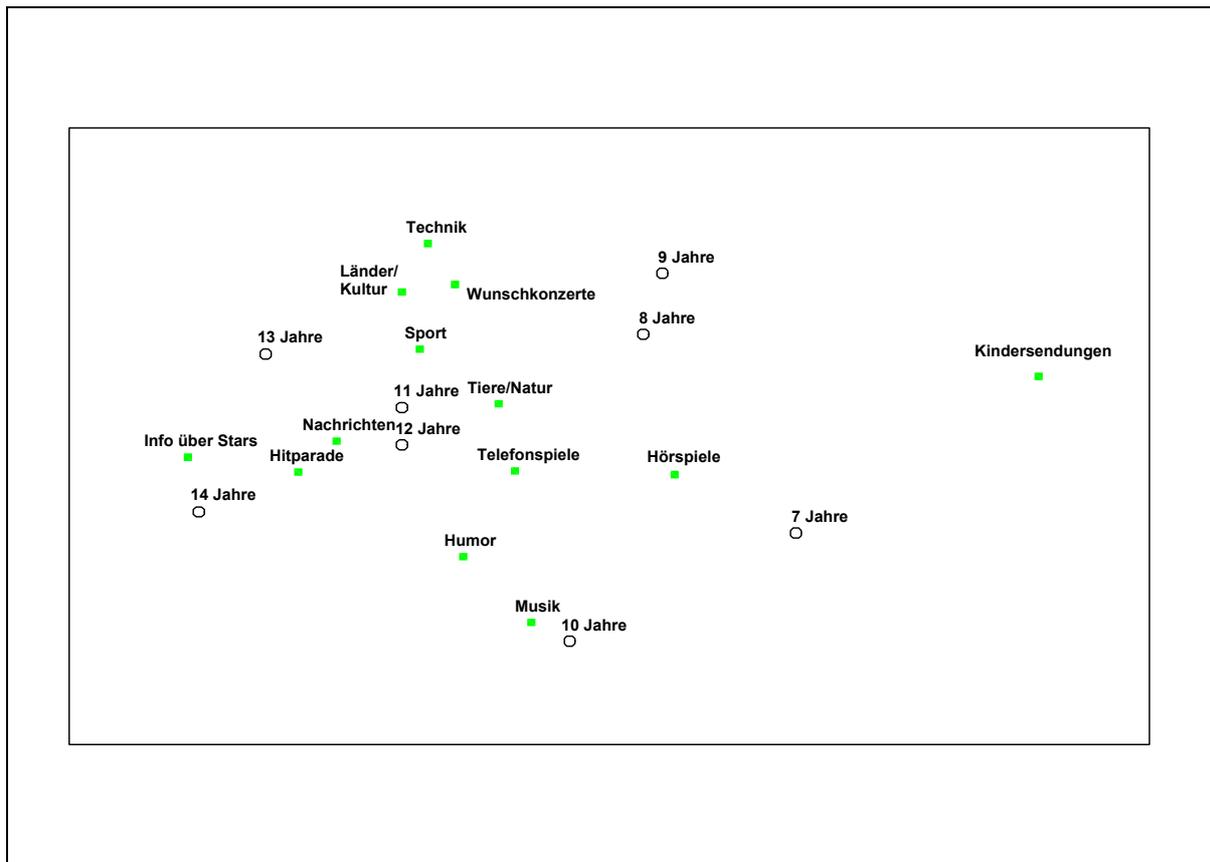
Abbildung 5.9 liefert mehrere Leseschlüssel und interessante Informationen. Zunächst fällt auf, dass das Interesse für die Kindersendungen ziemlich weit entfernt von den übrigen Interessenthemen liegt. Kindersendungen unterscheiden sich somit deutlich von den übrigen Radioangeboten, was die Vorlieben der Kinder anbelangt. Die grösste Affinität zu den Kindersendungen weisen die jüngeren Kinder auf. Im Interessenbouquet der älteren Kinder – vor allem der 14-Jährigen – kommen sie hingegen praktisch nicht vor. Die Tatsache, dass auch bei den jüngeren Kindern der Abstand zu den Kindersendungen grösser ist als derjenige zu anderen Themen bzw. Sendungsangeboten (z.B. zu den Wunschkonzerten oder Hörspielen), zeugt von einer alles in allem eher bescheidenen Affinität. Kurz: Kindersendungen erweisen sich als etwas Besonderes.

11- und 12-Jährige liegen im Raum ganz nah beieinander. Das bedeutet, dass Kinder in diesem Alter ein annähernd identisches Interessenbündel besitzen. Ähnlich sieht es bei den 8- und 9-

¹ Die Korrespondenzanalyse ist eine Technik, die die Beziehung von Objekten auf Basis ihrer Ähnlichkeit/Unähnlichkeit untersucht und in einem graphischen Darstellungsraum abbildet, sodass ähnliche Objekte sehr nahe zueinander, unähnliche weiter auseinander dargestellt werden. Eine Bestimmung der Ähnlichkeit erfolgt hier auf Basis einer Beurteilung jedes einzelnen Objektes anhand unterschiedlicher, vorgegebener Attribute. Eine ausführlichere Beschreibung des Verfahrens befindet sich im Anhang.

Jährigen aus. Ihr Interesse scheint jedoch leicht „fokussierter“ zu sein als bei den älteren Kindern. Das Interessenspektrum der 11- bis 12-jährigen reicht nämlich von der Hitparade zu den Nachrichten, vom Sport zu Beiträgen über Tier und Natur, von den Telefonspielen zu den Sendungen über fremde Länder und Kulturen. Das Interesse der 8- und 9-jährigen ist hingegen hauptsächlich auf die Wunschkonzerte und die Sendungen über Tiere und Natur gerichtet; diese Angebote sind ihnen näher (im übertragenen wie im graphischen Sinne).

Abb. 5.9: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit dem Alter der Kinder – Darstellung im zweidimensionalen Raum

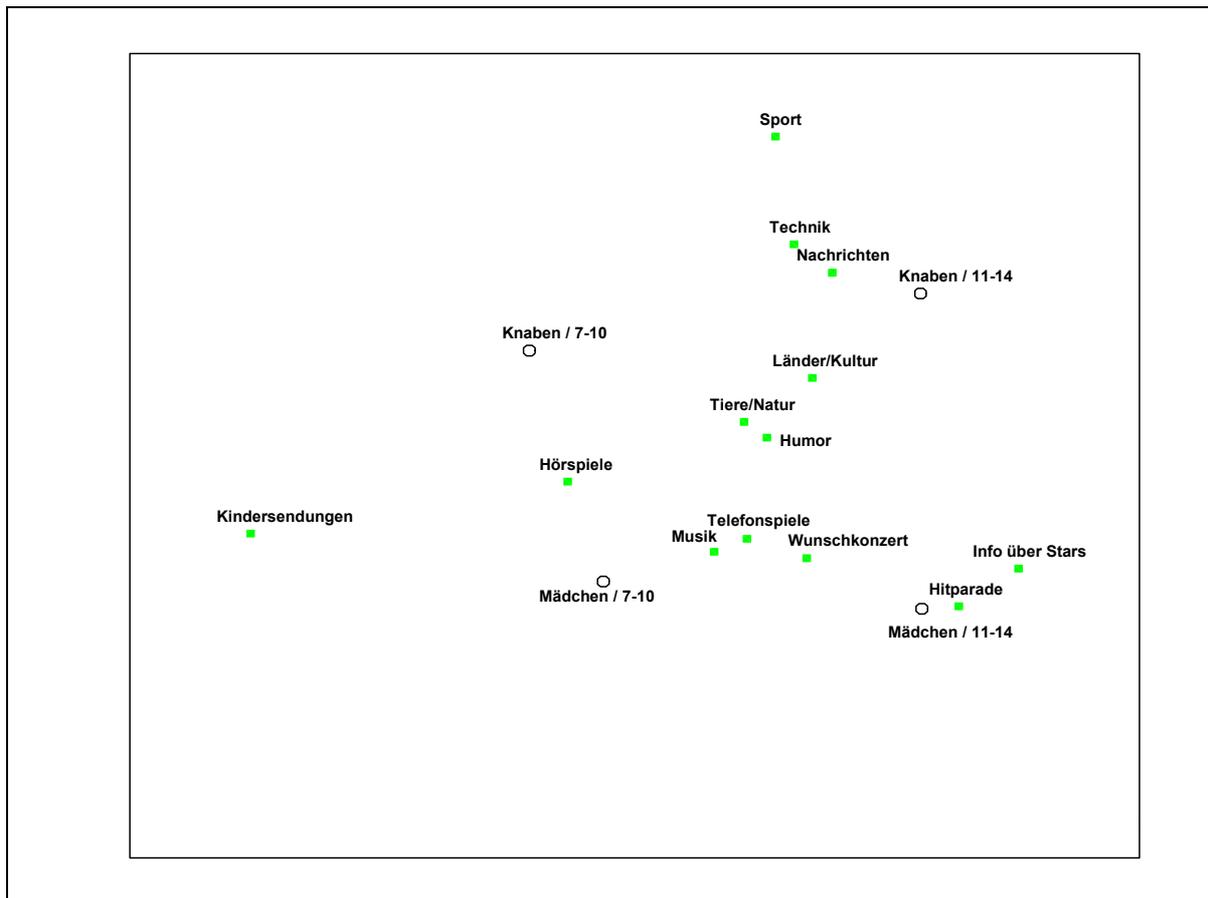


Alles in allem kann man aus Abbildung 5.9 recht deutlich sehen, dass die Interessenbündel in Zusammenhang mit dem Alter variieren. Die Positionierung von Interessen und Alter lässt erkennen, dass bei den reiferen Kindern (11- bis 14-Jährigen) die Abstände zu einem oder mehreren Interessenthemen kleiner sind als bei den jüngeren Kindern (Ausnahme: die Affinität der 10-Jährigen zur Musik). Dieser Sachverhalt ist ein deutlicher Hinweis auf ein im Allgemeinen ausgeprägteres Interesse der älteren Kinder für die verschiedenen Themen – es handelt sich dabei eigentlich um eine Bestätigung der Erkenntnisse aus Abbildung 5.4.

5.2.3 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und der Kombination von Alter und Geschlecht

Bei dieser zweiten Betrachtung steht das Verhältnis zwischen den verschiedenen Interessen und der Kombination aus Alter und Geschlecht im Zentrum der Aufmerksamkeit. Auch aus Abbildung 5.10 geht zunächst die relativ isolierte Lage des Interesses für Kindersendungen hervor. Das Interesse für diese Art von Radioangebot steht zu praktisch keinem der vier in die Analyse einbezogenen soziodemographischen Ausprägungen in Zusammenhang. Den geringsten Abstand – und dies bestätigt, was im Unterkapitel 5.2.2 geschrieben wurde – misst man zu den zwei Kategorien der 7- bis 10-Jährigen (Knaben oder Mädchen). Kurz: Die Affinität zu den Kindersendungen ist auch auf Grund dieser Grafik eher gering und vor allem bei den jüngeren Junioren vorhanden. Des Weiteren zeigt Abbildung 5.10 eine recht klare Trennung durch die Kombination der soziodemographischen Merkmale Alter und Geschlecht. Das heisst, jüngere Knaben, jüngere Mädchen, ältere Knaben und ältere Mädchen präsentieren vier deutlich unterschiedliche Interessenschwerpunkte.

Abb. 5.10: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit dem Alter und dem Geschlecht der Kinder – Darstellung im zweidimensionalen Raum



Jungen zwischen 7 und 10 haben im Vergleich zu den drei übrigen Kategorien keine überdurchschnittlich ausgeprägte Affinität zu einem oder mehreren Interessen (das kommt dadurch zum

Ausdruck, dass der Abstand zu den verschiedenen Interessen recht gross ist). Die bemerkenswerteste Affinität ist zu den Hörspielen und den Kindersendungen gegeben. Im Zentrum des Interessenpakets der Knaben zwischen 11 und 14 stehen der Sport, die Technik, die Nachrichten und die Informationen über fremde Länder und Kulturen.

Alle Mädchen weisen eine starke Affinität zur Musik, zu den Telefonspielen und zum Wunschkonzert auf. Während 11- bis 14-jährige Mädchen ihr Interessenpaket mit der Hitparade und den Informationen über die Stars, also mit zwei eher informativen Themenbereichen aus der Welt der Musik ergänzen, präsentieren jüngere Mädchen als ergänzendes Element zu den erwähnten Aspekten eine gewisse Affinität zu den Hörspielen und den Kindersendungen.

Als Fazit lässt sich aus Abbildung 5.10 festhalten, dass das Interessenspektrum der Knaben sich recht deutlich von demjenigen der Mädchen unterscheidet. Während im Zentrum des Interessenspektrums der Kinder männlichen Geschlechts eher gesprochen-informative Sendungen stehen (Sport, Informationen zur Technik, Nachrichten), dominieren bei den Mädchen zum einen Sendungen mit interaktivem Charakter (Telefonspiele oder Wunschkonzerte), zum anderen musikalische Themenbereiche (Musik, Hitparade und Informationen über Stars).

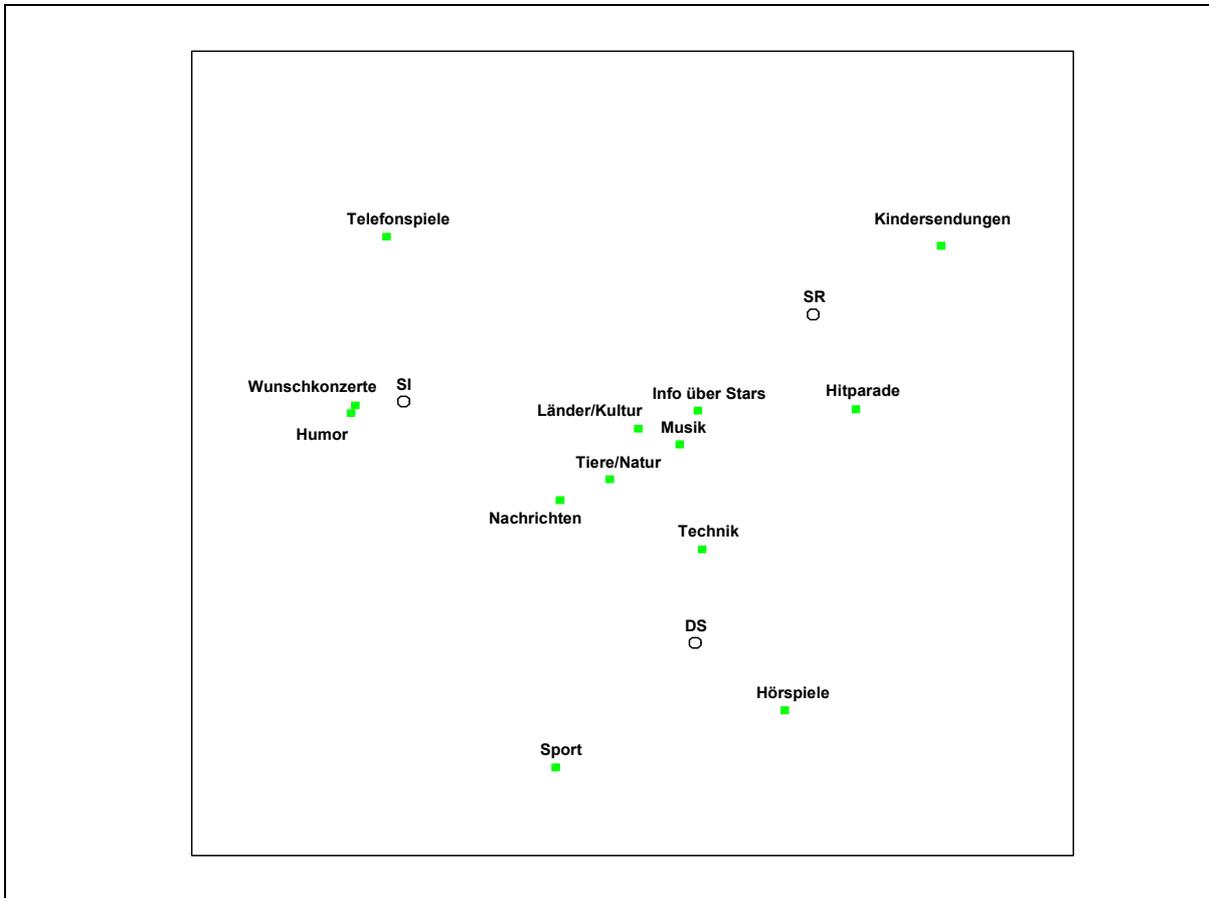
5.2.4 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und den drei Sprachregionen

Auch die Betrachtung des Zusammenhanges zwischen Interessenbouquet und Sprachregion erweist sich als recht informationsergiebig (Abbildung 5.11).

Die Affinität der Kinder in der Deutschschweiz (DS) ist vor allem stark zu den Themenbereichen Technik, Hörspiele und Sport. Die Romandie (SR) erweist sich als die Gegend mit der stärksten Affinität zu den Kindersendungen und zur Hitparade. Last but not least lässt sich bei den Kindern in der Svizzera italiana (SI) ein extrem starker Zusammenhang zu den Wunschkonzerten und zu Humorsendungen beobachten. Zudem erweist sich die Affinität zu den Telefonspielen als recht stark.

Es gibt ausserdem verschiedene Interessenbereiche, die die Kinder der verschiedenen Sprachregionen praktisch gleich ansprechen. Dazu zählt vor allem das Interesse für die Musik. Auch die Informationen über die Stars, über andere Länder und Kulturen sowie die Sendungen über Tiere und Natur erregen in den verschiedenen Regionen des Landes ein ähnliches Interesse.

Abb. 5.11: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit der Sprachregion, in welcher die Kinder leben – Darstellung im zweidimensionalen Raum



5.2.5 Eine räumliche Darstellung der Beziehung zwischen Interessen und den meistgehörten Radios

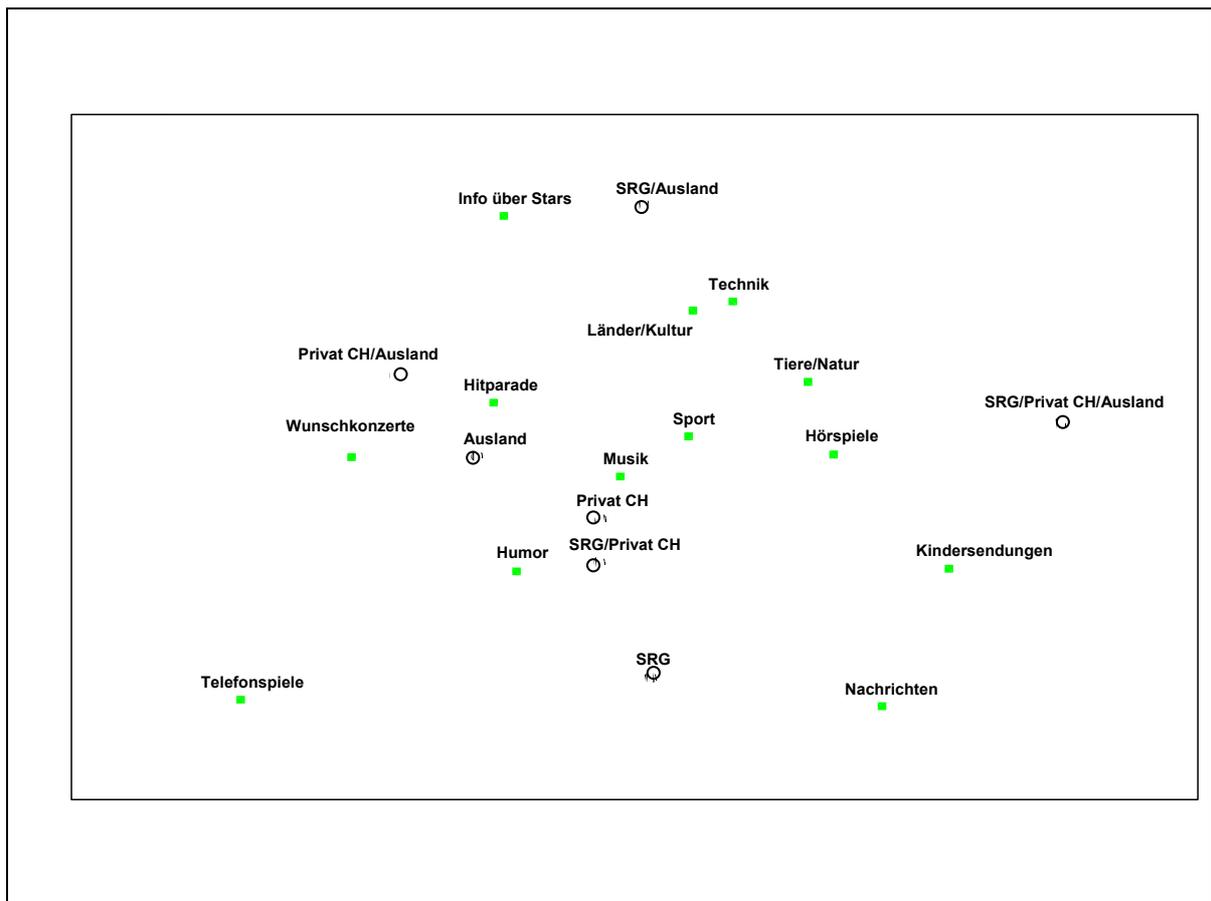
Auf die Frage nach dem meistgehörten Radio konnten von den Kindern, bzw. von den über das Verhalten der Kinder befragten Erwachsenen bis zu drei verschiedene Antworten gegeben werden. Es gibt somit Kinder, die ausschliesslich einen oder mehrere SRG SSR-Sender zu ihren Lieblingsprogrammen zählen; Kinder, die eins oder mehrere Schweizer Privatradios und Kinder, die eins oder mehrere Auslandsradios dazu zählen. Aber nicht nur! Es gibt auch die verschiedenen Kombinationen: Kinder, die als Lieblingsradios zum Beispiel ein SRG SSR-Programm und ein schweizerisches Privatrado haben oder ein schweizerisches Privatrado und ein Auslandsprogramm. Kurz: Sieben verschiedene mögliche Kombinationen sind in die Analyse, deren Ergebnisse Abbildung 5.12 illustriert, eingeflossen.

Auffällig ist zunächst der relativ grosse Abstand zwischen dem Interesse für die Telefonspiele und allen Radios. Dieses Thema steht somit in absolut keiner Beziehung zum bevorzugten Konsum eines bestimmten Radioprogramms. Alle übrigen Interessenfragen stehen hingegen einem oder mehreren bevorzugten Radioprogrammen mehr oder weniger nah. Diesbezüglich soll in

erster Linie der enge Zusammenhang zwischen Musik und der Bevorzugung der Privatradios erwähnt werden.

Nicht nur diejenigen, die ausschliesslich eins oder mehrere Schweizer Privatradios zu ihrem Lieblingssender erklären, weisen eine hohe Affinität zur Musik, sondern auch diejenigen, die neben einem oder mehreren Privatradios auch ein SRG SSR-Programm bevorzugen. Die Bevorzugung der Schweizer Privatradios – in Kombination mit der Bevorzugung der Auslandprogramme – weist auch eine hohe Affinität zu den Wunschkonzerten und zur Hitparade auf. Was die SRG SSR angeht, ist die grösste Nähe zu Themenbereichen gegeben, die auf Radio-Seite eine redaktionelle Arbeit voraussetzen und in der Regel nicht zwingend von Musik begleitet werden müssen. Das gilt vor allem für die exklusive Bevorzugung eines oder mehrerer SRG SSR-Programme. Ist das meistgehörte Programm des Kindes neben einem SRG SSR-Programm auch ein Programm eines Schweizer Privatradios oder eines Auslandsenders, kommt noch der musikalische Aspekt ins Spiel.

Abb. 5.12: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit der Frage nach dem meistgehörten Radio – Darstellung im zweidimensionalen Raum



Als Fazit dieser Grafik zum Verhältnis zwischen bevorzugtem Radio und Radiointeressen kann man festhalten, dass die Bevorzugung von Schweizer Privatradios oder Auslandsradios deutlich mit dem Interesse gegenüber musikalischen Aspekten zusammenhängt („Musik“, „Hitparade“,

„Wunschkonzerte“, „Informationen über Stars“), die Bevorzugung von SRG SSR-Programmen steht hingegen eher mit redaktionellen Beiträgen im Zusammenhang („Nachrichten“, „Humor“, „Kindersendungen“),

5.3 Eine Typologie der Radiointeressen der Kinder in der ganzen Schweiz

Die Philosophie dieses Unterkapitels setzt das fort, was in den vorhergehenden Seiten beschrieben wurde: Es werden nicht die einzelnen Interessen der Kinder isoliert betrachtet, sondern deren Kombination. Im Gegensatz zum Unterkapitel 6.2 erfolgt hier aber nicht nur eine visuelle Darstellung der Ähnlichkeit der Interessen im Zusammenhang mit ausgewählten soziodemographischen Eigenschaften, es werden vielmehr die Kinder auf Grund ihrer Interessenähnlichkeiten zu Typen zusammengefasst. Jeder Typ weist dabei ein möglichst homogenes Interessenmuster auf, das ihn von den anderen Typen unterscheidet und unverwechselbar macht. Die Typen wurden nach der Berechnung von mehreren Clusteranalysen bestimmt.¹ Als beste Lösung – sowohl unter einem methodischen als auch unter einem Gesichtspunkt der Interpretation – hat sich diejenige mit vier verschiedenen Interessentypen empfohlen. Gerade mit der Präsentation der Interessenmerkmale dieser vier verschiedenen Typen starten wir hier unsere Betrachtung. In Abbildung 5.13 werden die Zentren der vier verschiedenen Cluster dargestellt bzw. wird jeder einzelne Typ benannt und in seinen Interesseneigenschaften beschrieben.

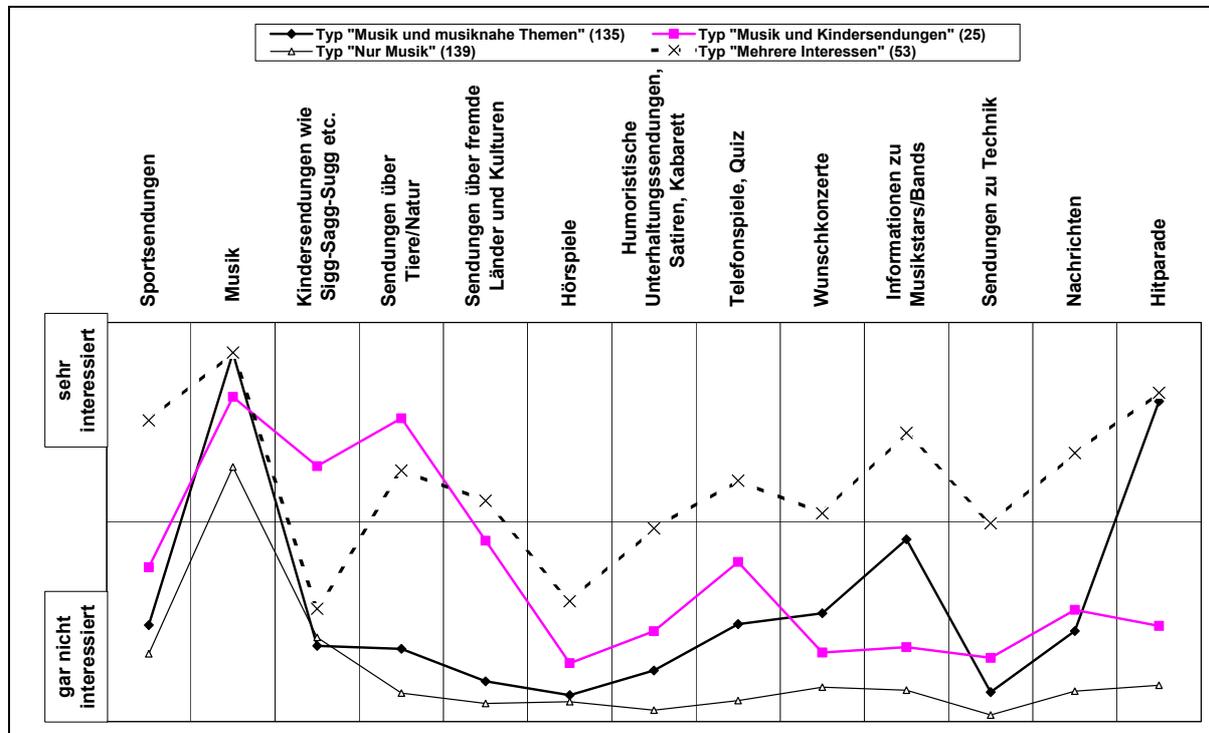
Zunächst einmal verdeutlicht die folgende Abbildung, was bereits die verschiedenen Tabellen mit der Verteilung der einzelnen Interessen gezeigt hatten: Das Interesse für die Musik ist extrem ausgeprägt, und zwar bei allen 4 Typen. Man könnte bildlich von einer Art Sonnensystem sprechen. Das Interesse für die Musik wäre dabei die Sonne, um welche alle anderen Interessen-Planeten kreisen.

Betrachtet man den ersten Typ, weist er ausser extrem hohen Werten, was sein Interesse für die Musik anbelangt, auch recht hohe Werte in Bezug auf sein Interesse für die Hitparade sowie ein recht ausgeprägtes Interesse für die Informationen zu Musikstars und Bands auf. All die anderen Bereiche vermögen bei ihm kaum Interesse zu wecken. Angesichts dieses Profils, in welchem das Interesse und die Vorliebe für die Musik und für weitere ihr verwandte Themen dominieren, halten wir die Bezeichnung „Musik und musiknahe Themen“ als angebracht, um diesen Typ zu

¹ Die Clusteranalyse kann kurz als ein Verfahren charakterisiert werden, welches darauf abzielt, die durch eine bestimmte Anzahl von Merkmalen gekennzeichneten Elemente so in verschiedenen Gruppen (Cluster) einzuteilen, dass sich die Mitglieder derselben Gruppe möglichst ähnlich und diejenigen verschiedener Gruppen möglichst unähnlich sind. Durch die Clusteranalyse können sowohl Eigenschaften als auch Personen, wie es in dieser Studie der Fall ist, gruppiert werden. Eine ausführlichere Beschreibung des Verfahrens befindet sich im Anhang.
Die Typen wurden hier durch die kombinierte Verwendung eines hierarchischen (Ward-Methode mit quadrierter euklidischer Distanz als Abstandsmass) und eines nicht-hierarchischen Verfahrens (K-Means) bestimmt.

beschreiben. Recht viele Kinder weisen ein solches Interessenprofil auf: 38% der Kinder, über die wir Interessenangaben verfügen, zählen zu diesem Typ (Abbildung 5.14).

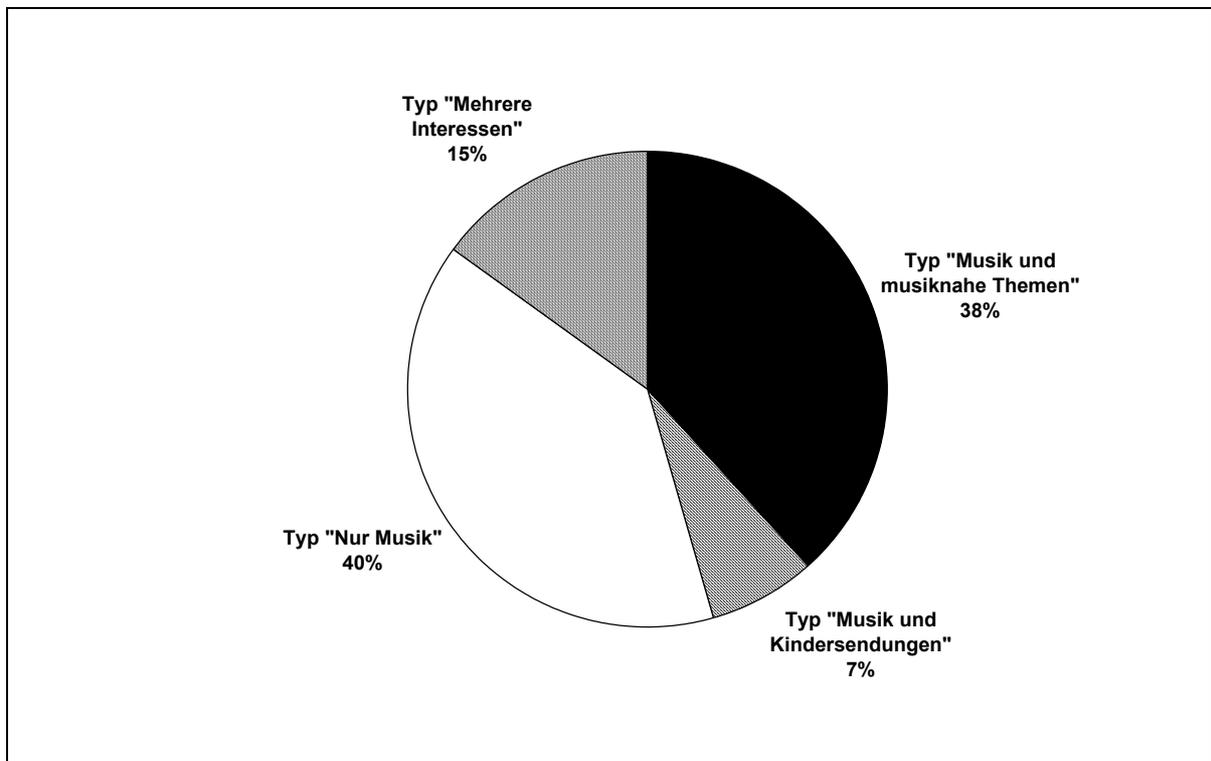
Abb. 5.13: Die vier Interessentypen – Darstellung der verschiedenen Clusterzentren



Viel geringer ist die Anzahl der Kinder, die zum zweiten Typ gehört; einem Typ, der ein ausgeprägtes Interesse für Musik, Kindersendungen sowie Sendungen über Tiere und Natur zeigt. Etwa 7% der Kinder zählen dazu (Abbildung 5.14). Angesichts dieser drei Interessenhöhepunkte und des Interessenmangels für all die restlichen Interessenoptionen halten wir die Bezeichnung „Musik und Kindersendungen“ für eine treffende Wahl.

Der dritte Typ zeigt lediglich einen Interessengipfel: die Musik. All die anderen potentiellen Angebote eines Radioprogramms sprechen ihn wenig bis gar nicht an. Dieser extrem profilierte Typ ist der meistverbreitete bei den Kindern. Nicht weniger als 40% derjenigen, die uns indirekt durch Eltern oder Verwandte Angaben über ihre Interessen gemacht haben, gehören dazu. Wenn man bedenkt, dass auch zum Typ „Musik und musiknahe Themen“ etwa gleich viele Kinder zählen (siehe oben), wird nochmals deutlich, welche zentrale Rolle die Musik im Radioprogramm für die Junioren spielt. Der vierte und letzte Typ ist, wie schon der zweite, nur wenig verbreitet (15% der Kinder), unterscheidet sich aber von diesem durch eine äusserst breite Interessenvielfalt. Einzig was das Interesse für Kindersendungen und Sendungen über Tiere und Natur anbelangt, erzielt dieser Typ keine Spitzenwerte. Auch das Interesse für Hörspiele ist eher mässig, es handelt sich dabei jedoch um ein Phänomen, das alle Kinder betrifft. Kurz: Dieser Typ zeigt ein extrem heterogenes Interessenspektrum, die Bezeichnung „mehrere Interessen“ ergibt sich somit fast von selbst. Nach der in diesem Abschnitt erfolgten Vorstellung der verschiedenen Interessenprofile der Kinder werden in den nächsten Seiten die soziodemographischen Besonderheiten der einzelnen Typen unter die Lupe genommen. Wir werden unsere Betrachtung mit der Zusammensetzung der vier Interessentypen in Bezug aufs Geschlecht anfangen.

Abb. 5.14: Die vier Interessentypen – Prozentuale Verteilung in der Kinderstichprobe



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.
Basis: 352 Personen

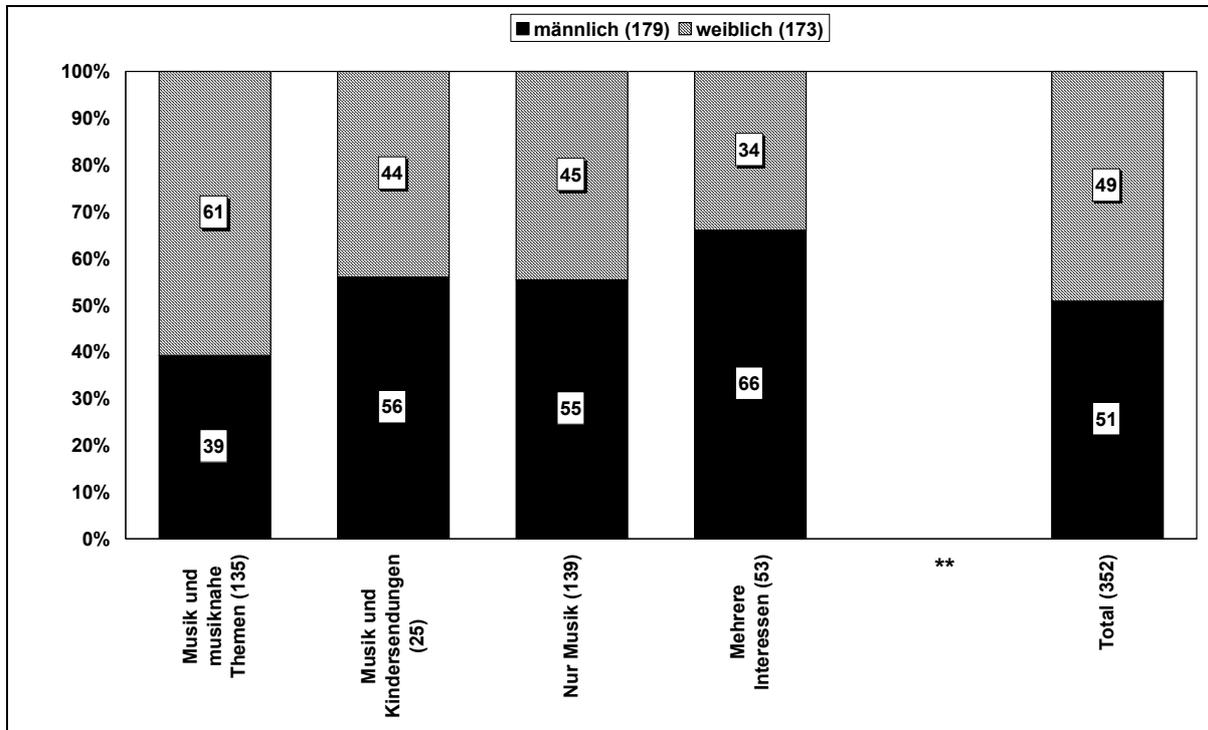
5.3.1 Die Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen

Bei zwei der vier Interessentypen entspricht die Geschlechtsverteilung ziemlich genau derjenigen in der gesamten Kinderstichprobe.

Zwar lässt sich eine überdurchschnittliche Präsenz von Knaben bei den Typen „Musik und Kindersendungen“ und „nur Musik“ beobachten, sie ist aber minimal. Die zwei restlichen Typen lassen sich hingegen als deutlich weiblich bzw. männlich geprägt definieren.

Die Präsenz von Mädchen beim Typ „Musik und musiknahe Themen“ ist überdurchschnittlich stark (61%), als Pendant dazu kann man eine überdurchschnittlich starke Präsenz von Jungen beim Typ „mehrere Interessen“ feststellen (66%). Dieser Sachverhalt verstärkt die bereits im Unterkapitel 5.1 und 5.2 gemachte Beobachtung, wonach Mädchen eine grössere Affinität zum Musikalischen, Knaben hingegen zum Gesprochenen zeigen.

Abb. 5.15: Die Geschlechtsverteilung bei den vier Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: 352 Personen; Knaben: 179 Personen; Mädchen: 173 Personen

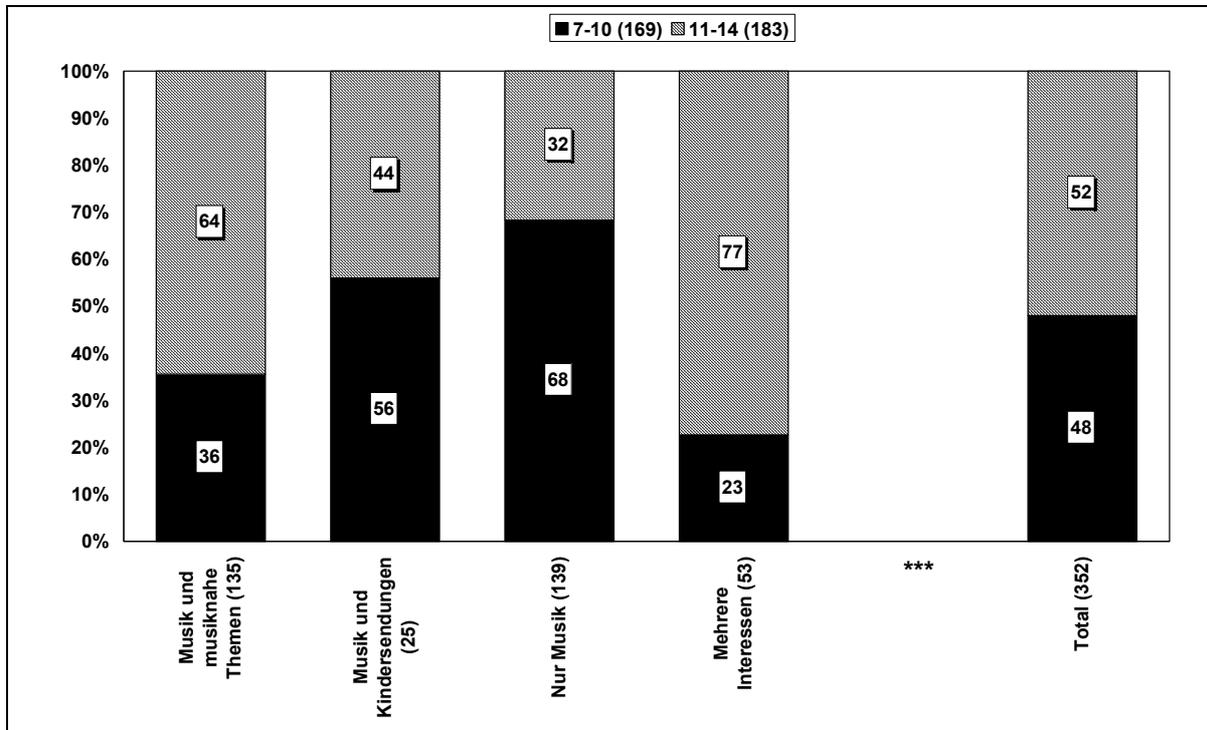
5.3.2 Die Altersverteilung bei den verschiedenen Interessentypen

Anders als beim Geschlecht lassen sich bei der Altersverteilung innerhalb der verschiedenen Interessentypen deutliche Abweichungen von der durchschnittlichen Altersverteilung in der Gesamtstichprobe identifizieren. Zwei Typen erweisen sich dabei als eher „jung“, zwei als eher „alt“.

Zu den eher jüngeren Typen zählen die Kinder, die zur Kategorie „Musik und Kindersendungen“ gehören (56% 7- bis 10-Jährige) und diejenigen der Kategorie „nur Musik“ (68% 7- bis 10-Jährige). Kinder zwischen 11 und 14 findet man hingegen überdurchschnittlich häufig beim Typ „Musik und musiknahe Themen“ (64% 11- bis 14-Jährige), aber vor allem beim Typ „mehrere Interessen“ (77% 11- bis 14-Jährige).

Die stärkere Präsenz von Kindern im jungen Adoleszenzalter bei diesem letzterwähnten Typ überrascht nicht. Es ist ja Teil des Reifeprozesses eines jeden Individuums, das eigene Interessenspektrum mit der Zunahme der eigenen Erfahrungen zu erweitern. Dies trifft auch auf die Situation der Radiointeressen zu.

Abb. 5.16: Die Altersverteilung bei den vier Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

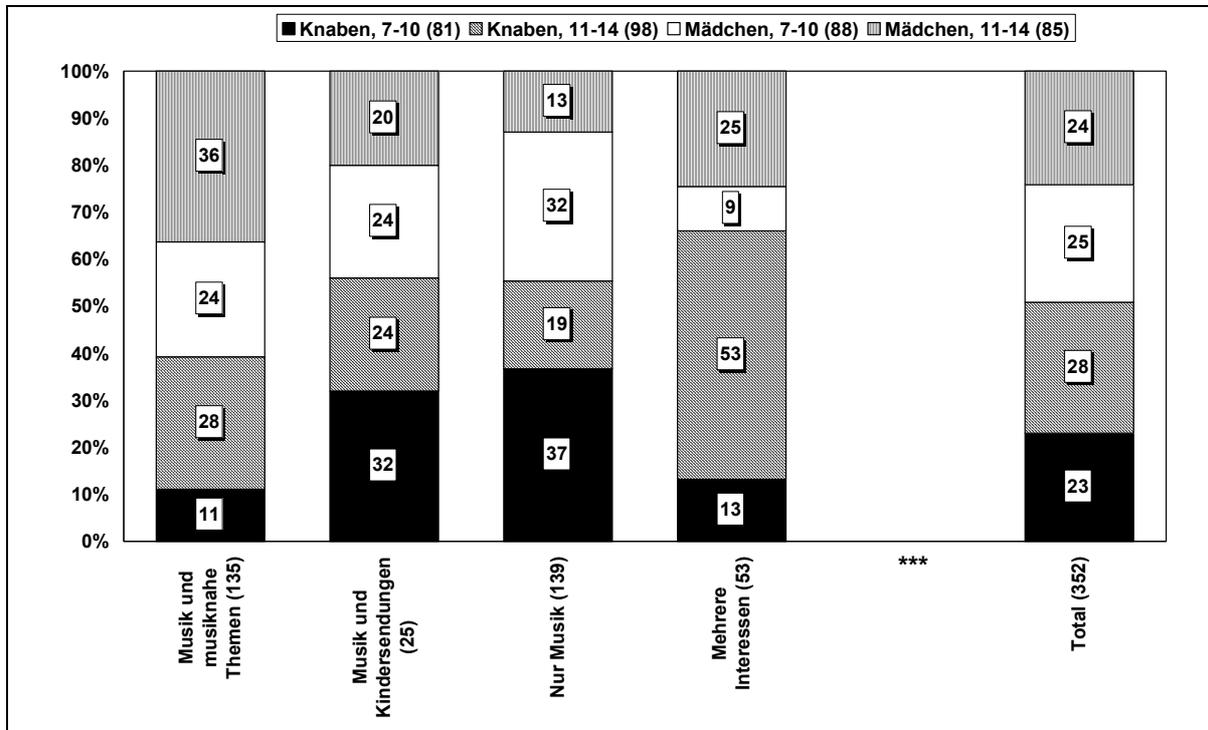
Basis: 352 Personen; 7- 10-Jährige: 169 Personen; 11- 14-Jährige: 183 Personen

5.3.3 Die Alters- und Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen

In diesem Unterkapitel soll eine kombinierte Betrachtung von Alter und Geschlecht erfolgen. Wie aus Abbildung 5.17 ersichtlich, unterscheiden sich die vier Interessentypen recht deutlich voneinander hinsichtlich ihrer Alters-Geschlechts-Zusammensetzung: Interesse für Musik und musiknahe Themen zeigen vor allem Mädchen in jungem Adoleszenzalter. Die 11- bis 14-jährigen Mädchen machen nämlich mehr als ein Drittel von diesem ersten Typ aus.

Ganz anders verhält es sich mit dem Typ „Musik und Kindersendungen“. Dazu zählen nämlich in erster Linie Knaben zwischen 7 und 10 Jahren. Ebenfalls dominant sind die 7- bis 10-Jährigen männlichen Geschlechts beim Typ „nur Musik“ (37%). Überdurchschnittlich ist bei diesem Typ aber auch die prozentuale Präsenz von jüngeren Mädchen (32%), während der Anteil an Jungen in frühem Adoleszenzalter deutlich unterdurchschnittlich ist (19%). Massiv ist aber ihre Präsenz beim Typ „mehrere Interessen“. Die absolute Mehrheit der Kinder, die diesem Typ angehören, sind nämlich Knaben im Alter zwischen 11 und 14 Jahren (53%). Der Anteil an Mädchen zwischen 7 und 10 Jahren ist hingegen sehr, sehr klein (9%). Alles in allem kann man somit zusammenfassend sagen, dass die Mädchen in frühem Adoleszenzalter den Typ „Musik und musiknahe Themen“ prägen, die jüngeren Knaben die Typen „Musik und Kindersendungen“ und „nur Musik“ und die Knaben in frühem Adoleszenzalter den Typ „mehrere Interessen“.

Abb. 5.17: Die Alters- und Geschlechtsverteilung bei den vier Interessenttypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

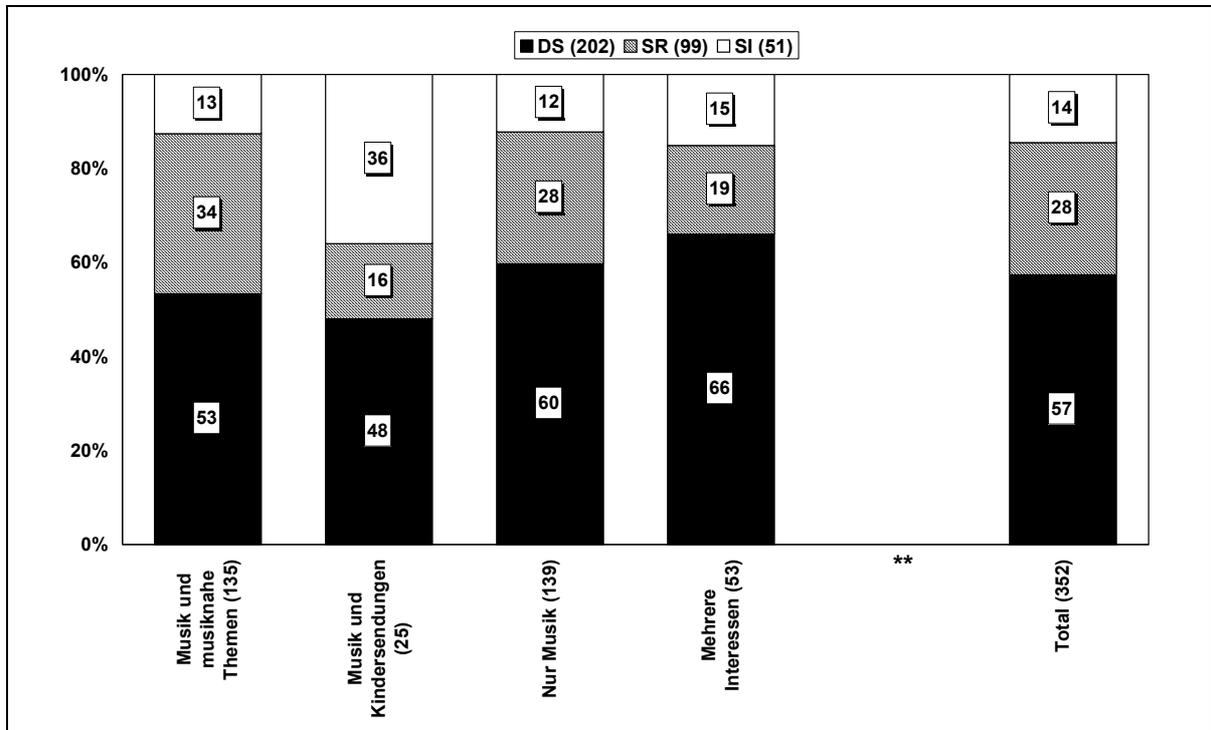
Basis: 352 Personen

5.3.4 Die sprachregionale Verteilung bei den verschiedenen Interessenttypen

Was die Verteilung der Typen in den drei Regionen unseres Landes anbelangt, fällt vor allem die überdurchschnittliche Präsenz von Mädchen und Knaben der Svizzera italiana beim Typ „Musik und Kindersendungen“ (36%) auf. Das ist insofern ein interessantes Phänomen, als es dem entgegengesetzt ist, was das Radioangebot der verschiedenen SRG SSR-Programme zu bieten hat. Auf RSI wird nämlich nur eine Sendung („L’uovo quadrato“) ausgestrahlt, die explizite an die jüngeren Hörerinnen und Hörer gerichtet ist, und zwar einmal pro Woche mit einer wöchentlichen Wiederholung. Das Angebot auf den Programmen von DRS und RSR ist hingegen viel breiter: „Sigg-Sagg-Sugg“, „Looping“, „Bonjour les p’tits zèbres“, „La smala“, „Kinderclub“ usw.

Überdurchschnittlich viele Kinder aus der Romandie findet man beim Typ „Musik und musiknahe Themen“, während die Deutschschweizer beim Typ „nur Musik“ (60%), aber vor allem beim Typ „mehrere Interessen“ (66%) überdurchschnittlich vertreten sind (Abbildung 6.18).

Abb. 5.18: Die sprachregionale Verteilung bei den vier Interessentypen



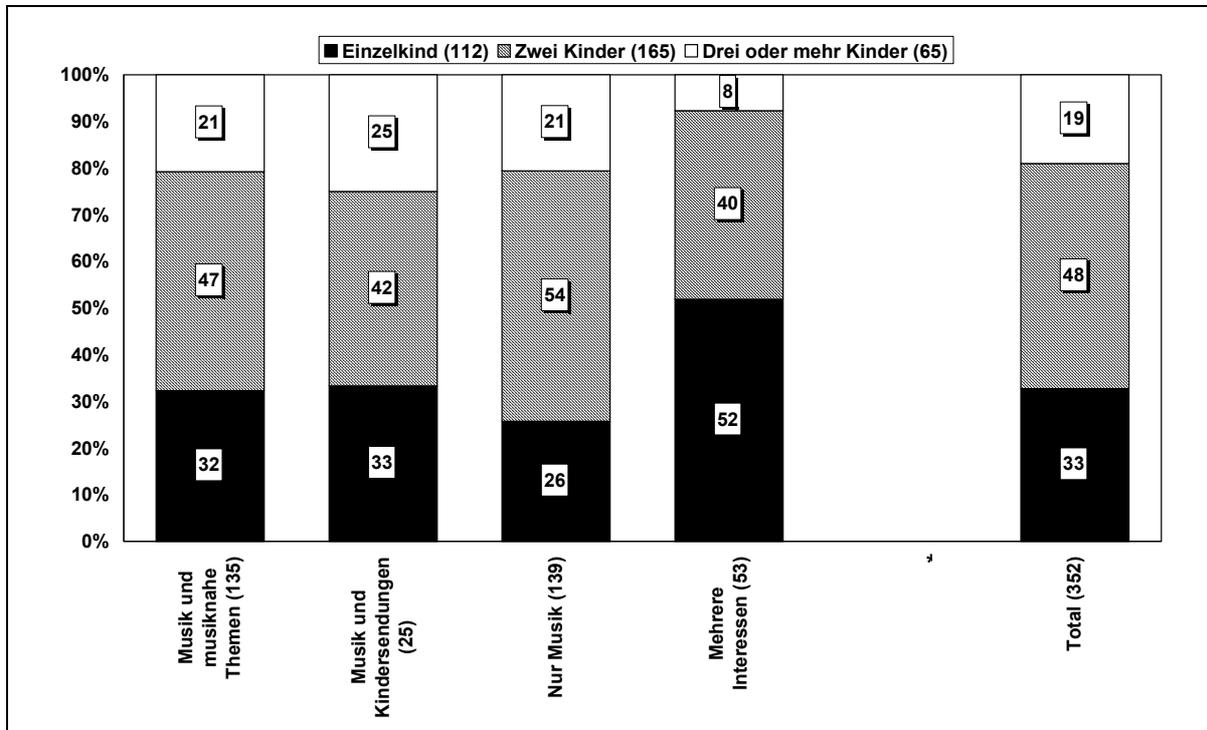
Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: CH: 352 Personen; DS: 202 Personen; SR: 99 Personen, SI: 51 Personen

5.3.5 Die Anzahl Kinder im Haushalt und die verschiedenen Interessentypen

Nur zwei Elemente aus der folgenden Abbildung verdienen es, hervorgehoben zu werden: Zum einen zählen zum Typ „mehrere Interessen“ überdurchschnittlich viele Einzelkinder, zum anderen lassen sich beim Typ „nur Musik“ überdurchschnittlich viele Kinder beobachten, die eine Schwester oder einen Bruder haben.

Abb. 5.19: Anzahl Kinder im Haushalt und die verschiedenen Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: 352 Personen; Einzelkind: 112 Personen; zwei Kinder: 165 Personen; drei oder mehr Kinder: 65 Personen

5.3.6 Die Lieblingsradios und die verschiedenen Interessentypen

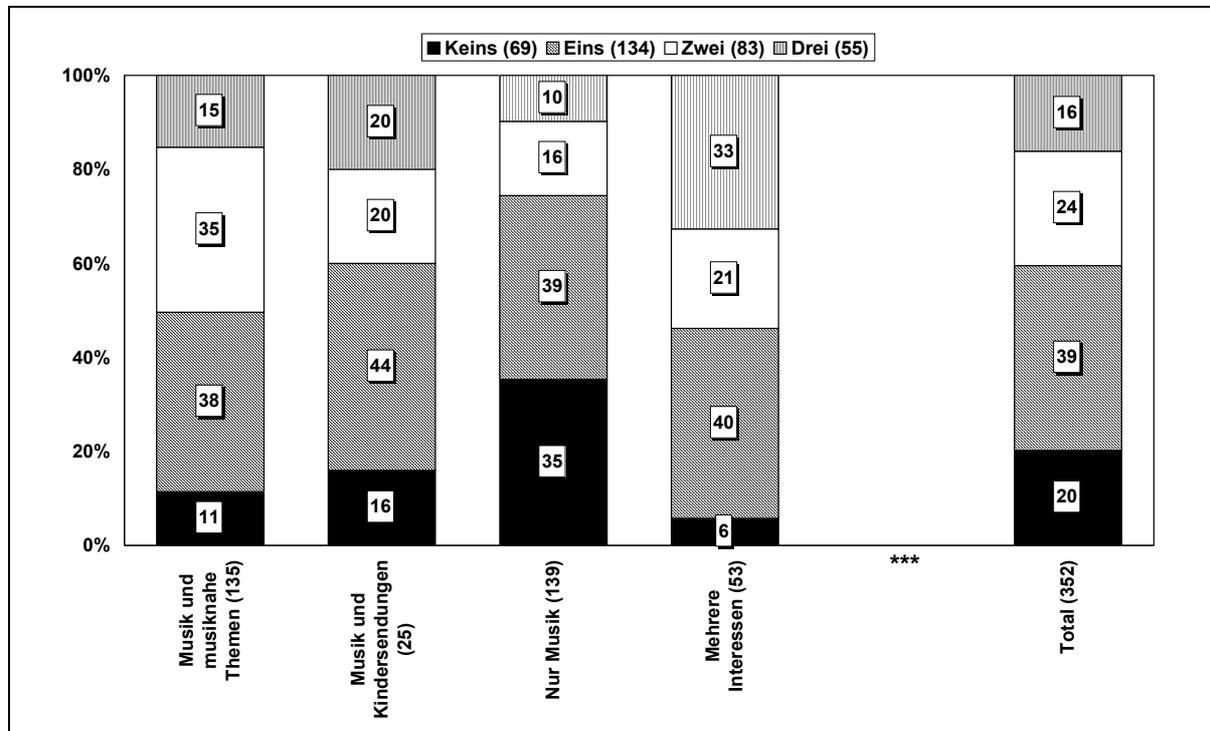
Unsere letzte Betrachtung zum Thema „Interessentypen“ richtet sich auf das Verhältnis zwischen Interessentypen und Lieblingsradios. Die Fragen, die wir uns dabei stellen, lauten: Gibt es eine Beziehung zwischen der Anzahl angegebene Lieblingsradios und der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Interessentyp bzw. lassen sich bestimmte Lieblingsprogramme bei bestimmten Interessentypen identifizieren?

Abbildung 5.20 zeigt zunächst, dass überdurchschnittlich viele Kinder ohne Lieblingsradio beim Typ „nur Musik“ zu finden sind. Das führt uns zur Annahme, dass für diese Kinder wahrscheinlich ein Programm dem anderen gleicht, was seine Relevanz betrifft – Hauptsache es steht im Mittelpunkt des Programms die Musik!

Abbildung 5.20 lässt des Weiteren erkennen, dass drei Lieblingsprogramme vor allem von solchen Kindern angegeben werden, die zum Typ „mehrere Interessen“ zählen. Eine mögliche, ja sogar wahrscheinliche Erklärung für diesen Zusammenhang ist in der Tatsache zu suchen, dass ein Individuum mit einem breiten Interessenspektrum von so vielen Kanälen wie möglich Gebrauch macht, um seine Interessen zu befriedigen – d.h. in diesem konkreten Fall: von so vielen Radios wie möglich. Es ist zudem wahrscheinlich kein Zufall, dass sehr wenige Kinder ohne Lieblingsradios zum Typ „mehrere Interessen“ angehören. Wer ja bestimmte Radiointeressen

hat, weiss in der Regel auf welchen Programmen er Sendungen finden kann, die seine Interessen befriedigen – und umgekehrt von welchen Sendern nichts Interessantes ausgestrahlt wird.

Abb. 5.20: Anzahl Lieblingsradios und die verschiedenen Interessentypen



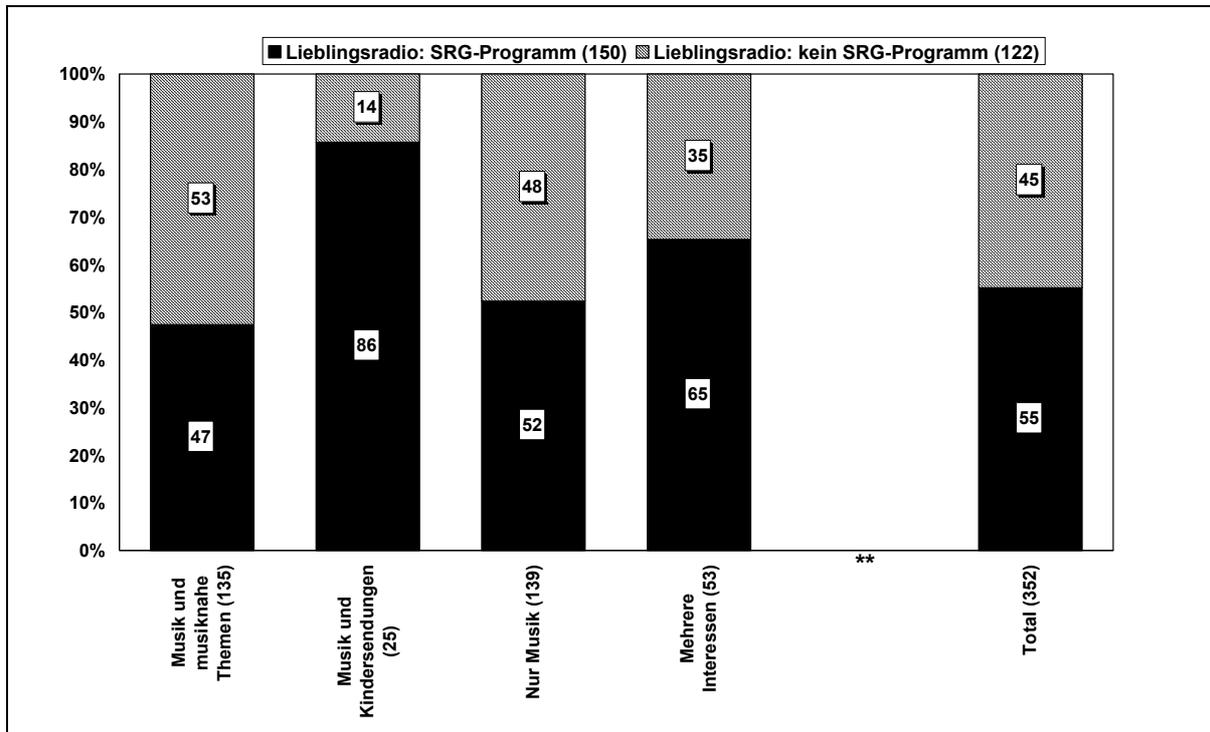
Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.
Basis: 352 Personen

In den drei nächsten Abbildungen möchten wir im Detail untersuchen, ob es eine Beziehung zwischen der Vorliebe für ein bestimmtes Radioprogramm und der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Interessentyp besteht. Die Betrachtung beginnt mit den SRG SSR-Programmen.

Wie aus Abbildung 5.21 ersichtlich, befinden sich beim Typ „Musik und Kindersendungen“ überdurchschnittlich viele Kinder, deren Lieblingssender eins oder mehrere SRG SSR-Programme sind. Diese Tatsache steht in Einklang mit der Tatsache, dass an Kinder adressierte bzw. für die Kinder gedachte Sendungen vor allem von SRG SSR-Programmen angeboten werden.

Bedenkt man des Weiteren, dass in allen drei Sprachregionen die SRG SSR über ein Programm verfügt, das als „Generalistenprogramm“ definiert wird – und somit bereits im Namen den Anspruch an eine breite Themendeckung beinhaltet – erstaunt auch die zahlenmässig starke Präsenz von Kindern mit einem SRG SSR-Programm als Lieblingsradio beim Typ „mehrere Interessen“ nicht.

Abb. 5.21: Ein SRG SSR-Programm als Lieblingsradio und die verschiedenen Interessentypen

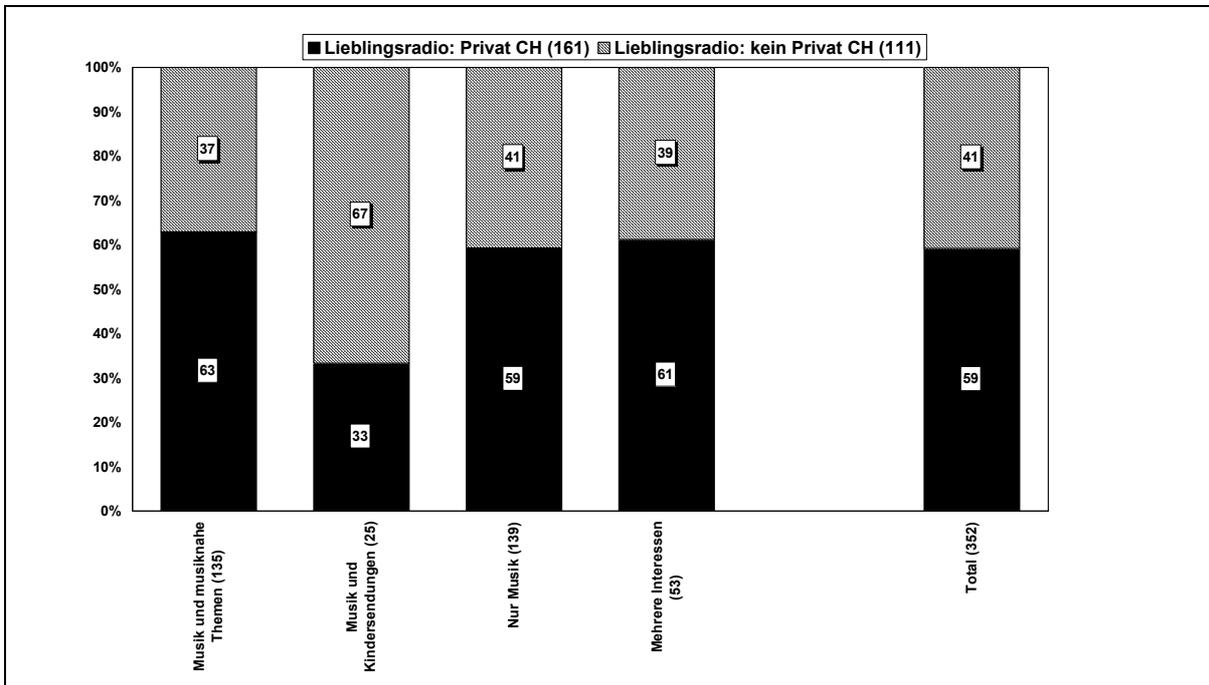


Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.
 Basis: 352 Personen

Was die Beziehung zwischen der Vorliebe für ein Schweizer Privatrado und der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Interessentyp anbelangt (Abbildung 5.22), lässt sich beim Typ „Musik und Kindersendungen“ das genau umgekehrte Präferenz-Verhältnis wie im Falle der SRG SSR-Sender beobachten: lediglich 14% der „Musik und Kindersendungen-Typen“ sind Kinder, deren Vorliebe einem Schweizer Privatrado gilt. Auch in diesem Fall liegt die Erklärung auf der Hand: extra für die Kinder produzierte Sendungen sind bei Privatrados eher die Ausnahme als die Regel.

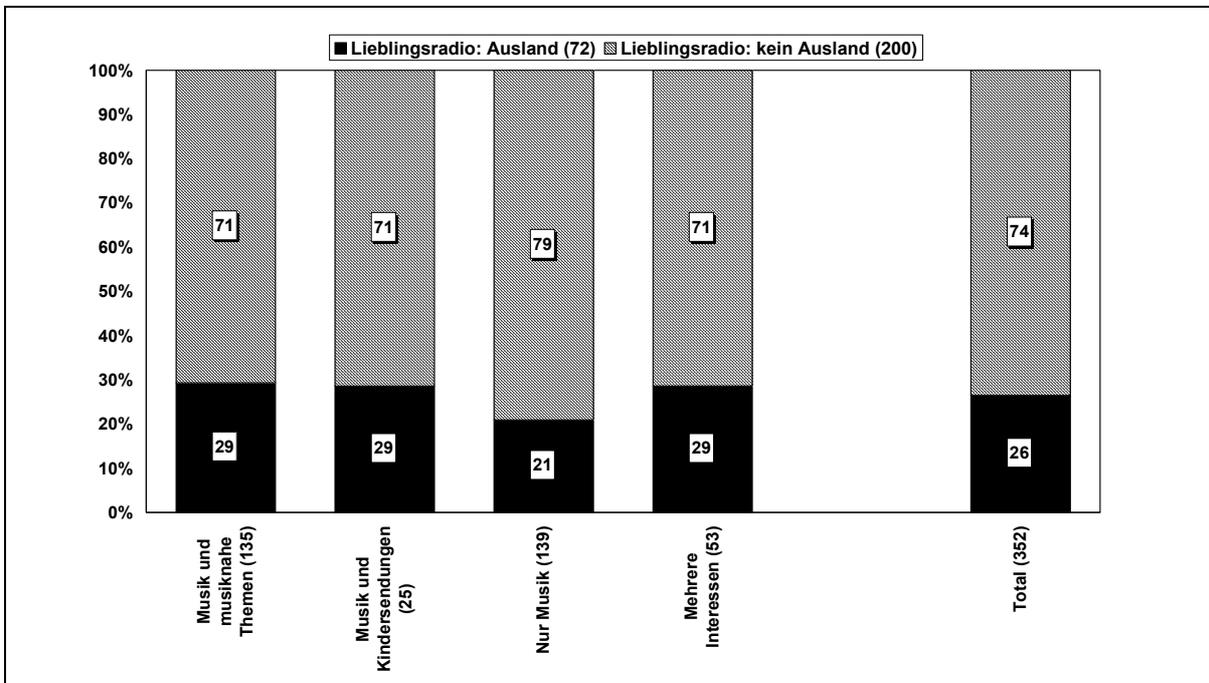
Im Falle der Auslandprogramme (Abbildung 5.23) sind die Unterschiede bei den vier Interessentypen gegenüber der Gesamtstichprobe eher klein und statistisch nicht signifikant. Es fällt einzig die leicht unterdurchschnittliche Präsenz von Kindern mit einer Vorliebe für ein Auslandprogramm beim Typ „nur Musik“ auf.

Abb. 5.22: Ein Privatrado als Lieblingsradio und die verschiedenen Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.
 Basis: 352 Personen

Abb. 5.23: Ein Auslandprogramm als Lieblingsradio und die verschiedenen Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.
 Basis: 352 Personen

Abschliessend möchten wir stichwortartig die 4 Typen zusammenfassen:

Typ „Musik und musiknahe Themen“ (38%)

- Häufig vertreten, starkes Interesse für die Musik, die Hitparade und die Informationen über die Bands und die Musikstars, eher weiblich und mit vielen Kindern in jungem Adoleszenzalter, eher in der Romandie zu finden, mit zwei Lieblingsradios, überdurchschnittlich häufig mit einem Schweizer Privatrado als Lieblingsprogramm.

Typ „Musik und Kindersendungen“ (7%)

- Selten vertreten, starkes Interesse für die Musik, für Kindersendungen und für Sendungen über Tiere und Natur, eher männlich und jung, eher in der Svizzera italiana zu finden, mit einem Lieblingsradio, überdurchschnittlich häufig mit einem SRG SSR-Programm als Lieblingsradio.

Typ „nur Musik“ (40%)

- Am häufigsten vertreten, starkes Interesse für die Musik und für kein anderes Angebot, eher männlich und jung, in allen drei Regionen in etwa gleich vertreten, überdurchschnittlich häufig mit einem Geschwister, häufig ohne Lieblingsradio.

Typ „mehrere Interessen“ (15%)

- Selten vertreten, starkes Interesse für die meisten Themenbereiche, eher männlich und mit vielen Kindern in jungem Adoleszenzalter, eher in der Deutschschweiz zu finden, Einzelkind, mit mehreren Lieblingsradios, überdurchschnittlich häufig mit einem SRG SSR-Programm als Lieblingsradio.

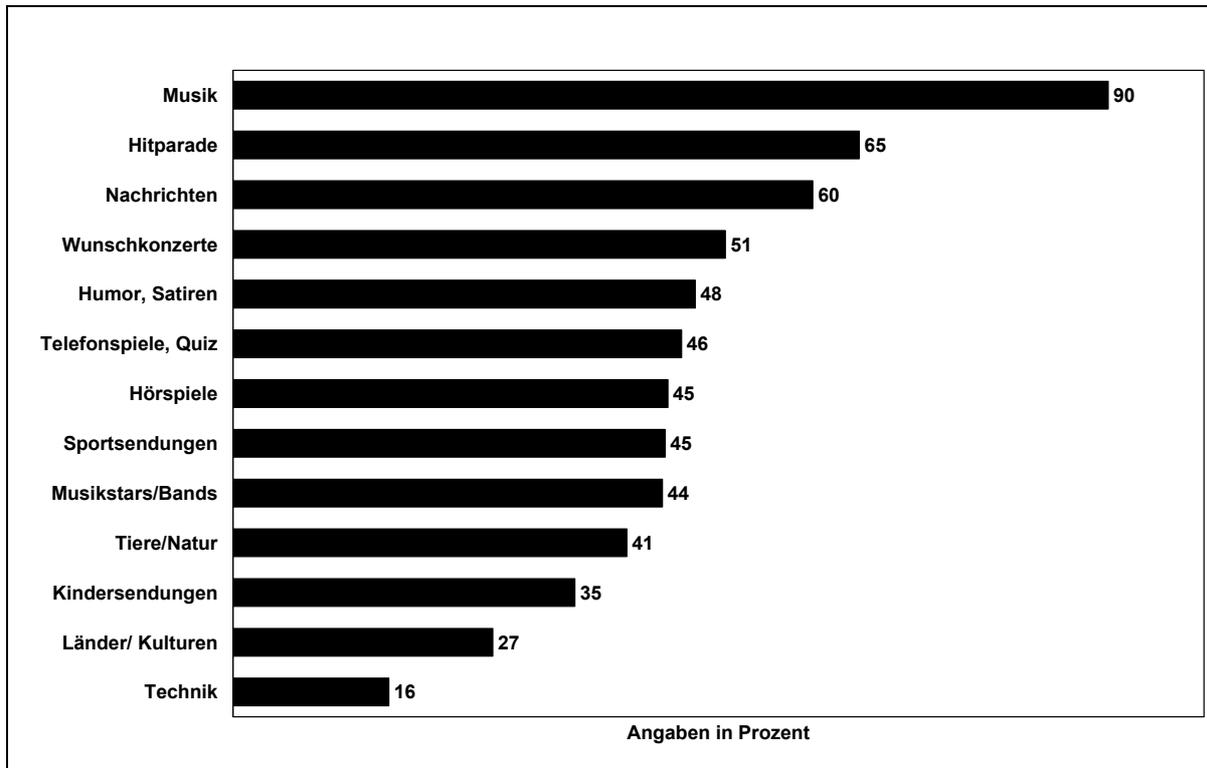
5.4 Die einzelnen Interessen in der Deutschschweiz auf Grund der Angaben durch die Kinder selbst

5.4.1 Eine Hitparade der Kinder-Interessen in der Deutschschweiz

Wie bereits im Einleitungstext am Anfang des Kapitels beschrieben, basieren die in diesem Unterkapitel verwendeten Daten auf der nicht bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe der Screening-Befragung der RC-Uhrenträger. Sie liefern Ergebnisse über die Interessen der 7 bis 14-jährigen Kinder für die Region Deutschschweiz.

Die 7- bis 14-Jährigen in der Deutschschweiz interessieren sich ihren eigenen Angaben zufolge am meisten für Musik (90%, Abbildung 5.24), gefolgt von der Hitparade (65%) und den Nachrichten (60%). Gut die Hälfte der befragten Kinder interessieren sich für Wunschkonzerte (51%) und Humor, Satiren (48%). Telefonspiele (46%), Hörspiele (45%), Sportsendungen (45%) und Informationen zu Musikstars/Bands (44%) wecken etwa in gleichem Masse das Interesse der Kinder. Am wenigsten interessieren sich Kinder nach eigenen Aussagen für Sendungen über fremde Länder und Kulturen (27%) und Technik (16%).

Abb. 5.24: Interessen der Kinder - Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
Basis: 355 Personen

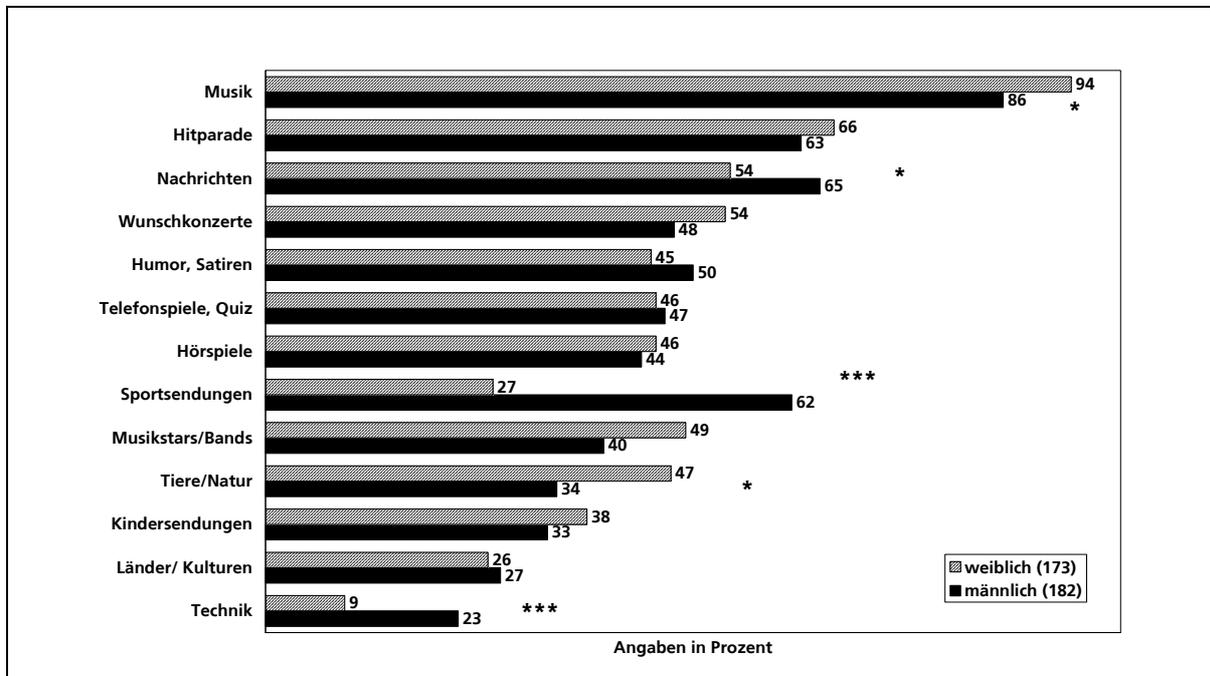
5.4.2 Soziodemographische Unterschiede: die Deutschschweiz

Geschlechtsspezifische Unterschiede (Abbildung 5.25) zeigen sich am augenfälligsten bei den Sportsendungen: Signifikant mehr Jungen (62%) als Mädchen (27%) interessieren sich für dieses Thema; ähnlich ausgeprägt ist der Gegensatz nur noch beim Thema Technik (23% Jungen, 9% Mädchen). Generell ist das Interesse der Mädchen für die verschiedenen Inhalte grösser als jenes der Jungen. Ausnahmen bilden die bereits genannten signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede sowie die Themenbereiche Nachrichten und Humor/Satire. Fast ausgewogen ist das Interessenverhältnis bei den Telefonspielen/Quiz, den Hörspielen und Sendungen über fremde Länder und Kulturen.

Die Interessen der Kinder variieren sehr unterschiedlich in Zusammenhang mit dem Alter (Abbildung 5.26): die grössten Divergenzen sind bei der Hitparade, den Nachrichten, den Informationen zu Musikstars/Bands sowie den Kindersendungen zu beobachten. Letztgenanntes Format interessiert im Gegensatz zu den anderen erwähnten Themen aber mehr jüngere Kinder (52%) als ältere (19%). Die aus der Sicht der Kinder weniger beliebten Themen wie fremde Länder/Kulturen und Technik weisen nur sehr geringe altersspezifische Unterschiede auf. Das ist insofern bemerkenswert, als dass man vor allem im Falle des Interesses für die Technik einen Zusammenhang mit dem Alter vermuten würde. Es wäre ja anzunehmen, dass ältere Kinder auf Grund ihres breiteren Wissens bei solchen Sendungen mehr Stimuli fänden als Kinder, die immer

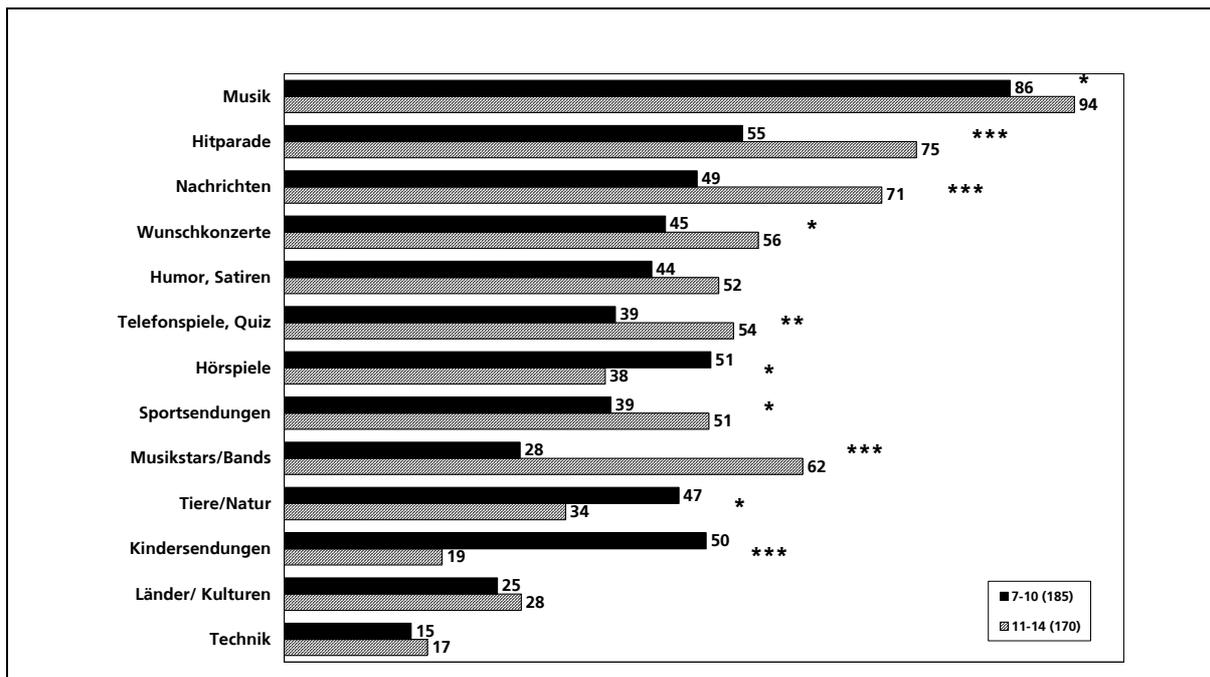
noch die Primarschule besuchen. Dem ist es aber gemäss den Angaben der Kinder selbst offensichtlich nicht so.

Abb. 5.25: Interessen der Kinder – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Geschlecht, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
 Basis: 355 Personen; Knaben: 182 Personen; Mädchen: 173 Personen

Abb. 5.26: Interessen der Kinder – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“

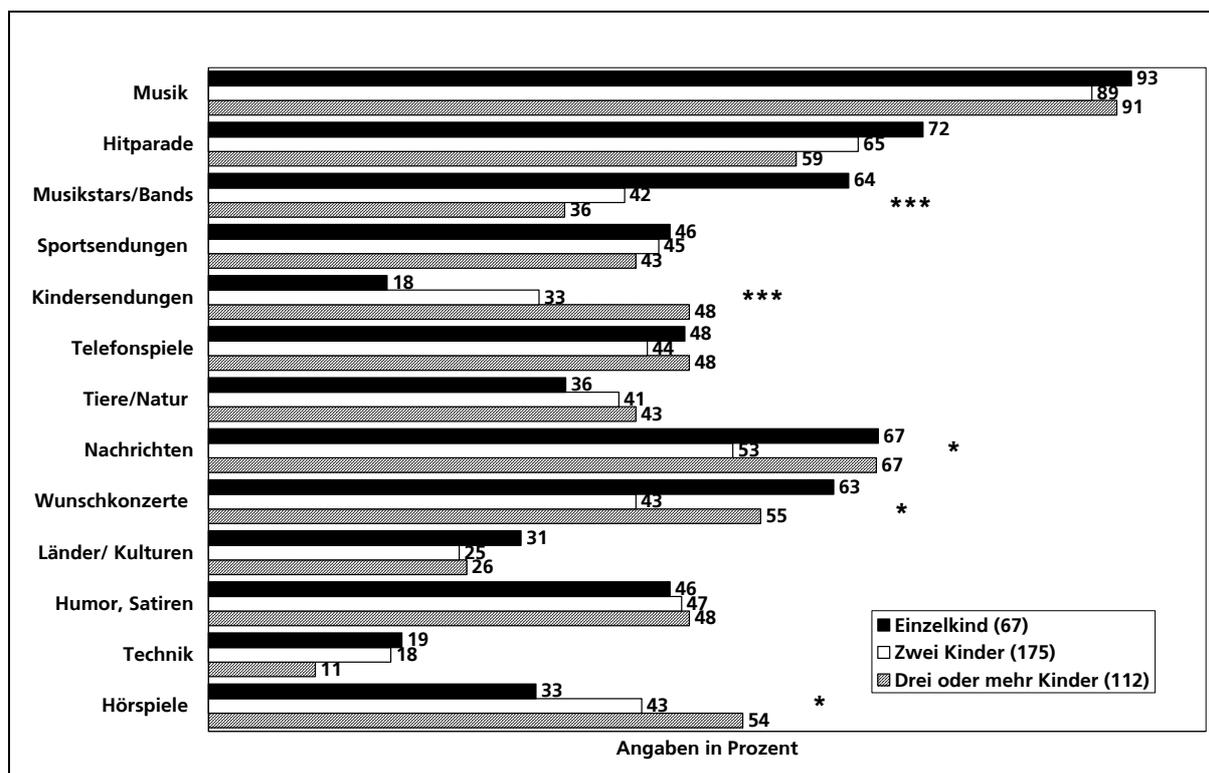


Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
 Basis: 355 Personen; 7- 10-Jährige: 185 Personen; 11- 14-Jährige: 170 Personen

Im Allgemeinen kann man sagen, dass in den meisten Fällen die Themen bei den 11- bis 14-Jährigen auf grösseres Interesse als bei den 7- bis 10-Jährigen stossen, allerdings gibt es nebst den oben erwähnten Kindersendungen noch zwei weitere Ausnahmen: Hörspiele und Sendungen über Tiere und Natur. Diese Inhalte begeistern die jüngeren Kinder mehr als die älteren.

Betrachtet man die Interessen der 7- bis 14-Jährigen in der Deutschschweiz nach der Anzahl Kinder im Haushalt (Abbildung 5.27), ergeben sich wiederum andere Schwerpunkte: der grösste Unterschied resultiert bei den Informationen über Musikstars/Bands. Dafür interessieren sich überdurchschnittlich viele Einzelkinder. Hörspiele und Kindersendungen wecken besonders das Interesse von Kindern, welche mit zwei oder mehr Geschwistern aufwachsen. Unabhängig von der Anzahl Kinder im Haushalt vermögen humoristische Sendungen/Satire und Sportsendungen die Kinder zu interessieren. Unabhängig von der Anzahl Kinder im Haushalt interessieren sich zudem etwa neun von zehn Kindern für die Musik.

Abb. 5.27: Interessen der Kinder – Unterschiede nach der Anzahl Kinder im Haushalt, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
 Basis: 354 Personen; Einzelkind: 67 Personen; zwei Kinder: 175 Personen; drei oder mehr Kinder: 112 Personen

Bei allen Unterschieden, die man zwischen den von den erwachsenen Personen über die Interessen der Kinder gegebenen Antworten und den direkten Antworten durch die Kinder selbst beobachten kann, gibt es einen extrem stabilen und konstanten Aspekt: Die Musik steht zuoberst auf der Interessen-Hitparade.

5.5 Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in der Deutschschweiz auf Grund der Kinderangaben

5.5.1 Eine räumliche Darstellung der Interessenähnlichkeiten

Wurde im Unterkapitel 5.2 die Beziehung der verschiedenen Radiointeressen der Kinder untereinander auf Grund der Antworten von Eltern und Verwandten über die Präferenzen der Kinder untersucht, stehen hier im Zentrum der Aufmerksamkeit die Antworten der Kinder selber. Auch in diesem Unterkapitel geht es darum, die Relation der verschiedenen Interessen untereinander zu analysieren und diese in Beziehung zu ausgewählten soziodemographischen Merkmalen zu setzen. Da es sich um Angaben aus der RC-Stichprobe handelt, beziehen sich die Daten einzig auf die Deutschschweiz. Die zentralen Fragen werden dabei sein: Wie verteilen sich die Interessen im Raum auf Grund der von den Kindern selbst gegebenen Antworten? Und: Werden auf Grund der Kinder-Antworten Kombinationsmuster resultieren, die sich von denjenigen der Erwachsenen unterscheiden?

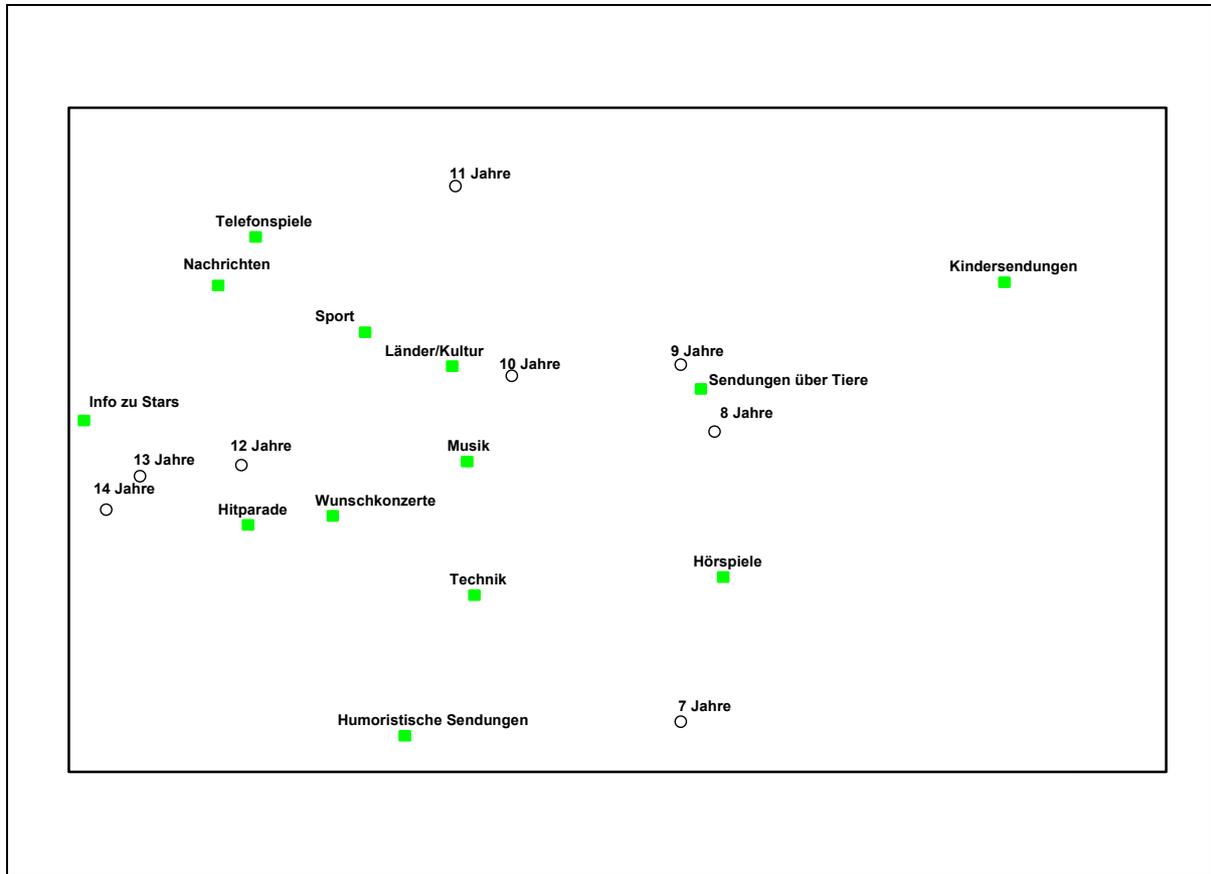
5.5.2 Die Radiointeressen und das Alter der Kinder

Das Interessenmuster der jüngeren Kinder unterscheidet sich auch auf Grund der Angaben der Kinder selber recht deutlich vom Interessenmuster der Knaben und Mädchen in jungem Adoleszenzalter. Wie bereits gesehen auf Grund der Angaben der Erwachsenen für die ganze Schweiz (Unterkapitel 5.2), bilden die Kindersendungen eine Kategorie für sich, die recht weit entfernt von den anderen Themenbereichen ist. Am ehesten interessieren sich dafür die 8- und 9-Jährigen.

Auch Hörspiele, Sendungen über Tiere und humoristische Sendungen wiesen vor allem eine grosse Nähe zu den jüngeren Kindern auf. Interessant ist in dieser Grafik auch die Position der Musik. Sie steht im Zentrum wie eine Sonne im Sonnensystem, um die alles kreist; ein weiterer Beweis für die Tatsache, dass die Musik in etwa alle Kinder in ähnlichem Ausmasse anzusprechen vermag.

Eindeutig als Angelegenheit der reiferen Kinder erweisen sich die Informationen über die Stars, die Nachrichten, die Telefonspiele, die Hitparade und der Sport. Alles in allem unterscheidet sich die hier vorgestellte Konstellation kaum von derjenigen, die auf Grund der Angaben der Erwachsenen resultiert ist (Unterkapitel. 6.2.2). Mit anderen Worten: Das Interessenmuster der Kinder gemäss den eigenen Angaben ist im Grossen und Ganzen identisch mit dem Interessenmuster der Kinder gemäss den Angaben der erwachsenen Referenzperson.

Abb. 5.28: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit dem Alter der Kinder – Darstellung im zweidimensionalen Raum

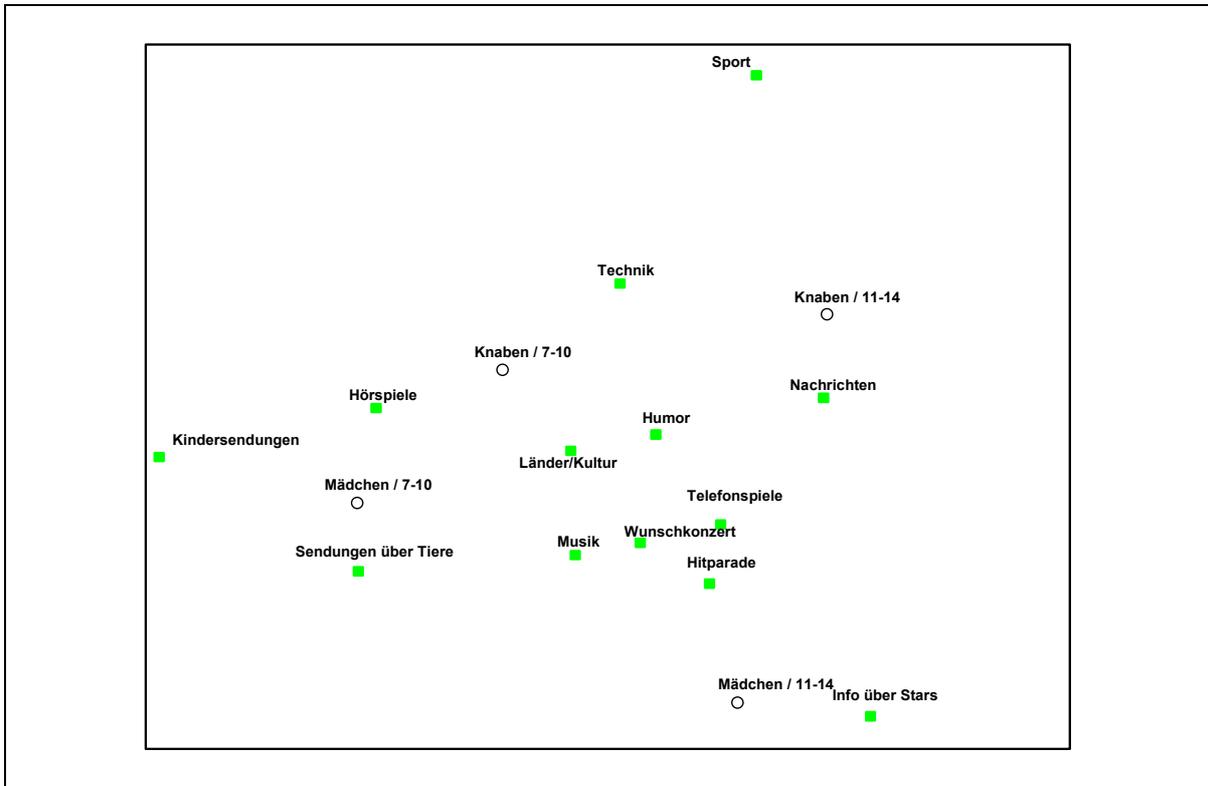


5.5.3 Die Radiointeressen und die Kombination von Geschlecht und Altersklassen

Die Kombination von Alter und Geschlecht bei den Deutschschweizer Kindern zeigt ein ähnliches Interessenmuster wie im Unterkapitel 5.2.3.

Keine Alter/Geschlechts-Gruppe zeigt eine nahe Bindung zum Sport und zu den Kindersendungen. Letztere sind, wenn schon, eher Sache der jüngeren Mädchen, während das Interesse der älteren Mädchen eher zu einer Art Kombination von musikalischen Aspekten gerichtet ist (Informationen über Stars, Hitparade, Wunschkonzerte und Musik). Knaben interessieren sich mehr als Mädchen für gesprochene, musikferne Beiträge. Während dieses Interesse bei den Knaben in jungem Adoleszenzalter vor allem gesprochenen Beiträgen mit unmittelbarem Aktualitäts- und Realitäts-Bezug gilt (Nachrichten, z.T. Sport), sind die jüngeren Knaben eher an Wortbeiträgen, die von Realitäts- und Aktualitätsbezug fern sein können, interessiert (Hörspiele, Beiträge über fremde Länder und Kulturen).

Abb. 5.29: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit dem Alter und dem Geschlecht der Kinder – Darstellung im zweidimensionalen Raum



Auch dieses Bild ist somit im Grossen und Ganzen stimmig mit dem, das die Erwachsenen der ganzen Schweiz für die Kinder gezeichnet haben.

5.5.4 Die Radiointeressen und die meistgehörten Programme

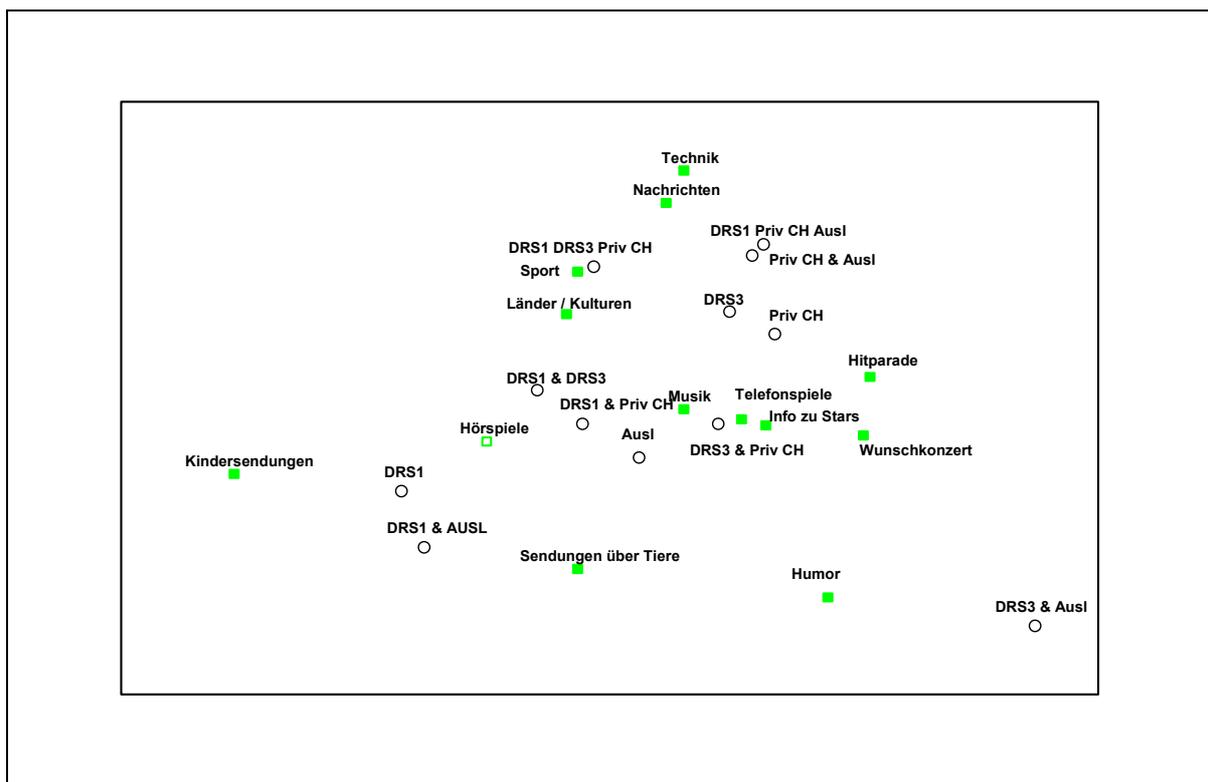
Da sich die von den Kindern gemachten Angaben nur auf die Deutschschweiz beziehen, wird hier die Beobachtung über die meistgehörten Radios auf die DRS-Programme beschränkt, was die SRG SSR anbelangt. Die Anzahl Nennungen für MW531, DRS2 und Virus sind zu wenig, um eine aussagekräftige multivariate Analyse zu erlauben. Der Fokus der Aufmerksamkeit wird deshalb auf DRS1 und DRS3 gerichtet. Selbstverständlich werden auch die Privatradios und die Auslandprogramme bei der Analyse berücksichtigt.

In der folgenden Abbildung 5.30 fällt zunächst wieder einmal auf, wie isoliert die Vorliebe für die Kindersendungen im Raume liegt. Auch aus Abbildung 5.30 haben wir somit ein Indiz dafür, dass das Interesse für diesen Angebot-Typ etwas Besonderes darstellt.

Analysiert man die Position der Kindersendungen weiter, fällt auf, dass das Interesse diesem Angebot-Typ gegenüber mit einer Vorliebe für DRS1 bzw. DRS1 und Auslandprogramme einhergeht. Das liefert uns insofern ein logisches und stimmiges Bild, als es vor allem solche Programme sind, die den Kindersendungen viel Platz in ihrer wöchentlichen Programmierung einräumen. Abbildung 5.30 liefert weitere Ergebnisse, die sich mit dem decken, was auf Grund einer Analyse

des Angebots der verschiedenen Radios als plausibel definiert werden kann. So ist das Interesse für den Sport ganz nah verbunden zur Vorliebe für DRS1, DRS3 und die Privatradios aus der Schweiz. Sport ist ja ein Thema, das bei keinem dieser Anbieter zu kurz kommt. Man könnte einwenden, dass der Sport auch in der Programmierung der Auslandsender vorhanden ist. Gewiss! Was aber in jenem Fall fehlt, ist der nationale bzw. regionale Bezug. Ein weiteres interessantes Element ist die Nähe zwischen der Vorliebe für DRS1 bzw. DRS3 und Auslandsradios und den rein gesprochenen Sendungstypen wie den Hörspielen und den Sendungen über Tiere und Natur. Ferner fallen sowohl die Schweizer Privatradios als auch DRS3 durch ihre Nähe zu musikorientierten Sendungen auf. Die Angabe durch die Kinder von einem Privatradio als Lieblingssender steht in engem Zusammenhang mit einem starken Interesse für die Hitparade. Die Angabe von einem Privatradio und DRS3 als Lieblingssender steht ihrerseits in engem Zusammenhang mit einem ausgeprägten Interesse für die Musik, Telefonspiele und Informationen über die Musikstars.

Abb. 5.30: Das Verhältnis der verschiedenen Interessen untereinander in Zusammenhang mit der Frage nach den meistgehörten Radio, Hervorhebung von DRS1, DRS3, Privatradios der Schweiz und Auslandprogramme – Darstellung im zweidimensionalen Raum



Im Unterschied zur Verteilung aus Unterkapitel 5.2.4, welche sich auf die ganze Schweiz bezieht und auf Grund der Angaben von erwachsenen Personen zustande kommt, besteht kein enger Zusammenhang zwischen der Vorliebe für ein Auslandprogramm und dem Interesse gegenüber der Hitparade und Wunschkonzerten. Es muss jedoch ergänzend gesagt werden, dass im Unterkapitel 5.2.4 die SRG SSR-Programme als Einheit berücksichtigt wurden, was einen absolut genauen Vergleich erschwert.

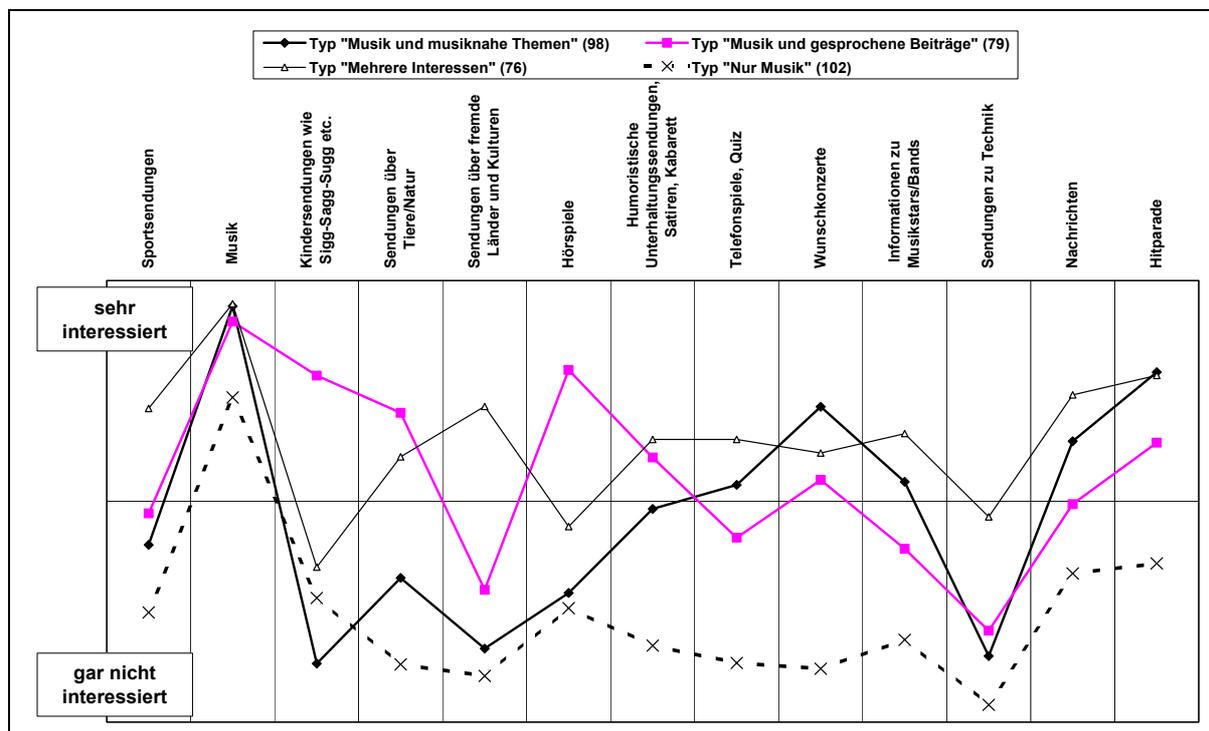
5.6 Eine Typologie der Radiointeressen der Deutschschweizer Kinder

Im Unterkapitel 5.3 ist die Interessentypologie nach empirischen Kriterien gebildet worden, d.h. wir sind nicht von einer nach theoretischen Überlegungen vorherbestimmten Typologie ausgegangen, um die verschiedenen Kinder gemäss von uns definierten Kriterien einer bestimmten Kategorie zuzuordnen. Vielmehr haben wir nach statistischen Kriterien die optimale Anzahl Typen bzw. eine möglichst präzise und inhaltlich aussagekräftige Typen-Zuordnung berechnet.

Nun haben wir diese Operation für die Kinder aus der Deutschschweiz wiederholt.¹ Die Typenbildung wurde somit auf eine Sprachregion beschränkt und – was noch wichtiger ist – sie erfolgte auf Grund der Angaben der Kinder selber und nicht auf Grund der Erwachsenen-Angaben über das Kinder-Verhalten.

Angesichts dieser relevanten Differenzen sind die Ergebnisse aus Abbildung 5.31 erstaunlich stabil, d.h. im Grossen und Ganzen haben dieselben Typen aus Unterkapitel 5.3 rekonstruiert werden können.

Abb. 5.31: Die vier Interessentypen – Darstellung der verschiedenen Clusterzentren



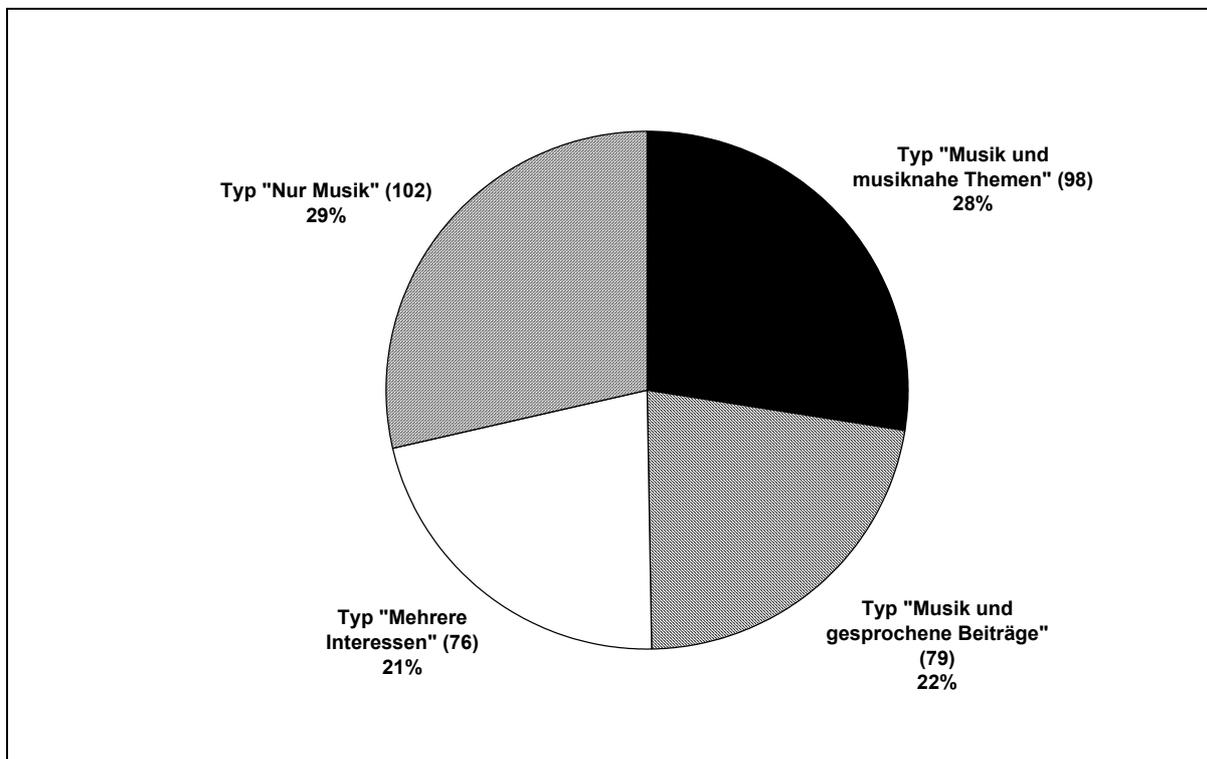
¹ Die Typen wurden auch hier durch die kombinierte Verwendung eines hierarchischen (Ward-Methode mit quadrierter euklidischer Distanz als Abstandsmass) und eines nicht-hierarchischen Verfahrens (K-Means) bestimmt.

Zwei Typen sind so gut wie identisch mit denjenigen, die in der gesamten Schweiz auf Grund der Erwachsenen-Antworten resultiert sind: die Kinder, die grundsätzlich nur an die Musik interessiert sind, und die Kinder, die für so gut wie alle inhaltlichen Radioangebote Interesse zeigen. Die restlichen Interessentypen sind in ihren Grundzügen denjenigen aus Unterkapitel 5.3 ähnlich, ihr Profil fällt jedoch leicht weniger deutlich aus. Der Typ „Musik und musiknahe Themen“ zeigt somit unter anderem ein überdurchschnittliches Interesse für die Nachrichten, was auf Grund der Erwachsenen-Angaben für die Kinder der ganzen Schweiz nicht der Fall war. Der Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ zeichnet sich auch durch sein Interesse für die Hörspiele aus. Der entsprechende Typ in der gesamtschweizerischen Stichprobe zeigte dafür eher wenig Interesse.

Abgesehen von den soeben erwähnten minimalen Unterschieden kann man als Fazit festhalten, dass sich grundsätzlich vier Typen von Radiointeressenprofilen bei den Kindern identifizieren lassen, und zwar unabhängig davon, ob die Angaben diesbezüglich von den erwachsenen Bezugspersonen oder von den Kindern selber stammen.

Betrachtet man die prozentuale Verteilung der Interessentypen in der Stichprobe der Deutschschweizer-Kinder (Abbildung 5.32), fallen ein paar Details auf. Zunächst gibt es im Gegensatz zur Situation in der gesamten Schweiz auf Grund der Erwachsenen-Angaben keine Vorherrschaft der Typen „Nur Musik“ und „Musik und musiknahe Themen“. Zwar machen diese zwei Typen zusammen auch hier die absolute Mehrheit der Kinder aus, ihre dominierende Position ist aber nicht derart unangefochten wie im Unterkapitel 5.3.

Abb. 5.32: Die vier Interessentypen in der Deutschschweiz – Prozentuale Verteilung in der Kinderstichprobe



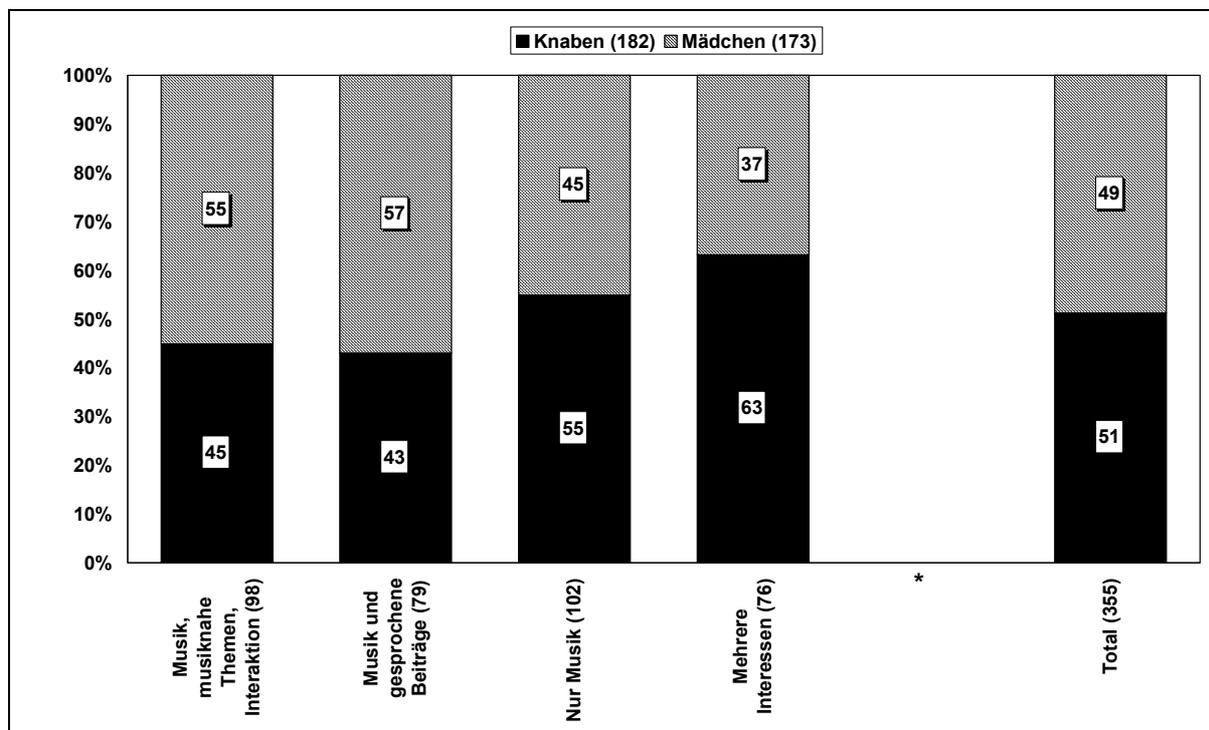
Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.
Basis: 355 Personen

Der Typ „mehrere Interessen“ entspricht in seiner Grösse in etwa der prozentualen Dimension, die uns bereits aus den Erwachsenen-Angaben für die ganze Schweiz begegnet ist. Deutlich grösser ist hingegen die Anzahl Kinder, die zum Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ zählen. Dieser deutlich grössere Anteil erklärt sich durch das „sanftere“ Profil in der hier behandelten Stichprobe: Kinder, die zu diesem Typ gehören, haben nicht nur ein ausgeprägtes Interesse für die Musik und die Kindersendungen, wie im Unterkapitel 5.1.3, sondern auch für verschiedene gesprochene Beiträge. Kurz: das weniger deutliche Profil erhöht die Wahrscheinlichkeit, dazu zu gehören.

5.6.1 Die Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen

In Bezug auf die Geschlechtsverteilung stehen zwei eher weiblich geprägte Interessentypen zwei Kategorien gegenüber, bei denen die Knaben die absolute Mehrheit ausmachen. Der Typ, der an mehreren Radiothemen interessiert ist, erweist sich als vorwiegend männlich. Dieselbe Feststellung kann für den Typ „Nur Musik“ gemacht werden. Auf der anderen Seite gehören zum Typ „Musik, musiknahe Themen, Interaktion“ überdurchschnittlich viele Mädchen.

Abb. 5.33: Die Geschlechtsverteilung bei den vier Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: 355 Personen; Knaben: 182 Personen; Mädchen: 173 Personen

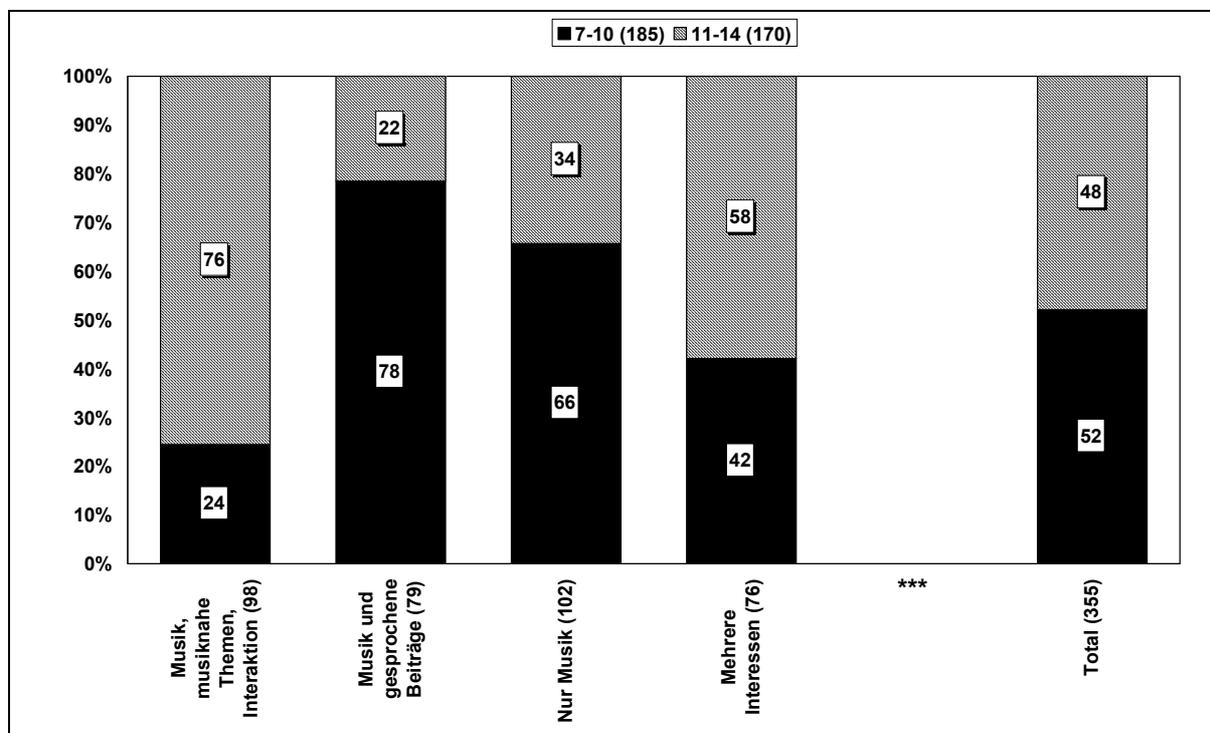
Diese Verteilungen entsprechen praktisch in toto den Verteilungen aus Unterkapitel 5.3.1 gemäss den Angaben der erwachsenen Personen über die Vorlieben der Kinder. Es braucht nicht

unterstrichen zu werden, dass diese starke Stabilität in der Verteilung einen weiteren Hinweis für die Qualität des gebildeten Interessensmodells bzw. für die Qualität der vier Interessenprofile darstellt. Die Tatsache, dass man beim Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ eine andere Geschlechtsverteilung als in der gesamtschweizerischen Stichprobe beobachten kann, lässt sich möglicherweise mit dem leicht unterschiedlichen Profil dieses Typs in den zwei Gruppen erklären: In der gesamtschweizerischen Stichprobe liegt der Schwerpunkt des Interesses nur auf der Musik, Kindersendungen und Sendungen über Tiere und Natur; hier sind wir hingegen mit einem leicht weiteren Interessenshorizont konfrontiert.

5.6.2 Die Altersverteilung bei den verschiedenen Interessentypen

Aus Abbildung 5.34 kann man leicht erkennen, dass es eine Beziehung zwischen Interessentypen und Alterklassen gibt. Sowohl zum Typ „Mehrere Interessen“ wie zum Typ „Musik, musiknahe Themen und Interaktion“ zählen überdurchschnittlich viele Kinder zwischen 11 und 14 Jahren. Bei den übrigen zwei Typen sind hingegen überdurchschnittlich viele jüngere Kinder vertreten. Dasselbe Phänomen hat bereits im Unterkapitel 5.3.2 beobachtet werden können, die überdurchschnittliche Präsenz der älteren Kinder beim Typ „mehrere Interessen“ war sogar noch deutlicher.

Abb. 5.34: Die Altersverteilung bei den vier Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

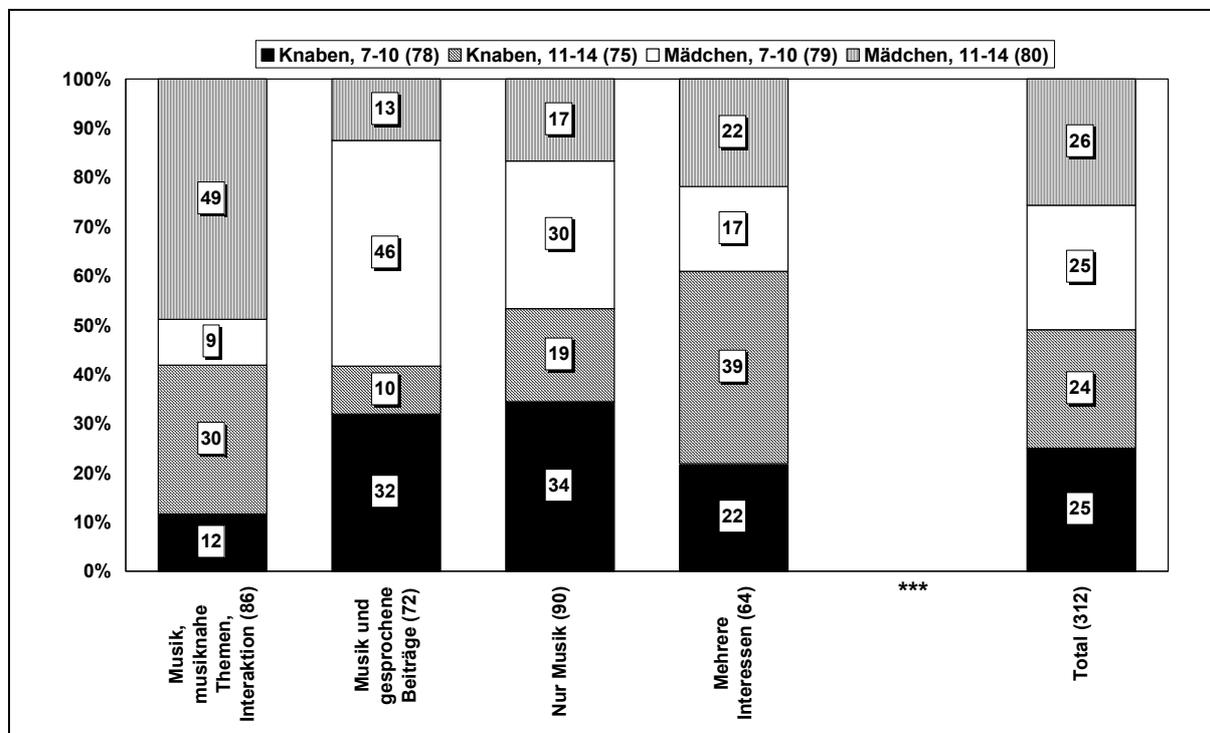
Basis: 355 Personen; 7- 10-Jährige: 185 Personen; 11- 14-Jährige: 170 Personen

Prima vista kann eine derart starke Vertretung jüngerer Kinder bei einer Kategorie, die als „Musik und gesprochene Beiträge“ definiert wird, erstaunen. Laien könnten leicht dazu neigen, den Begriff „gesprochene Beiträge“ mit etwas Anspruchsvollem zu assoziieren – und um etwas Anspruchsvolles in der auditiven Welt zu verfolgen, ist ja eine gewisse Konzentrationsfähigkeit notwendig, die erst mit zunehmendem Alter wirklich heranreift. Betrachtet man aber nochmals das Profil des Typs „Musik und gesprochene Beiträge“, sind die gesprochenen Elemente, für welche ein starkes Interesse besteht, nicht etwa die Nachrichten oder die Sendungen zur Technik, die ja recht komplex sein können, sondern Sendungen, wo das Gesprochene unterhaltenspielerischen Charakter aufweist und keine volle Aufmerksamkeit bzw. keine besonderen Bildungsvoraussetzungen von den Kindern verlangt werden: Kindersendungen, Sendungen über Tiere und Länder sowie Hörspiele.

5.6.3 Die Alters- und Geschlechtsverteilung bei den verschiedenen Interessentypen

Aus der kombinierten Betrachtung von Alter und Geschlecht (Abbildung 5.35) kann man feststellen, dass bei jedem der vier Interessentypen eine dieser zwei soziodemographischen Kombinationen deutlich überdurchschnittlich vertreten ist.

Abb. 5.35: Die Alters- und Geschlechtsverteilung bei den vier Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: 312 Personen

Der Typ „mehrere Interessen“ besteht zu einem guten Teil (39%) aus Jungen zwischen 11 und 14 Jahren. Mädchen zwischen 7 und 10 Jahren sind beim Typ „Musik, musiknahe Themen, Interaktion“ überdurchschnittlich vertreten; sie machen sogar beinahe die Hälfte des Typs aus. Beim Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ findet man überdurchschnittlich viele jüngere Mädchen (46%), während vor allem der Anteil an älteren Knaben winzig klein ist. Hinsichtlich der Geschlechts- bzw. Alterszusammensetzung unterscheidet sich der Typ „nur Musik“ am geringsten von der Verteilung in der Gesamtstichprobe der Kinder aus der Deutschschweiz. Tendenziell stellt man jedoch eine leicht überdurchschnittliche Präsenz der jüngeren Mädchen und der jüngeren Knaben fest.

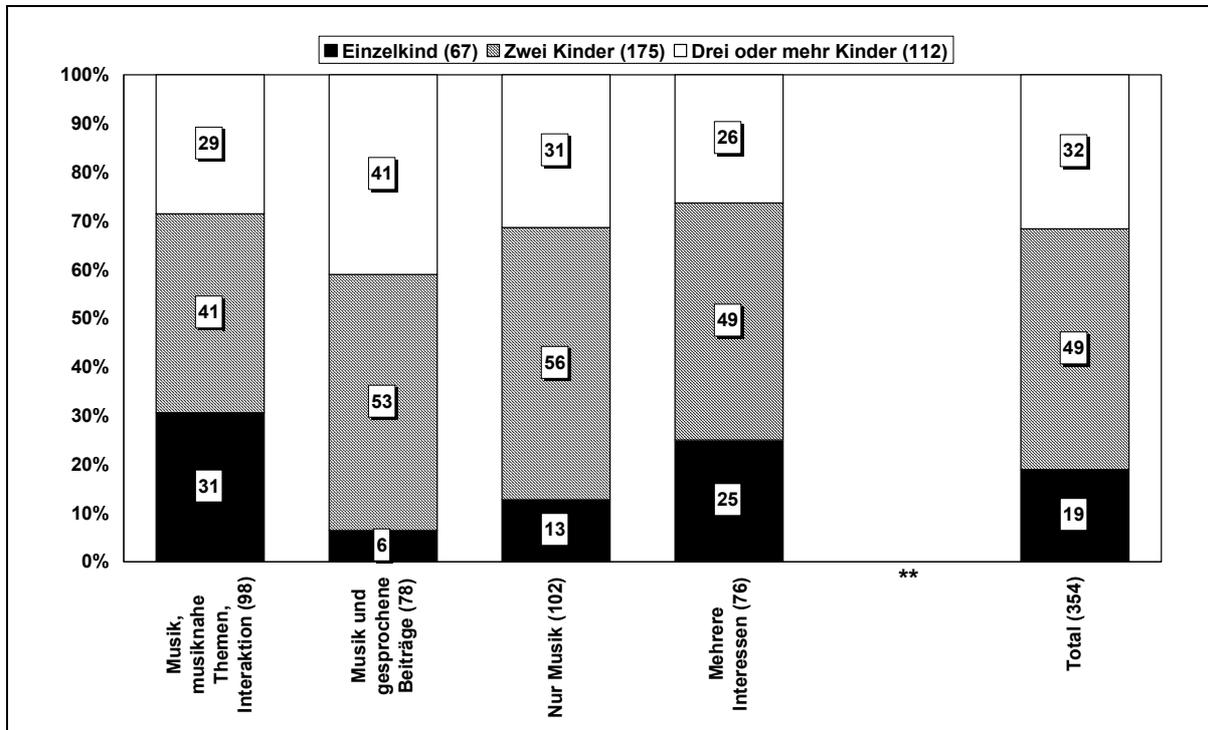
Auch aus dieser Abbildung geht somit das Bild einer jungen, weiblichen Hörschaft hervor, die eine überdurchschnittlich starke Affinität zur Musik aufweist – sei es zur eigentlichen Musik, d.h. zu derjenigen, die man einfach hört, sei es zu den Informationen, die aus der Musikwelt kommen (z.B. Informationen über Stars). Im Grossen und Ganzen gibt es auch in Bezug auf die Verteilung von Geschlecht und Alter bei den verschiedenen Interessentypen gemäss den Angaben der Kinder keine grossen Unterschiede zur Verteilung auf Grund der Angaben durch die Erwachsenen, so wie im Unterkapitel 5.3.3 vorgestellt.

5.6.4 Die Anzahl Kinder im Haushalt und die verschiedenen Interessentypen

Dieses Unterkapitel beschäftigt sich mit einer Analyse der Beziehung zwischen der Anzahl Kinder im Haushalt und den Interessentypen. Einzelkinder findet man eher bei den Typen „Musik, musiknahe Themen, Interaktion“ und „mehrere Interessen“ (Abbildung 5.36). Kinder mit mehreren Geschwistern sind hingegen überdurchschnittlich häufig beim Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ repräsentiert. Kinder mit einem Geschwister machen die absolute Mehrheit des Typs „nur Musik“ aus.

Diese Verteilung unterscheidet sich recht deutlich von derjenigen aus der gesamtschweizerisch repräsentativen Stichprobe. Im Gegensatz zu jener Stichprobe gibt es hier absolut keinen Primat der Einzelkinder beim Typ „mehrere Interessen“. Verglichen zur Verteilung in der ganzen Stichprobe ist ihre Präsenz zwar leicht überdurchschnittlich, die meisten Kinder des Typs „mehrere Interessen“ haben aber einen Bruder oder eine Schwester (49%).

Abb. 5.36: Die Anzahl Kinder im Haushalt und die verschiedenen Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: 354 Personen; Einzelkind: 67 Personen; zwei Kinder: 175 Personen; drei oder mehr Kinder: 112 Personen

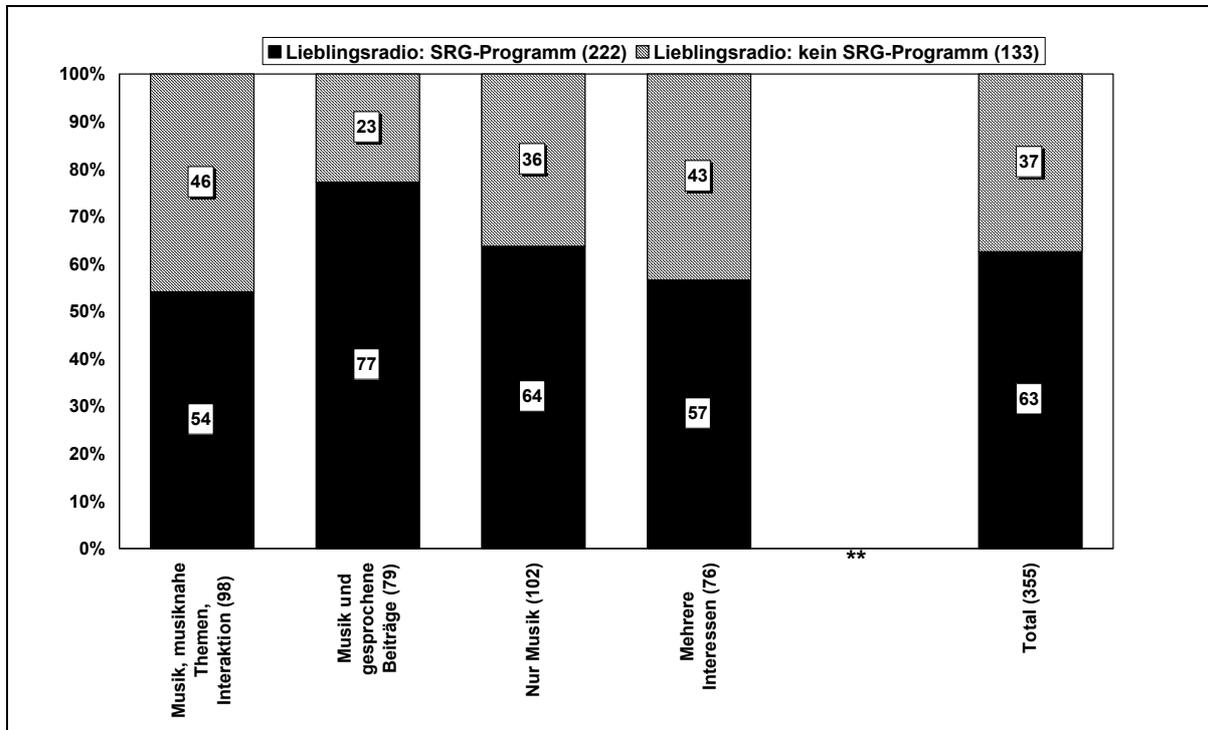
5.6.5 Die Lieblingsradios und die verschiedenen Interessentypen

Im Gegensatz zur Konstellation in der schweizerischen repräsentativen Stichprobe lässt sich absolut kein Zusammenhang beobachten zwischen Interessentyp und Anzahl Lieblingsradios (in keiner Abbildung dargestellt).

Was die Lieblingsanbieter der verschiedenen Interessentypen anbelangt, lässt sich zunächst ein Zusammenhang identifizieren zwischen der Vorliebe für eins oder mehrere SRG SSR-Programme und der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Interessentyp. Gerade damit soll unsere Beobachtung beginnen.

Abbildung 5.37 zeigt, dass zum Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ überdurchschnittlich viele Kinder gehören, die eins oder mehrere SRG SSR-Programme als ihren Lieblingssender angeben. Unterdurchschnittlich ist hingegen der Anteil der SRG SSR-Fans, die dem Typ „Musik, musiknahe Themen, Interaktion“ zugeordnet werden.

Abb. 5.37: Ein SRG SSR-Programm als Lieblingsradio und die verschiedenen Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

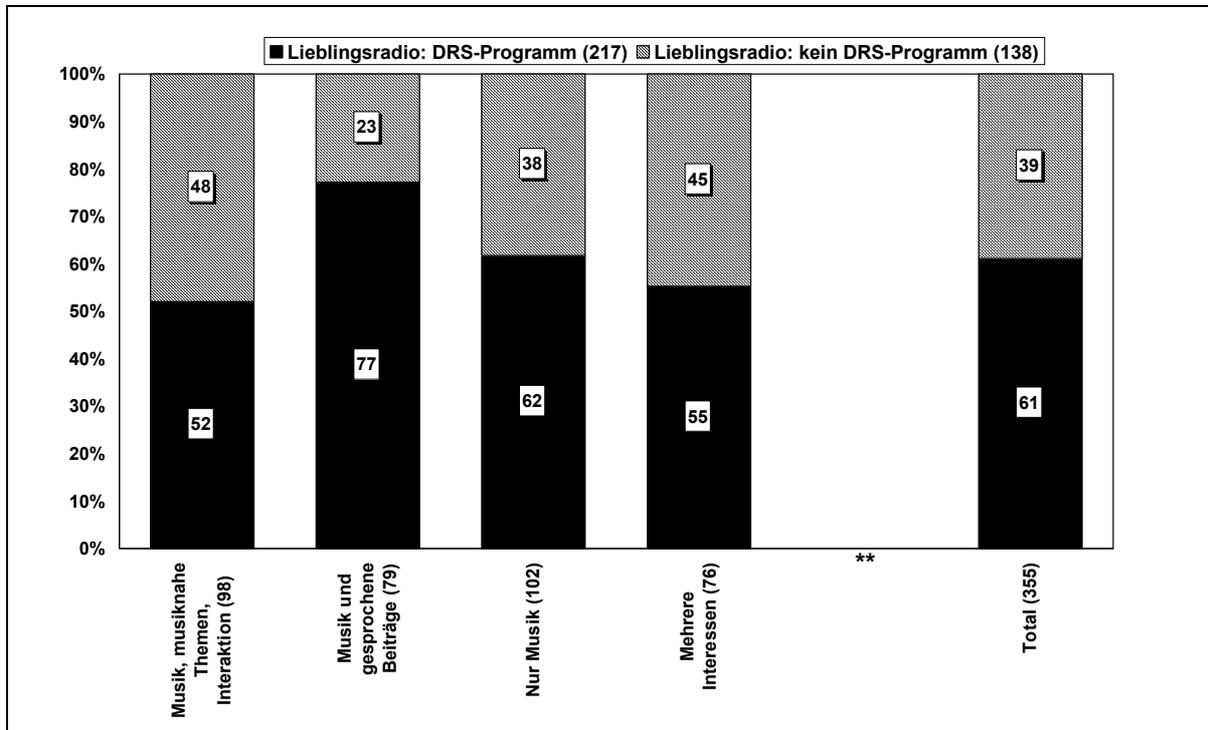
Basis: 355 Personen

Es handelt sich dabei insgesamt um ein Verteilungsmuster, das recht treu dasjenige widerspiegelt, das für die gesamtschweizerische Stichprobe beobachtet werden konnte (Unterkapitel 5.3.6): Die SRG SSR-Programme stellen vor allem für solche Kinder den Liebblingssender dar, die ein überdurchschnittliches Interesse für Programme mit redaktionellen Beiträgen zeigen, die nicht unbedingt einen direkten Bezug zur Musik aufweisen: Kindersendungen, Sendungen über fremde Länder, Sendungen über Tiere, Hörspiele.

Schränkt man die Betrachtung auf die DRS-Programme ein, präsentiert sich uns ein ganz ähnliches – um nicht zu sagen identisches – Bild (siehe Abbildung 5.38).

Untersucht man des Weiteren das Vorhandensein der Schweizer Privatradios oder der ausländischen Sender unter den vier Interessentypen, lassen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede ausmachen (in keiner Abbildung dargestellt).

Abb. 5.38: Ein DRS-Programm als Lieblingsradio und die verschiedenen Interessentypen



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz. Nur diejenigen berücksichtigt, bei denen eine Antwort auf alle Interessenfragen vorliegt.

Basis: 355 Personen

Wie wir schon für die Typen-Verteilung in der gesamten Schweiz auf Grund der Angaben der relevanten Bezugspersonen eine stichwortartige Zusammenfassung der vier Typen gemacht haben, möchten wir dies auch hier tun:

Typ „Musik, musiknahe Themen, Interaktion“ (28%)

- Häufig vertreten, starkes Interesse für Musik, Hitparade, Wunschkonzerte und Informationen über Bands und Musikstars, eher weiblich und „älter“. Eher unterdurchschnittliche Bevorzugung eines SRG SSR- bzw. DRS-Programms. Im Grossen und Ganzen recht ähnlich zum Typ „Musik und musiknahe Themen“ aus der kindesrepräsentativen gesamtschweizerischen Stichprobe.

Typ „Musik und gesprochene Beiträge“ (22%)

- Leicht unterdurchschnittlich vertreten, starkes Interesse für die Musik, für Kindersendungen und für Sendungen über Tiere und Natur, sowie für Hörspiele, eher weiblich und jung, überdurchschnittlich häufig mit einem SRG SSR-Programm als Lieblingsradio. Auch in diesem Fall sind mehrere Ähnlichkeiten zur gesamtschweizerischen Interessentypologie vorhanden.

Typ „nur Musik“ (29%)

- Am häufigsten vertreten, starkes Interesse für die Musik und für kein anderes Angebot, eher männlich und jung, in allen drei Regionen in etwa gleich vertreten, überdurchschnittlich häufig mit einem Geschwister.

Typ „mehrere Interessen“ (21%)

- Am seltensten vertreten, starkes Interesse für die meisten Themenbereiche, eher männlich und alt, eher in der Deutschschweiz zu finden. Gleich dieser Typ in seinem Profil dem gleich genannten Typ aus der schweizerischen bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe, unterscheidet er sich von ihm hinsichtlich seiner soziodemographischen Zusammensetzung leicht.

Im Allgemeinen kann man festhalten, dass die vier Typen ziemlich genau diejenigen Besonderheiten aufweisen, die für die gesamtschweizerische Typologie identifiziert worden sind.

5.7 Vergleich der Interessenverteilung der Deutschweizer Kinder in der Elternstichprobe und in der RC-Kinderstichprobe

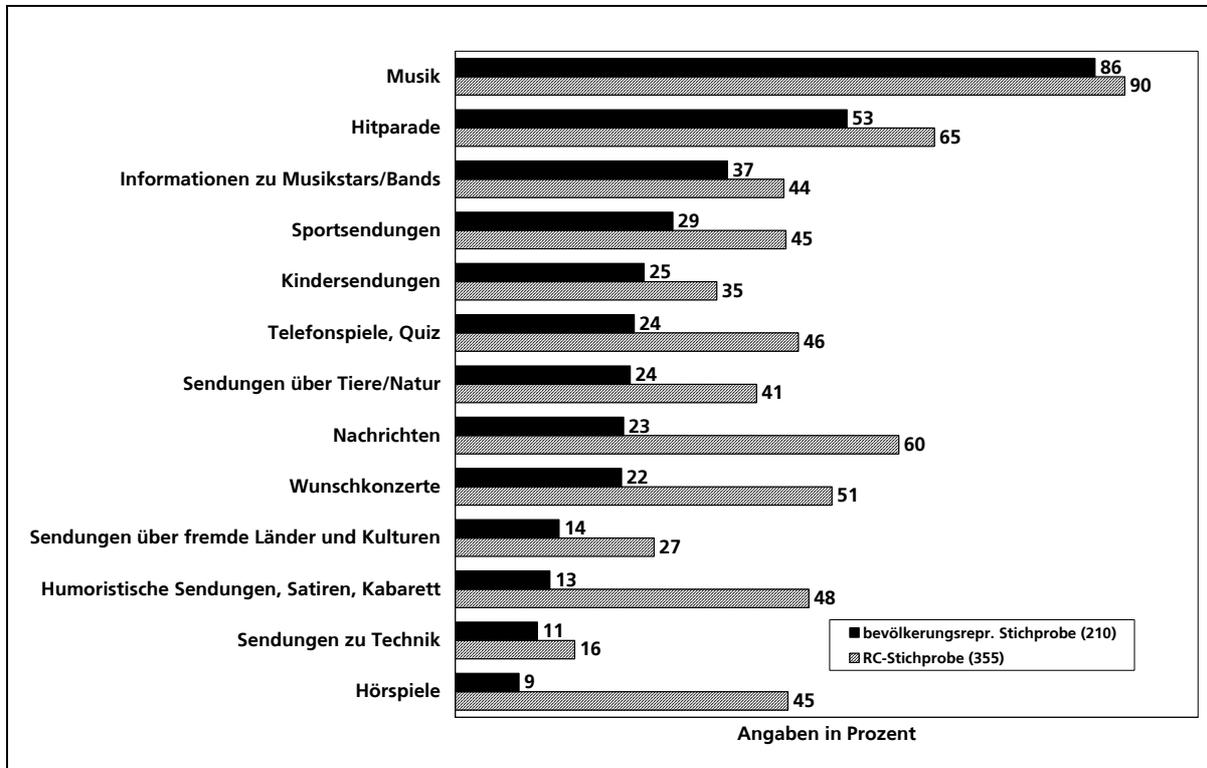
5.7.1 Eine Hitparade der Kinder-Interessen für die Deutschschweiz

Da die Angaben in der RC-Kinderstichprobe lediglich von Deutschschweizer Kindern stammen, werden für den in diesem Unterkapitel vorgestellten Vergleich nur die Antworten über die Deutschschweizer Kinder der bevölkerungsrepräsentativen Kinderstichprobe aus ebendieser Stichprobe berücksichtigt. Zur Erinnerung: die Angaben diesbezüglich sind von einer wichtigen Bezugsperson – in den meisten Fällen ein Elternteil – gemacht worden. Im Gegensatz zu den vorangehenden Abbildungen wird die Reihenfolge der Themenkreise bewusst aus der Gesamtübersicht der bevölkerungsrepräsentativen Befragung (Abbildung 5.1) übernommen. Die Unterschiede springen demzufolge auch direkt ins Auge:

Generell sind die Unterschiede zwischen Fremd- und Selbsteinschätzung (Aussagen der bezugsrelevanten Auskunftspersonen, Aussagen der Kinder) beträchtlich, und zwar in allen Fällen zugunsten der Kinder (Angaben aus dem RC-Screening); sie geben mehr Interessen als ihre Eltern bzw. Verwandten an. 7- bis 14-jährige Kinder aus der Deutschschweiz interessieren sich *nach eigenen Angaben* zwar ebenfalls am meisten für Musik und Hitparade, jedoch fungieren Nachrichten, Humor und Hörspiele viel weiter oben auf der Interessenskala als durch die Eltern (bevölkerungsrepräsentative Befragung) angenommen. Am stärksten variieren die Aussagen beim Humor und bei den Hörspielen: 48% der befragten Kinder gaben an, sich für satirische Inhalte u.ä. zu interessieren, hingegen glaubten lediglich 13% der Eltern (bzw. Verwandten), dass sich ihre Kinder für solche Inhalte begeistern könnten (Faktor 3.7)¹. Beim Hörspiel beträgt der Faktor sogar 5.2. Auch in Bezug auf Wunschkonzerte (Faktor 2.3) und Nachrichten (Faktor 2.6) liegen die Erwachsenen mit ihren Annahmen recht deutlich unter den Selbsteinschätzungen der Kinder.

¹ Der Faktor berechnet sich aus der Teilung des Prozentwertes der RC-Stichprobe durch den Prozentwert der bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe.

Abb. 5.39: Interessen der Kinder – Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“. Angaben für die Deutschschweiz.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

Basis: 210 Personen (bevölkerungsrepräsentative Stichprobe) resp. 355 Personen (RC-Stichprobe)

Wie sich diese Unterschiede erklären lassen, ist schwer zu sagen. Mehrere Aspekte spielen dabei eine Rolle. Zum einen dürften die methodischen Erhebungsunterschiede dafür verantwortlich sein: in einem Fall wurde die Information telefonisch, im anderen Fall Face-to-Face erhoben. Zum Anderen haben wir es hier mit jeweils zwei verschiedenen „Haushalten“ zu tun: es ist nicht so, dass die durch die Aussage der Mutter gewonnene Information mit der durch die Aussage *ihres* Kindes verglichen wurde, sondern die Information von Erwachsenen über Kinder wird einfach mit den Informationen von Kindern verglichen, die in keiner familiären Beziehung zu ihnen stehen.

Drittens kann angenommen werden, dass die Selbst- und Fremd-Wahrnehmung nicht hundert Prozent deckungsgleich sind. Mit anderen Worten: Das Kind *weiss*, dass es sich für einen bestimmten Themenbereich am Radio interessiert; die erwachsene Bezugsperson hingegen kann lediglich auf Grund eigener Beobachtungen über das Hörverhalten der Kinder *vermuten*, dass ein bestimmter Radioinhalt das Kind interessiert.

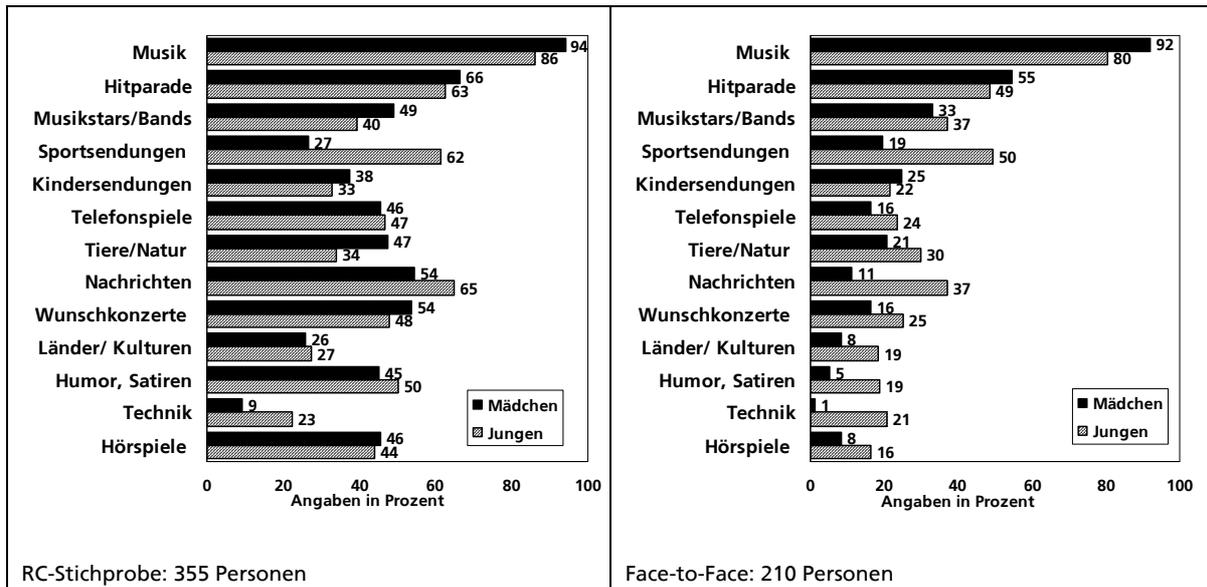
Wir haben es hier also mit zwei potentiellen Verzerrungen seitens der Erwachsenen zu tun: zuerst die Tatsache, dass es sich um eine *Beobachtung* handelt und dann die Tatsache, dass ein *Verhalten* beobachtet wird. Dabei kann es sein, dass das Verhalten nur vage in Beziehung zum effektiven Interesse des Kindes steht. In diesem Zusammenhang ist es wahrscheinlich kein Zufall,

dass das Auseinanderklaffen der Antworten von Erwachsenen und Kindern gerade bei einem leicht zu identifizierenden Radio-Inhalt wie der Musik am kleinsten ist.

5.7.2 Eine Hitparade der Kinder-Interessen für die Deutschschweiz: soziodemographische Unterschiede

Auch bei der Befragung der Kinder selbst ergeben sich geschlechtsspezifische Unterschiede, die im Grossen und Ganzen dieselben sind wie bei der Befragung der Eltern bzw. der erwachsenen Bezugspersonen: Unabhängig von der Informationsquelle interessieren sich deutlich überdurchschnittlich viele Knaben für Sportsendungen und Technik. Unabhängig von der Informationsquelle ist das Interesse für die Musik und die Hitparade leicht ausgeprägter bei den Mädchen als bei den Knaben.

Abb. 5.40.: Vergleich der Interessen der Kinder - Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“. Angaben für die Deutschschweiz, Unterschiede nach Geschlecht



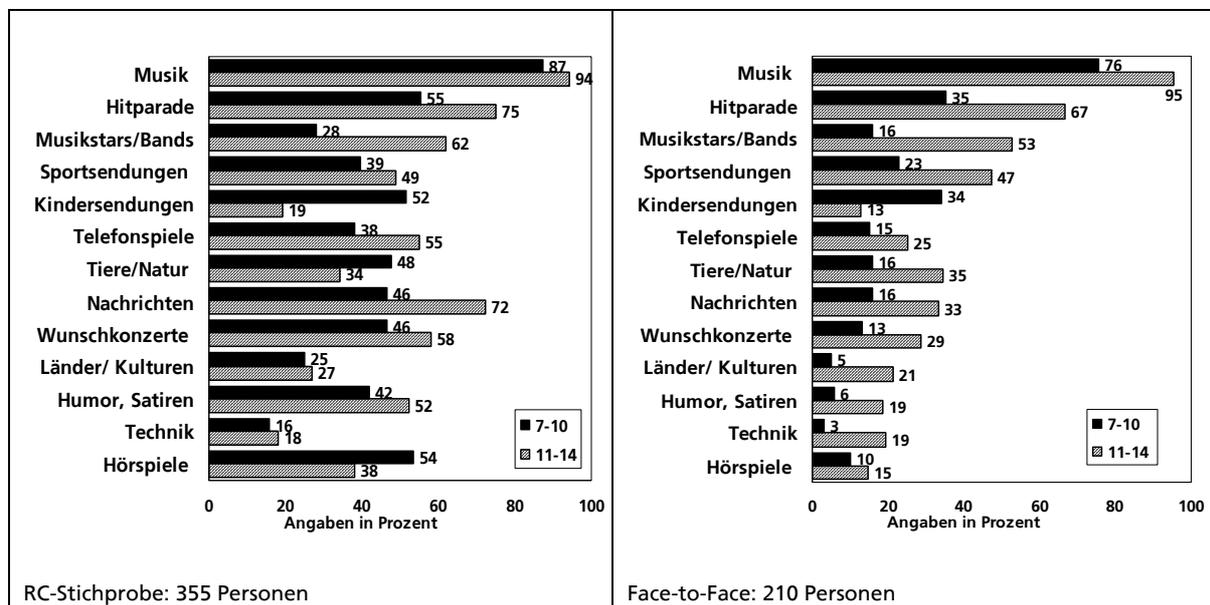
Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

Neben diesen stabilen Aspekten gibt es aber auch einige Interessenschwerpunkte, die je nach Quelle der Informationen variieren. Gemäss den Angaben der Erwachsenen über die Interessen der Kinder würde somit das Thema „Tiere/Natur“ eher die Mädchen ansprechen, halten wir uns hingegen an den direkten Informationen der Kinder aus der RC-Stichprobe, erhält dieses Thema eine rosarote Färbung. Eine ähnliche Veränderung, wonach je nach Informationsquelle der „männliche“ zu einem „weiblichen“ Primat wird, lässt sich bei den Themenbereichen „Hörspiele“ und „Wunschkonzerte“ beobachten.

Ein leicht anderes Bild präsentiert sich beim Vergleich zwischen den Alterskategorien (Abbildung 5.41).

Während in der bevölkerungsrepräsentativen Face-to-Face-Befragung der Eltern die älteren Kinder durchwegs mehr Interesse für alle Themenbereiche – mit Ausnahme der Kindersendungen – an den Tag legten, interessieren sich die 7- bis 10-Jährigen in der RC-Stichprobe nebst den Kindersendungen auch häufiger für Hörspiele und Sendungen über Tiere und Natur als ältere Kinder.

Abb. 5.41: Vergleich der Interessen der Kinder - Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“. Angaben für die Deutschschweiz, Unterschiede nach Alter

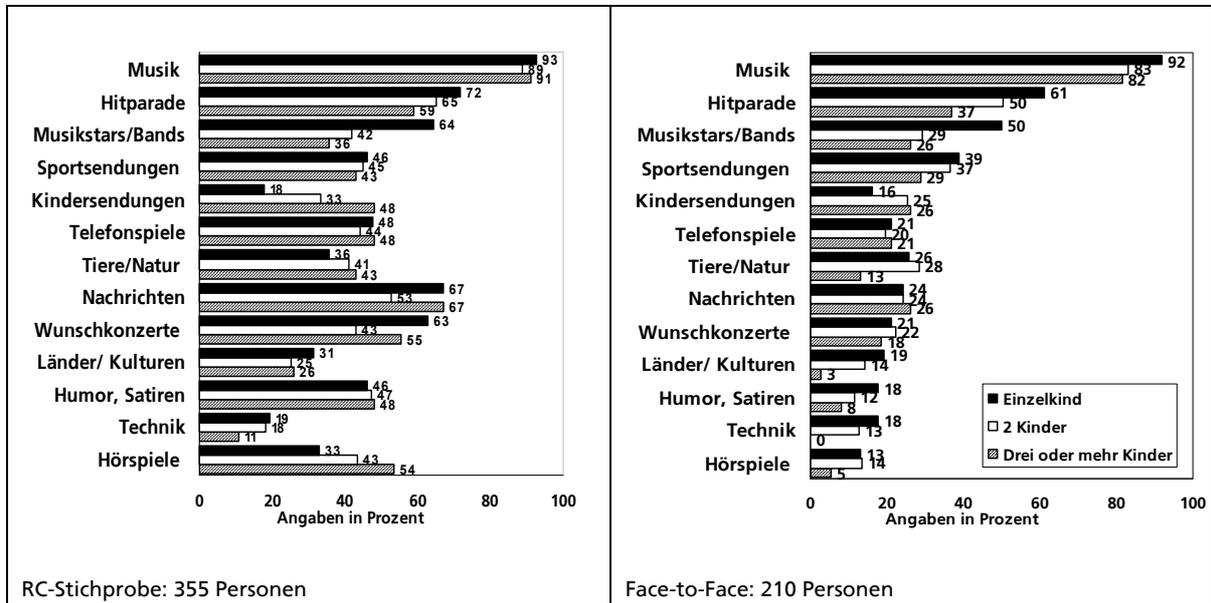


Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

Der Vergleich über die Anzahl Kinder im Haushalt unterstreicht die bereits festgestellten Ausprägungen: Hörspiele, humoristische Unterhaltungssendungen, Nachrichten und Wunschkonzerte interessieren die Kinder unabhängig von der Anzahl Geschwister *nach eigenen Angaben* viel häufiger als von den Eltern bzw. der auskunftgebenden erwachsenen Person angenommen.

Des Weiteren interessieren sich Einzelkinder häufiger für Informationen über Musikstars/Bands und weniger für Kindersendungen. Das leicht überdurchschnittliche Interesse für jegliche Themen bei Einzelkindern ist in der RC-Befragung jedoch weniger ausgeprägt als in der bevölkerungsrepräsentativen Elternbefragung.

Abb. 5.42: Vergleich der Interessen der Kinder - Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elterntichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“. Angaben für die Deutschschweiz, Unterschiede nach Anzahl Kinder im Haushalt



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

5.8 Auf den Punkt gebracht

Die Befragten aus der repräsentativen Face-to-Face-Stichprobe und der RC-Stichprobe sind mit 13 verschiedenen Radio-Themenbereichen konfrontiert worden. Ziel war dabei die Eruiierung des Interessengrades für jedes dieser verschiedenen Themen. Die Daten zeigen, dass unabhängig davon, ob die Antworten von den Kindern selber oder den erwachsenen Bezugspersonen stammen, das grösste Interesse der Musik gilt. Diese Leidenschaft für die Musik am Radio lässt sich sowohl bei den jüngeren und den älteren Kindern als auch bei den Knaben und den Mädchen beobachten. Das Phänomen betrifft zudem alle drei Sprachregionen unseres Landes.

Eine indirekte Bestätigung der Relevanz der musikalischen Aspekte für die Kinder liefert die Tatsache, dass zuoberst in der Interessenrangliste der bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe zwei weitere Bereiche stehen, die recht direkt mit der Musik zu tun haben. Es handelt sich dabei um die Hitparade und die Informationen zu Musikstars und Bands. Auch in diesem Fall lässt sich diese Vorliebe tendenziell in allen Regionen, Altersklassen und Geschlechtskategorien beobachten.

Eine spezielle Beobachtung verdient die Frage nach dem Interesse für die explizit an ein junges Publikum adressierten Kindersendungen. In unserer 13 Items umfassenden Rangliste der bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe belegen sie eine Mittelfeldposition. Dem ist aber nicht in allen Regionen und soziodemographischen Kategorien so! In der Romandie ist das Interesse für diese Art Radioangebot deutlich ausgeprägter als in der Deutschschweiz oder südlich der Alpen.

Bei den 7- bis 10-Jährigen stossen Programme wie „Sigg-Sagg-Sugg“ oder „La smala“ auf deutlich grösseres Interesse als bei den 11- bis 14-Jährigen. Hingegen gibt es keine Beurteilungsunterschiede zwischen Mädchen und Knaben.

Leicht anders sieht es aber in Bezug auf das Interesse für Kindersendungen in der RC-Stichprobe aus, d.h., wenn wir die direkt von den Deutschschweizer Kindern ausgedrückte Meinung untersuchen. Die Ranglisten-Position lautet dann nicht mehr „Mittelfeld“, sondern „unter ferner liefen“. In der Tat vermag sich für Sendungen über andere Länder und Kulturen oder Sendungen über Technik ein prozentual noch kleinerer Anteil an Kindern zu begeistern. Dass das Interesse für Kindersendungen vor allem Sache der jüngeren Kindern ist, geht aber dennoch auch aus den Angaben der Kinder selber hervor.

Ausgehend von den Antworten auf die verschiedenen Interessensfragen lässt sich eine Interessentypologie der Kinder erstellen. Vier verschiedene Typen resultieren daraus. Es ist für die Relevanz, die die Musik im Interessenbouquet der Kinder spielt, bezeichnend, dass auch aus der Betrachtung der Profile der verschiedenen Typen das starke Interesse für die Musik als gemeinsamer Nenner hervorgeht. Selbst die Namen der Typen tragen die Relevanz des musikalischen Aspektes in sich: Typ „Musik und musiknahe Themen“ (starkes Interesse für die Musik, die Hitparade und die Informationen über Musikstars und Bands), Typ „nur Musik“ (starkes Interesse für die Musik und keinen anderen Themenbereich), Typ „Musik und Kindersendungen“ (starkes Interesse für Musik, Kindersendungen, Sendungen über Tiere und Natur) und schliesslich Typ „mehrere Interessen“ (starkes Interesse für so gut wie alle Themenbereiche mit Ausnahme der Kindersendungen und der Hörspiele). Diese Typologie erweist sich als recht stabil. Mit anderen Worten: auch wenn sie auf Grund der Antworten der Kinder aus der RC-Stichprobe gebildet wird, ergeben sich vier verschiedene Typen, die ein sehr ähnliches Profil aufweisen wie auf der Grundlage der (durch die erwachsenen Bezugspersonen mitgeteilten) Informationen aus der Elternstichprobe.

6. Motive

„Um sich zu entspannen“, „um etwas zu lernen“, „um sich nicht alleine zu fühlen“. Diese und weitere Gründe können hinter der Tätigkeit des Radiohörens stecken. Auf das Thema, welche Motive bei den Kindern ausschlaggebend für den Radiokonsum sind, werden wir im vorliegenden Kapitel detailliert eingehen.

Im Zentrum dieses Kapitels steht die Frage nach den Motiven, warum die 7- bis 14-Jährigen, Radio hören. Die Gliederung orientiert sich auf Grund der verwandten Thematik eng am vorangehenden Kapitel über die Interessen.

Die vorliegenden Daten basieren – analog zu Kapitel 5 – auf den Ergebnissen der Face-to-Face-Befragung und den Resultaten aus der Screening-Befragung der RADIOCONTROL-Uhrenträger. Die Daten aus der Face-to-Face-Befragung sind bevölkerungsrepräsentativ und geben Auskunft über die Motive der Kinder in der ganzen Schweiz, jene aus der Screening-Befragung der RADIOCONTROL-Uhrenträger hingegen decken nur die Deutschschweiz ab.

Analog zur „Interessenfrage“ wurde auch die „Motivfrage“ in der Face-to-Face-Befragung den Eltern bzw. den erwachsenen Bezugspersonen der Kinder und beim Screening-Interview direkt den Kindern selbst gestellt. Sie lautet: „Bitte sagen Sie mir, aus welchen der folgenden Gründe das Kind häufig, gelegentlich, selten oder gar nie Radio hört“ respektive „Bitte sag' mir immer, ob Du aus diesem Grund häufig, gelegentlich, selten oder gar nie Radio hörst“. Die Befragten mussten zu jedem der 16 folgenden Gründe Stellung nehmen: um eine ganz bestimmte Sendung zu hören; um Musik zu hören; zum Wecken; wegen bestimmten Moderator/innen, welche dem Kind besonders gefallen; zur Entspannung/zum Abschalten; als Aufsteller/weil es das Kind in eine gute Stimmung versetzt; um Probleme zu vergessen/verdrängen; als Zeitfüller/aus Langeweile; aus einem Informationsbedürfnis heraus; um etwas zu lernen; als Begleitung (zum Essen, Spielen, zu den Hausaufgaben etc.); um zu hören, was die Leute so über sich und die Welt denken.

Um die Darstellungen möglichst aussagekräftig gestalten zu können, wurden auch in diesem Kapitel die Antwortkategorien gruppiert: „motiviert“ (= Motiv „häufig“ oder „gelegentlich“) und „nicht motiviert“ (= Motiv „selten“ oder „nie“).

In den folgenden Unterkapiteln stehen verschiedene Fragestellungen im Zentrum der Betrachtungen: zum einen die Motive der Kinder für das Radiohören in Abhängigkeit von Geschlecht, Alter und Anzahl Kinder im Haushalt. In weiteren Abschnitten richtet sich dann das Augenmerk auf die einzelnen Sprachregionen und deren Unterschiede zueinander. Analog zu den Interessen wird des Weiteren überprüft, ob und in wie weit sich die Angaben aus der repräsentativen Elternbefragung mit denjenigen aus der Screening-Erhebung decken.

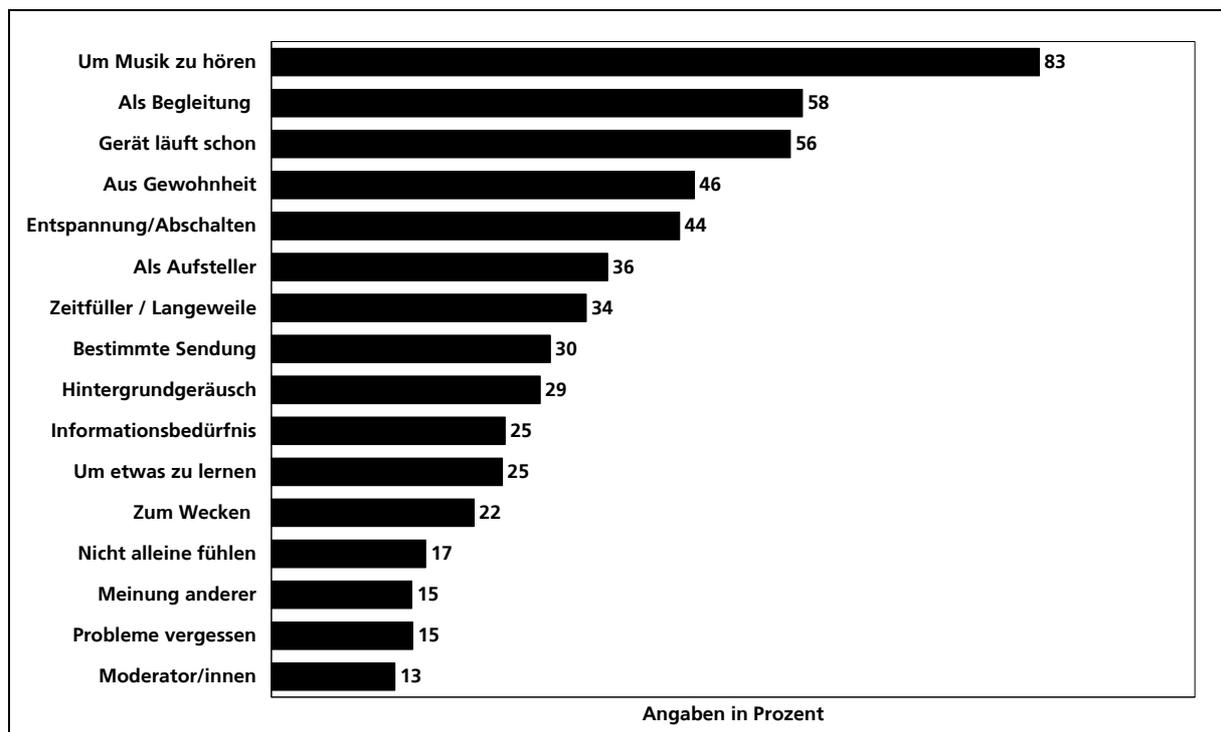
6.1 Die einzelnen Motive in der ganzen Schweiz

6.1.1 Eine Hitparade der Motive

Nach Angaben der Eltern bzw. der erwachsenen Auskunftspersonen schalten die 7- bis 14-Jährigen das Radio hauptsächlich ein, um Musik zu hören (83%). Weitere häufig genannte Gründe sind das begleitende Hören (58%), weil das Gerät schon eingeschaltet ist (56%) sowie das Hören aus Gewohnheit (46%) oder zur Entspannung (44%), wie aus Abbildung 6.1 zu entnehmen ist.

Auf Grund dieser Angaben kann man vermuten, dass Radio-Moderatorinnen und –Moderatoren für die Kinder kaum Star-Charakter haben. Posters von Radio-DJ's werden wohl in den wenigsten Kinderzimmern hängen...: Nur 13 von 100 Kindern schalten nämlich das Radio deshalb ein, weil bestimmte Moderatorinnen und Moderatoren am Mikrophon sprechen. Auch eskapistische Gründe sind eher unpopulär: der Anteil an Kindern, die Radio hören, um Probleme zu vergessen, beträgt lediglich 15%.

Abb. 6.1: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Anteile der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
Basis: 362 Personen

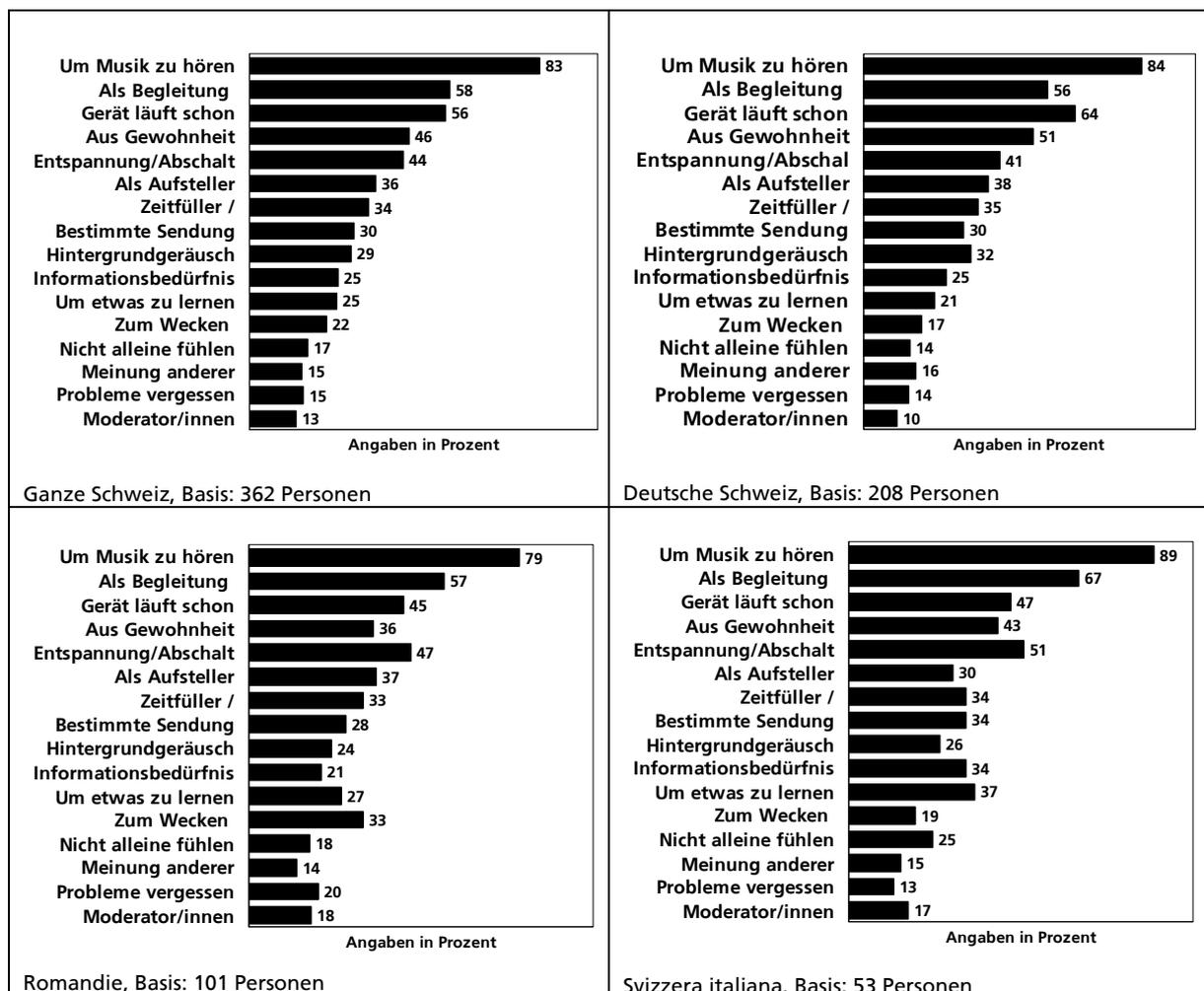
Insgesamt ergibt sich aus Abbildung 6.1 das Bild von einer starken „Musiksucht“ bzw. vom überwiegend begleitenden Radiohören. Das „Nebenbei-Medium“ prägt sich demnach schon im Kindesalter in dieser Funktion ein. Allerdings sind diese Angaben mit Vorsicht zu geniessen,

denn bei den vorliegenden Antworten handelt es sich um die Aussagen der Eltern (oder in manchen Fällen anderer erwachsener Bezugspersonen) über ihre Kinder. Womöglich – wie wir in einem späteren Abschnitt sehen werden - messen die Kinder den verschiedenen Motiven eine andere Bedeutung bei.

6.1.2 Sprachregionale Unterschiede

Um allfällige Unterschiede zwischen den einzelnen Regionen und nach soziodemografischen Merkmalen leichter aufzeigen zu können, wird die Reihenfolge der Motive gemäss Abbildung 6.1 für alle weiteren Abbildungen übernommen.

Abb. 6.2: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen, Anteile der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

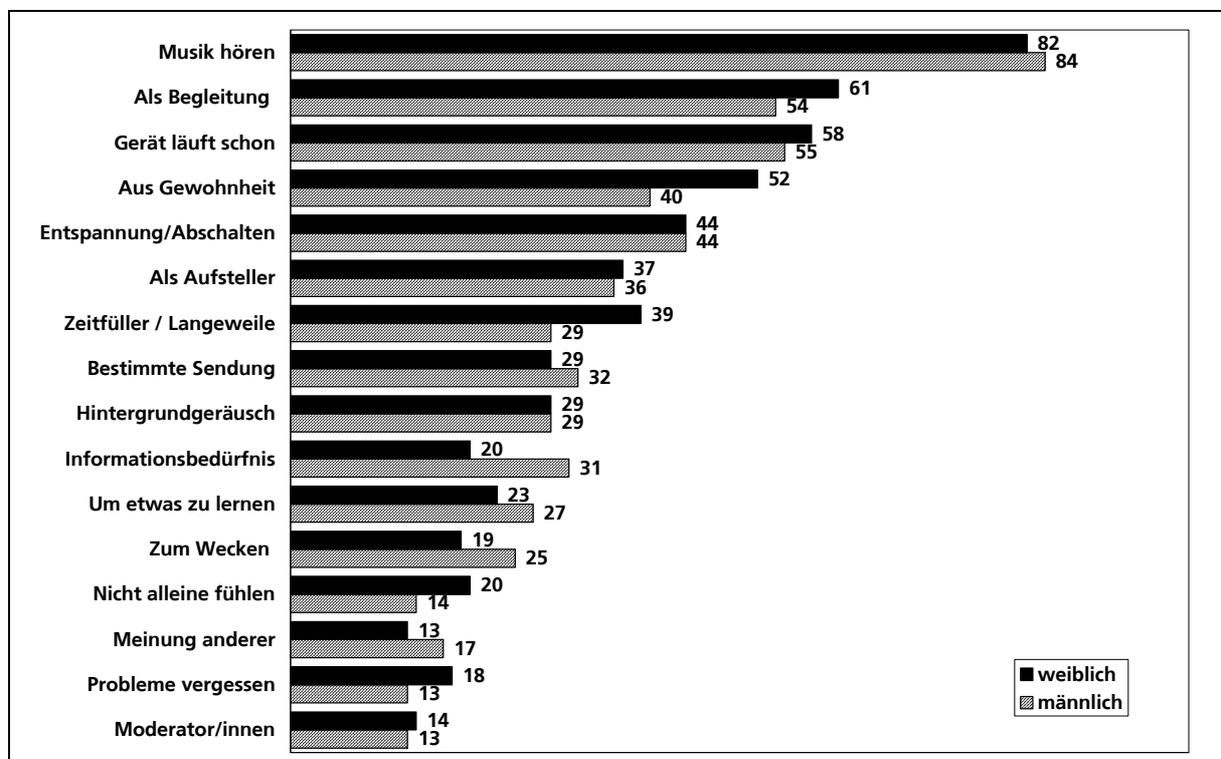
In allen Sprachregionen dominiert gemäss Abbildung 6.2 das Musikhören als Hauptgrund für den Radiokonsum der 7- bis 14-Jährigen. In der Deutschschweiz wird häufiger als in den beiden

anderen Regionen Radio aus Gewohnheit gehört (51%), weil das Gerät schon läuft (64%) oder auch „nur“ als Hintergrundgeräusch (32%). In der welschen und der italienischen Schweiz wird häufiger zur Entspannung/zum Abschalten als aus Gewohnheit Radio gehört. Die Kinder aus der Romandie schalten das Radio häufiger zum Wecken ein als Deutschschweizer und Tessiner bzw. Bündner Kinder italienischer Muttersprache. Ausserdem nutzen die Mädchen und Jungen der Svizzera italiana das Radio im Vergleich zu den Kindern nördlich des Gotthards und westlich der Saane häufiger aus einem Informationsbedürfnis heraus, um etwas zu lernen, aber auch um nicht alleine zu sein.

6.1.3 Soziodemographische Unterschiede: die ganze Schweiz

Insgesamt betrachtet sind die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen, was die Gründe für das Radiohören angeht, nicht sehr ausgeprägt (Abbildung 6.3): Mädchen hören häufiger aus Gewohnheit (52%), um die Zeit zu überbrücken (39%) und um Probleme zu vergessen (18%), während Jungen das Radio mehr einschalten, um sich zu informieren (31%) und um etwas zu lernen (27%) oder zum Wecken (25%). Nicht alle erwähnten Unterschiede sind jedoch statistisch signifikant.

Abb. 6.3: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Geschlecht, Anteile der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“

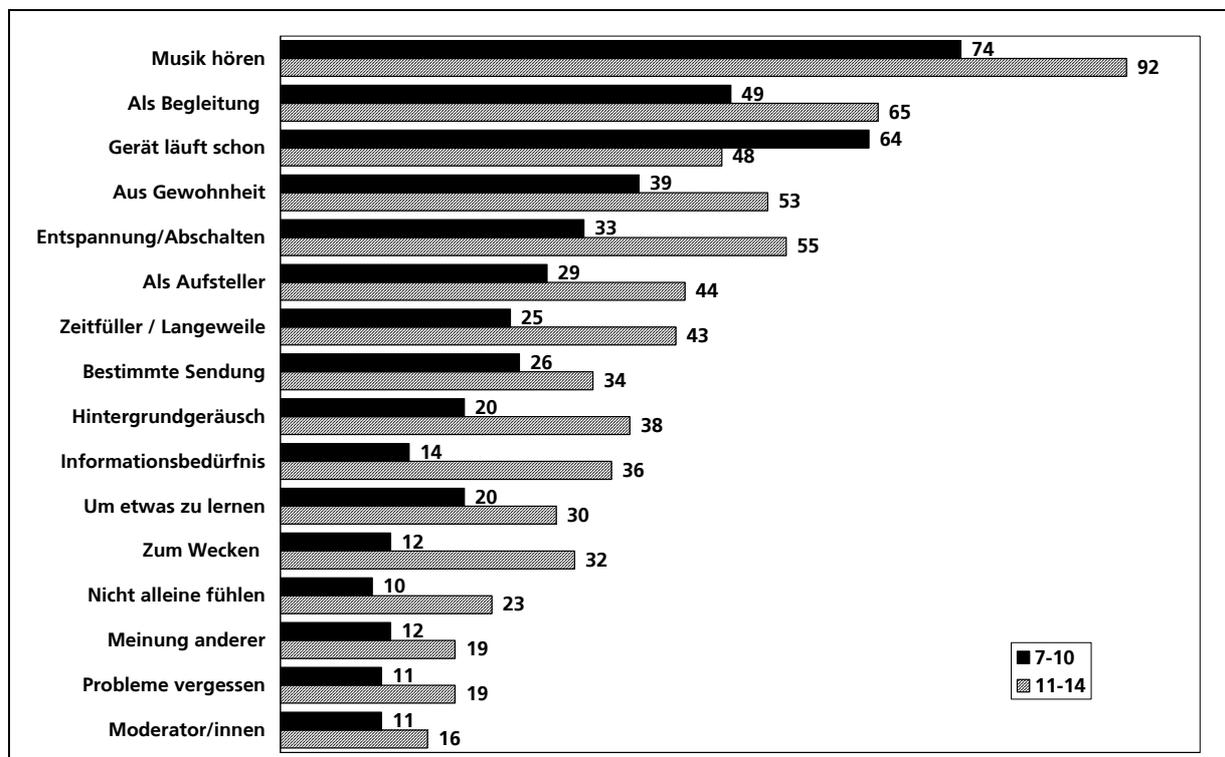


Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
Basis: 362 Personen; Knaben: 185 Personen; Mädchen: 177 Personen

Tendenziell scheinen somit eher zielgerichtete Aspekte und informative Motive hinter den Gründen zu liegen, welche die Knaben zum Radio-Konsum bewegen („um eine bestimmte Sendung zu hören“, „aus einem Informationsbedürfnis“, „um etwas zu lernen“, „zum Wecken“, „um zu hören, was die Leute so über sich und die Welt denken“). Emotionale und gewohnheitsgebundene Elemente scheinen hingegen eher die Annäherung der Mädchen ans Medium Radio zu kennzeichnen („als Begleitung“, „aus Gewohnheit“, „als Zeitfüller/aus Langeweile“, „um sich nicht alleine zu fühlen“, „um Probleme zu vergessen“). Auf Grund dieses unterschiedlichen Profils lässt sich nun die berechnete Frage stellen, inwiefern hinter diesen Antworten (die ja von den erwachsenen Bezugspersonen gegeben worden sind), der unbewusste Einfluss der bei vielen Personen internalisierten Vorstellungen und Klischees über die Verhaltensweisen von Mädchen und Knaben steckt (und von Frauen und Männern im Allgemeinen). Mit anderen Worten: Dieses Muster gibt die oft klischeehafte Zuordnung wieder, wonach das Sachlich-Rationale mit dem Männlichen und das Emotional-Affektive mit dem Weiblichen assoziiert wird. In einem der letzten Abschnitte dieses Kapitels werden wir interessanterweise feststellen, dass diese Unterscheidung zwischen den Beweggründen von Knaben und Mädchen – wenn auch nicht so ausgeprägt – auch auf Grund der Antworten der Kinder selbst resultiert.

Nach Alterskategorien ausgewertet fallen gemäss Abbildung 6.4 die Unterschiede deutlicher aus.

Abb. 6.4: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
Basis: 362 Personen; 7- 10-Jährige: 175 Personen; 11- 14-Jährige: 187 Personen

Ältere Kinder geben mehr Gründe für das Radiohören an. Einzige Ausnahme bildet die Kategorie „Gerät läuft schon“, da überwiegen die Antwortanteile der 7- bis 10- Jährigen über diejenigen der 11- bis 14-Jährigen. Dass gerade dieser Grund von jüngeren Kindern häufiger angeführt

wird als von älteren, hängt mit grosser Wahrscheinlichkeit von der unterschiedlichen Hörsituation ab, in der sie sich befinden und die sich aus der altersabhängigen Medienausstattung im Kinderzimmer ergibt (siehe dazu auch Kapitel 3.2): Während die 11- bis 14-Jährigen bereits ihre eigenen Radiogeräte im Zimmer haben, die sie nach Lust und Laune selbständig ein- und ausschalten können, müssen die 7- bis 10-Jährigen aufs Wohnzimmer ausweichen, wo das Gerät schon läuft (z.B. eine erwachsene Person bereits Radio hört), wenn die Kinder dazukommen. Nicht auszuschliessen ist zudem die Tatsache, dass der Grund „das Gerät läuft schon“ deshalb für die jüngeren Kindern überdurchschnittlich häufig relevant ist, weil diese noch nicht über jene Freiheiten verfügen, die Frühadoleszenten haben. Mit anderen Worten: jüngere Kinder sind wahrscheinlich häufiger mit ihren Eltern zusammen.

Der Beweggrund „um Probleme zu vergessen“ wird fast doppelt so häufig von den älteren Kindern genannt. In Kombination mit den nach Geschlecht ausgewiesenen Ergebnissen (Mädchen nennen diesen Grund signifikant häufiger als Knaben) ist es naheliegend, dass besonders 11- bis 14-jährige Mädchen aus diesem eskapistischen Grund Radio hören.

Wie bereits im vorangehenden Kapitel zu den Interessen angedeutet, stellt sich auch hier die Frage, ob 7- bis 10-Jährige tatsächlich weniger Gründe fürs Radiohören als ältere Kinder haben. Angesichts der Tatsache, dass in der bevölkerungsrepräsentativen Elternbefragung Eltern oder relevante Bezugspersonen an Stelle der Kinder antworten, ist es durchaus plausibel, dass sie nicht genau über die Motive ihrer Kinder Bescheid wissen. Motive sind schliesslich noch schwieriger als Interessen zu interpretieren und eine Gesprächssituation, in der ein Elternteil seine Sprösslinge nach den Gründen des Radiohörens fragt, wird wohl kaum zum Alltag des schweizerischen Haushalts gehören. Damit möchten wir lediglich die Leserin und den Leser darauf aufmerksam machen, dass die Gefahr von Fehlinterpretationen der Erwachsenen in Bezug auf das Verhalten der Kinder im Bereiche „Motive“ möglicherweise grösser ist als im Bereich „Interessen“.

Wenn wir die Motive der Kinder in Abhängigkeit von der Anzahl Geschwister betrachten (Abbildung 6.5), fällt auf, dass sowohl Einzelkinder als auch Kinder mit einem oder mehreren Geschwistern in erster Linie deshalb das Radio einschalten, weil sie Musik hören wollen. Des Weiteren kann man feststellen, dass besonders Einzelkinder seltener einer passiven Hörsituation ausgesetzt sind („das Gerät läuft schon“) als Kinder mit einem oder mehreren Geschwistern.

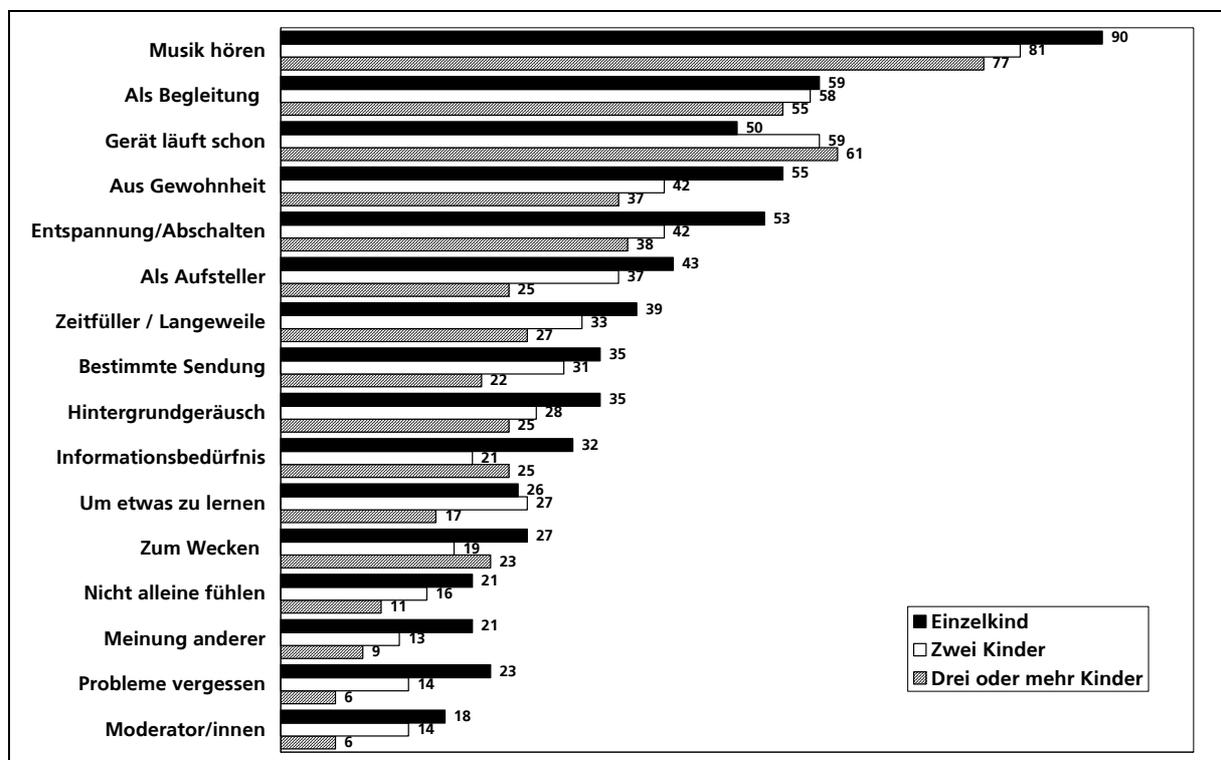
Dieser Befund lässt zwei Interpretationsmöglichkeiten zu. Die erste: Alleine aus der Anzahl Kinder (und somit Mitbewohner) im Haushalt reduziert sich in den Familien mit zwei oder mehr Kindern die Möglichkeit des ungestörten Radiohörens und erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass das Gerät schon läuft, respektive schon jemand anderes Radio hört und zu einem mehr oder weniger freiwilligen „Mithören“ kommt.

Die zweite: Einzelkinder haben häufiger einen „freien Zugang“ zu den Geräten der Unterhaltungselektronik als Kinder mit Geschwistern (siehe dazu Unterkapitel 3.4.3) und befinden sich somit seltener in einer passiven Hörsituation. Das Kriterium des „freien Zugangs“ scheint umso entscheidender, da nämlich Kinder mit und Kinder ohne Geschwister gleich oft Radio „als Begleitung“ hören. Weiter erwähnenswert – wenn auch nicht besonders erstaunlich – ist die Tatsache, dass Einzelkinder häufiger als Kinder mit Geschwistern als Grund, warum sie Radio hören, „um sich nicht alleine zu fühlen“ angeben. Dies und das Motiv „Meinung anderer erfahren“ (d.h. Radio wird gehört, um zu erfahren, was die Leute über sich und die Welt denken) können als Hinweise auf eine parasoziale Funktion gedeutet werden, welche das Radio für die Einzel-

kinder ausübt. Demnach würde das Medium Radio bis zu einem gewissen Grad nicht vorhandene soziale Kontakte ersetzen oder ergänzen sowie das „Mitreden“ respektive Mitmachen in einer sozialen Gruppe ermöglichen. Einzelkinder sprechen darüber hinaus überdurchschnittlich auf Motive wie „Entspannung/Abschalten“ und „Probleme vergessen“ an.

Eine allgemeine Betrachtung der Antwortverteilungen in Abbildung 6.5 zeigt schliesslich, dass Einzelkinder überdurchschnittlich viele Beweggründe für den Radiokonsum haben. In der Tat lässt sich bei 14 der 16 erfragten Motive feststellen, dass sie für die Einzelkinder überdurchschnittlich relevant sind. In vielen Fällen sind jedoch die Differenzen statistisch nicht gesichert.

Abb. 6.5: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Unterschiede in Zusammenhang mit Anzahl Kinder im Haushalt, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz
 Basis: 362 Personen; Einzelkind: 113 Personen; zwei Kinder: 174 Personen; drei oder mehr Kinder: 65 Personen

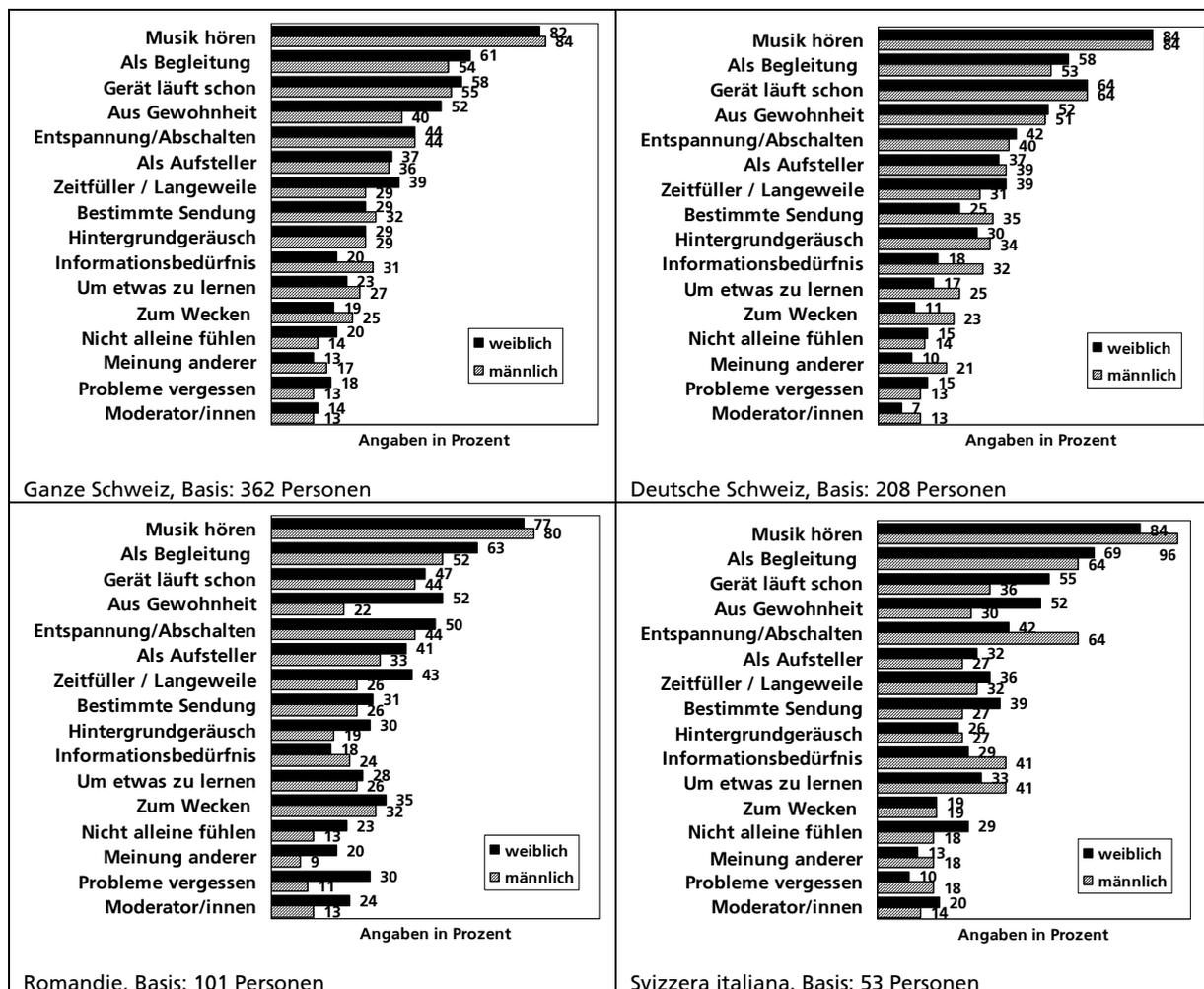
6.1.4 Soziodemographische Unterschiede: die verschiedenen Sprachregionen

Im Bezug auf das Geschlecht der befragten Kinder (Abbildung 6.6) sind die einzelnen Motive in den jeweiligen Regionen verschieden stark ausgeprägt:

Deutschschweiz:

- Gleich sechs Motive werden praktisch gleich oft von Mädchen wie Jungen genannt: Musik hören, weil das Gerät schon läuft; aus Gewohnheit; zur Entspannung/zum Abschalten und um sich nicht alleine zu fühlen. Die grössten Unterschiede zu den Aussagen der Jungen und Mädchen in den beiden anderen Regionen ergeben sich bei den Motiven „aus Gewohnheit“ und „um sich nicht alleine zu fühlen“ (jeweils mehr Mädchen als Knaben). In der Deutschschweiz lassen sich darüber hinaus deutlich mehr Jungen als Mädchen vom Radio wecken (was in der Romandie und in der Svizzera italiana nicht so deutlich der Fall ist). Das Kriterium Moderatorinnen bzw. Moderatoren nennen im Gegensatz zu den Romands und den Svizzero italiani mehr Jungen als Mädchen.

Abb. 6.6: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen, Unterschiede in Zusammenhang mit dem Geschlecht, Summe der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

Romandie:

- Im Gegensatz zur Deutschschweiz geben in der Suisse romande mehr Knaben als Mädchen „Musik hören“ als Hauptmotiv fürs Radiohören an. Es muss jedoch relativierend hinzugefügt werden, dass der prozentuale Unterschied minimal ist und im Rahmen des Stichprobenfeh-

lers liegt. Deutlich mehr Mädchen als Jungen lauschen dem Medium aus Gewohnheit, genauso wie um sich nicht alleine zu fühlen oder um Probleme zu vergessen. Wenn es um die „Meinung anderer“ geht, hören im Gegensatz zur Deutschschweiz mehr Mädchen als Jungen aus diesem Grund Radio (in der Svizzera italiana ist das Antwortverhältnis praktisch ausgewogen).

Svizzera italiana:

- Deutlich weniger Jungen als Mädchen geben an, Radio zu hören, weil das Gerät schon läuft. Hingegen wird „Entspannung/Abschalten“ von mehr Knaben als Mädchen als Motiv fürs Radiohören genannt (In den zwei anderen Sprachregionen lassen sich diesbezüglich nur kleine Unterschiede zwischen den Antworten der Knaben und der Mädchen beobachten). Im Tessin und italienischsprachigen Graubünden (wie übrigens auch in der Romandie) schalten mehr Mädchen als Jungen das Radio ein, um eine bestimmte Sendung zu hören; in der Deutschschweiz ist es gerade umgekehrt.

Die im Unterkapitel 6.1.3 beobachteten altersspezifischen Unterschiede in der ganzen Schweiz finden sich mit geringen Abweichungen auch in den einzelnen Regionen wieder, wie aus Abbildung 6.7 hervorgeht.

Deutschschweiz:

- Der Unterschied zwischen jüngeren und älteren Kindern, die Radio hören, weil das Gerät schon läuft, ist in der Deutschschweiz viel grösser als in den beiden anderen Regionen, ebenfalls jener „um sich nicht alleine zu fühlen“. Hingegen ist die Differenz zwischen den Altersgruppen in Bezug auf die Nutzung des Radios „als Aufsteller“ deutlich geringer als in der Romandie und in der Svizzera italiana. Wie in den anderen Sprachregionen wird das Radio von den jüngeren Kindern überdurchschnittlich häufig deshalb gehört, weil es schon läuft.

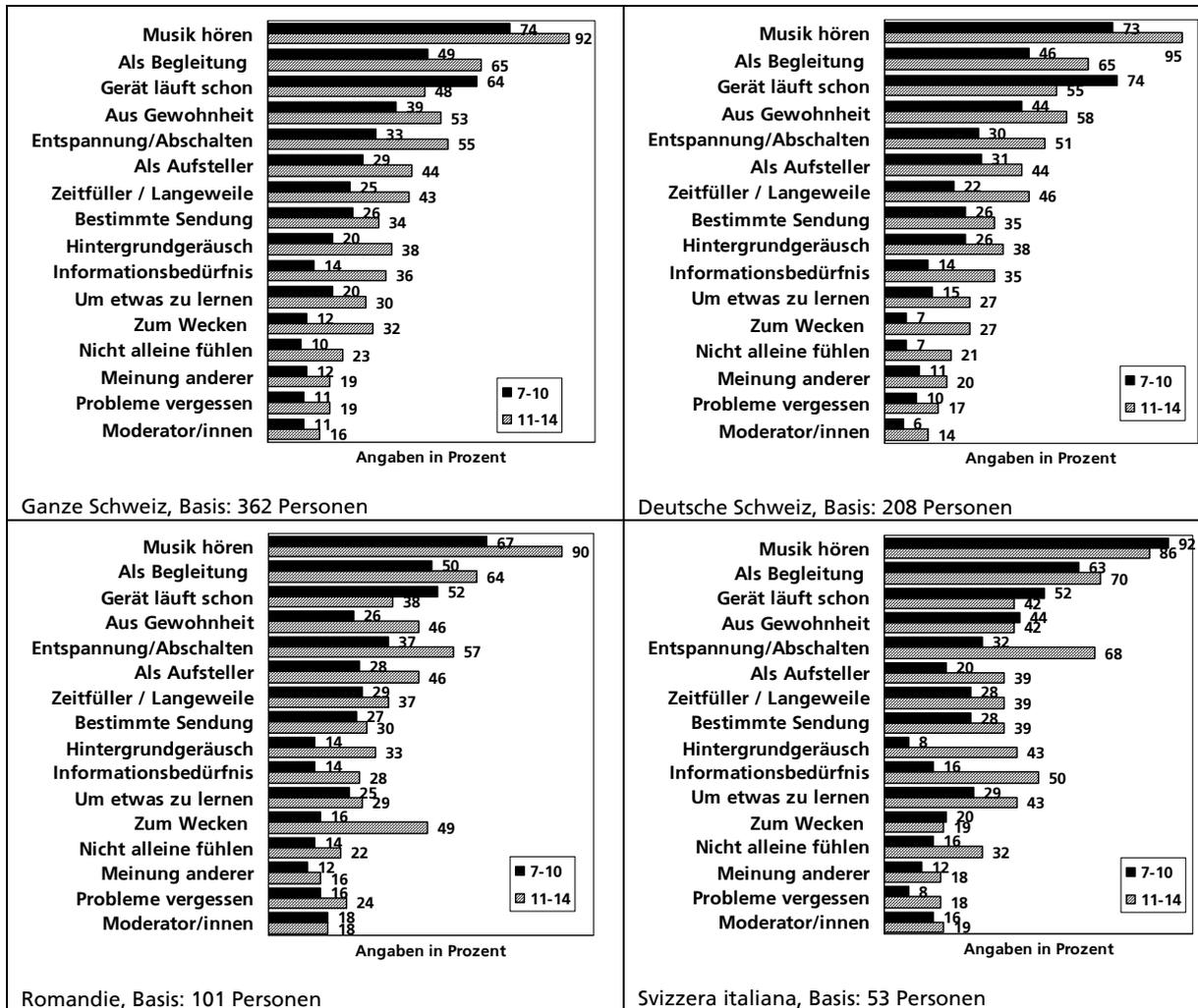
Romandie:

- Wie in der Deutschschweiz, kann man auch in der Romandie einen starken Unterschied zwischen älteren und jüngeren Kindern in Bezug auf das Motiv „Musik hören“ beobachten. Der gezielte Musikkonsum erweist sich somit auch westlich der Saane als ein spezifischer Beweggrund der älteren Kinder. Noch auffälliger ist die Differenz hinsichtlich der Benutzung des Radios als Wecker. Auch in diesem Fall handelt es sich eindeutig um einen Beweggrund der älteren Kinder.

Svizzera italiana:

- Bei den 11- bis 14-jährigen Kindern, die südlich der Alpen leben, stehen im Gegensatz zu den gleichaltrigen Kindern in den beiden anderen Regionen „Entspannung/Abschalten“ sowie das „Informationsbedürfnis“ deutlich stärker im Vordergrund. Radio als Hintergrundgeräusch und als Hilfsmittel, um etwas zu lernen, wird ebenfalls häufiger von den älteren Tessiner und Bündner Kindern italienischer Muttersprache als Motiv angeführt. Der altersspezifische Unterschied beim Motiv „Musik hören“ ist in der Svizzera italiana verhältnismässig wenig ausgeprägt.

Abb. 6.7: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen. Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

Unter dem Aspekt der Beziehung zwischen der Anzahl Kinder im Haushalt und den Motiven für die Radionutzung (Abbildung 6.8) sind keine neuen thematischen Unterschiede beobachtbar: Die zu Abbildung 6.5 aufgestellte These, wonach Einzelkinder auf Grund ihres Zeitbudgets und der Verfügbarkeit von Geräten der Unterhaltungselektronik im eigenen Zimmer seltener Radio hören „weil das Gerät schon läuft“, und überdurchschnittlich häufig aus anderen Gründen, gilt ebenfalls für die einzelnen Regionen der Schweiz.

Deutschschweiz:

- Der Zusammenhang zwischen Zeitbudget, Verfügbarkeit von Radiogeräten und dem Motiv Radio zu hören „weil das Gerät schon läuft“, ist in der Deutschschweiz sehr ausgeprägt. Ansonsten lässt sich ein Antwortmuster beobachten, das ziemlich genau dasjenige aus der gesamten Schweiz widerspiegelt.

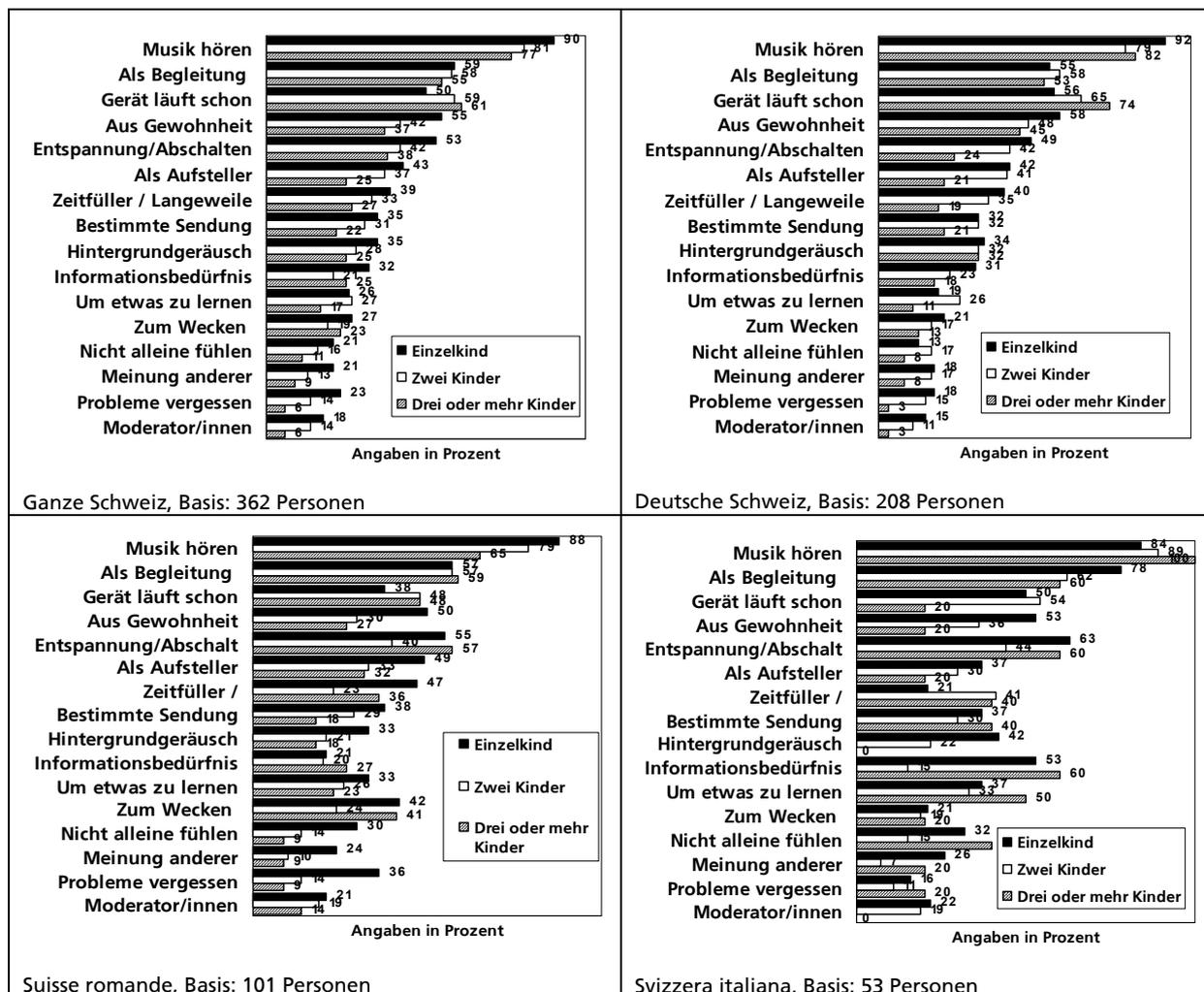
Romandie:

- In der Region, in welcher die 7- bis 14-Jährigen überdurchschnittlich oft das Radio zum Wecken benutzen, sind es vor allem Einzelkinder (42%) und Kinder mit zwei oder mehr Geschwistern (41%), welche das Radio zu diesem Zweck einschalten. Besonders hoch ist der Anteil an Einzelkindern, die das Radio einschalten, um Probleme zu vergessen (30%).

Svizzera italiana:

- Südlich der Alpen, wo Kinder gemäss ihren Eltern bzw. den erwachsenen Bezugspersonen besonders oft aus einem Informationsbedürfnis heraus Radio hören, machen Einzelkinder (53%) und Kinder mit zwei oder mehr Geschwistern (60%) den grössten Anteil in dieser Antwortkategorie aus. Der Anteil an Kindern mit zwei oder mehr Geschwistern, die Radio hören, weil das Gerät schon läuft, ist mit 20% deutlich unterdurchschnittlich.

Abb. 6.8: Motive, warum die Kinder Radio hören, gemäss Aussagen der erwachsenen Auskunftspersonen – Angaben für die Schweiz und die drei Sprachregionen. Unterschiede in Zusammenhang mit der Anzahl Kinder im Haushalt, Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14, die Radio hören, aus Haushalten in der ganzen Schweiz

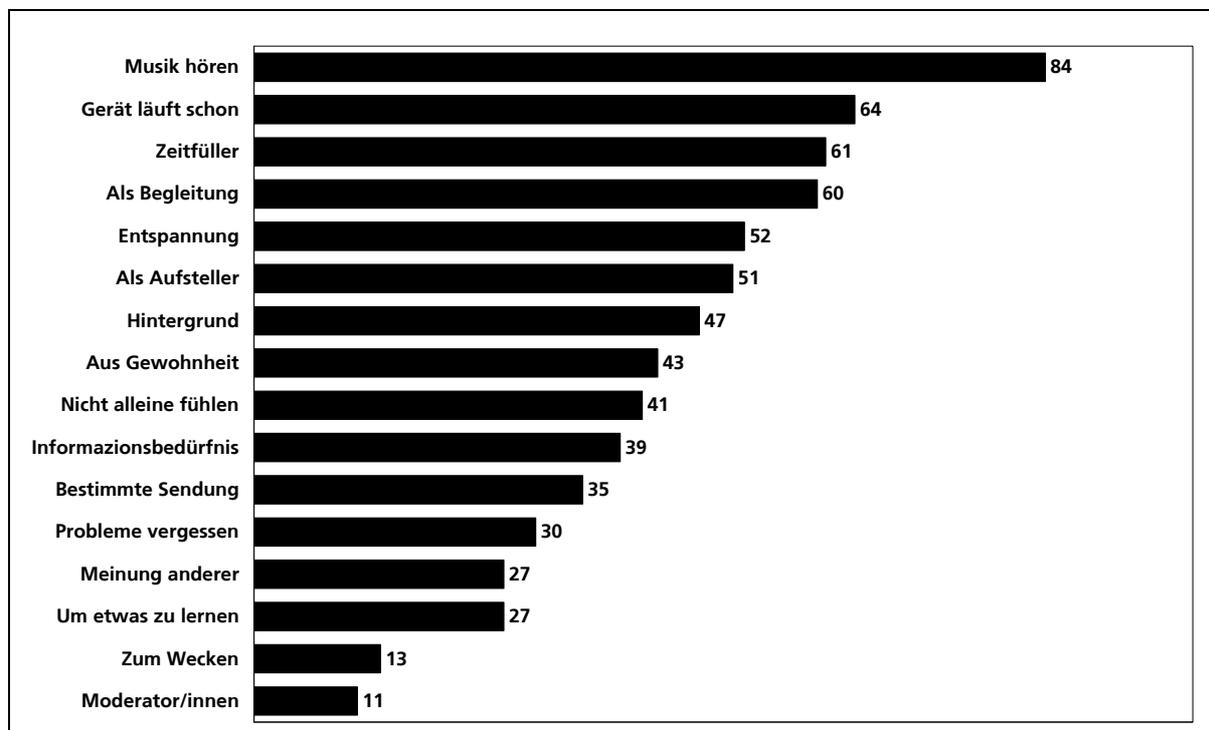
Als erstes Fazit aus dieser Analyse lässt sich sagen, dass es eine bemerkenswerte Parallele zu den Angaben vom Kapitel 5 über die Interessen der Kinder gibt. War dort zuoberst in der Hitliste das Interesse für die Musik am Radio, ist hier der Hauptgrund, warum das Radio eingeschaltet wird, das Musikhören. Die Wichtigkeit dieses Motivs ist in etwa ähnlich ausgeprägt in allen soziodemographischen Kategorien und Sprachregionen.

6.2 Die einzelnen Motive in der Deutschschweiz auf Grund der Angaben durch die Kinder selbst

6.2.1 Eine Hitparade der Motive in der Deutschschweiz

Unsere Betrachtung beginnt mit der Reihenfolge der meisterwähnten Beweggründe fürs Radiohören:

Abb. 6.9: Motive, warum die Kinder Radio hören - Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der
Basis: 355 Personen

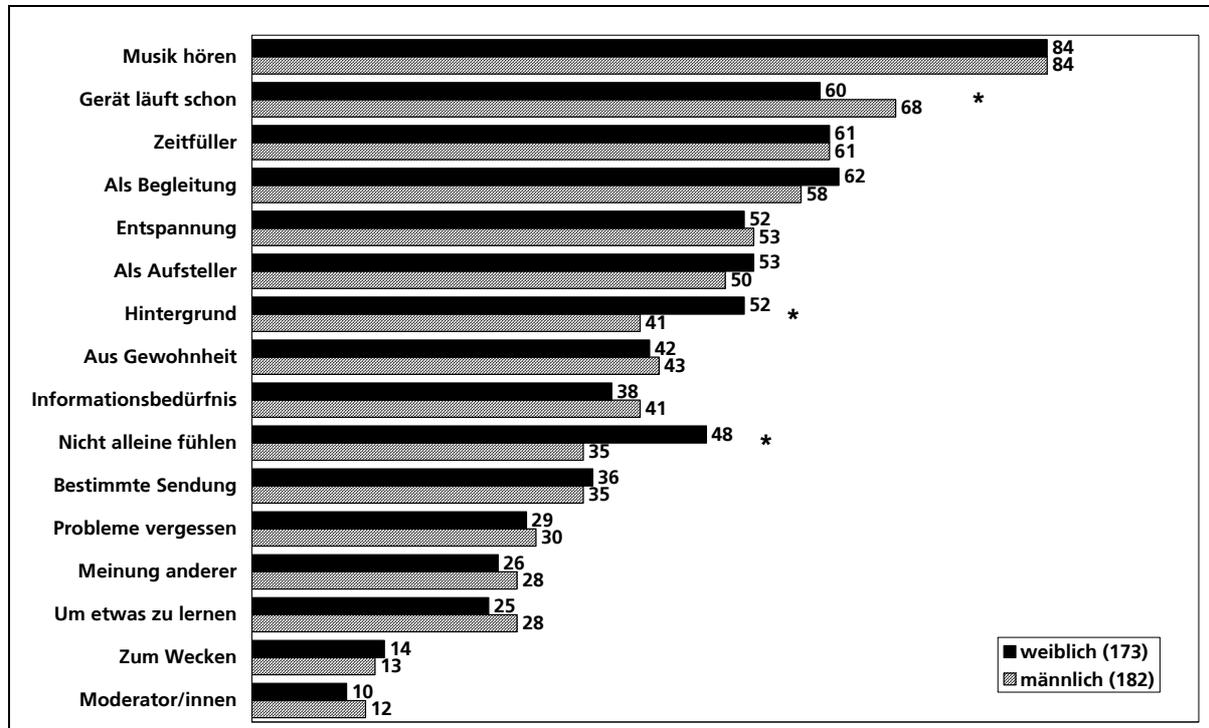
Kinder schalten nach eigenen Aussagen am häufigsten das Radio ein, weil sie Musik hören wollen (84%). Es folgen Motive, die in erster Linie den begleitenden Charakter des Radiokonsums betonen: Das Gerät läuft schon (64%), als Zeitfüller (61%) und Begleitung (60%), zur Entspan-

nung (52%) und als Aufsteller (51%) sowie als Hintergrund (47%) oder aus Gewohnheit (43%). Nutzungsorientierte Gründe wie Informationsbedürfnis (39%), um eine bestimmte Sendung zu verfolgen (35%) oder um bestimmte Moderator/innen zu hören (11%), bringen nur eine Minderheit der befragten 7- bis 14-Jährigen vor das Radiogerät. Das Radionutzungsverhalten der Kinder erweist sich also gemäss den Angaben durch die Kinder selber recht eindeutig als begleitungsorientiert.

6.2.2 Soziodemographische Unterschiede: die Deutschschweiz

Führen Mädchen und Jungen unterschiedliche Motive für das Radiohören an? Nach Geschlecht lässt sich keine eindeutige Tendenz feststellen: zwar werden viele Gründe, welche die Begleitfunktion des Radios unterstreichen – wie z.B. Musik hören (84%), Zeitfüller (61%), Entspannung (52% bzw. 53%), Probleme vergessen (29% bzw. 30%) – de facto gleich oft von Mädchen wie Jungen genannt, andere Motive wie Begleitung (62% Mädchen, 58% Jungen) oder aus einem Informationsbedürfnis (38% Mädchen, 41% Jungen) unterscheiden sich zwar, allerdings eher geringfügig.

Abb. 6.10: Motive, warum die Kinder Radio hören – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Geschlecht. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.

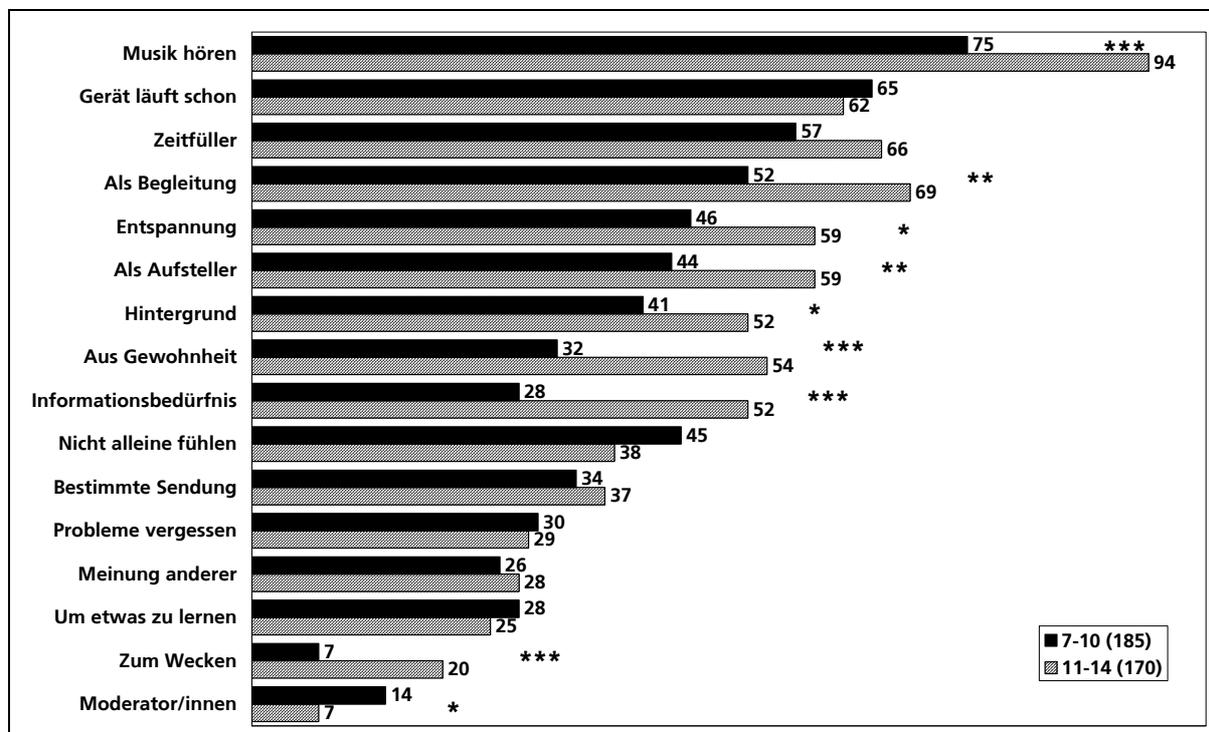


Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
Basis: 355 Personen; Knaben: 182 Personen; Mädchen: 173 Personen

Auffallend sind jedoch die signifikanten Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen bei der Nutzung „weil das Gerät schon läuft“, als „Hintergrund(geräusch)“ und „um sich nicht alleine zu fühlen“: Im ersten Fall sind es signifikant mehr Jungen als Mädchen, in den beiden letztgenannten Fällen sind es signifikant mehr Mädchen als Jungen, die dieses Motiv angeben. Radio Hören aus einem Informationsbedürfnis heraus, um die Meinung anderer zu erfahren und um etwas zu lernen, wird häufiger von Knaben als von Mädchen genannt.

Jüngere wie ältere Kinder in der Deutschschweiz schalten am häufigsten das Radiogerät ein, um Musik zu hören, wie Abbildung 6.11 zeigt.

Abb. 6.11: Motive, warum die Kinder Radio hören – Unterschiede in Zusammenhang mit dem Alter. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



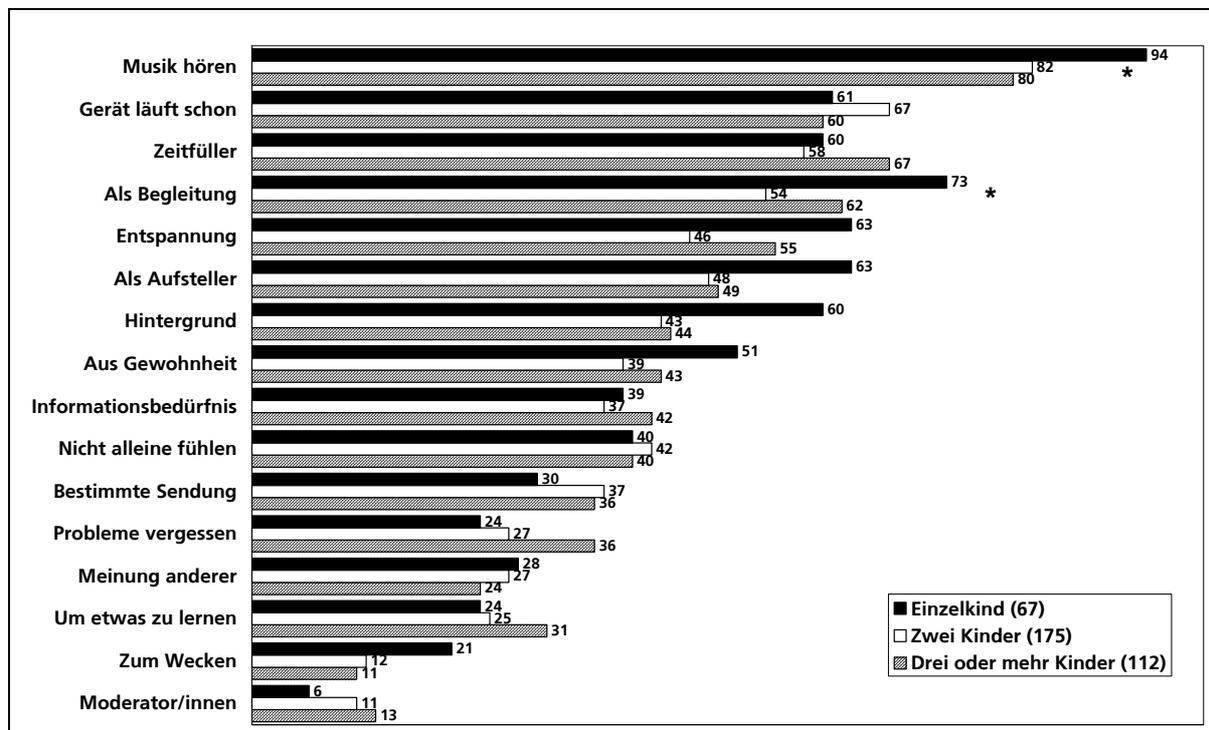
Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
 Basis: 355 Personen; 7- 10-Jährige: 185; 11-14-Jährige: 170

In der Hitliste der Motive folgt bei den 11- bis 14-Jährigen aber bereits auf Position zwei Radio als Begleitung (69%), während die 7- bis 10-Jährigen nach dem Wunsch nach Musik vor allem deshalb Radio hören, weil das Gerät schon läuft (65%). Letztgenanntes Motiv ist eines der wenigen, welches mehr Antworten von jüngeren als älteren Kindern auf sich vereint! Dieses Phänomen tauchte bereits in der repräsentativen Face-to-Face-Befragung auf und lässt sich vor allem durch die unterschiedliche Hörsituation der Kinder erklären, die sich aus der altersabhängigen Medienausstattung im Kinderzimmer ergibt (siehe dazu auch Unterkapitel 3.2). Folgende Motive werden ebenfalls häufiger von den 7- bis 10-Jährigen als von den 11- bis 14-Jährigen genannt: um sich nicht alleine zu fühlen, um etwas zu lernen und wegen bestimmten Moderator/innen. Am stärksten unterscheiden sich die zwei Altersklassen punkto Radionutzung aus einem Informationsbedürfnis heraus, aus Gewohnheit, zum Musikhören, als Begleitung und um geweckt zu werden, am kleinsten ist der Unterschied bei folgenden Motiven: Gerät läuft schon, um sich

nicht alleine zu fühlen, wegen einer bestimmten Sendung, um Probleme zu vergessen, um die Meinung anderer zu erfahren und um etwas zu lernen. Im Allgemeinen nennen die 11- bis 14-Jährigen jedoch mehr resp. häufiger Gründe, warum sie Radio hören. Das lässt sich zum einen möglicherweise dadurch erklären, dass sie über ihre Gründe besser als die jüngeren Kinder bewusst sind (die RC-Befragung basiert ja auf den Selbstaussagen der Kinder); zum anderen dadurch, dass mit zunehmenden Alter effektiv ein näheres – man könnte sogar sagen „vertrauensvolleres“ – Verhältnis dem Medium „Radio“ gegenüber entsteht, welches nicht zuletzt auch dadurch zum Ausdruck kommt, dass das Radio immer mehr zur Quelle für die Befriedigung der verschiedensten Bedürfnisse wird. Solche Bedürfnisse können Informationscharakter haben wie auch Unterhaltungscharakter oder sogar Hilfscharakter für die Tagesgestaltung („zum Wecken“). Die Plausibilität dieses zweiten Interpretationsweges wird nicht zuletzt dadurch verstärkt, dass die Tendenz, wonach ältere Kinder häufiger als jüngere Beweggründe fürs Radiohören angeben, die Information widerspiegelt, die bereits die Erwachsenen geliefert haben.

Die Motive, die die Kinder dazu bewegen, sich dem Medium „Radio“ zu widmen, variieren oft recht deutlich in Abhängigkeit von der Anzahl Geschwister. Diese Unterschiede erweisen sich jedoch als eher uneinheitlich. Einzig das Motiv „um Musik zu hören“ steht bei allen 7- bis 14-Jährigen – unabhängig von der Anzahl Geschwister – an erster Stelle des Motivkatalogs.

Abb. 6.12: Motive, warum die Kinder Radio hören – Unterschiede in Zusammenhang mit der Anzahl Kinder im Haushalt. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
 Basis: 354 Personen; Einzelkind: 67 Personen; zwei Kinder: 175 Personen; drei oder mehr Kinder: 112 Personen

Einzelkinder nennen im Vergleich zu Kindern mit Geschwistern überdurchschnittlich häufig Musik (94%) und Begleitung (73%) als Grund für das Radiohören. Erstaunlicherweise sind es leicht weniger Einzelkinder (40%) als Kinder mit einem Bruder oder einer Schwester (42%), die Radio

hören, um sich nicht alleine zu fühlen. In Haushalten mit zwei Kindern schalten die Knaben und die Mädchen das Gerät vermehrt als Zeitfüller (67%), um sich nicht alleine zu fühlen (42%!), aber auch für eine bestimmte Sendung (37%) ein. 7- bis 14-Jährige in Haushalten mit drei oder mehr Kindern hören häufiger Radio als Zeitfüller (73%), um Probleme zu vergessen (36%) und um etwas zu lernen (31%). Im übrigen ist die Anzahl der Geschwister beim Vergleich der Motive nur bedingt entscheidend: die Unterschiede der Angaben zwischen „zwei Kindern“ und „drei oder mehr Kindern“ sind in vielen Fällen gar nicht statistisch signifikant (z.B. das Motiv „Hintergrund“).

Aus Abbildung 6.12 lässt sich eine gewisse Tendenz erkennen, wonach ein begleitendes, gewohnheitsbestimmtes Hören eher Sache der Einzelkinder zu sein scheint („als Begleitung“, „Hintergrund“, „aus Gewohnheit“), während ein gezieltes Hören eher für solche Kinder charakteristisch ist, die mindestens eine Schwester oder einen Bruder haben („um etwas zu lernen“, „Informationsbedürfnis“, „um bestimmte Sendungen zu hören“). Dieses Bild ist jedoch nicht hundertprozentig scharf, denn es weist auch einige Widersprüche auf. Beispielsweise wird der Beweggrund „um Musik zu hören“, der durchaus als zielgerichtet bezeichnet werden kann, eher von den Einzelkindern angegeben.

6.3 Vergleich der Motiv-Verteilung der Deutschweizer Kinder in der repräsentativen Stichprobe und in der RC-Kinderstichprobe

6.3.1 Eine Hitparade der Kinder-Motive in der Deutschschweiz

Im Gegensatz zu den vorangehenden Abbildungen wird die Reihenfolge der Motive in Abbildung 6.13 bewusst aus der Gesamtübersicht der Face-to-Face-Befragung (Abbildung 6.1) übernommen. Die Unterschiede sind dadurch besser ersichtlich:

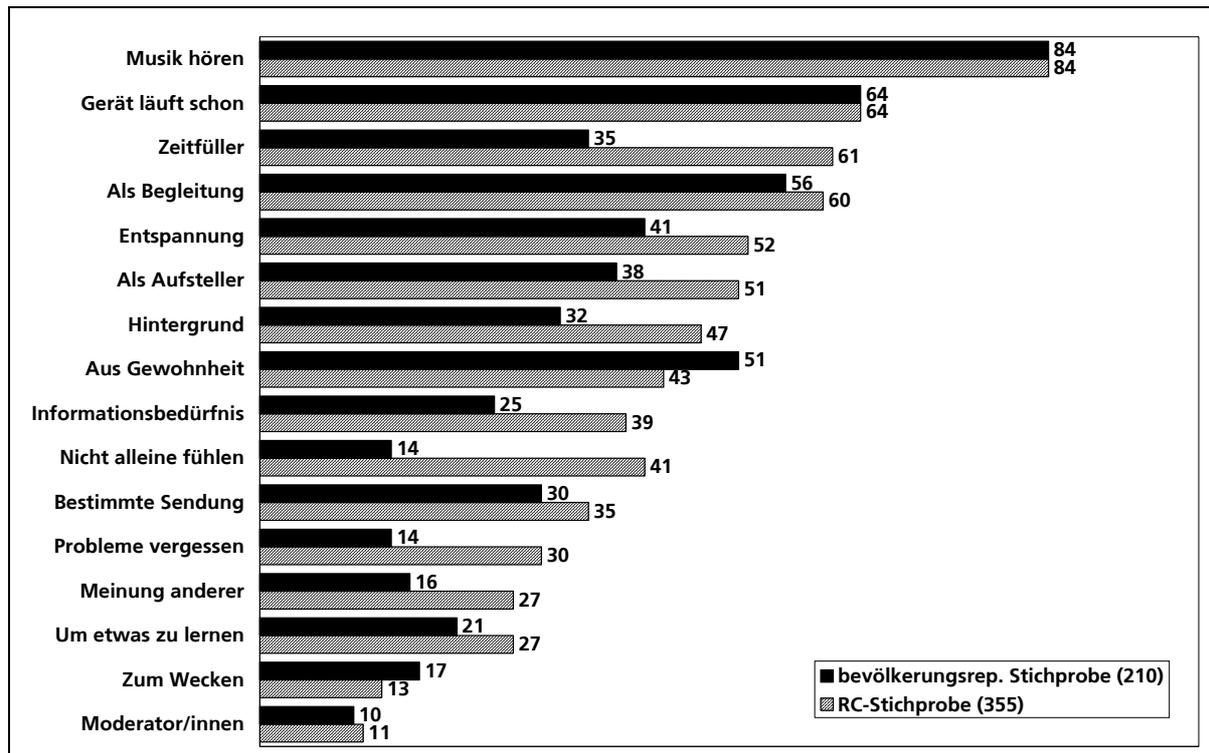
Generell ist zu beobachten, dass die Unterschiede rein vom Prozentsatz der Antworten her oft sehr gross sind. Am deutlichsten ist dies bei den Motiven „als Zeitfüller/ aus Langeweile“, „um sich nicht alleine zu fühlen“, „um Probleme zu vergessen“ und „aus einem Informationsbedürfnis heraus“ der Fall. 7- bis 14-jährige Kinder aus der Deutschschweiz schalten *nach eigenen Angaben* zwar ebenfalls am meisten das Radio ein, um Musik zu hören, jedoch stehen „als Zeitfüller/ aus Langeweile“ und „um sich nicht alleine zu fühlen“ viel weiter oben auf der „Hitliste“ der Motive als durch die Eltern bzw. erwachsenen Bezugspersonen angenommen.

Worauf gründen diese Differenzen? Wenn wir uns ausgehend von der Medienausstattung im Kinderzimmer (Kap. 3.2) die Hörsituation der 7- bis 14- Jährigen vorstellen, wird deutlich, worauf die unterschiedlichen Angaben gründen könnten: 6 von 10 Kindern haben ein eigenes Radiogerät in ihrem Zimmer und hören folglich alleine Radio – oder zumindest nicht in Gegenwart eines Erwachsenen. Dadurch können Eltern nicht (immer) genau wissen, was respektive *warum* ihre Sprösslinge Radio hören. Dies nicht zuletzt deshalb weil – wie bereits oben erwähnt – die Frage,

warum ein Kind Radio hört, kaum Alltagsgespräch in den Familien ist: Motive sind nicht direkt beobachtbar, der Raum für Spekulationen, die manchmal falsch sein können, ist somit gegeben.

Es gibt auch eine dritte durchaus nicht unplausible Hypothese: Möglicherweise bilden Eltern in ihren Antwort auch ihr Nutzungsverhalten ab, das dem ihrer Kinder bei gewissen Motiven („Gewohnheit“, „zum Wecken“, „Moderator/innen“) sehr ähnlich ist.

Abb. 6.13 Motive der Kinder – Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Angaben für die Deutschschweiz. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



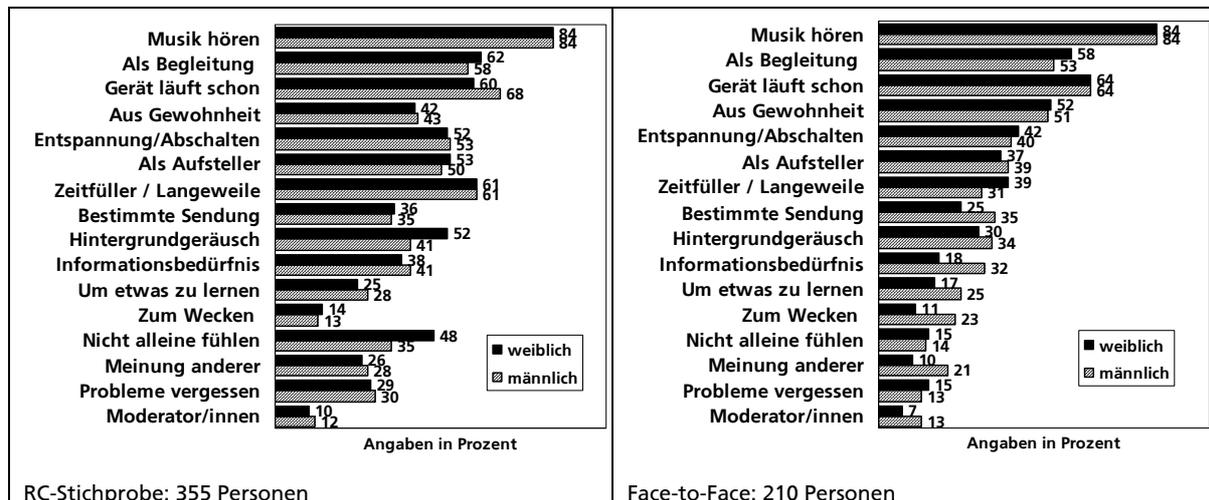
Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz
Basis: 210 Personen (bevölkerungsrepräsentative Stichprobe) resp. 355 Personen (RC-Stichprobe)

6.3.2 Eine Hitparade der Kinder-Motive für die Deutschschweiz: soziodemographische Unterschiede

Auf den ersten Blick sind die geschlechtsspezifischen Unterschiede in der RC-Stichprobe praktisch identisch mit den Unterschieden in der Face-to-Face-Befragung, obwohl die Antwortanteile in der RC-Stichprobe fast durchwegs höher ausfallen als in der Face-to-Face-Befragung. Grössere Abweichungen in der Antwortverteilung von Mädchen und Jungen zwischen RC und Face-to-Face zeigen sich bei den Motiven „Gerät läuft schon“ (RC: mehr Jungen als Mädchen) und „sich nicht alleine fühlen“ (RC: deutlich mehr Mädchen als Jungen). Das Mengenverhältnis von Jungen und Mädchen ist bei der Angabe „Radiohören als Hintergrundgeräusch“ zwischen RC- und Face-to-Face-Befragung gerade umgekehrt.

Es ist besonders interessant festzustellen, dass unabhängig der Datenquelle von einem genau gleichen prozentualen Anteil von Knaben und Mädchen das Radio in erster Linie deshalb eingeschaltet wird, weil man Musik hören möchte. Eine solche geschlechts- und methodenübergreifende Stabilität lässt sich bei keinem anderen Motiv beobachten! Ein weiterer relativ konstanter Aspekt ist die Schlussposition der Relevanz der Moderatoren. Sowohl für die Mädchen als auch für die Knaben aus der bevölkerungsrepräsentativen und der RC-Stichprobe wird das Radio kaum deshalb eingeschaltet, weil man einen bestimmten Moderator oder eine bestimmte Moderatorin verfolgen will. Der Radio-Persönlichkeitskult scheint in unserem Land keine Sache der 7- bis 14-Jährigen zu sein. Möglicherweise nicht zuletzt deshalb, weil den Radiomoderatoren in der Regel etwas sehr Wichtiges fehlt: ein Gesicht – was George Clooney, David Beckham, Britney Spears oder – um innerhalb der Landesgrenze zu bleiben – Kuno Lauener und Jaël jedoch haben.

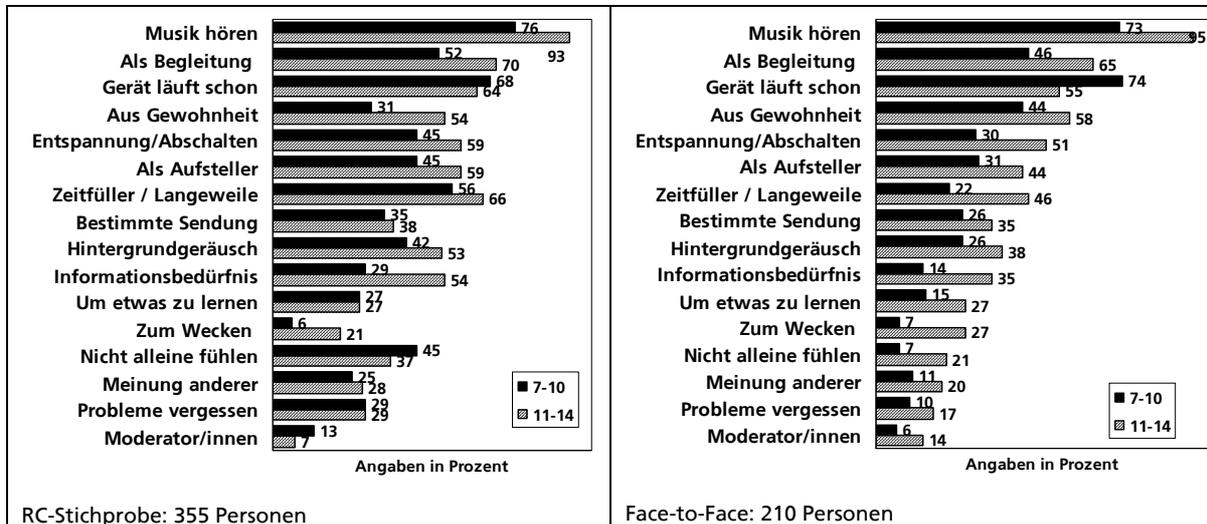
Abb. 6.14: Vergleich der Motive, warum die Kinder Radio hören - Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Angaben für die Deutschschweiz, Unterschiede nach Geschlecht. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

Im Vergleich zur Variablen „Geschlecht“ verschieben sich die Unterschiede zwischen den Aussagen der Kinder (RC) und den Aussagen der Eltern bzw. der erwachsenen Bezugspersonen (Face-to-Face) bezüglich des Alters (Abbildung 6.15). So fallen die prozentualen Unterschiede zwischen den Antworten der jüngeren und älteren Kindern bei den Motiven „um bestimmte Sendungen zu hören“, „um etwas zu lernen“, „um die Meinung anderer zu erfahren“ und „um Probleme zu vergessen“ in der RC-Stichprobe geringer aus als in der Face-to-Face-Befragung.

Abb. 6.15: Vergleich der Motive, warum die Kinder Radio hören - Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Angaben für die Deutschschweiz, Unterschiede nach Alter. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



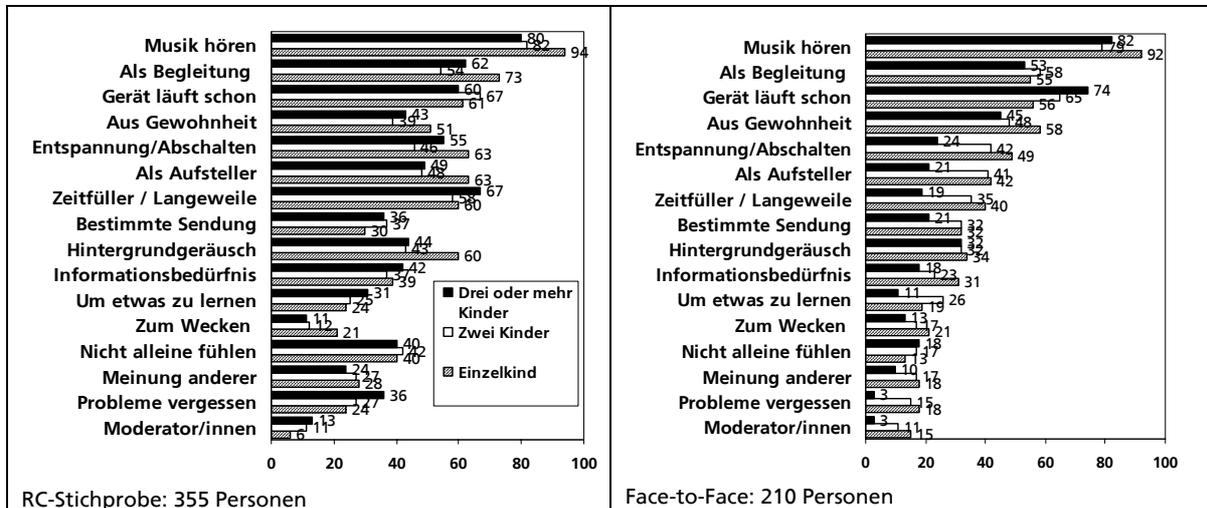
Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

Die durchwegs höheren Antwortanteile der 11-bis 14-Jährigen in der RC-Stichprobe gegenüber der Face-to-Face-Befragung erstaunen nicht sonderlich, denn wie bereits beim allgemeinen Vergleich festgestellt, können besonders ältere Kinder im (eigenen) Zimmer Radio hören und sich somit der „Kontrolle“ durch die Eltern entziehen, so dass die Antworten der erwachsenen Bezugspersonen über das Nutzungsverhalten von Knaben und Mädchen möglicherweise mit einer leicht negativen Verzerrung behaftet sind. Hingegen überraschen die recht hohen Antwortprozente der 7- bis 10-Jährigen in der RC-Stichprobe, könnten doch die Eltern über deren Motive viel besser Bescheid wissen, weil die jüngeren Kinder häufiger Radio „in Begleitung“ hören. Diese besondere Hörsituation scheint aber keinen Einfluss auf die Beurteilung der Kinder durch ihre Eltern bzw. die erwachsenen Bezugspersonen zu haben.

Alles in allem lässt sich jedoch festhalten, dass unabhängig der Datenquelle Kinder zwischen 11 und 14 Jahren zahlreiche Motive zum Radiokonsum angeben als jüngere Knaben und Mädchen.

Kommen die beobachteten Unterschiede zwischen Einzelkindern und Kindern mit Geschwistern punkto Zugang zu Radiogeräten in beiden Befragungen gleichermassen zum Ausdruck? Sowohl im RC-Screening wie in der Elternbefragung weisen Einzelkinder in der Antwortkategorie „Gerät läuft schon“ jeweils den kleinsten Wert aus, womit die eingangs gestellte Frage bejaht werden kann; Kinder mit Geschwistern hören sowohl nach eigenen Aussagen wie auch nach Angaben der Eltern öfter Radio, weil das Gerät schon läuft.

Abb. 6.16: Vergleich der Motive, warum die Kinder Radio hören - Ein Vergleich zwischen den Informationen aus der bevölkerungsrepräsentativen Elternstichprobe und den Informationen aus der RC-Stichprobe. Angaben für die Deutschschweiz, Unterschiede nach Anzahl Kinder im Haushalt. Anteil der Antworten „häufig“ und „gelegentlich“.



Universum: Kinder zwischen 7 und 14 Jahren in der Deutschschweiz

Bei den übrigen Motiven zeichnet sich eine uneinheitliche Tendenz ab: im RC- Screening gibt es deutlich mehr Haushalte mit drei oder mehr Kindern, die Radio hören, um etwas zu lernen und Probleme zu vergessen und Einzelkinder, die Radio als Hintergrund benutzen. In der Face-to-Face-Befragung gibt es deutlich weniger Haushalte mit drei oder mehr Kindern, welche das Radio aus Langeweile einschalten. Die Angaben zum Motiv "Informationsbedürfnis" fallen in RC und Elternbefragung gerade gegenteilig aus.

6.4 Auf den Punkt gebracht

Über alle Sprach- und Altersgrenzen hinweg und unabhängig vom Geschlecht hören Kinder in erster Linie Radio, weil sie *Musik* hören wollen. Diesbezüglich decken sich die Aussagen von Eltern und Kindern. Dieses Motiv geht mit dem meistgenannten Interesse „Musik“ (siehe vorangehendes Kapitel 5) einher.

Weitere oft genannte Gründe für das Radio betonen den begleitenden Charakter des Mediums Radio: „als Begleitung“, „aus Gewohnheit“ oder „weil das Gerät schon läuft“. Letzteres Motiv wird überdurchschnittlich häufig von den jüngeren Kindern (7 bis 10 Jahre) und Kindern mit (mehreren) Geschwistern genannt. Dieser Effekt ist mit grösster Wahrscheinlichkeit auf die unterschiedliche Hörsituation zurückzuführen: Die Jüngeren hören oft „in Begleitung (Erwachsener)“, und Kinder mit Geschwistern teilen sich häufig ein Radiogerät und sind deswegen öfters in einer „passiven“ Hörsituation.

Kinder zwischen 11 und 14 Jahren geben generell bei die meisten Motive häufiger als Grund fürs Radiohören an als Kinder zwischen 7 und 10 Jahren. Diese Differenz ist aber erstaunlicherweise in der Befragung der Eltern über ihre Kinder ausgeprägter als in der Telefonbefragung, wo die Kinder selber über ihre Motive Auskunft geben. Möglicherweise spielt hier die Hörsituation der Kinder nach Alter ein Rolle: gerade ältere Kinder haben ein eigenes Radiogerät in ihrem Zimmer und hören folglich alleine Radio – oder zumindest nicht in Gegenwart eines Erwachsenen. Dadurch wissen Eltern nicht (immer) genau, was respektive *warum* ihre Sprösslinge Radio hören. Es ist dennoch naheliegend, dass ältere Kinder mehr Gründe anführen, weil auch ihre Interessen schon vielseitiger sind (vergleiche Kapitel 6) oder aber, weil sie besser in der Lage sind, ihre Motive klar zu äussern.

Über die ganze Schweiz betrachtet sind die Unterschiede zwischen Mädchen und Knaben, was die Gründe für das Radiohören angeht, nicht sehr ausgeprägt: Mädchen hören öfters aus Gewohnheit, um die Zeit zu überbrücken und um Probleme zu vergessen, während Jungen das Radio mehr einschalten, um sich zu informieren und etwas zu lernen oder zum Wecken. In den einzelnen Regionen variieren diese Angaben, bewegen sich aber meistens im Bereich der statistischen Unschärfe.

In der Deutschschweiz wird häufiger als in den beiden anderen Regionen Radio aus Gewohnheit gehört, weil das Gerät schon läuft oder auch „nur“ als Hintergrundgeräusch. In der französischsprachigen und der italienischsprachigen Schweiz wird häufiger zur Entspannung/zum Abschalten als aus Gewohnheit Radio gehört. Die Kinder aus der Romandie schalten das Radio häufiger zum Wecken ein als Deutschschweizer und Tessiner bzw. Bündner Kinder italienischer Sprache. Letztere nutzen das Radio im Vergleich zu den Kindern nördlich des Gotthards und westlich der Saane häufiger aus einem Informationsbedürfnis heraus, um etwas zu lernen, aber auch um nicht alleine zu sein.

7. Die Radionutzung von Kindern gemessen mit RADIOCONTROL

In diesem Kapitel wird das Augenmerk auf die Radionutzung von Kindern gerichtet. Die Daten stammen aus der Erhebung mit RADIOCONTROL in der Zeitspanne vom 2. Mai 2003 bis zum 26. Juni 2003. Es handelt sich also um passiv erhobene, gemessene Resultate. Wie im Kapitel 2: „Untersuchungsdesign und Methodik“ erläutert, handelt es sich bei der Messung der Radionutzung von Kindern mit Hilfe der RADIOCONTROL-Uhr um eine Pilotstudie, welche lediglich in der Deutschschweiz (Wirtschaftsregionen: WEMF 20/30/40) mit 352 Kindern durchgeführt wurde. Die Resultate sind demnach nicht repräsentativ für die gesamte Deutschschweiz, innerhalb der drei WEMF-Gebiete hingegen schon. Als repräsentative Basis für die gesamte Studie dienen die Resultate aus der gesamtschweizerischen Befragung der Eltern.

Dieses Kapitel weicht von den vorhergehenden etwas ab, da die erhobenen Daten auf eine andere Art und Weise ausgewertet werden. Statistische Möglichkeiten, wie das Berechnen von Korrelationen, Signifikanzen und ähnlichem sind mit dem Auswertungssystem von RADIOCONTROL nicht gegeben. Dagegen kann die Nutzung (Nettoreichweite in %) minutengenau und im Tagesverlauf abgebildet werden. Bei der vorliegenden Studie wird grundsätzlich mit Fünfmintenreichweiten gearbeitet, da es sich bei der Kindererhebung um relativ kleine Fallzahlen handelt und damit die Varianz etwas geglättet wird. Dabei muss aber berücksichtigt werden, dass es sich um eine „weichere“ Währung handelt als bei den Minutenreichweiten, da die Kontaktchancen über fünf Minuten grösser sind als über eine Minute.

Der Aufbau des Kapitels gestaltet sich folgendermassen: Als erstes wird die Radionutzung allgemein über die gesamte Woche anhand der Nettoreichweite (NR) und der Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer (NH) betrachtet. Es folgt die getrennte Analyse der Tagesverläufe der Radionutzung für die Werktage und das Wochenende. Abschliessend werden Werktage und Wochenenden verglichen. Dabei werden jeweils die soziodemographischen Merkmale Geschlecht, Alter, Anzahl Geschwister, Familieneinkommen und Bildungsgrad der Mutter berücksichtigt. Darauf folgt eine detailliertere Betrachtung der folgenden Sendergruppen: Sender der SRG SSR, private Radiostationen und ausländische Sender.

Details zu der Erhebungsmethode, sowie dem Verfahren bei diesem Pilotprojekt finden sich in Kapitel 1: „Untersuchungsdesign und Methodik“.

7.1 Die Radionutzung allgemein

Im folgenden Unterkapitel werden die Nettoreichweite und die Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer über die ganze Woche von Montag bis Sonntag ausgewiesen und hinsichtlich der verschiedenen soziodemographischen Gruppen verglichen. Anschliessend werden die Tagesverläufe der Werktage und der Wochenenden detailliert betrachtet.

7.1.1 Radionutzung allgemein für die ganze Woche

Das Radio erreicht bei den Kindern, welche die RADIOCONTROL-Uhr getragen haben, insgesamt eine Nettoreichweite von 82%. Die durchschnittliche Hördauer pro Kind, welches effektiv Radio hört, beträgt 49 Minuten (NH).

7.1.1.1 Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Geschlecht

Bezüglich des Radiohörverhaltens zeigen sich Geschlechterunterschiede: Knaben weisen insgesamt eine höhere Nettoreichweite auf als Mädchen, diese hingegen verbringen im Schnitt knapp 10 Minuten mehr Zeit pro Tag mit Radiohören als die Knaben.

Tab. 7.1: Radionutzung allgemein nach Geschlecht, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 82 | 49 |
| Knaben: (n=176) | 83 | 44 |
| Mädchen: (n=176) | 81 | 54 |

Eine mögliche Erklärung für den Unterschied bezüglich der durchschnittlichen Nutzungsdauer könnte darin liegen, dass Knaben schneller zwischen verschiedenen Tätigkeiten hin und her wechseln und somit im Schnitt kürzer beim Radio bleiben als Mädchen.

7.1.1.2 Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Alter

Die Radionutzung unter Berücksichtigung des Alters zeigt, dass der Konsum bei älteren Kindern grösser ist als bei jüngeren. Die Nettoreichweite aller gemessenen Radiostationen ist bei den älteren Kindern (11 bis 14 Jahre) leicht höher (83%) als bei den 7- bis 10-Jährigen (80%). Auch hören die älteren Kinder im Durchschnitt etwas länger Radio (50 Min.) als die jüngeren (47 Min.).

Tab. 7.2: Radionutzung allgemein nach Alter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 82 | 49 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 80 | 47 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 83 | 50 |

7.1.1.3 Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Anzahl Kindern im Haushalt

Wie bereits mit der Befragung der Eltern über die Radionutzung ihrer Kinder gezeigt werden konnte, sind Einzelkinder besser mit Medien ausgestattet als solche, die Geschwister haben (siehe Kapitel 3: „Medienausstattung“). Bei der Gegenüberstellung der seltener vorkommenden Einzelkinder mit den Nichteinzelkindern, liegen zwei Gruppen von unterschiedlicher Grösse vor (71 Einzelkinder gegenüber 280 Kindern aus Mehrkindfamilien). Das Vorhandensein von Geschwistern schlägt sich auf die Radionutzung nieder: Von den Einzelkindern schalten mehr das Radio ein und hören länger. Der Unterschied in der Hördauer beträgt knapp eine Viertelstunde.

Tab. 7.3: Radionutzung allgemein nach Anzahl Kinder im Haushalt, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|---------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 82 | 49 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 81 | 45 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 84 | 59 |

Die Tatsache, dass mehr Einzelkinder Radio hören, könnte mit Hilfe von zwei Thesen erklärt werden: Das Radio übernimmt bei Kindern, welche nicht mit ihresgleichen zu Hause spielen können, parasoziale Funktionen, dient also als eine Art Ersatz für gleichaltrige Spielkameraden zu Hause. Wie in Kapitel 6: „Motive“ zu erfahren ist, geben Einzelkinder jedoch nicht häufiger als Kinder mit Geschwistern an, Radio zu hören, um sich nicht alleine zu fühlen oder um die Meinung anderer zu erfahren. Allerdings hören mehr Einzelkinder aus Gewohnheit Radio als Kinder mit Geschwistern. Zweitens wäre denkbar, dass sich Einzelkinder mehr in der Nähe ihrer Eltern aufhalten und damit von deren höherem Radiokonsum profitieren. Insbesondere für die hohe Mittagsnutzung bietet sich diese These als plausible Interpretationshilfe an: Wie in Kapitel 3: „Tagesablauf“ ersichtlich, bleiben Einzelkinder vor allem am Wochenende länger mit den Eltern am Tisch sitzen als Kinder mit Geschwistern.

7.1.1.4 Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Einkommen der Eltern

Eine der Fragen im Zusammenhang mit der Mediennutzung von Kindern ist, wie stark sozioökonomische Variablen der Eltern die Mediennutzung des Kindes mitbestimmen. Dafür wurde das Einkommen der Eltern entweder der Kategorie hoch oder tief zugeordnet und die Mediennutzung der Kinder aus den beiden Gruppen miteinander verglichen. Bei 50 Fällen liegen diese Daten nicht vor, da die Eltern keine Auskunft gaben (für einen Kommentar zu den sozioökonomischen Variablen siehe Kapitel 2: „Untersuchungsdesign und Methodik“).

Tab. 7.4: Radionutzung allgemein nach Alter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 82 | 49 |
| Einkommen tief ¹ (n=147) | 82 | 51 |
| Einkommen hoch (n=155) | 80 | 47 |

Bezüglich der Radionutzung total gilt: bei tieferem Einkommen der Eltern ist die Nettoreichweite und die durchschnittliche Nutzungsdauer pro radiohörendes Kind höher als bei höherem Einkommen der Eltern. Dieser Effekt schlägt sich auf die Fernsehnutzung noch in einem verstärkten Mass nieder, wie sich in Kapitel 9: „Fernsehnutzung“ zeigen wird. Kinder aus Haushalten mit höherem Einkommen verbringen also weniger Zeit mit dem Konsum elektronischer Medien, bei den einzelnen Sendern werden sich diesbezüglich noch Unterschiede zeigen.

7.1.1.5 Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche nach Bildung der Mutter

Vorbemerkung zur Verwendung der Variablen „Ausbildung der Mutter“:

Die Ausbildung gilt allgemein als eine den Medienkonsum beeinflussende Variable. Um zu überprüfen, ob bei Kindern das Ausbildungsniveau der Eltern mit dem Radiokonsum der Kinder zusammenhängt, wurde eine Analyse unter der Berücksichtigung der abgeschlossenen Ausbildung der Eltern durchgeführt. Da auf die Frage nach der Ausbildung Antworten von insgesamt 85 Vätern und 264 Müttern vorlagen, wurde der Entscheid getroffen, ausschliesslich mit den Ausbildungsangaben der Mutter zu arbeiten, um die beiden Variablen Vater/Mutter und den damit verbundenen unterschiedlichen sozialen Positionen innerhalb der Familie nicht zu vermischen. Die Klassifizierung gemäss Bundesamt für Statistik in das primäre, sekundäre und tertiäre Ausbildungsniveau stellte sich beim vorliegenden Datensatz als nicht auswertbar heraus, da in der

¹ Einkommen: tief = bis 6'500.- / hoch = ab 6'501.-

primären und tertiären Kategorie zu wenig Fälle zur Verfügung standen. Es blieb also nichts anderes übrig, als die Mütter mit einem akademischen Bildungshintergrund allen anderen gegenüberzustellen. Die Ausprägungen der Variable „Mutter hochgebildet“ beinhaltet Schulabschlüsse und Ausbildungen, bei denen die Aneignung von analytischem und theoretischem Denken und Wissen im Zentrum steht, insgesamt fanden sich 49 Fälle mit diesen Ausprägungen.

Die Analyse der Nutzung vor dem Hintergrund dieser soziodemographischen Unterteilung zeigt tatsächlich Unterschiede in der Nutzung der Kinder: der Nachwuchs intellektueller Frauen konsumiert insgesamt weniger Radio als andere, die Nettoreichweite ist um 3 Prozentpunkte tiefer, ausserdem hören sie durchschnittlich 13 Minuten weniger lang pro Tag und liegen somit deutlich unter dem Schnitt. Wie sich später zeigen wird, gibt es Unterschiede bezüglich der Nutzung der verschiedenen Sender.

Tab. 7.5: Radionutzung allgemein nach Ausbildung der Mutter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|--|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 82 | 49 |
| Mutter nicht hochgebildet ¹ (n=215) | 82 | 52 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 79 | 38 |

7.1.1.6 Die Radionutzung allgemein für die gesamte Woche durch Kinder und Erwachsene

Vorbemerkung zum Vergleich der RADIOCONTROL-Daten für Kinder und Erwachsene:

Wie im Kapitel 1 beschrieben, handelt es sich bei der Erhebung der Radionutzung von Kindern nicht um eine bevölkerungsrepräsentative Stichprobe, da lediglich in den drei WEMF-Gebieten 20/30/40 rekrutiert wurde. Das rollende RADIOCONTROL-Panel misst seit 2001 die Radionutzung der erwachsenen Bevölkerung ab 15 Jahren in der gesamten Schweiz, die Daten sind also bevölkerungsrepräsentativ. Die für Vergleichszwecke aufgeführten Daten der Erwachsenen stammen aus der Deutschschweiz. Es bleibt dabei zu berücksichtigen, dass es sich bei solchen Vergleichen um unterschiedlich grosse Universumsgrössen handelt. Die Fallzahlen der Erwachsenen auswertungen sind um ein Vielfaches grösser als die der Kinder. Die Vergleichbarkeit in der Zeit ist hingegen in jedem Fall gegeben, die Auswertungen wurden immer über den Erhebungszeitraum der Pilotstudie bei Kindern (2.5.2003 – 26.6.2003) durchgeführt.

¹ Mutter hochgebildet = Matura, höhere Fachschule, Lehrerseminar, höhere Fach- und Berufsausbildung, höhere Fachschule, Universität.
Mutter nicht hochgebildet = obligatorische Schule, keine Ausbildung, Diplommittelschule, Berufslehre, andere.

Tab. 7.6: Radionutzung allgemein für Kinder und Erwachsene, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 82 | 49 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 90 | 123 |

Sowohl die Reichweite als auch die Hördauer ist bei Kindern deutlich tiefer als bei Erwachsenen. Diese weisen in derselben Zeitspanne eine durchschnittliche Nettoreichweite (NR) von 90% auf, also rund 8% mehr als Kinder zwischen 7 und 14 Jahren. Die durchschnittliche Hördauer pro Hörerin und Hörer der Erwachsenen (NH) beträgt 123 Minuten. Das Radionutzungsverhalten während des Tages hingegen weicht nicht markant von dem der erwachsenen Personen ab, die Ähnlichkeiten im Nutzungsprofil werden sich in der Fortsetzung dieses Kapitels zeigen.

7.1.2 Die Radionutzung allgemein im Tagesverlauf an Werktagen

Im folgenden Abschnitt werden sowohl die durchschnittlichen Tageswerte als auch die Tagesverläufe der Reichweite der verschiedenen soziodemographischen Gruppen an Werktagen (Montag bis Freitag) verglichen. In den Abbildungen mit den Tagesverläufen der Reichweiten wurde zwecks besserer Veranschaulichung von Unterschieden eine Skala gewählt, welche nur bis 25% Reichweite geht. Es ist also zu beachten, dass die Reichweiten im Vergleich zur gewöhnlichen Darstellung von Tagesverläufen, wo die Skala bis 100% oder 50% dargestellt wird, überhöht abgebildet sind.

7.1.2.1 Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Geschlecht

Mädchen weisen unter der Woche zwar eine tiefere Reichweite auf (82%) als Knaben (83%), hören aber rund eine Viertelstunde länger als die Jungs.

Tab. 7.7: Radionutzung allgemein nach Geschlecht, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag

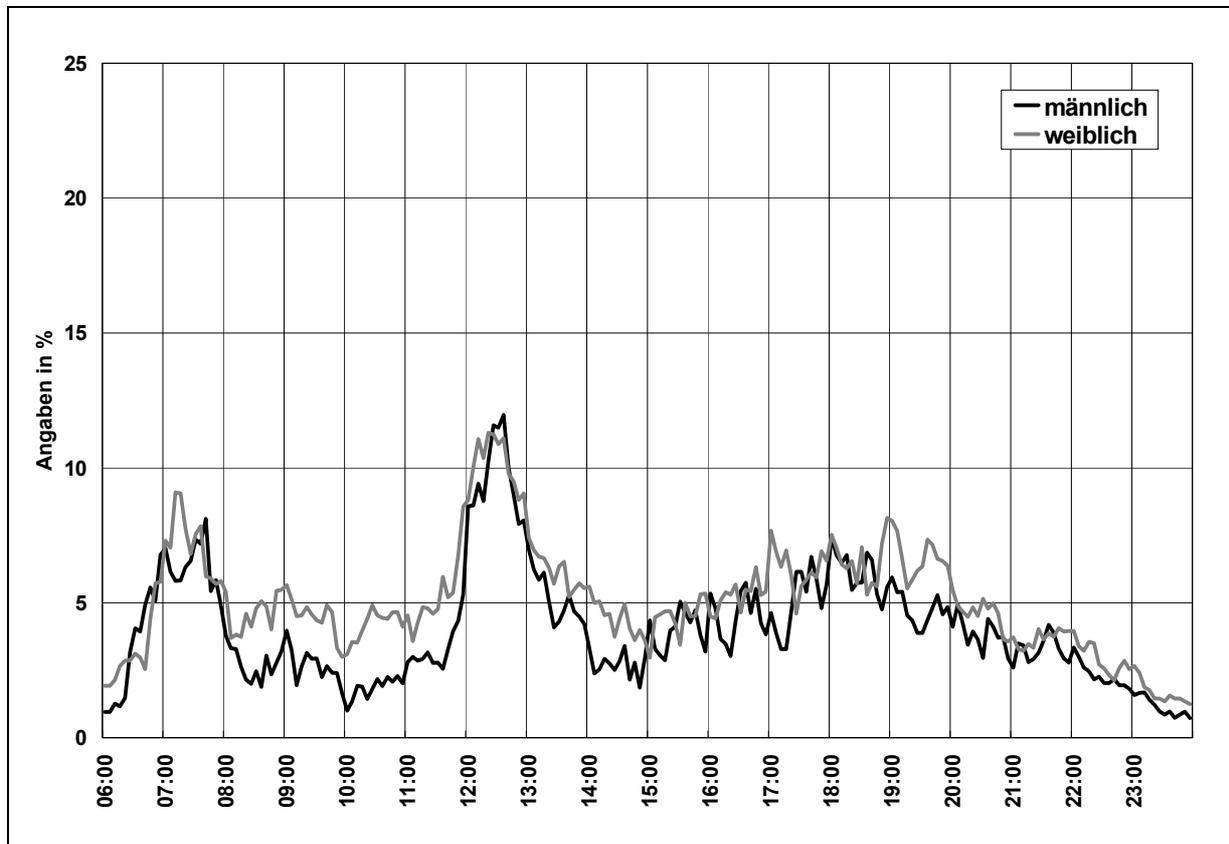
| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 47 |
| Knaben: (n=176) | 83 | 40 |
| Mädchen: (n=176) | 82 | 55 |

Während der Woche zeigen sich bei den untersuchten Kindern drei deutliche Reichweiten-Spitzen (Abbildung 7.1). Die erste am Morgen zwischen 06:00 Uhr und 08:00 Uhr, was in etwa der Weckzeit entsprechen dürfte, die zweite zu den Mittagess- und Nachrichtenzeit und die dritte, etwas weniger stark ausgeprägt, wiederum zu den Nachrichten- und Abendessenzeit zwischen 18:00 Uhr und 19:00 Uhr (Angaben zu den Schlaf- und Essensgewohnheiten der Schweizer Kinder siehe Kapitel 3: „Tagesablauf“).

Betrachtet man die Radionutzung im Tagesverlauf im Vergleich der beiden Geschlechtsgruppen, zeigen sich insgesamt keine markanten Unterschiede zwischen Knaben und Mädchen. Es entsteht jedoch der Eindruck, dass Mädchen im Tagesverlauf eine höhere Reichweite erreichen, was bei der Nettoreichweite über 24 Stunden nicht der Fall ist. Dies hängt damit zusammen, dass Mädchen länger „dranbleiben“ und somit über die Berechnung nach 5-Minutenreichweiten über längere Zeitabschnitte Nettoreichweiten generieren.

Es lässt sich am Vormittag zwischen 08:00 Uhr und 12:00 Uhr eine höhere Nutzung bei den Mädchen feststellen. Vom Mittag bis in den frühen Abend hinein lassen sich keine grossen Unterschiede feststellen, zwischen 18:30 und 20:00 Uhr hören wieder mehr Mädchen Radio.

Abb. 7.1: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Mädchen / Knaben
 Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
 Basis: Knaben: 176; Mädchen: 176

Quelle: Radiocontrol

7.1.2.2 Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Alter

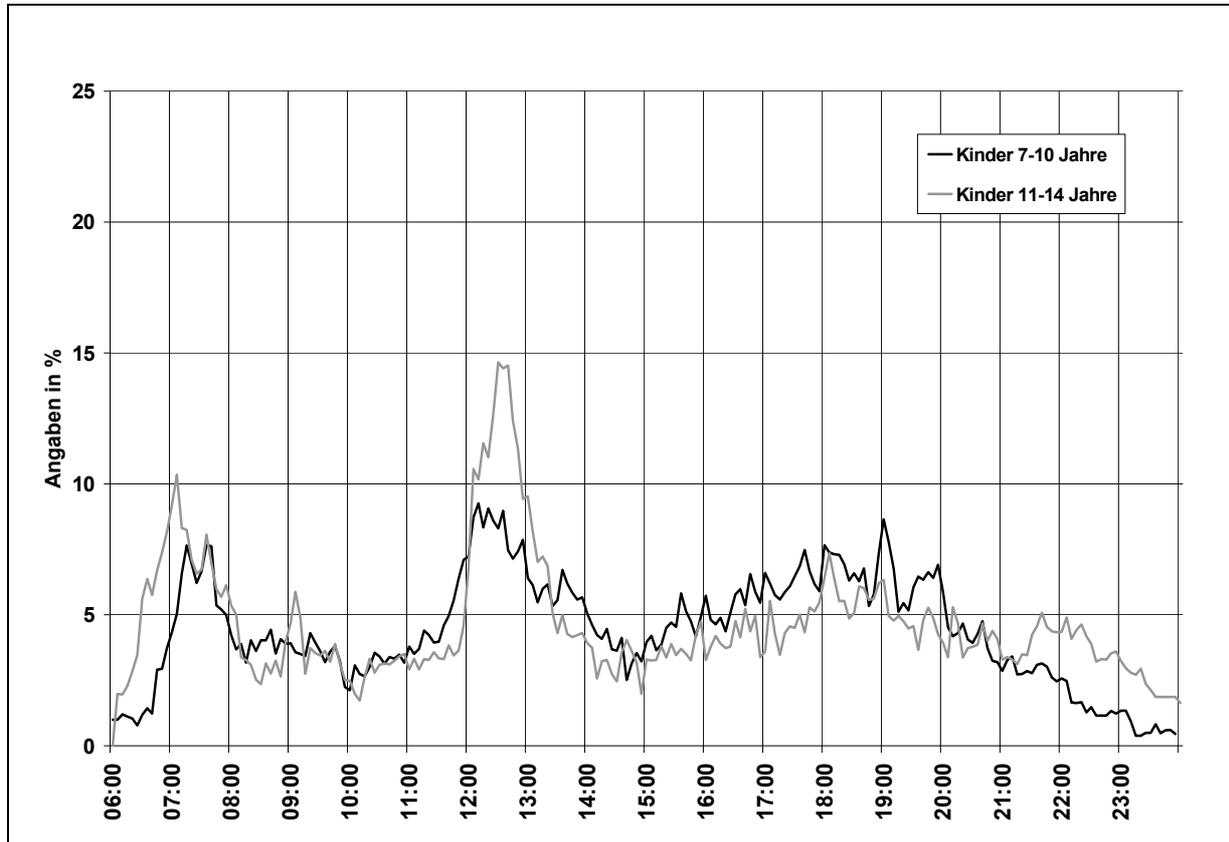
Wie bereits erkannt, ist der Radiokonsum von älteren Kindern grösser. Das Medium erreicht an Werktagen 3% mehr 11 bis 14- als 7 bis 10-Jährige, auch hören die älteren Kinder länger.

Tab. 7.8: Radionutzung allgemein nach Alter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003;
 Montag - Freitag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 47 |
| Jüngere: 7-10 (n=176) | 81 | 46 |
| Ältere: 11-14 (n=176) | 84 | 49 |

Die Abbildung 7.2 verdeutlicht diese Unterschiede in den beiden Alterskategorien im Verlauf des durchschnittlichen Tages.

Abb. 7.2: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Jüngere / Ältere
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag – Freitag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder 7-10 Jahre: 176; Kinder 11-14 Jahre: 176

Quelle: Radiocontrol

Der Hauptunterschied in der Radionutzung zwischen jüngeren und älteren Kindern zeigt sich hauptsächlich darin, dass ältere Kinder frühmorgens, über den Mittag und am Abend ab ca. 21:00 Uhr eine höhere Reichweite aufweisen. Dies erstaunt nicht, da die älteren Kinder in der Regel früher zu Schule gehen, dementsprechend wohl auch früher aufstehen müssen und am Abend länger aufbleiben dürfen als die Gruppe der 7 bis 10-Jährigen. Die höhere Reichweite zur Mittags- und damit Nachrichtenzeit ist wahrscheinlich auf eine vermehrte Nachrichtennutzung durch Kinder zwischen 11 und 14 Jahren zurückzuführen.

In Kapitel 5: „Interessen“ ist nachzulesen, dass sich 11- bis 14-Jährige stärker für Nachrichten interessieren als 7- bis 10-Jährige und Kinder zwischen 11 und 14 Jahren geben ebenfalls häufiger als die Jüngeren an, Radio aufgrund eines Informationsbedürfnisses zu hören (Vergleiche Kapitel 6: „Motive“).

7.1.2.3 Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Anzahl Kindern im Haushalt

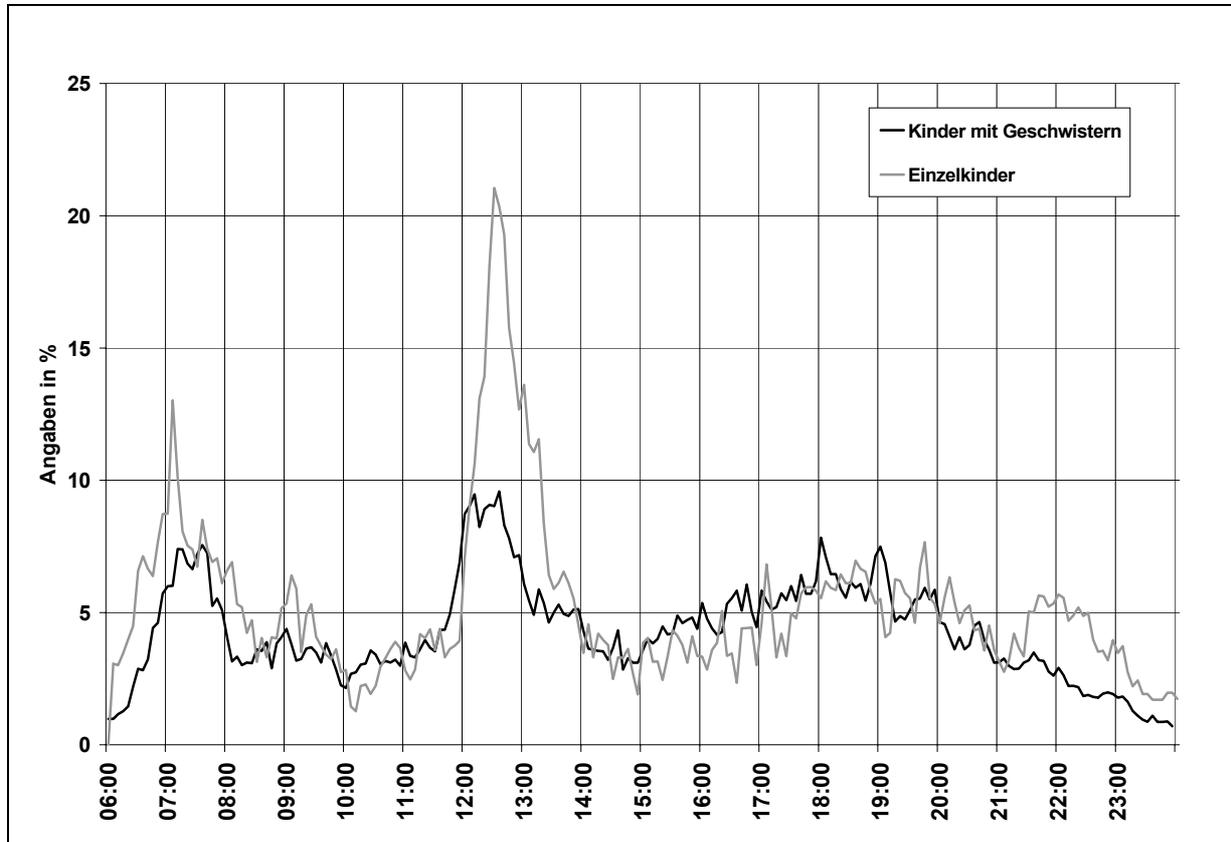
Einzelkinder hören mehr Radio, diese Mehrnutzung drückt sich vorwiegend in Form einer längeren Nutzung aus (56 Min. vs. 44 Min.). Die Reichweite ist in beiden Gruppen ähnlich, 84% beträgt sie bei den Einzelkindern, 82% bei den Kindern mit mindestens einem Geschwister.

Tab. 7.9: Radionutzung allgemein nach Anzahl Kindern im Haushalt, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 47 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 82 | 44 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 84 | 56 |

Wie in Abbildung 7.3 ersichtlich, fällt die Radionutzung über Mittag bei Einzelkindern massiv höher aus, aber auch am frühen Morgen und Abend nach 21:00 Uhr hören sie mehr Radio. Es ist zu beachten, dass die Einzelkinder eine deutlich kleinere Fallzahl aufweisen als solche mit Geschwistern.

Abb. 7.3: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit / ohne Geschwister
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag – Freitag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Einzelkinder: 71; Kinder mit Geschwistern: 280

Quelle: Radiocontrol

7.1.2.4 Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Einkommen der Eltern

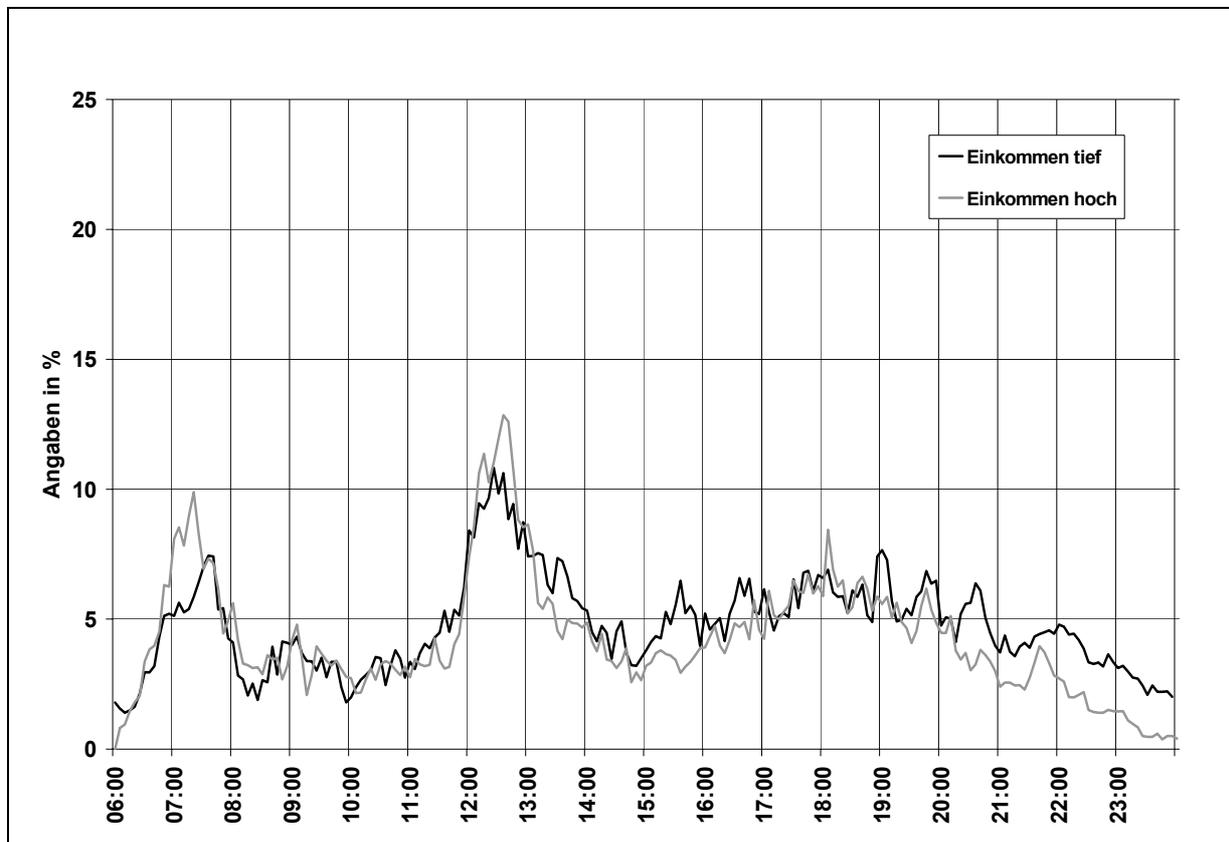
Die Nettoreichweite der Kinder aus „wohlhabendem“ Hause liegt wochentags 4 Prozentpunkte unter dem Niveau der anderen; auch hören sie weniger lange Radio.

Tab. 7.10: Radionutzung allgemein nach Einkommen der Eltern, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 47 |
| Einkommen tief (n=147) | 84 | 51 |
| Einkommen hoch (n=155) | 80 | 45 |

Die tiefere Nutzung zieht sich jedoch nicht über den ganzen Tag. Wie in Abbildung 7.4 ersichtlich, hören finanziell besser gestellte Kinder am Morgen zwischen 06:00 Uhr und 07:30 Uhr (bis zu 3.9% Nettoreichweitenunterschied) und am Mittag zwischen 12:00 Uhr und 13:00 Uhr mehr Radio als Kinder aus Familien mit tiefem Einkommen (bis zu 3.3% Unterschied). Die Mehrnutzung findet also während den Hauptnachrichtenzeiten statt. Am Nachmittag und ab 20:00 Uhr sind es die Kinder aus Familien mit tiefem Einkommen, welche höhere Reichweiten ausweisen, ab 22:00 Uhr sind dies bis zu 2.6 Prozentpunkte mehr. Auch zu nächtlicher Stunde hören Kinder finanziell schwächer gestellter Familien mehr Radio als die anderen.

Abb. 7.4: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit Eltern mit hohem / tiefen Einkommen. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag – Freitag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Einkommen tief: 147 ; Einkommen hoch: 155

Quelle: Radiocontrol

7.1.2.5 Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf nach Bildung der Mutter

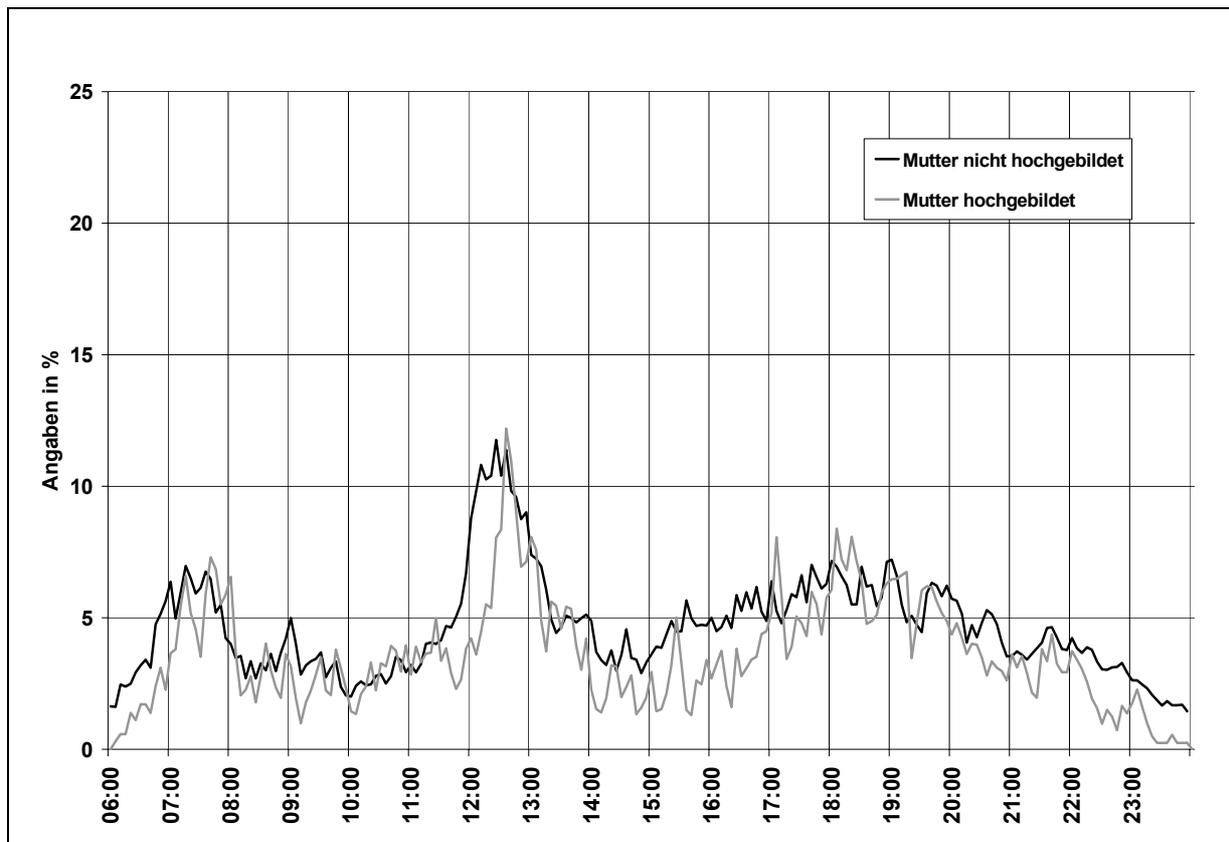
Wenn man lediglich die Werktage betrachtet, weisen die Kinder hochgebildeter Mütter mit 80% Nettoreichweite und 38 Minuten Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer eine unterdurchschnittliche Radionutzung auf.

Tab. 7.11: Radionutzung allgemein nach Bildung der Mutter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 47 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 80 | 38 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 83 | 49 |

Wie auf Abbildung 7.5 deutlich zu erkennen, nutzen Kinder hochgebildeter Mütter das Medium Radio im Verlaufe des Tages zwischen den Hauptnachrichtenzeiten etwas weniger intensiv als die anderen.

Abb. 7.5: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Kinder Mutter hochgebildet / nicht hochgebildet. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag – Freitag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
 Basis: Mutter hochgebildet: 49 ; Mutter nicht hochgebildet: 215

Quelle: Radiocontrol

7.1.2.6 Die Radionutzung allgemein an Werktagen im Tagesverlauf durch Kinder und Erwachsene

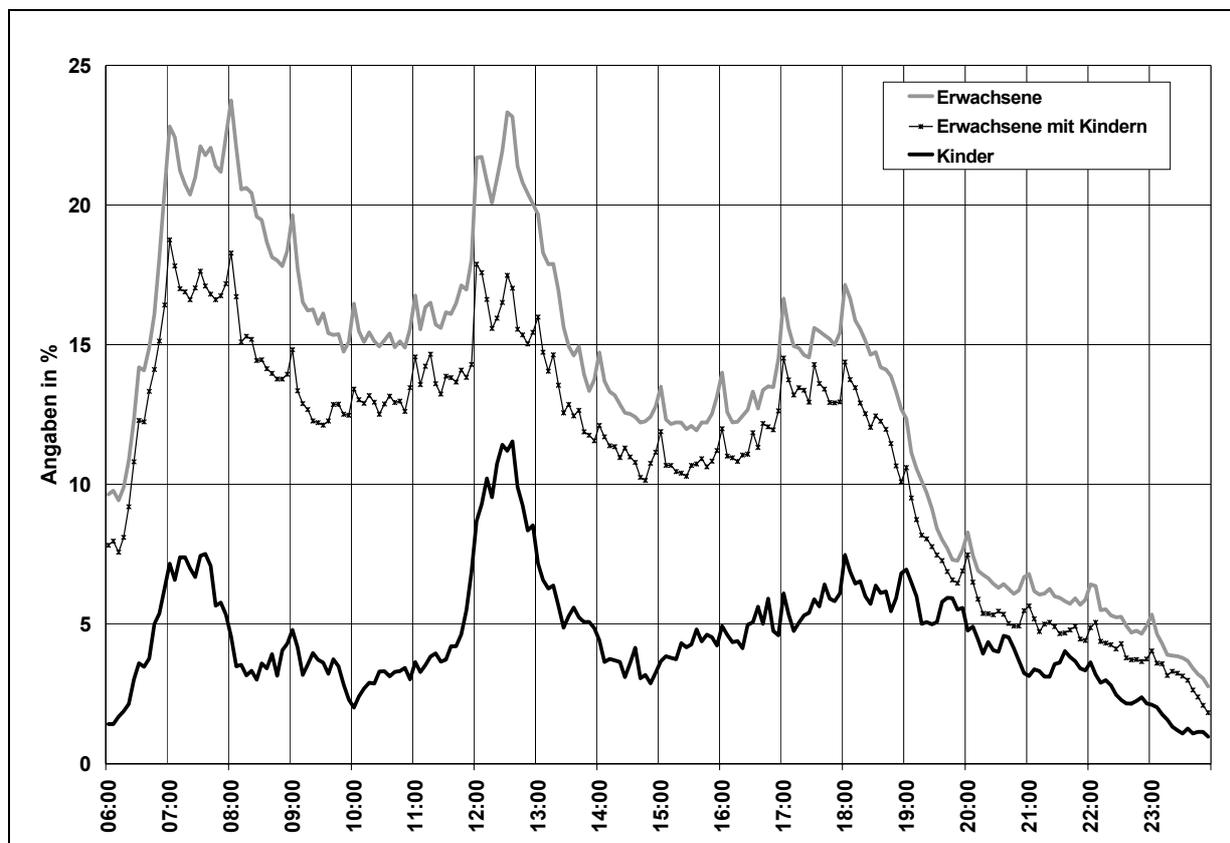
Ähnlich wie bei der durchschnittlichen Radionutzung über die ganze Woche betrachtet, liegt die Reichweite und die Hördauer pro Hörerin und Hörer bei Erwachsenen auch unter der Woche durchschnittlich um einiges höher als bei Kindern.

Tab. 7.12: Radionutzung allgemein für Kinder und Erwachsene, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 47 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 92 | 130 |

Das Nutzungsprofil der Kinder im Tagesverlauf gleicht mit seinen drei Reichweiten-Spitzen demjenigen der Erwachsenen, verläuft aber auf einem markant tieferen Niveau.

Abb. 7.6: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Kinder / Erwachsene
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)

Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz

Basis: Kinder 7-14: 352; Erwachsene 15+: 3'793; Erwachsene mit Kindern: 1'210

Quelle: Radiocontrol

Wie in Abbildung 7.6 ersichtlich, weisen Erwachsene eine annähernd gleich hohe Morgen- und Mittagsspitze auf. Die dritte Spitze um 18 Uhr ist deutlich tiefer. Kinder erreichen hingegen am Mittag die höchste Reichweite morgens die zweithöchste und am Abend um 18 Uhr die am wenigsten hohe Spitze.

Besonders auffällig ist die Spitze während den Mittagsnachrichten zwischen 12:00 Uhr und 13:00 Uhr, ein Teil der Kinder kommt offensichtlich auch heute noch in Genuss des für die Deutschschweiz typischen mittäglichen Nachrichtenhörens. Wie sich später in diesem Bericht zeigen wird, sind die Nutzungsspeaks auf die Hauptnachrichten von DRS 1 zurückzuführen, welche zu diesen Zeiten ausgestrahlt werden und allgemein ein grosses Gewicht bei der Radiohörerschaft besitzen, offensichtlich auch bei sehr jungen Hörerinnen und Hörern.

Die Radionutzung Erwachsener mit Kindern liegt auf einem tieferen Niveau als diejenige der anderen Erwachsenen.

7.1.3 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf

Im folgenden Abschnitt werden sowohl die durchschnittlichen Tageswerte an Wochenenden denjenigen der Werktage gegenübergestellt als auch die Tagesverläufe der Reichweite der verschiedenen soziodemographischen Gruppen an Wochenenden (Samstag und Sonntag) verglichen. Wiederum wird für die Darstellung der Tagesverläufe der Reichweiten eine Skala gewählt, die nur bis 25% Reichweite reicht.

Insgesamt liegt die Reichweite an Wochenenden (NR=79%) leicht unter jener an Werktagen (NR=83%), die Nutzungsdauer pro Hörer/in hingegen ist höher (Sa/So: 53 Min.; Mo-Fr: 47 Min.).

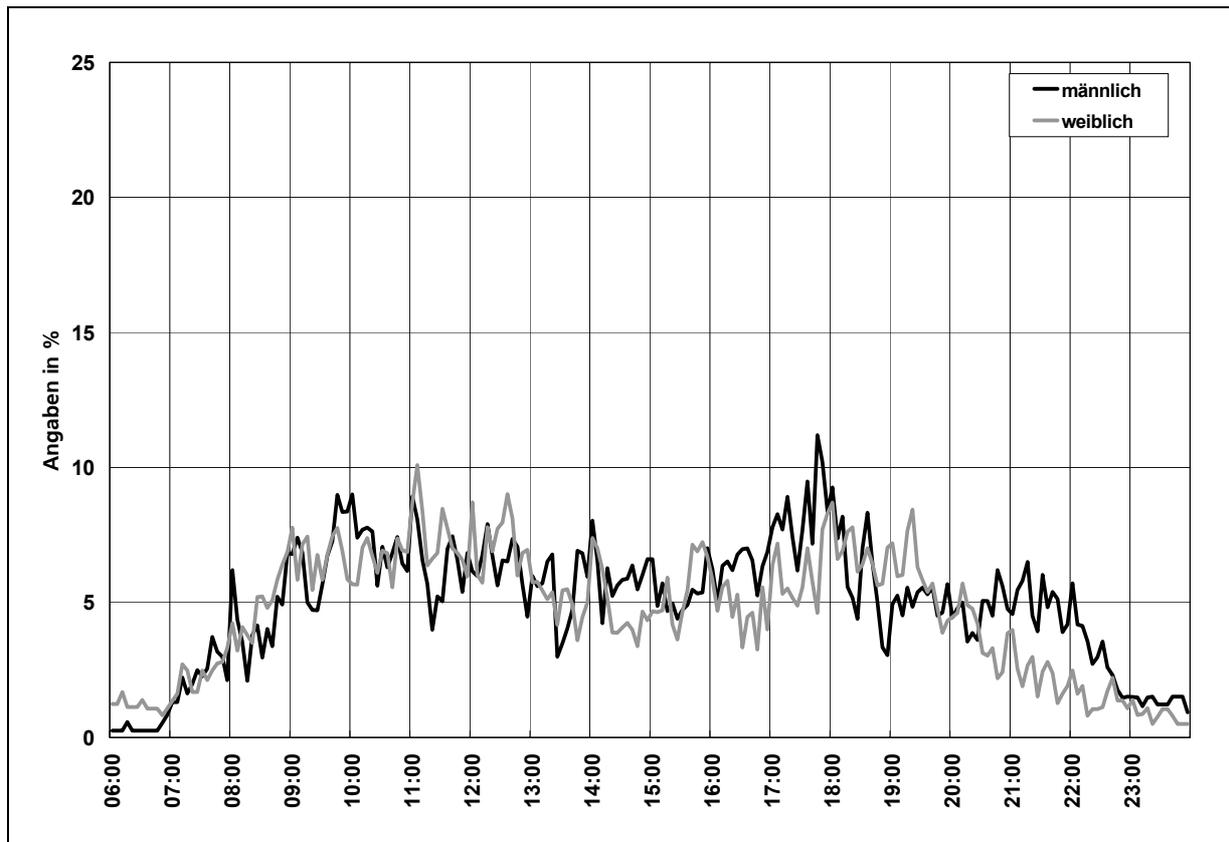
7.1.3.1 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Geschlecht

Tabelle 7.13: Radionutzung allgemein nach Geschlecht, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003;
Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 79 | 47 | 53 |
| Knaben: 7-14 (n=176) | 83 | 80 | 40 | 54 |
| Mädchen: 7-14 (n=176) | 82 | 77 | 55 | 52 |

Knaben hören an Wochenenden länger und an Werktagen weniger lange Radio als Mädchen. Der Unterschied in der Nutzungsdauer zwischen Werktagen und Wochenenden ist bei ihnen intensiver: Knaben hören samstags und sonntags 14 Minuten länger Radio als von Montag bis Freitag, Mädchen hingegen hören werktags 3 Minuten weniger lange als an Wochenenden. Knaben hören insbesondere am Abend zwischen 20:30 Uhr und 22:30 Uhr mehr Radio als Mädchen.

Abb. 7.7: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Mädchen / Knaben
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Samstag – Sonntag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Knaben: 176; Mädchen: 176

Quelle: Radiocontrol

7.1.3.2 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Alter

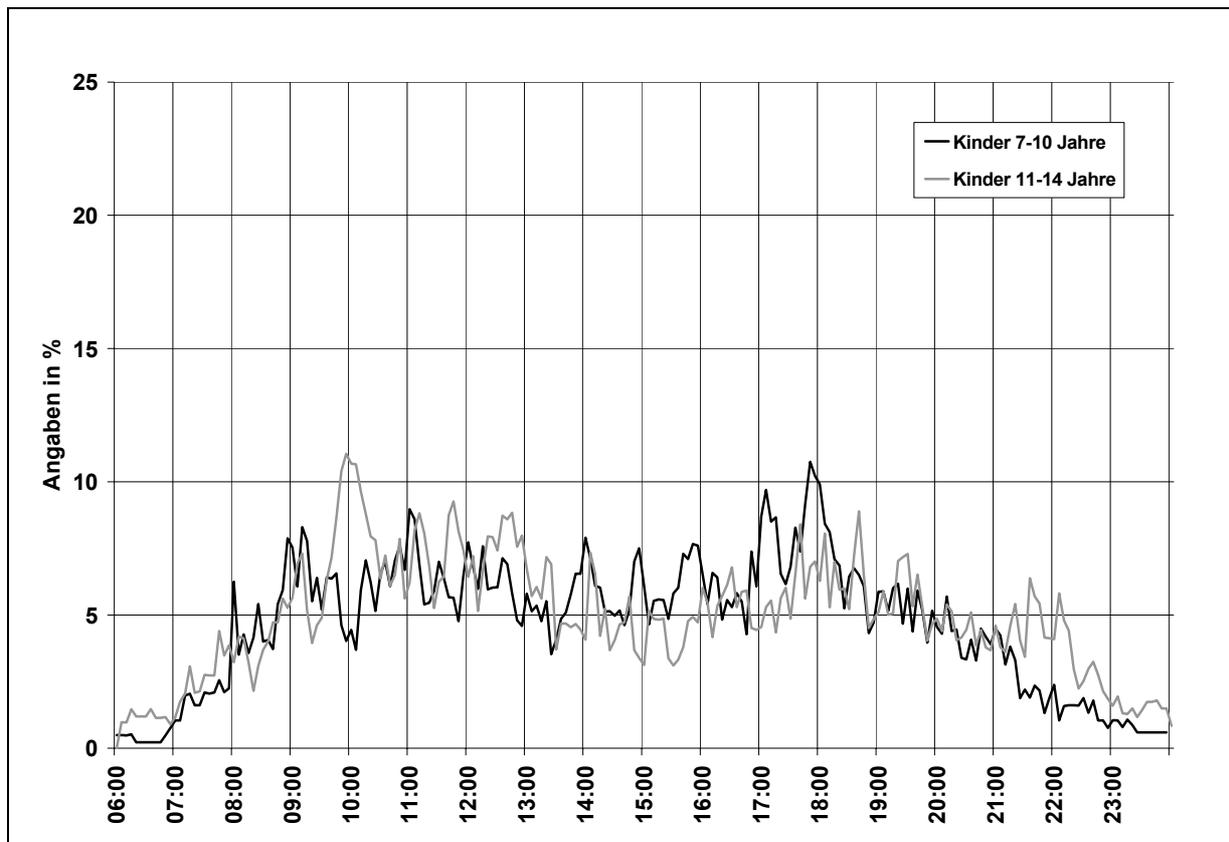
Was die durchschnittlichen Tageswerte anbelangt, unterscheidet sich das Radiohörverhalten der beiden Altersgruppen an Wochenenden wenig von dem an Werktagen, auch wenn die Nutzung aller Kinder auf einem tieferen Niveau liegt. Weisen die Älteren an Samstagen und Sonntagen eine Nettoreichweite von 80% auf, so liegt dieser Wert bei den Kleineren bei 78%.

Tab. 7.14: Radionutzung allgemein nach Alter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003;
Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 79 | 47 | 53 |
| Jüngere: 7-10 (n=176) | 81 | 78 | 46 | 51 |
| Ältere: 11-14 (n=176) | 84 | 80 | 49 | 55 |

Zwischen 9:30 Uhr und 10:30 Uhr sowie abends ab 21:00 Uhr hören mehr 11- bis 14-Jährige, am Nachmittag hingegen hören mehr 7- bis 10-Jährige Radio.

Abb. 7.8: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Jüngere / Ältere
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Samstag - Sonntag



Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder 7-10 Jahre: 176; Kinder 11-14 Jahre: 176

Quelle: Radiocontrol

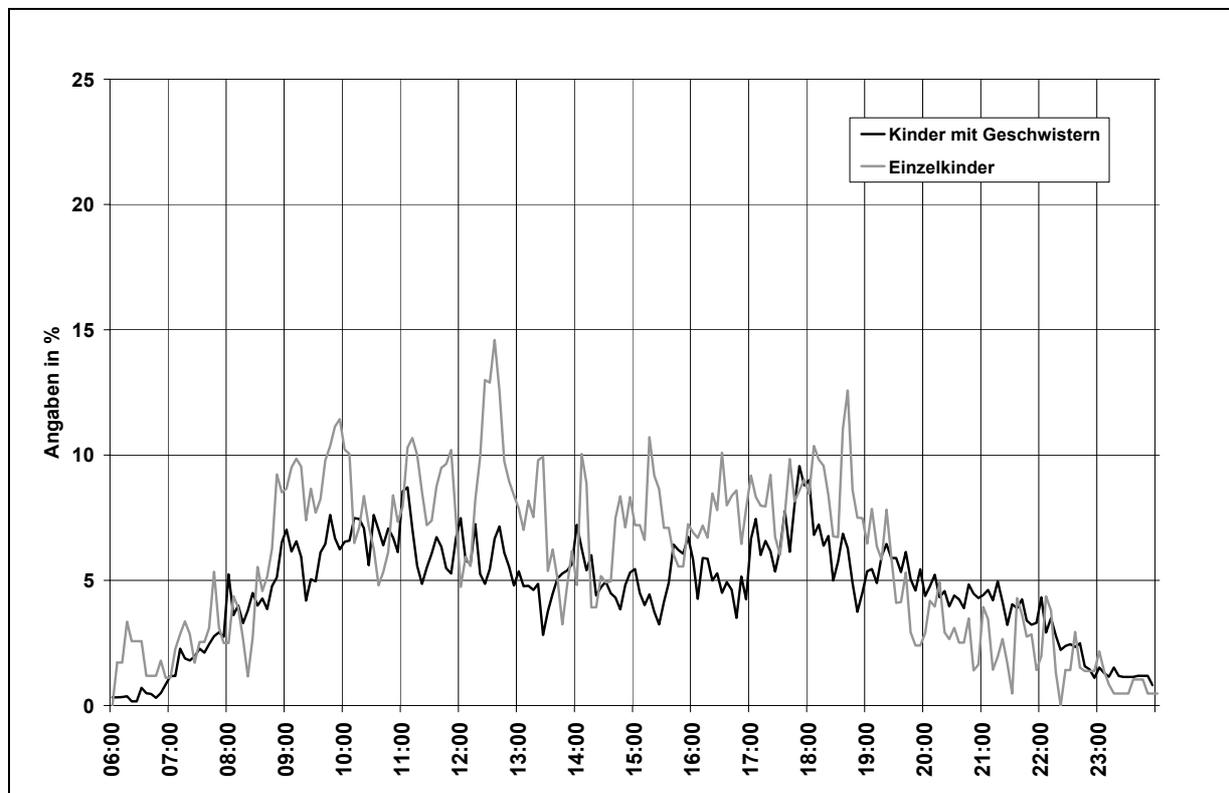
7.1.3.3 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Anzahl Kindern im Haushalt

Der Nutzungsunterschied zwischen Einzelkindern und anderen fällt am Wochenende ausgeprägter aus als an Werktagen. So hören Kinder ohne Geschwister eine Viertelstunde länger als solche mit Geschwistern, die Nettoreichweite ist insgesamt knapp 4 Prozentpunkte höher. Damit liegen Einzelkinder deutlich über dem Schnitt.

Tab. 7.15: Radionutzung allgemein nach Anzahl Kindern im Haushalt, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|---------------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 79 | 47 | 53 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 81 | 79 | 44 | 48 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 84 | 82 | 56 | 66 |

Abb. 7.9: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit / ohne Geschwister Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Samstag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
 Basis: Einzelkinder: 71; Kinder mit Geschwistern: 280

Quelle: Radiocontrol

Wie die Abbildung 7.9 des Tagesverlaufs an Wochenenden zeigt, hören Einzelkinder tagsüber mehr, ab 19:00 Uhr hingegen weniger Radio als Kinder, welche sich tagsüber mit anderen Kindern im Haushalt abgeben können.

7.1.3.4 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Einkommen der Eltern

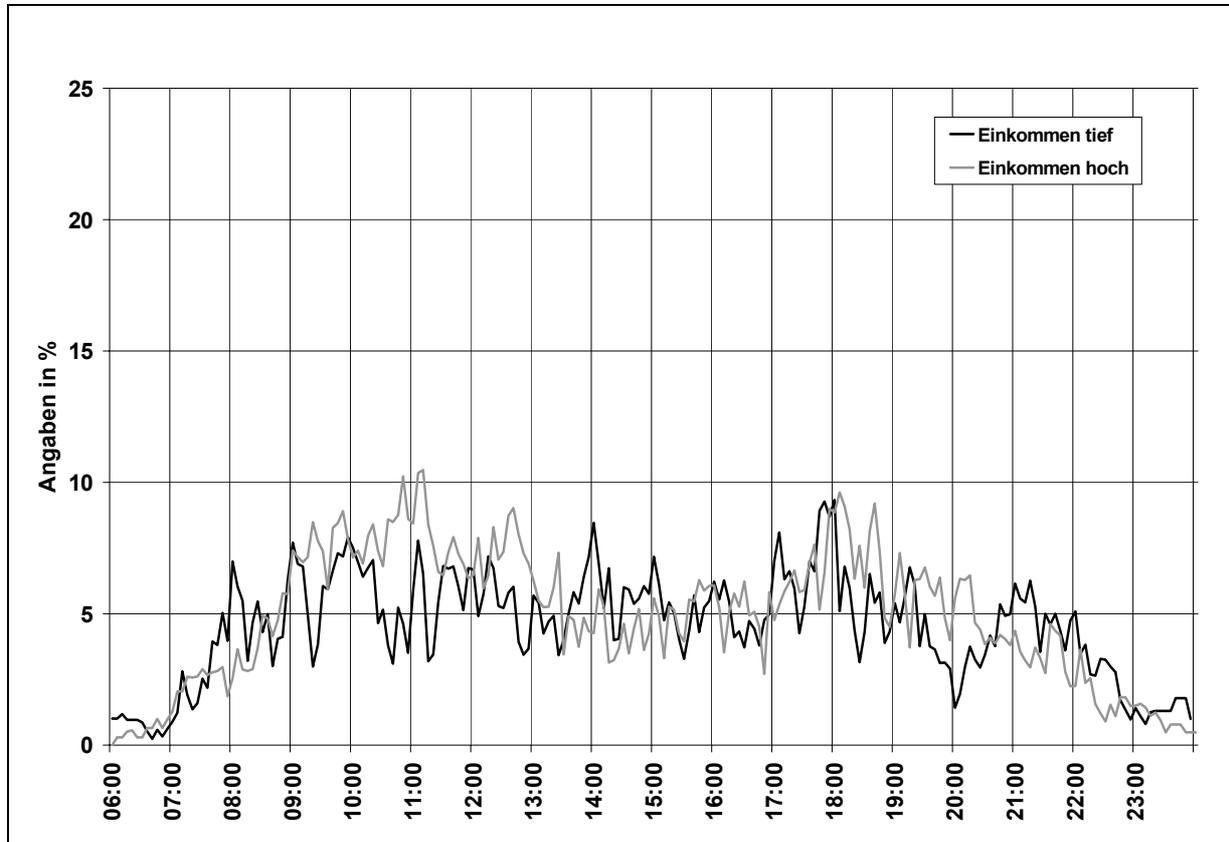
Die Betrachtung der Radionutzung nach den Einkommensverhältnissen im Haushalt zeigt weit- aus weniger ausgeprägte Differenzen als an Werktagen. Liegt die Radionutzung der Kinder mit einkommensstärkeren Eltern während der Woche unter dem Durchschnitt, so ist sie an Wochenenden nur unwesentlich tiefer als die Radionutzung von Kindern aus einkommensschwächeren Familien.

Tab. 7.16: Radionutzung allgemein nach Einkommen der Eltern, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 79 | 47 | 53 |
| Einkommen tief (n=147) | 84 | 79 | 51 | 53 |
| Einkommen hoch (n=155) | 80 | 79 | 45 | 53 |

Auch bezüglich der Hördauer scheint es bezüglich des Radionutzungsverhaltens an Wochenenden kaum Unterschiede zwischen Kindern von gut und weniger gut verdienenden Eltern zu geben. Auch zeigen sich im Tagesverlauf keine hervorstechenden Unterschiede.

Abb. 7.10: 5-Minuten-Reichweite im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit Eltern mit hohem / tiefen Einkommen. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Samstag – Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Einkommen tief: 147 ; Einkommen hoch: 155

Quelle: Radiocontrol

7.1.3.5 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf nach Bildung der Mutter

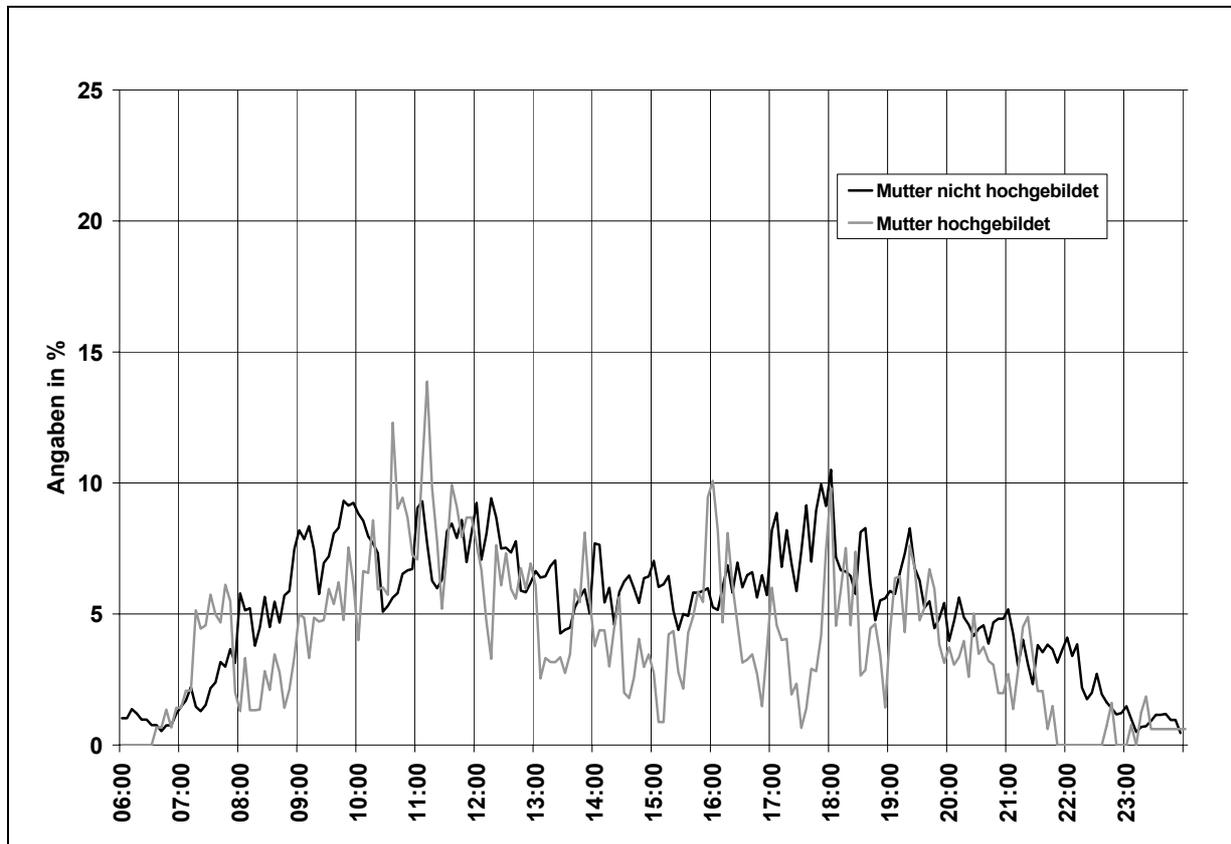
Die Bildung der Mutter erweist sich auch in Bezug auf die Radionutzung an Wochenenden als eine entscheidende Grösse. Das Medium erreicht auch an Wochenenden weniger Kinder mit hochgebildeten Müttern (77%) als solche, deren Mütter diese Voraussetzung nicht erfüllen (79%). Letztere hören 19 Minuten länger Radio als erstere.

Wie der Tagesverlauf über die Radionutzung an Wochenenden zeigt, hören Kinder hochgebildeter Mütter mit einigen wenigen Ausnahmen durchwegs weniger Radio als solche mit weniger gut gebildeten Müttern.

Tab. 7.17: Radionutzung allgemein nach Bildung der Mutter, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 79 | 47 | 53 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 80 | 77 | 38 | 40 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 83 | 79 | 49 | 60 |

Abb. 7.11: 5-Minuten-Reichweite im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit Mutter hochgebildet / nicht hochgebildet. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Samstag – Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
 Basis: Mutter hochgebildet: 49 ; Mutter nicht hochgebildet: 215

Quelle: Radiocontrol

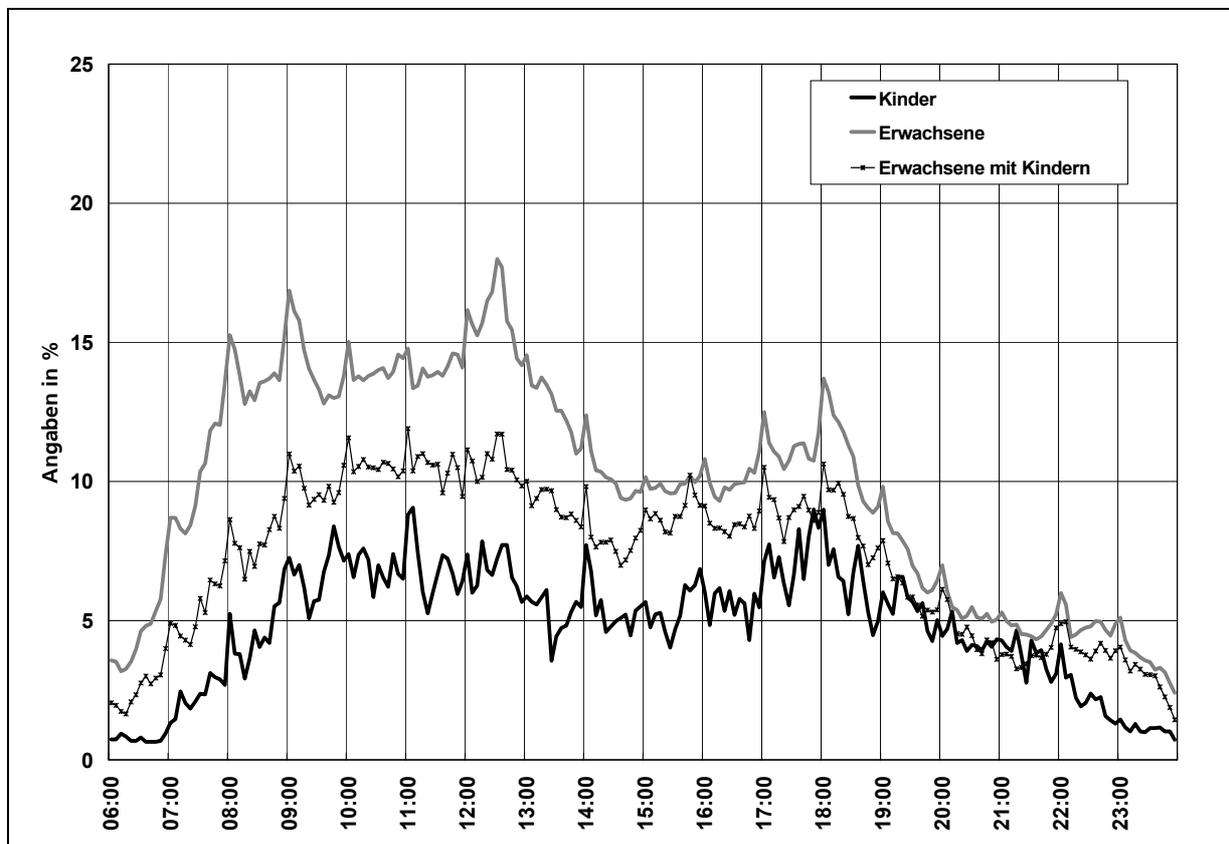
7.1.3.6 Die Radionutzung allgemein an Wochenenden im Tagesverlauf durch Kinder und Erwachsene

An den Wochenenden hören die Erwachsenen ebenfalls mehr Radio als Kinder. Allerdings liegt – wie bei den Kindern – sowohl die Reichweite (NR=86%) als auch die Nutzungsdauer (NH=105 Min.) am Wochenende unter dem Werktagsniveau (NR=92%; NH=130 Min.).

Tab. 7.18: Radionutzung allgemein für Kinder und Erwachsene, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 83 | 79 | 47 | 53 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 92 | 86 | 130 | 105 |

Abb. 7.12: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Erwachsene / Erwachsene mit Kindern / Kinder. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Samstag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
 Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz

Basis: Kinder 7-14: 352; Erwachsene 15+:3'793; Erwachsene mit Kindern: 1'210

Quelle: Radiocontrol

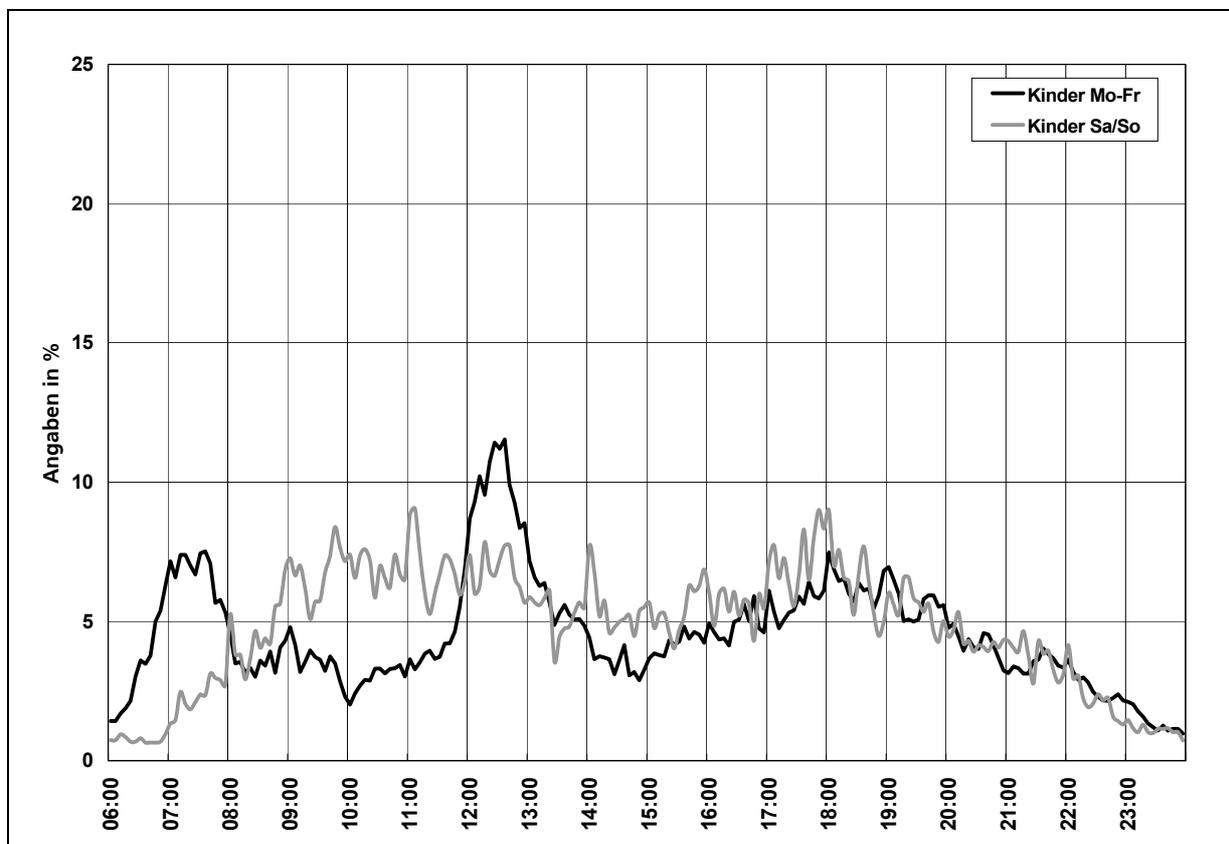
Auch die Nutzung Erwachsener hebt sich an Wochenenden ab von der an Werktagen: es wird allgemein weniger Radio gehört und insbesondere die für Wochentage typische Hauptnachrichtenspitzen fallen eindeutig flacher aus. Auch hier ist die Ähnlichkeit der Kinder- respektive Erwachsenen-Nutzung zu erkennen und wiederum liegen Personen mit Kindern auf einem tieferen Nutzungsniveau als die Gesamtheit der Personen ab 15 Jahren.

7.1.4 Vergleich der Radionutzung allgemein im Tagesverlauf zwischen Werktagen und Wochenenden

An Werktagen weisen alle soziodemographischen Subgruppen eine höhere Reichweite auf als am Samstag und Sonntag. An den Wochenenden hingegen wird länger Radio gehört.

Der Grund dafür dürfte darin liegen, dass am Wochenende mehr Zeit zu Hause verbracht wird und somit die Möglichkeit, mit einem Radio über längere Zeit in Kontakt zu kommen, grösser ist (Vergleiche Kapitel 2: „Tagesablauf“).

Abb. 7.13: 5-Minuten-Reichweite Radio total im Tagesverlauf: Vergleich Wochentage / Wochenenden. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

Beim Vergleich der Radionutzung zwischen Werktagen und Wochenenden fällt Folgendes auf: Die typischen Reichweitespitzen zu den Hauptnachrichten fallen am Wochenende weg. Wie im Kapitel 2: „Tagesablauf“ bereits erwähnt, schlafen Kinder an Wochenende etwa 1 ¼ Stunden länger, die Radionutzung setzt dementsprechend später ein. Der erste Anstieg beginnt gut eine Stunde später als werktags, also erst nach 07:30 Uhr. Anschliessend zeigt sich bis kurz vor dem Mittag eine höhere Nutzung als von Montag bis Freitag. Der für Werkstage typische Mittagsnachrichtenpeak zwischen 12:00 Uhr und 13:00 Uhr fällt am Wochenende eindeutig weg. Erst ab 14:00 Uhr liegt die Wochenendnutzung über dem Werktagsniveau, ab 18:00 Uhr zeigen sich kaum mehr Unterschiede in der Radionutzung.

7.2 Die Nutzung der Sendergruppen

Ging es in den vorhergehenden Abschnitten darum, die Radionutzung insgesamt im Tages- und Wochenverlauf zu analysieren, so wird in der Folge die Präferenz der untersuchten Kinder in Bezug auf die Senderauswahl beleuchtet. Von Interesse ist, welchen Stellenwert die SRG SSR-, Privat- und Auslandsender im Leben von Kindern einnehmen.

Als erstes werden die durchschnittlichen Tageswerte der Nettoreichweite, der Nutzungsdauer und der Marktanteile für die drei Sendergruppen verglichen, anschliessend wird die Nutzung jeder Sendergruppe im einzelnen detaillierter beschrieben.

7.2.1 Die Nutzung der Sendergruppen für die ganze Woche: Nettoreichweite, Nutzungsdauer und Marktanteil

Im folgenden Abschnitt werden die durchschnittliche Nettoreichweite, die Nutzungsdauer und der Marktanteil der verschiedenen Sendergruppen für die unterschiedlichen soziodemographischen Gruppen für die gesamte Woche ausgewiesen und verglichen.

7.2.1.1 Nettoreichweiten der Sendergruppen für die ganze Woche

Tabelle 7.19 verdeutlicht, dass die Sender der SRG SSR insgesamt fast die Hälfte aller 7-14-Jährigen erreichen, die Nettoreichweite ist bei den Mädchen etwas tiefer als bei den Knaben. Private Radioanbieter erreichen mit 47% Nettoreichweite annähernd so viele Kinder wie die SRG SSR-Sender. Ausländische Radiostationen bringen es bei der jugendlichen Hörerschaft auf 36% Nettoreichweite, was im Vergleich mit der Nutzung Erwachsener (NR=7%) in derselben Zeitspanne einen aussergewöhnlich hohen Wert darstellt. Der Vergleich mit den erwachsenen Altersgruppen folgt weiter unten.

Soziodemographische Unterschiede in den Nettoreichweiten der drei Sendergruppen

Die Sender der SRG SSR erreichen etwa gleich viele Knaben wie Mädchen und gleich viele Jüngere wie Ältere. Bei der Nutzung von privaten Radioanbietern zeigen sich ebenfalls keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern, hingegen schalten mehr Ältere ein privates Radio ein. Bei ausländischen Radiostationen verhält es sich ähnlich wie bei den privaten: kaum Unterschiede gibt es zwischen den Geschlechtern, hingegen erreichen sie mehr Ältere.

Tab. 7.19: Durchschnittliche Nettoreichweite pro Tag (NR) in % für verschiedene Sendergruppen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | NR in % SRG SSR | NR in % Private | NR in % Ausländische |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 48 | 47 | 36 |
| Knaben: (n=176) | 49 | 47 | 37 |
| Mädchen: (n=176) | 48 | 48 | 36 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 49 | 45 | 34 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 47 | 51 | 38 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 48 | 47 | 36 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 52 | 51 | 38 |
| Einkommen tief (n=147) | 47 | 48 | 38 |
| Einkommen hoch (n=155) | 50 | 46 | 33 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 48 | 49 | 36 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 49 | 42 | 35 |

7.2.1.2 Nutzungsdauer der Sendergruppen für die ganze Woche

Bei der Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer liegen die Privaten – im Gegensatz zur Nettoreichweite – vor der SRG SSR (Tabelle 7.20). Bei Kindern liegt die durchschnittliche Hördauer pro Hörerin und Hörer pro Tag bei 37 Minuten und ist somit 3 Minuten länger als die durchschnittliche Hördauer von Sendern der SRG SSR (NH=34 Min.). Ausländische Programme werden deutlich weniger lange gehört (NH=16 Min.).

Soziodemographische Unterschiede in der Nutzungsdauer der drei Sendergruppen

Mädchen hören allgemein länger Radio als Knaben, so zeigt sich bei allen drei Sendergruppen eine längere Nutzungsdauer der Mädchen als der Knaben. Dieser Unterschied ist bei der Nutzungsdauer von privaten Radiostationen grösser als bei den anderen Sendergruppen (Tabelle 8.20). Bezüglich des Alters ist festzustellen, dass jüngere Kinder (7 bis 10 Jahre) im Durchschnitt länger Sender der SRG SSR hören als ältere (11 bis 14 Jahre) und dass es bei den privaten Radiostationen umgekehrt ist. Einzelkinder weisen sowohl bei SRG SSR Programmen als auch bei privaten Radiostationen eine längere Nutzungsdauer auf als Kinder mit Geschwistern. Private Radiostationen werden in Haushalten mit tieferem Einkommen von Kindern länger gehört als SRG SSR Sender. Die Hördauer von Privatradios ist bei Kindern von Eltern mit tieferem Einkommen

auch deutlich länger als bei Kindern von finanziell besser gestellten Eltern. Bei den SRG SSR Sendern ist es umgekehrt.

Was die Bildung der Mutter angeht, so hören Kinder von Müttern mit weniger guter Bildung allgemein länger Radio als diejenigen von hochgebildeten Müttern. Der Unterschied ist bei privaten Radios am deutlichsten und es ist zu bemerken, dass die längste durchschnittliche Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer von Kindern von nicht hochgebildeten Müttern auf Privatradios entfällt.

Tab. 7.20: Durchschnittliche Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer pro Tag (NH) in Minuten für verschiedene Sendergruppen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | NH in Min. SRG SSR | NH in Min. Private | NH in Min. Ausländische |
|------------------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 34 | 37 | 16 |
| Knaben: (n=176) | 33 | 32 | 14 |
| Mädchen: (n=176) | 37 | 42 | 18 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 36 | 31 | 17 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 32 | 47 | 15 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 33 | 33 | 16 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 39 | 49 | 14 |
| Einkommen tief (n=147) | 35 | 47 | 16 |
| Einkommen hoch (n=155) | 38 | 30 | 15 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 36 | 41 | 16 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 27 | 22 | 12 |

7.2.1.3 Marktanteile der Sendergruppen für die ganze Woche

Der Marktanteil (MA) gibt Auskunft über den Anteil aller gehörten Sendeminuten aller Sender. Auf den ersten Blick fällt auf, dass private Radiostationen bei Kindern einen gleich grossen Marktanteil besitzen wie der Programme der SRG SSR. Dies im Unterschied zu den Erwachsenen, wie weiter unten ersichtlich wird.

Tab. 7.21: Durchschnittlicher Marktanteil pro Tag (MA) in % für verschiedene Sendergruppen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | MA in % SRG SSR | MA in % Private | MA in % Ausländische |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 42 | 43 | 15 |
| Knaben: (n=176) | 45 | 40 | 15 |
| Mädchen: (n=176) | 40 | 45 | 15 |
| Alter: 7-10: (n=176) | 48 | 38 | 15 |
| Alter: 11-14: (n=176) | 37 | 49 | 15 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 43 | 42 | 15 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 41 | 45 | 14 |
| Einkommen tief (n=147) | 40 | 45 | 15 |
| Einkommen hoch (n=155) | 50 | 37 | 12 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 41 | 45 | 15 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 49 | 34 | 18 |

Soziodemographische Unterschiede in den Marktanteilen der drei Sendergruppen:

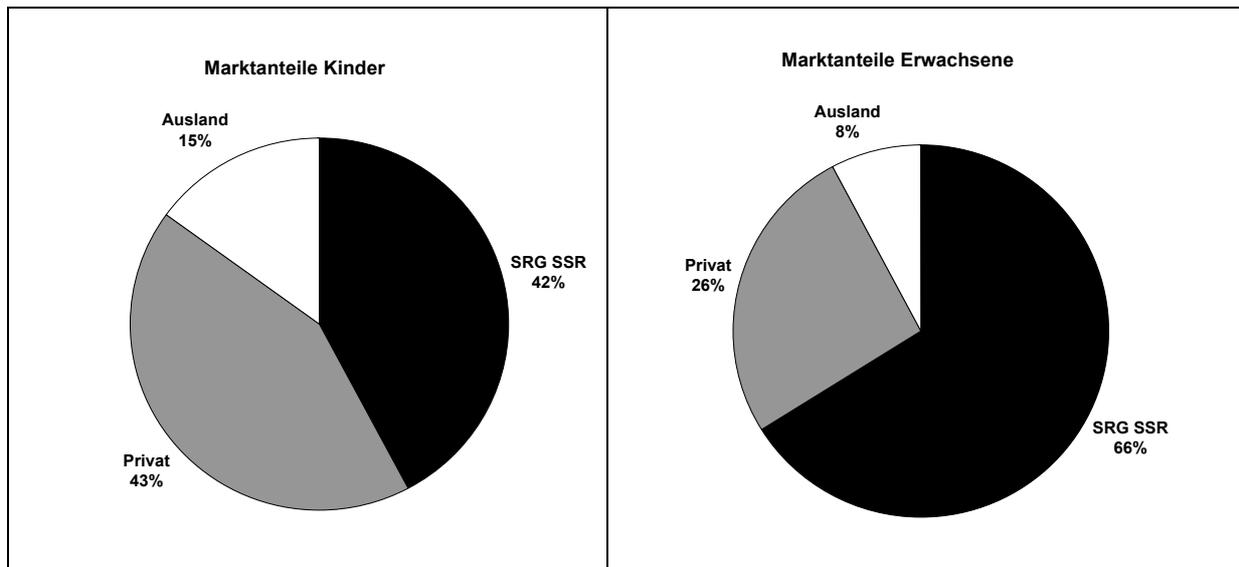
Es zeigen sich Unterschiede in den Marktanteilen bezüglich des Geschlechts: öffentlich-rechtliche Sender erreichen bei Knaben einen höheren Marktanteil (45%) als bei Mädchen (40%), welche im Gegenzug mehr auf private Radioprogramme ansprechen (MA=45%) als die Knaben (MA=40%). Bei den ausländischen Sendern zeigen sich hingegen keine Unterschiede. Bei jüngeren Kindern ist der Marktanteil der SRG SSR-Sender höher (48%) als bei den älteren (37%), bei den Privaten Radiosendern ist es umgekehrt (Jüngere: MA=38%; Ältere: MA=49%). Diese Effekte sind insbesondere an Werktagen ausgeprägt. Auslandsender zeigen diesbezüglich kaum Unterschiede auf. Bei den älteren Kindern scheinen die privaten Anbieter mehr Bedeutung zu haben als bei den Jüngeren, dies auf Kosten der SRG SSR-Sender.

Anders als bei den erwachsenen Radiohörerinnen und Radiohörern zeigen sich bei Kindern Marktanteilverschiebungen im Wochenverlauf. So liegt er bei den SRG SSR-Sendern am Wochenende bei 44%, an Werktagen bei 41%. Genau umgekehrt ist es bei den Privatsendern: diese weisen an Wochenenden bei den kleinen Radiohörer/innen einen tieferen Marktanteil (41%) auf als unter der Woche (44%).

Wie Abbildung 7.14 verdeutlicht, ist der Marktanteil der SRG SSR bei Kindern deutlich tiefer als bei Erwachsenen in derselben Zeitperiode. Bei den untersuchten Kindern spielen Privatradios

eine wichtigere Rolle als bei den Erwachsenen, jungen Hörer/innen weisen einen um 17 Prozentpunkte höheren Marktanteil aus als Personen über 15 Jahren. Auch der Marktanteil der Auslandsradios ist bei den 7-14-Jährigen um 7 Prozentpunkte höher als bei den Erwachsenen.

Abb. 7.14: Marktanteile der Sendergruppen: Vergleich Erwachsene / Kinder
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag - Sonntag



Universum: Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz
Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Erwachsene: 3'793; Kinder: 352

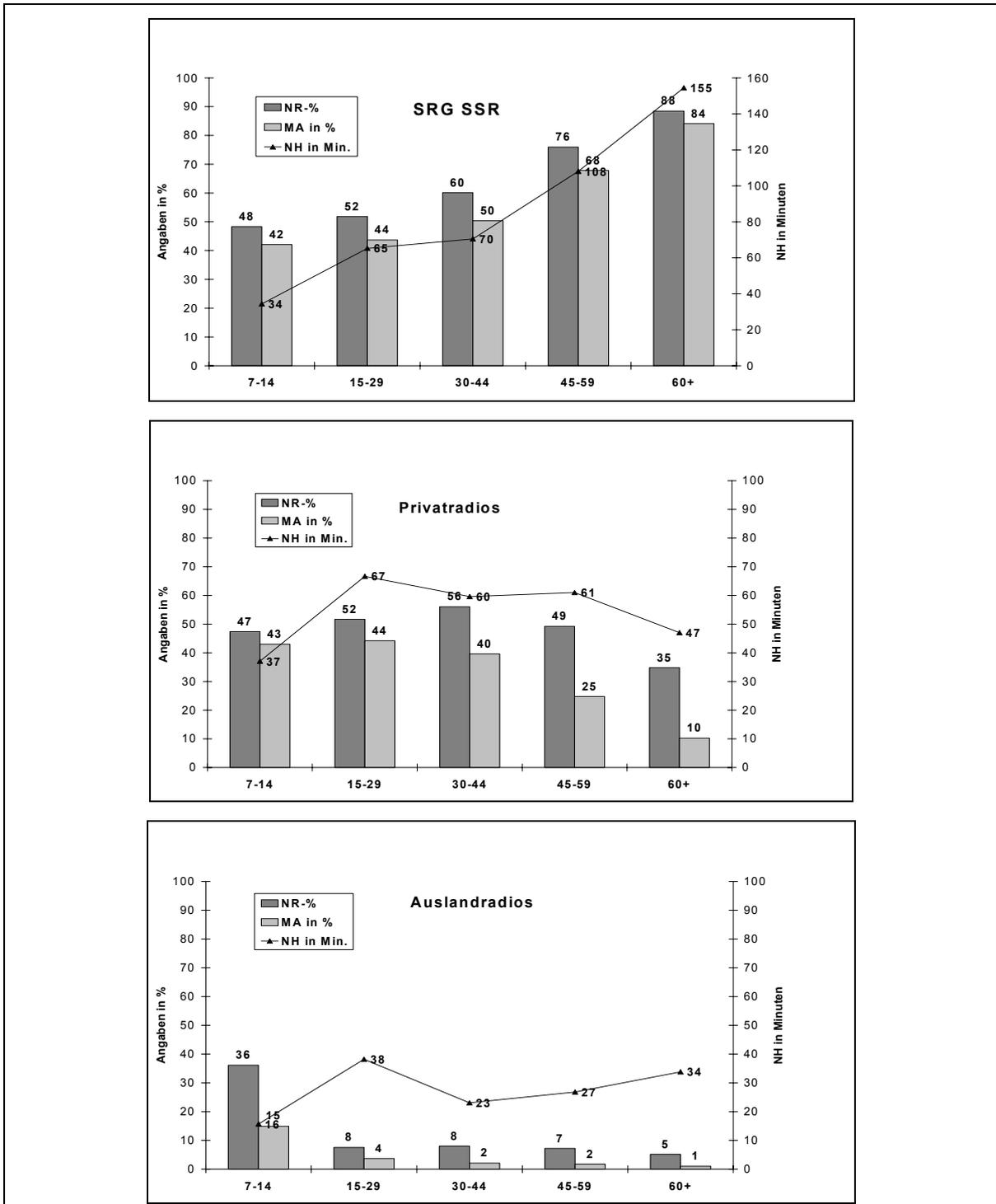
Quelle: Radiocontrol

Der Grund für den Unterschied bezüglich der Marktanteile ist vor allem in der Hördauer zu finden. Erwachsene widmen den SRG SSR-Sendern mit Abstand am meisten Zeit (106 Minuten/Hörer/in), am zweitlängsten hören sie ein Privat- (56 Minuten/Hörer/in) und am wenigsten lange ein Auslandsradio (23 Minuten/Hörer/in). Bei Kindern präsentiert sich diesbezüglich ein anderes Bild: Privatradios beanspruchen mit 37 Minuten das Zeitbudget von Kinder in einem ähnlichen Masse wie SRG SSR-Sender, welche pro hörendes Kind während 34 Min. konsumiert werden, Auslandsradios werden am wenigsten lange, nämlich während 16 Minuten gehört.

Abbildung 7.15 verdeutlicht, wie der Marktanteil der öffentlich-rechtlichen Sender in der deutschsprachigen Schweiz mit zunehmendem Alter kontinuierlich ansteigt. Wie bereits erwähnt, lassen sich bei den Nettoreichweiten weniger ausgeprägte Unterschiede feststellen. Die SRG SSR- und Privatsender erreichen mit 48% (SRG SSR) und 47% (Privatsender) fast gleich viele Kinder zwischen 7 und 14 Jahren, ausländische Sender erreichen 36%. Wie in der Grafik ersichtlich, sind bei Erwachsenen die Unterschiede bezüglich der Nettoreichweiten grösser, die Präferenz der SRG SSR-Sender steigt kontinuierlich.

Es kann also der Schluss gezogen werden, dass SRG SSR- und private Sender fast gleich viele Kinder erreichen, die Privatsender aber etwas länger gehört werden, was zu deren Marktleaderposition führt. In diesem Punkt unterscheiden sich Kinder eindeutig von den Erwachsenen.

Abb. 7.15: Reichweite / Nutzungsminuten / Marktanteile Sendergruppen nach Altersgruppen:
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag - Sonntag



Universum: Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz

Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)

Basis: Kinder 7-14: 352; Erwachsene 15-29: 822; Erwachsene 30-44: 1'092; Erwachsene 45-59: 929;
Erwachsene 60+: 941

Quelle: Radiocontrol

7.2.2 Die Nutzung der Sender der SRG SSR

Im folgenden Abschnitt steht die Nutzung von Sendern der SRG SSR im Zentrum der Aufmerksamkeit. Zu Beginn werden die durchschnittlichen Nettoreichweiten und Nutzungszeiten pro Hörerin und Hörer über die ganze Woche und getrennt für Werktage und Wochenenden aufgeführt und Unterschiede bezüglich der verschiedenen soziodemographischen Variablen betrachtet. Anschliessend werden die Tagesverläufe der Reichweiten an Werktagen und Wochenenden von Kindern und Erwachsenen miteinander verglichen. Für die beiden Sender DRS 1 und DRS 3 folgen einige detailliertere Betrachtungen und Vergleiche, insbesondere bezüglich der Nutzung von Kindersendungen auf DRS 1.

7.2.2.1 Die Nutzung der Sender der SRG SSR für die ganze Woche

Wie schon weiter oben ersichtlich wurde (Tabellen 7.19, 7.20 und 7.21), erreichen die Sender der SRG SSR in Durchschnitt knapp die Hälfte der Kinder, der Marktanteil liegt im Schnitt bei 42%. Die Zahlen sind zur Übersicht hier noch separat für die SRG SSR aufgelistet.

Tab. 7.22: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von Sendern der SRG SSR; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in % (MA) |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 48 | 34 | 42 |
| Knaben: (n=176) | 49 | 33 | 45 |
| Mädchen: (n=176) | 48 | 37 | 40 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 49 | 36 | 48 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 47 | 32 | 37 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 48 | 33 | 43 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 52 | 39 | 41 |
| Einkommen tief (n=147) | 47 | 35 | 40 |
| Einkommen hoch (n=155) | 50 | 38 | 50 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 48 | 36 | 41 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 49 | 27 | 49 |

7.2.2.2 Die Nutzung der Sender der SRG SSR an Werktagen und Wochenenden

An Wochenenden erreichen die Sender der SRG SSR etwas weniger Kinder, dafür ist die Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer im Schnitt länger am Wochenende als an Werktagen. Die SRG SSR besitzt an Wochenenden etwas mehr Marktanteile als unter der Woche.

Tab. 7.23: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von Sendern der SRG SSR; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | | Marktanteil in % (MA) | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 49 | 47 | 33 | 39 | 41 | 44 |
| Knaben: 7-14 (n=176) | 49 | 50 | 30 | 39 | 45 | 45 |
| Mädchen: 7-14 (n=176) | 49 | 44 | 36 | 39 | 39 | 43 |
| Jüngere: 7-10 (n=176) | 51 | 44 | 34 | 41 | 48 | 48 |
| Ältere: 11-14 (n=176) | 45 | 50 | 31 | 36 | 35 | 40 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 48 | 46 | 32 | 38 | 42 | 46 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 53 | 50 | 38 | 43 | 42 | 41 |
| Einkommen tief (n=147) | 48 | 44 | 32 | 42 | 39 | 43 |
| Einkommen hoch (n=155) | 51 | 49 | 37 | 42 | 50 | 50 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 49 | 46 | 33 | 42 | 40 | 42 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 48 | 53 | 25 | 31 | 45 | 57 |

7.2.2.3 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR

Zwischen den verschiedenen soziodemographischen Gruppen zeigen sich folgende Unterschiede in der Nutzung von Programmen der SRG SSR.

Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR nach Geschlecht

Die Sender der SRG SSR erreichen an Werktagen gleich viele Mädchen (NR=49%) und Knaben (NR=49%), an Wochenenden sind es weniger Mädchen (NR=44%) als Knaben (NR=50%) und bei

den Mädchen auch weniger als an Werktagen (während die SRG SSR etwa gleich viele Knaben erreicht, wie an Werktagen). Die Hördauer ist unter der Woche bei den Mädchen länger als bei den Knaben, am Wochenende gibt es keinen Unterschied. Trotzdem, dass unter der Woche bei gleicher Reichweite die Mädchen länger hören als die Knaben, ist der Marktanteil der SRG SSR bei Knaben (45%) höher als bei Mädchen (39%). Das liegt daran, dass der Radiomarkt allgemein (Total der gehörten Radiominuten) für Knaben unter der Woche kleiner ist als für Mädchen.

Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR nach Alter

Der Anteil der Kinder, die Sender der SRG SSR hören ist unter der Woche bei den 7 bis 10-Jährigen (NR=51%) grösser als bei den 11 bis 14-Jährigen (NR=45%). Am Wochenende ist es umgekehrt, von den Jüngeren erreicht die SRG SSR 44%, von den Älteren aber 50%. Die durchschnittliche Hördauer ist bei den 7 bis 10-Jährigen allgemein länger als bei den 11 bis 14-Jährigen, an Wochenenden ist dieser Unterschied allerdings ausgeprägter (NH=41 Min. vs NH=36 Min.) als unter der Woche (NH=34 Min. vs. NH=31 Min.). Der Marktanteil von Sendern der SRG SSR ist sowohl unter der Woche als auch an Wochenenden bedeutend höher bei jüngeren Kindern (jeweils MA=48%) als bei älteren Kindern (MA=35%, bzw. MA=40%).

Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR nach Anzahl Kindern im Haushalt

Die Reichweite wie auch die Nutzungsdauer sind bei Kindern ohne Geschwister stets höher als bei Kindern mit Geschwistern. Ansonsten sind keine auffälligen Unterschiede auszumachen, da innerhalb beider Gruppen die allgemeine Tendenz von etwas tieferer Reichweite und etwas längerer Hördauer an Wochenenden verglichen mit Werktagen vorherrscht. Der Marktanteil der SRG SSR ist bei Kindern mit Geschwistern an Wochenenden überdurchschnittlich (MA=46%).

Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR nach Einkommen der Eltern

Bei Kindern von Eltern mit hohem Einkommen ist die Reichweite der Programme der SRG SSR höher als bei Kindern von Eltern mit tieferem Einkommen. Am Wochenende ist dieser Unterschied etwas grösser als unter der Woche. Die Hördauer ist an Werktagen allgemein kürzer als an Wochenenden, allerdings ist der Unterschied bei finanziell schlechter Gestellten mit 10 Min. deutlich grösser als bei finanziell besser Gestellten (5 Min. Unterschied), weshalb die Nutzungsdauer unter der Woche bei Kindern mit besser verdienenden Eltern (37 Min.) länger ist als bei Kindern mit Eltern mit niedrigerem Einkommen (32 Min.). Der Marktanteil bei Kindern von besser verdienenden Eltern ist sowohl unter der Woche (50%) als auch am Wochenende (50%) höher als bei anderen (39% bzw. 43%).

Unterschiede in der Nutzung der Sender der SRG SSR nach Bildung der Mutter

Die Programme der SRG SSR erreichen an Wochenenden (NR=53%) mehr Kinder von hochgebildeten Müttern als unter der Woche (NR=48%). Bei Kindern von nicht hochgebildeten Müttern ist es umgekehrt (NR= 46% an Wochenenden, NR=49% unter der Woche). An Wochenenden liegt die Reichweite bei Kindern hochgebildeter Mütter also 7 Prozentpunkte über derjenigen von

Kindern mit weniger gut ausgebildeten Müttern. Die Nutzungsdauer ist allgemein am Wochenende länger als unter der Woche. Die Kinder von nicht hochgebildeten Müttern hören unter der Woche 8 Minuten und an Wochenenden sogar 11 Minuten länger als Kinder hochgebildeter Mütter. Beim Marktanteil liegt die SRG SSR aber trotzdem bei den Kinder mit besser ausgebildeten Müttern über dem Durchschnitt. Besonders an Wochenenden ist der Marktanteil mit 57% in dieser Gruppe besonders hoch.

7.2.2.4 Die Nutzung der Sender der SRG SSR durch Kinder und Erwachsene

Der Vergleich zwischen Kindern und Erwachsenen zeigt, dass wie bei der Radionutzung allgemein, die Nutzung der Sender der SRG SSR durch Erwachsene stärker ist als durch Kinder. Sowohl die durchschnittliche Nettoreichweite als auch die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer liegen bei den Erwachsenen deutlich höher als bei Kindern. Auch der durchschnittliche Marktanteil der SRG SSR Sender ist bei Erwachsenen mit 66% deutlich höher als bei Kindern (MA=42%).

Tab. 7.24: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von Sendern der SRG SSR; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag

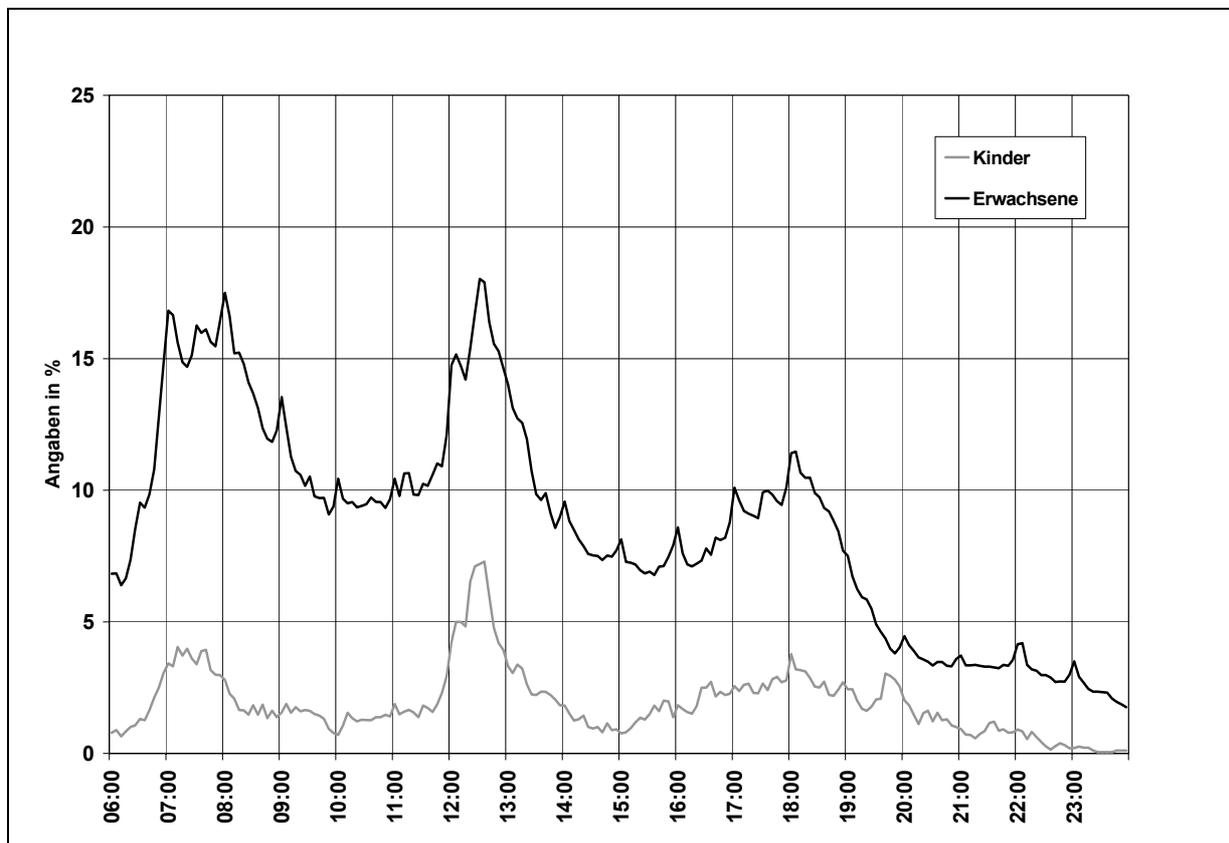
| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in %(MA) |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 48 | 34 | 42 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 69 | 106 | 66 |

Betrachtet man die durchschnittlichen Tageswerte für Wochentage und Wochenenden getrennt, so fällt auf, dass am Wochenende weniger Erwachsene und Kinder erreicht werden als unter der Woche (siehe NR in Tabelle 8.25). Was die durchschnittliche Nutzungsdauer pro Hörer angeht, zeigen sich allerdings Unterschiede: Während die Kinder an Wochenenden länger einen Sender der SRG SSR hören (NH=39 Min.) als an Werktagen (NH=33 Min.), ist dies bei den Erwachsenen umgekehrt (NH=94 Min. vs. NH=111 Min.). Der Marktanteil der SRG SSR ist bei Erwachsenen an Wochenenden trotz geringerer Nutzung gleich wie an Werktagen, was damit zusammenhängt, dass das Nutzungsverhalten bezüglich der SRG SSR Sender ähnlich ist, wie das allgemeine Radionutzungsverhalten. Am Wochenende hören weniger Erwachsene Radio und sie tun dies weniger lange (Siehe Tabelle 8.18). Bei den Kindern erzielt die SRG SSR am Wochenende einen um 3 Prozentpunkte höheren Marktanteil als unter der Woche.

Tab. 7.25: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von Sendern der SRG SSR; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | | Marktanteil in % (MA) | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 49 | 47 | 33 | 39 | 41 | 44 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 72 | 63 | 111 | 94 | 66 | 66 |

Abb. 7.16: 5-Minuten-Reichweite der SRG SSR-Sender im Tagesverlauf: Vergleich Kinder /Erwachsene. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag



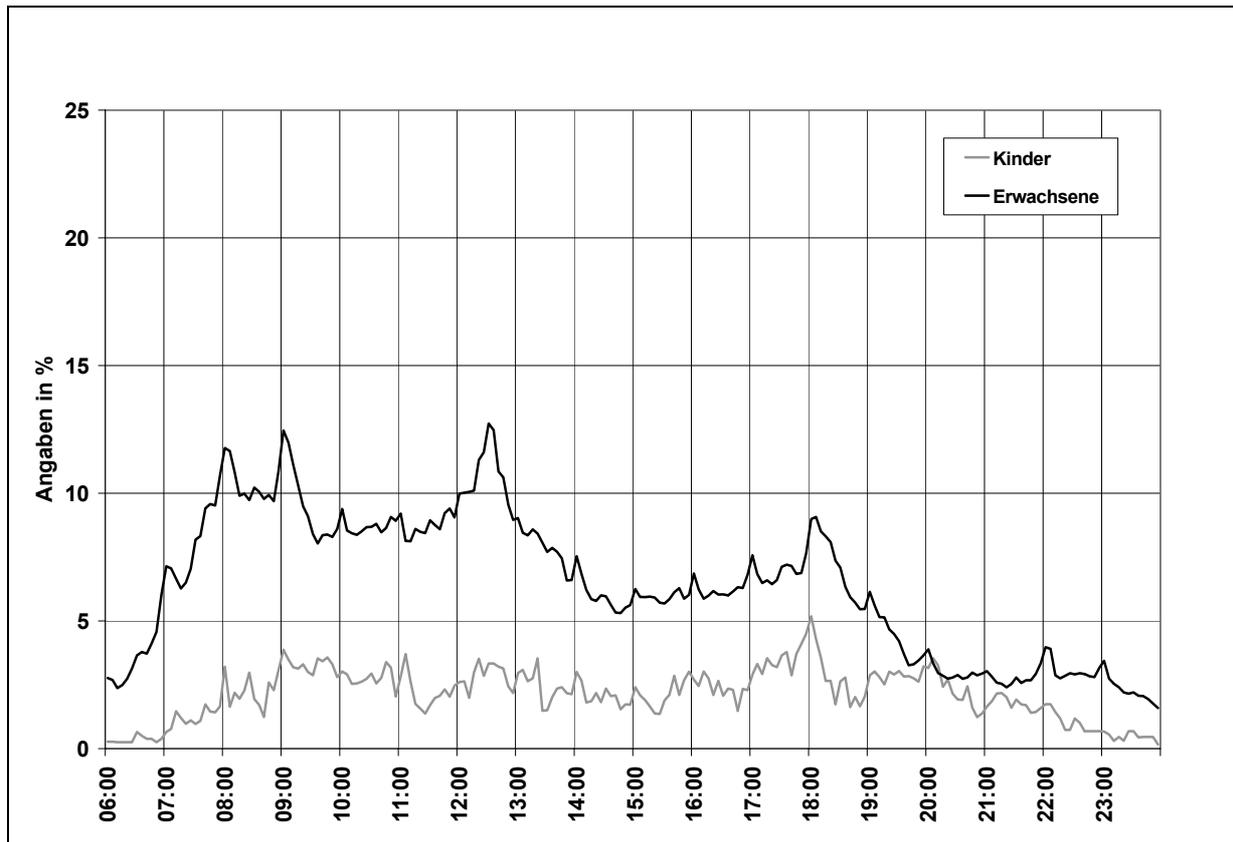
Universum: Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz
 Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
 Basis: Erwachsene: 3'793; Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

Die Vergleiche der Tagesverläufe der 5-Minuten-Reichweiten zeigen, dass sowohl an Werktagen (Abbildung 7.16) als auch an Wochenenden (Abbildung 8.17) die Nutzung der Sender der SRG SSR durch Kinder stets auf einem tieferen Niveau bleibt als die Nutzung durch Erwachsene. Unter der Woche sind bei Erwachsenen und bei Kindern die gewohnten Nachrichten-Peaks zu beobachten. Beide Kurven erreichen zur Mittagszeit ihren Höhepunkt. Bei den Kindern ist allerdings der 18:00 Uhr-Peak nicht so klar erkennbar wie bei den Erwachsenen.

Im Gegensatz zu den Erwachsenen sind bei Kindern am Wochenende keine Nachrichten-Peaks zu erkennen. Die Nutzung der Kinder verläuft während des Tages einigermaßen ausgeglichen. Bei den Erwachsenen bleiben die Nachrichten-Peaks – wenn auch nicht so markant - vorhanden, auch wenn sie am Morgen jeweils eine Stunde später zu liegen kommen als unter der Woche.

Abb. 7.17: 5-Minuten-Reichweite der SRG SSR-Sender im Tagesverlauf: Vergleich Kinder /Erwachsene. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Samstag - Sonntag



Universum: Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz
Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Erwachsene: 3'793; Kinder: 352

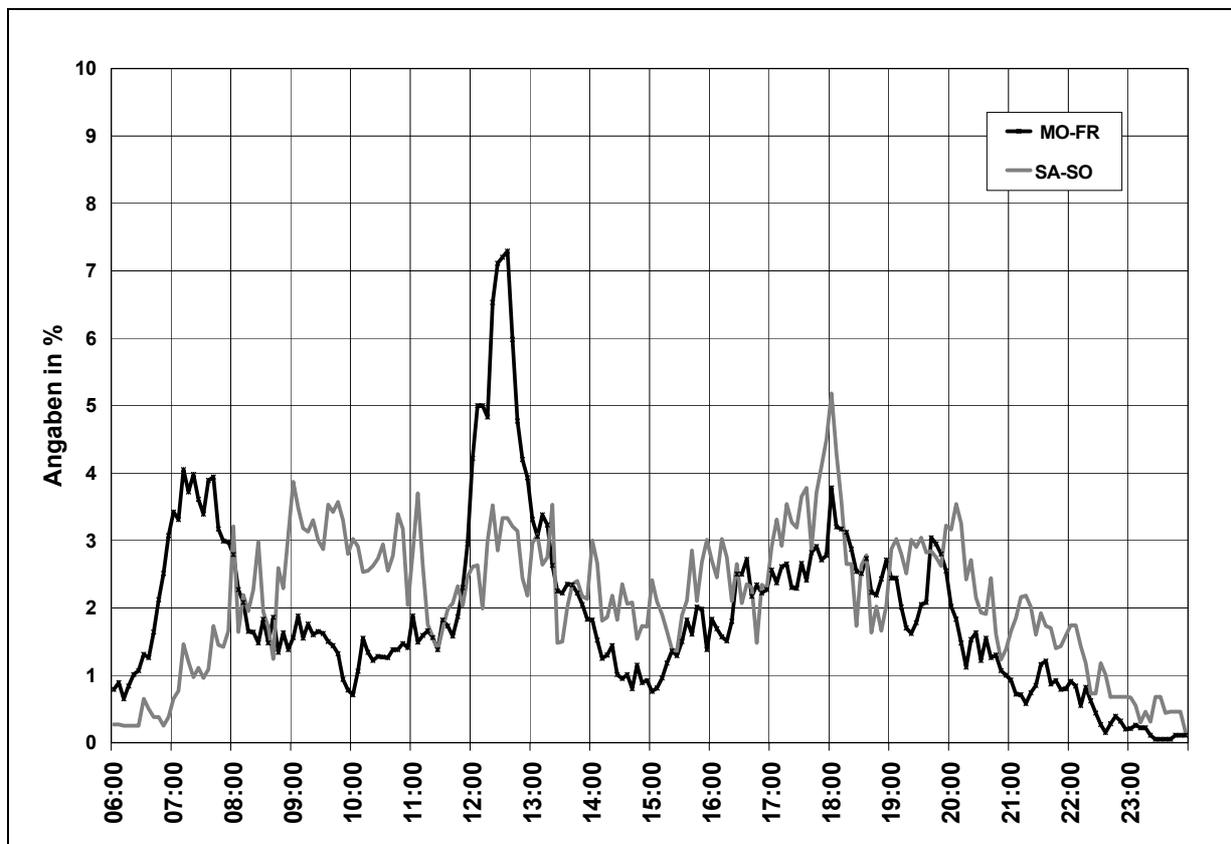
Quelle: Radiocontrol

7.2.2.5 Vergleich der Nutzung der Sender der SRG SSR im Tagesverlauf zwischen Werktagen und Wochenenden

Die Nutzung der SRG SSR-Sender durch Kinder im Tagesverlauf zeigt, dass die Spitzen während den Hauptnachrichten insbesondere an Werktagen sehr deutlich ausgeprägt sind, an Wochenenden weist die Nutzung ein deutlich flacheres Profil auf. In diesem Punkt unterscheiden sie sich von Erwachsenen, bei denen auch am Wochenende die Nachrichtenspitzen zu erkennen sind. Die Nutzung an Samstagen und Sonntagen setzt am Morgen später ein und bewegt sich während des Vormittags, nachmittags und abends auf einem höheren Niveau als an Werktagen.

Um die Unterschiede zu verdeutlichen, werden in den folgenden Grafiken nur Skalenwerte bis maximal 10% dargestellt.

Abb. 7.18: 5-Minuten-Reichweite der SRG SSR-Sender im Tagesverlauf: Vergleich zwischen Werktagen und Wochenende, Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003, Montag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

7.2.2.6 Die Nutzung von DRS 1 und DRS 3

Die beiden SRG SSR-Radios DRS 1 und DRS 3 weisen die höchsten Nutzungswerte auf, der Marktanteil des Volksmusiksenders MW531 liegt bei 0.7%, derjenige des Jugendsenders Virus bei 0.3% und derjenige des Kulturradios DRS 2 bei 0.5%. Aufgrund der Tatsache, dass die Radionutzung der deutschsprachigen Radiosender der SRG SSR primär aus der Nutzung von DRS 1 und DRS 3 besteht, werden diese beiden Programme im Folgenden etwas genauer betrachtet. Ausserdem wurde eine spezielle Auswertung bezüglich der Nutzung von Kindersendungen auf DRS 1 gemacht.

Nettoreichweiten, Nutzungsdauer und Marktanteile von DRS 1 und DRS 3

Das erste Programm hat während der Messperiode einen Viertel der Kinder erreicht und liegt somit an der Spitze der Radiostationen insgesamt, gefolgt von DRS 3 mit einer Reichweite von 18%. Der Marktanteil von DRS 1 liegt bei 23%, DRS 3 verbucht 15% des Marktes für sich. In der Nutzung der DRS-Programme zeigen sich deutliche Unterschiede bezüglich des Geschlechts und des Alters.

Tab. 7.26: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von DRS 1; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in %(MA) |
|------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 25 | 37 | 23 |
| Knaben: (n=176) | 26 | 34 | 24 |
| Mädchen: (n=176) | 24 | 41 | 22 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 25 | 41 | 26 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 25 | 34 | 19 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 24 | 37 | 23 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 32 | 39 | 25 |
| Einkommen tief (n=147) | 26 | 36 | 22 |
| Einkommen hoch (n=155) | 26 | 45 | 28 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 27 | 32 | 28 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 25 | 39 | 22 |

Tab. 7.27: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von DRS 3; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in % (MA) |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 18 | 35 | 15 |
| Knaben: (n=176) | 16 | 36 | 16 |
| Mädchen: (n=176) | 19 | 33 | 15 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 17 | 35 | 17 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 18 | 28 | 14 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 17 | 36 | 16 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 18 | 24 | 12 |
| Einkommen tief (n=147) | 14 | 41 | 14 |
| Einkommen hoch (n=155) | 19 | 34 | 17 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 17 | 38 | 16 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 16 | 16 | 15 |

Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung von DRS 1 und DRS 3

- **Unterschiede nach Geschlecht:** DRS 1 erreicht 2% mehr Knaben, Mädchen hören aber länger. Bei DRS 3 ist es gerade umgekehrt: so erreicht der Sender 3% mehr Mädchen, wird aber im Schnitt von den Knaben länger gehört, letztere weisen mit 36 Minuten pro Hörer die höchste Nutzungsdauer aus.
- **Unterschiede nach Alter:** Die kleinen DRS-Hörer nutzten sowohl das erste als auch das dritte Programm länger als die Älteren (10-14-jährigen), was zu den höheren Marktanteilen bei den Jüngeren bei beiden Sendern führt. Die Nettoreichweite von DRS 1 liegt bei den Jüngeren leicht über dem Niveau der Älteren, DRS 3 hingegen erreicht mehr Kinder ab 11 Jahren. Dies dürfte wiederum darauf zurückzuführen sein, dass Kleinere erstens häufiger in Begleitung Erwachsener hören und ein grösseres Interesse für das kinderspezifische Angebot auf DRS 1 aufzeigen, näheres dazu folgt. Im Falle von DRS 3 dürfte es das Musikangebot sein, welches dem wachsenden Musikinteresse der Frühadoleszenten entgegenkommt.
- **Unterschiede nach der Anzahl Kinder im Haushalt:** wiederum weisen Einzelkinder eine höhere Nutzung auf als Kinder mit Geschwistern, insbesondere bei DRS 1 ist der Unterschied bezüglich der Nettoreichweite markant: der Sender erreicht 8% mehr Einzelkinder als andere, bei DRS 3 beträgt dieser Unterschied 1%. Diesen Sender hören Einzelkinder weniger lan-

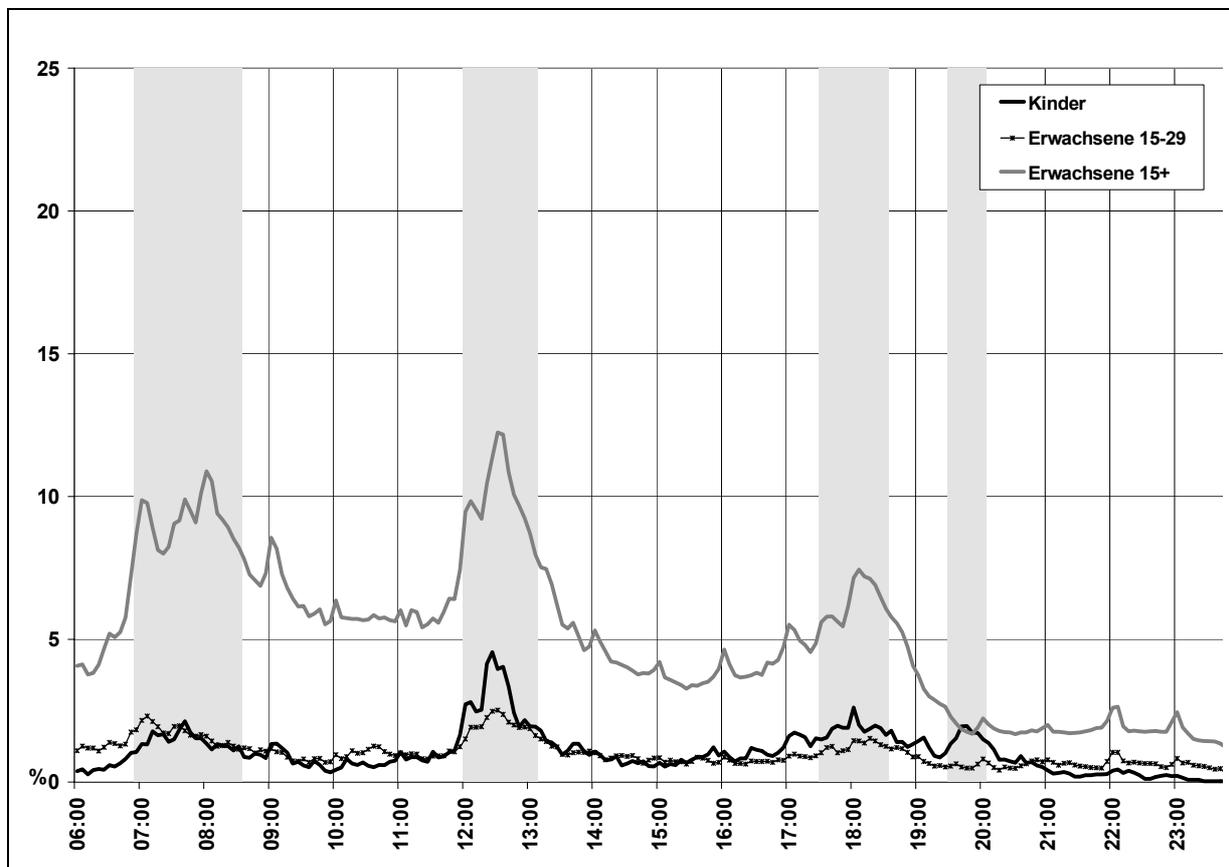
ge, bei DRS 1 ist dies umgekehrt: Einzelkinder hören mehr und länger DRS 1, was wiederum für die These spricht, dass diese sich mehr in der Nähe ihrer Eltern aufhalten.

- **Unterschiede nach Haushaltseinkommen:** Ähnlich wie bei der Haushaltsgrösse verhält es sich mit der Nutzung von Radio DRS nach dem Einkommen der Eltern. Kinder aus finanziell privilegierten Verhältnissen hören mehr und länger DRS 1 als die anderen, DRS 3 hingegen hören sie bei höherer Nettoreichweite weniger lange.
- **Unterschiede nach der Bildung der Mutter:** Kinder hochgebildeter Mütter weisen für DRS 1 eine um 2% höhere Nettoreichweite auf als die anderen, hören den Sender aber weniger lange. Trotzdem erreichen Kinder mit akademischen Müttern mit einem Marktanteil von 28% den höchsten aller Sendergruppen. DRS 3 hingegen erreicht solche Kinder weniger gut und wird von diesen auch über 20 Minuten weniger lange gehört.

Die Nutzung von DRS 1 im Tagesverlauf durch Kinder und Erwachsene

Der Nutzungsverlauf von DRS 1 ist der SRG SSR und der Radionutzungskurve allgemein sehr ähnlich und zeigt, dass die bekannten Spitzen in die Zeitspannen der Hauptnachrichten auf DRS 1 fallen (siehe grau eingefärbte Bereiche in Abbildung 7.19).

Abb. 7.19: 5-Minuten-Reichweite von DRS 1 im Tagesverlauf: Vergleich Erwachsene / Erwachsene mit Kindern / Kinder. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag - Sonntag



Universum: Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz
Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Erwachsene: 3'793; Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

Zwischen 07:00 und 08:00 Uhr morgens werden Nachrichten, Sport, die Presseschau, Meteo sowie das Regionaljournal ausgestrahlt. Die Spitze um 9 Uhr fällt erneut in die Nachrichtenzeit. Über Mittag zwischen 12 und 13:00 Uhr werden Nachrichten, das Regionaljournal und das Rendez-vous mit dem Tagesgespräch ausgestrahlt. Diese Peaks manifestieren sich am ausgeprägtesten bei Erwachsenen, aber auch in der untersuchten Gruppe der 7- bis 14-Jährigen sind sie deutlich zu erkennen. Aber auch die restliche Nutzung während des Tages zeigt wieder deutlich, dass die Nutzung von Kindern wohl auf einem tieferen Niveau verläuft, aber ein ähnliches Profil wie das der Erwachsenen aufweist. Ein einmaliges Phänomen lässt sich bei der Analyse der DRS 1-Nutzung erkennen: die Nutzung durch Kinder überholt die der Erwachsenen in der Zeit zwischen 19:30 Uhr und 20:00 Uhr – während der Ausstrahlung von SiggSaggSugg. Dies bleibt allerdings die einzige Ausnahme und weist darauf hin, dass dieses kinderspezifische Angebot auch tatsächlich genutzt wird.

Die Nutzung von DRS 1 und DRS 3 durch Kinder und Erwachsene

Der Vergleich der Nutzung des ersten und dritten DRS-Programms in den Altersgruppen von Kindern und Erwachsenen offenbart interessante Erkenntnisse:

Die Unterschiede im Marktanteil zwischen Kindern und Erwachsenen sind im Falle von DRS 1 grösser als bei DRS 3. Beträgt der Marktanteil von DRS 1 bei Kindern noch 23% so sinkt er bei den 15-19-Jährigen auf 12%. Anschliessend steigt er stetig bis auf ein Maximum von 65% bei den Ältesten an. In der gesamten erwachsenen Bevölkerung der Deutschschweiz erreichte das erste DRS-Programm in der Messphase der Kinder (Mai/Juni 2003) einen Marktanteil von 42%.

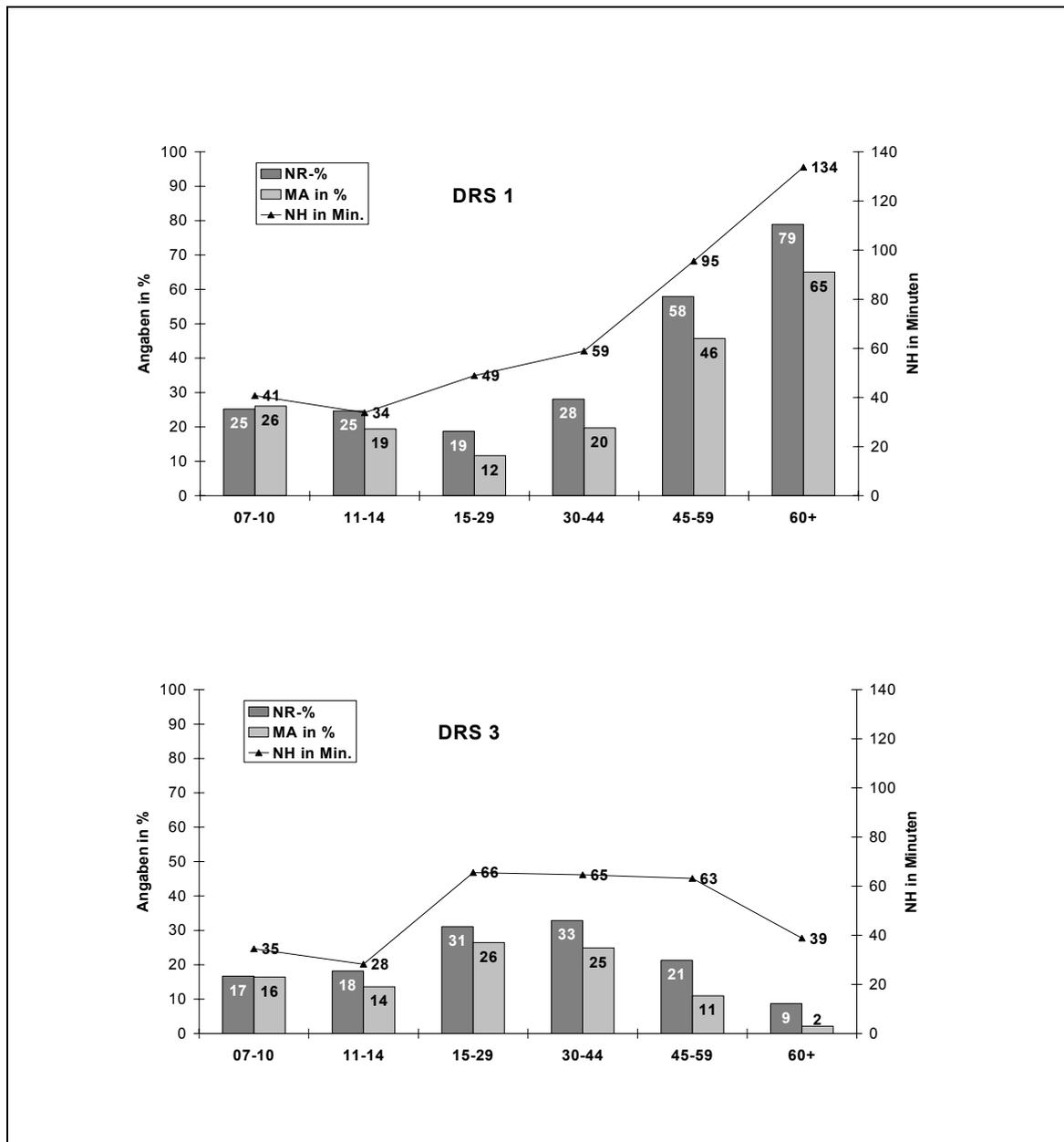
DRS 3 erreichte bei der erwachsenen Bevölkerung in dieser Zeit einen Marktanteil von 13%, bei den Kindern ist er mit 15% sogar etwas höher. Der Marktanteil liegt bei den 11 bis 14-Jährigen unter dem Niveau der Jüngeren, was damit zusammenhängt, dass der Sender wohl gleichviel Kinder in diesem Alter erreicht, diese aber weniger lange hören, nämlich 34 Minuten (NH) gegenüber 41 Minuten (7 bis 10-Jährige). Wie in der Grafik (Abbildung 7.20) ersichtlich, weist dieser Sender die höchsten Werte bei den 15-45-Jährigen, anschliessend fällt der Marktanteil ab bis auf 2% bei den Ältesten.

Auch bezüglich der Nettoreichweite zeigen sich interessante Muster: DRS 1 erreicht einen Viertel der 7- bis 14-Jährigen, bei der anschliessenden Altersgruppe (15 bis 29 Jahre) liegt die Nettoreichweite noch bei 19% und steigt nach dem 30. Geburtstag stetig an, bis auf das Maximum von 79% bei den über 60-Jährigen. Die totale Nutzungsdauer (NT) bleibt bis 30 Jahre in etwa konstant und steigt anschliessend ebenfalls mit zunehmendem Alter permanent an. Der Zusammenhang zwischen der DRS 1-Nutzung und dem Alter ist also nicht linear, da die Nutzung in der Spätadoleszenz zwischen 15 und 29 Jahren tiefer ist als in der Altersgruppe der 7- bis 14-Jährigen.

Diese Unterschiede könnten damit erklärt werden, dass einerseits auf DRS 1 kinderspezifische Angebote vorhanden sind, welche für die 15- bis 29-Jährigen uninteressant geworden sind und andererseits die Radionutzung der Kinder von der gemeinsamen Nutzung mit erwachsenen Radiohörer/innen beeinflusst wird; dieser Einfluss nimmt mit der fortschreitenden Ablösung vom Elternhaus ab. Des weiteren dürfte das Musikangebot auf DRS 1 kaum den Musikinteressen in

dieser Altersgruppe entsprechen, nicht zuletzt beträgt das Alter der anvisierten Zielgruppe des Senders 45 Jahre und mehr.

Abb. 7.20: Reichweite / Nutzungsminuten / Marktanteile von DRS 1 und DRS 3 nach Altersgruppen. Zeitraum: 2.5.2003-26.6.2003 Montag - Sonntag



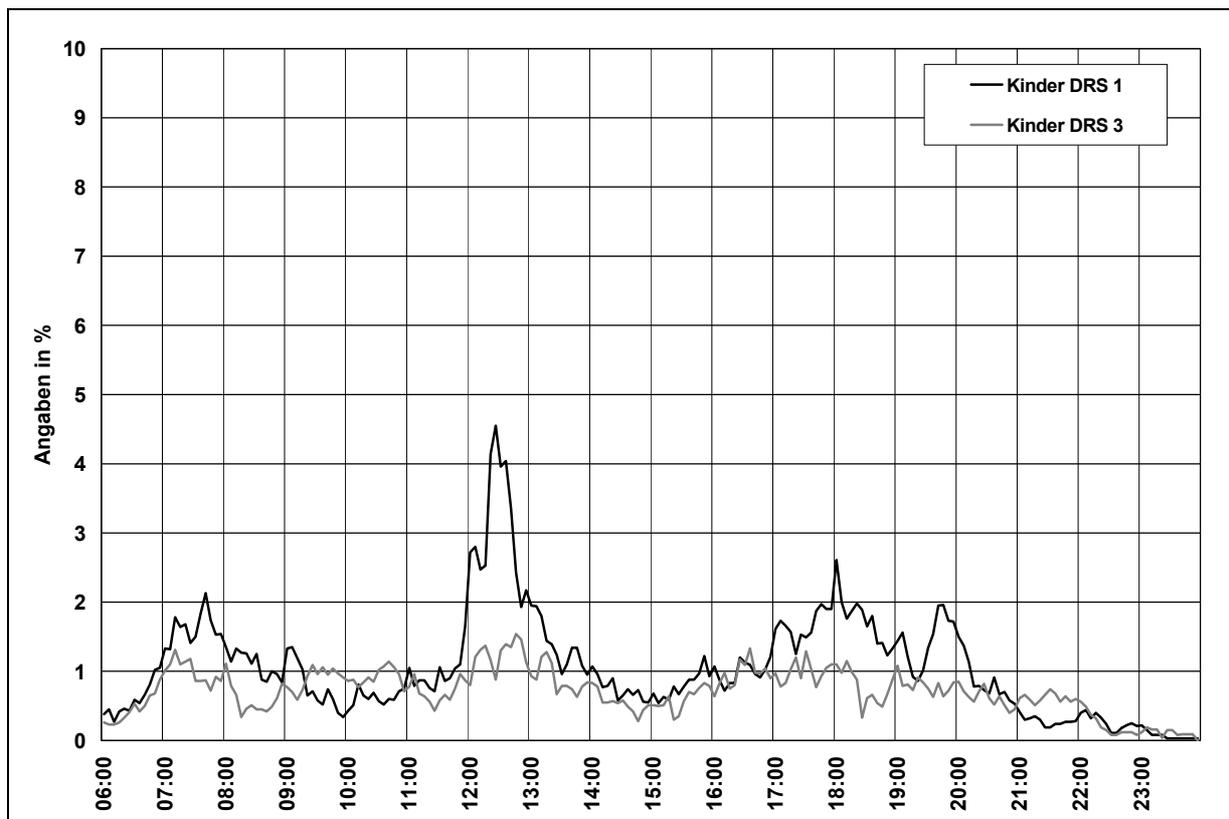
Universum: Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz
Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Erwachsene 15-29: 822; Erwachsene 30-44: 1'092; Erwachsene 45-59: 929;
Erwachsene 45-59: 941
Kinder 7-14: 352

Quelle: Radiocontrol

Die Nutzung von DRS 1 und DRS 3 im Tagesverlauf (Mo-So)

Am Beispiel von DRS 1 und 3 zeigen sich bezüglich der Nutzung während der ganzen Woche erhebliche Unterschiede. Die Nutzung von DRS 3 bewegt sich auf einem tieferen, relativ konstanten Niveau, Nachrichten-Peaks sind kaum zu erkennen. Dies deutet darauf hin, dass Kinder dieses Programm als Begleitung zu anderen Tätigkeiten nutzen.

Abb. 7.22: 5-Minuten-Reichweite im Tagesverlauf DRS 1 / DRS 3; Kinder / Erwachsene
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag – Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

Die Nutzung von Kindersendungen auf DRS 1

Das Angebot am Radio für Kinder ist eher spärlich, lediglich die öffentlich-rechtlichen Sender bieten Kindersendungen an. In der Deutschschweiz sind auf DRS 1 folgende Angebote für Kinder vorhanden (siehe www.drs.ch):

SiggSaggSugg:

Montag bis Freitag von 19:30 Uhr – 20:00 Uhr

Geschichten und kinderspezifische Reportagen und Themen werden ergänzt mit Musikwünschen. Gäste spielen und diskutieren mit den Kindern live am Telefon oder im Studio.

Ping-Pong:

Montag bis Freitag ab 16:10 Uhr für 5-10 Minuten

Eine Sendung von Kindern für Kinder: sie erzählen aus ihrem Alltag und greifen Themen auf, die sie beschäftigen.

Looping:

Jeden ersten Sonntag im Monat von 19:03 Uhr – 20:03 Uhr

Ein Magazin mit Kinderthemen, Kinder können die Sendung mitgestalten mit Beiträgen von Looping-Kinderreporter/innen. Ausserdem werden Musikwünsche gesendet sowie das sogenannte „Ohregrübler – Musikrätsel“ mit Gewinnchancen angeboten.

Kinderclub:

Sonntag von 08.30 Uhr - 08.40 Uhr (Sommerpause von Ende Juni bis Anfangs September 2003)

Geschichten, Hörspiele, Rätsel und Reportagen von und mit Kindern.

Wie sich bereits in der persönlichen Befragung von Eltern über das Medienverhalten ihrer Kinder gezeigt hat, hört nur eine Minderheit der Kinder regelmässig eine der Kindersendungen. Dies hat sich auch bei der Messung gezeigt und führt dazu, dass bei Analysen dieser Sendungen mit RADIOCONTROL rasch Grenzen erreicht werden, da relativ schnell nur noch sehr kleine Fallzahlen zur Verfügung stehen. Aus diesem Grund kann diesem Thema nicht bis ins Detail auf den Grund gegangen werden.

Wie aus Tabelle 7.28 zu entnehmen ist, werden die Kindersendungen nur von einem kleinen Teil der Kinder genutzt. Dies geht damit einher, dass zur Ausstrahlungszeit der Kindersendungen allgemein wenig Radio gehört wird. Zwischen 19:30 Uhr und 20:00 Uhr, also während der Ausstrahlungszeit von SiggSaggSugg, hören insgesamt lediglich 12% der Kleinen Radio. Dies liegt daran, dass dies die Primetime des Fernsehens ist. 31% der untersuchten Gruppe sind zu dieser Zeit vor dem Fernseher anzutreffen. Auffällig sind die verhältnismässig hohen Marktanteile der Kindersendungen, welche dadurch entstehen, dass die Nutzung über wenige Radiosender verteilt wird; es handelt sich demnach um einen reduzierten Markt. SiggSaggSugg wird von mehr Kindern und länger gehört als Ping Pong. Jene Kinder, welche die Sendung einschalten, lauschen insgesamt während 10 Minuten den Geschichten, bevor das Licht gelöscht und geschlafen wird (vgl. Kapitel 2: „Tagesablauf“). Ping Pong ist eine sehr kurze Sendung, dementsprechend ist die Nutzungszeit mit 6 Minuten kürzer.

Bei beiden Kindersendungen erreichen die Mädchen und die jüngeren Kindern die höhere Reichweite und hören auch länger. Kinder mit eher tiefem sozioökonomischen Hintergrund nutzen SiggSaggSugg etwas intensiver als andere.

Tab. 7.28: Durchschnittliche Nettoreichweite in %, Nutzungsdauer in Minuten und Marktanteil in % pro Tag von SiggSaggSugg und Ping Pong; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag

| Soziodemographische Gruppen | SiggSaggSugg | | | Ping Pong | | |
|-----------------------------------|--------------|------|------|-----------|-----|------|
| | NR | NH | MA | NR | NH | MA |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 3.4 | 10.0 | 36.1 | 2.0 | 6.3 | 21.3 |
| Knaben: (n=176) | 3.3 | 5.3 | 32.8 | 1.7 | 1.6 | 11.8 |
| Mädchen: (n=176) | 3.6 | 6.5 | 30.7 | 2.2 | 5.9 | 28.0 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 4.6 | 9.4 | 40.7 | 2.1 | 5.4 | 22.1 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 2.0 | 3.7 | 25.0 | 1.7 | 2.8 | 18.6 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 3.5 | 10.5 | 36.5 | 0.8 | 2.0 | 17.8 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 3.5 | 2.4 | 27.2 | 0.2 | 0.3 | 3.6 |
| Einkommen tief (n=147) | 4.8 | 6.1 | 38.3 | 1.4 | 1.7 | 24.0 |
| Einkommen hoch (n=155) | 2.8 | 7.2 | 35.5 | 1.1 | 1.6 | 24.1 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 4.0 | 6.5 | 31.3 | 0.4 | 0.7 | 9.5 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 3.0 | 4.0 | 42.3 | 0.9 | 1.9 | 19.9 |

Nicht alle der untersuchten Kinder hatten die Chance, die jeweils sonntags ausgestrahlten Sendungen Looping und Kinderclub zu hören, weshalb an dieser Stelle auf eine vergleichende Tabelle verzichtet wird. Looping fiel lediglich zweimal in den Untersuchungszeitraum: nur 88 der Kinder hätten sie hören können, was auch 7% während 11 Minuten pro Hörer/in tat. Knaben und insbesondere Jüngere waren dabei überdurchschnittlich vertreten. Während der Sendung Looping erreichen wiederum die Knaben die höchste Reichweite mit 5.9%. An zweiter Stelle folgen die jüngeren Kinder mit 5.1%, welche zusätzlich die höchste effektive Nutzungsdauer von 20.6 Minuten pro Sendung aufweisen. Durchschnittliche 15.4 Minuten der Sendung werden von den Knaben gehört, die Mädchen hören durchschnittlich nur 7.7 Minuten der Sendung Looping. Am wenigsten (2.1 Minuten pro Sendung) hören die älteren Kinder. Der Kinderclub am Sonntagmorgen hätte von insgesamt 308 Kinder gehört werden können, 2% taten dies auch während 6 Minuten, wobei es wiederum überdurchschnittlich viele Jüngere und Knaben waren. Es bleibt zu berücksichtigen, dass zu dieser Zeit (08.30 Uhr- 08.40 Uhr) die Nutzung von Radio und Fernsehen eher schwach war, was wiederum zu einem sehr hohen Marktanteil von 42% führte.

7.2.3 Die Nutzung privater Radiostationen

Die privaten Radiostationen weisen bei Kindern ähnlich hohe Reichweiten und Marktanteile auf wie die Programme der SRG SSR. Entsprechend soll nun im folgenden Abschnitt die Nutzung von privaten Radiostationen für die ganze Woche und gesondert für Werktage und Wochenenden beschrieben werden.

7.2.3.1 Die Nutzung privater Radiostationen für die ganze Woche

Wie bereits im Abschnitt 7.2.1 über die Marktanteile der Sendergruppen besprochen, haben die privaten Anbieter ein beachtliches Gewicht in der Radionutzung von Kindern. Bei dieser Fragestellung bleibt zu berücksichtigen, dass mit der RADIOCONTROL-Sonderstudie bei Kindern die Stichprobe lediglich aus den drei WEMF-Gebieten 20, 30 und 40 in der Deutschschweiz gezogen wurde. Dies führt dazu, dass nicht alle die Privatsender die Chance hatten, im Gebiet der Uhrenträger empfangen zu werden. Beim folgenden Vergleich der Privatradiostationen wird also keineswegs ein vollständiges Bild der schweizerischen Privatradiolandschaft präsentiert und entsprechend rudimentär abgebildet.

Tab. 7.29: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von privaten Radiostationen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in %(MA) |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 47 | 37 | 43 |
| Knaben: (n=176) | 47 | 32 | 40 |
| Mädchen: (n=176) | 48 | 42 | 45 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 45 | 31 | 38 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 51 | 47 | 49 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 47 | 33 | 42 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 51 | 49 | 45 |
| Einkommen tief (n=147) | 48 | 47 | 45 |
| Einkommen hoch (n=155) | 46 | 30 | 37 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 49 | 41 | 45 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 42 | 22 | 34 |

Marktanteile einzelner Privatradiostationen

Der Aargauer Radiosender Argovia erreichte in der Messung die höchsten Marktanteile, nämlich 4.5%. Dieser Wert ist allerdings mit Vorsicht zu geniessen, da sich offensichtlich ein paar junge Argovia-Stammhörer/innen in der Stichprobe befanden: Die Nutzungsdauer pro Hörer liegt mit 46 Min. deutlich höher als bei den andern Privatsendern. Den zweithöchsten Marktanteil erreicht Radio Pilatus (4%), an dritter Stelle folgt Radio24 (3.6%).

Nettoreichweite einzelner Privatradiostationen

Am meisten Kinder (4.6%) erreicht der Zürcher Sender Radio24, gefolgt von Radio Pilatus mit 4.3% NR an zweiter und ARGOVIA mit 3.9% NR an dritter Stelle.

7.2.3.2 Die Nutzung privater Radiostationen an Werktagen und Wochenenden

In Tabelle 7.30 findet man die Nettoreichweite, die Nutzungsdauer und den Marktanteil von privaten Radiostationen für die verschiedenen soziodemographischen Gruppen.

Tab. 7.30: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von privaten Radiostationen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | | Marktanteil in % (MA) | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 47 | 47 | 37 | 38 | 44 | 41 |
| Knaben: 7-14 (n=176) | 46 | 49 | 31 | 36 | 40 | 40 |
| Mädchen: 7-14 (n=176) | 49 | 46 | 43 | 40 | 46 | 43 |
| Jüngere: 7-10 (n=176) | 44 | 45 | 30 | 33 | 38 | 36 |
| Ältere: 11-14 (n=176) | 51 | 49 | 48 | 43 | 50 | 46 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 47 | 46 | 34 | 32 | 43 | 38 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 50 | 53 | 47 | 54 | 43 | 48 |
| Einkommen tief (n=147) | 48 | 47 | 50 | 40 | 46 | 42 |
| Einkommen hoch (n=155) | 46 | 46 | 28 | 33 | 37 | 38 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 49 | 40 | 45 | 49 | 45 | 44 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 43 | 22 | 36 | 39 | 20 | 29 |

7.2.3.3 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung privater Radiostationen

Im folgenden Abschnitt werden Unterschiede bezüglich der Nutzung von privaten Radiostationen zwischen den soziodemographischen Gruppen und zwischen Werktagen und Wochenenden dargestellt. Die Vergleiche beziehen sich auf die Werte in den Tabellen 7.27 und 7.28. Tagesabläufe werden nicht vollständig abgebildet. Allfällige Unterschiede in den Tagesabläufen zwischen den soziodemographischen Gruppen werden im Text erwähnt.

Die Nutzung privater Radiostationen nach Geschlecht

Die Nettoreichweite der Privatradios von Knaben ist an Werktagen mit 46% leicht tiefer als diejenige der Mädchen (49%), welche mit 43 Minuten pro Hörerin wiederum mehr Zeit damit verbringen als die Knaben (31 Minuten). Die durchschnittliche Hördauer von Privatradios an Werktagen beträgt 37 Minuten pro Hörer. Im Tagesverlauf zeigt sich, dass unter der Woche die Mädchen am Morgen zwischen 08:00 und 10:00 Uhr, über Mittag und am Nachmittag bis ca. 16:00 Uhr intensivere Privatradiöhörerinnen sind.

An Wochenenden kehrt sich dieses Verhältnis: lauschen 49% der Knaben einem Privatradioprogramm während durchschnittlich 36 Minuten, so tun dies weniger Mädchen, diese aber dafür länger: ihre Nettoreichweite liegt bei 46% und die Hördauer bei 40 Minuten. Insbesondere am Nachmittag zwischen 16:00 Uhr und 18:00 Uhr liegen die Knaben bezüglich des Privatradiokonsums über dem Niveau der Mädchen.

Die Nutzung privater Radiostationen nach Alter

Auch bezüglich des Alters zeigen sich interessante Tendenzen hinsichtlich der Nutzung der Privatradios. Jüngere Kinder zwischen 7 und 10 Jahren hören allgemein weniger Privatradios als die Älteren, dies betrifft sowohl die Reichweite als auch die Nutzungsdauer. An Werktagen erreichen Privatradios 44% der 7- bis 10-Jährigen, an Wochenenden nur unwesentlich mehr (+1%). Die Nutzungsdauer pro 7- bis 10-jährigen Hörer beträgt an Arbeitstagen 30 Minuten, an Wochenenden sind es drei Minuten mehr. Mit zunehmendem Alter steigt die Affinität für Privatradios, gut die Hälfte der 11- bis 14-Jährigen nutzen dieses Angebot. Die Nutzung ist, im Gegensatz zu den Jüngeren, an Werktagen (51% NR; 48 Minuten) höher als an Wochenenden (49% NR; 43 Minuten). Privatradios übernehmen in dieser Altersgruppe knapp die Hälfte des Marktes, bei den Jüngeren ist es gut ein Drittel.

Es zeigt sich, dass werktags zwischen 06:00 und 08:00 Uhr vormittags mehr ältere Kinder (bis zu 1.6% mehr Nettoreichweite) Privatsender einschalten, vermutlich um sich wecken zu lassen. Am ausgeprägtesten ist dieser Unterschied zwischen den beiden Altersklassen über Mittag zwischen 12:00 und 13:00 Uhr: bis 4.9% mehr Ältere schalten ein Privatradio ein. Am Nachmittag lassen sich keine markanten Unterschiede bis zum frühen Abend und nach 21:00 Uhr liegen die Älteren wieder eindeutig über dem Niveau der Kleineren.

Am Wochenende ist ebenfalls eine stärkere Morgennutzung bei den 11- bis 14-Jährigen feststellbar, allerdings erst später - das Ausschlafen macht sich bemerkbar – nämlich zwischen 10:00 und 11:00 Uhr.

Dies dürfte ein weiteres Indiz dafür sein, dass ältere Kinder den Tag zunehmend mit einem Programm eines Privatradios einstimmen. Dennoch ist bei ihnen auch an Wochenenden die Privatradiounutzung bis ca. 14:00 Uhr höher, am Nachmittag sind es aber mehr 7- bis 10-jährige Privatradiohörer/innen. Nach 21:00 Uhr schalten sich wiederum mehr Ältere als Jüngere ein, wenn auch der Unterschied nicht so stark ausfällt wie an Werktagen

Wie bereits an früherer Stelle gezeigt (Abbildung 7.15), wächst die Privatradiopaffinität mit dem Alter bis ca. 40 Jahre. Bei 35- bis 44-Jährigen ist das Maximum von einer Nettoreichweite von 59% erreicht, privaten Sendern widmen Hörer in dieser Altersgruppe eine Stunde pro Tag. Ab 45 Jahren geht diese Vorliebe kontinuierlich zurück bis auf eine Nettoreichweite von 39% bei den über 60-Jährigen.

Die Nutzung privater Radiostationen nach Anzahl Kindern im Haushalt

Noch ausgeprägter präsentieren sich die Unterschiede zwischen Kindern mit und solchen ohne Geschwister. Einzelkinder lauschen häufiger und länger einem Privatradiosender. Über die ganze Woche betrachtet, macht dies einen Unterschied von 3% des durchschnittlichen Marktanteils pro Tag aus.

Im Tagesverlauf ergeben sich Differenzen: Nach dem Mittagessen zwischen 13:00 Uhr und 13:30 Uhr und nach 21:00 Uhr weisen die Einzelkinder bis zu 3.3% mehr Nettoreichweite auf. An Wochenenden sind diese Unterschiede noch ausgeprägter, tagsüber erreichen die Privatradios bis zu 4.8% mehr Einzelkinder.

Die Nutzung privater Radiostationen nach Einkommen der Eltern

Der Unterschied zwischen Kindern mit finanziell gut gestellten und solchen mit weniger gut gestellten Eltern äussert sich in einem starken Mass bezüglich der Nutzung der Privatradios: Kinder reicherer Eltern weisen 7% weniger Marktanteil auf, was vor allem auf eine kürzere Nutzungsdauer zurückzuführen ist. Kinder, welche in einfacheren Verhältnissen aufwachsen, widmen einen überdurchschnittlich grossen Anteil ihrer Zeit einem Privatradio.

Auch in der Verhaltensweise während des Tages fällt auf, dass die Nutzung der Privatradios von den finanziell besser gestellten gegenüber den weniger privilegierten Kindern eindeutig unterschiedlich ist. Sind es am Vormittag mehr Kinder aus gutem Hause, so werden sie nach dem Mittagessen von der einkommensschwächeren Gruppe überholt, letztere weisen wiederum nachts ab 20:00 Uhr bis zu 2.7% höhere Reichweiten auf.

Die Nutzung privater Radiostationen nach Bildung der Mutter

Ein Vergleich der Radionutzung von Kindern, deren Mütter über ein hohes Ausbildungsniveau verfügen mit solchen, bei denen dies nicht zutrifft, zeigt, dass dieses Merkmal offensichtlich ei-

nen Zusammenhang mit der Nutzung aufweist: die Privatradionutzung von Kindern mit hochgebildeten Müttern liegt über den Tag verteilt auf einem tieferen Niveau, einzig zwischen 10:30 Uhr und 11:30 Uhr weisen sie höhere Nettoreichweiten auf. Am grössten ist der Unterschied zwischen 12:00 Uhr und 13:00 Uhr, also während den Hauptnachrichten auf DRS 1.

7.2.3.4 Die Nutzung privater Radiostationen durch Kinder und Erwachsene

Private Radiostationen erreichen allgemein annähernd gleich viele Kinder (NR=47%) wie Erwachsene (NR=51%). Allerdings liegt die durchschnittliche Nutzungsdauer mit 56 Min. bei den Erwachsenen deutlich höher als bei den Kindern (37 Min.). Die Marktanteile zeigen, dass – obwohl die Nutzung der Kinder geringer ist als der Erwachsenen – bei Kindern im Verhältnis zum gesamten Markt ein grösserer Anteil der Radionutzung auf die privaten Sender (MA=43%) entfällt als bei Erwachsenen (MA=26%).

Tab. 7.31: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von privaten Radiostationen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in % (MA) |
|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 47 | 37 | 43 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 51 | 56 | 26 |

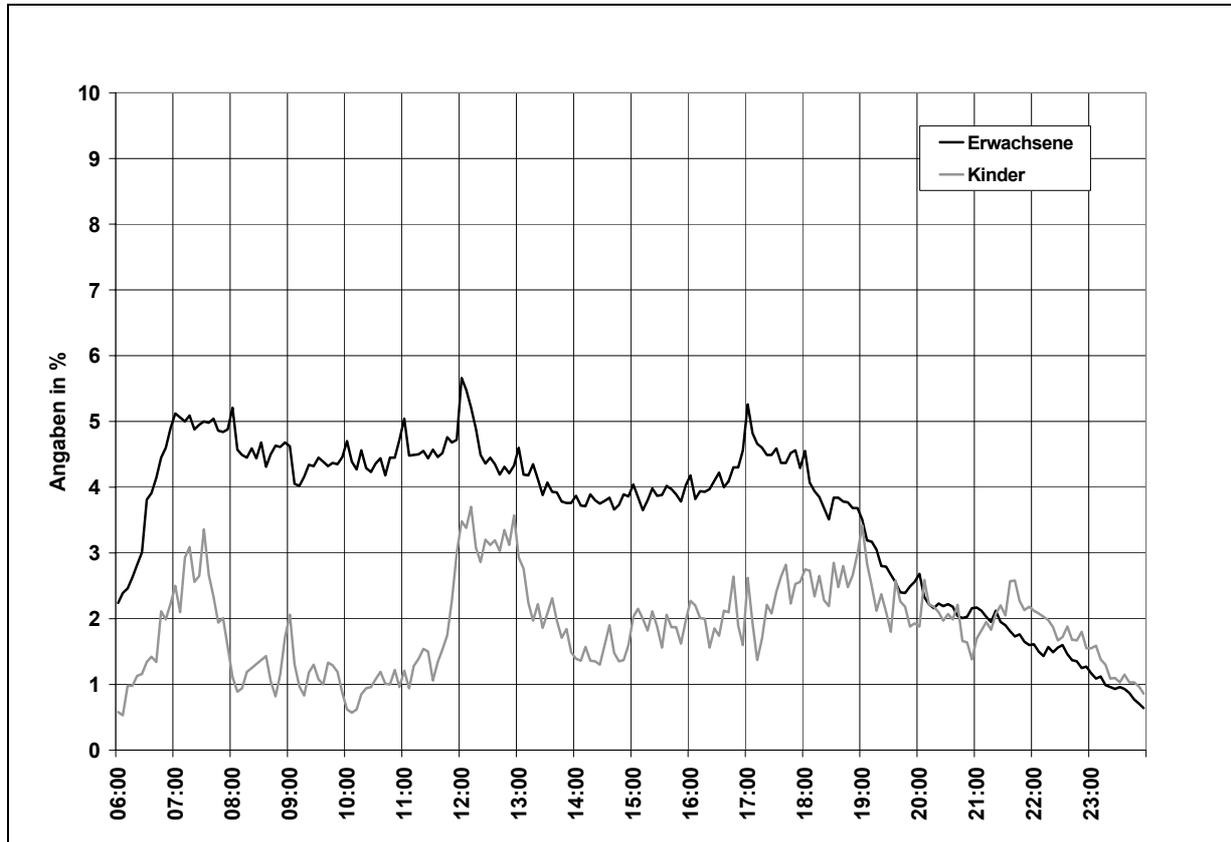
Bei den Kindern zeigen sich kaum Unterschiede in der Reichweite und der Nutzungsdauer zwischen Wochenenden und Werktagen (Tabelle 8.32). Für die Erwachsenen gilt es festzuhalten, dass am Wochenende die privaten Radios weniger Erwachsene erreichen (NR=47%) als unter der Woche (NR=53%). Zudem ist die Nutzungsdauer pro Hörerin und Hörer an Wochenenden kleiner (NH=50 Min.) als an Werktagen (NH=59 Min.). Der Marktanteil der Privatradios ist bei Erwachsenen unter der Woche und am Wochenende gleich (MA=26%), bei den Kindern ist er an Werktagen etwas grösser (MA=44%) als an Wochenenden (MA=41%).

Tab. 7.32: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von privaten Radiostationen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | | Marktanteil in % (MA) | |
|-----------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 47 | 47 | 37 | 38 | 44 | 41 |
| Erwachsene: 15+ (n=3'793) | 53 | 47 | 59 | 50 | 26 | 26 |

Die folgenden beiden Abbildungen (Abb. 7.23; Abb. 7.24) zeigen den Tagesablauf der Nutzung für Erwachsene und Kinder für Werktage und Wochenenden.

Abb. 7.23: 5-Minuten-Reichweite Privatradios im Tagesverlauf: Vergleich Kinder / Erwachsene. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Freitag



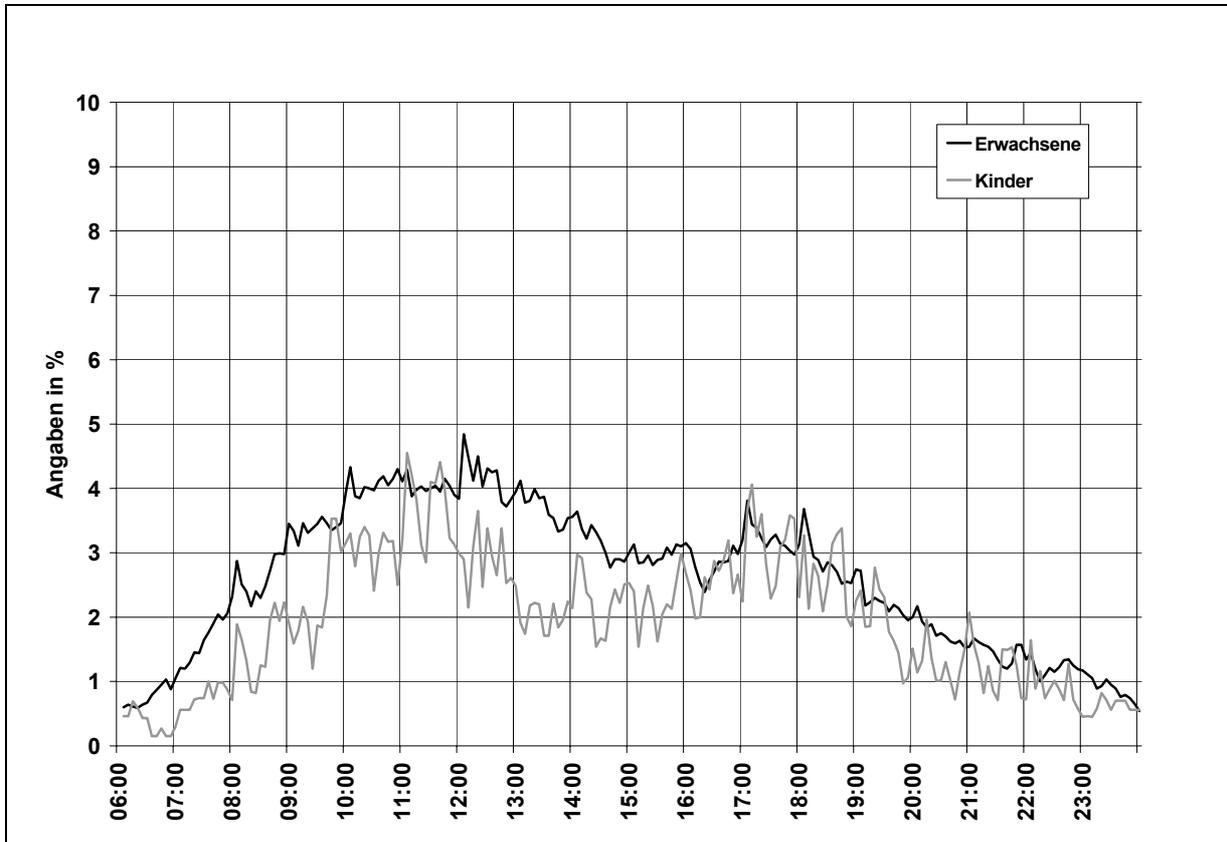
Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz

Basis: Kinder 7-14: 352; Erwachsene 15+: 3'793

Quelle: Radiocontrol

Auffällig an der Privatradiounutzung im Vergleich zur Radionutzung allgemein und zur Nutzung der Sender der SRG SSR ist, dass bei den Erwachsenen auch an Werktagen (Abbildung 8.23) die sogenannten Nachrichten-Peaks nur ganz schwach ausgeprägt sind. Zwar erreicht die Reichweite der privaten Radiostationen an Werktagen bei den Erwachsenen ebenfalls am Mittag ihr Tagesmaximum, doch hebt sich diese Spitze relativ schwach von der restlichen Nutzung während des Tages ab. Die Reichweite der Kinder zeigt viel deutlicher Morgen- und Mittags-Peaks. Man muss an dieser Stelle allerdings noch einmal erwähnen, dass in der Grafik nur die Werte bis 10% 5-Minuten-Reichweite dargestellt sind und das Ausmass der Peaks überhöht dargestellt ist. Die Nutzung der Kinder ist im Verlauf des Tages immer schwächer als diejenige durch die Erwachsenen, erst am Abend nach 20:00 Uhr erreichen die privaten Radios bei Kindern höhere Reichweiten als bei Erwachsenen.

Abb. 7.24: 5-Minuten-Reichweite Privatradios im Tagesverlauf: Vergleich Kinder / Erwachsene. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Samstag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)

Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz

Basis: Kinder 7-14: 352; Erwachsene 15+: 3'793

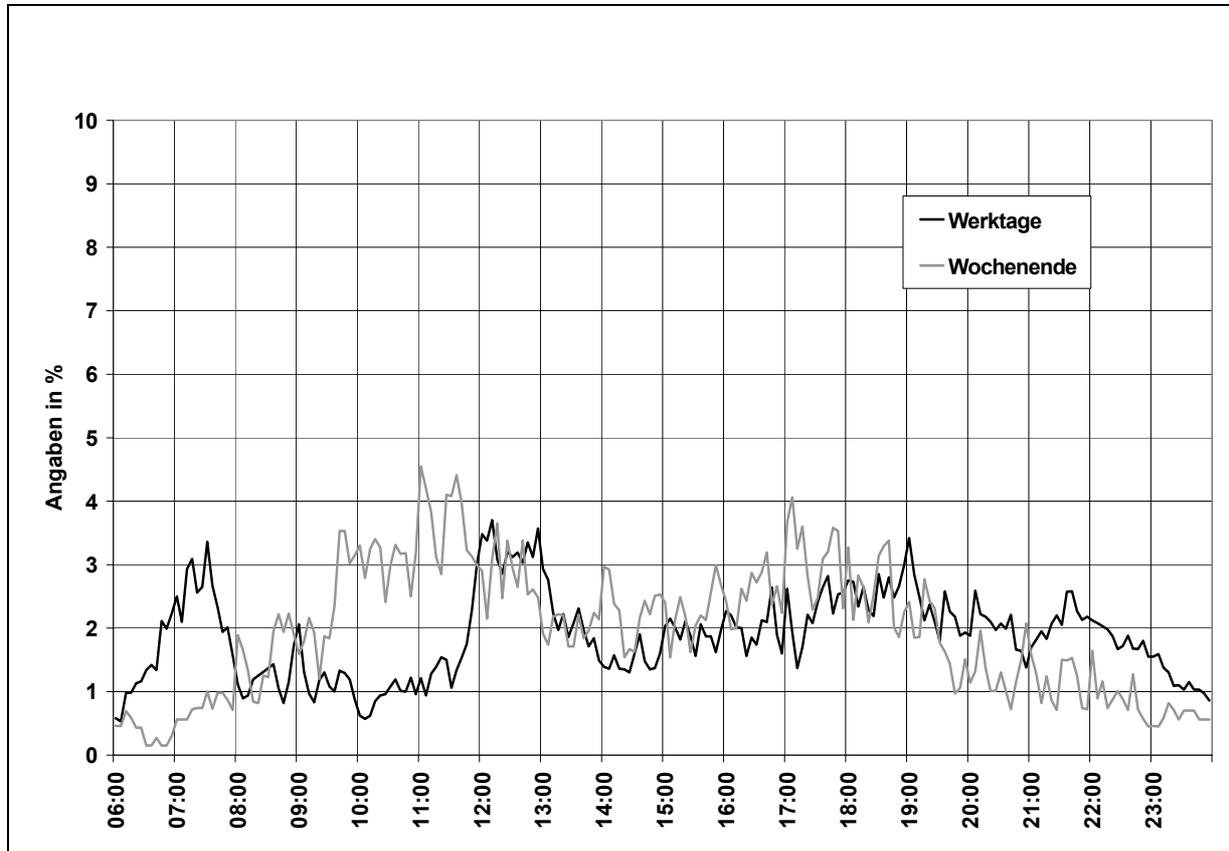
Quelle: Radiocontrol

Am Wochenende sind weder bei den Erwachsenen noch bei den Kindern Morgen- oder Mittagspeaks zu erkennen. Die Kurven der Reichweiten laufen mehr oder weniger parallel, wobei die Nutzung der Kinder etwas schwächer ist als diejenige der Erwachsenen. Lediglich am frühen Abend erreichen die privaten Radios etwa gleich viele Kinder wie Erwachsene, bevor im Verlauf des Abends die Nutzung durch beide Gruppen stetig abnimmt.

7.2.3.5 Vergleich der Nutzung privater Radiostationen im Tagesverlauf zwischen Werktagen und Wochenenden

Wie bereits an früherer Stelle gezeigt, wird das Radio an Wochenenden vormittags stärker genutzt als an Werktagen. Es zeigt sich, dass es sich dabei vor allem um Privatradios handelt. Die Nutzungskurve der Privatradios bewegt sich hingegen an Samstag- und Sonntagabenden auf einem tieferen Niveau, bei den SRG SSR-Sendern ist es umgekehrt.

Abb. 7.25: 5-Minuten-Reichweite Privatradios im Tagesverlauf: Vergleich Wektage-Wochenenden
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

7.2.4 Die Nutzung ausländischer Radiostationen

Nachdem in den vorangegangenen Abschnitten die Sendergruppen aus der Schweiz genau betrachtet wurden, richtet sich nun das Augenmerk auf die ausländischen Radiostationen, von denen einige im betrachteten Raum der Deutschschweiz empfangbar sind und genutzt werden.

7.2.4.1 Die Nutzung ausländischer Radiostationen für die ganze Woche

Die Auslandsradiostationen werden von 7-14-jährigen Kindern im Alter im Vergleich mit den anderen Sendergruppen (SRG, Private) am wenigsten intensiv genutzt. Gut ein Drittel schaltet täglich mindestens einmal einen solchen Sender ein und hört während einer Viertelstunde. Die Sendergruppe beansprucht einen Sechstel des Marktes; dies sind 7% mehr als bei der erwachsenen Deutschschweizer Bevölkerung.

Tab. 7.33: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von ausländischen Radiostationen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) | Marktanteil in % (MA) |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 36 | 16 | 15 |
| Knaben: (n=176) | 37 | 14 | 15 |
| Mädchen: (n=176) | 36 | 18 | 15 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 34 | 17 | 15 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 38 | 15 | 15 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 36 | 16 | 15 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 38 | 14 | 14 |
| Einkommen tief (n=147) | 38 | 16 | 15 |
| Einkommen hoch (n=155) | 33 | 15 | 12 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 36 | 16 | 15 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 35 | 12 | 18 |

7.2.4.2 Die Nutzung ausländischer Radiostationen an Werktagen und Wochenenden

Auslandradios werden an Werktagen insgesamt etwas häufiger (+3% NR) genutzt als an Samstagen und Sonntagen. Die Hördauer pro Hörerin und Hörer ist an Wochenenden leicht höher (+2 Min.).

Im Verlauf des Tages sind keine deutlichen Unterschiede in der Nutzung von Auslandradios zu erkennen, die Nutzung bewegt sich konstant auf einem tiefen Niveau, die 2%-Marke wird dabei nie überschritten und Spitzen sind kaum zu erkennen und es lassen sich keine markanten Unterschiede zwischen den soziodemographischen Gruppen erkennen. Aus diesem Grund wird auf Grafiken verzichtet.

Tab. 7.34: Durchschnitt der Nettoreichweite, Nutzungsdauer und des Marktanteils pro Tag von ausländischen Radiostationen; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | | Marktanteil in % (MA) | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|-----------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 37 | 34 | 15 | 17 | 15 | 15 |
| Knaben: 7-14 (n=176) | 37 | 36 | 12 | 17 | 15 | 15 |
| Mädchen: 7-14 (n=176) | 37 | 32 | 18 | 19 | 15 | 14 |
| Jüngere: 7-10 (n=176) | 35 | 32 | 16 | 20 | 14 | 16 |
| Ältere: 11-14 (n=176) | 40 | 35 | 14 | 16 | 15 | 13 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 37 | 34 | 15 | 18 | 15 | 16 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 40 | 33 | 15 | 13 | 15 | 11 |
| Einkommen tief (n=147) | 38 | 38 | 16 | 15 | 15 | 15 |
| Einkommen hoch (n=155) | 34 | 30 | 14 | 19 | 12 | 12 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 37 | 32 | 15 | 20 | 15 | 15 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 35 | 36 | 12 | 10 | 19 | 15 |

7.2.4.3 Soziodemographische Unterschiede in der Nutzung ausländischer Radiostationen

Im folgenden Abschnitt werden die Unterschiede in der Nutzung von ausländischen Radiostationen zwischen den verschiedenen soziodemographischen Gruppen zusammengefasst aufgeführt.

Geschlecht:

Bezüglich der Nutzung der Auslandsradiostationen sind die Unterschiede zwischen den Geschlechtern ähnlich wie bei der Radionutzung allgemein: die Nettoreichweite ist bei den Knaben um einen Prozentpunkt höher als bei Mädchen, diese hören aber ausländische Sender länger (+6 Minuten). Der Unterschied in der Nettoreichweite zwischen Werktagen und Wochenenden ist bei Mädchen ausgeprägter als bei Knaben: an Samstagen und Sonntagen werden 32% der Mädchen erreicht, dies ist 5% weniger als an Arbeitstagen, bei Knaben beträgt dieser Unterschied 1%. Die Hördauer der Knaben hingegen ist an Wochenenden deutlich länger als an Werktagen, dies lässt sich bei den Mädchen nicht feststellen. Diese Tendenzen führen dazu, dass sich kaum Unterschiede im Marktanteil der beiden Geschlechtergruppen zeigen.

Alter:

Etwas deutlicher fallen die Unterschiede in Bezug auf das Alter aus. Über die gesamte Woche betrachtet, erreichen Auslandsradios 4% mehr von den 11 bis 14-Jährigen, deren Nutzung mit 38% über dem Durchschnitt (36%) liegt. Da die Hördauer der älteren Kinder (NH=15 Min.), welche Auslandstationen einschalten tiefer ist als bei den Jüngeren (NH=17 Min.), zeigen sich keine Unterschiede im Marktanteil. 7 bis 10-Jährige lauschen an Wochenenden mit 20 Minuten überdurchschnittlich lange einem ausländischen Sender, die ältere Gruppe hört weniger lange (NH=16 Min.). Im Tagesverlauf zeigen sich zwischen den Altersgruppen kaum Unterschiede, frühmorgens sind die Älteren etwas stärker, nachmittags etwas schwächer vertreten.

Anzahl Kinder im Haushalt:

Die Radionutzung von Einzelkindern fällt im allgemeinen höher aus, dies ist auch so im Fall der Auslandsradiosender: Kinder ohne Geschwister weisen über die gesamte Woche gerechnet eine überdurchschnittliche Nettoreichweite von 38% auf; bei Kindern mit Geschwistern liegt der entsprechende Wert bei 36%. Insbesondere an Werktagen weisen Einzelkinder eine hohe Reichweite auf (40%), bei Kindern mit Geschwistern sind dies 3 Prozentpunkte weniger. Normalerweise ist die Hördauer bei Einzelkindern ebenfalls höher, in dieser Beziehung bildet die Auslandsradionutzung eine Ausnahme: Obwohl solche Sender mehr Einzelkinder erreichen, hören diese etwas weniger lange (NH=14 Min.) als Kinder mit Geschwistern (NH=16 Min.). Insbesondere an Wochenenden hören letztere gut fünf Minuten länger, was schliesslich zu einem höheren Marktanteil in dieser Gruppe führt. Auch beim Vergleich der Nutzung von Auslandsendern durch Einzelkinder, respektive Nicht-Einzelkinder zeigen sich im Verlaufe des Tages geringe Unterschiede. Einzelkinder weisen eine ähnliche Tendenz auf wie ältere Kinder: frühmorgens sind sie etwas stärker, nachmittags eher schwächer vertreten.

Einkommen der Eltern:

Kinder mit finanziell gut gestellten Eltern nutzen Auslandsradios unterdurchschnittlich: die Nettoreichweite liegt bei 33%. Dies sind 3 Prozentpunkte weniger als der Durchschnitt. Ähnlich gross ist der Unterschied zwischen Werktagen und Wochenenden in dieser Gruppe. Die durchschnittliche Hördauer bleibt für die Kinder aus einkommensschwächeren Familien für Werktage und Wochenenden ähnlich. Kinder aus finanziell besser gestellten Familien hingegen hören am Wochenende 5 Minuten länger als unter der Woche. Somit hören sie an Wochenenden etwas länger als Kinder mit Eltern mit niedrigerem Einkommen.

Bildung der Mutter:

Kinder mit hochgebildeten Müttern unterscheiden sich in der Nutzung von Auslandsradios über die gesamte Woche nicht sehr stark von Kindern mit nicht hochgebildeten Müttern, ausser dass sie etwas weniger lange hören als die anderen. An Wochenenden schalten mehr Kinder mit einer hochgebildeten Mutter (NR=36%) eine Auslandsradiostation ein, die anderen Kindern liegen mit einer Nettoreichweite von 32% etwas tiefer. Erstere hören jedoch an Wochenenden knapp 10 Minuten weniger lange. Die Nutzung im Tagesverlauf weist eine leicht schwächere Nutzung bei den Sprösslingen Hochgebildeter bis in den frühen Abend hinein auf, anschliessend kehrt sich dieses Verhältnis um.

7.3 Auf den Punkt gebracht...

Radionutzung allgemein

Die Messung des Radiohörverhaltens von Kindern durch RADIOCONTROL zeigt, dass von Montag bis Sonntag pro Tag durchschnittlich 82% der Kinder Radio hören. Die durchschnittliche Hördauer pro Kind, welches Radio hört, beträgt 49 Minuten. Die Radionutzung durch Kinder ist somit bedeutend tiefer als diejenige der Erwachsenen, welche im selben Zeitraum eine durchschnittliche Tagesreichweite von 90% und eine durchschnittliche Hördauer pro Hörerin und Hörer von 123 Minuten aufweisen.

Mädchen hören im Durchschnitt länger Radio (54 Min.) als die Knaben (44 Min.), wobei dieses Ergebnis vor allem daher rührt, dass Mädchen an Werktagen länger hören als Knaben (55 Min. vs. 40 Min.). Bei Kindern zwischen 11 und 14 Jahren ist sowohl die Reichweite (83%) als auch die Nutzungsdauer (50 Min.) höher als bei Kindern zwischen 7 und 10 Jahren (80%; resp. 47 Min.). Von den Einzelkindern hört ein grösserer Anteil Radio (84%) als von den Kindern mit Geschwistern (81%) und er tut dies vor allem auch länger (59 Min. vs. 45 Min.). Unter der Woche erreicht das Radio mehr Kinder aus Familien mit tieferem Einkommen (84%) als Kinder aus finanziell besser gestellten Familien (80%) und auch die Hördauer ist bei Kindern aus Haushalten mit tieferem Einkommen länger (51 Min. vs. 45 Min.). Am Wochenende hingegen gibt es keine Unterschiede im Radiohörverhalten bezüglich Haushaltseinkommen. Die Bildung der Mutter hängt insofern mit dem Radiohörverhalten zusammen, als dass Kinder mit hochgebildeten Müttern insgesamt seltener durchs Radio erreicht werden (79%) und im Schnitt auch weniger lange hören (38 Min) als Kinder mit nicht hochgebildeten Müttern (82%; resp. 52 Min.).

Betrachtet man die Unterschiede in der Radionutzung zwischen Werktagen und Wochenenden, so lässt sich feststellen, dass an Wochenenden weniger Kinder Radio hören (79%) als an Werktagen (83%). Die Hördauer ist dafür an Wochenenden länger (53 Min.) als an Werktagen (47 Min.). Im Tagesverlauf zeigen sich an Werktagen die für das Radio typischen Spitzennutzungen am Morgen, am Mittag und am frühen Abend um 18:00 Uhr. An Wochenenden ist die Nutzung regelmässiger über den Tag verteilt. Die Nutzungsspeaks fallen weg, dafür ergibt sich auch kein Einbruch der Reichweite während des Vormittags wie an Werktagen (während der Schulzeit).

Vergleich der Sendergruppen

Der Vergleich zwischen der Nutzung der Sender der SRG SSR, privater Radiostationen und ausländischer Radiostationen ergibt einige auffällige Befunde. Im Gegensatz zu den Erwachsenen, von denen weit mehr Programme der SRG SSR hören (69%) als private Programme (51%), liegt die Reichweite der beiden Sendergruppen bei Kindern in etwa gleich hoch (48% SRG SSR; 47% Private). Ausländische Programme erreichen im Schnitt 36% der Kinder.

Auffällig ist, dass die erhöhte Radionutzung der Gruppe der 11- bis 14-Jährigen im Vergleich mit den Jüngeren ausschliesslich durch die Nutzung von privaten Radiostationen bedingt ist. Private erreichen 51% der 11- bis 14-Jährigen aber nur 45% der 7- bis 10-Jährigen. Die Hördauer der älteren Kinder ist mit 47 Min. mehr als eine Viertelstunde länger als diejenige der jüngeren Kin-

der (31 Min.). Bei Programmen der SRG SSR ist die Reichweite in den beiden Altersgruppen in etwa gleich (49% bei 7- bis 10-Jährigen; 47% bei den 11- bis 14-Jährigen) und die Hördauer gar bei den jüngeren Kindern etwas höher (36 Min.) als bei den älteren Kindern (32 Min.).

Bezüglich der Variablen, welche den sozialen Status betreffen (Haushaltseinkommen und Bildung der Mutter) zeigt sich, dass die Programme der SRG SSR bei Kindern aus sozial besser gestellten Haushalten eine höhere Reichweite erzielen als die privaten Radios und die SRG SSR Programme auch länger genutzt werden als die Privaten. Für Kinder aus den sozial schwächer gestellten Haushalten gilt, dass etwa gleich viele Kinder Sender der SRG SSR und Privatradios hören, aber die Privatradios im Schnitt deutlich länger genutzt werden.

Programme der SRG SSR

Die Reichweite der Programme der SRG SSR ist an Werktagen (49%) leicht höher als an Wochenenden (47%), die Hördauer ist aber am Wochenende länger (39 Min.) als unter der Woche (33 Min.). Marktanteile weisen die SRG SSR Sender unter der Woche 41% aus und am Wochenende 44%.

Zu beachten gilt es, dass die SRG SSR an Wochenenden mehr Knaben (50%) als Mädchen (44%) erreicht (Wohingegen unter der Woche bei beiden eine Reichweite von 49% zu verzeichnen ist). Von den jüngeren Kindern (7 bis 10 Jahre) erreicht die SRG SSR unter der Woche mehr als von den älteren (51% vs. 45%), an Wochenenden ist es umgekehrt (44% vs. 50%).

Der Tagesverlauf der Nutzung von Programmen der SRG SSR an Werktagen weist die typischen Nachrichtenpeaks am Morgen, am Mittag und am frühen Abend auf, welche allerdings primär durch die Nutzung von DRS 1 bestimmt sind. An Wochenenden ist die Nutzung regelmässiger über den Tag verteilt.

Private Radiostationen

Sowohl bezüglich Reichweite (jeweils 47%) als auch Nutzungsdauer (37 Min. an Werktagen; 38 Min. an Wochenenden) sind bei privaten Radios keine Unterschiede zwischen Werktagen und Wochenenden vorhanden. Der Marktanteil liegt unter der Woche bei 44% und an Wochenenden bei 41%.

Private Radiostationen erreichen sowohl an Werktagen als auch an Wochenenden mehr ältere Kinder (11 bis 14 Jahre) als jüngere Kinder (7 bis 10 Jahre), mehr Einzelkinder als Kinder mit Geschwister, mehr Kinder aus Haushalten mit niedrigem Einkommen als mit höherem Einkommen und mehr Kinder mit nicht hochgebildeten Müttern als mit hochgebildeten Müttern. Die Hördauer ist in den jeweiligen Gruppen mit höherer Reichweite ebenfalls konsistent länger als in den Vergleichsgruppen, ebenso die Marktanteile der privaten Radiostationen.

Der Tagesverlauf der Nutzung von Privatradios zeigt auch unter der Woche erwartungsgemäss viel weniger deutliche Peaks am Morgen und Mittag als die Nutzung von SRG SSR Programmen.

Ausländische Radiostationen

Die Reichweite von ausländischen Radiostationen ist am Wochenende etwas geringer (34%) als unter der Woche (37%). Der Marktanteil liegt konstant bei 15%. Mädchen hören vor allem an Werktagen länger ausländische Programme (18 Min.) als Knaben (12 Min.), wobei die Reichweite gleich hoch ist (37%). An Wochenenden erreichen ausländische Radios mehr Knaben (36%) als Mädchen (32%). Wie die Privatradios erreichen ausländische Programme generell mehr ältere Kinder (11 bis 14 Jahre) als jüngere Kinder (7 bis 10 Jahre). Bezüglich der Einkommenssituation im Haushalt zeigt sich allgemein eine höhere Reichweite bei Kindern aus weniger gut besoldeten Familien.

8. Die Fernsehnutzung von Kindern gemessen mit RADIOCONTROL

Mit RADIOCONTROL kann ebenfalls die Fernsehnutzung erhoben werden. Diese Resultate werden im folgenden Kapitel präsentiert, wobei nicht auf Einzelsender eingegangen wird, da es an dieser Stelle lediglich um einen Quervergleich zwischen der Nutzung der beiden grossen elektronischen Medien Radio und Fernsehen gehen soll. Vertiefte Analysen werden sinnvollerweise mit TELECONTROL durchgeführt, weil es sich dabei um eine bevölkerungsrepräsentative Abbildung der TV-Nutzung in der gesamten Schweiz handelt.

8.1 Die Fernsehnutzung allgemein für die gesamte Woche

Mit einer Nettoreichweite von 85% insgesamt liegen Kinder relativ nahe an der Nutzung Erwachsener, bei denen dieser Wert bei 87% liegt (mit RADIOCONTROL erhoben).

Tab. 8.1: Durchschnitt der Nettoreichweite pro Tag von Fernsehen allgemein;
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag

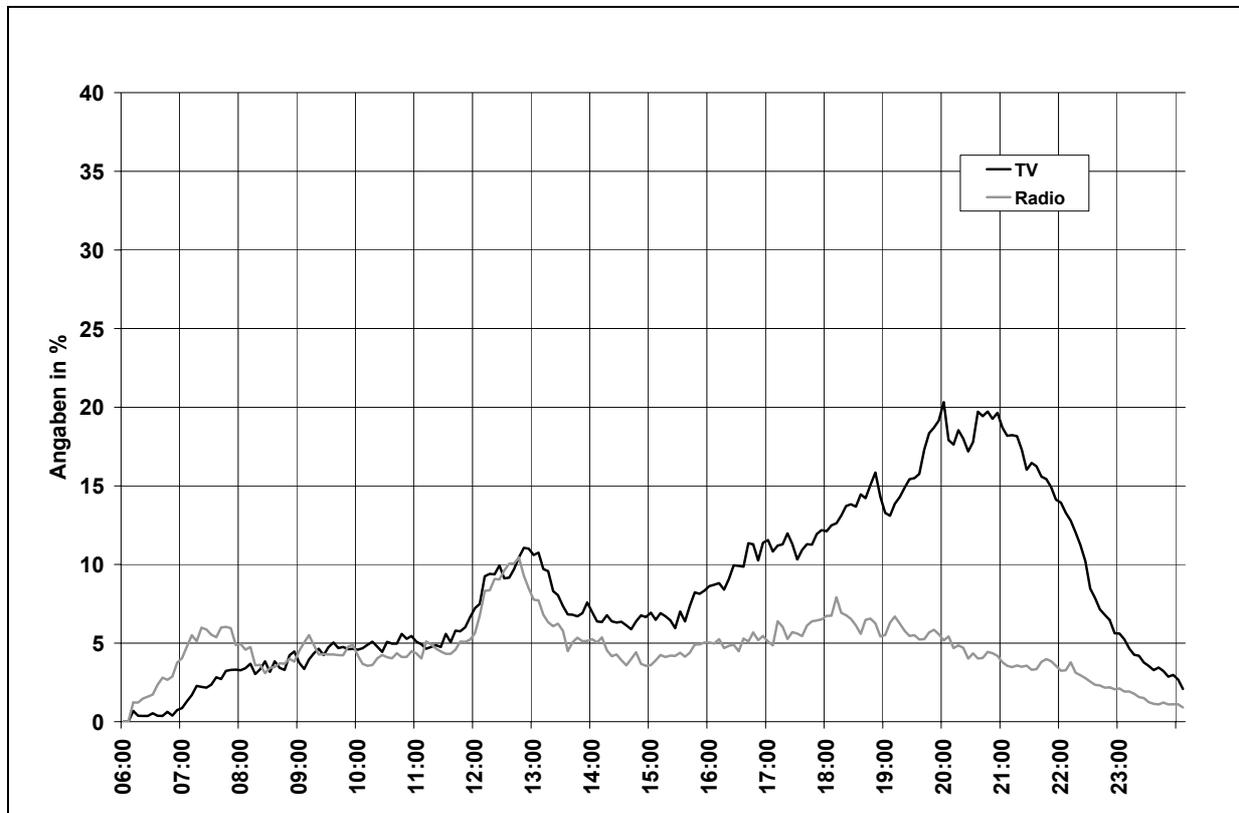
| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | Nutzungsdauer in Min. (NH) |
|-----------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Kinder: 7-14 (n=352) | 85 | 87 |
| Knaben: (n=176) | 88 | 93 |
| Mädchen: (n=176) | 83 | 80 |
| Jüngere: 7-10: (n=176) | 84 | 80 |
| Ältere: 11-14: (n=176) | 87 | 94 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 85 | 83 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 86 | 101 |
| Einkommen tief (n=147) | 87 | 100 |
| Einkommen hoch (n=155) | 83 | 77 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 85 | 84 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 87 | 75 |

Allerdings verbringen Erwachsene 28 Minuten länger mit Fernsehen als Kinder, welche im Schnitt an die 1½ Stunden pro Tag vor dem Gerät verbringen. Wie bei der Radionutzung total sehen Erwachsene mit Kindern weniger lange fern (NH=90 Min.) und liegen damit nahe bei der Kindernutzung. Kinder, deren Eltern über ein tiefes Einkommen verfügen sowie Knaben, ältere Kinder, Einzelkinder und solche mit hochgebildeten Müttern weisen eine überdurchschnittliche Fernsehnutzung auf.

8.1.1 Die Fernseh- und Radionutzung im Tagesverlauf gesamte Woche

Die Gegenüberstellung der Radio- und Fernsehnutzung verdeutlicht, dass Kinder über den Mittag eine relativ hohe Nutzung sowohl des Radios als auch des Fernsehens aufweisen. Beide Medien überschreiten mittags zum ersten Mal im Tag die 10%-Marke. Damit liegen sie über der Nutzung der Erwachsenen (siehe weiter unten). Weist die Radionutzung die auch für Erwachsene typischen Spitzen während den Hauptnachrichten am frühen Morgen, Mittag und Vorabend auf, so steigt die Fernsehnutzung ab 16:00 Uhr permanent an und überschreitet die 20%-Marke kurz vor 20:00 Uhr. Nach 21:00 Uhr flacht sie relativ schnell und stetig wieder ab, bei Erwachsenen geschieht dies rund eine Stunde später.

Abb. 8.1: 5-Minuten-Reichweite Radio / Fernsehen im Tagesverlauf
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder: 352

Quelle: Radiocontrol

8.1.2 Die Fernsehnutzung allgemein im Tages-/Wochenverlauf

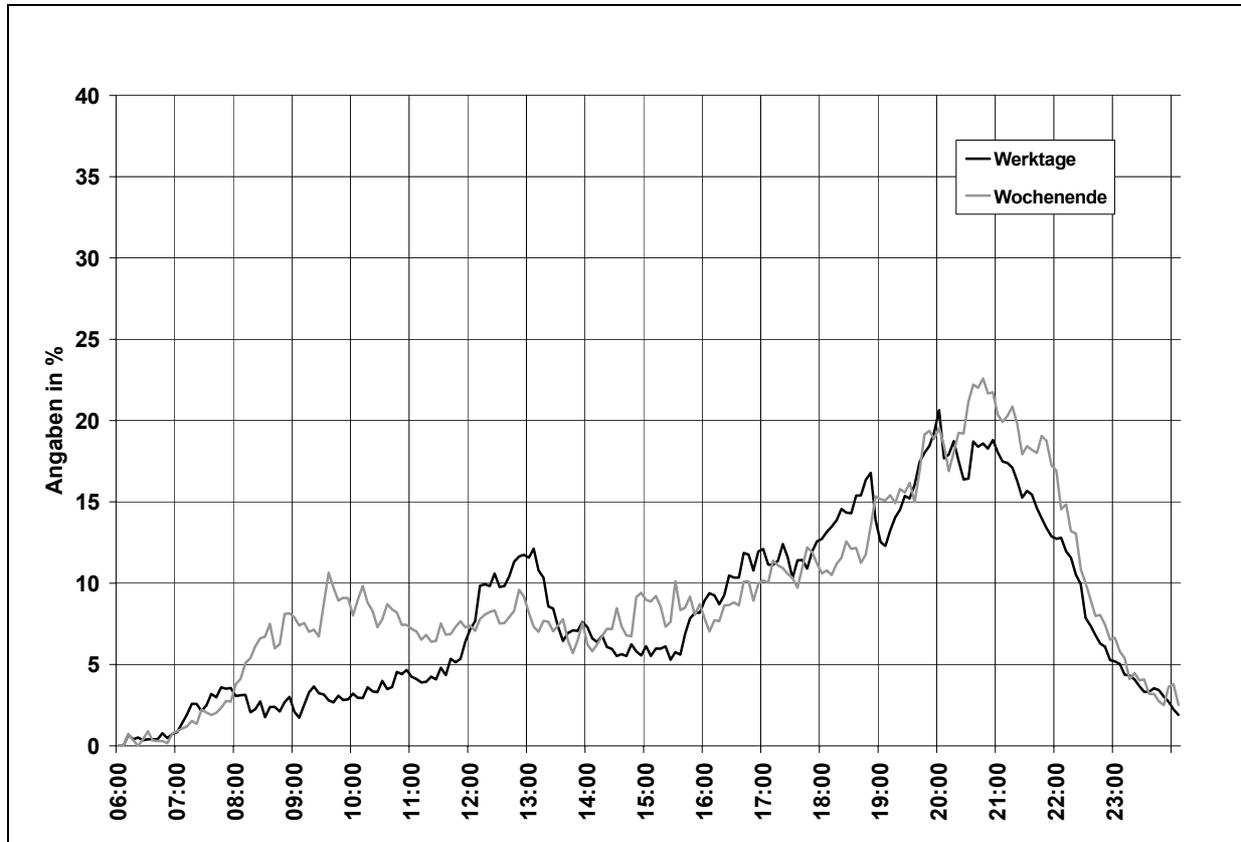
Ähnlich wie bei der Radionutzung ist die TV-Nettoreichweite bei Kindern an Werktagen höher als an Wochenenden, die Nutzungsdauer hingegen schnell an den freien Tagen in die Höhe und überschreitet bei einigen soziodemographischen Subgruppen die 100-Minuten-Marke. Insgesamt wird am Wochenende 16 Minuten länger geschaut, beim Radio sind es 6 Minuten, was ein weiteres Indiz für die Vorliebe der Kinder fürs Fernsehen als Freizeitbeschäftigung darstellt.

Tab. 8.2: Durchschnitt der Nettoreichweite pro Tag der Fernsehnutzung allgemein; Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Freitag / Samstag - Sonntag

| Soziodemographische Gruppen | Nettoreichweite in % (NR) | | Nutzungsdauer in Min. (NH) | |
|-----------------------------------|---------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | Mo-Fr | Sa/So | Mo-Fr | Sa/So |
| Kinder: 7-14 (n=352) | 86. | 84 | 82 | 98 |
| Knaben: 7-14 (n=176) | 88 | 88 | 90 | 101 |
| Mädchen: 7-14 (n=176) | 85 | 79 | 74 | 96 |
| Jüngere: 7-10 (n=176) | 84 | 83 | 75 | 95 |
| Ältere: 11-14 (n=176) | 89 | 84 | 91 | 104 |
| Kinder mit Geschwistern (n=280) | 86 | 83 | 80 | 93 |
| Kinder ohne Geschwister (n=71) | 86 | 86 | 94 | 119 |
| Einkommen tief (n=147) | 88 | 85 | 95 | 113 |
| Einkommen hoch (n=155) | 84 | 82 | 73 | 86 |
| Mutter hochgebildet (n=49) | 87 | 88 | 70 | 89 |
| Mutter nicht hochgebildet (n=215) | 85 | 84 | 80 | 94 |

Die Abbildung der Fernsehnutzung im Tagesverlauf zeigt, dass Kinder am Wochenende eine deutlich höhere Vormittagsnutzung aufweisen als an Arbeitstagen. Die Nutzung verweilt anschließend auf einem relativ hohen Niveau und steigt am frühen Abend - ähnlich wie an Werktagen - zur maximalen Spitze von bis zu 23% an. Anhand der abendlichen Fernsehnutzung kann festgestellt werden, dass Kinder an Wochenenden länger aufbleiben dürfen, die Nutzung fällt erst später in sich zusammen.

Abb. 8.2: 5-Minuten-Reichweite Fernsehen im Tagesverlauf: Vergleich nach Werktagen
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder: 352

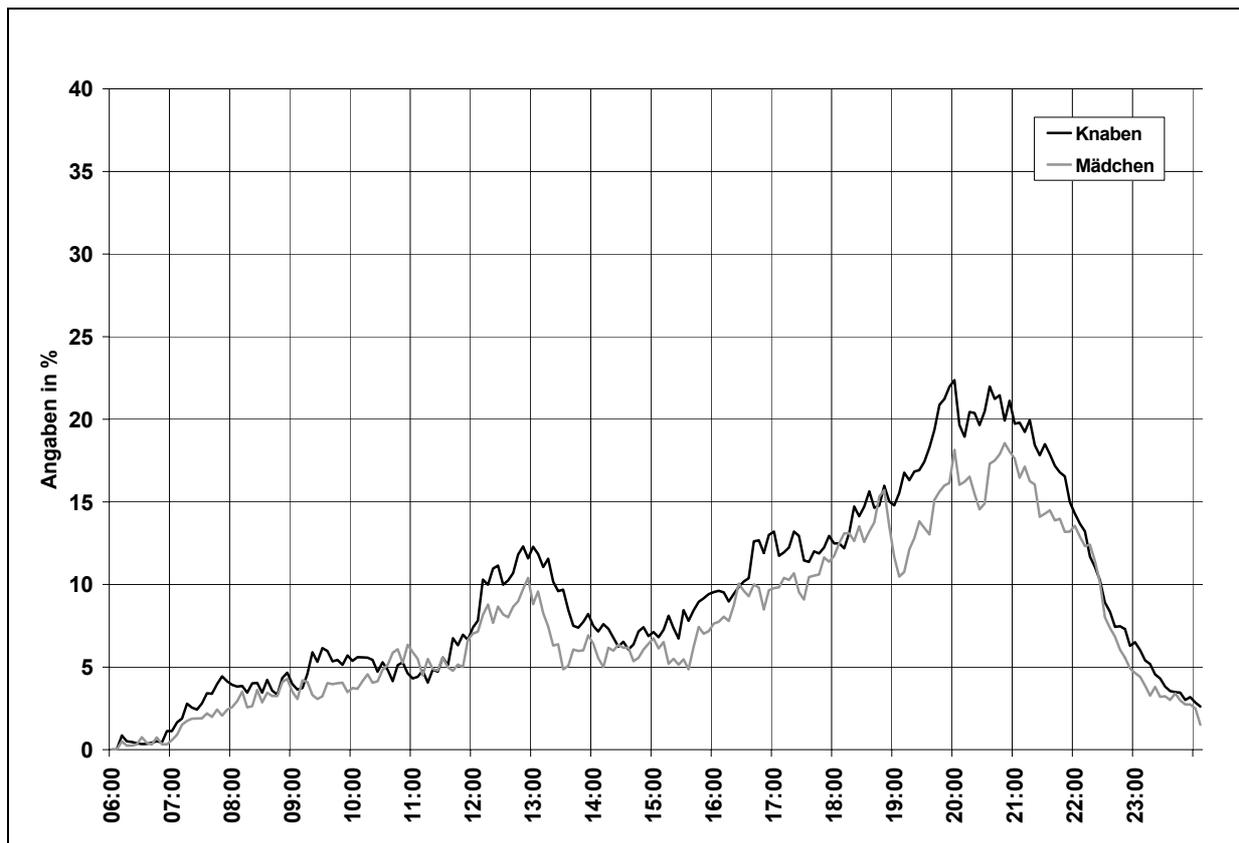
Quelle: Radiocontrol

8.1.3 Die Fernsehnutzung allgemein nach Geschlecht

Knaben schauen länger und mehr fern als Mädchen. 5% mehr Knaben erreicht das Medium und wird von ihnen 12 Minuten länger konsumiert. Insbesondere an Wochenenden mutieren die Jungs zu Langsehern: 101 Minuten verbringen sie fernsehend, dies sind 11 Minuten mehr als an Werktagen bei gleichbleibender Nettoreichweite. Bei den Mädchen offenbart sich ein interessantes Phänomen: die Nettoreichweite liegt bei ihnen mit 79% deutlich unter der Nutzung an Werktagen (NR=85%). Die Nutzungsdauer hingegen ist mit 96 Minuten um 22 Minuten länger als an Werktagen (NH=74 Min).

Im Verlaufe des Tages liegt die Fernsehnutzung der Mädchen fast durchgehend auf einem tieferen Niveau als diejenige der Knaben.

Abb. 8.3: 5-Minuten-Reichweite Fernsehen im Tagesverlauf: Vergleich nach Geschlecht
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag



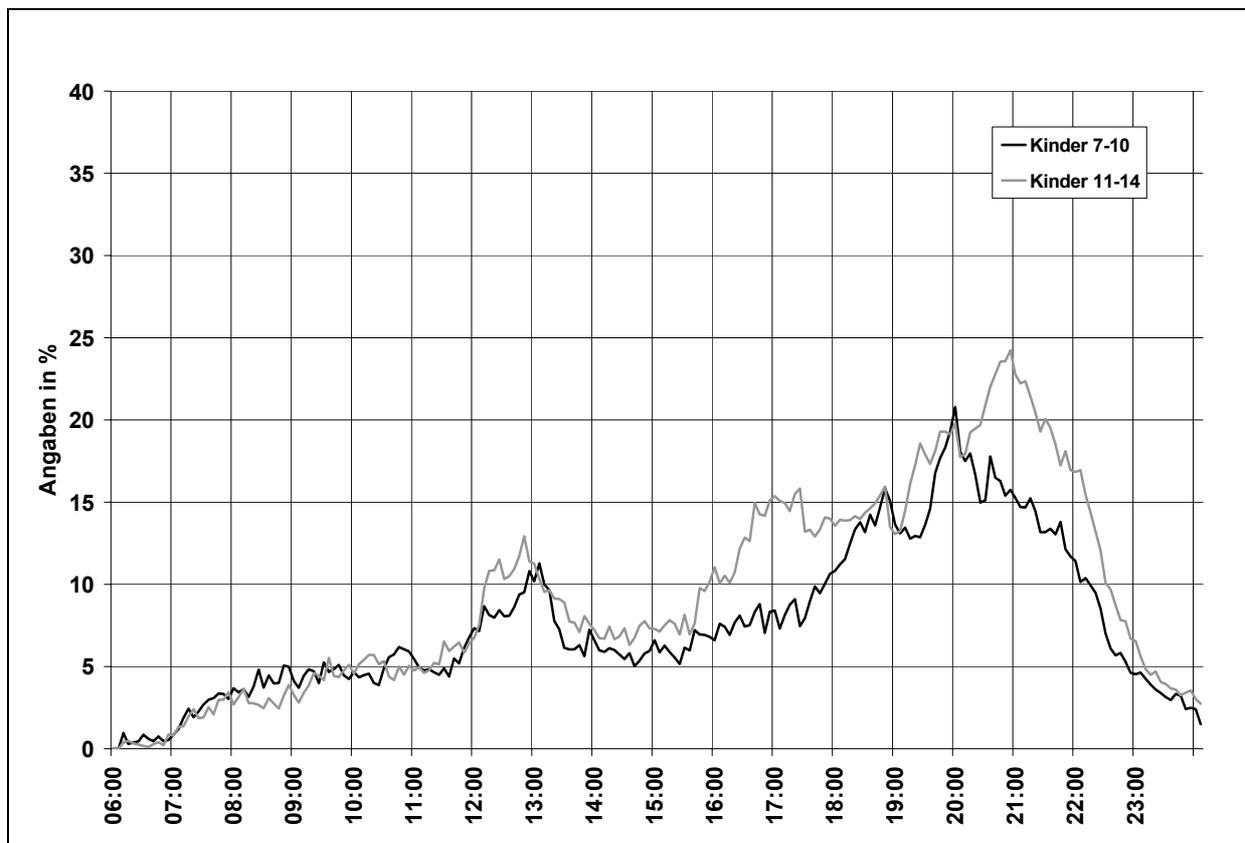
Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Knaben: 176; Mädchen: 176

Quelle: Radiocontrol

8.1.4 Die Fernsehnutzung allgemein nach Alter

Der Fernsehkonsum nimmt mit fortschreitendem Alter des Kindes zu. Das Medium erreicht 3% mehr 11- bis 14-Jährigen als 7- bis 10-Jährige, die Nutzungsdauer steigt von 80 Minuten auf 94 Minuten. Der Unterschied in der Nettoreichweite in den beiden Altersgruppe ist an Werktagen grösser als an Wochenenden, die Älteren weisen von Montag bis Freitag überdurchschnittliche Nettoreichweite auf (89%), die Kleineren liegen mit 84% unter dem Schnitt (86%). An Wochenenden weichen die beiden Altersgruppen kaum vom Schnitt ab (84%). Auch in der Nutzungsdauer ist der Unterschied zwischen Älteren und Jüngeren grösser als an arbeitsfreien Tagen: 11- bis 14-Jährige sehen von Montag bis Freitag im Schnitt während 91 Minuten, 7- bis 10-Jährige tun dies während 74 Minuten und liegen somit unter dem Schnitt (82 Min.). An Wochenenden sehen sowohl die Älteren (+14 Minuten), als auch die Jüngeren (+20 Minuten) länger fern. Folgende Grafik zeigt, dass ab Mittag mehr Ältere erreicht werden. Grosse Unterschiede in der Nettoreichweite von bis zu 8.5% ergeben sich zwischen 15:30 Uhr und 18 Uhr und zwischen 20:00 Uhr und 22:30 Uhr, die Konsequenzen des länger Aufbleiben-Dürfens manifestieren sich in Form eines höheren Fernsehkonsums.

Abb. 8.4: 5-Minuten-Reichweite Fernsehen im Tagesverlauf: Vergleich nach Alter
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Kinder 7-10: 176; Kinder 11-14: 176

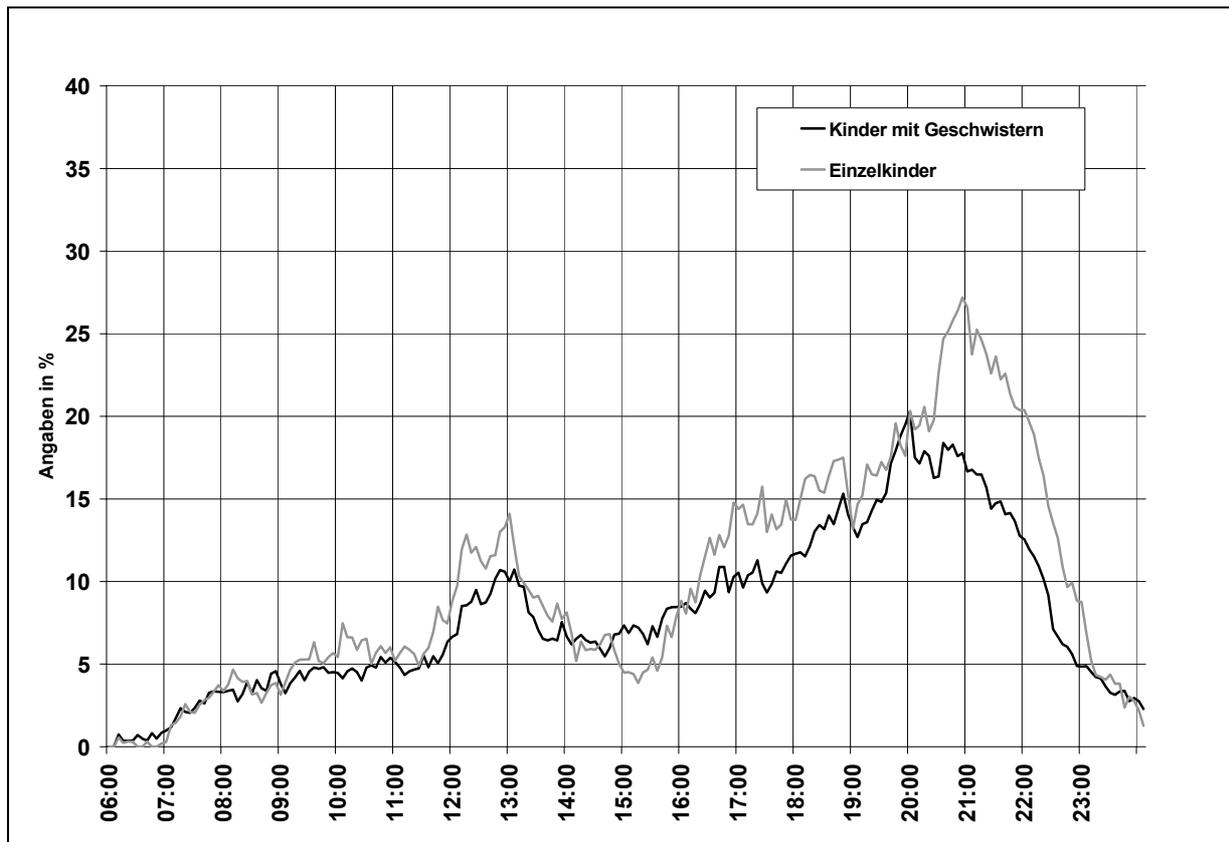
Quelle: Radiocontrol

8.1.5 Die Fernsehnutzung allgemein nach Anzahl Kindern im Haushalt

Dass sich Einzelkinder hinsichtlich ihres Medienkonsums von Kindern mit Geschwistern unterscheiden, hat sich bereits mehrfach verdeutlicht. In Bezug auf den Fernsehkonsum manifestiert sich dieses Phänomen sehr deutlich in Form einer längeren Nutzung. Die Reichweiten der beiden Gruppen weichen nicht gross voneinander ab und bewegen sich um den Durchschnitt der Kinder insgesamt herum. An Werktagen schauen Einzelkinder rund eine Viertelstunde länger fern als die anderen, an Wochenenden ist es rund eine halbe Stunde länger: An Samstagen und Sonntagen schauen Einzelkinder während zwei Stunden fern. Die parasoziale Funktion, welche das Medium bei Kindern ohne Geschwistern in deren Freizeit übernimmt, ist nicht zu übersehen.

Im Verlaufe des Tages fällt diese Mehrnutzung der Einzelkinder auf den Mittag, Nachmittag und in ausgeprägter Form auf den Abend, also in den potentiell freien Zeiten des Kindes.

Abb. 8.5: 5-Minuten-Reichweite im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit / ohne Geschwister
Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003 Montag – Sonntag



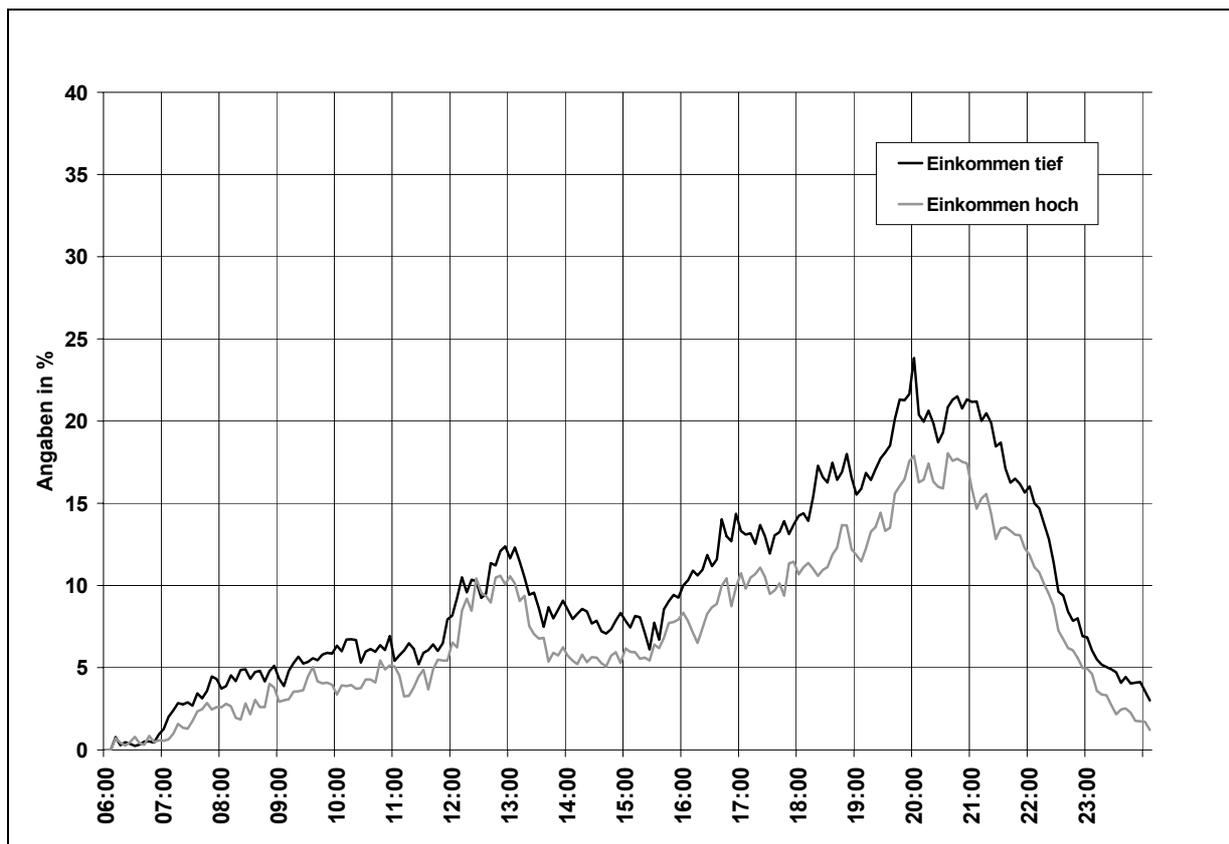
Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Einzelkinder: 71; Kinder mit Geschwistern: 280

Quelle: Radiocontrol

8.1.6 Die Fernsehnutzung allgemein nach Einkommen der Eltern

Kinder aus einem Elternhaus mit niedrigem Einkommen weisen nicht nur einen höheren Radio-, sondern auch einen höheren Fernsehkonsum auf. Über die ganze Woche erreicht das Medium 87% solcher Kinder, was 4 Prozentpunkte mehr sind gegenüber den anderen. Ausserdem weisen sie mit 100 Minuten eine überdurchschnittliche Nutzungsdauer pro Zuschauer auf. Fernsehschauende Kinder aus wohlhabendem Elternhaus nutzen das Medium während 77 Minuten, was ein Minus von 24 Minuten gegenüber der anderen Gruppe bedeutet. Insbesondere am Wochenende liegen Kinder deren Eltern über ein tiefes Einkommen verfügen, über dem Schnitt (98 Minuten): fast zwei Stunden verbringen sie vor dem Gerät, die anderen Kinder tun dies rund eine halbe Stunde weniger lange. Beide Gruppen schauen an Werktagen rund eine Viertelstunde weniger lange als am Wochenende.

Abb. 8.6: 5-Minuten-Reichweite im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit Eltern mit hohem / tiefen Einkommen. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag



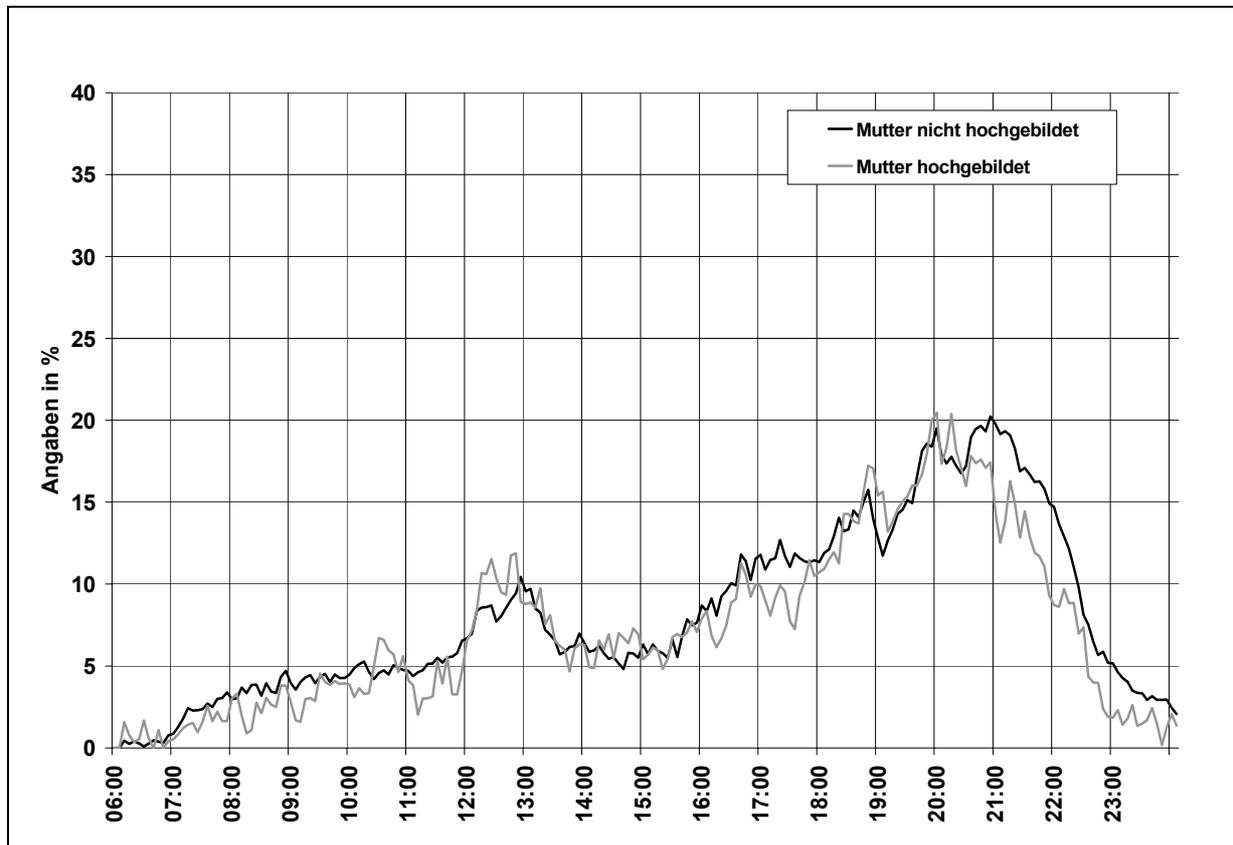
Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Einkommen tief: 147 ; Einkommen hoch: 155

Quelle: Radiocontrol

8.1.7 Die Fernsehnutzung allgemein nach Bildung der Mutter

Ganz so gross wie bei der Unterscheidung nach Haushaltsgrosse oder -einkommen fallen die Unterschiede zwischen Kindern mit hoch respektive nicht hoch gebildeten Müttern nicht aus. Weisen Kinder mit hochgebildeten Müttern sowohl eine tiefere Nettoreichweite als auch Hördauer in der Radionutzung auf, so ist die TV-Nettoreichweite bei diesen Kindern 2 Prozentpunkte höher als bei Kindern von nicht hochgebildeten Müttern; die Sehdauer (NH) hingegen ist um 9 Minuten tiefer. An Werktagen sehen Kinder von Akademikerinnen 12 Minuten weniger lange fern als die anderen. Im Tagesverlauf zeigt sich, dass - ähnlich wie bei der Radionutzung - Mütter mit einem hohen Ausbildungsniveau ihre Kinder am Abend weniger fernsehen lassen.

Abb. 8.7: 5-Minuten-Reichweite TV im Tagesverlauf: Vergleich Kinder mit Mutter hochgebildet / nicht hochgebildet. Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag – Sonntag



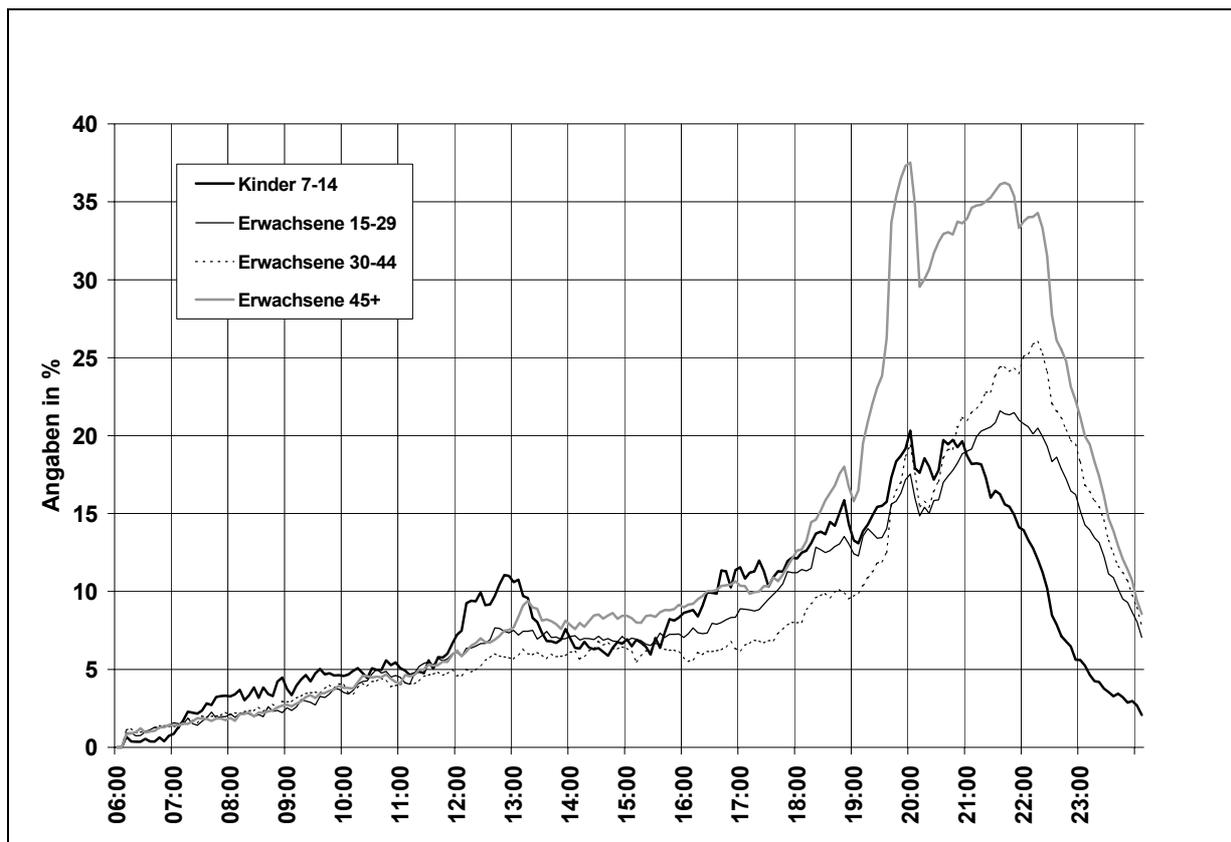
Universum: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)
Basis: Mutter hochgebildet: 49 ; Mutter nicht hochgebildet: 215

Quelle: Radiocontrol

8.1.8 Die Fernsehnutzung allgemein für Kinder und Erwachsene

Wie sich gezeigt hat, steigt der Fernsehkonsum bei Kindern mit zunehmendem Alter. Dieser Trend setzt sich im Erwachsenenalter fort. Sowohl die Nettoreichweite als auch die Nutzungsdauer steigen im Erwachsenenalter kontinuierlich an (TV-Nutzung mit RADIOCONTROL gemessen). Der Vergleich der Altersgruppen im Tagesverlauf zeigt, dass erst nach dem Mittag grosse Unterschiede zu beobachten sind. Am Vormittag liegt die Reichweite bei den Kindern über derjenigen bei den Erwachsenen. Dieses Phänomen verstärkt sich über den Mittag noch leicht. Die Personen zwischen 30 und 44 Jahren weisen während des ganzen Nachmittags die tiefste Reichweite von allen Altersgruppen auf. Die Situation verändert sich zur Primetime: 20- bis 44-Jährige und Kinder liegen zu dieser Zeit auf einem vergleichbaren Niveau, dies könnte ein Hinweis auf den gemeinsamen TV-Konsum von Eltern mit ihren Kindern sein. Nach 21:00 Uhr folgt die Nutzungsintensität dem Alter der Zuschauer/innen: Die Ältesten sind zu dieser Zeit am besten vertreten.

Abb. 8.8: 5-Minuten-Reichweite Fernsehen im Tagesverlauf: Vergleich Kinder / Erwachsene nach Altersgruppen Zeitraum: 2.5.2003 - 26.6.2003; Montag - Sonntag



Universum: Kinder: Kinder 7-14 Jahre in der Deutschschweiz (WEMF 20/30/40)

Erwachsene: 15+ Jahre in der Deutschschweiz

Basis: Kinder 7-14: 352; Erwachsene 15-29: 822; Erwachsene 30-44: 1'092;
Erwachsene 45+: 1'870

Quelle: Radiocontrol

9. Anhang

In den folgenden Seiten werden die verschiedenen Fragebögen („Elternstichprobe“, „Kinderstichprobe“) vorgestellt und die angewandten statistischen Verfahren kurz zusammengefasst. Obwohl die Elternbefragung in der ganzen Schweiz stattgefunden hat, wird hier lediglich der deutschsprachige Fragebogen präsentiert. Der französisch- und italienischsprachige Fragebogen unterscheiden sich vom hier vorgestellten nur bezüglich der Liste der im jeweiligen Sprachgebiet empfangbaren Programme.

9.1 Die Fragebögen

9.1.1 Die Elternstichprobe

Der Fragebogen für Erwachsene ohne Kinder zwischen 7 und 14 im Haushalt

3'001'713 Flex 1/2003 D-CH

Guten Tag! Mein Name ist Ich komme vom IHA-GfK-Forschungsinstitut in Hergiswil. Wir machen zur Zeit eine Umfrage über den Gebrauch des Radios. Ich darf sicher auch Ihnen einige Fragen dazu stellen!

INT.: Liste M1 zeigen

M1. Darf ich Sie zuerst einmal fragen, welche Radiosender/Programme von dieser Liste Sie überhaupt schon einmal gehört haben?
Denken Sie dabei auch an das Autoradio. Nennen Sie einfach die entsprechenden Nummern.

M2. Und welche hören Sie im allgemeinen?

INT.: Für jeden schon einmal gehörten Radio abfragen!

| | M1 | M2 | | M1 | M2 |
|--|-----------------------------|-----------------------------|---|-----------------------------|-----------------------------|
| | schon einmal gehört | im allgemeinen | | schon einmal gehört | im allgemeinen |
| Swiss Pop | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | Toxic.fm | 64 <input type="checkbox"/> | 64 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Classic | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | Canal 3 (deutsch) | 40 <input type="checkbox"/> | 40 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Jazz | 11 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | Canal 3 (französisch) | 41 <input type="checkbox"/> | 41 <input type="checkbox"/> |
| | | | Radio Munt | 42 <input type="checkbox"/> | 42 <input type="checkbox"/> |
| Musigvälle 531 von Radio DRS auf MW | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | RSa (Radio Schaffhauser Alternative) | 62 <input type="checkbox"/> | 62 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 1 auf UKW | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg (deutsch) | 43 <input type="checkbox"/> | 43 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 2 | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg (französisch) | 44 <input type="checkbox"/> | 44 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 3 | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | Radio Grischa | 45 <input type="checkbox"/> | 45 <input type="checkbox"/> |
| Radio Virus | 12 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | Radio Piz | 46 <input type="checkbox"/> | 46 <input type="checkbox"/> |
| | | | Radio Rottu | 48 <input type="checkbox"/> | 48 <input type="checkbox"/> |
| Radio Rumantsch | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | Music Choice (Pay Radio) | 57 <input type="checkbox"/> | 57 <input type="checkbox"/> |
| Radio Suisse Romande-La Premiere | 8 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | | | |
| Radio Svizzera di lingua italiana-Rete 1 | 9 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | Andere Schweizer Privatradios | 69 <input type="checkbox"/> | 69 <input type="checkbox"/> |
| SRI english | 13 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | | | |
| Andere Programme der SRG (RSR, RSI) | 10 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | Radio Lindau | 53 <input type="checkbox"/> | 53 <input type="checkbox"/> |
| | | | Radio L. (Liechtenstein) | 49 <input type="checkbox"/> | 49 <input type="checkbox"/> |
| Radio Eviva | 50 <input type="checkbox"/> | 50 <input type="checkbox"/> | SWR 1 | 70 <input type="checkbox"/> | 70 <input type="checkbox"/> |
| Radio 105 (one-o-five) | 55 <input type="checkbox"/> | 55 <input type="checkbox"/> | SWR 2 | 71 <input type="checkbox"/> | 71 <input type="checkbox"/> |
| Radio Top two | 61 <input type="checkbox"/> | 61 <input type="checkbox"/> | SWR 3 | 72 <input type="checkbox"/> | 72 <input type="checkbox"/> |
| Radio 32 Goldies | 63 <input type="checkbox"/> | 63 <input type="checkbox"/> | SWR 4 | 73 <input type="checkbox"/> | 73 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Music Radio | 65 <input type="checkbox"/> | 65 <input type="checkbox"/> | | | |
| | | | Radio Regenbogen | 74 <input type="checkbox"/> | 74 <input type="checkbox"/> |
| Hitradio Z | 20 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> | Radio 7 | 75 <input type="checkbox"/> | 75 <input type="checkbox"/> |
| Radio 24 | 21 <input type="checkbox"/> | 21 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg FR1 (Deutschland) | 82 <input type="checkbox"/> | 82 <input type="checkbox"/> |
| Radio Lora (Alternatives LR) | 22 <input type="checkbox"/> | 22 <input type="checkbox"/> | Seefunk Radio | 86 <input type="checkbox"/> | 86 <input type="checkbox"/> |
| Radio Tropic | 59 <input type="checkbox"/> | 59 <input type="checkbox"/> | Bayern 1 | 78 <input type="checkbox"/> | 78 <input type="checkbox"/> |
| Radio Zürsee | 23 <input type="checkbox"/> | 23 <input type="checkbox"/> | Bayern 2 Radio | 87 <input type="checkbox"/> | 87 <input type="checkbox"/> |
| Radio Top | 24 <input type="checkbox"/> | 24 <input type="checkbox"/> | Bayern 3 | 88 <input type="checkbox"/> | 88 <input type="checkbox"/> |
| | | | Bayern 4 Klassik | 89 <input type="checkbox"/> | 89 <input type="checkbox"/> |
| Radio Argovia | 25 <input type="checkbox"/> | 25 <input type="checkbox"/> | B5 aktuell | 90 <input type="checkbox"/> | 90 <input type="checkbox"/> |
| Kanal K (Aargauer Regionalradio) | 47 <input type="checkbox"/> | 47 <input type="checkbox"/> | Antenne Bayern | 85 <input type="checkbox"/> | 85 <input type="checkbox"/> |
| Radio 32 | 26 <input type="checkbox"/> | 26 <input type="checkbox"/> | Deutschlandfunk | 79 <input type="checkbox"/> | 79 <input type="checkbox"/> |
| Radio Pilatus | 27 <input type="checkbox"/> | 27 <input type="checkbox"/> | Ö1 (Österreich 1) | 80 <input type="checkbox"/> | 80 <input type="checkbox"/> |
| Radio Stach | 58 <input type="checkbox"/> | 58 <input type="checkbox"/> | Radio Vorarlberg (ORF Regionalprogramm) | 91 <input type="checkbox"/> | 91 <input type="checkbox"/> |
| Radio Sunshine | 28 <input type="checkbox"/> | 28 <input type="checkbox"/> | Ö3 (Österreich 3) | 92 <input type="checkbox"/> | 92 <input type="checkbox"/> |
| Radio Central | 29 <input type="checkbox"/> | 29 <input type="checkbox"/> | Antenne Vorarlberg | 93 <input type="checkbox"/> | 93 <input type="checkbox"/> |
| Radio Basilek | 30 <input type="checkbox"/> | 30 <input type="checkbox"/> | RTL Oldie | 94 <input type="checkbox"/> | 94 <input type="checkbox"/> |
| Radio Edelweiss | 31 <input type="checkbox"/> | 31 <input type="checkbox"/> | Radio Melodie | 95 <input type="checkbox"/> | 95 <input type="checkbox"/> |
| Radio X | 56 <input type="checkbox"/> | 56 <input type="checkbox"/> | Klassik Radio | 96 <input type="checkbox"/> | 96 <input type="checkbox"/> |
| | | | andere deutschsprachige Sender | 81 <input type="checkbox"/> | 81 <input type="checkbox"/> |
| Radio Emme | 54 <input type="checkbox"/> | 54 <input type="checkbox"/> | Sky Radio | 76 <input type="checkbox"/> | 76 <input type="checkbox"/> |
| Radio Bern (RaBe) | 32 <input type="checkbox"/> | 32 <input type="checkbox"/> | Radio France | 83 <input type="checkbox"/> | 83 <input type="checkbox"/> |
| Radio ExtraBERN | 33 <input type="checkbox"/> | 33 <input type="checkbox"/> | BBC | 97 <input type="checkbox"/> | 97 <input type="checkbox"/> |
| Radio BIE | 34 <input type="checkbox"/> | 34 <input type="checkbox"/> | Voice of America | 98 <input type="checkbox"/> | 98 <input type="checkbox"/> |
| Radio Berner Oberland | 35 <input type="checkbox"/> | 35 <input type="checkbox"/> | Andere fremdsprachige Sender | 84 <input type="checkbox"/> | 84 <input type="checkbox"/> |
| Radio Aktuell | 37 <input type="checkbox"/> | 37 <input type="checkbox"/> | | | |
| Radio Ri | 38 <input type="checkbox"/> | 38 <input type="checkbox"/> | | | |

□ Frage M3

M3. Im Rahmen dieser Umfrage interessieren wir uns auch für die Lebensgewohnheiten der Bevölkerung. Ich möchte jetzt gerne von Ihnen wissen, wie das "gestern" bei Ihnen war.

Also: Wann Sie gestern aufgestanden sind und was Sie dann bis zum Schlafengehen alles gemacht haben. Dabei möchte ich auch erfahren, ob und wann Sie gestern Radio gehört, gelesen oder fern gesehen, Schallplatten oder Kassetten gehört haben und wann Sie im Kino gewesen sind. Beim Radiohören und Fernsehen interessieren wir uns genau für die einzelnen Sender und Programme. Denken Sie bitte auch an die Zeiten, in denen Sie nur kurz oder nebenbei Radio/Musik gehört, bzw. gelesen, bzw. ferngesehen haben.

INT.: Folgende Instruktionen genau einhalten!

Instruktion Tätigkeiten:

-Achten Sie auf Vollständigkeit in der linken Hälfte des Schemas (Tätigkeiten):

Jede Viertelstunde muss ausgefüllt sein mit genau einer Tätigkeit.

Bei Überschneidungen innerhalb einer Viertelstunde ist die Tätigkeit (gilt auch bei "Hören" und "Sehen") einzutragen, die anteilig mehr Zeit in Anspruch genommen hat (z. B. Tätigkeit A mit 10 Minuten und Tätigkeit B mit 5 Minuten führt zu einer Eintragung der Tätigkeit A). Beginn der Tätigkeit ist mit einem X zu markieren. Vom X ausgehend ist dann senkrecht nach unten ein Strich bis zum Ende der Tätigkeit durchzuziehen. Das Ende der Tätigkeit wird wieder mit X markiert. Ein entsprechendes Muster ist der Interviewerweisung beigegeben.

Beispiel:

| | |
|--------------------------|----------------|
| | <u>Uhrzeit</u> |
| Schlafen..... | bis 5.45 |
| Freie Zeit, sonstiges... | 5.45 - 6.00 |
| Essen..... | 6.00 - 6.15 |
| Autofahren.... | ab 6.15 |

| | | TAGES-TÄTIGKEIT | | | | | | | | | |
|----|---|-----------------|---|---|---|---|----------------|---|---|---|----|
| | | zu Hause | | | | | nicht zu Hause | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 05 | X | | | | | | | | | | |
| 06 | X | | | | | | | | | | |
| 06 | | | | X | | | | | | | |
| 06 | | | X | | | | | | | | |
| 06 | | | | | | X | | | | | |

-Die Tätigkeit Autofahren gilt auch für BeifahrerInnen. Fassen Sie bei jeder angegebenen Tätigkeit nach, ob dabei Radio gehört, Schallplatten/Tonband/Kassetten gehört, gelesen oder ferngesehen wurde (nicht bei "Schlafen" und "Kino").

Instruktion Hören:

- Nicht vergessen, das Hören der Schweizer Lokalradios zu erfragen und einzutragen.
- Falls die Zielperson gestern Radio gehört hat, aber nicht sicher ist, welches Programm, zeigen Sie die spezielle Radioprogrammvorlage. Schlagen Sie den "richtigen" gestrigen Tag auf!
- Falls auch das nicht hilft, kreuzen Sie in der Spalte "AND.: weiss nicht welches Programm" die entsprechende Uhrzeit an.

Instruktion Sehen:

- Falls fern gesehen, abklären, ob normal Fernsehen oder Video.
- Verwenden Sie die mitgeführte "TV/Radio-Zeitung" im gegebenen Fall zur Bestimmung des Fernsehprogramms, falls die Zielperson Fernsehen geschaut hat, aber nicht mehr genau weiss, welchen Sender.

Statistik

Damit das Interview richtig ausgewertet werden kann, sollte ich nun noch ein paar statistische Angaben eintragen.

St.1. Geschlecht:

männlich 1
weiblich..... 2

St.2. Alter:

Alter eintragen:

St.3. Zivilstand:

ledig 1
verheiratet 2
unverheiratet zusammenlebend mit Partner/in 3
getrennt/geschieden 4
verwitwet 5

INT.: Liste St. 4 vorlegen, gut nachfragen!

St.4. Schul- und Berufsbildung:

Geben Sie alle Ausbildungen an:
keine Schul- oder Berufsbildung..... 1

| | Zurzeit in Aus- bildung | Abge- schlossene Ausbildung |
|---|-------------------------------|-----------------------------------|
| - obligatorische Schule (Primar-, Sekundar,Real-, Bezirksschule, Pro-, Untergymnasium) | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| - Berufslernlehre (Ausbildung in einem Betrieb und Besuch einer gewerblich-industriellen, kunstgewerblichen, kaufmännischen (KV), landwirtschaftlichen oder anderen Berufsschule; Schule für Krankenpflege) oder Vollzeit-Berufsschule (z.B. Lehrwerkstätte, Handelsschule, Arztgehilfenschule, Pflegerinnenschule) | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| - Maturitätsschule, Primarlehrerausbildung | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| - höhere Fach- und Berufsausbildung (mit Meister-Diplom, höhere Fachprüfung, eidg. Fachausweis) | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| - höhere Fachschule (z.B. HTL, HWV, HKG, -Schule für Sozialarbeit) | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| - Universität, Hochschule | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |
| - andere Ausbildung | 8 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |

St.5a. Haben Sie zu Hause einen Telefonanschluss?

ja 1
nein..... 2

St.6. Welche Sprachen sprechen Sie einigermassen fließend, vergessen Sie Ihre Muttersprache nicht!

- Deutschschweizer Dialekt..... 1
- Hochdeutsch..... 2
- Französisch..... 3
- Italienisch..... 4
- Rätoromanisch..... 5
- Spanisch..... 6
- Englisch..... 7
- Andere..... 8

St.7. Welche Nationalität haben Sie?

- schweizerische..... 1
- italienische..... 2
- spanische..... 3
- französische..... 4
- deutsche..... 5
- andere..... 6

St.8. Berufstätigkeit (der befragten Person):

- voll (30 Std. und mehr pro Woche)..... 1 ⇒ zu St.9
- zur Zeit arbeitslos..... 2 ⇒ zu St.9
- teilweise (8-29 Std. pro Woche)..... 3 ⇒ zu St.9
- nicht berufstätig..... 4 ⇒ zu St.10

INT.: Nur befragen, wenn in Frage St.8 mit Code 1, 2 oder 3 geantwortet

St.9. Stellung im Beruf (der befragten Person):

- Freierwerbender..... 1
- Handwerker/Gewerbetreibender mit Kleinbetrieb..... 2
- Landwirt/Weinbauer..... 3
- Leitende Angestellte/Beamte..... 4
- Übrige Angestellte/Beamte..... 5
- Gelernte/angelernete Arbeiter..... 6
- Ungelernte Arbeiter/Hilfsarbeiter..... 7

INT.: Nur befragen, wenn in Frage St.8 mit Code 3 oder 4 geantwortet!

St.10.

- SchülerIn/StudentIn/Lehrling/anderes..... 8
- RentnerIn/pensioniert..... 9
- Hausfrau / Hausmann..... 10

INT.: Nur befragen, wenn in Frage 8 mit Code 1, 2 oder 3 geantwortet!

St.11 Können Sie mir bitte die Postleitzahl Ihres Arbeitsortes angeben?

PLZ

H.1. Fragen zum Haushalt: Haushaltgrösse:

INT.: Alle Personen ab 15 Jahren inklusive Untermieter!

Anzahl eintragen:

H.2. Total Anzahl Kinder bis einschliesslich 14 Jahre im Haushalt (0 – 14 Jahre):

Keine Kinder..... 1

Anzahl eintragen:

H.3. Führen Sie selber den Haushalt, d.h. entscheiden Sie in der Regel über den Einkauf von Lebensmitteln, Getränken und täglichen Verbrauchsartikeln für den Haushalt, oder ist es jemand anders?

- ja, ich..... 1
- nein, jemand anders..... 2

INT.: Liste H4 vorlegen

H.4. Für die Mediennutzung kann es unter Umständen von Bedeutung sein, wie hoch das Einkommen eines Haushalts ist. Ihre Angabe wäre deswegen sehr wichtig. Ich lege Ihnen hier eine Skala vor, auf welcher Sie Ihr Haushaltseinkommen bestimmen können. Berücksichtigen Sie dabei nicht nur das Haupteinkommen, sondern auch den Kostenbeitrag, den die übrigen im Haushalt lebenden Mitglieder zum Unterhalt Ihrer Haushaltung beisteuern. Suchen Sie in dieser Skala das entsprechende Einkommen. Bitte geben Sie mir die Klasse an.

pro Monat:

- Klasse 9 bis Fr. 2'499.-..... 9
- Klasse 8 Fr. 2'500.- bis Fr. 3'199.-..... 8
- Klasse 7 Fr. 3'200.- bis Fr. 3'849.-..... 7
- Klasse 6 Fr. 3'850.- bis Fr. 4'499.-..... 6
- Klasse 5 Fr. 4'500.- bis Fr. 5'199.-..... 5
- Klasse 4 Fr. 5'200.- bis Fr. 5'799.-..... 4
- Klasse 3 Fr. 5'800.- bis Fr. 6'499.-..... 3
- Klasse 2 Fr. 6'500.- bis Fr. 7'799.-..... 2
- Klasse 1 Fr. 7'800.- und mehr..... 1

Herzlichen Dank für das Interview!

Der Fragebogen für Erwachsene mit Kindern zwischen 7 und 14 im Haushalt

3'001'713 Flex 1/2003 D-CH

Guten Tag! Mein Name ist Ich komme vom IHA-GfK-Forschungsinstitut in Hergiswil. Wir machen zur Zeit eine Umfrage über den Gebrauch des Radios. Ich darf sicher auch Ihnen einige Fragen dazu stellen!

INT.: Liste M1 zeigen

M1. Darf ich Sie zuerst einmal fragen, welche Radiosender/Programme von dieser Liste Sie überhaupt schon einmal gehört haben?
Denken Sie dabei auch an das Autoradio. Nennen Sie einfach die entsprechenden Nummern.

M2. Und welche hören Sie im allgemeinen?

INT.: Für jeden schon einmal gehörten Radio abfragen!

| | | M1 | M2 | | M1 | M2 |
|--|---|-----------------------------|-----------------------------|---|-----------------------------|-----------------------------|
| | → | schon einmal gehört | im allge- meinen | | schon einmal gehört | im allge- meinen |
| Swiss Pop | | 1 <input type="checkbox"/> | 1 <input type="checkbox"/> | Toxic.fm | 64 <input type="checkbox"/> | 64 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Classic | | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | Canal 3 (deutsch) | 40 <input type="checkbox"/> | 40 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Jazz | | 11 <input type="checkbox"/> | 11 <input type="checkbox"/> | Canal 3 (französisch) | 41 <input type="checkbox"/> | 41 <input type="checkbox"/> |
| | | | | Radio Munot | 42 <input type="checkbox"/> | 42 <input type="checkbox"/> |
| Musigwäle 531 von Radio DRS auf MW | | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | RaSa (Radio Schaffhauser Alternative) | 62 <input type="checkbox"/> | 62 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 1 auf UKW | | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg (deutsch) | 43 <input type="checkbox"/> | 43 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 2 | | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> | Radio Fribourg (französisch) | 44 <input type="checkbox"/> | 44 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 3 | | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> | Radio Grösch | 45 <input type="checkbox"/> | 45 <input type="checkbox"/> |
| Radio Virus | | 12 <input type="checkbox"/> | 12 <input type="checkbox"/> | Radio Ftz | 46 <input type="checkbox"/> | 46 <input type="checkbox"/> |
| | | | | Radio Rottu | 48 <input type="checkbox"/> | 48 <input type="checkbox"/> |
| Radio Rumantsch | | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> | Music Choice (Pay Radio) | 57 <input type="checkbox"/> | 57 <input type="checkbox"/> |
| Radio Suisse Romande-La Première | | 8 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> | | | |
| Radio Svizzera di lingua italiana-Rete 1 | | 9 <input type="checkbox"/> | 9 <input type="checkbox"/> | Andere Schweizer Privatradios | 69 <input type="checkbox"/> | 69 <input type="checkbox"/> |
| SRI english | | 13 <input type="checkbox"/> | 13 <input type="checkbox"/> | | | |
| Andere Programme der SRG (RSR, RSI) | | 10 <input type="checkbox"/> | 10 <input type="checkbox"/> | Radio Lindau | 53 <input type="checkbox"/> | 53 <input type="checkbox"/> |
| | | | | Radio L (Liechtenstein) | 49 <input type="checkbox"/> | 49 <input type="checkbox"/> |
| Radio Eviva | | 50 <input type="checkbox"/> | 50 <input type="checkbox"/> | SWR 1 | 70 <input type="checkbox"/> | 70 <input type="checkbox"/> |
| Radio 105 (one-o-five) | | 55 <input type="checkbox"/> | 55 <input type="checkbox"/> | SWR 2 | 71 <input type="checkbox"/> | 71 <input type="checkbox"/> |
| Radio Top two | | 61 <input type="checkbox"/> | 61 <input type="checkbox"/> | SWR 3 | 72 <input type="checkbox"/> | 72 <input type="checkbox"/> |
| Radio 32 Goldies | | 63 <input type="checkbox"/> | 63 <input type="checkbox"/> | SWR 4 | 73 <input type="checkbox"/> | 73 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Music Radio | | 65 <input type="checkbox"/> | 65 <input type="checkbox"/> | | | |
| | | | | Radio Regenbogen | 74 <input type="checkbox"/> | 74 <input type="checkbox"/> |
| Hitradio Z | | 20 <input type="checkbox"/> | 20 <input type="checkbox"/> | Radio 7 | 75 <input type="checkbox"/> | 75 <input type="checkbox"/> |
| Radio 24 | | 21 <input type="checkbox"/> | 21 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg FR1 (Deutschland) | 82 <input type="checkbox"/> | 82 <input type="checkbox"/> |
| Radio Lora (Alternatives LR) | | 22 <input type="checkbox"/> | 22 <input type="checkbox"/> | Seefunk Radio | 86 <input type="checkbox"/> | 86 <input type="checkbox"/> |
| Radio Tropic | | 59 <input type="checkbox"/> | 59 <input type="checkbox"/> | Bayern 1 | 78 <input type="checkbox"/> | 78 <input type="checkbox"/> |
| Radio Zünsee | | 23 <input type="checkbox"/> | 23 <input type="checkbox"/> | Bayern 2 Radio | 87 <input type="checkbox"/> | 87 <input type="checkbox"/> |
| Radio Top | | 24 <input type="checkbox"/> | 24 <input type="checkbox"/> | Bayern 3 | 88 <input type="checkbox"/> | 88 <input type="checkbox"/> |
| | | | | Bayern 4 Klassik | 89 <input type="checkbox"/> | 89 <input type="checkbox"/> |
| Radio Argovia | | 25 <input type="checkbox"/> | 25 <input type="checkbox"/> | B5 aktuell | 90 <input type="checkbox"/> | 90 <input type="checkbox"/> |
| Kanal K (Aargauer Regionalradio) | | 47 <input type="checkbox"/> | 47 <input type="checkbox"/> | Antenne Bayern | 85 <input type="checkbox"/> | 85 <input type="checkbox"/> |
| Radio 32 | | 26 <input type="checkbox"/> | 26 <input type="checkbox"/> | Deutschlandfunk | 79 <input type="checkbox"/> | 79 <input type="checkbox"/> |
| Radio Pilatus | | 27 <input type="checkbox"/> | 27 <input type="checkbox"/> | O1 (Österreich 1) | 80 <input type="checkbox"/> | 80 <input type="checkbox"/> |
| Radio 3fach | | 58 <input type="checkbox"/> | 58 <input type="checkbox"/> | Radio Vorarlberg (ORF Regionalprogramm) | 91 <input type="checkbox"/> | 91 <input type="checkbox"/> |
| Radio Sunshine | | 28 <input type="checkbox"/> | 28 <input type="checkbox"/> | O3 (Österreich 3) | 92 <input type="checkbox"/> | 92 <input type="checkbox"/> |
| Radio Central | | 29 <input type="checkbox"/> | 29 <input type="checkbox"/> | Antenne Vorarlberg | 93 <input type="checkbox"/> | 93 <input type="checkbox"/> |
| Radio Basilek | | 30 <input type="checkbox"/> | 30 <input type="checkbox"/> | RTL Oldie | 94 <input type="checkbox"/> | 94 <input type="checkbox"/> |
| Radio Edelweiss | | 31 <input type="checkbox"/> | 31 <input type="checkbox"/> | Radio Melodie | 95 <input type="checkbox"/> | 95 <input type="checkbox"/> |
| Radio X | | 56 <input type="checkbox"/> | 56 <input type="checkbox"/> | Klassik Radio | 96 <input type="checkbox"/> | 96 <input type="checkbox"/> |
| | | | | andere deutschsprachige Sender | 81 <input type="checkbox"/> | 81 <input type="checkbox"/> |
| Radio Emme | | 54 <input type="checkbox"/> | 54 <input type="checkbox"/> | Sky Radio | 76 <input type="checkbox"/> | 76 <input type="checkbox"/> |
| Radio Bern (RaBe) | | 32 <input type="checkbox"/> | 32 <input type="checkbox"/> | Radio France | 83 <input type="checkbox"/> | 83 <input type="checkbox"/> |
| Radio ExtraBERN | | 33 <input type="checkbox"/> | 33 <input type="checkbox"/> | BBC | 97 <input type="checkbox"/> | 97 <input type="checkbox"/> |
| Radio BE 1 | | 34 <input type="checkbox"/> | 34 <input type="checkbox"/> | Voice of America | 98 <input type="checkbox"/> | 98 <input type="checkbox"/> |
| Radio Berner Oberland | | 35 <input type="checkbox"/> | 35 <input type="checkbox"/> | Andere fremdsprachige Sender | 84 <input type="checkbox"/> | 84 <input type="checkbox"/> |
| Radio Aktuell | | 37 <input type="checkbox"/> | 37 <input type="checkbox"/> | | | |
| Radio Ri | | 38 <input type="checkbox"/> | 38 <input type="checkbox"/> | | | |

hört nie Radio Frage M3

M3. Im Rahmen dieser Umfrage interessieren wir uns auch für die Lebensgewohnheiten der Bevölkerung. Ich möchte jetzt gerne von Ihnen wissen, wie das "gestern" bei Ihnen war.

Also: Wann Sie gestern aufgestanden sind und was Sie dann bis zum Schlafengehen alles gemacht haben. Dabei möchte ich auch erfahren, ob und wann Sie gestern Radio gehört, gelesen oder fern gesehen, Schallplatten oder Kassetten gehört haben und wann Sie im Kino gewesen sind. Beim Radiohören und Fernsehen interessieren wir uns genau für die einzelnen Sender und Programme. Denken Sie bitte auch an die Zeiten, in denen Sie nur kurz oder nebenbei Radio/Musik gehört, bzw. gelesen, bzw. ferngesehen haben.

INT.: Folgende Instruktionen genau einhalten!

Instruktion Tätigkeiten:

-Achten Sie auf Vollständigkeit in der linken Hälfte des Schemas (Tätigkeiten):

Jede Viertelstunde muss ausgefüllt sein mit genau einer Tätigkeit.

Bei Überschneidungen innerhalb einer Viertelstunde ist die Tätigkeit (gilt auch bei "Hören" und "Sehen") einzutragen, die anteilig mehr Zeit in Anspruch genommen hat (z. B. Tätigkeit A mit 10 Minuten und Tätigkeit B mit 5 Minuten führt zu einer Eintragung der Tätigkeit A). Beginn der Tätigkeit ist mit einem X zu markieren. Vom X ausgehend ist dann senkrecht nach unten ein Strich bis zum Ende der Tätigkeit durchzuziehen. Das Ende der Tätigkeit wird wieder mit X markiert. Ein entsprechendes Muster ist der Intervieweranweisung beigegeben.

Beispiel:

Uhrzeit

| | | |
|--------------------------|--------|------|
| Schlafen..... | bis | 5.45 |
| Freie Zeit, sonstiges... | 5.45 - | 6.00 |
| Essen.... | 6.00 - | 6.15 |
| Autofahren.... | ab | 6.15 |

| | | TAGES-TÄTIGKEIT | | | | | | | | | | |
|----|---|-----------------|---|---|---|---|----------------|---|---|---|----|--|
| | | zu Hause | | | | | nicht zu Hause | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | |
| 05 | | | | | | | | | | | | |
| | X | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | X | | | | | | | | | | | |
| 06 | | | | | X | | | | | | | |
| | | | X | | | | | | | | | |
| | | | | | | X | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |

-Die Tätigkeit Autofahren gilt auch für BeifahrerInnen. Fassen Sie bei jeder angegebenen Tätigkeit nach, ob dabei Radio gehört, Schallplatten/Tonband/Kassetten gehört, gelesen oder ferngesehen wurde (nicht bei "Schlafen" und "Kino").

Instruktion Hören:

- Nicht vergessen, das Hören der Schweizer Lokalradios zu erfragen und einzutragen.
- Falls die Zielperson gestern Radio gehört hat, aber nicht sicher ist, welches Programm, zeigen Sie die spezielle Radioprogrammvorlage. Schlagen Sie den "richtigen" gestrigen Tag auf!
- Falls auch das nicht hilft, kreuzen Sie in der Spalte "AND.: weiss nicht welches Programm" die entsprechende Uhrzeit an.

Instruktion Sehen:

- Falls fern gesehen, abklären, ob normal Fernsehen oder Video.
- Verwenden Sie die mitgeführte "TV/Radio-Zeitung" im gegebenen Fall zur Bestimmung des Fernsehprogramms, falls die Zielperson Fernsehen geschaut hat, aber nicht mehr genau weiss, welchen Sender.

F1. Wohnen in Ihrem Haushalt Kinder zwischen 7 und 14 Jahren?

Ja 1
Nein 2 ENDE

F2. Wie viele Kinder zwischen 7 und 14 Jahren sind das?

Anzahl Kinder:

F3. Darf ich Sie nach dem Alter von diesem Kind / von diesen Kindern fragen (7 bis 14 Jahre)?

INT: Falls zwei Kinder das selbe Alter haben, ist dies auch zweimal zu notieren.

| | | | |
|---------------------|---|-------------|---|
| ältestes / das Kind | <input type="text"/> <input type="text"/> | 5. ältestes | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| 2. ältestes | <input type="text"/> <input type="text"/> | 6. ältestes | <input type="text"/> <input type="text"/> |
| 3. ältestes | <input type="text"/> <input type="text"/> | | |
| 4. ältestes | <input type="text"/> <input type="text"/> | | |

INT: Wenn mehr als ein Kind: Auswahl des Kindes gemäss Anleitung

F4. Geburtstag des Kindes, nach welchem befragt wird

| Tag | Monat | Jahr |
|---|---|---|
| <input type="text"/> <input type="text"/> | <input type="text"/> <input type="text"/> | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |

F5. Geschlecht des Kindes, nach welchem befragt wird

männlich 1
weiblich 2

F6. Wie ist Ihr Verhältnis zum Kind. Sind Sie:

der Vater 1
die Mutter 2
ein Geschwister 3
ein(e) Verwandte(r) 4
andere 5

F7. Welches ist die Familiensituation des Kindes. Lebt es...

mit beiden Eltern 1
mit seiner Mutter 2
mit seinem Vater 3
mit andern Verwandten 4
andere 5

Medien wie das Fernsehen oder das Radio haben im heutigen Leben einen wichtigen Platz eingenommen. Um auch die Gewohnheiten von Kindern und Jugendlichen in diesem Zusammenhang besser kennen zu lernen, möchten ich Ihnen gerne ein paar Fragen stellen, die ihr Kind betreffen.

F8. Ich würde gerne wissen, wie das gestern bei Ihrem Kind war. War es unterwegs, in der Schule, auf dem Schulweg, war es zu Hause, hat es gelesen, Aufgaben gemacht, Radio gehört etc.?

INT.: ACHTUNG: Der Raster für Kinder hat teilweise andere Kategorien.

F9. Können Sie das Lieblingsradio des Kindes angeben? Wenn ja, welches ist es oder welche sind es? (maximal 3 angeben)

INT: Liste M1 vorlegen

| | F9 (max.3 Nennungen) | | F9 (max.3 Nennungen) |
|--|--------------------------------|---|-----------------------------|
| Swiss Pop | 1 <input type="checkbox"/> | Toxic.fm | 64 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Classic | 2 <input type="checkbox"/> | Canal 3 (deutsch) | 40 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Jazz | 11 <input type="checkbox"/> | Canal 3 (französisch) | 41 <input type="checkbox"/> |
| Musigwäle 531 von Radio DRS auf MW | 3 <input type="checkbox"/> | Radio Munot | 42 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 1 auf UKW | 4 <input type="checkbox"/> | RaSa (Radio Schaffhauser Alternative) | 62 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 2 | 5 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg (deutsch) | 43 <input type="checkbox"/> |
| Radio DRS 3 | 6 <input type="checkbox"/> | Radio Fribourg (französisch) | 44 <input type="checkbox"/> |
| Radio Virus | 12 <input type="checkbox"/> | Radio Grischia | 45 <input type="checkbox"/> |
| Radio Rumantsch | 7 <input type="checkbox"/> | Radio Piz | 46 <input type="checkbox"/> |
| Radio Suisse Romande-La Première | 8 <input type="checkbox"/> | Radio Rottu | 48 <input type="checkbox"/> |
| Radio Svizzera di lingua italiana-Rete 1 | 9 <input type="checkbox"/> | Music Choice (Pay Radio) | 57 <input type="checkbox"/> |
| SRI english | 13 <input type="checkbox"/> | Andere Schweizer Privatradios | 69 <input type="checkbox"/> |
| Andere Programme der SRG (RSR, RSI) | 10 <input type="checkbox"/> | Radio Lindau | 53 <input type="checkbox"/> |
| Radio Eviva | 50 <input type="checkbox"/> | Radio L (Liechtenstein) | 49 <input type="checkbox"/> |
| Radio 105 (one-o-five) | 55 <input type="checkbox"/> | SWR 1 | 70 <input type="checkbox"/> |
| Radio Top two | 61 <input type="checkbox"/> | SWR 2 | 71 <input type="checkbox"/> |
| Radio 32 Goldies | 63 <input type="checkbox"/> | SWR 3 | 72 <input type="checkbox"/> |
| Swiss Music Radio | 65 <input type="checkbox"/> | SWR 4 | 73 <input type="checkbox"/> |
| Hitradio Z | 20 <input type="checkbox"/> | Radio Regenbogen | 74 <input type="checkbox"/> |
| Radio 24 | 21 <input type="checkbox"/> | Radio 7 | 75 <input type="checkbox"/> |
| Radio Lora (Alternatives LR) | 22 <input type="checkbox"/> | Radio Freiburg FR1 (Deutschland) | 82 <input type="checkbox"/> |
| Radio Tropic | 59 <input type="checkbox"/> | Seefunk Radio | 86 <input type="checkbox"/> |
| Radio Zürsee | 23 <input type="checkbox"/> | Bayern 1 | 78 <input type="checkbox"/> |
| Radio Top | 24 <input type="checkbox"/> | Bayern 2 Radio | 87 <input type="checkbox"/> |
| Radio Argovia | 25 <input type="checkbox"/> | Bayern 3 | 88 <input type="checkbox"/> |
| Kanal K (Aargauer Regionalradio) | 47 <input type="checkbox"/> | Bayern 4 Klassik | 89 <input type="checkbox"/> |
| Radio 32 | 26 <input type="checkbox"/> | B5 aktuell | 90 <input type="checkbox"/> |
| Radio Pilatus | 27 <input type="checkbox"/> | Antenne Bayern | 85 <input type="checkbox"/> |
| Radio Sunshine | 28 <input type="checkbox"/> | Deutschlandfunk | 79 <input type="checkbox"/> |
| Radio Central | 29 <input type="checkbox"/> | Ö1 (Österreich 1) | 80 <input type="checkbox"/> |
| Radio Basilisk | 30 <input type="checkbox"/> | Radio Vorarlberg (ORF Regionalprogramm) | 91 <input type="checkbox"/> |
| Radio Edelweiss | 31 <input type="checkbox"/> | Ö3 (Österreich 3) | 92 <input type="checkbox"/> |
| Radio X | 56 <input type="checkbox"/> | Antenne Vorarlberg | 93 <input type="checkbox"/> |
| Radio Emme | 54 <input type="checkbox"/> | RTL Oldie | 94 <input type="checkbox"/> |
| Radio Bern (RaBe) | 32 <input type="checkbox"/> | Radio Melodie | 95 <input type="checkbox"/> |
| Radio ExtraBERN | 33 <input type="checkbox"/> | Klassik Radio | 96 <input type="checkbox"/> |
| Radio BE1 | 34 <input type="checkbox"/> | andere deutschsprachige Sender | 81 <input type="checkbox"/> |
| Radio Berner Oberland | 35 <input type="checkbox"/> | Sky Radio | 76 <input type="checkbox"/> |
| Radio Aktuell | 37 <input type="checkbox"/> | Radio France | 83 <input type="checkbox"/> |
| Radio Ri | 38 <input type="checkbox"/> | BBC | 97 <input type="checkbox"/> |
| | | Voice of America | 98 <input type="checkbox"/> |
| | | Andere fremdsprachige Sender | 84 <input type="checkbox"/> |
| | | Kein Lieblingsradio | <input type="checkbox"/> |

F10 Hört Ihr Kind Sendungen für Kinder oder Jugendliche am Radio?

Ja 1
 Nein 2 ⇒ zu F11

F10b Welche Sendungen?

F11 Sagen Sie mir doch bitte,

- a) wie viele der folgenden Geräte es in Ihrem Haushalt gibt.
 b) welche der Geräte kann Ihr Kind ungehindert benutzen?
 c) Und wie häufig nutzt Ihr Kind diese Geräte beziehungsweise schaut fern, hört Radio etc. sei es alleine oder zusammen mit andern?

| | a) | b) | c) |
|---|---------------------------|--|--|
| | Anzahl Geräte im Haushalt | Ungehinderte Benützung durch das Kind | Nutzungshäufigkeit |
| 1. Fernseher ohne Kabelanschluss | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 2. Fernseher mit Kabelanschluss | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 3. Videorecorder | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 4. HiFi-Anlage | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 5. Radiogerät ohne Kabelanschluss (auch in HiFi-Anlage) | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 6. Radiogerät mit Kabelanschluss (auch in HiFi-Anlage) | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 7. Radiowecker | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 8. Walkman mit Radio | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 9. Kassettenrecorder (auch in HiFi-Anlage) | | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |

| | | | |
|-----|---------------------------------|--|--|
| 10. | CD-Player (auch in HiFi-Anlage) | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 11. | PC ohne Internetanschluss | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |
| 12. | PC mit Internetanschluss | Ja 1 <input type="checkbox"/> Nein 2 <input type="checkbox"/> | täglich oder fast täglich <input type="checkbox"/> 1 mehrmals pro Woche <input type="checkbox"/> 2 ungefähr einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 3 weniger als einmal pro Woche <input type="checkbox"/> 4 nie <input type="checkbox"/> 5 |

Filter: Falls überhaupt kein Radiogerät vorhanden (Positionen 4-8) ⇒ zur Statistik ST.K1 (Zusatzfragen für Kinder)

F12. Welche der folgenden Nutzungsmöglichkeiten hat das Kind in seinem Zimmer?

- Fernsehen über Kabel 1
 Fernsehen über Satelliten 2
 Fernsehen über Antenne 3
 Videos abspielen 4
 DVDs abspielen 5
 Radiohören über normale Antenne 6
 Radiohören über Kabel 7
 Radiohören über DAB/Satelliten 8
 Kassetten hören 9
 CDs hören 10
 Minidiscs hören 11
 MP3-Musikfiles hören 12
 Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio) 13
 Spielkonsole 14
 Gameboy 15
 Mobilphone (Handy , Natel) 16
 PC ohne Internetanschluss 17
 PC mit Internetanschluss 18
 Weiss nicht / keine Antwort 19

F13. Wie ist das, wenn Ihr Kind zu Hause Radio hört: Stellt es das Radio für sich selber an oder sind Sie es oder eine andere Person, die das Radio für sich anstellen und das Kind hört dann mit?

- Kind stellt das Radio für sich an 1
 jemand anderes stellt Radio an, Kind hört mit 2
 es kommt darauf an, das eine oder andere 3
 Kind hört nie Radio 4 ⇒ zu Statistik ST.K1

F14. Hört das Kind alleine oder in Begleitung Radio?

- Kind hört meist alleine Radio 1
 Kind hört meist in Begleitung Erwachsener 2
 Kind hört meist in Begleitung anderer Kinder
 (Geschwister, Freund/innen) 3
 es kommt darauf an, das eine oder andere 4

| | | | | | |
|-----|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 10. | Informationen zu Musikstars/Bands | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 11. | Sendungen zu Technik | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 14. | Nachrichten | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 13. | Hitparade | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

F15. Bitte sagen Sie mir, aus welchen der folgenden Gründen das Kind häufig, gelegentlich, selten oder gar nie Radio hört.

| Das Kind hört Radio ... | häufig | gelegentlich | selten | nie |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. um eine ganz bestimmte Sendung zu hören | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 2. um Musik zu hören | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 3. zum Wecken | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 4. wegen bestimmten Moderator/innen, welche ihm besonders gefallen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 5. zur Entspannung/Abschalten | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 6. als Aufsteller, weil es das Kind in eine gute Stimmung versetzt | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 7. um Probleme zu vergessen / verdrängen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 8. als Zeitfüller / aus Langeweile | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 9. aus einem Informationsbedürfnis | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 10. um etwas zu lernen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 11. als Begleitung (zum Essen, Spielen Hausaufgaben etc.) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 12. aus Gewohnheit | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 13. um zu hören, was andere Leute so über sich und die Welt denken | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 14. damit es sich nicht alleine fühlt | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 15. weil sonst etwas fehlt / Hintergrundgeräusch | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 16. keine Gründe, weil das Gerät schon läuft, wenn es dazu kommt | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

F16. Was interessiert das Kind besonders beim Radiohören? Geben Sie bitte an, wie häufig sich Ihr Kind jeweils für dieses Thema am Radio interessiert.

| Das interessiert das Kind ... | häufig | gelegentlich | selten | nie |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1. Sportsendungen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 2. Musik | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 3. Kindersendungen wie Sigg-Sagg-Sugg etc. | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 4. Sendungen über Tiere/Natur | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 5. Sendungen über fremde Länder und Kulturen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 6. Hörspiele | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 7. Humoristische Unterhaltungssendungen, Satiren, Kabarett | 1 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

Statistik (Fragen für Kinder)

ST.K1 Welches Schuljahr besucht das Kind zur Zeit?

Schuljahr

ST.K2 Welche Schule besucht das Kind zur Zeit?

- Obligatorische Schule**
- Primarstufe 1
- Sekundarstufe I 2
- Schulen mit einem besonderen Lehrplan
(Sonderschule) 3
- Sekundarstufe II**
- Maturitätsschulen (Progymnasium,
Gymnasium) 4
- Anderes 5

INT.: Jetzt folgen Statistik-Fragen zur befragten erwachsenen Person!

Statistik (Fragen für interviewte erwachsene Person)

Damit das Interview richtig ausgewertet werden kann, sollte ich nun noch ein paar statistische Angaben eintragen.

St.1. Geschlecht:

- männlich 1
- weiblich 2

St.2. Alter:

Alter eintragen: ...

St.3. Zivilstand:

- ledig 1
- verheiratet 2
- unverheiratet zusammenlebend mit Partner/in 3
- getrennt/geschieden 4
- verwitwet 5

INT.: Liste St. 4 vorlegen, gut nachfragen!

St.4. Schul- und Berufsbildung:

Geben Sie alle Ausbildungen an:
keine Schul- oder Berufsbildung 1

| | Zurzeit in Aus- bildung | Abge- schlossene Ausbildung |
|---|-------------------------------|-----------------------------------|
| - obligatorische Schule (Primar-, Sekundar, Real-, Bezirksschule, Pro-, Untergymnasium) | 2 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| - Berufslehre (Ausbildung in einem Betrieb und Besucheiner gewerblich-industriellen, kunstgewerblichen, kaufmännischen (KV), landwirtschaftlichen oder anderen Berufsschule; Schule für Krankenpflege oder Vollzeit-Berufsschule (z.B. Lehrwerkstätte, Handelsschule, Arztgehilfenschule, Pflegerinnenschule) | 3 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| - Maturitätsschule, Primarlehrerausbildung | 4 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| - höhere Fach- und Berufsausbildung (mit Meister-Diplom, höhere Fachprüfung, eidg. Fachausweis) | 5 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| - höhere Fachschule (z.B. HTL, HWV, HKG, -Schule für Sozialarbeit) | 6 <input type="checkbox"/> | 6 <input type="checkbox"/> |
| - Universität, Hochschule | 7 <input type="checkbox"/> | 7 <input type="checkbox"/> |
| - andere Ausbildung | 8 <input type="checkbox"/> | 8 <input type="checkbox"/> |

St.5a. Haben Sie zu Hause einen Telefonanschluss?

- ja 1
- nein 2

St.6. Welche Sprachen sprechen Sie einigermassen fließend, vergessen Sie Ihre Muttersprache nicht!

- Deutschschweizer Dialekt..... 1
- Hochdeutsch..... 2
- Französisch..... 3
- Italienisch..... 4
- Rätoromanisch..... 5
- Spanisch..... 6
- Englisch..... 7
- Andere..... 8

St.7. Welche Nationalität haben Sie?

- schweizerische..... 1
- italienische..... 2
- spanische..... 3
- französische..... 4
- deutsche..... 5
- andere..... 6

St.8. Berufstätigkeit (der befragten Person):

- voll (30 Std. und mehr pro Woche)..... 1 ⇒ zu St.9
- zur Zeit arbeitslos..... 2 ⇒ zu St.9
- teilweise (8-29 Std. pro Woche)..... 3 ⇒ zu St.9
- nicht berufstätig..... 4 ⇒ zu St.10

INT.: Nur befragen, wenn in Frage St.8 mit Code 1, 2 oder 3 geantwortet

St.9. Stellung im Beruf (der befragten Person):

- Freierwerbender..... 1
- Handwerker/Gewerbetreibender mit Kleinbetrieb..... 2
- Landwirt/Weinbauer..... 3
- Leitende Angestellte/Beamte..... 4
- Übrige Angestellte/Beamte..... 5
- Gelernte/angelernete Arbeiter..... 6
- Ungelernte Arbeiter/Hilfsarbeiter..... 7

INT.: Nur befragen, wenn in Frage St.8 mit Code 3 oder 4 geantwortet!

St.10.

- SchülerIn/StudentIn/Lehrling/anderes..... 8
- RentnerIn/pensioniert..... 9
- Hausfrau / Hausmann..... 10

INT.: Nur befragen, wenn in Frage 8 mit Code 1, 2 oder 3 geantwortet!

St.11 Können Sie mir bitte die Postleitzahl Ihres Arbeitsortes angeben?

PLZ

H.1. Fragen zum Haushalt: Haushaltgrösse:

INT.: Alle Personen ab 15 Jahren inklusive Untermieter!

Anzahl eintragen:

H.2. Total Anzahl Kinder bis einschliesslich 14 Jahre im Haushalt (0 – 14 Jahre):

Keine Kinder..... 1

Anzahl eintragen:

H.3. Führen Sie selber den Haushalt, d.h. entscheiden Sie in der Regel über den Einkauf von Lebensmitteln, Getränken und täglichen Verbrauchsartikeln für den Haushalt, oder ist es jemand anders?

- ja, ich..... 1
- nein, jemand anders..... 2

INT.: Liste H4 vorlegen

H.4. Für die Mediennutzung kann es unter Umständen von Bedeutung sein, wie hoch das Einkommen eines Haushalts ist. Ihre Angabe wäre deswegen sehr wichtig. Ich lege Ihnen hier eine Skala vor, auf welcher Sie Ihr Haushaltseinkommen bestimmen können. Berücksichtigen Sie dabei nicht nur das Haupteinkommen, sondern auch den Kostenbeitrag, den die übrigen im Haushalt lebenden Mitglieder zum Unterhalt Ihrer Haushaltung beisteuern. Suchen Sie in dieser Skala das entsprechende Einkommen. Bitte geben Sie mir die Klasse an.

pro Monat:

- Klasse 9 bis Fr. 2'499.-..... 9
- Klasse 8 Fr. 2'500.- bis Fr. 3'199.-..... 8
- Klasse 7 Fr. 3'200.- bis Fr. 3'849.-..... 7
- Klasse 6 Fr. 3'850.- bis Fr. 4'499.-..... 6
- Klasse 5 Fr. 4'500.- bis Fr. 5'199.-..... 5
- Klasse 4 Fr. 5'200.- bis Fr. 5'799.-..... 4
- Klasse 3 Fr. 5'800.- bis Fr. 6'499.-..... 3
- Klasse 4 Fr. 6'500.- bis Fr. 7'799.-..... 2
- Klasse 1 Fr. 7'800.- und mehr..... 1

Herzlichen Dank für das Interview!

9.1.2 Die Kinderstichprobe

Screening Interview A

RADIOCONTROL - Screening A

Anweisungen für die Kinderbefragung

Diese Fragen werden an Personen gestellt, in deren Haushalt Kinder zwischen 7 und 14 Jahren leben. Das Interview kann mit einem Eltern- oder Geschwistermitglied (über 15 Jahre) oder dem Kind nahe stehende Person durchgeführt werden.

Das Kind, welches für Radiocontrol in Frage kommt (in die Quote passen würde), darf im Screening A für die Befragung beigezogen werden, im Screening B werden einige Fragen dem Kind direkt gestellt. Es ist zu vermerken, ob das Kind beim Interview anwesend war oder nicht und ob es die Antwort auf die Frage selber gegeben hat (bei Bedarf bei jeder Frage vermerken)

Wie gehen Sie vor, wenn mehrere Kinder des Haushalts in die Quote passen würden?
Das Kind, welches an der Radiocontrol-Studie teilnimmt, wird nach folgendem Vorgehen ausgewählt:

Das Kind, dessen Geburtstag am frühesten im Monat ist, wird ausgewählt.

Achtung: der **Tag** ist ausschlaggebend, nicht der Monat oder das Jahr!

Beispiel:

Frage:

An welchem Tag haben die Kinder, welche beide zwischen 7 und 14 Jahren alt sind, Geburtstag?

Antwort:

Lara am 12. Februar und Tom am 6. Dezember.

Tom wird ausgewählt, weil er am 6. Geburtstag hat, sein Geburtstag ist also früher im Monat als der von Lara.

Guten Tag, mein Name ist von IHA-GfK Forschungsinstitut in Hergiswil. Sie haben schon vom RADIOCONTROL gehört?
Wir suchen Teilnehmer und Teilnehmerinnen zwischen 7 und 14 Jahren für ein Radio-Control-Forschungsprojekt.

INT.: Wenn Erwachsene/r am Telefon..

Es ist immer schwierig Kinder zwischen 7 und 14 Jahren zu erreichen.

Gibt es in Ihrem Haushalt Personen in diesem Alter? (nach der Quote suchen)

Wenn ja: Kennen Sie das Kind so gut, dass Sie Auskunft über es geben könnten?

Wenn ja: Darf ich Ihnen dazu ein paar Fragen stellen?

Wenn nein: Ende des Interviews

INT.: Wenn ein Kind am Telefon ist, einen Erwachsenen ans Telefon verlangen.

Falls keiner anwesend, Termin für späteren Anruf abmachen.

FA1 Geschlecht des Kindes, welches für Radiocontrol in Frage käme:

Männlich 1
Weiblich 2

FA2 Sind Sie:

Der Vater 1
Die Mutter 2
ein Geschwister 3
ein(e) Verwandte(r) 4
andere 5

FB. Arbeiten Sie oder jemand in Ihrem Haushalt beim Radio?

Ja1 ENDE

In diesem Fall ist es leider nicht möglich, dass Sie an diesem Projekt mitmachen.
Wir danken Ihnen im Namen von RADIOCONTROL und wünschen Ihnen alles Gute.

Nein2 WEITER

FB1. Sind Sie in der Deutschschweiz wohnhaft?

Ja1 WEITER

Nein2 ENDE

In diesem Fall ist es leider nicht möglich, dass Sie an diesem Projekt mitmachen.
Wir danken Ihnen im Namen von RADIOCONTROL und wünschen Ihnen alles Gute.

FB2. Haben Sie beim RADIOCONTROL bereits aktiv mitgemacht?

Ja1 ENDE

In diesem Fall ist es leider nicht möglich, dass Sie an diesem Projekt mitmachen.
Wir danken Ihnen im Namen von RADIOCONTROL und wünschen Ihnen alles Gute.

Nein2 WEITER

Ich stelle Ihnen jetzt zuerst einige Fragen zu Ihrer Mediennutzung.

Später reden wir dann über die Mediennutzung des Kindes:

FD.1 Wie häufig hören Sie im im allgemeinen Radio? Denken Sie auch an das Hören im Auto oder am Arbeitsplatz

INT.: Bitte vorlesen

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

FE.1 Wenn Sie sich entspannen oder unterhalten wollen, welche von diesen Möglichkeiten nutzen Sie normalerweise?

Nutzen Sie.....

INT.: Bitte einzeln vorlesen / Mehrfachnennung möglich

- Fernsehen / Video / DVD1
- Radio2
- CD / Kassetten / Schallplatten / Minidisc3
- Zeitungen / Zeitschriften (inkl.....
- Fachzeitschriften, Comics).....4
- Bücher (inkl. Fachliteratur).....5
- Computer / Internet / CD-Rom6
- Andere7
- Weiss nicht / keine Antwort8

FF1 Wenn Sie sich ganz allgemein oder aber gezielt informieren wollen, welche von diesen Möglichkeiten nutzen Sie dabei normalerweise?

Nutzen Sie

INT.: Bitte einzeln vorlesen / Mehrfachnennung möglich

- Fernsehen / Video / DVD1
- Radio2
- CD / Kassetten / Schallplatten / Minidisc3
- Zeitungen / Zeitschriften (inkl.....
- Fachzeitschriften, Comics).....4
- Bücher (inkl. Fachliteratur).....5
- Computer / Internet / CD-Rom6
- Andere7
- Weiss nicht / keine Antwort8

FG.1 Wie häufig hören Sie im Allgemeinen CD / Platten / Minidisc / Tonbänder oder Kassetten?

INT.: Bitte vorlesen

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

Wir suchen Kinder zwischen 7 und 14 Jahren, welche an einem Radio-Forschungsprojekt teilnehmen.

Die Aufgabe des Kindes in diesem Projekt ist es, während ca. 9 Tagen eine Armbanduhr zu tragen, welche feststellt, welchen Radiosender es gerade hört. Speziell ausgewählte Personen in der Schweiz tragen zwei Mal pro Jahr während ca. 9 Tagen eine solche Uhr. Mit Ihrer Teilnahme helfen Sie den Radiostationen, ihre Programme weiter zu verbessern.

Wenn das Kind ca. 9 Tage lang unsere RADIOCONTROL-Uhr trägt, bekommt es von uns als Geschenk eine Armbanduhr, die es selber aus einem Sortiment auswählen darf.

INT.: Bei Frage: Was für eine Uhr? Darf gesagt werden: eine Swatch oder Flit-Flac

SC1. Können Sie sich vorstellen, dass Ihr Kind für diesen Zweck während ca. 9 Tagen eine Armbanduhr trägt?

INT.: Wenn Befragter unentschieden ist: Code 2

Ja1
Nein3 Zu Frage
VSTAT1

Hier müsste die mündliche Einwilligung eines Elternteils oder Vormundes eingeholt werden, da es sich ja um Minderjährige handelt.

Wir werden Ihnen eine Broschüre schicken, in der Sie lesen können, worum es geht. Danach würden wir Sie gerne nochmals anrufen.

Im Laufe der nächsten Monate werden Sie dann eine RADIOCONTROL-Uhr zugeschickt bekommen, welche Ihnen aber ca. 1 Woche zuvor telefonisch angekündigt wird.

Damit wir Ihnen die Informations-Broschüre zustellen können benötigen wir noch Ihren Namen, die genaue Adresse sowie die Telefonnummer.

ADRESSE

SC.2. Bitte Richtigkeit der Adresse bestätigen lassen:

Name:.....

Vorname:.....

Vorname des Kindes:.....

Strasse/Str-Nr.:.....

PLZ/Ort:.....

Telefonnummer:

Adresse korrekt..... WEITER

Adresse korrigieren.....

SC.2a Könnten Sie mir noch Ihre Telefonnummer angeben, unter der Sie am besten erreichbar sind?

Telefonnummer:

Erreichbarkeit: vormittag von 08.00 bis 12.00 Uhr1

mittag von 13.30 bis 17.00 Uhr2

abend von 17.00 bis 21.00 Uhr3

Ich stelle Ihnen nun einige allgemeine Fragen.

F01. Wie häufig schauen Sie im allgemeinen fern?

INT.: Bitte vorlesen

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

F02. Wie viele Radio-Geräte haben Sie insgesamt in Betrieb? Denken Sie dabei auch an das Autoradio, Radiowecker, Walkman, an den Arbeitsplatz, das Kinderzimmer usw.

INT.: Kein Radio = 0

0 - 99

F03. Welche Empfangsmöglichkeiten haben Sie mit Ihrem Radiogerät (mit Ihren Radiogeräten)?

| | ja | nein | weiss nicht |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1 UKW(FM) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 2 Mittelwelle (MW / AM) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 3 Langwelle | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 4 Kurzwelle (KW / SW) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 5 Radio via Kabelnetz | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 6 Eigener Satelliten-Empfänger | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 7 Digitales Radio via DAB (über Antenne oder PC) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |
| 8 Digitales Radio via DIG'IT (z.B. Satellit ,Kopernikus") | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> |

F04. Und wie häufig hören Sie Radio über?

| | häufig | gelegentlich | selten | nie |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1 UKW(FM) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 2 Mittelwelle (MW / AM) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 3 Langwelle | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 4 Kurzwelle (KW / SW) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 5 Radio via Kabelnetz | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 6 Eigener Satelliten-Empfänger | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 7 Digitales Radio via DAB (über Antenne oder PC) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 8 Digitales Radio via DIG'IT (z.B. Satellit ,Kopernikus") | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 9 Internet | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

Ich stelle Ihnen nun einige Fragen über die Mediennutzung des Kindes:

INT.: das Kind kann beim Antworten mithelfen, das Gespräch sollte aber mit der erwachsenen Person geführt werden.

Achtung: wenn nötig, bei jeder Frage notieren, ob das Kind mitgeholfen hat oder nicht

FD.1_Kind Wie häufig hört das Kind allgemein Radio? Denken Sie auch an das Hören ausserhalb des Hauses

INT.: Bitte vorlesen

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

FG.1_Kind: Wie häufig hört das Kind im allgemeinen CD / Platten / Minidisc / Tonbänder oder Kassetten?

INT.: Bitte vorlesen

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

F01_Kind: Wie häufig schaut das Kind im allgemeinen fern?

INT.: Bitte vorlesen

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

F02.1 Welche der folgenden Nutzungsmöglichkeiten hat das Kind in seinem Zimmer?

- 1) Fernsehen über Kabel
- 2) Fernsehen über DAB (digital) /Satelliten
- 3) Fernsehen ohne Kabelanschluss
- 4) Videos abspielen
- 5) DVDs abspielen
- 6) Radiohören über Kabel
- 7) Radiohören über DAB (digital) /Satelliten
- 8) Radiohören ohne Kabelanschluss
- 9) Kassetten hören
- 10) CDs hören
- 11) Minidiscs hören
- 12) MP3-Musikfiles aufnehmen/hören

- 1) Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio)
- 2) Spielkonsole
- 3) Gameboy
- 4) Handy (Natel)
- 5) PC ohne Internet
- 6) PC mit Internet
- 7) Weiss nicht / keine Antwort

STATISTIK

Damit das Interview richtig ausgewertet werden kann, sollte ich nun noch ein paar statistische Angaben eintragen.

ST1 An welchem Tag und Monat sind Sie geboren?

Beispiel: 15.05. (Tag, Monat) -- / --

ST1.1 An welchem Tag und Monat ist das Kind geboren?

Beispiel: 15.05. (Tag, Monat) -- / --

INT.: Wird nur Tag oder Monat angegeben: ergänzen mit 00

ST2 Welches ist die Sprache, in der das Kind denkt und die es am besten beherrscht?

INT.: Nur eine Antwort möglich

- Deutschscheizer Dialekt.....1
- Hochdeutsch2
- Französisch.....3
- Italienisch4
- Rätoromanisch5
- Spanisch6
- Englisch.....7
- Andere.....8

ST2_1 Spricht das Kind noch eine oder mehrere zusätzliche Sprachen?

- Ja, eine zusätzliche Sprache1
- Ja, zwei zusätzliche Sprachen2
- Nein, keine zusätzliche Sprache(n)3

ST3 Wie ist Ihr Zivilstand: Sind Sie

INT.: Bitte vorlesen

- Verheiratet und leben mit Ihrer/Ihrem Ehepartner zusammen.....1 zu Frage CON7
- Verheiratet und leben von Ihrer/Ihrem Ehepartner getrennt2 zu Frage CON7
- Ledig3
- Geschieden4
- Verwitwet.....5
- Keine Angabe / verweigert.....6 zu Frage CON7

H2 Und wieviele Kinder unter 15 Jahren leben im Haushalt?

INT.: Keine Kinder = 0
INT.: 10++ Kinder = 10

0 - 10

H2A Wie alt ist Ihr (das jüngste) Kind?

INT.: 1 Tag bis 11 Monate = 0

0 - 14

H3 Führen Sie selber den Haushalt, d.h. entscheiden Sie in der Regel über den

Einkauf

von Lebensmitteln, Getränken und täglichen Verbrauchsartikeln für den Haushalt,
oder ist das jemand anders?

- Ja, ich1
Nein, jemand anders2
gemeinsam3
Verweigert4

H4 Ich lese Ihnen jetzt verschiedene Kategorien von Haushaltseinkommen vor.

Unterbrechen Sie mich bitte, wenn ich bei Ihrer Kategorie angekommen bin.
Berücksichtigen Sie dabei nicht nur das Haupteinkommen, sondern auch den
Kostenbeitrag, den die übrigen im Haushalt lebenden Personen beisteuern.

INT.: Bitte vorlesen

- a) bis Fr. 2'500.-1
b) Fr. 2'500.- bis Fr. 3'850.-2
c) Fr. 3'850.- bis Fr. 5'200.-3
d) Fr. 5'200.- bis Fr. 6'500.-4
e) Fr. 6'500.- bis Fr. 7'800.-5
f) Fr. 7'800.- bis Fr. 9'500.-6
g) Fr. 9'500.- und mehr.7
h) Verweigert / keine Angaben8

VSTAT1 Zum Schluss noch eine Frage. Warum möchten Sie nicht, dass Ihr Kind eine RADIOCONTROL-Uhr trägt?

- Weiss nicht1
Verweigert2

Verweigerungsgründe:

- Keine Zeit1
Kein Interesse2
Thema uninteressant3
Interview zu lang4
Keine Auskunft am Telefon5
Fühlt sich zu alt6
Datenschutz7
Misstrauen gegenüber Auftraggeber8
Diverse andere Gründe9

Herzlichen Dank für das Interview!

Wir danken Ihnen herzlich für das Interview und freuen uns, mit Ihnen weiter in Kontakt zu bleiben
und Ihnen unsere RADIOCONTROL-Informationen-Broschüre zuzustellen.

Screening Interview B

RADIOCONTROL - Screening B

Guten Tag! Mein Name ist vom IHA-GfK Forschungsinstitut in Hergiswil.

Ich habe vor ein paar Tagen mit Herrn/Frau <<Vorname / Name>> über RADIOCONTROL gesprochen und ihm/ihr eine Informationsbroschüre zu diesem Radio-Forschungsprojekt zugestellt.

Sind Sie Herr/Frau <<Vorname / Name>>? Aus dem A-Interview!

INT.: Wenn die Person, welche die mündliche Einwilligung im Interview A gegeben hat, nicht am Telefon ist, bitte ans Telefon verlangen oder Termin vereinbaren oder nochmals Einwilligung des gesetzlichen Vormunds einholen. Wenn das Kind, welches bei RADIOCONTROL mitmachen würde, nicht zu Hause ist, Termin vereinbaren und später anrufen.

Sie haben sich bereit erklärt, dass das Kind <<Vorname / Name>> während einer Woche eine RADIOCONTROL-Uhr trägt und wir würden Ihnen nun gerne noch einige weitere Fragen stellen.

Ist das Kind <<Vorname>> die nächste Viertelstunde noch zu Hause? Ich würde ihm gerne ein paar Fragen selber stellen.

INT.: Bei Nachfrage: Gemäss unseren Swiss Interview Normen sind wir verpflichtet, Ihre Daten/Angaben vertraulich zu behandeln und unterstehen somit dem Datenschutzgesetz!

VORF1. Haben Sie die Informationsbroschüre bekommen?

Ja 1

Nein 2 weiter zu VORF3

Möchte nicht mehr mitmachen..... 3 weiter zu VSTAT2

VORF2. Haben Sie einen kurzen Blick darauf werfen können?

JA 1 weiter zu VORF4

Nein 2 weiter zu VORF3

VORF3. Dürfen wir Ihnen trotzdem einige Fragen stellen? Das Interview dauert ca. 10 bis 15 Minuten.

INT.: Wenn im Moment keine Zeit, späteren Termin vereinbaren.

Ja 1

Möchte nicht mehr mitmachen 2 weiter zu VSTAT2

VORF4 Haben Sie jetzt etwa 10 bis 15 Minuten Zeit, damit ich Ihnen noch einige Fragen stellen kann?

INT.: Dieses Interview sollte mit einer Person ab 15 Jahren (die das Kind so gut kennt, dass sie über es Auskunft geben kann). Wenn möglich, sollte das Kind in der Nähe sein und muss ab Frage Q10 ans Telefon kommen. Bitte abklären, ob dies möglich ist, sonst späteren Termin vereinbaren.

Ja 1 weiter zu ADR

Möchte nicht mehr mitmachen 2 weiter zu VSTAT2

VSTAT2 Darf ich Sie noch fragen, warum Sie nicht mehr mitmachen möchten?

1. Kein Interesse
2. Aus gesundheitlichen Gründen
3. Hört kein Radio (kann kein Radio hören).....
4. Hat im Moment keine Zeit
5. Will keine Auskunft über den Grund geben
6. Diverse andere Gründe

Bei dieser Frage werden lediglich noch die obigen Kriterien befragt.
Es werden keine Kommentare mehr notiert.
(Zeiteinsparnis!)

Herzlichen Dank für das Interview!

ADRESSE

SC.2. Bitte Richtigkeit der Adresse bestätigen lassen:

Anrede.....

INT.: 1 = Herr / 2 = Frau

Name:.....

Vorname:.....

Vorname des Kindes:.....

Strasse/Str-Nr.:.....

PLZ/Ort:.....

Telefon 1:..... Erreichbarkeit: vormittag / mittag / abend

Adresse korrekt..... Weiterzu SC.2a.

Adresse korrigieren.....

SC.2a. Gibt es noch eine 2. Telefonnummer?

Telefon 2:..... Erreichbarkeit: vormittag / mittag / abend

SC.2a. Haben Sie auch eine e-mail-Adresse?

Ja.....1.
Nein.....2.

Wenn ja, können Sie mir die e-mail-Adresse bitte buchstabieren?

INT.: Den Vornamen des Kindes während des Interviews immer gezielt einsetzen. Wir sprechen nicht vom Kind sind von „Max“ oder „Susi“!

VORF5 Können Sie nun bitte die Informationsbroschüre, die wir Ihnen zugeschickt haben, zur Hand nehmen.

Ja, Liste zur Hand.....1.
Nein, Liste nicht gefunden.....2.

Ich möchte Sie zuerst einiges zu Ihrem Mediengebrauch fragen,

Können Sie bitte Liste <<Radiostationen in der Schweiz>> auf Seite 10 in der Informationsbroschüre Zur Hand nehmen.

Q1 Welche Radiosender (oder –programme) hören Sie im allgemeinen?

- Swiss Pop.....1. (19) MP
- Swiss Classic.....2.
- Swiss Jazz.....3.
- Musigwälle 531 von Radio DRS auf MW.....4.
- Radio DRS 1 auf UKW.....5.
- Radio DRS 2.....6.
- Radio DRS 3.....7.
- Radio Virus.....8.
- Radio Rumantsch.....9.
- Radio Suisse Romande-La Première.....0. (20) MP
- Radio Svizzera di lingua italiana-Rete 1.....1.
- SRlengl. (ex. World Radio Switzerland).....2.
- (13).....3.
- (14).....4.
- (15).....5.
- (16).....6.
- (17).....7.
- (18).....8.
- Andere Programme der SRG (RSR, RSI).....9.
- Radio Z.....0. (21) MP
- Radio 24.....1.
- Radio Lora (Alternatives Lokalradio).....2.
- Radio Tropic.....3.
- Radio Zürisee.....4.
- Radio Top (Eulach, Wil, Thurgau).....5.
- Radio Argovia.....6.
- Kanal K (Aargauer Regionalradio).....7.
- Radio 32.....8.
- Radio Pilatus.....9. (22) MP

| | |
|------------------------|-----|
| Radio 3fach..... | 0.□ |
| Radio Sunshine..... | 1.□ |
| Radio Central..... | 2.□ |
| Radio Basilisk..... | 3.□ |
| Radio Edelweiss..... | 4.□ |
| Radio X..... | 5.□ |
| Radio Emme..... | 6.□ |
| Radio Bern (RaBe)..... | 7.□ |
| Radio ExtraBERN..... | 8.□ |
| Radio BE1..... | 9.□ |

(23) MP

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Radio Berner Oberland..... | 0.□ |
| Radio Aktuell..... | 1.□ |
| Radio Ri..... | 2.□ |
| Canal 3 (deutsch)..... | 3.□ |
| Canal 3 (französisch)..... | 4.□ |
| Radio Munot..... | 5.□ |
| Radio Freiburg (deutsch)..... | 6.□ |
| Radio Fribourg (französisch)..... | 7.□ |
| Radio Grischa..... | 8.□ |
| Radio Piz..... | 9.□ |

(24) MP

| | |
|---|-----|
| Radio Rottu..... | 0.□ |
| Radio 105..... | 1.□ |
| Radio Eviva..... | 2.□ |
| Music Choice (Pay Radio)..... | 3.□ |
| | 4.□ |
| Radio Top Two..... | 5.□ |
| Radio 32 Goldies..... | 6.□ |
| Radio RaSa (Schaffhauser alternativ)..... | 7.□ |
| Radio Toxic.fm..... | 8.□ |
| (59)..... | 9.□ |

(25) MP

| | |
|------------------------------------|-----|
| (60)..... | 0.□ |
| (61)..... | 1.□ |
| (62)..... | 2.□ |
| (63)..... | 3.□ |
| (64)..... | 4.□ |
| (65)..... | 5.□ |
| (66)..... | 6.□ |
| (67)..... | 7.□ |
| (68)..... | 8.□ |
| Andere Schweizer Privatradios..... | 9.□ |

(26) MP

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Radio Lindau..... | 0.□ |
| Radio L (Liechtenstein)..... | 1.□ |
| SWR 1..... | 2.□ |
| SWR 2..... | 3.□ |
| SWR 3..... | 4.□ |
| SWR 4..... | 5.□ |
| Radio Regenbogen..... | 6.□ |
| Radio 7..... | 7.□ |
| Radio Freiburg FR1 (Deutschland)..... | 8.□ |
| Seefunk Radio..... | 9.□ |

(30) MP

| | |
|------------------------------|-----|
| Bayerischer Rundfunk BR..... | 0.□ |
| | 1.□ |
| Deutschlandfunk..... | 2.□ |
| Österreich..... | 3.□ |
| Frankreich..... | 4.□ |
| | 5.□ |
| Antenne Voralberg..... | 6.□ |
| Klassik Radio..... | 7.□ |
| (118)..... | 8.□ |
| (119)..... | 9.□ |

(31) MP

| | |
|-------------------------------------|-----|
| (120)..... | 0.□ |
| (121)..... | 1.□ |
| (122)..... | 2.□ |
| (123)..... | 3.□ |
| (124)..... | 4.□ |
| (125)..... | 5.□ |
| (126)..... | 6.□ |
| (127)..... | 7.□ |
| andere deutschsprachige Sender..... | 8.□ |
| andere fremdsprachige Sender..... | 9.□ |



Q2 Wie häufig lesen Sie im allgemeinen eine Tageszeitung?

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

Q3 Wie häufig lesen Sie im allgemeinen eine Zeitschrift?

INT.: Bei Nachfrage: z.B. Schweizer Illustrierte, Facts, Annabelle etc.

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5

Q4 Wie oft gehen Sie ins Kino?

- Mehrmals pro Woche1
- Mehrmals pro Monat2
- Mehrmals pro Jahr3
- Seltener4
- Nie5

Q8 Wieviele PCs (Personal Computer) gibt es in Ihrem Haushalt inkl. dem Kinderzimmer?

INT.: kein PC = 0
0 - 10

Q9 Haben Sie von zu Hause oder Ihrem Arbeitsplatz (Büro/Schule/Universität) aus die Möglichkeit, auf's Internet zu gehen?

- Ja1
 - Nein2
- CON10 weiter zu

Q10 Wie häufig benutzen Sie das Internet?

- (Fast) täglich1
- Mindestens einmal pro Woche.....2
- Mindestens einmal pro Monat.....3
- Seltener.....4
- Nie.....5

Nun möchte ich einige Fragen zum Mediengebrauch des Kindes stellen.

INT.: Kinder **ab 10 Jahren** sollten ab hier selber Auskunft geben, die kleineren (**7-9 Jahre**) können mithelfen, müssen jedoch ab der **Frage Q11 (Q0) ans Telefon kommen und die Fragen selber beantworten.**
Achtung: wenn nötig, bei jeder Frage notieren, ob das Kind selber geantwortet hat oder nicht

Falls Kind am Telefon:

Salut, mein Name ist ... **Wie heisst Du?**

Wir machen eine Untersuchung zum Radiohören von Kindern. Sicher haben Dir Deine Eltern schon gesagt, dass wir Dir gerne eine Uhr für eine Woche geben möchten, welche mithört, wenn Du Radio hörst.

Darf ich Dir jetzt noch ein paar Fragen stellen? Du kannst mir immer sagen, wenn Du etwas nicht verstanden hast.

--> weiter mit Frage Q1_Kind

Q1_Kind: Können Sie das Lieblingsradio des Kindes angeben? Wenn ja, welches ist es oder welche sind es?

Frage direkt an das Kind: Kannst Du mir Dein Lieblingsradio (Deinen Lieblingssender) angeben?

Radioliste zur Hand nehmen und **maximal 3 Sender angeben**

- Swiss Pop.....1
- Swiss Classic.....2
- Swiss Jazz.....3
- Musigwälle 531 von Radio DRS auf MW.....4
- Radio DRS 1 auf UKW.....5
- Radio DRS 2.....6
- Radio DRS 3.....7
- Radio Virus.....8
- Radio Rumantsch.....9

- Radio Suisse Romande-La Première.....0
- Radio Svizzera di lingua italiana-Rete 1.....1
- SRlengl. (ex. World Radio Switzerland).....2
- (13).....3
- (14).....4
- (15).....5
- (16).....6
- (17).....7
- (18).....8
- Andere Programme der SRG (RSR, RSI).....9

| | |
|---|-----|
| Radio Z..... | 0.□ |
| Radio 24..... | 1.□ |
| Radio Lora (Alternatives Lokalradio)..... | 2.□ |
| Radio Tropic..... | 3.□ |
| Radio Zürisee..... | 4.□ |
| Radio Top (Eulach, Wil, Thurgau)..... | 5.□ |
| Radio Argovia..... | 6.□ |
| Kanal K (Aargauer Regionalradio)..... | 7.□ |
| Radio 32..... | 8.□ |
| Radio Pilatus..... | 9.□ |
| Radio 3fach..... | 0.□ |
| Radio Sunshine..... | 1.□ |
| Radio Central..... | 2.□ |
| Radio Basilisk..... | 3.□ |
| Radio Edelweiss..... | 4.□ |
| Radio X..... | 5.□ |
| Radio Emme..... | 6.□ |
| Radio Bern (RaBe)..... | 7.□ |
| Radio ExtraBERN..... | 8.□ |
| Radio BE1..... | 9.□ |
| Radio Berner Oberland..... | 0.□ |
| Radio Aktuell..... | 1.□ |
| Radio Ri..... | 2.□ |
| Canal 3 (deutsch)..... | 3.□ |
| Canal 3 (französisch)..... | 4.□ |
| Radio Munot..... | 5.□ |
| Radio Freiburg (deutsch)..... | 6.□ |
| Radio Fribourg (französisch)..... | 7.□ |
| Radio Grischa..... | 8.□ |
| Radio Piz..... | 9.□ |
| Radio Rottu..... | 0.□ |
| Radio 105..... | 1.□ |
| Radio Eviva..... | 2.□ |
| Music Choice (Pay Radio)..... | 3.□ |
| | 4.□ |
| Radio Top Two..... | 5.□ |
| Radio 32 Goldies..... | 6.□ |
| Radio RaSa (Schaffhauser alternativ)..... | 7.□ |
| Radio Toxic.fm..... | 8.□ |
| (59)..... | 9.□ |
| (60)..... | 0.□ |
| (61)..... | 1.□ |
| (62)..... | 2.□ |
| (63)..... | 3.□ |
| (64)..... | 4.□ |
| (65)..... | 5.□ |
| (66)..... | 6.□ |
| (67)..... | 7.□ |
| (68)..... | 8.□ |
| Andere Schweizer Privatradios..... | 9.□ |

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Radio Lindau..... | 0.□ |
| Radio L (Liechtenstein)..... | 1.□ |
| SWR 1..... | 2.□ |
| SWR 2..... | 3.□ |
| SWR 3..... | 4.□ |
| SWR 4..... | 5.□ |
| Radio Regenbogen..... | 6.□ |
| Radio 7..... | 7.□ |
| Radio Freiburg FR1 (Deutschland)..... | 8.□ |
| Seefunk Radio..... | 9.□ |
| Bayerischer Rundfunk BR..... | 0.□ |
| | 1.□ |
| Deutschlandfunk..... | 2.□ |
| Österreich..... | 3.□ |
| Frankreich..... | 4.□ |
| | 5.□ |
| Antenne Voralberg..... | 6.□ |
| Klassik Radio..... | 7.□ |
| (118)..... | 8.□ |
| (119)..... | 9.□ |
| (120)..... | 0.□ |
| (121)..... | 1.□ |
| (122)..... | 2.□ |
| (123)..... | 3.□ |
| (124)..... | 4.□ |
| (125)..... | 5.□ |
| (126)..... | 6.□ |
| (127)..... | 7.□ |
| andere deutschsprachige Sender..... | 8.□ |
| andere fremdsprachige Sender..... | 9.□ |

Q1.1_Kind: Jetzt reden wir über Kindersendungen am Radio. Sagen Sie mir doch bitte immer, ob das Kind die Sendung schon einmal gehört hat und wie häufig es sie hört, wenn vielleicht auch nur teilweise.

Frage direkt an das Kind: Ich stelle Dir nun Fragen über Kindersendungen am Radio. Sag mir bitte immer, ob Du sie schon einmal gehört hast und wenn ja, wie häufig:

| | schon einmal gehört | häufig | gelegentlich/ manchmal | selten | nie |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1 Kindersendungen der SRG, z.B. Sigg-Sagg-Sugg, Kinderclub (DRS, RSR, RSI) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 2 Kindersendungen über Privatradios aus der Schweiz | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 3 Kindersendungen über Auslandradios | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |
| 4 ja, weiss aber nicht auf welchem Sender | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> | 5 <input type="checkbox"/> |

Q2_Kind: Wie häufig hörst du Radio?

Frage direkt an das Kind: Wie häufig hörst Du Radios?

- Täglich oder fast täglich 1
- Mehrmals pro Woche 2
- Ungefähr einmal pro Woche 3
- Weniger als einmal pro Woche 4
- Nie 5 direkt zu Q5_Kind
- Weiss nicht 6

Q3_Kind: Wie ist das, wenn Ihr Kind zu Hause Radio hört: Stellt es das Radio für sich selber an oder sind Sie es oder eine andere Person, die das Radio für sich anstellen und das Kind hört dann mit?

Frage direkt an das Kind: Wie ist das, wenn Du zu Hause Radio hörst: Stellst Du das Radio für Dich selber an oder stellt es jemand anders ein und Du hörst dann mit oder ist es unterschiedlich, mal das eine oder mal das andere?

INT.: Bitte vorlesen

- Kind stellt das Radio für sich an..... 1
- jemand anderes stellt Radio an, Kind hört mit ... 2
- es kommt darauf an, das eine oder andere 3

Q4_Kind: Hört das Kind alleine oder in Begleitung Radio?

Frage direkt an das Kind: Wie ist das, wenn Du Radio hörst, hörst Du ...:

- Kind hört meist alleine Radio 1
- Kind hört meist in Begleitung Erwachsener 2
- Kind hört meist in Begleitung anderer Kinder (Geschwister, Freund/innen)..... 3
- es kommt darauf an, das eine oder andere 4

Q5_Kind: Wie häufig liest das Kind eine Zeitschrift (auch Comics)?

Frage direkt an das Kind: Wie häufig liest Du ein Heftli (Zeitschrift), also auch Comics?

- Täglich oder fast täglich 1
- Mehrmals pro Woche 2
- Ungefähr einmal pro Woche 3
- Weniger als einmal pro Woche 4
- Nie 5
- Weiss nicht 6

Q5.1_Kind: Wie häufig liest das Kind ein Buch?

Frage direkt an das Kind: Wie häufig liest Du in einem Buch?

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5
- Weiss nicht6

Q6_Kind: Wie oft geht das Kind (gehst Du) ins Kino?

- Mehrmals pro Woche1
- Mehrmals pro Monat2
- Mehrmals pro Jahr3
- Seltener4
- Nie5
- Weiss nicht6

Q7_Kind: Wieviele PCs (Personal Computer) stehen im Zimmer des Kindes (in Deinem Zimmer)?

INT.: kein PC = 0

0 - 10 _____ PCs

Q8_Kind: Hat das Kind (Hast Du) von zu Hause oder von der Schule (oder bei Freunden/Verwandten) aus die Möglichkeit, auf's Internet zu gehen?

- Ja1
- Nein2 -> zu Frage Q0_Kind

Q9_Kind Wie häufig benutzt das Kind (Du) das Internet?

- (Fast) täglich1
- Mindestens einmal pro Woche.....2
- Mindestens einmal pro Monat.....3
- Seltener4
- Nie5
- Weiss nicht6

Q0_Kind Ab hier muss das Kind selber ans Telefon kommen. Ist das Kind jetzt am Telefon?

- Ja, Kind ist am Telefon.....1 -> zu Frage Q2.1_Kind
- Nein, Kind kann nicht ans Telefon kommen.....2 -> zu Frage Q13_Kind

INT.: Ab hier muss das Kind selber ans Telefon kommen und die Fragen beantworten. Wenn das nicht geht, geht's weiter zu Frage Q13_Kind. Falls es erst jetzt ans Telefon kommt, gleiche Einführung wie oben.

Q2.1_Kind Wie häufig hörst Du Radio? Denk auch an das Hören ausserhalb des Hauses.

- Täglich oder fast täglich1
- Mehrmals pro Woche2
- Ungefähr einmal pro Woche3
- Weniger als einmal pro Woche4
- Nie5 direkt zu IMEZZO2
- Weiss nicht6

INT.: Die folgenden Fragen dürfen nur an Kinder gestellt werden, die Radio hören (hat im Screening A bei FD1_kind 1-4 angegeben). Deshalb wird diese Frage nocheinmal gestellt.

Q10_Kind Diese Frage nur an das Kind stellen (wurde schon an die erwachsene Person in Screening A gestellt):

Was kannst du alles in Deinem Zimmer machen

- 1) Fernsehen über Kabel1
- 2) Fernsehen über DAB (digital) /Satelliten.....2
- 3) Fernsehen ohne Kabelanschluss.....3
- 4) Videos abspielen.....4
- 5) DVDs abspielen5
- 6) Radiohören über Kabel6
- 7) Radiohören über DAB (digital) /Satelliten7
- 8) Radiohören ohne Kabelanschluss8
- 9) Kassetten hören9
- 10) CDs hören10
- 11) Minidiscs hören11
- 12) MP3-Musikfiles aufnehmen/hören12
- 13) Walkman (CD/Kassette/MD/MP3/Radio)13
- 14) Spielkonsole.....14
- 15) Gameboy15
- 16) Mibilephone (Handy).....16
- 17) PC ohne Internet.....17
- 18) PC mit Internet.....18
- 19) Weiss nicht / keine Antwort.....0

Q12_Kind Ich möchte gerne wissen warum Du jeweils Radio hörst und lese Dir nun einige Gründe vor. Bitte sag mir immer, ob Du aus diesem Grund häufig, gelegentlich, selten oder gar nie Radio hörst.

Hörst Du Radio.... :

| | häufig | gelegentlich | selten | nie |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 1- um eine ganz bestimmte Sendung zu hören | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 2- um Musik zu hören | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 3- zum Wecken | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 4- wegen bestimmten Sprecher/innen (Moderator/innen) welche mir besonders gefallen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 5- zur Entspannung/Abschalten | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 6- als Aufsteller, weil es mich in eine gute Stimmung versetzt | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 7- um Probleme zu vergessen / verdrängen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 8 als Zeitfüller / aus Langeweile | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 9 weil Du Dich informieren willst (Informationsbedürfnis) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 10 um etwas zu lernen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 11 als Begleitung (zum Essen, Spielen Hausaufgaben etc.) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 12 aus Gewohnheit | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 13 um zu hören, was andere Leute so über sich und die Welt denken | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 14 damit ich mich nicht so alleine fühle | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 15 weil sonst etwas fehlt / Hintergrundgeräusch | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 16 keine Gründe, weil das Gerät schon läuft, wenn ich dazu komme | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

11_Kind Was interessiert Dich besonders beim Radiohören? Sag mir für jedes Thema, das ich ir jetzt vorlese, wie stark Du daran interessiert bist.

Das interessiert mich:

| | Häufig | gelegentlich | selten | nie |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | -tlich | | | |
| 1 Sportsendungen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 2 Musik | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 3 Kindersendungen wie Sigg-Sagg-Sugg, Kinderclub etc. | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 4 Sendungen über Tiere/Natur | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 5 Sendungen über fremde Länder und Kulturen | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 6 Hörspiele (Geschichten zum Hören, wie Du sie wahrscheinlich von Kassetten oder CDs kennst) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 7 Humoristische (lustige) Unterhaltungssendungen, Satiren, Kabarett | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 8 Telefonspiele, Quiz | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 9 Wunschkonzerte (Sendungen, in denen man die Lieblingsmusik wünschen kann) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 10 Informationen zu Musikstars/Bands | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 11 Sendungen zu Technik | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 12 Nachrichten | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |
| 13 Hitparade | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> | 3 <input type="checkbox"/> | 4 <input type="checkbox"/> |

IMEZZO2

Wir sind jetzt am Ende des Interviews!

- Falls das Gespräch mit dem Kind stattgefunden hat, nochmals mit der erwachsenen Person reden und weiteres Vorgehen erklären
- Fragen, ob die Adresse für qualitative Tiefeninterviews weitergegeben werden kann (Tiefeninterview = persönliches Interview – face to face – mit einer Dame vom Forschungsdienst SRG SSR)
- Wir danken Ihnen für Ihre freundliche Teilnahme an diesem Radioforschungsprojekt und wünschen Ihnen eine schöne Zeit.

Fragen an Interviewer/in:

!16_Kind: Kann die Adresse für qualitative Interviews weitergegeben werden?

- Ja..... 1
- Nein 2

!13_Kind: Hat das Kind die Fragen Q10_Kind, Q11_Kind und Q12_Kind selber beantwortet?

- Ja..... 1 -> zu Frage Q15_Kind
- Nein 2 -> zu Frage Q14_Kind

!14_Kind: Weshalb hat das Kind die Fragen Q10_Kind, Q11_Kind und Q12_Kind nicht selber beantwortet?

- Wollte nicht..... 1 -> Ende
- War nicht (mehr) zu Hause 2 -> Ende
- Es ging nicht, das Kind hat nicht verstanden / konnte nicht antworten... 3 -> Ende
- anderes 4 -> Ende

!15_Kind: Wie verlief das Interview mit dem Kind?

- Es ging sehr gut 1 -> Ende
- Es geht so, mit etwas Hilfe (Erklären) konnte das Kind antworten 2 -> Ende
- Es ging sehr schlecht, das Kind hat nicht verstanden / konnte nicht antworten 3 -> Ende
-

9.2 Die verschiedenen statistischen Verfahren

In der vorliegenden Studie sind für die Überprüfung der Zusammenhänge zwischen den verschiedenen Variablen hauptsächlich bivariate Verfahren zur Anwendung gekommen. Bivariate Verfahren sind statistische Methoden, bei welchen Mal für Mal die Beziehung zwischen einer Variablen und einer zweiten untersucht wird. Für bestimmte Analysen (z.B. für die Bildung der Interessententypen) wurde jedoch auch multivariat gearbeitet, d.h. es wurde in einem einzigen Schritt die Beziehung von mehrere Variablen untereinander untersucht. In den folgenden Seiten werden stichwortartig die für das Verständnis dieser Untersuchung wichtigsten statistischen Begriffe erläutert.

9.2.1 Die Qualität der Variablen

Eine Menge von Objekten, die mittels einer Zahl dargestellt werden können, bezeichnet man in der Statistik als Skala. Je nachdem, welche Eigenschaften und Beziehungen der Zahlen auf die Menge der Objekte sinnvoll übertragbar sind, unterscheidet man Skalen von verschiedenem Niveau. In der Statistik spricht man oft einfach vom Skalenniveau der Variablen oder der Merkmale.

Eine Skala, die nur Identifikationen, nicht aber eine Zählung zulässt, heisst *Nominalskala* (z.B. Automarke, Beruf, Haarfarbe). Eine Skala, deren Zahlen lediglich „Grösser-kleiner“-Relationen richtig abbilden, heisst *Ordinalskala* (z.B. Bildungsgrade, Stärke des Interesses für ein bestimmtes Radioangebot). Eine Skala, bei der gleiche Zahlendifferenzen gleiche Merkmalsdifferenzen repräsentieren, heisst *Intervallskala* (z.B. Hördauer, Reichweite des Mediums Radio).

In dieser Studie kommen Daten mit Nominal-, Ordinal-, Intervallniveau vor, was Auswirkungen auf die Wahl der verschiedenen Korrelationskoeffizienten hat (siehe Unterkapitel 8.2.2).

9.2.2 Korrelationen und Koeffizienten

Zusammenhänge zwischen zwei Merkmalen werden in der Statistik durch eine Korrelation (bzw. einen Korrelationsmass) numerisch wiedergegeben. Eine Korrelation kann Werte zwischen +1 und -1 haben. Dabei weist der Wert +1 auf einen absolut positiven und der Wert -1 auf einen absolut negativen Zusammenhang zwischen den zwei Merkmalen (bzw. Variablen) hin. Existiert absolut kein Zusammenhang zwischen den zwei Merkmalen, wird dies durch den Wert 0 ausgedrückt. Selbstverständlich können zwischen den extremen +1 und -1 – je nach Stärke des Zusammenhanges – alle möglichen Werte vorkommen. Ein positiver Zusammenhang ist dann gegeben, wenn die Werte beider Merkmale parallel zu- oder abnehmen. Ein Beispiel hierfür könnte das Verhältnis zwischen Körpergrösse und Körpergewicht sein: grössere Individuen wiegen in der Regel mehr als kleine. Nimmt hingegen der Wert des einen Merkmals zu, während der Wert

des anderen abnimmt, spricht man von einem negativen Zusammenhang bzw. von einer negativen Korrelation zwischen den Variablen.

Es gibt verschiedene Korrelationskoeffizienten, die sich je nach Skalenniveau der Variablen voneinander unterscheiden. In dieser Studie werden als Masse für ordinalskalierte Variablen und intervallskalierte Variablen Spearman's ρ und Pearson's r verwendet.

Der *Spearman-Koeffizient* (ρ) gelangt zur Anwendung, wenn die zu analysierenden Variablen Ordinalcharakter aufweisen. Der Wertebereich des Spearman-Koeffizienten variiert zwischen -1 und +1.

Der *Pearson-Koeffizient* (r) gelangt zur Anwendung, wenn die zu analysierenden Variablen Intervallcharakter aufweisen. Der Wertebereich des Pearson-Koeffizienten variiert zwischen -1 und +1.

9.2.3 Signifikanz

Korrelationskoeffizienten sind Masse für den Zusammenhang zwischen Variablen. Dieser kann aber manchmal lediglich zufällig sein. In der Stichprobe wird eine Korrelation festgestellt, sie kann jedoch nicht auf die Grundgesamtheit übertragen werden. Mit anderen Worten könnte man sagen, dass der Schluss von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit statistisch nicht gesichert ist. Ist die Verallgemeinerung von Merkmalen einer Stichprobe auf die Grundgesamtheit möglich, so ist der festgestellte Zusammenhang zwischen den Variablen signifikant. Dies wird in der Regel mit $p < 0.05$ (signifikanter Zusammenhang – in der vorliegenden Studie mit * ausgedrückt), $p < 0.01$ (sehr signifikanter Zusammenhang – in der vorliegenden Studie mit ** ausgedrückt) oder $p < 0.001$ (hochsignifikanter Zusammenhang – in der vorliegenden Studie mit *** ausgedrückt). Bei $p > 0.05$ kann man davon ausgehen, dass der Zusammenhang bloss zufällig ist.

9.2.4 Das Testen von Unterschiedshypothesen mittels χ^2 -Test

In der vorliegenden Studie wird die Beziehung zwischen zwei verschiedenen Variablen oft in Form von Kreuztabellen dargestellt. Die Überprüfung, ob sich die in den Zellen der Kreuztabellen beobachteten Verteilungen der Werte signifikant von den erwarteten Verteilungen unterscheiden, erfolgt mittels χ^2 -Test. Die Überprüfung beruht auf dem $k \times l$ - χ^2 -Verfahren zur Überprüfung von Unterschiedshypothesen. K ist dabei die Zahl der zu vergleichenden Stichproben und l die Zahl der Ausprägungen des zu untersuchenden Merkmals. Es wird getestet, ob sich k voneinander unabhängige Stichproben auf die Ausprägungen eines bestimmten Merkmals in unterschiedlicher Weise verteilen. Ein signifikantes Ergebnis bedeutet, dass die Unterschiede in der Verteilung von k unabhängigen Stichproben auf die Ausprägungen eines bestimmten Merkmals mit einer bestimmten Irrtumswahrscheinlichkeit (in der Regel höchstens 5%) nicht durch Zufall zustande gekommen sind.

9.2.5 Korrespondenzanalyse

Die einfache Korrespondenzanalyse ist eine Hauptkomponentenanalyse nominalskalierten Daten. Eine Hauptkomponentenanalyse erklärt die Varianz einer bestimmten Datenmatrix durch voneinander unabhängige Hauptachsen. In der Korrespondenzanalyse wird hingegen die Gesamtvarianz einer Datenmatrix durch das in Kreuztabellen übliche χ^2 gemessen. Dabei gibt das χ^2 den Grad der Unabhängigkeit von Reihen und Spalten an. Es ist also das χ^2 , das durch die Hauptachsen erklärt wird.

In der Hauptkomponentenanalyse bestimmen Reihen und Kolonnen eine einzige Punktwolke im mehrdimensionalen Raum. Die Hauptachsen zeigen auf, welche Subdimensionen den verschiedenen Punkten am nächsten kommen. Die Korrespondenzanalyse kennt ihrerseits zwei Punktwolken, die als Reihen- und Kolonnenprofile bezeichnet werden. Diese Profile entsprechen der Zellgröße dividiert durch das jeweilige Reihen- und Kolonnen-total.

Die Korrespondenzanalyse zeichnet sich für die Masse jedes Reihen- und Kolonnenpunktes aus. Jeder Variablen wird auf Grund ihrer Auftretenshäufigkeit ein gewisses Gewicht beigemessen, welches proportional zur jeweiligen Reihen- und Kolonnen-summe ist. In der Korrespondenzanalyse werden schliesslich die Korrelationen zwischen Reihen bzw. Kolonnen und den Hauptachsen berechnet.

9.2.6 Clusteranalyse

Die Clusteranalyse kann kurz als ein Verfahren charakterisiert werden, welches darauf abzielt, die durch eine bestimmte Anzahl von Merkmalen gekennzeichneten Elemente so in verschiedene Gruppen (Cluster) einzuteilen, dass sich die Mitglieder derselben Gruppe möglichst ähnlich und diejenigen verschiedener Gruppen möglichst unähnlich sind. Durch die Clusteranalyse können sowohl Variablen als auch Personen, wie dies in der vorliegenden Studie der Fall ist, gruppiert werden.

Die clusteranalytischen Verfahren lassen sich in zwei grosse Oberkategorien einteilen: hierarchische und nicht hierarchische Verfahren (auch optimierende Verfahren genannt). Ersteren ist das stufenweise Vorgehen bei der Clusterebildung gemeinsam sowie die Tatsache, dass keine gewünschte Clusterzahl vor dem Gruppierungsprozess festgelegt werden muss. Bei diesen Verfahren ist es nicht möglich, die Zuordnung eines Elementes zu einem Cluster im Laufe des Gruppierungsprozesses zu revidieren. Hierarchische Verfahren kommen besonders zur Geltung, wenn die Anzahl der zu gruppierenden Elemente klein ist. Nicht hierarchische Verfahren können hingegen eine sehr hohe Anzahl Elemente bearbeiten. Bei solchen Verfahren muss im Voraus angegeben werden, wie viele Cluster im Laufe des Rechenprozesses erzeugt werden sollen. In der Regel muss zudem eine Startgruppierung vorgegeben werden. D.h., das erste Objekt jedes Clusters (Startwert) und die Anzahl der gewünschten Cluster wird vorgegeben. Es wird dann versucht, diese Startgruppierung durch schrittweise Verschiebung jedes neu in Betrachtung gezogenen Objektes so lange zu optimieren, bis keine Verbesserung mehr möglich ist.

Für die in der vorliegenden Untersuchung durchgeführten Berechnungen bzw. Typenbildungen haben wir in einem ersten Schritt mittels eines nicht hierarchischen Verfahrens (WARD-Verfahren) die Startzentren der verschiedenen Clusters bestimmt und ausgehend von diesen mittels eines optimierenden Verfahrens (Quick Cluster, eine Prozedur, die auf dem K-Means-Verfahren basiert) die definitiven Clusterzentren ermittelt.

Die Clusteranalyse erzeugt zwei wichtige Informationen: Jedem einzelnen Clusterzentrum wird ein Wert zugeordnet und jedes Objekt (in unserem Fall: jede Person) wird einem Cluster zugeteilt. Daraus ergibt sich die Clusterzugehörigkeit, die als eine neue Variable betrachtet werden kann, mit der sich weiterarbeiten lässt.

Ausführlichere Informationen über die hier stichwortartig vorgestellten Verfahren und Techniken kann man in folgenden statistischen Standard-Werken für Sozialwissenschaftler finden:

- Bacher, J. (1994). *Clusteranalyse*. München: Oldenbourg.
- Blasius, J. (2001). *Korrespondenzanalyse*. München: Oldenbourg.
- Bortz, J. (1984). *Lehrbuch der empirischen Forschung*. Berlin: Springer
- Bortz, J. (1993). *Statistik für Sozialwissenschaftler*. Berlin: Springer.