

**Studie der ARD/ZDF-Medienkommission –
Kernergebnisse für die sechs- bis 13-jährigen
Kinder und ihre Eltern**

→ **Kinder und Medien 2003**

Von Gerlinde Frey-Vor und
Gerlinde Schumacher***

**Zielsetzung und
Anlage der Studie**

Das Thema Kinder und Medien beschäftigt nicht nur Eltern und Pädagogen häufig, sondern natürlich auch die Verantwortlichen für Kinderprogramme. Die empirische Studie im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission und des Kinderkanals von ARD und ZDF erhebt Umfang und Art der Mediennutzung von zwei- bis 13-jährigen Kindern in Deutschland im Rahmen einer Stichtagsbefragung mit Tagesabläuferhebung, wobei im vorliegenden Beitrag Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren im Vordergrund stehen. Die durchführenden Institute waren iconkids & youth in München und das IFAK Institut in Taunusstein.

Die Studie wurde von einer kleinen ARD/ZDF-Projektgruppe mit folgenden Zielsetzungen konzipiert: Sie soll aktuelle Basisinformationen zu den generellen Lebensbedingungen und zur Mediennutzung von Kindern in Deutschland erheben. Dies schließt auch die Haushaltsausstattung mit elektronischen Medien und den Gerätebesitz der Kinder ein. Durch die Abfrage von Fernsehen, Radio, Buch- und Printmedien sowie PC, Internet und weiteren elektronischen Medien sollen intra- und intermediale Mediennutzungsmuster von Kindern ermittelt werden. Bezogen auf den Schwerpunkt Fernsehen werden Nutzungsmotive sowie Sender- und Sendungspräferenzen erhoben. Darüber hinaus untersucht die Studie Wahrnehmung und Image des KIKA bzw. der Kinderprogramme von ARD und ZDF im Vergleich mit anderen Sendern. Ebenfalls untersucht werden die Einstellungen der Eltern zum Medienkonsum ihrer Kinder sowie das mediale Umfeld der Familie. Dies ermöglicht eine Gegenüberstellung bzw. Verknüpfung der Kinderergebnisse mit den Aussagen der Eltern (z.B. bezüglich allgemeiner Einstellungen zu den Medien bzw. zur Medienerziehung).

**Dritte ARD/ZDF-
Grundlagenstudie zur
Mediennutzung von
Kindern**

Nach 1979 und 1990 ist die Studie „Kinder und Medien 2003“ die dritte empirische Grundlagenstudie von ARD und ZDF zur Mediennutzung von Kindern in Deutschland. Erstmals wurden auch Eltern von Kindern im Alter von zwei bis fünf Jahren einbezogen (vgl. dazu den Beitrag von Sabine Feierabend und Inge Mohr in diesem Heft).

**Repräsentativbefragung
von rund 2 100
Kindern**

Zwischen dem 8. Oktober und 6. Dezember 2003 (1) wurde eine repräsentative Stichprobe von 2 103 Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren in persönlich-mündlichen Interviews befragt. Außerdem

wurde jeweils eine erwachsene Person, die am besten über das Medienverhalten des Kindes bzw. der Kinder Auskunft geben konnte, schriftlich befragt. (2) Für die Vorschulkinderbefragung wurden deutschlandweit 245 Eltern von Vorschulkindern an Stelle ihrer noch nicht interviewfähigen kleinen Kinder persönlich-mündlich interviewt. (3) In der Verteilung der Fallzahlen zwischen den alten und den neuen Bundesländern wurde in allen drei Stichproben der Studie ein disproportionaler Ansatz gewählt. (4)

Lebensbedingungen von Familien

Die Lebensbedingungen der Familien mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren bilden – wie schon 1990 – einen Schwerpunkt der Studie, da ein enger Zusammenhang zwischen Familienkonstellation, Wohnverhältnissen, Freizeitmöglichkeiten einerseits und dem Medienkonsum der Kinder, dem allgemeinen Medienverhalten und dem Stellenwert der Medien im Alltag andererseits besteht. Sie sind gerade in der Phase der Sozialisation entscheidend für die Entfaltung der Persönlichkeit und definieren die Chancen und Optionen der sechs- bis 13-jährigen Kinder, ihren Wünschen, Bedürfnissen und Vorstellungen nachzukommen.

Die Familien mit mindestens einem sechs- bis 13-jährigen Kind leben zu knapp drei Vierteln in Haushalten mit drei oder vier Personen. Bei 16 Prozent handelt es sich um Haushalte mit fünf Personen. Sehr große Haushalte mit sechs oder mehr Personen sowie sehr kleine Haushalte mit zwei Personen – das befragte Kind sowie ein Elternteil – sind seltener vertreten. 76 Prozent der Kinder leben im traditionellen Familienverband mit beiden leiblichen Eltern zusammen in einem Haushalt. In Westdeutschland ist dies etwas stärker verbreitet als in Ostdeutschland. Gegenüber 1990 (5) hat der Anteil der mit Vater und Mutter zusammenlebenden Kinder in beiden Teilen Deutschlands deutlich abgenommen. Dagegen ist der Anteil der Kinder, die mit einem alleinerziehenden Elternteil – fast ausschließlich Mütter – ohne neuen Lebenspartner zusammen wohnen, auf 12 Prozent angestiegen. (6) Fast ebenso viele Kinder gehören einer so genannten Patchwork-Familie mit einem Elternteil sowie dessen neuem Ehe- oder Lebenspartner an, eine ebenfalls zunehmende Familienform. In gut einem Drittel der Haushalte wächst das befragte Kind als Einzelkind auf, das heißt, es gibt außer ihm kein weiteres Kind. (7) In 46 Prozent der Haushalte leben zwei Kinder, in 13 Prozent drei Kinder und in 5 Prozent vier oder mehr Kinder. Die Familien in den alten Bundesländern sind – insbesondere durch einen geringeren Anteil von Einzelkindern – etwas größer als diejenigen in Ostdeutschland. 30 Prozent der befragten Kinder leben ausschließlich mit jüngeren und 26 Prozent ausschließlich mit älteren Kindern zusammen. Nur bei 9 Prozent sind neben dem befragten Kind sowohl jüngere als auch ältere Kinder in der Familie vorhanden.

Der Altersdurchschnitt der Eltern von Kindern im Alter von sechs bis 13 Jahren liegt bei 38,1 Jah-

**Enger Zusammen-
hang zwischen
Lebensbedingungen
und Medienkonsum**

**Familiäre Situation
der Kinder**

* MDR-Medienforschung (Projektgruppenleitung);
** ZDF-Medienforschung.

ren. Westdeutsche Eltern von Sechs- bis 13-Jährigen sind deutlich älter als ostdeutsche. In der alten Bundesrepublik sind 62 Prozent der Eltern jünger als 40 Jahre, in den neuen Bundesländern 74 Prozent. Der höhere Altersdurchschnitt der Eltern sowie die etwas größere Familie in Westdeutschland charakterisierten bereits 1990 die familiäre Situation.

Angleichung der Wohnsituation in Ost- und Westdeutschland

Die Wohnsituation der Familien mit mindestens einem sechs- bis 13-jährigen Kind in Ost- und Westdeutschland hat sich insbesondere durch positive Veränderungen im Osten seit 1990 stark angeglichen. So wohnen 2003 deutlich mehr ostdeutsche Familien in Häusern als vor 13 Jahren und die Zahl der ihnen zur Verfügung stehenden Räume hat zugenommen. 44 Prozent der befragten bundesdeutschen Familien wohnen – egal ob Eigentum oder nicht – in Häusern, 56 Prozent in Wohnungen. Zwei gegenläufige Entwicklungslinien haben zum Ost-West-Gleichstand in den Wohnverhältnissen geführt: Während in Westdeutschland die Zahl der in Häusern lebenden Familien zurückging – möglicherweise bedingt durch die weiter vorangeschrittene Verstädterung – stieg sie in Ostdeutschland an. Auch in Bezug auf die Zahl der verfügbaren Räume fand eine Angleichung statt, insofern sie jetzt im Durchschnitt im Osten bei 4,7 und im Westen bei 5,1 liegt. Ebenfalls für die These der Verstädterung spricht, dass weniger westdeutsche Familien über fünf oder mehr Räume verfügen, wobei dieser Anteil von 66 Prozent in 1990 auf 53 Prozent gesunken ist. 83 Prozent der befragten Kinder haben ein eigenes Zimmer, wobei dies auf ebenso viele westdeutsche wie ostdeutsche Kinder zutrifft. Hier ist ein Zuwachs in beiden Teilen Deutschlands zu beobachten, der allerdings bei den ostdeutschen Kindern stärker ausgeprägt ist.

Zwei Drittel der Eltern sind berufstätig

Etwa zwei Drittel der Eltern sind zum Zeitpunkt der Befragung berufstätig gewesen, und zwar ostdeutsche und westdeutsche Eltern gleichermaßen. Dabei üben mehr als doppelt so viele Eltern im Osten ihre Berufstätigkeit in Vollzeit aus, während im Westen die Teilzeitbeschäftigten überwiegen. Im Osten bezeichnen sich 24 Prozent der Eltern als vorübergehend oder zur Zeit arbeitslos, während das im Westen nur 3 Prozent tun. Im Gegensatz dazu geben mehr Eltern in Westdeutschland als in Ostdeutschland an, Hausfrau oder Hausmann zu sein.

Verringerung der Einkommensunterschiede zwischen Ost und West

Die 1990 bestehenden massiven Einkommensunterschiede zwischen Ost und West haben sich verringert. So war 2003 bei je gut der Hälfte der Befragten in beiden Teilen Deutschlands ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 1 500 bis 2 500 Euro vorhanden. Jedoch ist nach wie vor in Ostdeutschland eine Überrepräsentanz in den unteren und eine Unterrepräsentanz in den oberen Einkommensklassen festzustellen. In 15 Prozent der Haushalte mit mindestens einem Kind im Alter zwischen sechs und 13 Jahren muss eine Familie in den alten Bundesländern mit einem Einkom-

men von weniger als 1 500 Euro netto auskommen, in den neuen Bundesländern ist das bei doppelt so vielen der Fall. Umgekehrt steht bei doppelt so vielen westdeutschen (32%) wie ostdeutschen Familien (16%) ein Nettoeinkommen von 2 500 Euro oder mehr zur Verfügung. Im Osten ist das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen geringer, obwohl häufiger als im Westen zwei Personen zum Haushaltseinkommen beitragen. Bei dem niedrigeren Einkommensniveau der ostdeutschen Haushalte ist jedoch zu bedenken, dass in Ostdeutschland die Familien etwas kleiner und die Lebenshaltungskosten immer noch geringer sind als in Westdeutschland.

Geräteausstattung, Medienbesitz und Freizeitaktivitäten

Familien verfügen heute über ein reiches Repertoire an elektronischen Unterhaltungsgeräten. So bestand 2003 bei den Haushalten mit mindestens einem Kind von sechs bis 13 Jahren – nach Angaben der Eltern – eine Vollausrüstung mit Fernsehgeräten, Radioapparaten sowie Telefon im Festnetz (vgl. Tabelle 1).

Kaum geringer fällt die Ausstattungsquote für HiFi-Stereoanlagen, Videorecorder und Handy aus. Ebenfalls auf hohem Niveau liegt der Besitz von Kassettenrecordern, CD-Spielern, Walkman, Computern und Internet. Spielkonsole und DVD-Spieler sind bei gut der Hälfte der Familien vorhanden. Neue Medien wie Handy, Computer mit Internetanschluss und DVD-Spieler haben in relativ kurzer Zeit eine hohe Ausstattungsrate erreicht. 14 Prozent der in der Studie untersuchten Haushalte mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren empfangen ihr Programm digital, verglichen mit dem im Erhebungszeitraum ermittelten Wert für die Gesamtbevölkerung von zwischen 9 und 10 Prozent ist das überdurchschnittlich. (8)

Der persönliche Besitz oder die eigenständige Verwendung elektronischer Medien belegt ihre starke Präsenz im Alltag sechs- bis 13-jähriger Kinder in Deutschland. Stark verbreitet sind bei den Kindern akustische Medien: So verfügt die Hälfte der Kinder über einen Kassettenrecorder, ein Radio oder einen Walkman. Vier von zehn Kindern – gegenüber zwei von zehn vor 13 Jahren – steht ein Fernsehgerät im eigenen Zimmer, drei von zehn Kindern eine Spielkonsole und/oder ein CD-Spieler zur Verfügung. Ein Viertel der Kinder besitzt ein Handy und ein gutes Fünftel eine HiFi-Stereoanlage. Je 6 Prozent der Kinder können einen Computer ohne bzw. mit Internetanschluss eigenständig verwenden.

Die Ausstattung der Kinderzimmer mit Mediengeräten ist in starkem Maß eine Frage des Alters der Kinder. So beschränkt sich der persönliche Besitz der Sechs- bis Siebenjährigen im Wesentlichen auf akustische Medien wie Radios, Kassettenrecor-

Reiches Repertoire an elektronischen Unterhaltungsgeräten

Starke Präsenz der Medien im kindlichen Alltag

① **Medienausstattung des Haushalts und der sechs- bis 13-jährigen Kinder**

Angaben der Eltern, in %

Medienausstattung	im Haushalt vorhanden	im Besitz oder im Zimmer der Sechs- bis 13-jährigen
Fernsehgerät	99	39
Radiogeräte (Radiowecker, Kofferradio, Standgerät, etc.)	95	51
Telefon (Festnetz)	94	3
Hifi-Stereoanlage	92	22
Videorecorder	90	10
Handy	90	25
Kassettenrecorder/ Tonbandgerät/Kassettendeck	82	52
CD-Spieler	79	29
Walkman (Mini-Kassettengerät)	64	49
Computer mit Internetanschluss	60	6
Spielkonsole	53	29
DVD-Spieler	51	3
Plattenspieler	39	3
Videokamera	37	0
Computer ohne Internetanschluss	20	6
MP3-Spieler	15	2

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

der und Walkman, je ein Fünftel kann aber auch das Fernsehen und die Spielkonsole im eigenen Zimmer nutzen. Mit zunehmendem Alter der Kinder steigt der Medienbesitz an, wobei dieser Anstieg besonders bei Handys – von 7 Prozent bei den Sechs- bis Siebenjährigen auf 49 Prozent bei den Zwölf- bis 13-jährigen – am größten ausfällt. Diese älteste Altersgruppe kann über ein großes Spektrum von Mediengeräten wie Fernsehgerät (55%), Radio (58%), Walkman (58%), Kassettenrecorder (50%), CD-Spieler (42%), Spielkonsole (39%) und Hifi-Stereoanlage (36%) selbst verfügen. Während bei den Jüngsten der Computer noch kaum Einzug in das Kinderzimmer gehalten hat, trifft dies auf ein Fünftel der Ältesten zu (9% Computer ohne Internetanschluss, 12% Computer mit Internetanschluss).

Zusammenhang zwischen Einkommen und Medienbesitz

Die Ausstattung der Familien mit Medien hängt stark mit dem zur Verfügung stehenden Haushaltsnettoeinkommen der Familie zusammen. Finanziell besser gestellte Familien sind erheblich besser mit elektronischen Medien ausgestattet als einkommensschwache. Insbesondere teilweise kostspielige Mediengeräte wie Computer mit Internetzugang, Videokameras und DVD-Spieler sind häufiger bei Familien mit höherem Haushaltsnettoeinkommen vorhanden. Bei anderen Geräten wie Plattenspieler, CD-Spieler, Telefon im Festnetz, Spielkonsole oder Handy sind die Unterschiede zwar geringer, mit 8 bis 17 Prozentpunkten zugun-

sten der einkommensstarken Familien aber doch beträchtlich. Lediglich bei der Ausstattung mit Fernsehgeräten, Videorecordern, Computern ohne Internetzugang, Radios sowie Kassettenrecorder/Tonbandgeräten/Kassetten decks ist ein Gleichstand der beiden Einkommensgruppen gegeben. Einkommensspezifische Unterschiede in der Verfügbarkeit von elektronischen Medien in den Familien bestimmen zum Teil auch die Unterschiede zwischen den beiden Teilen Deutschlands, die im Folgenden beschrieben werden.

Im Vergleich der alten und der neuen Bundesländer zeigt sich, dass westdeutsche Familien mit Kindern mehr elektronische Geräte zur Verfügung haben als ostdeutsche Haushalte. Bei Geräten, die inzwischen als Standard angesehen werden können, wie Fernsehgerät, Radiogerät, Festnetztelefon, Hifi-Stereoanlage, Videorecorder und -kamera, ist der Unterschied jedoch geringer und beträgt nur bis zu 5 Prozentpunkte. In diese Gruppe kann auch die Spielkonsole gezählt werden, die bei fast gleich vielen Haushalten in Ost und West anzutreffen ist.

Größere Ausstattungsunterschiede zugunsten der westdeutschen Haushalte sind bei modernen bzw. teuren Geräten, wie Computer mit Internetzugang, MP3-Spieler, DVD-Spieler, CD-Spieler und Handy festzustellen. Ebenfalls deutlich unterrepräsentiert sind in ostdeutschen Haushalten aber auch ältere Geräte, wie Plattenspieler oder Kassettenrecorder/Tonbandgerät/Kassettendeck. Dies ist wahrscheinlich dadurch zu erklären, dass sich Ostdeutsche nach der Wende gleich moderne Geräte angeschafft haben, bzw. diese ausgetauscht haben, während Westdeutsche nach einem Neukauf ihre alten Geräte weiter behalten haben. Einzig der preiswertere Computer ohne Internetanschluss ist in Ostdeutschland prozentual mehr vertreten als in Westdeutschland.

Beim Gerätebesitz der Kinder zeigt sich ein entgegengesetztes Bild. Während generell in ostdeutschen Haushalten weniger Geräte zur Verfügung stehen, stellen die Eltern in den neuen Bundesländern – relativ betrachtet – ihren Kindern offensichtlich mehr Geräte zur Verfügung als westdeutsche Eltern. Dies betrifft alle Geräte außer den Plattenspieler, der ja ohnehin eine immer geringer werdende Bedeutung hat. Besonders bei Fernsehern, Videorecordern, CD-Spielern und Computern ohne Internetanschluss betragen die relativen (9) Unterschiede im Gerätebesitz über 10 Prozentpunkte zugunsten der ostdeutschen Kinder.

Anzunehmen ist, dass die ostdeutschen Haushalte, die sich nach der Wende Geräte gekauft haben, diese Geräte bzw. die Vorgängermodelle schneller an ihre Kinder weitergereicht haben.

Die Lebensbedingungen von Kindern werden in besonderer Weise auch von den in ihrer Umgebung vorhandenen Spielmöglichkeiten bestimmt, also zum Beispiel dadurch, ob ein Sportplatz, Spielplatz oder Garten für Aktivitäten in der Nähe zur Verfügung steht. Teilweise hat sich die Infra-

Geräteausstattung der Familien im Westen höher als im Osten

Ostdeutsche Kinder haben aber mehr Geräte zur Verfügung als westdeutsche

Infrastruktur für Kinder hat sich teilweise verschlechtert

struktur – basierend auf Angaben der Eltern – in den letzten 13 Jahren verschlechtert (vgl. Tabelle 2). Dies trifft auf Turnhallen, Schwimmbäder, Kino, eigene Gärten und unbebautes, zum Spielen geeignetes Gelände zu. Der Sportplatz und der Spielplatz, zwei wichtige Spielstätten von Kindern, stehen dagegen unverändert zwei Dritteln bzw. drei Vierteln der Kinder zur Verfügung. Einzig Parkanlagen sind 2003 für etwas mehr Kinder erreichbar als vor 13 Jahren, wiederum ein weiterer Hinweis auf die zunehmende Verstädterung. Dass nun Eltern deutlich weniger Turnhallen und Schwimmbäder für ihr Kind als „gefahrlos erreichbar“ ansehen (10), kann auch als Indiz gewertet werden, dass sich das Sicherheitsempfinden der Eltern verändert hat und den Kindern ein geringerer räumlicher Radius gelassen wird.

Die Mediennutzung der Kinder ist eingebettet in ihren gesamten Tagesablauf (vgl. dazu auch den Beitrag von Katharina Kuchenbuch und Erk Simon in diesem Heft). In der Freizeit der Kinder wechseln sich mediale und nicht-mediale Freizeitaktivitäten ab.

Draußen spielen und sich mit Freunden treffen sind häufigste nicht-mediale Freizeitbeschäftigungen

Die häufigste nicht-mediale Freizeitaktivität der Sechs- bis 13-Jährigen ist draußen spielen. 94 Prozent der Kinder tun dies mindestens einmal pro Woche. 46 Prozent spielen in ihrer Freizeit jeden oder fast jeden Tag draußen, 49 Prozent aber nur ein- oder mehrmals pro Woche. Die zweithäufigste Freizeitaktivität der Schulkinder ist, sich mit Freunden zu treffen. Insgesamt 92 Prozent tun dies mindestens ein- oder mehrmals pro Woche, 36 Prozent davon sehen ihre Freunde jeden oder fast jeden Tag. Andere außerhäusliche Freizeitaktivitäten ergänzen die beiden genannten, werden jedoch deutlich weniger häufig ausgeübt und stehen daher im unteren Mittelfeld der Rangliste. So treiben 56 Prozent der Kinder mindestens einmal pro Woche in der Freizeit Sport, 8 Prozent davon täg-

② Einrichtungen und Freizeitmöglichkeiten für Kinder

6 bis 13 Jahre, Angaben der Eltern, in %

in der Nähe vorhanden ...	2003	1990
Sportplatz/Bolzplatz	65	66
Turnhalle	39	61
Schwimmbad/Hallenbad	33	51
Spielplatz	76	76
Spielstraße, die für den Verkehr gesperrt ist	18	18
verkehrsberuhigte Straße; Plätze, die zum Spielen geeignet sind	37	41
eigener Garten	54	69
Garten von anderer Familie	39	39
Grünanlagen/Parkanlagen	43	38
Jugend-/Freizeitzentrum	24	25
unbebautes Land (z.B. Wiesen), das zum Spielen geeignet ist	44	52
Kino	17	24

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

lich oder fast täglich. 48 Prozent der Schulkinder geben an, mindestens ein- oder mehrmals pro Woche mit der Familie etwas zu unternehmen, 34 Prozent gehen zu einer Jugendgruppe, 23 Prozent besuchen AGs in der Schule oder andere Einrichtungen, 21 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen unternehmen mindestens einmal in der Woche einen Einkaufsbummel (vgl. Tabelle 3).

Die am meisten verbreitete Freizeitaktivität im Haus, „drinnen spielen“, steht mit 77 Prozent in der Rangliste auf Platz drei. 33 Prozent der Schulkinder tun dies immerhin jeden oder fast jeden Tag. Zu den innerhäuslichen Beschäftigungen wäh-

③ Freizeitbeschäftigungen sechs- bis 13-jähriger Kinder (ohne Mediennutzung)

in %

Freizeitbeschäftigung	jeden oder fast jeden Tag/ein- oder mehrmals pro Woche	jeden oder fast jeden Tag	ein- oder mehrmals pro Woche
draußen spielen, etwas unternehmen	94	46	49
sich mit Freunden treffen, besuchen	92	36	56
drinnen spielen	77	33	44
bei der Hausarbeit helfen,			
das eigene Zimmer aufräumen	61	12	49
malen, zeichnen, basteln	60	15	45
Sport treiben	56	8	47
mit der Familie etwas unternehmen	48	3	45
Beschäftigung mit Tieren	42	23	19
zu einer Jugendgruppe oder anderen			
Gruppen außerhalb der Schule gehen	34	3	30
selber Musik machen/singen	26	6	20
Besuch von Arbeitsgemeinschaften/AGs in der Schule	23	2	22
durch die Stadt bummeln, shoppen	21	2	19

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

rend der Freizeit gehört auch Hausarbeit bzw. das eigene Zimmer aufzuräumen (Platz vier). 61 Prozent der Schulkinder geben an, dies mindestens ein- oder mehrmals pro Woche zu erledigen. 12 Prozent sagen, dass sie solche Arbeiten sogar jeden oder fast jeden Tag verrichten. Auf Platz fünf der Rangliste steht die kreative Beschäftigung mit „malen, zeichnen, basteln“. 60 Prozent der Schulkinder geben an, dies mindestens ein- oder mehrmals pro Woche zu tun, 15 Prozent davon beschäftigen sich jeden oder fast jeden Tag damit.

Musikalisch kreativ („Musik machen/singen“) betätigen sich 26 Prozent der Schulkinder mindestens ein- oder mehrmals pro Woche, 6 Prozent tun dies täglich oder fast täglich (Platz zehn). 42 Prozent der befragten Kinder beschäftigen sich mindestens ein- oder mehrmals pro Woche mit Tieren, 23 Prozent davon täglich oder fast täglich (Platz acht).

Fernsehen ist häufigste mediale Freizeit-tätigkeit, gefolgt von Tonträgern und Radio

In der Liste der medialen Freizeit-tätigkeiten ist Fernsehen – wie 1990 – die Nummer eins bei den Sechs- bis 13-Jährigen und hat von allen Medien den höchsten Stellenwert. 98 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen sehen nach eigenen Angaben mindestens ein- oder mehrmals pro Woche fern, 83 Prozent davon jeden oder fast jeden Tag. Danach folgt mit großem Abstand die Nutzung von akustischen Medien. 68 Prozent der Schulkinder hören mindestens ein- oder mehrmals pro Woche Musik über Tonträger und 62 Prozent Radio (32% täglich oder fast täglich). Immerhin 61 Prozent der Schulkinder in Deutschland nutzen den Computer mindestens ein- oder mehrmals pro Woche (20% täglich oder fast täglich). 58 Prozent der Kinder lesen mindestens ein- oder mehrmals pro Woche in ihrer Freizeit Bücher, davon 15 Prozent täglich oder fast täglich. 47 Prozent lesen mindestens ein- oder mehrmals pro Woche Zeitschriften (8% täglich oder fast täglich). 27 Prozent lesen mindestens ein- oder mehrmals pro Woche die Zeitung (8% täglich oder fast täglich).

Jeweils etwa 40 Prozent der befragten Kinder lesen mindestens ein- oder mehrmals pro Woche Comics, nutzen Hörspiele oder spielen auf der Spielkonsole bzw. surfen im Internet (7% täglich). 36 Prozent sehen mindestens ein- oder mehrmals pro Woche Videokassetten oder DVDs. Auch das Handy mit seinen verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten spielt eine nicht unerhebliche Rolle im Medienspektrum der Kinder. 30 Prozent telefonieren mit dem Handy und 29 Prozent verschicken mindestens ein- oder mehrmals wöchentlich SMS. Je 11 Prozent nutzen Mobiltelefone täglich oder fast täglich für diese beiden Kommunikationsmöglichkeiten. 17 Prozent benutzen das Handy auch mindestens ein- oder mehrmals pro Woche zum Spielen (4% täglich) (vgl. Tabelle 4).

Die hier beschriebenen Freizeit- und Medien-nutzungsmuster variieren zwischen den Geschlech-

tern und dem Alter der Kinder zum Teil beträchtlich (vgl. dazu auch den Beitrag von Kuchenbuch und Simon in diesem Heft).

Der Vergleich mit der Vorgängerstudie von 1990 zeigt: Das Spektrum der elektronischen Medien im Leben der Kinder hat sich in den vergangenen 13 Jahren erweitert, und ihr Stellenwert insgesamt hat sich erhöht. Beispielsweise hatten 1990 Handys, Computer, Internet und Spielkonsolen noch keine oder nur eine sehr geringe Bedeutung. Einige nicht-mediale und mediale Freizeitaktivitäten dagegen werden heute etwas weniger häufig ausgeübt als 1990 (vgl. dazu auch den Beitrag von Kuchenbuch und Simon in diesem Heft).

Fernsehverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen

Die wichtigsten Fernsehnutzungsmotive von Kindern sind Spannung, Spaß und Wissenserweiterung. Aber auch das Eskapismusmotiv („Ich mag Fernsehsendungen, bei denen ich alles um mich herum vergessen kann“) sowie das Bedürfnis, bei Freunden mitreden zu können, spielen eine wichtige Rolle. Je älter die Kinder sind, um so mehr wollen sie bei den Freunden über bestimmte Fernsehsendungen mitreden können und auch durch das Fernsehen vermittelt bekommen, was gerade „in“ ist. Ältere Kinder schauen verstärkt auch Fernsehsendungen für Jugendliche und Erwachsene. Bei Mädchen stehen Fernsehsendungen über Liebe und Freundschaft höher im Kurs als bei Jungen. Mädchen möchten auch in noch etwas höherem Maße erfahren, was gerade „in“ ist. Besonders ältere Jungen sind an gruseligen Sendungen und Sendungen mit Action interessiert. Jungen sagen generell auch etwas häufiger, dass sie den Fernseher nebenbei laufen lassen, während sie andere Sachen erledigen (vgl. Tabelle 5).

Gestützt durch jeweils mehrere typische Beispielsendungen wurden die Kinder auch gefragt, welche Arten von Fernsehsendungen für Kinder sie sehen. In enger Übereinstimmung mit den Nutzungsmotiven ergibt sich folgende Rangfolge: witzige Zeichentrickserien mit viel Action vor Wissenssendungen sowie Unterhaltungs- und Quizshows (vgl. Tabelle 6).

Darüber hinaus wurde – ebenfalls gestützt durch mehrere typische Beispielsendungen – gefragt, welche Arten von Fernsehsendungen für Erwachsene die Sechs- bis 13-Jährigen sehen. Hier liegen Wissens- und Tiersendungen, Unterhaltungs- und Quizshows sowie Daily Soaps auf den ersten drei Plätzen (vgl. Tabelle 7).

Auch in der Genrenutzung gibt es – korrespondierend mit den Nutzungsmotiven – Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen. Bei den Kinder-genres stehen für Jungen insbesondere die actiongeladenen Zeichentrickserien (Witzige Zeichentrickserien mit viel Action und Animes mit viel Action) stärker im Vordergrund. Für Mädchen dagegen spielen Serien über das Leben von Kindern und Jugendlichen, Zeichentrickserien mit lebens-

Spektrum elektronischer Medien im Leben der Kinder hat sich erweitert

Geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Fernsehnutzung

Am häufigsten gesehene Kinder-genres

Am häufigsten gesehene Erwachsenegenres

Auch Genrepräferenzen differieren zwischen Jungen und Mädchen

werten Figuren, Musiksendungen und Märchen eine deutlich größere Rolle. In Fortführung dieses Trends werden bei den Erwachsenengenres von den Mädchen deutlich häufiger Daily Soaps, Familienserien und Castingshows gesehen. Etwas häufiger bevorzugen Mädchen auch Reality-TV sowie Talkshows und Richtersendungen. Von Jungen dagegen werden Sportsendungen, Actionserien sowie Sciencefiction- und Mysteryserien deutlich häufiger konsumiert. Etwas häufiger als Mädchen schauen Jungen zudem noch Wissens- und Tiersendungen, Comedysendungen und Krimis.

KI.KA ist Sender mit der höchsten emotionalen Bindung

Im Rahmen der Studie wurde auch ermittelt, welche Fernsehsender die befragten Schulkinder sehen und welche emotionale Bindung sie an die einzelnen Sender haben. Im Nutzungsumfang liegen RTL und Super RTL vorne, hinsichtlich der emotionalen Bindung (einer von maximal drei Lieblingssendern) ergibt sich eine andere Reihenfolge. An der Spitze steht hier der KI.KA, den mehr als die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen als einen von drei Lieblingssendern nennt. Danach folgen RTL und Super RTL sowie RTLII und ProSieben. Auf den weiteren Plätzen folgen das Erste Programm der ARD, das ZDF, SAT.1, Kabel 1 und MTV (vgl. Tabelle 8).

Die emotionale Bindung an den KI.KA, aber auch an Super RTL wird bei älteren Kindern geringer. So sind die Lieblingssender der Zwölf- bis 13-Jährigen RTL und ProSieben.

KI.KA hat auch das beste Senderimage bei den Kindern

Der KI.KA erreicht nicht nur den höchsten Bindungswert, sondern hat auch das beste Image bei den Kindern. Knapp 60 Prozent der befragten Kinder sagen, dass sie „den KI.KA richtig gut finden“. Jeweils ca. 50 Prozent sind der Meinung, dass es im KI.KA „viel zu lachen gibt“, dass „eigentlich immer was Gutes kommt“, „dass die Programm-macher wissen, was sich das Kind gerne anschaut“ und dass „immer was Neues kommt“ sowie dass man im KI.KA „was lernen kann und gute Tipps bekommt“ (vgl. Abbildung 1).

Das zweitbeste Senderimage in den Augen der Kinder hat Super RTL. Der Privatsender liegt jedoch in den meisten Eigenschaften – insbesondere in den programmlichen Aspekten – hinter dem KI.KA. Einzig in Bezug auf spannende Sendungen hat der Privatsender einen winzigen Vorsprung sowie einen größeren Vorsprung bei der eher ambivalenten Eigenschaft „in dem Sender gibt es viel Action“.

Das Erste Programm der ARD und das ZDF sind – ähnlich wie RTL – vor allem Sender, „die das Kind auch mal mit seinen Eltern anschaut“. Beim Ersten und beim ZDF stehen für die Kinder außerdem die Möglichkeit zum Lernen und zur Wissenserweiterung im Vordergrund der Senderwahrnehmung. Mit RTL verbinden sie vor allem Spannung und Action.

Die bekanntesten Programmmarken bei ARD, ZDF und KI.KA

Um die Wahrnehmung von ARD, ZDF und KI.KA weiter zu untersuchen, wurden die Kinder ungestützt und gestützt danach gefragt, welche Sendungen in den öffentlich-rechtlichen Sendern sie ei-

④ **Mediennutzung sechs- bis 13-jähriger Kinder in der Freizeit**

in %

	jeden oder fast jeden Tag / ein- oder mehrmals pro Woche	jeden oder fast jeden Tag	ein- oder mehrmals pro Woche
Fernsehen	98	83	16
Musik*	68	22	46
Radio	62	32	30
Computer	61	20	41
Bücher	58	15	43
Zeitschriften	47	8	40
Comics, Heftchen	40	7	33
Hörspiele*	39	8	31
Spielkonsole	38	8	30
Internet	37	7	30
Videokassetten, DVD	36	5	31
Handy telefonieren	30	11	19
Handy SMS	29	11	19
Zeitung	27	8	20
Handy spielen	17	4	13
Kino	6	-	6

* auf Schallplatte/Kassette/CD/MP3.

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

gentlich kennen. Die bekanntesten Programm-marken der ARD bei den Sechs- bis 13-Jährigen sind nach ungestützter Abfrage die Daily Soap „Marienhof“ sowie die Kindersendungen „Sendung mit der Maus“ und der „Tigerentenclub“. Beim ZDF sind es die Kindersendungen „Löwenzahn“, „Tabaluga tivi“ und die Familienserie „Unser Charly“. Beim KI.KA erinnern sich die Kinder vor allem an die Kinder-Weekly „Schloss Einstein“, das Nachmittagsmagazin „Kikania“ und die Kindernachrichtensendung „logo!“ (vgl. Tabelle 9).

Auch in der gestützten Abfrage zeigt sich die Popularität der „Sendung mit der Maus“ (im Ersten und im KI.KA ausgestrahlt). Mit 89 Prozent der höchste Anteil der befragten Kinder haben diese humorvolle Wissenssendung schon einmal gesehen. Nur wenig geringer ist mit 84 Prozent der Anteil der Kinder, die die Sendung „Löwenzahn“ – ebenfalls eine unterhaltsame Wissenssendung für Kinder – schon einmal gesehen haben (im ZDF und im KI.KA ausgestrahlt). Sehr bekannt sind auch die Vorschulsendung „Sesamstraße“ (ARD und KI.KA) und die Zeichentrickserie „Biene Maja“ (ZDF und KI.KA) mit 83 Prozent und 82 Prozent sowie mit knapp unter 80 Prozent die Unterhaltungsshow „Tigerenten Club“ (ARD und KI.KA) und „Tabaluga tivi“ (ZDF und KI.KA). Die populären Astrid-Lindgren-Verfilmungen „Pippi Langstrumpf“ (ZDF und KI.KA) haben 76 Prozent der

⑤ **Statements sechs- bis 13-jähriger Kinder zum Fernsehen**

Angaben in %

Statements	Kinder gesamt		Jungen			Mädchen	
	stimmt total/ stimmt etwas	stimmt total	stimmt etwas	stimmt total	stimmt etwas	stimmt total	stimmt etwas
Ich mag Fernsehsendungen, die sehr spannend sind und bei denen ich richtig mitfiebern kann	89	45	43	48	40	41	47
Wenn ich fernsehe, will ich richtig was zum Lachen haben	87	40	47	43	44	36	51
Ich möchte im Fernsehen auch manchmal Dinge erklärt bekommen, die ich noch nicht weiß	80	26	54	28	52	23	57
Ich mag Fernsehsendungen, bei denen ich alles um mich herum vergessen kann	72	26	47	26	47	25	46
Ich schaue manche Fernsehsendungen, damit ich bei meinen Freunden mitreden kann	69	20	49	20	50	21	48
Ich möchte durch das Fernsehen auch erfahren, was sonst so in der Welt passiert	65	17	49	18	49	15	49
Es soll in Fernsehsendungen auch mal um Liebe und Freundschaft gehen	63	23	40	14	38	34	43
Ich mag Fernsehsendungen, aus denen ich erfahre, was gerade „in“ ist	60	16	44	16	41	16	47
Ich schaue lieber Fernsehsendungen für Jugendliche und Erwachsene als Kindersendungen	56	23	33	24	32	21	35
Ich lasse den Fernseher manchmal laufen, während ich andere Sachen mache	50	13	37	14	39	11	36
Ich mag es, wenn Fernsehsendungen auch mal gruselig sind und man sogar ein bisschen Angst bekommt	47	13	34	18	40	8	28
Ich schaue manchmal nur fern, weil mir langweilig ist	47	13	34	14	33	12	36
In einer Fernsehsendung sollte es schon ständig Action geben, sonst langweilt mich das schnell	46	12	34	17	40	7	27

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

befragten Schulkinder schon einmal gesehen. Gleich dahinter liegen die Weekly „Schloss Einstein“ (ARD und KIKA) mit 73 Prozent und die Spielshow „1, 2 oder 3“ (ZDF und KIKA) mit 72 Prozent (vgl. Tabelle 10).

Mediennutzung der Kinder aus Sicht der Eltern

Fernsehen ist für Eltern das wichtigste Massenmedium

Von allen Medien persönlich am wichtigsten ist den Eltern das Fernsehen – 91 Prozent ist Fernsehen sehr wichtig bzw. wichtig – gefolgt von der Zeitung (86%) und dem Radio (73%). Danach platzieren sich in der Rangfolge der für sie wichtigsten Medien Bücher (63%) und Zeitschriften (61%), die für Eltern bedeutsamer sind als PC (55%) und Internet (46%). Der Alltag der Eltern ist geprägt von der häufigen Nutzung verschiedener Medien.

Dabei ist Fernsehen die am häufigsten ausgeübte Freizeittätigkeit der Eltern: 83 Prozent sehen jeden oder fast jeden Tag fern. Weitere den Tag strukturierende Tätigkeiten sind Radio hören (60%) und Zeitung lesen (57%). Anderen Tätigkeiten gehen sie mit einer geringeren Frequenz nach, wie zum Beispiel Zeitschriften lesen (22%), mit dem Handy telefonieren (30%) oder SMS empfangen bzw. verschicken (18%) oder zu Hause den Computer nutzen (14%). Die nicht-medialen Freizeittätigkeiten wie Heimwerkern bzw. Handarbeiten machen (4%) oder malen, zeichnen, basteln (2%) werden seltener ausgeübt. Das meistgenutzte Massenmedium bei den Eltern ist eindeutig das Fernsehen, wobei sein Stellenwert seit 1990 zugenommen hat. An einem durchschnittlichen Tag sehen nach eigenen Angaben 10 Prozent der Eltern bis zu einer Stunde fern, 62 Prozent dagegen zwei und mehr Stunden. Im Vergleich dazu verbringen Eltern deutlich weniger Zeit mit Radio hören: 26 Prozent hören bis zu einer Stunde Radio und 41 Prozent zwei und mehr Stunden.

⑥ Nutzungshäufigkeit von Kindergenres bei Sechs- bis 13-Jährigen nach Geschlecht und Alter

„Sehe ich oft“/„Sehe ich ab und zu“; Angaben in %

Kindergenres	Total Kinder	Geschlecht		Alter der Jungen		Alter der Mädchen	
		Jungen	Mädchen	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre	6 - 9 Jahre	10 - 13 Jahre
Witzige Zeichentrickserien mit viel Action (z.B. Tom und Jerry, Donald Duck)	87	90	84	95	86	92	77
Wissenssendungen für Kinder (z.B. Löwenzahn, Die Sendung mit der Maus, Wissen macht Ah!, PuR)	85	82	84	90	77	90	79
Unterhaltungs- und Quizshows für Kinder (z.B. Tabaluga tivi, Tigerentenclub, 1, 2 oder 3, Q-Boot, Kikania)	79	77	81	89	68	89	73
Zeichentrickserien, in denen abenteuerliche Geschichten erzählt werden (z.B. Wicki, Tabaluga, Aladdin)	77	75	79	89	64	88	70
Serien über das Leben Kinder und Jugendlicher (z.B. Schloss Einstein, Fabrixx, Die Kinder vom Alstertal)	77	74	81	78	70	81	81
Zeichentrickserien, in denen witzige Geschichten von Kindern und Jugendlichen erzählt werden (z.B. Typisch Andy, Disney's große Pause, Bibi Blocksberg, Angela Anaconda)	73	71	75	81	63	82	68
Nachrichten und Informationssendungen für Kinder (z.B. logo!, Fortsetzung folgt)	70	70	69	73	68	67	70
Abenteuergeschichten und Krimis (z.B. Die Pfefferkörner, Fünf Freunde, The Tribe)	69	70	69	72	68	64	72
Zeichentrickserien mit liebenswerten Figuren (z.B. Schlümpfe, Benjamin Blümchen, Heidi)	68	63	74	80	49	87	63
Musiksendungen (z.B. Top of the Pops, Bravo TV, The Dome)	68	65	71	49	77	55	84
Schräge Zeichentrickserien (z.B. Simpsons, SpongeBob, Oggy und die Kakerlaken, Expedition der Stachelbeeren)	64	67	61	69	66	59	63
Anime Zeichentrickserien mit viel Action (z.B. Beyblades, Yu-Gi-Oh, Pokémon)	60	68	51	72	65	57	47
Märchen (z.B. Schneeweisschen und Rosenrot, Drei Haselnüsse für Aschenbrödel, Der gestiefelte Kater)	57	50	65	66	36	75	57
Sendungen, die vor allem auch Kindern gefallen (z.B. Bob, der Baumeister, Sesamstraße, Teletubbies)	53	52	54	68	40	68	43

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

TV-Nutzungsmotive der Eltern: Information, Entspannung, Spaß

Die Rolle des Fernsehens lässt sich im Hinblick auf die Funktionen, die es für Eltern hat, weiter analysieren. Sie wurden mit Hilfe von Statements zu den Sehmotiven erhoben. Die Eltern von sechs- bis 13-jährigen Kindern geben an, in erster Linie fernzusehen, um sich zu informieren (91% trifft voll und ganz bzw. weitgehend zu), sich zu entspannen und weil es ihnen Spaß macht (je 86%). An vierter Stelle rangiert Fernsehen aus Gewohnheit (71%), danach folgen Motive wie Eskapismus, mitreden können und Denkanstöße bekommen, die für gut die Hälfte der Eltern zutreffen. Andere Funktionen des Fernsehens wie Orientierung im Alltag und Vertreibung von Einsamkeitsgefühlen spielen lediglich für eine Minderheit der Eltern eine Rolle.

Einstellungen der Eltern zur Mediennutzung ihrer Kinder

Neben dem Mediennutzungsverhalten der Eltern als Vorbildfunktion wirken die elterlichen Einstellungen zum Thema Umgang mit Medien auf die Kinder ein. Ein zentrales Anliegen der Studie war

es daher, die elterliche Medienerziehung zu untersuchen. Zunächst wurden die Eltern gefragt, wie gut sie es finden, wenn ihr Kind die verschiedenen Medien nutzt. Nach wie vor schätzen die Eltern Bücher lesen als Medientätigkeit ihrer Kinder am meisten. Es folgen in der Bewertung der Eltern Musik oder Radio hören, Zeitung lesen, Hörspiele hören, Zeitschriften lesen, und Computer nutzen vor Fernsehen. Mit steigendem Alter ihres Kindes bewerten sie Zeitung lesen und Computernutzung als Beschäftigungen des Kindes besser, während Hörspiele an Wertschätzung verlieren.

Auf der normativen Ebene findet die Fernsehnutzung der Kinder bei den Eltern also etwas weniger Zustimmung als andere Medientätigkeiten – allen

Eltern sehen TV-Konsum ihrer Kinder in- zwischen gelassener

⑦ **Nutzungshäufigkeit von Erwachsenengenres bei Sechs- bis 13-Jährigen nach Geschlecht und Alter**

„Sehe ich oft“, „Sehe ich ab und zu“, Angaben in %

Erwachsenengenres	Kinder gesamt	Geschlecht		Alter der Jungen		Alter der Mädchen	
		Jungen	Mädchen	6 – 9 Jahre	10 – 13 Jahre	6 – 9 Jahre	10 – 13 Jahre
Wissens- und Tiersendungen (z.B. Galileo, Wunderbare Welt, Abenteuer Wildnis)	73	76	70	64	86	60	79
Unterhaltungs- und Quizshows (z.B. Wetten, dass...?, Wer wird Millionär?)	70	71	70	57	82	57	80
Daily Soaps, also tägliche Serien mit echten Menschen (z.B. GZSZ, Marienhof, Verbotene Liebe)	67	60	75	45	72	58	90
Castingshows (z.B. Deutschland sucht den Superstar, Stimme 2003)	65	60	69	43	74	53	83
Familienserien (z.B. Unser Charly, In aller Freundschaft, Forsthaus Falkenau)	63	60	67	57	62	59	74
Sitcoms, d.h. witzige Sendungen mit echten Menschen (z.B. Die Camper, King of Queens, Friends)	57	57	56	43	68	38	71
Sportsendungen (z.B. Sportschau, Formel 1, Fußballübertragungen)	56	75	35	60	87	31	39
Comedysendungen (z.B. TV Total, Was guckst du?, Ladykracher)	53	56	50	41	69	34	63
Actionserien (z.B. Die Rettungsflieger, Alarm für Cobra 11, Medics)	51	57	45	36	74	28	59
Nachrichten und Informationssendungen (z.B. heute, Tagesschau, RTL Aktuell, ZDF.Reporter, Panorama)	48	49	46	35	59	38	54
Reality-TV (z.B. Big Brother, Notruf, Schnulleralarm)	43	40	46	28	50	26	62
Talkshows und Richtersendungen (z.B. Arabella, Richterin Barbara Salesch, Das Jugendgericht)	41	36	46	28	43	29	61
Krimis (z.B. Derrick, Der Bulle von Tölz, Tatort)	39	42	36	27	54	24	47
Sciencefiction- und Mysteryserien (z.B. Star Trek, Akte X, X-Faktor)	38	46	28	28	60	15	39

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

⑧ **Lieblingsfernseher sechs- bis 13-jähriger Kinder**
Maximal drei Nennungen (ungestützt)

„Welche Fernsehsender siehst du am liebsten?“	in %
KIKA	52
RTL	43
Super RTL	39
RTL II	27
ProSieben	26
Das Erste	25
ZDF	22
SAT.1	20
Kabel 1	6
MTV	5

n = alle 2 069 Kinder, die mindestens ein- oder mehrmals pro Woche fernsehen.

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

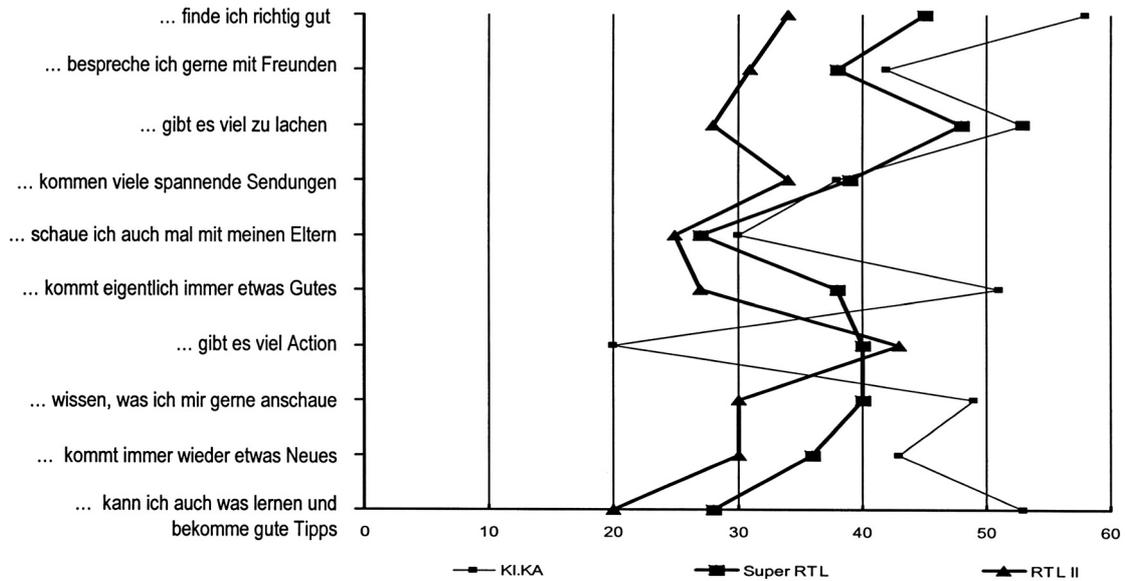
voran der Spitzenreiter Bücher lesen. Hier ist eine gewisse Diskrepanz zum hohen Stellenwert des Fernsehens in ihrem eigenen Leben festzustellen. Vor 13 Jahren stieß Fernsehen als Tätigkeit der Kinder bei den Eltern auf massive Vorbehalte bis zur Ablehnung. Damals befürworteten zum Beispiel zwei Drittel der Mütter Fernsehen „eher nicht“ als Tätigkeit ihres Kindes.(11) Im Vergleich dazu ist die Haltung der Eltern gegenüber dem Fernsehkonsum ihrer Kinder viel gelassener geworden.

Dies zeigt sich auch in den Meinungen der Eltern zum Thema Kinder und Fernsehen deutlich, die mittels Statements erhoben wurden (vgl. Tabelle 11). So bejahen über 90 Prozent der Eltern, dass „Kinder beim Fernsehen viel Spaß haben“. Groß ist die elterliche Zustimmung auch zu Statements wie „Ich finde es schön, wenn Familien gemeinsam mit ihrem/n Kind/ern fernsehen“, „Kinder sollten fernsehen, damit sie unter Gleichaltrigen mitreden können“, „Kinder können ruhig auch mal alleine

Zentrale Funktionen des Fernsehens für Kinder aus Sicht der Eltern

Abb. 1 Imageprofile von KI.KA, Super RTL und RTL II aus Sicht der Kinder
 „Sage mir bitte auf welche der folgenden Fernsehsender, die du schon gesehen hast, diese Aussagen jeweils zutreffen“
 6 bis 13 Jahre, Angaben in %

Diese Fernsehsender ...



n = alle Kinder, die den jeweiligen Sender schon gesehen haben (gestützte Abfrage).
 Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

⑨ **Markenbekanntheit von Sendungen in ARD, ZDF und KI.KA bei sechs- bis 13-jährigen Kindern**
 Ungestützte Abfrage

„Welche Sendungen kennst du eigentlich, die in der ARD, dem ZDF und dem KI.KA laufen?“	in %
ARD	
Marienhof	19
Die Maus	18
Tigerenten Club	16
ZDF	
Löwenzahn	18
Tabaluga tivi	17
Unser Charly	12
KI.KA	
Schloss Einstein	20
Kikania	13
logo!	13

n = alle 2 069 Kinder, die mindestens ein- oder mehrmals pro Woche fernsehen.

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

fernsehen“, „für Kinder ist das Fernsehen eine gute Entspannung im anstrengenden Alltag“ und „Fernsehen regt die Phantasie der Kinder“ an. Damit bringen Eltern zentrale Funktionen des Fernsehens für ihre Kinder und die Familie zum Ausdruck, wobei Spaß, Unterhaltung, soziale und kommunikative Elemente des Fernsehens im Vordergrund stehen. Mehrheitlich bejahen sie aber auch die Lernfunktion des Fernsehens und seine Nützlich-

keit für die Schule, wie sie in Aussagen wie „Kinder lernen durch das Fernsehen viel für ihr Leben“ oder „Kinder lernen durch das Fernsehen viel Nützliches für die Schule“ zum Ausdruck kommen.

Daneben werden fernsehkritische Einstellungen erkennbar durch die mehrheitliche Zustimmung zu Statements wie „Durch das Fernsehen werden Kinder zu früh mit dem Bösen und Grausamen auf der Welt konfrontiert“, „Das Fernsehen lässt Kindern zu wenig Zeit zum Spielen“ oder „Durch das Fernsehen erhalten Kinder ein einseitiges und unvollständiges Bild von der Wirklichkeit“. Die Mehrheit der Eltern verneint jedoch Wirkungsaussagen wie „Fernsehen macht Kinder passiv und nervös und schadet der Konzentrationsfähigkeit“, „Fernsehen macht Kinder aggressiv“ oder „Fernsehen macht Kinder ängstlich“. Die Zustimmung der Eltern zu den beiden letztgenannten Aussagen nahm von 1990 bis 2003 im Westen ab und im Osten zu, was zu einer Angleichung führt. Während sich also diese fernsehkritischen Einstellungen der westdeutschen Eltern etwas abschwächten, verstärkten sie sich bei den ostdeutschen Eltern, mit dem Ergebnis, dass diese nun bei beiden Elterngruppen gleichermaßen vorhanden sind.

Abnahme der Fernsehkritik bei westdeutschen, Zunahme bei ostdeutschen Eltern

Eine weitere Möglichkeit, etwas über den Erziehungsstil der Eltern gegenüber Massenmedien zu erfahren, ist die Vorgabe von Statements, die Verhaltensweisen in konkreten Erziehungssituationen beschreiben. Zwei Drittel der Eltern bejahen die

Zwei Drittel der Eltern bestimmen mit dem Kind gemeinsam, welche Sendungen gesehen werden

10 Bekanntheit ausgewählter Sendungen in ARD, ZDF und KI.KA bei sechs- bis 13-jährigen Kindern

Gestützte Abfrage

„Welche dieser Sendungen hast du schon mal gesehen?“	in %
Die Sendung mit der Maus	89
Löwenzahn	84
Die Sesamstraße	83
Die Biene Maja	82
Tigerenten Club	79
Tabaluga tivi	77
Pippi Langstrumpf	76
Schloss Einstein	73
1, 2 oder 3	72
Unser Sandmännchen	70
logo!	70
Pumuckel TV	69
Siebenstein	69
Heidi	68
Blaubär und Blöd	65
Kikania	63
Wissen macht Ah!	54
Michel aus Lönneberga	51
Die Pfefferkörner	50
Felix und die wilden Tiere	48
Trickboxx	48
PuR	47
Fabrixx	45
Reläxx	44
Willi wills wissen	42
Olis Wilde Welt	39
Fortsetzung folgt	37
The Tribe	34
Anja & Anton	33
Chili TV	32
Nelly Net(t)	31
Macius	27

n = alle 2 069 Kinder, die mindestens ein- oder mehrmals pro Woche fernsehen; in der Befragung aufgeteilt in zwei Splits.

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2005“.

Aussage „Ich entscheide mit dem Kind gemeinsam, welche Sendungen es im Fernsehen sieht“, und nur ein Drittel stimmt zu, Kinder müssten „selbst bestimmen dürfen, welche Sendungen sie ansehen wollen“ (vgl. Tabelle 12). Mit zunehmendem Alter ihres Kindes gestehen die Eltern jedoch dem Kind mehr und mehr Autonomie beim Fernsehen zu. Im Vergleich zu 1990 sind deutlich mehr Eltern der Meinung, dass Kinder selbst über die Auswahl der Sendungen entscheiden dürfen, die sie sehen möchten.

Programmnamen von ARD und ZDF sind Eltern geläufiger als die des KI.KA

Die mehrheitliche Zustimmung der Eltern zu der Aussage, „Ich informiere mich vorher genau, welche Kindersendungen im Fernsehen angeboten werden“, erscheint fragwürdig angesichts ihrer

mangelnden Kenntnis von Kindersendungen. Gefragt nach Kindersendungen, die vom Ersten Programm der ARD, dem ZDF und dem KI.KA ausgestrahlt werden, offenbaren sie große Wissenslücken. Je ein gutes Viertel der Eltern fällt spontan keine Kindersendung von ARD, ZDF und dem KI.KA ein. Deutlich häufiger nennen sie die bekanntesten Programmnamen von ARD – „Die Sendung mit der Maus“, „Tigerentenclub“ – und ZDF – „Löwenzahn“, „Tabaluga tivi“ – als Sendungen des KI.KA.

Eltern setzen das Fernsehen als Erziehungsinstrument ein, indem sie einerseits bei Ungezogenheit ihres Kindes ein Fernsehverbot aussprechen oder bei schlechten Schulnoten den Fernsehkonsum ihres Kindes reduzieren. Während 2003 jeweils eine Mehrheit entsprechenden Statements zustimmte, war dies vor 13 Jahren nur eine Minderheitsposition. Andererseits verwenden Eltern das Fernsehen auch verstärkt als Belohnung. Deutlich mehr als 1990, aber immer noch weniger als die Hälfte der Eltern, geben der Aussage „Zur Belohnung lasse ich mein Kind auch mal Sendungen ansehen, die es sonst nicht sehen darf“ ihre Zustimmung. Jeweils vier von zehn Eltern bejahen, dass sie gelegentlich aus Rücksicht auf die Kinder auf das Fernsehen verzichten bzw. sie sich oft Sendungen nur deshalb ansehen, weil ihr Kind sie sehen will.

Zur Fernseherziehung durch Eltern gehört auch die Rolle als Gesprächspartner für die Kinder. Daher wurden die Eltern gefragt, ob sie und ihr Kind über Fernsehsendungen, die es sieht, sprechen und welche Sendungen das vor allem sind. Es zeigt sich, dass Fernsehsendungen nur eingeschränkt Thema im Familienkreis sind. Zwar geben acht von zehn Eltern an, mit ihren Kindern über Gesehenes im Fernsehen zu reden, dies erfolgt dann aber bei zwei Dritteln eher sporadisch. Dabei bilden vor allem Wissens- und Informationssendungen wie Nachrichten, Tiersendungen, „Löwenzahn“ oder „Die Sendung mit der Maus“ Anlass für Gespräche.

Heute gehört Fernsehen zum Alltag von Familien dazu, der Umgang mit dem Fernsehen ist gelassener geworden. Im Vergleich der Medien wird Fernsehen aus der Sicht der Eltern als Tätigkeit der Kinder zwar weniger geschätzt als andere wie Bücher lesen, Radio hören oder Computer nutzen. Tatsächlich aber schreiben die Eltern dem Fernsehen wichtige Funktionen für die Kinder zu wie Spaß, Unterhaltung, soziale und kommunikative Elemente, Lernen und Nützlichkeit für die Schule. In diesem Zusammenhang ist das Kinderfernsehen als Teil des von Kindern genutzten Fernsehangebots zu thematisieren, wobei es hier um die Bewertung und das Image der Kindersendungen verschiedener Sender aus der Elternperspektive geht. Dazu wurden die Eltern in einem ersten Schritt gebeten, den Fernsehsendern Schulnoten für ihre Kindersendungen zu vergeben. Mit der Durchschnittsnote 1,9 schnitten die Kindersendungen des

Eltern setzen Fernsehen als Erziehungsinstrument ein

Eltern sprechen nur ab und zu mit Kindern über Gesehenes im Fernsehen

Kindersendungen von KI.KA, ARD und ZDF wurden am besten bewertet

⑪ Meinungen der Eltern zum Thema Kinder und Fernsehen

Angaben der Eltern von sechs- bis 13-jährigen Kindern,
„stimme voll und ganz zu“/„stimme weitgehend zu“, in %

	BRD gesamt	alte Bundes- länder	neue Bundes- länder
Beim Fernsehen haben Kinder viel Spaß	91	91	89
Ich finde es schön, wenn Familien gemeinsam mit Ihrem/n Kind/ern fernsehen	82	82	84
Kinder können ruhig auch mal alleine fernsehen	76	75	81
Kinder sollten fernsehen, damit sie unter Gleichaltrigen mitreden können	73	74	69
Für Kinder ist das Fernsehen eine gute Entspannung im anstrengenden Alltag	68	70	63
Fernsehen regt die Phantasie der Kinder an	68	68	69
Kinder lernen durch das Fernsehen viel für ihr Leben	65	65	68
Kinder lernen durch das Fernsehen viel Nützliches für die Schule	64	63	66
Durch das Fernsehen werden Kinder zu früh mit dem Bösen und Grausamen auf der Welt konfrontiert	61	60	65
Das Fernsehen lässt Kindern zu wenig Zeit zum Spielen	55	54	58
Durch das Fernsehen erhalten Kinder ein einseitiges und unvollständiges Bild von der Wirklichkeit	50	51	46
Fernsehen macht Kinder passiv und nervös und schadet der Konzentrationsfähigkeit	48	48	47
Fernsehen macht Kinder aggressiv	41	41	43
Fernsehen macht Kinder ängstlich	29	29	29

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

KIKA am besten ab, gut benotet wurden auch die Kinderformate von ARD und ZDF mit 2,4 bzw. 2,5. Deutlich abgeschlagen folgen die Angebote für Kinder der kommerziellen Sender Super RTL mit 2,9, RTL II und ProSieben mit je 3,3.

schlechter als die Kindersendungen von ARD und ZDF. Kindersendungen von Super RTL punkten aus Sicht der Eltern hauptsächlich damit, dass sie den Kindern Spaß machen, unterhaltsam und spannend sind (vgl. Abbildungen 2 und 3).

KIKA, ARD und ZDF genießen Vertrauensvorsprung bei den Eltern

Im zweiten Schritt wurden den Eltern einige Statements zum Image der Kindersendungen verschiedener Sender vorgelegt und sie sollten angeben, ob sie zutreffen. Die größte Kompetenz für Kindersendungen schreiben die Eltern dem KIKA zu, danach folgen die ARD und das ZDF. Dabei heben die Eltern vor allem die Vielseitigkeit des öffentlich-rechtlichen Programmangebots für Kinder, die Wissensvermittlung, die Nähe zum Leben der Kinder sowie die kindgerechten Charaktere und deren Umsetzung hervor und betonen insgesamt seine hohe Qualität. Sie genießen einen Vertrauensvorsprung bei den Eltern, was insbesondere in der hohen Zustimmung zu dem Statement „Kindersendungen auf diesen Fernsehsendern... kann man seine Kinder unbesorgt sehen lassen“ zum Ausdruck kommt. Außerdem wird ihnen von vielen Eltern bescheinigt, einen verantwortungsvollen Umgang mit Gewalt zu pflegen. Die Kinderprogramme von Super RTL schneiden wesentlich schlechter ab als der KIKA und häufig auch

Fazit

Gegenüber 1990 ist ein Bedeutungszuwachs elektronischer Medien im Leben der sechs- bis 13-jährigen Kinder festzustellen. Das belegt zum einen das große Repertoire an elektronischen Medien, die den Familien heute zur Verfügung stehen. Die Verbreitung vieler Mediengeräte hat weiter zugenommen, neue Medien wie Computer, Internet, Spielkonsole und Handy sind hinzugekommen. Auch der persönliche Besitz der Kinder an elektronischen Medien ist weiter vorangeschritten. Zum anderen nehmen mediale Tätigkeiten einen größeren Raum in der Freizeitgestaltung der Kinder ein. Dabei ist Fernsehen unverändert Spitzenreiter bei den medialen Freizeittätigkeiten, mit großem Abstand folgen auf Platz 2 und 3 Musik hören über

Bedeutungszuwachs elektronischer Medien im Leben Sechs- bis 13-Jähriger

12 Rolle des Fernsehens in Erziehungssituationen aus Sicht der Eltern

Angaben der Eltern von sechs- bis 13-jährigen Kindern, „stimme voll und ganz zu“, „stimme weitgehend zu“, in %

	BRD gesamt	alte Bundes- länder	neue Bundes- länder
Ich entscheide mit dem Kind gemeinsam, welche Sendungen es im Fernsehen sieht	65	66	60
Wenn mein Kind ungezogen war, darf es nicht fernsehen	56	57	51
Wenn mein Kind schlechte Schulnoten nach Hause bringt, achten wir darauf, dass es weniger fernsieht	53	53	53
Ich informiere mich vorher genau, welche Kindersendungen im Fernsehen angeboten werden	53	55	43
Kinder müssen sich auch beim Fernsehen in erster Linie nach den Wünschen der Erwachsenen richten	50	51	45
Ich lasse mein Kind fernsehen, wenn ich Zeit für etwas anderes brauche	50	51	44
Wir sehen uns oft Sendungen nur deshalb an, weil unser Kind sie sehen will	41	43	31
Um des Kindes willen müssen wir Erwachsenen manchmal auf das Fernsehen verzichten	41	44	28
Zur Belohnung lasse ich mein Kind auch mal Sendungen ansehen, die es sonst nicht sehen darf	38	40	33
Kinder müssen selbst bestimmen dürfen, welche Sendungen sie ansehen wollen	34	33	39
Mein Kind macht sich wenig aus Fernsehen	27	28	23
Manchmal glaube ich, mein Kind ist richtig fernsehstüchtig	26	27	21
Mein Kind darf so viel fernsehen, wie es möchte	21	21	20

Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

Tonträger und Radio hören. Bereits den vierten Rang hat jetzt die Nutzung des Computers erlangt, 61 Prozent der Kinder nutzen ihn mindestens einmal wöchentlich, in erster Linie zum Spielen.

Draußen und drinnen spielen sowie sich mit Freunden treffen sind die häufigsten nicht-mediale Freizeitaktivitäten der Kinder. Ebenfalls häufig wird Tätigkeiten wie Hausarbeit bzw. das eigene Zimmer aufräumen, malen/zeichnen/basteln oder Sport treiben nachgegangen. Mit Ausnahme der letztgenannten Aktivität werden sie alle wie auch einige mediale Tätigkeiten wie Radio hören, Bücher oder Comics lesen heute etwas weniger häufig ausgeübt als vor 13 Jahren – zugunsten neuer Medien wie Computer, Internet, Handy und Spielkonsole.

Kinder sehen in erster Linie fern, weil sie Spannung erleben, Spaß haben und ihr Wissen erweitern wollen. Weitere wichtige Seh motive sind Eskapismus und das Bedürfnis, mitreden zu können.

Entsprechend sehen sie am häufigsten witzige Zeichentrickserien mit viel Action, Wissens- bzw. Tier-sendungen und Unterhaltungs- bzw. Quizshows für Kinder und Erwachsene sowie Daily Soaps. Nutzungsmotive und die Nutzung verschiedener Programmgenres variieren mehr oder weniger stark nach Alter und Geschlecht.

Während RTL und Super RTL im Nutzungsumfang der Sechs- bis 13-Jährigen vorne liegen, ist der KIKA bei der emotionalen Bindung führend. Mehr als die Hälfte der Kinder nennt ihn als einen von ihren drei Lieblingssendern. Außerdem hat er bei ihnen aufgrund seines Programms das beste Image.

Auch die Eltern bringen den Kindersendungen des KIKA sowie von ARD und ZDF eine hohe Wertschätzung entgegen. Sie haben bei ihnen ein sehr gutes Image und werden mit Spitzennoten bewertet. Die größte Kompetenz für Kindersendungen schreiben sie dem KIKA zu, danach folgen ARD und ZDF. Sie betonen die Vielseitigkeit des öffentlich-rechtlichen Programmangebots für Kinder, seine hohe Qualität und die Wissensvermittlung und bescheinigen ihm einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Gewalt.

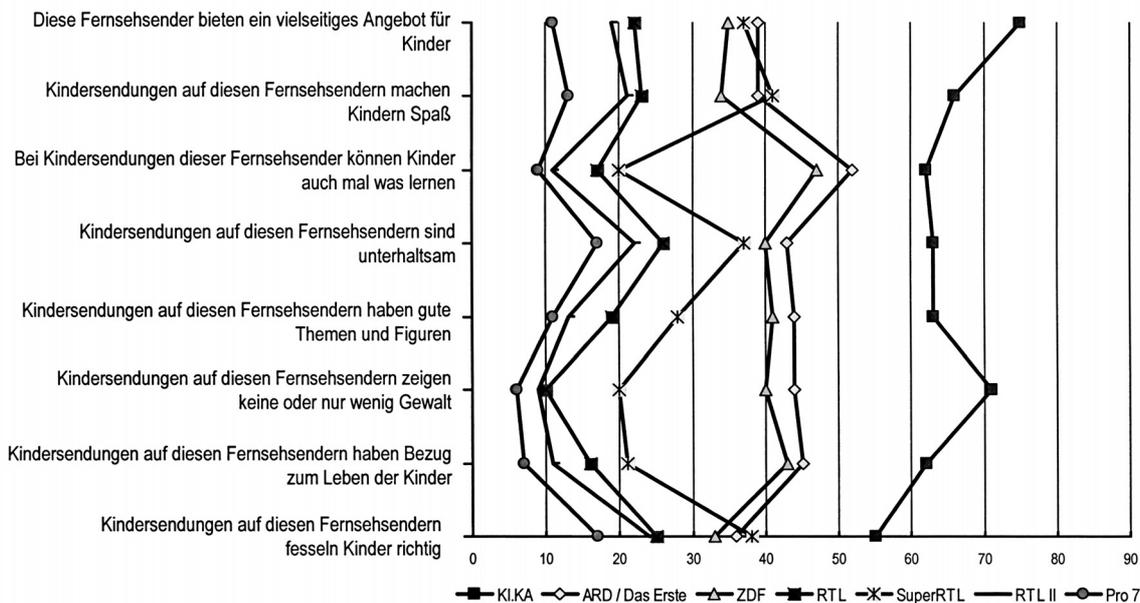
Kinder und Eltern bringen KIKA hohe Wertschätzung entgegen

Häufigste nicht-mediale Freizeitaktivitäten: Spielen und mit Freunden treffen

TV-Nutzungsmotive von Kindern: Spannung, Spaß, Wissen erweitern

Abb. 2 Images von Fernsehsendern aus Sicht der Eltern (1)

„Nachfolgend sind Eigenschaften aufgeführt, die auf Kindersendungen verschiedener Fernsehsender zutreffen können. Bitte kreuzen Sie an, auf welche der nachfolgenden Fernsehsender die Eigenschaften jeweils zutreffen“, Angaben in %

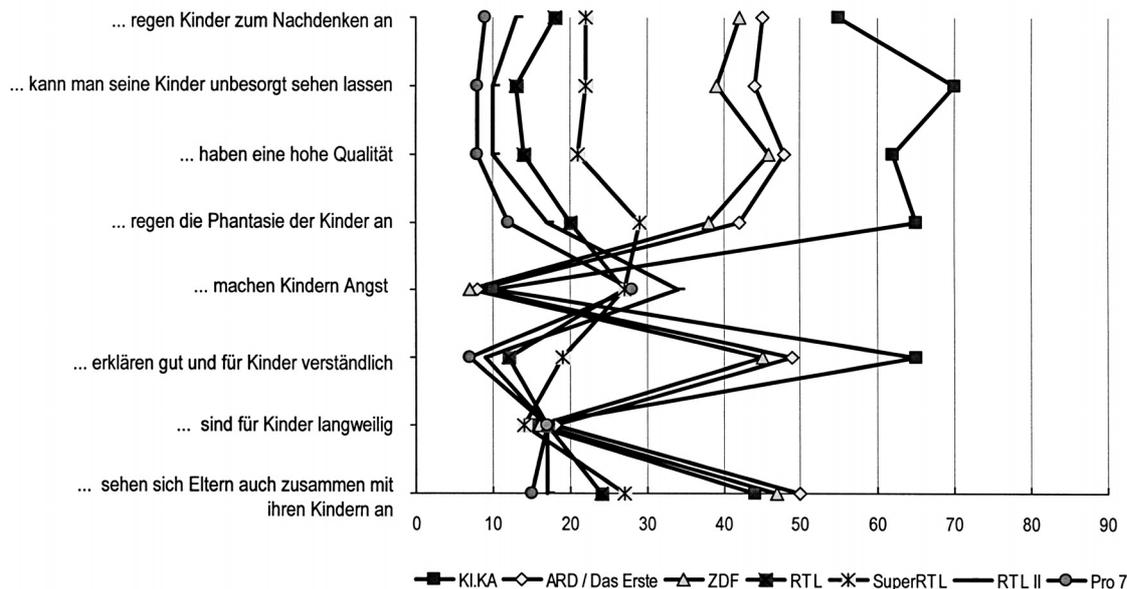


n = 2 103 Eltern von Sechs- bis 13-Jährigen; gestützte Abfrage.
Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

Abb. 3 Images von Fernsehsendern aus Sicht der Eltern (2)

„Nachfolgend sind Eigenschaften aufgeführt, die auf Kindersendungen verschiedener Fernsehsender zutreffen können. Bitte kreuzen Sie an, auf welche der nachfolgenden Fernsehsender die Eigenschaften jeweils zutreffen“, Angaben in %

Kindersendungen auf diesen Fernsehsendern ...



n = 2 103 Eltern von Sechs- bis 13-Jährigen; gestützte Abfrage.
Quelle: ARD/ZDF-Studie „Kinder und Medien 2003“.

Eltern gehen heute gelassener mit dem Fernsehen um als 1990

Eltern weisen dem Fernsehen wichtige Funktionen für ihre Kinder zu wie Spaß, soziale und kommunikative Elemente, Lernen und Nützlichkeit für die Schule. Fernsehkritische Einstellungen sind zwar ebenfalls vorhanden, aber gegenüber 1990 deutlich abgeschwächt und weniger dominant in der Beurteilung des Mediums. Fernsehen gehört heute zum Alltag der Familien dazu und der Umgang mit dem Fernsehen ist gelassener geworden.

Anmerkungen:

- 1) Die Feldzeit war so geplant, dass in den Herbstferien, die in den verschiedenen Bundesländern unterschiedlich lagen, keine Erhebungen stattfanden. Es sollte das Medienverhalten an „normalen Wochentagen“ in einem saisonal vergleichbaren Zeitraum mit der Vorgängerstudie von 1990 erfasst werden.
- 2) 82 Prozent waren weibliche Personen und 18 Prozent männliche Personen.
- 3) 85 Prozent waren weibliche Personen und 17 Prozent männliche Personen.
- 4) Für das Verhältnis alte Bundesländer zu neuen Bundesländern wurde in den Stichproben eine Relation zwei Dritteln zu einem Drittel gewählt, um eine bessere Fallzahlbasis für den Osten zu haben. In der Grundgesamtheit besteht ein Verhältnis von vier Fünfteln zu einem Fünftel (80:20). Nach Abschluss der Erhebung wurde durch Gewichtung eine Anpassung an die realen Anteile in der deutschen Bevölkerung vorgenommen. Die Stichprobenziehung erfolgte als mehrstufige Quotenstichprobe, gezogen nach Sample Points (Bundesland, BIK Ortsgrößenklassen), Alter und Geschlecht des Kindes.
- 5) Vgl. Klingler, Walter/Jo Groebel: Kinder und Medien 1990. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission unter Mitarbeit von Imme Horn und Karen Schönenberg. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 13. Baden-Baden 1994.
- 6) Es handelt sich dabei um Haushalte, in denen außer dem befragten Elternteil keine weitere Person über 18 Jahre lebt.
- 7) Diese und die weiteren Aussagen zur Zahl der Kinder im Haushalt beziehen sich auf Kinder bis einschließlich 17 Jahre.
- 8) Die digitale Marktstudie der ARD-Medienkommission ermittelte für Mitte 2005 9,0 Prozent Digitalhaushalte in Deutschland. Die Hochrechnung aus dem GfK-Panel ergibt für den 1. Januar 2004 einen Anteil von 9,7 Prozent Digitalhaushalte an allen Fernsehhaushalten. Die überdurchschnittliche Verbreitung von digitalen Empfangsmöglichkeiten in Familienhaushalten entspricht dem Trend, der auch in anderen Studien ermittelt wurde.
- 9) Relativ zum jeweiligen Gerätebesitz der Haushalte, der in Ostdeutschland insgesamt geringer ist als in Westdeutschland.
- 10) Die Frage lautete: „Welche der folgenden Einrichtungen und Freizeitmöglichkeiten gibt es in Ihrer Nähe, die für Ihr Kind schnell und gefahrlos zu erreichen sind?“
- 11) Vgl. Klingler/Groebel (Anm. 5), S. 46.

