

Die erweiterten Medienzugänge von Kindern

Ergebnisse der *KIM-Studie 2016*

Daniel Hajok

Ende Februar 2017 erschien die 11. Ausgabe der *KIM-Studie*, die seit 1999 regelmäßig vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) durchgeführt wird. Dafür wurden von Mai bis Juni 2016 wieder über 1.200 Kinder und ihre Haupterziehenden befragt. Die erhobenen Daten sind repräsentativ für die 6- bis 13-Jährigen in Deutschland und geben erneut einen ersten Überblick über die Medienwelten von Kindern, der nachfolgend entlang einiger spannender Entwicklungen kurz vertieft wird.

Die mediatisierte Freizeit von Kindern

Welchen Stellenwert haben die Medien heute im Alltag von Kindern? Das ist sicher die spannendste Frage, die sich mit den Ergebnissen der *KIM-Studie* nicht nur aktuell, sondern auch hinsichtlich der markanten Veränderungen sehr gut beantworten lässt. Sieht man sich die Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigungen, denen Kinder (fast) täglich nachgehen, im längerfristigen Vergleich etwas näher an (siehe Tabelle 1), wird offensichtlich, dass nunmehr auch der Alltag von Kindern zunehmend von Handy, Smartphone und Internet bestimmt wird. Medienaktivitäten, die den Alltag junger Menschen schon lange prägen – insbesondere das Fernsehen, aber auch Musikhören und Lesen von Büchern –, sind damit keineswegs obsolet geworden. Vielmehr hat sich mit den digitalen Medien die Freizeit der 6- bis 13-Jährigen insofern weiter mediatisiert, als dass Kinder immer weniger Zeit mit klassischen Beschäftigungen (vor allem Malen/Zeichnen/Basteln, Hausaufgaben/Lernen) verbringen und sich auch seltener mit ihren Freunden treffen. Das Interesse an Freunden

und Freundschaft hat demgegenüber kaum abgenommen und rangiert bei den seit 2000 abgefragten Themeninteressen unangefochten auf Platz eins.

Wie stark der Alltag von Kindern heute von Medien geprägt ist, wird anhand der Nutzungszeiten noch deutlicher. Legt man die Angaben der Haupterziehenden zugrunde, summiert sich allein die Nutzung von Fernsehen, Radio, Internet, digitalen Spielen und Büchern bei den 6- bis 7-Jährigen auf mehr als zweieinhalb Stunden täglich. Bei den 12- bis 13-Jährigen sind es durchschnittlich über fünf Stunden, sodass die verschiedenen Aktivitäten zunehmend parallel laufen und übereinandergeschichtet werden müssen, um sie überhaupt noch in der begrenzten Freizeit unterzubringen. Was im Einzelnen wie lange genutzt wird, hat nach den Ergebnissen der Studie nicht zuletzt mit der formalen Bildung der Eltern zu tun: Die Nutzung von Fernsehen und auch von digitalen Spielen ist in bildungsbenachteiligten Milieus besonders verbreitet. Kinder von Eltern mit Abitur oder Studium verbringen demgegenüber auffällig viel Zeit mit dem Lesen (von Büchern) und im Internet.

Tabelle 1:

Eigene Darstellung nach Daten der KIM-Studien 2000, 2008 und 2016 zu den regelmäßigen Nutzern (jeden/fast jeden Tag) unter den 6- bis 13-Jährigen

Rang	2000	2008	2016
1.	Hausaufgaben/Lernen (81 %)	Hausaufgaben/Lernen (81 %)	Fernsehen (77 %)
2.	Fernsehen (80 %)	Fernsehen (73 %)	Hausaufgaben/Lernen (70 %)
3.	Drinnen spielen (56 %)	Draußen spielen (59 %)	Drinnen spielen (53 %)
4.	Freunde treffen (53 %)	Drinnen spielen (51 %)	Draußen spielen (49 %)
5.	Draußen spielen (51 %)	Freunde treffen (49 %)	Handy/Smartphone (42 %)
6.	Radio hören (35 %)	Mit Tier beschäftigen (30 %)	Freunde treffen (35 %)
7.	MCs/CDs/Schallplatten (32 %)	Computer nutzen (23 %)	Musik hören (35 %)
8.	Mit Tier beschäftigen (26 %)	Musik-CDs/Kassetten (23 %)	Internet nutzen (27 %)
9.	Ausruhen (19 %)	Radio hören (19 %)	Mit Tier beschäftigen (25 %)
10.	Malen/Zeichnen/Basteln (18 %)	Telefonieren (Festnetz) (18 %)	Radio hören (23 %)
11.	Telefonieren (18 %)	Ausruhen (17 %)	PC-/Konsolen-/Onlinespiele (22 %)
12.	Computer nutzen (16 %)	Malen/Zeichnen/Basteln (16 %)	Computer (offline) (16 %)
13.	Buch lesen (14 %)	Tragbare Spielkonsole (16 %)	Buch lesen (15 %)
14.	Hörspiellassetten/-CDs (14 %)	Buch lesen (15 %)	Etwas mit Familie/Eltern (11 %)
15.	Etwas mit Familie/Eltern (12 %)	Etwas mit Familie/Eltern (14 %)	Malen/Zeichnen/Basteln (10 %)

Vom linearen Fernsehen zur YouTube-Nutzung

Für Kinder ist das Fernsehen noch immer die wichtigste Medienbeschäftigung, der sie mit zunehmendem Alter und eigenem Fernsehgerät im Zimmer auch immer ungestörter nachgehen. Gemessen an der Häufigkeit rangierte das Fernsehen im Jahr 2016 sogar auf Platz eins aller abgefragten Freizeitaktivitäten (siehe Tabelle 1). Insgesamt betrachtet, sehen drei Viertel der 6- bis 13-Jährigen (fast) jeden Tag fern, wobei eine knappe Mehrheit den Fernseher gezielt zur Nutzung bestimmter Sendungen anschaltet, die anderen sich lieber vom Programm überraschen lassen. Bereits früh etablieren die Kinder ihre persönlichen Favoriten und sind dabei ganz zu Beginn noch stark an das Programm des KiKA gebunden. Mit zunehmendem Alter differenzieren sich die Präferenzen weiter aus, neben SUPER RTL wird für die Mädchen dann vor allem RTL relevant, für die Jungen ProSieben.

Bei den genutzten Sendungen lässt sich kein absolutes Highlight ausmachen. Beliebt sind weiterhin Klassiker wie *Die Simpsons*, *Die Sendung mit der Maus*, *Schloss Einstein*,

SpongeBob, *Barbie*, *Tom und Jerry* und *Shaun das Schaf*, Serien wie *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Die Pfefferkörner* und *Violetta*, aber auch populäre Formate wie *Deutschland sucht den Superstar*. Auch die Kindernachrichtensendung *logo!* und Wissenssendungen werden von den 6- bis 13-Jährigen recht oft gesehen. Für die Jüngeren sind hier neben *Die Sendung mit der Maus* auch *Löwenzahn* und *Wissen macht Ah!* relevant. Bei den Älteren steht *Galileo* hoch im Kurs.

„Zusätzlich zur linearen Fernsehnutzung sehen sich gut die Hälfte der Kinder auch im Internet Fernsehinhalte und Videos an“ (S. 80). Dennoch war es auch im Jahr 2016 nur eine Minderheit der 6- bis 13-Jährigen (etwa jede bzw. jeder Neunte), die sich regelmäßig Fernsehinhalte im Netz ansieht. Wie bei den Jugendlichen sind hier nicht die Mediatheken der Sender die wichtigste Anlaufstelle. Es ist vielmehr die Videoplattform YouTube, die bei den 8- und 9-Jährigen bereits die beliebteste Internetseite ist. Im Fokus der YouTube-Nutzung stehen lustige Clips sowie Musik-, Tier- und Sportvideos. Mit zunehmendem Alter der Kinder gewinnen Mode- und Beautyvideos, Tutorials und Videos zu schulischen Themen, Let's-

Play-Videos und Produkttests an Bedeutung. Vor allem die Mädchen bauen eine besondere Beziehung zu den populären YouTuberinnen und YouTubern auf. Ganz oben hier die Kanäle *BibisBeautyPalace* und *Dagi Bee*, die mit Hunderten von online gestellten Videos mehrere Millionen Abonnenten haben.

Erweiterte Zugänge mit mobilen Endgeräten

Handys und insbesondere Smartphones haben nun endgültig auch den Alltag von Kindern erreicht. Im Jahr 2016 besaßen erstmalig die meisten der befragten 6- bis 13-Jährigen ein Mobiltelefon, jede bzw. jeder Dritte hatte sogar ein Smartphone zur Verfügung. Noch werden die multifunktionalen Geräte von den Kindern aber vor allem zum Telefonieren (meist mit den Eltern) und für den Austausch von Nachrichten genutzt. Einmal in der eigenen Hand, integrieren viele aber schnell auch die anderen Möglichkeiten in ihren Alltag. Dazu gehören das Erstellen (und Versenden) von Bildern und Videos, das bei den Mädchen besonders beliebt ist, sowie die Nutzung digitaler Spiele, die bei Jungen noch immer besonders weitverbreitet ist. Darüber hinaus nutzen viele Kinder ihre Smartphones natürlich als Zugang ins Internet und in die Welt der Apps.

Mit ihrer zunehmend mobilen Onlinenutzung haben die Kinder weiter jene Nutzungsroutinen etabliert, die bei den Jugendlichen schon seit einigen Jahren zu beobachten sind: Gerade beim Smartphone-Gebrauch dreht sich vieles um Kommunikation, Austausch und Vernetzung. Bereits für Kinder, die im Alter von 6 bis 13 Jahren noch mehrheitlich (fast) täglich den Kontakt mit ihren Freunden in persönlichen Treffen halten, sind in den letzten Jahren WhatsApp und auch Face-

book immer wichtiger für das soziale Zusammenleben geworden: „[...] während bei Kindern bis zu elf Jahren das persönliche Treffen immer an erster Stelle steht, wird diese Option bei den Ab-Zwölfjährigen von WhatsApp auf den zweiten Rang verwiesen“ (S. 37 f.).

Mit Handys und Smartphones, aber auch zunehmend mit Tablets, haben die Kinder in den letzten Jahren ihre Zugänge zu digitalen Spielen erweitert. 2016 tauchten die meisten 6- bis 7-Jährigen regelmäßig in die Welt der Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet- und Handyspiele ein. Die größte Bindung zu den Spielen lässt sich weiterhin bei den älteren Kindern, den 12- bis 13-Jährigen, und den Jungen beobachten. In diesen Gruppen spielen mittlerweile zwei von fünf Kindern (fast) jeden Tag. Die tägliche Spielzeit liegt bei der knappen Hälfte bei mehr als 60 Minuten. Bei den Highlights hat sich in den letzten Jahren nicht viel getan: Die Jungen mögen vor allem *FIFA*, *Minecraft* und *Mario Kart*, die Mädchen *Die Sims* und *Super Mario*. Auch im Jahr 2016 gaben wieder zwei von fünf Kindern an, Spiele zu spielen, für die sie laut Alterskennzeichnung (noch) zu jung sind.

Der Kontrolle von Erziehenden zunehmend entzogen

Es sind vor allem die onlinefähigen mobilen Endgeräte, die Kindern immer mehr Autonomie beim Medienumgang ermöglichen und entscheidend dazu beitragen, dass sie sich immer früher und zunehmend individualisiert die Welt der Medien erschließen. Das aus pädagogischer Sicht wohl spannendste Ergebnis der *KIM-Studie* ist, dass Kinder heute die verschiedenen Medien immer häufiger alleine nutzen und sich so zunehmend einer Kontrolle der Erziehenden entziehen. Insbeson-

»Zusätzlich zur linearen Fernsehnutzung sehen sich gut die Hälfte der Kinder auch im Internet Fernsehinhalte und Videos an.«

KIM-Studie 2016

dere bei den digitalen Spielen, beim Surfen im Internet und auch beim Fernsehen sind sie überwiegend sich selbst überlassen.

Zwar sind die meisten noch elterlichen Regeln unterworfen, was die Dauer und genutzten Inhalte anbetrifft. Doch allein beim Surfen im Internet stößt jedes neunte Kind auf Sachen, die ihm unangenehm sind, Angst machen oder schlicht für Kinder ungeeignet sind. Vergleichsweise wenig elterlichen Regeln sind die Schützlinge gerade beim Umgang mit den mobilen Endgeräten unterworfen. Aktuell wächst nur jedes zweite Kind mit Absprachen zur Dauer der eigenen Handy- und Smartphone-Nutzung auf, bei nur drei von fünf Kindern werden inhaltliche Regelungen getroffen. Bestimmte Zeiten und Situationen, zu denen gar keine Medien genutzt werden dürfen (etwa beim Hausaufgabenmachen, Essen, vor dem Frühstück oder kurz vorm Schlafengehen), sind zwar weitverbreitet, dennoch wächst jede bzw. jeder siebte 6- bis 7-Jährige ohne entsprechende Regelungen auf. Bei den 12- bis 13-Jährigen ist es jede bzw. jeder Vierte.

Nicht zuletzt vertrauen nach wie vor nur wenige Eltern bei digitalen Medien auf technische Hilfsmittel, auf die Kinder- und Jugendschützer so viel Hoffnung gesetzt hatten. Sowohl spezielle Softwarelösungen, mit denen die Nutzungszeiten eingeschränkt und problematische Inhalte gesperrt werden, als auch die vorhandenen Sicherheitseinstellungen an den Endgeräten der Kinder sind eine nur selten genutzte Option. Wenig verbreitet ist auch eine Beschränkung der Internetnutzung auf kindersichere Seiten. Bereits bei den 6- bis 7-Jährigen schränken die Erziehenden die Internetzugänge nur bei einer kleinen Gruppe (10 %) auf kindgerechte Angebote wie fragFINN, KiKA oder Toggo ein.

Literatur:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): KIM-Studie 2016. *Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland.* Stuttgart 2017

»[...] während bei Kindern bis zu elf Jahren das persönliche Treffen immer an erster Stelle steht, wird diese Option bei den Ab-Zwölfjährigen von WhatsApp auf den zweiten Rang verwiesen.«

KIM-Studie 2016

Dr. Daniel Hajok ist Kommunikations- und Medienwissenschaftler sowie Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM).

