

M i k e

Medien | Interaktion | Kinder | Eltern

Ergebnisbericht zur MIKE-Studie 2015

Projektleitung

Prof. Dr. Daniel Süss, Gregor Waller MSc, Prof. Dr. Beate Schwarz

Autoren

Suter Lilian, Waller Gregor, Genner Sarah,
Oppliger Sabine, Willemse Isabel, Schwarz Beate, Süss Daniel

Web

www.zhaw.ch/psychologie/mike
#mikestudie

Impressum

Herausgeber

ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
Departement Angewandte Psychologie
Pfingstweidstrasse 96
Postfach 707, CH-8037 Zürich
Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 84 39
info.psychologie@zhaw.ch
www.zhaw.ch/psychologie

Projektleitung

Prof. Dr. Daniel Süss
Gregor Waller MSc
Prof. Dr. Beate Schwarz

Autoren

Lilian Suter MSc
Gregor Waller MSc
lic. phil. Sarah Genner
Sabine Oppliger MSc
lic. phil. Isabel Willemse
Prof. Dr. Beate Schwarz
Prof. Dr. Daniel Süss

Kooperationspartner

Jacobs Foundation
Simon Sommer
Seefeldquai 17
Postfach
CH-8034 Zürich

Partner in der französischen Schweiz

Dr. Stéphanie Boéchat-Heer und Dr. Giuseppe Melfi
Haute École Pédagogique Berne-Jura-Neuchâtel
Département de la Recherche

Partner in der italienischen Schweiz

Dr. Marta Cola
Università della Svizzera italiana
Facoltà di scienze della comunicazione

Partner in Deutschland

Thomas Rathgeb
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest MPFS

Zitationshinweis

Suter L., Waller, G., Genner, S., Oppliger S., Willemse, I., Schwarz, B. & Süss, D. (2015). *MIKE - Medien, Interaktion, Kinder, Eltern*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Inhalt

Danksagung	1
Abstract.....	3
1 Einleitung.....	4
2 Stichprobe und Methoden	6
2.1 Umfang und Struktur der Kinderstichprobe	6
2.2 Umfang und Struktur der Elternstichprobe	7
2.3 Ablauf der Befragung.....	8
2.4 Auswahlverfahren	9
2.5 Regionalität.....	10
2.6 Erhebungszeitraum	11
2.7 Design und Gewichtung der Stichproben.....	11
2.8 Fragebogen	12
2.9 Datenauswertung	14
2.10 Hintergrundinformationen zu spezifischen Messgrößen.....	15
3 Nonmediale und liebste Freizeitaktivitäten.....	17
3.1 Nonmediale Freizeitaktivitäten	17
3.2 Liebste Freizeitaktivitäten	20
3.3 Fazit nonmediale und liebste Freizeitaktivitäten.....	22
4 Geräteverfügbarkeit und liebste Geräte	24
4.1 Geräteverfügbarkeit im Haushalt.....	24
4.2 Geräteverfügbarkeit im eigenen Zimmer.....	25
4.3 Liebste Medien	28
4.4 Handybesitz.....	29
4.5 Fazit Geräteverfügbarkeit und liebste Medien.....	29
5 Mediennutzung der Kinder	32
5.1 Freizeitaktivitäten mit Medien	32
5.2 Dauer der Mediennutzung (Angabe Eltern).....	35
5.3 Nutzung von Webseiten und Onlinediensten	37
5.4 Liebste Apps	39
5.5 Liebste Filme	40
5.6 Liebste Games.....	41
5.7 Handynutzung, wenn man eigentlich schlafen sollte	42
5.8 Fazit Mediennutzung der Kinder.....	43
6 Negative und positive Erfahrungen mit Medieninhalten.....	48
6.1 Fernsehinhalte	48
6.2 Internetinhalte.....	49
6.3 Fazit negative und positive Erfahrungen mit Medieninhalten.....	51
7 Freizeitaktivitäten und Mediennutzung der Eltern.....	53
7.1 Nonmediale Freizeitaktivitäten der Eltern.....	53
7.2 Mediennutzung der Eltern	54
7.3 Mediales und nonmediales Freizeitverhalten im Vergleich zwischen Eltern und Kindern	58

7.4	Wichtigkeit der Medien für Eltern.....	59
7.5	Fazit Freizeitaktivitäten und Mediennutzung der Eltern	60
8	Familie und Medien	63
8.1	Häufigkeit der gemeinsamen Mediennutzung	63
8.2	Medien als Gesprächsthema.....	66
8.3	Regeln im Umgang mit Medien	67
8.4	Altersempfehlungen.....	70
8.5	Fazit Familie und Medien	71
9	Einstellungen und Sorgen der Eltern	73
9.1	Sorgen zum Thema Mediennutzung	73
9.2	Einfluss verschiedener Medientätigkeiten auf das Kind.....	77
9.3	Fazit Einstellungen und Sorgen der Eltern.....	78
10	Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	80
11	Literatur.....	83

Abkürzungsverzeichnis

BFS	Bundesamt für Statistik
CH	Schweiz
DE	Deutschland
D-CH	Deutschschweiz
FH	Fachhochschulabschluss
FSK	Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (gibt Altersempfehlungen für Filme ab)
HF	Abschluss einer höheren Fachschule
I-CH	Italienische Schweiz/Tessin
JAMES	Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz (Studie über den Medienumgang von 12 bis 19 Jahre alten Jugendlichen in der Schweiz)
KIM	Kinder + Medien, Computer + Internet (Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland)
MIKE	Medien, Interaktion, Kinder, Eltern (Vorliegende Studie über den Medienumgang von Kindern in der Schweiz)
N	Anzahl Personen (meist Anzahl Kinder)
N _n	Anzahl Nennungen
N _{Eltern}	Anzahl Eltern
N _{Kinder}	Anzahl Kinder
PB	Proband
PEGI	Pan-European Game Information (gibt Altersempfehlungen für Games ab)
<i>r</i>	Korrelation
SoS	Sozioökonomischer Status
SRG	Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft
Uni	Universitätsabschluss
W-CH	Westschweiz

Danksagung

Um eine Studie in der Grössenordnung von MIKE durchführen zu können, braucht es Unterstützung von verschiedenen Seiten. Ohne wäre so ein Projekt nicht umsetzbar.

Deshalb möchten wir allen, die zum Gelingen der Studie beigetragen haben, einen herzlichen Dank aussprechen.

An erster Stelle möchten wir uns bei der Jacobs Foundation für die finanzielle Unterstützung der Studie bedanken. Wir haben die Zusammenarbeit höchst angenehm und produktiv empfunden. Im Besonderen danken wir Herrn Simon Sommer, Frau Alexandra Güntzer und Frau Constanze Lullies, die uns das nötige Vertrauen geschenkt und grossen Handlungsspielraum gewährt haben, so dass die forschersche Unabhängigkeit jederzeit gewährleistet war.

Auch danken wir unseren Partnern in Deutschland, dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest, der uns freundlicherweise den Fragebogen der KIM-Studie zur Verfügung gestellt hat. Wir erleben den Austausch mit Sabine Feierabend, Thomas Rathgeb und Theresa Plankenhorn als sehr wertvoll und spannend.

Wir danken Thomas Vollmer und dem Bundesprogramm Jugend und Medien, das die MIKE-Studie mit einem Schreiben zuhanden der Erziehungsdirektionen im Tessin und den Westschweizer Kantonen unterstützt hat und so zum Gelingen der Studie beigetragen hat.

Die Feldarbeit wurde in jedem Sprachraum von einem Team von zuverlässigen Interviewerinnen und Interviewer durchgeführt.

In den Deutschschweizer Schulen waren das: Eveline Bühler, Lisa Geiger, Andrea Hänggli, Stephanie Huber, Rahel Jud, Fabienne Kohler, Sarah Kramer, Nora Lipp, Luzia Möhrle, Stefanie Ostertag, Meret Stocker, Robin Thoma und Roman Weber. Vielen Dank.

In der Westschweiz möchten wir uns bei Dr. Stéphanie Boéchat-Heer, Dr. Giuseppe Melfi und Céline Miserez-Caperos bedanken, die an der Haute École Pédagogique Berne-Jura-Neuchâtel (HEP BE-JUNE) in Biel die Datenerhebung für ihren Sprachraum koordinierten. Auch hier waren verschiedene Interviewerinnen und Interviewer im Einsatz: Odel Alvarez, Victoria Arestova, Shirley Fiorelli, Bianca Franchi, Marie-Elodie Frochoux, Suzanne Hulmann, Céline Jubin, Aude Maillard, Giuseppe Melfi, Céline Miserez-Caperos, Guillaume Navet und Frédéric Saucy. Merci.

Ein weiterer Dank geht ins Tessin an Dr. Marta Cola von der Universität Lugano, die die Datenerhebung im Tessin geleitet hat, und ihrem Interviewer-Team: Francesca Colombo, Elena Lusvaldi, Alice Ponzoni und Elisa Rubegni. Grazie.

Ein ganz besonderer Dank geht an die über 1'000 Primarschülerinnen und -schüler, die an der Studie teilgenommen haben, sowie an die über 600 engagierten Eltern, die sich die Zeit genommen haben, den Elternfragebogen auszufüllen. Herzlichen Dank.

Danken möchten wir zudem den kooperativen Schulleitungen und Lehrpersonen, dass sie uns Zeit und Räumlichkeiten für die Befragung zur Verfügung gestellt haben.

Unseren Fragebogen konnten wir in vier Schulklassen vorab testen. Dafür möchten wir Nicole Pfenninger (Unterägeri), Nicole Moser (Wilten bei Wollerau), Isabelle Rohrer und Amanda Kohler (beide Zürich) sowie ihren Schülerinnen und Schülern unseren Dank aussprechen.

Für die Datenerfassung und -überprüfung der italienisch- und französischsprachigen Fragebögen bedanken wir uns bei Andres Jud und Manuela Rykart. Für die Auswertung der offenen Fragen zu den Filmen, Games und Apps danken wir Justina Markaj und Robin Stauer.

Wir bedanken uns bei der CLS Communication AG für die Übersetzungen der Fragebogen. Ein Dank geht ausserdem an die Text Control AG für die Übersetzung des Abstracts sowie des Kapitels Zusammenfassung und Schlussfolgerungen.

Das ZHAW-Forschungsteam
Zürich, im September 2015

Abstract

Die MIKE-Studie hat das Mediennutzungsverhalten von in der Schweiz lebenden Kindern im Primarschulalter repräsentativ untersucht. MIKE steht für *Medien, Interaktion, Kinder, Eltern*. Zwischen Mitte September 2014 und Ende Januar 2015 wurden 1065 Kinder im Alter zwischen sechs und dreizehn Jahren und 641 Eltern in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz befragt. Die Resultate zeigen, dass Medienerfahrungen für Kinder Teil ihres Alltags sind und die grosse Mehrheit in medial reich ausgestatteten Haushalten aufwächst. Handy/Smartphone, Computer/Laptop, Internetzugang und Fernsehgerät sind in fast allen Haushalten vorhanden. Trotz des grossen Angebots digitaler Medien ist Spielen die am häufigsten ausgeübte Freizeitaktivität. Auch Hausaufgaben gehören zum Alltag der Kinder. Die Tätigkeiten Freunde treffen, Sport machen und etwas mit der Familie unternehmen werden etwa gleich häufig ausgeübt wie die häufigsten Medientätigkeiten: Musik hören, Fernsehen und Bücher lesen. Im Laufe der Primarschule verändert sich das Mediennutzungsverhalten und insbesondere Internet und Handy werden von den älteren Kindern häufiger genutzt. Obwohl viele Kinder noch kein Handy besitzen oder auch keines regelmässig nutzen, rangiert das Handy auf Platz eins der liebsten Medien der Kinder. Sowohl mit Fernseh- wie auch mit Internetinhalten machen Kinder deutlich mehr positive als negative Erfahrungen. Die MIKE-Studie beleuchtet neben der Mediennutzung der Kinder zahlreiche Aspekte im Spannungsfeld Familie und Medien. Eltern und Kinder beeinflussen sich in ihrer Mediennutzung gegenseitig und nutzen oft die gleichen Medien ähnlich häufig, ausser Videogames. Am meisten Sorgen machen sich Eltern bezüglich gewalthaltigen und pornografischen Medieninhalten.

Neben den globalen Analysen des Medien- und Freizeitverhaltens von Eltern und Kindern werden folgende Gruppierungsmerkmale berücksichtigt: Alter, Geschlecht, Sprachregion, Migrationshintergrund, sozioökonomischer Status (SoS), Bildung der Eltern, Urbanitätsgrad und Familiengrösse. Die MIKE-Studie liefert wissenschaftlich verlässliche und repräsentative Daten für Behörden, Institutionen und Privatpersonen, die sich mit Kindern beschäftigen.

1 Einleitung

Das Mediennutzungsverhalten von sechs bis dreizehn Jahre alten Kindern steht in der MIKE-Studie im Fokus. MIKE steht für *Medien, Interaktion, Kinder, Eltern*. Die Studie ist die erste repräsentative Studie über die Mediennutzung von Kindern im Primarschulalter in der Schweiz mit einem umfassenden Blick auf alle Mediengattungen. Frühere Studien zum Medienalltag von Kindern, welche seit den 1970er-Jahren zum Beispiel an der Universität Zürich oder durch den SRG Forschungsdienst durchgeführt wurden, fokussierten jeweils auf ein engeres Spektrum von Medien, waren nicht repräsentativ angelegt oder auf bestimmte Alterssegmente beschränkt (vgl. zum Beispiel Aregger & Steinmann, 1989; Begert & Steinmann, 1997; Hermida, 2013; Saxer, Bonfadelli & Hättenschwiler, 1980; Steinmann, 1972; Süss, 2004). Die EU Kids Online Studie (Hermida, 2013) war auf die Internetnutzung und deren Risiken für 9- bis 16-Jährige fokussiert. In der vorliegenden Studie spielt die Internetnutzung ebenfalls eine Rolle, es werden jedoch zahlreiche weitere Einblicke in die Lebenswelt und Mediennutzung von Primarschulkindern ermöglicht.

Im Gegensatz zur Mediennutzung Jugendlicher (siehe JAMES-Studie, Willemse et al., 2014) war bisher über die aktuelle Mediennutzung von Kindern in der Schweiz im Primarschulalter wenig bekannt. In einschlägigen Referaten, Debatten oder Publikationen wurde deshalb jeweils auf die Befunde der KIM-Studie aus Deutschland (Feierabend, Plankenhorn & Rathgeb, 2014) zurückgegriffen, welche seit 1999 regelmässig durchgeführt wird. Die MIKE-Studie schliesst diese Forschungslücke und soll Politik und Gesellschaft hilfreiche Informationen über die Mediennutzung von Kindern in der Schweiz liefern. Kampagnen und Initiativen in Bildung und Prävention benötigen ein solides Fundament an Kenntnissen über den Medienalltag der Kinder. Fehlen diese Daten, dann ist man versucht, sich von zufälligen Alltagsbeobachtungen oder von in polemischen Debatten geschürten Ängsten leiten zu lassen.

Befragt wurden in den drei grossen Sprachregionen nebst den Kindern auch deren Eltern. So wird das Image bestimmter Medien bei den Eltern dargestellt, aber auch die Mediennutzung der Eltern beleuchtet. Wie wichtig gewisse Medien für die Eltern selber sind, beeinflusst auch deren medienerzieherische Haltung und vor allem: Es bildet das Fundament für die Vorbildwirkung der Eltern gegenüber ihren Kindern.

Nebst dem Mediennutzungsverhalten wurden in der Studie auch andere Aspekte erfasst und mit dem Mediennutzungsverhalten in einen Zusammenhang gebracht. Soziodemographische Merkmale der Familien, nonmediale Freizeitaktivitäten und die Einstellungen und Erziehungshaltungen der Eltern werden herausgearbeitet, genauso wie Unterschiede zwischen den Sprachregionen oder zwischen Familien mit schweizerischen Wurzeln und Familien mit Migrationshintergrund.

Der vorliegende Bericht beleuchtet vor allem die deskriptiven Befunde der Studie. In weiteren Publikationen werden auf der Basis der Daten zusätzliche Zusammenhänge zwischen der Mediennutzung und der Schlafdauer und Schlafqualität oder der Schulleistung der Kinder analysiert. Hängt beispielsweise abendliches Fernsehschauen mit schlechter Schlafqualität und schlechten Schulleistungen zusammen? Erste Hinweise auf solche Aspekte finden sich schon im vorliegenden Bericht, zum Beispiel bei der Frage, wie häufig die Kinder ihr Handy nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten.

Die JAMES-Studie, welche seit 2010 regelmässig den Medienalltag von 12- bis 19-jährigen Jugendlichen in der Schweiz untersucht, stellt den „grossen Bruder“ von MIKE dar. Da wir die beiden Studien möglichst vergleichbar angelegt haben, können bei manchen Themen unter Berücksichtigung der Befunde der JAMES-Studie 2014 (Willemse et al., 2014) Verläufe über die Altersspanne von 6 bis 19 Jahren hinweg aufgezeigt werden. Dabei wird deutlich, dass sich bestimmte Nutzerverhaltensmuster schon im Laufe der Primarschulzeit herausbilden. Ausserdem wird - wo möglich - ein Bezug hergestellt zur KIM-Studie 2104 (Feierabend et al., 2014), die den aktuellen Medienumgang von Kindern in Deutschland beleuchtet.

Der Bericht ist so strukturiert, dass jedes Kapitels mit einer Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse und ersten Interpretationen endet. Zum Abschluss des Berichts werden die wichtigsten Erkenntnisse und Schlussfolgerungen nochmals verdichtet interpretiert und Schlussfolgerungen für Medienbildung und -erziehung gezogen.

2 Stichprobe und Methoden

In diesem Kapitel werden die Kinder- und die Elternstichprobe sowie das Vorgehen bei der Probandenrekrutierung und der Befragung beschrieben. Ausserdem werden wichtige Informationen zum Fragebogen und zur Auswertung der Daten dargestellt. Das Kapitel wird mit Fotografien von Schulhaus-Szenen aus der Phase der Datenerhebung illustriert (siehe Abbildungen 1, 4 und 7).



Abbildung 1: Garderobe in Primarschulhaus (ländliches Gebiet, Deutschschweiz)

2.1 Umfang und Struktur der Kinderstichprobe

Als Grundgesamtheit sind alle Schülerinnen und Schüler der Schweiz definiert, die im Zeitraum der Datenerhebung (September 2014 bis Januar 2015) die Primarschule besuchten. Sie beträgt 474'366. Um eine Vielfalt von Kindern durch alle Bevölkerungsschichten zu erreichen, wurde als Befragungsort die Schule gewählt. So konnten auch Kinder für die Teilnahme gewonnen werden, die in einer Panelbefragung nicht erreicht würden. Panelselektionseffekte können somit ausgeschlossen werden.

Insgesamt wurden 512 Kinder mündlich und 559 Kinder schriftlich befragt. Dies entspricht einer Brutto-Stichprobe von $N = 1071$. Sechs Fälle wurden aufgrund von Hinweisen aus der Phase der Datenerfassung überprüft. Diese Fälle wurden von der Analyse ausgeschlossen, da entweder sehr viele Antworten fehlten oder doppelt angekreuzt wurden oder weil das Kind starke Verständnisprobleme während des Interviews hatte. Somit resultiert eine Netto-Stichprobe von **$N = 1065$ Kinder**. Hiervon wurden 229 Schülerinnen und Schüler im Tessin befragt, 399 in der Romandie und 437 in der Deutschschweiz. Zielgrösse der Substichproben in den Landesteilen waren 200 im Tessin sowie je 400 in der Deutsch- und Westschweiz. In der Stichprobe befinden sich etwas mehr Jungen (539) als Mädchen (516). Bei den Alterskategorien bilden die 12-/13-Jährigen die kleinste Gruppe (siehe Abbildung 2).

Weitere Informationen über die Verteilung bestimmter Gruppierungsmerkmale der Stichprobe (z.B. Urbanitätsgrad) finden Sie in Kapitel 2.10.

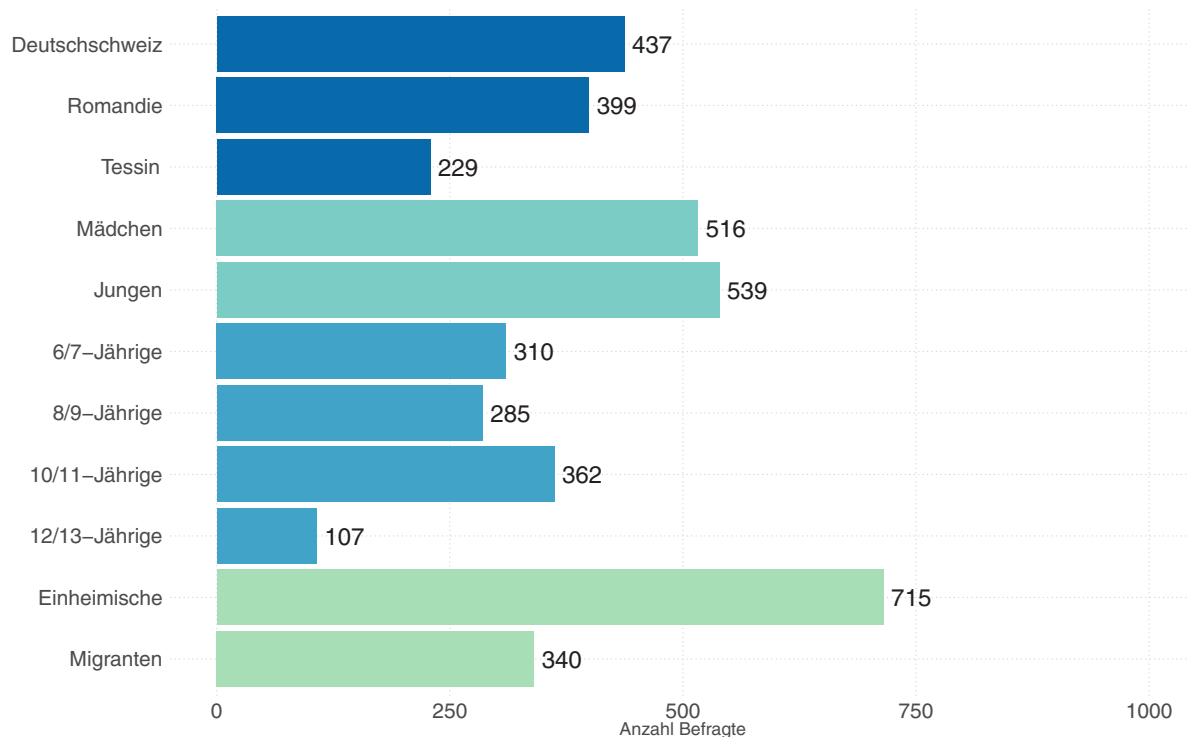


Abbildung 2: Stichprobenverteilung der Kinder nach Landesteil, Geschlecht, Alter und Herkunft

2.2 Umfang und Struktur der Elternstichprobe

Der Begriff Eltern wird in diesem Bericht stellvertretend für alle Erziehungsberechtigten verwendet. Gemeint sind somit beispielsweise auch alleinerziehende Elternteile oder Erziehungsberechtigte in anderen Familienformen.

Die Eltern wurden über die Kinder rekrutiert, indem die befragten Kinder im Anschluss an ihre Befragung den Fragebogen für die Eltern nach Hause brachten. Insgesamt wurden 645 ausgefüllte Elternfragebögen an das Forschungsteam zurückgeschickt. Dies entspricht einem hohen Rücklauf von 60%. Der Rücklauf, gemessen am Anteil zurückgeschickter Elternfragebögen an der Anzahl befragter Kinder, war in der Deutschschweiz am höchsten (69%), gefolgt vom Tessin (63%) und der Romandie (58%). Eltern von Kindern in der ersten bis dritten Klasse schickten den Fragebogen etwas häufiger zurück (63% Rücklauf) als Eltern von Kindern in der vierten bis sechsten Klasse (58% Rücklauf).

Keiner der Elternfragebögen wurde aufgrund inhaltlicher Aspekte oder Mängel von der Analyse ausgeschlossen. Allerdings wurden die Elternfragebögen, die zu den Kindern gehörten, deren Fragebogen ausgeschlossen wurden, nicht in der Auswertung berücksichtigt. Somit wurden für die Analysen Fragebögen von $N_{\text{Eltern}} = 641$ Eltern verwendet.

In Abbildung 3 werden wichtige Gruppierungsmerkmale der Elternstichprobe dargestellt. Innerhalb der Stichprobe der Eltern sind Frauen und Eltern mit tertiärem Bildungsabschluss (Fachhochschule/Universität) übervertreten. Auch die vier Altersgruppen sind nicht gleichmässig verteilt: die meisten Eltern sind zwischen 40 und 44 Jahren alt. Die Stichprobe der Eltern ist ausserdem womöglich dahingehend verzerrt, dass die antwortenden Eltern bereits für das Thema Mediennutzung und Medienkompetenz sensibilisiert waren und deswegen an der Befragung teilgenommen haben. Aufgrund der oben aufgeführten Aspekte gilt die Elternstichprobe als **nicht** repräsentativ. Ergebnisse aus der Befragung der Eltern sind deshalb mit Vorsicht zu betrachten und nicht auf alle Eltern in der Schweiz generalisierbar.

Lesehinweis: Grafiken mit Aussagen auf der Basis der Elternstichprobe werden in einem gestrichelten Rahmen dargestellt.

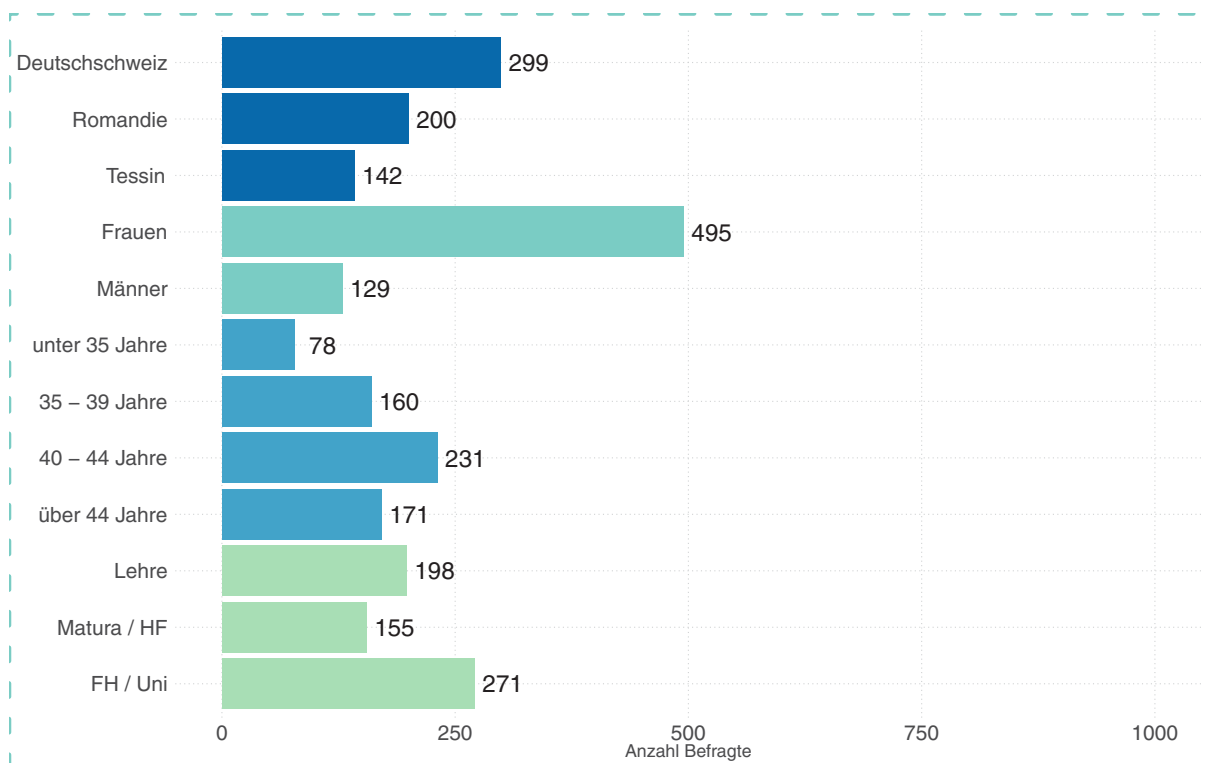


Abbildung 3: Stichprobenverteilung der Eltern nach Landesteil, Geschlecht, Alter und Bildungsniveau

2.3 Ablauf der Befragung

Die Eltern der Kinder in der Zufallsstichprobe wurden mit einem Brief, der über die Lehrpersonen vorgängig abgegeben wurde, über die Studie informiert. Da Kinder zu Beginn der Primarschule mit einer schriftlichen Befragung überfordert wären, wurden zwei unterschiedliche Erhebungsmethoden eingesetzt. Kinder der ersten bis dritten Primarklasse wurden in einem Gespräch von maximal 45 Minuten Dauer einzeln befragt. Diese Interviews wurden von speziell für diese Aufgabe geschulten Interviewerinnen und Interviewern durchgeführt und fanden meist in einem separaten Raum statt, wo zwischen ein und fünf Kinder (je nach Grösse und Verfügbarkeit von Räumen in der Schule) gleichzeitig befragt wurden. Um die Befragung möglichst verständlich zu gestalten, wurde bei Bedarf ein Heft verwendet, in dem verschiedene Fragen und Antwortmöglichkeiten mit Bildern dargestellt waren. Kinder der vierten bis sechsten Primarklasse füllten den Fragebogen schriftlich während einer Schulstunde (45 Minuten) im Klassenverband aus. Bei dieser Befragung war mindestens eine, meist zwei Personen aus dem Projektteam anwesend, hauptsächlich um auftretende Verständnisfragen zu beantworten. Die Präsenz der Lehrkräfte war möglich, jedoch nicht Pflicht. Die Teilnahme an der Befragung war freiwillig, ein Abbruch wäre für jedes Kind jederzeit möglich gewesen.

Den befragten Kindern wurde ein weiterer Fragebogen abgegeben, den sie im Anschluss an die Befragung nach Hause nehmen und ihren Eltern übergeben sollten. Diesem Fragebogen für die Eltern war ein Informationsschreiben beigelegt, worin die Studie und deren Ziele nochmals erläutert wurden. Für das Ausfüllen des Elternfragebogens wurden 30 bis 45 Minuten benötigt. Der Rückversand des Fragebogens war kostenlos. Die Teilnahme der Eltern an der Befragung war freiwillig.

2.4 Auswahlverfahren

Die Stichprobe wurde nach einem Quotenplan zusammengestellt, welcher Landesteil (Deutschschweiz, Romandie und Tessin), Klasse (erste, zweite, dritte, vierte, fünfte und sechste Klasse) und Urbanitätsgrad (Stadt/Agglomeration und Land) berücksichtigte. Innerhalb dieser Stichprobensegmente wurden einzelne Befragungsorte per **Zufallsauswahl** über eine Liste der Schweizer Postleitzahlen gezogen (geografische Verteilung siehe Abbildung 5). Innerhalb des gezogenen Postleitzahlkreises wurde die Primarschule, wenn es mehrere davon gab, ebenfalls randomisiert ausgewählt. Befand sich in der ausgewählten Ortschaft keine Schule, wurde die Schule ausgewählt, die die Kinder aus der Ortschaft im Regelfall besuchen.

Die Leitungen der Schulen wurden kontaktiert und um Teilnahme gebeten. Das Forschungsteam bestimmte entsprechend dem Quotenplan jeweils zwei Klassen, die in der Schule befragt werden sollten. Waren mehrere Klassen der gewünschten Stufe vorhanden, konnte die Schulleitung die teilnehmenden Klassen bestimmen. Bei einer Absage der Schulleitung wurde - wenn es mehrere Schulen in der Ortschaft gab - die nächste Schule in der Ortschaft angefragt oder ansonsten eine weitere Ortschaft per Zufallsauswahl gezogen.



Abbildung 4: Kinder-Fahrräder vor Primarschulhaus (ländliches Gebiet, Deutschschweiz)

In der Deutschschweiz funktionierte dieses Vorgehen problemlos. Im Tessin und der Romandie gibt es jedoch einige Einschränkungen beim Auswahlverfahren zu beachten.

Aufgrund der zeitgleich durchgeführten MEDIATICINO-Studie der Universität Lugano (Schulz & Camerini, laufende Studie) wurde von der Bildungsdirektion des Kantons Tessins die Auflage gemacht, dass für die MIKE-Studie nur Schulen befragt werden dürfen, die nicht Teil der MEDIATICINO-Stichprobe sind. Dies erschwerte die Stichprobengewinnung, da viele Schulen Teil der MEDIATICINO-Studie waren und schränkte die Auswahl einer zufälligen Stichprobe ein. Besonders in den Städten musste deswegen auf angrenzende Vororte ausgewichen werden.

In der Romandie wurden von Seiten der Erziehungsdirektionen der Kantone verschiedene Einschränkungen gemacht. Der Kanton Wallis lehnte die Teilnahme an der Studie ab. Der Kanton Genf gab drei bestimmte Schulen vor, eine Zufallsauswahl war hier ebenfalls nicht möglich. In weiteren Kantonen

(Waadt, Jura, Freiburg) wurde die Anzahl der Schulen, die befragt werden durften, beschränkt, die Auswahl konnte allerdings zufällig durchgeführt werden. In den Kantonen Bern und Neuenburg gab es keine Einschränkungen. Die Substichproben im Tessin und in der Romandie konnten somit nicht vollständig randomisiert gezogen werden.

2.5 Regionalität

Die Befragungsorte sind in Abbildung 5 ersichtlich, wobei die drei grossen Sprachregionen mittels unterschiedlicher Farben gekennzeichnet sind. Es zeigt sich, dass die Orte geografisch breit gestreut sind. Befragungen wurden in insgesamt 13 verschiedenen Kantonen durchgeführt.

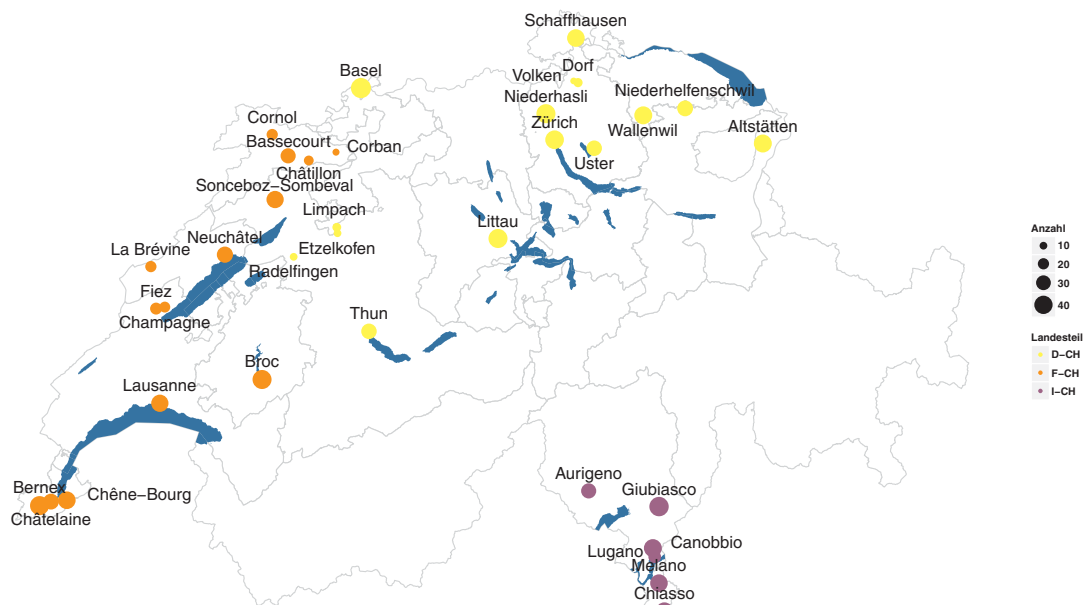


Abbildung 5: Geografische Verteilung der Stichprobe nach Befragungsort

Als ländlicher Wohnort zählen Ortschaften mit unter 30'000 Einwohnern, die nicht zu einer städtischen Agglomeration gehören. Basierend auf aktuellen Zahlen des Bundesamts für Statistik (BFS, 2015a) wurden Ortschaften mit über 30'000 Einwohnern dementsprechend als städtisches Gebiet betrachtet. Die Grossregion Genf wurde somit zum Beispiel als städtisch eingestuft, auch wenn einzelne Ortschaften offiziell weniger als 30'000 Einwohner haben. Ausnahmen gab es auch im Tessin: Aufgrund der niedrigen Einwohnerzahl und der Einschränkungen durch die Erziehungsdirektion (siehe Kapitel 2.4) wurden hier die Städte Lugano und Bellinzona sowie umliegende Gemeinden als städtisch betrachtet. In Abbildung 6 ist nebst den Wohnorten der Eltern auch die Einteilung in städtisches oder ländliches Gebiet ersichtlich. Es gibt nur vereinzelte Abweichungen zwischen dem Wohnort der Eltern und dem Schulort der Kinder, dies meist in ländlichen Gebieten.

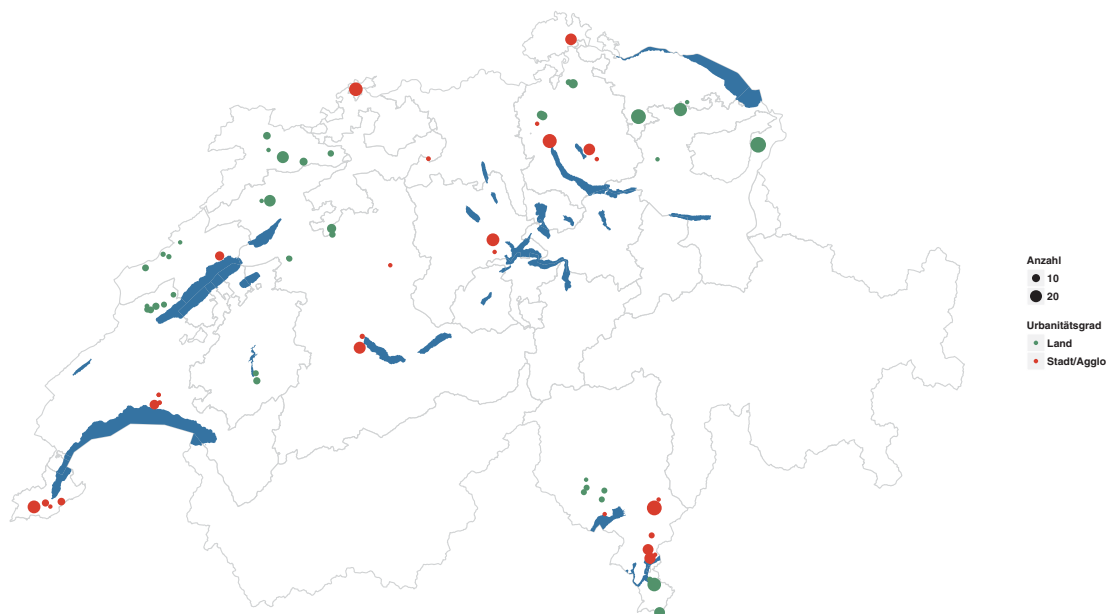


Abbildung 6: Geografische Verteilung der Stichprobe nach Wohnort der Eltern

2.6 Erhebungszeitraum

Die Erhebungszeiträume waren je nach Landesteil leicht unterschiedlich. In der Deutschschweiz wurde die Befragung von Mitte September 2014 bis Mitte November 2014 durchgeführt, im Tessin von Anfang Oktober 2014 bis Anfang Dezember 2014. In der Westschweiz wurde aufgrund von Schwierigkeiten bei der Rekrutierung der Schulen die Befragung erst von Ende November 2014 bis Ende Januar 2015 durchgeführt. Es wurden keine systematischen Unterschiede aufgrund der unterschiedlichen Erhebungszeiträume zwischen den Landesteilen gefunden.

2.7 Design und Gewichtung der Stichproben

Die Kinder-Stichprobe lässt sich als stratifiziertes Clustersample bezeichnen. Einzelne Schulklassen bilden dabei als Cluster die PSU (Primary Sampling Units). Bei genauer Betrachtung müssten die randomisiert gezogenen Orte als PSU stehen und die Schulklassen würden Secondary Sampling Units darstellen (SSU). Das zweistufige Design hätte aber einen gravierenden Nachteil: An Ortschaften, in denen nur eine Klasse befragt wurde, hätten die Daten ganzer Klassen nicht in die Auswertung mit einbezogen werden können (Lumley, 2010, 2014). Dieses Problem wäre vor allem in ländlichen Gegenden aufgetreten, wo mehrere Gemeinden einen Schulverbund mit mehreren Schulhäusern bilden. So wurden alle Analysen für die vorliegende Studie auf der Basis eines einstufigen gewichteten Clusterdesigns erstellt (mit den Schulklassen als PSU). Ein stratifiziertes Clustersample wird nicht wie eine „einfache Zufallsstichprobe“ analysiert, da die Standardfehler falsch geschätzt würden, was die Signifikanztests verzerrt (Design-Effekt).

Die disproportionalen Substichproben aus den drei Sprachregionen wurden in Bezug auf Strukturgleichheit zur Gesamtpopulation gewichtet. Weil keine Daten über die Anzahl Primarschulklassen in der Schweiz vorliegen, wurde die Stichprobe auf der Ebene der Fälle gewichtet. Die jeweilige Anzahl Primarschülerinnen und -schüler pro Sprachregion und Schulstufe wurde dabei über das Alter geschätzt. Dies geschah mithilfe von Bevölkerungsdaten des Bundesamtes für Statistik (BFS, 2015b). Jede Schulklasse besteht aus Kindern mit typischerweise zwei Altersstufen (z.B. sechs und sieben Jahre in der ersten Klasse). In der Stichprobe zeigte sich, dass durchschnittlich 58% der Kinder der gleichen Klasse der jüngeren Altersgruppe und 42% der älteren Altersgruppe angehören. Für die Schätzung der Anzahl Kinder in der ersten Klasse in der Population wurde nun beispielsweise 58%

der Anzahl der 6-Jährigen pro Sprachregion sowie 48% der Anzahl der 7-Jährigen pro Sprachregion addiert. So wurde für jede Klassenstufe pro Landesteil die Anzahl Kinder für die „finite population correction“ geschätzt (siehe Tabelle 1).

Das in Tabelle 1 beschriebene Stichproben-Design dient als Basis für alle quantitativen Auswertungen der Daten (sowohl für die Kinder als auch für die Eltern). Für die Analysen wird die Deutschschweizer Stichprobe somit rund 2.5-mal stärker gewichtet als die Westschweizer Stichprobe und 17.2-mal stärker als die Tessiner Stichprobe.

Tabelle 1: Mehrstufiges Stichproben-Design: Schichten und Cluster pro Sprachregion

Subschicht Schulstufe/Klasse	1	2	3	4	5	6
Deutschschweiz (D-CH)						
Anzahl Fälle (Stichprobe)	70	78	65	59	83	82
Anzahl Cluster (Schulklassen pro Schicht in der Stichprobe)	6	4	3	3	6	5
Geschätzte Anzahl Schülerinnen und Schüler in der Population (finite population correction – fpc)	55674	54475	53854	53940	53817	53532
Romandie (W-CH)						
Anzahl Fälle (Stichprobe)	83	54	54	57	59	92
Anzahl Cluster (Schulklassen pro Schicht in der Stichprobe)	5	3	4	4	3	5
Geschätzte Anzahl Schülerinnen und Schüler in der Population (finite population correction – fpc)	21689	21835	21939	21814	21440	21372
Tessin (I-CH)						
Anzahl Fälle (Stichprobe)	33	42	32	38	39	45
Anzahl Cluster (Schulklassen pro Schicht in der Stichprobe)	2	2	2	2	2	2
Geschätzte Anzahl Schülerinnen und Schüler in der Population (finite population correction – fpc)	3224	3136	3157	3149	3126	3195
Total Stichprobe	186	174	151	154	181	219
Total Population Gesamt-CH	80587	79446	78949	78903	78383	78099

2.8 Fragebogen

Der Kinderfragebogen orientiert sich grösstenteils am Fragebogen der KIM-Studie 2012 (Feierabend, Karg & Rathgeb, 2012), der uns freundlicherweise von den Autoren zur Verfügung gestellt wurde. Vereinzelt wurden Anpassungen, beispielsweise an den Schweizer Sprachgebrauch, und Ergänzungen vorgenommen. Einzelne Items wurden extra für die MIKE-Studie formuliert (Häufigkeit Handynutzung wenn man eigentlich schlafen sollte, Medien als Gesprächsthema). Ein Frageblock wurde nach Vorbild der JAMES-Studie 2014 (Willemse et al., 2014) erstellt (Häufigkeit Nutzung Webseiten und Onlinedienste). Neben der Medienausstattung und dem Medienumgang wurden verschiedene demografische Variablen erhoben. Zur Erfassung des sozioökonomischen Status wurde unter anderem die Skala von Schnohr et al. (2008) beigezogen (siehe auch Kapitel 2.10).

Der Kinderfragebogen für die mündliche und schriftliche Befragung war grösstenteils identisch. Kinder der vierten bis sechsten Klasse (schriftliche Befragung) beantworteten zwei zusätzliche Frageblöcke: Häufigkeit der Nutzung von Webseiten und Onlinediensten sowie Medien als Gesprächsthema. Einerseits hat dies ressourcentechnische Gründe: eine schriftliche Befragung ist schneller ausgefüllt als ein mündliches Interview durchgeführt. Andererseits hält sowohl die KIM-Studie 2012 (Feierabend et al., 2012) als auch die KIM-Studie 2014 (Feierabend et al., 2014) fest, dass das Durchschnittsalter für eine erstmalige Anmeldung bei einer Community bzw. einem Sozialen Netzwerk in Deutschland bei 10.4 Jahren liegt. Von der Befragung der jüngeren Kinder über die Nutzung von spezifischen Webseiten und Onlinediensten wurde deshalb abgesehen.



Abbildung 7: Gang in Primarschulhaus (ländliches Gebiet, Deutschschweiz)

Zwischen dem Eltern- und dem Kinderfragebogen gab es einige deckungsgleiche Frageblöcke (Regeln im Umgang mit Medien, Medien als Gesprächsthema, nonmediale und mediale Freizeitaktivitäten). Diese wurden vom Kinderfragebogen übernommen und die Formulierungen wurden für den Elternfragebogen so angepasst, dass die Fragen aus Sicht der Eltern beantwortet werden konnten. Teilweise wurden differenziertere Antwortskalen als bei den Kindern verwendet. Viele der Fragen im Elternfragebogen basieren somit ebenfalls auf der Vorlage der KIM-Studie 2012 (Feierabend et al., 2012). Einzelne Items wurden speziell für die MIKE-Studie erstellt (Einfluss von Medientätigkeiten auf das Kind, Altersempfehlungen, Wichtigkeit der Medien für die Eltern selbst, gemeinsame Mediennutzung, offene Frage nach den Sorgen der Eltern rund um das Thema Mediennutzung).

Sowohl der Kinder- als auch der Elternfragebogen beinhaltete nebst Fragen zur Mediennutzung auch Fragen zum Erziehungsverhalten der Eltern, zur Schlafdauer und Schlafqualität der Kinder sowie Fragen in Bezug zur Schule. Befunde aus diesen Frageblöcken werden im vorliegenden Bericht nicht beschrieben. Es ist geplant, Ergebnisse zu diesen Themenbereichen in weiteren Publikationen zu veröffentlichen.

Beim Kinder- als auch beim Elternfragebogen wurde auf der Titelseite darauf hingewiesen, dass es um die persönliche Meinung geht und es keine richtigen oder falschen Antworten gibt bzw. dass es kein Test und keine Prüfung ist. Ausserdem wurde angemerkt, dass die Anonymität der Angaben gewährleistet wird. Kinder- und Elternfragebögen konnten anhand eines Zahlencodes zu Eltern-Kind-Paaren zugeordnet werden.

2.9 Datenauswertung

Das nachfolgende Kapitel enthält Hintergrundinformationen zur Datenauswertung. Es werden die bei den qualitativen und quantitativen Analysen eingesetzten Methoden beschrieben.

2.9.1 Quantitative Auswertung

Die mittels Fragebogen erhobenen quantitativen Daten wurden deskriptiv ausgewertet und grafisch dargestellt. Die Berechnungen von Mittelwerten, Varianzen und Standardfehlern erfolgte mit dem Horvitz-Thompson-Schätzer (Lumley, 2010). Daneben wurden statistische A-posteriori-Vergleiche durchgeführt. Sie sind nicht hypothesengeleitet und meist bivariater Art. Statistisch signifikante Unterschiede sind mit einem **Stern (*)** gekennzeichnet, aber aus eben genannten Gründen immer mit Vorsicht zu interpretieren. Die Hypothesen-Tests haben bei einem solchen Vorgehen einen explorativen Charakter. Der Alphafehler-Kumulierung bei Mehrfachvergleichen wurde mittels Bonferroni-Korrektur entgegengewirkt. Für Zweigruppenvergleiche wurde der designbasierte Wilcoxon-Rangsummentest eingesetzt. Mehrgruppenvergleiche basieren auf dem designbasierten Wald-Test. Da keine Post-hoc-Tests durchgeführt wurden, bedeutet ein signifikanter Befund bei Mehrgruppenvergleichen, dass mindestens ein Gruppenunterschied vorhanden ist. Sowohl der Wilcoxon-Rangsummentest wie auch der Wald-Test sind robust und benötigen keine normalverteilten Daten. Die Analysen und Grafiken wurden mit ‚R‘ und den Zusatzpaketen ‚ggplot2‘, ‚survey‘, ‚plyr‘, ‚reshape2‘, ‚maptools‘, ‚sp‘, ‚maps‘ und ‚wordcloud‘ erstellt (Becker, Wilks, Brownrigg & Minka, 2015; Bivand & Lewin-Kohl, 2015; Bivand, Pebesma & Gomez-Rubio, 2013; Fellows, 2014; Lumley, 2014; R Core Team, 2015; Wickham, 2007, 2009, 2011).

Um die Vergleichbarkeit mit der deutschen KIM-Studie (Feierabend et al., 2012; Feierabend et al., 2014) zu gewährleisten, werden in vielen Fällen die Antwortmöglichkeiten „jeden oder fast jeden Tag“ und „einmal oder mehrmals pro Woche“ zusammengefasst und als „mindestens einmal pro Woche“ grafisch dargestellt. Der Begriff „regelmässig“ wird zur besseren Lesbarkeit synonym zur Kombination der beiden häufigsten Antwortmöglichkeiten verwendet.

2.9.2 Qualitative Auswertung

Sowohl den Kindern als auch den Eltern wurden neben den geschlossenen Fragen zum Ankreuzen auch einige Fragen zu offener Beantwortung gestellt. Bei den Kindern sind es die Fragen nach ihren liebsten Freizeitbeschäftigungen, nach ihren liebsten Geräten und ihren drei Lieblings-Apps, -Filmen und -Games. Bei den Eltern ist es die Frage nach ihren Sorgen in Bezug auf die Mediennutzung ihrer Kinder.

Die Daten aus den Kinderfragebögen wurden einerseits gesamthaft und andererseits nach Geschlecht sowie nach Unter- und Mittelstufe ausgezählt, um entsprechende Ranglisten zu erhalten. Visualisiert wird jeweils die Gesamtrangliste mittels Wordcloud. Für die Auswertung der Text-Daten aus den Elternfragebögen wurde das Verfahren der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2002) angewendet. Die Text-Daten wurden mit Hilfe der Software MAXQDA 11 kategorisiert. Alle qualitativen Auswertungen erfolgten ohne Gewichtung der Daten.

2.10 Hintergrundinformationen zu spezifischen Messgrössen

Nebst der Angabe der Ergebnisse über die Gesamtstichprobe aller Kinder bzw. Eltern werden auch Gruppenvergleiche gemacht. Im Folgenden werden wichtige Informationen zur Erfassung und Einteilung der Gruppen angegeben.

Alter

In der Stichprobe befinden sich Kinder im Alter von sechs bis dreizehn Jahren. Es wurden vier Alterskategorien gebildet, wobei immer zwei Altersstufen eine Kategorie darstellen: 6-/7-Jährige (28%), 8-/9-Jährige (30%), 10-/11-Jährige (32%) und 12-/13-Jährige (10%). Kinder wurden aufgrund ihrer Angabe des aktuellen Alters zum Befragungszeitpunkt eingeteilt. Die Kategorie der 12-/13-Jährigen ist kleiner als die anderen, da sich nur wenige 13-Jährige in der Stichprobe befinden.

Schulstufe

Nebst den Altersgruppen wurde eine weitere Unterteilung, die mit dem Alter zusammenhängt, vorgenommen: Unterstufe (1.-3. Klasse, 50%) und Mittelstufe (4.-6. Klasse, 50%). Kinder der Unterstufe sind mehrheitlich zwischen sechs und neun Jahre alt, Kinder der Mittelstufe zwischen neun und zwölf Jahre. Die Schulstufe geht ausserdem einher mit der Befragungs-Modalität: Kinder der Unterstufe wurden mündlich befragt, Schülerinnen und Schüler der Mittelstufe wurden schriftlich befragt.

Geschlecht

Aufgrund der Angabe der Kinder wurden sie in die Kategorien Mädchen oder Jungen eingeteilt. Beide Geschlechter sind etwa gleich stark in der Stichprobe vertreten (Mädchen 49%, Jungen 51%).

Sprachregion (Landesteil)

Anhand des Orts, in dem die Befragung durchgeführt wurde, wurde jedes Kind einer Sprachregion zugeteilt: Deutschschweiz, Tessin oder Romandie. Weitere Informationen zur Verteilung und Gewichtung der Sprachregionen gibt es in Kapitel 2.5 Regionalität sowie 2.7 Design und Gewichtung der Stichproben.

Herkunft

Anhand der Frage „Aus welchen Ländern kommen Deine Eltern?“ wurde jedem Kind eine Herkunftskategorie zugewiesen. Kinder, die angaben, dass ein oder beide Elternteile aus der Schweiz kommen, wurden als Kinder mit Schweizer Herkunft kategorisiert (68%). Kinder, die angaben, dass beide Eltern aus einem anderen Land als der Schweiz kommen, wurden in die Kategorie ausländische Herkunft eingeteilt (32%). Am häufigsten wurden Italien, Portugal, Kosovo und Deutschland als Herkunftsländer angegeben. Die Verteilung der Herkunft der Familien mit Migrationshintergrund ist insgesamt vergleichbar mit der Verteilung der Staatsangehörigkeit der ausländischen Wohnbevölkerung in der Schweiz (BFS, 2015c).

Schulort (Urbanitätsgrad)

Anhand von Angaben des Bundesamts für Statistik über die Einwohnerzahlen der Schweizer Gemeinden (BFS, 2015a) wurde jeder Ort, in dem eine Befragung durchgeführt wurde, als städtisches oder ländliches Gebiet kategorisiert. Das Kriterium für städtisches Gebiet war die Einwohnerzahl von mehr als 30'000 Einwohner (Ausnahmen siehe Kapitel 2.5). Bei der Rekrutierung der Stichprobe wurde darauf geachtet, eine 50:50-Verteilung von städtischem und ländlichem Gebiet zu erreichen.

Sozioökonomischer Status (SoS)

Um den sozioökonomischen Status zu erheben, wurde auf die Family Affluence Scale FASIII (Currie et al., 2008; Schnohr et al., 2008) zurückgegriffen. Die im Fragebogen enthaltenen Items waren: Vorhandensein eines eigenen Schlafzimmers, Anzahl Ferienreisen in den letzten 12 Monaten, Anzahl Autos im Haushalt, Anzahl Computer/Laptops zuhause (ohne Tablet) sowie eine Einschätzung der finanziellen Situation der Familie auf einer fünfstufigen Skala. Die Items wurden von den Kindern be-

antwortet. Nach der z-Transformation wurde über die Items ein Mittelwertsindex gebildet. Da der Index mit zunehmendem Alter höhere Werte annahm, wurde dieser Alterseffekt statistisch bereinigt.

Im Fragebogen der Eltern waren verschiedene Einkommenskategorien vorgegeben. Für 531 Kinder lagen durch die Antworten der Eltern somit Angaben über das Haushaltseinkommen vor. Wo vorhanden, wurde das z-transformierte Haushaltseinkommen im Verhältnis 1:1 mit dem oben beschriebenen Index verrechnet und zur Bestimmung des sozioökonomischen Status verwendet. Ansonsten wurde nur der oben beschriebene Index verwendet. Die untersten 18% der daraus resultierenden Werte wurden als niedriger sozioökonomischer Status klassifiziert, die höchsten 19% der Werte als hoher und die mittleren 63% als mittlerer sozioökonomischer Status. Dies geschah in Anlehnung an die vom Bundesamt für Statistik verwendeten Quintilverhältnisse S80/S20 (unterste und oberste 20%) bei der Analyse der Einkommensverteilung (BFS, 2007).

Beim sozioökonomischen Status handelt es sich hier also in erster Linie um eine Variable, die den Besitz und die finanziellen Möglichkeiten der Familie beschreibt.

Bildung Eltern

Die Eltern gaben im Fragebogen die höchsten Bildungsabschlüsse der beiden Elternteile an. Von den zwei Angaben (Mutter und Vater) wurde der jeweils höhere Bildungsabschluss für die Einteilung des Bildungsniveaus der Eltern verwendet. Die Kategorie Lehre beinhaltet nebst dem Lehrabschluss auch tiefere oder keine Bildungsabschlüsse (32%). Die mittlere Kategorie besteht aus Eltern mit (Berufs-) Maturität oder einem Abschluss einer Höheren Fachschule (25%). Personen mit Tertiärabschluss (Fachhochschule/Universität) fallen in die höchste Kategorie (43%). Auch bei Fragen, die von Kindern beantwortet wurden, ist ein Gruppenvergleich anhand des Bildungsniveaus der Eltern möglich. Allerdings gilt dies nur für die 624 Kinder, deren Eltern den Fragebogen retourniert und eine Angabe zum Bildungsniveau gemacht haben.

Familiengrösse

Anhand der Frage, wie viele Geschwister (auch Stief- und Halbgeschwister) mit dem Kind zusammen wohnen, wurden die Befragten entweder in die Kategorie Einzelkind (keine Geschwister, 13%) oder in die Kategorie Geschwister (87%) eingeteilt.

Alter Eltern

Die Einteilung in die Alterskategorien der Eltern basiert auf deren Altersangabe. Die kleinste und jüngste Gruppe bilden Eltern bis 34 Jahre (12%). Die weiteren Altersgruppen sind 34 bis 39 Jahre (25%), 40 bis 44 Jahre (36%) und 45 Jahre und älter (27%).

Geschlecht Eltern

Die Kategorie weiblich (79%) oder männlich (21%) basiert ebenfalls auf der Angabe der Eltern. Einzelne Eltern haben vermerkt, dass sie den Fragebogen gemeinsam ausgefüllt haben. Diese wurden in keine der beiden Kategorien eingeteilt.

3 Nonmediale und liebste Freizeitaktivitäten

Die MIKE-Studie fokussiert zwar in erster Linie auf den Medienumgang von Kindern im Primarschulalter. Um diesen richtig deuten zu können, muss er jedoch in einen breiten Kontext gestellt werden. Daher beantworteten die Kinder auch Fragen zu nonmedialen Freizeitaktivitäten und zu ihren liebsten Freizeitaktivitäten.

3.1 Nonmediale Freizeitaktivitäten

Aus einem Katalog von elf vorgegebenen Tätigkeiten konnte die persönliche Ausübungshäufigkeit auf einer vierstufigen Skala eingeschätzt werden.

Am häufigsten genannt wurden dabei die Hausaufgaben (siehe Abbildung 8). Genau genommen sind das erweiterte schulische Tätigkeiten, die im häuslichen Umfeld während der vermeintlichen Freizeit ausgeführt werden. 80% der Befragten macht jeden oder fast jeden Tag Hausaufgaben. Danach folgt das *Spielen*. Sowohl drinnen wie auch draussen hat das Spiel einen hohen Stellenwert in der Freizeit von Primarschülerinnen und -schülern. *Freunde treffen* und *Sport machen* (auserschulisch) sind auf den weiteren Rängen platziert. Jeweils rund ein Drittel der Befragten tut dies fast täglich, zirka die Hälfte mindestens einmal pro Woche. Ähnlich auch die Werte beim Aspekt *Familie*: 22% unternehmen fast jeden Tag etwas mit der Familie, 53% tun dies mindestens einmal wöchentlich.



N : 1045

Abbildung 8: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Kinder

Es folgen kreative Tätigkeiten wie *Malen/Zeichnen/Basteln*. Das tun 66% mindestens einmal pro Woche. Bei der Pflege und Haltung von *Haustieren* zeigt sich ein geteiltes Bild. Auf der einen Seite beschäftigen sich 35% jeden oder fast jeden Tag mit einem Haustier. Auf der anderen kommen 41% der Befragten während ihrer Freizeit nie mit einem Haustier in Kontakt. Ähnlich stellt sich die Situation beim *Musizieren* dar: 24% tun das fast täglich, demgegenüber machen 35% nie *selbst Musik*. Rund drei Viertel der befragten Kinder besucht selten oder nie eine *Bibliothek*. In einer Jugendgruppe treffen sich nur rund ein Fünftel der Kinder mindestens im Wochenrhythmus mit Gleichaltrigen. Die grosse Mehrheit von fast 70% besucht keine solchen Einrichtungen.

Aus Abbildung 9 geht hervor, dass zwischen den unterschiedlichen Altersgruppen beim *Spielen* eine Tendenz dahin zeigt, dass ältere Kinder häufiger draussen und jüngere Kinder häufiger drinnen spielen.

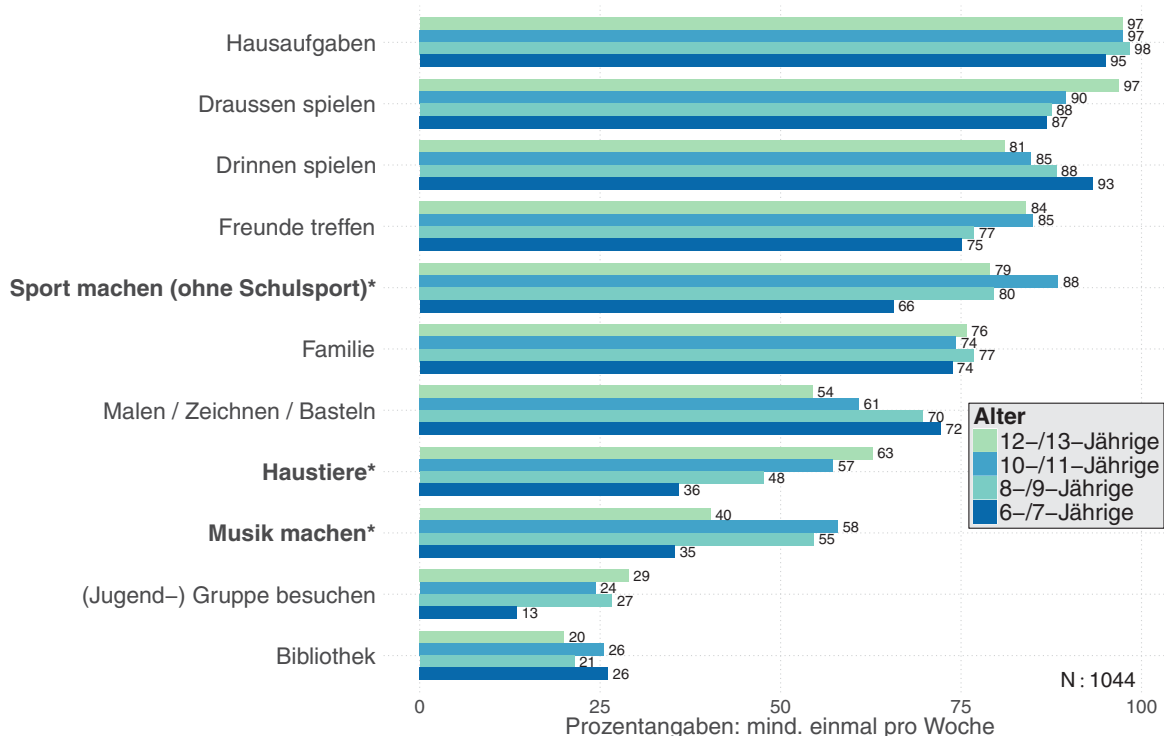


Abbildung 9: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Kinder nach Altersgruppe

Signifikant unterscheidet sich das Freizeitverhalten bei den Tätigkeiten *Sport machen*, sich mit *Haustieren* beschäftigen und *Musik machen*. Bei der Beschäftigung mit Haustieren zeichnet sich ein stetiger Anstieg ab: Je älter die Befragten, desto häufiger werden Tätigkeiten rund um Haustiere angegeben. Bei *Sport* und *Musik* sind zwei ähnliche Muster auszumachen. Die Ausübung beider Tätigkeiten steigt bis zum zehnten bzw. elften Lebensjahr an. Danach ist ein Rückgang zu verzeichnen. Dieser fällt beim *Musizieren* stärker aus als beim *Sport treiben*.

Beim Blick auf die Grafik mit den Geschlechtsunterschieden (siehe Abbildung 10) zeigt sich folgendes Bild: Knaben *spielen* häufiger *draussen* als Mädchen. Auch *treffen* Knaben häufiger *Freunde* und *machen* häufiger *Sport*. Demgegenüber *Malen, Zeichnen oder Basteln* Mädchen häufiger als Knaben. Ebenso machen sie häufiger *selbst Musik*. Bei den übrigen Tätigkeiten sind keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Geschlechtern feststellbar.

Zwischen städtischen und ländlichen Gebieten gibt es nur einen einzigen prägnanten Unterschied. Kinder vom Land beschäftigen sich häufiger mit *Haustieren* (56 % mindestens einmal pro Woche) als Stadtkinder (42 %).

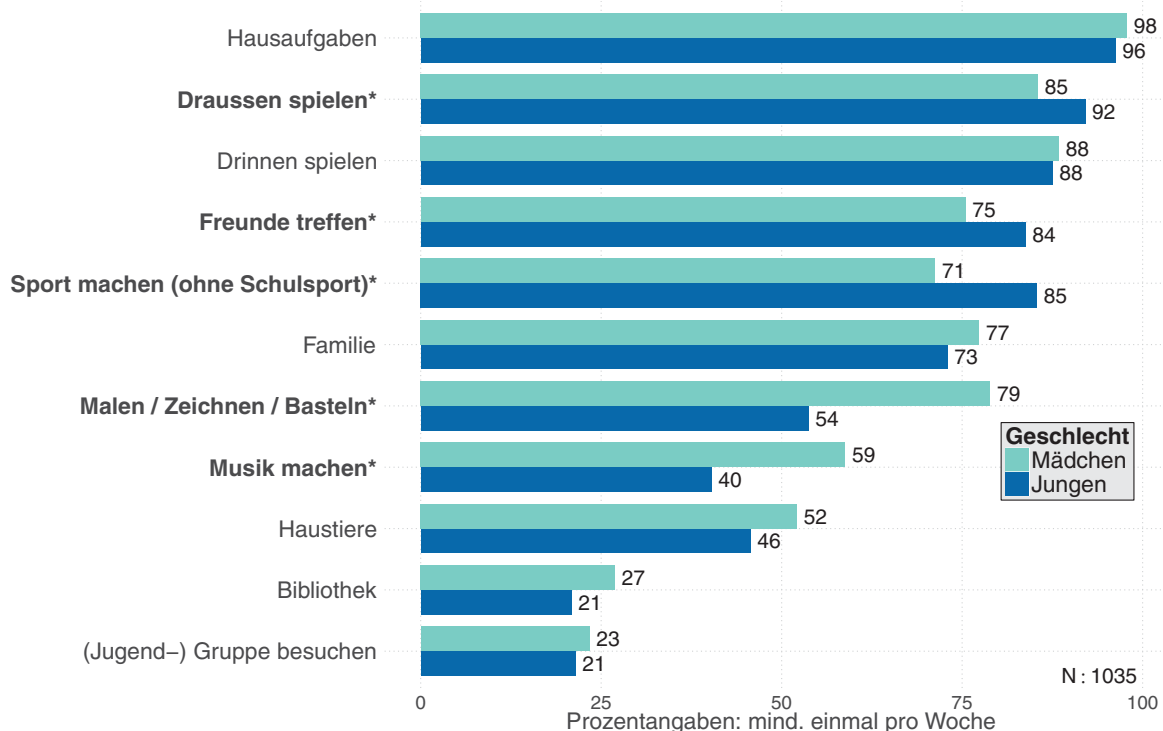


Abbildung 10: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Kinder nach Geschlecht

Zwischen den Landesteilen sind drei statistisch signifikante Unterschiede zu verzeichnen. In der Deutschschweiz *spielen* Primarschülerinnen und -schüler häufiger *draussen*, machen öfters *Sport* ausserhalb der Schule und *spielen* häufiger ein *Musikinstrument* als in den beiden anderen Landesteilen (siehe Abbildung 11). In der Deutschschweiz *machen* 29% nie selbst *Musik*. In der lateinischen Schweiz liegt dieser Anteil bei jeweils rund 50%.

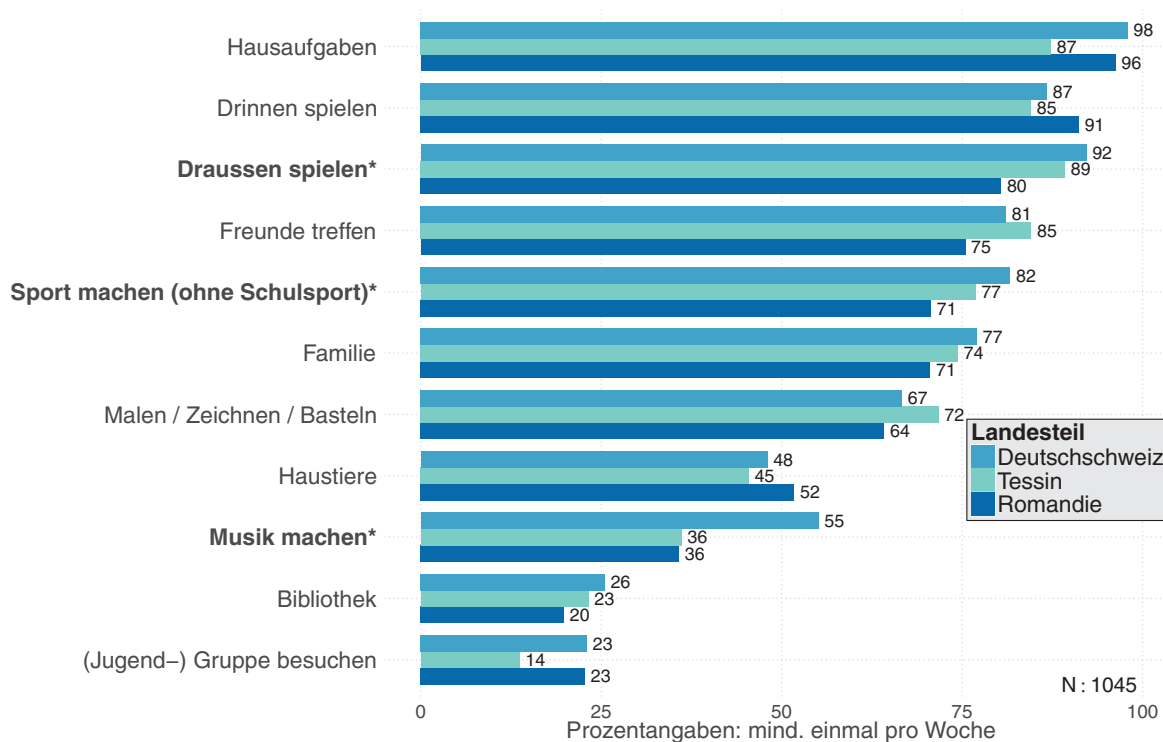


Abbildung 11: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Kinder nach Landesteil

Kinder aus einer Familie mit mittlerem (84 %) oder hohem (82 %) sozioökonomischen Status *treffen* häufiger mindestens einmal pro Woche *Freunde*, als Kinder, die aus einer Familie mit niedrigem Status (62 %) stammen. Ähnlich ist es beim *Sport treiben*: 86 % der statushohen Befragten tun dies mindestens einmal pro Woche. Von den Kindern mit mittlerem sozioökonomischem Status machen das nur 79 %, von den Kindern aus niedrigen Schichten nur 68 %.

Schülerinnen und Schüler mit Schweizer Herkunft *spielen* häufiger *drinnen* als solche mit Migrationshintergrund (siehe Abbildung 12). Ebenso *treiben* sie mehr *Sport*, haben häufiger *Haustiere* oder besuchen öfters eine *Jugend-Gruppe*. Demgegenüber nutzen die Befragten mit Migrationshintergrund häufiger eine *Bibliothek*.

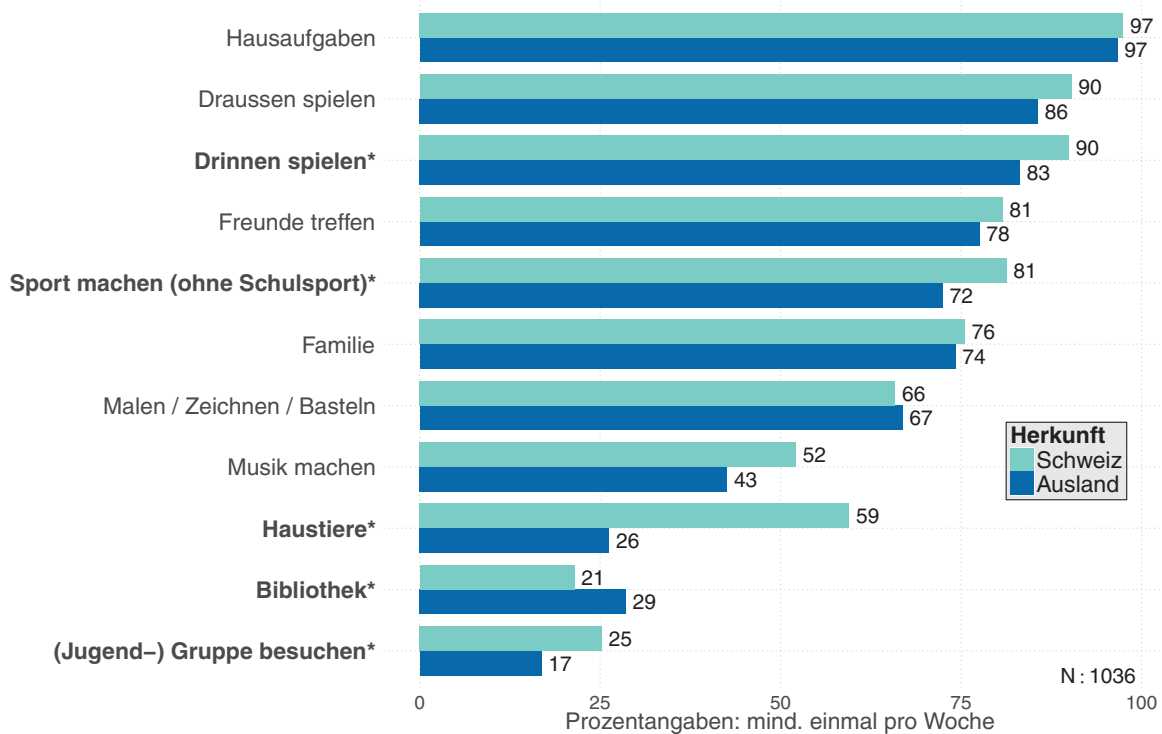


Abbildung 12: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Kinder nach Herkunft

Kinder, deren Eltern einen tertiären Bildungsabschluss aufweisen (FH/Uni 28 %) oder eine (Berufs-) Matura bzw. einen Abschluss einer höheren Fachschule haben (27 %), besuchen öfters eine *Bibliothek* als Kinder, deren Eltern einen Lehrabschluss haben (17 % mind. einmal pro Woche).

3.2 Liebste Freizeitaktivitäten

Neben der Häufigkeit wurde auch die Präferenz von verschiedenen Freizeitaktivitäten erfasst. Die Kinder wurden nach den drei Dingen gefragt, die sie am liebsten in ihrer Freizeit machen. Die total 3508 Nennungen wurden zu Kategorien zusammengefasst. Diese sind nicht trennscharf, beispielsweise ist die Nennung *Spielen mit Familie* sowohl in der Kategorie *Spielen* als auch in der Kategorie *Familie* enthalten.

Ganz am Anfang der Rangliste der liebsten Freizeitaktivitäten insgesamt steht bei Primarschulkindern das *Spielen* mit 670 Nennungen. Allerdings subsumieren die befragten Kinder unter dem Begriff *Spielen* viele verschiedene Freizeitaktivitäten. Am häufigsten fällt der Begriff *Spielen* in der Kombination *draussen spielen* (211 Nennungen), am zweithäufigsten in der Kombination *spielen mit jemandem* (175 Nn). Dabei sind *Familienmitglieder* (spielen mit Familienmitgliedern 88 Nn) praktisch gleich häufig Spielpartner wie *Freunde* (spielen mit Freunden 87 Nn). Der Begriff umfasst aber auch *Spiele bzw. Gesellschaftsspiele* (65 Nn) sowie verschiedene Arten von *Rollenspielen* (28 N). *Spielen* in Verbin-

dung mit Medien wurde als *Gamen* (252 Nn) kategorisiert. Dabei wird von den befragten Kindern entweder das Mediengerät oder die Medientätigkeit genannt (z.B. Games spielen, iPod spielen). *Gamen* steht, wie Abbildung 13 zeigt, hinter dem nonmedialen Spielen und dem Sporttreiben zurück. Letztgenannte Aktivität (*Sport* 559 Nn) machen die Kinder am zweitliebsten. Die Vielfalt an genannten Sportarten ist gross, am häufigsten aber spielen bereits Primarschulkinder Fussball (192 Nn); es ist auch bei den Jugendlichen der am häufigsten genannte Freizeitsport (Willemse et al., 2014). *Velofahren* (87 Nn) und *Baden/Schwimmen* (46 Nn) wurden nicht unter Sport subsumiert, sondern als einzelne Kategorien erfasst.

Fernsehen bzw. *Filme schauen* (199 Nn) folgt auf dem vierten Platz, vor dem *Lesen* (190 Nn) auf dem fünften Platz. Nebst dem, dass *Freunde* (148 Nn) am häufigsten in Verbindung mit *Spielen* (88 Nn) genannt werden, werden sie auch oft in Verbindung mit *sich treffen/abmachen* (52 Nn) oder sich *einladen* (9 Nn) genannt. Auch die *Familie* (131 Nn) wird oft in Verbindung mit *Spielen* (87 Nn) genannt, aber auch als *Zusammensein mit Familie* (25 Nn) oder einfach nur als Begriff *Familie* (18 Nn). *Musik* (150 Nn) hat bei Primarschulkindern in der Schweiz als sechsthäufigste Nennung eine recht hohe Bedeutung. Darin enthalten sind sowohl das *Spielen eines Musikinstrumentes* (75 Nn) sowie das *Hören von Musik* (71 Nn). *Zeichnen/Malen* (130 Nn) wird am neunthäufigsten genannt. An zehnter Stelle der liebsten Freizeitaktivitäten folgt das *Velofahren* (87 Nn). Es wurde in dieser Auswertung nicht zum Sport gezählt, weil es von Kindern nicht nur zu diesem Zweck genutzt wird. Am elfthäufigsten schliesslich wird *Medien nutzen* (82 Nn) genannt. Darunter fallen einzelne Gerätenennungen wie *Computer* (30 Nn), *Handy* (12 Nn), *iPad* (11 Nn) oder Nennungen einzelner Medieninhalte wie *Chatten* (7 Nn) oder *YouTube* (3 Nn).

Lesehinweis für die Wordclouds: Die Schriftgrösse repräsentiert die Anzahl Nennungen. Die am grössten dargestellten Begriffe wurden somit am häufigsten genannt. Die Position und die Richtung der Wörter haben keinerlei Bedeutung.



Abbildung 13: Liebste Freizeitaktivitäten nonmedial und medial

3.3 Fazit nonmediale und liebste Freizeitaktivitäten

Gesamthaft gesehen sind die Primarschülerinnen und -schüler auch ohne Medien sehr aktiv in ihrer Freizeit. Die Aktivitäten *ausserschulischer Sport* und *Musizieren* erreichen im Alter von 10/11 Jahren einen Höhepunkt. Ältere Befragte (12-/13-Jährige) üben diese beiden Tätigkeiten weniger häufig aus. Sie stehen am Anfang ihrer Adoleszenz und sind mit verschiedenen neuen Entwicklungsaufgaben konfrontiert, die es zu bewältigen gibt. Offenbar lässt zu diesem Zeitpunkt die Motivation für Sport und Musizieren nach und die Interessen der Kinder verschieben sich. Die Verminderung der sportlichen Aktivitäten im frühen Jugendalter konnte auch in der deutschen KiGGS-Studie aufgezeigt werden (Manz et al., 2014)

Aufgrund der Geschlechtsunterschiede bei den nonmedialen Freizeitbeschäftigungen lässt sich schlussfolgern, dass Knaben einen grösseren ausserhäuslichen Handlungsspielraum wahrnehmen als Mädchen. Von Knaben häufiger ausgeübte Tätigkeiten wie *draussen spielen*, *Freunde treffen* oder *Sport treiben* finden vorherrschend ausser Haus statt. Mädchen üben häufiger häusliche Tätigkeiten aus wie *Malen/Zeichnen/Basteln* und *Musizieren*.

Divergenzen zwischen den Sprachregionen sind, wie im Methodenteil beschrieben, mit Vorsicht zu interpretieren, da die Substichproben nicht überall vollständig randomisiert gezogen werden konnten. Die Unterschiede beim *Musizieren* jedoch fallen auch bei anderen Erhebungen auf (vgl. Willemse et al., 2014; Willemse, Waller & Süss, 2010; Willemse, Waller, Süss, Genner & Huber, 2012). Deutschschweizer Befragte spielen jeweils häufiger ein Musikinstrument als Gleichaltrige aus der lateinischen Schweiz. Hier spielen zum einen wohl kulturelle Aspekte eine Rolle. So vielleicht die stärkere gesellschaftliche Verankerung der Volksmusik, was vermehrt zum Erlernen eines Instruments führen könnte. Zum anderen ist gemäss Auskunft vom Verband Musikschulen Schweiz VMS (persönliche Mitteilung von Margot Müller, Co-Geschäftsführerin) die Anzahl Musikschulen zwischen den Sprachregionen disproportional verteilt. So existiert in der Deutschschweiz pro 882 Schülerinnen und Schüler eine Musikschule. Im Tessin sind es 1'900, die sich eine Musikschule teilen, in der Romandie gar rund 3'200. Daneben gibt es zwar weitere Musikschulen, die nicht dem VMS angehören, das Verhältnis Musikschulen pro Primarschüler/in bleibt aber wohl auch dann disproportional.

Dass Kinder aus soziodemografisch höheren Schichten häufiger Freunde treffen, ist schwierig zu interpretieren. Dass sie jedoch häufiger ausserschulischen Sport betreiben, hängt zum Teil mit den finanziellen Möglichkeiten ihrer Eltern zusammen. Die Ausübung einiger Sportarten kostet Geld, das nicht in jedem Haushalt vorhanden ist. Diese Begründung kann auch für die Differenzen bei den sportlichen Aktivitäten in Bezug auf die Herkunft herangezogen werden. Zudem sind Eltern beim Sporttreiben auch Vorbilder. So zeigen sich auch bei den Erwachsenen Divergenzen in Bezug auf Sport über den sozioökonomischen Status hinweg (siehe auch Kapitel 7.1).

Der grosse Unterschied zwischen Kindern mit Migrationshintergrund und Kindern mit Schweizer Herkunft bei der Beschäftigung mit Haustieren kann zum einen ebenfalls mit monetären Ressourcen begründet werden. Zum anderen ist die Herkunft mit dem Urbanitätsgrad der Wohnlage konfundiert. Migrantenkinder sind in ländlichen Gebieten untervertreten und Kinder aus ländlichen Gebieten haben mehr Platz für Haustiere zur Verfügung.

Interessant ist auch der Befund, dass Migrantenkinder Bibliotheken häufiger nutzen als Kinder mit Schweizer Hintergrund. Dies deckt sich mit den Ergebnissen einer deutschen Studie (Lucas, 2013). Kinder mit Migrationshintergrund nutzen Bibliotheken stärker als „Lern-, Aufenthalts- und Kommunikationsort“ als Einheimische (ebd., S. 58). Der Grund ist wohl zum Teil in den engeren Wohnverhältnissen von Migrantenkindern zu suchen. Die Bibliothek bietet im Sinne eines „third places“ Aufenthaltsmöglichkeiten ausserhalb von Heim und Schule. Wie häufig ein Kind eine Bibliothek besucht, hängt zudem mit dem Bildungsniveau der Eltern zusammen. Hier zeigt sich, dass eine von den Eltern vorgelebte Buch- bzw. Lesekultur wohl einen direkten Effekt auf die Nachkommen hat.

Als weitaus beliebteste Freizeitaktivität nennen Primarschulkinder das Spielen. Aus Sicht der Entwicklungspsychologie ist Spielen ein zentrales Phänomen des menschlichen Verhaltens (Oerter & Montada, 2008). Spielen ist auch ein fester Bestandteil im Alltag der Primarschulkinder in der Schweiz. Was unter dem Begriff Spielen verstanden wird, ist breit gefasst. Die häufige Nennung des Begriffs Spielen an und für sich lässt sich vermutlich teilweise durch die spontane Verlaufsform des kindlichen Spiels erklären (Mogel, 2008).

Freizeitaktivitäten von Primarschulkindern sind zudem stark an soziale Interaktionen geknüpft, sowohl an Familienmitglieder als auch an Freunde. Das zeigt einerseits die hohe Bedeutung der Familie in diesem Alter, aber auch die immer stärkere Orientierung gegen aussen: Je älter die Primarschulkinder sind, desto wichtiger werden Freundschaften (Oerter & Montada, 2008). Sich mit Gleichaltrigen zu messen, gehört ebenfalls fest in diese Altersspanne hinein (Oerter & Montada, 2008). Gerade die Beliebtheit von sportlichen Aktivitäten lässt vermuten, dass ein Kräftemessen mit eine Rolle spielt. Die nonmedialen Freizeitaktivitäten Spielen und Sport wurden häufiger als liebste Freizeitaktivitäten genannt als mediale Tätigkeiten wie Gamen, fernsehen/Filme schauen und Lesen.

4 Geräteverfügbarkeit und liebste Geräte

Da die Mediennutzung auch von der Verfügbarkeit verschiedener Mediengeräte abhängt, wird in diesem Kapitel zunächst die Geräteverfügbarkeit dargestellt. Einerseits liegen Angaben über das Vorhandensein von Geräten im Haushalt und andererseits über das Vorhandensein von Geräten im eigenen Zimmer der Kinder vor. Ausserdem wurden die Kinder gefragt, welches ihre liebsten Medien sind. Die Zahlen in diesem Kapitel basieren auf Aussagen der Kinder.

4.1 Geräteverfügbarkeit im Haushalt

Die Kinder wurden gefragt, welche der vorgegebenen Geräte bei ihnen zuhause vorhanden sind. Wie in Abbildung 14 ersichtlich ist, gehören Handy/Smartphone, Computer/Laptop, Internetzugang und Fernsehgerät zur Standard-Ausstattung der meisten Haushalte mit Kindern in der Schweiz. Darauf folgen Digitalkamera, Radio, CD-Player und Tablet, welche in mindestens drei Vierteln der Haushalte vorkommen. iPod/MP3-Player, feste und tragbare Spielkonsolen sind in etwas mehr als der Hälfte der Haushalte vertreten. Am seltensten sind Kassettenrekorder in den Haushalten vorhanden.

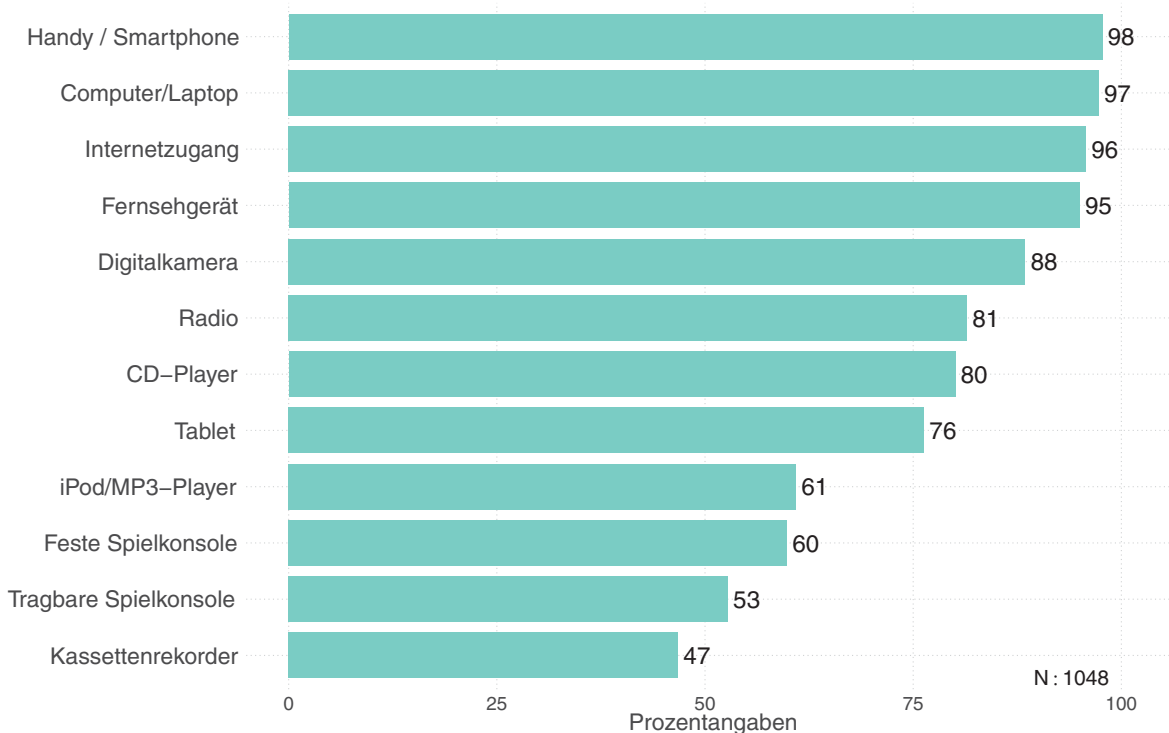


Abbildung 14: Geräteverfügbarkeit im Haushalt

Die Ausstattung im Haushalt unterscheidet sich je nach Alter, Schulstufe und Geschlecht der Kinder. Feste (78 %) und tragbare (65 %) Spielkonsolen sowie iPod/MP3-Player (67 %) kommen vermehrt in Haushalten mit 12-/13-jährigen Kindern als in Haushalten mit 6-/7-jährigen Kindern vor (feste Spielkonsole 48 %, tragbare Spielkonsole 35 %, iPod/MP3-Player 45 %). Bei den restlichen Geräten lassen sich keine Altersunterschiede feststellen. Vergleicht man Unter- und Mittelstufe, so sind ebenfalls feste (69 %) und tragbare Spielkonsolen (62 %) sowie iPod/MP3-Player (68 %) vermehrt in Haushalten mit Kindern der Mittelstufe zu finden (Unterstufe 51 %, 44 %, 54 %). Ausserdem zeigt sich hier auch ein signifikanter Unterschied beim Handy/Smartphone, welches ebenfalls vermehrt in Haushalten mit Kindern der Mittelstufe (99 %) vorkommt (Unterstufe 96 %). Geschlechtsunterschiede in der Haushalt-ausstattung lassen sich beim Handy/Smartphone nachweisen; Mädchen (99 %) geben dies häufiger

an als Jungen (96 %). Feste (68 %) und tragbare Spielkonsolen (58 %) geben hingegen Jungen häufiger als im Haushalt vorkommend an als Mädchen (51 % bzw. 48 %).

Die Medien-Ausstattung der Haushalte ist je nach Sprachregion leicht unterschiedlich. Handys/Smartphones kommen in den Haushalten im Tessin (91 %) seltener vor als in der Deutsch- (99 %) und Westschweiz (97 %). Tablets (74 %) und feste Spielkonsolen (56 %) sind in Deutschschweizer Haushalten seltener vorhanden als im Tessin (81 % bzw. 68 %) und der Westschweiz (82 % bzw. 68 %). Hingegen befinden sich Kassettenrekorder am häufigsten in Deutschschweizer Haushalten (56 %), gefolgt von Tessiner (43 %) und Westschweizer Haushalten (22 %).

Tendenziell befinden sich in Schweizer Haushalten im Vergleich zu Haushalten mit Migrationshintergrund mehr Medien. Signifikante Unterschiede lassen sich hier bei Digitalkamera (92 % vs. 81 %), Radio (91 % vs. 61 %), CD-Player (87 % vs. 65 %), iPod/MP3-Player (64 % vs. 55 %) und Kassettenrekorder (56 % vs. 27 %) feststellen. Einzig feste Spielkonsolen kommen häufiger in Haushalten mit Migrationshintergrund vor (67 %) als in Schweizer Haushalten (57 %).

Es lässt sich feststellen, dass die Medienausstattung in Haushalten mit sozioökonomisch höherem Status breiter ist. Computer/Laptop (99 %), Internetzugang (97 %), Digitalkamera (94 %), Radio (88 %), Tablet (89 %) und iPod/MP3-Player (66 %) kommen in Haushalten mit sozioökonomisch hohem Status signifikant häufiger vor als in Haushalten mit sozioökonomisch niedrigem Status (Computer/Laptop 92 %, Internetzugang 89 %, Digitalkamera 80 %, Radio 71 %, Tablet 66 % und iPod/MP3-Player 44 %).

Bezüglich des Bildungshintergrunds der Eltern lässt sich feststellen, dass bei höherer Bildung häufiger eine Digitalkamera und ein Tablet (FH/Uni 94 % bzw. 82 %) im Haushalt vorhanden ist als bei tieferer Bildung der Eltern (Lehre 85 % bzw. 66 %). Feste Spielkonsolen hingegen findet man häufiger in Haushalten mit formal niedrigerer Bildung (Lehre 65 %) als höherer Bildung (FH/Uni 43 %).

Zwischen städtischen und ländlichen Gebieten wurden keine signifikanten Unterschiede festgestellt. In Familien mit nur einem Kind befindet sich häufiger ein Fernsehgerät (99 %) als in Familien mit mehr als einem Kind (94 %). Beim Radiogerät ist dies umgekehrt (Geschwister 83 %, Einzelkind 75 %).

4.2 Geräteverfügbarkeit im eigenen Zimmer

Nebst der Verfügbarkeit von Mediengeräten im Haushalt interessierte auch die Medienausstattung in den Kinderzimmern. Die Kinder wurden gefragt, welche der vorgegebenen Geräte bei ihnen im eigenen Zimmer vorhanden sind. Dabei bleibt allerdings unklar, ob das Gerät auch dem Kind gehört oder lediglich im Zimmer verfügbar ist.

Insgesamt ist die Medienausstattung im eigenen Zimmer im Vergleich zum Haushalt viel geringer (siehe Abbildung 15). CD-Player und Radio sind die am häufigsten im eigenen Zimmer vorkommenden Geräte (beide 41 %). In etwa einem Viertel der Kinderzimmer befinden sich iPod/MP3-Player, Handy/Smartphone, tragbare Spielkonsole und Kassettenrekorder. In den meisten Fällen handelt es sich bei einem Gerät der Kategorie Handy/Smartphone um ein Smartphone. Internetzugang, Digitalkamera und Tablet finden sich in etwa einem Fünftel der Kinderzimmer. Seltener kommen Computer/Laptop, Fernsehgerät und feste Spielkonsole vor.

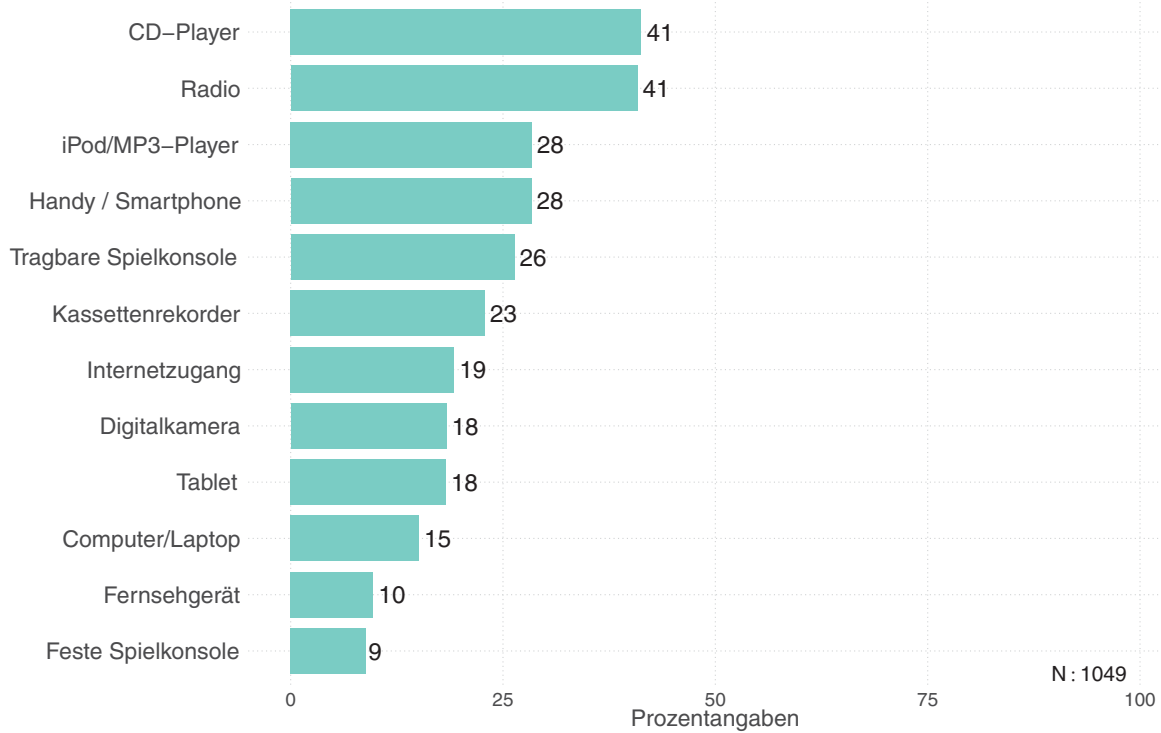


Abbildung 15: Geräteverfügbarkeit im eigenen Zimmer

Mit zunehmendem Alter nimmt auch die Geräteausstattung im eigenen Zimmer zu. Signifikante Unterschiede können hier bei Handy/Smartphone, iPod/MP3-Player, tragbarer Spielkonsole, Internetzugang, Tablet und Computer/Laptop festgestellt werden (siehe Abbildung 16).

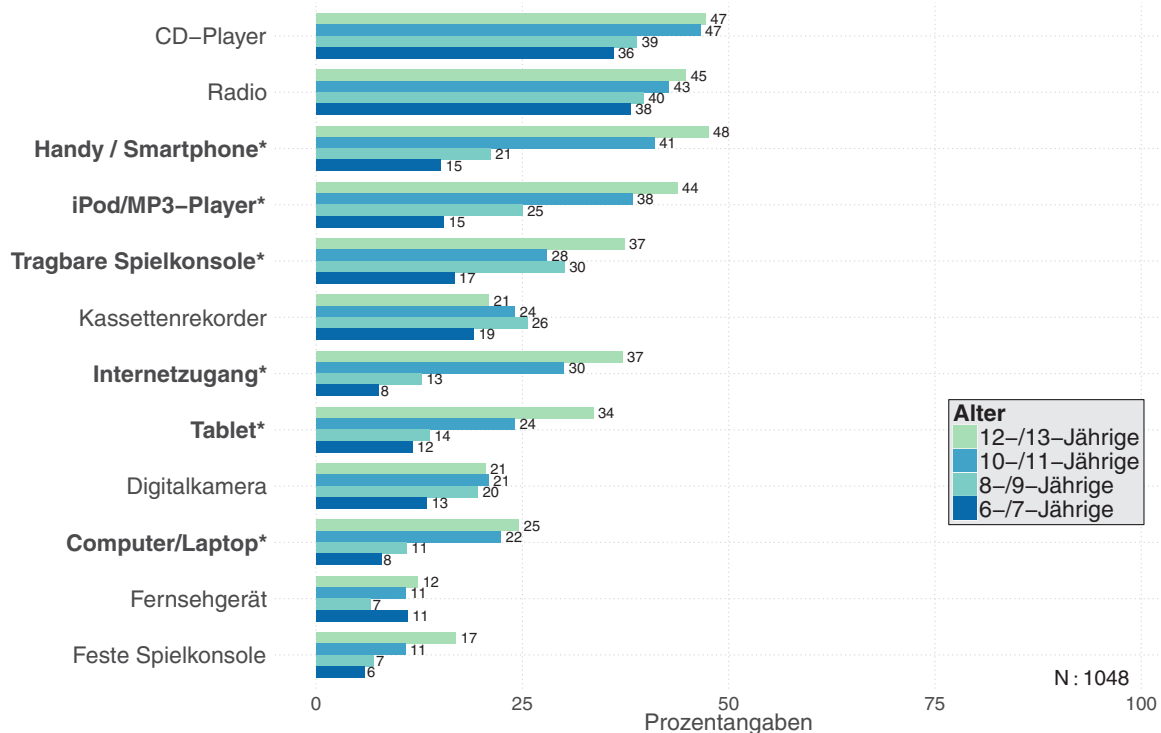


Abbildung 16: Geräteverfügbarkeit im eigenen Zimmer nach Altersgruppe

Auffällig ist bei vielen dieser Geräte, dass die Werte der 6-/7-Jährigen und 8-/9-Jährigen in einem ähnlichen Bereich liegen und dann ein Sprung bei der Gruppe der 10-/11-Jährigen stattfindet. Sichtbar ist dies bei Handy/Smartphone, Internetzugang, Tablet und Computer/Laptop (siehe Abbildung 16). Bei der tragbaren Spielkonsole gibt es zunächst eine Differenz zwischen den 6-/7-Jährigen und 8-/9-Jährigen und dann nochmals zwischen den 10-/11-Jährigen und 12-/13-Jährigen. Beim iPod/MP3-Player zeichnet sich ein stetiger Anstieg ab.

Bei der Betrachtung von Unter- und Mittelstufe zeigt sich ebenfalls, dass die Ausstattung im Kinderzimmer bei den Kindern der Mittelstufe grösser ist. Signifikante Unterschiede gibt es hier bei iPod/MP3-Player (20% vs. 37%), Handy/Smartphone (17% vs. 40%), Internetzugang (10% vs. 28%), Tablet (11% vs. 25%), Computer/Laptop (8% vs. 22%) und feste Spielkonsole (6% vs. 12%).

Bei der Ausstattung im eigenen Zimmer lassen sich wiederum einige Geschlechtsunterschiede feststellen. Mädchen haben häufiger als Jungen einen CD-Player (48% vs. 35%), Radio (46% vs. 36%) und eine Digitalkamera (24% vs. 13%) im eigenen Zimmer. Jungen haben hingegen häufiger eine tragbare (30%) und feste (12%) Spielkonsole sowie Internetzugang (22%) im Zimmer als Mädchen (23%, 6%, 17%).

Auch zwischen den Landesteilen lassen sich Unterschiede nachweisen. Deutschschweizer Kinder haben signifikant häufiger einen CD-Player (51%) und einen Kassettenrekorder (31%) im eigenen Zimmer als Kinder der beiden anderen Landesteile (Tessin 20% bzw. 6%, Romandie 21% bzw. 4%), dafür aber seltener ein Fernsehgerät (D-CH 7%, I-CH 17%, W-CH 15%) oder eine feste Spielkonsole (D-CH 6%, I-CH 14%, W-CH 16%). Das Radio kommt in Deutschschweizer Kinderzimmern häufiger vor (46%) als in Westschweizer Kinderzimmern (32%) und in Tessiner Kinderzimmern (19%). Das Tablet findet man am häufigsten im eigenen Zimmer bei Westschweizer Kindern (24%), gefolgt vom Tessin (21%) und der Deutschschweiz (16%).

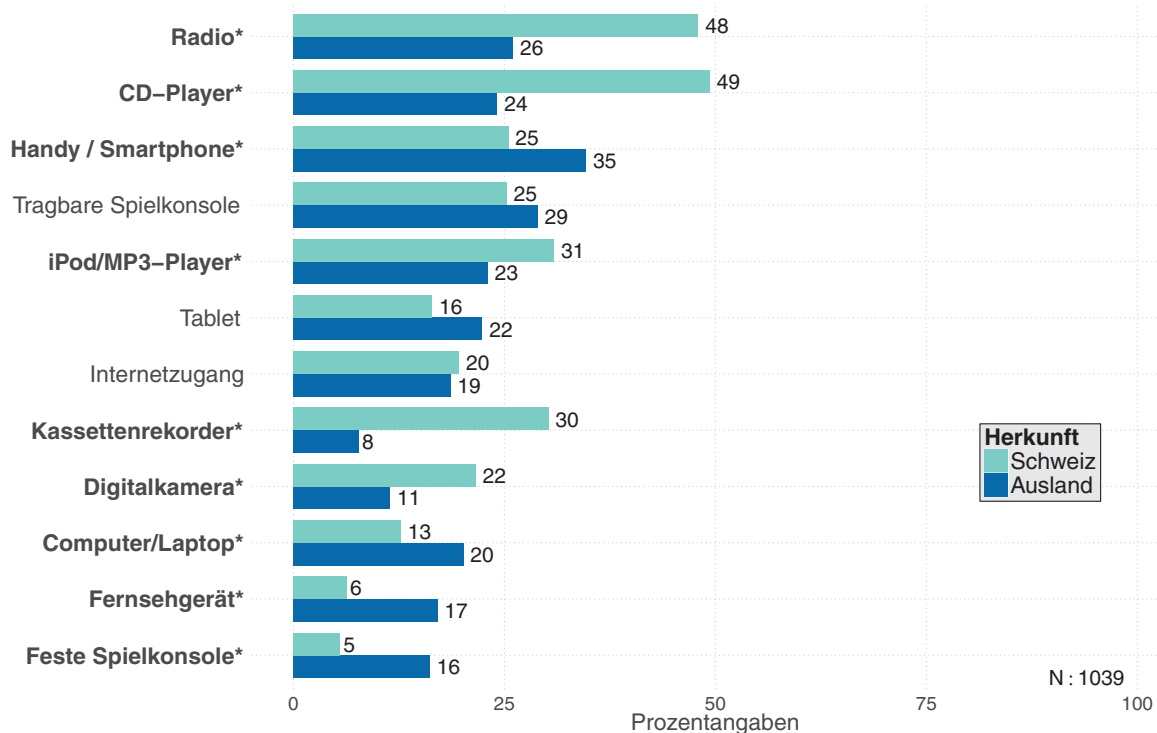


Abbildung 17: Geräteverfügbarkeit im eigenen Zimmer nach Herkunft

Viele Unterschiede zeigen sich bei der Betrachtung der Herkunft der Familien (siehe Abbildung 17). In Zimmern von Schweizer Kindern befinden sich signifikant häufiger Radio, CD-Player, iPod/MP3-

Player, Kassettenrekorder und Digitalkamera. In Zimmern von Kindern mit Migrationshintergrund findet man signifikant häufiger Handy/Smartphone, Computer/Laptop, Fernsehgerät und feste Spielkonsole. Einzig bezüglich tragbarer Spielkonsolen, Tablets und des Internetzugangs konnten keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Aufgrund dieser Unterschiede sind Kinderzimmer in Familien mit Schweizer und ausländischer Herkunft unterschiedlich ausgestattet. In Schweizer Kinderzimmern befinden sich am häufigsten verschiedene Audio-Medien: CD-Player, Radio, iPod/MP3-Player und Kassettenrekorder. In Zimmern von Kindern mit ausländischer Herkunft hingegen kommen am häufigsten Handy/Smartphone und tragbare Spielkonsole vor. Radio und CD-Player folgen erst dann auf dem dritten und vierten Platz.

Keine Unterschiede bezüglich der Kinderzimmerausstattung waren sichtbar zwischen städtischen und ländlichen Gebieten. Kinderzimmer in Familien mit hohem sozioökonomischem Status sind signifikant häufiger mit Radio (46%), CD-Player (46%), iPod/MP3-Player (34%), Kassettenrekorder (29%) und Internetzugang (34%) ausgestattet als Kinderzimmer in Familien mit tiefem sozioökonomischem Status (Radio 29%, CD-Player 27%, iPod/MP3-Player 16%, Kassettenrekorder 14%, Internetzugang 17%). In Familien mit tiefer formaler Bildung finden sich häufiger Fernsehgeräte (14%) und feste Spielkonsolen (12%) im Kinderzimmer als in Familien mit hoher formaler Bildung (1% bzw. 2%), allerdings sind die Prozentwerte eher gering. Zwischen Familien mit einem und Familien mit mehr als einem Kind gibt es keine Unterschiede hinsichtlich der Ausstattung im Kinderzimmer.

4.3 Liebste Medien

Um zu erfahren, welche Bedeutung die einzelnen Medien im Leben von Primarschulkindern haben, wurde ihnen die Frage gestellt, welches Medium sie am liebsten bzw. am zweitliebsten behalten möchten, wenn sie alle anderen abgeben müssten (Abbildung 18). Die Kinder sollten aus sieben vorgegebenen Möglichkeiten zwei Lieblingsmedien auswählen. Dabei spielte es keine Rolle, ob die Kinder das Medium tatsächlich besaßen oder nicht. Um eine Rangliste der beliebtesten Medien zu erstellen, wurde ein Index gebildet. Dabei wurden die Erstnennungen (am liebsten behalten) doppelt so stark gewichtet wie die Zweitnennungen (am zweitliebsten behalten).

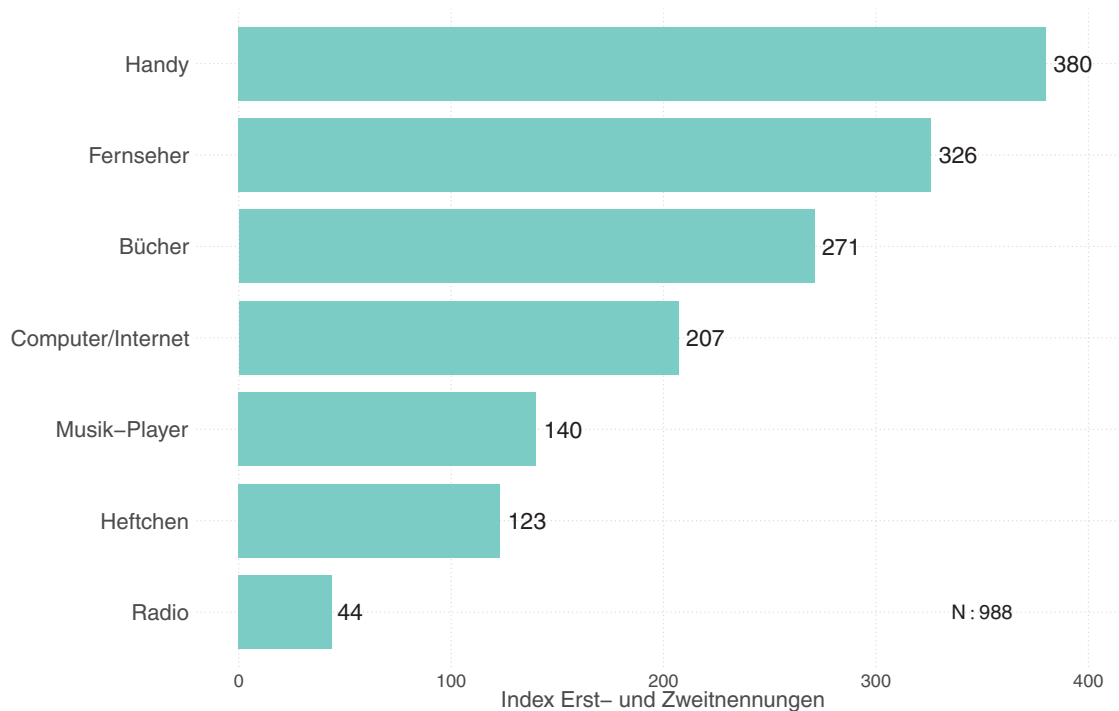


Abbildung 18: Liebste Medien

Das Handy übt eine grosse Anziehungskraft auf Primarschulkinder aus und landet auf dem ersten Platz der Lieblingsmedien. Auf dem zweiten Platz liegt der Fernseher. Am Drittwichtigsten sind den Kindern Bücher und Computer/Internet würden ebenfalls einige Kinder gerne behalten. Am ehesten verzichten könnten die Kinder auf das Radio.

4.4 Handybesitz

Im Rahmen der Frage, ob das eigene Handy genutzt wird, wenn man eigentlich schlafen sollte (siehe Kapitel 5.7), wurde über die Option „Ich habe kein Handy“ der Handybesitz indirekt erfasst. Diese Antwortmöglichkeit wurde von insgesamt 48 % der Kinder gewählt. Dementsprechend ist anzunehmen, dass insgesamt 52 % der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren ein Handy besitzen. Im Altersverlauf ist eine starke Zunahme zu verzeichnen: Bei den 6-/7-Jährigen besitzt rund ein Drittel ein eigenes Handy, bei den 12-/13-Jährigen sind es bereits drei Viertel (6/7 Jahre 35 %, 8/9 Jahre 44 %, 10/11 Jahre 67 %, 12/13 Jahre 75 % Handybesitz).

Interessanterweise besteht eine signifikante Differenz zwischen den Angaben der Kinder und der Eltern: Lediglich 22 % der befragten Eltern gaben an, ihr Kind besitze ein Handy. Dieser Unterschied ist durch mehrere Faktoren zu erklären: Einerseits ist die Elternstichprobe nicht repräsentativ. Andererseits ist zu erwarten, dass Eltern aus sozialer Erwünschtheit eher angeben, ihr Kind besitze noch kein Handy, während Kinder im Gegenteil eher angeben, sie besitzen eines, obwohl sie allenfalls ein Familienhandy mitnutzen.

Ein eigenes Handy zu besitzen, bedeutet nicht, dass dieses von den Kindern ununterbrochen genutzt wird. Nur 21 % der Kinder geben an jeden oder fast jeden Tag ein Handy zu nutzen (siehe Kapitel 5.1). Je älter die Kinder sind, desto häufiger wird ein Handy jeden oder fast jeden Tag genutzt (6/7 Jahre 10 %, 8/9 Jahre 11 %, 10/11 Jahre 35 %, 12/13 Jahre 43 %). 28 % der Kinder geben zudem an, ein Handy im Zimmer verfügbar zu haben (siehe Kapitel 4.2).

Auch in Deutschland verfügt rund die Hälfte der Kinder über ein Handy (Feierabend et al., 2014).

4.5 Fazit Geräteverfügbarkeit und liebste Medien

Haushalte mit Kindern in der Schweiz sind sehr breit mit Medien ausgestattet. Viele der vorgegebenen Geräte kommen in der Mehrheit der Haushalte vor. Handy/Smartphone, Computer/Laptop, Internetzugang und Fernsehgerät gehören zur Standard-Ausstattung der meisten Haushalte mit Kindern in der Schweiz. Der Vergleich mit den Angaben der Jugendlichen im Rahmen der JAMES-Studie 2014 (Willemse et al., 2014) zeigt, dass auch dort die gleichen vier Geräte am häufigsten im Haushalt vorkommen. Die restlichen Geräte kommen bei den Jugendlichen gleich viel oder etwas häufiger im Haushalt vor. Dies lässt sich durch das höhere Alter der Jugendlichen und deren zunehmenden eigenen Medienbesitz erklären, der sich auch auf die Ausstattung im Haushalt auswirkt. Einzige Ausnahme ist das Tablet, welches bei den Kindern häufiger im Haushalt vorkommt. Eine mögliche Erklärung hierfür wäre, dass die MIKE-Befragung rund 1.5 Jahre später durchgeführt wurde und die Verbreitung von Tablets seit der JAMES-Befragung generell zugenommen hat.

Die Haushalte mit Kindern in Deutschland weisen eine ähnliche Medienausstattung auf (Feierabend et al., 2014). Eine Ausnahme ist das Tablet, welches in Haushalten in der Schweiz massiv öfter vorkommt (DE: 19 %, CH: 76 %). Dies ist ein Unterschied, der auch bei den Haushalten mit Jugendlichen beim Vergleich zwischen Deutschland und der Schweiz nachgewiesen wurde (Willemse et al., 2014).

Die Geräteausstattung im Kinderzimmer ist nicht mit dem Besitz dieser Geräte durch die Kinder gleichzusetzen. Einerseits können Geräte im Kinderzimmer stehen, die den Eltern gehören und andererseits können sich Geräte, die dem Kind gehören, ausserhalb des Kinderzimmers befinden. Beispi-

le wären hier der iPod/MP3-Player, der als mobiles Gerät überall hin mitgenommen werden kann, oder die Spielkonsole des Kindes, die aber im Wohnzimmer steht.

Im Vergleich mit der Ausstattung im Haushalt ist die Medienausstattung im Kinderzimmer eher gering. Auffallend sind verschiedene Audio-Geräte, die in den Kinderzimmern eine verhältnismässig grosse Rolle zu spielen scheinen: Radio und CD-Player kommen in 41 % der Kinderzimmer vor, iPod/MP3-Player in 28 %. Kassettenrekorder gehören eigentlich schon fast einem vergangenen technologischen Zeitalter an, kommen aber in fast einem Viertel der Kinderzimmer in der Schweiz noch vor, insbesondere in der Deutschschweiz.

Erstaunlich sind die starken Unterschiede in der Medienausstattung von Kinderzimmern in Familien mit Migrationshintergrund und in Schweizer Familien. Hier zeigt sich, dass die oben beschriebenen Audio-Medien vor allem in den Kinderzimmern von Schweizer Familien vorkommen. Dies begründet sich sicher auch darin, dass viele Audio-Inhalte in der landestypischen Sprache verfasst werden und für Kinder mit Migrationshintergrund und deren Eltern nicht so attraktiv oder relevant sind. Bei Familien mit Migrationshintergrund befinden sich dafür häufiger Bildschirm-Medien im Kinderzimmer als in Schweizer Familien (Handy/Smartphone, Computer/Laptop, Fernsehgerät, feste Spielkonsole). Betrachtet man die Medienausstattung des Haushalts, zeigt sich, dass Schweizer Haushalte insgesamt eine breitere Medienausstattung aufweisen als Haushalte mit Familien mit Migrationshintergrund. Einzig feste Spielkonsolen kommen in Familien mit Migrationshintergrund signifikant häufiger vor.

Auch entlang der Variablen sozioökonomischer Status und Bildung unterscheiden sich das Vorkommen von Audio- und Bildschirmmedien in den Kinderzimmern. Kinder aus Familien mit hohem sozioökonomischem Status haben häufiger Radio, CD-Player und iPod/MP3-Player im eigenen Zimmer als Kinder aus Familien mit niedrigem sozioökonomischem Status. In Kinderzimmern bei Familien mit tiefer formaler Bildung befinden sich hingegen häufiger ein Fernsehgerät und eine feste Spielkonsole als bei Familien mit hoher formaler Bildung. Da eine feste Spielkonsole meist einen Bildschirm benötigt, könnte dieses Ergebnis dafür sprechen, dass Eltern mit tiefer formaler Bildung eher eine Game-Möglichkeit im Zimmer der Kinder platzieren als formal besser gebildete Eltern. Eine mögliche Erklärung dafür könnte lauten, dass niedriger gebildete Eltern mit höherem Fernsehkonsum so ihren Bildschirm weniger teilen müssen (siehe auch Kapitel 7.2).

Jungen geben häufiger an, dass im Haushalt eine feste oder tragbare Spielkonsole vorkommt als Mädchen. Diese befinden sich auch entsprechend häufiger im Kinderzimmer von Jungen als von Mädchen. Hier lässt sich die Vorliebe von Jungen für Games erkennen, die schon in verschiedenen Studien nachgewiesen werden konnte (z.B. Feierabend et al., 2014). Mädchen haben hingegen häufiger CD-Player und Radio, also auditive Medien, im eigenen Zimmer als Jungen. Auch Digitalkameras zum Fotografieren findet man häufiger bei Mädchen.

Nebst verschiedenen Geräten wurde auch das Vorhandensein eines Internetzugangs im Haushalt abgefragt. Vor allem für jüngere Kinder ist es schwierig einzuschätzen, ob ein Internetzugang vorhanden ist oder nicht. Interpretationen sollten deshalb mit Vorsicht betrachtet werden.

Ein Vergleich mit den Zahlen der JAMES-Studie (Willemse et al., 2014) ist aufgrund der unterschiedlichen Frageformulierung nur vorsichtig möglich; bei der JAMES-Studie wurde direkt nach dem Besitz der Geräte gefragt. Es lässt sich jedoch festhalten, dass Kinder noch nicht so viele Mediengeräte besitzen wie dies Jugendliche tun.

Auch innerhalb der MIKE-Studie wird klar, dass mit zunehmendem Alter die Geräteausstattung im Zimmer zunimmt. Bei einigen Geräten, bei denen signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen bestehen, lässt sich ein Muster erkennen. Dabei liegen die Werte der 6-/7-Jährigen und 8-/9-Jährigen in einem ähnlichen Bereich und dann gibt es eine sprunghafte Zunahme bei der Gruppe der 10-/11-Jährigen. Es ist anzunehmen, dass Eltern ihren Kindern im Alter von 10 oder 11 Jahren im Umgang mit Medien mehr zutrauen und die Kinder entsprechend mehr Geräte zur Verfügung haben.

Auffällig ist, dass es sich bei diesen Geräten meist um mobile, portable Geräte handelt (Handy/Smartphone, iPod/MP3-Player, Computer/Laptop).

Bei der Ausstattung im Kinderzimmer liegt ein Vergleich mit der deutschen KIM-Studie (Feierabend et al., 2014) nahe, welche eine Frage nach dem Gerätebesitz der Kinder beinhaltet. Insgesamt sind die Zahlen in der Schweiz tiefer als in Deutschland, insbesondere beim Fernsehgerät (DE 35%, CH 10%), Handy/Smartphone (DE 47%, CH 28%), iPod/MP3-Player (DE 46%, CH 28%) und bei den Spielkonsolen (fest DE 24%, CH 9%; tragbar DE 38%, CH 26%). Umgekehrt ist dies lediglich beim Tablet (CH 18, DE 2%) und Radio (CH 41%, DE 27%), welche häufiger in den Schweizer als deutschen Kinderzimmern vorkommen. Zu beachten ist hier allerdings, dass in Deutschland nicht die Kinder, sondern die Eltern befragt wurden. Ausserdem wurde in der KIM-Studie in erster Linie nach dem Besitz des Kindes gefragt. Dies könnte die höheren Zahlen aus Deutschland erklären, da Kinder in der Schweiz möglicherweise Geräte besitzen, die sich nicht im Kinderzimmer befinden und deshalb in dieser Frage nicht erfasst wurden.

Das Handy ist das beliebteste Medium unter den Kindern. Es übt auf viele Kinder eine Faszination aus, auch wenn sie selbst noch kein solches Gerät besitzen. Einerseits lässt sich das durch dessen vielfältige Nutzungsmöglichkeiten erklären. Andererseits besitzen die Eltern alle ebenfalls ein Handy und benutzen dieses auch im Familienalltag ganz selbstverständlich. Sie sind den Kindern oft ein Vorbild und werden von diesen mit Freude nachgeahmt – auch was die Handynutzung angeht.

Auf dem zweiten Platz liegt das Fernsehgerät. Die Beliebtheit des Fernsehens kann einerseits mit der damit verbundenen Unterhaltung begründet werden. Andererseits wird oftmals mit der Familie gemeinsam ferngesehen (siehe auch Kapitel 8.1) und das Fernsehen ist somit möglicherweise oft mit einer angenehmen Familiensituation verknüpft.

Das drittb Liebteste Medium ist das Buch. Dies kann man dadurch erklären, dass gerade die Unterstufenkinder die Fertigkeit des Lesens relativ neu erlernt haben, sie auch stolz darauf sind und dies deshalb gerne und oft ausüben. Am ehesten könnten die Kinder auf das Radiogerät verzichten, obwohl dieses mit am häufigsten im eigenen Zimmer vorkommt.

5 Mediennutzung der Kinder

Im Zentrum der MIKE-Studie steht die Mediennutzung von Kindern in der Schweiz, auf welche in diesem Kapitel detailliert eingegangen wird. Zunächst wird die Häufigkeit verschiedener Medientätigkeiten, die durch die Kinder ausgeübt werden, beschrieben. Anschliessend werden die Angaben der Eltern über die Dauer der Mediennutzung ihrer Kinder dargestellt. Zudem wird auch ein Auge geworfen auf die Nutzung von Webseiten und Onlinediensten sowie die Lieblings-Apps, -Filme und -Games der Kinder. In diesem Zusammenhang erfolgt eine Auswertung, ob die liebsten Filme und Games der Kinder den Altersempfehlungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) und der Pan-European Game Information (PEGI) entsprechen. Den Schluss des Kapitels bildet die Auswertung der Frage, wie oft Kinder ihr Handy nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten.

5.1 Freizeitaktivitäten mit Medien

Die Kinder wurden gefragt, wie oft sie fünfzehn vorgegebene Medientätigkeiten in ihrer Freizeit ausüben. Die Häufigkeit wurde auf einer vierstufigen Skala eingeschätzt. Die Ausübung wurde unabhängig vom Besitz des jeweiligen Gerätes beurteilt (z.B. kann ein Kind das Handy der Eltern oder der Geschwister nutzen).

Die am häufigsten ausgeübten Medientätigkeiten sind *Musik hören* und *Fernsehen*, was von 80% der Kinder mindestens einmal pro Woche genutzt wird (siehe Abbildung 19). *Bücher lesen*, *Gamen*, *DVDs/Videos schauen* und *Heftchen/Comics lesen* stehen bei der Mehrheit der Kinder ebenfalls hoch im Kurs (50% oder mehr mind. einmal pro Woche). Etwas weniger als die Hälfte nutzt regelmässig, d.h. mindestens einmal pro Woche, *Radio*, *Handy* oder *Internet*. Etwas ein Drittel macht regelmässig *Fotos oder Videos* und hört *Hörspiele oder Hörbücher*. Am unteren Ende der Liste stehen das *Kino*, *Computer ohne Internet nutzen*, *Gratiszeitung* und *andere Zeitung lesen*, was nur von wenigen Kindern regelmässig gemacht wird.



N : 1050

Abbildung 19: Freizeitaktivitäten mit Medien

Interessant ist in Abbildung 19 auch die Antwortkategorie *nie*. Nur 4% der Kinder sehen *nie fern*. Fernsehen ist somit das Medium mit den meisten Nutzern unter den Kindern. 10% der Kinder lesen *nie ein Buch* in ihrer Freizeit, 31% nutzen *nie ein Handy* und 33% nutzen *nie das Internet*. *Gratiszeitungen* und *andere Zeitungen* werden von der Mehrheit der Kinder *nie* gelesen (61% bzw. 63%).

Die Häufigkeit vieler Mediennutzungstätigkeiten nimmt mit dem Alter zu (siehe Abbildung 20). Dies ist insbesondere beim *Musik hören*, *Gamen*, *Heftchen/Comics lesen*, *Handy nutzen*, *Internet nutzen*, *Fotos oder Videos machen*, *Gratiszeitung lesen* und *andere Zeitung lesen* der Fall. Beim *Bücher lesen* gibt es nach einem Anstieg zwischen den 6-/7-Jährigen und 8-/9-Jährigen bei den 12-/13-Jährigen wieder eine Abnahme der Nutzungshäufigkeit. Bei vielen dieser signifikanten Altersunterschiede kann man feststellen, dass besonders zwischen den Altersgruppen der 8-/9-Jährigen und den 10-/11-Jährigen ein Sprung in der Nutzungshäufigkeit stattfindet (*Musik hören*, *Gamen*, *Handy nutzen*, *Internet nutzen*, *Fotos oder Videos machen*, *Gratiszeitung lesen* und *andere Zeitung lesen*). Dieses Muster geht teilweise einher mit der Medienausstattung im eigenen Zimmer (siehe Kapitel 4.2).

Den stärksten Anstieg über die Altersgruppen hinweg findet man beim *Internet nutzen*. 40% der 6-/7-Jährigen nutzen zumindest selten das Internet, bei den 12-/13-Jährigen sind es 97%. Bei den 6-/7-Jährigen sind die fünf häufigsten mindestens einmal pro Woche ausgeführten Tätigkeiten *Fernsehen*, *Musik hören*, *Bücher lesen*, *DVDs/Videos schauen* und *Gamen*. Bei den 12-/13-Jährigen sind die häufigsten Medientätigkeiten *Musik hören*, *Gamen*, *Fernsehen*, *Internet nutzen* und *Handy nutzen*.

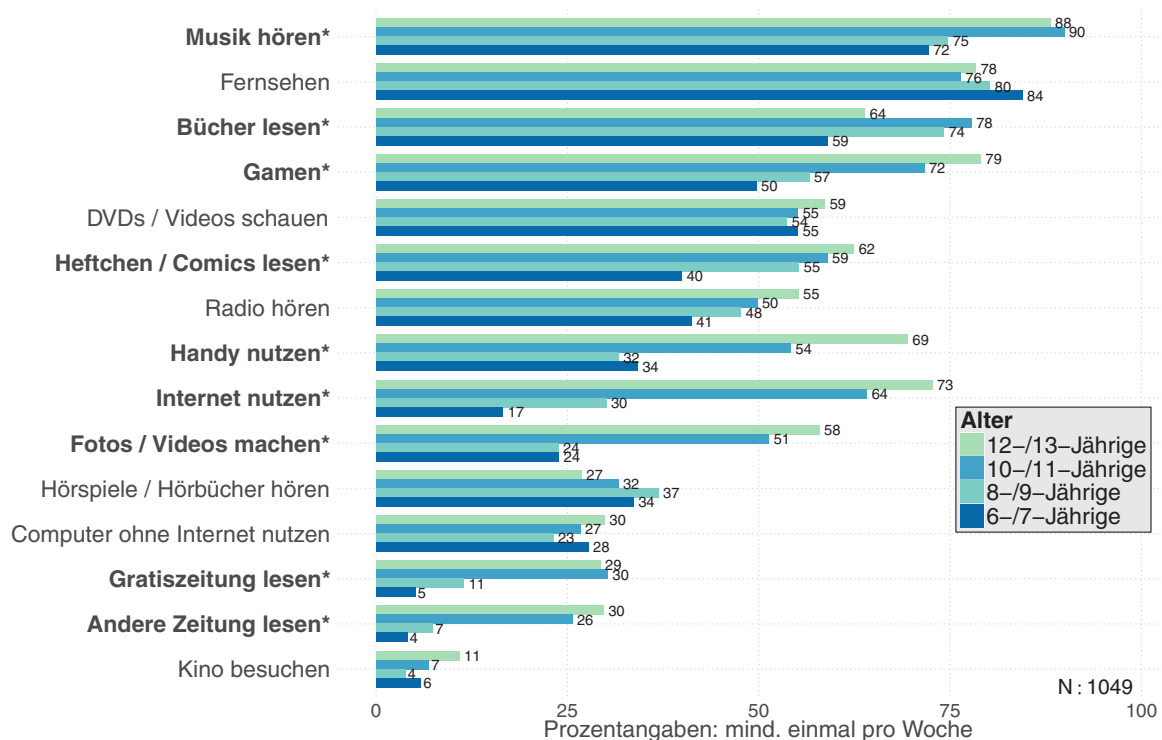


Abbildung 20: Freizeitaktivitäten mit Medien nach Altersgruppe

Betrachtet man Unterstufe und Mittelstufe so werden die gleichen Unterschiede signifikant wie bei den Altersgruppen (Zunahme der Häufigkeit von *Musik hören*, *Gamen*, *Heftchen/Comics lesen*, *Handy nutzen*, *Internet nutzen*, *Fotos oder Videos machen*, *Gratiszeitung lesen*, *andere Zeitung lesen*). *Bücher* werden von den Kindern der Mittelstufe (75%) häufiger gelesen als von den Kindern der Unterstufe (66%). Zusätzlich wird der Unterschied beim *Fernsehen* signifikant; Kinder der Unterstufe (84%) schauen häufiger fern als Kinder der Mittelstufe (76%).

Auch hinsichtlich der Geschlechter finden sich diverse signifikante Unterschiede (siehe Abbildung 21). Die grösste Differenz zeigt sich beim *Gamen*, das von Jungen (77% mind. einmal pro Woche) häufig-

ger ausgeübt wird als von Mädchen (46 %). Dieser Unterschied zeigt sich auch bei der täglichen/fast täglichen Nutzung: Mehr als ein Drittel der Jungen (35 %), jedoch nur 15 % der Mädchen gamen jeden oder fast jeden Tag. Jungen schauen ausserdem häufiger *DVDs/Videos*, lesen häufiger *Heftchen/Comics*, nutzen häufiger das *Internet*, lesen häufiger *Gratiszeitungen* und *andere Zeitungen* und besuchen häufiger das *Kino*. Mädchen hören hingegen häufiger *Musik*, lesen häufiger *Bücher*, und hören häufiger *Hörspiele* oder *Hörbücher* als Jungen.

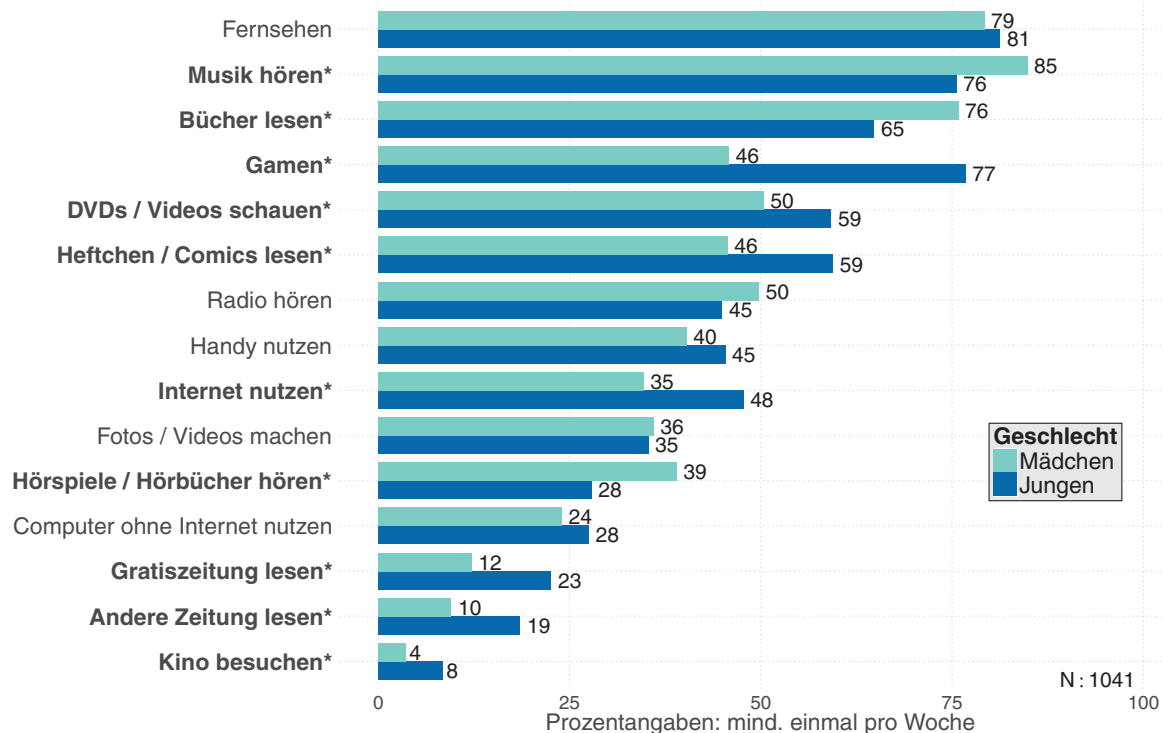


Abbildung 21: Freizeitaktivitäten mit Medien nach Geschlecht

Zwischen den Landesteilen gibt es ebenfalls Unterschiede. Am häufigsten *ferngesehen* wird im Tessin (95 % mind. einmal pro Woche), gefolgt von der Romandie (86 %) und der Deutschschweiz (77 %). Kinder der lateinischen Schweiz *gamen* häufiger (I-CH 68 %, W-CH 67 %) als Deutschschweizer Kinder (59 %). In der Westschweiz schauen Kinder häufiger *DVDs/Videos* (64 %) als im Tessin (55 %) und der Deutschschweiz (51 %). Deutschschweizer (53 %) und Tessiner Kinder (48 %) hören häufiger *Radio* als die Romands (33 %). In der Deutschschweiz (42 %) hören Kinder häufiger *Hörspiele* als in den anderen beiden Sprachregionen (W-CH 13 %, I-CH 15 %).

Kinder mit Schweizer Herkunft nutzen seltener ein *Handy* (39 %) und das *Internet* (38 %), hören aber häufiger *Radio* (54 %) als Kinder mit Migrationshintergrund (*Handy* 52 %, *Internet* 49 %, *Radio* 33 %). Zwischen städtischen und ländlichen Gebieten wurden keine signifikanten Unterschiede festgestellt.

Kinder aus Familien mit hohem oder mittlerem sozioökonomischem Status (58 bzw. 55 %) lesen häufiger *Heftchen* oder *Comics* als Kinder aus Familien mit niedrigem sozioökonomischem Status (39 %). Kinder aus formal hoch gebildeten Familien (FH/Uni, 71 % mind. einmal pro Woche) schauen weniger häufig *fern* als Kinder aus Familien mit formal mittlerer (Matura/HF, 83 %) oder tiefer Bildung (Lehre, 86 %). Kinder aus Familien mit formal tiefem Bildungsniveau lesen seltener *Bücher* (62 %), nutzen häufiger ein *Handy* (49 %) und gehen häufiger ins *Kino* (10 %) als Kinder aus Familien mit formal mittlerer (*Bücher* 77 %, *Handy* 34 %, *Kino* 2 %) oder hoher Bildung (*Bücher* 74 %, *Handy* 34 %, *Kino* 3 %). Einzelkinder schauen signifikant häufiger *fern* (87 %) und *gamen* häufiger (72 %) als Kinder mit Geschwistern (79 % bzw. 60 %).

5.2 Dauer der Mediennutzung (Angabe Eltern)

Die Eltern wurden gebeten, die Dauer der Mediennutzung ihres Kindes an einem durchschnittlichen Wochentag in Minuten einzuschätzen. Der Wert 0 wurde dahingehend interpretiert, dass ein Kind das entsprechende Medium nicht nutzt, diese Fälle wurden aus den folgenden Auswertungen ausgeschlossen. Vorgegeben wurden sieben Medientätigkeiten. In den folgenden Grafiken wird also die durchschnittliche Nutzungsdauer dargestellt, wenn das Kind das angegebene Medium an einem typischen Wochentag nutzt.

Schaut ein Kind an einem typischen Wochentag *fern*, dann tut es dies für durchschnittlich 47 Minuten (siehe Tabelle 2). *Radio* gehört wird während durchschnittlich 36 Minuten. Ein *Handy* wird während fast einer halben Stunde (29 Minuten) genutzt. Das *Internet* wird ebenfalls während rund einer halben Stunde genutzt (28 Minuten). Verschiedene *Games* werden während 24 Minuten gespielt. Ebenfalls 24 Minuten werden für das Lesen eines *Buchs* aufgewendet. Schliesslich nutzt ein Kind durchschnittlich etwa eine Viertelstunde lang einen *Computer ohne im Internet* zu sein (16 Minuten).

Die aufgeführten Tätigkeiten sind nicht klar voneinander abzugrenzen. Die Nutzung eines Handyspiels fällt zum Beispiel sowohl in die Kategorie *Handy* wie auch *Computer-, Konsolen-, Online- oder Handyspiele*. Bestimmte mediale Tätigkeiten können auch gleichzeitig ausgeführt werden (z.B. *Radio hören* und *Internet nutzen*).

Tabelle 2: Durchschnittliche Nutzungsdauer an einem typischen Wochentag (in Minuten pro Tag, Angabe der Eltern)

Wortlaut der Frage/Medientätigkeit	Minuten/Tag
Mein Kind sieht pro Tag XX Minuten fern , egal ob an einem Fernsehgerät, über das Internet oder über einen anderen Weg.	47
Mein Kind hört pro Tag XX Minuten Radio , egal ob an einem Radiogerät, über das Internet oder über einen anderen Weg.	36
Mein Kind nutzt pro Tag XX Minuten ein Handy .	29
Mein Kind nutzt pro Tag XX Minuten das Internet (spielen, surfen, E-Mail, Chat, Communities wie "Facebook"), egal ob an einem PC, mit dem Handy oder über einen anderen Weg.	28
Mein Kind spielt pro Tag XX Minuten Computer-, Konsolen-, Online- oder Handyspiele .	24
Mein Kind liest pro Tag XX Minuten in einem Buch .	24
Mein Kind nutzt pro Tag XX Minuten einen Computer ohne im Internet zu sein (z.B. lernen).	16

Je älter die Kinder sind, desto länger nutzen sie tendenziell die verschiedenen Medien (siehe Abbildung 22). Signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen finden sich beim *Internet nutzen*, dem *Gamen*, dem *Bücher lesen* und dem *Handy nutzen*. Eine gleichartige Tendenz lässt sich beim *Fernsehen* und *Computer ohne Internet* nutzen feststellen.

Aufgrund der kleineren Stichprobe der 12-/13-Jährigen bzw. deren Eltern ist das Konfidenzintervall bei dieser Gruppe jeweils grösser und der Balken wird entsprechend länger dargestellt.

Lesehinweis: Die Balken stellen das Konfidenzintervall des geschätzten Mittelwertes (schwarze Linie) in der Population dar. Das bedeutet, dass der wahre Wert mit einer 95% Wahrscheinlichkeit innerhalb des Intervalls liegt.

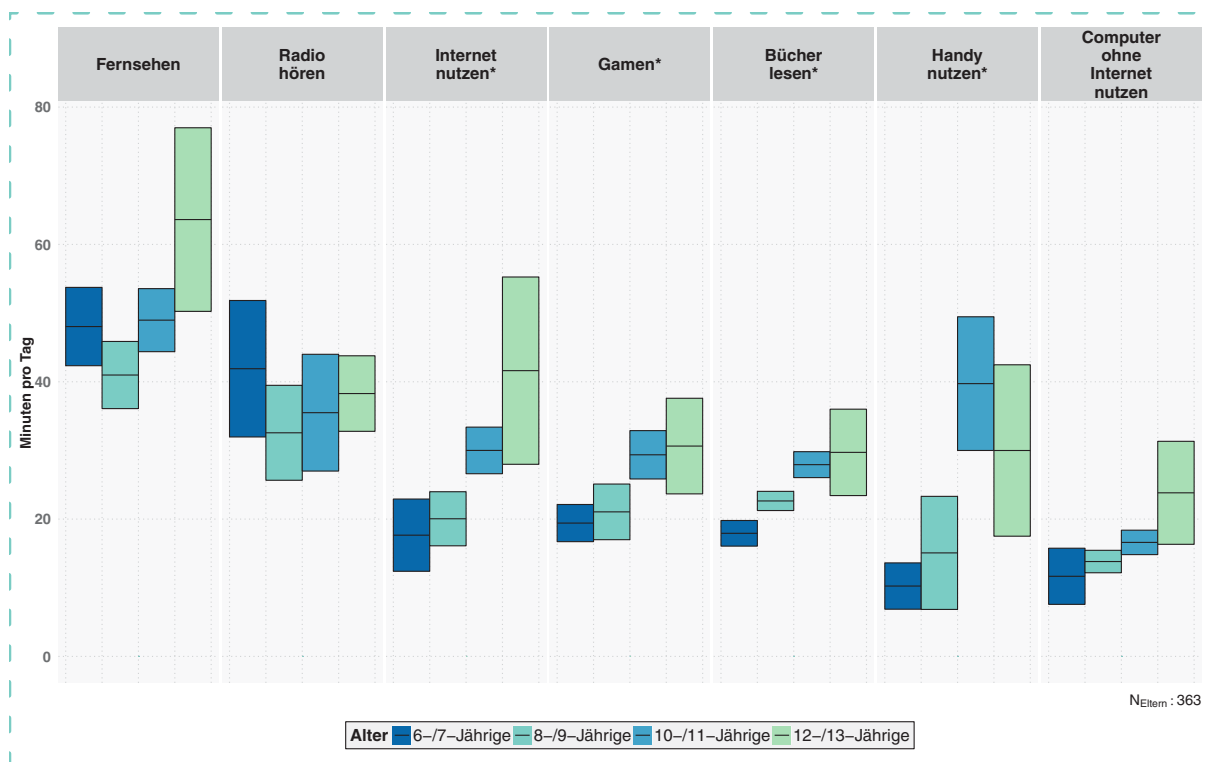


Abbildung 22: Durchschnittliche Nutzungsdauer an einem typischen Wochentag nach Altersgruppe der Kinder (in Minuten pro Tag, Angabe der Eltern)

Signifikante Unterschiede zwischen den Schulstufen gibt es beim *Bücher lesen* (Unterstufe 20 Min vs. Mittelstufe 28 Min), *Computer ohne Internet nutzen* (12 vs. 18 Minuten), *Internet nutzen* (18 vs. 31 Minuten), *Gamen* (20 vs. 28 Minuten) und *Handy nutzen* (10 vs. 35 Minuten). Der Vergleich von Unter- und Mittelstufe bestätigt somit, dass je älter die Kinder sind, desto länger sind auch die Mediennutzungszeiten.

Signifikante Geschlechtsunterschiede bezüglich der Mediennutzungsdauer findet man nur beim *Bücher lesen*; Mädchen (26 Minuten) lesen länger in einem Buch als Jungen (21 Minuten). Bei den anderen Tätigkeiten sind die Nutzungszeiten zwischen den Mädchen und Jungen sehr vergleichbar.

Die Tessiner Kinder (64 Minuten) schauen an einem typischen Wochentag länger *fern* als die Westschweizer (51 Minuten) und Deutschschweizer Kinder (45 Minuten). Zwischen Stadt und Land liegen keine signifikanten Unterschiede vor.

Kinder mit Migrationshintergrund nutzen tendenziell alle vorgegebenen Medien länger als Schweizer Kinder. Statistisch signifikante Unterschiede ergeben sich beim *Fernsehen* (75 bzw. 44 Minuten), *Handy nutzen* (47 bzw. 20 Minuten), *Internet nutzen* (39 bzw. 25 Minuten), *Gamen* (32 bzw. 20 Minuten) und *Computer ohne Internet nutzen* (25 bzw. 13 Minuten).

Nur ein signifikanter Unterschied zeigt sich beim sozioökonomischen Status. Kinder aus Familien mit tiefem sozioökonomischem Status schauen pro Tag länger *fern* (65 Minuten) als Kinder aus Familien mit hohem sozioökonomischem Status (37 Minuten). Gleichartige Tendenzen zeigen sich beim *Internet nutzen* (40 vs. 25 Minuten) und *Gamen* (30 vs. 20 Minuten).

Wie in Abbildung 23 ersichtlich ist, schauen Kinder aus Familien mit formal tiefem Bildungsniveau (Lehre oder tiefer) länger *fern*, nutzen länger das *Internet*, nutzen länger ein *Handy* und *Gamen* länger als Kinder aus formal hoch gebildeten Familien (Fachhochschule/Uni). Diese Tendenz zeigt sich auch beim *Radio hören* und *Computer ohne Internet nutzen*. Einzig beim *Bücher lesen* liegen die drei Gruppen gleich auf.

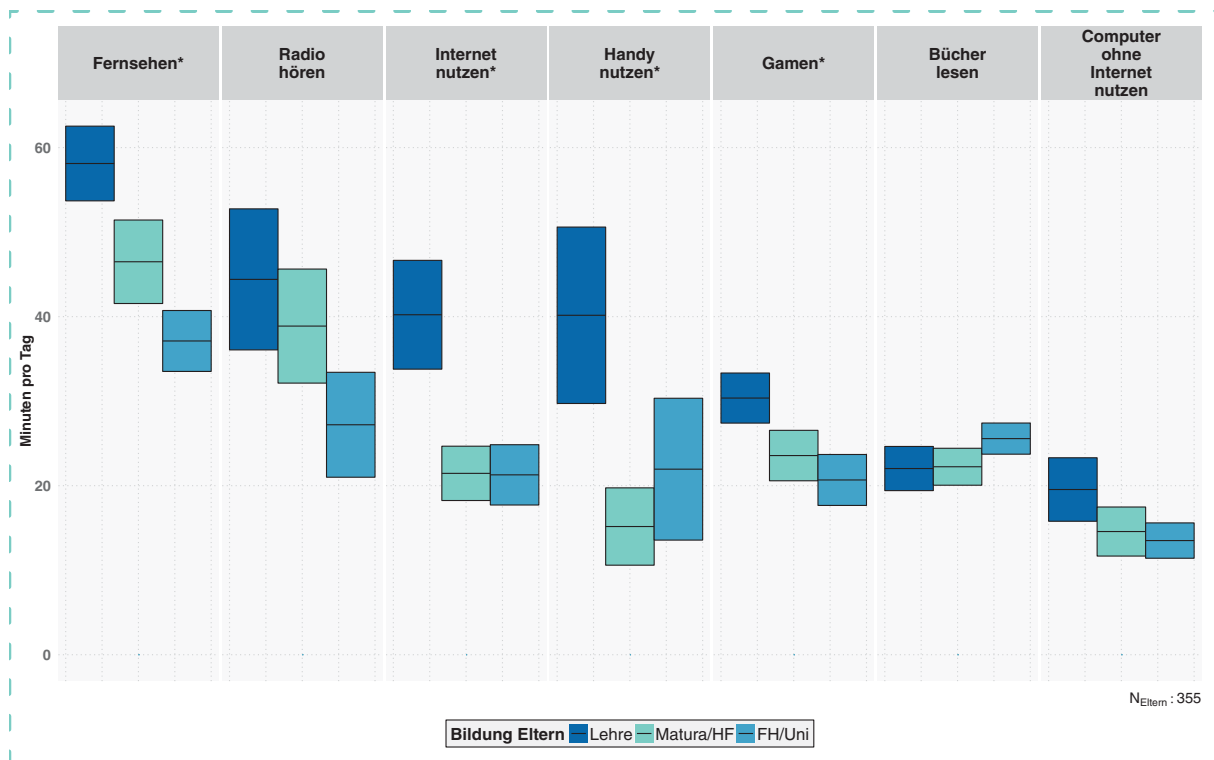


Abbildung 23: Durchschnittliche Nutzungsdauer an einem typischen Wochentag nach Bildungsniveau der Eltern (in Minuten pro Tag, Angabe der Eltern)

Einzelkinder (60 Minuten) schauen wesentlich länger *fern* als Kinder mit Geschwistern (45 Minuten). Auch beim *Gamen* ist ein solche Tendenz sichtbar (Einzelkind 35 Minuten, Geschwister 23 Minuten).

5.3 Nutzung von Webseiten und Onlinediensten

Die Nutzung von Webseiten und Onlinediensten wurde nur bei der schriftlichen Befragung der Kinder in der vierten bis sechsten Klasse erfasst. Es wurden sieben Webseiten und Onlinedienste vorgegeben und die Nutzungshäufigkeit wurde mittels einer vierstufigen Skala erfasst. Zusätzlich gab es die Option *Kenne ich nicht*, wodurch die Bekanntheit der Webseiten und Onlinedienste erfasst wurde. Unter den Kindern war *Zambo* am unbekanntesten (47%). *Twitter* (21%) und *Instagram* (18%) sind knapp einem Fünftel nicht bekannt. Danach folgen *Skype* (15%), *WhatsApp* (10%) und *Facebook* (8%). *YouTube* ist bis auf wenige Ausnahmen (2%) allen Kindern bekannt.

YouTube ist der Favorit unter den vorgegebenen Webseiten und Onlinediensten und wird von drei Vierteln (76%) der Kinder der vierten bis sechsten Klasse mindestens einmal pro Woche genutzt (siehe Abbildung 24). 40% der Kinder nutzen *YouTube* sogar jeden oder fast jeden Tag und nur sieben Prozent der Mittelstufenschülerinnen und -schüler nutzen es nie. *WhatsApp* (39% mind. einmal pro Woche), *Instagram* (25%) und *Skype* (24%) wird von einer Minderheit regelmässig genutzt; *Facebook* (9%), *Twitter* (7%) und *Zambo* (2%) nur von wenigen.

N_{Mittelstufe} : 514

Abbildung 24: Nutzungshäufigkeit von Webseiten und Onlinediensten (nur 4.-6. Klasse)

Zwischen den Altersgruppen und den Klassenstufen lassen sich keine signifikanten Unterschiede feststellen. Es besteht allerdings die Tendenz, dass die Onlinedienste und Webseiten häufiger von älteren Kindern genutzt werden. *YouTube* wird signifikant häufiger von Jungen (84 % mind. einmal pro Woche) als von Mädchen (66 %) genutzt. Bei den anderen Webseiten und Onlinediensten konnten keine Geschlechtsunterschiede festgestellt werden.

Skype wird signifikant häufiger von Kindern in der Westschweiz (35 %) als in der Deutschschweiz (19 %) und im Tessin (15 %) genutzt. Tendenziell sind die Tessiner Kinder zurückhaltender in der Nutzung der vorgegebenen Webseiten und Onlinedienste als die Westschweizer und Deutschschweizer Kinder.

Kinder mit Migrationshintergrund nutzen *YouTube* (82 %) und *Facebook* (18 %) signifikant häufiger als Schweizer Kinder (74 % bzw. 6 %). Tendenziell nutzen Kinder mit ausländischer Herkunft alle vorgegebenen Webseiten und Onlinedienste häufiger. Beim sozioökonomischen Status lassen sich keine signifikanten Unterschiede ausmachen. Tendenziell nutzen Kinder aus Familien mit formal tiefem Bildungsniveau die vorgegebenen Webseiten und Onlinedienste häufiger als Kinder aus Familien mit formal mittlerem oder hohem Bildungsniveau. Kinder aus Familien mit formal tiefer Bildung (Lehre und tiefer) nutzen *WhatsApp* (52 %) signifikant häufiger als Kinder aus Familien mit formal mittlerer (20 %) oder hoher Bildung (32 %).

Zwischen städtischen und ländlichen Gebieten konnten keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Ebenfalls keine Unterschiede sind zwischen Einzelkindern und Kindern mit Geschwistern sichtbar.

Neben den vorgegebenen Webseiten und Onlinediensten konnten die Kinder offen zusätzliche weitere Angaben machen. Die Auszählung dieser Antworten ergab folgendes: 36 Mal wurde der Instant-Messaging-Dienst *Kik* (nur in der Deutsch- und Westschweiz), 33 Mal der Instant-Messaging- und VoIP-Dienst *Viber* (alle drei Sprachregionen) und 21 Mal der Onlinedienst *Google* (alle drei Sprachregionen) genannt. Weitere Mehrfachnennungen waren *Snapchat* (9 Nennungen, nur Romandie), *FaceTime* (7 Nn, alle Sprachregionen), *Nachrichten* (7 Nn, alle Sprachregionen) und *Tango* (5 Nn, Deutschschweiz und Tessin).

5.4 Liebste Apps

Die Kinder wurden gefragt, wie ihre drei Lieblings-Apps heissen. Ein erster Blick auf die Wordcloud (siehe Abbildung 25) verrät, dass *YouTube* mit 112 Nennungen bei Primarschulkindern die beliebteste App ist. Darauf folgen die Kommunikations-App *WhatsApp* (90 Nennungen) und die Foto-App *Instagram* (85 Nn). Als viert- bis sechstliebste Apps nennen die befragten Kinder die App-Games *Clash of Clans* (68 Nn), *Minecraft* (60 Nn) und *FIFA* (35 Nn). Ausserdem unter den zehn Lieblings-Apps vertreten sind *iTube* (32 Nn), *Viber* (29 Nn), *Google* (28 Nn) und *Angry Birds* (24 Nn).



Abbildung 25: Liebste Apps

Interessant ist der Blick auf die Geschlechtsunterschiede. Bei den Mädchen sind Kommunikations-Apps deutlich beliebter als andere Apps wie beispielsweise Games. So steht *WhatsApp* (52 Nn) bei ihnen ganz oben im Ranking, gefolgt vom Sozialen Netzwerk *Instagram* (46 Nn). An dritter Stelle liegt bei den Mädchen dann *Youtube* (42 Nn). Demgegenüber liegt bei den Jungen *YouTube* mit 68 Nennungen an erster Stelle. Am zweit- bzw. drittliebsten sind ihnen die beiden App-Games *Clash of Clans* (65 Nn) und *Minecraft* (65 Nn). Danach folgen auch bei den Jungen *Instagram* (39 Nn) und *WhatsApp* (33 Nn).

Ebenfalls spannend sind die Unterschiede zwischen der Unter- und der Mittelstufe. Zunächst einmal fällt auf, dass Kinder ab der Mittelstufe viel mehr und konkretere Apps angeben als Kinder in der Unterstufe. Gemeinsam ist ihnen aber die beliebteste App: *YouTube*. Kinder der Unterstufe nennen *YouTube* 22 Mal, danach folgen die drei App-Games *Clash of Clans* (20 Nn), *Angry Birds* (15 Nn) und *Minecraft* (13 Nn). Bei den Kindern der Mittelstufe hingegen folgen nach *YouTube* (90 Nn) keine Game-Apps, sondern die App des Sozialen Netzwerkes *Instagram* (85 Nn) und die Kommunikations-App *WhatsApp* (84 Nn).

5.5 Liebste Filme

Die offene Frage nach ihren drei Lieblingsfilmen haben die Primarschulkinder in der Schweiz sehr vielfältig beantwortet, wie Abbildung 26 deutlich zeigt. Obwohl explizit nach Filmen gefragt wurde, ist nicht immer klar, ob es sich tatsächlich um einen Film oder um eine Fernsehserie handelt (z.B. *Doraemon*, *Star Wars*). Auch wenn bei den meisten Angaben der Kinder von einem Film ausgegangen werden kann, muss dies beim Lesen dieser Ergebnisse berücksichtigt werden.

Insgesamt betrachtet führt *Harry Potter* mit 56 Nennungen die Top 10 Liste an, gefolgt von *Drachenzähmen leicht gemacht* (48 Nennungen), *Die Eiskönigin – völlig unverfroren* (47 Nn) sowie an vierter Stelle *Doraemon* (44 Nn). Nach *Violetta* (36 Nn) wird *Star Wars* (34 Nn) als sechstbeliebtester Film genannt. Auch *Tom und Jerry* (30 Nn), *Barbie* (29 Nn), *Ich – einfach unverbesserlich* (29 Nn) sowie *Madagaskar* und *iCarly* (je 25 Nn) sind unter den Top 10 zu finden.



Abbildung 26: Liebste Filme

Es muss allerdings bedacht werden, dass *Harry Potter* zwar der meistgenannte Film ist, bei männlichen Mittelstufenkindern aber beliebter ist als einerseits bei den Mädchen – hier nur geringfügig weniger beliebt – und als andererseits bei den Unterstufenkindern. Auch der Film *Drachenzähmen leicht gemacht* findet unterschiedlich Anklang: Liegt er bei den Jungen auf Platz eins, schafft er es bei den Mädchen nicht einmal unter die beliebtesten zehn Filme. *Drachenzähmen leicht gemacht* ist bei den Kindern der Mittelstufe beliebter als bei den Kindern der Unterstufe. Während *Die Eiskönigin – völlig unverfroren* bei den Mädchen Platz eins belegt – er ist sowohl bei den Unterstufen- als auch bei den

Mittelstufenschülerinnen beliebt –, wird er von den Jungen nicht einmal erwähnt. *Doraemon* und *Tom und Jerry* liegen bei den Unterstufenkindern auf dem gemeinsamen ersten Platz, unabhängig vom Geschlecht, werden aber von den Mittelstufenkindern kaum genannt.

Ein Blick auf die genannten Lieblingsfilme unter Berücksichtigung der Altersempfehlungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK, 2015) zeigt, dass acht der Top 10 Filme entweder ohne Altersfreigabe oder ab 6 Jahren freigegeben sind. Die zwei Ausnahmen, *Harry Potter* und *Star Wars*, sind gemäss FSK ab 12 Jahren freigegeben. Beide sind bei den Mittelstufenschülerinnen und -schülern zwar deutlich beliebter als bei denjenigen aus der Unterstufe, dennoch werden sie von den Kindern insgesamt früher als empfohlen gesehen.

5.6 Liebste Games

Wie bei den Filmen, wurden die Kinder nach ihren drei Lieblings-Games gefragt. Hier gilt es zu beachten, dass Jungen im Vergleich zu Mädchen signifikant häufiger gamen (siehe Kapitel 5.1) und entsprechend mehr Gametitel genannt haben.



Abbildung 27: Liebste Games

Am beliebtesten sind bei Primarschulkindern Sport-Games, insbesondere das Fussballgame *FIFA* (158 Nennungen), wie Abbildung 27 zeigt. *FIFA* steht unabhängig von der Klassenstufe bei Jungen ganz zuoberst bzw. fast zuoberst auf der Beliebtheitsskala. Bei den Mädchen wird *FIFA* erst als zehntbeliebtestes Game genannt. Das zweitbeliebteste Game ist das Adventure-Game *Minecraft* (112 Nn). Hier zeigt sich in Bezug auf Geschlecht und Klassenstufe dasselbe Bild wie beim Sport-Game *FIFA*. *Super Mario* (95 Nn) aus dem Game-Genre Jump'n'Run liegt auf Platz drei, gefolgt von *Clash of Clans* (ein Massen-Mehrspieler-Online-Game, MMOG), das mit 70 Nennungen am viertliebsten gespielt, und dem Racing Game *Mario Kart* (67 Nn), welches am fünftliebsten gespielt wird. *Super Mario* und *Mario Kart* werden fast gleichermassen von Jungen und Mädchen genannt. Bei den Mäd-

chen ist mit 33 Nennungen das Musik-Game *Just Dance* das beliebteste Game, das nur knapp vor *Super Mario* (32 Nn) und *Mario Kart* (30 Nn) liegt.

Alle bis hier genannten Games entsprechen den Altersempfehlungen der Pan-European Game Information (PEGI, 2015). Mit 64 Nennungen insgesamt folgt nun auf Platz 6 der Rangliste das Action-Game *Grand Theft Auto (GTA)*, welches ab 18 Jahren empfohlen wird (einige Teile sind ab 16 Jahren freigegeben). Davon stammen 50 Nennungen von Jungen und 14 Nennungen von Mädchen. Ausserdem sind es vor allem die Mittelstufenkinder, die es spielen (53 Nn), einige wenige Unterstufenkinder (11 Nn) haben es auch genannt. Mit *Call of Duty* (41 Nn) fügt sich ein weiteres Action- und Shooter-Game hinzu, welches ab 18 Jahren empfohlen wird. Mit einzelnen Ausnahmen sind es nur Jungen, die dieses zu ihren Lieblings-Games zählen, und es wird ausschliesslich von Mittelstufenschülern angegeben. *Just Dance* (36 Nn), *LEGO* (35 Nn) und *Hay Day* (31 Nn) komplettieren die Top 10 der liebsten Games. Das Action-Adventure-Game *Assassin's Creed*, welches ebenfalls ab 18 Jahren empfohlen wird, wurde 20 Mal genannt (Platz 13). Wiederum wird es von männlichen Mittelstufenschülern bevorzugt.

Bei der Mehrheit der Nennungen (70 %) handelt es sich um Spiele für Gamekonsolen oder Computer. Weniger als ein Viertel der Nennungen sind App-Games (24 %). Sechs Prozent der genannten Games gehören zur Kategorie Browser-Games.

5.7 Handynutzung, wenn man eigentlich schlafen sollte

Um mögliche Gewohnheiten der abendlichen oder nächtlichen Handynutzung der Kinder zu erforschen, wurde allen Kinder die folgende Frage gestellt: „Wie oft nutzt Du Dein Handy, auch wenn Du eigentlich schlafen solltest?“ 75 % der Kinder gaben an, dass sie kein eigenes Handy besitzen oder ihr Handy nie dann nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten. 11 % gaben an, dies selten zu tun. 9 % gaben an, dass sie ihr Handy einmal oder mehrmals pro Woche nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten. 4 % gaben an, dass sie dies jeden oder fast jeden Tag tun.

Zwischen den Altersgruppen lassen sich signifikante Unterschiede nachweisen. Demnach wird das Handy häufiger von älteren Kindern (10-/11-Jährige und 12-/13-Jährige) dann genutzt, wenn sie eigentlich schlafen sollten, als von jüngeren Kindern (6-/7-Jährige und 8-/9-Jährige). 33 % der 12-/13-Jährigen und 21 % der 10-/11-Jährigen geben an, dass sie ihr Handy mindestens einmal pro Woche nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten (jeden oder fast jeden Tag 15 % bzw. 8 %). Bei den 8-/9-Jährigen sind dies nur noch 8 % und bei den 6-/7-Jährigen 5 % (jeden oder fast jeden Tag 2 % bzw. 1 %). Kinder der Mittelstufe nutzen ihr Handy häufiger (8 % jeden oder fast jeden Tag, 58 % nie/habe kein Handy), wenn sie eigentlich schlafen sollten, als Kinder der Unterstufe (1 % jeden oder fast jeden Tag, 92 % nie/habe kein Handy).

Keine signifikanten Unterschiede konnten festgestellt werden hinsichtlich Geschlecht, Landesteile, Herkunft, städtisches/ländliches Gebiet, sozioökonomischem Status, Bildungsniveau der Eltern und Familiengrösse. Betrachtet man die Zahlen unter Ausschluss der Antwortoption *habe kein Handy*, zeigen sich sehr ähnliche Ergebnisse.

Die Frage, ob es eine Regel gibt, was mit dem Handy in der Nacht passiert, wurde den Kindern ebenfalls gestellt. Die Auswertung dieser Frage befindet sich in Kapitel 8.3 Regeln im Umgang mit Medien.

5.8 Fazit Mediennutzung der Kinder

Musik hören, Fernsehen und *Bücher lesen* sind die am häufigsten mindestens einmal pro Woche ausgeführten Medientätigkeiten von Kindern im Primarschulalter. Bei den Jungen liegt das *Gamen* zusätzlich auf den vorderen Rängen.

Im Alltag der Kinder spielen die täglichen Aktivitäten eine wichtige Rolle. Die am häufigsten jeden oder fast jeden Tag ausgeübte Medientätigkeit von Kindern ist das *Musik hören* (47%). Danach folgt das *Fernsehen* (42%), welches durchschnittlich pro Tag 47 Minuten lang genutzt wird. *Bücher* gelesen werden von 37% jeden oder fast jeden Tag. Dabei liest ein Kind durchschnittlich 24 Minuten pro Tag in einem Buch. *Games* werden von 25% der Kinder jeden oder fast jeden Tag gespielt, wobei mehr Jungen (35%) als Mädchen (15%) jeden oder fast jeden Tag gamen. Das Gamen beansprucht durchschnittlich 24 Minuten täglich. Radio hören 24% der Kinder jeden oder fast jeden Tag während durchschnittlich 36 Minuten. 23% der Kinder lesen jeden oder fast jeden Tag *Heftchen oder Comics*, Angaben über die Dauer liegen nicht vor. *Handys* werden von 21% der Kinder jeden oder fast jeden Tag genutzt, dies während durchschnittlich 29 Minuten. Das *Internet* wird von jedem fünften Kind (20%) jeden oder fast jeden Tag genutzt, dies während 28 Minuten. Ein *Computer ohne Internet* wird nur von wenigen Kindern jeden oder fast jeden Tag genutzt (5%) während durchschnittlich 16 Minuten. Insgesamt werden häufigere Medientätigkeiten durchschnittlich auch länger ausgeübt.

Im Vergleich mit unserem Nachbarland Deutschland (Feierabend et al., 2014) gibt es einige Unterschiede in der regelmässigen Nutzung (mindestens einmal pro Woche) von verschiedenen Medien. Die grösste Differenz zeigt sich beim *Computer ohne Internet nutzen* (CH 26%, DE 55%). Allerdings war dies ein Begriff, der für viele Kinder schwierig verständlich war. Weitere Unterschiede zeigen sich beim *DVDs/Videos schauen* (CH 54%, DE 31%), beim *Bücher lesen* (CH 70%, DE 50%) und dem *Fernsehen* (CH 80%, DE 97%). Die grösste Übereinstimmung findet man beim *Gamen* (CH 61%, DE 62%) und *Musik hören* (CH 80%, DE 78%).

Vergleicht man mediale und nonmediale Aktivitäten ausserhalb der Schulzeit, dann liegen in der Häufigkeit *Hausaufgaben* und *Spielen* vor allen Medientätigkeiten, egal ob jeden oder fast jeden Tag oder mindestens einmal pro Woche ausgeübt. *Freunde treffen, Sport* und etwas *mit der Familie unternehmen* liegen in der Ausübungshäufigkeit von mindestens einmal pro Woche etwa gleich auf wie die häufigsten Medientätigkeiten (*Musik hören, Fernsehen, Bücher lesen*).

Betrachtet man die Mediennutzung über die Altersgruppen, so zeigen sich einige Unterschiede im Verlauf der Primarschulzeit. Im Alter zwischen sechs/sieben und zwölf/dreizehn Jahren finden in den folgenden Bereichen die stärksten Zunahmen der Nutzungshäufigkeit statt: *Internet nutzen, Handy nutzen, Fotos oder Videos machen* und *Gamen*. Es sind somit vor allem digitale Medien, die in diesem Alter einen Aufschwung erleben. Auffallend dabei ist der sprunghafte Anstieg ab dem 10. Lebensjahr. Kinder in diesem Alter befinden sich in der Phase der späten Kindheit und vor dem Tor zur Adoleszenz (Oerter & Montada, 2008). Fertigkeiten in den Kulturtechniken Lesen, Schreiben und Rechnen sind weit ausgebildet. Einige Medien bekommen vor diesem Hintergrund eine stärkere Bedeutung. Grad das Lesen und Schreiben sind Grundvoraussetzungen, die eine breite Anwendung von Handy und Internet – trotz Touchscreens – erst ermöglichen. Daneben beginnt in der Phase der späten Kindheit auch der Ablösungsprozess vom Elternhaus. Die Peergroup bekommt einen höheren Stellenwert. Das persönliche soziale Netzwerk wird erweitert und gefestigt. Mobiltelefon und Internet sind Kommunikationsmittel, die diesen Prozess unterstützen können.

Vergleicht man die Angaben der Kinder mit den Angaben der Jugendlichen aus der JAMES-Studie (Willemse et al., 2014), so lassen sich Altersverläufe skizzieren. Da es sich dabei nicht um Längsschnittdaten handelt, sondern um eine Momentanaufnahme sind Schlussfolgerungen mit Vorsicht zu ziehen. Im Ergebnisbericht der JAMES-Studie 2014 (Willemse et al., 2014) werden die Kategorien täglich/mehrmals pro Woche grafisch dargestellt. Bei der MIKE-Studie wird für die Grafiken eine breitere Häufigkeitskategorie verwendet (mindestens einmal pro Woche). Für die folgenden Vergleiche

wurden Nutzungszahlen der Jugendlichen herangezogen, die mit der MIKE-Studie vergleichbar sind (mindestens einmal pro Woche; nicht publiziert).

Die stärkste Zunahme zeigt sich beim *Handy nutzen* und beim *Internet nutzen*. Beide Tätigkeiten nehmen bereits während der Primarschule zu und dies setzt sich im Jugendalter fort, wenn auch auf bereits sehr hohem Niveau. Ähnlich verhält es sich beim *Musik hören*, das bereits in der Primarschule auf eher hohem Niveau zunimmt, um dann in der Oberstufe nochmals anzusteigen.

Die grösste Abnahme zwischen den Kindern und Jugendlichen zeigt sich beim *Bücher lesen*. Das *Bücher lesen* nimmt zunächst während der Primarschule zu (bis 78 % mind. einmal pro Woche bei den 10-/11-Jährigen) und dann am Ende der Primarschule bereits wieder leicht ab (64 % bei den 12-/13-Jährigen). In der Jugendzeit stagnieren die Zahlen auf verhältnismässig tiefem Niveau (36 %). Die Zeit während der Primarschule, nachdem die Kinder zunächst das Lesen erlernen, könnte somit als die Hochphase des Bücherlesens bezeichnet werden. Die Zunahme des Lesens von *Gratiszeitungen* und *anderen Zeitungen* bzw. *Abo-Zeitungen*, die sich bereits während der Primarschule abzeichnet, setzt sich hingegen auch im Jugendalter fort.

Ein ähnliches Muster wie beim Lesen von Büchern zeichnet sich auch beim *Gamen* ab. Zunächst nimmt diese Tätigkeit während der Primarschule stetig zu, in der Oberstufe nimmt die Häufigkeit dann wieder stetig ab. Das *Gamen* ist also in der späteren Phase der Primarschulzeit und dem Beginn der Jugendzeit besonders beliebt.

Hörspiele verlieren beim Übergang in die Oberstufe an Relevanz (Kinder 33 %, Jugendliche 9 %). Das *Fernsehen* bleibt über das Alter hinweg ziemlich stabil (Kinder 80 %, Jugendliche 88 %), ebenso scheint es beim *DVDs/Videos schauen* (Kinder 55 %, Jugendliche 47 %), beim *Computer ohne Internet nutzen* (Kinder 26 %, Jugendliche 30 %) und beim *Kinobesuch* (Kinder 6 %, Jugendliche 4 %) zu sein. Beim *Radio hören* gibt es die Tendenz, dass mit zunehmendem Alter auch die Häufigkeit zunimmt (Kinder 47 %, Jugendliche 59 %). Diese Zunahme wurde aber weder bei den Kindern noch bei den Jugendlichen signifikant. Die Tätigkeiten *Heftchen/Comics lesen* und *Fotos oder Videos machen* lassen sich aufgrund unterschiedlicher Frageformulierungen nicht vergleichen.

Mit zunehmendem Alter nimmt nebst der Häufigkeit verschiedener Medientätigkeiten auch die Nutzungsdauer zu, insbesondere bei der *Internetnutzung*, dem *Gamen*, dem *Bücher lesen* und der *Handynutzung*. Dies bedeutet, dass Medien im Laufe der Primarschule einen immer grösseren Teil der Freizeit von Kindern beanspruchen. Der Trend des zunehmenden Medienkonsums setzt sich im Jugendalter fort, wie Vergleiche mit der JAMES-Studie (Willemse et al., 2014) zeigen. Umso wichtiger ist es mit Medienbildung und Förderung von Medienkompetenz frühzeitig zu beginnen.

Folgende Geschlechtsunterschiede, die in der JAMES-Studie (Willemse et al., 2014) auch bei den Jugendlichen festgestellt wurden, findet man bereits im Primarschulalter: Mädchen hören häufiger *Musik* und lesen häufiger *Bücher*; Jungen *gamen* häufiger, schauen mehr *DVD/Videos* und lesen häufiger *andere Zeitungen* bzw. *Abozeitungen*. Mädchen scheinen sich eher zu Hör- und Lesemedien (*Musik hören*, *Bücher lesen*, *Hörbücher/Hörspiele hören*) hingezogen zu fühlen als Jungen, während Jungen sich eher mit Bildschirmmedien (*Gamen*, *Internet nutzen*, *DVDs/Videos schauen*) beschäftigen als Mädchen.

Die Mediennutzung der Kinder hängt mit dem Bildungsniveau der Eltern zusammen insbesondere was die Nutzungsdauer betrifft. Längere Mediennutzungszeiten pro Tag gibt es vor allem in Familien mit tiefem Bildungsniveau der Eltern im Vergleich mit Familien mit hohem Bildungsgrad. Ausserdem nutzen Kinder aus Familien mit formal tiefem Bildungsniveau die vorgegebenen Webseiten und Onlinedienste tendenziell häufiger als Kinder aus Familien mit formal mittlerem oder hohem Bildungsniveau. Dies passt zu den Befunden, dass Kinder aus Familien mit formal tiefem Bildungsniveau länger das *Internet nutzen* sowie länger und häufiger ein *Handy nutzen*. Diese Kinder schauen überdies häufiger und länger *fern*, *gamen* länger und lesen seltener *Bücher*.

Die vorliegenden Ergebnisse zu den Geschlechts- und Bildungsunterschieden passen gut zu Aussagen der deutschen World Vision Studie 2013 (Jänsch & Schneekloth, 2013). Diese erstellte eine Freizeittypologie mit drei Gruppen von Kindern: „Vielseitige Kids“, „normale Freizeitler“ und „Medienkon-

sumenten“. „Vielseitige Kids“ üben in ihrer Freizeit besonders häufig musisch-kulturelle Aktivitäten aus, während die Nutzung von Fernsehen und Computerspielen sehr selten ist. Viel mehr Mädchen als Jungen sind Teil dieser Gruppe und die Kinder stammen eher aus oberen Schichten. Die „Medienkonsumenten“ zeichnen sich durch eine besonders häufige Nutzung elektronischer Medien aus und sie verbringen ihre Freizeit besonders selten mit kreativ-kulturellen Aktivitäten. In dieser Gruppe sind Jungen und Kinder aus unteren Schichten übervertreten. Die „normalen Freizeitleer“ üben verschiedene Freizeitaktivitäten aus, wobei sie jedoch nirgends durch extremes Engagement oder vollkommenes Desinteresse hervorstechen. Ob diese drei Freizeittypen auch in der Schweiz nachweisbar wären, bleibt zurzeit allerdings offen.

Zwischen den Landesteilen gibt es unter anderem beim *Fernsehen* Unterschiede. Die Tessiner Kinder schauen häufiger und länger fern als die Westschweizer und Deutschschweizer Kinder. Dabei handelt es sich um einen bekannten Effekt, der schon seit Jahren auch bei den Erwachsenen nachgewiesen ist: Im Jahr 2014 sahen Erwachsene in der italienischen Schweiz durchschnittlich 177 Minuten pro Tag fern, in der französischen Schweiz 143 Minuten und in der Deutschschweiz 128 Minuten (BFS, 2015d). Die Angaben bei den Kindern liegen noch weit unter der durchschnittlichen Nutzungsdauer der Erwachsenen.

Deutschschweizer und Tessiner Kinder hören häufiger *Radio* als Westschweizer Kinder. Ein ähnliches Muster lässt sich bei der erwachsenen Bevölkerung (ab 15 Jahren) nachweisen: In der Deutschschweiz und in der italienischen Schweiz wird das Radio von Erwachsenen ähnlich lange genutzt. In der französischen Schweiz wird hingegen weniger lange Radio gehört (BFS, 2015e).

Hörspiele/Hörbücher sind vor allem in der Deutschschweiz beliebt. Dies deckt sich mit dem erhöhten Vorkommen von Audio-Medien wie Radio, CD-Player und Kassettenrekorder in Kinderzimmern in der Deutschschweiz (siehe Kapitel 4.2). Dies hängt wohl auch mit der Mundart-Hörspielkultur zusammen. So finden sich beispielsweise die Kasperli-Hörspiele von Jörg Schneider seit mehr als 40 Jahren in unzähligen Kinderzimmern in der Deutschschweiz. *Games* hingegen werden seltener in der Deutschschweiz als in den beiden anderen Sprachregionen gespielt. Beim *DVD/Videos schauen* liegt die Romandie vor den anderen beiden Landesteilen.

Nebst den verschiedenen Medientätigkeiten wurde auch die Häufigkeit der Nutzung spezifischer Webseiten und Onlinedienste abgefragt. Hier zeigt sich, dass *YouTube* fester Bestandteil des Alltags von Mittelstufenschülerinnen und -schülern in der Schweiz ist. 76% dieser Kinder nutzen *YouTube* mindestens einmal pro Woche und schauen sich online Videos an, 40% tun dies sogar jeden oder fast jeden Tag. Auch bei den Lieblings-Apps landet *YouTube* auf dem ersten Platz, und zwar unabhängig vom Alter der Kinder. Jungen (84%) nutzen *YouTube* allerdings häufiger als Mädchen (66%). Es ist anzunehmen, dass die Primarschulkinder *YouTube* vielfältig nutzen; sie können Musikvideos ansehen, Let's-Playern (Live-Gamern) zuschauen oder sich über hochgeladene Sport- oder sonstige Szenen amüsieren. Ausserdem lädt die Plattform dazu ein, rumzustöbern und Neues zu entdecken sowie selber Videos zu produzieren und hochzuladen.

WhatsApp wird von 39% der Viert- bis Sechstklässlerinnen und -klässler mindestens einmal pro Woche genutzt. *Facebook* scheint bei den Schülerinnen und Schülern der Mittelstufe kaum eine Rolle zu spielen (9% mind. einmal pro Woche), ebenso wenig *Twitter* (7%). Dafür ist *Instagram* bei dieser Altersgruppe beliebter (25% mind. einmal pro Woche). Ein ähnlicher Trend zeigte sich bereits bei der JAMES-Studie 2014 (Willemse et al., 2014): Bei der jüngsten Altersgruppe der 12-/13-Jährigen war *Instagram* ebenfalls beliebter als *Facebook*. Man kann vermuten, dass *Facebook* in Zukunft weniger relevant und vor allem *Instagram* in den Vordergrund rücken wird.

Eine mögliche Erklärung für die häufige Nutzung von *YouTube* ist nebst den interessanten Inhalten auch die Tatsache, dass *YouTube* ohne vorgängige Anmeldung und ohne Account genutzt werden kann. Bei den anderen abgefragten Onlinediensten, die alle weit hinter *YouTube* zurückliegen, ist eine Anmeldung meist nötig, um die Dienste vollständig und sinnvoll nutzen zu können (z.B. Bilder posten bei *Instagram*). Oft fehlen den Kindern in diesem Alter auch persönliche Geräte (Smartphone, Computer/Laptop), über die sie dauerhaft Zugang zu ihren Accounts hätten und diese regelmässig bewirtschaften könnten. Auch ist das Interesse für die Peergroup noch nicht so ausgeprägt (Oerter & Montada, 2008) und der damit gepaarte Wunsch mit Freunden online verbunden zu sein, was ein

weiterer Grund für das geringe Interesse an Sozialen Netzwerken sein könnte. Schlussendlich können die Eltern eine Rolle spielen, indem sie die Nutzung bestimmter Onlinedienste und Webseiten nicht gestatten. Dies wäre nicht erstaunlich, denn einige der abgefragten Onlinedienste und Webseiten setzen bei der Registrierung ein Mindestalter von 13 Jahren oder höher voraus: z.B. *Instagram* 13 Jahre (Instagram, 2015), *Facebook* 13 Jahre (Facebook, 2015) oder *WhatsApp* 16 Jahre (WhatsApp, 2015).

YouTube und *Facebook* werden von Kindern mit ausländischer Herkunft signifikant häufiger genutzt als von Schweizer Kindern. Es lässt sich sogar über alle vorgegebenen Webseiten und Onlinedienste eine Tendenz feststellen, dass diese von Kindern mit ausländischer Herkunft häufiger genutzt werden. Dazu passt, dass Kind mit ausländischer Herkunft häufiger und länger *Internet* und *Handy nutzen* als Schweizer Kinder. Dies lässt sich möglicherweise durch ein Kontakthalten mit Verwandten oder Freunden im Herkunftsland, was durch verschiedene Onlinedienste ermöglicht wird, erklären.

Dass der Begriff *Internet* auch bei der älteren Gruppe der Schülerinnen und Schüler der Mittelstufe nicht ganz klar ist, zeigt folgender Vergleich: 76% der Mittelstufenschülerinnen und -schüler nutzen mindestens einmal pro Woche *YouTube*, ein Dienst, der *Internet* benötigt. In Kapitel 5.1 (Freizeitaktivitäten mit Medien) geben jedoch nur 62% der Kinder der Mittelstufe an, dass sie mindestens einmal pro Woche das *Internet nutzen* und unterschätzen damit ihre Nutzungshäufigkeit, wenn in Bezug auf den übergeordneten Begriff „Internet“ gefragt wird.

In Bezug auf die liebsten Filme der Kinder ist eine grosse Vielfalt auszumachen. Einige Tendenzen sind dennoch feststellbar, gerade was die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sowie den Schulstufen angeht. Eine klare Mehrheit der befragten Kinder präferiert Filme, die ihrem Alter entsprechen; bis auf zwei Ausnahmen (*Harry Potter* und *Star Wars*, beide freigegeben ab 12 Jahren) entsprechen die liebsten zehn Filme dieser Altersgruppe den Altersfreigaben der FSK. Die beiden Ausnahmen werden mehrheitlich von Mittelstufenkindern genannt. Es bleibt an dieser Stelle offen, inwiefern die Kinder grundsätzlich von den Eltern oder anderen Erwachsenen beim Filmschauen begleitet werden. Ebenso könnte man vermuten, dass es eher Kinder mit älteren Geschwistern sind, die bereits Filme mit einer Altersfreigabe ab 12 Jahren sehen oder gesehen haben.

Games zu spielen ist bei Primarschulkindern eine beliebte mediale Freizeitaktivität, wobei Mädchen weniger oft gamen als Jungen. Die Auswahl an Lieblings-Games ist auf der einen Seite vielfältig, andererseits aber auch überraschend homogen zwischen den Altersgruppen. Einige Games, die in der Schweiz beliebt sind, sind es auch bei den Kindern in Deutschland (Feierabend et al., 2014), unter anderem *FIFA*. Ausserdem scheinen sich gewisse Games bis ins Jugendalter hindurchzuziehen: Der JAMES-Studie 2014 (Willemse et al., 2014) ist zu entnehmen, dass *FIFA*, und zum Teil *Minecraft* auch bei Jugendlichen zu den favorisierten Games gehören. Weiter finden sich die bei den Jugendlichen besonders beliebten Games *Call of Duty* und *Grand Theft Auto (GTA)* bei den Mittelstufenkindern ebenfalls schon in den vorderen Rängen. Hier stellt sich die Frage, ob die beiden Games vor allem von Mittelstufenkindern gespielt werden, die ältere Geschwister haben oder wie der Zugang zu diesen erst ab 18 Jahren empfohlenen Games zustande kommt.

Zur Erforschung möglicher Gewohnheiten der abendlichen oder nächtlichen Handynutzung der Kinder wurde ihnen die Frage gestellt, wie oft sie ihr Handy nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten. 75% der Kinder gaben an, dass sie kein eigenes Handy haben oder ihr Handy nie dann nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten. Demgegenüber stehen 13%, die angeben, ihr Handy mindestens einmal pro Woche dann zu nutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten. Dabei sind es hauptsächlich Kinder ab 10 Jahren, die dieses Verhalten zeigen (10-/11-Jährige: 21% mind. einmal pro Woche, 12-/13-Jährige: 33% mind. einmal pro Woche). Dies ist darauf zurückzuführen, dass ab diesem Alter Kinder vermehrt ein eigenes Handy besitzen.

Verschiedene Studien untersuchten bisher den negativen Einfluss von nächtlicher Mediennutzung auf die Schlafdauer und Schlafqualität bei Kindern und Jugendlichen (für eine Übersicht siehe z.B. Durand et al., 2012). Die Nutzung von elektronischen Geräten im Bett gilt als Risikofaktor für Schlafstörungen

und Depression bei Jugendlichen und kann sich negativ auf die Schlafdauer auswirken (Lemola, Perkinson-Gloor, Brand, Dewald-Kaufmann & Grob, 2014). Schlechter Schlaf kann wiederum die Schulleistung von Kindern vermindern (Könen, Dirk & Schmiedek, 2015). Gefährdet sind demnach rund 4% der Kinder in der Schweiz, da diese ihr Handy jeden oder fast jeden Tag dann benutzen, wenn sie eigentlich schlafen sollten.

Um solchen negativen Effekten entgegenzuwirken, werden in gewissen Familien Regeln über die Handynutzung aufgestellt. Die Frage, ob es eine Regel gibt, was mit dem Handy in der Nacht passiert, wurde den Kindern ebenfalls gestellt. Die Auswertung dieser Frage befindet sich in Kapitel 8.3 Regeln im Umgang mit Medien.

Vergleichszahlen findet man in der Studie von Lemola et al. (2014), die die Mediennutzung im Bett vor dem Einschlafen bei Jugendlichen in der Schweiz untersuchten. Dabei gaben 21.8% der jugendlichen Smartphonebesitzer an, dass sie fünf bis sieben Mal pro Woche (dies entspricht in etwa der Kategorie *jeden oder fast jeden Tag*) im Bett noch online sind. 37.2% der jugendlichen Smartphonebesitzer gaben an, dass sie fünf bis sieben Mal pro Woche im Bett ihr Smartphone zur Kommunikation (telefonieren oder Textnachrichten) nutzen. Diese Zahlen sind deutlich höher als bei den Primarschulkindern (9% jeden oder fast jeden Tag). Dies hängt wohl auch damit zusammen, dass bei Primarschulkindern Kommunikation und Online-Netzwerke noch nicht so eine grosse Rolle spielen oder die Eltern die Nutzung des Handys/Smartphones am Abend reglementieren (siehe Kapitel 8.3).

6 Negative und positive Erfahrungen mit Medieninhalten

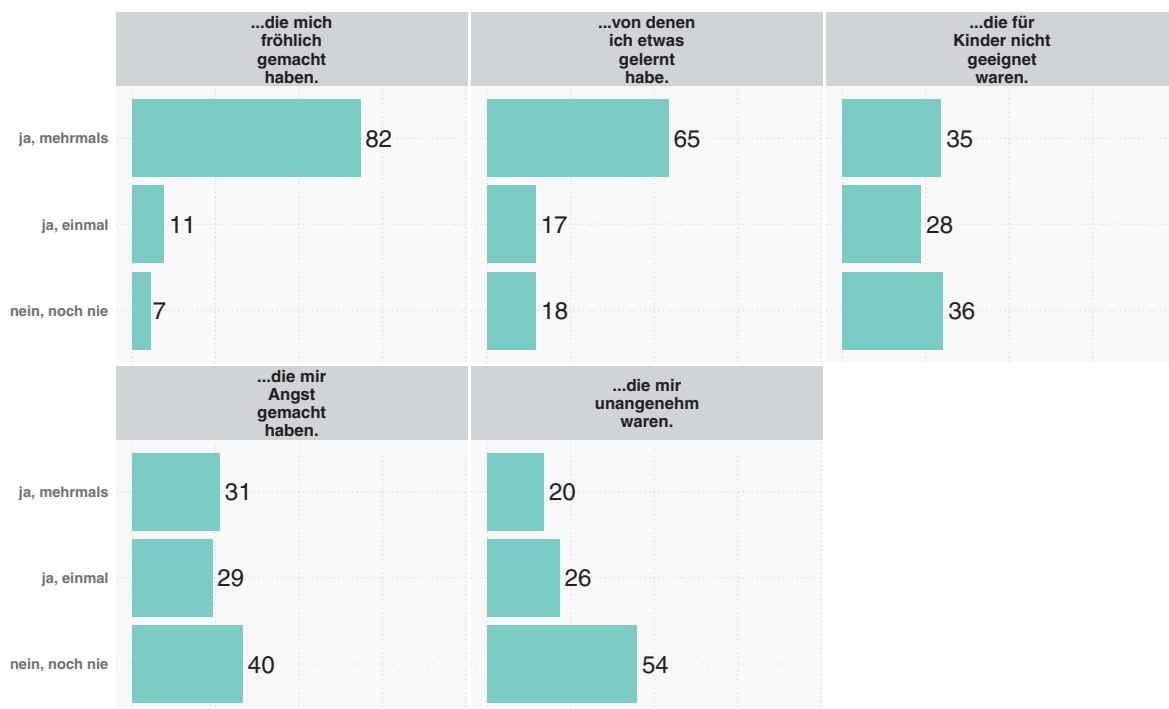
Medieninhalte können sowohl mit angenehmen als auch unangenehmen Erfahrungen verbunden sein. Manche Inhalte machen Kinder fröhlich, manche Sendungen oder Webinhalte sind lehrreich, andere verängstigen oder sind für Kinder schlicht nicht geeignet. Die Ergebnisse in diesem Kapitel zeigen, wie Kinder in der Schweiz Fernseh- und Internetinhalte erleben.

6.1 Fernsehinhalte

Eine überwiegende Mehrheit der Kinder sieht mindestens ab und zu fern (96 %, siehe Kapitel 5.1), auf diese beziehen sich die folgenden Zahlen.

Kinder in der Schweiz machen überwiegend positive Erfahrungen mit Fernsehinhalten: 93 % geben an, einmal oder mehrmals im Fernsehen Dinge gesehen zu haben, die sie fröhlich gemacht haben, 82% haben ein- oder mehrmals dank Fernsehinhalten etwas gelernt (siehe Abbildung 28). Seltener, aber doch eine Mehrheit der Kinder haben auch negative Fernseherfahrungen gemacht: 64 % sind schon mit Inhalten konfrontiert gewesen, die aus ihrer Sicht für Kinder nicht geeignet waren, 60 % haben schon mindestens einmal Inhalte gesehen, die ihnen Angst gemacht haben und 46 % geben an, schon einmal für sie unangenehme Fernsehinhalte gesehen zu haben.

Ich habe im Fernsehen schon einmal Sachen gesehen,...



N_{TV-Nutzer} : 1000

Abbildung 28: Positive und negative Erfahrungen mit Fernsehinhalten (Kinder, die fernsehen)

Zwischen den befragten Altersgruppen bestehen keine bedeutsamen Unterschiede bezüglich negativen und positiven Erfahrungen mit Fernsehinhalten. Schülerinnen und Schüler der Mittelstufe geben jedoch signifikant häufiger an, aus Fernsehinhalten etwas gelernt zu haben (91 %) als Kinder aus der Unterstufe (75 %). Zwischen den Geschlechtern bestehen zwei signifikante Unterschiede: Mädchen gaben häufiger an, dass Fernsehinhalte sie fröhlich gemacht haben (96 %) als Jungen (91 %). Hingegen haben Jungen viel eher am Fernsehen Inhalte gesehen, die für Kinder nicht geeignet waren (71 %) als Mädchen (57 %). Zwischen den Sprachregionen bestehen keine signifikanten Unterschiede. Dasselbe gilt für Kinder mit und ohne Migrationshintergrund sowie für Kinder aus urbanen und ländli-

chen Regionen der Schweiz. Ebenfalls keine statistisch signifikanten Differenzen wurden zwischen Kindern mit unterschiedlichem sozioökonomischem Status sowie unterschiedlichem Bildungshintergrund der Eltern festgestellt.

6.2 Internetinhalte

Die Mehrheit der befragten Kinder nutzt das Internet zumindest ab und zu (67%, siehe Kapitel 5.1). Die folgenden Zahlen beziehen sich auf diese Kinder.

Ähnlich wie bei den Fernsehinhalten machen Kinder in der Schweiz häufiger positive als negative Erfahrungen mit Internetinhalten. 81% geben an, einmal oder mehrmals im Internet auf Dinge gestossen zu sein, die sie fröhlich gemacht haben (siehe Abbildung 29). 75% haben ein- oder mehrmals etwas dank dem Internet gelernt. Deutlich seltener als beim Fernsehen sind Kinder im Internet auf Dinge gestossen, die ihnen Angst gemacht haben (29%) oder die ihnen unangenehm waren (32%). Ebenfalls seltener als im Fernsehen haben Kinder online Inhalte gesehen, die sie als für Kinder ungeeignet halten (48%).

Ich bin im Internet schon einmal auf Sachen gestossen,...



N_{inet-Nutzer}: 730

Abbildung 29: Positive und negative Erfahrungen mit Internetinhalten (Kinder, die das Internet nutzen)

Ob die Kinder schon einmal etwas aus dem Internet gelernt haben, hängt statistisch mit dem Alter zusammen (siehe Abbildung 30): Je älter das Kind, desto eher hat es schon ein- oder mehrmals etwas dank Internet gelernt. Bei den Schülerinnen und Schülern der Mittelstufe geben 83% an, schon einmal online etwas gelernt zu haben, bei Unterstufenschülerinnen und -schülern sind es 64%.

Zwischen den Geschlechtern bestehen keine Unterschiede. Bei den Sprachregionen zeigt sich, dass Kinder aus der Romandie (40%) und dem Tessin (34%) signifikant häufiger angeben, dass ihnen Internetinhalte schon einmal Angst gemacht haben als in der Deutschschweiz (25%).

Ich bin im Internet schon einmal auf Sachen gestossen,...

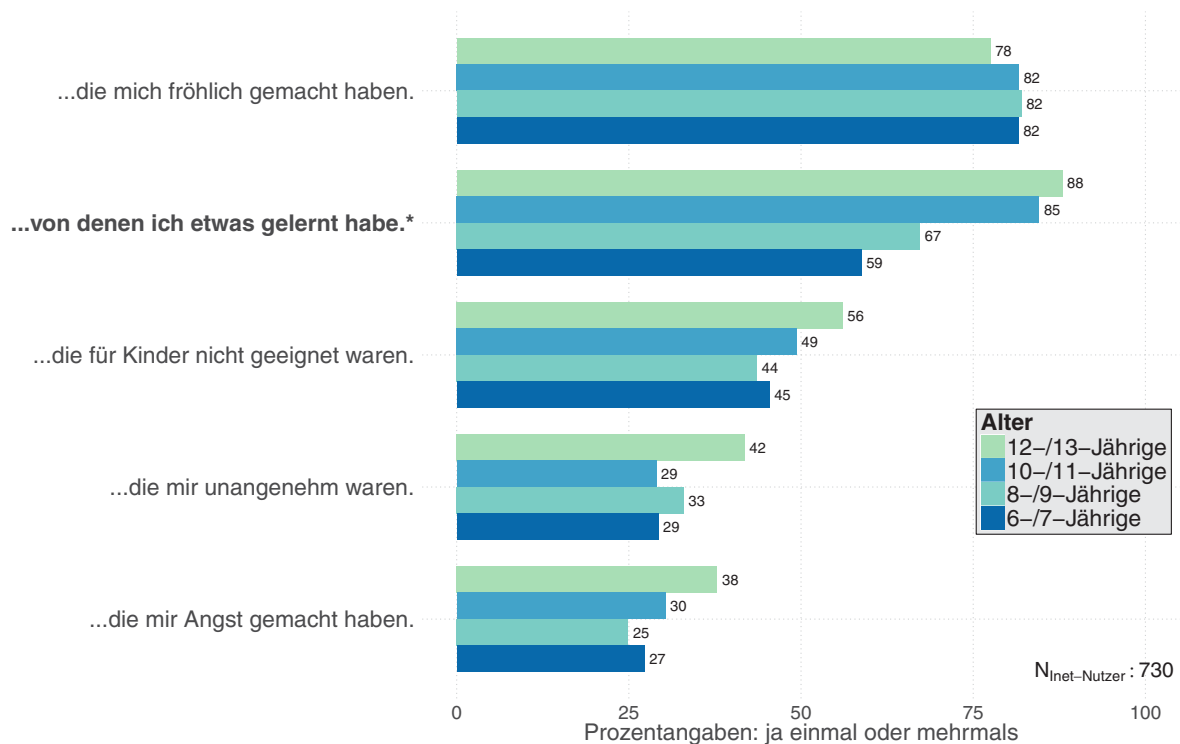


Abbildung 30: Positive und negative Erfahrungen mit Internetinhalten nach Altersgruppe (Kinder, die das Internet nutzen)

Mehr Kinder mit Migrationshintergrund haben schon negative Erfahrungen mit Internetinhalten gemacht als Kinder mit Schweizer Herkunft (siehe Abbildung 31). So haben 38% der Kinder mit ausländischer Herkunft im Internet schon ein- oder mehrmals etwas gesehen, das ihnen unangenehm war (Schweizer Herkunft 29%) und ebenfalls 38% etwas, das ihnen Angst gemacht hat (Schweizer Herkunft 25%). Zwischen Kindern, die in städtischen oder ländlichen Orten zur Schule gehen, bestehen keine signifikanten Unterschiede. Dasselbe gilt für den sozioökonomischen Status und den Bildungshintergrund der Eltern, wo ebenfalls keine Unterschiede nachgewiesen werden konnten. Einzelkinder (90%) gaben häufiger an, dass Internetinhalte sie fröhlich gemacht haben als Kinder mit Geschwistern (80%).

Kindern, die das Internet nutzen, wurde zusätzlich folgende Frage gestellt: „Ist es Dir im Internet schon mal passiert, dass Du mit jemandem Kontakt hattest, der Dich irgendwie belästigt oder unangenehme Fragen gestellt hat?“ Darauf haben 3% mit „Ja, schon mehrmals“ geantwortet, 6% mit „Ja, einmal“, und 91% mit „Nein, noch nie“.

Es bestehen signifikante Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Je älter, desto eher haben sich Kinder online belästigt gefühlt. In der Unterstufe sind es 5% der internetnutzenden Kinder, während es in der Mittelstufe deren 11% sind. Bezüglich Geschlecht, Sprachregion, Urbanitätsgrad, Migrationshintergrund oder Familiengrösse bestehen keine signifikanten Unterschiede. Dasselbe gilt für den sozioökonomischen Status und den Bildungshintergrund der Eltern.

Ich bin im Internet schon einmal auf Sachen gestossen,...

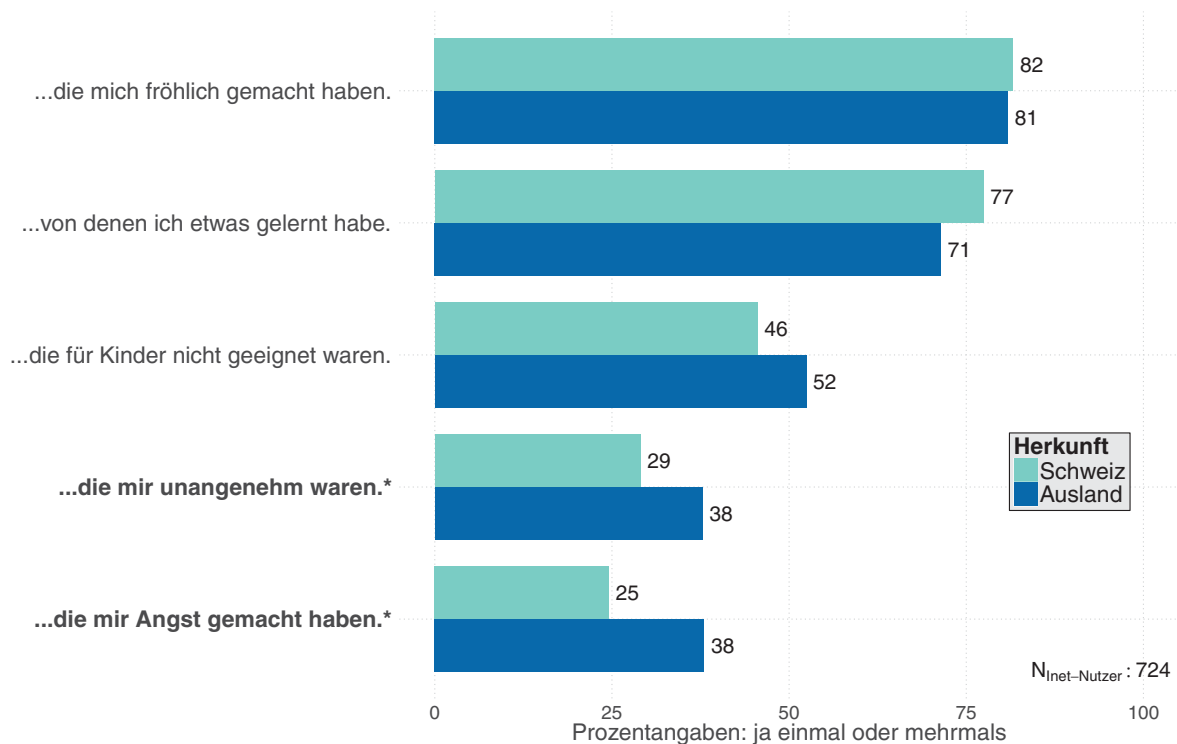


Abbildung 31: Positive und negative Erfahrungen mit Internetinhalten nach Herkunft (Kinder, die das Internet nutzen)

6.3 Fazit negative und positive Erfahrungen mit Medieninhalten

Kinder in der Schweiz machen sowohl mit Fernseh- wie auch Internetinhalten mehr positive als negative Erfahrungen. Die Daten zeigen auf: Kinder machen mit Fernsehinhalten häufiger positive, aber auch mehr negative Erfahrungen als mit dem Internet. Dies ist vor dem Hintergrund zu betrachten, dass Kinder im Primarschulalter häufiger fernsehen als das Internet nutzen (siehe Kapitel 5.1).

Ältere Kinder haben aus dem Internet mehr gelernt als jüngere Kinder. Sie nutzen das Internet auch häufiger und länger als jüngere Kinder (siehe Kapitel 5). Mehr Kinder mit Migrationshintergrund haben schon negative Erfahrungen im Internet gemacht als Kinder mit Schweizer Herkunft. Dies obwohl Eltern mit und ohne Migrationshintergrund bei der Nutzung des Internets gleich restriktiv sind (siehe Kapitel 8.3).

Insgesamt 9% der Kinder im Primarschulalter in der Schweiz, die das Internet nutzen, haben sich online mindestens einmal belästigt gefühlt. 91% der internetnutzenden Kinder haben sich online noch nie belästigt gefühlt. Auffallend ist, dass im Vergleich mit deutschen Kindern (Feierabend et al., 2014) signifikant mehr Schweizer Kinder angeben, schon mal negative Erfahrungen sowohl mit Fernsehen als auch Internet gemacht zu haben.

Bei Debatten um Medienerziehung steht häufig die Frage nach der Bildschirmzeit im Fokus. Mindestens so zentral ist jedoch die Frage nach den Medieninhalten. Eine häufige Befürchtung von Eltern und Erziehungspersonen ist, dass Kinder unabsichtlich mit für Heranwachsende ungeeigneten Inhalten wie Pornografie und Gewaltdarstellungen konfrontiert werden oder online von Fremden kontaktiert werden (siehe auch Kapitel 9.1). Diese Themen werden von Massenmedien eher aufgenommen, als die Tatsache, dass Kinder mit Medien viele wichtige, positive Erfahrungen machen. Sie können dort beispielsweise Geschichten finden, die sie interessieren und unterhalten. Sie identifizieren sich mit fiktiven Charakteren, die eigene Gefühle spiegeln und mit denen sie aufregende Abenteuer erleben können oder auch erleben, dass sie nicht alleine sind mit traurigen Erfahrungen wie der Trennung der

Eltern, dem Tod eines Elternteils oder sozialer Ausgrenzung. Online können Kinder schon früh mit Verwandten und Bekannten über Videochat in Kontakt stehen oder Schulinhalt spielerisch erlernen oder nachschlagen.

7 Freizeitaktivitäten und Mediennutzung der Eltern

Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm. Ob das Sprichwort auch in Bezug auf die Ausübung von nonmedialen und medialen Freizeitaktivitäten innerhalb einer Familie zutrifft, soll in diesem Kapitel erörtert werden. Im Elternfragebogen enthalten waren auch Fragen zu medialen und nonmedialen Freizeitbeschäftigungen des antwortenden Elternteils selbst. Die Eltern wurden zudem um eine Einschätzung gebeten, als wie wichtig sie einzelne Medien für sich selbst erachten. Die Befunde aus diesem Teil der Befragung sind mit Bedacht zu interpretieren, denn die Elternstichprobe ist **nicht** repräsentativ, sie wird durch eine Reihe von Selektionseffekten verzerrt (siehe Kapitel 2.2).

7.1 Nonmediale Freizeitaktivitäten der Eltern

Im Elternfragebogen wurden vier nonmediale Freizeitaktivitäten abgefragt im Gegensatz zu elf Tätigkeiten bei den Kindern. Die Antwortskala unterscheidet sich von jener der Kinder dahingehend, dass sie detaillierter ausgefallen ist: Anstelle von vier Abstufungen wurden den Eltern sieben Häufigkeitsabstufungen vorgegeben.

Ein Grossteil der befragten Eltern *unternimmt* mindestens einmal pro Woche (92%) etwas mit der *Familie* (siehe Abbildung 32). Danach folgt der *Sport*: 70% ertüchtigen sich mindestens einmal pro Woche. Nur 8% machen nie Sport. 58% der Eltern *treffen* sich mindestens wöchentlich *mit Freunden*. Gerade umgekehrt ist dies beim *Musizieren*. Rund 64% machen das selten bis nie.

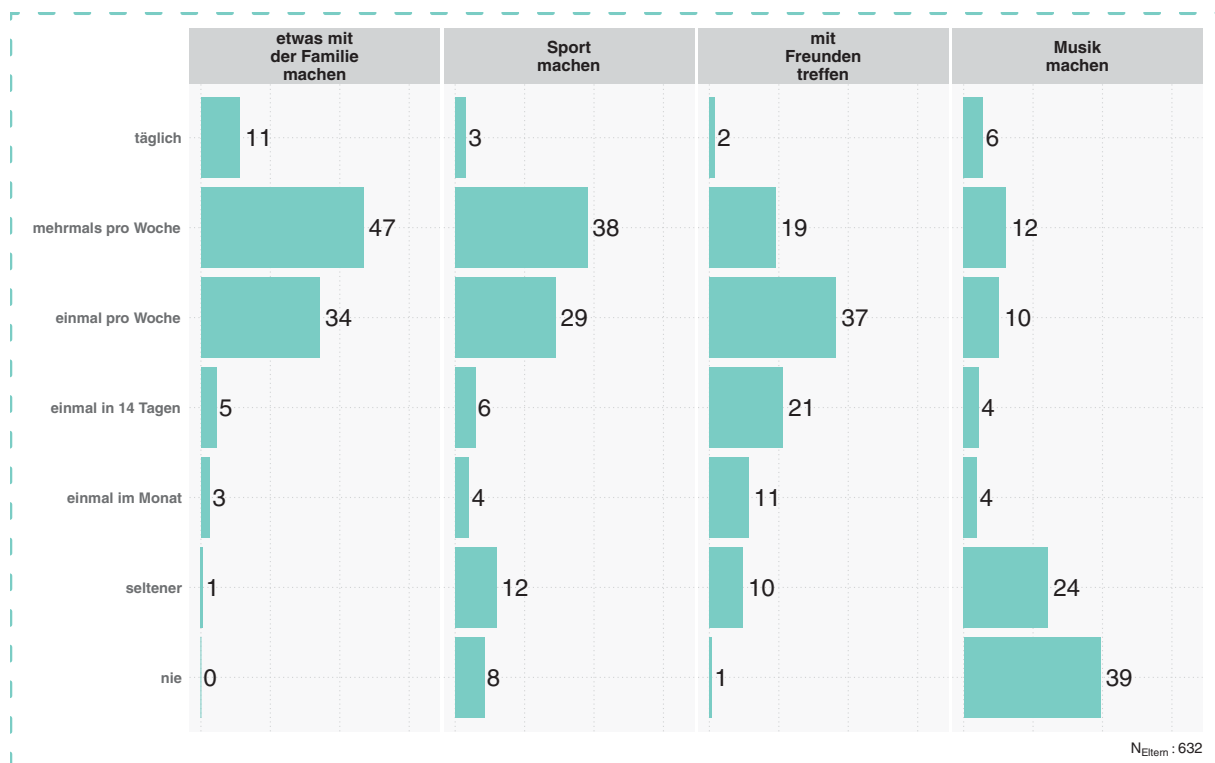


Abbildung 32: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Eltern

In Bezug auf das Alter, die Herkunft und den Urbanitätsgrad des Wohnortes sind keine Unterschiede im Freizeitverhalten der Eltern feststellbar. Anders sieht es aus, wenn die Antworten nach Bildungsabschluss gruppiert werden (siehe Abbildung 33). Es zeigt sich, dass Eltern, die aus einer formal höheren Bildungsschicht stammen (FH/Uni), mehr zusammen mit der *Familie unternehmen* als formal weniger hoch Gebildete. Ein ähnliches Bild ergibt sich beim *Sport treiben*. Personen mit einem Tertiärabschluss sind in ihrer Freizeit körperlich aktiver als Personen ohne Tertiärabschluss. Hinsichtlich des *Treffens von Freunden* unterscheiden sich die drei Bildungsstufen nicht. Beim *Musizieren* ist wiederum

feststellbar, dass Personen aus höheren Bildungsschichten dies häufiger tun als Personen aus einer formal niedrigeren Bildungsschicht.

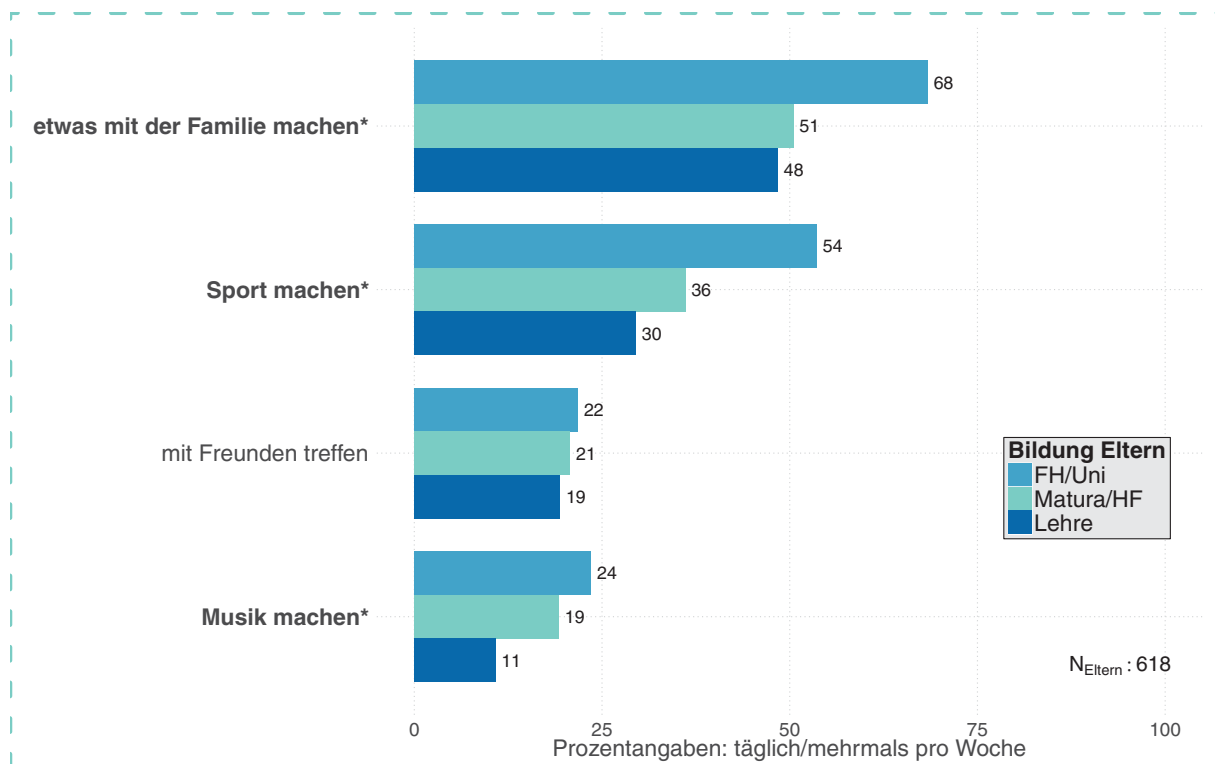


Abbildung 33: Nonmediale Freizeitaktivitäten der Eltern nach Bildungsniveau

In eine ähnliche Richtung weisen die Unterschiede bei der Variable Sozioökonomischer Status (SoS). Personen aus Haushalten mit einem hohen SoS sind *sportlich aktiver* (60% täglich/mehrmals pro Woche) als Personen aus Haushalten mit mittlerem (40%) oder niedrigem (19%) SoS. Auch *unternehmen Familien* mit hohem SoS (68% täglich/mehrmals pro Woche) mehr zusammen als Familien mit mittlerem (58%) oder niedrigem (45%) SoS.

Geschlechtsunterschiede sind bei der Tätigkeit *Freunde treffen* zu verzeichnen. Es sind die weiblichen Elternteile, die dies häufiger tun (22% täglich oder mehrmals pro Woche) als die männlichen Befragten (16%).

Im Tessin *unternehmen* die befragten Elternteile (73% mind. mehrmals pro Woche) häufiger etwas *mit der Familie* als Eltern in der Deutschschweiz (61%) oder in der Romandie (47%).

7.2 Mediennutzung der Eltern

Den Eltern wurden 15 Medientätigkeiten vorgegeben, bei denen sie jeweils die Ausübungshäufigkeit auf einer siebenstufigen Skala auswählen konnten.

Handy und *Internet nutzen*, *Musik* und *Radio hören* sowie *Fernsehen* sind die am häufigsten ausgeführten Freizeitaktivitäten der befragten Eltern (siehe Abbildung 34). Diese fünf Medien gehören also bei den meisten Eltern von Primarschülerinnen und -schülern zum Alltag. Danach folgen zwei Lesetätigkeiten: 60% lesen täglich oder mehrmals pro Woche in einem *Buch*, knapp die Hälfte liest mindestens mehrmals pro Woche eine *abonnierte Zeitung*; 28% tun dies nie. Rund zwei Fünftel nutzen den *Computer* täglich oder mehrmals pro Woche *ohne Internet*. Danach folgt das *Fotografieren* oder *Erstellen von Videos*. 38% der Befragten sind regelmässige Leser von *Gratiszeitungen*, 23% tun das selten, 16% nie. *DVDs* oder *Videos* schauen die Hälfte der Eltern einmal pro Monat oder seltener.

Hörbücher werden von 50% nie rezipiert. Das Kino ist das Medium, welches im Monatsrhythmus oder seltener besucht wird. Nur 7% gehen gar nie ins Kino.

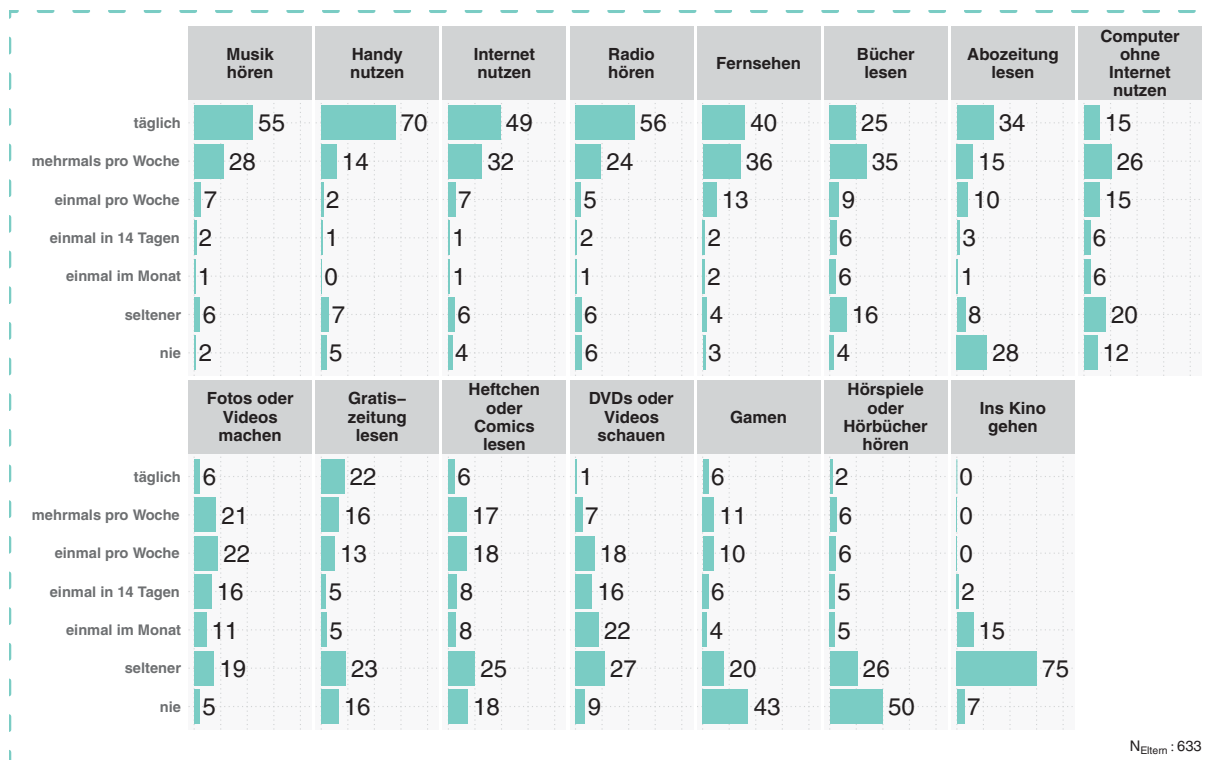


Abbildung 34: Mediale Freizeitaktivitäten der Eltern

Eltern aus der Altersgruppe der unter 35-Jährigen und der über 44-Jährigen nutzen ihr Handy weniger oft als Eltern der beiden mittleren Altersgruppen (siehe Abbildung 35). Die jüngsten Befragten (unter 34 Jahre) hören signifikant weniger *Radio* als Eltern, die 35-jährig oder älter sind. Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Lesen einer *Abozeitung*: Rund die Hälfte der über 35-Jährigen tut dies täglich oder mehrmals pro Woche. Bei den jüngeren Eltern (unter 34-jährig) lesen nur 27% regelmässig eine Abozeitung. Demgegenüber machen jüngere Eltern häufiger *Fotos* oder *Videos* (siehe Abbildung 35).

Zwischen den befragten Müttern und Vätern besteht nur ein signifikanter Unterschied bei der Mediennutzung. Frauen machen häufiger *Fotos* und *Videos* (29% täglich oder mehrmals pro Woche) als Männer (14%).

Die grössten Differenzen zwischen den drei Sprachregionen zeigen sich beim *Lesen von Heftchen oder Comics*: Rund 40% tun dies in der lateinischen Schweiz täglich oder mehrmals pro Woche, in der Deutschschweiz sind es 18%. Demgegenüber *foto- und videografieren* Eltern in der Deutschschweiz und im Tessin (jeweils rund 30%) häufiger als ihre Peergroup in der Romandie (16% mindestens mehrmals pro Woche). Eltern, die in ländlichen Gebieten wohnen, lesen weniger *Bücher* (53% mindestens mehrmals pro Woche) als Eltern aus städtischen Gebieten (66%). Demgegenüber spielen Eltern aus ländlichen Gebieten häufiger selbst *Videogames* (22% mindestens mehrmals pro Woche) als ihre Peergroup aus der Stadt (10%).

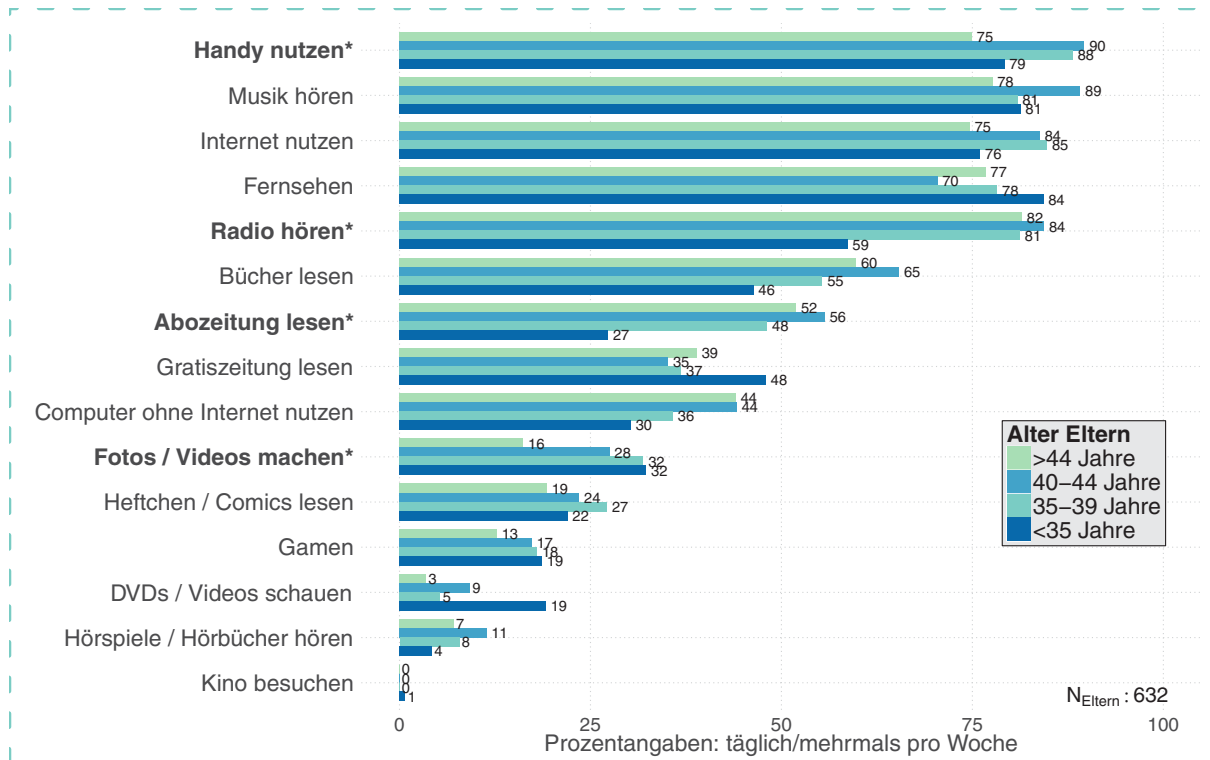


Abbildung 35: Mediale Freizeitaktivitäten der Eltern nach Altersgruppe

Anders als bei den nonmedialen Freizeitbeschäftigungen sind bei der Mediennutzung der Eltern in Bezug auf die Herkunft einige Unterschiede ersichtlich (siehe Abbildung 36).

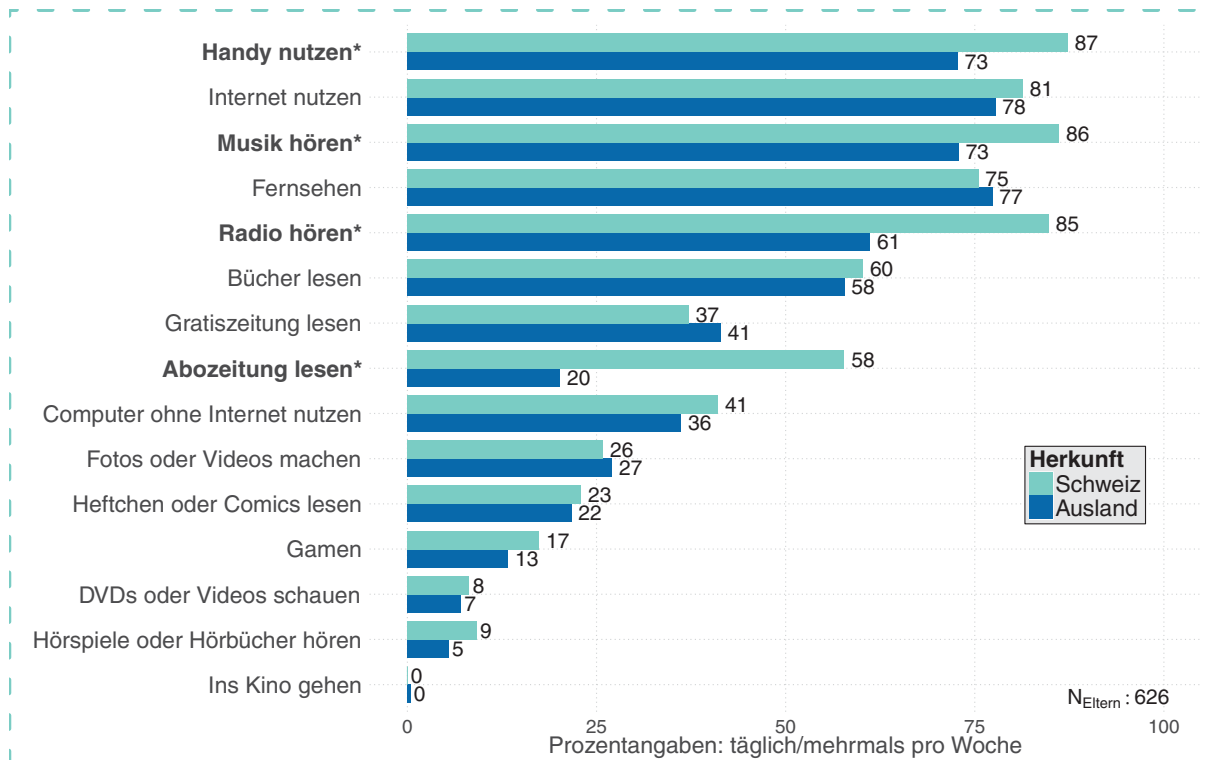


Abbildung 36: Mediale Freizeitaktivitäten der Eltern nach Herkunft

So nutzen Eltern mit Schweizer Wurzeln das *Handy* in ihrem Alltag häufiger als Eltern mit Migrationshintergrund. Auch hören Einheimische häufiger *Musik* und *Radio* im Alltag als Zugewanderte. Ebenso

verhält es sich bei der *Abozeitung*. Eltern mit Schweizer Wurzeln lesen zu rund 60% täglich oder mehrmals pro Woche eine *Abozeitung*. Bei den Eltern mit Migrationshintergrund sind es 20%.

Auch der Medienumgang von Eltern aus verschiedenen Bildungsstufen unterscheidet sich (siehe Abbildung 37). So nutzen Befragte mit formal höherem Bildungsabschluss (FH/Uni) das *Internet* oder den *Computer ohne Internet* häufiger (87% bzw. 51% täglich oder mehrmals pro Woche) als Eltern aus formal tieferen Bildungsschichten (Matura/HF: 80% bzw. 43%, Lehre: 74% bzw. 26%). Auch lesen höher Gebildete häufiger ein *Buch* oder eine *Abozeitung*. Demgegenüber *schauen* Eltern aus formal niedrigen Bildungsschichten öfters *fern* (hoch: 86%, mittel: 76%, niedrig: 67%) und lesen häufiger eine *Gratiszeitung* (hoch: 53%, mittel: 41%, niedrig: 25%) als ihre Peers aus höheren Bildungsschichten.

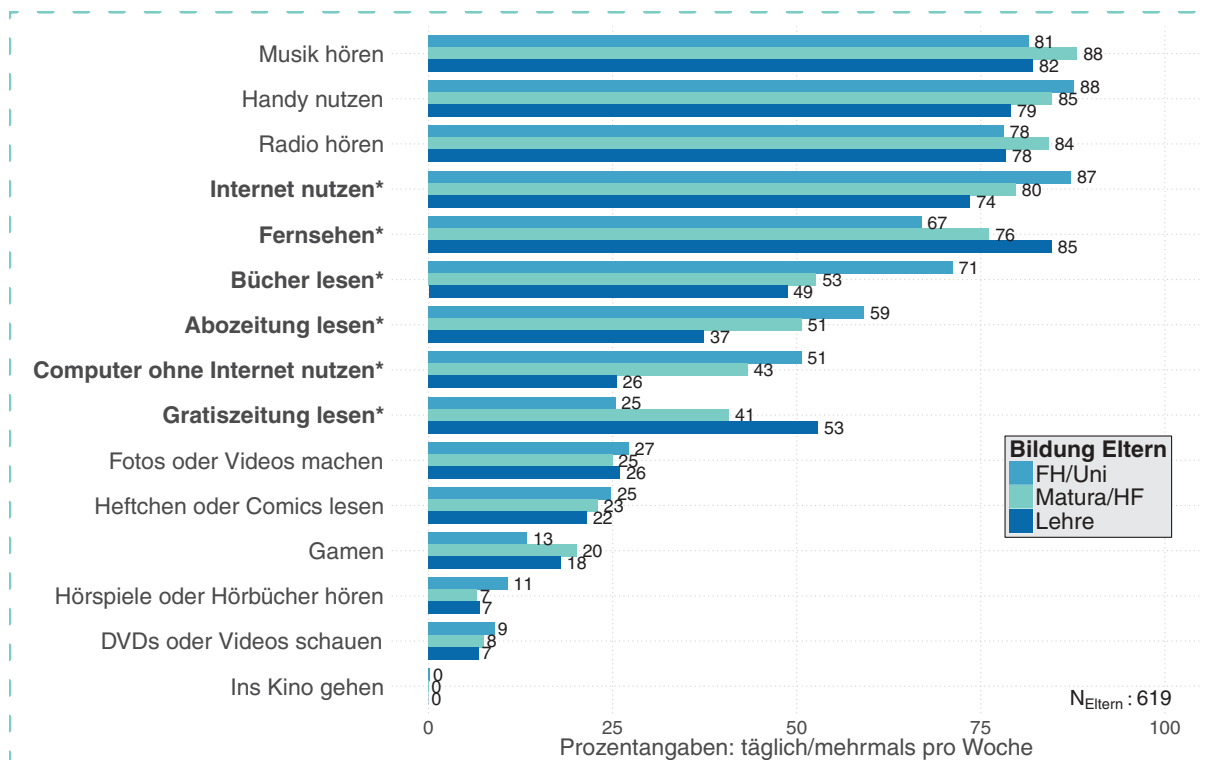


Abbildung 37: Mediale Freizeittätigkeiten der Eltern nach Bildungsniveau

Die Gruppenvergleiche in Bezug auf die Variable Sozioökonomischer Status (SoS) decken sich zum Teil mit dem Vergleich über die Bildungsstufen hinweg. So nutzen Eltern mit einem höheren SoS das *Internet* häufiger (89% täglich oder mehrmals pro Woche) als Eltern mit einem mittleren SoS (81%) oder solche mit einem niedrigen SoS (66%). Ähnlich ist es bei der *Computernutzung ohne Internet* (hoch 46%, mittel 42%, niedrig 26%). Daneben nutzen Eltern mit hohem SoS ihr *Mobiltelefon* häufiger (89% täglich oder mehrmals pro Woche) als solche mit mittlerem (85%) oder niedrigem SoS (75%).

7.3 Mediales und nonmediales Freizeitverhalten im Vergleich zwischen Eltern und Kindern

Bei einer Gegenüberstellung des Freizeitverhaltens der Kinder mit demjenigen der Eltern lassen sich interessante Beobachtungen machen (siehe Abbildung 38). Die horizontale Achse (x-Achse, Abszisse) steht für die elterlichen Freizeitaktivitäten. Die vertikale Achse (y-Achse, Ordinate) bildet die Werte der Kinder ab. Die einzelnen Tätigkeiten lassen sich nach Häufigkeiten in vier Segmente unterteilen. Oben rechts liegen Tätigkeiten, die sowohl Kinder wie auch Eltern **über**durchschnittlich oft machen. Oben links sind Aktivitäten abgebildet, die Kinder **über**durchschnittlich und Eltern **unter**durchschnittlich oft tätigen. Unten rechts sind Freizeittätigkeiten platziert, die Eltern **über**durchschnittlich, Kinder jedoch **unter**durchschnittlich oft machen. Und im vierten Quadranten unten links sind Aktivitäten abgebildet, die sowohl Eltern als auch Kinder weniger häufig machen. Neben allen Antworten der Eltern ($N_{\text{Eltern}} = 652$) flossen die Angaben aller Kinder ($N_{\text{Kinder}} = 1050$) in die Analyse ein. Die Auswertung ist somit kongruent zu den jeweiligen Einzelauswertungen der medialen und nonmedialen Freizeitbeschäftigungen von Kindern (siehe Kapitel 3.1 und 5.1) und Eltern (siehe Kapitel 7.1 und 7.2).

Als generationsübergreifende Medien können *Fernsehen*, *Musik hören* und *Bücher lesen* bezeichnet werden. Daneben gehören *Sport*, *Freunde treffen* oder etwas mit der *Familie unternehmen* ebenfalls zu den klassischen Familientätigkeiten. *Gamen*, *DVDs / Videos schauen* und *Hefthchen bzw. Comics lesen* sind Medien, die häufiger im Fokus der Kinder stehen. Demgegenüber sind *Radio*, *Handy*, *Internet* und die *Abozeitung* eher Erwachsenen-Medien. Die restlichen Tätigkeiten wie zum Beispiel *Kino besuchen*, *Hörspiele oder Hörbücher hören* oder *Gratiszeitungen lesen* sind weniger stark in den Alltag der Befragten integriert (siehe Abbildung 38).

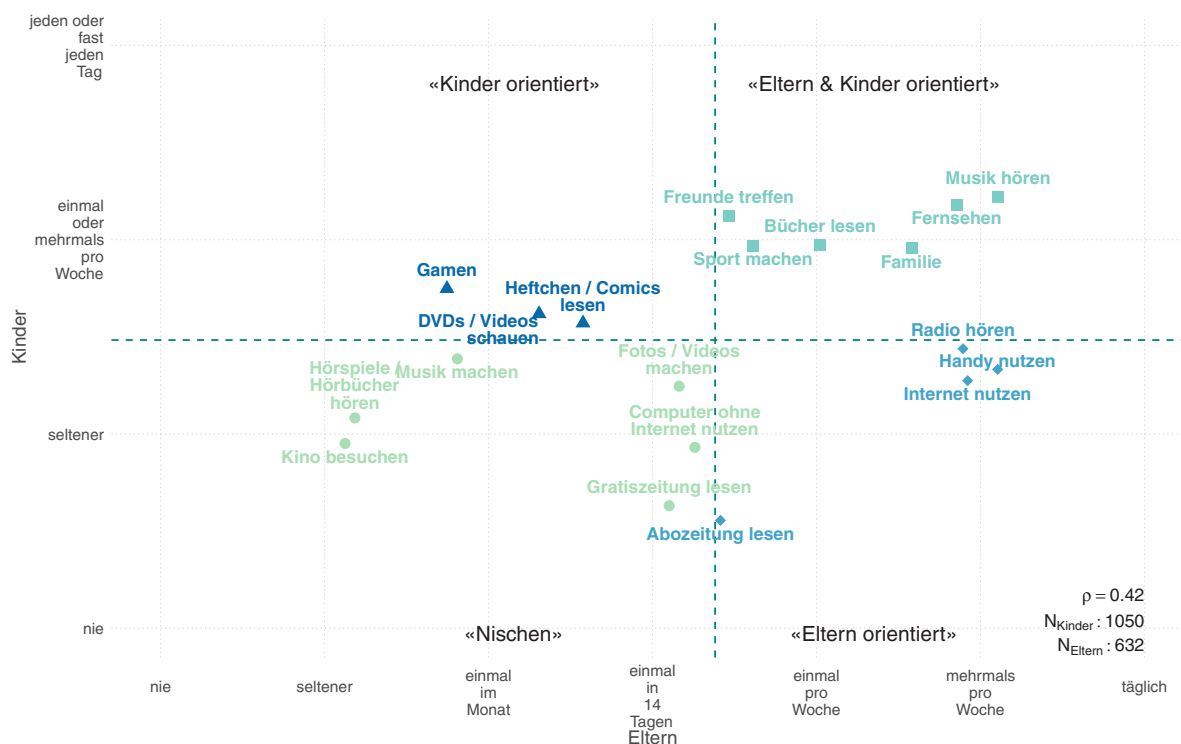


Abbildung 38: Vergleich Freizeitverhalten Kinder und Eltern

Der Zusammenhang zwischen den Freizeitaktivitäten der Kinder und Eltern ist mit $r = 0.42$ (Produkt-Moment-Korrelation) als mittelstark einzustufen. Dieser Wert zeigt, dass das elterliche und das kindliche Freizeitverhalten in einer gegenseitigen Wechselwirkung stehen. Wenn Eltern beispielsweise häufig Bücher lesen, ist es wahrscheinlich, dass auch ihre Kinder häufig Bücher lesen und umgekehrt.

7.4 Wichtigkeit der Medien für Eltern

Die Eltern wurden um eine Einschätzung gebeten, als wie wichtig sie einzelne Medien **für sich selbst** beurteilen. Dabei wurden acht Medien vorgegeben. Als Antwortoptionen wurden „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher nicht wichtig“ und „gar nicht wichtig“ aufgeführt.

Als wichtigstes Medium erachten die Eltern das *Internet*. 90% schätzen es als eher wichtig oder sehr wichtig ein. Danach folgt das *Buch*, welches von 84% als eher wichtig oder sehr wichtig taxiert wird. Erst an dritter Stelle folgt das *Mobiltelefon/Handy* (82%). 76% schätzen das *Radio*, 65% das *Fernsehen* und 62% den *Computer (ohne Internet)* als eher wichtig oder sehr wichtig ein. Der *Musik-Player* wird noch von knapp der Hälfte als sehr wichtig oder eher wichtig taxiert. Mit grossem Abstand zu den sieben oben aufgezählten Medien wird die Wichtigkeit von *Videogames* eingeschätzt. Nur gerade 6% erachten diese für sich als eher wichtig oder sehr wichtig (siehe Abbildung 39).

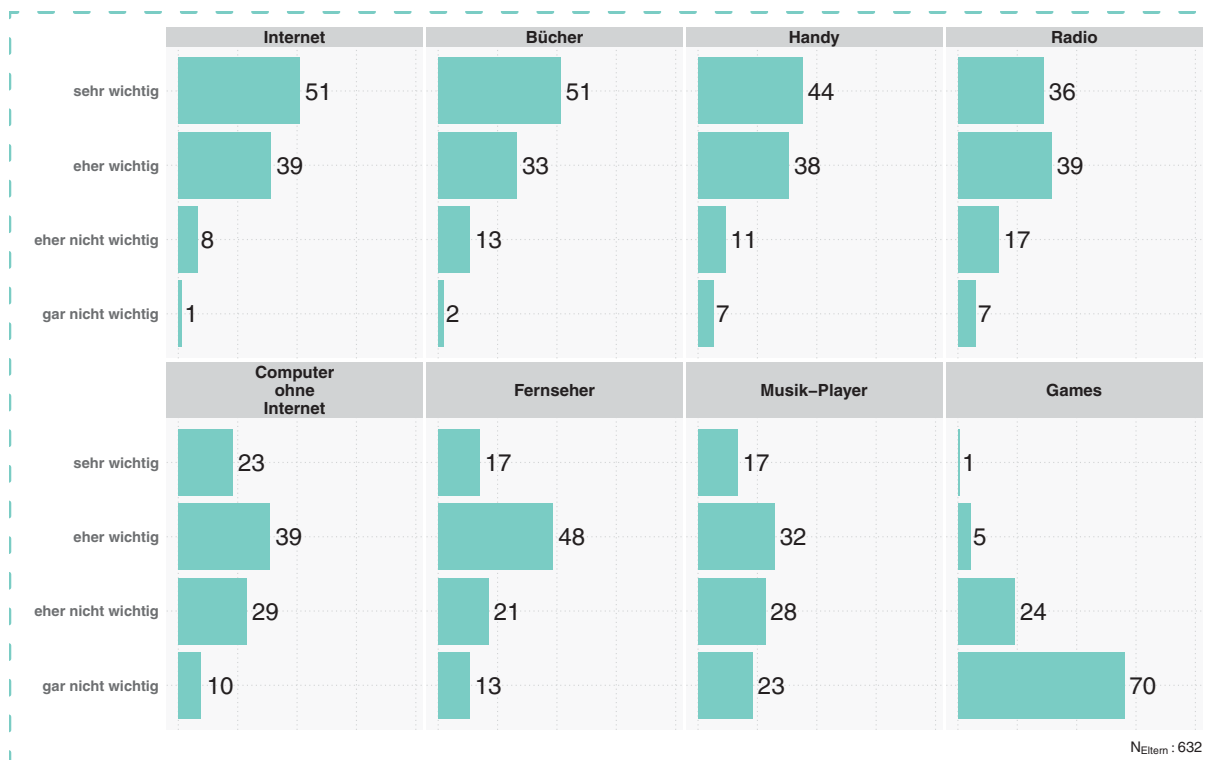


Abbildung 39: Wichtigkeit verschiedener Medien für die Eltern

Die befragten Mütter erachten Bücher (87% eher wichtig oder sehr wichtig) als wichtiger für sich als die befragten Väter (70% eher wichtig oder sehr wichtig). Einen ähnlich grossen Unterschied gibt es beim Mobiltelefon zu verzeichnen, das von Müttern als wichtiger taxiert wird (85%) als von Vätern (70%). Ein weiterer Gender Gap in dieselbe Richtung zeigt sich beim Musik-Player (Mütter: 52%, Väter: 35%).

In der lateinischen Schweiz (Romandie 74%, Tessin 72%) wird das Fernsehen häufiger als eher wichtig oder wichtig eingeschätzt, als in der Deutschschweiz (63%). Umgekehrt ist die Taxierung des Musik-Players. Dieser ist für Deutschschweizer (53%) wichtiger als für Tessiner (47%) oder Romands (33%). Befragte mit Schweizer Wurzeln betrachten das Radio (79%) als wichtiger als Befragte mit Migrationshintergrund (63%).

Die eingeschätzte Wichtigkeit gewisser Medien unterscheidet sich je nach Bildungsniveau (siehe Abbildung 40). Eltern mit einer formal höheren Bildung schätzen das *Internet* für sich als wichtiger ein als Eltern mit einem formal mittleren oder niedrigen Bildungsniveau. Je höher das Bildungsniveau, desto wichtiger werden auch *Bücher* eingestuft. In die gleiche Richtung zeigen die Unterschiede für die

Computernutzung ohne Internet, was vor allem von formal niedrig Gebildeten als weniger wichtig taxiert wird. Beim *Fernsehen* weist der Trend – allerdings statistisch nicht signifikant – in die andere Richtung.

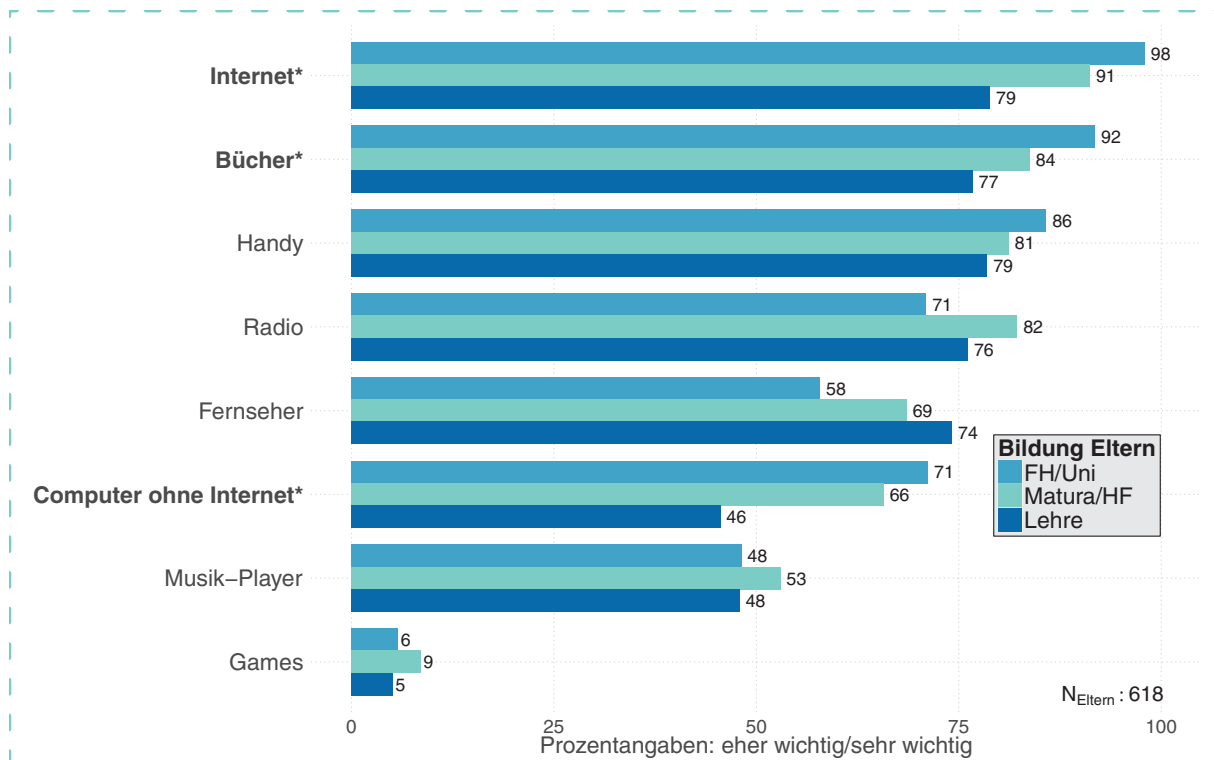


Abbildung 40: Wichtigkeit verschiedener Medien für die Eltern nach Bildungsniveau

Ähnliche Unterschiede wie beim Bildungsniveau deuten sich in Bezug auf den Sozioökonomischen Status (SoS) an. Personen, die aus Haushalten mit einem hohen SoS stammen, taxieren das *Internet* (97% eher oder sehr wichtig) und die *Computernutzung ohne Internet* (74%) als wichtiger als ihre Peergroup aus Haushalten mit mittlerem (90% bzw. 61%) und niedrigem SoS (83% bzw. 48%).

Für Eltern aus ländlichen Gebieten sind *Fernseher* (71% eher oder sehr wichtig) und *Games* (8%) wichtiger als für Eltern aus städtischen Gebieten (60% bzw. 3%). Demgegenüber sind für die Städter *Bücher* (88%) von grösserer Wichtigkeit als für Eltern aus ländlichen Gebieten (81%).

Die jüngste Altersgruppe (unter 35-jährig 82% eher oder sehr wichtig) und die älteste Altersgruppe (über 44-jährig 69%) schätzen das *Handy* als weniger wichtig ein als die beiden mittleren Altersgruppen (87% bzw. 88%). Je jünger die befragten Eltern, desto weniger wichtig erachten sie die *Nutzung des Computers ohne Internet* (unter 35-jährig: 45%, 35-39-jährig: 58%, 40-45-jährig: 66%, über 44-jährig: 66%). Der *Fernseher* ist für die Altersgruppe der 40- bis 44-Jährigen am wenigsten wichtig.

7.5 Fazit Freizeitaktivitäten und Mediennutzung der Eltern

Der Apfel fällt also tatsächlich nicht weit vom Stamm: Wie die Gegenüberstellung der Freizeitbeschäftigungen von Eltern und deren Kinder zeigt, hängen die Nutzungsfrequenzen miteinander zusammen. Die am häufigsten innerhalb von Familien ausgeübten Freizeitaktivitäten wie *Musik hören*, *Fernsehen*, *Freunde treffen*, *Bücher lesen*, *Sport machen* oder *etwas gemeinsam unternehmen* sind allesamt schon lange in der Gesellschaft etablierte Aktivitäten. Auffällig auch: unter den medialen Tätigkeiten im Quadranten oben rechts (siehe Abbildung 38) sind keine Neuen Medien wie *Internet* oder *Video-games* anzutreffen. Der gemeinsame Nenner zwischen der (Medien-)Welt der Kinder und der Eltern scheint sich innerhalb der durchschnittlichen Familie mit Kindern im Primarschulalter in den letzten 20

bis 30 Jahren nicht gross verändert zu haben. Die neuen Errungenschaften wie Handy und Internet werden eher von den Eltern genutzt. Videogames faszinieren mehr auf der Seite der Schülerinnen und Schüler.

Dass formal höher Gebildete oder Personen mit hohem sozioökonomischem Status (SoS) mehr *Sport* treiben, konnte schon in anderen Studien aufgezeigt werden (vgl. z.B. Lamprecht, Fischer & Stamm, 2014). Neben monetären Gründen spielen auch andere Aspekte eine Rolle. So üben bildungsnahe Eltern bzw. Eltern mit hohem SoS vor allem Wissensarbeit im Tertiärsektor (Dienstleistungssektor) oder Quartärsektor (Informationssektor) aus, die naturgemäss wenig Bewegungsmöglichkeit bietet. Demgegenüber kommen formal weniger hoch gebildete Eltern mit niedrigem SoS, die z.B. im Primärsektor (Landwirtschaft) oder im Sekundärsektor (Industriesektor) arbeiten, schon im Rahmen ihres Berufs zu mehr Bewegung und sehen so möglicherweise weniger Anlass, sich auch in der Freizeit sportlich zu betätigen.

Auch der Zusammenhang zwischen Bildung bzw. SoS und dem *Musizieren* wird in anderen Studien untermauert (Huth & Weishaupt, 2009). So spielen Personen aus höheren Bildungsschichten oder mit einem höheren SoS häufiger ein Musikinstrument als bildungsferne Personen. Gemäss der Theorie von Bourdieu (1983) haben so genannte hochkulturelle Freizeitaktivitäten wie Musizieren, Malen oder in der passiven Form Theater-, Museen- oder Opernbesuche einen Distinktionscharakter. Bildungsnahe Personen können sich diese Tätigkeiten leisten und drücken damit symbolisch ihre Schichtzugehörigkeit aus.

Familien mit hohem Bildungshintergrund unternehmen häufiger etwas gemeinsam. Dieser Umstand lässt sich womöglich mit einem höheren Zeitbudget interpretieren. Familien mit höherem Bildungsniveau müssen weniger Arbeitsleistung erbringen, um an die gleichen monetären Ressourcen zu gelangen, wie Familien mit mittlerem oder tiefem Bildungsniveau. Gerade in bildungsfernen Familien müssen oftmals beide Elternteile mit einem 100%-Pensum arbeiten. So bleibt weniger Zeit für Familientätigkeiten.

Der Befund, dass sich Eltern mit Migrationshintergrund nicht von einheimischen Eltern bei den Freizeittätigkeiten ohne Medien unterscheiden, kann wohl am ehesten mit der Selektivität der Elternstichprobe erklärt werden. Nur Eltern, die einer der Landessprache mächtig sind, waren im Stande, den Fragebogen überhaupt auszufüllen. Das sind in der Deutschschweiz vor allem Migranten aus Deutschland, in der Romandie aus Frankreich und im Tessin aus Italien. In diesen Gruppen sind auch bildungsnahe Expats enthalten, die in der Freizeit ähnliche Tätigkeiten wie Schweizer Eltern ausüben.

Beim Blick auf die Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeigt sich, dass Frauen ihr soziales Umfeld anders pflegen als Männer. Sie *treffen* häufiger *Freunde* als Männer. Eine mögliche Ursache könnte darin liegen, dass Frauen nach wie vor mehr Aufgaben in der Kinderbetreuung und im Haushalt übernehmen als Männer und im Rahmen dieser Tätigkeit soziale Kontakte stärker pflegen. Eine andere Erklärung wäre, dass das Bedürfnis Freunde zu treffen bei den Männern weniger stark ausgeprägt ist als bei den Frauen und sie so bei gleichem Zeitbudget ihre Sozialkontakte weniger häufig direkt treffen.

Ein spannender Befund zeigt sich im Mediennutzungsblock bei den Lesetätigkeiten (*Buch*, *Abozeitung* oder *Gratiszeitung* lesen). Die Nutzungshäufigkeiten dieser Aktivitäten sind bimodal (zweigipflig) verteilt. Das heisst, es gibt jeweils eine Gruppe von Befragten, die täglich oder mehrmals pro Woche das entsprechende Medium nutzt und eine andere, die dies selten bis nie tut. Die Unterschiede zeigen sich sowohl über die Bildungsniveaus, über den sozioökonomischen Status wie auch teilweise über die Herkunft hinweg. Bücher und Abozeitungen sind Medien der bildungsnahe Personen, Gratiszeitungen diejenigen der bildungsfernen. Diese Befunde können die klassische These der Wissenskluft zum Teil untermauern. Die These der Wissenskluft geht davon aus, dass je höher der Informationsfluss in einer Gesellschaft ist, desto schneller wächst der Unterschied zwischen gebildeten und bildungsfernen Schichten. Bei den wichtigsten Bildschirmmedien (*Internet*, *Fernsehen*, *Computer ohne*

Internet) lassen sich Anzeichen der digitalen Kluft finden. Bildungsnahe Personen nutzen Internet und Computer ohne Internet häufiger als bildungsferne Personen. Umgekehrt ist es beim Fernsehen, welches von Bildungsfernen häufiger genutzt wird.

Die Einschätzung der Medien-Wichtigkeit (Top 3: Internet / Bücher / Handy) korreliert hoch mit der Nutzungshäufigkeit. Was häufig genutzt wird, wird als wichtig eingeschätzt und umgekehrt. Die Wichtigkeitseinschätzung der einzelnen Medien ist vor dem Hintergrund der stark weiblich geprägten und bildungsnahen Elternstichprobe zu interpretieren. Bücher erhalten dadurch im Medienmenü einen höheren Stellenwert als sie in einer repräsentativen Erwachsenenstichprobe wahrscheinlich erhalten würden.

8 Familie und Medien

Die Mediennutzung von Kindern wird sinnvollerweise ergänzend im Familienkontext betrachtet, da die Eltern verantwortlich sind für die Erziehung der Kinder – und Medienerziehung gehört mit dazu.

Beleuchtet wird in diesem Kapitel zunächst die Häufigkeit der gemeinsamen Mediennutzung von Kindern und Eltern. Wie oft Medien als Gesprächsthema zwischen Kindern und Eltern dienen, wird aus Sicht der Kinder und der Eltern dargestellt. Auch nach dem Vorhandensein von Regeln im Umgang mit Medien wurden Kinder und Eltern gefragt. Hier wird zwischen inhaltlichen Regeln und Regeln zu Zeitpunkt bzw. Dauer der Mediennutzung unterschieden. Eingegangen wird auch darauf, ob Eltern Altersempfehlungen für verschiedene Medieninhalte kennen, wie häufig diese eingehalten werden und als wie hilfreich diese empfunden werden. Bei der Interpretation dieser Angaben ist Vorsicht geboten, da die Stichprobe der Eltern **nicht** als repräsentativ gilt (siehe Kapitel 2.2).

8.1 Häufigkeit der gemeinsamen Mediennutzung

Medien können auch mit der ganzen Familie genutzt werden. Deswegen wurden die Eltern gefragt, wie oft sie mit ihrem Kind gemeinsam Medien nutzen. Vorgegeben waren sieben Medientätigkeiten. In den Abbildungen in diesem Unterkapitel wird der Begriff Bücher stellvertretend für die Antwortoption *Bücher, Heftchen oder Comics* verwendet.

Hier sind zwei klare Spitzenreiter zu erkennen: *Fernseher* und *Bücher, Heftchen oder Comics* werden von mehr als einem Drittel der Eltern jeden oder fast jeden Tag gemeinsam mit ihrem Kind genutzt. Abbildung 41 zeigt, dass knapp drei Viertel der Eltern mindestens einmal pro Woche mit ihrem Kind ein *Buch, Heftchen oder Comic* lesen oder anschauen und zusammen *fernsehen*. Nur ein sehr kleiner Teil macht das nie (4 % bzw. 5 %). An dritter Stelle steht die gemeinsame Nutzung des *Internets* (35 % mind. einmal pro Woche). Wenn man bedenkt, dass 41 % der Kinder angeben, mindestens einmal pro Woche das Internet zu nutzen (siehe Kapitel 5.1), so kann man davon ausgehen, dass beim Grossteil davon regelmässig eine gemeinsame Nutzung mit den Eltern stattfindet. Knapp die Hälfte der Eltern nutzt das *Internet* seltener als einmal wöchentlich gemeinsam mit ihren Kindern. Ein Viertel der Eltern geben an, dass sie regelmässig mit ihren Kindern *DVDs* anschauen und den *Computer ohne Internet* nutzen.

17 % der Eltern spielen regelmässig *Games* mit ihren Kindern, 43 % tun dies seltener und 40 % gar nie. Hier zeigt sich die grösste Differenz zur Mediennutzung der Kinder im Allgemeinen. Insgesamt geben 61 % der Kinder an mindestens einmal pro Woche zu gamen (siehe Kapitel 5.1). Dies bedeutet, dass der grösste Teil der Game-Zeit wahrscheinlich ohne elterliche Begleitung stattfindet. Dass gemeinsame *Kinobesuche* kaum wöchentlich gemacht werden erscheint logisch. 84 % der Eltern geben an dies doch mindestens seltener zu tun, 14 % sagen, dass das nie vorkommt.



Abbildung 41: Gemeinsame Mediennutzung (Angaben der Eltern)

Bei den Unterschieden der Altersgruppen der Eltern und der Kinder zeigen sich ähnliche Tendenzen im Bereich der gemeinsamen Mediennutzung. Signifikant rückläufig mit dem Alter der Kinder und dem Alter der Eltern ist das gemeinsame Lesen von *Büchern, Heftchen oder Comics*. So geben 84% der unter 35-jährigen Eltern an mindestens einmal pro Woche mit ihren Kindern zusammen *Bücher, Heftchen oder Comics* zu lesen bzw. anzuschauen. Bei den 35- bis 39-jährigen Eltern sind es noch 78%, bei den 40- bis 44-Jährigen noch 75% und bei den über 44-jährigen Eltern sind es noch 61%. Bei den *Games* ist dieselbe Tendenz feststellbar, allerdings ohne signifikante Altersunterschiede. Die anderen Bereiche unterscheiden sich kaum.

Vor allem bei der gemeinsamen *Internetnutzung* spielt das Alter der Eltern überhaupt keine Rolle, dafür gibt es hier signifikante Unterschiede beim Alter der Kinder (siehe Abbildung 42). Es gibt jedoch keine kontinuierlichen Abnahme, sondern eine Altersgruppe, bei welcher die gemeinsame Nutzung heraussticht: Bei knapp der Hälfte der 10-11-jährigen findet eine regelmässig gemeinsame *Internetnutzung* mit den Eltern statt, wohingegen sich die anderen Altersgruppen zwischen einem Viertel und einem Drittel bewegen. Dies geht einher mit dem starken Anstieg der Internetnutzung in dieser Altersgruppe (siehe Kapitel 5.1) und lässt sich durch eine intensive Begleitung der Kinder durch die Eltern während dieser ersten Phase der Internetnutzung erklären. Allerdings ist auch hier der Umstand zu beachten, dass wohl vor allem diejenigen Eltern den Fragebogen der MIKE-Studie ausgefüllt haben, die ohnehin schon für das Thema Medienerziehung sensibilisiert sind.

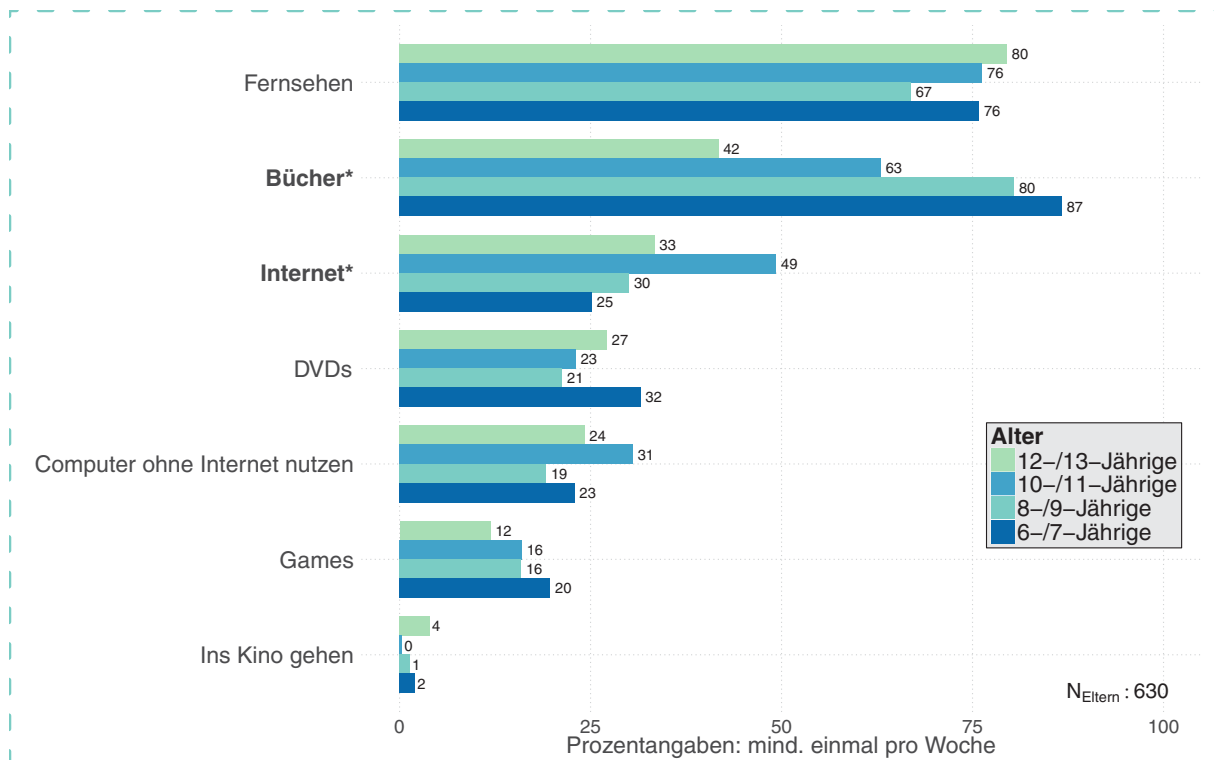


Abbildung 42: Gemeinsame Mediennutzung nach Altersgruppe der Kinder (Angaben der Eltern)

Betrachtet man das Geschlecht der Elternteile, die den Elternfragebogen ausgefüllt haben, so zeigt sich ein Unterschied bei der gemeinsamen Mediennutzung mit den Kindern: die Väter schauen mit 33% öfter regelmässig mit ihren Kindern *DVDs* als die Mütter (23%). Aufgrund der eingeschränkten Stichprobe (nur 20% der Eltern waren männlich), ist dieses Ergebnis jedoch mit Vorsicht zu behandeln.

Ob die Eltern gemeinsam mit ihren Kindern Medien nutzen, hängt teilweise auch vom Geschlecht der Kinder ab. Eltern von Jungen (39%) nutzen signifikant häufiger mindestens einmal pro Woche das *Internet* gemeinsam mit ihrem Kind als Eltern von Mädchen (32%). Umgekehrt ist es bei den *DVDs*, welche bei Eltern von Mädchen (30%) häufiger zusammen mit den Kindern angeschaut werden als bei Eltern von Jungen (21%).

Deutliche Unterschiede gibt es bei den Landesteilen. Insgesamt nutzen die Tessiner Eltern am häufigsten Medien zusammen mit ihren Kindern (siehe Abbildung 43). Dies zeigt sich am deutlichsten beim *Fernsehen*, was 90% der italienischsprachigen Eltern mindestens einmal pro Woche mit ihren Kindern machen – im Gegensatz zu 71% bzw. 77% der Deutschschweizer und Westschweizer Eltern. Eltern aus der Deutschschweiz sind grundsätzlich am zurückhaltendsten bei der gemeinsamen Mediennutzung. Am deutlichsten ist dieser Unterschied beim *Gamen*, was nur von 12% der Deutschschweizer Eltern gemeinsam mit den Kindern machen, im Gegensatz zu 32% bzw. 28% der Eltern aus dem Tessin oder der Romandie.

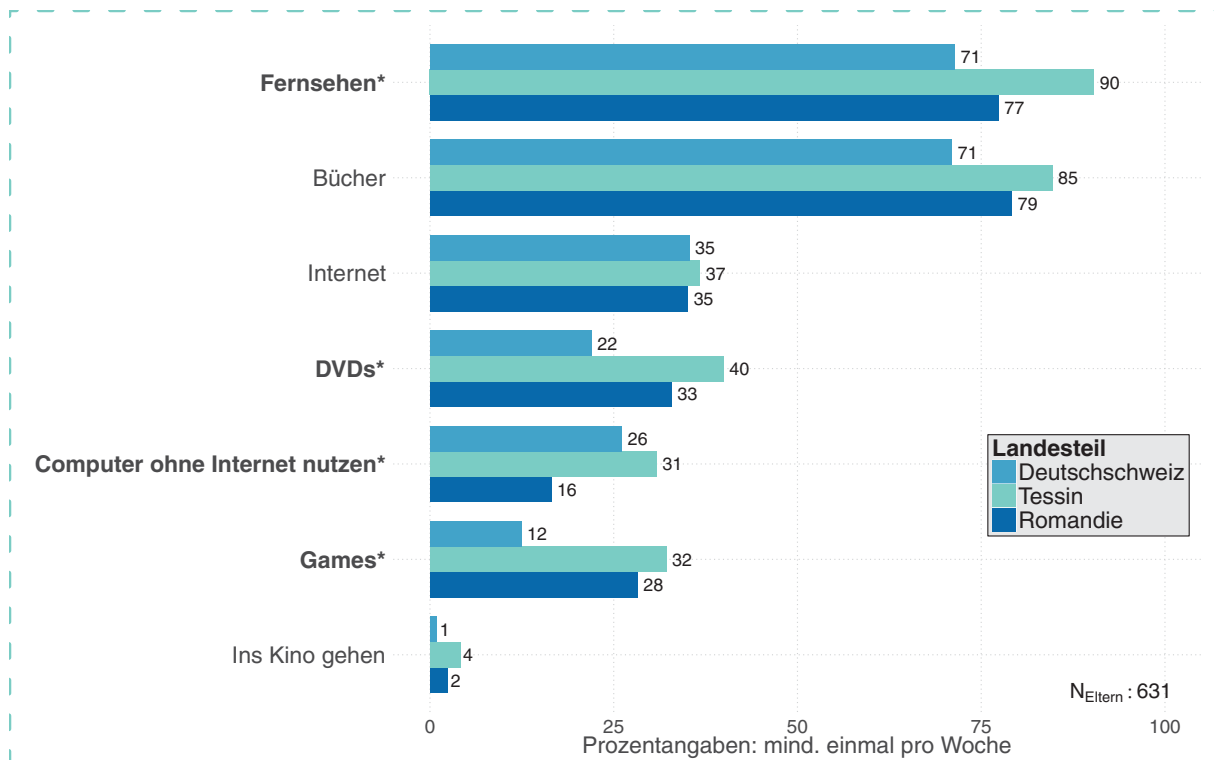


Abbildung 43: Gemeinsame Mediennutzung nach Landesteil (Angaben der Eltern)

In Familien mit ausländischer Herkunft lässt sich lediglich die Tendenz feststellen, dass häufiger gemeinsam *fern*gesehen wird als in einheimischen Familien. Zwischen städtischen und ländlichen Gebieten gibt es keine signifikanten Unterschiede.

Zwischen den Gruppen mit unterschiedlichem sozioökonomischem Status lassen sich keine signifikanten Unterschiede nachweisen. Tendenziell nutzen aber Eltern mit hohem sozioökonomischem Status *Bücher, Heftchen oder Comics* häufiger gemeinsam mit ihren Kindern als Eltern mit mittlerem oder tiefem sozioökonomischem Status. Bei der gemeinsamen *Fernsehnutzung* geht die Tendenz in die andere Richtung: je tiefer der sozioökonomische Status, desto häufiger wird gemeinsam ferngesehen.

Die Bildung der Eltern spielt in der gemeinsamen Mediennutzung mit den Kindern kaum eine Rolle. Es gibt nur tendenzielle Unterschiede beim *Fernsehen* (je höher die Bildung, desto weniger schauen sie zusammen fern) und beim Lesen von *Büchern, Heftchen oder Comics* (je höher die Bildung, desto öfter schauen sie zusammen Bücher, Heftchen oder Comics an bzw. lesen sie zusammen).

8.2 Medien als Gesprächsthema

Sowohl Kinder als auch Eltern wurden gefragt, wie häufig sie miteinander über bestimmte Medien sprechen. Gefragt wurde nach Film und Fernsehen, Handys, Games, Webseiten im Internet und Sozialen Netzwerken. Hier wurden nur die Kinder der Mittelstufe befragt. Um einen Vergleich mit den Antworten der Eltern machen zu können, wurden nur die Antworten der Kinder in die Auswertungen eingeschlossen, deren Eltern den Fragebogen zurückgeschickt haben. Diese Umstände und die dadurch verhältnismässig kleine Stichprobe müssen bei der Interpretation berücksichtigt werden.

Am regelmässigsten wird über Film und Fernsehen gesprochen, wobei sich die Eltern und Kinder nicht einig scheinen über die Häufigkeit (siehe Abbildung 44). Hier zeigt sich der grösste Unterschied zwischen den Angaben der Eltern (69% mindestens einmal pro Woche) und den Angaben der Kinder (37%). Einen weiteren signifikanten Unterschied gibt es beim Handy, welches von mehr Kindern (34%) als Eltern (23%) als regelmässiges Gesprächsthema angegeben wird. Sehr ähnlich sind die Zahlen, wenn es darum geht, wie oft sie zusammen über Games sprechen (31% bzw. 30%). Die Ge-

sprache über Webseiten im Internet und Soziale Netzwerke werden von etwa einem Fünftel der Familien mindestens einmal pro Woche geführt. Betrachtet man die Nutzung von Sozialen Netzwerken durch Kinder in diesem Alter, so relativiert sich diese Zahl wieder, da maximal ein Drittel der Kinder *Instagram, Facebook* und *Twitter* regelmässig nutzen (siehe Kapitel 5.3).

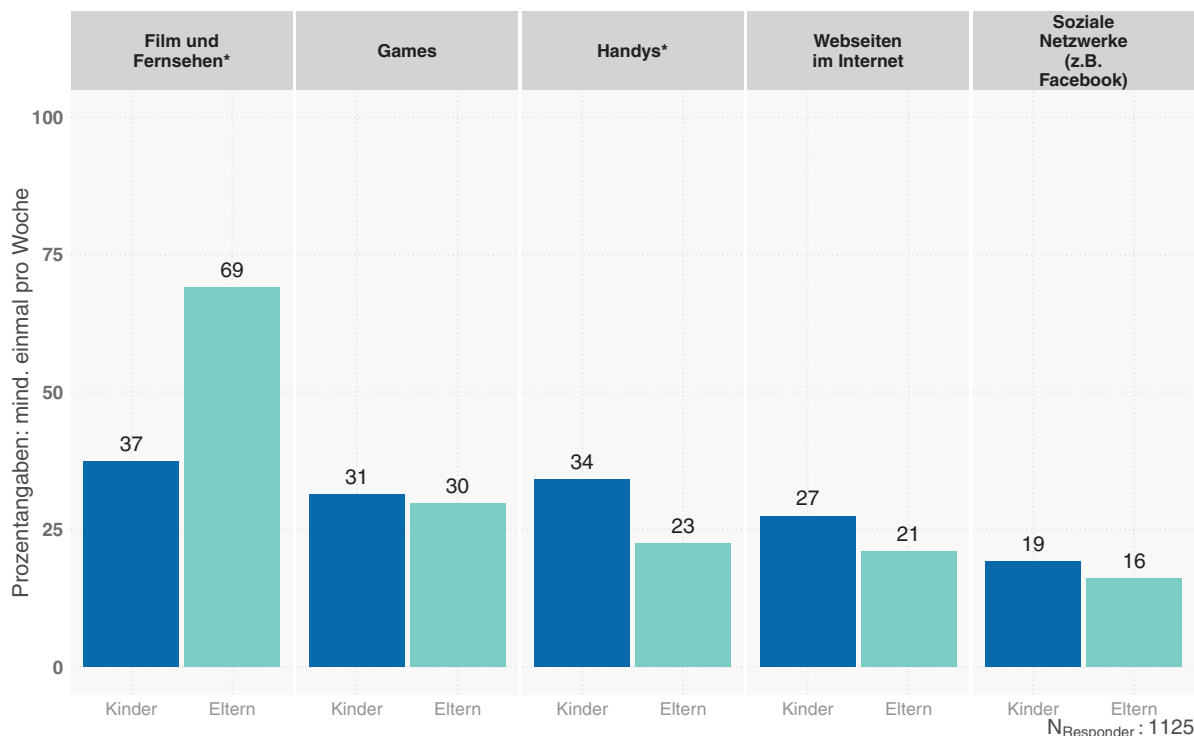


Abbildung 44: Medien als Gesprächsthema (Angaben der Eltern und deren Kinder)

8.3 Regeln im Umgang mit Medien

Die Frage nach Regeln wurde wiederum sowohl den Kindern als auch den Eltern gestellt. Daher sind auch bei diesen Auswertungen nur die Antworten derjenigen Kinder berücksichtigt, von welchen die Eltern den Fragebogen retourniert haben.

Einerseits wurde nach inhaltlichen Regeln und andererseits nach Regeln zu Zeitpunkt bzw. Dauer der Mediennutzung gefragt. Nebst der Option, dass das entsprechende Medium vom Kind gar nicht genutzt wird, gab es jeweils drei weitere Antwortoptionen. Bei der Frage, ob es Regeln darüber gibt, wie lange oder oft ein Medium genutzt werden darf (Zeit-Regel), lauteten die Antwortoptionen *Ich darf so lange und oft ich möchte* (keine Regel), *Es gibt feste Regeln* und *Meine Eltern sagen mir, wann genug ist* (bzw. bei den Eltern *Wir sagen dem Kind spontan, wann genug ist*). Bei der Frage, ob es Regeln darüber gibt, was genutzt werden darf (inhaltliche Regel), lauteten die Antwortoptionen *Ich darf nutzen, was ich will* (keine Regel), *Es gibt feste Regeln* oder *Meine Eltern sagen mir, wenn ich etwas nicht tun darf* (bzw. bei den Eltern *Wir sagen dem Kind spontan, wenn es etwas nicht tun darf*).

In den folgenden Abbildungen werden jeweils die beiden Antwortoptionen der festen Regel und der Kontrolle durch die Eltern zusammengefasst dargestellt. Die Differenz zur 100 %-Marke entspricht somit dem Anteil, der die Antwortoption *keine Regel* gewählt hat. Kinder oder Eltern, die angaben, dass das entsprechende Medium gar nicht genutzt wird, werden in der Auswertung nicht berücksichtigt.

Grundsätzlich fällt auf, dass es in vielen Familien Regeln zur Mediennutzung gibt oder eine Kontrolle durch die Eltern besteht (siehe Zeit-Regeln in Abbildung 45 und Inhaltsregeln in Abbildung 46). Was ebenfalls bei beiden Regelformen auffällt, ist, dass sich die Angaben bei allen Medien zwischen Kin-

dem und Eltern signifikant unterscheiden. Es sind jeweils mehr Eltern, die angeben, dass es Regeln gibt bzw. eine Kontrolle besteht.

Regeln zu Medienzeiten können sich auf die Dauer der Mediennutzung beziehen, oder aber auf bestimmte Zeitpunkte, zu welchen die Geräte abgestellt oder zur Seite gelegt werden müssen. Beispiele hierfür wären „Kein Handy beim Mittagessen“, „Maximal eine halbe Stunde Gamen pro Tag“ oder „Fernsehen ist nur zwischen 17.00 und 18.00 Uhr erlaubt“.

Regeln zur Medienzeit gibt es bei den befragten Eltern und Kinder am meisten beim Fernsehen, an zweiter und dritter Stelle stehen Zeitregeln zu Gamen und Computer (siehe Abbildung 45). Darauf folgen die Zeitregeln zum Internet und zum Handy, wobei hier auch der Unterschied zwischen den Angaben der Kinder und der Eltern am grössten ist. Die Angaben der Eltern sind bei den fünf verschiedenen Medienbereichen nicht sehr unterschiedlich. Es sind die Angaben der Kinder, welche die obenstehende Reihenfolge erwirken. So geben beinahe alle Eltern an, dass es für die Kinder Regeln zu Nutzungszeiten des Handys gibt, während von den Kindern nur 80% aussagen, dass solche Regeln bei ihnen existieren bzw. die Eltern die zeitliche Nutzung kontrollieren.

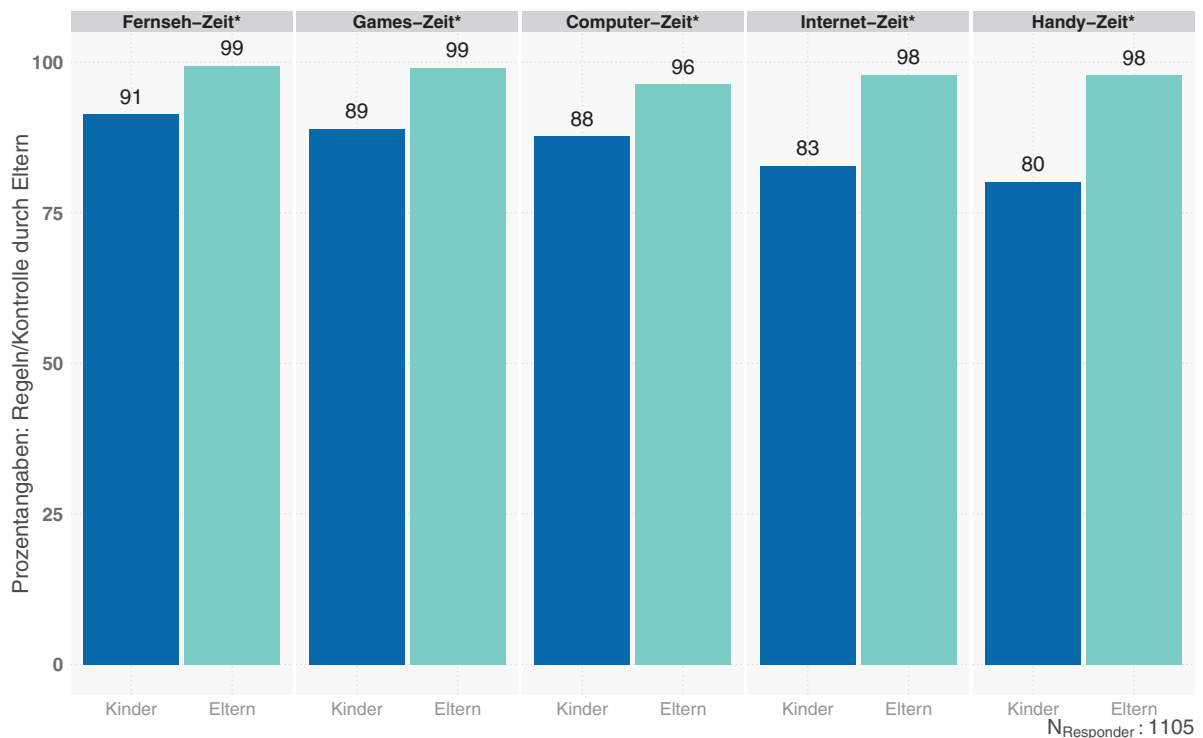


Abbildung 45: Regeln/Kontrolle durch Eltern zu Medien-Zeiten (Angaben der Eltern und deren Kinder, nur Nutzer)

Regeln zu Medieninhalten beziehen sich darauf, was genutzt werden darf und was nicht erlaubt ist. Zum Beispiel kann es eine Regel geben, dass nur Sendungen geschaut werden dürfen, die von den Eltern vorab erlaubt wurden oder dass nur Games gespielt werden dürfen, welche den Altersempfehlungen von PEGI entsprechen (siehe Kapitel 8.4). Ein weiteres Beispiel wäre, dass Kinder nur in Begleitung der Eltern neue Apps auf das Smartphone herunterladen dürfen.

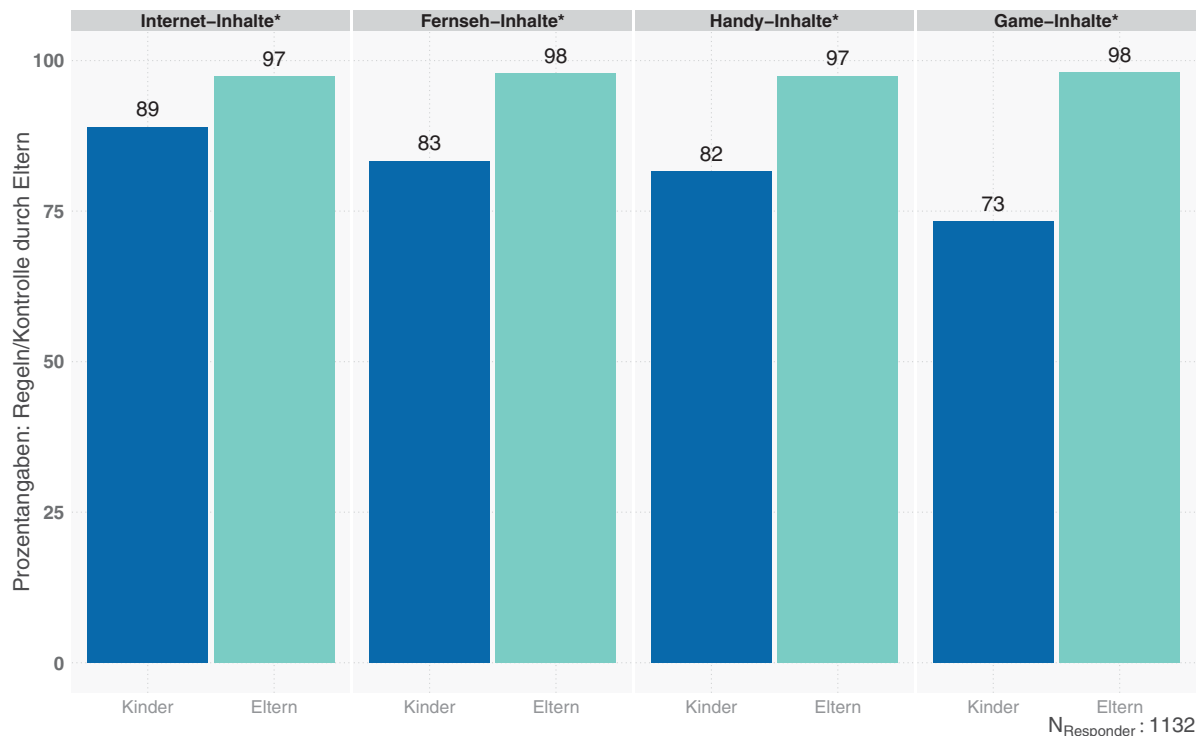


Abbildung 46: Regeln/Kontrolle durch Eltern zu Medieninhalten (Angaben der Eltern und deren Kinder)

Auch hier gibt es in allen vier Medienbereichen in fast allen Familien Regeln oder eine Kontrolle durch die Eltern – zumindest nach Ansicht der Eltern (97 bzw. 98 %) (siehe Abbildung 46). Signifikant weniger Kinder sehen das genauso. Sind es bei den Inhalten von Webseiten im Internet noch 89% der Kinder die angeben, dass es Regeln gibt bzw. Kontrolle durch die Eltern besteht, werden es bei den Inhalten beim Fernsehen mit 83% schon weniger. 82% der Kinder geben an, Inhaltsregeln beim Handy zu haben und bei den Games sind es noch knapp drei Viertel der Kinder (73%).

Sowohl die Eltern als auch die Kinder wurden gefragt, ob es eine Regel gibt, was mit dem Handy des Kindes in der Nacht passiert. Die Antwortoptionen lauteten *Ich/das Kind muss es nachts ausschalten (oder Flugmodus)*, *Ich/das Kind darf es nicht im Zimmer haben*, *Es gibt keine Regel* und *Ich/das Kind habe/hat kein eigenes Handy*.

Auch bei dieser Frage gehen die Ansichten von Eltern und Kindern auseinander. Die Mehrheit der Kinder, deren Eltern den Fragebogen zurückgeschickt haben (62%), geben an, kein eigenes Handy zu besitzen. Bei den Eltern sind es sogar 78%, die angeben, dass ihr Kind kein eigenes Handy besitzt. Von den Kindern, die angeben, ein eigenes Handy zu haben, geben 36% an, dass es keine Regel zur nächtlichen Handynutzung gibt. Bei den Eltern geben dies nur halb so viele (17%) an. 34% der Kinder sagen, dass das Handy nachts ausgeschaltet oder in den Flugmodus gestellt werden muss, während dies 43% der Eltern angeben. Dass das Handy nachts nicht im Zimmer sein darf, geben 30% der Kinder und 40% der Eltern an.

8.4 Altersempfehlungen

In den Bereichen Film, Fernsehen und Games gibt es verschiedene Altersempfehlungen, ab welchem Alter gewisse Inhalte für Kinder oder Jugendliche geeignet sind. Diese Empfehlungen finden sich auf den Medienprodukten (z.B. bei Games auf der Verpackung oder als Hinweis im App-Store, bei DVDs auf der Verpackung oder im Fernsehen als audiovisuelle Hinweise). Bekannt ist die FSK (Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft), die für die Freigabe von Filminhalten verantwortlich ist oder PEGI (Pan-European Game Information), welche mit farbigen Symbolen darauf hinweist, welche Games ab welchem Alter empfohlen werden. Mit der Altersfreigabe sind keine pädagogischen Empfehlungen oder ästhetische Bewertungen verbunden, sondern Überlegungen aus dem Bereich des Kinder- und Jugendschutzes.

Die Eltern wurden gefragt, ob sie solche Altersempfehlungen kennen, wie häufig diese bei ihnen zu Hause eingehalten werden und als wie hilfreich sie diese empfinden. 95% der Eltern geben an, mindestens eine der vorgegebenen Altersempfehlungen zu kennen. 93% aller Eltern kennen die FSK-Empfehlungen bei Filmen und/oder DVDs, 75% kennen die Empfehlungen im Fernsehen (Hinweise oder roter Balken) und 66% kennen die PEGI-Empfehlungen bei Games (siehe Abbildung 47).

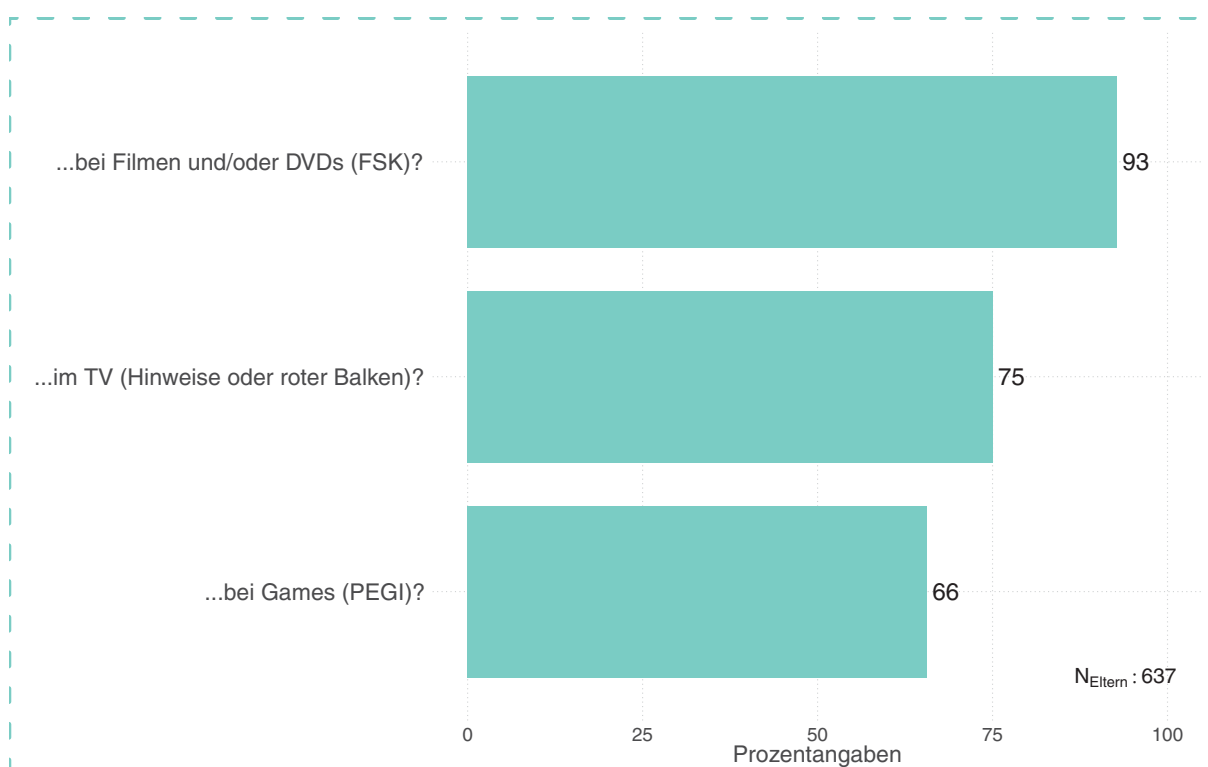


Abbildung 47: Bekanntheit von Altersempfehlungen (Angaben der Eltern)

Das Geschlecht und Alter der Eltern spielen keine Rolle bei der Bekanntheit der Altersempfehlungen. Zwischen den drei Landesteilen gibt es teilweise Unterschiede. So ist in der Deutschschweiz der Anteil Eltern, die angeben die FSK-Empfehlungen (Film und DVDs) zu kennen, signifikant grösser (95%) als im Tessin (90%) und der Romandie (87%). Umgekehrt ist es bei den Hinweisen oder dem roten Balken im Fernsehen. Hier geben deutlich weniger Deutschschweizer Eltern an, diese zu kennen (71%), als dies die Eltern aus dem Tessin (88%) und der Romandie (86%) tun. Keine Unterschiede zwischen den Landesteilen gibt es bei der Bekanntheit der PEGI-Empfehlungen (Games).

Ob die Kinder in der Stadt oder auf dem Land wohnen, spielt keine Rolle bezüglich der Bekanntheit der Altersempfehlungen. Auch zeigen sich keine Unterschiede zwischen hohem, mittlerem oder tiefem Sozioökonomischem Status. Die Bildung der Eltern spielt bei Filmen und DVDs keine Rolle in der Bekanntheit der Altersempfehlungen, jedoch bei Hinweisen oder dem roten Balken im Fernsehen.

67 % der Eltern mit einem Fachhochschul- oder Universitätsabschluss geben an, diese Empfehlung zu kennen. Das sind signifikant weniger als die 85 % der Eltern mit einer Matura oder die 78 % der Eltern mit einem Lehrabschluss. Eltern mit einem Tertiärabschluss und deren Kinder schauen jedoch auch signifikant weniger fern, als die anderen beiden Bildungsgruppen (siehe Kapitel 5.1 und 7.2) und die Differenz in der Bekanntheit der Altersempfehlungen ist entsprechend zu relativieren. Auch bei den Videogames geben die Eltern mit der höheren Bildung signifikant seltener an, die PEGI-Altersempfehlungen zu kennen (60 %), als die Eltern mit einer mittleren Bildung (75 %) oder einer tiefen Bildung (67 %). Hier gibt es allerdings keine Hinweise darauf, dass Kinder aus Familien mit unterschiedlichen Bildungsniveaus signifikant unterschiedlich oft gamen (siehe Kapitel 5.1).

Keine Unterschiede zeigen sich zwischen den Altersgruppen der Kinder, jedoch einer beim Geschlecht. Die PEGI-Altersempfehlungen zu Games kennen 56 % der Eltern von Mädchen und 74 % der Eltern von Jungen. Da Jungen auch wesentlich häufiger gamen, ist dieser Unterschied allerdings nicht erstaunlich.

Nebst der Bekanntheit verschiedener Altersempfehlungen wurden die Eltern auch gefragt, wie häufig diese bei ihnen eingehalten werden. Sind die Altersempfehlungen für Filme (FSK) den Eltern bekannt, gibt die grosse Mehrheit (81 %) an, dass die Empfehlungen bei Filmen im Kino immer eingehalten werden. 17 % geben an, diese meistens einzuhalten. Je ein Prozent der Eltern gibt an, die FSK-Altersempfehlungen beim Kinobesuch selten oder nie einzuhalten. Auch bei DVDs oder Blu-rays sind die Altersempfehlungen der FSK relevant. Hier geben 60 % der Eltern, denen die FSK-Empfehlungen bekannt sind, an, dass diese bei DVDs und Blu-rays immer eingehalten werden. 37 % halten die Empfehlungen bei DVDs und Blu-rays meistens ein, 3 % selten und 1 % nie.

Am wenigsten strikt eingehalten werden gemäss den Eltern die Altersempfehlungen im Fernsehen. Sind die Altersempfehlungen im Fernsehen in Form von Hinweisen und den roten Balken bekannt, gibt die Hälfte der Eltern (53 %) an, dass die Empfehlungen bei ihnen zuhause immer eingehalten werden. 44 % geben an, dass dies meistens der Fall ist. Bei 2 % trifft dies nur selten und bei 1 % gar nie zu. Sind die Altersempfehlungen für Games (PEGI) den Eltern bekannt, geben 72 % an, dass diese immer eingehalten werden. Bei 24 % werden die PEGI-Empfehlungen meistens eingehalten, bei 3 % selten und bei 1 % nie.

Die Eltern wurden ausserdem gefragt, als wie hilfreich sie die verschiedenen Altersempfehlungen einschätzen. Die Altersempfehlungen bei Filmen und DVDs wird von einer Mehrheit als sehr hilfreich eingeschätzt (55 %, Basis FSK-Altersempfehlung bekannt). Weitere 39 % betrachten die Empfehlungen als eher hilfreich. 6 % wählten die Optionen eher nicht hilfreich oder gar nicht hilfreich. Empfehlungen bei Games werden von zwei Dritteln der Eltern als sehr hilfreich eingeschätzt (67 %, Basis PEGI-Altersempfehlung bekannt). 29 % schätzen die Empfehlungen als eher hilfreich ein. 5 % betrachten die Empfehlungen von PEGI als eher nicht hilfreich oder gar nicht hilfreich.

8.5 Fazit Familie und Medien

Wie verschiedentlich erwähnt wurde, ist bei der Interpretation der Ergebnisse dieses Kapitels Vorsicht geboten, da nicht von allen Eltern der Fragebogen zurückgeschickt wurde, sondern nur von rund zwei Dritteln. In den meisten Fällen waren es die Mütter und auch auffallend viele stammen aus Familien mit hoher Bildung.

Beim Vergleich mit der allgemeinen Mediennutzung der Kinder zeigt sich, dass die Kinder viele Tätigkeiten auch mit ihren Eltern zusammen ausüben, vor allem fernsehen und Bücher lesen. Nur beim Gamem scheint dies nicht der Fall zu sein, sei es weil die Kinder dies nicht wollen und vielleicht auch aktiv vor den Eltern verstecken oder weil die Eltern wenig Interesse daran haben. Möglicherweise wäre der Unterschied weniger stark, wenn mehr Väter den Elternfragebogen ausgefüllt hätten, da Jungen und Männer häufiger gamen als Mädchen und Frauen.

Bei den anderen Tätigkeiten geht eine fehlende gemeinsame Ausübung häufig einher mit der Nichtnutzung dieses Mediums durch die Kinder. Beim Internet hingegen ist eine sprunghafte Zunahme der

Nutzung im Allgemeinen (Kapitel 5.1 Freizeitaktivitäten mit Medien) und der gemeinsamen Nutzung ab 10 Jahren zu beobachten. Ab diesem Alter scheint die regelmässige Internetnutzung also zu beginnen und diese wird anscheinend auch intensiv von den Eltern begleitet.

Am meisten sprechen Eltern mit ihren Kindern über Filme und Dinge, die das Kind im Fernsehen gesehen hat – zumindest aus Sicht der Eltern. Unklar bleibt der Inhalt dieser Gespräche. So sind Gespräche inhaltlicher Art denkbar, bei denen beispielsweise darüber gesprochen wird, ob dem Kind der Film gefallen hat. Andererseits können Gespräche auch einen pädagogischen Aspekt haben, wenn Eltern im Gespräch ihr Kind beispielsweise davor warnen, zu viele persönliche Informationen auf Sozialen Netzwerken zu veröffentlichen.

Eltern in der Schweiz stellen viele Regeln zur Mediennutzung ihrer Kinder auf – jedoch sehen nicht alle Kinder das genauso. Die Unterschiede zwischen den Antworten der Eltern und der Kinder sind ziemlich gross. Das kann verschiedene Gründe haben. So kann die soziale Erwünschtheit bei den Eltern eine Rolle spielen: Es ist denkbar, dass die meisten Eltern ungern zugeben, dass sie zuhause keine Regeln zum Medienumgang haben. Vielleicht gehen aber auch die Wahrnehmungen von Kindern und Eltern auseinander. Das kann beispielsweise geschehen, wenn Regeln nicht konsequent von den Eltern durchgesetzt werden. Die elterliche Kontrolle kann aber auch vom Kind unbemerkt ausgeführt werden, etwa bei der gemeinsamen Mediennutzung. Am wenigsten kontrolliert und geregelt werden gemäss den Kindern die Inhalte bei den Games. Denkbar wäre hier aber, dass bereits beim Kauf bzw. Nicht-Kauf der Games eine Kontrolle stattgefunden hat, z.B. durch Berücksichtigung der Altersempfehlungen von PEGI.

Altersempfehlungen für Medieninhalte (FSK, PEGI) sind 95% der befragten Eltern bekannt. Fast alle Eltern (93%) kennen die FSK-Empfehlungen bei Filmen und/oder DVDs, 75% kennen die Empfehlungen im Fernsehen (Hinweise oder roter Balken) und 66% kennen die PEGI-Empfehlungen bei Games. Sind gewisse Altersempfehlungen nicht bekannt, hat dies meist damit zu tun, dass die Kinder die entsprechenden Medien gar nicht oder kaum nutzen.

Am striktesten eingehalten werden gemäss den Eltern die Empfehlungen bei Filmen im Kino (81% immer). Am wenigsten strikt sind die Eltern bei der Einhaltung von Empfehlungen im Fernsehen (53% immer). Die grosse Mehrheit der Eltern schätzt die FSK- und PEGI-Empfehlungen als eher oder sehr hilfreich ein.

9 Einstellungen und Sorgen der Eltern

Im Zusammenhang mit ihren Einstellungen und Sorgen sind die Eltern gefragt worden, was ihnen in Bezug auf ihre Kinder und den Medienumgang Sorgen bereitet und wie sie den Einfluss verschiedener Medien auf ihr Kind einschätzen. Aufgrund der nicht repräsentativen Stichprobenszusammensetzung bei den Eltern ist bei der Interpretation dieser Ergebnisse Vorsicht geboten (siehe Kapitel 2.2).

9.1 Sorgen zum Thema Mediennutzung

Den Eltern wurde die folgende Frage gestellt: „Was macht Ihnen rund um das Thema Mediennutzung Ihres Kindes am meisten Sorgen?“. Von den 641 retournierten Fragebögen der Eltern konnten 508 in die nachfolgenden Auswertungen einbezogen werden. Bei den restlichen 133 Fragebögen blieb diese Frage unbeantwortet. Aufgrund der offenen Fragestellung handelt es sich um qualitative Auswertungen (siehe Kapitel 2.9.2). Eine Übersicht über die meistgenannten Sorgen bietet die Abbildung 48, wobei die Zahlen der Anzahl Eltern entsprechen, die sich zum jeweiligen Bereich geäußert hatten. Oft nannten die Eltern in ihrer Antwort mehrere Sorgen, was zu Mehrfachantworten führte. Dies wurde in der Auswertung berücksichtigt, indem Antworten, in denen verschiedene Aspekte genannt wurden, in mehrere Hauptkategorien codiert wurden (Mehrfachcodierung).

Am häufigsten Sorgen bereiten den befragten Eltern die *Medieninhalte* (273 Eltern). Am zweithäufigsten stellen sie sich Fragen über ihren Einfluss als Eltern und ob sie für beziehungsweise mit ihren Kinder einen geeigneten Umgang mit Neuen Medien finden (*Elternrolle* 153 Eltern). Am dritthäufigsten machen sie sich Gedanken über *soziale und emotionale Aspekte* im Zusammenhang mit der Mediennutzung (136 Eltern), und schliesslich berichten sie am vierthäufigsten über Sorgen rund um die *Mediennutzungsdauer* (129 Eltern). Aus den Aussagen der Eltern gehen noch die nachfolgenden Hauptkategorien hervor: *Keine Sorgen* zum Befragungszeitpunkt (61 Eltern), *Medienumgang* im Sinne eines massvollen Umgangs generell (42 Eltern), *Sicherheit im Netz* (30 Eltern), einen zumeist hohen *Stellenwert der Medien* bei den Kindern (26 Eltern), *Sonstiges* mit Einzelnennungen (18 Eltern) und *Kosten/Geld* (2 Eltern).

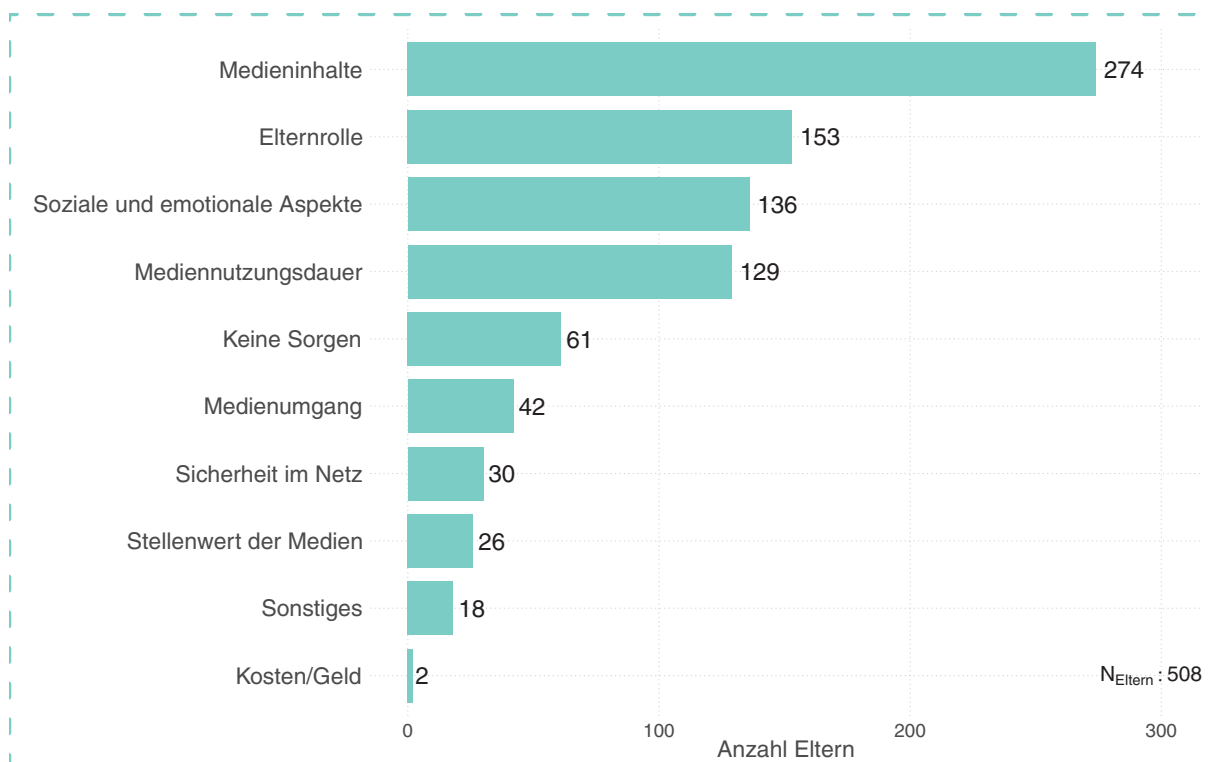


Abbildung 48: Hauptkategorien elterliche Sorgen (Anzahl Eltern)

Im Folgenden wird detaillierter auf die vier am häufigsten genannten Hauptkategorien eingegangen. Jede Hauptkategorie besteht aus Subkategorien. Auch hier konnten Aussagen von Eltern oft mehreren Subkategorien oder sogar mehrfach bei der gleichen Subkategorie zugeteilt werden (Mehrfachcodierung). Die Zahlen in den folgenden Grafiken entsprechen somit nicht der Anzahl Eltern, die sich dazu geäußert haben, sondern der Anzahl Nennungen pro Subkategorie (mehrere Nennungen von gleichem Elternteil möglich).

9.1.1 Hauptkategorie Medieninhalte

Die Sorgen der 274 Elternteile, welche sich innerhalb der Hauptkategorie Medieninhalte geäußert haben, gelten hauptsächlich den *online* verfügbaren Medieninhalten (siehe Abbildung 49). Dabei sind es in erster Linie gewalthaltige oder pornographische/sexuelle Inhalte, worüber sich die Eltern sorgen. Games, Soziale Netzwerke und Chats werden deutlich weniger häufig genannt. Besorgniserregende Internetkontakte ihrer Kinder beschäftigen die Eltern ebenfalls, aber auch weniger oft als die Themen Gewalt und Pornographie/Sexualität. Auffallend ist, dass sie sich kaum Sorgen über YouTube zu machen scheinen.

Als zweitgrösste Sorge in Bezug auf Medieninhalte wird der *Zugang zu nicht altersgerechten Inhalten* (88 Nennungen) genannt. Mit nicht altersgerechten Inhalten sind zumindest teilweise Gewalt und Pornographie wie in den Subkategorien von *Online* gemeint. Oftmals werden die beiden Begriffe auch in einem Zug genannt: „*Dass sie durch nicht nachvollziehbare Suchergebnisse pornografische, gewaltvolle Inhalte sehen/konfrontiert werden*“ (PB 425). *Fernsehsendungen und (Trick-)Filme* sind bei Primarschulkindern beliebte Medien und werden häufig konsumiert. Die Eltern machen sich auch über diese Medieninhalte Gedanken. Den *Umgang mit textlichen und bildhaften Informationen* finden die Eltern zum Teil ebenfalls schwierig. Dabei stellen sie sich auch die Frage, wie sie ihre Kinder vor ungewollten Bildern wie beispielsweise Popups schützen können: „*Keine Kontrolle, was im Internet ‚aufpoppt‘ ohne bewusst angeklickt zu werden*“ (PB 174). Einzelne Aussagen der Eltern über Medieninhalte waren schliesslich allgemein gehalten und sind in der Subkategorie *Allgemeines zu Inhalten* zusammengefasst.

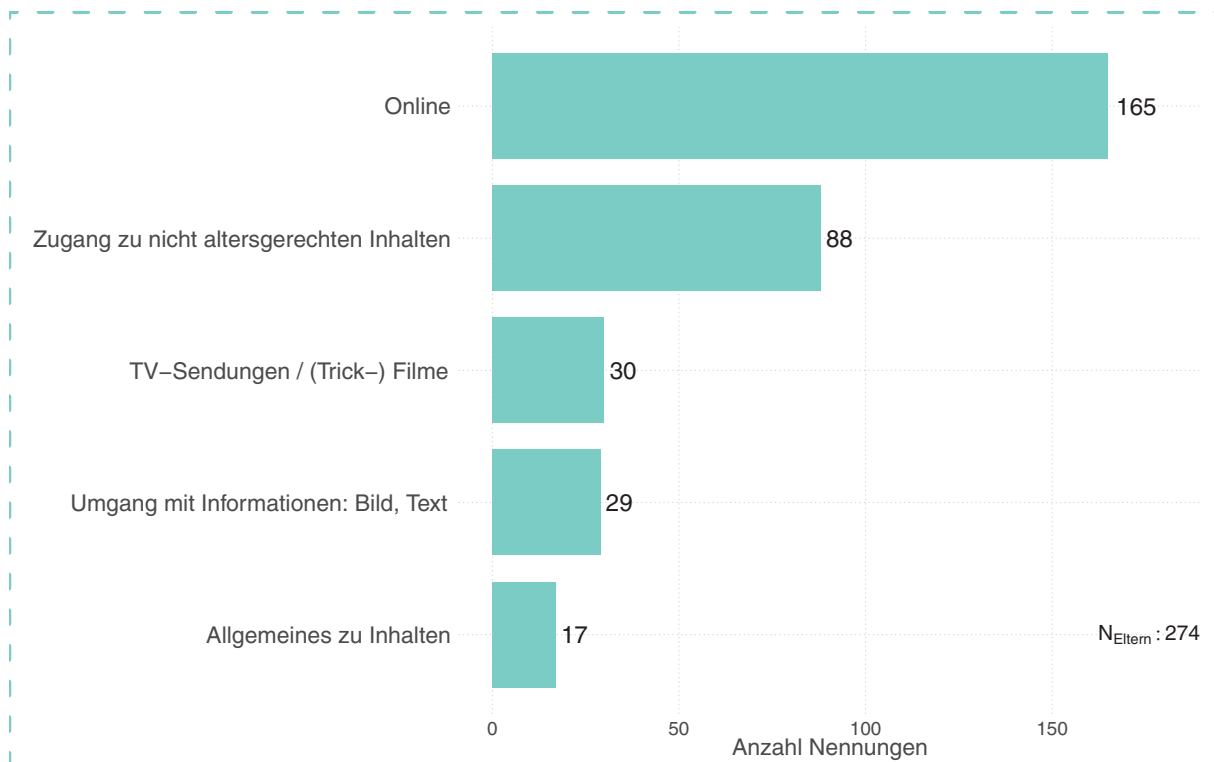


Abbildung 49: Subkategorien der Hauptkategorie Medieninhalte (Mehrfachnennungen möglich)

9.1.2 Hauptkategorie Elternrolle

Über ihre *Elternrolle* in Zusammenhang mit neuen Medien haben sich die Befragten am zweithäufigsten geäußert (153 Eltern). Bei näherer Betrachtung der Subkategorien (siehe Abbildung 50) wird ersichtlich, dass sich ihre Gedanken insbesondere um *Regeln/Kontrolle* im Umgang mit Medien drehen. Darauf folgt die Angst, *keine Kontrolle* über den Medienumgang ihrer Kinder zu haben. Zum einen meinen sie damit, dass in anderen Familien andere beziehungsweise wenige bis keine Medienumgangsregelungen bestehen: „Die Beeinflussung durch das, was er bei anderen sieht, und dass er nicht kontrolliert wird“ (PB 1522). Zum anderen geht aus den Ergebnissen ein Bewusstsein dafür hervor, dass mit der Nutzung des Internets eine gewisse Unkontrollierbarkeit einhergeht: „Das unkontrollierte Internet“ (PB 420). Oftmals sind die Ängste im Zusammenhang mit der Unkontrollierbarkeit auch diffus oder generalisiert: „Kontrolle, wenn sie älter sind, nicht mehr im Griff zu haben“ (PB 296).

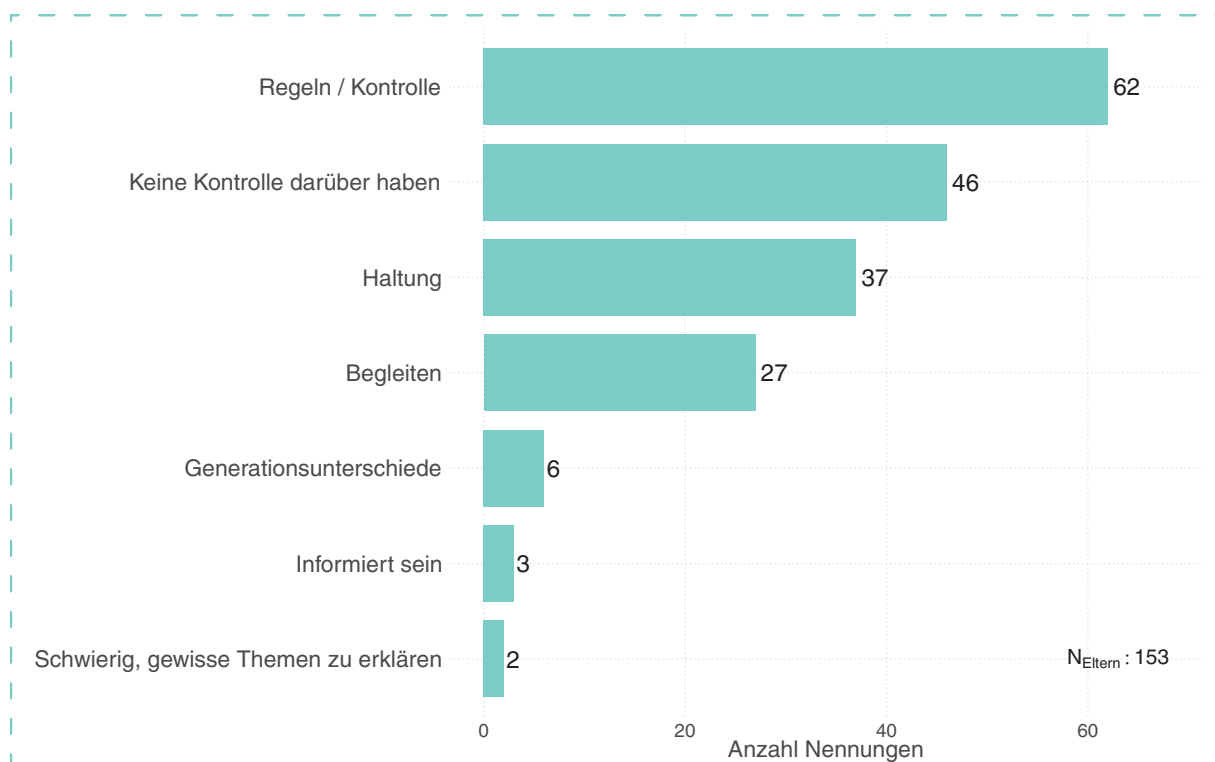


Abbildung 50: Subkategorien der Hauptkategorie Elternrolle (Mehrfachnennungen möglich)

Unter die am dritthäufigsten genannte Subkategorie *Haltung* fallen Äußerungen, welche sich als persönliche Haltung gegenüber Neuen Medien interpretieren lassen. Die Wortwahl der Befragten zeigt, dass die Haltungen meistens mit einem Erziehungsanspruch verknüpft sind; oft fallen Sätze wie „... den Kindern lehren...“ oder „...ein vernünftiges Mittelmaß finden...“. Der Erziehungsaspekt, die Kinder in ihrem Medienumgang zu *begleiten*, wird 27 Mal genannt und steht somit klar hinter dem erzieherischen Handeln des Regeln aufstellen und Kontrollierens (*Regeln/Kontrolle* 62 Nennungen) zurück. Einzelne Aussagen beziehen sich auf festgestellte *Generationsunterschiede*, *informiert sein* über die neuesten Medienentwicklungen und die *Schwierigkeit, gewisse Themen zu erklären* im Zusammenhang mit neuen Medien.

9.1.3 Hauptkategorie soziale und emotionale Aspekte

Von den 508 Elternteilen äusserten 136 Befürchtungen in Bezug auf *soziale und emotionale Aspekte*. Am meisten befürchten sie negative *emotionale Effekte* (siehe Abbildung 51), welche beispielsweise durch Überforderung aufgrund von ungewollt gesehendem Bild- oder Textmaterial ausgelöst werden könnte. Auch hier deuten die Eltern wiederum auf Inhalte wie Gewalt und Pornographie/Sexualität hin. Oft stellen die Eltern aber auch eine negative emotionale Veränderung während bzw. nach dem Medienkonsum fest. So beschreiben sie die Kinder beispielsweise als kribbelig, nervös, schlecht gelaunt,

aggressiv oder unzufrieden. Fast gleich häufig bekunden die befragten Eltern ihre Sorge über *Cybermobbing*. Bis auf einmal fallen die Begriffe Mobbing oder Cybermobbing direkt. Einige fügen hinzu, dass dies keine aktuelle Sorge sei, sondern ihre Angst eher zukunftsgerichtet ist.

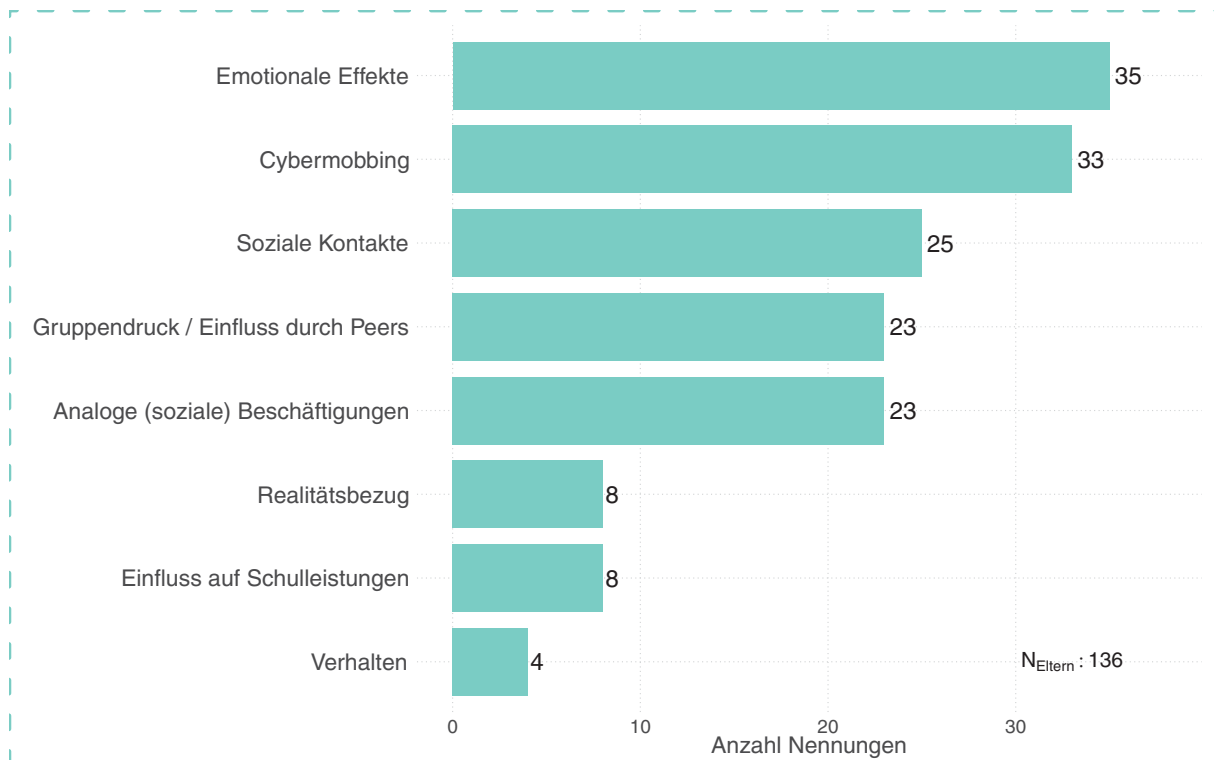


Abbildung 51: Subkategorien der Hauptkategorie soziale und emotionale Aspekte (Mehrfachnennungen möglich)

Anlass zur Sorge bereitet einigen Eltern die Art und Weise der *sozialen Kontakte* ihrer Kinder. Häufig sprechen sie dabei das Kommunikationsverhalten an, im Sinne von weniger direkter und mehr medial vermittelter Kommunikation: „Auch die Tatsache, dass sich die Kinder mit dem Handy zu viel schreiben und zu wenig reden miteinander“ (PB 925). Teilweise meinen sie aber auch etwas allgemeiner die Häufigkeit der direkten Sozialkontakte, welche nach Meinung einiger Eltern durch das mediale Angebot weniger werden: „Des Weiteren habe ich bemerkt, dass wenn sie Videospiele spielen oder TV schauen, das Interesse verlieren mit anderen Kindern zu sozialisieren“ (PB 959). Aus den Aussagen der Eltern zum Thema *Gruppendruck/Einfluss durch Peers* auf ihre Kinder geht hervor, dass dieser Druck indirekt an sie weitergegeben wird, indem sie stets vor Entscheidungen von aussen gestellt werden: „Dass das Kind sich ausgegrenzt fühlen könnte, wenn es nicht alles hat/haben darf, was andere haben“ (PB 248). Im Gegensatz zu *analogen (sozialen) Beschäftigungen* attestieren diejenigen Eltern, die sich dazu geäußert haben, den medialen Beschäftigungen etwas weniger die Möglichkeit zu Kreativität, Vielfältigkeit, Fantasie und Ideenreichtum. Vereinzelt sind Bedenken in Bezug auf den Verlust des *Realitätsbezugs*, auf den *Einfluss auf Schulleistungen* sowie auf negative Einflüsse auf das *Verhalten* geäußert worden.

9.1.4 Hauptkategorie Mediennutzungsdauer

Von den befragten Eltern haben sich 129 zu Sorgen über die *Mediennutzungsdauer* geäußert, davon gut die Hälfte über die Gefahr von *Sucht/Abhängigkeit* von neuen Medien (siehe Abbildung 52). Mehrheitlich fallen die beiden Begriffe direkt oder als Schlagworte und werden nicht näher erläutert. Teilweise berichten die Eltern aber, worauf sie die Gefahr von Abhängigkeit beziehungsweise das Suchtpotential beziehen. Daraus geht hervor, dass die Angst vor Games am grössten ist: „Dass er nur schwer vom Gamen (auf Gratis-Spielen im Internet) weg zu kriegen ist, trotz vorgängiger Abmachung (vgl. Suchtpotential)“ (PB 464).

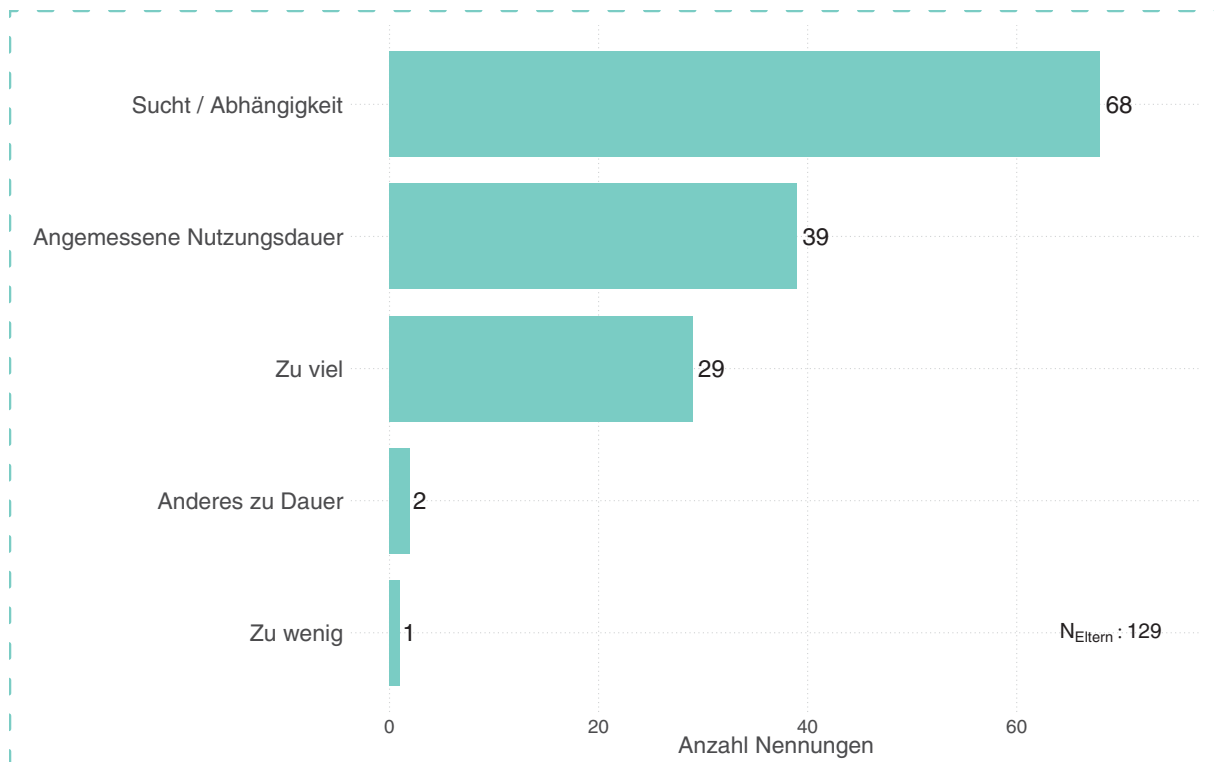


Abbildung 52: Subkategorien der Hauptkategorie Mediennutzungsdauer (Mehrfachnennungen möglich)

Eine *angemessene Nutzungsdauer* (39 Nennungen) wird am zweithäufigsten genannt, allerdings im Vergleich zu *Sucht/Abhängigkeit* (68 Nn) deutlich weniger häufig. Unter *angemessene Nutzungsdauer* fallen Aussagen zu Aspekten der rein zeitlichen Mediennutzung sowie Aspekte zur Balance zwischen medialen und nonmedialen Freizeitbeschäftigungen. Beim rein zeitlichen Aspekt berichten die befragten Eltern insbesondere darüber, diese einzuschränken oder nicht zu gross werden zu lassen. Es fallen Stichworte wie Dauer, Zeitaufwand, Häufigkeit und Zeitgefühl: „*Im Moment – unser Kind ist 8 Jahre alt – sind die Hauptsorgen die Dauer der Mediennutzung...*“ (PB 1254). Ein wünschenswerter Ausgleich zwischen medialer und nonmedialer Freizeitaktivität ihrer Kinder wird ebenfalls von einigen Eltern angesprochen: „*Ein Ausgleich zwischen der Mediennutzung und anderen Aktivitäten (Sport, Lesen, Spiele, Kollegen...)*“ (PB 1524). In eine ähnliche Richtung verlaufen die Aussagen in der Subkategorie *zu viel*. Im Unterschied zur Subkategorie *angemessene Nutzungsdauer*, liegt die Bedeutung hier alleine auf einem Zuviel an Mediennutzung, ohne dabei einen Vergleich zu nonmedialer Freizeitbeschäftigung zu ziehen: „*Zu viel Zeit, welche dem TV/Internet gewidmet wird*“ (PB 1271). Weiter wurden vereinzelt Aussagen zu *Anderes zu Dauer* sowie zu *Zuwenig* Mediennutzung gemacht.

9.2 Einfluss verschiedener Medientätigkeiten auf das Kind

In vorliegender Untersuchung wurde den befragten Eltern eine Auswahl an Medientätigkeiten dargeboten, mit der Aufforderung, deren Einfluss auf ihre Kinder auf einer 5-stufigen Skala von positiv bis negativ zu beurteilen. Beabsichtigt war, das Image der einzelnen Medien bei den Eltern zu eruieren.

Aus Abbildung 53 geht hervor, dass das *Lesen von Büchern* von 87 % der Eltern positiv und von weiteren 12 % als eher positiv für ihr Kind eingeschätzt wird. *Musik hören* beurteilen 62 % der Eltern als positiv, weitere 32 % als eher positiv für ihr Kind ein. Bücher lesen oder Musik hören wurde von keinem Elternteil als negativ oder eher negativ beurteilt. Das Image von Radio und Computer ist bei den befragten Eltern nicht mehr ganz so einheitlich wie bei den zwei ersterwähnten Medien, bewegt sich aber mehrheitlich im positiven Bereich. *Radiohören* wird noch von 47 % als eher positiv und von 24 % als positiv eingeschätzt. Die *Computernutzung ohne Internet* wird von 44 % als eher positiv und von 19 % als positiv eingeschätzt. Es sind aber auch 25 % (Radiohören) bzw. 32 % (Computer ohne Inter-

net nutzen), die den Einfluss dieser beiden Medien sowohl als positiv als auch als negativ einschätzen. Das Image des Fernsehens und der Internetnutzung ist mehrheitlich gespalten. Das Fernsehen bewerten 60% der Eltern als teils positiv und teils negativ, wobei 26% den Einfluss des Fernsehens auf ihre Kinder als eher positiv und 6% als positiv einschätzen. Für etwas mehr als die Hälfte der befragten Eltern (54%) hat die Internetnutzung teils einen positiven und teils einen negativen Einfluss auf ihre Kinder. Weitere 25% beurteilen die Internetnutzung als eher positiv und 6% geben einen positiven Einfluss an. Hierzu ist anzumerken, dass je älter die Kinder sind, desto positiver das Image der Internetnutzung bei den Eltern ist; bei der Altersgruppe der 12-/13-Jährigen beurteilt mehr als die Hälfte der Eltern (58%) den Einfluss als eher positiv oder positiv.

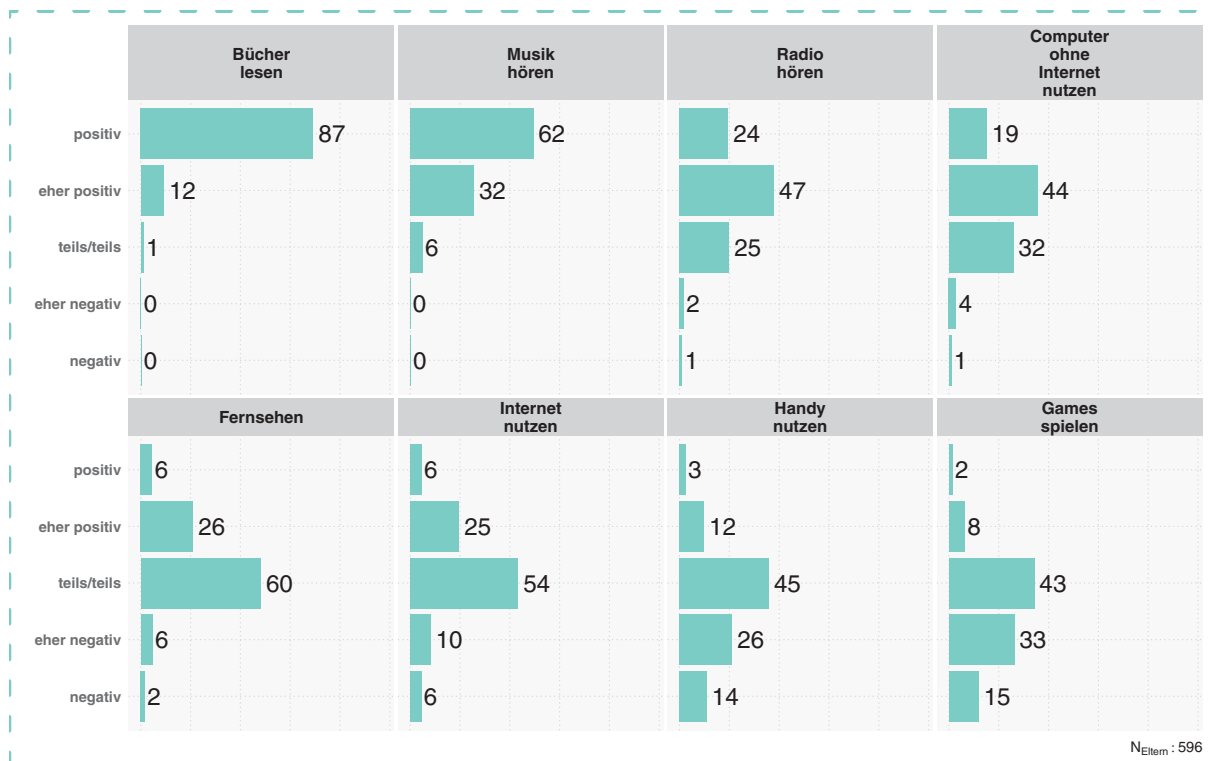


Abbildung 53: Einfluss von Medientätigkeiten auf das Kind (Angaben Eltern)

Keine der erfragten Medientätigkeiten wird von einer Mehrheit der Befragten als negativ beurteilt. Dennoch bilden die Handynutzung mit 12% eher positiven und 3% positiven Einfluss, sowie das Spielen von Games mit 8% eher positiven und 2% positiven Einfluss das Schlusslicht dieser Rangliste. Auch hier soll angemerkt werden, dass sich das Image der Handynutzung mit zunehmendem Alter der Kinder bei den Eltern leicht verbessert; bei der Gruppe der 12-/13-Jährigen geben 33% der Eltern an, dass der Einfluss der Handynutzung eher positiv oder positiv ist.

9.3 Fazit Einstellungen und Sorgen der Eltern

Die Themen Gewalt und Pornographie im Online-Kontext machen den befragten Eltern am meisten Sorgen. Insbesondere die zunehmenden Zugriffsmöglichkeiten auf das Internet überall und jederzeit macht es für die Eltern schwierig, die Kontrolle bzw. die Aufsicht über ihre Kinder in Bezug auf nicht altersgerechte Medieninhalte zu behalten. Gemäss Grolnick und Pomerantz (2009) ist nebst Kontrolle auch die Begleitung bei Medientätigkeiten bedeutsam. Dieser Erziehungsaspekt wird von den Eltern deutlich seltener als Sorge genannt. Mögliche soziale oder emotionale Effekte der Mediennutzung auf die Kinder wurden ebenfalls oft als Sorge genannt, ebenso wie Sorgen in Bezug zur Dauer der Mediennutzung und zum Suchtpotential verschiedener Medien. Dies zeigt, dass sich Eltern mit dem Medienumgang ihrer Kinder auseinandersetzen und sie für mögliche Problemfelder sensibilisiert sind.

Bücher lesen und Musik hören sind die beiden Medientätigkeiten mit dem positivsten Image bei den Eltern; ihnen wird ein positiver Einfluss auf das Kind attestiert. Umgekehrt ist dies beim Handy nutzen und Games spielen, bei denen viele Eltern ambivalenter Meinung sind und bei denen häufiger ein negativer als ein positiver Einfluss angegeben wird. Dass sich mit zunehmendem Alter der Kinder das Image der Internetnutzung verbessert, ist ein Hinweis darauf, dass sich die Eltern mit den für ihre Kinder aktuellen Medientätigkeiten auseinandersetzen und der wahrgenommene negative oder positive Einfluss von Medien je nach Alter der Kinder variieren kann.

10 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die MIKE-Studie untersucht repräsentativ das Mediennutzungsverhalten von Primarschülerinnen und -schülern in der Schweiz. MIKE steht für *Medien, Interaktion, Kinder, Eltern*. Für die Studie wurden über 1000 Kinder im Alter zwischen sechs und dreizehn Jahren und über 600 Eltern in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz befragt. Diese erste repräsentative Kinder-und-Medien-Studie der Schweiz wurde durch die Unterstützung der Jacobs Foundation ermöglicht.

Häufigste Medientätigkeiten: Fernsehen und Musikhören

Die grosse Mehrheit der Kinder wächst in medial reich ausgestatteten Haushalten auf: Handy oder Smartphone, Computer oder Laptop, Internetzugang und Fernsehgerät sind in fast allen Haushalten vorhanden. Auditive Medien wie CD-Player und Radio kommen in Kinderzimmern insgesamt am häufigsten vor. Allerdings sind diese Medien hauptsächlich in Kinderzimmern der Deutschschweiz, in Familien ohne Migrationshintergrund und hohem sozioökonomischem Status vorhanden.

Medienerfahrungen sind für Kinder in der Schweiz ein zentraler Teil ihres Alltags. Spielen und Sport sind jedoch die beliebtesten Freizeitaktivitäten der 6- bis 13-Jährigen in der Schweiz, noch vor medialen Aktivitäten wie Fernsehen oder Filme schauen, Gamen, Lesen und Musik. Auch in der Häufigkeit der Ausübung liegen Spielen und Hausaufgaben noch vor medialen Tätigkeiten. Die nonmedialen Tätigkeiten Freunde treffen, Sport machen und etwas mit der Familie unternehmen werden etwa gleich häufig ausgeübt wie die häufigsten Medientätigkeiten: Musik hören, Fernsehen und Bücher lesen.

Im Laufe der Primarschulzeit kommen nach und nach zusätzliche Medien zum Einsatz. Auch die Intensität der Nutzung steigt. Bei Handy und Internet akzentuiert sich dies besonders stark, aber auch beim Gamen, Musik hören, Bücher lesen, Heftchen/Comics lesen und Fotos/Videos machen ist eine Zunahme der Häufigkeit zu verzeichnen. Auffällig ist, dass bei vielen dieser Tätigkeiten im Alter von 10 oder 11 Jahren ein sprunghafter Anstieg in der Nutzungshäufigkeit stattfindet. Mit der häufigeren Nutzung geht oft auch ein Anstieg in der täglichen Nutzungsdauer einher.

Fernsehen, Musik und Games spielen sowohl bei den jüngsten als auch den ältesten Befragten eine grosse Rolle. Bei den 12-/13-Jährigen sind auch Internet und Handy stark im Alltag vertreten, während die 6-/7-Jährigen stattdessen Bücher und DVDs/Videos nutzen. Die mittlere Primarschulzeit ist die Hochphase des Bücherlesens, bereits bei den 12-/13-Jährigen nimmt die Leseintensität wieder ab. Der Vergleich mit der JAMES-Studie (Willemse et al., 2014) zeigt, dass im Jugendalter nur noch wenige regelmässig Bücher lesen. Ein ähnlicher Verlauf zeigt sich beim Gamen, wobei hier der Rückgang etwas später stattfindet.

Grösster Geschlechtsunterschied beim Gamen

Bereits im Primarschulalter zeichnen sich Geschlechtsunterschiede in der Mediennutzung ab: Jungen nutzen mit grossem Abstand häufiger Games als Mädchen, was sich gemäss der JAMES-Studie (Willemse et al., 2014) im Jugendalter noch akzentuiert. Auch DVDs, Heftchen/Comics, Internet, Gratiszeitungen und andere Zeitungen werden von Jungen häufiger genutzt. Mädchen hören hingegen häufiger Musik, lesen häufiger Bücher und hören häufiger Hörspiele/Hörbücher als Jungen.

Am beliebtesten sind bei Primarschulkindern Sport-Games, insbesondere das Fussballgame *FIFA*. Das zweitbeliebteste Game ist das Adventure-Game *Minecraft*. *Super Mario* und *Clash of Clans* liegen auf den Plätzen dahinter. Bei den Filmen liegt *Harry Potter* an der Spitze, gefolgt von *Drachenzähmen leicht gemacht*, *Die Eiskönigin – völlig unverfroren* und *Doraemon*. Sowohl bei den Games als auch den Filmen lassen sich verschiedene Präferenzen zwischen Mädchen und Jungen und zwischen Unterstufen- und Mittelstufenkindern feststellen.

YouTube ist fester Bestandteil des Alltags von Kindern in der vierten bis sechsten Klasse: Drei Viertel nutzen *YouTube* mindestens einmal pro Woche. Auch bei den Lieblings-Apps der Kinder landet *YouTube* auf dem ersten Platz. Andere Onlinedienste, Webseiten oder Apps wie *Instagram*, *Facebook* oder *WhatsApp* werden deutlich seltener genutzt.

Faszination Handy

Rund die Hälfte der Kinder gibt an, ein Handy zu besitzen, wobei es sich dabei grösstenteils um Smartphones handelt. Ungefähr ein Drittel gibt an, nie ein Handy zu nutzen. Das Handy liegt denn auch auf Platz eins der liebsten Medien der Kinder. Es übt auf viele Kinder eine Faszination aus, selbst wenn sie noch kein eigenes besitzen. Auf dem zweiten Platz der liebsten Medien liegt das Fernsehgerät, gefolgt vom Buch.

Mehr als jedes zehnte Kind nutzt sein Handy mindestens einmal pro Woche auch dann, wenn es eigentlich schlafen sollte. Bei den ältesten Kindern ist es sogar jedes dritte. Wie verschiedene Studien (z.B. Durand et al., 2012; Könen et al., 2015; Lemola et al., 2014) zeigen, kann sich dies negativ auf den darauffolgenden Schlaf und die Schulleistungen auswirken. Rund ein Drittel der Kinder, die ein eigenes Handy besitzen, sagen aus, dass es keine Regel darüber gibt, was mit dem Handy in der Nacht passiert. Aus Sicht der Eltern sind es allerdings nur halb so viele.

Fast alle Eltern geben an, dass zuhause Regeln zu Dauer, Zeitpunkt oder Inhalt verschiedener Medien bestehen oder sie eine Kontrolle dahingehend ausüben. Der Anteil der Kinder, die dies genauso einschätzen, ist kleiner. Die Kluft könnte damit erklärt werden, dass Kinder Regeln, die von den Eltern nicht konsequent durchgesetzt werden, nicht als solche empfinden. Zudem liegt die Vermutung nahe, dass an der Befragung eher Eltern mitgemacht haben, in deren Haushalten es Regeln gibt.

Wie die Eltern, so die Kinder – ausser bei den Videogames

Das Sprichwort „Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm“ trifft auch auf die Mediennutzung von Eltern und ihren Kindern zu: Eltern und Kinder beeinflussen sich in ihrer Mediennutzung gegenseitig und nutzen oft die gleichen Medien ähnlich häufig. Als Familienmedien, die häufig sowohl von Eltern als auch Kindern genutzt werden, kann man Musik hören, Fernsehen und Bücher lesen bezeichnen. Auch Sport machen, Freunde treffen und natürlich etwas mit der Familie unternehmen wird ähnlich häufig von Kindern und Eltern ausgeübt. Radio, Handy und Internet werden häufiger von den Erwachsenen genutzt, während Heftchen und Comics, DVDs und Videos und vor allem Games bei den Kindern beliebter sind.

Bei den Games scheiden sich die Geister zwischen den Eltern und den Kindern besonders stark. Während 61 % der Kinder mindestens einmal pro Woche Games spielen, geben nur wenige Eltern an, dass sie manchmal mit ihren Kindern gemeinsam gamen (17 % mind. einmal pro Woche). Den Games wird im Vergleich zu anderen Medien auch nur von wenigen Eltern ein positiver Einfluss auf das Kind attestiert. Am positivsten werden Bücher und Musik beurteilt. Auch bei der Beurteilung, wie wichtig verschiedene Medien für die Eltern selbst sind, landen Games auf dem letzten Platz. Besonders wichtig sind für die Mehrheit der Eltern dafür Internet und Bücher, dicht gefolgt vom Handy.

Musik, Handy, Internet, Radio und Fernsehen gehören zum Alltag der Eltern und werden von einer grossen Mehrheit der Eltern mehrmals pro Woche genutzt. Bei den Eltern lassen sich bei der Mediennutzung verschiedene Unterschiede hinsichtlich Alter, Bildungsniveau und Herkunft feststellen.

Medien-Sorgenbarometer

Mehr als der Hälfte der Eltern bereiten Medieninhalte Sorgen, wenn es um die Mediennutzung ihrer Kinder geht. Gewalt und Pornografie sind die beiden am häufigsten erwähnten Themen. Dabei fällt auf, dass sich Eltern vor allem wegen Online-Inhalten sorgen, während Kinder bisher häufiger mit Fernsehinhalten negative Erfahrungen machten. Am zweithäufigsten sorgen sich Eltern über ihre elterliche Rolle im Zusammenhang mit Neuen Medien (Erziehungsaspekte wie Regeln/Kontrolle). Mögliche negative soziale oder emotionale Effekte der Mediennutzung wurden ebenfalls oft als Sorge genannt. Auch die Dauer der Mediennutzung und das Suchtpotential verschiedener Medien bergen in den Augen von Eltern problematisches Potenzial.

Kinder machen jedoch sowohl mit Fernseh- wie auch mit Internetinhalten deutlich mehr positive Erfahrungen als negative. Da sie den Fernseher häufiger nutzen als das Internet, werden positive wie auch negative Erfahrungen damit auch häufiger berichtet.

Altersempfehlungen für Medieninhalte sind den meisten befragten Eltern bekannt. Fast alle Eltern (93 %) kennen die Empfehlungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft FSK bei Filmen und/oder DVDs, 75 % kennen die Empfehlungen im Fernsehen (Hinweise oder roter Balken) und 66 % kennen die Empfehlungen der Pan-European Game Information PEGI bei Games. Am striktesten eingehalten werden gemäss den Eltern die Empfehlungen bei Filmen im Kino, am wenigsten strikt die Empfehlungen im Fernsehen. Die grosse Mehrheit der Eltern schätzt die FSK- und PEGI-Empfehlungen als eher oder sehr hilfreich ein.

Medienkompetenz schon im Primarschulalter wichtig

Auch im Internet-Zeitalter dominiert bei jüngeren Kindern das Fernsehen die Mediennutzung, aber insbesondere Handys üben eine starke Faszination auf die grosse Mehrheit der Kinder aus. Ungefähr ab zehn Jahren nimmt die Mediennutzung bei Kindern sprunghaft zu. Eltern machen sich zwar Sorgen um Medieninhalte, viele Familien haben jedoch Regeln eingeführt und ihnen sind Altersempfehlungen wie die der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft FSK bekannt.

Obwohl die Mediennutzung der Primarschulkinder im Fokus der MIKE-Studie steht, zeichnet die Studie auch ein Bild über den Umgang mit Medien innerhalb von Familien in der Schweiz und beleuchtet Einstellungen und Sorgen der Eltern im Zusammenhang mit dem Themenbereich Medien. Die Ergebnisse zeigen die Bedeutung der Familie als Sozialisationsinstanz in diesem Altersbereich auf. Eigenschaften der Familie wie Bildungsniveau oder Herkunft haben einen massgeblichen Einfluss auf die Mediennutzung der Kinder. Primarschülerinnen und -schüler nutzen häufig die gleichen Medien wie ihre Eltern, wobei sie den Umgang mit Medien in erster Linie über das Beobachten und Imitieren von Eltern und Bezugspersonen erlernen. Eltern sollten sich dieser Vorbildrolle und ihres Einflusses bewusst sein; zu den elterlichen Aufgaben gehört auch die aktive Auseinandersetzung mit Neuen Medien. Dass das Thema Mediennutzung im Primarschulalter ein für die Eltern wichtiges Thema ist, zeigt auch die erfreulich hohe Rücklaufquote von 60 % bei den Elternfragebögen.

Die Primarschulzeit ist eine intensive Zeit, was die Aneignung von neuen Medientätigkeiten anbelangt. Im Laufe der Primarschule werden einige neue Medien ins kindliche Repertoire aufgenommen, insbesondere auch Internet und Handy. Am Ende der Primarschulzeit wird das Internet von praktisch allen Kindern genutzt. Dies verdeutlicht, dass die Förderung von Medienkompetenz bereits im frühen Primarschulalter von grosser Wichtigkeit ist.

11 Literatur

- Aregger, J. & Steinmann, M. (1989). *Kinder als Radio- und Fernsehpublikum*. Bern: SRG Forschungsdienst.
- Becker, R., Wilks, A., Brownrigg, R. & Minka, T. (2015). *maps: Draw Geographical Maps*. R package version 2.3-11.
- Begert, R. & Steinmann, M. (1997). *Kinder und Medien in der Schweiz: die Bedeutung der Medien im Alltag der 5 bis 14-jährigen Kinder*. Bern: SRG Forschungsdienst.
- BFS (2007). *Die Einkommens- und Verbrauchserhebung mit neuer Methode*. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abgerufen von: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/news/publikationen.html?publicationID=2705>
- BFS (2015a). *Bilanz der ständigen Wohnbevölkerung nach Bezirken und Gemeinden*. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abgerufen von: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/02/blank/data/01.html>
- BFS (2015b). *STAT-TAB interaktive Datenbank: Bevölkerung*. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abgerufen von: https://www.pxweb.bfs.admin.ch/default.aspx?px_language=de
- BFS (2015c). *Website Statistik Schweiz: Ausländische Bevölkerung: Staatsangehörigkeit*. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abgerufen von: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/07/blank/key/01/01.html>
- BFS (2015d). *Website Statistik Schweiz: Kennzahlen Fernsehnutzung*. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abgerufen von: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.16010305.160105.html>
- BFS (2015e). *Website Statistik Schweiz: Kennzahlen Radionutzung*. Bundesamt für Statistik, Neuchâtel. Abgerufen von: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/03/key/ind16.indicator.16010303.160105.html>
- Bivand, R. & Lewin-Kohl, N. (2015). *maptools: Tools for Reading and Handling Spatial Objects*. R package version 0.8-36.
- Bivand, R., Pebesma, E. & Gomez-Rubio, V. (2013). *Applied spatial data analysis with R*. New York: Springer.
- Bourdieu, P. (1983). *Die feinen Unterschiede. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Currie, C., Molcho, M., Boyce, W., Holstein, B., Torsheim, T. & Richter, M. (2008). Researching health inequalities in adolescents: The development of the Health Behaviour in School-Aged Children (HBSC) Family Affluence Scale. *Social Science & Medicine*, 66, 1429-1436.
- Durand, D., Landmann, N., Piosczyk, H., Holz, J., Riemann, D., Voderholzer, U. & Nissen, C. (2012). Auswirkungen von Medienkonsum auf Schlaf bei Kindern und Jugendlichen. *Somnologie - Schlaforschung und Schlafmedizin*, 16(2), 88-98.
- Facebook (2015). Erklärung der Rechten und Pflichten. Zugriff am 01.09.2015, abgerufen von https://de-de.facebook.com/legal/terms?locale=de_DE.
- Feierabend, S., Karg, U. & Rathgeb, T. (2012). *KIM-Studie 2012: Kinder + Medien, Computer + Internet*. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs), Stuttgart.

- Feierabend, S., Plankenhorn, T. & Rathgeb, T. (2014). *KIM-Studie 2014: Kinder + Medien, Computer + Internet.*, Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs), Stuttgart.
- Fellows, I. (2014). *wordcloud: Word Clouds*. R package version 2.5.
- FSK (2015). Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft. Zugriff am 01.09.2015, abgerufen von <https://www.spio-fsk.de/?seitid=508&tid=72>.
- Grolnick, W. S. & Pomerantz, E. M. (2009). Issues and challenges in studying parental control: Toward a new conceptualization. *Child Development Perspectives*, 3(3), 165-170.
- Hermida, M. (2013). *EU Kids Online: Schweiz*. Zürich: IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.
- Huth, R. & Weishaupt, H. (2009). Bildung und hochkulturelle Freizeitaktivitäten. *Journal for Educational Research*, 1(1), 224-240.
- Instagram (2015). Terms of Use. Zugriff am 01.09.2015, abgerufen von <https://instagram.com/about/legal/terms/>.
- Jänsch, A. & Schneekloth, U. (2013). Die Freizeit: vielfältig und bunt, aber nicht für alle Kinder. In W. V. D. e.V. (Hrsg.), *Kinder in Deutschland*. Weinheim Basel: Beltz Verlag.
- Könen, T., Dirk, J. & Schmiedek, F. (2015). Cognitive benefits of last night's sleep: daily variations in children's sleep behavior are related to working memory fluctuations. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 56(2), 171-182.
- Lamprecht, M., Fischer, A. & Stamm, H. P. (2014). *Sport Schweiz. Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung*. Bundesamt für Sport BASPO, Magglingen.
- Lemola, S., Perkinson-Gloor, N., Brand, S., Dewald-Kaufmann, J. F. & Grob, A. (2014). Adolescents' electronic media use at night, sleep disturbance, and depressive symptoms in the smartphone age. *Journal of youth and adolescence*, 44(2), 405-418.
- Lucas, J. (2013). *Die Bibliothek als Ort der interkulturellen Begegnung*. Wiesbaden: Dinges & Frick.
- Lumley, T. (2010). *Complex Surveys. A Guide to Analysis Using R*. Hoboken: Wiley.
- Lumley, T. (2014). *Survey: Analysis of complex survey samples*: R package version 3.30.
- Manz, K., Schlack, R., Poethko-Müller, C., Mensink, G., Finger, J. & Lampert, T. (2014). Körperlich-sportliche Aktivität und Nutzung elektronischer Medien im Kindes- und Jugendalter. Ergebnisse der KiGGS-Studie – Erste Folgebefragung (KiGGS Welle 1). *Bundesgesundheitsblatt*, 57, 840-848.
- Mogel, H. (2008). *Psychologie des Kinderspiels*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Oerter, R. & Montada, L. (2008). *Entwicklungspsychologie*. Weinheim: Beltz.
- PEGI (2015). PEGI Pan European Game Information. Zugriff am 01.09.2015, abgerufen von <http://www.pegi.info/ch>.
- R Core Team (2015). *R: A language and environment for statistical computing*. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. Abgerufen von: <http://www.R-project.org/>
- Saxer, U., Bonfadelli, H. & Hättenschwiler, W. (1980). *Die Massenmedien im Leben der Kinder und Jugendlichen: eine Studie zur Mediensozialisation im Spannungsfeld von Familie, Schule und Kameraden*. Zug: Klett & Balmer.

- Schnohr, C. W., Kreiner, S., Due, E., Currie, C., Boyce, W. & Diderichsen, F. (2008). Differential item functioning of a family affluence scale: validation study on data from HBSC 2001/02. *Social Indicators Research*, 89(1), 79-95.
- Schulz, P. J. & Camerini, A. (laufende Studie). *MEDIATICINO – Electronic media consumption and well-being of adolescents in Ticino*. Università della Svizzera italiana, Lugano. Abgerufen von: <http://search.usi.ch/projects/666/MEDIATICINO-Electronic-media-consumption-and-well-being-of-adolescents-in-Ticino>
- Steinmann, M. (1972). *Kind und Fernsehen. Eine Studie über das Fernseh- und Freizeitverhalten der Kinder in der Schweiz*. Bern: SRG Publikumsforschung.
- Süss, D. (2004). *Mediensozialisation von Heranwachsenden. Dimensionen - Konstanten - Wandel*. Wiesbaden: VS Verlag.
- WhatsApp (2015). Terms of Service. Zugriff am 01.09.2015, abgerufen von <http://www.whatsapp.com/legal/>.
- Wickham, H. (2007). Reshaping Data with the {reshape} Package. *Journal of Statistical Software*, 21(12), 1-20.
- Wickham, H. (2009). *ggplot2: elegant graphics for data analysis*. New York: Springer.
- Wickham, H. (2011). The Split-Apply-Combine Strategy for Data Analysis. *Journal of Statistical Software*, 40(1), 1-29.
- Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A.-L. & Süss, D. (2014). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.
- Willemse, I., Waller, G. & Süss, D. (2010). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.
- Willemse, I., Waller, G., Süss, D., Genner, S. & Huber, A.-L. (2012). *JAMES - Jugend, Aktivitäten, Medien - Erhebung Schweiz*. Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Zürich.

Von den Autoren der MIKE-Studie verfasst:

Ratgeber MEDIENKOMPETENZ der ZHAW und dem Bundesprogramm „Jugend und Medien“ mit *Tipps zum sicheren Umgang mit digitalen Medien für Eltern und alle, die mit Kids zu tun haben*

Kinder und Jugendliche wachsen in einer reichhaltigen Medienwelt auf. Eltern und Lehrpersonen fühlen sich oft unsicher oder überfordert und fragen sich: Wie viel Medienzeit und welche Medieninhalte sind gut für die Kinder? Was tun bei Cybermobbing oder Onlinesucht?

Im Ratgeber MEDIENKOMPETENZ hat das medienpsychologische Forschungsteam der ZHAW häufig gestellte Fragen von Eltern und anderen Bezugspersonen von Kindern und Jugendlichen zusammengetragen und auf einer wissenschaftlichen Basis beantwortet. Der Ratgeber ist eine vollständig überarbeitete Version der ZHAW-Broschüre «FAQ Medienkompetenz – Häufig gestellte Fragen zu Chancen und Risiken von Medien» und wird seit 2013 gemeinsam mit dem Bundesprogramm Jugend und Medien des Eidgenössischen Departements des Innern herausgegeben.

Kostenlose Bestellung als Broschüre sowie **PDF-Download** der 4. Auflage in deutsch, französisch und italienisch unter www.jugendundmedien.ch und www.zhaw.ch/psychologie/medienkompetenz. Der dazugehörige **Flyer** mit den 10 goldenen Regeln der Medienerziehung ist in 16 Sprachen erhältlich.



Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Angewandte Psychologie

Pfingstweidstrasse 96
Postfach 707
CH-8037 Zürich

Telefon +41 58 934 83 10
Fax +41 58 934 83 39

E-Mail info.psychologie@zhaw.ch
Web www.zhaw.ch/psychologie