

Medienmitteilung vom 7. Juni 2018

ZHAW Departement Angewandte Psychologie in Kooperation mit Swisscom

## Tablet & Co. zum Kinderhüten

**Obwohl digitale Medien auf Kinder im Vorschulalter eine starke Faszination ausüben, spielen sie lieber mit Freunden. Dies zeigt die ADELE-Studie der ZHAW und Swisscom. Die Nutzungszeit der digitalen Geräte hängt stark von den Eltern ab. Darum sind Regeln im Umgang mit Medien sehr wichtig. Vor allem da Eltern Tablet & Co. auch häufig zur Beschäftigung der Kinder einsetzen, um den Haushalt erledigen zu können.**

Schweizer Kinder sind von digitalen Geräten fasziniert – und umgeben, da die Eltern im Alltag oft Smartphone, Tablet oder Laptop nutzen. Dennoch spielen digitale Medien bei vielen Tätigkeiten der Kinder im Vorschulalter keine Rolle. Müssten sie entscheiden, würden sie dem Spielen mit anderen Kindern meist den Vorrang geben. Dies zeigt die neue ADELE-Studie der ZHAW-Fachgruppe Medienpsychologie und Swisscom, die den Medienumgang von Kindern untersucht. Befragt wurden dazu schweizweit 24 Kinder im Alter von 4 bis 7 Jahren und ihre Eltern.

### Schreibkompetenz als natürliche Barriere

Die befragten Kinder spielen gerne miteinander, bewegen sich draussen oder lassen sich Geschichten vorlesen. Im Gegenzug schauen sie aber auch gerne Fernsehen und hören Musik. Zudem sind ihnen Videogames wichtig, die vor allem auf Konsolen wie X-Box® oder Playstation®, aber auch auf Tablets und Smartphones gespielt werden. Das Internet jedoch nutzen nur wenige Kinder unter acht Jahren. «Wegen der eingeschränkten Lese- und Schreibkompetenzen können Kinder bei Suchmaschinen noch keine Begriffe eingeben», sagt ZHAW-Medienpsychologe Gregor Waller. Allerdings umgehen einige Kinder diese Barriere, indem sie Sprachassistenten nutzen und sich so mit Hilfe von Sprachbefehlen durchs Netz navigieren. «Die Zugangsschwelle zum Internet wird immer niedriger. Vor zehn Jahren haben Touchscreens die Bedienung des Internets revolutioniert, heute sind es Sprachassistenten», so Waller.

### Eltern sind Vorbilder

Die meisten der befragten Kinder können einzelne Geräte wie CD-Player, Radio oder TV selbst einschalten, einen Kanal wechseln oder eine CD einlegen. Sie stossen dabei aber schnell an ihre Grenzen und werden dann von älteren Geschwistern oder den Eltern unterstützt. Rund die Hälfte der Kinder haben sich diese digitalen Fähigkeiten selbst beigebracht oder abgeschaut. Die Gründe für die Nutzung digitaler Medien sind vielfältig. Am wichtigsten scheint für die Kinder das soziale Umfeld zu sein. «Deshalb sind Eltern, ältere Geschwister und das Umfeld ausserhalb der Familie wichtige Vorbilder im Umgang mit Medien», sagt Gregor Waller. Aber auch Spass, Unterhaltung und Neugier sind wichtig. Zudem beeinflusst auch die Jahreszeit das



Mediennutzungsverhalten. Denn wenn es draussen kalt und nass ist, nutzen die Kinder im Vorschulalter vermehrt digitale Medien.

### **Digitale Medien als Ablenkung**

Viele Eltern setzen digitale Medien ein, um ihre Kinder zu beschäftigen, während sie Hausarbeiten erledigen. Ausserdem zeigt sich, dass die 4- bis 7-Jährigen nur wenig im Haushalt mithelfen. Viele Eltern schätzen den zunächst beruhigenden Effekt von digitalen Medien und setzen sie bewusst dann ein, wenn Kinder unruhig sind. Die Mehrheit greift auch auf informative Medieninhalte zurück und rund die Hälfte der Eltern setzen Lernsoftware und -Apps ein. Viele Eltern haben aber Angst vor dem hohen Suchtpotenzial der digitalen Medien. Zudem sorgen sie sich, dass ihre Kinder mit unpassenden Inhalten in Kontakt kommen könnten. Gregor Waller empfiehlt deshalb, Kinder beim Medienkonsum zu begleiten und zu beobachten. So können Eltern die Medieninhalte anpassen, wenn Kinder ängstlich reagieren. Etwa die Hälfte der befragten Familien schützen ihre digitalen Geräte vor allem mittels Passwort. «Das Geräte-Passwort sperrt das ganze Gerät. Mit Kinderschutzinstellungen kann man aber viel exakter nur bestimmte Inhalte sperren», sagt Michael In Albon, Jugendmedienschutz-Beauftragter bei Swisscom. «Dies ist auf allen gängigen Geräten, Plattformen und Betriebssystemen möglich.»

### **Zeit- und Häufigkeitsbeschränkungen üblich**

Fast alle der befragten Familien haben für die Mediennutzung ihrer Kinder im Alter von 4 bis 7 Jahren Regeln aufgestellt. Medien wie Hörbücher oder CDs dürfen die Kinder meist uneingeschränkt nutzen. Hingegen existieren in fast allen Familien Zeit- und Häufigkeitsbegrenzungen beim Fernsehen und bei Videos (z.B. bei YouTube). Meistens geben die Eltern klar definierte Zeitkontingente vor. Wie lange und wie regelmässig die Kinder die Medien nutzen dürfen, ist aber von Familie zu Familie verschieden. Diese Beschränkungen haben einen direkten Einfluss auf den Medienkonsum der Kinder, da sie meist nicht ohne elterliche Hilfe auskommen. Oft ist die Nutzung auch durch eingespielte Abläufe und Rituale in den Wochen- oder Tagesablauf eingebunden. Häufig erlassen Eltern ein generelles Verbot bezüglich digitaler Medien, und die Kinder müssen explizit fragen, wenn sie die Geräte nutzen möchten.

### **Eltern kontrollieren aktiv Mediennutzung**

Medienerziehung ist für Eltern ein ständiger Aushandlungsprozess, denn Kinder können sich in diesem Alter selbst noch keine zeitlichen Grenzen setzen. Regeln stehen zudem häufig in Konflikt mit dem Medienverhalten in anderen Familien. Eltern greifen meist dann ein, wenn sie das Gefühl haben, dass die Nutzung aus dem Ruder läuft. «Während die zeitliche Kontrolle gut durchsetzbar ist, sind Regeln bei Inhalten schwieriger», sagt Gregor Waller. «Deshalb schwanken viele Eltern zwischen aktiver und passiver Kontrolle.» Meist sind Eltern aber in Sicht- oder Hörweite, um Inhalte zu überwachen. Zudem kontrollieren sie die Mediennutzung auch, indem sie die Geräte verwalten und Inhalte auswählen. Den meisten Eltern ist es wichtig, eine klare Haltung zu haben und konsequent zu bleiben. Wenn sich die Kinder dennoch nicht von der digitalen Aktivität lösen können, wird nicht selten auch ein Verbot ausgesprochen.



**Angewandte  
Psychologie**

**Weitere Informationen unter:**

[www.zhaw.ch/psychologie/adele](http://www.zhaw.ch/psychologie/adele)

#adelestudie

[www.swisscom.ch/sei-medienstark](http://www.swisscom.ch/sei-medienstark)

**Kontakte:**

ZHAW Departement Angewandte Psychologie, +41 58 934 84 08, [tanja.vonrotz@zhaw.ch](mailto:tanja.vonrotz@zhaw.ch)

Swisscom AG, Mediendienst, 3050 Bern, +41 58 221 98 04, [media@swisscom.com](mailto:media@swisscom.com)

**ADELE-Studie**

In der ADELE-Studie (Akronym für Activités – Digitales – Education – Loisirs – Enfants) wird von der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften im Auftrag von Swisscom der Medienumgang von Kindern im Alter von 4 bis 7 Jahren untersucht. Dazu sind ausführliche Interviews mit 24 Kindern und ihren Eltern in der Deutschschweiz und der Romandie durchgeführt worden. Die Studie ermöglicht einen vertieften Einblick in verschiedene Einflussfaktoren des familiären Kontextes auf die Mediennutzung der Kinder und ergänzt die bisherigen MIKE- sowie JAMES-Studien, bei welchen es um Kinder- und Jugendliche von 6 bis 13 Jahren (MIKE) sowie 12 bis 19 Jahren (JAMES) geht.

**Departement Angewandte Psychologie der ZHAW**

Das ZHAW Departement Angewandte Psychologie ist das führende Kompetenzzentrum für wissenschaftlich fundierte Angewandte Psychologie in der Schweiz. Es besteht aus dem Psychologischen Institut und dem IAP Institut für Angewandte Psychologie. Mit dem Bachelor- und dem Masterstudiengang, dem Bereich Forschung & Entwicklung sowie dem Beratungs- und Weiterbildungsangebot wird wissenschaftlich fundiertes Wissen für Menschen und Unternehmen in ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld nutzbar gemacht. [www.zhaw.ch/psychologie](http://www.zhaw.ch/psychologie)

**Swisscom ist Kooperationspartnerin der ZHAW**

Swisscom engagiert sich seit vielen Jahren und mit verschiedenen Massnahmen für den Jugendmedienschutz und die Förderung der Medienkompetenz. So hat das Unternehmen seit 2001 über 6800 Schweizer Schulen kostenlos ans Internet angeschlossen und bietet verschiedene Kurse zur Förderung der Medienkompetenz für Eltern, Lehrpersonen und Schüler an. Swisscom ist zudem Auftraggeber der JAMES-Studie. Weitere Informationen zum Medienkompetenz-Engagement von Swisscom finden sich unter [www.swisscom.ch/sei-medienstark](http://www.swisscom.ch/sei-medienstark).