



Nutzungsverhalten

Kinderbücher und -magazine erreichen mehr 6- bis 13-Jährige als YouTube und Spielekonsolen.

Kinder vertrauen Printprodukten

Eine umfassende Studie hat das Nutzungsverhalten von Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren erforscht.

••• Von Michael Fiala

WIEN. Wie nutzen eigentlich Kinder heutzutage die Medien? Dieser Frage ist eine Studie in Deutschland nachgegangen und hat sehr interessante Ergebnisse zutage gefördert: 72 Prozent aller deutschen Kinder zwischen 4 und 13 Jahren lesen auch im digitalen Zeitalter mehrmals pro Woche von Papier. Das geht aus der Kinder-Medien-Studie 2017 hervor – der neuen repräsentativen Untersuchung des Medienkonsums und -nutzungsverhaltens von Kindern in Deutschland.

61 Prozent lesen Bücher

Der Studie zufolge schauen 61 Prozent der Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren mehrmals pro Woche in Bücher, 55 Prozent

lesen Kinderzeitschriften und Comics. Damit liegt das klassische Lesen gleichauf mit Freizeitbeschäftigungen wie Internet und Apps nutzen (62 Prozent) – und deutlich vor digitalen Unterhaltungsformen wie YouTube (34 Prozent), Spielekonsolen (28 Prozent) oder DVDs und Blu-Rays (15 Prozent). Im Vorschulalter (4 und 5 Jahre) spielen Internet/ Apps (4 Prozent) und YouTube (9 Prozent) praktisch noch keine Rolle. Neben Fernsehen (93 Prozent) und Radio (41 Prozent) sind es auch hier vor allem Printmedien wie Bücher (68 Prozent), Kinderzeitschriften und Comics (44 Prozent), mit denen sich der ganz junge Nachwuchs mehrheitlich auseinandersetzt.

Auffällig: Trotz der Konkurrenz durch neue Medien ist „Bücher und Zeitschriften lesen und

anschauen“ der Studie zufolge vom Vorschüler bis zum 13-jährigen Jugendlichen bei den Freizeitbeschäftigungen signifikant beliebter als „Digitale Spiele spielen“, „Chatten/Telefonieren“ oder „Filme ansehen“. Erheblichen Anteil am Erfolg des klassischen Lesematerials haben Kinderzeitschriften.

Kinder sind aber auch digital

Dennoch: Moderne Technik ist dabei Teil des Kinderlebens geworden. 37 Prozent der 6- bis 9-Jährigen besitzen bereits ein eigenes Smartphone oder Handy. Bei den 10- bis 13-Jährigen haben 84 Prozent ihr eigenes mobiles Endgerät. Unabhängig vom eigenen Handy verschicken die meisten 10- bis 13-Jährigen SMS (61 Prozent) oder WhatsApp-Nachrichten (68 Prozent), wobei

die Nutzung dieser Kommunikationskanäle mit zunehmendem Alter steigt. Auf Social-Media-Plattformen wie Facebook ist dagegen nur eine Minderheit (29 Prozent) der 10- bis 13-jährigen Kinder in Deutschland vertreten. Obwohl sie mit ihren Freunden übers Handy vernetzt sind, stecken Kinder einen Großteil ihres Taschengelds nach wie vor in den Kauf von Printmedien wie Zeitschriften, Magazine und Comics.

Abgesehen von Süßigkeiten, Eis und Knabbersachen gibt es in der Altersgruppe von 6 bis 13 Jahren keine andere Produktgruppe, in die der Nachwuchs mehr vom ersten eigenen Geld investiert. Interessant dabei: Jungen haben sowohl im Vorschulalter als auch im Alter bis 13 Jahren bereits mehr Geld zur Verfügung als jeweils gleichaltrige Mädchen.

Print wird mehr vertraut

Die wenigsten Kinder im Alter von 6 bis 9 Jahren dürfen übrigens eigenständig Apps downloaden (12 Prozent) oder ohne Aufsicht im Internet surfen (19 Prozent). Bei Büchern und Zeitschriften hat diese Altersgruppe dagegen schon mehrheitlich (63 Prozent) die Wahl, was sie lesen möchte.