

# Epidemiologische Daten zur Medien- und Computernutzung bei Kindern und Jugendlichen

Nadine Jukschat, Eva-Maria-Zenses, Florian Rehbein und Thomas Möble

1	Medienausstattung der Kinder und Jugendlichen .....	20
1.1	Medienausstattung im Haushalt .....	20
1.2	Medienausstattung im Kinder- und Jugendzimmer .....	21
2	Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen .....	22
2.1	Klassische Medien .....	23
2.2	Neue Medien .....	24
2.3	Die Domäne der Mädchen – Soziale Netzwerke und Kommunikation .....	25
2.4	Das Revier der Jungen – Computerspiele und Spielkonsolen ..	25
3	Zusammenfassung .....	27

Erinnern Sie sich noch an Ihre erste »BRAVO«? Daran, wie Sie etwas verschämt die Seiten mit den Ratschlägen von Dr. Sommer oder die Foto-Love-Story gelesen haben? Heute kaufen noch immer wöchentlich knapp 250 000 12- bis 17-Jährige diese Zeitschrift, schmökern darin, schwärmen, träumen von ihren Stars und tauschen die Geschichten mit ihren Freunden aus. Etwa 900 000 Leser erreicht die Zeitschrift jede Woche (BRAVO). Die BRAVO ist eine Konstante im Leben der deutschen Jugendlichen – seit der ersten Ausgabe im August 1956 –, wenngleich heute knapp eine Million weniger Hefte pro Ausgabe als zu den Hochzeiten verkauft werden. Inzwischen klicken sich die Jugendlichen auch online durch die BRAVO-Welt – von ihrem PC zu Hause oder mit dem Smartphone. Knapp dreieinhalb Millionen Visits und fast 90 Millionen Page-Impressions verzeichnete die IVW<sup>1</sup> im Juni 2013 für BRAVO.de (IVW).

Das Beispiel veranschaulicht zweierlei: Konstant sind Inhalte und Themen, mit denen Jugendliche sich beschäftigen. Die Wege, über die diese konsumiert und rezipiert werden, haben sich jedoch verändert.

Neben die klassischen Medien wie Zeitungen, Bücher, Fernsehen und Radio sind Computer, Handys und das Internet getreten und haben die Medienlandschaft massiv verändert. Die Medienwelt ist komplexer geworden. »Verstärkt lösen nun PC und Internet klassische Nutzungskontexte auf oder konstruieren sie neu, bieten multiple Zugänge« (Klingler 2008, S. 633). Der Computer und das Internet fungieren als Fernseher, Radio oder Zeitung, werden aber auch für

1 IVW = Informationsgesellschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., [www.ivw.de](http://www.ivw.de)

reine Web-Angebote (wie Wikipedia oder Blogs) genutzt. Mobile Endgeräte verändern die Mediennutzung: Per MP3-Player oder über das Handy sind Radio- und Musikhören unterwegs möglich, selbstgedrehte Filme oder Fotos können vom Fotohandy aus direkt verschickt werden, mit dem Laptop oder per Smartphone kann ständig und überall der eigene Status in Sozialen Netzwerken gepostet oder getwittert werden. Jeder ist potenziell immer erreichbar. Ein Wandel, der nicht ohne Folgen für die Mediennutzer bleibt, vor allem auch für Kinder und Jugendliche. Sie gehören zu den Bevölkerungsgruppen, die neue Entwicklungen in der Regel überdurchschnittlich schnell adaptieren und ihren persönlichen Bedürfnissen anpassen. Sie »lernen schon früh in ihrer eigenen Biografie den Umgang mit Technologien, die sie in der Regel dann ein Leben lang begleiten – Aneignungsprozesse, die älteren Generationen in der Regel schwerer fallen oder nicht mehr gelingen« (Klingler 2008, S. 625).

## 1 Medienausstattung der Kinder und Jugendlichen

In Deutschland existieren zur Medienausstattung und -nutzung von Kindern und Jugendlichen nur wenige repräsentative und kontinuierlich durchgeführte Studien. Um vergleichbare und aktuelle Zahlen zu präsentieren, wird in diesem Kapitel vorwiegend auf Daten aus den KIM- und JIM-Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest<sup>2</sup> sowie aus den Schülerbefragungen des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen (KFN) zurückgegriffen.

Vergleicht man die Zahlen zur Medienausstattung der Kinder und Jugendlichen heute mit denen vor rund zehn Jahren, so zeigt sich der Wandel vor allem in Bezug auf Computer und Internet sowie Handys. Die Ausstattung mit Radios, Fernsehern sowie Musikabspielgeräten ist über die Jahre nahezu konstant geblieben. Diese Geräte waren schon vor zehn Jahren in nahezu jedem Haushalt verfügbar, allerdings wurden sie über die Zeit zum Teil durch technische Neuerungen ersetzt. So löste beispielsweise der CD-Player den Kassettenrecorder oder der MP3-Player den Discman ab.

### 1.1 Medienausstattung im Haushalt

Über einen Computer verfügte im Jahr 1999 nur etwa die Hälfte der Haushalte mit Kindern im Alter von 6 bis 13 Jahren und nur 8 % der Haushalte hatte einen Internetanschluss. Rund 44 % verfügten über eine Spielkonsole (KIM 1999). Gut ein Jahrzehnt später zeigt sich ein deutlich anderes Bild: In 95 %

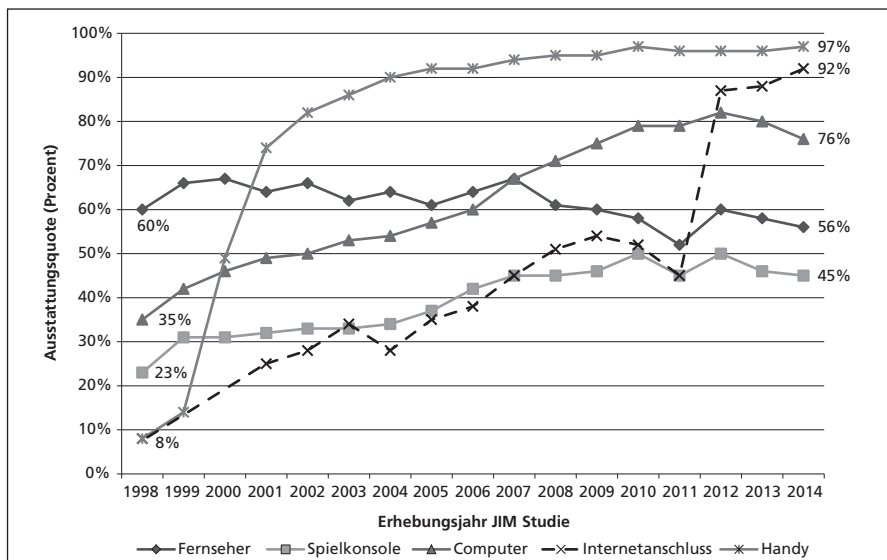
---

2 Alle KIM- und JIM-Studien von 1998 bis 2014 sind im Internet unter <http://www.mpfs.de> abrufbar. Hauptautoren dieser Studienreihen sind Feierabend, Klingler, Rathgeb und Karg.

der Haushalte ist nun ein Computer vorhanden, 96 % verfügen über einen Internetzugang und 75 % besitzen eine Spielkonsole (KIM 2012).

Für die Haushalte mit Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren zeigt sich ebenfalls eine steigende Tendenz: 1998 gab es in 78 % dieser Haushalte einen PC (Klingler 2008) und etwa jeder Dritte PC-Nutzer mit Computer zu Hause hatte auch Zugang zum Internet (JIM 1998). Eine Spielkonsole existierte in 43 % der Haushalte (Klingler 2008). 2014 sind so gut wie in allen Familien ein Computer sowie Internet vorhanden, eine feste Spielkonsole gibt es in drei Viertel der Haushalte (JIM 2014).

## 1.2 Medienausstattung im Kinder- und Jugendzimmer



**Abb. 1:** Ausstattung von Jugendzimmern (12–19-Jährige) mit Bildschirmmediengeräten, Handy und Internetzugang von 1998 bis 2014 (JIM 1998; 1999; 2000; 2001; 2002; 2003; 2004; 2005; 2006; 2007; 2008; 2009; 2010; 2011; 2012; 2013; 2014)\*.

\* Für die Jahre 1998, 1999 und 2000 sind aus den einzelnen JIM-Studien keine Angaben zum Internetanschluss im Jugendzimmer zu entnehmen. Zur Veranschaulichung wurde für das Jahr 1998 die Haushaltsausstattung mit Internetanschlüssen in die Grafik einbezogen (Statistisches Bundesamt 2005, S. 139). Es ist jedoch davon auszugehen, dass unter den Haushalten mit Jugendlichen deutlich mehr über einen Internetanschluss verfügten als in der Gesamtgesellschaft. Realistisch erscheinen für 1998 Zahlen von etwa 20 %, verlässliche Daten hierzu liegen jedoch nicht vor. Der Einbruch beim Internetanschluss 2010/2011 und der drastische Anstieg 2012 sind durch veränderte technische Möglichkeiten des Zugangs zu erklären. Durch eine Änderung der Frage nach dem Internetzugang im eigenen Zimmer ergeben sich für 2012 deutlich höhere Werte.

Diese Daten zeigen bereits, dass Kinder und Jugendliche heute mehr denn je auch in einer Medienwelt aufwachsen. Noch deutlicher wird dies beim Blick in

die Kinder- und Jugendzimmer (► **Abb. 1**). Die Ausstattung mit eigenen Mediengeräten setzt bereits im Vorschulalter ein. Hier verfügten 2012 immerhin 3 % der 2- bis 5-Jährigen über einen eigenen Fernseher. Genauso viele Vorschulkinder besaßen eine eigene feste und 5 % sogar eine tragbare Spielkonsole. Immerhin 7 % hatten einen eigenen (Kinder-)Computer (Karg 2014).

Die Kinderzimmer der 6- bis 13-Jährigen sind 2012 medial deutlich besser ausgestattet als noch zehn Jahre zuvor. Das beliebteste Gerät ist mit einer Verbreitung von 51 % die Spielkonsole (KIM 2012), 1999 lag die Ausstattungsquote hierfür noch bei 28 %. Ein Fernseher findet sich inzwischen in 36 % der Kinderzimmer (1999: 29 %) (KIM 1999, 2009). Einen Computer gibt es im Kinderzimmer 2012 bei 21 % (1999: 11 %) (KIM 1999, 2012). Deutlich zugenommen hat die Zahl der Kinder, die ein eigenes Handy besitzen: von 6 % im Jahr 2000 (KIM 2000) auf etwa 50 % im Jahr 2012 (KIM 2012). Außerdem haben inzwischen 7 % der Kinder ein Smartphone (KIM 2012).

Im Jugendzimmer hat sich seit Ende der 1990er Jahre die Ausstattung mit Computern und Spielkonsolen mehr als verdoppelt. 35 % der Jugendlichen besaßen 1998 einen eigenen PC und knapp ein Viertel eine Spielkonsole (JIM 1998). 2014 haben fast 80 % der Jugendlichen einen eigenen PC und gut 90 % der Jugendlichen verfügen über einen eigenen Internetzugang (JIM 2014). Besonders eindrucksvoll ist die Veränderung bei den Mobiltelefonen: Besaß 1998 nicht einmal jeder zehnte Jugendliche ein eigenes Handy (JIM 1998), telefoniert und simst 2014 nahezu jeder Jugendliche, fast 90 % davon mit einem Smartphone. Die Ausstattungsquote mit Fernsehgeräten hingegen ist in den vergangenen Jahren mit ca. 60 % bei den Jugendlichen weitestgehend konstant geblieben (JIM 1998, 2014).

## 2 Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen

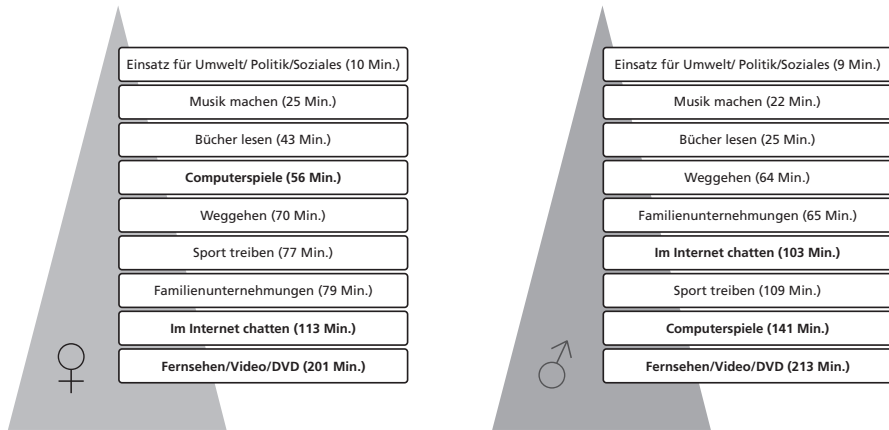
Die Veränderung in Bezug auf die Ausstattung mit technischen Geräten kann nicht ohne Folgen für die Mediennutzung der Kinder und Jugendlichen bleiben.<sup>3</sup> Schaut man sich beispielsweise das Freizeitverhalten von 15-jährigen Jugendlichen an, zeigt sich, dass Bildschirmmedien im Vergleich zu anderen Freizeitaktivitäten den Alltag zeitlich dominieren. Wie erwartet stehen Internet- und Computerspiele hoch im Kurs, noch bedeutsamer sind jedoch Fernsehen und Filme (Rehbein et al. 2009).

Besonders bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass das Buch über all die Jahre – allen kulturpessimistischen Prognosen zum Trotz – nicht an Bedeu-

3 Zu bedenken ist bei allen Daten zur Medienausstattung und -nutzung, dass diese stark vom sozioökonomischen Status sowie dem Bildungsniveau der Eltern abhängig sind, wobei diese Unterschiede sich mit zunehmenden Alter der Jugendlichen verringern (vgl. Mößle et al. 2007; 2010).

tung verloren hat. Der Anteil der regelmäßigen Buchleser liegt laut JIM-Studie 2014 bei den 12- bis 19-Jährigen mit 40 % ähnlich hoch wie 1998, zu Beginn der Studienreihe (JIM 2014). Und immerhin lesen die 15-Jährigen täglich. Jedoch zeigt sich hierbei ein deutlicher Geschlechtsunterschied (Mädchen: 43 Min.; Jungen: 25 Min.; Rehbein et al. 2009; für detailliertere Informationen ► Abb. 2).

## 2.1 Klassische Medien



**Abb. 2:** Das Freizeitbudget eines Neuntklässlers nach Geschlecht im Tagesdurchschnitt\* geordnet nach häufigster Tätigkeit in Minuten (n = gewichtete Daten, aus Rehbein et al. 2009).

\* Basierend auf den Angaben zur Beschäftigungsdauer an Schul- und Wochenendtagen wurde ein täglicher Beschäftigungsindex gebildet, indem die Beschäftigungszeiten an Werktagen fünffach gewichtet, die Angaben an Wochenendtagen zweifach gewichtet wurden und die Zwischensumme durch die Anzahl der Wochentage dividiert wurde. Zu beachten ist darüber hinaus, dass Freizeitaktivitäten wie beispielsweise Fernsehen zeitgleich mit anderen Aktivitäten ausgeführt werden.

Klassische Medien spielen im Leben der Kinder und Jugendlichen weiterhin eine Rolle. Wie schon 1999 sahen auch 2012 fast alle in der KIM-Studie befragten Kinder täglich oder mindestens mehrmals in der Woche fern (KIM 1999, 2012). Für die Jugendlichen gilt Ähnliches: 1998 sahen 95 % der Jugendlichen täglich oder mindestens mehrmals in der Woche fern (JIM 1998), 2014 sind es immer noch 83 % (JIM 2014). Leicht rückläufig ist die Radionutzung innerhalb der vergangenen zehn Jahre. Sie ging bei den Kindern zwischen 1999 und 2012 von 65 auf 59 % zurück (KIM 1999, 2012). Nutzten 1998 noch 85 % der Jugendlichen mindestens mehrmals in der Woche das Radio, waren es 2014 noch 73 % (JIM 1998, 2014). Konstant über die Jahre blieb die Tonträgernutzung. Allerdings änderten sich hier die technischen Empfangswege. So wurden MP3s wichtiger als der klassische Bereich der Musik-CDs oder -Kassetten. Der Printmedien-Konsum ist bei den Kindern stark gesunken. Sie lesen

2012 deutlich seltener Zeitungen (2012: 7 %; 1999: 22 %) und Zeitschriften (2012: 35 %; 1999: 47 %) als noch gut zehn Jahre zuvor (KIM 1999, 2012). Veränderungen in der Printnutzung zeigen sich auch für die Jugendlichen. 1998 lag die Zahl derjenigen, die Zeitungen zumindest mehrmals in der Woche lasen, bei 59 %. 16 Jahre später sind es nur noch 32 %. Noch höher fällt der Rückgang bei den Zeitschriften aus. 1998 gaben 49 % der Jugendlichen an, zumindest mehrmals in der Woche Zeitschriften zu lesen, 2014 sind dies nur noch 21 %. Dafür lesen die Jugendlichen heute eher online (Zeitungen 14 %, Zeitschriften: 13 %) (JIM 1998, 2014).

## 2.2 Neue Medien

Der heutige Medienalltag der Kinder und Jugendlichen unterscheidet sich von dem vor zehn Jahren vor allem durch die Integration neuer Technologien und Medien. Der Computer und das Internet haben die Mediennutzung revolutioniert, ihr potenzielles Anwendungsspektrum ist extrem breit gefächert: So helfen Computer und Internet heute beispielsweise bei den Hausaufgaben, sind Informationsquelle und Arbeitsmittel, dienen der Entspannung und Unterhaltung oder sind wichtige Kommunikationsplattformen.

Der Anteil der 6- bis 13-jährigen Computernutzer, die den PC mindestens mehrmals in der Woche nutzen, stieg laut KIM-Studie von 67 % im Jahr 1999 (KIM 1999) auf 86 % im Jahr 2012 (KIM 2012). Im Internet surfen 1999 nur 4 % der Kinder mindestens einmal pro Woche (KIM 1999). 2012 sind es 85 % (KIM 2012). Täglich oder zumindest mehrmals in der Woche nutzte 1998 nur knapp jeder zweite Jugendliche einen Computer und nur 5 % das Internet (JIM 1998). Heute fallen Computer- und Internetnutzung mehr oder weniger zusammen: 94 % der Jugendlichen nutzen diese Medien mindestens wöchentlich (JIM 2014).

Dabei weisen Jungen und Mädchen unterschiedliche Nutzungsprofile auf – und das über alle Altersgruppen hinweg. So arbeiten beispielsweise 6- bis 13-jährige Mädchen häufiger am Computer für die Schule und nutzen stärker Lernprogramme, sie schreiben häufiger Texte und malen oder zeichnen mehr (KIM 2012). Bei den im Rahmen der JIM-Studie befragten 12- bis 19-jährigen Mädchen steht die Kommunikation im Zentrum der Beschäftigung mit dem PC (JIM 2014). Die Jungen unterscheiden sich durch eine sehr viel stärkere Fokussierung auf Spiele. Sie spielen sowohl häufiger als auch länger als die Mädchen. Insgesamt steigt die Nutzung von Computerspielen von den 6- bis 7-Jährigen zu den 12- bis 13-Jährigen an und sinkt mit zunehmendem Alter wieder (KIM 2012; JIM 2014). In diesem Alter weitet sich das gesamte Anwendungsspektrum des Computers aus. So steigt beispielsweise der Nutzungsanteil für die Recherche und Informationssuche (JIM 2014).

## 2.3 Die Domäne der Mädchen – Soziale Netzwerke und Kommunikation

Mit Sozialen Netzwerken wie »SchülerVZ« (gegründet im Februar 2007) oder der internationalen Variante »Facebook« (gegründet im Februar 2004) entstand in den vergangenen Jahren eine völlig neue Form der Kommunikation. Benutzer erstellen auf diesen Plattformen eine eigene Profilseite, auf der sie sich vorstellen und Fotos oder Videos hochladen können. Einmal angemeldet, können sie »Freunde« suchen, sich mit ihnen vernetzen, thematische Gruppen gründen und sich persönliche Nachrichten schicken oder chatten. Auf der sog. Pinnwand können Besucher öffentlich sichtbare Nachrichten hinterlassen. Die Netzwerke sind Kontaktbörse, Kalender und Tagebuch. Und sie ermöglichen eine neue Form zwischenmenschlichen Austauschs, die in den vergangenen Jahren vor allem bei den Jugendlichen enorm an Popularität gewonnen, inzwischen jedoch eine gewisse Sättigung erreicht hat. 63 % (Mädchen: 63 %; Jungen: 63 %) der 12- bis 19-jährigen Internet-Nutzer besuchen laut JIM-Studie mindestens einmal pro Woche ein soziales Netzwerk, das ist in der Regel Facebook (69 %). Etwa 27 % der Jugendlichen verweigern sich den Sozialen Netzwerken völlig. Im Zentrum stehen dabei Tätigkeiten wie das regelmäßige Verschicken von Nachrichten (69 %), Chatten (67 %) oder das Bekunden von Sympathie für Einträge anderer Nutzer via Gefällt mir-Button (64 %). Insgesamt fällt auf, dass sich die Onlinekommunikation zusehends auf mobile Endgeräte verlagert. So lässt sich auch der Siegeszug des Kommunikationsdienstes WhatsApp erklären, mit dem ebenso Nachrichten, Bilder und Ähnliches ausgetauscht werden können. Mittlerweile gehört dieser Dienst wie selbstverständlich zum Alltag der Jugendlichen. 94 % haben diese App auf dem Handy installiert. Durchschnittlich wird sie 26-mal täglich genutzt. 22 % nutzen sie sogar mehr als 50-mal pro Tag (JIM 2014).

Nicht nur für die Jugendlichen spielen die Sozialen Netzwerke eine Rolle. Auch für die Kinder haben sie Relevanz. Laut KIM-Studie sind 44 % der Kinder 2012 Mitglied in einer Online-Community (55 % Facebook, 46 % SchülerVZ). Die Mädchen sind hier etwas aktiver (49 %) als Jungen (40 %) (KIM 2012).

## 2.4 Das Revier der Jungen – Computerspiele und Spielkonsolen

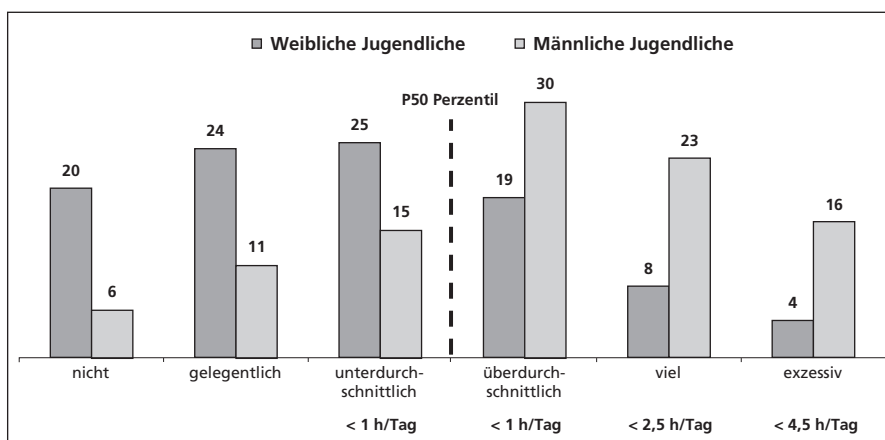
Neben den Sozialen Netzwerken wird die öffentliche Debatte rund um Computer und Internet immer wieder stark vom Thema »Spiele« beherrscht. Die Vielfalt der Computer- und Videospiele auf dem Markt ist enorm. Dies spiegelt sich auch in der Zahl der Prüfverfahren durch die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) wider, die neuerscheinende Computerspiele hinsichtlich ihrer Jugendgefährdung prüft und Altersfreigaben vergibt. 2013 etwa führte sie 2088 solcher Verfahren durch (USK 2014). Das Spektrum der heutigen Computerspiele reicht von einfach strukturierten Denkspielen und Brettspielumset-

zungen über anspruchsvolle Management- und Strategiespiele bis hin zu komplexen Rollenspielen und gewalthaltigen Ego-Shootern. Viele Spiele können seit dem Siegeszug des Internets mit anderen gemeinsam online gespielt werden und sind dadurch noch vielschichtiger und reizvoller geworden.

Ganz besondere Anziehungskraft üben die Spiele offensichtlich auf männliche Kinder und Jugendliche aus: In der Gruppe der 6- bis 13-Jährigen spielen 76 % der Jungen (und 55 % der Mädchen) mindestens einmal pro Woche Computer- oder Konsolenspiele (KIM 2012). Betrachten man die traditionellen Spiel-Optionen, so nutzen insgesamt 45 % der Jugendlichen regelmäßig elektronische Spiele (Jungen: 70 %, Mädchen: 17 %) (JIM 2014).

Die Jungen spielen nicht nur öfter, sondern auch intensiver als die Mädchen. So geben bezogen auf die Grundgesamtheit der Spieler 37 % der 6- bis 13-jährigen Jungen an, täglich mehr als eine Stunde zu spielen. Bei den Mädchen sind dies nur 23 % (KIM 2012). Auch bei den 12- bis 19-Jährigen spielen die Jungen deutlich länger: Unter der Woche kommen sie auf durchschnittlich 105 Minuten, die Mädchen dagegen nur auf rund 48 Minuten. Am Wochenende weiten sie zudem ihre Spielzeit sehr viel stärker aus (152 Min.) als die Mädchen (57 Min.) (JIM 2014).

Ein häufig diskutiertes Thema in diesem Zusammenhang ist die exzessive Computerspielnutzung. Das Kriminologische Forschungsinstitut Niedersachsen (KFN) konnte im Jahr 2009 die erste nationalrepräsentative epidemiologische Untersuchung zu exzessivem Spielverhalten und Computerspielabhängigkeit für die Altersstufe der 15-Jährigen in Deutschland präsentieren. Demnach weisen 4,3 % der Mädchen und 15,8 % der Jungen ein exzessives Spielverhalten mit mehr als 4,5 Stunden täglicher Computerspielnutzung auf, das bedeutet, dass 90 % der Jugendlichen weniger Zeit mit Computerspielen verbringen (► Abb. 3).



**Abb. 3:** Aufteilung der 15-jährigen Jungen und Mädchen auf die Nutzergruppen der Computerspieler (Anteile in Prozent, n=44 129, gewichtete Daten)



Zur Bestimmung einer bestehenden Computerspielabhängigkeit spielt die Spielzeit keine Rolle, sondern Kriterien wie Kontrollverlust, Spielen trotz negativer Konsequenzen und Einengung des Denkens und Verhaltens. Dabei wurden 3 % der Jungen und 0,3 % der Mädchen als computerspielabhängig und weitere 4,7 % der Jungen und 0,5 % der Mädchen als gefährdet diagnostiziert (Rehbein et al. 2009). Eine aktuelle Studie des KFN mit 4436 Schülern der 7. bis 10. Klasse konnte in dieser Altersgruppe eine Prävalenz von 1,3 % (Mädchen: 0,5 %, Jungen: 2 %) Computerspielabhängigen nachweisen (Rehbein und Mößle 2013).

Jungen und Mädchen unterscheiden sich nicht nur in Bezug auf die Nutzungsintensität, sondern auch hinsichtlich der genutzten Spiele. Bei den 6- bis 13-Jährigen zeigt sich folgendes Bild: Jungen spielen sehr viel häufiger als Mädchen Sportspiele wie »FIFA« oder »Need for Speed«. Mädchen begeistern sich in stärkerem Umfang als Jungen für Simulationsspiele wie »Die Sims/Die Urbz«. »Super Mario« wird hingegen von Mädchen und Jungen gleich häufig gespielt (KIM 2012). Gefragt nach ihren drei Lieblingsspielen nennen 25 % der 12- bis 19-jährigen männlichen Spieler das Sportsimulationsspiel »FIFA«. Auf den folgenden Rängen finden sich »Call of Duty« (21 %) sowie »Minecraft« (18 %). Bei den jugendlichen Spielerinnen liegt das »Candy Crush« auf Platz 1 (19 %), gefolgt von »Quiz Duell« und »2048« mit jeweils 11 % (JIM 2014). Gefragt nach brutalen bzw. besonders gewalthaltigen Spielen, geben deutlich mehr Jungen (57 %) als Mädchen (19 %) an, diese selbst zu Spielen (JIM 2014).

### 3 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen – vor allem ausgelöst durch technische Neuerungen – permanenter Veränderung unterworfen ist. Hierbei lassen sich aktuell vor allem folgende Tendenzen beobachten:

- Die Nutzung klassischer Medien ist in den vergangenen zehn Jahren weitestgehend stabil geblieben.
- Neue Medien wie Computer, Internet und Handy haben die Mediennutzung verändert und gehören heute selbstverständlich zum Alltag von Kindern und Jugendlichen, bergen aber auch Gefahren.
- Durch technische Neuerungen haben sich vor allem die Nutzungs- und Zugangswege, aber nicht so sehr die Inhalte verändert.
- Neue Kommunikationsmöglichkeiten sind entstanden und werden vor allem von Jugendlichen intensiv genutzt.
- Das Freizeitverhalten der Kinder und Jugendlichen war noch nie in so hohem Maß von Bildschirmmedien dominiert.

## Literatur

- BRAVO (2012) Mediadaten BRAVO. (<http://www.bauermedia.com/bravo.0.html>, Zugriff am 07.08.2013).
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V. (2012) IVW Online Nutzungsdaten BRAVO.de. (<http://ausweisung.ivw-online.de/i.php?s=2&a=136981>, Zugriff am 07.08.2013).
- Karg U (2014) miniKIM 2012 – Kleinkinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger. Frühe Bildung 4:189-195.
- Klingler W (2008) Jugendliche und ihre Mediennutzung 1998 bis 2008. Media Perspektiven12: 625–635.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (1998–2014) KIM- und JIM-Studien. (<http://www.mpfs.de>, Zugriff am 15.12.2014)
- Möfle T., Kleimann M, Rehbein F (2007) Bildschirmmedien im Alltag von Kindern und Jugendlichen: Problematische Mediennutzungsmuster und ihr Zusammenhang mit Schulleistungen und Aggressivität. Baden-Baden: Nomos.
- Möfle T, Kleimann M, Rehbein F, Pfeiffer C (2010) Media Use and School Achievement – Boys at Risk? British Journal of Developmental Psychology 28:699–725.
- Rehbein F, Kleimann M, Möfle T (2009) Computerspielabhängigkeit im Kindes- und Jugendalter. Empirische Befunde zu Ursachen, Diagnostik und Komorbiditäten unter besonderer Berücksichtigung spielimmanenter Abhängigkeitsmerkmale (Forschungsbericht No. 108). Hannover: KFN.
- Rehbein F, Möfle T (2013) Videogame and Internet Addiction: Is there a Need for Differentiation? Sucht. Zeitschrift für Wissenschaft und Praxis 59(3): 29–142.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2005) Datenreport 2004. Zahlen und Fakten über die Bundesrepublik Deutschland. Bonn: Bundeszentrale für Politische Bildung.
- Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (2014)
- Statistik Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (2014) USK veröffentlicht Jahresbilanz 2013. (<http://www.usk.de/pruefverfahren/statistik/>, Zugriff am 16.12.2014).