

Riccarda Possin: Was Kinder sehen

Beitrag aus Heft »2012/03: Privatsphäre und Datenschutz im Netz«

Auf Grundlage der Daten der AGF/GfK-Fernsehforschung analysiert die aktuelle Studie „Was Kinder sehen“ von Sabine Feierabend und Walter Klingler das Fernsehnutzungsverhalten drei- bis 13-jähriger Kinder im Jahr 2011. Die AGF/GfK-Fernsehforschung gibt regelmäßig einmal im Jahr Auskunft sowohl über die Nutzungsgewohnheiten als auch über die Programmpräferenzen von knapp 1.500 Mädchen und Jungen, wodurch auch Tendenzen und Veränderungen ersichtlich werden. Für das Jahr 2011 kann die Befürchtung, die klassische Fernsehnutzung könne durch Computer und Internetnutzung zurückgehen, nicht bestätigt werden.

Die Nutzungsdauer bewegt sich mit durchschnittlich 93 Minuten am Tag wie im Vorjahr noch immer auf einem sehr hohen Niveau. Ein Teil dieser Nutzungsdauer verlagert sich allerdings nach und nach vom Fernsehgerät auf die digitale Fernsehnutzung. Bei den Programmpräferenzen der zehn- bis 13-jährigen Kinder befinden sich vor allem Castingshows sowie mehr und mehr auch Scripted Reality-Formate des Senders RTL unter den beliebtesten Sendungen der Zielgruppe, während bei den jüngeren Kindern Sendungen des Kinderkanals sowie von Super RTL dominieren. Hier lassen sich leichte Verschiebungen der Marktverhältnisse im Vergleich zum Vorjahr beobachten.

Insgesamt nimmt das Medium Fernsehen nach wie vor einen sehr großen Stellenwert bei den Kindern ein. Die gesamte Studie steht unter www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2012__Feierabend_Klingler.pdf zur Verfügung.