

AUSARBEITUNG

Thema: **Fernsehkonsument von Kindern in Deutschland, Frankreich, Schweden, Finnland, Niederlande und USA**

Fachbereich X Kultur und Medien



Verfasser/in: 

Abschluss der Arbeit: 12. April 2006

Reg.-Nr.: WF X - 025/06

Ausarbeitungen von Angehörigen der Wissenschaftlichen Dienste geben **nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung** wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung des einzelnen Verfassers und der Fachbereichsleitung. Die Ausarbeitungen sind dazu bestimmt, das Mitglied des Deutschen Bundestages, das sie in Auftrag gegeben hat, bei der Wahrnehmung des Mandats zu unterstützen. Der Deutsche Bundestag behält sich die Rechte der Veröffentlichung und Verbreitung vor. Diese bedürfen der Zustimmung des Direktors beim Deutschen Bundestag.

1. Vorbemerkung

Über das Fernsehverhalten der Deutschen werden regelmäßig Zahlenangaben veröffentlicht. Auch Angaben über den Fernsehkonsum von Kindern sind frei zugänglich und werden regelmäßig in aktualisierter Form herausgegeben. Für andere europäische Staaten entsprechende Angaben zu finden, ist dagegen problematisch. Untersuchungen, die in diesem Zusammenhang von Marktforschungsunternehmen erstellt werden, sind nicht frei zugänglich, sondern können nur kostenpflichtig erworben werden. Dies betrifft beispielsweise die von dem französischen Forschungsinstitut Médiamétrie und der Berliner Medienberatung Goldmedia erstellte jährliche Studie „One Television Year in the World“, die das Fernsehverhalten rund um den Globus analysiert. Aus Pressemeldungen zu dieser Studie¹ ist zu entnehmen, dass die USA 2005 mit einem täglichen Fernsehkonsum von 271 Minuten Spitzenreiter in der Welt waren, während in Europa der Fernsehkonsum bei 195 Minuten lag.

Informationen zum internationalen TV-Markt liefert auch die von dem Werbezeitvermarkter IP Deutschland in Zusammenarbeit mit der RTL Group veröffentlichten Studie „Television 2005 – International Key Facts“. Doch auch diese Studie ist nur kostenpflichtig erhältlich². Auszüge aus der Studie von 2004 sind dagegen online verfügbar und werden für die in Frage stehenden Länder hier aufgeführt.

2. Fernsehkonsum von Kindern in Deutschland

Nach einer Studie des Marktforschungsinstituts GfK, die in der Zeitschrift Media Perspektiven veröffentlicht wurde³, betrug die

Sehdauer der 3-13 Jährigen im Jahr 2005

91 Minuten / täglich.

Die Sehdauer fällt damit geringer aus als 2004, als sie noch bei 93 Minuten täglich lag⁴.

1 Roth, Wolf-Dieter, bei Telepolis, Die Welt glotzt in die Röhre, Fernsehkonsum ist immer noch die beliebteste Freizeitbeschäftigung, <http://www.heise.de/bin/tp/issue/rd4/dl-artikel2.cgi?artikelnr=2239>.
2 In der Bundestagsbibliothek ist die Studie nicht vorhanden und konnte auch nicht anderweitig beschafft werden.
3 Feierabend, Sabine und Walter Klingler, Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2005, Media Perspektiven 3/2006. S.138-153.
4 Feierabend, Sabine und Walter Klingler, Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2004, Media Perspektiven 4/2005, S. 164.

3. Fernsehkonsum von Kindern in europäischen Staaten und den USA

Einen Vergleich der Sehdauer von Kindern in europäischen Staaten ist in einer für die EU erstellten Studie⁵ von Prof. Dr. Wolf-Dietrich Bretschneider, University of Paderborn (Ger) und Prof. Dr. Roland Naul, University of Duisburg-Essen (Ger) mit dem Titel „Study on young people’s lifestyles and sedentariness and the role of sport in the context of education and as a means of restoring the balance“ – Final report – vom Oktober 2004 zu finden, die in Kooperation mit Professoren aus neun europäischen Universitäten entstanden ist. Tabelle 4.7 dieser Studie enthält Angaben über die Zeit, die Kinder in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten für das Fernsehen aufbringen. Für die in diesem Zusammenhang interessierenden Staaten werden folgende Angaben gemacht:

Land	Altersklasse	Mit Fernsehkonsum verbrachte Zeit	
		Originaldaten für Kinder und/oder Jugendliche	Minuten/täglich
Deutschland	3-13 jährige	93 Min. / täglich	106 Min./täglich
	14-19-jährige	118 min. / täglich	
Niederlande	12-15 jährige	98 Min. / täglich	106 Min. / täglich
	16-18-jährige	84 Min. / täglich	
Finnland	3-8-jährige	Mindestens ½ Std. tgl.	
Schweden	15-16 jährige	80 % > 4 Stunden /wöchentlich; 1/3 der Gruppe > 10 Std. wöchtl.	

Die Studie verweist darauf, dass es in einigen EU-Mitgliedstaaten keine repräsentativen nationalen Studien gibt und deshalb nationale Trends genannt würden, die teilweise auf lokalen und regionalen Studien beruhen. Auch die untersuchten Altersgruppen sowie die operationale Basis seien teilweise nicht vergleichbar. Aus den oben genannten Daten kann gefolgert werden, dass Kinder in Schweden und Finnland im Vergleich zu Kindern aus anderen europäischen Staaten im Allgemeinen einen geringeren Fernsehkonsum haben. Die Unterscheidung zwischen Sehdauer und Verweildauer hatte für die Niederlande unterschiedliche Resultate ergeben, wobei dies auf die untersuchte Altersgruppe (Jugendliche) zurückzuführen ist. Studien, die eine Unterscheidung zwischen Wochentagen und Samstag/Sonntagen oder auch Ferienzeiten treffen führen außerdem zu differenzierteren Angaben.

5 Abrufbar über die Internetseiten der Europäischen Kommission unter: <http://europa.eu.int/comm/sport/whatsup/index-eu.html> und hier bei 03/01/2005 Studies on Youth and Sport (Stand: 12.04.2006).

Die Studie „Television 2004 – International Key Facts“ enthält folgende Ergebnisse für die Sehdauer von Kindern in den Ländern Deutschland, Frankreich, Schweden, Niederlande und USA:

Sehdauer pro Individuum (in Minuten)		
Land	Kinder	2003 Montag-Sonntag
Deutschland	3-13	94
Frankreich	4-10	131
Schweden	3-14	89
Finnland	4-14	84
Niederlande	6-12	114
Vereinigte Staaten	2-11	192

Die Studie gibt für jedes Land auch eine zeitliche Begrenzung in den Abendstunden an (Deutschland: 21.00; Frankreich: 21.15; Schweden: 21.00; Finnland: 20.45; Niederlande: 22.00 und USA: 21.45). Studien mit anderen Messmethoden können deshalb zu anderen Ergebnissen kommen. So konnte einer (leider ebenfalls kostenpflichtigen und auch nicht näher zitierfähigen) Seite eines amerikanischen „TV turnoff Networks“ entnommen werden, dass die durchschnittliche Dauer, die amerikanische Kinder im Alter von bis zu zwei Jahren täglich vor dem Bildschirm verbringen bei 2 Stunden und 5 Minuten liegt. Die durchschnittliche Dauer, die amerikanische Kinder im Alter von 2-17 Jahren wöchentlich vor dem Bildschirm verbringen liegt bei 19 Stunden und 40 Minuten. Dies wäre ein durchschnittlicher Fernsehkonsum von 168,57 Minuten täglich, damit aber immer noch ein deutlich höherer Wert als in den europäischen Staaten.

