

INFORMATION

zur Pressekonferenz

LH-Stv.ⁱⁿ Mag.^a Christine Haberlander
Bildungsreferentin

Peter Eiselmaier, MAS, MSc
Geschäftsführer Education Group GmbH

Dr. David Pfarrhofer
Institutsvorstand und Geschäftsführer von market

Philipp Heimel, BEd
Schulleiter C-M-C MS Ried in der Riedmark

am 4. August 2022, 9.00 Uhr, Presseclub Linz

zum Thema

„Persönlicher Kontakt immer noch wichtiger als digitale Kommunikation“

**8. Oö. Kinder-Medien-Studie 2022 zum
Medienverhalten der 3- bis 10-Jährigen mit dem
Themenschwerpunkt „Digitale Kommunikation“**

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-11412
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

Rückfragen-Kontakt:

**Michael Riegelnegg, MA, Büro LH-Stv.ⁱⁿ Mag.^a Christine Haberlander, (+43
732) 77 20-171 15, (+43 664) 600 72 171 15**

8. Oö. Kinder-Medien-Studie 2022

Seit mehr als einem Jahrzehnt führt die Education Group im Auftrag des Landes OÖ die österreichweit einzigartige Medienstudie durch. Die Kinder-Medien-Studie wird alle zwei Jahre abwechselnd mit der Jugend-Medien-Studie durchgeführt, ist österreichweit einzigartig und verfolgt das Ziel, die Mediennutzung der Kinder bzw. Jugendlichen zu analysieren und mit den Ergebnissen der vorigen Erhebungen zu vergleichen. Die Daten können als Richtwert für Österreich herangezogen werden. Die Ergebnisse dienen als Basis für die Ausrichtung und Planung von Medienangeboten, medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen. Sie werden österreichweit von Ministerien, Universitäten, Fachhochschulen und Unternehmen verwendet, unter anderem bauen weiterführende Forschungsprojekte darauf auf.

Zielsetzung der gegenständlichen Studie war die Auslotung des Medienverhaltens bei Kindern in Oberösterreich zwischen 6 und 10 Jahren. Berücksichtigt wurden weiters Eltern von Kindern im Alter zwischen 3 und 10 Jahren sowie Pädagoginnen und Pädagogen an Kindergärten und Volksschulen. Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und 2022 erstmalig mit dem Thema „Digitale Kommunikation“ ein Schwerpunktthema gesetzt. Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group durchgeführt.

„Es ist wichtig, dass wir aktuelle Trends frühzeitig erkennen und Entwicklungen regelmäßig verfolgen. So haben wir die Möglichkeit, Potenziale zu erkennen und zu unterstützen, aber auch Gefahren im Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen gegenzusteuern. Die Studie zeigt, dass immer früher elektronische Geräte vorhanden sind. Tablets, Smartphones sowie der Umgang mit dem Computer und Internet sind bereits im jungen Alter keine Ausnahme mehr. Egal ob analog oder digital, für beide Bereiche müssen wir auch Pädagoginnen und Pädagogen sowie Eltern das nötige Wissen vermitteln, um den Kindern den richtigen Umgang zu ermöglichen“, betont **Bildungsreferentin LH-Stellvertreterin Mag.^a Christine Haberlander.**

„Die aktuellen Ergebnisse dieser österreichweit umfangreichsten Erhebung zum Medienverhalten unserer Kinder verdeutlichen eindrücklich den Stellenwert und die Wirkungsweisen der Medien auf unseren Alltag. Die ständig steigende Nutzungsintensität gibt dabei Aufschluss über die nahtlose Integration unterschiedlichster Medienerlebnisse in alle Lebensbereiche. Eine pädagogisch fundierte Hinführung zu einem sorgsamem und verantwortungsvollen Umgang sollte daher selbstverständlicher Inhalt aller Lehr- und Erziehungsprozesse sein – erwachsene Vorbildwirkung inklusive!“, so die **Bildungsreferentin** weiter.

Der gegenständliche Studienschwerpunkt „Digitale Kommunikation“ trägt dem Umstand Rechnung, dass speziell in diesem Bereich Entwicklungen hin zu digital unterstütztem Austausch festzustellen sind. Auch hier gilt es, die Entwicklungen zu beobachten, Vorteile zu erkennen aber auch allfälligen Gefahren frühzeitig entgegenzuwirken“, sagt **Peter Eiselmair, Geschäftsführer der Education Group**.

Themenschwerpunkt „Digitale Kommunikation“

2022 setzt die Education Group den Themenschwerpunkt „Digitale Kommunikation“. Bereits beim Vernetzungstreffen „Gewalt-Schule-Medien“ im Mai dieses Jahres gaben Expertinnen und Experten Einblick in die neuesten Trends sowie in Möglichkeiten, digitale Gefahren und Herausforderungen zu erkennen und entsprechend gegen zu wirken.

Die Kinder-Medien-Studie beschäftigt sich u. a. mit Fragen, wie wichtig die persönliche Kommunikation in den verschiedenen Zielgruppen ist, welche Bedeutung digitale Kommunikationskanäle für Kinder haben und welche digitalen Kommunikationskanäle genutzt werden. Welche Problemfelder rund um die Kommunikation auftauchen, wie z. B. Mobbing und Hasskommentare und was diese auslösen. Aber auch wie gut die Schule auf den Umgang mit digitaler Kommunikation vorbereitet ist, wie häufig digitale Kommunikation in den Schulen thematisiert wird und wie gut Pädagoginnen und Pädagogen informiert sind.

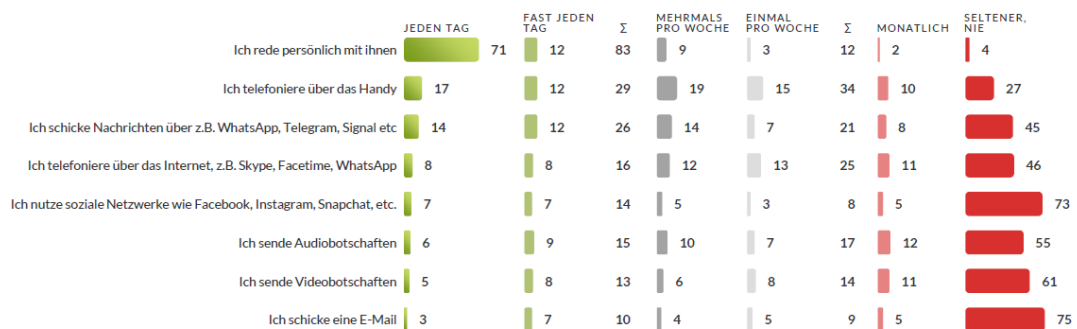
Persönliche Kommunikation ist von zentraler Bedeutung

Trotz der starken Nutzung des Smartphones bleibt die tägliche, persönliche Kommunikation zwischen Eltern und Kindern das Wichtigste (83 Prozent). Vor allem über Probleme wird mit Eltern und im Freundeskreis persönlich gesprochen.

Kommunikationskanäle in der Eltern-Kind-Kommunikation



1 Persönliche Kommunikation mit den Eltern steht jeden Tag am Programm!



Frage: Man kann ja unterschiedliche Möglichkeiten nutzen, um mit anderen Menschen in Kontakt zu sein. Wie häufig nutzt du die verschiedenen Kontaktmöglichkeiten mit deinen Eltern?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2661/Basis: Oberösterreichische Kinder im Alter von 6 bis 10 Jahren

DIGITALE KOMMUNIKATION 20

Auch für Pädagoginnen und Pädagogen (73 Prozent) ist die persönliche Kommunikation am relevantesten, um abseits des Unterrichts mit den Schülerinnen und Schülern in Kontakt zu treten. Beim Kontakt mit den Eltern spielen persönliche Gespräche (49 Prozent), Telefonate (34 Prozent) und Kommunikationstools wie hallo-App und SchoolUpdate (30 Prozent) eine große Rolle.

Die Zeit im Freundeskreis – persönlich oder digital?

42 Prozent der Kinder telefonieren gerne, um mit Freundinnen und Freunden in Kontakt zu treten, 19 Prozent nützen dafür Messenger-Dienste. Persönliche Treffen sind aus Sicht der Kinder deutlich wichtiger als digitale Kommunikation, 94 Prozent beurteilen sie als wesentlich für Freundschaften. Gemeinsames Spielen schlägt das Handy/Smartphone eindeutig. Auch kann digitale Kommunikation aus Sicht der Kinder nicht mit „echter“ Kommunikation mithalten.

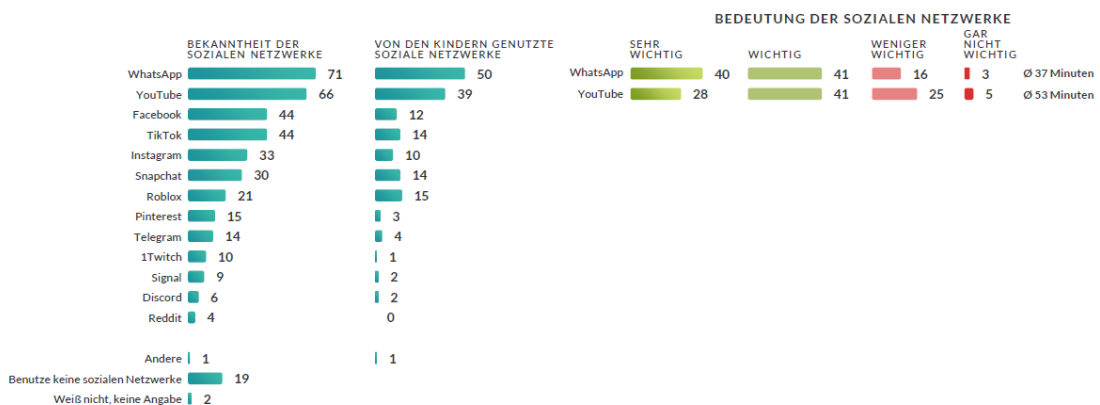
Soziale Netzwerke – Erfahrungen und Erlebnisse

Im Ranking der bekanntesten und am meisten genutzten sozialen Netzwerke stehen WhatsApp und YouTube bei den Kindern besonders hoch im Kurs, gefolgt von Facebook, Tik Tok und Instagram.

Bekanntheit, Nutzung & Bedeutung der sozialen Netzwerke



Bei den Kindern stehen WhatsApp und YouTube hoch im Kurs.



Frage: Kommen wir zu sozialen Netzwerken. Hier siehst du verschiedene soziale Netzwerke, welche davon kennst du? Und bei welchen dieser sozialen Netzwerke bist du selbst aktiv? Wie wichtig sind diese sozialen Netzwerke wie Facebook und Instagram für dich im Alltag? Sehr wichtig, wichtig, weniger wichtig oder gar nicht wichtig?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2661/Basis: Oberösterreichische Kinder im Alter von 6 bis 10 Jahren

DIGITALE KOMMUNIKATION 32

65 Prozent der Kinder haben das Gefühl, dass sie mit ihren Eltern über alles sprechen können. Mit den eigenen Eltern nicht über alle Erlebnisse in den sozialen Netzwerken kommunizieren zu können, empfindet ein Fünftel der Kinder.

Etwas über die Hälfte der Kinder schätzt, dass sich Pädagoginnen und Pädagogen gut mit den sozialen Netzwerken auskennen. Erlebnisse bzw. der Umgang mit sozialen Netzwerken werden in den Schulen eher selten besprochen.

Regeln zur Nutzung sozialer Netzwerke sind in den oberösterreichischen Haushalten weit verbreitet (85 Prozent). Auch etwa die Hälfte der Schulen hat Regeln mit sozialen Netzwerken.

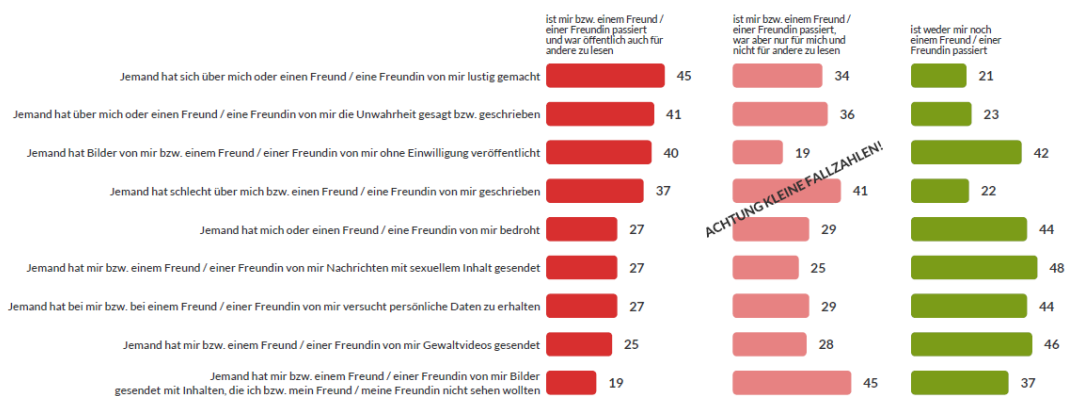
Schlechte Erfahrungen in den sozialen Netzwerken sind selten, jedes siebte Kind berichtet von negativen Erlebnissen.

Kinder mit Negativerfahrungen waren überwiegend mit Hänseleien (45 Prozent) und Unwahrheiten (41 Prozent) konfrontiert. Jedem 5. Kind sind schon einmal Hasskommentare aufgefallen.

Die Mobbing-Situationen im Detail



Die Kinder, die schon einmal schlecht behandelt wurden, waren häufig mit Unwahrheiten und Hänseleien konfrontiert.



Frage: Was ist da passiert?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent - ZR2661/Basis: Kinder, die sich schon mal schlecht behandelt bzw. unwohl im Internet gefühlt haben (14%=100%)

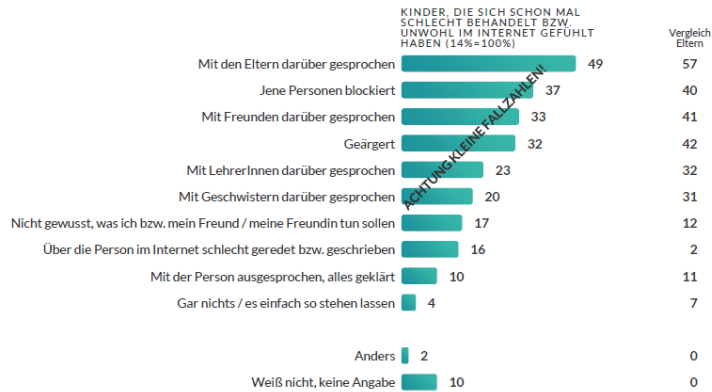
DIGITALE KOMMUNIKATION 40

Die Eltern fühlen sich selbst vor allem mit Unwahrheiten und Werbung in den sozialen Netzwerken konfrontiert, sie gehen aber davon aus, dass ihre Kinder (noch) eher wenig mit solchen Dingen zu tun haben. Ein Fünftel der Eltern der älteren Kinder ist der Meinung, dass ihr Kind auf sozialen Netzwerken schon einmal schlecht behandelt wurde und dass ihrem Kind Hasskommentare aufgefallen sind.

Von den Eltern, denen schon einmal Hasskommentare aufgefallen sind, sieht ein Drittel auch das eigene Kind betroffen. Als Reaktion auf Mobbing-Situationen sind Eltern die erste Anlaufstelle. Die wichtigsten Exit-Strategien sind Gespräche – 49 Prozent der Kinder sprechen mit ihren Eltern darüber, 33 Prozent mit Freundinnen und Freunden, 23 Prozent mit Pädagoginnen und Pädagogen – und die Ersteller der Hasskommentare zu blockieren (37 Prozent).

Die Reaktionen der Kinder auf Mobbing-Situationen

Über schlechte Erfahrungen wird mit den Eltern gesprochen.



Frage: Und was hast du bzw. dein Freund/ deine Freundin gemacht?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent - ZR2661/Basis: Kinder, die sich schon mal schlecht behandelt bzw. unwohl im Internet gefühlt haben (14%=100%)

DIGITALE KOMMUNIKATION 41

Medienkompetenz

Pädagoginnen und Pädagogen sehen sich selbst in der Zuständigkeit, den Kindern einen verantwortungsbewussten Umgang mit digitalen Medien beizubringen. Die Medienkompetenz im Kollegenkreis bei Fragen rund um soziale Netzwerke wird von 88 Prozent als gut eingeschätzt. Bei Aus- und Weiterbildungen ist Praxisorientierung und Fortbildungen zu aktuellen Themen der zentrale Wunsch, um besser für die Herausforderungen gewappnet zu sein. In der Ausbildung wird ein zusätzlicher Schwerpunkt rund um digitale Medien befürwortet.

„Der Umgang der Kinder und Jugendlichen mit den Medien hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Die mobilen Endgeräte sind inzwischen Teil von allen. Daher ist es uns an der Schule natürlich ein besonderes Anliegen, den richtigen Umgang damit zu lehren. Denn vielen sind die Möglichkeiten bekannt, nicht jedoch die Gefahren. Die ‚neuen‘ Medien werden meiner Meinung nach jedoch nie den herkömmlichen Unterricht ersetzen, ermöglichen aber andere Zugänge zu Inhalten. Sie bieten die Möglichkeit andere Lehr- und vor allem Lernformen einzusetzen. Um das gut umsetzen zu können, braucht es aber die Lehrkraft und das Lernen von- und miteinander“, sagt Schulleiter Philipp Heimel.

Dokumentation der Studie

Die Kinder-Medien-Studie wird alle zwei Jahre abwechselnd mit der Jugend-Medien-Studie durchgeführt und ist österreichweit einzigartig. Mittlerweile zeigt sich eine Trendreihe von über einem Jahrzehnt – die erste Kinder-Medien-Studie besteht seit 2007 und wird vom market Institut im Auftrag der Education Group umgesetzt. Die Daten können als Richtwert für Österreich herangezogen werden. Die Ergebnisse dienen als Basis für die Ausrichtung und Planung von Medienangeboten, medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen. Sie werden österreichweit von Ministerien, Universitäten, Fachhochschulen und Unternehmen verwendet, unter anderem bauen weiterführende Forschungsprojekte darauf auf.

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die Auslotung der Medienkompetenz bei Kindern zwischen drei und zehn Jahren im Trend und deren Medienumgang. Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und 2022 erstmalig mit dem Thema „Digitale Kommunikation“ ein Schwerpunktthema gesetzt.

Das Medienverhalten wurde aus drei verschiedenen Blickwinkeln betrachtet:

- Kinder zwischen sechs und zehn Jahren, Befragungsart: persönliche face-to-face-Interviews, Erhebungszeitraum: 7. April – 2. Juni 2022
- Erziehungsberechtigte mit Kindern im Alter zwischen drei und zehn Jahren, Befragungsart: Hybrid Ansatz – persönliche face-to-face-Interviews bzw. Online-Interviews, Erhebungszeitraum: 7. April – 2. Juni 2022
- Pädagoginnen und Pädagogen an Kindergärten und Volksschulen, Befragungsart: telefonische CATI-Interviews, Erhebungszeitraum: 19. April – 3. Mai 2022

Alle Details und Ergebnisse der aktuellen sowie bisher durchgeführten Studien stehen zum kostenlosen Download auf www.edugroup.at/innovation zur Verfügung. Die Verwendung der Daten ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.

Appendix

Kurz-Zusammenfassung der wichtigsten 10 Kernaussagen der gesamten Oö. Kinder-Medien-Studie 2022

1. **Digitale Kommunikation** – persönliche Kommunikation ist von zentraler Bedeutung! WhatsApp und Youtube sind die sozialen Netzwerke, die von den Kindern am häufigsten genutzt werden.

2. **Corona ist nach wie vor spürbar** – Freizeitaktivitäten konzentrieren sich auf den privaten Bereich. Die Zeit, die Kinder im Freundeskreis verbringen können, hat wieder spürbar an Bedeutung gewonnen.

3. **Die technische Ausstattung der oberösterreichischen Haushalte bleibt vielfältig.** Jedes 2. Kind, vorwiegend in der Altersgruppe der 8- bis 10-Jährigen, verfügt über ein eigenes Handy oder Smartphone, jedes 3. Kind über ein eigenes Tablet. Die Mehrheit der Kinder nutzt den Fernseher fast jeden Tag, ähnlich intensiv werden Internet und Smartphone genutzt.

4. **Die Computernutzung ist für die Kinder alltäglich.** Zu den drei häufigsten Aktivitäten zählen Videos streamen, Schulaufgaben erledigen und Musik hören. Die tägliche Spieldauer von Computerspielen nimmt bei Kindern weiter zu und liegt nun bei knapp einer Stunde.

5. **Lesen** – klassische Bücher bleiben das bevorzugte Lesemedium. In den Schulen **gewinnen digitale Schulbücher an Bedeutung** und werden vor allem von älteren Kindern befürwortet. Der Zuspruch zu digitalen Varianten nimmt auch bei Eltern ebenso wie bei den Pädagoginnen und Pädagogen stetig zu.

6. **Lernprogramme sind weiter auf Vormarsch** und in jedem 2. oberösterreichischen Haushalt in Verwendung.

7. **Internet** wird selbstverständlich – Kinder zeigen ein **hohes Bewusstsein für sensible Daten**. Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer liegt, wie bei der letzten Erhebung, bei rund 45 Minuten. Filterprogramme werden in Haushalten und auch in Schulen und Kindergärten für sehr wichtig erachtet.

8. **Streaming Dienste gewinnen an Bedeutung** – die Nutzung der klassischen TV-Sender ist stark rückläufig.

9. **Digitalisierung ist weiterhin ein wichtiges Thema**. Eltern sehen Schulen und Kindergärten in der Verantwortung, passende Informationen zur Verfügung zu stellen. Vor allem der Umgang mit Gefahren und der verantwortungsvolle Umgang mit Apps sind zentral.

10. **Medienkompetenz** – Pädagoginnen und Pädagogen sehen sich selbst in der Zuständigkeit, den Kindern einen verantwortungsbewussten Umgang mit digitalen Medien beizubringen. Dementsprechend befürworten sie größtenteils einen zusätzlichen Schwerpunkt rund um digitale Medien in der Ausbildung.