

Kinder-Medien-Studie 2022: Medienverhalten bei Kindern

aus dem Blickwinkel der Kinder

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die
EDUCATION GROUP GmbH



Schwerpunkt 2022: Digitale Kommunikation der Kinder

Inhaltlicher Überblick

1. Aufgabenstellung & methodischer Aufbau	Chart 4
2. Freizeitverhalten & Medienrelevanz	Chart 6 bis 9
3. Ausstattung an technischen Geräten	Chart 11 bis 17
4. Digitale Kommunikation	Chart 19 bis 44
5. Fernsehen	Chart 46 bis 47
6. Lesen	Chart 49 bis 51
7. Computer	Chart 53 bis 58
8. Internet	Chart 60 bis 72
9. Handy	Chart 74 bis 77



KAPITEL 1

Aufgabenstellung & methodischer Aufbau





Aufgabenstellung

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die Auslotung der Medienkompetenz bei Kindern im Trend. Als Zielgruppe der Erhebung wurden Kinder in Oberösterreich zwischen 6 und 10 Jahren definiert. Berücksichtigt wurden weiters Eltern von Kindern im Alter zwischen 3 und 10 Jahren sowie PädagogInnen an Kindergärten und Volksschulen.

Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und, wie schon bei den vergangenen Messungen, besonders detailliert auf die Nutzung von TV, Computer, Internet und Handy eingegangen.



Zielgruppe

Oberösterreichische Kinder zwischen 6 und 10 Jahren



Befragungsart

persönliche face-to-face Interviews durch fachlich geschulte und kontrollierte MitarbeiterInnen des Instituts



Repräsentativität

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung, in quotierten und nicht quotierten Merkmalen, der definierten Zielgruppe: Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen



Auswertungsbasis

Oberösterreichische Kinder zwischen 6 und 10 Jahren: n = 489
maximale statistische Schwankungsbreite, +/- 4,52 Prozent



Befragungszeitraum

7. April bis 2. Juni 2022