

## **Anhang zur qualitativen Rezeptionsstudie**

I	Leitfäden (Klassengespräche, Einzelinterviews, Lehrerinterviews, Elterninterviews, Programmlogos).....	S. 2-10
II	Codewortbäume (Klassengespräche, Einzelinterviews) .....	S. 11-29
III	Überblick über Teilnehmer und Teilnehmerinnen an den Einzelinterviews (n=36).....	S. 30-49
IV	Darstellung ausgewählter Fallbeispiele.....	S. 50-78
V	Darstellung der Fallbeispiele aus der Kindertagestudie .....	S. 79-111
VI	Ausführliche Darstellung der Lehrerinterviews .....	S. 112-142

## **Anhang I: Leitfäden**

### **1 Leitfaden für die Klassengespräche**

Einstiegsfrage: Wovon seid ihr denn so Fans?

#### *Leitdimensionen der Klassengespräche*

##### *Medienmarken*

Welche Medienmarken-Angebote kennen die Kinder?

Wissen der Kinder über Medienmarken (Einkaufsmöglichkeiten, Preise)

Wie werden sie darauf aufmerksam?

Welche Medienmarken-Angebote favorisieren sie?

Was gefällt ihnen an den unterschiedlichen Angeboten?

Welche Rolle spielen die Schnittstellen zum Netz dabei?

##### *Themen/ Favoriten*

Wie verhält sich das im Einzelnen mit den favorisierten Figuren; wozu dienen sie den Kindern vor allem; was finden sie an ihnen gut?

Welche Themen/ Geschichten interessieren die Kinder in Büchern, im Fernsehen, im Film, in Computerspielen, auf Video/ DVD oder auf Audiokassetten bzw. CD?

##### *Peers/ Familie/ Lehrer*

Welche Rolle spielen MM im Kontext von Klassenverbänden, von Peer-Groups, in Freundschaften (im Kontext von Gesprächen, gemeinsamem Spielen) in der Familie?

Wie gehen nach Wahrnehmung der Kinder Eltern mit entsprechenden Kinderwünschen/ Konsumverhalten/ -wünschen um?

Wie reagieren die Lehrer?

Wie wichtig ist es, für den Gruppen-/ Klassenverbund die gleichen Interessen zu haben wie die anderen?

Was ist derzeit „in“?

Gibt es Unterschiede darin, was in der Klasse angesagt ist oder bei Freunden?

Wer bestimmt in diesem Kontext (Wortführer/ Trendsetter)?

## 2 Leitfaden für die Kinder-Einzelinterviews

[\* = Eventualfragen, \*\* = Fragen, auf die bei der Befragung der Kindergartenkinder verzichtet wurde.]

### 2.1 Freizeit/ Freizeitverhalten/ Alltag mit Medien/ Mediennutzung

\*\*Erzähl doch mal wie so ein typischer Tag bei dir aussieht?

Was machst du nach der Schule?

Was machst du wenn du dich mit deinen Freunden triffst?

Wenn du alleine bist, was machst du dann?

Je nach Antwort nachhaken: Was liest, siehst, hörst etc. du, wohin „surfst“ du am liebsten? Gibt es etwas, was du auf keinem Fall verpassen möchtest? Was gefällt dir daran?

Was tust du davon am liebsten allein, was mit anderen zusammen?

Wie steht es denn so mit dem Fernsehen?

\*\*Wie oft und wie lang schaust du fern/ spielst du?

Darfst du so lange fernsehen/ spielen, wie du willst?

Darfst du alle Sendungen sehen, die du willst? Welche darfst du nicht sehen?

### 2.2 Konsumierte Medien/ Programme/ Helden

Welche Fernsehsendung magst du am liebsten? Was gefällt dir daran?

Schaust du immer oder verpasst du die auch manchmal?

Welche Sendung magst du gar nicht? Warum nicht?

Wer ist deine Lieblingsfigur? Beschreib mal deine Lieblingsfigur?

Wen magst du gar nicht? Warum?

Welche Rolle spielen die Figuren, um die es so geht, für dich? Was ist dir an ihnen wichtig: Äußeres, Mut, Freundschaft etc.

Kannst du dir vorstellen, dass solche Geschichten, um die es in favorisierten Filmen, im Fernsehen, in Computer-Spielen etc. geht, was mit dem Leben, vielleicht sogar mit deinem Leben zu tun haben könnte? Passieren diese wirklich?

Gibt es irgendeine Figur, von der du denkst: So möchte ich auch mal sein? In welchen Situationen ist das so?

Stell dir vor, du könntest einen Tag lang eine Figur aus dem Fernsehen sein. Welche würdest du dir aussuchen? Warum?

Wie würde dieser Tag aussehen? Welche Abenteuer würdest du erleben? Welche Rolle würdest du darin spielen?

Welche Fernsehsender siehst du so? Hast du einen Lieblingssender? Bzw. Wo spielen sie dein Lieblingsprogramm?

Intervieweranweisung: Liste mit den Logos der Programmflächen vorlegen.<sup>1</sup>

Welche von den Logos kennst du?

Sind die wichtig für dich? Achtest du während des Fernsehens darauf? Ist dir das wichtig, oder ist dir das egal? Schaust du dann lieber?

Warum gibt es solche Bilder deiner Meinung nach?

Bist du Mitglied in einem Club? Z.B. Tigerentenclub, oder Pro7-Club etc.

Kennst und/ oder nutzt du Angebote zu deinen Lieblingsprogrammen bzw. Club auch im Internet?

Gehst du auch ins Kino? Welchen Film hast du in der letzten Zeit angesehen? Hat dir dieser Film gefallen? Warum?/ Warum nicht?

### **2.3 Werbung & Merchandising/ Produkte/ Konsumverhalten/ Werbekompetenz**

**\*\*Was hältst du von Werbung?**

Schaust du Werbung oder suchst du dir dann ein anderes Programm?

**\*\*Hast du einen Lieblingsspot? Wenn ja, erzähl doch mal!**

Du hast gesagt du schaust dir am liebsten [Name der genannten Sendung] an! Hast du davon irgendwelche Spielsachen zu Hause? Oder andere Sachen (Bleistift, Bettwäsche, Schultasche)?

Hast du auch andere Spielsachen oder Gegenstände daheim, die mit einer Figur aus Film Kino, Spiel, Buch, etc. verbunden sind?

Du hast gesagt, du magst am liebsten ... Wenn du etwas darüber erfahren möchtest, wie machst du das? (Internet, Zeitschriften, andere Sendungen)

Woher kennst du die Produkte, von denen du vorhin gesprochen hast?

Sammelst du diese Produkte? Tauscht du auch mit deinen Freunden?

Hast du dir das von deinem eigenen Geld gekauft oder hat es dir jemand geschenkt?

Weißt du, wo man diese Produkte kaufen kann?

Schaust du auch ins Internet, um mehr über diese Spielsachen, Artikel zu erfahren, bzw. um sie dort zu bestellen?

**\*\*Was glaubst du: Warum gibt es so verschiedene Sachen wie z.B. Figuren, Sendungen, T-Shirts, Sticker etc. mit Figuren aus Film oder Fernsehen?**

**\*\*Warum gibt es deiner Meinung nach Kinderfernsehen, oder andere Angebote für Kinder wie Kinofilme, Computerspiele ...?**

Was fällt dir zum Kinderfernsehen ein?

\*Was meinst du: Werden die Sendungen/ Filme, Spielfiguren etc. angeboten, weil sie für Kinder wichtig sind? Oder sind die Leute, die sie produzieren, anbieten, verkaufen (auch oder vornehmlich) am Geld interessiert?

Sind die Sachen teuer? Vielleicht teurer als andere? Warum?

---

<sup>1</sup> Die Liste mit den Programmlogos findet sich im Anschluss an den Leitfaden.

Wo erfährst du, was es gerade so gibt, was gerade angesagt ist?

Was kaufst du dann tatsächlich? Wonach richtet sich das? (Preis, Peer-Group)

Stell dir vor, du hättest 100 EUR und könntest dir etwas dafür kaufen, was wäre das?

## **2.4 Alltag mit Medienmarken/ Orientierung/ Handlungs- und Identifikationspotenzial/ Trend/ Peer Group**

Wie ist das denn so in deiner Klasse: Haben viele Kinder in deiner Klasse solche Spielsachen oder Dinge, über die wir uns gerade unterhalten haben?

Kannst du einige davon aufzählen?

Gucken deine Freunde das Gleiche wie du? Oder ganz was anderes?

Sprecht ihr darüber? Wenn ja, worüber (Personen, Inhalte, Produkte)

Wie wichtig ist es deiner Meinung nach, sich in solchen Dingen auszukennen?

Wo kennst du dich am besten aus?

Gibt es in deiner Klasse Jungen bzw. Mädchen, die nichts von dem was du uns jetzt aufgezählt hast besitzen, spielen oder ansehen dürfen?

Was ist bei euch gerade in und angesagt im Fernsehen/ Videospielektor etc.?

Woher weißt du das? (Freunde, Werbung, Medien)

Gibt es in deinem Freundeskreis jemanden, der immer das neueste Spielzeug hat bzw. sich besonders gut mit neuen Sendungen, Videospiele auskennt und damit prahlt?

Sprichst du mit jemandem darüber, was gerade in ist? Wenn ja mit wem? Wenn nein, warum nicht?

Stört es dich, wenn du bei manchen Dingen nicht mitreden kannst? Oder kannst du immer mitreden?

## **2.5 Soziales Profil**

\*\*Aus welchen Mitgliedern setzt sich deine Familie zusammen?

\*\*Wie wohnst du? (Haus, Wohnung)

\*\*Beschreib mal so dein Zimmer, was ist da alles drin?

Was gefällt dir an den Sachen denn am besten (Figuren, Geschichten, die Zusammenstellung in den Programmflächen)?

Was gefällt dir gar nicht?

Gibt es etwas, was du dir besonders wünschst?

Versuch doch mal, dein Verhältnis zu den einzelnen Familienmitgliedern zu beschreiben?

\*\*Kannst du in deiner Familie über deine Probleme reden? Wenn ‚ja‘, mit wem? Was sind das dann für Themen, über die ihr sprecht?

Wer bestimmt bei euch in der Familie, was allgemein so gekauft wird

Gibt es schon mal Probleme zu Hause? Wenn ja, worüber streitet ihr euch dann so?

Was sagen denn deine Eltern zu deinen Wünschen?

Wie ist das, wenn es um deine Lieblingssendung/ Lieblingsfilm, Computerspielen und/ oder die Spielfiguren geht? Gibt es da schon mal Ärger? Wie sehen deine Eltern das so?

Hast du einen besten Freund/ beste Freundin?

Hast du eine Clique? Wenn ja, wie groß ist sie? Wenn ja, wie viele Jungen und Mädchen sind dabei? Wie groß ist ungefähr dein Freundeskreis?

Bist du auch in einem Verein?

Sind deine Freunde und Freundinnen ungefähr so alt wie du oder älter/ jünger?

Kannst du mit deinen Freunde und Freundinnen über deine Probleme reden?

Wie ist das so in der Gruppe? Wer bestimmt? Wer nicht?

\*\*Hast du einen festen Freund, Freundin? Wenn nein, hast du schon mal einen festen Freund/ eine feste Freundin gehabt?

\*\*Kannst/ konntest du mit ihm/ ihr über deine Probleme reden? Wenn ja, was sind/ waren das dann für Themen?

Wie ist dein Verhältnis zur Schule (was findest du gut daran, zur Schule zu gehen, was nicht?)

\*\*Wie ist dein Verhältnis zu den anderen Schüler/ innen?

\*\*Wie ist dein Verhältnis zu den Lehrer/ innen?

Wie viel Taschengeld bekommst du so? Was machst du damit?

Kannst du selbst entscheiden, wofür du dein Geld ausgibst?

### **3 Leitfaden für die Eltern**

#### **3.1 Einstellung zu den Medien/ Mediennutzung**

Was halten Sie von Medien im Allgemeinen? Wie wichtig oder unwichtig sind sie für sie?

Welchen Stellenwert nehmen Medien in ihrem Alltag ein?

Welche Medien nutzen Sie selbst? Warum?

Wie oft, wie lange?

Was ist ihr Lieblingsprogramm/ Sender? Warum?

#### **3.2 Mediennutzung in der eigenen Kindheit**

Welche Medien haben Sie in Ihrer Kindheit selbst genutzt?

Welches am liebsten?

Was war ihr Lieblings –Buch/ Serie/ Film/ Spiel?

Wer war in ihrer Kindheit, ihr Idol/ Lieblingsfigur?

Was hatten sie damals von ihr/ ihm zu Hause?

Haben Sie mit Freunden darüber gesprochen oder gespielt?

Gab es ähnliche kommerzialisierte Phänomene (Pokémon, Harry Potter etc.) wie heute?

Gab es Konflikte mit Ihren Eltern auf Grund ihrer damaligen Mediennutzung?

Sehen Sie einen Unterschied zwischen den Merchandising-Produkten von damals und denen von heute?

#### **3.3 Mediennutzung der Kinder**

Welche Medien nutzt Ihr Kind? Welches am häufigsten? Wie oft, wie lang?

Welche Sender sieht ihr Kind am liebsten?

Welche Sendungen sieht Ihr Kind regelmäßig? Haben Sie diese Sendungen schon einmal gesehen? Was halten Sie von diesen Sendungen?

Wer entscheidet über das Programm?

Welche Sendungen darf ihr Kind nicht sehen? Warum nicht?

Welche Sendungen/ Serien möchte ihr Kind sehen, darf es aber nicht?

#### **3.4 Marken und Werbung**

Was verstehen sie unter dem Begriff Marken bzw. Medienmarken?

Welche Funktion haben Marken ihrer Meinung nach?

Gibt es Ihrer Meinung nach einen Unterschied zwischen Marken für Erwachsene und Marken für Kinder und Jugendliche? Wenn ja, welchen?

Welche Marken sind ihrer Beobachtung nach derzeit bei den Kindern und Jugendlichen besonders angesagt?

Wie äußert sich das?

Woher glauben sie, wissen Kinder, was gerade angesagt ist?

Welche Rolle spielt Werbung im Zusammenhang mit dem Konsumverhalten bzw. Wünschen ihres Kindes?

Besitzt Ihr Kind Produkte aus der Welt der Medien?

Welche Produkte besitzt er/ sie?

Wie wichtig ist es für ihr Kind, diese Dinge zu besitzen?

Gab es schon mal Probleme damit?

Fühlen Sie sich durch diese Wünsche unter (finanziellen) Druck gesetzt?

Haben auch andere Kinder/ Freunde/ Klassenkameraden diese Produkte? Erzählen sie mal!

Haben sie mal beobachtet, dass die Kinder diese Produkte tauschen?

Hat sich ihr Kind schon mal ein Produkt aus dem Fernseh-/ Videospieldbereich gekauft, mit dem sie nicht einverstanden waren?

(Haben Spielkameraden ihres Kindes schon mal Produkte zu ihnen nach Hause gebracht, mit denen sie nicht einverstanden waren? Wie haben sie reagiert?)

Wie würden sie ihr Kind beschreiben? Auch im Hinblick auf die Mediennutzung?

Wie viel Taschengeld bekommt Ihr Kind und wie geht es damit um?

### **3.5 Medienerziehungskonzept**

Welches Medium halten Sie für Ihr Kind am meisten geeignet? Welches nicht?

Welche Sendung halten Sie für ungeeignet? Welche für geeignet? Warum?

Schaut ihr Kind alleine oder sind sie mit dabei?

Versuchen Sie, die Mediennutzung Ihres Kindes zu beeinflussen? Wenn ja, wie?

Sprechen Sie mit Ihrem Kind über Fernsehsendungen? Wenn ja, worüber (Themen)?

Wenn Sie Kinder- und Jugendprogramme gestalten könnten, was würden Sie ändern?

## **4 Leitfaden für die Lehrer**

### **4.1 Einstellung zu den Medien/ Mediennutzung**

Was halten Sie von Medien im Allgemeinen? Wie wichtig oder unwichtig sind sie für sie?

Welchen Stellenwert nehmen Medien in ihrem Alltag ein?

Welche Medien nutzen Sie selbst? Warum? Wie oft, wie lange? Was ist ihr Lieblingsprogramm/ Sender? Warum?



## **4.2 Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen**

Welchen Stellenwert nehmen Medien im Schulalltag der Kinder ein? Beobachtung?

Welche Medien sind ihrer Beobachtung nach die wichtigsten für die Kinder?

Welche Themen, Sendungen oder Figuren beschäftigen die Kinder derzeit am meisten?

Spielen Kinder manchmal etwas aus den Medien nach? Wenn ja, welche Kinder sind das?

## **4.3 Marken und Werbung**

Was verstehen sie unter dem Begriff „Marken“ bzw. „Medienmarken“?

Welche Funktion haben Marken ihrer Meinung nach?

Welche Marken sind ihrer Beobachtung nach derzeit bei den Kindern und Jugendlichen besonders angesagt? Wie äußert sich das?

Woher glauben sie, wissen Kinder, was gerade angesagt ist?

Welche Rolle spielt Werbung im Zusammenhang mit dem Konsumverhalten bzw. Wünschen der Kinder?

Welche Rolle spielen Medienmarken in der Schule?

Bringen Kinder Merchandisingartikel in die Schule mit? Was machen sie damit?

Wie gehen Sie selbst damit um?

Gab es damit schon Probleme? Wurden Streitereien ausgelöst?

Wie würden Sie die Kinder beschreiben/ charakterisieren, die besonders markenbewusst sind, bzw. die sehr viele Markenprodukte besitzen (soziales Umfeld, Integration in der Klasse etc.)?

## **4.4 Medienerziehungskonzept**

Welches Medium halten Sie für Kinder am meisten geeignet? Welches nicht?

Welche Sendung halten Sie für ungeeignet? Welche für geeignet? Warum?

Sprechen Sie mit den Kindern über Medien? Wenn ja, worüber (Themen)?

Wenn Sie Kinder- und Jugendprogramme gestalten könnten, was würden Sie ändern?

Haben Sie Sendungen oder Medien schon einmal im Unterricht behandelt oder auch schon einmal bestimmte „Medienmarken“ aufgegriffen?

Wenn ja, wie?/ Wenn nein, warum nicht?

Wurde das von den Kindern gewünscht?

## Liste der vorlegten Sender- und Programmlogos



## Anhang II: Codewortbaum

### 1 Codewortbaum zur Auswertung der Gruppengespräche

#### Allgemeine Favoriten/ Themen/ Motive

##### Bezug zur Lebenswelt

- Bezug auf eigene Erfahrung
- Familie
- Freunde
- Klasse/ Peers
- Partnerschaft
- Selbstbild
- Sonstige

##### Genannte Favoriten

- Bewertung der Favoriten
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv

##### Genutzte Audio-Kassetten

##### Identifikation./ Parasoziale Interaktion

- Nicht so handeln wollen
- Nicht so sein wollen
- So handeln wollen
- So sein wollen
- Solidarisieren
- Wunsch nach Interaktion
- Sonstige

##### Nutzungsmotive

- Erwerb von Gesprächsstoff
- Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
- Gegen Einsamkeit
- Gewohnheit
- Information
- Integration in eine Gruppe
- Interesse am Thema
- Kampf/ Stärke
- Kompensation v. Defiziten
- Langeweile
- Lebenshilfe
- Lernen wollen
- Lustig machen
- Magie/ Verwandlung
- Schönheit
- Spannung
- Stars
- Unterhaltung
- Sonstige

##### Nutzungszeiten

##### Wahrgenommene Themen

- Beziehung/ Partnerschaft
- Drogen
- Familie
- Freundschaft
- Geld
- Gesundheit
- Integration in eine Gruppe
- Jugendthemen

- Kampf/ Stärke
- Körper
- Magie/ Verwandlung
- Schönheit
- Schule
- Sexualität
- Sonstige
- Spiel
- Umweltschutz

**Buch**

- Bezug zur Lebenswelt
  - Eigene Erfahrungen
    - Familie
    - Freunde
    - Klasse/ Peers
    - Partnerschaft
    - Selbstbild
    - Sonstige
- Favoriten
  - Bewertung
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv
- Genannte Bücher
- Identifikation/ Parasoziale. Interaktion
  - Nicht so handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - So handeln wollen
  - So sein wollen
  - Solidarisieren
  - Wunsch nach Interaktion
  - Sonstiges
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Interesse am Thema
  - Kompensation v. Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Nutzungszeiten
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Partnerschaft
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Jugendthemen
  - Kampf/ Stärke
  - Körper
  - Magie/ Verwandlung
  - Schönheit

- Schule
- Sexualität
- Spiel
- Stars
- Umweltschutz

**Fernsehen**

- Bewertung TV-Genres/ Sendungen

- Negativ
  - Neutral
  - Positiv

- Bezug zur Lebenswelt

- Bezug auf eigene Erfahrung

- Familie
    - Freunde
    - Klasse/ Peers
    - Partnerschaft
    - Selbstbild
    - Sonstige

- Favorisierte Formate

- Favorisierte Genres

- Action
  - Comedy
  - Europ. Cartoons
  - Fernöstliche Cartoons
  - Informationssendungen
  - Märchenfilme
  - Musiksendungen
  - Nachrichten
  - Serien
  - Soaps
  - Spielfilm
  - Spielshows
  - Sport
  - Talks
  - Tierfilme
  - US-Cartoons
  - Sonstige

- Genannte Favoriten (Figuren)

- Bewertung

- Negativ
  - Neutral
  - Positiv

- Genannte Sendungen/ Genres

- Genannte TV-Sender

- Identifikation/ Parasoziale Interaktion

- Nicht so handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - So handeln wollen
  - So sein wollen
  - Solidarisieren
  - Sonstige
  - Wunsch nach Interaktion
  - Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Interesse am Thema
  - Kompensation von Defiziten

- Langeweile
- Lebenshilfe
- Lernen wollen
- Lustig machen
- Nichts verpassen wollen
- Spannung
- Unterhaltung
- Sonstige
- Nutzungszeiten
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Partnerschaft
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Jugendthemen
  - Kampf/ Stärke
  - Körper
  - Magie/ Verwandlung
  - Schönheit
  - Schule
  - Sexualität
  - Spiel
  - Stars
  - Umweltschutz
  - Sonstige
- Genannte Figuren

**Internet**

- Favorisierte Internetangebote
- Genutzte Internetangebote
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Integration in eine Gruppe
  - Interesse am Thema
  - Kommunikation (Email, Chat etc.)
  - Kompensation von Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Nichts verpassen wollen
  - Spannung
  - Spiel
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Nutzungszeiten
- Wahrgenommene Themen
  - Kampf/ Stärke
  - Medien allgemein
  - Mode
  - Schönheit
  - Spiel/ Gewinnspiel
  - Trends
  - Sonstige

**Kino-Film**

- Bezug zur Lebenswelt
  - Bezug auf eigene Erfahrungen
  - Familie
  - Freunde
  - Klasse/ Peers
  - Partnerschaft
  - Selbstbild
  - Sonstige
- Favorisierte Kinofilme
- Genannte Favoriten (Figuren)
- Bewertung
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv
- Genannte Filme
- Identifikation/ Parasoziale Interaktion
  - Nicht so handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - So handeln wollen
  - So sein wollen
  - Solidarisieren
  - Sonstige
  - Wunsch nach Interaktion
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Interesse am Thema
  - Kompensation von Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Partnerschaft
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Jugendthemen
  - Kampf/ Stärke
  - Körper
  - Schönheit
  - Schule
  - Sexualität
  - Spiel
  - Stars
  - Umweltschutz
  - Sonstige
- Marken und Merchandising**
  - Bewertung Umgang Medien allg.
  - Eigener Umgang
  - Umgang der anderen
  - Bewertung Umgang Medienmarken

- Eigener Umgang
- Umgang der anderen
- Bewertung/ Wissen um Werbung
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv
- Favorisierte Marken-Angebote
- Markenverständnis
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Integration in eine Gruppe
  - Interesse am Thema
  - Kompensation v. Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Umgang Medien/ Medienmarken
  - Eigener Umgang
  - In Familie
  - In Freundschaften
  - In Peer-Group
  - In Schule/ Klasse
- Umgang mit Werbung
  - Eigener Umgang
  - In Klasse/ Schule
  - Umgang der anderen
- Wahrgenommene M-Angebote
- Wissen um Trends
  - Angebote Geschäfte
  - Bekannte
  - Freunde
  - Geschwister/ Familie
  - Internet
  - Kino
  - Musik
  - Peer-Group
  - Prospekte
  - Radio
  - Trendsetter in Klasse/ Schule
  - TV
  - Werbung allgemein
  - Zeitschriften
  - Sonstige
- PC-Spiele**
  - Bezug zur Lebenswelt
    - Bezug auf eigene Erfahrungen
      - Familie
      - Freunde
      - Klasse/ Peers
      - Partnerschaft
      - Selbstbild
      - Sonstige
  - Favorisierte PC-Spiele



Genutzte PC-Spiele  
Identifikation/ Parasoziale Interaktion  
Nicht so handeln wollen  
Nicht so sein wollen  
So handeln wollen  
So sein wollen  
Solidarisieren  
Sonstige  
Wunsch nach Interaktion  
Nutzungsmotive  
Erwerb v. Gesprächsstoff  
Erwerb/ Sicherung des sozialen Status  
Gegen Einsamkeit  
Gewohnheit  
Information  
Integration in eine Gruppe  
Interesse am Thema  
Kompensation von Defiziten  
Langeweile  
Lebenshilfe  
Lernen wollen  
Lustig machen  
Nichts verpassen wollen  
Spannung  
Unterhaltung  
Sonstige  
Nutzungszeiten  
PC-Favoriten (Figuren)  
Wahrgenommene Themen PC  
Beziehung/ Partnerschaft  
Drogen  
Familie  
Freundschaft  
Geld  
Gesundheit  
Jugendthemen  
Kampf/ Stärke  
Körper  
Magie/ Verwandlung  
Schönheit  
Schule  
Sexualität  
Spiel  
Stars  
Umweltschutz  
Sonstige

**Sammel- und Tauschobjekte**

Bilder  
Figuren/ Gogos  
Hefte  
Kleidung  
Poster  
Sammelkarten  
Schreibwaren  
Sonstige  
Spiele  
Stars  
Sticker  
Stickerhefte

**Themen allgemein**

**Video/ DVD**

Bezug zur Lebenswelt  
Eigene Erfahrungen  
Familie  
Freunde  
Klasse/ Peers  
Partnerschaft  
Selbstbild  
Sonstige

Genannte Favoriten  
Bewertung Favoriten  
Negativ  
Neutral  
Positiv

Genannte Filme (VHS/ DVD)

Identifikation/ Parasoziale Interaktion  
Nicht so handeln wollen  
Nicht so sein wollen  
So handeln wollen  
So sein wollen  
Solidarisieren  
Wunsch nach Interaktion  
Sonstige

Nutzungsmotive

Erwerb von Gesprächsstoff  
Erwerb/ Sicherung des sozialen Status  
Gegen Einsamkeit  
Gewohnheit  
Information  
Interesse am Thema  
Kompensation von Defiziten  
Langeweile  
Lebenshilfe  
Lernen wollen  
Lustig machen  
Spannung  
Unterhaltung  
Sonstige

Nutzungszeiten

Wahrgenommene Themen

Beziehung/ Partnerschaft  
Drogen  
Familie  
Freundschaft  
Geld  
Gesundheit  
Jugendthemen  
Kampf/ Stärke  
Körper  
Schönheit  
Schule  
Sexualität  
Spiel  
Stars  
Umweltschutz  
Sonstige

**Zeitungen/ Zeitschriften**

Bezug zur Lebenswelt  
Bezug auf eigene Erfahrung  
Familie

- Freunde
- Klasse/ Peers
- Partnerschaft
- Selbstbild
- Sonstige
- Favorisierte Zeitschriften
- Genutzte Zeitschriften
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Integration in eine Gruppe
  - Interesse am Thema
  - Kompensation von Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Nichts verpassen wollen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Nutzungszeiten
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Partnerschaft
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Jugendthemen
  - Kampf/ Stärke
  - Körper
  - Magie/ Verwandlung
  - Schönheit
  - Schule
  - Sexualität
  - Spiel
  - Stars
  - Technik
  - Trends
  - Umweltschutz
  - Sonstige

## 2 Codewortbaum zur Auswertung der Einzelinterviews

- Genannte Figuren allgemein
  - Bewertung der Figuren/ Eigenschaften
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv
- Identifikation/ Parasoziale Interaktion allgemein
  - Nicht so handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - So handeln wollen
  - So sein wollen
  - Solidarisieren

Wunsch nach Interaktion  
Sonstige  
Wahrgenommene Themen allgemein  
  Beziehung/ Liebe  
  Drogen  
  Familie  
  Freundschaft  
  Geld  
  Gesundheit  
  Kampf/ Stärke  
  Kinder- und Jugendthemen  
  Körper  
  Magie/ Verwandlung  
  Schönheit  
  Schule  
  Sexualität  
  Spiel  
  Umweltschutz  
  Sonstige  
**Audio-Kassetten/ CDs/ Radio**  
  Bezug zur Lebenswelt  
    Eigene Erfahrungen  
    Erfahrungen anderer  
  Genannte Figuren  
    Bewertung der Figuren  
      Negativ  
      Neutral  
      Positiv  
  Genutzte Kassetten/ CDs/ Radiosender  
    Bewertung  
      Negativ  
      Neutral  
      Positiv  
  Identifikation/ Parasoziale Interaktion  
    Nicht so handeln wollen  
    Nicht so sein wollen  
    So handeln wollen  
    So sein wollen  
    Solidarisieren  
    Sonstige  
    Wunsch nach Interaktion  
  Nutzungsmotive  
    Erwerb von Gesprächsstoff  
    Erwerb/ Sicherung des sozialen Status  
    Gegen Einsamkeit  
    Gewohnheit  
    Information  
    Integration in eine Gruppe  
    Interesse am Thema  
    Kompensation von Defiziten  
    Langeweile  
    Lebenshilfe  
    Lernen wollen  
    Lustig machen  
    Nichts verpassen wollen  
    Spannung  
    Unterhaltung  
    Sonstige  
  Nutzungszeiten  
  Wahrgenommene Themen

Beziehung/ Liebe  
Drogen  
Familie  
Freundschaft  
Geld  
Gesundheit  
Integration in eine Gruppe  
Kampf/ Stärke  
Kinder- und Jugendthemen  
Körper  
Magie/ Verwandlung  
Musik  
Schönheit  
Schule  
Sexualität  
Spiel  
Umweltschutz  
Verbrechen/ Detektiv  
Sonstige

**Buch**

Bezug zur Lebenswelt  
Eigene Erfahrungen  
Erfahrungen anderer  
Genannte Figuren  
Bewertung  
Neutral  
Negativ  
Positiv  
Genutzte Bücher  
Bewertung  
Negativ  
Neutral  
Positiv  
Identifikation/ Parasoziale Interaktion  
Nicht so handeln wollen  
Nicht so sein wollen  
So handeln wollen  
So sein wollen  
Solidarisieren  
Wunsch nach Interaktion  
Sonstiges  
Nutzungsmotive  
Erwerb von Gesprächsstoff  
Erwerb/ Sicherung des sozialen Status  
Gegen Einsamkeit  
Gewohnheit  
Information  
Integration in eine Gruppe  
Interesse am Thema  
Kompensation von Defiziten  
Lageweile  
Langeweile  
Lebenshilfe  
Lernen wollen  
Lustig machen  
Nichts verpassen wollen  
Spannung  
Unterhaltung  
Sonstige  
Nutzungszeiten

**Wahrgenommene Themen**

- Beziehung/ Liebe
- Drogen
- Familie
- Freundschaft
- Geld
- Gesundheit
- Kampf/ Stärke
- Kinder- u. Jugendthemen
- Körper
- Magie/ Verwandlung
- Schönheit
- Schule
- Sexualität
- Spiel
- Stars
- Umweltschutz
- Sonstige

**Internet/ PC****Genutzte Internetangebote**

- Bewertung
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv

**Nutzungsmotive**

- Datenverarbeitung
- Erwerb von Gesprächsstoff
- Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
- Gegen Einsamkeit
- Gewohnheit
- Information
- Integration in eine Gruppe
- Interesse am Thema
- Kommunikation
- Kompensation v. Defiziten
- Langeweile
- Lebenshilfe
- Lernen wollen
- Lustig machen
- Nichts verpassen wollen
- Spannung
- Textverarbeitung
- Unterhaltung
- Sonstige

**Nutzungszeiten****Wahrgenommene Themen**

- Kampf/ Stärke
- Medien allgemein
- Mode
- Schönheit
- Spiel/ Gewinnspiel
- Stars
- Trends
- Sonstige

**Kino**

- Bezug zur Lebenswelt
  - Erfahrung anderer
  - Eigene Erfahrung
- Genannte Figuren
  - Bewertung

- Negativ
- Neutral
- Positiv
- Genutzte Filme
  - Bewertung
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv
- Identifikation/ Parasoziale Interaktion
  - Wunsch nach Interaktion
  - Solidarisieren
  - So sein wollen
  - So handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - Nicht so handeln wollen
  - Sonstiges
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Integration in eine Gruppe
  - Interesse am Thema
  - Kompensation v. Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Nichts verpassen wollen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Nutzungszeiten
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Liebe
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Kampf/ Stärke
  - Kinder- u. Jugendthemen
  - Körper
  - Magie/ Verwandlung
  - Schönheit
  - Schule
  - Sexualität
  - Spiel
  - Stars
  - Umweltschutz
  - Sonstige
- Medien/ Marken/ Merchandising**
  - 100 Euro/ Wünsche
  - Bewertung Umgang Medien
    - Eigener Umgang
    - Umgang der anderen
  - Bewertung Umgang Medienmarken
    - Eigener Umgang
    - Umgang der anderen

- Bewertung von Werbung
  - Neutral
  - Positiv
  - Negativ
- Club
- Favorisierte Merchandising-Angebote
- Wahrgenommene Merchandising-Angebote
- Markenverständnis
- Medienkompetenz
- Nutzungs- u. Konsummotive
  - Erwerb v. Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Integration in eine Gruppe
  - Interesse am Thema
  - Kompensation von Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Taschengeld/ Geld
- Umgang Medien/ Medienmarken
  - Eigener Umgang
  - In Familie
  - In Freundschaften
  - In Peer-Group
  - In Schule/ Klasse
  - Umgang der anderen
- Umgang mit Werbung
  - Eigener Umgang
  - In Familie
  - In Freundschaften
  - In Klasse/ Schule
  - In Peer-Group
  - Umgang der anderen
- Wissen um Trends
  - Angebote in Geschäften (auch McDonalds)
  - Bekannte
  - Freunde
  - Geschwister/ Familie
  - Internet
  - Kino
  - Musik
  - Peer-Group
  - Prospekte
  - Radio
  - Trendsetter in Klasse/ Schule
  - TV
  - Werbung allgemein
  - Zeitschriften
  - Sonstige
- Wissen um Werbung
- PC-/ Video-/ GB-Spiele**
- Bezug zur Lebenswelt
  - Eigene Erfahrung
  - Erfahrung anderer



- Genannte Figuren
  - Bewertung
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv
- Genutzte PC-Spiele/ Programme
  - Bewertung
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv
- Identifikation/ Parasoziale Interaktion
  - Nicht so handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - So handeln wollen
  - So sein wollen
  - Solidarisieren
  - Wunsch nach Interaktion
  - Sonstige
- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff
  - Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
  - Gegen Einsamkeit
  - Gewohnheit
  - Information
  - Integration in eine Gruppe
  - Interesse am Thema
  - Kompensation v. Defiziten
  - Langeweile
  - Lebenshilfe
  - Lernen wollen
  - Lustig machen
  - Nichts verpassen wollen
  - Spannung
  - Unterhaltung
  - Sonstige
- Nutzungszeiten
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Liebe
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Kampf/ Stärke
  - Kinder- u. Jugendthemen
  - Körper
  - Magie/ Verwandlung
  - Schönheit
  - Schule
  - Sexualität
  - Spiel
  - Stars
  - Umweltschutz
  - Sonstige
- Sammel- und Tauschobjekte
  - Bilder
  - Figuren/ Gogos
  - Hefte
  - Kleidung
  - Poster

- Sammelkarten
- Schreibwaren
- Spiele
- Stars
- Sticker
- Stickerhefte
- Sonstige

**Tagesablauf/ Freizeitgestaltung**

- Allein
- Mit Familie
- Mit Freunden
- Schule/ Einstellung zur Schule

**TV**

- Bewertung der Genres
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv

- Bezug zur Lebenswelt
  - Eigene Erfahrung
  - Erfahrung anderer
  - Sonstige

- Genannte Figuren
  - Bewertung
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv

- Genutzte Genres
  - Comedy
  - Europäische Cartoons
  - Fernöstliche Cartoons
  - Flächenmagazin
  - Informationssendungen
  - Krimis
  - Märchenfilme
  - Musiksendungen
  - Nachrichten
  - Serien
  - Soaps
  - Spielfilm
  - Spielshows
  - Sport
  - Talks
  - Tierfilme
  - US-Cartoons
  - Sonstige

- Genutzte TV-Sender
  - Bewertung
    - Negativ
    - Neutral
    - Positiv

- Identifikation/ Parasoziale Interaktion
  - Nicht so handeln wollen
  - Nicht so sein wollen
  - So handeln wollen
  - So sein wollen
  - Solidarisieren
  - Wunsch nach Interaktion
  - Sonstige

- Nutzungsmotive
  - Erwerb von Gesprächsstoff

- Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
- Gegen Einsamkeit
- Gewohnheit
- Information
- Integration in eine Gruppe
- Interesse am Thema
- Kompensation von Defiziten
- Langeweile
- Lebenshilfe
- Lernen wollen
- Lustig machen
- Nichts verpassen wollen
- Spannung
- Unterhaltung
- Sonstige
- Nutzungszeiten
- Programmflächen
  - Bewertung der Logos für eigene Nutzung
    - Unwichtig
    - Wichtig
  - Kenntnis/ Wissen der Programmflächen
- Wahrgenommene Themen
  - Beziehung/ Liebe
  - Drogen
  - Familie
  - Freundschaft
  - Geld
  - Gesundheit
  - Kampf/ Stärke
  - Kinder- u. Jugendthemen
  - Körper
  - Magie/ Verwandlung
  - Schönheit
  - Schule
  - Spiel
  - Stars
  - Umweltschutz
  - Sonstige
- Video/ DVD**
  - Bezug zur Lebenswelt
    - Eigene Erfahrungen
    - Erfahrungen anderer
  - Genannte Figuren
    - Bewertung
      - Negativ
      - Neutral
      - Positiv
  - Genutzte Filme
    - Bewertung
      - Negativ
      - Neutral
      - Positiv
  - Identifikation/ Parasoziale Interaktion
    - Wunsch nach Interaktion
    - Solidarisieren
    - So sein wollen
    - So handeln wollen
    - Nicht so sein wollen
    - Nicht so handeln wollen
    - Sonstige

## Nutzungsmotive

- Erwerb von Gesprächstoff
- Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
- Gegen Einsamkeit
- Gewohnheit
- Information
- Integration in eine Gruppe
- Interesse am Thema
- Kompensation v. Defiziten
- Langeweile
- Lebenshilfe
- Lernen wollen
- Lustig machen
- Nichts verpassen wollen
- Spannung
- Unterhaltung
- Sonstige

## Nutzungszeiten

## Wahrgenommene Themen

- Beziehung/ Liebe
- Drogen
- Familie
- Freundschaft
- Geld
- Gesundheit
- Kampf/ Stärke
- Kinder- u. Jugendthemen
- Körper
- Schönheit
- Schule
- Sexualität
- Spiel
- Stars
- Umweltschutz

**Zeitungen/ Zeitschriften/ Comics**

- Bezug zur Lebenswelt
  - Erfahrung anderer
  - Eigene Erfahrung

## Genannte Figuren

- Bewertung
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv

## Genutzte Zeitschriften

- Bewertung der Zeitschriften
  - Negativ
  - Neutral
  - Positiv

## Identifikation/ Parasoziale Interaktion

- Nicht so handeln wollen
- Nicht so sein wollen
- So handeln wollen
- So sein wollen
- Solidarisieren
- Wunsch nach Interaktion
- Sonstige

## Nutzungsmotive

- Erwerb von Gesprächsstoff
- Erwerb/ Sicherung des sozialen Status
- Gegen Einsamkeit

Gewohnheit  
Information  
Integration in eine Gruppe  
Interesse am Thema  
Kompensation v. Defiziten  
Langeweile  
Lebenshilfe  
Lernen wollen  
Lustig machen  
Nichts verpassen wollen  
Spannung  
Unterhaltung  
Sonstige  
Nutzungszeiten  
Wahrgenommene Themen  
  Beziehung/ Liebe  
  Drogen  
  Familie  
  Freundschaft  
  Geld  
  Gesundheit  
  Kampf/ Stärke  
  Kinder- und Jugendthemen  
  Körper  
  Magie/ Verwandlung  
  Schönheit  
  Schule  
  Sexualität  
  Spiel  
  Stars  
  Technik  
  Trends  
  Umweltschutz  
  Sonstige

## **Anhang III: Überblick über Teilnehmer und Teilnehmerinnen an den Einzelinterviews (n=36)**

### **1 Standort A**

#### **1.1 Helga, 6 Jahre, 1. Klasse Grundschule, A**

##### **Familialer Hintergrund**

Die Mutter ist Hausfrau, der Vater arbeitet in leitender Position. Die Familie lebt mit ihrer Tochter in einem schönen Einfamilienhaus mit einem Garten.

##### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Darkwing Duck und Pluto, Sandmännchen, Fix und Foxi, Winnie Puh, Tom und Jerry*

Video: *Mickey Mouse*

Kino: *Der kleine Eisbär*

##### **Figuren/ Helden**

*Pokémon: Pikachu; Minni Mouse* („Weil die so eine Schleife hat und weil die so Augen hat“), *Tom und Jerry*

##### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

Aufkleber und Buntstifte: *Minni Mouse, Donald Duck*, Figuren aus Überraschungseiern, *Tarzan-Puzzle, Barbies, Ponyland, Janosch-Kalender*

Informationsquellen: nicht erkennbar

##### **Motto**

Schüchterne 6-Jährige mit großer Affinität für *Disney*-Angebote.

#### **1.2 Magdalena, 6 Jahre, 1. Klasse Grundschule, A**

##### **Familialer Hintergrund**

Der Vater arbeitet in gehobener Position. Die Mutter hat einen akademischen Abschluss und ist zu Hause. Die Familie lebt in einem großen Einfamilienhaus mit Garten. Magdalena hat drei Geschwister.

##### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Kommissar Rex, Kikania, Felix der Hase*, Spielfilme

Audio-Kassetten: *Frau Holle, Pokémon, Gut gebrüllt Löwe*, Märchen CD

Zeitschrift: *Tierfreund*

##### **Figuren/ Helden**

*Felix der Hase*

##### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*Felix*-Stofftiere

Informationsquelle: nicht erkennbar

##### **Motto**

Sehr schüchterne Sechsjährige, die sich im Interview ungesprächig zeigt.

### 1.3 Mustafa, 6 Jahre, 1. Klasse Grundschule, A

#### **Familiärer Hintergrund**

Die türkisch stämmige Familie lebt in einer großen, neu renovierten Wohnung in einem heruntergekommen Wohnhaus. Beide Elternteile sind berufstätig.

#### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Darkwing Duck*, *DBZ*, *Bugs Bunny*, *Digimon*, *Tabaluga TV*, Kinderfilme

Kino: *Atlantis*

Internet: Kartenspiel

Gameboy: *Jurassic Park*

Bücher: Piratenbuch

#### **Figuren/ Helden**

*Darkwing Duck*, *Son Goku*

#### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*Gogos*, *DBZ*-Karten, *MC-Donalds* Merchandising, Figuren von *Digimon* und *Snoopy*, Dinosaurier aus *Jurassic Park*, *Monster Truck*, Rennautos

Informationsquellen: Freunde, Schule

#### **Motto**

Aufgeweckter 6-Jähriger, der gerne Fußball spielt und sich von Figuren aus dem Fernsehen, die sich für das Gute einsetzen, fasziniert zeigt.

### 1.4 Susanne, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, A

#### **Familiärer Hintergrund**

Die Familie lebt in einer großen, gepflegten Mehrzimmerwohnung in einem Reihnhaus. Die Mutter ist Hausfrau, der Vater arbeitet in einer gehobenen Position. Susanne ist ein Einzelkind.

#### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Kikania*, *Cartoon-Special*, Spielfilme

Kino: *Harry Potter*

PC-Spiel: *Abenteurer der Zeit*, *Benjamin Blümchen*, *Grashopper*, *König der Löwen*

Internet: *Diddl*-Homepage

Buch: *Harry Potter*, Freundschaftsgeschichten

#### **Figuren/ Helden**

*Hermine* von *Harry Potter*

#### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Barbie*, Edelsteine, *Harry Potter*: Sticker, Sammelalbum, Poster, Postkarten, *Diddl*: Blöcke, Stifte, Uhr (von der Mutter bekommen)

Informationsquellen: TV, andere Kinder

#### **Motto**

Neunjährige mit gemäßigter Mediennutzung zeigt kein Interesse am Sammeln und Tauschen, besitzt aber einige Merchandisingartikel, die sie hauptsächlich von ihrer Mutter geschenkt bekommt.

### 1.5 Loretta, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, A

#### Familiärer Hintergrund

Der Vater arbeitet in einer höheren Position. Die dreifache Mutter ist zu Hause. Die Familie wohnt in einem großen Reihenhaus mit Garten. Loretta hat zwei jüngere Schwestern.

#### Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote

TV: *Kikania*, 1,2 oder 3, *Tigerentenclub*, *Wickie*, *Löwenzahn*, *Mensch Pia*, mit der kleinen Schwester *Sandmännchen*

Kino: *Ice Age* (fand sie "ganz toll")

PC-Spiel: *Löwenzahn*, *Solitär*, *Janosch in der Schule* („da kommt' ich lesen lernen“)

Musik CD: *BRAVO*-Hits

Bücher: *Puckie*-Bücher,

Zeitschriften: *Wendy*

#### Figuren/ Helden

*Wickie*, „Oh der hat immer so gute Einfälle“, *Felix*, *Niki*, *Pikachu*: „Der sieht süß aus“,

#### Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends

Murmeln, Gogos, Fußballaufkleber, *Felix*-Produkte wie Bücher, Schulranzen, Stifte, früher *Diddl*-Fan, Figuren, 16 *Pokémon* Karten, Harry Potter Karten, *Niki*-Figuren („die sind ganz in“)

Informationsquellen: *Diddl*-Laden, Spielzeugladen

#### Motto

Loretta, ein 9-jähriges intelligentes, kommunikatives Mädchen, das sich früher für *Diddl*-begeistert hat und jetzt fasziniert ist von *Nici*-Figuren und Artikel zu *Felix* sammelt.

### 1.6 Mirko, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, A

#### Familiärer Hintergrund

Die Familie lebt in einem großen Einfamilienhaus. Mirko hat einen kleinen Bruder und wohnt in einem eigenen Zimmer im Dachgeschoss. Die Eltern verfügen über ein geregelteres Einkommen.

#### Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote

TV: Cartoon-Special, *Typisch Andy*, früher *Pokémon*

DVD: *Harry Potter* („Hab' ich schon fast 1000 Mal geguckt“)

PC: Textverarbeitung

PC-Spiele: Nintendo: *Luigis Mansion*, *Bros Melee* („da geht's um kämpfen“), *Lego Creator: Harry Potter*, *Pokémon*-Gameboyspiel

Internet: E-Mail, bestellt Bücher, Cheats für PC-Spiele, Google, *DBZ*, *GZSZ* („für eine Freundin“), hat früher *Pokémon*-Seiten genutzt

Buch: Alle Bände von *Harry Potter*

Zeitschrift: *Real Robots*

#### Figuren/ Helden



*Harry Potter, Pikachu* („davon ist jeder Fan“)

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Pokémon*: Kuschtiere, *Pokédex*, früher Sticker, tauscht *DBZ*-Sticker aus Kaugummi

Informationsquelle: Schule, Freunden

### **Motto**

Intelligenter, kommunikativer Neunjähriger mit ausgeprägtem technischen Verständnis und breiter Mediennutzung.

## **1.7 Vanessa, 10 Jahre, 5. Klasse Hauptschule, A**

### **Familiärer Hintergrund**

Der Vater hat einen handwerklichen Beruf und die Mutter ist Hausfrau. Die Familie lebt in einem großen Einfamilienhaus mit Garten und Swimming-Pool.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Stefan Raab, GZSZ, Paulchen Panther*

Kino: *Harry Potter*

Bücher: *Harry Potter*

PC-Spiel: *Barbie, Sims*

### **Figuren/ Helden**

*Ron, Harry Potter*, Figuren aus *GZSZ*

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

Glaskugeln, *Pokémon* Sticker und Aufkleber (früher), *Diddl* (früher)

Informationsquelle: Geschäfte, Schule, Freunde, Kinofilm

### **Motto**

Sportliche und kommunikative 10-Jährige mit Interesse an *GZSZ*.

## **1.8 Dietmar, 10 Jahre, 5. Klasse Hauptschule, A**

### **Familiärer Hintergrund**

Die Eltern sind beide berufstätig. Dietmar hat eine ältere Schwester (14). Die Familie lebt in einer kleinen, etwas heruntergekommenen, aber sauberen Wohnung.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte/ Angebote**

TV: *Alarm für Cobra 11, DBZ, Hinter Gittern – Der Frauenknast, Medicopter 117, Charmed*

Kino: *Harry Potter*

Playstation: *Tony Hawk*, Skateboardspiel, Snowboardspiel, *Tomb Raider, GTA II*

Bücher: *Harry Potter*, „Gänsehautbücher“

### **Figuren/ Helden**

*Harry Potter, Ron, Hermine, Tony Hawk*

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

Sticker von *Smileys*, Fußball und *Pokémon*-Heft

Informationsquelle: Schulklasse, Fernsehzeitung

**Motto**

Dominic ist ein kommunikativer, gesprächsbereiter Junge mit breiter Mediennutzung.

**1.9 Stefano, 13 Jahre, 5. Klasse Hauptschule, A****Familialer Hintergrund**

Stefano lebt mit seiner allein erziehenden, berufstätigen Mutter und seiner älteren Schwester in einer kleinen Wohnung.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *DBZ*, *GZSZ*, *Pokémon*, Märchen, Cartoons, Tierwelt, Actionfilme: *Godzilla*, Karatefilme

Kino: *Tarzan*

Video: *Star Wars*

PC-Spiele: Playstation: Rollenspiele, *The Legend of Legaya*, Gameboy: *Pokémon*; Nintendo 64

Internet: Chatten, *www.super-rtl.de*, *www.toggo.de*

Buch: *Lustiges Taschenbuch*, *DBZ*, *Das Mädchen im roten Mantel*

Zeitschriften: *Banzai!*

**Figuren/ Helden**

*Legend of Legaya*: *Fun*, *Nor*, Meisterlehrer *Gustav*, *Son-Gohan* („so cool“), *Ash*, *Pikachu*, *Glurak* (Feuerpokémon), *Chackie Chan*, *Bruce Lee*

*GZSZ*: Niko, der „sieht immer so geil aus, findet für jeden immer 'ne Lösung.“

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

Früher: *DBZ* Sammelkarten, Figuren, „die hab ich verkauft“, jetzt *Gogos*, Murmeln,

Früher: *Pokémon*, „Ich mag jetzt *DBZ* mehr als *Pokémon*.“ Früher: Glitzersteine, Vogelfedern,

Informationsquelle: Schule, TV

**Motto**

Intelligenter und kommunikativer 13-Jähriger, der besondere Bezüge zu *DBZ* und den Charakteren und Themen hat und auch in seinen Alltag integriert.

**1.10 Nora, 13 Jahre, 7. Klasse Hauptschule, A****Familialer Hintergrund**

Die türkisch stämmige Familie wohnt in einer geräumigen Wohnung. Der Vater ist berufstätig, die Mutter arbeitet als Hausfrau. Nora hat einen kleinen Bruder (10), mit dem sie das Zimmer teilt.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *GZSZ*, *Jugendgericht*, Musiksendungen

Kino: *Natürlich Blond* (findet sie „eigentlich ganz lustig“)

Internet: E-Mails, Suchmaschinen

CDs: Musik hören wichtiger als TV

Zeitschriften: früher viele („übertrieben“), *Yam!*, *Girl*, *Mädchen*

**Figuren/ Helden**

*Ashanti, Jennifer Lopez*

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

früher *Digimon*

Informationsquellen: Klasse, Zeitschriften, Werbung

**Motto**

Das Mädchen wirkt für ihr Alter erwachsen. Ihr Interesse an Medien und Merchandisingartikeln ist gering.

**1.11 Theo, 13 Jahre, 7. Klasse Hauptschule, A****Familialer Hintergrund**

Die Mutter arbeitet als Fachangestellte. Der Vater hat einen Aushilfsjob. Die Familie wohnt in einer sehr kleinen, ungepflegten Wohnung in einem Wohnblock. Theo hat eine jüngere Schwester.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *DBZ, Jeanne, Ranma 1/2, Simpsons, TV-Total*

PC: CDs brennen, Musik zusammenstellen,

PC-Spiele: *Secret of ever More, Secret of Manner, Deramitma, Micky Mouse*

Super Nintendo: *DBZ*

Internet: *Chatworld, giga.de*

Hörspiel-Kassetten: *Harry Potter*

Zeitschriften: *Computerbild, Computerbild-Spiel, BRAVO, Yam!*

**Figuren/ Helden**

*Harry Potter, Spiderman, Vegeta (DBZ), Homer Simpson*

**Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*DBZ*-Sticker, Sammelkarten und Figuren

Informationsquellen: Internet, Jugendtreff

**Motto**

Theo, ein 13-Jähriger Junge, der eine intensive Mediennutzung aufweist und im Interview über seine Probleme in der Schule offen spricht. Er löst diese meist mit Gewalt.

**1.12 Tino, 13 Jahre, 7. Klasse Hauptschule, A****Familialer Hintergrund**

Die Eltern arbeiten beide in mittleren Positionen. Tino ist ein Einzelkind. Die Familie wohnt in einem Einfamilienhaus mit Garten.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Toggo: Typisch Andy, Oggy und die Kakerlaken, Notruf*; nutzt TV überwiegend als Begleitmedium

Kino: *Spiderman*

PC-Spiele: *Autobahnraser 2, Flugsimulator, Moorhuhn*. Gameboy nutzte er nicht mehr seit er einen PC hat

PC: Textverarbeitung

Buch: *Herr der Ringe*

### **Figuren/ Helden**

*Frodo*, „Er ist der Ringträger, der darf alles entscheiden“.

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

Sammelt(e) nichts

Informationsquelle: nicht erkennbar

### **Motto**

13-jähriger, schüchterner Junge, der seine Freizeit hauptsächlich mit dem Computer verbringt und sich mitunter von seinen Eltern bevormundet fühlt.

## **2 Standort B**

### **2.1 Cornelia, 6 Jahre, 1. Klasse Grundschule, B**

#### **Familialer Hintergrund**

Die Eltern arbeiten in gehobenen Positionen. Cornelia hat eine um drei Jahre ältere Schwester. Die Familie lebt in einem geräumigen Einfamilienhaus mit Garten in einer neu errichteten Siedlung.

#### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Kikania, Nils Holgersson* Kino: *Harry Potter*

Kassetten: *Benjamin Blümchen*, Musik

Buch: *Pocahontas, Der Kleine Hase, Tierkinder, Harry Potter*

#### **Figuren/ Helden**

*Otto von Benjamin Blümchen, Harry Potter*

#### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

Keine Merchandisingprodukte; sammelt *Polly Pocket*

Informationsquelle: Spielzeugladen

#### **Motto**

Kommunikative Sechsjährige, die ausschließlich das Angebot von KI.KA nutzt.

### **2.2 Jasmin, 7 Jahre, 1. Klasse Grundschule, B**

#### **Familialer Hintergrund**

Die Eltern sind gut situiert und arbeiten für ein großes deutsches Unternehmen. Jessica hat einen älteren Bruder (16). Die Familie lebt in einem schönen, großen Einfamilienhaus mit Garten und Swimming-Pool.

#### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Kikania, Schloss Einstein, Löwenzahn, Wickie, Biene Maja*

Kino: *Harry Potter*

Video: *Pippi Langstrumpf*

PC-Spiele: *Monopoly* (mit Mutter), *Löwenzahn, Janosh*

Buch: *Abenteuer auf dem Pferdehof* (Sammelband), *Harry Potter* von der Hortbetreuerin vorgelesen

### **Figuren/ Helden**

*Harry Potter*, *Wickie*: „schlauer als sein Vater“, *Pikachu*: „der war so süß“, *Pippi Langstrumpf* und Pferd

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*Pokémon*: zwei Stickerhefte, „früher war ich mal Fan, aber jetzt nicht mehr“. Steine, Pferdeplakate, *Pipi Langstrumpf*-T-Shirt

Informationsquelle: *Harry Potter* von Hort

### **Motto**

Kommunikative, aufgeschlossene Siebenjährige, die ausschließlich KI.KA nutzen darf.

## **2.3 Jochen, 7 Jahre, 1. Klasse Grundschule, B**

### **Familialer Hintergrund**

Die Eltern sind gut situiert. Jochen hat einen älteren Bruder und eine ältere Schwester. Der Junge wurde ein Schuljahr zurück gestuft. Die Familie lebt in einem schönen großen Einfamilienhaus mit großem Garten in grüner Lage.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Findus und Peterson*, *Löwenzahn*, *Simpsons*, findet *DBZ* „wegen dem Kämpfen doof“.

PC-Spiele: *Janosh*, *Tiger lernt Fahrrad fahren*, *Oskar der Ballonfahrer*, *Löwenzahn*

Playstation: *GTR 2*, *Tekken 2* und *Tekken 3* aber nur mit Cousins

Bücher: Atlanten, Experimentebücher, *Peterson und Findus*

### **Figuren/ Helden**

*Peter Lustig*, *Bart Simpsons* („wegen seiner Streiche“), *Sabrina* (wünscht sich so zaubern zu können wie *Sabrina*, „dass ich übelst viel Kohle hätte“)

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*Playmobil*, Dinos, Spiele, viele Bücher, Aufkleber von *Simpsons*, Fußballsticker

Informationsquelle: nicht erkennbar

### **Motto**

Jochen konnte erst nach langem Überreden zum Interview bewegt werden, war aber dann im Gespräch offen und kommunikativ. Er ist von den *Simpsons* begeistert und mag auch *Löwenzahn*, das er vor allem wegen der Experimente schätzt.

## **2.4 Julia, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, B**

### **Familialer Hintergrund**

Die Familie lebt in einem schönen Reihnhaus in einer neu angelegten Siedlung. Die Eltern sind gut situiert. Julia hat eine um zwei Jahre ältere und eine vierjährige Schwester.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Dough Funny*, *Pepper Ann*, *Oggy und die Kakerlaken*, *Sissi*, Musiksendungen

Buch: *Michaela*, Märchen

PC-Spiel: Rechenprogramm

Kino: *Pippi Langstrumpf*

### **Figuren/ Helden**

*Sissi, Pippi*: „Die ist stark“,

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

Sammelt fremdländische Geldstücke, *Barbies*; hat *Simpsons*-Figuren, *Winnie Puh* von *Mac Donald*;

Informationsquelle: Klasse

### **Motto**

Neunjährige mit mäßiger Mediennutzung, die sich für Musiksendungen und Cartoons interessiert.

## **2.5 Martina, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, B**

### **Familialer Hintergrund**

Die Eltern sind berufstätig. Martina hat zwei kleinere Geschwister (Bruder und Schwester). Die Familie lebt in einem etwas heruntergekommenen Einfamilienhaus mit Garten.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Oggy und die Kakerlaken*, *Shin Chan*, *Sabrina total verhext*, *Pokémon*, *DBZ*, *Digimon*. *Eine himmlische Familie*

Kino: *Shrek*

Gameboy: *Pokémon*

Musik CDs: *The Dome Volume 14*

Bücher: *Pokémon (Pikachus Ferien)*

Zeitschriften: *Kinderbunte Bastelrunde*

### **Figuren/ Helden**

*Sabrina*, *Tante Hilda*, *Tante Celda* „die ziehen sie auf“. *Oggy*, die grüne Katze, *Barbie* (Clou), *Pokémon: Sterndu* („wegen den Attacken“), *Pikachu*, *Shrek* und großer Drache, Esel, aus *DBZ Vegeta*: „Der ist so n Griesgram wie ich [lachen]...“, und der kann seinen Bruder nicht leiden wie ich.“ *Son Goku*, *Son Gohan*, *Bulma*; *Shin Chan*: „Den find ich niedlich.“

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*Polly Pocket*, *Barbie*, *Pokémon*-Sticker und Sammelkarten

Informationsquellen: Klasse, Freunde

### **Motto**

Aufgeschlossene, sehr kommunikative Neunjährige mit breiter Mediennutzung. Interessiert sich für Frauen- und Mädchenfiguren, wünscht sich stärkere Frauenpräsenz bei *DBZ*. Mag Sendungen, die sich um das Familienleben drehen.

## **2.6 Mathias, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, B**

### **Familialer Hintergrund**

Die Mutter ist allein erziehend und berufstätig, ihr neuer Lebensgefährte lebt teilweise in der Mehrzimmerwohnung. Mathias hat einen Bruder (3) und eine Schwester (11). Der Junge teilt sich das Zimmer mit seinem Bruder.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Pokémon*, *Oggy und die Kakerlaken*, *Shin Chan*, *Sabrina*, *GZSZ* (mit Schwester), *Wer wird Millionär*, *TOGGO*, *Spielegalaxie*, *MTV-Pop*, *DBZ*

Kino: *Monster AG*

Video: *Harry Potter*

Playstation: diverse Spiele

Internet: *www.toggo.de.*, *DBZ-Homepage*,

Musik CDs, Radio, Stereoanlage

**Figuren/ Helden**

*DBZ*: „Dass die so kämpfen, die ganzen Techniken, und dass...dass die immer so schnell sind. Dass sie so schnell kämpfen können“, speziell: *Son Goku*, *Vegeta*, *Goten aus DBZ*: „Also die Stärksten, die jetzt neu sind so.“ *Conan* („der ist klug“), *Action Man* („cool“)

**Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

Sticker und Stickerheft von *DBZ*, und *Pokémon* und *DBZ*-Figuren, *König der Löwen*  
Sammelkarten, Kuscheltiere von *Pokémon*

Informationsquelle: Freunde und Internet

**Motto**

Mathias zeigt sich offen und gesprächsbereit. Der Junge hat eine besondere Beziehung zu *DBZ* und ist fasziniert vom Thema Kämpfen.

**2.7 Claudia, 10 Jahre, 5. Klasse Gymnasium, B****Familialer Hintergrund**

Die Mutter ist allein erziehend, hat einen akademischen Abschluss und arbeitet in einer guten Position. Die beiden wohnen in einer geräumigen Dachwohnung in einem neu errichteten Wohnblock in einer Siedlungsanlage.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Kikania*, bevorzugt Realserien: *Schloss Einstein*, *Fabrixx*, *Ocean Girl*, *Explosiv*, *Jugendgericht*, *Q-Boot*, *Chip & Chap*, *Wer wird Millionär*

Kino: *Asterix und Obelix* („*Mission Cleopatra*“)

CD: Musik, tanzt gern

Buch: Rätselbücher, Astrid Lindgren: am liebsten *Pippi Langstrumpf*, *Kalle Blomquist*, Tierbücher

Zeitschrift: *Girl*

**Figuren/ Helden**

Aus *Schloss Einstein*: *Elisabeth*, aus *Fabrixx*: *Ester* (gute Schülerin, nett, zickig, hat „Macken“), *Chip und Chap*, *Pippi Langstrumpf*; Stars: *No Angels*, *Die Prinzen*, *Shakira*

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

Sammelt *Diddl*, *Barbies* und Bücher, früher *Pokémon*,

Informationsquelle: TV, Schule, Einkaufszentrum

**Motto**

Kommunikative Zehnjährige mit besonderem Interesse am Tanzen. Nutzt vor allem TV, Musik CDs und Bücher.

## 2.8 Martin, 11 Jahre, 5. Klasse Gymnasium, B

### Familialer Hintergrund

Die Eltern sind beide berufstätig. Martin hat eine jüngere Schwester (6). Die Familie lebt in einer sehr schönen, großen Wohnung. Martin hat ein eigenes Zimmer.

### Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote

TV: Fußball, *Schatzinsel*,

Kino: *Ice Age*

PC-Spiele: Detektivspiele, *TKKG*-Club

Radio: Rätsel, Detektivgeschichten: („wenn die welche austricksen und so“)

Internet: Tier, Kinoprogramm, Schulaufgaben

CD's: *Kai Nieman*, Radio, *Antenne Sachsen* (Spaßtelefon und Musik)

Bücher: *Harry Potter*

Zeitung: Bild am Sonntag, Sportteil, Volkszeitung

### Figuren/ Helden

*Harry Potter*: „weil er eben n´ besonderer Junge ist, dass er... zaubern kann, und dass er nichts gewusst hatte davon.“ *Sherlock Holmes*

### Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends

*Hanuta*: Fußballsticker, Brettspiele, *Activity*, *Harry Potter*-Lego

Informationsquelle für Fußball: Zeitung

### Motto

Martin ist ein etwas schüchterner, zurückhaltender Junge, der gerne Computerspiele spielt und sich für *Harry Potter* und Detektivgeschichten interessiert.

## 2.9 Sylvia, 11 Jahre, 5. Klasse Gymnasium, B

### Familialer Hintergrund

Der Vater ist Fernfahrer und die Mutter arbeitet zu Hause. Sylvia hat eine ältere Zwillingsschwester. Die Familie lebt im oberen Stock eines Einfamilienhauses mit großem Garten. Die Urgroßmutter wohnt im Erdgeschoss.

### Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote

TV: *GZSZ*, *Kikania*, *Sabrina total verhext*, *The Tribe*, *Spielfilme*, *Kommissar Rex*, *VIVA*

Kino: *Asterix und Obelix* („*Mission Kleopatra*“)

Video: *Pretty Woman*

PC-Spiele: CD mit verschiedenen Spielen drauf

Radio: Energy

Bücher: *Tina* („*Tinas unerkannter Feind*“), Pferdebücher wie z.B. *Blitz*, *Black Beauty*

### Figuren/ Helden

*Tina*

### Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends

Pferdesticker, Tier -und Pferdeposter, *Kommissar Rex* Poster, Briefmarken, Aufkleber wie Glitzis, Kuschtiere, Interesse liegt mehr bei Kleidung, beim Bummeln und Einkaufen in der Stadt



Informationsquelle: Freundinnen, Internet, Kaufläden, Videotext

**Motto**

Sylvia, ein offenes Mädchen, das sehr für Pferde, und in den Medien für Liebe und Geschichten aus dem Alltag interessiert.

**2.10 Gernot, 13 Jahre, 7. Klasse Gymnasium, B****Familialer Hintergrund**

Die Eltern sind beide berufstätig und arbeiten in höheren Positionen. Gernot hat einen älteren Bruder. Die Familie lebt in einem großen Einfamilienhaus mit Garten.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Simpsons* („regelmäßig“), *Wer wird Millionär* (wünscht sich, „selber mitzumachen“ und „Aufgaben zu lösen“) *Tatort* („wenn ... auf anderen Kanälen nichts Gutes kommt“), MTV, MTV 2 und VIVA

Kino: *Monster AG*

PC-Spiele: Strategie und- Adventurspiele, *Monkey Island*, *Sims*, *Star Treck Armada*

Internet: Spieleseiten, Multiplayerspiele, sonst für die Schule

CDs: *Ärzte*

Bücher: Geschichtsbücher, *Herr der Ringe*, *Harry Potter* (alle 4 Bände und zwei Extrabücher)

Zeitschriften: *Geo*, *Geolino*

**Figuren/ Helden**

*Ron, Monkey Island*: „tolle Piraten“

**Thema**

Nicht erkennbar

**Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

CDs, Baggy Hosen, Hopper Hosen, Skaterschuhe

Informationsquelle: Freundeskreis, Klasse

**Motto**

Intelligenter, redogewandter und aufgeschlossener 13-Jähriger, ist sportlich und interessiert sich für Computerspiele.

**2.11 Dagmar, 13 Jahre, 7. Klasse Gymnasium, B****Familialer Hintergrund**

Die berufstätige Mutter lebt mit ihrem Lebensgefährten und ihrem Tochter in einem Einfamilienhaus mit Garten. Sie hat mehrere Stiefgeschwister, die aber nicht im Haus wohnen.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: Soaps *GZSZ* (nicht immer, aber wenn dann: „weil die den Alltag so rüberbringen, Beziehung, Liebe“), *Diagnose Mord*, *Matlock*, *Nash Bridges*, MTV, *MTV Pop*

Internet: Chat-Rooms *Single-AOL* (Chatten: „Das find ich cool, ist interessant“ oder: „für die Schule über Geschichte nachgucken“)

Kino: *Herr der Ringe*

Audio CDs: *Rammstein, Böse Onkels*

Buch: *Herr der Ringe*

Zeitschriften: *BRAVO* („Stars“; Thema: „Jungs, wir sind ja jetzt in dem Alter“)

### **Figuren/ Helden**

*Frodo* aus *Herr der Ringe*: „Bin ein Riesen Fan von *Frodo*.“, Lieblingsschauspieler: *Bruce Willis*

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

Früher Clowns, jetzt Zigarettenschachteln, Poster aus der *BRAVO* und Bilder von *Frodo*

Informationsquelle: Schule, Freundinnen

### **Motto**

Dagmar wirkt für ihr Alter erwachsen, sie zeigt sich im Gespräch offen und kommunikativ und nutzt Medien kritisch.

## **2.12 Franziska, 13 Jahre, 7. Klasse Gymnasium, B**

### **Familialer Hintergrund**

Die Eltern arbeiten beide in guten Positionen und wohnen in einer großen Wohnung. Franziska ist ein Einzelkind und hat einen Computer im Zimmer.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Jeanne, Ranma 1/2*, früher *Pokémon, Digimon*

PC-Spiele: *Siedler, Pharao*; Gameboy: *Pokémon*

Kino: *Herr der Ringe* (drei Mal), *Ice Age*

Video: *Antz*

PC: Textverarbeitung

Internet: *BRAVO*-Seite

Radio: *Antenne Sachsen, PSR, Jump*

Buch: Mangas, *Herr der Ringe* (englisch, deutsch), *Harry Potter*

Zeitschriften: *BRAVO*

### **Figuren/ Helden**

*Jeanne* (Aussehen, Charakter), *Aragon* und *Frodo* (schätzt die Charaktere von *Herr der Ringe* und deren Entwicklung, *Frodos* Mut)

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Herr der Ringe*-Karten von *Kellogs*

Informationsquelle: Schule, Freundin, Zeitung, Internet, Radio; *Harry Potter* von Deutschlehrerin

### **Motto**

Interessierte und kommunikative 13-Jährige mit großem Interesse an *Herr der Ringe*.

### 3 Standort C

#### 3.1 Jolanda, 7 Jahre, 1. Klasse Grundschule, C

##### **Familialer Hintergrund**

Jolandas Eltern arbeiten in gut situierten Anstellungen. Sie leben in einer großen Dachgeschosswohnung in einem angesehenen Stadtteil. Jolanda teilt sich das Kinderzimmer mit ihrer 5-jährigen Schwester.

##### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Sabrina, Kikania, Tabaluga-TV, Jeanne, DB* (einmal gesehen)

Kassetten: *Pipi Langstrumpf, Benjamin Blümchen*

Kino: *Harry Potter* („der beste Film“), *Spirit*

Buch: *Warwuschel*

Zeitschrift: „Prinzessinnen-Zeitschrift“ (*Disney*)

##### **Figuren/ Helden**

*Jeanne, Sabrina* („sieht ganz normal aus, kann aber zaubern“), *Pocahontas* („schnell, kann gut klettern“), *Bell* von *Die Schöne und das Biest* („Bell ist eine Prinzessin, sein Freund ist ein Monster, der aber eigentlich ein junger Prinz ist.“), *Pikachu* („Donnerblitz-Attacke“)

##### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Ernie- und Bert-Lichterkette*, Brosche von *Jeanne*, *Cinderella-Zahnbürste*, sammelt Zähne, Prinzessinnen-Zeitschriften, Heft von *Pokémon*

Informationsquelle: Werbung, Freundinnen

##### **Motto**

Aufgeweckte Siebenjährige mit Werbe- und Medienkompetenz, die in den Medien starke Mädchen- und Frauenfiguren favorisiert.

#### 3.2 Hannelore, 7 Jahre, 1. Klasse Grundschule, C

##### **Familialer Hintergrund**

Hannelores Eltern leben in wohl geordneten Verhältnissen, beide haben eine akademische Ausbildung. Die Familie wohnt in einer geräumigen, schönen Wohnung in grüner Umgebung.

##### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Wickie, Biene Maja, Heidi, Schloss Einstein*, Fußball

Kino: *Kleiner Eisbär, Dschungelbuch*

Kassetten: *Kalle Blomquist; Bibi Blocksberg; Biene Maja*

Buch: *Brüder Löwenherz, Kann doch jeder sein wie er will, Lars der Eisbär*

Zeitschrift: *Barbie*

##### **Figuren/ Helden**

*Krämel* aus *Brüder Löwenherz*, würde gern die Rolle des Mädchens mit den „roten, lockigen Haaren“ bei *Schloss Einstein* übernehmen, *Pikachu* („niedlich“), *Wickie*, *DBZ*-Figuren findet sie „blöd“

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Benjamin Blümchen* Uhr, Merchandising werden angeboten, um Geld zu machen;

Informationsquelle: Schule, Medien, Freundin; für sie scheint es aber nicht wichtig zu sein, immer über die neuesten Trends in der Klasse informiert zu sein, dass man sich auskennt ist „für die (ihre Mitschüler, Anm.) wichtig“, Sammelobjekte von *DBZ* findet sie „bescheuert“. Dies äußert sie offen ihren Mitschülern gegenüber.

**Motto**

Intelligente Siebenjährige, die mit Merchandisingangeboten kritisch umgeht und „ihre eigenen“ Helden und Heldinnen hat.

**3.3 Mariella, 7 Jahre, 1. Klasse Grundschule, C****Familialer Hintergrund**

Die Mutter ist allein erziehend und arbeitet halbtags. Mariella hat noch eine jüngere Schwester, mit der sie das Zimmer teilt. Die Familie lebt in einer Drei-Zimmer-Wohnung in einem Miethaus.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Simsalabim Sabrina*, *Typisch Andy*, mag *GZSZ* (darf die Sendung aber nicht schauen), *DBZ* findet sie „zu brutal“

Video: *Benjamin Blümchen* („da ist so keine Gewalt im Spiel“), *Bibi Blocksberg*, *Pokémon*

Kassetten: *Bibi Blocksberg*

**Figuren/ Helden**

Pferd als Identifikationsfigur, *Sabrinas* Kater („der ist schlau“), *Andys* Hund („der ist nur faul“), *Pikachu*, *Mauzi*,

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Pokémon*-Sammelkarten, Tauschen von *Pokémon*-Stickern in der Klasse, *Diddl*-Maus

Informationsquellen: Schule, Freunde

**Motto**

Siebenjährige mit starkem Interesse an TV und Video, die sich hauptsächlich für Tiercharaktere interessiert.

**3.4 Norbert, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule C****Familialer Hintergrund**

Der Vater ist selbstständig. Die Mutter erwartet ihr drittes Kind. Die Familie lebt in einer großzügigen zweistöckigen Altbauwohnung mit Garten. Norbert hat einen um drei Jahre jüngeren Bruder, mit dem er sich das Zimmer teilt.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Oggy und die Kakerlaken*, *Doggy*, *Pfefferkörner*, *Typisch Andy*

Kino: *Harry Potter*, *Emil und die Detektive*

Video: *Star Wars*

PC-Spiele: *Siedler*

Internet: *Harry Potter*-Club; Homepage, bei GMX E-Mails verschicken, [www.toggo.de](http://www.toggo.de)

Gameboy: *Pokémon*, *Donky Kong*, *Mario*

Buch: *Harry Potter* („Kammer des Schreckens“)

Zeitschriften: *Geolino*

### **Figuren/ Helden**

*Harry Potter, Dumbledor* („weil Schulleiter und großer Zauberer mit langem Bart“), *Ash* und *Pikachu* aus *Pokémon* („trainieren“) *Luke Skywalker, Anakin Skywalker, Prinzessin Amedala, Obi van Kanobi*

### **Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

Fußballsticker, früher *Pokémon*-Karten, *Lego*, *Star Wars* Mappe, *Felix* Bettwäsche (kein Fan)

Informationsquelle: Lotto-Toto-Laden, Schulkollege, Freunde

### **Motto**

Norbert, ein 9-jähriger lebhafter und kommunikativer Junge, interessiert sich für *Star Wars*.

## **3.5 Daniel, 9 Jahre, 3. Klasse Grundschule, C**

### **Familialer Hintergrund**

Die allein erziehende Mutter arbeitet als selbstständige Unternehmerin. Sie lebt mit ihrem Sohn in einer geräumigen Dachgeschosswohnung mit Terrasse.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: bezeichnet sich als leicht TV-„süchtig“; bevorzugt *DBZ* („Frieden ist langweilig“, Kampf, Stärke, „Frauen dort doof“), früher *Pokémon* und *Digimon*

Bücher: *DBZ*-Mangas, *Donald Duck*, *Mickey Maus*, *Was ist Was?*, *Fakten und Rekorde*. Kinderlexikon, Tierbücher

PC: Kinderlexikon auf CD-Rom

PC-Spiele: *DBZ* für Playstation, *Pokémon* für Gameboy, *Agent Fuchs*

Internet: *Google*

Zeitschrift: *Kids On*, *DBZ*

### **Figuren/ Helden**

*Son-Goku, Trunks*; mag Frauen bei *DBZ* nicht

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*DBZ*: Mappe, Kalender, Figuren, Sammelkarten, *Pokémon*: Kissen

Informationsquelle: Werbung

### **Motto**

Kommunikativer Neunjähriger mit besonderer Beziehung zu *DBZ* und dessen Charaktere (ausgenommen der weiblichen), Fan von neuen Merchandisingartikeln, vor allem zu *DBZ*.

## **3.6 Marco, 10 Jahre, 3. Klasse Grundschule, C**

### **Familialer Hintergrund**

Die Mutter arbeitet ganztags. Sie wohnt mit ihrem Lebensgefährten und Marco in einer Souterrain-Wohnung in einer schönen Wohngegend. Marco ist ein Einzelkind und körperlich und geistig behindert.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Pokémon* („Attacken machen“), *Donald Duck* (Streiche), *Wochenshow*

Kino: *Pokémonfilm*

Gameboy, Nintendo: *Pokémon*

Audio-Kassette: *Pink-Panther*, *Pokémon-Kassette*

**Figuren/ Helden**

*Shiggy*, *Pikachu*, *Donald Duck*

**Sammeln und Merchandising/ Wissen um Trends**

*Pokémon*karten, Figuren und Poster, vier *Walt-Disney*-Spiele

Informationsquelle: Geschäfte, bekommt die Karten aber immer von den Eltern geschenkt

**Motto**

Für den geistig und körperlich eingeschränkten Jungen dienen *Pokémon*-Karten, die ihm seine Eltern zu diesem Zweck kaufen, dazu, Freundschaften zu knüpfen und zu erhalten.

**3.7 Florian, 11 Jahre, 5. Klasse Realschule, C****Familiärer Hintergrund**

Die Familie wohnt in einem schönen Reihenhaushaus mit großem Garten. Vater arbeitet für ein großes deutsches Unternehmen in mittlerer Position. Florian hat zwei ältere Geschwister, die alle noch im Haus leben.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Simpsons*, *Kikania*, *Galileo*, *GZSZ*, *Sport's Park*; negativ: *DBZ*: „zu brutal“, bevorzugt Cartoons, gelegentlich *Pokémon*

Kino: *Harry Potter*, *Monster AG*

PC-Spiele: Autorennen, Aufbauspiele, Flugsimulator, Gelbe Edition von *Pokémon*

Internet: *Simpsons.de*, Newsletter, Mail, Super-RTL, Spiele downloaden

CD: Musik

Kassetten: *Action Man*

Buch: *Simpson-Comic*

Zeitschriften: *Kidzone*, *Computer Bild*

**Figuren/ Helden**

*Bart Simpson* („der hat gute Haare“)

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Simpsons*: Poster, Bettwäsche, Sammelhefte, Figuren; tauscht nicht, weil als einziger in der Klasse von *Simpsons* begeistert, kennt die Sendung von älterem Bruder; hat früher *Mickey Maus* und *Pokémon*-Sticker gesammelt

Informationsquelle: Werbung

**Motto**

Äußerst kommunikativer Elfjähriger mit großem Interesse an Pflanzen und Tieren, zu dessen TV-Favoriten die *Simpsons* zählen.

### 3.8 Thomas, 11 Jahre, 5. Klasse Realschule, C

#### Familiärer Hintergrund

Thomas' Eltern sind beide berufstätig. Die Familie lebt in einem geräumigen Einfamilienhaus mit Garten. Thomas ist ein Einzelkind und hat ein eigenes Zimmer.

#### Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote

TV: *DBZ* („das Gute daran ist, dass der Böse immer dann stirbt, wenn man es gar nicht vermutet.“), *Oggy und die Kakerlaken*, *Bud Spencer und Terence Hill*, *Formel 1*, Fußball, früher *Kikania*

PC-Spiele: *Siedler*, *Formel 1*, *Simpsons*, *Moorhuhn*; *Gameboy: Super-Mario*, *Pokémon*

CDs: Musik

Internet: sucht nach Information über seinen Lieblings-Fußballverein

Kino: *Star Wars*; *Harry Potter*

Buch: *Harry Potter*

#### Figuren/ Helden

*Son-Goku* (unparteiisch, redet bevor er zuschlägt), *Harry Potter: Dumbledore*, *Fluffy* und *Ron*; Spieler des HSV, *Michael Schumacher*

#### Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends

*DBZ*: Sticker, Poster, früher *Pokémon*; „Ja, wahrscheinlich weil jetzt...weil jetzt eine neue Serie gekommen ist und die anderen gucken ‚Oh, ja, das ist doch viel besser. Da ist mehr Gekämpfe und so was drinnen‘.“ Muss Sammelkarten von eigenem Geld kaufen, weil Eltern *DBZ* ablehnen.

Informationsquelle: Trendsetter aus der Klasse, Werbung

#### Motto

Etwas unsicherer Elfjähriger, der *DBZ* zur Integration in seinem Klassenverband nutzt.

### 3.9 Luise, 11 Jahre, 5. Klasse Realschule, C

#### Familiärer Hintergrund

Die Eltern sind beide im selben großen Unternehmen angestellt. Luise hat eine jüngere Schwester. Die Familie wohnt in einem großen Einfamilienhaus mit Garten.

#### Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote

TV: *Shirley Holmes*, *Schloss Einstein*, *Fabrixx*, *Kikania*, *Wer wird Millionär*

Kino: *Harry Potter*, *Monster AG*, *Ice Age*

PC-Spiele: *Monster AG*, *Harry Potter*, *Fünf Freunde*

Hörspielkassetten

Buch: *Die wilden Hühner*, *Harry Potter*

#### Figuren/ Helden

*Shirley Holmes*, Hausmeister von *Schloss Einstein* (der ist „lustig“), *Harry Potter* (kann zaubern), *Hermine* (ist „zickig und frech“), *Sid* aus *Ice Age* („der hat immer so lustige Scherze gemacht“), *Britney Spears*

#### Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends

früher *Diddl* gesammelt und getauscht

Informationsquelle: Schule

**Motto**

Luise ist eine etwas schüchterne 11-Jährige mit einer Vorliebe für Hörspielkassetten.

**3.10 Elfi, 14 Jahre, 7. Klasse Realschule, C****Familialer Hintergrund**

Die Eltern von Elfi leben seit kürzerer Zeit getrennt. Ihre Mutter ist berufstätig. Elfi hat einen um zwei Jahre älteren Bruder. Die Familie lebt in einem einfachen Reihenhaus.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *DBZ* (Kampf und Stärke, „schon fast süchtig“), *GZSZ* („Liebe“), *Visions of Escaflown*, *Marienhof*, *Verbotene Liebe*

Internet: nutze es in Schule, sucht hauptsächlich Infos über *DBZ*

Kino: *Harry Potter*

Buch: *DBZ*-Mangas

Zeitschrift: *Manga*-Szene, *DBZ*-Magazin

**Figuren/ Helden**

„alle“ von *DBZ*; *Son-Goku* („der stärkste von allen“), *Pan* („darf alles machen, was sie will, Muss nicht auf die Hausaufgaben achten.“), *Chichi*, *Brad Pitt*, *Mel Gibbson*, *Will Smith*

**Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*DBZ*: Poster, Mangas, Figuren, Sticker, Sammelkarten (ist als Einzige in Klasse so großer Manga- und Anime-Fan, vor allem von *DBZ*); *Diddl*

Informationsquelle: andere Jugendliche „das kriegt man irgendwie raus.“; über Animes: TV, Fernsehzeitung, Internet zu Mangas allgemein und *DBZ* speziell

**Motto**

Kommunikative 14-Jährige mit ausgeprägter Leidenschaft zu *DBZ*, die schon suchthafte Züge annimmt.

**3.11 Nadine, 14 Jahre (gerade erst 14 geworden), 7. Klasse Realschule, C****Familialer Hintergrund**

Der Vater ist berufstätig, die Mutter ist wegen gesundheitlicher Probleme. Die Familie wohnt in einem Einfamilienhaus. Nadine hat einen kleinen Bruder.

**Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: *Buffy*, *Medicopter*, *Cobra 11*, *Stefan Raab*, „einfach witzig“, Musiksendungen, Cartoons; „hasst“ *Pokémon* („weil die immer kämpfen“)

Kino: *Showtime* (fand sie „witzig“)

PC: Textverarbeitung

PC-Spiele: Lernprogramme, *Löwenzahn*, *Pokins* Abenteuer,

Internet: („selten“), *Google*, manchmal Seiten von Stars

Buch: *Das Geheimnis von Bahnsteig 13*, *Hanni und Nanni*

Hörkassette: *Hanni und Nanni*, *TKKG*



Zeitschrift: *BRAVO*

### **Figuren/ Helden**

*Semir* aus *Cobra 11* („sieht süß aus“)

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

*Diddl*-Maus; Kuscheltiere, Ordner, Blätter und Karten, wird auch getauscht

Informationsquelle: Schule, Freunde („Da guck ich manchmal so bei den anderen“)

### **Motto**

Eine 14-Jährige nutzt ein breites Medienmenü, ist aber noch *Diddl*-Fan.

## **3.12 Peter, 14 Jahre, 7. Klasse Realschule, C**

### **Familiärer Hintergrund**

Die Mutter ist Teilzeitbeschäftigte und lebt mit ihrem Lebensgefährten, ihrem Sohn und ihrer kleinen Tochter in einem neu errichteten Reihenhaus.

### **Genutzte Medien/ Favorisierte Angebote**

TV: aus Langeweile; *Simpsons*, Musiksendungen, *Jack Ass* („da sind ja selbst gedrehte Videos aus Amerika. Die fahren jetzt zum Beispiel mit dem Rollstuhl mitten gegen die Wand. Ja, und tun sich dabei richtig weh (lacht) aber machen einfach weiter. Oder springen in irgend so einen Klärberg wo richtig Scheißstückl noch drin sind.“), *Wochenshow*, *Absolut Schlegel*, Nachrichten, Fußball, *Galileo*; *DBZ* („langweilig, passiert eh immer nur dasselbe! Kämpfen immer nur und mehr nicht“).

Internet: nur in der Schule

Kino: *Harry Potter*

### **Figuren/ Helden**

*Bart* („macht immer Scheiße in der Schule“), *Homer Simpson*, *Harry Potter* („er will immer irgendwas erfinden, also erforschen.“)

### **Sammeln/ Merchandising/ Wissen um Trends**

Sammelt „St.-Pauli-Sachen“, *Simpsons*-Sticker, Bierdosen

Informationsquelle: Schule („gucken, was die anderen tragen.“)

### **Motto**

Peter, ein 14-jähriger Junge, der am Interview kaum Interesse zeigt, favorisiert *Simpsons*, *Jack Ass* und Sportberichte.

## **Anhang IV: Darstellung ausgewählter Fallbeispiele**

### **1 Fallbeispiel Thomas, 11 Jahre, 5. Klasse, Standort C**

#### *Familialer Hintergrund*

Thomas wohnt mit seinen Eltern und seiner kleinen Schwester Katharina (9) in einem Einfamilienhaus mit Garten. Sein Vater arbeitet in mittlerer Position in einem großen deutschen Unternehmen, die Mutter ist Krankenschwester. Beide Eltern sind Mitte 40. Mit seinen Eltern versteht sich Thomas nicht sehr gut. Er gibt an, mit seiner Mutter „nicht gut reden“ zu können. Bei seinem Vater „nervt“ ihn „das Gerede.“ Im Interview äußert er den Wunsch, lieber mit seiner Mutter über Probleme sprechen zu wollen und nicht mit seinem Vater: „Ja das geht nicht, weil es genau anders rum ist.“

Die Mutter von Thomas nutzt Medien hauptsächlich zur „Information“ aber auch zur „Berieselung.“ Ihre Mediennutzungsdauer liegt bei zwei Stunden Fernsehen am Abend. Sie achtet bei ihrem Sohn sowohl auf die Dauer als auch auf die Auswahl der genutzten Medien. Sie erlaubt ihm, den PC 30 Minuten am Tag einzuschalten, 20 Minuten mit dem Gameboy zu spielen und etwa eine Stunde am Tag fernzusehen. Thomas Lieblingsendung ist *DBZ*. Da seine Eltern diese Sendung ablehnen, wurde Thomas die Rezeption von *DBZ* untersagt. Für seine Mutter spielt *DBZ* in einer „Fantasiewelt“, außerdem bemängelt sie die Redeweise der handelnden Figuren.

Erst als er aufgrund dessen von seinen Klassenkameraden gehänselt wird und seine Eltern bemerken, dass er die Serie heimlich anschaut, geben sie sich geschlagen: „Jetzt haben wir gesagt, zwei bis dreimal die Woche guckt er diesen Müll.“

Grundsätzlich erachten sie Medien wie Zeitung, TV, Radio und PC als geeignete Medien für ihren Sohn. Nur in den Ferien, „wenn mal ein Tierfilm ist“ darf Thomas mitunter auch mal nach 20.00 Uhr Fernsehen.

Bis auf die Anime-Serie *DBZ*, die Thomas alleine schaut, rezipieren seine Eltern die meisten Sendungen gemeinsam mit ihrem Sohn, um mit ihm gegebenenfalls auch darüber reden zu können.

#### *Stellung in der Peer- Group*

Thomas hat in seiner Klasse nur wenige Freunde. Mit einem seiner Mitschüler hat er oft Ärger: „Das ist der Ludwig. Und wirklich: Den hasse ich zum Gnaden, denn jedes Mal versucht er, mich zu ärgern oder so.“ Gehänselt wird Thomas aufgrund seines

Nachnamens. Da er sich dies nicht immer gefallen lässt, kam es in der Vergangenheit immer wieder zu Prügeleien.

Seine Freizeit verbringt Thomas lieber mit Freunden aus seiner unmittelbaren Wohngegend. Mit ihnen spielt er überwiegend Fußball, Tischtennis und Federball.

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendung*

Thomas nutzt ein breites Medienmenü. So liest er Bücher und Zeitschriften, geht gerne ins Kino, spielt PC- und Gameboyspiele und nutzt außerdem das Fernsehen und das Internet. Thomas ist ein Fan von *Harry Potter*, von dem er alle vier Bände besitzt. *Harry Potter* hat er außerdem im Kino gesehen. Dabei bewertet er das Buch besser als den Film: „Nur da wird einiges ausgelassen, (...) das finde ich eigentlich doof.“

Begeistert zeigt er sich auch von *Star Wars Episode 2*.

Auf dem Gameboy spielt er vor allem *Pokémon* und *Super Mario*. Am PC sind seine Favoriten *Simpsons*, *Siedler*, *Moorhuhn*, *Formel 1*, *Porsche* und diverse Kartenspiele. Dabei zählt das Strategiespiel *Siedler* zu seinen absoluten Lieblingen, „weil da musst du Häuser bauen und musst eine Strategie finden, wie du den Gegner besiegen kannst und aus deinem Revier rausjagst.“ Das Medium Internet dient Thomas vor allem dazu, sich über seinen Lieblingsfußballverein HSV zu informieren. Dabei interessiert er sich vor allem für die „Spielberichte“ und „die Tabelle.“

Seine Lieblingssendung im Fernsehen ist *DBZ*. Dabei zeigt er sich besonders von den Charakteren und ihren Fähigkeiten fasziniert. Außerdem findet er „das Zeichentrick daran gut.“ Daneben rezipiert er den Cartoon *Oggy und die Kakerlaken*, Spielfilme mit *Bud Spencer* und *Terence Hill* sowie Sportsendungen.

Seine bevorzugten Sender sind RTL2, RTL und Super RTL. „Früher“ wählte er auch Angebote aus KIKA aus. Am besten gefiel ihm damals das Flächenmagazin *Kikania*, mittlerweile sieht er KIKA als Angebot für Jüngere. „Ist irgendwas für Sechs- bis Zehnjährige oder Neunjährige. Wo sie dann Spiel machen und so was.“

Sexualität im TV lehnt er ab: „Ja zum Beispiel (...), wo man Ding ... ja die Brüste sieht oder so was (...). Ich hab da keinen Bock, das zu sehen.“

#### *Medienmarken/ Merchandising*

Thomas sammelt Poster, Sticker, Stickerhefte und Karten von *DBZ*. „Früher“ hat er auch Merchandisingprodukte von *Pokémon* gesammelt. Nach Meinung des Jungen wurde *Pokémon* von *DBZ* abgelöst. Seiner Vermutung nach könnte der Grund darin liegen, dass in der Serie mehr gekämpft wird. Warum bestimmte Produkte „in“ sind und andere wieder

„out“, beschreibt Thomas so: „Also ich glaube eher, dass die Gemeinschaft das dann bestimmt. Wenn einer es jetzt anschleppt, ‚Oh‘, flüstern miteinander, ‚Ja, das ist gut, das ist gut‘, dann findet der andere das auch gut, dann der nächste, dann der nächste und der nächste. Und dann fließt es bald zum ... das ist in und das Alte ist jetzt out.“

Thomas hat zu Merchandisingprodukten eine kritische Einstellung. Besonders zu den Sammelkarten äußert er sich negativ, obwohl er selbst welche besitzt: „Diese Karten, toll. Demnächst liegen sie nur noch in der Ecke, und dann schmeißt man sie irgendwann weg.“

Anders bewertet er den Besitz von *DBZ*-Mangas. „Diese Bücher behält man länger, viel länger. (...) Also, das kann 20 bis 30 Jahren, bis man die nicht mehr braucht.“ Dass Thomas sich das neue *DBZ*-Playstationspiel nicht kauft, hat zwei Gründe. Zum einen will er nicht „50 Euro“ dafür ausgeben. Zum anderen erklärt er, „nach einem halben Jahr oder Jahr (...), dann erfinden sie jetzt eine neue Serie und dann ist das wieder out. Und das nächste ist in.“ Thomas erkennt bereits die Kurzlebigkeit solcher Produkte und den Druck, dem die Konsumenten dadurch unterworfen sind. Er kann sich dem Druck jedoch nur bis zu einem bestimmten Grad entziehen.

Der 11-Jährige erklärt im Interview, dass er kein Interesse daran habe, sich teure Merchandisingartikel von seinem eigenen Taschengeld zu kaufen. Dabei kritisiert er auch seine Eltern, die ihm nur Produkte finanzieren, die in ihrem Sinne sind, wie Lexika. „Das ist was für alle, da können alle mal richtig nachsehen und erfahren, was und wo das nun ist. Oder wie das nun heißt und so.“

### *Lieblingsfiguren*

Zu Thomas Lieblingsfiguren gehören Charaktere aus *DBZ*, *Harry Potter*, aber auch Spieler des HSV.

Bei *Harry Potter* findet er „diesen dreiköpfigen Hund“ und den Schuldirektor *Dumbeldore* „richtig witzig.“ *Harry Potter*, *Ron* und *Hermine* bewertet er ebenfalls positiv.

An den Figuren von *DBZ* findet er deren Eigenschaften „voll so witzig.“ An *Son-Goku* schätzt er dessen unparteiische Art, dass er sich für die Guten einsetzt und „eigentlich ganz nett zu den anderen ist. *Vegeta* mag *Son-Goku* eigentlich nicht, „aber *Son-Goku* hilft ihm meistens, ja. Auch, wenn er ihn nicht so ganz mag.“ Auch imponiert ihm eine weitere Charaktereigenschaft seines Helden. Er schätzt an ihm, dass er Konflikte nicht gleich mit Gewalt löst. „Also, ja, dass er einfach nett ist und zum Beispiel nicht zu sagen: ‚So, das war jetzt schlimm‘ oder klatscht dem jetzt eine rein oder gibt ihm Strafen. Das macht er zum Beispiel nicht. Der redet nur mit demjenigen. Dass ... dass er es nicht so toll findet.“ Negativ bewertet er die Figur *Buuh* bei *DBZ*. „Der sieht wirklich nicht gut aus.“ Das

Aussehen der Figuren ist für Thomas sehr wichtig. Er zeigt sich auch beeindruckt von der Machart der Serie.

### *Themen*

Thomas medienbezogene Interessen gelten vor allem dem Fußball, Magie und bei *DBZ* „dem Kämpfen.“ Dabei steht bei ihm aber der Sieg des Guten über das Böse im Vordergrund, zu dem mitunter körperliche Kräfte einfach notwendig sind. Am besten findet er aber, „dass der Böse immer dann stirbt, wenn man es gar nicht vermutet.“ Im Interview thematisiert er aber auch die Zuneigung *Videls* zu *Son Gohan*: „Und sie versucht, also, sie liebt *Son Gohan*, das ist eine andere Figur, aber versucht, es nicht zu zeigen. Also, dass sie das innerlich behält.“ Das Thema Liebe spielt bei ihm bereits eine Rolle.

Wichtige handlungsleitende Themen sind für den Jungen soziale Verhaltensweisen und der tolerante und vorurteilslose Umgang mit anderen. Ihm ist es daher sehr wichtig, in seiner Klasse integriert zu sein; er sucht jederzeit den Ausgleich. Da Thomas in der Klasse eine Außenseiterposition einnimmt und bemüht ist, sich problemlos zu integrieren und sich von seinen Mitschülern entsprechendes Entgegenkommen erwartet, fasziniert ihn auch das Auftreten und die Einstellung *Son Gokus* („Unparteiischkeit“) in *DBZ*. Mit seiner Rezeptionsweise der Serie hebt er sich aber wiederum von den anderen in seinem Klassenverband ab.

### *Werbeverständnis und kompetenter Umgang mit Medien*

Thomas findet Werbung „eigentlich blöd (...). Denn wenn man jetzt Mal eine Serie guckt oder so, dann kommt immer irgendwas dazwischen und dann muss man immer warten, bis das weitergeht.“

Sein Lieblingspot ist jener von *Coca Cola* zur WM 2002, den er im Interview rezitiert. Die Werbung für *Bitburger* bewertet er aufgrund des Umweltengagements als positiv. „Wenn du eine Kiste ähm ... *Bitburger* kaufst, dass, ähm, du einen Quadratmeter (Regenwald) schützt. Denn das kann ja wirklich sein.“ er hat bereits klare Vorstellungen davon, wie Kinder bzw. Erwachsene mit Medien umgehen. Thomas glaubt, dass Kinder mehr Zeit vor dem Fernseher verbringen als Erwachsene. Da die Produzenten dies wüssten, „wollen diese Sender auch Geld verdienen, weil sie wissen, Kinder gucken jetzt sehr gerne Fernsehen. (...) Zwar sollen die Kinder auch Spaß haben, aber das geht ihnen eigentlich um das Geld.“ Lediglich bei *Kikania* vermutet er, dass hier die Unterhaltung für Kinder im Vordergrund steht. Dies schreibt er auch den Moderatoren von Kinderangeboten zu: „Wahrscheinlich den Moderatoren nicht, (...) denen geht’s wahrscheinlich nur drum, dass den Kindern Spaß ist und so, denn die müssen ja Kinder mögen. Sonst würden die das ja nicht machen.“

### *Umgang mit Medien*

Thomas ist von *DBZ* begeistert. So möchte er die Sendung vor allem zur Integration in seiner Klasse nutzen, wo er offenbar eher eine Außenseiterrolle einnimmt. Dies gelingt ihm nur bedingt, da er nur jede zweite Folge sehen darf. Aus diesem Grund kann er nicht immer mitreden. „Also, da red’ ich nicht so viel mit, denn meistens ah ... bekomme ich nicht so viel mit wie die anderen und dann kommt es zu einer Eskalation, dass die sagen: ‚Ja, du weißt ja nicht, was in der Folge passiert ist und so’. Ja, das bringt nichts.“ Außergewöhnlich zeigt sich, dass er das Verhalten seiner Mitschüler versteht: „Das hat ja schon einen Grund und somit kann ich ja nicht so sehr ... sehr viel zu sagen.“

Während des Interviews kommt Thomas immer wieder auf Schulkollegen zu sprechen, die vermehrt bestimmte Sendungen rezipieren dürfen und die neuesten Produkte wie den *Gameboy Advanced* mit in die Schule bringen. Da er glaubt, dass diese Jungen dann im Mittelpunkt stehen und die Gesprächsthemen vorgeben, versucht er ebenfalls, durch die Rezeption von *DBZ* mitzuhalten. Dies scheint ihm aber nicht zu gelingen.

Thomas hat beobachtet, dass auch „die andere Hälfte der Klasse“ ebenfalls nicht mitreden kann. „Einige, die quatschen dann einfach dazwischen und wollen etwas davon abhaben, was die da so reden und so und lachen auch mit, wenn da Witze jetzt dabei sind.“ Obwohl er hier über „die anderen“ redet, wird im Gespräch deutlich, dass er damit auch sein eigenes Verhalten in der Klasse beschreibt.

### *Auffälligkeiten*

Thomas möchte seine Position in der Klasse über die Serie *DBZ* bei den Trendsettern stärken. Da er seiner Meinung nach nicht genug über die Sendung weiß, toleriert er die verbalen Angriffe seiner Klassenkameraden. Ihm sind jedoch an seinen Helden Unparteilichkeit und gewaltfreie Konfliktlösungen wichtig.

### *Motto*

Unsicherer, in der Klasse schlecht integrierter 11-Jähriger, der versucht, durch die Rezeption von *DBZ* mehr in den Klassenverband eingebunden zu werden, dem dies aufgrund anderer Interessenschwerpunkte in der Serie – wie sozialen Umgangsweisen – aber nicht gelingt.

## **2 Fallbeispiel Mathias, 9 Jahre, 3. Klasse, Standort B**

### *Familialer Hintergrund*

Mathias lebt mit seiner Mutter, seiner älteren Schwester (11) und seinem kleinen Bruder (3) in einer Dreizimmerwohnung in einem Wohnblock. Die Mutter ist Teilzeitangestellte. Während sie arbeitet, passt Mathias Oma auf die Kinder auf. Der neue Lebensgefährte der Mutter lebt zuweilen auch in der Wohnung. Mathias teilt sich das Zimmer mit seinem Bruder. Aufgrund des Platzmangels schläft die Mutter im Wohnzimmer. Deshalb plant die Familie bald in eine größere Wohnung umzuziehen. Mit seiner Mutter kommt Mathias gut zurecht. Wenn er Probleme hat, geht er „meistens“ zu ihr.

Das Fernsehen ist das einzige Medium, das die Mutter des Jungen regelmäßig nutzt. Hauptsächlich rezipiert sie dabei Angebote von Privatsendern wie Reportagen, Nachrichten und Sportsendungen, aber auch Spielfilme. Mathias darf bis 21.00 Uhr Fernsehen und scheint sonst in seiner Mediennutzung kaum eingeschränkt zu werden.

### *Stellung in der Peer-Group*

Mathias gibt im Interview an, „zehn bis zwanzig Freunde“ zu haben. Sein Freundeskreis besteht hauptsächlich aus Jungen aus seiner Klasse und seiner Wohnsiedlung. Zu den Mädchen hat er wenig bis kaum Kontakt. Mit zwei Jungen kommt es immer wieder zu Streitereien. Mathias erklärt, worum es in diesen Konflikten geht: „Na hier, dass ich mir keine ordentlichen Sachen kaufen kann, sagt er dann immer.“ Ansonsten ist Mathias in seiner Klasse gut integriert.

### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Mathias wählt aus einer breiten Palette von Medienangeboten aus. Im Mittelpunkt steht dabei aber das Medium Fernsehen. Daneben nutzt er das Internet, geht gelegentlich mit seiner Mutter ins Kino und rezipiert auch Videofilme. Den letzten Film, den er im Kino sah, war *Monster AG*. Auf Video ist *Harry Potter* sein momentaner Lieblingsfilm, den er bereits fünf Mal gesehen hat.

Mit dem ehemaligen Freund seiner Mutter hat er früher gelegentlich im Internet gesurft. Dabei nutzte er die Internetseite von *Toggo*, wo ihn vor allem die Spiele faszinierten. Das Internet bietet ihm außerdem Informationen über *DBZ*.

Zu seinen Lieblingssendungen im Fernsehen zählen Animes wie *DB*, *DBZ*, *Pokémon*, *Detektiv Conan* und *Shin Chan*, Cartoons wie *Oggy und die Kakerlaken* und Serien wie unter anderem *Sabrina*, *King of Queens*, *Alle lieben Rayman* und *Eine schrecklich nette Familie*. Die Quizsendung *Wer wird Millionär* findet Mathias gut, „weil da kann ich was lernen davon und selber die Fragen möchte ich dann halt gerne wissen, was es war.“

Bei *Pokémon* gefallen ihm die „Attacken“ der Pocketmonster besonders gut. Einen speziellen Bezug hat Mathias aber zu *DBZ*. Besonders faszinieren ihn das Aussehen und Kampftechniken der Figuren. So wie seine Mutter nutzt Mathias ausschließlich Privatsender. Er ist ausgesprochener Fan von Toggo, das er selten verpasst.

### *Medienmarken/ Merchandising*

Mathias sammelt *DBZ*-Sticker, von denen er schon 170 besitzt. Außerdem besitzt er ein Sammelheft zur Serie. Auch seine Freunde sammeln und tauschen *DBZ*-Sticker. Für ihn ist es sehr wichtig, dieselben Produkte zu besitzen wie seine Freunde. „Da sagen die: Du hast ja gar nicht so was wie wir, also bist du nicht mehr unser Freund.“ Des Weiteren besitzt er eine Figur von *Action-Man*, *DoktorX*, er hat auch Kuscheltiere von *Pokémon* und *König der Löwen*. Früher hat er auch *Pokémon*-Hefte gesammelt, die seine Mutter bezahlt hat. Da ihr dies aber zu teuer wurde, musste Mathias damit wieder aufhören.

Sein Wissen über Trends und neue Angebote wie *Harry Potter*, über Internetseiten von *DBZ* und die Mangas bezieht Mathias hauptsächlich von seinen Freunden. Auf *Harry Potter* wurde er durch seinen Freund aufmerksam, „weil der hat das Buch gelesen.“ Die Mangas leiht er sich zum Teil von einem älteren Freund, „ungefähr 18 Jahre alt. 15 oder 16.“ Dennoch kann sich Mathias sehr gut allein beschäftigen. Wenn er ihm seine Mutter als Strafe das Fernsehen verbietet, „dann spiele ich in meinem Zimmer, male meinen Comic weiter mit Monstern“, den er sich selbst ausgedacht hat. Diese Aktivität hat er sich vom Trendsetter aus der Klasse abgeschaut.

### *Lieblingsfiguren*

Mathias kann sich besonders für seine Lieblingsfiguren aus *DBZ* und den *Detektiv Conan* begeistern. Zu seinen Helden in der Serie zählen unter anderem *Vegata* und *Son-Goku*, „also die Stärksten, die jetzt so neu sind.“

Mathias kann sich gut vorstellen, im wirklichen Leben so wie die beiden oben genannten Figuren zu sein, „weil die eine gute Kleidung haben, ziemlich super so halt sind, dass die gut aussehen und die ganzen Techniken, die die be... beherrschen.“ Nachdem das Interview bereits abgeschlossen war, erzählte Mathias der Interviewerin noch, dass er später von Beruf entweder Busfahrer oder „so ein Kämpfer von *DBZ*“ werden möchte.

Fasziniert zeigt er sich auch von der Figur des *Detektiv Conan*, „weil der klug ist. Er ist ein Pfadfinder und erlebt ... erlebt viele Abenteuer, spannende.“

### *Themen*



Mathias interessiert sich vor allem für *DBZ*. Dabei interessieren ihn Kampf und Stärke seiner Helden sowie die Verwandlung böser Figuren zu guten und Abenteuer wie Schatzsuchen.

Das Thema Kampf fasziniert ihn auch in seinem Alltag. „Das Kämpfen, da ... das ist eigentlich so mein Traum. Weil ich wollte ... ich ... ich ... wünsche mir ja auch zum Geburtstag einen Boxsack mit Boxhandschuhen, dass ich dann auch richtig trainieren kann. Und das ist irgendwo mein größter Traum.“

Für Mathias erscheinen ansprechende Bekleidung, gutes Aussehen und Durchsetzungsvermögen wichtige Themen zu sein, die in seinem Lebensumfeld ebenfalls eine wichtige Rolle spielen. Er sieht darin die Chance, sich fest in seine Peer-Group zu integrieren.

#### *Werbeverständnis und kompetenter Umgang mit Medien*

Mathias gibt an, Werbung „eigentlich“ zu rezipieren, nutzt aber die Werbepause, um etwas zu trinken, „wenn ich dann Durst habe.“ Sein Lieblingsspot ist „von der Tanga-Werbung. Von der schwarzen Tanga. Wo die so tanzt.“ Vermutlich meint er einen Werbespot für Slipenlagen.

Werbung hat für ihn Informationscharakter, so kennt er die Figuren rund um *Action Man* aus dem Werbefernsehen. Insgesamt zeigt er keine ausgeprägten Ansätze von Werbekompetenz. So gibt es Merchandisingprodukte seiner Meinung nach deshalb, „weil das dann Spaß macht die zu sammeln. Allerdings meint er auch, dass die Produzenten „auch dann sehr an Geld dran wollen.“ Er sammelt dennoch *DBZ*-Artikel, auch wenn seine Mutter eine kritische Stellung zu ihnen bezieht: „Hat sie gesagt: ‚So einen Schrott brauchst du doch nicht! (...) und das findet meine Mutter voll Kacke, wegen den ganzen Kämpfen und Schnulli.“ Er weiß genau Bescheid über die Preise der Merchandisingprodukte wie z.B. Sticker und ist sich auch darüber bewusst, dass diese Produkte teurer sind als die zu anderen Angeboten.

#### *Umgang mit Medien*

In der Klasse von Mathias ist derzeit vor allem *DBZ* ein wichtiges Thema, um das sich auch die Gespräche in den Pausen drehen. Außerdem spielen die Kinder auch Kampfszenen aus der Serie nach. Innerhalb des Klassenverbandes scheint es bei dem Jungen immer wieder zu kleinern Konflikten zu kommen, wer dabei welche Figur spielen darf: „Wenn neue dazugekommen sind, wollen der ... der gleich sein. Und wissen doch nicht mal, welche Attacken der kann (lacht).“ Die beliebteste Rolle nimmt dabei *Son-Goku* ein, „weil der auch so ... so superstark ist.“ Die Gespräche drehen sich dabei um die

Figuren, deren Aussehen und Fähigkeiten. Beliebt sind auch Spiele, die sich um die selbstkonstruierten Monster von Mathias und seinem Freund drehen, „denn wir denken uns unsere eigenen Attacken aus.“

Medien und deren Inhalte nutzt Mathias vor allem zur Integration in den Klassenverband, daher achtet er genau darauf, immer über die neuesten Trends informiert zu sein, „weil dann alle Jungs das tun und ich fühle mich dann so allein.“

Aufgrund seines breiten Wissens über Fernsehangebote und Sender, kennt Mathias deren Logos. Nur jene von *KI.KA* und *Kikania* kennt er nicht. Wie schon oben angeführt, nutzt Mathias nur private Fernsehsender.

### *Auffälligkeiten*

Mathias weist eine breite Mediennutzung auf. Sein Lieblingsmedium ist das Fernsehen, in dessen Nutzung er von seiner Mutter kaum eingeschränkt wird. Zu den Helden von *DBZ* hat er einen besonderen Bezug. Da dies in der Klasse ein Trend ist und Mathias nicht abseits stehen will, passt er sich an und achtet darauf, immer gut informiert zu sein. Mathias und sein Klassenkamerad, den er als Trendsetter in der Klasse angibt, heben sich von ihren Klassenkameraden auch durch ab, dass sie sich eigene Monstern, Attacken und Comics kreieren.

### *Motto*

Mathias, ein neunjähriger Junge, versucht sich über *DBZ* in die Klasse zu integrieren.

## **1.3 Fallbeispiel Daniel, 9 Jahre, 3. Klasse, Standort C**

### *Familialer Hintergrund*

Daniel lebt mit seiner Mutter (38) in einer modern eingerichteten, großräumigen 4-Zimmerwohnung mit Terrasse. Daniels Mutter ist selbstständige Unternehmerin im Dienstleistungsgewerbe und verfügt über ein gutes Einkommen. Sie bezeichnet sich selbst als allein erziehende Mutter, hat aber einen Lebensabschnittspartner, der nicht bei ihnen wohnt. Daniel kommt gut mit ihm aus. Sein Verhältnis zu seiner Mutter beschreibt Daniel hingegen als nicht ganz konfliktfrei. „Manchmal“ hat er mit seiner Mutter „Stress.“ Dabei kommt es zu wilden Verfolgungsjagden durch die Wohnung und „dann gibt’s Prügel.“ Auslöser solcher Streitigkeiten ist meist, dass Daniel auch nach mehrmaliger Aufforderung Anweisungen seiner Mutter kein Gehör schenkt. Trotzdem nimmt Daniel dabei die Schuld auf sich: „Aber sie macht das auch nur, wenn’s sein muss. Sie macht das nicht extra, weil

sie will mich ja nicht schlagen, aber wenn sie gebeten hat und wenn ich nicht dann auf sie hör, dann wird sie irgendwie ein bisschen wütend. Genau das ist bei mir auch so passiert.“

Die Familie besitzt zwei TV-Geräte, eines davon steht im Wohnzimmer und das andere in Daniels Zimmer. Die Mutter gibt an, nur selten gemeinsam mit ihrem Sohn Sendungen zu rezipieren. Sie findet das auch nicht ungewöhnlich, weil es ihrer Meinung nach Programme für Kinder und solche für Erwachsene gibt. Daniels Mutter achtet auf die Mediennutzung ihres Sohnes. Dennoch zeigt sie sich im Interview damit völlig überfordert. Sie gibt den Wunsch zum Ausdruck, einmal mit einer medienkompetenten Person über den richtigen Umgang mit Medien und Kindern sprechen zu wollen. Probleme scheint sie mit der Fernsehserie *DBZ* zu haben: „Ich kann damit nichts anfangen, das sag ich ihm immer wieder. Ich finde das furchtbar, den ganzen Blödsinn. Aber jeder hat seine Freiheiten auch er und das ist seiner.“

Grundsätzlich hält sie alle Medien „im Rahmen und mit zeitlichen Einschränkungen“ für ihren Sohn geeignet.

### *Stellung in der Peer-Group*

Daniel gibt im Interview an, in seiner Klasse immer wieder Probleme zu haben. Besonders mit den Lehrern gibt es von Zeit zu Zeit Streit. Daniel scheint mit der Autorität gewisser Lehrer Schwierigkeiten zu haben. Mit den Mädchen in seiner Klasse will er sich „gar nicht verstehen, das sind dumme Ziegen für mich, ich mag die nicht so.“

Daniel hat Spaß daran, seine Mitschülerinnen zu ärgern, indem er sie an den Haaren zieht:

„Die schreien dann so rum: ‚Das tut weh!‘ und das hab ich ja gewusst, dass das wehtut, deshalb hab ich’s ja auch getan. Um die anderen zu ärgern.“ Ist er selbst Angriffspunkt, dann droht er mit Schlägen: „Dann sag ich, dann kriegt er eine (...) rein in der Pause. (...) Da kann ich mich selbst nicht kontrollieren.“ Im Klassenverband wird vor allem beim Fußball spielen in den Pausen gezankt.

Daniel hat dennoch, wie er angibt, einen großen Freundeskreis, der etwa 25 Kinder umfasst.

### *Mediennutzung/ Lieblingssendung*

Daniel nutzt zahlreiche Medien. Er liest Bücher und Comics, die Zeitschrift *Kids On*, nutzt das Internet, PC- und Playstationspiele, den Gameboy, Fernsehen und Kino.

Im Mittelpunkt seiner Mediennutzung steht Information und Unterhaltung. „Mein Hobby ist eigentlich (zögert) mehr zu erfahren und zu lernen.“ Neben *Disney*-Comics und *DBZ*-Mangas gehören Lexika und Bücher über verschieden Tierarten zu seinen Favoriten.

Im Internet ist *www.google.de* seine „allerliebste Seite.“ Fasziniert zeigt er sich davon, dass man mit Hilfe des Schlagwortes *DBZ* zu einer Menge an Informationen über die Serie kommt. „Dann drückt man Enter, und dann kommt da überall alles von *DBZ*, oder man kann auch ...wis...ähm...Wissen, Enter und da kommt da vielleicht eine Seite, die man noch nicht kennt.“ Zu seinen Lieblingsspielen auf der Playstation zählt *DBZ*, und am PC spielt er am liebsten *Agent Fuchs*. Gemeinsam mit seiner Mutter hat er *Spiderman* im Kino gesehen.

Das Fernsehen ist Daniels meist genutztes Medium. Er gibt an, „schon süchtig, aber nicht sehr süchtig“ nach dem Konsum von ein „paar Sendungen“ zu sein. „Ich will ja nicht den ganzen Tag vor der Glotze sitzen.“

Im Fokus seiner Fernsehnutzung steht aber *DBZ*. Daran schätzt er, dass dort „eigentlich immer was los“ ist. „Erst wenn ich alle Folgen kenne, dann höre ich auch auf langsam zu gucken.“ Früher war er ein großer Fan der Serie *Pokémon*. Nachdem er aber alle Folgen bereits kennt, wurde ihm die Sendung langweilig. Dennoch bewertet er das Format positiv und spielt weiterhin *Pokémon* am Gameboy. Aufgrund der ablehnenden Haltung seiner Mutter gegenüber der Serie *DBZ*, darf der Junge diese nur freitags sehen.

### *Medienmarken/ Merchandising*

Daniel ist ein Fan von Merchandisingartikel aller Art. Begonnen hat seine Sammelleidenschaft mit *Pokémon*. Davon besitzt er unter anderem Kissen, Bettwäsche, Figuren und Sammelkarten. Artikel rund um *Digimon*, *Star Wars* und *DBZ* sind ebenfalls in seinem Besitz. So zählt das Schachbrett mit *Star Wars* Figuren, zu seinen momentanen Lieblingsspielzeugen. Dennoch stehen Merchandisingangebote von *DBZ* im Vordergrund: „Ich hab eine Mappe. Dann habe ich zehn Bücher vielleicht. Dann habe ich ein Playstationspiel davon. Äh... Karten ... mm ... äh ... was hab ich noch? Figuren. (...) Ich kann das gar nicht zählen.“

Bei Daniel zeigt sich im Interview eindeutig, wie sich sein Interesse von *Pokémon* über *Digimon* bis hin zu *DBZ* entwickelt hat. „Zuerst war ich ein *Pokémon*-Fan (...), und dann wurde ich langsam ein bisschen *Digimon*-Fan. Und dann, als *DBZ* kam, da bin ich sofort darauf gesprungen. Irgendwie, als ich die Sendung geguckt habe.“

Die meisten Merchandisingartikel bekommt Daniel vom Lebensgefährten seiner Mutter geschenkt, so auch das limitierte *Star Wars* Schachbrett, das dieser ihm aus London mitgebracht hat. Geschenke von seinem leiblichen Vater, wie eine ganze Kiste voller *Pokémon*-Karten, sind daneben ebenfalls keine Seltenheit.

### *Lieblingsfiguren*

Bei *DBZ* hat Daniel keine bestimmte Lieblingsfigur. „Manchmal finde ich die anderen gut, manchmal finde ich die gut. Aber ich (schlürfte)... im Moment finde ich eigentlich alle gut.“ Dennoch bezeichnet er sich selbst als Fan von *Son-Goku*. An ihm gefällt ihm, dass er „trainiert“, um körperlich fit zu bleiben. Negativ bewertet er an ihm, dass er „manchmal übertreibt“ und „herumschreit.“ Daniel träumt des Öfteren davon, „übermenschliche Kräfte“ zu haben. Offensichtlich hat er sich darüber schon mit seiner Mutter unterhalten und „auch immer nachgedacht darüber, aber dann hab ich kapiert, warum meine Mutter Unsinn gesagt hat.“ Der Grund liegt darin, dass seine Mutter weiß, „dass dieser Wunsch nie wahr werden kann (...).“ Mittlerweile ist er der Meinung, als richtiger Mensch ein besseres Leben führen zu können.

Daher zeigt er sich auch vor allem von den „übermenschlichen Kräften“, aber auch von der Intelligenz seiner Helden fasziniert. Gar nicht begeistert ist er von den weiblichen Figuren in der Serie. Diese findet er „meckrig, weil sie dann andere beschuldigen, weil die Bösen so schnell sterben.“ Er ist der Meinung, dass die Frauen, „mal selber kämpfen, was sie da tun, um die Welt zu retten.“ Den weiblichen Figuren spricht er auch die Kraft und Ausdauer ab.

### *Themen*

Für Daniel steht das Thema Kampf und Stärke im Vordergrund. Daher findet er jene Folgen langweilig, „in denen Frieden ist.“ „Unlogisch“ findet er es, wenn „sie kämpfen und wenn jemand sich da verwandeln kann, neue Verwandlung, in einen Affen.“ Daher hält er die Sendung „manchmal (für) dumm.“ Obwohl er von den „übermenschlichen Kräften“ der Figuren fasziniert ist, erscheint es ihm doch besser, wenn diese nicht von der Möglichkeit der Verwandlung und ihrer übernatürlichen Stärke Gebrauch machen. Nach einem Gespräch mit seiner Mutter hat der Junge eingesehen, dass es doch sinnvoller sei, einfach „menschliche Kraft“ zu haben. Für sich selbst hat er entschieden, sich mit Stärke und Intelligenz durchzusetzen; „auch ein bisschen stark draußen (zu sein), aber im Kopf geht mich das mehr an“.

### *Werbeverständnis und kompetenter Umgang mit Medien*

Daniel ist gegenüber Werbung negativ eingestellt. Er hält sie für „nichts sehr Gutes.“ Trotzdem gehören Spots, die Bücher und Videospiele bewerben, zu seinen Favoriten. *DBZ* kennt er ebenfalls aus der Fernsehwerbung. „Da hab ich mir *Digimon* angeguckt (...) und als die Sendung (*DBZ*) in der Werbung kam, hab ich meine Mutter gefragt, ob ich sie mal gucken darf.“ Seither ist er davon auch ein Fan.

Werbung hat für Daniel die Aufgabe, die Rezipienten darüber zu informieren, „was es Neues gibt.“

### *Umgang mit Medien*

Wie bereits oben erwähnt, bezeichnet Daniel sich selbst als zum Teil fernsehsüchtig. Vor allem bei *DBZ* fällt es ihm schwer, sich davon zu lösen. „Ich kann irgendwie nicht aufhören, ein Fan davon zu sein.“ Er kennt sich auch bei den verschiedenen Ausgaben und die Entwicklung der Serie rund um die *Dragonballs* aus: „Bei *DB* werden die auch groß, aber bei *DBZ* bleiben sie auch groß. Da gibt es noch so zwei Formate, einmal *DB AF* und *GT*. Und bei *GT* werden sie wieder klein.“

*DBZ* nimmt einen durchaus wichtigen Platz in Daniels Leben ein. „Ich vergesse nicht sehr viel von *DBZ*, ich vergess' ... ich vergess' bloß manchmal Englisch-Vokabeln.“

Um Konfrontationen mit seiner Mutter aufgrund seines Fernsehkonsums aus dem Weg zu gehen, wartet er oft mit dem Einschalten des Fernsehapparats, bis sie die Wohnung verlässt.

### *Auffälligkeiten*

Daniel zeigt sich als begeisterter *DBZ*-Fan, der zu der Serie auch jede Menge Merchandisingartikel besitzt. Die Themen Kampf und übermenschliche Kräfte, stehen für ihn im Mittelpunkt seiner Rezeption. Daniel schnappt Trends in den Medien oder im Freundeskreis seiner Mutter auf und verwertet sie multimedial Hinsichtlich seines Fernsehkonsums bezeichnet er sich selbst als latent „süchtig.“

### *Motto*

Daniel, ein aufgeschlossener, neunjähriger Junge, zeigt sich fasziniert von der Serie *DBZ*, die er multimedial nutzt, und der Kraft ihrer Helden.

## **3 Fallbeispiel Stefano, 13 Jahre, 5. Klasse, Standort A**

### *Familialer Hintergrund*

Stefano lebt mit seiner italienischstämmigen Mutter (41) und seiner 21-jährigen Schwester in einer Dreizimmerwohnung in einem Wohnblock in A. Die Eltern sind geschieden. Die allein erziehende Mutter arbeitet als Reinigungsfrau. Sie verbringt wenig Zeit zu Hause.

Der Vater lebt etwa 200 Kilometer weit entfernt. Zu ihm hat Stefano aufgrund der Distanz nur wenig Kontakt.

Da die Mutter viel Zeit an ihrem Arbeitsplatz verbringt, hat sie tagsüber nur wenig Einfluss auf die Mediennutzung ihres Sohnes. Bei den Fernsehsendungen, die nach 20 Uhr ausgestrahlt werden, achtet sie vor allem auf die Altersfreigabe und verbietet daher mitunter Genres wie Horror, „Angstfilme“ und teilweise Action, die sie für nicht geeignet hält. Trotzdem erlaubt sie *Poltergeist* und *Chackie Chan*.

Stefanos Mutter rezipiert vor *GZSZ* und „romantische Filme.“ Für sie sind Medien nur „manchmal“ wichtig.“ Ihre bevorzugten Sender sind RTL und RTL2. Sie gibt an, wegen Zeitmangels nur wenig fernzusehen. Geeignete Medien für ihren Sohn sind Fernsehen und Computer, allerdings in Maßen. Trotzdem hält sie die *Playstation* für die Ursache von Stefanos sinkenden schulischen Leistungen.

Stefanos Verhältnis zu seiner Mutter scheint harmonisch und respektvoll. Er weiß, dass seine Mutter viel arbeitet, um ihren Kindern etwas bieten zu können. Dies zeigt auch die Tatsache, dass er, würde er 100 Euro geschenkt bekommen, die Hälfte davon seiner Mutter zukommen ließe.

#### *Stellung in der Peer-Group*

Stefano kommt innerhalb seiner Klasse eine Anführerrolle zu. Er gibt an, mit der ganzen Klasse befreundet zu sein. Für ihn ist es sehr wichtig, sowohl mit den Jungen als auch mit den Mädchen in seiner Klasse gut zurecht zu kommen. Nicht nur an seiner breiten Mediennutzung und seinem Interesse am Sammeln und Tauschen von Karten und Stickern, sondern auch aufgrund seines kommunikativen Charakters, scheint ihm dies leicht zu fallen. Mit seinen Mitschülern zu kommunizieren, scheint für Stefano sehr wichtig zu sein.

Mit seinem besten Freund Mico kann er über alles reden. Ihre Gespräche drehen sich dabei um ihre Lieblingsserien und Filme, Sammelprodukte und um Mädchen. Stefanos Freunde sind ein bis drei Jahre jünger als er.

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Stefano wählt aus einer breiten Palette von Medienangeboten aus. Zu seinen Lieblingsserien zählen hauptsächlich *DBZ* und *Pokémon*. Dass diesen eine besondere Rolle in seinem Leben zukommt, weiß auch Stefano selbst: „Also, ich bin zwar nicht süchtig und so, aber ich bin schon 'n Fan, aber net so ganze, also, ich steh auch auf was anderes Sachen.“

Außerdem rezipiert er die Soap *GZSZ*, Tier- und Actionfilme und Cartoons wie *Donald Duck*. Bemerkenswert ist die Tatsache, dass er bereits alle Folgen von *Pokémon* und fast alle „549“ von *DBZ* gesehen hat: „Ich guck von den Folgen, die jetzt wieder von vorn anfangen, nur die Serien, die ich verpasst hab.“

Zu seinen favorisierten Sendern zählen RTL, RTL2, Pro7, Kabel 1 und mitunter auch KI.KA.

Neben dem Fernsehen nutzt Stefano den Gameboy, speziell die diversen *Pokémon*-Spiele, Nintendo 64 und seine Playstation 2. Hier zählen Strategie- und Rollenspiele wie *Legend of Legaia*. „Bei Rollenspielen, da kann man halt was lernen.“

Die Familie besitzt außerdem einen DVD-Player und Filme wie *King Kong*, *Godzilla*, *Bruce Lee* und *Chackie Chan*. Stefano liest auch gern Comics wie *Das lustige Taschenbuch*, wo er „witzige Geschichten“ findet, und *DBZ*-Mangas. Die Zeitschrift *Banzai!* rezipiert er ebenfalls regelmäßig, „die krieg ich halt immer geschenkt.“

Das Internet nutzt er bei seinem Onkel. Seine bevorzugte Internetsite ist die von *Toggo*, wo er sich gezielt über Sendungen informiert. Während eines Besuches bei seinem Onkel machte Stefano die Bekanntschaft eines Mädchens, mit dem er im E-Mail-Kontakt steht.

#### *Medienmarken/ Merchandising*

Stefano hat „früher“ *DBZ*-Merchandisingprodukte wie Karten und Figuren gesammelt. „Die hab’ ich verkauft“, um von dem Erlös *Gogos* zu kaufen. Dass er sich durch den Verkauf nicht nur selbst Geld beschafft hat, sondern dahinter mitunter auch ein guter Zweck steht, erklärt Stefano im Interview: „Also, da sind Kinder, die wollen auch, die finden keine (Sammelkarten) mehr und da hab ich mir gedacht, ich verkauf grad die Karten und ja, dann tu ich denen ja nur ’nen Gefallen.“ Stefano verkauft die Karten, die zuvor einen Euro gekostet haben, für 50 Cent.

Stefano gibt an, früher auch *Pokémon*-Karten und „so ganz kleine Figuren“ gesammelt zu haben, „die sind aber jetzt im Keller.“ Interessant erscheint die Tatsache, dass *DBZ* die *Pokémon* bei dem Jungen abgelöst haben: „Ich mag jetzt *DBZ* mehr als *Pokémon*.“ Trotzdem stellen die *Pokémon* noch immer ein teilweise interessantes Thema in Medien wie *Gameboy* und TV für ihn dar.

Das Geld für Merchandisingartikel bekommt er zum einen von seinen Eltern oder greift dafür auf sein Ersparnis zurück. Stefano gibt im Interview an, sich drei *DBZ*-Bücher im Monat zu kaufen und diese auch an Freunde zu verleihen. „Also, tauschen, das wär’ ja viel zu teuer (lacht).“



Stefano erzählt von einem Trendsetter in seiner Klasse, der oft „mit coolen Sachen ankommt.“ Dabei bemerkt er, dass sein Klassenkamerad bei „’n bisschen dummen Mädchen“ besonders beliebt ist. Warum diese Mädchen seiner Meinung nach „dumm“ seien, erklärt er so: „Also, weil sie, die brauchen auch mehr Vertrauen zu jemandem, also, die, wenn sie schon keiner liebt, dann denk’n sie: ‚Jetzt könnt’ ich mich bei dem einschleimen und da hätt’ ich vielleicht auch solche Sachen wie er’ und so.“

### *Lieblingsfiguren*

Aufgrund seiner breit gefächerten Mediennutzung zählt Stefano im Interview viele Figuren auf. Dabei stehen deren Eigenschaften, Stärken und Fähigkeiten im Vordergrund.

Bei *Ash*, einer der Hauptfiguren aus *Pokémon*, fasziniert ihn, „das er immer so cool ist, wenn er gegen *Pokémon* kämpft und so gegen die Leute und er verteidigt sich halt gut. Der rettet immer *Pokémons* und so vor *Team Rocket*, das sind eigentlich schlechte Banden.“

Bei *GZSZ* ist *Nico* sein Favorit, „der hat die *Cora* lieb (...). Aber die hat ihn jetzt verlassen, weil sie jemand anderen liebt und die heiraten gleich und der Nico kommt halt nur zu Besuch, um seine Tochter zu besuchen.“ Außerdem schätzt er an *Nico* besonders die Eigenschaft, dass er für jedes Problem eine Lösung weiß, „egal was passiert (...), der findet einfach für jeden immer was, für jeden immer ’ne Lösung.“

Von allen seinen Helden kann sich Stefano am meisten mit jenen aus *DBZ* identifizieren. „Mein größter Wunsch ist, dass ich mal ein zufriedenes Leben habe und dass ich halt mal so ’ne Person werde von *DBZ*. Das ist eigentlich mein größter Wunsch.“

Seine Lieblingsfigur bei *DBZ* ist *Son-Gohan*, „das ist der Sohn von der Hauptperson (...). Ja, der is’ halt so cool.“ Dabei interessiert sich Stefano stark für das Verhältnis von *Son Gohan* zu dessen Vater *Son Goku*. Der Junge erzählt im Interview, über welche Fähigkeiten *Son Gohan* bereits verfügt und wo mitunter die Hilfe seines Vaters braucht: „Tja, wenn starke Gegner kommen, dann wird er schon besiegt, da muss der Vater rangehen, aber gegen normale Gegner, da hat er schon ’ne Chance“. Mit *Son Gohan* würde er auch gern einmal ein Abenteuer bestehen.

### *Themen*

Stefanos favorisierte Themen sind Kampf und Stärke und die Fähigkeiten seiner Helden aus *DBZ*, die ihre Feinde daran hindern, die Welt zu erobern und zu vernichten. Außerdem schätzt er die Entwicklungsfähigkeit der Figuren, sich in „*Saiyajin Level 4*“ zu verwandeln. Stefano erzählt im Interview von seiner Lieblingsfolge von *DBZ*, in der *Son-Gohan* gegen

einen Roboter kämpft: „Die wollten die Erde zerstören. Ja, und da hat er halt fast nur gewonnen‘. Und gegen paar hat er auch verloren und da war noch *Cell*. Der wollte die *Kibos* absorbieren, damit er stärker wird. Also diese Serie hat mir am meisten gefallen. Das war, glaube ich, Serie 129.“

Stefano beschäftigt sich intensiv mit seinen *DBZ*-Helden, ihren „Körperkräften und Fähigkeiten“. Er identifiziert sich geradezu mit ihnen und würde deren Fähigkeiten auch selbst einmal besitzen. Dennoch erklärt er, dass dieser Wunsch reine „Phantasie und Traum“ sei. Er scheint sich über die Fähigkeiten seiner Helden bereits viele Gedanken gemacht zu haben, um diese in seinen Tagträumen umzusetzen: „Mm. Ich kann mir's schon mal vorstellen, aber nur so. Ich denk, manchmal ich kann so, wenn ich so mich ganz doll konzentrier, kann ich auch so etwas fliegen lassen oder so. Das denk' ich aber nur so aus Spaß. Weil das gefällt mir halt (...).“

Er träumt auch davon, eine *Kamehameha*, eine spezielle Attacke aus *DBZ*, durchführen zu können: „Mm, zum Beispiel, ich seh' jetzt irgendwo so was, was so aussieht wie 'n Monster oder so. Stell' ich mir halt vor, ich bin der Typ von da und da tu' ich halt so aus Spaß und da denk' ich halt, ich schieß' halt ehrlich so 'n Strahl raus. Ja und da glaub ich halt so und da denk' ich, ich beweg meine Hände voll schnell (...).“

Stefano steigt tief in das Thema der speziellen Kampftechnik ein und überlegt, wie diese real umsetzbar sein könnte: „(...) Aber in Real, da weiß ma ja nicht, wo dem seine Schwächen sind. Wenn ich denke, die Schwächen sind im Bauch, schlag ich in Bauch und in Wirklichkeit sind's zum Beispiel aufn Rücken bei dem. Also, das wär' schwer real. Man müsste ja sogar noch den Strahl kontrollieren, weil das is ja 'ne ungewöhnliche Kraft, also, da muss ma so Verfügung. Also, da muss ma so ruhig bleib'n.“

In diesem Kontext beschäftigt ihn vor allem das Verhältnis von *Son Gohan* zu *Son Goku*, also das Verhältnis zwischen Vater und Sohn in *DBZ*, für ihn im Alltag ein wichtiges Thema. So räsontiert der ohne Vater lebende Junge,<sup>1</sup> wann der Sohn bereits allein agieren kann und wann er von seinem Vater Hilfe braucht: „Tja, wenn starke Gegner kommen, dann wird er schon besiegt, da muss der Vater rangehen, aber gegen normale Gegner, da hat er schon 'ne Chance“.

Das Thema Kämpfen findet er auch in anderen Angeboten wie Filmen mit Bruce Lee und *Jackie Chan*.

---

<sup>1</sup> Stefanos Vater lebt mehr als 200 Kilometer von seinem eigenen Wohnort entfernt.

Liebe und Beziehungen gehören ebenfalls zu Stefanos Themen, da er sich mit seinem besten Freund auch über Mädchen unterhält. Daher interessiert ihn an der Soap *GZSZ* die Beziehung zwischen *Cora* und *Nico*. Mit diesen Gesprächen grenzt sich der 13-Jährige auch von einigen Mitschülern ab, die sich oft prügeln und „nur Ärger“ suchen.

#### *Werbeverständnis und kompetenter Umgang mit Medien*

Werbung bewertet Stefano negativ, weil sie seine Rezeption unterbricht. Trotzdem wechselt er während der Werbepausen das Programm nicht, um den Beginn und die Fortsetzung seiner Lieblingsserie nicht zu verpassen. Er ärgert sich auch über die Länge der Werbung, die ihm bei der von seiner Mutter erlaubten Fernsehnutzungsdauer Zeit wegnimmt: „Wenn meine Mutter jetzt sagt: ‚Du hast noch zehn Minuten Zeit, diese Serie zu gucken.‘ Dann guck‘ ich mei ja, und auf einmal so, fünf Minuten vorbei und ’ne Werbung dauert halt, also des längste warn mal sechs Minuten. Ja, und da denk ich grad, o.k., noch fünf Minuten, da kann ich ja noch gucken, des zu Ende, aber dann auf einmal läuft Werbung und verpass ich ja fünf Minuten Serie und so oder Filme.“

Stefano gibt an, die Figuren von *DBZ* zuerst in der Werbung gesehen zu haben. Er freut sich auch, diese Produkte, die er zu Hause hat, auch in TV-Werbespots wieder zu finden. Im Allgemeinen bedeutet Werbung für den Jungen Information über neue Produkte. Als Beispiel nennt er „Kaufpreise, Autos und Filme.“ Außerdem „erfährt man dann über die Werbung alles, was es da alles gibt.“

#### *Umgang mit Medien*

Stefano nutzt zwar ein breites Medienangebot, trotzdem verbringt er seine Zeit auch gerne mit seinen Freunden außer Haus. Seine Mediennutzung schätzt er auf zwei bis drei Stunden: „Ungefähr, wenn ich Bock auf Fernseher hab, dann verbring ich drei Stunden und wenn ich jetzt überhaupt keinen Bock hab, dann ’ne halbe Stunde vorm Fernseher und dann geh ich raus spielen.“ Die Fernsehlogos, die er „also eigentlich alle kennt“, erfüllen für ihn in diesem Kontext eine wichtige Funktion; wenn er nach seinen favorisierten Kanälen sucht, helfen sie ihm, die geeigneten Sender zu finden: „Man weiß dann ganz genau, das is’ RTL 2 oder so.“

Merchandisingartikel spielen in Stefans Leben eine große Rolle; er gibt an, schon seit frühester Kindheit mit Figuren rund um *Godzilla* bis zu *Pokémon* und *DBZ* gespielt zu haben. Wie oben erwähnt, faszinieren ihn hierbei die Kampftechniken, die er mit diesen Figuren nachspielt. Mit seinem kleinen Cousin, der ein großer *Pokémon*-Fan ist, spielt Stefano auch heute noch manchmal Elemente aus der Serie nach. „Ja, dann kämpfen wir so

halt aus Spaß. Das is' so.“ Dabei übernimmt der 13-Jährige die Rolle des *Feuer-Pokémon Glurak*.

In seiner Klasse gibt es nur einen Jungen, mit dem er Kampfszenen aus *DBZ* nachspielt. Auch darüber zu reden, scheint für Stefano sehr wichtig zu sein: „Mit dem (Mico) red' ich auch sehr gern über *Dragon Ball*, aber wenn's ihn halt nervt, dann hör ich auch auf.“

Um mit einigen Mädchen aus seiner Klasse ins Gespräch zu kommen, rezipiert Stefano seit kurzem auch *GZSZ*. „Ja, wenn ich weiß, die schaut's auch gern. Am Anfang hab ich's langweilig gefunden. Und einmal hab ich mal mitgeguckt, da hab, da hat, da hat's so interessant gefunden.“

### *Auffälligkeiten*

Stefano ist ein kommunikativer 13-Jähriger mit breitem Interessensgebiet. Er zählt zu den Wortführern in seiner Klasse und besticht durch ein breites Wissen über seine Favoriten. Er nutzt Medien und Medieninhalte, um in erster Linie in Interaktion mit seiner Peer-Group zu treten, was vor allem bei *GZSZ* deutlich wird. Stefano scheint sich mit seinen Helden, insbesondere von *DBZ*, außergewöhnlich intensiv zu beschäftigen und eine starke Bindung zu ihnen zu haben. Diese fließen in seine Lebenswelt mit ein und ziehen sich durch seinen Alltag bis hin zu Zukunftswünschen. Interessant erscheint die Tatsache, dass er nach wie vor von *DBZ* fasziniert ist, obwohl er bereits fast alle Folgen der Serie gesehen hat. Er bezeichnet sich zwar nicht als „süchtig, aber ich bin schon 'n Fan.“

### *Motto*

Kommunikativer 13-Jähriger mit ausgeprägtem Wissen über seine Helden aus *DBZ* hat einen starken emotionalen Bezug zu ihnen aufgebaut.

## **4 Fallbeispiel Theo, 13 Jahre, 7. Klasse, Standort A**

### *Familialer Hintergrund*

Theo lebt mit seinen Eltern und seiner um zwei Jahre jüngeren Schwester in einer kleinen Mietwohnung in einem Wohnblock.

Seine Mutter (37) arbeitet als Fachangestellte für Bürokommunikation dazu hat sie eine Ausbildung auf dem zweiten Bildungsweg gemacht. Sein Vater (40) war früher in der Glashütte in A beschäftigt. Seit diese geschlossen wurde, hat er einen Aushilfsjob als Zeitungsausfahrer.

Das Verhältnis zu seinen Eltern beschreibt Theo als „gut.“ Gelegentlich streitet er sich mit seiner Schwester. Mit seinen Eltern kann er über Probleme in der Schule reden. Als er ihnen erzählte, dass einer seiner Mitschüler sagte, er dürfe nicht mehr in die Schule kommen, gab ihm sein Papa den Rat, diesem aus dem Weg zu gehen und sich notfalls zur Wahr zu setzen: „Dann hat er gesagt, sei nicht faul, hau ihm auf’s Maul.“

Für Theos Mutter sind Medien im Allgemeinen „sehr wichtig.“ In ihrem Alltag nehmen sie einen „großen“ Stellenwert ein. Das zeigt sich auch in der Ausstattung an Hi-Fi Geräten. So finden sich im relativ kleinen Wohnzimmer eine Stereoanlage, ein Videorecorder und ein großer Fernseher. Dieser läuft bis zu fünf Stunden „täglich, so nebenher.“ Unterhaltungsangebote stehen in der Mediennutzung der Mutter im Vordergrund.

Das Buch hält sie eigentlich für das meist geeignete Medium für ihren Sohn. Da sie aber weiß, dass Theo nicht gern liest, denkt sie, dass für ihn doch der Fernseher und der CD-Player besser sind. Dabei bewertet sie vor allem Sitcoms und Musiksendungen positiv. Sie versucht die Mediennutzung ihres Sohnes nicht zu beeinflussen. Teilweise erlauben ihm seine Eltern bis Mitternacht fernzusehen. Das Internet scheint das einzige Medium zu sein, das Theo zu Hause nicht nutzen darf. Über Medieninhalte wird in der Familie „wenig, bis nichts“ gesprochen.

Theos Zimmer ist ebenfalls mit einem Fernsehgerät, einer Stereoanlage, einem Computer und einem Gameboy ausgestattet.

Seine Freizeit verbringt Theo am liebsten vor dem Computer. Um sich einen neuen PC kaufen zu können, arbeitet er dreimal in der Woche für je eine Stunde in einem Zeitungsversand, wo er Prospekte faltet.

### *Stellung in der Peer-Group*

Die Integration in den Klassenverband fällt Theo sehr schwer. Er sieht sich selbst als Außenseiter in der Klasse und unterhält nur zu einem Schulkollegen eine freundschaftliche Beziehung. Dieser ist ebenfalls Außenseiter. Die beiden verbindet ihr großes Interesse am Computer. Die meisten von Theos Freunden besuchen eine andere Schule, die allerdings 20 Kilometer von A entfernt liegt. Dies ist auch der Grund, warum er kaum noch Kontakt zu seinen alten Freunden hat und auch die Schule wechseln will.

Aufgrund seiner Arabischen Wurzeln, „ich bin ein Viertel Araber“, ist Theo immer wieder verbaler Angriffe seiner Mitschüler ausgesetzt, die mitunter in Schlägereien ausarten. Besonders mit einem Jungen kommt es immer wieder zum Streit. Das Verhältnis zu seinen Lehrern beschreibt er durchaus als positiv.

### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Im Mittelpunkt in Theos Mediennutzung stehen Computer und der Fernseher. Obwohl er nicht gerne liest, zeigt er sich dennoch fasziniert vom Buch *Harry Potter*. Davon kennt er auch die Hörspielkassetten und den Kinofilm. Diesen bewertet er gegenüber dem Buch als schlechter, weil „im Film haben sie viel raus geschnitten.“ Den letzten Film, den Theo im Kino gesehen hat, war *Spiderman*, den er wegen der Animationen als „ganz gut gemacht“ einschätzt.

Außerdem liest Theo Zeitschriften wie *Computerbild*, *Bravo* und *Yam*.

Da er das Internet zu Hause nicht nutzen darf, geht er zum Surfen in das örtliche Jugendzentrum. „Da lade ich mir ein paar neue Bilder von *Giga* runter und geh noch ein bisschen chatten.“ Sein bevorzugter Chatroom befindet sich bei *Chatworld*. Im Vordergrund steht dabei die Kommunikation mit Gleichaltrigen. „Erst fragt einer, willst du chatten und dann spricht man die halt an, und die fragen dann wie alt Du bist und dann erzählt man halt ein bisschen rum übers alltägliche Leben und irgendwann einmal trifft man sich dann.“ Dennoch gibt Theo an, sich noch nie mit seinen Internetbekanntschaften getroffen zu haben. Ein weiteres Nutzungsmotiv ist für ihn die Information bei *giga.de* über „die neuesten Computerspiele (...), sie sagen auch was sie kosten und wie sie sie bewerten.“

Theo verbringt vier Stunden täglich am PC. Dabei stehen Strategie- und Adventurespiele wie *Secret of Manner* und *Deramitma* im Vordergrund. Des Weiteren beschäftigt er sich intensiv mit dem Brennen von Musik CDs. Außerdem nutzt er den PC um fernzusehen. „Ich hab zum Geburtstag so eine TV-Karte bekommen (...), die hat mein Vater dann im Computer eingebaut und einen Brenner und DVD-Rom hat er mir auch zum Geburtstag geschenkt. Und dann konnte ich DVDs gucken und CDs brennen und Fernseh gucken über die TV-Karte.“ Ebenfalls besitzt Theo den „alten“ Super Nintendo, „da hab ich sechs *DB*-Spiele drauf.“ Theo gibt im Interview an, dass ihm die Spiele auf Super Nintendo „auf die

Dauer langweilig“ werden. Daher ist eine seiner nächsten Anschaffungen eine Playstation. „Jetzt versuch ich eben, mir die Playstation zu holen.“

Theos Lieblingssendungen im Fernsehen sind Animes wie insbesondere *DBZ*, *Ranma 1/2* und *Jeanne*. *DBZ* ist eine Sendung, die der Junge nur „manchmal“ verpasst, „aber meistens guck ich sie mir an.“ Daneben schätzt er auch Cartoons wie *Simpsons* und *TV-Total*. Daher sind seine bevorzugten Sender auch RTL2 und Pro7.

### *Medienmarken/ Merchandising*

Theos Sammelleidenschaft ist zwar in letzter Zeit zurückgegangen, dennoch besitzt er noch immer einige Sammelobjekte. Dazu gehören *Pokémon*-Karten und *DBZ*-Sticker, Karten und Figuren. Die Sammelkarten und Sticker haben für ihn an Interessen verloren, „weil ich schon fast alle hab’, und die anderen bekomme ich einfach nicht mehr.“ Einzig die *DBZ*-Figuren sammelt er auch weiterhin noch. „Die sind nicht gerade billig, so 10 Euro eine.“ Seiner Ansicht nach sind Artikel von *Pokémon* mittlerweile wertlos, „weil sie keiner mehr haben möchte.“

### *Lieblingsfigur*

Zu Theos Lieblingsfiguren gehören *Harry Potter*, *Spiderman*, *Homer Simpson*, *Jeanne* und vor allem *Vegeta* aus *DBZ*. An der Figur des *Harry Potter* schätzt er, „dass er nie die Kontrolle verliert, also, dass er cool bleibt und dass er zaubern kann.“ Die „komischen Sprüche“ von *Homer* bringen ihn zum Lachen.

Am meisten zeigt er sich von der Figur des *Vegeta* aus *DBZ* und von *Spiderman* fasziniert. An *Vegeta*, dem Außenseiter, imponieren ihm dessen Stärke und die Fähigkeit, sich zu verwandeln und weiter zu entwickeln: „*Vegeta* sieht aus wie ein Mensch und hat einen Affenschwanz, das ist ein Saiya-jin. Er kann sich fünfmal verwandeln, dass er immer stärker wird und hat dann auch noch spezielle Fähigkeiten.“ Auch kann er sich vorstellen, in die Rolle seines Helden zu schlüpfen oder mit ihm einen Tag zu verbringen. „Erst würden wir uns ein paar Planeten ansehen, dann würden wir ein paar Bösewichte platt machen und danach würden wir mal im Jenseits vorbei schauen.“

Vor allem wenn er es zu Konflikten mit seinen Mitschülern kommt, wünscht er sich verstärkt die Fähigkeiten seiner Helden zu besitzen. „Wenn mich die anderen nicht in Ruhe

lassen, wenn sie mich nie in Ruhe lassen können, und mich wegen meiner Nationalität ärgern und so“, versucht er zuerst ruhig zu bleiben, „bloß wenn sie mich dann völlig nerven, dann verlier ich die Kontrolle. (...) Dann schlag ich auch manchmal zu.“ Aus seinen Aussagen wird deutlich, dass ihm dieses Verhalten zwar unangenehm ist, er darüber aber keine Kontrolle zu haben scheint. „Ich denke mir, wieso hab ich das jetzt gemacht er hat mich ja auch nicht geschlagen und ja dann weiß ich nicht, was ich sagen soll.“ : Aus seiner Unfähigkeit heraus, seine Aggressionen zu kontrollieren, resultiert Theos Faszination für *Harry Potter*; insbesondere dessen Gelassenheit imponiert ihm.

Auch seinen Helden *Spiderman* bewertet er wegen seiner Stärke positiv, „weil er in eine Spinne gebissen hat und plötzlich war so stark“. Nur dessen Handlungsweise am Ende des Films, konnte Theo nicht verstehen. „Wo er...na ja die Frau, die er die ganze Zeit lieben wollte und dann hat sie ihn geliebt und dann hat er es abgelehnt. Das Ende habe ich nicht verstanden.“

### *Themen*

Theos favorisierte Themen sind Kampf und körperliche Stärke. Bei seinen Helden aus *DBZ* stehen daher für ihn auch deren „spezielle Fähigkeiten“ im Vordergrund. Ebenfalls beeindruckt ihn deren Mut und deren Kampfbereitschaft für das Gute. „Die Leute von *DBZ* versuchen die Erde zu verteidigen und setzen meistens auch ihr Leben aufs Spiel.“

Bei seiner Lieblingsfigur *Vegeta* fasziniert ihn dessen Fähigkeit sich zu verwandeln, „dass er immer stärker wird.“ Durch seine Außenseiterrolle in der Schule, die mitunter zu Handgreiflichkeiten führen kann, spielen Stärke und Kraft auch in Theos Alltag eine große Rolle. Für ihn gehören sie zu seiner Strategie, im Alltag zu bestehen, auch wenn er sich darüber bewusst ist, dass dieses Verhalten falsch ist.

Neben diesen Themen liegen seine medienbezogenen Interessen auch bei Magie und Liebe.

### *Werbeverständnis und kompetenter Umgang mit Medien*

Theo ist gegenüber Werbung neutral eingestellt. Wenn Werbung Sendungen unterbricht, wechselt er das Programm. Sein Lieblingsspot ist jener von *Nike*, der für die Fußball Weltmeisterschaften 2002 gestaltet wurde. Er zeigt bereits Ansätze von Werbekompetenz; so gibt es für Theo Merchandisingartikel deshalb, „damit sie (die Produzenten, der Verf.) mehr Geld verdienen.“ Aus eigener Erfahrung beschreibt er das dahinter stehende



Konsummotiv der Rezipienten: „Weil sie es im Fernsehen sehen und es toll finden und manche das dann auch haben, wollen sie es auch haben.“ Diese Umgangsweise mit Merchandisingprodukten kennt Theo noch aus der Zeit, in der er intensiv Artikel zu *Pokémon* gesammelt hat.

### *Umgang mit Medien*

Theo beschäftigt sich sehr intensiv mit Medien. Wegen seines umfassenden Wissens über Computer wird er von seinen Klassenkameraden öfter um Rat gefragt. Dies scheint auf den ersten Blick das einzig integrative Moment zu sein. Doch wird schnell deutlich, dass diese Fähigkeit von seinen Mitschülern eher ausgenutzt wird und ihm keine wirklichen Vorteile in der Klasse verschafft.

### *Auffälligkeit*

Theo ist ein medienorientiertes Kind, das vor allem den Fernseher und den PC ausgiebig nutzt. Er interessiert sich hauptsächlich für Medienangebote mit starken Helden mit Verwandlungspotenzial, mit denen er sich vordergründig in Konfliktsituationen in der Schule identifiziert. Theo wünscht sich, „dass ich auch mal Glück hab.“

### *Motto*

Theo, ein 13-jähriger Junge, Außenseiter in seiner Klasse, wünscht sich die Kraft und Stärke von Medienfiguren, insbesondere der *DBZ*-Figur Vegeta, wertet diese dann aber doch wieder als Schwäche.

## **5 Fallbeispiel Elfi, 14<sup>2</sup> Jahre, 7. Klasse, Standort C**

### *Familialer Hintergrund*

Elfi lebt gemeinsam mit ihrer berufstätigen Mutter und ihrem Bruder (16) in einem kleinen Reihenhaus in C. Der Vater ist vor ein oder zwei Jahren ausgezogen. Das Verhältnis zu ihrem Bruder ist „eigentlich recht gut.“ Die beiden hören oft abends zusammen noch neue

---

<sup>2</sup> Trotz ihres Alters wurde Elfi für ein Einzelgespräch ausgewählt, da ihre Umgangsweise für die Studie aufschlussreich ist.

CDs. Elfi hat ein eigenes Zimmer, in dem viele Poster und Karten von Dragon Ball Z hängen. Sie hat außerdem ein eigenes Fernsehgerät im Zimmer.

Mit ihrer Mutter versteht sie sich ebenfalls gut. Ihre Probleme behält Elfi aber lieber für sich: „Schreibe sie entweder auf und am nächsten Tag schmeiß ich den Zettel wieder weg. Dann bin ich da so ... die Probleme sozusagen los.“ Da sie sich aber ihren Angaben nach meistens um die Probleme ihrer Freunde kümmert, vergisst sie darüber hinaus ihre eigenen.

Hinsichtlich eines Medienerziehungskonzeptes erscheint die Mutter konzeptlos. Elfis Fernsehkonsum liegt bei etwa vier bis fünf Stunden täglich. Die Mutter findet dies „zu lange.“ Sie schickt ihre Tochter dann mit dem Hund spazieren. Am meisten geeignet für ihre Tochter hält sie Zeitungen und Zeitschriften. Sie selbst liest aber kaum Zeitung, weil sie das „zu langweilig“ findet. Die Mutter schaut selbst mit Elfi *Dragonball Z*. Sie wünscht sich, dass das Kinderprogramm im TV erst um 17 Uhr beginnt, „weil das würde auch für die Kinder genügen. Man kann ja draußen spielen, malen, basteln,...es muss nicht immer Fernsehen sein.“

### *Stellung in der Peer-Group*

Elfi hat einen besten Freund, den sie von Geburt an kennt. Mit ihm verbringt sie den größten Teil ihrer Freizeit. „Und, ja, ich glaube, ohne ihn im Moment würde ich auch nicht leben können.“ Bei den Treffen sind auch oft noch drei andere Freundinnen und Freunde dabei. Mit ihnen spielt sie auch Basketball.

Das Mädchen befindet sich lieber in Gesellschaft von Jungen. Sie gibt an, seit drei bis vier Jahren keine Beziehung mehr gehabt zu haben. Sie flirtet zwar gerne, aber „solo“ fühlt sie sich wohler. Scheinbar befürchtet sie, ein Freund würde sie zu sehr einschränken: „Muss man sich nicht auf den anderen fixieren weil, ist der eine beleidigt ‚Ja, du wolltest heute mit mir rumhängen.‘, ‚Ja, ich hab den anderen das versprochen und dies versprochen‘. Ja (Seufzt).“

Mit ihrem extremen Interesse an Animes und Mangas, besonders an *Dragonball Z*, steht Elfi in der Klasse eher alleine da. Zwar schaut auch ihr bester Freund ab und zu, aber für ihn haben Animes wie *DBZ* nicht diese Wichtigkeit. Damit hat das Mädchen aber kein Problem; sie steht zu ihrer Vorliebe: „Also, wenn ich Fan bin und Freunde hab oder einen Freund und der mein Zimmer sieht und sagt ‚Oh, Gott! *Dragonball Z*!‘ Wenn er sich damit nicht abfinden kann, soll er weg gehen. Dann brauch er gar nicht mehr bei mir antanzen wenn er...we...nur wegen *Dragonball Z* nicht mehr mein Freund sein mag.“

### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Elfi nutzt hauptsächlich das Medium TV. Sie schaut etwa vier bis fünf Stunden täglich fern. Dabei bevorzugt sie Animes, vor allem *DBZ*. Die Sendung rezipiert sie manchmal auch gemeinsam mit ihrer Mutter. Zu ihren Favoriten gehören daneben aber auch *Visions of Escaflown* auf MTV sowie Soaps wie *GZSZ*, *Marienhof* und *Verbotene Liebe* (beide ARD).

Außerdem wählt Elfi aus einer breiten Palette aus Angeboten von Tele 5, Pro 7, Sat1 und Vox aus, nennt aber keine expliziten Formate.

Das Mädchen ist ein ausgesprochener Anime- und speziell *Dragonball Z*-Fan. Sie würde sich von einem potentiellen Partner Verständnis für ihre Vorliebe zu den Mangas und Animes erwarten: „Aber er müsste respektieren, dass ich Anime-Fan bin, die auch gerne schaue. Dass ich einige Serien gucken muss und egal wo ich bin, ganz schnell nach Hause muss.“

Verspürt Elfi das Verlangen *DBZ* zu einem Zeitpunkt zu rezipieren, die nicht der Sendezeit entspricht, greift sie auf *DBZ*-Poster und die Mangas als Hilfsmittel zurück: „Die Poster sind mir im Moment sehr wichtig, weil ich ein sehr doller Fan bin, und wenn ich die Poster anseh’, dann krieg ich kein Verlangen, die Serie zu gucken. Weil wenn ich die Poster nicht sehe, möchte ich die Serie sehen. Weil sonst (zögert) ist das ein bisschen komisch bei mir, dann kriege ich so ein Verlangen und dann werde ich nervös. Und dann greife ich zu irgendwas. Dann mach’ ich meine Schranktür auf und hole mir meine Bücher von *DBZ* raus, les’ die, obwohl ich die schon tausend Mal gelesen hab’.“

Elfis Rezeptionsweise der Serie *DBZ* geht über ein rein unterhaltendes Moment weit hinaus. Ihr Fan-Status scheint beinahe an Sucht zu grenzen. Dabei zeigt sie eine starke emotionale Verbindung zu dem Format.

Sie gibt im Interview zwar an, „manchmal“ auf Animes zu verzichten, um Filme mit *Brad Pitt* und *Will Smith* zu sehen. Die Überlegung liegt aber nahe, dass diese Filme zu einer späteren Zeit als *DBZ* ausgestrahlt werden.

*DBZ* wird von Elfi auch multimedial verwertet. So besitzt sie nicht nur die Mangas, schaut die Serie, sondern informiert sich auch in Zeitschriften (*Manga-Szene*) und im Internet, das sie im Medienraum in der Schule nutzt, über ihre Favoriten.

### *Medienmarken/ Merchandising*

Da *DBZ* in Elfis Leben eine große Rolle spielt, besitzt sie auch viele Merchandising- und Sammelprodukte der Serie wie Poster, Mangas, Sticker, Sammelkarten. Die *DBZ*-Magazine erwirbt sie in einem Zeitschriftenladen. Für diese Produkte „geht sehr viel (Taschengeld) drauf.“ Elfi schätzt, dass sie etwa 20 Euro im Monat für die Zeitschriften

ausgibt: „Ja, es kann auch ... auch nerven, aber wenn man süchtig ist, dann merkt man das gar nicht, dass man so viel dafür ausgibt.“ Diese Produkte haben für das Elfi eine Funktion, die weit über die des ‚Besitzen Wollens‘ hinausgehen. Danach gefragt, antwortet sie: „Funktion? Ja, eigentlich gar keine, nur so als Schmückung dann nur.“

Da *DBZ* in der Klasse und bei ihren Freunden nicht den selben Stellenwert hat wie für Elfi, wünscht sie sich auch, in einen *DBZ*-Fanclub einzutreten, um dort Gleichgesinnte zu treffen, mit denen sie über die Serie reden und auch die Produkte tauschen kann: „Die sind ganz auf Animes fixiert und Mangas. Und (seufzt) mit denen kann man tauschen (...), mit denen kann man darüber reden.“

Neben diesen Produkten besitzt sie auch Merchandisingangebote der *Diddl*-Maus wie Schatullen und „ein paar Figuren“ und *Diddl*-Bettwäsche.

### *Lieblingsfiguren*

Elfis Lieblingsfiguren und Helden stammen alle aus der Serie *DBZ*. An den Figuren schätzt sie besonders deren „Ausstrahlung“ sowie deren Aussehen und „dass sie gut gezeichnet sind.“ Der letzte Punkt scheint für sie das Auswahlkriterium für die von ihr favorisierten Animes zu sein: „Wenn die Figuren schlecht gezeichnet sind, dann guck‘ ich die Serie auch nicht.“

An *Son-Goku* fasziniert sie, dass „er der Stärkste von allen ist, aber ähm, ... trotzdem tollpatschig ... ähm, versteht einiges falsch.“

Mit manchen Figuren aus *DBZ* kann sich Elfi auch identifizieren. So könnte sie sich vorstellen, in die Rolle von Pan zu schlüpfen: „Das ist so ein kleines Mädchen, auch sehr stark. Sayiajins Tochter. Ähm, darf alles machen, was sie will, muss nicht auf die Hausaufgaben achten. Kann mit vier Jahren so 30- bis 40-Jährige schlagen. Fliegen. Und ist einfach süß.“

Ebenfalls würde sie gerne einen Tag lang *Chichi*, *Son-Gokus* Frau, zu sein. Interessant erscheint, welche Aufgaben sie dabei übernehmen würde: Sie gibt an, „zu putzen (lacht), Tische heil zu machen“ und die Hausaufgaben des Sohnes zu überwachen.

Ihre Helden bezeichnet sie als „Idole.“ Sie könnte sich auch vorstellen, dass diese real auf der Erde existieren, um zu sehen, „wie sie richtig kämpfen, nicht nur so in Büchern oder Fernsehen.“

### *Themen*

Elfi findet ihre Themen vor allem in ihrer Lieblingssendung *DBZ* wieder. Dazu zählen Kampf und Stärke, Durchsetzungsvermögen, die Weiterentwicklung der Figuren, aber auch

Liebe und Beziehungen. Allgemein bestätigt sie, dass *DBZ* „sehr viel mit Kampf zu tun hat. Das geht ähm ... eigentlich in allen Serien nur um Kampf.“ Fasziniert zeigt sie sich auch davon, dass ihr Held *Son-Goku* als Stärkster hervor geht, „weil er für andere das Leben einsetzt.“

Geht es um das Thema Liebe und Beziehung, versteht *Son-Goku* „einiges falsch, denn er weiß nicht, was Heiraten ist. (...) Und da lieben sich Leute, die das gar nicht zeigen richtig. Also einer davon liebt eine, hat auch zwei Kinder mit der, aber zeigt es nicht. Der Stolz verbietet es ihm.“ Dabei gibt Elfi im Interview aber an, dass es ihr besser gefiele, wenn die Figuren in der Serie ihre Liebe zu anderen „lieber so direkt“ zeigen.

Interessiert zeigt sie sich auch am Beziehungsmuster von *Son-Goku* und seiner Frau *Chichi*: „Der Eine (*Son-Goku*) muss arbeiten, tut es aber nicht. Dann sagt sie: ‚Du gehst jetzt sofort arbeiten, wir werden sonst ebbe‘. Und die (seufzt) ist einfach lustig, weil die immer so sorghaft ist, mal so ein bisschen zickig, dann ist sie mal traurig, wenn er tot ist (lacht). Aber wenn er da ist, sagt sie: ‚Ja, du nervst.‘ Und wenn er tot ist, weint sie. Sozusagen, sie kann nicht zufrieden werden. Das ist lustig an ihr.“

All diese Themen scheinen für Elfi auch in ihrem Alltag eine Rolle zu spielen. Sie befindet sich in der Pubertät und damit im Übergang vom Kind zum Erwachsenen und versucht, eine eigene Identität zu finden. So interessiert sie sich zum einen für junge, kindliche Figuren, aber auch für Frauen wie *Chichi* und ihre Beziehung zu *Son-Goku*.

### *Werbeverständnis und kompetenter Umgang mit Medien*

Generell beurteilt Elfi Werbung neutral: „Manchmal gut, manchmal blöd.“ Eine TV-Werbung für Hundefutter findet sie „gut, weil sie lustig ist.“ Autowerbung findet sie „stinklangweilig.“

Wenn Werbung im Fernsehen kommt, wechselt Elfi das Programm: „Aber manchmal schalt ich sehr oft, eigentlich schalt ich immer um.“ Rezipiert sie Musikvideos, bleibt sie allerdings auch während der Werbepause bei dem Programm, da sie „den Anfang von einem Lied oder so was“ nicht verpassen möchte.

Im Hinblick auf ihre Lieblingsserie *DBZ* zeigt Elfi immerhin Ansätze von Werbekompetenz. Den Produzenten der Serie *DBZ* attestiert Elfi zum einen Freude an ihrer Arbeit, „dass die Serie gut rauskommt“, weil „fast alle in Deutschland“ diese Sendung rezipieren. Sie glaubt zum anderen aber auch, dass es den Produzenten hauptsächlich um Geld gehe: „Das ist eigentlich die Hauptsache, warum sie die fertig stellen und raus bringen.“

### *Umgang mit Medien*

Elfi geht mit ihrer Lieblingsserie *DBZ* sehr eigenständig um, da ihre Freunde dieses Format in dieser Intensität nicht nutzen und deshalb auch kaum darüber reden. Für sie stellt dies aber kein Problem dar. Ihr Lebensmotto scheint zu sein: „Für mich bin ich in, ich muss den anderen nicht gefallen, um mir selber zu gefallen.“ Dies erklärt sie im Zusammenhang mit Mode, dennoch kann dies auf ihr gesamtes Leben und deshalb auch auf ihre Mediennutzung umgelegt werden.

Mitunter fällt es Elfi schwer, sich zwischen den Freunden und den Animes im Fernsehen zu entscheiden: „Entweder Serie oder Freunde, aber Freunde muss man auch aufrecht halten und wenn man das nicht macht, dann sitzt man nur noch vorm Fernseher und das ist auch nicht schön.“

Das Internet nutzt sie gemeinsam mit ihren Schulkollegen in der Schule. Die genutzten Seiten, „die fast alle benutzen“, Flirtroom und Flirtroom eines lokalen Servers, um zu chatten. Dabei sind ihre Nicknames im Chatroom ‚Dragonball1‘ oder ‚Anime1‘. Das Medium dient ihr und ihren Schulkameraden hauptsächlich zur Unterhaltung und um „über private Sachen“ zu reden.

### *Auffälligkeiten*

Elfi scheint nach ihrer Lieblingsserie *DBZ* geradezu süchtig zu sein. Sie überbrückt die Zeit, in der sie auf *DBZ* wartet mit ihren Mangas und Merchandisingprodukten und gibt übermäßig viel ihres Taschengeldes für die Zeitschriften und Mangas aus. Für sie wird es zum Teil zu einem „Problem“, wenn sie sich zwischen Animes und ihren Freunden entscheiden „muss.“

### *Motto*

14-Jährige, die eine starke emotionale Beziehung zu *DBZ* aufgebaut hat und sich mit ihren Helden identifiziert. Ihr Verhalten bezüglich dieses Formates wertet sie selbst als Sucht.

## **Anhang V:           Kindergartenteilstudie**

### **1.1    Auswertung der Gruppengespräche**

#### *1.1.1   Medien als selbstverständlicher Bestandteil der Lebenswelt von Vorschulkindern (Beispiel Kita I)*

##### *Profil der Kita I*

Bei dem Kindergarten handelt es sich um eine private, im Zentrum einer westdeutschen Großstadt gelegene Einrichtung, die Kinder ab drei Jahren aufnimmt. Aufgrund des breiten Einzugsgebiets, kommen die Kinder aus sehr heterogenen sozialen Anregungsmilieus. Ausländische Kinder gibt es in dem Kindergarten keine, da der finanzielle Beitrag vergleichsweise hoch ist. Der Kindergarten verfügt über einen großen Raum, in dem die Kinder spielen und essen, sowie eine kleine Küche, die gleichzeitig das Büro ist. Über eine kleine Leiter durch das Küchenfenster gelangen die Kinder in den im Innenhof gelegenen Garten. Die Gruppe umfasst 19 Kindern (das Maximum liegt aufgrund der räumlichen Gegebenheiten bei 22 Kindern). In der Kita selbst sind keine Medien und auch nur sehr wenig „Medienspuren“ in Form von Medienfiguren und -marken zu finden. Die Erzieherin, Frau Wollenhaupt, berichtet, dass die Kinder gelegentlich Kassetten hören. Ins Auge fällt lediglich ein großes Poster vom *König der Löwen*. Laut Frau Wollenhaupt handelt es sich um ein älteres Poster, das die Gruppe geschenkt bekam, als die Kinder die Bücher gelesen hatten. Insbesondere für die jüngeren Kinder habe das Plakat jedoch keinen Bezug mehr zum Kinofilm.

An dem Gruppengespräch nahmen elf Kinder im Alter von vier bis fünf Jahren teil, davon sieben Jungen und vier Mädchen. Frau Wollenhaupt war während dieser Zeit nicht anwesend. Die meisten Kinder beteiligten sich engagiert und zeigten sich interessiert an dem Thema. Vor allem Per, Alina und Mike waren sehr gesprächig, während Henrike und Patrik sich kaum äußerten. Ein Junge (Per) trug ein T-Shirt mit einem Motiv vom *Bären im blauen Haus* (Interessanter Weise wurde die Sendung in dem Gespräch von den Kindern nicht thematisiert).

##### *Genutzte Medien*

Die Kinder der Kita I kennen zahlreiche Medienangebote, zumeist aus dem Fernsehen. Zu den Favoriten gehören sowohl die Medienfiguren der öffentlich-rechtlichen Sender wie z.B. *Biene Maja*, *Sesamstraße* und *Die Sendung mit der Maus*, als auch der privaten

Anbieter wie z.B. *Bob der Baumeister*, *Digimon*, *Pokémon*, *Dragonball Z*, *Sailormoon*, *Angela Anarconda* oder *Pepper Ann* kannten die Kinder (auf direkte Nachfrage) nicht.

*Bob der Baumeister* stößt bei Jungen und Mädchen gleichermaßen auf Interesse, allerdings fällt auf, dass mehr Jungen angeben, auch die Fahrzeuge, Computerspiele, Kassetten etc. zu besitzen. Die Kinder bringen häufiger ihr Spielzeug mit in den Kindergarten und spielen die Sendungsinhalte nach.

*Digimon* und *Pokémon* zählen eher zu den Favoriten der Jungen. Ganz besonders gefallen ihnen die Attacken und dass sich die Figuren entwickeln können. Per: „Wenn ein Licht in den Himmel steigt, aber nur wenn es dunkel ist, und dann jeden *Digimon* anstrahlt, dann können sie sich digitieren.[...] Die verwandeln sich zu einem anderen *Digimon*. Das heißt Digiation.[...] Und ich finde am tollsten, dass die sich immer immer weiter verwinkelt können“. Auffallend ist, dass die Kinder wesentlich häufiger angeben, Merchandisingfiguren von *Pokémon* zu besitzen als von *Digimon*. Per bekommt beispielsweise jeden Tag von seiner Oma *Pokémon*-Karten geschenkt, Denis besitzt ein *Pokémon*-Spiel, Mike einen *Pokéball*, Julian wünscht sich eine *Pokémon*-Kugel, und auch einige Mädchen besitzen Sammelkarten.

Bei *Dragonball Z* zeigen sich deutlich geschlechtsspezifische Unterschiede: Die Jungen finden die Serie toll und kennen sich gut aus, für die Mädchen ist *DBZ* weniger interessant bzw. gefällt ihnen auch nicht. Alina: „Da war was ganz Böses. Weißt Du wieso [...] Da wurden Häuser zerstört.“ Besonders favorisieren vor allem die Jungen die Kämpfe und die Fähigkeit der Figuren, sich zu entwickeln. Einige Jungen besitzen von *Dragonball Z* Gogos, Karten und Figuren.

Neben konkreten Sendungsangeboten gaben einige Kinder auf Nachfrage an, auch KIKA und *Junior* (SAT.1) zu kennen.

Nur wenige Kinder (z.B. Mike und Judith) haben offensichtlich Zugang zum Computer und nutzen Angebote bzw. Computerspiele zu den Angeboten, die sie aus dem Fernsehen oder Kino kennen, z.B. von z.B. *Bob der Baumeister*, *Lilo und Stitch* und andere Computerspiele.

Aus dem Kino kennen die Kinder die Filme *Lilo und Stitch* und *Spirit*. Insbesondere zu dem erstgenannten besitzen viele Kinder Figuren.

Hörspiellkassetten werden ebenfalls gerne genutzt, vor allem von *Bob der Baumeister* (Julian, Patrik, Judith), *Mickey Mouse* (Fabian), *König der Löwen* und *Tabaluga*.

Mit Ausnahme von *Micky Mouse* nutzen die Kinder in diesem Alter kaum Zeitschriften. Neben den Medienangeboten und begleitenden Merchandisingartikeln favorisieren insbesondere die Mädchen *Baby Born* und *Barbie*.



Medien und Merchandisingprodukte spielen nicht für alle Kinder eine gleichermaßen große Rolle. Dies bestätigt auch Frau Wollenhaupt mit ihrer Einschätzung zum Stellenwert der Medien in der Kindergartengruppe:

„Für unsere Kinder jetzt hier speziell hier, ist der sehr groß, obwohl die Kinder da auch geteilt sind. Es gibt Eltern, die kaufen alles das, was gerade auf den Markt gekommen ist. Wenn ein Kinofilm äh dann neu ankommt, dann wird da reingegangen und dann anschließend wird gleich dann alles, was es dazu gibt, dazu gekauft. Und bei anderen Kindern, da ...bei anderen Eltern, die legen da nicht so einen großen Wert drauf. Die finden die Kinder noch zu klein und die gehen dann nicht ins Kino und für die sind Marken nicht so wichtig.“

#### *Favorisierte Themen/ Figuren und Helden*

Die Themeninteressen der Kinder gehen weit auseinander. Themen, die sich insbesondere in den Medienvorlieben der Jungen widerspiegeln, sind geprägt von der Lust nach „Böse sein“, Kräfte messen, sich weiter entwickeln können, aber auch Freundschaft. Die Jungen präferieren die Kämpfe und spielen auch gern einige Szenen aus *Dragonball Z* oder den *Ninja Turtles* nach. Die Mädchen bevorzugen eher harmlosere Sendungen bzw. Abenteuer ohne kämpferische Auseinandersetzung z.B. *Biene Maja* (Henrike, Alina und Judith), weil man etwas über Insekten lernen kann.

Neben den Kindern, die einen breiten Überblick über aktuelle Medienangebote haben, und auch über dazugehörige Angebote aus dem Merchandisingssortiment verfügen, gibt es auch Einzelgänger, die nur sehr wenig Medien- und Markenkenntnis besitzen und stattdessen eigene Spezialinteressen haben. Jonathan beispielsweise kennt keinerlei aktuelle Zeichentrickserien; dafür hat er ein Faible für Dinosaurier aller Art. Er besitzt zahlreiche Dinosaurierfiguren und kann mit seinen vier Jahren bereits sehr ausführlich über Dinosaurier berichten. Im Gruppengespräch zeigt sich ganz deutlich, dass Jonathan eine gewisse Sonderrolle zukommt, weil er nur wenige (Medien-) Themen und Interessen mit den anderen Kindern teilt.

#### *Sammel- und Tauschobjekte/ Merchandisingprodukte*

Kinder bringen gelegentlich Kassetten oder Gogos mit in den Kindergarten oder erzählen, was sie im Fernsehen oder im Kino gesehen haben, hin und wieder hören sie auch in Kleingruppen gemeinsam eine Kasette an. Andere Medien spielen keine Rolle bzw. werden nicht genutzt, und mit Ausnahme der Serie von *Bob der Baumeister*, die die Kinder

zuweilen nachspielen, sind Frau Wollenhaupt bislang keine anderen Merchandisingprodukte aufgefallen.

„Nachspielen z.B. wie beim *Baumeister Bob*, indem sie dann diesen *Buddel* oder *Buggy* mitbringen und dann damit hantieren, aktiv werden, in der Bauecke zum Beispiel. Aber so Situationen nachspielen tun sie nicht. Ne, ne.“

Sie selbst hat keine konkreten Vorstellungen zu dem Begriff „Medienmarken“. Marken verbindet sie in erster Linie mit Kleidung: „Man sieht es, aber man registriert es nicht so, man nimmt es nicht so wahr, weil man selbst da nicht so viel Wert drauf legt.“ Die Gruppe ist im Hinblick auf Markenbewusstsein geteilt, was sicherlich u.a. mit dem heterogenen Einzugsgebiet zusammenhängt. Einige Eltern legen großen Wert auf Markenkleidung (z.B. der Marke *Oshkosh*), andere überhaupt nicht. Zu Konflikten im Hinblick auf (Medien-)Marken ist es bisher noch nicht gekommen.

### *Fazit*

*Bob der Baumeister* kristallisiert sich als eine aktuelle Medienmarke heraus, die die Kinder fasziniert und die zum Nachspielen anregt. Ansonsten werden Medienthemen und -marken in diesem Kindergarten keine besondere Bedeutung beigemessen.

### *1.1.2 Medienangebote mit Konfliktpotenzial (Kita II)*

#### *Profil der Kita II*

Bei der zweiten Kita handelt es sich um eine Einrichtung eines freien Trägers, die im Großraum von Hamburg angesiedelt ist. Neben einem geräumigen Gebäude steht den Kindern ein Spielplatz zur Verfügung, den sie aber offensichtlich nur in der Gruppe besuchen und nicht individuell nutzen können. Im Gegensatz zu Kita I gibt es mehrere Gruppen. Aufgenommen werden Kinder im Alter von wenigen Monaten bis zum Schuleintritt. Auch die Kinder in dieser Kita kommen aus einem sehr unterschiedlichen, wenngleich etwas anregungsärmeren Anregungsmilieus. Die Befragung wurde in einer Vorschulgruppe durchgeführt, bestehend aus 13 Kindern zwischen fünf und sechs Jahren (fünf Mädchen und acht Jungen), die sich aus Kindern der verschiedenen Einzelgruppen zusammensetzt und die sich einmal wöchentlich trifft. Diese Konstellation führt häufig zu Unruhe, weil sich die Kinder erst einmal aufeinander einstellen müssen. Die Gruppe ist sehr heterogen, einige Kinder können sich bereits sehr gut artikulieren und verstehen problemlos die gestellten Fragen (z.B. Miriam, Greta, Tobias und Jannik), andere sind ziemlich unruhig (z.B. Jakob, Jens und Alex) oder können sich sehr sprachlich schlecht ausdrücken (z.B. Jakob, Sabine, Shaleen und Gülsem). Auffallend war vor allem die hohe

Aggressionsbereitschaft, die zwei Jungen während des gesamten Gesprächs gegenüber der Handpuppe zeigten. Die Erzieherin, Frau Gerlach, war während des Gesprächs anwesend und griff, bis auf dass sie einige Kinder ermahnte, nicht in das Gespräch ein.

### *Genutzte Medien*

Sucht man nach Medienspuren, fallen einem sofort verschiedene *Sesamstraßen*figuren (*Oskar* und *Elmo*) ins Auge, die die Wände im Treppenhaus zieren. Im Gruppenraum findet sich zudem ein Kassettenrekorder und ein *Janosh*-Poster. Gülsem trägt Hausschuhe mit dem Kopf von *Mimi* aus der *Bob der Baumeister* (ihr Bruder hat die gleichen Schuhe mit *Bob*) und Lars ein T-Shirt mit dem *König der Löwen*.

Die Sendungsvorlieben der Kinder sind einerseits sehr individuell, andererseits zeichnen sich einige Sendungen ab, die das Gros der Kinder kennt und mag. Hierzu zählt vor allem die Serie *Pokémon*, die sowohl von den Jungen als auch von den Mädchen gern gesehen wird (Jannik, Lars, Tobias, Franz, Miriam, Sabine, Shaleen), wobei bei Jannik schon im Gruppengespräch der Eindruck entsteht, dass es sich entweder um Wunschdenken handelt oder dass er die Sendung heimlich bei Freunden sieht. *Pikachu* gefällt den Kindern aufgrund seiner Stärke und Donnerblitz-Attacke am besten. Alex und Jens sehen hingegen lieber *Digimon* als *Pokémon*. Dabei scheint Jens weniger eine bestimmte Figur zu faszinieren, sondern vielmehr die Gefährlichkeit der *Digimons* sowie technische Aspekte („Der kann Laser“). Einige Kinder (z.B. Miriam) besitzen Sticker von *Pikachu*, aber keines der Kinder hat Sammelkarten oder andere Merchandisingprodukte.

Ein weiterer Favorit bei den Kindern ist *Bob der Baumeister* (auf Nachfrage). Alle Kinder in der Gruppe können die Titelmelodie der Sendung mitsingen. Viele Kinder besitzen auch Produkte von *Bob der Baumeister* wie z.B. Spielzeug-Bagger bzw. Figuren, Kassetten etc. und spielen die Geschichten auch gern nach. Jannik z.B. leiht sich dafür von seinem Vater Hammer und Nägel.

*Biene Maja* kennen bis auf Jens und Moritz alle Kinder. Merchandisingprodukte scheinen aber keine besondere Rolle zu spielen.

Auf Nachfrage geben einige Kinder an, dass sie auch *Dragonball* und zum Teil *Dragonball Z* kennen (Tobias, Lars, Alex und Gülsem). Tobias gefällt besonders *Son-Goku* wegen seiner Verwandlungsfähigkeit. Bei der Frage nach *Sailormoon* überwiegen hingegen die Mädchen, die die Sendung bis auf Greta alle kennen. Auch hier scheint der Verwandlungs-/ Verkleidungsaspekt von Bedeutung zu sein.

Darüber hinaus gibt es Kinder, die (zusätzliche) eigene Sendungsfavoriten haben. Moritz gefallen *Pettersen & Findus* besonders gut. Zu Gülsems Lieblingssendungen zählen die

*Jellybies*, wenngleich sie auch nicht sagen kann, was ihr daran besonders gut gefällt. Für Jakob ist der Neuigkeitsaspekt eines Medienangebots relevanter als die konkrete Sendung.

Vielen Kindern ist der KI.KA geläufig; sie wissen, dass es dort spezielle Kindersendungen gibt wie z.B. Die *Sendung mit der Maus* oder die *Teletubbies*. Auch Kikania ist einigen Kindern ein Begriff. Tobias: „Da machen die Spiele und alles.“ Von *Junior* haben einige Kinder schon mal gehört, sie können aber nicht sagen, um was genau es sich handelt. Ein Kind meint, davon im Radio gehört zu haben. Lars gibt als Einziger an, von Toggio/Toggolino gehört zu haben, kann aber nicht näher erläutern, was der damit verbindet.

Fast alle Kinder (bis auf Sabine) geben an, Zugang zu Computerspielen zu haben, ob zu Hause oder bei Verwandten oder Freunden, wobei unklar ist, ob die Kinder in dem Alter bereits zwischen Gameboy, Spielkonsole und PC differenzieren können. Frau Gerlach zufolge erfolgt der Kontakt häufig über ältere Geschwister. Shaleen hat einen *Tarzan*-CD und darf das Spiel auch allein spielen. Alex meint, er hätte ein Spiel vom *König der Löwen* und „von einem Mensch, der schießen kann.“ Franz besitzt ein wenngleich defektes Spiel von der *Sesamstraße*. (Die von Gülsem und Miriam genannten Titel sind nicht verständlich).

Neben Fernseher und Computerspielen wurden von einigen Kindern Hörkassetten genannt, u.a. *Benjamin Blümchen* und der *kleine Vampir*.

Gogos spielen in der Kita keine nennenswerte Rolle. Lediglich Franz und Gülsem spielen mit den Plastikfiguren.

Frau Gerlach sind als „Medienmarken“ (sie selbst hat keine konkrete Vorstellung von dem Begriff) vor allem *McDonald*-Figuren, *Spaghetti*-Puppen und Dinosaurier aufgefallen, aber auch *Pokémon*-Figuren oder Figuren von *König der Löwen* werden mit in den Kindergarten gebracht.

Die Kinder, die besonders viele Medienfiguren besitzen, sind in den Augen der Erzieherin „völlig zappelig und Reiz überflutet, haben meiner Meinung nach teilweise sogar Wahrnehmungsprobleme, weil sie einfach zuviel ... also diese Kinder, die viel fernsehen, sind sowie völlig Reiz überflutet...auch durch die Schnelligkeit der Bilder.“ Der Erzieherin zufolge sind ihre Eltern zumeist beide berufstätig und versuchen, ihre Kinder durch Spielzeug zu beschäftigen, um ihre Ruhe zu haben.

#### *Favorisierte Themen/ Figuren und Helden*

Aggression und Zerstörung sind zentrale Themen in der Gruppe, insbesondere bei den Jungen. In ihren Aussagen zeigt sich deutlich, dass sie starke, mächtige Figuren favorisieren. Beispiele sind *Pikachu* und *Grollomon* aus *Pokémon*, *Metallkremon* aus

*Digimon* oder *Son-Goku* aus *Dragonball Z*. Entsprechend würden sich vor allem die Jungen gern in starke, unbesiegbare Geschöpfe verwandeln. Jakob wäre am liebsten ein schwerer Riesenbär, denn „*der könnte ein Auto platt trampeln*“, andere wären gern ein Dinosaurier, „*weil die so gefährlich sind*“ (Alex) und man alle Häuser zerstören könnte (Franz) oder ein großer Drache, der „alle Tiere der Erdkugel fressen kann“ (Jannik). Sowohl Jannik als auch Franz würden sich, wenn sie zehn Euro hätten, einen Dinosaurier kaufen. Jakob würde sich eine Erde kaufen, „die schmeiß ich dann gegen die andere Erde und dann ballert die kaputt.“ Interessant ist, dass nur ein Junge sein Geld für eine *Pokémon*-Figur ausgeben würde.

Die Aggressionsbereitschaft zeigt sich nicht nur in den verbalen Äußerungen der Kinder, sondern vor allem auch im Verhalten einiger Jungen. Schon während des Interviews attackierten zwei Jungen gleich mehrmals eine der Handpuppen. Einer hatte aus Bausteinen eine Pistole gebaut und „schoss“ damit auf eine der beiden Handpuppe bzw. Interviewerin. Auch im alltäglichen Umgang miteinander sind der Erzieherin zufolge die Kinder ziemlich rabiast und schlagen sich häufig während des Spiels. ‚Zerstörung‘ ist nach Einschätzung der Erzieherin ein zentrales Thema der Kinder:

- E: Viel mit Zerstörung, wo irgendwas zerstört wird. Das hat man heut ja auch beim Gespräch gemerkt. Ähm. Da geht's um Macht, Macht ausüben können. Und alles kaputt hauen, was einem nicht gefällt. So.
- I: Ist das bei Mädchen und Jungen gleich?
- E: Ne, bei Jungs doller, bei Jungs viel stärker ausgeprägt.
- I: Und die spielen das dann auch nach?
- E: Ja. Also sie schmeißen hier draußen z.B. wahnsinnig viel mit Sand, benutzen die Schaufeln jetzt fast nur als Waffen und so Jagdspele „alle auf einen“ werden viel gespielt und...ja und dann wird, ne Zeitlang wurde sehr viel getreten. Das, da hatte ich das Gefühl, sie gucken sehr viel Powerrangers, sonntags und... ja da ging's nur ums Kämpfen, Treten und Besiegen oder so, solche Spiele sind das.

Wenn der Streit ausartet, müssen die Kinder das Spielzeug wegpacken oder an die anderen Kinder abgeben, damit diese damit spielen können. Bei den aggressiven Kindern handelt es sich häufig um die Kinder, die sich schwach und unsicher fühlen, in ihrer Entwicklung noch nicht so weit sind und sich nicht gut selbst beschäftigen können. „Das sind die Kinder, die sich langweilen, die nichts mit sich anzufangen wissen, die dann die ganze Zeit nur Kämpfen spielen“ (Frau Gerlach).

Die Themen der Mädchen sind eher verbunden mit Schönheit, Cleverness und Freundschaft. Auch Miriam, Shaleen und Sabine gefällt *Pikachu*, wenngleich sie nicht genauer sagen können, was für sie das Besondere an der Figur ist. Gülsem beispielsweise zeigt sich von der hochzeitlichen Verkleidung bei *Sailormoon* begeistert und Miriam von *Po* aus den *Teletubbies* mit ihrem Roller. Die Spiele der Mädchen scheinen nicht so

aggressiv wie die der Jungen zu sein; sie spielen, so Greta, lieber Fangen oder machen Quatsch. Feen, Prinzessinnen, Märchengestalten und Zauberkraft kommen besonders deutlich in den Verwandlungswünschen der Mädchen zum Ausdruck.

#### *Sammel- und Tauschobjekte/ Merchandisingprodukte*

Montags dürfen die Kinder Spielzeug mitbringen; häufig sind auch Figuren aus den TV-Sendungen dabei. Zumeist handelt es sich Frau Gerlach zufolge um Verwandlungsfiguren mit aggressivem Potenzial, das dann auch in ihren Spielen zum Ausdruck kommt: „Das ist montags ein total aggressiver Stresstag hier, und man merkt wirklich, das sie ganz viel, ganz viel Gewalt spielen montags.“ Die Erzieherin versucht dies ein wenig durch Bewegung und Aktivitäten im Freien zu kompensieren. Im montäglichen Gesprächskreis haben die Kinder die Möglichkeit, von ihren Wochenend- oder Medienerlebnissen zu erzählen. Wie dies tatsächlich aussieht, wird in dem Gespräch nicht deutlich. Die einzige Sendung, die von Frau Gerlach bisher genauer besprochen wurde, war *Biene Maya*, weil sie mit einer Gruppe ein Theaterstück besuchen wollte.

#### *Fazit*

Die Jungen finden in den Medienangeboten viele Möglichkeiten, ihre Allmachtsphantasien auszuleben. Im Mittelpunkt stehen weniger einzelne, konkrete Marken als vielmehr markenübergreifende Themen wie ‚Kampf‘, ‚Stärke‘, ‚Zerstörung‘ und ‚Unbesiegbarkeit‘. Dies führt u.a. dazu, dass andere durchaus beliebte Marken wie *Bob der Baumeister* überlagert werden bzw. im Vergleich zu den anderen eine geringere Rolle spielen. Auch der Konsumaspekt scheint hinter den speziellen Themeninteressen zurückzustehen. Für die Mädchen lässt sich keine eindeutig bevorzugte Medienmarke identifizieren.

## **1.2 Auswertung der Fallbeispiele**

### *1.2.1 Fallbeispiel Denis, 4 Jahre*

#### *Familialer Hintergrund*

Denis lebt mit seinen Eltern in einer kleinen Zweizimmer-Altbauwohnung in einem Stadtteil, in dem alle sozialen Schichten vertreten sind. Die Mutter (Anfang 40) ist selbständig, der Vater (Mitte 50) ist Betonarbeiter, aber derzeit arbeitslos. Die Familie lebt derzeit sehr beengt, das Wohnzimmer, in dem der Fernseher steht, ist gleichzeitig auch das Schlafzimmer der Eltern. Denis' Kinderzimmer ist ebenfalls sehr klein und bietet wenig freien Platz zum Spielen. An der Wand hängen zahlreiche Poster von Tieren und einige

selbst gebastelte Kunstwerke. An einigen Stellen sind im Kinderzimmer verschiedene Medienfiguren zu finden: Sticker am Kleiderschrank, *Harry-Potter*-Filmplakat, *Teletubby* am Fenster (Fensterfarbe), *Teletubby*-Spiel, Figuren von *Bob der Baumeister*, Gogos, *Pikachu* als kleine Stofffigur.

Das Erziehungskonzept der Eltern ist nicht zuletzt aufgrund der beengten Wohnverhältnisse fast zwangsläufig permissiv. Allerdings wollte die Mutter, deren eigene (Medien-) Erziehung eher streng war, ihren Sohn ohnehin „freier“ erziehen. Denis nutzt „*einfach alle Medien*“, wobei das Fernsehen die meiste Zeit einnimmt. Beim Fernsehen gilt das Gebot, immer erst die Eltern zu fragen, doch ansonsten kann Denis sein Programm frei wählen. Ein zeitliches Limit lässt sich kaum festlegen, da der Fernseher ständig im Hintergrund läuft: „*Wenn Sie alle beschränkt auf einen Raum sind, dann können Sie gar nicht sagen, jetzt ist Feierabend ... der nölt so lange, bis er dann auch darf.*“ Die Mutter versucht gar nicht erst, Denis‘ Mediennutzung zu beeinflussen, denn „*das bringt eigentlich nichts. Wenn sich ein Kind vornimmt, er möchte das sehen und Sie sagen `Wir möchten ein Buch lesen`, dann wird er über kurz oder lang gewinnen, weil Sie können ihm etwas vorlesen und er hört gar nicht zu.*“ Sie ist überzeugt, dass es Sendungen gibt, „*die einfach brutal sind*“. Jedoch gibt sie zu bedenken, dass „*Hänsel und Gretel auch nicht gerade harmlos sind*“. Die Fernsehnutzung erfolgt zumeist gemeinsam mit bzw. unter den Augen der Eltern. Da es nur einen Wohnraum gibt und der Vater aufgrund seiner Arbeitslosigkeit sehr viel Zeit zu Hause verbringt, sieht Denis selten allein fern.

Auf das geeignetste Medium angesprochen, kann sich die Mutter nicht festlegen. Denis hört sehr gerne Musik, besucht eine Musikschule, und diese Vorliebe würde die Mutter gerne fördern. Deshalb darf Denis Musikvideos oder -Kanäle sehen und die Stereoanlage alleine bedienen. Als Beispiel für eine gelungene Sendung nennt sie die Kinderquizsendung *Heart Attac*, in der Kinder gefordert werden: (...) *es wird nicht zu langweilig und er guckt konzentriert zu.*“

Als Zeitung wird im Haushalt mehrmals die Woche die *Bild* gelesen. Denis‘ Vater blätterte während des Interviews in der Fernseh-Zeitschrift *TV-Total*.

Auch im Hinblick auf Wünsche und Konsumbedürfnisse lassen die Eltern ihrem Sohn sehr viele Freiheiten und versuchen, ihm seine Wünsche so gut es geht zu erfüllen. Dabei muss er auch bei größeren Geschenken nicht erst auf einen geeigneten Anlass wie z.B. Weihnachten warten, sondern bekommt auch zwischendurch schon mal etwas geschenkt. Regelmäßiges Taschengeld erhält Denis noch nicht, jedoch ab und an ein paar Euros, für die er sich etwas Süßes kaufen darf.

*Stellung in der Peergroup/ im Kindergarten*

Denis ist ein aufgeweckter und willensstarker Junge, der in der Kindergartengruppe integriert zu sein scheint; er erwähnt verschiedene Freundinnen und Freunde (mehr Mädchen), mit denen er häufig spielt. Allerdings ist es ihm wichtig, dass sie attraktives Spielzeug besitzen. Die gleichaltrige Henrike zählt zu seinen engsten Freundinnen, es scheint sogar, als sei er ein bisschen in sie verliebt. Sie gibt in ihrer Beziehung den Ton an, bestimmt was gespielt wird. Umso bedauerlicher ist es, dass sie Denis Interesse an *Bob der Baumeister* nicht teilt. Er erwähnt jedoch noch ein anderes Mädchen aus der Kita, mit der er sich ab und zu über die Sendung unterhält und die Inhalte auch nachspielt.

### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Denis ist ein wahrer Experte in Sachen Medien- und insbesondere TV-Nutzung. Er entscheidet selbst über die Programmauswahl und sieht eine Vielzahl von Sendungen, auch solche, die nicht unbedingt für Kinder in seinem Alter geeignet sind (er selbst erzählt, dass er ab und zu *Spiderman* sehe). Zu seinen Favoriten zählen *X-Stars*, *Digimon*, *Bob der Baumeister*, aber auch *Sesamstraße*, *Kikania*, *Pokémon* und *Dragonball Z* hat er schon gesehen. *Die Sendung mit der Maus* möchte er in keinem Fall verpassen; sie scheint ihm Orientierung zu bieten, denn nach dem *Sandmann* geht er ins Bett.

Aufgrund der etwas beengten Räumlichkeiten sehen die Eltern die meisten Sendungen automatisch mit. Die Eltern berichten, dass Denis sich oft auch nur für kurze Zeit dem Fernsehen zuwendet, um dann anschließend wieder etwas anderes zu tun. Der Fernseher dient vor allem als Geräusch- und Bildkulisse. Allerdings weiß Denis sehr genau, wann die einzelnen Sendungen im Fernsehen kommen. Deshalb, so die Mutter, „*ist es auch nicht gut, wenn man immer alles verbietet, denn das Interesse verfliegt von ganz alleine daran.*“ Er fragt aber jeweils vorher, ob die Sendung ein Kinderfilm ist, denn die richtig „brutalen Filme“ darf er nicht sehen. Über die Inhalte will Denis aber nicht sprechen. „*Er nimmt das auf und das ist für ihn gut.*“ Seine Eltern sind der Ansicht, dass Denis durchaus schon in der Lage ist, zwischen Realität und Fiktion zu differenzieren.

Bücher und Hörkassetten sind Medien, die Denis in seinem eigenen Zimmer nutzen kann. Am liebsten hört er die Musikkassetten seines Vaters.

Der im Haushalt vorhandene Computer ist ein sehr altes Exemplar, auf dem aktuelle Spiele nicht laufen, sondern lediglich welche, „*wo es nur gerade aus und wieder zurück geht.*“ Deshalb besitzt Denis zusätzlich eine Spielkonsole von *Nintendo*, auf dem er dann *Pokémon*, *Mario Brothers* und *Kids Club* spielt oder bei Spielen des Vaters wie *Sheriff Man* zusieht.

Den Film *Harry Potter* besitzt Denis als Video. Die Mutter begründet dies damit, dass der Kinofilm für Denis zu lang sei. Interessant ist, dass Denis scheinbar weiß, dass die



Videoverision nicht dem Originalfilm entspricht. Er kennt zwar den dreiköpfigen Hund *Fluffy*, meint aber „(...) *nee, den gibt's nicht in meins*.“ Kino spielt in der Mediennutzung von Denis eine untergeordnete Rolle. Als Letztes hat er *Lars der Eisbär* gesehen (wurde durch eine Ankündigung in der Fernsehwerbung auf den Film aufmerksam).

### *Merchandising*

Denis verfügt über einige Figuren aus bekannten Kindersendungen, z.B. über eine *Pikachu*-Figur, die sprechen kann, eine *Digimon*-Figur, einige *Dragonball*-Gogos etc. Es scheint allerdings, als hätten diese für ihn keineswegs den Status einer „Marke“. Eine Ausnahme stellt evtl. *Bob der Baumeister* dar, von dem er sowohl die Figur von *Bob* selbst als auch zwei Fahrzeuge besitzt, die er stolz präsentiert. Seine Mutter ergänzt, dass er zudem ein Kuscheltierdinosaurier aus dem dazugehörigen Film besitzt, und „*Teletubbies Bettwäsche musste er natürlich auch haben,... Kinder sind da schon sehr darauf erpicht*“. Außerdem liegen im Wohnzimmer Gogos der Sendung *Dragonball Z* verstreut herum. Der Stellenwert von Markenprodukten ist aus der Sicht der Mutter für Denis „schon wichtig, der nölt solange bis er sie dann auch kriegt.“

### *Themen*

Die Themen ‚Verwandlung‘ und ‚Stärke‘ sind für Denis von besonderer Bedeutung. Die *Digimon* können sich verwandeln und „alles kaputt kratzen“, *Son-Goku* von *Dragonball* kann ein Riesengenkidama und *Pikachu* von *Pokémon* Donnerblitz. Das Thema findet sich auch in den Videospiele wieder.

- I: Du alleine? Was machen denn die *Pokémon*, wenn Du Dir einen ausgesucht hast?
- D: Angriffe. Ich nimm immer dann Feuer und Bohrer (?).
- I: Sind die besonders gut?
- D: Mmm (zustimmend). Die können alles, ein zerfetzen.
- I: Aber tut das nicht weh?
- D: Doch!
- I: Aber Du machst es trotzdem?
- D: Mmm (zustimmend). Da muss einer (der hier?) ein Forderer kommen, der mir, der mit mir kämpft. Mit dem wird‘ ich mit meinem Feuer ver- (undeutlich).
- I: Den würdest Du platt machen.
- D: Mmm (zustimmend). Bald ist die ganze Energie weg.

Die Themen ‚Stärke‘ und ‚kämpferische Auseinandersetzung‘ spielen auch in seinem Alltag eine wichtige Rolle. Gelegentlich kommt es zu Konflikten mit seinen Eltern, wenn er diese mit karateähnlichen Kampftechniken attackiert. Er sieht dies selbst als spielerische

Auseinandersetzung und findet es lustig. Denis besitzt auch einen eigenen „Wunschstab“, mit dem er sich u.a. ein Auto oder ein Flugzeug wünschen würde.

### *Lieblingsfiguren*

*Grollo (Grollomon)* ist derzeit Denis' Lieblingsfigur: „*Der kann immer Eis-Strahl machen, dann frieren alle ein.*“ In einem Traum hat *Grollo* Häuser und einen Baum auf dem Spielplatz zerstört, was Denis gefallen hat. Wenn er selbst einen Tag lang *Grollo* sein könnte, würde er spontan seinen Vater mit einem Eisstrahl verwandeln, weil er ihm nicht erlaubt, das *Pokémon*-Videospiel zu spielen, überlegt es sich dann aber doch anders. Außerdem gefällt ihm *Son-Goku*, weil er das Riesengenkidama beherrscht.

### *Werbeverständnis*

Denis kennt den Begriff Werbung, weiß aber nicht, welche Intention sie verfolgt. Für ihn bedeutet Werbung vor allem: „*dann muss man ausmachen.*“ Die Mutter beschreibt, dass Denis Werbung identifizieren kann und sofort den Ton ausschaltet. Dieses Verhalten hat er von seinen Eltern übernommen. Fernsehwerbung hat bei Denis unter anderem die Wünsche hervorgerufen, *Lars der Eisbär* im Kino zu sehen oder das neu erschienene Video von *Monster AG* zu besitzen zu wollen, obwohl ihm bewusst ist, dass der letztgenannte Film aufgrund der offiziellen Altersbeschränkung für ihn noch verboten ist.

### *Kompetenter Umgang mit Medien*

Denis verfügt über viel Medienerfahrung und ist bereits mit seinen vier Jahren in der Lage, intuitiv und anhand formaler Erkennungsmerkmale wie z.B. Logos verschiedene Programmangebote (Sender und Programm sowie Programm und Werbung) zu differenzieren. Wenngleich er den Begriff „Fernsehsender“ nicht kennt, erkennt er doch relativ viele der vorlegten Logos (z.B. Ravensburger TV; er kann die im Logo abgebildeten Figuren identifizieren), kann sie zum Teil von sich aus benennen (z.B. tivi) und ist er auch in der Lage, einige der gezeigten Programmlogos<sup>1</sup> den Sendern zuzuordnen. Zudem kann er differenzieren, welche Sender er sieht (SuperRTL) und welchen Sender seine Eltern häufig nutzen („Premiere guckt immer Papa und Mama“). K-RTL und Toggo gehören seiner Ansicht nach auch zu SuperRTL. Die Logos von KIKA und Kikania kann er ebenfalls zuordnen. Er kennt beides aus dem Fernsehen und ist in der Lage, Kikania als eine Sendung von KIKA zu identifizieren. Lediglich das Logo der Kinderschiene Junior

---

<sup>1</sup> Eine Übersicht der Programmlogos findet sich im Anhang.

kann er nicht mit SAT.1 in Verbindung bringen und ordnet es ebenfalls SuperRTL bzw. Toggo zu.

Darüber hinaus scheint Denis für sich einige Strategien entwickelt zu haben, wie er mit Werbung und mit ängstigen Inhalten umgeht. Entweder stellt er den Ton leiser oder macht den Fernseher vollständig aus.

### *Auffälligkeiten*

Aufgrund der liberalen Einstellung der Eltern gegenüber Medien hat Denis eigene Mediennutzungsstrategien entwickelt. Die Senderlogos bieten ihm Orientierung, vor allem im Hinblick auf Programmangebote für Erwachsene und Kinder. Allerdings erschweren Sendergruppen (SuperRTL, K-RTL, RTL etc.) eine klare Abgrenzung. Merchandisingprodukte sind nur vereinzelt vorhanden und scheinen in seinem Alltag keine zentrale Rolle zu spielen. *Bob der Baumeister* wird von Denis derzeit favorisiert und auch ins eigene Spiel integriert.

### *Motto*

**Selbstbewusster willensstarker Vierjähriger mit viel Medienerfahrung verschafft sich mittels Programmlogos Orientierung.**

### *1.2.2 Fallbeispiel Jonathan, 4 Jahre*

#### *Familialer Hintergrund*

Jonathans Eltern leben zusammen mit ihrem Sohn in einer großzügigen Altbauwohnung in einer gehobenen Wohngegend. Bei seiner Mutter handelt es sich um eine Frau Anfang 30, eine freundliche Hausfrau; Jonathans Vater, Ende 30, ist Medienpädagoge. Er gibt sich im Interview skeptisch, nahezu misstrauisch. Während des Gesprächs wird deutlich, dass er sich in der Situation als Interviewter unbehaglich fühlt, als schaute ihm jemand „in die Karten“. Dieses Verhalten hängt möglicherweise damit zusammen, dass während des Interviews seine große Kaufleidenschaft, die seine Frau auf seine Kindheit zurückführt und ironisch kommentiert: „Jeder Trend wurde bei euch mitgemacht, auch immer Marken“, nicht verborgen bleibt. Jonathan bezeichnet seinen Vater gar als „Tollkäufer“; er erzählt: „Der, der kauft, der mag Spielsachen auch so gerne, und dann kauft er mir immer einen ganzen Haufen dann“. In Bezug auf den Umgang mit Medien verfechten die Eltern – ihnen liegt daran, sich als medienpädagogisch aufgeklärter Eltern zu erkennen zu geben – ein offenes Medienerziehungskonzept, wonach ihr Sohn vor allem Medienkompetenz erwerben sollte; sie hofften, dass er auch in der Schule darin gefördert werde und bieten ihm

schon jetzt Computer-Lernprogramme an. Jonathans Mutter hält Medien denn auch für „wichtig, dass man auf dem Laufenden ist, aber man sollte selektieren; denn es gibt verschiedene Qualitäten“. Selbst nutzen die Eltern die ganze Bandbreite an Medien, für ihren Sohn halten sie jedoch Bücher für besonders geeignet. Jonathans sei, so die Mutter, durch schnell geschnittene Fernsehprogramme überfordert. Die ideale Kindersendung müsse ihrer Meinung nach „viel mit Natur zu tun haben“, insgesamt müsse eine Sendung einen Lerneffekt besitzen, sie müsse verständlich sein und dürfe „nicht zu viel Gewalt enthalten wie *Digimon* oder *Pokémon*“.

#### *Stellung in der Peergroup/ im Kindergarten*

Jonathans Stellung in der Peer-Group scheint nicht unproblematisch; er ist nahezu ein Außenseiter, da er die Interessen der anderen Kinder kaum teilt, sondern einer ausgeprägten Leidenschaft frönt: seiner uneingeschränkten Vorliebe für Dinosaurier. Im Interview lenkt er, immer wenn die Rede auf seine Peers kommt, ab und möchte der Interviewerin einen Katalog mit Dinos zeigen. Explizit auf die Fernsehpräferenzen der anderen Kinder angesprochen: „(...) Stört dich das manchmal, dass du dann vielleicht nicht mitspielen kannst oder weißt, was die da geguckt haben?“, antwortet er dezidiert und mit Nachdruck: „Doch, ich weiß alles!“ Auf die Frage, ob er denn nicht gern mit den anderen Kindern *Bob der Baumeister*, derzeit Thema im Kindergarten, spielen möchte, gibt er trotzig an: „Ich haaab nichts von *Bob der Baumeister*.“ „Ja, aber einige im Kindergarten, nicht wahr?“ „Also nur, also außer den Videos...“, präzisiert er seine Aussage. Dann betont er eindringlich eigenbrötlerisch auf die Nachfrage der Interviewerin: „Aber würdest du denn gerne mal mit den Sachen spielen oder so?“, „Ich würde lieber meine eigenen Sachen aus *Duplo* haben“.

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Jonathan nutzt zwar eine Reihe unterschiedlicher Medien, selbst den Computer kann er, wie die Mutter erzählt, „allein hochfahren“, ein explizites Lieblingsmedium oder eine Lieblingssendung hat er jedoch nicht. Er sieht zwar gern die *Sendung mit der Maus*, die *Sesamstraße* (wobei ihm *Maus* und *Elefant* sowie *Samson* gut gefällt), er kennt auch *Bob der Baumeister*, vor allem nutzt er jedoch Videokassetten mit Dino-Filmen (er kennt auch *Jurassic Park*), Dino-Bücher sowie Dino-Computerspiele. Nach *Pokémon* befragt, gibt er an, die Sendung schon „tausendmal“ gesehen zu haben, „weil Papa es immer guckt“ und er sich dann dazu setze.

#### *Merchandising*

Das Thema ‚Marken‘ spielt in Jonathans Familie eine große Rolle. Schon in der Kindheit des Vaters war es, wie die Mutter betont, ein wichtiges Thema. Sie liefert denn auch eine eindrucksvolle Analyse einer ‚Markenkarriere‘: „Marke ist alles, was bekannt ist“ (...); die Besserbetuchten fangen mit etwas an, und dann zuerst ist es elitär, und irgendwann beginnt jeder sich Marken zu leisten ... das hat dann nichts mehr mit Qualität zu tun“. Noch heute sind Marken in Jonathans Familie wichtig. Einmal pro Monat, so der Vater, müsse die Familie *Mc Donalds* aufsuchen, um dort die jeweilige Juniortüte zu kaufen. Häufig bekomme Jonathan jedoch auch seine Wünsche zwischendurch erfüllt. Den Eltern ist „Markendruck“ als Problem bewusst; um zu vermeiden, dass sie sich durch Jonathan oder durch andere unter Druck gesetzt fühlen, hat die Mutter denn auch den Kindergarten, den ihr Sohn besucht, deshalb ausgewählt, weil es dort „egal ist, ob die Hose jetzt von *H&M* ist oder von *Timberland*“.

### *Themen*

Jonathan wird geradezu von einem Thema beherrscht, seiner Leidenschaft für alles, was mit Dinosauriern zu tun hat. Er spielt mit Dinos in allen möglichen Variationen, holt sie sogar in seiner Phantasie in seinen Alltag hinein, so dass sie geradezu leibhaftig bei ihm zu sein scheinen. Folgender Interviewausschnitt zeigt dies deutlich: „Können die auch in deinem eigenen Leben vorkommen, diese Dinosaurier?“ „Ja, gibt es auch.“ „Aha, wo gibt es die denn?“ „Hier in Häusern“. „Ehrlich?“ „Ja!“ „Sind die denn nicht zu groß?“ „(mit Überzeugung!:) Nein!“ „Aha, ich verstehe; und gibt es denn...“ „Die ducken sich so“. Wenn Jonathan viel Taschengeld zur Verfügung hätte, so erzählt er, würde er sich davon auch ausschließlich Dinos kaufen. Jonathan bewundert vor allem die Stärke der Dinosaurier; in seiner Phantasie genießen sie geradezu Allmächtigkeit. Das Thema Stärke bzw. Führungsstärke ist ihm jedoch auch in anderen Kontexten wichtig. So spricht er etwa von der derzeit in seinem Kindergarten relevanten Figur, *Bob, der Baumeister*, dem die Führungsrolle zukomme: „(...) Dass *Bob* immer sagt, was die machen wollen und die dann immer (Betonung und mit hoher Stimme gesprochen) das machen, was *Bob* sagt.“ Möglicherweise kompensiert Jonathan damit seine Außenseiterrolle im Kindergarten; er schwelgt geradezu in Zerstörungsphantasien und dem Wunsch, sich durchzusetzen und anerkannt zu werden.

### *Lieblingsfiguren*

Jonathans Lieblingsfigur ist *Diplo*, ein Dinosaurier, mit dem er sich identifiziert. Auf die Frage der Interviewerin: „Und wenn du jetzt mal so einen Tag lang ein *Diplo* wärst, na, stelle dir das mal vor. Wie würde dann so ein Tag bei dir aussehen?“ antwortet Jonathan mit Nachdruck: „Mhm, dann würde ich rausgehen UND die ganzen Bäume umschmeißen

und fressen – hmhhh – und dann und dann Leute jagen (mit starker Betonung).“ Er phantasiert sich weiter in die Rolle hinein, möchte Leute erschrecken und malt sich auf die Frage der Interviewerin aus, was er tun würde, wenn Menschen vor ihm Angst bekämen: „Weil *Diplo*, der ... und wenn ein Mensch an mich kommt, dann wummm (...) Dann mache ich wummm.“ „Dann würdest du die noch mehr erschrecken?“ „(Lacht freudig erregt mit Gier in der Stimme): Jaaa!“

#### *Werbeverständnis/ Kompetenter Umgang mit Medien*

Jonathans Werbeverständnis ist wenig ausgeprägt, wenn auch die Mutter angibt, ihr Sohn wisse, worum es sich bei der Werbung handele. So beschreibt er Werbung als etwas „das sowas (ist) nicht so etwas wie im Film, das (zögert) ist so andere Sachen“. Den Unterschied zwischen Werbung und Film versucht er so zu präzisieren: „dass in der Werbung keine Dinosaurier sind“ (.). „Also, bei *Jurassic Park* kommt die Werbung davor, weil das ist ein Videofilm aus dem Kino“. In Bezug auf die *Monster AG* hat Jonathan im Fernsehen folgende Beobachtung gemacht: „Ja, also die *Monster AG*, die geht immer nur einmal ganz kurz (...) einmal Wummp und dann (...) und dann ist es zu Ende (...) und ganz schnell wieder weg (...) Die laufen dann nur einmal kurz rum und dann kommt schon das Monster im – auf Video und ... Computerspiel kaufen kann.“

#### *Auffälligkeiten*

Jonathan, Außenseiter in seiner Peer-Group, sticht aus der Population im Kindergarten deutlich hervor; seine auffällige Dino-Besessenheit zieht sich durch das gesamte Interview hindurch; sie prägt auch seine Medienvorlieben. So lässt Jonathan eine explizite Fanbeziehung erkennen, die jedoch nichts mit den Vorlieben seiner Peers zu tun hat, sondern ihn klar von den anderen isoliert. Seine Dinoleidenschaft ist nicht an ein spezielles Medium gebunden, wenn sie auch durch Bücher, Filme, Videos, Fernsehangebote etc. transportiert wird. Auffällig erscheint auch das Verhalten von Jonathans Vater, der ein ähnliches Fantum erkennen lässt wie sein Sohn, als Medienpädagoge jedoch bemüht ist, im Interview nichts vermeintlich Falsches zu sagen und damit gar „entlarvt“ zu werden. In Jonathans Familie werden in Bezug auf ‚Marken‘ und Medien Differenzen zwischen Handeln und Reden offenkundig.

#### *Motto*

**Dinobessener Vierjähriger mit Aggressions- und Allmachtsphantasien erweist sich mit seiner spezifischen Fanbeziehung als Außenseiter in seiner Peer-Group.**

### 1.2.3 Fallbeispiel Alina, 5 Jahre

#### *Familialer Hintergrund*

Alina lebt zusammen mit ihren sozial gut situierten Eltern (beide berufstätig, Anfang Vierzig) und ihrer siebenjährigen Schwester Jolanda<sup>2</sup> in einer großen Dachgeschosswohnung in einem gut situierten Stadtteil von C. Beide Mädchen teilen sich ein sehr geräumiges Kinderzimmer, das viel Platz zum Spielen bietet.

Das Erziehungskonzept der Familie erweist sich als weitgehend permissiv, es ist jedoch an sog. „guten Büchern“ (aus dem Oettinger Verlag) und „gutem, öffentlich-rechtlichem Fernsehen“ (*Die Sendung mit der Maus, Sesamstraße, Pippi Langstrumpf, Lars der Eisbär*) orientiert. Den Sender RTL 2 beobachtet die Mutter sorgsam; *Pokémon* lehnt sie ab, KI.KA hingegen hält sie für sehr geeignet. Die Familie – die Mutter äußert sich im Interview – betreibt selektiven Medienkonsum und hat deutliche, wenn auch nicht rigide (Medien-)Erziehungsrichtlinien für ihre Kinder.

Der Medienkonsum der Eltern ist an Informationssendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen orientiert; einen Videorekorder besitzt die Familie nicht. Im Radio wird vor allem NDR 2 und Radio Hamburg gehört. Der Vater besitzt einen Laptop und ist Fan von *Harry Potter*-Büchern.

Alina erweist sich bereits als recht selbständig, sie legt z.B. Wert darauf, allein mit dem Fahrrad zum Kindergarten fahren zu können. Alina bekommt 50 Cent Taschengeld in der Woche.

#### *Stellung in der Peergroup/ im Kindergarten*

Alina gibt an, keine beste Freundin oder einen besten Freund zu haben; dann nennt sie doch eine beste Freundin und ihren Freund Paul. Sie bezieht sich in besonderer Weise auf ihre zwei Jahre alte Schwester Jolanda, an der sie sich stark orientiert. Alina geht sehr gern in den Kindergarten. Es wird deutlich, dass sie beim Spielen mit Freunden bestimmt, was Thema sein soll; ihre Schwester bekräftigt das. Alina spricht im Kindergarten nicht über Fernsehinhalte. Sie findet es jedoch nicht gut, wenn Freunde über etwas reden, wo sie nicht mithalten kann. Viele Kinder im Kindergarten haben nach ihre Aussage auch Gogos und andere Spielfiguren, sie selbst spielt auch mit Figuren von *Bob der Baumeister*, die andere Kinder mit in den Kindergarten bringen, doch nur mit ihren Freundinnen, wie sie betont. Die Kinder in der Peer-Group schauen nicht dieselben Sendungen, auch nicht zu denselben

---

<sup>2</sup> Siehe dazu die Einzelfallbeschreibung zu Jolanda in der Materialsammlung.

Zeiten wie sie. Insgesamt macht jedoch Alinas Situation im Kindergarten einen entspannten Eindruck. Alina scheint integriert zu sein, sich selbst gut in die Gruppe einbringen zu können.

*Mediennutzung/ Lieblingssendungen:*

Alina kommt vom Kindergarten, spielt zunächst mit ihrer Schwester Jolanda, ein wenig mit Kuscheltieren, manchmal mit Puppen (*Mini-Barbie*), dann schauen die Kinder zumeist einen Film; *Biene Maja*, *das Sandmännchen* sowie die Serien *Sabrina* und *Jeanne*<sup>3</sup> gehören zu ihrem Repertoire; am Wochenende schaut sie zusammen mit ihrer Schwester Jolanda zumeist *Tabaluga TV*. Alina schätzt – gemeinsam mit ihrer Schwester – , dass sie am Nachmittag und am Abend etwa eine halbe Stunde fernsehen. Die Familie verfügt nach Angaben der Kinder über einen Fernseher mit Kabelanschluss. Die Schwestern sind zwar im Hinblick auf die Programmauswahl nicht immer einer Meinung, Jolanda würde am liebsten *Sabrina* sehen, Alina *Biene Maja*, doch sie einigen sich meistens zur Zufriedenheit beider.

Die Kinder geben an, dass es elterliche Kontrolle beim Fernsehen gibt; sie dürfen jedoch am Nachmittag entscheiden, was sie ansehen, bedauern aber das eingeschränkte Repertoire, es gebe nicht so viel im Kinderfernsehen. Ein Verbot liegt eigentlich bei Serien wie *Pokémon* vor, doch, so die Kinder, wenn nichts anderes zu sehen ist, „müssen wir das ja sehen“. Beide finden die Serie auch gut.

*Bob der Baumeister* hat Alina auch schon gesehen, „früher“, wie sie sagt, mit anderen spielt sie dies im Kindergarten, weiß auch, dass es dort Maschinen gibt, die sprechen können.<sup>4</sup> *Digimon* kennen die beiden auch. Beide Mädchen kennen den *Tigerentenclub* und den *Kikania-Club*.

Alina hört wie Jolanda auch Hörkassetten; zusammen besitzen die Kinder über 30 Stück; *Pipi Langstrumpf* und *Benjamin Blümchen* stehen dabei im Vordergrund.

Bücher gehören auch zu Alinas Alltag. Sie kennt auch bereits das Internet, gibt an, darin spielen und klicken zu können. Alina berichtet von Überraschungseiern (*Kinder-Schokolade*), in denen man Internetadressen findet. Sie selbst haben die Ü-Eier-Spiele noch nicht gespielt, kennen diese aber von einem Freund.

---

<sup>3</sup> *Jeanne, die kriminelle Diebin, Kamikaze-Jeanne*. Dabei handelt es sich um einen Anime, der sehr an die Serie *Sailormoon* erinnert.

<sup>4</sup> Zum Aspekt der Verführung siehe Kapitel xy in xy



### *Merchandising*

Auf dem ersten Blick finden sich sehr wenige Hinweise auf Merchandisingangebote im Zimmer von Alina und ihrer Schwester Jolanda, so zum Beispiel eine *Sesamstraßen* Lichterkette, eine Brosche und Aufkleber von *Jeanne* bzw. ein *Wicki-Fensterbild*. Über einem der Betten hängt ein großes Poster, das *Pippi Langstrumpf* zeigt. Zu *Pokémon* besitzen die Kinder auch ein Stickerheft, Figuren habe sie selber nicht, so wie ihr Freund Peter. *Pikachu* gefällt Alina dabei am besten. Er kann die Donner-Blitz-Attacke und drückt damit Stärke aus. *Teletubbies* spielen in der Lebenswelt von Alina und Jolanda keine Rolle. Auf Alinas Zahnputz-Becher sind Prinzessinnen-Motive: *Cinderella* und *Schneewittchen*.

### *Themen*

Die Serie *Sabrina* beschäftigt Alina und ihre Schwester; das Thema ‚Weiblichkeit‘ spielt schon eine Rolle bei der Fünfjährigen. So hält sie *Pikachu* für weiblich und schwärmt für die starke Serienfigur *Jeanne*. Alina liebt Prinzessinnen; während des Interviews ist von Disney-Figuren die Rede; Alina sagt daraufhin spontan: „Ich bin *Arielle* (*Disney-Figur*); „aber *Arielle*, seine Frau, aber auch eine Prinzessin, Prinzessin seine Frau“.

Der Wunsch, eine *Baby-Born*-Puppe und einen Kassettenrekorder zu Weihnachten zu bekommen und einen Autositz für die *Baby-Born*-Puppe, ist Alina sehr wichtig. Sie kreist immer wieder um diese Puppe und die Ausstattung für sie.

### *Lieblingsfiguren*

Alinas aktuelle Lieblingsfigur ist *Biene Maja*, wobei sie nicht genauer sagen kann, was ihr an der Figur so gut gefällt. Sie weiß dagegen sicher, dass sie *Willi* nicht so schätzt: *Willi* sei faul. *Maja* und die anderen Figuren erleben viele Geschichten, ein Picknick z.B., sie sind lustig. Die Serienfigur *Jeanne* steht bei den favorisierten Figuren ebenfalls mit vorne an, weil sich die Hauptfigur verwandeln kann. Alina wäre am liebsten *Jeanne*. Sie hätte eine Elfe, würde tagsüber zur Schule gehen und abends gegen Polizisten kämpfen. Ihr Lieblingsfilm ist *die Kleine Hexe*.

### *Werbeverständnis*

Alina kann noch nicht erklären, was unter Werbung zu verstehen ist. Sie kennt sie jedenfalls aus dem Fernsehen. Alina weiß jedoch, dass die Werbung ein Ende hat. Sie kommt beim Thema Werbung immer wieder auf eine spezielle *Barbie* zu sprechen, die ihr besonders gut gefällt, die *Mini-Barbie Shelly* aus dem Fernsehen: „die hat eine

Schwanzbürste, die man... wenn man den hochstülpt ist das ein Mädchen, wenn man den runter , ist das eine Nixe“.

### *Kompetenter Umgang mit Medien*

Alina verfügt schon – insbesondere durch den engen Kontakt zu ihrer Schwester Jolanda geprägt – über einige Medienkompetenz; sie weiß, dass die Familie einen Kabelanschluss hat, sie kennt Anfangszeiten von Fernsehsendungen, sie stimmt ihrer Schwester Jolanda vehement zu, wenn es um die Darstellung von Serieninhalte geht; sie kann sie auch schon in Ansätzen allein erzählen.

Alina kennt Regulierungsstrategien gegen Angst im Fernsehen; sie weiß schon, wie viel Angst sie zulassen kann. So schaltet sie dann meistens um oder macht die Augen zu, wenn ihr ein Inhalt zu nahe kommt. Alina verfügt über Ansätze zur Unterscheidung von Realität und Fiktion: „Das ist im Fernsehen“. Ihre Genrekompetenz ist noch nicht weit ausgebildet.

### *Auffälligkeiten*

Alinas Medienumgang ist in wesentlicher Weise von ihrer älteren Schwester Jolanda (7) mitgeprägt; der enge Zusammenhalt zwischen beiden lässt Alina an Fernsehsendungen partizipieren, die ihre Schwester Jolanda favorisiert (z.B. *Sabrina*); *Bob der Baumeister* gehört schon zu einem Repertoire, das sie früher gesehen hat. Beide Mädchen beharren darauf, dass *Pikachu* weiblich sei, wenn auch bei Alina nicht ganz klar ist, ob sie in ihrem Urteil von ihrer Schwester Jolanda beeinflusst wird oder selbst diese Meinung vertritt.

### *Motto*

**Selbstbewusste gut integrierte Fünfjährige mit selektivem Medienkonsum aus wohl situerter Familie interessiert sich in hohem Maße für Themen wie ‚Verwandlung‘ und die Puppe *Baby Born* oder *Barbies* aus der Werbung.**

#### *1.2.4 Fallbeispiel Moritz, 5 Jahre*

##### *Familialer Hintergrund*

Bei Moritz´ Familie, die in einer mittelgroßen Neubauwohnung am Stadtrand leben, handelt es sich um eine ‚Durchschnittsfamilie‘; seine Eltern sind beide Mitte 30, die Mutter ist Hausfrau. Moritz hat eine zwei Jahre alte Schwester. Als Lieblingsmedien geben seine Eltern Fernsehen und Radio an (NDR2, Radio Hamburg als „Geräuschkulisse“), die Tageszeitung regelmäßig zu lesen, so Moritz´ Mutter, schaffe sie nicht; die Kinder zu

versorgen koste viel Zeit. Die Eltern haben zwar kein dezidiertes Medienerziehungskonzept – sie sind Medien gegenüber insgesamt recht aufgeschlossen und haben ihrem Sohn auch ein Computerspiel (*Löwenzahn*) gekauft – das ideale Kinderprogramm dürfe jedoch ihrer Meinung nach nur wenig Gewalt enthalten und müsse lehrreich sein. So verwundert es wenig, dass die Eltern für Moritz öffentlich-rechtliches Programm als geeignet bewerten (vor allem *Die Sendung mit der Maus*; zur *Sesamstraße* hat Moritz' Mutter ein gespaltenes Verhältnis; in ihrer Kindheit hat sie die Sendung selbst regelmäßig gesehen und nennt sie sogar ihr Lieblingsprogramm, doch frühere Staffeln gefielen ihr besser, da dort mehr Alltagsgeschichten gezeigt wurden und insgesamt weniger Figuren die Sendung bevölkerten.) für sich selbst jedoch vor allem Spielfilme kommerzieller Anbieter als ihr Lieblingsprogramm bezeichnen.

Moritz zeigt sich als ein eher unauffälliges Kind, das zuweilen darunter leidet, nur mit seiner jüngeren Schwester zusammen fernsehen zu können; beide Kinder haben unterschiedliche Vorlieben und streiten um die Programmauswahl. Moritz ist eng an seine Schwester gebunden. Die beiden spielen häufig miteinander (Clownsspiele oder *Benjamin Blümchen*). Daneben ist Moritz noch Mitglied in einem Turnverein.

#### *Stellung in der Peer-Group/ im Kindergarten*

Moritz geht gern in den Kindergarten, wenn er dort auch keine hervorgehobene Rolle spielt. Er erweist sich als freundliches Kind. Obwohl er zahlreiche Sendungen, die seine Peers kennen, selber nicht sieht, empfindet er dies den anderen Kindern gegenüber nicht als Mangel. Auf die Frage der Interviewerin: „Und wie findest du denn das, wenn die darüber reden und du kannst da vielleicht gar nicht mitreden, weil du das gar nicht gesehen hast?“ antwortet Moritz unaufgeregt: „Müssen sie mal was sagen, was es ist. Vielleicht verstehe ich das dann auch irgendwann, was es sein könnte.“ Moritz nimmt auch ab und zu *Lego-Steine* mit in den Kindergarten und bietet sie zum Spielen an.

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Der Fünfjährige sieht fast täglich fern – immer zusammen mit seiner jüngeren Schwester. Seine Auswahl muss er mit ihr gemeinsam treffen: „Wir können meisten gucken, was wir wollen, wir können immer gucken, was wir wollen. Nur müssen wir uns auch einigen dafür, zusammen, was wir gucken möchten, was ich gucken möchte, was Andrea gucken möchte“ „Guckt ihr dann immer zusammen?“ „Ja.“. Moritz kennt eine Reihe von Fernsehangeboten. Zu seinen Favoriten zählen *Mickey Mouse* und *Mini Mouse*, *Die Sendung mit der Maus*, *die Sesamstraße*, *die Teletubbies*, wobei er vor allem die Bauchgeschichten schätzt. Moritz und seine Schwester besitzen auch eine Reihe von

Videokassetten (*Pettersson & Findus, Löwenzahn, Biene Maja und Pipi Langstrumpf*); *Pokémon* kennt er zwar, er möchte sich auch mal ein Videokassette von seinem Taschengeld kaufen, die Sendung ist ihm jedoch nicht wichtig. Hörkassetten zählen ebenfalls zu Moritz' Medienausstattung (*Benjamin Blümchen* ist seine Lieblingskassette); was ein Kino ist, weiß Moritz dagegen noch nicht.

### *Merchandising*

Merchandising-Artikel gehören zu Moritz' Alltag dazu; so besitzen er und seine Schwester zahlreiche Artikel von den *Teletubbies* wie etwa Bilder, Zahnputzbecher und von *Lala* einen Spartopf.

### *Themen*

Moritz wünscht sich, Dinge so gut zu beherrschen wie die Figuren aus dem Fernsehen. Dabei gefällt ihm insbesondere die Figur des *Winnie Puh* und der Tiger aus dieser Sendung. Kämpfen ist Moritz wie anderen Jungen seines Alters wichtig; ihm geht es jedoch eher um den Spaß dabei, nicht so sehr ums Gewinnen. Das Thema Kämpfen bringt er nicht mit Medien in Verbindung. Er hätte gerne, wie er erzählt, „*Schwert, Schutz, Gewehr, Pistolen, Handschellen*“, um „*bei den Rittern*“ zu kämpfen. Kämpfen, so Moritz, möchte er dann gegen die „*anderen Schwerter*“. „Und wenn mein Schwert kaputt ist, das macht mir nix aus“. Moritz phantasiert sich auch in die Rolle eines *echten* Feuerwehrmannes hinein und beschreibt eine Situation, die viel Mut verlangt und gefährlich ist. Auf die Frage, ob er denn keine Angst habe als Feuerwehrmann, antwortet Moritz: „*Als Kind hätte ich noch Angst, aber wenn ich irgendwann erwachsen bin, dann habe ich bestimmt keine Angst*“.

### *Lieblingsfiguren*

Moritz hat einige Lieblingsfiguren; ihm gefallen besonders die *Teletubbies, Benjamin Blümchen*, die *Ente* aus der *Sendung mit der Maus*, *Ernie* aus der *Sesamstraße*, *Pettersson & Findus*, vor allem jedoch *Winnie Puh* und eine Tiger-Figur aus *Winni Puh*, die besonders hoch hüpfen kann. Das wünscht sich Moritz auch, er weiß jedoch, dass es ihm nicht gelingen kann. Ihm gefallen diese Figuren aus dem Fernsehen vor allem, „*weil die irgendwelche Dinge machen können*“.

### *Werbeverständnis/ Kompetenter Umgang mit Medien*

Moritz zeigt kaum Ansätze von Medienkompetenz; er weiß nicht, was Fernsehsender sind und hat noch keinerlei Vorstellung, was sich hinter Werbung verbirgt. „*Ja, aber ich weiß nicht mehr, was das ist, nur gehört habe ich es. Und sie haben mir aber nicht gesagt, was das so genau ist.*“

#### *Auffälligkeiten*

Moritz ist in seinem Medienkonsum sehr auf seine Schwester zurückgeworfen, die als Zweijährige Vorlieben zeigt wie die *Teletubbies*. Moritz erweckt den Anschein, auf der Stufe eines sehr jungen Kindergartenkindes zu sein, das kaum eigene Ansprüche an einen speziellen Medienkonsum stellt. Er streitet sich zwar mit seiner Schwester um die Programmauswahl, ist es jedoch zufrieden, nur mit ihr gemeinsam fernsehen zu dürfen.

#### *Motto*

**Unauffälliger Fünfjähriger, der mit seiner zweijährigen Schwester zusammen fernsieht und mit seinem Medienkonsum zufrieden ist, obwohl er mit seinen Peers wenig mitreden kann.**

#### *1.2.5 Fallbeispiel Jannik, 5 Jahre*

##### *Familialer Hintergrund*

Jannik lebt mit seinen Eltern (beide Mitte dreißig, Mutter Hausfrau, Vater Krankengymnast) und seiner kleinen Schwester (2 Jahre) in dem unteren Geschoss eines Einfamilienhauses am Stadtrand von C. Oben wohnen die Großeltern. Jannik hat ein eigenes großes Kinderzimmer, das sehr viel Platz zum Spielen bietet.

Das (Medien-)Erziehungskonzept der Eltern erscheint behütend bis streng-reglementierend. Im Mittelpunkt stehen Bücher und das abendliche Vorlesen, auch selbst ausgedachter Geschichten. Ausgewählte Fernsehprogramme, vor allem öffentlich-rechtliche, die „*informativ, lehrreich, lustig und interessant*“ und in jedem Fall ohne Gewalt sind, sind erlaubt. Die Eltern sprechen auch strikte Fernsehverbote aus, *Pokémon* z.B. darf Jannik sehr zu seinem Leidwesen nicht sehen. Sie beklagen vor allem das Ausmaß an Kinderwerbung, verursacht durch die privaten Sender: „*Werbung ist einfach überall*“. Die Eltern selbst bevorzugen das Radio (*Radio Hamburg*), das den ganzen Tag über läuft. Die *Tagesschau* gehört zum täglichen Medienkonsum der Eltern dazu, zum Zeitunglesen bleibt hingegen kaum mehr Zeit. Gern sehen sie Kinofilme im Fernsehen. Im Haushalt befindet sich ein Computer, mit dem sich jedoch Jannik nicht allein beschäftigen darf; er sieht jedoch ab und zu seinem Vater bei dessen Spielen zu. Die Großeltern wohnen im selben

Haus, bei ihnen sieht Jannik auch fern. Jannik berichtet vom Streit mit seinen Eltern, wenn er seiner Schwester kein *Playmobil* abgeben will, ebenfalls vom Streit mit seiner Schwester, z.B. über sein *Pokémon*-Buch oder weil seine Schwester seine Autos haben möchte.

#### *Stellung in der Peer-Group/ im Kindergarten*

Jannik besucht den Kindergarten II. Er erzählt von zwei ‚besten Freunden‘, Franz und Torben aus dem Kindergarten und nennt auch ein sechsjähriges Mädchen, das allerdings weiter entfernt wohnt, „beste Freundin“. Jannik scheint dennoch im Peer-Group-Kontext des Kindergartens eher Außenseiter zu sein; seine Spielkameraden bewerten, wie er im Interview erzählt, seine Spielideen als „doof“. An Entscheidungen im Gruppenkontext ist er selten beteiligt; darüber ist er traurig: „*Das finde ich doof*“. Jannik bedauert es, dass seine Eltern ihm den Kauf von Gogos verbieten, obwohl er bereits Taschengeld bekommt. Er wünscht sich sehnlich Gogos, um damit *Pokémon* spielen zu können, schließlich haben seine Freunde auch Gogos, einige sogar vier, wie er betont. Zwar teilen die Freunde mit ihm, Jannik fühlt sich jedoch benachteiligt und zurückgesetzt.

Mit seinen Freunden spricht er häufig über Fernsehsendungen, sieht bei ihnen auch Programme, die ihm die Eltern verboten haben, und spielt einige Fernsehhalte auch mit ihnen nach, so übernimmt er z.B. die Rolle des *Gustavson* aus *Petterson & Findus*. Mit seinem Freund Niels tauscht Jannik *Pokémon*-Sticker.

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Janniks Medienkonsum erweist sich als sehr heterogen; er kennt KIKA, wo er zahlreiche Programme, *Biene Maja* (nach Meinung seiner Eltern Janniks Lieblingssendung), *Sandmännchen*, *die Sendung mit der Maus* anschaut, aber auch K-RTL, das er bei seinen Großeltern ansehen darf. Im Kino war er auch schon zweimal; zuletzt hat er den Film *Petterson & Findus* gesehen. Jannik gibt an, einen Kassettenrekorder zu besitzen und zahlreiche Kassetten (u.a. *Cinderella*, *König der Löwen*, *Der kleine Wassermann* und zwei von *Petterson & Findus*, eine davon ist derzeit seine Lieblingskassette). Er erzählt auch von einer *Rotkäppchen*-Kassette, die er angeblich nur im Winter hören dürfe, die er sich aber auch sonst heimlich anhöre. Da gefalle ihm das Rotkäppchen, weil es ein so rotes Käppchen trage. Zu *Petterson & Findus* besitzt er auch Bücher. Stolz berichtet er von Videokassetten, die sein Vater für ihn aufgezeichnet hat, wobei ihm vor allem der *König der Löwen* gut gefällt. Auch die Fernsehserie *Petterson & Findus* wird aufgezeichnet. Jannik erzählt, dass er auch *Digimon* und *Bob der Baumeister* kennt und ansieht. Letztere Sendung gefällt ihm besonders. *Bob* findet er vor allem deshalb gut, „weil der Bagger

immer so tiefe Löcher macht, dass das bald aussieht wie ne Falle“; außerdem mag er die Walze, die „der Frau im Garten (ohne dass diese das will, der Verf.) immer den Rasen platt walzt“). Auf die Frage nach der *Sesamstraße* betont Jannik, dass er die gar nicht sehe. „weil da ... immer so Kinder sind, und die machen so eine blöde Musik, und das wollen die *Sesamstraßen*-Menschen nicht“. Jannik berichtet im Interview auch von den ungeliebten Autorennen, die er gemeinsam mit seinem Vater ansehen muss.

### *Merchandising*

Jannik besitzt viel Spielzeug; an Merchandisingartikeln ist ihm sein „*Pokémon*-Buch“ besonders wichtig; dabei handelt es sich um ein Sticker-Album mit Glanz-Stickern, das er gegen das Einverständnis der Mutter von seiner Tante bekommen hat. Seine Sammlung ist mittlerweile vollständig. Den Wunsch nach einem Sticker-Album von *Digimon* erfüllen ihm seine Eltern ebenso wenig wie den Kauf von *Pokémon*-Gogos.

### *Themen*

Janniks Themen kreisen um ‚Stärke‘, ‚Sich-gut-durchsetzen-Können‘, ‚Kämpfen‘ und ‚Gewinnen‘. Er fabuliert, dass er mittels eines Zauberfernsehers abends spät, wenn seine Eltern nichts davon mitbekommen, Fernsehsendungen anschaut; im Mittelpunkt seiner Wünsche steht dabei die Serie *Pokémon*, die ihm seine Eltern strikt verbieten und die er nach ihren Aussagen auch noch nie selbst gesehen hat. Aufgeregt erzählt er dennoch von *Pokémon* und *Digimon* und ‚Feuerdrachen‘; dabei kommt es ihm allein darauf an, dass die so stark sind und „prügeln“ können. Der Wunsch, „alle zu verprügeln“ oder zu „verjagen“, ist mächtig in ihm; das findet er „cool“.

### *Lieblingsfiguren*

Janniks erklärte Lieblingsfigur ist *Ash* aus der Serie *Pokémon*; er findet es besonders gut, „dass er immer so gut prügeln kann“ (...) und weil er immer gewinnt“. *Pokémon* sei, „cool“, „weil sie die stärksten Menschen sind auf der ganzen Welt. Es ist der stärkste Mensch“. Jannik ist davon überzeugt, dass *Ash* nun nicht mehr lebt, aber einmal gelebt habe. Mit aufgeregt hoher Stimme erzählt er weitere Geschichten zu den *Pokémon*: „Weil die *Pokémons* hatten schon mal Radio gehört, dass sie im Weltraum alle Häuser zerstören, im Weltraum zerstören die alle Häuser“. Zu *Pikachu*, den er ebenfalls von den *Pokémon* kennt, hat Jannik eine unklare Einstellung. Einerseits gefällt ihm die Figur, „weil der ist auch der schnellste Renner mit Stirnband“ (wobei nicht deutlich wird, ob er wirklich *Pikachu* meint oder eher einen Rennfahrer aus der Formel 1, „der schnellste Renner von denen, von den Rennautos“, eine Person, die er gar nicht mag, „(...) weil da platzt immer der Vorderreifen“); andererseits möchte er, wenn er auf ihn träfe „sein Schwert

herausholen und ihm den Po versohlen“: „Aber dann lässt er hier seine Freunde hin und dann macht er die, schießen sie die Straße kaputt, und dann kann man nicht mehr mit den Autos hier längs fahren.“ Wenn er sich jedoch eine Figur aussuchen könnte, die er einmal selbst sein möchte, dann fiel seine Wahl auf *Ash*, „weil der alle verprügeln kann, außer einen“. Noch mächtiger erscheint Jannik nämlich der „Feuerdrache“ aus *Digimon*: „Der ist stärker als alle!“ Auch *Petterson & Findus* gehören zu seinen Favoriten, den *Gustavson* spielt er sogar nach.

#### *Werbeverständnis*

Janniks Werbeverständnis ist nicht weit ausgeprägt. Werbung ist für ihn eine Programmunterbrechung, die er nicht schätzt, „weil man dann nicht weitergucken kann“. Auf die Frage danach, was in der Werbung gezeigt wird, spricht er von den „doofen Nachrichten und so“. Werbung stört ihn offensichtlich auch bei Videoaufnahmen: „Das ist immer im Spulen“; in diesem Kontext erwähnt er wiederum die ungeliebten Nachrichten. In Werbepausen spielt Jannik nach seinen Angaben gern mit Freunden auf der Straße.

#### *Kompetenter Umgang mit Medien*

Jannik spricht des Öfteren davon, dass es besonders cool sei, „alle zu verprügeln“; auf die Frage, ob man sich dabei nicht weh tue, antwortet er: „Die können sich nicht weh tun“. Verprügeln tue nur weh, „wenn die Menschen das machen“.

#### *Auffälligkeiten*

Jannik erzählt von einem Zauberfernseher, den er abends spät anschaltet und auf dem er dann *Pokémon* (Konsum von seinen Eltern verboten) ansieht. Seine Phantasien kreisen um ‚Verprügeln‘; ‚Verjagen‘; ‚Plattmachen‘. Jannik fühlt offensichtlich ein hohes Aggressionspotenzial in sich, das er in seiner Phantasie auslebt.

#### *Motto*

**Unausgeglichener Fünfjähriger mit unterschiedlichen Medienvorlieben, der sich im Kindergarten nicht voll akzeptiert fühlt, kreist in seiner Phantasie um die von den Eltern verbotene Fernsehsendung *Pokémon* und die entsprechenden Gogos, um ‚Kämpfen‘ und ‚Verprügeln‘.**

#### *1.2.6 Fallbeispiel Franz, 5 Jahre*

#### *Familialer Hintergrund*



Franz lebt mit seinen Eltern (beide Mitte Dreißig, berufstätig und gut situiert) und seiner kleinen Schwester (3 Jahre) in einer Drei-Zimmerwohnung eines großen Mehrfamilienhauses in einem ruhigen Wohngebiet am Stadtrand. Die Familie plant in einigen Monaten in eine ländlichere Umgebung zu ziehen, u.a. weil der Mutter die umliegenden Schulen nicht zusagen. Franz teilt sich mit seiner Schwester ein geräumiges Zimmer, in dem zahlreiche Spielsachen verstreut sind.

Hauptbezugs- und Erziehungsperson der beiden Kinder ist die Mutter. Sie entscheidet über Fernsehkonsum bzw. Programmauswahl und in Konsumfragen. Sie versucht, den Fernsehkonsum ihrer Kinder zu begleiten, weil diese sonst übermäßig viel sehen würden, und entscheidet auch über die Programmauswahl. Sie gesteht zwar den Kindern Fernsehkonsum zur Entspannung zu, legt aber gesteigerten Wert auf „sinnvolle“ und „lehrreiche“ Programmangebote. Sendungen wie z.B. *Pokémon* hat sie zweimal „ausprobiert“, aber dann nicht mehr erlaubt, weil Franz danach immer „so auf Action“ eingestellt gewesen sei. Franz kann Sendungswünsche anbringen, die aber von der Mutter geprüft werden bevor er sie sehen darf.

Sie selbst sieht regelmäßig die *Tagesschau* und gern *Das!* auf N3 und ansonsten Spielfilme, um sich zu entspannen, wobei ihr der Sender dann egal ist.

#### *Stellung in der Peergroup/ im Kindergarten*

Franz ist in seiner Altersgruppe sozial gut integriert. Er ist in verschiedene Vereine und Gruppen eingebunden, hat einen besten Freund und „sogar ne Verliebte“.

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Fernsehen übt auf Franz einen besonderen Reiz aus. Wenn es nach ihm ginge, würde er alles sehen, was ihm das Fernsehprogramm zu bieten hat. Die Mutter versucht, die Fernsehzeit auf ein halbe Stunde am Tag und die *Sesamstraße* zu beschränken, doch Franz nutzt jede sich ihm bietende Gelegenheit, um fern zu sehen: „Ich darf meistens nur eine Sendung, aber wenn Mama dann schläft, dann gucke ich einfach mehr Filme.“ Dabei ist es ihm egal, was er sieht, wobei er sich generell für „Neues“ interessiert. Die Mutter achtet auch auf die Inhalte; Sendungen, die aus ihrer Sicht ungeeignet sind, dürfen die Kinder nicht sehen. So hat er beispielsweise „früher“ mal einige Folgen *Pokémon* gesehen bis seine Mutter es nicht mehr erlaubt hat. Wenn es um Sendungen geht, die ihn interessieren, versucht Franz, sich über das Verbot hinwegzusetzen. Beim Fernsehen muss sich Franz allerdings mit seiner kleinen Schwester arrangieren.

Franz' Hauptfernsehsender sind KIKA und SuperRTL. Gelegentlich sieht er auch Sendungen anderer Sendungen. Zu seinen Favoriten zählt u.a. Kikania. Sendungen wie

*Digimon* oder *Dragonball* hat Franz noch nicht gesehen. In besonderer Erinnerung geblieben sind ihm Szenen aus den Zeichentrickserien *Paulchen Panter* und *Tom & Jerry*. Eine konkrete Lieblingssendung kann er nicht benennen, er erinnert sich lediglich, dass es sich um kämpfen und Monster drehte.

Videos von *Lars der kleine Eisbär*, *Petterson & Findus*, dem *gestiefelte Kater* und *Maulwurf* werden von Franz und seiner Schwester auch gesehen, wobei vor allem die Schwester dieses Medium intensiv nutzt.

Franz verfügt über zahlreiche Körspiellkassetten. Seine Lieblingskassette ist derzeit *Petterson & Findus*.

Bücher spielen vor allem im Zusammenhang mit dem Schlafengehen eine wichtige Rolle. Franz besteht auf eine Gute-Nacht-Geschichte, wobei ihm die soziale Situation wichtiger zu sein scheint als der Inhalt.

Im Gegensatz zu seiner kleinen Schwester, darf Franz gelegentlich auch Computerspiele an dem Rechner seiner Eltern spielen. Er besitzt ein Spiel von der *Sesamstraße*, eine mit einem Elefanten und eines mit einem Dinosaurier. Er weiß, wie er den Computer und die Spiele starten kann, muss aber seiner Eltern um Erlaubnis fragen.

### *Merchandising*

Merchandisingangebote spielen eine untergeordnete Rolle. Im Kinderzimmer finden sich lediglich eine *Pokémon*-Baseball-Kappe, Fensterbilder von *Petterson & Findus* und *Sully* von der *Monster AG* (aus der *McDonald*-Juniortüte, den Film hat er nicht gesehen). Von *Bob der Baumeister* besitzt er zwei Kassetten, aber keine weiteren Merchandisingprodukte, was ihn nicht daran hindert, die Sendung mit seinen Freunden nachzuspielen. Ansonsten dominieren *Playmobil*- und *Lego*-Produkte. Die Mutter erwähnte noch, dass Franz den *König der Löwen* als Kuscheltier und auf einem Schlafanzug besitzt sowie Bettwäsche von *Tarzan* und *Tabaluga*. Sie selbst schätzt den Stellenwert der Markenprodukte auch als sehr gering ein und meint, dass Franz die Marken nicht vermissen würde.

Von den gezeigten Senderlogos erkennt er vor allem KIKA. Das Toggo- und Kikania-Logo identifiziert er nicht, reagiert aber, nachdem der Schriftzug vorgelesen wird: „Eih! Toggo höre ich doch immer mal nach SuperRTL. Das gucke ich doch manchmal. Da guck‘ ich auch manchmal Filme.“ Das Logo von Kikania meint er wieder zu erkennen. Die Logos haben für Franz Orientierungsfunktion im Sinne von Senderidentifikation, sind aber wertfrei.

### *Themen*

Zentrale Themen sind bei Franz nicht erkennbar. Auffallend ist lediglich sein Faible für alles, was mit Polizei zu tun hat. Er besitzt auch entsprechendes Spielzeug von *Playmobil*. Seine Mutter erwähnt, dass er gern Sendungen wie *Großstadtrevier* sehen würde, findet die Sendung aber für ihn noch nicht geeignet.

### *Lieblingsfiguren*

Lieblingsfiguren kann Franz nicht benennen. Lediglich *Petterson & Findus* tauchen in verschiedenen Variationen auf (Kuscheltier, Lieblingshörspielkassette). Abwechslung scheint Franz sehr wichtig. Das Spielen mit Konstruktionsspielzeug (*Playmobil* und *Lego*) zählen zu seinen Lieblingsbeschäftigungen.

### *Werbeverständnis*

Franz definiert Werbung als Unterbrechung eines Films. Den appellativen Charakter von Werbung erkennt Franz noch nicht, vielmehr versteht er sie als Information über neue Produkte bzw. Angebote: „*Ahh, da gibt es immer solche...dummen, das so Werbung, da gibt es immer so Duschgel, was neu gibt, und das ist für ich so langweilig.*“ Erst im Zusammenhang mit Kinderprodukten wird Werbung für ihn interessant. Werbung für Kinder ordnet er sowohl dem Kinderkanal als auch SuperRTL zu:

- F: Ich guck manchmal auch KI.KA-Werbung.  
 I: KI.KA-Werbung?  
 F: Ja.  
 I: Was ist denn das? Was passiert denn da?  
 F: Da gibt es manchmal solche Sachen, die man bei *McDonald* kaufen kann.  
 I: Die man wo kaufen kann?  
 F: Bei *McDonald*.  
 I: Ach bei *McDonald*.  
 F: In der Juniortüte (undeutlich).  
 I: Und willst Du das dann auch manchmal haben? Franz, möchtest Du das dann auch manchmal haben?  
 F: Ich hab' schon was davon.  
 I: Von *McDonald* aus der Juniortüte?  
 F: Ja, n *Actionman*.  
 I: Was gibt es noch bei der KI.KA-Werbung.  
 F: Manchmal gibt es da Filme, die es bald mal gibt.

Franz sieht sich förmlich dazu gezwungen, die Werbung anzusehen („*Dann muss ich das ja gucken.*“). Wenn die Produkte für ihn nicht interessant ist, zappt er in ein anderes Programm. Seiner Mutter zufolge werden von der Kinderfernsehwerbung bei Franz auch

Wünsche geweckt, die er aber auch schnell wieder vergisst. Werbung in Printmedien hat ihrer Ansicht nach auf Franz einen größeren und vor allem nachhaltigeren Einfluss.

### *Kompetenter Umgang mit Medien*

Franz verfügt zwar bereits über eine technische Kompetenz und kann z.B. den Fernseher und den Computer schon sehr selbständig bedienen, ist jedoch noch nicht in der Lage, zwischen Realität und Fiktion zu unterscheiden. Die Anziehungskraft des Fernsehens ist für ihn so groß, dass er sich ihr kaum entziehen kann. Würde seine Mutter den Fernsehkonsum nicht reglementieren, würde er vermutlich wahllos und übermäßig viel fernsehen. Ist der Fernseher einmal angeschaltet, sieht sich Franz dem Programm förmlich ausgeliefert (dann muss er das sehen).

### *Auffälligkeiten*

Die Mutter legt im Wesentlichen fest, was die Kinder im Fernsehen sehen, wodurch sich für Franz nicht die Notwendigkeit ergibt, sich selbst Orientierung zu verschaffen. Für ihn ist Fernsehen per se reizvoll, ebenso wie das Durchbrechen elterlicher Verbote. Merchandisingartikel haben für ihn keine besondere Bedeutung, wichtiger sind Spielzeugmarken wie *Lego* und *Playmobil*. Ein interessanter Aspekt ist, dass Franz KI.KA mit Werbung assoziiert. Bei ihm scheint sich erst ein rudimentäres Markenverständnis ausgebildet zu haben. Ihm gelingt es noch nicht sicher, die Marke KI.KA als werbefreies Programm einzuordnen.

### *Motto*

**Selbstbewusster, aber noch unselbständiger Fünfjähriger, in dessen Alltag Spielzeugmarken (*Lego* und *Playmobil*) eine wichtigere Rolle spielen als medienbezogene Merchandisingartikel. Die Mutter ist die zentrale Entscheidungsinstanz im Hinblick auf Mediennutzung und Konsum.**

### *1.2.7 Fallbeispiel Greta, 6 Jahre*

#### *Familialer Hintergrund*

Greta lebt zusammen mit ihren Eltern, beide Mitte 30, berufstätig und gut situiert, in einer großen Wohnung mit eigenem Garten am Stadtrand von C. Sie besucht den Kindergarten II. Ihr Kinderzimmer wird gerade renoviert; es handelt sich um einen gut ausgestatteten, großzügig dimensionierten Raum.

Das Erziehungskonzept der Eltern, die beide Medien tolerant und aufgeschlossen gegenüberstehen und selbst unterschiedliche Medien zur Information und Entspannung nutzen, erscheint weitgehend permissiv. Die Eltern stehen einem kontrollierten Medienkonsum ihrer Tochter nicht entgegen, sie setzen klare Regeln (morgens darf Greta überhaupt nicht fernsehen; lediglich ihre Großeltern machen da eine Ausnahme; die Eltern bestimmen die Programmauswahl). So muss sich Greta beispielsweise zwischen der *Sesamstraße*, dem *Sandmann*, KI.KA oder einem Video (*Sesamstraße*, *Petzi*) entscheiden. Angebote wie etwa *Pokémon* lehnt die Mutter rigoros als „inhaltsleer“ ab; Medienangebote sollten nach ihrer Überzeugung die Entwicklung von Kindern fördern. Aus diesem Grund favorisiert sie für ihre Tochter Bücher. Greta kennt dennoch ein größeres Angebotsspektrum, da sie bei ihrer Cousine und ihren Großeltern auch Fernsehsendungen sehen kann, die ihre Eltern verbieten.

Greta zeigt sich als ein sehr aufgeschlossenes, zutrauliches (selbst Fremden gegenüber nahezu anhängliches), interessiertes Mädchen, das schon über eine gewisse Eigenständigkeit auch im Urteil verfügt. Sie erscheint ihren Altersgenossen in der Entwicklung bereits voraus zu sein.

#### *Stellung in der Peer-Group/ im Kindergarten*

Greta erweist sich als ein gut integriertes Kind mit hoher sozialer Kompetenz, das sich auch um die Belange anderer Kindergartenkinder kümmert (sie spielt beispielsweise mit einem Kind, das sich nur schlecht artikulieren kann). Greta verfügt über einen großen Freundeskreis, zu dem Mädchen und Jungen zählen. Sie gibt an, einen „festen Freund“ zu haben, den sie auch schon geküsst hat („*Und mit dem bin ich extra in die Umkleidekabine gegangen, damit die nicht sehen, dass wir uns küssen*“).

#### *Mediennutzung/ Lieblingssendungen*

Gretas Fernsehkonsum speist sich im Wesentlichen aus öffentlich-rechtlichen Angeboten, insbesondere KI.KA. Zu ihren Lieblingssendungen zählt sie *Pettersson & Findus*, *Sesamstraße*, *Die Sendung mit der Maus*, *Biene Maja*. Erstaunlich ist, dass Greta zu den meist gesehenen Angeboten angibt, dazu auch Bücher zu besitzen. Diese Tatsache macht für sie den Reiz aus, sich mit den entsprechenden Sendungen intensiver zu beschäftigen. Das zentrale Kennzeichen eines Lieblingsmediums ist mithin für Greta, dass sie sich mit ihm auf breiterer Ebene auseinandersetzen kann. Andere, bei Kindern ihrer Altersgruppe beliebte Fernsehsendungen privater Anbieter kennt Greta kaum; lediglich die Figur *Pikachu* (sie besitzt einen Anhänger mit der Figur) ist ihr vertraut, die Sendung *Pokémon* kennt sie dagegen nicht. Greta erweist sich als ein Mädchen mit hohem emotionalen

Involvement; aus diesem Grund lehnt sie Sendungen, die ihr Angst machen, explizit ab. Dazu gehören *Digimon*, aber auch *Bambi*, da dort der Verlust der Mutter thematisiert wird. So erzählt sie, dass sie sogar beim Fernsehen weine, wenn es den Verlust eines Elternteils gehe. Dann wünschte sie sich, gar nicht eingeschaltet zu haben bzw. sie versuche, der Sendung durch Wegsehen zu entkommen. Neben den Fernsehsendungen und Büchern nutzt Greta auch Hörkassetten (*Bibi Blocksberg*, *Lars*, *der Eisbär*) und Videos (*Benjamin Blümchen*). Der Computer ist zwar für Greta bereits von hohem Interesse, doch sie darf selbst noch nicht mit ihm umgehen: „Weil Computer ist ja noch nicht so gut, wenn man sechs ist (...), weil es ist dann für die Augen nicht mehr so gut“.

### *Merchandising*

Die *Tigerente* aus dem gleichnamigen *Tigerenten-Club* scheint für Greta eine bedeutende Marke zu sein; sie taucht scheinbar zufällig auch in ihrem Alltag auf, so z.B. auf Joghurtbechern. Auch andere Figuren aus dem *Tigerenten-Club* spielen eine Rolle; sie sind auf Fensterglasbildern vorhanden. Greta hat Angebote dieser Art in ihren Alltag zwar integriert, aber sie hat keine emotionale Beziehung zu ihnen aufgebaut.

### *Themen*

Gretas Thema ist nicht ohne Weiteres mit Medien in Verbindung zu bringen; Nähe, Anhänglichkeit, Geborgenheit bzw. Verlustangst (vor allem eines Elternteils) spielen für sie eine wichtige Rolle. Kuscheltiere sind ihr sehr wichtig (sie besitzt eine *Benjamin-Blümchen*-Figur zum Kuscheln, wie sie sagt).

### *Lieblingsfiguren*

Als Lieblingsfiguren bezeichnet Greta die *Diddl*-Mäuse und den Teddybär *Pimboli*; von *Pimboli* und *Diddl* besitzt sie Abreißzettel, die sie auch gern mit ihren Freunden und Freundinnen tauscht. *Benjamin Blümchen* genießt auch eine gewisse Bedeutung; dennoch lässt sich keine explizite (Medien)Figur als Bezugsfigur ausmachen. Sie favorisiert jedoch kleine Puppen, die sie als niedlich bezeichnet. So besitzt sie auch eine *Baby-Born*-Puppe und einen *Felix*-Stoffhasen-Aufkleber und einen *Felix*-Koffer. Greta wünscht sich einen „Riesen-*Pimboli*“.

### *Werbeverständnis*

Greta verfügt über Ansätze von Werbekompetenz; immerhin weiß sie schon, dass Werbung etwas anderes ist als Programm, etwas, „was in den Pausen kommt“ Die Intention von Werbung ist ihr jedoch noch fremd.

#### *Kompetenter Umgang mit Medien*

Obwohl Greta noch nicht weiß, was ein Sender ist, gelingt es ihr schon, das KI.KA-Logo dem Sender KI.KA zuzuordnen und auch seine Funktion in Ansätzen zu beschreiben: „(...) Was meinst du denn (...), warum wird da so ein Zeichen gezeigt, warum schreiben die da oben KI.KA hin?“ „Damit man das weiß, dass das KI.KA ist“ „Und achtest du darauf, ob da KI.KA steht?“ „Nicht mehr, man weiß ja, dass es da oben (...); manchmal guckt man auch da drauf, und dann weiß man, dass das KI.KA ist.“ In Bezug auf KI.KA erweist sich Greta geradezu als Expertin; sie kennt auch Angebote des KI.KA wie z.B. den *Tigerenten-Club*.

#### *Auffälligkeiten*

Greta bewegt sich nahezu ausschließlich in der „KI.KA-Welt“. Auffällig ist, dass ihr zwar emotionale Beziehungen sehr wichtig sind, sie auch in Bezug auf Fernsehangebote mit diesem Thema „spielt“ (Vermeidungs- versus Angst-Lust-Strategien), sie jedoch ihr Thema nicht in Form von Fernseh-Markenbeziehungen bearbeitet. Merchandising-Artikel sind für sie lediglich „niedlich“ oder „schön“; sie gewinnen damit eine ästhetische Qualität. Zur Bewältigung ihres Alltags zieht sie diese jedoch in keiner Weise heran.

#### *Motto*

**Aufgewecktes sozial-kompetentes und gut integriertes 6-jähriges „KI.KA-Kind“ ohne auffällige Medien-Markenbeziehungen**

## **Anhang VI: Ausführliche Darstellung der Lehrerinterviews**

### **1 Standort A**

#### **1.1 Profil der Grund- und Hauptschule (A)**

Standort A lässt sich als größere Gemeinde mit ländlichem Charakter beschreiben. Die Schule besteht seit den 50er-Jahren. Die Grund- und Hauptschule sind im selben Gebäude untergebracht und werden von einem Direktor geleitet. Insgesamt sind an der Schule 29 Lehrkräfte tätig. Es gibt 18 Klassen, davon je drei Klassen eines Jahrgangs in der Grundschule und jeweils eine Klasse in der Hauptschule. Die Gesamtschüleranzahl beträgt 460. Davon entfallen auf die Grundschule 350 und auf die Hauptschule 110 Kinder und Jugendliche. Rund 100 Kinder ausländischer Herkunft (zu 80% türkisch, der Rest aus Italien, Griechenland, Portugal und Bosnien) verteilen sich auf beide Schultypen, wobei der Ausländeranteil vor allem in der Hauptschule relativ hoch ist. Die Schüler kommen ausschließlich aus der Gemeinde.

Im Frühjahr 2002 hat eine Glashütte in der Umgebung geschlossen, was zur Folge hatte, dass einige Väter arbeitslos wurden. Der Großteil davon konnte nach Auskunft der Schulleitung umgeschult werden bzw. einen anderen Arbeitsplatz finden. Nur wenige sind seither ohne Tätigkeit. Auf das durchweg gute Klima in der Schule, hatte dieser Einschnitt kaum Auswirkungen. Seitens der Schulleitung und der Lehrerschaft herrschte großes Entgegenkommen und Bereitschaft an der Studie mitzuwirken.

#### **1.2 Erste Klasse (A)**

Die Anzahl der Schüler betrug in dieser Klasse 25 (12 Jungen, 13 Mädchen), wobei 24 Kinder (12 Jungen, 12 Mädchen) bei der Gruppendiskussion anwesend waren. Die Kinder waren zum großen Teil rege an der Diskussion beteiligt und schienen über den „Besuch“, wie sie die Interviewer nannten, sehr erfreut. Es gab nur wenige, die sich zurück hielten und auch auf direkte Anrede oder Nachfrage durch die Interviewer kaum eine Antwort gaben. Bei den Mädchen meldeten sich immer wieder Lorryne, Lea, Victoria und Jenny zu Wort. Bei den Jungen waren es vor allem Florian, Athit, Leon, Alexander und Markus. Einen richtigen Wortführer oder eine Wortführerin gab es in dieser Klasse nicht. Die



Lehrerin bei der Diskussion anwesend, nahm aber keinen Einfluss auf den Diskussionsverlauf.

### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Der Klassenlehrerin Frau Hendriks zufolge lesen die Kinder in der Klasse Bücher und Zeitschriften. Etwa ein Drittel der Klasse liest täglich. Für viele Kinder sind Fernseher und Gameboy wichtige Medien. Montags sprechen die Kinder im Morgenkreis über das Wochenende; viele erzählen, dass sie in ihrer freien Zeit hauptsächlich Computer gespielt oder ferngesehen haben. Dabei ist der Lehrerin aufgefallen, dass die Schüler auch Sendungen schauen, die für ihr Alter gar nicht geeignet sind.

Rezipiert werden ihrer Beobachtung nach sehr viele Trickfilme, in denen „viel gekämpft wird“, besonders Angebote von RTL2 und Pro7. Der Lehrerin zufolge sind es allem jene Schüler, die in der Schule eher schwächere Leistungen erbringen, die „Die Schlauerer“ schauen *Die Sendung mit der Maus* und *Löwenzahn*. Nach Meinung der Lehrerin bringen jene Schüler gute Leistungen, die Bücher favorisieren und wenig Zeit vor dem Fernseher verbringen. Daher haben sie auch wenig Wissen über das mediale Angebot und konnten sich nach Aussage der Lehrerin in der Gruppendiskussion nicht zum Thema äußern.

Sie zeigt sich überrascht, dass gerade die schlechteren Schüler, die zumeist aus Familien stammen, in denen sich die Eltern wenig um ihre Sprösslinge kümmern, sich die Namen bestimmter Figuren gut merken können.

Die Lehrerin hat beobachtet, dass die Kinder auf dem Schulhof auch mit ihren Gogos, wobei es vor allem darum geht, dass einer „immer mehr haben muss als der andere. Der, der am meisten hat, hat dann auch die meisten Freunde. Es gibt oft Streit deswegen.“ Die Kinder bringen oft Merchandising-Artikel mit in die Schule. Dabei werden vor allem Sticker und Gogos getauscht. Die Pädagogin hat beobachtet, dass einige Schüler die Produkte nur um des Besitzes Willen haben, damit aber eigentlich gar nichts anfangen können.

### *Marken und Werbung*

Die meisten Schüler in der Klasse von Frau Hendriks sind an Marken eher uninteressiert. Vereinzelt sind Schüler darunter, für die Marken eine Rolle spielen. Das werde aber auch durch die Eltern gefördert. Die Lehrerin glaubt, dass die Kinder diese Produkte als „Ersatzbefriedigung“ brauchen, weil sich die Eltern nicht richtig kümmern. Eines dieser Kinder, ein Junge, kommt jeden Tag, um mit der Lehrerin zu kuscheln. Er braucht ihrer Ansicht nach die Nähe, weil es ihn „nicht glücklich (macht), dass er alles im Überfluss hat.

Er ist nicht unbedingt stolz, dass er das hat, er verschenkt das dann auch. Er hat auch viele Artikel aus dem Fernsehen.“

Die Funktion von Marken sieht sie darin, dass die Produkte teuer sind und den Kindern so die Möglichkeit gegeben wird, sich „hervorzutun“. Die Schüler wissen vor allem von den Älteren oder durch die Werbung, das Fernsehen und Zeitschriften, was gerade „in“ ist. Wenn sie etwas im Fernsehen sehen, „dann muss es ja gut sein“, formuliert die Pädagogin die Denkweise der Kinder.

### *Medienerziehungskonzept*

Mit den Schülern spricht die Lehrerin „viel über Fernsehsendungen“. Sie versucht auch, den Kindern bestimmte Angebote (z.B. *Löwenzahn*) näher zu bringen. Dabei erhält sie aber wenig Resonanz. Frau Hendriks bringt auch Bücher in den Unterricht mit, um daraus vorzulesen.

### **1.3 Dritte Klasse (A)**

In der dritten Klasse nahmen 28 Kinder (14 Mädchen, 14 Jungen) an dem Gruppengespräch teil.<sup>1</sup> Die Schülerinnen und Schüler beteiligten sich mit Freude an der Diskussion und zeigten großes Interesse am Thema. Als Wortführer stellte sich Marvin heraus. Nach dem Gruppengespräch baten einige Mädchen eine Interviewerin, mit ihnen das „Kristallica“-Spiel aus der *Toggo-Show Super Toy Club*<sup>2</sup> zu spielen.

### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Laut der Klassenlehrerin, Frau Herz, spielen die Medien eine wichtige Rolle im Alltag ihrer Schüler. Dabei steht besonders das Fernsehen im Mittelpunkt. Die Pädagogin weiß, dass manche Kinder auch das Internet nutzen und Computerspiele spielen, weil die Kinder sich auch darüber unterhalten. Der Gameboy ist bei den Drittklässlern ebenfalls sehr beliebt. In ihrer Klasse befinden zum einen richtige Leseratten, zum anderen aber auch solche Kinder, die sich gar nicht für Bücher interessieren.

Aufgefallen ist ihr, dass Kinder Medieninhalte nachspielen: „(...) solche Sachen, die publik gemacht worden sind. *Harry Potter*, irgendwelche Zeichentrickserien, irgendwelche Figuren. Diese Gogos, Klebebildchen“.

---

<sup>1</sup> Klassenlehrerin anwesend, nahm aber keinen Einfluss auf die Diskussion und ihre Inhalte.

<sup>2</sup> Spielshow, die samstags läuft und von David Wilms moderiert wird. Es gibt zwei Teams: vier Jungen gegen vier Mädchen spielen vier spannende Spiele. (vgl. [www.superrtl.de](http://www.superrtl.de))

### *Marken und Werbung*

Welche Marken bei den Kindern gerade im Trend liegen, weiß sie nicht genau, verweist aber auf die Beliebtheit der Gogos. Auch *Harry Potter* ordnet sie eine wichtige Stellung zu:

„Grade so Kinofilme, die grad laufen, darüber wird gesprochen, da möchte man davon was haben. Da will man auf irgend 'ne *Harry Potter* Party gehen oder man will das Buch haben oder möchte da irgendwelche Figuren haben oder auch so Klebebildchen von irgendwelchen Fernsehserien, die laufen.“

Die Kinder wissen, was gerade angesagt ist, weil sie darüber sprechen und auch sehen, was die anderen „spielen und anhaben“. Die Lehrerin glaubt, dass sie beim Einkaufen Trends entdecken, aber auch durch das Fernsehen und die Werbung darüber informiert werden. Sie verweist auch auf die Schnelllebigkeit mancher Angebote wie beispielsweise *Pokémon*: „Da spricht heute kein Kind mehr davon.“ Aufgefallen ist ihr auch, dass sich an die Trends anpassen und diese auch übernehmen:

„Ich denke, die gehen da heute sehr schnell mit und sehen, was die anderen haben und wollen das auch. Auch mit Klamotten, das ist schon viel. Gameboy ist natürlich „in“, Handys, Spiele auf dem Handy, wie die aussehen, was das für Handys sind.“

Ihrer Ansicht nach sind Merchandisingangebote wie Figuren und Sticker für die Kinder wichtig. Ihre Schüler nehmen oft Murmeln oder Gogos in ganzen Kisten mit in die Schule. „Dann beschwerten sich die Kinder, dass ihre Schultasche so schwer ist. So ein Teil hat sicher zwei Kilo und das schleppen sie überall mit und sie merken sofort, wenn ein Teil fehlt. Das find ich sehr interessant.“ Beim Tauschen kommt es auch öfter zum Streit; manchmal verschwinden Murmeln oder Gogos, und „da geht's manchmal heiß her“. Die Lehrerin mischt sich jedoch nicht in die Auseinandersetzung der Kinder ein, sondern möchte, dass die Kinder diese Konflikte selbst lösen.

### *Medienerziehungskonzept*

Bücher hält die Pädagogin für geeignete Medien. Der Phantasie kann dabei freier Lauf gelassen werden. Die Kinder üben das Lesen und bekommen so ihrer Meinung nach auch „Ahnung von Schrift“. Bücher können ihrer Ansicht nach die „Ausdrucksweise der Kinder verbessern“. Auch dem Internet gegenüber ist die Lehrerin positiv eingestellt, weiß aber, dass nicht alle Kinder Zugang haben.

Fernsehen findet sie am wenigsten geeignet, „weil die Berieselung zu groß ist und die Gefahr, dass die Kinder sich da einfach davor setzen und gar nicht merken, was sie sich da alles antun.“ Störend findet sie auch die vielen Werbeunterbrechungen. Die Sendungen haben für sie auch nicht mehr die Qualität, die sie früher hatten. „Es gibt kaum 'ne Zeichentrickserie, die mir gefällt.“ Für sie ist zu viel Gewalt in den Serien enthalten. Die

Kinder spielen ihrer Meinung nach auch gern solche Inhalte nach und werden dabei selbst aggressiv. Auch die Sendezeiten findet sie oft nicht richtig. Es gibt viele Sendungen, die zwar tagsüber laufen, aber für Kinder eigentlich nicht geeignet sind, wie beispielsweise Talkshows:

„Es gibt halt leider Gottes viele Eltern, die nicht sehr viel Zeit haben oder denen es vielleicht auch gleichgültig is’, was die Kinder gucken, und da ist Fernsehen wirklich ’ne Gefahr.“

Sendungen, die sie positiv bewertet, sind Kindernachrichten, *Sendung mit der Maus* und das *Sandmännchen*. Beim Angebot der Privatsender fehlt ihr der „Lernfaktor“.

Mit ihren Schülern spricht die Lehrerin manchmal über Nachrichten. Das Thema Werbung wird „sowieso mal besprochen“. Darauf ist die Lehrerin schon gespannt, weil sich die Kinder „da schon ganz gut auskennen“.

Könnte Frau Herz selbst Kinder- und Jugendprogramme gestalten, würde sie ihr Augenmerk darauf legen, dass „die Kinder was aus der Welt erfahren“; am besten in kindgerechten Nachrichten. Auch die Unterhaltung sollte im Programm nicht zu kurz kommen. Wichtig wäre für sie auch, dass „Gewalt nicht so verherrlicht wird“. Verzichten würde sie auf Aspekte, die die jungen Zuseher „beeinflussen“, wie zum Beispiel religiöse Inhalte. Sie könnte sich auch vorstellen, dass sie Werbung zeigt, „vielleicht in Maßen“.

Die Lehrerin zeigt sich offen für die Medienerlebnisse der Kinder. Gelegentlich teilen sie sich ihr mit und erzählen, was sie im Fernsehen gesehen haben, oder bringen ein Hörspiel mit. Mitunter werden auch Ausschnitte aus Büchern gelesen. Manchmal wird auf Wunsch der Kinder auch ein Videofilm rezipiert.

#### **1.4 Fünfte Klasse (A)**

An dem Gruppengespräch der 5. Klasse beteiligten sich 19 von 22 Kindern (zehn Jungen und neun Mädchen). Drei Kinder dürften nicht an der Diskussion teilnehmen. Die Klasse zeigte sich sehr interessiert an der Thematik. Die Kinder kannten sich auf dem Gebiet der Medien und Merchandisingprodukte gut aus. Wortführer waren Salvatore und Dominik bei den Jungen sowie Virginia, Lisa und Nadine bei den Mädchen. Diese Jungen und Mädchen

bilden offensichtlich eine Peer-Group, da in der Klasse eine große Homogenität bezüglich der Meinungen und Themen vorherrschte.<sup>3</sup>

### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Die Klassenlehrerin, Frau Krause, hat beobachtet, dass die Medien – und insbesondere das Fernsehen und Computerspiele – im Alltag der Schülerinnen und Schüler einen „ganz großen“ Stellenwert einnehmen. Letztere spielen ganz besonders für die älteren Schüler eine Rolle. In der Klasse gibt es einen Computer, „und das ist das Größte, wenn sie da dran dürfen. Aber vorwiegend Jungs. Die Mädchen sind wesentlich zurückhaltender“. Meist recherchieren die Jugendlichen auch im Internet zu Themen, die in der Schule behandelt werden.

Die Lehrerin ist der Meinung, dass die türkischen Kinder mehr Zeit vor dem Fernseher verbringen würden und mehr auf Satelliten-Programme zurückgreifen, als ihre deutschen Altersgenossen. Gelesen wird in der Klasse wenig. Von ihrem Schüler Dominik weiß die Lehrerin, dass er derjenige in der Klasse ist, der am meisten liest. Zum Gruppengespräch merkt sie hinterher im Interview an:

„Die anderen haben sehr viel angegeben mit diesen Büchern, das ist nicht wahr. Der am meisten angegeben hat, der liest am Schlechtesten. Der erzählt immer, er liest das und das, aber das stimmt gar nicht. Fernsehen wird viel mehr geguckt.“

Generell schauen die Kinder Musiksender und RTL 2, weiß die Pädagogin aus Erzählungen der Schüler, aber auch Serien wie *Pokémon*, Soaps wie *Unter uns* oder Boulevardmagazine wie *Explosiv*. Zudem interessieren sich die Kinder momentan für Kampffilme sowie für Formel 1.

Dass die Kinder Medieninhalte nachspielen, ist Frau Krause bisher nur bei einem Schüler aufgefallen, der bei dem Klassengespräch jedoch nicht anwesend war. Der Junge ist nicht besonders gut in die Klasse integriert. Die Lehrerin hält ihn jedoch für intelligent.

### *Marken und Werbung*

---

<sup>3</sup> In der fünften Klasse stellte es sich als schwierig heraus, Probanden zu finden, da viele Eltern kein Interesse an der Untersuchung hatten und nicht bereit waren, ein Gespräch mit den Interviewern zu führen. Außerdem kamen kaum ausgefüllte Rückmeldebögen zurück. Mit Hilfe der Klassenlehrerin konnten aber schließlich drei Probanden gefunden werden. Die Klassenlehrerin war auch hier während des Gesprächs anwesend.

Frau Krause zufolge sind Marken für die Schüler vor allem im Zusammenhang mit Bekleidung von Bedeutung. Diese ermöglichen es ihnen zu erkennen, „wer wie viel Geld hat“. Mit Ausnahme von zwei Schülern spielen Marken in ihrer Klasse eher eine untergeordnete Rolle. Deren Eltern sind „Geschäftsleute und die haben auch sehr viel Geld. Die sind auch sehr verwöhnt.“

Woher die Kinder wissen, was gerade angesagt ist, kann sie nicht ganz nachvollziehen. Sie weiß aber, dass gewisse Geschäfte diese Markenartikel verkaufen. Wer im Trend sein will, muss dort einkaufen.

Gogos sind in der Klasse von Frau Krause momentan kein Thema, eher in den dritten und vierten Klasse. Beobachtet hat die Lehrerin, dass über eine bestimmte Zeit „Bildchen“ getauscht wurden: „Sie haben ja heute auch gehört, das machen nur zwei. Auch die beiden sind nicht wirklich Tauscher.“ Vor einiger Zeit waren die Schüler ganz begeistert von *Pokémon*. Es gab einige Schüler aus der siebten Klasse, die richtige Fans waren. Die Kinder hatten Karten und Spiele und haben diese untereinander getauscht. Diese Tauschaktionen arteten aber aus:

„Wenn einer 'nen *Pokémon* verloren hat und haben da gesagt, die Bildchen, die sind ja mehre Tausend Mark wert und da hat einer den anderen ausgetrickst und hat ihm das Bildchen abgenommen. Da sind dann die Eltern aufeinander los. In dem Schuljahr hat das wirklich 'ne Rolle gespielt.“

Sie sieht einen Zusammenhang zwischen der Abnahme von Merchandisingprodukten und der gestiegenen Arbeitslosigkeit der Eltern: „Aber da fließt das Geld nicht mehr. (...). Ich hab 'ne ganze Menge Kinder, die nicht sehr wohlhabend sind.“

### *Medienerziehungskonzept*

Frau Krause hat ihren eigenen Angaben nach wenig Wissen, was im medialen Bereich gerade für Kinder angeboten wird. Für geeignet hält sie tschechische Filme. Daran schätzt sie, „dass es nicht diese verzerrten, unrealistischen Sachen sind, sondern das könnte auch ein Buch sein.“ Die Angebote von RTL 2 goutiert sie gar nicht: „Die sind blöd, dumm gemacht.“ Auch der Serie *Unter uns* kann sie nichts Positives abgewinnen. Sie kritisiert die schlechten Schauspieler und die schlechte Aufbereitung der Sendung. Ein Mal hat sie sich *Pokémon* angeschaut: „Das versteh ich überhaupt nicht, wie man sich das angucken kann, wie man damit seine Zeit verplempern kann.“ Daran kritisiert sie, dass jemand, der vorher böse war, sich zum Guten wandeln kann. Sie kann sich allerdings vorstellen, dass die Kinder von der Sendung fasziniert sind.

Könnte die Lehrerin Kinder- und Jugendprogramme gestalten, würde sie darauf achten, dass die Kinder daran auch Spaß haben. „Übertriebene Gewalt“ würde sie aus dem

Angebot nehmen: „Die müssen einfach lernen, dass sie, wenn sie erwachsen sind, für die Gewalt bestraft werden. Wenn die da so rein wachsen, dann finden die das nicht schlimm, dann finden die das wie ein Kavaliersdelikt. (...) Ich denke mir, Kinder, die das von zu Hause sehen, sind besonders aggressiv, weil das so normal is’.“ Sie glaubt auch, dass Kinder, die immer wieder Gewalt im Fernsehen sehen, diese irgendwann als „normal“ empfinden.

Im Unterricht setzt Frau Krause Fernseher und Computer, aber auch Videos ein. Über Fernsehangebote hat sie im Unterricht noch nie gesprochen, da sie nach eigenen Angaben nicht genug darüber weiß und sich offenbar auch nicht darüber informieren will: „Da ist mir die Zeit oft zu schade, mich selbst davor zu setzen.“

### 1.5 Siebte Klasse (A)

In der 7. Klasse nahmen alle 25 Schüler (14 Jungen, elf Mädchen) an dem Gespräch teil. Elf Kinder sind elf türkischer Herkunft. Die Gesprächssituation gestaltete sich aufgrund der eher ablehnenden Haltung der Jugendlichen deutlich schwieriger als den unteren Klassen. Vor allem die Jungen gaben sich betont „cool“ und zum Teil auch respektlos gegenüber ihren Mitschülerinnen. Offenbar hatte der Klassenlehrer die Jugendlichen über das Thema der Studie (falsch) informiert. Diese gingen davon aus, dass es hauptsächlich um *Pokémon* ginge, was sie für ihr Alter wohl als kindisch und unpassend empfanden.<sup>4</sup> Der Lehrer war bei der Diskussion nicht anwesend.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Der Klassenlehrer, Herr Frankeburg, hat beobachtet, dass montags vor dem Unterricht das Wochenende aufgearbeitet wird und dabei „das Fernsehen eine wichtige Rolle spielt. Wenn das Wetter am Wochenende schlecht war, kommen sie im Montag mit sehr viel aufgetauter Aggressivität in die Schule. Dann saßen sie wahrscheinlich das ganze Wochenende vor dem Fernseher. Ich glaube, dass die Kinder so um die vier bis fünf Stunden fernsehen.“ Dabei favorisieren die Schüler seiner Klasse Talkshows, *Stefan Raab* und gelegentlich auch Action-Filme. Die Jungen spielen zwar keine Fernsehinhalte nach, imitieren aber die Sprache von *Erkan und Stefan*. Dabei spielt es aber nach Aussage der Pädagogen keine Rolle, ob die Schüler deutscher oder türkischer Abstammung sind. Die

---

<sup>4</sup> Auch in dieser Klasse war die Bereitschaft, an den Einzelinterviews teilzunehmen, sehr gering. Nur mit viel Mühe konnten drei Probanden eruiert werden.

Mädchen dagegen imitieren die Talkshow-Moderatorin *Arabella*. Sie interessieren sich auch generell nach Beobachtung des Lehrers mehr für Talkshows als die Jungen.

An erster Stelle steht bei den Jugendlichen der Fernseher, gefolgt vom Computer. Zeitungen und Zeitschriften wird seiner Meinung nach keine Aufmerksamkeit geschenkt. Allerdings zeigte im Gruppengespräch, dass gerade Jugendzeitschriften in dieser Altersgruppe eine große Rolle spielen.

### *Marken und Werbung*

In der Klasse von Herrn Frankeburg gibt es Kinder, die besonders im Bereich der Mode auf Marken achten. Jene Schüler möchten immer Vordergrund stehen und seien „von sich eingenommen“. Das bedeutet aber nicht, dass sie dann von den anderen auch tatsächlich angenommen werden. Die türkischen Kinder sind seiner Meinung nach von Marken weniger beeinflusst als die deutschen. Im Bereich der Mode ist momentan die Marke *Fishbone* im Trend. Hinsichtlich des Fernsehens sind bei den Jugendlichen Comedy-Shows wie *Stefan Raab*, *Stefan und Erkan*, Personen wie *Thomas Gottschalk* und *Günther Jauch* sowie „alle Akteure von Talkshows“ besonders angesagt. Der Pädagoge vermutet, dass diese Formate die Jugendlichen besonders ansprechen, weil die Ausdrucksweise der Moderatoren jener der Schüler sehr nahe kommt und weil in den Sendungen „alles auf die Schippe“ genommen wird und die Aufbereitung jugendgerecht ist. Der Lehrer vermutet, dass die Kleidung, „die Rolle und die Aufmachung der Moderatoren“ besonders für die Mädchen wichtig ist.

Die Schüler wissen nach Bewertung des Lehrers hauptsächlich aus dem Fernsehen und von ihren Mitschülern, was gerade „in“ ist. Auch die Werbung spielt dabei eine Rolle und das besonders bei jenen Schülern, die viel Zeit vor dem TV-Gerät verbringen.

### *Medienerziehungskonzept*

Herr Frankeburg ist der Ansicht, dass die Schüler generell mehr lesen sollten. Das reklamiert er vor allem für die türkischstämmigen Jugendlichen, die die deutsche Sprache nur bedingt beherrschen:

„Sie lesen ja keine deutschen Zeitungen. Sie schauen auch keine deutschen Fernsehprogramme, schauen den türkischen Kanal, den sie via Satellit empfangen. Das ist ein riesen Nachteil, den man auch in der Schule merkt. (...) Die müssten viel mehr lesen, auch wenn es die *Bravo* ist, bis hin zum Deutschen Fernsehen. Ich würde Sendungen empfehlen, die am Zweiten Programm zwischen 19.30 und 20.15 laufen.“

Gelegentlich unterhält er sich mit ihnen auch über Talkshows. Dabei geht es um Themen wie ‚Gewalt‘ und ‚Freundschaft‘, selten dreht sich das Gespräch um ‚Sexualität‘. Nach



dem Wochenende unterhält sich der Lehrer „schon mal über einen Film“. Er hat bemerkt, dass diese Gespräche für die Kinder wichtig sind. Er berichtet, dass ihm einer seiner Schüler zwei Stunden lang hinterher gelaufen sei, um ihm zu erzählen, was er am Vorabend im Fernsehen gesehen hatte.

## **2 Standort B**

### **2.1 Profil der Grundschule (B)**

Das Gymnasium in B besuchen 734 Schülerinnen und Schüler: 404 Mädchen und 330 Jungen in 33 Klassen. Insgesamt sind 54 Lehrerinnen und Lehrer am Gymnasium tätig. Es gibt nach Aussagen der Schulleitung keine ausländischen Schüler an der Schule. Das Einzugsgebiet ist das Randgebiet einer ostdeutschen Großstadt, gekennzeichnet durch ländliche Bereiche, Neubaugebiete, kleinstädtische Struktur. Die Gymnasiasten stammen aus unterschiedlichen sozialen Anregungsmilieus. Das Gymnasium besteht in der jetzigen Form seit Anfang der neunziger Jahre. Es gibt einen mathematisch-naturwissenschaftlichen und einen sprachlichen Zweig. Medienarbeit wird in der Video-AG praktiziert.

### **2.2 Erste Klasse (B)**

An dem Klassengespräche nahmen 18 (10 Mädchen, 8 Jungen) von insgesamt 22 Kindern teil. Mit einigen Ausnahmen beteiligten sich die Kinder rege am Gespräch und schienen durchweg interessiert an der Thematik. Das Gesprächsklima war angenehm. Die Klassenlehrerin befand sich während der Diskussion im Raum, hielt sich aber sehr im Hintergrund.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Der Klassenlehrerin, Frau Wagner, zufolge verbringen die Kinder bereits vor Schulbeginn und am Nachmittag viel Zeit vor dem Fernseher. Sie glaubt, dass der Fernseher bei den Kindern in der Rangliste der genutzten Medien ganz oben steht. In ihrer Klasse hat sie aber den Eindruck, dass die Schüler ihre Freizeit eher draußen verbringen. Gespräche über Sendungen sind ihr noch nicht so richtig aufgefallen. Was den Kindern gerade wichtig ist, merkt sie eher an den Stickeralben, wobei sie feststellt, dass die Themen regelmäßig wechseln: „aber das ist ein halbes Jahr und dann ist wieder was anderes aktuell.“

Ebenso wenig konnte sie beobachten, dass Kinder Medieninhalte nachspielen. Lediglich bei einem ihrer Schüler, der hyperaktiv und deswegen in ärztlicher Behandlung ist, ist ihr aufgefallen, dass er manchmal „Geisel nehmen“ auf dem Schulhof spielt.

### *Marken und Werbung*

Die Funktion von Marken bringt die Pädagogin zuallererst mit Geld in Verbindung. „Blöd“ findet sie es daher auch, „dass sich die Kinder mit irgendjemand identifizieren, dass sie aus ihrer eigenen kindlichen Rolle rausgehen sollen. Wenn sie sich zum Beispiel mit *Harry Potter* identifizieren ... Man kann nicht zaubern, das ist 'ne Wunschwelt, die Kinder nie erreichen können. Und dann trösten sie sich mit diesen Figuren, aber es ist nur Geldschneiderei.“

Bei den Mädchen sind *Barbie*-Puppen, *Diddl*, *Pokémon* und *Polly Pocket* in. Frau Wagner zufolge zeigen sich die gegenseitig nicht, was sie besitzen und protzen damit auch nicht herum.

Kinder müssen nach Meinung der Lehrerin immer wissen, was „in“ ist, weil sie sonst nicht mitreden können. Frau Wagner hat beobachtet, dass die Kinder ihre Stickerhefte nur mitnehmen, damit „die Großen sehen, dass die Kleinen das auch haben“.

### *Medienerziehungskonzept*

Für sehr geeignet hält die Lehrerin Zeitschriften. Sie findet es gut, wenn die Kinder durch Lesen lernen. Internet oder Fernsehen würde sie zur Wissensvermittlung nicht einsetzen, weil „die Kinder selber Erfahrungen sammeln (sollen). Wenn sie vor dem Internet oder Fernseher setzen, dann konsumieren sie ja nur“. Daher wünscht sie sich auch mehr Kindersendungen mit „Lerneffekt, so was wie *Löwenzahn* oder *Sendung mit der Maus*. Das Angebot von KI.KA findet sie ebenfalls gut.

Gewalt in den Programmen lehnt sie ab. Ihrer Meinung nach geht es „immer um töten und Geisel nehmen“. Sie glaubt auch, dass besonders jene Kinder davon angesprochen werden, die aus problembelasteten Familien stammen. Sie zeigte sich nach dem Gruppengespräch bestürzt, dass die Kinder wüssten, was „Attacken“ sind und diese auch „toll“ finden. Sie möchte das Thema in nächster Zeit aufgreifen: „Da frag ich mal, ob sie das schön finden, wenn jemand gegen sie 'ne Attacke macht.“

Das Thema Medien wurde lediglich im Zusammenhang mit Tagesabläufe der Kinder besprochen. Bisher wurde von den Schülern auch noch nicht der Wunsch geäußert, über Medien oder Inhalte zu sprechen.

Wenn die Kinder mitunter Figuren in die Schule mitbringen, dann stellt die Lehrerin diese auf das Lehrerpult, damit diese von dort auf die Kinder „aufpassen“ können. Sie findet jedoch, dass diese Produkte im Unterricht nichts zu suchen haben. Den Schüler erklärt sie, dass sie es sich gut überlegen sollen, wenn sie ihre Dinge mit in die Schule bringen,

„wenn's weg ist oder kaputt ist, dann ist großes Geschrei“. All zu oft sei das aber noch nicht vorgekommen.

### 2.3 Dritte Klasse (B)

An dem Gruppengespräch in der dritten Klasse nahmen alle 25 Schüler (13 Mädchen, 12 Jungen) teil. Auch in dieser Klasse herrschte ein angenehmes Gesprächsklima. Die Kinder waren bei der Sache und schienen großen Spaß am Gespräch zu haben. Hier zeigten sich Michael und Mercedes deutlich als Wortführer in der Diskussion. Einige Kinder meldeten sich kaum oder gar nicht zu Wort. Die Lehrerin war während des Gesprächs im Klassenzimmer, beteiligte sich aber nicht daran und nahm auch keinen Einfluss auf den Gesprächsverlauf.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Medien nehmen laut der Klassenlehrerin Frau Falkenhuber einen großen Stellenwert ein. Die Kinder bringen den Gameboy mit in die Schule und sprechen vor dem Unterricht häufig über „die letzten Folgen von Trickfilmen oder Fernsehsendungen“. Die Kinder versuchen so, den anderen zu zeigen, dass sie sich da auskennen und mitreden können. Die Mädchen sprechen ihrer Beobachtung nach eher selten über Gesehenes. Wenn, dann sind Serien wie *Sabrina* oder *Sailormoon* ein Gesprächsthema. Das Fernsehen steht im Alltag der Kinder an „erster Stelle“, da sie zu diesem Medium den leichtesten Zugang haben. Internet wird von den Eltern noch kontrolliert. Die Lehrerin weiß, dass viele Kinder einen eigenen Apparat im Zimmer haben. Viel genutzt wird ihrer Ansicht nach das Vorabendprogramm, früher *Pokémon* und *Digimon* und jetzt *DBZ*.

Die Lehrerin hat beobachtet, dass sich das Wetter am Wochenende auf die Mediennutzung und auf das Verhalten der Kinder am Montag in der Schule auswirkt:

„Es gibt die schönen Wochenenden, wo die Kinder meistens draußen sind. Die sind am Montag ganz ausgeruht und ausgeglichen. Wenn Regenwetter war, und die Kinder haben das ganze Wochenende vor dem Fernseher gesessen, dann sind sie richtig rappelig und kriegen sich kaum ein.“

Aufgefallen ist ihr auch, dass die Kinder Gesehenes im Spiel verarbeiten bzw. Szenen aus dem Fernsehen nachspielen.

„Das findet meistens im Unterrichtsraum in den kleinen Pausen statt, und dort pass' ich schon auf, dass das nicht passiert. Weil die meisten dann mit Schlagen und Treten und Kickboxen, in den meisten Sendungen eine große Rolle spielt und wenn die das im Unterrichtsraum machen, dann können schon Verletzungen entstehen und das möchte ich nicht. Deswegen schreit ich dort fast von Anfang an ein. Auf dem Schulhof spielt das keine Rolle. Eher in kleinen Grüppchen.“

### *Marken und Werbung*

Die Pädagogin konnte beobachten, dass Markenbekleidung „registriert“ wird und die Kinder auch in das lokale Einkaufszentrum gehen, um „bestimmte Figuren, Spielteile oder *Legó*“ zu kaufen. Dabei „spielen sich die Kinder auch gegeneinander aus“, indem sie darüber reden, wer sich was gekauft hat und wer die allerneuesten Produkte besitzt. Dadurch würden sich andere Kinder unter Druck gesetzt fühlen, diese Dinge ebenfalls zu kaufen: „Weil jeder möchte einmal der sein, der das als Erster in der Gruppe weitergibt, wenn was Neues kommt.“ Bei manchen Schülern zeigt sich aber schon ganz deutlich, dass die Eltern das zu regulieren versuchen oder sie einfach nicht die finanziellen Mittel dazu haben.

Relativ selten bringen die Schüler Merchandising-Artikel mit in die Schule. Zumeist dann, wenn ein neues Produkt auf dem Markt ist. Fanzeitschriften und Sticker gehören dabei zu den Tauschmaterialien, Figuren sind hingegen selten in den Schultaschen zu finden.

Kinder, die Markenartikel besitzen, stammen nach Beobachtung der Lehrerin aus „höher gestellten Familien“. Besondere charakterliche Merkmale konnte sie nicht feststellen. Im „Mittelstand“ sind diese Kinder nicht zu finden, da „der an sich sehr vernünftig eingestellt“ ist. Bemerkenswert findet die Lehrerin, daher auch, dass einer ihrer Schüler (Michael) aus einer Familie kommt, die ihr Einkommen von der Sozialhilfe bezieht, und sich trotzdem Markenprodukte leisten kann.

### *Medienerziehungskonzept*

Ein für Kinder geeignetes Medium sieht die Lehrerin im Internet, relativiert aber, dass dort viele Seiten seien, die für Kinder besser unzugänglich wären. Der Vorteil am Internet ist für sie, dass man auf Informationen für die Schule und für Vorträge zurückgreifen kann. „Deswegen find ich es auch gut, wenn in zunehmendem Maß Computer an die Schule kommen. Weil das dazugehört. Das ist Alltag.“ Wünschen würde sie sich, dass „naturkundliche Sendungen aufgezeichnet werden“ und man die Möglichkeit hätte, diese mit den Kindern anzusehen. Die Schüler sollen sehen, dass es neben Trickfilmen noch andere Arten der Aufbereitung gibt.

Nicht kindgerecht findet Frau Falkenhuber insbesondere die Angebote von Super RTL, weil darin zu viel Gewalt vorkommt und damit dem Weltbild widerspricht, das die Lehrer an der Schule den Kindern vermitteln wollen:

„Benutze deinen Mund, bevor du deine Hand benutzt. All das wird dort nicht gezeigt, dort kann man alles in die Luft sprengen und vernichten. Die Kinder sehen nicht schwarz-weiß. Die denken, dass ist Alltag und das gehört dazu und da will ich auch mal so sein.“

Generell findet sie Trickfilme als ungeeignet, besonders jene, „die von keiner Seite kontrolliert werden und nur gezeigt werden, weil's Profit bringt und Gewaltszenen in einem fort folgen.“ Darüber hinaus schreibt sie der Machart von Zeichentrickangeboten negative Wirkungen zu: „Das rast, das flimmert, die Kinder werden nervös.“

Sendungen, die ihrer Meinung nach kindgerecht aufgebaut sind, sind *Sendung mit der Maus* und *Löwenzahn*. „*Toggo* von KI.KA“ bewertete sie positiv. Anzumerken ist hierbei allerdings, dass *Toggo* ein Angebot von Super RTL ist, dessen Angebot sie wie oben erwähnt, gar nicht schätzt.

Könnte die Lehrerin Kinder- und Jugendprogramme selbst gestalten, würde sie „mehr Sachsendungen“ zeigen, „Dinge erklären und wenig Fremdwörter“ verwenden.

Wenn die Kinder den Gameboy mit in die Schule nehmen, dürfen sie diesen nur noch während der Frühstückspause benutzen. Das findet sie besser, als die Schüler den Gameboy mit auf den Schulhof nehmen zu lassen. Denn falls dabei etwas kaputt geht, kommt es zu Problemen mit den Eltern. Eigentlich sind Gameboys an der Schule verboten, da aber viele Kinder im Hort sind, drückt die Lehrerin dabei schon mal ein Auge zu.

Medienangebote hat sie im Unterricht noch nicht behandelt. Das steht erst am Ende der dritten Klasse auf dem Programm. In einer zweiten Klasse wurde mit den Kindern besprochen, dass Vieles aus der Werbung übernommen wird. Für solche Anlässe greift die Lehrerin auf *Die Flohkiste* zurück. Diese enthält themenbezogene Materialien, die als Erzählanlässe für die Kinder eingesetzt werden. Generell findet sie, dass zu wenig Medienmaterial für den Unterricht angeboten wird.

Von den Kindern selbst kam der Wunsch bisher nicht, Medien oder Medienangebote im Unterricht zu behandeln. Diese Dinge werden allerdings zum Teil montags im Morgenkreis angesprochen. Die Lehrerin lässt die Kinder dann erzählen, „weil es darum geht, sich selber auszudrücken, Erzählungen anzubieten“. Ansonsten hält sich Frau Falkenhuber aus den Gesprächen der Kinder über Medien heraus. Sie findet es gut, wenn sich die Kinder miteinander unterhalten und Dinge nacherzählen.

## **2.4 Fünfte Klasse (B)**

Die Diskussion in der fünften Klasse lief etwas schleppend an, entwickelte sich dann aber zu einem regen Gespräch, an dem sich die meisten Kinder beteiligten. Die Klassenlehrerin war nicht anwesend. Da zwei Schulstunden dafür eingeplant waren, wurde eine kurze Pause in der Mitte eingelegt und danach das Gespräch weiter geführt. Anwesend waren hierbei insgesamt 28 Kinder, davon 19 Mädchen und neun Jungen.

### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Nach Frau Pondaus Beobachtung haben Schüler generell immer das Gefühl, „sie benutzen zu wenig Medien“. In ihrer Klasse gibt es keine „Fernseh-Eulen“. Mädchen lesen Zeitschriften wie *Bravo* oder *Popcorn*. Die Jungen interessieren sich eher für Computer und Gameboy, wobei Strategiespiele wie *Siedler* im Vordergrund stehen. Die Jungen lesen insgesamt weniger als ihre Mitschülerinnen.

Die Lehrerin ist davon überzeugt, dass die Schüler oft an der frischen Luft sind und auch „viel Zeit in außerschulische Aktivitäten, Sportverein, Musikschule“ investieren. Die älteren Schüler gehen ins Kino.

Für die *Pokémon* konnten sich viele Schüler begeistern, was aber „im Vergleich zu den Mittelschülern relativ schnell wieder nachgelassen“ hat. In dieses Fieber verfielen zum Teil auch Schüler aus der sechsten Klasse. Diesem Trend schlossen sich eher die Jungen an, als die Mädchen. Da gab es vielleicht „ein, zwei, die sich mal in Jungskreise schlichen, um mitzudiskutieren“.

Richtig nachgespielt wird aus den Medien in der fünften Klasse nicht. Die Mädchen blättern in den Zeitschriften und unterhalten sich darüber. Besonderes Interesse gilt dabei dem *Dr. Sommer Team*.

### *Marken und Werbung*

Markenrelevanz kann sie in der fünften Klasse noch nicht entdecken. Der Grund liegt für sie darin, dass sie in einem eher „ländlichen Bereich“ leben. Ihre Schüler „diskutieren sehr viel darüber, dass ihnen Charakter wichtiger ist.“ In der Klasse gibt es ein oder zwei Kinder, die markenbewusst sind, „da sind’s weniger die Kinder, das kommt mehr aus dem Elternhaus“. Die Lehrerin hat zum Thema ‚Marken‘ eine Gesprächsrunde veranstaltet und zeigte sich überrascht, dass Marken für ihre Schüler eher nebensächlich zu sein scheinen.

Frau Pondau hat den Eindruck, dass sie bei *Harry Potter* durch die Behandlung im Unterricht den Trend dazu noch verstärkt hat. Zwei ihrer Schüler trugen auch mit T-Shirts mit Motiven von *Harry Potter* drauf. Diese beiden sind „so richtig ins Fieber gefallen, die hatten vom Kalender bis zur Bettwäsche, über Spiele, dies dazu zu kaufen gab in der *Lego*-Reihe, die die Eltern richtig genervt haben.“ Zur Sprache kam das bei dem Elternstammtisch, der alle zwei Monate stattfindet. Diese beiden Schüler stammen aus finanziell gut abgesicherten Elternhäusern und sind Einzelkinder, die in ihrem Verhalten nicht auffällig sind.

Da das Buch von *Harry Potter* in der Klasse im Deutschunterricht behandelt wurde, waren die Schüler auf den Kinofilm schon sehr gespannt. Dabei interessierte sie, wie bestimmte Dinge darin umgesetzt wurden, wie etwa das Quidditch-Spiel<sup>5</sup>.

Bei Schreibwaren hat sie festgestellt, dass *Diddl*-Produkte gerade bei den Jüngeren besonders im Trend liegen und sehr verbreitet sind.

Sie glaubt, dass die Schüler aus dem Fernsehen und vom Angebot in den Läden wissen, was gerade im Trend liegt. Die Rolle der Werbung kann sie nicht einschätzen.

### *Medienerziehungskonzept*

Im Unterricht arbeitet Frau Pondau zumeist mit „Druckerzeugnissen“, wie Zeitschriften und Bücher. Dabei spricht sie mit den älteren Schülern über die Umsetzung in andere Medienbereiche (z.B. Buch und Video von *Effi Briest*). Hörfunk bezieht sie kaum in den Unterricht ein. Ins Theater geht sie mit ihren Schülern dagegen oft.

Im Geschichtsunterricht zeigt sie Videos über historische Ereignisse. Zuweilen unterrichtet sie fächerübergreifend Geschichte und Deutsch. So liest sie mit ihren Schülern im Deutschunterricht *Im Westen nichts Neues* und zeigt parallel in der Geschichtsstunde ein Video über den „Stellungskrieg oder Ähnliches“.

In der fünften Klasse hat sie ihren Schülern einen *Asterix*-Film gezeigt und diese dann untersuchen lassen, ob historische Aspekte korrekt wieder gegeben wurden und warum das in einem Zeichentrickfilm nicht immer so sein muss.

Aus der Erfahrung heraus, dass Schüler zu wenig lesen, hat sie ihnen angeboten, *Harry Potter* im Unterricht zu behandeln. Die Hälfte der Kinder kannte das Buch schon, ging aber auf den Vorschlag der Lehrerin ein. Die Schüler, die *Harry Potter* bereits gelesen hatten, bekamen Sonderaufgaben. Manche Eltern waren davon aber wenig begeistert:

„Hab natürlich dort von Eltern große Schelte eingehandelt, weil ich dafür gesorgt hatte, dass die Begeisterung nun so um sich griff, dass inzwischen zwei Drittel der Klasse alle Bände sogar besitzt. Und das eine Drittel hat zumindest bis zum dritten Band auch gelesen. Der letzte, das ist ne Erfahrung, die mich sehr verwundert hat, war dann nicht mehr so der Reißer. Da war dann die Luft raus.“

Ein Elternpaar sprach sich strikt gegen „die Behandlung von Harry Potter im Unterricht für ihr Kind“ aus. Die Eltern begründeten diese ablehnende Haltung vor allem aus ihrer

---

<sup>5</sup> Quidditch ist der Nationalsport in der Welt des magischen Volkes. Das Spiel wird auf Besen fliegend in der Luft gespielt. Sieben Personen bilden dabei eine Mannschaft.

religiösen Überzeugung heraus. Außerdem teilten sie der Lehrerin in einem Schreiben mit: „Nur weil das alle oder so viele toll finden, muss man da nicht mitmachen.“

Die Pädagogin erzählt im Einzelgespräch, dass die Schülerin aber trotzdem am Unterricht teilnehmen musste und das Buch gelesen hatte, durfte aber als einziges Kind nicht den Kinofilm sehen: „Ins Kino durfte sie nicht mit. Das war das einzige Kind, das nicht mit durfte.“

Frau Pondau unterrichtet auch die siebte Klasse in Deutsch. Dort hatten die Schüler den Wunsch geäußert, ein Buch aus der *Star Wars*-Reihe zu lesen. Da die Lehrerin sich aber für dieses Genre nicht sehr begeistern kann, hat sie mit ihren Schülern beschlossen, stattdessen den *Herrn der Ringe* im Unterricht zu behandeln.

## 2.5 Siebte Klasse (B)

In der siebten Klasse nahmen 28 Schülerinnen und Schüler am Gespräch teil (15 Mädchen, 13 Jungen). Schon beim Betreten der Klasse und dem Anblick des Stuhlkreises machte sich brachten die Jugendlichen ihre ablehnende Haltung zum Ausdruck: „Wäh, Psychogespräch“. Die Diskussion lief sehr schleppend an und gestaltete sich wegen der negativen Einstellung während der gesamten Zeit als schwierig. Die Schüler zeigten offen ihr Desinteresse an der Thematik und gaben sich betont lässig. Der Klassenlehrer war bei diesem Gespräch nicht anwesend.<sup>6</sup>

### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Nach Aussagen des Klassenlehrers, Herr Flockinger, genießen Medien allgemein bei den Schülern einen hohen Stellenwert. Welche Medien für die Jugendlichen allerdings am Wichtigsten sind, kann er nicht beurteilen. Zum einen finden sich Kinder, deren „einzige Freizeitbeschäftigung“ Computerspiele sind, zum anderen gibt es aber auch Schüler, die „professionell“ ein Instrument spielen und daher auch gar keine Zeit haben, viel fernzusehen. Viele Schüler betreiben Sport. Kinder, die nur vor dem Fernseher sitzen, gibt es wenige. Das spiegelt sich ihm zufolge auch in ihren Leistungen wider. Er weiß auch, dass manche Schüler gar keinen Fernsehapparat haben.

### *Marken und Werbung*

Nach Erfahrung des Lehrers spielen Marken für die Schüler eine Rolle. Die Ursache dafür sieht er im Fernsehen und in den Printmedien. Er glaubt, dass es für die Schüler wichtig ist,

---

<sup>6</sup> In den Einzelgesprächen war die Gesprächsbereitschaft bedeutend besser und angenehmer.



„welcher Star welche Klamotten anhat“. Beobachtet hat er auch, dass es „unschick“ ist, wenn man im Sportunterricht nicht mit Markenbekleidung auftaucht:

„Aber ich weiß auch, dass es völlig nebensächlich ist, wenn man genug Persönlichkeit hat, um seine Sache zu verteidigen. Dass es mittlerweile auch wieder schick wird, diesen Markentrend nicht mitzumachen. Ich ermutige sie, ihren individuellen Stil zu finden.“

Der Lehrer ist der Meinung, dass sich jeder selbst für bestimmte Marken entscheidet, da es zu einem Produkt unterschiedliche Marken gibt. Außerdem sind Trend seiner Ansicht nach kurzlebig. Es sei lediglich „eine Frage der Zeit, wie lange so was anhält. Wie lang der und der in einer Sendung zu sehen ist. Wann die Werbung abgesetzt wird. Fest steht, dass das Fernsehen eine wichtige Rolle spielt beim Transport von Marken, nicht umsonst sind die Werbezeiten so teuer. Fest steht auch, dass die Schüler fernsehen.“ Allerdings weiß er von Jugendlichen, die auch ohne Fernseher ein Bewusstsein für Marken entwickelt, beziehungsweise eine Haltung entwickelt haben, aus der heraus sie auf Markenartikel völlig verzichten können: „Die setzen sich auch durch.“

Herr Flockinger kann keine bestimmten Merkmale für jene Schüler nennen, die als besonders markenbewusst auffallen. Dem Lehrer sind jedoch vier unterschiedliche Szenarien vertraut: Familien, die sich die Produkte zwar leisten könnten, ihre Kinder aber anders erziehen möchten. Haushalte, die finanziell in der Lage sind, diese Produkte zu kaufen und das auch tun. Er weiß aber auch von Eltern, die eigentlich das Geld nicht haben, Merchandisingangebote zu erwerben, „aber trotzdem mitmachen“. Und schließlich gibt es jene Familien, deren finanzielle Stellung dies überhaupt nicht zulässt. Für den Pädagogen ist die „entscheidende Frage, wie wird zu Hause damit umgegangen, wie wird erzogen“. Er ist allerdings auch der Meinung, dass ab einem gewissen Alter das Interesse an Markenprodukten wieder nachlässt.

Die Kinder bringen zwar Merchandising-Produkte mit in die Schule, konkrete Beispiele dafür kann der Lehrer aber nicht nennen. Erinnern kann er sich, dass *Harry Potter* „in“ war. Die Schüler haben sich allerdings keine Zusatzartikel gekauft, evtl. weil sie sich im Deutschunterricht sehr intensiv mit dem Medienangebot beschäftigt hatten:

„Die haben nur die Bücher gelesen und den Film gesehen. Nicht mehr in der siebten Klasse, das wäre eher peinlich. Weil die Schüler überbelastet sind. Die haben das Buch auch im Deutschunterricht gelesen. Viele hatten da die Nase voll von dem zu vielen.“

### *Medienerziehungskonzept*

Der Lehrer betrachtet kein Medium für seine Schüler als gänzlich ungeeignet. Wichtig ist für ihn vielmehr „die Zusammensetzung“. Am Programm selbst würde er nichts ändern, da

die Vielfältigkeit für ihn ausreichend gegeben ist. Welche Sendungen er für gut befindet oder nicht, kann er nicht genau sagen:

„Ich sag schon, was ich für Unsinn halte oder was nicht. Ich geb’ das schon zum Ausdruck, wenn mir was nicht gefällt. Ich will ja auch keinen beleidigen.“

Zum Zeitpunkt der Umfrage führt der Lehrer mit seinen Schülern ein Internetprojekt in Geschichte durch. Dabei sollen sie sich bestimmten Themen im Netz recherchieren. Außerdem nimmt der Lehrer öfter Sendungen auf Video auf, „die für den Unterricht wichtig sind. Viele Geschichtssendungen.“ Dazu greift er zumeist auf die Angebote der öffentlich-rechtlichen Sender wie ARTE, 3Sat, Phoenix, aber auch auf das der Privaten zurück. Für den Geschichtsunterricht ist Film „sehr wichtig, weil ich damit Totes lebendig machen kann“. Außerdem seien die Schüler daran sehr interessiert. Zudem setzt er auch Zeitungsartikel im Unterricht ein.

Für die Kollegen, die zum Beispielsweise *Harry Potter* im Unterricht nutzen, zeigt Herr Flockinger Verständnis. Er glaubt, dass Schüler „gerade durch *Harry Potter* wieder Lust am Lesen gewinnen“. Andererseits findet er es nicht gut, dass „so bekannte Sachen auch noch in den Unterricht mit aufgenommen werden. Und dadurch den Schülern die Lust dran genommen wird, wenn sie noch Grammatik, was Ungeliebtes, zu nutzen. Die Schule sollte für Vielfalt da sein. Man kann Grammatik an anderen Werken beibringen.“

### **3 Standort C**

#### **3.1 Profil der Grundschule sowie der Haupt- und Realschule (C)**

Die Grundschule liegt im Innenstadtbereich einer Großstadt. Es handelt es sich um eine vergleichsweise kleine Schule mit ca. 230 Schülerinnen und Schüler und 17 Lehrerinnen und einem Lehrer. Die Kinder kommen aus verschiedenen Stadtteilen bzw. unterschiedlichen sozialen Anregungsmilieus. Die Hälfte der Klassen sind so genannte Integrationsklassen, d.h. dass einige Kinder mit körperlicher und geistiger Behinderungen in den Klassenverband integriert sind. Die Lehrerinnen werden in diesen Klassen von einer Sozial- oder Sonderpädagogin unterstützt. Der Ausländeranteil an der Grundschule ist mit acht Prozent als relativ gering einzustufen.

Die Haupt- und Realschule befindet sich im Stadtrandgebiet. Sie besteht bereits seit den 50er-Jahren. Neben einer Vorschule umfasst die Schule 25 Klassen mit ca. 600 Schülerinnen und Schüler, von denen ca. 180 der Beobachtungsstufe (Klasse 5 und 6) und ca. 230 der Mittelstufe (Klasse 7-10) angehören. Zum Lehrkörper zählen ca. 60 Lehrer, Erzieher sowie Sozial- und Sonderpädagogen. Es handelt sich um eine integrierte Haupt- und Realschule, deren Vorteil in der individuellen Förderung den Schüler durch ein

klassenübergreifendes Kurssystem besteht. Die Schwelle zwischen Haupt- und Realschulabschluss soll auf diese Weise verringert und dadurch mehr Schülern ein höherer Schulabschluss ermöglicht werden. Seit 1986 gibt es wie in der Grundschule in jedem Jahrgang so genannte Integrationsklassen. Seit 1991 werden in einer Klasse auch Kinder mit zusätzlichem sonderpädagogischen Förderbedarf aufgenommen. Der Ausländeranteil ist an der Schule vergleichsweise gering.

### 3.2 Erste Klasse (C)

Am Gespräch beteiligten sich 25 Kinder (16 Mädchen, 9 Jungen). Bei dieser Klasse handelt es sich um eine Regelklasse, also keine Integrationsklasse, mit einem relativ hohen Ausländeranteil; Kinder aus 14 verschiedenen Nationen besuchen diese Klasse. Trotz des hohen Interesses der Kinder – sie erwiesen sich insgesamt als sehr mitteilsam – gelang es ihnen nur für kurze Zeit, sich zu konzentrieren bzw. sich am Gespräch zu beteiligen. Besonders die Jungen fingen an, sich gegenseitig zu sticheln und zu provozieren, wodurch Unruhe entstand. Daher wurden zwischendurch Bewegungsspiele eingebaut, um die Konzentration zu heben. Die Klassenlehrerin war bei dem Gespräch anwesend, nahm aber inhaltlich keinen Einfluss. Sie griff allerdings gelegentlich ein, wenn die Kinder zu unruhig wurden.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Im Alltag der Kinder kommt dem Fernsehen, aber auch Filmen, nach Beobachtung der Lehrerin, Frau Vogel, eine besondere Stellung zu. Von Wichtigkeit für die Schüler ist auch der Gameboy, der „fast täglich im Gebrauch ist“. Sie ist der Überzeugung, dass viele Kinder den Zugang zu einem Computer durch die Eltern haben. „Relativ unwahrscheinlich“ ist für sie aber, dass die Kinder damit auch arbeiten. Computerspiele würde „ein kleiner Teil der Klasse“ spielen.

Zum Zeitpunkt der Befragung beschäftigt die Kinder hauptsächlich die Serie *Dragon Ball Z*. Die Lehrerin hat auch beobachtet, dass viele Kinder die Karten sammeln, diese mit in die Schule bringen und über die Serie reden. Vereinzelt stellen die Figuren aus *DBZ* für Kinder Vorbilder dar, „weil sie so stark sind und alles besiegen“. Das zeige sich auch daran, dass „sie sich so prügeln, wie dort auch geprügelt wird“. Für die Lehrerin sind diese Serien eine Art von Phantasiewelt, „in der sie vielleicht auch lernen müssen, wo sie sich selber einordnen, mit wem sie sich identifizieren möchten. Frau Vogel bezieht sich dabei auf die Wortmeldung einer Schülerin im Gruppengespräch, die Chichi aus *DBZ* „am Tollesten fand“.

Die Schüler spielen keine inhaltlichen Elemente nach, sondern „verwenden es in ihren konkreten Streitereien und schlagen so zu, wie es dort auch gemacht wird.“ Das zeigt sich nach Aussage der Lehrerin besonders bei einer Schülerin, die ein wirklicher Fan der Serie ist. Sie hat sich in die Hauptfigur aus *Dragonball Z* verliebt und kann die Titelmelodie auswendig mitsingen. Bei diesem Mädchen ist für die Lehrerin sehr deutlich eine Vorbildfunktion der Serie erkennbar. Es betreibt selbst Kampfsport und lebt nach dem Motto: Man muss stark und unbesiegbar sein und man muss sich wehren, wenn man geschlagen wird, d.h. selbst zurückschlagen. Weinen werde nicht gebilligt:

„Soweit ich das weiß, kommt das auch im Titelsong von *Dragon Ball Z* vor, du wirst der beste sein, unbesiegbar sein. Privat spielt das einfach 'ne wichtige Rolle und ich denke, dass der Film einfach das Bedürfnis dieses Kindes spiegelt. Vielleicht hat es das gar nicht mal hervorgebracht, aber es spiegelt das und gibt dadurch Möglichkeiten zu handeln, in ihrem Sinne.“

Bei *DBZ* ist ihr auch aufgefallen, dass die Kinder nicht nacherzählen können, was in der Sendung passiert. Der Grund dafür ist ihrer nach Meinung darin zu sehen, dass in jeder Folge nur gekämpft wird und es keinen inhaltlichen Zusammenhang gibt:

„Das einzige, was sie also auch äußern können ist: ‚Die haben miteinander gekämpft‘. Das find ich schon sehr erstaunlich bei diesem Film und auch erstaunlich, dass sie es trotzdem immer wieder sehen, obwohl sich kein Gespräch daraus ergeben kann.“

### *Marken und Werbung*

Marken haben für Frau Vogel unterschiedliche Funktionen – getrennt nach Produzenten und Konsumenten. Für die Macher geht es darum, „möglichst viel Geld zu verdienen“. Für die Käufer, besonders die Kinder, steht das „Prestige“ im Vordergrund:

„Sobald eine Marke aktuell ist, dann ist es hip und besonders, die bestimmten Klebebilder zu haben und dann weiß man einfach bescheid, was in der Sendung gelaufen ist und jemand, der mitreden kann und ich glaub, das spielt auch schon in der ersten Klasse 'ne Rolle.“

Dieses Verhalten hat sie vor allem bei jenen Kindern beobachten können, „bei denen keine wirklich von innen her kommenden Ideen schon eine Rolle spielen.“ Ihrer Ansicht nach dienen die Kinder der Orientierung und der sozialen Positionierung:

„Ich denke, bei Kindern, bei denen das noch nicht so ausgereift ist, bieten diese Medienmarken eine gute Möglichkeit, in Anführungszeichen, erstmal einen Platz zu finden und Bestätigung zu finden und zu zeigen, dass sie wissen, was in der Welt geschieht und was gerade so angesagt ist.“

Andere Kinder wiederum erfahren ihren Alltag und die Dinge, die sie umgeben, lieber selbst, da sie genügend Selbstvertrauen dazu haben und so ihre eigenen Vorlieben herausbilden.

Das Fernsehen stellt ihrer Ansicht nach für die Kinder die wichtigste Rolle, wenn es darum geht, woher Kinder die Informationen nehmen, was gerade „in“ ist. Zum einen können Trends und Marken durch die Werbung vermittelt werden, zum anderen auch durch die Sendung selbst. Als Beispiel nennt sie *DBZ*. Denn die Produzenten können davon ausgehen, dass die Kinder zum Zeitpunkt der Ausstrahlung zu Hause und somit auch vor den Fernsehgeräten zu finden sind.

Der Peer-Group kommt dabei je nach sozialem Zusammenhalt unterschiedliche Bedeutung zu. Haben die Kinder keine anderen Dinge als diese Trends, über die sie sich identifizieren können, scheint es umso wichtiger, dass sie mit den anderen mithalten können. Frau Vogel beschreibt die Situation in ihrer Klasse so:

„Wenn dann eine dominante Persönlichkeit in der Klasse etwas hat, was neu ist und wichtig ist, dann können, denke ich, mehr Kinder mitziehen. In meiner Klasse ist es eher, glaub ich, so, dass ein Teil der Kinder immer eher auf diese neuen Marken ansprechen wird, weil sie einfach die Anerkennung der anderen haben möchten und bei einer anderen Gruppe ist es durchaus so, dass die ihre ganz eigenen Ideen haben und die sagen und äußern auch wirklich, dass sie das langweilig finden und blöd finden und nicht bereit sind, da irgendwie mit zu ziehen, weil sie es auch gar nicht brauchen für ihre Entwicklung und für ihr Dasein einfach.“

Mit Merchandising-Artikeln, die die Kinder in die Schule mitbringen, geht die Lehrerin tolerant um. Sie lässt die Kinder gewähren, da sie denkt, „dass das auf jeden Fall eine Funktion für sie erfüllt.“ Sie hat zwar Streitigkeiten wegen Merchandising-Artikeln beobachtet, sieht dies aber als Auslöser. Ursache war für sie vielmehr die Tatsache, dass bei den Tauschaktionen nicht fair vorgegangen wurde. Sie ist der Meinung, dass dies mit anderen Dingen genauso hätte passieren können.

Kinder, die Markenprodukte besitzen und besonders an Marken interessiert sind, wirken nach Beobachtung von Frau Vogel nach außen hin als „besonders selbstbewusst“, doch wenn man diese Kinder näher kennt, dann entdeckt man, dass genau das Gegenteil der Fall ist. Ob die Kinder behütet sind oder nicht, spielt dabei eine untergeordnete Rolle, „das ist sehr gemischt“. Aufgefallen ist ihr aber, dass Schüler, die viel mit ihren Eltern reden, reflektierter mit Marken umgehen.

### *Medienerziehungskonzept*

Für besonders geeignet hält die Pädagogin „Bilder, in die man sich vertiefen kann und Bücher, die Bilder und Schrift vereinen, besonders jetzt für Schulanfangskinder“. Sie ist

darauf bedacht, ihren Schülern genug Zeit zu geben und ihnen beizubringen, „genau hinzuschauen und ruhig Dinge zu betrachten“. Dadurch können die Kinder mehr Information aufnehmen. Jene Medien, die mit sehr schnellen Bild- und Tonfolgen arbeiten, lehnt sie nicht grundsätzlich ab, glaubt aber, dass sie vorsichtig eingesetzt werden sollten.

Überdies kritisiert sich, dass viele für Kinder ungeeignete Sendungen zu Zeiten (nach 20.00 Uhr) gesendet werden, zu der zahlreiche Kinder noch wach sind bzw. fernsehen. Genaue Titel kann sie zwar nicht nennen, bezieht sich aber in erster Linie auf gewalthaltige Sendungen:

„Sei es, dass da Menschen zu Hauf’ erschossen werden oder irgendwelche Dinge in zwischenmenschlichen Beziehungen gezeigt werden, mit denen Kinder privat schon überfordert sind und ich bin mir nicht sicher, inwiefern Kinder das deutlich haben, dass das eine Fiktion ist und nicht in ihrem Leben auch passieren könnte.“

Eine für Kinder passende Sendung ist ihrer Meinung nach *Löwenzahn*, weil dort eine „gelungene Mischung aus erzählten Geschichten und den Dingen des Alltags“ vorherrscht. Da erzählen die Schüler auch manchmal davon, was sie gesehen haben. Auch die *Sesamstraße* hält sie für wertvoll. Diese Sendung weist eine kindgerechte Länge auf, überfordert die jungen Zuseher nicht. Die Kinder können dem Geschehen noch folgen. Sehr wenig kann sie hingegen den *Teletubbies* abgewinnen. Sie meint, dass es nicht besonders sinnvoll sei, Kleinkinder in diesem Alter schon allein vor das Fernsehgerät zu setzen.

„Dann denk ich, ist das eine Fähigkeit, die nicht unbedingt an erster Stelle stehen sollte. Da kommen viele, viele Dinge vor. Wenn ich bedenke, dass angeblich Kinder schon wunderbar den Sender einstellen können, aber nicht in der Lage sind, ganze Sätze zu sprechen, dann denk ich, da ist etwas in der verkehrten Reihenfolge gelaufen. Auf jeden Fall.“

*DBZ* lehnt sie ebenfalls ab. Sie vermisst vor allem eine sinnvolle und spannende Handlung. Frau Vogel findet die Sendung langweilig, da hauptsächlich der Kampf im Vordergrund steht:

„(...) außer, dass der eine über den andern siegt. Dieses Strickmuster Gut gewinnt gegen Böse haben wir auch in ganz vielen anderen Filmen, auch in Kinderfilmen, nur sind dort die Charaktere mehr ausgezeichnet, die sich bei ‚DBZ‘, soweit ich das überhaupt beurteilen kann, sehr platt und oberflächlich darstellen.“

Auch *Harry Potter* war in der ersten Klasse bereits Thema. Dabei haben sich die Kinder überlegt, wie es wäre, im Internat zu sein, oder zaubern zu können. Die meisten Schüler kannten das Buch von *Harry Potter*.

Ansonsten spricht sie mit den Kindern nicht über Sendungen und die Inhalte, da sie glaubt, die Serien nicht gut genug zu kennen. Sie richtet sich eher danach, die Schüler zu loben,

wenn sie Sticker oder Sammelkarten tauschen, ohne dabei in Streit zu geraten. Das hat für sie eine „soziale Funktion“. Es ist ihr egal, was die Kinder dafür benutzen, um faires Verhalten zu lernen. Nur wenn der Einfluss eines Medienangebots zu stark wird und die Kinder „Gesehenes in die tatsächliche Welt umsetzen, verstärkt umsetzen“, das heißt denken, dass sie unbesiegbar sein können und spielerischen Kampf jemanden verletzen, spricht sie mit ihnen schon darüber. Das komme aber nur sehr selten vor.

### 3.3 Dritte Klasse (C)

21 Kinder (zehn Mädchen, elf Jungen) nahmen an dem Gruppengespräch in der dritten Klasse teil. Sechs Kinder sind ausländischer Herkunft. Bei dieser Klasse handelt es sich um eine Integrationsklasse mit fünf beeinträchtigten Schülern. Darunter ist ein Kind, das einen speziellen Monitor braucht, der per Kamera das Unterrichtsgeschehen überträgt und vergrößert. Neben der Klassenlehrerin war bei dem Gespräch auch eine Sozialpädagogin anwesend. Diese hielten sich allerdings im Hintergrund.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Nach Aussage der Klassenlehrerin, Frau Rost, spielen Medien für ihre Schüler eine große Rolle. Die Jungs sprechen eher über Fernsehprogramme, die sie gesehen haben, als die Mädchen. Deren Gesprächsthemen drehen sich mehr um Tiere, „diese Mäuse (vermutlich *Diddl*-Mäuse, Anm.) und *Barbie*-Pferde“. Die Lehrerin erinnert sich, dass *Pokémon*-Figuren einige Zeit sehr beliebt waren und mittlerweile wieder sind. Die kleinen Monster waren für die Kinder so wichtig, dass es in der Schule zu Problemen kam. Die Schüler kamen beispielsweise viel zu spät aus der Pause in die Klasse zurück. Daher veranstaltete die Lehrerin in der ersten Klasse einen Elternabend, der ursprünglich das Ziel hatte, *Pokémon* an der Schule ganz zu verbieten: „Da meinten wir allerdings, das kann’s nicht sein, es ganz zu verbieten, das macht’s nur heiß und so haben wir Regelungen gefunden, wie man damit umgehen kann.“ Die Schüler und die Lehrerin einigten sich schließlich darauf, dass *Pokémons* im Unterricht nichts mehr zu suchen haben, und andernfalls von den Lehrern konfisziert werden.

Mittlerweile sind in der Klasse die Gogos wieder „in“. Eine Schülerin, die aus einer höheren Klasse neu dazu kam, brachte den Trend wieder ins Rollen. „Es kommt, scheint’s, darauf an, wer grad was zu sagen hat und wo grad diese soziale Stärke in der Klasse is’, wer akzeptiert wird.“

Auto- und Motorrad-Quartettkarten waren ebenfalls einige Zeit im Trend. Diese kamen über ein Geburtstagsgeschenk in die Klasse. In der Spielzeit beschäftigen sich die Kinder mit Schach. Ansonsten weiß die Lehrerin nicht, was gerade wichtig ist, „weil die

Nachmittagsveranstaltung oder was die Kinder da miteinander machen und reden, das kann ich nicht so beurteilen, hab' auch von den Eltern da wenig Information.“

### *Marken und Werbung*

Marken spielen bei den Kindern dieser Klasse bereits eine große Rolle. Die Lehrerin glaubt, dass sie den Kindern Identifikation und Zugehörigkeit zu einer Gruppe bieten, „wo sie sagen können, wir gehören zusammen, wir haben alle dasselbe“. Frau Rost weist die Schüler darauf hin, dass sie mit diesem Verhalten andere ausgrenzen. Es komme aber immer wieder vor, dass Schüler wegen ihrer Bekleidung gehänselt würden. In solchen Fällen werden Marken zum Thema gemacht:

„Wenn zum Beispiel eine aus der Pause eine wieder rein kommt und sagt: ‚Du, aus der 3A hat eine gesagt, ich hätte alte Sachen an‘, und dann sitzen wir da und reden darüber.“

Zwei ihrer Schüler haben Eltern, die ihnen bewusst Markenartikel kaufen. Bei anderen ist es wieder so, dass die Eltern finanziell zwar in der Lage wären, teure Produkte zu kaufen, aber „bescheiden damit umgehen“. Jene Schüler, die unbedingt vorzeigen müssen, was sie haben, müssen „dann eben schlucken, dass ein paar ausgelatschte Turnschuhe ganz bequem sind, aber nicht gerade Nike sind, das ist dann aber egal.“

### *Medienerziehungskonzept*

Die Pädagogin ist der Ansicht, dass ein ausgewogenes Medienangebot für Kinder am besten geeignet ist. So fand sie bei *Harry Potter* gut, dass die Kinder das Buch gelesen und sich den Kinofilm angeschaut haben. Sie hatte vorerst Bedenken, dass ihre Schüler zu jung für den Film wären:

„Da sagte ich zu E., mein Gott das ist mir ein bisschen unheimlich und da sagte er, das ist nicht so schlimm, das geht so und so aus, ich hab das schon gelesen. Da find' ich es gut, dass das parallel gesetzt ist.“

Als „bescheuert“ bewertet sie die Tatsache, dass viele ihrer Schüler bereits in diesem Alter ein eigenes Fernsehgerät im Kinderzimmer haben. Die Pädagogin weiß, dass die Kinder nachts manchmal das Gerät aufdrehen, wenn sie nicht schlafen können, und dabei Sendungen sehen, die für sie nicht geeignet sind:

„Und da gucken die in der Nacht irgendeine RTL-Sendung und dann haben wir das nächste Problem, was nicht nur Werbung ist, sondern haben die anderen Probleme mit in der Klasse.“

Die Schüler erzählen von sich aus nicht, was sie mitten in der Nacht geschaut haben, da sie bewusst ist, dass sie etwas Verbotenes getan haben. Frau Rost versucht, die Kinder darauf



anzusprechen, wenn sie bemerkt hat, dass zu später Stunde noch das Fernsehgerät gelaufen ist.

In der Klasse gibt es einige Computer, die eine Art ‚Übungsstation‘ für die Kinder darstellen. Angeboten werden in diesem Zusammenhang Lernprogramme. Die Lehrerin hält es für wichtig, dass Kinder mit dem Medium umgehen können.

Wichtig findet sie zudem, dass die Kinder mit ihren Eltern absprechen, welche Seiten sie im Internet nutzen und welche Fernsehsendungen sie anschauen.

### 3.4 Fünfte Klasse (C)

In der fünften Klasse beteiligten sich 22 Schülerinnen und Schüler (9 Mädchen, 13 Jungen) am Gespräch. Es handelt sich um eine Integrationsklasse mit fünf beeinträchtigten Kindern. Die Klasse war wegen des Besuchs sehr aufgeregt und während des Gespräches entsprechend unruhig. Ein Interviewer ermahnte die Kinder, woraufhin sie ruhiger wurden. In der Klasse war neben dem Klassenlehrer auch noch eine Sozialpädagogin im Raum, die jedoch auf Verlauf und Inhalt des Gesprächs keinen Einfluss nahmen.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

In der Schule nehmen die Medien nach Meinung des Klassenlehrers, Herr Falter, noch zu wenig Platz ein. Ab und zu werden Filme gezeigt, und in der Klasse gibt es einen Computer. Für ihn zeigt sich allerdings das Problem der Organisation und der Vorbereitung, weshalb der er Computer nur manchmal einbezieht:

„Als Lehrer muss man sich in jedes Programm so einfuchsen, dass man jedem sagen kann, du machst jetzt das und das Programm, das Rechtschreibprogramm, zum Beispiel. Das ist zu wenig, da müsste man mehr dran arbeiten. Lässt sich manchmal nicht so sehr einbinden in den Unterricht.“

Gut wäre seiner Meinung nach, dafür einen ganzen Vormittag zur Verfügung zu haben und sich nicht auf die Dauer von 45 Minuten für eine Schulstunde beschränken zu müssen.

Im privaten Bereich der Schüler dagegen sind Medien und insbesondere die visuellen Angebote von großer Wichtigkeit. Aus Erzählungen der Jugendlichen weiß der Lehrer, dass besonders viel Zeit vor dem Fernseher und dem Internet verbracht wird. Den Gesprächen der Jugendlichen untereinander entnimmt er, dass sie auch zu späteren Uhrzeiten noch Fernsehen:

„Also das bewegt sich durchaus im Rahmen von 21.00, 22.00 Uhr. Sie erzählen’s nicht in der Art und Weise: ‚Ich habe den und den Film gesehen und da war das und das los‘. Dass sie damit was verarbeiten wollen, das denk’ ich nicht. Das ist eher so dieses ein bisschen

Gehabe, ‚Ich habe das gesehen, und was hast du gesehen, was hast du zu bieten?‘ Eher so ein bisschen angeberisch.“

Der Lehrer konnte beobachten, dass Medieninhalte manche Kinder durchaus beschäftigen. So ist einer seiner Schüler großer Fan der TV-Serie *Simpsons*. In der Klasse gibt es ein Buch, in das jedes Kind fünf Minuten lang alles eintragen darf, was es bewegt und was ihm wichtig ist. Der angesprochene Schüler schreibt dabei hauptsächlich über seine favorisierte Serie.

Bücher werden von seinen Schülern nur wenig genutzt. Herr Falter würde sich wünschen, dass dies zunähme, und versucht, seinen Schülern Bücher näher zu bringen.

Der Lehrer hat beobachtet, dass Trends wellenartig auftauchen und wieder verschwinden. In der Klasse gibt es immer wieder Themen und Dinge, die „für alle wichtig werden, weil die entscheidenden Kinder diese Sachen mithaben“. Momentan ist gerade *DBZ* für die Schüler interessant. Es gibt Karten und Gogos, mit denen auf dem Schulhof gespielt wird, „dann ebbt das ab, dann kommen diese kleinen Skateboards, dann ebbt das ab und dann kommt wieder eine neue Welle“. Die Gogos wurden von einzelnen Schülern, an denen sich die anderen orientieren, in die Schule gebracht. Herr Falter glaubt jedoch, dass diesen Trendsettern gar nicht bewusst ist, dass sie Einfluss auf ihre Mitschüler ausüben.

In der Klasse lassen sich Herrn Falter zufolge „Ansätze“ von Markenbewusstsein feststellen. „Mit diesen Schlüsselanhängern, mit diesem wer in ist, das zeichnet sich schon ab, dass das einfach mehr wird.“

Herr Falter besteht darauf, dass Merchandising-Artikel während der Schulstunde weggeräumt werden. Was die Schüler damit in der Pause machen, sei „deren Sachen“. Streit gab es deswegen noch nicht. Nur manchmal kommt es vor, dass die Kinder das Verbot des Lehrers missachten und heimlich unter dem Tisch weiterspielen.

„Dann müssen sie die Dinger wegpacken, bzw. ich sack die dann auch ein. Die kriegen sie nach der Stunde auch wieder.“

### *Medienerziehungskonzept*

Die *Sendung mit der Maus* hält der Lehrer für ein kindgerechtes Angebot, das viel an Information vermittelt. Er glaubt allerdings, dass wegen der „babyhaften“ Aufbereitung nicht sehr viele Kinder die Sendung auch nutzen. Sendungen wie den *Simpsons* kann er hingegen wenig abgewinnen. Persönlich ist er davon überzeugt, dass seine Schüler nicht nach 22 Uhr vor dem Fernseher sitzen sollten: „Wenn man sich das manchmal anguckt, dann ist das schon hart an der Grenze.“

Medien hat Herr Falter im Unterricht noch nicht behandelt, hält es aber nicht generell für abwegig, sich auch im Unterricht einmal mit Fernsehsendungen zu befassen. Er würde sich dann von den Schülern erklären lassen, „was das für Dinger sind und was man damit machen kann. Vorstellungen, wie man 'ne Buchvorstellung machen kann. Vielleicht auch mal ne Sendung gucken und erzählen lassen, was daran interessant ist.“

### 3.5 Siebte Klasse (C)

Am Gespräch beteiligten sich 24 Jugendlichen, davon 14 Mädchen und zehn Jungen. Bei der siebten Klasse handelt es sich um eine Regelklasse. Sie konnten sich in der Diskussion gut ausdrücken und vertraten ihre Meinungen konsequent, selbst dann, wenn diese nicht gerade dem Mainstream entsprachen. Das Gesprächsverhalten ließ darauf schließen, dass die Jugendlichen auch im Allgemeinen über ein ausgeprägtes Selbstbewusstsein verfügen. Der Klassenlehrer war anfangs während des Gruppengesprächs anwesend. Er verließ aber den Raum, als er merkte, dass die Kinder konzentriert und engagiert bei der Sache waren.

#### *Kinder und ihr Umgang mit Medien und Medienmarken aus Sicht der Pädagogen*

Fernsehen, Computer und Video hat Herrn Domer zufolge eine ganz wichtige Stellung im Alltag der Kinder. Er glaubt, dass darüber „viel aufgenommen und sehr viel erzogen“ wird. Zeitungen und Bücher, besonders jene die Wissen vermitteln sollen, werden sehr wenig genutzt.

Der Pädagoge hat auch beobachtet, dass sich die Jugendlichen an medialen Vorbildern orientieren. Dabei hätte die Kinder ganz eigene Vorlieben und Interessen, die nicht immer den Vorstellungen der Erwachsenen entsprechen:

„Aber für die Kinder sind das eben Vorbilder, wenn das Leute sind, die eben im Fernsehen als sehr positiv, als sehr beliebt dargestellt werden. Es sind wahrscheinlich nicht immer nur Sportler oder Stars, sondern es sind eben auch einfach Schauspieler, die in bestimmten Serien dann eben immer wieder auftauchen und die Kinder identifizieren sich mit diesen und im Prinzip können, wenn diese Identifikation einmal statt gefunden hat, können diese Schauspieler in den Fernsehserien eigentlich machen, was sie wollen, die Kinder übernehmen das. Ich glaub schon, dass da ein ganz großer Identifikationsgrad vorherrscht.“

In einem Gespräch, das schon länger zurück liegt, hat sich der Lehrer mit seinen Schülern über deren Lieblingssendungen unterhalten und dabei erfahren, dass viele der Jugendlichen Soaps wie *GZSZ* und *Marienhof* rezipieren.

Einer seiner Schüler zeigt sich besonders fasziniert von den Serien *Pokémon* und *Digimon*, er sammelt alles, was mit den Sendungen zu tun hat. Er kennt alle Namen der Figuren auswendig. Zwar ist er nicht der einzige, der dafür Interesse zeigt, aber bei ihm scheint es

besonders ausgeprägt zu sein. Diese extreme Form der Faszination für ein Medienangebot scheint dem Lehrer unheimlich:

„Das ist schon fast beängstigend. Man könnte diesen Schüler ja auch schon als *Pokémon* bezeichnen. Das ist für ihn seine Welt, das muss man einfach so sagen. Nicht die Schule, nicht die Familie, sondern die *Pokémons*.“

Generell meint Herr Domer jedoch, dass in der siebten Klasse viele Kinder bereits ein Bewusstsein für Medienwirkungen entwickelt haben und diese kritisch reflektieren können.

### *Marken und Werbung*

Mit Marken assoziiert Herr Domer in erster Linie Kleidung wie T-Shirts und Schuhe. Seiner Ansicht nach war das Marken-Bewusstsein an der Schule vor einigen Jahren stärker ausgeprägt und hat inzwischen etwas abgenommen. Das könnte seiner Meinung nach damit zusammenhängen, dass die Kinder bewusster mit Werbung und insgesamt mit Medien umgehen.

Vor einiger Zeit konnte er beobachten, dass Schüler wegen ihres Erscheinungsbildes angesprochen wurden und von ihren Mitschülern „schikaniert“ wurden:

„Schikanieren heißt nicht so extrem, dass man sie jetzt verprügelt oder was weiß ich, aber es wird darüber geredet: ‚Was hast du für ein komisches Hemd an?‘ oder ‚Kannst du dir das nicht leisten?‘, also solche Sachen hab’ ich schon mal gehört, vor längerer Zeit. Und das hat mich genervt und denjenigen auch. Insofern glaube ich schon, dass es eine Rolle spielt, das Markenbewusstsein.“

Nach Meinung des Lehrers gibt es nur wenige Schüler, die Markenprodukte besitzen, da das Gros der Kinder eher in benachteiligten finanziellen Verhältnissen lebt: „Kinder, wo von Haus aus das Geld nicht so zur Verfügung steht, werden eher benachteiligt, als Kinder, wo eben mehr Geld da ist.“

Mit Medienmarken hat der Lehrer noch keine Erfahrungen gemacht. Er kann sich aber vorstellen, dass Schüler, die öfter Soaps gucken, auch die Produkte dazu besitzen. In der Schule konnte er das aber noch nicht beobachten.

Werbung spielt eine Rolle im Zusammenhang mit Konsumwünschen. Er glaubt, dass Werbung für Kinder attraktiv ist und durch sie Interesse für bestimmte Produkte geweckt werden. Der Pädagoge konnte bei seinen eigenen Kindern beobachten, dass sie gerne Werbung im Fernsehen gucken, mitunter noch lieber als die eigentliche Sendung:

„Für die kleineren Kinder, auch Grundschul Kinder, werden ja die Werbesendungen leider immer von den Spielfilmen unterbrochen, bei uns ist das umgekehrt.“

### *Medienerziehungskonzept*

Eine Mischung aus verschiedenen Medien hält der Lehrer für seine Schüler für am besten geeignet. Übermäßigen Fernsehkonsum lehnt er ab, „aber als Hilfe und Unterstützung ist es bestimmt ein gutes Medium“. Er kann sich gut vorstellen, dass Unterrichtsinhalte gut über das Fernsehen vermittelt werden und auch das Internet in den Unterricht miteinbezogen werden könnte. Den Vorteil von Büchern oder Texten sieht er darin, dass die Phantasie der Schüler davon angeregt wird.

Die Angemessenheit von Medienangeboten beurteilt Herr Domer in Abhängigkeit vom Alter der Zielgruppe. Für Grundschulkindern sei z.B. *Die Sendung mit der Maus* geeignet, da auf spielerische Weise über Dinge aus dem Alltag und deren Funktionsweise berichtet wird und soziale Komponenten behandelt werden. Dagegen gibt es seiner Meinung nach „ganz viele schlimme Sendungen für Kinder“. Besonders kritisch bewertet er das Angebot von RTL,

„wo von morgens bis abends für Kinder eine falsche Welt gezeigt wird. Als das los ging mit diesen Reality-Sendungen, das war für uns Lehrer ein bisschen ein Alarmsignal auch. Das führt meines Erachtens dazu, dass die Hemmschwelle der Kinder, was Gewalt und Verletzungen und Leid von Menschen immer mehr nach oben gesetzt wird. Wenn die das ständig gucken, dann ist es für sie nichts Ungewöhnliches mehr, dass jemand verletzt wird, in Gefahr ist, die sehen das ja jeden Tag und finden das vielleicht toll, weil sie's vom Fernsehen ja gewohnt sind (...).“

Kritisch steht er auch den täglichen Talkshows gegenüber. Dort werden Themen besprochen, die eigentlich „keinen Menschen etwas angehen“. Seiner Meinung nach hat das auch dazu geführt, dass die Schüler nun ebenfalls „über alles Mögliche reden und auch über das Intime von anderen reden und beleidigen. Es gibt da kaum noch irgendwelche Toleranzgrenzen, weil die das ja auch aus dem Fernsehen kennen (...).“

Könnte der Lehrer Kinder- und Jugendprogramme gestalten, würde er dies in Zusammenarbeit mit Jugendlichen tun. Er würde sie weitgehend selbständig planen lassen, die Ergebnisse würde er aber noch einer genauen Prüfung unterziehen. Drei Dinge würde er ins Auge fassen: Zum einen die Veranschaulichung alltäglicher Vorgänge (z.B. Herstellung von Büttenpapier), zum anderen die Vermittlung von menschlicher Achtung, aber auch Spaß.

„Das Zweite ist, dass rüberkommt, dass der Respekt vor dem anderen das Wichtigste überhaupt ist in unserer Gesellschaft. Der kommt nämlich in letzter Zeit viel zu kurz. Und das Dritte, wäre auch nicht unwichtig, das wäre Spaß. Es muss den Kindern irgendwie Spaß machen.“

In der Klasse wird oft über das Thema Fernsehen und Video diskutiert. Das hat sich nach dem Attentat in Erfurt noch verstärkt. Internet, Video- und Gewaltspiele waren ebenfalls Thema sowie Werbung, wobei Letzteres Teil des Lehrplans ist. In den Gesprächen sieht

Herr Domer die Chance für eine kritische Auseinandersetzung über Medienangebote und -wirkungen, die zur Förderung von Medienkompetenz beiträgt:

„(...) weil da ja nun bekanntermaßen dieses Videospiel eine große Rolle gespielt hat und bei diesen Diskussionen mit den Kindern merkt man ja, dass der eine oder andere schon merkt, dass die Kinder so ein bisschen Werkzeuge sind, dass sie benutzt werden, dass sie im Grunde nur, wenn man das hart ausdrückt, Marionetten dieser ganzen Medienstrategien sind und andere Kinder merken das eben nicht. Denen ist das nicht so bewusst, dass das passiert. Insofern haben wir eigentlich schon häufiger mal diesen Lerneffekt, vor allem für die Kinder, denen das nicht bewusst ist.“

Wichtig ist dem Lehrer, den Kindern einen selbstbestimmten und kritischen Umgang mit den Medien zu vermitteln.

In seinen Unterricht bezieht er gelegentlich Zeitungsartikel mit ein. Als Beispiele nennt er einen Artikel über zwei Schüler, die sich nach der Sendung *Jackass* von MTV selbst in Brand gesetzt hatten und einen Bericht über ein Model, das an einer unheilbaren Krankheit leidet, die durch Rauchen verursacht wurde. Während des Gesprächs entdeckte er, dass die Hälfte seiner Schüle *Jackass* kennt und davon zum Teil auch anderen weiterempfehlen würden.