



Wer Wie Wo

Wie verändert sich das Medien- und Konsumverhalten unserer Kinder? Detaillierte Antworten liefert die innovative Tagesablaufstudie „MindSetKids“, in der die Befragung erstmals mit Smartphones erfolgte. Die Besonderheiten und Vorteile dieser Erhebungsform in der jungen Zielgruppe erläutert **Matthias Helferich** am Beispiel der Studie.

Tagesablaufstudie mit Smartphones erforscht Medien- und Konsumgewohnheiten von Kindern

Längst sind Kinder in der digitalen Welt zu Hause und der Umgang mit Multimedia & Co. gehört zu ihrem Alltag. Was tagtäglich zwischen Lernen, Essen und Spielen in Familie, Schule und Freizeit abläuft, untersuchte im ersten Halbjahr 2009 die Tagesablaufstudie „MindSetKids“. Mit einer innovativen Befragungsmethode per Smartphone konnten einmalige Einblicke in den Alltag der jüngsten Medien- und Konsum-Zielgruppe gewonnen werden.

Messung so umfassend wie nie zuvor

Vorbild für die Tagebuchstudie mit Kindern war die im Winter 2006 durchgeführte Intermedia-Studie „MindSet“ zur Erfassung und Messung der Mediennutzung in Deutschland. 2000 repräsentativ ausgewählte Personen zwischen 16 und 64 Jahren beantworteten damals drei Tage lang mit einem PDA stündlich einen Fragebogen und machten Fotos ihrer aktuellen Umgebung. Damit wurde die Nutzung von Medien so genau, zeitnah, ortsunabhängig und komplett wie nie zuvor gemessen.

In diesem Frühjahr wurde die Erwachsenenstudie auf die spannende Zielgruppe der Kinder ausgeweitet. MindShare und IP Deutschland sind mit der technischen Unterstützung des Spezialisten für Befragungssoftware cluetic und dem Feldinstitut iconkids & youth in die Welt der Kinder eingetaucht, um Aufschluss über den Medienalltag, das Konsumverhalten und die Ernährungsgewohnheiten zu erhalten. Um die besonderen Bedürfnisse der 6- bis 13-Jährigen optimal zu erfassen, wurde die Erhebung mit dem Smartphone kindgerecht adaptiert und in einer Pilotstudie mit 40 Kindern im März 2008 getestet. Dabei zeigten sich bereits die großen Vorteile der mobilen Endgeräte: Sie sind leicht, überall einsetzbar, einfach zu bedienen und stehen hoch im Kurs bei den Youngstern.

Smartphone liefert breite Datenbasis

Die repräsentative, deutschlandweite Felderhebung mit insgesamt 800 Kindern wurde in zwei Wellen im ersten Halbjahr durchgeführt, wobei aktuell die zweite Erhebungswelle mit 400 Kin-



Zielgruppen-
adäquate
Ansprache

dern kurz vor dem Abschluss steht. Per Smartphone führten die Kinder selbstständig alle 30 Minuten über einen Zeitraum von 72 Stunden – ausgenommen von Sperrzeiten wie Schule, Vereinsaktivitäten und Schlafen – ein Interview und knipsten Fotos ihrer aktuellen Situation. Als Ergebnis der ersten Erhebungswelle steht eine breite Datenbasis mit 57.600 Momentaufnahmen und rund 15.000 Bildern aus dem Kinder-Alltag für Auswertungen zur Verfügung. Die mobile Erhebungsmethode sorgt für Datenqualität, denn die Kinder beantworten die Fragen unmittelbar, so dass Vergessenseffekte ausgeschlossen sind. Detaillierte Studienergebnisse der ersten Erhebungswelle wurden auf der Fachtagung „Kinderwelten“ am 9. Juni 2009 in Frankfurt vorgestellt und können im Internet unter www.ip-deutschland.de nachgelesen werden.

Besondere Anforderungen an Erhebung

Um eine sichere Auswertungsgrundlage zu erhalten, musste die Befragungsmethode den besonderen Anforderungen der Zielgruppe genügen: Wie können nicht lesende sechsjährige Kinder teilnehmen? Wie wird verhindert, dass das Ausfüllen vergessen wird? Und wie kann sichergestellt werden, dass das Kind alles richtig verstanden hat? Viele Anforderungen wurden größtenteils technisch gelöst und über eine persönliche Einweisung Unklarheiten ausgeräumt. Die Anleitung des Kindes im Umgang mit dem Gerät dauerte 15 bis 30 Minuten und noch offene Fragen wurden umgehend geklärt. Nach drei Tagen nahm der Interviewer das Smartphone wieder zurück und prüfte direkt die Anzahl der geführten Interviews.

Die technische Umsetzung übernahmen die Experten des mQuest-Teams von cluetec. 60 Smartphones wurden mit Software und dem Fragebogen ausgestattet. Die mobile Erhebungssoftware mQuest wurde dafür auf kindgerechte Bedürfnisse angepasst. Eine Vorlesefunktion für Fragen und Antworten wurde integriert, die sich automatisch oder manuell aktivieren lässt. Die Telefonie- und SMS-Funktionen sowie nicht benötigte Programme auf dem Smartphone wurden gesperrt. Für die halbstündliche Befragung meldet sich das Gerät per Klingelton – ausgenommen Sperrzeiten wie Schule, Sport, Schlafen, und ähnliches – und sofern nötig, nach

vier Minuten mit einem Erinnerungsalarm – so wird kein Eintrag vergessen. Der Fragebogen umfasste insgesamt 75 Fragen, alle mit Antwortauswahlen versehen, die sich aufgrund entsprechender Filterungen und Verzweigungsfunktionen auf ein nötiges Minimum reduzierten. Zur Dokumentation von Situationen, aktueller Umgebung oder Mahlzeiten diente die praktische Fotofunktion. Zum Wohle der Kinder betrug das Ausfüllen des Fragebogens lediglich rund zweieinhalb Minuten. Auch war die Begeisterung für die Smartphones förderlich für die erfolgreiche Erhebung des umfangreichen Datenmaterials. Denn die kleinen, handlichen Geräte lagen bei den Sprösslingen voll im Trend und waren kinderleicht zu bedienen.

Digitaler Prozess sichert Qualität

Weitere Vorteile der digitalen Erhebungsmethode mit den Smartphones zeigten sich in der Qualitätssicherung. Ein Zeitstempel protokollierte jede Eintragung, Nachtragungen waren ausgeschlossen, und authentische Fotos wurden eindeutigen Situationen direkt zugeordnet. Automatische Plausibilitäts- und Vollständigkeitsprüfungen sorgten für eine ausgezeichnete Datenqualität. Auch die Weiterverarbeitung erfolgte vollständig digital. Ohne Medienbruch wurden die Erhebungsergebnisse über das Mobilfunknetz umgehend nach jedem abgeschlossenen Interview automatisch übertragen und standen auf einem zentral zugänglichen, geschützten Server den Marktforschern für sofortige Auswertungen bereit.

Medienforschung auf neuem Niveau

Bei den Medienforschern herrscht große Zufriedenheit. Die innovative Erhebungsmethode stellte für die Studie eine ideale Kombination aus Messung und Befragung dar und ermöglicht dadurch eine differenzierte Betrachtung der Mediennutzung nach ihrer Situation, Tageszeit, Ort und Stimmung des Befragten. Das optimale Zusammenspiel von Mensch und Technik – angepasst auf die jeweiligen Bedürfnisse und Anforderungen des Probanden – sowie eine reibungslose Zusammenarbeit aller Projektbeteiligten führten erfolgreich zu neuen Erkenntnissen: MindSetKids lie-



Smartphone: Einsichten mittels Fotofunktion



Befragungen alle 30 Minuten

fert wertvolle Einblicke in das heutige Medien- und Konsumverhalten von Kindern, die es in dieser Tiefe bisher noch nicht gab. ■



Matthias Helferich ist Gründer und Geschäftsführer der cluetec GmbH. Als ausgewiesener Experte für mobile Anwendungen bringt er seine langjährige Erfahrung in die Weiterentwicklung der mobilen Befragungssoftware mQuest, individuellen mobilen CAPI-Anwendungen sowie bei Kundenprojekten ein.

*www.mQuest.de
www.cluetec.de*