

**Stellungnahme der Kinderkommission des Deutschen Bundestages zum
Thema „Neue Medien – Chance und Versuchung für Kinder
und Jugendliche“**

(Beschluss der Kinderkommission vom 16. Februar 2005)

Der Medienkonsum unserer Kinder und Jugendlichen steigt stetig an, die Angebote werden immer vielfältiger und leichter zugänglich. Hinzu kommt, dass sie über immer mehr Geld verfügen (das Taschengeld der 6 - 12-Jährigen liegt bei ca. 254 Euro im Jahr), im Umgang mit Geld oftmals jedoch sehr unerfahren sind. Durch den steigenden Handykonsum und das Downloaden aus dem Internet entstehen Kostenrisiken, denen sich Kinder und Jugendliche meistens nicht bewusst sind.

Folgt man einer Studie des Institutes für Jugendforschung, in der die Verwendung des Taschengeldes von Kindern und Jugendlichen im Alter von 6 - 12 Jahren untersucht wurde, so geben 40 % der Jungen und 10 % der Mädchen an, ihr Geld für PC und PC-Spiele und 15 % ihr Geld für Handys sparen zu wollen. Die Studie des medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest „Jugend, Information, (Multi-)Media“ kommt zu dem Ergebnis, dass 86 % der Kinder und Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren über ein eigenes Handy verfügen.

Angesichts dieser Zahlen ist es nach Auffassung der Kinderkommission des Deutschen Bundestages eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, darauf hinzuwirken, dass sich Kinder und auch Eltern nicht nur der Chancen, sondern auch der Risiken im Umgang mit den neuen Medien bewusst werden und einen verantwortungsvollen Umgang damit erlernen.

Die Kinderkommission des Deutschen Bundestages regt an:

1. Eltern, Bildungsinstitutionen - und auch die Werbeindustrie - sollten Kindern und Jugendlichen Kompetenzen im Bereich des finanziellen Allgemeinwissens und den dementsprechenden Umgang mit den neuen Medien vermitteln. Wichtigster Ort des Erlernens von sozialer und wirtschaftlicher Kompetenz ist nach wie vor das Elternhaus. Damit Eltern ihrer Erziehungsverantwortung nachkommen können, muss deren Kompetenz im Umgang mit den neuen Medien ebenfalls gestärkt werden.
2. Falls erforderlich, sollten im Rahmen des Ordnungsrechts Maßnahmen in Erwägung gezogen werden, die Werbung für Kinder und Jugendliche, z. B. in Kinder- und Jugendzeitschriften, im Fernsehen und im Internet stärker zu kontrollieren.
3. Die Mobilfunkindustrie sollte in dem Anliegen einer freiwilligen Selbstkontrolle unterstützt werden, spezielle Handys herzustellen, die keine direkte Verknüpfung mit Mehrwertdiensten der Telefonprovider zulassen und/oder in ihren Wählfunktionen eingeschränkt sind.
4. Die Einführung eines Handyführerscheins wird von der Kinderkommission unterstützt. Dieser soll dazu beitragen, dass Kinder und Jugendliche nicht nur in der technischen Handhabung geschult werden, sondern auch das nötige Wissen über Kosten und Risiken von Werbeangeboten etc. erhalten. Dies könnte mit Unterstützung der Wirtschaft in Schulen im Rahmen von Medienworkshops realisiert werden.

Ekin Deligöz, MdB