KINDER MEDIEN MONITOR 2026

# Zwischen Klassikern, Plattformen und KI -

# Neue Insights aus dem Kinder Medien Monitor 2026



KINDER MEDIEN MONITOR 2026

## Repräsentativ

Repräsentiert 8 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 4 bis 13 Jahren.

## Relevant

Liefert Reichweiten für 25 Printmagazine bei Kindern und mitlesenden Eltern / Erziehungsberechtigten.

## Kontinuierlich

Trendvergleiche zu Vorjahren möglich

## Umfassend

Umfasst alle zielgruppenrelevanten Medien: Zuschauen, Zuhören, Lesen, Gaming.

## Zählbar

Die Daten stehen auf mcloud und mediMACH für individuelle Auswertungen zur Verfügung.

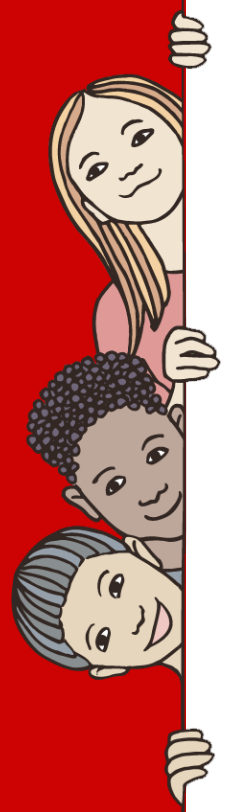
## Kindzentriert

Kinderangebote im Blick



1.603 Doppelinterviews mit den 6- bis 13-Jährigen und einem ihrer Erziehungsberechtigten sowie 403 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen.

# Agenda



## Freizeitgestaltung der Kinder

Mediale & Non-Mediale Aktivitäten

## Relevante Plattformen

Nutzung und Touchpoints

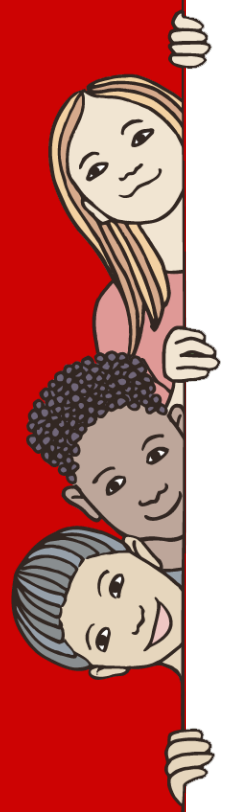
## Kinder und Werbung

Werbe-Touchpoints im Vergleich

## Handy und KI im Alltag von Kindern

Nutzung Bewertung Fairness

# Agenda



## Freizeitgestaltung der Kinder

Mediale & Non-Mediale Aktivitäten

# Die Freizeit der Kinder ist bunt und hybrid

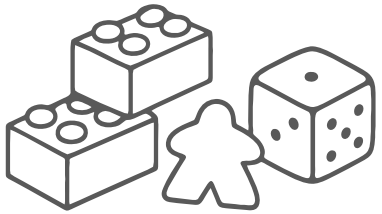




## Hören & Schauen



## Kreativ & aktiv sein



## Spielen



## Lesen & Zocken

Kinderfreizeit ist hybrid: Bildschirm, Audio, Lesen, Kreativität, Sport und Spiel existieren selbstverständlich nebeneinander.

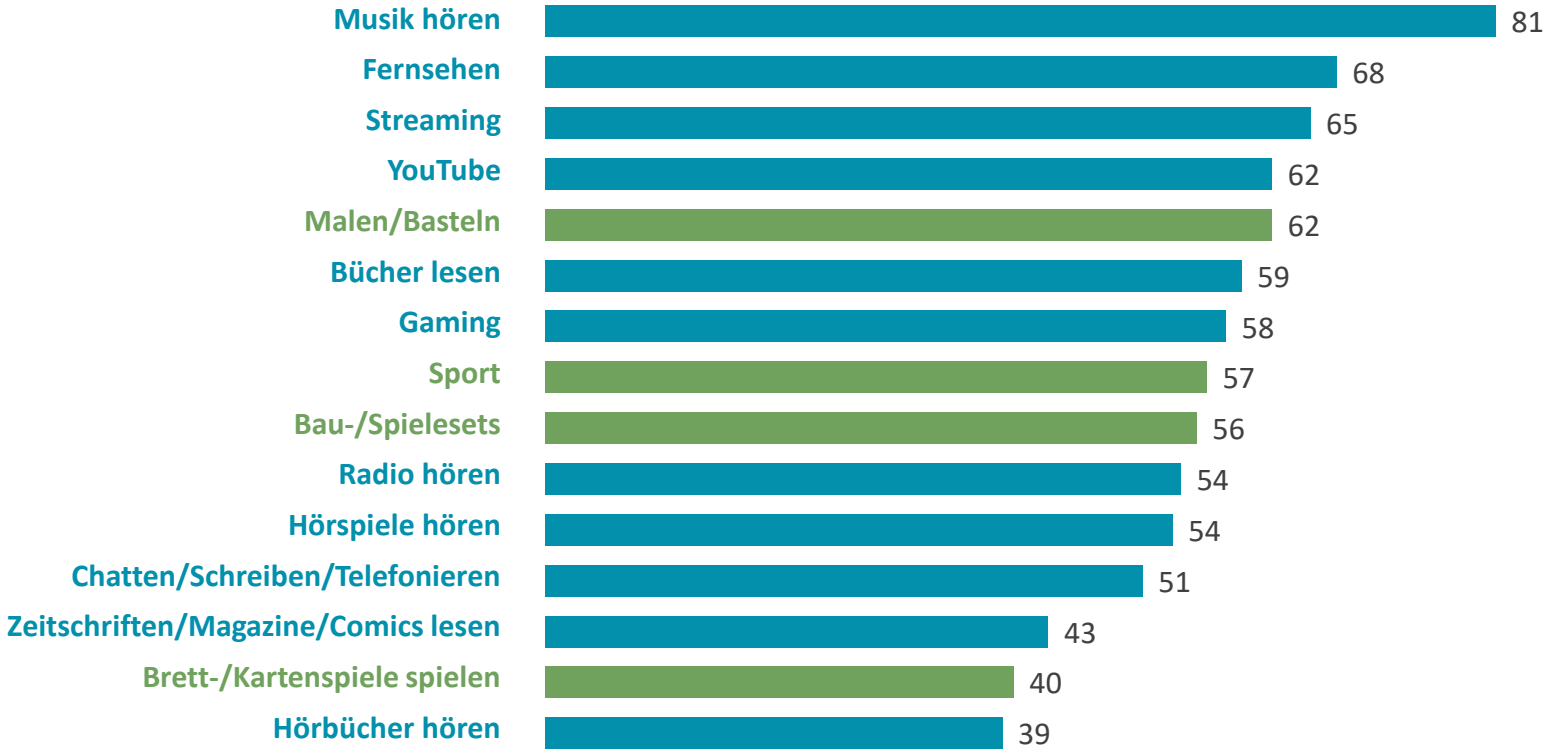
KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

Freizeitaktivitäten: Top 15
mind. mehrmals pro Woche
Angaben in %

# Musik führt vor Bildschirmmedien – doch Kreativität, Lesen, Sport und Spiel gehören ebenso fest dazu.






Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?

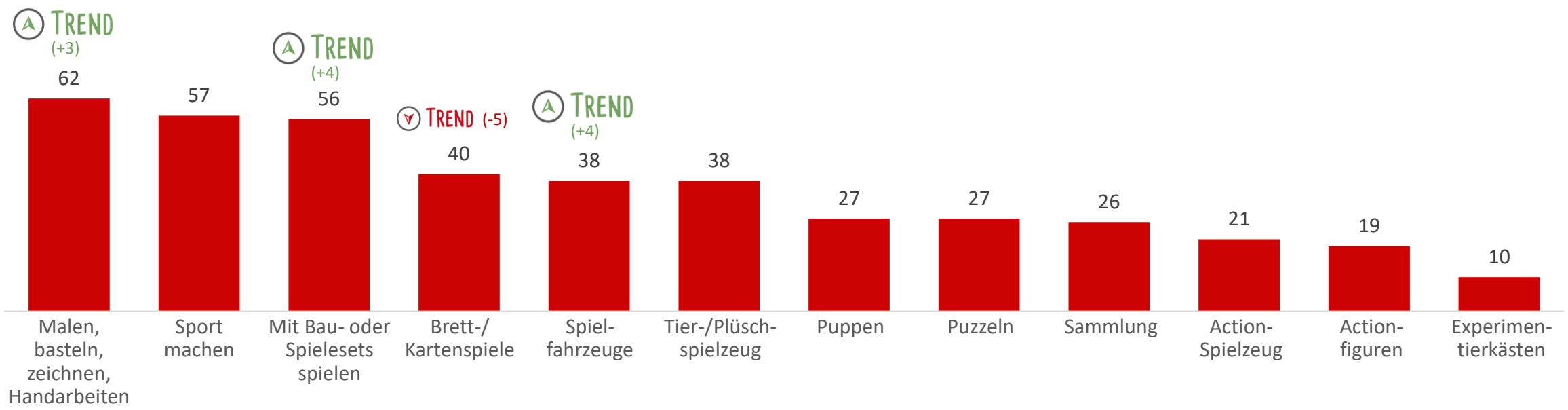
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

Analoge Freizeit: Überblick
mind. mehrmals pro Woche
Angaben in %

# Mehr als jedes zweite Kind malt, bastelt, treibt Sport oder spielt regelmäßig mit Bau- und Spielesets.




Kreative Tätigkeiten, Bewegung und Bau-/Spielesets sind die stärksten analogen Freizeitanker. Andere Spielzeug-Kategorien bleiben relevant.

Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# Aufwachsen mit Medien: Vom Familiengerät zum eigenen Zugang



## Tatsächlich genutzt

98 % TV-Gerät
82 % Handy
72 % Tablet

## Auf dem Wunschzettel

42 % Bücher, Zeitschriften, Magazine, Comics
38 % Hörspiele
36 % Spiele für die Konsole

## Im Haushalt vorhanden

99 % Handy und TV-Gerät
93 % Computer/Laptop
81 % Tablet

## Im eigenen Besitz

37 % Kinder-Audiobox
35 % Handy
24 % Spielekonsole und Tablet

Kinder wachsen in nahezu vollständig ausgestatteten Haushalten auf. Für die Medienwelt der Kinder kommt es aber auf drei andere Dinge an: was ihnen selbst gehört, was sie tatsächlich nutzen – und was sie sich wünschen.

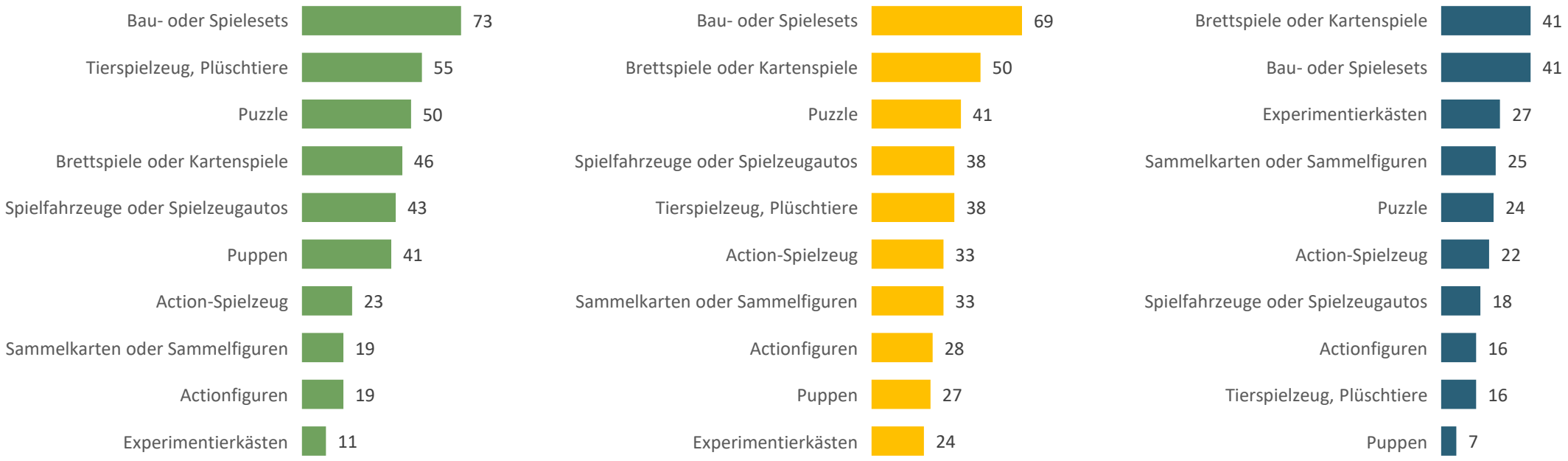
# Brett- und Kartenspiele sowie Action-Spielzeug sind in allen Altersgruppen gleichermaßen beliebt.

## Insgesamt haben die Jüngsten mehr Spielzeug-Wünsche als die Älteren.



Angaben in %

Auf meinen Wunschzettel würde ich schreiben…



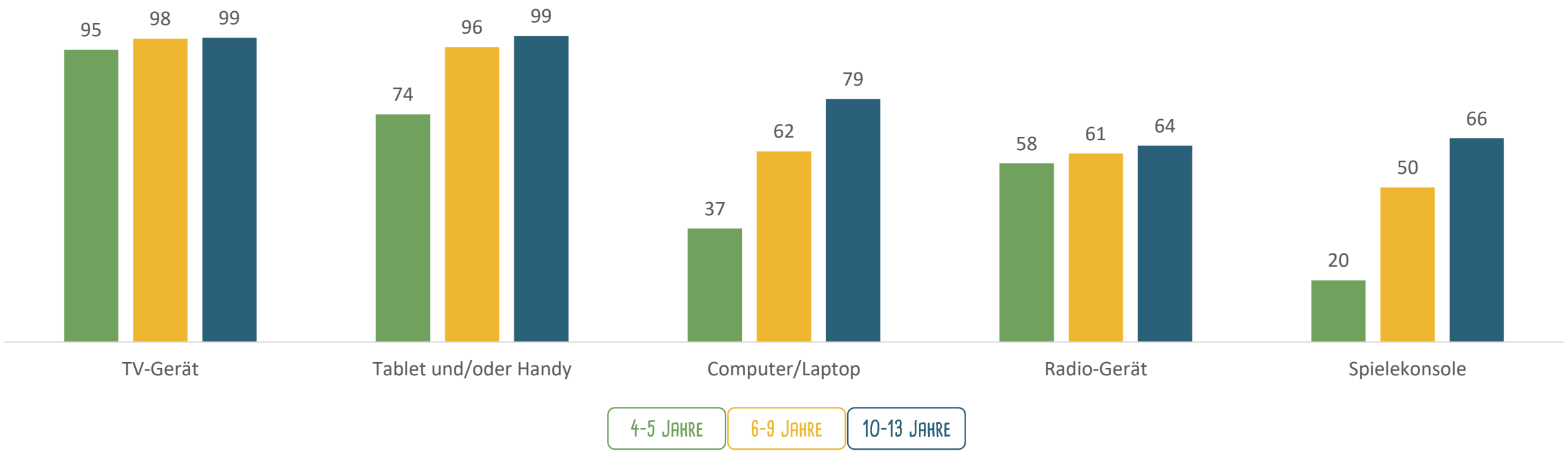

Fragestellung: Egal ob Du die Dinge vielleicht schon hast oder nicht: Was davon würdest Du auf Deinen Wunschzettel schreiben?
Basis: Gesamt Alter 4-5 Jahre (n=405); 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# DAS TV-GERÄT WIRD ÜBER ALLE ALTERSGRUPPEN HINWEG AM EHESTEN GENUTZT. MOBILE GERÄTE SIND EBENFALLS ZUGÄNGLICH



ANGABEN IN %

DAS NUTZE ICH …




**Fragestellung: Bei Euch zuhause sind folgende Dinge vorhanden. Welche davon benutzt Du?**

Antwortmöglichkeiten: (fast) jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener, nie, weiß nicht/keine Angabe.

Basis: Gesamt Alter 4-5 Jahre (n=405); 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

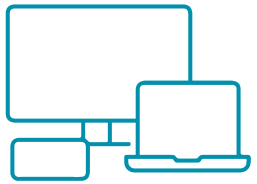
4- bis 13-Jährige

Mediale Freizeit: Überblick
mind. mehrmals pro Woche
Angaben in %

# Schauen und Hören sind fast universell – Lesen behauptet sich vor Gaming.

## 92 % Schauen

TV, Streaming, YouTube



## 90 % Hören

Musik, Radio, Hörspiele, Hörbücher, Podcasts



## 65 % Lesen

Bücher, Zeitschriften, Comics/Mangas



## 58 % Gaming

Konsole, Handy, Tablet, PC



Schauen und Hören bilden das mediale Grundrauschen. Lesen ist im Freizeitalltag breiter verankert als Gaming – auch wenn Gaming mit dem Alter stark zunimmt.

Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

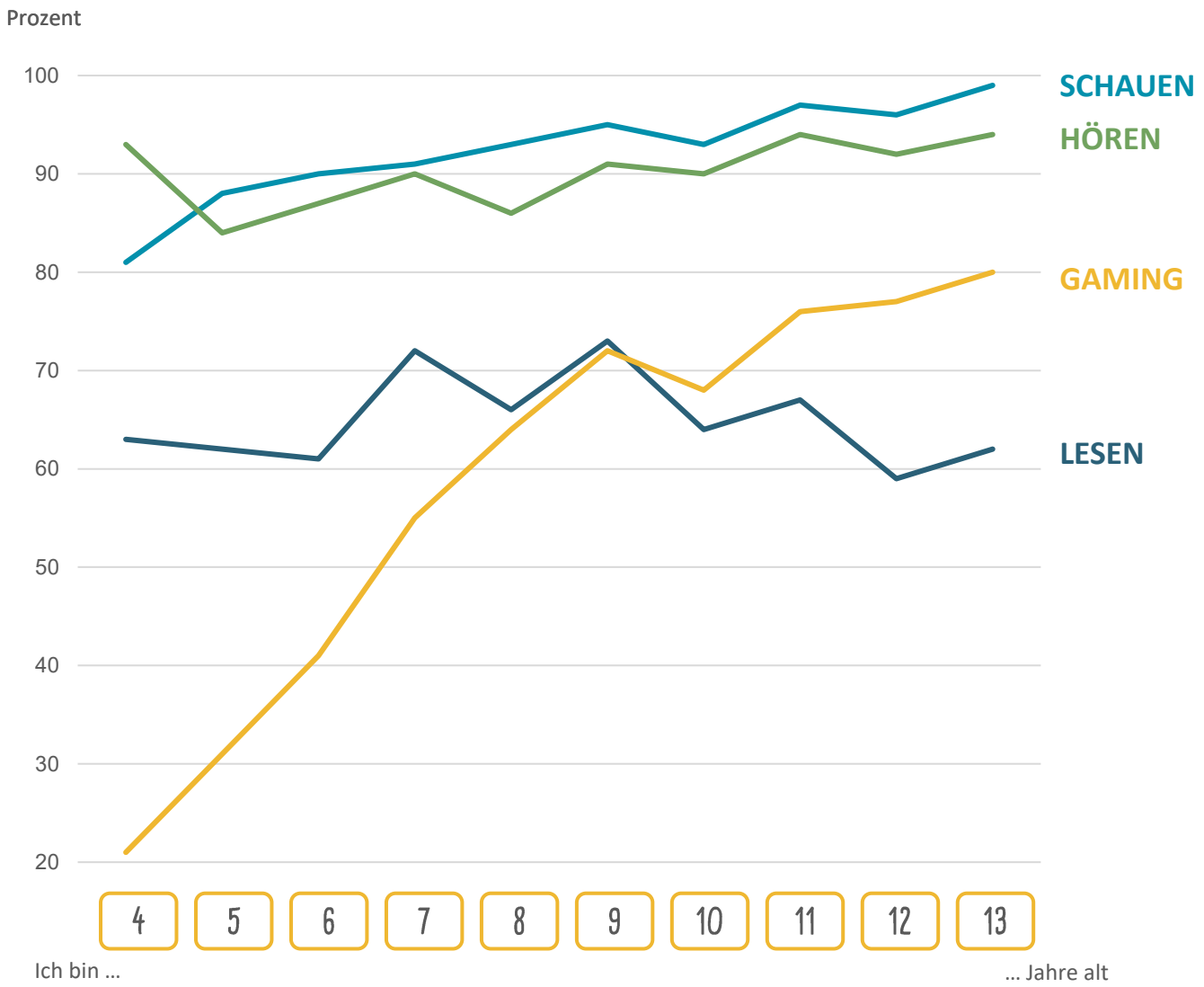
4- bis 13-Jährige

# Mediale Freizeit: nach Alter

Mind. mehrmals pro Woche

Angaben in %

## Medien werden schon in jungen Jahren viel genutzt




Bis etwa 10 Jahre wächst Gaming steil.

Schauen und Hören bleiben über alle Jahrgänge nahezu konstant hoch.

**Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?**

Antwortmöglichkeiten: (fast) jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener, nie, weiß nicht/keine Angabe.

Kategorien: Schauen = TV, Streaming, YouTube | Hören = Musik, Radio, Hörspiele, Hörbücher, Podcast | Lesen = Bücher, Zeitschriften, Comics/Mangas | Gaming = Konsole, Handy, Tablet, PC

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

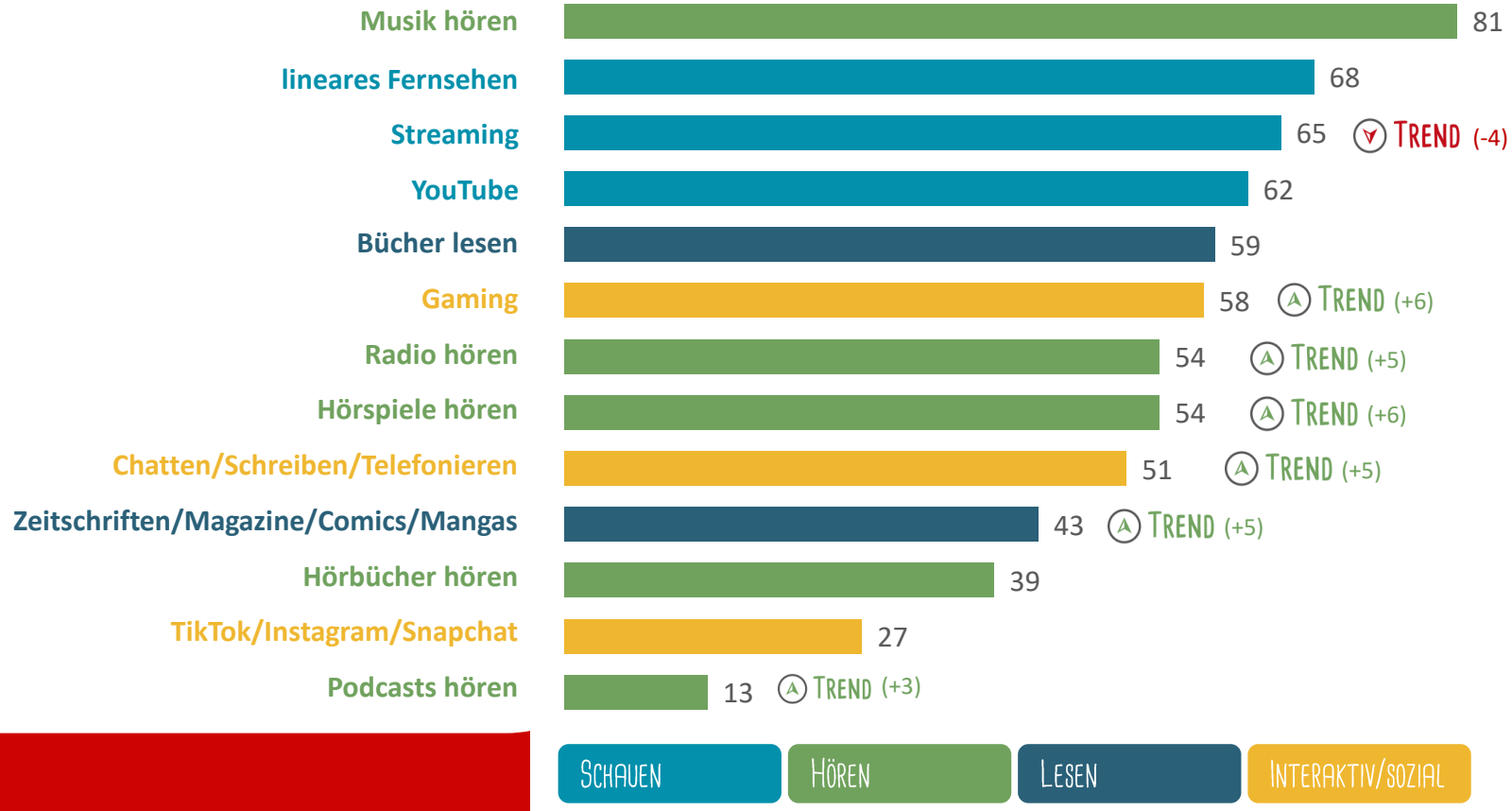
KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

Mediale Freizeit: Aktivitäten im Detail
mind. mehrmals pro Woche
Angaben in %

# Musik ist der mediale Alltagsanker – Bewegtbild folgt auf mehreren Wegen

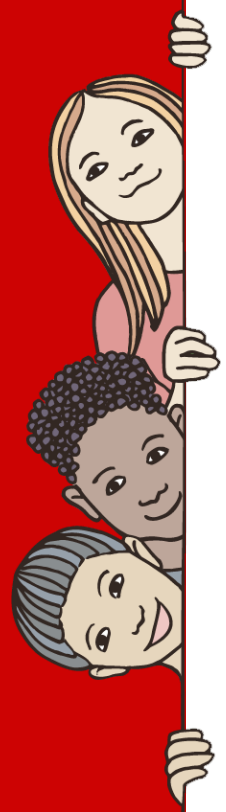





Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# Agenda



## Freizeitgestaltung der Kinder

Mediale & Non-Mediale Aktivitäten

## Relevante Plattformen

Nutzung und Touchpoints

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

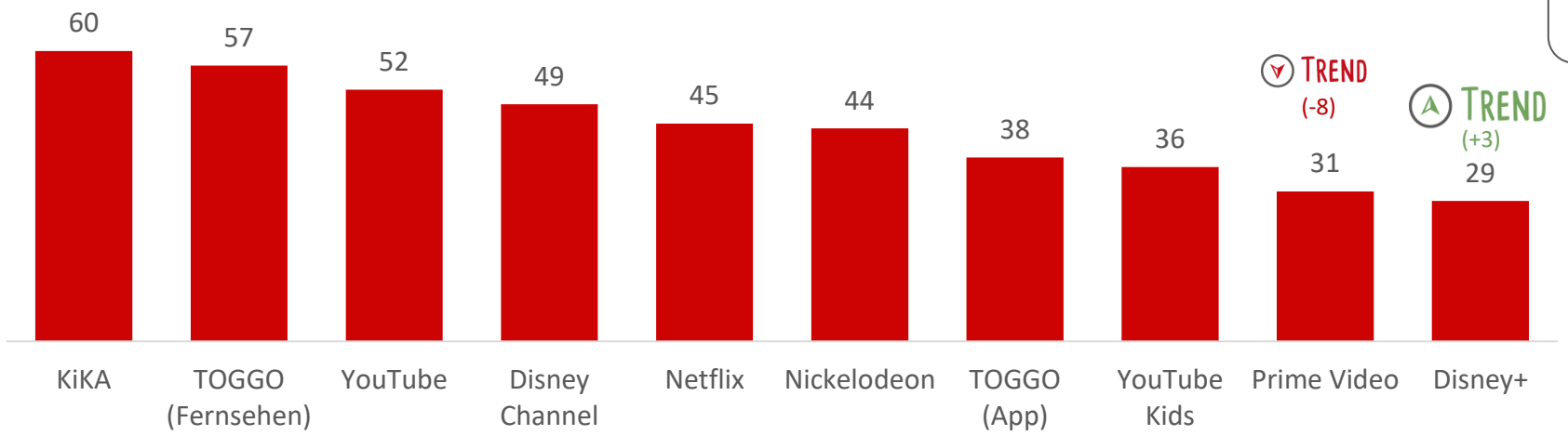
Schauen:
Kanäle und Plattformen

# KiKA, TOGGO und YouTube sind die zentralen Anlaufstellen für Bewegtbildinhalte.



Angaben in %

Sendungen, Serien, Filme oder Videos schaue ich auf…




**Reichweite Bewegtbild:**
TOGGO erreicht über beide Kanäle 63%
Disney Channel / Disney+ 65%

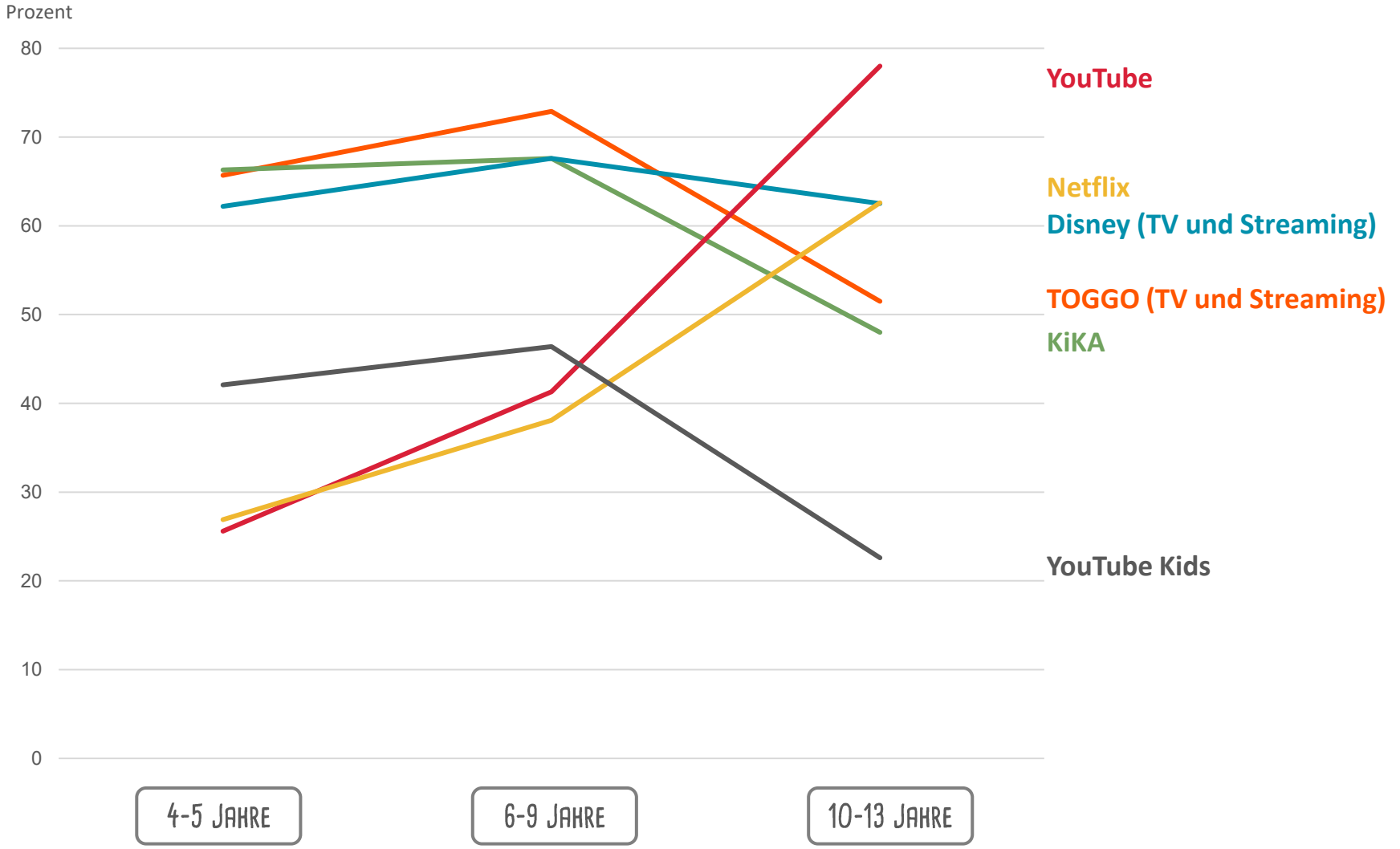
Fragestellung: Jetzt geht es um das Schauen. Du hast ja gesagt, dass Du zumindest ab und zu Sendungen, Serien, Filme oder Videos schaust. Wo überall schaust Du Dir etwas an?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

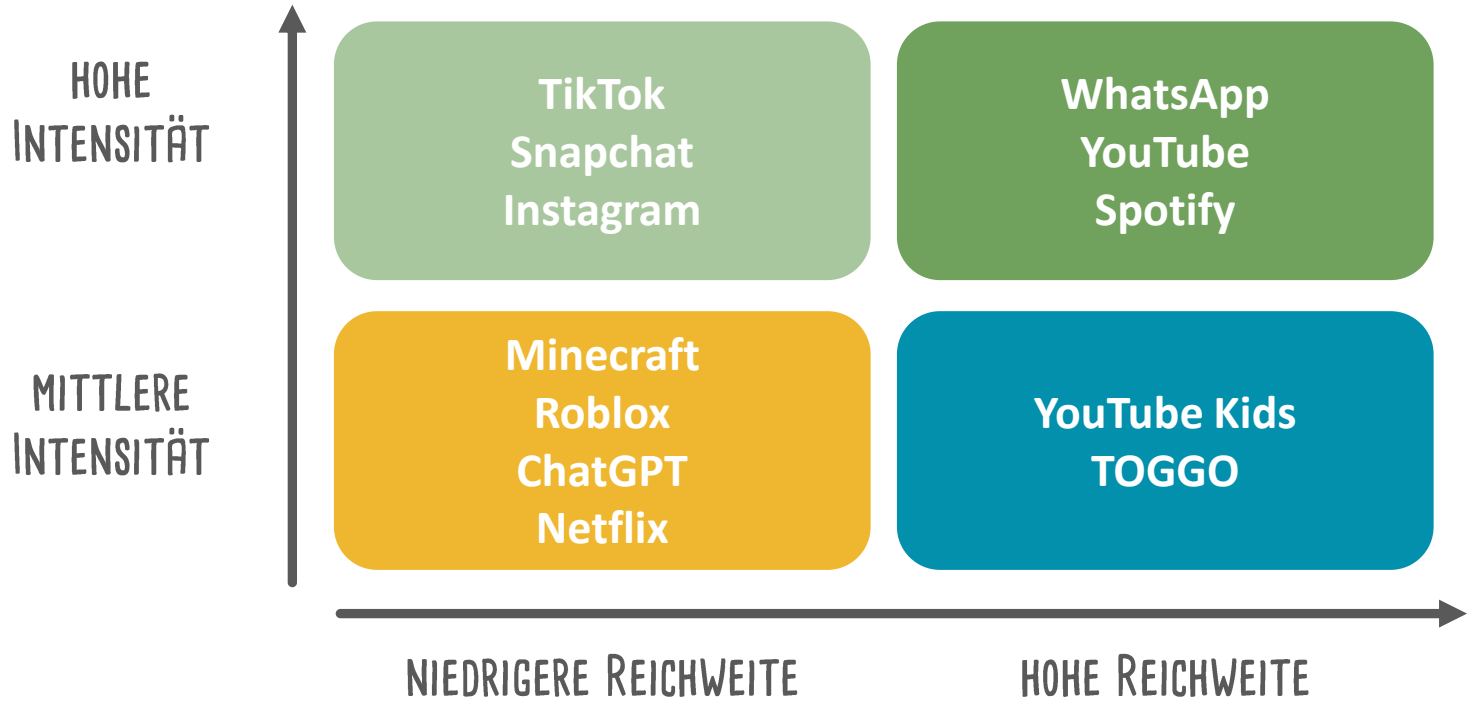
Schauen mindestens selten nach Alter Angaben in %

# Jüngere schauen häufiger Disney und TOGGO. Ältere nutzen deutlich stärker YouTube und Netflix.




Fragestellung: Jetzt geht es um das Schauen. Du hast ja gesagt, dass Du zumindest ab und zu Sendungen, Serien, Filme oder Videos schaust. Wo überall schaust Du Dir etwas an?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# WhatsApp, YouTube und Spotify vereinen beides: Sie werden von vielen Kindern und zugleich sehr häufig genutzt.




Die Reichweite erzählt nur die halbe Geschichte. Social Apps wie TikTok, Snapchat oder Instagram werden zwar von weniger Kindern verwendet, dafür aber umso intensiver.

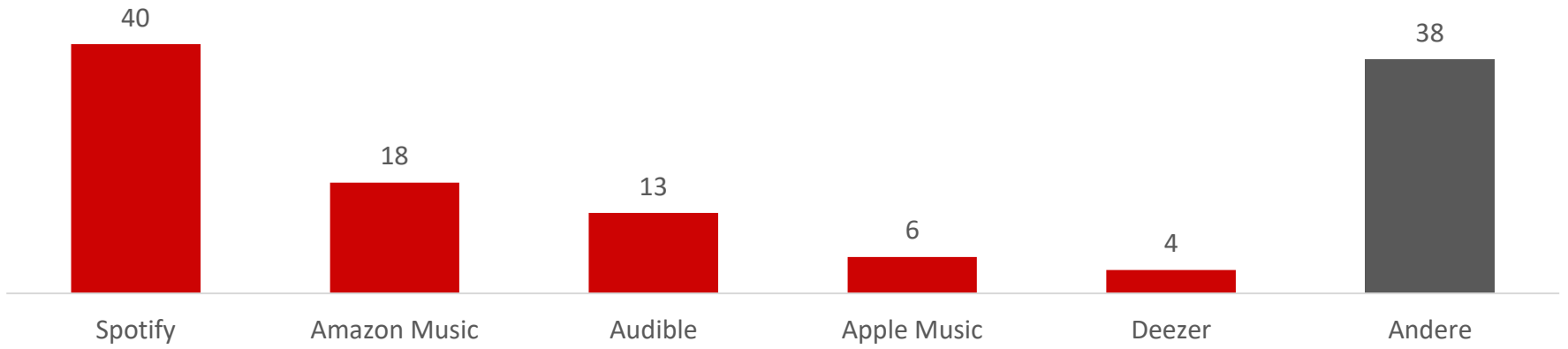
Fragestellung: Und wie häufig nutzt Du diese App?

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# Spotify ist der meist gewählte Audio-Anbieter



## Ich höre Audio-Inhalte über...




**Fragestellung:** Nun kommen wir zum Hören. Wo hörst Du Dir etwas an? Welche dieser Anbieter zum Hören nutzt Du?

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

Radio-Sender
Angaben in %

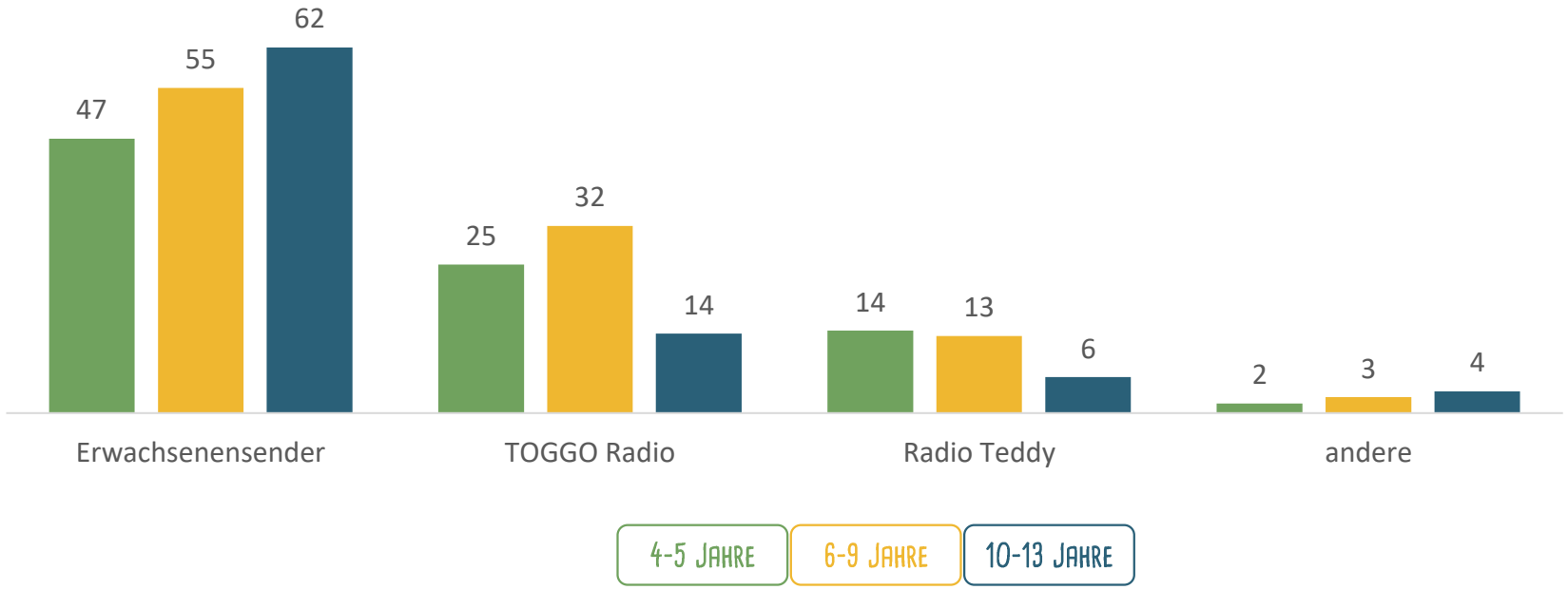
# Kinder hören auch Erwachsenen-Radio. Ein Viertel nutzt TOGGO Radio



Angaben in %

diese Radiosender höre ich…

**56 % Erwachsenensender**
**23 % TOGGO Radio**
**11 % Radio Teddy**




Fragestellung: Und welche dieser Radiosender hörst Du?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

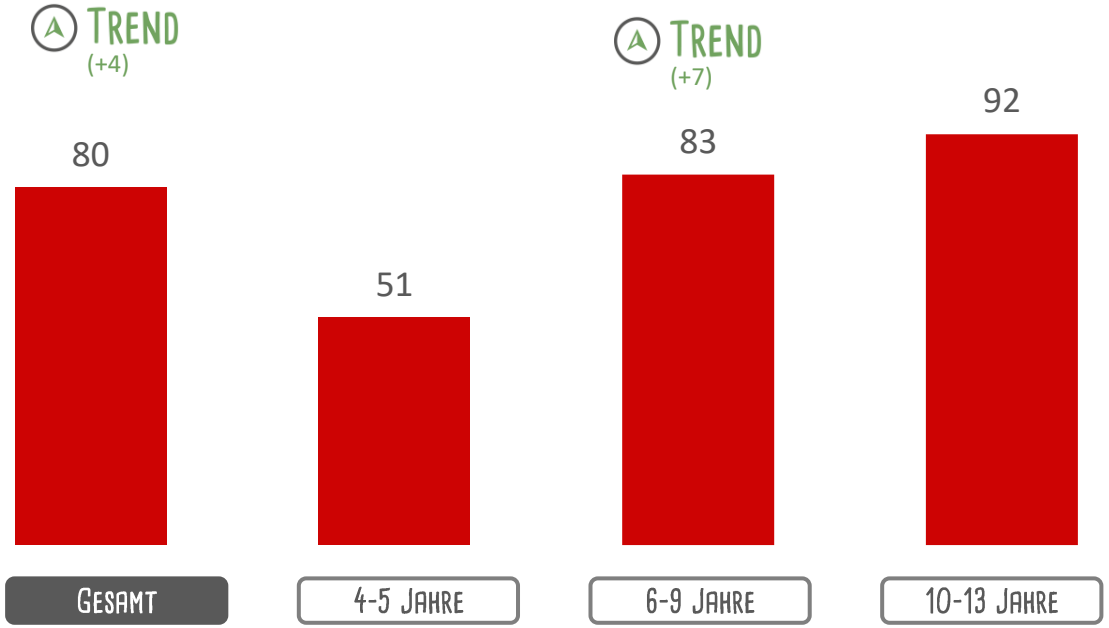
Gaming: so wird gespielt
Angaben in %







# Gaming wächst als Freizeitaktivität - bei den 6- bis 9-Jährigen um 7 Prozentpunkte gegenüber 2025.




Mit dem Schuleintritt steigt der Anteil der Zocker.

Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

Gaming: so wird gespielt
Angaben in %

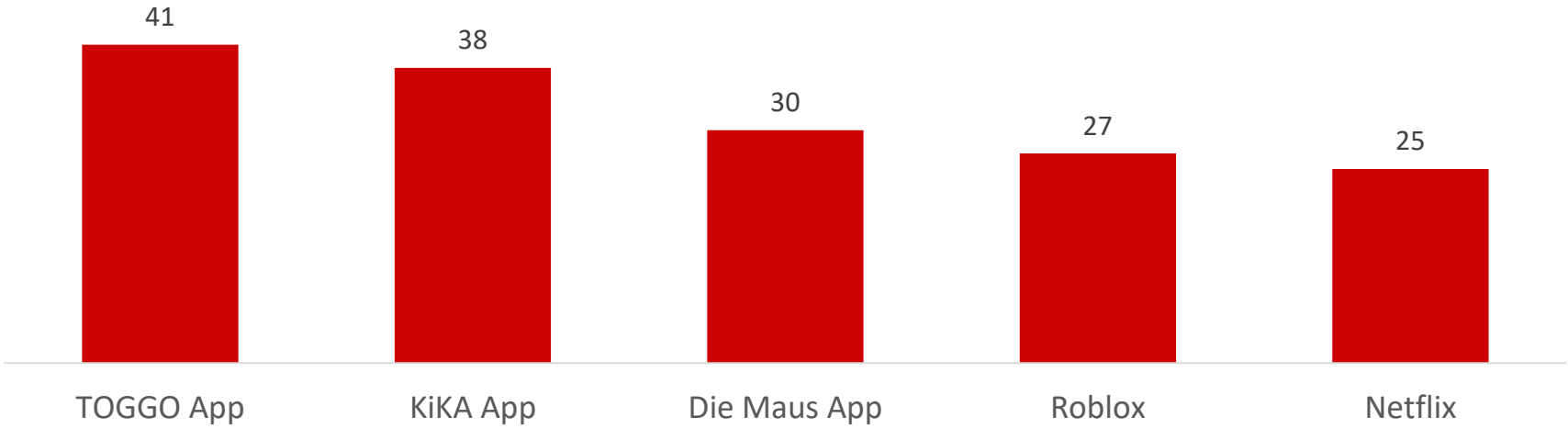






# Gaming-Plattformen

Unter den abgefragten Kinderangeboten mit gebündelten Spielen nennen die Kinder Roblox, TOGGO App und Netflix etwa gleich häufig.




**Fragestellung: Nun geht es um das Gaming. Welche dieser Apps nutzt Du mindestens selten zum Spielen?**
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

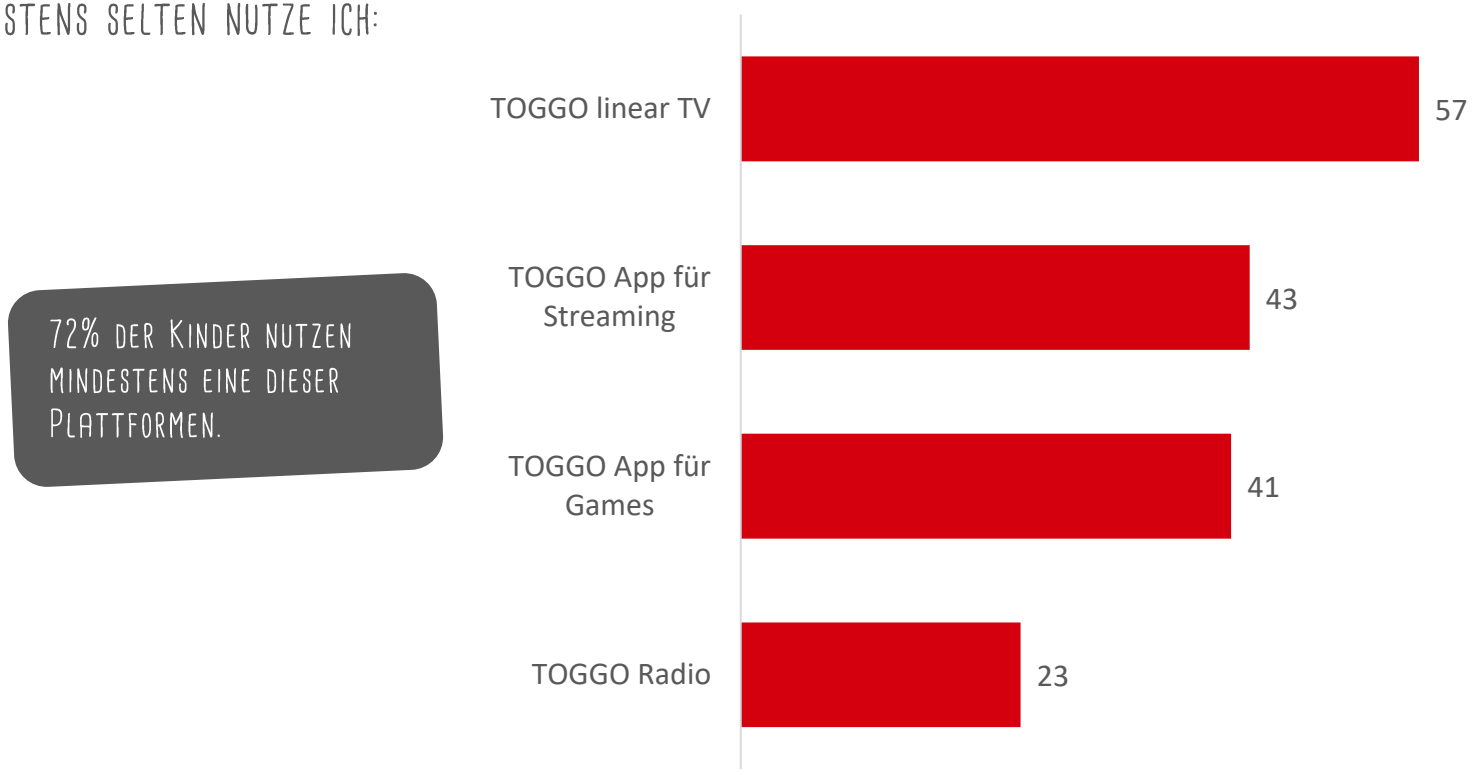
4- bis 13-Jährige

TOGGO-Plattformen
Angaben in %

# TOGGO wird übergreifend genutzt.



Mindestens selten nutze ich:




72% der Kinder nutzen mindestens eine dieser Plattformen.

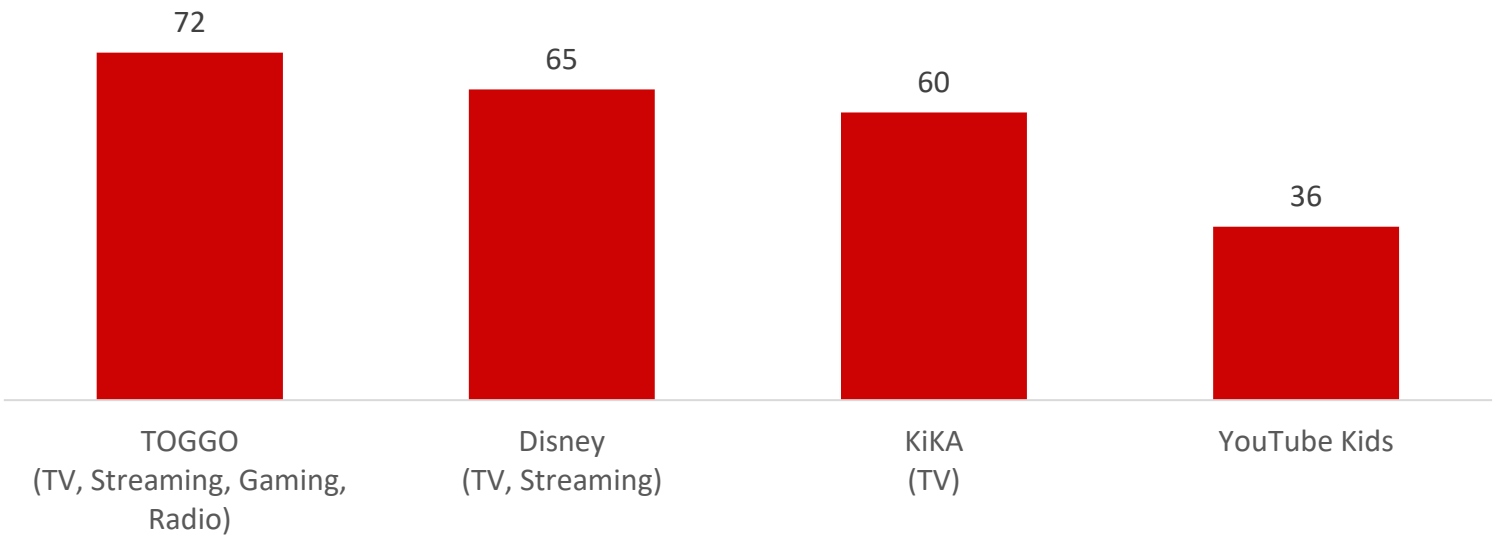
**Fragestellungen: Welche Radiosender hörst du? Welche dieser Apps benutzt Du? Wo überall schaust Du Dir etwas an?**
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# Kindermedien sind zentrale Anlaufstellen für Video, Audio und Gaming.



Angaben in %

Mindestens selten nutze ich…




Fragestellung: Jetzt geht es um das Schauen. Du hast ja gesagt, dass Du zumindest ab und zu Sendungen, Serien, Filme oder Videos schaust. Wo überall schaust Du Dir etwas an?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

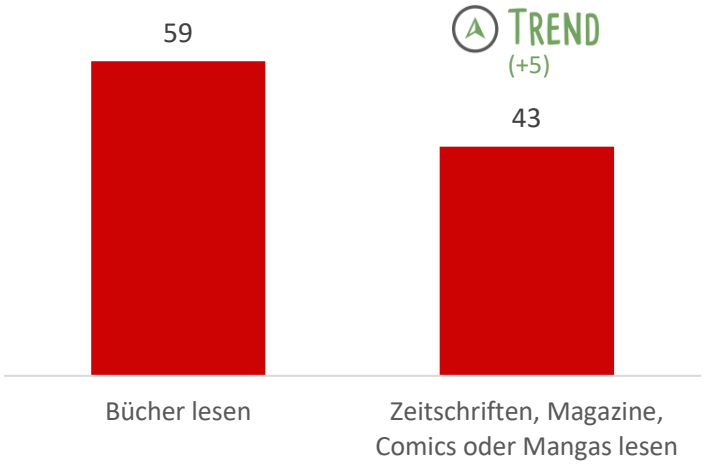
KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

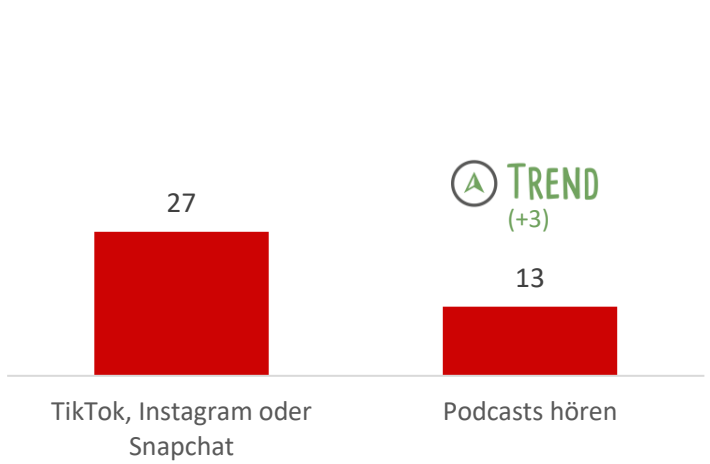
Lesen im Plattformumfeld
mind. mehrmals pro Woche
Angaben in %

# Im Gesamtmarkt liegen Lesemedien klar vor Social-Plattformen und Podcasts - zulegen können derzeit allerdings beide Seiten.







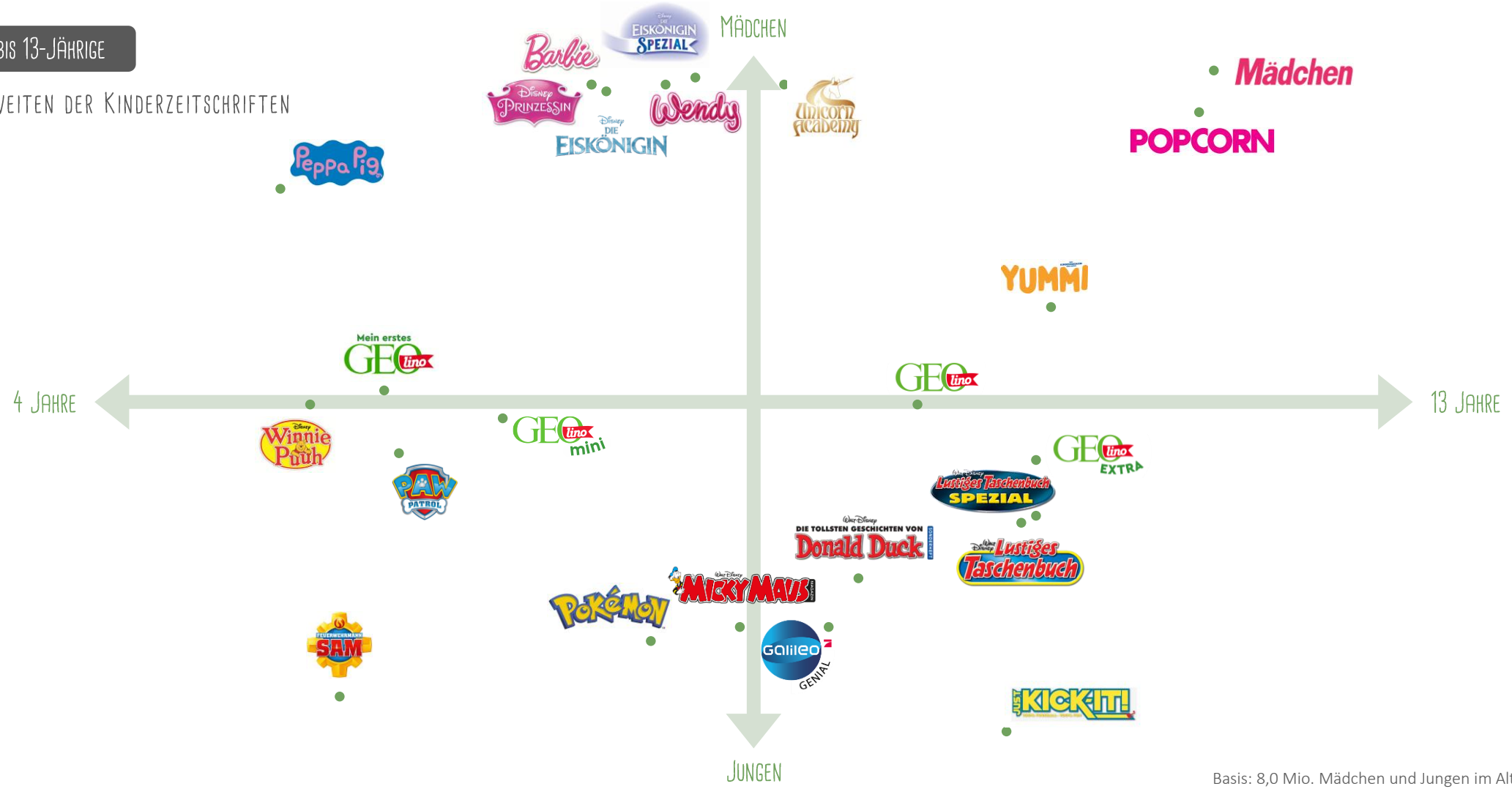

Auch im Plattformzeitalter ist Lesen kein Nischenverhalten: Der Vorsprung gegenüber Social-Angeboten und Podcasts bleibt deutlich.

Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

# Reichweiten der Kinderzeitschriften




Basis: 8,0 Mio. Mädchen und Jungen im Alter von 4-13 Jahren

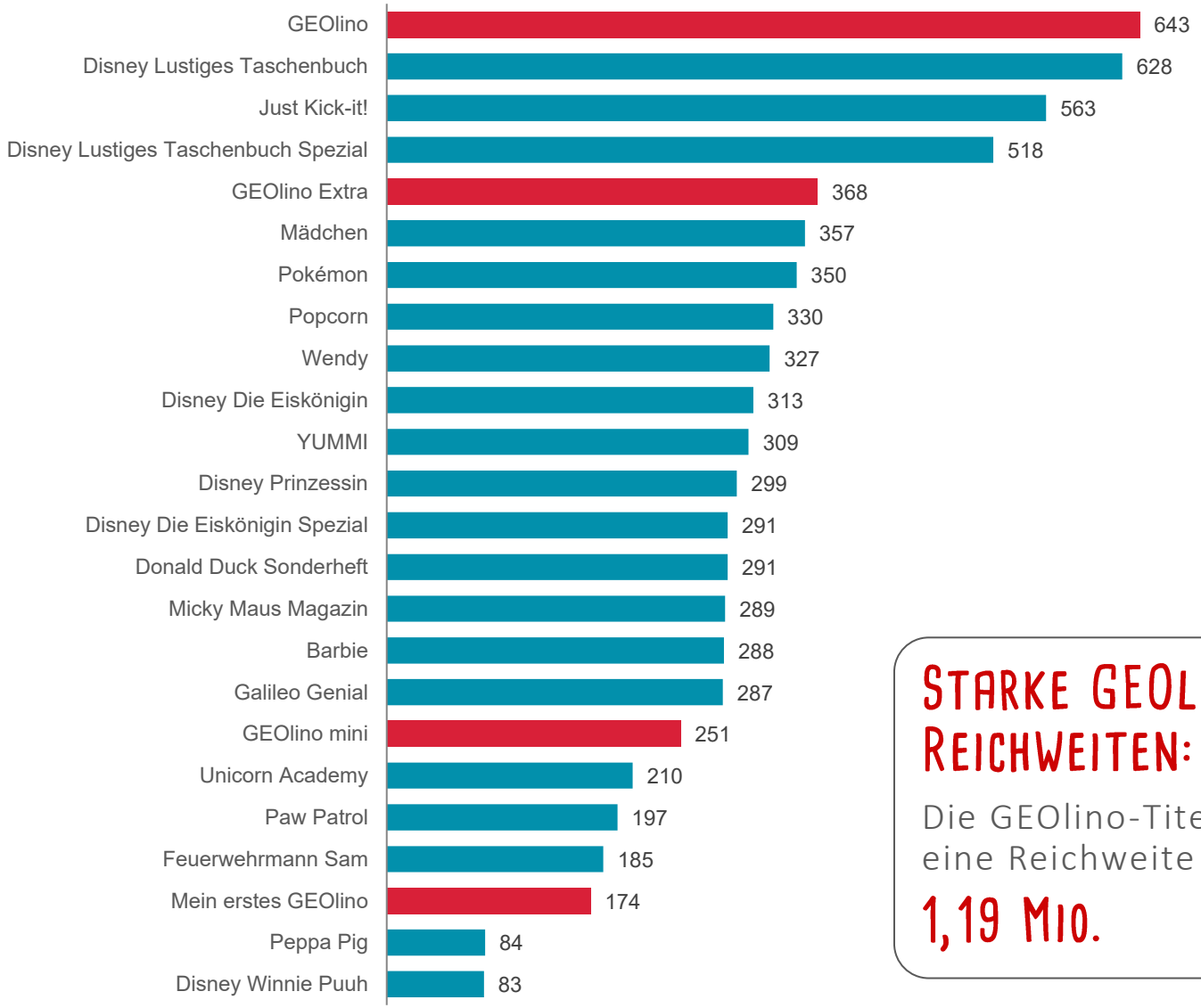
## Für jedes Alter

und viele Interessen gibt es passende Kinderzeitschriften.

# GESAMT 6-13 JAHRE

## 24 TITEL

ANGABEN IN TSD.




**STARKE GEOLINO-REICHWEITEN:**

Die GEOlino-Titel erzielen eine Reichweite von

**1,19 MIO.**

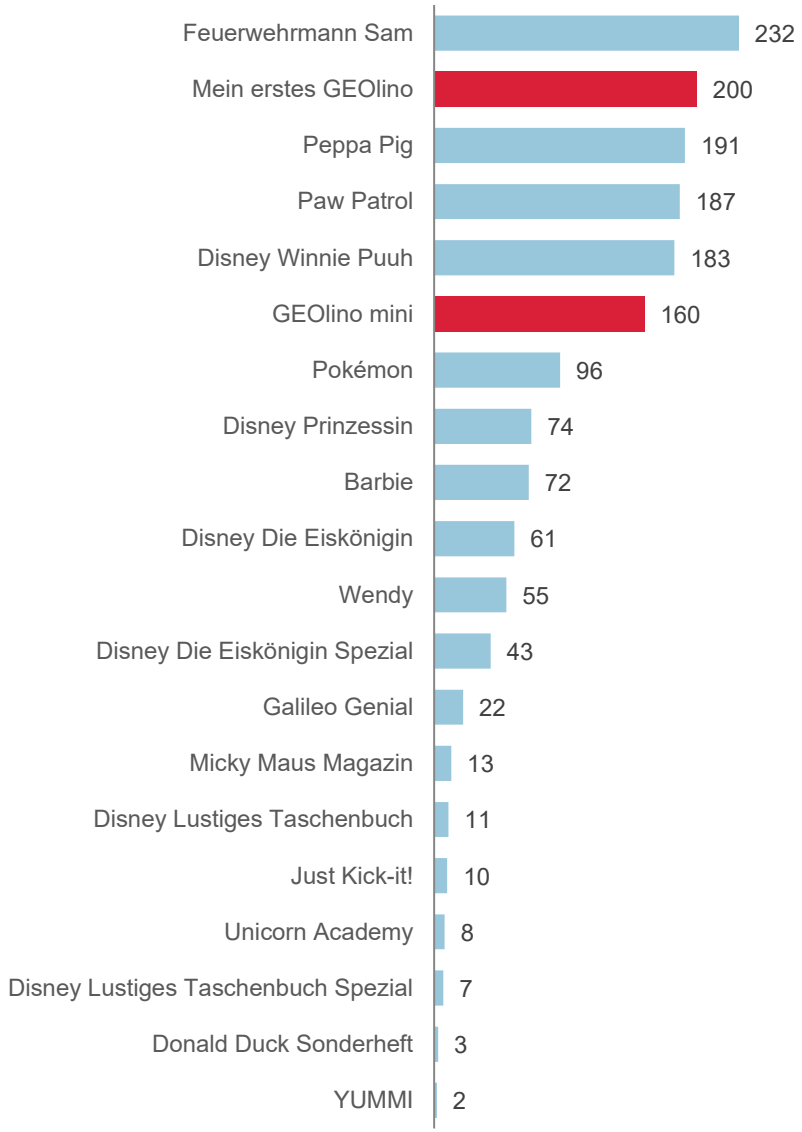
Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 6,38 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre | Antworten der Kinder.

# GESAMT 4-5 JAHRE

## 20 TITEL

ANGABEN IN TSD.




### STARKE GEOLINO-REICHWEITEN:

Die GEOlino-Titel erzielen eine Reichweite von

**0,35 MIO.**

Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 1,62 Mio. Mädchen und Jungen 4-5 Jahre | Antworten der Eltern.

# Eltern lesen bei Kinderzeitschriften häufig mit – und das in allen Altersgruppen.



Ein Elternteil liest mit bei …



**69 %** der 4- bis 5-Jährigen.

**73 %** der 6- bis 9-Jährigen.

**65 %** der 10- bis 13-Jährigen.

**Print ist mehr als Lesen:**
Familienzeit, Gesprächsanlass, Sammelobjekt, Markenraum und Werbekanal

Fragestellung: Es geht jetzt noch einmal um Kinder- und Jugendzeitschriften, die Ihr Kind ab und an oder regelmäßig liest. Bitte geben Sie jeweils an, wie viele Ausgaben der jeweiligen Zeitschrift von Ihnen oder einem Elternteil mitgelesen werden.
Basis: Gesamt Alter 4-5 Jahre (n=405); 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Häufigkeit: mindestens eine Ausgabe der vom Kind gelesenen Titel wird mitgelesen | Antworten der Eltern.

# Reichweite entsteht heute aus dem Zusammenspiel unterschiedlicher Medien und Nutzungssituationen

TOGGO

GEOlino




RTL+



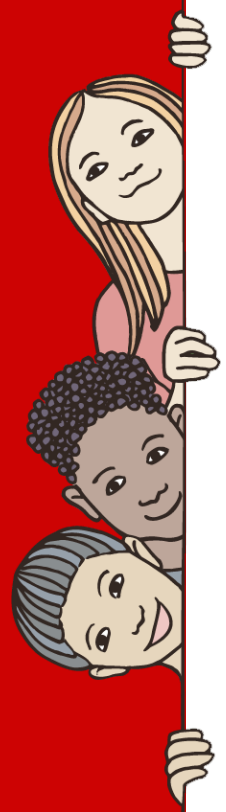
## Starke AdAlliance-Reichweiten:

TOGGO, GEOlino und RTL+ erzielen eine crossmediale Reichweite von **6,39 Mio.** und erreichen damit

**80% der Zielgruppe.**

Quelle: KINDER MEDIEN MONITOR 2026 | Content & Audience Research RTL Deutschland
Basis: n=2.000 Kinder 4-13 Jahre

# Agenda



## Freizeitgestaltung der Kinder

Mediale & Non-Mediale Aktivitäten

## Relevante Plattformen

Nutzung und Touchpoints

## Kinder und Werbung

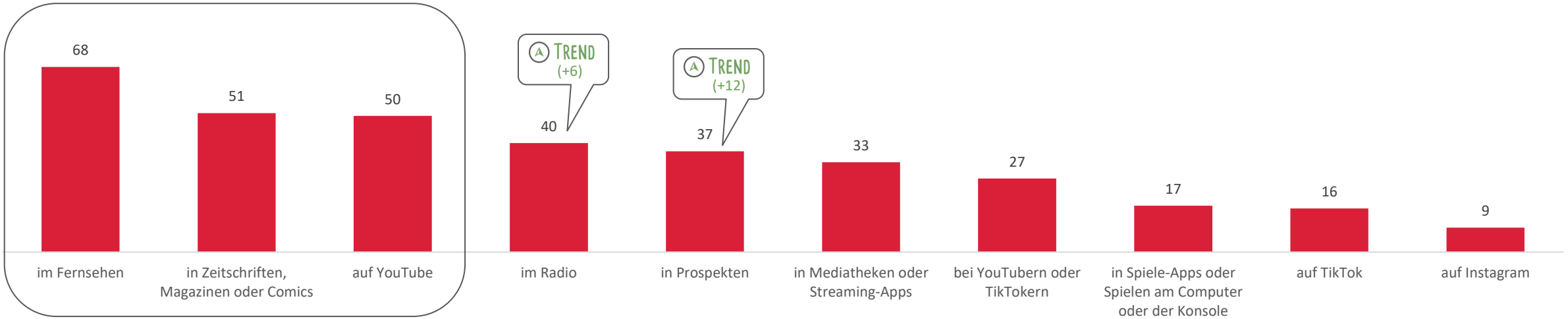
Werbe-Touchpoints im Vergleich

# Fernsehen, Zeitschriften und YouTube sind die wichtigsten Werbeorte.



Angaben in %

In letzter Zeit ist mir Werbung aufgefallen...



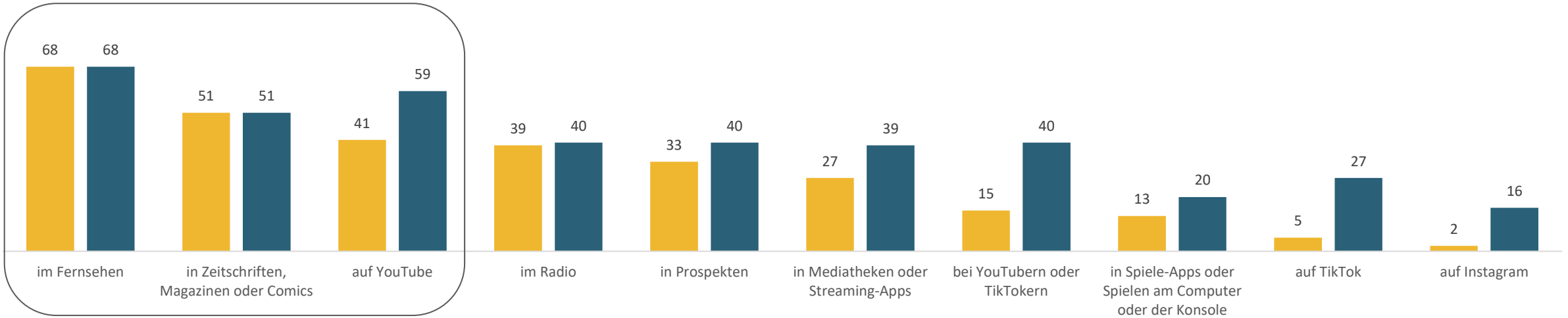

Fragestellung: Werbung gibt es ja überall an ganz verschiedenen Stellen. Wo ist Dir in der letzten Zeit überall Werbung aufgefallen?
Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

# Fernsehen, Zeitschriften und YouTube sind die wichtigsten Werbeorte. Bei Älteren kommen Influencer, TikTok und Games hinzu.



Angaben in %

In letzter Zeit ist mir Werbung aufgefallen...



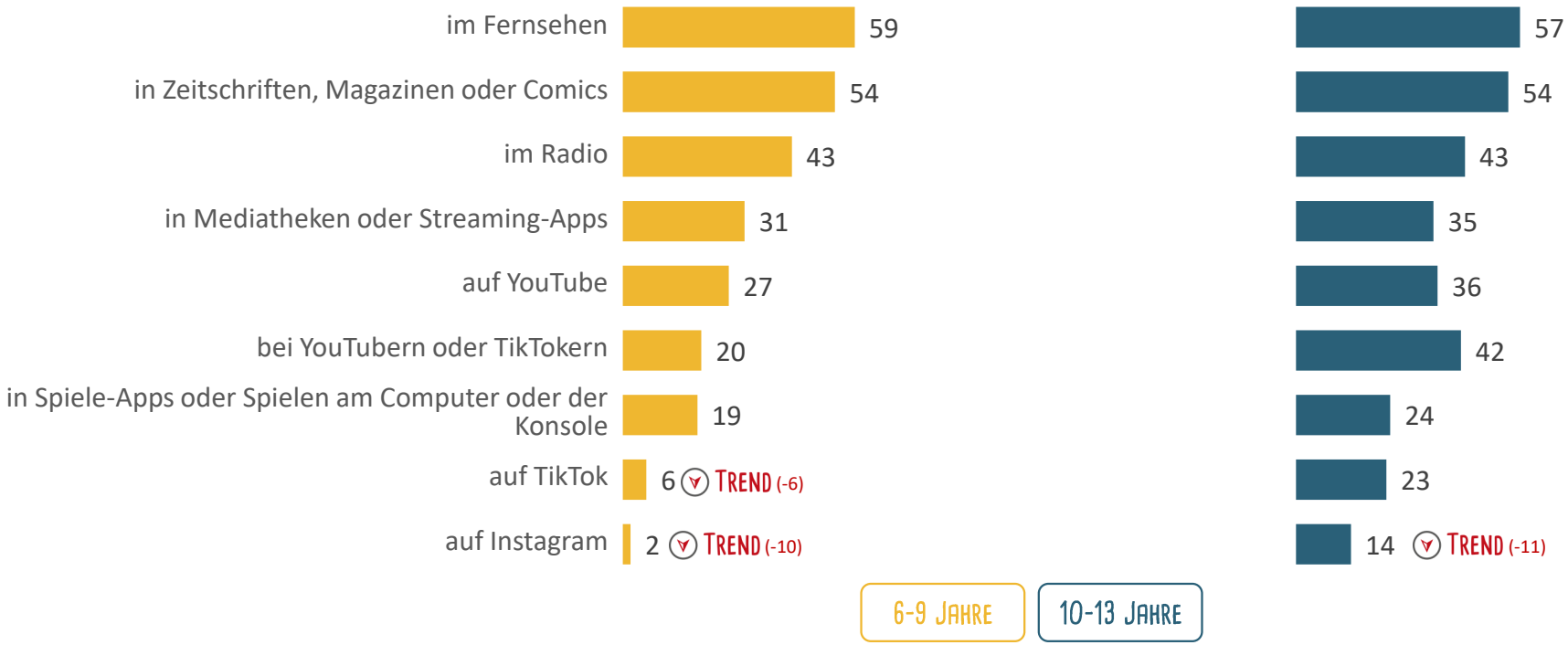

Fragestellung: Werbung gibt es ja überall an ganz verschiedenen Stellen. Wo ist Dir in der letzten Zeit überall Werbung aufgefallen?
Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

# WERBUNG GEFÄLLT KINDERN AM BESTEN IM FERNSEHEN UND IN ZEITSCHRIFTEN. BEI ÄLTEREN HOLEN DIGITALE KANÄLE AUF.



ANGABEN IN %

## WERBUNG GEFÄLLT MIR...




**Fragestellung: Denke bitte mal an Werbung für Dinge, die Dich interessieren. Wie gefällt Dir solche Werbung, wenn Du sie hier siehst, hörst oder liest?**
Antwortmöglichkeiten: sehr gut, gut, weniger gut, gar nicht, weiß nicht/keine Angabe.
Basis: Gesamt Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Häufigkeit: mindestens gut | Antworten der Kinder.

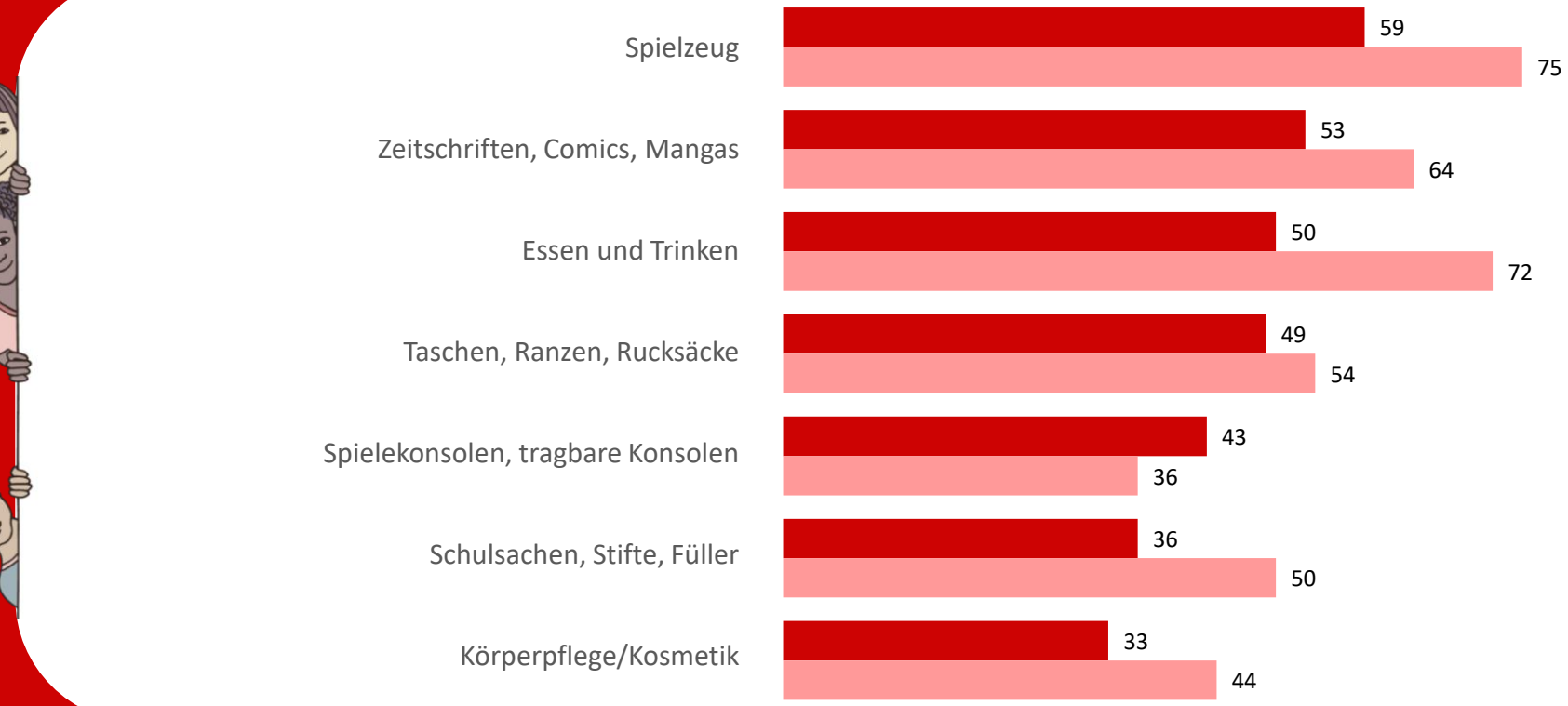
KINDER MEDIEN MONITOR 2026

4- bis 13-Jährige

Markenwünsche und ihre Erfüllung
Angaben in %

# Marken sind Kindern wichtig – und viele Wünsche werden von Eltern häufig erfüllt.





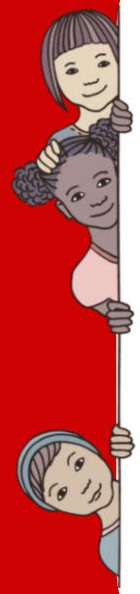

Fragestellung Kinder: Wenn Du Dir etwas kaufst oder Deine Eltern etwas für Dich kaufen: Ist es für Dich wichtig, eine bestimmte Marke zu bekommen? Oder ist Dir die Marke egal?
(Häufigkeit: Marke wichtig) | Fragestellung Eltern: Wenn sich Ihr Kind bei den nachfolgenden Produkten eine bestimmte Marke wünscht: Wie häufig erfüllen Sie diesen Wunsch? (Häufigkeit: (fast) immer + häufig)
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder und Eltern.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

Eltern der 4- bis 13-Jährigen

Informationsquelle der Eltern
Angaben der Eltern in %

# Bei Konsumentscheidungen ist das Kind eine zentrale Informationsquelle für die Eltern



**91%** informieren sich **beim Kind selbst**, bevor sie Kids-Produkte kaufen

- Essen und Trinken
- Bücher
- Zeitschriften, Comics, Mangas
- Körperpflege/Kosmetik
- Spielzeug
- Taschen, Ranzen, Rucksäcke
- Schulsachen, Stifte, Füller

**Fragestellung: Jetzt geht es noch einmal um das Einkaufen. Wo informieren Sie sich über die folgenden Dinge, die Sie für Ihr Kind kaufen?**

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000)| Kategorieübergreifend | Angaben der Eltern.

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

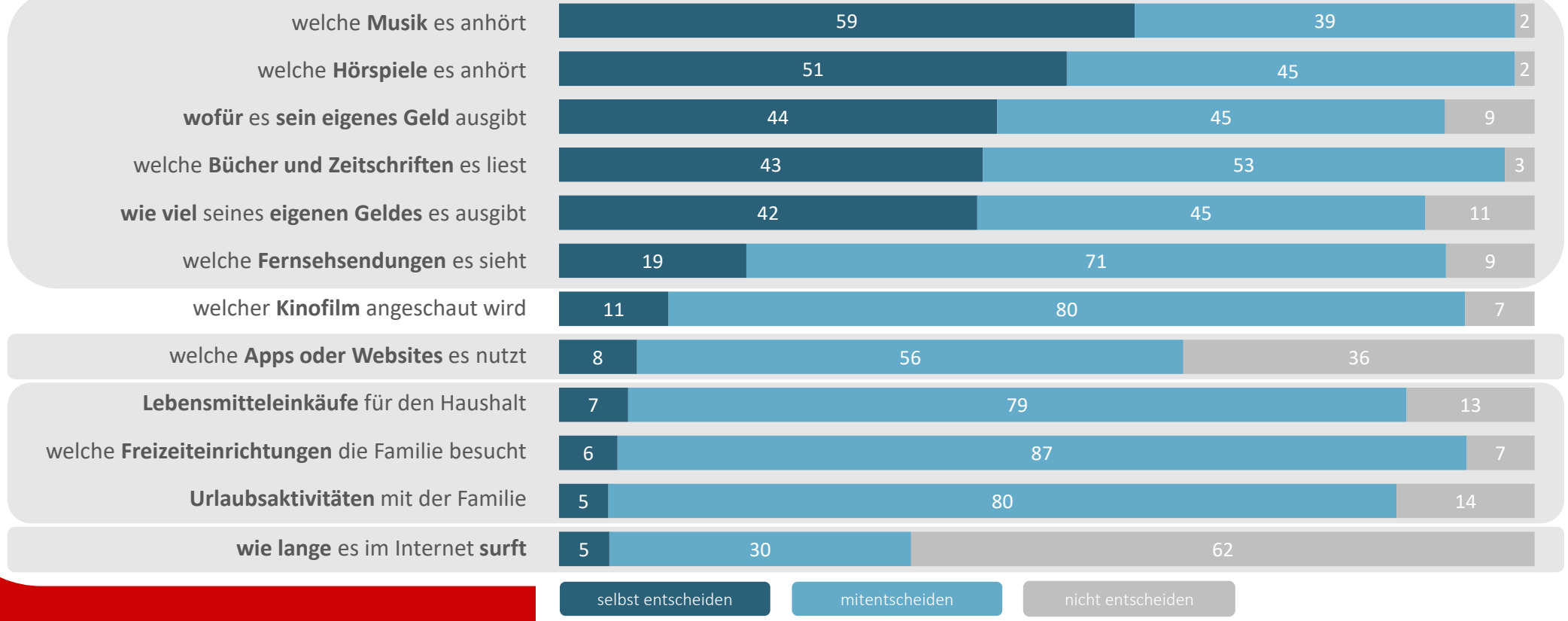
Eltern der 4- bis 13-Jährigen

Mitbestimmungsrecht des Kindes
Angaben der Eltern in %

# Bei Medieninhalten und eigenem Geld dürfen Kinder häufig selbst entscheiden. Apps und Internetzeit bleiben stärker reguliert.

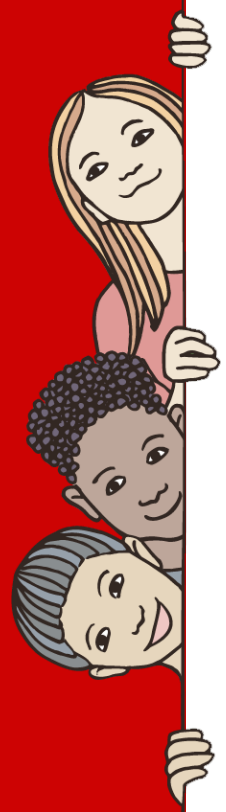
Mein Kind darf…






**Fragestellung: Bei welchen der nachfolgenden Dinge darf Ihr Kind selbst oder mitentscheiden?**
Antwortmöglichkeiten: selbst entscheiden, mitentscheiden, nicht entscheiden, weiß nicht/keine Angabe.
Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | Antworten der Eltern.

# Agenda



## Freizeitgestaltung der Kinder

Mediale & Non-Mediale Aktivitäten

## Relevante Plattformen

Nutzung und Touchpoints

## Kinder und Werbung

Werbe-Touchpoints im Vergleich

## Handy und KI im Alltag von Kindern

Nutzung Bewertung Fairness

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

6- bis 13-Jährige

Handy in der Schule: Erlaubnis

# Handys dürfen meist mit in die Schule, dort aber nur ausgeschaltet oder eingeschränkt nutzbar – Tendenz strenger.

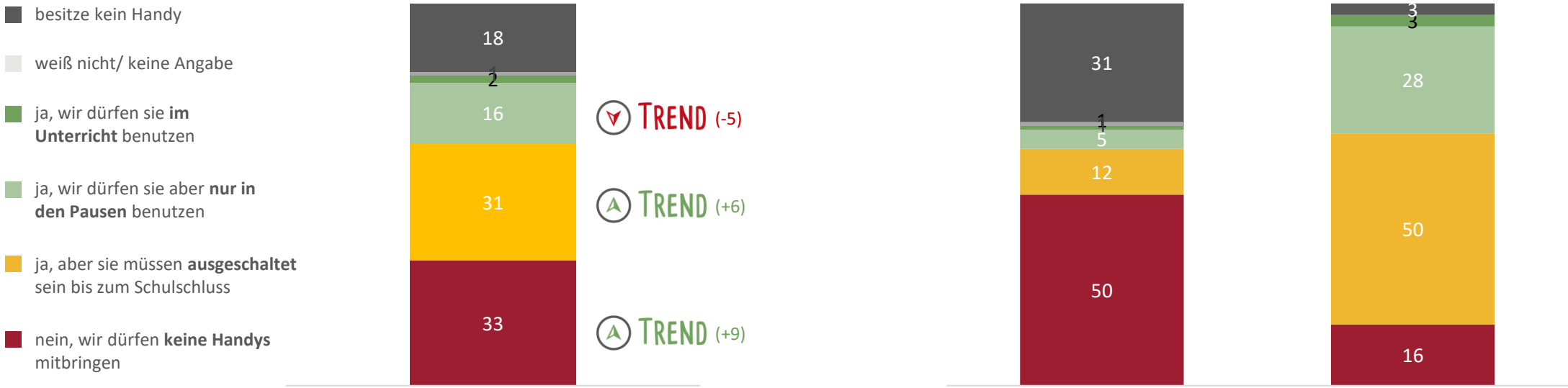


Meine Schule erlaubt, dass wir unsere Handys mitbringen…

Gesamt - Angaben in %

6-9 Jahre

10-13 Jahre




Fragestellung: Erlaubt Deine Schule, dass Ihr Eure Handys mitbringt?

Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

# Die Mehrheit der Kinder akzeptiert die Handyregeln der Schule trotz klarer Einschränkungen. Ein Viertel ist damit unzufrieden.



So finde ich die Regelung an meiner Schule…




Fragestellung: Und wie findest Du persönlich diese Regelung an Deiner Schule?
Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595) | Antworten der Kinder.

# Nicht nur bekannter, sondern auch besser verstanden: Deutlich mehr Kinder können erklären, was ChatGPT ist.



Von ChatGPT habe ich schon mal gehört…

Gesamt - Angaben in %

6-9 Jahre

10-13 Jahre




Fragestellung: Hast Du schonmal von ChatGPT oder etwas Ähnlichem gehört? Und weißt Du, was damit gemeint ist?

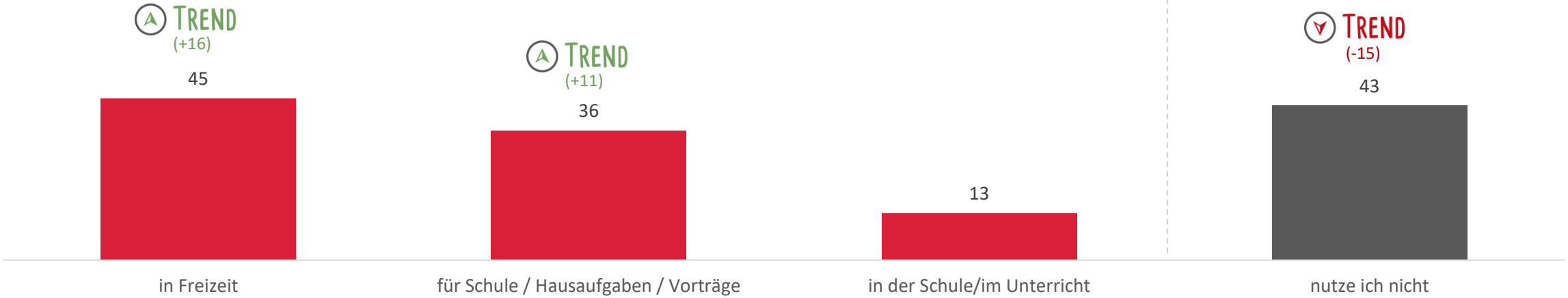
Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

# ChatGPT rückt in den Alltag: genutzt vor allem in der Freizeit und für Schulthemen oder Hausaufgaben, kaum im Unterricht.



Angaben in %

ChatGPT nutze ich…



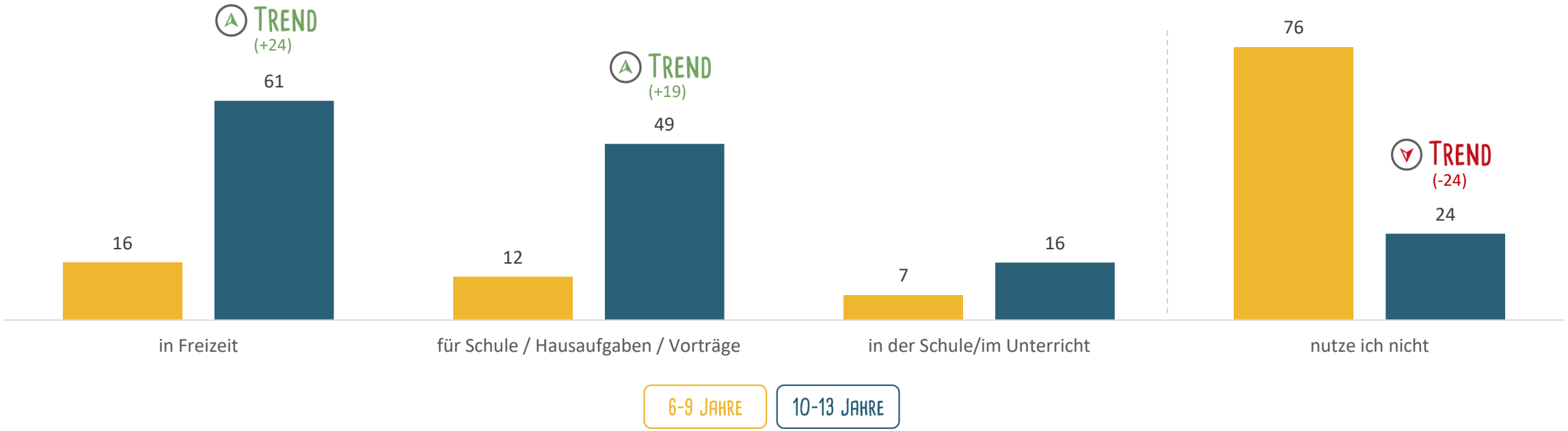

Fragestellung: Und nutzt Du ChatGPT oder etwas Ähnliches in der Schule oder zu Hause?
Basis: Wenn ChatGPT bekannt, Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.087); 6-9 Jahre (n=384); 10-13 Jahre (n=703) | Antworten der Kinder.
Ⓐ Veränderungen aufgrund methodischer Änderungen als Tendenz zu lesen.

# BEI DEN 10- BIS 13-JÄHRIGEN HAT SICH DIE NUTZUNG BESONDERS STARK VERSCHOBEN: NUR NOCH 24 % DER CHATGPT-KENNER:INNEN NUTZEN ES NICHT. 2025 WAREN ES 48 %.



ANGABEN IN %

CHATGPT NUTZE ICH…




Fragestellung: Und nutzt Du ChatGPT oder etwas Ähnliches in der Schule oder zu Hause?
Basis: Wenn ChatGPT bekannt, Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.087); 6-9 Jahre (n=384); 10-13 Jahre (n=703) | Antworten der Kinder.
Ⓐ Veränderungen aufgrund methodischer Änderungen als Tendenz zu lesen.

# Kinder unterscheiden klar zwischen Hilfe und Betrug.



Angaben in %

Im Umgang mit ChatGPT finden Kinder …

## Voll okay

Akzeptierte Hilfe

**66 %** Fragen, wenn man eine Aufgabe nicht versteht

**69 %** Nach Ideen für eine Geschichte oder ein Bild fragen

## Gar nicht okay

Klare Grenze

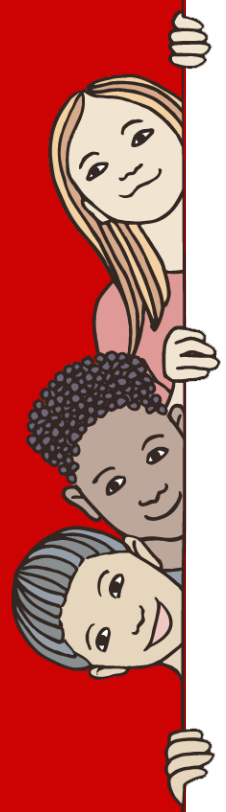
**71 %** Heimlich in einer Prüfung benutzen

**57 %** Einen ganzen Text schreiben lassen und so abgeben

**56 %** Nutzen, aber der Lehrkraft nichts davon sagen

Fragestellung: Was findest Du im Umgang mit ChatGPT okay und was nicht?
Basis: Wenn ChatGPT bekannt und Schulkind, Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.060) | Antworten der Kinder.

# Take Aways



## Kinderwelten sind hybrid

Kids lesen und streamen, spielen analog und digital, nutzen etablierte Medienmarken und entdecken gleichzeitig neue Technologien wie KI.

## Kinder sind zunehmend aktive Mitentscheider

Sie wählen Medien selbst, entwickeln Markenwünsche, sind Konsumakteure und entscheiden in der Familie mit.

## Wer Kinder verstehen und erreichen möchte, muss MedienAngebote und Markenwelten **aus Kids-Perspektive** betrachten.

# Vielen Dank!



## Interesse? Sprechen Sie uns gern an!


### Birgit Guth

Head of Content & Audience Research

Birgit.guth@rtl.de

### Anika Reimann

Senior Advertising researcher

Anika.Reimann@rtl.de


Downloadmöglichkeit auf

www.kinder-medien-monitor.de