

KINDER  
MEDIEN  
MONITOR

2022

ORIENTIERUNG IM  
KINDLICHEN  
MEDIENUNIVERSUM.



RELEVANT

REPRÄSENTATIV

REICHHALTIG

RICHTUNGSWEISEND

Der **KINDER MEDIEN MONITOR 2022** bietet Orientierung im kindlichen Medienuniversum und ist die einzig zählbare Studie ihrer Art in Deutschland.

## UMFASSENDES DATENMATERIAL FÜR DIE MEDIAPLANUNG

- Repräsentiert 7,59 Mio. deutschsprachige Kinder: 5,99 Mio. 6 bis 13 Jahre, 1,60 Mio. 4 bis 5 Jahre.
- Reichweiten für 27 Printmagazine bei Kindern und mitlesenden Eltern / Erziehungsberechtigten.
- Umfasst alle zielgruppenrelevanten Medien: Zuschauen, Zuhören, Lesen, Kommunizieren, Gaming.
- Vielseitige Einblicke in verschiedene Lebensbereiche der Kinder – durch Antworten von Kindern und ihren Eltern.
- **Face-to-Face-Befragung:** 2.055 Doppel-Interviews mit den 6- bis 13-Jährigen und einem ihrer Erziehungsberechtigten + 548 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen.



# DIE FREIZEIT DER KINDER - BUNT & AUSGEFÜLLT



## AUSPOWERN

Im Freien spielen  
Sport treiben

## AUSRUHEN

Nichts tun / chillen

## ENGAGIEREN

Nachhaltigkeit &  
Umwelt

## SPIELEN

Gesellschaftsspiele  
Puzzeln  
Puppen, Stofftiere  
Actionhelden  
Sammlungen

Spielkästen / Spielsets  
Bastel-,  
Experimentierkästen

Interaktive Lernspiele  
Augmented Reality

## MEDIEN NUTZEN

Gaming  
Kommunizieren  
Lesen  
Zuhören  
Zuschauen

## KONSUMIEREN

Wünsche, Freiräume,  
Werbung, Einfluss auf  
Kaufentscheidungen,  
Ausgaben der Eltern

## SOZIALE KONTAKTE PFLEGEN

Zeit mit Familie und Freund:innen verbringen

## MIT TIEREN BESCHÄFTIGEN

Tiere füttern und pflegen

## KREATIV SEIN

Musizieren  
Kochen / Backen  
Malen, Zeichnen,  
Basteln, Handarbeiten  
Verkleiden

## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?

## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?

## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?

## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

6

Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?



# EIN TRENDPFEIL STELLT SICH VOR

 <b>TREND</b>	POSITIV
 <b>TREND</b>	NEGATIV
 <b>TREND</b>	GLEICHBLEIBEND
 <b>TREND</b>	TEILS TEILS

Bei verschiedenen Fragestellungen wird im Rahmen dieser Präsentation ein Vergleich zum Vorjahr angestellt.

Der Trendpfeil zeigt an, ob die Entwicklung zum Vorjahr:

- positiv (steigend),
- negativ (fallend) oder
- gleichbleibend (keine signifikante Veränderung) verlaufen ist.

„Teils teils“ steht für eine Entwicklung, die zwei oder drei Komponenten beinhaltet (und/oder):

- teils positiv, teils negativ, teils gleichbleibend.

## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?

## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?

## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

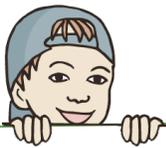
5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?

## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

6

Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?





# KAPITEL 1

## DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

98% AUSPOWERN

Im Freien spielen  
Sport treiben

SOZIALE KONTAKTE PFLEGEN 98%

Zeit mit Familie und Freund:innen verbringen

92% SPIELEN

Gesellschaftsspiele  
Puzzeln  
Puppen, Stofftiere  
Actionhelden

Sammlungen  
Spielkästen / Spielsets  
Bastel-, Experimentierkästen

Interaktive Lernspiele  
Augmented Reality

AUSRUHEN 85%

Nichts tun / chillen

43% MIT TIEREN BESCHÄFTIGEN

Tiere füttern und pflegen

KREATIV SEIN 83%

Musizieren  
Kochen / Backen  
Malen, Zeichnen,  
Basteln, Handarbeiten  
Verkleiden

# WAS DIE KINDER IN DER CORONA-ZEIT BESONDERS VERMISST HABEN? IHRE FREUNDE NATÜRLICH!

Mit Freund:innen treffen, spielen, feiern

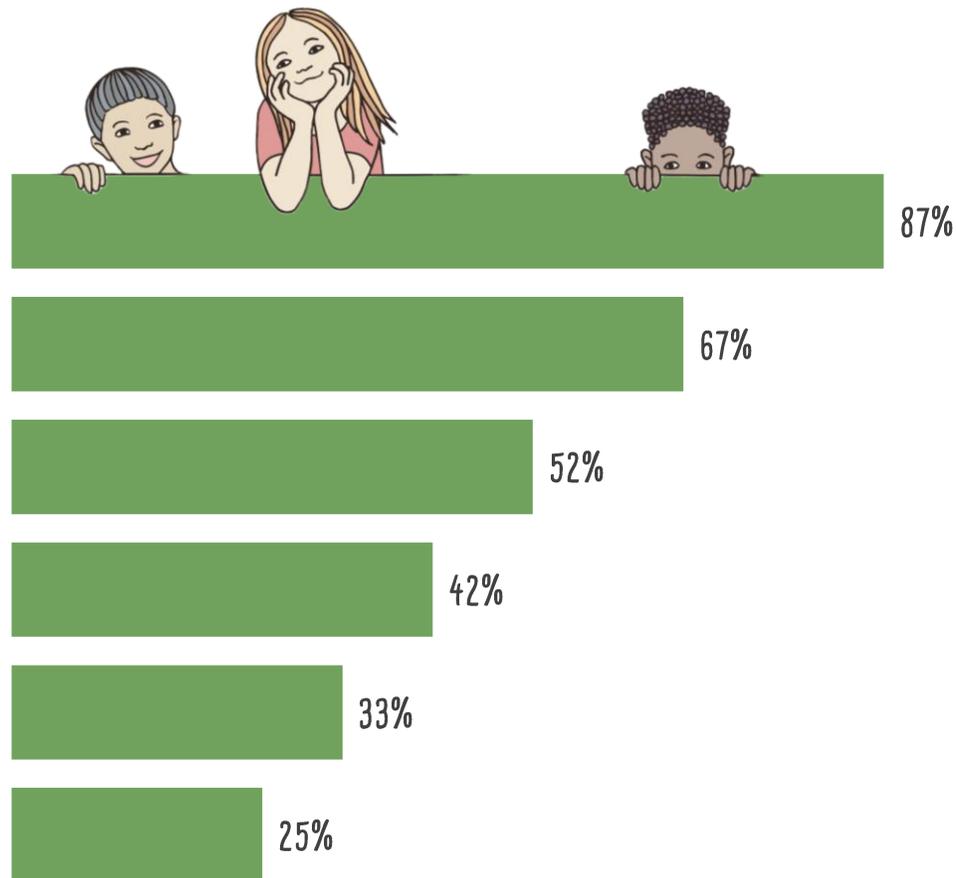
Aktiv sein im Freibad oder Sportverein

Verreisen

Stadtfeste oder Freizeitparks besuchen

Shoppen / in der Stadt bummeln

Ins Kino gehen

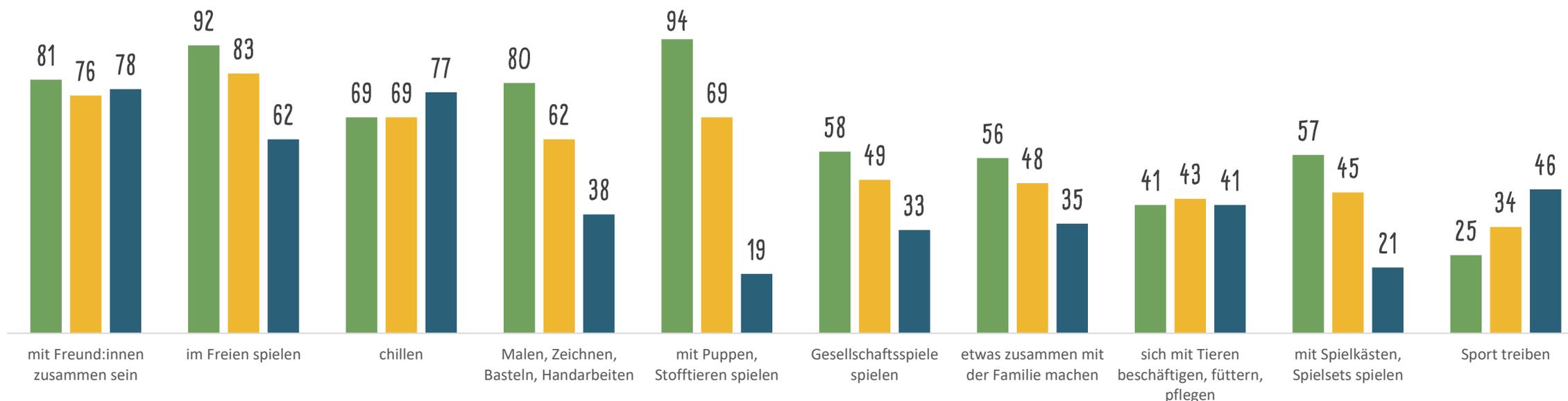


Fragestellung: In der Zeit, in der es aufgrund von Corona Einschränkungen gab: Was hast Du da vermisst? Und wie sehr hast Du das vermisst? Antwortmöglichkeiten: sehr vermisst, etwas vermisst, nicht vermisst. Abgefragt wurden 10 Freizeitaktivitäten. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre; Antworten der Kinder: „sehr vermisst“.

# SPIELEN IN JEDER FORM BESTIMMT DIE FREIZEIT DER MÄDCHEN



MÄDCHEN TOP 10 - MIND. MEHRMALS PRO WOCHE  
ANGABEN IN %



4-5 JAHRE

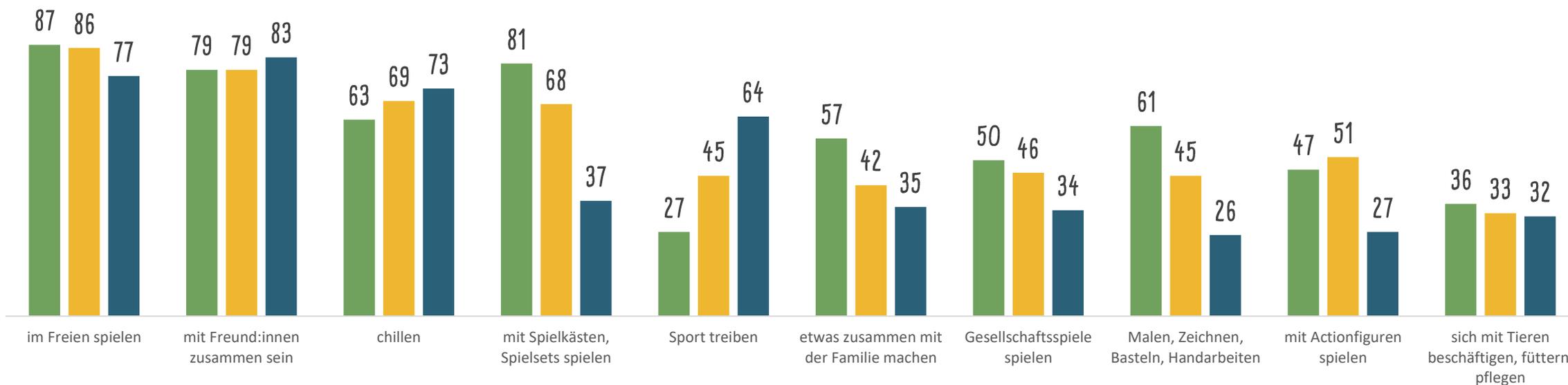
6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

# RAUS AN DIE FRISCHE LUFT! BEI JUNGEN BIS 9 JAHREN GANZ OBEN AUF DER LISTE



JUNGEN TOP 10 - MIND. MEHRMALS PRO WOCHE  
ANGABEN IN %



4-5 JAHRE

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

Fragestellung: Ich nenne Dir nun ein paar Dinge, die man in seiner Freizeit machen kann. Sage mir bitte zu jedem, ob Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie machst.  
Abgefragt wurden 26 Freizeitaktivitäten. Basis: 3,90 Mio. Jungen 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KAPITEL 1

# DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

## FAZIT

- Die Life-Balance der Kinder kennt drei starke Säulen: Spielen im Freien (80 Prozent), die Zeit mit Freund:innen oder Familie (86 Prozent) und das Nichtstun/Chillen (71 Prozent).
- Härtetest Corona: 87 Prozent der 6- bis 13-Jährigen haben es sehr vermisst, mit ihren Freund:innen Zeit zu verbringen.
- Familie ist wichtiger Rückzugsort: Für Mädchen (44 Prozent) genauso wie für Jungen (43 Prozent) – mindestens mehrmals pro Woche.
- Alle Kinder spielen gern! Je jünger, desto analoger.
- Raus an die frische Luft – 80 Prozent aller Kinder spielen mindestens mehrmals pro Woche im Freien!



## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?

## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?

## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?

## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

6

Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?



## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT



96% ZUSCHAUEN

96% schauen mind. mehrmals pro Woche Serien, Filme oder Videos.

KOMMUNIZIEREN 94%

94% verwenden mind. ab und zu Medien für Telefonate, Text-/ Sprach-/ Video-botschaften oder um ihren Status oder Bilder zu posten.

84% ZUHÖREN

84% hören mind. mehrmals pro Woche Musik, (Kinder-) Radiosendungen, Hörspiele, Hörbücher oder Podcasts.

LESEN 72%

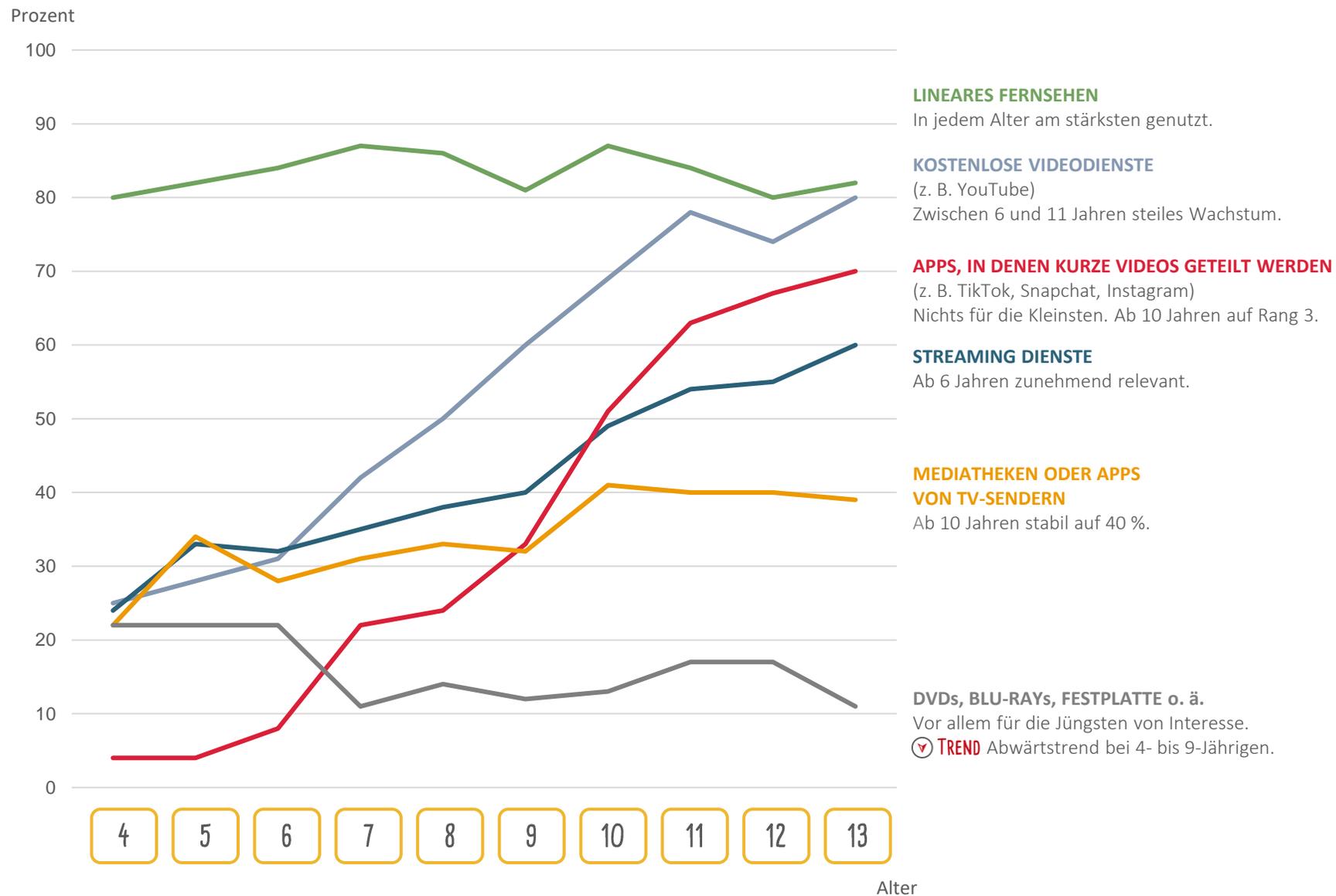
72% lesen mind. mehrmals pro Woche Bücher, Zeitschriften, Magazine, Comics, E-Books oder E-Magazines.

67% GAMING

67% spielen mind. mehrmals pro Woche per Konsole, Computer, Tablet oder Smartphone.

ES GIBT VIELE ANGEBOTE  
FÜRS ZUSCHAUEN

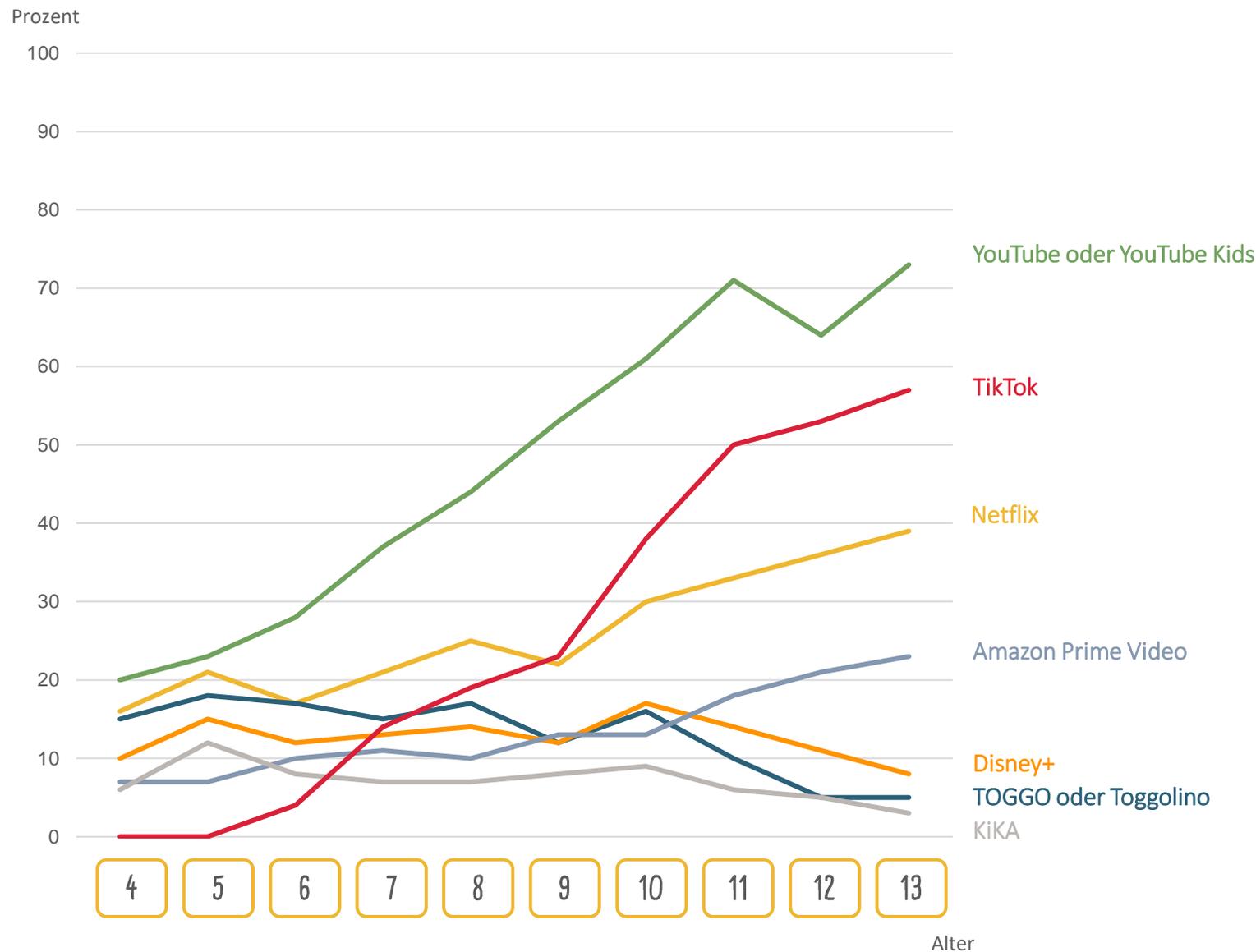
LINEARES FERNSEHEN IST  
DAS WICHTIGSTE



- LINEARES FERNSEHEN**  
In jedem Alter am stärksten genutzt.
- KOSTENLOSE VIDEODIENSTE**  
(z. B. YouTube)  
Zwischen 6 und 11 Jahren steiles Wachstum.
- APPS, IN DENEN KURZE VIDEOS GETEILT WERDEN**  
(z. B. TikTok, Snapchat, Instagram)  
Nichts für die Kleinsten. Ab 10 Jahren auf Rang 3.
- STREAMING DIENSTE**  
Ab 6 Jahren zunehmend relevant.
- MEDIATHEKEN ODER APPS VON TV-SENDERN**  
Ab 10 Jahren stabil auf 40 %.
- DVDs, BLU-RAYS, FESTPLATTE o. ä.**  
Vor allem für die Jüngsten von Interesse.  
⚠️ **TREND** Abwärtstrend bei 4- bis 9-Jährigen.

Fragestellung: Wenn Du Dir in Deiner Freizeit Serien, Filme oder Videos anschaust, machst Du das .... (Abfrage von 6 Items) und wenn ja, wie oft machst Du das? Machst Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie, unabhängig von dem Gerät, mit dem Du das machst?  
Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KINDER AB 11 JAHREN  
EROBERN SICH  
YOUTUBE, TIKTOK &  
NETFLIX



Fragestellung: Und wenn Du Dir Serien, Filme oder Videos in Deiner Freizeit anschaust, dann kannst Du das ja bei Mediatheken, Apps, Videodiensten und Streamingdiensten auch so machen, dass Du Dir aussuchen kannst, wann Du was sehen möchtest. Machst Du das dann auch mit . . . (Abfrage von 13 Items) und wenn ja, wie oft nutzt Du das? Machst Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie, unabhängig von dem Gerät, mit dem Du das machst?  
Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

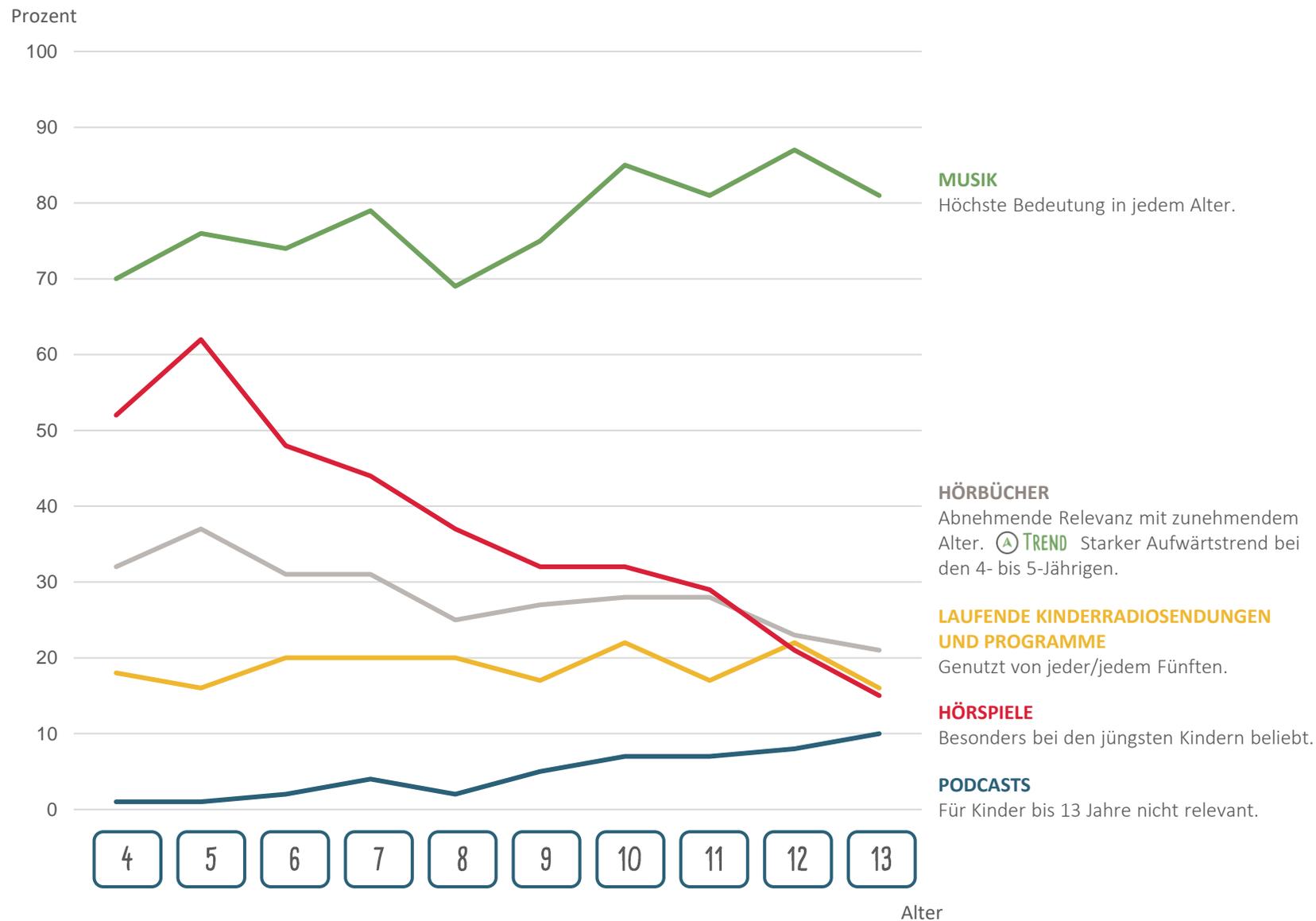
## ZUSCHAUEN

### FAZIT

- Bewegung im Spiel: 96 Prozent der Kinder schauen in ihrer Freizeit mindestens mehrmals pro Woche Serien, Filme oder Videos.
- Zugeschaut wird vor allem linear, also genau dann, wenn es gerade im Fernsehen läuft (83 Prozent).
- Jenseits vom linearen TV ist YouTube der Kanal der Wahl. Ab 11 Jahren rückt TikTok nach.
- Streaming-Dienste gewinnen ab 6 Jahren stetig an Bedeutung.



MUSIK HAT DEN  
GRÖßTEN STELLENWERT  
BEI KLEIN & GROß



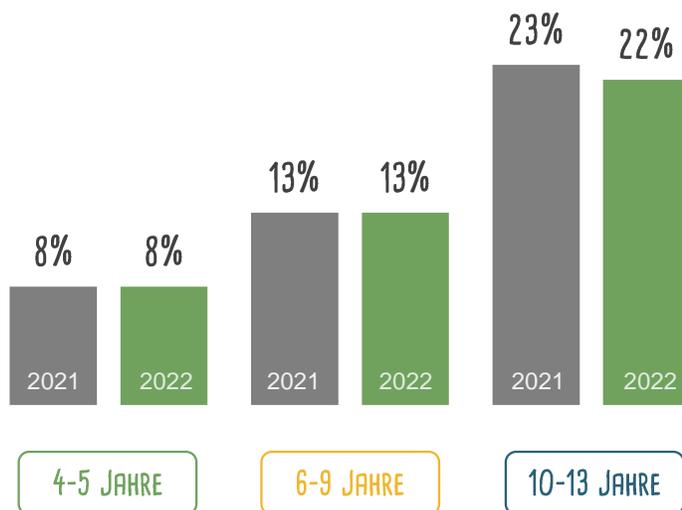
Fragestellung: Hörst Du ... (Abfrage von 5 Items) in Deiner Freizeit und wenn ja, wie oft tust Du das? Machst Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie unabhängig von dem Gerät, mit dem Du das machst?

Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

## SPEAKER STABIL AUF VORJAHRESNIVEAU

NUTZUNG VON GERÄTEN WIE ALEXA, GOOGLE HOME

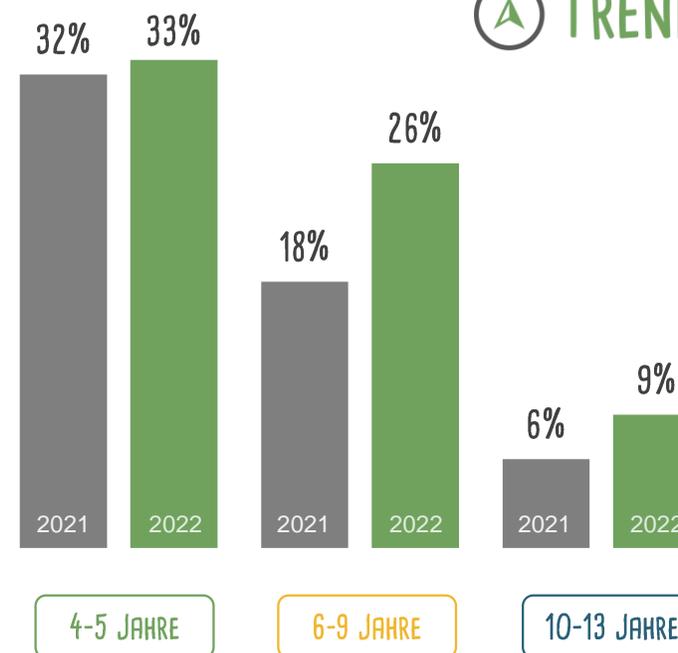
 TREND



## TONIEBOX & Co. AUF DEM VORMARSCH

NUTZUNG VON GERÄTEN WIE TONIEBOX, V-STORY ODER TIGERBOX

 TREND



# KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

## ZUHÖREN

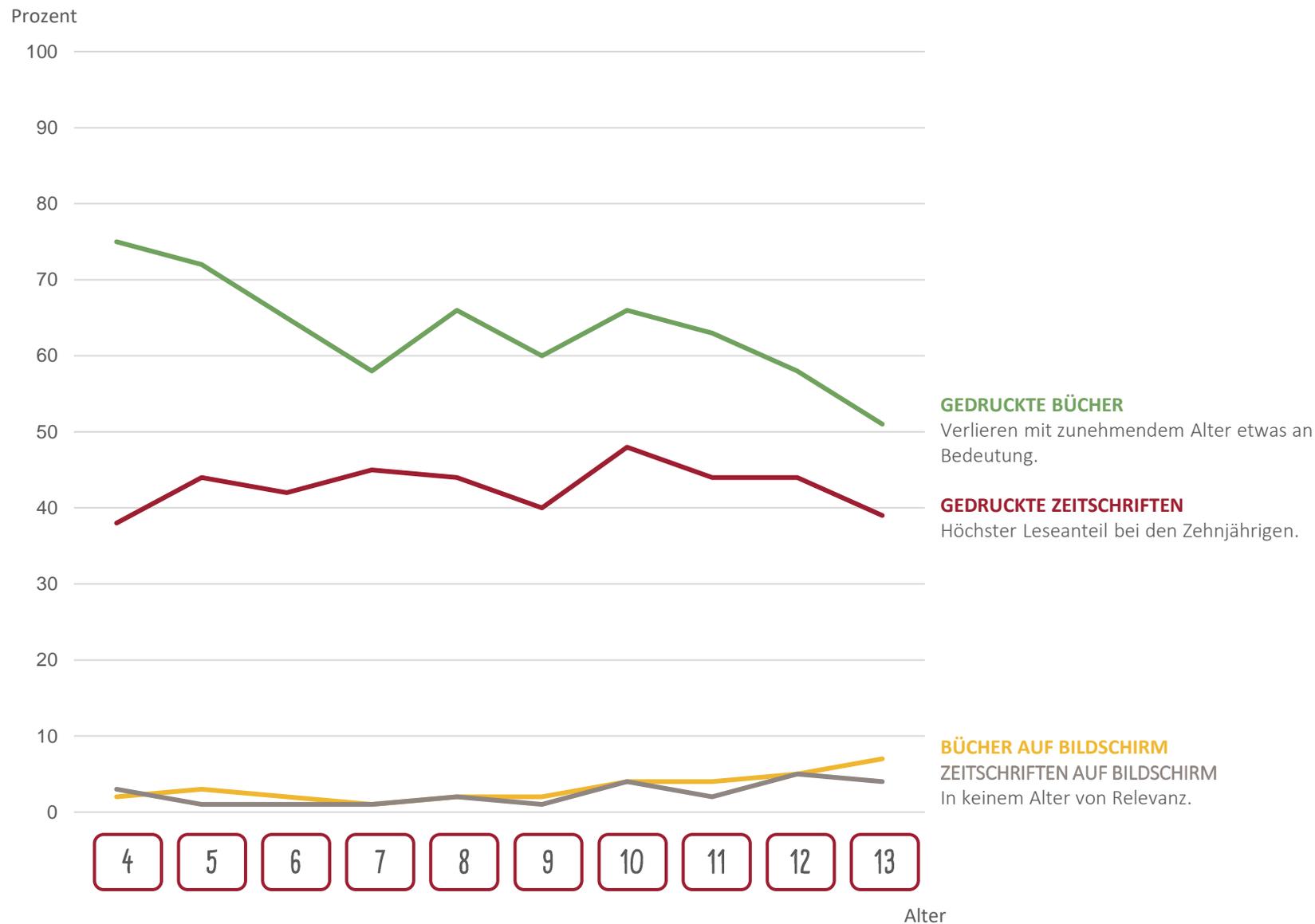
### FAZIT

- Mindestens mehrmals pro Woche hören 84 Prozent der 4- bis 13-Jährigen Musik, (Kinder-)Radiosendungen, Hörspiele/-bücher oder Podcasts.
- Musik behält bei den kleinen wie großen Kindern hohe Bedeutung, während Hörbücher und Hörspiele mit zunehmendem Alter aus den Kinderzimmern verschwinden.
- Laufende Kinderradiosendungen und -programme werden in jedem Alter auf etwa gleichem Niveau (ca. von einem Fünftel der Kinder) genutzt.
- Während Speaker ihren Status halten, sind Toniebox & Co. weiterhin ein starker Wachstumsmarkt – vor allem bei den 6- bis 9-Jährigen.



ZEITSCHRIFTEN ERFREUEN  
SICH GROßER BELIEBTHEIT IN  
JEDEM ALTER

SIE SIND EIN HAPTISCHES  
VERGNÜGEN



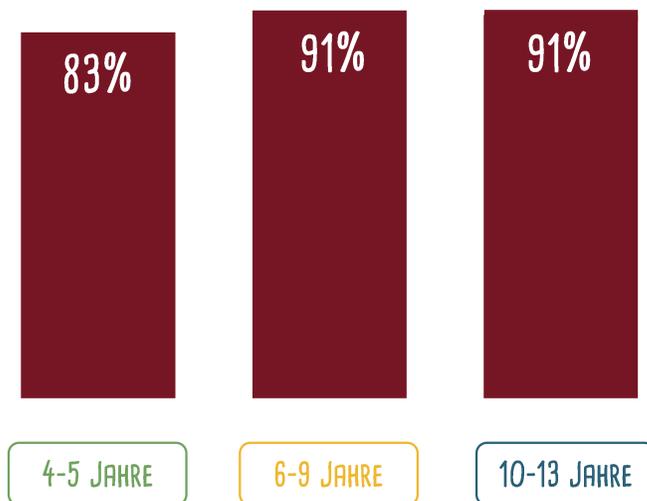
Fragestellung: Sage mir bitte, wie oft Du das gerade genannte in deiner Freizeit von Papier / auf einem Bildschirm liest oder anschaust. Wie ist das bei ... (Abfrage von 3 Items) Ist das so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie? Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# ZEITSCHRIFTEN WERDEN INTENSIV GENUTZT



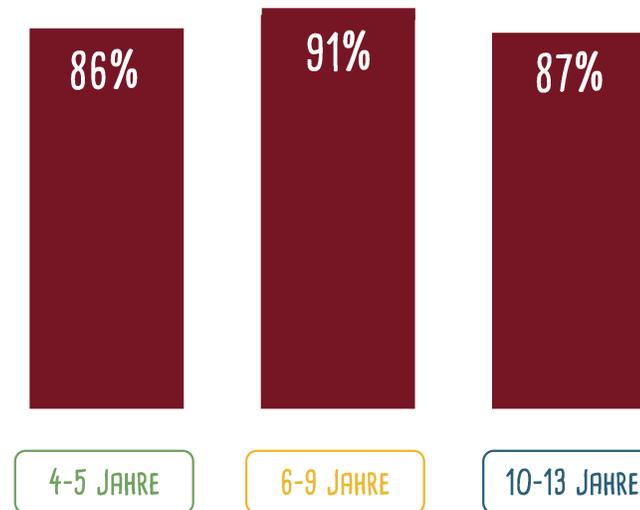
## ➤ TREND

Ich lese/ blättere die Zeitschriften  
meist vollständig durch.



## ➤ TREND

Ich lese/ blättere in den Zeitschriften  
immer mal wieder.

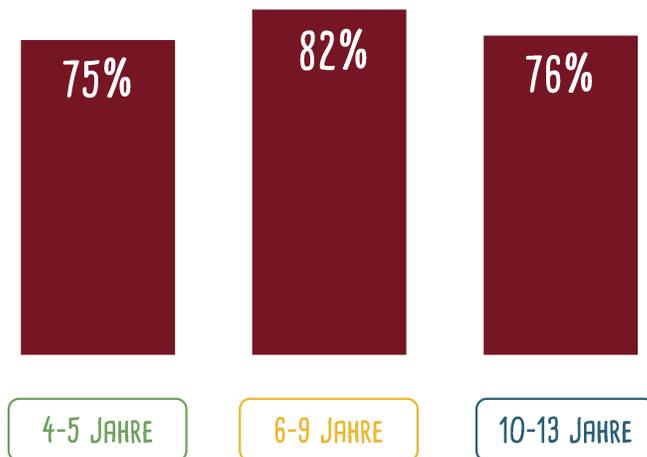


# ZEITSCHRIFTEN SIND WERTVOLL UND VERBINDEN



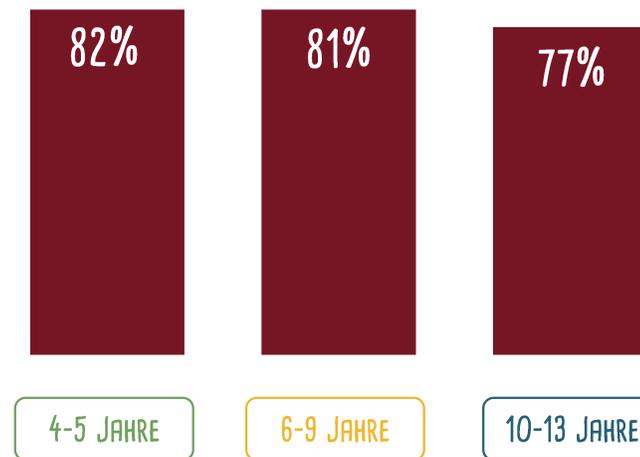
## ➤ TREND

Ich sammle die Zeitschriften,  
bewahre sie auf.



## ➤ TREND

Ich lese/ blättere in den Zeitschriften  
zusammen mit anderen.



## ZEITSCHRIFTEN:

EINE SUPER KOMBI AUS

SPAß &amp; LERNEN -

DA HAT NICHTS ANDERES

PLATZ

Ich habe das Gefühl, dass ich von Zeitschriften oft etwas Interessantes lerne.

88%

Mich begeistern die Figuren, Helden und Geschichten in Zeitschriften.

86%

Wenn ich Zeitschriften lese, höre oder schaue ich nebenbei keine anderen Sachen.

78%

Ich mache bei Rätseln und Gewinnspielen von Zeitschriften mit.

61%

Fragestellung: Die folgenden Aussagen können auf Dich und die Zeitschrift(en), die Du regelmäßig oder ab und zu liest, zutreffen. Bitte sage mir zu jeder Aussage auf dieser Liste, ob das zutrifft, nur teilweise zutrifft, weil es zum Beispiel nur für ganz bestimmte Zeitschriften gilt, oder ob es nicht zutrifft. Abgefragt wurden 9 Items.

Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Zustimmung: trifft zu/trifft teilweise zu; 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

# KINDER-ZEITSCHRIFTEN ERREICHEN AUCH DIE ELTERN!

## 4,8 MILLIONEN\*

der 4- bis 13-Jährigen lesen  
mindestens eine der ausgewiesenen  
Zeitschriften.

## 5,9 MILLIONEN\*\*

Elternteile werden mindestens auch  
von den ausgewiesenen Zeitschriften  
erreicht.



\* Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. 4- bis 5-Jährige: Antworten der Eltern. 6- bis 13-Jährige: Antworten der Kinder.

\*\* Elternteil liest mindestens eine der vom Kind gelesenen Ausgaben mit. Ergebnisse auf jeweiliger Leserbasis. Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre; Antworten der Eltern.

## ELTERN LESEN MIT

## UND ZWAR BEI KINDERN JEDES ALTERS

### TREND

Ein Elternteil liest mit bei ...

91%

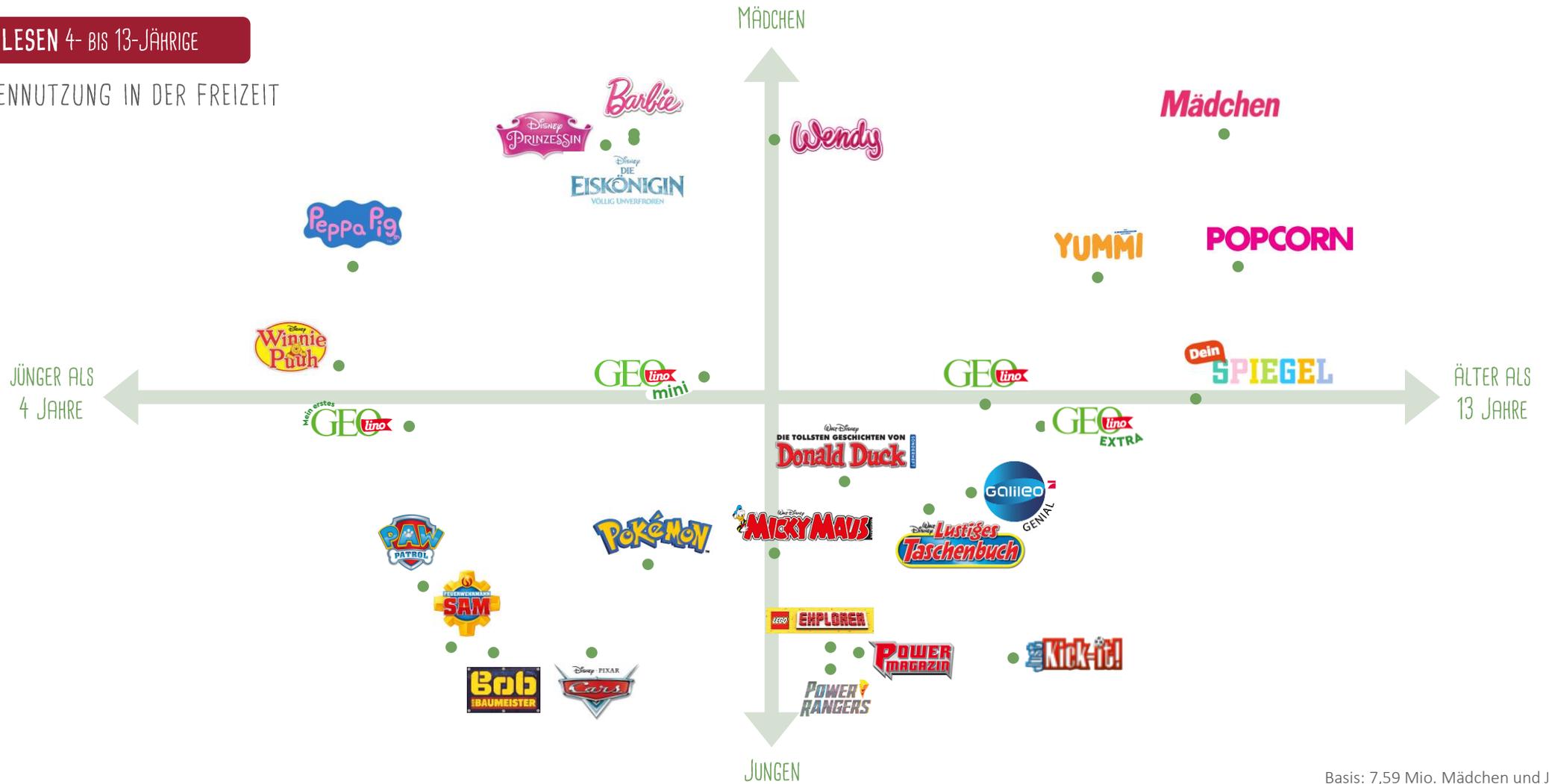
der 4- bis 5-Jährigen.

77%

der 6- bis 9-Jährigen.

67%

der Zehn- bis 13-Jährigen.



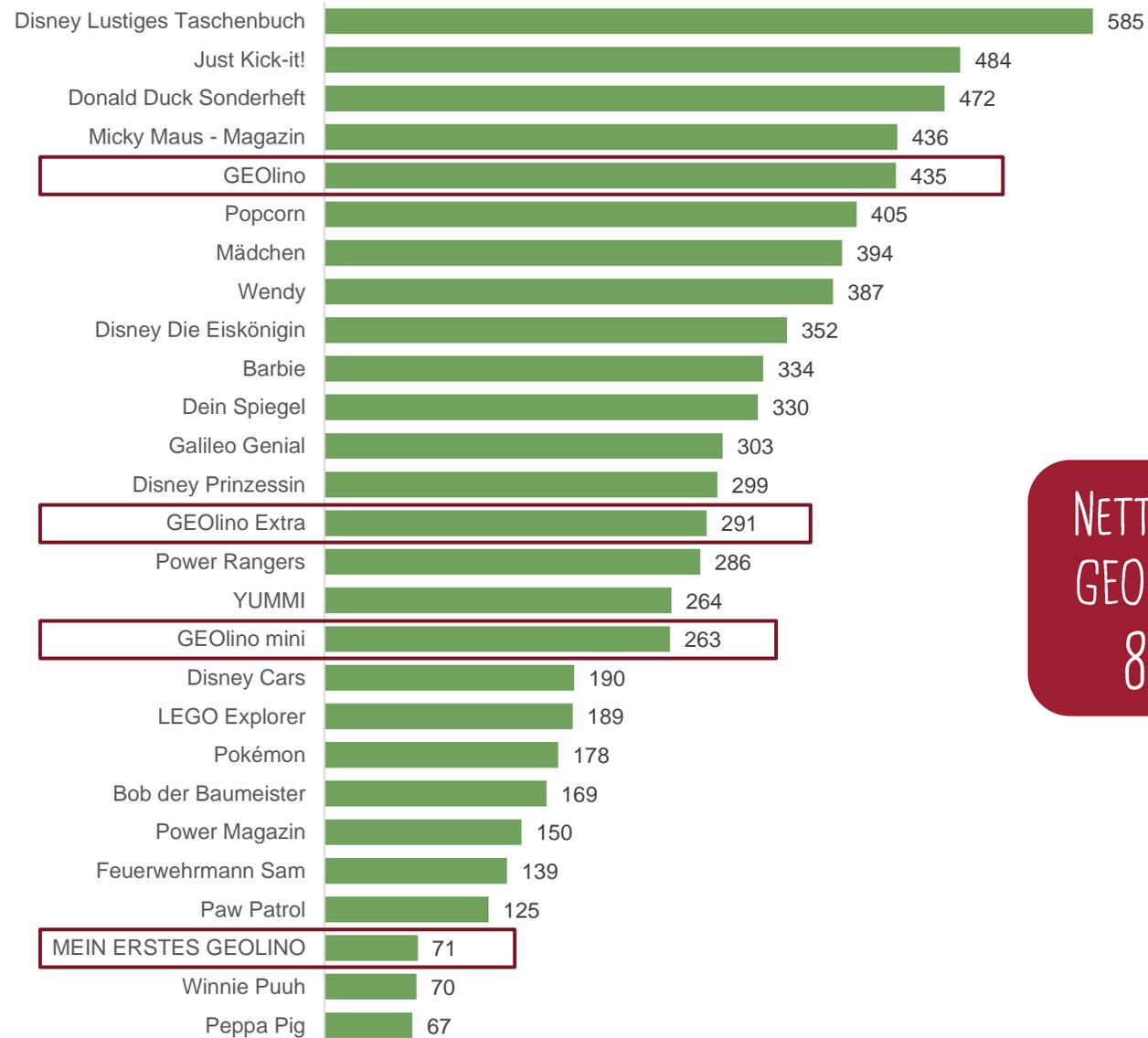
Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre.

FÜR JEDE(N) ETWAS DABEI!

VIelfältiges Zeitschriftenangebot in jeder Altersgruppe

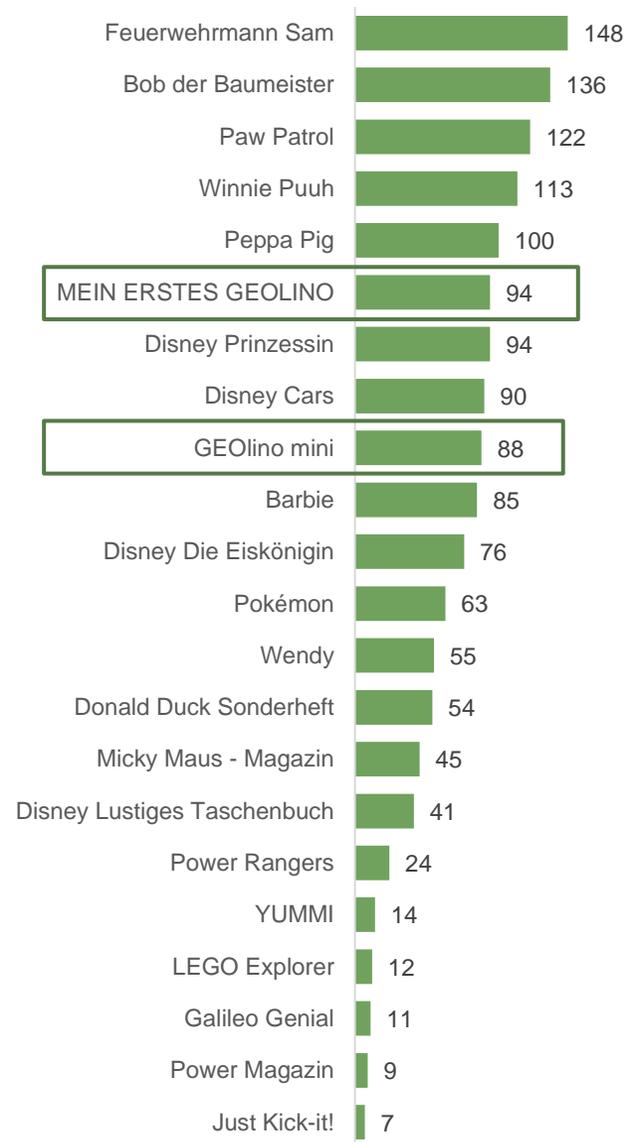
GESAMT 6-13 JAHRE

27 TITEL



NETTOREICHWEITE  
GEOLINO-TITEL:  
882 TSD

GESAMT 4-5 JAHRE  
22 TITEL



NETTOREICHWEITE  
GEOLINO-TITEL:  
176 TSD

KAPITEL 2

# MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

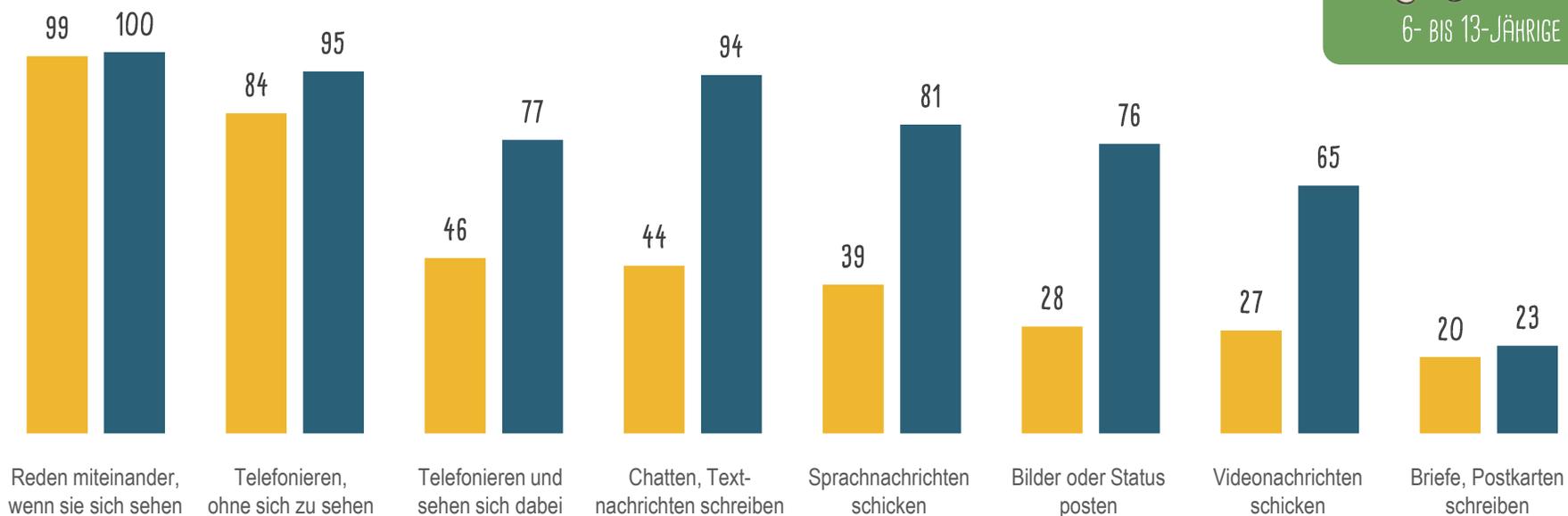
## LESEN

### FAZIT

- Die Begeisterung für das Lesen hält an: 72 Prozent aller 4- bis 13-jährigen Kinder lesen in ihrer Freizeit mindestens mehrmals pro Woche Bücher oder Zeitschriften. Lesen ist kein Trend, es ist und bleibt eine beliebte Beschäftigung mit einem verlässlichen und vertrauten Medium.
- Lesen ist ein haptisches Vergnügen – in jeder Altersgruppe. Elektronische Lesemedien spielen bei Kindern keine Rolle.
- Kinderzeitschriften haben eine breite Leserschaft: 4,8 Millionen der 4- bis 13-Jährigen lesen mindestens eine der 27 ausgewiesenen Zeitschriften. Darüber hinaus erreichen diese mindestens auch 5,9 Millionen Elternteile.
- Lesen verbindet: 80% der Kinder lesen zusammen mit anderen.
- Gelesen wird sehr intensiv und aufmerksam: 89 Prozent der Kinder lesen die Zeitschriften meist vollständig durch, 88 Prozent lesen in den Zeitschriften immer mal wieder.



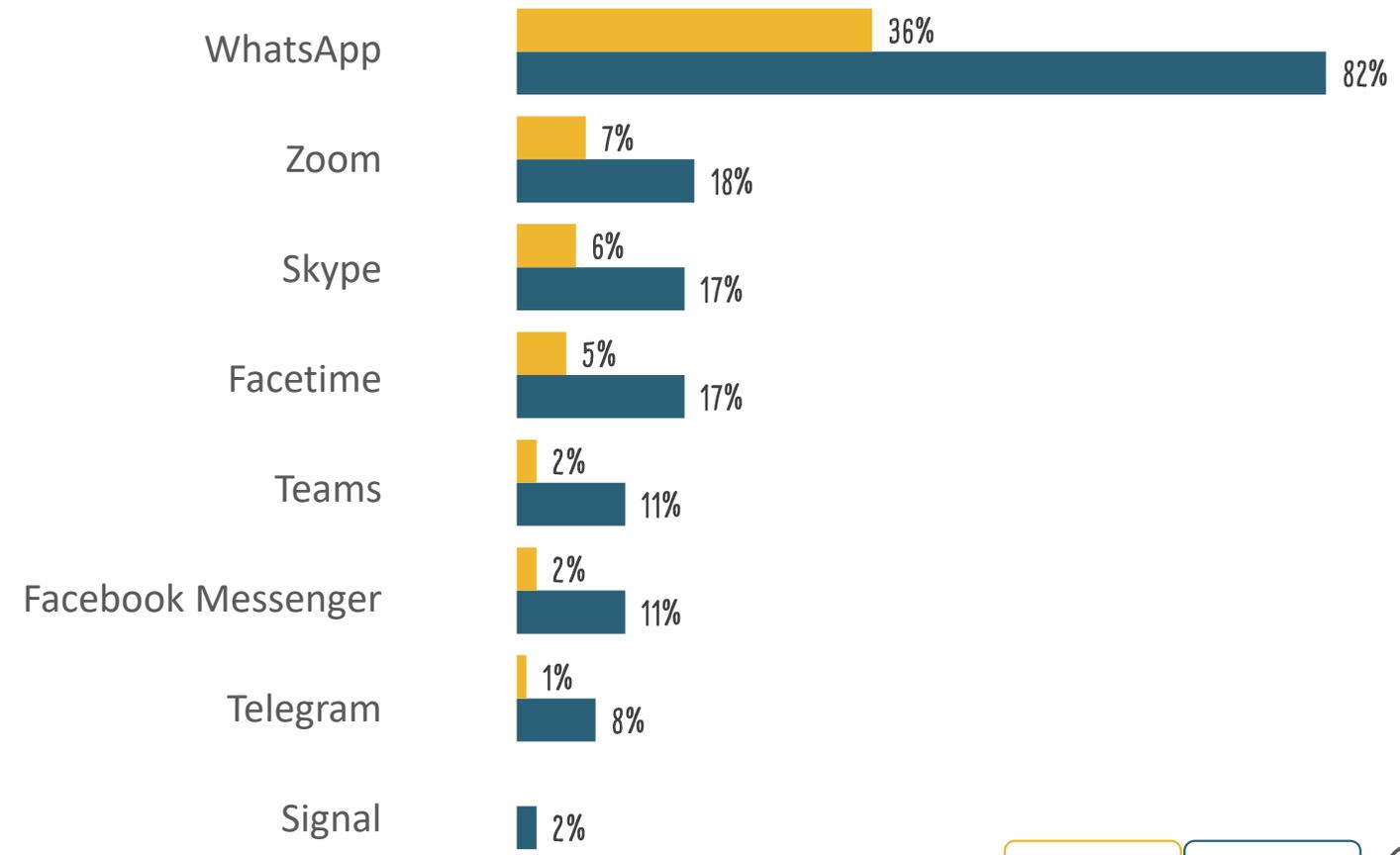
# MIT ZUNEHMENDEM ALTER WÄCHST DIE KOMMUNIKATIONSVIELFALT



6-9 JAHRE 10-13 JAHRE **TREND**



# WHATSAPP HAT BEI DEN KOMMUNIKATIONS-APPS UNVERÄNDERT DIE NASE VORN

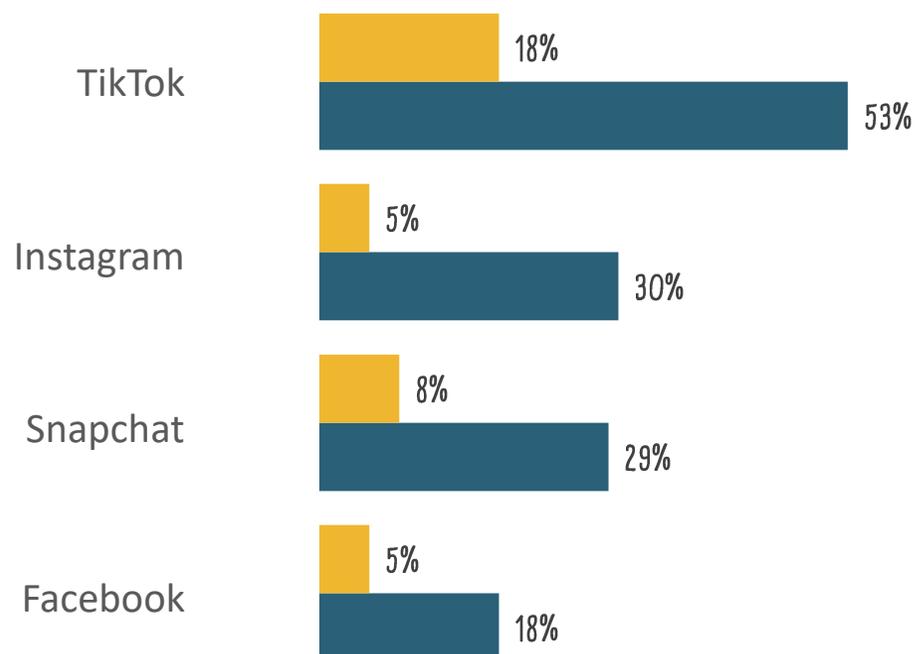


6-9 JAHRE 10-13 JAHRE TREND

Fragestellung: Du hast gesagt, Du besitzt ein Smartphone oder Tablet oder kannst es mitbenutzen. Welche der folgenden Apps benutzt Du? (Abfrage von 14 Items) Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Kinder.



# BEI DEN SOCIAL-MEDIA-APPS HAT SICH DAS JUNGE MEDIUM TIKTOK DEN ERSTEN PLATZ GESICHERT



KAPITEL 2

# MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

## KOMMUNIZIEREN

### FAZIT

- Kinder nutzen viele Wege, um ins Gespräch zu kommen: physisch, telefonisch, via Apps.
- Kommunikations-Apps haben erst eine Relevanz ab der Altersklasse 10 bis 13 Jahre. WhatsApp hat mit Abstand die Nase vorn.
- Instagram und TikTok sind klare Trendsieger bei den Social-Media-Apps. Das junge Medium TikTok hat sich den ersten Platz gesichert.
- Übrigens: Sogar das Gaming nutzen 6- bis 13-Jährige als Kommunikationsplattform: Sie sprechen über das Headset (20 Prozent) oder schreiben im Chat mit ihren Mitspieler:innen (18 Prozent).



## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?

## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?

## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?

## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

6

Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?

# ELTERN VERTRAUEN ZEITSCHRIFTEN

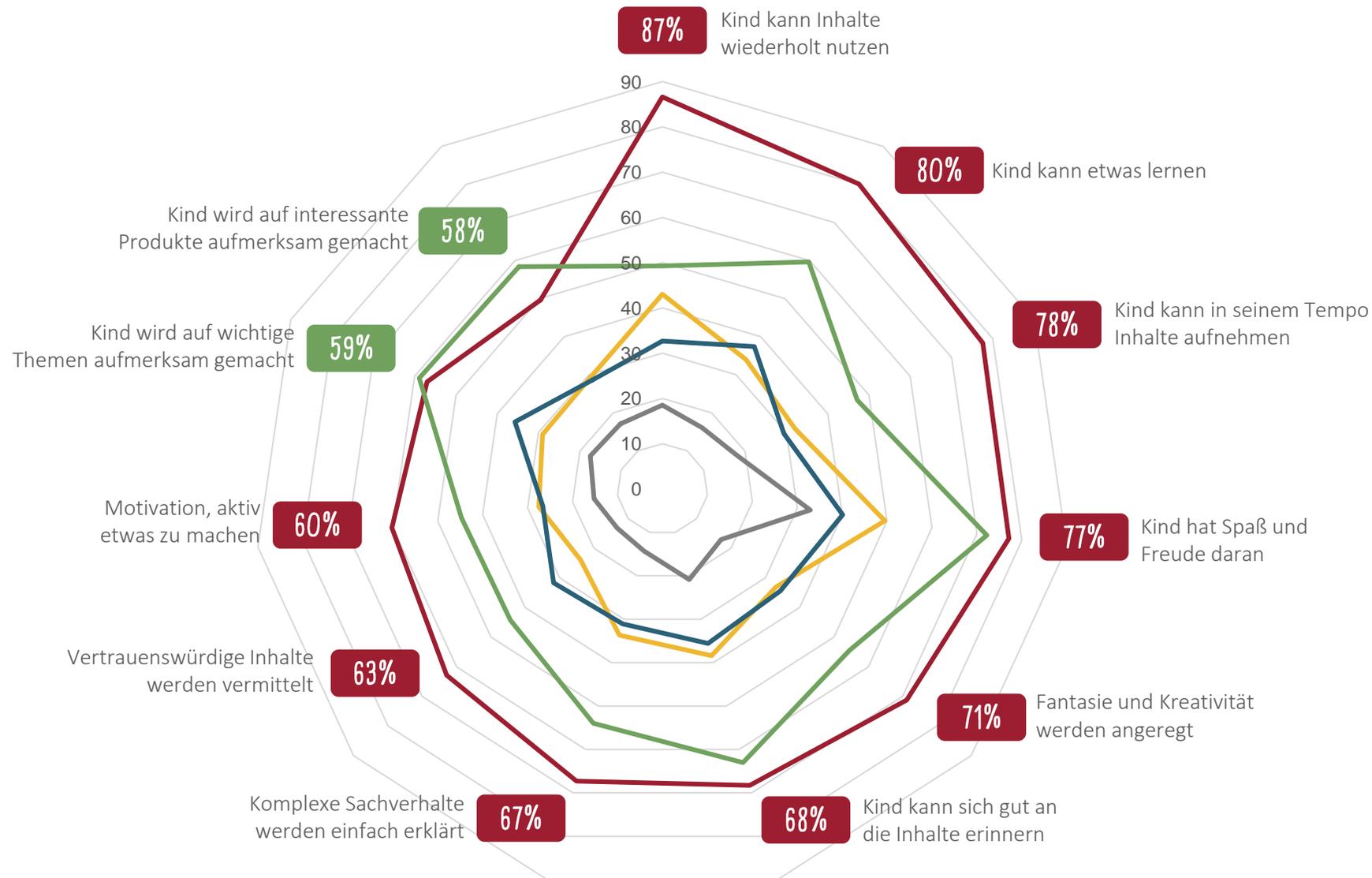
Zeitschriften

TV, Mediatheken, Streamingdienste

YouTube

Hörmedien wie Radio und Podcasts

Soziale Netzwerke



Fragestellung: Es gibt neben Kinder- und Jugendzeitschriften auch andere Mediengattungen. Jetzt geht es um Ihre Meinung zu diesen Medien. Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, auf welche Medien sie Ihrer Meinung nach zutrifft. Abgefragt wurden 11 Kriterien. Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

## DAS KIND DARF:



Selbst bestimmen, welche  
Bücher, Zeitschriften es liest

68%

Selbst bestimmen, welche  
Fernsehsendungen es sieht

46%

Allein ohne Aufsicht im Internet  
surfen, Apps nutzen

42%

Selbst bestimmen, welche Apps auf  
dem Smartphone/ Tablet es nutzt

30%

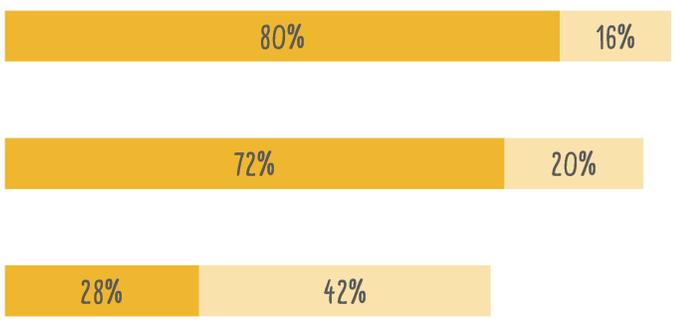
# KINDER HABEN MEDIALE FREIRÄUME NACH EINDEUTIGEN VORGABEN DER ELTERN

# MEDIENNUTZUNG - ELTERN UND KINDER IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN VERTRAUEN UND KONTROLLE

6-9 JAHRE

WOHLFÜHLEN / VERTRAUEN

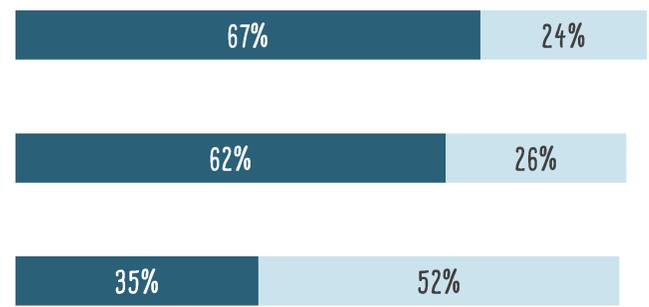
10-13 JAHRE



Mein Kind fühlt sich gut aufgehoben bei Medienangeboten, die speziell für Kinder gemacht sind.

Auf der Suche nach Wohlfühl-Momenten greift mein Kind gerne auf vertraute Kinder-Medienangebote zurück.

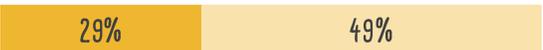
Es ist wichtig, dass mein Kind selbstständig Medienkompetenz erlernt, deshalb halte ich mich bei dem Thema zurück.



Fragestellung: Wenn Sie an diese Medien denken, wie schätzen Sie die Medienkompetenz des befragten Kindes/ des befragten Jugendlichen hinsichtlich folgender Merkmale ein? Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, wie sehr sie zutreffen. Abgefragt wurden 9 Items. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Eltern.

# MEDIENNUTZUNG - ELTERN UND KINDER IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN VERTRAUEN UND KONTROLLE

6-9 JAHRE



## KOMPETENZTRANSFER

Die schulische Nutzung von digitalen Medien führt dazu, dass mein Kind diese auch mehr in der Freizeit nutzt.

## KONFLIKTPOTENZIAL / KONTROLLE

Medienangebote, die generell auf Kinder ausgerichtet sind, muss ich nicht extra kontrollieren.

Ich mache mir oft Sorgen, dass mein Kind für sein Alter ungeeignete Medieninhalte sieht/hört/spielt.

Die Vorstellungen über die Mediennutzung sind bei meinem Kind und uns Eltern häufig unterschiedlich. Das führt zu Diskussionen.

10-13 JAHRE



Fragestellung: Wenn Sie an diese Medien denken, wie schätzen Sie die Medienkompetenz des befragten Kindes/ des befragten Jugendlichen hinsichtlich folgender Merkmale ein? Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussagen an, wie sehr sie zutreffen. Abgefragt wurden 9 Items. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Eltern.

# KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

## FAZIT

- Eltern mögen es klassisch, wenn es um ihre Kinder geht: In der Medienakzeptanz zeigt sich die Stärke von Print und TV. In ihren Angebots- und Darstellungsformen sind sie vielfältig und positiv verankert.
- Lesen bildet: 80 Prozent der befragten Mütter und Väter sind der Meinung, dass ihr Kind durch Zeitschriften etwas lernen kann.
- An TV-Angeboten schätzen die Eltern besonders, dass ihr Kind auf wichtige Themen aufmerksam gemacht wird.
- Wenn die Schule Schule macht: Die Nutzung von digitalen Medien im Unterricht führt zu einer vermehrten Nutzung in der Freizeit, sagen 47 Prozent der Eltern. In der Altersklasse 6 bis 9 Jahre stimmen dem 39 Prozent und in der Altersklasse zehn bis 13 Jahre 55 Prozent zu.
- Me-Time für die Kinder: 73 Prozent der Eltern sind überzeugt, dass sich ihre Kinder bei Medienangeboten, die speziell an Kinder gerichtet sind, wohlfühlen. Insbesondere in der Altersklasse 6 bis 9 Jahre sind 80 Prozent der Eltern dieser Meinung.



## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?



## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?



## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?



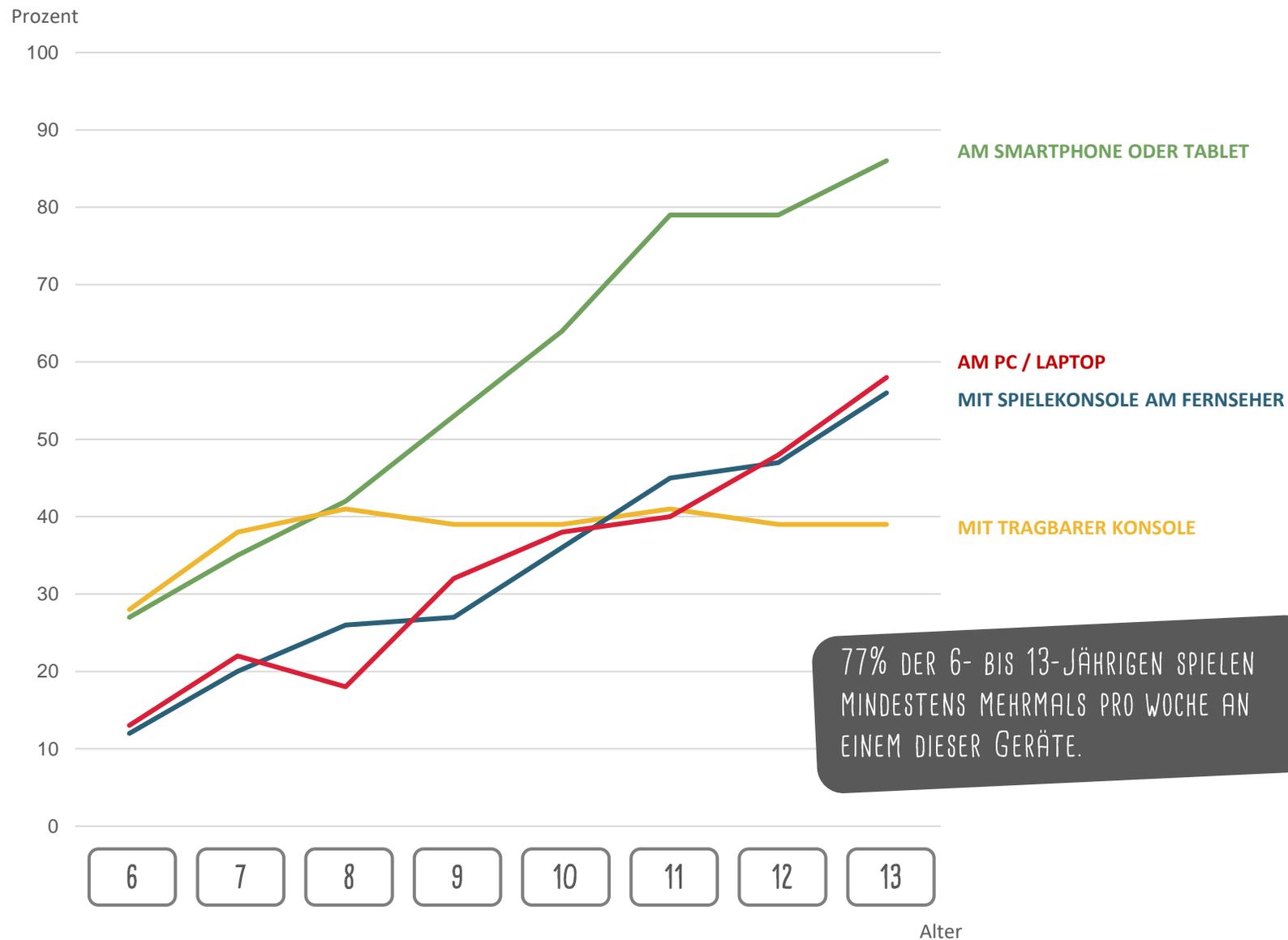
## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

6

Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?

DIE DIGITALE SPIELWELT  
ÖFFNET SICH MEHR UND

MEHR MIT DEM  
ÄLTERWERDEN



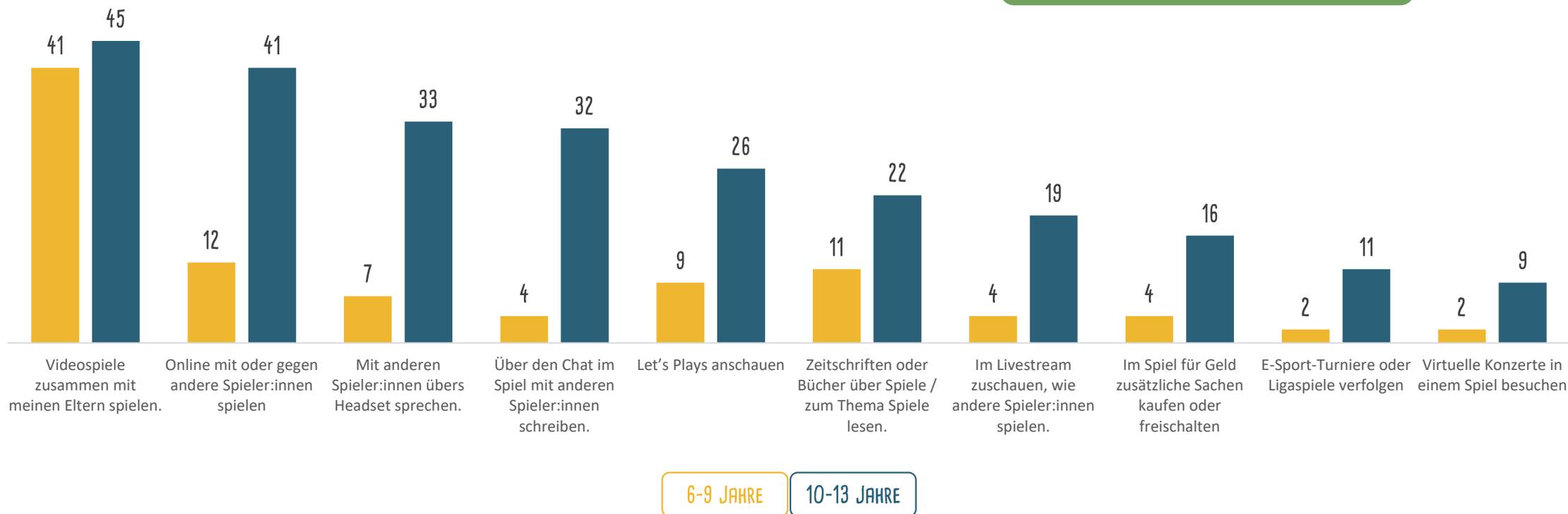
77% DER 6- BIS 13-JÄHRIGEN SPIELEN  
MINDESTENS MEHRMALS PRO WOCHE AN  
EINEM DIESER GERÄTE.

Fragestellung: Ich nenne Dir nun ein paar Dinge, die man in seiner Freizeit machen kann. Sage mir bitte zu jedem, ob Du das in Deiner Freizeit so gut wie jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener oder nie machst. Abgefragt wurden 26 Freizeittätigkeiten. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche; Antworten der Kinder.

# VON WEGEN GAMING MACHT EINSAM: FAST DIE HÄLFTE DER KINDER SPIELT ZUSAMMEN MIT IHREN ELTERN



6- BIS 13-JÄHRIGE - ANGABEN IN %

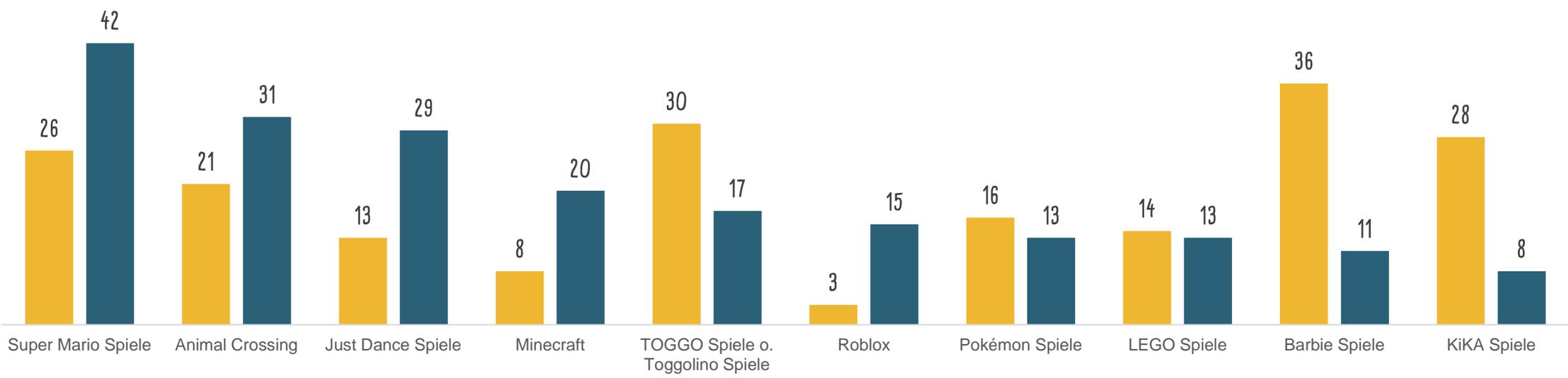


Fragestellung: Wenn du an Videospiele und ans Zocken denkst: Welche der folgenden Aussagen treffen auf dich zu? (Abgefragt wurden 10 Items)  
Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Kinder: „trifft zu“.

# JÜNGERE MÄDCHEN SPIELEN BARBIE, TOGGO UND TOGGOLINO SPIELE, ÄLTERE SUPER MARIO, ANIMAL CROSSING UND JUST DANCE



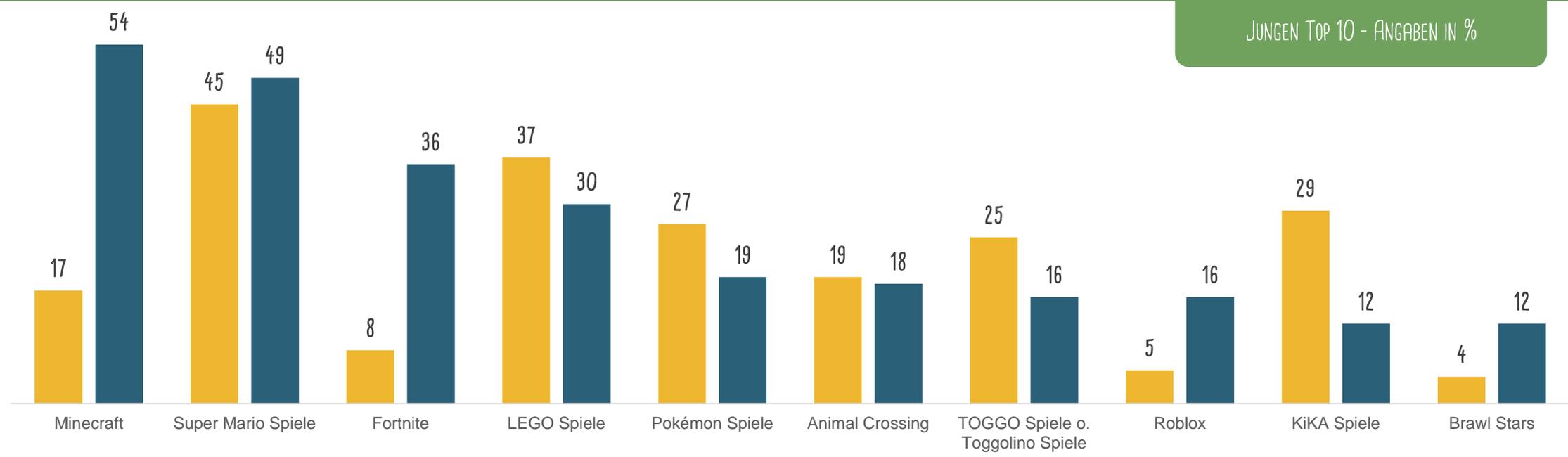
MÄDCHEN TOP 10 - ANGABEN IN %



6-9 JAHRE      10-13 JAHRE

Fragestellung: Du hast gesagt, dass du in deiner Freizeit gerne Spiele per Konsole, Computer, Tablet oder Smartphone spielst. Welche von diesen Spielen spielst du denn? (Abgefragt wurden 13 Items)  
Basis: 2,91 Mio. Mädchen 6-13 Jahre; Antworten der Kinder.

# JUNGEN AB 10 JAHREN HABEN DREI KLARE GAMING-FAVORITEN: MINECRAFT, SUPER MARIO UND FORTNITE



6-9 JAHRE      10-13 JAHRE

Fragestellung: Du hast gesagt, dass du in deiner Freizeit gerne Spiele per Konsole, Computer, Tablet oder Smartphone spielst. Welche von diesen Spielen spielst du denn? (Abgefragt wurden 16 Items)  
Basis: 3,08 Mio. Jungen 6-13 Jahre; Antworten der Kinder.

## KAPITEL 4 GAMING

### FAZIT

- Spielen verbindet Kinder – und Kinder mit ihren Eltern. Und das gilt auch und vor allem beim Gaming. Über 40 Prozent der 6- bis 13-jährigen Kinder spielen zusammen mit ihren Eltern.
- Kinder nutzen viele Wege, um ins Gespräch zu kommen: physisch, telefonisch, via Apps. Auch das Gaming nutzen 6- bis 13-Jährige als Kommunikationsplattform: Sie sprechen über das Headset (20 Prozent) oder schreiben im Chat mit ihren Mitspieler:innen (18 Prozent).
- Lektüre gefragt! Rund um das Gaming konsumieren 22 Prozent der 10- bis 13-Jährigen Zeitschriften und Bücher zum Thema.



## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?

## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?

## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?

## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

6

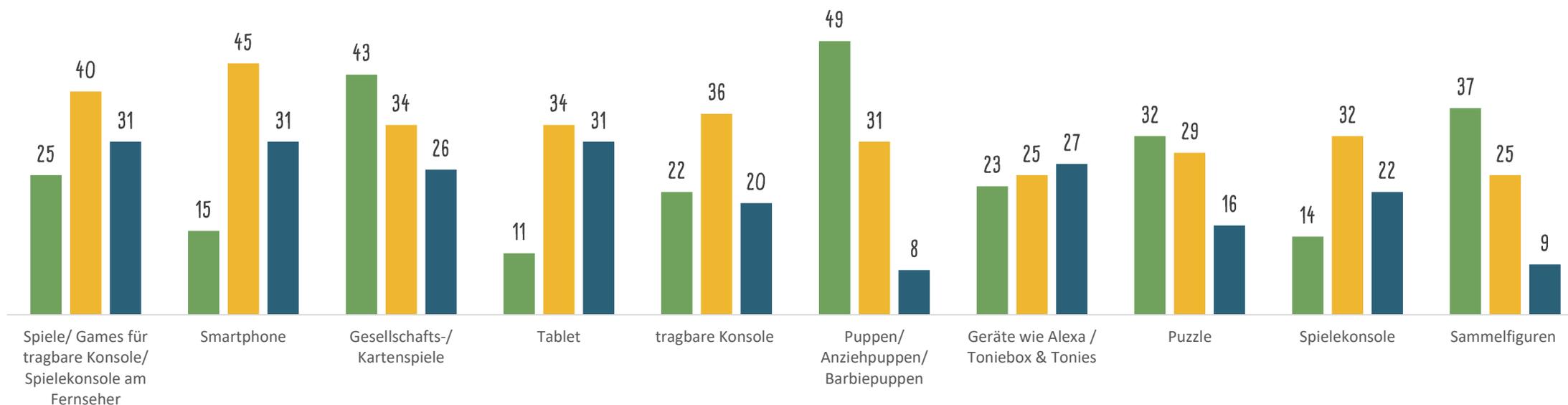
Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?



# DER WUNSCH NACH DIGITALEN ANGEBOTEN IST BEI DEN 6- BIS 9-JÄHRIGEN MÄDCHEN AM GRÖßTEN



MÄDCHEN TOP 10 - ANGABEN IN %



4-5 JAHRE

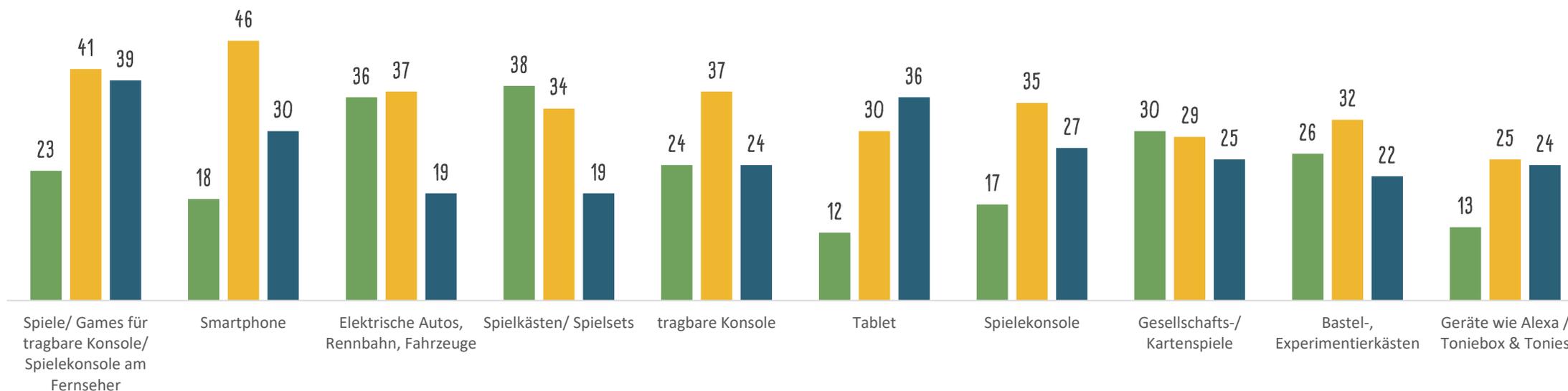
6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

# DIGITALES STEHT BEI DEN JUNGEN OBEN AUF DER WUNSCHLISTE - BEI DEN BIS ZEHNJÄHRIGEN AUCH KLASSISCHES SPIELZEUG



JUNGEN TOP 10 - ANGABEN IN %



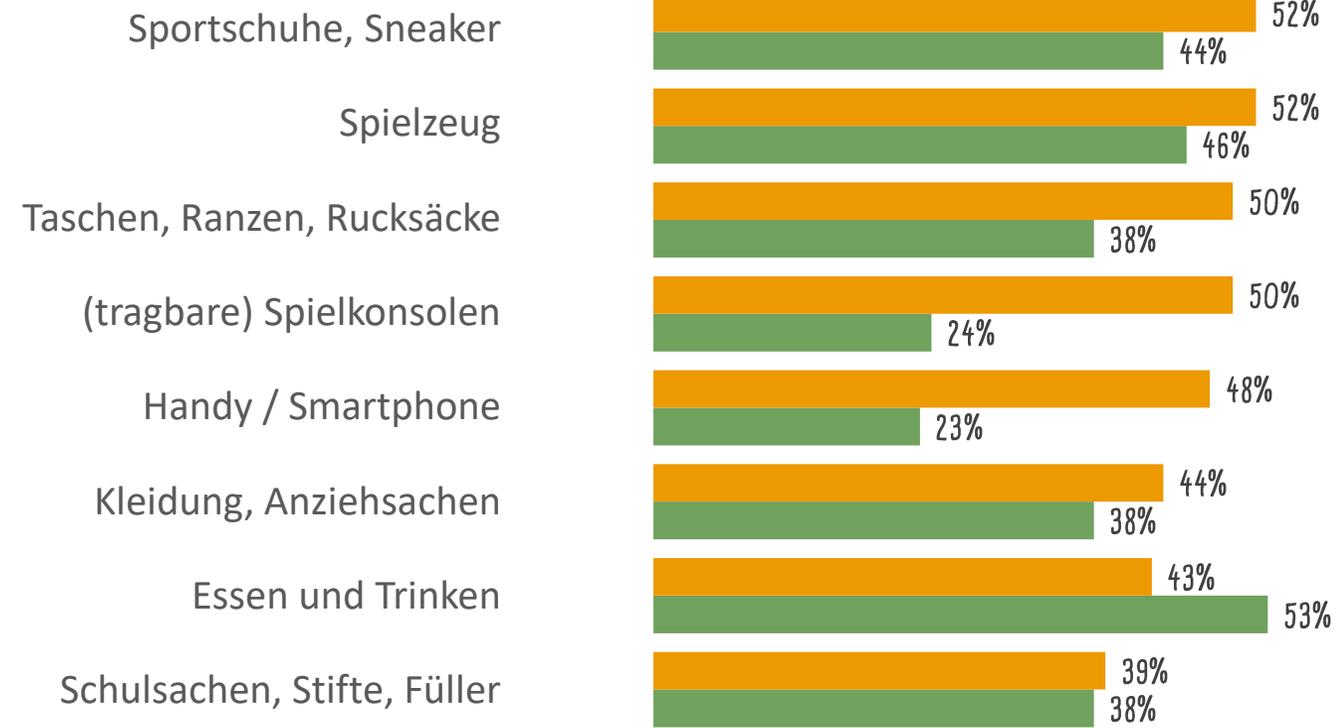
4-5 JAHRE

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE



# KINDERN SIND MARKEN WICHTIG. ELTERN LASSEN SICH (MEISTENS) DARAUF EIN



Marken sind Kindern wichtig bei  
Markenwunsch wird von den Eltern meistens erfüllt bei

Fragestellung Kinder: Ich lese Dir jetzt einige Dinge vor, die Du oder Deine Eltern für Dich kaufen können. Sag mir bitte zu jedem, ob es für Dich wichtig ist, eine bestimmte Marke zu bekommen, oder ob es Dir egal ist, welche Marke das ist. Wie ist das bei ...? (Abgefragt wurden 8 Produkte) Würdest Du Dir da eine bestimmte Marke wünschen, oder ist es Dir egal? Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 J.; 4-5 J.: Antworten der Eltern, 6-13 J.: Antworten der Kinder.

Fragestellung Eltern: Ich nenne Ihnen verschiedene Produkte, die Sie für das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen kaufen können. Wenn sich das befragte Kind/ der befragte Jugendliche eine bestimmte Marke von den nachfolgenden Produkten wünscht, bekommt es/ er diese dann meistens? Bitte nennen Sie mir alle die Produkte, bei denen der Markenwunsch meistens erfüllt wird oder erfüllt wurde. Abgefragt wurden 8 Freizeitaktivitäten. Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

# KINDER MÖGEN WERBUNG IN PRINT UND TV

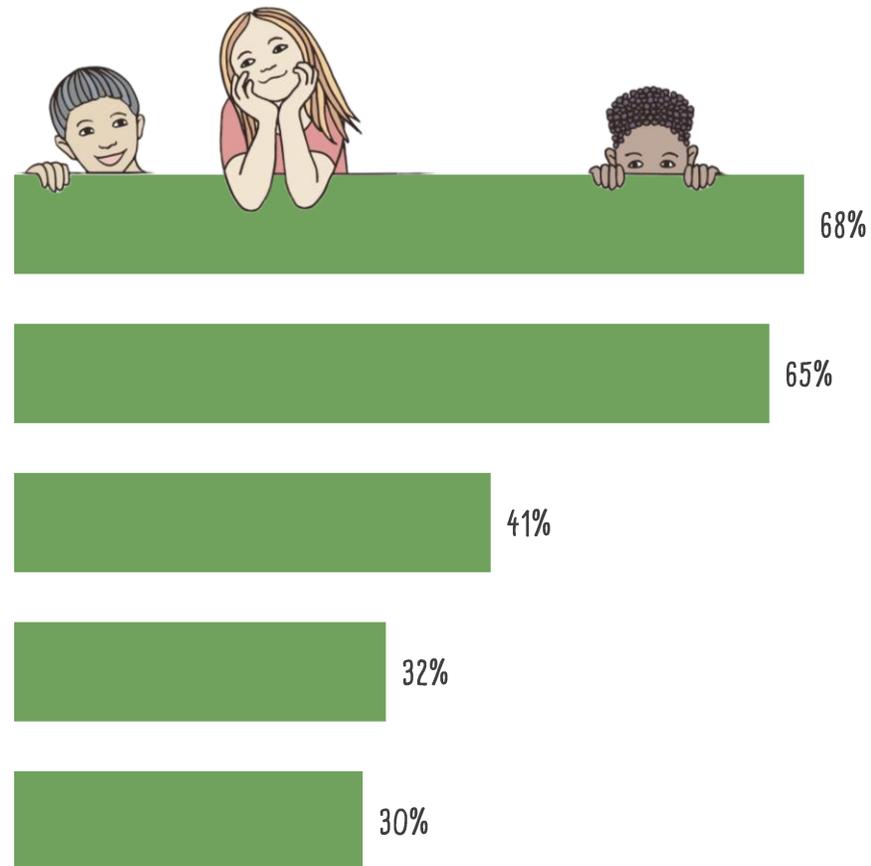
Kinder- und Jugendzeitschriften

Fernsehen, Mediatheken und  
Streaming-Dienste

YouTube

Hörmedien wie Radio und Podcasts

Soziale Netzwerke



Fragestellung: Denke bitte mal an Werbung für Dinge, die Dich interessieren. Wie gefällt Dir solche Werbung, wenn Du sie in/im/auf ... siehst/ hörst/ liest? Abgefragt wurden 5 Medien. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Kinder: „gefällt mir sehr gut / gut“.

# WERBUNG IN ZEITSCHRIFTEN WIRKT

Durch die Werbung in Zeitschriften erfahre ich, was es alles Neues gibt.

70%

Ich kann meinen Eltern mit Hilfe der Werbung in Zeitschriften leicht erklären, warum ich die Sache haben will.

67%

Über Sachen aus der Werbung in Zeitschriften rede ich mit meinen Freunden.

63%

Werbung in Zeitschriften schaue ich mir gerne an.

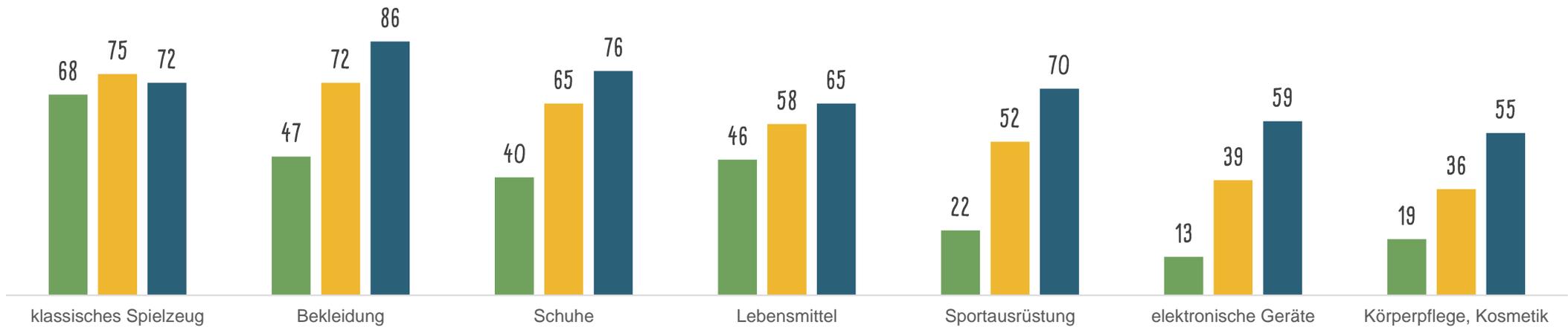
61%

Ich habe mir schon häufiger in Geschäften Sachen angeschaut, die ich vorher in der Werbung in Zeitschriften gesehen habe.

60%

# KINDER HABEN EINFLUSS

AUF DIE KAUFENTSCHEIDUNGEN IHRER ELTERN.  
DENN SIE SIND OFT WICHTIGE INFOQUELLE



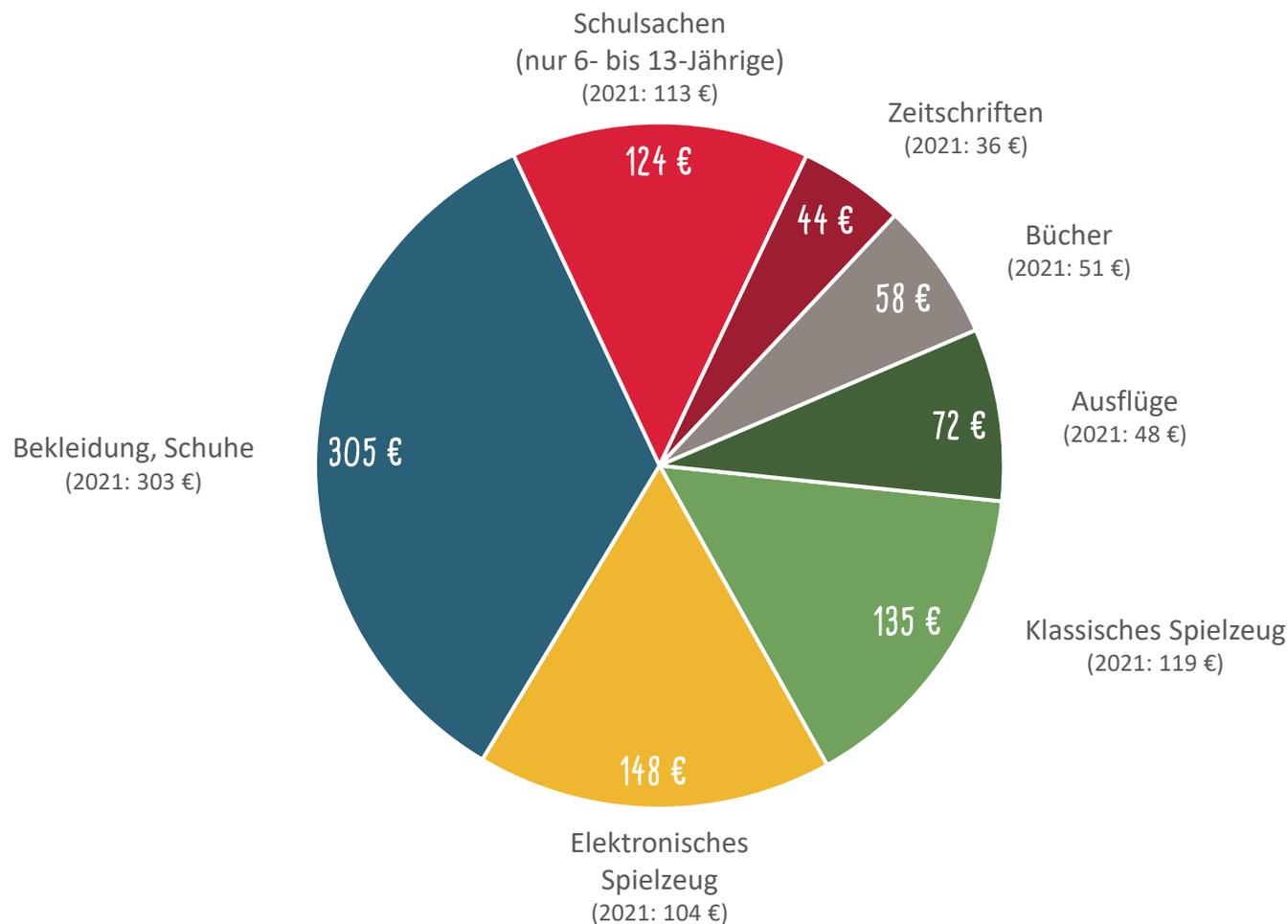
4-5 JAHRE    6-9 JAHRE    10-13 JAHRE

Fragestellung: Die folgenden Dinge können Sie für das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen kaufen. Wen fragen Sie hauptsächlich bzw. wo informieren Sie sich, wenn Sie für das befragte Kind/ den befragten Jugendlichen diese Dinge einkaufen wollen? Abgefragt wurden 7 Produktkategorien und 6 Informationsquellen. Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

ELTERN INVESTIEREN IN IHRE  
KINDER:

**6,7 MILLIARDEN EURO**

IN DEN LETZTEN ZWÖLF  
MONATEN



Ø-AUSGABEN PRO KIND IN  
DEN LETZTEN ZWÖLF MONATEN

Wie viel Euro haben Sie in den letzten 12 Monaten schätzungsweise für ... für das befragte Kind/den befragten Jugendlichen ausgegeben? Abgefragt wurden 7 Items.  
Basis: 7,59 Mio. Mädchen und Jungen 4-13 Jahre. Antworten der Eltern.

# KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

## FAZIT

- Kinder haben viele Wünsche. Bei den 6- bis 9-jährigen Mädchen und Jungen ist der Wunsch nach digitalen Angeboten am größten.
- Was Konsum angeht, haben Kinder im Alter von 4 bis 13 Jahren ihre eigene Meinung. Marken sind ihnen wichtig und ihre Wünsche werden von den Eltern oft auch erfüllt. Vor allem wenn es um Essen und Getränke geht (53 Prozent), Spielzeug (46 Prozent) oder Sportschuhe und Sneaker (44 Prozent).
- Kinder mögen Werbung – vor allem in Kinderzeitschriften (68 Prozent) und im Fernsehen (65 Prozent). Und: Werbung in Zeitschriften wirkt!
- Kinder haben Einfluss auf die Kaufentscheidungen ihrer Eltern. Denn sie sind oft wichtige Infoquelle.
- Eltern investieren in ihre Kinder: Insgesamt 6,7 Milliarden Euro in den letzten zwölf Monaten – deutlich mehr als in 2021.



## KAPITEL 1 DIE ANALOGE FREIZEIT DER KINDER

1

Kinder lieben Medien – na klar!  
Aber was steht sonst noch auf  
der Liste ihrer Freizeitaktivitäten?

## KAPITEL 2 MEDIENNUTZUNG IN DER FREIZEIT

2

Welche Rolle nehmen Medien  
in der Freizeit ein? Welche  
werden genutzt – wofür, wie  
häufig, wie intensiv?

## KAPITEL 3 MEDIENAKZEPTANZ & MEDIENKOMPETENZ

3

Welchen Medien vertrauen  
Eltern? Wie frei sind Kinder im  
Umgang mit Medien – welchen  
Einfluss nehmen die Eltern?

## KAPITEL 4 GAMING

4

Welche digitalen Spiele spielen  
die Kinder am liebsten? Welche  
Devices verwenden Sie dabei und  
was ist wichtig beim Zocken?

## KAPITEL 5 KINDER & KONSUM

5

Welche Wünsche haben die  
Kinder? Wie stehen sie zu  
Marken, wie zu Werbung? Was  
investieren Eltern in ihre Kinder?

## KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

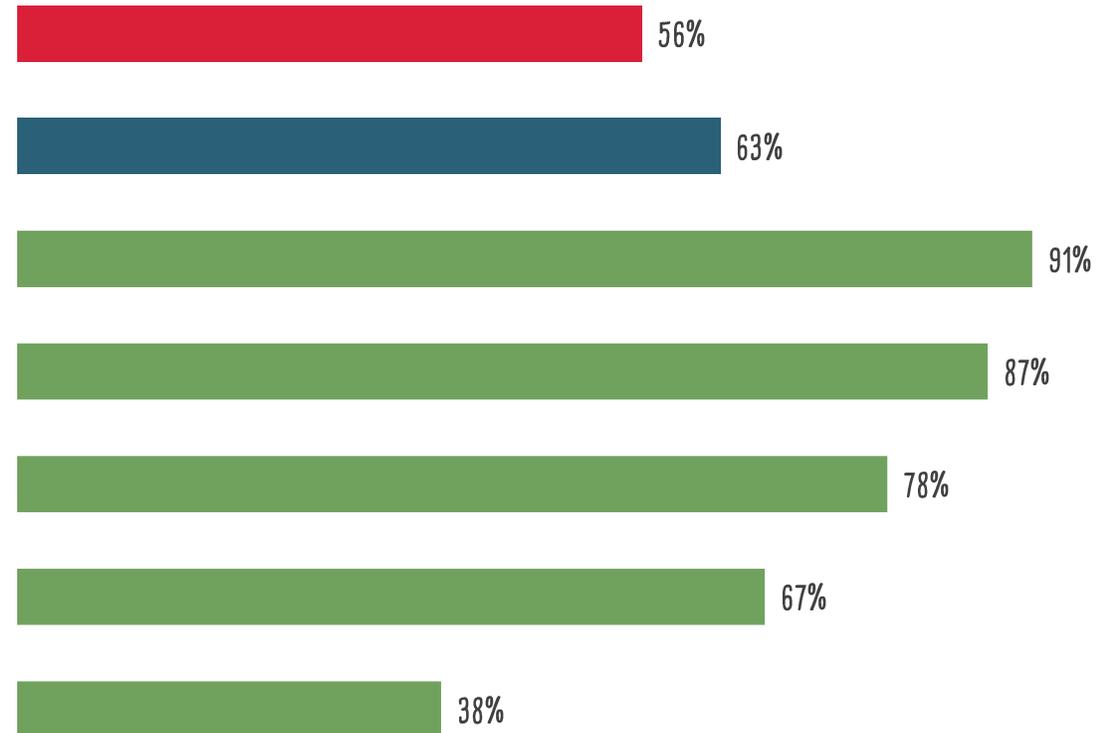
6

Wie stark ist das  
Umweltbewusstsein der Kinder?  
Welchen Beitrag leisten sie?



- Ich mache mir Sorgen wegen des Klimawandels
- Wir reden in der Familie über Umweltschutz
- Ich achte auf Mülltrennung und Recycling
- Ich achte darauf, Energie zu sparen
- Ich achte auf umweltfreundliche Verpackung oder versuche Plastik zu vermeiden
- Ich fahre so viele Wege wie möglich mit dem Fahrrad oder gehe zu Fuß
- Ich achte bei Lebensmitteln auf Bio, versuche weniger Fleisch zu essen oder ernähre mich vegetarisch / vegan

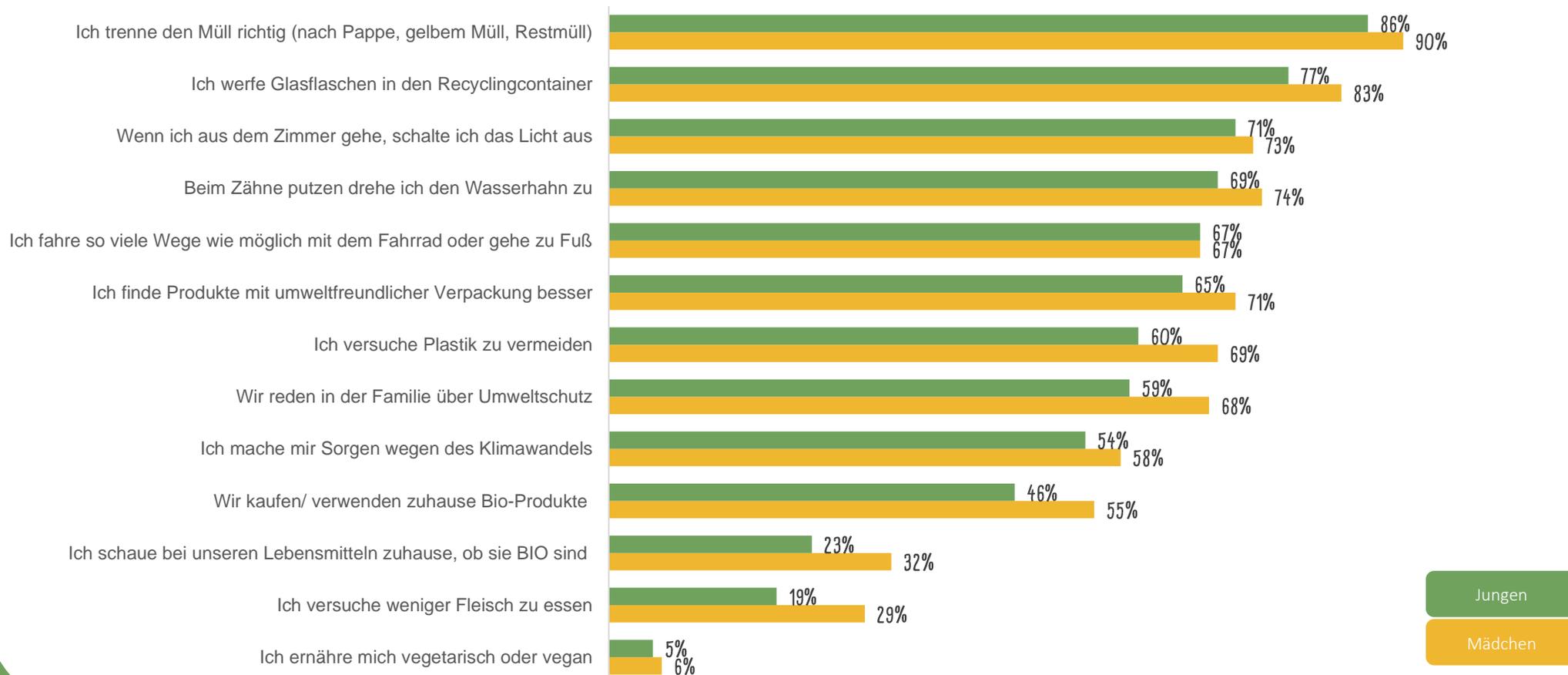
## KINDER HABEN VERSCHIEDENE STRATEGIEN, UM MIT DEN **UMWELTPROBLEMEN** UMZUGEHEN



Fragestellung: Jetzt geht es um das Thema Nachhaltigkeit bzw. Umwelt- und Tierschutz. Treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu, auch wenn das nur manchmal zutrifft? Trifft die Aussage zu oder trifft sie nicht zu oder bist Du Dir nicht ganz sicher? Abgefragt wurden 13 Items, die hier geclustert wurden. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Kinder: „trifft zu“.



## DAS UMWELTBEWUSSTSEIN IST AUSGEPRÄGT - BEI MÄDCHEN NOCH STÄRKER ALS BEI JUNGEN



Fragestellung: Jetzt geht es um das Thema Nachhaltigkeit bzw. Umwelt- und Tierschutz. Treffen die folgenden Aussagen auf Dich zu, auch wenn das nur manchmal zutrifft? Trifft die Aussage zu oder trifft sie nicht zu oder bist Du Dir nicht ganz sicher? Abgefragt wurden 13 Items. Basis: 5,99 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre. Antworten der Kinder: „trifft zu“.

# KAPITEL 6 BEWUSSTSEIN & ENGAGEMENT

## FAZIT

- Rund die Hälfte der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren macht sich Sorgen wegen des Klimawandels. Insbesondere ab 10 Jahren rücken die Sorgen ins Bewusstsein.
- Kinder ab 6 Jahren gestalten aktiv und engagiert mit und leisten ihren Beitrag, um Verbesserung für die Umwelt herbeizuführen. So zum Beispiel durch Mülltrennung (88 Prozent), Vermeidung von Plastik (64 Prozent) und Verwendung von Bio-Produkten (51 Prozent).
- Die Mädchen liegen zwar insgesamt ein wenig vor den Jungen, das Umwelt-Engagement bewegt sich aber insgesamt auf einem sehr hohem Niveau.



Grundgesamtheit	5,99 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren 1,60 Mio. deutschsprachige Kinder im Alter von 4 bis 5 Jahren
Stichprobe	2.055 Doppelinterviews ‚6-13 Jahre‘ (jeweils ein Kind und ein Erziehungsberechtigter) 548 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten für die 4- bis 5-Jährigen
Stichprobenverfahren	Quoten-Verfahren
Erhebungsmethode	C.A.P.I./C.A.S.I.
Feldzeit Welle 2022	14.2. bis 31.3.2022
Methodische Betreuung/ Federführendes Institut	Immediate GmbH, Bremen
Feldinstitute	KRÄMER Marktforschung GmbH, Münster forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main

# KINDER MEDIEN MONITOR 2022 - UNTERSUCHUNGSSTECKBRIEF

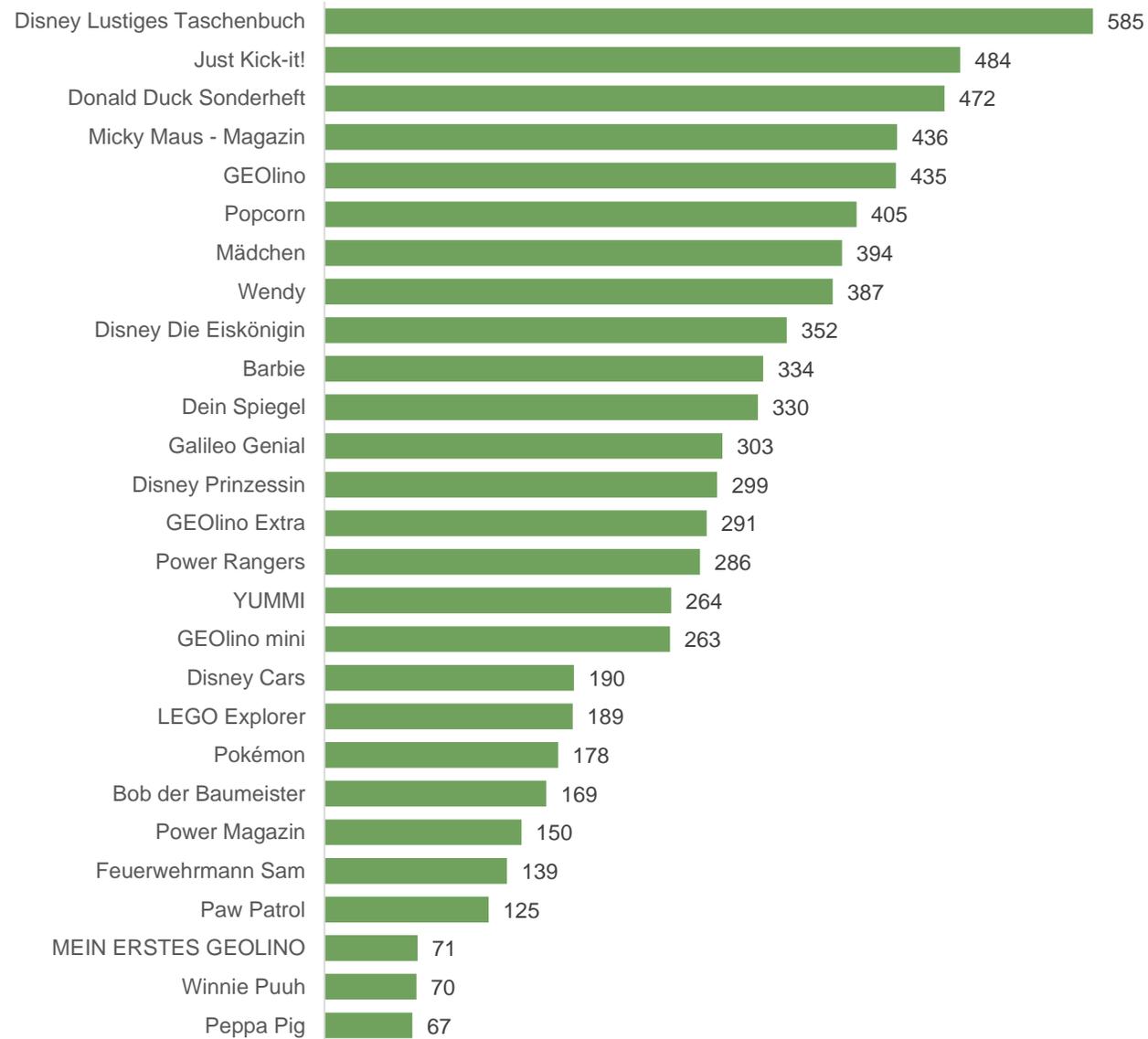
Der KINDER MEDIEN MONITOR 2022 ist eine Reichweitenstudie gemäß ZAW-Rahmenschema.

# REICHWEITEN

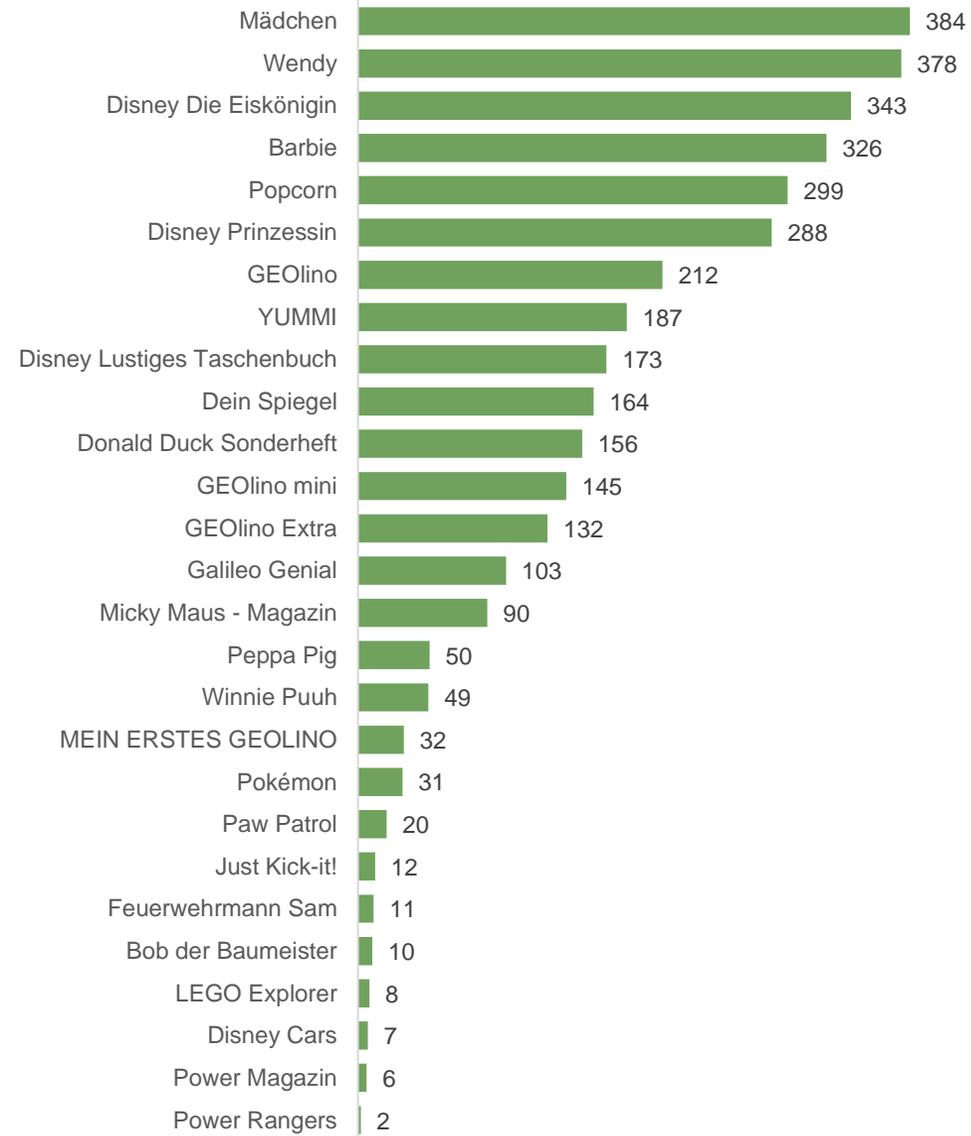
## DER AUSGEWIESENEN ZEITSCHRIFTEN IM DETAIL



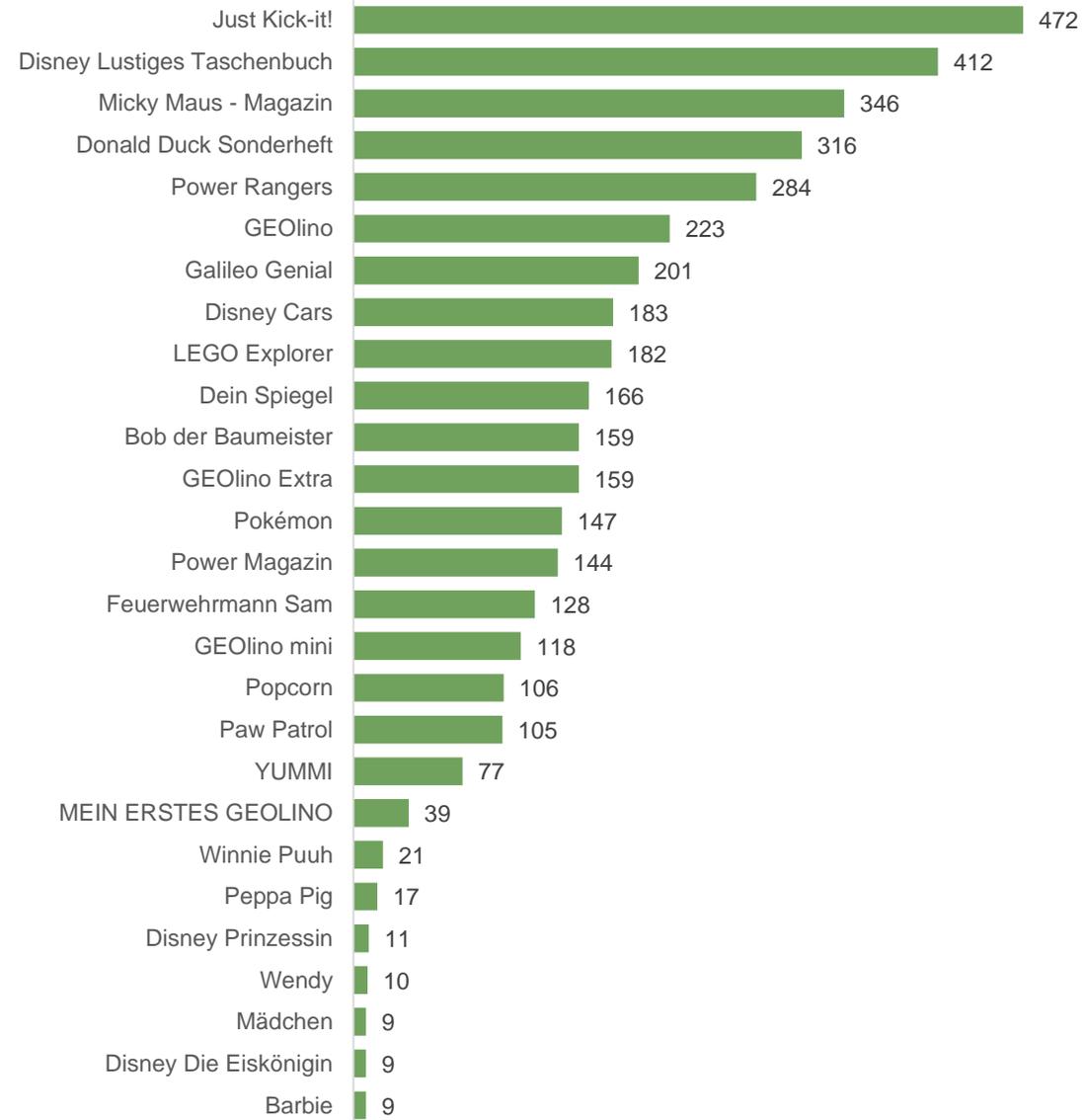
GESAMT 6-13 JAHRE  
27 TITEL



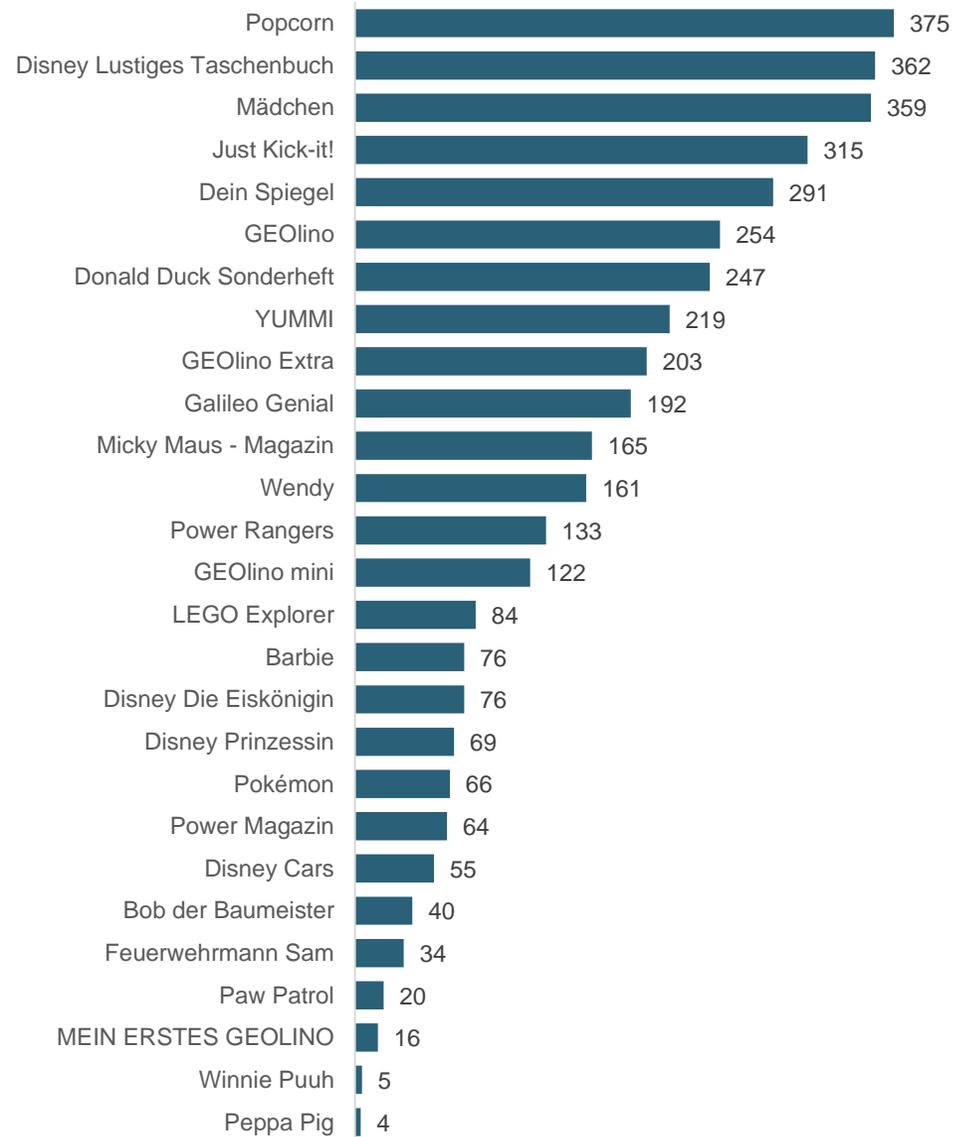
MÄDCHEN 6-13 JAHRE  
27 TITEL



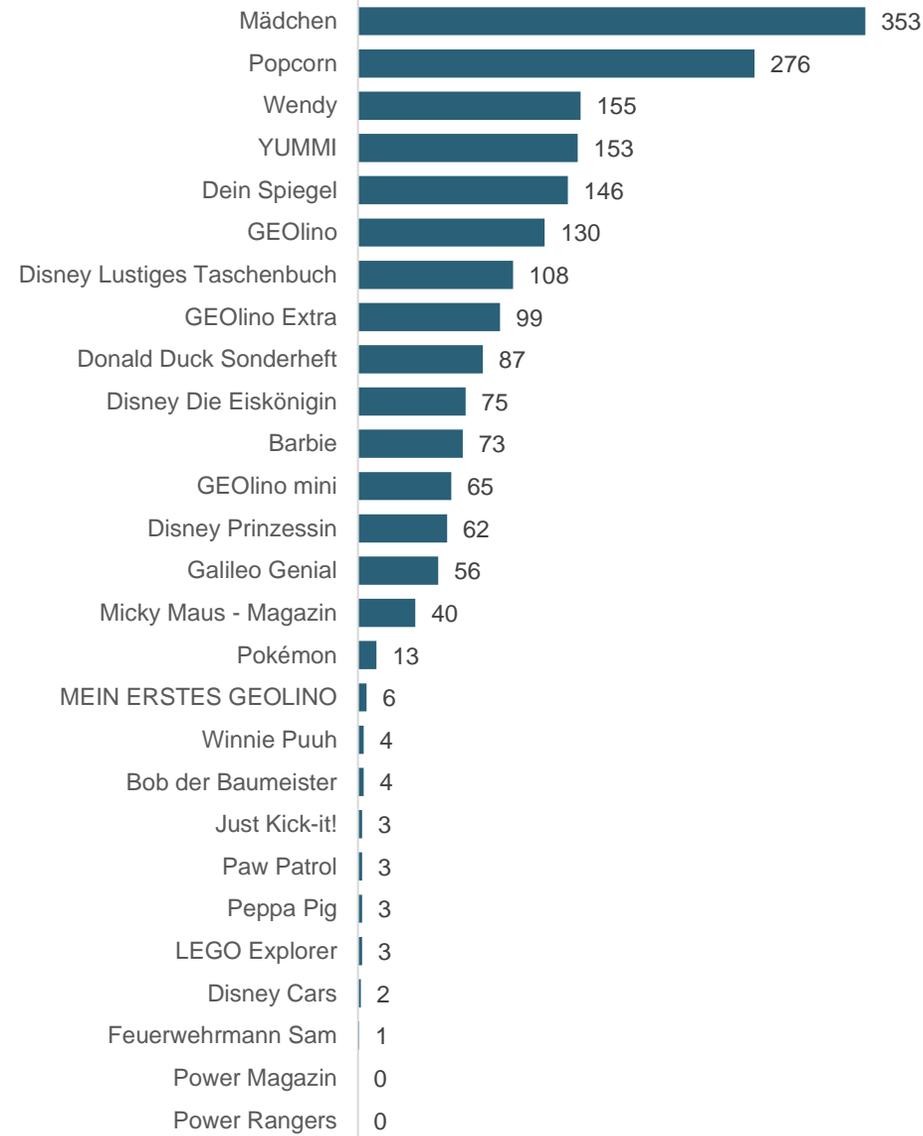
JUNGEN 6-13 JAHRE  
27 TITEL



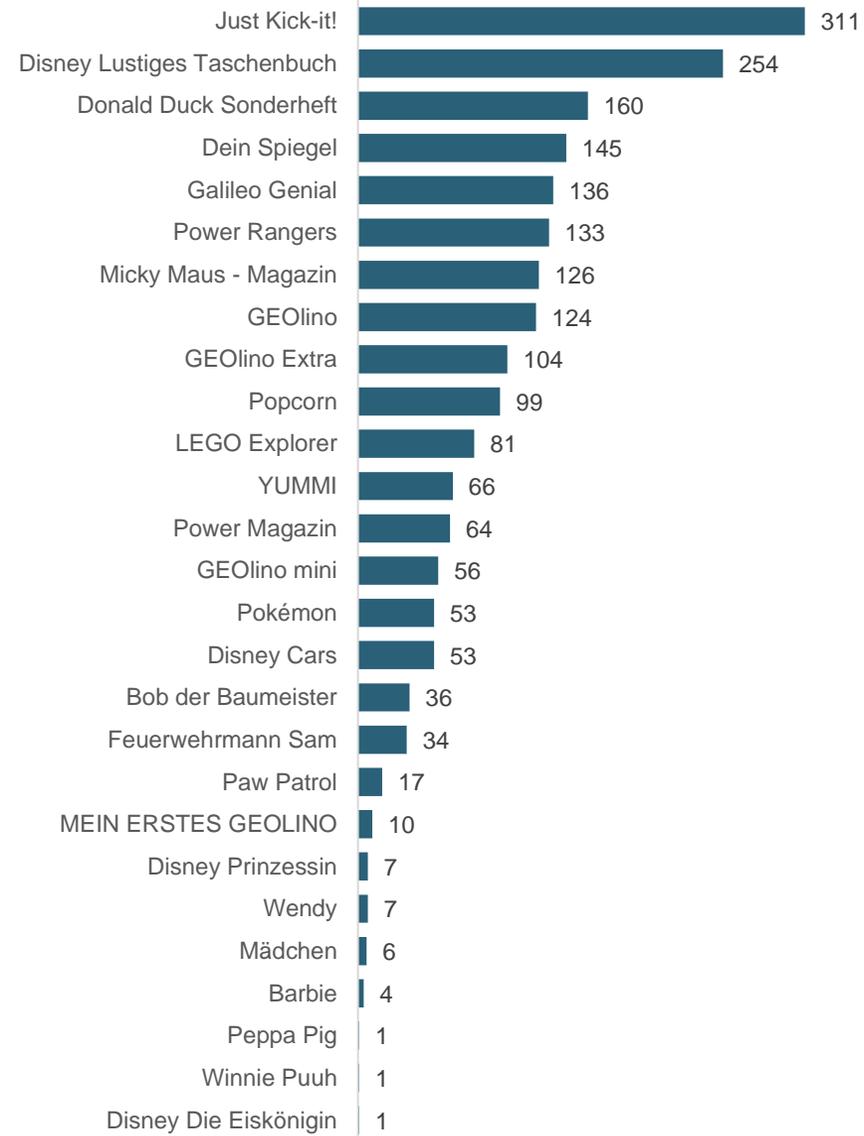
GESAMT 10-13 JAHRE  
27 TITEL



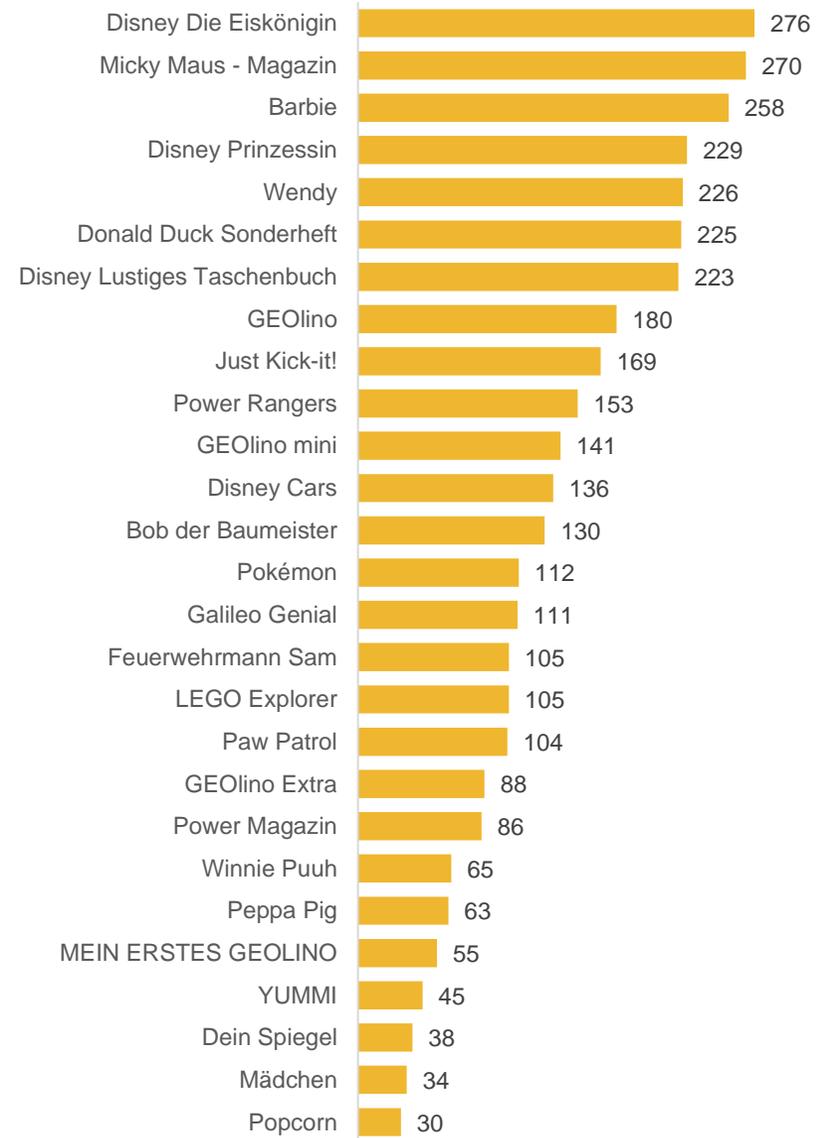
MÄDCHEN 10-13 JAHRE  
27 TITEL



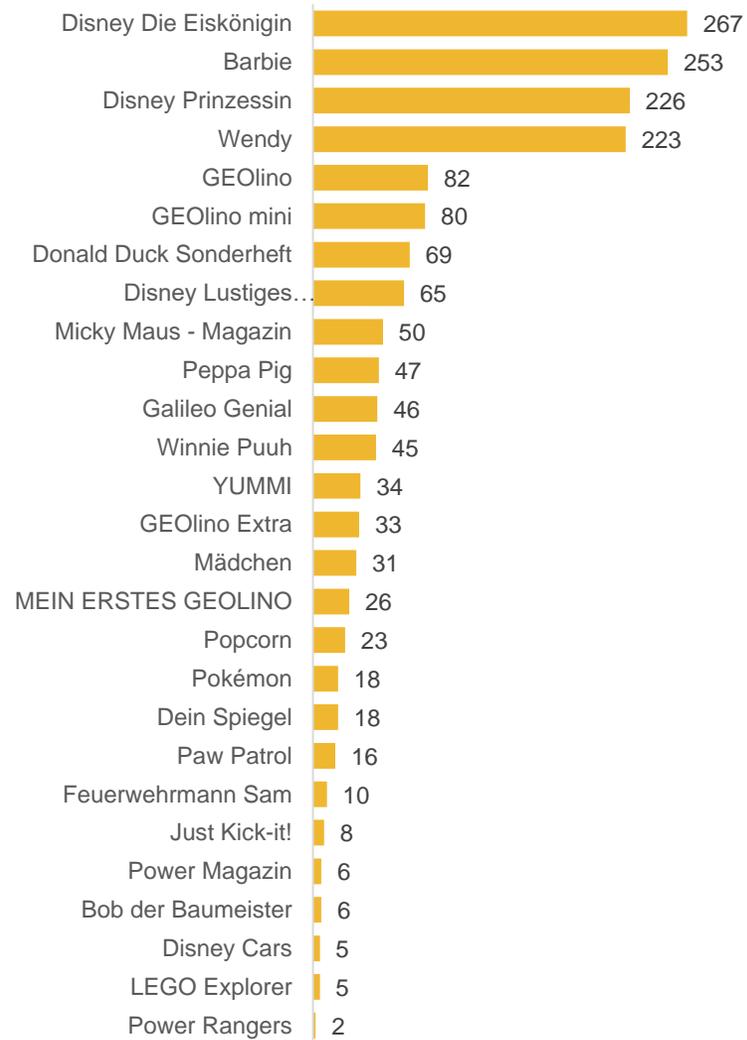
JUNGEN 10-13 JAHRE  
27 TITEL



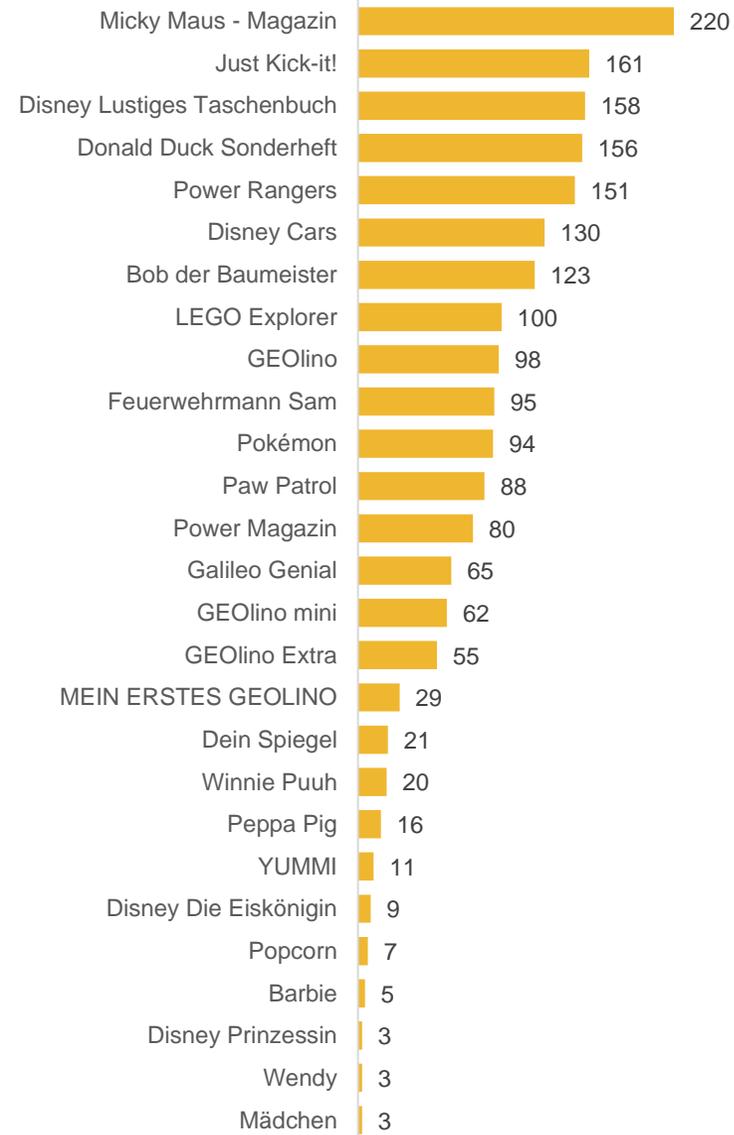
GESAMT 6-9 JAHRE  
27 TITEL



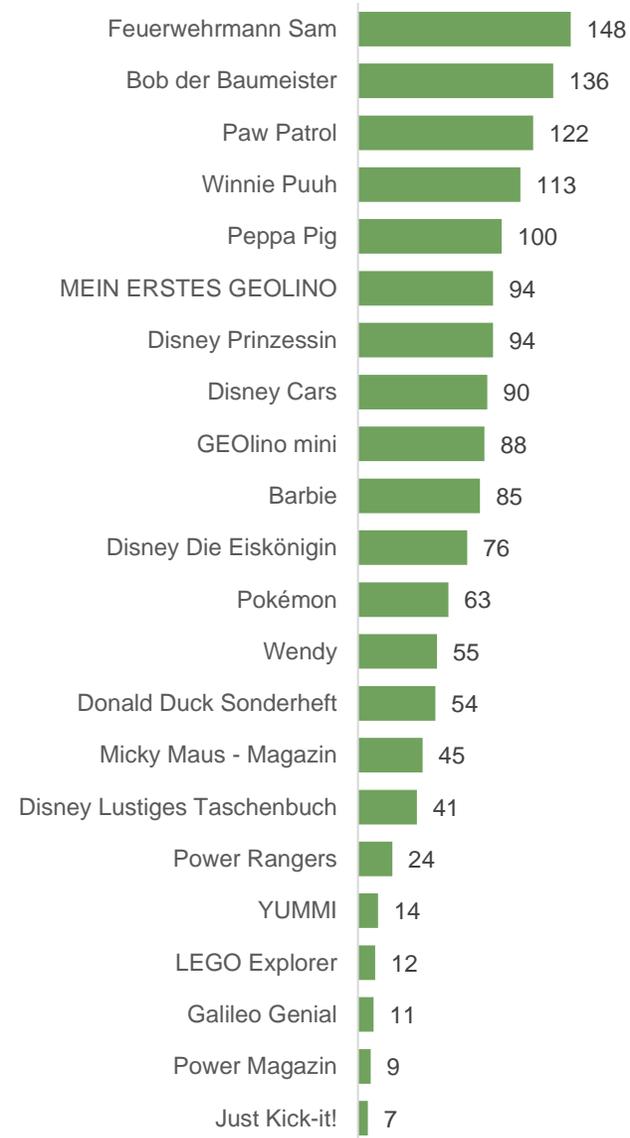
MÄDCHEN 6-9 JAHRE  
27 TITEL



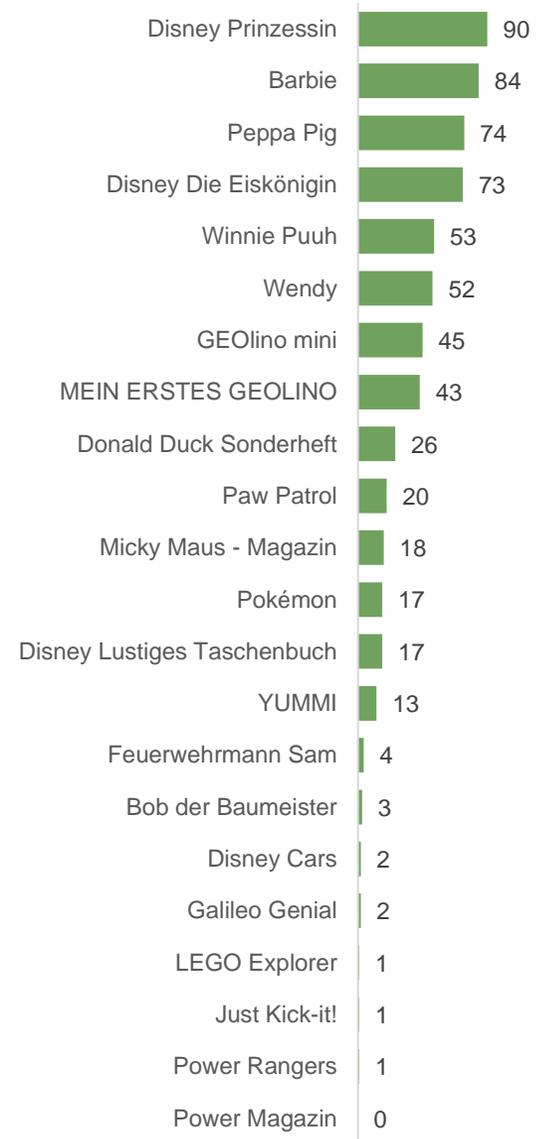
JUNGEN 6-9 JAHRE  
27 TITEL



GESAMT 4-5 JAHRE  
22 TITEL



MÄDCHEN 4-5 JAHRE  
22 TITEL



JUNGEN 4-5 JAHRE  
22 TITEL

