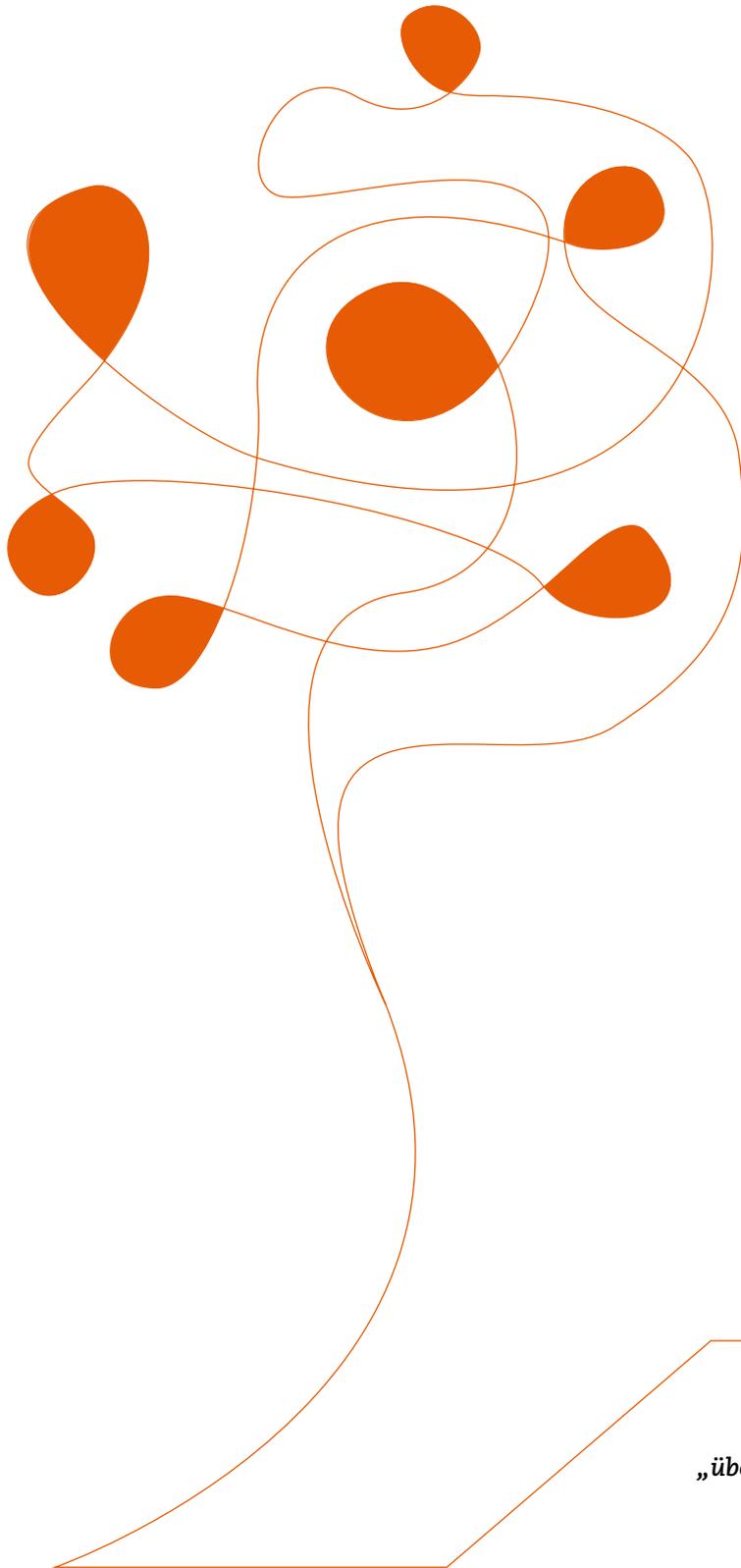


KIM-Studie 2020

Kindheit, Internet, Medien

Basisuntersuchung
zum Medienumgang
6- bis 13-Jähriger





„über 20 Jahre Medienforschung für die Praxis“

| | | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01. |  | Seite 02 | Einführung und Methode |
| 02. |  | Seite 06 | Themeninteressen |
| 03. |  | Seite 10 | Medienausstattung und Medienbesitz |
| 04. |  | Seite 13 | Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung 4.1 Freizeit und Medien 4.2 Handy- und Smartphonennutzung im Alltag 4.3 Tablet-Nutzung im Alltag |
| 05. |  | Seite 24 | Medien im Tagesverlauf |
| 06. |  | Seite 26 | Vorbilder und Idole |
| 07. |  | Seite 28 | Bücher und Lesen |
| 08. |  | Seite 32 | Musik und Radio |
| 09. |  | Seite 34 | Technische Aspekte der Internetnutzung |
| 10. |  | Seite 36 | Inhaltliche Aspekte der Internetnutzung |
| 11. |  | Seite 41 | Fernsehen, Netflix, YouTube & Co. |
| 12. |  | Seite 46 | WhatsApp, TikTok, Snapchat & Co. |
| 13. |  | Seite 51 | Recherche/Information im Internet |
| 14. |  | Seite 55 | Digitale Medien und Schule |
| 15. |  | Seite 61 | Digitale Spiele |
| 16. |  | Seite 67 | Technische Medienkompetenz |
| 17. |  | Seite 70 | Probleme und Gefahren im Internet |
| 18. |  | Seite 74 | Medien in der Familie 18.1 Themeninteressen und Einstellungen der Haupterzieher*innen 18.2 Nutzungsdauern und -konstellationen 18.3 Absprachen und Regeln |
| 19. |  | Seite 84 | Jugendmedienschutz |
| 20. |  | Seite 86 | Zusammenfassung |
| 21. |  | Seite 89 | English Summary |



1. Einführung und Methode

Das Thema Digitalisierung, Mediennutzung und Medienkonsum von Kindern ist im Jahr 2020 noch stärker in den Vordergrund gerückt. Die Pandemie mit Schulschließungen und drastischen Einschränkungen in Arbeit und Freizeit betraf auch die Kinder in ihrem gesamten Alltag und sozialen Leben. Die Situation zuhause änderte sich ggf. durch Homeoffice oder Kurzarbeit der Eltern, Schule fand oft nicht oder nur digital statt und die gewohnten Freizeit- und Sportangebote waren, wenn überhaupt, dann nur sehr eingeschränkt möglich. Auch das Treffen mit Freunden zum Spielen unterlag Restriktionen. Insofern kam den verschiedenen Medien eine neue Rolle zu. Sei es als Arbeitsgerät für die Schule, zur Kommunikation im Freundeskreis und Familie oder zum Zeitvertreib. Die Mediennutzung der sechs- bis 13-jährigen Kinder in Deutschland zu erfassen, ist die Aufgabenstellung der KIM-Studie (Kindheit, Internet, Medien), die seit 1999 vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) herausgegeben wird. Im Jahr 2020 stellte sich die Frage, ob die Durchführung der Untersuchung vor dem Hintergrund der gravierend veränderten Alltagssituation überhaupt sinnvoll sei. Doch gerade angesichts der Kontinuität der Studienreihe über 20 Jahre erschien es geradezu zwingend, auch die Sonder-situation der Pandemie zu erfassen und zu dokumentieren. Lediglich der Erhebungszeitraum der KIM-Studie wurde vom Frühsommer in den frühen Herbst geschoben, da angesichts der dynamischen und wenig planbaren Vorgaben für Kontaktbeschränkungen im Frühjahr 2020 die systematische Durchführung einer persönlichen Befragung in den Familien vor Ort nicht hätte gewährleistet werden können. Zum Befragungszeitraum selbst hatte sich der Alltag gerade für Kinder der Grundschulen dann weitgehend normalisiert – Schule konnte nach den Sommerferien ebenso meist stattfinden (nur vier Prozent der befragten Kinder hatten keinen regulären Schulunterricht) wie viele Freizeit- und Sportaktivitäten.

Das Forschungsdesign ist als Eltern-Kind-Befragung konzipiert, das heißt, neben den Kindern werden auch deren Haupterzieher*innen sowohl zum eigenen als auch dem familiären Mediennutzungsverhalten sowie zu Themen der Freizeitgestaltung der Kinder befragt. Die Befragung von Eltern und Kind fand in der Zeit vom 31. August bis zum 14. Oktober 2020 vor Ort in der Familie statt. Dabei wurden die Kinder computergestützt in persönlich-mündlichen Interviews (CAPI) befragt, die Angaben der Eltern wurden per Selbstausfüllerfragebogen (paper & pencil) erhoben.

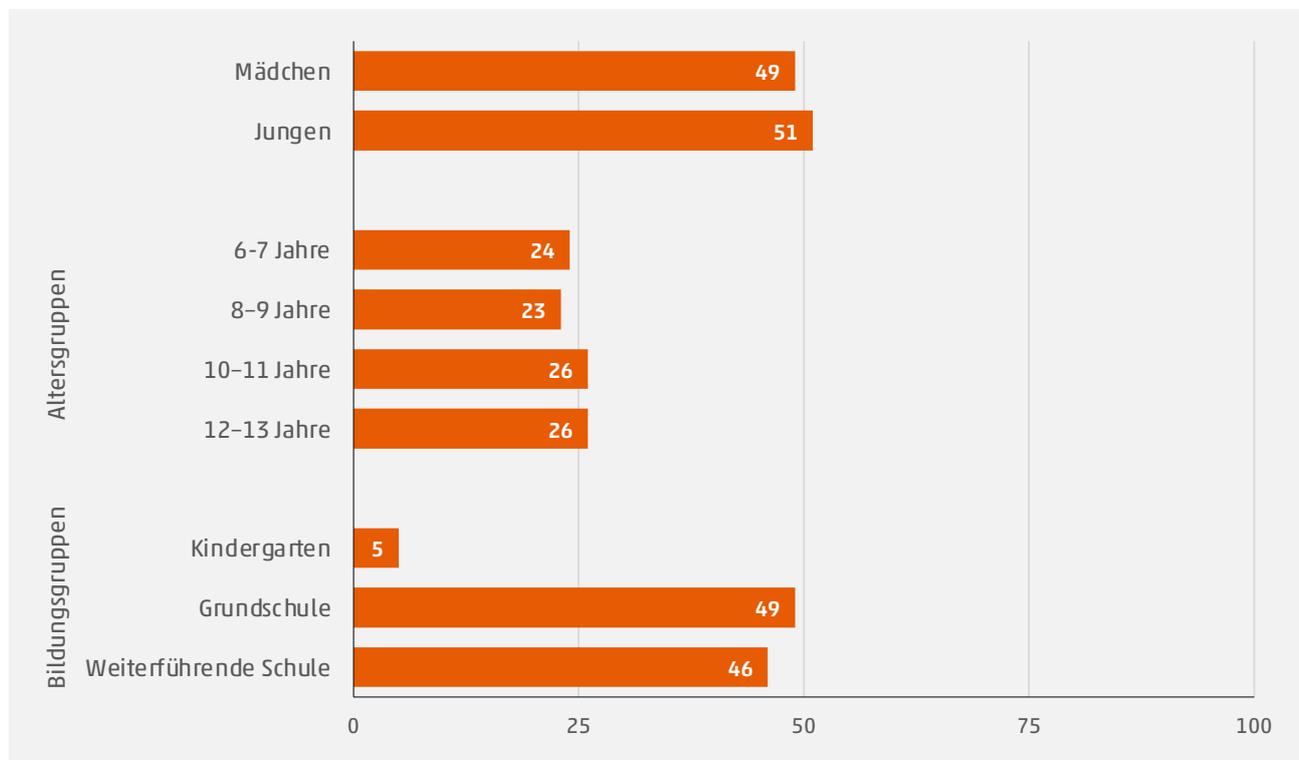


Für die KIM-Studie 2020 wurden 1.216 Kinder zwischen sechs und 13 Jahren und deren primäre Erziehungsperson in ganz Deutschland befragt

Die Grundgesamtheit der KIM-Studie 2020 bilden die deutschsprachigen Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren in Privathaushalten sowie deren primäre Erziehungspersonen in Deutschland. Die repräsentative Stichprobe umfasst insgesamt 1.216 Kinder und deren Haupterzieher*innen, wovon neun Prozent einen Migrationshintergrund aufweisen. Dieser geringe Anteil ist dem Studiendesign geschuldet, das umfassende Lese- und Schreibfähigkeiten sowohl beim befragten Kind als auch beim Haupterziehenden voraussetzt. Für eine differenzierte Auswertung ist die Basis dieser Teilgruppe allerdings zu gering, zumal hier auch kulturspezifische Hintergründe der jeweiligen Herkunftsländer zu berücksichtigen wären. Sofern die Kinder zum Zeitpunkt der Befragung bereits sechs Jahre alt waren, wurden auch Kinder befragt, die noch nicht zur Schule gehen.

Die Auswahl der Befragten erfolgte nach einem Quotenverfahren. Die Sample Points wurden geschichtet nach Bundesland und Gemeindetyp (BIK Ortsgrößenklassen) zufällig ausgewählt. Innerhalb der Sample Points wurden die Befragten anhand von Quotenvorgaben mit den Merkmalen Geschlecht x Alter, Geschlecht x Alter x Bundesland und Gemeindetyp (BIK) x Bundesland entsprechend den aktuell vorliegenden Daten des Statistischen Bundesamts ausgewählt. Damit sind die Ergebnisse repräsentativ für die Sechs- bis 13-Jährigen in Deutschland.

KIM 2020: Soziodemografie der befragten Kinder



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216



Die Studienreihe KIM wird herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs), der gemeinsam von den Landesmedienanstalten in Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz – der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) und der Medienanstalt Rheinland-Pfalz getragen wird. Die Durchführung der Studien erfolgt in Kooperation mit dem Südwestrundfunk (SWR). Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Ergebnisse auf die Erhebungen des Jahres 2020.

Rahmenbedingungen des Jahres 2020

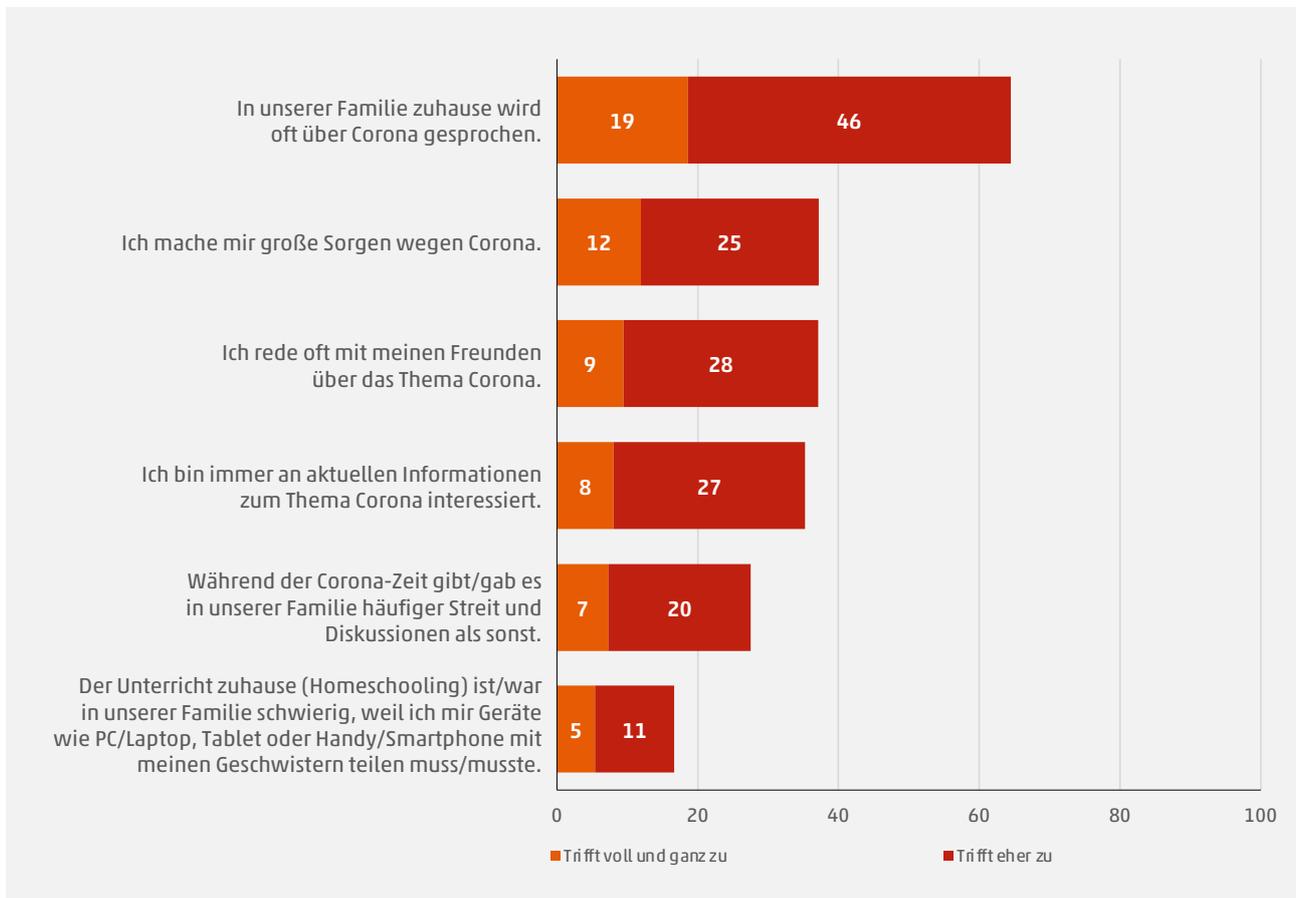
Im August/September 2020 waren einige pandemiebedingte Restriktionen des Frühjahres wieder aufgehoben und der Schulunterricht konnte weitgehend normal stattfinden. Nur drei Prozent der Kinder befanden sich zumindest teilweise im Fernunterricht, ein Prozent lernte ausschließlich im sogenannten Homeschooling. Somit waren zum Befragungszeitraum (unter Aussetzung der Ferienzeit) fast alle Schulkinder in den Präsenzunterricht zurückgekehrt, drei Viertel der Schüler*innen hatten aber bereits Erfahrung mit Homeschooling und den damit verbundenen Unterrichtsmodellen gemacht. Auch das Freizeitleben normalisierte sich in dieser kurzen Phase im Herbst 2020. Nach Angaben der Haupterzieher*innen gingen 60 Prozent der Kinder zumindest einmal pro Woche in einen Sportverein, jedes zweite Kind wurde durch die Eltern oder Großeltern betreut (48 %), 46 Prozent standen die Nachmittagsbetreuung an der Schule, im Hort oder an der Ganztageschule zur Verfügung, jedes dritte Kind wurde zumindest einmal pro Woche von Freunden oder Nachbarn beaufsichtigt und jedes fünfte Kind (21 %) besuchte wöchentlich eine Kinder- oder Jugendgruppe.

Auch wenn sich im Herbst 2020 die Infektionslage etwas beruhigt hatte und viele Aktivitäten wieder möglich waren – Corona war weiterhin das beherrschende Thema, auch im Kinderalltag. Zwei Drittel der Kinder bestätigen, dass zuhause oft über Corona gesprochen werde. 37 Prozent der Kinder machen sich generell Sorgen über die Corona-Situation, 12 Prozent sorgten sich sehr (Zustimmung: „trifft voll und ganz zu“). Ebenfalls 37 Prozent geben an, häufig mit Freund*innen über Corona zu sprechen. Gut jedes dritte Kind (35 %) war an aktuellen Informationen zu Corona interessiert. Die ungewöhnlichen Rahmenbedingungen sorgen auch für familiäre Spannungen, mehr als jedes vierte Kind (27 %) bestätigt, dass es während der Corona-Zeit mehr Streit und Diskussionen als üblich gab. Darüber hinaus erinnerte sich jedes siebte Kind (16 %) an Probleme und Schwierigkeiten während des Homeschoolings, weil in der Familie nicht genügend Geräte zur Verfügung standen und diese ggf. geteilt werden mussten.

37 Prozent der Kinder machen sich Sorgen über die Coronasituation, 12 Prozent sogar sehr



Aussagen zur Corona-Situation 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

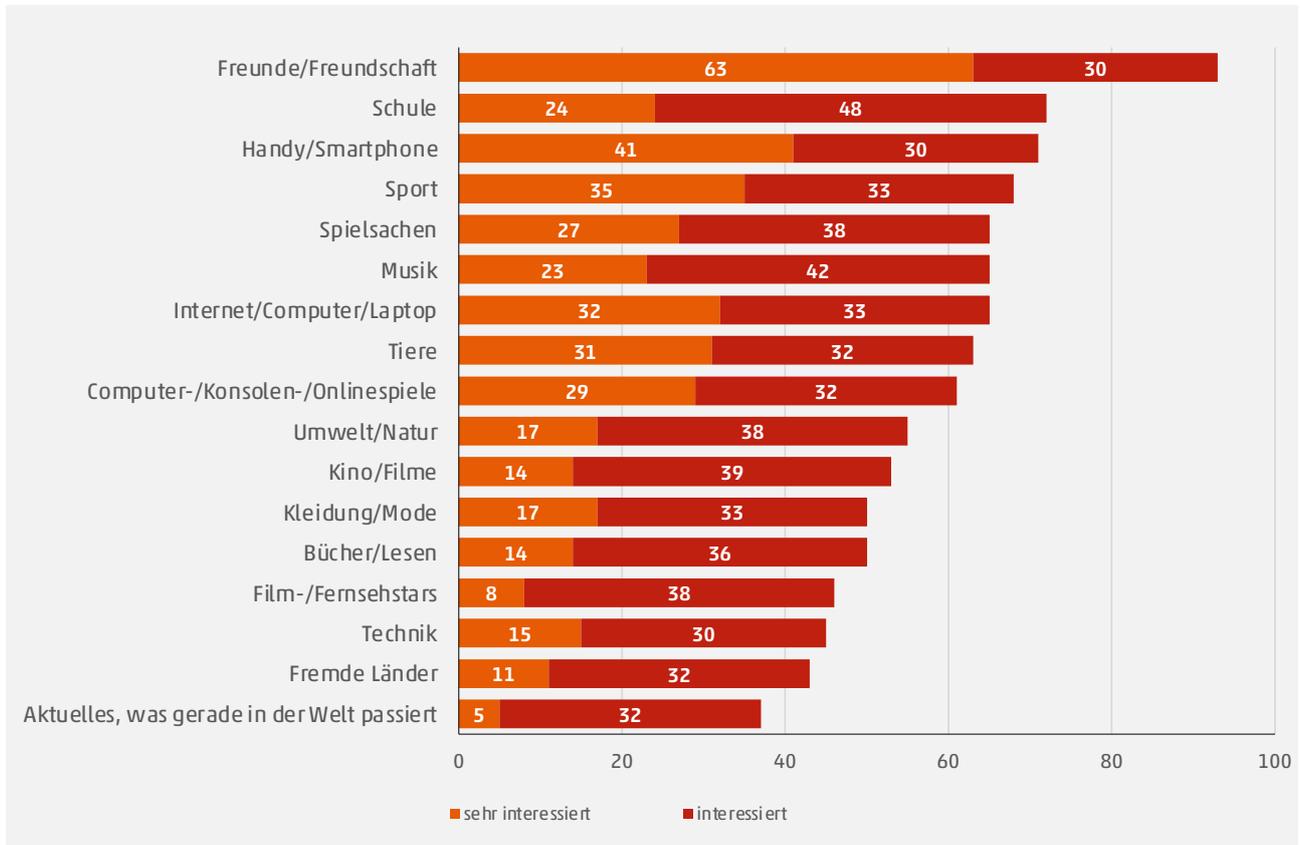


2. Themeninteressen

Die Abfrage der Themeninteressen der Kinder ist ein fester Bestandteil der KIM-Studie. Anhand von 17 vorgegeben Themen aus verschiedenen Lebensbereichen konnten die Sechs- bis 13-Jährigen angeben, inwieweit sie sich für diese interessieren. Wie in den Vorjahren, steht der Themenbereich „Freunde/Freundschaft“ an erster Stelle. 93 Prozent der Kinder geben an, dass sie dieses Thema interessant oder sehr interessant finden. Knapp drei Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen zeigen Interesse an den Themen „Schule“ und „Handy/Smartphone“. Gut zwei Drittel der Kinder begeistern sich für „Sport“, „Spielsachen“, „Internet/Laptop/Computer“ und „Musik“. Etwa drei von fünf Kindern interessieren sich für „Tiere“ und „Computer-/Konsolen-/Onlinespiele“. Für das Thema „Umwelt/Natur“ interessieren sich 55 Prozent der Kinder. Knapp dahinter kommt das Thema „Kino/Filme“ mit 53 Prozent. „Bücher/Lesen“ und „Kleidung/Mode“ sind für die Hälfte der Kinder spannend. Etwas weiter hinten rangieren dann die Themen „Film-/Fernsehstars“, „Technik“ und „Fremde Länder“. Für das aktuelle Weltgeschehen zeigen 37 Prozent der Kinder Interesse.

**Thema „Freundschaft“ für Kinder
am interessantesten**

Themeninteressen 2020

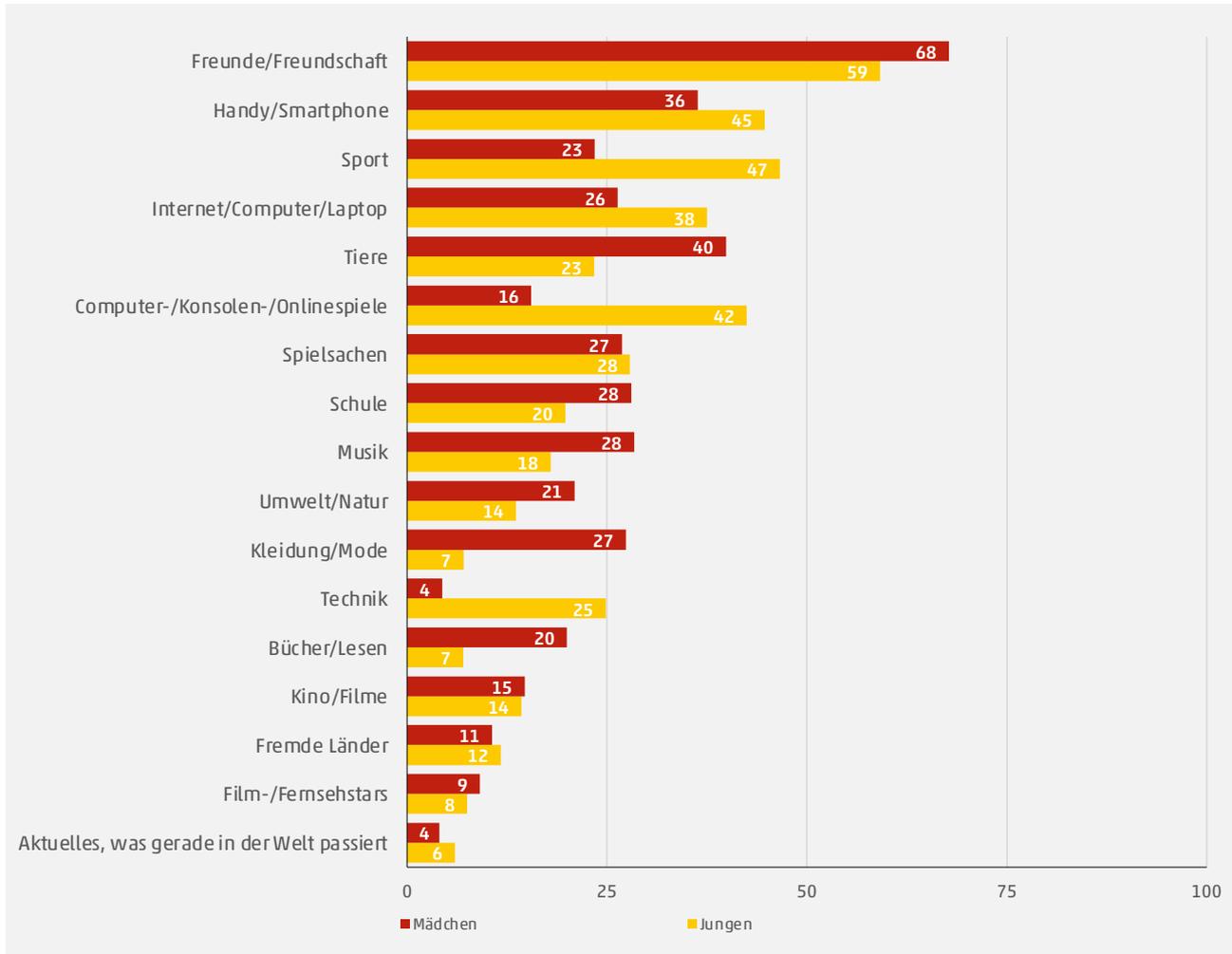


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Bei einigen Themenbereichen zeigen sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede vor allem bei der absoluten Interessensbekundung („finde ich sehr interessant“). Mädchen zeigen hier eine höhere Affinität zu den Themen „Kleidung/Mode“, „Tiere“, „Bücher/Lesen“, „Musik“, „Schule“, „Umwelt/Natur“ und „Freunde/Freundschaft“. Jungen zeigen hingegen ein höheres Interesse an „Sport“, „Computer-/Konsolen-/Onlinespiele“, „Technik“, „Internet/Computer/Laptop“ und „Handy/Smartphone“.

Themeninteressen 2020

- sehr interessiert -

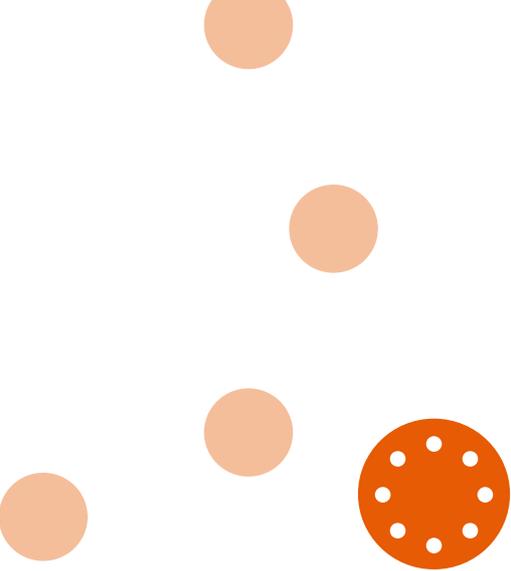


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Im Altersverlauf nimmt das Interesse an den Themen „Film-/Fernsehstars“, „Fremde Länder“, „Handy/Smartphone“, „Internet/Computer/Laptop“, „Computer-/Konsolen-/Onlinespiele“, „Technik“, „Kleidung/Mode“ und „Musik“ zu. Auch das aktuelle Weltgeschehen ist für ältere Kinder interessanter. Für die Themen „Spielsachen“ und „Tiere“ verhält es sich umgekehrt. Hier nimmt das Interesse mit zunehmendem Alter der Kinder ab.

Interesse am Weltgeschehen ist bei den Kindern um sechs Prozentpunkte gestiegen

Auch im Corona-Jahr 2020 lassen sich im Vergleich zur KIM-Studie 2018 insgesamt nur wenig starke Veränderungen in den Themeninteressen der Sechs- bis 13-Jährigen feststellen. Allerdings ist das Interesse (sehr interessiert/interessiert) am aktuellen Weltgeschehen um sechs Prozentpunkte angestiegen, während das Interesse an „Kino/Filme“ um fünf Prozentpunkte gesunken ist. Weiterhin ist ein Zuwachs um fünf Prozentpunkte im Themenfeld „Umwelt/Natur“ sowie um jeweils vier Prozentpunkte bei „Spielsachen“, „Technik“ und „fremde Länder“ zu beobachten. Das verstärkte Interesse am aktuellen Weltgeschehen und fremden Ländern ist wahrscheinlich auf die besondere Situation durch die weltweite Pandemie zurückzuführen. Auch der Rückgang des Interesses an „Kino/Filme“ könnte hiermit zusammenhängen, da aufgrund der zeitweisen Schließung der Kinos dieses Thema weniger im Fokus stand. Das verstärkte Interesse an Technik könnte mit der zunehmenden Bedeutung digitaler Medien für die Kommunikation und das zeitweise Homeschooling in Zusammenhang gebracht werden. Inwieweit sich diese Entwicklungen auch langfristig fortsetzen werden, bleibt abzuwarten.



3. Medienausstattung und Medienbesitz

Kinder wachsen mit einem breiten Medienrepertoire auf

Die Haushalte, in denen Sechs- bis 13-jährige heute aufwachsen, sind mit einem breiten Medienrepertoire ausgestattet. In fast allen Familien sind Fernsehgeräte, Internetzugang, Handys/Smartphones sowie Computer/Laptops vorhanden. Radiogeräte besitzen 82 Prozent der Haushalte, in etwa 70 Prozent sind CD-/DVD-/BluRay-Player, Video-/Festplattenrecorder und Spielekonsolen vorhanden. Drei von fünf Familien verfügen über eine Digitalkamera und etwas weniger als die Hälfte besitzen Tablets, Fernsehgeräte mit Internetzugang oder Streamingdienste wie Netflix oder Disney+. In 28 Prozent der Familien befindet sich ein Kassettenrekorder im Haushalt und etwa jede fünfte Familie besitzt Kindercomputer oder Pay-TV. Streaming-Boxen oder-Sticks sind in 15 Prozent der Familien zu finden und digitale Sprachassistenten wie Alexa bei zwölf Prozent der Haushalte.

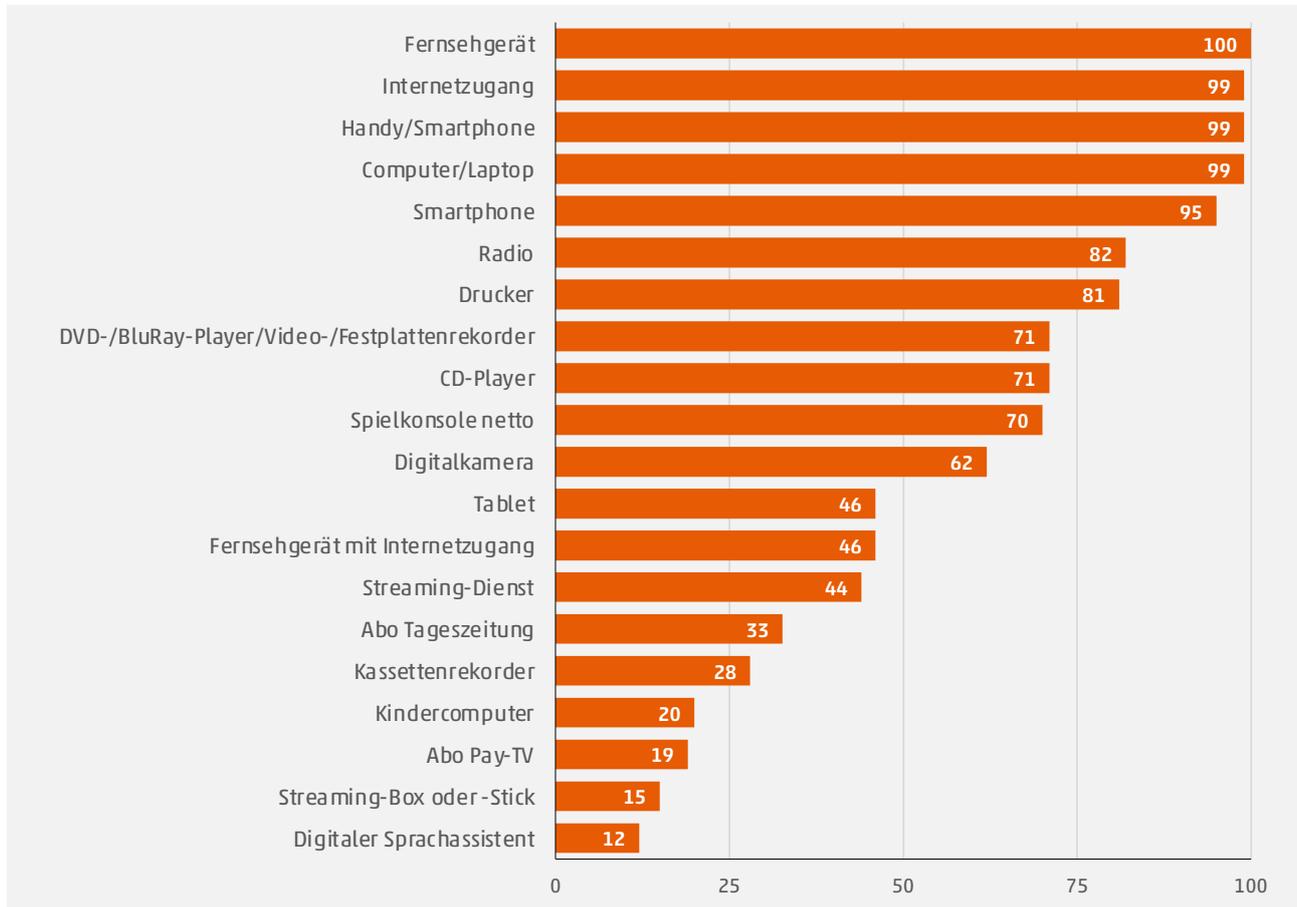
Ausstattung mit Computer/Laptops, Streamingdiensten, Smart-TVs und Tablets gestiegen

Im Vergleich zu 2018 sind vor allem bei Computer/Laptops (+18 Prozentpunkte), Streamingdiensten (+22 PP) sowie Fernsehgeräten mit Internetzugang (+17 PP) starke Anstiege zu beobachten. Auch der Besitz eines Tablets hat sich um acht Prozentpunkte erhöht. Ein Rückgang ist hingegen bei den Digitalkameras (-9 PP) und Spielekonsolen (-6 PP) zu verzeichnen. Nachdem der Besitz von Computer/Laptops in der KIM-Studie 2018 zunächst rückläufig war (-16 PP im Vergleich zur KIM-Studie 2016) scheinen diese Geräte im Corona-Jahr 2020 wieder an Bedeutung gewonnen zu haben. Der Zuwachs bei Streamingdiensten, Fernsehgeräten mit Internetzugang und Tablets war auch bereits in der KIM-Studie 2018 zu verzeichnen und setzt sich nun sehr dynamisch weiter fort. Hier hat vermutlich unter anderem die besondere Situation der Pandemie, der Wegfall vieler Freizeitmöglichkeiten und die Verlagerung des schulischen und beruflichen Lebens nach Hause einen Einfluss.



Medienausstattung im Haushalt 2020

– Auswahl, Angaben der Haupterzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216

Kinder selbst besitzen noch ein überschaubares Spektrum an Geräten

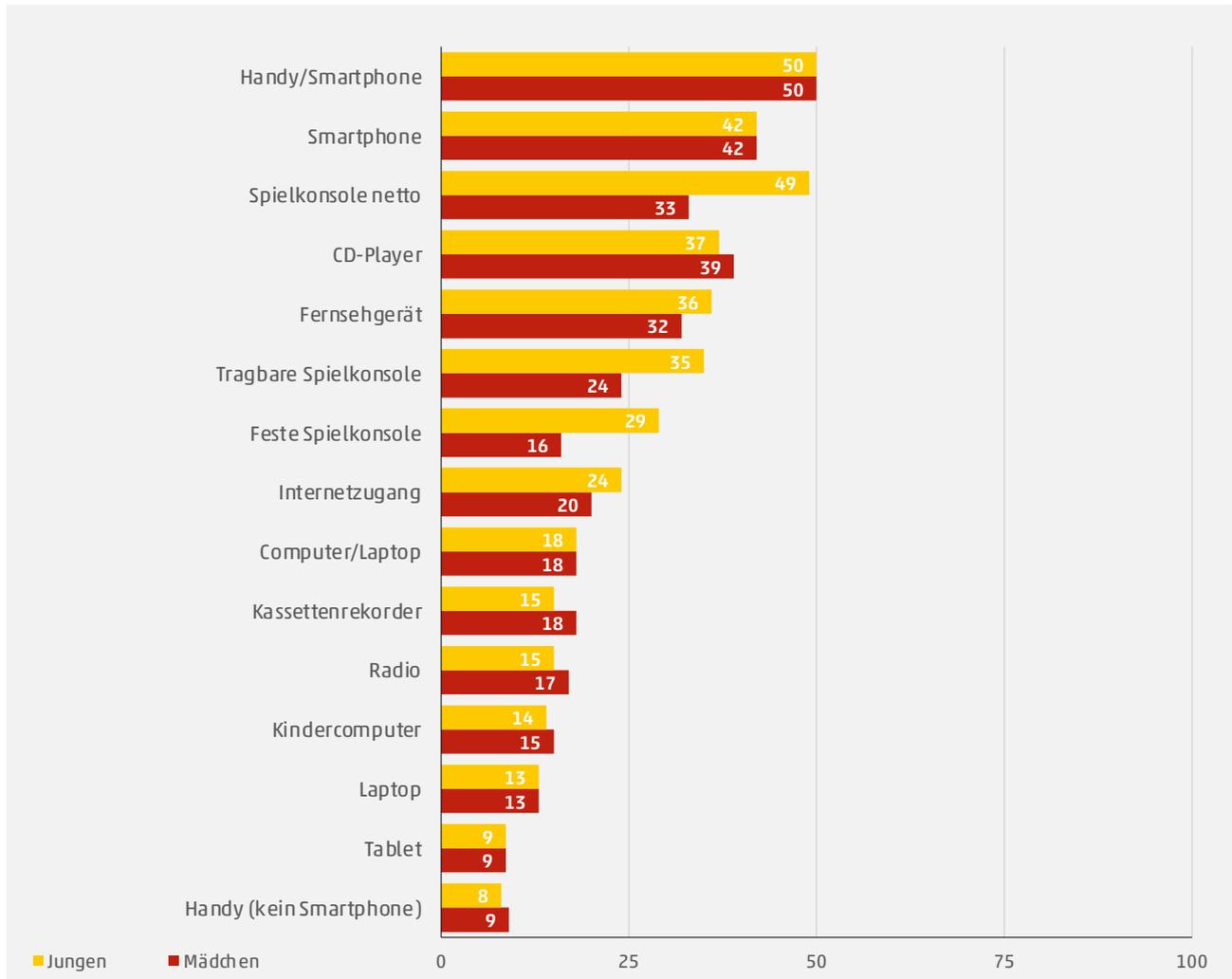
Nach Angabe der Haupterziehenden besitzen die Kinder selbst noch ein vergleichsweise überschaubares Spektrum an Geräten. Am weitesten verbreitet sind Mobiltelefone, über welche die Hälfte der Kinder verfügt. Bei 41 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen findet sich eine Spielekonsole im Kinderzimmer, 38 Prozent besitzen einen CD-Player und etwa ein Drittel haben einen eigenen Fernseher (34 %). Jedes fünfte Kind kann im eigenen Zimmer das Internet nutzen (22 %), 18 Prozent haben einen eigenen Computer/Laptop, 17 Prozent einen Kassettenrekorder und 16 Prozent ein Radio. 14 Prozent verfügen über einen Kindercomputer. Ein Tablet ist bei neun Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen im Besitz, sieben Prozent können im Kinderzimmer einen Streamingdienst wie Netflix oder Disney+ nutzen.

Zwischen den Geschlechtern zeigen sich insgesamt wenig Unterschiede im Medienbesitz. Jungen besitzen aber im Vergleich zu Mädchen deutlich häufiger Spielekonsolen (Jungen: 49 %, Mädchen: 33 %).



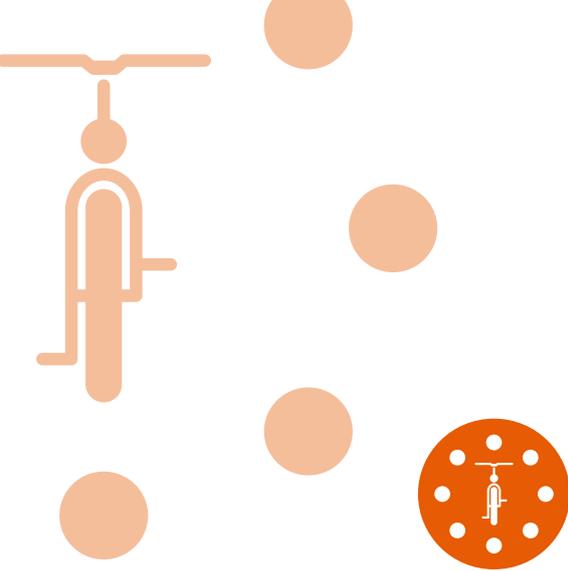
Gerätebesitz der Kinder 2020

– Angaben der Haupterzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216

Im Vergleich zu 2018 gibt es nur wenig Veränderungen im Gerätebesitz der Kinder selbst. Ein leichter Rückgang von vier Prozentpunkten ist bei Handys (keine Smartphones) zu verzeichnen. Bei den Smartphones ist ein leichter Anstieg um drei Prozentpunkte zu beobachten. Der Besitz eines eigenen Radios ist um vier Prozentpunkte gesunken. Der Zugang zum Internet ist um fünf Prozentpunkte gestiegen.



4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

4.1 Freizeit und Medien

Die Frage nach den Aktivitäten in der Freizeit – egal, ob diese mit oder ohne Medien verbracht wird – gehört seit Beginn der KIM-Studie zum festen Bestandteil der Untersuchung. Den Kindern wird hierbei eine Liste von verschiedenen Tätigkeiten vorgelegt, zu denen sie jeweils die Häufigkeit der Nutzung im Wochenverlauf angeben. Abgefragt wird ein breites Spektrum an Aktivitäten von der Fernsehnutzung bis hin zur Beschäftigung mit dem Haustier.

Fernsehen, Hausaufgaben, Freunde treffen und Spielen häufigste Aktivitäten der Kinder

Nahezu alle Kinder (94 %) sehen regelmäßig fern, d.h. sie schalten das TV-Gerät¹ täglich oder zumindest ein- oder mehrmals wöchentlich ein. Einen ähnlich großen Stellenwert nimmt bei den Freizeitaktivitäten nur noch die Erledigung der Hausaufgaben bzw. das Lernen für die Schule ein (93 %). Das Treffen mit Freunden (91 %) oder aber spielerische Aktivitäten – egal ob drinnen (90 %) oder draußen (88 %) – sind als regelmäßige Aktivität zwar ebenfalls von großer Bedeutung, finden aber nicht mit der gleichen Intensität im täglichen Rhythmus statt. Überraschend ist, dass sich im Hinblick auf das persönliche Zusammentreffen mit Freunden trotz der Corona-Beschränkungen im Vergleich zur KIM-Studie 2018 nahezu keine Änderungen ergeben haben (-1 PP). Die Kontakte zwischen Kindern zeigen sich damit sehr viel krisenfester, als dies z.B. bei den Jugendlichen der Fall ist.² Hier spielen sicherlich auch die gesetzlichen Corona-Regelungen eine Rolle, die im Hinblick auf Kinder geringere Beschränkungen bei den Kontakten vorsahen als bei Jugendlichen und Erwachsenen. Darüber hinaus könnte auch der Befragungszeitraum der JIM-Studie (Juni/Juli 2020) hierbei eine Rolle spielen. So herrschte während der Befragungen im Rahmen der KIM-Studie 2020 durch Präsenzunterricht und weniger Kontaktbeschränkungen vergleichsweise mehr Normalität.

Vier von fünf Kindern (75 %) unternehmen mindestens ein Mal in der Woche etwas mit der Familie, ebenfalls eine Konstante im Vergleich zur letzten Studie (2018: 77 %). Auch das Hören von Musik (70 %, -2 PP) und sportliche Aktivitäten (65 %, -4 PP) waren zum Zeitpunkt der Befragung knapp unter dem Niveau der Vorgängerstudie.

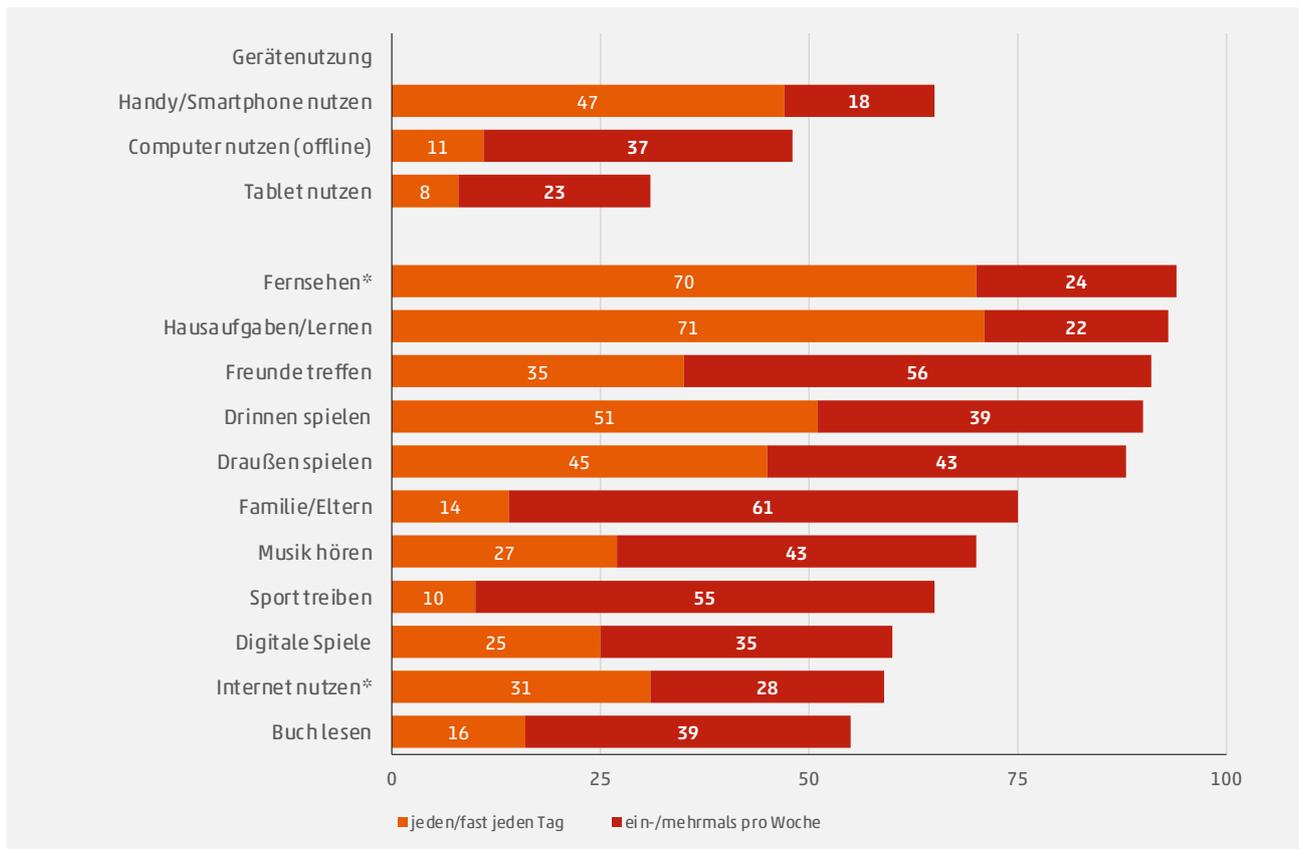
¹ Bzw. andere Geräte oder Verbreitungswege zur Fernsehnutzung

² Im Vergleich der Jahre 2019 und 2020 waren die persönlichen Treffen bei den 12- bis 19-Jährigen um 13 Prozent zurückgegangen (JIM-Studie, S. 12, Befragungszeitraum 8. Juni – 20. Juni 2020)



Bei den mediengebundenen Freizeitaktivitäten liegen die Nutzung des Mobiltelefons (65 %), digitale Spiele (60 %) sowie die Internetnutzung (59 %) weit vorne. Besonders beim Handy/Smartphone zeigt sich, dass es sich hierbei mittlerweile um einen täglichen Begleiter handelt und die Geräte einen festen Platz im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen gefunden haben, knapp die Hälfte der Kinder (47 %) nutzen dies jeden oder fast jeden Tag.

Freizeitaktivitäten 2020 (Teil 1)

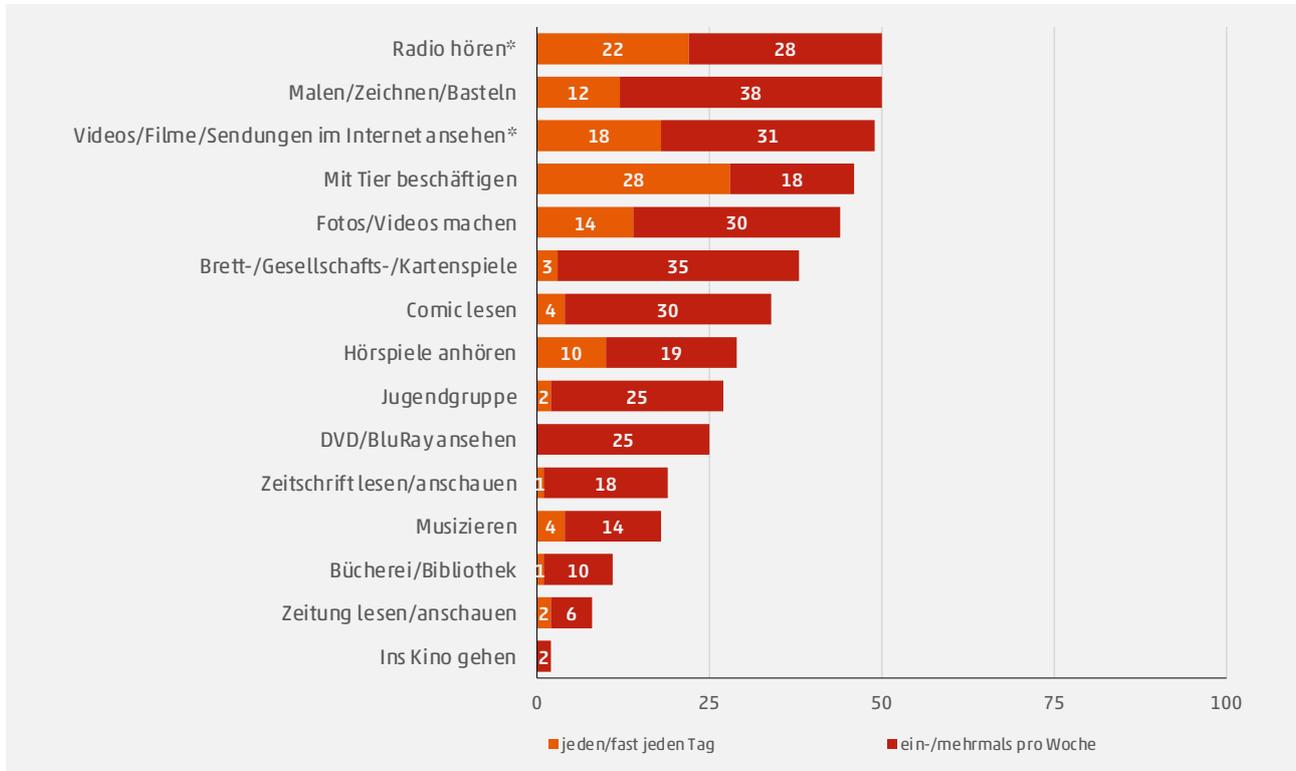


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg, Basis: alle Kinder, n=1.216

Bei einigen Aktivitäten zeigt sich eine große Kontinuität im Vergleich zur letzten KIM-Studie. Genau die Hälfte der Kinder beschäftigt sich regelmäßig mit Mal- oder Bastelaktivitäten, 46 Prozent kümmern sich in ihrer Freizeit um ein Tier, 18 Prozent machen regelmäßig Musik. Damit bewegen sich die Veränderungen in diesem Bereich mit Ausnahme der Nutzung von BluRays und DVDs (-6 PP) alle in einem Bereich von maximal 5 PP.



Freizeitaktivitäten 2020 (Teil 2)



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg, Basis: alle Kinder, n=1.216

Mit dem Älterwerden verändert sich auch die Freizeitgestaltung der Sechs- bis 13-jährigen. Blickt man hier auf die regelmäßigen Tätigkeiten, also den Freizeitaktivitäten, denen zumindest einmal in der Woche nachgegangen wird, so zeigen sich deutliche Veränderungsprozesse. So nimmt in der jüngsten Altersgruppe der Sechs- bis Siebenjährigen das Spielen (drinnen und draußen) noch einen prominenten Platz ein, während bei den Zwölf- bis 13-jährigen Hausaufgaben und Lernzeiten an Bedeutung gewinnen. Auch Tätigkeiten wie das Malen und Basteln (6–7 Jahre: 72 %, 12–13 Jahre: 27 %) oder Brettspiele (6–7 Jahre: 57 %, 12–13 Jahre: 22 %) verlieren mit steigendem Alter zunehmend an Bedeutung.

Besonders markant sind diese Veränderungen im Bereich der Computerspiele sowie der Nutzung des Smartphones. Spielen bei den Jüngsten gerade einmal 36 Prozent regelmäßig Computerspiele, so steigt dieser Anteil bei den ältesten Kindern auf 75 Prozent. Bei der Häufigkeit der Smartphone-Nutzung sind die Unterschiede zwischen den Sechs- bis Siebenjährigen (27 %) und den Zwölf- bis 13-jährigen noch gravierender. Mit 96 Prozent regelmäßiger Nutzung ist das Handy bzw. Smartphone für Kinder in dieser Altersgruppe zum selbstverständlichen Alltagsbegleiter geworden.

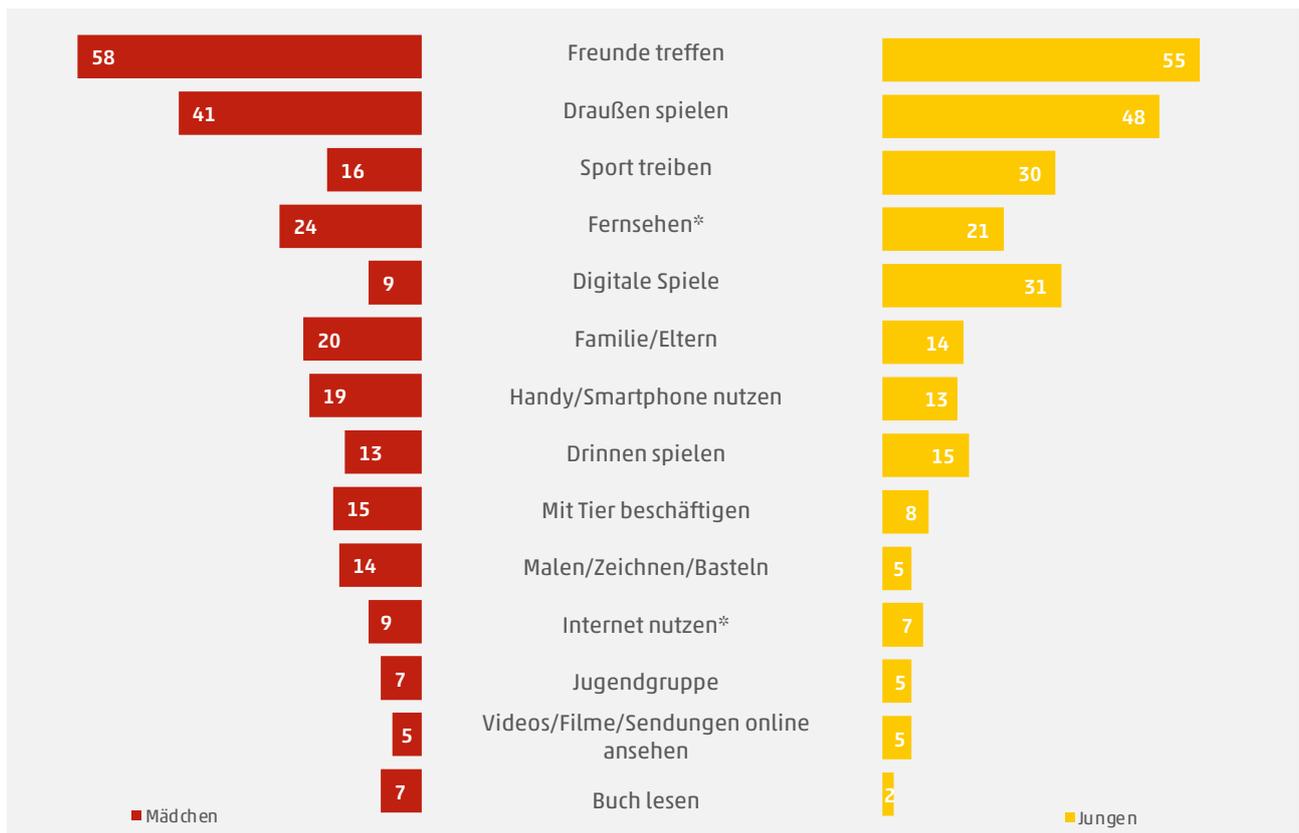
Mädchen zeigen höhere Affinität zu kreativen und sozialen Tätigkeiten

Mädchen und Jungen setzen im Hinblick auf die Freizeitgestaltung und Medienaktivitäten eigene geschlechtsspezifische Schwerpunkte. Während Jungen häufiger Sport als präferierte Freizeitaktivität angeben (Jungen: 30 %, Mädchen: 16 %) und sich mit digitalen Spielen beschäftigen (Jungen: 31 %, Mädchen: 9 %) zeigen Mädchen stärkeres Interesse im sozialen und kreativen Bereich. Die Pflege familiärer Beziehungen (Mädchen: 20 %, Jungen 14 %), die Beschäftigung mit dem Haustier (Mädchen: 15 %, Jungen: 8 %), das Malen und Basteln (Mädchen: 14 %, Jungen 5 %), aber auch das Lesen von Büchern (Mädchen: 7 %, Jungen 2 %) stehen bei Mädchen deutlich weiter oben in der Beliebtheitsliste. Bei den Lieblingsbeschäftigungen während der Freizeit sind Mädchen und Jungen aber einer Meinung: das Treffen mit Freunden sowie das Draußen spielen stehen bei beiden mit großem Abstand an der Spitze der beliebtesten Freizeitaktivitäten.

Treffen mit Freunden und draußen Spielen sind liebste Freizeitaktivitäten von Mädchen und Jungen

Liebste Freizeitaktivitäten 2020

– bis zu drei Nennungen –



Quelle: KIM 2020, Nennung ab 5 Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg, Basis: alle Kinder, n=1.216



Neben der Nutzungshäufigkeit und der Beliebtheit verschiedener Medien-tätigkeiten wird in der KIM-Studie auch danach gefragt, ob Kinder diesen Tätigkeiten eher alleine bzw. mit Freunden, Geschwistern oder den Eltern nachgehen. Die Antworten erlauben u. a. Rückschlüsse darauf, ob diese Tätigkeiten autonom und selbstbestimmt ausgeführt werden und ob Kinder sich im Hinblick auf ihre medialen Erlebnisse unmittelbar mit älteren Bezugspersonen austauschen können. Die Antworten werfen auch ein Schlaglicht auf die Frage, welche Medien als „Familienmedien“ eher gemeinsam genutzt werden und wo sich Kinder von ihren Eltern abgrenzen.

Smartphone löst TV bei alleiniger Nutzung ab

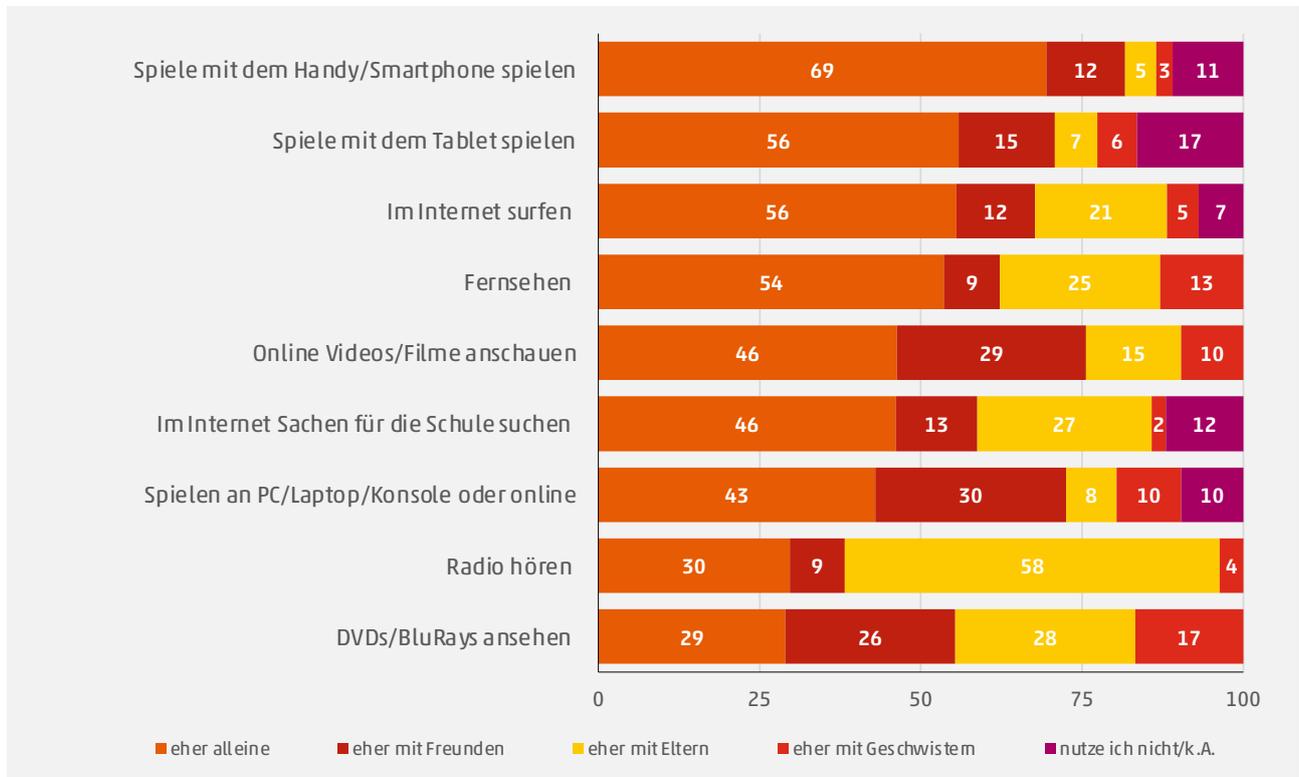
Das Spielen am Handy/Smartphone nimmt mittlerweile den ersten Platz unter den Aktivitäten ein, bei denen die Sechs- bis 13-Jährigen Medien eher alleine nutzen. Erstmals löst das Mobiltelefon damit das Fernsehgerät als Spitzenreiter bei dieser Fragestellung ab. 69 Prozent der befragten Kinder geben an, Spiele am Smartphone schwerpunktmäßig alleine zu spielen, während knapp über die Hälfte der Kinder (54 %) bei der Fernsehnutzung eher alleine sind. Auch das Surfen im Internet findet mittlerweile verstärkt alleine statt und liegt mit 56 Prozent ebenfalls vor der Fernsehnutzung. Interessant sind die starken Zuwachsraten im Hinblick auf die alleinige Nutzung bestimmter Medien. Vergleicht man die KIM-Studie 2018 mit der aktuellen Erhebung, so zeigen sich teilweise deutliche Zuwächse z. B. bei der alleinigen Nutzung des Internet (+19 PP), beim Spielen am PC/Laptop (+10 PP), beim Spielen am Smartphone (+29 PP) und vor allem beim Spielen mit dem Tablet (+39 PP). Möglicherweise zeigt sich hierbei, dass Eltern im Zuge der Corona-Krise mit Homeschooling und Home-Office auch vermehrt darauf angewiesen waren, Medien als „Kinderaufpasser“ zu verwenden.

Deutliche Zuwächse bei alleiniger Nutzung des Internets, Spielen am PC/Laptop, Smartphone und Tablet

Bei der gemeinsam mit den Eltern verbrachten Medienbeschäftigung liegt mit großem Abstand das Radio auf Rang eins. Mit 58 Prozent Anteil verweisen Radioinhalte die gemeinsame Nutzung von DVDs und BlueRays (28 %) sowie die gemeinsame Recherche für schulische Zwecke im Internet (27 %) mit deutlichem Abstand auf die Plätze zwei und drei. Jedes vierte Kind schaut eher mit den Eltern fern.



Mediennutzung 2020: Mache ich...

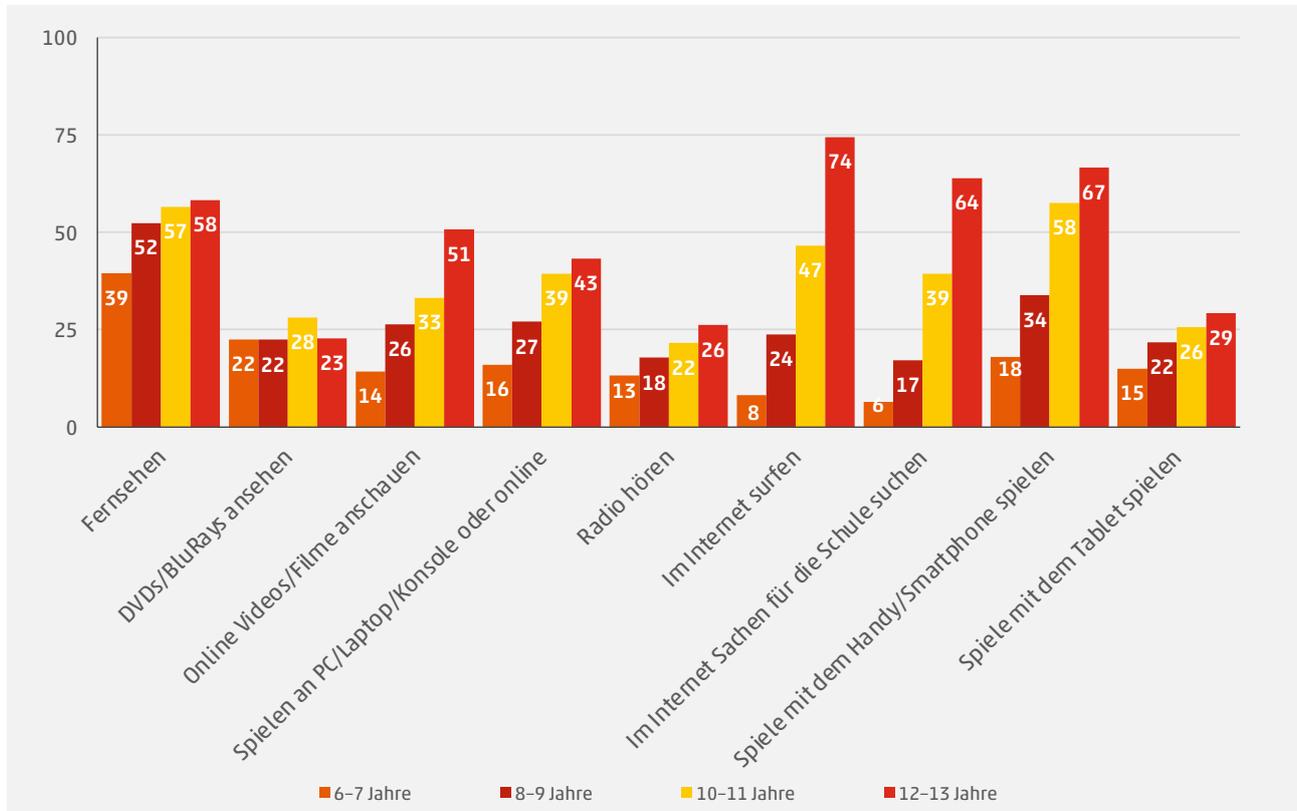


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Mit steigendem Lebensalter nimmt der Anteil der selbstbestimmten Mediennutzung nahezu in allen Bereichen zu. Besonders deutlich wird dies bei der Internetnutzung. So liegt der Anteil der Kinder, die alleine für die Schule im Internet recherchieren, bei den Jüngsten bei 6 Prozent, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen schon bei 64 Prozent. Noch deutlicher sind die Unterschiede beim Surfen im Internet (6–7 Jahre: 8 %, 12–13 Jahre: 74 %).



Mediennutzung 2020: Mache ich eher alleine...



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

4.2 Handy- und Smartphonennutzung im Alltag

50 Prozent der Kinder im Alter zwischen Sechs und 13 Jahren besitzen ein eigenes Mobiltelefon. Der Anteil der Smartphones/Handys in deutschen Kinderzimmern ist damit seit der letzten Erhebung im Jahre 2018 konstant geblieben, allerdings vergrößerte sich der Anteil der Smartphones weiter. Im Rahmen der aktuellen Erhebung wurden die Kinder, die zumindest seltener ein Smartphone oder Handy nutzen, zu ihrem Umgang detaillierter befragt. Sie bekamen hierbei eine Liste mit 16 verschiedenen Tätigkeiten vorgelegt, bei denen jeweils die Nutzungshäufigkeit abgefragt wurde.

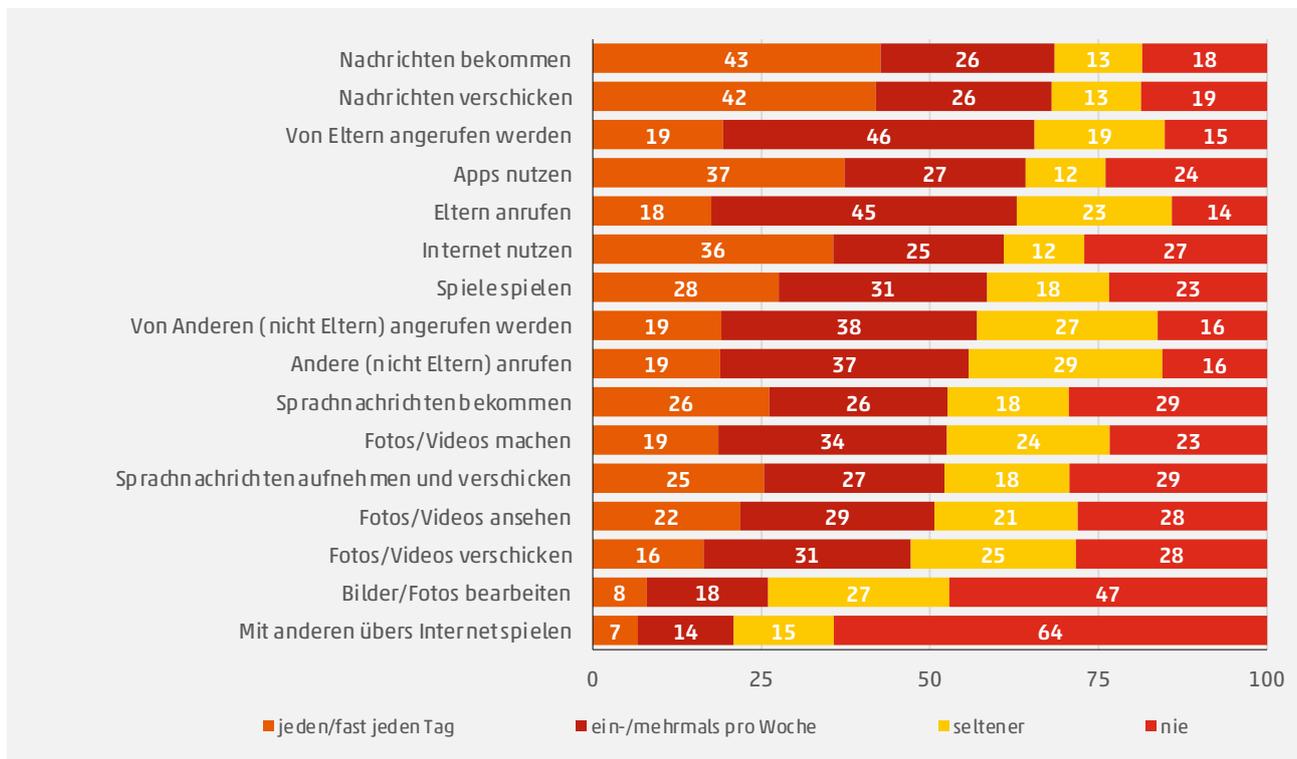
Kommunikation über Textnachrichten wichtigste Handyfunktion

Unter den täglich/fast täglich genutzten Funktionen nehmen das Versenden (42 %) und Empfangen von Textnachrichten (43 %) die Spitzenplätze ein. Die Nutzung von Apps oder dem Internet (37 bzw. 36 %) folgen auf den nachfolgenden Plätzen.

Betrachtet man die regelmäßige Nutzung (mind. einmal pro Woche) kommen zum Versenden und Empfangen von Textnachrichten noch Telefonanrufe der Erziehungsberechtigten hinzu. 65 Prozent der Sechs- bis 13-jährigen erhalten demnach regelmäßig Anrufe von ihren

Eltern über das Handy/ Smartphone, fast ebenso viele (63 %) nutzen umgekehrt die Option, ihre Eltern oder auch anderer Personen (56 %) vom eigenen Mobiltelefon aus anzurufen. Etwa sechs von zehn Kindern verwenden das Smartphone für die Internetnutzung (61 %) oder um damit Spiele zu spielen (59 %). Bei den genutzten Spielen handelt es sich meistens um Anwendungen, die alleine gespielt werden. Nur 21 Prozent geben an, dass sie auf ihrem Telefon auch mit Anderen über das Internet spielen.

Nutzung verschiedener Handy-/Smartphone-Funktionen 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Handy oder Smartphone Nutzer*innen, n=914

Auch auf dem Smartphone bleiben Spiele eine eher männliche Domäne. Knapp ein Drittel der Jungen ist hier täglich oder fast täglich aktiv, bei den Mädchen ist es knapp mehr als jedes fünfte Mädchen (Jungen: 32 %, Mädchen: 23 %). Mädchen nutzen das Smartphone dafür fast doppelt so häufig, um Fotos oder Videos zu bearbeiten (Mädchen: 10 %, Jungen: 6 %).

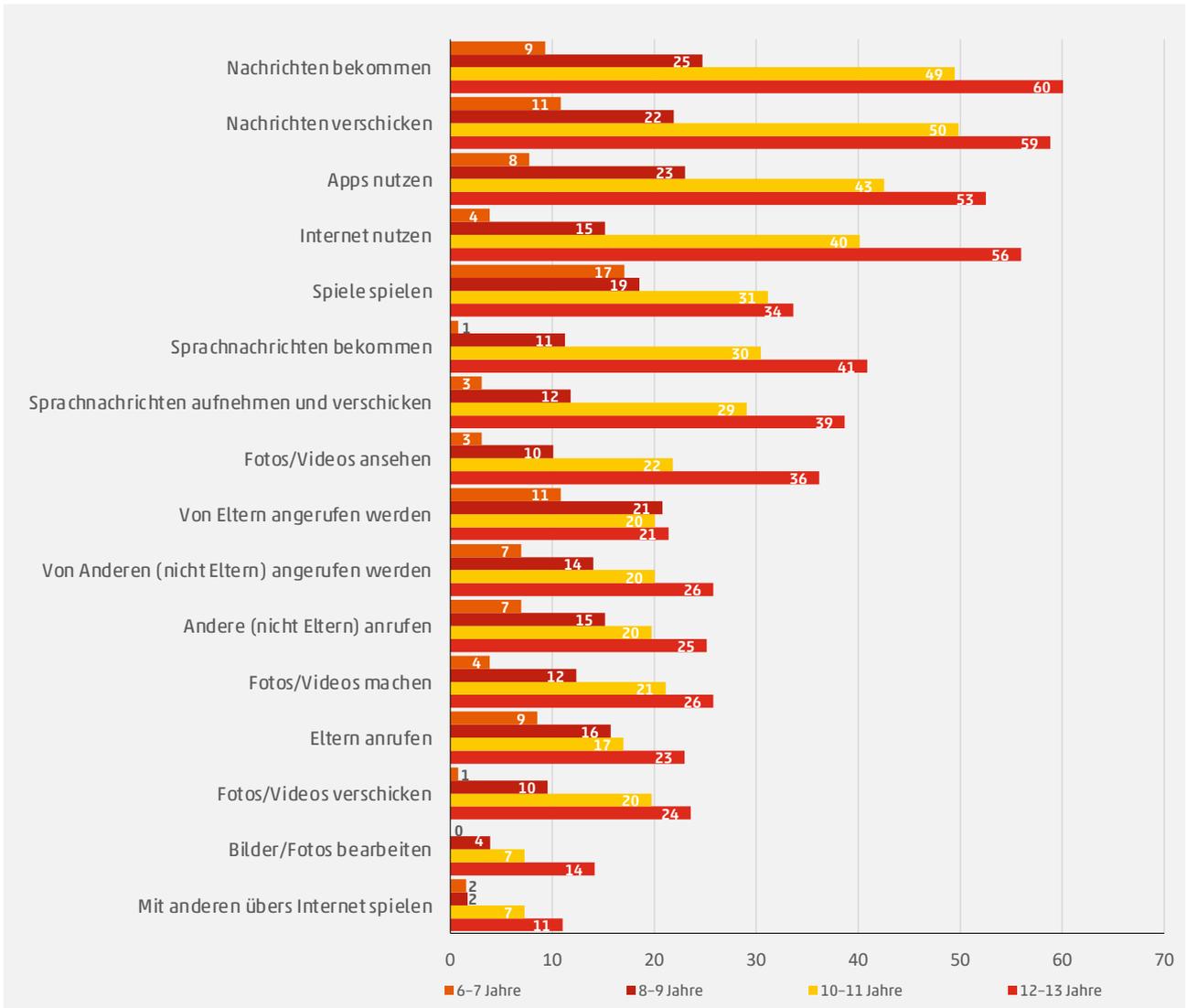
Über alle Tätigkeiten hinweg zeigt sich, dass mit zunehmendem Alter der Kinder auch die Nutzungsintensität ansteigt. Besonders deutlich wird dies bei der Nutzung des Internets und dem Empfangen und Versenden von Textnachrichten. Stellt man hier die unterschiedlichen Altersgruppen im Hinblick auf die tägliche/fast tägliche Nutzung gegenüber, sind deutliche Steigerungen zu beobachten. So beträgt der Zuwachs von



den Jüngsten zu den Ältesten beim Versenden von Nachrichten 48 Prozentpunkte, beim Empfangen 51 Prozentpunkte und bei der Nutzung des Internets auf dem Smartphone sogar 52 Prozentpunkte.

Nutzung verschiedener Handy-/Smartphone-Funktionen 2020

– jeden/fast jeden Tag –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Handy oder Smartphone Nutzer*innen, n=914



**WhatsApp liebste App der Kinder,
gefolgt von YouTube und TikTok**

Fragt man nach den drei liebsten Anwendungen (Apps) auf dem Smartphone, so steht mit 52 Prozent WhatsApp klar an erster Stelle, gefolgt von YouTube (24 %) und TikTok mit 19 Prozent. Facebook – in der letzten Studie noch auf dem dritten Platz – ist in der Beliebtheit mittlerweile auf den siebten Platz zurückgefallen und liegt in der Gunst der Kinder noch hinter Instagram, Snapchat und YouTube Kids (Plätze vier bis sechs).

4.3 Tablet-Nutzung im Alltag

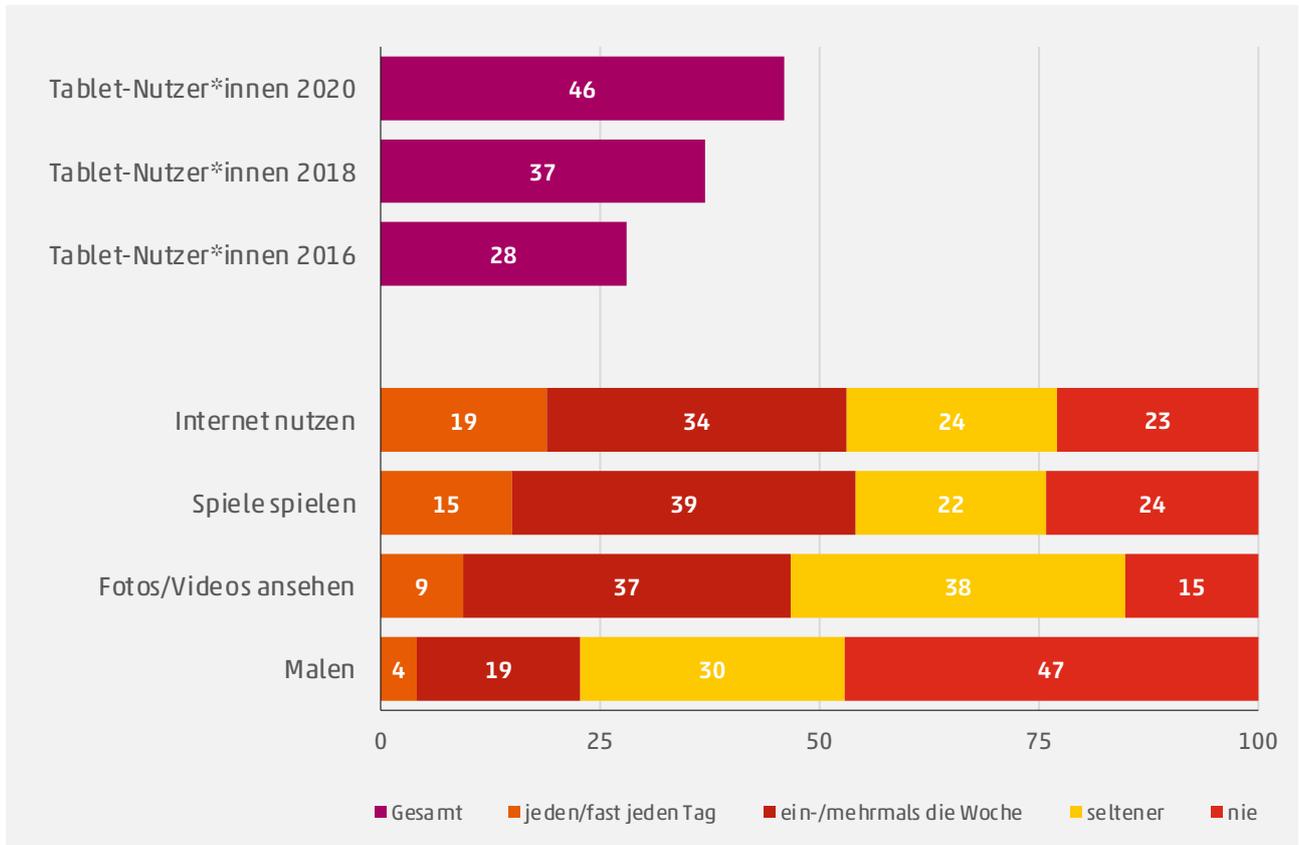
46 Prozent der Kinder zwischen Sechs- und 13-Jahren nutzen inzwischen zumindest selten ein Tablet (n=554). Dies entspricht einer Steigerung von neun Prozentpunkten gegenüber der letzten Erhebung im Jahre 2018. Diese Gruppe der Nutzer*innen wurde nach der Häufigkeit verschiedener Tätigkeiten am Tablet befragt.

**Internetnutzung, Spiele und das
Ansehen von Fotos und Videos
sind für Kinder Kernfunktionen
des Tablets**

Bereits in der Vorgängerstudie stellen sich die Internetnutzung sowie das Spielen als zentrale Funktionen eines Tablet-PCs für die Kinder heraus. Auch 2020 nehmen diese beiden Aktivitäten bei der regelmäßigen Nutzung (mind. einmal pro Woche) mit 54 Prozent (Spiele spielen) und 53 Prozent (Internet nutzen) wieder die Spitzenpositionen ein. Beliebt ist das Tablet auch zum Betrachten von Fotos und Videos. Knapp die Hälfte der Kinder (46 %) verwenden ein Tablet regelmäßig zu diesem Zweck. Knapp jedes Fünfte nutzt die Geräte für kreative Aufgaben und malt auf dem Tablet (23 %).

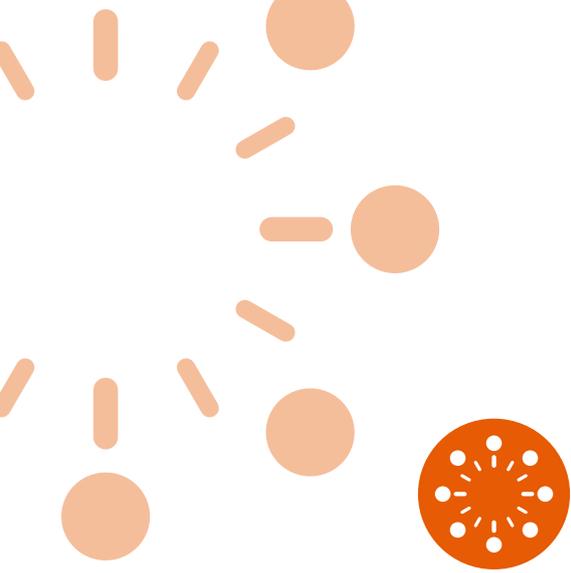


Tablet-Tätigkeiten 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Tablet-Nutzer*innen, n=554

Vergleicht man die aktuellen Daten mit denen der KIM-Studie 2018, so zeigt sich, dass hinsichtlich der Nutzungshäufigkeiten des Tablets keine größeren Verschiebungen stattgefunden haben. Allerdings nimmt die Gruppe der Nutzer*innen, die zumindest selten ein Tablet nutzen, kontinuierlich zu (2016: 28 %, 2018: 37 %, 2020: 46 %). Neben dem Smartphone wird also auch das Tablet immer mehr zur festen Instanz in den Kinderzimmern.



5. Medien im Tagesverlauf

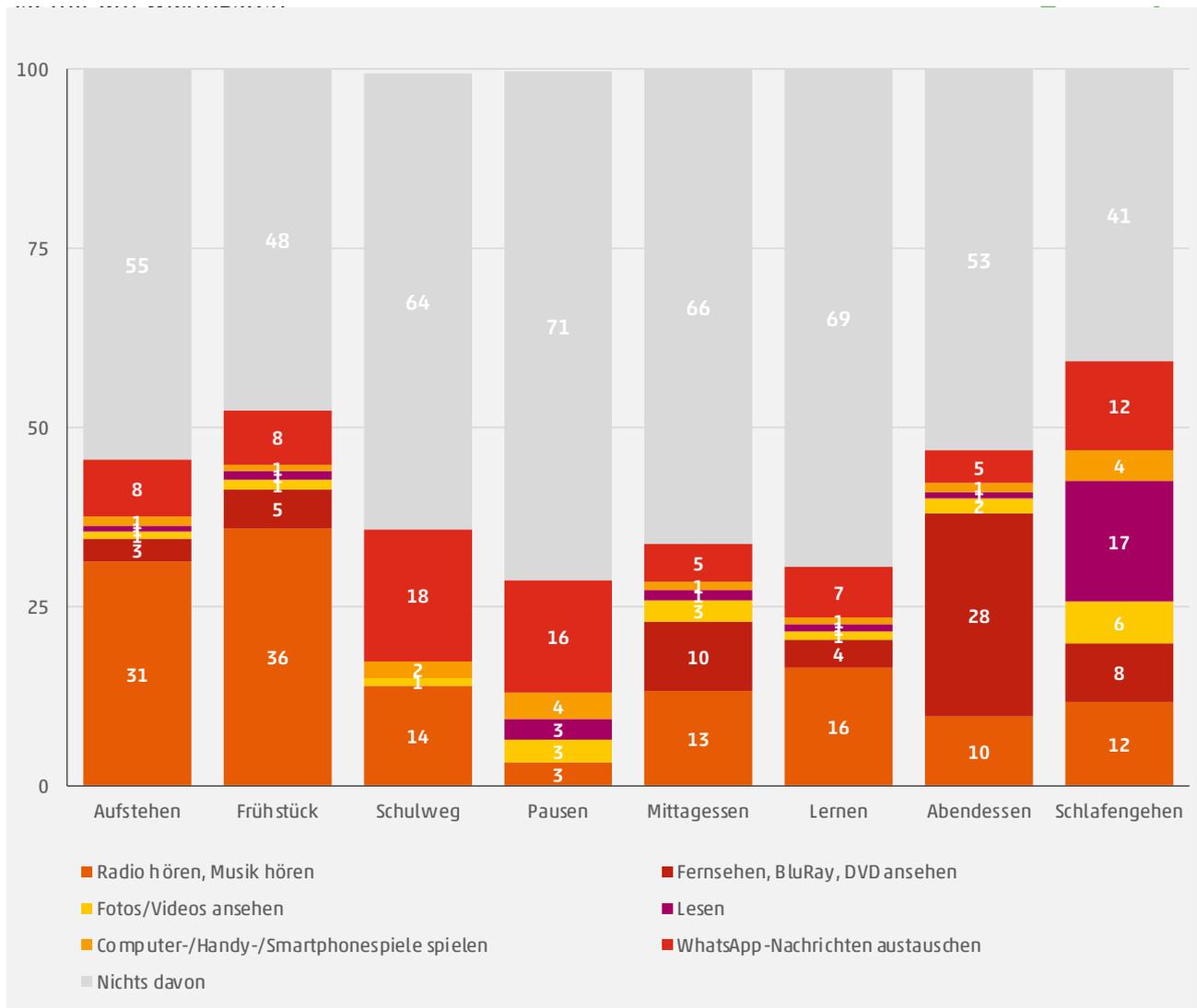
Musik/Radio wichtigstes Medium beim Aufstehen und Frühstück, Fernsehen wichtigste Medientätigkeit beim Abendessen

Im Tagesablauf können verschiedene Medien unterschiedliche Funktionen erfüllen und situativ in bestimmten Tagesphasen eine subjektive Wichtigkeit haben. Vor diesem Hintergrund wurden die Kinder im Rahmen der KIM-Studie gefragt, ob bestimmte Medien für sie im Tagesablauf eine besondere Rolle spielen. Zu Beginn des Tages ist vor allem das Radio oder Musik hören wichtig für die Sechs- bis 13-Jährigen (31 %). Auch beim Frühstück sind Radio und Musik die bedeutendsten medialen Begleiter (36 %). WhatsApp-Nachrichten austauschen ist für acht Prozent der Kinder beim Aufstehen und Frühstück am wichtigsten. Auf dem Weg zur Schule steigert sich dieser Wert auf 18 Prozent und überholt das Radio-/Musikhören (14 %). Auch in den Pausen spielen WhatsApp-Nachrichten die größte Rolle unter den medialen Tätigkeiten (16 %). Beim Mittagessen sind vor allem das Radio-/Musikhören (13 %) und das Fernsehen (10 %) relevant. Während des Lernens am Nachmittag ist es wieder das Radio-/Musikhören, das als mediale Begleitung am häufigsten genannt wird (16 %). Beim Abendessen nennen 28 Prozent der Kinder das Fernsehen als wichtigste Medientätigkeit. Das Lesen wird vor allem beim Schlafengehen relevant. Hier stellt es unter den medialen Tätigkeiten mit 17 Prozent den größten Bereich dar. Mit jeweils 12 Prozent folgen darauf das Radio-/Musikhören und das Austauschen von WhatsApp-Nachrichten.



Wichtigkeit der Medien im Tagesverlauf 2020

– ist mir am wichtigsten –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216



6. Vorbilder und Idole

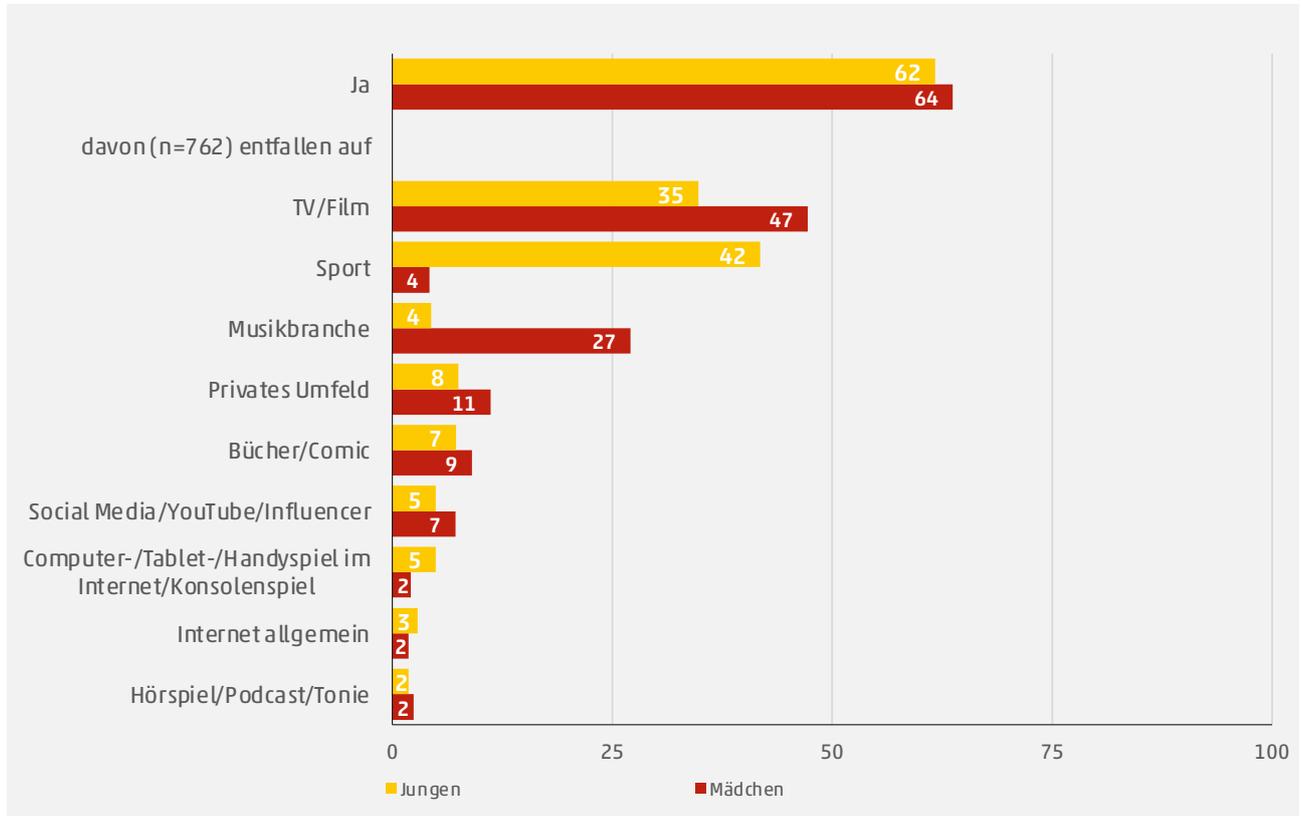
Vorbilder und Idole kommen aus TV/Film, Sport und Musikbranche

Im Rahmen der KIM-Studie wurde die Rolle von (medialen) Vorbildern und Idolen für Kinder untersucht. 63 Prozent der Sechs- bis 13- Jährigen geben an, dass sie für eine Person oder Figur besonders schwärmen. Dabei werden am häufigsten Personen aus TV/Film genannt (41 %), gefolgt von Vorbildern aus dem Sport (23 %) und der Musikbranche (16 %). Neun Prozent der Kinder haben Vorbilder aus dem privaten Umfeld, acht Prozent aus Büchern oder Comics. Influencer*innen aus Sozialen Medien werden von sechs Prozent der Kinder genannt, Figuren aus digitalen Spielen von vier Prozent. Jeweils zwei Prozent der Nennungen sind aus dem Internet allgemein und aus den Bereichen der Hörspiele/Podcasts/Tonies. Während Jungen häufiger Vorbilder und Idole aus dem Sport haben, nennen Mädchen deutlich häufiger Personen aus der Musik und TV/Film. Im Altersverlauf nehmen Vorbilder und Idole aus den Bereichen Musik, Sport und Social Media zu, während Personen und Figuren aus dem privaten Umfeld, aus TV/Film und aus Büchern/Comics seltener genannt werden.



Vorbilder und Idole 2020

– „Gibt es eine Lieblingsperson/-figur, für die Du besonders schwärmst?“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich, Basis: alle Kinder, n=1.216

Nach Personen aus dem Familien- und Verwandtenkreis der Kinder, steht Bibi Blocksberg auf dem ersten Platz bei den Einzelnennungen der Sechs- bis 13-jährigen. Auf Platz zwei folgen die Fußballer Cristiano Ronaldo, Manuel Neuer und Robert Lewandowski. Weitere Nennungen fallen auf Harry Potter, Anna und Elsa aus „die Eiskönigin“, Personen aus dem Freundeskreis, Lehrkräfte, Spiderman, Thomas Müller, Selena Gomez, Justin Bieber, Feuerwehrmann Sam, Taylor Swift und Heidi Klum.



7. Bücher und Lesen

Seit 1999 wird im Rahmen der KIM-Studie nach dem Leseverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen gefragt. Im Mittelpunkt steht hierbei das selbstbestimmte und freiwillige Lesen in der Freizeit, nicht die schulische oder anderweitige Pflichtlektüre.

16 Prozent der Kinder lesen nahezu täglich in ihrer Freizeit, 39 Prozent ein-/mehrmals pro Woche

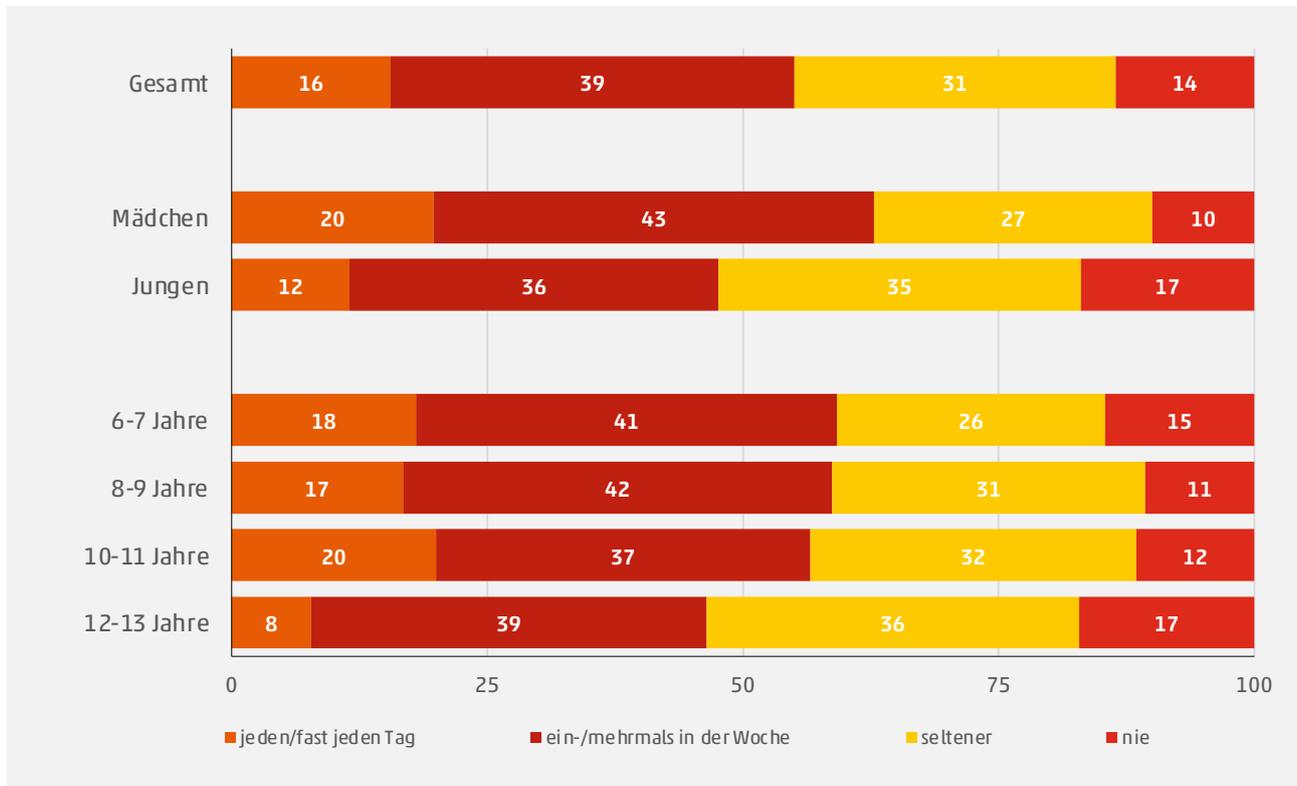
16 Prozent der Kinder lesen nahezu täglich zum Vergnügen in einem Buch, weitere 39 Prozent tun dies wenigstens ein- oder mehrmals wöchentlich. Knapp unter einem Drittel der Kinder (31 %) gehören in die Gruppe der seltenen Leser*innen, 14 Prozent gaben an überhaupt nicht zu lesen.

Betrachtet man die Gruppe der regelmäßigen Leser*innen, also Kinder, die entweder täglich oder zumindest ein- oder mehrmals in der Woche zum Buch greifen, so zeigen sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Der Anteil von Mädchen liegt in dieser Gruppe mit 63 Prozent weit über dem Anteil der Jungen (48 %), die wiederum deutlich häufiger zur Gruppe der Nicht-Leser gehören. Dieser Umstand ist auch deshalb bemerkenswert, weil Lesen auch in einer mediatisierten Welt zu den Schlüsselkompetenzen zählt und maßgeblich über Bildungs- und Zukunftschancen mitentscheidet.

Betrachtet man die Altersentwicklung, so nimmt die Leseaktivität vor allem im Vergleich zwischen den jüngsten und ältesten Kindern ab. Während der Anteil an aktiven Leser*innen bei den Jüngsten noch bei 59 Prozent liegt – und in den mittleren Altersgruppen sehr konstant bleibt – verringert sich die Zahl der Lesenden bei den Zwölf- bis 13-Jährigen auf 47 Prozent. Andere Optionen der Freizeitgestaltung treten hier dann offenkundig stärker in den Vordergrund. In der langfristigen Betrachtung zeigt sich das Leseverhalten der Kinder aber weiterhin sehr stabil. Gegenüber der letzten KIM-Studie hat sich die Nutzungsfrequenz im Hinblick auf das regelmäßige Lesen sogar leicht erhöht (+4 PP).



Bücher lesen: Nutzungsfrequenz 2020

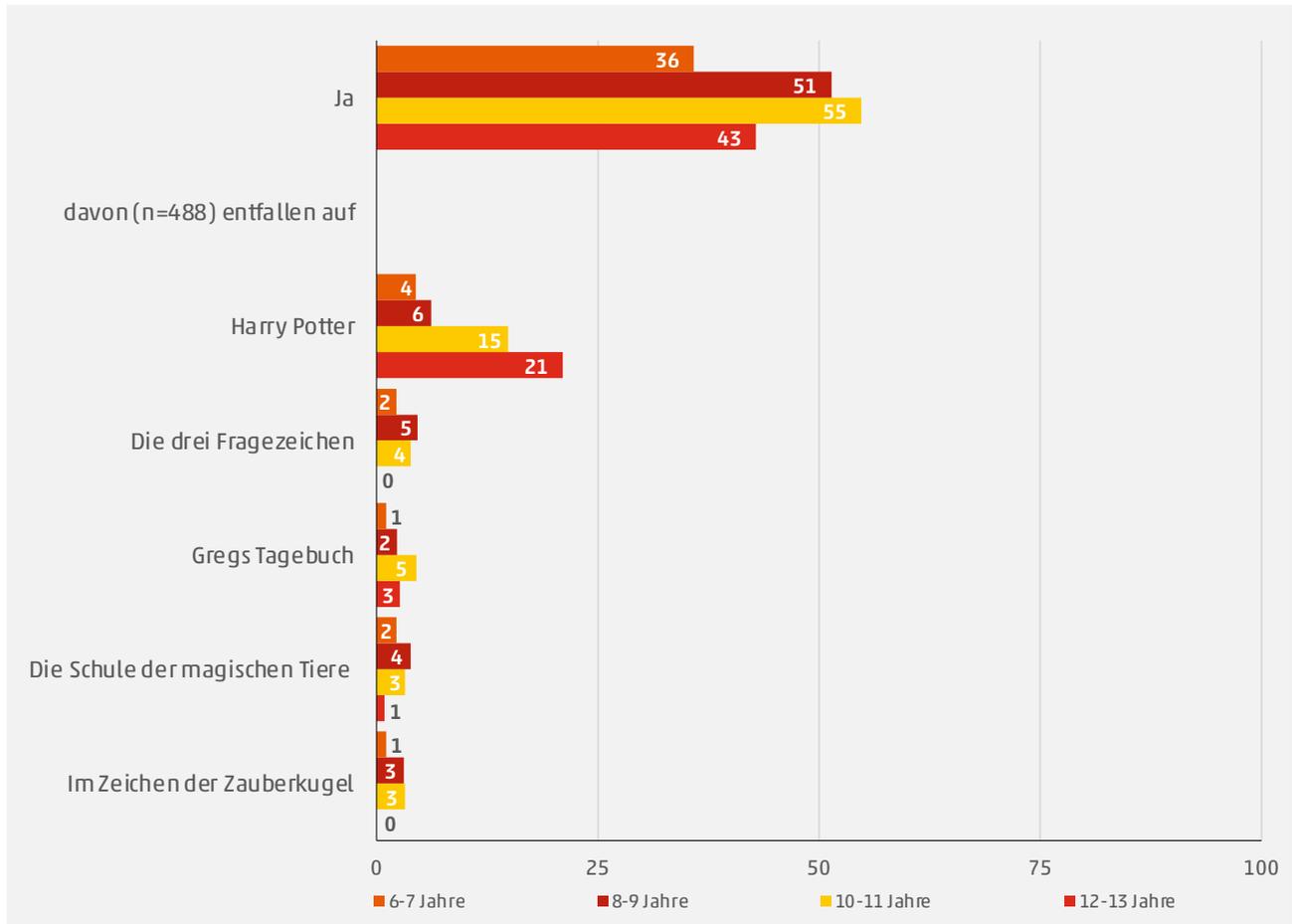


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Zum Zeitpunkt der Befragung gaben 46 Prozent der Kinder die zumindest seltener ein Buch lesen an, sich augenblicklich mit einem Buch zu beschäftigen. Hier zeigt sich eine große Bandbreite bei den gelesenen Buchtiteln, allerdings ist die „Bestsellerliste“ im Rahmen der KIM-Studie seit Jahren erstaunlich konstant. So ist der Spitzenplatz über die letzten Befragungen hinweg fest an die Harry Potter-Reihe vergeben, auf den weiteren Plätzen folgen mit den „Drei Fragezeichen“, „Gregs Tagebuch“ und der „Schule der magischen Tiere“ ebenfalls vertraute Titel.

Bücher lesen 2020

– „Liest du zur Zeit ein Buch?“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 2 Prozent, Basis: Kinder, die zumindest selten Bücher lesen, n=1.051

Hörbücher und Hörspiele bieten für Kinder eine weitere Möglichkeit in die Welt von Erzählungen und Geschichten einzutauchen. 29 Prozent der Kinder tun dies täglich oder zumindest ein- oder mehrmals pro Woche. Immerhin 55 Prozent gehören zumindest zur Gruppe der Hörer*innen, während 45 Prozent angeben, sich nie mit diesem Medium zu beschäftigen.

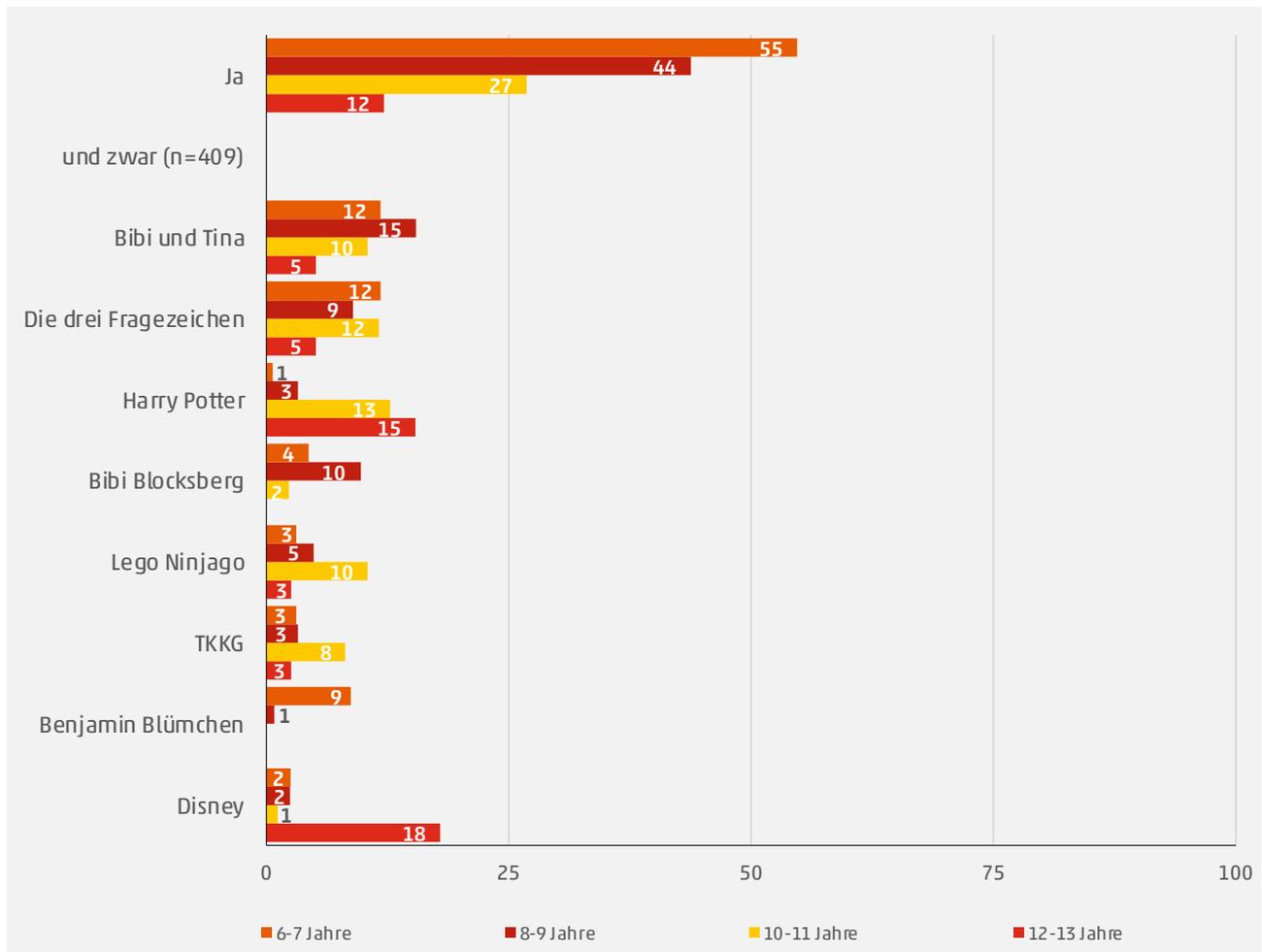
Was die Hörspielfavoriten der Sechs- bis 13-Jährigen betrifft, zeigt sich hier ein ähnliches Bild wie bei den Buchtiteln. 34 Prozent geben an, über ein Lieblingshörbuch/-spiel zu verfügen, allerdings ist der Strauß der genannten Titel bunt und weit gefächert. Zur Spitzengruppe gehören – wie in den vorherigen Studien – Hörspielklassiker wie „Bibi und Tina“ und „Drei Fragezeichen“. Aber auch „Harry Potter“ und „Bibi Blocksberg“ zählen erneut zum Favoritenkreis.



Gerade die jüngeren Befragungsteilnehmenden können einen Lieblingstitel benennen (55 %), während mit zunehmendem Alter die Bedeutung von klassischen Hörspielen deutlich nachlässt (bei den Ältesten haben nur noch 12 % einen persönlichen Favoriten). So sind auch die genannten Hörspieltitel tendenziell eher an jüngere Kinder zwischen sechs und neun Jahren adressiert. Bei den Zwölf- bis 13-Jährigen findet die Auseinandersetzung mit Audioinhalten offenbar bereits stärker über Podcasts statt, die laut JIM-Studie von knapp einem Drittel mindestens einmal pro Woche genutzt werden.³

Lieblingshörbücher/-hörspiele 2020

– „Gibt es ein Hörbuch/-spiel, das dir besonders gefällt?“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 2 Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

³ Vgl. JIM-Studie 2020, S. 28



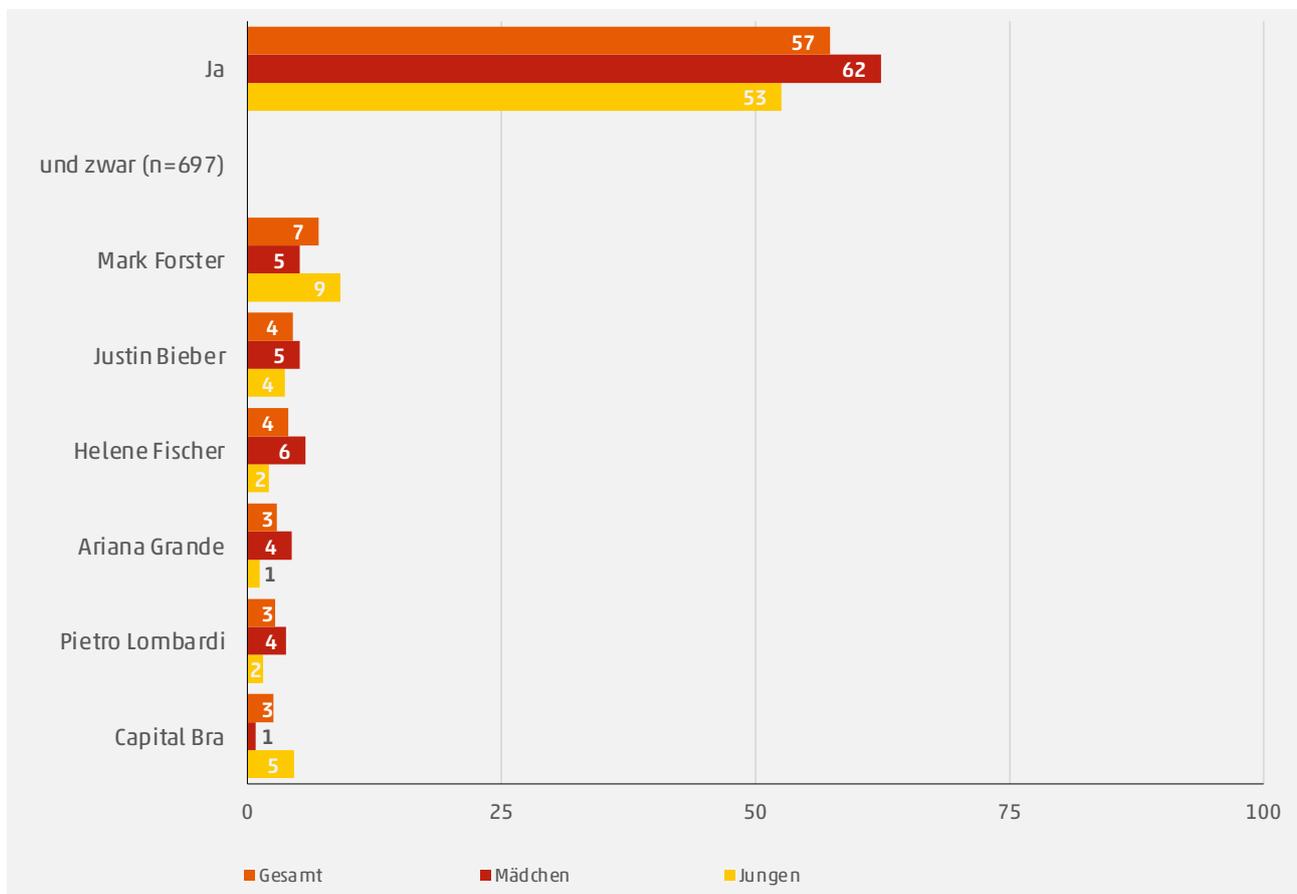
8. Musik und Radio

Musik spielt für die meisten Kinder eine wichtige Rolle im Alltag. 43 Prozent hören ein- bis mehrmals in der Woche Musik, 27 Prozent sogar täglich. 19 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen nutzen zumindest selten Musik und nur zwölf Prozent geben an, nie Musik zu hören. Dabei haben 57 Prozent der Kinder einen Lieblingsmusikstar oder eine Lieblingsband, Mädchen häufiger als Jungen. Im Altersverlauf nimmt die Nennung deutlich zu (6–7 Jahre: 35 %, 8–9 Jahre: 54 %, 10–11 Jahre: 65 %, 12–13 Jahre: 73 %). Auf Platz eins steht hier Mark Forster, gefolgt von Justin Bieber und Helene Fischer auf Platz zwei. Platz drei belegen Ariana Grande, Pietro Lombardi und Capital Bra.

Mark Forster liebster Musik-Star, Justin Bieber und Helene Fischer auf Platz zwei

Liebster Musik-Star 2020

– „Gibt es eine Musikband oder eine/n Sänger/in, der/die dir besonders gut gefällt?“ –



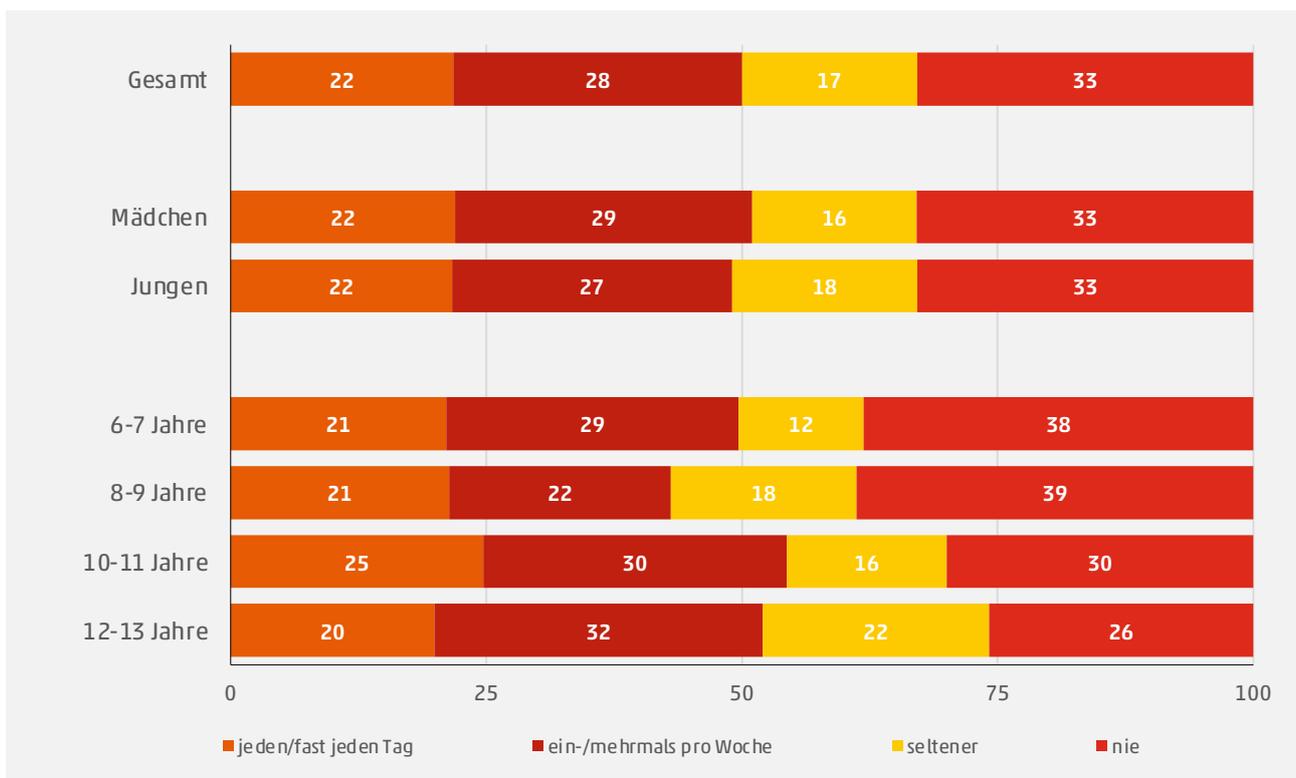
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 3 Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216



Zwei Drittel der Kinder hören Radio

Auch das Radio ist für viele Kinder bereits im Alltag integriert. Etwa jedes fünfte Kind (22 %) hört täglich Radio, 28 Prozent ein- bis mehrmals in der Woche. 17 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen nutzen das Radio zumindest selten und ein Drittel geben an, nie Radio zu hören. Zwischen den Geschlechtern bestehen dabei keine großen Unterschiede. Die Zehn- bis Elfjährigen zeigen die stärkste Affinität zum Radiohören. Radio wird vor allem im Kreis der Familie gehört und spielt eine wichtige Rolle beim Start in den Tag, beim Aufstehen und beim Frühstück.

Radionutzung 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216



9. Technische Aspekte der Internetnutzung

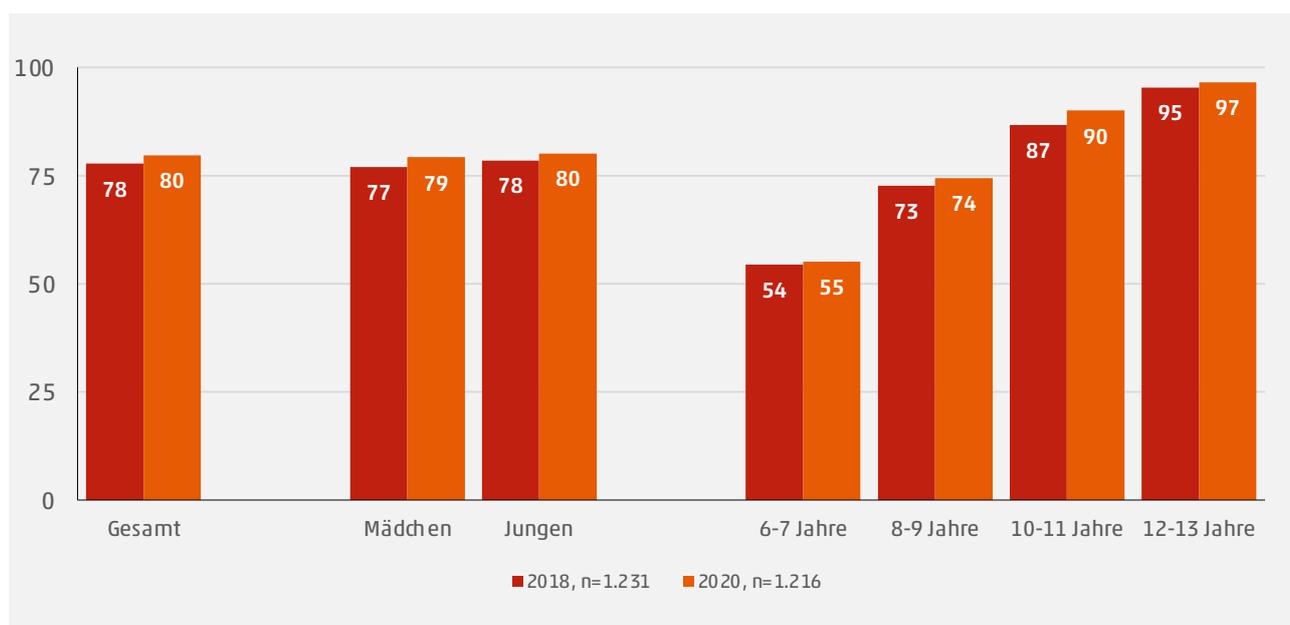
Die Internetnutzung umfasst sowohl technische Aspekte wie die Verfügbarkeit von Geräten, als auch inhaltliche Aspekte wie konkrete Tätigkeiten im Internet. Nachfolgend werden zunächst die technischen Voraussetzungen beleuchtet.

Computer, Laptop und Tablet der Eltern werden von Kindern mitgenutzt

Fast alle Haushalte, in denen Sechs- bis 13-jährige aufwachsen, sind mit Computer oder Laptops ausgestattet (99 %). In 46 Prozent der Familien sind Tablets vorhanden. Zwar sind nur bei etwa jedem fünften Kind ein Computer oder Laptop im eigenen Besitz und nur neun Prozent der Kinder haben ein eigenes Tablet, die in den Familien vorhandenen Geräte werden aber von den Kindern mitgenutzt. So geben 80 Prozent der Kinder an, diese Geräte zumindest selten zu nutzen. Zwischen den Geschlechtern zeigen sich hierbei kaum Unterschiede. Im Altersverlauf ist eine deutliche Steigerung der Nutzung festzustellen. Während es bei den Sechs- bis Siebenjährigen noch 55 Prozent der Kinder sind, nimmt der Anteil an Nutzer*innen mit steigendem Alter zu und liegt bei den Zwölf- bis 13-jährigen bei 97 Prozent. Zwischen Mädchen und Jungen zeigen sich keine großen Unterschiede. Im Vergleich zu 2018 sind nur leichte Steigerungen festzustellen.

Entwicklung Kinder nutzen Computer/Laptop/Tablet 2018-2020

- Angaben der Haupterzieher*innen -



Quelle: KIM 2018, KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder



In fast allen Familien, in denen Sechs- bis 13-Jährige aufwachsen, sind Mobiltelefone vorhanden (99 %). Die Hälfte der Kinder besitzt selbst ein eigenes Handy/Smartphone. Zwischen Mädchen und Jungen bestehen hier keine Unterschiede. Der Besitz eines eigenen Smartphones steigt mit dem Alter der Kinder deutlich an. So sind es bei den Sechs- bis Siebenjährigen lediglich sieben Prozent der Kinder, während es bei den Acht- bis Neunjährigen 27 Prozent, bei den Zehn- bis Elfjährigen 54 Prozent und schließlich bei den Zwölf- bis 13-Jährigen 73 Prozent mit einem eigenen Smartphone sind.⁴

Kinder bekommen im Durchschnitt mit neun Jahren ihr erstes Mobiltelefon

Im Durchschnitt bekommen die Kinder mit neun Jahren ihr erstes eigenes Handy bzw. Smartphone. In 54 Prozent der Fälle handelt es sich dabei um ein Gerät von Samsung. Jedes fünfte erste eigene Mobiltelefon ist ein iPhone, 15 Prozent ein Huawei. Bei der Hälfte der Kinder haben die Eltern das erste Handy oder Smartphone ausgesucht (51 %). 36 Prozent haben angegeben, dass die Eltern gemeinsam mit dem Kind das Gerät ausgesucht haben und jedes zehnte Kind hat sich das erste eigene Mobiltelefon selbst ausgesucht.

⁴ Ob es sich beim Gerät des Kindes prinzipiell um ein „konventionelles“ Handy oder um ein Smartphone handelt, werden in der KIM-Studie aufgrund der Komplexität des Gegenstands die Haupterzieher*innen gefragt. Die Ergebnisse sind aufgrund unterschiedlicher Erhebungsmethoden, aufgrund der Unübersichtlichkeit des Marktes und aufgrund des für Kinder nur unklar definierten Untersuchungsgegenstandes (welche Funktionalitäten machen ein Handy zum Smartphone), und der ggf. strittigen Frage, wem das Handy nun gehört, nicht direkt mit den Antworten der Jugendlichen aus der JIM-Studie vergleichbar. Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2020, S.10.



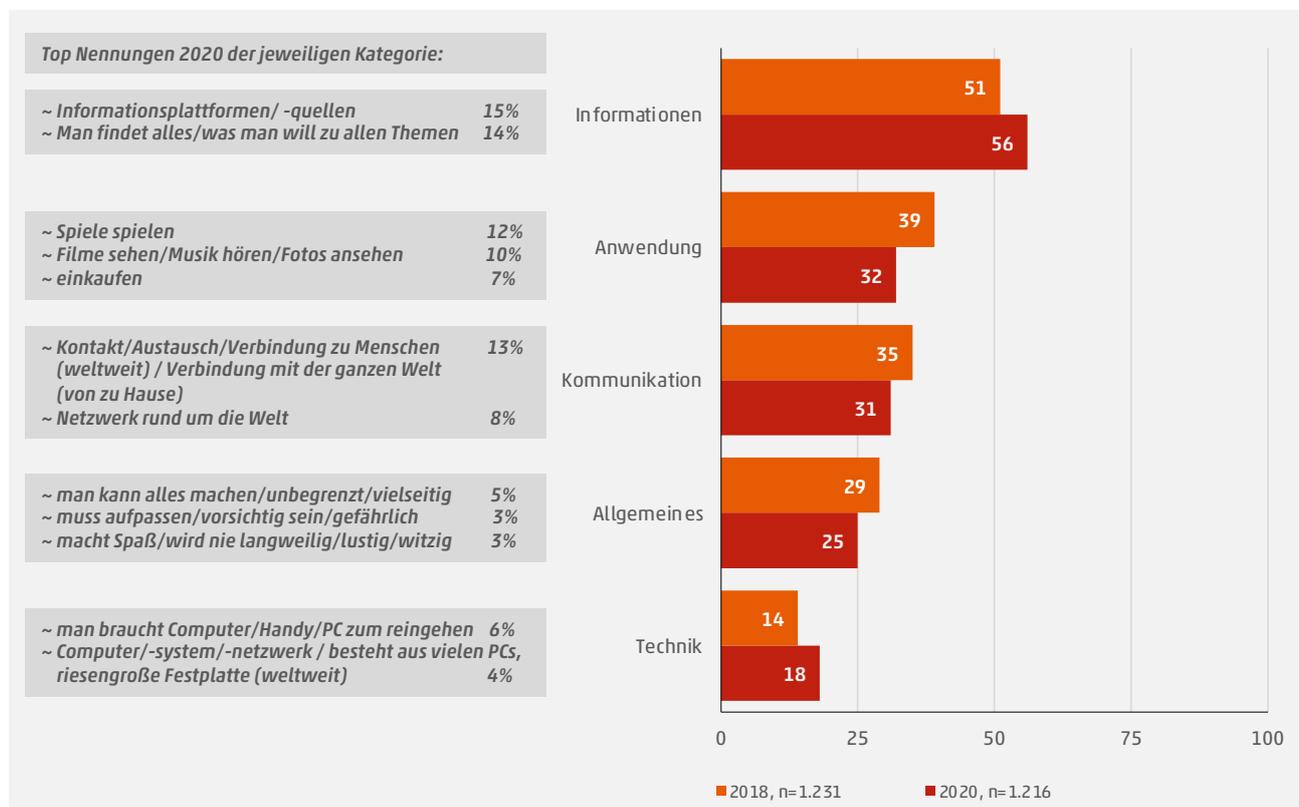
10. Inhaltliche Aspekte der Internetnutzung

Internet bedeutet für Kinder hauptsächlich eine Quelle für Informationen

Im Rahmen der KIM-Studie 2020 wurden die Kinder gebeten, zu beschreiben, was das Internet für sie ist. Hierbei wurden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben. Die offenen Antworten wurden anschließend in Kategorien zusammengefasst. Demnach ist für 56 Prozent der Kinder das Internet eine Quelle für Informationen zu vielfältigen Themen. Für knapp ein Drittel (32 %) sind Anwendungen wie Spiele spielen, Filme und Fotos ansehen, Musik hören und Einkaufen charakteristisch für das Internet. 31 Prozent nannten Aspekte der Kommunikation wie das Kontakthalten mit Menschen auf der ganzen Welt. Ein Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen antworteten mit allgemeinen Aussagen wie, dass das Internet vielseitig, lustig oder auch gefährlich sei. 18 Prozent nannten technische Aspekte wie Festplatten oder Geräte, um in das Internet zu gelangen. Insgesamt scheinen für die Kinder vor allem der Informationsaspekt sowie Anwendungen und Kommunikation charakteristisch für das Internet zu sein.

Was ist das Internet

– Kategorie –



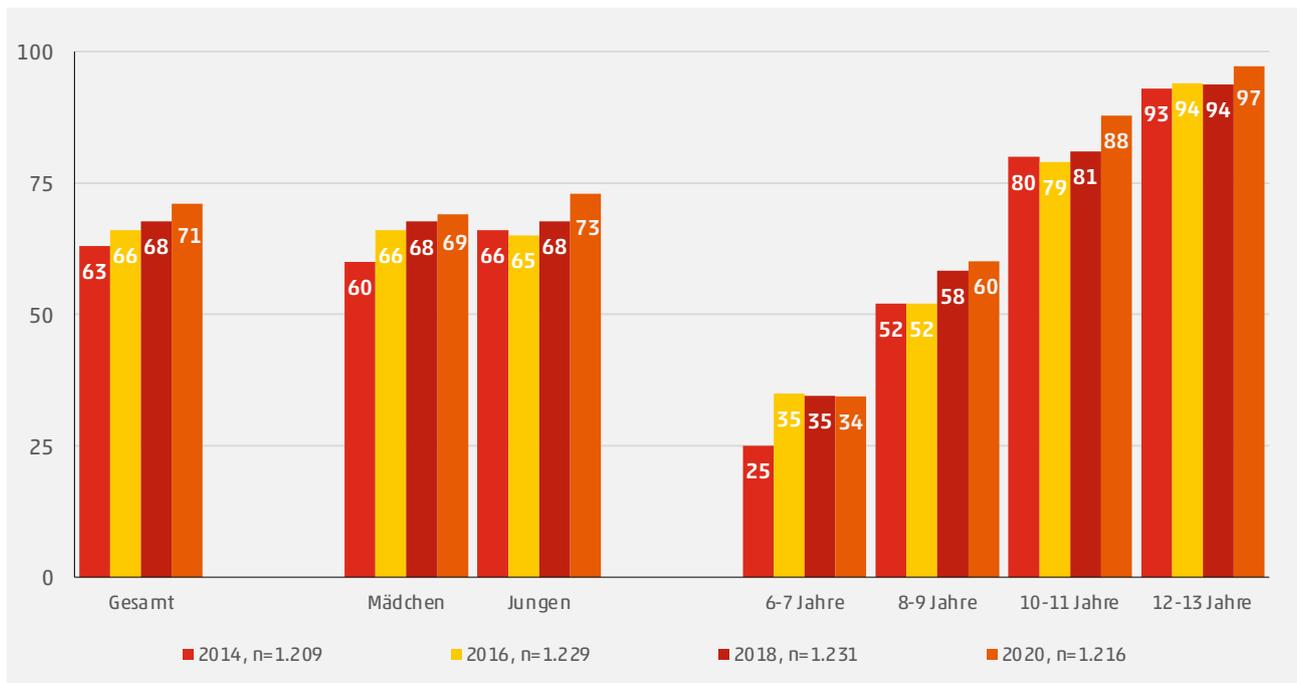
Quelle: KIM 2018, KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder



In fast allen Haushalten, in denen Sechs- bis 13-Jährige aufwachsen, ist ein Internetanschluss vorhanden (99 %). Somit haben im Hinblick auf den technischen Zugang fast alle Kinder potenziell die Möglichkeit, zu Hause das Internet zu nutzen. 71 Prozent der Kinder zählen tatsächlich zu den Internetnutzer*innen, wobei hier der Anteil an Jungen ein wenig höher liegt (Jungen: 73 %, Mädchen: 69 %). Mit dem Alter der Kinder nimmt auch der Anteil an Internetnutzer*innen zu. So sind es bei den Sechs- bis Siebenjährigen noch ein Drittel, die zumindest selten das Internet nutzen, während es bei den Acht- bis Neunjährigen bereits 60 Prozent, bei den Zehn- bis Elfjährigen 88 Prozent und bei den Zwölf- bis 13-Jährigen mit 97 Prozent schließlich nahezu alle sind. Im Vergleich zu 2018 zeigt sich nur bei den Zehn- bis Elfjährigen ein merklicher Anstieg (+7 PP).

Entwicklung Internet-Nutzer*innen 2014-2020

– Nutzung zumindest selten –

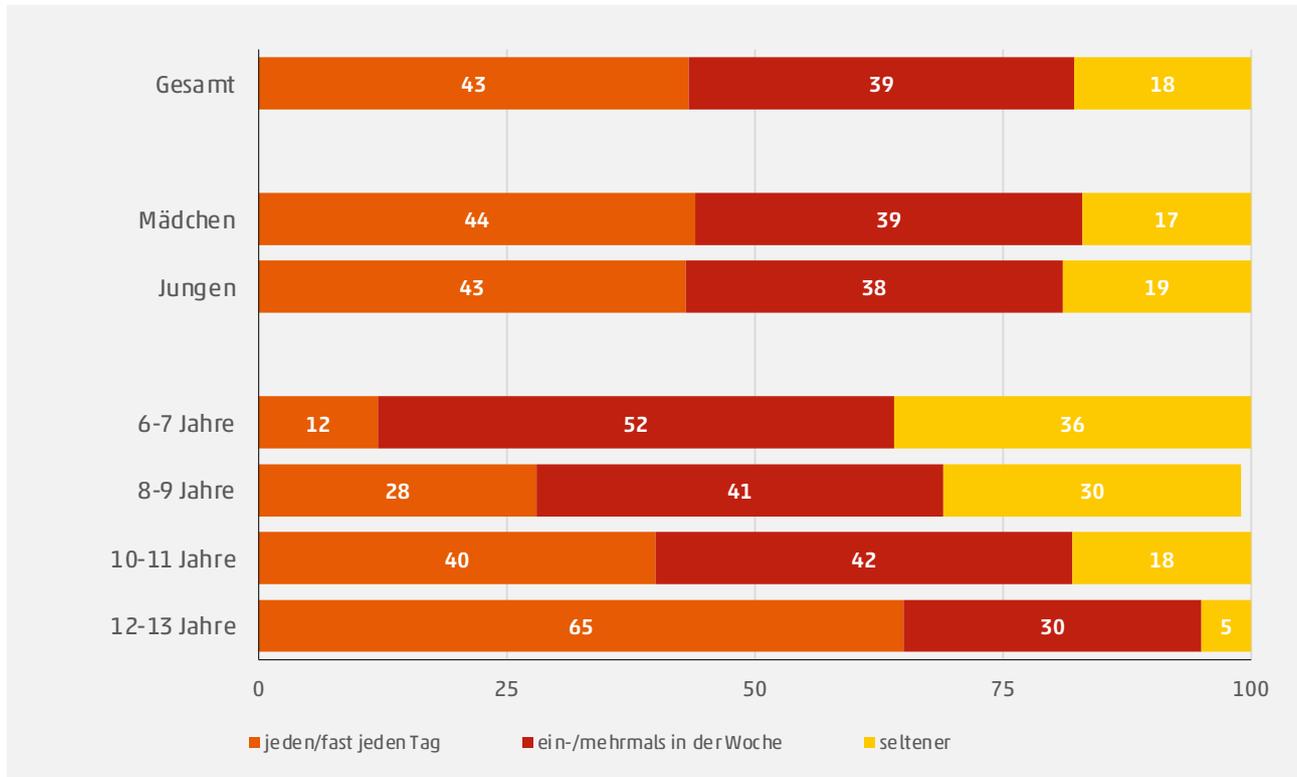


Quelle: KIM 2014-KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder

Unter den Internetnutzer*innen sind 43 Prozent der Kinder jeden oder fast jeden Tag online. 39 Prozent sind ein- oder mehrmals pro Woche im Netz und 18 Prozent geben an, seltener das Internet zu nutzen. Zwischen den Geschlechtern zeigen sich dabei keine großen Unterschiede. Im Altersverlauf nimmt die Nutzungsfrequenz deutlich zu. So sind bei den Sechs- bis Siebenjährigen nur zwölf Prozent täglich online, während es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen fast zwei Drittel (65 %) sind.



Nutzungsfrequenz Internet 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

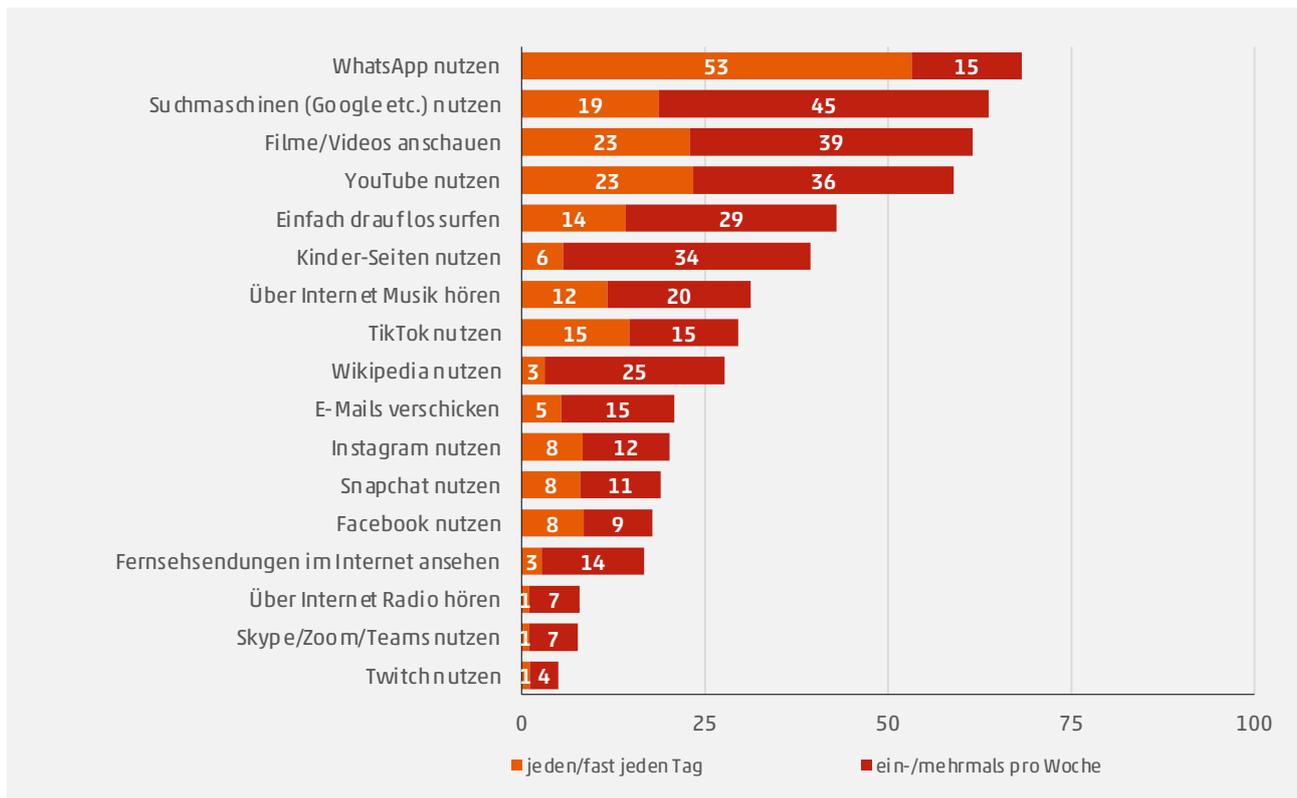
WhatsApp, Suchmaschinen, Filme/Videos und YouTube werden von Internetnutzer*innen am häufigsten verwendet

Mit Blick auf die Tätigkeiten im Netz wird die Bedeutung von WhatsApp deutlich. Über die Hälfte der Kinder (53 %), die das Internet nutzen, verwendet WhatsApp täglich (2018: 47 %). Auch Suchmaschinen (19 % tägliche Nutzer*innen, 45 % ein-/mehrmals pro Woche), das Ansehen von Filmen/Videos (23 % täglich, 39 % ein-/mehrmals pro Woche) sowie konkret YouTube (23 % täglich, 36 % ein- bis mehrmals pro Woche) sind bei vielen Kindern im Alltag präsent. Weitere Tätigkeiten sind bezüglich der täglichen Nutzung durch Kinder weniger relevant. Im Hinblick auf regelmäßige Tätigkeiten – also mindestens einmal pro Woche – sind, neben den bereits genannten Aktivitäten, das „einfach drauf los surfen“ (43 %), die Nutzung von Kinderseiten (40 %), über das Internet Musik hören (32 %), TikTok (30 %) und Wikipedia (28 %) bei den Kindern von Bedeutung. Etwa jedes fünfte Kind verschickt regelmäßig E-Mails, nutzt Instagram oder verwendet Snapchat. Jeweils 17 Prozent sehen sich Fernsehsendungen im Internet an oder nutzen Facebook. Weniger relevant sind für die Sechs- bis 13-Jährigen das Radio hören über das Internet (8 %), die Nutzung von Skype/Zoom/Teams (8 %) und das Live-Streaming-Videoportal Twitch (5 %).



Der Anteil an regelmäßigen Nutzer*innen steigt – mit Ausnahme der Nutzung von Kinderseiten – mit dem Alter der Kinder an. Insbesondere bei WhatsApp zeigt sich dies am stärksten (6–7 Jahre: 28 %, 8–9 Jahre: 43 %, 10–11 Jahre: 77 %, 12–13 Jahre: 90 %).

Internet-Tätigkeiten 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

Internetnutzungszeit bleibt im Vergleich zu 2018 recht konstant

Nach Einschätzung der Eltern sind Kinder an einem durchschnittlichen Wochentag 46 Minuten online. Zwischen Mädchen (46 Minuten) und Jungen (47 Minuten) bestehen hierbei keine großen Unterschiede. Bei der Betrachtung im Altersverlauf zeigt sich jedoch eine deutliche Dynamik. So sind die Sechs- bis Siebenjährigen durchschnittlich 14 Minuten online, während die Acht- bis Neunjährigen im Schnitt 29 Minuten, die Zehn- bis Elfjährigen 53 Minuten und die Zwölf- bis 13-Jährigen 84 Minuten im Netz verbringen. Im Vergleich zum Jahr 2018 lässt sich nach Einschätzung der Haupterzieher*innen bei den Sechs- bis 13-Jährigen, trotz der besonderen Situation im Jahr 2020, kein Anstieg in der Internetnutzungszeit feststellen (2020: 46 Minuten, 2018: 45 Minuten).

YouTube Lieblingsseite der Kinder

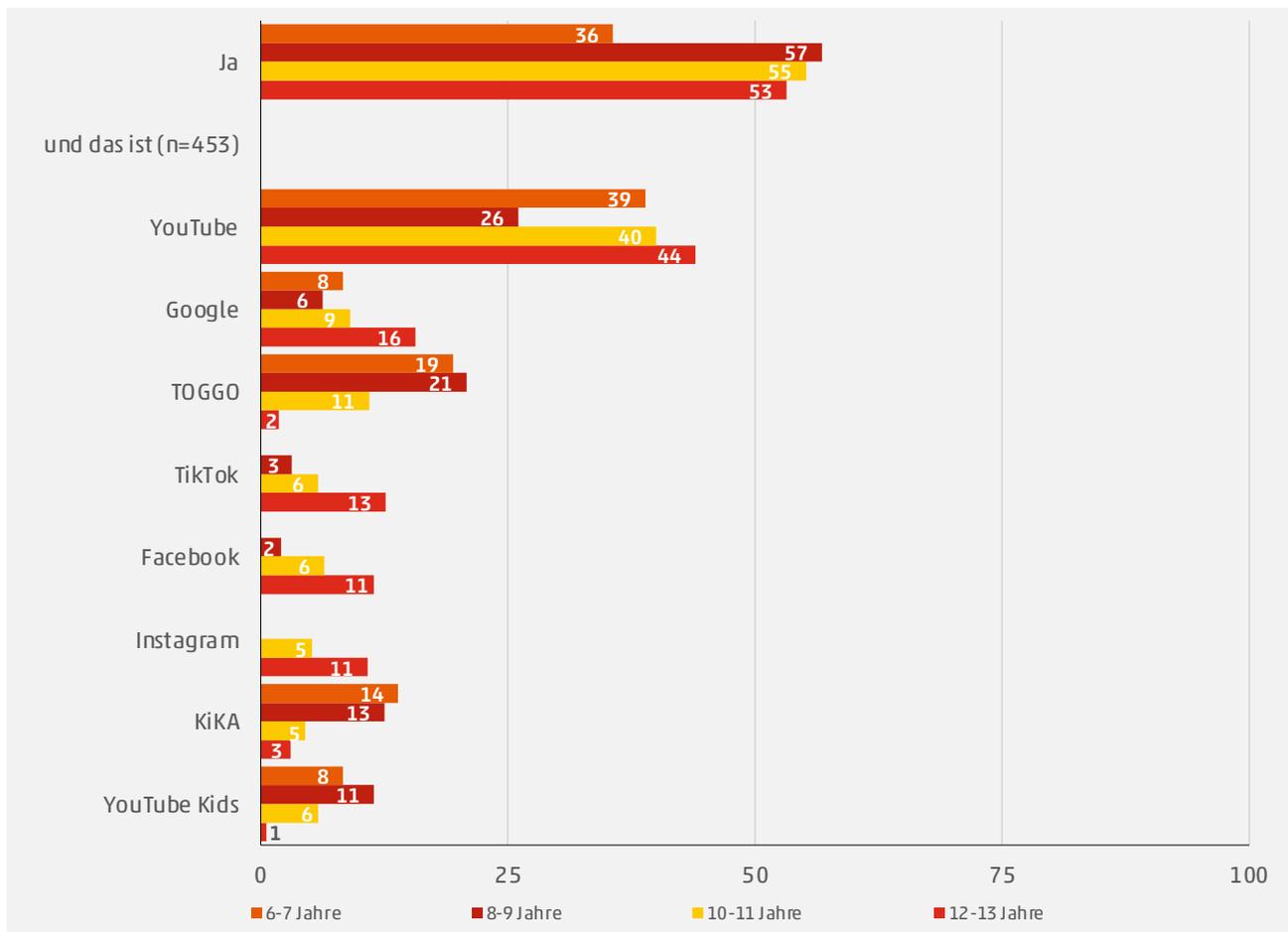
52 Prozent der Kinder, die das Internet nutzen, geben an, Lieblingsseiten zu haben. Insgesamt werden hier 117 verschiedene Webseiten genannt (Mehrfachnennungen möglich). Angeführt wird die Liste von



YouTube, das 38 Prozent der Kinder als ihre Lieblingsseite bezeichnen. Mit großem Abstand folgen Google mit elf Prozent und das Onlineangebot des Kinder-Fernsehsenders TOGGO mit zehn Prozent der Nennungen. Jeweils sieben Prozent der Kinder geben TikTok und Facebook als ihre Lieblingsseiten an. Knapp dahinter kommen das Onlineangebot von KiKA (6 %), Instagram (6 %) und YouTube Kids (5 %). Zwischen den Geschlechtern zeigen sich insgesamt nur wenig Unterschiede. Lediglich bei YouTube (Jungen: 42 %, Mädchen: 35 %) und TikTok (Mädchen: 11 %, Jungen: 4 %) sind etwas größere Abweichungen zu beobachten. Mit zunehmendem Alter der Kinder werden Google und soziale Netzwerke beliebter, während die Kinderangebote an Relevanz verlieren.

Lieblingsseite im Internet 2020

- Mehrfachnennungen -



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5 Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863



Fernsehen, Netflix, YouTube & Co.

Fernsehen ist häufigste Freizeitbeschäftigung, 70 Prozent der Kinder sehen (fast) jeden Tag fern

Die Möglichkeiten zur Bewegtbildnutzung – linear über das Fernsehgerät oder non-linear über unterschiedlichste Ausspielwege und Plattformen – sind in den Haushalten mit Kindern zwischen sechs und 13 Jahren vielfach vorhanden. Vollausrüstung bei Fernsehgerät, Internetzugang, Computer und Smartphone, bei etwa der Hälfte der Familien sind Tablets, Smart-TV oder Video-Streamingdienste vorhanden. Und im Besitz der Kinder selbst liegen Smartphones (42 %) inzwischen vor dem Fernsehgerät (34 %). Fernsehen ist die häufigste Freizeitbeschäftigung: 70 Prozent der Kinder geben an, jeden bzw. fast jeden Tag fern zu sehen, die Nutzung von Videos oder Filmen im Internet findet mit dieser Intensität bei 18 Prozent der Kinder statt. Und auch hinsichtlich der liebsten Freizeitaktivitäten rangiert das Fernsehen nach dem Treffen von Freunden, dem Spielen im Freien und Sport auf dem vierten Platz.

Kinderkanal (KiKA) ist liebster Fernsehsender

Sechs von zehn Kindern, die zumindest selten fernsehen (97 %), haben einen favorisierten Fernsehsender (59 %), die Jüngeren sehr viel häufiger als die Älteren (6–7 Jahre: 70 %, 12–13 Jahre: 49 %). Wer einen Lieblingssender hat, benennt zu 29 Prozent den Kinderkanal (KiKA) von ARD und ZDF, zu 22 Prozent Super RTL und zehn Prozent geben RTL als Lieblingssender an. Es folgen Pro7 (7 %), RTL II, Disney-Channel und Nick (jeweils 4 %). Insgesamt geben die Kinder 32 (!) unterschiedliche TV-Sender an. Mädchen sprechen sich häufiger für den öffentlich-rechtlichen KiKA aus (35 %, Jungen 25%), bei SuperRTL liegen Mädchen (20 %) und Jungen (25 %) weniger auseinander. Fragt man die Kinder, ob sie eine Lieblingssendung im Fernsehen haben, so bejahen dies 77 Prozent. Auch hier sind Jüngere häufiger bei den Fans bestimmter Sendungen zu finden als Ältere (6–7 Jahre: 84 %, 12–13 Jahre: 71 %). Allerdings kommt es hier aufgrund der zahlreichen Einzelnennungen kaum zu einer nennenswerten Häufigkeit eines Formats. Die Liste der liebsten TV-Sendungen wird von „Ninjago“ (4 %), „Die Sendung mit der Maus“, „Die Simpsons“ und „Schloss Einstein“ angeführt (je 3 %). Jedes zweite fernsehende Kind nutzt häufiger Wissensformate im Fernsehen (6–7 Jahre: 50 %, 12–13 Jahre: 42 %). Die Liste genutzter Formate wird bei diesen Kindern angeführt von „Galileo“ (26 %), es folgen „Die Sendung mit der Maus“ (22 %), „Wissen macht Ah!“ (19 %), „Löwenzahn“ bzw. „logo!“ (je 16 %) sowie „1,2, oder 3“ (10 %). Insgesamt nennen die Kinder 109 verschiedene Wissenssendungen. Speziell auf Nachrichtensendungen angesprochen, geben 27 Prozent der fernsehenden

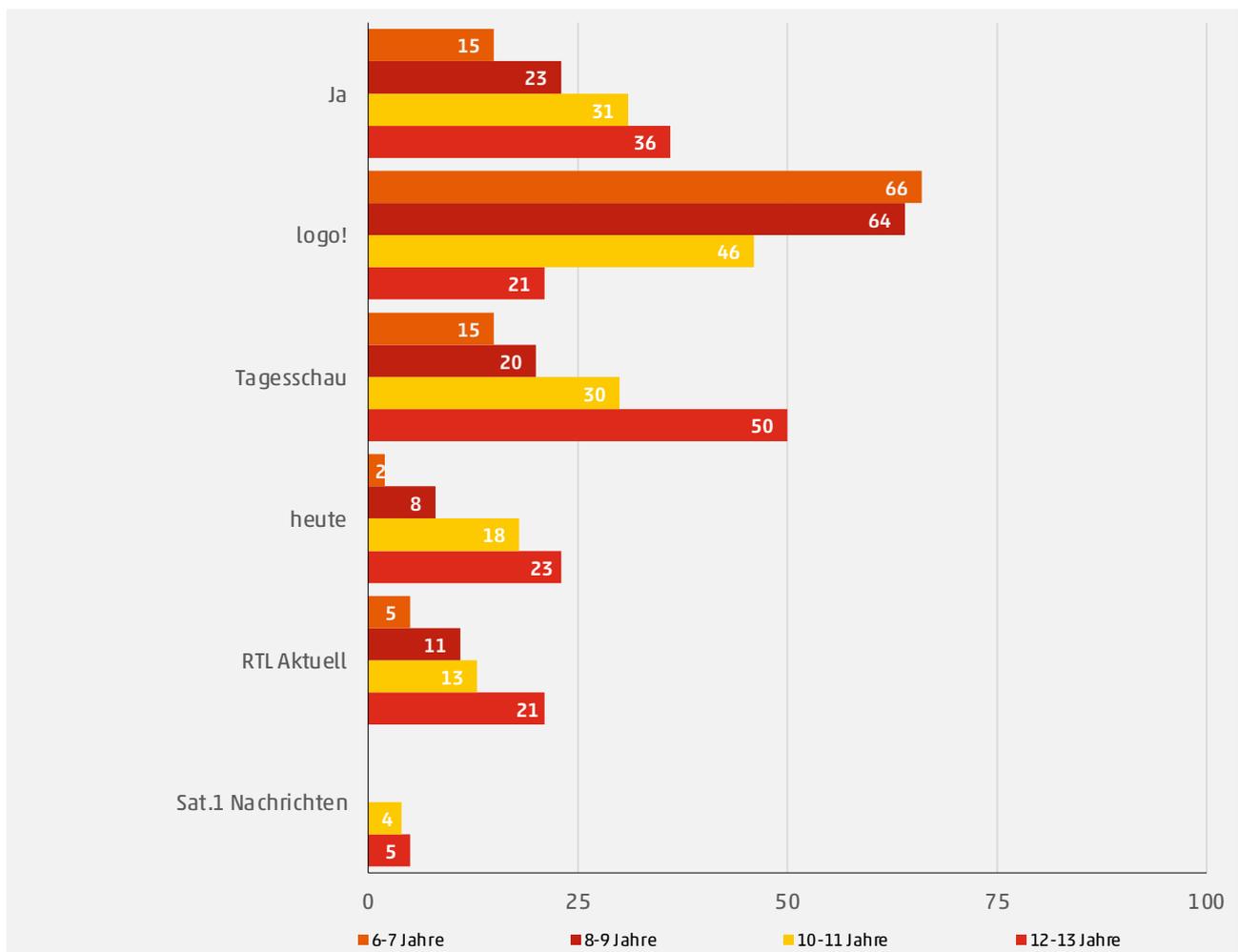
50 Prozent der fernsehenden Kinder nutzt Wissensformate, „Galileo“ an erster Stelle



Kinder an, sich diese öfters anzusehen. Das Interesse bzw. die generelle Nutzung von Nachrichtensendungen steigt mit zunehmendem Alter der Kinder deutlich an (6-7 Jahre: 15 %, 12-13 Jahre: 36 %). Wenn Kinder Nachrichten anschauen, dann sind das in erster Linie „logo!“, die „Tagesschau“, „heute“ oder „RTL aktuell“.

Nachrichtensendungen 2020

- „Gibt es Nachrichtensendungen, die du öfters anschaust?“ (Mehrfachnennungen) -



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5 Prozent, Basis: Kinder, die zumindest seltener fernsehen, n=1.177

Fernseher über alle Altersgruppen wichtigstes Gerät für Bewegtbildnutzung, mobile Endgeräte gewinnen mit zunehmendem Alter an Relevanz

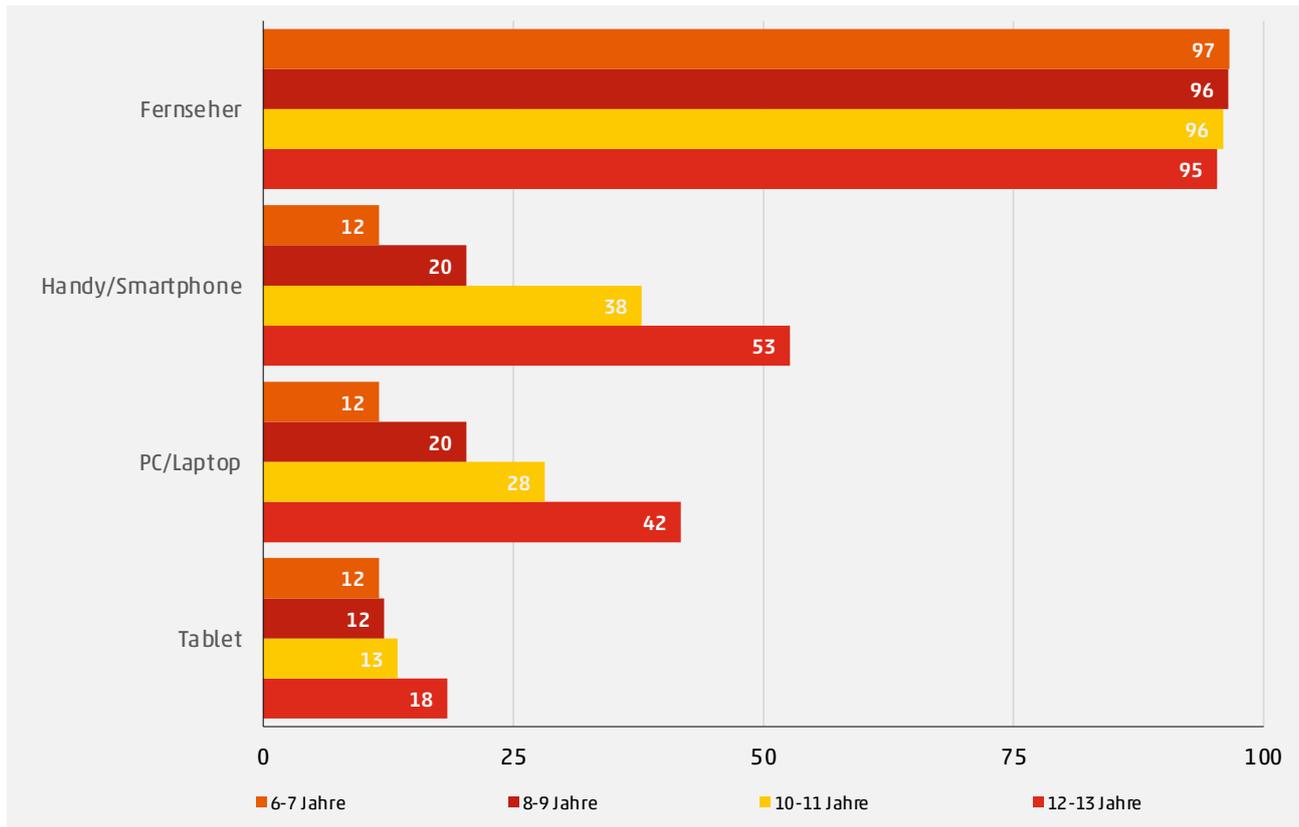
Bei der Nutzung von Bewegtbild liegt bei den Kindern das Fernsehgerät mit Abstand an erster Stelle (mind. einmal pro Woche: 96 %). Für ein Drittel ist beim Sehen von Sendungen, Serien, Filmen und Videos das Smartphone relevant, ein Viertel nutzt hierfür den PC oder Laptop und jedes achte Kind sieht Bewegtbild mindestens wöchentlich am Tablet an.



Während das Fernsehgerät bei allen Altersgruppen gleichermaßen an erster Stelle steht, werden zur Bewegtbildnutzung mit zunehmendem Alter der Kinder Computer und mobile Endgeräte relevant.

Geräte zum Ansehen von Sendungen/Serien/Filmen/Videos 2020

– mind. einmal pro Woche –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

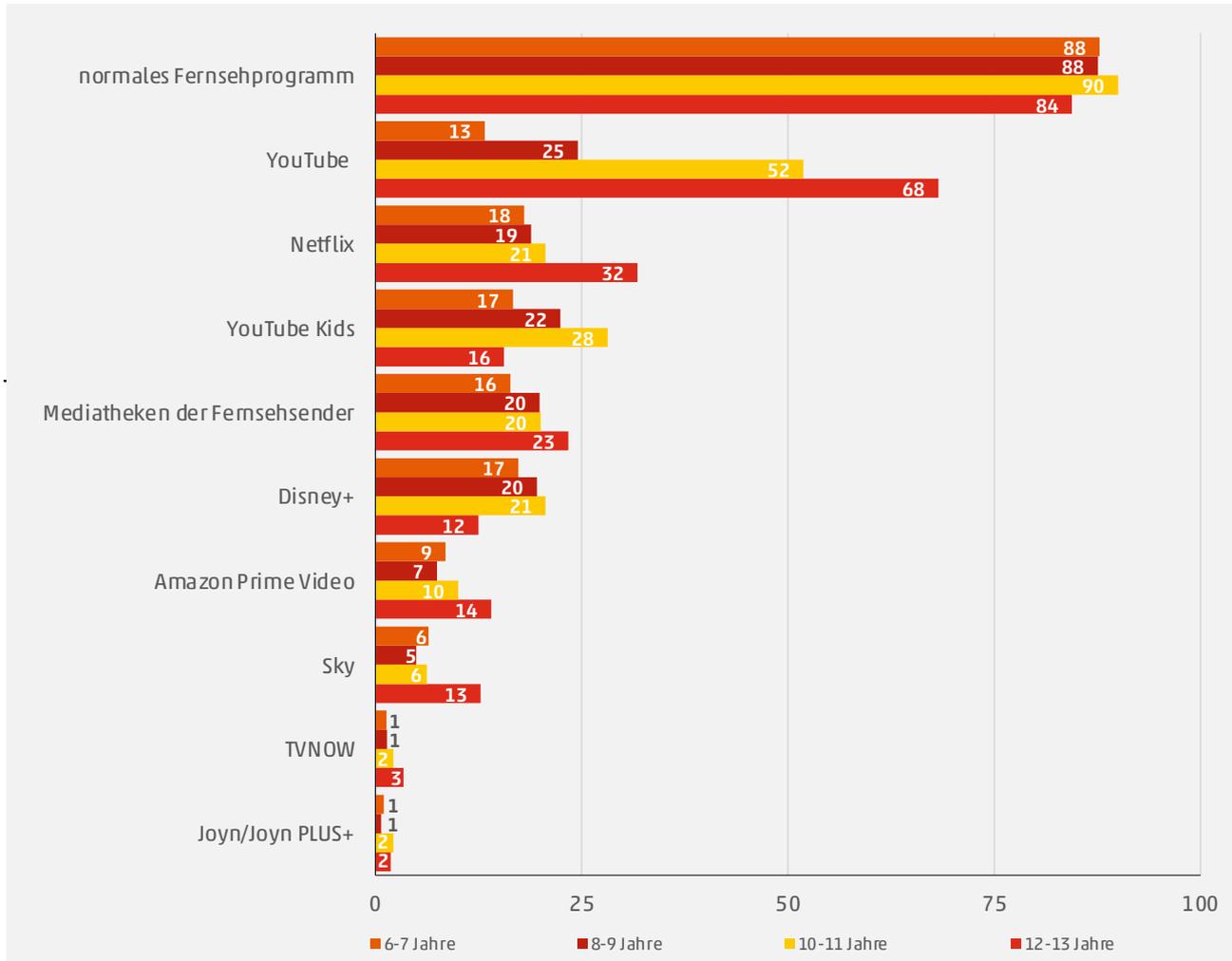
41 Prozent der Kinder nutzt regelmäßig YouTube, starker Anstieg im Altersverlauf

Auch bei den potenziellen Ausspielwegen steht das traditionelle lineare Fernsehen bei Kindern an erster Stelle. Mindestens wöchentlich sehen 87 Prozent der Kinder hier Bewegtbildinhalte an. Mit dieser Häufigkeit nutzen etwa halb so viele Kinder Inhalte bei YouTube (41 %), jeweils ein Fünftel sieht sich mindestens wöchentlich Bewegtbild bei Netflix (23 %), YouTube Kids (21 %) oder bei den Mediatheken der Fernsehsender (20 %) an. Im Ranking folgt Marktneuling Disney+ (17 %) und liegt damit vor Amazon prime Video (10 %). Die Angebote von Sky, TVnow und Joyn sind für Kinder eher irrelevant. Im Altersverlauf zeigt sich vor allem bei YouTube ein rasanter Nutzungsanstieg, der bei den anderen Plattformen deutlich weniger markant ausfällt (6–7 Jahre: 13 %, 8–9 Jahre: 25 %, 10–11 Jahre: 52 %, 12–13 Jahre: 68 %).



Plattformnutzung Sendungen/Serien/Filme/Videos 2020

– mind. einmal pro Woche –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

12 Prozent der YouTube-Nutzer*innen haben einen eigenen YouTube-Account

„Bibis Beauty Palace“ liebstes YouTube-Angebot

Insgesamt zählen 58 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen zu denen, die YouTube zumindest selten nutzen (6–7 Jahre: 23 %, 12–13 Jahre: 88 %). 17 Prozent suchen die Plattform jeden/fast jeden Tag auf – von drei Prozent bei den Jüngsten steigt dieser Anteil auf 38 % bei den Ältesten an. Zwölf Prozent der Nutzer*innen von YouTube haben einen eigenen Account bzw. ein eigenes Konto, vor allem die Älteren organisieren auf diese Weise ihre Videos (6–7 Jahre: 3 %, 12–13 Jahre: 20 %).

Die populärsten YouTuber*innen – hier konnten die Nutzer*innen bis zu drei ihrer liebsten YouTuber*innen bzw. YouTube-Angebote nennen – sind Bibis Beauty Palace (Mädchen: 18 %, Jungen: 2 %), Julian Bam (Mädchen: 5 %, Jungen: 13 %), Daggi Bee (Mädchen: 10 %, Jungen: 2 %), Gronkh (Mädchen: 3 %, Jungen: 7 %) und die Lochies (Mädchen: 3 %, Jungen: 5 %).



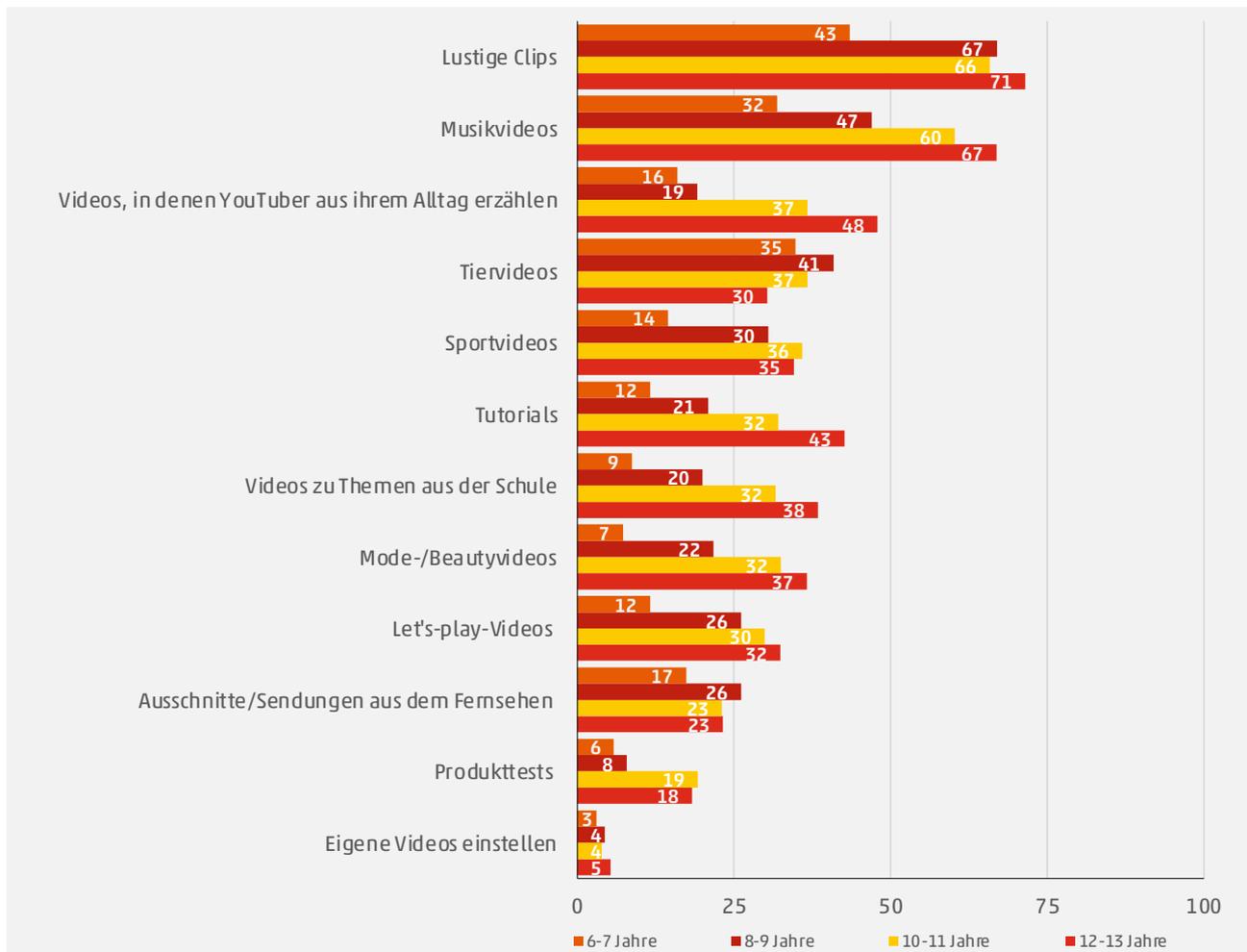
Lustige Clips und Musikvideos beliebteste YouTube-Inhalte

Auch hier zeigt sich eine unglaubliche Bandbreite – die Kinder haben insgesamt 206 unterschiedliche YouTuber*innen bzw. YouTube-Channels genannt, die sie besonders gut finden. Aber trotz des großen Angebots und der hohen Dynamik im YouTube-Markt sind die Top-Idole der Kinder die gleichen wie vor zwei Jahren.

Inhaltlich sehen sich die Kinder bei YouTube vor allem lustige Clips (mind. einmal pro Woche: 66 %) und Musikvideos (58 %) an. Am Alltag der YouTuber*innen nimmt ein Drittel der Kinder regelmäßig teil (36 %), ebenso groß ist der Anteil derer, die sich gerne Tiervideos ansehen (35 %). Es folgen Sportvideos und Tutorials (je 32 %) und Videos zu Themen, die für die Schule relevant sind (30 %) bzw. Videos zum Thema Mode und Beauty (30 %). Für Let´s-Play-Videos interessiert sich mehr als ein Viertel (28 %), Ausschnitte aus TV-Sendungen schauen sich 23 Prozent häufig an. Einige Genres (Humor, Tiere, Sport, TV-Ausschnitte) sind für Kinder jeden Alters attraktiv. Bei Musik, Mode, Tutorials oder Unterrichtsstoff für die Schule steigt das Interesse mit dem Alter der Kinder deutlich an.

Bei YouTube genutzte Inhalte 2020

– mind. einmal pro Woche –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 3 Prozent, Basis: YouTube-Nutzer*innen, n=702



12. WhatsApp, TikTok, Snapchat & Co.

Kommunikation zentraler Aspekt der Internetnutzung bei Kindern

Auch 2020 hatte ein Großteil der Kinder regelmäßig persönlichen Kontakt zu ihren Freunden

Das Internet und Smartphones sind für Sechs- bis 13-Jährige Teil des Alltags. 71 Prozent der Kinder nutzen das Internet. Davon sind 43 Prozent jeden oder fast jeden Tag und 39 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche online. Die Hälfte der Kinder besitzt ein eigenes Handy/Smartphone. Dabei stellt die Kommunikation einen wichtigen Aspekt der Internet- und Mobiltelefonnutzung dar. Das Verschicken von WhatsApp-Nachrichten zählt zu den am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten im Internet. Über die Hälfte der Kinder (53 %), die das Internet nutzen, verwendet WhatsApp täglich – auch wenn laut Nutzungsbedingungen WhatsApp in der EU erst ab einem Alter von 16 Jahren genutzt werden darf.⁵

Die Sechs- bis 13-Jährigen haben im Schnitt sechs Freunde in ihrer näheren Umgebung. 93 Prozent der Kinder geben an, mindestens einmal in der Woche persönlichen Kontakt zu ihren Freunden zu haben (2018: 96 %), 47 Prozent sogar (fast) jeden Tag (2018: 54 %). Damit ist im Pandemiejahr 2020 zwar ein Rückgang zu beobachten, dennoch hatte im Befragungszeitraum (31. August bis 14. Oktober) ein Großteil der Kinder regelmäßig persönlichen Kontakt zu ihren Freunden. Daneben telefonierten 62 Prozent der Sechs- bis 13-Jährige regelmäßig mit Freunden, 51 Prozent kommunizierten mindestens einmal pro Woche über Messenger wie WhatsApp. Gut ein Drittel nutzte regelmäßig E-Mails (35 %), 28 Prozent Videochats und 15 Prozent Computerspiele/Teamspeak.

Weiterhin wurden die Kinder im Rahmen der KIM-Studie danach gefragt, über welchen Weg sie sich meistens mit ihren Freunden verabreden. 40 Prozent der Kinder geben an, sich bereits in der Schule oder im Kindergarten mit ihren Freunden zu verabreden. Jedes fünfte Kind (21 %) nutzt Textnachrichten, 13 Prozent gehen einfach so bei ihren Freunden vorbei. Das Festnetz wird von acht Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen verwendet, gefolgt vom Anruf auf dem Handy (7 %) und dem Versenden von Sprachnachrichten (6 %). Fünf Prozent haben immer einen festen Ort, an welchem sie sich treffen und gehen meistens einfach dort vorbei. Zwischen den Geschlechtern lassen sich insgesamt kaum Unterschiede feststellen, auch wenn Jungen häufiger einfach bei ihren Freunden

⁵ WhatsApp AGB: „Wenn du in einem Land im Europäischen Wirtschaftsraum (dazu gehört auch die Europäische Union) und jedem anderen umfassten Land oder Hoheitsgebiet (zusammen als die Europäische Union bezeichnet) lebst, musst du mindestens 16 Jahre alt sein (oder das in deinem Land vorgeschriebene Alter erreicht haben), um dich zu registrieren und WhatsApp zu nutzen.“ (Quelle: <https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/minimum-age-to-use-whatsapp/?lang=de>, abgerufen am 19.02.2021)



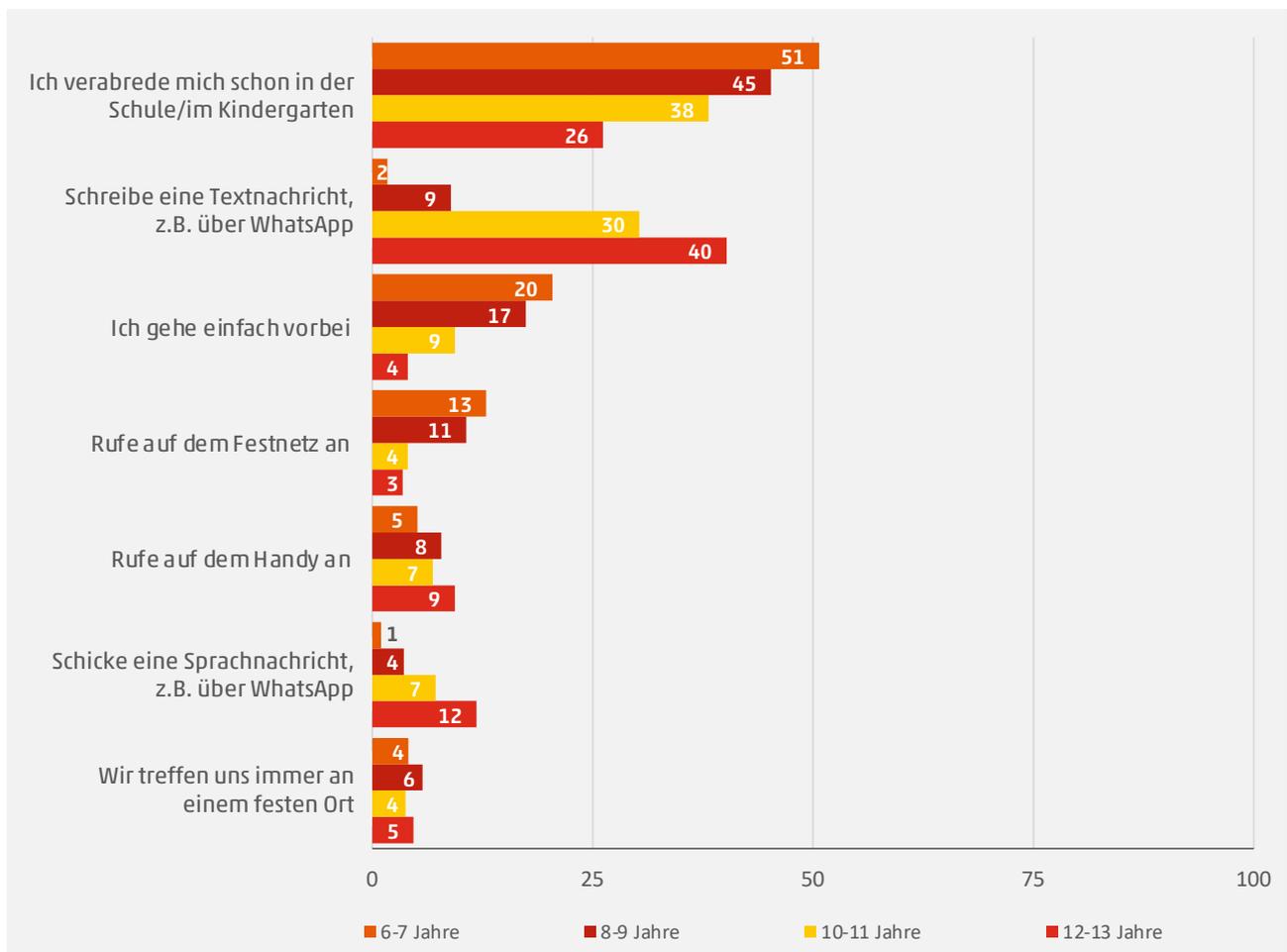
Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt das Verabreden über Textnachrichten deutlich zu

vorbei gehen (Jungen: 15 %, Mädchen: 9 %). Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt das Verabreden über Textnachrichten deutlich zu (6–7 Jahre: 2 %, 8–9 Jahre: 9 %, 10–11 Jahre: 30 %, 12–13 Jahre: 40 %) und auch das Versenden von Sprachnachrichten wird etwas häufiger von älteren Kindern genutzt. Dies hängt auch mit der steigenden Smartphone-Ausstattung im Altersverlauf zusammen.

Jüngere Kinder verabreden sich hingegen häufiger bereits in der Schule oder im Kindergarten, gehen einfach vorbei oder rufen auf dem Festnetz an.

Verabredungen mit Freunden 2020

– „Wenn du dich mit deinen Freunden verabreden willst, wie machst du das meistens?“ –



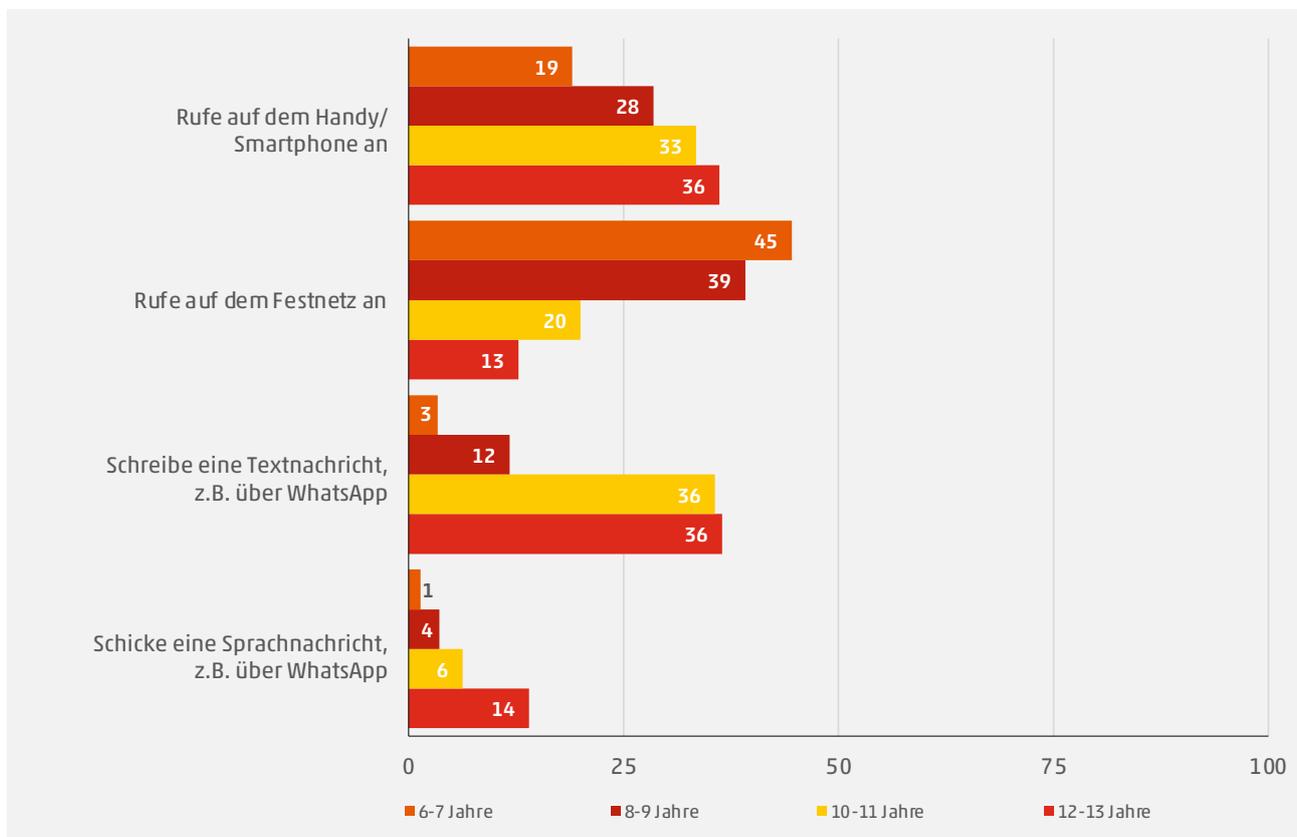
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216



Sind Kinder außerhalb des Elternhauses unterwegs, erfolgt die Kommunikation mit den Eltern hauptsächlich über Anrufe auf dem Handy/Smartphone (30 %) oder auf dem Festnetz (28 %). Knapp ein Viertel schreibt Textnachrichten, z. B. über WhatsApp (23 %) und sieben Prozent versenden Sprachnachrichten. Im Altersverlauf nimmt die Bedeutung von Anrufen auf dem Festnetz deutlich ab, während insbesondere Textnachrichten deutlich an Relevanz gewinnen. Auch Anrufe auf dem Mobiltelefon und die Nutzung von Sprachnachrichten werden mit zunehmendem Alter der Kinder häufiger genutzt.

Unterwegs kommunizieren mit den Eltern 2020

– „Wenn du von unterwegs deinen Eltern schnell etwas mitteilen willst, wie machst du das meistens?“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Kinder, die WhatsApp nutzen (n=708), sind im Schnitt Mitglied in 2,5 WhatsApp-Gruppen. Dabei bestehen die Gruppen bei den Meisten aus Mitschüler*innen (71 %) oder Freunden (66 %). Gut ein Drittel der Kinder hat auch eine WhatsApp-Gruppe mit der Familie (34 %), ein Viertel mit dem Sportverein (26 %).

53 Prozent der WhatsApp-Nutzer*innen haben eine WhatsApp-Gruppe für die Schulklasse

Unter den Schulkindern, die WhatsApp nutzen, geben 53 Prozent an, dass es eine WhatsApp-Gruppe für die gesamte Schulklasse gibt. Allerdings gibt es bei 45 Prozent der Fälle mindestens eine Mitschüler*in,

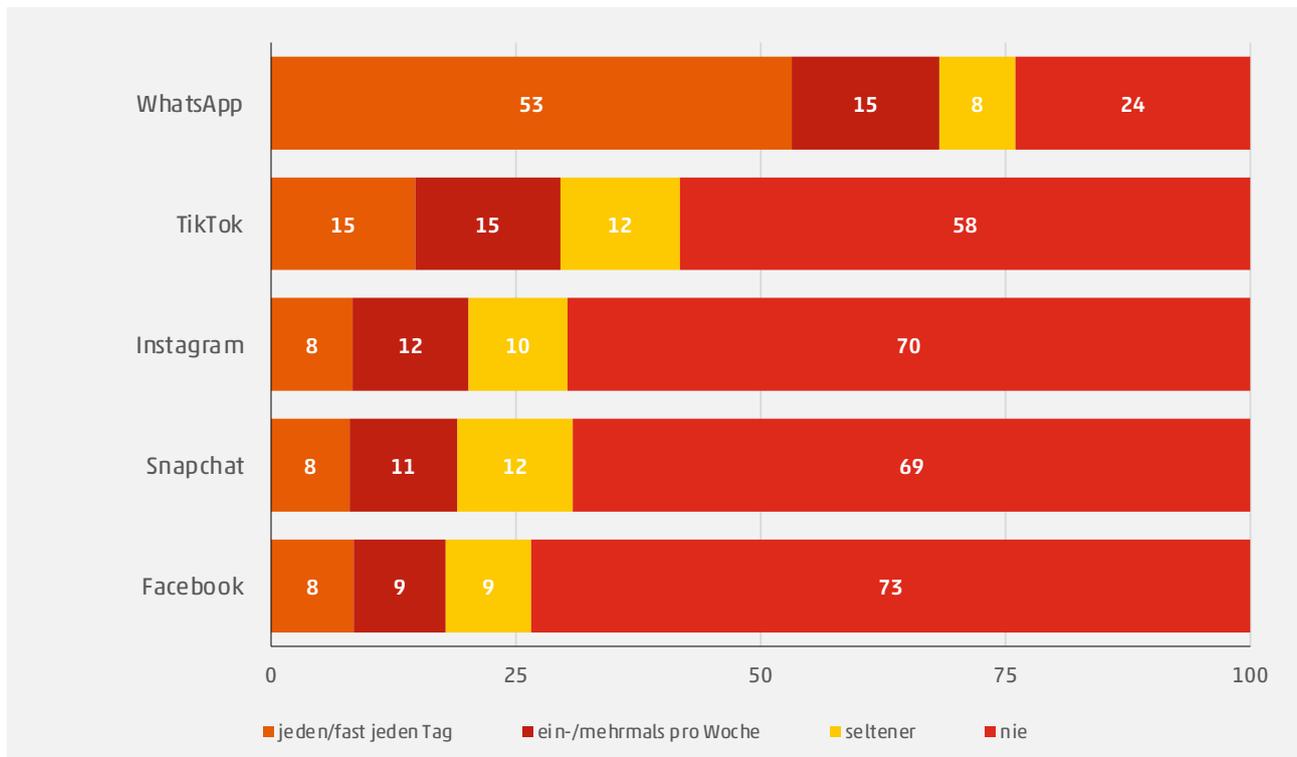


die nicht Teil der WhatsApp-Gruppe ist. Auf Nachfrage, was der Grund hierfür sei, begründen 65 Prozent dies damit, dass die betreffende Person kein Smartphone habe. 23 Prozent geben an, dass andere unbeliebte Klassenmitglieder nicht in der WhatsApp-Gruppe sind. Bei vier Prozent wird als Grund das fehlende Interesse der Person genannt, die nicht in der WhatsApp-Gruppe ist.

Social Media spielt auch für die Organisation und Kommunikation im Verein eine Rolle. 48 Prozent der Kinder, die in einem Verein sind (n=854) geben an, dass es bei Facebook, Instagram oder WhatsApp eine Gruppe im Verein gibt.

Neben WhatsApp, welches von 76 Prozent der Kinder, die das Internet nutzen, verwendet wird, sind auch andere Soziale Netzwerke für einen Teil der Kinder relevant. Hier ist vor allem TikTok⁶ zu nennen, das von 42 Prozent der interneterfahrenen Kinder zumindest selten genutzt wird, gefolgt von Snapchat (31 %), Instagram (30 %) und Facebook (26 %). Damit verliert im Vergleich zu 2018 insbesondere Facebook für die Sechsbis 13-Jährigen an Relevanz (-10 PP). Bei Instagram zeigt sich ein Rückgang von vier Prozentpunkten, während bei Snapchat der Anteil nahezu unverändert bleibt (-1 PP).

Social Media Nutzung 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

⁶ TikTok ist ein Videoportal und soziales Netzwerk bei dem 15-sekündige bis 5-minütige Videos aufgenommen, kreativ bearbeitet und geteilt werden. Sie wurde im August 2018 mit der App Musical.ly zusammengelegt und wird vom chinesischen Unternehmen Byte-Dance betrieben.

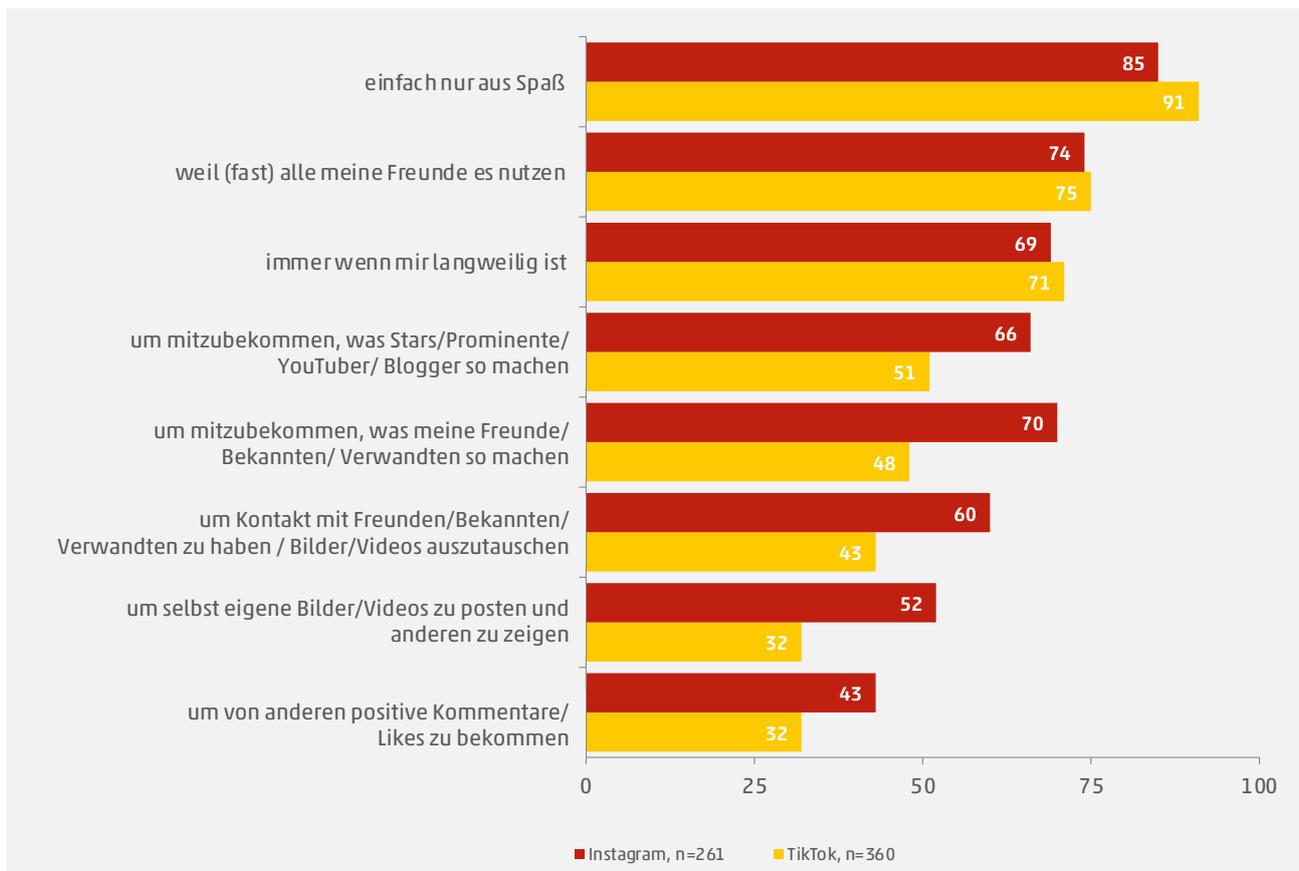


Instagram wird im Vergleich zu TikTok eher genutzt um mitzubekommen, was Prominente, Freunde und Bekannte machen und um eigene Beiträge zu posten

Im Rahmen der KIM-Studie 2020 wurde erstmals nach Motiven für die Nutzung von Instagram und TikTok gefragt. Bei beiden Plattformen steht der Spaß im Vordergrund (TikTok: 91 %, Instagram: 85 %), gefolgt von der Begründung, dass (fast) alle Freunde die jeweilige Plattform nutzen (TikTok: 75 %, Instagram: 74 %). Langeweile spielt sowohl bei Instagram (69 %), als auch bei TikTok (71 %) eine ähnliche Rolle. Deutliche Unterschiede zeigen sich aber im Motiv mitzubekommen, was Prominente, aber auch Freunde und Verwandte so machen und Kontakt zu diesen zu halten. Diese Beweggründe werden von den Kindern deutlich häufiger im Zusammenhang mit Instagram genannt und sind für die Nutzung von TikTok weniger relevant. Auch das Posten von eigenen Bildern und Videos und der Wunsch nach positiven Kommentaren und Likes wird bei Instagram häufiger als Nutzungsgrund genannt. Inwieweit die derzeit in Diskussion stehende Variante einer Kinderversion von Instagram hier eine Änderung der Funktionen ergibt, wird sich zeigen.

Instagram vs. TikTok 2020

– „Es gibt ja verschiedene Gründe, warum man ... nutzen kann. Wie ist das bei Dir?“ –



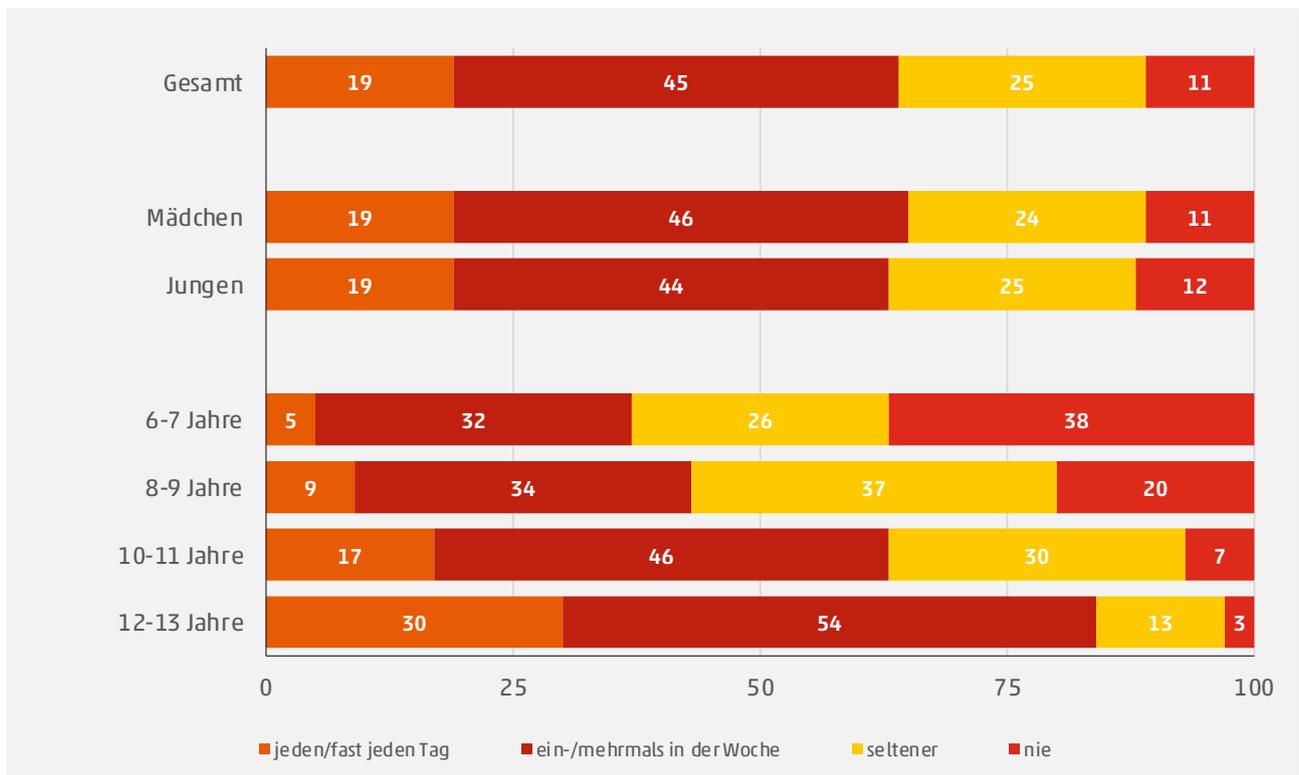
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Kinder, die zumindest selten nutzen



13. Recherche/Information im Internet

Die Suche im Internet zählt auch für Kinder zur alltäglichen Nutzungsroutine. 19 Prozent der Internet-Nutzer*innen bemühen jeden/fast jeden Tag Suchmaschinen, um an bestimmte Informationen im Netz zu gelangen, weitere 45 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche. Nur elf Prozent haben keine Erfahrung im Umgang mit Google und Co. (6-7 Jahre: 38 %, 12-13 Jahre: 3 %). Jungen und Mädchen weisen hier keine Unterschiede auf und es ist wenig überraschend, dass der Umgang mit Suchmaschinen bei den älteren Kindern bereits fester im Alltag verankert ist.

Nutzungsfrequenz Suchmaschinen 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

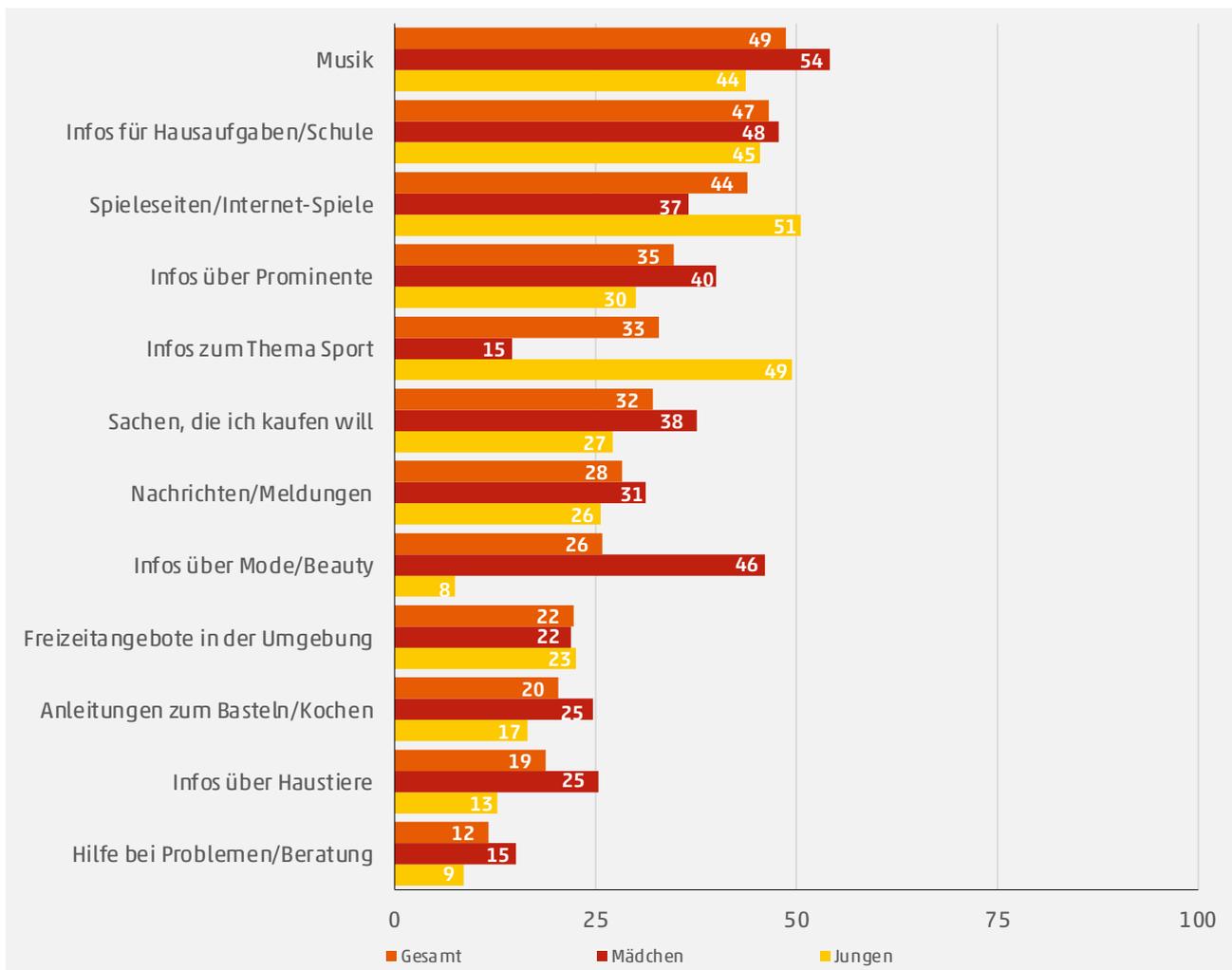


Internet-Recherchen am häufigsten zu Musik, Spiele und Informationen für die Schule

Die Suchanfragen der Kinder drehen sich hauptsächlich um Musik (mind. einmal pro Woche: 49 %) und Spiele (44 %) oder stehen im schulischen Kontext (47 %). Gut ein Drittel sucht nach Informationen über Promis, genau ein Drittel recherchiert im Internet rund um das Thema Sport. Fast genauso hoch ist der Anteil derer, die sich im Internet Dinge anschauen, die sie gerne kaufen wollen. 28 Prozent suchen nach Nachrichten und aktuellen Meldungen, ein Viertel informiert sich über „Mode und Beauty“. Auch die Suche nach Freizeitangeboten in der Umgebung sind für ein Fünftel häufiger Suchanlass, gleiches gilt für Bastelanleitungen oder Informationen über Haustiere. Jedes achte Kind nutzt das Internet regelmäßig, um sich Hilfe oder Rat bei persönlichen Problemen zu holen. Jungen suchen sehr viel häufiger nach Informationen rund um Gaming und Sport, Mädchen werden sehr viel häufiger von Fragen zum Thema Mode und Beauty geleitet und zeigen insgesamt ein etwas breiter gefächertes Suchinteresse.

Suchen im Internet 2020

– mind. einmal pro Woche –



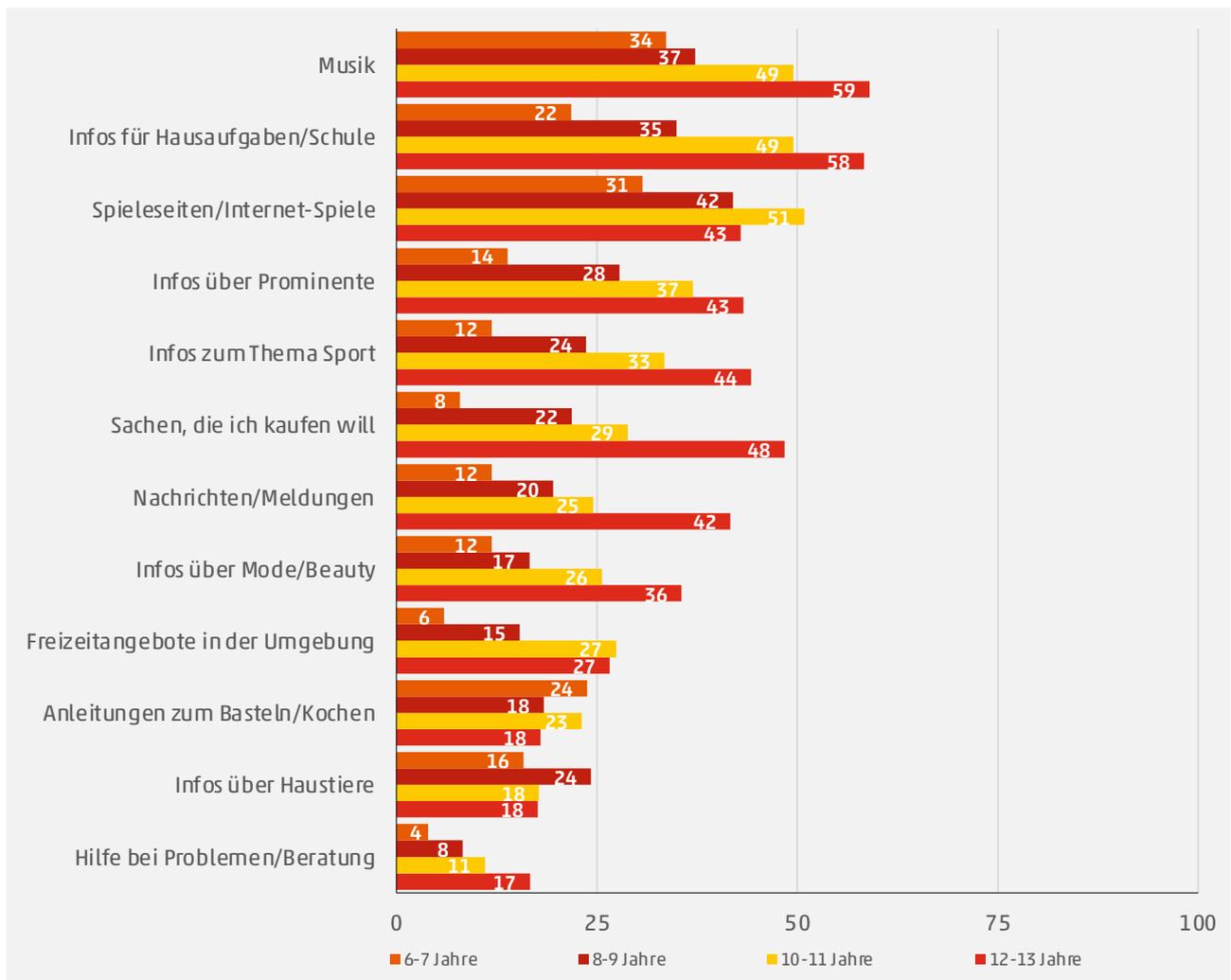
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863



Im Altersverlauf erweitert sich das Informationsspektrum der Recherchen im Internet

Mit zunehmendem Alter der Kinder erweitert sich auch der Horizont der Recherchen im Internet. Nur bei wenigen Themen spielt das Alter eine nachrangige Rolle: Informationen zu Haustieren und Basteln werden in allen Altersgruppen gleichermaßen gesucht und auch das Thema Gaming gibt den ab 8-jährigen zu einem ähnlich großen Anteil Anlass zu Suchanfragen wie den 12- bis 13-jährigen.

Suchen im Internet 2020 – mind. einmal pro Woche –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

Die Online-Enzyklopädie Wikipedia ist bei den Kindern vergleichsweise wenig präsent. Mindestens einmal pro Woche nutzen 28 Prozent der Internetnutzer*innen das digitale Nachschlagewerk (jeden/fast jeden Tag: 3 %), der Anteil der Kinder, die dieses Angebot überhaupt nutzen, liegt bei 65 Prozent. Auch hier steigt die mindestens wöchentliche Nutzung bei den



Ältesten zwar stark auf 40 Prozent an, bleibt aber deutlich hinter Suchmaschinen (84 %) zurück. Der Anteil der Nicht-Nutzer*innen von Wikipedia liegt bei den Zwölf- bis 13-Jährigen bei 19 Prozent.

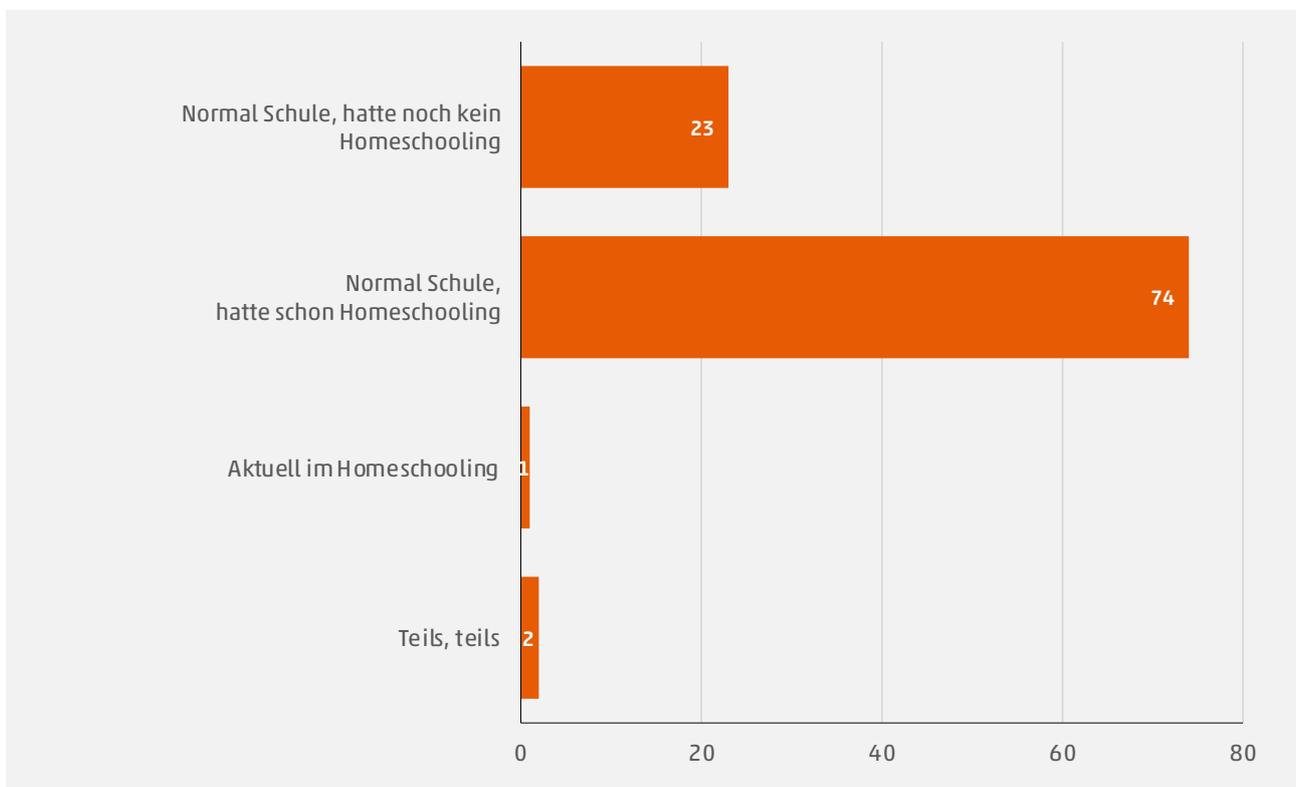
Kinder, die bereits Erfahrungen mit digitalen Sprachassistenten wie Alexa oder Siri haben (18 %), nutzen auch diese für verbale Rechercheaufträge im Internet. Dabei handelt es sich in erster Linie um Musik, aber gut die Hälfte dieser Kinder sucht auch nach bestimmten Informationen (z. B. Wetter) oder stellt der Sprachbox Wissensfragen. Ein Drittel hat sich auch schon Nachrichten oder individuell interessierende Meldungen ausgeben lassen.



14. Digitale Medien und Schule

Hinsichtlich der Nutzung von digitalen Bildungsangeboten, muss für das Jahr 2020 eine Darstellung der schulischen Situation vorausgeschickt werden. Ab Mitte März 2020 wurden die Schulen aufgrund der COVID-19 Pandemie geschlossen und – abgesehen von Notbetreuungen – verbrachten die Kinder die Schulzeit zuhause und erhielten ggf. verschiedene Formen von Fernunterricht. Ab dem Frühsommer wurden die Schulen meist mit Einschränkungen und unter Hygienebedingungen wieder geöffnet, so dass man auch hier nicht von einem gewohnten Schulalltag sprechen kann. Im Untersuchungszeitraum der KIM-Studie 2020 nach den Sommerferien waren die meisten Schulen aber wieder im Normalbetrieb. Nur noch zwei Prozent der befragten Schulkinder wurden teilweise zuhause unterrichtet (Wechselunterricht), ein Prozent wurde in diesem Zeitraum ausschließlich via Homeschooling unterrichtet. Insgesamt weisen drei Viertel der Schüler*innen Erfahrungen mit Homeschooling aus dem vergangenen Schuljahr auf.

Aktuelle Schulsituation - Homeschooling 2020



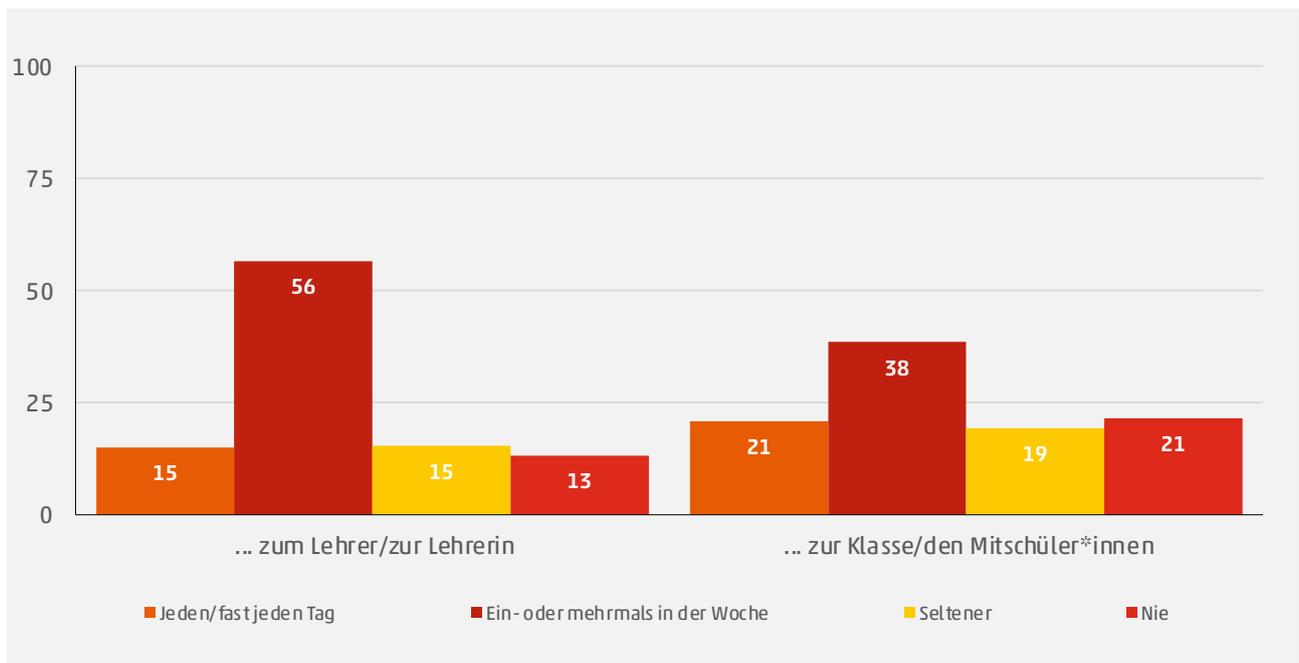
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Schulkinder, n=1.161



Ein wichtiger Aspekt der Einschränkungen durch das Lernen zuhause ist, inwieweit der Kontakt zur Lehrkraft und den Klassenkamerad*innen aufrechterhalten werden konnte. Die Schüler*innen, die Erfahrung mit Homeschooling hatten, wurden daher befragt, wie häufig sie denn via Videokonferenz, Chat oder Messenger zu schulischen Belangen Kontakt mit den Lehrkräften und der Klasse hatten. Was die tägliche Nutzung betrifft, fand der Austausch mit der Klasse (21 %) häufiger statt als mit den Lehrkräften (15 %). Mindestens einmal pro Woche stand aber über die Hälfte der Schüler*innen im digitalen Kontakt zum Lehrpersonal (56 %), der Kontakt zu Mitschüler*innen in der Klasse kam etwas seltener vor (38 %). Ein Fünftel der Schulkinder hatte jedoch keine Möglichkeit, sich im schulischen Kontext zumindest digital mit der Klasse auszutauschen. Bei 13 Prozent der Schüler*innen galt das auch für den Austausch mit den Lehrer*innen.

Virtueller Kontakt zu Lehrkraft oder Klasse während des Homeschoolings 2020

– „Wie oft hast Du da über Videokonferenzen/-chat Kontakt zu Deinen Lehrern/Deinen Lehrerinnen und Deiner Klasse/Mitschüler*innen?“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Schulkinder mit Homeschooling, n=894

Betrachtet man die Schulsituation im Befragungszeitraum – hier waren fast alle Schüler*innen wieder im Regelunterricht – so steht bei der regelmäßigen Nutzung digitaler Geräte in der Schule der klassische Computer an erster Stelle. Etwa jedes vierte Schulkind im Alter von sechs bis 13 Jahren nutzt mindestens einmal pro Woche im Unterricht einen PC, jeweils 18 Prozent nutzen in dieser Häufigkeit ein Whiteboard oder ein mobiles



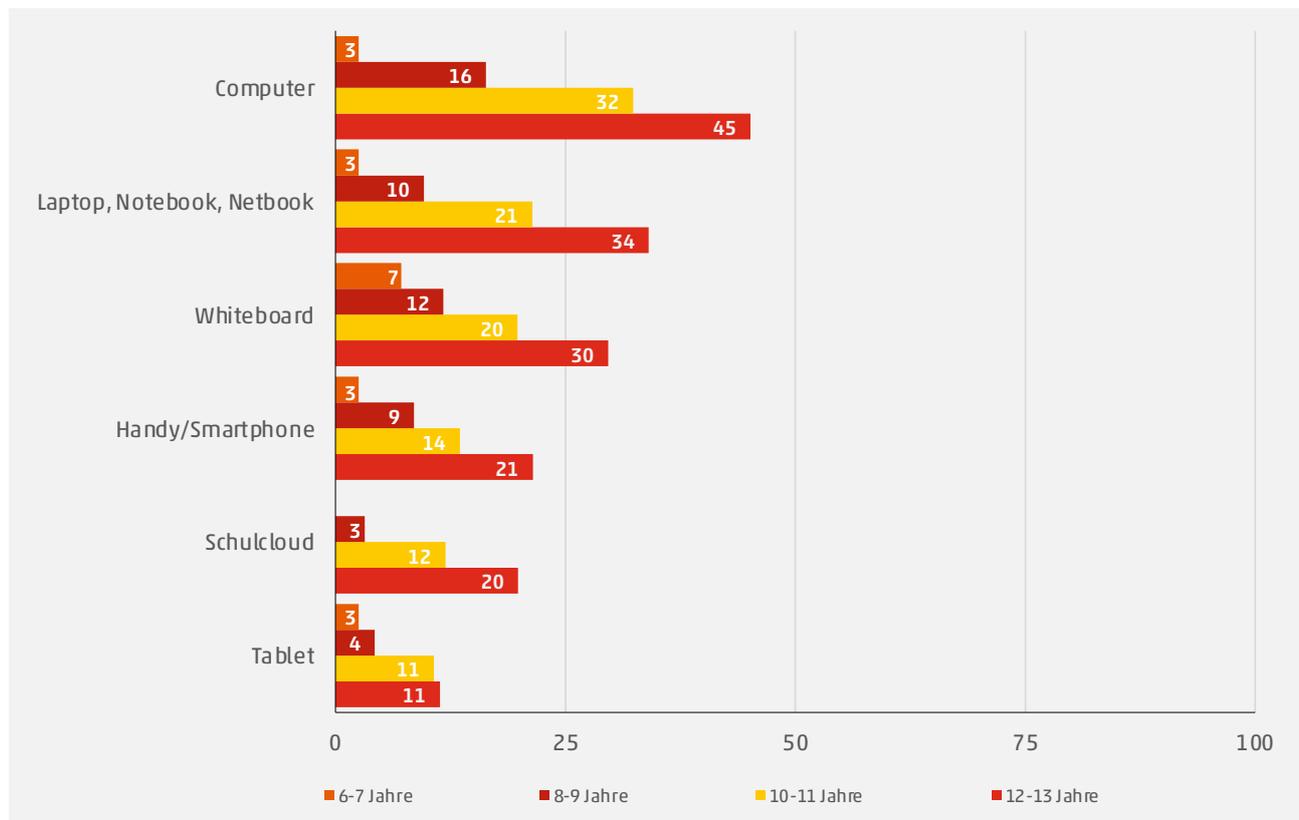
**Lediglich acht Prozent nutzen
zumindest einmal pro Woche ein
Tablet in der Schule**

Gerät wie ein Laptop oder Notebook. Ein Smartphone kommt bei zwölf Prozent wöchentlich in der Schule zum Einsatz und jede/r Zehnte verwendet eine Schulcloud. Sogenannte Tabletklassen scheinen noch die Ausnahme zu sein, lediglich acht Prozent der Schüler*innen nutzen zumindest einmal die Woche ein Tablet.

Deutliche Unterschiede gibt es hier nach dem Alter der Schüler*innen. Während bei den Zwölf- bis 13-Jährigen der Einsatz von Computer (45 %) und Laptop (34 %) durchaus vorkommt, ist dies bei den Jüngsten mit sechs bis sieben Jahren noch die absolute Ausnahme (Computer, Laptop, je 3 %). Auch bei der Nutzung von digitalen Schultafeln bzw. Whiteboards zeigt sich eine übersichtliche Durchdringung in den unterschiedlichen Altersstufen (6–7 Jahre: 7 %, 12–13 Jahre: 30 %). Eine Schulcloud, ein Softwaretool zum kollaborativen Arbeiten und Dokumentenmanagement (die einen wichtigen Baustein für den Fall des Fernunterrichts darstellt), findet im normalen Schulbetrieb offensichtlich nur in den Klassenstufen der weiterführenden Schulen Anwendung.

Gerätenutzung im Schulunterricht in der Schule 2020

– mind. einmal pro Woche –



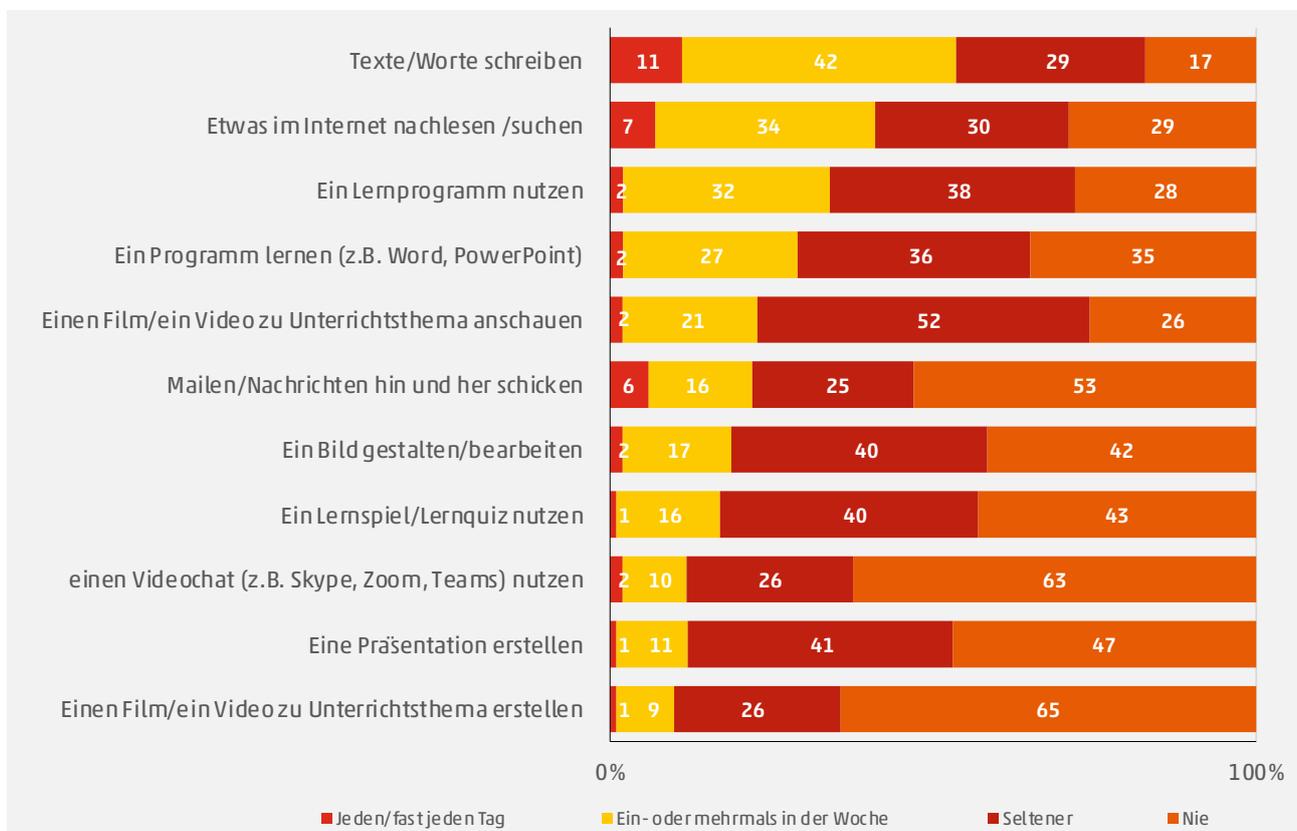
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Schulkinder ohne Homeschooling aktuell, n=1.153

Digitale Medien werden im Unterricht hauptsächlich zum Schreiben von Texten verwendet

Betrachtet man die digitalen Tätigkeiten (bei Schüler*innen, die eines der vorstehenden digitalen Endgeräte und Anwendungen zumindest selten an der Schule nutzen), so dominiert das Verfassen von Texten, über die Hälfte macht dies zumindest einmal pro Woche. Zwei Fünftel recherchieren im Internet und jede/-r Dritte nutzt wöchentlich Lernprogramme. Gut jeder Vierte lernt die Nutzung von Anwendungsprogrammen wie Word oder Excel, jede/-r Fünfte schaut in der Schule Filme für den Unterricht. Deutlich seltener kommt die Nutzung von Bildbearbeitung, das Lernen mit Spielen oder Quizen und das Erstellen von Präsentationen vor.

Digitales Lernen in der Schule 2020

– in Prozent –



Quelle: KIM 2020, Basis: alle Schulkinder, die zumindest selten digitale Geräte in der Schule nutzen, n=755

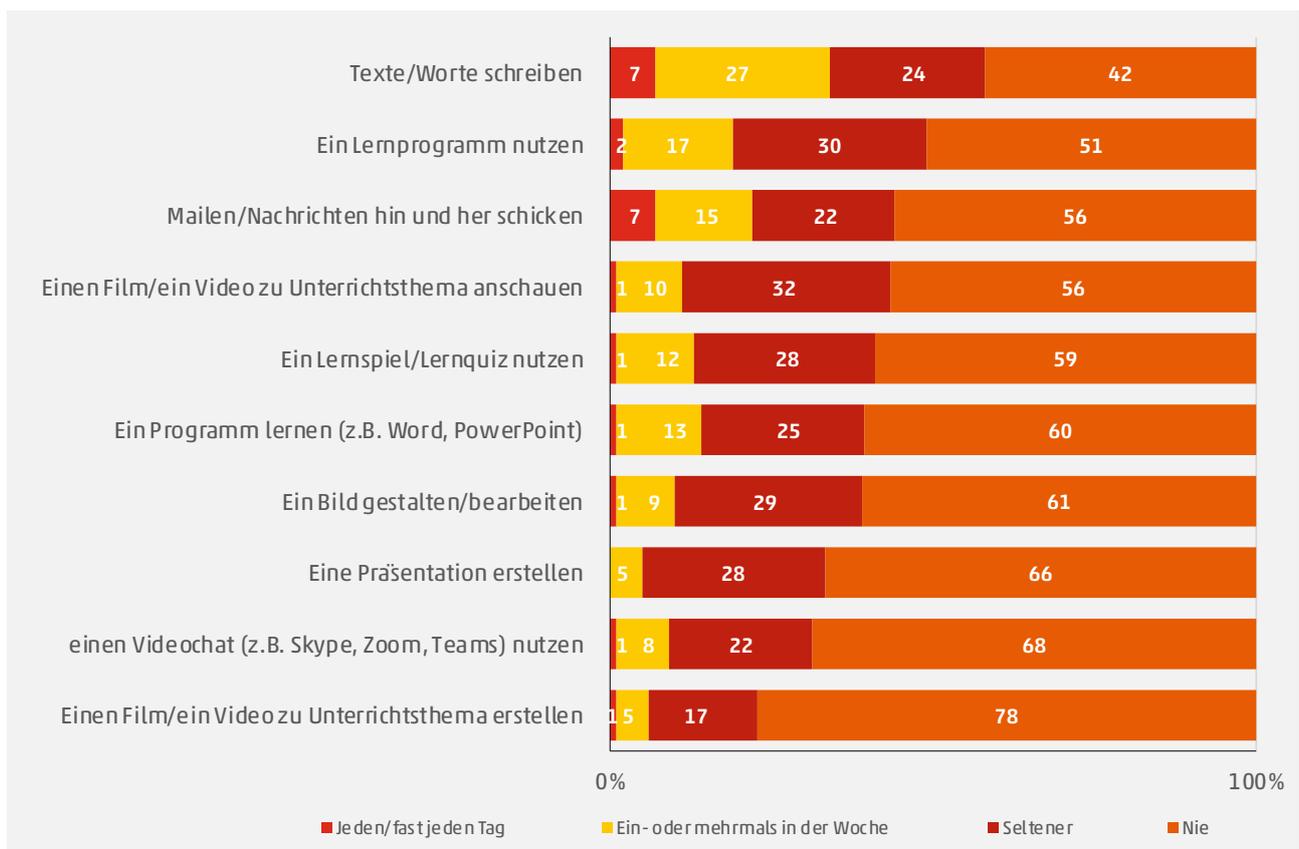
Inwieweit digitale Angebote im Schulkontext auch zuhause Verwendung finden, zeigt beispielsweise die Nutzung von Suchmaschinen. Jede/-r zweite Internetnutzer*in im Alter von sechs bis 13 Jahren sucht mindestens einmal pro Woche online nach Inhalten für die Schule, selbst bei den Sechs- bis Siebenjährigen recherchiert jede/-r Fünfte (22 %) im Netz für die Schule. Und auch YouTube kommt als eine Art Suchmaschine bei schulischen Belangen immer häufiger zum Einsatz. Jede/-r fünfte YouTube-Nutzer*in sucht zumindest einmal pro Woche nach Videos zu Themen aus der Schule.



Fragt man die Schüler*innen konkret nach digitalen Anwendungen, die sie zuhause für die Schule nutzen, so dominiert – ähnlich wie in der Schule – das Schreiben von Texten und die Internetrecherche, gefolgt von Lernprogrammen. Für die meisten Anwendungen gilt aber, dass diese von der Mehrheit der Schüler*innen zuhause nicht genutzt werden.

Tätigkeiten zuhause für die Schule 2020

– in Prozent –



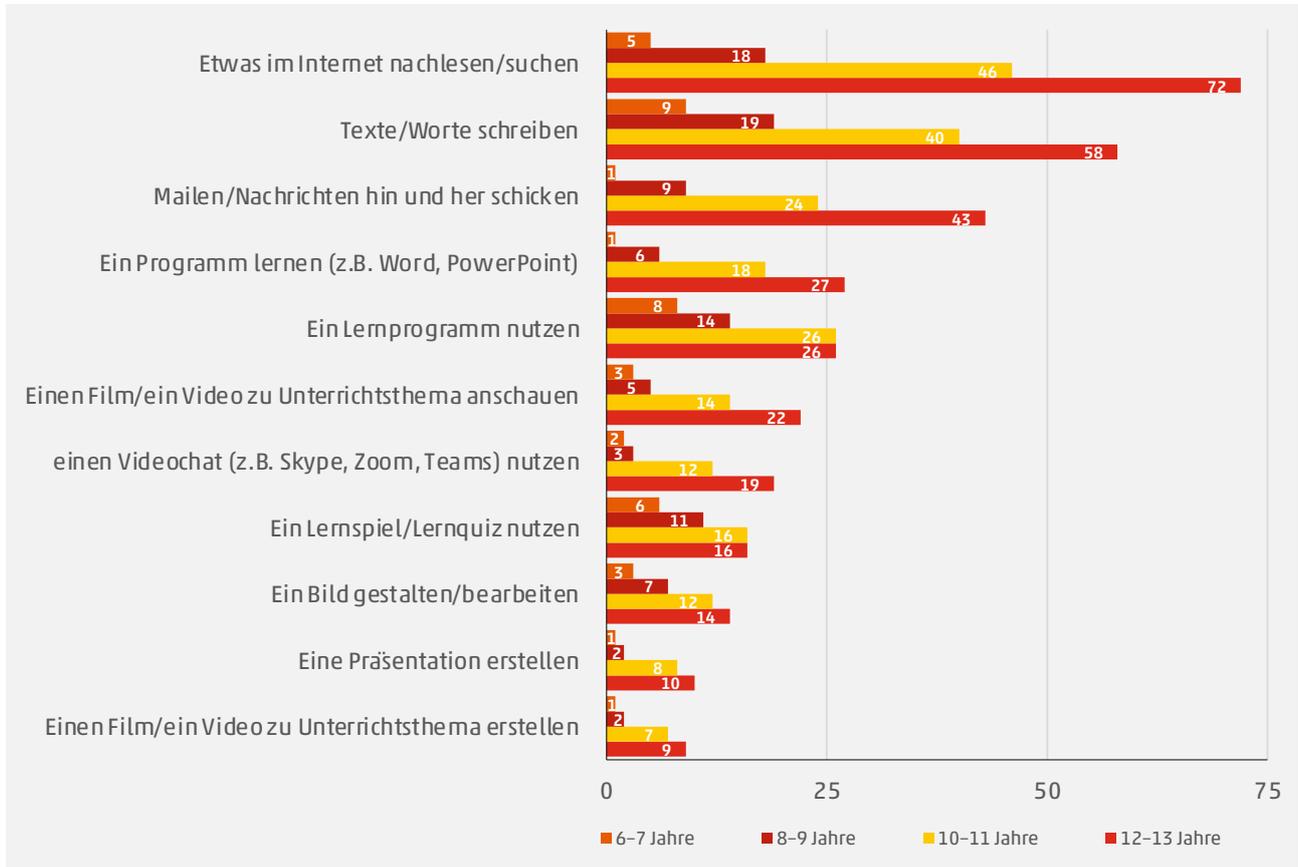
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Schulkinder, n=1.161

Betrachtet man die Nutzung nach den Altersstufen, so wird deutlich, dass bei den Schulanfänger*innen (6–7 Jahre) vor allem Lernprogramme und das Schreiben von Wörtern/Texten eine Rolle spielen, weiter haben bei den Jüngsten noch Lernspiele/-quizze und die Internetrecherche mehr Relevanz. Eine merklich höhere Nutzung digitaler Lernaspekte zeigt sich bei den älteren Schüler*innen, die meist bereits eine weiterführende Schule besuchen. Hier kommuniziert bspw. jede/-r Vierte im Alter von zehn bis elf Jahren (24 %) und fast jede/-r zweite Zwölf- bis 13-Jährige (43 %) zumindest einmal pro Woche zu schulischen Themen per E-Mail oder Chat. Etwa jede/-r Vierte (26 %) über zehn Jahren nutzt zuhause Lernprogramme.



Tätigkeiten für die Schule 2020

– in Prozent, nach Alter –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Schulkinder, n=1.161

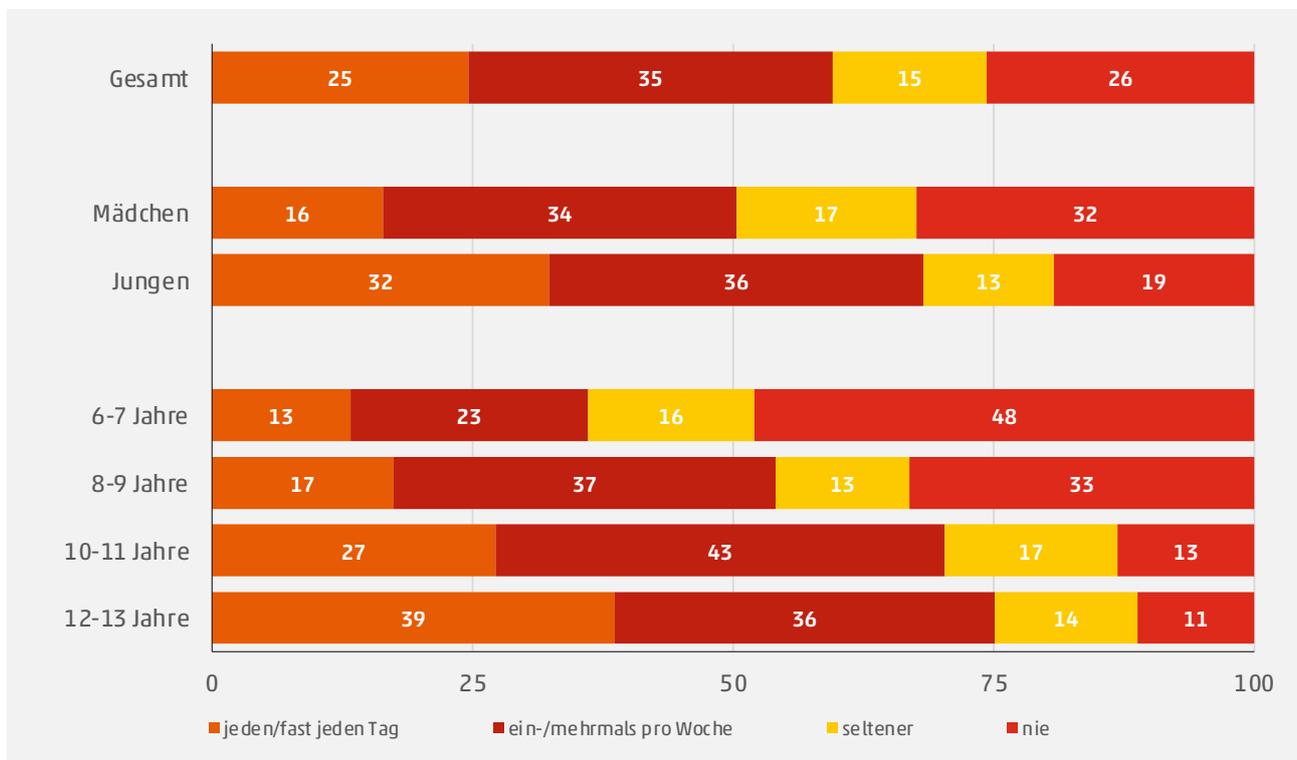


15. Digitale Spiele

60 Prozent der Kinder spielen regelmäßig digitale Spiele

Digitale Spiele haben bei einem Großteil der Kinder einen hohen Stellenwert im Alltag. So spielen, über alle Spielmöglichkeiten an Computer-/Konsolen-/Tablet- und Smartphones betrachtet, 60 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen regelmäßig digitale Spiele. 15 Prozent der Kinder spielen zumindest selten und nur etwa ein Viertel gibt an, nie digitale Spiele zu spielen (26 %). Im Altersverlauf nimmt die Nutzung deutlich zu. So spielen 36 Prozent der Sechs- bis Siebenjährigen regelmäßig, also mindestens einmal in der Woche, während es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen 75 Prozent sind. Jungen spielen deutlich häufiger täglich als Mädchen (Jungen: 32 %, Mädchen: 16 %).

Nutzung Computer-/Konsolen-/Online-/Tablet-/Smartphonespiele 2020

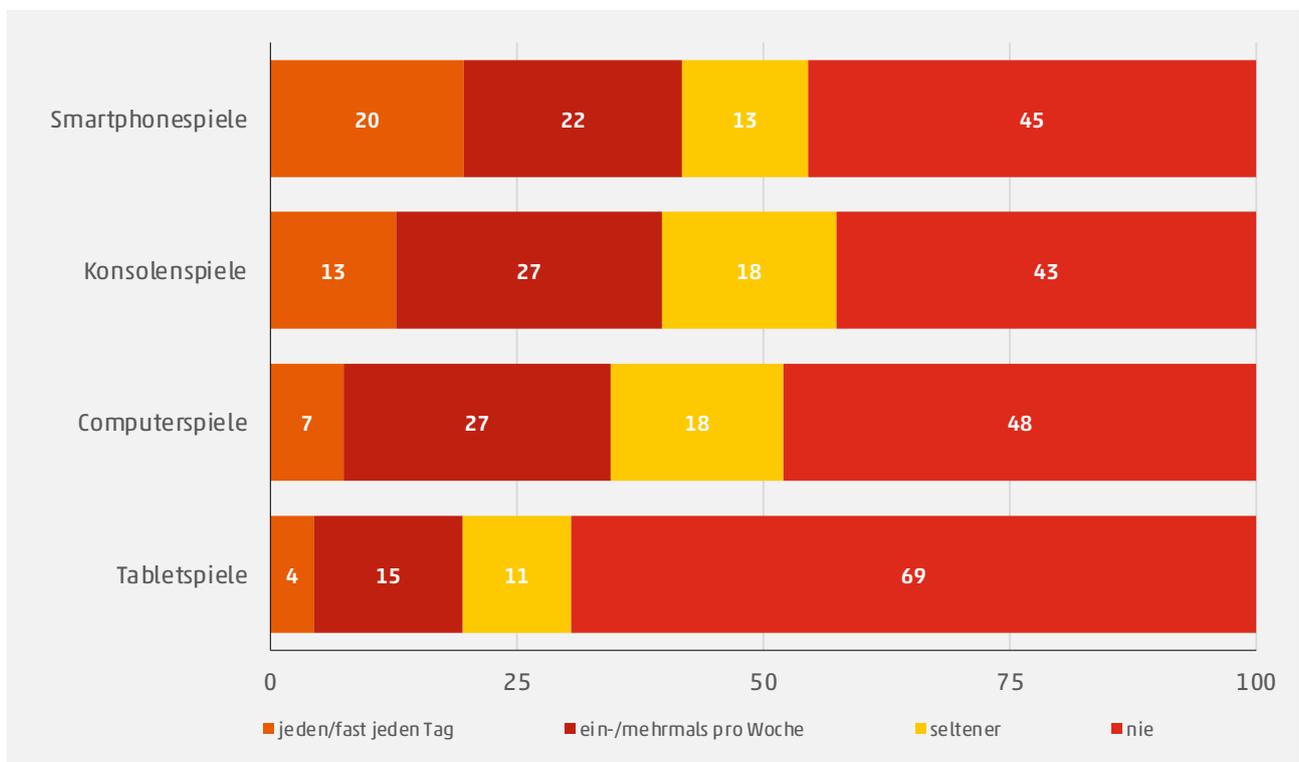


Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Kinder, n=1.216



Hinsichtlich der verschiedenen Spieleoptionen haben vor allem Smartphone- und Konsolenspiele eine hohe Relevanz. So spielen 42 Prozent der Kinder regelmäßig Spiele am Smartphone, jedes fünfte Kind sogar (fast) täglich und 22 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Konsolenspiele werden von 13 Prozent der Kinder (fast) jeden Tag und von 27 Prozent ein- oder mehrmals in der Woche genutzt und liegen in der regelmäßigen Nutzung somit bei 40 Prozent. Auch Computerspiele sind bei vielen Kindern beliebt. Gut ein Drittel der Kinder (34 %) spielen diese regelmäßig. Deutlich weniger Relevanz haben Spiele am Tablet. Diese werden von knapp jedem fünften Kind mindestens wöchentlich gespielt (19 %), nur vier Prozent der Kinder geben an, diese täglich zu nutzen.

Digitale Spielformen im Vergleich: Nutzungsfrequenz 2020



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216

Zwischen den Geschlechtern ist insbesondere bei der täglichen Nutzung von Konsolenspielen eine deutlich höhere Affinität bei Jungen festzustellen (Jungen: 26 %, Mädchen: 7 %). Mit zunehmendem Alter der Kinder steigt vor allem die tägliche Nutzung von Spielen auf dem Handy/ Smartphone (6–7 Jahre: 11 %, 8–9 Jahre: 19 %, 10–11 Jahre: 29 %, 12–13 Jahre: 39 %).

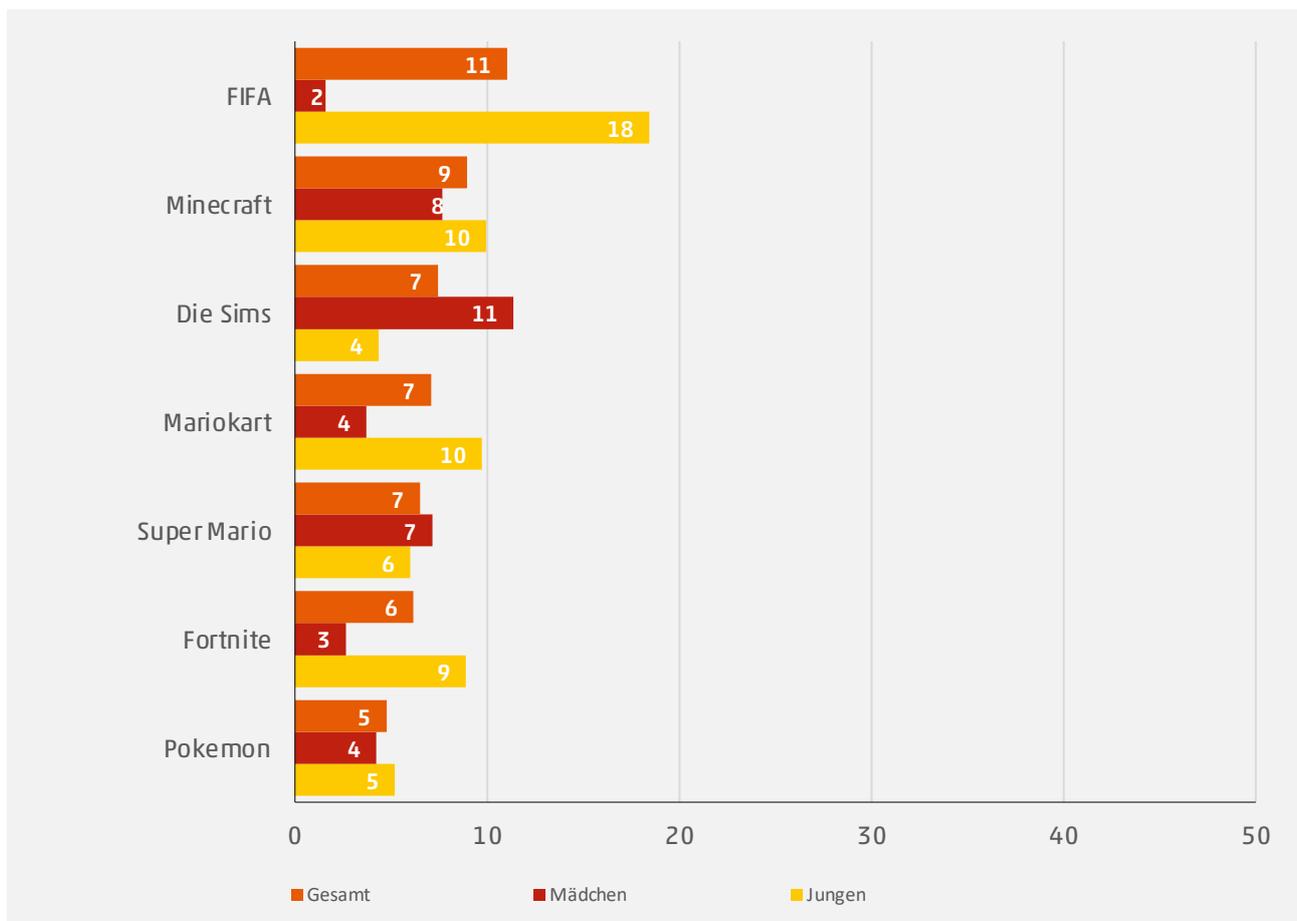


„FIFA“ liebstes digitales Spiel, gefolgt von „Minecraft“

Im Rahmen der KIM-Studie werden die Kinder gebeten, ihre Lieblingsspiele zu nennen (bis zu drei Nennungen ohne Antwortvorgaben waren möglich). Wie in den letzten Jahren, war auch im Jahr 2020 das Fußballspiel „FIFA“ das beliebteste Spiel unter den Sechs- bis 13-Jährigen. Elf Prozent der Kinder haben dieses Spiel genannt, wobei der Anteil an Jungen im Vergleich zu den Mädchen höher liegt (Jungen: 18 %, Mädchen: 2 %). Auf Platz zwei folgt das Open-World-Spiel „Minecraft“ mit neun Prozent. Hier weisen beide Geschlechter ähnliche Werte auf (Jungen: 10 %, Mädchen: 8 %). Auf dem dritten Platz folgen mit jeweils sieben Prozent das Simulationsspiel „Die Sims“ (Mädchen: 11 %, Jungen: 4 %), das Rennspiel „Mariokart“ (Jungen: 10 %, Mädchen: 4 %) und das Jump'n'Run-Spiel „Super Mario“ (Mädchen: 7 %, Jungen: 6 %). Auf dem vierten Platz befindet sich der Koop-Survival-Shooter „Fortnite“ mit sechs Prozent, welches bei Jungen eine größere Beliebtheit aufweist, als bei Mädchen (Jungen: 9 %, Mädchen: 3 %). „Pokemon“ wird von fünf Prozent der Kinder als Lieblingsspiel genannt (Jungen: 5 %, Mädchen: 4 %).

Liebste Computer-/Konsolen-/Online-/Tablet-/Smartphonespiele 2020

– bis zu drei Nennungen –



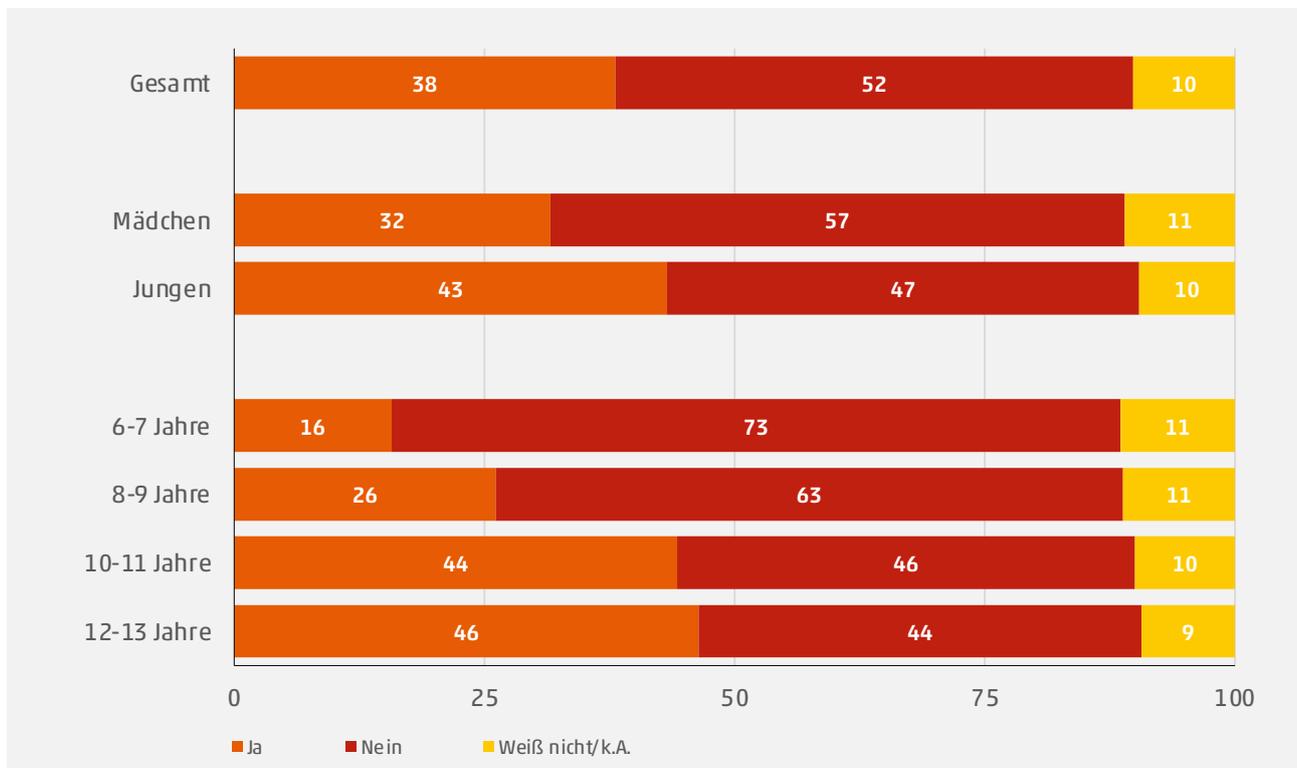
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5 Prozent, Basis: Nutzer*innen digitaler Spiele, n=861



Drei Viertel der Kinder ist die Alterskennzeichnung auf digitalen Spielen schon aufgefallen

Digitale Spiele stehen immer wieder wegen ihres jugendgefährdenden Potenzials in der pädagogischen und politischen Diskussion. Die Altersfreigabe von digitalen Spielen auf Trägermedien wird in Deutschland vor der Veröffentlichung eines Spieles, von der Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) geprüft. Im Rahmen der KIM-Studie wurden die Kinder danach gefragt, ob ihnen diese Alterskennzeichnung schon mal aufgefallen ist. Von den Kindern, die digitale Spiele nutzen, haben dies 74 Prozent bejaht, etwa ein Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen haben die Kennzeichnung noch nicht wahrgenommen (26 %). Zwischen Mädchen und Jungen bestehen hierbei kaum Unterschiede. Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die Wahrnehmung der Alterskennzeichnung zu (6–7 Jahre: 51 %, 8–9 Jahre: 74 %, 10–11 Jahre: 78 %, 12–13 Jahre: 82 %). Bei der Frage, ob sie schon einmal Spiele gespielt haben, für die sie eigentlich zu jung sind, antworten 38 Prozent der Kinder, die digitale Spiele nutzen und die Altersfreigabe kennen, mit ja. Etwas mehr als die Hälfte der Kinder geben an, dies nicht getan zu haben (52 %) und zehn Prozent haben keine eindeutige Antwort darauf gegeben. Jungen spielen nach eigenen Angaben häufiger Spiele, die noch nicht für ihr Alter freigegeben sind (Jungen: 43 %, Mädchen: 32 %). Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt der Anteil an Spieler*innen, die sich schon mal über die Altersfreigabe hinweggesetzt haben, deutlich zu (6–7 Jahre: 16 %, 8–9 Jahre: 26 %, 10–11 Jahre: 44 %, 12–13 Jahre: 46 %).

Spielst du auch mal Spiele, für die du zu jung bist (Alterskennzeichnung)?



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen digitaler Spiele, n=638



Darüber hinaus wurden die Kinder danach gefragt, ob sie schon mal Spiele gespielt haben, die ihnen Angst gemacht haben. Hier haben lediglich drei Prozent der Kinder angegeben, dass ihnen dies schon mal passiert sei. 97 Prozent sind damit nicht konfrontiert worden. Zwischen den Geschlechtern und Altersgruppen sind hier keine größeren Unterschiede festzustellen.

Neben den Kindern wurden auch Eltern im Rahmen der KIM-Studie zur Alterskennzeichnung von digitalen Spielen befragt. Gut Dreiviertel der Eltern geben an, diese schon gesehen zu haben (76 %), 19 Prozent wissen nur, dass es sie gibt und vier Prozent haben angegeben, dass sie zum ersten Mal davon hören. Von den Eltern, welche die Altersbeschränkungen bereits gesehen haben (n=923), stufen 52 Prozent diese als sehr hilfreich ein, 40 Prozent finden sie eher hilfreich. Lediglich acht Prozent halten die Kennzeichnung für eher weniger bzw. überhaupt nicht hilfreich. Insbesondere die Eltern jüngerer Kinder empfinden die Angaben zur Altersfreigabe als sehr hilfreich (6–7 Jahre: 63 %, 8–9 Jahre: 61 %, 10–11 Jahre: 48 %, 12–13 Jahre: 39 %).

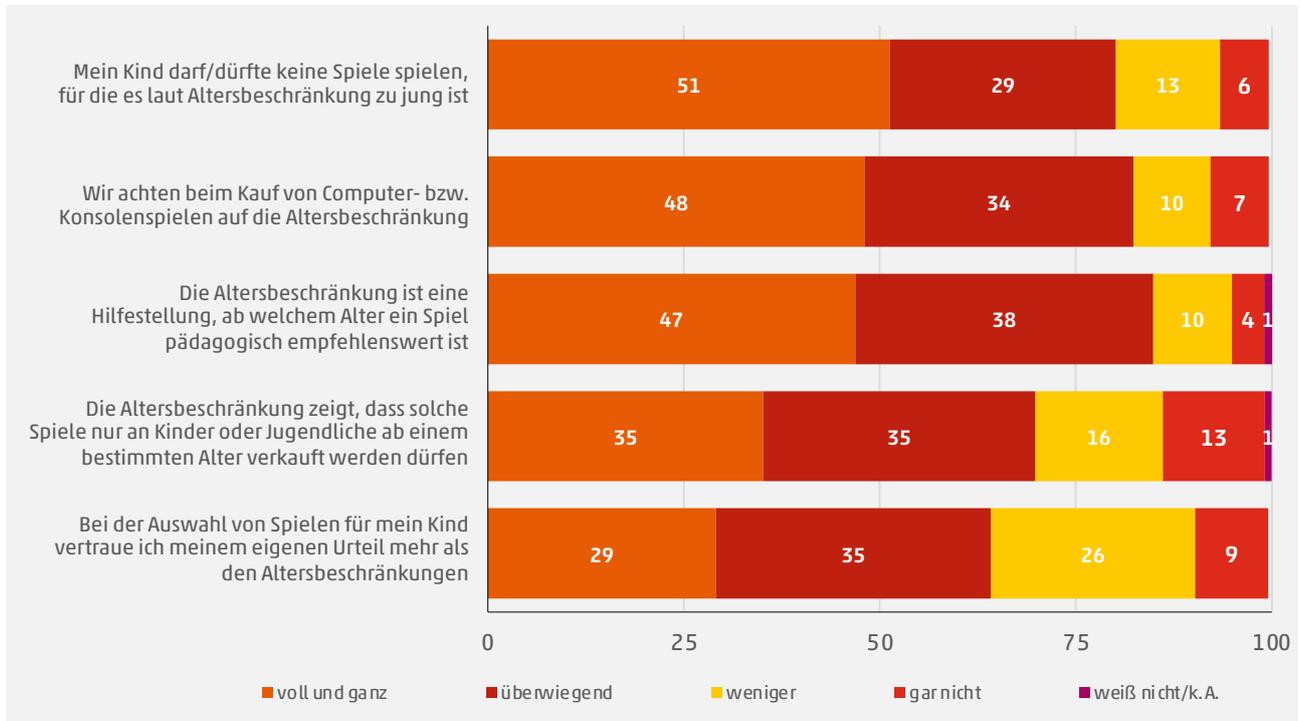
47 Prozent der Eltern halten USK-Kennzeichnung fälschlicherweise für pädagogische Empfehlung

Darüber hinaus wurden den Eltern einige Aussagen zu Altersangaben bei digitalen Spielen vorgelegt, zu welchen sie den Grad ihrer persönlichen Zustimmung angeben konnten. Gut die Hälfte der Eltern geben an, dass ihr Kind keine Spiele spielen darf, für die es laut Altersbeschränkung noch zu jung ist (51 %). 48 Prozent achten beim Kauf von digitalen Spielen auf die Altersbeschränkung. 47 Prozent der Eltern betrachten die Altersbeschränkung fälschlicherweise als pädagogische Empfehlung. Etwa ein Drittel wissen, dass die Altersbeschränkung zeigt, dass die Spiele nur an Kinder und Jugendliche ab einem bestimmten Alter verkauft werden dürfen (35 %). 29 Prozent vertrauen ihrem eigenen Urteil mehr als der Altersbeschränkung.



Aussagen zu Altersangaben bei digitalen Spielen 2020

– trifft zu (Angaben der Haupterzieher*innen) –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216

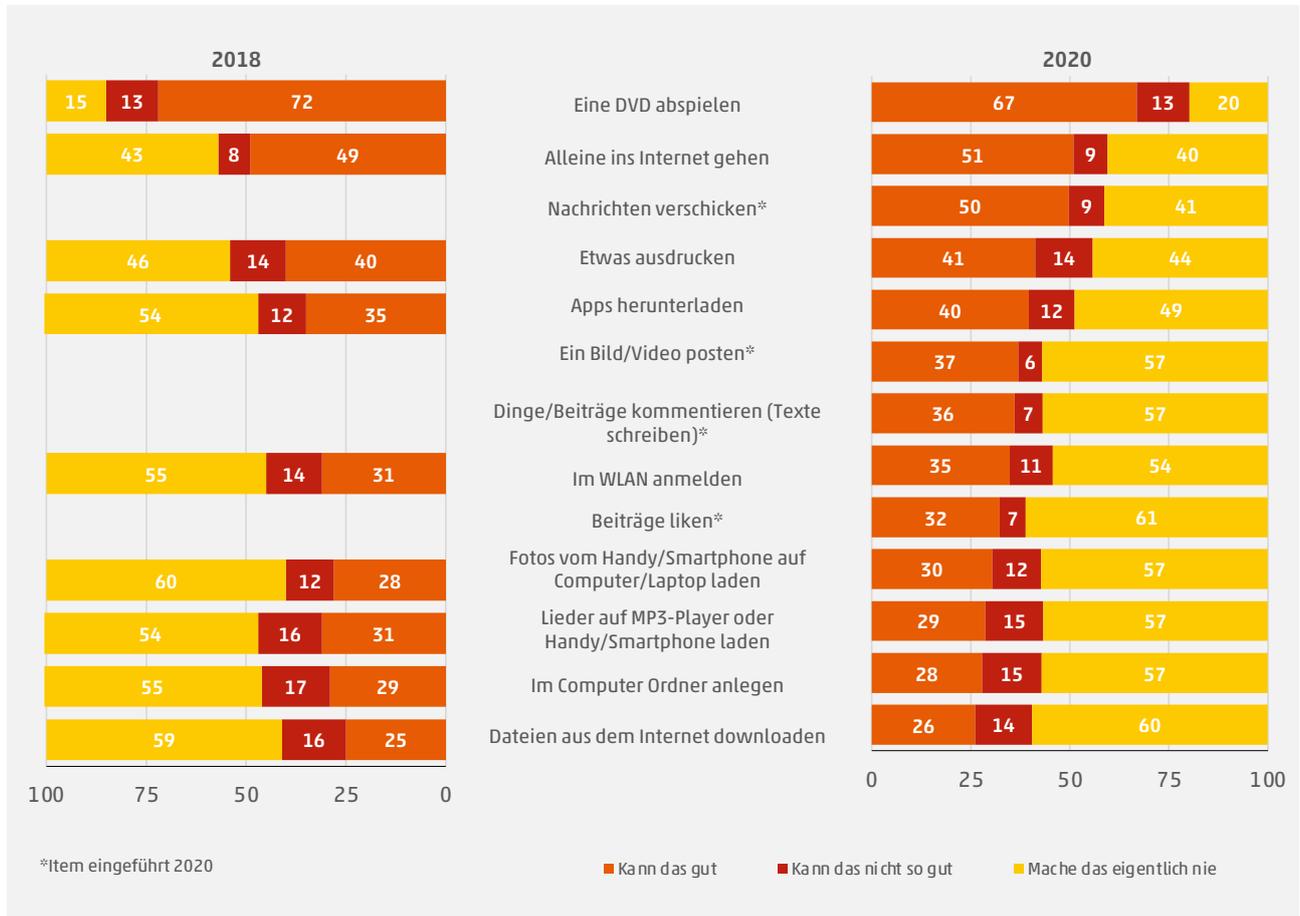


16. Technische Medienkompetenz

Die Frage nach der technischen Medienkompetenz von Kindern stellt sich nicht erst seit dem vermehrten Einsatz von Homeschooling, spielt aber vor allem im Jahr 2020 im Zusammenhang mit dem digitalen Lernen eine besondere Rolle. Im Rahmen der KIM-Studie werden Kinder gebeten, anhand einer Liste von Tätigkeiten anzugeben, ob sie dies gut oder nicht so gut können oder ob sie die jeweilige Tätigkeit eigentlich nie ausführen. Etwa zwei Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen geben an, eine DVD abspielen zu können (67 %). Im Vergleich zum Jahr 2018 stellt dies einen Rückgang von fünf Prozentpunkten dar. Dafür ist ein Anstieg um fünf Prozentpunkte von Kindern zu beobachten, die angeben, eigentlich nie DVDs abzuspielen. Dies könnte mit der steigenden Verbreitung von Streaming-Diensten zusammenhängen, die DVDs zunehmend ablösen. Gut die Hälfte der Kinder kann alleine ins Internet gehen (51 %) und zwei von fünf Kindern können selbstständig etwas ausdrucken (41 %). In beiden Fällen sind keine großen Veränderungen zu 2018 festzustellen. 40 Prozent der Kinder geben an, problemlos alleine Apps herunterladen zu können. Dies stellt einen leichten Anstieg im Vergleich zu 2018 dar (+5 PP). Gut ein Drittel der Kinder kann sich selbstständig im WLAN anmelden (35 %, 2018: 31 %) und 30 Prozent sind in der Lage Fotos vom Mobiltelefon auf einen Computer oder Laptop zu laden (2018: 28 %). Fast genauso viele können alleine Lieder auf einen MP3-Player oder auf das Handy/Smartphone laden (29 %, 2018: 31 %) oder einen Ordner auf dem Computer anlegen (28 %, 2018: 29 %). Etwa ein Viertel der Sechs- bis 13-Jährigen gibt an, Dateien aus dem Internet downloaden zu können (26 %, 2018: 25 %). In der aktuellen KIM-Studie wurden darüber hinaus noch weitere Kompetenzen abgefragt. So zeigen die Ergebnisse, dass die Hälfte der Kinder eigenständig Nachrichten verschicken, 37 Prozent Bilder oder Videos posten können und 36 Prozent in der Lage sind Beiträge zu kommentieren. Knapp ein Drittel kann Beiträge/Bilder/Videos/Kommentare liken (32 %). Insgesamt sind die meisten Tätigkeiten allerdings für die Kinder nicht alltagsrelevant, da sie nicht ausgeübt werden.



Technische Kompetenzen der Kinder 2018 vs.2020



Quelle: KIM 2018, n=1.231, KIM 2020, n=1.216, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder

Zwischen Mädchen und Jungen bestehen in den meisten Bereichen kaum Unterschiede in der technischen Medienkompetenz. Etwas mehr Jungen geben an, alleine Apps herunterladen zu können (Jungen: 43 %, Mädchen: 36 %), DVDs abzuspielen (Jungen: 70 %, Mädchen: 63 %), Dateien aus dem Internet herunterzuladen (Jungen: 29 %, Mädchen: 23 %) und alleine online zu gehen (Jungen: 54 %, Mädchen: 48 %).

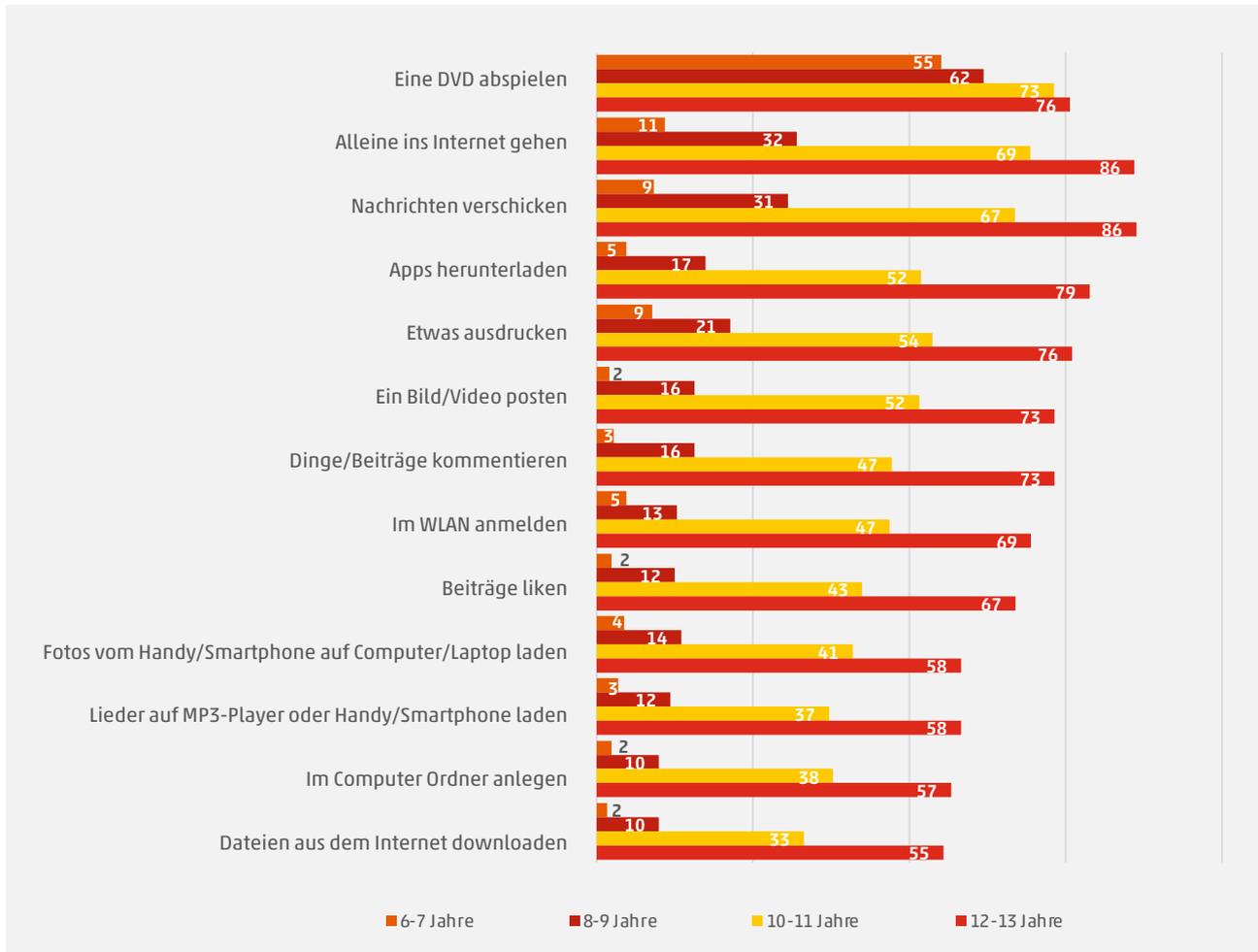
Ab einem Alter von zehn Jahren nimmt in vielen Bereichen die technische Kompetenz der Kinder deutlich zu

Im Altersverlauf nehmen die technischen Kompetenzen der Kinder deutlich zu. Bei einem Großteil der Bereiche ist erst ab einem Alter von zehn Jahren ein deutlicher Anstieg des Anteils an Kindern zu sehen, die angeben, die jeweilige Tätigkeit alleine gut auszuüben. Lediglich das Abspielen von DVDs wird auch von über der Hälfte der Unter-Zehnjährigen gut beherrscht.



Technische Kompetenzen der Kinder 2020

– „Ich kann das gut“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Kinder, n=1.216



17. Probleme und Gefahren im Internet

Fünf Prozent der Internetnutzer*innen sind online schon mal auf Inhalte gestoßen, die ihnen unangenehm waren, drei Prozent auf ängstigende Inhalte

Seit vielen Jahren beschäftigt sich die KIM-Studie auch mit den Schattenseiten der Internetnutzung und untersucht Probleme und Gefahren auf mehreren Ebenen. Fragt man die jungen Internetnutzer*innen (71 %), ob sie beim Surfen im Internet schon einmal auf Inhalte gestoßen sind, die für Kinder nicht geeignet waren, dann bejahen dies sieben Prozent der Befragten. Fünf Prozent berichten über Inhalte, die ihnen unangenehm waren, drei Prozent der Kinder reagieren ängstlich angesichts ihrer Erfahrungen.

Mit zunehmendem Alter nimmt die Wahrscheinlichkeit, dass Kinder vom Kontakt mit Problemen und Gefahren im Internet berichten, deutlich zu. So ist die Häufigkeit, mit der Zwölf- bis 13-Jährige von Erfahrungen mit ungeeigneten Inhalten erzählen, vier Mal höher als dies bei den Sechs- bis Siebenjährigen der Fall ist. Ursächlich dürfte hier die mit zunehmendem Alter ebenfalls stark ansteigende Nutzungsfrequenz beim Surfen im Internet sein.

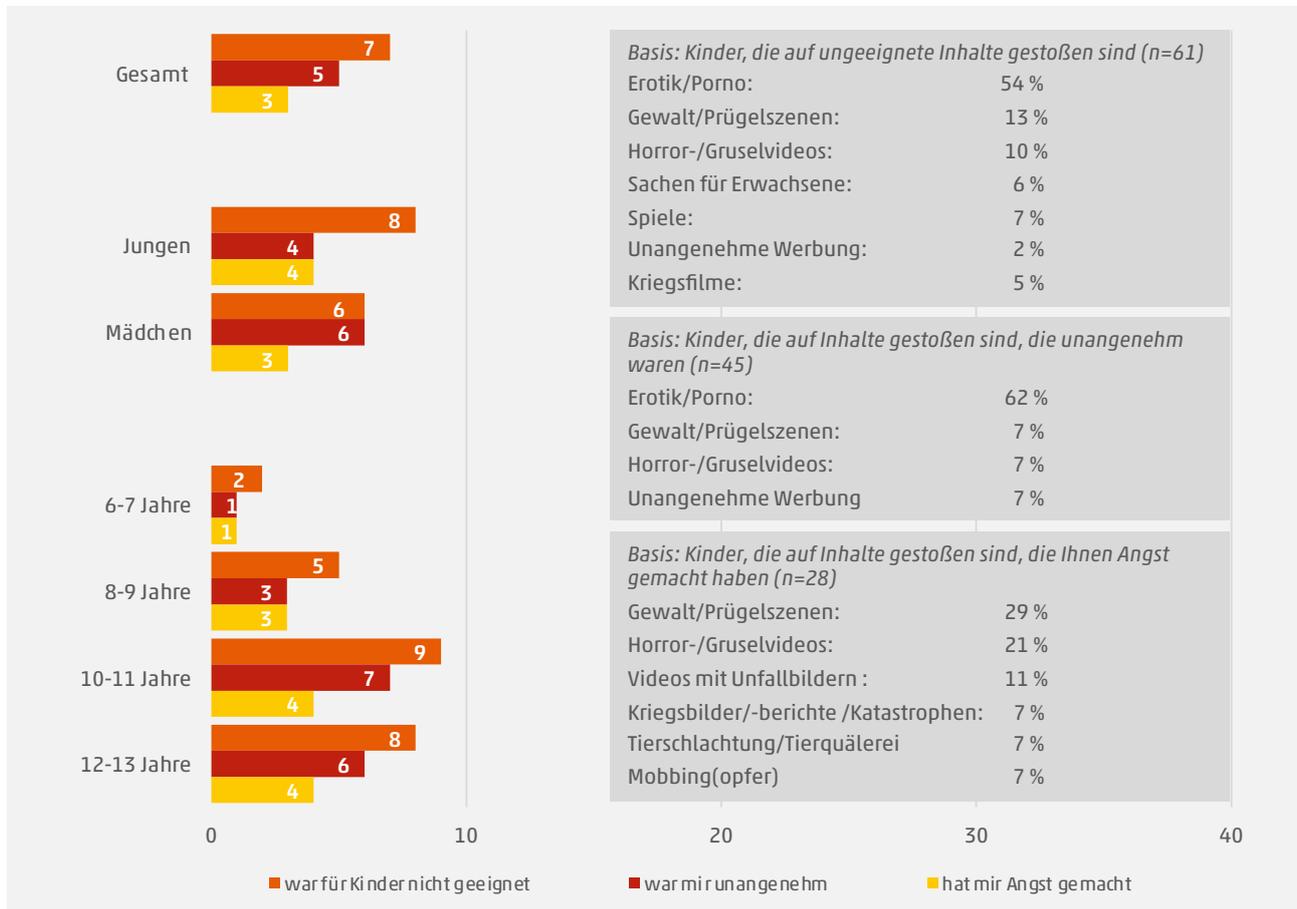
Jungen sind etwas stärker von Problemen mit ungeeigneten Inhalten betroffen, während Mädchen häufiger von unangenehmen Erfahrungen im Internet berichten. Vergleicht man die aktuellen Daten mit denen der Vorgängerstudie, so zeigen sich keine gravierenden Veränderungen. Tendenziell haben sich problematische Erfahrungen der Kinder im Internet sogar leicht rückläufig entwickelt.

Als unangenehm werden vor allem sexualisierte Inhalte angesehen. Auch bei den als für Kinder ungeeigneten Inhalten rangieren erotische und pornografische Darstellungen mit deutlichem Abstand auf Platz eins (54 %). Mit größerem Abstand stoßen Gewalt- und Prügelszenen (13 %) sowie Horror- und Gruselvideos (10 %) als unangenehm auf. Gewalt- und Prügelszenen spielen wiederum bei den angsteinflößenden Inhalten die Hauptrolle (29 %).



Probleme im Internet 2020

– „Bist du schon mal auf Sachen gestoßen, die dir unangenehm waren, die für Kinder ungeeignet waren oder die dir Angst gemacht haben?“ –



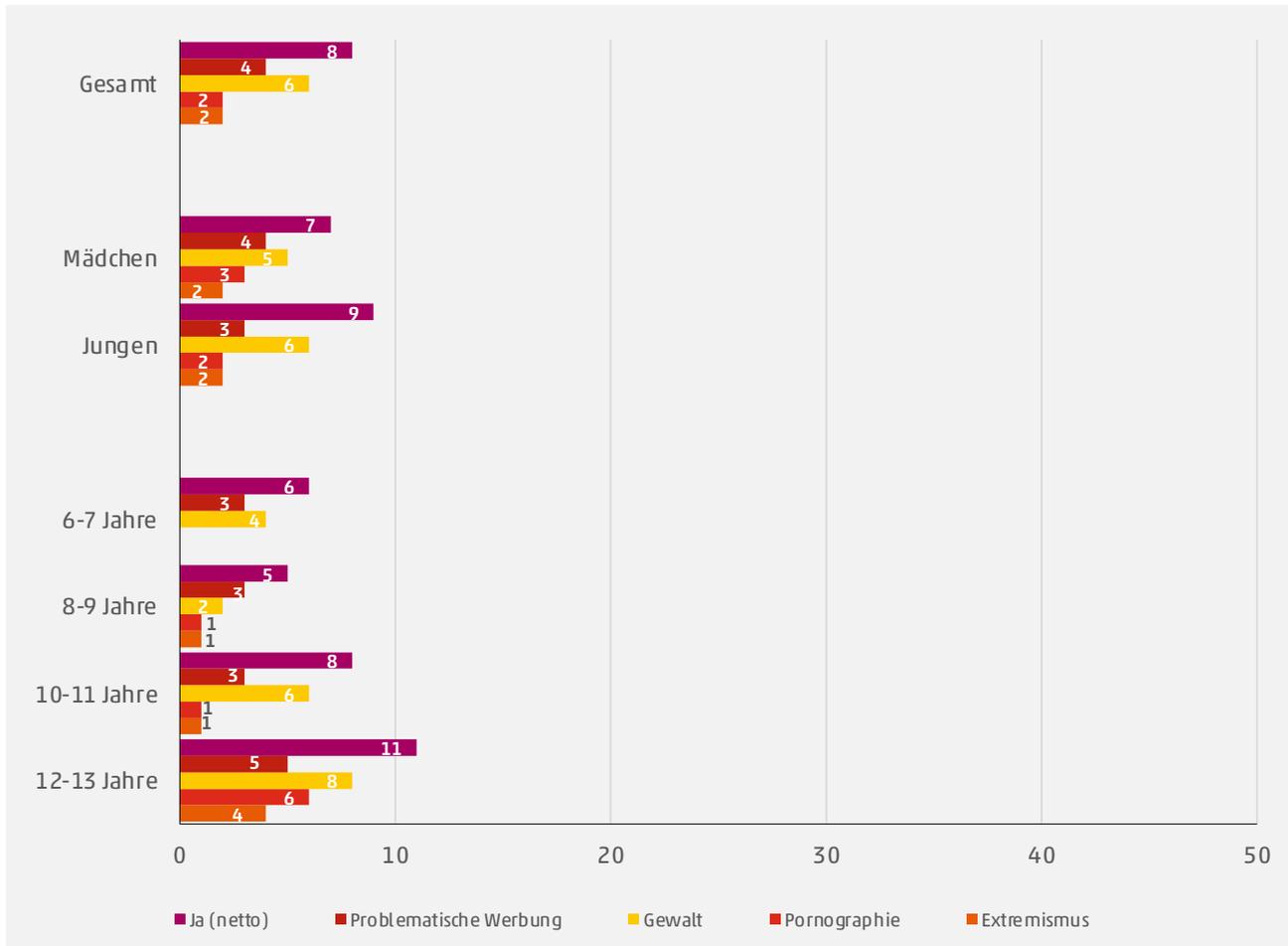
Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internetnutzer*innen, n=863

Einschätzung der Hauptzieher*innen deckt sich mit Befragungsergebnissen der Kinder

Im Rahmen der KIM-Studie werden neben den Kindern selbst auch die Hauptzieher*innen nach problematischen Erfahrungen ihrer Kinder gefragt. Die Einschätzungen der Eltern korrespondieren hierbei stark mit den Befragungsergebnissen der Kinder.

Acht Prozent der Eltern geben an, dass Ihre Kinder schon einmal mit problematischen Inhalten in Berührung gekommen sind. Über die unterschiedlichen Altersgruppen hinweg nehmen hierbei Gewaltdarstellungen den vordersten Platz ein (5 %). Problematische Werbung oder Pornografie folgen auf den nachfolgenden Plätzen. Gefahren durch Extremismus spielen in der Gruppe der Sechs- bis 13-Jährigen dem Gegenüber nur eine untergeordnete Rolle (2 %). Im direkten Vergleich zur letzten Erhebung zeigt sich in praktisch allen Problembereichen eine leicht rückläufige Tendenz (2018: 11 %, 2020: 8 %).

Kind ist schon einmal auf gewalthaltige/pornografische/extremistische Seiten gestoßen – „Angaben der Hauptzieher*innen“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Hauptzieher*innen von Internet-/Online-Plattformen-/Apps-Nutzer*innen, n=905

Vier Prozent der Internetnutzer*innen haben online schon unangenehme Bekanntschaften gemacht

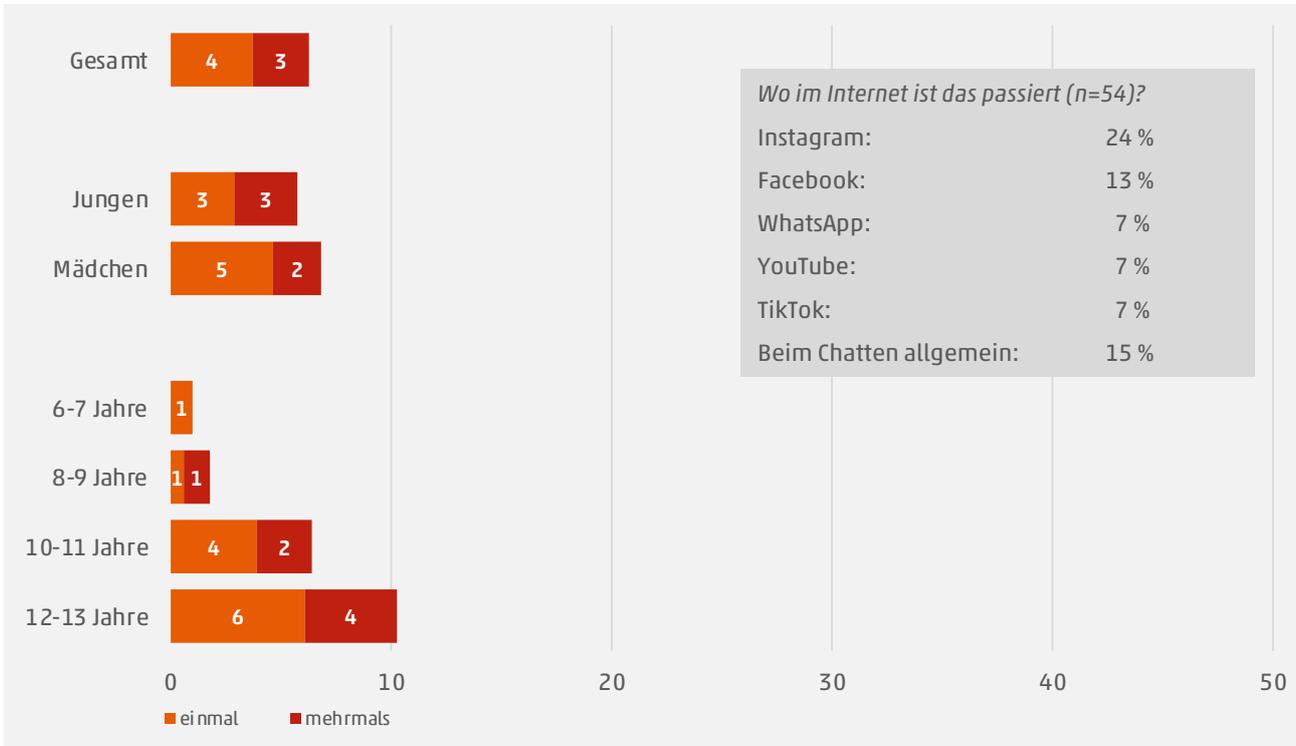
Unangenehme Bekanntschaften im Internet haben bereits sieben Prozent der Internetnutzer*innen gemacht, drei Prozent geben sogar an, mehrfach auf unangenehme Menschen im Internet gestoßen zu sein. Geschlechtsspezifische Differenzen bestehen hierbei kaum, allerdings nehmen entsprechende Erfahrungen mit steigendem Lebensalter der Kinder zu. Auch hier dürfte sich diese Entwicklung analog zur steigenden Häufigkeit der Internetnutzung vollziehen.

Als häufigste Anwendung mit solchen Begegnungen wird Instagram genannt (24 %), Facebook steht auf dem zweiten Platz (13 %). WhatsApp, YouTube und TikTok folgen mit jeweils sieben Prozent. Bedeutsam sind solche Kontakte auch ohne Bezug zu einzelnen Plattformen. 15 Prozent der Kinder geben an, generell beim Chatten mit unangenehmen Personen konfrontiert worden zu sein.



Unangenehme Bekanntschaften im Internet 2020

– „Ja, ich habe schon einmal/mehrmals unangenehme Leute im Internet getroffen“ –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: Internet-Nutzer*innen, n=863



18. Medien in der Familie

18.1 Interessen und Einstellungen der Haupterzieher*innen

Der Stellenwert der Medienerziehung und des generellen Umgangs der Kinder mit Medien im Vergleich zu anderen Themengebieten wurde im Rahmen der KIM-Studie anhand der Befragung des haupterziehenden Elternteils – zu 82 Prozent Frauen – untersucht. Anhand einer sechsstufigen Skala (Skalenpunkt 1 = „interessiert mich sehr“, Skalenpunkt 6 = „interessiert mich gar nicht“) wurden diese gebeten, insgesamt 25 verschiedene Themenfelder nach ihrer persönlichen Relevanz zu bewerten. Demnach besteht am Thema „Schule“ das größte Interesse (Skalenpunkte 1+2: 71 %), gefolgt von „Gesundheit/Medizin“ (67 %), „Ernährung/Kochen/Backen“ (63 %), „allgemeine Erziehungsfragen“ und „Liebe/Partnerschaft“ (jeweils 59 %) sowie „Ausbildung/Beruf“ (56 %). Ebenfalls bei 56 % liegt das Thema „Internet“. Dabei spielen weder das Alter, das Geschlecht, noch der Bildungshintergrund eine Rolle. Im Themenranking folgen „Reisen“ (55 %), „Handy/Smartphones“ (50 %) und „Social Media“ (48 %), bei welchem das Alter, Geschlecht und der Bildungshintergrund ebenfalls keinen Einfluss auf den Stellenwert haben. Dicht dahinter kommen die Themen „Umwelt/Umweltschutz“ und „Mode/Kleidung“ mit jeweils 47 Prozent.

Thema „Medienerziehung/Umgang von Kindern mit Medien“ rangiert bei Interesse der Haupterzieher*innen im Mittelfeld

Das Thema „Medienerziehung/Umgang von Kindern mit Medien“ rangiert mit 45 Prozent auf dem zehnten Platz. Dabei spielt das Geschlecht des Kindes keine Rolle, Eltern von jüngeren Kindern zeigen aber ein höheres Interesse (6–7 Jahre: 47 %, 12–13 Jahre: 38 %). Auch der Bildungshintergrund der Eltern hat hier einen Einfluss. Befragte mit Abitur/Studium interessieren sich zu 51 Prozent, solche mit mittlerem und niedrigem Bildungsabschluss mit 44 bzw. 40 Prozent weniger stark für das Thema. „Bücher/Lesen“ liegt bei 40 Prozent, nah beieinander liegen Musik (36 %), „regionale Politik“ (35 %), „Sport“ (34 %), „überregionale Politik“ (30 %) und „Wirtschaft“ (29 %). Für etwa jede/-n Fünften sind jeweils die Themen „Musik/Bands/Stars“ (21 %), „Film- und Fernsehstars“ (21 %), „Technik“ (19 %), „Kunst/Kultur“ (18 %) und „Kino/Filme“ (18 %) relevant. Computerspiele sind nur für elf Prozent von großem Interesse und schließen das Ranking ab.

Im Vergleich zu 2018 sind insgesamt wenig Veränderungen zu sehen. Das Interesse an den Themenfeldern „Umwelt/Umweltschutz“, „Social Media“ und „Gesundheit/Medizin“ ist jeweils um sechs Prozentpunkte angestiegen, regionale Politik um fünf Prozentpunkte.



Bücher, PC/Laptop/Tablet und Internet werden als wichtig für den Schulerfolg bewertet

Die Einstellung der Haupterzieher*innen zur Bedeutung verschiedener Medien für Kinder zeigt in den letzten Jahren insgesamt eine hohe Stabilität. Bücher werden als wichtig für den Schulerfolg und für das Lernen im Allgemeinen gesehen. Auch die Förderung der Fantasie wird mit Büchern in Zusammenhang gebracht. Computer, Laptops und Tablets werden ebenfalls als bedeutsam für den Schulerfolg und das Lernen angesehen, sind aber gleichzeitig auch negativ konnotiert, da sie Kinder „zu Stubenhockern“ machen. Das Internet und Bewegtbild (TV/Video/DVD) werden ambivalent und in einigen Bereichen ähnlich bewertet. Dem Internet werden aber neben der Bedeutung für den Schulerfolg und Lernen, auch mit der Gefahr der Konfrontation mit ungeeigneten Inhalten und Gewaltbereitschaft assoziiert. Handy/Smartphones gelten als wichtig, um im Freundeskreis mitreden zu können (+6 PP im Vergleich zu 2018), werden aber auch mit Streit in der Familie in Zusammenhang gebracht (+6 PP im Vergleich zu 2018). Die Ansicht, dass Mobiltelefone Kinder zu Stubenhockern machen, ist um sieben Prozentpunkte gestiegen.

Bedeutung der Medien für Kinder 2020

–Angaben der Haupterzieher*innen –

| | Buch | PC/ Laptop/ Tablet | Internet | Kassette/ CD/MP3 | Radio | TV/Video/ DVD | Handy/ Smart- phone |
|------------------------------------------------|------|--------------------------|----------|---------------------|-------|------------------|---------------------------|
| Fördert die Fantasie von Kindern | 81 | 27 | 29 | 33 | 15 | 41 | 13 |
| Kinder lernen aus Medien | 70 | 40 | 54 | 18 | 14 | 48 | 15 |
| Hat Einfluss auf Gewaltbereitschaft | 3 | 29 | 64 | 2 | 4 | 54 | 22 |
| Vermittelt Eindruck vom wirklichen Leben | 20 | 13 | 22 | 6 | 13 | 37 | 9 |
| Ist wichtig, um bei Freunden mitzureden | 18 | 42 | 49 | 8 | 9 | 44 | 59 |
| Kinder erfahren ungeeignete Dinge | 5 | 29 | 72 | 4 | 7 | 50 | 26 |
| Ist wichtig für Schulerfolg | 69 | 48 | 47 | 7 | 8 | 17 | 12 |
| Gibt Vorstellung, was „gut“ und „schlecht“ ist | 28 | 15 | 23 | 8 | 10 | 37 | 7 |
| Macht Kinder zu „Stubenhockern“ | 10 | 55 | 58 | 7 | 4 | 59 | 34 |
| Sorgt oft für Streit in der Familie | 1 | 32 | 44 | 2 | 2 | 35 | 51 |

Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216



28 Prozent der Eltern finden, dass ihr Kind zu viel Zeit mit dem Handy/Smartphone verbringt

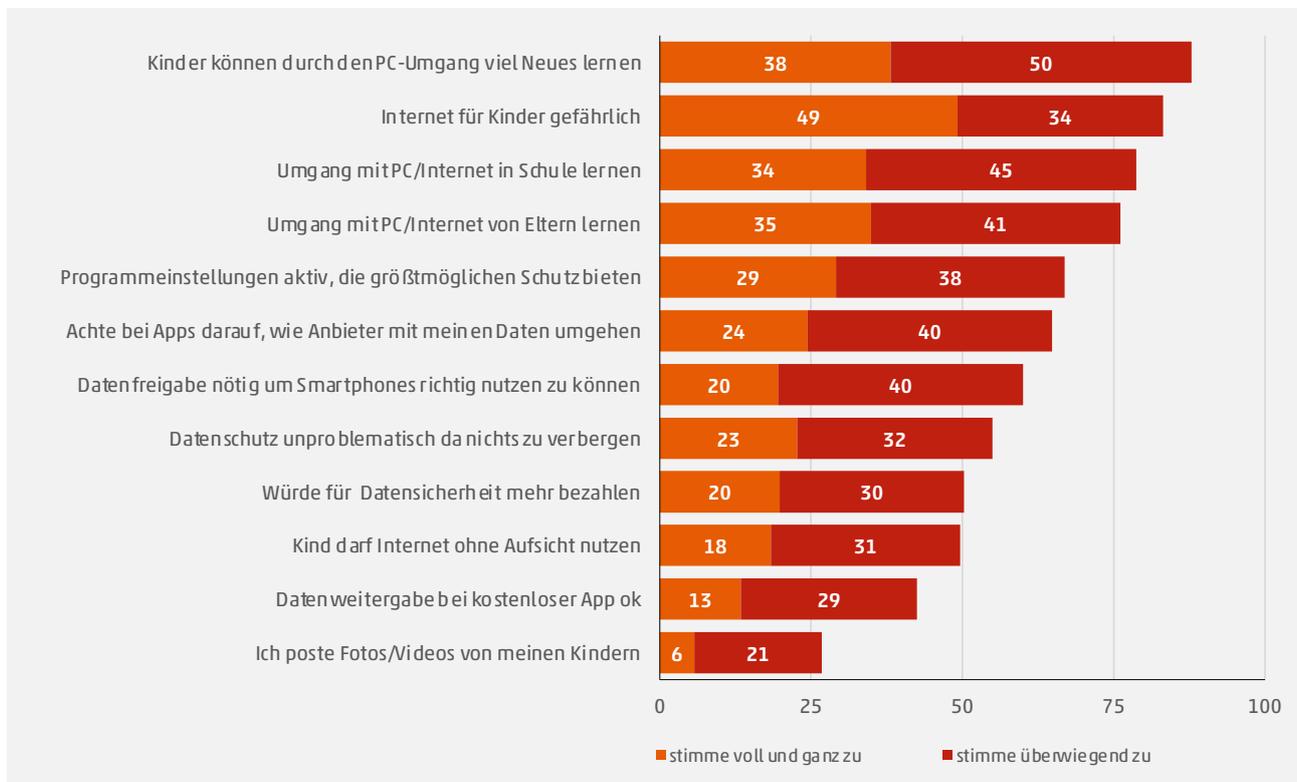
Bei der Frage nach der Einschätzung wie viel Zeit ihr Kind für unterschiedliche Medien aufwendet, wurden die Hauptzieher*innen gefragt, ob sie die Nutzungszeiten ihrer Kinder jeweils in Ordnung finden oder als zu hoch bewerten. Vor allem Handy/Smartphones werden als „Zeitfresser“ eingestuft. 28 Prozent finden, dass ihr Kind zu viel Zeit damit verbringt, ein Viertel speziell bei Spielen auf dem Mobiltelefon. Für 23 Prozent sind WhatsApp und TikTok und für jeweils 18 Prozent Snapchat und Instagram zu zeitintensiv. Etwa jede/-r Fünfte schätzt die Nutzungsdauer des Kindes für digitale Spiele und online-Videos (jeweils 21 %) als zu hoch ein, gefolgt von der allgemeinen Internetnutzung (19 %), dem Fernsehen (15 %), Spielen auf dem Tablet (14 %) und Computer/Laptops allgemein (12 %). Unproblematisch wird die Nutzungsdauer von Büchern, DVDs/BluRays und dem Radio bewertet. Hauptzieher*innen von Jungen antworteten tendenziell eher mit einer kritischen Einschätzung der Nutzungszeit von Computer-/Konsolen- und Onlinespielen.

Im Rahmen der KIM-Studie wurden die Hauptzieher*innen weiterhin gebeten, ihre Einschätzung zu verschiedenen Aussagen zu Computer und Internet abzugeben. Auch hier zeigt sich die Ambivalenz der Einstellungen. So werden Computer und Internet einerseits mit Gefahren verbunden und die Notwendigkeit einer Begleitung des Umgangs durch Eltern und Schule gesehen. Andererseits wird auch der Möglichkeit Neues zu lernen zugestimmt (88 %). Beim Thema Datenschutz geben 60 Prozent an, dass Datenfreigaben nötig sind, um das Smartphone richtig nutzen zu können, 64 Prozent sagen, sie achten bei Apps darauf, wie Anbieter mit den Daten umgehen, die Hälfte wäre bereit für Datensicherheit mehr zu bezahlen. 55 Prozent sehen den Datenschutz als unproblematisch an, da sie nichts zu verbergen hätten und 42 Prozent halten die Weitergabe von Daten bei kostenlosen Apps für in Ordnung.



Aussagen zu Computer und Internet 2020

–stimme voll und ganz/überwiegend zu, Angaben der Haupterzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216

18.2 Nutzungsdauern und -konstellationen

Klassisches Fernsehen bei Mediennutzungsdauer der Haupterziehenden auf Platz eins

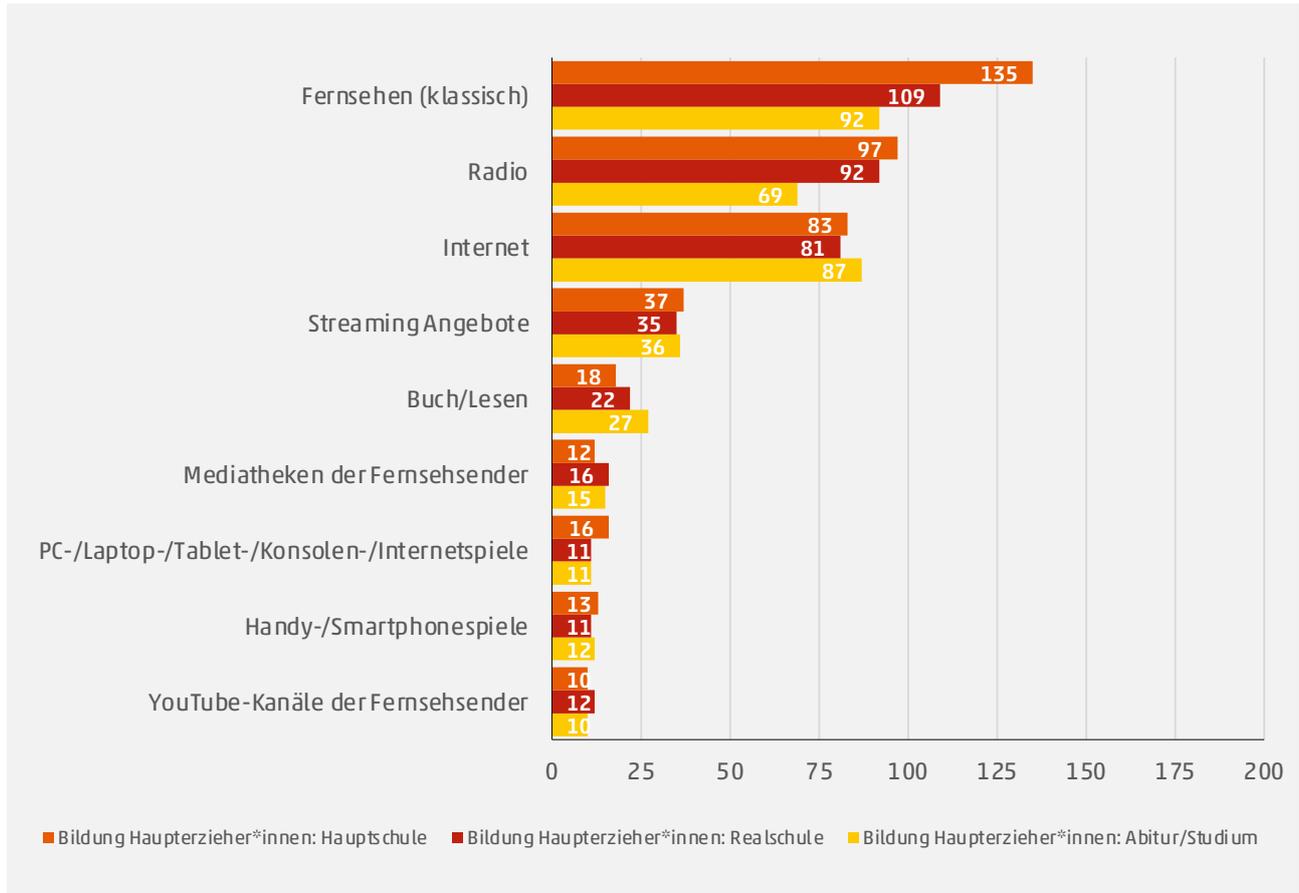
Mit Blick auf die tägliche Mediennutzung der Haupterziehenden liegt das klassische lineare Fernsehen auf dem ersten Platz. Nach eigener Schätzung wird im Durchschnitt 110 Minuten ferngesehen. In der KIM-Studie 2020 wurde zum ersten Mal das Fernsehen in drei verschiedene Kategorien (klassisch, Mediatheken der Fernsehsender und YouTube-Kanäle der Fernsehsender) aufgeteilt. Über alle drei möglichen Zugangswege gesehen, liegt die Fernsehnutzungszeit der Haupterzieher*innen bei 136 Minuten (2018: 133 Min., 2016: 140 Min.). Auf dem zweiten Platz liegt das Radiohören mit 87 Minuten (2018: 96 Min., 2016: 102 Min.), gefolgt vom Internet mit 83 Min. (2018: 82 Min., 2016: 76 Min.). Erstmals wurden auch Streaming-Angebote wie z. B. Netflix abgefragt, die von den Haupterziehenden durchschnittlich 35 Minuten genutzt werden. Dem Lesen von Büchern wird nach eigener Schätzung täglich im Schnitt 23 Minuten nachgegangen (2018 und 2016: 24 Min.). Sowohl Spiele am PC/Laptop/Tablet/Konsole, als auch Handy-/Smartphonespiele werden jeweils im Schnitt zwölf Minuten gespielt (2018 und 2016: 12 Min./11 Min.).



Je höher die formale Bildung, desto geringer fällt die Nutzung des klassischen Fernsehens der Haupterziehenden aus, das Lesen von Büchern steigt hingegen leicht an.

Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch die Haupterzieher*innen in Minuten

– Angaben der Haupterzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Minuten, Mittelwert, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216

Nach subjektiver Einschätzung der Haupterzieher*innen sahen die Kinder zum Befragungszeitpunkt am Tag durchschnittlich 68 Minuten „klassisch“ fern⁷ – das ist im Vergleich zur letzten KIM-Studie 2018 ein Rückgang um 14 Minuten. Erstmals wurde in der KIM-Studie darüber hinaus auch die Nutzungsdauer anderer Bewegtbild-Plattformen erfragt. Für Streaming-Dienste fallen hier noch einmal 24 Minuten tägliche Nutzung an, die Mediatheken der Fernsehsender liegen bei 14 Minuten und YouTube-Kanäle der Fernsehsender bei 16 Minuten.

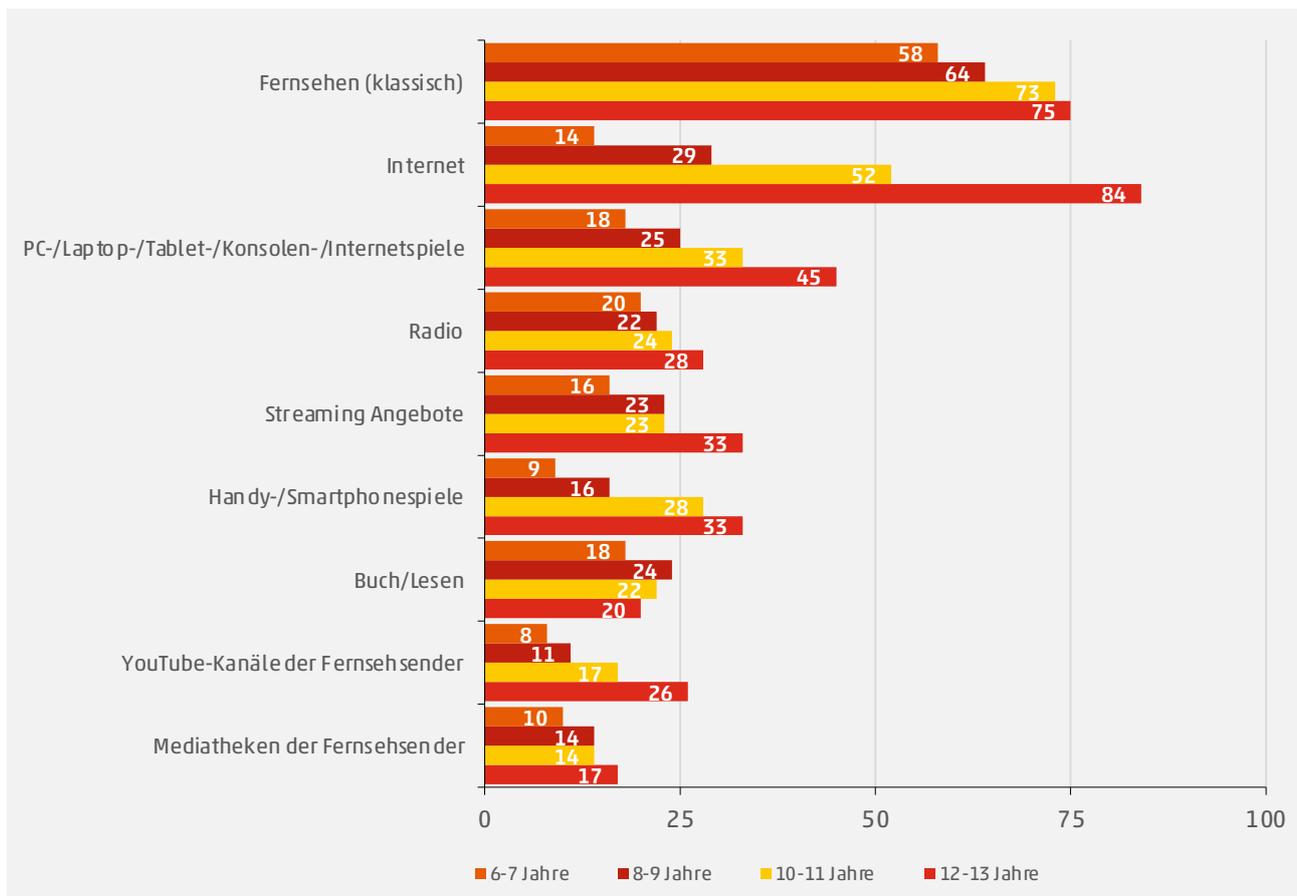
⁷ In der KIM-Studie von 2018 wurden für die Fernsehnutzung noch 82 Minuten angegeben. Dieser Wert ist mit dieser differenzierten Abfrage der unterschiedlichen Plattformen und Ausspielwege 2020 zwar nicht hundertprozentig vergleichbar, in Summe kann aber doch von einer erhöhten Bewegtbildnutzung ausgegangen werden.



Die Internetnutzung wird auf durchschnittlich 46 Minuten eingeschätzt, gefolgt von Spielen am PC/Laptop/Tablet/Konsole (31 Min.) sowie Radio und Streaming-Angeboten mit jeweils 24 Minuten. Spiele am Handy/Smartphone werden im Schnitt 22 Minuten gespielt, dicht gefolgt vom Lesen von Büchern (21 Min.). Mädchen (23 Min.) und Jungen (37 Min.) unterscheiden sich am stärksten bei Spielen am PC/Laptop/Tablet/Konsole. Im Altersverlauf werden alle Medien intensiver genutzt, insbesondere das Internet und digitale Spiele. Insgesamt sind im Vergleich zu 2018 wenig Veränderungen in der Nutzungsdauer verschiedener Medien durch die Kinder zu verzeichnen. Allerdings wurden 2018 Streaming-Dienste noch nicht separat abgefragt. In der Medienausstattung wird aber die Zunahmen von Streaming-Angeboten deutlich (+22 PP im Vergleich zu 2018). Darüber hinaus ist mit Disney+ ein für Kinder relevantes Angebot hinzugekommen.

Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch die Kinder in Minuten

– Angaben der Haupterzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Minuten, Mittelwert, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216



Fernsehnutzungszeit der Kinder sind bei Eltern mit formal höherer Bildung niedriger

Im Hinblick auf die geschätzte Mediennutzungszeit der Kinder vor dem Hintergrund der formalen Bildung der Eltern, werden Unterschiede in der Fernsehnutzungszeit deutlich. Je höher die formale Bildung ausfällt, desto geringer fällt nach eigener Einschätzung die Dauer der klassischen Fernsehnutzung aus. So haben Haupterziehende mit Abitur/Studium die klassische Fernsehnutzung ihrer Kinder durchschnittlich mit 58 Minuten eingeschätzt, während es bei den Haupterziehenden mit Volks-/Hauptschulabschluss 79 Minuten sind. Beim Lesen von Büchern ist eine umgekehrte Tendenz zu sehen (Haupterziehende mit Abitur/Studium: 25 Min., Haupterziehende mit Volks-/Hauptschulabschluss 19 Min.).

Im Langzeitvergleich ist tendenziell eine Steigerung der Internetnutzung festzustellen (2020: 46 Min, 2018: 45 Min., 2016: 39 Min.). Nahezu unverändert bleiben – trotz des Pandemiejahres 2020 – die Nutzungszeiten bei Spielen am PC/Laptop/Tablet/Konsole, am Handy/Smartphone und beim Radiohören. Hierbei ist jedoch auch zu bedenken, dass zum Befragungszeitraum (August bis Oktober 2020) wieder eine relativ normale Situation im Alltag der Kinder herrschte (hauptsächlich Präsenzunterricht, weniger Kontaktbeschränkungen, Wiederaufnahme des Freizeitportes). Mit zunehmendem Alter der Kinder steigen vor allem die Nutzungszeiten des Internets und der digitalen Spiele.

Bewegtbild (Sendungen/Serien/Filme/Videos) wird in der Familie hauptsächlich im Fernsehen geschaut. 75 Prozent der Haupterziehenden sehen (fast) täglich fern, weitere 21 Prozent ein- bis mehrmals pro Woche. Die Nutzung von Bewegtbild bei YouTube findet bei 30 Prozent mindestens einmal pro Woche statt, gefolgt von Netflix (27 %) und den Mediatheken der Fernsehsender (18 %). Wenn das Kind Bewegtbild alleine nutzen darf, dann vertrauen die Haupterzieher*innen offenbar ebenfalls dem Fernsehen am stärksten. 64 Prozent geben an, dass ihr Kind (fast) täglich, weitere 26 Prozent, dass ihr Kind ein- bis mehrmals pro Woche alleine fernsehen darf. Bewegtbild bei YouTube dürfen 37 Prozent der Kinder mindestens wöchentlich alleine anschauen, gefolgt von DVD/BluRay (23 %), Netflix (21 %), YouTube Kids (21 %), Disney+ (18 %) und den Mediatheken der Fernsehsender (15 %). Amazon Prime Video und Sky spielen hier keine große Rolle. Die gemeinsame Bewegtbildnutzung von Haupterzieher*innen und Kind beschränkt sich in der Regel dann wieder auf das Fernsehen – nur vereinzelt werden DVDs, YouTube, YouTube Kids, Netflix und Mediatheken der Fernsehsender gemeinsam genutzt. Bei der Frage, ob es Sendungen, Serien und Filme gibt, die in ihrer Familie gemeinsam gesehen werden, antworten 59 Prozent mit Ja. Hierbei spielen weder das Alter noch das Geschlecht des Kindes eine wesentliche Rolle. Inhaltlich (nur Nennungen ab vier Prozent) sind dies vor allem Kinder-/Jugendsendungen/-filme/-serien (10 %), Serien und Filme von Disney (8 %), „Die Sendung mit der Maus“ und Familienfilme/-serien und -sendungen (jeweils 7 %), Dokumentationen (6 %), Nachrichten, Shows/Unterhaltungssendungen, Sport-

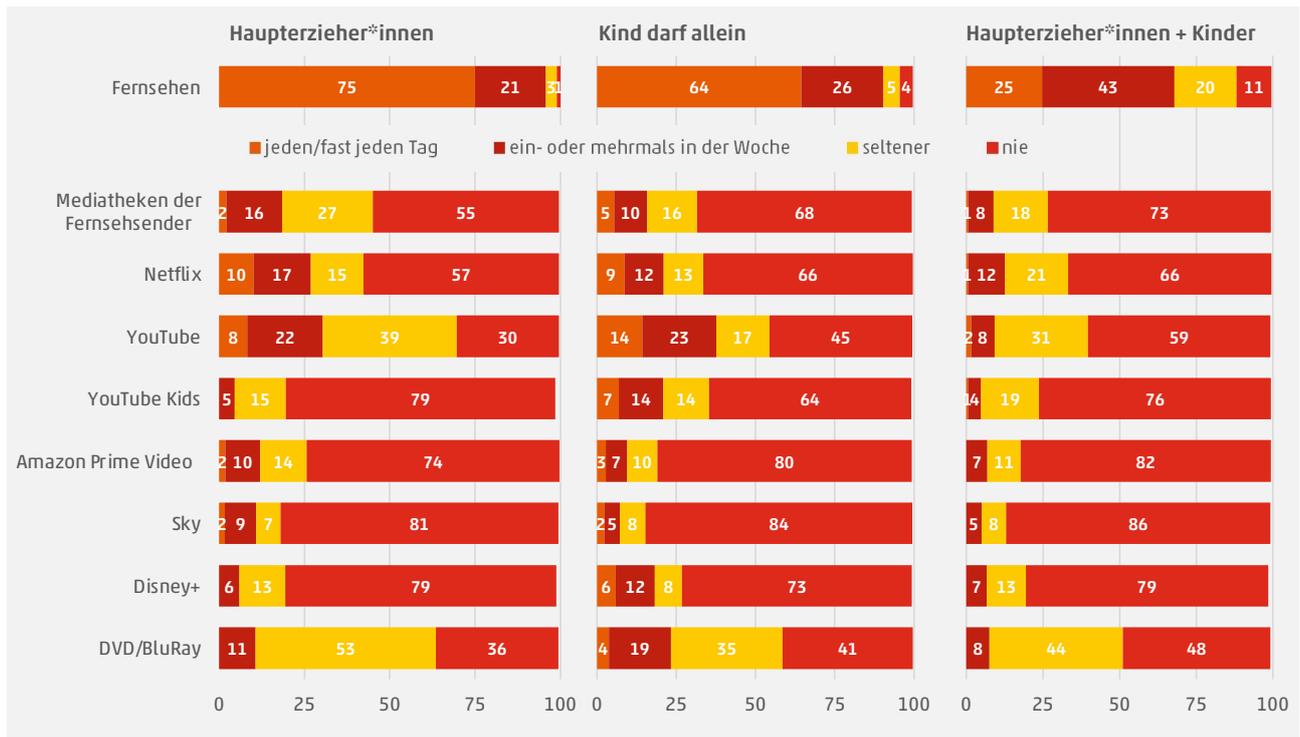
Gemeinsame Bewegtbildnutzung mit Kind beschränkt sich hauptsächlich auf Fernsehen



sendungen (jeweils 5 %) und „Löwenzahn“, Fußball, Tiersendungen/-filme, „Wer wird Millionär“, „DSDS“ und „Galileo“ (jeweils 4 %). Insofern hat das Fernsehen durchaus noch die Rolle eines Familienmediums.

Wege zum Ansehen von Sendungen/Serien/Filme/Videos 2020

– Angaben der Haupterzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen, n=1.216

18.3 Absprachen und Regeln

Im Rahmen der KIM-Studie wird danach gefragt, welche Regeln und Absprachen in den Familien bezüglich der Mediennutzung existieren und ab welchem Alter bestimmte Medien genutzt werden dürfen. Hierfür wurden die Haupterzieher*innen zunächst gefragt, ob es Absprachen mit dem Kind hinsichtlich der Nutzungsdauer verschiedener Medien gibt. Demnach geben drei Viertel der Haupterzieher*innen an, dass sie mit dem Kind Absprachen darüber haben, wie lange es fernsehen darf. Sowohl bei Videos, Filmen und Sendungen im Internet, als auch bei Computerspielen sind es jeweils 55 Prozent, die angeben Regeln zu haben, wie lange ihr Kind diese nutzen darf. Für etwa die Hälfte (51 %) gilt dies für die Internetnutzung, für 43 Prozent bei Sozialen Medien und für 46 Prozent bei Spielen auf dem Handy/Smartphone.

Drei Viertel der Eltern geben an, Regeln für Fernsehnutzungszeit ihrer Kinder zu haben



Auch im Hinblick auf die Inhalte gibt es in den Familien Absprachen. 76 Prozent der Haupterzieher*innen bestätigen, dass es Regeln gibt, welche Sendungen und Filme das Kind im Fernsehen schauen darf. 57 Prozent haben solche Absprachen darüber welche Videos, Filme und Sendungen im Internet angesehen werden, 56 Prozent, welche Computerspiele gespielt werden dürfen. Bei Angeboten/Seiten im Internet geben 54 Prozent und bei Sozialen Medien sowie Spielen auf dem Handy/Smartphone 47 Prozent an, mit ihren Kindern abzusprechen, welche von diesen verwendet werden dürfen. Bei 46 Prozent der Familien bestehen Regelungen welche Apps das Kind auf seinem Smartphone laden darf, bei 44 Prozent gibt es Vereinbarungen, ob das Kind mit dem Handy/Smartphone online gehen darf.

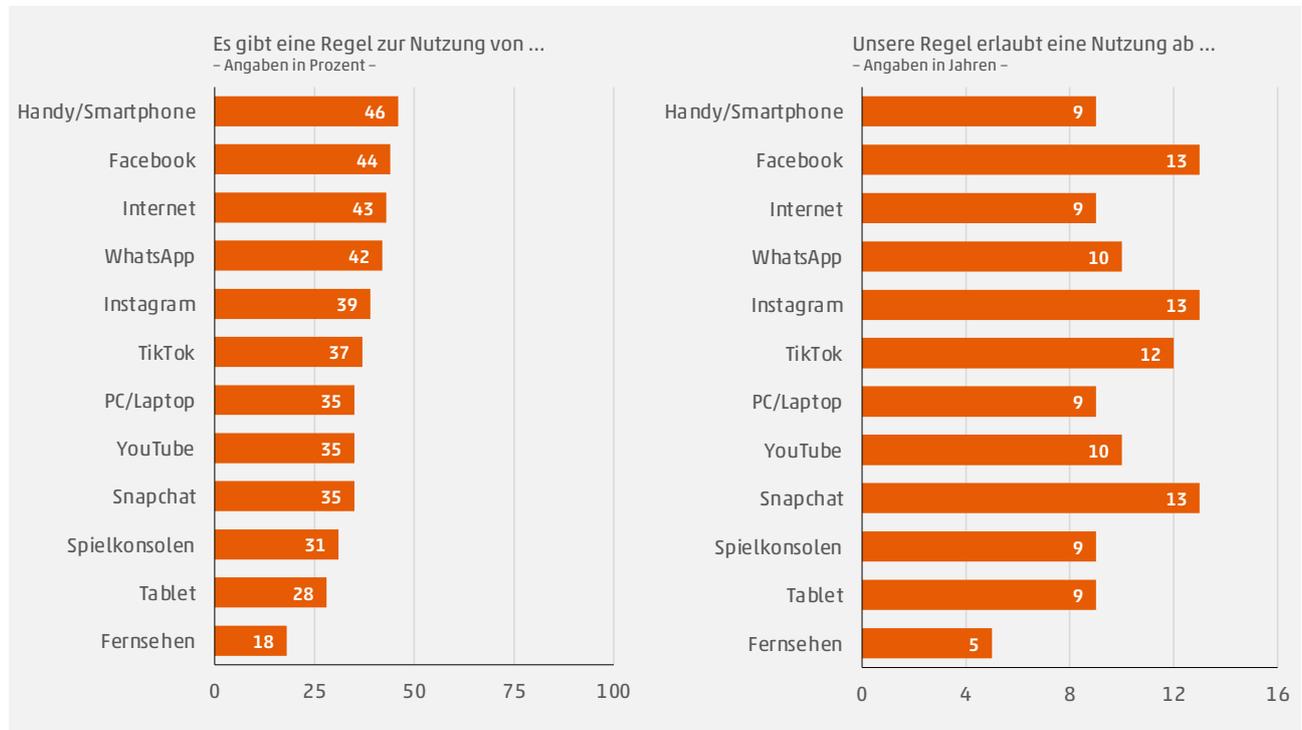
Hinsichtlich des Alters, ab dem unterschiedliche Medien von den Kindern genutzt werden dürfen, sind ebenfalls in vielen Familien Regeln vorhanden. Diese wurden in zwei Schritten abgefragt. Zunächst wurde die Frage gestellt, ob es generell eine Altersregelung in der Familie gibt. Bei einer Bejahung, wurde dann zusätzlich abgefragt, ab welchem Alter diese gilt. Insgesamt wird demnach das Fernsehen am unkritischsten im Hinblick auf das Alter gesehen. Nur 18 Prozent geben an, hier eine Regel zu haben. Beim Tablet sind es bereits 28 Prozent, bei Spielekonsolen 31 Prozent, die eine Altersregel haben. Jeweils 35 Prozent haben bei Snapchat, YouTube und PC/Laptop eine Regel, ab welchem Alter das Kind diese nutzen darf, gefolgt von TikTok (37 %), Instagram (39 %), WhatsApp (42 %), dem Internet generell (43 %), Facebook (44 %) und Handy/Smartphones (46 %). Im Hinblick auf das konkrete Alter, ab dem ihre Kinder bestimmte Medien nutzen dürfen, geben die Haupterzieher*innen beim Fernsehen im Durchschnitt fünf Jahre an. Erst vier Jahre später dürfen Handy/Smartphone, Internet, PC/Laptop, Spielekonsolen und Tablets genutzt werden. Noch etwas später dürfen, nach Vorstellungen der Eltern, YouTube und WhatsApp (jeweils 10 Jahre) verwendet werden, TikTok erst ab zwölf Jahren. Jeweils bei 13 Jahren liegt die durchschnittliche Altersregelung bei Facebook, Instagram und Snapchat. Im Vergleich zu 2018 zeigt sich insgesamt eine hohe Stabilität. Etwas niedriger ist der Anteil derer, die Altersregelungen zum Zugang ins Internet haben (-5 PP).

Kinder dürfen nach Angabe der Eltern durchschnittlich ab 5 Jahren fernsehen



Gibt es in Ihrer Familie generell Regelungen, ab welchem Alter Medien/Medienangebote genutzt werden dürfen?

– Angaben Hauptzieher*innen –



Quelle: KIM 2020, links: Angaben in Prozent, Basis: alle Hauptzieher*innen, n=1.216, rechts: Basis Hauptzieher*innen, bei denen es jeweils Regeln gibt



19. Jugendmedienschutz

72 Prozent der Eltern sind der Ansicht, dass Kinder durch das Internet mit ungeeigneten Inhalten in Kontakt kommen

Das Thema Mediennutzung vereint seit jeher zwei Seiten einer Medaille, auf der einen Seite die möglichen Chancen und auf der anderen Seite die mit der Mediennutzung verbundenen Risiken. Diese Ambivalenz zeigt sich auch in den Einstellungen der Eltern zu Medien. So sind 72 Prozent der Ansicht, dass Kinder durch das Internet in Kontakt mit für sie ungeeigneten Inhalten kommen. Für das Fernsehen sieht immerhin noch jede/-r Zweite das Potenzial, dass Kinder mit für sie ungeeigneten Inhalten konfrontiert werden. Knapp zwei Drittel der Eltern (62 %) schreiben dem Internet das Potenzial zu, die Gewaltbereitschaft von Kindern zu erhöhen. Auf der anderen Seite bestätigt die Hälfte der Eltern (49 %), dass die Nutzung des Internets dazugehört, um bei Freunden mitreden zu können, bei der Nutzung von Handy oder Smartphone stimmen dem sogar 59 Prozent zu. Medien gehören aus Sicht vieler Eltern zum Alltag auch von jüngeren Kindern dazu. Allerdings gilt es Kinder – je nach Alter und Entwicklungsstand – auch vor den Risiken und Gefahren zu schützen. Ob es nun um extensive Mediennutzungszeiten oder um den Zugang zu für Kinder ungeeigneten Inhalten geht, viele Geräte und Betriebssysteme bieten inzwischen gute Möglichkeiten, diese an eine altersgerechte Nutzung anzupassen und mit technischen Lösungen die eigene Medien-erziehung zu flankieren.⁸

Technische Möglichkeiten zur altersgerechten Mediennutzung werden von Eltern kaum genutzt

Obwohl es eine Reihe von technischen Möglichkeiten gibt, die Eltern dabei unterstützen ihren Kindern eine altersgerechte Mediennutzung zu ermöglichen, werden diese mehrheitlich nicht genutzt. Auch einfache Optionen, wie die Einrichtung eines eigenen Benutzerkontos für das Kind, werden von drei Viertel der Eltern nicht verwendet. Gleiches gilt für integrierte Sicherheitseinstellungen am Gerät. Auch der Einsatz von speziellen Softwarelösungen, beispielsweise um den Zugang zu ungeeigneten Inhalten zu sperren oder Nutzungszeiten festzulegen, finden mehrheitlich keine Anwendung. Am wenigsten Anwendung finden technische Lösungen bei Spielkonsolen. Und dies obwohl die Hersteller das Thema altersgerechte Nutzung thematisieren und den Jugendschutzangeboten durch die bekannten Altersangaben für Spiele eine nachvollziehbare und transparente Systematik zugrunde liegt, um Kinder vor entwicklungsbeeinträchtigenden Inhalten zu schützen. Insgesamt gilt es, die vorhandenen Angebote bekannter zu machen, um eine altersgerechte Nutzung vor allem durch jüngere Kinder zu ermöglichen.

⁸ Einen Überblick und schrittweise Anleitungen zur Nutzung und Einrichtung von technischen Jugendschutzlösungen für die gängigen Systeme bietet die Seite www.medien-kindersicher.de.



Technische Hilfsmittel bei der Medienerziehung 2020

– Angaben der Haupterzieher*innen –

| | ... wird in unserer Familie genutzt auf... | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|--------|----------------------|--------------|-------------------------|
| | PC/Laptop | Tablet | Handy/ Smartphone | Spielkonsole | Keinem dieser Geräte |
| Jugendschutzsoftware, -filter, -programme, -apps (allgemein) | 22 | 10 | 13 | 5 | 69 |
| Ein Programm, das die Nutzungszeit einschränkt | 11 | 9 | 11 | 5 | 77 |
| Ein Programm, das für Kinder und Jugendliche problematische Inhalte sperrt | 17 | 10 | 14 | 3 | 71 |
| Ein Programm, bei dem man selbst eingibt, welche Inhalte gesperrt werden sollen | 12 | 6 | 11 | 3 | 78 |
| Für Kinder angepasste Sicherheitseinstellungen am Gerät selbst | 13 | 10 | 13 | 6 | 74 |
| Ein eigens für Kinder eingerichtetes Benutzerkonto | 13 | 10 | 6 | 5 | 74 |

Quelle: KIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher*innen von Internet-/Online-Plattformen-/App-Nutzer*innen, n=905



20. Zusammenfassung

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) dokumentiert seit 1999 mit der Studienreihe KIM (Kindheit, Internet, Medien) den Medienumgang von Kindern zwischen sechs und 13 Jahren. Mit der KIM-Studie 2020 veröffentlicht der mpfs, als Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und der Medienanstalt Rheinland-Pfalz in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR) bereits zum 13. Mal repräsentative Basisdaten zur Mediennutzung von Kindern in Deutschland. Für die vorliegende Ausgabe wurden 1.216 Kinder sowie deren Haupterzieher*innen im Zeitraum vom 31. August bis 14. Oktober 2020 befragt. Das Jahr 2020 war geprägt durch die COVID-19- Pandemie, mit zahlreichen Einschränkungen des öffentlichen und privaten Lebens. Daher wurde der Zeitraum der Befragung in den Herbst verschoben, einer Phase mit relativ wenig Beeinträchtigungen und weitgehend „normalem“ Schulbetrieb und Freizeitangeboten (unter Hygienebedingungen).

Kinder wachsen heute in Haushalten mit einem sehr breiten Repertoire an Mediengeräten auf. In praktisch allen Familien mit sechs- bis 13-jährigen Kindern sind Fernsehgeräte, ein Internetzugang, Handys/ Smartphones sowie Computer/Laptops vorhanden. Radiogeräte besitzen 82 Prozent der Haushalte, in etwa 70 Prozent sind CD-/DVD-/BluRay-Player, Video-/Festplattenrecorder und Spielekonsolen vorhanden. Drei von fünf Familien verfügen über eine Digitalkamera und etwas weniger als die Hälfte besitzen Tablets, Fernsehgeräte mit Internetzugang oder haben Zugang zu Streamingdiensten wie Netflix oder Disney+. Im Vergleich zu 2018 sind vor allem bei Computer/Laptops (+18 Prozentpunkte), Streamingdiensten (+22 PP) sowie Fernsehgeräten mit Internetzugang (+17 PP) starke Anstiege zu beobachten.

Die Kinder selbst verfügen vergleichsweise noch über ein überschaubares Spektrum an Geräten. Am weitesten verbreitet sind Mobiltelefone, über welche die Hälfte der Kinder verfügen. Bei 41 Prozent der Sechs- bis 13-jährigen findet sich eine Spielekonsole im Kinderzimmer, 38 Prozent besitzen einen CD-Player und etwa ein Drittel haben einen eigenen Fernseher (34 %). Jedes fünfte Kind kann im eigenen Zimmer das Internet nutzen (22 %), 18 Prozent haben einen eigenen Computer/Laptop, 17 Prozent einen Kassettenrekorder und 16 Prozent ein Radio. 14 Prozent verfügen über einen Kindercomputer. Ein Tablet ist bei neun Prozent der Sechs- bis 13-jährigen im Besitz, sieben Prozent können im Kinderzimmer einen Streamingdienst wie Netflix oder Disney+ nutzen.



Im Alltag der Kinder steht das Fernsehen (94 %) an erster Stelle der regelmäßig ausgeübten Aktivitäten, gefolgt vom Treffen mit Freunden (92 %) und dem Erledigen der Hausaufgaben bzw. Lernzeiten (92 %). Auch das Spielen drinnen (90 %) und draußen (88 %) sind unter den regelmäßigen Aktivitäten sehr zentral. Vier von fünf Kindern (75 %) unternehmen mindestens ein Mal in der Woche etwas mit der Familie, 70 Prozent hören regelmäßig Musik und 65 Prozent gehen regelmäßig sportlichen Aktivitäten nach. Bei den mediengebundenen Freizeitaktivitäten liegen die Nutzung des Mobiltelefons (75 %), digitale Spiele (60 %) sowie die Internetnutzung (59 %) weit vorne.

Unter den liebsten Freizeitaktivitäten stehen sowohl bei Mädchen, als auch bei Jungen, das Treffen mit Freunden sowie das Draußenspielen mit großem Abstand an der Spitze.

Bücher sind weiterhin wichtiger Bestandteil im Alltag der Sechsbis 13-Jährigen. 55 Prozent der Kinder lesen regelmäßig in ihrer Freizeit. Dabei gehören Mädchen (63 %) deutlich häufiger zu den regelmäßigen Leser*innen als Jungen (48 %). 55 Prozent der Kinder hören zumindest selten Hörbücher oder Hörspiele.

Fernsehen ist die häufigste Freizeitbeschäftigung der Kinder, 70 Prozent sehen (fast) jeden Tag fern. Sechs von zehn fernsehenden Kindern haben einen Lieblingsfernsehsender - hier steht der Kinderkanal (KiKA) auf dem ersten Platz. Die Hälfte der Sechsbis 13-Jährigen sieht sich Wissensformate an, 27 Prozent Nachrichtensendungen. 41 Prozent der Kinder schauen YouTube-Videos. Im Altersverlauf zeigt sich hierbei ein starker Anstieg (6-7 Jahre: 13 %, 12-13 Jahre: 68 %).

71 Prozent der Sechsbis 13-Jährigen nutzen das Internet. Mit dem Alter der Kinder nimmt auch der Anteil an Internetnutzer*innen zu. So sind es bei den Sechsbis Siebenjährigen noch ein Drittel, die zumindest selten das Internet nutzen, während es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen mit 97 Prozent nahezu alle sind. Im Hinblick auf die Tätigkeiten im Internet werden insbesondere WhatsApp, Suchmaschinen, Filme/Videos und YouTube am häufigsten genutzt. YouTube ist die beliebteste Internetseite bei den Kindern. Im Vergleich zum Jahr 2018 lässt sich bei den Sechsbis 13-Jährigen, trotz der besonderen Situation im Jahr 2020, kein Anstieg in der Internetnutzungszeit feststellen (2020: 46 Minuten, 2018: 45 Minuten).

Über die Hälfte der Kinder (53 %), die das Internet nutzen, verwenden WhatsApp täglich. Von den WhatsApp-Nutzer*innen haben 53 Prozent eine WhatsApp-Gruppe für die Schulklasse. 42 Prozent der interneterfahrenen Kinder verwenden TikTok, gefolgt von Snapchat (31 %), Instagram (30 %) und Facebook (26 %).

Zum Zeitpunkt der Befragung hatten drei Viertel der Kinder Erfahrungen mit Homeschooling gemacht. 13 Prozent hatten während dem Homeschooling keinen virtuellen Kontakt zu ihren Lehrkräften, 21 Prozent nicht zu ihren Klassenkamerad*innen.



Im Regelunterricht werden digitale Medien hauptsächlich zum Schreiben von Texten eingesetzt. Zwei Fünftel recherchieren im Internet und jede/-r Dritte nutzt wöchentlich Lernprogramme. Gut jeder Vierte lernt die Nutzung von Anwendungsprogrammen wie Word oder Excel, jede/-r Fünfte schaut in der Schule Filme für den Unterricht. Deutlich seltener sind die Nutzung von Bildbearbeitung, das Lernen mit Spielen oder Quizen und das Erstellen von Präsentationen. Zwei Drittel der Schüler*innen, die in der Schule digitale Geräte nutzen, haben noch nie einen eigenen Film erstellt oder ein Videochat genutzt.

Digitale Spiele haben bei einem Großteil der Kinder im Alltag einen großen Stellenwert. 60 Prozent spielen diese regelmäßig, dabei sind Smartphone- und Konsolenspiele am stärksten im Alltag verankert. Jungen spielen häufiger täglich als Mädchen (Jungen: 32 %, Mädchen: 16 %). Im Altersverlauf nimmt die Nutzung digitaler Spiele deutlich zu.

Drei Viertel der Eltern geben an, sowohl Regeln für die Fernsehnutzungszeit ihrer Kinder, als auch zu erlaubten Inhalten im Fernsehen zu haben. Für etwa die Hälfte gilt dies für die Internetnutzung. Bei der gemeinsamen Bewegtbildnutzung von Haupterzieher*in und Kind, beschränkt sich diese hauptsächlich auf das Fernsehen. In 59 Prozent der Familien gibt es Sendungen, Serien und Filme, die gemeinsam angesehen werden.

Unter den Kindern, die das Internet nutzen, sind fünf Prozent schon mal online auf Inhalte gestoßen, die ihnen unangenehm waren, drei Prozent sind mit ängstigenden Inhalten konfrontiert worden. Aber nicht nur die Konfrontation mit problematischen Inhalten ist bei der Internetnutzung zu bedenken, auch die Preisgabe und Öffentlichkeit persönlicher Daten, die Erreichbarkeit für Dritte, altersgerechte Nutzungszeiten und auch Verbraucherschutzthemen sind eine Herausforderung für junge Internetnutzer*innen und die verantwortlichen Eltern. Zum Schutz der Kinder vor ungeeigneten Inhalten und generell zur Unterstützung von medienzieherischen Maßnahmen sind bei Geräten und Betriebssystemen oder als eigenständige Programme verschiedene technische Möglichkeiten vorhanden, die zu einer altersgerechten Nutzung von Medien beitragen können. Diese werden aber von einem Großteil der Eltern nicht verwendet. Lediglich 31 Prozent nutzen zumindest eine Form von Jugendschutzsoftware/-filter/-programme/-apps. Es gilt daher, vorhandene Angebote bei Eltern bekannter zu machen, um vor allem für jüngere Kinder eine altersgerechte Nutzung zu ermöglichen und Medien kinder-sicher zu machen.

Insgesamt dokumentiert die KIM-Studie 2020, dass in vielen Bereichen die Nutzungsdaten des gewohnten Medienrepertoires von Stabilität geprägt sind. Eine deutliche Zunahme zeigt sich vor allem in der Nutzung von Streaming-Diensten, hier ist die Verfügbarkeit in den Haushalten deutlich angestiegen und die erstmals erhobene Nutzungsdauer zeigt mit durchschnittlich 24 Minuten, dass Netflix & Co. einen klaren Platz im Medienalltag von Kindern erobert haben.



21. English Summary

Since 1999, the Media Educational Research Association Southwest (mpfs) has been documenting media use of children between the ages of 6 and 13 with the KIM study series (childhood, Internet, media). The 2020 KIM study marks the 13th time that the mpfs has published representative basic data on the media use of children in Germany. The study is a cooperation between the media authorities in the federal states of Baden-Württemberg and Rheinland-Pfalz, together with the public broadcaster Südwestrundfunk (SWR). For this edition, 1,216 children and their primary caregivers were surveyed between 31 August and 14 October 2020. The year 2020 was marked by the COVID-19 pandemic, with numerous restrictions on public and private life. For this reason, the survey period was moved to autumn, a time period with relatively few disruptions and largely “normal” school and leisure activities (in compliance with hygiene regulations).

Children today grow up in households with a very broad range of media devices. Practically all families with children aged 6–13 have televisions, Internet access, cell phones/smartphones, and computers/laptops. 82 percent of households have radios, around 70 percent have CD/DVD/BluRay players, video/hard disk recorders and gaming consoles. Three out of five families have a digital camera and a little less than half have tablets, televisions with Internet access (Smart TVs), or have access to streaming services, such as Netflix or Disney+. Compared to 2018, a particularly sharp increase can be seen for computers/laptops (+18 percentage points), streaming services (+22 percentage points), and televisions with Internet access (+17 percentage points).

The children themselves still have a comparatively manageable range of devices. The most common devices is the cell phone, which half of the children surveyed have. 41 percent of children aged 6–13 have a gaming console in their bedrooms, 38 percent have a CD player, and around a third have their own television (34 %). One out of five children has Internet access in their own bedroom (22 %), 18 percent of the children have their own computer/laptop, 17 percent have a cassette player, and 16 percent have a radio; 14 percent have a children's computer. 9 percent of children aged 6–13 have a tablet, and 7 percent can access a streaming service such as Netflix or Disney+ in their bedroom.

Television tops the list of regular activities in the childrens' everyday lives (94 %), followed by meeting friends (92 %), and doing homework or studying (92 %). Playing indoors (90 %) and outdoors (88 %) is also



a central part of their regular activities. Four out of five children (75 %) are involved in a family activity at least once a week, 70 percent listen to music regularly, and 65 percent partake in regular sporting activities. In terms of media-related leisure activities, the use of cell phones (75 %), digital games (60 %), and Internet usage (59 %) are well ahead. Among the favourite leisure activities, meeting friends and playing outside are by far the most popular among both girls and boys.

Books continue to be an important part of everyday life for children aged 6–13. 55 percent of children regularly read in their free time. However, girls (63 %) are much more likely to be regular readers than boys (48 %). 55 percent of children listen to audiobooks or audio plays, at least now and again.

Television is the most common leisure activity for children; 70 percent watch television (almost) every day. Six out of ten children who watch TV have a favourite TV channel – the children's channel (KiKA) takes first prize here. Half of children aged 6–13 watch educational programmes, and 27 percent watch news programs. 41 percent of children watch YouTube videos. There is a marked increase in this as the children get older (6–7 years: 13 %, 12–13 years: 68 %).

71 percent of children aged 6–13 use the Internet. The proportion of Internet users increases as the children get older. For example, only a third of children aged 6–7 use the Internet, at least occasionally, while among the age group 12–13, the number jumps considerably to almost 97 percent. Regarding activities on the Internet, services such as WhatsApp, search engines, films/videos, and YouTube are used most frequently. YouTube is the most popular website for children. Compared to 2018, there was no significant increase in Internet usage time in the age group 6–13, despite the special circumstances of 2020 (2020: 46 minutes, 2018: 45 minutes).

More than half of the children (53 %) who use the Internet use WhatsApp on a daily basis. 53 percent of the WhatsApp users have a WhatsApp group for their school class. 42 percent of Internet-savvy children use TikTok, followed by Snapchat (31 %), Instagram (30 %), and Facebook (26 %).

At the time of the survey, three quarters of the children had experienced homeschooling. 13 percent had not had virtual contact with their teachers during the home-schooling period, and 21 percent had not had virtual contact with their classmates.

Digital media are mainly used to write texts during regular lessons. Two fifths of the children use the Internet to research, and one in three uses learning programs on a weekly basis. A good one in four children learns how to use application programs, such as Word or Excel, and one in five watches movies for lessons at school. The use of image processing tools, learning by means of games or quizzes, and creating



presentations are significantly less common. Two thirds of the pupils who use digital devices at school have never recorded their own movie or used video chat.

For the majority of children, digital games play an important role in their everyday lives. 60 percent play these digital games regularly, with smartphone and console games being most firmly anchored in everyday life. Boys play more often than girls on a daily basis (boys: 32 %, girls: 16 %). The use of digital games increases significantly the older the children get.

Three quarters of parents state that they have rules for how long their children can watch TV as well as for which content they are allowed to watch. This also applies to the Internet usage for about half this number. When the primary caretaker and the child use moving image media together, this is mainly limited to television. In 59 percent of families, there are programs, series, and movies that are watched together.

When surveying the children who use the Internet, five percent have encountered content online that made them uncomfortable, and three percent have been confronted with frightening content. However, it is not only the problematic content that should be considered when using the Internet, the disclosure and publicity of personal data, the accessibility for third parties, age-appropriate usage times, and consumer protection issues are also a challenge for young Internet users and those caring for them. In order to protect children from unsuitable content and to generally support measures related to education via the media, various technical options are available for devices and operating systems, or as stand-alone programmes that can contribute to age-appropriate media usage. However, these measures are not used by the majority of parents. Only 31 percent use at least one measure of child protection software/filters/programs/apps. Thus, it is important to make parents more aware of the existing offers in order to enable age-appropriate use, especially for younger children, and to make media child-safe.

Overall, the 2020 KIM study documents that the usage data of the familiar media range is characterised by stability in many areas. A significant increase can be seen above all in streaming services where access in households has increased considerably. At an average of 24 minutes, the duration of use surveyed for the first time shows that Netflix & co. now have a tangible place in children's everyday lives.

KIM 2020

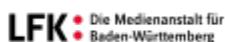
Kindheit, Internet, Medien

Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland



Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Information, Medien) und KIM (Kindheit, Internet, Medien) bieten seit 1998 repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Bei den Studienreihen kooperiert der mpfs mit der SWR Medienforschung.



Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg

Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) mit Sitz in Stuttgart ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland und sorgt im Südwesten für Medienvielfalt. Zu ihren Aufgaben zählen u. a. die Zulassung und Aufsicht der privaten Radio- und Fernsehveranstalter, die Förderung der privaten Rundfunksender im Land, die Kontrolle des Jugendschutzes im Rundfunk und im Internet sowie Medienpädagogik und Medienforschung. Die LFK leitet die Geschäftsstelle des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs).



Medienanstalt Rheinland-Pfalz

Die Medienanstalt RLP ist die Landesmedienanstalt des Landes Rheinland-Pfalz. Der Medienanstalt RLP obliegt weitgehend der gleiche Aufgabenbereich wie ihrer Schwesternanstalt LFK. Ein besonderer Schwerpunkt liegt im Bereich der Medienkompetenz. Hier gibt es zahlreiche Projekte, Kooperationen und Initiativen der Medienanstalt RLP auf Landes-, Bundes- und EU-Ebene, um in den Bereichen Bildung, OK-TV und Medienvermittlung ein engmaschiges Netz an attraktiven Angeboten anzubieten und aufzubauen. Die Medienanstalt RLP leitet die Geschäftsstelle der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest, die von Medienanstalt RLP, LFK und SWR getragen wird.



Südwestrundfunk

Der Südwestrundfunk (SWR) ist die gemeinsame Landesrundfunkanstalt der Länder Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Er ist die zweitgrößte Rundfunkanstalt der ARD. Der SWR widmet sich sowohl inhaltlich als auch technisch den relevanten Themen und Ansprüchen der Zeit. Sein Programm dient der Information, der Bildung, der Beratung und der Unterhaltung und ist dem kulturellen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunk verpflichtet. Der SWR fördert – alleine und mit Partnern – in vielfältiger Weise die Bildung und Vermittlung von Medienkompetenz. Im Bereich Forschung führt die SWR Medienforschung eine Reihe von Untersuchungen und Studien zum Wandel des Medienangebots und des Medienkonsums durch.

Herausgeber

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Geschäftsstelle

c/o Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Thomas Rathgeb
Reinsburgstr. 27
70178 Stuttgart

Telefon 0711-66 99 131

Fax 0711-66 99 111

E-Mail info@mpfs.de
www.mpfs.de

Leitung

Thomas Rathgeb (LFK)
Peter Behrens (Medienanstalt RLP)

Stuttgart, Mai 2021

Autoren

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung & Analytics)
Thomas Rathgeb (LFK)
Hediye Kheredmand (LFK)
Stephan Glöckler (Medienanstalt RLP)

Papier

Igepa, SoporSet Premium Offset
aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft



Herausgeber

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstraße 27 | 70178 Stuttgart

Leitung

Thomas Rathgeb (LFK) & Peter Behrens (Medienanstalt RLP)

LFK • Die Medienanstalt für
Baden-Württemberg **Medienanstalt RLP** **SWR**»»