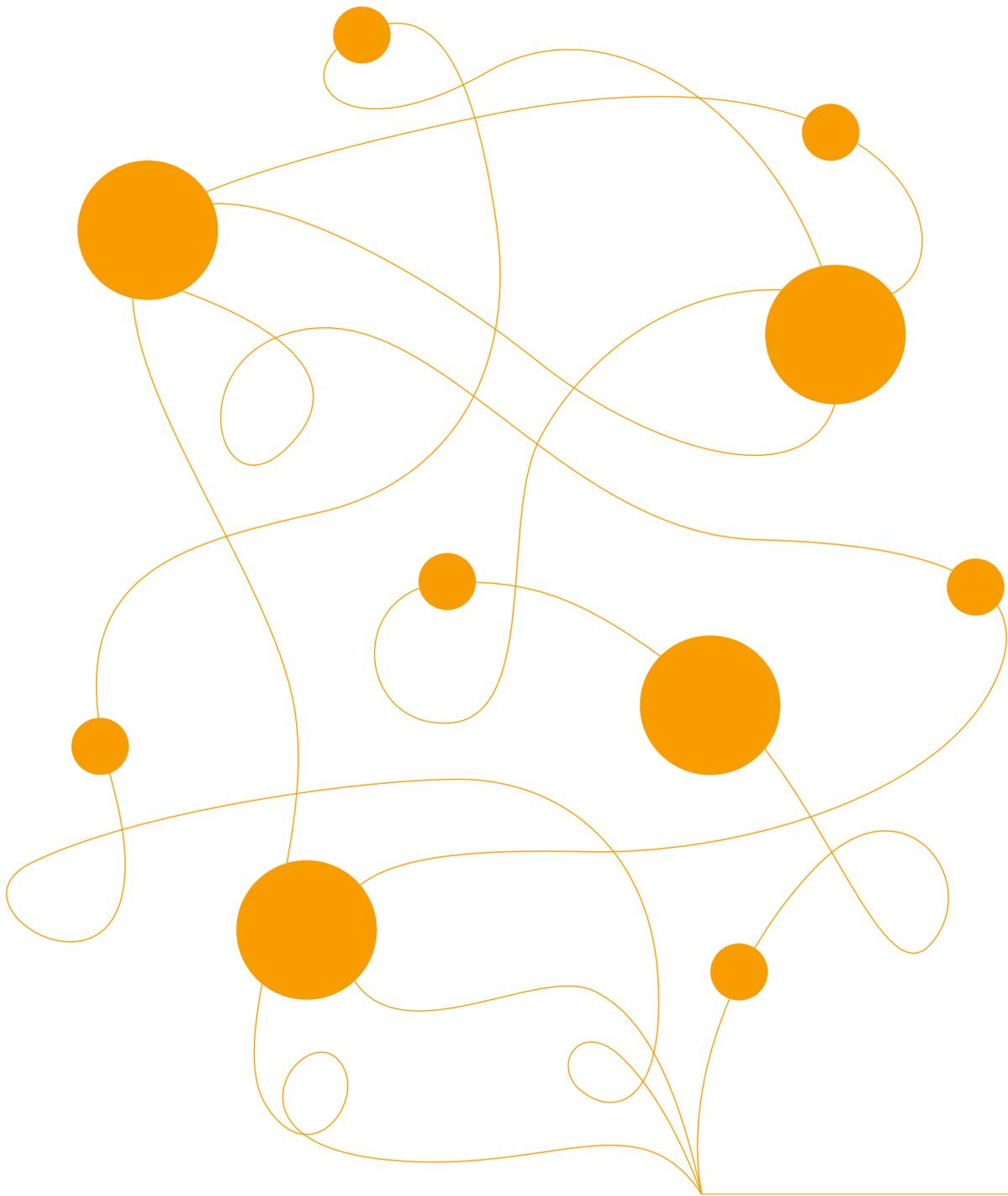


# miniKIM-Studie 2023

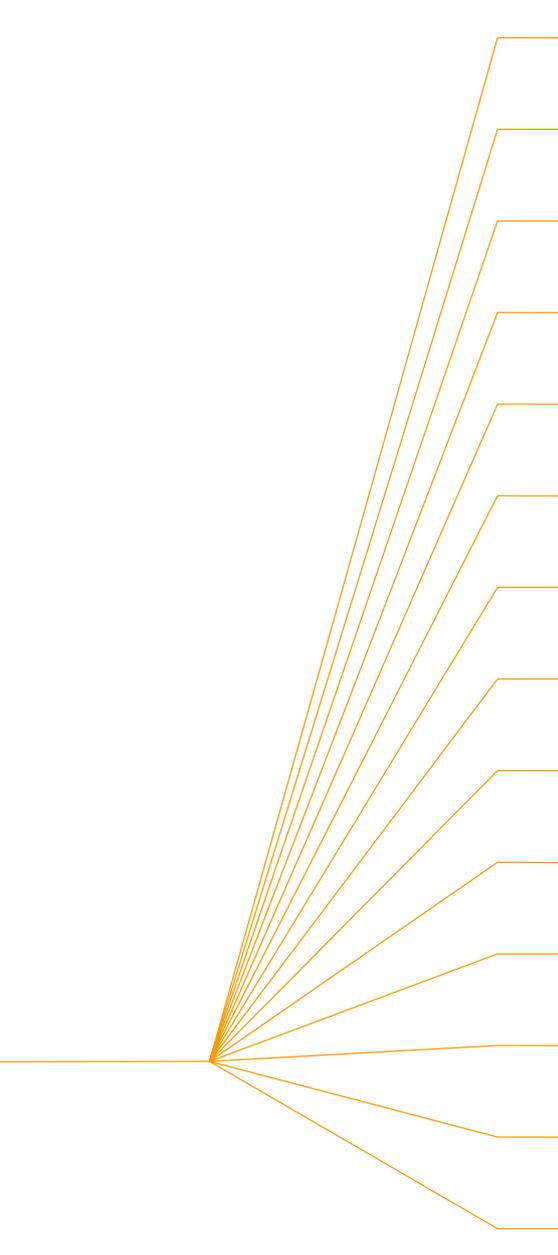
## Kleinkinder und Medien

Basisuntersuchung zum  
Medienumgang 2- bis  
5-Jähriger in Deutschland





*„25 Jahre Medienforschung für die Praxis“*



01.		Seite 02	Einführung und Methode
02.		Seite 04	Themeninteressen
03.		Seite 05	Medienausstattung und Medienbesitz
04.		Seite 10	Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung
05.		Seite 20	Medienbindung
06.		Seite 23	Fernsehen, Netflix, YouTube & Co.
07.		Seite 31	Bücher und Hörspiele
08.		Seite 34	Handy- und Smartphonennutzung
09.		Seite 37	Digitale Spiele
10.		Seite 39	Computer-, Laptop- und Tabletnutzung
11.		Seite 43	„Kinder und Medien“ in Kindergarten und Krippe
12.		Seite 45	Mediennutzung der Haupterzieher*innen
13.		Seite 50	Zusammenfassung
14.		Seite 53	English Summary



## 1. Einführung und Methode

Bereits kleine Kinder bewegen sich in einer zunehmend digitalisierten Welt. Medien sind sowohl in den Familien auch als im öffentlichen Leben stets gegenwärtig. So erleben Kinder schon von Anfang an mediale Reize sowie den Medienumgang ihrer Eltern. Täglich begegnen ihnen Medien: Das Smartphone oder der Laptop der Eltern, die Toniebox des Geschwisterkindes oder das eigene Bilderbuch. Mit fortlaufendem Alter nutzen sie ein immer umfangreicheres Medienensemble selbst, zu dem sie auch einen immer besseren Zugang haben. Um eine altersgerechte und sinnvolle Begleitung der Kleinkinder in unsere Medienwelt zu gewährleisten, bedarf es Wissen über den Medienalltag der Kinder und zur Mediensituation in den Familien. Um dieses Hintergrundwissen für die Jüngsten zu liefern, hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) 2012 mit der „miniKIM“ die Befragung der Haupterzieher\*innen von Zwei- bis Fünfjährigen hinzugenommen und so die Studienreihe KIM (Kindheit, Internet, Medien), die seit 1999 regelmäßig das Medienverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen untersucht, um die Kindergartenkinder erweitert.

Die miniKIM-Studie wird herausgegeben vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs), der gemeinsam von den Landesmedienanstalten in Baden-Württemberg – der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) – und der Medienanstalt Rheinland-Pfalz sowie vom Südwestrundfunk (SWR) getragen wird. Themen der miniKIM-Studie sind Basisdaten zur Haushaltsausstattung und zum Medienbesitz der Kindergartenkinder sowie die wichtigsten Eckdaten zum Umgang mit Fernsehen, Büchern, Handy, Computer, Internet und digitalen Spielen. Weitere Aspekte sind der Medienumgang der Haupterzieher\*innen sowie die Rolle von Medien im Kindergarten.

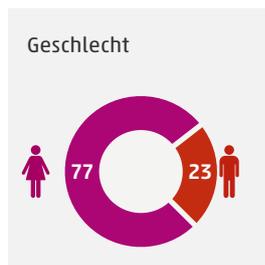
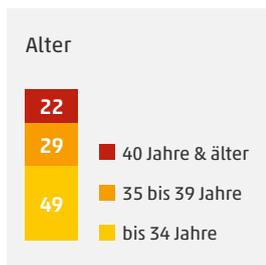
Die Daten wurden über die Befragung der Haupterzieher\*innen erhoben, dies sind in der Mehrzahl die Mütter. Daher spiegeln die Ergebnisse die Mediennutzung der Kinder aus der Perspektive der Eltern wider. Eine quantitative Befragung bei Kindern zwischen zwei und fünf Jahren ist aus methodischen Gründen auch aufgrund der nicht ausreichend ausgeprägten Auskunftsfähigkeit problematisch. Die langjährigen Erfahrungen aus den Ergebnissen der KIM-Studie, bei der sowohl Kinder als auch Haupterzieher\*innen befragt werden, zeigen, dass die Eltern die Mediennutzung der Kinder in diesem Alter noch sehr gut einschätzen können.



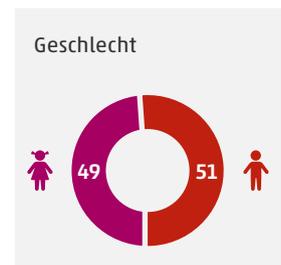
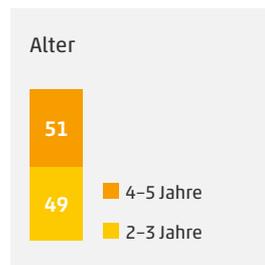
## Für die miniKIM 2023 wurden insgesamt 600 Haupterziehende von Kindern im Alter zwischen zwei und fünf Jahren befragt

Die miniKIM-Studie wurde zuletzt im Jahr 2020 durchgeführt. Für die miniKIM-Studie 2023 wurden im Zeitraum vom 11. bis 25. September 2023 insgesamt 600 Haupterzieher\*innen von Kindern im Alter zwischen zwei und fünf Jahren befragt. Feldarbeit und Datenprüfung lagen bei der mindline media GmbH, Berlin. Die Informationen wurden in Form eines Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens erhoben.<sup>1</sup> Die Untersuchung ist repräsentativ für deutschsprachige haupterziehende Eltern von Kindern im Alter von zwei bis fünf Jahren in Online-Haushalten in Deutschland. Aufgrund eines Methodenwechsels<sup>2</sup> sind die Ergebnisse der Studien von 2020 und 2023 nur bedingt mit den Vorstudien von 2012 und 2014 vergleichbar. Auch die Zusammensetzung der Stichprobe hat sich geändert: waren 2012 und 2014 nur je 13 Prozent der Teilnehmer\*innen Männer, sind es 2020 sowie 2023 rund ein Viertel der Befragten. Der Anteil der Befragten mit Migrationshintergrund<sup>3</sup> beträgt 17 Prozent, sieben Prozent haben keine deutsche Staatsangehörigkeit. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die hier dargestellten Ergebnisse auf die Erhebungen des Jahres 2023.

### Soziodemografie Haupterziehende



### Soziodemografie Kinder



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

<b>Erhebungsmethode</b>  Online-Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens	<b>Zielgruppe</b>  Deutschsprachige haupterziehende Eltern von Kindern im Alter von 2 bis 5 Jahren in Privathaushalten mit Internetanschluss in Deutschland	<b>Stichprobe &amp; Fragebogen</b>  Fallzahl: n=600 Eltern (Haupterziehende) LOI: 26 Minuten
<b>Auswahlverfahren</b>  <b>repräsentative:</b> Random-Quota-Auswahl nach Geschlecht x Alter, Geschlecht x Alter x Bundesland und Gemeindetyp BIK Ortsgrößeklassen x Bundesland Bildung der Haupterziehenden	<b>Feldzeit</b>  11. bis 25. September 2023	<b>Gewichtung</b>  Redressment-Gewichtung mit den Merkmalen Geschlecht, Alter, Bundesland und BIK Ortsgrößeklassen zum Ausgleich leichter Abweichungen von den Quotenvorgaben

<sup>1</sup> Generell haben Online-Teilnehmende eine höhere Affinität zu digitalen Medien und sind i.d.R. höher gebildet.

<sup>2</sup> 2012 und 2014 erfolgte die Erhebung per Selbstausfüllerfragebogen (paper & pencil).

<sup>3</sup> Selbst eingewandert oder die Eltern sind nach 1950 eingewandert.

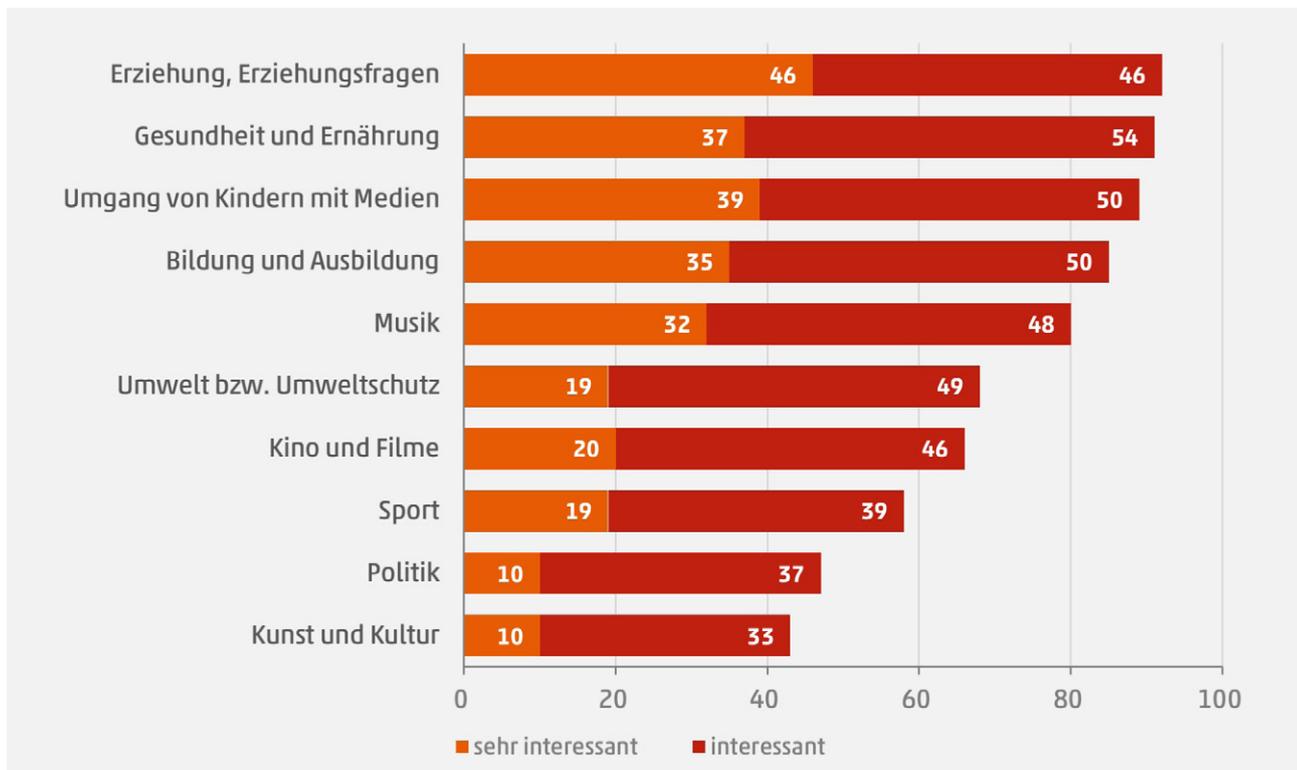


## 2. Themeninteressen

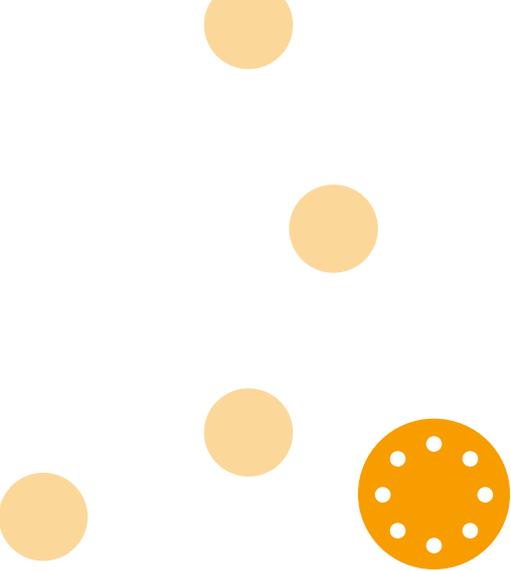
**Thema „Umgang von Kindern mit Medien“ für die Haupterziehenden am drittichtigsten**

Im Rahmen der miniKIM-Studie werden zunächst die Themeninteressen der Haupterzieher\*innen anhand von zehn vorgegeben Themen aus verschiedenen Lebensbereichen abgefragt. Die Rangordnung der Themeninteressen ist dabei im Vergleich zu 2020 gleichgeblieben. Am meisten interessieren sich die Eltern für das Thema „Erziehung, Erziehungsfragen“, hier haben 92 Prozent der Befragten das Thema als interessant eingestuft („finde ich sehr interessant/interessant“). Knapp dahinter folgen die Themengebiete „Gesundheit und Ernährung“ (91 %) und „Umgang von Kindern mit Medien“ (89 %). Das Thema „Bildung und Ausbildung“ erachten 85 Prozent der Haupterzieher\*innen als interessant, acht von zehn das Thema „Musik“. Auf dem sechsten Platz landet „Umwelt bzw. Umweltschutz“, das wie „Kino“ für etwa zwei Drittel der Befragten attraktiv ist. 58 Prozent finden das Thema „Sport“ attraktiv, etwa die Hälfte der Befragten interessiert sich für das Themengebiet „Politik“ und 43 Prozent für „Kunst und Kultur“.

### Themeninteressen Haupterzieher\*innen 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



### 3. Medienausstattung und Medienbesitz

---

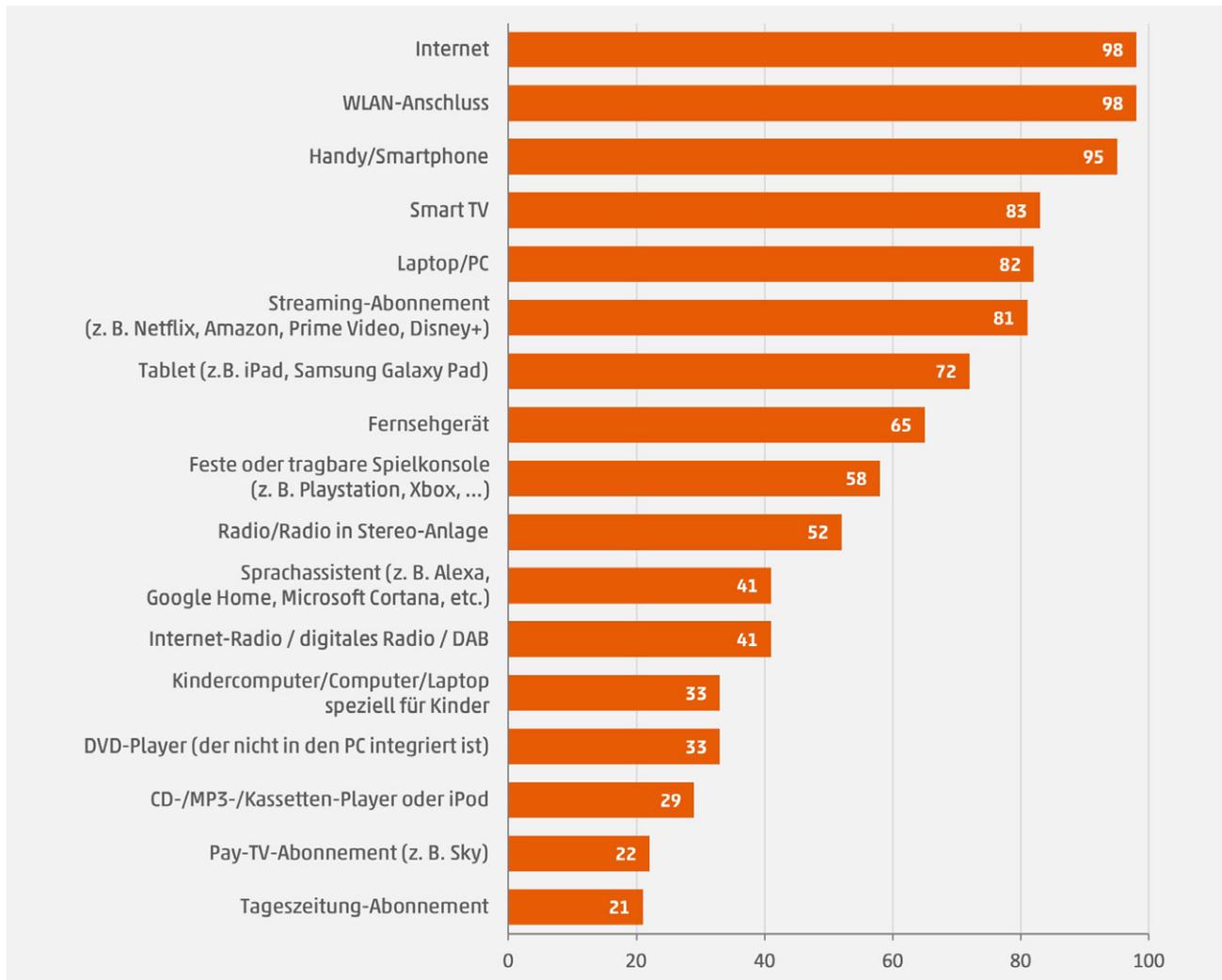
***Ausstattung mit Sprachassistenten, Streaming-Abonnements und Kindercomputern gestiegen***

Zwei- bis Fünfjährige wachsen in Deutschland mit einem breiten Medienrepertoire auf. In nahezu allen Familien gibt es Zugang zum Internet sowie (mindestens) ein Handy/Smartphone. Fast alle Haushalte (98 %) verfügen zudem über WLAN. Acht von zehn Haushalten verfügen über ein Smart TV, also ein internetfähiges Fernsehgerät, über einen Laptop/PC sowie über ein Streaming-Abonnement. In drei von vier Haushalten befindet sich ein Tablet. 65 Prozent besitzen derzeit ein Fernsehgerät, 58 Prozent eine feste oder tragbare Spielkonsole und 52 Prozent ein Radio. Zwei von fünf Haushalten haben inzwischen einen Sprachassistenten sowie Internet-Radio/digitales Radio/DAB. Je 33 Prozent verfügen über einen Kindercomputer/Laptop für Kinder sowie einen DVD-Player. CD-/MP3-/Kassetten-Player oder iPod besitzen 29 Prozent der Haushalte. Ein Pay-TV-Abonnement findet sich in 22 Prozent der Familien. 21 Prozent der Befragten haben in ihrem Haushalt eine Tageszeitung (gedruckt oder digital) abonniert.



## Geräteausstattung im Haushalt 2023

– Auswahl, Angaben der Haupterzieher\*innen –



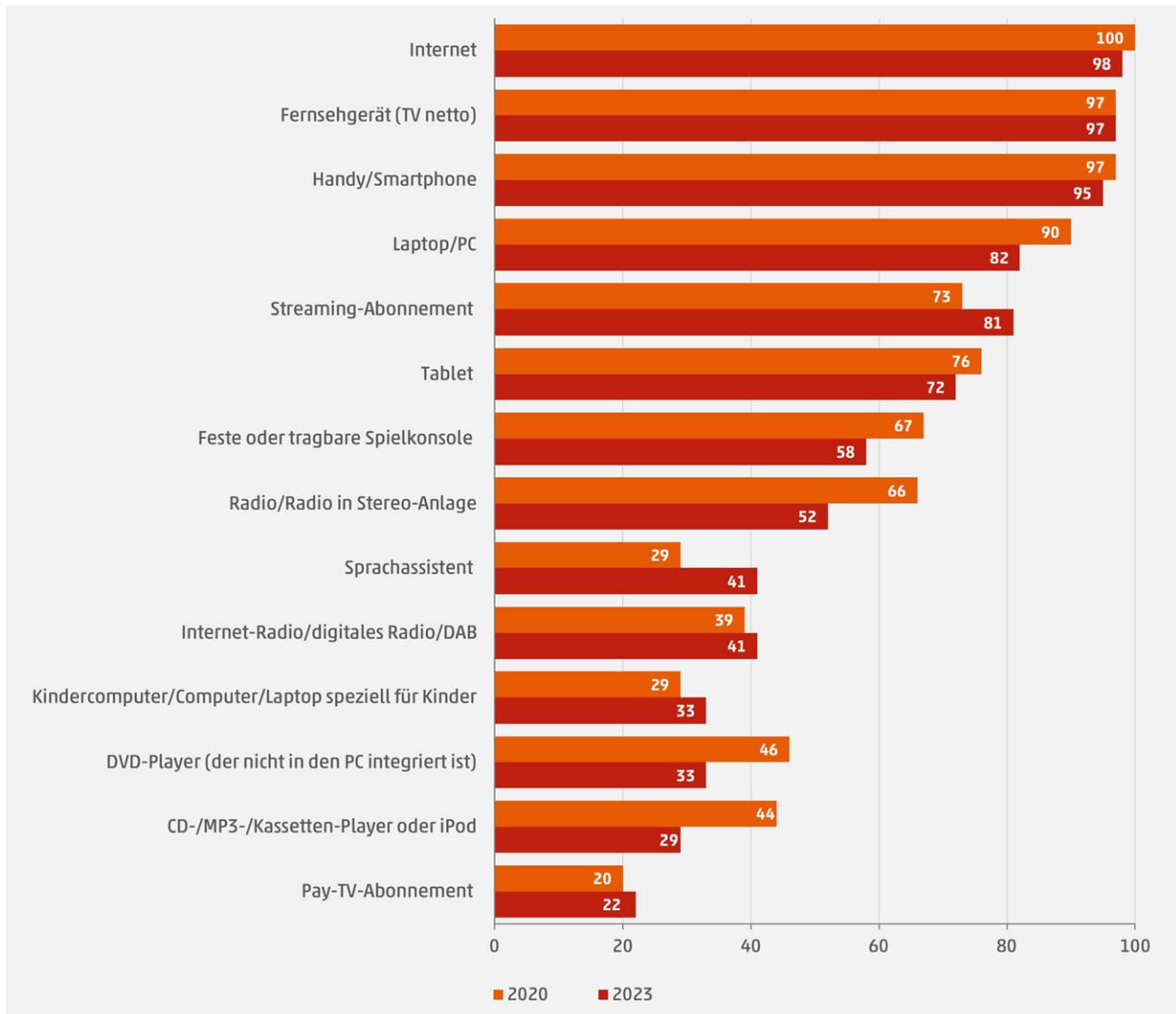
Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Im Vergleich zur Erhebung 2020 wird bei der Ausstattung der Haushalte bei Sprachassistent (+12 Prozentpunkte (PP)), Streaming-Abonnement (+8 PP) und Kindercomputer (+4 PP) die größte Dynamik deutlich. Rückläufig ist dagegen die Ausstattung mit CD-/MP3-/Kassetten-Player oder iPod (-15 PP), Radio (-14 PP) sowie DVD-Player (-13 PP).



## Geräteausstattung im Haushalt 2023 – Vergleich 2020

– Auswahl, Angaben der Haupterzieher\*innen –



Quelle: miniKIM 2023, miniKIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

### Kindern stehen vermehrt smarte Geräte zur Verfügung

Nach Angaben der Eltern steht, trotz der hohen Haushaltsausstattung, 42 Prozent der Kinder im Alter von zwei bis fünf Jahren keines der abgefragten Geräte selbst zur Verfügung<sup>4</sup>. Am häufigsten ist ein Kindercomputer/Laptop (22 %) in den Kinderzimmern zu finden. Ein Fünftel der Kinder besitzt bereits ein „normales“ Tablet. Über ein eigenes Fernsehgerät, ein Smart TV sowie ein Streaming-Abonnement verfügen je 13 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen. Zwölf Prozent haben Zugang zu einem CD-/MP3-/Kassetten-Player oder iPod. Jedes zehnte Kleinkind

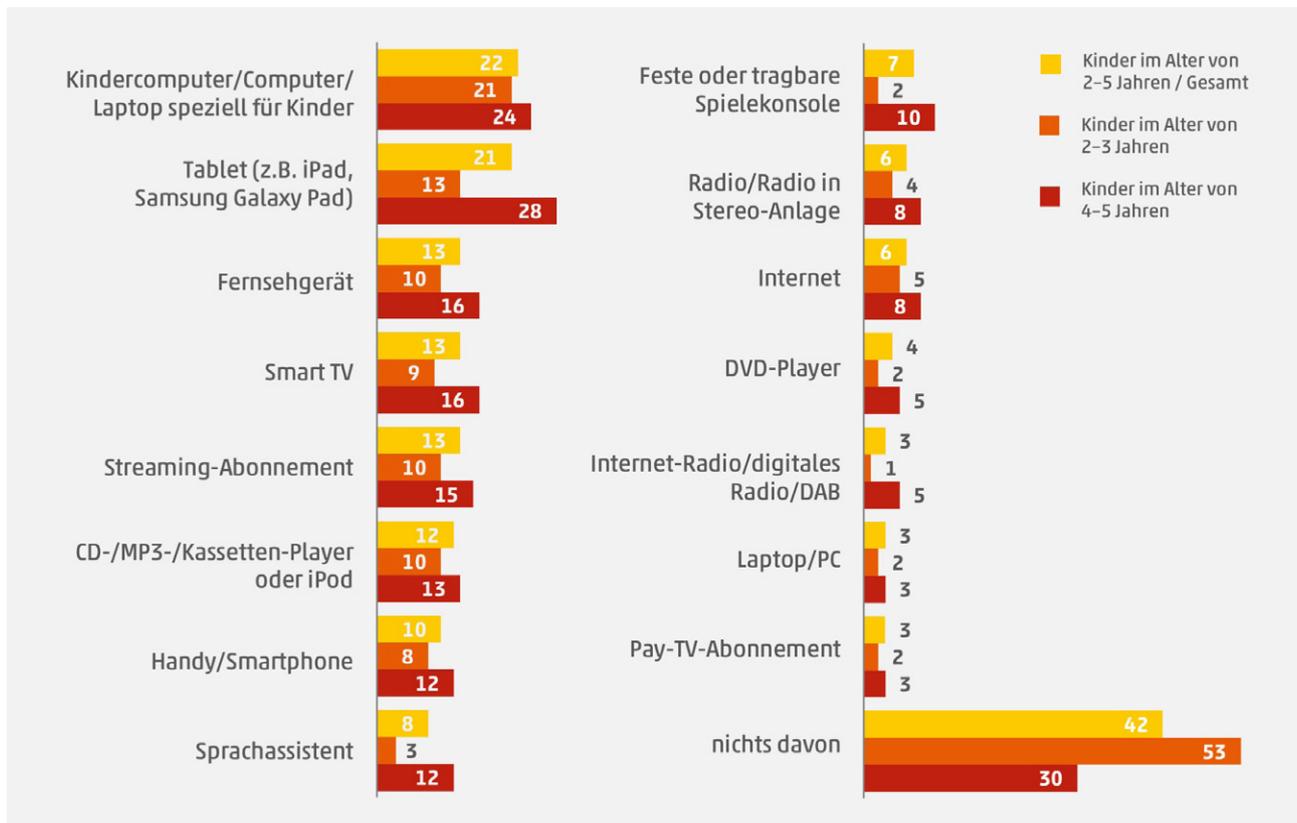
<sup>4</sup> Die Frage lautete: „Und welche dieser Dinge besitzt Ihr(e) Sohn/ Tochter im Alter von ... Jahren bzw. welche dieser Dinge hat er/sie zur eigenen Verfügung?“.



kann ein Handy/Smartphone sein Eigen nennen. Nach Angaben der Haupterziehenden haben acht Prozent Zugang zu einem Sprachassistenten, zu einer festen oder tragbaren Spielkonsole sieben Prozent der Kinder. Je sechs Prozent der Mädchen und Jungen haben Zugang zu einem Radio/Radio in einer Stereoanlage sowie zum Internet. Vier Prozent steht ein DVD-Player, je drei Prozent ein Internet-Radio/digitales Radio/DAB, Laptop/PC oder ein Pay-TV-Abonnement zur Verfügung.

## Persönliche Verfügbarkeit der Kinder an Geräten 2023

– Angaben der Haupterzieher\*innen –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

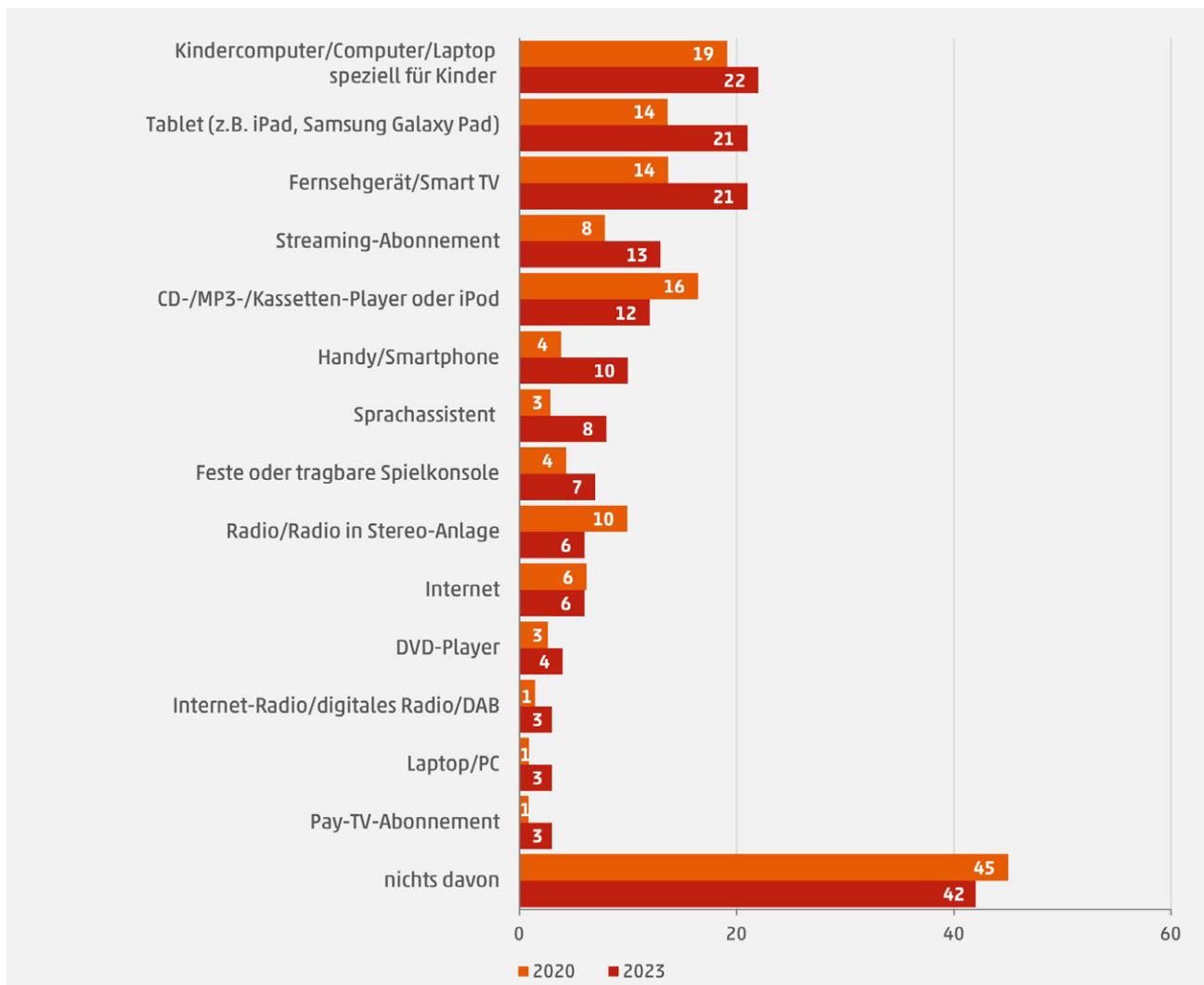
Die Vier- bis Fünfjährigen haben schon deutlich mehr selbstbestimmten Zugang zu Mediengeräten als die Zwei- bis Dreijährigen. Besonders dynamisch zeigt sich der Anstieg beim Zugang zu einem Tablet (2-3 Jahre: 13 %, 4-5 Jahre: 28 %) sowie zu einem Sprachassistenten (2-3 Jahre: 3 %, 4-5 Jahre: 12 %). Auch bei Spielkonsolen (2-3 Jahre: 2 %, 4-5 Jahre: 10 %), Fernseher (2-3 Jahre: 10 %, 4-5 Jahre: 16 %), Smart TV (2-3 Jahre: 9 %, 4-5 Jahre: 16 %), Streaming-Abonnements (2-3 Jahre: 10 %, 4-5 Jahre: 15 %) sowie Handy/Smartphone (2-3 Jahre: 8 %, 4-5 Jahre: 12 %) und Internet-Radio/digitales Radio/DAB (2-3 Jahre: 1 %, 4-5 Jahre: 5 %) steigt die Besitzrate mit dem Alter der Kinder. Auch zwischen Mädchen und Jungen gibt es bei der Medienverfügbarkeit Unterschiede. So haben Jungen eher einen



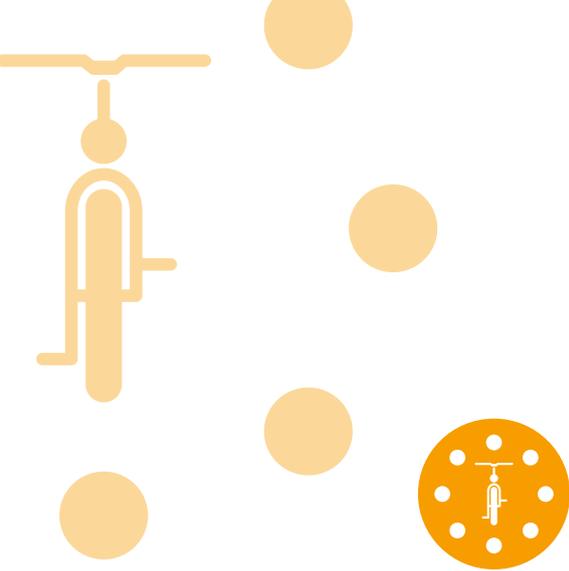
Zugang zu Streaming-Diensten (Jungen: 15 %, Mädchen: 10 %) und besitzen eher eine feste oder tragbare Spielkonsole (Jungen: 9 %, Mädchen: 4 %), Mädchen verfügen dagegen häufiger über ein Tablet (Jungen: 18 %, Mädchen: 24 %), ein Fernsehgerät (Jungen: 12 %, Mädchen: 15 %) sowie über einen CD-, Kassetten-, MP3-Player oder iPod (Jungen: 10 %, Mädchen: 13 %). Im Vergleich zur Erhebung von 2020 zeigt sich ein Anstieg beim Eigenbesitz der Kinder. Vor allem Tablets (2020: 14 %, 2023: 21 %), Handys/Smartphones (2020: 4 %, 2023: 10 %) und Sprachassistenten (2020: 3 %, 2023: 8 %) haben die Zwei- bis Fünfjährigen vermehrt zur Verfügung. Somit stehen Kinder mehr smarte Geräte zur Verfügung, die bspw. durch Sprachsteuerung einen Zugang zum Internet auch ohne Lese- und Schreibkompetenz ermöglichen. Des Weiteren finden sich auch Streaming-Abonnements (2020: 8 %, 2023: 13 %) und Spielkonsolen (2020: 4 %, 2023: 7 %) nun häufiger in den Kinderzimmern.

## Persönliche Verfügbarkeit der Kinder an Geräten 2023 – Vergleich 2020

– Angaben der Haupterzieher\*innen –



Quelle: miniKIM 2023, miniKIM 2020, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



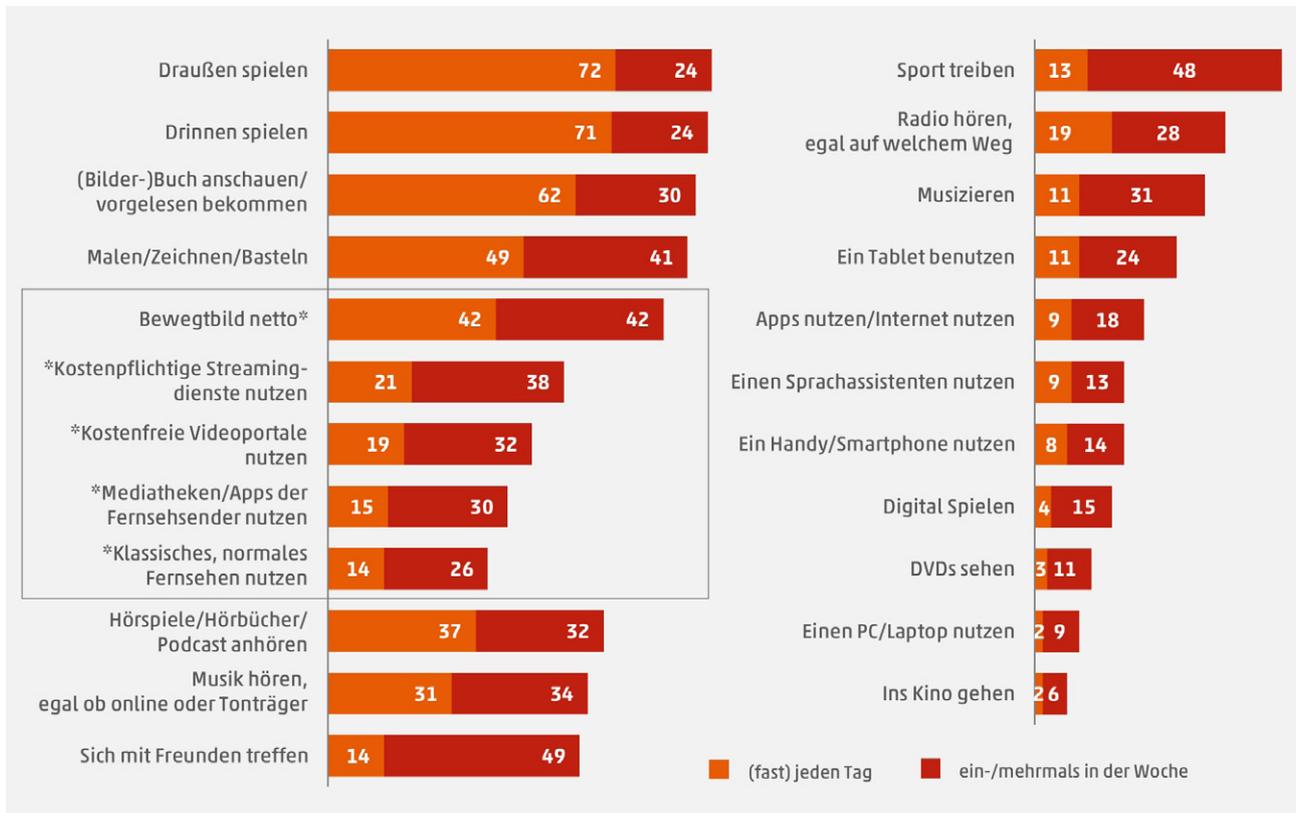
## 4. Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung

### **Spielen, Beschäftigung mit Büchern und Malen/Zeichnen/Basteln häufigste Aktivitäten der Kinder**

Bei der Betrachtung der täglichen Freizeitaktivitäten (jeden/fast jeden Tag) ist der Alltag von Kleinkindern nach wie vor vom Spielen geprägt (draußen 72 %, drinnen 71 %), die Beschäftigung mit Büchern (62 %) folgt auf dem dritten Platz. Weitere beliebte Medientätigkeiten bei der täglichen Nutzung sind das Anhören von Hörspielen/Hörbüchern/Podcasts (37 %) und von Musik (31 %), die Nutzung kostenpflichtiger Streamingdienste (21 %) sowie kostenfreier Videoportale (19 %). Radio hören 19 Prozent der Kinder täglich, Mediatheken und Apps der Fernsehsender werden von 15 Prozent täglich genutzt. Es folgen das klassische, lineare Fernsehen (14 %), die Nutzung eines Tablets (11 %), Apps und Internet (9 %), Sprachassistent (9 %), Handy/Smartphone (8 %), digitales Spielen (4 %), DVDs sehen (3 %) und die PC/Laptop-Nutzung (2 %). Bei der erweiterten Betrachtung der Tätigkeiten, die mindestens einmal pro Woche ausgeübt werden, bleibt das Spielen (draußen 96 %, drinnen 95 %) auf den ersten beiden Plätzen. An dritter Stelle steht auch bei dieser Frequenz die Beschäftigung mit Büchern (Bücher anschauen oder vorgelesen bekommen) mit 92 Prozent, gefolgt von Malen/Zeichnen/Basteln (90 %), Hörspiele/Hörbücher/Podcasts hören (69 %), Musik hören (65 %), Freunde treffen (63 %), Sport treiben (61 %) und der Nutzung kostenpflichtiger Streamingdienste (59 %). Fasst man alle Bewegtbildoptionen von Streamingplattformen über Mediatheken bis zum klassischen Fernsehen zusammen, nutzen 84 Prozent der Jungen und Mädchen wöchentlich zumindest eines dieser Angebote.



## Aktivitäten im Alltag 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Verglichen mit der Erhebung von vor drei Jahren sind die ersten Plätze stabil: das Spielen (drinnen: -2 PP) und die Beschäftigung mit Büchern sind auf den ersten Plätzen geblieben. Aufgeholt haben im Jahr 2023 vor allem Medientätigkeiten. So nutzen Zwei- bis Fünfjährige vermehrt kostenpflichtige Streamingdienste (+13 PP), einen Sprachassistenten (+13 PP) sowie kostenfreie Videoportale (+12 PP) und hören auch vermehrt regelmäßig (mindestens einmal pro Woche) Hörspiele/Hörbücher/Podcasts (+8 PP). Ebenso hat die Nutzung eines Tablets zugenommen (+7 PP). Das klassische, lineare Fernsehen hat in der Nutzungshäufigkeit allerdings wieder etwas abgenommen (-5 PP).

Geschlechtsbezogene Präferenzen in Bezug auf die Freizeitaktivitäten zeigen sich vor allem beim Fernsehen (Mädchen: 46 %, Jungen: 33 %) und bei der Nutzung von Mediatheken und Apps von Fernsehsendern (Mädchen: 50 %, Jungen: 41 %), beim Ansehen von Sendungen oder Videos auf kostenfreien Videoportalen (Mädchen: 45 %, Jungen: 55 %), beim Anhören von Musik (Mädchen: 69 %, Jungen: 60 %) sowie von Hörspielen/Hörbüchern/Podcasts (Mädchen: 74 %, Jungen: 66 %).



Einige Medienaktivitäten werden von der Mehrheit der Zwei- bis Fünfjährigen nie genutzt: 72 Prozent der Kinder bedienen nie einen Computer oder Laptop, je drei Fünftel benutzen nach Angaben der Haupterziehenden weder einen Sprachassistenten (59 %) noch digitale Spiele (58 %), die Hälfte schaut nie DVDs (53 %) und nutzt kein Handy oder Smartphone (47 %).

---

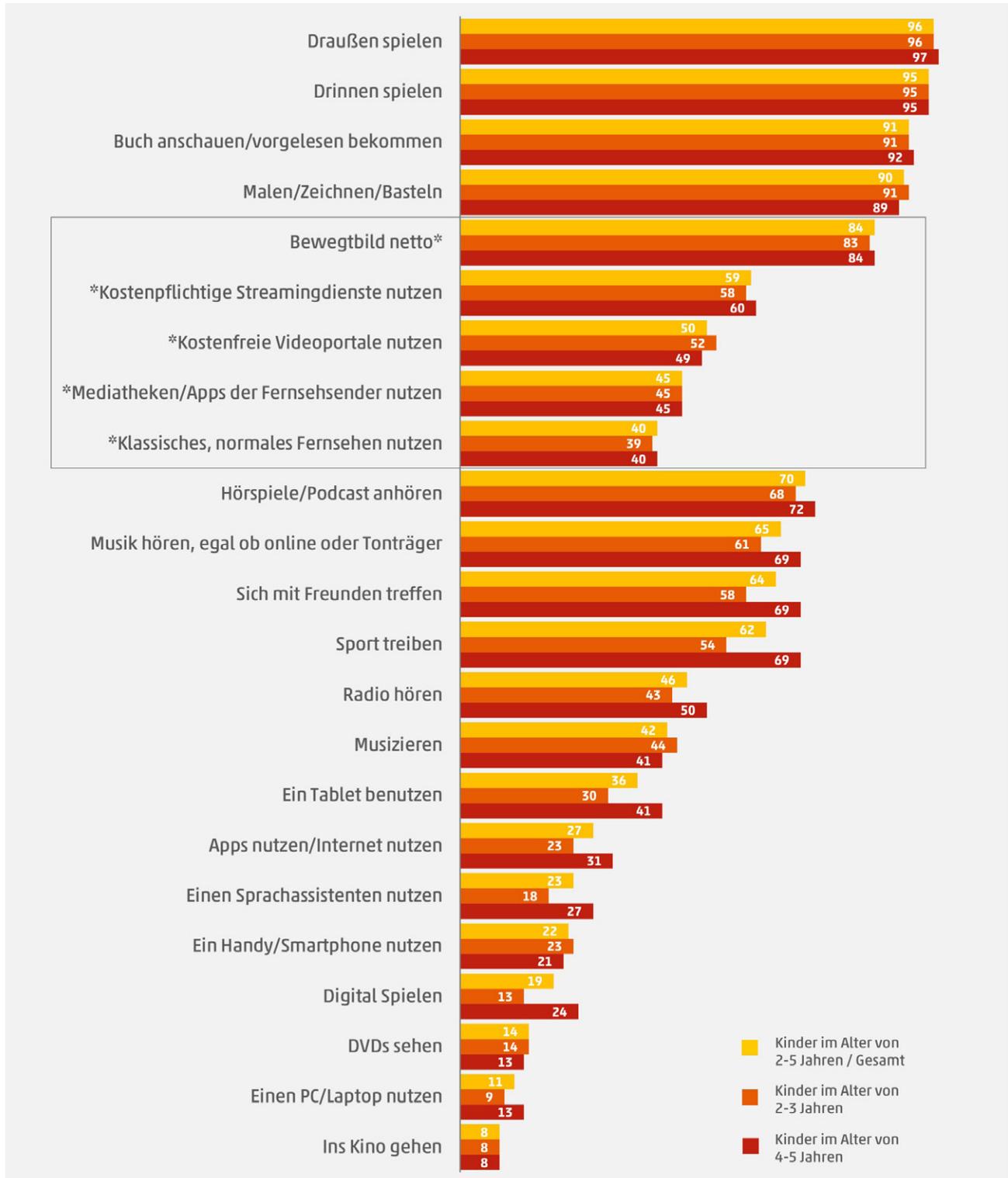
**Aktiv genutztes Medienrepertoire  
steigert sich mit dem Alter der  
Kinder**

Die differenzierte Betrachtung nach Altersgruppen zeigt, dass sich das aktiv genutzte Medienrepertoire der Kinder zwischen zwei und fünf Jahren zum Teil deutlich steigert. Dies bezieht sich vor allem auf die Nutzung von Tablets, digitalen Spielen, Sprachassistenten, Apps und des Internets sowie das Hören von Musik und Radio.



## Aktivitäten im Alltag 2023

– mind. einmal pro Woche –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



Neben der Nutzungshäufigkeit werden zusätzlich auch die beliebtesten Tätigkeiten der Kinder abgefragt. Hier konnten die Befragten drei der benannten Freizeitaktivitäten auswählen, die ihr Kind am liebsten ausübt. Hinsichtlich der liebsten Aktivitäten wird nach wie vor die hohe Bedeutung des Spielens, vor allem draußen, sichtbar (draußen: 76 %, drinnen: 35 %). Auch das Malen/Zeichnen/Basteln (40 %), das Treffen mit Freunden (32 %) sowie die Beschäftigung mit Büchern (19 %) bleiben beliebt. Die Nutzung von Bewegtbildangeboten (alle Optionen zusammengenommen) reiht sich nun allerdings vor der Nutzung von Büchern ein und wird von 27 Prozent am liebsten genutzt. Bei den Zwei- bis Dreijährigen werden das Spielen (draußen und drinnen) und die Beschäftigung mit Büchern häufiger genannt, während bei den Vier- bis Fünfjährigen Treffen mit Freunden, digitale Spiele sowie Musik hören beliebter sind als bei den Jüngeren.<sup>5</sup>

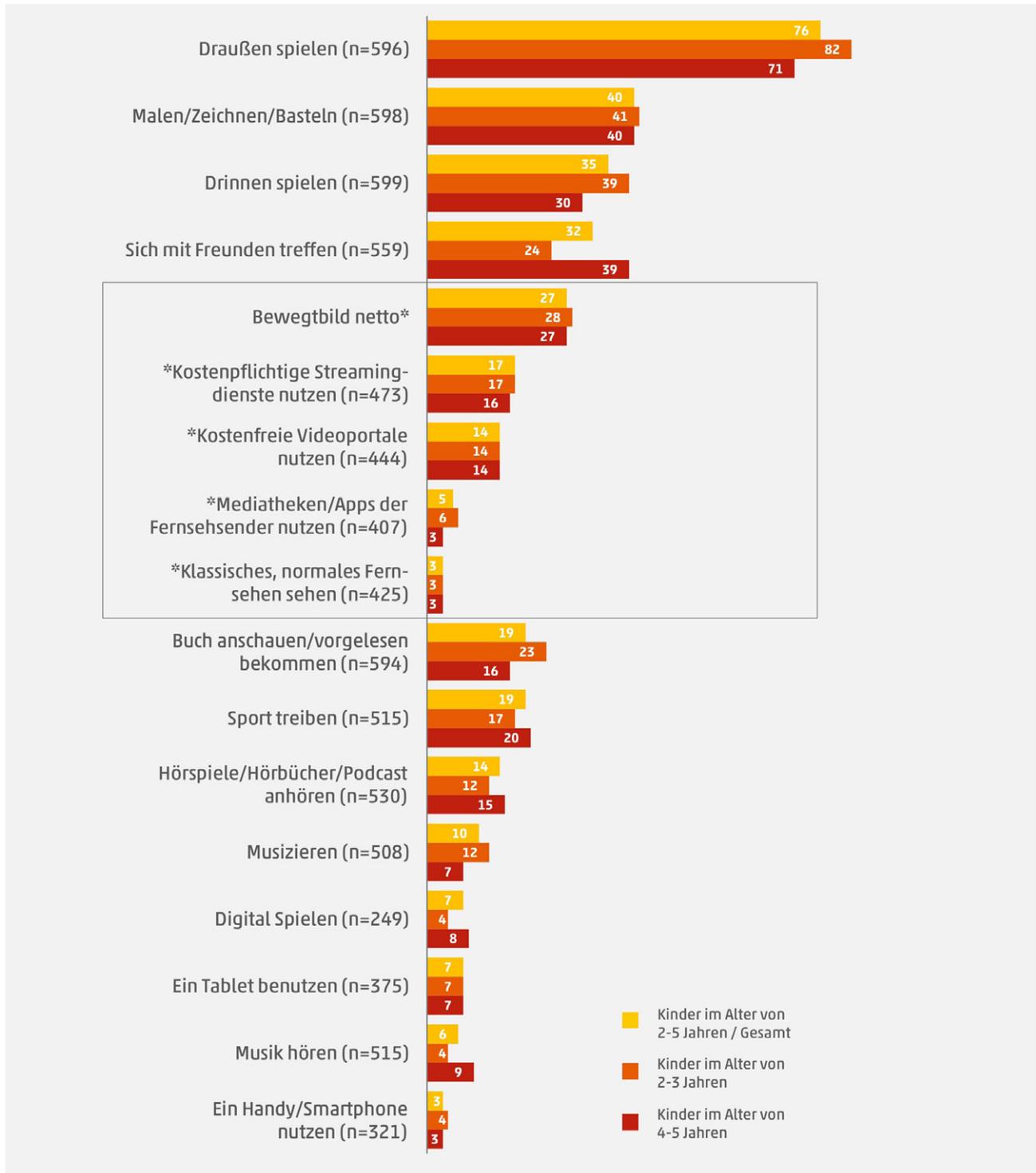
---

<sup>5</sup> Ein Vergleich zur Studie von 2020 ist aufgrund einer Änderung des Fragebogens von 2023 nicht möglich.



## Liebste Aktivitäten 2023

– Auswahl, bis zu drei Nennungen –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterziehende; wenn Tätigkeit zumindest gelegentlich ausgeübt wird



---

### **Musikboxen bei der Medien- nutzungsdauer der Kinder auf Platz eins**

Jenseits der Häufigkeit, mit der Medienangebote von den Zwei- bis Fünfjährigen genutzt werden, wurden die Haupterzieher\*innen auch um eine zeitliche Schätzung der durchschnittlichen täglichen Nutzungsdauer gebeten. Aus diesen Angaben lässt sich der Stellenwert verschiedener Medien im Alltag der Kinder noch einmal gesondert darstellen. Nach Schätzung der Haupterziehenden, die Angaben über die Nutzungszeit ihres Kindes machen können, nutzen Zwei- bis Fünfjährige durchschnittlich 38 Minuten am Tag eine Musikbox, also ein speziell für Kinder gedachtes Abspielgerät für Hörspiele, Musik und Geschichten wie bspw. eine Toniebox, ein Hörbert oder eine Tigerbox. Diese 2023 neu in die Abfrage aufgenommene Tätigkeit hat die Beschäftigung mit Büchern (37 Minuten) vom ersten Platz verdrängt. An dritter Stelle folgt inzwischen die Nutzung von kostenpflichtigen Streamingdiensten mit 23 Minuten. 20 Minuten verbringen die Kinder mit Radiohören. 18 Minuten am Tag schauen die Mädchen und Jungen kostenfreie Videoportale an, 15 Minuten sehen sie klassisches, lineares Fernsehen, 13 Minuten pro Tag beschäftigen sie sich mit dem Internet<sup>6</sup>. 12 Minuten verbringen die Zwei- bis Fünfjährigen mit den Online-Angeboten der Fernsehsender, mit digitalen Spielen beschäftigen sie sich im Schnitt sechs Minuten pro Tag. Betrachtet man den Gesamtwert aller vier Bewegtbildangebote<sup>7</sup>, zeigt sich, dass die Mädchen und Jungen insgesamt 67 Minuten am Tag Bewegtbildmöglichkeiten nutzen, die Älteren dabei länger als die Jüngeren (2-3 Jahre: 62 Minuten, 4-5 Jahre: 72 Minuten).

Mit Ausnahme des Buches fällt bei den älteren Kindern die Nutzungszeit bei fast allen Medien höher aus. Vor allem kostenpflichtige Streamingdienste (2-3 Jahre: 19 Min., 4-5 Jahre: 26 Min.) und die Nutzung von sonstigen Internetangeboten (2-3 Jahre: 9 Min., 4-5 Jahre: 16 Min.) erhalten höhere Zuwendungswerte der Vier- bis Fünfjährigen. Das Buch wird von den Zwei- bis Dreijährigen am meisten genutzt (38 Minuten).

---

<sup>6</sup> Die „Sonstige Internetnutzung“ bezieht sich auf die Nutzungszeit ohne Streaming, Online-Videos, Mediatheken und digitale Spiele.

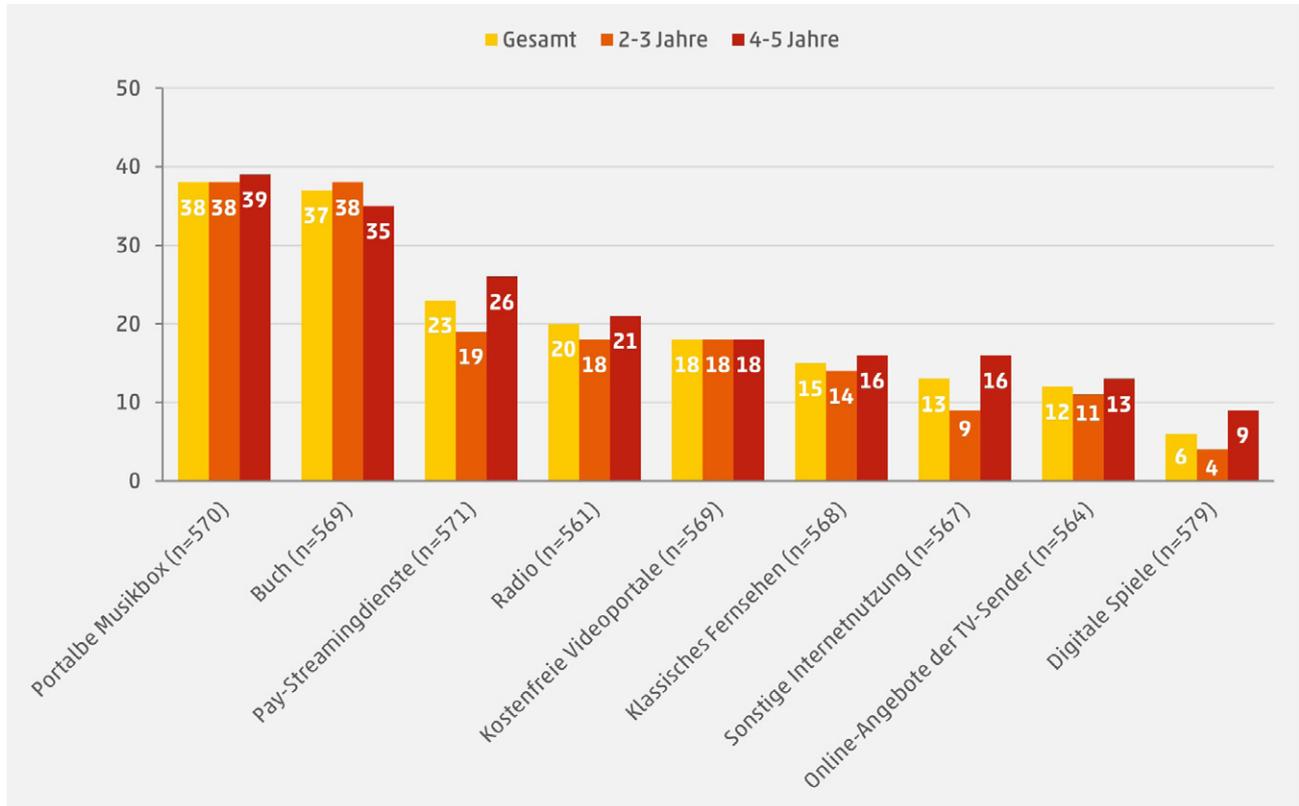
<sup>7</sup> N=537. Jede/r Befragte geht ein mit der Summe der einzelnen vier Bewegtbild-Medien. Wenn bei zumindest einem Bewegtbild-Angebot „weiß nicht“ vergeben wurde, wurde die Person mit keinem der Werte berücksichtigt und nicht in den Gesamtwert einbezogen.

<sup>8</sup> Ein Vergleich zur Studie von 2020 ist aufgrund einer Änderung des Fragebogens von 2023 nicht möglich.



## Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch Kinder 2023

- Angaben der Hauptzieher\*innen -

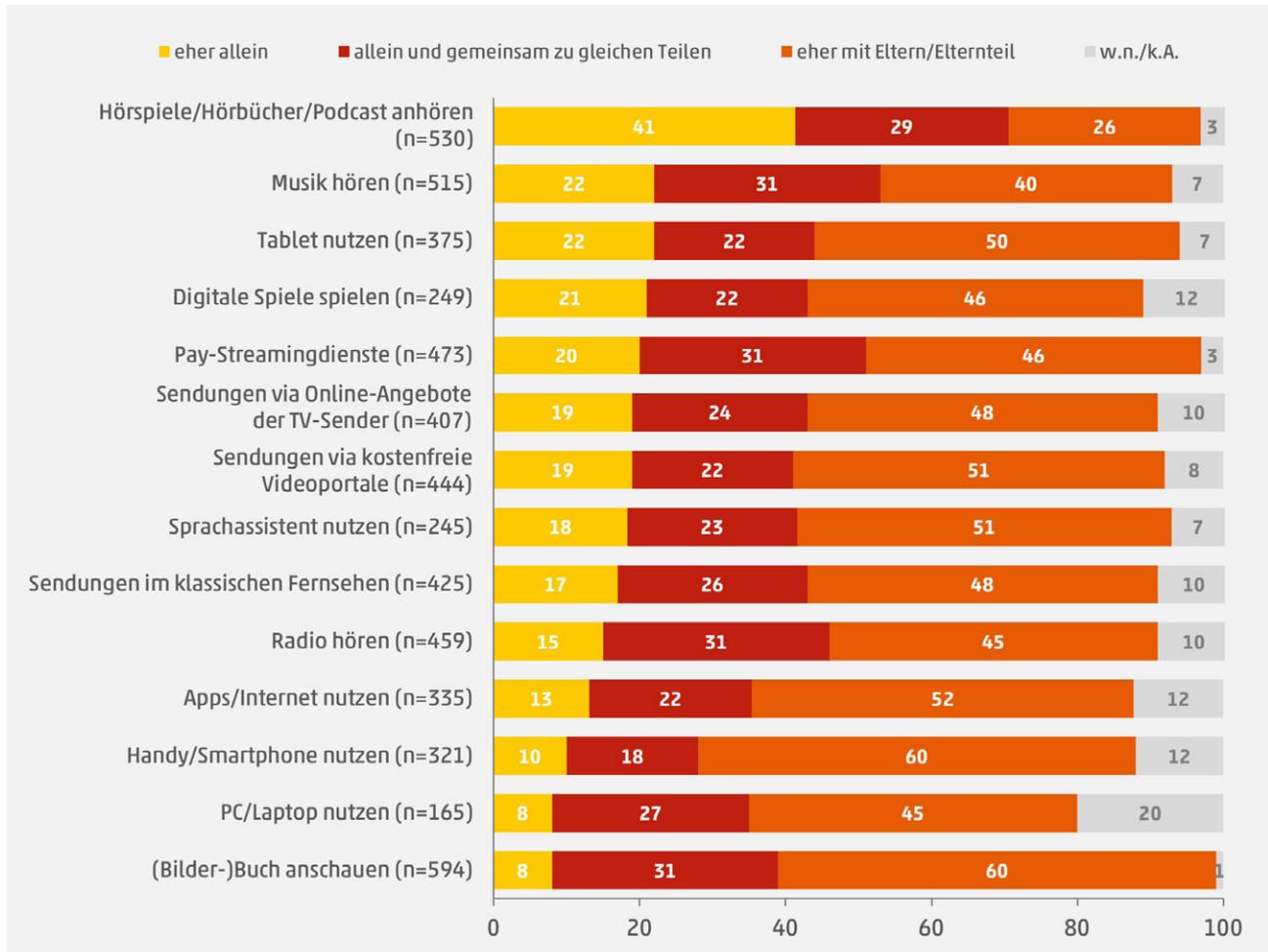


Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Minuten, Basis: Hauptzieher\*innen die jeweils Angaben über die Nutzungszeit machen können

Im Rahmen der miniKIM wurde außerdem untersucht, inwiefern die Mediennutzung der Zwei- bis Fünfjährigen eher allein, gemeinsam mit den Eltern oder zu gleichen Teilen allein und gemeinsam stattfindet. Gerade bei der frühkindlichen Mediennutzung wird von Pädagog\*innen und Expert\*innen eine gemeinsame Nutzung zusammen mit den Eltern oder anderen Erwachsenen empfohlen, um das Erlebte gemeinsam zu verarbeiten und ggf. eine Konfrontation mit ängstigenden oder sonst ungeeigneten Inhalten zu vermeiden. Fast alle zumindest gelegentlich genutzten Medien werden in dieser Altersklasse überwiegend gemeinsam mit den Eltern genutzt. Hörspiele, Hörbücher und Podcasts hört die Mehrheit der Kinder allerdings eher alleine (41 %). Was die alleinige Nutzung betrifft folgen mit Abstand das Hören von Musik (22 %), die Tabletnutzung (22 %), das Spielen digitaler Spiele (21 %) und die Nutzung von Pay-Streamingdiensten (20 %). Bei der Beschäftigung mit Büchern ist die alleinige Nutzung die Ausnahme (8 %), ein Drittel gibt an, dass dies zu gleichen Teilen allein und gemeinsam mit den Eltern stattfindet (31 %). Drei Fünftel nutzen Bücher eher gemeinsam mit den Eltern oder einem Elternteil. Die Nutzung von Smartphones und Bücher sind somit die häufigsten, gemeinsamen Aktivitäten.

### Medien werden hauptsächlich gemeinsam mit den Eltern genutzt

## Mediennutzung 2023: Macht das Kind ...

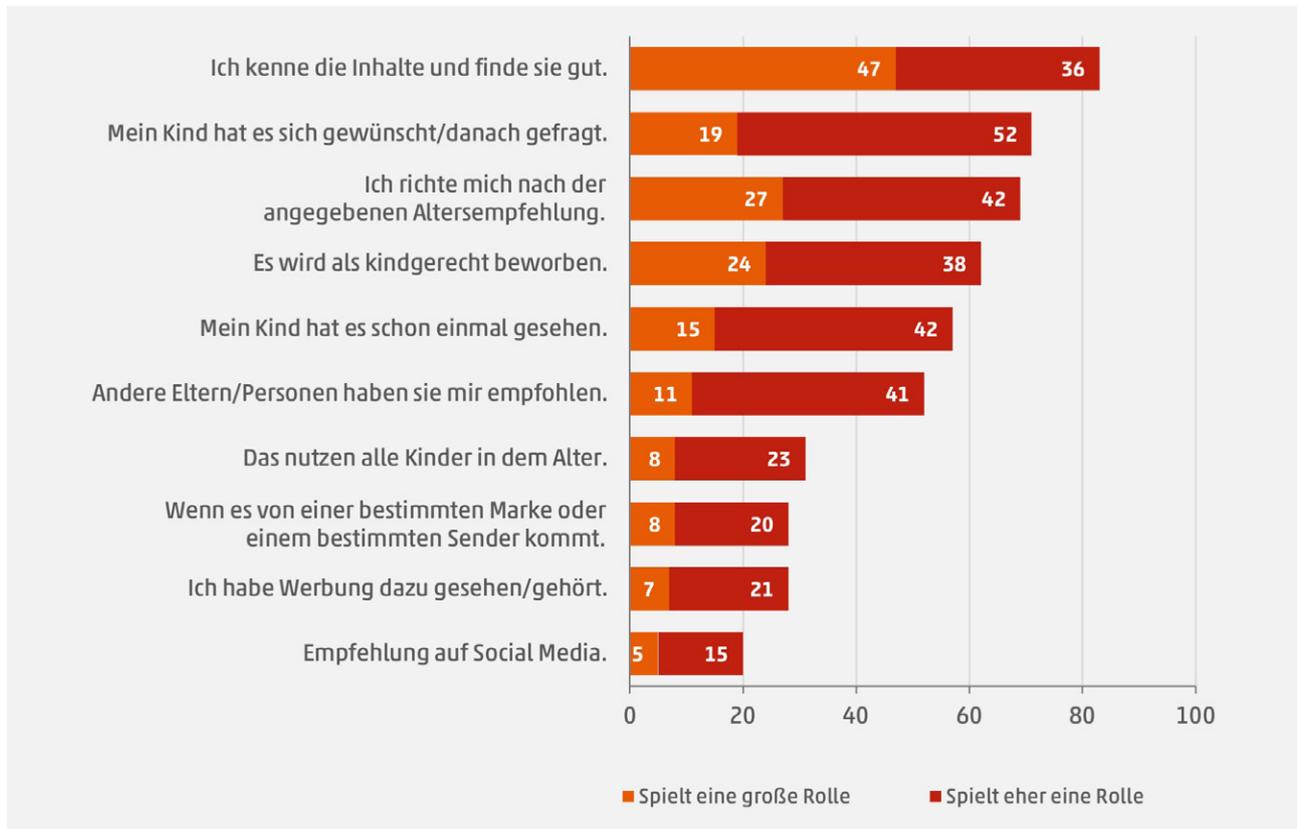


Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterziehende; wenn Tätigkeit zumindest gelegentlich ausgeübt wird

Erstmalig abgefragt wurde 2023 die Rolle verschiedener Kriterien bei der Auswahl von Medieninhalten für das Kind. Ein Großteil der Befragten begründet die Auswahl durch bekannte und für gut befundene Inhalte (83 %). Bei 71 Prozent der Haupterziehenden wird etwas ausgewählt, weil das Kind danach fragt oder sich einen speziellen Inhalt wünscht. 69 Prozent richten sich nach der angegebenen Altersempfehlung von Inhalten und drei Fünftel wählen Medieninhalte, wenn sie als kindgerecht beworben wurden (62 %). Wenn das Kind den Inhalt schon einmal gesehen hat, greifen 57 Prozent wieder darauf zurück. Nach der Empfehlung von anderen richtet sich etwa die Hälfte der Befragten (52 %). Je ein Drittel greift auf den Medieninhalt zurück, wenn auch andere gleichaltrige Kinder diesen nutzen (31 %), wenn er von einer bestimmten Marke oder einem bestimmten Sender kommt (28 %) oder wenn Werbung dazu gesehen oder gehört wurde (28 %). Ein Fünftel vertraut bei der Auswahl von Medieninhalten auf Empfehlungen bei Social Media (20 %).



## Kriterien bei der Auswahl von Medieninhalten 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



## 5. Medienbindung

### **Kinder können am wenigsten auf Bücher verzichten**

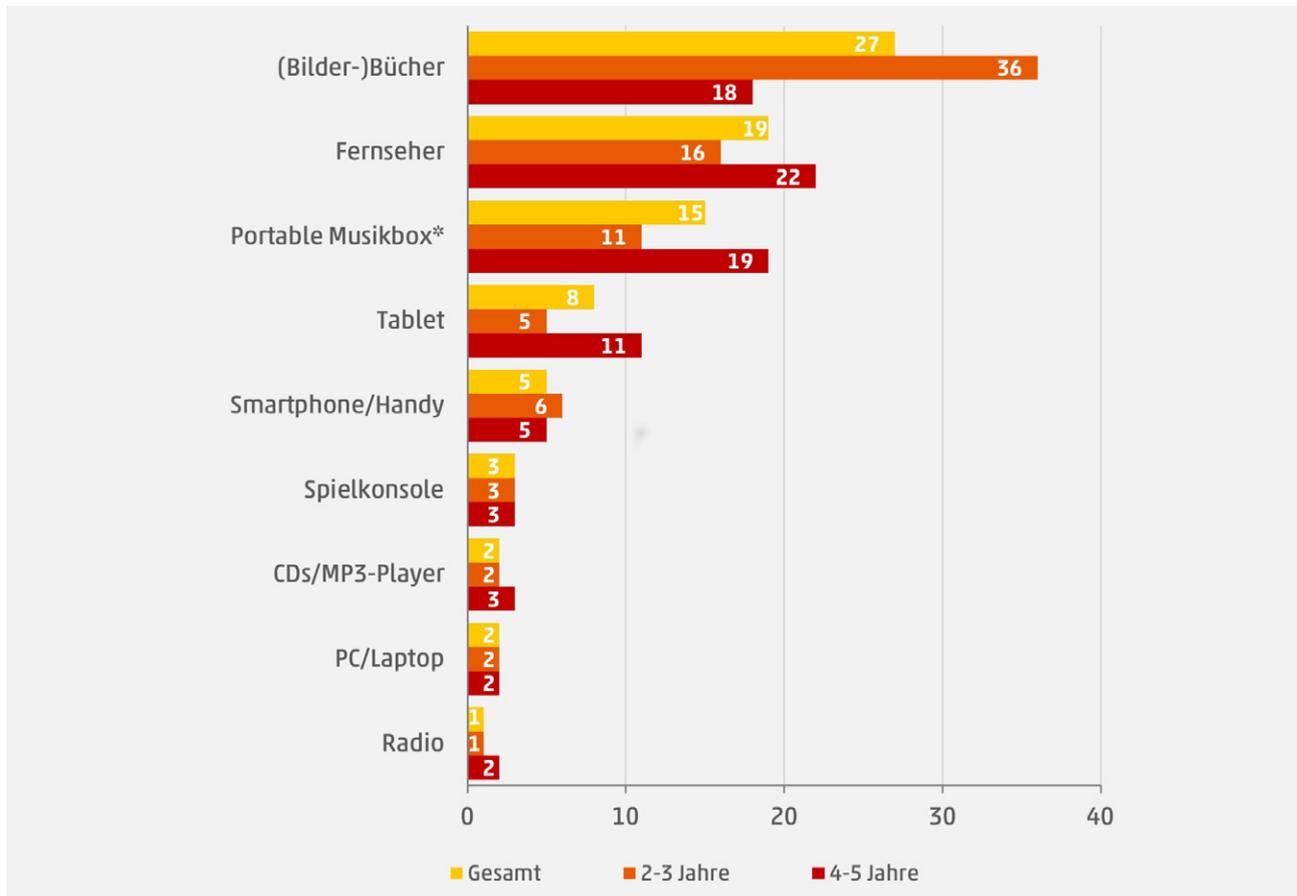
Mit der Frage, auf welches Medium ihr Kind am wenigsten verzichten könnte, sammelt die miniKIM Daten über die Medienbindung der Kinder in der frühen Kindheit. Dabei sollten die Eltern die Wichtigkeit der Medien Fernseher, Radio, Spielkonsole, (Bilder-)Bücher, CD/MP3-Player, Smartphone/Handy, PC/Laptop, Tablet und portable Musikbox (z. B. Toniebox, Hörbert, Tigerbox) für ihr Kind beurteilen. Insgesamt befinden sich (Bilder-)Bücher (wiederholt) auf dem ersten Platz, 27 Prozent der Kinder möchten nicht auf dieses Medium verzichten. Ein Fünftel der Kinder würden den Fernseher am meisten vermissen, 15 Prozent die portable Musikbox. Mit etwas Abstand wird das Tablet mit acht Prozent benannt, darauf folgen das Smartphone/Handy (5 %), die Spielkonsole (3 %) sowie CDs/MP3-Player und PC/Laptop (jeweils 2 %). Den Abschluss bildet das Radio, auf das nur ein Prozent der Kinder am wenigsten verzichten kann. Bei den verschiedenen Altersgruppen sind die jüngeren Kinder im Alter von zwei bis drei Jahren am stärksten an (Bilder-)Bücher gebunden (36 %), gefolgt von Fernsehen (16 %) und Musikbox (11 %). Bei den Vier- bis Fünfjährigen besteht die größte Bindung an den Fernseher (22 %), es folgen die portable Musikbox (19 %) und Bücher (18 %). Musikboxen sind für Mädchen (18 %) dabei wichtiger als für Jungen (12 %). Die Jungen zeigen eine höhere Bindung an den Fernseher (21 %, Mädchen: 17 %). An (Bilder-)Bücher sind Jungen und Mädchen mit jeweils 27 Prozent gleich stark gebunden. (Auch) durch die Neuabfrage der Musikboxen erfahren (Bilder-)Bücher im Vergleich zu 2023 einen deutlichen Bedeutungsverlust. Zwar dominiert dieses Medium auch 2023, fällt aber um 18 Prozentpunkte ab<sup>9</sup>. Die Bindungskraft des Fernsehers (+4 PP) und Smartphones/Handys (+1 PP) ist dagegen leicht gestiegen.

<sup>9</sup> Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass 2023 „portable Musikboxen“ neu bei der Abfrage aufgenommen wurden.



## Medienbindung 2023

– Am wenigsten verzichten kann das Kind auf ... –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600; \*2023 neu abgefragt

Ergänzt wurde die Frage nach der Medienbindung um die offene Nachfrage, warum das Kind darauf nicht verzichten könne. Als häufigsten Grund für die jeweilige Medienbindung der Kinder geben die Eltern an, dass das Kind den Inhalt gerne konsumiert und emotional an das Medium gebunden sei. Als weiterer wichtiger Grund für die jeweilige Medienbindung eines Kindes wird von den Haupterziehenden die Etablierung der Mediennutzung als Ritual in den Tagesablauf genannt, wodurch sich ein Verzicht als schwierig erweisen würde.

### **Kinder entscheiden sich am liebsten für (Bilder-)Bücher**

Auch bei der 2023 neu gestellten Frage, welche Medienbeschäftigung das Kind normalerweise bevorzugt, wenn es die Wahl hat, landet das Buch auf dem ersten Platz (27%)<sup>10</sup>, dicht gefolgt von der Nutzung kostenpflichtiger Streamingdienste (24%). Zwölf Prozent der Kinder würden auf Sendungen oder Videos bei kostenfreien Videoportalen und elf Prozent auf Hörspiele zurückgreifen. Nach Angaben der Haupterzieher\*innen würden acht Prozent der Kinder, wenn sie die Wahl hätten, ein

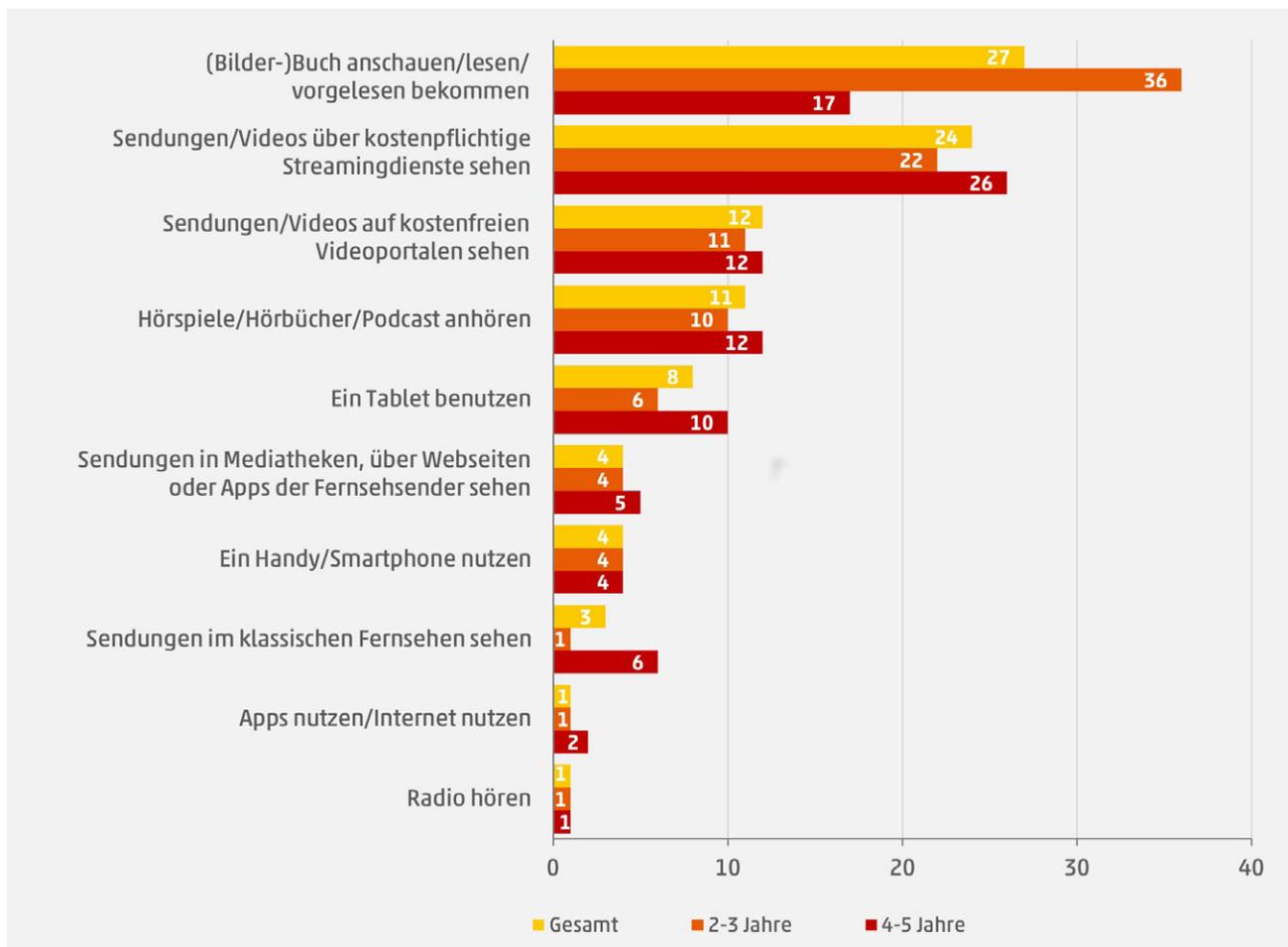
<sup>10</sup> Die Frage lautete: „Welche der folgenden Beschäftigungen mit Medien bevorzugt Ihr Sohn/Ihre Tochter normalerweise, wenn er/sie die Wahl hat, was er/sie machen möchte?“.



Tablet nutzen, je vier Prozent würden Sendungen über die Onlineangebote der Fernsehsender anschauen oder ein Handy/Smartphone bevorzugen. Drei Prozent der Vorschulkinder würden sich für das sendungsgebundene lineare Fernsehprogramm entscheiden und je ein Prozent würde Apps bzw. das Internet nutzen oder Radio hören.

## Bevorzugte Medienauswahl durch die Kinder 2023

- Angaben der Haupterzieher\*innen -



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



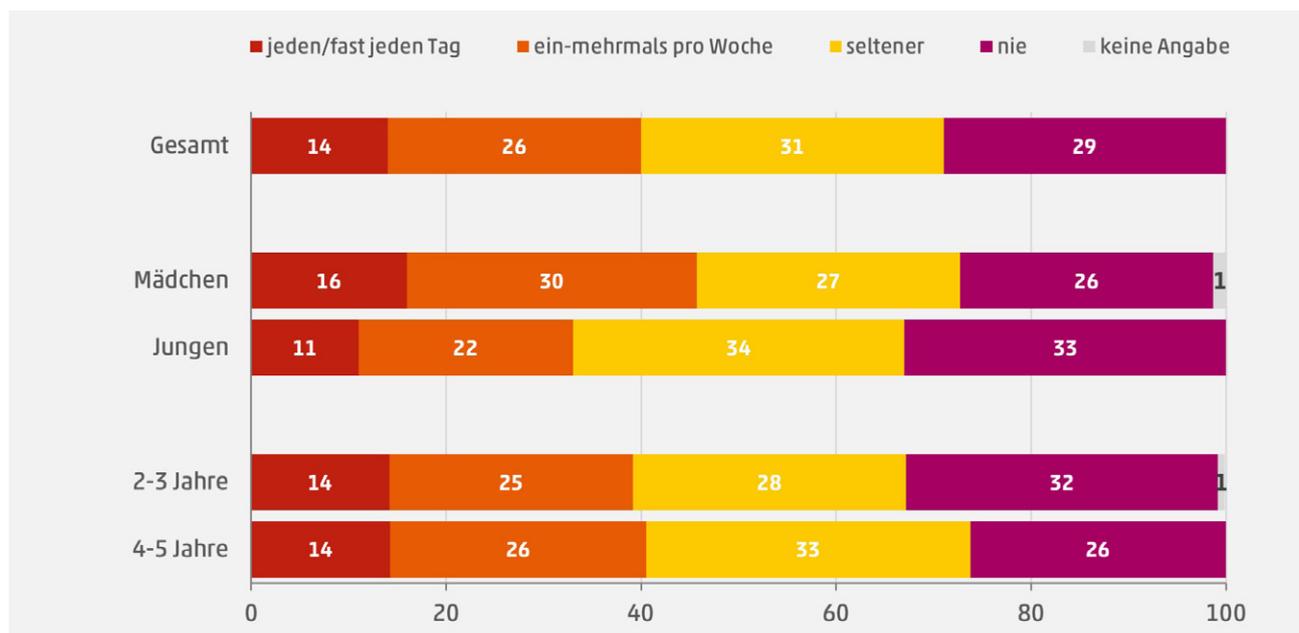
## 6. Fernsehen, Netflix, YouTube & Co.

**84 Prozent der Kinder nutzen wöchentlich mindestens eines der verschiedenen Bewegtbildangebote**

Die Möglichkeit, Bewegtbild zu nutzen, ist in nahezu allen Haushalten, in denen Vorschulkinder aufwachsen, durch unterschiedliche Zugänge gegeben. Die meisten Familien besitzen Fernsehgeräte, Smartphones und Computer/Laptops. 81 Prozent haben einen Streaming-Dienst wie Netflix abonniert und 72 Prozent sind mit Tablets ausgestattet. Fasst man alle Bewegtbildoptionen von Streamingplattformen über Mediatheken bis zum klassischen Fernsehen zusammen, nutzen 84 Prozent der Jungen und Mädchen wöchentlich zumindest eines der verschiedenen Bewegtbildangebote, 42 Prozent sogar jeden oder fast jeden Tag. Welche Optionen der Bewegtbildangebote welche Relevanz haben, zeigt die Nutzungshäufigkeit der Programme und Plattformen.

Ein Siebtel der Kinder sieht jeden oder fast jeden Tag fern (14 %, 2020: 17 %), zwei von Fünf sehen mindestens wöchentlich Sendungen im klassischen Fernsehen an. Damit ist die regelmäßige Zuwendung zum traditionellen linearen Fernsehen im Vergleich zu 2020 etwas gesunken (2023: 40 %, 2020: 45 %). Ein Drittel sieht nach Angaben der Haupterzieher\*innen dagegen nie lineares Fernsehen (2020: 33 %). Mädchen nutzen das lineare Fernsehen dabei wöchentlich etwas häufiger als Jungen (Mädchen 46 %, Jungen: 33 %).

### Lineares Fernsehen 2023: Nutzt das Kind ...

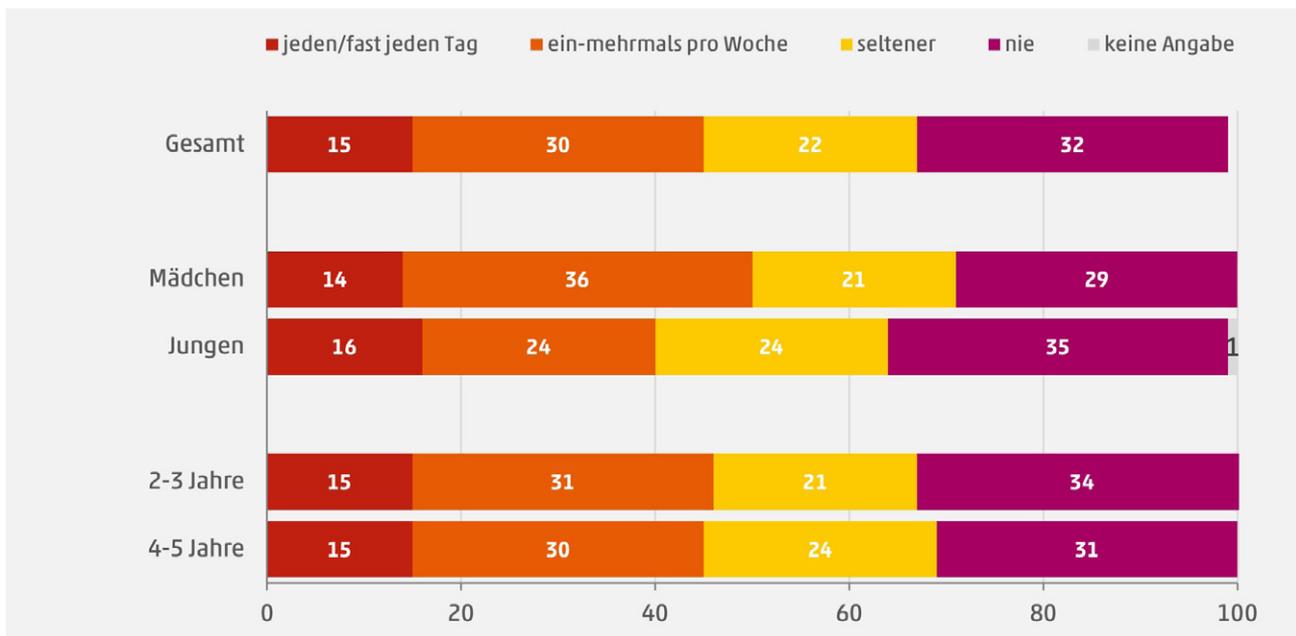


Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



Die Nutzung von Onlineangeboten der Fernsehsender wie Mediatheken, Websites oder Apps, hat im Vergleich zu 2020 etwas zugenommen. Inzwischen nutzen 45 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen diese Angebote regelmäßig (2020: 29 %), jeder Dritte nutzt sie aber nie (2020: 48 %). Was das Geschlecht betrifft, nutzen Mädchen die Angebote der Fernsehsender etwas häufiger regelmäßig als Jungen (Mädchen: 50 %, Jungen: 40 %).

### Onlineangebote\* der TV-Sender 2023: Nutzt das Kind ...



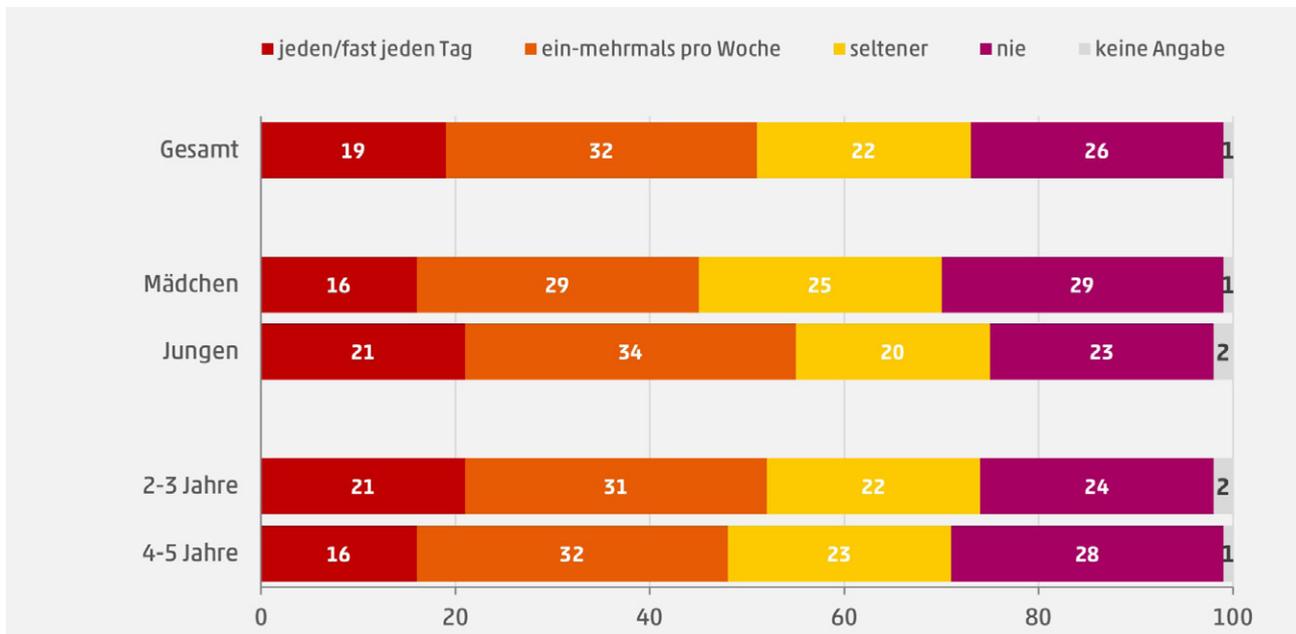
Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

\*Sendungen in Mediatheken, über Webseiten oder Apps der Fernsehsender

Auch die Nutzung von Sendungen über kostenfreie Videoportale wie bspw. YouTube, fällt 2023 etwas höher aus als noch im Jahr 2020: Knapp ein Fünftel der Vorschulkinder sieht jeden oder fast jeden Tag Sendungen über solche Angebote (2020: 12 %), die Hälfte nutzt die kostenfreien Angebote bereits regelmäßig (2020: 38 %). Ein Viertel schaut auf diesem Weg nie Sendungen an. Kostenfreie Videoportale bevorzugen vor allem die Jungen mit 55 Prozent regelmäßiger Nutzung (Mädchen: 45 %).



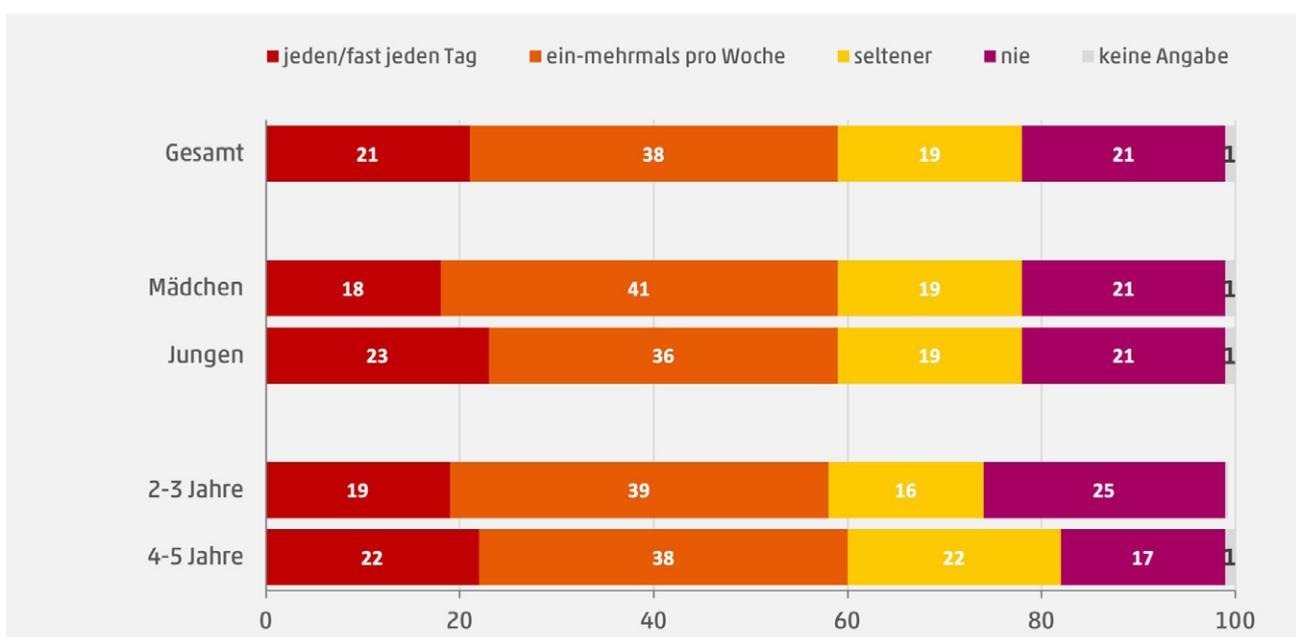
## Sendungen via kostenfreie Videoportale 2023: Nutzt das Kind ...



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Auch kostenpflichtige Streamingdienste wie Netflix, Prime Video, etc. werden immer mehr Teil des Alltags von Kleinkindern. 21 Prozent der Mädchen und Jungen nutzen diese Angebote inzwischen täglich (2020: 18 %), insgesamt werden sie von drei Fünftel regelmäßig genutzt (2020: 46 %), ein Fünftel nutzt diese Möglichkeit nie (2020: 34 %). Geschlechter- und Altersunterschiede gibt es hierbei kaum.

## Sendungen via Pay-Streamingdienste 2023: Nutzt das Kind ...



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



---

**Kinder schauen im Schnitt mit 2,4 Jahren das erste Mal Bewegtbildangebote**

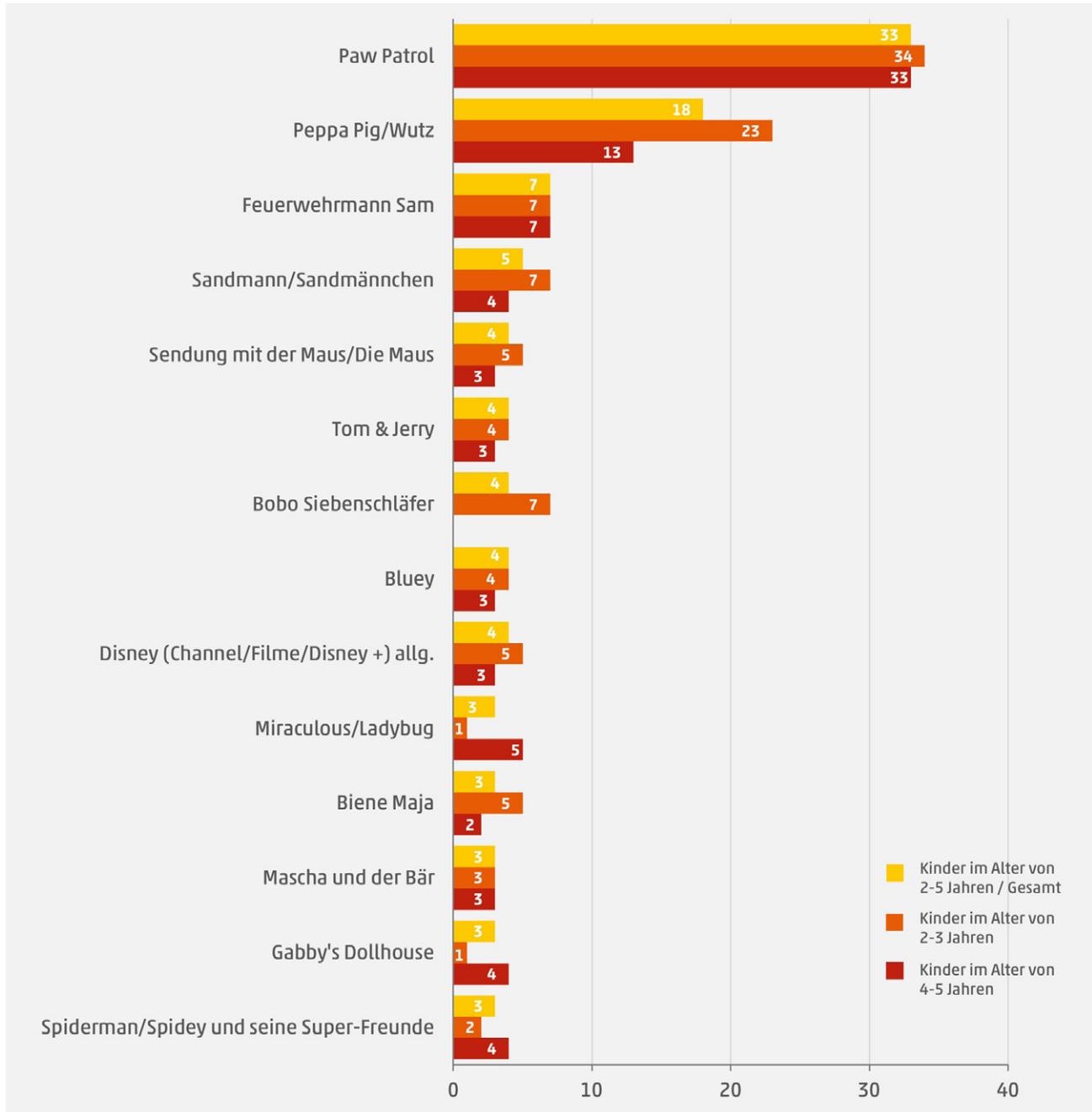
Nach Angaben der Haupterzieher\*innen haben die Kinder ihre erste Erfahrung mit den unterschiedlichen Bewegtbildangeboten mit durchschnittlich 2,4 Jahren gemacht.

Neben der Nutzungshäufigkeit wurden auch die inhaltlichen Präferenzen der Kinder in der miniKIM-Studie abgefragt. Nach Angaben der Haupterziehenden ist auch 2023 über alle abgefragten Plattformen „Paw Patrol“ (33 %) die Lieblingssendung der zwei- bis fünfjährigen Kinder, gefolgt von „Peppa Pig/Wutz“ (18 %) und „Feuerwehrmann Sam“ (7 %). Das „Sandmännchen“ landet auf Platz vier (5 %), „Die Sendung mit der Maus“ auf Platz fünf (4 %). Bei den jüngeren Kindern landet neben „Feuerwehrmann Sam“ und dem „Sandmännchen“ auch „Bobo Siebenschläfer“ auf dem dritten Platz.



## Lieblingssendung 2023

- Mehrfachnennungen -



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

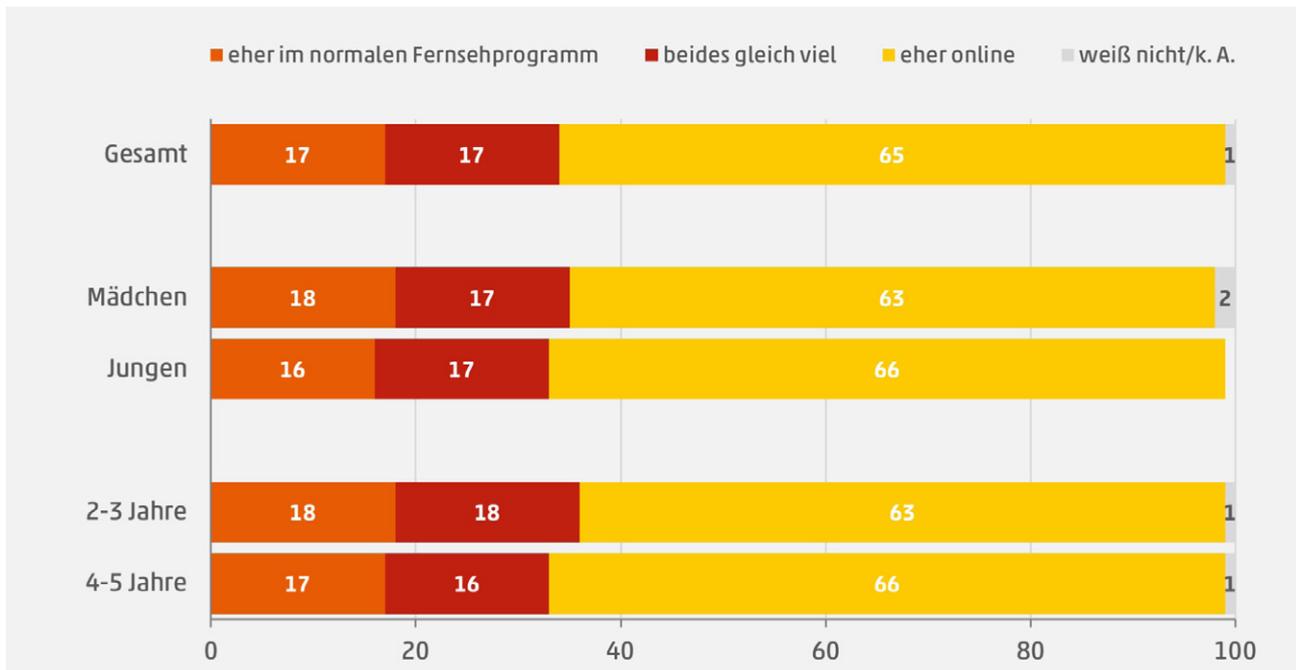
### Ansehen von Lieblingssendungen erfolgt überwiegend zeitsouverän

Auch bei den Plattformen, über die die Zwei- bis Fünfjährigen ihre Lieblingssendung/en anschauen, wird deutlich, dass diese überwiegend zeitsouverän genutzt werden. Die liebsten Sendungen werden heutzutage mehrheitlich eher online über Mediatheken, Apps, Streaming-Dienste



oder auf YouTube etc. angeschaut (65 %), wohl auch aufgrund der Tatsache, dass hier meist mehrere Folgen einzelner Sendungen zur Verfügung stehen. Lediglich ein Sechstel der Kinder nutzt für ihre Lieblingssendungen eher das lineare Fernsehprogramm (17 %).

### Lieblingssendung: Wo gesehen?



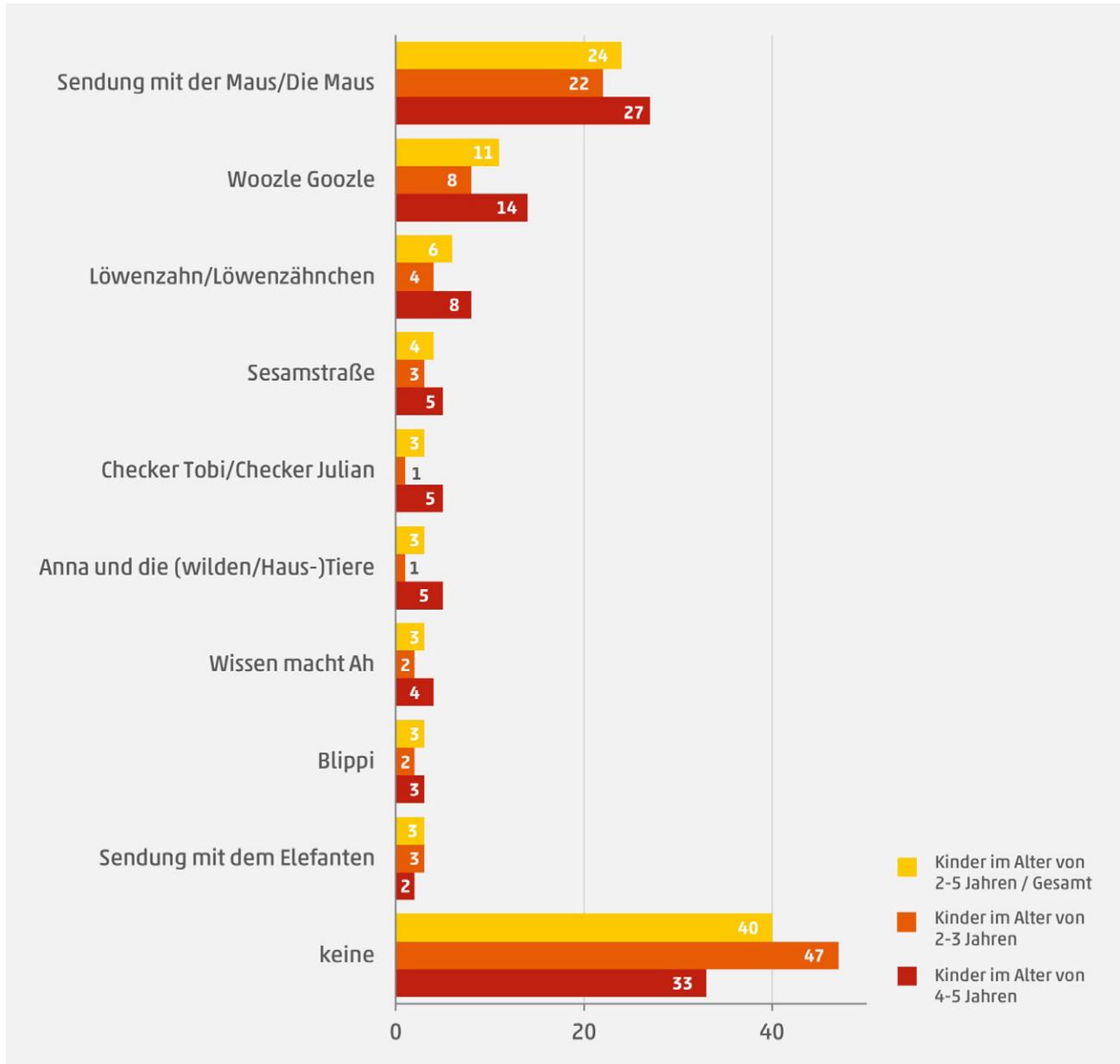
Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterzieher\*innen deren Kinder mindestens eine Lieblingssendung haben, n=491

Neben Unterhaltung bedeutet Fernsehen auch einen Zugang zu Wissen, bspw. über Sendungen, in denen Dinge erklärt werden und bei denen man etwas lernen kann. Bei der Frage, welche Wissenssendungen öfters von den Kindern angeschaut werden, landet „Die Sendung mit der Maus“ wiederholt mit Abstand vor „Woozle Goozle“, „Löwenzahn/Löwenzähnen“ und der „Sesamstraße“. Es ist allerdings zu vermuten, dass die Haupterzieher\*innen hierunter oft nur klassische Wissenssendungen assoziieren, deren Inhalte für Jüngere oft noch zu komplex sind und sich eher an Kinder ab fünf Jahren richten. Vermutlich ergibt sich hieraus der hohe Zustimmungswert, dass das Kind gar keine Wissenssendungen ansieht (40 %). Niederschwellige Wissensangebote wie KiKANiNCHEN beim KiKA oder auch im Rahmen von Toggolino bei SuperRTL werden von Eltern offenbar weniger als Wissenssendungen definiert.



## Häufig gesehene Wissenssendungen 2023

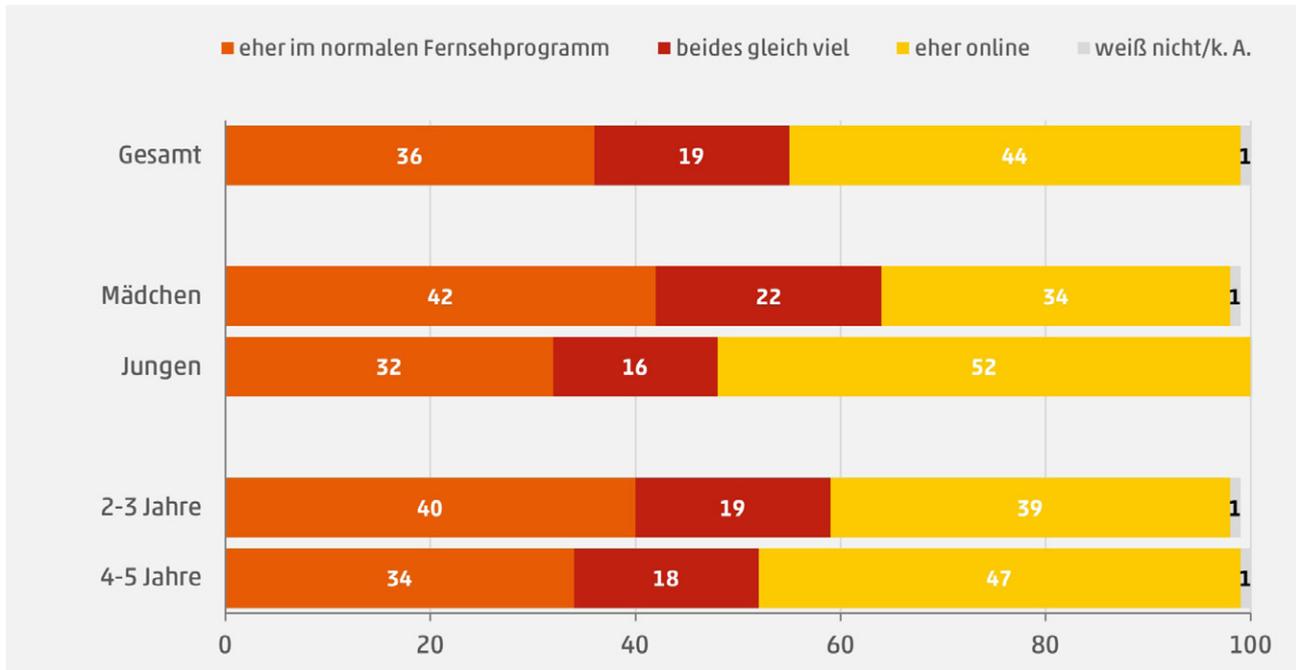
– Mehrfachnennungen –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Schauen Kinder mindestens eine Wissenssendung an, geschieht auch dies inzwischen hauptsächlich online auf Abruf (44 %). 2020 nutzten die Kinder hierfür vor allem noch das normale Fernsehprogramm (2020: 52 %, 2023: 36 %). Das lineare Fernsehen wird allerdings eher von den Mädchen (42 %) sowie von den Zwei- bis Dreijährigen (40 %) genutzt.

## Wissenssendung: Wo gesehen?



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterzieher\*innen deren Kinder mindestens eine Wissenssendung schauen, n=290

Generell erfolgt die Fernsehnutzung im Kindergarten- und Vorschulalter in der Regel zielgerichtet. Der Fernseher wird meist eingeschaltet, weil eine bestimmte Sendung kommt (53 %). Bei 25 Prozent wird der Fernseher einfach so für die Kinder eingeschaltet, ohne die Absicht ein bestimmtes Format zu verfolgen, 22 Prozent können hierzu keine Angabe machen.

Beim Fernsehen oder über Sendungen im Internet können Kinder auch in Kontakt mit Inhalten kommen, für die sie noch zu jung sind, die ihnen Angst machen oder die ihnen unangenehm sind. Nach Angaben der Haupterziehenden haben 23 Prozent der Kinder schon einmal ungeeignete Inhalte gesehen (2-3 Jahre: 20 %, 4-5 Jahre: 27 %). 27 Prozent wurden mit Inhalten konfrontiert, die ihnen Angst gemacht haben (2-3 Jahre: 21 %, 4-5 Jahre: 34 %) und 19 Prozent haben schon einmal etwas im Fernsehen oder Internet gesehen, das ihnen unangenehm war (2-3 Jahre: 14 %, 4-5 Jahre: 25 %). Vor allem die Jungen kommen hierbei mit Inhalten in Kontakt, die ihnen unangenehm sind (22 %, Mädchen: 16 %). Im Vergleich zu den Ergebnissen der miniKIM 2020 ist die Kontaktrate mit ungeeigneten (+11 PP), ängstigenden (+14 PP) oder unangenehmen (+12 PP) Inhalten gestiegen. Von den Kindern, die bereits mit derartigen Inhalten konfrontiert wurden, haben ein Viertel diese Inhalte im Rahmen des Kinderprogramms gesehen, acht Prozent beim (nicht gewollten) Mitschauen bspw. bei älteren Geschwistern, Eltern, Freunden etc.. Je sieben Prozent dieser Kinder haben für sie ungeeignete Inhalte im Fernsehen und auf YouTube gesehen.

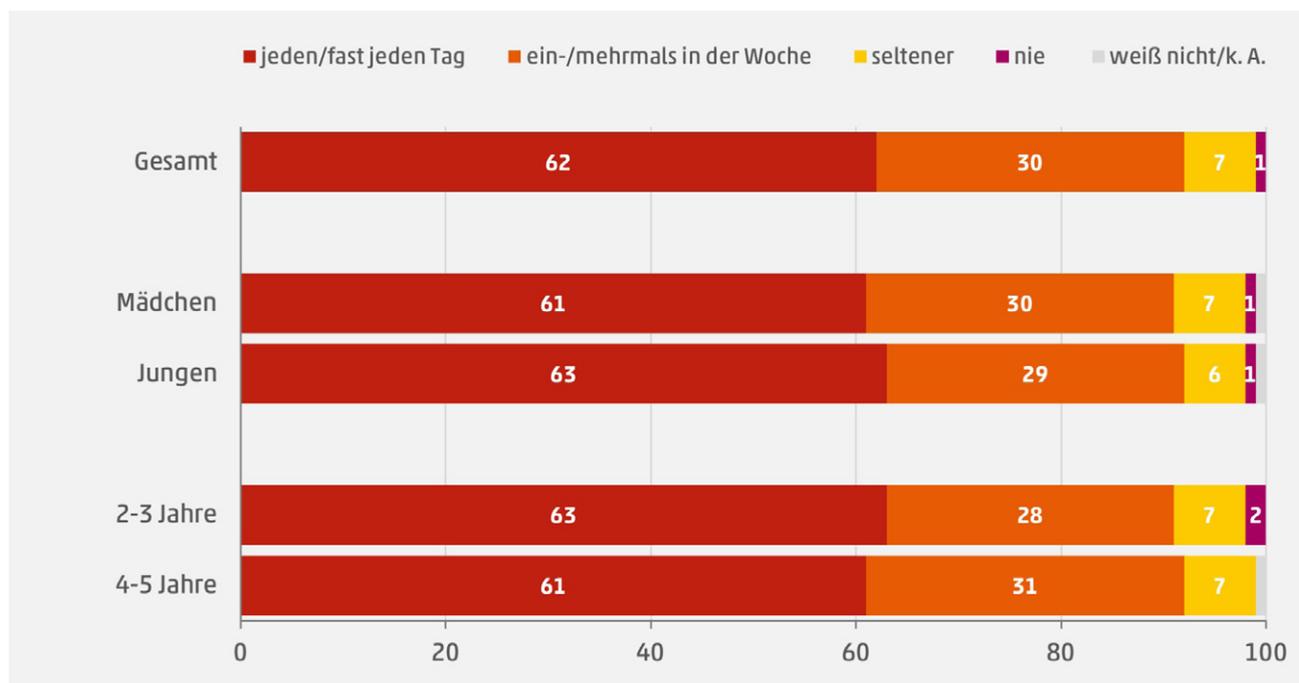


## 7. Bücher und Hörspiele

Das (Bilder-)Buch ist ein bedeutender Bestandteil im Alltag der Zwei- bis Fünfjährigen. Nach Angaben der Haupterziehenden beschäftigen sich die Kinder pro Tag durchschnittlich 37 Minuten mit Büchern, die Zwei- bis Dreijährigen (38 Min.) dabei etwas mehr als die Vier- bis Fünfjährigen (35 Min.). 62 Prozent der Kinder zwischen zwei und fünf Jahren beschäftigen sich jeden oder fast jeden Tag mit Büchern, dazu zählt das Anschauen von Büchern genauso wie Vorgelesen bekommen oder erstes eigenständiges Lesen. Ein Drittel der Kinder benutzt mindestens einmal in der Woche ein Buch, sieben Prozent seltener. Ein Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen kommt nie mit Büchern in Kontakt. Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen sowie in den Altersgruppen sind dabei minimal. Neben der Medienbindung (vgl. Kapitel 6) nimmt auch die Nutzungshäufigkeit von Büchern ab: 2020 beschäftigten sich noch zwei Drittel der Zwei- bis Fünfjährigen jeden oder fast jeden Tag mit Büchern.

**92 Prozent der Kinder beschäftigen sich regelmäßig mit Büchern**

### Beschäftigung mit Büchern 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



Die generelle Ausstattung mit Büchern in den Haushalten mit Zwei- bis Fünfjährigen ist, nach Angabe der Befragten, gut. 29 Prozent der Haushalte verfügen über mehr als 100 Bücher, in über einem Viertel der Haushalte (28 %) sind 51 bis 100 Bücher vorhanden und 32 Prozent der Haushalte verfügen über elf bis 50 Bücher.

Nach Angaben der Haupterzieher\*innen werden Bücher von den Kindern vor allem vor dem Schlafengehen genutzt (69 %). Bei drei Fünftel findet die Nutzung nachmittags zum Entspannen statt (58 %), bei vier von Zehn im Kindergarten (39 %). Gut jedes dritte Kind benutzt das Medium beim Spielen (34 %). Zwölf Prozent der Befragten geben an, dass sich die Kinder mit Büchern beschäftigen, wenn sie Zeit für sich brauchen, elf Prozent beim Aufstehen, je sieben Prozent beim Frühstück und Abendessen, sowie sechs Prozent beim Mittagessen und fünf Prozent auf dem Weg in den Kindergarten. Bücher werden außerdem vor allem genutzt, wenn das Kind etwas lernen will (60 %), wenn es Langeweile hat (49 %) und wenn es etwas Spannendes erleben will (48 %) oder Spaß haben möchte (43 %). Ein Fünftel der Kinder nutzt das Medium, wenn sie sich alleine fühlen (20 %) oder wenn sie traurig sind (18 %). 13 Prozent nutzen Bücher, wenn sie sich geärgert haben.

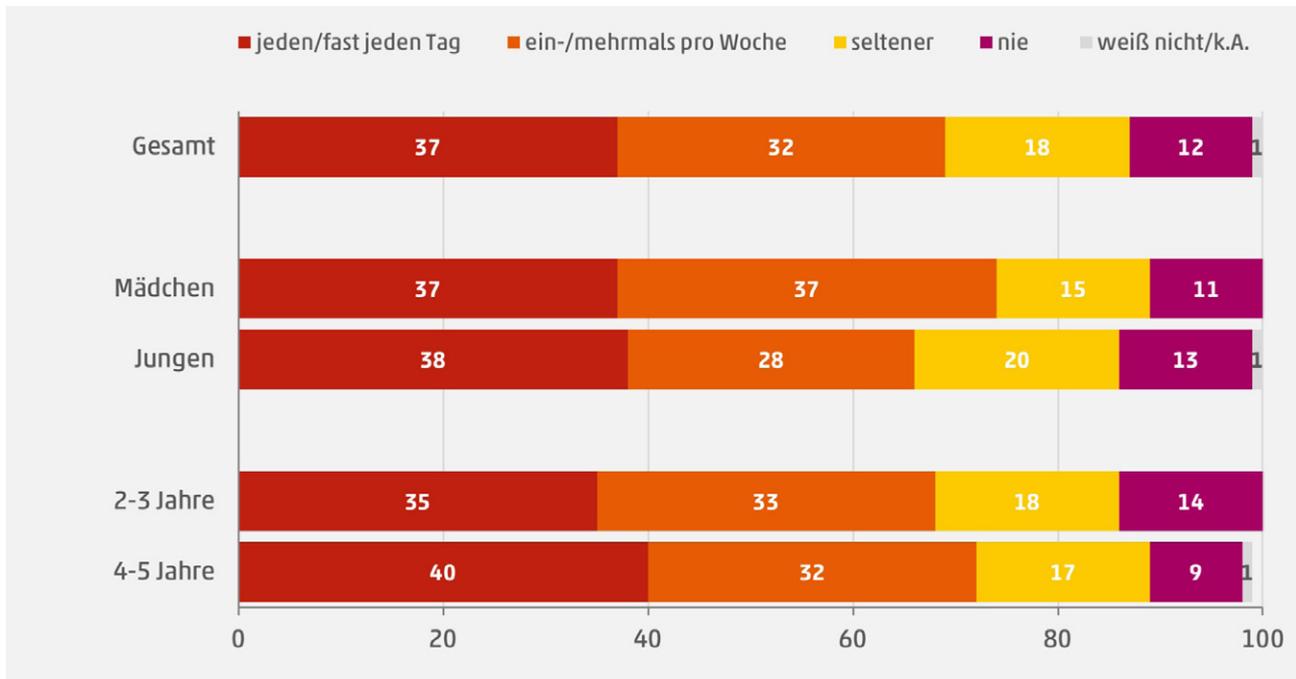
---

### **Nutzung von Hörspielen, Hörbüchern und Podcasts gestiegen**

Im Zusammenhang mit Hörbüchern ist bei den Zwei- bis Fünfjährigen mittlerweile die portable Musikbox, wie bspw. die Toniebox, der Hörbert oder die Tigerbox ein weiteres zentrales Medium. Nach Angaben der Haupterziehenden beschäftigen sich die Kinder pro Tag durchschnittlich 38 Minuten mit einer Musikbox, die Mädchen (43 Min.) dabei etwas mehr als die Jungen (34 Min.). Etwa sieben von zehn Kindern beschäftigen sich mindestens einmal in der Woche mit Hörspielen, Hörbüchern und/oder Podcasts, die über CDs, portable Musikbox oder Plattformen wie Audible oder Spotify gehört werden. 37 Prozent der Kinder nutzen diese Art von Medien dabei (fast) jeden Tag, ein Drittel ein- oder mehrmals in der Woche. Seltener als einmal in der Woche kommen 18 Prozent der Kinder mit diesen Audio-Formaten in Berührung, zwölf Prozent nie. Alters- und geschlechtsspezifische Unterschiede sind dabei nur bedingt erkennbar, mit ca. drei Vierteln nutzen Mädchen die Angebote jedoch häufiger mindestens einmal in der Woche als Jungen mit zwei Dritteln. Die (fast) tägliche Nutzung ist bei den Vier- bis Fünfjährigen (40 %) etwas höher als bei den Zwei- bis Dreijährigen (35 %). Im Vergleich zu 2020 ist die Nutzung dieser Audio-Angebote gestiegen (jeden/fast jeden Tag, 2023: 37 %, 2020: 35 %). Vor allem die ein-/mehrmalige Nutzung pro Woche hat sich hierbei erhöht (2023: 32 %, 2020: 26 %).



## Anhören von Hörspielen/Hörbüchern/Podcasts 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Hörmedien werden nach Angaben der Befragten in erster Linie beim Spielen (42 %), nachmittags zum Entspannen (39 %) sowie abends beim Schlafengehen (38 %) genutzt. Eine kleinere Rolle spielen sie im Kindergarten (14 %), beim Aufstehen (12 %), wenn die Eltern Zeit für sich brauchen (12 %), beim Frühstück (7 %), auf dem Weg in den Kindergarten (6 %) sowie beim Mittag- und Abendessen (je 5 %). Betrachtet man die Stimmungen, in denen Hörspiele von den Kindern laut Aussage der Befragten genutzt werden, so nutzen Kinder sie vor allem wenn sie Spaß haben wollen (47 %), wenn sie Langeweile haben (36 %) und wenn sie etwas Spannendes erleben möchten (31 %). Ein Fünftel nutzt Hörspiele um zu lernen (21 %), jedes zehnte Kind wenn es sich geärgert hat, alleine fühlt (je 10 %) oder wenn es traurig ist (9 %).

Hörmedien werden von den Mädchen und Jungen zumeist alleine angehört, 41 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen nutzen diese Medien ohne ihre Eltern oder Geschwister, ein Viertel hört sich Hörspiele mit den Eltern an (26 %) und ein Drittel allein und gemeinsam mit den Eltern zu gleichen Teilen (29 %).

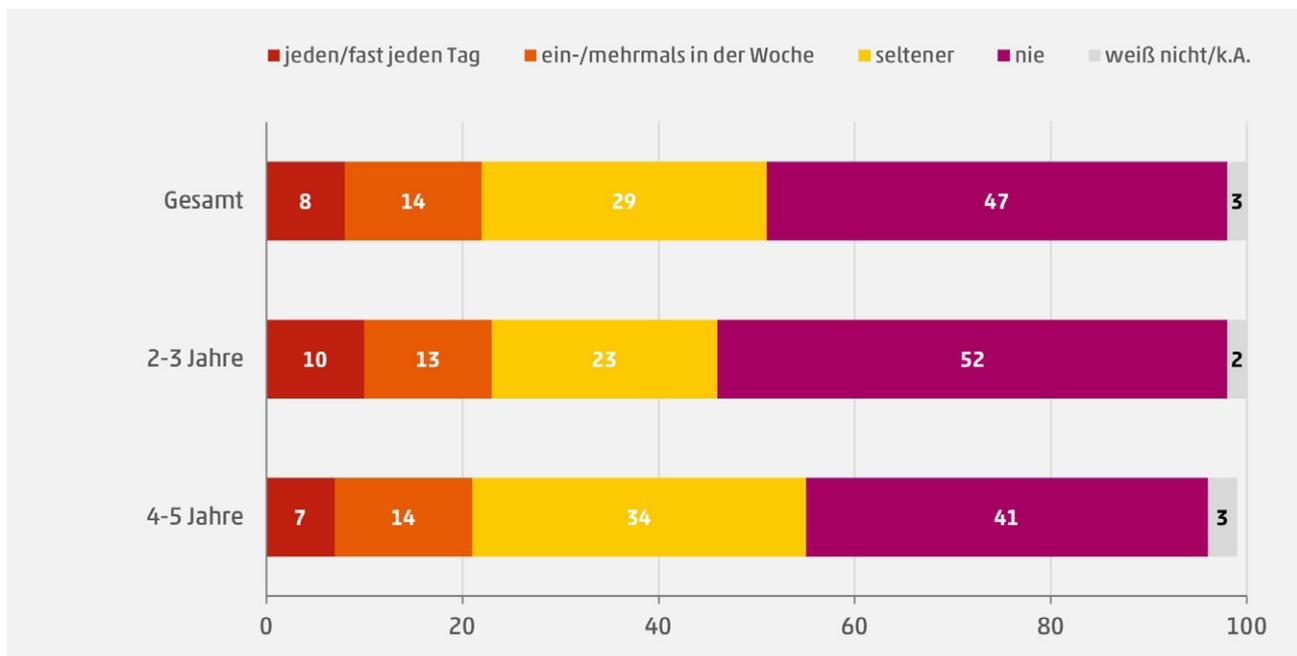


## 8. Handy- und Smartphonennutzung

**22 Prozent der Kinder nutzen Mobiltelefon mindestens ein- bis mehrmals pro Woche**

Mittlerweile besitzt fast jedes zehnte Kind zwischen zwei und fünf Jahren ein eigenes Handy oder Smartphone oder hat zumindest freien Zugang dazu, deutlich mehr als im Jahr 2020 (4 %). Über ein Fünftel der Jungen und Mädchen beschäftigen sich dabei laut Aussagen der Haupterziehenden mindestens einmal in der Woche mit einem Mobiltelefon (22 %), 29 Prozent nutzen es seltener und knapp die Hälfte der Kinder benutzt dieses Medium nie (47 %).

### Handy- und Smartphonennutzung 2023



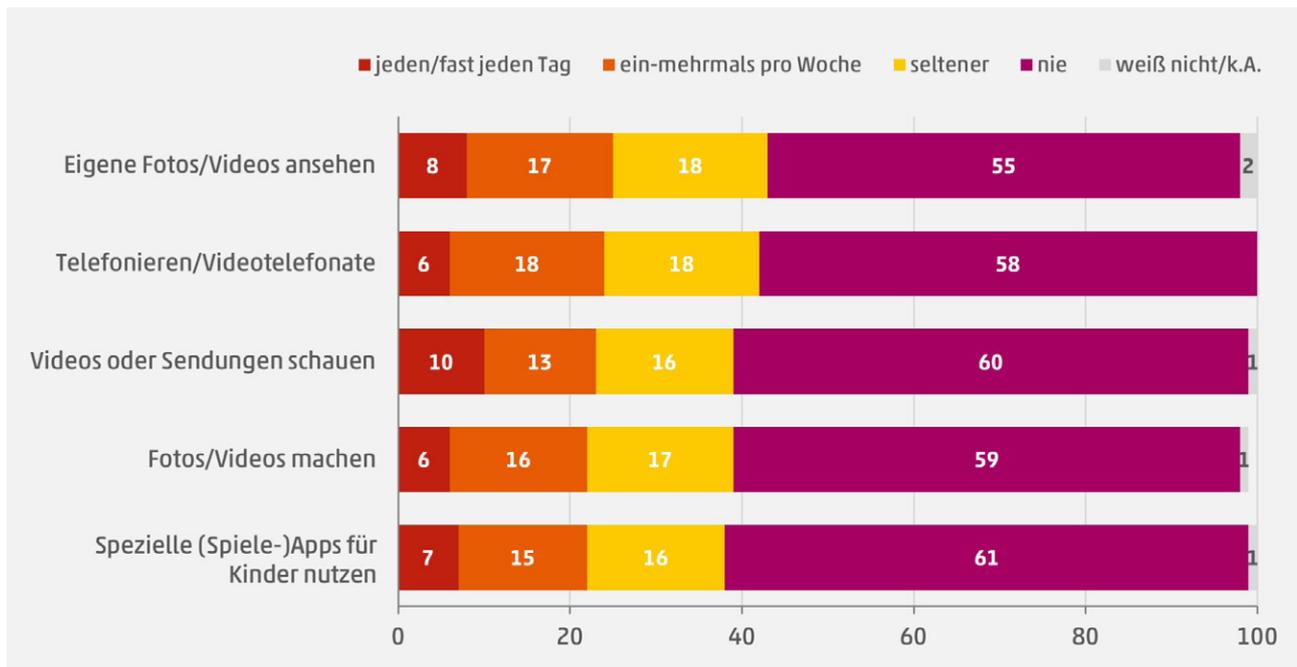
Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Doch mit was beschäftigen sich die Kinder? Auch diese Frage wurde den Haupterziehenden gestellt. Der Fragenkatalog wurde seit 2020 modifiziert und erweitert, so wurden die Kategorien „Anrufen“ und „Angerufen werden“ zu einer Kategorie zusammengefasst und beinhalten nun auch das Videotelefonieren. Zusätzlich wurde gefragt, ob die Kinder Videos oder Sendungen auf den Geräten anschauen und ob spezielle (Spiele-)Apps für Kinder genutzt werden. Betrachtet man die Antworten, dominiert keine



der abgefragten Tätigkeiten, es zeigt sich vielmehr ein breites Anwendungsspektrum. Eins von zehn Kindern schaut (fast) jeden Tag fremde Videos oder Sendungen an, mindestens einmal pro Woche schaut sich jedes vierte Kind der Zwei- bis Fünfjährigen eigene Fotos/Videos an oder (video-)telefoniert. Je 22 Prozent der Kinder machen selbst regelmäßig Fotos/Videos und nutzen mindestens einmal in der Woche speziell für Kinder entwickelte Apps.

## Tätigkeiten am Handy/Smartphone 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Das erste Mal beschäftigten sich die Kinder durchschnittlich mit 2,9 Jahren mit einem Handy/Smartphone. Knapp jedes zehnte Kind (8 %) hatte seine erste Erfahrung mit dem Mobiltelefon im Alter von einem Jahr, 35 Prozent mit zwei Jahren und gut ein Viertel (26 %) mit drei Jahren. 22 Prozent nutzten das Gerät mit vier Jahren zum ersten Mal, 9 Prozent erst im Alter von fünf Jahren.

Um zu erfahren, wie die Haupterzieher\*innen den Umgang von Kindern mit Smartphones einschätzen, wurden zu verschiedenen Statements Zustimmungswerte erhoben. Die Mehrheit der Befragten sieht das Thema Smartphones und Kinder eher kritisch. So geben 88 Prozent an, dass das Smartphone für Kinder viele Gefahren birgt, 86 Prozent wollen, dass Kinder nur im Internet surfen, wenn auf dem Gerät ein Filter- oder Schutzprogramm installiert ist. Knapp drei Fünftel sind der Meinung, dass Smartphones generell nichts für Kinder sind (58 %). Dass die Eltern in der Verantwortung stehen und den Kindern den Umgang mit Smartphones und Internet beibringen müssen, bejahen 80 Prozent der Befragten,

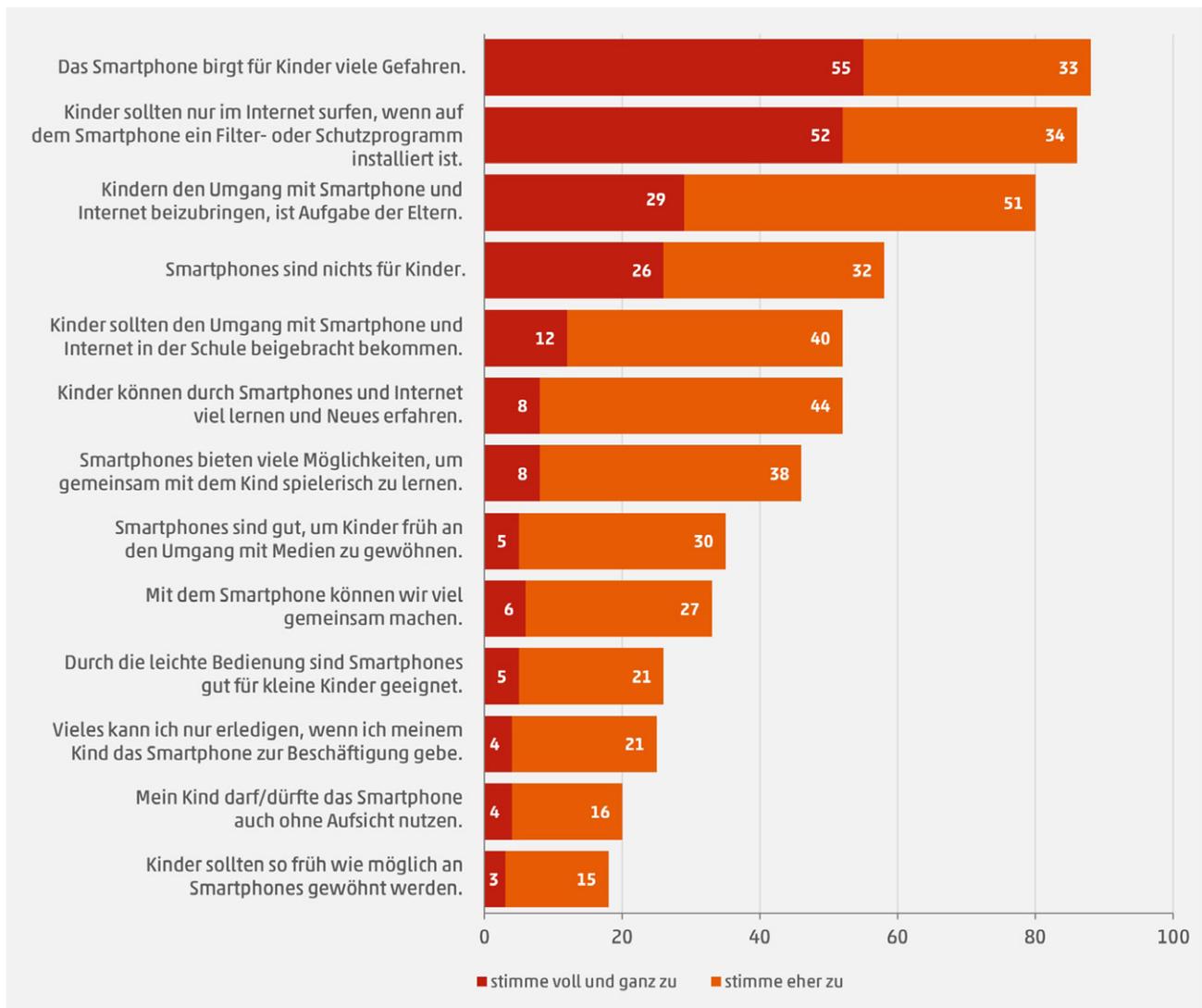
**Smartphones werden von der Mehrheit der Befragten eher kritisch gesehen**



52 Prozent sehen hier außerdem später die Schule in der Pflicht. Etwa die Hälfte der Haupterziehenden sieht aber auch Vorteile, was die Nutzung der Geräte durch Kinder betrifft, bspw. das Potenzial zu Lernen und Neues zu erfahren (52 %) oder spielerisch zu lernen (46 %). 35 Prozent finden das Gerät geeignet um Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen. Jede/r Dritte nutzt das Smartphone zusammen mit dem Kind. 26 Prozent sind der Meinung, dass die Geräte, aufgrund der leichten Bedienbarkeit, gut für kleine Kinder geeignet sind. Ein Viertel der Befragten nutzt das Smartphone um das Kind zu beschäftigen, wenn sie selbst etwas erledigen möchten. Ein Fünftel der befragten Eltern lässt das Kind unbeaufsichtigt mit dem Gerät. Für eine frühe Gewöhnung sprechen sich lediglich 18 Prozent der Haupterziehenden aus.

### Aussagen zum Umgang von Kindern mit Smartphones 2023

- stimme voll und ganz/eher zu, Angaben der Haupterzieher\*innen -



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

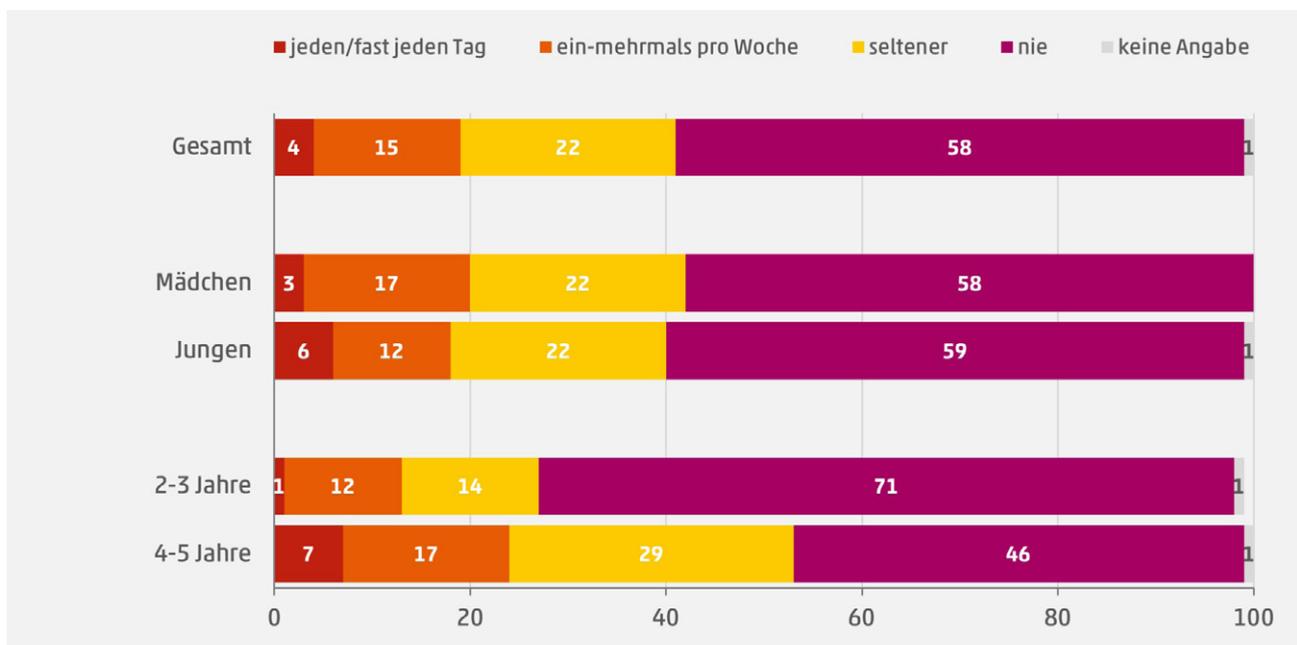


## 9. Digitale Spiele

### 19 Prozent der Kinder spielen regelmäßig digitale Spiele

Unabhängig vom Endgerät spielt knapp jedes fünfte Kind regelmäßig, also mindestens einmal in der Woche, digitale Spiele. Weitere 22 Prozent der Kinder spielen seltener, knapp drei Fünftel, so die Haupterziehenden, spielen nie digitale Spiele. Die Nutzungshäufigkeit wird bei den digitalen Spielen stark durch das Alter beeinflusst. So geben die Befragten an, dass 13 Prozent der Zwei- bis Dreijährigen regelmäßig spielen, bei den Vier- bis Fünfjährigen sind es bereits 24 Prozent. Die bei älteren Kindern deutliche Präferenz der Jungen für das digitale Spielen zeigt sich im Kleinkindalter noch nicht, nur bei der täglichen Nutzung spielen Jungen doppelt so häufig täglich wie Mädchen, allerdings betrifft dies nur einen geringen Anteil (Mädchen: 3 %, Jungen: 6 %). In der regelmäßigen Nutzung sind beide Geschlechter etwa gleichauf (Mädchen: 20 %, Jungen: 18 %).

### Nutzung Digitale Spiele\* 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600  
\*z.B. Nintendo Switch, PlayStation, Smartphone, Tablet



Entsprechend der Vielzahl verschiedener Titel auf dem Markt erhält man bei der Frage nach den liebsten Computer-, Tablet-, Konsolen-, Online- und Smartphonespielen der Zwei- bis Fünfjährigen eine große Bandbreite an Antworten. Die meisten Nennungen erhält aber das Jump'n'Run-Spiel „Super Mario“ (6 %) gefolgt von dem Spiel zur Fernsehserie „Paw Patrol“ (5 %) und den Spielen „Animal Crossing“, „Pokémon“ und „Candy Crush“ (je 2 %). Die Lieblingsspiele werden hierbei vor allem auf dem Handy/ Smartphone gespielt (25 %), ein Sechstel der Mädchen und Jungen spielen sie auf einer tragbaren Spielkonsole (17 %) und elf Prozent auf einer fest installierten Spielkonsole. Je knapp jedes zehnte Kind spielt sein Lieblingsspiel am PC/Laptop (9 %) sowie am Tablet (8 %).

Was die Motivation der Kinder betrifft werden digitale Spiele in erster Linie nachmittags zum Entspannen von den Kindern genutzt (15 %) und wenn sie Spaß haben möchten (14 %). Digitale Spiele werden außerdem vor allem genutzt, wenn Kinder Langeweile haben (11 %), sie etwas Spannendes erleben (8 %) oder etwas lernen möchten (7 %). Vier Prozent der Mädchen und Jungen spielen digital wenn sie sich geärgert haben. Je zwei Prozent nutzen diese Art von Spielen wenn sie traurig sind oder sich alleine fühlen.

Auf den Tagesablauf bezogen nutzen acht Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen digitale Spiele, wenn sie generell Zeit zum Spielen haben, sieben Prozent spielen digital wenn die Eltern Zeit für sich brauchen. Fünf Prozent der Befragten geben an, dass sich die Kinder beim Mittagessen mit digitalen Spielen beschäftigen, drei Prozent beim Abendessen, je zwei Prozent beim Aufstehen, beim Frühstück, auf dem Weg in den Kindergarten sowie im Kindergarten.

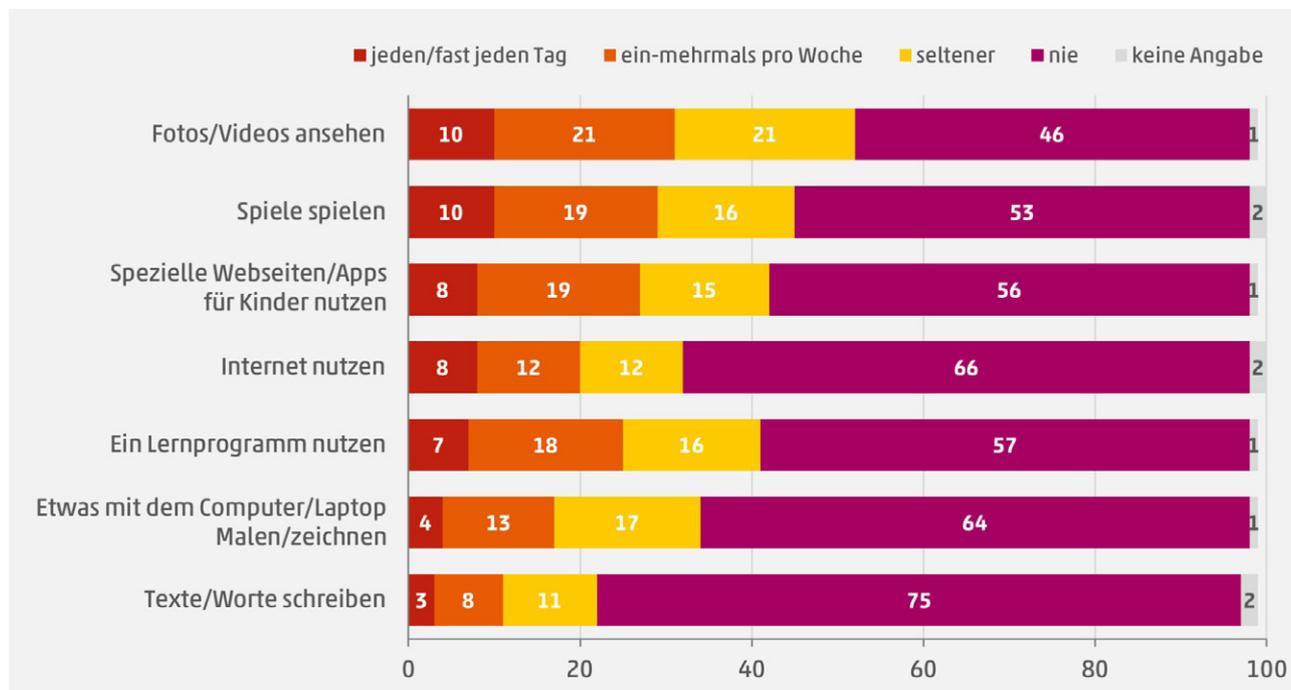


## 10. Computer-, Laptop- und Tabletnutzung

### Tablet-Nutzung vor Computer und Laptopnutzung

Der Umgang mit Computer, Laptop und Tablet findet bei Kindergarten- und Vorschulkindern nach wie vor in einem eher geringen Umfang statt. Zumindest einmal pro Woche nutzen 35 Prozent der Kinder ein Tablet, nur elf Prozent einen Computer/Laptop. 37 Prozent nutzen allerdings nie ein Tablet und mit 72 Prozent verwendet der Großteil der Kinder nie einen Computer oder Laptop. Die Geräte werden von den Zwei- bis Dreijährigen vor allem regelmäßig genutzt, um Fotos oder Videos darauf anzusehen (31 %), ein Drittel der Mädchen und Jungen nutzt die abgefragten Geräte mindestens wöchentlich zum Spiele spielen (29 %), 27 Prozent nutzen in dieser Häufigkeit spezielle Websites oder Apps für Kinder. 25 Prozent der Kinder nutzen ein spezielles Lernprogramm, ein Fünftel weitere unspezifische Internetangebote (20 %). Kreativ werden ein Sechstel der Mädchen und Jungen indem sie die Geräte regelmäßig zum Malen und Zeichnen nutzen (17 %), jedes zehnte Kind schreibt nach Angabe der Haupterzieher\*innen mindestens wöchentlich Texte oder Worte damit (11 %).

### Tätigkeiten an Computer/Laptop/Tablet 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600



---

**Computer und Internet werden von der Mehrheit der Haupterziehenden mit Gefahren verbunden**

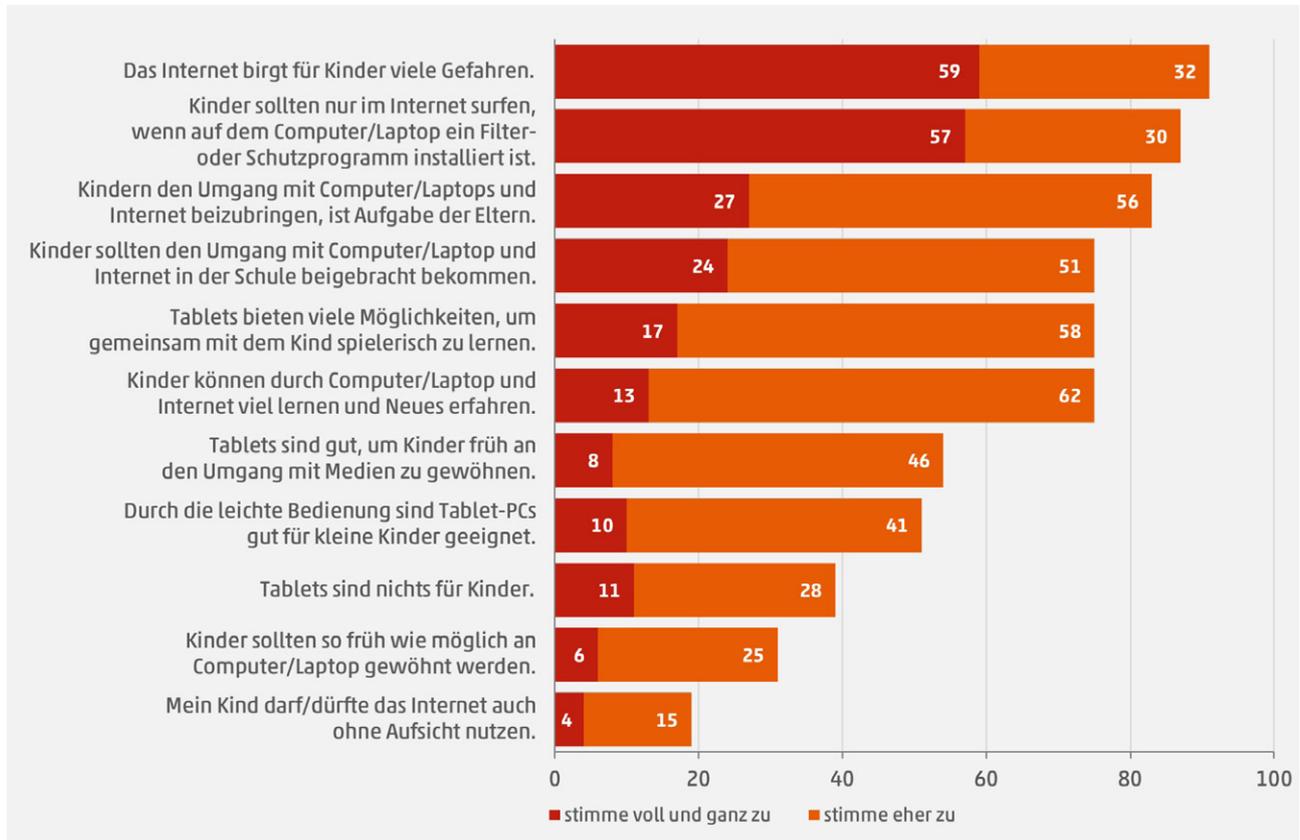
Im Schnitt folgt der erste Kontakt mit einem Computer oder Laptop mit 2,9 Jahren. Auch das Tablet wird mit 2,9 Jahren das erste Mal genutzt.

Auch dieses Mal wurden die Haupterzieher\*innen gebeten, ihre Einschätzung zu verschiedenen Aussagen zu Computer und Internet abzugeben. Die Ergebnisse sind ambivalent, Computer und Internet werden einerseits mit Gefahren verbunden (91 %) und es wird weiterhin die Notwendigkeit eines Filter- oder Schutzprogramms hervorgehoben (87 %). Andererseits wird aber auch der Möglichkeit zugestimmt, Kinder können mit Computer und Internet Neues lernen (75 %). Beim Thema Kompetenzvermittlung sehen die Eltern vor allem sich selbst (83 %) und erst danach die Schule (75 %) in der Pflicht. Ein Fünftel der Eltern würden ihrem Kind die Internetnutzung ohne Aufsicht erlauben (19 %). Auch wenn drei Viertel der Haupterzieher\*innen dem PC, Laptop und Internet viel Potenzial hinsichtlich des Lernens neuer Inhalte zusprechen, sprechen sich nur 31 Prozent der Haupterzieher\*innen für eine frühestmögliche Gewöhnung aus. Was das Tablet betrifft finden ebenfalls drei Viertel der Eltern, dass dieses viele Möglichkeiten bietet, um spielerisch gemeinsam mit dem Kind zu lernen (75 %). 54 Prozent finden das Gerät dann auch passend, um Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen. 51 Prozent sind der Überzeugung, dass Tablets für Kinder geeignet sind, da sie leicht bedienbar sind. Zwei von fünf Eltern sprechen sich aber gegen Tablets für Kinder aus (39 %). Verglichen mit den Ergebnissen aus 2020, zeigen sich nur geringe Unterschiede. Was das Tablet betrifft, so hat die Meinung, dass dieses nichts für Kinder sei, jedoch zugenommen (+8 PP). Vergrößert hat sich gleichzeitig der Anteil der Eltern, die ihrem Kind die Internetnutzung ohne Aufsicht erlauben würden (+8 PP).



## Aussagen zu Computer und Internet 2023

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



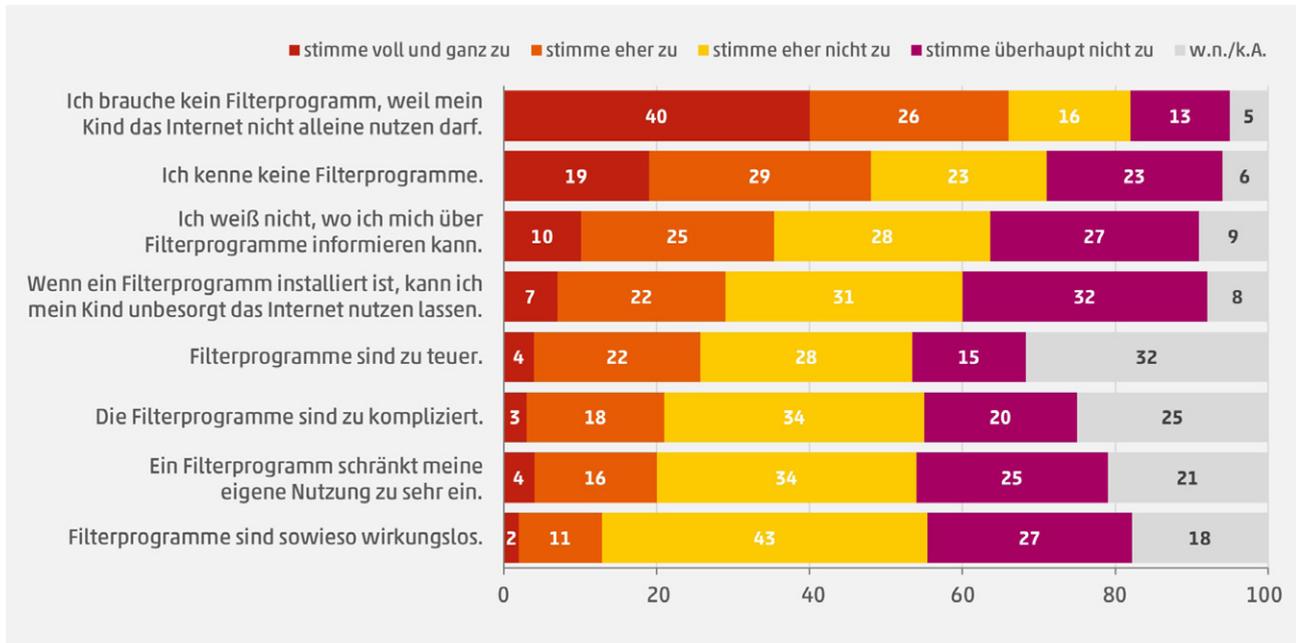
Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

### 48 Prozent der Haupterzieher\*innen kennen keine Filterprogramme

Nach wie vor herrscht beim Thema Jugendmedienschutz und den damit verbundenen Filterprogrammen eine große Wissenslücke bei den Haupterzieher\*innen, dies zeigen die Zustimmungswerte der Befragten zu verschiedenen Statements zum Thema technischer Jugendmedienschutz: Knapp die Hälfte der Haupterziehenden kennt nach eigenen Angaben keine Filterprogramme (48 %), 35 Prozent wissen nicht, wo man sich zu diesem Thema informieren kann und 66 Prozent sind der Meinung kein Filterprogramm zu benötigen, da das Kind das Internet nicht alleine nutzen darf. Ein Drittel würde auf das Filterprogramm vertrauen und das Kind dann ohne Aufsicht das Internet nutzen lassen (29 %). Ein Viertel hält Filterprogramme für zu teuer (26 %), ein Fünftel für zu kompliziert (21 %). Ein Fünftel befürchtet außerdem die Einschränkung der eigenen Nutzungsoptionen. 13 Prozent gehen davon aus, dass die Programme wirkungslos sind. Im Vergleich zur Erhebung von 2020 sind nur wenige Unterschiede bei den abgefragten Aussagen festzustellen. Nach wie vor zeigen auch die hohen Werte der Antwortoption „weiß nicht/keine Angabe“, dass beim Thema Filterprogramme eine große Unsicherheit herrscht oder man sich noch nicht mit diesem Thema befasst hat.



## Aussagen zu Filterprogrammen 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

Auch wenn Kinder bis zu einem gewissen Alter das Internet prinzipiell gemeinsam mit Erwachsenen nutzen sollten, kann durch eine Filtersoftware, die auf den genutzten Geräten und Betriebssystemen installiert wird, ein zusätzlicher Schutz ermöglicht sowie medienerzieherische Maßnahmen unterstützt werden. Die Hilfestellung durch Erwachsene kann so zwar nicht ersetzt werden, jedoch können potenzielle Gefahren deutlich reduziert werden. Hilfe zu den verschiedenen Einstellungsmöglichkeiten bietet hierbei bspw. die Internetseite [www.medien-kindersicher.de](http://www.medien-kindersicher.de).



## 11. „Kinder & Medien“ in Kindergarten und Krippe

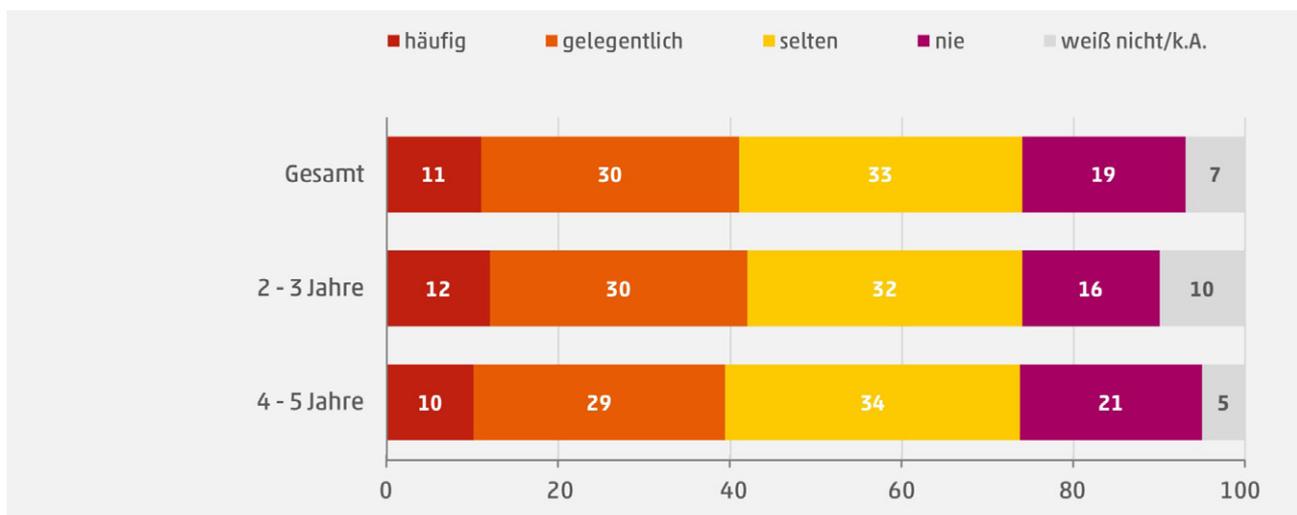
Der Anteil der Kinder, die tagsüber eine Betreuungseinrichtung besuchen, liegt bei insgesamt 82 Prozent. Drei Viertel der Zwei- bis Dreijährigen (74 %) sowie der Großteil der Vier- bis Fünfjährigen (89 %) besuchen einen Kindergarten bzw. eine Krippe.

Diejenigen Haupterzieher\*innen, deren Kind mindestens selten einen Kindergarten, eine Kindergruppe oder eine Kita besucht, wurden dazu befragt, welche Mediengeräte den Kindern in der Betreuungseinrichtung zur Nutzung zur Verfügung stehen. Audiomedien wie CD-Player und Kassettenrekorder sowie Radio dominieren hierbei, diese Geräte sind in je einem Viertel der Einrichtungen vorhanden (je 24 %). 13 Prozent der Kinder in Betreuungseinrichtungen steht ein Fernsehgerät zur Verfügung, elf Prozent können auf einen Kindercomputer zugreifen, neun Prozent auf ein Tablet. Sieben Prozent verfügen über einen DVD-Player, je sechs Prozent über einen Laptop/PC sowie eine Toniebox.

Die Haupterziehenden, deren Kind eine Kita besucht, wurden außerdem befragt, wie häufig das Thema „Kinder und Medien“ in der jeweiligen Betreuungseinrichtung angesprochen wird, bspw. auf Elternabenden oder in Elterngesprächen. Bei einem Drittel wird über das Thema gelegentlich berichtet, bei 33 Prozent selten. Häufig findet dieses Thema nur bei 11 Prozent der Einrichtungen statt, nie dagegen bei einem Fünftel (19 %). Sieben Prozent können dazu keine Aussage machen.

### Medienerziehung wird in der Einrichtung angesprochen

– Angaben der Haupterzieher\*innen –



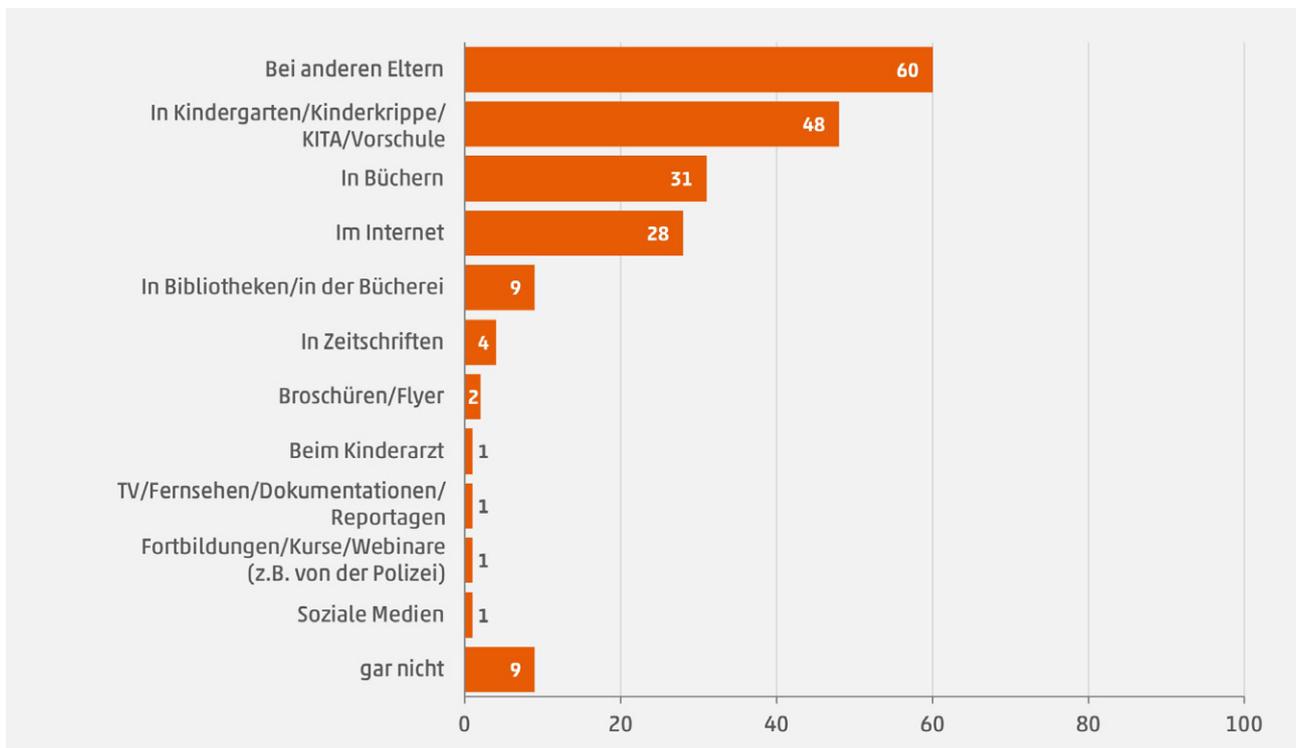
Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterzieher\*innen, deren Kind mind. selten eine/n Kindergarten/Kinderkrippe/KITA besucht, n=543

### 48 Prozent der Haupterzieher\*innen informieren sich zum Thema „Kinder und Medien“ bei der Betreuungseinrichtung

48 Prozent der Haupterziehenden geben an, sich zum Umgang von Kindern mit Medien wie Fernsehen, Computerspiele, Handy/Smartphone oder Internet, generell über die Betreuungseinrichtung des Kindes zu informieren, damit steht dieser Informationskanal an zweiter Stelle nach der Information bei anderen Eltern (60 %). Mehr Beratung zum Thema Medienerziehung durch die Kita wünschen sich 15 Prozent der Befragten, 35 Prozent wünschen sich dies eher, ein Drittel eher nicht und ein Sechstel benötigt ein solches Beratungsangebot nicht.

### Einholung von Informationen zum Thema „Kinder und Medien“

– Auswahl, Angaben der Haupterzieher\*innen –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterzieher\*innen, n=600

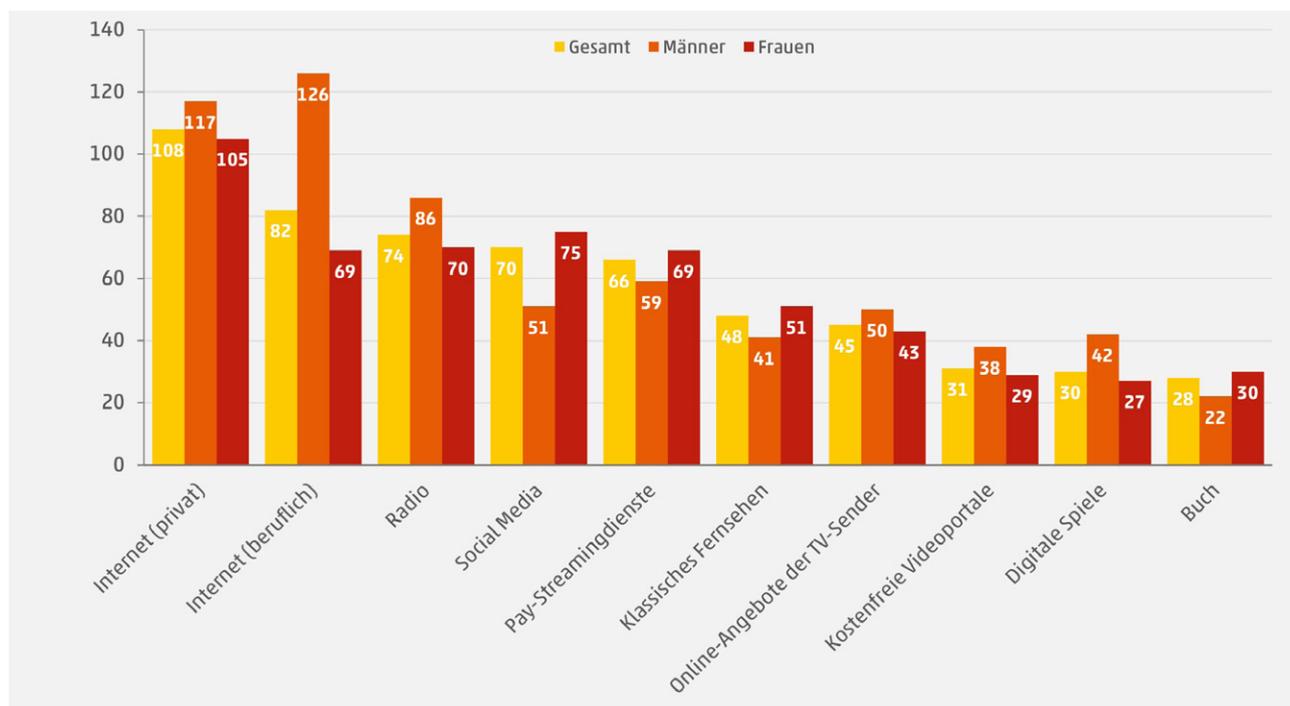


## 12. Mediennutzung der Haupterzieher\*innen

Gerade die Haupterziehenden haben eine wichtige Vorbildfunktion beim Medienumgang inne, denn das von den Eltern Vorgelebte spielt, auch bei der Entwicklung eines kompetenten Medienumgangs, eine zentrale Rolle. Daher wird für die miniKIM auch die Mediennutzung der Haupterzieher\*innen erhoben. Was die Nutzung von Medien angeht, verbringen die befragten Eltern mit der privaten (108 Min.) sowie der beruflichen Internetnutzung (82 Min.) die meiste Zeit am Tag. Es folgt das Radiohören (74 Min.). 70 Minuten am Tagen beschäftigen sich die Befragten am Tag mit Social Media, 66 Minuten lang nutzen sie Inhalte über kostenpflichtige Streamingdienste, 48 Minuten schauen sie lineares Fernsehen. 45 Minuten am Tag verbringen sie im Schnitt mit den Online-Angeboten der Fernsehsender. 31 Minuten entfallen auf die Nutzung von kostenfreien Videoportalen, 30 Minuten auf digitale Spiele und 28 Minuten auf die Beschäftigung mit Büchern.<sup>11</sup>

**Private Internetnutzung bei Mediennutzungsdauer der Haupterzieher\*innen auf Platz eins**

### Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien durch die Haupterzieher\*innen 2023

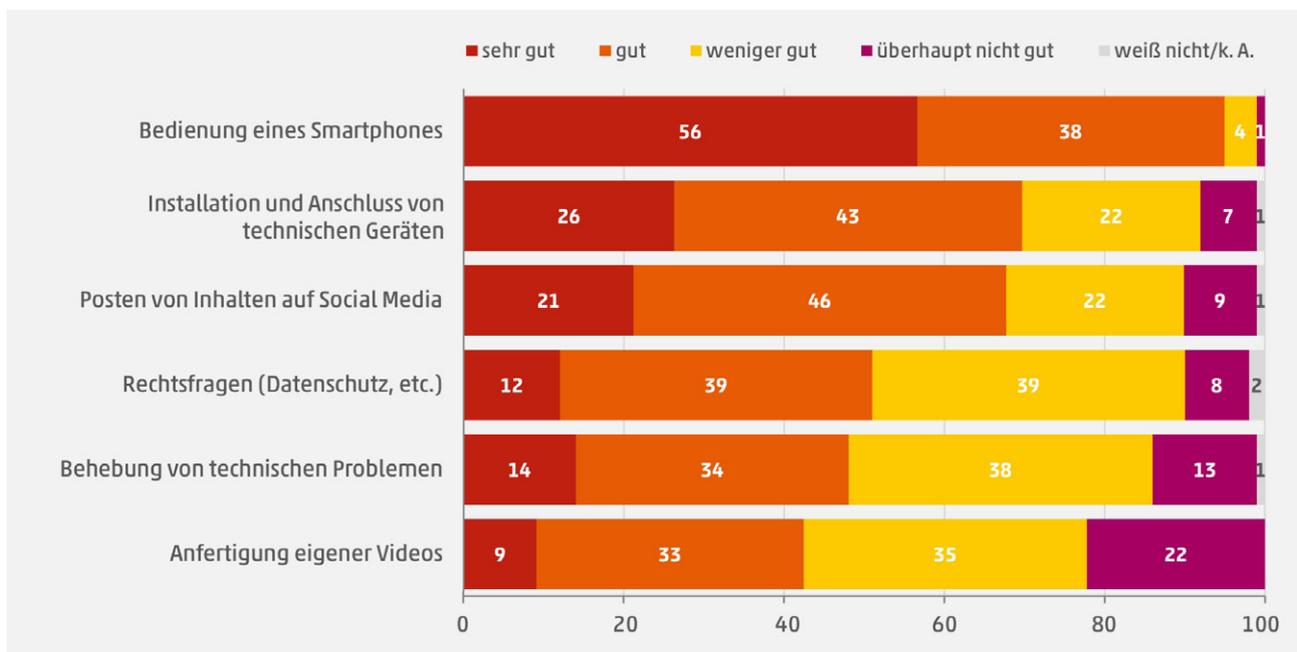


Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Minuten, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

<sup>11</sup> Da diese Tätigkeiten durch die Konvergenz der Medien Überschneidungen enthalten können (bspw. private Internetnutzung und Musikhören) können diese Werte nicht aufaddiert werden.

Wie gut sich die befragten Eltern mit verschiedenen Medientätigkeiten auskennen, mussten die Befragten im Rahmen der miniKIM-Studie 2023 anhand einer vierstufigen Skala von „sehr gut“ bis „überhaupt nicht gut“ selbst beurteilen. Mit Abstand liegt die größte Kompetenz bei der Bedienung eines Smartphones, dies können nahezu alle Befragten sehr gut oder gut (94 %). Die Installation und den Anschluss von technischen Geräten, wie bspw. einer Spielkonsole oder einem Smartspeaker, beherrschen 69 Prozent, das Posten von Inhalten auf Social Media zwei Drittel der Haupterziehenden (67 %). Die Hälfte kennt sich mit Rechtsfragen, z. B. dem Recht am eigenen Bild oder Datenschutz-Themen aus (51 %), etwa die Hälfte versteht sich auf die Behebung von technischen Problemen am Computer (48 %). Zwei von fünf der befragten Eltern halten sich für fähig ein eigenes Video anzufertigen (42 %).

## Kompetenzen der Haupterzieher\*innen 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

### „WhatsApp“ meist genutzter Messenger

Der Großteil der Haupterzieher\*innen nutzt regelmäßig Soziale Netzwerke und Messenger. Vor allem der Instant-Messaging-Dienst „WhatsApp“ ist hierbei nach wie vor dominierend und wird von fast allen Erziehenden regelmäßig genutzt (97 %). Mit etwas Abstand folgen die Sozialen Netzwerke „Facebook“ (67 %) und „Instagram“ (66 %). Ein Drittel der Befragten ist mindestens wöchentlich auf dem Videoportal „TikTok“ unterwegs (29 %), jede/r Vierte auf der Online-Pinnwand „Pinterest“ (26 %). Auch die Plattformen „Telegram“ (20 %), „Snapchat“ (13 %), „X/Twitter“ (12 %) und „Threema“ (8 %) werden regelmäßig genutzt. Im Vergleich zur Erhebung von 2020 werden vor allem „Instagram“ (+23 PP) und „TikTok“ (+20 PP) vermehrt von

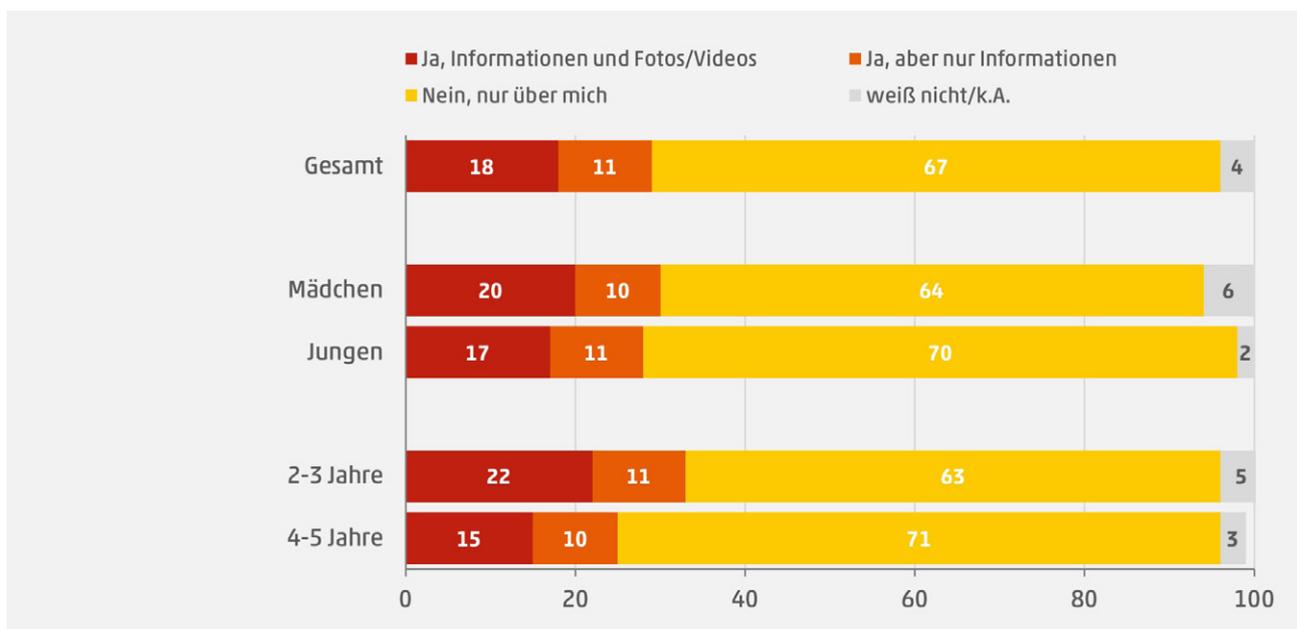


## 29 Prozent der Befragten haben Informationen über das eigene Kind eingestellt

den befragten Eltern genutzt. Die Frage, ob die Haupterzieher\*innen Informationen, Fotos oder Videos über ihr Kind auf diesen Sozialen Netzwerken und Messengern einstellen, wird mit 67 Prozent vom Großteil der befragten Eltern verneint, jeder Sechste hat jedoch Informationen und Fotos und/oder Videos des Kindes über solche Plattformen veröffentlicht, jeder Zehnte nur Informationen ohne Bildmaterial. Allerdings sind die Informationen über das Kind dann zu 86 Prozent nur für „befreundete“ Kontakte in der Community sichtbar, 14 Prozent (und damit zehn Prozentpunkte mehr als im Jahr 2020) haben keine solche Schutzoption veranlasst, die Informationen sind damit für alle Nutzer\*innen sichtbar. Die Hälfte der Befragten, die Inhalte hochlädt, bespricht außerdem vorab mit den Kindern, ob und welche Informationen und/oder Fotos bzw. Videos online eingestellt werden.

## Informationen über das eigene Kind auf Sozialen Medien

– Angaben der Haupterzieher\*innen –



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Haupterzieher\*innen, n=600

31 Prozent der Haupterzieher\*innen schauen sich Beiträge von „Influencer\*innen“ oder „YouTuber\*innen“, die über ihr Familienleben und ihre Kinder berichten, an oder folgen diesen. Allerdings kristallisieren sich hierbei keine besonderen Vorlieben heraus.

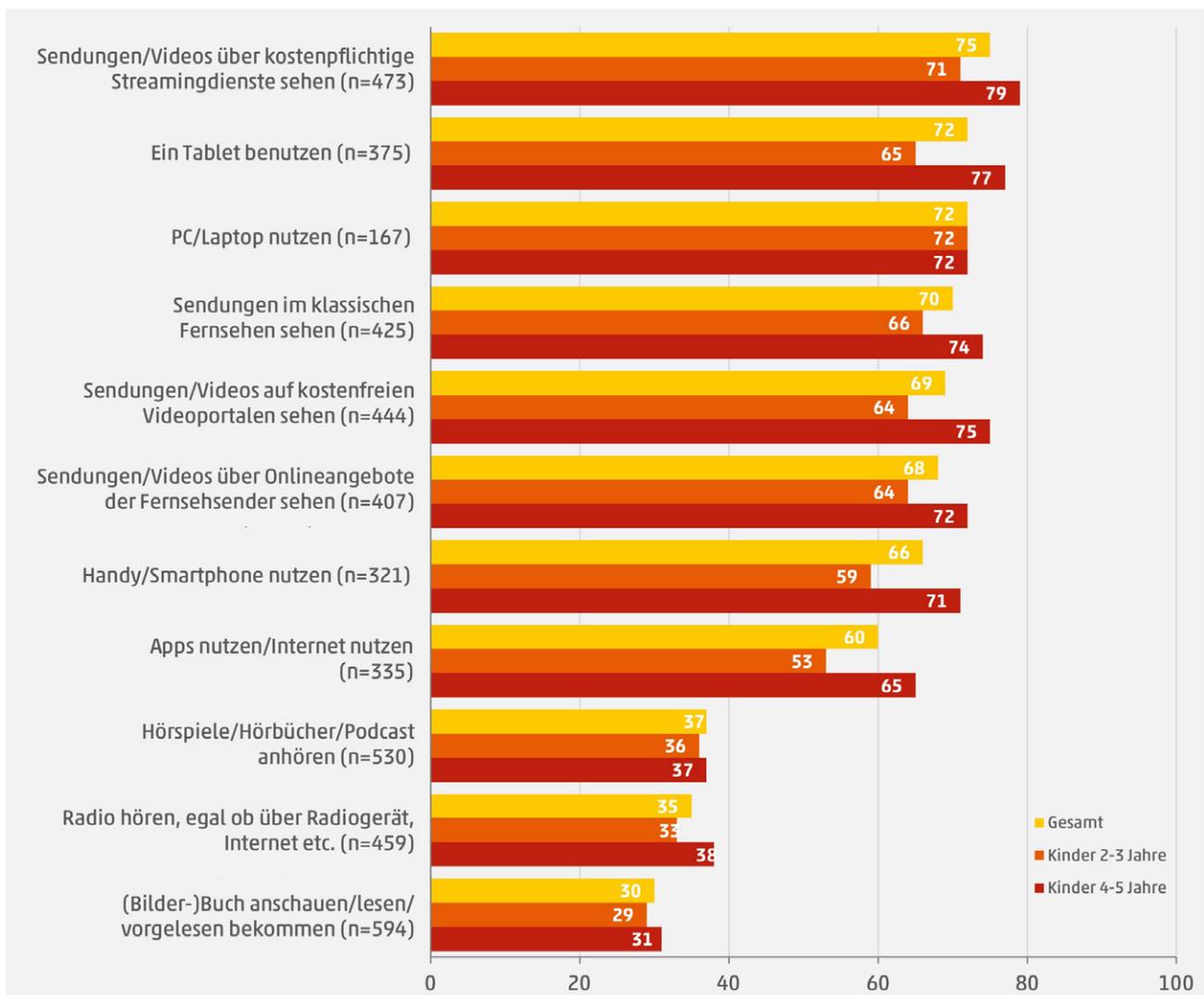
Die Haupterzieher\*innen wurden im Rahmen der miniKIM-Studie zu Regeln und Absprachen befragt, die sie mit ihrem Kind zu dessen Mediennutzung getroffen haben. Dabei sollten die Befragten zu den jeweiligen Medien, die ihr Kind nutzt, angeben, ob sie hinsichtlich der Nutzungsdauer Regeln mit dem Kind vereinbart haben. Zeitlich am



### Nutzung von kostenpflichtigen Streamingdiensten wird am meisten reglementiert

stärksten werden das Sehen von Sendungen und Videos über kostenpflichtige Streamingdienste (75 %) sowie die Nutzung eines Tablets und eines Computers/Laptops (je 72 %) reglementiert. Es folgen Absprachen zum Ansehen von Sendungen und Videos im linearen Fernsehen (70 %), bei kostenfreien Videoportalen (69 %) und über Onlineangebote der Fernsehsender (68 %). Zur Handy-/Smartphonennutzung haben zwei Drittel der Befragten Regeln vereinbart, zur Nutzung von Apps und des Internets drei Fünftel. In geringerem Umfang gibt es Absprachen zur Nutzungsdauer von Hörspielen (37 %), Radio (35 %) und (Bilder-)Büchern (30 %). Mit den Vier- bis Fünfjährigen, die schon über ein stärker ausgeprägtes Regelbewusstsein verfügen, haben die Haupterzieher\*innen insbesondere bei den für ältere Kinder relevanteren digitalen Angeboten deutlich häufiger Absprachen zur Nutzungsdauer getroffen als mit den Zwei- bis Dreijährigen.

### Absprachen zur Nutzung von Medien 2023



Quelle: miniKIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: Haupterziehende; wenn Kind Tätigkeit mind. seltener ausübt



Über das Thema „Umgang von Kindern mit Medien“ fühlen sich ein Sechstel der Befragten „sehr gut“ informiert (17 %), 63 Prozent fühlen sich, was dieses Thema angeht, „gut“ und 17 Prozent „weniger gut“ informiert. Ein Prozent gibt an, darüber „überhaupt nicht“ informiert zu sein. Von den Befragten, die sich weniger oder gar nicht gut über das Thema informiert fühlen, würde der Großteil gerne mehr über dieses Themengebiet erfahren (sehr gerne: 20 %, gerne: 59 %).



## 13. Zusammenfassung

Mit der miniKIM-Studie 2023 veröffentlicht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), eine Kooperation der beiden Medienanstalten von Baden-Württemberg (LFK) und Rheinland-Pfalz und des Südwestrundfunks (SWR), zum vierten Mal Basisdaten zum Medienumgang der Zwei- bis Fünfjährigen in Deutschland. Für die vorliegende Untersuchung gaben rund 600 Haupterzieher\*innen im Zeitraum vom 11. bis 25. September 2023, stellvertretend für ihre Kinder Auskunft zu deren Mediennutzung.

Kinder wachsen in Deutschland mit einem breiten Medienrepertoire auf. Annähernd jeder Haushalt mit Kleinkindern hat einen Internetzugang (98 %), 95 Prozent haben ein Smartphone, vier Fünftel ein Smart-TV. Die Medienausstattung der Haushalte hat sich dahingehend verändert, dass mehr Sprachassistenten zuhause verfügbar sind, auch haben mehr Familien als 2020 ein Abonnement bei einem Pay-TV-Anbieter oder einem Streamingdienst. Die Ausstattung der Haushalte mit Tablets sowie mit Smartphones ist auf hohem Niveau leicht rückläufig. Dennoch hat der eigene Zugang der Kinder zu smarten Geräten zugenommen. 21 Prozent der Kinder haben Zugang zu einem Tablet (2020: 14 %), bei den Vier- bis Fünfjährigen sind es bereits 28 Prozent (2020: 18 %), 13 Prozent der Kinder haben Zugriff auf ein Streaming-Abonnement (2020: 8 %), jedes zehnte Kind hat Zugang zu einem Handy oder Smartphone (2020: 4 %; 2-3 Jahre: 8 %, 4-5 Jahre 12 %). Eigene Mediengeräte sind bei Kleinkindern trotzdem die Ausnahme, zwei Fünftel der Kinder haben keines der abgefragten Mediengeräte zur Verfügung. Am häufigsten ist ein Kindercomputer/Laptop (22 %) in den Kinderzimmern zu finden.

Der Alltag der Zwei- bis Fünfjährigen wird vom Spielen (mindestens einmal pro Woche: draußen 96 %, drinnen 95 %) bestimmt. Außerdem ist die Beschäftigung mit Büchern (anschauen/vorgelesen bekommen: 92 %) sowie das Malen, Basteln und Zeichnen (90 %) stark im Alltag der Kinder verankert.

Durchschnittlich nutzen Zwei- bis Fünfjährige insgesamt 67 Minuten am Tag Bewegtbildmöglichkeiten, 38 Minuten am Tag entfallen auf eine Musikbox, auf die Beschäftigung mit Büchern 37 Minuten. Was die Medienbindung angeht, sind nach wie vor Bücher die Favoriten bei den Vorschulkindern: Nach Angaben der Haupterzieher\*innen sind Bücher das Medium, auf das die Mädchen und Jungen am wenigsten verzichten möchten (27 %).

Die Kindergarten- und Vorschulkinder sehen 2023 durchschnittlich 15 Minuten pro Tag fern. 14 Prozent der Kinder nutzen das lineare



Fernsehen jeden oder fast jeden Tag. 40 Prozent sehen zumindest ein Mal die Woche fern. Alternative, zeitsouveräne Möglichkeiten zur Bewegbildenutzung werden beliebter: drei Fünftel der Jungen und Mädchen sehen regelmäßig Sendungen über kostenpflichtige Streamingdienste, die Hälfte über kostenfreie Videoportale. 45 Prozent der Kinder sehen mindestens wöchentlich Sendungen in Mediatheken, über Webseiten oder Apps der Fernsehsender. Bei den liebsten Fernsehsendungen ist „Paw Patrol“ auf dem ersten Platz, gefolgt von „Peppa Pig/Wutz“. Die Lieblingssendung wird zumeist über Mediatheken, Apps, Streaming-Dienste oder auf YouTube etc. angeschaut.

Ein eigenes Handy oder Smartphone besitzen mittlerweile zehn Prozent der Mädchen und Jungen (2023: 4 %), über ein Fünftel der Kinder nutzt mindestens ein- bis mehrmals pro Woche ein derartiges Gerät, 29 Prozent zumindest selten, 47 Prozent nutzen Mobiltelefone aber nie. Die Mehrheit der Haupterzieher\*innen sieht das Thema Smartphones und Kinder eher kritisch. 88 Prozent sind der Überzeugung, dass das Smartphone für Kinder viele Gefahren birgt, entsprechend sagen 86 Prozent aus, dass Kinder nur im Internet surfen sollten, wenn auf dem Gerät ein Filter- oder Schutzprogramm installiert ist. Knapp drei Fünftel sind der Meinung, dass Smartphones generell nichts für Kinder sind (58 %). Etwa die Hälfte der Befragten sieht aber auch Vorteile, bspw. das Potenzial zu Lernen und Neues zu erfahren (52 %) oder spielerisch zu lernen (46 %).

Digitale Spiele werden inzwischen von knapp jedem fünften Kind regelmäßig, mindestens einmal in der Woche, genutzt. 22 Prozent der Kinder spielen seltener, knapp drei Fünftel spielen nie digitale Spiele. Die Nutzungshäufigkeit wird bei den digitalen Spielen stark durch das Alter beeinflusst: 13 Prozent der Zwei- bis Dreijährigen spielen regelmäßig, bei den Vier- bis Fünfjährigen sind es bereits 24 Prozent.

Nach Angaben der Haupterzieher\*innen werden Computer, Laptop und Tablet nur von einem kleinen Teil der Kindergarten- und Vorschulkinder genutzt. 35 Prozent der Kinder nutzen mindestens wöchentlich ein Tablet, elf Prozent einen Computer/Laptop. Die Eltern haben, unabhängig von der Nutzung der Kinder, konkrete Einstellungen und Meinungen zum Thema Computer und Internet. So sind je neun von zehn Haupterzieher\*innen der Meinung, das Internet sei für Kinder gefährlich und dass Kinder nur im Netz unterwegs sein sollten, wenn auf dem PC ein spezielles Filterprogramm installiert ist. Es wird allerdings auch der Möglichkeit Neues zu lernen zugestimmt (75 %). Ein Fünftel der Eltern würden ihrem Kind die Internetnutzung ohne Aufsicht erlauben (19 %). Beim Tablet befürworten drei Viertel der Haupterzieher\*innen, dass dieses viele Möglichkeiten bietet um spielerisch gemeinsam mit dem Kind zu lernen, 54 Prozent finden das Gerät geeignet, um Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen.

Obwohl es, was das Thema Jugendmedienschutz angeht, eine Reihe von technischen Möglichkeiten gibt, die Eltern dabei unterstützen, ihren Kindern eine altersgerechte Mediennutzung zu ermöglichen, kennen knapp die Hälfte der befragten Eltern keine Filterprogramme, 35 Prozent



wissen nicht, wo sie sich zu diesem Thema informieren können. 66 Prozent sind außerdem der Meinung kein Filterprogramm im eigenen Haushalt zu benötigen, da das Kind das Internet nicht alleine nutzen darf.

82 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen besuchen tagsüber eine Betreuungseinrichtung. In diesen stehen den Kindern vor allem Audio-Medien zur Verfügung. Das Thema „Kinder und Medien“ wird bei einem Drittel der Haupterzieher\*innen gelegentlich und bei 33 Prozent selten auf Elternabenden oder in Elterngesprächen thematisiert. Mehr Beratung zum Thema Medienerziehung durch die Kita wünschen sich aber die Hälfte der befragten Eltern. Knapp die Hälfte informiert sich außerdem über die Einrichtung zum Umgang von Kindern mit Medien.

Die Haupterzieher\*innen verbringen mit der privaten (108 Min.) sowie der beruflichen Internetnutzung (82 Min.) die meiste Zeit am Tag. Der Großteil der Befragten nutzt außerdem regelmäßig Soziale Netzwerke und Messenger. Beliebt sind hierbei vor allem die Plattformen „WhatsApp“, „Facebook“ und „Instagram“. Jede/r Sechste hat Informationen und Fotos und/oder Videos des Kindes über solche Plattformen veröffentlicht. Eingestellte Informationen über das Kind sind bei 86 Prozent nur für die Kontaktliste und nicht für alle Community-Nutzer\*innen sichtbar. Die eigenen Kompetenzen in Bezug auf verschiedene Medientätigkeiten werden von den Befragten als vorwiegend gut eingeschätzt. Die größte Kompetenz liegt, nach Angaben der Haupterzieher\*innen, bei der Bedienung eines Smartphones.

Regeln und Absprachen zur Mediennutzung werden, sofern das Kind das Medium nutzt, vor allem zur Nutzungsdauer von Sendungen und Videos über kostenpflichtige Streamingdienste (75 %), zur Nutzung eines Tablets und eines Computer/Laptops (je 72 %), zum Ansehen von Sendungen und Videos im linearen Fernsehen (70 %), bei kostenfreien Videoportalen (69 %) und über Onlineangebote der Fernsehsender (68 %), festgelegt. Zur Handy-/Smartphonennutzung haben zwei Drittel der Befragten Regeln vereinbart, zur Nutzung von Apps und des Internets drei Fünftel.

Über das Thema „Umgang von Kindern mit Medien“ fühlen sich ein Sechstel der Haupterziehenden „sehr gut“ informiert, 63 Prozent fühlen sich, was dieses Thema angeht, „gut“ und 17 Prozent „weniger gut“ informiert. Der Großteil derer, die sich nicht gut darüber informiert fühlen, würde zudem gerne noch mehr über das Themengebiet erfahren.

Die Ergebnisse der miniKIM 2023 zeigen, dass Medien auch bei den Zwei- bis Fünfjährigen gegenwärtig sind und diese immer mehr Medien auch selbst zur Verfügung haben. Umso wichtiger ist es, bereits in der frühen Kindheit eine Basis bei den Themen Medienerziehung und Kinder- und Jugendmedienschutz zu schaffen. Unterstützende Angebote, wie bspw. der Elternratgeber [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info) sowie die Internetseite [www.medien-kindersicher.de](http://www.medien-kindersicher.de), geben Ratschläge sowie Hilfestellungen und exakte Anleitungen zur altersgerechten Konfiguration von Mediengeräten und Angeboten.



## 14. English Summary

With the miniKIM Study 2023 published the Media Educational Research Association Southwest (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest – mfps), a cooperation of the media authorities of Baden-Württemberg (LFK) and Rheinland-Pfalz and the regional broadcaster Südwest rundfunk (SWR), the basic data for the third time for handling media usage by two-year-olds to five-year-olds in Germany. For this research, approx. 600 primary educators, representing their children, provided information regarding their media usage during the timeframe from 11. to 25 September 2023.

Children in Germany grow up with a broad media repertoire. Almost every household with preschool children has internet access (98 %), 95 percent have a smartphone and four fifths have a smart TV. Technological changes in household media devices have seen a rise in the availability of voice assistants in the home. There has also been a rise in the number of families with a pay TV or streaming service subscription, compared to 2020. The number of households equipped with tablets and smartphones was slightly down, but still remains at a high level. Despite this, children now have greater access to smart devices. 21 percent of children have access to a tablet (2020: 14 %), among four to five year olds the figure is even higher at 28 percent (2020: 18 %), 13 percent of children have access to a streaming subscription (2020: 8 %), every tenth child has access to a mobile phone or smartphone (2020: 4 %; 2-3 years 8 %, 4-5 years 12 %). Preschoolers with their own personal media devices are still the exception; two fifths of preschoolers do not have any of the media devices included in the survey. The most common personal device is a children's computer/laptop (22 %) found in the kids' bedrooms.

The daily life of two to five year olds is shaped by playing (at least once a week: outside 96 %, inside 95 %). Additionally, engaging with books (looking at/being read to: 92 %) as well as painting, crafts and drawing (90 %) also play a key role in early childhood day-to-day activities.

On average, two to five-year-olds have a total of 67 minutes of screen time a day, 38 minutes a day are spent listening to a music player, and 37 minutes are spent reading books. In terms of media engagement, books are still the favourite among preschool children: According to the educators, books are the medium that girls and boys least want to do without (27 %).



In 2023, kindergarten and preschool children watched an average of 15 minutes of television per day. 14 percent of children watch linear television every day or almost every day. 40 percent watch television at least once a week. However, alternative video on demand options are becoming more popular: three fifths of boys and girls regularly watch programmes via a paid streaming service, half via free video portals. 45 percent of children watch programmes at least once a week via catch up TV from a television channel's website or app. The most popular TV show for two to five year olds is Paw Patrol, followed by Peppa Pig (Peppa Wutz). The show is usually watched via catch up TV, apps, streaming services or on YouTube, etc.

10 percent of girls and boys now have their own mobile phone or smartphone (2023: 4 %), over a fifth of children use such a device at least once or several times a week, 29 percent use one occasionally, but 47 percent never use a mobile phone. The majority of preschool educators are rather critical of their pupils having smartphones; 88 percent are convinced that smartphones pose many dangers for young children. Moreover, 86 percent say that children should only surf the internet if there are appropriate parental controls installed on the device. Almost three fifths are of the opinion that smartphones are generally not for children (58 %). However, around half of those surveyed also see advantages, such as the potential to learn and experience new things (52 %) or to learn through play (46 %).

Almost one in five preschoolers plays online games regularly, at least once a week. 22 percent of young children play less often, almost three fifths never play online games. How often young children play online games is strongly influenced by age: 13 percent of two to three year olds play regularly, while for four to five year olds the figure is even higher at 24 percent.

According to the educators, computers, laptops and tablets are only used by a small proportion of kindergarten and preschool children. 35 percent of the children use a tablet at least once a week, 11 percent use a computer/laptop. Parents have their own attitudes and opinions about computers and the internet, regardless of how their children use them. Nine out of ten preschool educators are of the opinion that the internet is dangerous for young children and that children should only be allowed online if special parental controls have been installed on their PC. However, there is a consensus that it offers the opportunity to learn new things (75 %). A fifth of parents would allow their child to use the Internet without supervision (19 %). As for tablets, three quarters of the preschool educators are in favour of the fact that it offers many opportunities to learn together with the child in a playful way; 54 percent find the device suitable for getting children used to using media from an early age.

When it comes to protecting children from harmful content online, although there are a number of technical options available to



support parents in enabling their children to use media in an age-appropriate manner, almost half of the parents surveyed were not aware of any parental control software and 35 percent did not know where to find more information about this topic. 66 percent also believe that they do not need to install parental controls in their own household because their child is not allowed to use the internet alone.

82 percent of two to five year olds attend a daycare facility. Here, children primarily have access to audio media. A third of the preschool educators said they occasionally discuss the topic “children and media” and that this was sometimes done at parents’ evenings or in parent-teacher discussions (33 %). However, half of the parents surveyed said they would like more advice on the topic of media education from their child’s daycare centre. Additionally, almost half also enquired about how to manage their children’s media use.

The preschool educators spend most of their time online each day surfing the internet for private (108 minutes) and professional purposes (82 minutes). The majority of those surveyed also regularly use social media and messengers. The platforms WhatsApp, Facebook and Instagram are particularly popular. One in six has published information and photos and/or videos of children in their charge via such platforms. 86 percent say that information posted about children in their charge can only be viewed by their private contacts and is not visible to all community users. The respondents rated their own skills in relation to using various media as very good. According to the educators, they preferred using a smartphone.

Where a child uses a medium, rules and agreements on media use are primarily based on the length of time programmes and videos are available via a paid streaming service (75 %), the use of a tablet and a computer/laptop (72 % each), and viewing programmes and videos on linear television (70 %), free video portals (69 %) and via catch up TV from a television broadcaster (68 %). Two thirds of those surveyed agreed on rules for mobile phone/smartphone use, and three fifths agreed on rules for using apps and the internet.

A sixth of primary educators feel “very well” informed about the topic “managing children’s media use”, 63 percent feel “well” informed and 17 percent feel “less well” informed about this topic. The majority of those who do not feel well informed said they would like to find out more about the topic.

The results of miniKIM 2023 survey show that children between the ages of two and five year olds also consume media and that media is increasingly becoming available to them. This makes it all the more important to establish a basis for media education and the protection of minors against harmful media in early childhood. Websites such as the online safety parenting guides [www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info) and [www.medien-kindersicher.de](http://www.medien-kindersicher.de) offer advice, support and precise instructions for configuring media devices in an age-appropriate manner.

# miniKIM-Studie 2023

## Kleinkinder und Medien

### Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland



#### Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, der Medienanstalt Rheinland-Pfalz und des Südwestrundfunks. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Information, Medien) und KIM (Kindheit, Internet, Medien) bieten seit 1998 repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Ergänzt wurden die Studienreihen um Untersuchungen zur Mediennutzung von Kleinkindern und der älteren Generation.



#### 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](mailto:info@mpfs.de)  
[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

#### Leitung

Thomas Rathgeb (LFK)  
Thomas Schmid (Medienanstalt RLP)

Stuttgart, Mai 2024

#### Autoren

Julia Kieninger (LFK)  
Sabine Feierabend (SWR Medienforschung & Analytics)  
Thomas Rathgeb (LFK)  
Yvonne Gerigk (LFK)  
Stephan Glöckler (Medienanstalt RLP)  
Emil Spang (LFK)

#### Papier

SoporSet Premium Offset aus verantwortungsvoller Forstwirtschaft



**Herausgeber**

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

**Leitung**

Thomas Rathgeb (LFK) & Thomas Schmid (Medienanstalt RLP)

**LFK** • Die Medienanstalt für  
Baden-Württemberg

 Medienanstalt  
Rheinland-Pfalz

**SWR** >>