

# Kinder ziehen klassische Medien vor und Eltern lesen mit

geschrieben von Redakteur | August 15, 2021



## Trotz Digitalisierung ziehen Kinder offenbar klassische Medien wie Print und Fernsehen vor

Medien sind aus dem Alltag von Mädchen und Jungen zwischen vier und 13 Jahren kaum mehr wegzudenken. Abhängig vom jeweiligen Alter nutzen sie regelmäßig verschiedene Medien. Dabei stehen klassische Medien wie Fernsehen und Print an erster Stelle. Die digitale Medienkompetenz der Kinder hat aus Sicht der Eltern durch den Lockdown und das Homeschooling kräftig zugelegt. Das sind Ergebnisse des gerade veröffentlichten Kinder Medien Monitors 2021.

Mit der angeblich repräsentativen Markt-Media-Studie stellen die fünf Unternehmen Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, Panini Verlag, EDEKA Media und SUPER RTL umfassendes Datenmaterial über die Mediennutzung von Kindern bereit – über alle Kanäle hinweg. Darüber hinaus bietet die Untersuchung vielseitige Einblicke in Lebensbereiche der Kinder wie Freizeitgestaltung, Interessen und Engagement.

Der Kinder Medien Monitor 2021 soll rund 7,47 Millionen Kinder in Deutschland im Alter von vier bis 13 Jahren repräsentieren., befragt wurden allerdings nur gut 2000. Den Ergebnissen zugrunde liegen die Antworten der Kinder sowie die ihrer Eltern. Die Studie liefert zusätzlich für die 27 Printmagazine der angeschlossenen Unternehmen Reichweiten bei Kindern und den mitlesenden Eltern.

## **Die Schlüsselergebnisse des Kinder Medien Monitors 2021:**

- Wenn es um den Medienkonsum ihrer Kinder geht, haben Eltern eine klare Meinung: Zeitschriften genießen mit Abstand die größte Akzeptanz, gefolgt von Fernsehen. Nach Büchern wurde allerdings offenbar gar nicht gefragt.
- Fernsehen, Mediatheken, Streamingdienste und Zeitschriften sind bei den Kindern am meisten vertreten.
- Die Nutzung von digitalen Medien durch Kinder hat im vergangenen Jahr durch Homeschooling einen echten Zuwachs erfahren.
- Das lineare Fernsehen ist die wichtigste Quelle für Bewegtbild bei Kindern. YouTube und ähnliche Videoplattformen sind ab neun Jahren relevant, wohingegen die kostenpflichtigen Streamingdienste auch schon jüngere Kinder erreichen.
- Beim Lesen gilt: Sehr gern und sehr viel – aber bitte auf Papier. 72 % aller Kinder lesen Bücher und Zeitschriften klassisch, elektronische Geräte spielen dabei kaum eine Rolle.
- Print genießt bei den Eltern das größte Vertrauen. Sie sehen hier den höchsten Nutzen für ihre Kinder. Und: Eltern lesen mit! Die Auswahl der Zeitschriften, die für die Studie ausgewählt wurden, erreichen angeblich 5,8 Millionen Elternteile.
- Kinder suchen das persönliche Gespräch, physisch und am

Telefon – das gesprochene Wort am Telefon schlägt die Videotelefonie: 89 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen telefonieren ohne sich zu sehen, 60 Prozent telefonieren „face to face“.

- Umweltbewusstsein entsteht in den Kinderzimmern. Das Interesse ist groß und auch das Bedürfnis, einen eigenen Beitrag zu einer lebenswerten Welt zu leisten.

## **Kinder sind echt kompetent**

Was trauen die Eltern ihren Kindern zu, welche Freiräume haben die Kinder bei der Mediennutzung und wie nutzen sie überhaupt das vielfältige Angebot? Der Kinder Medien monitor 2021 nimmt das Mediennutzungs- und Kommunikationsverhalten der Kinder genau unter die Lupe sowie ihre Werte, ihr Engagement und Freizeitverhalten.

Fakt ist: Vieles ist in den vergangenen zwei Jahren auf der Strecke geblieben. Die Nutzung digitaler Medien hat jedoch während der Corona-Pandemie einen echten Zuwachs erfahren. Aus Sicht der Eltern hat Homeschooling die Kompetenz von Kindern im Umgang mit digitalen Medien gefördert und die Nutzung von mobilen Devices und Computern legitimiert. Informationen zielgerichtet suchen, finden und bewerten? Inhalte (im Internet) teilen oder nicht? Personen in Sozialen Netzwerken blockieren? Das und noch viel mehr können die Kinder aus Sicht der Eltern – alles eine Frage des Alters, versteht sich. 13 Prozent der Sechs- bis Neunjährigen und 48 Prozent der Zehn- bis 13-Jährigen dürfen selbst bestimmen, welche Apps sie auf dem Smartphone/Tablet nutzen.

Zeitschriften genießen mit Abstand die größte Akzeptanz, gefolgt von Fernsehen. 81 Prozent der Eltern von Vier- bis 13-Jährigen sagen, aus Zeitschriften könne ihr Kind etwas lernen, 72 Prozent halten sie für eine sinnvolle Beschäftigung. Das Fernsehen wird von Eltern geschätzt, weil es das Kind auf wichtige Themen aufmerksam mache. Aus der Akzeptanz erwachsen

Freiräume: Mehr als die Hälfte der Sechs- bis Neunjährigen darf beispielsweise selbst bestimmen, welche Bücher oder Zeitschriften sie lesen, bei den Zehn bis 13-Jährigen sind es sogar 86 Prozent. Selbstbestimmt Fernsehen dürfen bei den Vier- und Fünfjährigen 11 Prozent, bei den Sechs- bis Neunjährigen 29 Prozent und bei den Zehn- bis 13-Jährigen 65 Prozent.

## **Kinder lieben es klassisch**

Zuschauen, zuhören, lesen – die Medienwelt der Kinder lässt keinen Kanal aus. Dabei stehen allerdings die klassischen Medien, TV und Zeitschriften weiterhin ganz oben in der Favoritenliste. In allen Altersgruppen nutzt ein Großteil der Kinder das lineare Fernsehprogramm: 80 Prozent der Vier- bis 13-Jährigen sehen mindestens mehrmals pro Woche Serien, Filme und Videos genau dann, wenn sie gerade im Fernsehen laufen. Mit zunehmendem Alter wächst das Interesse an YouTube und Streamingdiensten. Mediatheken oder Apps von Fernsehsendern nutzen 33 Prozent der Kinder. 84 Prozent nutzen Audio-Angebote wie Musik, (Kinder-)Radiosendungen, Hörspiele und -bücher oder Podcasts.

## **Zeitschriften nehmen eine besondere Rolle im Leben der Kinder ein**

75 Prozent greifen mehrmals pro Woche zu Büchern, Zeitschriften, Magazinen oder Comics. 72 Prozent von ihnen schätzen das haptische Vergnügen des Blätterns, elektronische Geräte spielen kaum eine Rolle. Gelesen wird sehr intensiv und aufmerksam: 88 Prozent lesen/blättern die Zeitschriften meist vollständig durch, ebenfalls 88 Prozent lesen/blättern in den Zeitschriften immer mal wieder. Zeitschriften sind wertvoll und verbinden: 75 Prozent bewahren ihre Zeitschriften auf, 78 Prozent lesen zusammen mit anderen.

Zeitschriften genießen eine hohe Aufmerksamkeit: Wenn Kinder Zeitschriften lesen, hören oder schauen 77 Prozent nebenbei keine anderen Sachen.

Kinderzeitschriften haben eine breite Leserschaft: 4,8 Millionen der Vier- bis 13-Jährigen lesen mindestens eine der ausgewiesenen Zeitschriften. Darüber hinaus erreichen diese mindestens auch 5,8 Millionen Elternteile. Dabei lesen Eltern bei Weitem nicht nur bei den Kleinsten mit. Bei den Zehn- bis 13-Jährigen liegt der Anteil mitlesender Eltern bei 67 Prozent. Auch von ihnen bekommen Zeitschriften übrigens Bestnoten: So halten 72 Prozent der befragten Mütter und Väter das Lesen von Magazinen für eine sinnvolle Beschäftigung ihrer Kinder. 81 Prozent meinen, ihre Kinder können dabei etwas lernen. 73 Prozent schätzen an Zeitschriften, dass sie die Fantasie und Kreativität ihrer Kinder anregen.

## **Nichts geht über das persönliche Gespräch**

Die Relevanz von Kommunikation per App steigt mit zunehmendem Alter. Dennoch suchen Kinder das persönliche Gespräch – physisch und am Telefon. Dass Kinder miteinander reden, wenn sie sich sehen, versteht sich von selbst. Interessant ist, dass das gesprochene Wort auch am Telefon die Videotelefonie schlägt: 89 Prozent der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren telefonieren, ohne sich zu sehen, 60 Prozent telefonieren „face to face“.

Und in der Freizeit steht Toben an der frischen Luft für 78 Prozent und die gemeinsame Zeit mit Freunden für 75 Prozent der Kinder mehrmals in der Woche auf dem Programm.

## **Engagement und Umweltbewusstsein im**

# Kinderzimmer

Umweltbewusstsein entsteht in den Kinderzimmern. Die Kids entwickeln schon früh ein Gespür für die großen ökologischen und sozialen Fragen. Das Interesse ist groß und auch das Bedürfnis, einen eigenen Beitrag zu einer lebenswerten Welt zu leisten. So machen sich 59 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Kinder Sorgen wegen des Klimawandels (46 Prozent der Sechs- bis Neunjährigen, 71 Prozent der Zehn- bis 13-Jährigen). Besonders Nachhaltigkeit ist ein Thema, das die Kinder bewegt und das sie mitgestalten wollen: 36 % setzen sich für den Klimaschutz ein (25 Prozent der Sechs- bis Neunjährigen, 47 Prozent der Zehn- bis 13-Jährigen), 51 Prozent finden es wichtig, dass Dinge wie Kleidung oder Spielzeug wiederverwendet/recycelt werden können (46 Prozent der Sechs- bis Neunjährigen, 56 Prozent der Zehn- bis 13-Jährigen), 76 Prozent achten auf richtige Mülltrennung (71 Prozent der Sechs- bis Neunjährigen, 81 Prozent der Zehn- bis 13-Jährigen). Kinder werden in dieser Haltung ernst genommen und genießen mit zunehmendem Alter großes Vertrauen ihrer Eltern: Nach Medien und dem eigenen Partner sind Kinder die wichtigste Einflussquelle für die Eltern. Kinder sind Entscheider, die viel mit- und selbstbestimmen dürfen.

Federführend realisiert wurde die Analyse vom Bremer Marktforschungsunternehmen Immediate. Der Kinder Medien Monitor 2021 ist eine Reichweitenstudie gemäß ZAW-Rahmenschema. Befragt wurden 2.046 Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren in Doppelinterviews gemeinsam mit einem Erziehungsberechtigten sowie 526 Erziehungsberechtigte für die Vier- bis Fünfjährigen. Zeitraum der Erhebung: 16.02. bis 31.03.2021.