

Die Skepsis der Eltern gegenüber sozialen Netzwerken wächst

geschrieben von Redakteur | Juli 24, 2023



Der Kinder Medien Monitor 2023 zeigt Trends bei der Medienutzung von Kindern und Jugendlichen

Digitale und soziale Medien gehören immer mehr zum Alltag von Kindern und Jugendlichen. Klassische Medien wie TV und Print werden jedoch weiterhin auf sehr hohem Niveau genutzt. Eine besondere Faszination übt Bewegtbild aus. Kostenlose Videodienste wie YouTube stehen inzwischen bei 63 Prozent der sechs- bis 13-jährigen Kinder mindestens mehrmals pro Woche auf dem Programm. Ein rasantes Wachstum erlebt TikTok: 42 Prozent nutzen die Plattform heute, 2021 waren es noch 26 Prozent. Das sind einige Ergebnisse des jüngst erschienenen Kinder Medien Monitors.

Die Eltern befinden sich im Zwiespalt

Immerhin 44 Prozent der Kinder und Jugendlichen dürfen allein ohne Aufsicht im Internet surfen und Apps nutzen. Plattformen wie YouTube und soziale Netzwerke werden jedoch zunehmend kritisch beäugt: Während in der Zeit der Corona-Pandemie 2021 noch 39 Prozent der Eltern der Meinung waren, ihre Kinder könnten über YouTube etwas lernen, sind es 2023 nur noch 35 Prozent. Soziale Netzwerke schneiden in dieser Hinsicht noch schlechter ab, sie rutschen von 24 Prozent in 2021 auf aktuell 14 Prozent. Diese Skepsis bringt den Wunsch nach Eigenverantwortung mit sich. 45 Prozent der Eltern halten es für wichtig, dass ihr Kind Medienkompetenz erlernt.

Die Medien-Klassiker: Eltern und Kinder in der Sicherheitszone

Print und TV – Mediatheken und Streamingdienste inklusive – genießen einen Vertrauensbonus bei den Eltern. Zu den Top-Argumenten für die Nutzung klassischer Medien gehören die pädagogische Sinnhaftigkeit aber auch der Spaßfaktor für das Kind. Entsprechend räumen Eltern ihren Kindern mehr Freiräume ein als im Umgang mit digitalen Medien: 46 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen dürfen selbst bestimmen, welche Fernsehsendungen sie sehen. Freie Wahl bei Büchern oder Zeitschriften haben 67 Prozent.

Auch die Kinder fühlen sich offenbar nach wie vor wohl mit klassischen Medien: 85 Prozent schauen mindestens mehrmals pro Woche Serien, Filme oder Videos, wenn sie gerade im Fernsehen laufen. 66 Prozent hören Radio/Autoradio, 35 Prozent nutzen CD-Spieler oder Musikanlage.

Beim Lesen schwören Kinder auf Papier: 72 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen lesen mindestens mehrmals pro Woche Bücher

oder Zeitschriften, elektronische Lesemedien spielen dabei so gut wie keine Rolle. Dafür spricht auch die im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegene Netto-Reichweite der 26 ausgewiesenen Kinderzeitschriften: Vier Millionen sechs- bis 13-jährige Mädchen und Jungen lesen mindestens eine davon. Eltern lesen mit: Insgesamt erreichen die ausgewiesenen Kinderzeitschriften 4,5 Millionen Elternteile der Sechs- bis 13-Jährigen.

Über den Kinder Medien Monitor 2023

Zuschauen, Zuhören, Lesen, Gaming – die repräsentative Markt-Media-Studie bietet umfassendes Datenmaterial rund um die Mediennutzung von Kindern in ihrer Freizeit. Darüber hinaus liefert die Untersuchung vielseitige Einblicke in weitere Lebensbereiche der Kinder, zum Beispiel Freizeitgestaltung, Konsumverhalten und Umweltengagement. Den Ergebnissen zugrunde liegen die Antworten der Kinder sowie die ihrer Eltern. Der Kinder Medien Monitor repräsentiert 7,69 Millionen Kinder in Deutschland im Alter von vier bis 13 Jahren und liefert für 26 Printmagazine repräsentative Reichweiten bei Kindern und mitlesenden Eltern. Die Untersuchung ist die einzige zählbare Studie ihrer Art in Deutschland. Herausgeber sind Egmont Ehapa Media, Gruner + Jahr, SUPER RTL, EDEKA Media und PANINI Verlag.

BERICHTSBAND



Hier gibt es den [Berichtsband und die Ergebnispräsentation zum Kinder Medien Monitor 2023](#) zum Download

Quelle: [KINDER MEDIEN MONITOR 2023](#)