

Ergebnisse der KIM-Studie 2016

## ▶ Kindheit, Internet und Medien

Sabine Feierabend\*, Theresa Plankenhorn\*\*  
und Thomas Rathgeb\*\*

**Geräteausstattung  
und Mediennutzung  
bei Sechs- bis  
13-Jährigen erhoben**

Wenn es um die Mediennutzung von Kindern geht, wird nicht nur regelmäßig das Bild der Digital Natives (der im Medienzeitalter aufgewachsenen jungen Personen) herangezogen, häufig wird auch angenommen, dass die Medienwelt von Kindern heute insgesamt bereits ausschließlich digital und online sei. Ob diese Annahmen und die Eindrücke, die man möglicherweise von einer modernen Kindheit in der digitalen Welt hat, einer empirischen Überprüfung standhalten, zeigt in regelmäßigen Abständen die KIM-Studie (Kindheit, Internet, Medien). Welche Inhalte und Plattformen für Kinder von Bedeutung sind und zu welchem Zweck Medien von Kindern genutzt werden, wird in dieser Studie seit 1999 untersucht. Neben den Basisfragen der Studienreihe zu Geräteausstattung und Nutzungsdaten der verschiedenen Mediengattungen wie Fernsehen, Radio, Bücher, Computer, Handy und Internet, wurden in der KIM-Studie 2016 (1) die Nutzung des Computers für die Schule, die Nutzung sozialer Netzwerke in Familie und Freundeskreis sowie das Rechercheverhalten im Internet analysiert.

**Rund 1 200 Kinder  
und ihre Hauptzieher  
befragt**

Für die KIM-Studie 2016 wurden zwischen dem 13. Mai und dem 16. Juni 2016 insgesamt 1 229 deutschsprachige Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren computergestützt persönlich-mündlich (CAPI) zu Hause befragt. Parallel zur Befragung der Kinder erfolgten die Interviews der Hauptzieher mit einem Selbstausfüllerfragebogen. Die Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim IFAK Institut Taunusstein.

**Themeninteressen  
der Kinder:  
Freundschaft vor  
Schule, Sport,  
Internet, Musik,  
Spielen und Handy**

Eine erste Annäherung an das Thema Medien fand über die Abfrage verschiedener (nonmedialer wie medialer) Themeninteressen statt. Für 17 Themenbereiche wurden die Kinder jeweils gefragt, wie sehr sie sich für diese interessieren. Wie in den Vorjahren bekommt bei dieser Frage das Thema Freunde/Freundschaft die größte Zustimmung und wird von 95 Prozent aller Kinder als sehr interessant oder interessant bewertet. Etwa zwei Drittel zeigen Interesse an Schule, Sport, Handy/Smartphone, Musik, Internet/Computer/Laptop, Computer-/Konsolen-/Onlinespiele sowie dem Thema Spielsachen. Rund drei von fünf Kindern interessieren sich für Tiere und Kino/Filme, während etwa die Hälfte Interesse an Kleidung/Mode, Film-/Fern-

sehstars, Umwelt/Natur, Bücher/Lesen sowie Technik bekundet. Zwei von fünf Kindern sind aufgeschlossen gegenüber fremden Ländern und 30 Prozent zeigen Interesse am aktuellen Weltgeschehen.

### Kurz und knapp

- Die KIM-Studie („Kindheit, Internet und Medien“) befasst sich seit 1999 mit der Mediennutzung der Kinder zwischen sechs und 13 Jahren.
- Hierfür werden die Kinder selbst sowie ihre Hauptzieher zum Medienkonsum und zu den verfügbaren Mediengeräten befragt.
- 2016 wurde auch abgefragt, inwiefern PCs in der Schule eingesetzt werden.
- Die Treue zu den klassischen Medien besteht nach wie vor: 77 Prozent der Kinder sehen täglich fern. Ab etwa zehn Jahren nimmt die Bedeutung von PC, Internet und Smartphone deutlich zu.
- Soziale Medien wie Facebook und Whatsapp spielen bei (älteren) Kindern eine große Rolle.

Mädchen und Jungen äußern sich hinsichtlich ihrer Themeninteressen unterschiedlich, was sich bei der Betrachtung der starken Interessensbekundung („finde ich sehr interessant“) am deutlichsten zeigt. Während Mädchen sich stärker für die Themen Kleidung/Mode, Tiere, Schule, Musik, Bücher/Lesen, Film/Fernsehstars und Freunde/Freundschaft interessieren, haben Jungen eine höhere Affinität zu den Themen Sport, Technik, Computer-/Konsolen-/Onlinespiele sowie Internet/Computer/Laptop (vgl. Tabelle 1). Lediglich bei fünf Themen ist das Interesse der Mädchen und Jungen gleich stark ausgeprägt: Bei Handy/Smartphone, Spielsachen, Kino/Filme, Fremde Länder und beim aktuellen Weltgeschehen zeigen sich keine geschlechtsspezifischen Unterschiede. Im Vergleich zur KIM-Studie 2014 zeichnen sich keine starken Veränderungen ab.

**Mädchen und  
Jungen: Affinität für  
Handy, Spielsachen,  
Kino, fremde Länder  
und Nachrichten  
gleich stark**

### Medienausstattung und Medienbesitz

Die Haushalte, in denen Kinder heute aufwachsen, sind mit einem sehr breiten Repertoire an Mediengeräten ausgestattet. In den Familien mit sechs- bis 13-jährigen Kindern besteht (annähernd) Vollausstattung bei Fernseher, Handy/Smartphone (2), Internetzugang sowie Computer/Laptop. In knapp neun von zehn Familien ist ein Radio vorhanden, bei 84 Prozent gibt es ein Smartphone, Digitalkameras und Spielkonsolen finden sich in drei von vier Haushalten. 36 Prozent der Familien haben außerdem eine Tageszeitung abonniert, ein Tablet-PC findet sich bei 28 Prozent und 14 Prozent verfügen über Pay-TV. Streamingdienste wie zum Beispiel Netflix oder Maxdome sowie Streaming-Boxen oder -Sticks (zum Beispiel Amazon Fire TV, Apple TV oder Google Chromecast) sind in jeder zehnten Familie vorhanden. Die dynamischste Entwicklung zeigt sich bei mobilen Geräten: Die Ausstattungsrate mit Smartphones und Tablets hat sich seit der letzten Erhebung 2014 um jeweils 9 Prozentpunkte erhöht.

**Beinahe  
Vollausstattung  
mit Fernseher, Handy,  
Internetzugang und  
Radio**

\* Südwestrundfunk Medienforschung/Programmstrategie.

\*\* Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

**Tab. 1 Themeninteressen von Kindern 2010 bis 2016**  
sehr interessiert, in %

	Gesamt				2016					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	2016 (n=1 229)	Jungen (n=624)	Mädchen (n=605)	6-7 J. (n=297)	8-9 J. (n=300)	10-11 J. (n=318)	12-13 J. (n=314)
Freunde/Freundschaft	61	63	59	63	60	66	58	59	64	71
Handy/Smartphone	26	23	33	37	38	37	13	24	45	65
Sport	31	34	31	35	48	23	32	36	40	33
Internet/Computer	30	31	32	32	38	25	14	20	35	55
Computer-/Konsolen-/Onlinespiele	32	33	33	31	42	19	21	28	34	38
Tiere	25	25	27	28	16	41	34	29	25	24
Spielsachen	n.e.	n.e.	n.e.	26	27	26	55	32	18	2
Musik	31	30	24	23	16	29	10	13	26	40
Kleidung/Mode	18	20	20	19	5	33	7	9	22	37
Schule	20	15	17	17	12	22	17	20	16	17
Kino/Filme	18	16	16	14	14	15	12	11	16	18
Bücher/Lesen	15	14	16	13	8	18	9	13	16	13
Umwelt/Natur	9	10	12	13	11	15	14	15	13	10
Technik	10	11	12	13	22	3	8	10	16	17
Film-/Fernsehstars	17	15	15	11	8	15	10	7	11	18
Fremde Länder	6	5	6	8	9	8	8	6	8	11
Aktuelles, was gerade in der Welt passiert	4	3	4	4	4	3	3	2	4	6

Quelle: KIM-Studien 2010-2016.

**Eigenbesitz: Rund 50 % der Kinder haben Smartphone, CD-Player und Spielkonsole**

Die Kinder selbst besitzen nach Angaben der Haupterzieher eine überschaubare Anzahl an Mediengeräten: Das Gerät, das sich am häufigsten in den Kinderzimmern findet, ist das Mobiltelefon (51 %, Smartphone oder konventionelles Handy) (vgl. Tabelle 2). CD-Player (45 %) und Spielkonsolen sind ebenso bei knapp der Hälfte im Eigenbesitz (netto: 44 %, tragbar: 34 %, fest/stationär: 23 %). Etwa ein Drittel der Kinder besitzt einen eigenen Fernseher (36 %) oder ein Smartphone (32 %), jeder Vierte verfügt über ein eigenes Radio (24 %). Ein Fünftel der Kinder hat einen eigenen Kassettenrecorder (21 %) oder Computer beziehungsweise Laptop (20 %), 18 Prozent können vom eigenen Zimmer aus das Internet nutzen. Einen eigenen Tablet-PC besitzen nur 5 Prozent der Sechs- bis 13-Jährigen.

Im Allgemeinen weisen Jungen eine höhere Ausstattungsrate mit Mediengeräten auf – insbesondere gilt dies für Spielkonsolen. Mädchen besitzen hingegen häufiger CD-Player und Smartphones. Der Gerätebesitz steigt mit dem Alter der Kinder (außer bei Kassettenrecorder und Kindercomputer) deutlich an. Im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2014 fällt auf, dass das Mobiltelefon den CD-Player von Platz 1 der Liste zum Geräte-Eigenbesitz der Kinder verdrängt hat.

**Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung**

**Häufigste Freizeitbeschäftigungen: Fernsehen (77 % täglich/fast täglich) und Lernen (70 %)**

Geht man davon aus, dass diejenigen Freizeitaktivitäten, die jeden oder fast jeden Tag ausgeübt werden, im Alltag der Sechs- bis 13-Jährigen die höchste Relevanz haben, kommt dem Fernsehen mit 77 Prozent täglicher Nutzung ein besonderer

Stellenwert zu. An zweiter Stelle folgt die Erledigung von Hausaufgaben bzw. das Lernen, was für sieben von zehn Kindern (fast) täglich auf dem Programm steht. Etwa die Hälfte spielt (fast) jeden Tag drinnen (53 %) oder draußen (49 %). 42 Prozent der Mädchen und Jungen nutzen täglich ein Handy oder Smartphone, mit 35 Prozent hört jeder Dritte fast täglich Musik. Gut ein Viertel der Kinder nutzt täglich das Internet.

Auch bei der Betrachtung der regelmäßigen Nutzung (mind. einmal pro Woche) steht an erster Stelle das Fernsehen (96 %), eine fast gleichbedeutende Rolle im Alltag der Kinder nimmt das Treffen mit Freunden ein (94 %) (vgl. Tabelle 3). Hausaufgaben und Lernen (93 %) stehen ebenso für gut neun von zehn Kindern regelmäßig auf dem Programm. Auch Spielen drinnen (93 %) und draußen (92 %) kommt im Alltag der Mädchen und Jungen nicht zu kurz. Unternehmungen oder Aktivitäten mit den Eltern oder anderen Familienmitgliedern machen für vier von fünf Kindern eine regelmäßige Freizeitaktivität aus. Drei Viertel hören mindestens einmal pro Woche Musik, gut sieben von zehn Kindern betätigen sich sportlich (71 %). Für drei von fünf Kindern ist die Beschäftigung mit Computer-/Konsolen-/Onlinespielen (60 %) oder mit dem Handy/Smartphone (59 %) eine regelmäßige Freizeitaktivität. Gut die Hälfte der Sechs- bis 13-Jäh-

**Tab. 2 Gerätebesitz von Kindern 2010 bis 2016**  
Angaben der Haupterzieher, in %

	Gesamt				2016					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	2016 (n=1 229)	Jungen (n=624)	Mädchen (n=605)	6-7 J. (n=297)	8-9 J. (n=300)	10-11 J. (n=318)	12-13 J. (n=314)
Handy/Smartphone netto	52	49	47	51	49	53	12	38	71	80
CD-Player	64	58	50	45	42	48	41	39	47	53
Spielkonsole netto	57	51	48	44	50	39	32	42	47	57
Fernsehgerät	45	36	35	36	37	36	15	21	42	65
Tragbare Spielkonsole (z. B. Nintendo DS, Gameboy)	44	39	38	34	38	31	29	34	35	39
Smartphone (z. B. Samsung Galaxy oder iPhone)	n.e.	7	25	32	30	35	4	18	43	61
Radio	38	32	27	24	24	25	19	23	27	28
Feste Spielkonsole (z. B. Playstation, Wii, Xbox, Gamecube)	30	26	24	23	28	17	9	19	25	37
Kassettenrecorder	36	30	25	21	19	23	27	21	19	16
Computer/Laptop netto	15	21	21	20	22	18	2	7	19	49
Handy	n.e.	42	24	19	19	18	8	19	28	18
Internet	9	15	18	18	19	17	4	8	19	39
Kindercomputer/Computer speziell für Kinder	10	10	15	15	17	14	14	17	18	12
Laptop	n.e.	8	12	13	14	13	2	2	13	35
Videorecorder/DVD-Player/ Festplattenrecorder	17	14	11	10	8	12	4	4	10	20
Digitalkamera	10	13	11	10	9	10	5	8	12	13
Computer	n.e.	14	10	8	9	6	1	6	7	16
Tablet-PC (z. B. iPad, Samsung Galaxy Pad)	n.e.	1	2	5	4	6	2	5	4	7

Quelle: KIM-Studien 2010-2016.

rigen nutzt mindestens einmal in der Woche das Internet, ein ebenso großer Anteil nutzt den Computer für Tätigkeiten die keinen Internetzugang voraussetzen oder hört regelmäßig Radio.

#### Fast jedes zweite Kind liest regelmäßig Bücher

Knapp jedes zweite Kind liest regelmäßig Bücher, 38 Prozent lesen mindestens wöchentlich Comics. Filme oder Serien auf Video oder DVD werden von einem guten Drittel jede Woche gesehen, ein genauso großer Anteil sieht Videos im Internet, beispielsweise bei YouTube. Brett-, Gesellschafts- oder Kartenspiele werden von jedem Dritten mindestens wöchentlich gespielt. Mit Zeitschriften oder Hörspielen beschäftigt sich jedes vierte Kind regelmäßig. Ein Fünftel nutzt mindestens wöchentlich einen Tablet-PC.

Mädchen und Jungen im Alter zwischen sechs und 13 Jahren zeigen meist verschiedene Präferenzen hinsichtlich ihrer Freizeitgestaltung. Kreative Tätigkeiten wie Malen, Zeichnen oder Basteln, das Lesen von Büchern, die Beschäftigung mit Tieren und das Musizieren sind eindeutig weiblich dominierte Tätigkeiten. Jungen fasziniert der Bereich der Computer-, Konsolen- und Onlinespiele hingegen stärker, sie sind sportlich etwas aktiver und zeigen größeres Interesse für Comics.

Mit steigendem Alter verändert sich die Freizeitgestaltung der Kinder. Aktivitäten wie das Treffen mit Freunden oder der Besuch von Jugendgruppen werden mit zunehmendem Alter häufiger ausgeübt, auch der Stellenwert von Hausaufgaben und Lernen wird größer. Besonders starke Zuwächse zeigen sich beim Musikhören, Spielen an PC, Konsole oder online, bei der Handy-/Smartphonennutzung, der Fotografie sowie bei der Computernutzung offline. Ebenso nimmt die Bedeutung der Internetnutzung mit dem Alter der Kinder stark zu: Nur ein Viertel der Sechs- bis Siebenjährigen nimmt regelmäßig Internetdienste in Anspruch, bei den Zwölf- bis 13-Jährigen wächst der Anteil der regelmäßigen Internetnutzer auf 87 Prozent an. Ähnlich sieht die Betrachtung im Altersverlauf für das Ansehen von Onlinevideos aus. Zuwächse zeigen sich auch bei der Nutzung von Tablet-PCs. Aktivitäten wie das Spielen drinnen und draußen, Unternehmungen mit der Familie sowie kreative Tätigkeiten wie Malen oder Basteln werden mit steigendem Alter der Kinder seltener ausgeübt. Auch Hörspiele und Hörbücher sowie Brett- oder Gesellschaftsspiele haben für ältere Kinder eine geringere Relevanz. Vor allem Handy und Smartphone sowie das Ansehen von Videos oder DVDs ist bei den Kindern etwas präsenter als 2014. Der deutlichste Zuwachs wird jedoch (analog zur gestiegenen Verbreitung

**Je nach Alter nimmt Beliebtheit von bestimmten Freizeitaktivitäten zu bzw. ab**

**Tab. 3 Freizeitaktivitäten von Kindern 2010 bis 2016**  
mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt				2016					
	2010 (n=1 214)	2012 (n=1 220)	2014 (n=1 209)	2016 (n=1 229)	Jungen (n=624)	Mädchen (n=605)	6-7 J. (n=297)	8-9 J. (n=300)	10-11 J. (n=318)	12-13 J. (n=314)
fernsehen, egal ob über Fernseher, Internet etc.	95	96	97	96	96	96	95	96	96	96
sich mit Freunden treffen	94	94	93	94	94	94	91	94	94	97
drinnen spielen	88	88	91	93	94	92	99	98	95	81
Hausaufgaben machen/lernen	97	97	97	93	93	92	74	98	98	99
draußen spielen	91	90	90	92	94	89	98	97	95	77
etwas mit den Eltern/der Familie machen	74	76	76	80	79	81	89	87	79	66
Musik hören	81	82	78	75	72	79	66	69	77	88
Sport treiben (alleine oder im Verein)	70	71	68	71	77	65	64	73	79	69
Computer-/Konsolen-/Onlinespiele	62	66	62	60	68	52	46	57	63	73
Handy nutzen	49	48	54	59	57	62	20	44	76	95
einen Computer benutzen, ohne im Internet zu sein	55	53	54	55	56	54	28	45	68	77
Internet nutzen	43	52	53	55	55	54	26	38	65	87
Radio hören	52	59	53	54	53	54	53	55	53	54
malen/zeichnen/basteln	47	46	48	49	35	64	74	55	43	26
Buch lesen (ohne Schulbuch)	49	48	50	48	38	59	42	52	55	43
sich mit einem Tier beschäftigen	42	42	41	46	38	53	47	46	46	43
Comic lesen/anschauen	43	43	40	38	42	33	40	42	38	32
Video/DVD sehen	41	38	32	36	37	35	42	31	36	35
Videos im Internet ansehen, z. B. bei YouTube	n.e.	n.e.	n.e.	35	36	34	13	23	41	60
Brettspiele/Gesellschaftsspiele/Kartenspiele	n.e.	n.e.	34	34	32	35	47	39	33	17
Fotos/Videos machen	15	21	29	32	30	35	14	21	38	55
eine (Jugend-)Gruppe besuchen	31	23	27	29	29	28	21	25	32	37
Zeitschrift lesen/anschauen	32	35	27	25	22	29	17	24	25	35
Hörspiele anhören	29	30	22	25	23	27	43	30	19	8
Tablet-PC benutzen	n.e.	n.e.	12	21	20	22	12	18	24	28
musizieren	19	21	22	20	15	26	20	19	24	19
in eine Bücherei/Bibliothek/Mediathek gehen	12	10	10	10	8	11	9	9	10	11
Tageszeitung lesen/anschauen	11	7	7	7	7	8	3	8	9	9
ins Kino gehen	0	2	1	4	4	3	2	2	5	5
Zeitschriften im Internet lesen	n.e.	3	4	3	3	3	0	0	4	8
Zeitung/Tageszeitung im Internet lesen	n.e.	3	1	2	2	2	0	0	3	5

Quelle: KIM-Studien 2010-2016.

der Geräte) bei der Tabletnutzung sichtbar: Während 2014 nur gut jedes zehnte Kind regelmäßig einen Tablet-PC nutzte (12%), ist es mittlerweile gut ein Fünftel (21%).

#### Fernsehen und YouTube

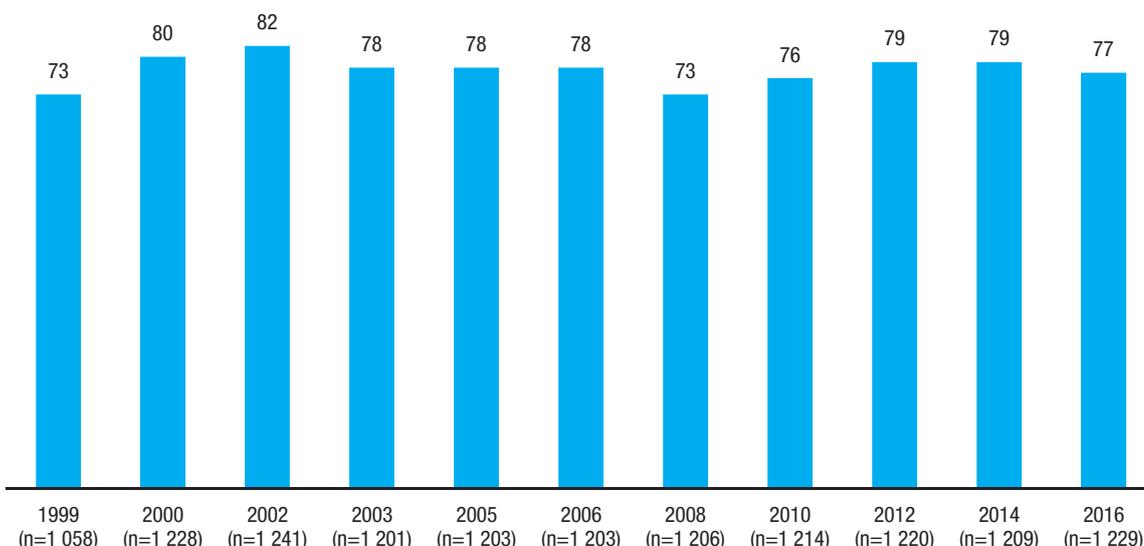
Fernsehen ist die wichtigste Medientätigkeit bei Kindern. In nahezu allen Haushalten, in denen Kinder aufwachsen, steht mindestens ein Fernsehgerät zur Verfügung, mehr als jedes dritte Kind hat ein eigenes Fernsehgerät im Zimmer (6-7 Jahre: 15%, 12-13 Jahre: 65%). 77 Prozent der Sechsbis 13-Jährigen sehen (fast) jeden Tag fern (vgl. Abbildung 1), für 52 Prozent ist Fernsehen eine

Tätigkeit, die sehr gerne ausgeübt wird, weitere 44 Prozent sehen gern fern. Zudem ist Fernsehen die liebste Medienaktivität der Sechsbis 13-Jährigen. (3)

Knapp zwei Drittel der Kinder haben einen Lieblingsfernsehsender (n=781), wobei dieser Anteil bei älteren Kindern deutlich zurückgeht (6-7 Jahre: 76%, 8-9 Jahre: 69%, 10-11 Jahre: 57%, 12-13 Jahre: 55%). Die nachgelagerte Frage, welcher

**KiKA für 34%  
Lieblingssender,  
gefolgt von  
Super RTL (21%)**

**Abb. 1 Fernsehnutzung bei Kindern 1999 bis 2016**  
jeden Tag/fast jeden Tag, in %



Quelle: KIM-Studien 1999-2016.

**Tab. 4 Liebstes Fernsehprogramm von Kindern 2016**  
Kinder mit Lieblingsprogramm, in %, Nennungen ab 2 %

	Gesamt (n=781)	Jungen (n=390)	Mädchen (n=391)	6-7 J. (n=224)	8-9 J. (n=204)	10-11 J. (n=181)	12-13 J. (n=172)
KiKa	34	33	35	60	40	22	6
Super RTL	21	22	19	19	27	24	11
RTL	9	5	13	2	5	9	22
ProSieben	8	11	5	1	3	8	24
Disney Channel	8	5	10	7	8	11	5
RTL II	5	4	6	1	2	5	13
Nick	3	5	1	2	4	5	2

Quelle: KIM-Studie 2016.

Sender dies sei, beantworten 34 Prozent mit KiKA, 21 Prozent nennen Super RTL (vgl. Tabelle 4). Mit Abstand entfallen etwa gleich viele Nennungen auf RTL (9%), ProSieben und den Disney Channel (jeweils 8%), RTL II kommt auf 5 Prozent und das vierte Vollprogramm für Kinder, Nickelodeon, erreicht 3 Prozent. Mädchen und Jungen unterscheiden sich bei den beiden beliebtesten Anbietern nur unwesentlich – der KiKA hat etwas mehr weibliche Fans, Super RTL steht bei den Jungen etwas höher im Kurs. Deutlicher als Jungen präferieren Mädchen RTL und den Disney Channel, bei den Jungen hat ProSieben doppelt so viele Fans wie bei den Mädchen.

Während der KiKA mit zunehmendem Alter der Kinder immer seltener als Lieblingssender genannt wird, schwanken die Präferenzen für Super RTL oder den Disney Channel weniger stark, wenn-

gleich die Kindersender natürlich von den Älteren kaum noch genannt werden. Umgekehrt steigt die Beliebtheit von RTL oder ProSieben deutlich an.

Jenseits der linearen Fernsehnutzung nehmen auch Kinder die Möglichkeit wahr, Fernsehinhalte und Videos im Internet (beziehungsweise auch auf dem Smartphone) anzusehen – sei es in den Mediatheken der Fernsehsender, bei YouTube oder auf sonstigen Internetseiten. 55 Prozent aller Kinder sehen zumindest selten Videos im Internet an – bei den Jüngsten sind es 29 Prozent, bei den Ältesten bereits 82 Prozent. Fragt man Kinder, die das Internet nutzen (n=805), gezielt nach ihrer YouTube-Nutzung, so geben 17 Prozent an, sich jeden/fast jeden Tag YouTube-Videos anzusehen, 33 Prozent tun dies ein-/mehrmals pro Woche und weitere 18 Prozent zählen zu den selteneren Nutzern. Ein Drittel gibt an, nie YouTube-Videos im Internet zu nutzen. Im Altersverlauf steigt der Anteil der Kinder, die mindestens wöchentlich Bewegtbild-Inhalte bei YouTube nutzen, von 28 Prozent bei den Sech-

**Hälfte der Kinder streamt zumindest selten Fernsehinhalte über Mediatheken und YouTube**

**Tab. 5 Internetnutzung bei Kindern 1999 bis 2016**  
zumindest selten, in %

	Gesamt	Jungen	Mädchen	6-7 J.	8-9 J.	10-11 J.	12-13 J.
1999 (n=1 203)	6	8	5	1	2	7	14
2000 (n=1 228)	18	21	16	5	12	23	30
2002 (n=1 241)	33	36	30	15	25	37	55
2003 (n=1 201)	42	42	43	17	33	51	60
2005 (n=1 203)	50	52	49	16	36	59	75
2006 (n=1 203)	58	60	55	18	46	77	88
2008 (n=1 206)	59	62	57	20	50	79	86
2010 (n=1 214)	57	58	55	25	37	69	90
2012 (n=1 220)	62	64	58	21	48	75	93
2014 (n=1 209)	63	66	60	25	52	80	93
2016 (n=1 229)	66	65	66	35	52	79	94

Quelle: KIM-Studien 1999-2016.

und Siebenjährigen auf 66 Prozent bei den Zwölf- bis 13-Jährigen an. Umgekehrt sinkt der Anteil der Nichtnutzer von YouTube von 50 auf 21 Prozent. Offenbar handelt es sich bei den Videos auf YouTube in der Regel um Bewegtbild-Inhalte, die originär nicht aus dem (aktuellen und linearen) Fernsehen stammen. Nur für 31 Prozent der Internetnutzer ist das Ansehen von Fernsehsendungen im Internet überhaupt eine Option, die auch mit zunehmendem Alter der Kinder nicht wesentlich an Attraktivität gewinnt (nutze ich zumindest selten, 6-7 Jahre: 26 %, 12-13 Jahre: 37 %).

**Beliebte Inhalte  
auf YouTube: Musik,  
Comedy, lustige  
Videos**

Bei den von Kindern präferierten YouTube-Inhalten („Welches sind Deine drei liebsten YouTube-Angebote?“) handelt es sich in erster Linie um YouTube-Stars, die gut ein Drittel der von YouTube-Nutzern genannten Lieblingsangebote auf sich vereinen. Für ein Viertel zählen Musikvideos, für ein Fünftel Comedy oder generell lustige Videos zu den Favoriten. Etwa jedem Zehnten gefallen Filme/Videos allgemein, Tiervideos oder Videos aus dem Bereich Sport besonders gut. Neben Trailern oder kurzen Clips (5 %) zählen bereits in dieser Altersgruppe für 4 Prozent Mode- oder Beauty-Videos zu den Highlights bei YouTube. Jeder zehnte YouTube-Nutzer hat auch einen eigenen Account, der die Verwaltung abonniertes YouTube-Kanäle erleichtert.

Die gestützte Abfrage der Nutzung unterschiedlicher YouTube-Inhalte jenseits der Lieblingsangebote zeigt, dass bei Kindern Humor (mind. einmal pro Woche: 72 %) und Musik (62 %) mit Abstand zu den am meisten genutzten Angeboten zählen. Es folgen Tier- (37 %) und Sportvideos (34 %), das Thema Mode/Beauty (30 %) rutscht in dieser Betrachtung auf einen mittleren Platz, gleiches gilt für Videos, in denen YouTube-Stars ganz generell aus ihrem Alltag erzählen (29 %). Tutorials, also Videos in denen man zum Beispiel Dinge aus dem Alltag erklärt bekommt, werden von 26 Prozent mindestens wöchentlich genutzt, fast genauso viele sehen sich mit dieser Häufigkeit Erklärstücke

für Schule und Unterricht an (24 %). Fernsehsendungen oder Teile davon stehen für 23 Prozent auf dem Programm. „Let's-play“-Videos, in denen man neue PC-Spiele erklärt bekommt oder anderen beim Spielen zusehen kann, schaut sich ein Fünftel (21 %) wöchentlich an. Produkttests (11 %) werden eher von wenigen genutzt.

Mädchen sehen sehr viel häufiger als Jungen Mode-/Beauty-Videos an (51 %, Jungen: 11 %), aber auch Tiere (48 %, Jungen: 27 %) oder Musik (69 %, Jungen: 58 %) sind für sie bei YouTube häufiger ein Thema. Jungen nutzen zu einem sehr viel höheren Anteil Sportvideos (52 %, Mädchen: 14 %) und „Let's-play“-Videos (28 %, Mädchen: 13 %). Mit zunehmendem Alter öffnet sich naturgemäß auch die Themenbandbreite bei YouTube, wobei das Thema Humor, aber in Teilen auch Tiervideos, Sportvideos oder Fernsehinhalte in allen Altersgruppen ähnlich häufig genutzt werden.

**Internetnutzung: Zugang und Tätigkeiten**

Fast alle Kinder haben im Hinblick auf den technischen Zugang potenziell die Möglichkeit, zu Hause das Internet zu nutzen. Zwei Drittel aller Sechs- bis 13-Jährigen zählen auch tatsächlich zu den Internetnutzern, hierbei sind Mädchen und Jungen gleichermaßen vertreten. Aktuell nutzt bei den Jüngsten (sechs bis sieben Jahre) gut ein Drittel zumindest selten das Internet, im Alter von acht bis neun Jahren ist bereits die Hälfte online (vgl. Tabelle 5). Mit zehn bis elf Jahren sind vier von fünf Kindern (79 %) Internetnutzer und bei den Zwölf- bis 13-Jährigen nehmen mit 94 Prozent fast alle Onlinedienste in Anspruch. Trotz der über die Jahre gestiegenen Geräteausstattung mit Smartphones und Tablet-PCs ist der Anteil der Internetnutzer insgesamt nur relativ moderat angestiegen. Im

**Ab dem 8. Lebensjahr  
ist jedes zweite Kind  
online, ab 12 Jahren  
sind es 94 %**

**Tab. 6 Internettätigkeiten bei Kindern 2010 bis 2016**  
Internetnutzer, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt				2016					
	2010 (n=687)	2012 (n=742)	2014 (n=766)	2016 (n=805)	Jungen (n=407)	Mädchen (n=398)	6-7 J. (n=103)	8-9 J. (n=156)	10-11 J. (n=252)	12-13 J. (n=294)
Suchmaschinen nutzen	68	75	71	70	72	67	50	57	70	83
WhatsApp-Nachrichten hin und her schicken	n.e.	n.e.	n.e.	58	55	60	26	36	56	82
Filme/Videos anschauen zum Beispiel bei YouTube, MyVideo etc	46	48	55	50	52	49	28	36	50	66
Internetseiten nutzen, die speziell für Kinder gemacht sind	46	53	50	46	45	47	66	51	48	34
einfach so drauf los surfen	44	51	43	40	41	39	34	31	36	51
Facebook nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	30	31	29	20	14	22	49
E-Mails verschicken	40	37	32	28	29	27	19	17	26	39
Wikipedia nutzen	38	34	27	26	26	27	20	17	29	32
über das Internet Musik hören	n.e.	n.e.	21	26	27	26	8	10	25	43
Fernsehsendungen im Internet ansehen	11	11	8	12	11	12	13	8	10	15
Skype nutzen	n.e.	n.e.	n.e.	9	10	8	4	6	7	15
über das Internet Radio hören	9	11	3	5	7	4	1	3	6	9

Quelle: KIM-Studien 2010-2016.

Vergleich zu 2012 nutzen etwas mehr Mädchen das Internet (+8 %-Punkte). Ein deutlicher Anstieg zeigt sich nur bei den Sechs- bis Siebenjährigen (+14 %-Punkte).

Wenn Kinder das Internet nutzen, dann sind sie zu 41 Prozent jeden oder fast jeden Tag online, ein gleich großer Anteil ist ein- oder mehrmals pro Woche im Netz (42%), und 17 Prozent nehmen seltener als wöchentlich Internetdienste in Anspruch. Zwischen Mädchen und Jungen zeigen sich keine merklichen Unterschiede. Mit dem Alter der Internetnutzer steigt auch die Nutzungsfrequenz stark an. Sind nur 14 Prozent der Jüngsten (fast) täglich online, so sind es bei den Zwölf- bis 13-Jährigen schon 58 Prozent.

**WhatsApp gehört für rund 40 % der Sechs- bis 13-Jährigen täglich dazu**

Bei der Betrachtung der täglichen Aktivitäten ist die WhatsApp-Nutzung besonders relevant: 41 Prozent der interneterfahrenen Kinder nutzen die Messenger-App täglich. Neben WhatsApp sind es Suchmaschinen (24%), YouTube (17%) und Facebook (17%), die im Alltag der Kinder herausstechen. Die weiteren Tätigkeiten sind im Hinblick auf die tägliche Nutzung nicht von großer Bedeutung. Bei den regelmäßigen (also mindestens einmal pro Woche ausgeübten) Tätigkeiten steht an erster Stelle die Recherche über Suchmaschinen (70%), die Zugang zu unendlichen Informationen unterschiedlichster Interessengebiete der Kinder (und auch zu ungeeigneten Inhalten) bieten (vgl. Tabelle 6). Mit 58 Prozent liegt das Verschicken von WhatsApp-Nachrichten auf Rang 2, vor dem Anschauen von YouTube-Videos (50%). Spezielle Kinder-Webseiten

werden von 46 Prozent regelmäßig genutzt, zwei von fünf jungen Internetnutzern surfen regelmäßig ohne bestimmten Anlass drauf los. Facebook wird von einem knappen Drittel mindestens wöchentlich genutzt, 28 Prozent verschicken mit dieser Häufigkeit E-Mails. Gut ein Viertel nutzt regelmäßig Wikipedia oder hört über das Internet Musik. Fernsehsendungen werden von 9 Prozent der Kinder regelmäßig über das Internet angeschaut, ebenso viele nutzen Skype einmal pro Woche. Mit zunehmendem Alter der Kinder wird der Anteil regelmäßiger Nutzer für alle Tätigkeiten – mit Ausnahme der Nutzung von speziellen Kinderseiten – größer. Besonders dynamisch zeigt sich dies bei WhatsApp (6-7 Jahre: 26%, 8-9 Jahre: 36%, 10-11 Jahre: 56%, 12-13 Jahre: 82%).

Fragt man die Internetnutzer, ob sie auch eine Lieblingsseite im Internet haben (Mehrfachnennungen möglich), so bejahen dies 55 Prozent, Mädchen (53%) etwas seltener als Jungen (57%). Die Liste der konkreten Angebote wird von YouTube (33%) angeführt, dahinter folgt Facebook (20%) vor den Onlineangeboten der Kinder-Fernsehsender Super RTL (TOGGO: 12%) und KiKA (8%). 7 Prozent nennen Google, 6 Prozent die Kindersuchmaschine fragFINN. Die (werbfinanzierte und nicht speziell für Kinder konzipierte) Spieleplattform Spielaffe (6%) wird etwas häufiger genannt als die Kindersuchmaschine Blinde Kuh (5%). Jungen (37%) zeigen eine deutlich stärkere Präferenz für YouTube als Mädchen (29%), während diese Facebook (22%, Jungen: 19%) etwas häufiger nennen. YouTube und Facebook gewinnen mit steigendem Alter der Kinder an Beliebtheit, während die Kinderangebote an Relevanz verlieren.

**Liebblingswebseiten: YouTube, Facebook, TOGGO, KiKA**

### Häufigster Ort für die Internetnutzung ist zu Hause, gefolgt von Nutzung bei Freunden

Fragt man die Internetnutzer, an welchen Orten sie das Internet nutzen, so geben 99 Prozent die Nutzung zu Hause an. 60 Prozent gehen bei ihren Freunden online, 38 Prozent nutzen Onlinedienste unterwegs und 37 Prozent in der Schule. Zwischen Mädchen und Jungen zeigt sich im Hinblick auf die Nutzungsorte nur ein Unterschied: Jungen (63 %) gehen öfter bei Freunden online als Mädchen (57 %). Die Nutzung zu Hause ist über alle Altersgruppen hinweg konstant, während die Nutzung bei Freunden, unterwegs und in der Schule mit steigendem Alter der Kinder stark zunimmt. Einen WLAN-Anschluss gibt es bei 86 Prozent der Familien zu Hause. Insgesamt dürfen 62 Prozent der Kinder diesen WLAN-Anschluss auch (mit-)nutzen, wobei die Erlaubnis der Eltern mit steigendem Alter der Kinder häufiger erteilt wird (6-7 Jahre: 27 %, 8-9 Jahre: 49 %, 10-11 Jahre: 75 %, 12-13 Jahre: 92 %).

Neben den generellen Orten der Internetnutzung ist auch die Frage der dafür benutzten Geräte von Relevanz. Bei der täglichen Nutzung liegen Computer/Laptop und Handy/Smartphone praktisch gleichauf, hier zeigt sich die Alltagsrelevanz mobiler Internetzugänge. Betrachtet man die regelmäßige Nutzung (mind. einmal pro Woche), so steht hier bei den Kindern immer noch die Internetnutzung über Computer/Laptop auf Platz 1. Vier von fünf Internetnutzern gehen mindestens wöchentlich über PC oder Laptop (81 %) online. Handy oder Smartphone werden von 45 Prozent regelmäßig genutzt, um ins Netz zu gehen. Mit einem Tablet-PC nutzen 13 Prozent der interneterfahrenen Kinder Onlinedienste, 14 Prozent gebrauchen dafür eine Spielkonsole – wobei Jungen hier deutlich vorne liegen (mindestens einmal pro Woche: 20 %, Mädchen: 8 %).

Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2014 hat der Anteil der regelmäßigen Internetnutzer über Computer/Laptop etwas abgenommen, wohingegen die Nutzung über Handy/Smartphone und Tablet-PC deutlich an Relevanz hinzugewonnen hat.

### WhatsApp und Facebook

Die kommunikativen Aspekte der Onlinenutzung haben bereits bei Kindern einen hohen Stellenwert. Ein Fünftel der Internetnutzer gibt Facebook als Lieblingsseite im Netz an, das Verschicken von WhatsApp-Nachrichten ist nach der Nutzung von Suchmaschinen die am häufigsten ausgeübte Tätigkeit im Internet. Vor allem bei der Organisation des Alltags und der Kommunikation mit Freunden spielen beide Social-Media-Plattformen bei den interneterfahrenen Kindern inzwischen eine große Rolle.

Um Verabredungen mit Freunden zu treffen, haben die Kinder unterschiedliche Routinen: 29 Prozent gehen meistens einfach so bei ihren Freunden vorbei, 23 Prozent schicken meistens eine Textnachricht (zum Beispiel über WhatsApp). Ein weiteres Fünftel greift zum Telefon und ruft den oder die Freunde auf dem Festnetz an, 12 Prozent nehmen hierfür das Handy/Smartphone. 9 Prozent

brauchen keine (weitere) Kommunikation, sondern treffen sich mit ihren Freunden immer an einem festen Ort. Mit zunehmendem Alter der Kinder gehen spontane Besuche, wohl auch aufgrund einer höheren Smartphone-Dichte sowie zunehmender Freizeit- beziehungsweise Außer-Haus-Aktivitäten, zurück. Auch der Anruf auf dem Festnetz verliert stark an Bedeutung. Deutlich wichtiger wird WhatsApp oder der Anruf auf dem Handy, um Treffen mit Freunden zu organisieren.

Die Anteile der Sechs- bis 13-Jährigen, die eigene Erfahrungen mit Facebook haben und diese Plattform zumindest selten nutzen, liegen nach Angaben der Kinder für Mädchen (24 %) und Jungen (23 %) gleich hoch. Betrachtet man die Altersgruppen, so zeigt sich, dass die Facebook-Nutzung aber erst ab einem Alter von mindestens zehn Jahren überhaupt einen relevanten Stellenwert einnimmt (6-7 Jahre: 8 %, 8-9 Jahre: 9 %, 10-11 Jahre: 24 %, 12-13 Jahre: 51 %).

### Suchen im Internet

Die Nutzung von Suchmaschinen wie Google ist bei Kindern eine zentrale Onlineaktivität. Ein Viertel der Internetnutzer recherchiert jeden beziehungsweise fast jeden Tag in einem Suchprogramm, 46 Prozent tun dies ein- oder mehrmals pro Woche. Selbst die Hälfte der jüngsten Internetnutzer sucht mindestens einmal pro Woche online nach Informationen, bei den Ältesten der untersuchten Altersgruppen sind es bereits 83 Prozent. Doch bei welchem Anliegen gehen Kinder über das Internet auf die Suche, welchen Interessen gehen sie nach? Die vorgegebene Liste möglicher Suchanlässe wird vom Thema Schule und Hausaufgaben angeführt (mind. einmal pro Woche: 51 %), aber auch der Bereich Gaming (44 %) spielt eine vergleichsweise große Rolle (vgl. Tabelle 7). Den dritten Platz nehmen Infos über Prominente ein (37 %). Das Internet bietet Kindern zumindest potenziell die Möglichkeit, sich selbst über Nachrichten und aktuelle Meldungen ein Bild zu machen – eine Option, die rund ein Drittel der jungen Internetnutzer mindestens wöchentlich wahrnimmt. Sich über das Freizeitangebot im Nahraum zu informieren, ist für ein Fünftel bedeutsam, gleiches gilt für Anleitungen zum Kochen oder Basteln oder Informationen über Haustiere. Aber das Internet ist auch eine Plattform, um sich Unterstützung oder Beratung bei Problemen zu holen.

Mädchen suchen häufiger als Jungen Infos über Prominente (43 %, Jungen: 30 %), Haustiere (24 %, Jungen: 13 %) und Bastel- oder Kochanleitungen (23 %, Jungen: 15 %). Gaming hingegen spielt für Jungen eine sehr viel größere Rolle (53 %, Mädchen: 36 %). Mit zunehmender Lese- und Schreibfähigkeit, einem größeren Aktionsradius und der

**Facebook erst ab zehn Jahren wirklich relevant**

**Ein Viertel der Kinder nutzt täglich Google**

**Recherchethemen unterscheiden sich je nach Alter und Geschlecht**

**WhatsApp und Facebook zur Kommunikation und für Verabredungen relevant**

**Tab. 7 Suchen im Internet 2014 und 2016**

Internetnutzer, mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt		2016					
	2014 (n=766)	2016 (n=805)	Jungen (n=407)	Mädchen (n=398)	6-7 J. (n=103)	8-9 J. (n=156)	10-11 J. (n=252)	12-13 J. (n=294)
Infos für Hausaufgaben/Schule	55	51	51	52	33	34	56	63
Spieleseiten/Internetspiele	47	44	53	36	49	50	42	42
Infos über Prominente	39	37	30	43	22	23	35	51
Sachen, die ich kaufen will	33	34	32	35	20	26	28	47
Nachrichten/Meldungen	34	32	32	33	25	16	27	48
Freizeitangebote in der Umgebung	20	22	19	24	10	12	16	35
Infos über Haustiere	15	18	13	24	13	13	22	21
Anleitungen zum Basteln/Kochen	17	18	15	23	20	13	20	19
Hilfe bei Problemen/Beratung	13	14	13	15	5	6	14	21

Quelle: KIM-Studien 2014 und 2016.

Entwicklung eigener Interessen und Hobbys nehmen Suchanlässe zu und werden von einem größeren Anteil der Kinder ausgeübt. Mehr oder weniger altersneutral sind jedoch die Bereiche Spielen und Informationen über Basteln und Kochen.

**Computer und Schule**

**Nutzung von Computern in der Schule**

Bei der Computernutzung im Schulkontext ist einerseits die Nutzung zu Hause im Rahmen der Hausaufgaben relevant, andererseits stellt sich die Frage, inwieweit in der Schule selbst Computer im Unterricht eingesetzt werden. Dass Computer überwiegend im „Privaten“ verwendet werden, zeigt schon die Betrachtung der Nutzungsorte. In der Schule wird der PC vor allem in speziellem Unterricht für Computer (wie etwa beim Schulfach Informationstechnische Grundbildung) eingesetzt (74 %), häufige Fächer mit PC-Integration sind außerdem Deutsch (44 %), Mathematik (35 %) und Fremdsprachen (25 %). Was die Tätigkeiten betrifft, die die Schüler am Computer ausüben, wird der Computer in erster Linie als „Schreibmaschine“ verwendet; neun von zehn Kindern, die in der Schule Computer verwenden, schreiben zumindest einmal pro Woche einzelne Wörter (bei den Jüngeren) beziehungsweise Texte. Bereits an zweiter Stelle kommt das Internet: Drei Viertel gehen wöchentlich in der Schule ins Internet, um etwas nachzulesen oder zu suchen.

**Zuhause: Recherche für die Schule im Internet**

Etwa sieben von zehn jungen Nutzern verwenden ein Lernprogramm oder bringen sich eine Anwendung wie beispielsweise Word oder PowerPoint bei. 40 Prozent erstellen wöchentlich Präsentationen oder bearbeiten Bilder. Etwa jeder Dritte kommuniziert in der Schule am Computer zum Beispiel über E-Mails. Im Hinblick auf die Nutzung eines Computers zu Hause für Schulaufgaben steht für drei Viertel der Schulkinder, die zuhause generell

einen Computer nutzen, das Recherchieren im Internet an erster Stelle. Zwei Drittel schreiben regelmäßig Wörter oder Texte, gut jeder Zweite nutzt wöchentlich zuhause Lernprogramme. 37 Prozent kommunizieren beispielsweise via E-Mail oder Messenger-App zum Thema Schule und jeder Dritte übt zuhause Anwendungen wie Word oder PowerPoint. Je 30 Prozent bearbeiten Bilder oder rechnen mit dem Computer, jeder Fünfte erstellt wöchentlich Präsentationen für die Schule. Je älter die Kinder sind, desto höher ist der Anteil der Schüler, die zu Hause einen Computer für die Schule verwenden.

Eine besondere Rolle bei der Recherche für Schulthemen im Internet spielt auch YouTube. Etwa jeder vierte junge YouTube-Nutzer sieht sich dort zumindest einmal pro Woche Videos zu Themen aus der Schule an – vor allem Kinder ab zehn Jahren (10-11 Jahre: 24 %, 12-13 Jahre: 33 %). Insgesamt betrachtet wird deutlich, dass die Nutzung von Computer und Internet als Mittel zur Wissensvermittlung eher zu Hause als in der Schule stattfindet. Während in der Schule Computer (und damit auch das Internet) eher sporadisch eingesetzt werden, spielen diese Hilfsmittel beim Lernen daheim bereits für viele Kinder eine wichtige Rolle.

**Handy und Smartphone**

Diejenigen Kinder, die zumindest selten ein Handy oder Smartphone nutzen (67 % aller Sechs- bis 13-Jährigen) wurden in der KIM-Studie zudem differenzierter zu ihrem Handynutzung befragt. Dabei sollten sie zu 14 verschiedenen Handytätigkeiten angeben, wie oft sie diesen nachgehen. Betrachtet man die tägliche Nutzung, steht an erster Stelle die Kommunikation via Textnachrichten (38 %), etwa jeder Vierte nutzt täglich Apps oder das Internet. Bezogen auf die regelmäßige Nutzung von Handynutzungsfunktionen, also mindestens einmal pro Woche, stehen Telefonate mit den Eltern auf den ersten beiden Plätzen: Etwa je drei Viertel der Handynutzer werden regelmäßig von ihren Eltern angerufen oder rufen diese vom eigenen Mobiltelefon aus an.

**Computer ist Hilfsmittel vor allem für das Lernen daheim**

**Handynutzer setzen Textnachrichten, Apps und Internet täglich ein**

**Tab. 8 Nutzung digitaler Spiele 2016**  
mindestens einmal pro Woche, in %

	Gesamt (n=1 229)	Jungen (n=624)	Mädchen (n=605)	6-7 J. (n=297)	8-9 J. (n=300)	10-11 J. (n=318)	12-13 J. (n=314)
Computer-/Konsolen-/Onlinespiele	60	68	52	47	57	63	73
Handy-/Smartphonespiele	34	35	34	13	24	44	55
Tabletspiele	16	18	13	9	16	16	22

Quelle: KIM-Studie 2016.

Auf Rang 3 und 4 stehen das Empfangen und Versenden von Textnachrichten, hier sind die verschiedenen möglichen Kanäle (SMS, Messenger-Apps wie WhatsApp, gerätespezifische Messenger usw.) zusammengefasst. Die Kommunikation über geschriebene Nachrichten findet bei etwa sieben von zehn Handynutzern mindestens einmal pro Woche statt. Anrufe von anderen Personen als den Eltern werden bei etwa 60 Prozent regelmäßig am Mobiltelefon angenommen. Gut die Hälfte spielt mindestens wöchentlich Spiele auf dem Handy oder Smartphone, knapp jeder Zweite macht Fotos oder Videos mit dem Gerät. Das Internet nutzen 47 Prozent der Handynutzer mindestens einmal pro Woche über das Mobiltelefon. Apps werden von 44 Prozent in dieser Häufigkeit genutzt. Etwa zwei von fünf Kindern, die ein Handy nutzen, erhalten regelmäßig Sprachnachrichten (zum Beispiel über WhatsApp). Ein fast gleich großer Anteil nimmt auch selbst regelmäßig Sprachnachrichten über das Mikrofon des Handys auf und verschickt diese. Fotos und Videos (32 %) werden von einem knappen Drittel regelmäßig verschickt.

### Digitale Spiele

**70 % spielen mindestens wöchentlich an Konsole, Tablet, Handy oder im Internet**

Betrachtet man neben (Offline-)Computerspielen auch die weiteren digitalen Spielmöglichkeiten an Konsole, Tablet-PC, Handy oder Online, so zählen sieben von zehn Kindern zu den regelmäßigen Spielern (mind. einmal pro Woche). Nur ein Fünftel aller Sechs- bis 13-Jährigen spielt nie digitale Spiele. Jungen sind dabei mit 75 Prozent regelmäßigen Spielern affiner als Mädchen (64 %). Zudem nimmt die Faszination für digitale Spiele zwischen sechs und 13 Jahren deutlich zu: Bei den Jüngsten spielt gut die Hälfte (55 %) regelmäßig, bei den Ältesten zählen 83 Prozent zu den regelmäßigen Nutzern (8-9 Jahre: 63 %, 10-11 Jahre: 76 %).

Beim Vergleich der einzelnen Spielformen fällt auf, dass Tabletspiele die geringste Relevanz im Alltag der Kinder haben. Unabhängig vom Besitz spielen nur 16 Prozent mindestens wöchentlich Tabletspiele, weitere 5 Prozent spielen seltener als einmal pro Woche über diese Plattform (vgl. Tabelle 8). Handyspiele haben schon eine höhere Alltagsrelevanz als Spiele am Tablet-PC: Mit 34 Prozent spielt immerhin ein Drittel der Sechs- bis 13-Jährigen mindestens wöchentlich auf dem Handy oder Smartphone, weitere 11 Prozent spielen seltener als wöchentlich am Handy. Handyspiele gewinnen mit zunehmendem Alter der Kin-

der an Relevanz, besonders ab einem Alter von zehn Jahren. Als liebste Spiele werden dann „Candy Crush“, „Angry Birds“, „Bubbles“, „Snake“ sowie „Farm Heroes Saga“ genannt. Das Spielen über die „klassischen“ Spieloptionen Computer, Konsole und Online ist deutlich stärker im Alltag verankert. 60 Prozent aller Sechs- bis 13-Jährigen spielen regelmäßig (mind. einmal pro Woche) am PC, über eine Spielkonsole oder über das Internet. Jungen zeigen hier eine höhere Affinität: Während 68 Prozent der Jungen zu den regelmäßigen Spielern zählen, sind es bei den Mädchen 52 Prozent. Mit steigendem Alter der Kinder nimmt der Anteil der regelmäßigen Spieler deutlich zu, der Anteil der Spielabstinenten wird analog dazu geringer. Bei den Jüngsten spielen 42 Prozent der Kinder überhaupt nicht an PC, Konsole oder online, während sich dieser Anteil bei den Ältesten auf 14 Prozent reduziert. Verglichen mit der KIM-Studie 2014 ist der Anteil der regelmäßigen Spieler etwas zurückgegangen (-2 %-Punkte).

### Fazit

Die Ergebnisse der KIM-Studie 2016 zeigen, dass in der Altersgruppe der Grundschüler weiterhin Fernsehen die Medientätigkeit mit der größten Bedeutung ist und dass die Medienwelt der Kinder nicht prinzipiell digital und online geprägt ist. Computer, Internet und Smartphone gewinnen erst ab ca. zehn Jahren und mit dem Wechsel auf eine weiterführende Schule an Alltagsrelevanz. Für Kinder ab etwa zehn Jahren erweitert sich das genutzte Medienrepertoire dann allerdings rasch um ebendiese Tätigkeiten. Zunehmend werden dann Computer, Internet und Smartphone (auch für die Schule) zur Recherche und zur Kommunikation eingesetzt.

### Anmerkungen:

- 1) Der Gesamtbericht der KIM-Studie 2016 steht unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) zum Download zur Verfügung.
- 2) Dieser Wert kennzeichnet Mobiltelefone generell, unabhängig davon, ob es sich um ein Smartphone mit Internetzugang, Apps und Touchscreen oder um ein „konventionelles“ Handy ohne diese Funktionen handelt.
- 3) Zur Fernsehnutzung von Kindern siehe auch den Beitrag „Was Kinder sehen“ in diesem Heft.

