

## Ergebnisse der miniKIM-Studie 2020

### Kleinkinder und Medien

Von Sabine Feierabend\*, Stephan Glöckler\*\*, Julia Kieninger\*\*, Hediye Kheredmand\*\* und Thomas Rathgeb\*\*\*

Auch Vorschul- und Kindergartenkinder machen heute bereits früh und vielfältig eigene Erfahrungen mit Medien: Sie wachsen in Haushalten mit breiter Medienausstattung auf, nehmen Medienangebote aktiv wahr, wählen Inhalte entsprechend ihres Entwicklungsstandes selbst selektiv aus und integrieren sie in ihren Alltag. Um eine altersgerechte und sinnvolle Begleitung der Kleinkinder in unsere Medienwelt zu gewährleisten, bedarf es Wissen über den Medienalltag der Kinder und dem Medienumgang in den Familien. Um dieses Hintergrundwissen für die Jüngsten zu liefern, hat der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) 2012 die Studie „miniKIM“ ins Leben gerufen, eine Erweiterung der Studienreihe KIM (Kindheit, Internet, Medien), die seit 1999 regelmäßig das Medienverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen untersucht.

miniKIM-Studie 2020: Daten zur Mediennutzung Zwei- bis Fünfjähriger

Mit der miniKIM-Studie 2020 liefert der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) erneut Basisdaten zur Mediennutzung von Kindern zwischen zwei und fünf Jahren in Deutschland. (1) Themen sind unter anderem die Haushaltsausstattung, der Medienbesitz der Kinder und der Umgang mit Fernsehen, Büchern, Handy, Computer und Internet sowie die Rolle von Streamingdiensten und digitalen Spielen. Auch die Sondersituation während der Pandemie wurde abgefragt und dokumentiert.

600 Haupterziehende gaben Auskunft über Mediennutzung ihrer Kinder

Für die miniKIM-Studie 2020 wurden im Zeitraum vom 31. August bis 24. September 2020 insgesamt 600 Haupterziehende von Kindern im Alter zwischen zwei und fünf Jahren online befragt (CAWI). Die Feldarbeit und Datenprüfung lagen bei der mindline media GmbH, Berlin. Die Haupterziehenden sind in der Mehrzahl die Mütter (76%). Entsprechend spiegeln die Ergebnisse die Mediennutzung der Kinder aus der Perspektive der Eltern wider. Eine persönliche Befragung der Kinder zwischen zwei und fünf Jahren würde aufgrund der nicht ausreichend ausgeprägten Auskunftsfähigkeit kaum valide Ergebnisse liefern. Die langjährigen Erfahrungen aus den Ergebnissen der KIM-Studie, bei der sowohl Kinder als auch Haupterziehende befragt werden, zeigen, dass die Eltern die Mediennutzung besonders jüngerer Kinder sehr gut einschätzen können. (2)

\* SWR Medienforschung & Analytics.

\*\* Medienanstalt Rheinland-Pfalz.

\*\*\* Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg.

#### Medienausstattung und Medienbesitz

Kleinkinder wachsen in Haushalten mit einem breiten Medienrepertoire auf. Ein Zugang ins Internet, Handys/Smartphones und Fernsehgeräte sind in nahezu allen Familien vorhanden. Neun von zehn Haushalte verfügen über einen Laptop/PC. In je drei Vierteln der Haushalte befindet sich ein Tablet sowie ein Streaming-Abonnement (z. B. Netflix, Prime Video, DAZN). 67 Prozent besitzen eine Spielkonsole, 66 Prozent ein Radio. Ein DVD-Player ist in knapp jedem zweiten Haushalt vorhanden. CD-/MP3-/Kassetten-Player oder iPods besitzen 44 Prozent der Haushalte. Zwei von fünf Haushalten haben mindestens ein Internet-Radio/digitales Radio oder DAB+-Radio. Drei von zehn Haushalten besitzen einen Sprachassistenten sowie einen Kindercomputer/-laptop. Ein Pay-TV-Abonnement (z. B. Sky, Disney Junior) findet sich in 20 Prozent der Familien.

Breites Medienrepertoire in Haushalten mit Vorschulkindern

#### Kurz und knapp

- Um mehr über die Mediennutzung von 2- bis 5-Jährigen zu erfahren, befragte der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) 600 Haupterziehende.
- Kinder dieser Altersgruppe verfügen selbst nur über wenige Geräte zur Mediennutzung, kommen aber in der Familie mit zahlreichen Medienangeboten in Berührung.
- Mediennutzung findet überwiegend begleitet statt.
- Bücher und auch Hör(Spiel)-Angebote spielen noch eine überdurchschnittliche Rolle.
- Mit zunehmendem Alter nimmt die Bewegtbildnutzung zu.

Die Kinder selbst verfügen über ein noch vergleichsweise überschaubares Spektrum an Geräten. Am häufigsten finden sich ein Kindercomputer/-laptop (19%) in den Kinderzimmern, der noch vor Audio-Abspielgeräten liegt (CD-/MP3-/Kassetten-Player/iPod 16%). Ein eigenes Fernsehgerät sowie ein eigenes Tablet besitzen je 14 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen. Jedes zehnte Kind kann ein Radio sein Eigen nennen. Insgesamt haben die Vier- bis Fünfjährigen bereits einen deutlich selbstbestimmteren Zugang zu Mediengeräten als die Zwei- bis Dreijährigen. Insbesondere beim Zugang zu einem Streaming-Abonnement (2-3 Jahre: 3%, 4-5 Jahre: 12%) sowie bei Computer/Laptop (2-3 Jahre: 15%, 4-5 Jahre: 23%) und Tablet (2-3 Jahre: 10%, 4-5 Jahre: 18%) zeigen sich deutliche Anstiege mit zunehmendem Alter der Kinder (vgl. Tabelle 1).

Zwei- bis Fünfjährige besitzen am häufigsten Kindercomputer und Audio-Abspielgeräte

### Mediennutzung im Alltag

Bücher und Fernsehen werden am häufigsten genutzt

Der Alltag der Zwei- bis Fünfjährigen wird vom Spielen (mindestens einmal pro Woche: drinnen 97 %, draußen 96 %) bestimmt. Außerdem ist die Beschäftigung mit Büchern (anschauen/vorgelesen bekommen: 92 %) sowie das Malen, Basteln und Zeichnen (89 %) stark im Alltag der Kinder verankert. 63 Prozent der Kinder treffen sich mindestens einmal pro Woche mit Freunden, gefolgt vom Musik hören (62 %), Hörspiele/Hörbücher/Podcasts hören (61 %), Sport treiben (59 %) und Fernsehen (egal auf welchem Weg, 54 %). Die differenzierte Betrachtung nach Altersgruppen zeigt, dass sich das aktiv genutzte Medienrepertoire der Kinder zwischen zwei und fünf Jahren steigert. Insbesondere bei digitalen Spielen, Tablets, Fernsehen sowie bei Streamingdiensten wird eine höhere Nutzungsfrequenz der Vier- bis Fünfjährigen sichtbar. Bei den jüngeren Kindern sind dagegen das Musizieren, das Spielen (sowohl drinnen als auch draußen), ein Buch anschauen oder vorgelesen bekommen sowie Radio hören häufiger. Fasst man alle Bewegtbildoptionen von Streamingplattformen über Mediatheken bis zum klassischen Fernsehen zusammen, nutzen vier von fünf Kindern wöchentlich zumindest eines dieser Angebote. Bei den Zwei- bis Dreijährigen nutzen knapp drei Viertel (72 %) wöchentlich Bewegtbild, bei den Vier- bis Fünfjährigen sind es 85 Prozent (vgl. Tabelle 2).

Fast jedes zweite Kind hält Bücher für unverzichtbar

Was die Mediennutzung, als auch die Medienbindung angeht, sind Bücher die klaren Favoriten der Zwei- bis Fünfjährigen: Nach Angaben der Haupterziehenden entfallen an einem durchschnittlichen Tag 36 Minuten auf die Beschäftigung mit Büchern, des Weiteren sind Bücher das Medium, auf das die Mädchen und Jungen nach Auskunft der Eltern am wenigsten verzichten möchten (45 %). Der Fernseher folgt mit deutlichem Abstand auf dem zweiten Platz (15 %). Für das Tablet (8 %) und die Hörmedien CDs, Kassetten und MP3-Player (7 %) würde sich nach Angaben der Eltern nicht einmal jedes zehnte Kind entscheiden.

Mehr als eine Stunde Bewegtbildnutzung am Tag

Nach dem Buch liegt das Radiohören bei der durchschnittlichen Nutzungsdauer von 26 Minuten am Tag auf dem zweiten Platz. Jeweils 21 Minuten täglich schauen die Kinder klassisches Fernsehen sowie Sendungen und Filme über kostenpflichtige Streamingdienste. 15 Minuten pro Tag nutzen die Mädchen und Jungen kostenfreie Online-Videoportale. Mit 12 Minuten verbringen die Zwei- bis Fünfjährigen etwas weniger Zeit mit den Onlineangeboten der Fernsehsender, mit dem Internet beschäftigen sie sich im Schnitt 11 Minuten pro Tag. Digitale Spiele werden durchschnittlich sechs Minuten pro Tag von den Kindern genutzt. Betrachtet man den Netto-Wert aller Bewegtbildangebote, zeigt sich, dass die Mädchen und Jungen insgesamt 67 Minuten am

Tabelle 1  
Geräteausstattung  
Angaben in %

	Gesamt	2-3 Jahre	4-5 Jahre
Kindercomputer/-laptop	19	15	23
CD-/MP3-/Kassetten-Player/iPod	16	13	20
Fernsehgerät	14	11	16
Tablet	14	10	18
Radio	10	7	13
Streaming-Abonnement (z. B. Netflix, Prime Video)	8	3	12
Internet	6	4	8
Spielkonsole	4	1	8
Handy/Smartphone	4	3	5
Sprachassistent (z. B. Alexa, Google Home)	3	1	5
DVD-Player	3	1	5

Basis: alle Haupterziehenden, n=600.

Quelle: miniKIM 2020.

Tag Bewegtbildmöglichkeiten nutzen, die Älteren dabei länger als die Jüngeren (2-3 Jahre: 59 Minuten, 4-5 Jahre: 75 Minuten) (vgl. Tabelle 3).

Gerade bei der frühkindlichen Mediennutzung spielt die Frage, ob Medien alleine oder gemeinsam mit den Eltern oder anderen Erwachsenen genutzt werden, eine große Rolle. Die gemeinsame Nutzung vermindert das Risiko einer Konfrontation mit ängstigenden oder anderen ungeeigneten Inhalten und kann so zum Schutz der Kinder beitragen. Auch aufkommende Verständnisfragen können sofort geklärt werden. Im Rahmen der miniKIM-Studie wurde untersucht, inwiefern die Mediennutzung der Zwei- bis Fünfjährigen eher allein, gemeinsam mit den Eltern oder allein und gemeinsam zu gleichen Teilen stattfindet. Alle abgefragten Medien, die zumindest gelegentlich benutzt werden, werden in dieser Altersklasse besonders häufig gemeinsam mit den Eltern genutzt. Eine Ausnahme bilden Hörspiele, Hörbücher und Podcasts, hier hört die Mehrheit der Kinder eher alleine (54 %). Was die alleinige Nutzung betrifft, folgen mit Abstand kostenpflichtige Video-Streamingdienste (17 %), digitale Spiele (17 %) und Sendungen, die über kostenfreie Videoportale angeschaut werden (15 %). Die Beschäftigung mit Büchern findet selten hauptsächlich alleine statt (5 %), gut jedes dritte Kind gibt an, Bücher zu gleichen Teilen allein und gemeinsam mit den Eltern zu lesen bzw. anzuschauen (36 %).

Nach Angaben der Haupterziehenden haben die Kinder ihre erste Fernseherfahrung mit durchschnittlich 2,3 Jahren gemacht. Insgesamt verliert das lineare Fernsehen an Bedeutung: Die Kindergarten- und Vorschulkinder sehen nach Angaben

Mediennutzung überwiegend gemeinsam mit Eltern

Fernsehnutzung beginnt im Schnitt mit 2,3 Jahren

Tabelle 2

**Aktivitäten der 2- bis 5-Jährigen im Alltag**

mindestens einmal pro Woche,

Angaben der Haupterziehenden, in %

	Gesamt	2-3 Jahre	4-5 Jahre
drinnen spielen	97	98	94
draußen spielen	96	98	95
Buch anschauen/ vorgelesen bekommen	92	94	90
Malen/Zeichnen/Basteln	89	89	90
Bewegtbildnutzung netto	79	72	85
mit Freunden treffen	63	61	64
Musik hören	62	64	58
Hörspiele/Hörbücher/ Podcast hören	61	59	63
Sport treiben	59	54	64
fernsehen, egal auf welchem Weg	54	49	57
kostenpflichtige Streamingdienste	46	41	51
klassisches Fernsehen	45	40	50
Radio hören	45	49	42
kostenfreie Videoportale	38	40	36
musizieren	36	41	30
Mediatheken, Webseiten oder Apps	29	28	30
Tablet nutzen	29	21	37
Handy/Smartphone nutzen	18	20	16
digital spielen	17	8	26
DVDs ansehen	13	9	18
Sprachassistenten nutzen	9	7	12
PC/Laptop nutzen	6	4	8

Basis: alle Haupterziehenden, n=600.

Quelle: miniKIM 2020.

Tabelle 3

**Geschätzte tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien von 2- bis 5-Jährigen**

Angaben der Haupterziehenden, in Min.

	Gesamt	2-3 Jahre	4-5 Jahre
Buch	36	40	31
Radio	26	26	25
klassisches Fernsehen	21	16	26
Pay-Streamingdienste	21	16	25
kostenfreie Videoportale	15	12	18
Onlineangebote der TV-Sender	12	13	11
sonstige Internetnutzung	11	7	15
digitale Spiele	6	2	9

Basis: alle Haupterziehenden, n=600.

Quelle: miniKIM 2020.

der Haupterziehenden 2020 durchschnittlich 21 Minuten pro Tag fern (2-3 Jahre: 16 Min., 4-5 Jahre: 26 Min.). (3) Jedes sechste Kind nutzt das lineare Fernsehen jeden oder fast jeden Tag (17%), bei den Vier- bis Fünfjährigen (20%) deutlich mehr als bei den Zwei- bis Dreijährigen (14%). Mit 45 Prozent sieht knapp die Hälfte der Kinder zumindest einmal die Woche fern. Auch alternative, zeitsouveräne Möglichkeiten zur Bewegtbildnutzung gehören zum Alltag: Knapp ein Drittel der Kinder sieht mindestens wöchentlich Sendungen in Mediatheken über Webseiten oder Apps der Sender. 38 Prozent sehen regelmäßig Sendungen über kostenfreie Videoportale, 46 Prozent über kostenpflichtige Streamingdienste. Bei den liebsten Fernsehsendungen liegt „Paw Patrol“ auf dem ersten Platz, gefolgt von „Peppa Pig/Wutz“. Die Lieblingssendung wird hierbei zumeist über Mediatheken, Apps, Streamingdienste oder auf YouTube etc. angeschaut.

Neben Unterhaltung bedeutet Fernsehen auch einen Zugang zu Wissen, beispielsweise über Wissenssendungen, also Sendungen, in denen Dinge erklärt werden und bei denen man etwas lernen kann. Bei der Frage, welche Wissenssendungen öfter von den Kindern angeschaut werden, landet „Die Sendung mit der Maus“ (22%) mit Abstand vor „Woozle Goozle“ (11%), der „Sesamstraße“ (4%), der „Sendung mit dem Elefanten“ (3%) und „Löwenzahn/Löwenzähnchen“ (3%) auf dem ersten Platz. Zu berücksichtigen ist allerdings, dass reine Wissenssendungen generell erst für die älteren Kinder interessant werden, da deren Inhalte für Jüngere oft noch zu komplex sind.

Generell erfolgt die Fernsehnutzung im Kindergarten- und Vorschulalter in der Regel zielgerichtet. Der Fernseher wird meist eingeschaltet, weil eine bestimmte Sendung kommt (58%). Bei 23 Prozent wird der Fernseher einfach so für die Kinder eingeschaltet, ohne die Absicht, ein bestimmtes Format zu verfolgen, 19 Prozent können hierzu keine Angabe machen.

Bücher spielen im Alltag von Kleinkindern eine wichtige Rolle. Sie sind das Medium, auf das sie nach Angaben der Haupterziehenden am wenigsten verzichten könnten. 70 Prozent der Kinder beschäftigen sich jeden oder fast jeden Tag mit Büchern – dazu zählt das Anschauen von Büchern genauso wie vorgelesen bekommen oder erstes eigenständiges Lesen. Weitere 22 Prozent beschäftigen sich ein- oder mehrmals pro Woche mit einem Buch und sechs Prozent nutzen das Medium Buch seltener. Nur bei 1 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen spielt die Beschäftigung mit Büchern nie eine Rolle. Geschlechts- und altersspezifische Unterschiede lassen sich bei der Beschäftigung mit Büchern nur minimal feststellen.

Am häufigsten angeschaut Wissenssendung: „Sendung mit der Maus“

Überwiegend zielgerichtete Fernsehnutzung

Bücher haben große Bedeutung für Kleinkinder

Jedes dritte Kind hört täglich Hörspiele, Hörbücher bzw. Podcasts

Mit Hörspielen, Hörbüchern und/oder Podcasts, die beispielsweise über CD, Toniebox, Spotify oder den Einzeldownload-Anbieter Audible etc. angehört werden, beschäftigt sich jedes dritte Kind jeden oder fast jeden Tag. Ein Viertel hört diese Angebote ein- oder mehrmals pro Woche und 18 Prozent nutzen diese Art von Medien seltener. Bei einem Fünftel der Mädchen und Jungen spielt die Beschäftigung mit Hörspielen keine Rolle. Auch hier sind geschlechts- und altersspezifische Unterschiede kaum festzustellen.

Handy- und Smartphonennutzung beginnt im Schnitt mit 2,7 Jahren

Ein eigenes Handy oder Smartphone besitzen zwar lediglich 4 Prozent der Mädchen und Jungen, knapp ein Fünftel der Kinder nutzt allerdings mindestens ein- bis mehrmals pro Woche ein derartiges Gerät, ein Viertel zumindest selten. Das erste Mal beschäftigen sich die Kinder durchschnittlich mit 2,7 Jahren mit einem Handy/Smartphone. Unter den regelmäßig genutzten Funktionen, außer dem Spielen, dominieren das Ansehen (38 %) sowie das Erstellen von Fotos und Videos (19 %). Außerdem ruft knapp jedes sechste Kind jemanden regelmäßig mit dem Mobiltelefon an (16 %) oder wird angerufen (15 %) (vgl. Tabelle 4).

Fast jedes fünfte Kind spielt regelmäßig digitale Spiele

17 Prozent der Zwei- bis Fünfjährigen spielen regelmäßig digitale Spiele, ein Viertel spielt zumindest selten. Im Altersverlauf steigt die Nutzung hierbei deutlich an. So spielen 8 Prozent der Zwei- bis Dreijährigen regelmäßig, also mindestens einmal in der Woche, während es bei den Vier- bis Fünfjährigen bereits 26 Prozent sind. Im Durchschnitt machen die Kleinkinder ihre ersten Erfahrungen mit digitalen Spielen mit 3,3 Jahren. Vor allem Handy- und Smartphonespiele sind beliebt. So spielen zwei von fünf Kindern regelmäßig Spiele auf dem Mobiltelefon, knapp ein Drittel seltener. Feste Spielkonsolen sowie Onlinespiele werden von knapp einem Fünftel der Kinder regelmäßig genutzt, tragbare Spielkonsolen und Computerspiele von gut jedem zehnten Kind. Zu den beliebtesten Spielen zählen das Jump'n'Run-Spiel „Super Mario“ (15 %), gefolgt von der Haustier-App „Talking Tom“ (3 %), das Spiel zur Fernsehserie „Paw Patrol“ und das Open-World-Spiel „Minecraft“ (je 2 %).

Computer-, Laptop- und Tabletnutzung meist zum Ansehen von Fotos und Videos

Computer, Laptop und Tablet werden nach Angaben der Haupterziehenden nur von einem kleinen Teil der Kindergarten- und Vorschulkinder genutzt. Der erste Kontakt mit einem Computer oder Laptop erfolgt durchschnittlich mit 3,1 Jahren, beim Tablet mit 2,9 Jahren. Knapp ein Drittel der Kinder nutzt mindestens wöchentlich ein Tablet (29 %), 6 Prozent einen Computer/Laptop. Die Geräte werden von den Zwei- bis Dreijährigen vor allem genutzt, um Fotos oder Videos darauf anzusehen (37 %). Lediglich ein Viertel der Kinder übt diese Tätigkeit nie aus. 34 Prozent nutzen die Geräte mindestens wöchentlich zum Ma-

**Tabelle 4**  
**Handy- und Smartphonennutzung bei 2- bis 5-Jährigen**  
Angaben der Haupterziehenden, in %

	Gesamt	2-3 Jahre	4-5 Jahre
jeden/fast jeden Tag	7	6	8
ein-/mehrmals in der Woche	11	14	8
seltener	24	23	25
nie	58	57	59

Basis: alle Haupterziehenden, n=600.

Quelle: miniKIM 2020.

len, ein Drittel zum Spielen. 22 Prozent der Kinder nutzen ein spezielles Lernprogramm, 16 Prozent nutzen weitere unspezifische Internetangebote. Kreativ werden 13 Prozent, indem sie auf dem Computer/Laptop regelmäßig malen und zeichnen, knapp jedes zehnte Kind schreibt nach Angabe der Haupterziehenden mindestens wöchentlich Texte oder Worte mit Computer/Laptop oder Tablet.

#### Medienimages

Unabhängig von der Nutzung der Kinder haben die Eltern konkrete Einstellungen und Meinungen zum Thema Computer und Internet. So sind je neun von zehn Haupterziehende 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 die Möglichkeit gesehen, Neues zu lernen (76 %). 11 Prozent der Eltern würden ihrem Kind die Internetnutzung ohne Aufsicht erlauben. Was das Tablet betrifft, befürworten zwei Drittel der Befragten die Möglichkeit des spielerischen Lernens, 55 Prozent finden das Gerät geeignet, um Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen (vgl. Tabelle 5).

Sofern das Kind das Medium nutzt, geben 85 Prozent der Eltern an, Regeln für die Nutzungsdauer von Apps und des Internets vereinbart zu haben, 84 Prozent haben Regeln im Hinblick auf den Fernsehkonsum aufgestellt. Zur Tabletnutzung haben drei Viertel der Befragten Regeln vereinbart, zur Handy-/Smartphonennutzung zwei Drittel. Für 65 Prozent gibt es Absprachen zur Nutzungsdauer von Computer bzw. Laptop.

Beim Thema Jugendmedienschutz besteht nach wie vor eine große Wissenslücke bei den Haupterziehenden: Über vier von zehn Befragten kennen nach eigener Angabe keine Filterprogramme, über ein Viertel weiß nicht, wo man sich zu diesem Thema informieren kann. 53 Prozent der Befragten halten ein Filterprogramm im eigenen Haushalt nicht für nötig, da das Kind das Internet nicht alleine nutzen darf.

90 % der Eltern sehen Internet als Gefahr für Kinder

Häufig wird Nutzungsdauer von Medien reglementiert

Jugendmedienschutz: Haupterziehende haben Aufholbedarf

**Tabelle 5**  
**Aussagen zu Computer und Internet**  
Angaben der Haupterziehenden, in %

	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu
Das Internet birgt für Kinder viele Gefahren.	62	29
Kinder sollten nur im Internet surfen, wenn auf dem Computer/Laptop ein Filter- oder Schutzprogramm installiert ist.	61	30
Kindern den Umgang mit Computer/Laptop und Internet beizubringen, ist Aufgabe der Eltern.	33	49
Kinder sollten den Umgang mit Computer/Laptop und Internet in der Schule beigebracht bekommen.	25	49
Kinder können durch Computer/Laptops und Internet viel lernen und Neues erfahren.	18	58
Tablets bieten viele Möglichkeiten, um gemeinsam mit dem Kind spielerisch zu lernen.	18	52
Tablets sind nichts für Kinder.	12	21
Durch die leichte Bedienung sind Tablets gut für kleine Kinder geeignet.	11	42
Tablets sind gut, um Kinder früh an den Umgang mit Medien zu gewöhnen.	11	44
Kinder sollten so früh wie möglich an Computer/Laptops gewöhnt werden.	7	25
Mein Kind darf/dürfte das Internet auch ohne Aufsicht nutzen.	1	10

Basis: alle Haupterziehenden, n=600.

Quelle: miniKIM 2020.

**Tabelle 6**  
**Veränderung des Mediennutzungsverhaltens der Kinder**  
**während der Corona-Pandemie**

Angaben der Haupterziehenden, in %

Kind, dessen Medienverhalten sich geändert hat	Gesamt	2-3 Jahre	4-5 Jahre
durfte mehr Fernsehen	80	77	83
musste sich mehr alleine beschäftigen	53	47	58
bekam mehr Bücher oder Geschichten vorgelesen	44	52	37
durfte mehr Spiele spielen	39	37	40
durfte mehr Hörspiele hören	31	36	27
durfte bestimmte Medien und Geräte alleine nutzen, die sonst nur gemeinsam genutzt werden	30	24	35

Basis: Haupterziehende, bei deren Kinder sich das Medienverhalten während der ersten Corona-Phase geändert hat, n=229.

Quelle: miniKIM 2020.

### Auswirkungen der Corona Pandemie

Die Corona-Pandemie hat sich auch auf das Leben und die Aktivitäten der Zwei- bis Fünfjährigen ausgewirkt. Viele Kinder mussten zu Hause betreut und beschäftigt werden, im Lockdown haben nach Angaben der Haupterziehenden 37 Prozent der Betreuungseinrichtungen Angebote zur Beschäftigung für die Kinder zur Verfügung gestellt. Dabei handelte es sich in erster Linie um kreative Angebote wie Basteln/Bastelvorlagen und Malen/Malvorlagen. Weitere Angebote waren Spiele/Spielideen und Musik. In wenigen Fällen wurden von den Einrichtungen auch Videos, das Vorlesen von Büchern und Geschichten, die Möglichkeit zur Gartenarbeit, Geschichten sowie Kochen und Backen angeboten.

38 Prozent der Haupterziehenden gaben an, dass sich das Medienverhalten ihrer Kinder durch die Corona-Pandemie verändert hat. Unter diesen wurde vor allem das vermehrte Fernsehen genannt (80%) (vgl. Tabelle 6). 44 Prozent der Kinder bekamen in dieser Zeit mehr Bücher und Geschichten vorgelesen und vier von zehn Kindern durften öfter digitale Spiele spielen. Hörspiele durfte ein Drittel der Kinder vermehrt hören, ein weiteres Drittel durfte bestimmte Medien und Geräte, die sonst nur gemeinsam genutzt wurden, alleine bedienen. Darüber hinaus mussten sich 53 Prozent der Kinder während der Corona-Pandemie mehr selbst beschäftigen. Vor allem den Vier- bis Fünfjährigen wurde während dieser Zeit mehr Eigenverantwortung übertragen, indem sie sich des Öfteren alleine beschäftigen mussten (58%) und indem sie vermehrt Medien und Geräte, die sonst nur gemeinsam genutzt wurden, alleine benutzen durften (35%).

Jedes dritte Kind beschäftigt sich jeden oder fast jeden Tag mit Hörspielen, Hörbüchern und/oder Podcasts, die bspw. über CD, Toniebox, Spotify oder den Einzeldownload-Anbieter Audible etc. angehört werden. Ein Viertel beschäftigt sich ein- oder mehrmals pro Woche damit, jedes vierte Kind zumindest einmal pro Woche. Im Vergleich zu 2014 ist das Anhören von Hörspielen, Hörbüchern und Podcasts deutlich gestiegen. Damals beschäftigten sich 17 Prozent der Kinder jeden oder fast jeden Tag mit Hörspielen und 37 Prozent ein- oder mehrmals pro Woche. Dieser Anstieg ist möglicherweise auch auf das größere Angebot an Tonträgern zurückzuführen, welches in den letzten Jahren eine deutliche Erweiterung erfahren hat. Auch die durch die Pandemie geänderten Rahmenbedingungen im Familienalltag könnten eine Erklärung sein.

### Fazit und Ausblick

Die Ergebnisse der miniKIM-Studie 2020 zeigen, dass bereits Kinder im Vorschulalter in einem medial geprägten Umfeld aufwachsen. Auch wenn die Zwei- bis Fünfjährigen selbst noch kein allzu breites

Lockdown:  
Kindergärten  
machten Angebote  
zur Beschäftigung

Fernsehkonsum  
stieg während  
Corona-Pandemie

Auch Audioangebote  
haben Konjunktur

Kinder wachsen  
in einem medial  
geprägten Umfeld auf

Spektrum an eigenen Medien zur Verfügung haben, kommen sie in Kontakt mit vielen verschiedenen Medienangeboten. Auch im Vergleich zur Vorgängerstudie von 2014 hat sich dieses Medienangebot erweitert und es wird von digitalen Medienangeboten Gebrauch gemacht. Vor allem alternative Möglichkeiten zum linearen Fernsehen sind populär geworden und die zeitsouveräne Nutzung von Streamingdiensten und Onlinevideos hat auch im Medienalltag von Kleinkindern einen hohen Stellenwert. Im Schnitt verbringen zwei- bis fünfjährige Kinder aktuell bereits genau so viel Zeit mit Streamingdiensten wie mit dem klassischen Fernsehen.

Im Vergleich zu 2014 wurden auch Hörspiele, Hörbücher und Podcasts deutlich häufiger angehört. Neben den besonderen Rahmenbedingungen während der Corona-Pandemie, die sich auch auf den Familienalltag auswirkten, hat auch eine deutliche Erweiterung des Angebots zu dieser Entwicklung beigetragen.

Frühzeitig  
Medienkompetenz  
der Kinder fördern

Ebenso wie das Fernsehen sind aber auch Videoportale und Streamingdienste nicht primär auf eine Nutzung durch Kinder ausgelegt und sollten daher begleitet genutzt werden. Medienpädagogische Angebote (beispielsweise [www.medien-kindersicher.de](http://www.medien-kindersicher.de)

sowie [www.internet-abc.de](http://www.internet-abc.de)) können Eltern sowie Erzieherinnen und Erzieher dabei unterstützen, die Basis für einen sicheren Umgang mit Medien, idealerweise bereits in der frühen Kindheit, zu schaffen und die Medienkompetenz der Kinder zu fördern.

Anmerkungen:

- 1) Der Gesamtbericht der miniKIM-Studie 2020 steht unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) zum Download bereit. Vgl. zu früheren Studien auch Feierabend, Sabine/Theresa Plankenhorn/Thomas Rathgeb: Mediennutzung von Kleinkindern. Ergebnisse der miniKIM-Studie 2014. In: Media Perspektiven 5/2015, S. 234-240 sowie Feierabend, Sabine/Ulrike Karg/Thomas Rathgeb: Kleinkinder und Medien. Ergebnisse der miniKIM-Studie 2012. In: Media Perspektiven 11/2013, S. 537-544.
- 2) Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): KIM-Studie, Stuttgart. Download unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de) sowie zuletzt Feierabend, Sabine/Stephan Glöckler/Hediye Kheredmand/Thomas Rathgeb: Kindheit, Internet, Medien: Kontinuität trotz Pandemie. Ergebnisse der KIM-Studie 2020. In: Media Perspektiven 4/2021, S. 202-212.
- 3) Dieser geschätzte Wert aus dem Spätsommer liegt deutlich unter dem durch die GfK-Videoforschung gemessenen Durchschnittswert für das Gesamtjahr 2020, gibt aber wichtige Hinweise zum Stellenwert des linearen Fernsehens im Medienrepertoire insgesamt. Vgl. Feierabend, Sabine/Julia Scolari: Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-Jähriger 2020. In: Media Perspektiven 4/2021, S.213-226.