



KINDLICHE MEDIENNUTZUNG
IM SPANNUNGSFELD ZWISCHEN
REGLEMENTIERUNG UND SOUVERÄNITÄT



KINDZENTRIERT

KONTINUIERLICH

RELEVANT

REPRÄSENTATIV

UMFASSEND

Der **KINDER MEDIEN MONITOR 2026** ist die einzig zählbare* Studie ihrer Art in Deutschland. Er gibt Aufschluss über das Mediennutzungsverhalten von Kindern – und über die Medienakzeptanz der Eltern.

UMFASSENDES DATENMATERIAL FÜR DIE MEDIAPLANUNG

- Repräsentiert 8 Millionen deutschsprachige Kinder im Alter von 4 bis 13 Jahren.
- Liefert Reichweiten für 24 Printmagazine bei Kindern und mitlesenden Eltern / Erziehungsberechtigten.
- Umfasst alle zielgruppenrelevanten Medien: Zuschauen, Zuhören, Lesen, Gaming.
- Ermöglicht vielseitige Einblicke in verschiedene Lebensbereiche der Kinder – durch Antworten von Kindern und ihren Eltern.
- Online (CAWI), Face-to-Face (CAPI/CASI) und CAPI Remote Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens.
- 1.603 Doppelinterviews mit den 6- bis 13-Jährigen und einem ihrer Erziehungsberechtigten sowie
- 403 Interviews mit einem Erziehungsberechtigten der 4- bis 5-Jährigen.



KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5



KAPITEL GERÄTE UND APPS

2

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN, HÖREN, GAMING

3

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14



KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM SCHULALLTAG

5

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

SEITE 28



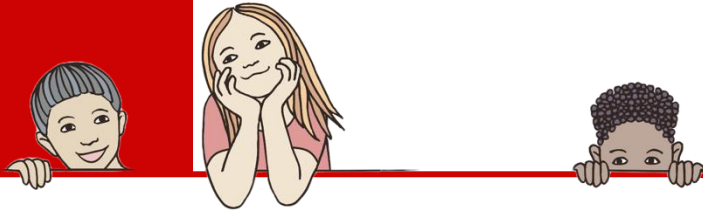
KAPITEL WERBUNG, MARKEN UND VORLIEBEN

6

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

SEITE 36

EIN TRENDPFEIL STELLT SICH VOR



	TREND	POSITIV
	TREND	NEGATIV
	TREND	GLEICHBLEIBEND

Bei ausgewählten Fragestellungen wird im Rahmen dieser Präsentation ein Vergleich zum Vorjahr angestellt.*

Der Trendpfeil zeigt an, wie die Entwicklung zum Vorjahr verlaufen ist:

- positiv (steigend),
- negativ (fallend) oder
- gleichbleibend (keine signifikante Veränderung)

* Diese Vergleiche sind aufgrund der methodischen Änderungen an Fragebogen und Erhebungsmethodik lediglich als Tendenz zu verstehen. Veränderungen mit konkreten Prozentpunkt-Angaben werden deshalb im Berichtsband nur sehr vereinzelt und gezielt genannt.

KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5

KAPITEL GERÄTE UND APPS

2

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN, HÖREN, GAMING

3

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14

KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM SCHULALLTAG

5

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

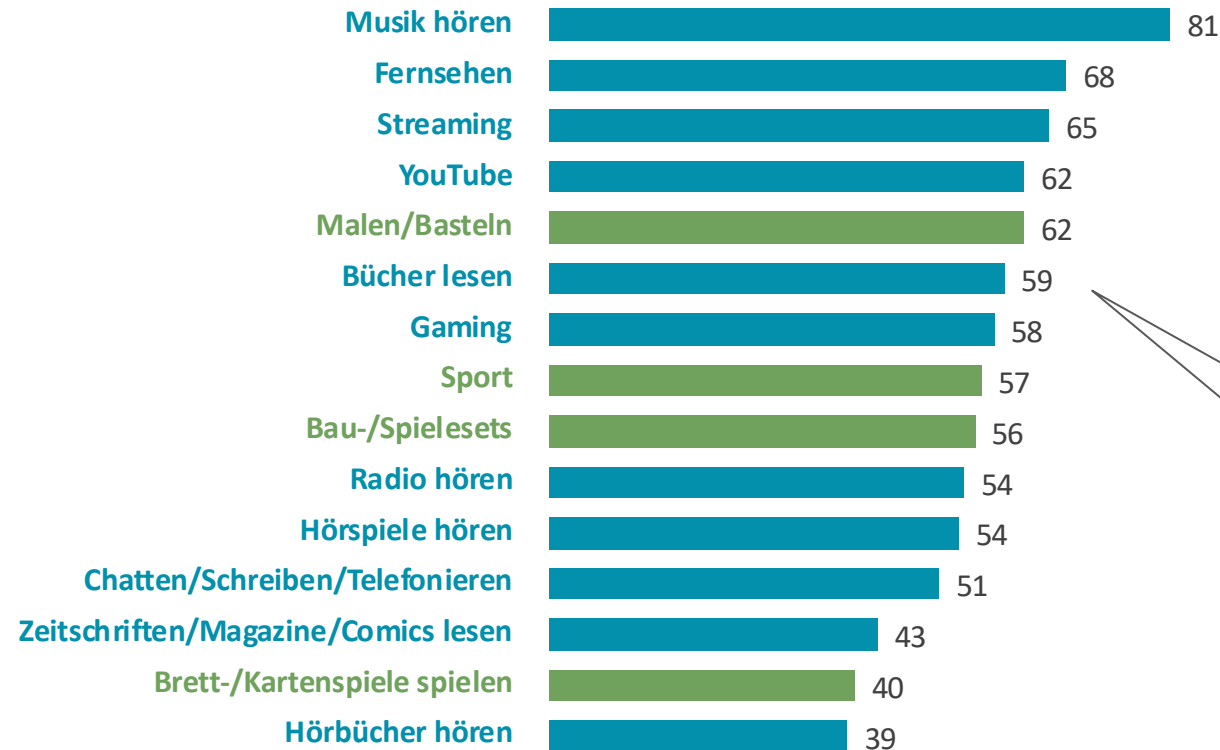
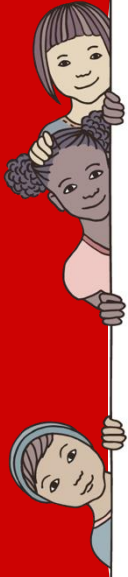
SEITE 28

KAPITEL WERBUNG, MARKEN UND VORLIEBEN

6

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

SEITE 36



MUSIK FÜHRT VOR BILDSCHIRMMEDIEN – DOCH KREATIVITÄT, LESEN, SPORT UND SPIEL GEHÖREN EBENSO FEST DAZU.

MEDIAL STARK:

Musik, TV, Streaming und YouTube stehen ganz oben.

ANALOG BLEIBT RELEVANT:

Kreativität, Bücher, Sport und Spiel sind feste Freizeitanker.

LESEN BEHAUPTET SICH:

Bücher und Zeitschriften bleiben regelmäßige Freizeitaktivitäten – trotz YouTube, Gaming und Social-Plattformen.

Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.



Zeitvergleiche werden im Kapitel punktuell bei analogen und medialen Aktivitätsfeldern gezeigt.

MIT DEM ALTER VERSCHIEBT SICH FREIZEIT: VOM SPIELEN ZUM SPORT



4-5 JAHRE

80 % KREATIV SEIN

71 % BAU-/SPIELESETS

70 % TIER-/PLÜSCHSPIELZEUG

60 % SPIELFAHRZEUGE

49 % PUPPEN



6-9 JAHRE

70 % KREATIV SEIN

68 % BAU-/SPIELESETS

58 % SPORT MACHEN

46 % BRETT-/KARTENSPIELE

45 % SPIELFAHRZEUGE



10-13 JAHRE

66 % SPORT MACHEN

44 % KREATIV SEIN

35 % BAU-/SPIELESETS

31 % BRETT-/KARTENSPIELE

23 % SAMMLUNG

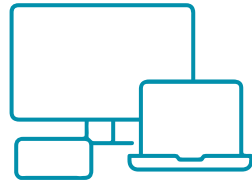


Bei 4- bis 5-Jährigen dominieren Basteln, Bauen und Spielzeugwelten. Ab 10 Jahren rückt Sport an die Spitze – klassische Spielzeugaktivitäten verlieren an Bedeutung.

SCHAUEN UND HÖREN SIND FAST UNIVERSSELL - LESEN BEHAUPTET SICH VOR GAMING.

92 % SCHAUEN

TV, Streaming,
YouTube



90 % HÖREN

Musik, Radio,
Hörspiele,
Hörbücher, Podcasts



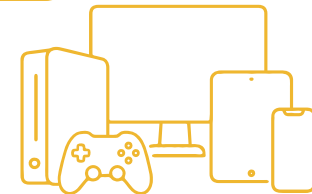
65 % LESEN

Bücher, Zeitschriften,
Comics/Mangas



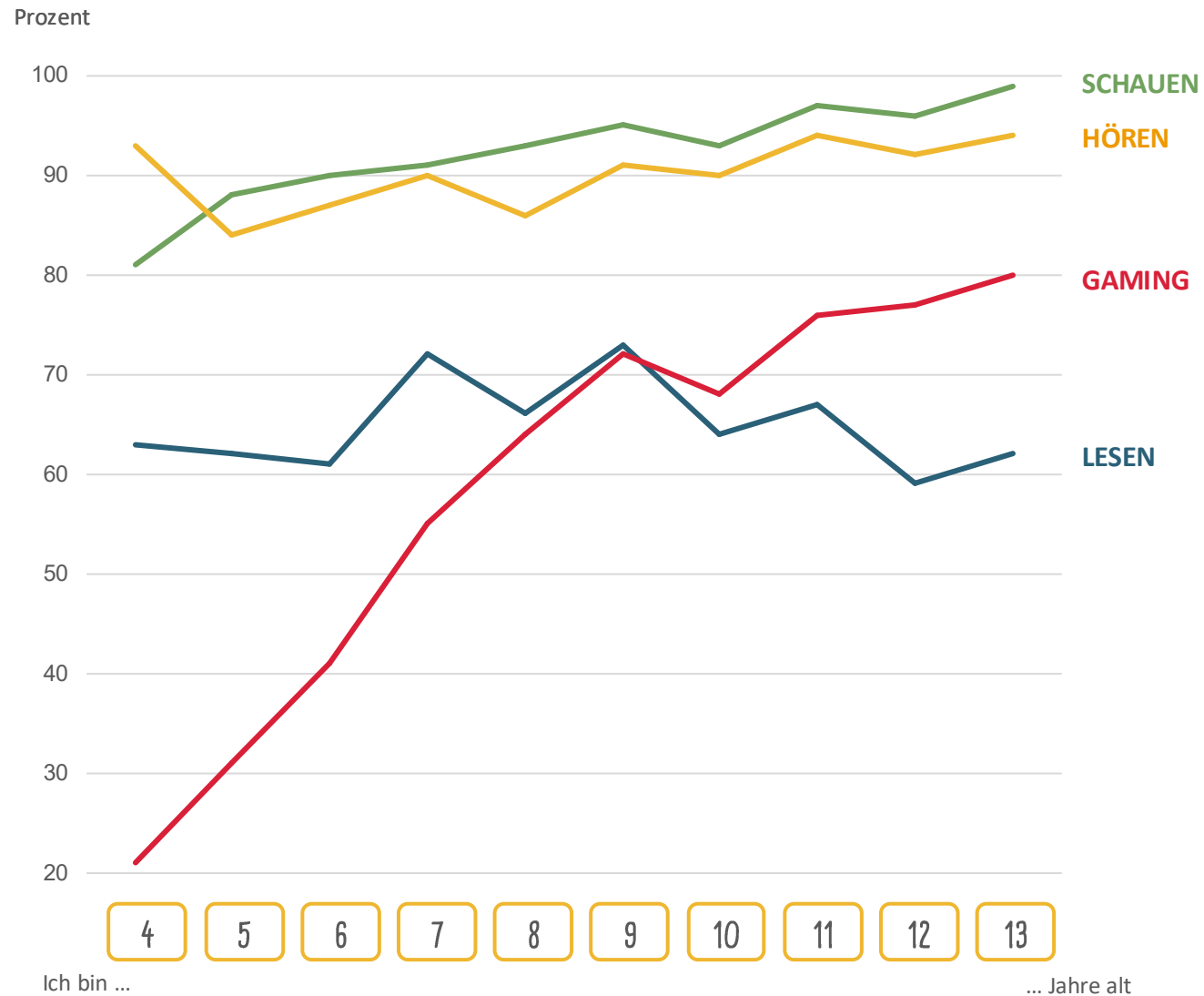
58 % GAMING

Konsole, Handy,
Tablet, PC



Schauen und Hören bilden das mediale Grundrauschen. Lesen ist im Freizeitalltag breiter verankert als Gaming – auch wenn Gaming mit dem Alter stark zunimmt.

MEDIALE FREIZEIT:
NACH ALTER
MIND. MEHRMALS PRO
WOCHE
ANGABEN IN %



BIS ETWA 10 JAHRE
WÄCHST GAMING STEIL.



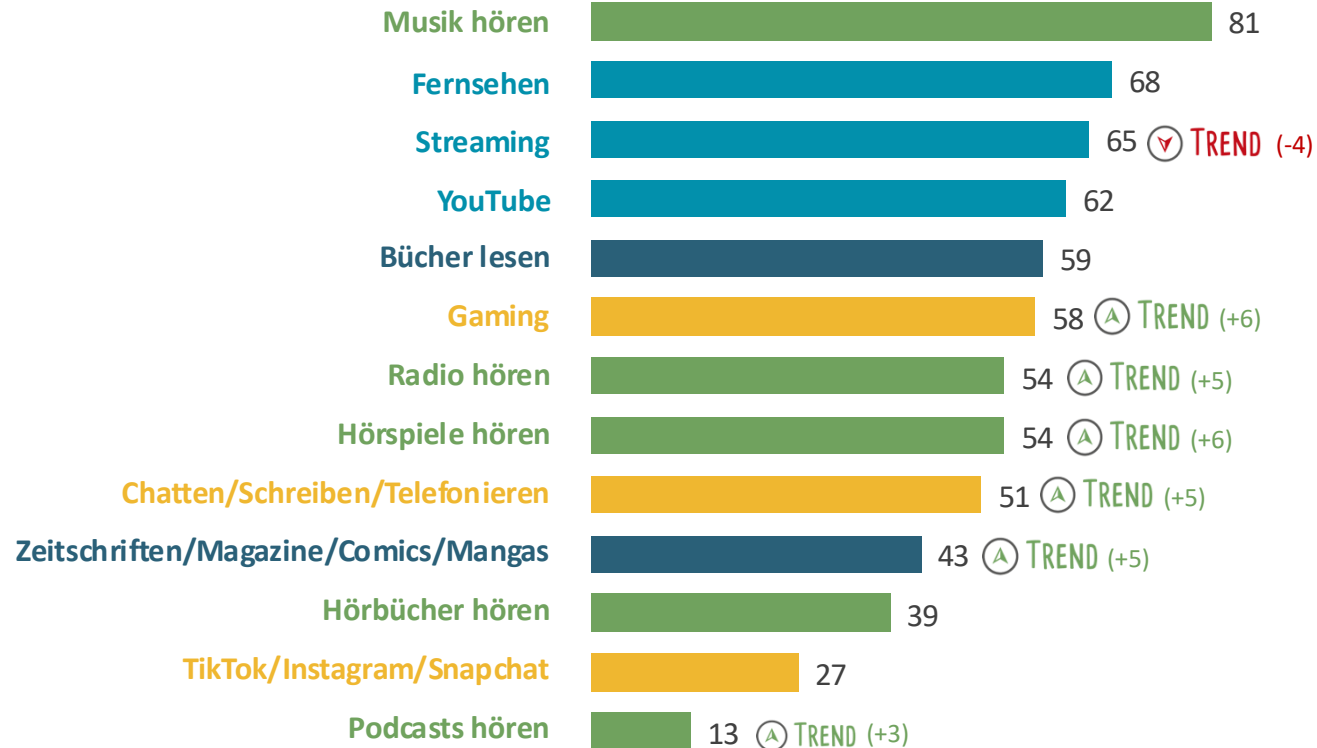
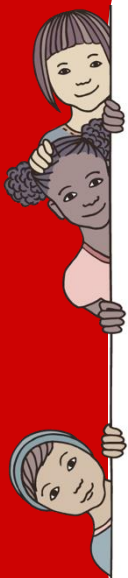
SCHAUEN UND HÖREN BLEIBEN
ÜBER ALLE JAHRGÄNGE
NAHEZU KONSTANT HOCH.

Fragestellung: Jetzt möchten wir etwas genauer wissen, was Du so in Deiner Freizeit machst. Wie häufig machst Du die folgenden Dinge?

Antwortmöglichkeiten: (fast) jeden Tag, mehrmals pro Woche, etwa einmal pro Woche, seltener, nie, weiß nicht/keine Angabe.

Kategorien: Schauen = TV, Streaming, YouTube | Hören = Musik, Radio, Hörspiele, Hörbücher, Podcast | Lesen = Bücher, Zeitschriften, Comics/Mangas | Gaming = Konsole, Handy, Tablet, PC

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | Häufigkeit: mindestens mehrmals pro Woche | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.



SCHAUEN

HÖREN

LESEN

INTERAKTIV/SOZIAL

MUSIK IST DER MEDIALE ALLTAGSANKER - BEWEGTBILD FOLGT AUF MEHREREN WEGEN

MUSIK FÜHRT.

Musik hören ist die häufigste mediale Freizeitaktivität.

BEWEGTBILD IST FRAGMENTIERT.

TV, Streaming und YouTube sind alle stark.

LESEN BEHAUPTET SICH.

Bücher und Zeitschriften liegen klar vor Podcasts und Social-Plattformen im Gesamtmarkt.

GAMING ist über alle Altersgruppen hinweg bei den Jungs deutlich stärker ausgeprägt als bei den Mädchen.



KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5

KAPITEL GERÄTE UND

2

APPS

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN,

3

HÖREN, GAMING

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14

KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND
PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM

5

SCHULALLTAG

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

SEITE 28

KAPITEL WERBUNG, MARKEN

6

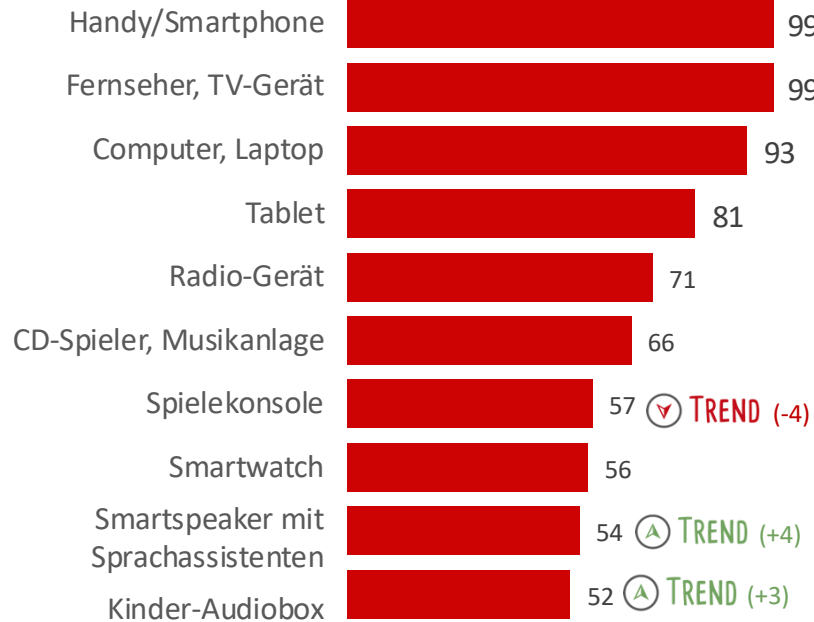
UND VORLIEBEN

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

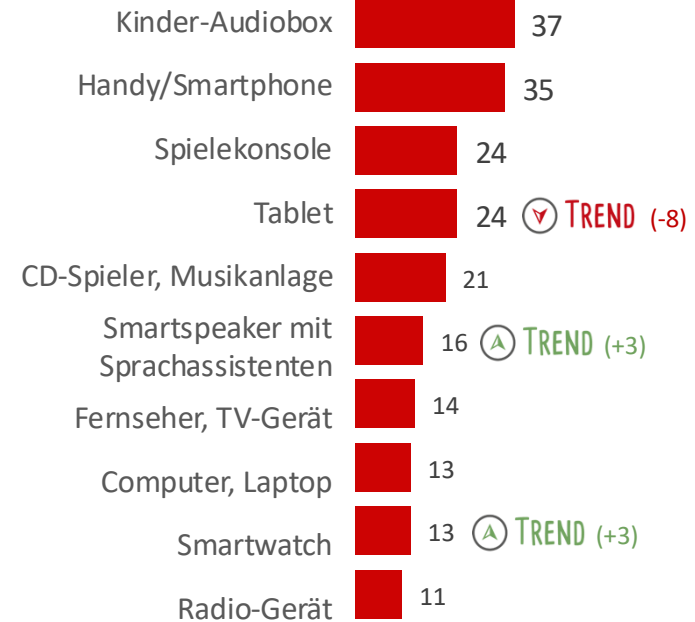
SEITE 36

FAST ALLES IST BEI FAMILIEN VORHANDEN - ABER NICHT ALLES GEHÖRT DEM KIND

IM HAUSHALT VORHANDEN



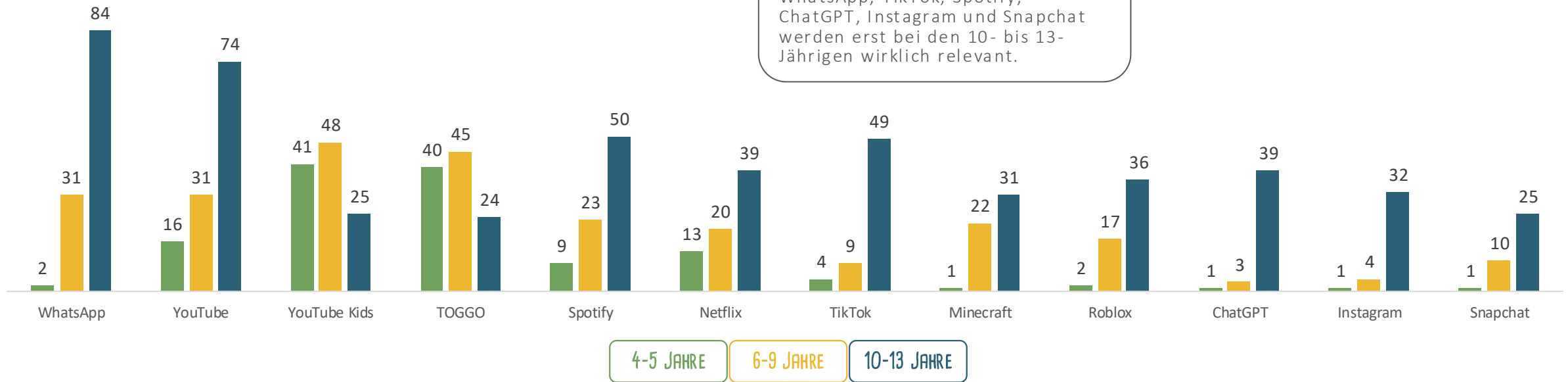
BESITZT MEIN KIND SELBST



Smartphone, TV und Computer/Laptop sind Haushaltsstandard. Im Besitz der Kinder sind dagegen vor allem Audiobox, Smartphone, Spielekonsole und Tablet.

APP-NUTZUNG VERSCHIEBT SICH MIT DEM ALTER DEUTLICH: VON KINDLICHEN VIDEO- UND ANGEBOTSWELTEN ZU KOMMUNIKATION, SOCIAL MEDIA, MUSIK UND KI.

AUF MEINEM TABLET ODER
SMARTPHONE NUTZE ICH...



MIT DEM ALTER WIRD APP-NUTZUNG
PERSÖNLICHER UND SOZIALER:

WhatsApp, TikTok, Spotify,
ChatGPT, Instagram und Snapchat
werden erst bei den 10- bis 13-
Jährigen wirklich relevant.

ANGABEN IN %



In jeder Altersgruppe ist YouTube weit vorn: bei den Kleinen YouTube Kids, ab 10 Jahren das klassische YouTube. Der große Sprung kommt bei Kommunikation und Social Media: WhatsApp, TikTok & Co. werden erst ab 10 Jahren zum festen Bestandteil.

KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5



KAPITEL GERÄTE UND
APPS

2

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN,
HÖREN, GAMING

3

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14



KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND
PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM
SCHULALLTAG

5

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

SEITE 28



KAPITEL WERBUNG, MARKEN
UND VORLIEBEN

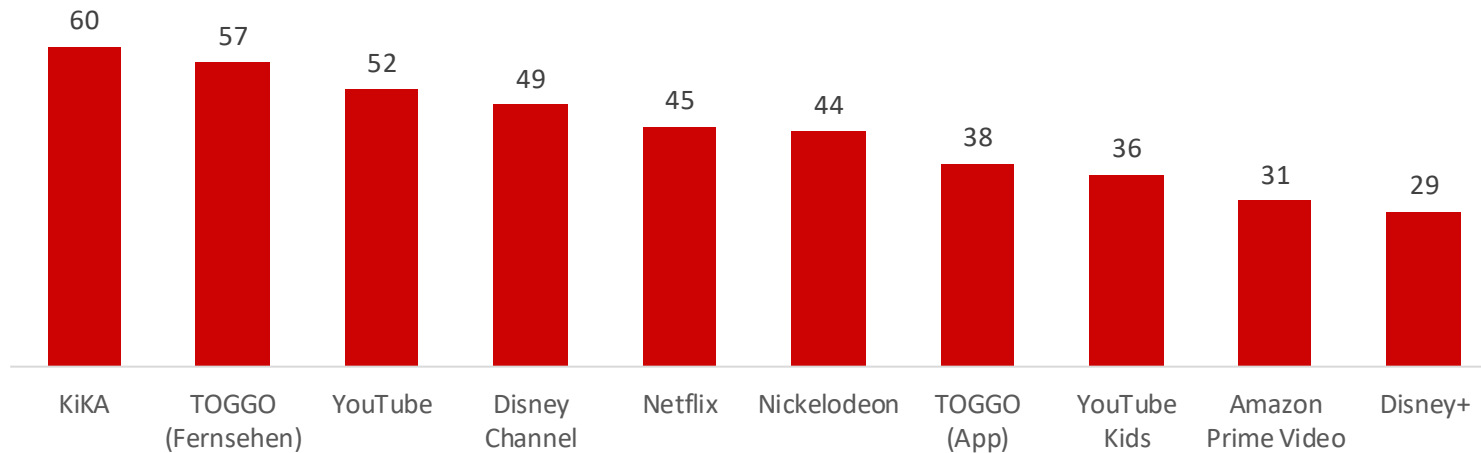
6

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

SEITE 36

KIKA, TOGGO UND YOUTUBE SIND DIE ZENTRALEN ANLAUFSTELLEN FÜR BEWEGTBILDINHALTE.

SENDUNGEN, SERIEN, FILME ODER VIDEOS SCHAU EICH AUF...



ANGABEN IN %

4-5 JAHRE

KiKA, TOGGO, Disney Channel und YouTube Kids prägen die Sehorte.

KiKA 66 %, TOGGO TV 61 %, Disney Channel 47 %

6-9 JAHRE

KiKA und TOGGO bleiben stark, YouTube und Netflix wachsen.

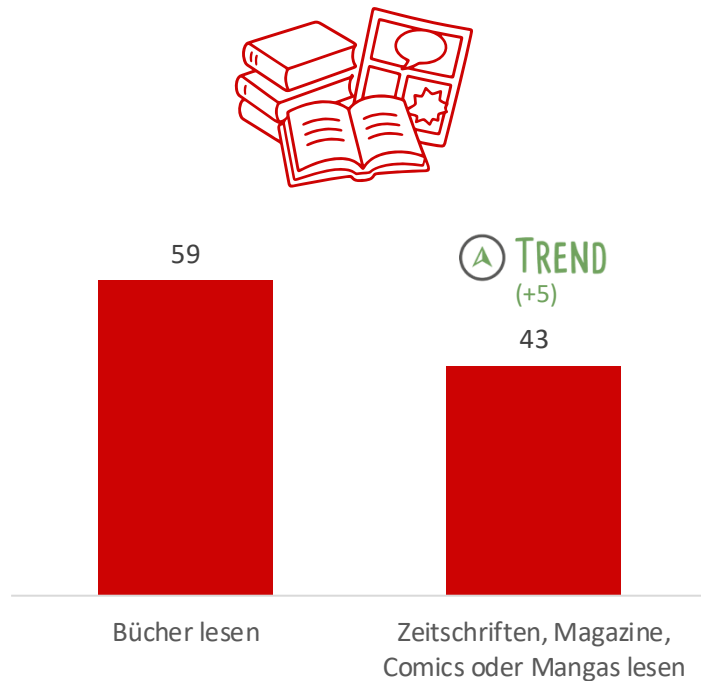
KiKA 68 %, TOGGO TV 65 %, Disney Channel 54 %

10-13 JAHRE

YouTube und Netflix werden deutlich wichtiger.

YouTube 78 %, Netflix 63 %, KiKA 48 %

IM GESAMTMARKT LIEGEN LESEMEDIENTEN KLAR VOR SOCIAL-PLATTFORMEN UND PODCASTS.

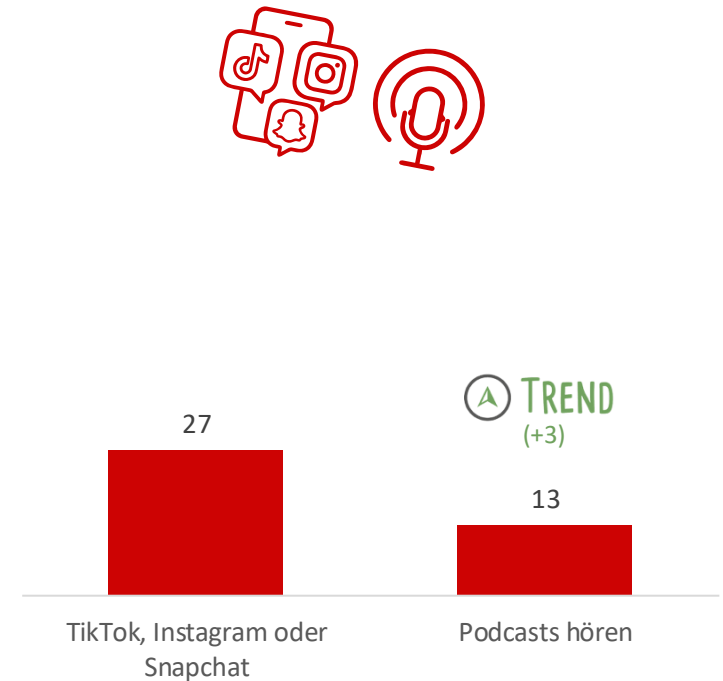


LESEN BLEIBT SICHTBAR:

Während Bücher regelmäßig fast sechs von zehn Kinder erreichen, verzeichnen Zeitschriften, Magazine, Comics und Mangas ein klares Plus. Ihre Nutzung legte im Vergleich zu 2025 um fünf Prozentpunkte zu.

PODCASTS IM AUFWIND:

Im Gesamtergebnis liegen sie mit 13 % noch moderat – doch bei den 10- bis 13-Jährigen legen sie spürbar zu: von 13 % (2024) auf 22 % (2026).

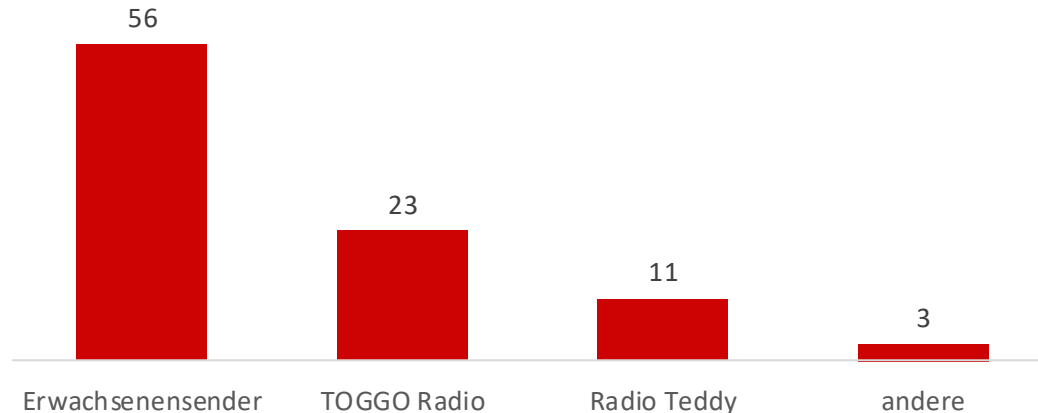


Auch im Plattformzeitalter ist Lesen kein Nischenverhalten: Der Vorsprung gegenüber Social-Angeboten und Podcasts bleibt deutlich.

MEHR ALS JEDES ZWEITE KIND HÖRT ERWACHSENENSENDER.

KINDERSENDER WIE TOGGO RADIO UND RADIO TEDDY ERREICHEN IHRE HÖRER VOR ALLEM IN BESTIMMTEN ALTERSFENSTERN.

MINDESTENS SELTEN HÖRE ICH:



4-5 JAHRE

Kindersender sind bei den Jüngsten besonders präsent.



6-9 JAHRE

TOGGO Radio erreicht hier seinen stärksten Wert (31 %).



10-13 JAHRE

Erwachsenensender liegen klar vorn.



GAMING: SO WIRD
GESPIELT
MIND. MEHRMALS PRO
WOCHE
ANGABEN IN %

GAMING WÄCHST ALS FREIZEITAKTIVITÄT - BEI DEN 6- BIS 9-JÄHRIGEN UM 9 PROZENTPUNKTE GEGENÜBER 2025.

GAMING ALS FREIZEITAKTIVITÄT

▲ TREND
(+6)

58

▲ TREND
(+9)

58

75

GESAMT

4-5 JAHRE

6-9 JAHRE

10-13 JAHRE

MIT DEM SCHULEINTRITT
VERDOPPELT SICH DER ANTEIL
DER REGELMÄßIG SPIELENDEN.

SPIELZUGÄNGE / APPS

18

14

14

11

7

Roblox

TOGGO App

Netflix

KiKA App

Die Maus App

UNTER DEN ABGEFRAGTEN KINDERANGEBOTEN MIT
GEBÜNDELTEN SPIELEN NENNEN DIE KINDER ROBLOX,
TOGGO APP UND NETFLIX ETWA GLEICH HÄUFIG.

Fragestellung: Nun geht es um das Gaming. Du hast ja gesagt, dass Du zumindest ab und zu mit der Konsole oder am Handy, Tablet oder Laptop Spiele spielst. Es gibt ja auch Apps, die man dafür nutzen kann. Welche dieser Apps nutzt Du zum Spielen?

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | 4-5 Jahre: Antworten der Eltern, 6-13 Jahre: Antworten der Kinder.

KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5



KAPITEL GERÄTE UND APPS

2

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN, HÖREN, GAMING

3

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14



KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM SCHULALLTAG

5

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

SEITE 28

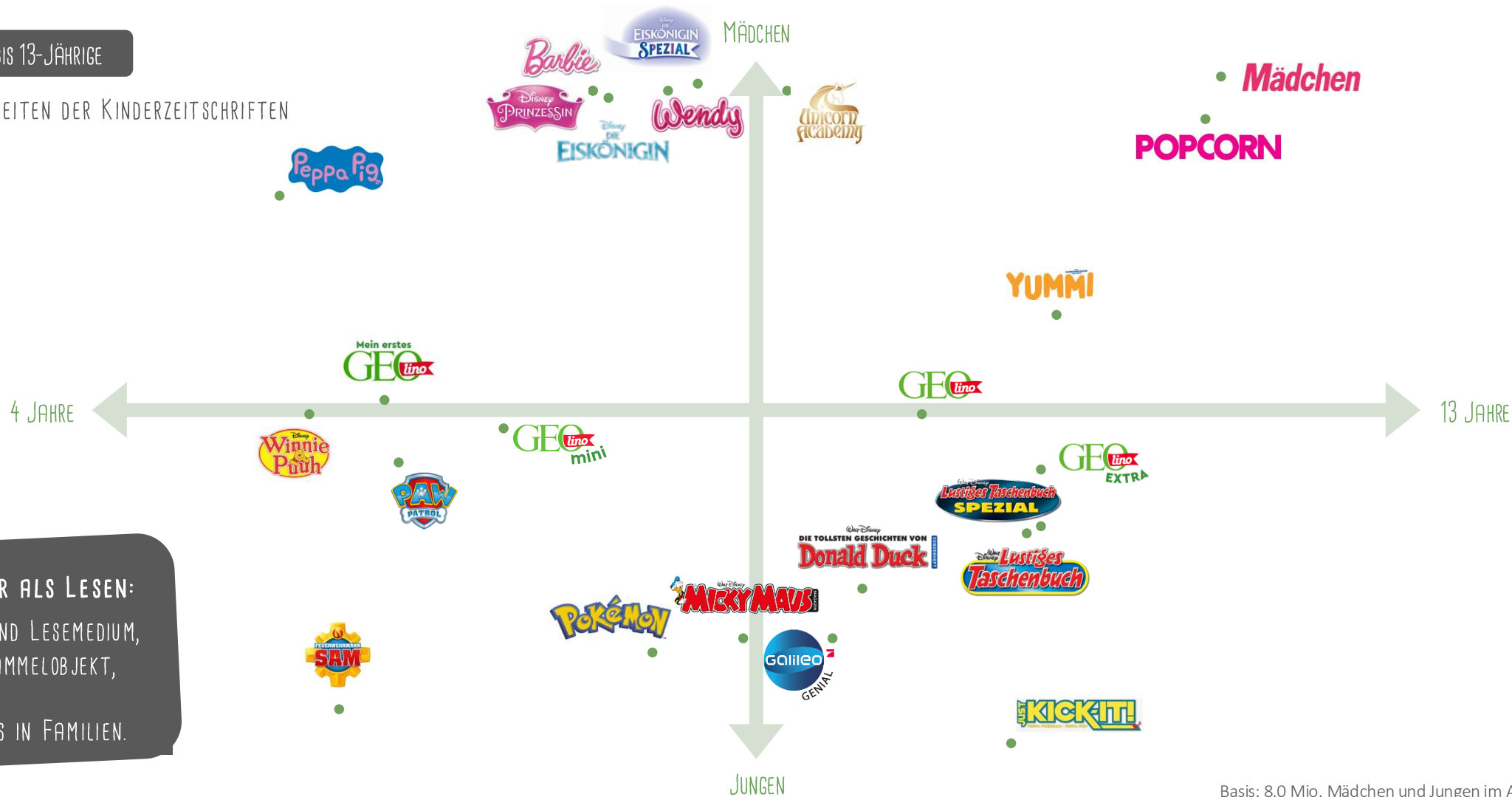


KAPITEL WERBUNG, MARKEN UND VORLIEBEN

6

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

SEITE 36



PRINT IST MEHR ALS LESEN:
ZEITSCHRIFTEN SIND LESEMEDIMUM,
MARKENRAUM, SAMMELOBJEKT,
WERBEKANAL UND
GESPRÄCHSANLASS IN FAMILIEN.

Basis: 8,0 Mio. Mädchen und Jungen im Alter von 4-13 Jahren

FÜR JEDES ALTER

UND VIELE INTERESSEN GIBT ES PASSENDE KINDERZEITSCHRIFTEN.

KINDERZEITSCHRIFTEN ERREICHEN DIE GANZE FAMILIE.

REICHWEITE: MIND. EINE DER AUSGEWIESENEN ZEITSCHRIFTEN

KINDER 4 BIS 13 JAHRE

4,54 Mio.

56,8 % der 4- bis 13-Jährigen

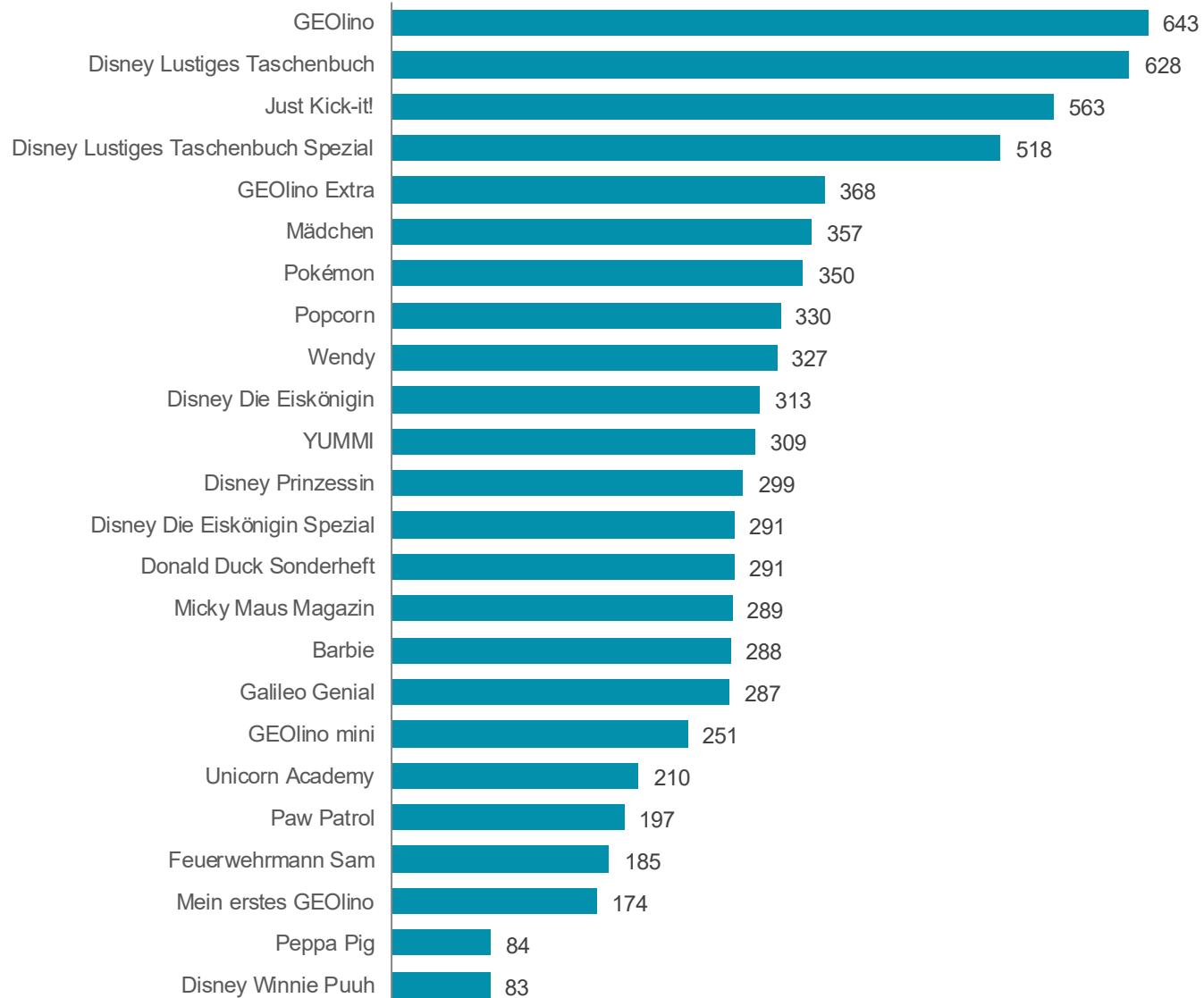
ELTERNTEILE

5,88 Mio.

 Bei 73,5 % aller 4- bis 13-Jährigen liest mindestens ein Elternteil mindestens eine Ausgabe mit.

GESAMT 6-13 JAHRE
24 TITEL

ANGABEN IN TSD.



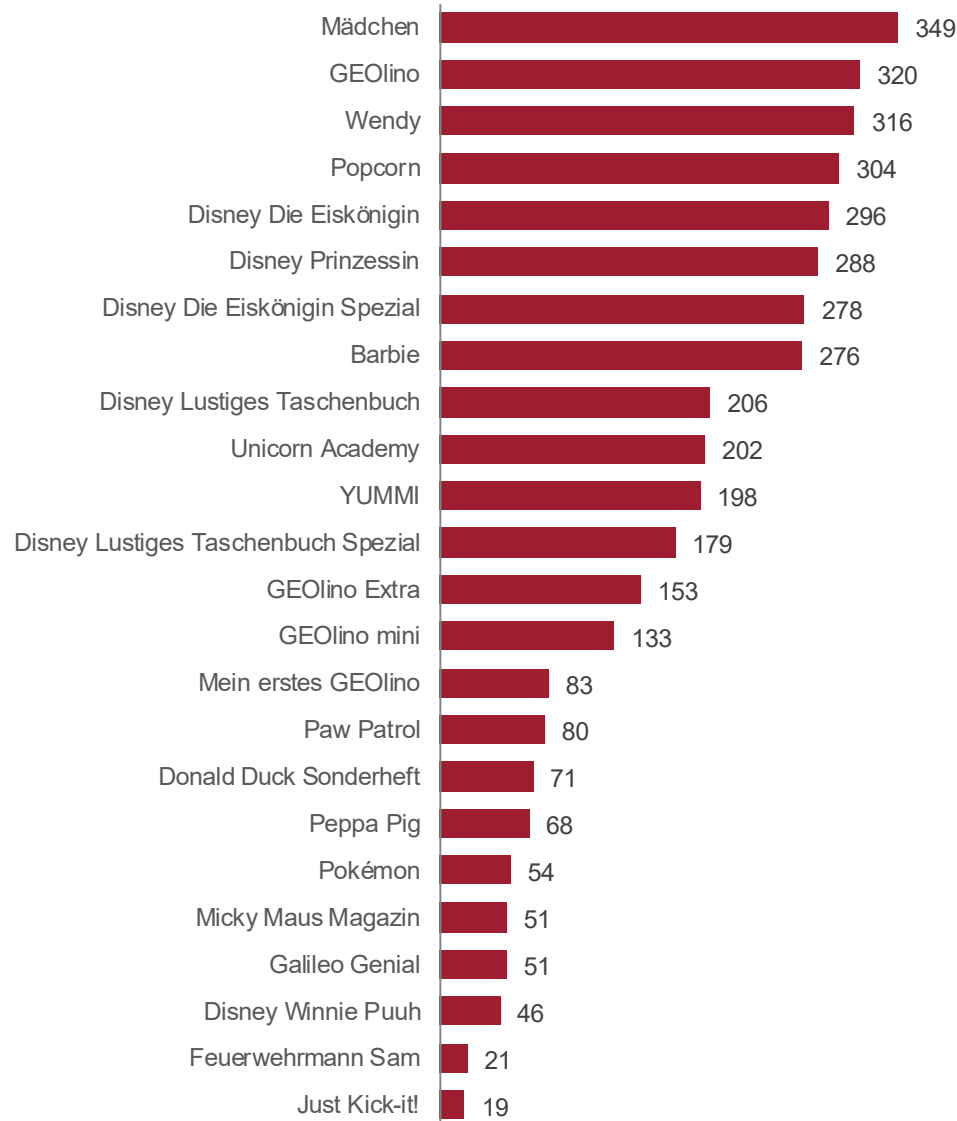
Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 6,38 Mio. Mädchen und Jungen 6-13 Jahre | Antworten der Kinder.

MÄDCHEN 6-13 JAHRE

24 TITEL

ANGABEN IN TSD.



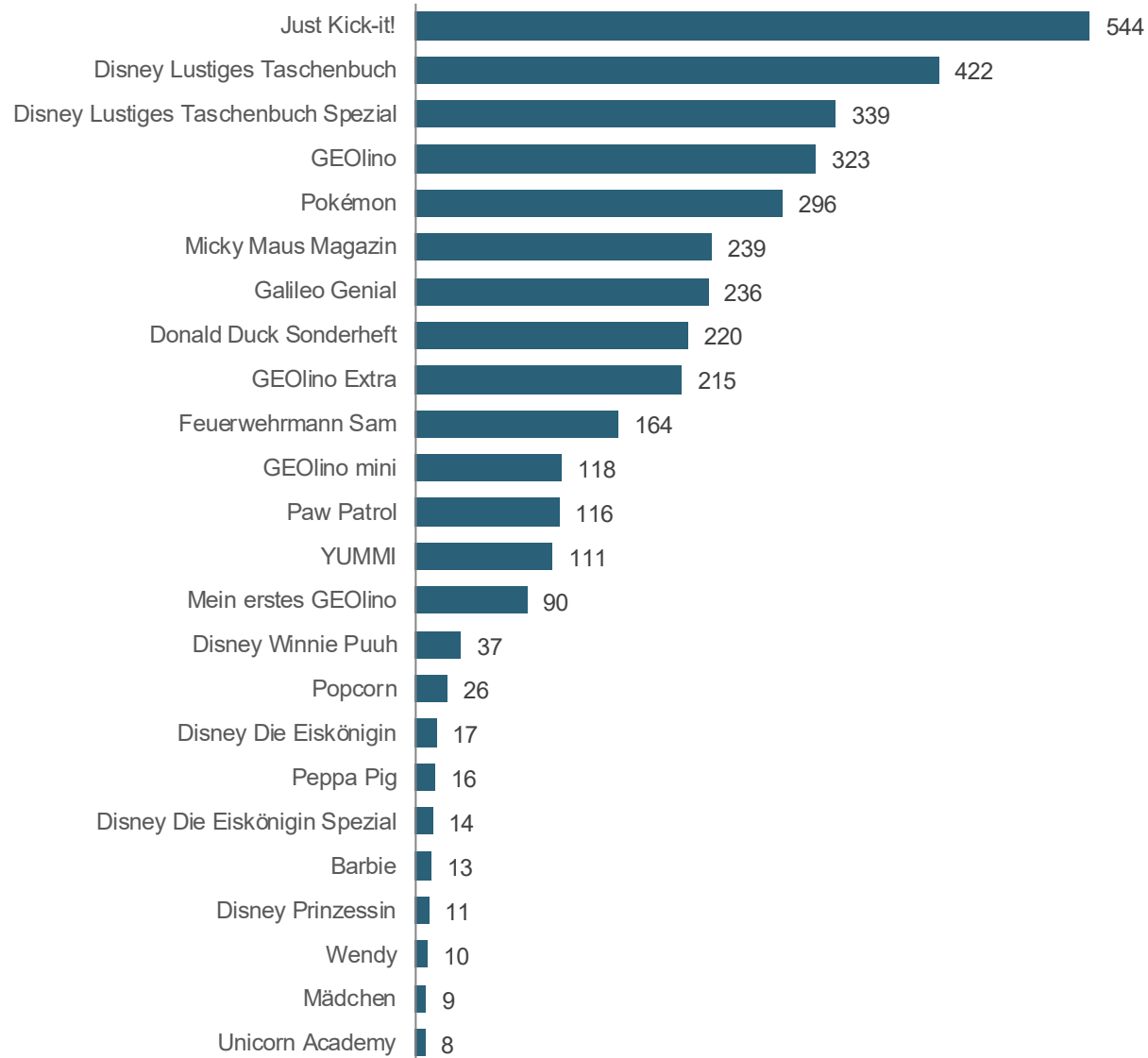
Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 3,10 Mio. Mädchen 6-13 Jahre | Antworten der Kinder.

JUNGEN 6-13 JAHRE

24 TITEL

ANGABEN IN TSD.



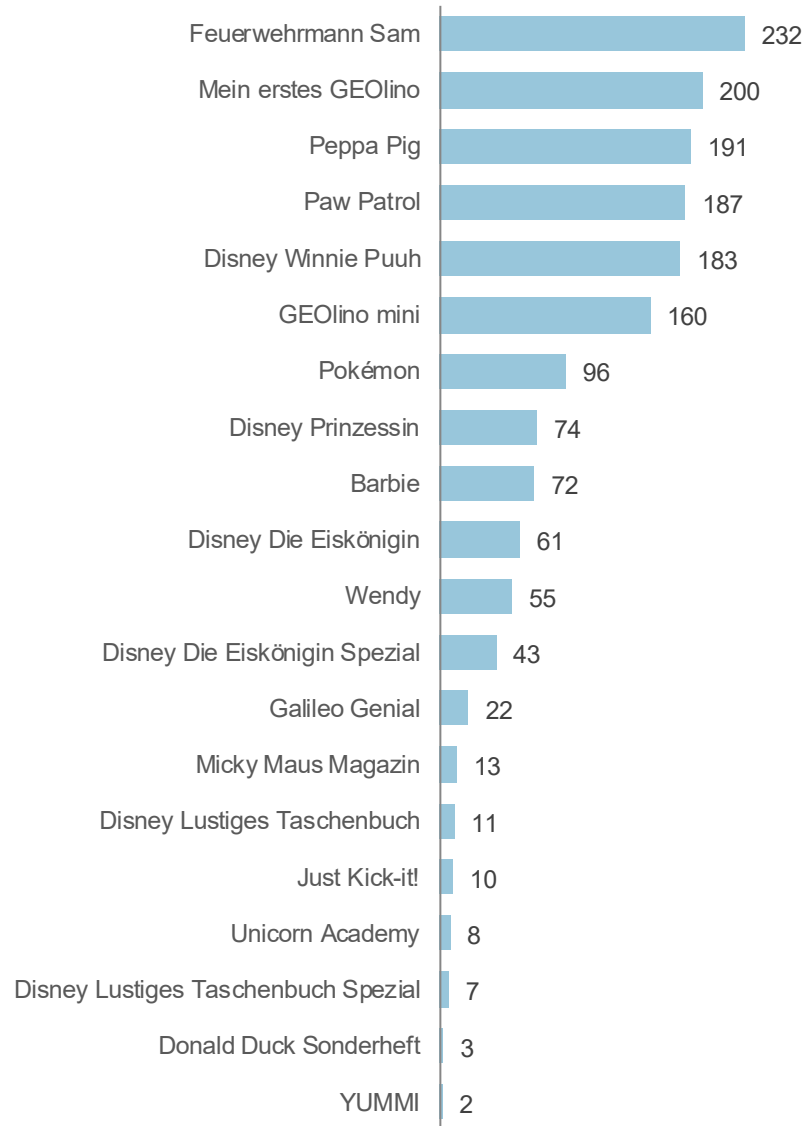
Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 3,27 Mio. Jungen 6-13 Jahre | Antworten der Kinder.

GESAMT 4-5 JAHRE

20 TITEL

ANGABEN IN TSD.



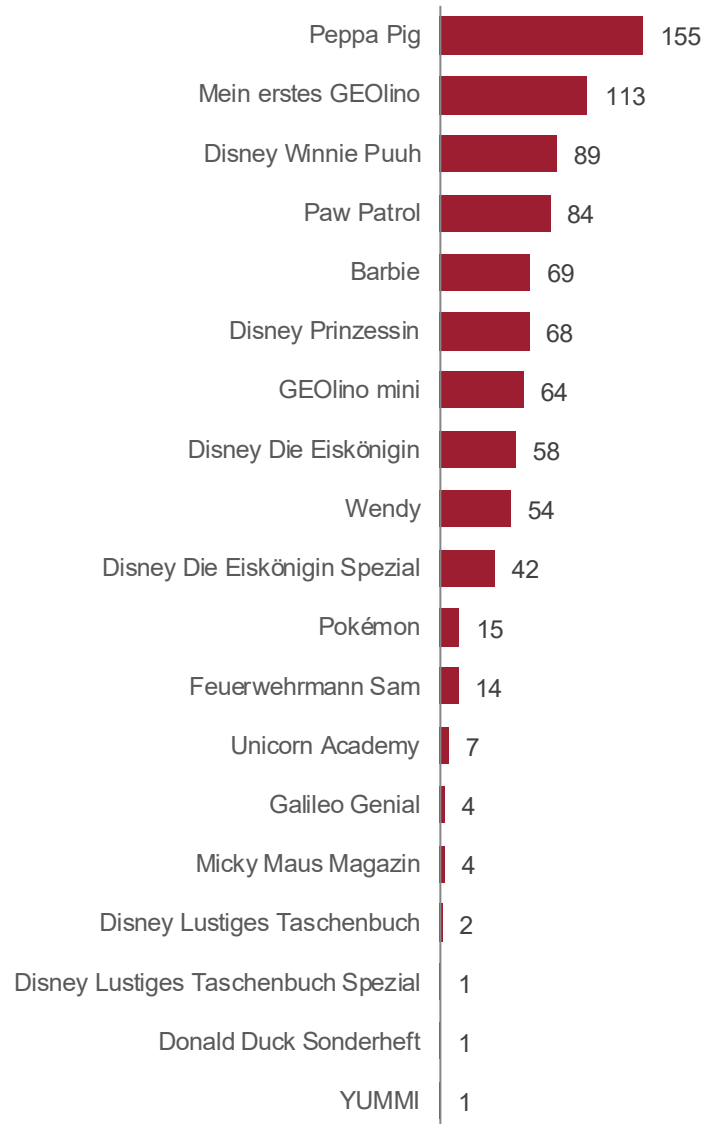
Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 1,62 Mio. Mädchen und Jungen 4-5 Jahre | Antworten der Eltern.

MÄDCHEN 4-5 JAHRE

19 TITEL

ANGABEN IN TSD.



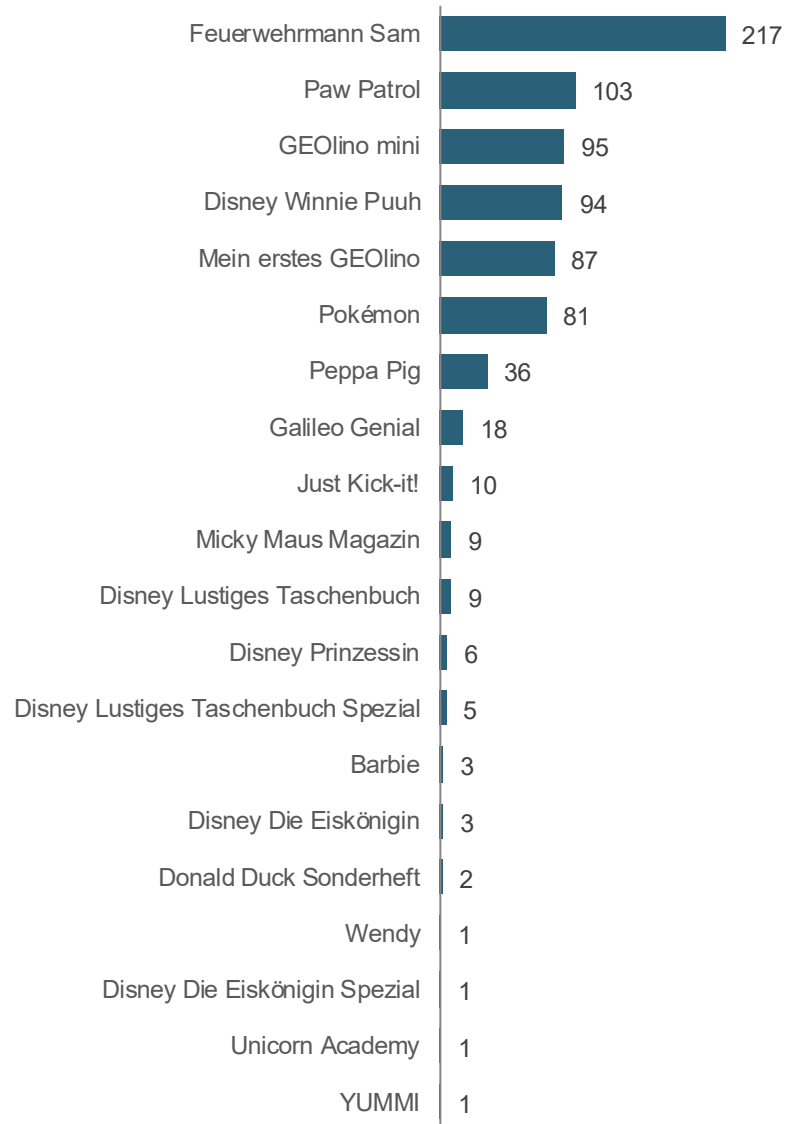
Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 0,80 Mio. Mädchen 4-5 Jahre | Antworten der Eltern.

JUNGEN 4-5 JAHRE

20 TITEL

ANGABEN IN TSD.



Fragestellung: Hast Du in dieser Zeitschrift schon mal etwas gelesen, geblättert oder angesehen? | Klicke bitte alle Ausgaben von [...] an, in denen Du etwas gelesen, geblättert oder angesehen hast.

Basis: 0,82 Mio. Jungen 4-5 Jahre | Antworten der Eltern.

ELTERN LESEN BEI KINDERZEITSCHRIFTEN HÄUFIG MIT - UND DAS IN ALLEN ALTERSGRUPPEN.

EIN ELTERNTEIL LIEST MIT BEI ...

69 %



der 4- bis 5-Jährigen.

73 %



der 6- bis 9-Jährigen.

65 %



der 10- bis 13-Jährigen.

KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5



KAPITEL GERÄTE UND APPS

2

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN, HÖREN, GAMING

3

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14



KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM SCHULALLTAG

5

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

SEITE 28



KAPITEL WERBUNG, MARKEN UND VORLIEBEN

6

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

SEITE 36

HANDYS DÜRFEN MEIST MIT IN DIE SCHULE, DORT ABER
NUR AUSGESCHALTET ODER EINGESCHRÄNKT NUTZBAR -
TENDENZ STRENGER.

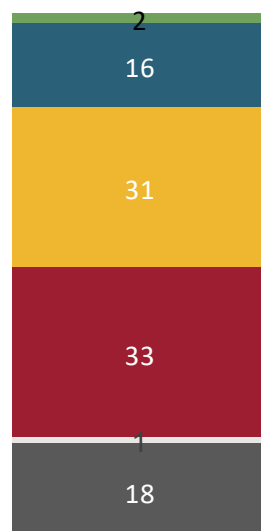
MEINE SCHULE ERLAUBT, DASS WIR
UNSERE HANDYS MITBRINGEN...

GESAMT - ANGABEN IN %

6-9 JAHRE - ANGABEN IN %

10-13 JAHRE - ANGABEN IN %

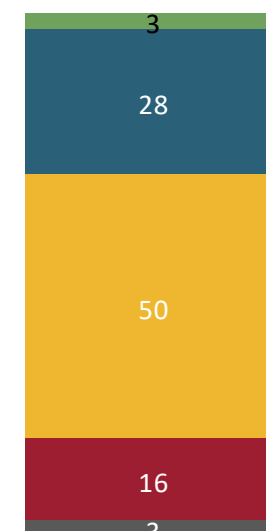
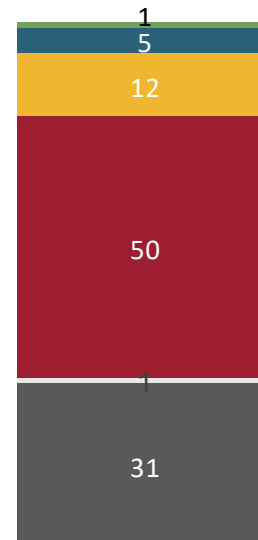
- ja, wir dürfen sie im Unterricht benutzen
- ja, wir dürfen sie aber nur in den Pausen benutzen
- ja, aber sie müssen ausgeschaltet sein bis zum Schulschluss
- nein, wir dürfen keine Handys mitbringen
- weiß nicht/ keine Angabe
- besitze kein Handy



▼ TREND (-5)

▲ TREND (+6)

▲ TREND (+9)



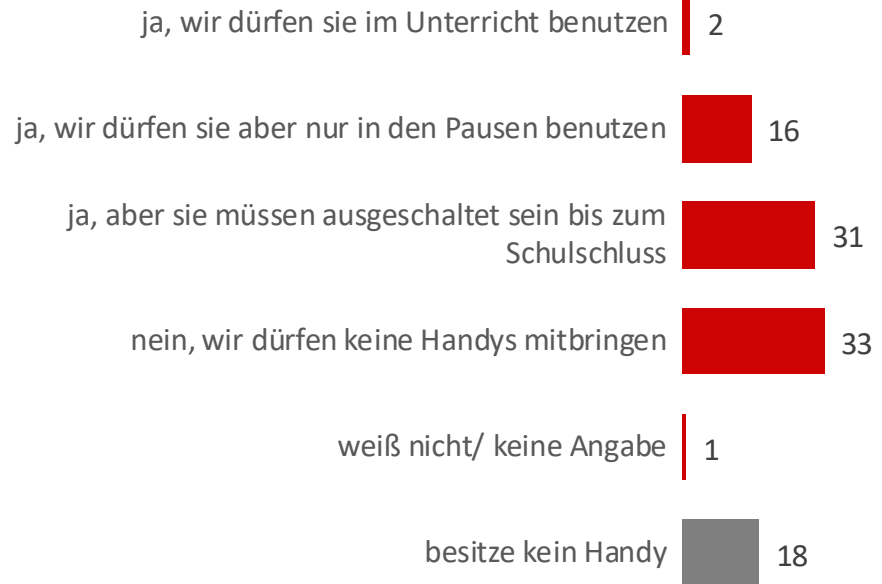
Fragestellung: Erlaubt Deine Schule, dass Ihr Eure Handys mitbringt?

Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

AN DEN MEISTEN SCHULEN BLEIBT DAS HANDY IN DER TASCHE ODER ZUHAUSE. DIE MEHRHEIT DER BETROFFENEN KINDER FINDET DAS GUT, EIN DRITTEL NICHT.

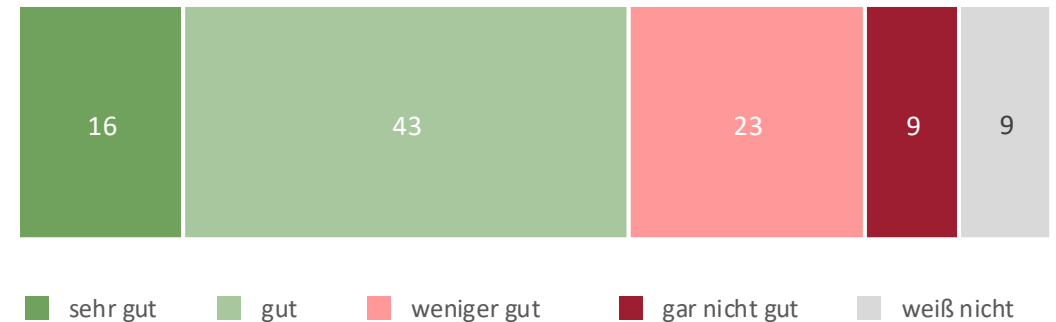
MEINE SCHULE ERLAUBT, DASS WIR
UNSERE HANDYS MITBRINGEN...

GESAMT - ANGABEN IN %



SO FINDE ICH DIE REGELUNG AN
MEINER SCHULE...

GESAMT - ANGABEN IN %



Fragestellung: Erlaubt Deine Schule, dass Ihr Eure Handys mitbringt? | Und wie findest Du persönlich diese Regelung an Deiner Schule?

Basis links: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595) | Antworten der Kinder.

Basis rechts: Altersgruppe 6-13 Jahre, wenn Schulkind und Handy vorhanden (n=1.301) | Antworten der Kinder.

NICHT NUR BEKANNT, SONDERN AUCH BESSER VERSTANDEN: DEUTLICH MEHR KINDER KÖNNEN ERKLÄREN, WAS CHATGPT IST.

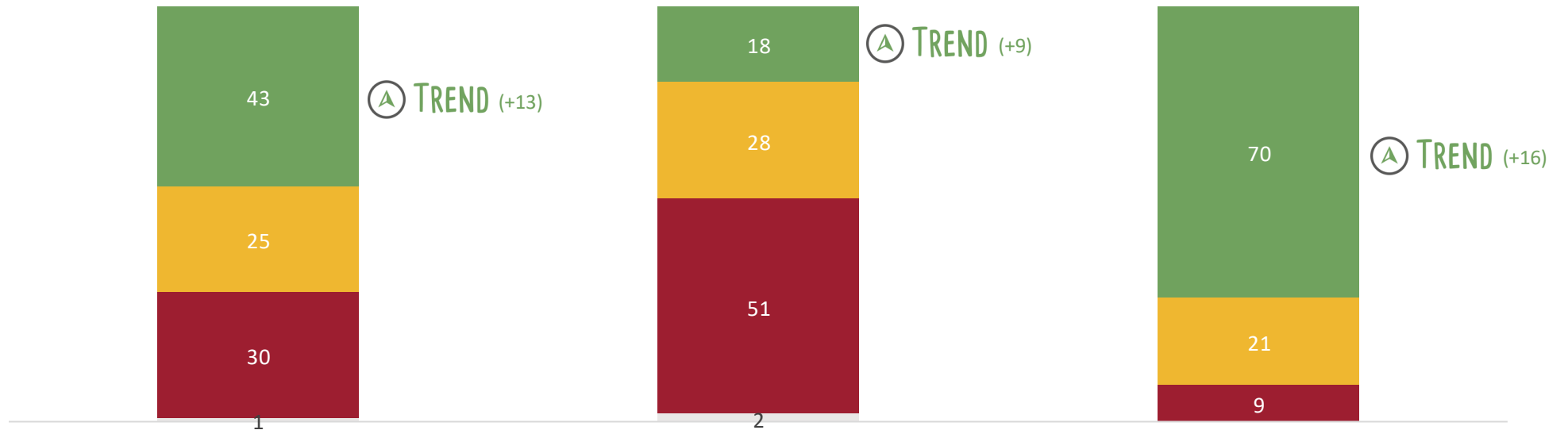
VON CHATGPT HABE ICH
SCHON MAL GEHÖRT...

GESAMT - ANGABEN IN %

6-9 JAHRE - ANGABEN IN %

10-13 JAHRE - ANGABEN IN %

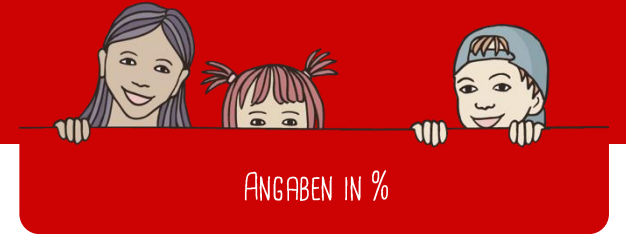
- ja, weiß ich und könnte ich erklären
- ja, hab ich schon mal gehört, könnte es aber nicht erklären
- nein, hab ich noch nie gehört
- weiß nicht/ keine Angabe



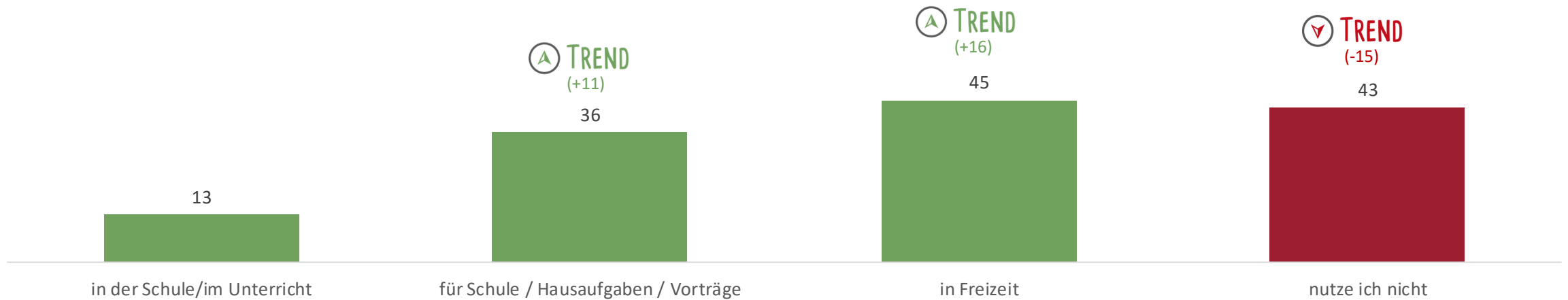
Fragestellung: Hast Du schonmal von ChatGPT oder etwas Ähnlichem gehört? Und weißt Du, was damit gemeint ist?

Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

CHATGPT RÜCKT IN DEN ALLTAG: GENUTZT VOR ALLEM IN DER FREIZEIT
UND FÜR SCHULTHEMEN ODER HAUSAUFGABEN ZUHAUSE, KAUM IM
UNTERRICHT.



CHATGPT NUTZE ICH...

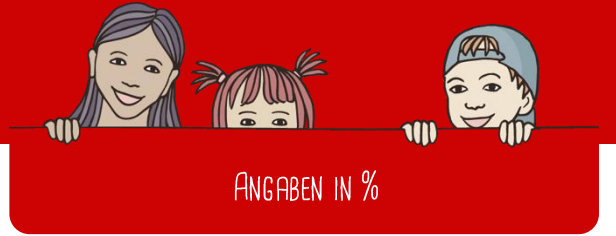


Fragestellung: Und nutzt Du ChatGPT oder etwas Ähnliches in der Schule oder zu Hause?

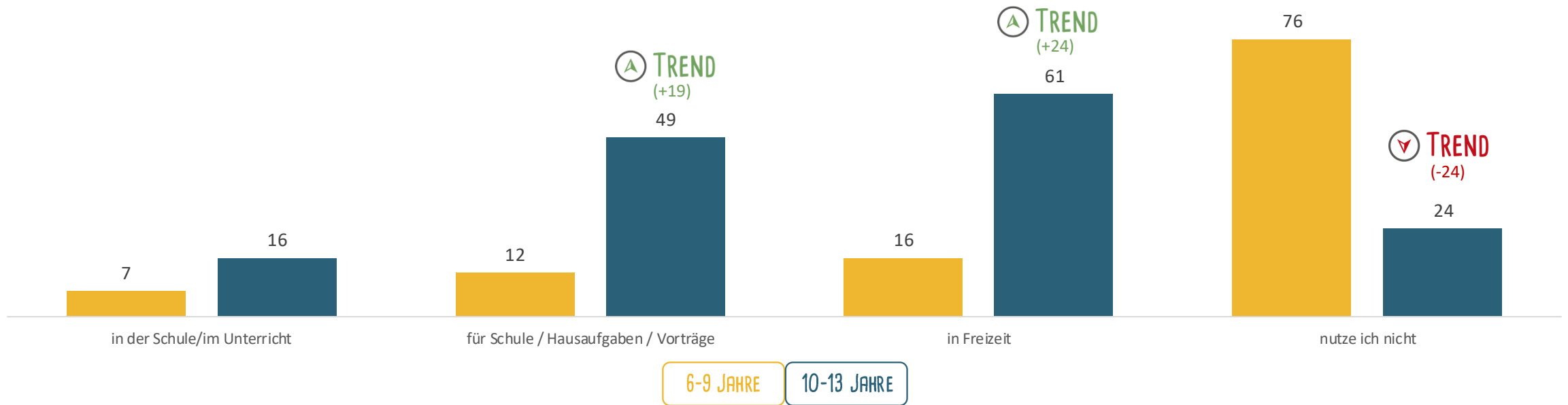
Basis: Wenn ChatGPT bekannt, Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.087); 6-9 Jahre (n=384); 10-13 Jahre (n=703) | Antworten der Kinder.

▲ Veränderungen aufgrund methodischer Änderungen als Tendenz zu lesen.

BEI DEN 10- BIS 13-JÄHRIGEN HAT SICH DIE NUTZUNG BESONDERS STARK VERSCHOBEN: NUR NOCH 24 % DER CHATGPT-KENNER:INNEN NUTZEN ES NICHT. 2025 WAREN ES 48 %.



CHATGPT NUTZE ICH...



Fragestellung: Und nutzt Du ChatGPT oder etwas Ähnliches in der Schule oder zu Hause?

Basis: Wenn ChatGPT bekannt, Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.087); 6-9 Jahre (n=384); 10-13 Jahre (n=703) | Antworten der Kinder.

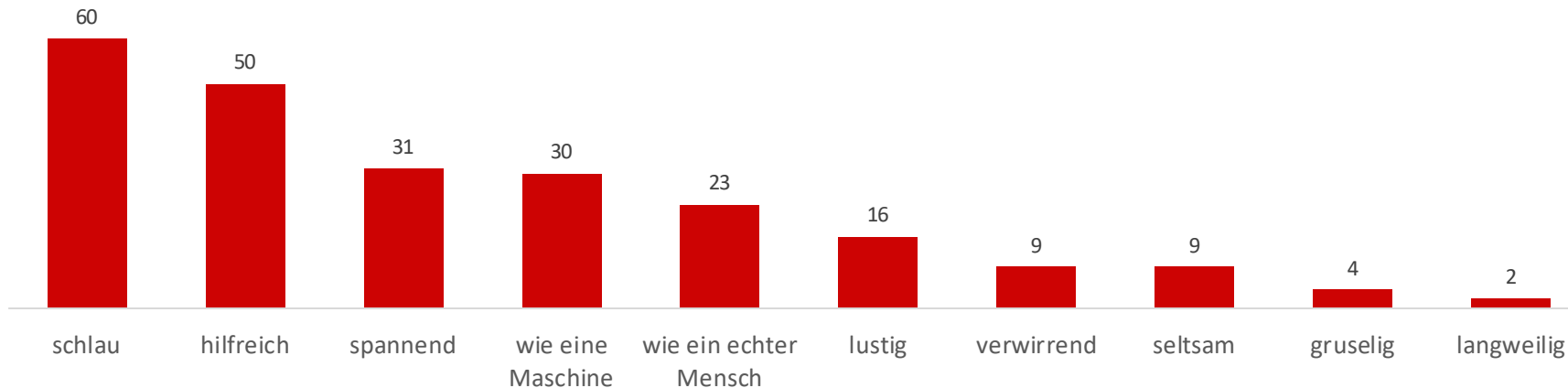
▲ Veränderungen aufgrund methodischer Änderungen als Tendenz zu lesen.

ZWISCHEN FASZINATION UND VERTRAUTHEIT:
FÜR KINDER IST CHATGPT VOR ALLEM SCHLAU, HILFREICH UND
SPANNEND – FÜR KNAPP EIN VIERTEL SOGAR WIE EIN ECHTER MENSCH.



ANGABEN IN %

FÜR KINDER IST
CHATGPT VOR ALLEM...



KINDER BEWERTEN CHATGPT UNTERSCHIEDLICH:



10–13-Jährige finden ChatGPT
häufiger schlau und hilfreich.

6–9-Jährige empfinden ChatGPT
häufiger als verwirrend oder
gruselig.

KINDER UNTERSCHIEDEN KLAR ZWISCHEN HILFE UND BETRUG.



ANGABEN IN %

IM UMGANG MIT CHATGPT
FINDEN KINDER ...



VOLL OKAY

Akzeptierte Hilfe

66 %

Fragen, wenn man eine Aufgabe nicht versteht

69 %

Nach Ideen für eine Geschichte oder ein Bild fragen



GERADE NOCH OKAY

Grauzonen

Zugang nur für Kinder mit Computer oder Handy

30 % voll okay · 35 % gerade noch · 24 % gar nicht

Lehrkräfte sollen Texte streng prüfen

45 % voll okay · 28 % gerade noch · 19 % gar nicht

Hier gehen die Meinungen der Kinder auseinander.



GAR NICHT OKAY

Klare Grenze

71 %

Heimlich in einer Prüfung benutzen

57 %

Einen ganzen Text schreiben lassen und so abgeben

56 %

Nutzen, aber der Lehrkraft nichts davon sagen

KAPITEL FREIZEIT DER KINDER

1

ANALOGUE UND MEDIALE
AKTIVITÄTEN

SEITE 5



KAPITEL GERÄTE UND APPS

2

WAS KINDER BESITZEN
UND NUTZEN

SEITE 11

KAPITEL LESEN, SCHAUEN, HÖREN, GAMING

3

MEDIENNUTZUNG VON PAPIER
BIS PLATTFORM

SEITE 14



KAPITEL ZEITSCHRIFTEN UND PRINTMARKEN

4

REICHWEITEN UND MITLESENDE
ELTERN

SEITE 19

KAPITEL HANDY & KI IM SCHULALLTAG

5

NUTZUNG, BEWERTUNG UND
FAIRNESS

SEITE 28



KAPITEL WERBUNG, MARKEN UND VORLIEBEN

6

WIE KINDER ENTDECKEN,
BEWERTEN UND MITENTSCHEIDEN

SEITE 36

JE STÄRKER EINE ENTSCHEIDUNG DIE GANZE FAMILIE BETRIFFT, DESTO SELBSTVERSTÄNDLICHER REDEN KINDER MIT.

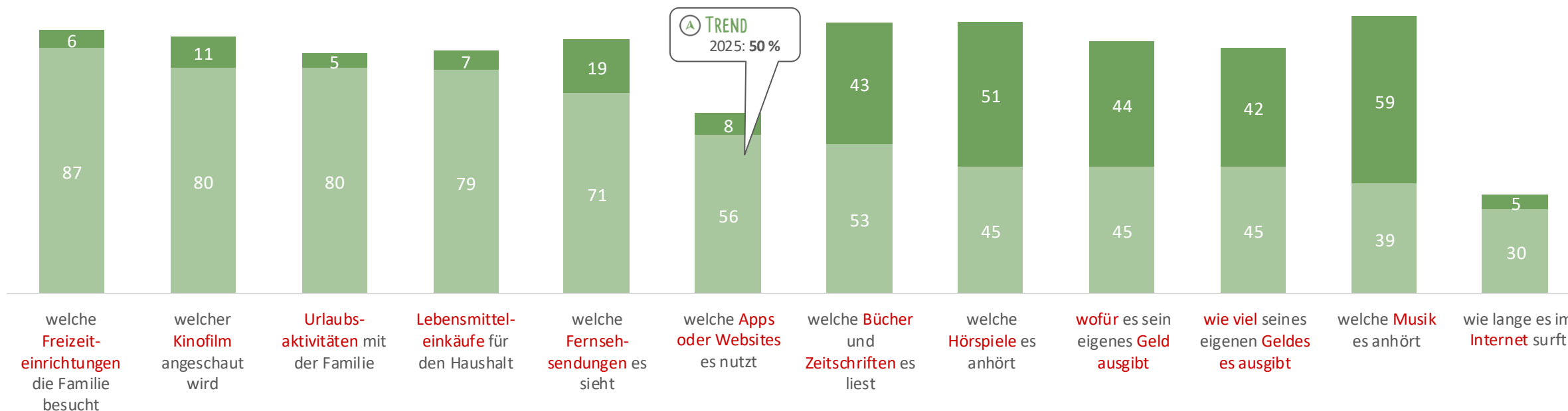


ANGABEN DER ELTERN IN %

MEIN KIND DARF...

selbst entscheiden

mitentscheiden



Fragestellung: Bei welchen der nachfolgenden Dinge darf Ihr Kind selbst oder mitentscheiden?

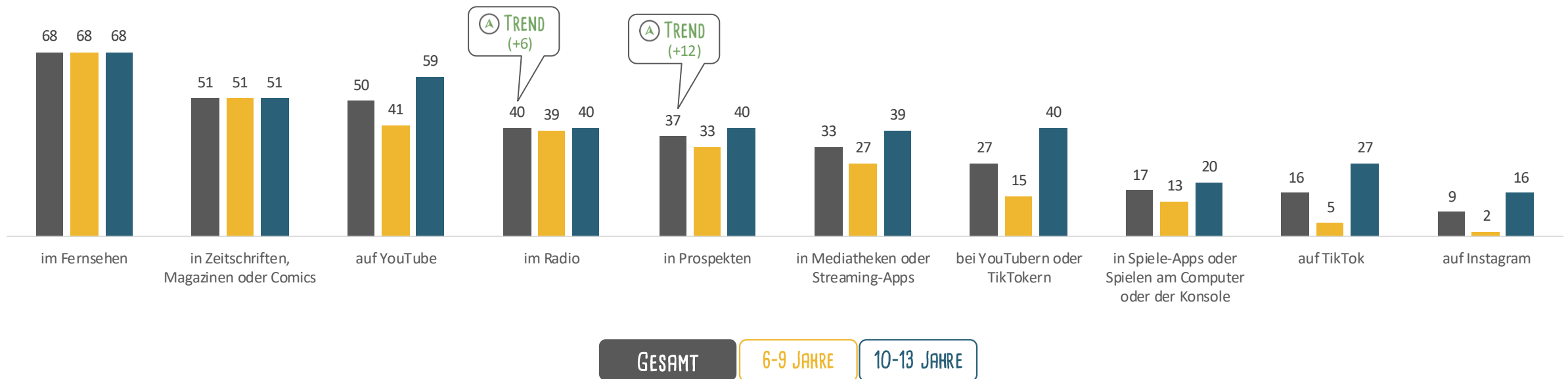
Antwortmöglichkeiten: selbst entscheiden, mitentscheiden, nicht entscheiden, weiß nicht/keine Angabe.

Basis: Gesamt Altersgruppe 4-13 Jahre (n=2.000) | Antworten der Eltern.

FERNSEHEN, ZEITSCHRIFTEN UND YOUTUBE SIND DIE WICHTIGSTEN WERBEORTE. BEI ÄLTEREN KOMMEN INFLUENCER, TIKTOK UND GAMES HINZU.

IN LETZTER ZEIT IST MIR WERBUNG
AUFGEFALLEN...

ANGABEN IN %



Fragestellung: Werbung gibt es ja überall an ganz verschiedenen Stellen. Wo ist Dir in der letzten Zeit überall Werbung aufgefallen?

Basis: Gesamt Altersgruppe 6-13 Jahre (n=1.595); Alter 6-9 Jahre (n=822); 10-13 Jahre (n=773) | Antworten der Kinder.

ZIELGRUPPE

(Eltern von) Kindern im Alter von 4 bis 13 Jahren in deutschsprachigen Privathaushalten in Deutschland
Kinder 6-13 Jahre: Tandem-Interviews mit den Eltern
Kinder 4-5 Jahre: nur Eltern-Interviews

ERHEBUNGSMETHODE

Mixed-Method-Erhebung mit jeweils einem Drittel CAWI (Online), CAPI/CASI (Face-to-Face vor Ort) sowie CAPI Remote (Face-to-Face per Video-Call) Interviews anhand eines strukturierten Fragebogens

AUSWAHLVERFAHREN

repräsentative Random-Quota-Auswahl nach Alter, Geschlecht, Bundesland/Region x Ortsgröße (politisch), Bildung Hauptverdiener:in sowie Geschwister im Haushalt (4 bis 13 Jahre)

STICHPROBE

insgesamt 2.006 (Eltern von) Kindern, davon:

- 1.019 Jungen und 987 Mädchen
- 403 Kinder im Alter von 4-5 Jahren
- 827 Kinder im Alter von 6-9 Jahren
- 776 Kinder im Alter von 10-13 Jahren

FELDZEIT & PARTNER

26. März bis 22. Mai 2026

CAPI/CASI und CAPI Remote:
Krämer Marktforschung GmbH

CAWI: Online-Access-Panels horizoom und bilendi

GEWICHTUNG

- Redressement-Gewichtung der Teilstichproben (CAPI/CASI, CAPI Remote, CAWI) zum Ausgleich leichter Abweichungen von den Quotenvorgaben
- Zusammenführung der drei Teilstichproben in eine Gesamt-Stichprobe zu jeweils einem Drittel

KINDER MEDIEN MONITOR 2026

Der KINDER MEDIEN MONITOR 2026 ist eine Reichweitenstudie gemäß ZAW-Rahmenschema.

Die Ergebnisse der Studie sind zähl- und auswertbar über die Planungs- und Analysetools mediMACH, M-Cloud und MDS-Cloud.

KINDER MEDIEN MONITOR - IHRE ANSPRECHPARTNER



Steffen Volkmer (PR)
Panini Verlags GmbH
Schloßstraße 76
70176 Stuttgart

Tel.: 0711-94 76 88 24
steffen.volkmer@panini.de
www.panini.de

Ilona Wolf (Media)
Junior Medien GmbH & Co. KG
Willy-Brandt-Straße 51
20457 Hamburg

Tel.: 040-357 29 19 50
i.wolf@junior-medien.de
www.junior-medien.de



Linda Paesold
Egmont Ehapa Media GmbH
Egmont MediaSolutions
Ritterstraße 26
10969 Berlin

Tel.: 0152-28 87 55 63
l.paesold@egmont.de
egmont.de



Anika Reimann
RTL Deutschland GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: 0221-456 67415
anika.reimann@rtl.de



Birgit Guth
RTL Deutschland GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: 0221-456 51330
birgit.guth@rtl.de