

Trends in der kindlichen Mediennutzung

Bildschirmzeit

Was die Kinder-Zielgruppe so besonders macht...



3-5 Jahre

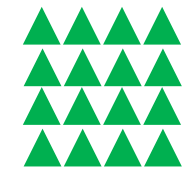
6-9 Jahre

10-13 Jahre

14-18 Jahre

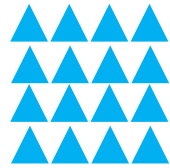
19+ Jahre

Was die Kinder-Zielgruppe so besonders macht...



3-5 Jahre

nach 3 Jahren →



6-9 Jahre

10-13 Jahre

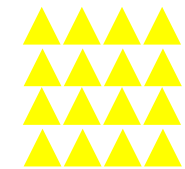
14-18 Jahre

19+ Jahre

Was die Kinder-Zielgruppe so besonders macht...

Zwischenzeitlich kommen neue Kinder-Kohorten mit anderen **Technologien** nach.

Die Kinder der blauen Kohorte durchlaufen verschiedene Altersklassen.



3-5 Jahre

nach 3 Jahren



6-9 Jahre

nach 4 Jahren



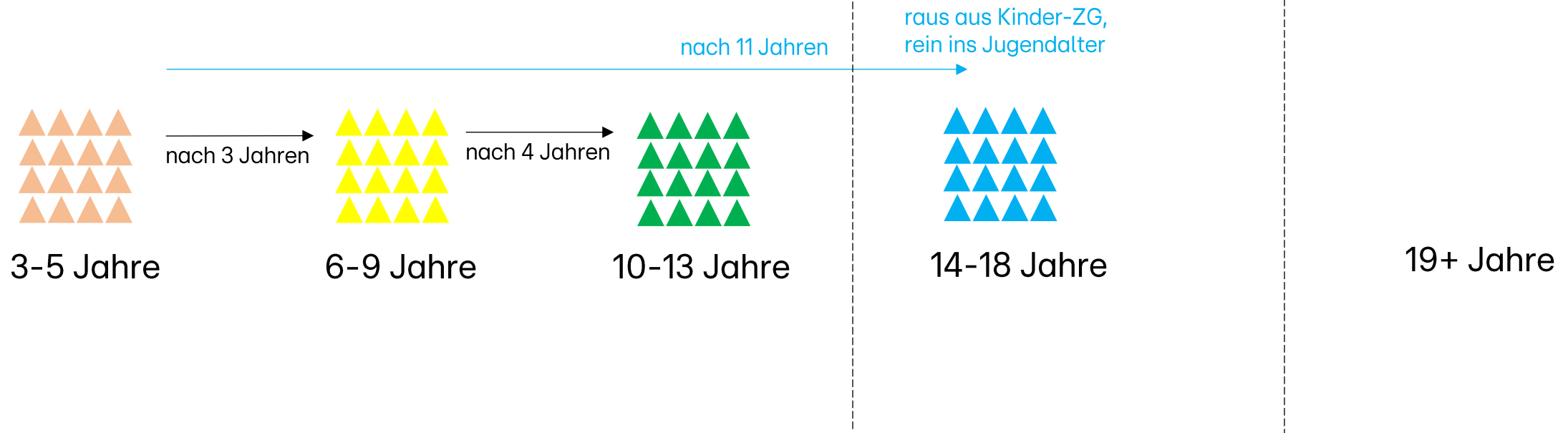
10-13 Jahre

14-18 Jahre

19+ Jahre

Was die Kinder-Zielgruppe so besonders macht...

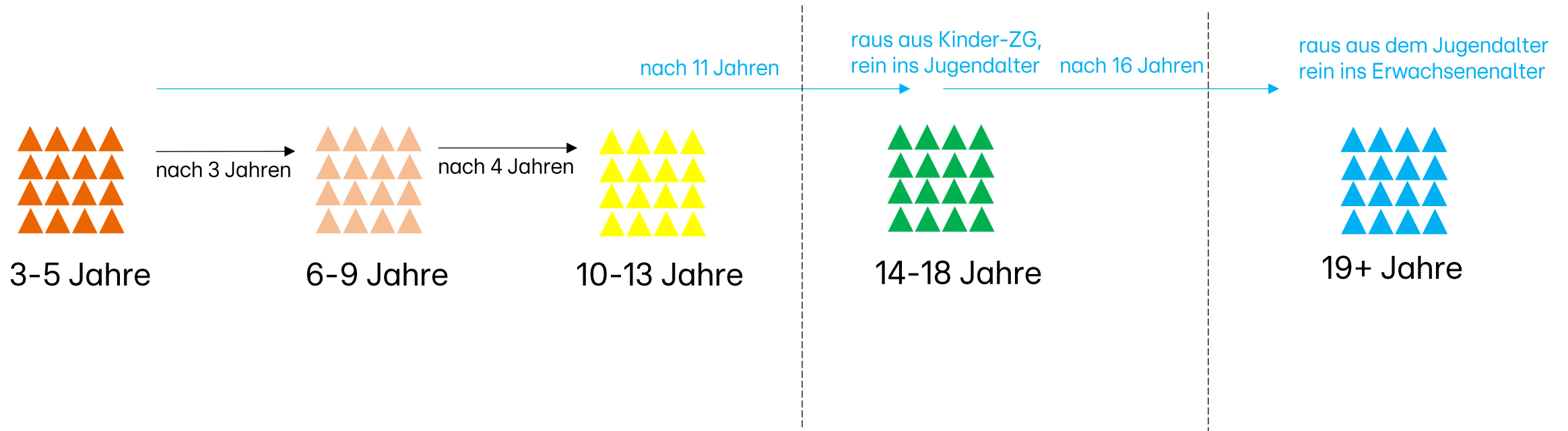
Nach 11 Jahren sind die Kinder der blauen Kohorte schon Jugendliche und damit aus der Kinder-ZG rausgewachsen.



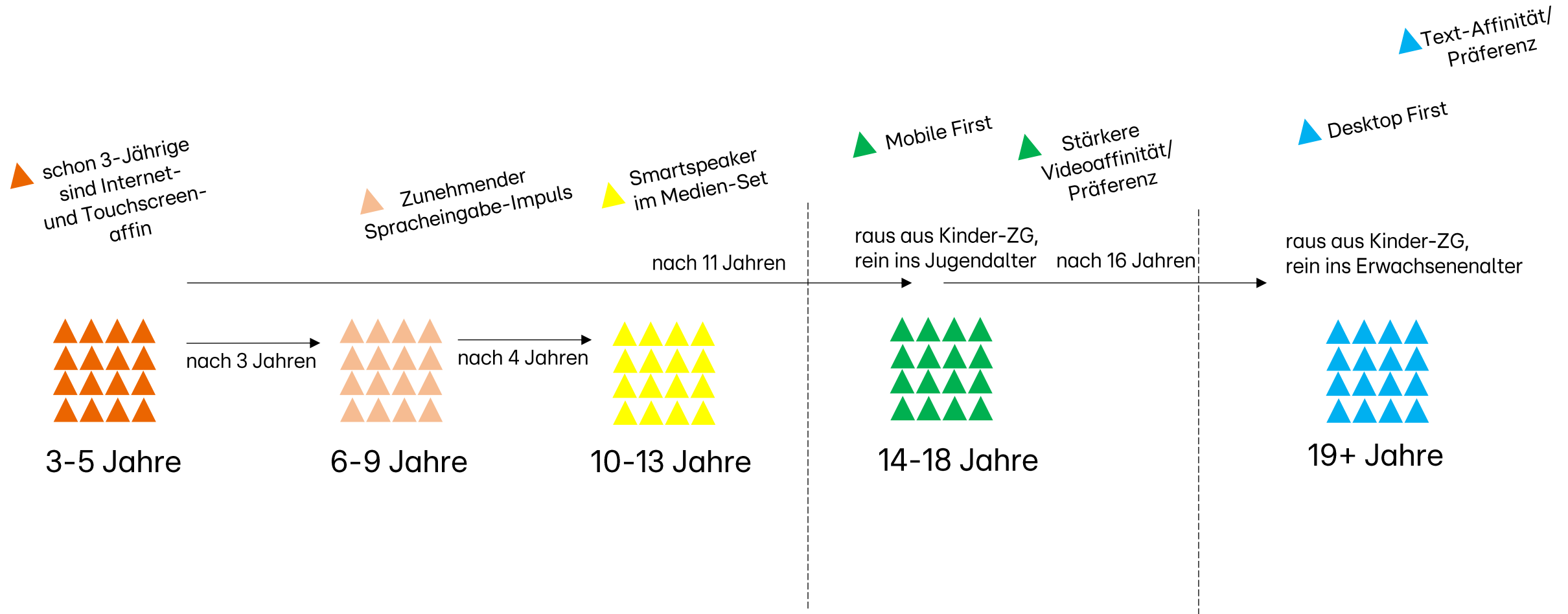
Was die Kinder-Zielgruppe so besonders macht...

Durch Forschung mit den Kindern bleiben wir am Puls der Zeit

Nach weiteren 4 Jahren sind sie Erwachsene und bleiben das sehr lange



Was die Kinder-Zielgruppe so besonders macht...



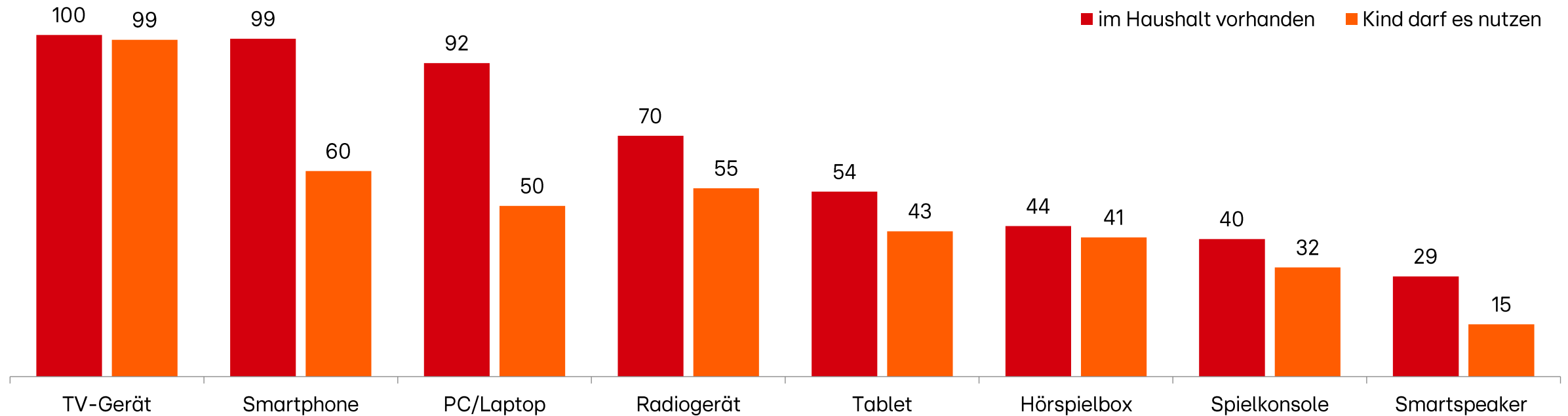
01

Geräte in Familien

Status Quo in Familien: TV-Gerät, Handy und PC sind Standard

Geräteausstattung in Haushalten mit Kindern 3-13 Jahre vs. Nutzung, 2025

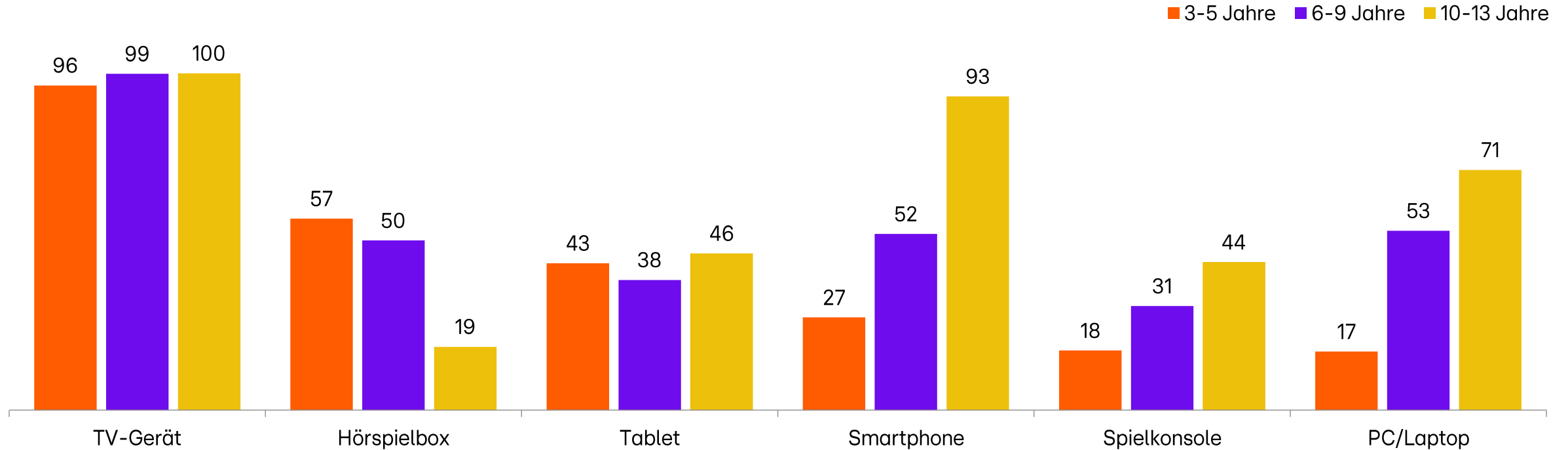
Ich lese Ihnen jetzt einige Geräte vor, und Sie sagen mir bitte, ob es diese Geräte in Ihrem Haushalt gibt. Und welche dieser Geräte, die es bei Ihnen zu Hause gibt, darf Ihr Kind benutzen? (gestützt, Angaben in %)



Die jüngeren Kinder haben weniger Zugang zu Geräten

Gerätenutzung durch Kinder 3-13 Jahre, 2025

Und welche dieser Geräte, die es bei Ihnen zu Hause gibt, darf Ihr Kind benutzen? (gestützt, Angaben in %)

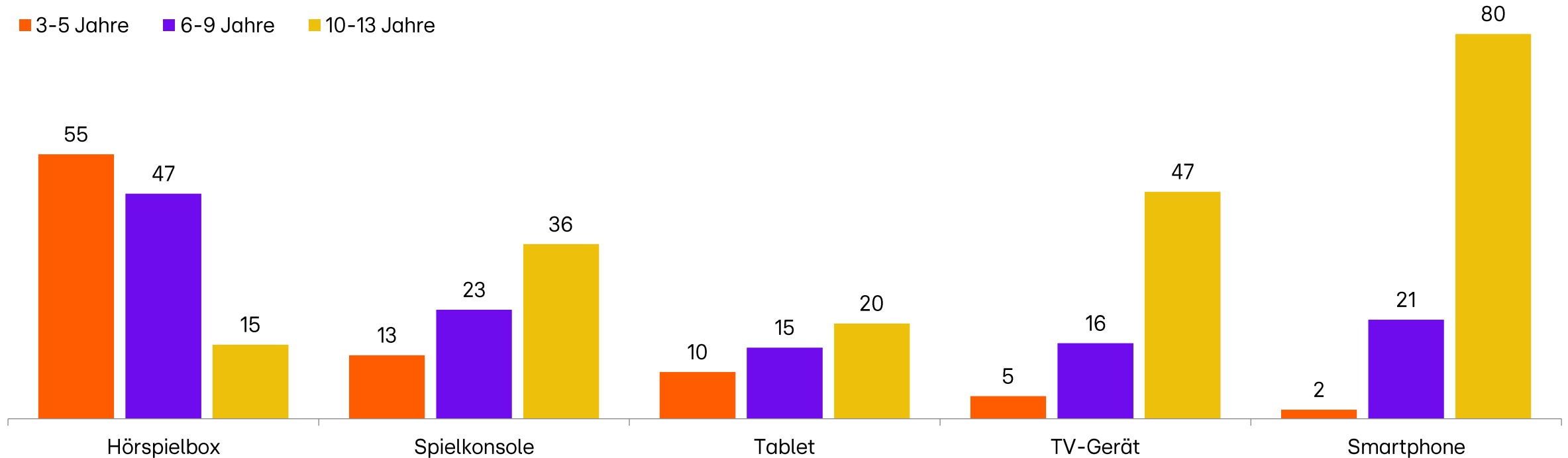


Gerätebesitz bei Kindern: Je älter, desto wahrscheinlicher

Gerätebesitz bei Kindern 3-13 Jahre, 2025

Und welche dieser Geräte, die es bei Ihnen zu Hause gibt, gehören Ihrem Kind persönlich? (gestützt, in %)

3-5 Jahre 6-9 Jahre 10-13 Jahre



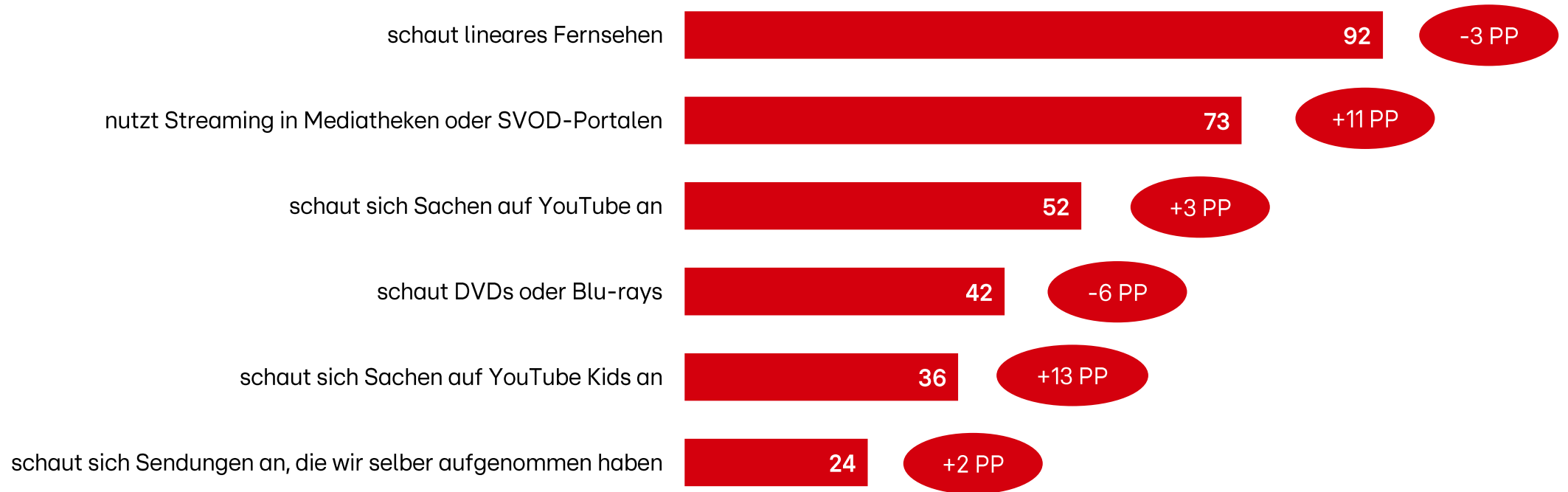
02

Plattformen für Bewegtbild

Alle Kinder schauen lineares TV, drei Viertel nutzen Streaming

Möglichkeiten von Video-Nutzung in Familien, Kinder 3-13 Jahre, 2025

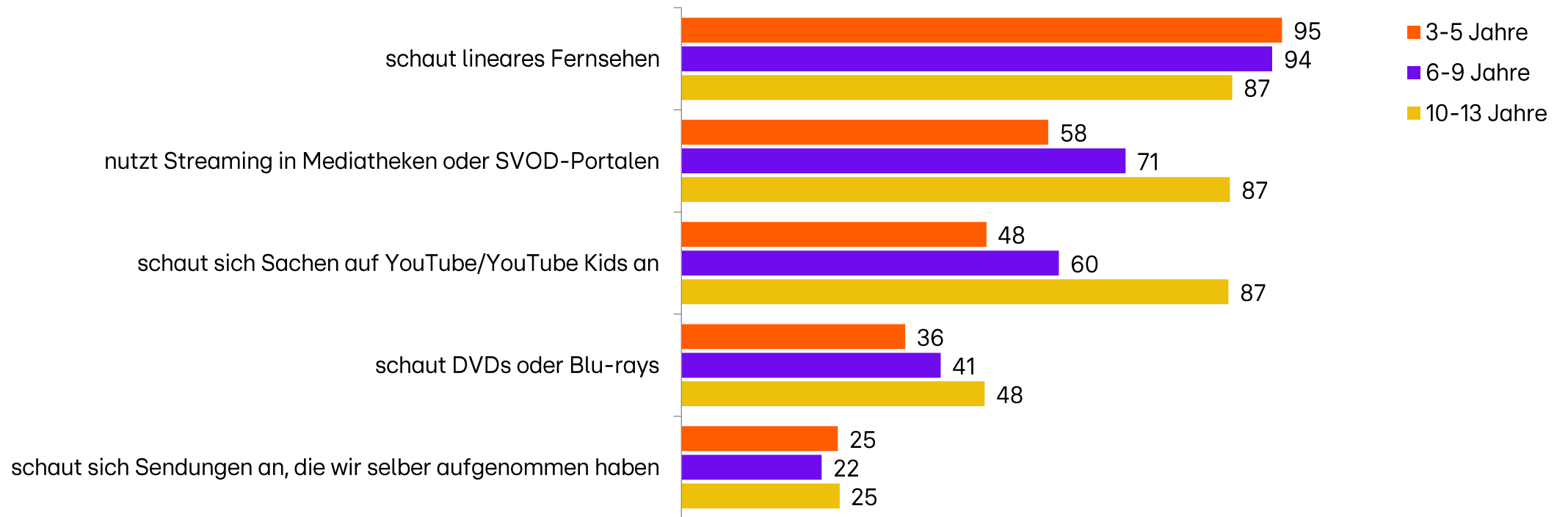
Welche dieser Möglichkeiten nutzt Ihr Kind, um Videos, Filme oder Fernsehsendungen anzuschauen? (gestützt, in %)



Jüngere Kinder nutzen weniger Streaming und YouTube/YouTube Kids

Möglichkeiten von Video-Nutzung in Familien, Kinder 3-13 Jahre, 2025

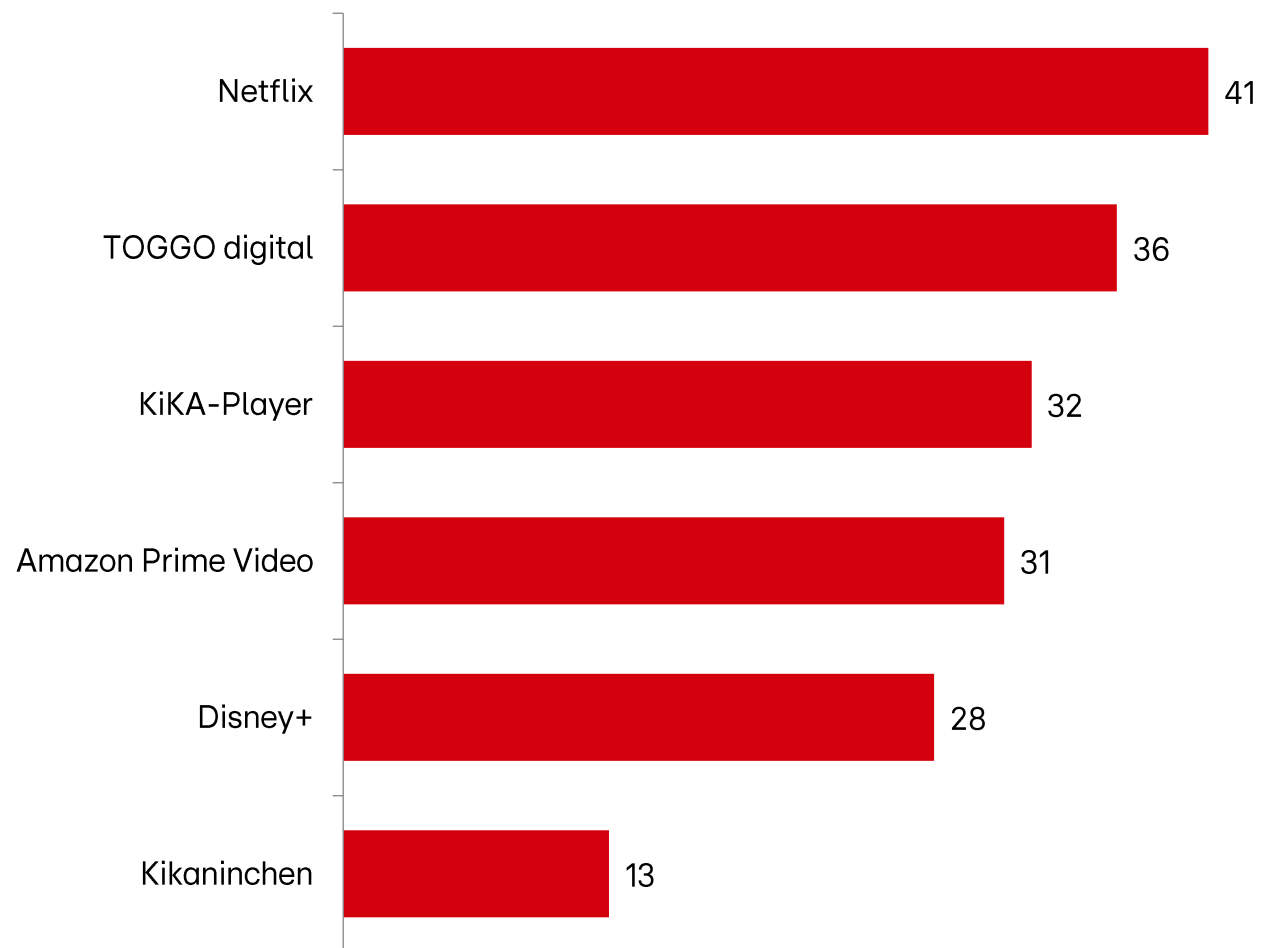
Welche dieser Möglichkeiten nutzt Ihr Kind, um Videos, Filme oder Fernsehsendungen anzuschauen? (gestützt, in %)



36% aller Kinder nutzen TOGGO digital

SVOD-Nutzung von Kindern 3-13 Jahre, 2025

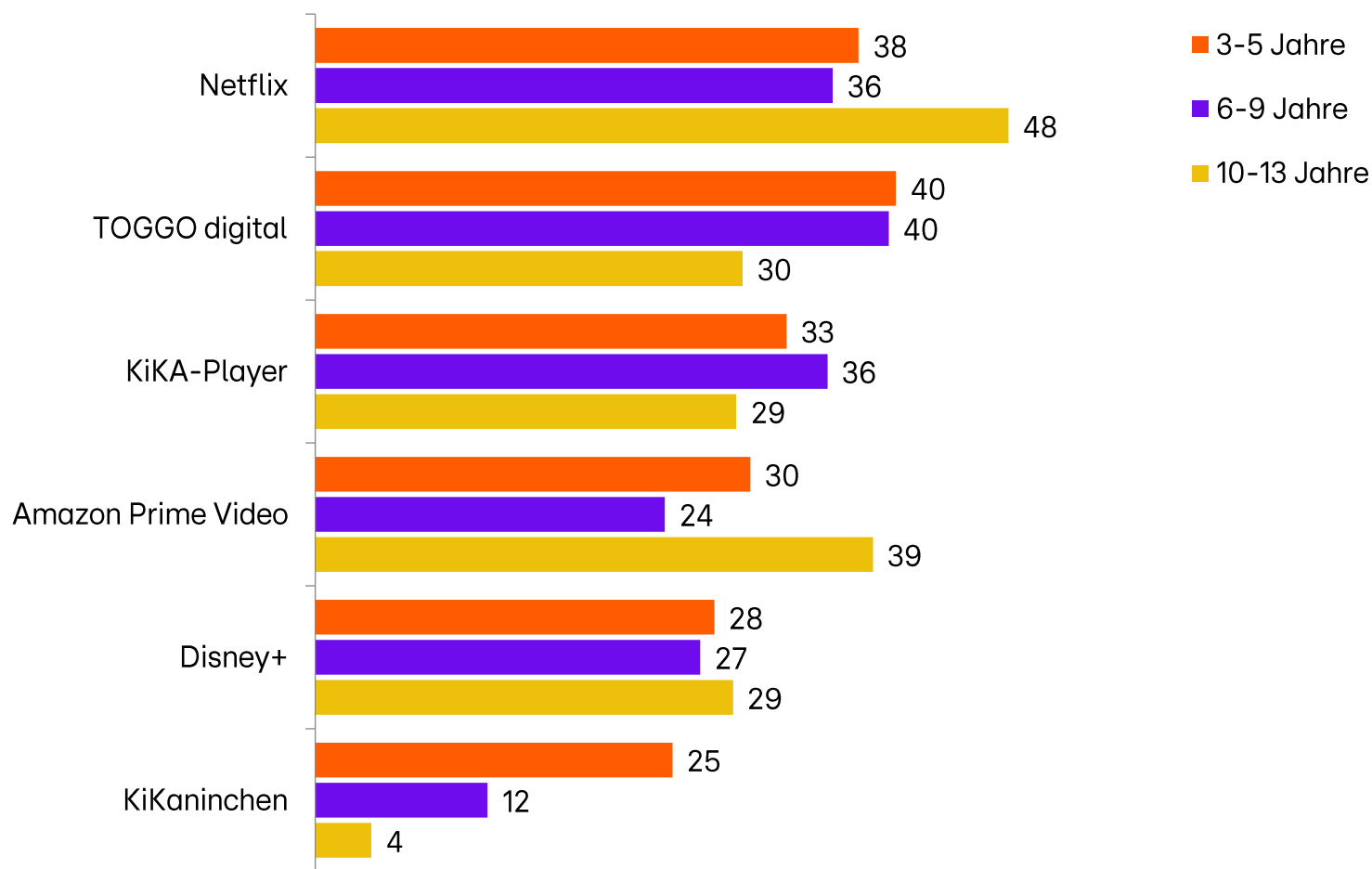
Und welche Anbieter haben Sie abonniert bzgl. welche Video On Demand-Angebote nutzen Sie für Ihr Kind? (gestützt, in %)



TOGGO bei Kindern bis 9 Jahre sehr stark

SVOD-Nutzung von Kindern 3-13 Jahre, 2025

Und welche Anbieter haben Sie abonniert bzgl. welche Video On Demand-Angebote nutzen Sie für Ihr Kind? (gestützt, in %)

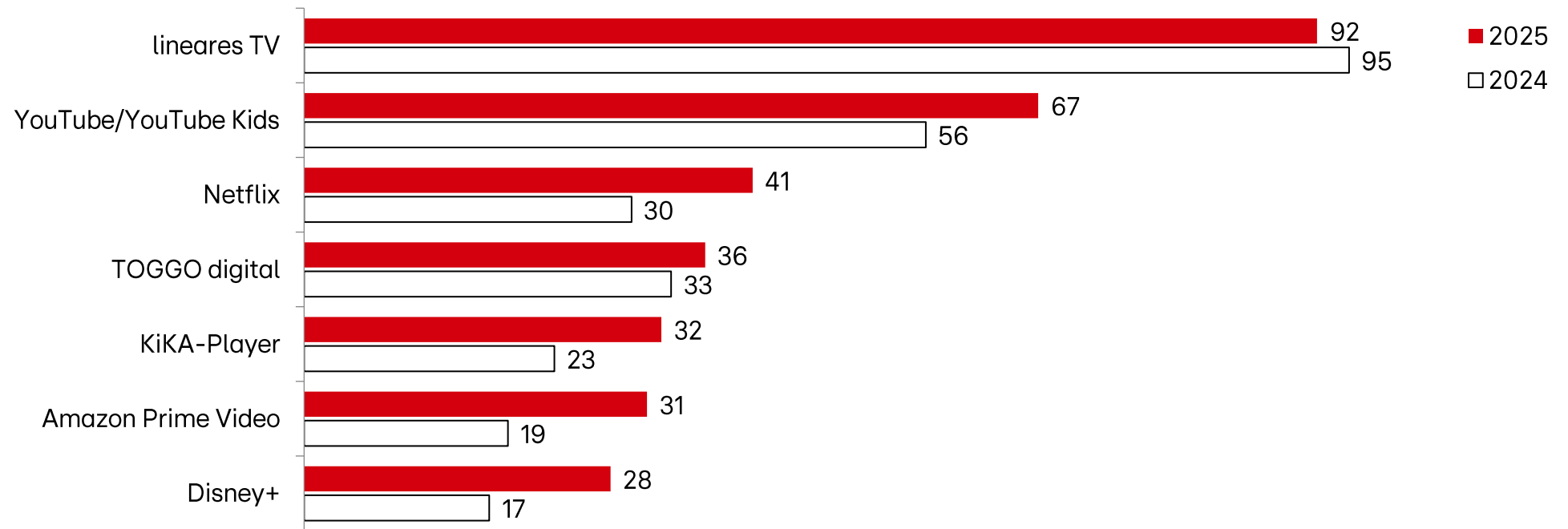


Plattformen für kindliche Bewegtbild-Nutzung: TV führend, Streaming legt zu

Plattform-Nutzung von Kindern 3-13 Jahre

Welche dieser Möglichkeiten nutzt Ihr Kind, um Videos, Filme oder Fernsehsendungen anzuschauen? (gestützt, in %)

Und welche Anbieter haben Sie abonniert bzgl. welche Video On Demand-Angebote nutzen Sie für Ihr Kind? (gestützt, in %)



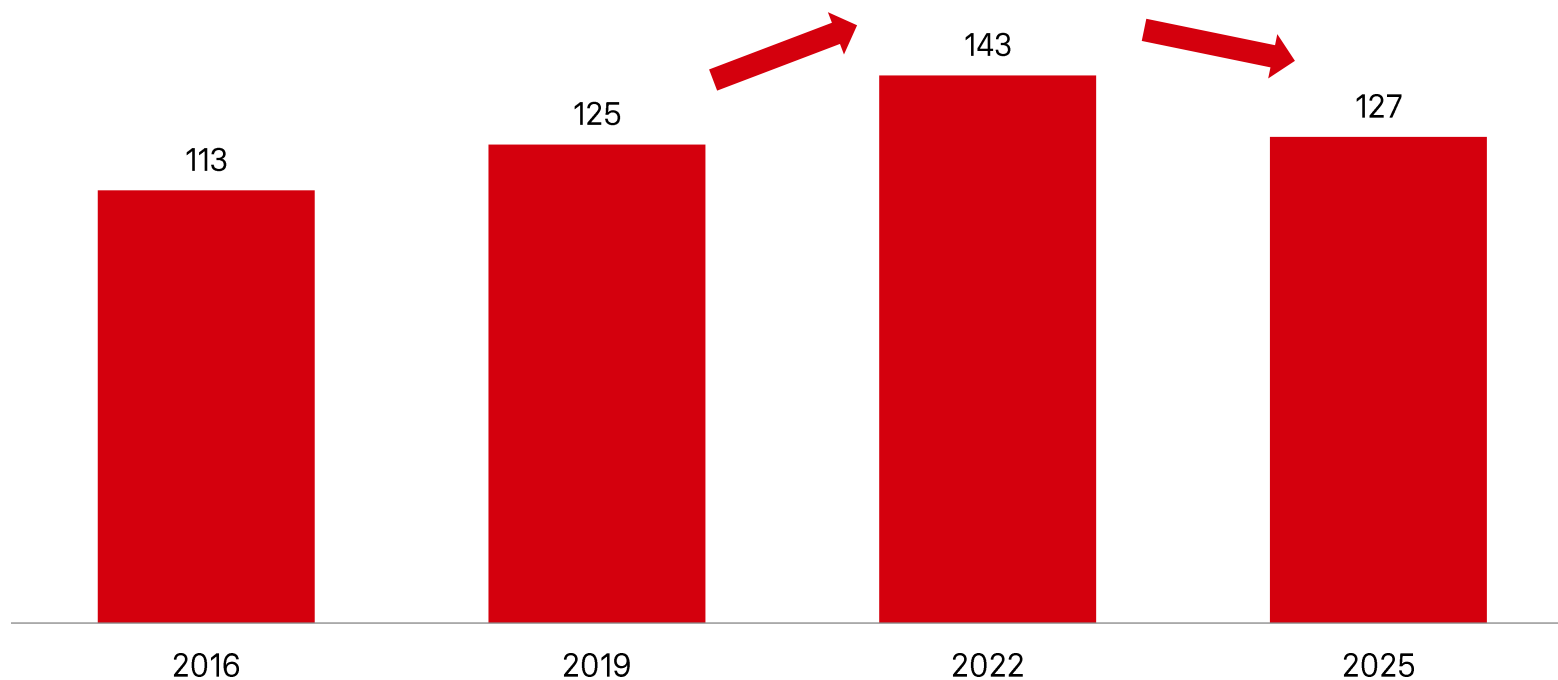
03

Zeitbudgets für Medien

Wieviele Minuten pro Tag entfallen auf TV, PC, Tablet und Smartphone?

Zeitbudget für Medien, Kinder 3-13 Jahre

Zeitbudget für Geräte-Nutzung nach Angaben der Mutter, Tagesdurchschnitt, in Minuten – Hochrechnung auf alle



Frage: „Und wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag im Schnitt mit dem jeweiligen Gerät?“

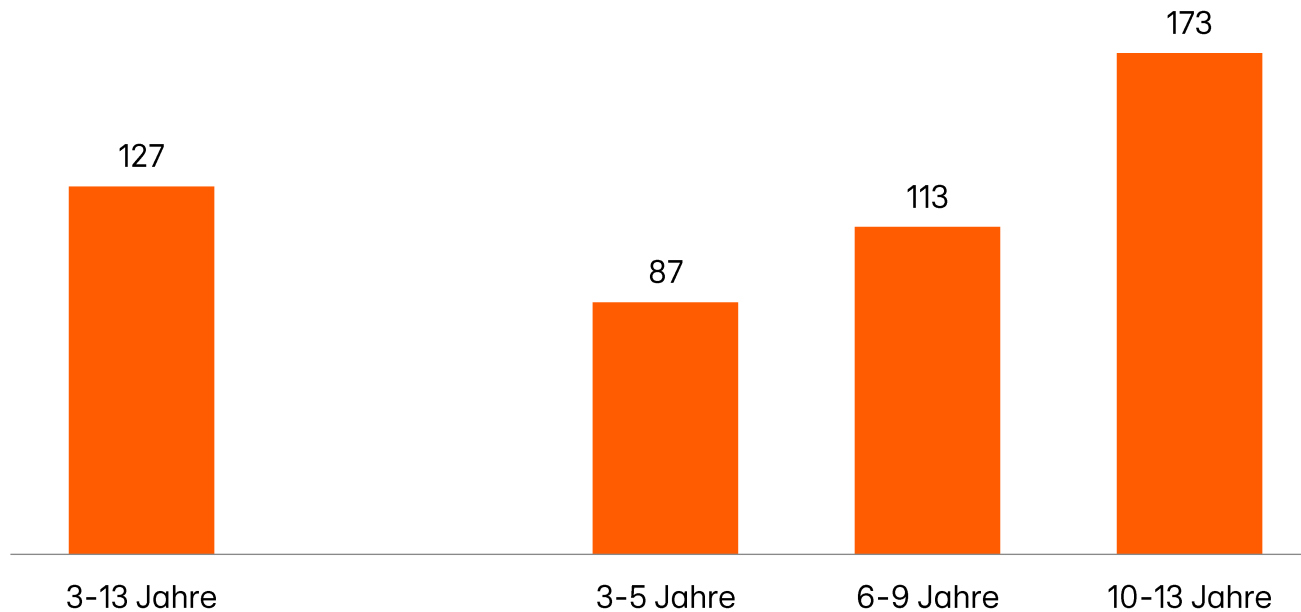
Basis 2025: n=1.193 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.175; PC: n=595; Smartphone: n=717; Tablet: n=507)

Quelle: iconkids & youth / Insights & Analytics Kids RTL Data / Busbefragung März 2025, Face-to-face

Die PreTeens weisen eine deutlich höhere Mediennutzung auf

Zeitbudget für Medien, Kinder 3-13 Jahre, 2025

Zeitbudget für Geräte-Nutzung nach Angaben der Mutter, Tagesdurchschnitt, in Minuten – Hochrechnung auf alle



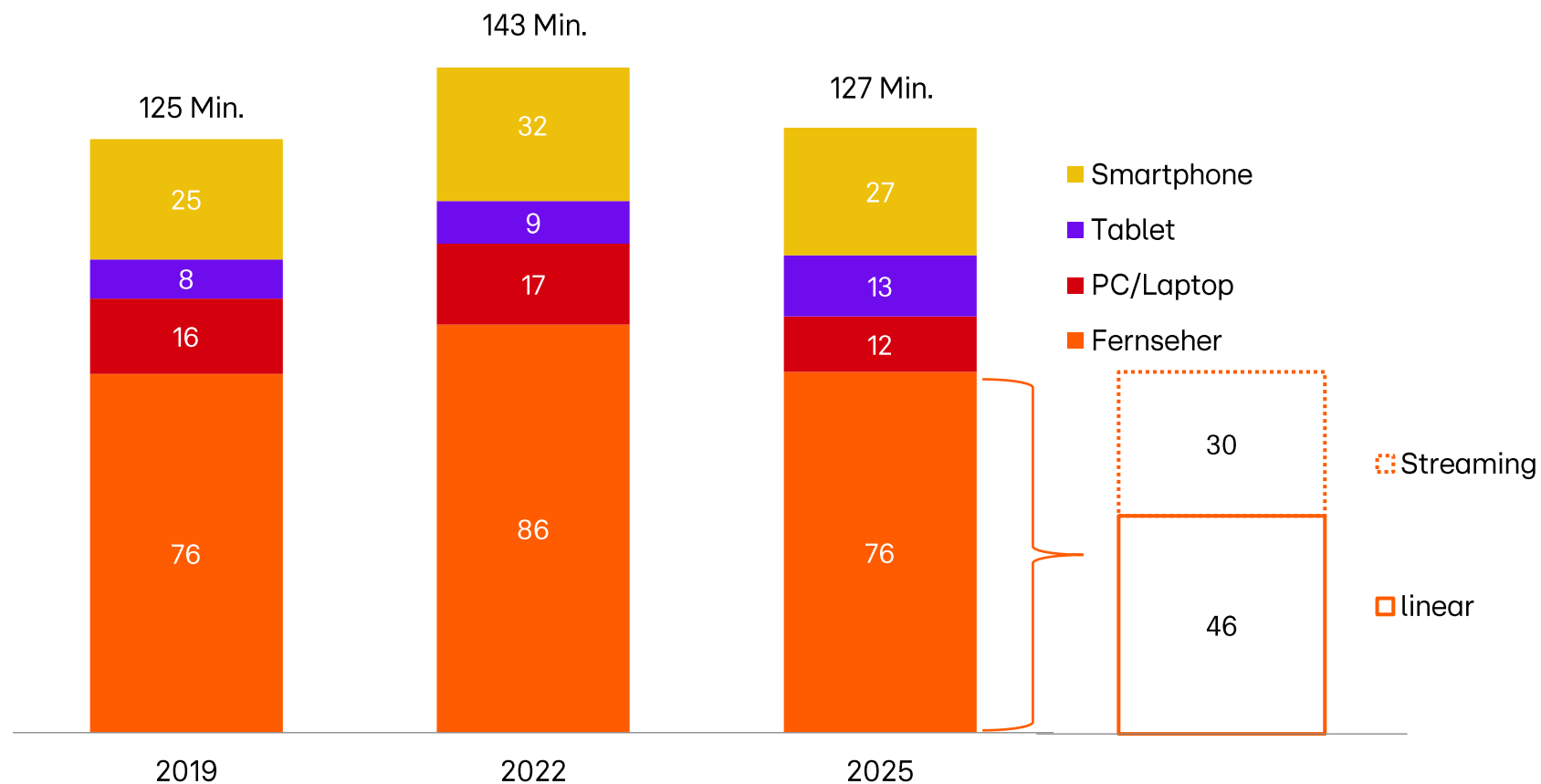
Frage: „Und wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag im Schnitt mit dem jeweiligen Gerät?“
Basis 2025: n=1.193 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.175; PC: n=595; Smartphone: n=717; Tablet: n=507)
Quelle: iconkids & youth / Insights & Analytics Kids RTL Data / Busbefragung März 2025, Face-to-face



Tablet-Nutzung nimmt zu, BigScreen analog zu 2019

Zeitbudget nach Geräten, Kinder 3-13 Jahre

Zeitbudget für Geräte-Nutzung nach Angaben der Mutter, Tagesdurchschnitt, in Minuten – Hochrechnung auf alle



Frage: „Und wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag im Schnitt mit dem jeweiligen Gerät?“

Basis 2025: n=1.193 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.175; PC: n=595; Smartphone: n=717; Tablet: n=507)

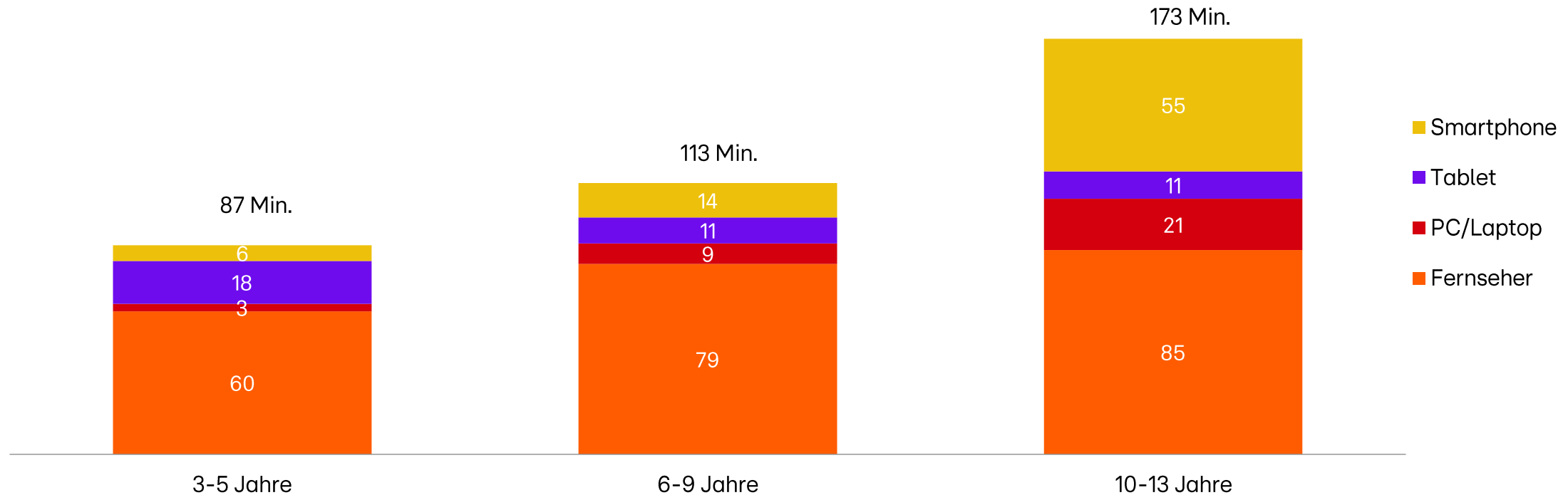
Quelle: iconkids & youth / Insights & Analytics Kids RTL Data / Busbefragung März 2025, Face-to-face

Die PreSchools verbringen relativ viel Zeit am Tablet

Zeitbudget nach Geräten, nach Altersgruppen

Zeitbudget für Geräte-Nutzung nach Angaben der Mutter, Tagesdurchschnitt, in Minuten – Hochrechnung auf alle

2025

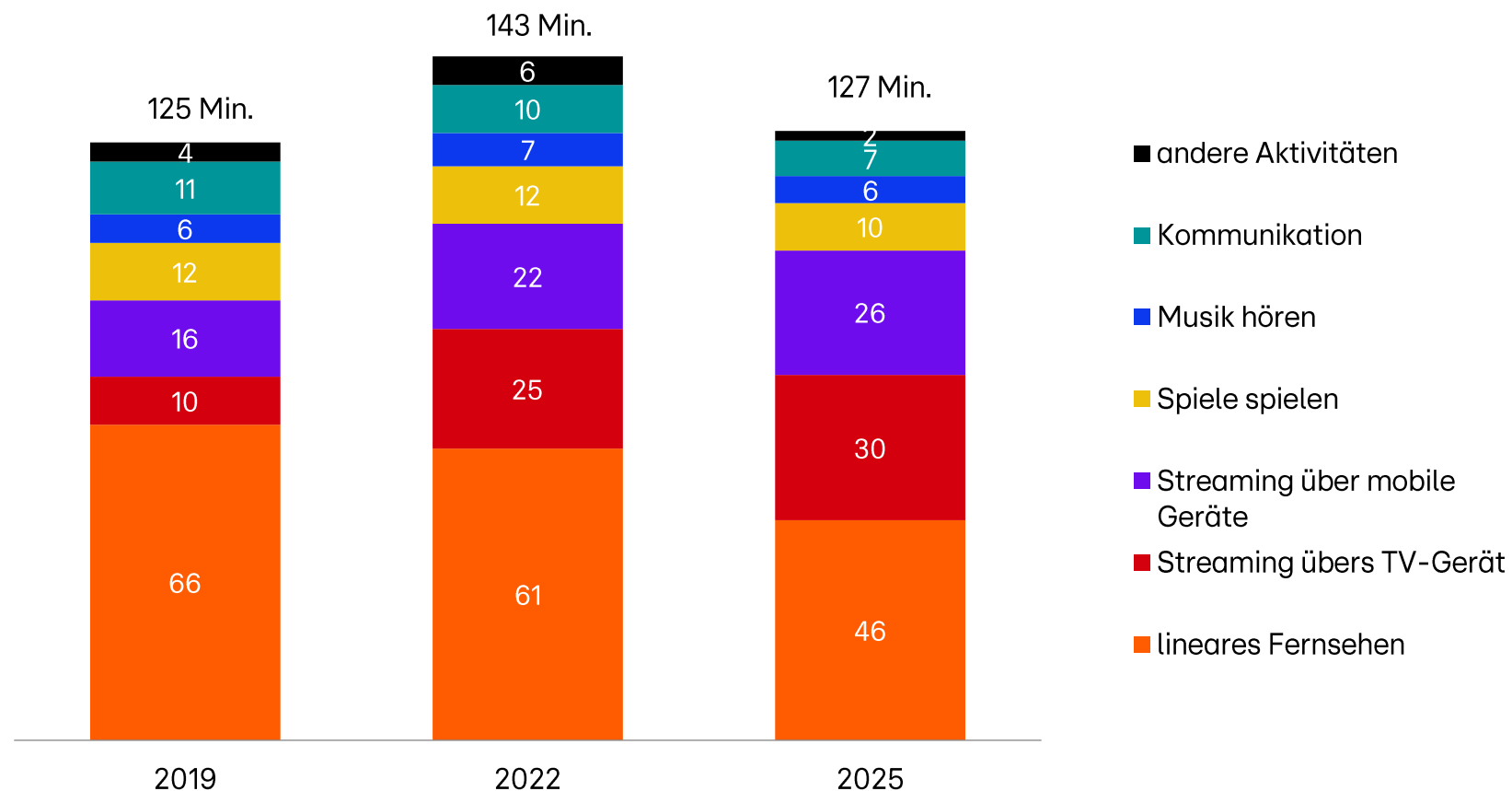


Frage: „Und wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag im Schnitt mit dem jeweiligen Gerät?“
Basis 2025: n=1.193 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.175; PC: n=595; Smartphone: n=717; Tablet: n=507)
Quelle: iconkids & youth / Insights & Analytics Kids RTL Data / Busbefragung März 2025, Face-to-face

Lineares Fernsehen ist die Hauptaktivität

Zeitbudget nach Aktivitäten, Kinder 3-13 Jahre

Zeitbudget für Geräte-Nutzung nach Angaben der Mutter, Tagesdurchschnitt, in Minuten – Hochrechnung auf alle



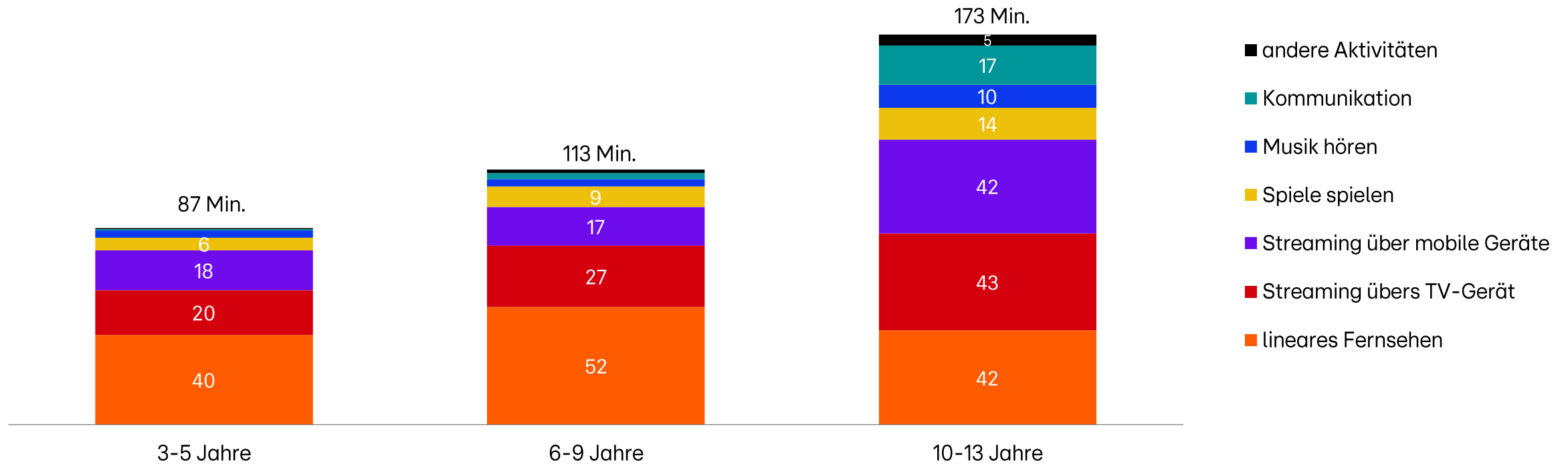
Frage: „Wieviele Minuten entfallen am Tag mit den verschiedenen Geräten auf die verschiedenen Aktivitäten?“
 Basis 2025: n=1.193 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.175; PC: n=595; Smartphone: n=717; Tablet: n=507)
 Quelle: iconkids & youth / Insights & Analytics Kids RTL Data / Busbefragung März 2025, Face-to-face

Bei den Kleinen steht Bewegtbild im Vordergrund – bei den Älteren auch Kommunikation

Zeitbudget nach Aktivitäten, nach Altersgruppen

Zeitbudget für Geräte-Nutzung nach Angaben der Mutter, Tagesdurchschnitt, in Minuten – Hochrechnung auf alle

2025



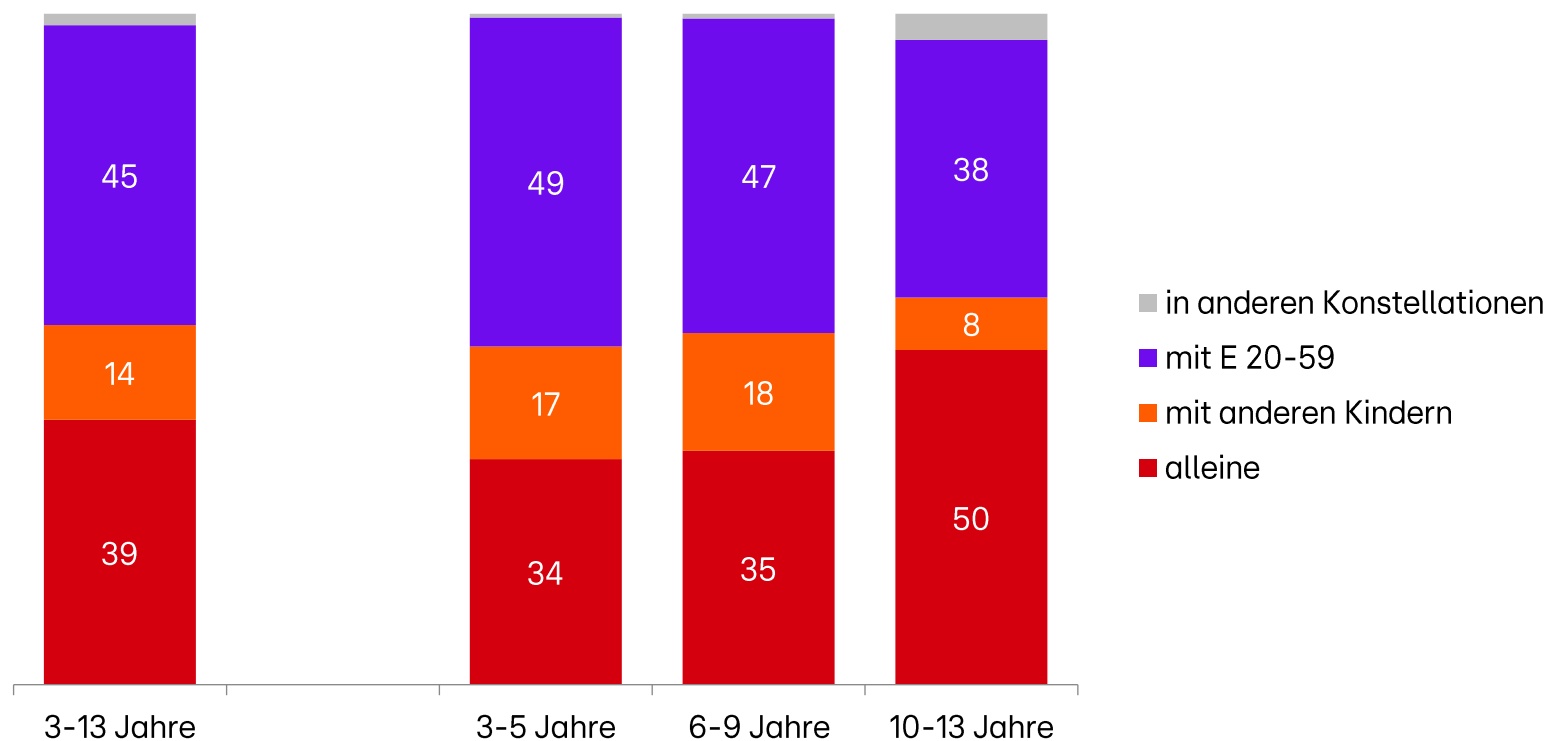
Frage: „Wieviele Minuten entfallen am Tag mit den verschiedenen Geräten auf die verschiedenen Aktivitäten?“
Basis 2025: n=1.193 Mütter von Kindern 3-13 Jahre, deren Kind das jeweilige Gerät nutzt (TV: n=1.175; PC: n=595; Smartphone: n=717; Tablet: n=507)
Quelle: iconkids & youth / Insights & Analytics Kids RTL Data / Busbefragung März 2025, Face-to-face

04

Kids only - Kinder haben eine eigenständige Nutzung

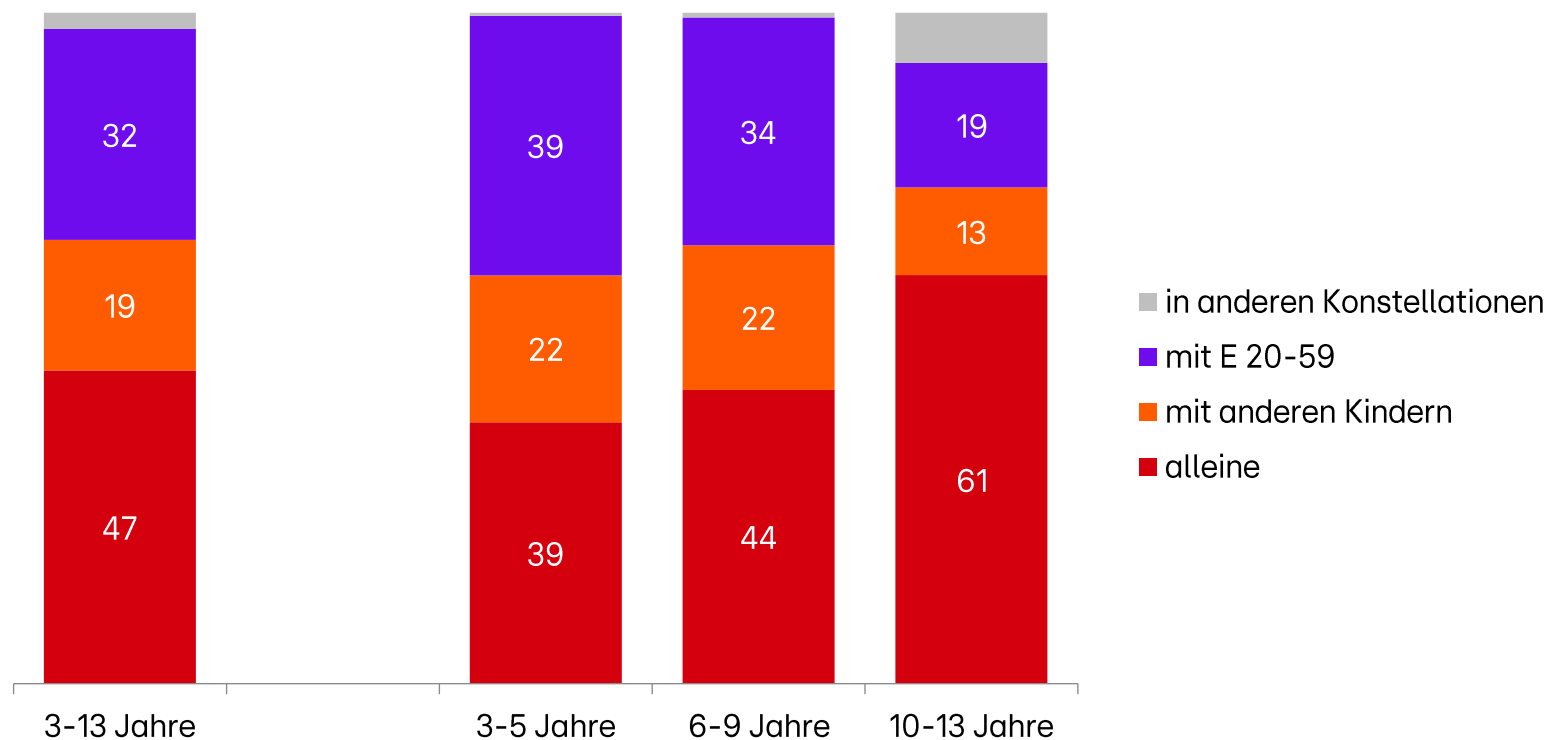
45% der TV-Nutzung am Tag findet zusammen mit Eltern statt – die Preteens schauen mehr alleine

Co-Viewing-Anteile der Sehbeteiligung im TV in %, 6-20:15 Uhr, TV Gesamt, 2024
Konstellations-Analyse, eigene Berechnungen



Die Nutzung der Kindersender findet zu zwei Dritteln alleine oder mit anderen Kindern statt

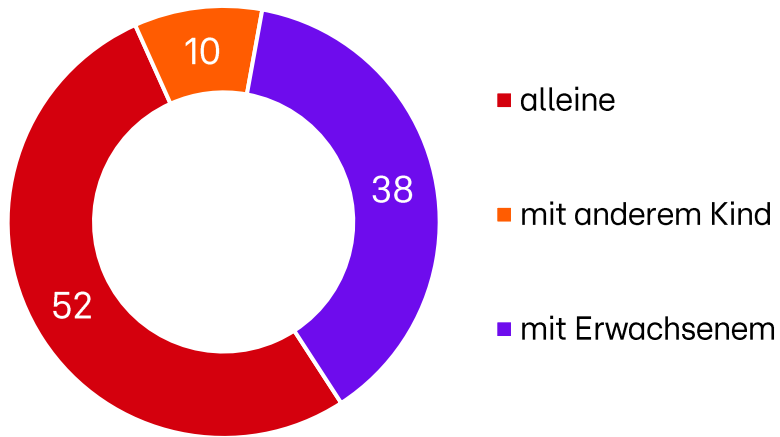
Co-Viewing-Anteile der Sehbeteiligung im TV in %, 6-20:15 Uhr, Σ Kindersender, 2024
Konstellations-Analyse, eigene Berechnungen



Auf TOGGO digital sind die Kids eher eigenständig unterwegs

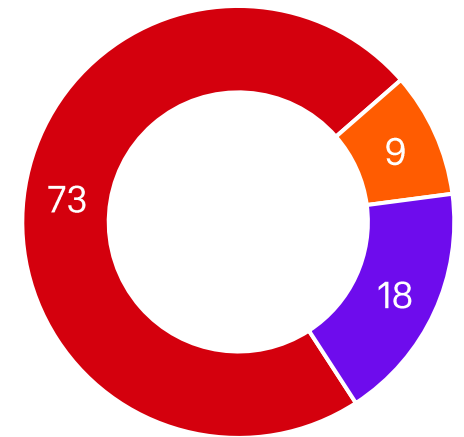
Co-Nutzung im PreSchool-Bereich (Web & Mobile)

Wie wirst du gleich etwas schauen, hören oder spielen? Angaben in %



Co-Nutzung im Schoolkids-Bereich (Web & Mobile)

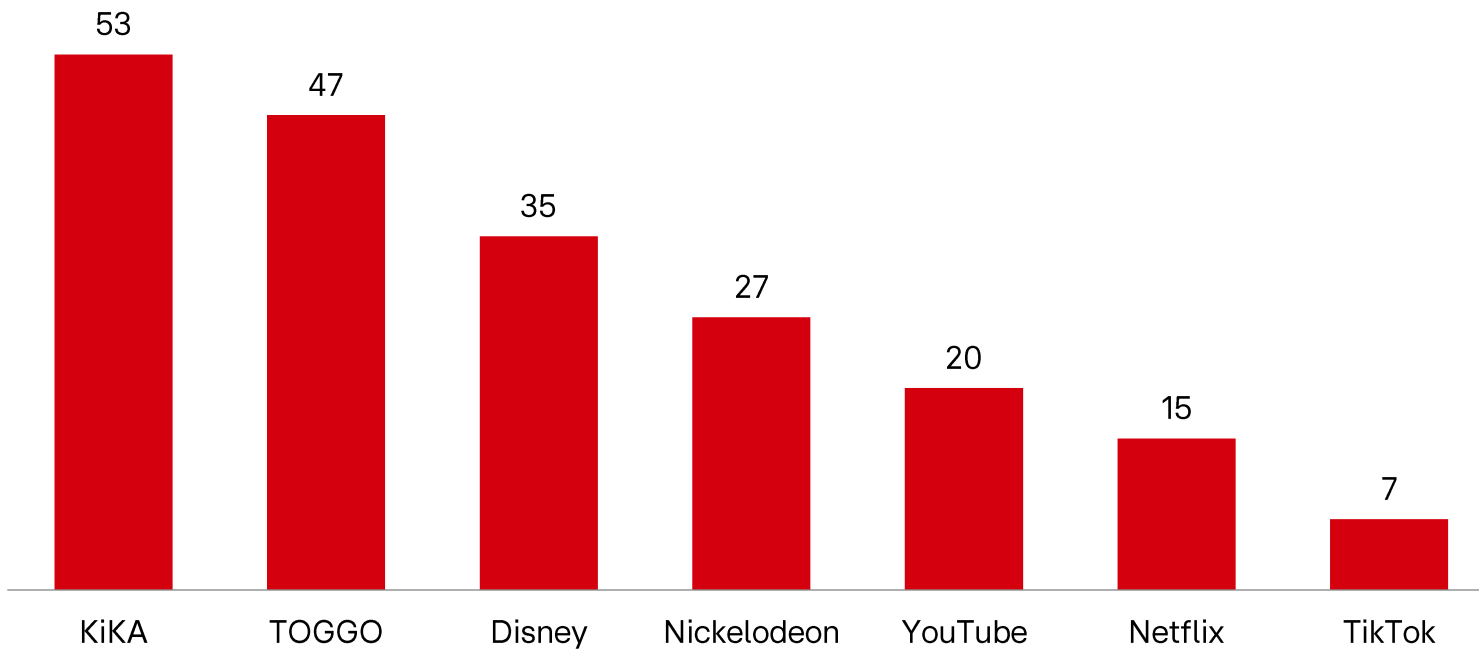
Wie wirst du gleich etwas schauen, hören oder spielen? Angaben in %



Welche Medien nehmen Kinder ernst?

„Hier werden Kinder ernst genommen!“

Einschätzung von Kindern 6-13 Jahre (in %)



Frage: Wozu passt dieser Satz?

Basis: n=1.000 Schulkinder 6-13 Jahre

Quelle: Brand Monitor 2024 / Dezember 2024 / Insights & Analytics Kids, RTL Data



1

Kinder sind eine schnelllebige Zielgruppe.

2

Gerätenutzung wird nur noch wenig reglementiert.

3

Zeitbudgets für Medien auf dem Niveau von 2019.

4

Kinder erkennen den Wert von Kindermedien.

Kontakt



Birgit Guth

Head of Insights & Analytics Kids
RTL Data
@ RTL Deutschland

birgit.guth@rtl.de