

Mediennutzung | 26.03.2020 | Lesezeit 2 Min.

Immer mehr Kinder nutzen Streaming-Angebote

Auch Kinder sind mittlerweile im Internet unterwegs, die meisten haben zudem ein eigenes Smartphone. Dadurch verändert sich auch ihre Mediennutzung: Das klassische Fernsehen verliert an Relevanz, YouTube und Netflix werden immer populärer.

Das Smartphone gehört mittlerweile für viele Kinder zum Alltag. Mehr als jedes zweite Kind im Alter von sechs Jahren nutzt laut einer repräsentativen Umfrage von Bitkom, dem Branchenverband der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche, zumindest ab und zu ein iPhone oder Ähnliches - vor fünf Jahren war es erst jedes fünfte. Spätestens ab einem Alter von zwölf Jahren ist das Smartphone für fast jedes Kind ein ständiger Begleiter: 95 Prozent besitzen dann bereits ein eigenes Gerät.

Das Spektrum der von Kindern genutzten Plattformen, auf denen sie sich Bewegtbildinhalte wie TV-Sendungen oder Videos anschauen, erweitert sich dementsprechend. Zwar setzten sich im Jahr 2019 noch etwa 70 Prozent der 6- bis 13-Jährigen täglich vor den Fernseher, das waren aber bereits rund 10 Prozentpunkte weniger als im Jahr zuvor.

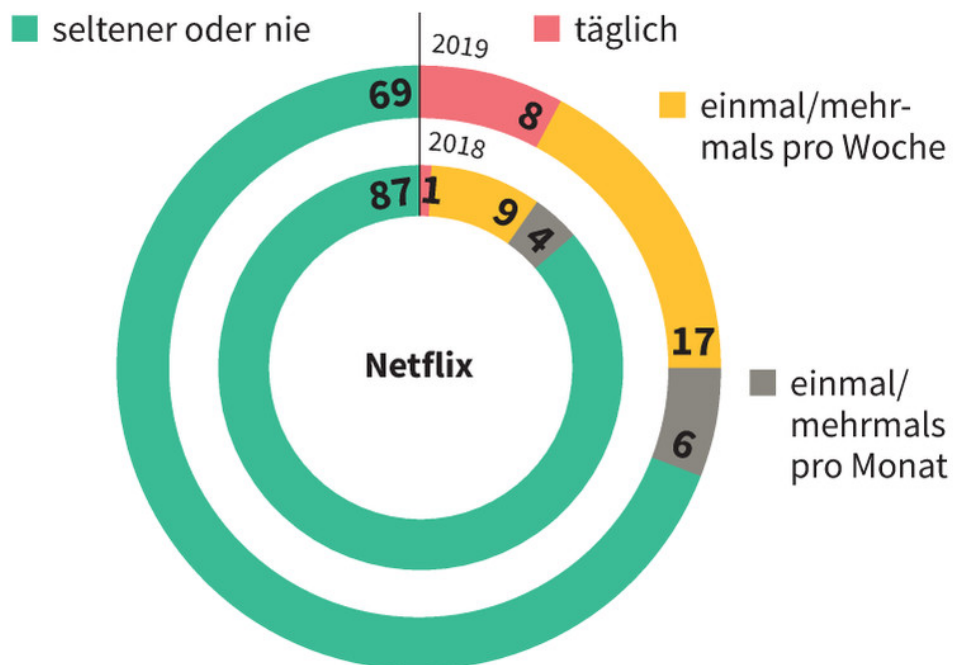
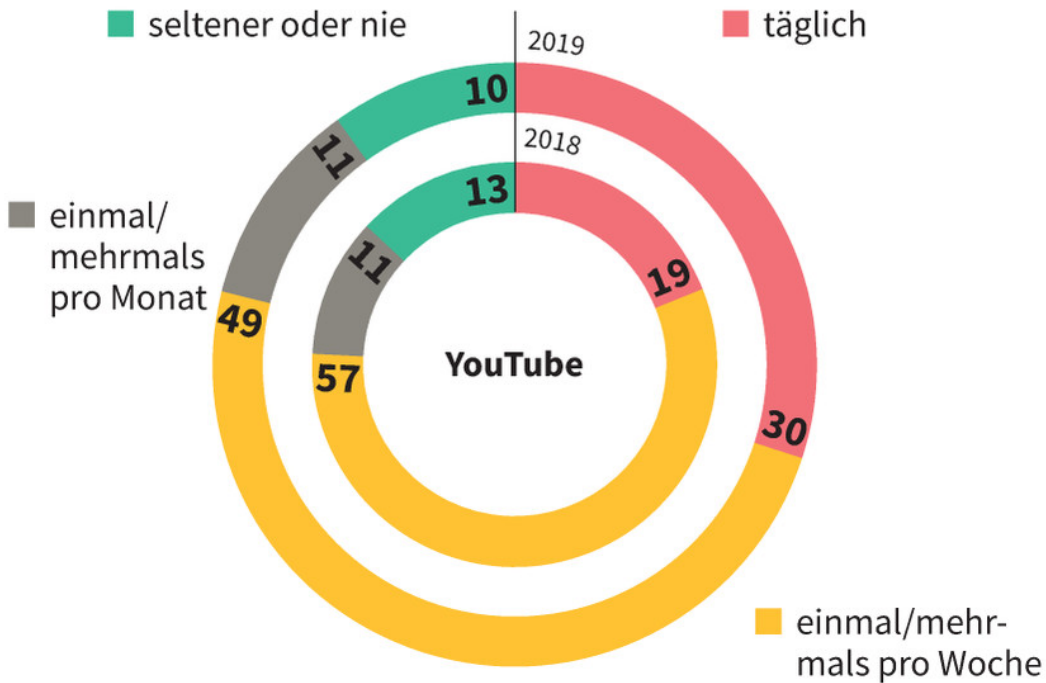
YouTube hat sich mittlerweile fest im Alltag der 6- bis 13-Jährigen etabliert.

Gleichzeitig sieht sich diese Altersgruppe immer mehr Inhalte über soziale Medien, Streaming-Anbieter wie Netflix oder die Videoplattform YouTube an: Acht von zehn Kindern in diesem Alter schauen mindestens einmal im Monat etwas im Internet. Insbesondere YouTube hat sich mittlerweile fest in ihrem Alltag etabliert (Grafik):

Rund ein Drittel der Kinder, die auf Online-Plattformen unterwegs sind, ruft auf YouTube täglich Videos ab, knapp 80 Prozent mindestens einmal pro Woche.

Immer mehr Kinder streamen

So viel Prozent der 6- bis 13-Jährigen in Deutschland, die online unterwegs sind, schauen sich Inhalte auf YouTube und Netflix so oft an



Quelle: iconkids & youth international research
© 2020 IW Medien / iwd

iwd

Der Anteil der Kinder, die wöchentlich Netflix nutzen, hat sich binnen eines Jahres

mehr als verdoppelt.

Die zunehmende Verschiebung weg vom klassischen Fernsehen hin zu Online-Angeboten zeigt sich auch daran, dass bei den TV-Genres tendenziell Filme, Serien und Sport am meisten Zuschauer verlieren. Solche Inhalte sind Kernangebote von Streaming-Diensten und teilweise auch auf YouTube abrufbar.

Aber auch als Informationsquelle wird YouTube vermehrt genutzt: Rund ein Drittel der 6- bis 13-Jährigen schaut sich dort Nachrichtenvideos an, bei den 12- und 13-Jährigen ist es sogar mehr als die Hälfte – Tendenz steigend.

Kernaussagen in Kürze:

- Das Smartphone gehört mittlerweile für viele Kinder zum Alltag. Mehr als jedes zweite Kind im Alter von sechs Jahren nutzt zumindest ab und zu ein iPhone oder Ähnliches.
- Die 6- bis 13-Jährigen greifen über das Smartphone vermehrt auf Streaming-Dienste und Videoplattformen zu.
- Videos dienen aber nicht nur der Unterhaltung. Rund ein Drittel der Kinder schaut sich auf Plattformen wie YouTube Nachrichtenvideos an.