



Themenblatt

## Nutzung von Bildschirmmedien

Die Ursache von Adipositas im Kindes- und Jugendalter erscheint zunächst klar: die Energieaufnahme der Heranwachsenden übersteigt dauerhaft deren Energieverbrauch. Ein genauer Blick auf die Ursachen zeigt aber, dass Adipositas im Kindes- und Jugendalter von einer Vielzahl von Faktoren abhängig ist. Die unterschiedlichen genetischen Voraussetzungen interagieren mit einer sich wandelnden Umwelt, die häufig einen sitzenden Lebensstil begünstigt und von einem Überangebot an energiereichen Lebensmitteln geprägt ist. Die Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen wie die Familie, die Kita, die Schule sowie die unmittelbare Wohnumgebung werden ihrerseits durch soziale, ökonomische und politische Rahmenbedingungen beeinflusst. Adipositas im Kindes- und Jugendalter kann daher einerseits beim Individuum auf das Wechselspiel unterschiedlicher Einflussfaktoren zurückgeführt werden. Andererseits sind Kinder und Jugendliche in bestimmten Bevölkerungsgruppen und Entwicklungsphasen besonders anfällig für die Entwicklung von Adipositas.

Die auf diesem Themenblatt dargestellten Indikatoren sind Bestandteil des AdiMon-Indikatorensystems. Ziel von AdiMon ist es, regelmäßig aktualisierte und bevölkerungsweit aussagekräftige Daten über die Einflussfaktoren der Adipositas, umgesetzte Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung sowie über die Verbreitung von Adipositas im Kindes- und Jugendalter systematisch zusammenzustellen und öffentlich verfügbar zu machen.

### Kernaussagen

- Fast die Hälfte der 2- bis 5-Jährigen sieht laut miniKIM-Studie (2014) jeden oder fast jeden Tag fern.
- Laut KIM-Studie (2018) verbringen 6- bis 13-Jährige pro Tag durchschnittlich 82 Minuten vor dem Fernseher, 45 Minuten im Internet und 50 Minuten mit digitalen Spielen.
- 12- bis 19-Jährige verbringen laut JIM-Studie (2018) pro Tag durchschnittlich 117 Minuten vor dem Fernseher, 214 Minuten im Internet und 103 Minuten mit digitalen Spielen.

### Hintergrund

Bildschirmmedien wie Fernseher, Computer, Smartphones, Spielkonsolen und Tablets können für Unterhaltung sorgen, Interessen wecken und Wissen vermitteln, aber auch so viel Zeit beanspruchen, dass für andere Aktivitäten keine Zeit mehr bleibt. Um eine gesunde Entwicklung von Heranwachsenden zu fördern, empfiehlt die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA), dass Kinder unter drei Jahren am besten gar keine Zeit, Kinder zwischen drei und sechs Jahren nicht länger als 30 Minuten und Heranwachsende ab sechs Jahren höchstens 60 Minuten am Tag mit der Nutzung von Bildschirmmedien verbringen sollten [1]. Auch im Sinne der Adipositasprävention sollten regelmäßige und lange Bildschirmzeiten vermieden werden, da diese häufig mit einem geringen Energieverbrauch der Heranwachsenden und einem erhöhten Verzehr energiedichter Lebensmittel einhergehen [2, 3]. Darüber hinaus kann Werbung für Lebensmittel, die im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung nur selten verzehrt werden sollten, das Ernährungsverhalten der Heranwachsenden ungünstig beeinflussen [4]. Wie viel Zeit Kinder und Jugendliche mit der Nutzung von Bildschirmmedien verbringen, hängt unter anderem davon ab, ob entsprechende Geräte im Haushalt der Heranwachsenden verfügbar sind und ob sie eigene Bildschirmmedien besitzen [5, 6] (siehe Themenblatt: Verfügbarkeit von Bildschirmmedien). Des Weiteren können sich z. B. das Mediennutzungsverhalten der Eltern und die gemeinsame Freizeitgestaltung der Eltern mit ihren Kindern auf den zeitlichen Umfang der Bildschirmmediennutzung von Heranwachsenden auswirken [7] (siehe Themenblatt: Gemeinsame Familienaktivitäten). Die im Folgenden berichteten Indikatoren liefern Informati-

onen über die Häufigkeit und den zeitlichen Umfang der Bildschirmmediennutzung von Kindern und Jugendlichen in der Freizeit.

### Indikatoren und Datenquellen

Indikator für die Häufigkeit der Nutzung von Bildschirmmedien ist der Anteil der Kinder und Jugendlichen, die jeden oder fast jeden Tag in der Freizeit a) fernsehen, b) das Internet nutzen und c) digitale Spiele spielen (**Indikator C.1.14**). Indikator für den zeitlichen Umfang der Bildschirmmediennutzung ist die Anzahl der Minuten, die Kinder und Jugendliche durchschnittlich pro Tag in der Freizeit a) fernsehen, b) das Internet nutzen und c) digitale Spiele spielen (**Indikator C.1.15**). Die Berechnung des Indikators basiert auf den Angaben aller Kinder und Jugendlichen, also auch jener, die die entsprechenden Medienangebote nicht nutzen. Bei der Interpretation der Indikatoren ist zu beachten, dass die Nutzung von Fernseh- und Internetangeboten sowie das Spielen von digitalen Spielen über verschiedene Geräte (Fernsehen, Computer, Smartphone etc.) erfolgen kann und die Kategorien der Indikatoren somit nicht trennscharf sind.

Datenquellen sind die Studien „Kleinkinder und Medien“ (miniKIM), „Kindheit, Internet, Medien“ (KIM) und „Jugend, Information, Medien“ (JIM) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest [8]. In den genannten Studien werden regelmäßig bevölkerungsweit aussagekräftige Daten über die Häufigkeit und den zeitlichen Umfang der Bildschirmmediennutzung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland erhoben. In der miniKIM-Studie wurden zuletzt im Jahr 2014 mehr als 600 Sorgeberechtigte von 2- bis 5-jährigen Kindern befragt [9]. Die

KIM-Studie erhebt alle zwei Jahre neue Daten, wobei jeweils etwa 1.200 Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren zusammen mit ihren Sorgeberechtigten befragt werden [10]. In der jährlich durchgeführten JIM-Studie werden pro Erhebung etwa 1.200 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen zwölf und 19 Jahren befragt [11].

## Ergebnisse

Laut den Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest nutzen die meisten Kinder und Jugendlichen in der Freizeit regelmäßig Bildschirmmedien ([Indikator C.1.14](#)). Im Kita-Alter (2 bis 5 Jahre) sieht den Ergebnissen der miniKIM-Studie (2014) zufolge fast die Hälfte (44 %) der Kinder jeden oder fast jeden Tag fern. Nur wenige Kinder dieser Altersgruppe nutzen (fast) täglich das Internet (1 %) oder digitale Spiele (3 %). In der Altersgruppe der 6- bis 13-Jährigen sehen laut KIM-Studie (2018) fast drei Viertel (74 %) der Heranwachsenden jeden oder fast jeden Tag fern. Das Internet wird von 27 % der 6- bis 13-Jährigen (fast) täglich genutzt, digitale Spiele von 22 %. In der Altersgruppe der 12- bis 19-Jährigen sehen laut JIM-Studie (2018) etwa 42 % der Heranwachsenden täglich fern. Das Internet nutzen 91 % der Jugendlichen täglich, digitale Spiele 30 %. Darüber hinaus zeigen die Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest, dass digitale Spiele vor allem von Jungen gespielt werden, während Fernseh- und Internetangebote von Mädchen und Jungen etwa gleich häufig genutzt werden [8] (ohne Darstellung). Im Vergleich mit vorherigen Erhebungen der Studien zeigt sich, dass der Anteil der Heranwachsenden, die (fast) täglich das Internet nutzen, in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen ist, die entsprechenden Anteile beim Fernsehen hingegen gesunken und bei digitalen Spielen relativ konstant geblieben sind [8] (ohne Darstellung).

Ein Blick auf den zeitlichen Umfang der Bildschirmmediennutzung zeigt, dass Kinder im Kita-Alter den Ergebnissen der miniKIM-Studie (2014) zufolge pro Tag durchschnittlich 43 Minuten fernsehen ([Indikator C.1.15](#)). Das Internet und digitale Spiele nehmen in dieser Altersgruppe im Durchschnitt nur wenig Zeit in Anspruch (2 bzw. 7 Minuten pro Tag), da nur wenige Kinder diese Medien regelmäßig nutzen. In der Altersgruppe der 6- bis 13-Jährigen werden laut KIM-Studie (2018) pro Tag durchschnittlich 82 Minuten vor dem Fernseher, 45 Minuten im Internet und 50 Minuten mit digitalen Spielen verbracht. 12- bis 19-Jährige verbringen laut JIM-Studie (2018) an einem Wochentag im Durchschnitt fast zwei Stunden (117 Minuten) vor dem Fernseher, mehr als 3,5 Stunden (214 Minuten) im Internet und über 1,5 Stunden (103 Minuten) mit digitalen Spielen. Jungen verbringen in dieser Altersgruppe durchschnittlich fast dreimal so viel Zeit mit digitalen Spielen wie Mädchen (146 Minuten vs. 57 Minuten) und etwas mehr Zeit im Internet (223 Minuten vs. 205 Minuten). Dass Jungen mehr Zeit mit Computer-, Konsolen- und Online-

spielen verbringen als Mädchen, zeigt sich bereits bei den 6- bis 13-Jährigen (36 Minuten vs. 25 Minuten). Der Vergleich mit vorherigen Erhebungen der genannten Studien zeigt, dass die durchschnittliche Dauer, die Heranwachsende im Internet verbringen, in den vergangenen Jahren stark gestiegen ist [8] (ohne Darstellung). Die durchschnittlichen Fernsehzeiten sind hingegen relativ konstant geblieben bzw. leicht gesunken (bei 6- bis 13-Jährigen). Ein Anstieg der Nutzungsdauer digitaler Spiele ist nur bei den 12- bis 19-Jährigen zu beobachten.

## Einordnung der Ergebnisse

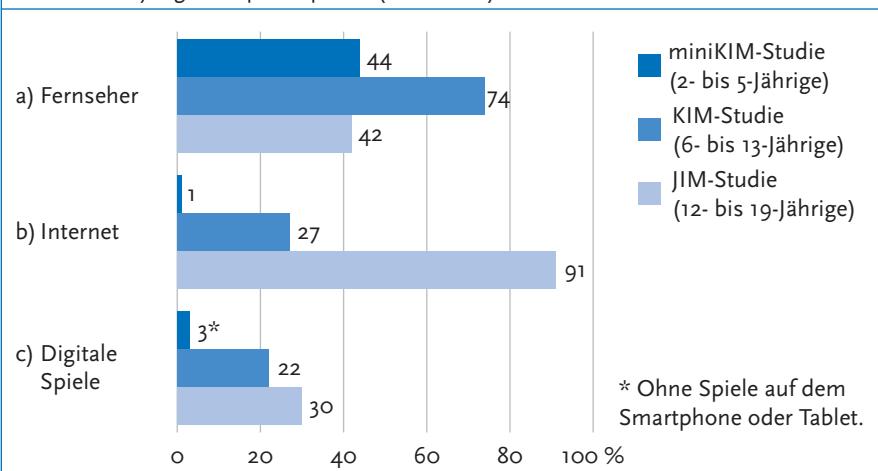
Die Ergebnisse der Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest zeigen, dass die Nutzung von Bildschirmmedien für die meisten Kinder und Jugendlichen zum Alltag gehört. Mit fortschreitendem Alter steigen sowohl die regelmäßige Nutzung als auch der zeitliche Umfang der Bildschirmmediennutzung. Im Sinne der Adipositasprävention ist diese Entwicklung kritisch zu bewerten. Allerdings muss auch erwähnt werden, dass die Nutzung von Bildschirmmedien bei bestimmten alltäglichen Aufgaben (z. B. beim Lernen) eine sinnvolle Unterstützung sein kann.

Bei der Interpretation der Ergebnisse muss berücksichtigt werden, dass es sich um Selbstangaben bzw. Angaben der Sorgeberechtigten handelt. Es kann also nicht ausgeschlossen werden, dass die Ergebnisse durch Erinnerungsfehler oder soziale Erwünschtheit (d. h. einem Antwortverhalten, bei dem die Befragten eher die Antwort geben, von der sie glauben, dass sie auf Zustimmung trifft [12]) verzerrt sind. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die berichteten Indikatoren keine Aussagen über die Gesamtzeit der Bildschirmmediennutzung ermöglichen, da z. B. Fernsehangebote auch im Internet betrachtet werden können.

Vor dem Hintergrund, dass regelmäßige und lange Bildschirmzeiten die Entwicklung von Adipositas begünstigen können, sollten Eltern, Kinder und Jugendliche für die negativen Folgen eines hohen Bildschirmmedienkonsums sensibilisiert und zu einer reflektierten Mediennutzung motiviert werden [13, 14]. Einen Beitrag zur Reduzierung von Bildschirmzeiten kann z. B. die gemeinsame Vereinbarung fester Bildschirmzeiten zwischen Eltern und Kindern leisten [7]. Da Jungen deutlich mehr Zeit als Mädchen mit digitalen Spielen verbringen, bieten sich darüber hinaus zielgruppenspezifische Interventionen an, die eine maßvolle Nutzung von digitalen Spielen anstreben oder die körperliche Aktivität der Heranwachsenden durch Bewegungsspiele („Exergames“) fördern [15]. Des Weiteren empfehlen Expertinnen und Experten umfassende Einschränkungen für die Vermarktung von zucker- und/oder fettreichen Lebensmitteln an Heranwachsende, um den negativen Folgen eines hohen Bildschirmmedienkonsums entgegenzuwirken [16] (siehe Themenblatt: Policy-Maßnahmen).

**Indikator C.1.14: Nutzung von Bildschirmmedien (Häufigkeit)**

Anteil der Kinder und Jugendlichen, die jeden oder fast jeden Tag (miniKIM- und KIM-Studie) bzw. täglich (JIM-Studie) in der Freizeit a) fernsehen, b) das Internet nutzen und c) digitale Spiele spielen (in Prozent).



**Datenquelle** miniKIM-Studie, KIM-Studie, JIM-Studie

**Datenhalter** Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

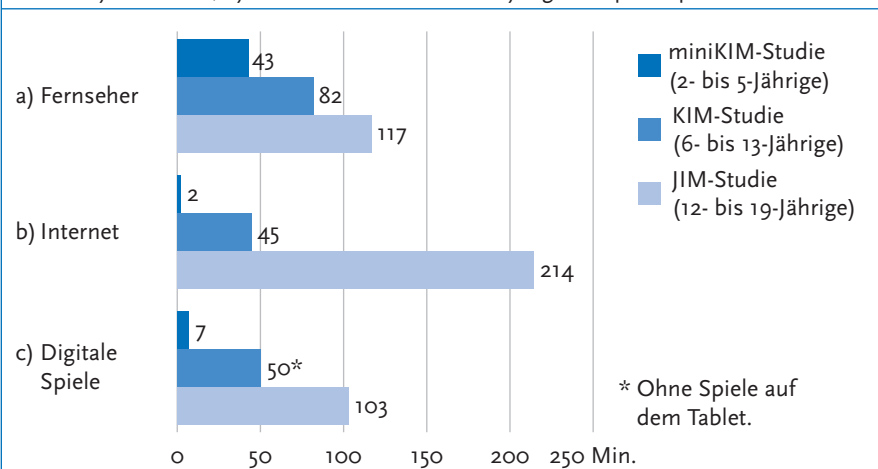
**Aktualität** miniKIM: 2014; KIM: 2018; JIM: 2018

**Periodizität** Mehrjährig

**Regionalität** Deutschland

**Indikator C.1.15: Nutzung von Bildschirmmedien (Umfang)**

Anzahl der Minuten, die Kinder und Jugendliche durchschnittlich pro Tag in der Freizeit a) fernsehen, b) das Internet nutzen und c) digitale Spiele spielen.



**Datenquelle** miniKIM-Studie, KIM-Studie, JIM-Studie

**Datenhalter** Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

**Aktualität** miniKIM: 2014; KIM: 2018; JIM: 2018

**Periodizität** Mehrjährig

**Regionalität** Deutschland

## Literatur

1. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) (2019) Empfehlungen zur Höchstdauer der Mediennutzung. [www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/alltagstipps/mediennutzung/hoechstdauer](http://www.kindergesundheit-info.de/themen/medien/alltagstipps/mediennutzung/hoechstdauer) (Stand: 26.08.2020)
2. Canabrava KLR, Amorim PRdS, Miranda VPN et al. (2019) Sedentary behavior and cardiovascular risk in children: a systematic review. *Revista Brasileira de Medicina do Esporte* 25(5):433-441
3. Saunders TJ, Chaput J-P, Tremblay MS (2014) Sedentary behaviour as an emerging risk factor for cardiometabolic diseases in children and youth. *Canadian Journal of Diabetes* 38(1):53-61
4. Boyland EJ, Nolan S, Kelly B et al. (2016) Advertising as a cue to consume: a systematic review and meta-analysis of the effects of acute exposure to unhealthy food and nonalcoholic beverage advertising on intake in children and adults. *The American Journal of Clinical Nutrition* 103(2):519–533
5. Paudel S, Jancey J, Subedi N et al. (2017) Correlates of mobile screen media use among children aged 0–8: a systematic review. *BMJ Open* 7(10)
6. Bounova A, Michalopoulou M, Agelousis N et al. (2016) Home and neighborhood environment predictors of adolescents' screen viewing. *Journal of Physical Activity and Health* 13(12):1310-1316
7. Projektbüro SCHAU HIN! Was Dein Kind mit Medien macht (2020) Wieviel ist gut für dich? Feste Bildschirmzeiten gemeinsam vereinbaren. [www.schau-hin.info/grundlagen/medienzeiten-feste-bildschirmzeiten-fuer-kinder-vereinbaren](http://www.schau-hin.info/grundlagen/medienzeiten-feste-bildschirmzeiten-fuer-kinder-vereinbaren) (Stand: 07.09.2020)
8. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2020) Basisuntersuchungen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. [www.mpfs.de/studien](http://www.mpfs.de/studien) (Stand: 09.09.2020)
9. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2015) miniKIM 2014. Kleinkinder und Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 2- bis 5-Jähriger in Deutschland. mpfs, Stuttgart
10. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2018) KIM-Studie 2018. Kindheit, Internet, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger. mpfs, Stuttgart
11. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2018) JIM-Studie 2018. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. mpfs, Stuttgart
12. Diekmann A (2009) Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Rowohlt Verlag, Hamburg
13. Blüher S, Kromeyer-Hauschild K, Graf C et al. (2016) Aktuelle Empfehlungen zur Prävention der Adipositas im Kindes- und Jugendalter. *Klinische Pädiatrie* 228(01):1-10
14. World Health Organization (WHO) (2016) Report of the commission on ending childhood obesity. WHO, Geneva
15. Ramírez-Granizo IA, Ubago-Jiménez JL, González-Valero G et al. (2020) The effect of physical activity and the use of active video games: exergames in children and adolescents: a systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17(12):4243
16. Effertz T, Adams M (2015) Effektive Prävention von Adipositas durch Kindermarketingverbote und Steuerstrukturänderungen. *Prävention und Gesundheitsförderung* 10:55-61

## Weitere Informationen

[www.mpfs.de/studien](http://www.mpfs.de/studien)

[www.schau-hin.info](http://www.schau-hin.info)



Robert Koch-Institut · Abteilung für Epidemiologie und Gesundheitsmonitoring  
Fachgebiet Gesundheitsverhalten · General-Pape-Straße 62-66 · 12101 Berlin



Dieses Werk ist lizenziert unter einer [Creative Commons Namensnennung 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## Zitierweise

Robert Koch-Institut (RKI) (2020) AdiMon-Themenblatt: Nutzung von Bildschirmmedien (Stand: 29. September 2020). [www.rki.de/adimon](http://www.rki.de/adimon)

## Förderungshinweis

Diese Arbeit wurde unterstützt durch Förderungen des Bundesministeriums für Gesundheit (Förderkennzeichen ZMVI1-2518KIG700).