



# PRESSEKONFERENZ

mit

**Mag.<sup>a</sup> Christine Haberlander**

Landeshauptmann-Stellvertreterin und Bildungsreferentin

**Peter Eiselmaier, MAS, MSc**

Geschäftsführer Education Group GmbH

**Dr. David Pfarrhofer**

Institutsvorstand und Geschäftsführer von market

zum Thema

**Zwischen Gaming und Lesen: Medienwelten der Kinder im Fokus –**

**Trends und Insights 2024**

**9. Oö. Kinder-Medien-Studie**

**Schwerpunkt 2024: „Online Spiele“**

am

**Mittwoch, 09. Oktober 2024, 10:00 Uhr**

Presseclub Saal A, 4020 Linz

## Rückfragen-Kontakt

- Julian Staltner, Büro LH-Stv.in Haberlander  
(+43 732) 77 20-171 24, (+43 664) 600 72 171 24, [julian.staltner@ooe.gv.at](mailto:julian.staltner@ooe.gv.at)

## Medieninhaber & Herausgeber

Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Kommunikation und Medien  
Landhausplatz 1 | 4021 Linz  
Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
[landeskorrespondenz@ooe.gv.at](mailto:landeskorrespondenz@ooe.gv.at)  
[www.land-oberoesterreich.gv.at](http://www.land-oberoesterreich.gv.at)

## 9. Oö. Kinder-Medien-Studie 2024 – Schwerpunkt: Online Spiele

Seit über einem Jahrzehnt führt die Education Group im Auftrag des Landes Oberösterreich eine in Österreich einzigartige Medienstudie durch. Die Kinder-Medien-Studie erscheint alternierend alle zwei Jahre mit der Jugend-Medien-Studie und beleuchtet das Medienverhalten von Kindern bzw. Jugendlichen. Die Studie, die vom market Institut im Auftrag der Education Group durchgeführt wird, dient als wertvolle Grundlage für die Planung von Medienangeboten sowie medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen. Die Ergebnisse werden österreichweit von Ministerien, Bildungseinrichtungen und Unternehmen genutzt, unter anderem bauen weiterführende Forschungsprojekte darauf auf.

Die aktuelle Studie untersucht das Medienverhalten von Kindern in Oberösterreich von 6 bis 10 Jahren. Berücksichtigt wurden weiters Erziehungsberechtigte von Kindern im Alter von 3 bis 10 Jahren sowie Pädagoginnen und Pädagogen in Kindergärten und Volksschulen. 2024 lag der Schwerpunkt auf dem Thema „Online Spiele“.

*„Die 9. Oberösterreichische Kinder-Medien-Studie zeigt deutlich, dass Online-Spiele in der Lebenswelt unserer Kinder eine zunehmend wichtige Rolle spielen. Es ist entscheidend, dass wir diese Entwicklung im Blick behalten und dabei sowohl die Chancen als auch die Herausforderungen erkennen, die mit der Nutzung digitaler Spiele verbunden sind. Als Bildungsreferentin ist daher für mich klar, dass Kinder in Oberösterreich einen verantwortungsvollen und reflektierten Umgang mit Medien erlernen müssen, um gut vorbereitet in die digitale Zukunft zu gehen“,* so **Bildungsreferentin LH-Stellvertreterin Mag.<sup>a</sup> Christine Haberlander.**

*„Die gesamtgesellschaftliche Durchdringung des Einflusses digitaler Medien schreitet unaufhaltsam voran. Ableitungen über Wirkungsweisen, Einflüsse auf persönliche sowie institutionelle Entwicklungsweisen bedingen valide Werkzeuge zur Analyse, um in der Folge einen offenen Diskurs über fundierte Handlungsempfehlungen ableiten zu können. Education Group leistet mit der aktuellen Studie dieser österreichweit umfangreichsten Langzeiterhebung zum Medienverhalten unserer Kinder einen wirksamen Beitrag, wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse in zukünftige medienrelevante Erziehungsprozesse einfließen zu lassen“,* sagt **Peter Eiselmaier, Geschäftsführer der Education Group.**

## Zwischen Gaming und Lesen: Medienwelten der 3- bis 10-Jährigen im Fokus – Trends und Insights 2024

2024 setzt die Education Group den Themenschwerpunkt „Online Spiele“. Die Kinder-Medien-Studie zeigt eindrucksvoll, dass Online-Spiele für Kinder mittlerweile eine zentrale Rolle in der Freizeitgestaltung einnehmen. Drei Viertel der Kinder haben Zugang zu einem Computer. 21 % nutzen diesen regelmäßig für Online-Games zum Spielen alleine, 18 % zum Spielen mit anderen. In der Studie werden sowohl die Spielintensität als auch die Beliebtheit bestimmter Spiele und Genres detailliert analysiert. Zudem beschäftigt sich die Studie mit Themen wie Kostenfaktoren, Spielpartner in der Online-Welt und beleuchtet ebenso die Gefühlslage der Kinder nach Online-Spielen.

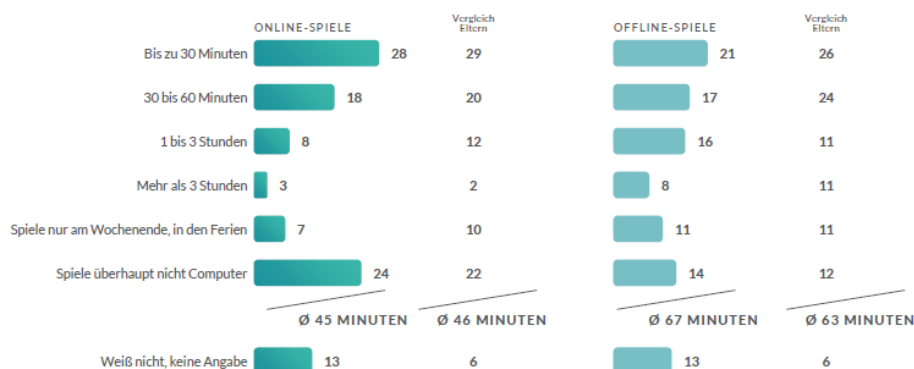
### Online- vs. Offline-Spiele – Spaßfaktor online höher

Klassische Spiele wie Brettspiele, Kartenspiele und Puzzles liegen nach wie vor im Trend und werden mit durchschnittlich 67 Minuten pro Tag etwas länger gespielt als Online-Spiele. Diese kommen aber auch bereits auf durchschnittlich 45 Minuten pro Tag und übertreffen dabei die klassischen Spiele hinsichtlich Unterhaltungswert und Spaßfaktor als wirksames Mittel gegen Langeweile. Auch die Eltern bestätigen dieses Stimmungsbild: Die Kinder (vor allem ab 6 Jahren) zeigen mehr Begeisterung bei Online-Spielen. Das Online-Spielgerät Nummer 1 ist das Handy/Smartphone.

### Spielintensität Online- vs. Offline-Spiele



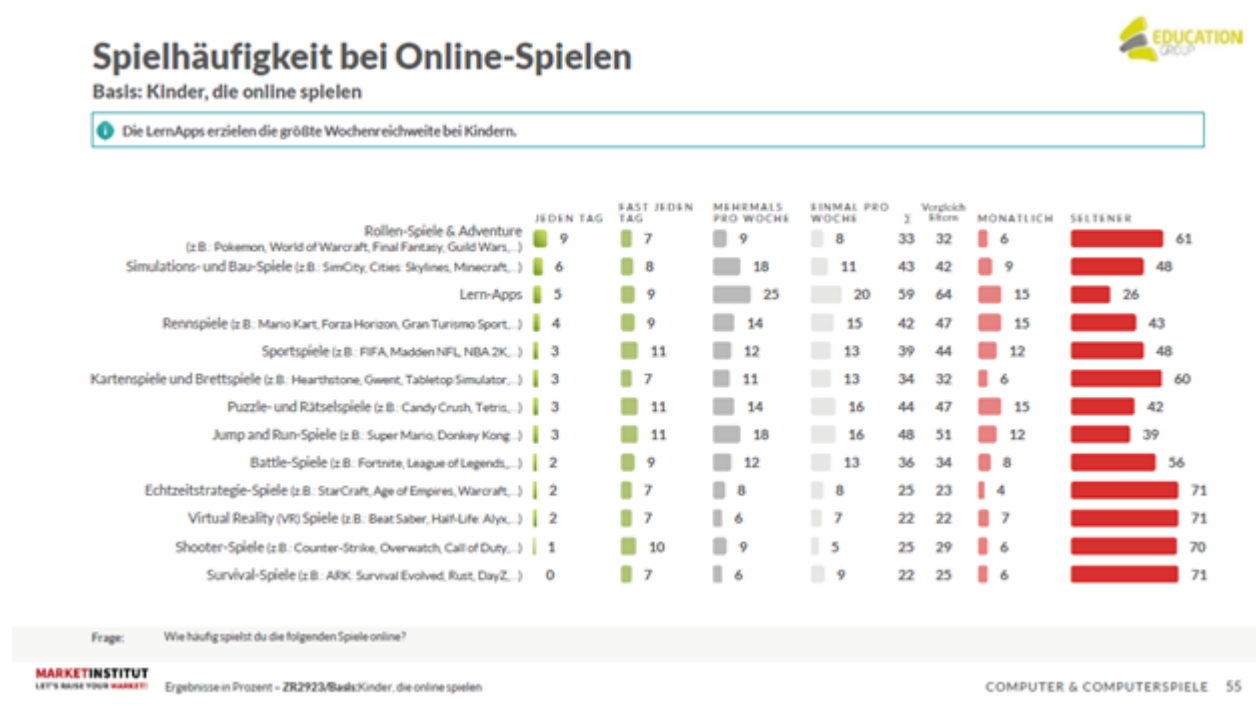
Die Kinder schätzen die „Offline-Spielzeit“ deutlich länger ein als die Zeit für Online-Spiele.



Frage: Wie viel Zeit verbringst du durchschnittlich pro Tag mit Online-Spielen (1), also digitalen Spielen, die du auf elektronischen Geräten wie PC, Tablet, Smartphones oder Spielekonsolen spielen kannst; und wie viel Zeit mit Offline-Spielen, also klassischen Spielen wie Brettspiele, Kartenspiele und Puzzles (2)?

## Vielfältige Genres – Lernapps Sieger in der Nutzungshäufigkeit

Die Studie zeigt, dass Kinder eine breite Auswahl an Online-Spielgenres bevorzugen. Top im Ranking sind Simulations-, Bau-, Jump and Run-, Renn- sowie Puzzle- und Rätselspiele. Mit 59 % erzielen jedoch die Lernapps die größte Wochenreichweite und liegen damit unangefochten auf Platz 1. Sie werden von jedem zweiten Kind zu Hause genutzt. Die wichtigsten Spielpartner in der Online-Welt stellt (fast) durchwegs die Familie.



## Zwischen Euphorie und Frust – die Emotionen der Kinder nach dem Online-Spiel

Online-Spiele sorgen für gute Laune und Bewegungsdrang. Die Studie verdeutlicht, dass Online-Spiele bei den meisten Kindern positive Emotionen hervorrufen. Nach dem Spielen fühlen sich die Kinder überwiegend fröhlich und gut gelaunt (31 %). Besonders betont wird der Wunsch nach Bewegung und Aktivität, den 28 % der Kinder nach dem Spielen verspüren. 23 % können gut abschalten beim Spielen, 20 % fühlen sich danach voller Energie.

Dennoch fühlt sich ein Fünftel der Kinder im Anschluss an Online-Spiele unwohl. 12 % fühlen sich müde und erschöpft, 10 % reagieren verärgert. Dieses Gefühl der Unzufriedenheit kann auf verschiedene Faktoren, wie Frustration durch das Spielgeschehen, Gruppen- und Leistungsdruck oder die Intensität der Spielerfahrung, zurückgeführt werden.

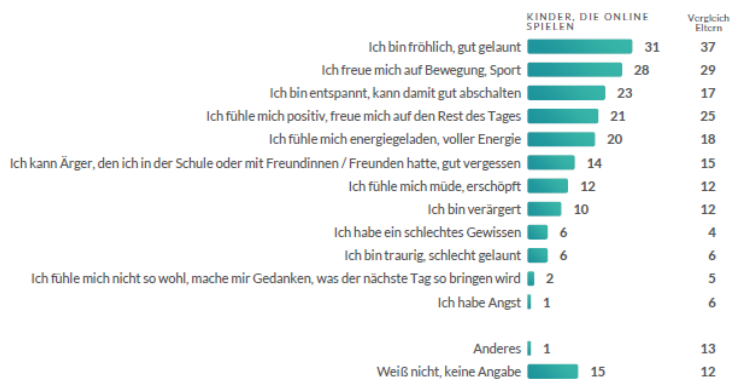
25 % geben an, manchmal auch nachts zu spielen, 27 % haben sich bei Online-Spielen schon gefürchtet, laut 25 % findet man in Online-Spielen leichter Freund:innen als in der Schule.



## Gefühlslage nach Online-Spielen

Basis: Kinder, die online spielen; maximal 3 Nennungen

1 Online-Spiele sorgen für gute Laune und für Bewegungsdrang!



Frage: Und wie fühlst du dich üblicherweise, nachdem du am Computer, Tablet, Smartphone oder Spielkonsole gespielt hast?

MARKETINSTITUT  
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2923/Basis: Kinder, die online spielen

COMPUTER & COMPUTERSPIELE 57

## Aussagen zu Online-Spielen

Basis: Kinder, die online spielen

1 Online-Spiele machen Spaß und sind ein gutes Mittel gegen Langeweile!



Frage: Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen rund um Online-Spiele zu?

MARKETINSTITUT  
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2923/Basis: Kinder, die online spielen

COMPUTER & COMPUTERSPIELE 60

## **Online Games: Spaß mit Preis**

Ein Drittel der bei Online-Spielen aktiven Kinder spielt auch kostenpflichtige Spiele. Der geschätzte Durchschnittsbetrag liegt bei etwa 17 Euro monatlich, wobei 4 von 10 Kindern angeben, weniger als 10 Euro pro Monat auszugeben.

## **Lesebegeisterung ungebrochen hoch – trotz der digitalen Ablenkung**

Die Lesebegeisterung der Kinder bleibt trotz der digitalen Ablenkung ungebrochen hoch. Knapp zwei Drittel greifen gerne zu einem Buch. Gedruckte Bücher sind weiterhin das bevorzugte Lese-Medium und werden klar den eBooks vorgezogen. Dennoch wird der Einsatz von digitalen Schulbüchern von rund einem Drittel der Kinder, besonders von den 8- bis 10-Jährigen, als wichtig eingestuft, ebenso von 50 % der Eltern.

Auch für die Eltern bleibt Lesen ein zentrales Thema, die Zustimmung ist allerdings im Trendvergleich rückläufig.

## **Die 10 zentralen Erkenntnisse der Oö. Kinder-Medien-Studie 2024 im Shortcut**

### **1. Online-Spiele vs. Offline-Spiele.**

- Die durchschnittliche Spielzeit bei klassischen Offline-Spielen beträgt 67 Minuten/Tag.
- Online-Spiele bieten höheren Spaßfaktor, die durchschnittliche Spielzeit liegt bei 45 Minuten/Tag.
- Mit 59 % Wochenreichweite sind Lernapps die Nummer 1 unter den vielfältigen Spielgenres und werden von jedem 2. Kind genutzt.
- Online-Spiele sorgen vorwiegend für gute Laune und Bewegungsdrang. Ein Fünftel der Kinder fühlt sich im Anschluss an Online-Spiele unwohl.
- Geschätzter Durchschnittsbetrag bei kostenpflichtigen Spielen 17,-- Euro/Monat.

## **2. Lesebegeisterung ungebrochen hoch.**

- Die Lesebegeisterung bei Kindern bleibt hoch, knapp zwei Drittel greifen gerne zum Buch.
- Gedruckte Bücher werden den eBooks klar bevorzugt.
- Digitale Schulbücher werden von rund einem Drittel der Kinder, besonders von den 8- bis 10-Jährigen, als wichtig eingestuft, ebenso von 50 % der Eltern.

## **3. Freizeitverhalten der Kinder.**

- An der Rankingspitze: draußen spielen und Zeit mit der Familie und Freund:innen verbringen.
- Die „TV“-Nutzung (inkl. Streaming-Dienste und Kurzvideos) liegt weiter klar über dem Vor-Pandemie-Niveau. Kinder berichten mit durchschnittlich 105 Minuten von einer etwas kürzeren Fernsehzeit als 2022, liegen jedoch deutlich über dem Wert von durchschnittlich 88 Minuten vor der Pandemie.
- Nach dem Konsum von Fernsehen, Streaming und Kurzvideos fühlen sich Kinder überwiegend gut gelaunt und freuen sich auf Bewegung.

## **4. Technische Ausstattung.**

- Smartphone, Fernseher und Internetzugang zählen zur Grundausstattung im Haushalt.
- Drei Viertel der Kinder besitzen selbst elektronische Geräte, vor allem Smartphones stehen hoch im Kurs und sind bei älteren Kindern weit verbreitet.
- Der Fernseher bleibt für Kinder ein zentrales Medium und ist bei zwei Drittel der Kinder (fast) täglich im Einsatz.
- Die Mehrheit der Eltern legt Wert darauf, dass Kinder im Umgang mit technischen Geräten vertraut sind.

## **5. Social Media & Influencer.**

- WhatsApp und YouTube sind schon bei Kindern im Einsatz. Die durchschnittliche Nutzungsdauer beträgt eine knappe Viertelstunde je Angebot.
- Digitaler Austausch kann mit persönlichen Treffen nicht mithalten. Nur jedes 5. Kind stuft digitale Kommunikation als sehr wichtig für gute Freundschaften ein.
- Mobbing Erfahrung in sozialen Netzwerken hat, nach Einschätzung der Eltern, bereits jedes zehnte Kind gemacht.

- Bedeutung der Influencer ist Eltern sowie Pädagog:innen durchwegs bewusst.

## **6. Sprachassistenten & Co.**

- Drei Viertel der Kinder kennen Sprachassistenten.
- Kinder haben Spaß an der Benutzung.
- Lehr- & Lösungskompetenz von Sprachassistenten wird von Eltern zwiespältig betrachtet. Eine Hälfte sieht Hilfestellung, die andere Hälfte ist eher kritisch.

## **7. Internet & Smartphone.**

- Vor allem ältere Kinder verfügen über Internetzugang. Die Mehrheit der 6- bis 7-Jährigen kann bereits im eigenen Zimmer auf das Internet zugreifen.
- Internet steht für YouTube & Unterhaltung. Die Internetnutzung liegt weiterhin bei durchschnittlich 40 Minuten/Tag, in denen die Kinder überwiegend YouTube nutzen.
- Knapp die Hälfte der Eltern surft regelmäßig mit den Kindern gemeinsam im Internet.
- Die unbeaufsichtigte Internetnutzung nimmt zu.
- Die Verbreitung der Smartphones bei den Kindern wird von Pädagog:innen weiterhin kritisch betrachtet. In den Schulen werden klare Regeln zum Umgang mit Handy und Smartphone vereinbart.

## **8. Digitalisierung bleibt wichtiges Thema.**

- Zwei Drittel der Eltern sehen die frühzeitige Vorbereitung der Kinder auf die Digitalisierung als wichtig an.
- Die Eltern empfinden es als wesentlich, dass Kinder Chancen und Nutzen erkennen können und verantwortungsvollen Umgang mit Programmen und Apps lernen.
- Die Eltern wünschen sich vor allem von Schulen und Kindergärten Informationen rund um die Digitalisierung.

## **9. Computer, Internet & KI.**

- Pädagog:innen sind davon überzeugt, dass Kinder nur mit Filterprogrammen surfen sollten.



- Nach der Internetnutzung nimmt die Hälfte der Pädagog:innen Vorfreude der Kinder auf Bewegung und Sport wahr. Die Kinder sind gut gelaunt und positiv gestimmt.
- Künstliche Intelligenz wird als Unterstützung im Alltag gesehen. Ein Viertel der Volksschulpädagog:innen findet KI hilfreich und eine gute Möglichkeit, sich einen Überblick über ein Thema zu verschaffen.

## **10. Medienkompetenz.**

- Bücher bleiben das zentrale Unterrichtsmedium.
- In Volksschulen wird auch Internet und Tablet verstärkt eingesetzt. Volksschulpädagog:innen verlassen sich auf Medien der Education Group und der Schulbibliotheken.
- Für drei Viertel der Pädagog:innen ist es sehr wichtig, dass Kinder Medienangebote kritisch hinterfragen.
- Projekte zum verantwortungsbewussten Medieneinsatz haben an Bedeutung gewonnen, z. B. Medienfit in der Volksschule der Education Group.
- Seminare bleiben klar die bevorzugte Form der Information zur Förderung der Medienkompetenz.
- Die Mehrheit der Pädagog:innen legt Wert darauf, dass Kinder möglichst früh an Coding-Aktivitäten herangeführt werden, benötigt aber zusätzliche Informationen zur entsprechenden Umsetzung.

## **Dokumentation der Studie**

Die Kinder-Medien-Studie wird alle zwei Jahre abwechselnd mit der Jugend-Medien-Studie durchgeführt und ist österreichweit einzigartig. Mittlerweile zeigt sich eine Trendreihe von über einem Jahrzehnt – die erste Kinder-Medien-Studie besteht seit 2007. Die Umsetzung erfolgt durch das market Institut im Auftrag der Education Group. Die Daten können als Richtwert für Österreich herangezogen werden. Die Ergebnisse dienen als Basis für die Ausrichtung und Planung von Medienangeboten, medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen. Sie werden österreichweit von Ministerien, Universitäten, Fachhochschulen und Unternehmen verwendet, unter anderem bauen weiterführende Forschungsprojekte darauf auf.

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die Auslotung des Medienverhaltens von Kindern zwischen drei und zehn Jahren im Trend und deren Medienumgang. Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und 2024 der Fokus auf das Schwerpunktthema „Online Spiele“ gelegt.

Das Medienverhalten wurde aus drei verschiedenen Blickwinkeln betrachtet:

- Kinder zwischen sechs und zehn Jahren, Befragungsart: persönliche face-to-face-Interviews, Erhebungszeitraum: 9. April – 21. Mai 2024
- Erziehungsberechtigte mit Kindern im Alter von drei bis zehn Jahren, Befragungsart: Hybrid Ansatz – persönliche face-to-face-Interviews bzw. Online-Interviews, Erhebungszeitraum: 9. April – 21. Mai 2024
- Pädagoginnen und Pädagogen aus Kindergärten und Volksschulen, Befragungsart: telefonische CATI-Interviews, Erhebungszeitraum: 16. April – 15. Mai 2024

Alle Details und Ergebnisse der aktuellen sowie bisher durchgeführten Studien stehen zum kostenlosen Download auf [www.edugroup.at/innovation](http://www.edugroup.at/innovation) zur Verfügung. Die Verwendung der Daten ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.

## **Die Education Group**

Die Education Group ist die Bildungs- und Serviceagentur des Landes OÖ und das führende Projektzentrum am österreichischen Bildungssektor. Als solches schafft es Lösungen für gesellschaftliche und pädagogische Anforderungen. An der Schnittstelle von Pädagogik – Technik – Medien spürt die Education Group Trends auf und fungiert als Innovationstreiber. Als zentraler Anbieter von Internetdienstleistungen und Unterrichtsmedien setzt sie für die oberösterreichische Bildungslandschaft zukunftsweisende Projekte um.

Der Education Group sind die Bedürfnisse der Pädagoginnen und Pädagogen ein wesentliches Anliegen und stellt ihnen und den Eltern folgende Angebote zur Verfügung:

- Plattform [www.edugroup.at](http://www.edugroup.at)
- Bildungsplattform [www.schule.at](http://www.schule.at) inkl. Materialien und Unterlagen für alle Unterrichtsstufen und Gegenstände
- Media on Demand: Unterrichtsmedien online über [www.edugroup.at/medien](http://www.edugroup.at/medien) und über die Medien-App ed:on (education online).
- Fort- und Weiterbildungsprogramme für ElementarpädagogInnen und Lehrkräfte [www.edugroup.at/bildung/seminare](http://www.edugroup.at/bildung/seminare)
- Workshops zur kreativen Medienarbeit: Erstellen von Fotogrammen, Arbeiten mit der Lochkamera, Geocaching
- Jährliches MultiplikatorInnen-Treffen Gewalt-Schule-Medien [www.gewalt-schule-medien.edugroup.at](http://www.gewalt-schule-medien.edugroup.at)
- Tools für den Unterricht wie [www.klassenpinnwand.at](http://www.klassenpinnwand.at) und [www.edugenerator.at](http://www.edugenerator.at)
- Securitylösungen speziell für oberösterreichische Pflichtschulen [www.edugroup.at/produkte](http://www.edugroup.at/produkte)
- Kostenlose Beratung und Information des Helpdesk Teams (E-Mail: [helpdesk@edugroup.at](mailto:helpdesk@edugroup.at))
- Kostenloser Download aller Oö. Kinder- und Jugend-Medien-Studien unter [www.edugroup.at/innovation](http://www.edugroup.at/innovation)