

## FLIMMO-Kinderbefragung 2025

### **Bewegtbild als Informationsquelle von Kindern – Was sie interessiert, wo sie schauen und wie wichtig ihnen Glaubwürdigkeit ist**

Bewegtbildinhalte spielen für Kinder eine zentrale Rolle – nicht nur zur Unterhaltung, sondern auch zur Wissensaneignung und Orientierung in der Welt. Zugleich verändern technologische Entwicklungen wie KI-gestützte Bild- und Videomanipulation den Umgang mit Bildinhalten zur Informationssuche und zum Wissenserwerb dramatisch. Vor diesem Hintergrund geht die Kinderbefragung folgenden Fragen nach:

- Was interessiert Kinder und welche Bewegtbildinhalte nutzen sie zur Informationssuche?
- In welchen Bewegtbildangeboten informieren sie sich zu welchen Themen?
- Wie wichtig ist ihnen der Wahrheitsgehalt ihrer favorisierten Angebote?
- Wie schätzen sie die Glaubwürdigkeit ihrer favorisierten Angebote ein?
- Welche Kriterien ziehen sie heran, um Aussagen und Darstellungen als glaubwürdig einzustufen?

#### **1 Grunddaten Stichprobe**

- Es nahmen 56 Kinder an der Befragung teil.
- 29 im Alter 6 bis 8 Jahre (52%); 27 im Alter 9 bis 11 Jahre (48%)
- 26 weibliche (46%), 28 männliche (50%), 2 diverse
- Befragt wurde in München und Oberbayern, in Regensburg sowie in Leipzig.
- Befragungszeitraum:

*Tabelle 1: Alter und Geschlecht der Befragten*

|            |          | Altersgruppe  |                | Gesamt |
|------------|----------|---------------|----------------|--------|
|            |          | 6 bis 8 Jahre | 9 bis 11 Jahre |        |
| Geschlecht | weiblich | 14            | 12             | 26     |
|            | männlich | 13            | 15             | 28     |
|            | divers   | 2             | 0              | 2      |
| Gesamt     |          | 29            | 27             | 56     |

Nicht alle Kinder haben beide Fragebogenteile bearbeitet:

- Teil 1 (Fragen zu ihren wichtigsten Angeboten) haben nur 54 Kinder bearbeitet.

- Teil 2 (Fragen zu Angeboten zum aktuellen Weltgeschehen) wurde von 17 Kindern beantwortet (nur bei älteren Kindern abgefragt, mit Ausnahme eines jüngeren Kindes, das den ersten Teil des Bogens nicht beantwortet hatte).

## 2 Themeninteressen (wichtigste Angebote)

Die teilnehmenden Kinder wurden danach gefragt, in welchen Bewegtbildangeboten sie sich zu welchen Themen informieren, zu denen sie etwas wissen möchten. Sie konnten bis zu drei Angebote und Themeninteressen nennen und wurden aufgefordert, daraus das Wichtigste zu bestimmen.

Bezogen auf das wichtigste Angebot nennen:

- Gut ein Drittel Themen aus dem Bereich **Sach- und Schulwissen**.
- Gut zwei Fünftel Themen aus dem Bereich **Freizeit/Hobby/Sport** – hier geht es häufig um digitale Spiele.
- Annähernd ein Fünftel als Thema das **aktuelle Weltgeschehen** und beziehen sich dabei ausschließlich auf Nachrichtenformate.
- Annähernd ein Fünftel der Kinder Angebote aus dem Bereich **Unterhaltung/Fiction**.
- Zwei jüngere Kinder machen hierzu uneindeutige Angabe.
- Drei Kinder beantworten die Frage nicht.

Tabelle 2: Inhaltsbezug des wichtigsten Titels

|                                     |                         | Altersgruppe |          | Gesamt |
|-------------------------------------|-------------------------|--------------|----------|--------|
|                                     |                         | 6 bis 8      | 9 bis 11 |        |
| Inhaltsbezug des wichtigsten Titels | Aktuelles Weltgeschehen | 4            | 6        | 10     |
|                                     | Sach-/Schulwissen       | 11           | 8        | 19     |
|                                     | Freizeit, Hobby, Sport  | 5            | 7        | 12     |
|                                     | Unterhaltung, Fiction   | 6            | 4        | 10     |
|                                     | Sonstiges/unklar        | 2            | 0        | 2      |
|                                     | keine Angabe            | 1            | 2        | 3      |
| Gesamt                              |                         | 29           | 27       | 56     |

## 3 Formate/Genre (wichtigste Angebote)

Die Formate/Genre der als am wichtigsten bezeichneten Angebote und Themen verteilen sich wie folgt:

- Am häufigsten nennen die Befragten **Wissensmagazine/Dokumentationen**.
- Auf dem zweiten Platz liegen **YouTube-Kanäle** von Content Creator\*innen.
- Auf dem dritten Rang folgen **(Kinder-)Nachrichtensendungen**.
- Fiction-Formate werden von einem Zehntel der Kinder genannt.
- Vereinzelt genannt – zusammengefasst zu „Sonstiges“ – werden außerdem Suchmaschinen, Sportsendungen und Quizshows.

- Drei Kinder beantworten die Frage nicht.

*Tabelle 3: Format/Genre des wichtigsten Titels*

|                                     |                                  | Altersgruppe |          | Gesamt |
|-------------------------------------|----------------------------------|--------------|----------|--------|
|                                     |                                  | 6 bis 8      | 9 bis 11 |        |
| Format/Genre des wichtigsten Titels | Nachrichten                      | 0            | 1        | 1      |
|                                     | Kindernachrichten                | 4            | 5        | 9      |
|                                     | Wissensmagazin/<br>Dokumentation | 10           | 8        | 18     |
|                                     | Content Creator*in               | 7            | 8        | 15     |
|                                     | Fiction-Format                   | 3            | 2        | 5      |
|                                     | Sonstiges                        | 4            | 1        | 5      |
|                                     | keine Angabe                     | 1            | 2        | 3      |
| Gesamt                              |                                  | 29           | 27       | 56     |

#### 4 Plattformen (wichtigste Angebote)

*Tabelle 4: Plattform des wichtigsten Titels*

|                                  |                         | Altersgruppe |          | Gesamt |
|----------------------------------|-------------------------|--------------|----------|--------|
|                                  |                         | 6 bis 8      | 9 bis 11 |        |
| Plattform des wichtigsten Titels | Fernsehsendung (linear) | 4            | 6        | 10     |
|                                  | Streamingdienst         | 1            | 2        | 3      |
|                                  | YouTube                 | 12           | 14       | 26     |
|                                  | YouTube Kids            | 1            | 1        | 2      |
|                                  | Google-Ergebnis         | 2            | 0        | 2      |
|                                  | unklar/Sonstiges        | 7            | 2        | 9      |
|                                  | keine Angabe            | 1            | 2        | 3      |
| Gesamt                           |                         | 28           | 27       | 55     |

- Ca. die Hälfte der Befragten nennen Angebote auf der Plattform **YouTube**; zwei Befragte nennen **YouTube Kids**. Zusatzauswertung: Neben Content Creator\*innen (vgl. Tabelle 3) werden hier nahezu ebenso häufig Wissensmagazine genannt (11 der 17 Kinder, die Wissensmagazine angeben, schauen diese auf YouTube).
- An zweiter Stelle liegen **Fernsehsendungen** des linearen Programms mit ca. einem Fünftel der Kinder.
- Einige wenige Kinder beziehen sich explizit auf Streamingdienste.
- Zwei Kinder nutzen als wichtigstes Angebot die Google-Suche, um sich zu informieren, und geben keine plattformbezogene Aussage zu den Suchergebnissen.

- Bei den restlichen 9 Kindern (7 jüngere, 2 ältere) geben die Antworten keinen Aufschluss über die genutzte Plattform.
- Drei Kinder beantworten die Frage nicht.

## 5 Sach- und Schulwissen (wichtigste Angebote)

- Die 19 Kinder, die **Sach- und Schulwissensthemen** (vgl. Tabelle 2) als wichtigstes Informationsinteresse nennen, geben in der Regel als Titel Bewegtbildinhalte im **Format Wissensmagazin** an, bei denen sie entsprechende Informationen finden. Einzelne nennen Dokumentationen oder die Google-Suche als Ausgangspunkt.
- Häufig genannte Themen sind Tiere, Natur- und Technikphänomene, selten soziale Themen wie z.B. „was Kinder brauchen“.
- Häufige Titel sind: *Checker Tobi* oder andere *Checker*-Sendungen, *Woozle Goozle*, *Anna und die Haustiere/wilden Tiere*, vereinzelt: *Wissen macht Ah*, *Sendung mit der Maus*
- Etwas mehr als die Hälfte der 19 Kinder sehen diesen wichtigsten Titel mindestens mehrmals in der Woche.
- Woher kennen die Befragten das Angebot? Etwas weniger als die Hälfte der 19 Kinder gibt an, die Angebote im jeweiligen Kanal selbst gefunden zu haben bzw. dass sie ihn angezeigt bekommen und angesteuert haben. Etwa ein Drittel kennt den Titel durch Eltern oder Geschwister, einige wenige durch andere Kinder oder durch die Schule. Die Übrigen können sich nicht erinnern oder machen keine Angabe.

### 5.1 Wissensmagazine/Dokumentationen und Glaubwürdigkeit

- Von den 18 Kindern, die Wissensmagazine oder Dokumentationen als wichtigsten Titel gewählt haben (vgl. Tabelle 3), ist den meisten dieser Kinder wichtig (8 Kinder) oder sogar sehr wichtig (6 Kinder), dass alles wahr ist, was in diesen Angeboten gezeigt wird.
- Etwa die Hälfte dieser Kinder glaubt, dass alles dort Gezeigte wahr ist (9 Kinder) bzw. das meiste (4 Kinder). Wenige glauben, dass zumindest manches wahr ist (3 Kinder), die übrigen antworten mit „ich weiß nicht“ (2 Kinder).
- Die Kinder, die alles für wahr halten, was dort gezeigt wird, begründen folgendermaßen: Drei sagen, dass sie dem jeweiligen Angebot einfach vertrauen. Ein Kind begründet die Einschätzung mit dem Format: „Es ist ja eine Wissenssendung.“ Zwei andere orientieren sich am äußeren Anschein: „es sieht realistisch aus“, „weil es eine echte Person ist“. Ein Kind beruft sich darauf, dass in der Sendung Tricks, die „Echtheit“ vortäuschen, offengelegt werden: „Sie haben erklärt, was unwahr ist bei Stunts.“ „Sie haben einen Zaubertrick erklärt: Es war nur Übung, nicht Zauberei.“ (Bezug: *Checker Tobi*)
- Kinder, die skeptischer sind, also nicht alles für wahr halten, begründen dies mit folgenden Aussagen:
  - Sie halten die Aussage für unwahrscheinlich, weil es ihrer Alltagserfahrung widerspricht (z.B. dass man erst mit 20 Jahren vom 10-Meter-Turm springen dürfe; oder dass man in einer Burg alle Räume betreten könne wie *Checker Tobi* es gemacht habe: In Burgmuseen dürfe man nicht alles anfassen und überall hineingehen).

- Sie glauben die Wahrheit zu kennen (in Schule/Kindergarten gelernt oder von Eltern gehört), z.B. wissen sie, dass es z.B. keine Elfen und Trolle gibt.
- Sie sehen Anhaltspunkte in der Darstellung: z.B. zu übertriebene Mimik
- Indizien, woran man Unwahres erkennen kann, können 7 Kinder nicht benennen. Vorschläge sind: selbst ausprobieren, in anderen Quellen nachprüfen
- Ein paar wenige Kinder können Beispiele nennen, bei denen sie schon einmal unsicher waren, ob das Gezeigte wahr sein kann: z.B. Sprünge aus dem zweiten Stock ohne Verletzung oder „aus der Wand auf das Sofa springen“.
- Bei Unsicherheit über den Wahrheitsgehalt sprechen 5 Kinder mit niemandem darüber. Ebenso viele sprechen mit ihren Eltern, ein Kind würde mit den Großeltern sprechen, eines mit anderen Kindern.

## 6 Freizeit/Hobby/Sport (wichtigste Angebote)

Bei 12 Kindern dreht sich das wichtigste informationsbezogene Interessensgebiet, für das sie Bewegtbildmedien nutzen, um Freizeitinteressen (vgl. Tabelle 2). Inhaltlich sind dies sehr häufig (10 Kinder) Computer- und andere Spiele wie z.B. *Pokémon*. Es ist ein Kind dabei, das sich für Informationen über Zweiräder interessiert und ein anderes, das sich generell für Sport interessiert. Auffällig ist, dass 11 Kinder Jungen sind, nur 1 Mädchen ist dabei.

Der dominanten thematischen Ausrichtung entsprechend, handelt es sich bei den **Formaten** der wichtigsten Titel in 10 Fällen um YouTube-Kanäle bzw. die entsprechenden Content Creator\*innen, die sich häufig mit Gaming beschäftigen. In einem Fall geht es um eine Sportsendung im Fernsehen und in einem anderen wird die Suchmaschine Google verwendet.

Angesichts dieser sehr ungleichen Verteilung der Formate in diesem Themenbereich, **bietet es sich an, die Frage der Glaubwürdigkeit der bevorzugten einschlägigen Titel spezifisch für die 10 Kinder auszuwerten, die YouTube-Kanäle als Titel angeben.**

### 6.1 YouTube-Kanäle und Glaubwürdigkeit

Von den **10 Kindern, die YouTube-Kanäle als Informationsquelle für ihr wichtigstes Themeninteresse Hobby/Freizeit/Sport nutzen**, gehören 6 zu den Älteren und 4 zu den Jüngeren. Alle 10 sind männlich.

Die Jungen nutzen die Kanäle nahezu alle mindestens mehrmals in der Woche. Gefunden haben sie die Kanäle entweder selbst (6 Kinder) oder sie sind durch andere YouTuber\*innen oder andere Kinder darauf aufmerksam geworden.

- Der Hälfte der Jungen ist es wichtig oder sehr wichtig, dass alles wahr ist, was im Kanal gezeigt wird. Die andere Hälfte findet es nicht so wichtig.
- Kinder, die die gegebenen Informationen für wahr halten, begründen dies damit, dass das Gezeigte sich nachvollziehen lässt. Bei Gaming-YouTuber\*innen könne man das Gezeigte z.B. beim eigenen Spiel wiedererkennen oder könne prüfen, inwieweit es die gezeigten Inhalte gebe. Als formale Anhaltspunkte dienen z.B. die Vollständigkeit des Gezeigten („Lassen nichts aus“), die Wiedergabe des Aufnahme-Kontextes im Bild („man hat beim Real-Life-Video das Gameset gesehen“). Andere vertrauen einfach in die Richtigkeit.

- Kinder, die skeptisch sind, können zum Teil ebenfalls Anhaltspunkte liefern:
  - So sagt ein Junge, dem es nicht wichtig ist, ob das Gezeigte der Wahrheit entspricht: „Der [Youtuber *Lumex*] fälscht eh fast alles. Er hat einen Skin, den es nicht gibt, und macht Sachen, die es in Minecraft nicht gibt. Außerdem überlebt er fast immer.“ Offensichtlich ist dem 7-Jährigen der Unterhaltungswert wichtiger als der Wahrheitsgehalt.
  - Zwei Jungen verlassen sich auf ihr Bauchgefühl bzw. ihr Gespür. Zudem wisse man, dass manche Kanäle seriös seien, andere nicht.
  - Ein 8-Jähriger, der davon ausgeht, dass das meiste stimmt, aber nicht alles, weist darauf hin, dass der Youtuber *EinfachGustaf* beim Spielen bzw. der Darstellung des Spielens trickse. Allerdings kläre der YouTuber dies auch selbst entsprechend auf. „... und zwar, [hat er gesagt]: ‘Wir spawnen heute auf jeden Fall bei diesem Aufbau-Dings’, bei so einem aufgebauten Dings, wo man so ein bisschen Ausrüstung oder so bekommt. Und das war natürlich nur eine Lüge, hat er dann aber auch bekannt gestellt. [...] Er hat, bevor er die Welt gespielt hat, hatte er dort schon sowas gebaut und dort halt Truhen reingetan mit Ausrüstung.“
  - Auch hier werden hinsichtlich des Wahrheitsgehalt z.T. formale Kriterien der Bildgestaltung angeführt, wie z.B. das Aussehen des Bildhintergrunds. Manche Dinge sähen nicht echt aus, wie z.B. Tricks auf dem Fahrrad.
  - Ein anderer Junge weist darauf hin, dass falsche Informationen zum Teil keinen Sinn ergeben. Ein anderer führt an, dass manches offensichtlich fiktiv sei.
- Nur 3 der 10 Kinder geben an, schon einmal unsicher gewesen zu sein, inwiefern das Gezeigte der Wahrheit entspreche.
- Ein Gesprächsthema ist der Wahrheitsgehalt des Gezeigten für die Kinder in der Regel nicht.

## 6.2 Google-Suche und Glaubwürdigkeit

Nur ein 8-jähriger Junge gibt an, dass er für sein Freizeitinteresse (*Pokémon*-Karten) eine Google-Suche nach Bewegtbild startet – seine Frage: „Was kostet Karte ...?“ Der Wahrheitsgehalt der Antwort ist ihm sehr wichtig, manches, was angezeigt werde, sei aber unwahr. So habe er z.B. falsche Abbildungen von *Pokémon*-Karten gesehen. Aber dennoch ist er der Meinung, dass „Google meistens Recht hat“. Er spricht allerdings bei Unsicherheit mit niemandem darüber.

## 7 Nachrichten (wichtigstes Angebot und Weltgeschehen)

Auf die Frage, wo sie in Bewegtbildmedien etwas über Themen erfahren, die sie interessieren (1. Teil des Fragebogens), nennen 10 Kinder inhaltlich das aktuelle Weltgeschehen (vgl. Tabelle 2) und beziehen sich dabei auf Nachrichtenformate als wichtigste Informationsquelle.

Insgesamt 16 Kinder nennen Nachrichtenformate auf die Frage (2. Teil des Fragebogens, vgl. Tabelle 5) hin, wo sie etwas über das aktuelle Weltgeschehen erfahren.

Von diesen 16 Kindern hatten sich 3 bereits im ersten Teil des Fragebogens (wichtigster Titel in Bezug auf Information) zu Nachrichtenformaten geäußert. Um alle Bewertungen von Nachrichten einzubeziehen, eine Doppelung der Individuen dabei aber zu vermeiden, werden von diesen drei

Kindern nur die Antworten des ersten Teils in der nachfolgenden formatbezogenen Auswertung berücksichtigt, sodass aus dem 2. Teil des Fragebogens nur **13 Fälle verbleiben**.

*Tabelle 5: Wichtigste Formate bei Informationen zum Weltgeschehen*

|                                |                   | Altersgruppe |          | Gesamt    |
|--------------------------------|-------------------|--------------|----------|-----------|
|                                |                   | 6 bis 8      | 9 bis 11 |           |
| Titel Weltgeschehen:<br>Format | Nachrichten       | 0            | 6        | <b>6</b>  |
|                                | Kindernachrichten | 1            | 9        | <b>10</b> |
|                                | Wissensmagazin    | 0            | 1        | <b>1</b>  |
| Gesamt                         |                   | 1            | 16       | <b>17</b> |

**Damit äußern sich insgesamt 23 Kinder ausführlicher zu Nachrichten und gehen in die nachfolgende Auswertung ein.**

- Vier Fünftel davon gehören zu den Älteren, ein Fünftel zu den Jüngeren.
- Etwas mehr als die Hälfte (13 Kinder) sind weiblich, zwei Fünftel (9 Kinder) männlich und eines divers.

*Tabelle 6: Nachrichten als wichtigster Titel für Interesse oder bezüglich Weltgeschehen*

|                     |                   | Altersgruppe |          | Gesamt    |
|---------------------|-------------------|--------------|----------|-----------|
|                     |                   | 6 bis 8      | 9 bis 11 |           |
| Nachrichten: Format | Nachrichten       | 0            | 5        | 5         |
|                     | Kindernachrichten | 5            | 13       | <b>18</b> |
| Gesamt              |                   | 5            | 18       | <b>23</b> |

### 7.1 **Nachrichten und Glaubwürdigkeit** (wichtigste Angebote + Frage 9 etc. zu „Aktuelles Weltgeschehen“)

Insgesamt beziehen sich **23 Kinder** in Fragen zur **Glaubwürdigkeit** der dargebotenen Informationen zum Weltgeschehen auf **Nachrichten-Angebote**.

- Dabei handelt es sich ganz überwiegend um Kindernachrichten (vgl. Tabelle 6; 18 Fälle, davon mit 15 Fällen am häufigsten genannt: *logo!*).
- Etwa die Hälfte der Kinder sieht die Nachrichten im linearen Fernsehen, nur wenige auf YouTube. Die übrigen schauen sie in der Schule an oder es bleibt unklar, welche Plattform sie dafür nutzen (Tabelle 7).

*Tabelle 7: Plattform der Nachrichtenrezeption*

|                                       |                         | Altersgruppe |          | Gesamt    |
|---------------------------------------|-------------------------|--------------|----------|-----------|
|                                       |                         | 6 bis 8      | 9 bis 11 |           |
| Plattform der<br>Nachrichtenrezeption | Fernsehsendung (linear) | 2            | 8        | <b>10</b> |
|                                       | YouTube                 | 0            | 2        | <b>2</b>  |
|                                       | unklar/Sonstiges        | 3            | 8        | <b>11</b> |
| Gesamt                                |                         | 5            | 18       | <b>23</b> |

- Die Nachrichten kennen die Kinder am häufigsten aus der Familie (7 Fälle) und aus der Schule (7 Fälle – diese beziehen sich alle auf *logo!*), einige haben sie selbst gefunden (3 Fälle) und einige kennen sie durch andere Kinder (2 Fälle). Bei den übrigen bleibt diese Frage ungeklärt.
- Etwas weniger als drei Viertel dieser Kinder findet es (sehr) wichtig, dass alles wahr ist, was in den (Kinder-)Nachrichten gezeigt wird (sehr wichtig: 13 Kinder, wichtig: 4 Kinder); 4 Kindern ist dies nicht so wichtig und 2 Kinder können die Frage nicht beantworten.
- Die meisten Kinder, die zu den (Kinder-)Nachrichten befragt wurden, schätzen deren Glaubwürdigkeit hoch ein: Über die Hälfte der Kinder (13 Fälle) glaubt, dass „das meiste, was dort gezeigt wird“, wahr ist. Weitere 9 Kinder sind der Überzeugung, dass alles stimmt, was dort gezeigt wird. Lediglich 1 Kind geht davon aus, dass nur manches stimmt.
- Einige Kinder begründen die hohe Glaubwürdigkeit mit:
  - der hohen Relevanz der Information („Weil es sehr ernste Themen sind“/Mädchen, 7 Jahre; „Weil es viele Leute sehen, deshalb wird es echt sein“/Junge, 10 Jahre)
  - dem Schutzbedarf der Zielgruppe Kinder („Weil es für Kinder ist, sagen sie nichts Falsches. Außer im Krieg, da berichten sie nicht alles“/Mädchen, 9 Jahre, sieht *logo!* in der Schule)
  - ihrer allgemeinen Einstellung („Ich glaube *logo!* einfach“/Junge, 11 Jahre; „Habe das Gefühl“/Junge, 9 Jahre)
  - Indizien, die sie in Bild oder Ton zu erkennen glauben (z.B. „echte Videos oder Fotos“, Handyvideos von zufälligen Augenzeugen, Lippensynchronizität der Sprechenden, Kriegsgeräusche im Hintergrund, ...). Dies fällt ihnen jedoch in der Regel schwer, genauer zu beschreiben.
- Dennoch waren 9 der 23 Kinder schon einmal oder schon öfter unsicher, ob das in den Nachrichten Gezeigte wahr ist.
  - Auch hierzu verweisen einige Kinder auf Indizien in Bild und Ton, die sie die Echtheit in Zweifel ziehen lassen, so etwa wenn Fehler in den Bildern oder Videos (Junge, 11 Jahre) auftreten; eine 10-Jährige meint einfach: „Manches sieht nicht so echt aus.“ Auch die Plausibilität der Bildentstehung spielt eine Rolle: So kann sich ein 9-jähriges Mädchen nicht erklären, wie Luftaufnahmen von einem aktiven Vulkan zustande kommen ohne dass die Kamera Schaden nimmt. Auch hier bleiben die Beschreibungen überwiegend vage.
  - Eine 9-Jährige geht davon aus, dass Personen, die im Fernsehen interviewt werden, nicht immer die Wahrheit sagen und ein 10-Jähriger nennt als Beispiel, dass es vor der Covid-19-Pandemie im TV geheißen habe, es könne nie mehr eine neue Krankheit ausbrechen, was sich als falsch erwiesen habe. Auch gebe es manchmal veraltete Nachrichtenvideos auf dem YouTube-Kanal.
  - Bei Unsicherheit über den Wahrheitsgehalt sprechen 11 Befragte mit ihren Eltern, einige wenden sich auch an andere Kinder, an Lehrkräfte oder andere Erwachsene im Familienkreis. Sechs Kinder würden bei Unsicherheit aber mit niemandem sprechen.

## 8 Unterhaltung/Fiction (wichtigste Angebote)

Angebote, die sich am ehesten dem Begriff Unterhaltung und Fiction zuordnen lassen, nennen 10 Kinder (6 gehören zu den Jüngeren, 4 zu den Älteren; 6 sind weiblich, 3 männlich und 1 divers).

In Bezug auf die Formate handelt es sich in 5 Fällen um Fiction-Sendungen (Anime- und Zeichentrickserien, Spielfilme), in 5 Fällen um Content Creator\*innen auf YouTube. Diese beiden Formate sind so unterschiedlich, dass sie in Bezug auf die Glaubwürdigkeit getrennt ausgewertet werden.

### 8.1 Unterhaltungs-Kanäle in YouTube/Kids und Glaubwürdigkeit

Auf diese Angebote beziehen sich 5 Kinder (3 jüngere, 2 ältere Kinder; 3 weibliche, 2 männliche), sie nannten folgende Kanäle:

- *My little Nastya*, Kidfluencer-Kanal; (außerdem: *Mr Beast*, *Like Germans*)
- *Like Nastya*, Kidfluencer-Kanal, inzwischen Teeny-Alter
- *Weise Eule*, sensationsheischender Pseudo-Bildungskanal, in dem spektakuläre oder gruselige angebliche Fakten thematisiert werden
- *Need to Know*, Unboxing von Fan-Paketen in sensationsheischender Umgebung – wahrscheinlich viel Trickserei durch Schnittarbeit dabei
- Trickshots (Name des Kanals unklar)

Wie regelmäßig schauen diese Befragten die Kanäle an?: 4 Kinder schauen den jeweiligen Kanal ein bis mehrmals wöchentlich oder täglich. Woher kannten diese Befragten das Angebot: 3 haben den jeweiligen Kanal selbst gefunden, 2 Kindern wurde der Kanal angezeigt und sie haben ihn geöffnet.

#### Der Wahrheitsgehalt

- ist 4 der 5 Kinder nicht so wichtig. Ein 8-jähriger Junge sagt mit Bezug zum YouTube-Kanal *Die weise Eule*: „Also mir geht es nicht wirklich um, dass es wahr ist, sondern mir geht es nur darum, dass ich dann später bei meinen Freunden das auch erzählen kann.“
- Dennoch glauben 3 Kinder, dass alles stimmt, was dort gezeigt wird, 1 Kind glaubt, dass das auf manches zutrifft, 1 Kind macht keine Aussage dazu.
- Der zuvor erwähnte 8-Jährige glaubt er, dass manches durchaus stimmt: „Also da zum Beispiel an den Megalodon, da war sowas, das glaube ich nicht, dass es Fake ist, denn es gibt wirklich ein paar Sachen, die auf den Megalodon hinsprechen.“<sup>1</sup> Allerdings ist er häufiger unsicher: „Also bei der *Weisen Eule*, da gab es oft was, wo man sich so denken könnte ‚nee, ich glaube nicht, dass es stimmt‘ – aber es klingt halt auch trotzdem glaubwürdig.“ (Der Junge ist medienerzieherisch interessant: Er darf YouTube Smart – ohne Werbung auf dem TV –, aber nicht Google nutzen. Seine Hauptmotivation ist, gruselige Inhalte zu rezipieren.)
- Unsicher waren schon einmal 3 Kinder, ob alles stimmt, was da gezeigt wird:

<sup>1</sup> Zum Megalodon: 20 gruselige Hai-Sichtungen, bei denen es sich um Megalodon handeln könnte  
<https://www.youtube.com/watch?v=X80LYqxadK4>; <https://de.wikipedia.org/wiki/Megalodon>

- Einem 10-Jährigen, ist es schon wichtig, dass die Trickshots, die er sich anschaut, echt sind – manchmal ist er aber skeptisch und glaubt nicht, dass alles wahr ist, was gezeigt wird.
- Diejenigen, die das Gezeigte für wahr halten, begründen dies mit dem Augenschein: „man sieht alles“, „sie haben sich selbst gefilmt“, „es klingt glaubwürdig, man sieht es ja“.
- Skepsis wird begründet mit anderweitiger eigener Erfahrung: „würde so nicht funktionieren“, „unwahrscheinlich, dass man Trickshots beim ersten Mal trifft“.
- Augenschein wird als Kriterium angeführt: Manchmal könne man die Kamera sehen (Authentizitätsbeweis), manchmal sei etwas als Kostüm zu erkennen (Fake-Beweis).
  - So glaubt eine 7-Jährige, dass alles wahr ist, was im Kanal der Kidfluencerin *My little Nastya* gezeigt wird, weil die Protagonistin sich bei Alltags- wie außergewöhnlichen Aktivitäten selbst filmt und man manchmal auch die Kamera sehe.
- Wenn sie sich unsicher sind, sprechen diese Befragten in der Regel mit niemandem darüber. Lediglich ein Kind gibt an, bei Unsicherheit würde es mit anderen Kindern sprechen

## 8.2 Fiction-Titel und Glaubwürdigkeit

Auf fiktive Bewegtbildinhalte beziehen sich 5 Kinder: 3 jünger, 2 älter (1 weiblich, 3 männlich, 1 divers). Diese Kinder schauen die folgenden Titel regelmäßig. Sie haben sie entweder selbst entdeckt oder sind durch die Familie oder andere Kinder darauf gestoßen:

- *Suzume* (Anime), Mädchen, 10 Jahre
- *Der letzte Wolf* (Animationsserie), Junge, 9 Jahre
- *Die unendliche Geschichte*, Mädchen, 6 Jahre
- *Harry Potter* und *Die Sachsenklinik*, divers, 7 Jahre
- *Peppa Wutz*, Mädchen, 6 Jahre

Die Frage nach dem Wahrheitsgehalt stellt sich für Fiction-Titel natürlich in anderer Weise als für Non-Fiction. Unklar ist, wie insbesondere die jüngeren Kinder diese Frage auffassen.

- 3 Kindern (7, 9, 10 Jahre) ist es nicht so wichtig, dass alles stimmt, was darin vorkommt (bezieht sich auf *Suzume*, *Der letzte Wolf*, *Harry Potter*, *Die Sachsenklinik*). Diese 3 gehen jedoch davon aus, dass manches wahr ist; als einziges Beispiel wird angeführt, dass die Serie *Die Sachsenklinik* in einem echten Krankenhaus spiele (divers, 7 Jahre).
- 2 Kindern (beide 6 Jahre) ist es sehr wichtig, dass alles wahr ist (bezieht sich auf *Die unendliche Geschichte* und *Peppa Wutz*). Diese beiden gehen davon aus, dass das meiste wahr ist.
- Beispiele für unwahre Situationen in den fiktiven Handlungen oder Elemente, die nicht wahr sind, können alle 5 Kinder aufführen:
  - So meint eine 10-Jährige, die einen Film mit katastrophal großen Wellen gesehen hat, dass es die in Deutschland nicht geben könne, da es hier kein Meer gebe. Unsicher war sich das Mädchen einmal, inwieweit die dargestellten Tiere echt waren, weil diese gezittert hätten.

- Übernatürliche Kräfte und Werwölfe gibt es nicht (Junge, 9 Jahre).
- Dass ein Pferd und ein Junge bis zur Brust im Matsch einsinken sei nicht wahr (*Unendliche Geschichte*, Mädchen, 6 Jahre).
- Es gibt keine Zauberkraft und die Narbe von Harry Potter sei geschminkt (divers, 7 Jahre).
- Peppa Wutz: Aussage unklar
- Die Frage, ob sie mit jemandem bei Unsicherheit sprechen (würden), wird sehr uneinheitlich beantwortet.

Ein Teil der angeführten Beispiele zeigt, dass hier genauer eruiert werden müsste, inwieweit die Kinder mit „unwahr“ ausdrücken wollen, dass die Schauspieler\*innen die Situationen nicht tatsächlich durchleben oder inwieweit sie der Auffassung sind, dass das Gezeigte nicht tatsächlich Mögliches darstellt. Da der Schwerpunkt der Befragung nicht auf Fiction-Formaten lag, ist diese Frage nicht geklärt worden.

## Fazit

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass Bewegtbildinhalte für Kinder zwischen 6 und 11 Jahren ein intensiv genutztes Informationsmedium darstellen, wobei YouTube eine herausragende Rolle einnimmt. TikTok und Instagram spielen in diesem Alterssegment dagegen (noch) kaum eine Rolle. Inhalte zu Sach- und Schulwissen sowie zu Freizeit- und Gaming-Themen haben für die befragten Kinder die größte Relevanz. Formate wie *Checker Tobi* oder *logo!* werden breit rezipiert und erhalten einen hohen Vertrauensvorschuss.

Je nach Angebotskategorie wird die Bedeutung von Fakten und Wahrheitsgehalt unterschiedlich gewichtet: Während bei Nachrichten und Wissenssendungen die Glaubwürdigkeit den Kindern sehr wichtig ist, tritt dieses Kriterium bei Hobby-, Gaming- oder Unterhaltungskanälen in den Hintergrund. Hier geht es den Kinder eher um Erlebniswert und Anschlusskommunikation. Dies führt zu einer geringeren kritischen Distanz, die Kinder anfällig für falsch dargestellte oder reißerische Inhalte macht – insbesondere dann, wenn diese mit einem vermeintlich bildhaften „Beleg“ versehen sind oder über vertraute Creator\*innen vermittelt werden.

Ein zentrales Kriterium zur Einschätzung des Wahrheitsgehalts ist der Abgleich mit eigenen Erfahrungen: Aussagen, die aus der Lebenswelt der Kinder heraus als unplausibel erscheinen, werden eher hinterfragt. Gleichzeitig zeigt sich ein deutlicher Glaube an visuelle Evidenz. Bilder und Videos gelten vielen Kindern automatisch als Beweis für Echtheit, was Inszenierungspraktiken und Manipulationsmöglichkeiten ausblendet. Insgesamt wird sichtbar, dass Kinder über erste, aber noch stark intuitive Strategien zur Bewertung von Glaubwürdigkeit verfügen. Diese Strategien basieren wesentlich auf persönlichem Erleben, Vertrauen in bekannte Quellen und der vermeintlichen Authentizität visueller Darstellungen. Die Ergebnisse zeigen, wie wichtig es ist, kritisches Bewusstsein frühzeitig zu fördern. Kinder benötigen Unterstützung darin, zwischen Information und Unterhaltung zu unterscheiden, Inszenierung zu erkennen und visuelle Inhalte kritisch zu hinterfragen.