

## **17. Sitzung des Fernsehrates in der XVI. Amtsperiode am 05. Juli 2024**

### **Zusammenfassung der Vorlagen**

#### **Stand und Entwicklung von KiKA**

- KiKA war 2023 mit einem Marktanteil von 14,1 % zum fünften Mal in Folge in seiner Sendezeit TV-Marktführer bei den Drei- bis 13-Jährigen. Zur Einordnung: In dieser Zielgruppe haben laut der repräsentativen „KiKA-Landkartenstudie“ nur weniger als 1 % der Befragten keinen Kontakt zum linearen Fernsehen. Allerdings setzt sich auch 2023 der kontinuierliche Rückgang der täglichen linearen TV-Nutzung bei Kindern fort. Um dieser Entwicklung zu begegnen, setzt KiKA im linearen TV vermehrt auf inhaltliche Schwerpunkte und Programmevents.
- Die Mediathek-App „KiKA-Player“ wurde im April 2024 vollständig überarbeitet und mit neuen Features versehen. Sie liegt momentan bei über 3,4 Mio. Downloads in den App-Stores. Über eigene Ausspielwege und Plattformen erreicht KiKA rund neun von zehn Kindern im deutschsprachigen Markt und ist laut einer repräsentativen Umfrage bei den Sechs- bis 13-Jährigen das Lieblingsmedienangebot.
- Um möglichst viele Kinder mit öffentlich-rechtlichen Inhalten in Kontakt zu bringen und auf die eigenen Plattformen zu leiten, bietet KiKA vermehrt speziell entwickelte Angebote auf relevanten Drittplattformen an.
- Mit einer Vielzahl medienkompetenzfördernder Inhalte leistet KiKA einen Beitrag zur Medienerziehung von Kindern und ihren Familien. Schwerpunkte liegen dabei unter anderem auf den Themen Fake News und Künstliche Intelligenz.