

media  
ukkie 10 t/m  
17 april  
2026  
dagen

# Onderzoek Iene Mienne Media 2026

maart 2026



# Inhoud

Managementsamenvatting	3
Onderzoekverantwoording	4
Duiding Iene Miene Media Onderzoek 2026	5
Mediagebruik en -impact	11
Mediaopvoeding en uitdagingen voor ouders	23
Ondersteuning en advies voor mediaopvoeding	35
Bijlagen	40



# Managementsamenvatting

1.017

ouders  
ondervraagd

71%

van kinderen  
o t/m 6 gebruikt  
regelmatig  
digitale media

TV #1

populairste  
apparaat (57%),  
gevolgd door  
tablet (41%)



67%

wil meer steun  
van overheid  
en techbedrijven

## Wat gaat goed

- Terwijl kinderen regelmatig digitale media gebruiken, besteden ze het grootste deel van hun dag aan niet-digitale activiteiten: binnenspelen (66%), (voor)lezen (57%) en buiten spelen (52%)
- 73% van de ouders houdt actief toezicht op wat hun kind online doet
- Sterke partnersteun: 71% kan de mediaopvoeding samen goed aan
- Ouders maken bewuste keuzes: media wordt vooral ingezet voor **plezier, ontspanning** en om samen tijd door te brengen

## Zorgen van ouders

De grootste zorgen van ouders over digitale media gaan over de **invloed van sociale media** (19%), **schermtijd en verslaving** (17%) en de **eigen rol als ouder** (10%). Daarnaast maken ouders zich zorgen over online veiligheid (9%), de invloed op concentratie en leervermogen (5%) en mentale gezondheid (5%). Opvallend: zorgen over **AI en deepfakes** worden al door 7% van de ouders genoemd.

## Aandachtspunten

- Bijna de helft van de kinderen gebruikt alleen of alleen met broers en/of zussen media
- 50% van de ouders ervaart moeite met het handhaven van mediaregels
- Slechts **1 op de 3** ouders weet met wie hun kind online contact heeft
- Ouders noemen zelf **het goede voorbeeld geven** als het moeilijkste aspect van de mediaopvoeding
- **Laagopgeleide ouders** zijn **ondervertegenwoordigd** in de steekproef (7%), juist de groep die mogelijk meer ondersteuning nodig heeft

## Conclusie

Ouders willen grip houden op het mediagebruik van hun kind, maar missen concrete handvatten. De wil is er – het merendeel houdt toezicht en stelt regels – maar bij de uitvoering lopen ze vast. Tweederde vindt dat **overheid, Kijkwijzer en techbedrijven** meer moeten doen. De steun van de partner is sterk, maar ondersteuning van buitenaf schiet tekort. Hier ligt een duidelijke **opdracht voor Netwerk Mediawijsheid**: praktische, toegankelijke hulpmiddelen die ouders direct kunnen inzetten.

# Onderzoeksverantwoording

Dit onderzoek is uitgevoerd door Highberg in opdracht van Netwerk Mediawijsheid. Voor het onderzoek is gebruikgemaakt van een online vragenlijst. De steekproef is getrokken uit de online panels van No Ties en die van een externe panelpartner. Het veldwerk heeft plaatsgevonden tussen 31 januari en 26 februari 2026. Het onderzoek is uitgevoerd met een nationaal representatieve steekproef van ouders met kinderen tussen 0 tot en met 6 jaar.

Deze resultaten zijn representatief voor Nederlandse gezinnen met kinderen van 0 tot en met 6 jaar, doordat de steekproefresultaten gewogen zijn op basis van de leeftijd van het kind, Nielsen-regio en opleiding van de ouders. In totaal deden (ongewogen) 1.017 ouders van kinderen van 0 tot en met 6 jaar mee aan dit onderzoek.



## Responsverantwoording – steekproef ongewogen aantallen

		Absoluut (n)	Relatief (in %)
<b>Steekproef</b>	Totaal	1.017	100%
<b>Geslacht ouder</b>	Man	445	43%
	Vrouw	570	57%
<b>Leeftijd van het kind</b>	0-2 jaar	236	23%
	3-4 jaar	317	31%
	5-6 jaar	464	46%
<b>Regio</b>	3 Grote steden (Amsterdam, Rotterdam & Den Haag)	124	12%
	Rest West	331	33%
	Noord	94	9%
	Oost	243	24%
	Zuid	225	22%
<b>Opleidingsniveau ouder</b>	Laag	71	7%
	Midden	384	38%
	Hoog	562	55%

# Duiding Iene Miene Media Onderzoek 2026

Door: Peter Nikken en Anouk Tuijnman

*Dr. Peter Nikken is Emeritus Lector Jeugd & Media en deed decennialang onderzoek naar hoe kinderen en jongeren met media omgaan en wat dat betekent voor hun ouders, leerkrachten of begeleiders. Momenteel geeft hij advies en ondersteuning vanuit Jeugd & Media Advies.*

*Dr. Anouk Tuijnman is senior wetenschappelijk onderzoeker bij het Trimbos-instituut, op de thema's Digitale media en Gokken. Samen met haar collega's creëert en benut ze wetenschappelijk onderbouwde kennis over gezond gebruik van digitale media om mensen zo te beschermen tegen risico's en te helpen met het langdurig benutten van de voordelen.*



Gemiddeld gebruiken jonge kinderen regelmatig iets meer dan twee apparaten. Maar ongeveer een op de vijf ouders zegt dat hun kind regelmatig vier, vijf, of zelfs wel zes of meer digitale apparaten gebruikt. Met het gebruik van zoveel apparaten neemt waarschijnlijk ook de tijd toe die kinderen met die apparaten doorbrengen.

## Ukkies; de touchscreen generatie

**In het Iene Miene Media onderzoek van dit jaar zijn ouders wederom bevraagd op het mediagebruik van hun ukkies (0 t/m 6 jaar). Slechts een klein deel van alle ouders geeft aan dat hun kind nooit of sporadisch gebruikmaakt van een digitaal apparaat. De meeste jonge kinderen weten niet beter dan dat allerlei schermen in huis aanwezig zijn en door gezinsleden gebruikt worden. En voor de meeste ukkies betekent dat dus dat ook zij daar tijd aan kunnen besteden.**

Van alle apparaten besteden kinderen het vaakst tijd aan de televisie; ruim de helft van de ouders zegt dat hun kind dat regelmatig doet – en dat zijn dan vaker hbo- of wo-opgeleide ouders dan praktisch opgeleide ouders. Iets minder dan de helft van de ouders noemt daarnaast de tablet en nog eens ongeveer een op de drie ouders noemt de mobiel als veel gebruikt apparaat onder ukkies. Net als in voorgaande jaren zijn dit de meest gebruikte apparaten in huis. Maar we zien ook veel veranderingen optreden, sinds de opkomst van touchscreen apparaten zo'n tien jaar geleden.

Veel onderzoekers en gezondheidsexperts maken zich vooral zorgen over het gebruik van media-apparaten die kinderen vlak bij hun lichaam gebruiken; zoals de touchscreens. Zo kan het veelvuldig en langdurig gebruik van smartphones en tablets dicht bij een negatieve uitwerking hebben op de ogen van kinderen en bijziendheid versterken, terwijl het gebruik van oortjes of koptelefoons tot gehoorproblemen kan leiden. 'Dichtbij-apparaten' nodigen ook meer uit tot stilzitten en minder bewegen, zoals dansen, dan televisiekijken. Kortom, het zou goed zijn om ouders erop te wijzen dat op afstand televisiekijken toch de voorkeur verdient boven het gebruik van tablets en smartphones. Ook al zijn die laatste in de dagelijkse praktijk waarschijnlijk (letterlijk) meer voor de hand liggend om te gebruiken.

## Tijdsbesteding

Gedurende de dag besteden jonge kinderen logischerwijs de meeste tijd aan slapen; gemiddeld slapen kinderen ongeveer tien en een half uur per dag. Vervolgens nemen school en/of opvang, onderweg zijn en overige activiteiten

aardig wat tijd in – samen ongeveer vijf en een half uur per dag – terwijl eten ruim anderhalf uur per dag beslaat. Bij elkaar brengen kinderen zo dus ongeveer 18 uur door met noodzakelijke activiteiten. De overige tijd – ongeveer zes uur – houden kinderen over voor vrijetijdsbestedingen. Digitale media nemen daarvan gemiddeld bijna twee uur in beslag. Daarbinnen zijn kinderen ruim 20 minuten bezig met luisteren naar muziek of luisterboeken en bellen, zodat de feitelijke schermtijd om naar beelden te kijken of digitaal dingen te doen, zoals spelletjes spelen, contact onderhouden of puzzelen, 102 minuten per dag bedraagt. Dat betekent dat, waar we vorig jaar nog voorzichtig optimistisch waren over een afname van de gestaag groeiende schermtijd [in 2025 was de feitelijke schermtijd 81 minuten], die afname dit jaar dus toch niet lijkt door te zetten. Sterker, met ongeveer 100 minuten per dag zitten kinderen tot en met 6 jaar oud weer op het niveau van 2024 [99 minuten].

Daarmee overschrijden kinderen nu opnieuw flink de schermtijdnormen zoals die eerder al door de WHO en Amerikaanse kinderartsen zijn gesteld, en de normen uit de recente Nederlandse [Richtlijn Gezond Schermgebruik](#). Die richtlijn stelt; tot 2 jaar liefst geen schermgebruik, tot 4 jaar een half uur per dag, en kinderen tot 8 jaar maximaal een uur per dag.

We zien nu dat kinderen tot en met 2 jaar al gauw een uur per dag alleen al aan televisie kijken en film(pje)s streamen besteden, terwijl kinderen van 3 tot 4 en 5 tot 6 met ongeveer anderhalf uur televisie en film(pje)s kijken het driedubbele spenderen van wat de *Richtlijn Gezond Schermgebruik* voorschrijft. Daarbovenop besteden de kinderen ook nog tijd aan gamen en andere activiteiten op tablets of smartphones, waardoor de gemiddelde schermtijd nog verder opbouwt.

Zeer geliefde media-inhouden bij de kinderen zijn daarbij onder andere van alles op YouTube (Kids) en Netflix, en in iets mindere mate op Disney+, Videoland en Z@ppelin. Specifiek gaat het daarbij dan onder andere om producties als Paw Patrol, Peppa Pig, Nijntje, Juf Roos, Gabby, Bluey en Bing.

Populaire games zijn verder Roblox en Minecraft, die het meest gespeeld worden op de Nintendo Switch. Dit is opvallend. Minecraft kent een [PEGI-leeftijdadvies van 7](#) jaar. Roblox wordt door PEGI aangemerkt als een spel dat ouderlijk toezicht vraagt, omdat gebruikers zélf spellen maken en het dus per spel verschilt wat wel en niet geschikt is [voor jonge kinderen](#). ACM is recent zelfs een

onderzoek gestart naar Roblox, vanwege meldingen over mogelijke [misstanden bij het platform](#).

Hoewel ruim anderhalf uur mediagebruik aanzienlijk is en dus ver boven de Nederlandse Richtlijn ligt, wordt er wel nog steeds veel meer tijd besteed aan binnen- en buitenspelen (ongeveer twee en een half uur). Verder brengen kinderen ook nog ongeveer een half uur per dag door met (voor)lezen en zo'n tien minuten met georganiseerd sporten. Gemiddeld zijn kinderen dus veel langer bezig met offline-activiteiten dan met digitale. Vooral bouwen, knutselen, tekenen en verschillende vormen van fantasiespel doen jonge kinderen graag volgens hun ouders, en die bezigheden vormen gelukkig wel een compensatie voor het doorgaans stilzitten met een beeldscherm.



## Veel- en weinig-gebruikers

Tegelijkertijd zijn er ook heel grote verschillen in de tijd die kinderen met digitale media of met offline-activiteiten doorbrengen. Vier op de tien kinderen kijken langer dan een uur per dag televisie of films op videoplatforms als YouTube of Netflix en ongeveer 15 procent van de kinderen kijkt zelfs langer dan twee uur naar programma's of film(pje)s op een dag. En een derde van de kinderen speelt volgens hun ouders langer dan een uur per dag videospelletjes. Ter vergelijking: langer dan een uur per dag lezen noemt maar 10 procent van de ouders. Tegelijk zijn er ook heel veel ouders die hun kinderen maar weinig of helemaal geen media laten gebruiken. Bijna de helft van de ouders zegt dat hun kind geen televisie kijkt, bijna 60% laat hun kinderen geen filmpjes kijken op YouTube, Netflix of soortgelijke platforms en bijna 80% zegt dat hun kind geen videospelletjes speelt. Ruim vier op de tien ouders zeggen ook dat hun kind maar aan één media-activiteit tijd besteedt (meestal televisiekijken of filmpjes streamen dus) en nog eens een op de drie ouders rapporteert dat hun kind slechts twee media-activiteiten doet.

Aan de ene kant zien we dus dat veel kinderen geen of heel weinig tijd besteden aan verschillende digitale activiteiten, terwijl andere kinderen juist heel veel tijd daaraan besteden. Kinderen die volgens de Richtlijn Gezond Schermgebruik 'te veel' schermtijd hebben komen vooral uit gezinnen waar ouders praktisch opgeleid zijn of waar ouders alleenstaand zijn. Bovendien gaat het dan niet zozeer om kinderen die bovengemiddeld druk of grenzen opzoekend zijn, maar wel vaker om kinderen die volgens hun ouders in vergelijking met leeftijdsgenootjes onzekerder of eenkennig zijn en het minder goed op school of de opvang doen. In die gezinnen besteden kinderen ook minder tijd aan binnen spelen zonder schermen. Kennelijk is het vooral voor die ouders meer vanzelfsprekend of door omstandigheden onontkoombaar dat hun kinderen hun vrije tijd vullen met digitale media in plaats van schermvrije activiteiten.

Dat is mogelijk zorgelijk, want omgaan met beeldschermen helpt kinderen niet om minder eenkennig, of sociaal meer verzekerd te worden. Dat soort sociale vaardigheden leren kinderen juist van samen met anderen spelen en van hun fantasie toe te passen bij bijvoorbeeld poppenspel of zogenaamd koken.



Overigens moeten we hierbij niet vergeten dat kinderen niet alleen binnenshuis media consumeren, maar ook daarbuiten. Bijna de helft van de kinderen maakt volgens hun ouders ook op school gebruik van digitale media. Daarnaast zijn media vaak aanwezig als kinderen bij familie of bij vriendjes op bezoek zijn (ongeveer een vijfde tot de helft van de kinderen heeft daar ervaring mee), terwijl onderweg, in restaurants en op de opvang (bijvoorbeeld peuterspeelzaal of buitenschoolse opvang) ook nog een aanzienlijk deel van de kinderen (13 tot 26 procent) media gebruikt. Kortom, kinderen besteden waarschijnlijk in de praktijk zelfs nog wel wat meer tijd aan digitale media dan de hier gepresenteerde cijfers.

## Individualisering door media?

Eveneens niet in overeenstemming met de Richtlijn gebruikt ongeveer de helft van de kinderen digitale media meestal alleen of met enkel leeftijdsgenootjes samen. Gezamenlijk met de ouders media gebruiken is blijkbaar geen standaard.

Dat patroon was ook al in de monitors van voorgaande jaren te zien. Samen naar een groot televisiescherm kijken doen ouders nog wel redelijk vaak – hoewel het daarbij wel de vraag is of ouders dan met de kinderen meekijken of dat kinderen met hun ouders meekijken en programma's zien die niet specifiek voor hen bedoeld zijn – maar samen een tablet, laptop, smartphone of videogameconsole gebruiken doen ouders aanzienlijk minder vaak. Hoewel dat enerzijds begrijpelijk is, omdat die kleinere schermen lastiger samen te bekijken zijn en ouders mogelijk ook moeite hebben met de inhoud, vormgeving of geluiden van de spelletjes, is het wel jammer als kinderen zonder een begeleidende volwassene media gebruiken. Volgens de data zijn kinderen die wat vaker met hun ouders of met het hele gezin media gebruiken ook minder onzeker of eenkennig dan kinderen die meer alleen of alleen met hun broertjes of zusjes media gebruiken. Samen met de ouders media gebruiken heeft ook onze voorkeur, omdat het grote voordelen heeft voor de ontwikkeling van het jonge kind. Ouders kunnen uitleg geven bij wat kinderen tegenkomen, hen stimuleren mee te denken of voorspellen hoe een verhaal afloopt, of behoeden voor filmpjes of spelletjes waar kinderen nog te jong voor zijn. Uit [onderzoek](#) weten we dat alleen al de directe aanwezigheid van een ouder ertoe bijdraagt dat kinderen beter opletten, zich plezieriger voelen en meer oppikken van wat ze op een scherm zien of doen.

Het regelmatige individueel gebruik van digitale media door kinderen past wel bij de redenen die ouders noemen waarom ze hun kinderen beeldschermen laten gebruiken. Bijna driekwart van de ouders noemt 'een moment voor het kind alleen' als reden om het kind media te laten gebruiken. Twee derde van de ouders laat hun kind digitale media gebruiken zodat ze zelf iets kunnen doen, terwijl ruim de helft voor digitale media kiest zodat ze als ouders even kunnen rusten. Hoewel het fijn en nodig is om als ouder soms de handen vrij te hebben, zijn er ook andere mogelijkheden dan digitale media om die tijd in te vullen. Juist omdat het samen gebruiken op deze leeftijd een voorwaarde is voor eventuele voordelen, zou een moment zonder ouders beter ingevuld kunnen worden met niet-scherm gerelateerde activiteiten. Kinderen kunnen al snel meehelpen (of mee-eten) tijdens het koken of met een eigen bezem helpen tijdens het schoonmaken. Maar ook zelf knutselen, een boekje lezen of naar een verhaal of muziek

luisteren zijn goede opties om als ouders even de handen vrij te hebben. Op die manier blijft het digitale mediagebruik bewaard tot momenten dat kinderen dat samen met hun ouders kunnen doen. Momenten die door ouders ook gezien worden als *gezellig* samen tijd doorbrengen.

## Leren door digitale media

Rust voor ouders en tijd om zelf wat te kunnen doen zijn veelgenoemde redenen voor mediagebruik. De meeste ouders geven echter aan, net als voorgaande jaren, dat ze digitale media vooral ook inzetten zodat hun kind plezier heeft of zich kan ontspannen. Ten opzichte van 2025 is er wel een verschuiving te zien in de inzet van digitale media om te leren: ouders noemen na plezier, ontspanning en een momentje alleen voor het kind, nu ook leren als belangrijke reden om hun kind gebruik te laten maken van digitale media. Vorig jaar stond dat lager in het lijstje van redenen. Een op de vijf ouders geeft ook aan samen media met hun kind voor educatie en leren te gebruiken.

Zoals eerder gezegd wijst onderzoek er inderdaad op dat leren van digitale media versterkt wordt door [media samen te gebruiken](#), op welke manier dan ook. Echter is het ook zo dat *actief* samen media gebruiken, zoals onder andere praten over wat ouders en kinderen samen zien, nog meer [positieve leereffecten](#) heeft.

In dit Iene Miene Media onderzoek van 2026 is niet meegenomen wát ouders denken dat hun kind leert van digitale media of wat ze precies inzetten om hun kind te laten leren. Van Sesamstraat, dat al meer dan 50 jaar bestaat, weten we dat het kinderen in allerlei landen leert over de wereld, gezondheid, veiligheid, letters en nummers en [sociaal redeneren](#). Toch zien we Sesamstraat nog maar terug bij 3% van de kinderen als meest bekeken programma. Er is nog weinig bekend in de wetenschap over de leereffecten van populaire programma's zoals Paw Patrol, Bluey, Nijntje en Peppa Pig. Wel weten we dat [Kijkwijzer](#) deze programma's labelt als "niet schadelijk voor alle leeftijden". Mogelijk dat de komende jaren de wetenschap ook meer kan zeggen over wat kinderen van deze nieuwe programma's kunnen leren.

Hoewel bijna driekwart van de ouders leren als motief noemt, is er toch nog veel te halen op dit gebied. Andere ontwikkelingsstimulerende motieven zijn minder gangbaar onder ouders; concentratie, creativiteit en digitaal dingen ontdekken worden aanzienlijk minder vaak genoemd. En slechts zes procent van de ouders gebruikt samen media uit interesse voor de belevingswereld van het kind. Ontwikkeling en welzijn bestaat uit meer dan alleen cognitief leren (zie ook de Lens van het

[Expertisecentrum Digitalisering en Welzijn](#)). Als we jonge kinderen willen helpen met het langdurig benutten van de eventuele voordelen van digitale media, is het belangrijk om niet alleen naar het wat, maar ook naar het hoe en waarom te kijken.

## Opvoeden in het digitale tijdperk

De tijd dat ouders hun kinderen begeleiden met maar twee televisienetten – die alleen in de avond en woensdag- en zaterdagmiddag programma's uitzonden – is lang geleden. Mediaopvoeding was toen aanzienlijk makkelijker dan nu met zoveel apparaten in huis en het internet waar 24/7 digitaal van alles te doen is. Desalniettemin proberen ouders nog steeds om het gebruik van digitale media van hun ukkies in goede banen te leiden. De data van dit jaar laten zien dat ouders de verschillende mediaopvoedstrategieën die er zijn, oftewel de 6 S-en, in redelijke mate hanteren.

- Als eerste komen ouders het meest toe aan Stoppen of Sturen van het gebruik van apparaten, bijvoorbeeld door mediagebruik te verbieden of schermtijd af te spreken. Ongeveer 6 op de 10 ouders doet dat regelmatig tot heel vaak. Een kleiner deel van de ouders past echter geen sturing toe. Voor een deel omdat hun ukkie nog zo klein is dat dat niet nodig is, maar deels ook omdat ouders er om een of andere reden niet aan toekomen. Die kinderen mogen kennelijk media naar eigen believen gebruiken.
- Ook passen ouders redelijk vaak Supervisie toe, dus van een afstand in de gaten houden wat kinderen met een schermje doen en daarbij duidelijk maken wat kinderen wel of niet mogen doen. Gemiddeld doet iets meer dan de helft van de ouders dat regelmatig tot heel vaak. En hoe ouder de kinderen zijn hoe meer ouders dan van een afstand opletten.
- Samen media gebruiken gebeurt gemiddeld genomen wat minder vaak. Dat wil zeggen, kinderen kijken wel veel samen met hun ouders televisie, maar samen videospelletjes spelen of filmpjes kijken op de smartphone of tablet doen veel minder ouders. Mobiele media-apparaten maken het voor ouders moeilijk om die samen te benutten, maar dat betekent dus wel dat veel jonge kinderen die apparaten zelfstandig gebruiken zonder dat een volwassene meekijkt of ter plekke ondersteuning biedt. Die kinderen moeten dus zelf bepalen wat ze in een videospelletje doen of in hun eentje filmpjes op een klein scherm bekijken. Mogelijk pikken kinderen daardoor minder op van die spelletjes of filmpjes én komen ze in aanraking met content die niet geschikt is voor ze.
- Ook het Stimuleren van wijs mediagebruik, zoals

uitleg geven bij wat kinderen online doen of kinderen waarschuwen voor online risico's komt niet heel frequent voor. Meer dan de helft van de ouders geeft nauwelijks uitleg of ondersteuning aan hun kind bij digitale media, wat toch wel opmerkelijk is. Deels kan dit verklaard worden doordat ouders misschien van mening zijn dat hun kinderen nog niet geconfronteerd zullen worden met 'rare filmpjes' of 'ongewenste contacten' en het dus niet nodig is om kinderen daar al op te wijzen. Dit klopt met de bevinding dat ouders bij oudere kinderen wel wat vaker uitleg geven. Maar desalniettemin geven veel ouders geen uitleg over hoe je digitale media-apparaten kunt bedienen of dat veel dingen op een scherm niet echt zijn; basiselementen van mediawijsheid.



- Ouders zijn ook nauwelijks geneigd om Straffen te verbinden aan het schermgebruik, bijvoorbeeld de tablet afpakken als kinderen iets deden wat niet mag. Ongeveer een derde van de ouders doet dat regelmatig of vaak. Media verbieden als straf, of afpakken komt vaker voor bij praktisch opgeleide ouders, bij kinderen die ten opzichte van leeftijdsgenootjes onzekerder of eenkennig zijn, en bij kinderen die relatief druk, onrustig en grenzen opzoekend zijn.
- Tot slot, het kind Schaduwen of controleren door achteraf op het apparaat te kijken wat het kind erop heeft gedaan komt maar weinig voor. Iets minder dan een derde van de ouders doet dat regelmatig of heel vaak. Op zich is dat wel voorstelbaar, omdat maar weinig kinderen een eigen apparaat hebben. Als ouders via supervisie, samen gebruiken en sturen wat wel of niet mag met digitale apparaten, al een idee hebben van wat hun kinderen zien en doen is achteraf controle minder noodzakelijk.

Kortom, ouders vullen de mediaopvoeding dus vooral in met regels over schermtijd, kinderen zelfstandig media laten gebruiken en dat op afstand in de gaten houden, en met samen televisiekijken. Kinderen al op jonge leeftijd

stimuleren om daar mediawijs gebruik van te laten maken lijkt minder frequent te gebeuren.

Opmerkelijk in de data hierbij is dat juist praktisch opgeleide ouders zeggen dat ze vaker betrokken zijn bij uitleggen en waarschuwen dan ouders met een hbo- of wo-opleiding. Uit eerder [onderzoek](#) weten we dat praktische opgeleide ouders meer bezorgd zijn over de risico's van digitale media en dat ze daarom ook meer zorgen naar hun kinderen toe uiten, terwijl hbo- en wo-opgeleide ouders misschien meer denken dat hun kinderen geen risico lopen en daarom geen mediawijsheid hoeven te stimuleren. Dat zou een overschatting zijn van de media-vaardigheden van jonge gebruikers.

## Bewuste mediaopvoeding

Gevraagd naar hoe ouders over hun mediabegeleiding denken, zeggen de meeste ouders dat ze dat wel goed aan kunnen of leuk vinden. De overgrote meerderheid van de ouders vindt dat ze voldoende weten en genoeg tijd hebben om aan mediaopvoeding te doen. Ook vinden de meeste ouders het wel oké om van een afstandje hun kind in de gaten te houden als die iets met een digitaal scherm doet. Tegelijkertijd heeft ruim een op de tien ouders wel moeite met bijvoorbeeld uitleg geven of afspraken over schermtijd volhouden. Voor een klein deel van de ouders is de mediaopvoeding dus toch niet zo goed te doen. Dit zien we ook terug in de zorgen die ouders hebben.

In 2025 was de top 5 van grootste zorgen over de opvoeding bij het digitale leven van kinderen (1) verslaving en digitale media, (2) online veiligheid, (3) schadelijke content, (4) sociale vaardigheden en echt contact en (5) fysieke gezondheid. Ook in 2026 geeft één op de vijf ouders aan zich zorgen te maken over sociale mediagebruik, schermtijd en verslaving. Deze zorgen komen vaker voor onder moeders, dan onder vaders. Nieuw dit jaar is dat één op de tien ouders uit zichzelf aangeeft zich zorgen te maken over hun eigen rol als ouders en hun opvoedkeuzes. Naarmate kinderen ouder worden (5 of 6 jaar) nemen deze zorgen ook toe.

Waar relatief veel ouders moeite mee hebben is hun eigen voorbeeldgedrag. Net als in het onderzoek uit 2025 zien we dat een kwart van de ouders moeite heeft om in het bijzijn van hun kind het goede voorbeeld te geven met hun eigen digitale mediagebruik. En ook een derde van de ouders geeft aan het lastig te vinden om niet steeds zelf hun telefoon te checken in het bijzijn van hun kind. Vooral ouders met een hbo- of wo-opleiding hebben moeite met hun voorbeeldgedrag. In de digitale samenleving

kunnen ook ouders niet zonder hun mobiel of laptop en zien veel ouders dat dat wringt met de opvoeding van hun jonge kinderen. Mogelijk dat andere ouders het inderdaad makkelijker vinden het goede voorbeeld te geven, maar het kan ook dat zij minder afhankelijk zijn van digitale apparaten voor bijvoorbeeld hun werk. Ouders die kantoorwerk doen of leidinggevende posities hebben zijn eerder geneigd thuis ook media voor hun werk te gebruiken en worstelen daarom vaker met de vraag hoe ze met dat voorbeeld hun kinderen van media af kunnen [houden](#).

Het feit dat het voorbeeldgedrag ieder jaar terugkomt als iets waar ouders mee worstelen, laat zien dat daar nog veel winst te behalen is. We weten dat jonge kinderen het meeste leren van hun ouders en dat de sleutel tot gezond mediagebruik onder andere ligt in het voorbeeld dat ouders geven. We kunnen daarom ouders nog meer voeden met concrete [tips](#) en tools om hun eigen mediagebruik in [balans](#) te houden om daarmee uiteindelijk hun kinderen te leren op een gezonde manier met digitale media om te gaan.

## Waar vinden ouders steun?

Tegenover de zorgen over een goed rolmodel zijn, staat dat de meeste ouders wel veel steun ervaren van hun (ex)partner bij de mediaopvoeding. Voor zover er regels en afspraken zijn over mediagebruik in huis worden die veelal gedeeld door beide partners en is er relatief weinig onenigheid. Hoewel een op de vijf ouders aangeeft weinig met hun (ex)partner te praten over het eigen mediagebruik en het voorbeeld dat ze daarmee aan hun kind geven, zeggen bijna alle ouders wel eens tips of adviezen van hun partner te krijgen voor het begeleiden van het mediagebruik van hun kind. Dit is een grote toename ten opzichte van vorig jaar, toen minder dan de helft dit aangaf.

Steun van buitenaf komt minder voor. De helft van de ouders geeft aan online makkelijk goede tips en adviezen te vinden. Hierin zien we weinig verschil met vorig jaar. Iets minder dan de helft maakt gebruik van de leeftijdsadviezen van Kijkwijzer of PEGI. Gezien de programma's die populair zijn onder jonge kinderen lijken ouders daar een redelijke inschatting te maken, maar wat betreft videogames volgen ouders dus lang niet altijd de adviezen van PEGI zoals we hierboven aangaven.

Ruim een derde van de ouders is bekend met de in 2025 geïntroduceerde Richtlijn Gezond Schermgebruik. Bijna twee derde van de ouders geeft ook aan dat ze vinden dat de overheid richtlijnen moet opstellen over de schermtijd voor kinderen. Vorig jaar gaf minder dan de helft van de ouders dit aan. Ouders zijn dit jaar ook iets positiever

over de rol van de overheid. Het percentage ouders dat aangeeft duidelijke regelgeving vanuit de overheid te ervaren is toegenomen. Het percentage dat geen duidelijke regelgeving ervaart, is licht afgenomen, maar het gaat hierbij nog steeds om twee op de vijf ouders.

Ouders hebben dus wel behoefte aan duidelijkheid van de overheid, maar nog niet alle ouders ervaren dit. Of dat komt omdat ze niet bekend zijn met de Richtlijn, of dat de Richtlijn onvoldoende duidelijk is, is niet nagevraagd in dit onderzoek. Maar het is een mooi aanknopingspunt om de komende tijd als professionals mee aan de slag te gaan. Professionals, zoals die in de opvang- en schoolcontext, maar ook bij de GGD. Naast het eigen netwerk, ervaart een derde van de ouders namelijk ook steun van de kinderopvang, BSO of school voor hun mediaopvoeding en een kwart ervaart dit bij medewerkers van de GGD.

## Ondersteuning is gewenst

Alles overziend is van belang om verder na te gaan welke gezinnen het meest moeite hebben met de mediaopvoeding en welke ondersteuning daarbij nodig is en van wie. Meer aandacht voor hoe ouders bewust kunnen worden van hun eigen mediagebruik en het voorbeeld dat ze daarmee aan hun kinderen geven lijkt daarbij heel belangrijk. Ook lijkt het wenselijk om verder onderzoek te doen naar hoe ouders meer stimulerend aan mediaopvoeding kunnen gaan doen, dus hoe ze effectief mediawijs en gezond mediagebruik ook al bij jonge kinderen kunnen stimuleren.

Kinderen voorlezen en hen kennis laten maken met boeken en de kracht van verhalen is van oudsher een vanzelfsprekend onderdeel van de opvoeding. Maar echt samen media gebruiken en kinderen wijs maken wat die digitale verhalen betekenen, hoe je die kunt interpreteren en begrijpen lijkt voor veel ouders toch minder voor de hand liggend.

Misschien dat er naast de vele lespakketten om kinderen of jongeren mediawijs te maken ook meer aandacht gegeven kan gaan worden aan interventies die ouders ondersteunen in het gebalanceerd toepassen van de verschillende S-en van mediaopvoeding. Kinderen hebben niet alleen behoefte aan Sturing via regels en afspraken en aan Supervisie en Samen televisiekijken, maar juist ook aan oprechte interesse en betrokkenheid in de vorm van Stimulering van mediawijsheid. Daar kunnen ouders juist ook al op jongere leeftijd mee beginnen en niet wachten tot kinderen een eigen smartphone hebben aan het einde van de basisschool.

A young child with dark hair is shown in profile, wearing bright pink headphones with purple cat-ear accents. The child is wearing a white long-sleeved shirt with a floral pattern. They are holding a tablet computer with a black protective case. The background is a soft, out-of-focus indoor setting, possibly a couch or bed.

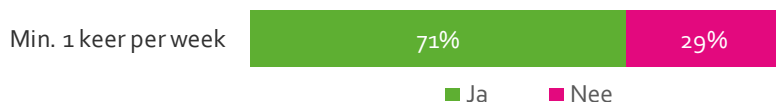
# Mediagebruik en -impact

Hoe gebruiken kinderen van 0 tot en met 6 jaar digitale media en wat zijn volgens ouders de belangrijkste kansen en risico's hiervan?

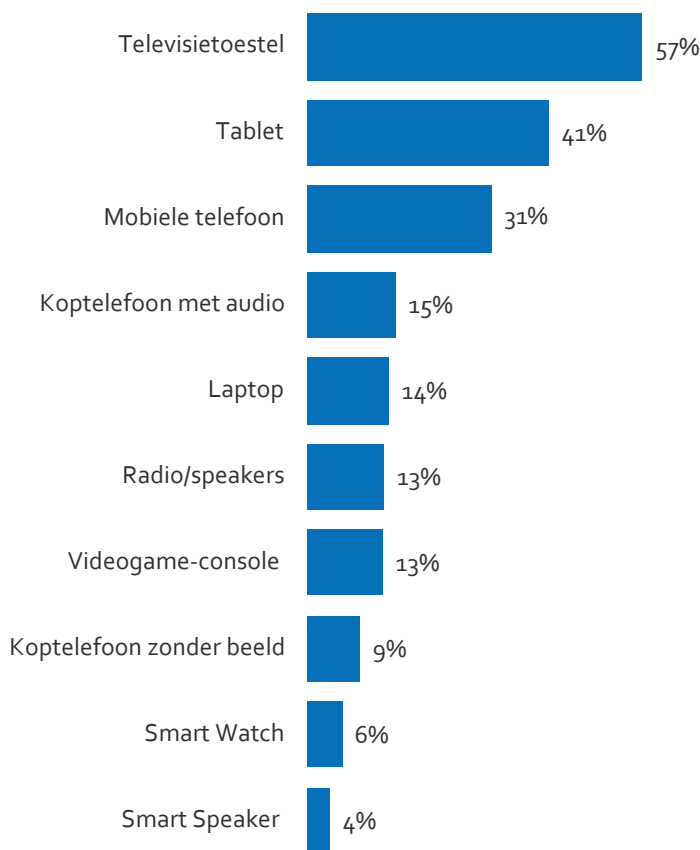


# Kinderen gebruiken regelmatig digitale media; vooral televisie, tablet en mobiele telefoon

## Regelmatig gebruik van media-apparaten (min. 1 keer per week)



## Van welke media-apparaten maakt uw kind regelmatig gebruik?



- Meisjes gebruiken vaker een tablet in vergelijking met jongens (46% vs. 36%).



- Naarmate kinderen ouder worden, neemt het gebruik tablets sterk toe (22% vs. 50% vs. 62%). Kinderen van vijf en zes jaar gebruiken veel vaker een videogame console (27%).



- Kinderen van ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleidingsniveau gebruiken minder vaak de televisie dan kinderen van ouders met een hbo- of wo-opleiding (38% vs. 58% vs. 60%).



- Kinderen in eenoudergezinnen maken vaker gebruik van mobiele telefoons en laptops dan kinderen van een gehuwd of niet gehuwd paar ouders (53% vs. 35% vs. 28%).

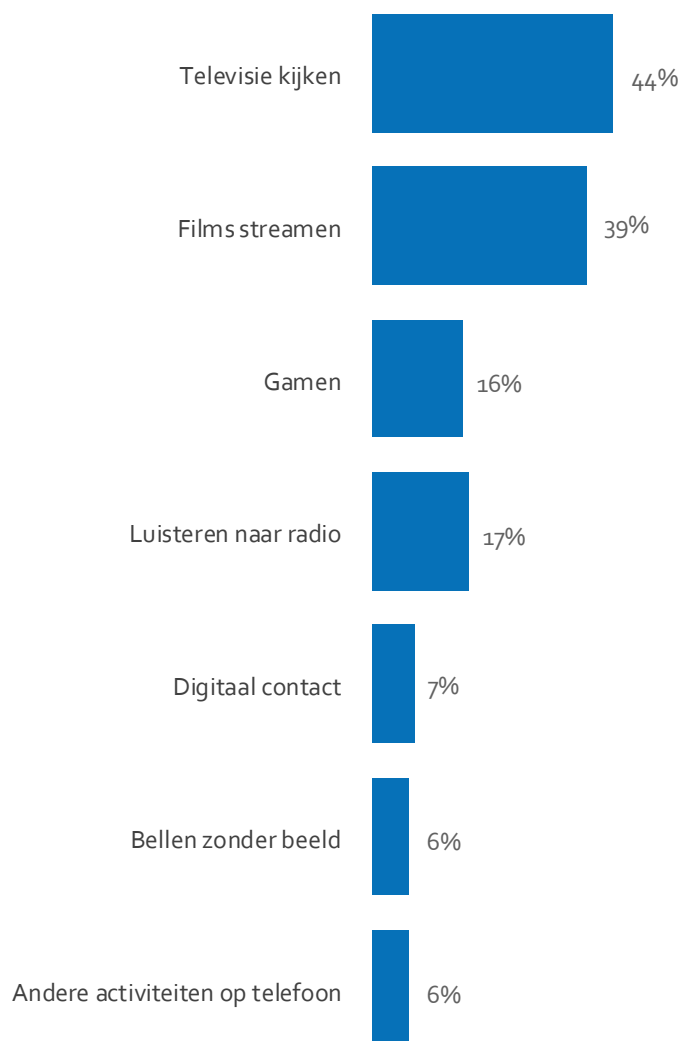


Basis: alle respondenten (n=1.017)



# Van de digitale activiteiten wordt er voornamelijk tv gekeken en filmpjes gestreamd

% activiteiten ondernomen – digitaal



- Digitale activiteiten nemen toe naarmate kinderen ouder worden, met name het streamen van films (30% vs. 44% vs. 54%) en gamen (10% vs. 16% vs. 33%).



- Meisjes en jongens ondernemen activiteiten ongeveer even vaak, maar er is wel een verschil in tijdsbesteding. Jongens luisteren vaker naar de radio dan meisjes (20% vs. 15%) en gamen vaker (19% vs. 16%).



- Kinderen van ouders met een hbo- of wo-opleiding kijken vaker naar televisie dan kinderen van ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleidingsniveau (51% vs. 44% vs. 31%).

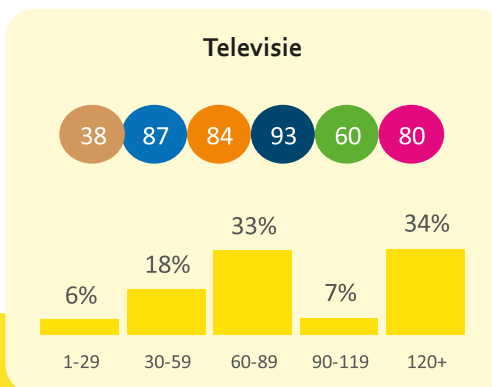
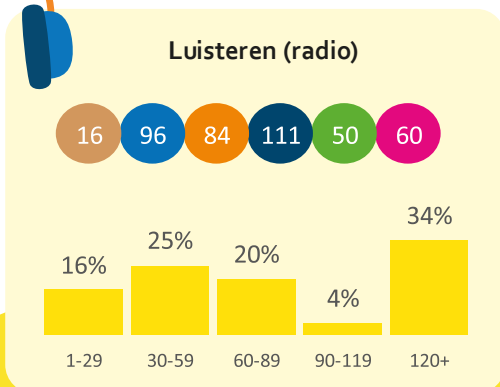
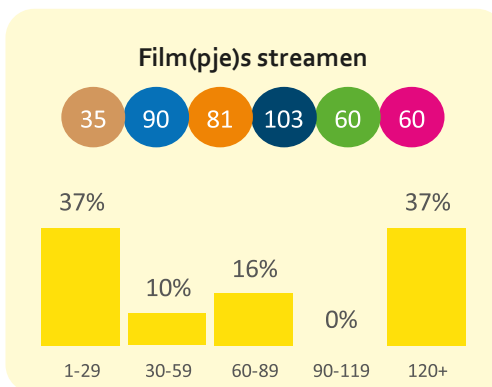
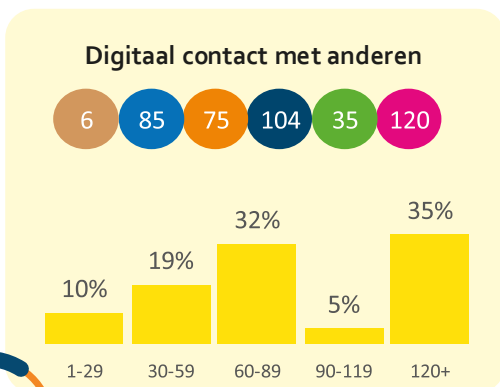
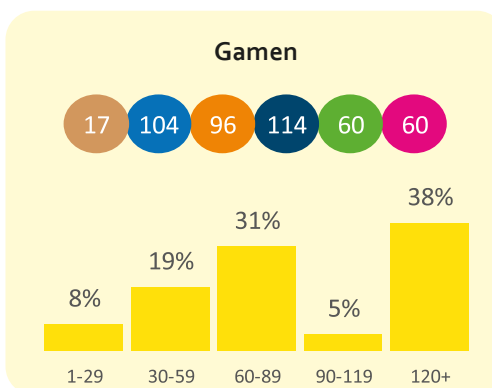
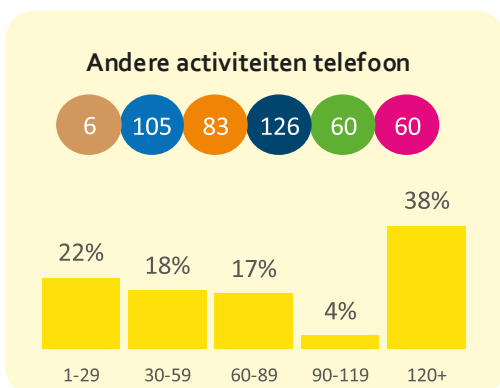
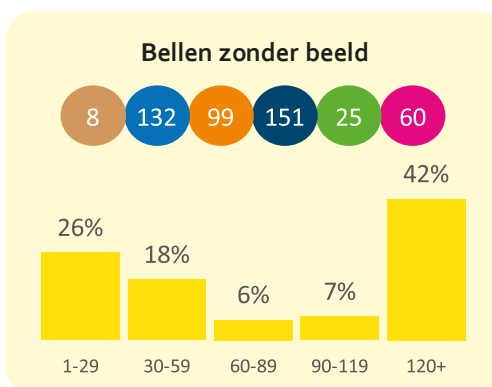


Basis: alle respondenten (n=1.017)



# Als kinderen van 0 t/m 6 jaar tijd besteden aan digitale media, wordt de meeste tijd besteed aan bellen zonder beeld

Tijdsbesteding digitale activiteiten (in minuten)\*

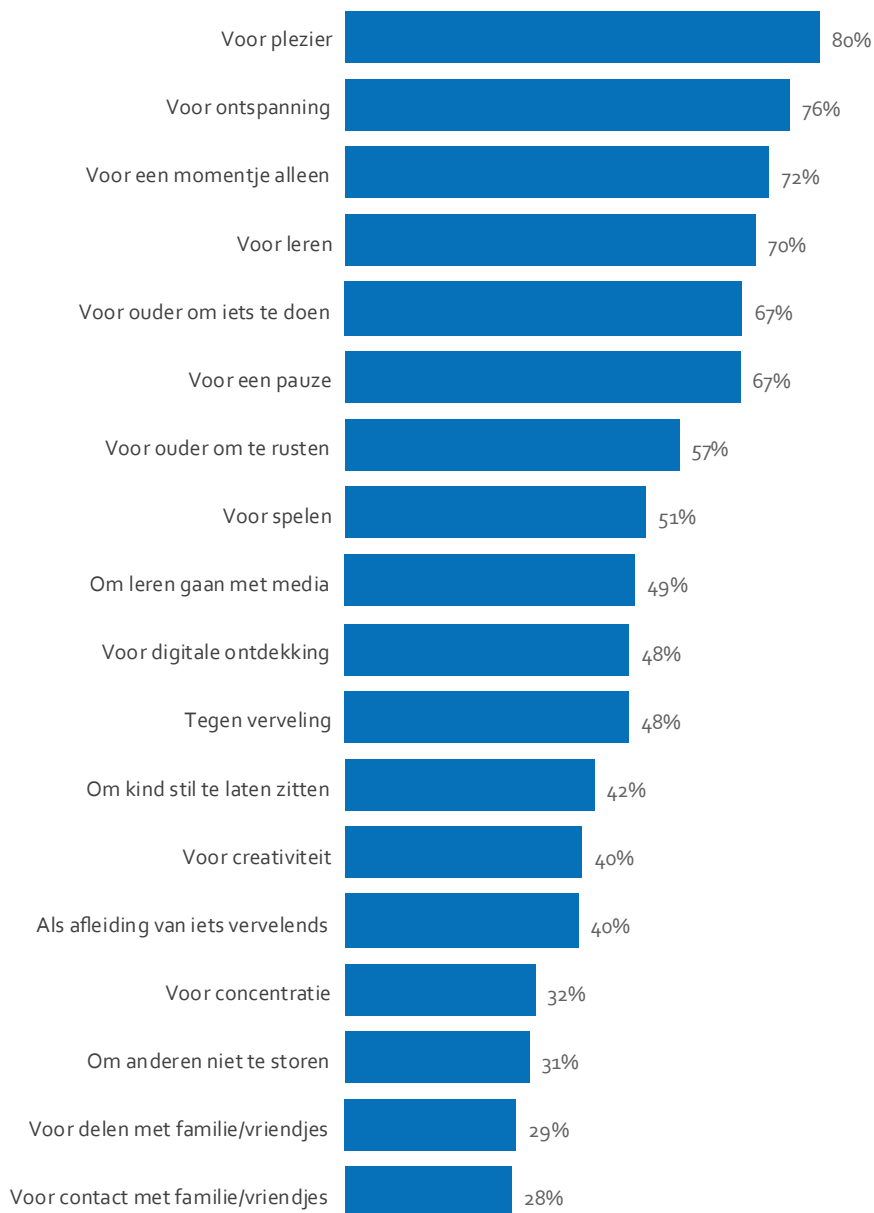


Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Meer informatie in bijlage 6

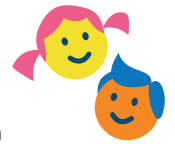
# Ouders laten hun kinderen digitale media vooral gebruiken voor plezier en ontspanning

## Waarom laat u uw kind gebruikmaken van digitale media?



Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

- In het algemeen zetten ouders van jongens digitale media vaker in als praktisch hulpmiddel om hun kinderen te vermaken, te reguleren, te laten leren en het dagelijks gezinsleven werkbaar te houden.



- Naarmate de leeftijd van de kinderen toeneemt, laten ouders media vaker gebruiken zodat het kind de digitale wereld zelf kan ontdekken (0-2 jarige: 40% vs. 3-4 jarige: 48% vs. 5-6 jarige: 59%). Ouders laten 0-2 jarige kinderen vaker gebruikmaken van media om het kind af te leiden van iets vervelends dan ouders van oudere kinderen (53% vs. 33% vs. 31%).

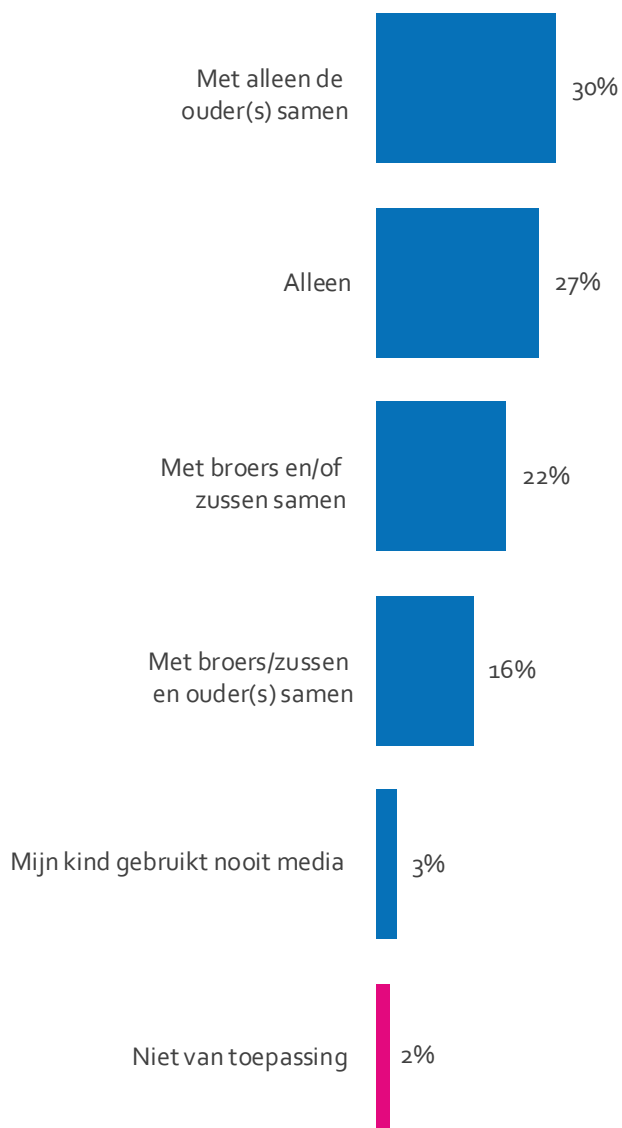


- In het algemeen zetten ouders met een basis-, lbo- of vmbo- opleiding digitale media minder vaak in als hulpmiddel voor ontspanning, plezier of ouderlijke ontlasting, en gebruiken media vaker om het contact van hun kind met familie of vriendjes te ondersteunen (35%).



# Bijna de helft van de kinderen gebruikt alleen of alleen met broers en/of zussen media

## Omstandigheden mediagebruik



- Kinderen van ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleiding gebruiken media minder vaak alleen met de ouders dan kinderen van ouders met een hbo- of wo-opleiding (24% vs. 31% vs. 32%).



Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=910)

# Ouders laten kinderen media vooral alleen of alleen met broertjes of zusjes gebruiken voor ontspanning en praktische noodzaak

Redenen om het kind soms alleen of alleen met broertjes of zusjes media te laten gebruiken



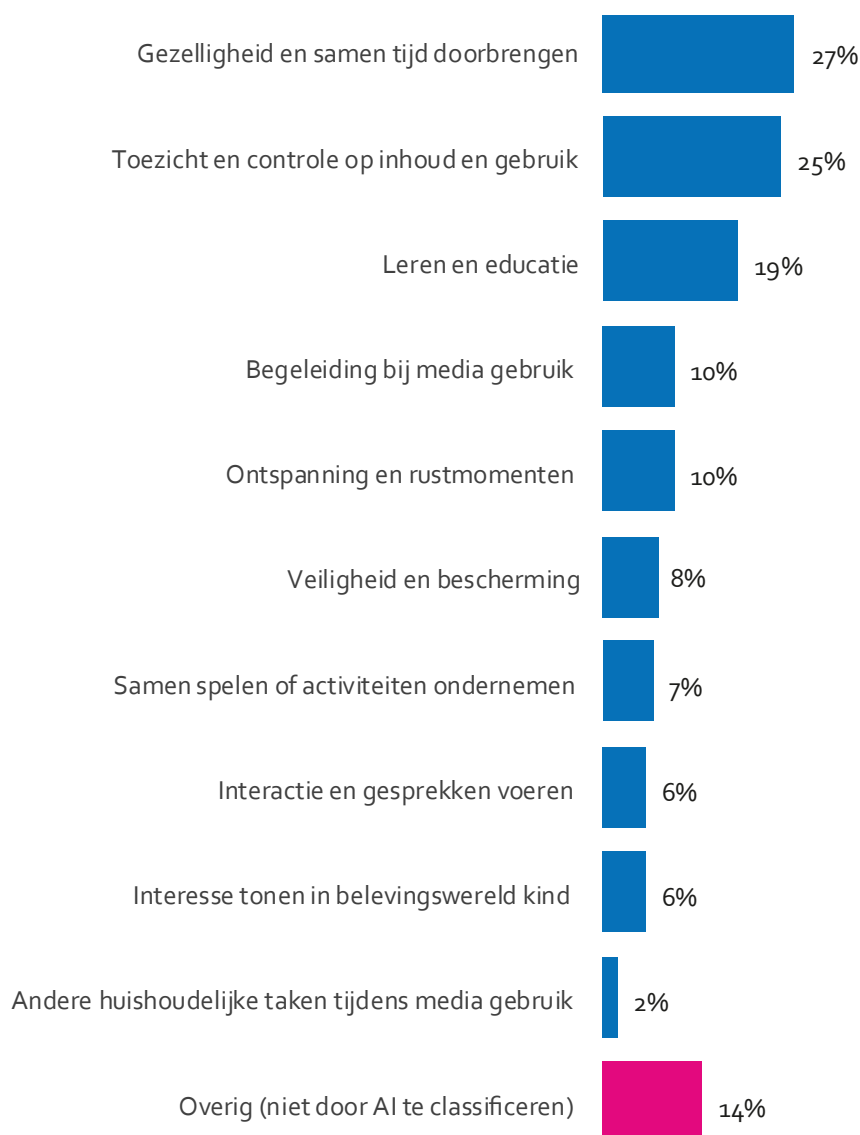
- Ouders van meisjes laten hun kinderen media alleen of alleen met broertjes of zusjes gebruiken om dezelfde redenen als ouders van jongens. Ook tussen ouders met verschillende opleidingsniveaus zijn geen grote verschillen zichtbaar.



Basis: n=891

# Ouders gebruiken media vooral samen met hun kind voor gezelligheid en om toezicht te houden op de inhoud

Belangrijke redenen om media samen te gebruiken\*



• Moeders vinden toezicht en controle belangrijker dan vaders (28% vs. 22%).



• Naarmate de opleiding toeneemt, zijn gezelligheid en interactie voor de ouders belangrijkere redenen om samen media met hun kind te gebruiken (13% vs. 25% vs. 32%).



• Ouders van jongere kinderen (0-2) vinden ontspanning en rustmomenten een belangrijkere reden dan ouders van oudere kinderen (16% vs. 8% vs. 6%).



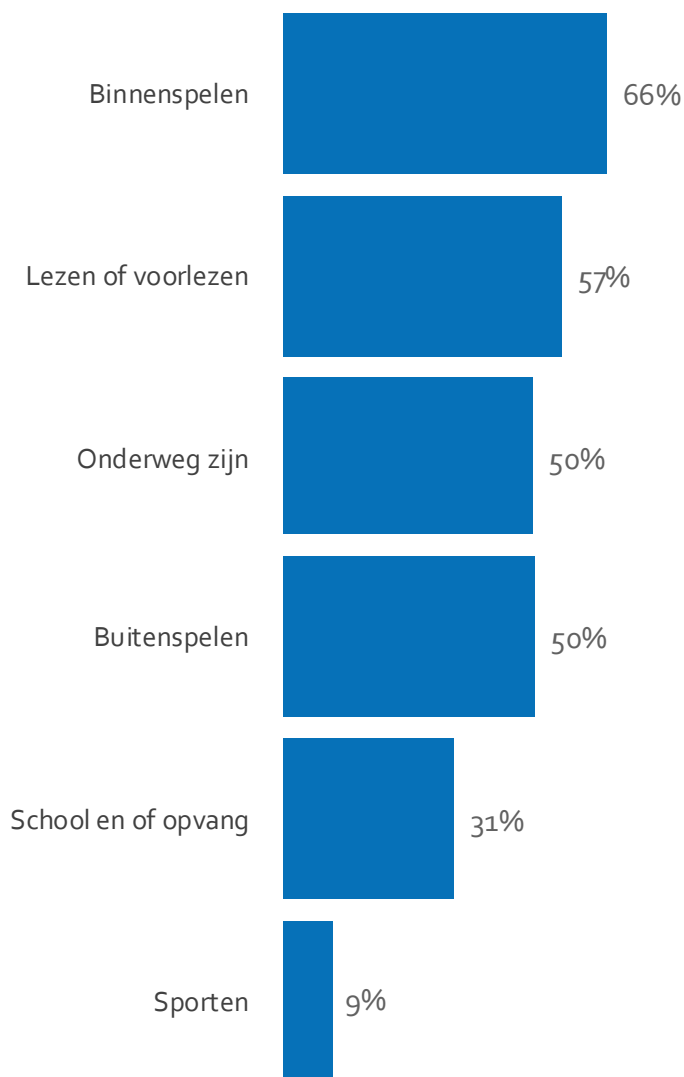
Basis: n=891

\*Dit is een samenvatting van de gegeven open antwoorden, in het Excel-bestand zijn alle individuele gegeven antwoorden te vinden



# Terwijl kinderen van 0 tot en met 6 jaar regelmatig digitale media gebruiken, besteden ze het grootste deel van hun tijd aan niet-digitale activiteiten, zoals binnenspelen

% activiteiten ondernomen – non-digitaal



- Meisjes zijn vaker onderweg dan jongens (56% vs. 49%).



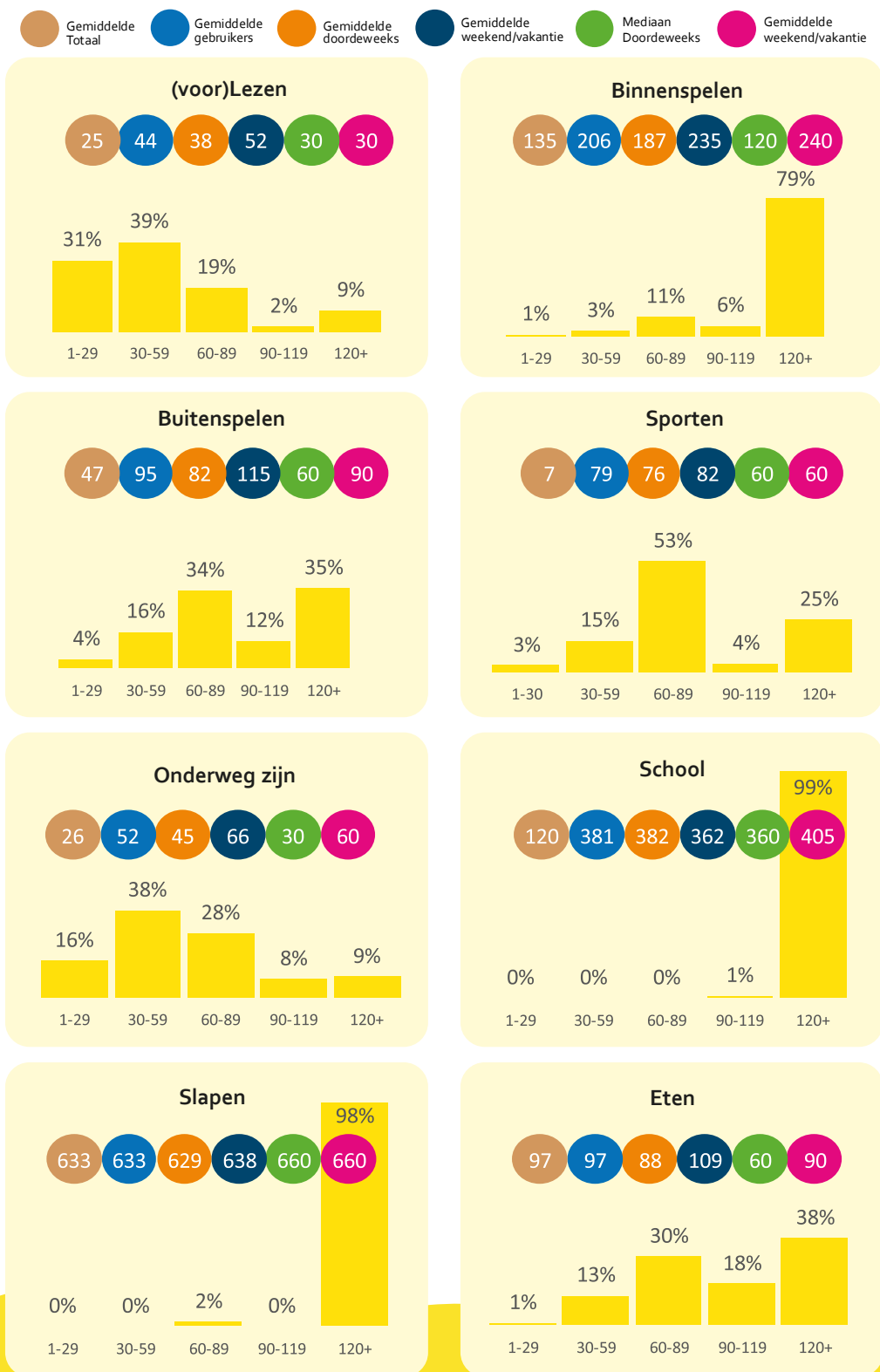
- Kinderen van ouders met een hbo- of wo-opleiding ondernemen vaker non-digitale activiteiten, met name (voor) lezen, binnen- en buitenspelen en onderweg zijn dan ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleiding (gemiddeld een verschil van 22%).



Basis: alle respondenten (n=1.017)

# Waar slapen en school voor vrijwel iedereen vaste tijdsblokken vormen, wordt extra vrije tijd in het weekend vooral ingevuld door spelen en sporten

Tijdsbesteding digitale non-activiteiten (in minuten)\*



Basis: alle respondenten (n = 1.017)

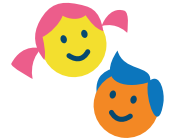
\* Meer informatie in bijlage 7

# Bouwen met constructiespeelgoed en creatieve activiteiten en zijn de meest ondernomen activiteiten zonder digitale media

## Ondernomen activiteiten zonder digitale media\*



- Jongens bouwen meer en spelen vaker met voertuigen (52% vs. 32%). Meisjes vermaken zich vaker met rollen- en fantasiespelen, creatieve activiteiten en dansen, zingen en muziek maken (39% vs. 13%).



- Naarmate kinderen ouder worden, zijn ze meer bezig met creatieve activiteiten (20% vs. 45% vs. 61%) en minder met buitenspelen en sport (29% vs. 16% vs. 10%).



- Kinderen in eenoudergezinnen zijn aanzienlijk vaker bezig met creatieve activiteiten (62%).

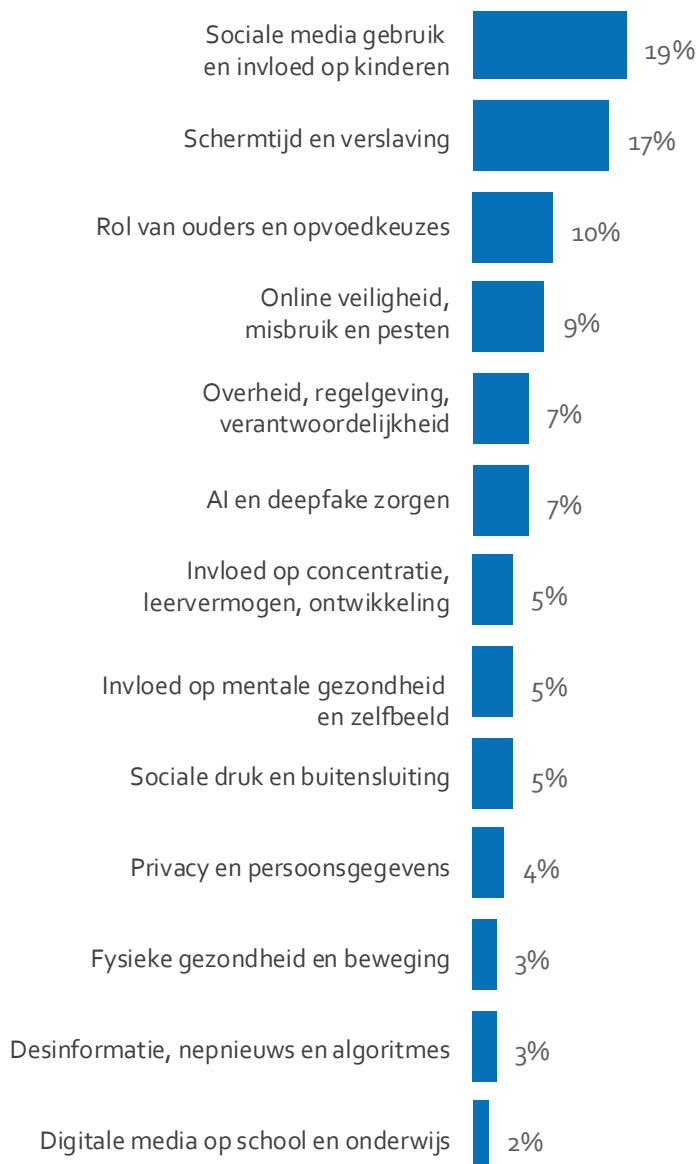


Basis: n=964

\*Dit is een samenvatting van de gegeven open antwoorden, in het Excel-bestand zijn alle individuele gegeven antwoorden te vinden

# Het gebruik van sociale media en de invloed hiervan zijn de belangrijkste zorgen die ouders hebben over hoe hun kind in de digitale samenleving opgroeit

## Zorgen over hoe het kind in de digitale samenleving opgroeit\*



Basis: n=405

- Moeders maken zich vaker zorgen over sociale mediagebruik, de schermtijd en verslaving dan vaders (23% vs. 14%).



- Ouders van oudere kinderen (5-6) maken zich vaker zorgen over hun eigen rol en de desinformatie, nepnieuws en algoritmes (14%).



- Alleenstaande ouders maken zich vaker zorgen over online veiligheid, misbruik en pesten (19%).



\*Dit is een samenvatting van de gegeven open antwoorden, in het Excel-bestand zijn alle individuele gegeven antwoorden te vinden



# Mediaopvoeding en uitdagingen voor ouders

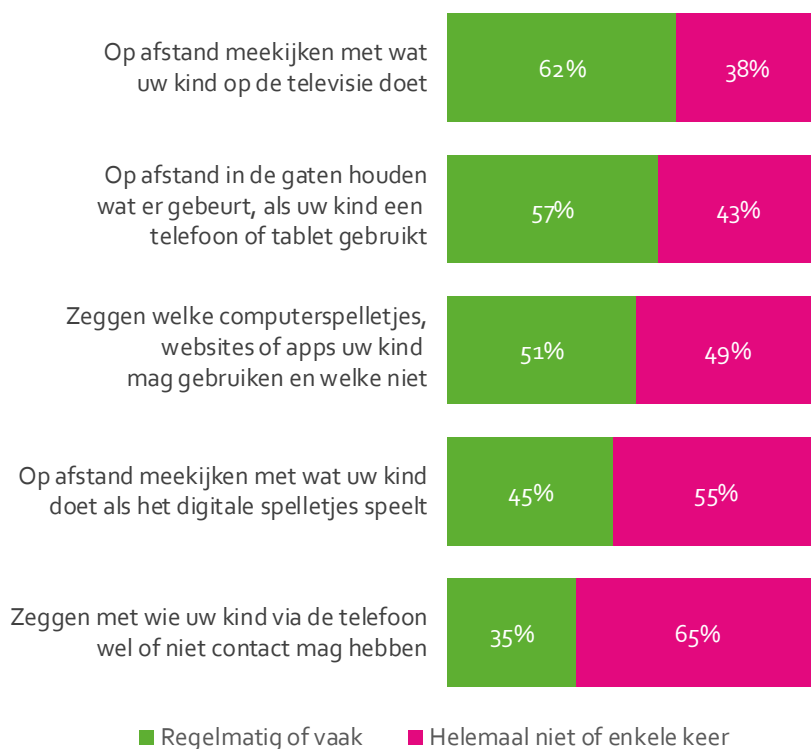
Hoe begeleiden ouders het mediagebruik van hun kinderen, en welke uitdagingen ervaren zij daarbij?



# Ouders houden het mediagebruik van kinderen in de gaten, maar slechts één op de drie zegt met wie kinderen wel of niet contact mogen hebben

Hoe vaak doet u onderstaande?

- **Supervisie houden\***



- In het algemeen controleren ouders vaker de digitale activiteiten naarmate kinderen ouder worden, met een sterkere focus op welke computerspelletjes, websites of apps het kind mag gebruiken en welke niet.



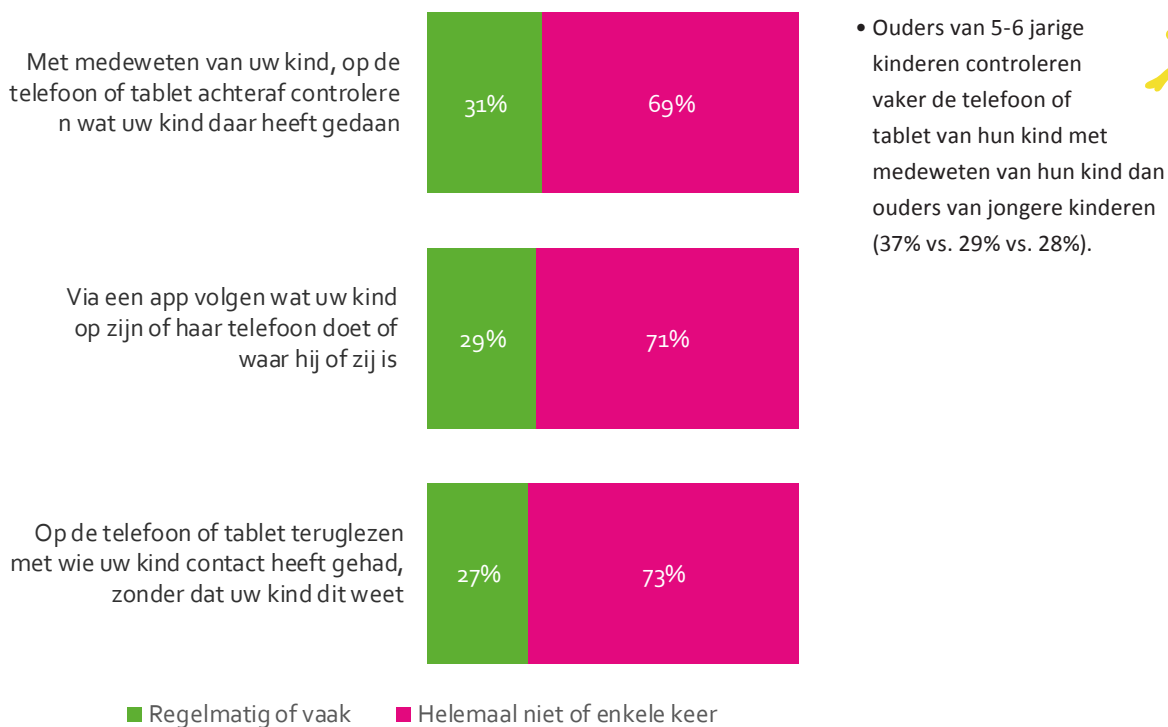
Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **mediagebruik begeleiden en controleren**.

# Ouders gebruiken zelden apps om het gedrag van hun kinderen te volgen of onbewust hun activiteiten te controleren

Hoe vaak doet u onderstaande?

## - Controleren\*



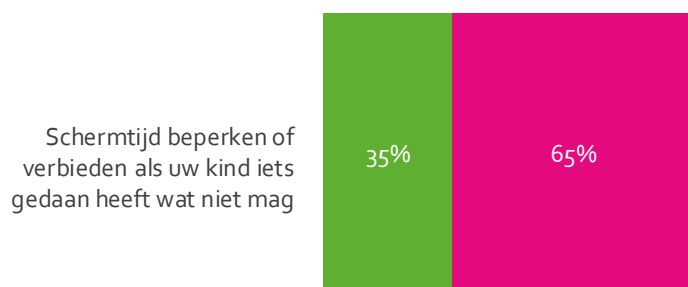
Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **mediagebruik begeleiden en controleren**.

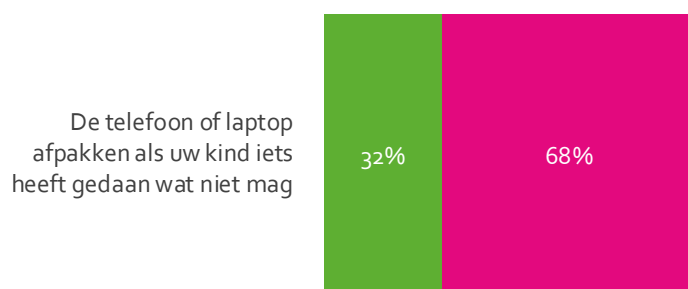
# Een grote meerderheid van ouders legt geen restricties op schermtijd of digitale apparaten als een kind iets gedaan heeft wat niet mag

Hoe vaak doet u onderstaande?

## - Media als straf gebruiken\*



- Ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleiding leggen vaker een straf op, zoals het afpakken van apparaten, dan ouders met een hbo- of wo-opleidingsniveau (43% vs. 34% vs. 24%).



■ Regelmatig of vaak ■ Helemaal niet of enkele keer

Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

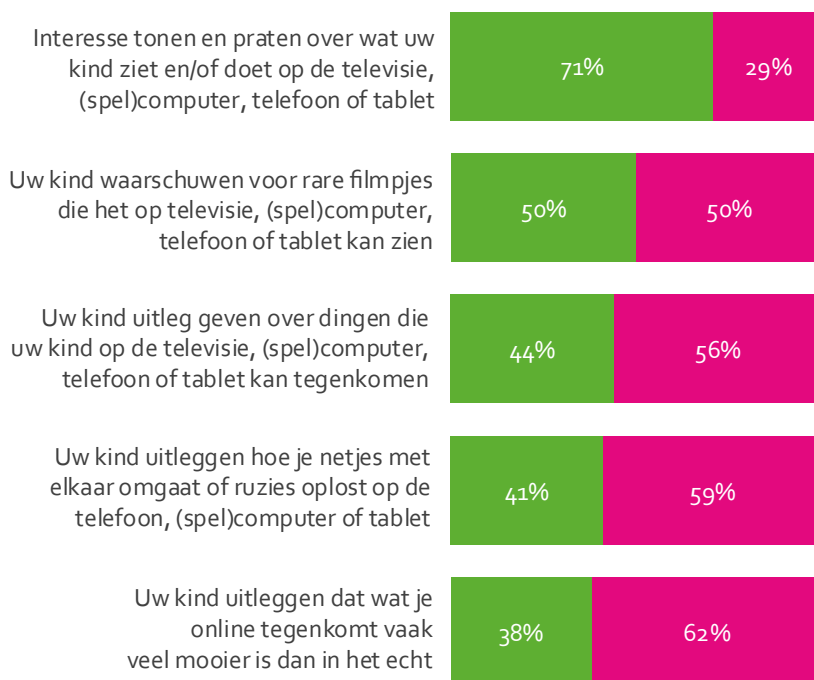
\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **mediagebruik begeleiden en controleren**.



# Zeven op de tien ouders tonen interesse en praten over wat hun kinderen op digitale media ziet

Hoe vaak doet u onderstaande?

## - Betrokkenheid en uitleg\*



■ Regelmatig of vaak ■ Helemaal niet of enkele keer

- Ouders bieden meer uitleg naarmate kinderen ouder worden, met name wat je online tegenkomt (36% vs. 41% vs. 55%). Ook waarschuwen ouders vaker voor rare filmpjes die te zien zijn (42% vs. 44% vs. 63%).



- Ouders met een hbo- of wo opleidingsniveau waarschuwen hun kinderen minder vaak dan ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleidingsniveau (37% vs. 56% vs. 53%).



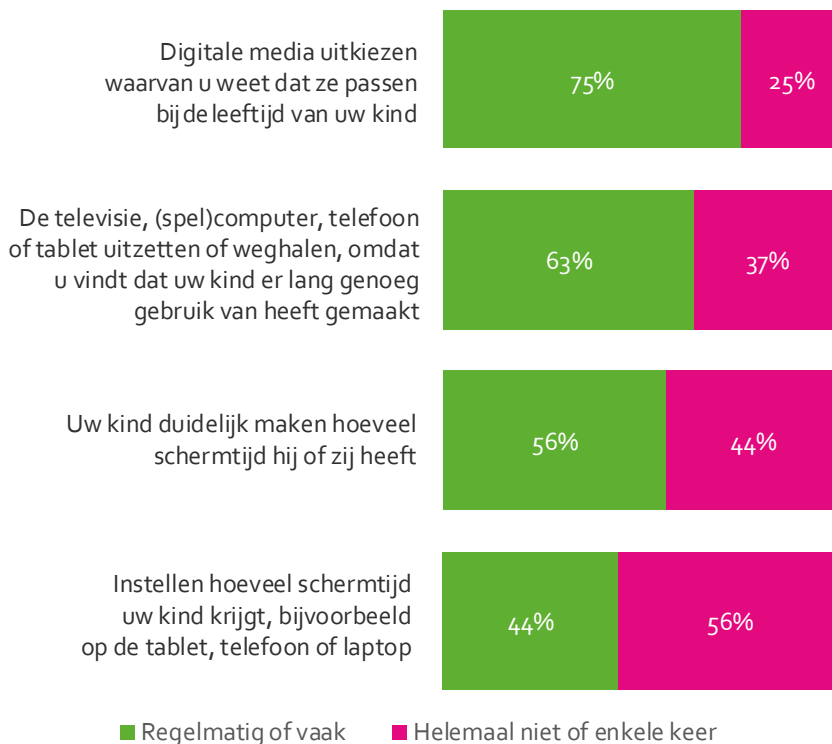
Basis: alle respondenten (n=1.021)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **mediagebruik begeleiden en controleren**.

# Bijna twee derde van de ouders zetten media uit of pakken het af omdat men vindt dat het kind er lang genoeg gebruik van heeft gemaakt

Hoe vaak doet u onderstaande?

- **Sturen\***



- Het handhaven van afspraken wordt strikter naarmate kinderen ouder worden, vooral met betrekking tot het instellen en naleven van schermtijd (42% vs. 39% vs. 50%).



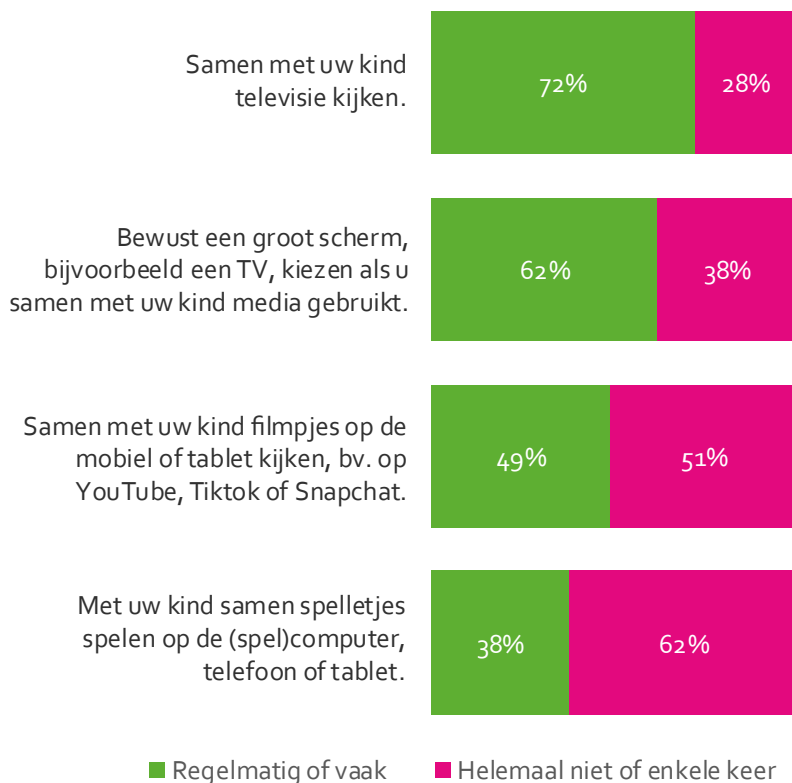
Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **mediagebruik begeleiden en controleren**.

# Ouders kijken vaak samen televisie met hun kinderen, maar meer dan de helft van ouders speelt geen digitale spelletjes samen met hun kind

Hoe vaak doet u onderstaande?

## - Samen gebruiken\*



• Naarmate kinderen ouder worden, kijken ouders vaker samen met hun kinderen televisie (62% vs. 80% vs. 74%).



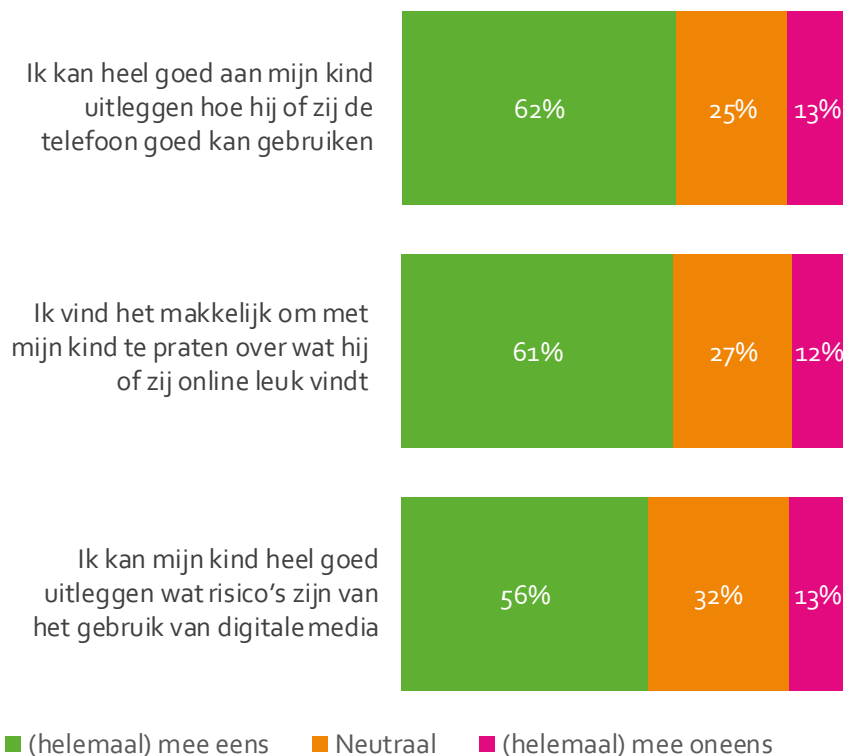
Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 1 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **mediagebruik begeleiden en controleren**.

# Meer dan de helft van ouders voelt zich zelfverzekerd in het geven van uitleg over digitale media en vindt het makkelijk om met hun kind te praten wat hij/zij leuk vindt

In hoeverre bent u het eens met de volgende uitspraken?

## - Uitleg kunnen geven\*



• Naarmate kinderen ouder worden, kunnen ouders beter uitleggen wat risico's zijn van mediagebruik (42% vs. 61% vs. 73%).



Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

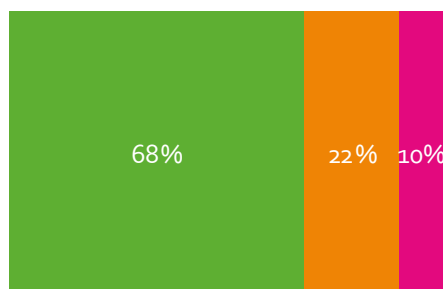
\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 2 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding**.

# Ouders leven grotendeels goed hun eigen afspraken na, maar de naleving door de kinderen is voor de helft van ouders een uitdaging

In hoeverre bent u het eens met de volgende uitspraken?

## - Sturen\*

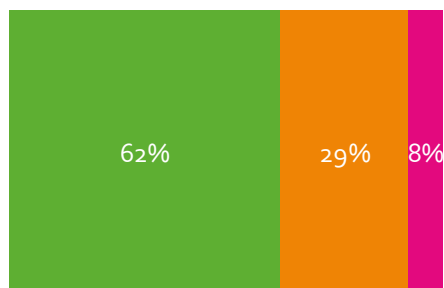
Ik vind het niet erg om van een afstandje mijn kind in de gaten te houden als hij of zij iets doet met digitale media, bv. tijdens het koken



- Naarmate kinderen ouder worden, vinden ouders het makkelijker om afspraken over schermtijd vol te houden (56% vs. 65% vs. 69%).



Ik vind het makkelijk om afspraken met mijn kind over schermtijd vol te houden



- Ouders met een hbo- of wo-opleidingsniveau vinden het minder erg om van een afstandje hun kind in de gaten te houden dan ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleidingsniveau (54% vs. 68% vs. 74%).



■ (helemaal) mee eens   ■ Neutraal   ■ (helemaal) mee oneens

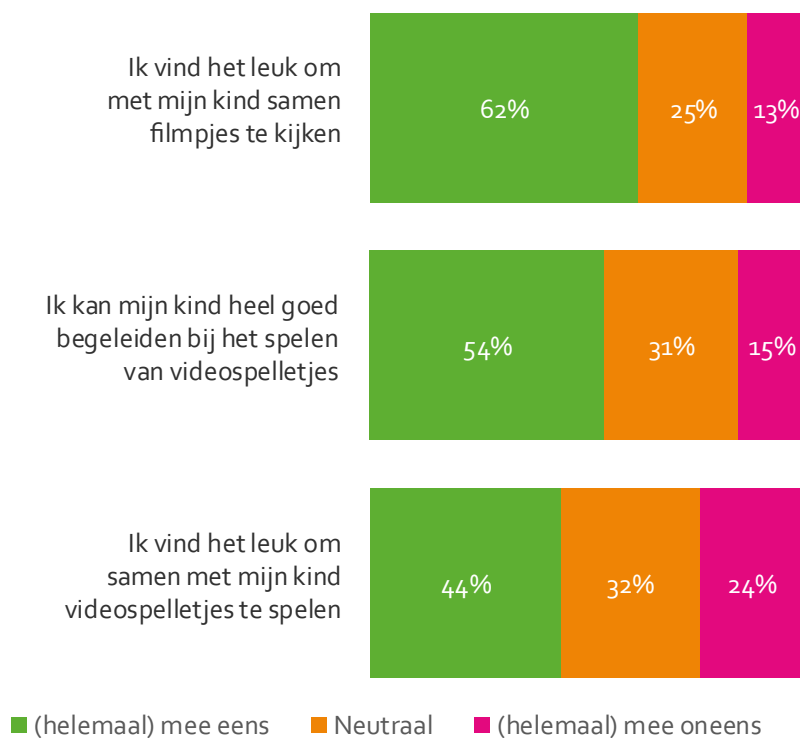
Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 2 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding**.

# Ouders genieten van samen media gebruiken, vooral bij filmpjes kijken, en de helft van ouders kan goed hun kind begeleiden bij het spelen van spelletjes

In hoeverre bent u het eens met de volgende uitspraken?

## - Samen gebruiken\*



• Naarmate kinderen ouder worden, neemt gezamenlijk mediagebruik toe (60% vs. 66% vs. 66%).



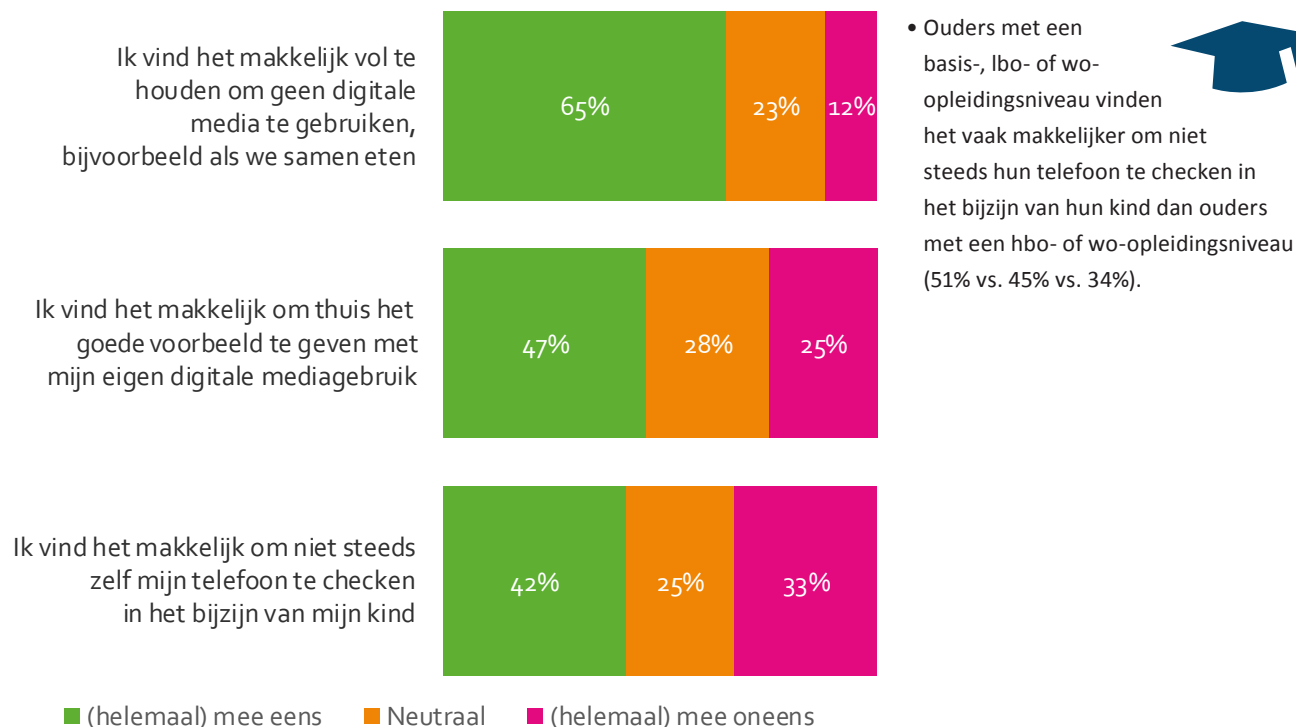
Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 2 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding**.

# Een derde van ouders worstelt met hun eigen digitale mediagebruik, vooral met minder vaak op de telefoon kijken in het bijzijn van hun kind

In hoeverre bent u het eens met de volgende uitspraken?

## - Eigen voorbeeld ophouden\*



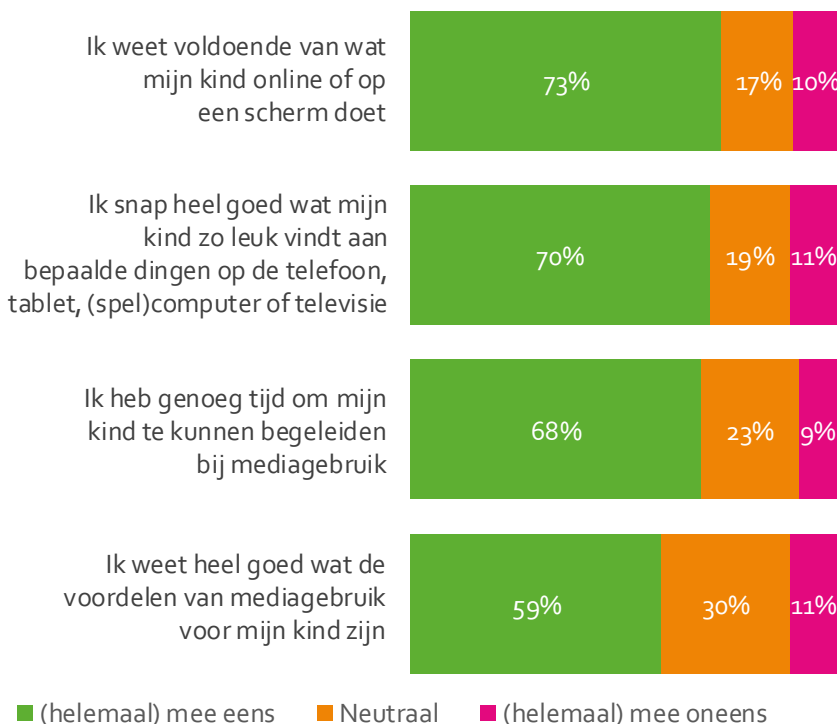
Basis: alle respondenten (n=1.017)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 2 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **opvattingen en ervaringen van ouders rondom digitale media en opvoeding**.

# Driekwart van de ouders vindt dat ze voldoende weten wat hun kinderen online of op een scherm doen

In hoeverre herkent u zichzelf in onderstaande uitspraken?

## - Zelfvertrouwen\*



• Ouders met een hbo- of wo-opleidingsniveau voelen zich vaker zekerder over hun kennis van digitaal mediagebruik en wat kinderen aanspreekt, terwijl ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleidingsniveau zich vaak minder zeker voelen (63% vs. 59% vs. 48%).



• Ouders van jongere kinderen hebben minder vertrouwen in hun eigen kennis over digitaal mediagebruik door kinderen dan ouders van oudere kinderen (55% vs. 57% vs. 67%).



Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 3 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **steun, kennis en eigen rol als ouders**.



# Ondersteuning en advies voor mediaopvoeding

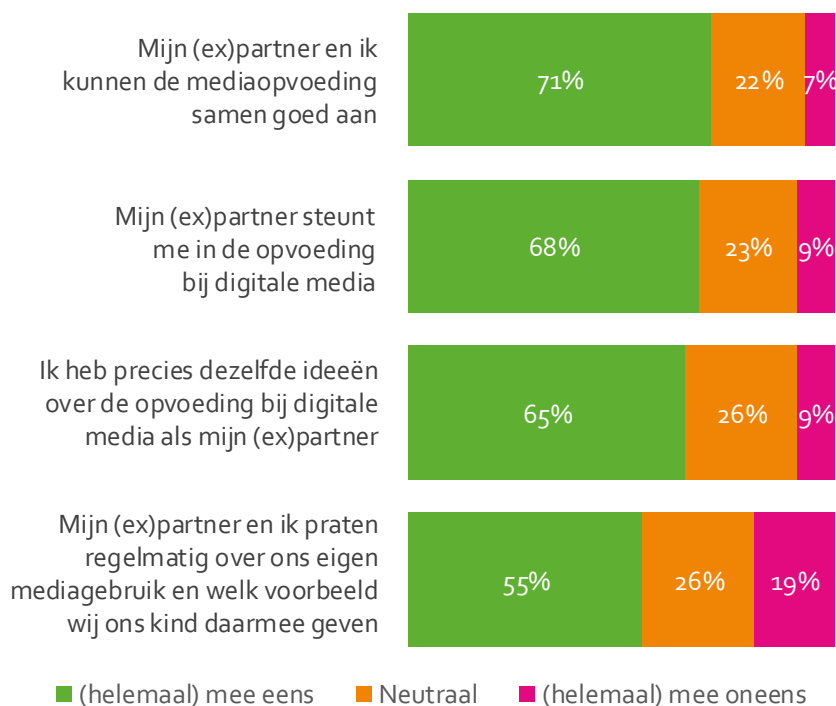
Welke ondersteuning en adviezen hebben ouders voor het mediagebruik van hun kinderen?



# Ouders kunnen de mediaopvoeding samen goed aan en ervaren brede steun van hun partner in het opvoeden rondom digitale media

In hoeverre herkent u zichzelf in onderstaande uitspraken?

## - Partnersteun\*



- Ouders met een hbo- of wo-opleidingsniveau ervaren meer steun van hun partner in digitale opvoeding en hebben vaker dezelfde ideeën over mediagebruik, terwijl ouders met een basis-, lbo- of vmbo- opleidingsniveau dit minder vaak ervaren (49% vs. 66% vs. 78%).



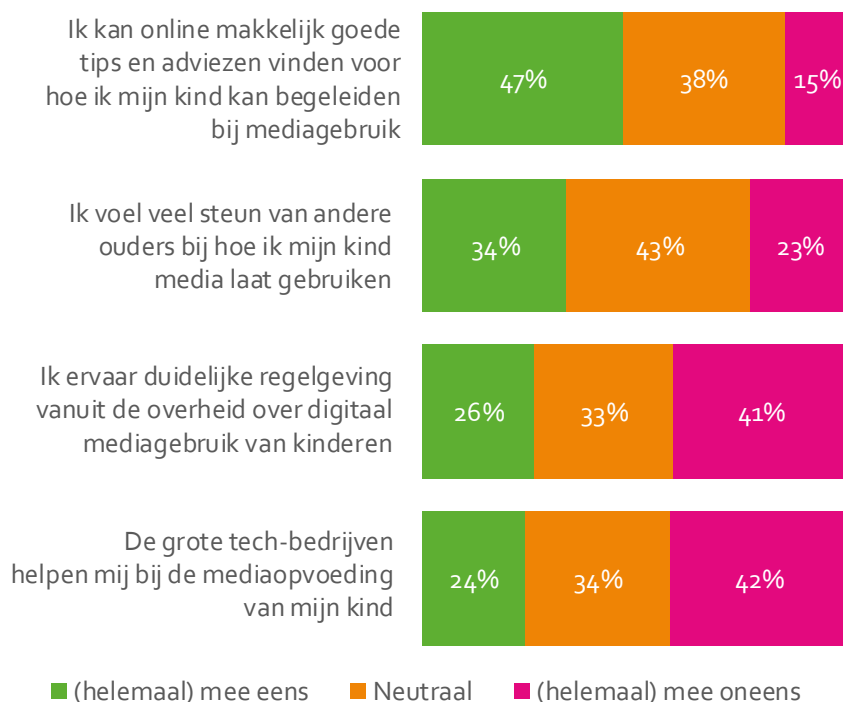
Basis: alle respondenten (n=1.017)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 3 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **steun, kennis en eigen rol als ouders**.

# Ouders ervaren beperkte externe steun, vooral van techbedrijven en de overheid

In hoeverre herkent u zichzelf in onderstaande uitspraken?

## - Externe steun\*



• Alleenstaande ouders voelen minder steun van tech-bedrijven en andere ouders (16%).



Basis: alle respondenten (n=1.017)

\* Hier worden de stellingen getoond die onder dit subthema vallen. In bijlage 3 is een overzicht opgenomen van alle stellingen binnen het thema **steun, kennis en eigen rol als ouders**.

# Twee derde van de ouders vindt dat de overheid bepaalde sociale media moet verbieden voor kinderen onder de 16 jaar

% van de ouders die vinden dat de overheid...\*

richtlijnen moet opstellen over de schermtijd voor kinderen



61%

bepaalde sociale media moet verbieden voor kinderen onder 16 jaar

65%



moet zorgen dat ouders duidelijke opvoedtips krijgen over digitale media en kinderen

56%



- Hoger opgeleide ouders vinden vaker dat de overheid regels en richtlijnen moet opstellen voor het gebruik van digitale media onder kinderen



% van de ouders die vinden dat Kijkwijzer...\*

leeftijdsadviezen voor sociale media moet geven



64%

% van de ouders die vinden dat grote tech-bedrijven...\*

verantwoordelijkheid moeten pakken en ouders helpen met de opvoeding



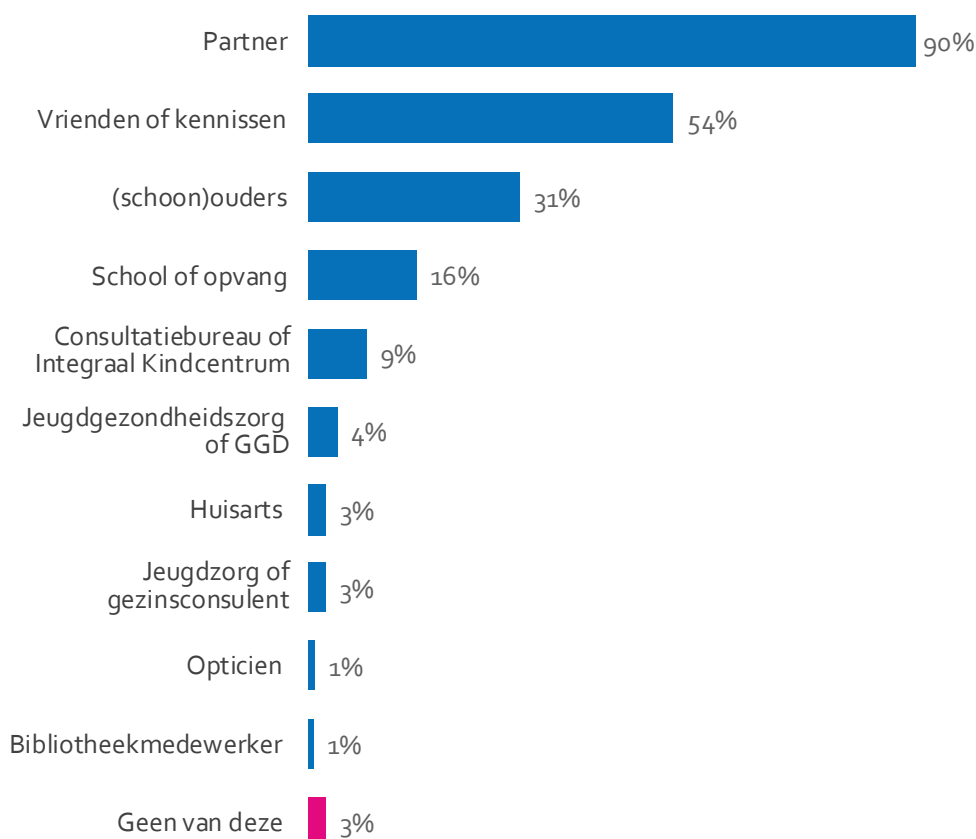
55%

Basis: alle respondenten (n=1.017)

\* % Helemaal mee eens en mee eens

# Ouders krijgen het vaakst advies over digitale mediagebruik van partners, vrienden en kennissen

Van wie krijgt u wel eens tips of adviezen voor het begeleiden van het mediagebruik van uw kind?



• Naarmate het opleidingsniveau van ouders toeneemt, wordt er vaker met school of de opvang besproken over of hun kind het beste met of zonder media kan opgroeien (8% vs. 14% vs. 21%).

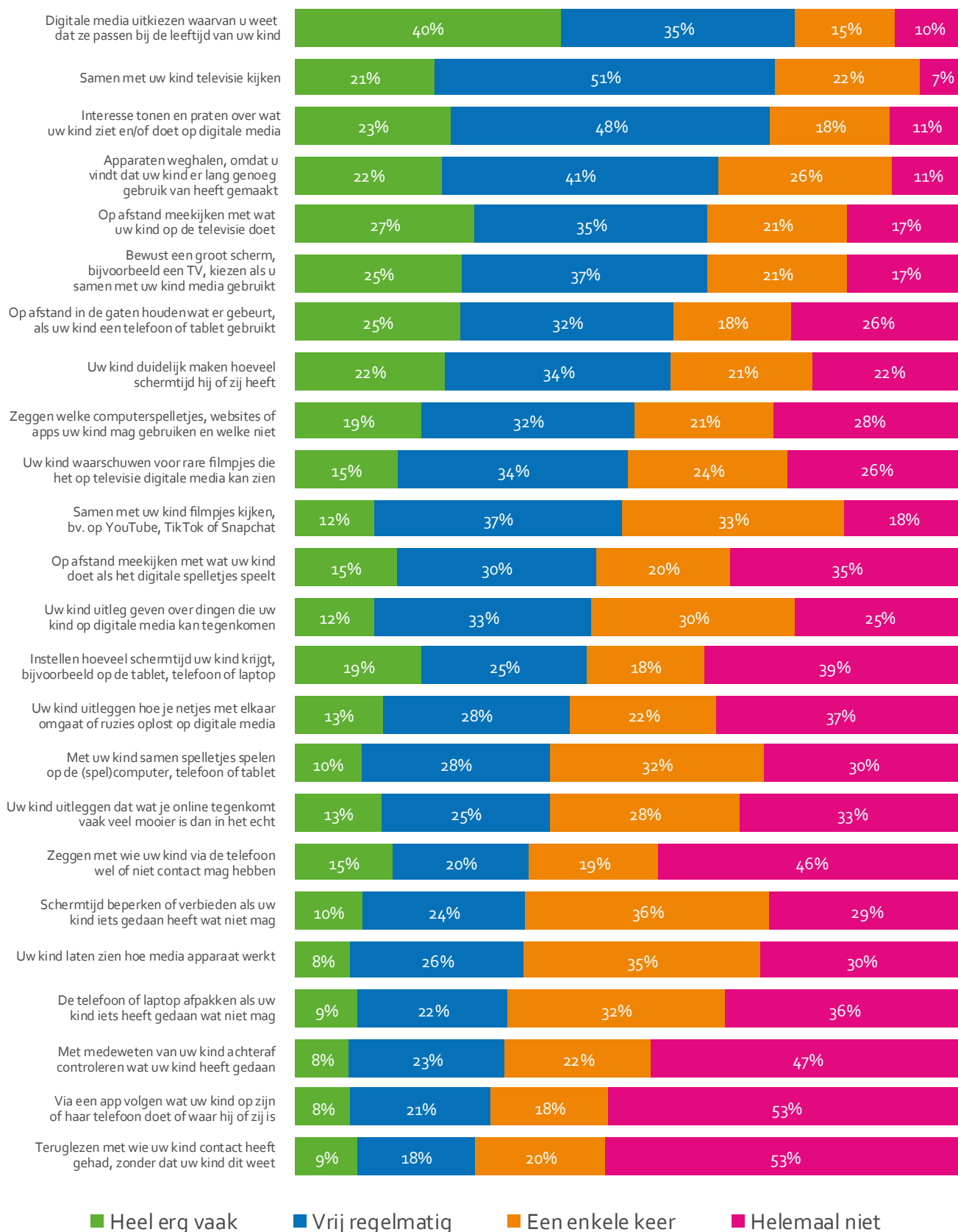


Basis: recall



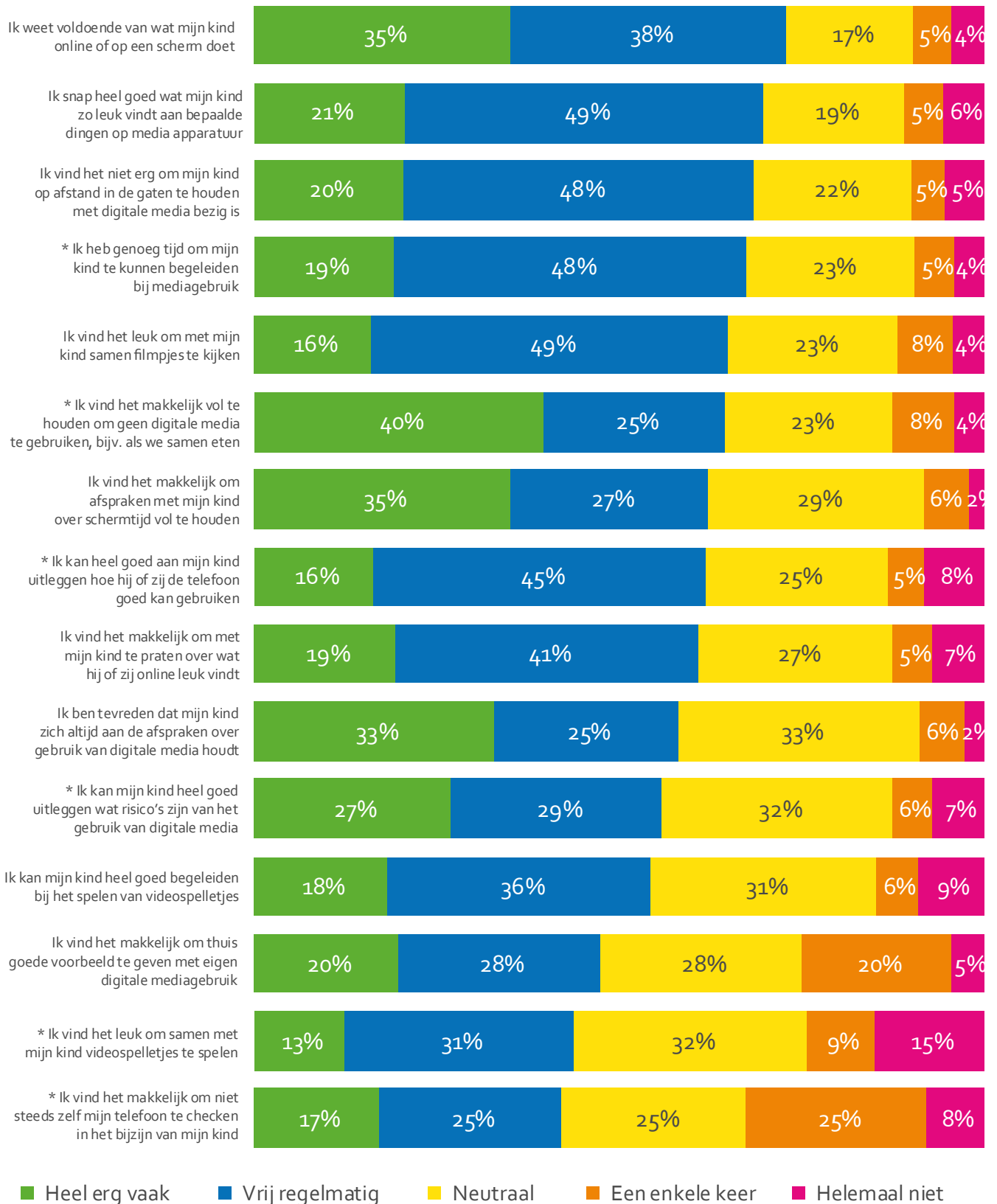
# Bijlagen

# Bijlage 1: Ouders begeleiden de digitale opvoeding van hun kinderen door media te kiezen die bij hun leeftijd past; eenderde leest terug wat hun kind op de telefoon doet



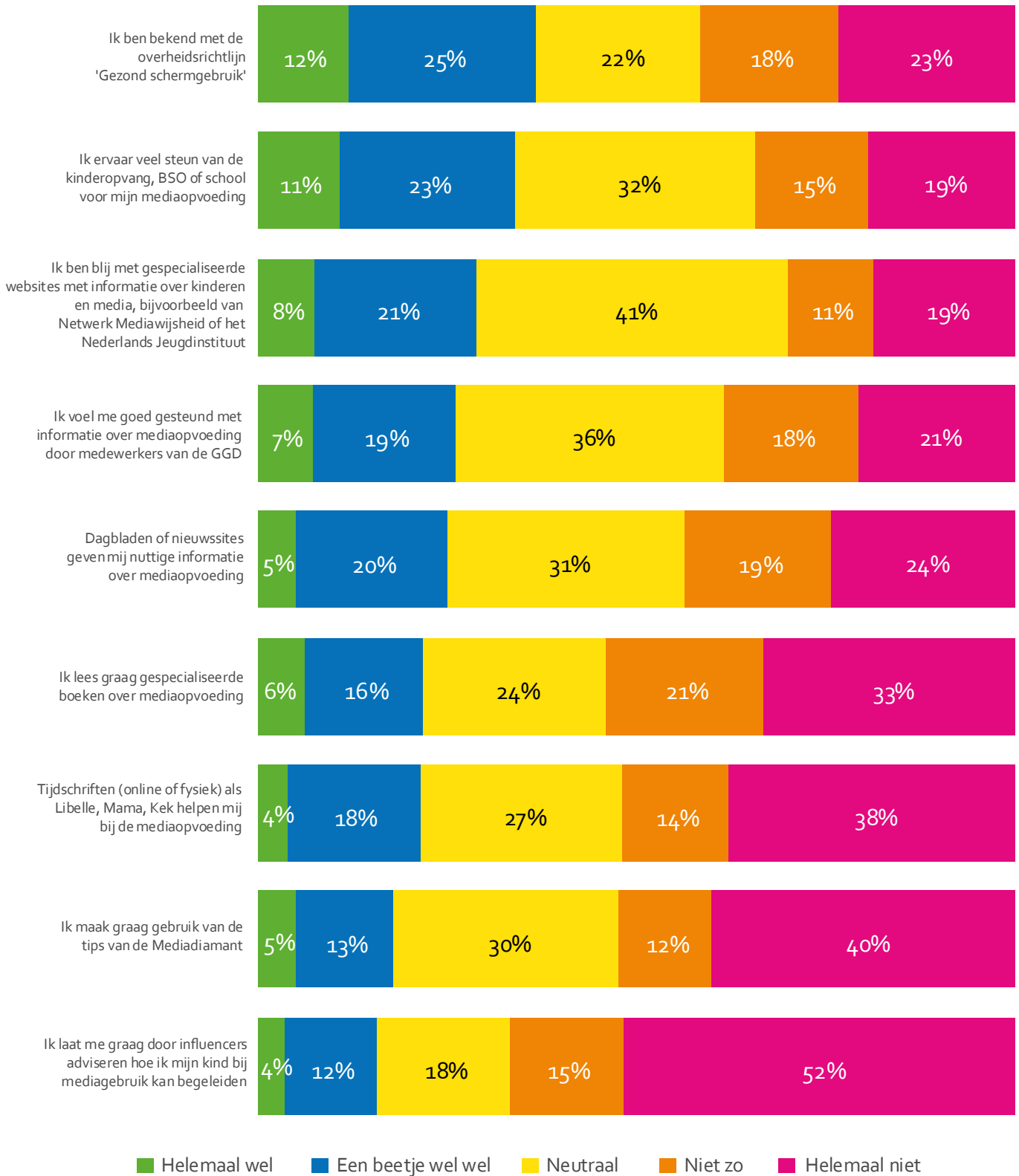
Basis: alle respondenten (n=1.017)

# Bijlage 2: Ouders hebben een goed inzicht in het telefoongebruik van hun kinderen, maar hebben moeite met het goede voorbeeld te geven



Basis: alle respondenten (n=1.017)

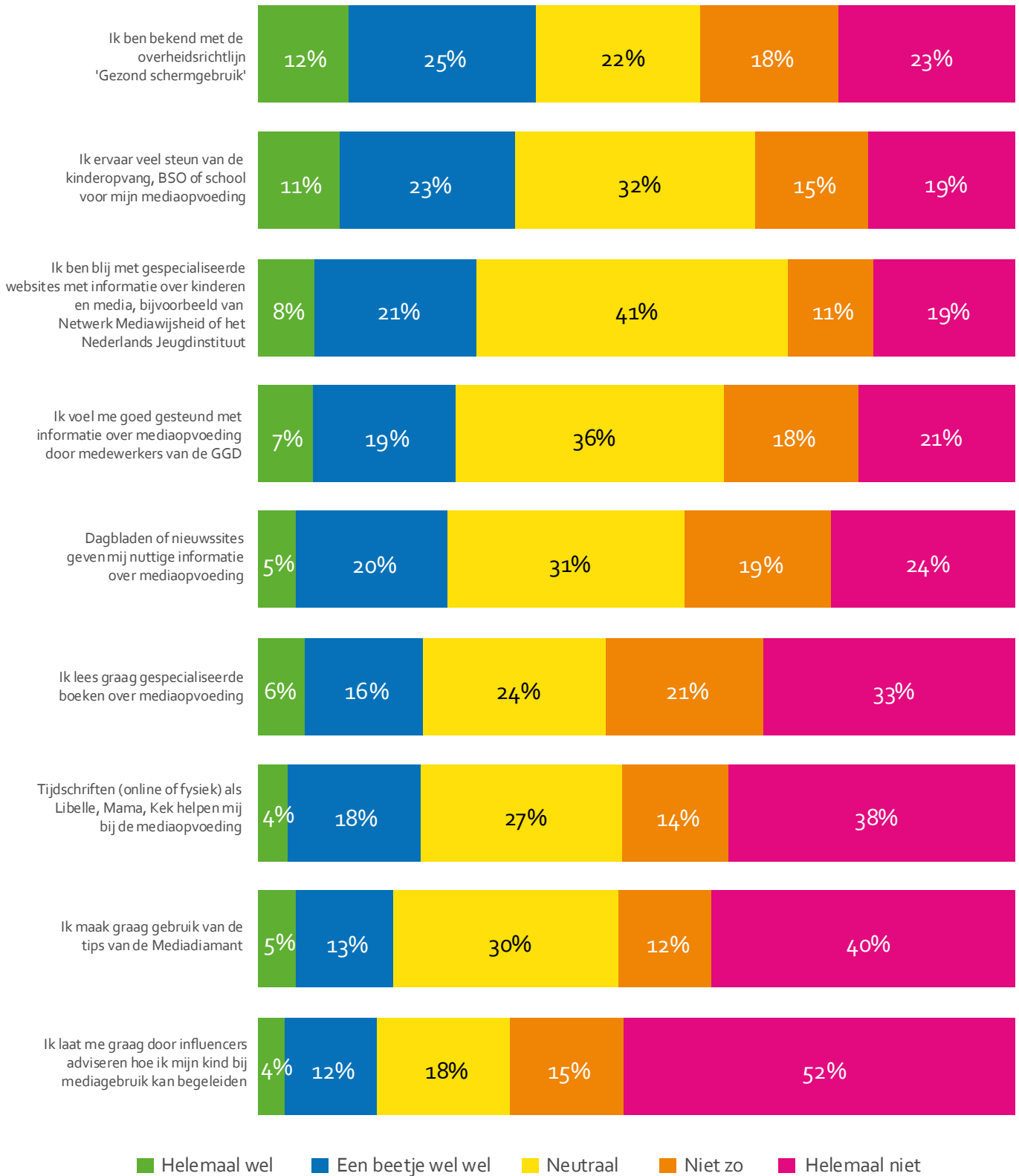
## Bijlage 3: Ongeveer 30% van de ouders staat open voor en maakt gebruik van externe informatie- en ondersteuningsbronnen



Basis: alle respondenten (n=1.017)

Onderzoek Iene Miene Media 2026

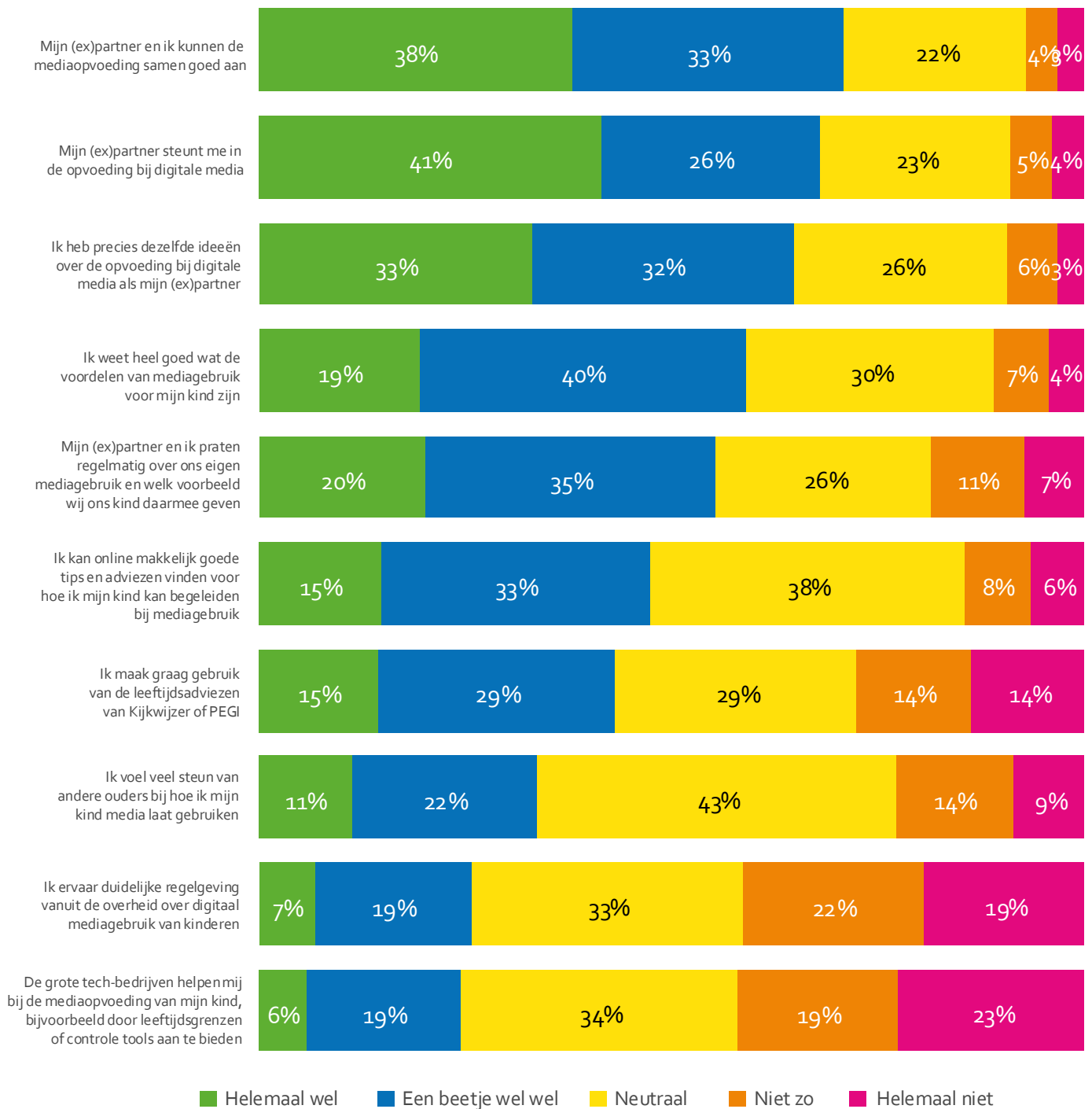
## Bijlage 3: Ongeveer 30% van de ouders staat open voor en maakt gebruik van externe informatie- en ondersteuningsbronnen



Basis: alle respondenten (n=1.017)

Onderzoek Iene Miene Media 2026

## Bijlage 4: Ouders voelen zich vooral gesteund door hun partner en gezamenlijke opvoedafspraken, en minder door externe partijen (overheid en techbedrijven)

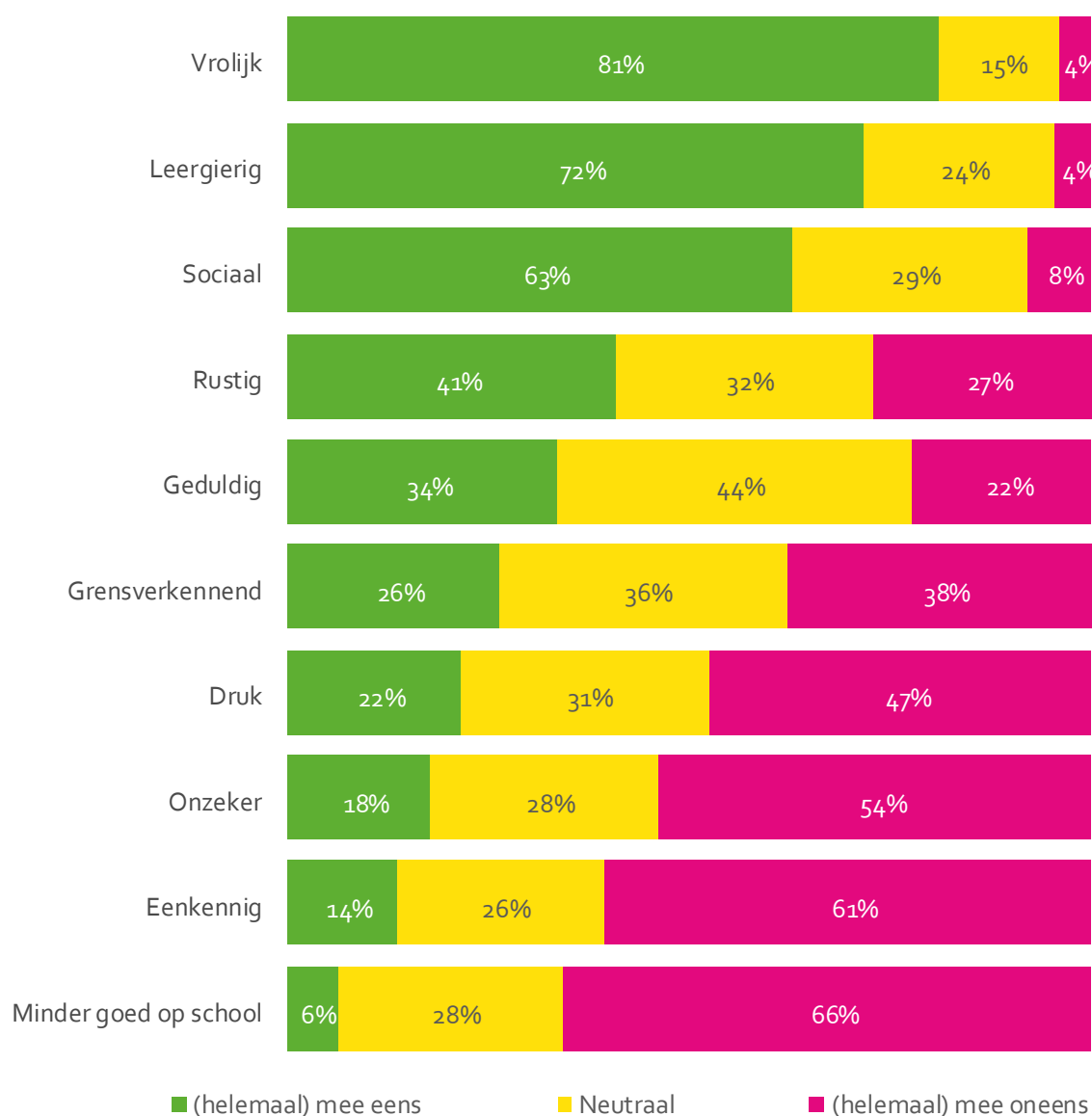


Basis: alle respondenten (n=1.017)

Onderzoek Iene Miene Media 2026

## Bijlage 5: Ouders ervaren hun kinderen vaak als vrolijk, sociaal en leergierig, maar minder als eenkennig of grensverkenners

Ten opzichte van andere kinderen, is mijn kind:



Basis: recall (n=726)

# Bijlage 6: Toelichting tijdsbesteding digitale activiteiten

De slide combineert (1) hoe lang mensen gemiddeld digitaal actief zijn met (2) hoe die tijd verdeeld is over lichte en zware gebruikers.

## Overkoepelende patronen:

### 1) Weekend = meer tijd

- Voor alle activiteiten ligt het gemiddelde in het weekend hoger dan doordeweeks
- De mediaan is in het weekend duidelijk hoger, vooral bij intensieve activiteiten zoals: gamen, film(pjes) streamen, televisie

- ▶ Dit wijst erop dat vooral zware gebruikers in het weekend extra veel tijd maken.

### 2) Grote verschillen tussen gemiddelde en mediaan

- Bij vrijwel alle activiteiten ligt het gemiddelde veel hoger dan de mediaan. Voorbeeld: Gamen (weekend)
- Gemiddelde: ±114 minuten
- Mediaan: ±60 minuten

- ▶ Dit betekent dat een relatief kleine groep intensieve gebruikers het gemiddelde omhoog trekt en dat de meeste mensen ruim onder dat gemiddelde zitten. Dit patroon is zichtbaar bij: gamen, streamen, televisie.

*Digitale activiteiten verschillen sterk in intensiteit: functionele activiteiten zoals bellen blijven kort maar vaak, terwijl vrijetijdsactiviteiten zoals gamen, streamen en televisie worden gedomineerd door een kleinere groep zware gebruikers, vooral in het weekend. Het grote verschil tussen gemiddelde en mediaan onderstreept dat een beperkt aantal intensieve gebruikers de totale tijdsbesteding sterk omhoogtrekt.*

## Gemiddelde vs. Mediaan

Het *gemiddelde* is de totale tijd gedeeld door het aantal respondenten. Dit cijfer wordt sterk beïnvloed door uitschieters: een kleine groep die zeer veel tijd besteedt kan het gemiddelde omhoog trekken.

De *mediaan* is de middelste waarde: 50% besteedt minder tijd en 50% meer tijd. De mediaan geeft een realistischer beeld van wat 'de meeste mensen' doen, omdat deze niet wordt beïnvloed door extreme waarden.

# Bijlage 7: Toelichting tijdsbesteding non-digitale activiteiten

De slide combineert (1) hoe lang mensen gemiddeld bezig zijn met non-digitale activiteiten met (2) hoe die tijd verdeeld is over lichte vs. zware gebruikers.

## Overkoepelende patronen:

### 1) Weekend-effect:

medianen stijgen in het weekend voor bijna alle vrije-tijdactiviteiten (buiten/binnenspelen, sporten, onderweg, eten).

### 2) Concentratie vs. spreiding:

- a) Slapen en school: bijna iedereen in 120+ min; kleine variatie.
- b) Spel/sport/onderweg: brede verdeling; zowel korte als zeer lange duur.

3) **Heavy users** trekken gemiddelden op bij met name binnenspelen (mediaan weekend ~240 min) en buitenspelen (mediaan weekend ~90 min).

4) **Lezen blijft kort:** lage medianen (~30 min) en hogere aandelen in de kortste tijdvakken.

5) **Eten en onderweg:** middelhoge, dagelijkse basistijd; in het weekend iets langer (familie/uitjes).

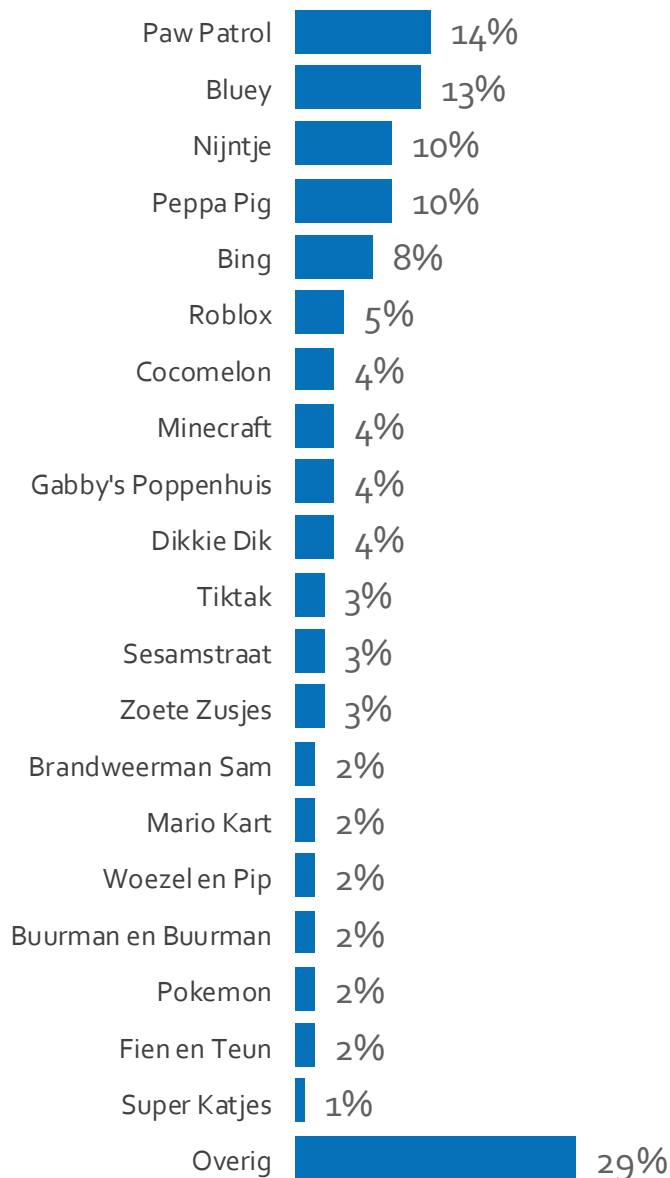
## Gemiddelde vs. Mediaan

Het *gemiddelde* is de totale tijd gedeeld door het aantal respondenten. Dit cijfer wordt sterk beïnvloed door uitschieters: een kleine groep die zeer veel tijd besteedt kan het gemiddelde omhoog trekken.

De *mediaan* is de middelste waarde: 50% besteedt minder tijd en 50% meer tijd. De mediaan geeft een realistischer beeld van wat 'de meeste mensen' doen, omdat deze niet wordt beïnvloed door extreme waarden.

# Bijlage 8: Paw Patrol en Bluey zijn de meest bekeken programma's / filmpjes

Meest bekeken programma's/filmpjes of meest gebruikte videospelletjes of luisterverhaaltjes



- Jongens kijken vaker naar Paw Patrol en spelen vaker Roblox en Minecraft. Meisjes kijken vaker naar Bluey, Peppa Pig, Zoete Zusjes, Gabby's poppenhuis en Disney films



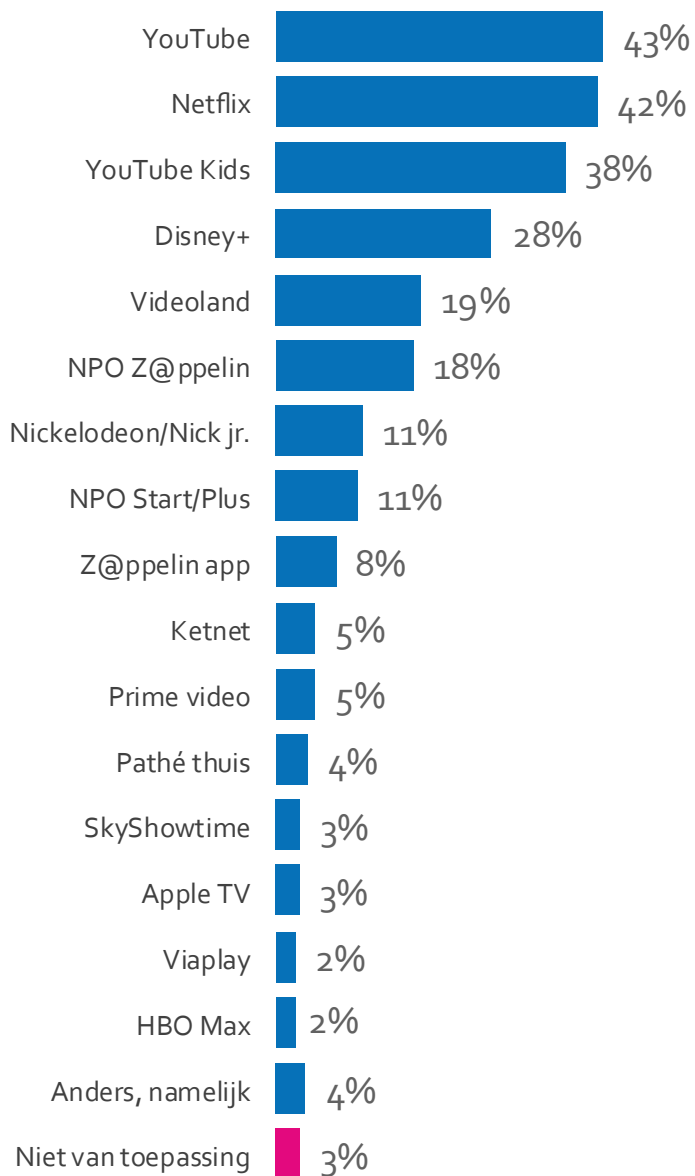
- Naarmate kinderen ouder worden, worden Bing, Nijntje en Cocomelon minder vaak bekeken



Basis: n=783

# Bijlage 9: YouTube en Netflix zijn de meest bekeken platforms/zenders voor programma's/filmpjes

Platforms/zenders die bekeken worden voor programma's/filmpjes



- Naarmate kinderen ouder worden, worden YouTube Kids, Netflix en Disney+ vaker bekeken



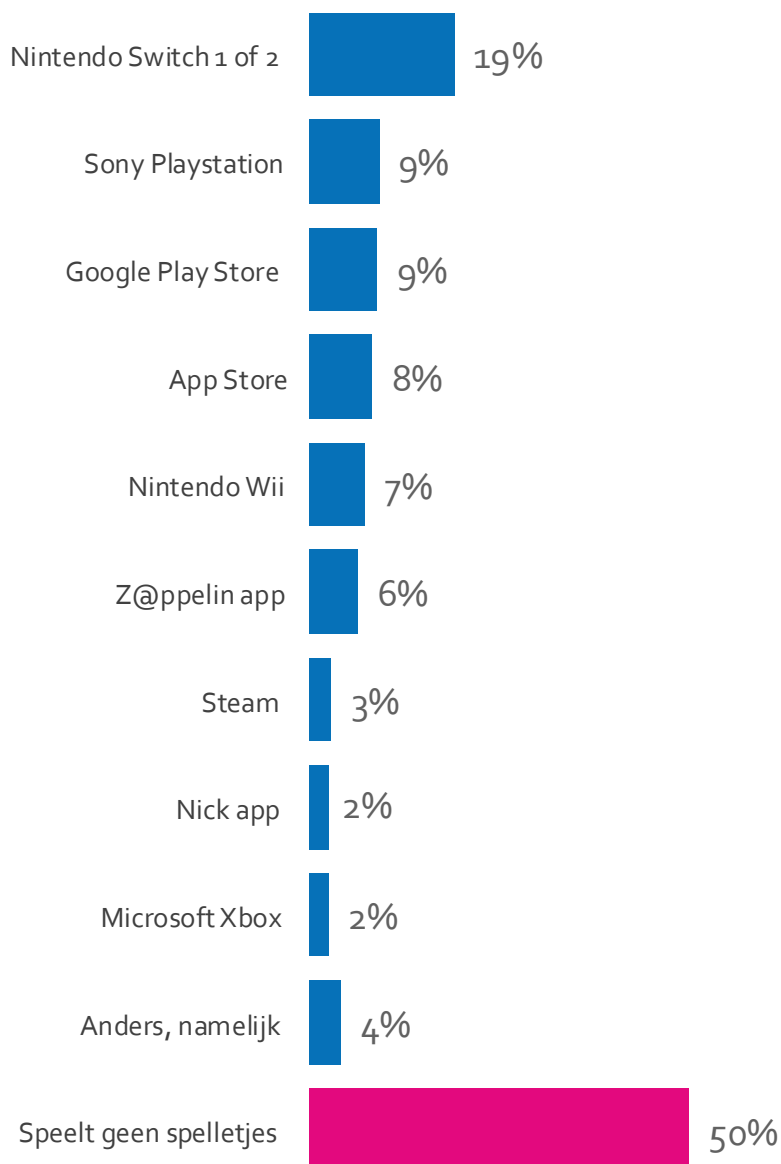
- Meisjes en jongens kijken ongeveer even vaak naar de verschillende programma's en filmpjes, met uitzondering van Disney+, YouTube kids en de Z@ppelin app, waar meisjes vaker naar kijken



Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

# Bijlage 10: De helft van de 0-6 jarige kinderen speelt geen spelletjes via consoles of platformvideospelletjes, Nintendo meest gebruikt

## Gebruikte Consoles/ Platforms/zenders voor videospelletjes



- Naarmate kinderen ouder worden, worden er vaker videospelletjes gespeeld, met name via Nintendo Switch, Nintendo Wii, Sony Playstation en Google Play Store



- Kinderen van ouders met een basis-, lbo- of vmbo-opleiding gebruiken digitale media vaker om hun kinderen bezig te houden en spelen vaker videospelletjes via de Z@ppelin app



Basis: alle respondenten waarvan kinderen media gebruiken (n=892)

## Colofon

### In opdracht van Netwerk Mediawijsheid

#### In samenwerking met:

Dr. Peter Nikken, Em. Lector Jeugd & Media – Jeugd & Media Advies  
Dr. Anouk Tuijnman - Trimbos-instituut  
Highberg (onderzoeksbureau)

#### Ontwerp:

Oirik, Apeldoorn

#### Fotografie:

Juul Harmsen, Pexels

#### Netwerk Mediawijsheid:

e-mail: [info@mediawijzer.net](mailto:info@mediawijzer.net)  
campagne: [www.mediaukkedagen.nl](http://www.mediaukkedagen.nl)  
website: [www.mediawijsheid.nl](http://www.mediawijsheid.nl) en [www.netwerkmediawijsheid.nl](http://www.netwerkmediawijsheid.nl)

#### Citatie:

Onderzoek Iene Miene Media Media 2026, Netwerk Mediawijsheid.

© Netwerk Mediawijsheid, maart 2026

