

Grunddaten Jugend und Medien 2013/2014

Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland

Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien
von Heike vom Orde, IZI

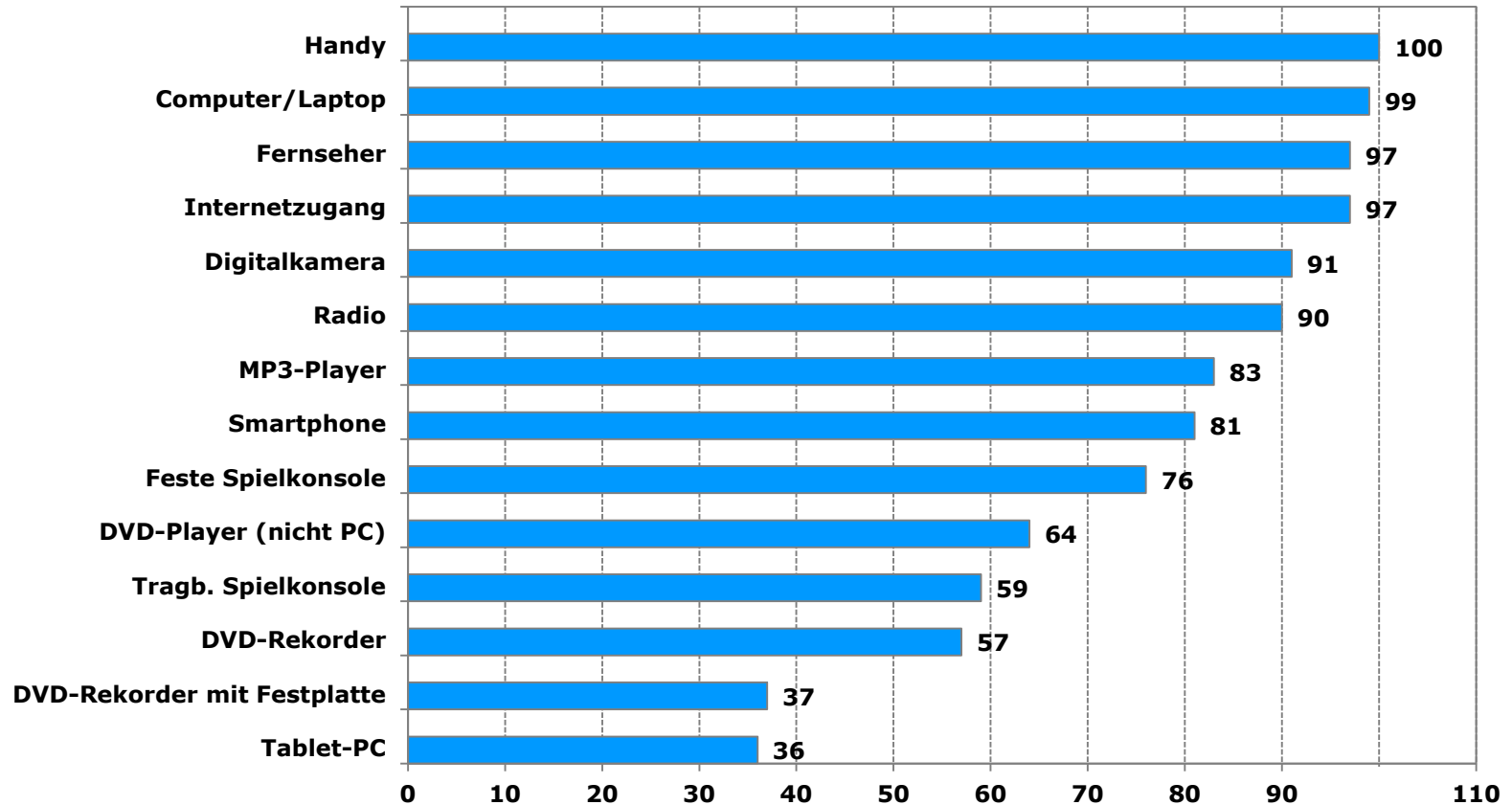
Inhaltsübersicht

Mediennutzung, -besitz und Relevanz der Medien für Jugendliche	3
Jugendliche und Fernsehen	15
Computer, Internet und Web 2.0	28
Handy und mobile Medien	45

Mediennutzung, -besitz und Relevanz der Medien

Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt, 2013, Auswahl (Angaben in %)

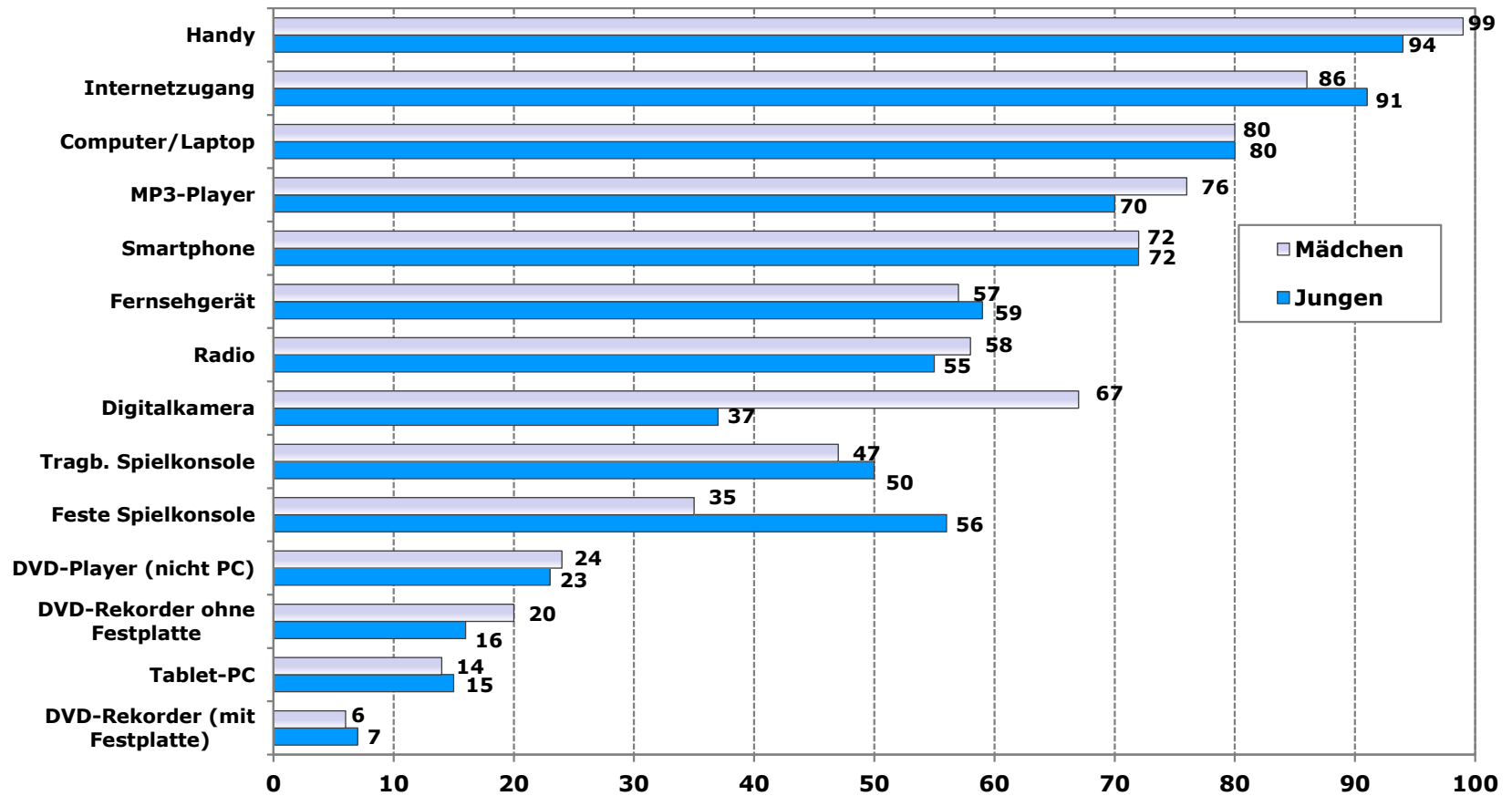


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 6.

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, 2013 (Angaben in %)

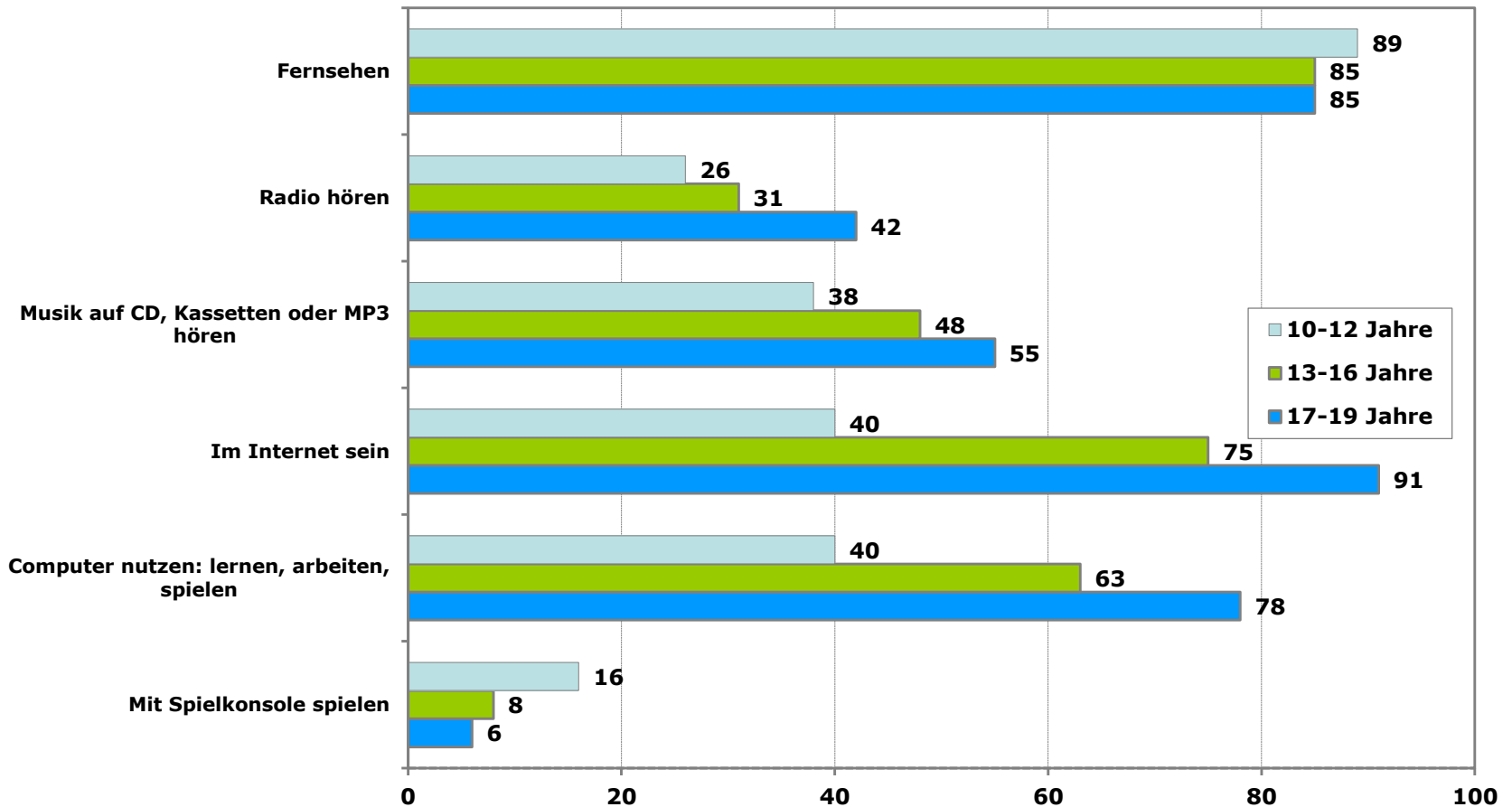


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 8.

Welche Medien werden in der Freizeit am häufigsten genutzt?

Tägliche Nutzung 2013, nach Alter, Auswahl (Angaben in %)

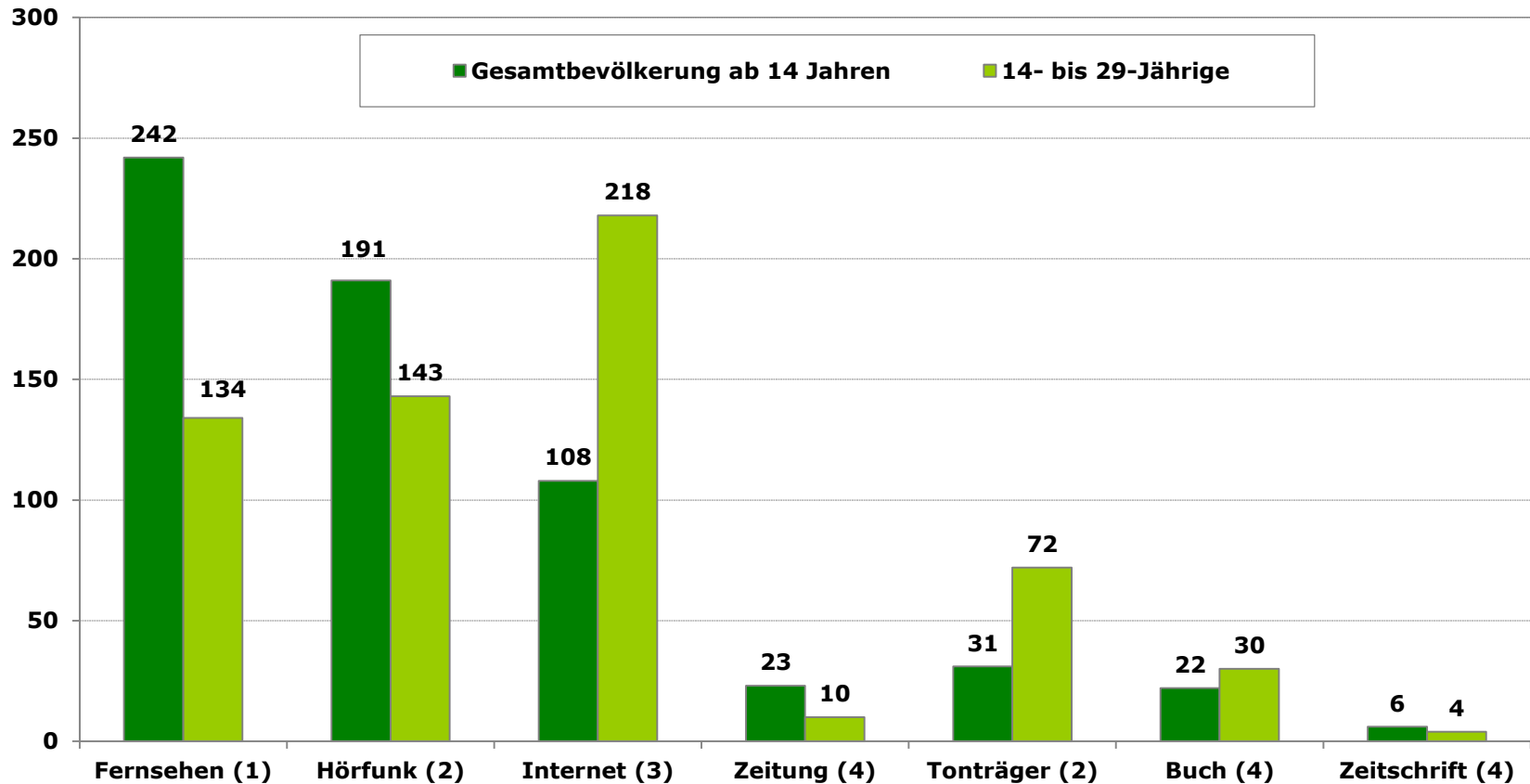


Basis: n=1.063 Jungen und Mädchen, 10-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 88-90.

Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien 2013

Nach Altersgruppen, Nutzungsdauer in Minuten/Tag



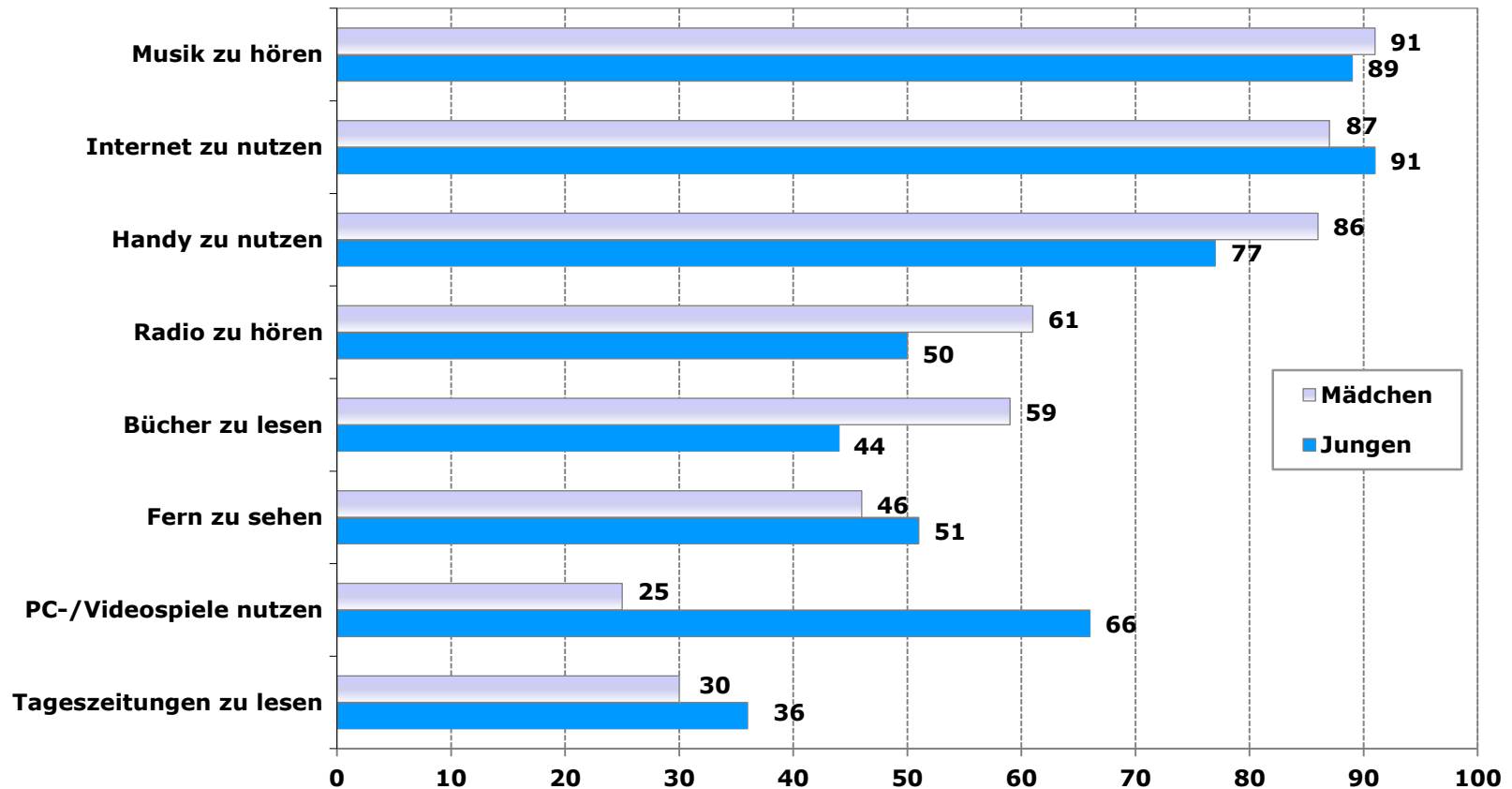
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland, Mo-So.

Quellen: (1) AGF/GfK: 1. Halbjahr 2013, (2) ma 2013/I, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2013, (4) Massenkommunikation 2010, in: van Eimeren/Frees 2013, S. 371.

Seite 7

Welche Medientätigkeiten sind Jugendlichen wichtig?

„Welche Medientätigkeiten sind dir sehr wichtig/wichtig?“, nach Geschlecht, 2013 (Angaben in %)

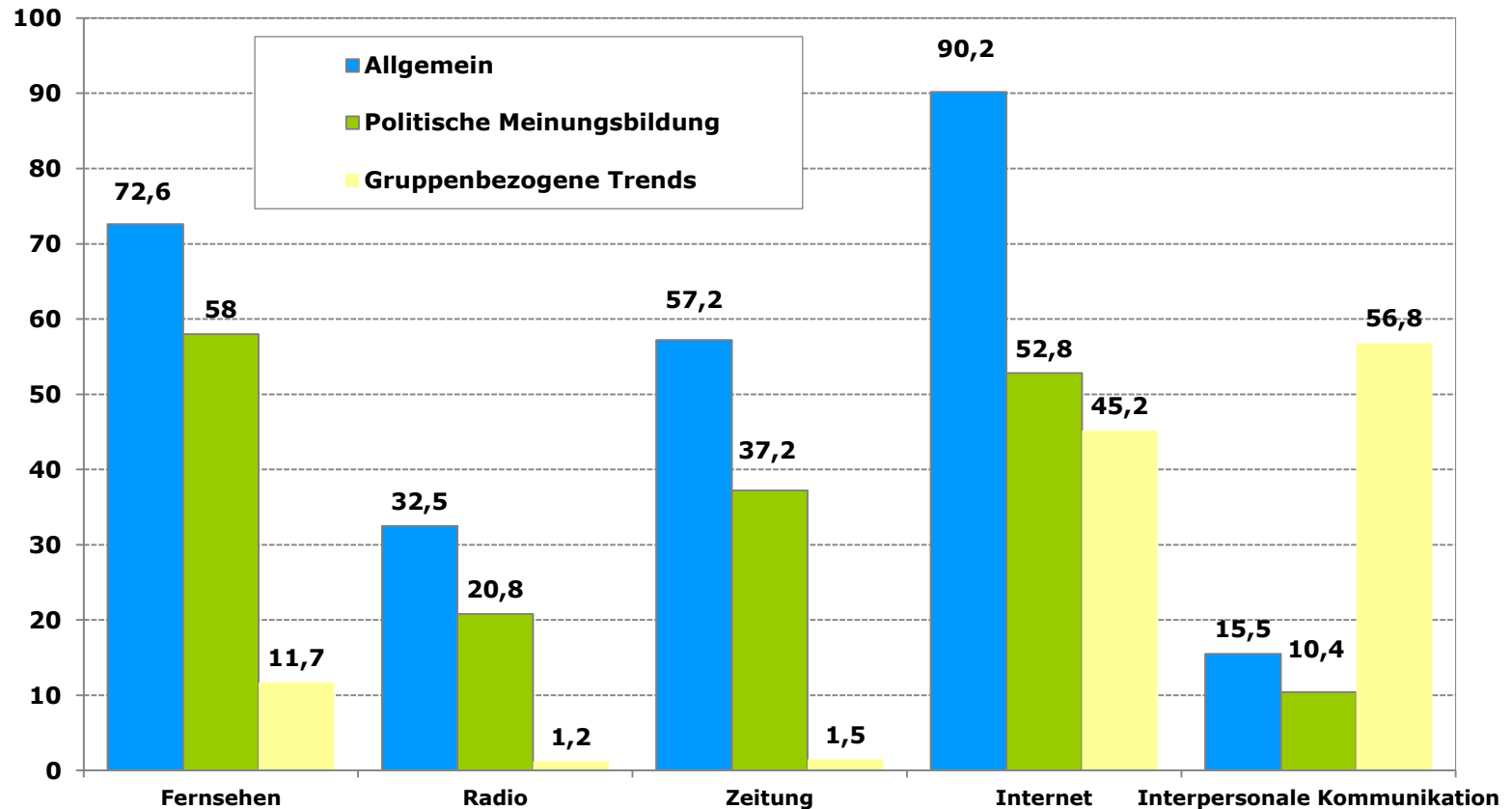


Basis: n= 1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 13.

Woher holen sich junge Menschen Informationen?

Nennung von mind. einem Angebot der betreffenden Gattung, nach Mediengattungen und Themen, 2012, Auswahl (Angaben in %)

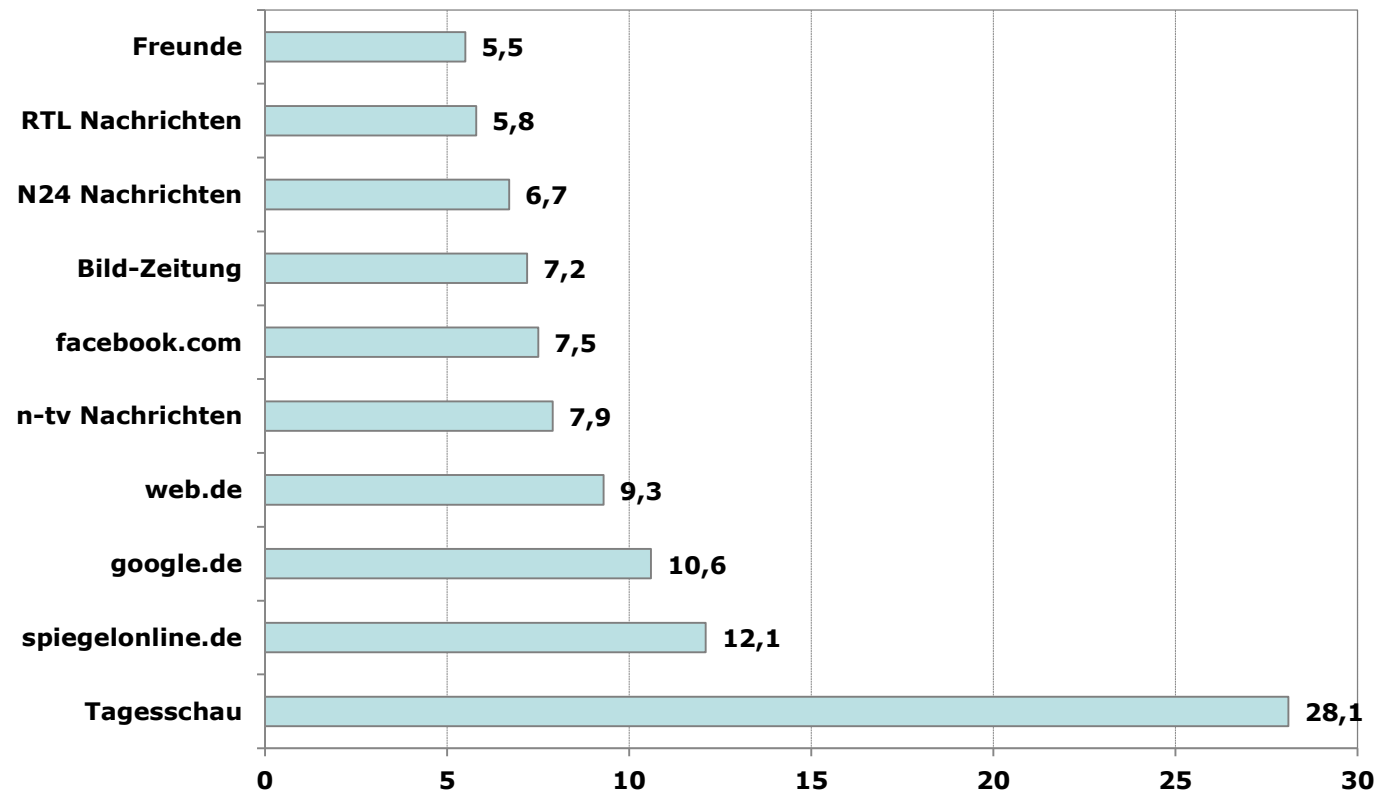


Basis: n=216, 14-29 Jahre.

Quelle: Studie „Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung“, 2012, in: Hasebrink/Schmidt 2013, S. 6.

Meinungsbildung bei politischen Themen

Die 10 meistgenannte Quellen, 14-29 Jahre, 2012 (Angaben in %)

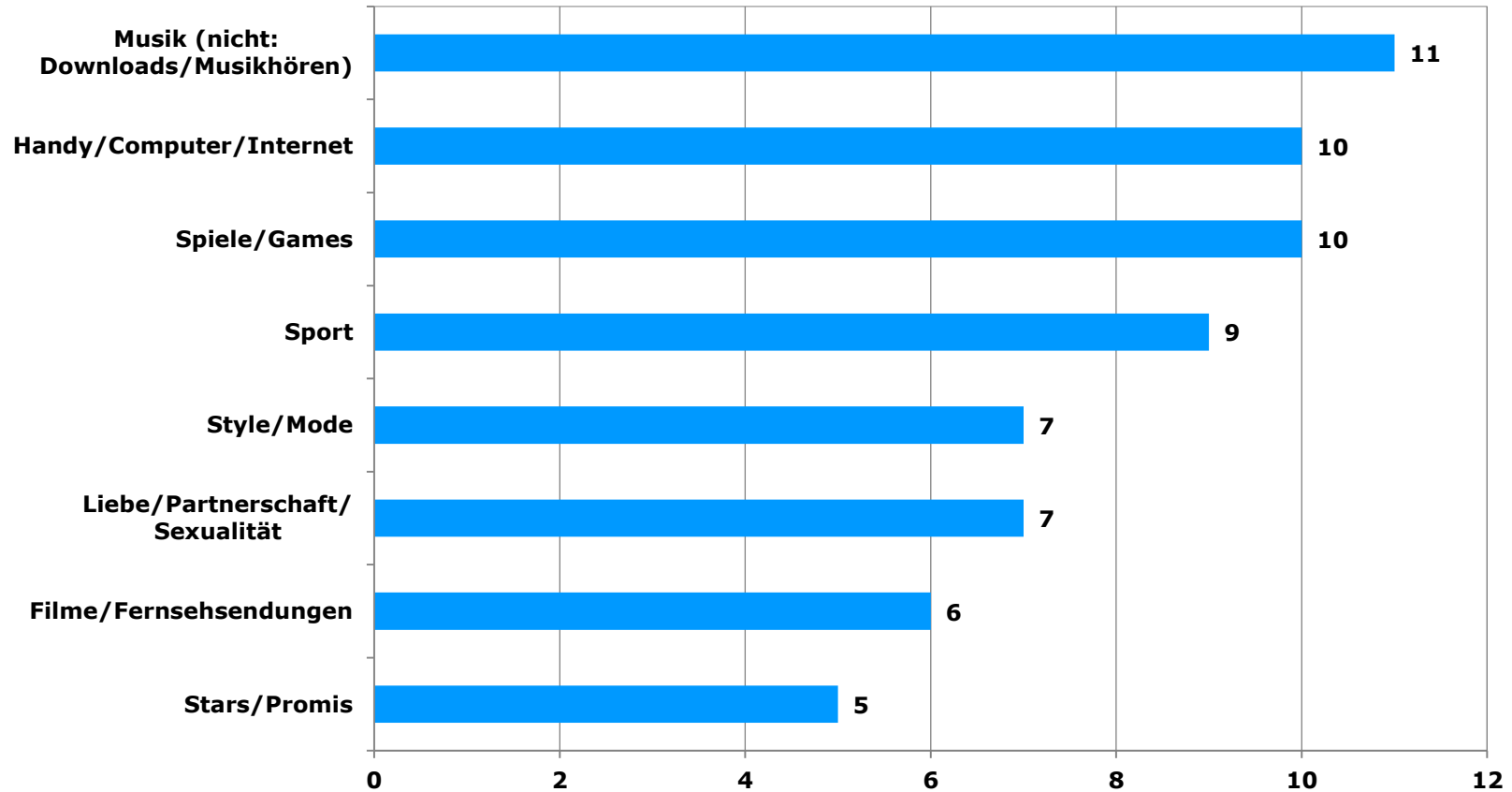


Basis: n=166, 14-29 Jahre.

Quelle: Studie „Informationsrepertoires der deutschen Bevölkerung“, 2012, in: Hasebrink/Schmidt 2013, S. 9.

Welche Themen bevorzugen Heranwachsende in den Medien?

Auswahl, 2013 (Angaben in %)

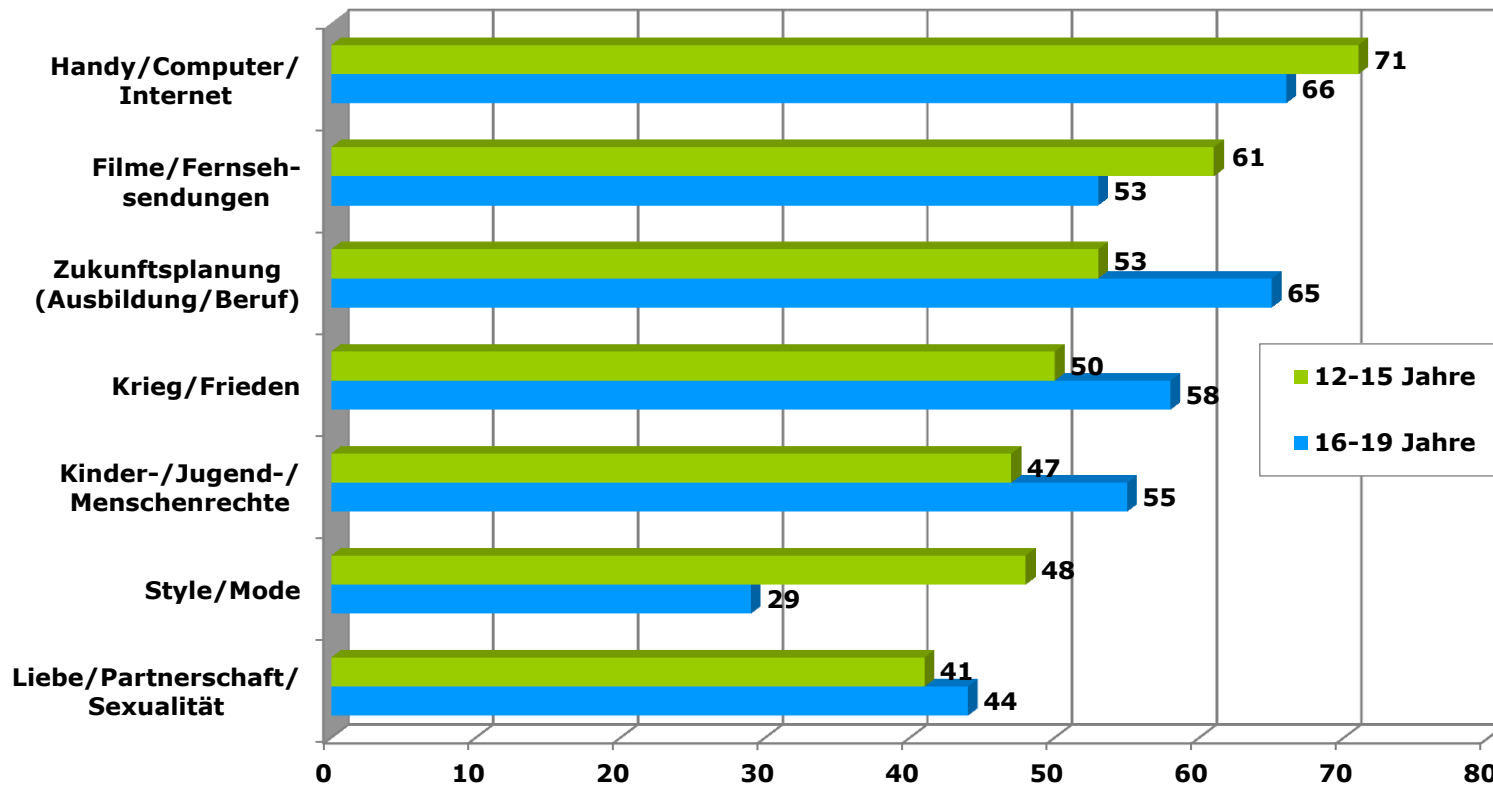


Basis: n=1.787, 12-19 Jahre

Quelle: Jünger in: Schorb, 2013, S. 35.

Über welche Themen möchten Heranwachsende in den Medien informiert werden?

Thema „wichtig“ oder „sehr wichtig“, nach Alter, Auswahl, 2013 (Angaben in %)

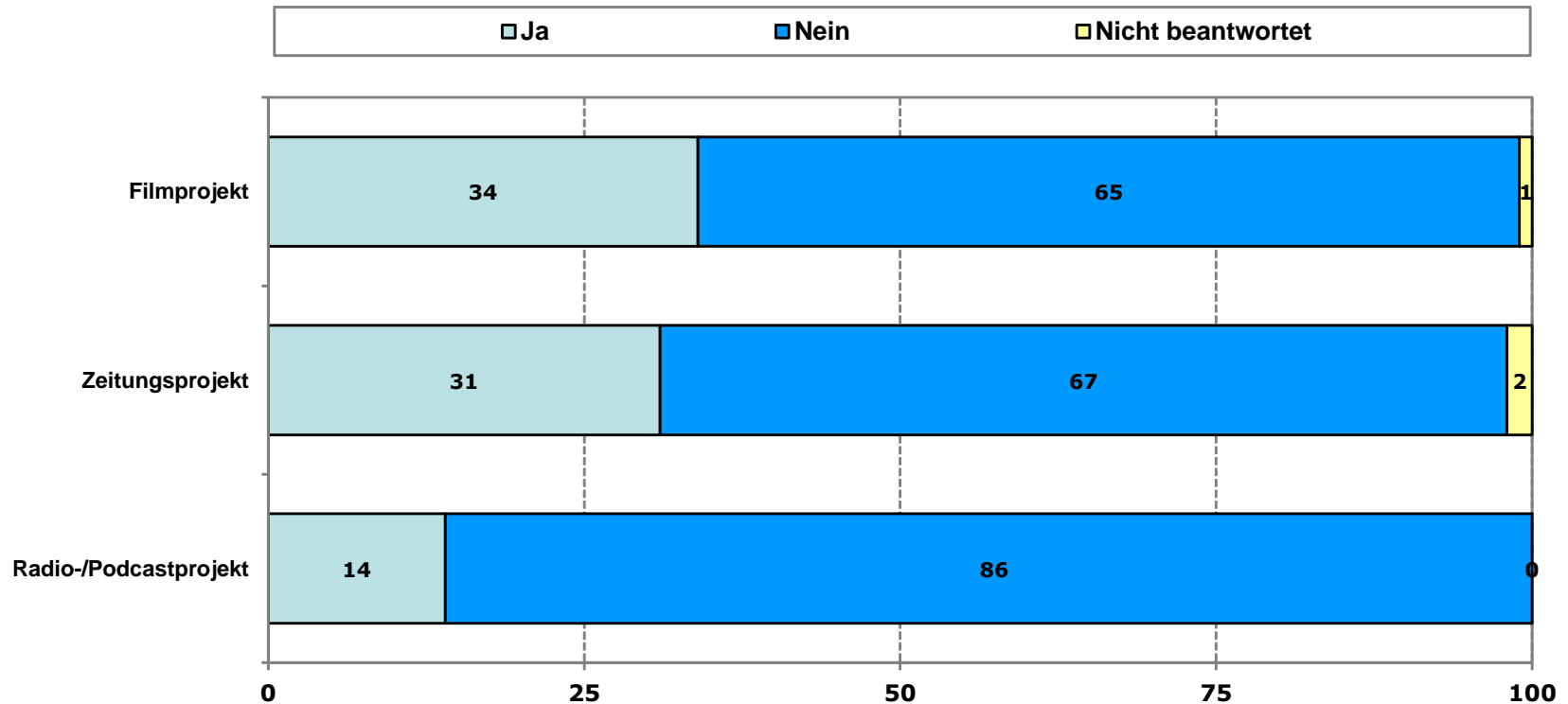


Basis: n=1.787, 12-19 Jahre

Quelle: Jünger in: Schorb, 2013, S. 27.

Wenig aktive Medienpraxis/-arbeit bei Jugendlichen

„Hast du schon einmal an einem Film-, Zeitungs- oder Radio-/Podcastprojekt mitgewirkt?“
(Angaben in %)

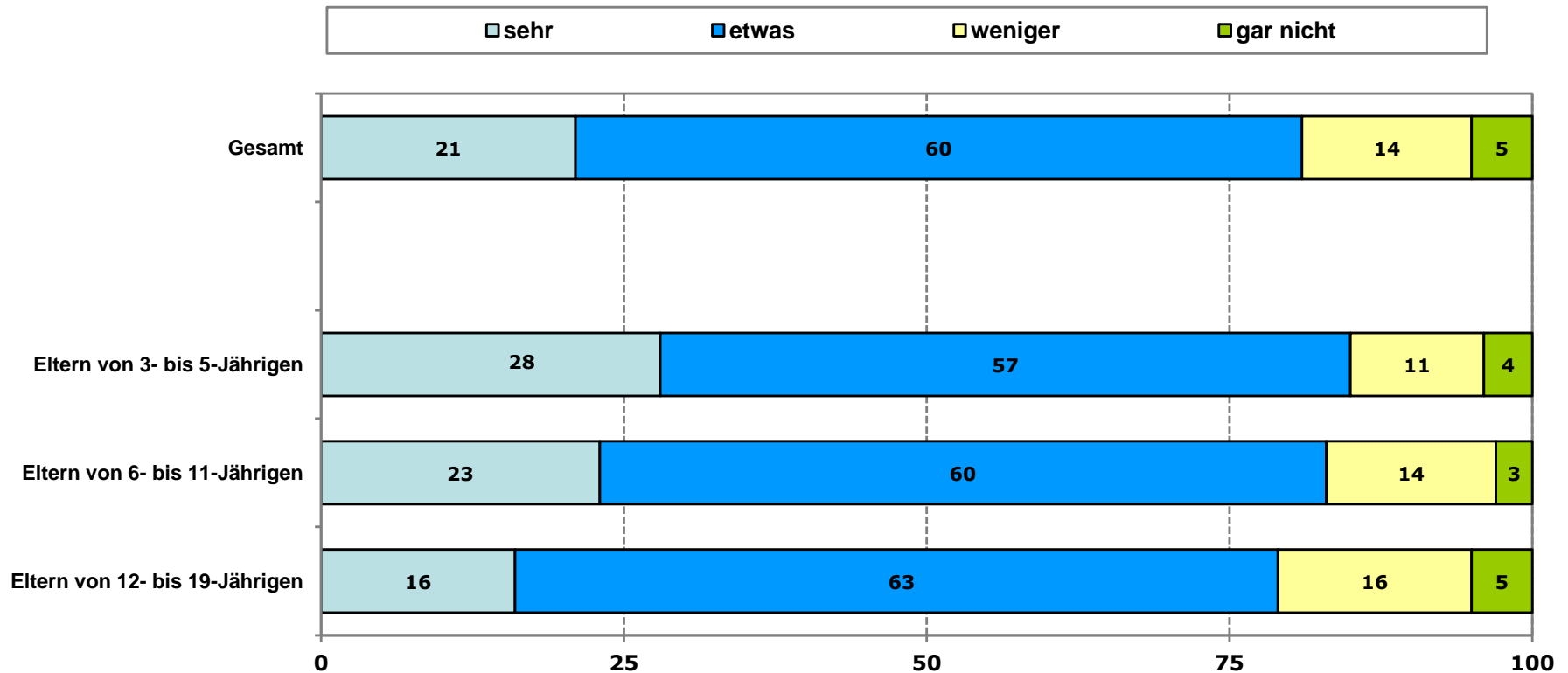


Basis: n=2.396, 12- bis 18-jährige SchülerInnen aus Baden-Württemberg

Quelle: Jugendstudie Baden-Württemberg 2013, S. 27.

Wie kompetent fühlen sich Eltern in Fragen der Medienerziehung?

Angaben der Eltern, nach Altersgruppen der Kinder (Angaben in %)



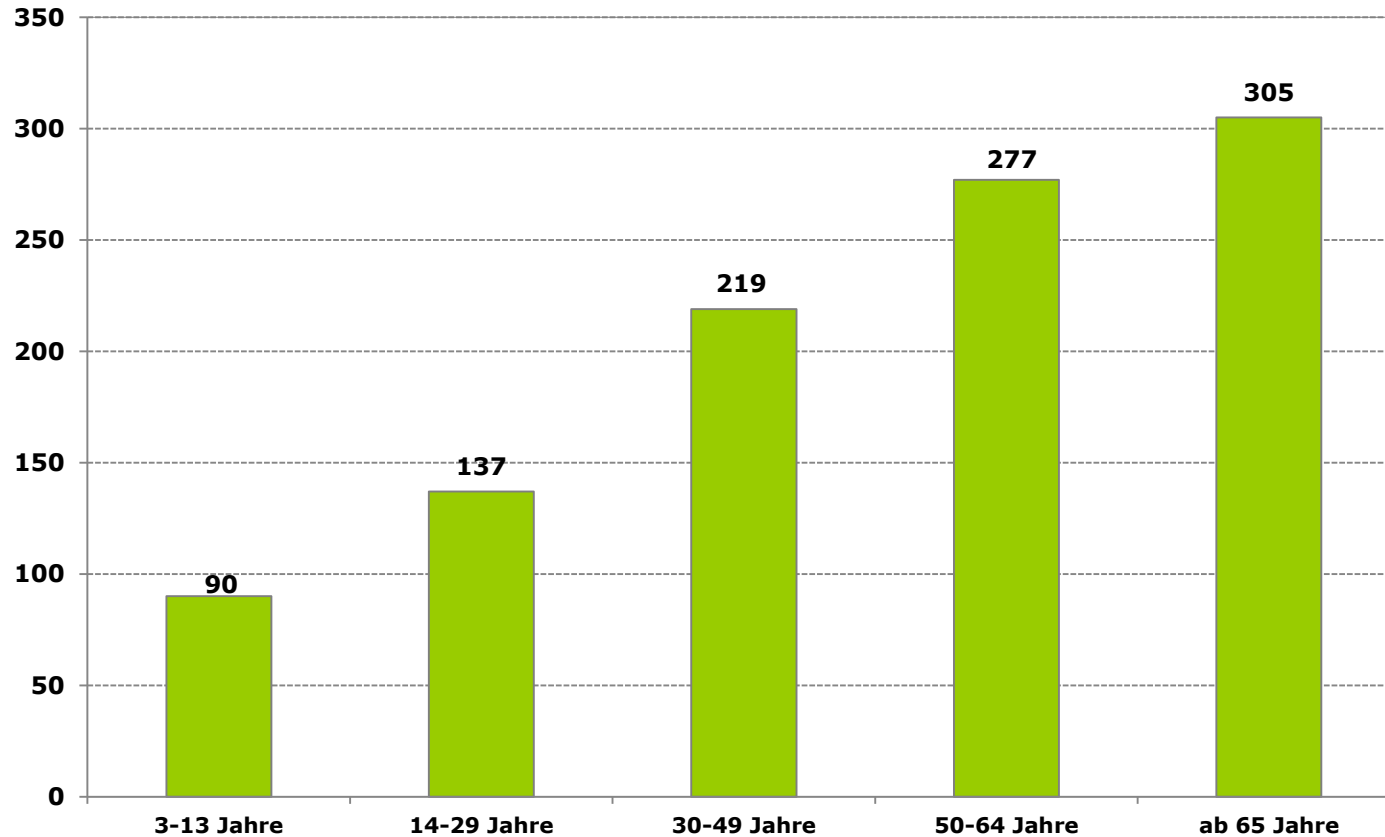
Basis: Eltern, n=468.

Quelle: FIM-Studie 2011, in: Ebert u.a., S. 201.

Jugendliche und Fernsehen

TV-Sehdauer nach Alter

Nach Alter, 2012, Sehdauer in Minuten



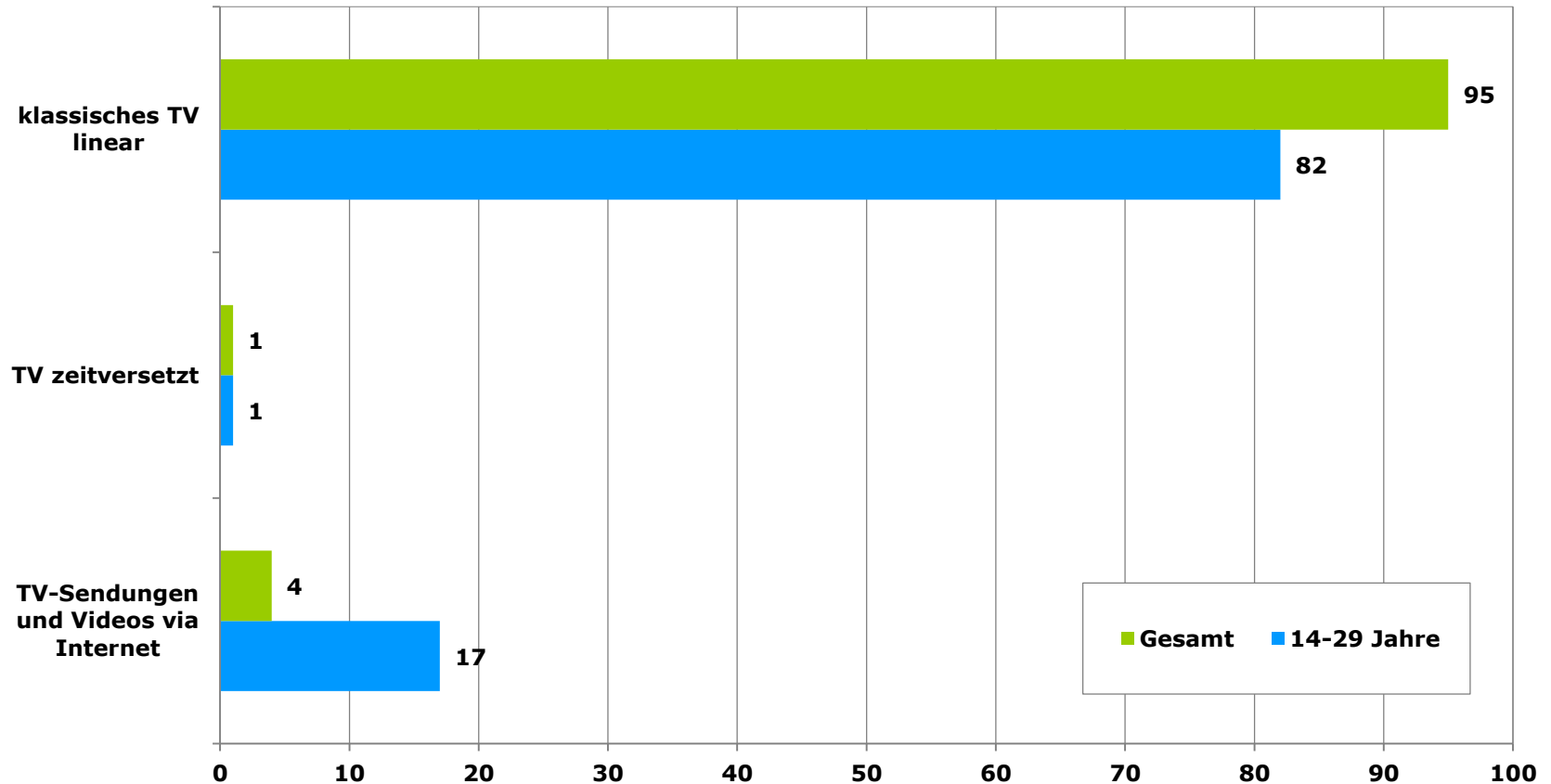
Basis: BRD gesamt, Mo-So, 03:00-03:00 Uhr.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU), in: Gerhards u. a. 2013, S. 203.

Seite 16

Vergleich Gesamtbevölkerung–Jugendliche/junge Erwachsene: Fernsehnutzungsformen plus Onlinevideos

2013, Angaben in %

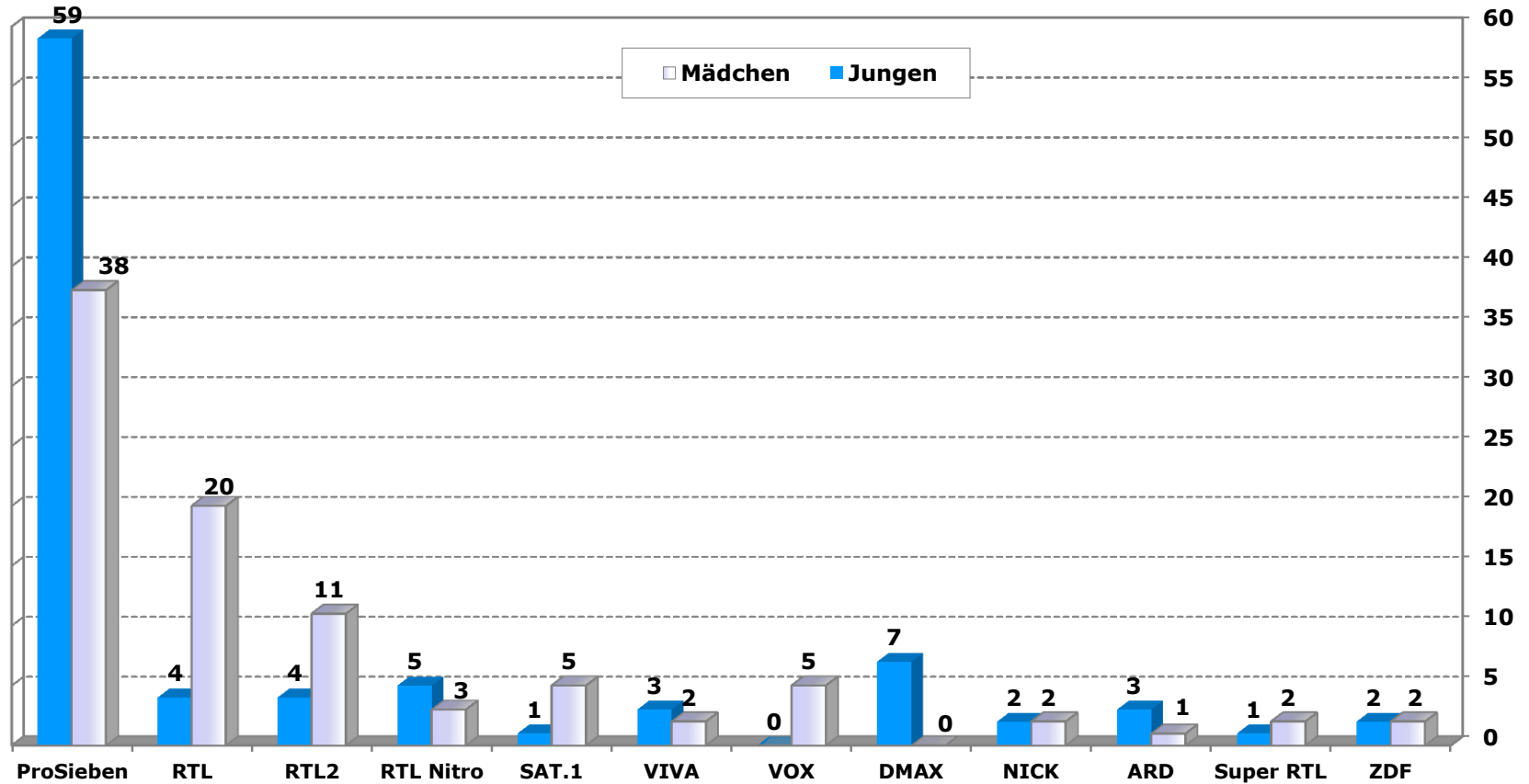


Basis: Fernsehen: Erwachsene ab 14 Jahren, TV Scope, 1.1.-30.06.2013 (vorläufig); Online: alle Befragten ab 14 Jahren, Mediennutzung gestern, Mo-So, 5:00-24 :00 Uhr (n=1.800).

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK (D+EU); ARD/ZDF-Onlinestudie 2013, in: Frees/van Eimeren 2013, S. 376.

Welche TV-Sender waren 2013 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Liebste Programmanbieter, Programme ab 2 % Nennungen, nach Geschlecht, 2013 (Angaben in %)

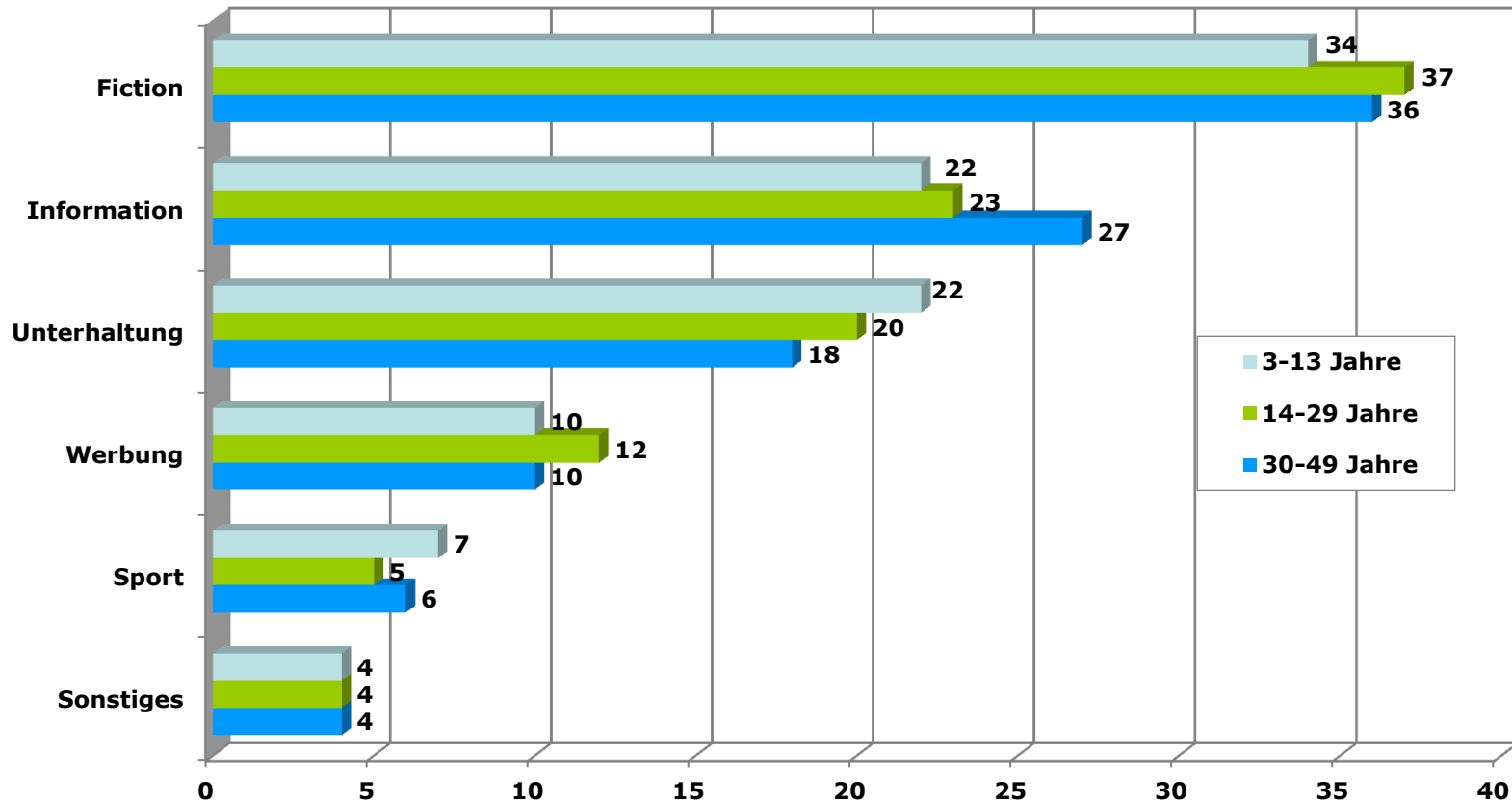


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 22.

Welche Programmsparten werden in unterschiedlichen Altersgruppen bevorzugt?

Spartennutzung, nach Zielgruppen, 2012 (Angaben in %)

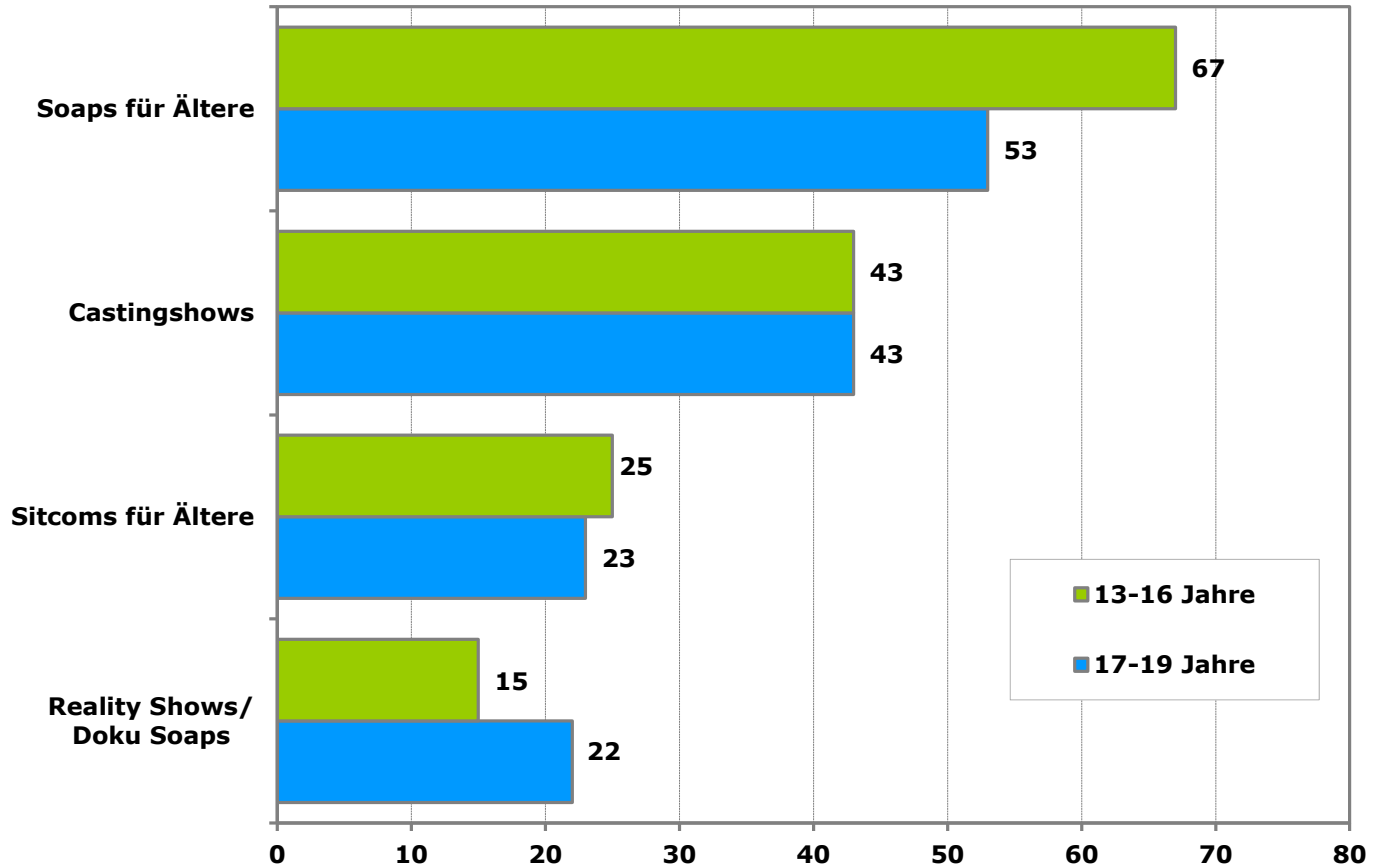


Basis: BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo-So, 3:00-3:00 Uhr.
15 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, RTL, Sat.1, ProSieben, kabel eins, RTL 2, VOX.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, pc#tv, TV-Scope (seit 2009), Fernsehpanel (D+EU), in: Gerhards u. a. 2013, S. 207.

Die Lieblingsgenres der Mädchen

„Welche Sendung siehst du dir am liebsten an?“, ungestützt, 3 Nennungen möglich, 2013, Auswahl (Angaben in %)

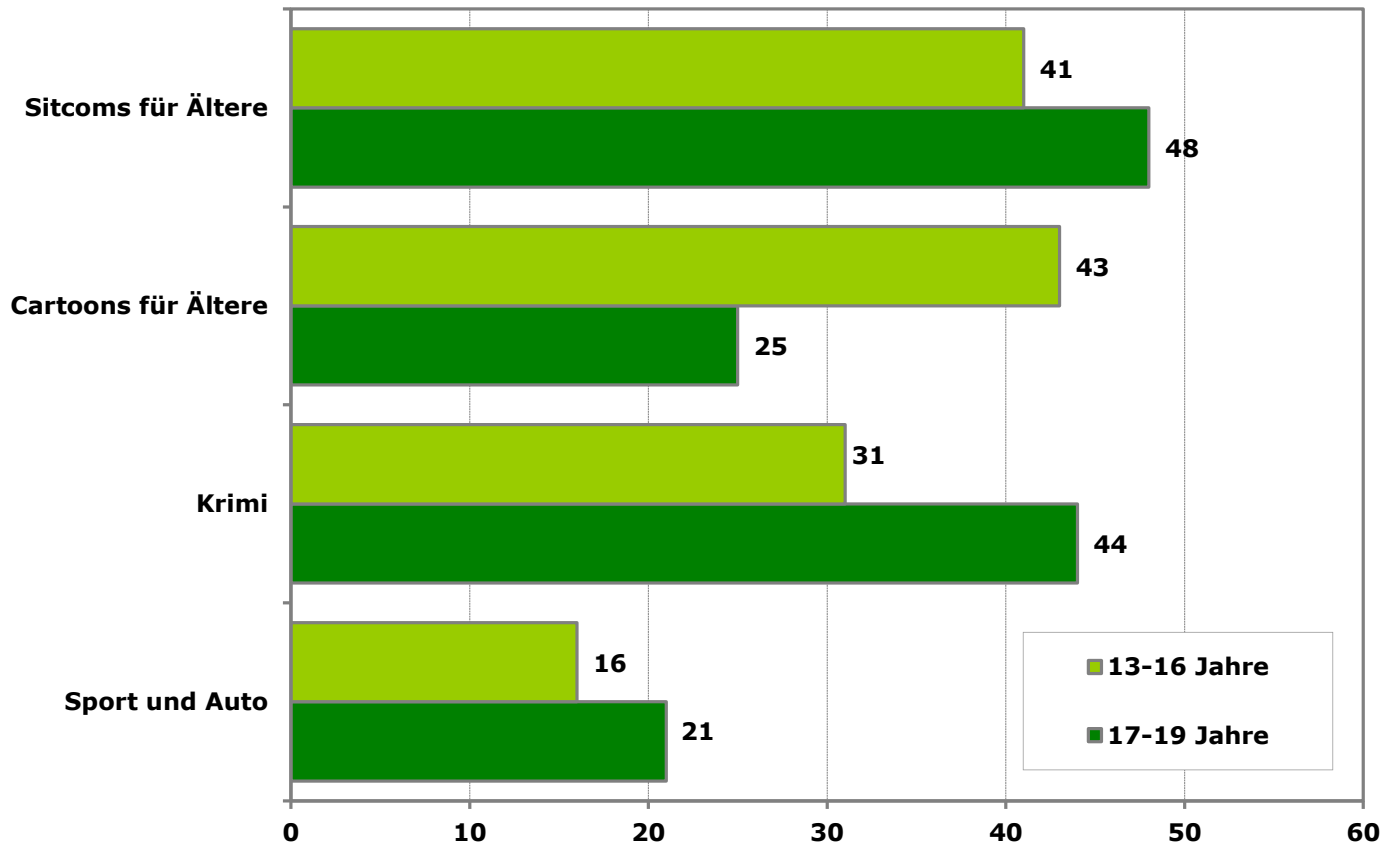


Basis: n=707 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 23.

Die Lieblingsgenres der Jungen

„Welche Sendung siehst du dir am liebsten an?“, ungestützt, 3 Nennungen möglich, 2013, Auswahl (Angaben in %)

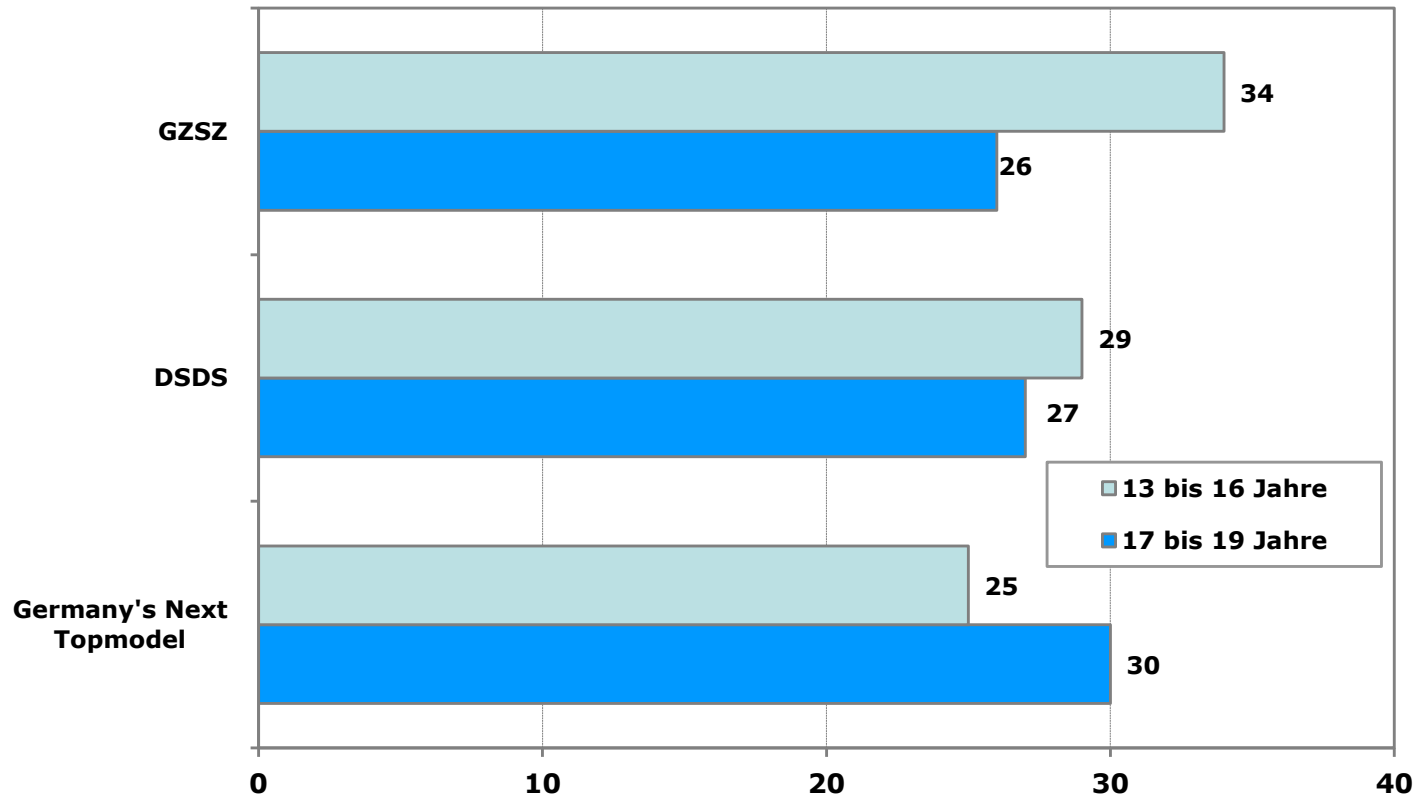


Basis: n=751 6- bis 19-jährige Jungen.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 22.

Welche Sendungen sehen Mädchen am liebsten im TV?

2013, Auswahl (Angaben in %)

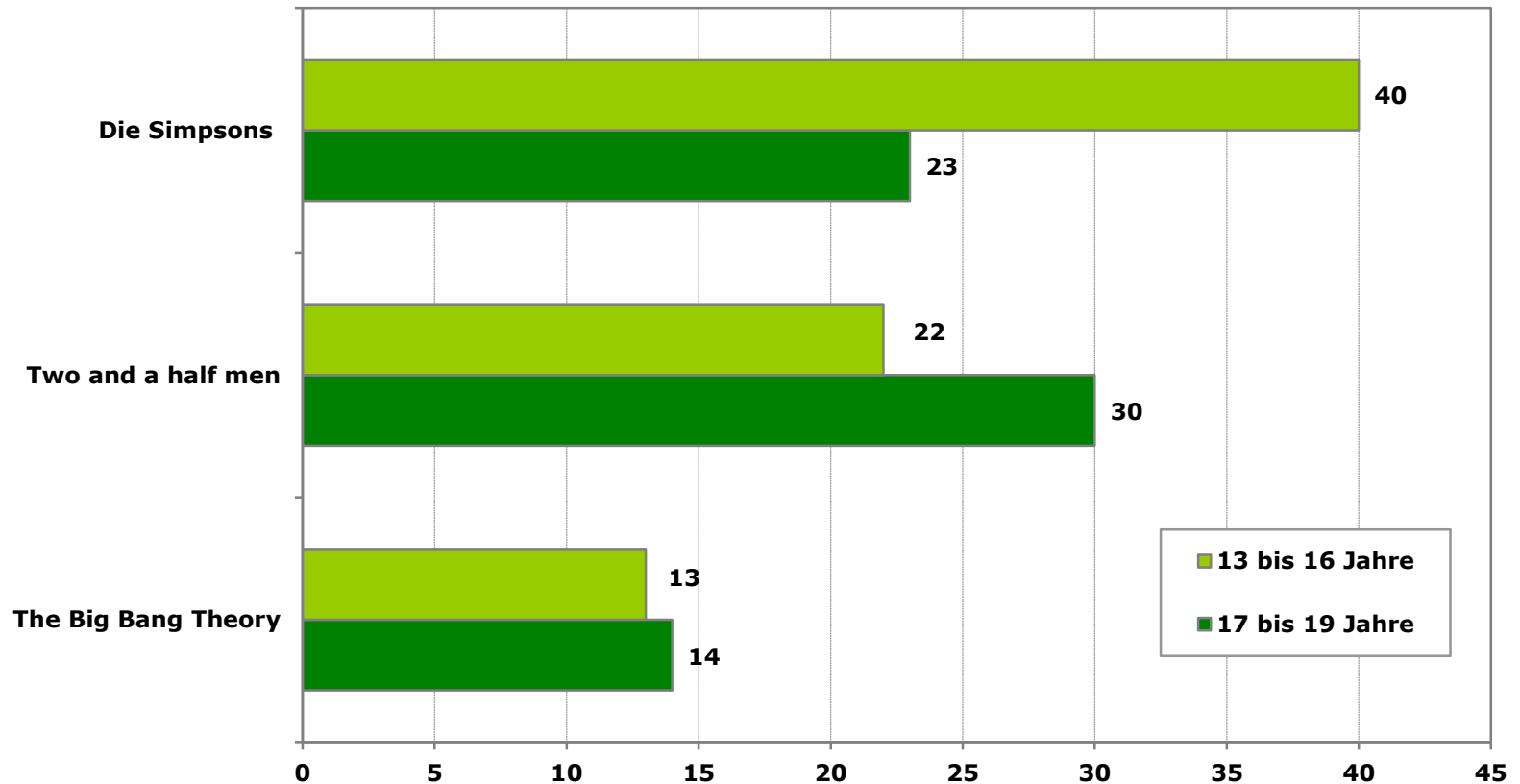


Basis: n=707 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 19.

Welche Sendungen sehen Jungen am liebsten im TV?

2013, Auswahl (Angaben in %)

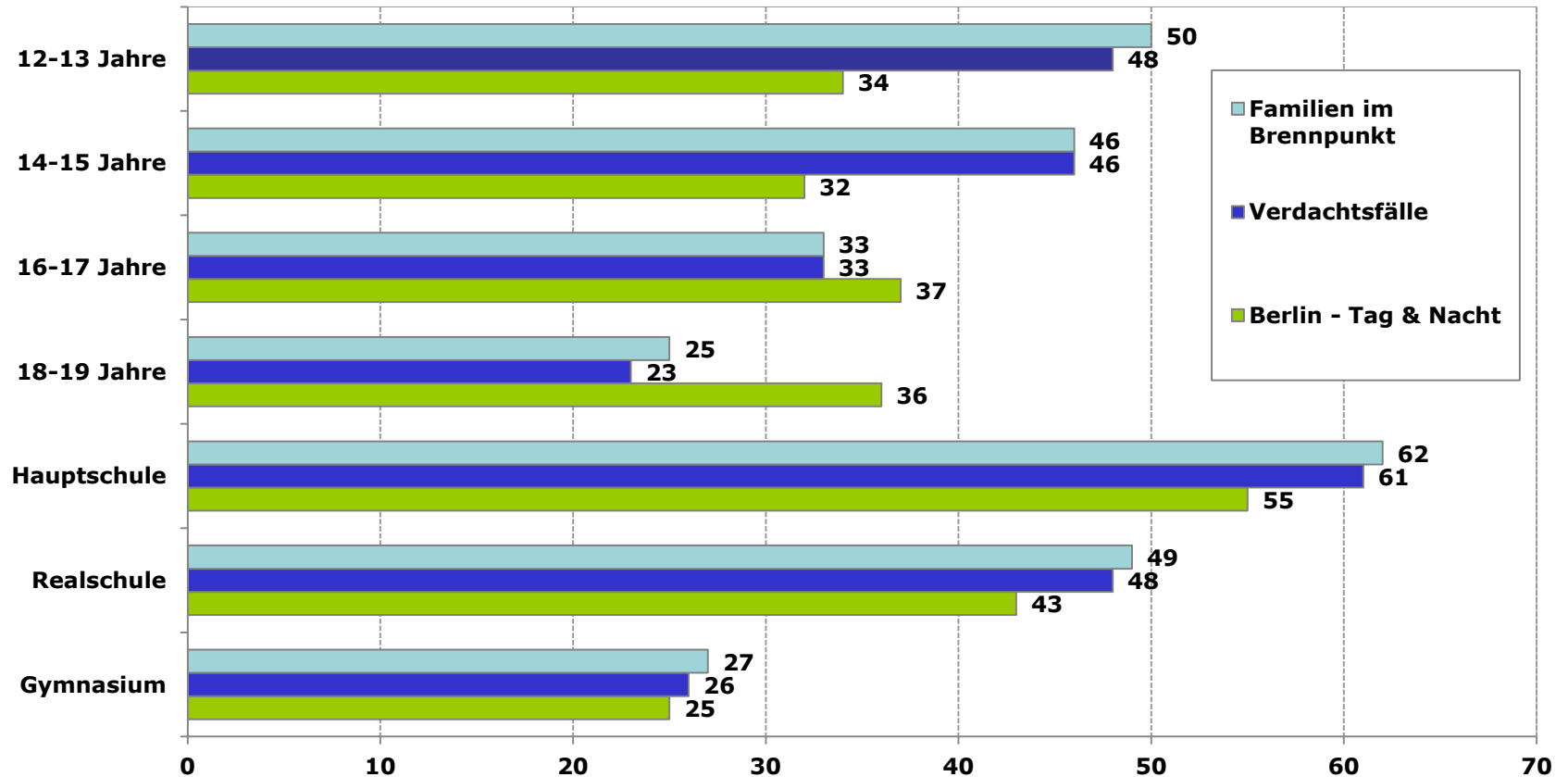


Basis: n=751 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 18.

Jugendliche und Scripted Reality

Nach Alter und Schulform, Nutzung mind. ab und zu (Angaben in %)

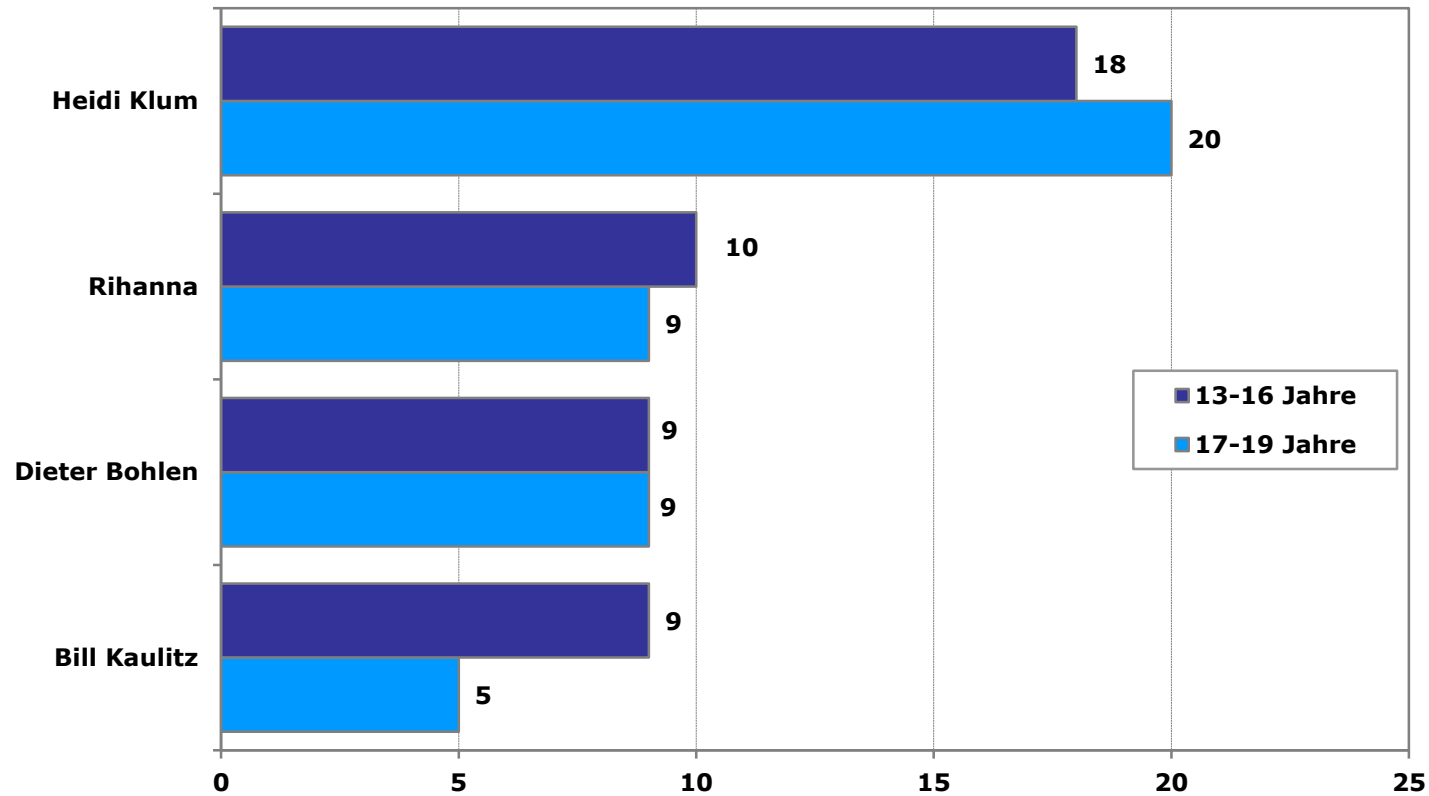


Basis: n=1.183, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 27 und 28.

Medien-Idole der Mädchen 2013

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“, ungestützt, 3 Nennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

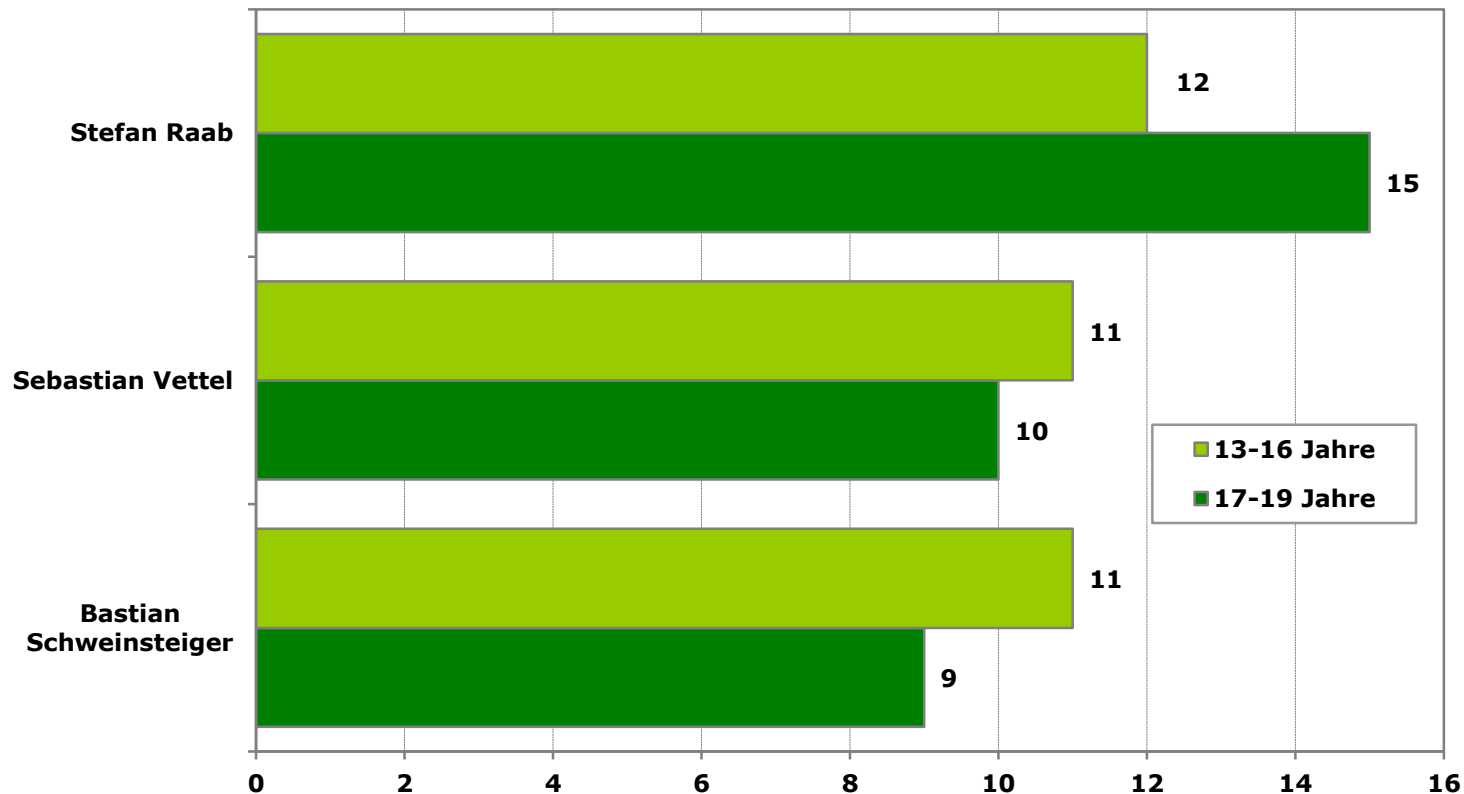


Basis: n=707 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 50.

Medien-Idole der Jungen 2013

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“, ungestützt, 3 Nennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

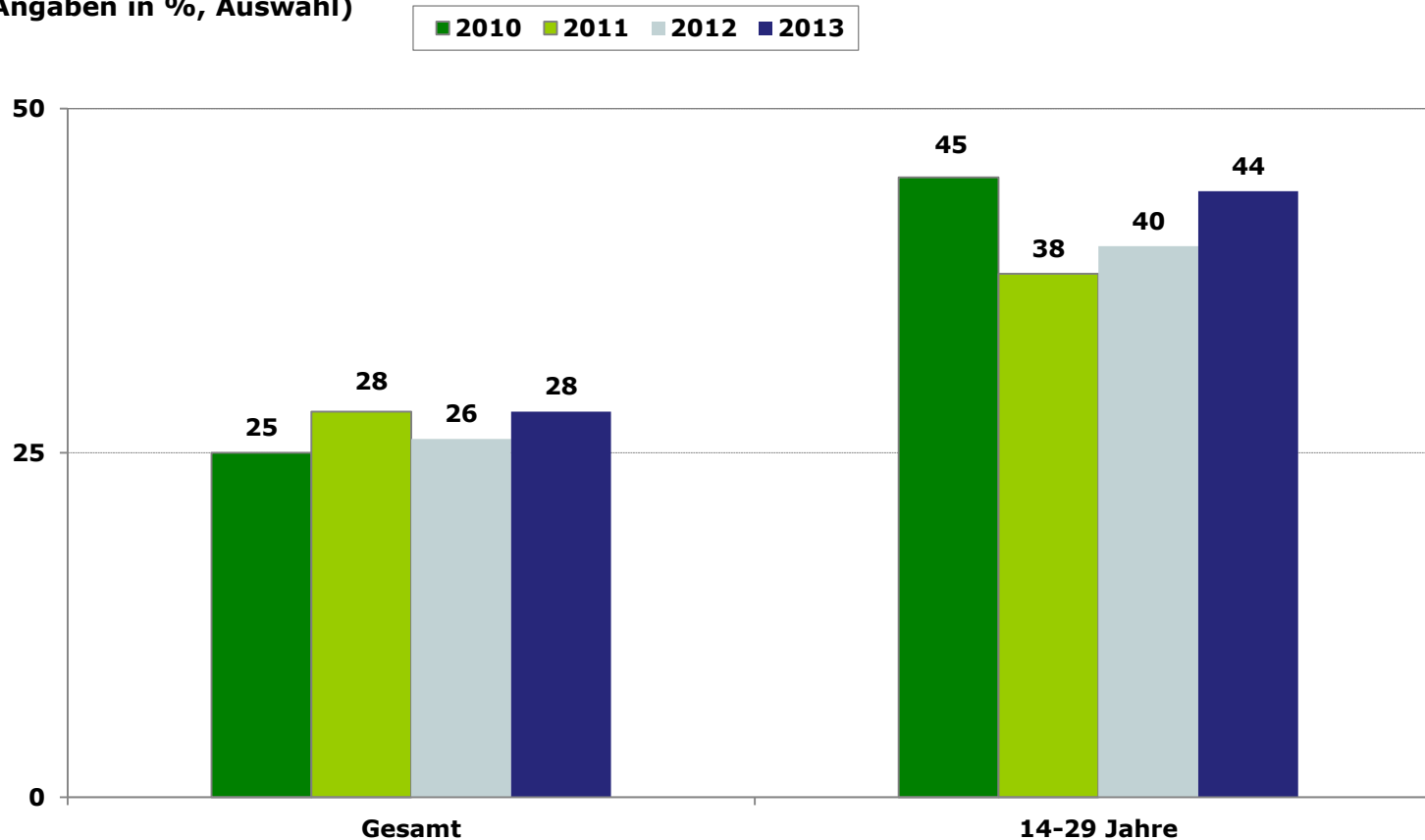


Basis: n=751 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 49.

Parallelnutzung Fernsehen/Internet im Zeitverlauf

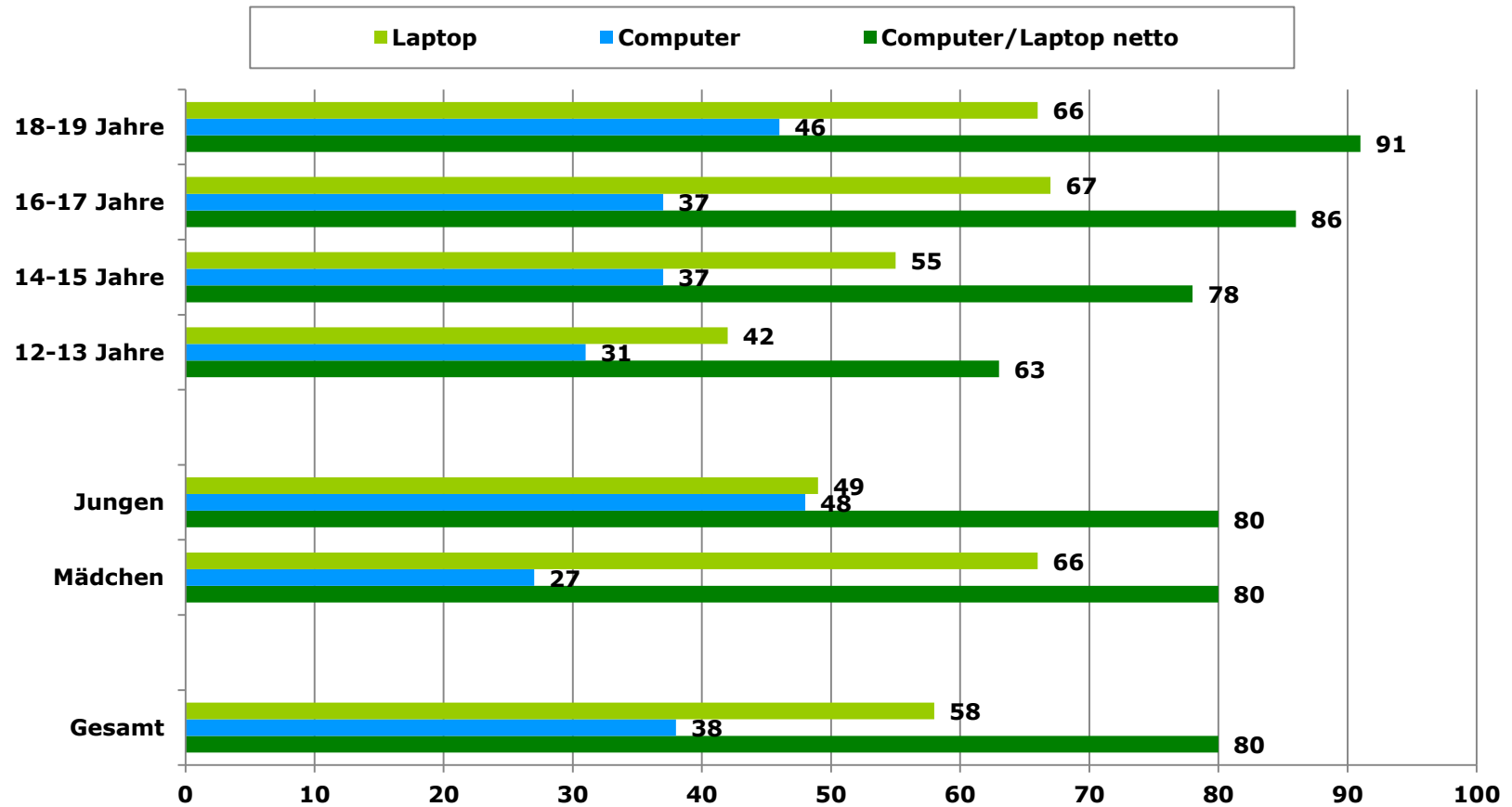
Zumindest gelegentliche Parallelnutzung des Internets während TV-Nutzung, 2010-2013
(Angaben in %, Auswahl)



Computer, Internet und Web 2.0

Computerbesitz Jugendlicher

Angaben in %

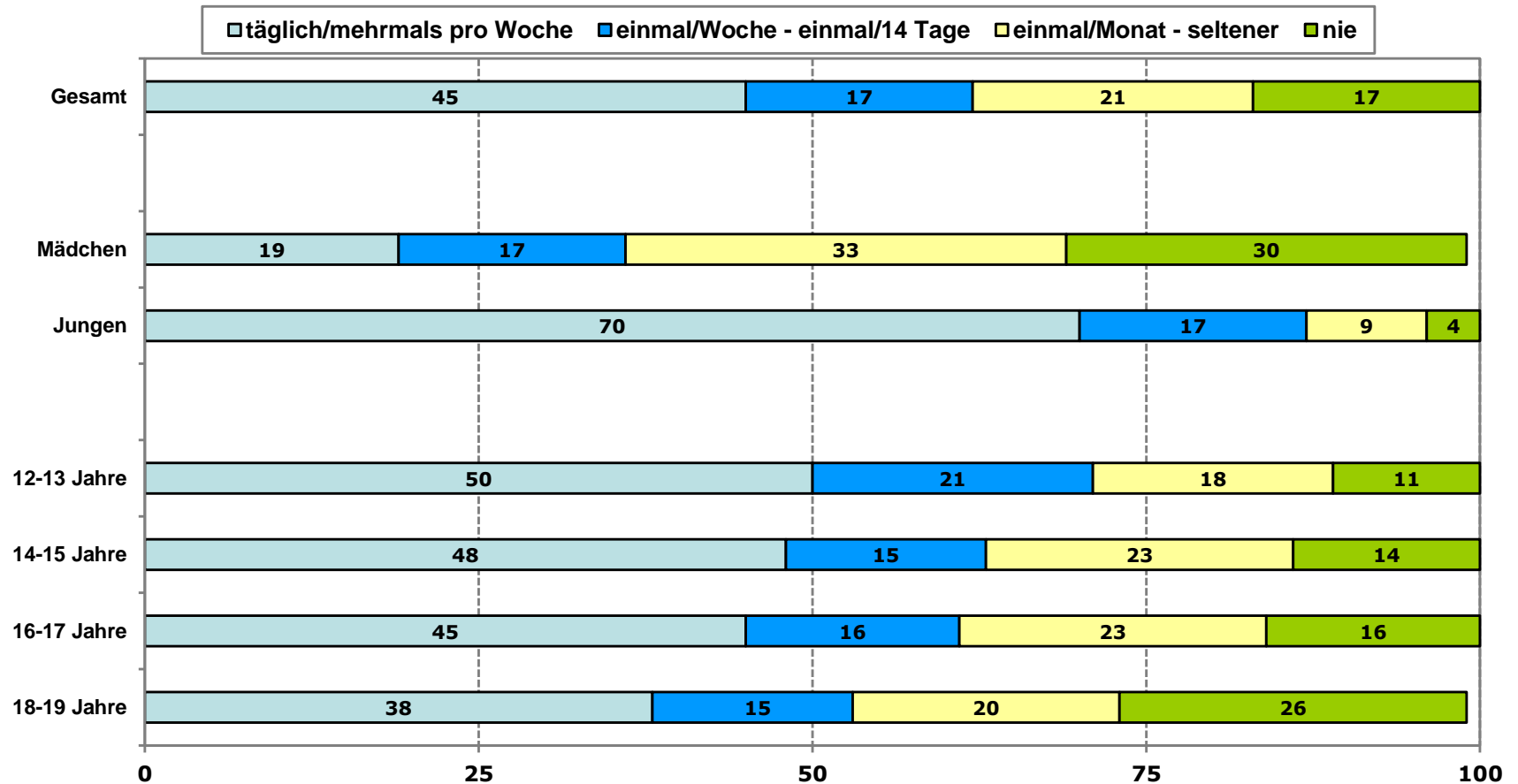


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 27.

Computer-, Konsolen- und Onlinespiele: Nutzungsfrequenz 2013

Angaben in %

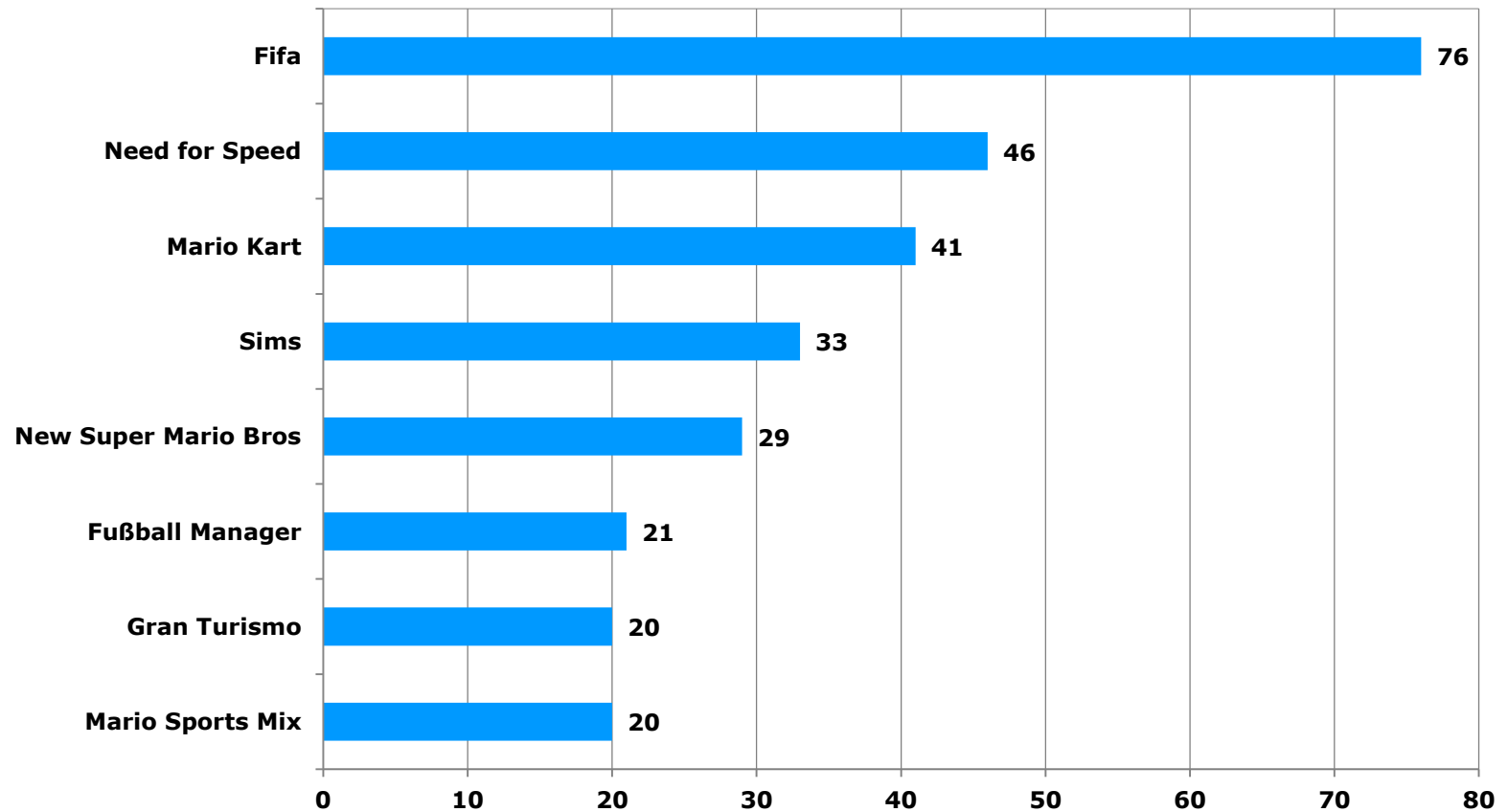


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 45

Games-Serien: Beliebte Computerspiele der Jungen

Top 10 aus 41 Spielen, max. 10 Nennungen möglich, 2013, Auswahl (Angaben in %)



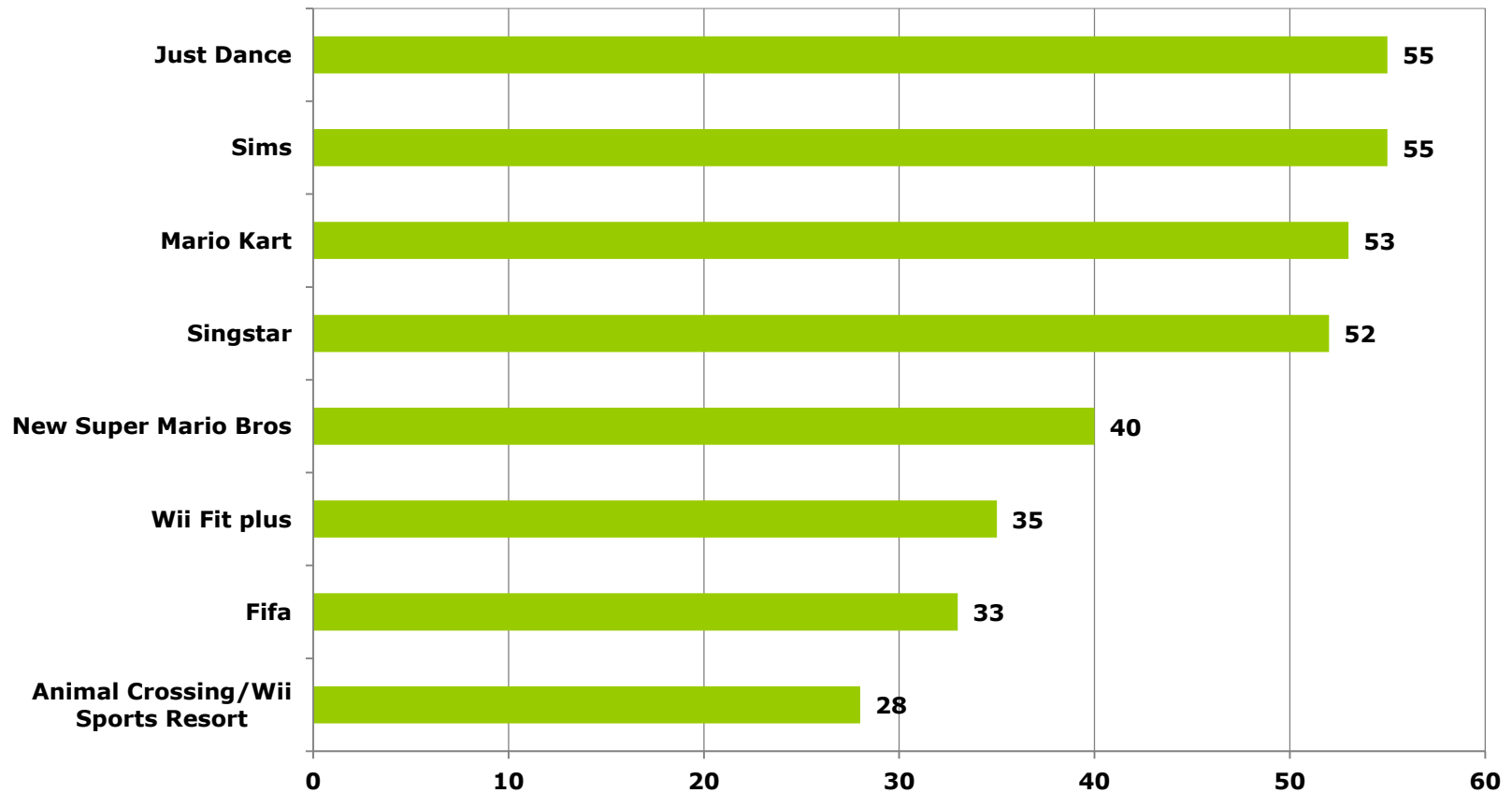
Basis: n=1.264, 12-19 Jahre.

Quelle: BRAVO Trendmonitor 2013. Bauer Media Group, S. 27.

Seite 31

Games-Serien: Beliebte Computerspielspiele der Mädchen

Top 10 aus 41 Spielen, max. 10 Nennungen möglich, 2013, Auswahl (Angaben in %)



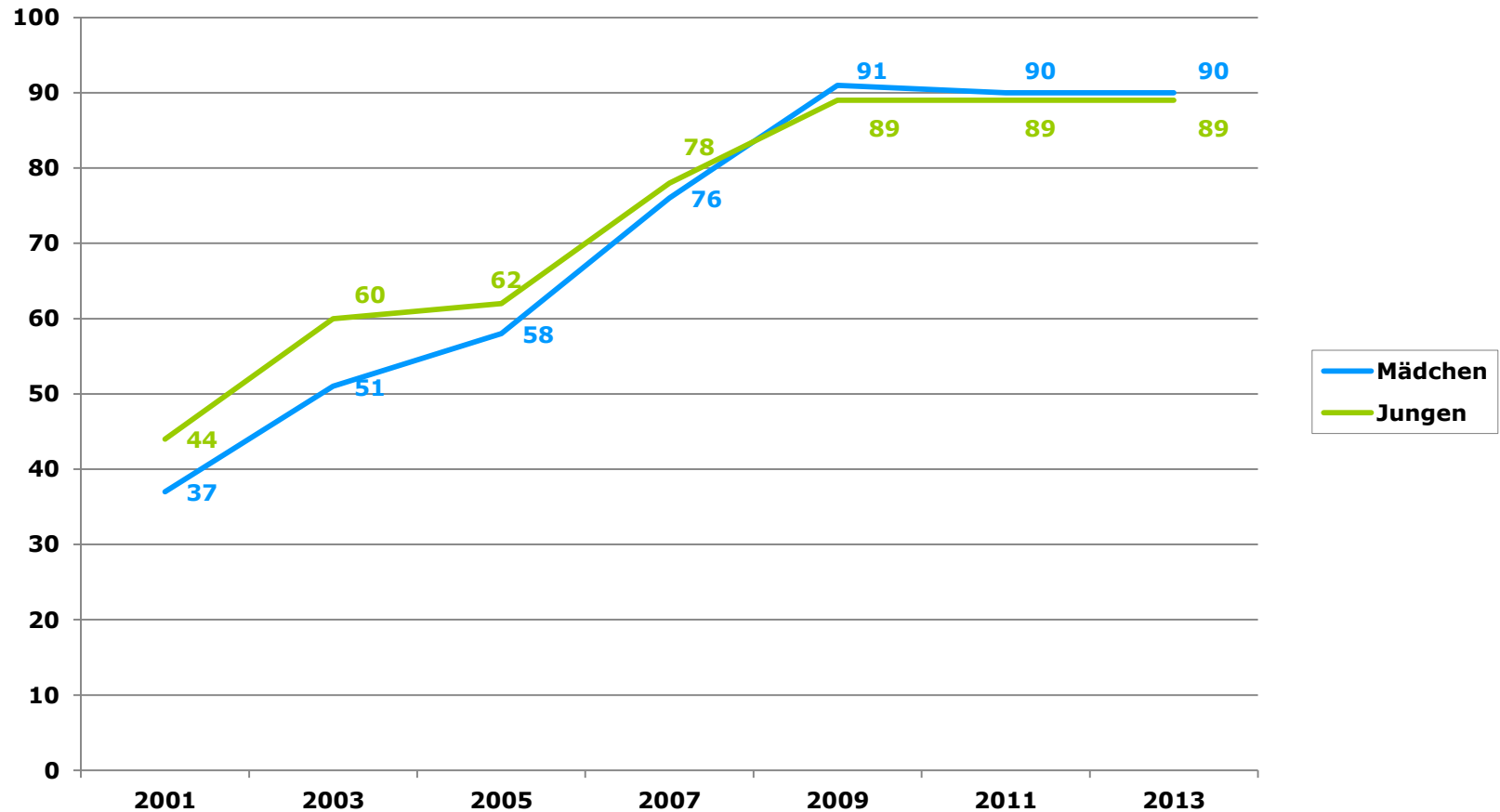
Quelle: BRAVO Trendmonitor 2013. Bauer Media Group, S. 27.

Basis: n=1.264, 12-19 Jahre.

Seite 32

Die Internetnutzung Jugendlicher im Zeitverlauf

Täglich/mehrmals pro Woche, 2001-2013, Auswahl (Angaben in %)

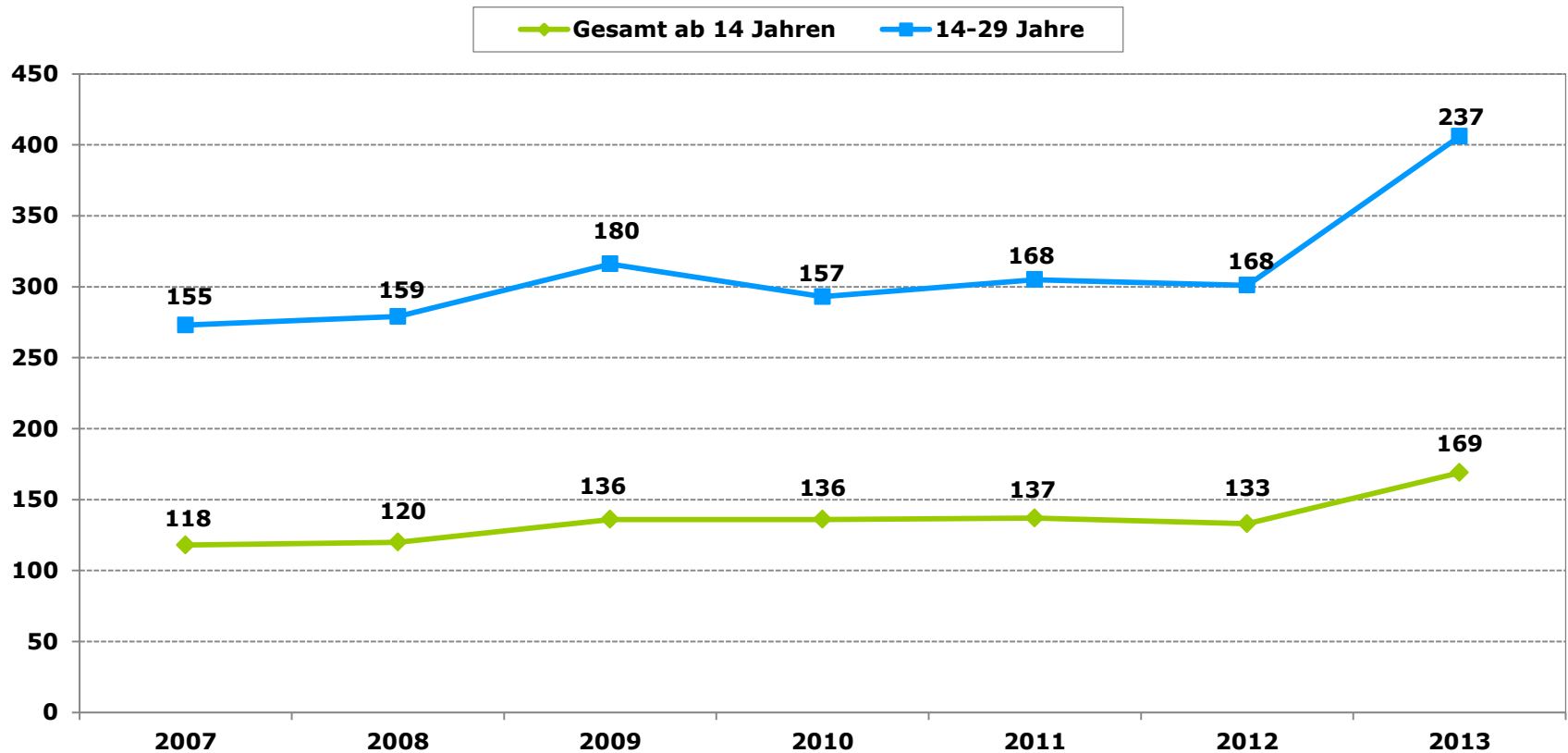


Basis: alle Befragten, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2001-2013, in: 15 Jahre JIM-Studie, mpfs 2013, S. 22.

Verweildauer Onlinenutzung im Zeitverlauf

Vergleich Gesamtbevölkerung – Jugendliche/junge Erwachsene, nach eigenen Angaben der Nutzer/innen, 2007-2013, in Minuten/Tag



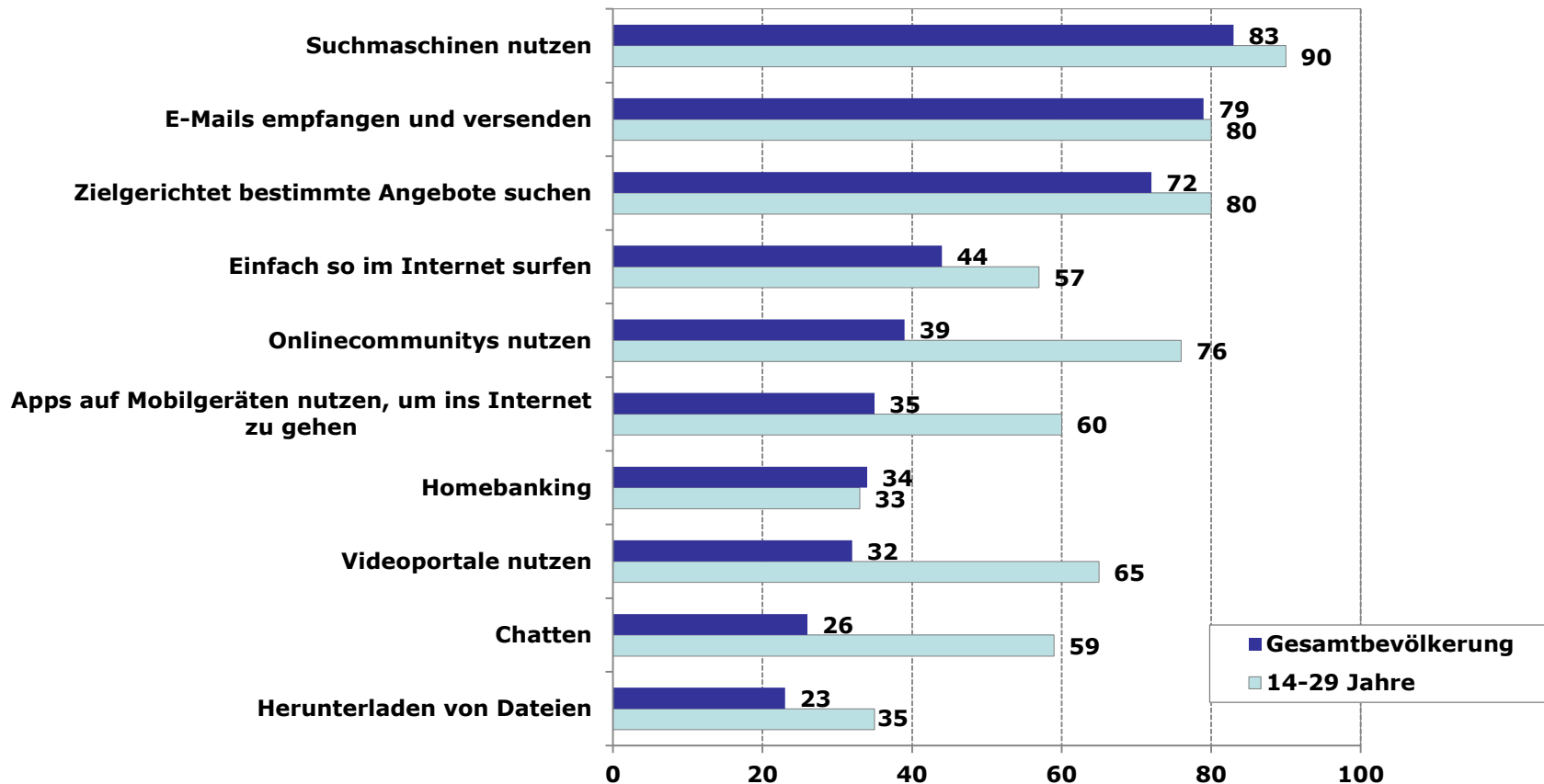
Basis: bis 2009 deutsche Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2009: n=1.212, 2008: n=1.186, 2007: n=1.142).

Ab 2010: Deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2013: n=1.389, 2012: n=1.366, 2011: n=1.319, 2010: n=1.252).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2007-2013, in: van Eimeren/Frees 2013, S. 361.

Aktivitäten im Internet – Vergleich Gesamtbevölkerung mit 14- bis 29-Jährigen

Mindestens einmal wöchentliche Nutzung, 2013, Auswahl (Angaben in %)

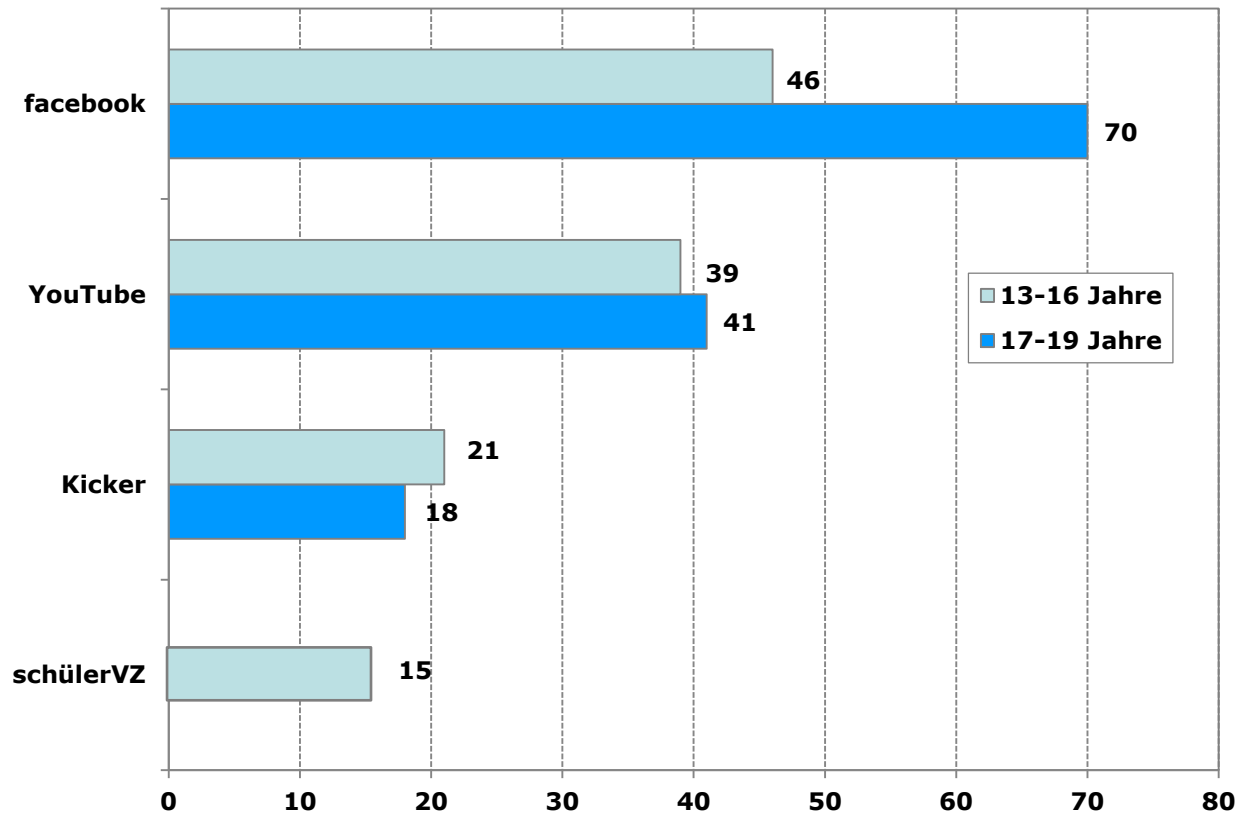


Basis: n=1.389, deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013, in:
van Eimeren/Frees 2013, S. 363.

Welche Websites besuchen Jungs am liebsten?

2013, Auswahl (Angaben in %)

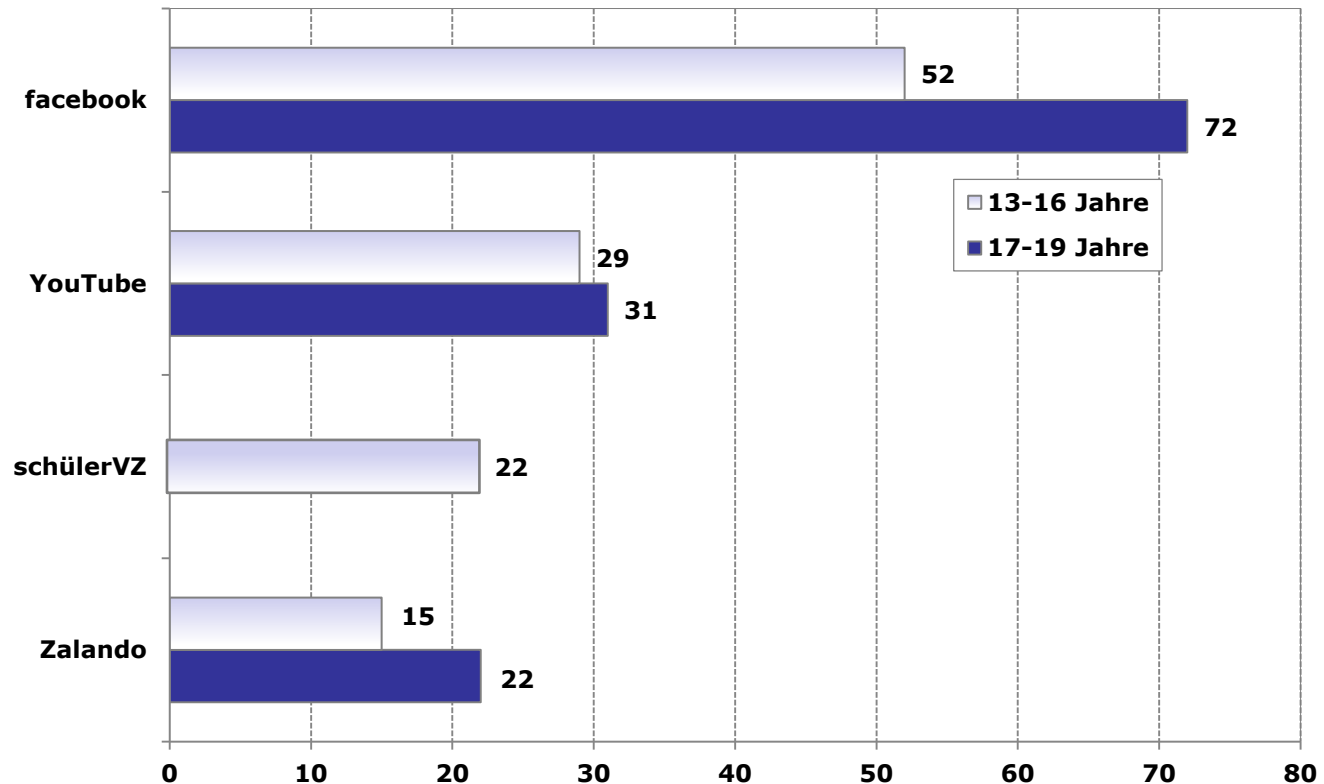


Basis: n=636 Jungen, Internetnutzer, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 129.

Welche Websites besuchen Mädchen am liebsten?

2013, Auswahl (Angaben in %)

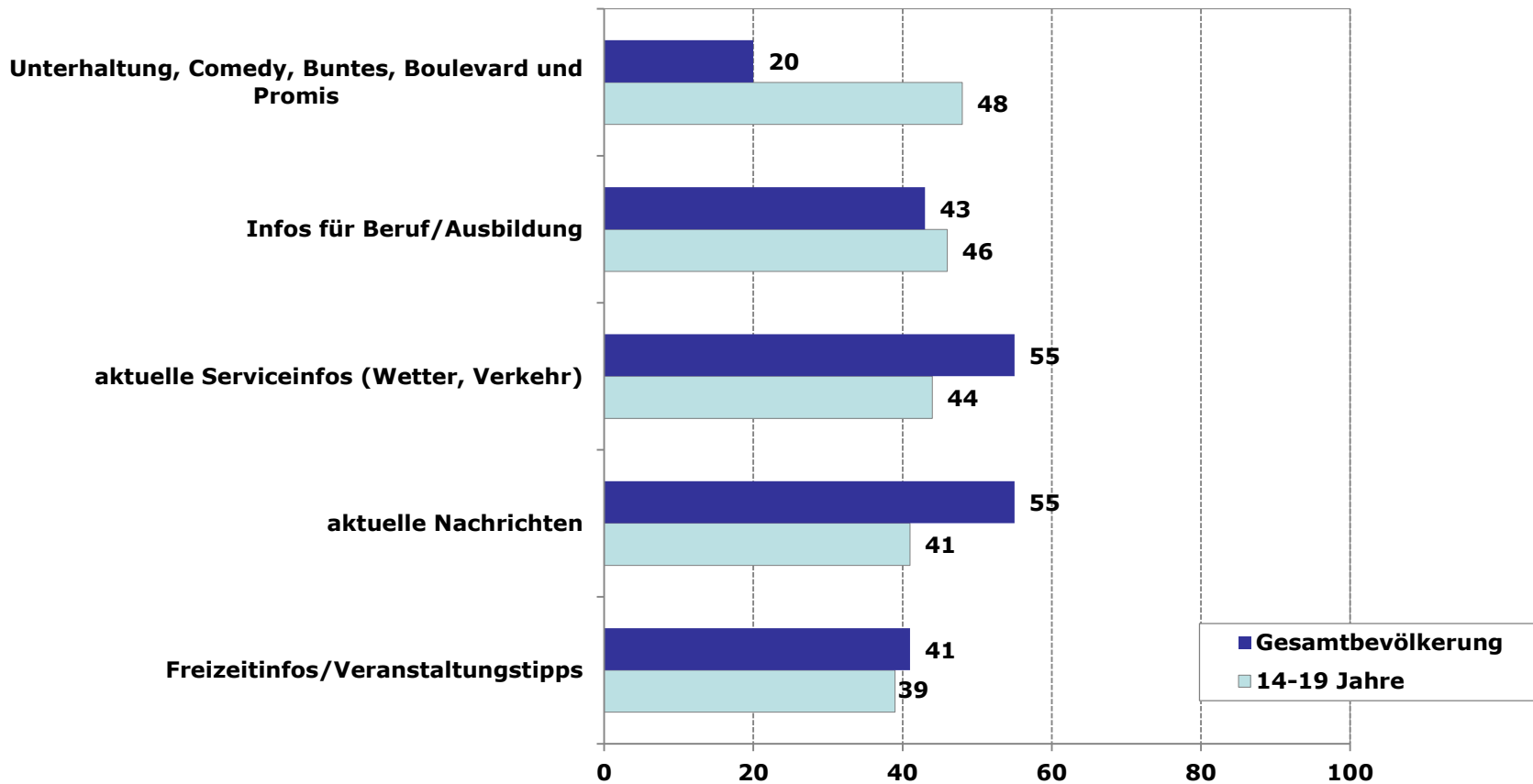


Basis: n=584 Mädchen, Internetnutzerinnen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2013, S. 130.

Genutzte Onlineinhalte

Vergleich Gesamtbevölkerung mit Jugendlichen (14-19 Jahre), häufige/gelegentliche Nutzung, 2013, Auswahl (Angaben in %)

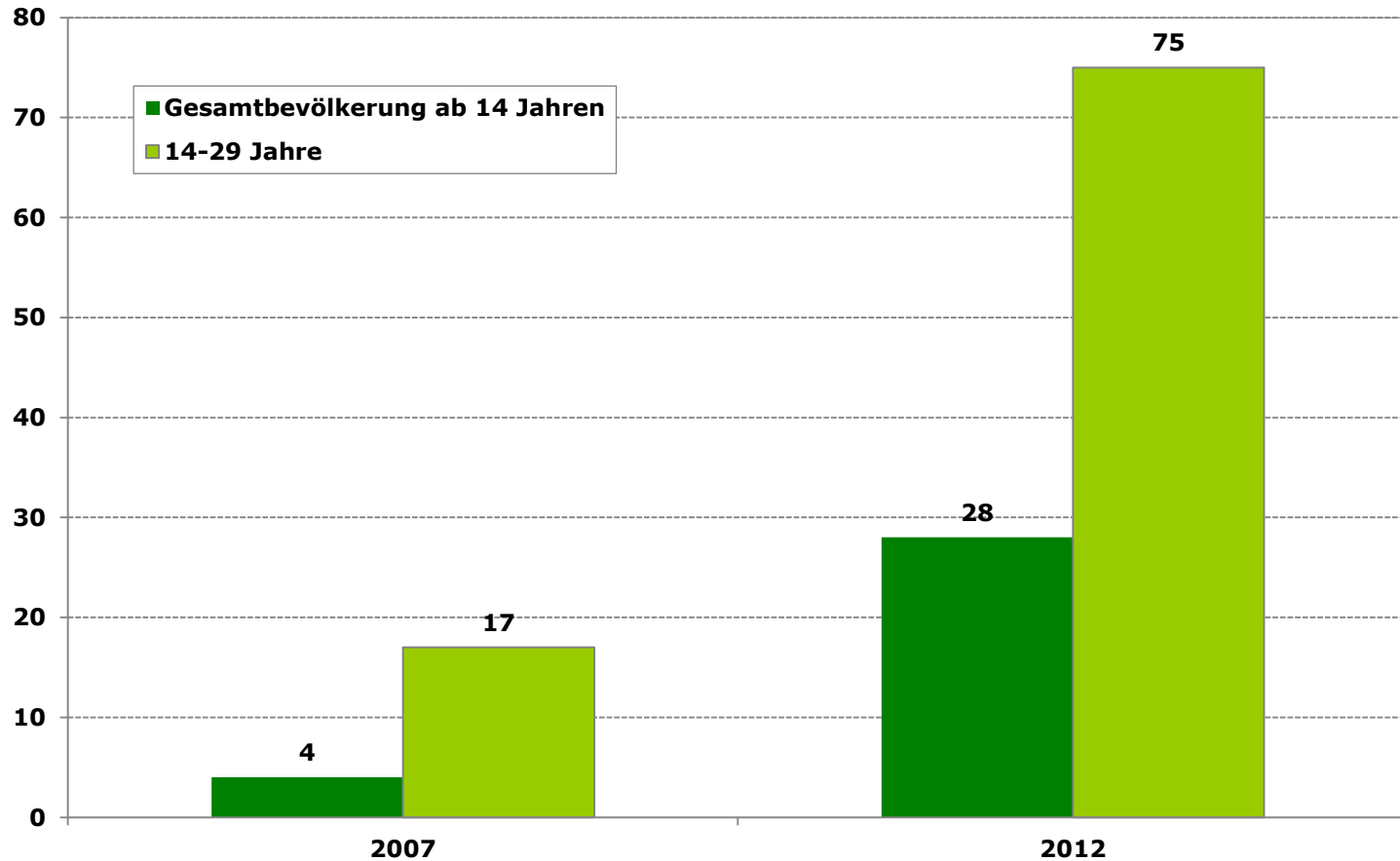


Basis: n=1.389 , deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013, in: Media Perspektiven 7-8/2013, S. 404.

Beteiligung an privaten sozialen Netzwerken

Vergleich Gesamtbevölkerung und Jugendliche/junge Erwachsene (14-29 Jahre), mind. einmal pro Woche, 2007 und 2012 (Angaben in %)

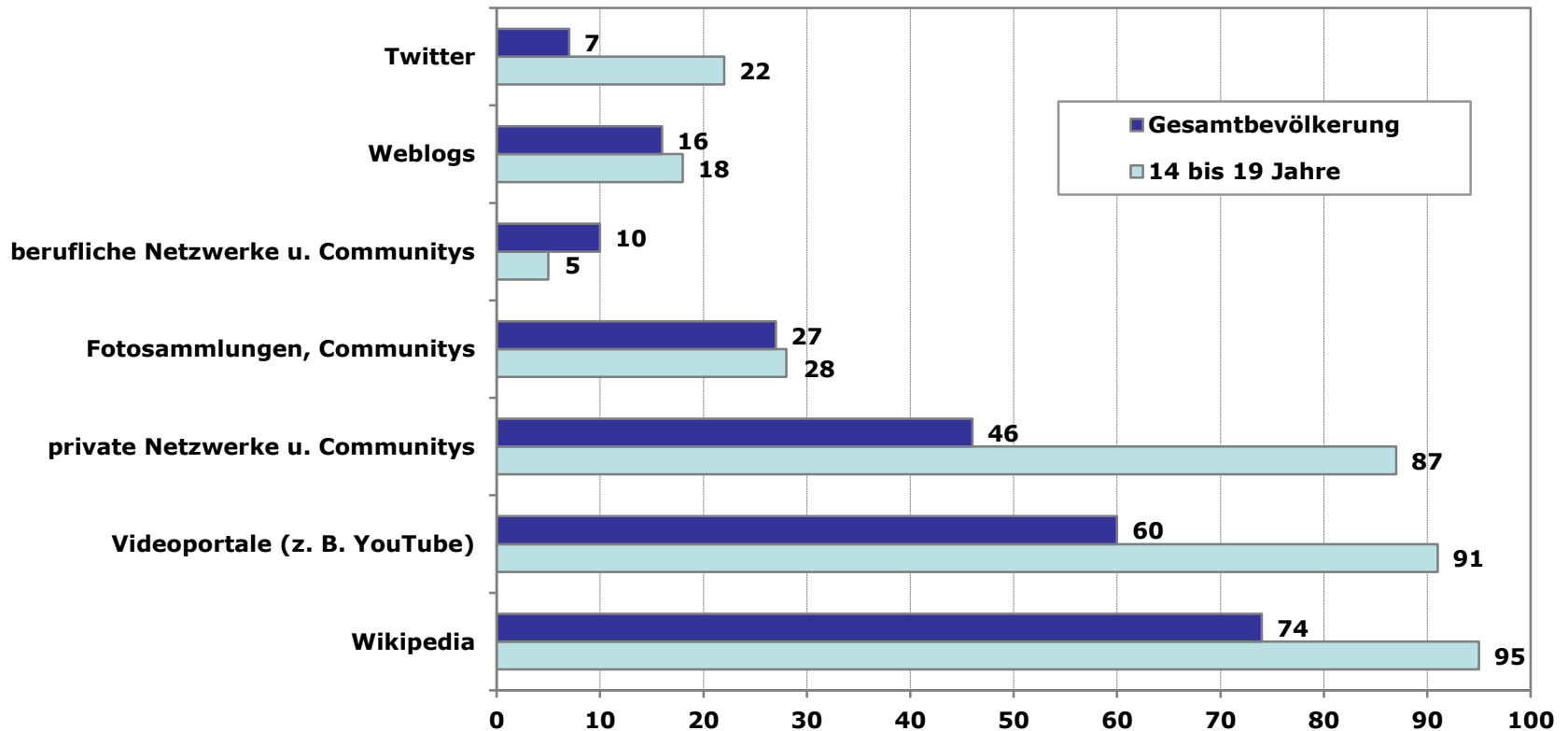


Basis: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2007 und 2012, In: Mende u. a. 2013, S. 44

Web 2.0-Nutzung – Vergleich Jugendliche mit Gesamtbevölkerung

Mind. gelegentlich genutzt, 2013 (Angaben in %)

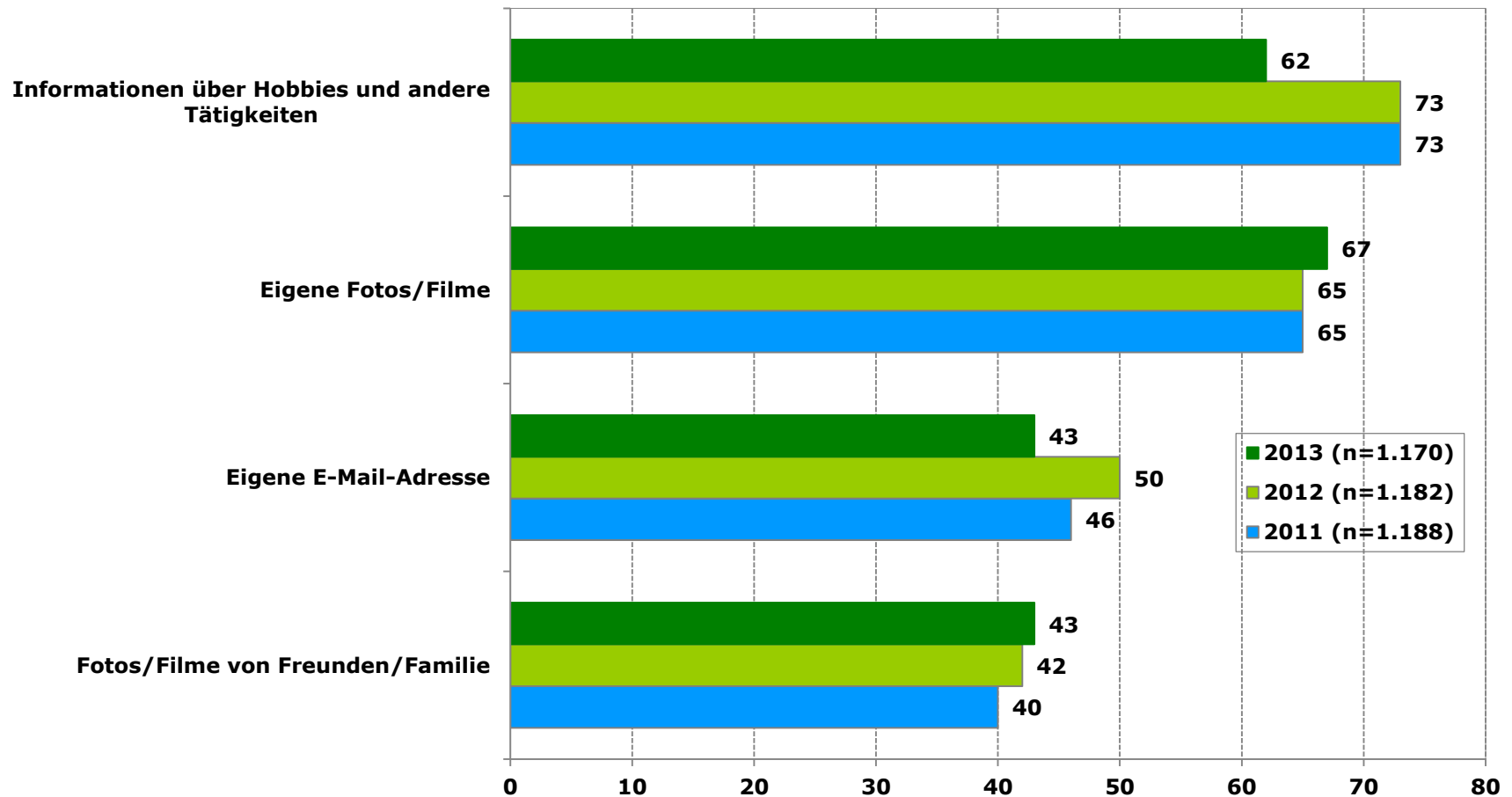


Basis: n=1.389 , deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013, in:
Media Perspektiven 7-8/2013, S. 402.

Welche persönlichen Daten hinterlegen Jugendliche im Internet?

Vergleich 2011-2013, Auswahl (Angaben in %)

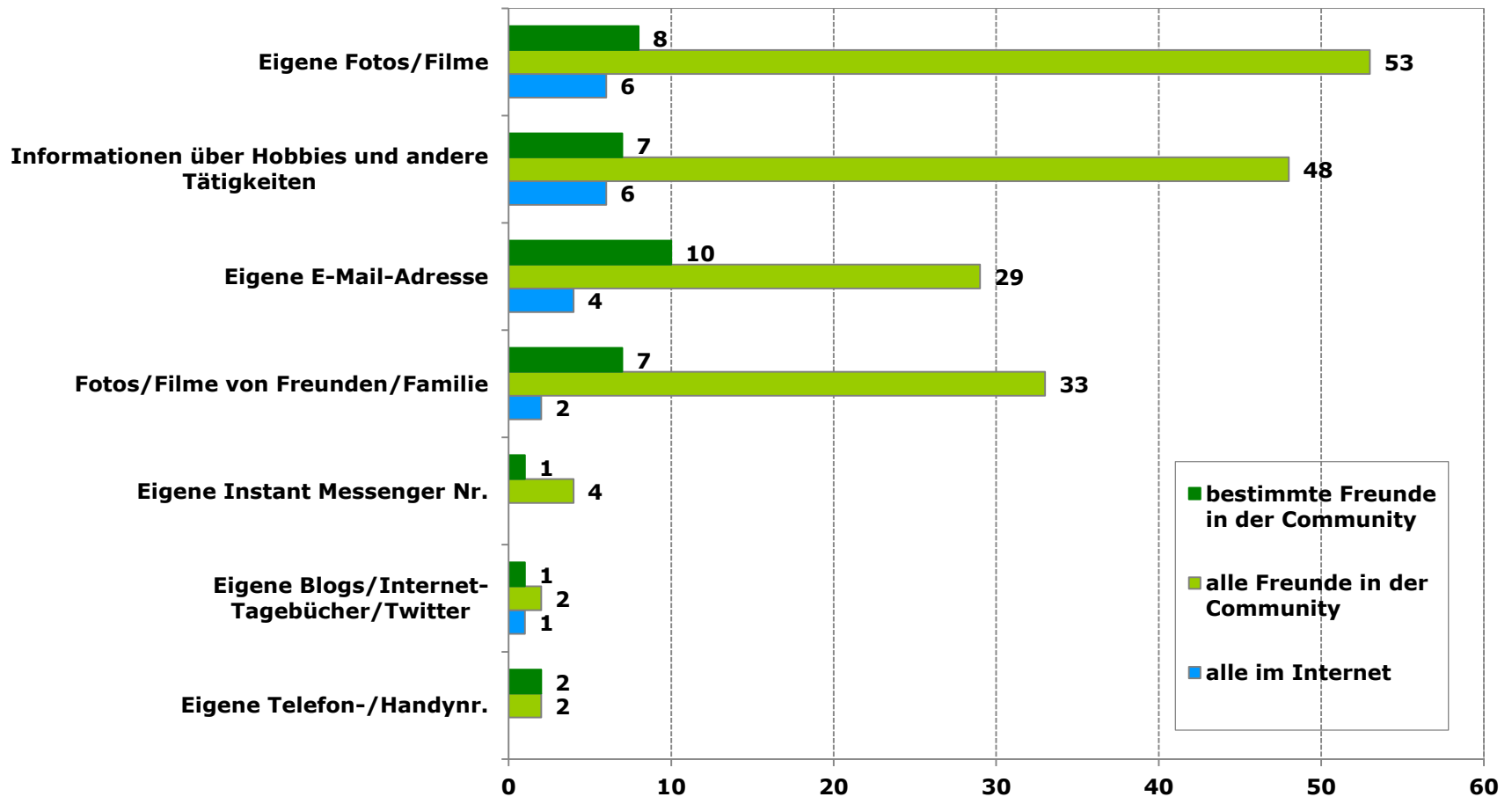


Basis: Internet-Nutzer/innen, JIM 2013-2011.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 42.

Für wen sind hinterlegte persönliche Daten einsehbar?

Angaben in %

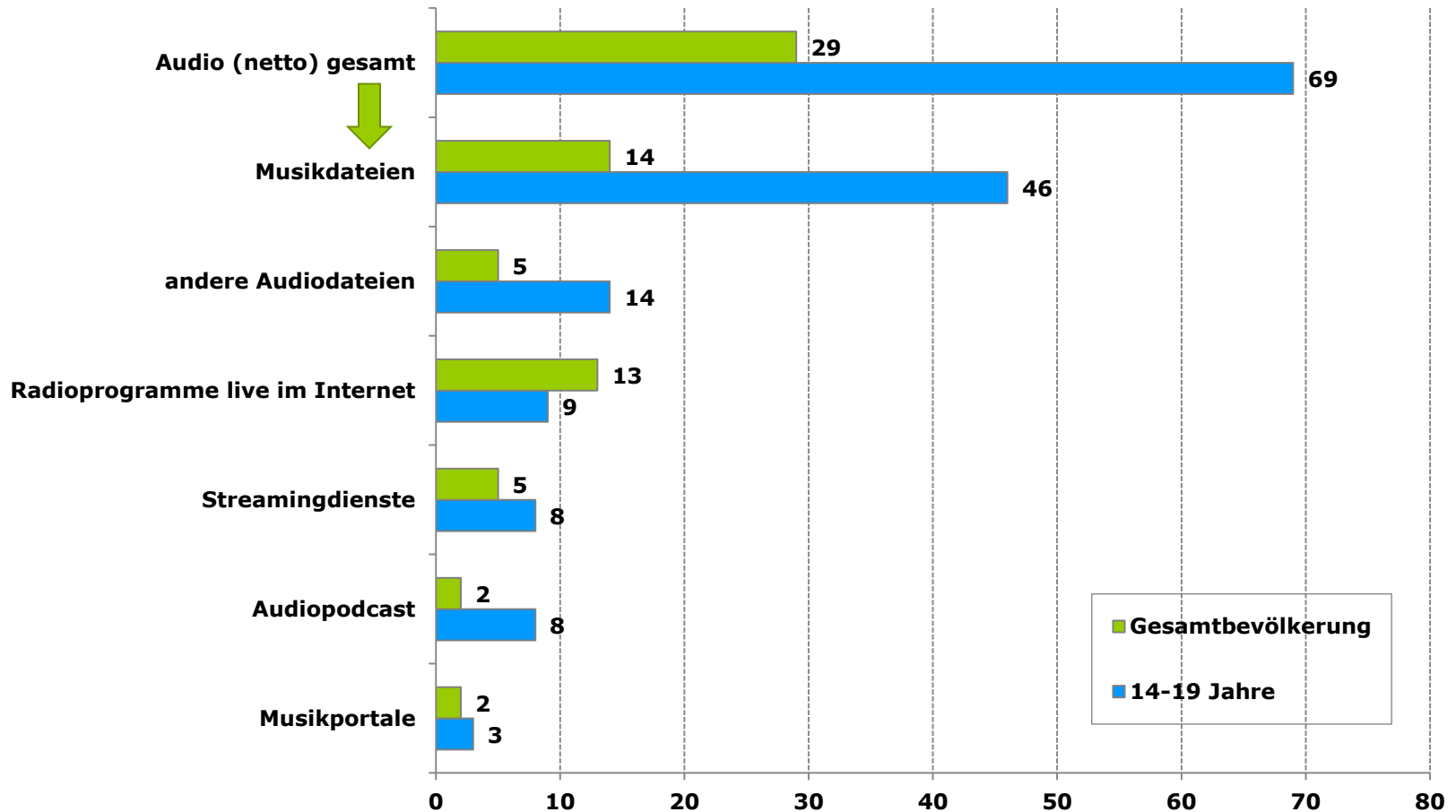


Basis: n=1.170, Internet-Nutzer/innen.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 43

Abruf von Audiodateien im Internet

Vergleich Gesamtbevölkerung und 14-19-Jährige, mind. einmal wöchentlich genutzt, 2013, Auswahl (Angaben in %)

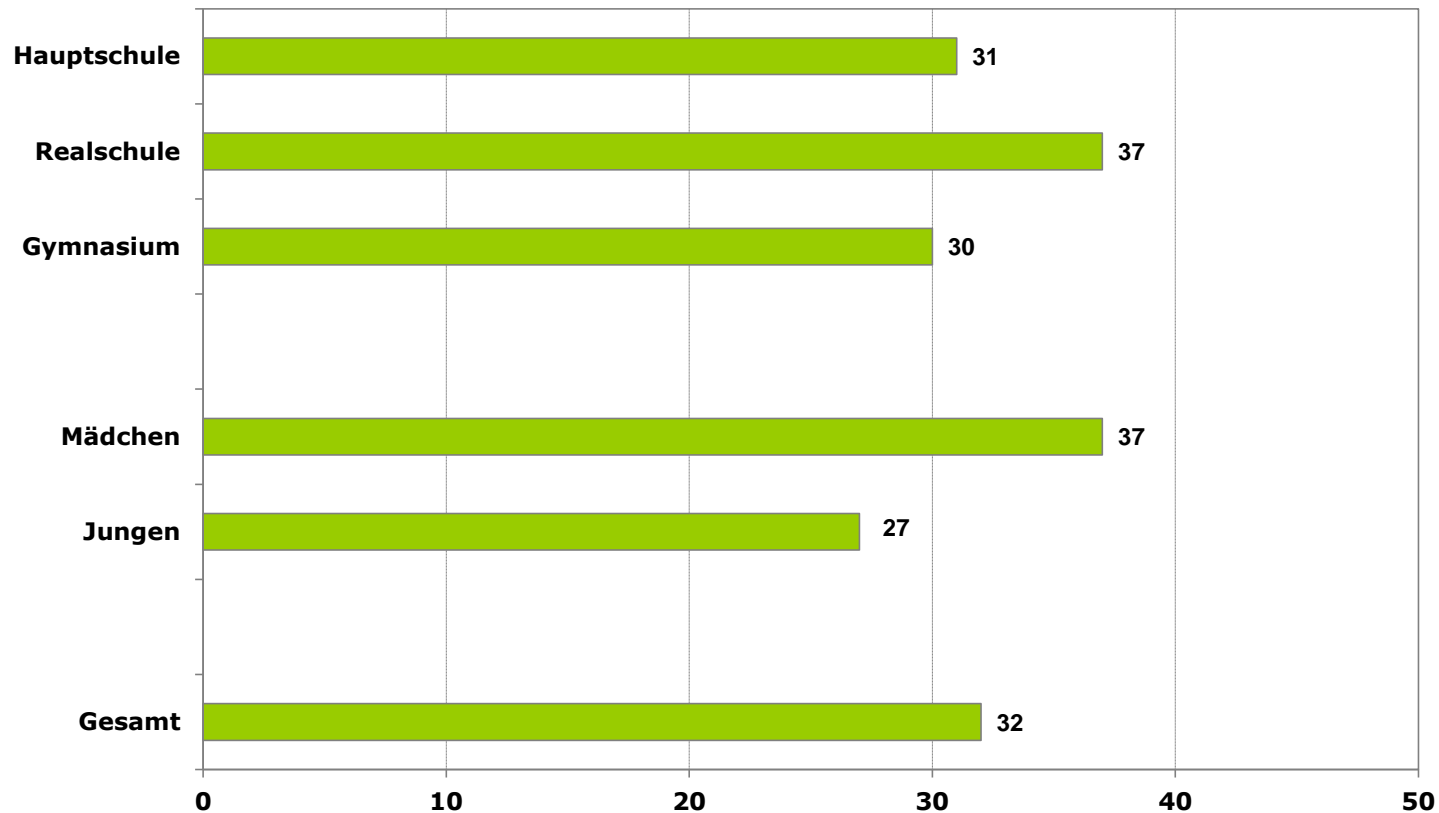


Basis: n=1.389 , deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013.
In: Media Perspektiven 7-8/2013, S. 405.

Mobbing im Internet und über Handy

„Gibt es jemanden in Deinem Bekanntenkreis, der schon mal im Internet oder übers Handy fertig gemacht wurde?“, 2013 (Angaben in %)



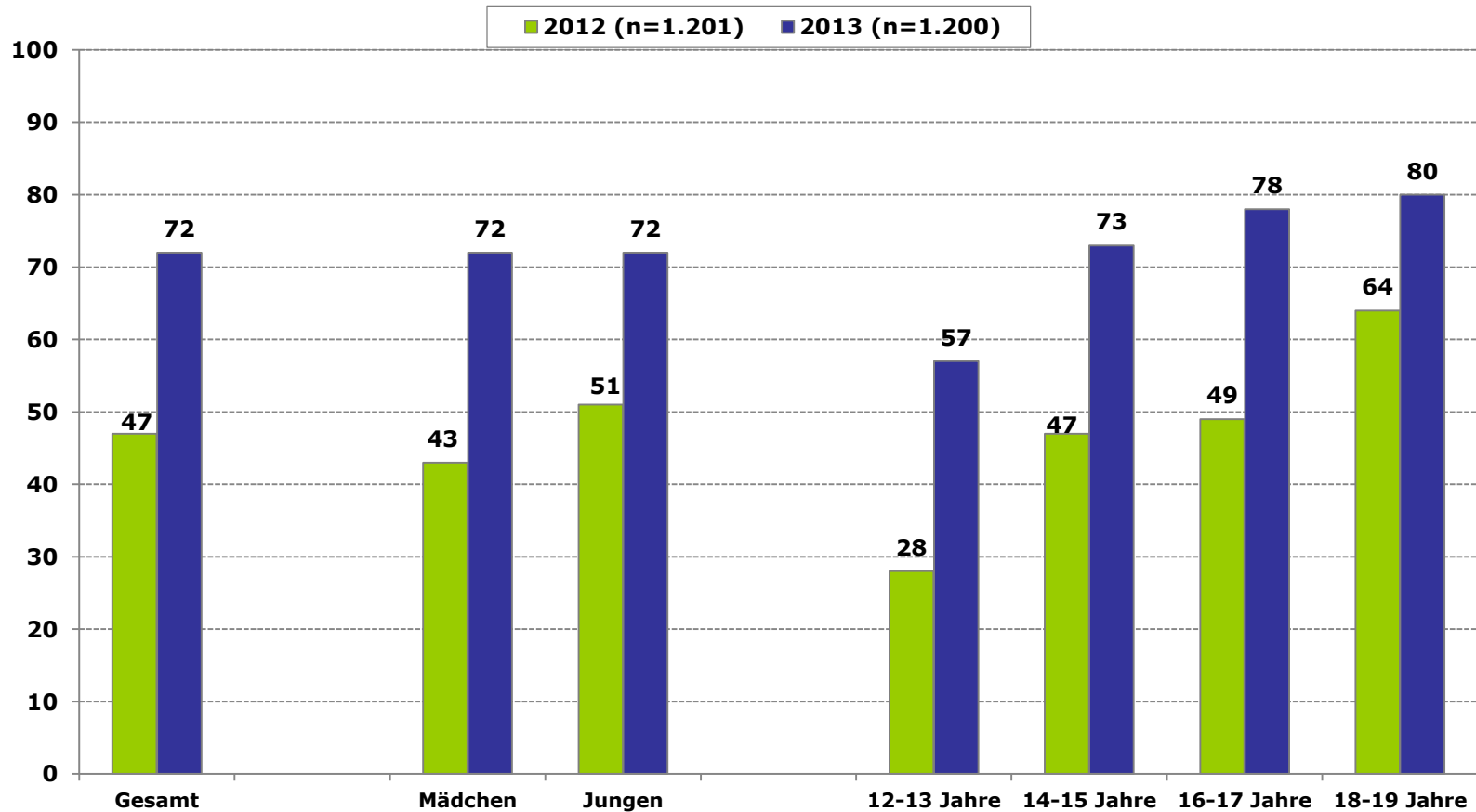
Basis: n=1.170 , 12-19 Jahre, Internetnutzer/innen.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 44.

Handy und mobile Medien

Anteil jugendlicher Smartphone-BesitzerInnen

Nach Alter und Geschlecht, Vergleich 2012 und 2013 (Angaben in %)

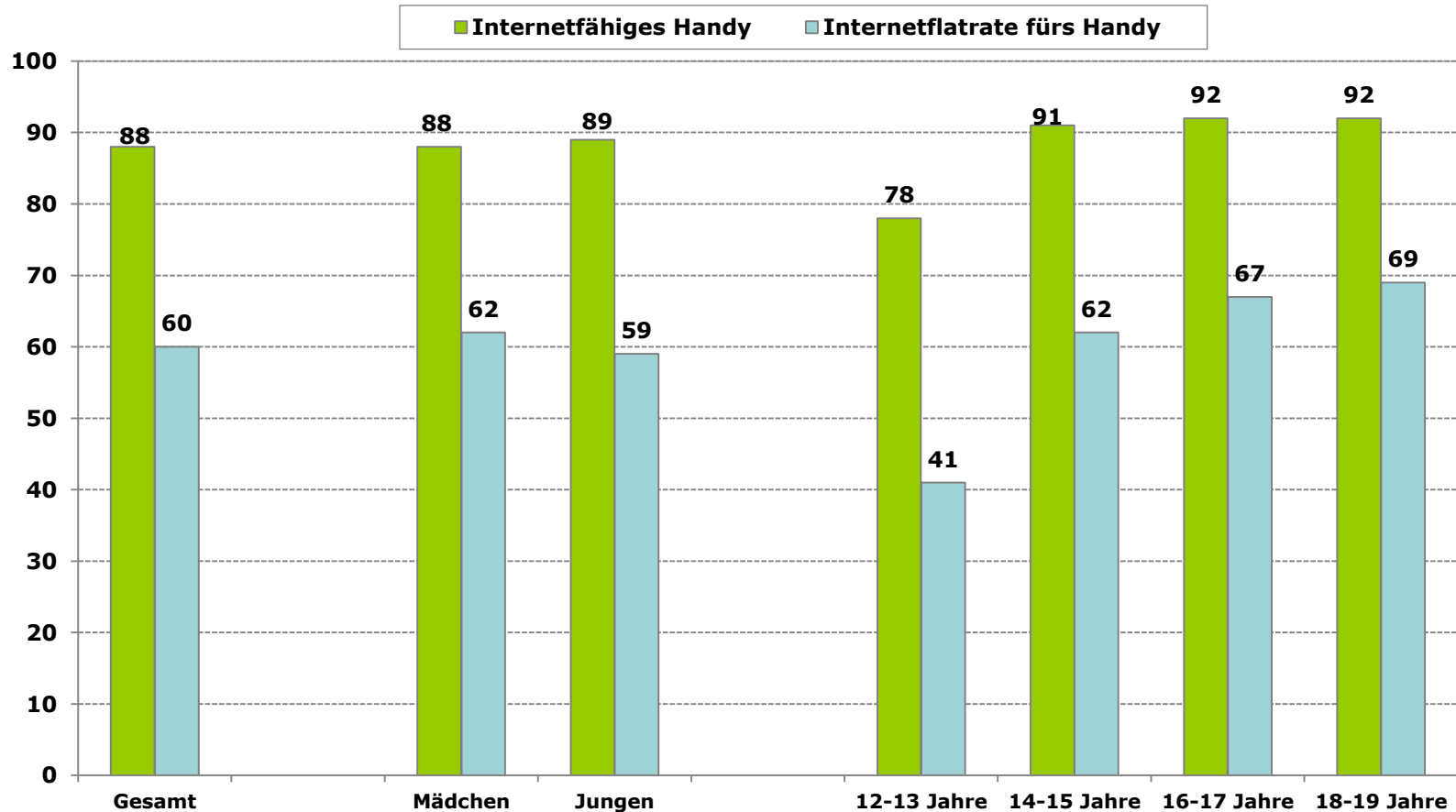


Basis: JIM 2012-2013, alle Befragten, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 51.

Ausstattung des Handys: Internetzugang und Flatrate

Ausstattung des eigenen Handys, nach Alter und Geschlecht, 2013
(Angaben in %)

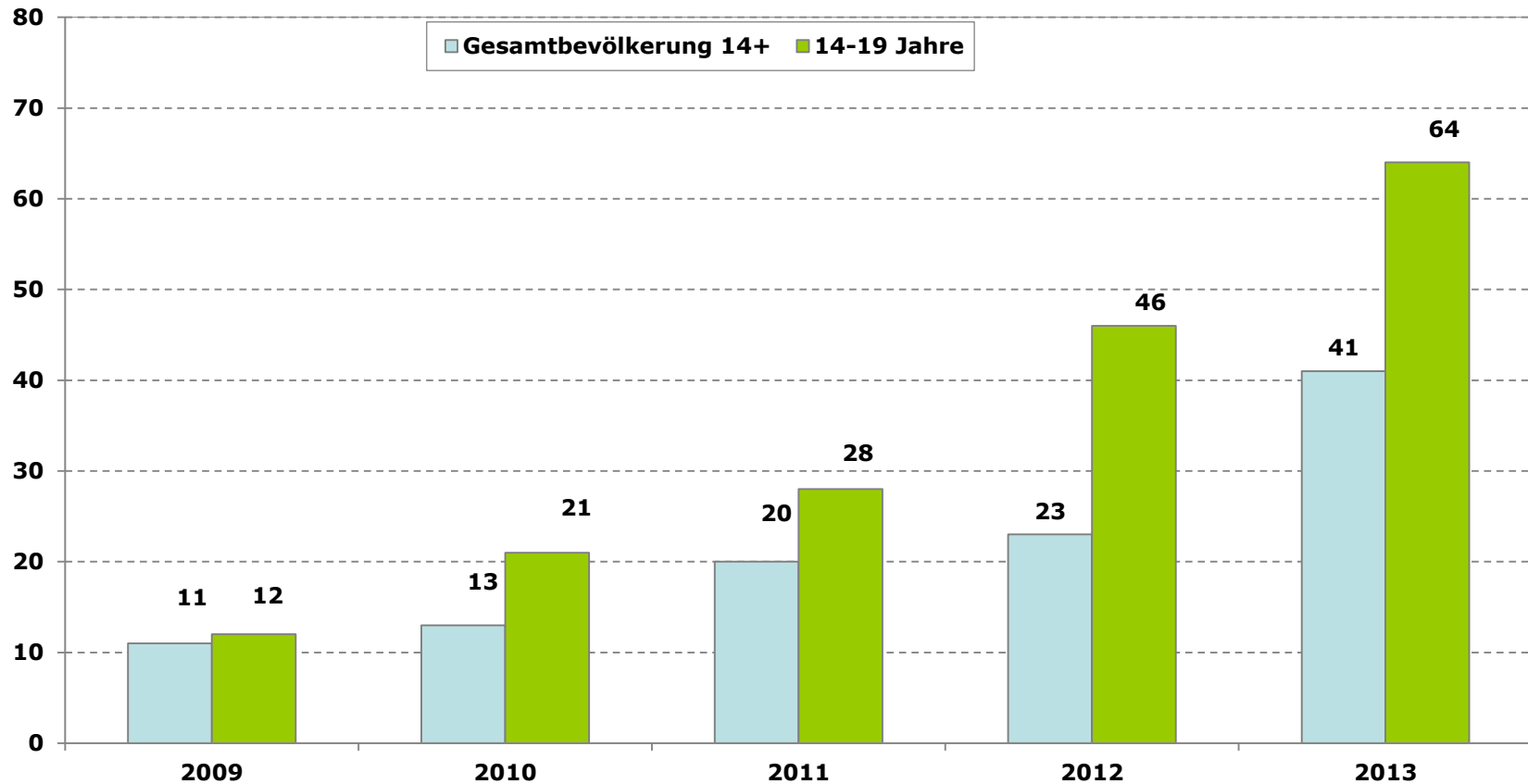


Basis: n=1.157, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 52.

Mobile Internetnutzung 2009-2013

Vergleich Gesamtbevölkerung (14+) und 14- bis 19-Jährige , 2009-2013 (Angaben in %)

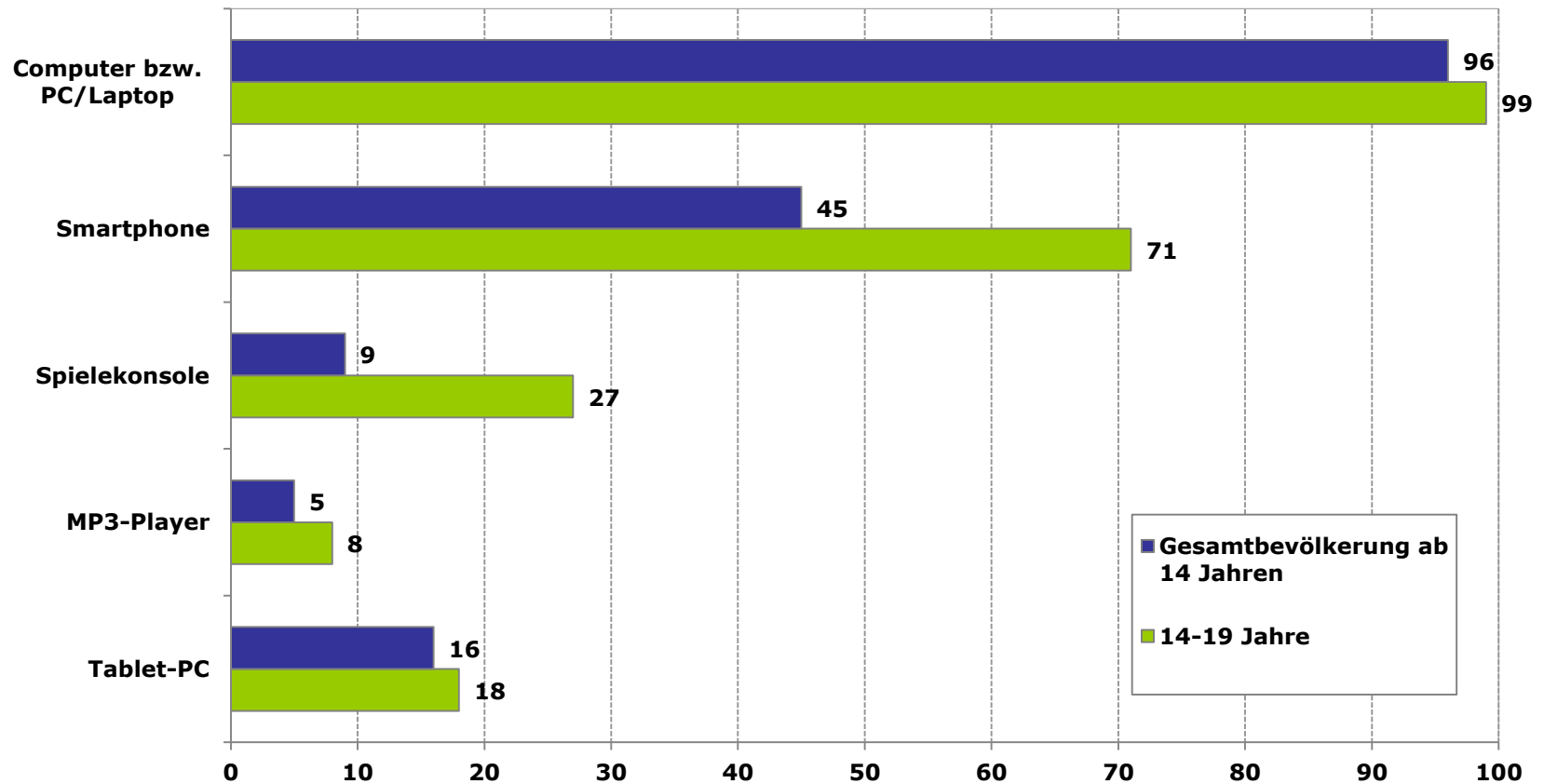


Basis: Deutsche Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2009: n=1.212). Ab 2010: deutschsprachige Onlinenutzer/innen (2010: n=1.252; 2011: n=1.319; 2012: n=1.366; 2013: n=1.389).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2009-2013, in: van Eimeren 2013, S. 389.

Über welches Medium wird ins Internet gegangen?

Vergleich Gesamtbevölkerung und 14- bis 19-Jährige, 2013, Auswahl (Angaben in %)

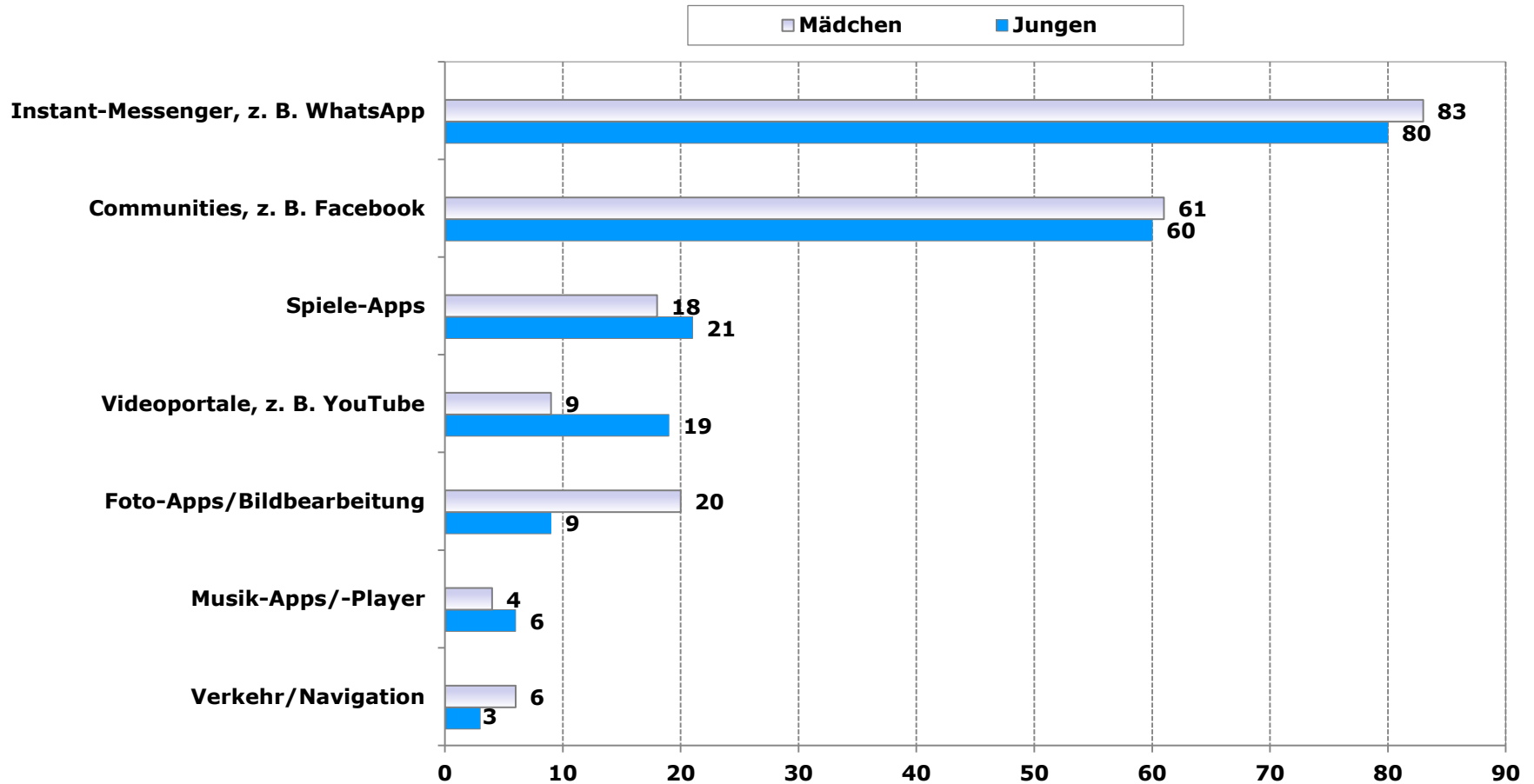


Basis: n=1.389, deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013, in:
Media Perspektiven 7-8/2013, S. 405.

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone

Bis zu drei Nennungen, Nennungen ab 5%, nach Geschlecht, 2013 (Angaben in %)

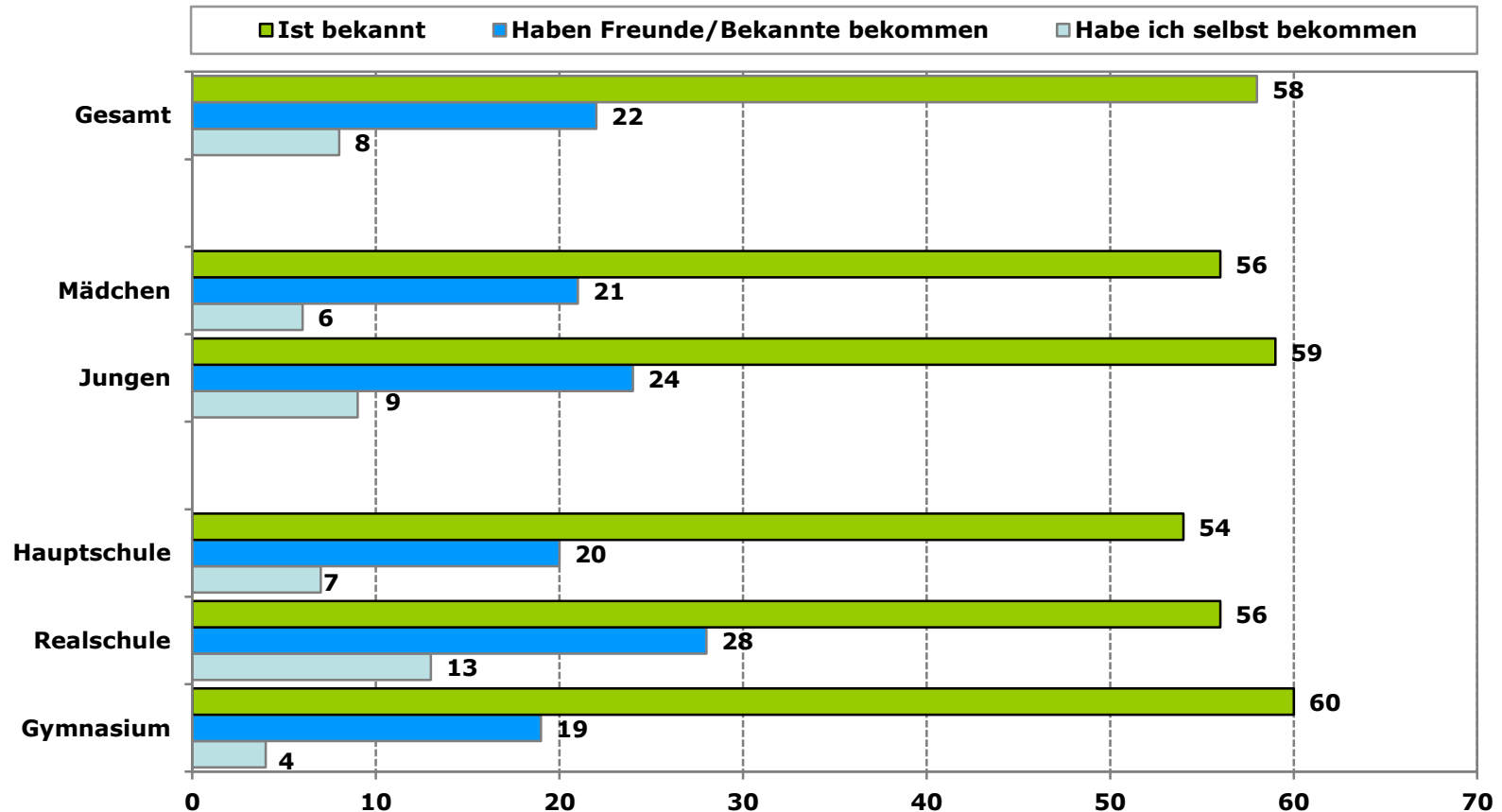


Basis: n=896, Besitzer/innen von Apps.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 54.

Wie viele Jugendliche haben Erfahrungen mit brutalen Videos und Pornofilmen auf dem Handy gemacht?

Nach Geschlecht und Schulart, 2013 (Angaben in %)

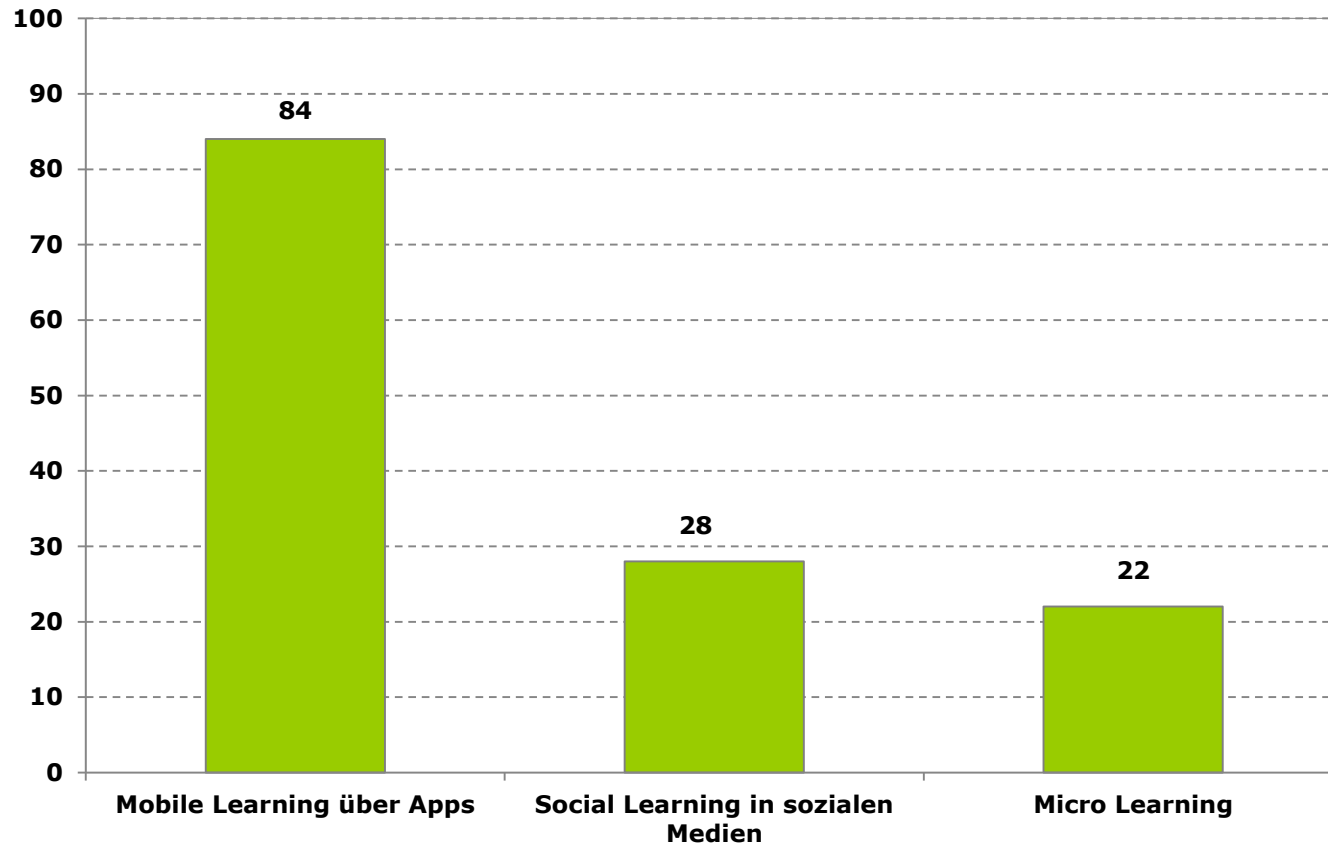


Basis: n=1.157, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2013, mpfs, S. 56.

Mobiles Lernen mit Apps: Der E-Learning-Trend

„Welche E-Learning-Trends werden in den kommenden 3 Jahren größte Bedeutung haben?“
Expertenbefragung, Mehrfachnennung möglich (Angaben in %)



Basis: n=64.

Quelle: MMB Learning Delphi 2012, S. 6.

Zitierte Studien/Quellenangaben

- ARD/ZDF-Onlinestudien 2007- 2013, URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de> (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- ARD/ZDF- Onlinestudie 2013. In: Media Perspektiven 7-8/2013, S. 400-406.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2013_Statistik.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Bauer Media Group: BRAVO Trendmonitor 2013.
URL: <http://www.baueradvertising.de/jugend-bravo-detrendbarometer/> (letzter Aufruf: 15.1.2014)
- Ebert, Lena/Klingler, Walter/Karg, Ulrike/Rathgeb, Thomas: FIM-Studie: Mediennutzung im Familienkontext. Ergebnisse der Studie Familie, Interaktion & Medien. In: Media Perspektiven 4/2012, S. 189-202.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2012_Ebert_Klinger.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Frees, Beate/van Eimeren, Birgit: Multioptionales Fernsehen in digitalen Medienumgebungen. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. In: Media Perspektiven 7-8/2013 S. 373-385.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2013_Frees_Eimeren_NEU.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter/Blödorn, Sascha: Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen. Die Programmjahre 2011 und 2012. In: Media Perspektiven 4/2013, S. 202-220.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2013_Gerhards_Klingler_Bloedorn.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik: Medienübergreifende Informationsrepertoires. In: Media Perspektiven 1/2013, S. 2-12.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2013_Hasebrink_Schmidt.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2013. Bericht.
URL: <http://iconkids.com/deutsch> (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Jünger, Nadine: Themeninteressen Heranwachsender. In: Bernd Schorb (Hrsg.): Jugend – Information – Medien. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung von Information durch 12- bis 19-Jährige. S. 21-46. Leipzig 2013.
URL: http://www.kmw.uni-leipzig.de/fileadmin/redaxo/PDF_Dateien_Formulare/MeMo_Report.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart 2012.
URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf12/JIM2012_Endversion.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).

Zitierte Studien/Quellenangaben

- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2013. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart 2013.
URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf13/JIMStudie2013.pdf> (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: 15 Jahre JIM-Studie. Jugend, Information, (Multi-)Media. Studienreihe zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger. 1998-2013. Stuttgart 2013.
URL: <http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM15/PDF/15JahreJIMStudie.pdf> (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- MMB Learning Delphi 2012, in: MMB-Trendmonitor: Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren, Ausgabe Juli 2012.
URL: http://www.mmb-institut.de/monitore/trendmonitor/MMB-Trendmonitor_2012_I.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Mende, Annette/Oehmichen, Ekkehardt/Schröter, Christian: Gestaltwandel und Aneignungsdynamik des Internets. Befunde aus den ARD/ZDF-Onlinestudien 1997 bis 2012. In: Media Perspektiven 1/2013, S. 33-49.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2013_Mende_Oehmichen_Schroeter.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- Schmid, Miriam/Antes, Wolfgang: Jugendstudie Baden-Württemberg 2013. ISBN 978-3-8340-1225-8.
URL: http://www.jugendstiftung.de/fileadmin/Dateien/Jugendstudie_120_geschuetzt.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- TNS Convergence Monitor 2013.
URL: <http://www.tns-infratest.com/presse/presseinformation.asp?prID=3253> (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- van Eimeren, Birgit: „Always on“ – Smartphone, Tablet & Co. Als neue Taktgeber im Netz. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. In: Media Perspektiven 7-8/2013, S. 386-390.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2013_Eimeren.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: Rasanter Anstieg des Internetkonsums – Onliner fast drei Stunden täglich im Netz. In: Media Perspektiven 7-8/2013 S. 358-372.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2013_Eimeren_Frees_01.pdf (letzter Aufruf: 15.1.2014).