

# MEDIENVERHALTEN DER JUGENDLICHEN AUS DEM BLICKWINKEL DER JUGENDLICHEN

## 1. FREIZEITINTERESSEN - DIE NORMALITÄT KEHRT ZURÜCK

Die Erhebung im Jahr 2021 war geprägt von der Situation rund um Covid 19 – 2023 kehrt nun wieder Normalität ein. Unverändert bleibt das Treffen mit Freundinnen und Freunden die wichtigste Freizeitbeschäftigung der jungen Menschen, dahinter folgen Ausruhen und Entspannen (deutliches Plus, da sah man im Corona-Jahr deutlich weniger Notwendigkeit) sowie die Beschäftigung mit Computer, Tablet & Smartphone. Deutlich häufiger als noch vor 2 Jahren sind die Jugendlichen wieder in den Kinos zu Gast oder gehen am Abend aus, abgenommen haben hingegen manche Aktivitäten zuhause in den eigenen vier Wänden. (Charts 6 – 11)

Kaum Veränderungen gibt es rund um die Interessensgebiete der jungen Menschen in Oberösterreich, Freundschaften bleiben top, dahinter folgen Musik, Internet, digitale Spiele und Tiere. Am unteren Ende der Hitliste finden sich weiterhin Politik, Wirtschaft und Kunst. Beim Einkaufsverhalten hat sich in den vergangenen beiden Jahren wenig verändert, weiterhin werden knapp 7 von 10 Einkäufen stationär im Handel erledigt und nur 3 von 10 erfolgen online. (Charts 12 – 16)

## 2. TABLETS LEGEN ZU

Unverändert ist für viele Jugendliche ein Leben ohne Smartphone nicht vorstellbar und gehören Computer, Internet und Fernseher zum Alltag dazu. In den letzten beiden Jahren ist die Bedeutung des Tablets spürbar angestiegen, auch Smartwatches sind heute deutlich häufiger an jungen Handgelenken zu finden als noch 2021. (Charts 18 – 25)

Musik konsumieren die oberösterreichischen Jugendlichen sowohl über YouTube als auch über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Music oder Amazon-Music, nur ein Drittel nennt das „herkömmliche“ Radio. Im Vergleich der aktuellen Zahlen mit der Erhebung des Jahres 2021 wird deutlich, dass Streaming-Anbieter zulegen konnten und YouTube etwas an Bedeutung verloren hat. (Chart 26)

## 3. DIGITALE KOMMUNIKATION - EIN ZENTRALER ASPEKT IM LEBEN DER JUGENDLICHEN

Mit den Eltern wird überwiegend persönlich gesprochen, WhatsApp und Co sowie telefonieren sind aber aus der Kommunikation mit den Eltern nicht wegzudenken: Mehr als zwei Drittel der Jugendlichen kommunizieren fast täglich über Instant-Messaging-Dienste wie WhatsApp, Telegram oder Signal mit ihren Eltern! Aus der Sicht der Jugendlichen haben derartige Kontakte mit den Eltern in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. In der Kommunikation mit Freund:innen sind Instant-Messaging-Dienste bereits häufiger als der persönliche Kontakt. Mit Lehrer:innen überwiegt der persönliche Kontakt. (Charts 29 – 33)

Mit den Eltern spricht man lieber persönlich über gute Noten in der Schule, über etwaige Probleme, über Unsicherheiten oder auch über lustige Erlebnisse. Auf WhatsApp und Co greifen junge Menschen in der Kommunikation mit den Eltern dann zurück, wenn man die Zeit übersehen hat, wo abgeholt werden will oder man nach der Schule noch etwas unternehmen möchte. In der Kommunikation mit den Freund:innen spielt Instant-Messaging eine deutlich größere Rolle – über Erfolge in der Schule spricht man aber auch hier gerne persönlich. Grundsätzlich gilt, dass sowohl Freund:innen als auch Eltern für die Jugendlichen (sehr) gut erreichbar sind. (Charts 34 – 36)

Den oberösterreichischen Jugendlichen ist das physische Treffen mit Freund:innen sehr wichtig und außerhalb der Schulzeit verbringt man (noch) mehr Zeit persönlich mit den Freund:innen als via Handy. Zwei Drittel der jungen Menschen in Oberösterreich sind aber auch der Ansicht, dass für eine gute Freundschaft das häufige Austauschen von Nachrichten und Videos wichtig ist. (Charts 37 – 39)

#### 4. WHATSAPP, SNAPCHAT UND TIKTOK SIND DIE WICHTIGSTEN SOZIALEN NETZWERKE

Die Jugendlichen kennen durchwegs eine Vielzahl an sozialen Netzwerken: WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok und Snapchat sind zumindest drei Viertel der jungen Menschen in Oberösterreich ein Begriff. Genutzt wird WhatsApp besonders häufig, dahinter folgen YouTube, Instagram, Snapchat und TikTok. Aus subjektivem Empfinden besonders wichtig ist WhatsApp, nur Snapchat und TikTok können da mithalten. Junge Menschen verbringen viel Zeit in den sozialen Netzwerken, besonders intensiv beschäftigen sich die Nutzer:innen mit TikTok und YouTube. (Charts 40 – 43)

Die Eltern wissen über das Nutzungsverhalten und die Nutzungsintensität nur teilweise Bescheid, auch Gespräche mit den Eltern über Erlebnisse in den sozialen Netzwerken sind eher selten. 4 von 10 Jugendlichen (vor allem die älteren Jugendlichen) haben in den sozialen Netzwerken auch Erlebnisse, die sie explizit den Eltern nicht erzählen möchten. Regeln zum Umgang mit sozialen Netzwerken gibt es vor allem für Jugendliche zwischen 11 und 14 Jahren, ab 15 Jahren nimmt dies spürbar ab. (Charts 44 – 47)

Auch in den Schulen finden die Jugendlichen wenig Ansprechpartner:innen zu sozialen Netzwerken – hier haben die 11 bis 18-Jährigen den Eindruck, dass der Wissenstand bei den Lehrkräften überschaubar ist und Gespräche darüber nur selten stattfinden. (Charts 48 – 50)

Werbung gehört in den sozialen Netzwerken einfach dazu – viele Jugendliche haben dies schon erlebt. Immerhin ein Drittel der Jugendlichen berichtet aber auch von negativen Erlebnissen: Besonders häufig kommt dabei vor, dass man schlecht gemacht wird, sich über jemanden lustig macht oder Unwahrheiten verbreitet werden. Reagiert wird darauf mit Gesprächen im Freundeskreis beziehungsweise Verärgerung, immerhin knapp die Hälfte spricht auch die Eltern darauf an. Hasskommentare im Internet sind knapp 60 Prozent der Jugendlichen bereits aufgefallen – man empfindet diese als feige, sie machen wütend und betroffen. Fast jede(r) fünfte Jugendliche war auch selbst bereits Opfer von Hasskommentaren – dieses Thema ist weit verbreitet in Oberösterreich! (Charts 51 – 57)

## 5. KEIN WEITERER ANSTIEG BEIM FERNSEHVERHALTEN

Das eigene Fernsehverhalten wird 2023 ganz ähnlich eingeschätzt wie 2021 – täglich verbringen die Jugendlichen etwa 80 Minuten mit Kurzvideos und Clips im Internet, in etwa eine Stunde mit Streaming-Diensten und knapp 40 Minuten mit klassischen Fernsehsendern. Beim Lieblingskanal denken die jungen Menschen in Oberösterreich an Netflix, YouTube, Amazon Prime, Instagram, TikTok und Snapchat – klassische Fernsehsender werden hier kaum genannt. (Charts 59 – 62)

## 6. DIE JUGENDLICHEN LESEN WEITER GERNE!

Mehr als die Hälfte der oberösterreichischen Jugendlichen liest gerne Bücher oder Zeitschriften, vor allem die Mädchen präsentieren sich lese-interessiert. Weiterhin wird das normale Buch bevorzugt, im Unterricht werden aber auch digitale Schulbücher als wichtig erlebt. (Charts 64 bis 66)

## 7. DER COMPUTER WIRD ETWAS WENIGER INTENSIV EINGESETZT ALS WÄHREND DER PANDEMIE

Mit 87 Prozent haben weiterhin fast alle jungen Menschen in Oberösterreich Zugang zu einem Computer. Und die Tätigkeiten am Computer sind auch 2023 breit gefächert, der Computer ist allerdings etwas weniger intensiv im Einsatz als während der Pandemie: Das Surfen im Internet (als wichtigstes Betätigungsfeld) hat von der Intensität her wieder das Niveau von vor der Pandemie erreicht, Ähnliches lässt sich auch in vielen anderen Themenfeldern feststellen. Keinen Rückgang gibt es beim Lesen am Computer – hier erreicht die tägliche Nutzung das hohe Niveau von 2021. (Charts 68 – 72)

Der geringfügige Rückgang der Computernutzung lässt sich auch am Rückgang der Zeitdauer für Computerspiele erahnen, hier werden nun durchschnittlich 79 Minuten pro Tag genannt, während der Pandemie lag der Wert bei 84 Minuten. Gespielt wird weiterhin vor allem am Smartphone; Computer/Laptop, Spielkonsolen und Tablets sind aber weitere wichtige Spielutensilien für junge Menschen. Die Nutzung von Lernprogrammen ist stabil, hier konnte das hohe Niveau der Pandemiezeit beibehalten werden. (Charts 73 – 77)

## 8. JUGENDLICHE SURFEN INTENSIVER!

Mittlerweile verbringen junge Menschen in Oberösterreich, nach eigener Einschätzung, täglich etwa 130 Minuten im Internet – neuerlich ein leichter Anstieg der Nutzungsintensität. Die Jugendlichen nutzen dabei YouTube, suchen nach Informationen (auch für die Schule), sehen sich Filme an und sind auf Instant-Messaging-Seiten aktiv. Weiterhin stehen Suchmaschinen bei jungen Menschen hoch im Kurs und man fühlt sich über vertrauenswürdige Seiten und Möglichkeiten zur Kontrolle gut informiert. Mehr als zwei Drittel der jungen Menschen haben im Internet bereits nach sich selbst gesucht; im Datenhandling präsentiert man sich weiterhin sensibilisiert und setzt auf Vertraulichkeit bei Themenfeldern wie der eigenen Adresse, der Uhrzeit, wann Eltern nicht zu Hause sind, oder der eigenen Handynummer. (Charts 79 – 87)

Fast die Hälfte der jungen Internet-Nutzer:innen hat im Internet auch schon geshoppt. Weit verbreitet sind auch Chats mit Fremden oder die Angabe persönlicher Daten im Internet. Online-Communities nutzt man, um mit Freund:innen in Kontakt zu bleiben und aus Neugierde, über Regelungen zur Veröffentlichung von Fotos und Videos fühlen sich drei Viertel gut informiert. Grundsätzlich schätzen die Jugendlichen ihr Internet-Wissen als gut ein – und attestieren sich selbst mehr Kompetenz als dem Umfeld. (Charts 88 – 94)

## 9. CHATGPT IST SEHR SCHNELL BEI JUGENDLICHEN ANGEKOMMEN

Obwohl die Feldarbeit für diese Erhebung Anfang März und damit kurz nach den ersten Medienberichterstattungen rund um ChatGTP startete, ist dieser Chatbot für junge Menschen spannend: Zwei Drittel der jungen Menschen haben so kurz nach den ersten Berichten bereits davon gehört beziehungsweise bereits erste Anwendungsversuche hinter sich und sehen darin spannende Hilfestellungen für den Schulalltag. (Charts 95 – 96)

## 10. SMARTPHONES BLEIBEN DIE „WUNDERWAFFE“ DER JUGENDLICHEN

Smartphones sind eine Selbstverständlichkeit im Leben der jungen Menschen in Oberösterreich und dementsprechend breit im Einsatz: Kommunizieren über WhatsApp, surfen im Internet, fotografieren, Musik hören und auch telefonieren sind die wichtigsten Funktionen dieser „Wunderwaffe“ der Jugendlichen. Überzeugt sind die Jugendlichen auch davon, dass die junge Generation im eigenen Haushalt über das meiste Smartphone-Wissen verfügt – aber diese Überzeugung war auch in der Vergangenheit schon spürbar. (Charts 98 – 102)