Education Group
Die Bildungsagentur

9. Oö. Jugend-Medien-Studie 2025

Das Medienverhalten der 11- bis 18-Jährigen

iStockphoto / Getty Images / monkeybusinessimages

ober österreich

market INSTITUT SOLUTIONS FOR THE FUTURE

Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group GmbH durchgeführt.

Inhaltsverzeichnis

Dokumentation der Studie 3

Zusammenfassung der Studie 4

Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Jugendlichen 4
Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Eltern 8
Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Pädagog:innen 12

Ergebnisse der 9. Oö. Jugend-Medien-Studie 2025 15

Ergebnis-Charts der Jugendlichen 15
Ergebnis-Charts der Eltern 56
Ergebnis-Charts der Pädagog:innen 105

Dokumentation der Studie

Die Jugend-Medien-Studie wird abwechselnd mit der Kinder-Medien-Studie alle zwei Jahre durchgeführt. In der aktuellen Studie wird das Medienverhalten der 11- bis 18-jährigen oberösterreichischen Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Jugendlichen, der Eltern und Pädagog:innen erhoben und analysiert. Die Studie wird heuer zum neunten Mal durchgeführt und zeigt Trends und Entwicklungen seit 2008.

Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group durchgeführt.

Befragt wurden:

a) 500 Jugendliche aus OÖ im Alter von 11 bis 18 Jahren (Interviews)
maximale statistische Schwankungsbreite bei n=500: +/- 4,48 Prozent
Befragungszeitraum: 29. April bis 04. Juli 2025

b) 300 Eltern aus OÖ, die Kinder im Alter von 11 bis 18 Jahren haben (Interviews)
maximale statistische Schwankungsbreite bei n=300: +/- 5,8 Prozent
Befragungszeitraum: 31. März bis 30. Juni 2025

c) 200 Pädagog:innen der Sek1 in OÖ (MS, AHS Unterstufe) (telefonische CATI-Interviews)
maximale statistische Schwankungsbreite bei n=200: +/- 7,07 Prozent
Befragungszeitraum: 03. April bis 23. Juni 2025

Die Studie wurde in Oberösterreich durchgeführt, die Daten können aber als Richtwert für Österreich herangezogen werden.

Das vorliegende Dokument bietet einen Überblick über die Studienergebnisse.

Alle Details und Ergebnisse der aktuellen und der bisher durchgeführten Studien stehen zum kostenlosen Download auf www.edugroup.at/forschung/medienstudien zur Verfügung.

Eine Verwendung der Daten ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend – 2025: Der Blickwinkel der Jugendlichen

1. Freizeitverhalten – Ausruhen, digitale Spiele und Freunde im Mittelpunkt

Auch 2025 zeigt sich, dass Jugendliche ihre Freizeit besonders häufig mit Ausruhen, digitalen Spielen und Treffen mit Freund:innen verbringen. Das Entspannen und die Online-Spiele liegen heuer noch vor dem persönlichen Kontakt mit den Freund:innen, hier zeigt sich eine leichte Verschiebung. Bei den Lieblingsfreitzeitbeschäftigungen sind aber die Freund:innen (noch) top – die Vorbilder findet man aber nicht im Freundeskreis, hier denken auch die Jugendlichen eher an die Familie (oder an YouTube und Social Media).

Trotz der hohen Bedeutung der digitalen Welt für junge Menschen finden Einkäufe weiterhin überwiegend stationär im Handel statt – hier zeigt sich kaum Veränderung im Vergleich zu den Messungen 2021 und 2023. (Charts 6 bis 11)

2. Ausstattung an technischen Geräten – Smartphone bleibt unverzichtbar

Smartphone, Computer und Fernseher sind in nahezu allen oberösterreichischen Haushalten Standard. Tablets und Spielkonsolen sind ebenfalls weit verbreitet, Smartwatches und digitale Sprachassistenten gewinnen weiter an Relevanz – Tageszeitungen und der klassische Fotoapparat werden hingegen weniger wichtig.

Das (technische) Leben der jungen Menschen wird vom Smartphone geprägt – alle anderen Geräte sind deutlich weniger intensiv im Einsatz und für Jugendliche ist das Smartphone das mit Abstand unverzichtbarste Gerät. (Charts 13 bis 18)

3. Kommunikation & soziale Netzwerke – digitale Kontakte weiter auf dem Vormarsch

Persönliche Treffen mit Freund:innen sind weiterhin zentral, verlieren aber (im Vergleich zu 2023) etwas an Zustimmung in der Top-Box „sehr wichtig“. Virtuelle Kontakte über WhatsApp, Instagram, Snapchat, YouTube und TikTok sind fester Bestandteil des Alltags und gehören aus der Sicht der Jugendlichen zur Pflege einer Freundschaft ebenfalls dazu (wenngleich die Treffen in der realen Welt weiterhin wichtiger sind).

Die Relevanz der sozialen Medien verdeutlicht die Nutzungsintensität: Die tägliche Nutzungszeit in sozialen Netzwerken liegt pro oberösterreichischem Jugendlichen zwischen 11 und 18

Jahren bei durchschnittlich etwa 135 Minuten – WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram und Snapchat sind besonders beliebt! Aber es ist nicht alles „Eitel-Wonne-Sonnenschein“:

- Etwas mehr als ein Drittel der Jugendlichen spricht mit den Eltern nicht über alle Erlebnisse in sozialen Medien,
- ein Fünftel fühlt sich nach Aktivitäten dort häufig unwohl.
- Ein Viertel der Jugendlichen hat bereits negative Erfahrungen wie Beleidigungen oder falsche Behauptungen gemacht.

Influencer sind für junge Menschen ebenfalls Teil des Alltags: Zwei Drittel der Jugendlichen folgen zumindest einem Influencer und sehen sich zumindest mehrmals pro Woche Influencer-Storys an. (Charts 20 bis 40)

4. Fernsehen & Musik – Streaming verdrängt klassische Sender

Streaming-Dienste und Kurzvideos im Internet sind die Hauptquellen für Bewegtbildinhalte, klassische Fernsehsender verlieren weiter an Relevanz (und werden kaum noch als Lieblingssender definiert). Bei den Video-Streaming-Diensten dominiert Netflix, bei den Plattformen für Clips im Internet sind YouTube und (mit ansteigender Formkurve) TikTok zentral. Musik wird überwiegend über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Music oder Amazon-Music oder ebenfalls über YouTube gehört – auch Radiosender verlieren an Bedeutung. (Charts 42 bis 47, 18)

5. Lesen – Bücher bleiben, Begeisterung sinkt

Jugendliche lesen weiterhin Bücher, bevorzugt in gedruckter Form. Digitale Schulbücher gewinnen allerdings an Bedeutung. Die Begeisterung für das Lesen insgesamt nimmt aber ab, besonders männliche Jugendliche zeigen wenig Interesse am Lesen. (Charts 49 bis 51)

6. Smartphone – zentrale Lebensader der Jugendlichen

Das Smartphone ist für Jugendliche unverzichtbar und wird täglich für Kommunikation, Unterhaltung und Information genutzt. Neben Internet surfen, WhatsApp und Bilder verschicken sowie Fotografie sind auch das klassische Telefonieren oder Musik und Videos zentrale Anwendungen.

Durchaus reflektiert präsentieren sich die jungen Oberösterreicher:innen rund um das Handyverbot an den Schulen: Eine (knappe) Mehrheit der Jugendlichen kann sich mit einem Handyverbot in den Schulen anfreunden. (Charts 53 bis 55)

7. Computer & Online-Games – Gaming als wichtiger Freizeitfaktor

Computer und Laptops werden vielseitig genutzt, von Internetrecherche bis Gaming. Die tägliche Spielzeit online und offline wird jeweils auf etwa 1 Stunde und 20 Minuten geschätzt, Online-Games sind dabei aber spürbar beliebter und sorgen für mehr Spaßfaktor.

Die Online-Spielewelt ist vielfältig und beinhaltet unterschiedlichste Genres – neben z.B. Simulations-, Renn-, Rästel- und Jump-and-Run-Spielen bleibt auch Platz für LernApps. Gespielt wird vielfach mit den Freund:innen aus der realen Welt, die LernApps nutzt man (erwartungsgemäß) eher alleine. Die Online-Spiele sorgen bei jungen Menschen für gute Laune und Entspannung – Ärger, Angst oder schlechte Laune sind keine typischen Reaktionen auf Online-Spiele, da sind sich Jugendliche und Eltern einig.

Bei Jugendlichen bis 14 Jahre sind die Eltern – auch nach Einschätzung der Jugendlichen – sehr gut über das Online-Spielverhalten informiert, bei älteren Jugendlichen nehmen hier Informations- und Kommunikationsaktivitäten ab und sind Eltern nicht mehr über alle Online-Spiele der Jugendlichen informiert. Bei älteren Jugendlichen gewinnen auch kostenpflichtige Spiele an Bedeutung – die Kosten liegen, wenn auch derartige Spiele gespielt werden, bei durchschnittlich etwa Euro 20,- pro Monat. (Charts 57 bis 61, 68 bis 80)

8. Internet – tägliche Nutzung etabliert

Das Internet ist Alltag im Leben der jungen Menschen; immerhin 4 von 10 (tendenziell ältere) Jugendliche haben sich dabei auch bereits Gedanken über YouTube-Vorschläge gemacht. Um Informationen im Internet zu prüfen, greifen Jugendliche weiterhin auf vertrauenswürdige Seiten und Quer-Checks zurück. Und auch Datenschutz ist ihnen wichtig, viele achten sensibel auf den Umgang mit persönlichen Daten. (Charts 63 bis 66)

9. Sprachassistenten & KI – neue Technologien im Alltag

Digitale Sprachassistenten wie Alexa und Siri sind vielen Jugendlichen bekannt und werden als praktische Hilfen oder Unterhaltung genutzt. Künstliche Intelligenz hält Einzug in den Alltag der Jugendlichen, besonders im Kontext von Schule und Lernen werden KI-Systeme mehrheitlich eingesetzt, überwiegend für Infosuche und Begriffserklärung. Drei Viertel der Jugendlichen erachten dabei eine gute Vorbereitung auf die sinnvolle Nutzung von KI als wichtig – hier sind die Schulen gefordert. (Charts 82 bis 93)

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend – 2025: Der Blickwinkel der Eltern

1. Freizeitverhalten der Jugendlichen – Freund:innen, Familie und Hausaufgaben im Mittelpunkt

Aus Sicht der Eltern verbringen die Jugendlichen ihre Freizeit nach wie vor häufig mit Freund:innen, der Familie und mit Hausaufgaben. Digitale Medien wie YouTube, Streaming oder Smartphone-Aktivitäten spielen eine große Rolle, bleiben aber hinter den klassischen sozialen Aktivitäten. Lesen und kreative Beschäftigungen zählen hingegen weiterhin zu den eher seltenen Freizeitaktivitäten. Vorbilder finden die Jugendlichen vor allem im Familienkreis, daneben gewinnen Sportler:innen und Influencer an Bedeutung. Der Einfluss der Medien auf das Familienleben wird ähnlich wie vor der Pandemie eingeschätzt – spürbar, aber nicht übermäßig stark. (Charts 6 bis 12)

2. Ausstattung an technischen Geräten – Smartphone, Computer und Fernseher unverzichtbar

In nahezu allen oberösterreichischen Haushalten mit Jugendlichen gehören Smartphone, Computer und Fernseher zum fixen Inventar. Auch Tablets und Spielkonsolen sind weit verbreitet. Digitale Sprachassistenten gewinnen zunehmend an Relevanz, ebenso Smartwatches. Rund die Hälfte der Eltern hält es für besonders wichtig, dass ihre Kinder mit PCs und Smartphones vertraut sind. Das Smartphone bleibt aber das zentrale Gerät im Alltag – und ist auch für die Eltern mittlerweile einfach unverzichtbar. (Charts 14 bis 20)

3. (Digitale) Kommunikation – physische Treffen zentral, virtuelle Kontakte unterschätzt

Für gute Freundschaften bleibt aus Elternsicht das persönliche Treffen zentral, virtuelle Kontakte über soziale Netzwerke und Online-Spiele werden deutlich geringer bewertet. WhatsApp und YouTube dominieren bei der Nutzung durch die Jugendlichen, aber auch TikTok, Snapchat und Instagram sind weit verbreitet.

Eltern schätzen die familieninterne Gesprächshäufigkeit über Erlebnisse in sozialen Netzwerken spürbar höher ein als die Jugendlichen selbst. Immerhin ein Drittel der Eltern hat den Eindruck, dass die Kinder bestimmte Dinge aus sozialen Netzwerken verschweigen – und auch negative Erlebnisse in den sozialen Netzwerken wie Hänseleien oder unangenehme Kommentare werden von den Eltern häufiger wahrgenommen. Die Eltern sehen sich hier in der Rolle des Hauptgesprächspartner, Jugendliche denken aber stärker an die Freund:innen.

Auch Influencer spielen weiterhin eine wichtige Rolle für die Jugendlichen, 7 von 10 Jugendlichen erwähnen diese zumindest gelegentlich gegenüber den Eltern. Die Eltern unterschätzen die Konsumintensität von Influencer-Storys – die Jugendlichen sind hier deutlich aktiver als von den Eltern vermutet. (Charts 23 bis 43)

4. Fernsehen & Musik – Streaming und YouTube im Alltag der Jugendlichen

Eltern berichten, dass Jugendliche Musik überwiegend über Streaming-Dienste und YouTube hören. Beim Fernsehen treten klassische TV-Sender in den Hintergrund, Streaming-Angebote und Kurzvideos dominieren.

Jeder zweite Haushalt (mit Jugendlichen) in Oberösterreich vereinbart Regeln rund um die Nutzung von Fernsehen, die Eltern beschränken dabei die Nutzungsdauer und achten auf erledigte Aufgaben. Gleichzeitig sehen viele Eltern, dass die Kinder nach dem Konsum meist gut gelaunt und entspannt sind. (Chart 21, Charts 45 bis 58)

5. Lesen – weiterhin nachrangige Beschäftigung

Drei Viertel der Eltern stufen lesen als wichtige Beschäftigung für ihre Kinder ein, Lesen gehört aber weiterhin eher zu den seltenen Freizeitaktivitäten. Gedruckte Bücher werden (noch) klar gegenüber digitalen Alternativen bevorzugt, doch die Begeisterung für das Lesen ist sowohl bei Jugendlichen als auch bei Eltern rückläufig. (Charts 53 bis 58)

6. Handyverbot an Schulen findet Zustimmung

Das Smartphone wird von den Jugendlichen intensiv genutzt – ein Verbot in den Schulen macht aus der Sicht der Eltern dementsprechend Sinn: 83 Prozent unterstützen dies! (Charts 60 bis 61)

7. Internet-Nutzung im Alltag

Computer und Internet gehören in den oberösterreichischen Familien einfach dazu; in jedem zweiten oberösterreichischen Haushalt werden Internet-Regeln vereinbart, die Tendenz ist hier aber weiter sinkend. Die Hälfte der Eltern setzt zuhause auf Sperren bzw. Filter im Internet – hier zeigt sich im Zeitverlauf wenig Veränderung; in den Schulen sind Beschränkungen aus der Sicht der Eltern eine Notwendigkeit.

Das Wissen um Meldestellen von Seiten mit illegalen Internet-Inhalten ist tendenziell etwas angestiegen; zusätzlich präsentieren sich knapp zwei Drittel der Eltern an zusätzlichen Informationen über einen sicheren Internet-Umgang zumindest interessiert. (Charts 63 bis 74)

8. Spiele – Online-Gaming gewinnt an Bedeutung

Online-Spiele sind 2025 Bestandteil des Alltags junger Menschen. Eltern gehen davon aus, dass Jugendliche zumindest mehrmals pro Woche Online-Spiele nutzen und dabei viel Spaß haben – die durchschnittliche Online-Spieldauer wird auf etwa 80 Minuten pro Tag geschätzt. Auch klassische Spiele werden durchschnittlich etwas über eine Stunde pro Tag von den Jugendlichen gespielt – einen höheren Spaßfaktor verspricht aber die Online-Welt.

Gespielt werden verschiedenste Arten von Spielen – Simulationsspiele, Rennspiele und Jump-and-Run-Spiele werden von den Eltern besonders häufig beobachtet; zwei Drittel der Eltern gehen davon aus, dass sie die Spielpartner:innen ihrer Kinder kennen und auch bei den Kosten präsentieren sich die Eltern gut informiert: Etwa die Hälfte der Eltern geht davon aus, dass bei den Online-Spielen auch Kosten anfallen und schätzen diese auf etwa Euro 20 pro Monat. (Charts 76 bis 86)

9. Sprachassistenten & KI – von Skepsis zu mehr Akzeptanz

Digitale Sprachassistenten wie Alexa oder Siri sind inzwischen in vielen Haushalten bekannt und auch vielfach genutzt – und fühlt sich für die Jugendlichen recht normal an. Auch KI-basierte Anwendungen finden zunehmend Eingang in den Alltag und sind positiv besetzt, wobei Eltern einem verantwortungsbewussten Umgang mit KI große Bedeutung zumessen. (Charts 88 bis 103)

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend – 2025: Der Blickwinkel der Pädagog:innen

1. Digitale Kommunikation – physische Treffen wichtig, virtuelle Kontakte gewinnen an Bedeutung

Pädagog:innen halten persönliche Treffen weiterhin für zentral, erkennen jedoch die zunehmende Bedeutung digitaler Kommunikation. WhatsApp, Instagram, YouTube und TikTok sind allen Lehrkräften bekannt, doch nur YouTube wird im bzw. für den Schulalltag als relevant betrachtet.

Drei Viertel der Pädagog:innen sprechen mit ihren Schüler:innen über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – aus Sicht der Jugendlichen passiert das jedoch seltener. Regeln zum Umgang mit sozialen Medien sind weit verbreitet, auch Hasskommentare werden stark wahrgenommen. Influencer werden von Jugendlichen häufig thematisiert und von den Lehrkräften auch in den Unterricht einbezogen. (Charts 6 bis 19)

2. Medienkompetenz – kritisches Denken und digitale Kompetenzen im Fokus

Die Förderung kritischer Mediennutzung und digitaler Kompetenzen bleibt aus der Sicht der Pädagog:innen – ein zentrales Ziel. Lehrkräfte setzen dazu vor allem auf Gespräche mit Schüler:innen, weniger (als zuletzt) auf Elternarbeit oder Projekte.

Das Interesse an Zusatzinfos zur Förderung der Medienkompetenz ist vorhanden – allerdings weniger stark ausgeprägt als vor 2 Jahren. Die Vermittlung von Medienkompetenz für Lehrkräfte soll bevorzugt über Seminare stattfinden. Pädagog:innen nehmen auch in diesem Bereich ihre Verantwortung wahr und sehen sich selbst als wichtigste Vermittler für den verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien. (Charts 21 bis 27)

3. Medien im Schulalltag – digitale Schulbücher etablieren sich

Computer, Bücher und Internet sind die wichtigsten Unterrichtsmedien. Als Bezugsquellen für Medien werden die Education Group, die Schulbibliothek und auch selbst erworbene Medien genannt; großes Selbstvertrauen haben die Pädagog:innnen rund um den urheberrechtlich unbedenklichen Medieneinsatz – hier fühlt man sich ausreichend informiert.

Digitale Schulbücher gewinnen an Bedeutung und werden von zwei Drittel der Lehrkräfte als wichtig eingestuft, mehr als 80 Prozent beurteilen sie als interessant. Auch Tablets mit Lern-Apps ergänzen den Unterricht sinnvoll.

Eine datenschutzkonforme Kommunikations-App für Elternkontakte ist weit verbreitet und hoch relevant. (Charts 29 bis 36)

4. Computer, Internet & KI – Schule wird digitaler, KI noch zurückhaltend

Der Computer ist im Unterricht unverzichtbar. Regeln zum Umgang mit dem Internet, Filterprogramme und Meldestellen für illegale Inhalte sind nahezu flächendeckend etabliert.

In der Wahrnehmung der Jugendlichen nach der Internetnutzung sind die Lehrkräfte etwas kritischer als die Eltern: Aus Sicht der Pädagog:innen fühlen sich Jugendliche nach Internetnutzung oft müde oder erschöpft.

ChatGPT und andere KI-Anwendungen sind den Lehrkräften bekannt und werden von drei Viertel der Pädagog:innen als hilfreich für die schulische Arbeit eingestuft – KI wird als Zukunftsthema und Chance identifiziert. (Charts 38 bis 55)

5. Smartphone und digitale Endgeräte – Regeln, aber auch Chancen

Smartphones sind in den Schulen präsent und werden vorsichtig in den Unterricht eingebaut. Eindeutig ist, dass das Smartphone aber nur unter kontrollierten Bedingungen in den Schulen zum Einsatz kommen soll: Drei Viertel der Pädagog:innen sprechen sich klar (in der Top-Box) für ein Handyverbot in Schulen aus – in den Top-2-Boxes liegt die Zustimmung sogar bei 95 Prozent.

Digitale Endgeräte wie Tablets, Whiteboards und Lernplattformen gehören zunehmend zum Standard. Beim Einsatz gilt auch hier der Fokus auf sinnvolle Nutzung und klare Regeln. (Charts 57 bis 64)

Education Group

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend

Aus dem Blickwinkel der Jugendlichen

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die EDUCATION GROUP GmbH

Inhaltlicher Überblick

Education Group

1. Aufgabenstellung & methodischer Aufbau	Chart 4
2. Freizeitverhalten & Medienrelevanz	Chart 6 bis 11
3. Ausstattung an technischen Geräten	Chart 13 bis 18
4. (Digitale) Kommunikation	Chart 20 bis 40
5. Fernsehen	Chart 42 bis 47
6. Lesen	Chart 49 bis 51
7. Handy / Smartphone	Chart 53 bis 55
8. Computer	Chart 57 bis 61
9. Internet	Chart 63 bis 66
10. Online vs. offline Spiele	Chart 68 bis 80
11. Sprachassistenten & KI im Alltag	Chart 82 bis 93

KAPITEL 1

Aufgabenstellung & methodischer Aufbau

Aufgabenstellung

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die neuerliche Auslotung der Medienkompetenz bei oberösterreichischen Jugendlichen. Als Zielgruppe der Erhebung wurden Jugendliche in Oberösterreich zwischen 11 und 18 Jahren definiert, berücksichtigt wurden weiters Eltern von Kindern im Alter zwischen 11 und 18 Jahren sowie PädagogInnen an NMS und AHS.

Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und besonders detailliert auf die Nutzung von TV, Computer, Internet, Handy und – als Schwerpunkt 2025 – Onlinespiele eingegangen. In gegenständlicher Chartserie wird die Medienkompetenz der Jugendlichen dargestellt. Inzwischen ist eine Trendreihe von fast zwei Jahrzehnten verfügbar – die erste große Jugendmedienstudie wurde im Jahr 2007 durchgeführt.

Zielgruppe

Jugendliche zwischen 11 und 18 Jahren (je 50% im Alter von 11 bis 14 Jahren und 15 bis 18 Jahren)

Repräsentativität

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung, in quotierten und nicht quotierten Merkmalen den oberösterreichischen Jugendlichen zwischen 11 und 18 Jahren: Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen.

Befragungsart

Hybrid-Befragung aus Online-Interviews im MARKET Online-Panel und persönlichen Interviews durch geschulte und kontrollierte InterviewerInnen des MARKET Instituts

Auswertungsbasis

Jugendliche insgesamt: n=500
maximale statistische Schwankungsbreite +/- 4,48 Prozent

Befragungszeitraum

29. April bis 04. Juli 2025

Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen I

gestützt, Platz 1 bis 16

Education Group

Mit Ausruhen, digitalen Spiele und mit Freund:innen treffen wird die Freizeit verbracht; das Ausruhen liegt vor dem Treffen mit Freund:innen...

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN 2023	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
ausruhen, entspannen	71	66	60	69	71	71	69	72
Spielen am Computer, Tablet, Handy, Smartphone, Spielkonsolen, etc.	64	65	61	66	71	57	68	60
mit Freund:innen treffen	63	69	69	73	59	67	68	60
Zeit mit dem Freund / der Freundin verbringen	61	57	63	56	62	60	61	61
am Computer, Tablet, Handy, Smartphone etc. etwas machen	57	66	65	79	62	52	56	57
mit der Familie, den Eltern Zeit verbringen	56	59	68	69	52	61	62	52
fernsehen	53	56	60	61	50	56	61	48
Filme, YouTube schauen	53	45	67	53	52	55	54	53
Kommunizieren mit WhatsApp, facebook, SMS	52	63	57	62	53	51	54	50
Hausaufgaben machen, lernen	50	57	69	75	45	54	65	39
Musik hören*	49	19	65	18	37	61	53	46
Sport treiben	48	46	51	62	51	46	51	47
telefonieren am Handy/ Smartphone	40	48	58	53	39	41	39	40
im Internet surfen oder mit dem Internet etwas machen (chatten, facebook)	40	54	46	55	45	36	36	43
ins Kino gehen	35	39	43	39	28	41	32	36
gedruckte Bücher lesen	34	38	36	42	27	41	38	32

* wurde im Trend als „CDs, MP3 anhören" abgefragt

Frage: Hier siehst du verschiedene Dinge, die man in der Freizeit machen kann. Mit welchen Aktivitäten verbringst du deine Freizeit?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen II

gestützt, Platz 17 bis 29

Education Group

Abends weggehen zählt vor allem für ältere Jugendliche zu den Freizeitbeschäftigungen!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN 2023	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
mit (Haus)Tieren beschäftigen	34	41	44	47	26	42	40	30
abends weggehen	27	29	20	22	21	31	14	35
kreativ sein, z.B.: etwas malen	26	30	38	34	16	34	27	24
Lernprogramme benutzen (auch Apps)	21	21	32	33	20	22	26	18
mit der Jugendgruppe treffen, sich in einem Verein engagieren	19	23	28	31	21	17	22	16
Radio hören	18	22	22	25	16	19	20	16
singen, tanzen	16	24	21	19	8	24	18	15
Comics / Mangas lesen	13	17	17	8	15	12	18	10
selbst Musik machen	13	19	17	20	10	15	16	10
eBooks / digitale Bücher lesen	12	15	14	8	11	13	12	12
Hörspiele, Hörbücher anhören	11	14	17	13	7	15	16	8
Zeitschriften / Magazine lesen	8	11	13	14	6	9	7	8
Zeitung lesen, anschauen	8	11	14	8	8	8	5	10

Frage: Hier siehst du verschiedene Dinge, die man in der Freizeit machen kann. Mit welchen Aktivitäten verbringst du deine Freizeit?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Top 5 Lieblingsbeschäftigungen I

gestützt, Platz 1 bis 17

Education Group

Die Zeit mit den Freund:innen zu verbringen, bleibt unverändert die Lieblingsbeschäftigung der Jugendlichen!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
mit Freund:innen treffen	43	43	47	49	53	49	50	54	53	39	46	44	42
Zeit mit dem Freund / der Freundin verbringen	40	30	23	27	31	27	35	31	42	39	40	36	42
ausruhen, entspannen	36	34	23	26	25	29	27	28	32	34	38	34	38
Spielen am Computer, Tablet, Handy, Smartphone, Spielkonsolen, etc.	32	35	31	27	25	26	25	16	21	42	23	43	25
Sport treiben	31	25	27	30	32	27	28	33	22	34	28	34	29
mit der Familie, den Eltern Zeit verbringen	27	27	27	32	27	24	22	24	25	20	34	34	23
am Computer, Tablet, Handy, Smartphone etc. etwas machen	23	26	23	24	19	22	17	18	19	28	20	23	23
Filme, YouTube schauen	22	12	18	20	28	16	7	7	7	26	19	22	22
fernsehen	18	20	23	17	23	34	38	41	47	17	19	21	16
Musik hören*	17	5	7	8	12	15	16	10	10	16	19	17	17
mit (Haus)Tieren beschäftigen	17	17	18	16	20	15	17	18	15	11	22	19	15
abends weggehen	13	14	11	17	14	13	16	19	22	11	15	8	16
gedruckte Bücher lesen	12	15	14	13	12	16	20	16	9	11	14	13	12
Kommunizieren mit WhatsApp, facebook, SMS	12	18	19	23	23	24	17	21	24	13	11	12	11
ins Kino gehen	9	7	5	12	10	8	11	13	10	9	9	8	10
kreativ sein, z.B.: etwas malen	9	10	10	8	11	12	11	9	6	4	13	11	7

* wurde im Trend als „CDs, MP3 anhören" abgefragt

Frage: Was davon machst du am liebsten in deiner Freizeit? Bitte nenne bis zu 5 deiner Lieblingsfreizeitbeschäftigungen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Top 5 Lieblingsbeschäftigungen II

gestützt, Platz 18 bis 33

Education Group

Hausaufgaben finden sich bei den Lieblingsbeschäftigungen der Jugendlichen eher am Ende des Rankings.

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
mit der Jugendgruppe treffen, sich in einem Verein engagieren	8	7	5	6	14	13	13	11	6	8	7	9	6
im Internet surfen oder mit dem Internet etwas machen (chatten, Facebook)	8	15	17	15	11	11	25	21	22	11	4	6	9
singen, tanzen	7	11	10	12	8	7	10	9	7	4	9	6	7
telefonieren am Handy/ Smartphone	6	9	11	10	6	6	8	11	23	5	7	5	6
Comics / Mangas lesen	4	6	6	5	5	3	2	2	2	3	5	6	2
eBooks / digitale Bücher lesen	3	2	3	2	3	2	*)	*)	*)	2	4	3	2
Hausaufgaben machen, lernen	3	3	5	5	3	4	3	4	3	3	2	4	1
selbst Musik machen	3	8	6	5	11	9	7	12	5	2	3	4	2
Hörspiele, Hörbücher anhören	2	3	4	2	3	2	1	1	2	1	2	2	1
Radio hören	1	3	4	4	5	6	3	7	5	1	0	0	1
Zeitschriften / Magazine lesen	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	0	1
Lernprogramme benutzen (auch Apps)	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	2	0

*) wurde nicht erhoben

Frage: Was davon machst du am liebsten in deiner Freizeit? Bitte nenne bis zu 5 deiner Lieblingsfreizeitbeschäftigungen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Vorbilder der Jugendlichen

Education Group

Familienmitglieder dienen den Jugendlichen (vor allem den Mädchen) besonders häufig als Vorbilder!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Familie, also z.B. deine Eltern oder andere Verwandte	26	29	15	36	25	26
YouTube, Social Media, z.B. Influencer & Blogger	21	25	22	20	23	20
Serien, Filmen	20	19	18	22	23	19
Sport, z.B. Fußballerinnen und Fußballer, Skifahrerinnen und Skifahrer, etc.	20	25	25	15	22	18
Freundeskreis, also deine Freundinnen und Freunde	17	17	16	19	17	17
Musik, also z.B. Musikerinnen und Musiker, Bands etc.	14	20	13	16	13	15
Büchern	10	14	10	10	11	8
Computerspielen	6	13	7	4	5	6
Anderes	0	1	0	0	0	0
Nein, habe kein(e) Vorbild(er)	24	18	26	22	22	26
Weiß nicht, keine Angabe	5	9	7	4	6	5

Frage: Hast du eine Person oder Figur, die dich besonders begeistert, die dein Vorbild ist? Also Figuren/Helden/Personen aus...-

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Einkaufsverhalten der Jugendlichen: Filiale vs. Online

Education Group

Einkäufe tätigen die Jugendlichen auch weiterhin am liebsten vor Ort!

	ANZAHL AN EINKÄUFEN IN EINER FILIALE VOR ORT	ANZAHL AN ONLINE-EINKÄUFEN BEI ONLINE-SHOPS	ANZAHL AN EINKÄUFEN BEI WILLHABEN.AT, SHPOCK, EBAY ODER ÄHNLICHEN PLATTFORMEN
JUGENDLICHE INSGESAMT	6,98	2,4	0,62
2023	7,26	3,05	*)
2021	6,94	3,06	*)
Junge	6,97	2,55	0,48
Mädchen	6,99	2,26	0,75
Kind zw. 11 und 14 Jahren	8,06	1,45	0,49
ab 15 bis 18 Jahre	6,35	2,95	0,7
Geschwister: ja	7,18	2,22	0,6
nein	6,26	3,04	0,7
Land	6,69	2,57	0,73
Klein-, Mittelstädte	7,06	2,31	0,63
Landeshauptstadt	7,38	2,24	0,38

*) wurde nicht erhoben

Frage: Themenwechsel: Wenn du jetzt an dein Einkaufsverhalten denkst. Wie oft kaufst du in etwa in einer Filiale direkt vor Ort ein und wie oft erledigst du deine Einkäufe online? Ganz egal, was du zuletzt eingekauft hast: Bitte sage mir anhand deiner letzten 10 Einkäufe, wie viele davon vor Ort stattgefunden haben und wie viele online.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 11

Haushaltsausstattung an elektrischen/ elektronischen Geräten

Education Group

Smartphones, Computer und Fernseher zählen auch weiterhin zur Standardausstattung der oberösterreichischen Haushalte!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	VERGLEICH ELTERN	VERGLEICH ELTERN 2023	VERGLEICH ELTERN 2021	VERGLEICH ELTERN 2019	VERGLEICH ELTERN 2017
Handy, Smartphone*	92	92	91	94	92	95	99	96	95	90
Computer, Laptop	88	89	89	91	94	91	95	94	95	96
Fernseher	87	89	89	92	96	88	91	92	96	97
Tablet	69	70	65	65	65	73	80	70	69	53
Radio	54	67	69	72	85	63	76	75	81	89
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	48	63	61	66	60	62	55	73	72	57
Fotoapparat, Digitalkamera	46	65	69	73	84	48	71	69	86	83
Tragbare Spielkonsolen (PSP, Nintendo SwitchS)	45	50	46	46	56	53	45	47	47	44
Smartwatch	44	35	28	20	*)	51	48	34	23	*)
DVD-Player	39	52	61	63	79	41	55	64	74	78
Stereoanlage, CD-Player	37	52	59	61	78	41	65	59	73	75
Tageszeitung	34	41	47	50	64	35	40	38	44	62
Digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	33	20	*)	*)	*)	35	23	*)	*)	*)
eBook Reader	22	31	27	30	30	30	27	34	39	29

* wurde 2017 getrennt abgefragt, Trendzahlen beziehen sich auf „Smartphone" *) wurde nicht erhoben

Frage: Kommen wir nun zu etwas anderem, nämlich zu den Geräten bei dir zuhause. Hier siehst du verschiedene elektrische Geräte und auch Kommunikationsmittel aufgelistet – welche dieser Geräte gibt es bei dir zuhause?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 13

Elektronische Geräte im Besitz von Jugendlichen

Education Group

(Fast) alle oberösterreichischen Jugendlichen besitzen auch selbst elektronische Geräte.

	BESITZT MAN SELBST	BESITZT MAN NICHT	weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	92	6	1
2023	94	4	2
2021	93	5	1
2018	95	4	1
2017	96	3	2
2015	93	5	2
2013	89	8	3
2011	85	6	10
Junge	95	4	1
Mädchen	90	8	2
Kind zw. 11 und 14 Jahren	92	7	1
ab 15 bis 18 Jahre	93	6	2
Geschwister: ja	94	4	1
nein	87	12	2

Frage: Besitzt du selbst derartige elektrische und elektronische Geräte oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 14

Die elektronischen Geräte der Jugendlichen

Basis: Jugendliche mit elektronischen Geräten

Der Großteil der Jugendlichen hat ein eigenes Smartphone!

JUGENDLICHE, DIE SELBST EIN ELEKTRISCHES ODER ELEKTRONISCHES GERÄT BESITZEN (92%=100%)		2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
Handy, Smartphone*	87	89	89	93	85	77	60	24	4	87	88	86	88
Computer, Laptop	58	65	60	56	59	62	60	53	42	62	55	51	62
Tablet	48	41	32	32	27	22	13	*)	*)	44	52	52	45
Fernseher	38	41	37	41	36	41	48	43	51	38	36	31	42
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	28	42	41	43	39	44	50	46	37	35	22	30	27
Tragbare Spielkonsolen (PSP, Nintendo SwitchS)	26	36	33	33	39	52	51	48	38	28	24	30	24
Smartwatch	23	21	14	10	*)	*)	*)	*)	*)	23	24	23	23
Radio	17	29	35	34	52	53	55	63	53	19	15	20	15
Digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	17	10	6	*)	*)	*)	*)	*)	*)	19	15	14	19
Fotoapparat, Digitalkamera	15	24	29	31	44	46	40	44	33	11	18	12	16
Stereoanlage, CD-Player	14	24	31	31	48	51	60	60	65	13	14	16	12
DVD-Player	7	11	13	13	24	24	30	32	42	7	7	9	5
eBook Reader	7	14	11	13	15	11	*)	*)	*)	4	10	7	8
Tageszeitung	4	4	5	5	5	6	4	7	7	4	3	3	4

* wurde im Trend (bis inkl. 2017) getrennt abgefragt, Trendzahlen beziehen sich auf „Smartphone" *) wurde nicht erhoben

Frage: Und welche dieser Geräte besitzt du selbst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche mit elektronischen Geräten (92%=100%)

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 15

Nutzungsintensität der Geräte

Basis: Jugendliche mit elektronischen Geräten

Smartphones werden von den Jugendlichen (beinahe) täglich eingesetzt!

JUGENDLICHE -	BENUTZE ICH JEDEN TAG	2023	Jugendl. mit Migrationshintergrund	Jungen	Mädchen	Zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	MONATLICH	SELTENER
Handy, Smartphone	85	85	86	84	85	79	89	11	4	0	0	0
Smartwatch	37	36	27	42	33	38	35	8	10	4	9	33
Fernseher	33	32	23	34	32	34	32	22	22	13	5	5
Computer, Laptop	31	38	36	33	30	31	31	23	15	12	9	9
Digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	28	29	33	32	24	25	29	28	20	9	1	13
Tablet	21	24	33	24	19	25	18	24	25	10	4	17
Radio	20	20	50	19	21	20	20	16	16	13	6	29
Stereoanlage, CD-Player	14	13	20	12	15	16	12	6	18	11	15	36
Tragbare Spielkonsolen (PSP, Nintendo SwitchS)	10	17	15	13	8	15	7	10	16	17	20	26
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	10	15	18	16	5	15	8	15	15	20	15	25
DVD-Player	6	3	14	3	8	4	7	8	9	8	20	49
Tageszeitung	4	8	6	5	3	5	4	14	17	8	11	45
eBook Reader	4	6	0	4	4	5	3	8	14	6	21	47
Fotoapparat, Digitalkamera	3	4	5	2	3	2	3	7	11	16	22	41

Frage: Und wie häufig verwendest du die einzelnen Geräte?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche mit elektronischen Geräten (92%=100%)

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 16

Die unverzichtbaren Geräte aus jugendlicher Sicht

Education Group

Weiterhin gilt: Smartphones sind unverzichtbar für die Jugendlichen!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	Zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Handy, Smartphone	75	80	79	72	78	73	76
Computer, Laptop	24	42	41	25	24	20	27
Fernseher	21	25	30	19	22	22	20
Tablet	16	17	13	11	21	20	13
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	7	12	10	9	5	4	9
Smartwatch	6	7	3	5	7	5	7
Tragbare Spielkonsolen (PSP, Nintendo SwitchS)	4	11	5	5	4	3	5
Radio	4	8	12	5	3	5	3
eBook Reader	4	4	2	3	5	3	4
Stereoanlage, CD-Player	3	3	3	3	3	3	3
Digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	3	3	1	2	4	3	3
Fotoapparat, Digitalkamera	2	5	5	0	3	1	2
Tageszeitung	2	2	2	2	2	3	1
DVD-Player	1	3	3	0	2	0	1

Frage: Auf welche Geräte kannst du am allerwenigsten verzichten, welche sind dir am wichtigsten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 17

Musik: Hörgewohnheiten

Education Group

Musik konsumieren Jugendliche überwiegend über Streaming-Anbieter – dicht gefolgt von YouTube!

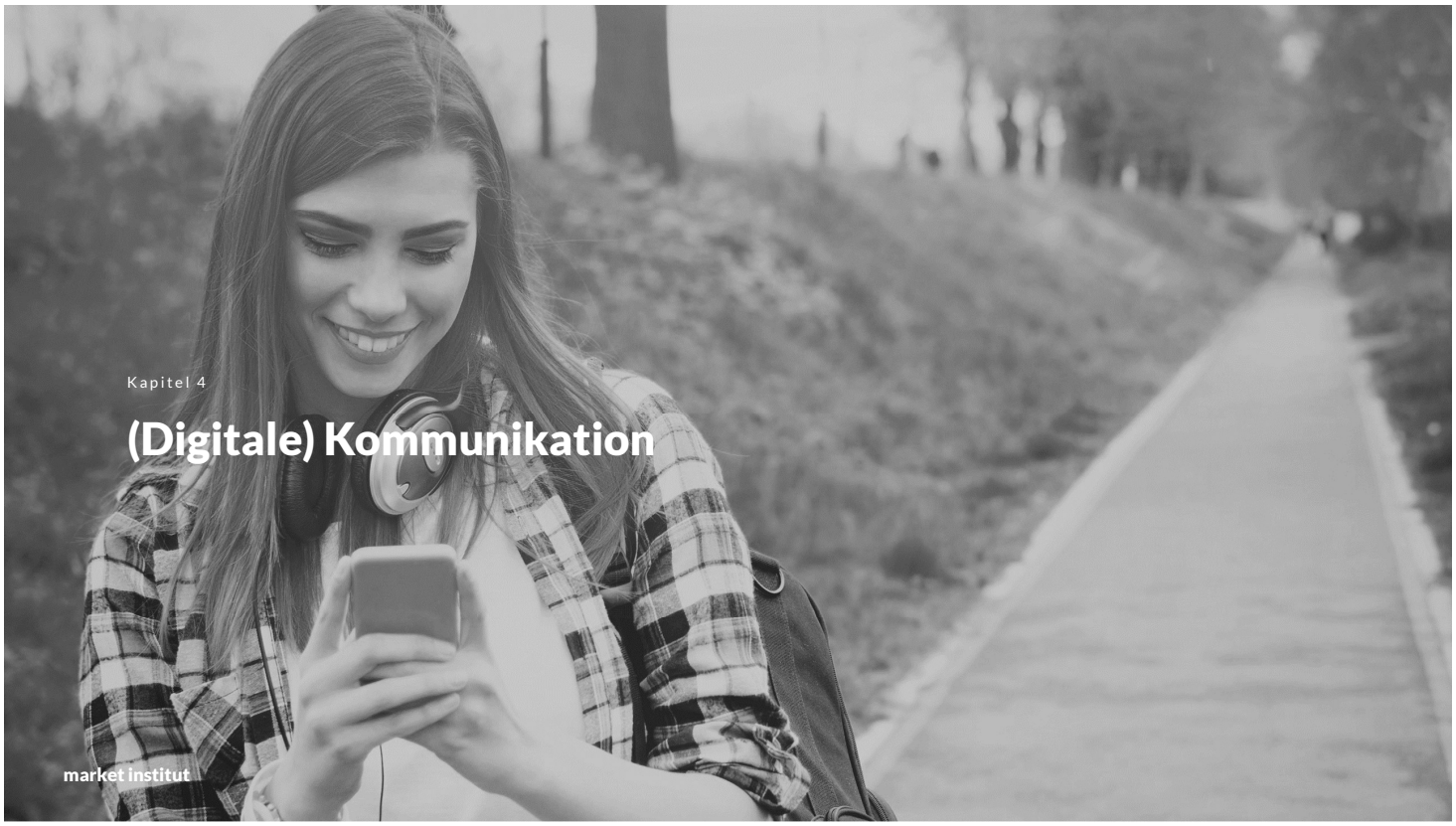
	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN 2023
Musik über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Music oder Amazon-Music hören	56	56	58	57
Musik über YouTube	47	58	58	61
Radio hören über ein Radio	28	32	24	21
Radiosender im Internet (z.B. am Smartphone) hören	20	19	19	20
Podcast, Hörspiel hören	17	11	15	*)
CD hören	12	17	12	14
MP3 hören	12	16	14	13
Anderes	3	2	1	2
Weiß nicht, keine Angabe	2	4	2	4

Frage: Kommen wir kurz zu Musik hören; man kann ja auf verschiedene Arten Musik hören – was davon machst Du besonders häufig?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 18



Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

Physische Treffen mit Freund:innen werden von den Jugendlichen weiterhin als wichtig eingestuft – allerdings mit weniger Begeisterung als bei den Eltern!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	57	34	91	6	2	2
2023	63	28	91	4	1	4
Vergleich Eltern	75	19	94	5	2	0
2023	78	19	97	2	0	0
Junge	50	39	89	8	1	2
Mädchen	63	29	92	3	2	2
Kind zw. 11 und 14 Jahren	63	31	94	3	1	1
ab 15 bis 18 Jahre	52	35	87	8	2	3
Geschwister: ja	60	32	92	4	2	2
nein	47	39	86	11	1	2
Land	58	32	90	6	2	2
Klein-, Mittelstädte	53	38	91	5	2	3
Landeshauptstadt	59	29	88	9	1	1

Frage: Wie schätzt du das ein: Wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass man sich trifft und gemeinsam Zeit miteinander verbringt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

Aber auch der Kontakt über das Internet wird mehrheitlich als wichtig erachtet!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	16	41	57	33	8	2
2023	20	45	65	28	4	3
Vergleich Eltern	9	36	45	37	13	5
2023	13	35	48	38	13	1
Junge	17	44	61	29	8	2
Mädchen	16	38	54	37	7	2
Kind zw. 11 und 14 Jahren	17	39	56	35	7	2
ab 15 bis 18 Jahre	16	42	58	33	8	2
Geschwister: ja	16	43	59	32	8	2
nein	17	36	53	37	8	2
Land	11	46	57	34	8	1
Klein-, Mittelstädte	19	41	60	31	6	2
Landeshauptstadt	25	35	60	29	9	3

Frage: Und wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass man sich im Internet austauscht und häufig Nachrichten und Videos verschickt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 21

Bekanntheit der sozialen Netzwerke

Education Group

WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram und Co sind den Jugendlichen durchwegs bekannt!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
WhatsApp	93	92	94	91	95	94	92
YouTube	88	89	91	87	88	90	87
Facebook	79	83	86	79	80	78	80
Instagram	79	83	79	77	81	77	81
TikTok	73	80	76	71	75	74	73
Snapchat	68	77	64	66	71	68	68
Pinterest	49	61	61	41	57	46	52
Roblox	37	37	37	34	39	42	34
Telegram	33	43	58	34	32	27	37
Twitch	30	39	29	30	29	23	34
Signal	29	34	32	29	31	31	29
Discord	27	38	19	26	29	18	34
Reddit	25	32	19	23	27	21	28
BeReal	21	*)	11	15	27	18	23
TenTen	7	*)	3	5	9	3	10
Andere	1	1	1	2	1	1	1
Benutze keine sozialen Netzwerke	0	0	0	0	0	0	0
Weiß nicht / Keine Angabe	0	2	2	0	0	0	0

Frage: Kommen wir zu sozialen Netzwerken. Hier siehst du verschiedene soziale Netzwerke, welche davon kennst du?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 22

Nutzung der sozialen Netzwerke

Education Group

Die Jugendlichen nutzen vor allem WhatsApp, sind aber auch auf Instagram, Snapchat, YouTube und TikTok aktiv!

JUGENDLICHE INSGESAMT		2023	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
WhatsApp	81	86	79	79	82	79	82
Instagram	51	55	39	49	53	36	61
Snapchat	46	53	39	38	52	39	50
YouTube	45	59	52	46	44	43	47
TikTok	39	51	35	36	41	33	43
Facebook	24	24	22	27	21	15	30
Pinterest	15	27	11	5	24	10	18
Roblox	14	15	17	12	15	18	11
Discord	8	17	5	11	6	7	9
Twitch	4	12	2	5	2	4	4
Signal	4	7	3	5	3	5	3
Telegram	3	6	7	3	4	1	5
BeReal	3	*)	3	0	5	2	3
Reddit	2	7	2	2	2	0	3
TenTen	1	*)	0	0	2	1	1
Andere	1	0	0	1	0	0	1
Weiß nicht / Keine Angabe	6	2	2	5	6	7	5

Frage: Und bei welchen dieser sozialen Netzwerke bist du selbst aktiv?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 23

Einschätzung der täglichen Nutzungsdauer

Basis: Jeweilige Nutzer:innen

Education Group

WhatsApp, TikTok, YouTube und Snapchat werden besonders intensiv genutzt!

	n=	BIS ZU 30 MINUTEN	2023	30 BIS 60 MINUTEN	Σ	2023	1 BIS 3 STUNDEN	MEHR ALS 3 STUNDEN	Umgelegt in Minuten/Jgdl (Basis: alle Jgdl)	Weiß nicht, Keine Angabe
Pinterest	86	60	64	17	77	75	2	0	2	20
Facebook	114	51	46	24	75	78	13	7	10	5
WhatsApp	400	48	40	29	77	74	16	1	33	6
Roblox	63	48	36	22	70	69	11	2	2	17
Snapchat	242	40	30	25	65	62	16	10	19	9
Instagram	262	38	32	30	68	70	22	1	21	10
Discord	44	34	39	18	52	66	32	5	1	11
YouTube	227	30	32	37	67	59	19	5	23	9
TikTok	198	20	19	27	47	54	29	13	24	12

Σ 135 Minuten pro Tag!

Frage: Was schätzt du: Wie viel Zeit verbringst du in etwa pro Tag in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jeweilige Nutzer:innen

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 24

Wissensstand der Eltern über die Nutzungsintensität

Basis: Jeweilige Nutzer:innen

Education Group

Die Mehrheit der Eltern ist über die Nutzungsintensität der Jugendlichen in den sozialen Medien informiert.

	n=	JA, GANZ GENAU	2023	GRÖßTENTEILS	Σ	2023	EHER WENIGER	GAR NICHT	Weiß nicht, Keine Angabe
WhatsApp	400	25	27	43	68	68	17	7	8
Roblox	63	23	33	28	51	66	26	6	17
Facebook	114	20	32	44	64	64	20	13	4
YouTube	227	20	24	42	62	61	17	9	12
Pinterest	86	19	25	26	45	42	20	20	14
Discord	44	17	20	23	40	47	15	28	17
Instagram	262	16	18	39	55	52	17	16	12
Snapchat	242	16	22	42	58	53	15	14	13
TikTok	198	15	21	37	52	50	18	19	12

Frage: Wissen deine Eltern, wie viel Zeit du in den sozialen Netzwerken verbringst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jeweilige Nutzer:innen

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 25

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Eltern

Education Group

4 von 10 Jugendlichen sprechen regelmäßig mit ihren Eltern über die Erlebnisse in den sozialen Netzwerken!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	7	32	39	32	23	5
2023	11	25	36	40	22	2
Vergleich Eltern	24	39	63	27	9	2
2023	15	43	58	33	7	2
Junge	6	31	37	35	21	6
Mädchen	8	33	41	29	25	5
Kind zw. 11 und 14 Jahren	10	37	47	30	18	6
ab 15 bis 18 Jahre	5	29	34	34	27	5
Geschwister: ja	7	34	41	32	22	6
nein	7	27	34	33	28	5
Land	8	30	38	31	27	5
Klein-, Mittelstädte	5	39	44	30	21	4
Landeshauptstadt	9	20	29	42	22	7

Frage: Wie häufig sprichst du mit deinen Eltern darüber, was du in sozialen Netzwerken erlebst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 26

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Schule

Education Group

Die Thematisierung sozialer Netzwerke in Schulen nimmt zu!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Σ	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	5	35	40	34	18	52	8
2023	7	27	34	34	26	60	6
Vergleich Eltern	14	38	52	25	8	33	15
2023	9	18	27	35	9	44	28
Junge	7	34	41	32	20	52	7
Mädchen	4	35	39	36	16	52	9
Kind zw. 11 und 14 Jahren	8	37	45	33	16	49	8
ab 15 bis 18 Jahre	4	34	38	35	19	54	9
Geschwister: ja	5	34	39	34	19	53	8
nein	6	37	43	34	14	48	10
Land	4	34	38	36	19	55	8
Klein-, Mittelstädte	7	36	43	30	17	47	10
Landeshauptstadt	7	33	40	36	17	53	6

Frage: Wie häufig wird in der Schule besprochen, was man in sozialen Netzwerken wie WhatsApp und Instagram so macht oder auch, was man da alles machen kann und was nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 27

Gefühlslage nach Aktivität in sozialen Netzwerken

Education Group

Nach Aktivitäten in den sozialen Netzwerken fühlen sich die Jugendlichen zumeist entspannt und gut gelaunt!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Ich bin entspannt, kann damit gut abschalten	36	33	31	41	32	39
Ich bin fröhlich, gut gelaunt	34	32	34	35	35	33
Ich kann Ärger, den ich in der Schule oder mit Freundinnen/Freunden hatte, gut vergessen	22	17	19	24	24	21
Ich freue mich auf Bewegung, Sport	21	34	22	20	24	19
Ich fühle mich müde, erschöpft	20	17	15	24	18	21
Ich fühle mich positiv, freue mich auf den Rest des Tages	19	26	17	21	21	18
Ich habe ein schlechtes Gewissen	13	5	11	16	12	15
Ich fühle mich energiegeladen, voller Energie	11	10	12	10	9	13
Ich fühle mich nicht so wohl, mache mir Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	9	8	9	10	6	11
Ich bin verärgert	7	10	8	6	6	7
Ich habe Angst	4	3	4	3	3	4
Ich bin traurig, schlecht gelaunt	4	11	4	4	3	5
Anderes	3	1	4	2	4	2
Weiß nicht, keine Angabe	9	12	9	10	9	9

Frage: Und wie fühlst du dich üblicherweise, nachdem du in den sozialen Netzwerken aktiv warst? Nenne die 3 Aussagen, die dein Gefühl da am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

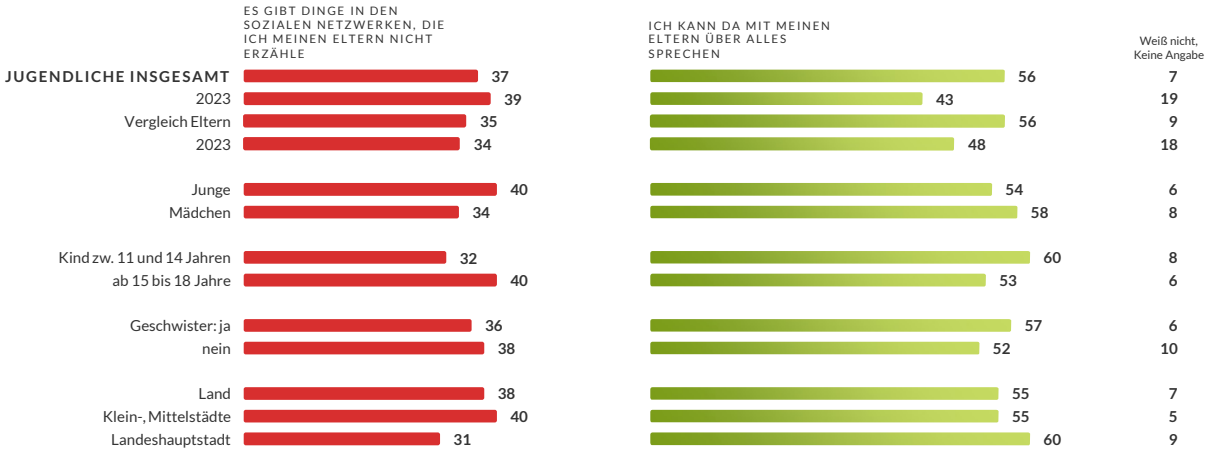
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 28

Geheimnisse rund um Erlebnisse in sozialen Netzwerken

Education Group

Rund ein Drittel der Jugendlichen spricht mit den Eltern nicht über alle Erlebnisse in den sozialen Netzwerken – bei den älteren Jugendlichen und den Burschen sind es 4 von 10!



Frage: Gibt es Dinge, die du in den sozialen Netzwerken erlebst oder machst, die du deinen Eltern lieber nicht erzählst oder hast du das Gefühl, dass du mit deinen Eltern über alles sprechen kannst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

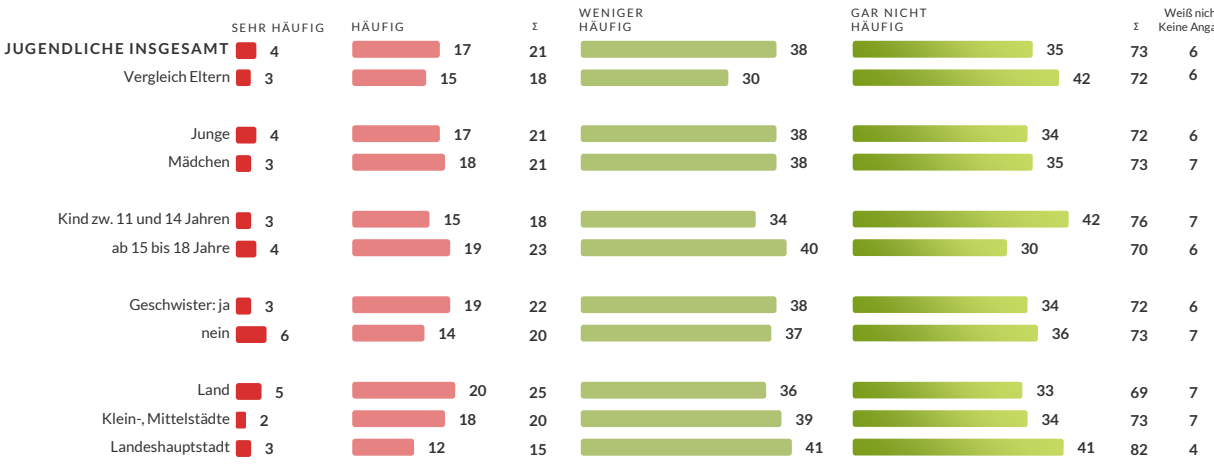
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 29

Häufigkeit des Unwohlseins nach Besuch sozialer Netzwerke

Education Group

Ein Fünftel der Jugendlichen fühlt sich häufig schlecht nach Aktivitäten in sozialen Netzwerken!



Frage: Wie häufig kommt es vor, dass dir in einem sozialen Netzwerk etwas passiert, dass du dich nachher schlecht fühlst? Würdest du sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

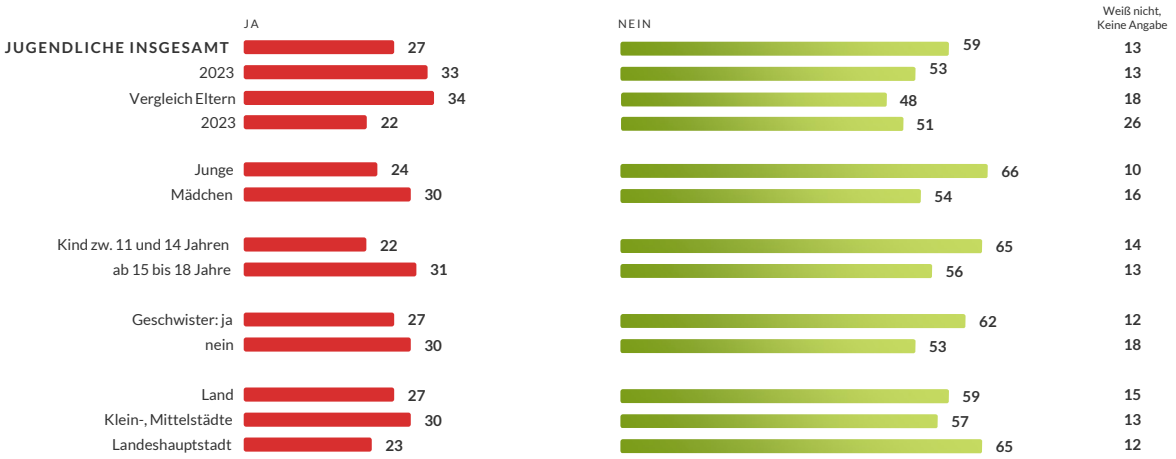
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 30

Negative Erlebnisse in den sozialen Netzwerken

Education Group

Und ein Viertel der Jugendlichen berichtet von (zumindest einmaliger) schlechter Behandlung in den sozialen Netzwerken.



Frage: Bist du oder ein Freund von dir in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden, so dass du dich unwohl gefühlt hast?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

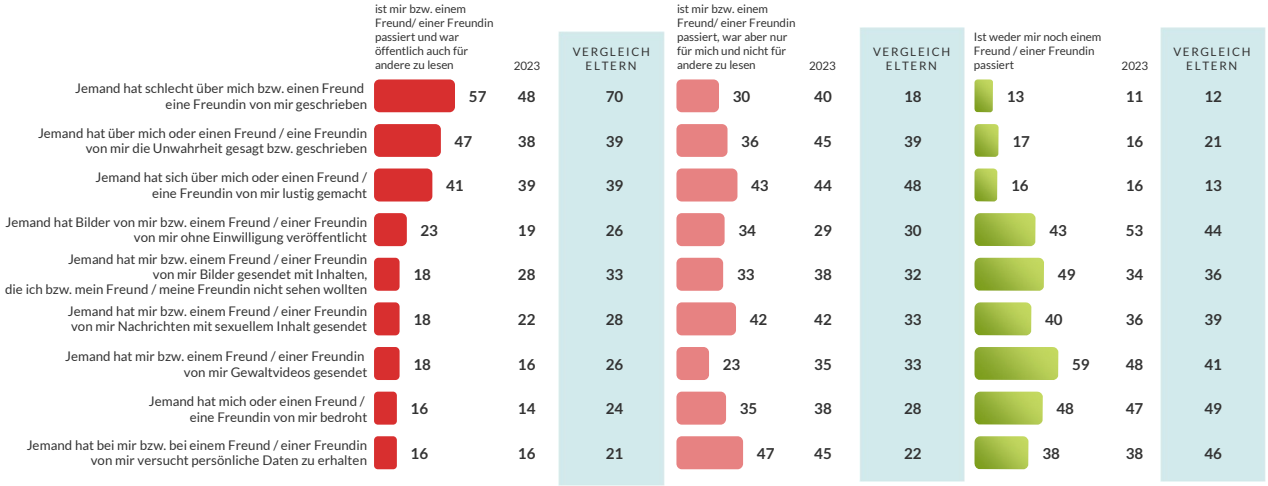
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Die negativen Erlebnisse im Detail

Education Group

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken

Negative Kommentare, Unwahrheiten und Verspotten werden von den Jugendlichen mit negativen Erfahrungen besonders häufig erlebt!



Frage: Was ist da passiert?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden sind (27%=100%)

Reaktionen auf die negativen Erlebnisse

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken

Die betroffenen Jugendlichen sprechen mit ihren Freund:innen (und manchmal auch mit den Eltern) über das Erlebte und ärgern sich über die Situation!

	JUGENDLICHE, DIE IN EINEM SOZIALEN NETZWERK SCHON EINMAL SCHLECHT BEHANDELT WORDEN SIND (27%=100%)	2023	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
Mit Freund:innen darüber gesprochen	45	59	37	51	39	48
Geärgert	39	56	33	42	41	37
Mit den Eltern darüber gesprochen	28	45	26	29	43	21
Jene Personen blockiert	27	33	21	31	18	31
Mit Geschwistern darüber gesprochen	19	24	19	18	11	22
Gar nichts / es einfach so stehen lassen	13	18	18	9	5	16
Nicht gewusst, was ich bzw. mein Freund / meine Freundin tun sollen	13	14	16	12	16	12
Mit der Person ausgesprochen, alles geklärt	9	14	9	9	9	9
Über die Person im Internet schlecht geredet bzw. geschrieben	8	12	11	6	7	9
Mit Lehrer:innen darüber gesprochen	7	15	7	8	7	8
Anderes	1	3	2	1	0	2
Weiß nicht / Keine Angabe	1	3	2	0	2	0

Frage: Und was hast du bzw. dein Freund/deine Freundin gemacht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden sind (27%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 33

Verbreitung von Hasskommentaren

Hasskommentare sind der Mehrheit der Jugendlichen bereits aufgefallen – besonders älteren Jugendlichen!

	JA	NEIN	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	52	40	8
2023	59	32	9
Junge	49	42	9
Mädchen	55	38	7
Kind zw. 11 und 14 Jahren	46	45	10
ab 15 bis 18 Jahre	56	36	7
Geschwister: ja	56	37	7
nein	41	47	12
Land	54	39	7
Klein-, Mittelstädte	52	39	8
Landeshauptstadt	43	43	13

Frage: Auf sozialen Medien gibt es immer wieder Hasskommentare, wo also andere über Texte, Bilder oder Videos schlecht gemacht, beleidigt, bedroht oder verachtet werden. Ist dir so etwas schon einmal aufgefallen oder noch nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

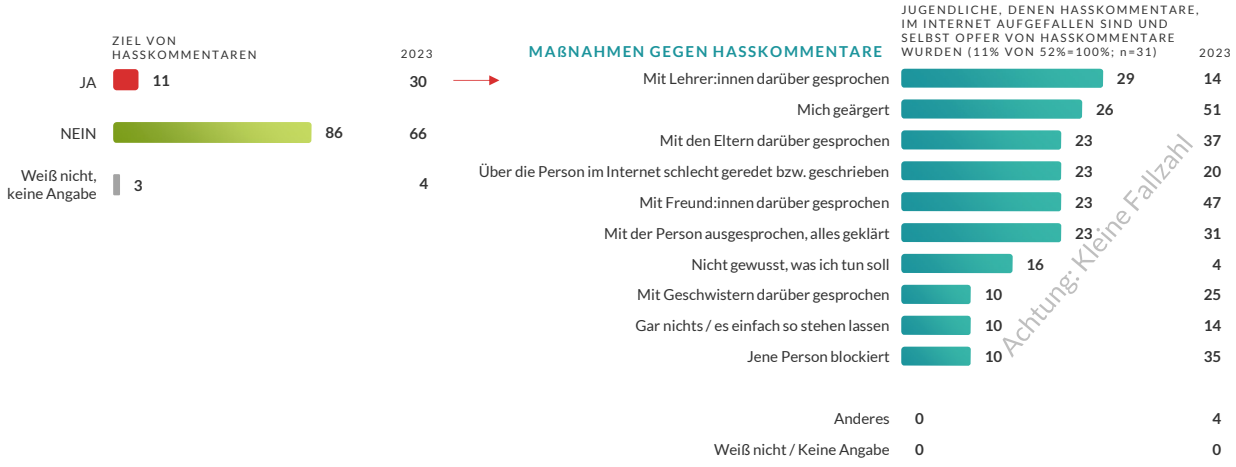
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 34

Persönliche Betroffenheit von Hasskommentaren

Basis: Jugendliche, denen Hasskommentare im Internet aufgefallen sind

Wenn man selbst von Hasskommentaren betroffen ist, suchen viele Jugendliche das Gespräch, ärgern sich aber auch über die Kommentare.



Frage: Wurdest du selbst schon Opfer derartiger Hasskommentare oder nicht? Was hast du da gemacht?

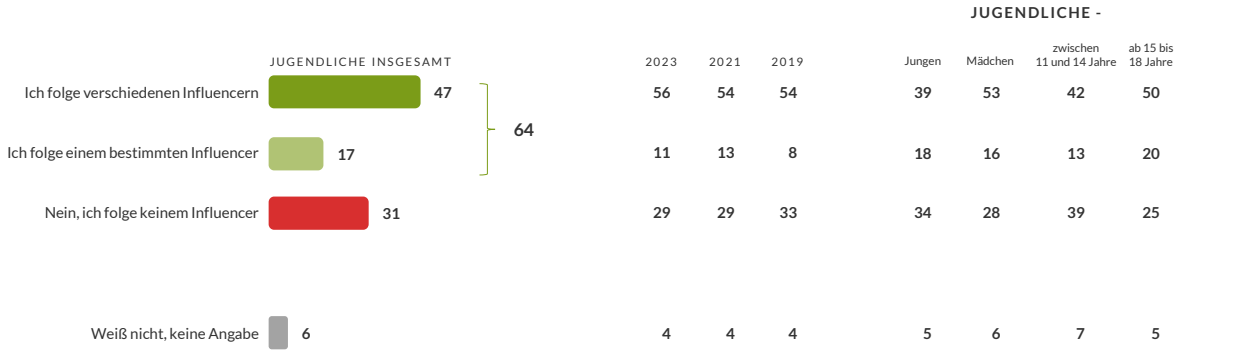
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, denen schon einmal Hasskommentare im Internet aufgefallen sind (52%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 35

Bedeutung von Influencern

Zwei Drittel der Jugendlichen folgen zumindest einem Influencer.



Frage: Folgst du in sozialen Medien, wie YouTube oder Instagram, Influencern oder nicht? Gemeint sind hier Personen die über eine hohe Follower-Anzahl verfügen und Tipps geben. Würdest Du sagen -

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 36

Kontaktintensität mit den Influencern

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

Die Mehrheit der Jugendlichen, die zumindest einem Influencer folgen, sieht sich zumindest mehrmals pro Woche Influencer-Storys an!

JUGENDLICHE, DIE ZUMINDEST EINEM INFLUENCER FOLGEN	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	MONATLICH	SELTENER, NIE	Weiß nicht, keine Angabe
	15	19	21	15	8	17	6
Vergleich Eltern	8	15	33	9	5	18	13
Junge	9	19	21	19	9	17	7
Mädchen	21	18	22	11	7	17	5
Kind zw. 11 und 14 Jahren	15	18	21	16	5	19	6
ab 15 bis 18 Jahre	15	19	21	14	10	15	6
Geschwister: ja	16	19	23	15	7	14	6
nein	12	18	15	13	10	26	5
Land	13	20	21	14	9	17	6
Klein-, Mittelstädte	18	15	23	16	8	15	6
Landeshauptstadt	14	26	19	14	5	14	7
Migrationshintergrund	14	23	25	9	12	12	5

Frage: Wie häufig siehst du dir Storys von deinen Influencern an?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen (64%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 37

Einschätzung von Influencern

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

Die Jugendlichen, die Influencer nutzen, stufen diese als lustige, sympathische, aber auch als ganz normale Menschen ein!

	STIMME VOLL UND GANZ ZU	STIMME EHER ZU	Σ	VERGLEICH ELTERN	STIMME WENIGER ZU	STIMME GAR NICHT ZU	Weiß nicht, Keine Angabe
ist lustig, gute Unterhaltung	26	42	68	60	15	7	10
sind ganz normale Menschen wie du und ich	18	39	57	53	21	13	10
sind sympathisch	17	49	66	44	14	7	12
haben aus ihrem Leben etwas gemacht	15	34	49	28	22	15	14
sind ehrlich	9	35	44	25	25	17	14
sind an ihren Fans und Followern interessiert	9	37	46	37	24	17	13
haben gute Tipps für mein Leben	9	33	42	23	29	16	13
zeigen mir, wie ich mein Leben gestalten kann	7	33	40	22	29	17	14
die Produktempfehlungen sind hilfreich	7	36	43	28	22	20	14
sind Vorbilder, möchte auch so sein / leben	6	19	25	28	33	27	15

Frage: Wie schätzt du deine Influencer ein, wie sehr stimmst du diesen Aussagen zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen (64%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 38

Gefühlslage nach Influencer-Kontakt

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

Influencer lösen nur selten negative Gefühle bei Jugendlichen aus!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE, DIE ZUMINDEST EINEM INFLUENCER FOLGEN	3	14	17	19	52	12
Vergleich Eltern	4	10	14	21	55	10
Junge	1	15	16	17	54	13
Mädchen	6	12	18	21	50	12
Kind zw. 11 und 14 Jahren	2	12	14	16	53	17
ab 15 bis 18 Jahre	5	15	20	21	52	8
Geschwister: ja	1	11	12	17	55	17
nein	8	20	28	23	48	3
Land	2	6	8	22	55	16
Klein-, Mittelstädte	4	24	28	24	41	7
Landeshauptstadt	0	6	6	6	69	19

Frage: Wie häufig kommt es vor, dass du dich schlecht fühlst, nachdem du gecheckt hast, was deine Influencer so machen? Würdest du sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen (64%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 39

Aussagen zu Online-Communities

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

Der Kontakt mit Freund:innen bleibt der wichtigste Aspekt bei Online-Communities!

	TRIFFT GANZ SICHER ZU	TRIFFT EHER ZU	Σ	2023	2021	2019	TRIFFT EHER WENIGER ZU	TRIFFT GAR NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
Ich möchte mit meinen Freuden in Kontakt bleiben	41	35	76	89	89	88	11	10	3
Ich weiß genau, welche Fotos, Videos ich veröffentlichen darf	30	39	69	74	79	77	15	10	5
Mich interessiert, was meine Freunde machen	28	44	72	82	81	77	15	11	3
Ich habe meine Eltern schon einmal gebeten, mir etwas zu kaufen, das ich auf Instagram / YouTube gesehen habe	16	29	45	43	47	42	20	30	5
Ich habe schon einmal ein Produkt gekauft, das Freunde über Instagram / YouTube vorgestellt haben	14	22	36	27	29	24	18	42	5
Ich habe schon einmal ein Produkt gekauft, das YouTube- oder Instagram-Stars vorgestellt haben	14	22	36	35	39	38	19	39	6
Mich interessiert, was die Stars machen	14	33	47	45	46	42	29	21	4
Ich poste selber Videos	9	17	26	26	24	23	21	45	8
Die Meinung von YouTube-, Instagram-Stars ist mir wichtig, damit ich weiß, was angesagt ist	8	24	32	28	31	30	26	37	5

Frage: In sozialen Netzwerken hat man ja viele Möglichkeiten. Notiere bitte für jede einzelne Aussage, ob das ganz sicher zutrifft, eher zutrifft, ob das eher weniger zutrifft oder ob das gar nicht zutrifft!

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen (64%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 40

Nutzung von Fernsehsendern, Streaming-Diensten & Clips

Jugendliche insgesamt

Clips im Internet und Streaming-Dienste werden weiterhin besonders intensiv genutzt!

	Fernsehsender	2023	Einschätzung der Eltern	Streaming-Dienste	2023	Einschätzung der Eltern	Kurzvideos und Clips im Internet	2023	Einschätzung der Eltern
fast gar nicht	44	46	41	21	25	20	12	9	9
bis zu einer halben Stunde	15	11	16	12	11	12	21	17	20
eine halbe Stunde bis zu einer Stunde	17	16	19	21	18	23	24	25	24
ein bis zwei Stunden	10	16	18	28	22	29	21	22	30
zwei bis drei Stunden	7	6	2	9	13	8	9	14	13
mehr als drei Stunden	2	2	3	4	6	4	6	11	3
	Ø 33 Minuten	Ø 37 Minuten	Ø 36 Minuten	Ø 58 Minuten	Ø 62 Minuten	Ø 59 Minuten	Ø 60 Minuten	Ø 78 Minuten	Ø 65 Minuten
Weiß nicht, keine Angabe	6	4	2	6	5	3	6	3	3

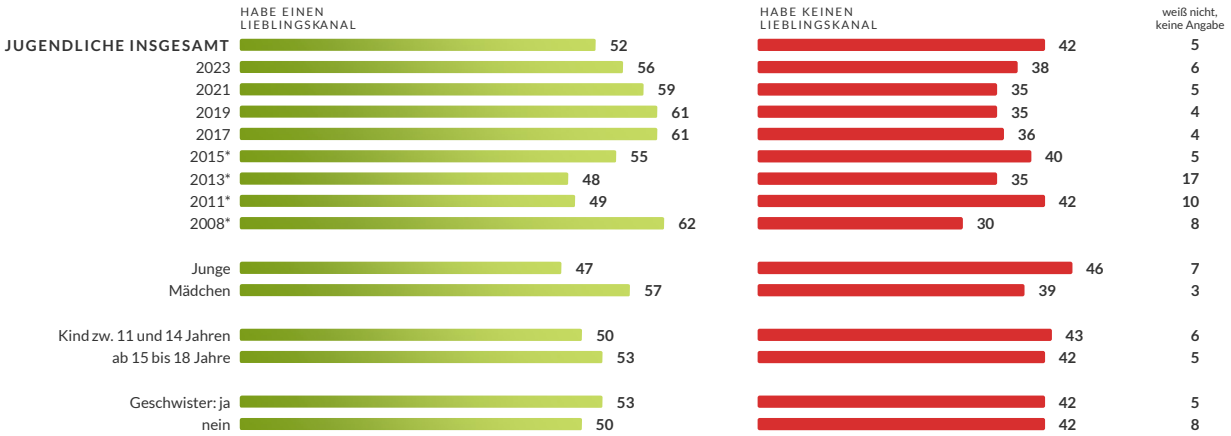
Frage: Jetzt kommen einige Fragen zu Fernsehen, zum Nutzen von Streaming-Diensten wie z.B. Netflix oder Amazon sowie zum Schauen von Kurzvideos und Clips im Internet wie z.B. auf YouTube oder in Blogs. Wie lange siehst Du fern, nutzt Streaming-Dienste und schaust Kurzvideos im Internet pro Tag. Sag mir dies bitte getrennt nach diesen 3 Möglichkeiten, beginnen wir mit – a.) der Nutzung von Fernsehsendern b.) der Nutzung von Streaming-Diensten c.) der Nutzung von Kurzvideos und Clips im Internet

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Lieblingskanal

Education Group

Die Hälfte der Jugendlichen hat einen Lieblingskanal.



* wurde nur nach Lieblings-TV-Sendern gefragt

Frage: Hast du einen Lieblingsfernsehsender, einen Lieblings-Streaminganbieter, eine Lieblingsplattform für Kurzvideos im Internet oder nicht?

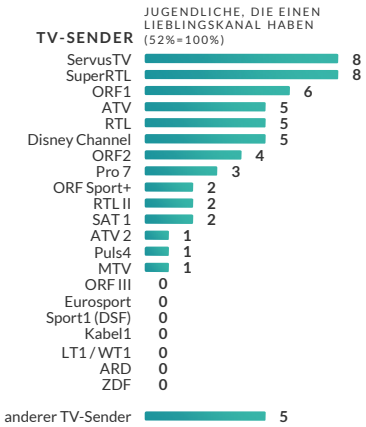
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Lieblingskanäle im Detail I

Basis: Jugendliche mit Lieblingskanal; TV-Sender

Education Group

Klassische TV-Sender werden von den Jugendlichen kaum noch als Lieblingssender genannt!



TV-SENDER	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
ServusTV	7	2	2	3	3	*)	*)	*)	9	8	7	9
SuperRTL	7	10	8	9	31	*)	*)	*)	8	8	10	7
ORF1	8	10	11	11	16	21	26	31**	4	7	9	4
ATV	3	1	1	5	8	6	5	13	5	4	5	4
RTL	4	4	6	10	27	31	25	20	5	5	4	6
Disney Channel	7	7	6	13	*)	*)	*)	*)	4	7	10	3
ORF2	2	1	0	2	8	9	4	31**	3	5	6	3
Pro 7	7	11	16	27	41	51	55	44	2	5	4	3
ORF Sport+	4	3	2	1	3	*)	*)	*)	4	1	3	1
RTL II	3	6	8	8	20	26	19	26	2	2	1	3
SAT 1	2	1	3	5	10	14	12	16	2	3	1	3
ATV 2	2	0	0	1	2	*)	*)	*)	0	2	3	0
Puls4	2	1	1	5	9	*)	*)	*)	0	1	0	1
MTV	0	1	0	5	3	7	16	20	2	1	1	1
ORF III	0	0	0	0	1	*)	*)	*)	0	0	0	0
Eurosport	2	2	2	5	4	5	8	7	1	0	1	0
Sport1 (DSF)	0	1	0	1	1	3	2	3	0	0	0	0
Kabel1	1	1	1	2	2	3	8	2	0	0	0	0
LT1 / WT1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
ARD	0	1	0	1	2	1	1	3	0	0	0	0
ZDF	0	1	1	2	0	1	2	0	0	0	0	0
anderer TV-Sender	3	4	6	13	21	24	16	15	4	5	6	4

** wurde als ORF abgefragt *) wurde nicht erhoben

Frage: Und welchen Fernsehsender, Streaminganbieter, Plattform im Internet magst Du besonders gerne? Nenne mir bitte die 3 wichtigsten!

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die einen Lieblingskanal haben (52%=100%)

Lieblingskanäle im Detail II

Basis: Jugendliche mit Lieblingskanal; Streaming-Anbieter / Plattformen für Kurzvideos

Netflix und YouTube zählen unverändert zu den Top Kanälen – YouTube verliert aber etwas an Beliebtheit!

	JUGENDLICHE, DIE EINEN LIEBLINGSKANAL HABEN (52%=100%)	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
STREAMING-ANBIETER													
Netflix	49	57	55	55	26	*)	*)	*)	*)	44	53	49	50
Amazon Prime	15	23	18	23	23	1	0	4	0	12	18	13	16
Disney+	14	9	5	*)	*)	*)	*)	*)	*)	11	16	14	14
Joyn	4	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	6	2	4	4
Sky X	2	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	3	1	0	3
DAZN	2	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	4	1	4	1
Canal +	1	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	2	0	0	1
Paramount+	1	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	1	1	0	2
Anderer Streaming-Anbieter	0	2	3	2	5	*)	*)	*)	*)	0	0	0	0
PLATTFORMEN FÜR KURZVIDEOS													
YouTube	36	50	67	67	77	*)	*)	*)	*)	41	33	49	28
tiktok	28	19	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	26	29	18	35
SnapChat	16	16	18	21	19	*)	*)	*)	*)	13	18	17	16
Instagram	11	19	26	29	23	*)	*)	*)	*)	8	14	5	15
Facebook	3	3	3	2	11	*)	*)	*)	*)	4	3	1	5
Anderer Plattformen	0	3	4	3	2	*)	*)	*)	*)	0	0	0	0
Weiß nicht, keine Angabe	5	3	3	2	2	*)	*)	*)	*)	10	2	7	4

*) wurde nicht erhoben

Frage: Und welchen Fernsehsender, Streaminganbieter, Plattform im Internet magst Du besonders gerne? Nenne mir bitte die 3 wichtigsten!

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die einen Lieblingskanal haben (52%=100%)

Gefühlslage nach Fernsehen, Streamen & Clips

Die Jugendlichen fühlen sich nach dem Fernsehen, Streamen bzw. Schauen von Kurzvideos überwiegend entspannt!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Ich bin entspannt, kann damit gut abschalten	45	35	44	47	43	47
Ich bin fröhlich, gut gelaunt	33	37	32	33	37	30
Ich freue mich auf Bewegung, Sport	25	26	29	21	29	22
Ich fühle mich positiv, freue mich auf den Rest des Tages	21	25	15	28	23	20
Ich kann Ärger, den ich in der Schule oder mit Freundinnen/Freunden hatte, gut vergessen	20	16	18	22	22	19
Ich fühle mich müde, erschöpft	16	18	13	18	12	18
Ich fühle mich energiegeladen, voller Energie	13	10	13	13	11	14
Ich habe ein schlechtes Gewissen	9	5	8	9	7	10
Ich fühle mich nicht so wohl, mache mir Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	6	8	7	5	5	7
Ich bin verärgert	4	9	4	4	2	5
Ich bin traurig, schlecht gelaunt	4	7	5	3	3	4
Ich habe Angst	3	4	3	3	1	4
Anderes	3	3	5	2	4	3
Weiß nicht, keine Angabe	12	11	16	9	12	12

Frage: Und wie fühlst du dich üblicherweise, nachdem du ferngesehen, gestreamt oder dir Kurzvideos im Internet angesehen hast? Nenne die 3 Aussagen, die dein Gefühl da am besten beschreiben.

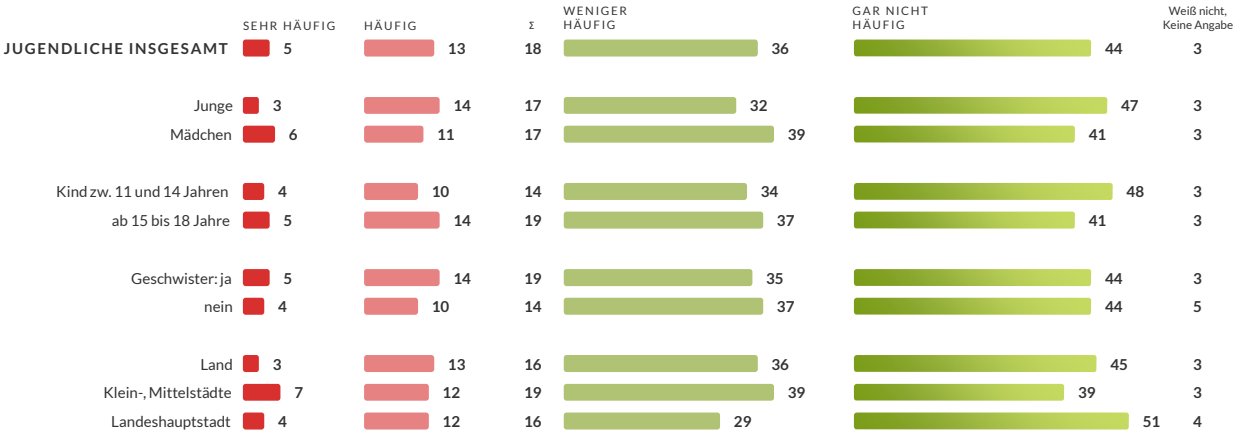
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Negative Gefühlslage durch Bewegtbilder

Education Group

Negative Gefühle treten bei Jugendlichen nach dem Schauen von Bewegtbildern nur selten auf!



Frage: Wie häufig kommt es vor, dass du dich nach dem Fernsehen, Streaming, Ansehen von Kurzvideos schlecht fühlst? Würdest du sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

FERNSEHEN 47

Kapitel 6

Lesen

Freude am Lesen

Education Group

Die Hälfte der Jugendlichen liest gerne!

	LESE SEHR GERNE	GERNE	∑	NICHT SO GERNE	GAR NICHT GERNE	ÜBERHAUPT NIE	weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	17	32	49	26	13	9	3
2023	25	27	52	22	14	10	3
2021	21	29	50	26	14	9	2
2019	21	29	50	24	14	9	3
2017	26	31	57	20	18	5	1
2015	25	36	61	17	15	4	2
2013	26	26	52	14	26	7	1
2011	24	27	51	19	24	5	1
2008	16	21	37	16	40	5	2
Junge	11	29	40	26	17	12	5
Mädchen	22	36	58	26	9	7	1
Kind zw. 11 und 14 Jahren	21	36	57	22	10	7	3
ab 15 bis 18 Jahre	14	30	44	29	14	11	3
Geschwister: ja	18	32	50	26	11	9	2
nein	11	32	43	26	17	9	6

Frage: Kommen wir nun zum Thema Bücher bzw. Zeitschriften. Wie gerne liest du generell?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

LESEN 49

Normale vs. digitale Bücher

Basis: Jugendliche, die „sehr gerne" bis „nicht so gerne" lesen

Education Group

Jugendliche bevorzugen weiterhin „normale" Bücher – inzwischen greifen junge Menschen aber häufiger auch auf digitale Bücher zurück!

	NORMALE BÜCHER	DIGITALE	IN ETWA GLEICH	weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE, DIE SEHR GERNE/GERNE/ NICHT SO GERNE LESEN (75%=100%)	62	14	17	7
2023	69	16	13	2
2021	72	16	9	3
2019	71	13	10	6
2017	83	7	8	2
2015	81	8	7	4
Junge	58	16	17	9
Mädchen	67	12	16	5
Kind zw. 11 und 14 Jahren	72	12	12	5
ab 15 bis 18 Jahre	56	16	20	8
Geschwister: ja	65	13	16	6
nein	55	18	18	9
Land	62	13	19	6
Klein-, Mittelstädte	60	16	16	8
Landeshauptstadt	70	13	10	7

Frage: Was liest du häufiger, normale Bücher oder Bücher in digitaler Form?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die sehr gerne/gerne/nicht so gerne lesen (75%=100%)

LESEN 50

Einsatz digitaler Schulbücher

Basis: Jugendliche, die „sehr gerne“ bis „nicht so gerne“ lesen

Die Hälfte der Jugendlichen empfindet den Einsatz von digitalen Schulbüchern als wichtig!

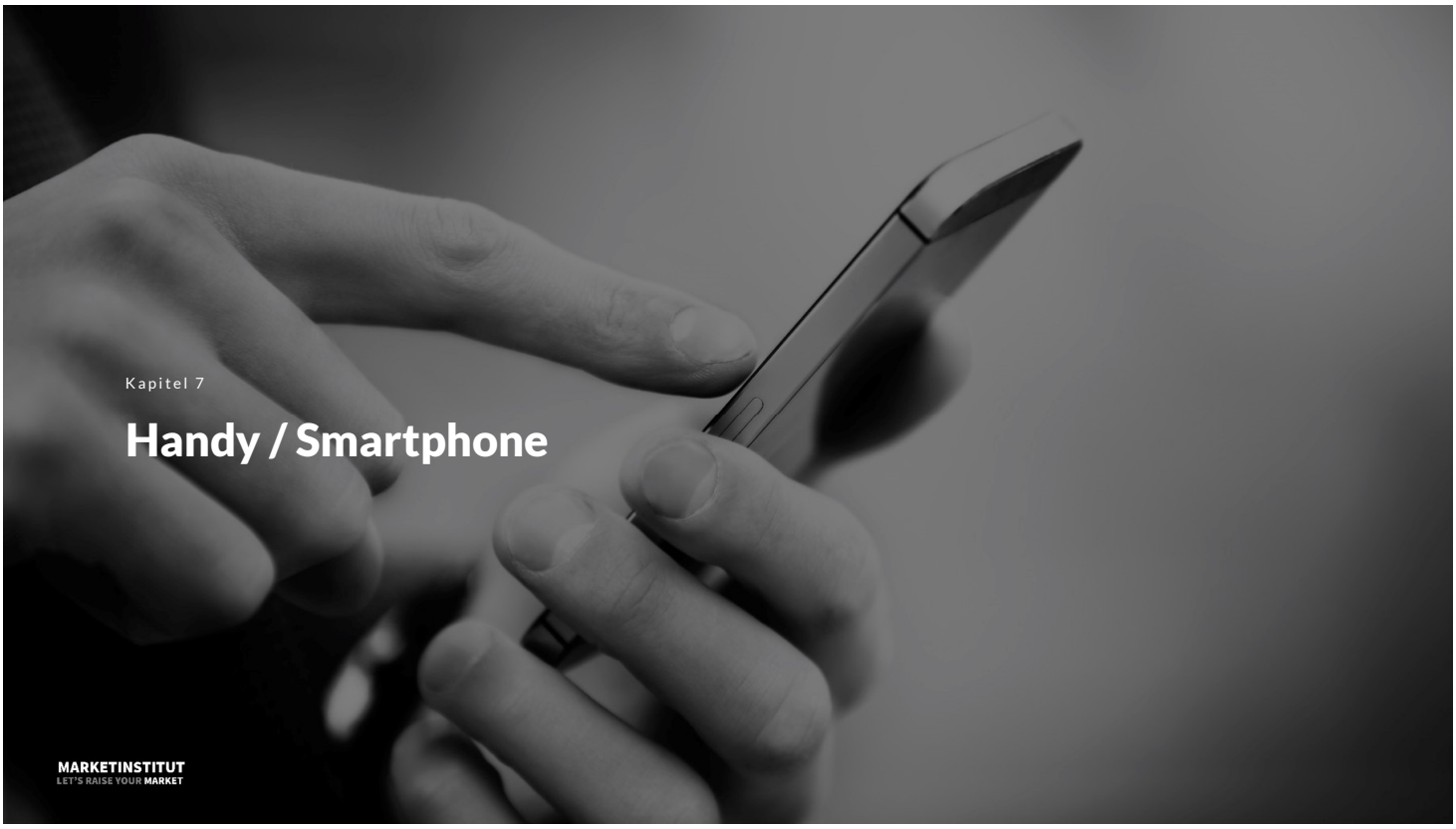
	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE, DIE SEHR GERNE/GERNE/ NICHT SO GERNE LESEN (75%=100%)	14	39	53	27	15	4
2023	21	35	56	24	15	4
2021	22	33	55	24	18	4
2019	18	29	47	24	25	4
2017	14	23	37	29	28	5
Vergleich Eltern	21	36	57	27	15	1
2023	17	34	51	29	15	5
2021	19	35	54	33	10	4
2019	14	40	54	29	15	2
2017	12	29	41	37	19	3
Junge	13	45	58	24	13	4
Mädchen	15	33	48	30	17	5
Kind zw. 11 und 14 Jahren	14	34	48	35	12	4
ab 15 bis 18 Jahre	14	42	56	22	17	4
Geschwister: ja	13	40	53	28	15	4
nein	16	37	53	26	17	5
Land	16	33	49	28	17	6
Klein-, Mittelstädte	10	46	56	28	13	2
Landeshauptstadt	19	39	58	20	16	6

Frage: Wie wichtig ist es für dich, dass im Unterricht digitale Schulbücher, also z.B. eine App, bei der du ein gewohntes Schulbuch auch auf dem Computer oder dem Tablet samt Bildern sehen und lesen kannst, eingesetzt werden? Der Einsatz von digitalen Schulbüchern im Unterricht ist für Dich -

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die sehr gerne/gerne/nicht so gerne lesen (75%=100%)

LESEN 51



Häufig genutzte Smartphone-Funktionen I

Platz 1 – 14

Education Group

Die Smartphones sind breit im Einsatz – Internetsurfen und WhatsApp stehen aber weiterhin ganz oben auf der Liste!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahre	ab 15 bis 18 Jahre
Internet surfen	69	71	63	63	63	70	69	63	73
Über WhatsApp kommunizieren	67	74	75	78	76	63	71	67	67
Bilder verschicken*	63	36	27	32	40	60	67	64	62
Fotografieren	57	68	65	69	68	49	64	59	55
Telefonieren	55	66	62	66	63	50	60	57	53
Musik hören	54	66	58	59	69	48	60	57	52
Fernsehen, Filme/Videos schauen	49	39	30	33	38	45	53	53	47
YouTube oder ähnliche Kanäle	47	60	63	69	68	46	47	50	44
Wecker einstellen, Wecken lassen	42	53	49	49	49	36	48	34	48
Handygames/ Smartphonegames spielen	35	44	45	39	40	37	33	43	30
E-Mails lesen	31	38	31	28	31	31	31	25	36
Nachrichten auf sozialen Netzwerken posten (z.B. auf facebook)	30	32	28	31	36	30	30	22	35
Streamen (z.B. Spotify, Napster, Netflix, Maxdome)	29	41	38	41	24	23	34	23	33
Videos aufnehmen	27	33	30	30	30	19	33	25	28

* wurde im Trend als „Bilder, MMS verschicken" abgefragt

Frage: Hier siehst du verschiedene Funktionen, die ein Smartphone/Handy haben kann. Welche dieser Funktionen nutzt du besonders häufig?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Häufig genutzte Smartphone-Funktionen II

Platz 15 – 25

Education Group

Radio hören zählt zu den weniger häufig genutzten Smartphone-Funktionen!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahre	ab 15 bis 18 Jahre
Videofonieren	26	32	25	21	17	20	32	27	26
E-Mails verschicken	24	30	25	21	27	24	24	17	29
Bestellungen oder Einkäufe über das Internet am Handy/ Smartphone	23	26	23	25	14	20	26	12	30
Adressen speichern	17	21	13	11	25	19	15	14	19
SMS verschicken	17	28	28	30	44	18	17	19	16
Selfies verschicken oder ins Internet stellen	16	27	27	30	26	12	20	12	19
Navigationsdienste nutzen	15	20	19	21	15	14	17	8	20
QR-Code einlesen	14	22	14	7	4	13	15	11	16
Auf einer Karte etwas suchen	12	20	19	18	*)	12	13	9	14
Radio hören	9	12	14	12	26	10	7	9	8
Zu meinem Standort etwas suchen	6	12	15	13	*)	5	7	6	7
anderes	0	0	0	1	0	0	1	1	0
Weiß nicht / Keine Angabe	3	1	2	2	3	3	2	2	3

*) wurde nicht erhoben

Frage: Hier siehst du verschiedene Funktionen, die ein Smartphone/Handy haben kann. Welche dieser Funktionen nutzt du besonders häufig?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Einstellung zum Handyverbot an Schulen

Education Group

Die Mehrheit der Jugendlichen kann sich mit einem Handyverbot in den Schulen anfreunden – vor allem jüngere Kinder!

	EIN HANDYVERBOT AN SCHULEN IST ABSOLUT SINNVOLL	IST EHER SINNVOLL	Σ	IST EHER ÜBERFLÜSSIG	IST ABSOLUT ÜBERFLÜSSIG	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	26	34	60	23	13	4
Vergleich Eltern	48	35	83	11	5	1
Junge	29	28	57	25	16	3
Mädchen	24	39	63	21	12	4
Kind zw. 11 und 14 Jahren	32	34	66	21	9	4
ab 15 bis 18 Jahre	22	34	56	24	16	3
Geschwister: ja	25	35	60	24	12	4
nein	28	31	59	21	17	2
Land	28	35	63	20	14	3
Klein-, Mittelstädte	24	35	59	27	12	3
Landeshauptstadt	22	32	54	25	14	7

Frage: Wie stehst du zu einem Handyverbot (inkl. Verbot von Smartwatches) in der Schule, abseits der gezielten Nutzung von Handys in der Unterrichtszeit. Würdest du sagen –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

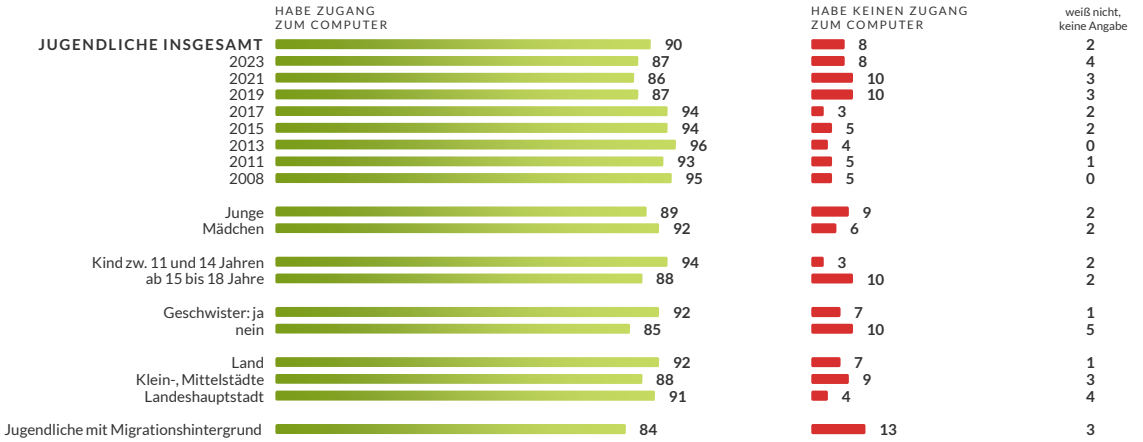
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

HANDY / SMARTPHONE 55

Verbreitung von Computern

Education Group

9 von 10 Jugendlichen haben Zugang zu einem Computer!



Frage: Kommen wir zum Thema Computer. Bitte bei den nächsten Fragen, immer wenn von Computern gesprochen wird, auch an Laptop und Tablets denken. Hast du Zugang zu einem Computer – egal ob in der Schule, zu Hause oder bei Freund:innen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

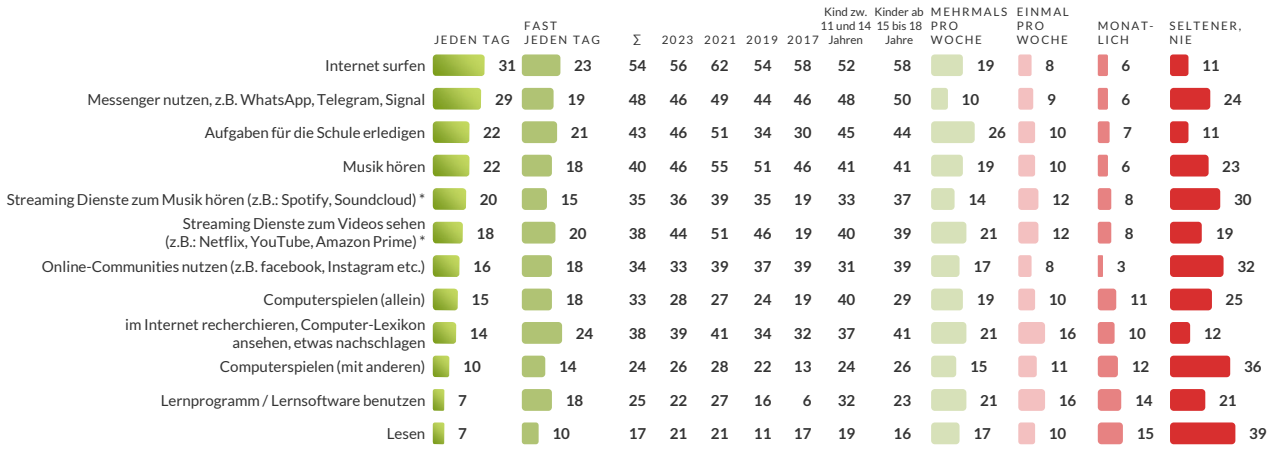
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Die häufigsten Aktivitäten am Computer I

Basis: Jugendliche mit Computerzugang, Platz 1 – 13

Education Group

Die Computer-Tätigkeiten sind breit gefächert – und liegen auf ähnlichem Niveau wie 2023.



* wurde im Trend (bis 2019) zusammen abgefragt

Frage: Hier siehst du verschiedene Aktivitäten, die man mit dem Computer machen kann. Wie häufig benutzt du den Computer für diese Dinge?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Zugang zu einem Computer haben (90%=100%)

Die häufigsten Aktivitäten am Computer II

Basis: Jugendliche mit Computerzugang, Platz 13 - 24

Education Group

Webseitengestaltung oder Musik bearbeiten zählen kaum zu den Computer-Tätigkeiten.

	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	Σ	2023	2021	2019	2017	Kind zw. 11 und 14 Jahren	Kinder ab 15 bis 18 Jahre	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	MONAT-LICH	SELTENER, NIE
Bilder/Filme bearbeiten / erstellen / veröffentlichen	6	9	15	12	12	11	10	14	16	12	7	10	53
E-Mails schreiben	6	13	19	20	22	16	12	17	21	17	19	16	27
Texte schreiben	6	14	20	21	25	22	10	16	24	16	17	17	26
Programmieren, Coding (z.B. LEGO Mindstorms oder Scratch)	6	7	13	9	12	*)	*)	11	15	8	6	9	60
mit dem Computer malen / Grafiken erstellen	5	8	13	10	11	8	5	16	13	10	12	13	47
Auf einer Karte etwas suchen	5	7	12	11	12	9	*)	13	12	17	11	13	42
Musik / Videos downloaden	4	9	13	17	18	18	11	13	13	14	13	7	51
selbst Musik machen	4	6	10	9	7	6	3	8	11	8	7	8	64
Zu meinem Standort etwas suchen	4	9	13	10	12	9	*)	90	93	14	7	16	50
Webseitengestaltungen	3	8	11	7	8	7	*)	7	14	10	6	8	61
Musik bearbeiten / schneiden / veröffentlichen	1	4	5	9	8	7	5	6	5	11	8	5	65

*) wurde nicht erhoben

Frage: Hier siehst du verschiedene Aktivitäten, die man mit dem Computer machen kann. Wie häufig benutzt du den Computer für diese Dinge?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Zugang zu einem Computer haben (90%=100%)

COMPUTER 59

Nutzung von Lernprogrammen/LernApps

Education Group

Kaum Veränderung bei der Nutzung von Lernprogrammen.

	ZU HAUSE	BEI FREUND:INNEN	IN DER SCHULE	ANDERES	VERWENDE NIE LERNPROGRAMME	weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	41	9	31	1	16	1
2023	41	5	29	0	19	5
2021	41	6	33	1	17	3
2019	36	3	31	0	24	5
2017	33	4	22	1	32	7
2015	26	2	24	1	41	6
2013	25	1	19	1	50	4
2011	21	3	23	1	50	2
2008	19	0	18	1	55	7
Junge	36	11	28	0	23	2
Mädchen	45	8	34	2	10	1
Kind zw. 11 und 14 Jahren	42	8	39	1	9	0
ab 15 bis 18 Jahre	39	10	26	1	21	2
Geschwister: ja	40	9	32	1	16	2
nein	44	11	29	0	16	0
Land	39	9	30	1	20	1
Klein-, Mittelstädte	43	12	28	1	15	1
Landeshauptstadt	31	3	48	0	17	0

Frage: Kommen wir zu Lernprogrammen bzw. LernApps: Wo verwendest du überwiegend Lernprogramme bzw. LernApps?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

COMPUTER 60

Interesse an Lernprogrammen/LernApps

Basis: Jugendliche, die Lernprogramme/LernApps verwenden

Education Group

Die Mehrheit der Jugendlichen nutzt die Lernprogramme gerne!

JUGENDLICHE, DIE LERNPROGRAMME/LERNAPPS VERWENDEN (82%=100%)		2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
sehr gerne	12	15	17	22	14	13	10	8	8	10	14	16	9
gerne	52	50	47	48	53	53	51	49	39	49	54	49	55
nicht so gerne	28	28	31	25	26	31	30	34	29	32	26	29	28
gar nicht gerne	6	4	4	4	5	0	6	5	20	7	5	5	7
keine Angabe	1	2	1	1	1	3	2	3	3	2	1	2	1

Frage: So alles in allem: Wie gerne verwendest du Lernprogramme bzw. LernApps?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Lernprogramme/LernApps verwenden (82%=100%)

COMPUTER 61

Gedanken zu YouTube-Vorschlägen

Education Group

4 von 10 Jugendlichen haben sich schon Gedanken über YouTube-Vorschläge gemacht – tendenziell eher ältere Jugendliche!

	JA, DARÜBER HABE ICH MIR SCHON GEDANKEN GEMACHT	NEIN, DARÜBER HABE ICH NOCH NICHT NACHGEDACHT	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	42	50	8
Junge	41	49	10
Mädchen	42	52	6
Kind zw. 11 und 14 Jahren	36	56	8
ab 15 bis 18 Jahre	45	46	8
Geschwister: ja	43	49	9
nein	38	55	6
Land	42	49	8
Klein-, Mittelstädte	45	50	5
Landeshauptstadt	39	49	12

Frage: Hast du dich schon einmal gefragt, wer eigentlich die Videos vorschlägt, die dir auf YouTube empfohlen werden oder nicht? Wer entscheidet, welche Videos dort erscheinen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

INTERNET 63

Überprüfen von Internet-Informationen

Education Group

Jugendliche greifen weiterhin auf vertrauenswürdige Seiten und Quer-Checks zurück, um Informationen zu überprüfen!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Ich suche meist auf Seiten, von denen ich weiß, dass die Informationen auch stimmen	52	61	60	60	50	55	57	49
Ich vergleiche mehrere Informationsquellen	42	54	50	51	41	44	32	49
Ich frage meine Familie, Freunde oder andere Personen	34	38	40	39	33	35	40	30
Bei ungewöhnlichen Bildern achte ich auf mögliche Manipulationen	23	22	21	18	24	22	16	28
Bei neuen Nachrichten prüfe ich renommierte Nachrichten-Seiten, um nicht auf Falschmeldungen (Fake News) zu stoßen	21	18	17	16	23	19	15	25
Anderes	0	0	0	0	1	0	1	0
Weiß nicht, keine Angabe	8	6	6	7	9	8	10	7

Frage: Im Internet erhält man ja oft mehrere Informationen zu einem Thema. Wie gehst du dann vor, um die für dich wesentliche Information zu erkennen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

INTERNET 64

Vertrauliche Daten im Internet

Education Group

Weiterhin gilt: Die eigene Adresse, Handynummer oder Uhrzeiten, wann die Eltern zuhause sind, sollen nicht online verfügbar sein!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Meine Adresse	73	74	71	74	67	79	78	69
Meine Handynummer	69	70	69	69	65	74	76	65
Uhrzeiten, wann meine Eltern nicht zuhause sind	68	70	68	69	66	71	72	65
Wo ich gerade bin (Meinen Standort)	61	66	68	66	57	66	66	58
Meine Noten in der Schule	55	59	58	56	57	53	58	52
Fotos von mir	54	47	45	34	50	59	62	49
Wo ich in die Schule gehe	53	51	49	46	45	61	62	48
Meine Emailadresse	53	52	43	42	53	53	63	46
Was meine Eltern beruflich machen	51	55	48	50	53	49	61	43
Meinen Geburtstag	41	38	35	31	41	41	50	34
Mein Alter	38	36	33	28	35	42	50	31
Wer meine Freunde bzw. Freundinnen sind	36	40	36	30	38	36	40	34
Meinen Skype-Namen	30	35	27	26	27	33	36	26
Benutzername in Communities	29	30	26	21	28	30	31	27
Was ich gerne mache, meine Hobbys	25	26	24	22	23	27	27	23
Anderes	1	1	1	1	1	1	1	1
Weiß nicht, keine Angabe	6	8	6	5	7	5	5	6

Frage: Und welche Informationen über dich möchtest du geheim halten und soll man nicht im Internet finden können?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

INTERNET 65

Nutzung der Social-Media-Kanäle

Education Group

Freund:innen und Bekannte stehen bei der Nutzung von Social-Media-Kanälen weiterhin im Fokus der Jugendlichen!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Ich folge Freunden bzw. Freundinnen und Bekannten, die ich persönlich kenne	67	74	88	88	64	69	60	71
Ich folge Prominenten und Stars (wie auch YouTuber:innen, e-Gamer:innen, Blogger:innen, ...)	46	58	65	65	45	48	37	53
Ich kommentiere / like Fotos / Videos	39	50	67	66	33	44	29	45
Ich poste selber Fotos und Videos	28	38	54	61	24	33	19	35
Ich folge Firmen, Vereinen, Marken	27	29	29	30	24	29	24	29
Ich versuche, möglichst viele Follower zu bekommen	8	10	15	16	8	8	4	10
Anderes	2	1	0	0	2	2	3	1
Nutze nichts davon	13	8	3	4	16	10	18	9

Frage: Wenn du an Instagram, YouTube, Snapchat usw. denkst, wie nutzt du diese Social-Media-Kanäle?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

INTERNET 66

Kapitel 10

Online vs. offline Spiele

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Nutzungsdauer von Computerspielen

Education Group

Die durchschnittliche Computerspielzeit liegt ähnlich wie in den letzten Jahren!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
bis zu 30 Minuten	14	18	14	15	17	19	18	17	16
30 bis 60 Minuten	25	22	21	17	17	17	20	18	18
1 bis 3 Stunden	29	26	26	21	17	19	17	13	13*
mehr als 3 Stunden	8	8	10	8	7	5	6	6	13*
	Ø 82 Minuten	Ø 79 Min	Ø 84 Min	Ø 81 Min	Ø 74 Min	Ø 72 Min	Ø 70 Min	Ø 69 Min	
Spiele nur am Wochenende, in den Ferien	9	9	10	13	14	14	13	18	15
Spiele überhaupt nicht	11	14	17	23	24	20	23	22	31
keine Angabe	5	3	3	3	3	6	3	6	6

* Trend: mehr als 60 Minuten

Frage: Kommen wir zu Computerspielen. Bitte bei den nächsten Fragen auch an Spiele auf Spielkonsolen, Handys, Smartphones und Tablets denken. Wie lange spielst du durchschnittlich Computer- oder Konsolenspiele pro Tag?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Spielhäufigkeiten auf den Endgeräten

Basis: Jugendliche, die Computerspiele spielen

Neben dem Smartphone werden vor allem Computer für die Online-Spielwelt genutzt.

	COMPUTER, LAPTOP	2023	HANDY/ SMARTPHONE	2023	TABLET/IPAD	2023	PSP, NINTENDO DS	2023	SPIELKONSOLE WIE SWITCH, PLAYSTATION, WII, ETC.	2023
jeden Tag	14	17	27	31	8	9	4	5	7	11
	34%		32%		55%		19%		14%	
fast jeden Tag	20	15	23	24	13	10	11	9	11	13
			50%		21%		15%		18%	24%
mehrmals pro woche	14	15	20	20	18	15	13	11	13	14
einmal pro Woche	16	13	12	11	14	10	10	10	13	12
seltener	15	22	10	10	16	20	18	21	18	20
nie	16	15	5	4	24	31	33	36	29	24
weiß nicht, keine Angabe	4	3	1	1	8	6	11	7	9	7

Frage: Wie oft spielst du auf den einzelnen Geräten Spiele?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Computerspiele spielen (83%=100%)

Der tägliche Online-Spielkonsum

Online-Spiele werden von den Jugendlichen durchschnittlich 77 Minuten pro Tag gespielt!

	ONLINE	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Bis zu 30 Minuten	26	21	24	28	27	26
30 bis 60 Minuten	18	24	18	18	18	18
1 bis 3 Stunden	23	16	29	17	25	22
Mehr als 3 Stunden	6	9	8	4	3	8
Spiele nur am Wochenende, in den Ferien	8	8	7	9	10	7
Spiele überhaupt nicht	11	10	8	14	11	10
Weiß nicht, keine Angabe	9	0	9	10	8	10

Ø 77 Minuten

Frage: Wie viel Zeit verbringst du durchschnittlich pro Tag mit Online-Spielen (1), also digitalen Spielen, die du auf elektronischen Geräten wie PC, Tablet, Smartphones oder Spielekonsolen spielen kannst, und wie viel Zeit mit Offline-Spielen, also klassischen Spielen wie Brettspiele, Kartenspiele und Puzzles (2)?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Der tägliche Offline-Spielkonsum

Education Group

Aber auch Offline-Spiele erreichen eine durchschnittliche Spieldauer von etwas über einer Stunde pro Tag!

OFFLINE		VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Bis zu 30 Minuten	24	23	25	24	26	23
30 bis 60 Minuten	20	24	21	19	21	20
1 bis 3 Stunden	9	9	11	7	9	8
Mehr als 3 Stunden	5	6	6	3	2	6
	Ø 65 Minuten					
Spiele nur am Wochenende, in den Ferien	18	17	15	21	22	15
Spiele überhaupt nicht	18	10	16	20	14	20
Weiß nicht, keine Angabe	10	0	11	10	8	12

Frage: Wie viel Zeit verbringst du durchschnittlich pro Tag mit Online-Spielen (1), also digitalen Spielen, die du auf elektronischen Geräten wie PC, Tablet, Smartphones oder Spielekonsolen spielen kannst, und wie viel Zeit mit Offline-Spielen, also klassischen Spielen wie Brettspiele, Kartenspiele und Puzzles (2)?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Spaßfaktor: Online- vs. Offline-Spiele

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

Education Group

Im Direktvergleich: Online-Spiele werden von den Jugendlichen klar bevorzugt!

JUGENDLICHE, DIE ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELEN	Σ	AUF JEDEN FALL ONLINE-SPIELE	EHER ONLINE-SPIELE	BEIDE VARIANTEN SIND GLEICH GUT	EHER OFFLINE-SPIELE	AUF JEDEN FALL OFFLINE-SPIELE	Σ	Weiß nicht, Keine Angabe
	41	21	20	36	13	4	17	7
Vergleich Eltern	43	18	25	38	10	4	14	4
Junge	45	24	21	37	9	3	12	6
Mädchen	36	18	18	35	17	5	22	7
Kind zw. 11 und 14 Jahren	36	20	16	40	13	3	16	8
ab 15 bis 18 Jahren	46	23	23	32	12	5	17	6
Geschwister: ja	41	21	20	37	12	4	16	7
nein	40	21	19	32	16	6	22	6
Land	40	22	18	34	14	3	17	8
Klein-, Mittelstädte	41	22	19	36	14	3	17	6
Landeshauptstadt	42	19	23	34	13	6	19	5

Frage: Und welche der beiden Spiel-Varianten macht dir mehr Spaß, eher die Online-Variante oder die Offline-Variante?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

Spielhäufigkeit bei Online-Spielen

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

LernApps sind bei etwa der Hälfte der Jugendlichen zumindest einmal pro Woche im Einsatz!

	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	Σ	Vergleich Eltern	MONATLICH	SELTENER, NIE	Weiß nicht, keine Angabe
Simulations- und Bau-Spiele (z.B.: SimCity, Cities: Skylines, Minecraft,...)	8	7	14	14	43	57	9	35	12
Rollen-Spiele & Adventure (z.B.: Pokemon, World of Warcraft, Final Fantasy, Guild Wars,...)	7	7	12	10	36	42	8	41	16
Lern-Apps	7	11	17	13	48	64	12	29	11
Shooter-Spiele (z.B.: Counter-Strike, Overwatch, Call of Duty,...)	6	7	10	8	31	33	11	42	16
Jump and Run-Spiele (z.B.: Super Mario, Donkey Kong...)	6	8	13	11	38	51	16	33	13
Puzzle- und Rätselspiele (z.B.: Candy Crush, Tetris, Portal,...)	5	10	16	9	40	49	15	33	13
Battle-Spiele (z.B.: Fortnite, League of Legends,...)	4	6	13	13	36	41	10	40	15
Echtzeitstrategie-Spiele (z.B.: StarCraft, Age of Empires, Warcraft,...)	4	6	9	13	32	29	8	41	19
Rennspiele (z.B.: Mario Kart, Forza Horizon, Gran Turismo Sport,...)	4	8	16	15	43	54	18	29	10
Sportspiele (z.B.: FIFA, Madden NFL, NBA 2K,...)	4	7	9	10	30	45	10	39	21
Kartenspiele und Brettspiele (z.B.: Hearthstone, Gwent, Tabletop Simulator,...)	4	7	10	10	31	41	14	40	15
Survival-Spiele (z.B.: ARK: Survival Evolved, Rust, DayZ,...)	3	5	9	10	27	26	10	44	18
Virtual Reality (VR) Spiele (z.B.: Beat Saber, Half-Life: Alyx,...)	2	6	10	5	23	23	8	49	20

Frage: Wie häufig spielst du die folgenden Spiele online?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 73

Spielpartner in der Online-Welt

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

Rollen-Spiele, Puzzle und Lern-Apps werden eher alleine genutzt – Battle-Spiele hingegen eher mit Freund:innen!

	ALLEINE	Vergleich Eltern	MIT JEMANDEM AUS DER FAMILIE	Vergleich Eltern	MIT FREUNDEN / FREUNDINNEN	Vergleich Eltern	MIT SPIELERN, DIE GERADE ONLINE SIND	Vergleich Eltern
Rollen-Spiele & Adventure (z.B.: Pokemon, World of Warcraft, Final Fantasy, Guild Wars,...)	40	35	25	33	26	43	9	12
Shooter-Spiele (z.B.: Counter-Strike, Overwatch, Call of Duty,...)	20	27	23	35	37	53	13	14
Battle-Spiele (z.B.: Fortnite, League of Legends,...)	24	18	20	34	45	60	14	16
Echtzeitstrategie-Spiele (z.B.: StarCraft, Age of Empires, Warcraft,...)	22	24	24	34	34	49	12	12
Survival-Spiele (z.B.: ARK: Survival Evolved, Rust, DayZ,...)	22	29	20	38	33	39	7	13
Rennspiele (z.B.: Mario Kart, Forza Horizon, Gran Turismo Sport,...)	36	28	30	47	34	51	8	5
Sportspiele (z.B.: FIFA, Madden NFL, NBA 2K,...)	30	26	30	44	32	52	8	7
Kartenspiele und Brettspiele (z.B.: Hearthstone, Gwent, Tabletop Simulator,...)	28	32	32	46	31	47	5	4
Puzzle- und Rätselspiele (z.B.: Candy Crush, Tetris, Portal,...)	40	48	23	43	20	24	6	9
Simulations- und Bau-Spiele (z.B.: SimCity, Cities: Skylines, Minecraft,...)	38	37	29	39	29	45	6	9
Virtual Reality (VR) Spiele (z.B.: Beat Saber, Half-Life: Alyx,...)	24	29	22	38	29	44	8	9
Jump and Run-Spiele (z.B.: Super Mario, Donkey Kong...)	36	40	31	51	28	40	4	4
Lern-Apps	50	59	22	33	18	20	4	4

Frage: Und mit wem spielst du die Spiele?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 74

Gefühlslage nach Online-Spielen

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

Education Group

Die Jugendlichen fühlen sich nach Online-Spielen überwiegend gut gelaunt und entspannt!

	JUGENDLICHE, DIE ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELEN	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
Ich bin fröhlich, gut gelaunt	39	35	33	46	41	38
Ich bin entspannt, kann damit gut abschalten	37	34	37	36	36	37
Ich fühle mich positiv, freue mich auf den Rest des Tages	25	26	23	27	25	25
Ich kann Ärger, den ich in der Schule oder mit Freundinnen/Freunden hatte, gut vergessen	21	16	23	19	17	25
Ich freue mich auf Bewegung, Sport	19	33	18	21	26	14
Ich fühle mich energiegeladen, voller Energie	17	15	18	17	17	17
Ich fühle mich müde, erschöpft	15	11	13	17	17	13
Ich habe ein schlechtes Gewissen	12	7	11	12	9	14
Ich bin verärgert	8	8	9	6	6	9
Ich fühle mich nicht so wohl, mache mir Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	3	8	3	2	3	2
Ich habe Angst	2	4	2	1	2	2
Ich bin traurig, schlecht gelaunt	1	8	1	0	1	0
Anderes	2	2	3	2	3	2
Weiß nicht, keine Angabe	6	7	7	6	6	7

Frage: Und wie fühlst du dich üblicherweise, nachdem du am Computer, Tablet, Smartphone oder Spielkonsole gespielt hast? Nenne die 3 Aussagen, die dein Gefühl da am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 75

Häufigkeit des Unwohlseins nach Online-Spielen

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

Education Group

Negative Gefühle nach Online-Spielen treten bei den Jugendlichen nur selten auf!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Σ	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE, DIE ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELEN	3	13	16	35	46	81	4
Vergleich Eltern	4	17	21	34	44	78	2
Junge	2	12	14	41	43	84	2
Mädchen	3	14	17	28	49	77	6
Kind zw. 11 und 14 Jahren	3	10	13	34	50	84	3
ab 15 bis 18 Jahren	2	15	17	35	43	78	4
Geschwister: ja	2	15	17	36	44	80	3
nein	5	7	12	30	53	83	5
Land	2	12	14	40	42	82	4
Klein-, Mittelstädte	4	15	19	32	46	78	4
Landeshauptstadt	3	8	11	25	62	87	2

Frage: Wie häufig kommt es vor, dass du dich nach dem Spielen schlecht fühlst? Würdest du sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 76

Wissensstand der Eltern über die Online-Spiele

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

Beim Großteil der Jugendlichen sind den Eltern die Spiele ihrer Kinder zumindest teilweise bekannt – besonders bei den Jüngeren!

JUGENDLICHE, DIE ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELEN	JA, SIE KENNEN ALLE SPIELE, DIE ICH SPIELE	SIE KENNEN NUR MANCHE SPIELE, DIE ICH SPIELE	NEIN, SIE WISSEN NICHT, WELCHE SPIELE ICH SPIELE	Weiß nicht, Keine Angabe
	50	32	13	5
Junge	46	38	12	3
Mädchen	53	26	14	7
Kind zw. 11 und 14 Jahren	64	25	6	6
ab 15 bis 18 Jahre	39	38	19	5
Geschwister: ja	51	32	12	5
nein	46	33	15	5
Land	53	27	12	7
Klein-, Mittelstädte	44	37	14	4
Landeshauptstadt	54	30	13	3

Frage: Wissen deine Eltern, welche Spiele zu spielst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 77

Aussagen zu Online-Spielen

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

Die Jugendlichen spielen, wenn ihnen langweilig ist, und haben einfach Spaß an Online-Spielen!

	STIMME VOLL UND GANZ ZU	STIMME EHER ZU	Σ	Vergleich Eltern	STIMME WENIGER ZU	STIMME GAR NICHT ZU	Σ	Vergleich Eltern	Weiß nicht, Keine Angabe
Ich spiele oft aus Langeweile	39	34	73	55	14	10	24	39	3
Mir machen Online-Spiele einfach Spaß	29	41	70	66	14	12	26	29	3
Wenn ich spiele, motiviert mich das z.B. ins nächste Level zu kommen	22	43	65	55	14	18	32	37	4
Manche Spiele muss man einfach spielen, um mitreden zu können	16	36	52	46	22	22	44	46	3
Mir ist wichtig, dass ich bei Online-Spielen richtig gut bin	14	30	44	41	23	31	54	50	3
Ich spiele manchmal auch nachts, wenn ich eigentlich schlafen sollte	13	27	40	27	21	37	58	63	3
Ich habe manchmal das Gefühl, dass ich gar nicht aufhören kann zu spielen	13	26	39	35	29	30	59	58	3
Bei Online-Spielen kann ich Probleme lösen, kreativ sein	13	37	50	44	23	24	47	46	3
Online-Spiele sind für mich eine Belohnung	13	35	48	37	22	27	49	53	3
Wenn ich ein paar Tage keine Online-Spiele spielen kann, fehlt mir dies richtig	10	29	39	30	24	33	57	61	3
Ich habe Angst, dass bei Online-Spielen unerwartete Kosten entstehen	9	28	37	33	23	37	60	57	3
Wenn meine Eltern wüssten, wie viel ich wirklich spiele, gäbe es Ärger	8	19	27	63	26	44	70	31	3
Wenn meine Eltern wüssten, mit wem ich wirklich spiele, gäbe es Ärger	8	17	25	66	19	53	72	28	3
Ich habe mich bei Online-Spielen in bestimmten Situationen bereits gefürchtet	6	18	24	20	26	48	74	67	3
In Online-Spielen findet man leichter Freunde als in der Schule	4	25	29	24	32	36	68	65	2

*) bei Eltern anders abgefragt

Frage: Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen rund um Online-Spiele zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 78

Verbreitung von kostenpflichtigen Online-Spielen

Basis: Jugendliche, die Online- und Offline-Spiele spielen

4 von 10 Jugendlichen – vor allem die Burschen – spielen auch kostenpflichtige Online-Spiele!

	JA, SPIELE MIT EINMAL-KOSTEN BEIM KAUF	JA, SPIELE MIT REGELMÄßIGEN KOSTEN DURCH EIN ABONNEMENT	JA, MIT IN-GAME-KÄUFEN FÜR BONUS FUNKTIONEN	Σ	NEIN, ICH SPIELE NUR KOSTENFREIE SPIELE	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE, DIE ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELEN	18	10	16	44	53	5
Vergleich Eltern	16	17	17	50	53	3
Junge	23	13	17	53	49	3
Mädchen	14	7	15	36	58	8
Kind zw. 11 und 14 Jahren	16	6	13	35	59	6
ab 15 bis 18 Jahren	20	13	18	51	49	5
Geschwister: ja	18	10	17	45	54	4
nein	18	10	14	42	50	9
Land	20	8	15	43	54	8
Klein-, Mittelstädte	15	14	16	45	52	5
Landeshauptstadt	23	6	19	48	55	2

Frage: Spielst du manchmal auch Online-Spiele, die etwas kosten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Online- oder Offline-Spiele spielen

Monatliche Kosten für Online-Spiele

Basis: Jugendliche, die kostenpflichtige Online-Spiele spielen

Jugendliche, die kostenpflichtige Online-Spielen spielen, geben durchschnittlich 18€ pro Monat aus!

	JUGENDLICHE, DIE KOSTENPFLICHTIGE ONLINE-SPIELE SPIELEN	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Bis zu Euro 10,-	42	30	38	47	34	46
Bis zu Euro 20,-	18	17	19	16	31	11
Bis zu Euro 30,-	10	15	12	8	7	11
Bis zu Euro 40,-	9	14	12	5	7	10
Bis zu Euro 50,-	2	8	4	0	0	3
Bis zu Euro 100,-	3	5	4	3	7	2
Mehr als Euro 100,-	3	1	4	3	3	3
	Ø 18 EURO	Ø 22 EURO				
Weiß nicht, keine Angabe	12	10	8	18	10	13

Frage: Wie viel Geld hast du da im letzten Monat in etwa ausgegeben?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die kostenpflichtige Online-Spiele spielen

Kenntnisse von Alexa, Siri, Cortana & Co

Education Group

Alexa, Siri, Cortana & Co sind den Jugendlichen durchwegs bekannt und werden auch mehrheitlich schon eingesetzt!

	JA, HABE DAVON GEHÖRT UND SIE AUCH SCHON BENUTZT	HABE DAVON GEHÖRT, SIE ABER NOCH NICHT BENUTZT	NEIN, KENNE ICH NICHT	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	57	34	6	3
Vergleich Eltern	57	32	9	2
Junge	50	39	7	4
Mädchen	63	30	5	2
Kind zw. 11 und 14 Jahren	53	38	7	1
ab 15 bis 18 Jahren	59	31	6	4
Geschwister: ja	59	34	5	3
nein	50	35	11	4
Land	60	32	4	3
Klein-, Mittelstädte	53	35	8	4
Landeshauptstadt	51	38	10	1

Frage: Hast du schon einmal von Systemen wie Alexa, Siri, Cortana usw. gehört bzw. selber schon Erfahrungen damit gemacht oder noch nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Sprachassistenten statt Menschen: Komfort oder Unbehagen?

Basis: Jugendliche, die Systeme wie Alexa & Co nutzen

Sprachassistenten werden von den Jugendlichen als lustig und praktisch angesehen – und von einem Viertel auch als ganz normal!

	JUGENDLICHE, DIE SYSTEME WIE ALEXA & CO NUTZEN (57%=100%)	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Ist lustig, einmal etwas anderes	38	34	40	35	46	32
Ist einfach praktisch	34	34	32	36	37	32
Fühlt sich ganz normal an	27	35	28	26	26	27
Ist ärgerlich, weil mich der Sprachassistent oft nicht versteht	14	14	13	15	11	16
Ich mache mir Sorgen, dass der Sprachassistent immer zuhört, wenn ich rede	9	16	8	10	6	11
Anderes	0	0	1	0	0	1
Weiß nicht, keine Angabe	1	5	1	1	1	1

Frage: Wie fühlst du dich dabei mit einem Sprachassistenten wie Alexa, Siri, Cortana zu sprechen anstatt mit einem Menschen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die Systeme wie Alexa & Co nutzen (57%=100%)

Sprachassistenten als Lern- & Problemlösungstools im Alltag

Die Mehrheit der Jugendlichen sieht Sprachassistenten als Hilfestellung im Alltag!

	AUF JEDEN FALL	EHER SCHON	Σ	EHER WENIGER	SICHER NICHT	Σ	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	14	41	55	30	8	38	8
Vergleich Eltern*	16	43	59	27	10	37	4
Junge	12	42	54	30	9	39	8
Mädchen	15	40	55	30	7	37	8
Kind zw. 11 und 14 Jahren	13	41	54	28	9	37	8
ab 15 bis 18 Jahre	14	41	55	31	7	38	7
Geschwister: ja	16	44	60	25	7	32	8
nein	7	32	39	45	10	55	6
Land	14	40	54	33	8	41	5
Klein-, Mittelstädte	12	42	54	29	7	36	11
Landeshauptstadt	20	39	59	22	10	32	9

* bei Eltern mit KI abgefragt

Frage: Glaubst du, dass uns solche Systeme helfen können, Dinge zu lernen oder Probleme im Alltag zu lösen oder eher nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

ChatGPT/KI – Bekanntheit & Nutzung

Education Group

Die Bekanntheit von KI-Systemen wie z.B. ChatGPT ist spürbar gestiegen!

	JA, HABE ICH AUCH BEREITS GENUTZT	JA, HABE SCHON DAVON GEHÖRT, ABER NOCH NICHT GENUTZT	Σ	NEIN, IST MIR NEU	Weiß nicht, Keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	59	29	88	10	3
2023	24	45	69	25	6
Junge	56	32	88	7	5
Mädchen	61	26	87	12	1
Kind zw. 11 und 14 Jahren	54	33	87	11	2
ab 15 bis 18 Jahren	61	27	88	9	3
Geschwister: ja	61	28	89	8	2
nein	50	32	82	14	4
Land	62	28	90	7	3
Klein-, Mittelstädte	52	34	86	11	3
Landeshauptstadt	61	23	84	14	1

Frage: Kennst du Künstliche Intelligenz und KI-Systeme, wie z.B. ChatGPT etc.?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 85

Nutzungshäufigkeit der KI-Systeme

Basis: KI Nutzer:innen

Education Group

KI-Systeme werden häufiger für schulische als für private Zwecke eingesetzt!

	TÄGLICH	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	SELTENER	NIE	weiß nicht, keine Angabe
VOR ALLEM FÜR SCHULISCHE ZWECKE (Recherche, Schulaufgaben, Referate)	17	18	25	19	11	5	7
Vergleich Eltern	7	13	23	26	17	12	3
zwischen 11 und 14 Jahren	14	17	25	23	11	3	8
ab 15 bis 18 Jahre	18	18	25	17	10	6	6
Junge	13	21	23	21	12	4	5
Mädchen	20	14	25	17	9	5	8
VOR ALLEM FÜR PRIVATE ZWECKE (Bildbearbeitung, My AI, ...)	11	14	20	16	11	16	11
Vergleich Eltern	9	18	10	19	17	15	12
zwischen 11 und 14 Jahren	11	13	12	21	15	15	14
ab 15 bis 18 Jahre	11	15	25	14	9	16	10
Junge	12	13	21	19	9	15	10
Mädchen	10	15	19	14	13	16	12

Frage: Wie oft nutzt du KI-Systeme für schulische Zwecke wie z.B. zur Recherche, für Schulaufgaben, Referate, etc.? Und wie oft für private Zwecke wie z.B. Bildbearbeitung, myAI, ...?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** KI Nutzer:innen (59%=100%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 86

Verwendungsmotive für den Einsatz von KI-Systemen

Basis: KI Nutzer:innen

Infosuche und Begriffserklärung sind für Jugendliche besonders spannende KI-Funktionen!

	KI NUTZER:INNEN (59%=100%)	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Infosuche	63	40	61	65	66	61
Erklärung von Begriffen	61	39	59	63	58	62
Texte schreiben	43	34	46	41	37	46
Übersetzungen von Texten	37	21	32	40	39	35
Fehler ausbessern	36	32	35	37	32	38
Komplette Lösungen	34	29	29	39	33	34
Erstellung von Zusammenfassungen	30	11	28	32	23	34
Mathematische Aufgaben	29	29	23	35	24	32
Bilder erstellen	24	21	21	27	16	30
Bilderbearbeitung, Fotosuche	18	19	17	19	13	21
Feedback	11	7	11	11	7	13
Videos erstellen	8	18	10	6	8	8
Anderes	3	2	4	3	3	3
Weiß nicht, keine Angabe	3	6	4	3	5	2

Frage: Wofür verwendest du KI-Systeme?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** KI Nutzer:innen (59%=100%)

Genutzte KI-Systeme

Basis: KI Nutzer:innen

Siri ist bei Jugendlichen weit verbreitet.

	KI NUTZER:INNEN (59%=100%)	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Apple Siri	28	20	25	30	16	36
Snapchat „My AI“	23	22	20	25	21	25
Google Gemini	22	20	23	21	27	19
Google Lens	21	23	19	22	16	23
DeepL	13	5	8	18	8	16
Grammarly	9	8	5	12	6	11
Midjourney	2	9	2	3	3	2
DALL E	2	4	3	2	3	2
Craiyon	1	2	0	1	1	1
Anderes	27	14	30	24	28	26
Weiß nicht, keine Angabe	15	18	17	13	20	11

Frage: Welche KI-Systeme nutzt du?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** KI Nutzer:innen (59%=100%)

Wahrnehmung der KI im Detail

Education Group

Die Detailbeurteilung der KI durch die Jugendlichen fällt eher zurückhaltend aus – knapp die Hälfte der Jugendlichen geht aber davon aus, KI sinnvoll einsetzen zu können!

	VOLL UND GANZ	EHER SCHON	Σ	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre	EHER WENIGER	GAR NICHT	Weiß nicht, keine Angabe
Ich verwende KI im schulischen Alltag sehr gerne	17	28	45	37	50	22	13	20
Ich prüfe die KI-Ergebnisse und adaptiere sie gegebenenfalls, bevor ich sie weiter verwende	16	30	46	39	50	23	13	19
Ich weiß, wie ich KI verantwortungsbewusst und sinnvoll einsetzen kann	16	32	48	43	52	21	12	18
Ich kenne mich bei KI schon gut aus	13	30	43	35	49	30	14	13
Ich verwende KI für private Anwendungen außerhalb der Schule sehr gerne	13	26	39	33	43	26	19	16
Ich fühle mich bei der Anwendung von KI recht sicher und weiß, welchen Ergebnissen ich vertrauen kann	12	32	44	41	48	27	14	14
Ich hätte gerne mehr Unterstützung, um KI-Systeme sinnvoll einzusetzen	10	28	38	39	38	29	15	18
Den Ergebnissen, die die KI liefert, kann man grundsätzlich vertrauen	9	43	52	45	57	24	9	15
Bisher hatte mir die KI noch keine falschen Ergebnisse geliefert	8	26	34	30	37	23	21	22
Ich bin mir bei den KI-Ergebnissen oft unsicher und verzichte dann darauf	6	27	33	35	32	30	21	15

Frage: Hier haben wir nun verschiedene Aussagen rund um KI für Dich. Wie sehr stimmst Du diesen Aussagen zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 89

Chancen für die KI im Schuleinsatz

Basis: Kenner von ChatGPT/KI

Education Group

Rund zwei Drittel der Jugendlichen verwenden KI/ChatGPT, um sich einen Überblick zu verschaffen, in der Vorbereitung von Referaten und um sich einfach Zeit zu sparen.

	AUF JEDEN FALL	EHER SCHON	Σ	EHER WENIGER	GAR NICHT	Weiß nicht, Keine Angabe
Kann helfen, um einen Überblick zu einem Thema zu erhalten und Ideen zu finden	31	36	67	13	8	12
Hilft mir bei der Vorbereitung von Referaten	30	32	62	17	8	13
Ist eine super Möglichkeit, um Zeit zu sparen	28	41	69	13	5	13
Hilft mir, meine Schulaufgaben zu erledigen	21	32	53	24	11	12
Kann helfen, die eigenen Einschätzungen zu überprüfen	17	33	50	21	11	19
Ist eine wichtige Vorbereitung auf das Arbeitsleben, braucht man später auch im beruflichen Alltag	14	36	50	24	13	14
Anderes	17	15	32	12	14	42

Frage: Welche Chancen siehst du beim Einsatz von KI-Systemen in der Schule?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Kenner von ChatGPT/KI (88%=100%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 90

KI-Einsatz in der Schule

Education Group

Der Einsatz von KI ist in den Schulen noch wenig Thema!

	JUGENDLICHE INSGESAMT	VERGLEICH ELTERN	JUGENDLICHE - Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
KI und der Einsatz von KI-Tools ist an unserer Schule noch kein Thema	30	23	30	30	38	24
Die Nutzung von KI-Systemen ist an unserer Schule grundsätzlich erlaubt und wird vereinzelt bzw. von einzelnen Lehrkräften im Unterricht eingesetzt	26	25	26	26	21	30
Die Nutzung von KI-Systemen ist an unserer Schule verboten	17	16	19	15	16	18
KI-Systeme werden regelmäßig im Unterricht in verschiedensten Fächern bzw. von Lehrkräften eingesetzt	6	8	5	7	5	6
Weiß nicht, keine Angabe	21	29	19	22	19	22

Frage: Kommen wir zu KI in der Schule. Wie wird an eurer Schule der KI-Einsatz gehandhabt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 91

Beurteilung von KI-Systemen: Chance oder Gefahr?

Education Group

Zwei Drittel der Jugendlichen betrachten den Einsatz von KI als Chance!

	AUF JEDEN FALL EINE CHANCE	EHER SCHON EINE CHANCE	Σ	EHER EINE GEFAHR	EINDEUTIG EINE GEFAHR	Σ	Weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	22	45	67	17	7	24	10
Vergleich Eltern	15	42	57	25	11	36	7
Junge	23	42	65	20	7	27	8
Mädchen	21	47	68	14	6	30	12
Kind zw. 11 und 14 Jahren	21	44	65	13	8	21	14
ab 15 bis 18 Jahre	22	45	67	19	6	25	7
Geschwister: ja	24	45	69	16	5	21	10
nein	14	43	57	21	12	33	10
Land	25	44	69	16	6	22	8
Klein-, Mittelstädte	17	50	67	18	6	24	9
Landeshauptstadt	25	35	60	16	6	22	19

Frage: Wie siehst du den Einsatz von KI? Sind KI-Systeme so alles in allem -

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 92

Bedeutung einer verantwortungsbewussten KI-Nutzung

Education Group

Drei Viertel der Jugendlichen stufen eine gute Vorbereitung auf die sinnvolle Nutzung von KI als wichtig ein!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	Weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE INSGESAMT	33	41	74	14	6	5
Vergleich Eltern	45	31	76	17	4	3
Junge	31	45	76	15	5	4
Mädchen	36	39	75	12	7	7
Kind zw. 11 und 14 Jahren	35	39	74	11	6	8
ab 15 bis 18 Jahre	32	43	75	15	6	4
Geschwister: ja	35	43	78	12	6	5
nein	28	37	65	20	9	6
Land	35	43	78	13	5	4
Klein-, Mittelstädte	30	43	73	12	8	8
Landeshauptstadt	36	38	74	14	7	4

Frage: Wie wichtig ist für dich, dass du auf eine verantwortungsbewusste, sinnvolle Nutzung von KI vorbereitet wirst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 93

Ihr Ansprechpartner

Education Group

Prok. Dr. David Pfarrhofer

Tel. +43 732 2555 401
Mobil +43 664 225 51 67
Mail d.pfarrhofer@market.at

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

Education Group

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend

aus dem Blickwinkel der Eltern

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die EDUCATION GROUP GmbH

Inhaltlicher Überblick

Education Group

1. Aufgabenstellung & methodischer Aufbau	Chart 4
2. Freizeitverhalten & Medienrelevanz	Chart 6 bis 12
3. Ausstattung an technischen Geräten	Chart 14 bis 21
4. (Digitale) Kommunikation	Chart 23 bis 43
5. Fernsehen	Chart 45 bis 51
6. Lesen	Chart 53 bis 58
7. Handy / Smartphone	Chart 60 bis 61
8. Computer	Chart 63 bis 65
9. Internet	Chart 67 bis 74
10. Online vs. offline Spiele	Chart 76 bis 86
11. Sprachassistenten & KI im Alltag	Chart 88 bis 103

KAPITEL 1

Aufgabenstellung & methodischer Aufbau

Aufgabenstellung

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die neuerliche Auslotung der Medienkompetenz bei oberösterreichischen Jugendlichen. Als Zielgruppe der Erhebung wurden Jugendliche in Oberösterreich zwischen 11 und 18 Jahren definiert, berücksichtigt wurden weiters Eltern von Kindern im Alter zwischen 11 und 18 Jahren sowie Pädagog:innen an NMS und AHS.

Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und besonders detailliert auf die Nutzung von TV, Computer, Internet, Handy und – als Schwerpunkt 2025 – Onlinespiele eingegangen. In gegenständlicher Chartserie wird die Medienkompetenz der Jugendlichen aus Sicht der Eltern dargestellt. Inzwischen ist eine Trendreihe von fast zwei Jahrzehnten verfügbar – die erste große Jugendmedienstudie wurde im Jahr 2007 durchgeführt.

Zielgruppe

Eltern von Kindern im Alter zwischen 11 und 18 Jahren

Befragungsart

Hybrid-Befragung aus Online-Interviews im MARKET Online-Panel und persönliche Interviews durch geschulte und kontrollierte Interviewer:innen des MARKET Instituts

Befragungszeitraum

31. März bis 30. Juni 2025

Auswertungsbasis

Eltern insgesamt n=300
maximale statistische Schwankungsbreite +/- 5,8 Prozent

Freizeitaktivitäten der Jugendlichen I

gestützt, Platz 1 bis 16

Education Group

Aus Sicht der Eltern verbringen die Jugendlichen ihre Freizeit mit Freund:innen, Familie und Hausaufgaben!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	VERGLEICH JUGENDLICHE	DAS KIND IST - 11 bis 14 Jahre	15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
mit Freund:innen treffen	69	73	73	63	74	63	70	69
Hausaufgaben machen, lernen	69	75	78	50	76	62	74	62
mit der Familie, den Eltern Zeit verbringen	68	69	74	56	73	62	73	63
DVDs, YouTube schauen	67	53	53	53	66	67	72	61
am Computer, Tablet, Handy, Smartphone etc. etwas machen	65	79	78	57	64	59	67	64
Musik hören*	65	18	27	49	64	62	72	55
Zeit mit dem Freund / der Freundin verbringen	63	56	58	61	64	59	64	61
Spielen am Computer, Tablet, Handy, Smartphone, Spielkonsolen, etc.	61	66	74	64	63	58	55	69
ausruhen, entspannen	60	69	65	71	61	60	63	57
fernsehen	60	61	73	53	62	60	65	53
telefonieren am Handy/ Smartphone	58	53	61	40	60	49	64	51
Kommunizieren mit WhatsApp, facebook, SMS	57	62	74	52	55	60	60	54
Sport treiben	51	62	52	48	55	44	45	58
Im Internet surfen oder mit dem Internet etwas machen (chatten, Facebook)	46	55	68	40	40	54	50	40
mit (Haus)Tieren beschäftigen	44	47	44	34	42	47	48	39
ins Kino gehen	43	39	27	35	42	44	47	37

* wurde im Trend als „CDs, MP3 anhören" abgefragt

Frage: Mit welchen Aktivitäten verbringt Ihr Sohn/Ihre Tochter seine/ihre Freizeit, egal, ob er/sie etwas häufig oder selten macht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Freizeitaktivitäten der Jugendlichen II

gestützt, Platz 17 bis 29

Education Group

Lesen zählt hingegen weiterhin eher seltener zu den Freizeitaktivitäten der Jugendlichen.

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	VERGLEICH JUGENDLICHE	DAS KIND IST - 11 bis 14 Jahre	15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
kreativ sein, z.B.: etwas malen	38	34	36	26	37	39	52	21
gedruckte Bücher lesen	36	42	43	34	36	34	43	27
Lernprogramme benutzen (auch Apps)	32	33	27	21	35	24	31	32
mit der Jugendgruppe treffen, sich in einem Verein engagieren	28	31	19	19	33	26	26	31
Radio hören	22	25	33	18	22	20	23	19
singen, tanzen	21	19	26	16	20	20	30	10
abends weggehen	20	22	13	27	12	33	24	16
Comics / Mangas lesen	17	8	13	13	18	16	18	16
Hörspiele, Hörbücher anhören	17	13	18	11	20	12	18	16
selbst Musik machen	17	20	20	13	17	18	20	14
eBooks, digitale Bücher lesen	14	8	12	12	16	14	18	9
Zeitung lesen, anschauen	14	8	12	8	16	11	14	13
Zeitschriften / Magazine lesen	13	14	15	8	15	10	14	13

Frage: Mit welchen Aktivitäten verbringt Ihr Sohn/Ihre Tochter seine/ihre Freizeit, egal, ob er/sie etwas häufig oder selten macht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Vorbilder der Jugendlichen

Education Group

Aus Sicht der Eltern orientieren sich die Jugendlichen vor allem an Personen aus dem Familienkreis – aber auch Sportler:innen und Influencer werden häufig als Vorbilder genannt.

	ELTERN INSGESAMT	VERGLEICH JUGENDLICHE	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Familie, also z.B. Eltern oder andere Verwandte	29	26	29	30	26	32
Sport, z.B. Fußballerinnen und Fußballer, Skifahrerinnen und Skifahrer, etc.	25	20	29	21	16	37
YouTube, Social Media, z.B. Influencer & Blogger	25	21	27	21	28	23
Musik, also z.B. Musikerinnen und Musiker, Bands etc.	20	14	21	18	24	16
Serien, Filmen	19	20	21	15	19	20
Freundeskreis, also deine Freundinnen und Freunde	17	17	18	14	18	16
Büchern	14	10	13	14	16	11
Computerspielen	13	6	11	15	12	13
Anderes	1	0	1	1	0	2
Nein, hat kein(e) Vorbild(er)	18	24	16	21	21	14
Weiß nicht, keine Angabe	9	5	8	8	9	9

Frage: Hat Ihr Kind eine Person oder Figur, die es besonders begeistert, die ein Vorbild für Ihr Kind ist? Also Figuren/Helden/Personen aus...-

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Einfluss der Medien auf das Familienleben

Education Group

Der Einfluss der Medien auf das Familienleben wird als etwas weniger groß als zuletzt beschrieben – und liegt wieder in etwa auf dem Vor-Pandemie-Niveau.

	SEHR GROSS	GROß	∑	WENIGER GROß	GAR NICHT GROSS	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	14	38	52	38	9	1
2023	12	50	62	32	6	0
2021	16	42	58	35	4	3
2019	9	46	55	41	3	1
2017	6	38	44	46	7	3
2015	10	40	50	31	19	0
2013	12	35	47	39	10	3
2011	10	31	41	45	15	0
2008	4	26	30	50	13	7
bis 44 Jahre	13	34	47	45	6	2
45 Jahre und älter	15	43	58	29	13	0
Pflichtschule	16	33	49	43	9	0
weiterführende Schule ohne Matura	12	38	50	40	9	1
Matura, Universität	16	46	62	29	9	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	13	35	48	45	7	0
ab 15 bis 18 Jahre	16	39	55	32	11	2
Mädchen	15	35	50	40	9	1
Junge	13	43	56	34	9	0

Frage: Wie groß ist der Einfluss der Medien auf Ihr Familienleben, können Sie dies ungefähr abschätzen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 9

Auswirkung der Medien auf das Familienleben im Detail I

gestützt, Platz 1 bis 12

Education Group

Aber: Die Bedeutung der sozialen Medien hat spürbar zugenommen!

	TRIFFT SEHR ZU	2023	2021	2019	TRIFFT EHER ZU	TRIFFT WENIGER ZU	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU
Mein Sohn/Meine Tochter hat einen eigenen Web 2.0 Account (z.B. auf Facebook, Instagram...)	45	34	37	39	28	9	18
Mein Sohn / meine Tochter schafft es eine längere Zeit, sich zu konzentrieren (z. B. bei Hausaufgaben)	44	43	39	44	39	14	3
Ich interessiere mich dafür, was mein Sohn/meine Tochter im Internet macht	43	42	42	48	38	16	3
Bei uns läuft am Abend fast immer der Fernseher	27	31	43	33	33	26	15
Wir informieren uns oft gemeinsam im Internet über verschiedene Themen	24	12	20	19	34	30	12
Wir machen oft gemeinsame Fernsehabende	20	9	20	14	38	30	12
Wenn ich Probleme mit dem Computer habe, kann mir mein Sohn / meine Tochter meist helfen	20	20	21	20	29	31	20
Ich ärgere mich oft, dass mein Kind so viel Zeit mit dem Computer verbringt/verbringen möchte	19	22	20	18	31	29	21
Ich ärgere mich oft, dass mein Kind so viel Computer spielt/Computer spielen möchte	18	16	20	15	33	23	25
Mein Sohn / meine Tochter schaut oft Programme, von denen er / sie etwas lernen kann	18	10	17	11	38	36	8
Durch Medien kann sich mein Sohn / meine Tochter viel an Wissen aneignen	18	9	17	19	48	28	6
Ich habe den Eindruck, dass langes Fernsehen oder Computerspielen meinen Sohn / meine Tochter unruhig macht	18	12	18	15	37	28	18

Frage: Hier einige Aussagen rund um Medien. Machen Sie Angaben, je nachdem, ob diese Auswirkungen auf Sie bzw. Ihre Familie sehr, eher, weniger oder überhaupt nicht zutreffen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 10

Auswirkung der Medien auf das Familienleben im Detail II

gestützt, Platz 13 bis 24

Education Group

Die Auswirkungen der unterschiedlichen Medien auf das Familienleben sind nun tendenziell wieder stärker spürbar.

	TRIFFT SEHR ZU	2023	2021	2019	TRIFFT EHER ZU	TRIFFT WENIGER ZU	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU
Mein Sohn / meine Tochter schaltet nur selten den Computer oder den Fernseher von sich aus ein	17	7	16	12	26	36	20
Durch Fernsehen und Computerspielen kommt es bei meinem Sohn / meine Tochter oft zu einer Reizüberflutung	16	9	11	10	31	32	22
Mein Sohn / meine Tochter macht oft Sprüche oder Verhaltensweisen vom Fernsehen , YouTube oder Kurzvideos nach	14	9	8	10	34	30	21
Durch die vielen verschiedenen Medien kommt die gemeinsame Zeit mit der Familie oft zu kurz	13	10	11	7	32	33	21
Langes Computerspielen macht meinen Sohn / meine Tochter aggressiv	10	8	12	10	22	30	38
Ich ärgere mich oft, dass mein Sohn / meine Tochter so viel fernsieht / fernsehen möchte	9	5	12	11	29	32	29
Am Wochenende sehen wir lieber fern als etwas zu unternehmen, z.B. einen Ausflug	9	3	6	4	21	31	39
Der Tagesablauf der Kinder wird vom Fernsehprogramm und den verfügbaren Inhalten auf YouTube sowie von Kurzvideos bestimmt	9	2	4	4	27	27	37
Wir spielen häufig gemeinsam Computer- bzw. Konsolenspiele	9	1	7	2	17	34	40
Familienfeiern werden oft durch Handyläuten gestört	8	3	11	3	20	30	43
Wir lesen oft gemeinsam die Tageszeitung	8	2	5	5	22	20	50
Die Handyrechnung ist bei uns häufig ein Diskussionspunkt	7	2	5	3	16	18	59

Frage: Hier einige Aussagen rund um Medien. Machen Sie Angaben, je nachdem, ob diese Auswirkungen auf Sie bzw. Ihre Familie sehr, eher, weniger oder überhaupt nicht zutreffen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 11

Einschätzungen der Kosten von digitalen Medien

Monatliche Kosten im HH in Euro

Education Group

Die Eltern schätzen die monatlichen Kosten für Handy, Internet und TV auf etwa Euro 125,-.

	2025	2023	2021	2019	2017
Laufende Kosten für alle Handy/Smartphone im HH pro Monat:	56,40 €	47,89 €	59,25 €	56,53 €	42,32 €
Laufende Kosten für alle Internet im HH pro Monat:	40,71 €	31,48 €	39,73 €	28,45 €	26,05 €
Laufende Kosten für alle TV im HH pro Monat:	29,64 €	22,34 €	26,09 €	25,16 €	25,92 €
SUMME:	**126,01 €**	**101,71 €**	**125,07 €**	**110,14 €**	**94,29 €**

Frage: Wenn Sie eine Abschätzung vornehmen, wie viel in Ihrem Haushalt pro Monat in etwa für digitale Medien im laufenden Betrieb, also ohne Anschaffungskosten, ausgegeben wird – was würden Sie schätzen, auf welche Kosten kommen Sie da?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Euro – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 12

Haushaltsausstattung an elektrischen/ elektronischen Geräten

Education Group

Smartphones, Computer und Fernseher gehören in (fast) allen oberösterreichischen Haushalten einfach dazu!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023	DAS KIND IST - 11 bis 14 Jahre	15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Handy, Smartphone	95	99	96	95	92	92	96	93	93	97
Computer, Laptop	91	95	94	95	88	89	92	91	92	91
Fernseher	88	91	92	96	87	89	87	88	89	87
Tablet	73	80	70	69	69	70	71	73	78	67
Radio	63	76	75	81	54	67	61	64	63	63
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	62	55	73	72	48	63	59	66	60	65
Tragbare Spielkonsolen (Gameboy, PSP, Nintendo DS)	53	45	47	47	45	50	56	48	54	52
Smartwatch	51	48	34	23	44	35	51	49	51	52
Fotoapparat, Digitalkamera	48	71	69	86	46	65	44	48	51	43
DVD-Player	41	55	64	74	39	52	41	37	40	41
Stereoanlage, CD-Player	41	65	59	73	37	52	40	41	46	36
Tageszeitung	35	40	38	44	34	41	33	37	38	32
digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	35	23	27	*)	33	20	33	37	36	35
eBook Reader	30	27	34	39	22	31	27	36	27	32

*) wurde nicht erhoben

Frage: Kommen wir nun zu den Geräten bei Ihnen zu Hause. Hier sehen Sie verschiedene elektrische und elektronische Geräte bzw. Funktionen – welche davon haben Sie zuhause?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Bedeutung eines vertrauten Umgangs mit elektrischen/ elektronischen Geräten

Education Group

Die Hälfte der Eltern hält einen vertrauten Umgang ihrer Kinder mit PCs und Handys für besonders wichtig!

	SEHR WICHTIG	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	WICHTIG	WENIGER WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG
Computer, Laptop	50	58	62	55	57	59	52	58	56	35	11	4
Handy, Smartphone*	47	52	51	47	36	40	23	32	32	41	9	2
Tageszeitung	38	31	42	23	29	38	26	41	51	44	14	4
Tablet	37	36	40	34	24	38	5	*)	*)	46	13	4
Radio	35	35	33	29	32	46	20	32	33	38	22	4
eBook Reader	32	31	44	16	10	24	*)	*)	*)	39	22	8
Fernseher	25	26	25	27	22	25	20	26	24	38	29	8
Fotoapparat, Digitalkamera	24	21	31	30	22	40	19	24	27	38	29	9
Stereoanlage, CD-Player	24	17	32	21	15	29	13	22	28	37	27	13
Tragbare Spielkonsolen (Gameboy, PSP, Nintendo DS)	17	5	17	7	6	30	7	12	19	24	46	13
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	17	7	17	12	11	20	8	17	23	29	37	18
digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	17	4	26	*)	*)	*)	*)	*)	*)	42	30	10
DVD-Player	16	11	22	18	14	24	12	21	26	31	35	18
Smartwatch	14	11	36	5	*)	*)	*)	*)	*)	35	35	16

* wurde im Trend (bis inkl. 2017) getrennt abgefragt, Trendzahlen beziehen sich auf „Smartphone" *) wurde nicht erhoben

Frage: Wie wichtig ist es für Sie persönlich, dass Ihr Sohn / Ihre Tochter mit dem Umgang mit derartigen Geräten vertraut ist?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 15

Anreizwirkung einer Kinder-Smartwatch

Education Group

Der Anteil der Smartwatch-Skeptiker:innen ist spürbar zurückgegangen!

	MEIN KIND BESITZT SO EINE SMARTWATCH	MEIN KIND BESITZT KEINE SMARTWATCH, ABER ICH KANN MIR VORSTELLEN, SO EINE UHR FÜR MEIN KIND ZU BESCHAFFEN	ICH MÖCHTE NICHT, DASS MEIN KIND EINE SMARTWATCH TRÄGT	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	23	37	27	13
2023	28	19	41	12
2021	17	29	40	14
2019	8	28	48	15
bis 44 Jahre	28	35	24	13
45 Jahre und älter	17	40	32	12
Pflichtschule	22	38	24	16
weiterführende Schule ohne Matura	19	45	22	14
Matura, Universität	31	23	40	7
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	25	36	28	12
ab 15 bis 18 Jahre	20	38	30	11
Mädchen	25	36	24	15
Junge	20	39	32	9

Frage: Mit einer Smartwatch können Sie immer feststellen, wo Ihr Kind gerade ist. Außerdem kann Ihr Kind Sie mit einem Knopfdruck schnell erreichen. Was sagen Sie zu so einer Smartwatch?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 16

Anmutung der Medien I

Education Group

Weiterhin gilt: Das Buch steht für Fantasie & hat eine positive Wirkung – auch wenn die Zustimmung etwas niedriger ausfällt!

	BUCH	2023	2021	SPIEL-KONSOLE	2023	2021	COMPUTER/ TABLET	2023	2021
fördert die Fantasie von Jugendlichen	65	81	75	25	14	19	26	22	27
ist lehrreich für Jugendliche	63	76	72	17	6	7	36	51	45
bietet Unterstützung für die Schule	57	72	67	10	2	4	55	69	61
liefert Gesprächsstoff	46	54	52	37	40	38	35	46	41
bietet Vorbilder	43	52	53	16	6	6	19	16	17
ist für Jugendliche spannend	37	36	33	57	65	61	48	61	55
vermittelt einen Eindruck vom wirklichen Leben	29	34	37	9	3	5	18	19	12
Jugendliche haben Spaß damit	24	29	25	65	80	75	57	71	65
ist für Jugendliche wichtig, um bei Freunden mitzureden	18	10	15	45	44	52	53	63	56
die Inhalte sind schwer kontrollierbar	8	5	7	32	21	29	40	45	37
vermittelt ungeeignete Dinge	7	10	12	40	36	33	39	35	24
hat Einfluss auf die Gewaltbereitschaft von Jugendlichen	6	7	6	52	60	58	36	42	35

Frage: Hier stehen verschiedene Aussagen, die auf Medien zutreffen können. Bitte geben Sie für jedes Gerät bzw. für jeden Gegenstand an, welche Aussagen ganz besonders darauf zutreffen. Auf ein Medium können alle Aussagen zutreffen oder auch keine einzige.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 17

Anmutung der Medien II

Education Group

„Musik" wurde bei „CD/MP3" hinzugefügt – dies zeigt Wirkung: Musik sorgt für Unterhaltung und Gesprächsstoff!

	INTERNET	2023	2021	MUSIK/ CD/MP3*	2023	2021	RADIO	2023	2021	TV/VIDEO/DVD/ STREAMING	2023	2021
fördert die Fantasie von Jugendlichen	26	23	33	27	14	10	14	9	11	21	17	22
ist lehrreich für Jugendliche	44	67	62	15	7	8	19	22	21	20	35	31
bietet Unterstützung für die Schule	53	80	72	9	4	5	10	10	6	15	17	19
liefert Gesprächsstoff	49	74	64	30	21	16	29	40	37	47	66	53
bietet Vorbilder	34	38	43	27	7	6	13	12	15	36	39	37
ist für Jugendliche spannend	51	71	67	28	20	12	10	9	9	45	57	51
vermittelt einen Eindruck vom wirklichen Leben	25	29	26	9	0	3	37	36	34	23	28	21
Jugendliche haben Spaß damit	52	72	73	43	30	31	16	13	18	48	56	59
ist für Jugendliche wichtig, um bei Freunden mitzureden	57	79	72	33	9	10	12	7	9	44	51	53
die Inhalte sind schwer kontrollierbar	61	84	79	12	6	4	10	12	7	28	36	30
vermittelt ungeeignete Dinge	58	71	68	11	5	6	11	13	8	38	46	41
hat Einfluss auf die Gewaltbereitschaft von Jugendlichen	48	69	61	10	9	5	8	4	4	41	44	40

* wurde im Trend als „CD/MP3 " abgefragt

Frage: Hier stehen verschiedene Aussagen, die auf Medien zutreffen können. Bitte geben Sie für jedes Gerät bzw. für jeden Gegenstand an, welche Aussagen ganz besonders darauf zutreffen. Auf ein Medium können alle Aussagen zutreffen oder auch keine einzige.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 18

Veränderungswunsch der Eltern beim Zeitbudget der Jugendlichen

Bei Fernsehen wurde 2025 auch „Streamen, Clips und Kurzvideos im Internet" ergänzt – damit reagieren die Eltern deutlich sensibler!

	ZU VIEL ZEIT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	GERADE RICHTIG	ZU WENIG ZEIT
Smartphone	49	55	58	56	49	33	*)	*)	46	6
Social-Media-Kanäle	40	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	53	7
Computer-, Handy- bzw. Konsolenspiele spielen	39	40	50	41	43	26	40	32	56	5
Fernsehen, Streamen, Clips und Kurzvideos im Internet ansehen*	32	11	22	20	23	32	38	37	62	5
Internet surfen	32	46	45	43	33	20	26	20	63	5
Computer allgemein	23	27	34	26	23	17	27	28	69	7
Musik hören	11	2	7	6	10	7	8	7	80	9
Bücher lesen	5	2	7	4	3	3	4	7	47	48
Hörspiele	4	0	3	1	1	2	4	1	62	34
Radio hören	4	1	3	1	5	2	7	6	58	38
Zeitung	3	3	3	3	3	1	4	5	47	50
Magazine, Zeitschriften	2	1	4	1	0	1	5	5	54	44

* wurde im Trend als „Fernsehen" abgefragt *) wurde nicht erhoben

Frage: So alles in allem: Wie beurteilen Sie den Zeitaufwand, den Ihr Sohn / Ihre Tochter mit den verschiedenen Medien verbringt. Würden Sie sagen, er/sie verbringt zu viel Zeit, gerade richtig viel Zeit oder zu wenig Zeit mit den verschiedenen Medien bzw. den dazugehörigen Aktivitäten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Die unverzichtbaren Geräte aus Elternsicht

Smartphones sind für die Eltern einfach nicht wegzudenken!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
Handy, Smartphone*	64	51	50	47	34	27	10	2	0
Fernseher	8	9	9	6	14	16	30	23	28
Computer, Laptop	7	4	5	8	6	19	16	23	13
Radio	3	9	2	6	4	7	7	3	8
Stereoanlage, CD-Player	3	1	0	0	0	0	0	0	1
Smartwatch	3	2	1	1	*)	*)	*)	*)	*)
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	2	2	2	1	0	0	0	1	1
Tageszeitung	2	4	1	3	11	1	3	5	4
Tablet	1	0	3	2	1	1	1	*)	*)
Fotoapparat, Digitalkamera	1	0	1	1	0	0	2	0	1
Tragbare Spielkonsolen (PSP, NintendoSwitch)	1	1	0	0	0	0	0	0	1
DVD-Player	0	0	0	1	0	0	1	2	1
Festnetz-Telefon	*)	0	0	1	3	5	2	7	8
Internetzugang	*)	11	18	15	13	7	5	5	3
eBook Reader	0	2	2	4	4	11	*)	*)	*)
digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	0	0	0	*)	*)	*)	*)	*)	*)
anderes	1	3	1	0	1	0	0	0	0
Keine Angabe	4	1	5	2	4	3	11	8	3

* wurde im Trend (bis inkl. 2017) getrennt abgefragt, Trendzahlen beziehen sich auf „Smartphone" *) wurde nicht erhoben

Frage: Auf welches dieser Geräte können Sie persönlich am allerwenigsten verzichten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Musik: Hörgewohnheiten

Education Group

Den Eltern ist bewusst, dass Jugendliche überwiegend über Streaming-Anbieter und YouTube Musik hören!

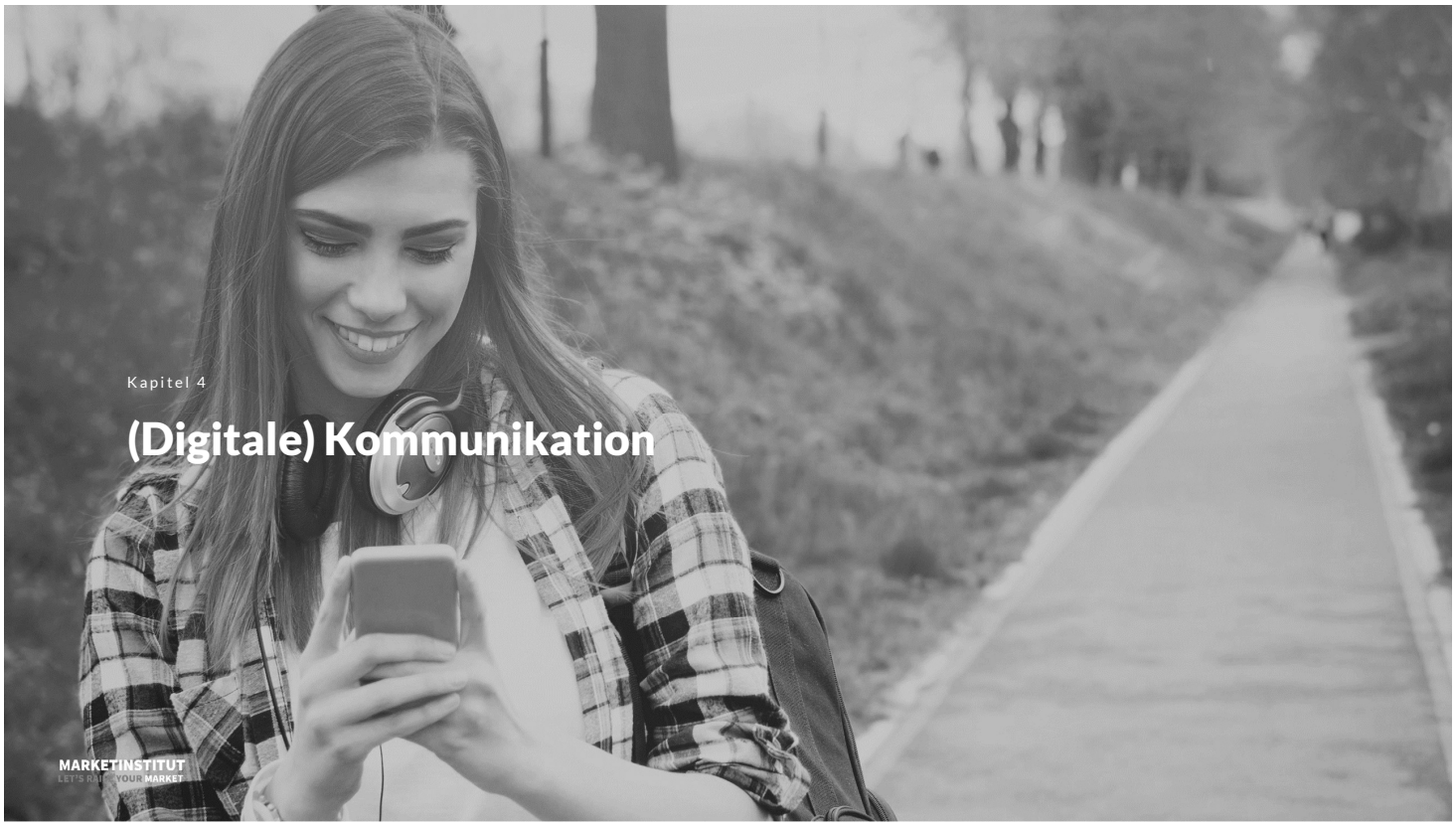
	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023
Musik über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Musik oder Amazon-Musik hören	58	57	43	26	56	56
Musik über YouTube	58	61	65	75	47	58
Musik hören über ein Radio	24	21	20	26	28	32
Radiosender im Internet (z.B. am Smartphone) hören	19	20	16	25	20	19
Podcast, Hörspiel hören	15	*)	*)	*)	17	*)
MP3 hören	14	13	12	19	12	16
CD hören	12	14	15	18	12	17
Anderes	1	2	2	2	3	2
Weiß nicht, keine Angabe	2	4	2	2	2	4

Frage: Kommen wir kurz zu Musik hören; man kann ja auf verschiedene Arten Musik hören – was davon macht Ihr Kind besonders häufig?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 21



Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

Physische Treffen bleiben für Freundschaften unverzichtbar!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht / keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	75	19	94	5	2	0
2023	78	19	97	2	0	0
Vergleich Jugendliche	57	34	91	6	2	2
2023	63	28	91	4	1	4
bis 44 Jahre	75	18	93	4	3	0
45 Jahre und älter	75	20	95	5	0	0
Pflichtschule	76	17	93	7	0	0
weiterführende Schule ohne Matura	75	19	94	3	3	0
Matura, Universität	74	20	94	5	1	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	75	18	93	4	2	0
ab 15 bis 18 Jahre	74	21	95	5	0	0
Mädchen	72	21	93	4	3	0
Junge	78	17	95	5	0	0

Frage: Wie schätzen Sie das ein: Wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass man sich physisch trifft und gemeinsam Zeit miteinander verbringt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 23

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

Die Bedeutung virtueller Treffen wird von den Eltern weiterhin eher unterschätzt!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht / keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	9	36	45	37	13	5
2023	13	35	48	38	13	1
Vergleich Jugendliche	16	41	57	33	8	2
2023	20	45	65	28	4	3
bis 44 Jahre	11	36	47	35	11	7
45 Jahre und älter	7	36	43	40	15	3
Pflichtschule	4	34	38	49	9	3
weiterführende Schule ohne Matura	11	34	45	31	16	8
Matura, Universität	10	40	50	35	13	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	8	38	46	37	11	6
ab 15 bis 18 Jahre	10	38	48	36	13	3
Mädchen	10	37	47	38	13	2
Junge	7	35	42	37	13	8

Frage: Und wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass man sich im Internet austauscht und häufig Nachrichten und Videos verschickt oder gemeinsam Online-Spiele spielt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 24

Bekanntheit & Nutzung der sozialen Netzwerke

Education Group

WhatsApp und YouTube bleiben bei den Eltern bei Bekanntheit und Nutzung (durch die Kinder) an der Spitze!

	ELTERN INSGESAMT	2023
WhatsApp	94	96
YouTube	91	94
Facebook	86	92
Instagram	79	84
TikTok	76	71
Snapchat	64	64
Pinterest	58	59
Telegram	49	45
Signal	32	45
Roblox	29	12
Twitch	20	9
Discord	19	8
Reddit	19	6
BeReal	11	*)
TenTen	3	*)
Andere	0	0
Benutze keine sozialen Netzwerke	1	0
Weiß nicht / Keine Angabe	0	1

	ELTERN INSGESAMT	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023
WhatsApp	79	87	81	86
YouTube	52	53	45	59
Instagram	39	46	51	55
Snapchat	39	43	46	53
TikTok	35	34	39	51
Facebook	22	21	24	24
Roblox	17	5	14	15
Pinterest	11	9	15	27
Telegram	7	5	3	6
Discord	5	3	8	17
Signal	3	6	4	7
BeReal	3	*)	3	*)
Twitch	2	1	4	12
Reddit	2	0	2	7
TenTen	0	*)	1	*)
Andere	0	0	1	0
Weiß nicht / Keine Angabe	2	2	6	2

Frage: Kommen wir zu sozialen Netzwerken. Hier sehen Sie verschiedene soziale Netzwerke, welche davon kennen Sie? Und bei welchen dieser sozialen Netzwerke ist Ihr Kind selbst aktiv?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Einschätzung der täglichen Nutzungsdauer

Basis: Jeweilige Nutzer:innen (Kinder)

Education Group

Die Schätzung der Nutzungsdauer ist sehr stabil.

	n=	BIS ZU 30 MINUTEN	2023	30 BIS 60 MINUTEN	Σ	1 BIS 3 STUNDEN	MEHR ALS 3 STUNDEN	Weiß nicht, keine Angabe
WhatsApp	235	48	46	30	78	11	4	7
Facebook	65	46	41	25	71	13	3	13
Instagram	114	38	35	27	65	14	6	15
Snapchat	115	34	41	27	61	27	5	7
YouTube	154	28	36	32	60	26	6	8
TikTok	104	26	41	34	60	20	12	9

Frage: Was schätzen Sie: Wie viel Zeit verbringt Ihr Kind in etwa pro Tag in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jeweilige Nutzer:innen (Kinder)

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken

Education Group

Eltern schätzen die Gesprächshäufigkeit über Erlebnisse in sozialen Netzwerken deutlich intensiver ein als die Jugendlichen selbst!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	weiß nicht / keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	24	39	63	27	9	2
2023	15	43	58	33	7	2
Vergleich Jugendliche	7	32	39	32	23	5
2023	11	25	36	40	22	2
bis 44 Jahre	23	45	68	21	8	4
45 Jahre und älter	24	33	57	33	9	1
Pflichtschule	23	36	59	32	8	2
weiterführende Schule ohne Matura	27	40	67	22	8	3
Matura, Universität	17	41	58	30	11	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	27	43	70	21	6	3
ab 15 bis 18 Jahre	17	38	55	32	12	2
Mädchen	24	40	64	24	8	3
Junge	23	37	60	30	9	1

Frage: Wie häufig sprechen Sie mit Ihrem Sohn / Ihrer Tochter über Dinge, die er/sie in verschiedenen Medien gesehen oder erlebt hat?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 27

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Schule

Education Group

Gespräche über soziale Netzwerke in Schulen nehmen aus Sicht der Eltern zu!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Σ	weiß nicht / keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	14	38	52	25	8	33	15
2023	9	18	27	35	9	44	28
Vergleich Jugendliche	5	35	40	34	18	52	8
2023	7	27	34	34	26	60	6
Vergleich Pädagogen	11	64	75	20	3	23	2
2023	17	56	73	22	3	25	2
bis 44 Jahre	17	41	58	21	6	27	15
45 Jahre und älter	10	34	44	31	10	41	16
Pflichtschule	10	31	41	23	11	34	25
weiterführende Schule ohne Matura	19	44	63	24		27	10
Matura, Universität	9	34	43	29	13	42	15
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	15	45	60	23	4	27	13
ab 15 bis 18 Jahre	11	34	45	26	11	37	18
Mädchen	11	36	47	30	6	36	17
Junge	17	40	57	19	10	29	14

Frage: Wie häufig wird in der Schule Ihres Kindes besprochen, was man in sozialen Netzwerken wie WhatsApp und Instagram so macht oder auch, was man da alles machen kann und was nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 28

Gefühlslage nach Aktivität in sozialen Netzwerken

Education Group

Die Eltern nehmen die Jugendlichen, nach Aktivitäten in den sozialen Netzwerken, überwiegend bewegungsfreudig, entspannt und gut gelaunt wahr.

	ELTERN INSGESAMT	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Mein Kind freut sich auf Bewegung, Sport	34	37	27	26	44
Mein Kind fühlt ist entspannt, kann damit gut abschalten	33	33	33	35	31
Mein Kind ist fröhlich, gut gelaunt	32	32	28	32	31
Mein Kind fühlt sich positiv, freut sich auf den Rest des Tages	26	29	21	24	27
Mein Kind kann Ärger, den es in der Schule oder mit Freundinnen/Freunden hatte, gut vergessen	17	18	13	19	13
Mein Kind fühlt sich müde, erschöpft	17	14	18	17	17
Mein Kind ist traurig, schlecht gelaunt	11	12	9	17	4
Mein Kind fühlt sich energiegeladen, voller Energie	10	11	11	12	8
Mein Kind ist verärgert	10	12	7	9	11
Mein Kind fühlt sich nicht so wohl, macht sich Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	8	7	12	9	6
Mein Kind hat ein schlechtes Gewissen	5	6	5	6	4
Mein Kind hat Angst	3	4	2	4	0
Anderes	1	1	2	1	1
Weiß nicht, keine Angabe	12	11	14	13	11

Frage: Und wie fühlt sich Ihr Kind üblicherweise, nachdem es in den sozialen Netzwerken aktiv war? Nennen Sie die 3 Aussagen, die die Gefühle Ihres Kindes am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 29

Geheimnisse rund um Erlebnisse in sozialen Netzwerken

Education Group

Ein Drittel der Eltern hat – wie auch 2023 – den Eindruck, dass ihr Kind gewisse Dinge aus sozialen Netzwerken nicht erzählt!

	ES GIBT DINGE IN DEN SOZIALEN NETZWERKEN, DIE MEIN KIND MIR NICHT ERZÄHLT	MEIN KIND SPRICHT MIT MIR ÜBER ALLES	weiß nicht / keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	35	56	9
2023	34	48	18
Vergleich Jugendliche	37	56	7
2023	39	43	19
bis 44 Jahre	31	61	8
45 Jahre und älter	38	51	11
Pflichtschule	35	53	13
weiterführende Schule ohne Matura	33	61	6
Matura, Universität	36	51	12
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	34	58	8
ab 15 bis 18 Jahre	37	49	14
Mädchen	36	56	8
Junge	33	56	12

Frage: Gibt es Dinge, die Ihr Kind in den sozialen Netzwerken erlebt oder macht, die es Ihnen lieber nicht erzählt oder haben Sie das Gefühl, dass Ihr Kind mit Ihnen über alles sprechen kann?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 30

Häufigkeit des Unwohlseins nach Besuch sozialer Netzwerke

Education Group

Negative Gefühle der Jugendlichen aufgrund von sozialen Netzwerken werden von den Eltern nur sporadisch wahrgenommen.

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Σ	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	3	15	18	30	42	72	9
Vergleich Jugendliche	4	17	21	38	35	94	6
bis 44 Jahre	3	17	20	33	36	69	10
45 Jahre und älter	3	13	16	27	49	76	8
Pflichtschule	3	17	20	25	41	66	14
weiterführende Schule ohne Matura	4	13	17	32	44	76	7
Matura, Universität	3	17	20	33	41	74	6
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	5	13	18	33	44	77	5
ab 15 bis 18 Jahre	5	18	23	23	42	65	12
Mädchen	2	16	18	33	42	75	7
Junge	5	14	19	27	42	69	12

Frage: Wie häufig kommt es vor, dass Ihrem Kind in einem sozialen Netzwerk etwas passiert, dass sich Ihr Kind nachher schlecht fühlt? Würden Sie sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 31

Negative Erlebnisse in den sozialen Netzwerken

Education Group

Ein Drittel der Eltern (und damit deutlich mehr als noch 2023) geht von negativen Erlebnissen ihrer Kinder in den sozialen Netzwerken aus!

	JA	NEIN	weiß nicht keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	34	48	18
2023	22	51	26
Vergleich Jugendliche	27	59	13
2023	33	53	13
bis 44 Jahre	39	42	19
45 Jahre und älter	27	56	17
Pflichtschule	32	52	16
weiterführende Schule ohne Matura	38	42	20
Matura, Universität	28	54	18
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	35	48	17
ab 15 bis 18 Jahre	32	49	18
Mädchen	36	44	20
Junge	31	53	16

Frage: Ist Ihr Kind oder ein Freund von Ihrem Kind in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden, so dass es sich unwohl gefühlt hat?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 32

Die negativen Erlebnisse im Detail

Basis: Eltern, deren Kind mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken konfrontiert war

Negative Kommentare in sozialen Netzwerken nehmen spürbar zu!

	Ist meinem Kind bzw. einem Freund / einer Freundin passiert und war öffentlich auch für Andere zu lesen	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	Jgdl. Vgl. 2023	Ist meinem Kind bzw. einem Freund / einer Freundin passiert, war aber nur für mein Kind und nicht für Andere zu lesen	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	Jgdl. Vgl. 2023	Ist weder meinem Kind noch einem Freund / einer Freundin passiert	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	Jgdl. Vgl. 2023
Jemand hat schlecht über mein Kind bzw. einen Freund / eine Freundin von meinem Kind geschrieben	70	59	57	48	18	25	30	40	12	16	13	11
Jemand hat sich über mein Kind oder einen Freund / eine Freundin von meinem Kind lustig gemacht	39	31	41	39	48	49	43	44	13	20	16	16
Jemand hat über mein Kind oder einen Freund / eine Freundin von meinem Kind die Unwahrheit gesagt bzw. geschrieben	39	41	47	38	39	37	36	45	21	22	17	16
Jemand hat meinem Kind bzw. einem Freund / einer Freundin von meinem Kind Bilder gesendet mit Inhalten, die mein Kind bzw. der Freund / die Freundin nicht sehen wollten	33	14	18	28	32	33	33	38	36	53	49	34
Jemand hat mein Kind bzw. einem Freund / einer Freundin von meinem Kind Nachrichten mit sexuellem Inhalt gesendet	28	2	18	22	33	39	42	42	39	59	40	36
Jemand hat Bilder von meinem Kind bzw. einem Freund / einer Freundin von meinem Kind ohne Einwilligung veröffentlicht	26	33	23	19	30	16	34	29	44	51	43	53
Jemand hat meinem Kind bzw. einem Freund / einer Freundin von meinem Kind Gewaltvideos gesendet	26	14	18	16	33	21	23	35	41	65	59	48
Jemand hat mein Kind oder einen Freund / eine Freundin von meinem Kind bedroht	24	23	16	14	28	18	35	38	49	59	48	47
Jemand hat bei meinem Kind bzw. bei einem Freund / einer Freundin von meinem Kind versucht persönliche Daten zu erhalten	21	18	16	16	33	45	47	45	46	37	38	38

Frage: Was ist da passiert?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt wurde (34%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 33

Reaktionen auf die negativen Erlebnisse

Basis: Eltern, deren Kind mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken konfrontiert war

Die Eltern gehen davon aus, dass die Kinder sich mit ihnen über die Ärgernisse unterhalten – die wichtigsten Gesprächspartner:innen finden sich aber im Freundeskreis!

	ELTERN, DEREN KIND MIT NEGATIVEN ERLEBNISSEN IN SOZIALEN NETZWERKEN KONFRONTIERT WAR (34%=100%)	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023
Mit den Eltern darüber gesprochen	62	73	28	45
Sich geärgert	42	80	39	56
Jene Personen blockiert	42	41	27	33
Mit Freunden darüber gesprochen	34	49	45	59
Mit Lehrer / Innen darüber gesprochen	22	35	7	15
Mit Geschwistern darüber gesprochen	21	22	19	24
Mit der Person ausgesprochen, alles geklärt	18	4	9	14
Gar nichts / es einfach so stehen lassen	17	6	13	18
Nicht gewusst, was es bzw. der Freund / die Freundin tun soll	16	16	13	14
Über die Person im Internet schlecht geredet bzw. geschrieben	9	8	8	12
Anderes	1	2	3	3
Weiß nicht / Keine Angabe	3	2	3	3

Frage: Und was hat Ihr Kind bzw. der Freund/ die Freundin Ihres Kindes gemacht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

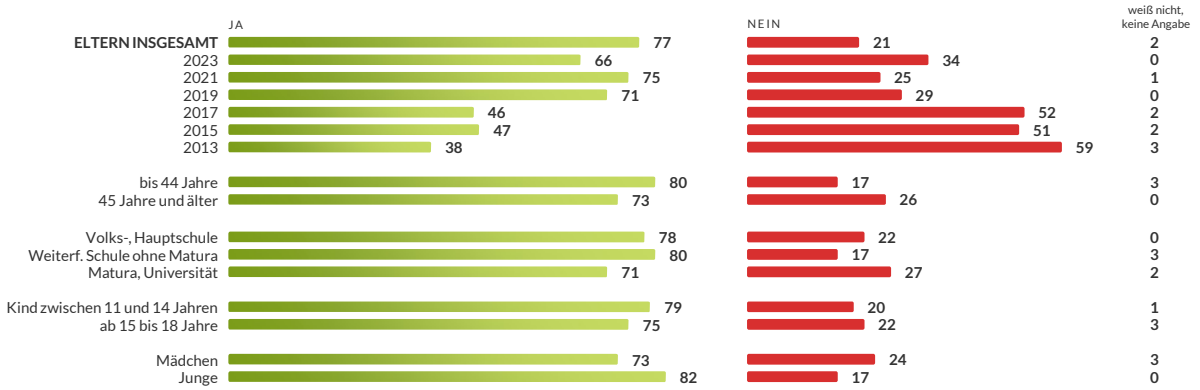
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt wurde (34%=100%)

DIGITALE) KOMMUNIKATION 34

Profil bei Online-Communities

Education Group

Drei Viertel der Eltern besitzen ein eigenes Online-Community-Profil!



Frage: Haben Sie ein eigenes Profil in einer Online-Community wie Facebook, Instragram oder ähnliche?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

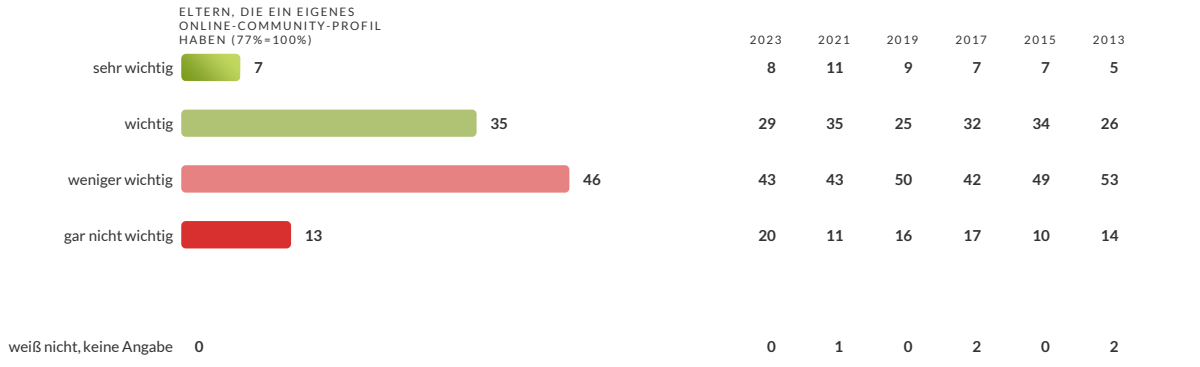
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 35

Bedeutung von Online-Communities

Basis: Eltern mit eigenem Online-Community-Profil

Education Group

Die Bedeutung von Online-Communities liegt ähnlich wie zuletzt – 4 von 10 Eltern mit eigenem Profil stufen Online-Communities als wichtig ein!



Frage: Welche Bedeutung haben Online-Communities für Sie persönlich?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

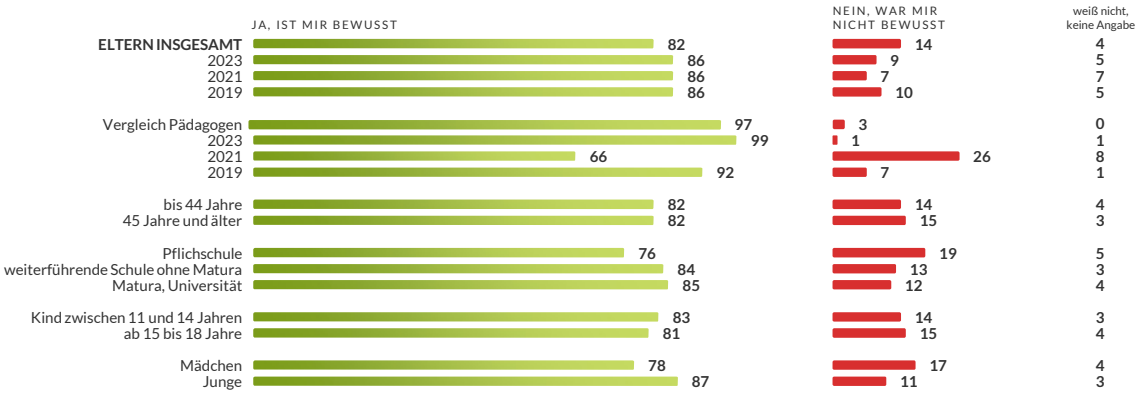
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die ein eigenes Online-Community-Profil haben (77%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 36

Wissen um Influencer bei Jugendlichen

Education Group

Influencer sind dem Großteil der Eltern bekannt!



Frage: Ist Ihnen bewusst, dass auf Social-Media-Kanälen, wie zum Beispiel YouTube oder Instagram, Influencer bzw. Meinungsbildner präsent sind, die bei vielen Jugendlichen sehr gut ankommen, oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

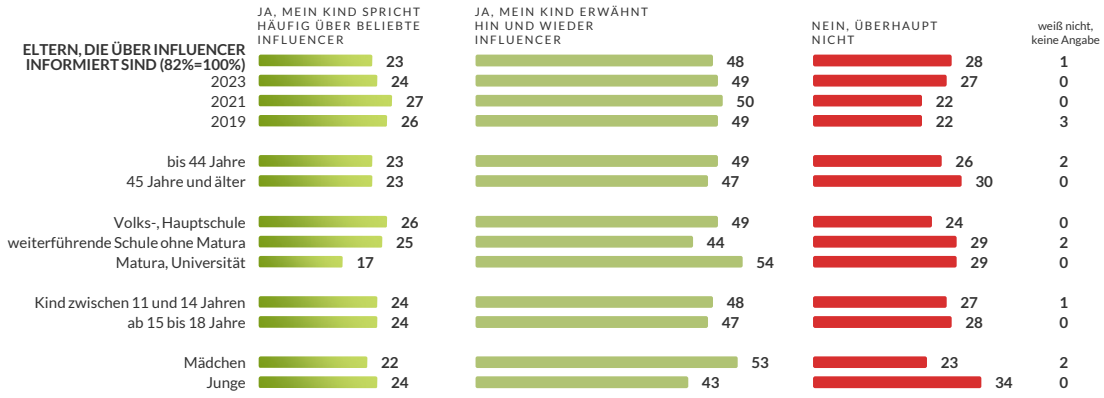
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 37

Influencer als Gesprächsstoff

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

Education Group

Die Mehrheit der Jugendlichen thematisiert Influencer!



Frage: Werden Influencer von Ihrem Kind thematisiert? Würden Sie sagen -

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die über Influencer informiert sind (82%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 38

Bedeutung der Influencer

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

Etwa zwei Drittel der Jugendlichen folgen zumindest einem Influencer!

	JA, MEIN KIND FOLGT MEHREREN INFLUENCERN	Ø ANZAHL DER GEFOLGTEN INFLUENCER	JA, MEIN KIND HAT EINEN KONKRETEN INFLUENCER, DEM ES FOLGT	NEIN, ÜBERHAUPT NICHT	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DIE ÜBER INFLUENCER INFORMIERT SIND (82%=100%)	38	7,76	22	33	6
2023	36	7,12	17	31	16
2021	45	10,70	15	30	10
2019	41	6,34	17	31	11
bis 44 Jahre	41	8,18	24	28	6
45 Jahre und älter	35	6,95	20	38	7
Pflichtschule	42	5,75	20	24	14
weiterführende Schule ohne Matura	41	7,7	24	33	2
Matura, Universität	32	10,96	21	40	7
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	39	7,36	23	34	3
ab 15 bis 18 Jahre	39	8,57	21	30	9
Mädchen	41	8,24	24	30	5
Junge	35	7,15	21	36	7

Frage: Folgt Ihr Kind einem bestimmten Influencer auf YouTube oder Instagram, oder nicht?
Können Sie in etwa einschätzen, wie vielen Influencern Ihr Kind folgt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die über Influencer informiert sind (82%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 39

Interesse der Eltern an Influencern

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

Das Interesse der Eltern an Influencern ist deutlich angestiegen!

	JA, ICH VERSUCHE DIE INFLUENCER ZU KENNEN, DENEN MEIN KIND FOLGT	JA, ICH VERSUCHE EINEN ÜBERBLICK ÜBER AKTUELLE INFLUENCER ZU HABEN	JA, ICH HABE DAZU BEREITS INFORMATIONS-MATERIAL GELESEN BZW. GESEHEN	Σ	NEIN, ICH BIN AN INFLUENCERN NICHT INTERESSIERT	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DIE ÜBER INFLUENCER INFORMIERT SIND (82%=100%)	21	31	19	71	31	3
2023	10	22	25	57	43	6
2021	18	33	17	68	38	4
2019	16	25	22	63	42	3
bis 44 Jahre	30	27	23	80	24	3
45 Jahre und älter	11	36	14	61	38	4
Pflichtschule	21	21	18	60	40	2
weiterführende Schule ohne Matura	24	38	18	80	23	5
Matura, Universität	16	29	22	67	36	3
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	21	32	17	70	28	4
ab 15 bis 18 Jahre	17	29	24	70	35	4
Mädchen	24	32	20	76	26	4
Junge	18	30	18	66	35	3

Frage: Und befassen Sie sich mit der Thematik der Influencer und ihre möglichen Auswirkungen auf Kinder?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die über Influencer informiert sind (82%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 40

Kontaktintensität mit den Influencern

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

Education Group

Eltern unterschätzen die Konsumintensität von Influencer-Storys.

	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	EIN-, ZWEIMAL PRO MONAT	SELTENER	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DIE ÜBER INFLUENCER INFORMIERT SIND (82%=100%)	8	15	33	9	5	18	13
Vergleich Jugendliche	15	19	21	15	8	17	6
bis 44 Jahre	7	17	31	9	5	18	13
45 Jahre und älter	9	12	35	8	5	18	13
Pflichtschule	11	15	24	12	2	15	20
weiterführende Schule ohne Matura	5	16	40	8	3	17	10
Matura, Universität	9	13	27	7	11	21	12
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	6	15	38	9	5	18	10
ab 15 bis 18 Jahre	8	15	29	9	5	19	15
Mädchen	10	16	36	9	2	14	12
Junge	5	14	29	9	8	22	13

Frage: Wie häufig sieht sich Ihr Kind Storys von seinen Influencer an?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die über Influencer informiert sind (82%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 41

Einschätzung von Influencern

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

Education Group

Die Influencer werden von den Eltern überwiegend als normale Menschen betrachtet, die den Kindern eine gute Unterhaltung bieten; bei der Ehrlichkeit oder auch den Lebens-Tipps sind die Eltern spürbar kritischer...

	STIMME VOLL UND GANZ ZU	STIMME EHER ZU	Σ	VERGLEICH JUGENDLICHE	STIMME EHER NICHT ZU	STIMME GAR NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
sind ganz normale Menschen wie du und ich	20	33	53	57	19	13	15
ist lustig, gute Unterhaltung	14	46	60	68	16	10	14
sind an ihren Fans und Followern interessiert	12	25	37	46	25	19	19
sind ehrlich	8	17	25	44	27	30	19
sind sympathisch	8	36	44	66	25	13	18
haben aus ihrem Leben etwas gemacht	8	20	28	49	22	29	21
zeigen meinem Kind, wie es sein Leben gestalten kann	7	15	22	40	28	32	18
haben gute Tipps für das Leben meines Kindes	7	16	23	42	32	26	18
die Produktempfehlungen sind hilfreich	7	21	28	43	25	28	19
sind Vorbilder, mein Kind möchte auch so sein/leben	7	21	28	25	25	29	19

Frage: Wie schätzen Sie die Influencer ein, denen Ihr Kind folgt, wie sehr stimmst du diesen Aussagen zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die über Influencer informiert sind (82%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 42

Gefühlslage nach Influencer-Kontakt

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

Negative Gefühle nach Influencer-Kontakt nehmen die Eltern nur selten bei den Jugendlichen wahr.

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DIE ÜBER INFLUENCER INFORMIERT SIND (82%=100%)	4	10	14	21	55	10
Vergleich Jugendliche	3	14	17	19	52	12
bis 44 Jahre	6	11	17	25	48	10
45 Jahre und älter	2	10	12	16	62	10
Pflichtschule	4	14	18	23	48	11
weiterführende Schule ohne Matura	3	9	12	20	58	10
Matura, Universität	5	9	14	20	55	10
Kind zwischen 11 und 14 Jahre	5	11	16	21	54	10
Kind zwischen 15 und 18 Jahre	4	9	13	20	57	9
Mädchen	4	10	14	27	48	10
Junge	3	11	14	14	63	10

Frage: Wie häufig kommt es vor, dass sich Ihr Kind schlecht fühlt, nachdem es gesehen hat, was seine Influencer so machen? Würden Sie sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die über Influencer informiert sind (82%=100%)

Nutzung von TV, Streaming-Diensten & Clips – Jugendliche

Education Group

Die durchschnittliche Zeit für Fernsehen, Streaming und auch Clips im Internet wird von den Eltern besser eingeschätzt als in der Vergangenheit.

	FERNSEH-SENDER	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023	STREAMING-DIENSTE	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023	KURZVIDEOS & CLIPS IM INTERNET	2023	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023
fast gar nicht	41	43	44	46	20	29	21	25	9	9	12	9
bis zu einer halben Stunde	16	14	15	11	12	13	12	11	20	25	21	17
eine halbe Stunde bis zu einer Stunde	19	25	17	16	23	28	21	18	24	32	24	25
ein bis zwei Stunden	18	16	10	16	29	16	28	22	30	26	21	22
zwei bis drei Stunden	2	3	7	6	8	11	9	13	13	4	9	14
mehr als drei Stunden	3	0	2	2	4	1	4	6	3	3	6	11
	Ø 36 Minuten	Ø 32 Minuten	Ø 33 Minuten	Ø 37 Minuten	Ø 59 Minuten	Ø 48 Minuten	Ø 58 Minuten	Ø 62 Minuten	Ø 66 Minuten	Ø 53 Minuten	Ø 60 Minuten	Ø 78 Minuten
Weiß nicht, keine Angabe	2	0	6	4	3	2	6	5	3	2	6	3

* Trend nicht direkt vergleichbar

Frage: Jetzt kommen einige Fragen zu Fernsehen, zum Nutzen von Streaming-Diensten wie z.B. Netflix oder Amazon sowie zum Schauen von Kurzvideos und Clips im Internet wie z.B. auf YouTube oder in Blogs. Wie lange sieht Ihr Kind fern, nutzt Streaming-Dienste und schaut Kurzvideos im Internet pro Tag. Geben Sie dies bitte getrennt nach diesen 3 Möglichkeiten an. Beginnen wir mit - a.) der Nutzung von Fernsehsendern b.) der Nutzung von Streaming-Diensten c.) der Nutzung von Kurzvideos und Clips im Internet

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FERNSEHEN 45

Gefühlslage nach Fernsehen, Streamen & Clips

Education Group

Die Eltern nehmen die Jugendlichen nach dem Fernsehen überwiegend gut gelaunt und entspannt wahr.

	ELTERN INSGESAMT	VERGLEICH JUGENDLICHE	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Mein Kind ist fröhlich, gut gelaunt	37	33	39	32	36	37
Mein Kind fühlt ist entspannt, kann damit gut abschalten	35	45	35	38	41	29
Mein Kind freut sich auf Bewegung, Sport	26	25	29	22	21	33
Mein Kind fühlt sich positiv, freut sich auf den Rest des Tages	25	21	25	25	23	27
Mein Kind fühlt sich müde, erschöpft	18	16	16	16	19	16
Mein Kind kann Ärger, den es in der Schule oder mit Freundinnen/Freunden hatte, gut vergessen	16	20	16	15	21	8
Mein Kind fühlt sich energiegeladen, voller Energie	10	13	10	10	11	8
Mein Kind ist verärgert	9	4	11	6	8	9
Mein Kind fühlt sich nicht so wohl, macht sich Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	8	6	8	7	9	6
Mein Kind ist traurig, schlecht gelaunt	7	4	7	6	7	7
Mein Kind hat ein schlechtes Gewissen	5	9	6	5	5	6
Mein Kind hat Angst	4	3	4	6	4	4
Anderes	3	3	1	6	5	1
Weiß nicht, keine Angabe	11	12	12	10	9	13

Frage: Und wie fühlt sich Ihr Kind üblicherweise, nachdem es ferngesehen, gestreamt oder sich Kurzvideos im Internet angesehen hat? Nennen Sie bitte die 3 Aussagen, die das Gefühl Ihres Kindes am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FERNSEHEN 46

Die Verbreitung von Fernseh-, Streaming- & Clip-Regeln

Education Group

Jeder zweite Haushalt (mit Jugendlichen) in Oberösterreich vereinbart Regeln rund um die Nutzung von Fernsehen, Streaming-Dienstleistungen und das Schauen von Kurzvideos im Internet – vor allem für Kinder bis 14 Jahre!

	JA, VEREINBARE REGELN	NEIN, VEREINBARE KEINE REGELN	Weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	49	47	4
2023	57	42	2
2021	53	43	4
2019	56	42	2
2017	59	41	1
2015	57	43	0
2013	50	50	0
2011	56	44	0
2008	42	54	4
bis 44 Jahre	63	33	4
45 Jahre und älter	34	63	3
Pflichtschule	42	54	5
weiterführende Schule ohne Matura	51	45	5
Matura, Universität	55	44	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	62	34	4
ab 15 bis 18 Jahre	32	65	3
Mädchen	46	49	5
Junge	53	45	2

* Trend nicht direkt vergleichbar

Frage: Vereinbaren Sie mit Ihrem Sohn/Ihrer Tochter Regeln in Bezug auf die Nutzung von Fernsehen, Streaming-Dienstleistungen und dem Schauen von Kurzvideos im Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FERNSEHEN 47

Die Bewegtbild-Regeln im Detail

Education Group

Basis: Eltern, die Fernseh-/Streaming-/Clip-Regeln mit dem Kind vereinbaren

Die Eltern beschränken die Nutzungsdauer und achten auf erledigte Aufgaben!

	ELTERN, DIE FERNSEH-/STREAMING-/CLIP-REGELN MIT DEM KIND VEREINBAREN (49%=100%)	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	DAS KIND IST - zwischen 11 und 14 Jahren	15 bis 18 Jahre
Die Nutzungsdauer ist zeitlich beschränkt (z.B. max. 2h pro Tag)	60	59	51	52	53	66	62	59	44	66	46
Er / sie darf erst dann fernsehen, streamen, Kurzvideos im Internet ansehen, wenn alle Aufgaben erledigt sind	56	44	58	54	59	56	56	58	48	55	47
Mein Sohn / meine Tochter darf nur bis zu einer bestimmten Uhrzeit fernsehen, streamen, Kurzvideos im Internet ansehen	45	29	35	39	40	35	49	55	40	48	35
Mein Sohn / meine Tochter muss mich immer vorher fragen, wenn er/sie fernsehen, streamen, Kurzvideos im Internet ansehen möchte	36	18	39	40	42	48	46	56	37	39	23
Es dürfen nur bestimmte Sendungen gesehen werden	35	41	37	44	46	59	65	70	60	36	26
Es darf nur zu bestimmten Zeiten, z.B. nach dem Mittagessen geschaut werden	17	19	27	21	31	21	15	31	27	20	14
Es darf nur an bestimmten Tagen geschaut werden	12	10	12	12	14	17	5	6	12	12	12
anderes	2	5	3	2	4	0	2	2	9	2	3
Keine Angabe	1	2	0	1	1	0	0	0	0	1	3

Frage: Und wie sehen diese Regeln aus?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die Fernseh-/Streaming-/Clip-Regeln mit dem Kind vereinbaren (49%=100%)

FERNSEHEN 48

Fernsehen, Streamen & Clips als Gesprächsstoff

Education Group

Die Häufigkeit der Gespräche über Bewegtbild-Inhalte bleibt stabil!

	OFT	MANCHMAL	Σ	SELTEN	NIE	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	25	44	69	20	9	2
2023	16	55	71	23	5	1
2021	26	48	74	20	4	2
2019	30	51	81	14	5	0
2017	27	53	80	15	3	2
2015	30	52	82	12	6	0
2013	26	50	76	16	8	0
2011	28	46	74	21	5	0
2008	16	47	63	24	12	1
bis 44 Jahre	28	46	74	15	9	2
45 Jahre und älter	22	43	65	25	9	1
Volks-, Hauptschule	24	38	62	21	14	3
weiterführende Schule ohne Matura	30	46	76	16	6	1
Matura, Universität	18	49	67	24	9	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	30	47	77	14	7	1
ab 15 bis 18 Jahre	20	43	63	25	10	2
Mädchen	26	44	70	16	10	3
Junge	24	45	69	24	7	0

* Trend nicht direkt vergleichbar

Frage: Wie häufig sprechen Sie mit Ihrem Sohn / Ihrer Tochter über das im Fernsehen, bei Streaming-Dienstleistungen oder bei Kurzvideos im Internet Gesehene?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Aussagen rund um Bewegtbilder

Education Group

Eltern nehmen zunehmend mehr Gewalt im Fernsehen wahr!

	TRIFFT SEHR ZU	2023	2021	TRIFFT EHER ZU	TRIFFT WENIGER ZU	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU
Im Fernsehen wird zu viel Gewalt gezeigt	31	26	25	39	24	7
Mein Kind sieht Kurzvideos im eigenen Zimmer	29	33	35	45	15	11
Mein Kind streamt im eigenen Zimmer	28	30	34	32	16	23
Mein Kind sieht TV / Video / DVD im eigenen Zimmer	26	30	32	29	15	29
Mein Sohn / meine Tochter schaut oft alleine fern, nutzt Streaming oder sieht Kurzvideos im Internet	25	27	30	39	25	11
Ich sehe oft Sendungen, die auch mein Sohn / meine Tochter sehen will	23	13	18	39	24	14
Mein Sohn / meine Tochter sieht nur fern, nutzt Streaming im Internet bzw. sieht Kurzvideos im Internet, wenn wir das erlauben	22	11	19	34	20	25
Die ganze Familie entscheidet gemeinsam über das TV-Programm am Abend	20	15	18	39	21	21
Ich schaue oft gemeinsam mit meinem Sohn / meiner Tochter TV / Video / DVD	19	12	14	35	30	16
Mein Sohn / meine Tochter kann sich im Fernsehen, beim Streamen, Kurzvideos im Internet ansehen, wann und was er / sie will	17	13	19	36	27	21
Ich nutze oft gemeinsam mit meinem Sohn / meiner Tochter Streaming-Dienstleistungen	16	11	15	39	28	18
Wenn mein Sohn / meine Tochter von der Schule / Arbeit heimkommt, dreht er / sie sich oft den Fernseher auf, nutzt Streaming-Dienstleistungen oder sieht Kurzvideos im Internet	16	13	9	33	25	25
Oft läuft der Fernseher einfach im Hintergrund, ohne dass wirklich jemand hinschaut	16	8	16	29	19	36
Ich finde, das Fernsehen ist sexuell überladen, es geht nur mehr um Sex	16	8	13	33	34	18
Ich sehe oft gemeinsam mit meinem Sohn / meiner Tochter Kurzvideos im Internet	15	2	6	31	33	22
Bei uns entscheidet der Sohn / die Tochter, was er / sie sehen will	14	11	14	30	33	24
Mein Sohn / meine Tochter schaut oft Filme, wo viel Gewalt gezeigt wird	6	3	5	22	35	37
Es gibt oft Streit, was im Fernsehen gesehen wird	3	1	3	20	30	46

Frage: Hier sehen Sie verschiedene Aussagen rund um das Fernsehen, Streamen, Kurzvideos im Internet. Geben Sie an, ob die Aussage sehr, eher, weniger oder überhaupt nicht auf Ihre Familie zutrifft.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Nutzung von TV, Streaming-Diensten & Clips – Eltern

Education Group

Auch die Eltern bevorzugen nun Streaming-Dienste und sehen spürbar häufiger Kurzvideos im Internet!

	FERNSEHSENDER	2023	2021	STREAMING-DIENSTE	2023	2021	KURZVIDEOS UND CLIPS IM INTERNET	2023	2021
fast gar nicht	32	29	20	23	35	28	21	40	36
bis zu einer halben Stunde	10	15	12	9	22	11	22	24	26
eine halbe Stunde bis zu einer Stunde	20	18	21	25	18	19	24	20	18
ein bis zwei Stunden	24	17	26	23	16	29	19	13	12
zwei bis drei Stunden	7	17	13	11	7	4	9	1	5
mehr als drei Stunden	4	4	6	5	2	5	1	0	1
	Ø 51 Minuten	Ø 59 Minuten	Ø 67 Minuten	Ø 60 Minuten	Ø 40 Minuten	Ø 53 Minuten	Ø 47 Minuten	Ø 26 Minuten	Ø 32 Minuten
Weiß nicht, keine Angabe	3	1	2	4	1	4	4	2	2

* Trend nicht direkt vergleichbar

Frage: Kurz zu Ihrem Fernseh-Verhalten. Wie lange sehen Sie fern, nutzen Streaming-Dienste und schauen Kurzvideos im Internet pro Tag? Sagen Sie mir dies bitte getrennt nach diesen 3 Möglichkeiten, beginnen wir mit - d) der Nutzung von Fernsehsendern wie z.B. PRO7, RTL, ORF, ATV, RTL oder Disney Channel pro Tag e) der Nutzung von Streaming-Diensten wie z.B. Netflix oder Amazon – egal ob am TV-Gerät oder am Computer, Tablet oder Smartphone pro Tag f) der Nutzung von Kurzvideos und Clips im Internet wie z.B. auf YouTube oder in Blogs – egal ob am Computer, Tablet oder Smartphone pro Tag

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

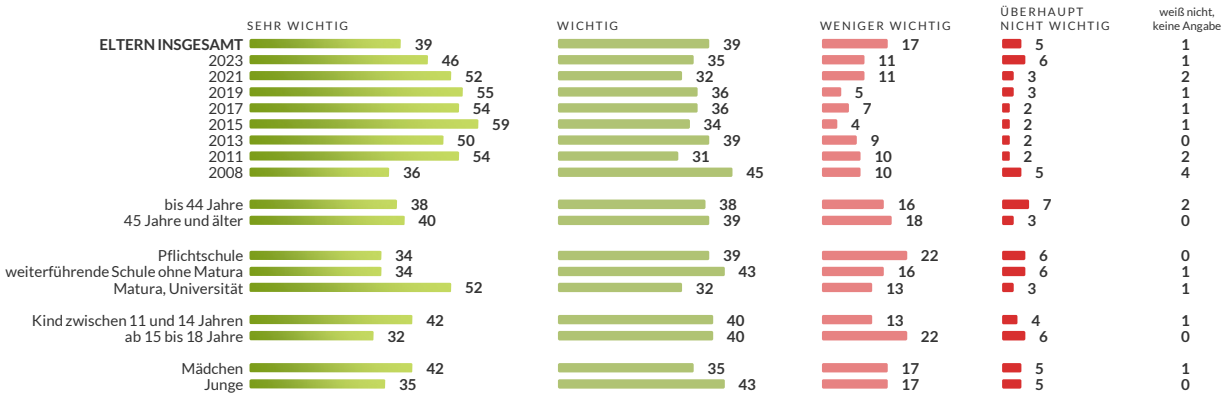
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

FERNSEHEN 51

Bedeutung des Lesens von Büchern

Education Group

Drei Viertel der Eltern stufen lesen als wichtige Beschäftigung für ihre Kinder ein – die Bedeutung ist aber (vor allem bei Betrachtung der Top-Box „sehr wichtig") rückläufig!



Frage: Kommen wir nun zu etwas anderem – zum Thema Bücher. Wie wichtig ist es für Sie, dass Ihr Sohn / Ihre Tochter Bücher liest?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

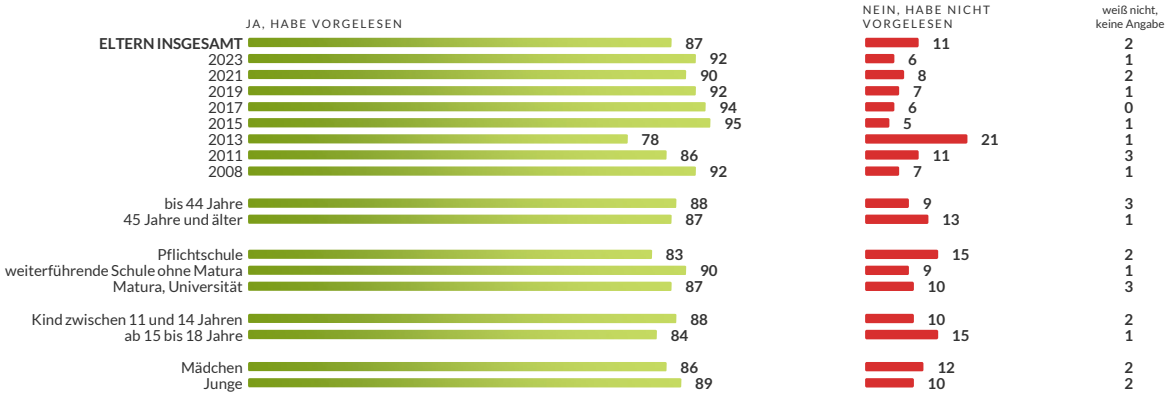
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

LESEN 53

Vorleseverhalten der Eltern

Education Group

Vorlesen gehört für viele Eltern einfach dazu!



Frage: Haben Sie Ihrem Kind früher oft aus Büchern vorgelesen oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

LESEN 54

Vorlesehäufigkeit

Basis: Eltern, die ihrem Kind vorlesen/vorgelesen haben

Der Großteil der Eltern hat den Kindern (fast) täglich vorgelesen!

	JEDEN TAG VORGELESEN	FAST JEDEN TAG VORGELESEN	MEHRMALS PRO WOCHE VORGELESEN	EINMAL PRO WOCHE VORGELESEN	SELTENER VORGELESEN	NIE	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DIE IHREM KIND VORLESEN/VORGELESEN HABEN (87%=100%)	46	34	14	4	2	0	0
2023	52	33	13	2	0	0	0
2021	49	20	22	5	2	0	1
2019	46	37	12	2	2	0	0
2017	45	36	17	1	1	0	0
2015	39	31	22	4	0	0	3
2013	43	33	24	0	1	0	0
2011	39	33	23	3	1	0	1
2008	42	29	19	6	4	0	1
bis 44 Jahre	49	32	14	5	0	0	0
45 Jahre und älter	43	36	15	2	4	0	0
Pflichtschule	46	32	18	0	4	0	0
weiterführende Schule ohne Matura	45	35	13	6	2	0	0
Matura, Universität	48	34	13	5	1	0	0
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	47	34	13	5	0	0	0
ab 15 bis 18 Jahre	41	39	15	1	4	0	0
Mädchen	50	29	15	4	2	0	0
Junge	42	39	13	4	2	0	0

Frage: Und wie regelmäßig haben Sie vorgelesen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die ihrem Kind vorlesen/vorgelesen haben (87%=100%)

Lesefreude der Eltern

Aber: Die Lesebegeisterung der Eltern geht weiter zurück!

	SEHR GERNE	GERNE	NICHT SO GERNE	GAR NICHT GERNE	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	34	33	23	9	1
2023	41	34	16	9	0
2021	44	33	17	5	1
2019	49	32	14	4	2
2017	54	28	15	4	0
2015	43	31	21	6	0
2013	44	30	18	6	1
2011	42	32	18	6	0
2008	30	38	27	4	1
bis 44 Jahre	31	34	26	7	1
45 Jahre und älter	38	31	19	12	0
Pflichtschule	24	33	32	11	0
weiterführende Schule ohne Matura	32	31	24	11	1
Matura, Universität	48	35	12	4	0
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	32	35	22	10	1
ab 15 bis 18 Jahre	35	30	28	7	0
Mädchen	34	31	26	8	1
Junge	34	35	19	11	0

Frage: Wie gerne lesen Sie selbst Bücher?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Normale vs. digitale Bücher

Education Group

Gedruckte Bücher werden weiterhin bevorzugt – digitale Bücher holen aber auf!

	NORMALE BÜCHER	DIGITALE BÜCHER	IN ETWA GLEICH	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	60	21	16	3
2023	75	12	8	4
2021	67	16	13	4
2019	67	17	12	4
2017	80	12	6	2
2015	83	3	5	8
bis 44 Jahre	59	22	16	3
45 Jahre und älter	61	19	17	3
Pflichtschule	57	23	13	6
weiterführende Schule ohne Matura	59	22	18	1
Matura, Universität	65	17	17	2
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	67	19	13	1
ab 15 bis 18 Jahre	50	24	21	5
Mädchen	60	18	17	4
Junge	60	24	15	1

Frage: Was lesen Sie häufiger, normale Bücher oder Bücher in digitaler Form?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

LESEN 57

Einsatz digitaler Schulbücher

Education Group

Die Mehrheit der Eltern befürwortet den Einsatz von digitalen Schulbüchern!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	21	36	57	27	15	1
2023	17	34	51	29	15	5
2021	19	35	54	33	10	4
2019	14	40	54	29	15	2
2017	12	29	41	37	19	3
Vergleich Jugendliche	14	39	53	27	15	4
2023	21	35	56	24	15	4
2021	22	33	55	24	18	4
2019	18	29	47	24	25	4
2017	14	23	37	29	28	5
bis 44 Jahre	21	37	58	26	14	1
45 Jahre und älter	21	35	56	27	16	1
Pflichtschule	23	29	52	29	19	0
weiterführende Schule ohne Matura	20	39	59	26	13	2
Matura, Universität	20	39	59	27	15	0
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	22	37	59	26	14	2
ab 15 bis 18 Jahre	18	38	56	31	13	0
Mädchen	20	42	62	24	13	1
Junge	21	29	50	31	18	1

Frage: Wie wichtig ist es für Sie, dass im Unterricht digitale Schulbücher eingesetzt werden, also z.B. eine App, bei der ein gewohntes Schulbuch auch auf dem Computer oder dem Tablet samt Bildern gesehen und gelesen werden kann?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

LESEN 58

Häufig genutzte Smartphone-Funktionen

Education Group

Aus Sicht der Eltern verwenden die Jugendlichen ihr Handy überwiegend für soziale Medien, Internet, Musik und Bilder!

	ELTERN INSGESAMT	VERGLEICH JUGENDLICHE
Über WhatsApp, Snapchat oder ähnliche Tools kommunizieren	65	67
Internet surfen	61	69
Musik hören	59	54
Bilder verschicken	58	63
Fotografieren	53	57
Telefonieren	52	55
YouTube oder ähnliche Kanäle nutzen	50	47
Handygames/Smartphonegames spielen	43	35
Fernsehen, Filme/Videos schauen	40	49
Wecker einstellen, Wecken lassen	35	42
Nachrichten auf sozialen Netzwerken posten (z.B. auf Instagram, TikTok)	32	30
Videos aufnehmen	31	27
Videofonieren	28	26
E-Mails lesen	26	31

	ELTERN INSGESAMT	VERGLEICH JUGENDLICHE
Streamen (z.B. Spotify, Netflix,)	26	29
E-Mails verschicken	23	24
SMS verschicken	21	17
Selfies verschicken oder ins Internet stellen	17	16
Adressen speichern	16	17
Bestellungen oder Einkäufe übe das Internet am Handy/ Smartphone	15	23
Auf einer Karte etwas suchen	15	12
Navigationsdienste nutzen	14	15
QR-Code einlesen	13	14
Radio hören	11	9
Zu meinem Standort etwas suchen	9	6
Anderes	0	0
Weiß nicht / Keine Angabe	2	3

Frage: Auf dieser Liste sehen Sie verschiedene Funktionen, die ein Handy/Smartphone haben kann. Welche dieser Funktionen nutzt Ihr Kind besonders häufig?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Einstellung zum Handyverbot an Schulen

Education Group

Ein Handyverbot in Schulen wird vom Großteil der Eltern befürwortet!

	Ein Handyverbot an Schulen ist ABSOLUT NOTWENDIG bzw. ABSOLUT SINNVOLL	ist EHER NOTWENDIG / EHER SINNVOLL	Σ	ist EHER ÜBERFLÜSSIG	Ist ABSOLUT ÜBERFLÜSSIG	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	48	35	83	11	5	1
Vergleich Jugendliche	26	34	60	23	13	4
bis 44 Jahre	50	30	80	14	3	2
45 Jahre und älter	45	40	85	8	6	1
Pflichtschule	48	36	84	9	5	1
weiterführende Schule ohne Matura	42	38	80	14	4	2
Matura, Universität	56	29	85	9	6	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	52	35	87	10	2	2
ab 15 bis 18 Jahre	41	40	81	13	7	0
Mädchen	46	37	83	10	5	1
Junge	50	32	82	13	4	2

Frage: Wie stehen Sie zu einem Handyverbot (inkl. Verbot von Smartwatches) in der Schule, abseits der gezielten Nutzung von Handys in der Unterrichtszeit. Würden Sie sagen –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

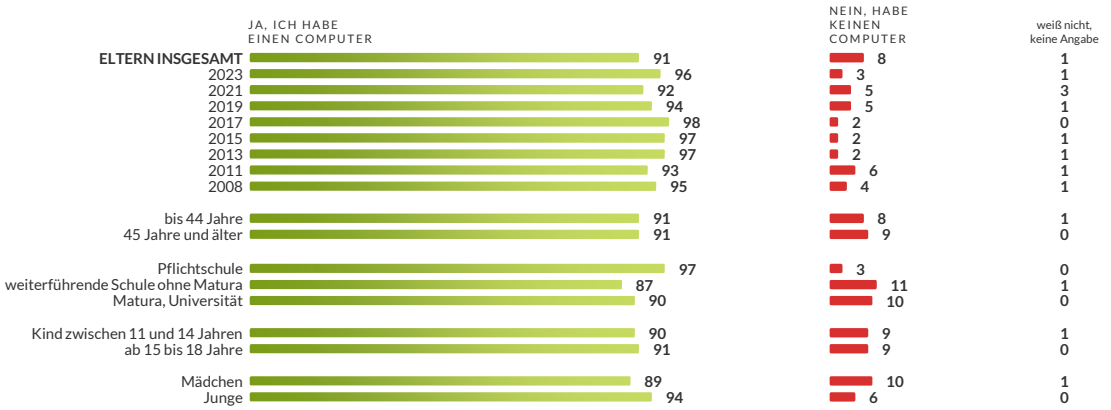
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

HANDY / SMARTPHONE 61

Verbreitung von Computern

Education Group

Computer gehören auch weiterhin zur Basisausstattung der oberösterreichischen Haushalte!



Frage: Kommen wir nun zum Computer, denken Sie dabei bitte auch immer an Laptop und Tablet. Haben Sie selbst einen Computer zuhause oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

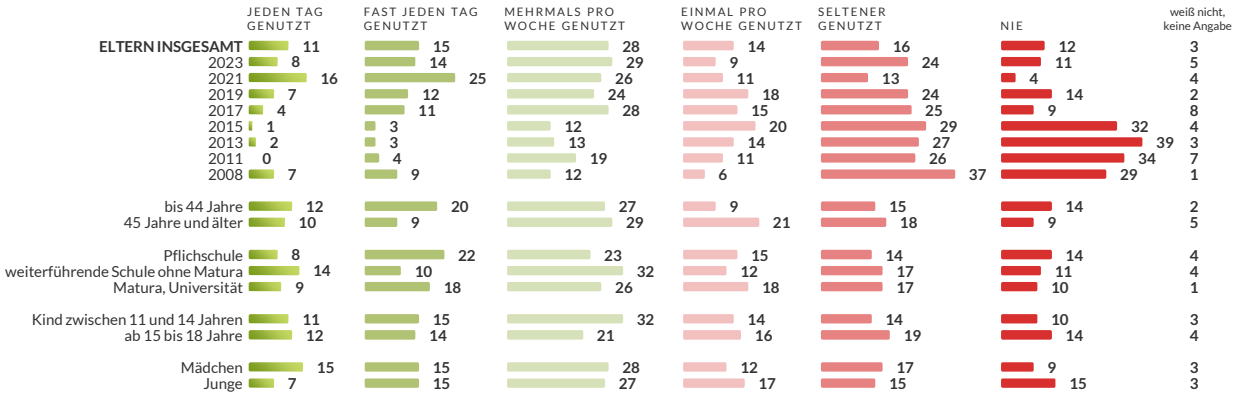
COMPUTER 63

Nutzungsintensität von Lernprogrammen bzw. LernApps

Education Group

Basis: Eltern, die einen Computer/Tablet zuhause haben

Und auch Lernprogramme werden von der Hälfte der Jugendlichen zumindest mehrmals pro Woche genutzt!



* Trend nicht direkt vergleichbar

Frage: Wie häufig nutzt Ihr Sohn / Ihre Tochter zuhause Lernprogramme am Computer bzw. LernApps?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

COMPUTER 64

Informationsquellen bei Lernprogrammen/LernApps

Basis: Eltern, deren Kind Lernprogramme/LernApps nutzt

Die Eltern stehen Lernprogrammen/LernApps deutlich aufgeschlossener gegenüber und nutzen das Internet nun häufiger als Infoquelle in diesem Themenbereich.

DIE ELTERN BESORGEN LERNPROGRAMME

ELTERN, DEREN KIND LERNPROGRAMME/LERNAPPS NUTZT		2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011
ja, besorge Lernprogramme	47	30	37	43	28	31	34	40
nein, besorge keine Lernprogramme	49	66	55	48	71	65	64	57
keine Angabe	4	4	8	10	1	3	2	4

DIE ELTERN INFORMIEREN SICH

ELTERN, DEREN KIND LERNPROGRAMME/LERNAPPS NUTZT		2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011
im Internet	57	36	46	51	40	29	27	27
bei Lehrern	46	47	57	47	50	34	44	40
bei anderen Eltern	24	19	23	21	19	18	23	19
im Fachhandel	22	12	16	21	19	23	20	34
in Elternzeitschriften, in Fachzeitschriften	11	7	12	12	6	8	7	11
in der Bibliothek	6	1	7	6	6	12	4	3
anderes	1	4	2	1	3	4	4	1
keine Angabe	7	22	12	16	15	18	21	20

Frage: Besorgen Sie für Ihren Sohn / Ihre Tochter derartige Lernprogramme bzw. LernApps oder ist dies nicht der Fall? Und wo informieren Sie sich über Lernprogramme bzw. LernApps?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Lernprogramme/LernApps benutzt (85%=100%)

COMPUTER 65

Verbreitung von Internet-Regeln

Education Group

In jedem zweiten oberösterreichischen Haushalt werden Internet-Regeln vereinbart – Tendenz weiter sinkend!

ELTERN INSGESAMT		2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
Ja, vereinbare Regeln	54	58	65	67	64	59	58	58	33
Nein, vereinbare keine Regeln	43	37	34	31	35	38	40	39	59
keine Angabe	3	5	1	2	1	3	2	3	8

Frage: Vereinbaren Sie mit Ihrem Sohn / Ihrer Tochter Regeln in Bezug auf das Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

INTERNET 67

Die Internet-Regeln im Detail

Basis: Eltern, die Internet-Regeln mit ihrem Kind vereinbaren

Education Group

Verbote für die Bekanntgabe persönlicher Daten sowie für Online-Shopping bleiben die häufigsten Internet-Regeln!

	ELTERN, DIE INTERNET-REGELN MIT IHREM KIND VEREINBAREN (54%=100%)	2023	2021	2019	VERGLEICH PÄDAGOGEN	VERGLEICH PÄDAGOGEN 2023
es dürfen keine persönlichen Daten preisgegeben werden	70	75	51	78	64	73
es darf nicht eingekauft werden, kein Online-Shopping	61	72	47	76	66	70
mein Sohn / meine Tochter muss mir mitteilen, wenn es sich im Internet bedrängt fühlt	60	66	46	75	52	61
es dürfen keine Personen real getroffen werden, die man im Internet kennen gelernt hat	59	60	43	70	*)	*)
bestimmte Webseiten dürfen nicht besucht werden	55	64	42	69	71	73
die Nutzungsdauer ist zeitlich beschränkt	55	58	36	56	50	71
es darf keine Software herunter geladen werden*	50	48	37	58	64	66
es darf sich nicht mit Fremden im Chat unterhalten werden	48	50	30	49	*)	*)
mein Sohn / meine Tochter muss eine freundliche Sprache in E-Mails/Chatrooms verwenden	42	41	29	35	57	67
es dürfen keine Chat-Rooms genutzt werden	40	38	26	48	64	49
es dürfen keine Filme oder Videos herunter geladen werden*	40	39	27	49	64	66
mein Sohn / meine Tochter muss mir vorher Bescheid geben, was es im Internet tun möchte	36	23	23	34	*)	*)
es dürfen keine Onlinespiele gespielt werden	20	21	18	25	70	59
mein Sohn / meine Tochter darf nicht alleine ins Internet einsteigen	14	8	9	12	41	60
anderes	1	3	1	2	5	16
Keine Angabe	0	2	3	0	0	0

* wurde bei den Pädagog:innen gemeinsam abgefragt *) wurde bei den Pädagog:innen nicht erhoben

Frage: Welche dieser Regeln werden bei Ihnen vereinbart?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die Internet-Regeln mit ihrem Kind vereinbaren (54% =100%)

INTERNET 68

Verbreitung von Sperren & Filter

Education Group

Etwa die Hälfte der Eltern verwendet Sperren bzw. Filter im Internet!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
Ja, gibt es	48	46	40	48	38	49	43	41	37
Nein, gibt es nicht	45	52	57	51	56	51	54	53	51
keine Angabe	7	3	3	1	6	1	3	5	11

Frage: Gibt es bei Ihnen zuhause gesperrte Seiten bzw. einen Filter im Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

INTERNET 69

Gründe, warum keine Filterprogramme installiert sind

Basis: Eltern, die keine Filterprogramme installieren

Education Group

Wenn Filter und Sperren nicht eingesetzt werden, dann sehen die Eltern meist auch keine Notwendigkeit dafür.

	ELTERN, DIE KEINE FILTER-PROGRAMME INSTALLIERT HABEN (45%=100%)	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
weil das nicht nötig ist	40	45	40	43	43	39	42	30	47
weil mein Sohn / meine Tochter derartige Seiten sowieso nicht ansieht	32	37	25	40	21	41	45	39	41
weil ich keine Filterprogramme kenne	18	11	15	20	25	22	39	29	41
weil ich nicht weiß, wo ich mich da informieren soll	14	10	9	11	16	26	17	19	15
weil ich noch nie daran gedacht habe	14	13	14	9	15	22	24	16	22
weil Filterprogramme wirkungslos sind	14	8	11	17	7	12	10	4	3
weil Filterprogramme zu wenig nach dem Alter unterscheiden	10	11	13	17	14	18	14	7	1
weil die Installation zu kompliziert ist	9	9	10	5	6	12	13	14	4
weil die Nutzung dadurch sehr eingeschränkt wird	7	6	23	19	18	19	5	3	8
weil mein Sohn / meine Tochter zuhause ohnehin kaum im Internet surft	7	7	7	8	13	17	11	18	9
weil mein Sohn / meine Tochter zuhause nur gemeinsam mit mir im Internet surft	6	6	2	6	9	10	3	14	11
weil solche Programme zu teuer sind	5	9	10	9	20	14	5	5	3
Anderes	2	11	6	5	7	1	10	5	2
Weiß nicht, keine Angabe	7	8	10	5	1	8	5	10	12

Frage: Warum sind keine Filterprogramme installiert?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

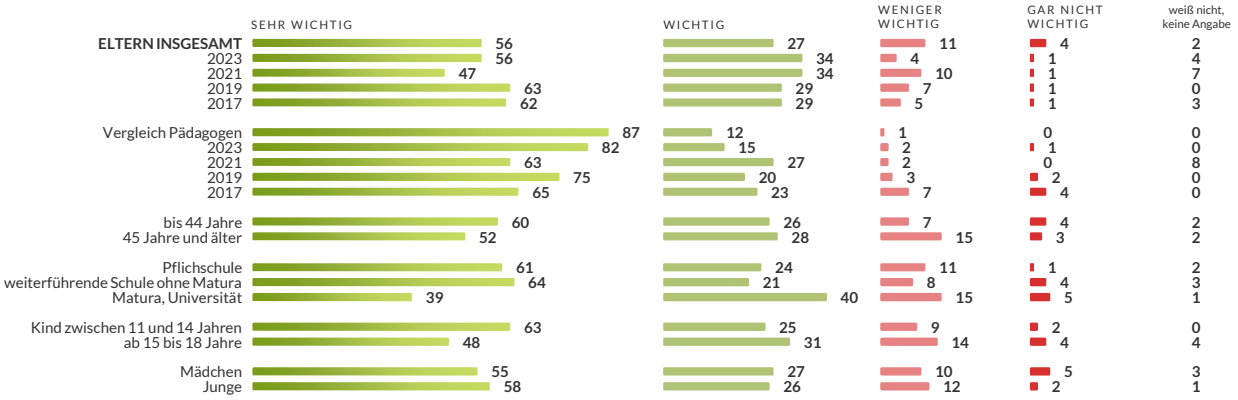
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die keine Filterprogramme installiert haben (45%=100%)

INTERNET 70

Bedeutung von Filterprogrammen in Schulen

Education Group

Die Mehrheit der Eltern beurteilt Filterprogramme in Schulen als sehr wichtig!



Frage: Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach Filterprogramme in Schulen, um Jugendliche vor unerlaubten Seiten zu schützen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

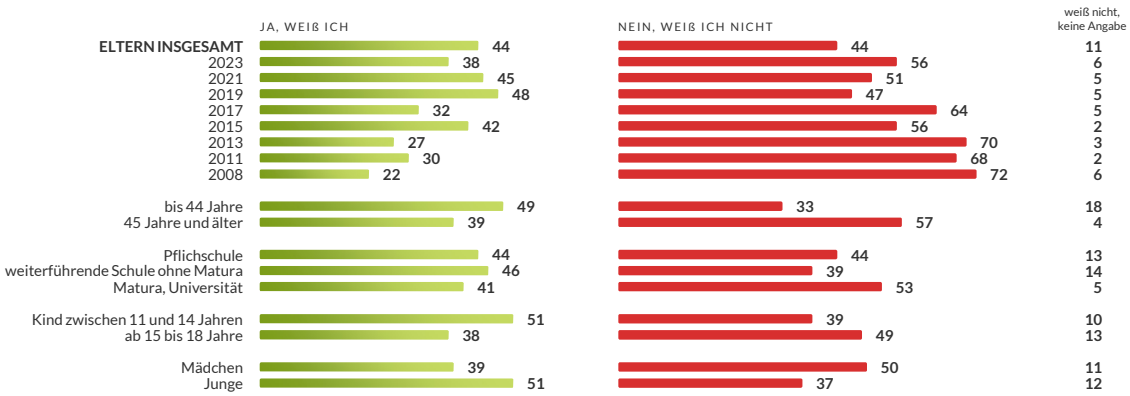
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

INTERNET 71

Wissen um Meldestellen von illegalen Seiten

Education Group

Das Wissen um Meldestellen von Seiten mit illegalen Internet-Inhalten ist tendenziell etwas angestiegen.



Frage: Wissen Sie, wo Sie illegale Inhalte im Internet melden können oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

INTERNET 72

Interesse an Informationen zur sicheren Internetnutzung

Education Group

Die Mehrheit der Eltern wünscht sich zusätzliche Informationen über einen sicheren Internet-Umgang!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
sehr gerne	29	23	23	27	24	19	24	22	30
gerne	34	35	34	33	36	24	27	20	18
weniger gerne	16	16	16	20	20	26	25	30	27
überhaupt nicht gerne	14	13	15	12	14	23	21	21	18
keine Angabe	7	13	12	8	6	7	3	8	6

Frage: Hätten Sie gerne mehr Informationen über einen sicheren und sinnvollen Umgang mit dem Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

INTERNET 73

Gewünschte Informationsquellen

Basis: Eltern, die sich mehr Informationen über die sichere Internet-Nutzung wünschen

Education Group

Schulen werden weiterhin als primäre Informationsquelle für eine sichere Internetnutzung angesehen!

	ELTERN, DIE SICH MEHR INFORMATIONEN ÜBER DIE SICHERE INTERNET-NUTZUNG WÜNSCHEN (63%=100%)	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
von der Schule / Berufsschule	53	57	56	58	58	58	49	55	41
von einer Webseite	36	34	30	32	27	23	16	31	22
von Medienpädagogen	34	31	33	24	27	22	32	26	31
von den politischen Verantwortlichen auf Bundesebene	32	25	17	23	13	19	23	*)	*)
vom ORF	30	31	22	26	26	33	26	22	31
von der Polizei	28	28	37	38	27	30	41	23	25
von den politischen Verantwortlichen auf Bundeslandebene	27	18	16	17	14	13	17	*)	*)
vom Internet Provider	25	28	26	28	31	35	18	26	31
von Software Firmen	25	17	13	26	13	17	23	23	32
vom Elternverein	23	28	24	20	24	38	30	15	18
von den politischen Verantwortlichen auf Gemeindeebene	22	14	8	16	12	24	20	*)	*)
von einer Zeitung	20	22	18	25	28	36	30	34	24
anderes	0	1	1	0	4	0	0	0	19
Keine Angabe	4	6	3	6	6	2	1	3	0

*) wurde nicht erhoben

Frage: Von wo bzw. von wem würden Sie sich diesbezüglich mehr Informationen wünschen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die sich mehr Informationen über die sichere Internet-Nutzung wünschen (63%=100%)

INTERNET 74

KAPITEL 10

Online vs. offline Spiele

Nutzungshäufigkeit von Computerspielen

Education Group

Die Mehrheit der Jugendlichen spielt zumindest mehrmals pro Woche Computerspiele!

	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	SELTENER	NIE	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	19	22	30	8	13	6	2
2023	17	19	26	14	15	8	1
2021	21	27	27	9	10	3	3
2019	23	18	23	6	19	8	1
2017	24	23	18	8	13	13	0
2015	13	13	31	11	15	15	2
2013	17	22	26	10	12	13	0
2011	9	12	34	12	14	11	7
2008	10	16	22	13	23	15	1
bis 44 Jahre	17	25	30	9	13	6	1
45 Jahre und älter	21	19	30	8	14	6	2
Pflichtschule	17	22	30	10	15	2	4
weiterführende Schule ohne Matura	19	25	29	7	13	6	0
Matura, Universität	20	17	31	9	12	10	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	17	22	35	8	12	5	1
ab 15 bis 18 Jahre	22	24	24	9	13	7	2
Mädchen	19	18	26	11	18	6	2
Junge	18	28	34	6	7	6	0

* Trend nicht direkt vergleichbar

Frage: Kommen wir zu Computerspielen! Bitte bei den nächsten Fragen auch an Spiele auf Spielkonsolen, Handys, Smartphones und Tablets denken. Wie häufig spielt Ihr Kind zuhause Computerspiele?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Der tägliche Online-Spielkonsum der Jugendlichen

Basis: Eltern, deren Kinder zuhause Online-Spiele spielen

Jugendliche verbringen – nach Schätzung der Eltern – durchschnittlich etwa 80 Minuten pro Tag mit Online-Spielen!

	BIS ZU 30 MINUTEN	30 BIS 60 MINUTEN	1 BIS 3 STUNDEN	MEHR ALS 3 STUNDEN	Ø	VERGLEICH JUGENDLICHE	SPIELT NUR AM WOCHENENDE, IN DEN FERIEN	Spielt überhaupt nicht	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DEREN KINDER ONLINE-SPIELE SPIELEN (92%=100%)	21	24	16	9	79 Minuten	77 Minuten	8	10	0
				1					
bis 44 Jahre	20	23	15	9			9	13	0
45 Jahre und älter	22	25	17	10			6	6	0
Pflichtschule	17	23	10	12			9	8	0
weiterführende Schule ohne Matura	20	23	19	7			8	11	0
Matura, Universität	26	28	17	9			6	10	0
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	22	25	18	7			7	12	0
ab 15 bis 18 Jahre	17	25	14	12			10	6	0
Mädchen	23	26	9	8			7	11	0
Junge	19	22	25	11			8	9	0

Frage: Wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag mit Online-Spielen (1), also digitalen Spielen, die es auf elektronischen Geräten wie PC, Tablet, Smartphones oder Spielekonsolen spielen kann, und wie viel Zeit mit Offline-Spielen, also klassischen Spielen wie Brettspiele, Kartenspiele und Puzzles (2)?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kinder zuhause Computerspiele spielen (92%=100%)

Der tägliche Offline-Spielkonsum der Jugendlichen

Und auch klassische Spiele werden durchschnittlich etwas über eine Stunde pro Tag von den Jugendlichen gespielt!

	BIS ZU 30 MINUTEN	30 BIS 60 MINUTEN	1 BIS 3 STUNDEN	MEHR ALS 3 STUNDEN	Ø	VERGLEICH JUGENDLICHE	SPIELT NUR AM WOCHENENDE, IN DEN FERIEN	Spielt überhaupt nicht	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	23	24	9	6	66 Minuten	65 Minuten	17	10	0
bis 44 Jahre	19	22	8	9			19	11	0
45 Jahre und älter	26	26	10	3			14	8	0
Pflichtschule	22	19	10	10			10	5	0
weiterführende Schule ohne Matura	22	25	9	6			19	12	0
Matura, Universität	24	26	8	2			19	11	0
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	23	25	7	7			17	11	0
ab 15 bis 18 Jahre	20	20	10	3			18	10	0
Mädchen	22	24	10	5			17	9	0
Junge	24	23	8	7			16	11	0

Frage: Wie viel Zeit verbringt Ihr Kind durchschnittlich pro Tag mit Online-Spielen (1), also digitalen Spielen, die es auf elektronischen Geräten wie PC, Tablet, Smartphones oder Spielekonsolen spielen kann, und wie viel Zeit mit Offline-Spielen, also klassischen Spielen wie Brettspiele, Kartenspiele und Puzzles (2)?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kinder zuhause Computerspiele spielen (92%=100%)

Spaßfaktor: Online- vs. Offline-Spiele

Basis: Eltern, deren Kind Online- und Offline-Spiele spielt

Bei den Online-Spielen nehmen die Eltern (und auch die Jugendlichen) einen größeren Spaßfaktor für die Jugendlichen wahr!

	Σ	AUF JEDEN FALL ONLINE-SPIELE	EHER ONLINE-SPIELE	BEIDE VARIANTEN SIND GLEICH GUT	EHER OFFLINE-SPIELE	AUF JEDEN FALL OFFLINE-SPIELE	Σ	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DEREN KIND ONLINE- UND OFFLINE-SPIELE SPIELT	43	18	25	38	10	4	14	4
Vergleich Jugendliche	41	21	20	36	13	4	17	7
bis 44 Jahre	46	14	32	36	12	2	14	5
45 Jahre und älter	41	23	18	40	8	7	15	4
Pflichtschule	47	22	25	36	13	0	13	5
weiterführende Schule ohne Matura	41	14	27	42	7	7	14	2
Matura, Universität	44	21	23	33	12	4	16	7
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	45	20	25	36	10	5	15	4
ab 15 bis 18 Jahre	46	16	30	37	10	4	14	4
Mädchen	32	9	23	46	12	6	18	5
Junge	57	29	28	29	8	2	10	4

Frage: Und welche der beiden Spiel-Varianten macht Ihrem Kind mehr Spaß, eher die Online-Variante oder die Offline-Variante?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- und Offline-Spiele spielt

Spielhäufigkeit bei Online-Spielen

Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Eltern schätzen die Online-Spielhäufigkeit höher ein als die Jugendlichen!

	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	Σ	Vergleich Jugendliche	MONATLICH	SELTENER
Lern-Apps	10	16	23	15	64	48	15	22
Simulations- und Bau-Spiele (z.B.: SimCity, Cities: Skylines, Minecraft,...)	8	10	22	17	57	43	12	31
Rennspiele (z.B.: Mario Kart, Forza Horizon, Gran Turismo Sport,...)	7	9	17	21	54	43	18	29
Rollen-Spiele & Adventure (z.B.: Pokemon, World of Warcraft, Final Fantasy, Guild Wars,...)	6	10	12	14	42	36	8	51
Battle-Spiele (z.B.: Fortnite, League of Legends,...)	6	9	15	11	41	36	15	45
Jump and Run-Spiele (z.B.: Super Mario, Donkey Kong...)	6	10	19	16	51	38	14	35
Puzzle- und Rätselspiele (z.B.: Candy Crush, Tetris, Portal,...)	5	10	18	16	49	40	15	36
Sportspiele (z.B.: FIFA, Madden NFL, NBA 2K,...)	4	10	18	13	45	30	19	36
Shooter-Spiele (z.B.: Counter-Strike, Overwatch, Call of Duty,...)	3	8	9	13	33	31	8	60
Survival-Spiele (z.B.: ARK: Survival Evolved, Rust, DayZ,...)	3	5	8	10	26	27	7	66
Virtual Reality (VR) Spiele (z.B.: Beat Saber, Half-Life: Alyx,...)	3	6	5	9	23	23	13	65
Echtzeitstrategie-Spiele (z.B.: StarCraft, Age of Empires, Warcraft,...)	2	8	11	8	29	32	10	61
Kartenspiele und Brettspiele (z.B.: Hearthstone, Gwent, Tabletop Simulator,...)	2	9	12	18	41	31	14	45

Frage: Wie häufig spielt Ihr Kind die folgenden Spiele online?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Spielpartner in der Online-Welt

Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Aus Sicht der Eltern werden Lern-Apps von den Jugendlichen vor allem alleine verwendet.

	ALLEINE	Vergleich Jugendliche	MIT JEMANDEN AUS DER FAMILIE	Vergleich Jugendliche	MIT FREUNDEN / FREUNDINNEN	Vergleich Jugendliche	MIT SPIELERN, DIE GERADE ONLINE SIND	Vergleich Jugendliche
Rollen-Spiele & Adventure (z.B.: Pokemon, World of Warcraft, Final Fantasy, Guild Wars,...)	35	40	33	25	43	26	12	9
Shooter-Spiele (z.B.: Counter-Strike, Overwatch, Call of Duty,...)	27	20	35	23	53	37	14	13
Battle-Spiele (z.B.: Fortnite, League of Legends,...)	18	24	34	20	60	45	16	14
Echtzeitstrategie-Spiele (z.B.: StarCraft, Age of Empires, Warcraft,...)	24	22	34	24	49	34	12	12
Survival-Spiele (z.B.: ARK: Survival Evolved, Rust, DayZ,...)	29	22	38	20	39	33	13	7
Rennspiele (z.B.: Mario Kart, Forza Horizon, Gran Turismo Sport,...)	28	36	47	30	51	34	5	8
Sportspiele (z.B.: FIFA, Madden NFL, NBA 2K,...)	26	30	44	30	52	32	7	8
Kartenspiele und Brettspiele (z.B.: Hearthstone, Gwent, Tabletop Simulator,...)	32	28	46	32	47	31	4	5
Puzzle- und Rätselspiele (z.B.: Candy Crush, Tetris, Portal,...)	48	40	43	23	24	20	9	6
Simulations- und Bau-Spiele (z.B.: SimCity, Cities: Skylines, Minecraft,...)	37	38	39	29	45	29	9	6
Virtual Reality (VR) Spiele (z.B.: Beat Saber, Half-Life: Alyx,...)	29	24	38	22	44	29	9	8
Jump and Run-Spiele (z.B.: Super Mario, Donkey Kong...)	40	36	51	31	40	28	4	4
Lern-Apps	59	50	33	22	20	18	4	4

Frage: Und mit wem spielt Ihr Kind die Spiele?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Gefühlslage nach Online-Spielen

Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Nach dem Computerspielen werden die Kinder fröhlich und entspannt wahrgenommen!

	ELTERN, DEREN KIND ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELT	Vergleich Jugendliche	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Mein Kind ist fröhlich, gut gelaunt	35	39	35	34	37	33
Mein Kind fühlt ist entspannt, kann damit gut abschalten	34	37	34	33	38	28
Mein Kind freut sich auf Bewegung, Sport	33	19	39	19	29	37
Mein Kind fühlt sich positiv, freut sich auf den Rest des Tages	26	25	31	20	26	26
Mein Kind kann Ärger, den es in der Schule oder mit Freundinnen/Freunden hatte, gut vergessen	16	21	17	17	19	12
Mein Kind fühlt sich energiegeladen, voller Energie	15	17	16	15	15	16
Mein Kind fühlt sich müde, erschöpft	11	15	8	12	12	9
Mein Kind ist verärgert	8	8	9	7	8	9
Mein Kind fühlt sich nicht so wohl, macht sich Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	8	3	5	11	8	8
Mein Kind ist traurig, schlecht gelaunt	8	1	8	6	9	7
Mein Kind hat ein schlechtes Gewissen	7	12	5	9	7	7
Mein Kind hat Angst	4	2	3	7	4	4
Anderes	2	2	1	5	4	1
Weiß nicht, keine Angabe	7	6	7	7	6	8

Frage: Und wie fühlt sich Ihr Kind üblicherweise, nachdem es am Computer, Tablet, Smartphone oder Spielkonsole gespielt hat? Nennen Sie die 3 Aussagen, die das Gefühl Ihres Kindes am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Häufigkeit des Unwohlseins nach Online-Spielen

Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Negative Gefühle nach dem Computerspielen werden von Eltern kaum registriert!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	Σ	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DEREN KIND ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELT	4	17	21	34	44	78	2
Vergleich Jugendliche	3	13	16	35	46	81	4
bis 44 Jahre	4	18	22	39	37	76	2
45 Jahre und älter	3	16	19	27	52	79	2
Pflichtschule	5	16	21	40	34	74	4
weiterführende Schule ohne Matura	2	17	19	33	48	81	0
Matura, Universität	4	18	22	29	46	75	3
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	5	19	24	30	47	77	0
ab 15 bis 18 Jahre	3	18	21	36	39	75	4
Mädchen	4	12	16	35	48	83	0
Junge	4	22	26	32	38	70	4

Frage: Wie häufig kommt es vor, dass Ihr Kind sich nach dem Spielen schlecht fühlt? Würden Sie sagen, das passiert –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Aussagen zu Online-Spielen

Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Zwei Drittel der Eltern gehen davon aus, dass sie die Spielpartner:innen ihrer Kinder kennen.

	STIMME VOLL UND GANZ ZU	STIMME EHER ZU	Σ	Vergleich Jugendliche	STIMME WENIGER ZU	STIMME GAR NICHT ZU	Σ	Vergleich Jugendliche	Weiß nicht, Keine Angabe
Ich weiß wie viel mein Kind wirklich spielt	26	37	63	27	24	7	31	70	6
Mein Kind spielt oft aus Langeweile	25	30	55	73	20	19	39	24	6
Ich weiß mit wem mein Kind wirklich spielt	25	41	66	25	18	10	28	72	5
Meinem Kind machen Online-Spiele einfach Spaß	24	42	66	70	18	11	29	26	6
Wenn mein Kind spielt, motiviert ihm das z.B. ins nächste Level zu kommen	17	38	55	65	23	14	37	32	7
Manche Spiele muss man einfach spielen, um mitreden zu können	13	33	46	52	23	23	46	44	8
Ich habe manchmal das Gefühl, dass mein Kind gar nicht aufhören kann zu spielen	11	24	35	39	21	37	58	59	8
Bei Online-Spielen kann mein Kind Probleme lösen, kreativ sein	11	33	44	50	28	18	46	47	9
Online-Spiele sind für mein Kind eine Belohnung	11	26	37	48	28	25	53	49	10
Ich habe Angst, dass bei Online-Spielen unerwartete Kosten entstehen	10	23	33	37	24	33	57	60	10
Meinem Kind ist es wichtig, dass es bei Online-Spielen richtig gut ist	8	33	41	44	31	19	50	54	9
Wenn mein Kind ein paar Tage keine Online-Spiele spielen kann, fehlt es ihm richtig	7	23	30	39	29	32	61	57	8
Mein Kind spielt manchmal auch nachts, wenn es eigentlich schlafen sollte	7	20	27	40	18	45	63	58	10
In Online-Spielen findet man leichter Freunde als in der Schule	6	18	24	29	19	46	65	68	12
Mein Kind hat sich bei Online-Spielen in bestimmten Situationen bereits gefürchtet	6	14	20	24	18	49	67	74	13

*) bei Jugendlichen anders abgefragt

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen rund um Online-Spiele zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Verbreitung von kostenpflichtigen Online-Spielen

Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

Kostenpflichtige Online-Spiele sind weit verbreitet!

	JA, MEIN KIND SPIELT MIT EINMAL-KOSTEN BEIM KAUF	JA, MIT REGELMÄßIGEN KOSTEN DURCH EIN ABONNEMENT	JA, MIT IN-GAME-KÄUFEN FÜR BONUS FUNKTIONEN	Σ	NEIN, MEIN KIND SPIELT NUR KOSTENFREIE SPIELE	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN, DEREN KIND ONLINE- ODER OFFLINE-SPIELE SPIELT	16	17	17	50	53	3
Vergleich Jugendliche	18	10	16	44	53	5
bis 44 Jahre	18	17	16	51	54	3
45 Jahre und älter	13	18	17	48	52	2
Pflichtschule	18	19	19	56	49	1
weiterführende Schule ohne Matura	12	16	15	43	58	2
Matura, Universität	19	18	17	54	47	5
Kind zwischen 11 und 14	17	16	16	49	55	2
ab 15 bis 18 Jahre	12	22	13	47	51	3
Mädchen	13	20	15	48	56	1
Junge	19	14	19	52	48	4

Frage: Spielt Ihr Kind manchmal auch Online-Spiele, die etwas kosten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 85

Monatliche Kosten für Online-Spiele

Basis: Eltern, deren Kind kostenpflichtige Online-Spiele spielt

Im Durchschnitt schätzen die Eltern, wenn Geld für Online-Spiele ausgegeben wird, die Kosten auf etwa Euro 22,- pro Monat!

	ELTERN, DEREN KIND KOSTENPFLICHTIGE ONLINE-SPIELE SPIELT	Vergleich Jugendliche	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Bis zu Euro 10,-	30	42	35	23	21	39
Bis zu Euro 20,-	17	18	16	17	15	19
Bis zu Euro 30,-	15	10	12	14	13	16
Bis zu Euro 40,-	14	9	13	20	18	10
Bis zu Euro 50,-	8	2	7	10	8	7
Bis zu Euro 100,-	5	3	7	5	4	5
Mehr als Euro 100,-	1	3	2	1	1	1
	Ø 22 EURO	Ø 18 EURO				
Weiß nicht, keine Angabe	10	12	8	10	18	2

Frage: Wie viel Geld hat Ihr Kind da im letzten Monat in etwa ausgegeben?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind kostenpflichtige Online-Spiele spielt

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 86

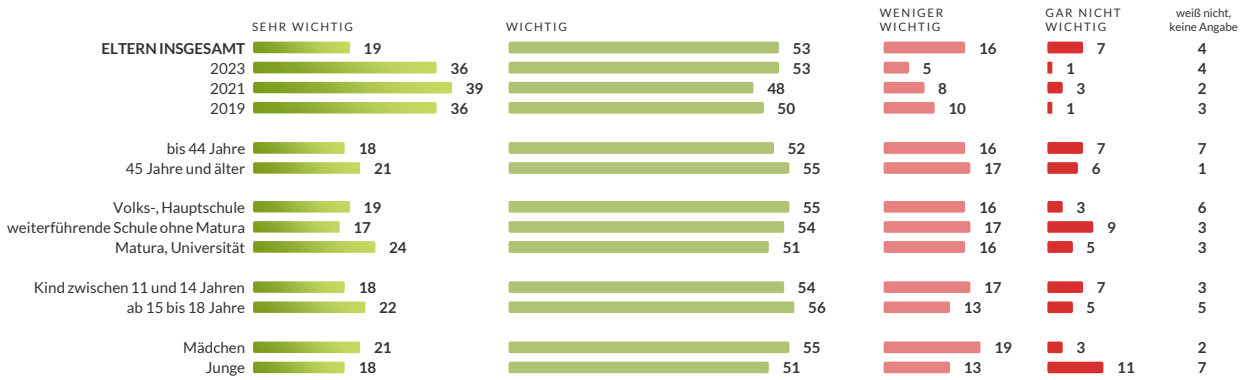
KAPITEL 11

Sprachassistenten & KI im Alltag

Bedeutung der Digitalisierung

Education Group

Die Bedeutung der Digitalisierung für die Jugendlichen wird von den Eltern weiterhin als wichtig eingestuft – KI wird aber mehr zum Alltag und damit weniger oft „sehr wichtig"!



Frage: Wie würden Sie die Bedeutung der Digitalisierung, also die immer stärker werdende Vernetzung, für die Jugendlichen im Hinblick auf ihre Zukunft und ihren Beruf einschätzen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Vorbereitung auf die Auswirkungen der Digitalisierung

Education Group

Und auch eine Vorbereitung auf die Veränderungen durch die Digitalisierung sehen die Eltern als wichtig an, aber mit etwas weniger Enthusiasmus!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	30	47	15	6	2
2023	37	51	8	2	2
2021	37	51	8	2	2
2019	33	52	10	2	3
bis 44 Jahre	28	46	18	4	3
45 Jahre und älter	33	47	12	8	0
Pflichtschule	32	56	6	5	0
weiterführende Schule ohne Matura	29	41	20	7	3
Matura, Universität	30	47	16	4	2
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	30	47	17	5	2
ab 15 bis 18 Jahre	37	44	10	6	2
Mädchen	34	41	15	6	3
Junge	26	53	15	5	0

Frage: Und wie wichtig ist es Ihrer Meinung nach, dass die Jugendlichen bereits früh auf die Veränderungen, die mit der Digitalisierung einhergehen, vorbereitet werden?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 89

Themenfelder der Digitalisierung

Education Group

Chancen und Gefahren zu erkennen, sowie der richtige Umgang mit Datenschutz und Urheberrecht stehen für die Eltern im Fokus!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019
Chancen und Gefahren erkennen und damit umgehen können	63	71	69	77
Datenschutz, Urheberrecht ...	63	67	68	71
Technisches Grundverständnis (Betriebssysteme, technische Probleme lösen, ...)	58	69	69	59
Verantwortungsvoller Umgang mit Apps, Programmen und Anwendungen	58	76	69	69
Computersicherheit (Virenschutz, Firewall,..)	58	73	73	71
Technische Nutzung der Geräte	56	64	62	61
Umgang mit KI	48	*)	*)	*)
Kommunikationsformen	43	56	47	46
Kreative Gestaltungsmöglichkeiten	38	45	41	38
Programmieren, selber Programme erstellen können	28	31	35	26
In einem anderen Bereich, und zwar:	1	0	1	0
Keinen der genannten	2	2	2	3

Frage: In welchen Bereichen würden Sie eine Vorbereitung für wichtig erachten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 90

Gewünschte Informationsquellen

Education Group

Die Schule wird weiterhin als die primäre Informationsquelle für Themen rund um Digitalisierung gesehen!

	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019
von der Schule	64	63	54	53
vom Internet, von einer Webseite	30	32	35	37
von Experten durch Beratungsgespräche	26	33	26	24
von Seminaren, Vorträgen	24	20	17	22
von der Polizei	24	16	17	11
von den politisch Verantwortlichen auf Bundeslandebene	23	13	14	14
vom Elternverein	22	16	12	11
vom Fernsehen	20	18	17	21
von Zeitungen	17	16	13	18
von den politisch Verantwortlichen auf Gemeindeebene	17	8	8	12
von den politisch Verantwortlichen auf Bundesebene	17	16	15	17
von Broschüren	16	20	19	20
vom Radio	14	12	6	12
von einem Newsletter	13	9	10	9
Per SMS,WhatsApp	10	0	2	3
von einer Hotline	7	8	10	6
Anderes	0	1	0	1
Weiß nicht, keine Angabe	8	12	14	11

Frage: Von wo bzw. von wem würden Sie sich diesbezüglich mehr Informationen wünschen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 91

Bekanntheit & Nutzung von Alexa, Siri, Cortana & Co

Education Group

Jugendliche sind mit Systemen wie Alexa, Siri, Cortana & Co durchaus vertraut.

	JA, HAT DAVON GEHÖRT UND SIE AUCH SCHON BENUTZT	HAT DAVON GEHÖRT, SIE ABER NOCH NICHT BENUTZT	NEIN, KENNT SIE NICHT	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	57	32	9	2
Vergleich Jugendliche	57	34	6	3
bis 44 Jahre	59	33	8	0
45 Jahre und älter	55	31	9	5
Pflichtschule	60	30	8	2
weiterführende Schule ohne Matura	57	31	9	2
Matura, Universität	53	35	8	3
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	56	33	9	2
ab 15 bis 18 Jahre	62	29	7	3
Mädchen	59	32	8	1
Junge	55	32	10	4

Frage: Hat Ihr Kind schon einmal von Systemen wie Alexa, Siri, Cortana usw. gehört bzw. selber schon Erfahrungen damit gemacht oder noch nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 92

Sprachassistenten statt Menschen: Komfort oder Unbehagen?

Basis: Eltern, deren Kind Systeme wie Alexa & Co nutzt

Sprachassistenten werden von den Jugendlichen als normal angesehen bzw. als lustig und praktisch eingestuft!

	ELTERN, DEREN KIND SYSTEME WIE ALEXA & CO NUTZT (57%=100%)	Vergleich Jugendliche	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Fühlt sich ganz normal an	35	27	39	31	29	43
Ist lustig, einmal etwas anderes	34	38	33	35	39	28
Ist einfach praktisch	34	34	36	32	34	34
Mein Kind macht sich Sorgen, dass der Sprachassistent immer zuhört, wenn es redet	16	9	15	15	14	18
Ist ärgerlich, weil der Sprachassistent mein Kind oft nicht versteht	14	14	9	21	18	10
Anderes	0	0	0	0	0	0
Weiß nicht, keine Angabe	5	1	6	4	5	5

Frage: Wie fühlt sich Ihr Kind dabei mit einem Sprachassistenten wie Alexa, Siri, Cortana zu sprechen anstatt mit einem Menschen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind Systeme wie Alexa & Co nutzt (57%=100%)

KI als Lern- und Problemlösungstools im Alltag

Die Mehrheit der Eltern stuft die künstliche Intelligenz als hilfreich im Alltag ein!

	AUF JEDEN FALL	EHER SCHON	Σ	EHER WENIGER	SICHER NICHT	Σ	weiß nicht, keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	16	43	59	27	10	37	4
Vergleich Jugendliche*	14	41	55	30	8	38	8
bis 44 Jahre	19	39	58	26	10	36	6
45 Jahre und älter	13	48	61	28	10	38	1
Pflichtschule	13	43	56	24	15	39	5
weiterführende Schule ohne Matura	11	41	52	32	12	44	4
Matura, Universität	26	48	74	22	3	25	1
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	15	43	58	31	8	39	3
ab 15 bis 18 Jahre	17	46	63	22	12	34	3
Mädchen	20	41	61	31	5	36	3
Junge	11	46	57	23	17	40	4

* bei Jugendlichen mit Sprachassistenten abgefragt

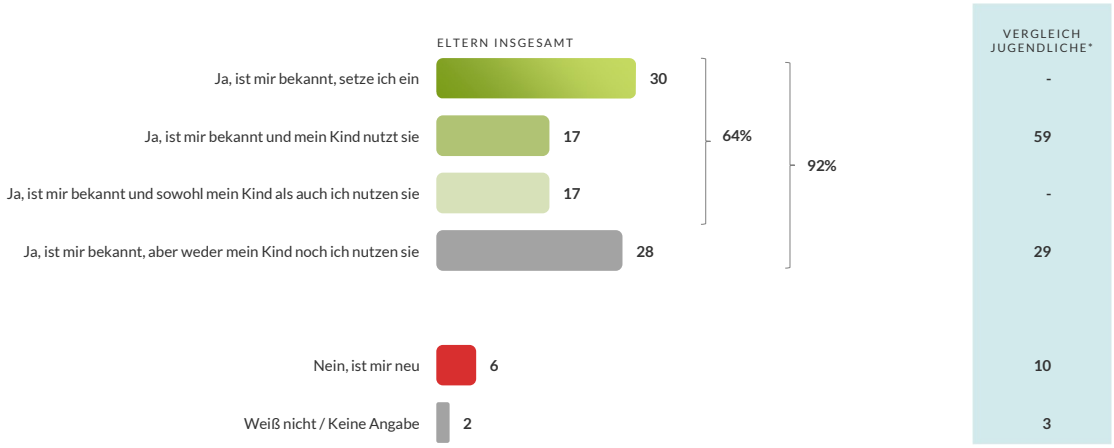
Frage: Glauben Sie, dass uns künstliche Intelligenz helfen kann, Dinge zu lernen oder Probleme im Alltag zu lösen oder eher nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

ChatGPT/KI – Bekanntheit & Nutzung

KI und ChatGPT werden in der Mehrheit der oberösterreichischen Haushalte eingesetzt!



* bei Jugendlichen anders abgefragt

Frage: Kennen Sie Künstliche Intelligenz und KI-Systeme, wie z.B. ChatGPT etc?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

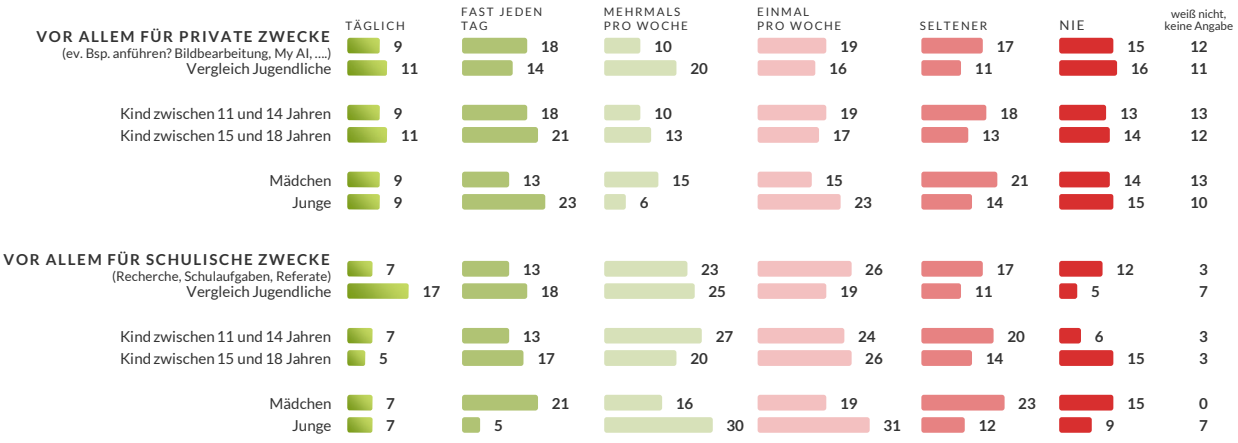
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 95

Nutzungshäufigkeit der KI-Systeme

Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt

KI wird von den Jugendlichen – nach Einschätzung der Eltern – sowohl für private als auch für schulische Zwecke verwendet.



Frage: Wie oft nutzt Ihr Kind KI-Systeme für schulische Zwecke wie z.B. zur Recherche, für Schulaufgaben, Referate, etc.? Und wie oft für private Zwecke wie z.B. Bildbearbeitung, myAI, ...?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt (34%=100%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 96

Verwendungsmotive für den Einsatz von KI-Systemen

Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt

Infosuche und Begriffserklärung stehen (so sehen es Eltern und Jugendliche) ganz oben bei der Verwendung von KI-Systemen!

	ELTERN, DEREN KIND KI-SYSTEME NUTZT (34%=100%)	VERGLEICH JUGENDLICHE	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Infosuche	40	63	40	38	36	44
Erklärung von Begriffen	39	61	40	35	43	36
Texte schreiben	34	43	34	35	35	34
Fehler ausbessern	32	36	33	28	37	28
Komplette Lösungen	29	34	31	20	38	20
Mathematische Aufgaben	29	29	31	22	30	28
Bilder erstellen	21	24	20	22	24	18
Übersetzungen von Texten	21	37	14	24	20	22
Bilderbearbeitung, Fotosuche	19	18	19	19	19	19
Videos erstellen	18	8	18	19	14	22
Erstellung von Zusammenfassungen	11	30	16	6	14	9
Feedback	7	11	10	1	11	3
Anderes	2	3	3	0	0	3
Weiß nicht, keine Angabe	6	3	4	9	9	4

Frage: Wofür verwendet Ihr Kind KI-Systeme?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt (34%=100%)

Genutzte KI-Systeme

Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt

Google, Snapchat und Siri sind besonders oft in Verwendung!

	ELTERN, DEREN KIND KI-SYSTEME NUTZT (34%=100%)	VERGLEICH JUGENDLICHE	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Google Lens	23	21	26	22	25	21
Snapchat „My AI"	22	23	25	17	28	17
Apple Siri	20	28	22	22	20	20
Google Gemini	20	22	18	26	16	24
Midjourney	9	2	6	9	13	5
Grammarly	8	9	9	8	15	2
DeepL	5	13	4	7	7	4
DALL E	4	2	7	3	5	4
Craiyon	2	1	0	4	4	0
Anderes	14	27	14	13	14	14
Weiß nicht, keine Angabe	18	15	15	19	15	20

Frage: Welche KI-Systeme nutzt Ihr Kind?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt (34%=100%)

Wahrnehmung der KI im Detail

Education Group

KI ist noch mit viel Unsicherheit behaftet.

	VOLL UND GANZ	VERGLEICH JUGENDLICHE	EHER SCHON	Σ	VERGLEICH JUGENDLICHE	EHER WENIGER	GAR NICHT	weiß nicht / keine Angabe
Mein Kind weiß, wie es KI verantwortungsbewusst und sinnvoll einsetzen kann	13	16	31	44	48	22	12	22
Mein Kind kennt sich bei KI schon gut aus	11	13	32	43	43	25	15	17
Den Ergebnissen, die die KI liefert, kann man grundsätzlich vertrauen	10	9	30	40	52	31	16	13
Mein Kind prüft die KI-Ergebnisse und adaptiere sie gegebenenfalls, bevor es diese weiter verwende	10	16	31	41	46	21	15	22
Mein Kind ist bei den KI-Ergebnissen oft unsicher und verzichte dann darauf	10	6	21	31	33	23	22	24
Mein Kind verwendet KI im schulischen Alltag sehr gerne	10	17	24	34	45	23	24	19
Mein Kind verwendet KI für private Anwendungen außerhalb der Schule sehr gerne	9	13	23	32	39	23	26	19
Mein Kind fühlt sich bei der Anwendung von KI recht sicher und weiß, welchen Ergebnissen es vertrauen kann	8	12	32	40	44	24	16	21
Mein Kind hätte gerne mehr Unterstützung, um KI-Systeme sinnvoll einzusetzen	8	10	23	31	38	20	24	24
Bisher hatte mir die KI noch keine falschen Ergebnisse geliefert	7	8	25	32	34	25	19	24

Frage: Hier haben wir nun verschiedene Aussagen rund um KI für Sie. Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 99

Chancen für die KI im Schuleinsatz

Education Group

Für den Einsatz von KI in der Schule finden sich durchaus Argumente: KI bringt einen guten Überblick und spart Zeit.

	AUF JEDEN FALL	EHER SCHON	Σ	EHER WENIGER	GAR NICHT	weiß nicht / keine Angabe
Kann helfen, um einen Überblick zu einem Thema zu erhalten und Ideen zu finden	19	44	63	14	12	11
Ist eine super Möglichkeit, um Zeit zu sparen	18	38	56	15	18	11
Hilft meinem Kind bei der Vorbereitung von Referaten	16	33	49	20	18	14
Ist eine wichtige Vorbereitung auf das Arbeitsleben, braucht man später auch im beruflichen Alltag	11	33	44	25	19	13
Kann helfen, die eigenen Einschätzungen zu überprüfen	11	35	46	24	16	15
Hilft meinem Kind, die Schulaufgaben zu erledigen	9	26	35	29	25	12
Anderes	12	9	21	8	21	50

Frage: Welche Chancen sehen Sie beim Einsatz von KI-Systemen in der Schule?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 100

KI-Einsatz in der Schule

Education Group

Eine regelmäßige Nutzung von KI in den Schulen findet – aus der Sicht der Eltern – noch nicht statt.

	ELTERN INSGESAMT	VERGLEICH JUGENDLICHE	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahre	Mädchen	Junge
Die Nutzung von KI-Systemen ist an der Schule grundsätzlich erlaubt und wird vereinzelt bzw. von einzelnen Lehrkräften im Unterricht eingesetzt	25	26	23	28	29	19
KI und der Einsatz von KI-Tools ist an der Schule noch kein Thema	23	30	29	15	20	26
Die Nutzung von KI-Systemen ist an der Schule verboten	16	17	15	15	13	20
KI-Systeme werden regelmäßig im Unterricht in verschiedensten Fächern bzw. Lehrkräften eingesetzt	8	6	8	8	7	9
Weiß nicht, keine Angabe	29	21	25	33	31	26

Frage: Kommen wir zu KI in der Schule. Wie wird an Schule Ihres Kindes der KI-Einsatz gehandhabt?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Beurteilung von KI-Systemen: Chance oder Gefahr?

Education Group

KI-Systeme werden mehrheitlich als Chance wahrgenommen!

	AUF JEDEN FALL EINE CHANCE	EHER SCHON EINE CHANCE	Σ	EHER EINE GEFAHR	EINDEUTIG EINE GEFAHR	Σ	weiß nicht keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	15	42	57	25	11	36	7
Vergleich Jugendliche	22	45	67	18	7	25	10
bis 44 Jahre	16	40	56	24	9	33	11
45 Jahre und älter	15	44	59	26	14	40	2
Pflichtschule	11	52	63	21	10	31	7
weiterführende Schule ohne Matura	15	31	46	31	14	45	9
Matura, Universität	21	51	72	18	7	25	3
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	15	41	56	29	8	37	6
ab 15 bis 18 Jahre	15	47	62	21	11	32	6
Mädchen	20	42	62	26	6	32	7
Junge	10	42	52	25	17	42	6

Frage: Wie sehen Sie den Einsatz von KI? Sind KI-Systeme so alles in allem -

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

Bedeutung einer verantwortungsbewussten KI-Nutzung

Education Group

Die Eltern messen einem verantwortungsbewussten Umgang mit KI große Bedeutung zu.

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	Σ	weiß nicht / keine Angabe
ELTERN INSGESAMT	45	31	76	17	4	21	3
Vergleich Jugendliche	33	41	74	14	6	20	5
bis 44 Jahre	52	23	75	17	4	21	4
45 Jahre und älter	38	40	78	16	5	21	1
Pflichtschule	40	32	72	19	5	24	3
weiterführende Schule ohne Matura	46	29	75	18	4	22	3
Matura, Universität	49	33	82	13	4	17	2
Kind zwischen 11 und 14 Jahren	49	29	78	14	5	19	3
ab 15 bis 18 Jahre	43	36	79	15	4	19	2
Mädchen	46	31	77	17	5	22	2
Junge	45	32	77	16	4	20	4

Frage: Wie wichtig ist für Sie, dass Ihr Kind auf eine verantwortungsbewusste, sinnvolle Nutzung von KI vorbereitet wird?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 103

Ihr Ansprechpartner

Education Group

Prok. Dr. David Pfarrhofer

Tel. +43 732 2555 401
Mobil +43 664 225 51 67
Mail d.pfarrhofer@market.at

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!
MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

104

Education Group

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend

aus dem Blickwinkel der Pädagog:innen

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die EDUCATION GROUP GmbH

Inhaltlicher Überblick

Education Group

1. Aufgabenstellung & methodischer Aufbau — Chart 4
2. (Digitale) Kommunikation — Chart 6 bis 19
3. Medienkompetenz — Chart 21 bis 27
4. Die Medien im Schulalltag — Chart 29 bis 36
5. Computer, Internet & KI — Chart 38 bis 55
6. Smartphone und digitale Endgeräte in den Schulen — Chart 57 bis 65

KAPITEL 1

Aufgabenstellung & methodischer Aufbau

Aufgabenstellung

Im Rahmen des gegenständlichen Forschungsprojektes wurde der Medienumgang von Jugendlichen zwischen 11 und 18 Jahren aus dem Blickwinkel von Pädagog:innen überprüft. In diesem Forschungsmodul war vor allem der Zugang an den Schulen von Interesse – welche Medien werden in den Unterricht einbezogen und wie erleben die Pädagog:innen den Zugang der oberösterreichischen Jugendlichen zu Computer und Internet.

Im Rahmen der Jugendmedienstudie 2025 wurden neben den Pädagog:innen auch Jugendliche zwischen 11 und 18 Jahren bzw. Eltern von Jugendlichen dieser Altersgruppe befragt. Inzwischen ist eine Trendreihe von fast zwei Jahrzehnten verfügbar – die erste große Jugendmedienstudie wurde im Jahr 2007 durchgeführt.

Zielgruppe

oberösterreichische Pädagog:innen an NMS und AHS (Unterstufe)

Befragungsart

telefonische CATI-Interviews durch fachlich geschulte und kontrollierte Mitarbeiter:innen

Befragungszeitraum

03. April bis 23. Juni 2025

Auswertungsbasis

Pädagog:innen insgesamt: n=200
maximale statistische Schwankungsbreite +/- 7,07 Prozent

Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

Persönliche Treffen bleiben für eine gute Freundschaft unverzichtbar!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	90	8	98	0	1	1
2023	93	7	100	0	0	0
Vergleich Jugendliche	57	34	91	6	2	2
2023	63	28	91	4	1	4
Männer	89	9	98	0	2	0
Frauen	92	7	99	0	0	2
18 bis 49 Jahre	94	4	98	0	0	2
50 Jahre und älter	87	11	98	0	2	0

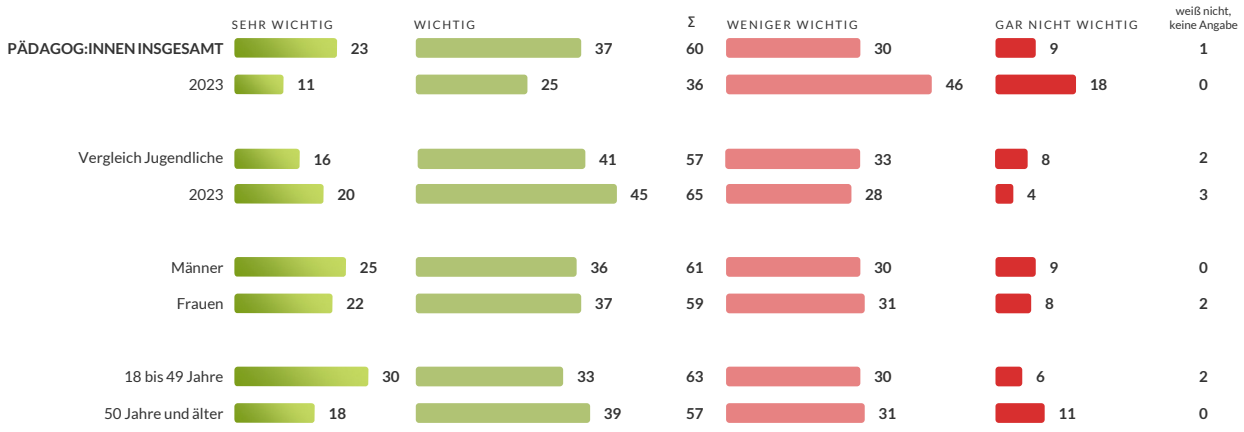
Frage: Wie schätzen Sie das ein: Wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft unter Jugendlichen, dass sich diese treffen und gemeinsam Zeit miteinander verbringen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

Die Bedeutung des Austauschs über das Internet nimmt spürbar zu!



Frage: Und wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass sich die Jugendlichen im Internet austauschen und häufig Nachrichten und Videos verschicken?

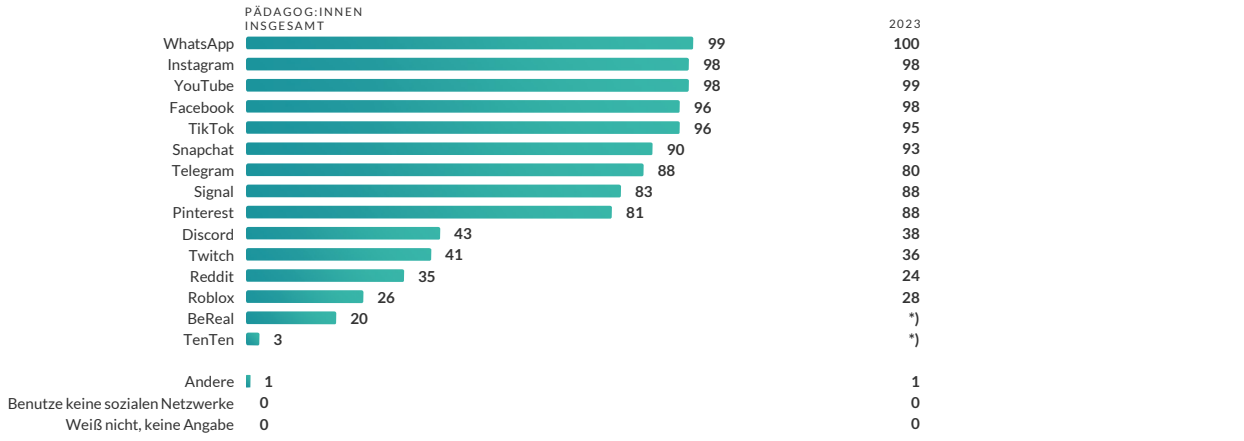
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 7

Bekanntheit der sozialen Netzwerke

Education Group

Die gängigen sozialen Netzwerke wie WhatsApp, Instagram, YouTube und Co sind den Pädagog:innen auch weiterhin durchwegs bekannt!



*) wurde nicht erhoben

Frage: Kommen wir zu sozialen Netzwerken. Hier sehen Sie verschiedene soziale Netzwerke, welche davon kennen Sie?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 8

Bedeutung der sozialen Netzwerke für den Schulalltag

Basis: Jeweilige Kenner:innen

Im Schulalltag spielt vor allem YouTube eine Rolle – die Bedeutung der übrigen sozialen Netzwerke ist auch weiterhin eher gering!

	n=	SEHR WICHTIG	2023	WICHTIG	Σ	2023	WENIGER WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG
YouTube	197	12	18	37	49	49	29	21
WhatsApp	198	9	10	16	25	30	28	47
Instagram	197	5	8	14	19	28	22	58
Reddit	70	5	0	0	5	3	8	88
Discord	87	4	2	6	10	10	12	78
Twitch	82	4	0	0	4	5	13	83
Facebook	191	3	4	5	8	16	21	72
Snapchat	181	3	3	4	7	11	19	74
Roblox	52	3	0	3	6	7	7	87
TikTok	191	2	4	4	6	14	22	73
Signal	165	2	2	5	7	10	20	73
Pinterest	162	1	3	8	9	20	30	61
Telegram	176	1	0	1	2	4	15	83
BeReal	40	0	*)	4	4	*)	17	78
TenTen	7	0	*)	0	0	*)	25	75

Frage: Wie wichtig sind diese sozialen Netzwerke wie WhatsApp und Instagram für den Schulalltag? Sehr wichtig, wichtig, weniger wichtig oder gar nicht wichtig?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jeweilige Kenner:innen

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 9

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken

Drei Viertel der Pädagog:innen sprechen mit ihren Schüler:innen über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Jugendliche berichten weiterhin von deutlich selteneren Gesprächen!

	SEHR HÄUFIG	HÄUFIG	Σ	WENIGER HÄUFIG	GAR NICHT HÄUFIG	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	20	56	76	18	4	2
2023	25	42	67	25	5	2
Vergleich Jugendliche	5	35	40	34	18	8
2023	7	27	34	34	26	6
Männer	16	59	75	16	7	2
Frauen	24	53	77	20	2	2
18 bis 49 Jahre	17	59	76	20	4	0
50 Jahre und älter	23	52	75	16	5	3

Frage: Wie häufig sprechen Sie mit Ihren Schüler:innen darüber, was sie in sozialen Netzwerken erleben?

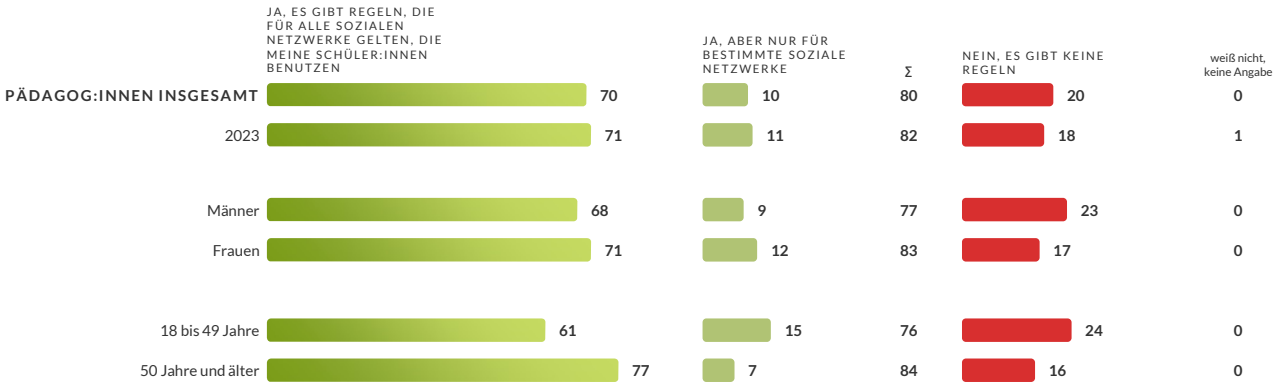
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 10

Regeln für den Umgang mit den sozialen Netzwerken

Education Group

Weiterhin gilt: Regeln für den Umgang mit den sozialen Netzwerken sind in einem Großteil der Schulen zu finden – nicht alle Schüler:innen sind darüber aber informiert...



Frage: Gibt es bei Ihnen in der Schule Regeln für Ihre Schüler:innen zum Umgang mit den sozialen Netzwerken wie WhatsApp und Instagram oder nicht? Würden Sie sagen -

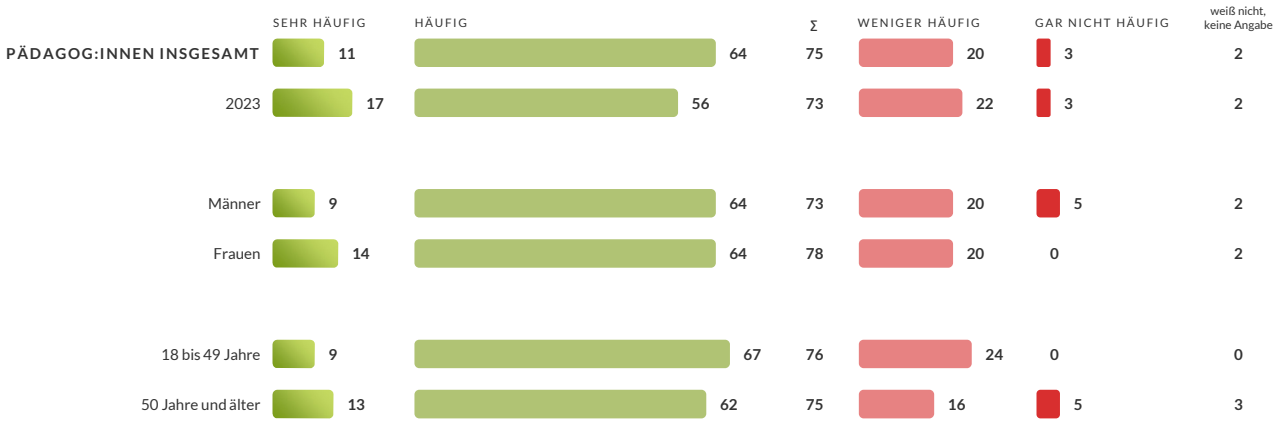
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 11

Gespräche über Verhaltensregeln in sozialen Netzwerken

Education Group

Drei Viertel der Pädagog:innen besprechen in der Schule regelmäßig das richtige Verhalten in sozialen Netzwerken!



Frage: Wie häufig besprechen Sie in der Schule darüber, was man in sozialen Netzwerken wie WhatsApp und Instagram so macht oder auch, was man da alles machen kann und was nicht?

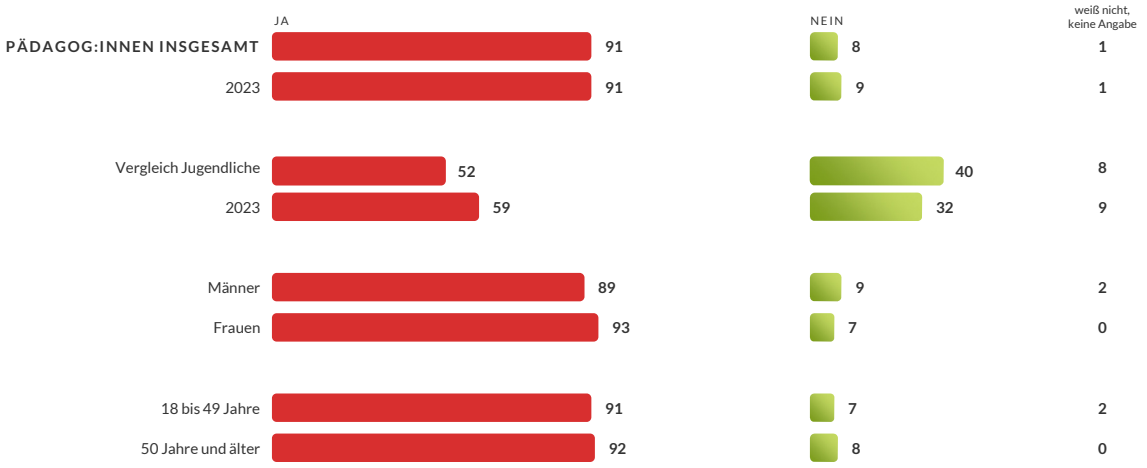
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 12

Verbreitung von Hasskommentaren

Education Group

Hasskommentare werden von den Pädagog:innen auch weiterhin sehr intensiv wahrgenommen!



Frage: Auf sozialen Medien gibt es immer wieder Hasskommentare, wo also andere über Texte, Bilder oder Videos schlecht gemacht, beleidigt, bedroht oder verachtet werden. Ist einem/einer Ihrer Schüler:innen so etwas schon einmal aufgefallen oder noch nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 13

Hasskommentare im Detail

Education Group

Basis: Pädagog:innen, die Hasskommentare unter Schüler:innen wahrgenommen haben

In den Hasskommentaren werden Jugendliche überwiegend schlecht gemacht bzw. macht man sich über andere lustig.

Frage: Was ist da passiert?

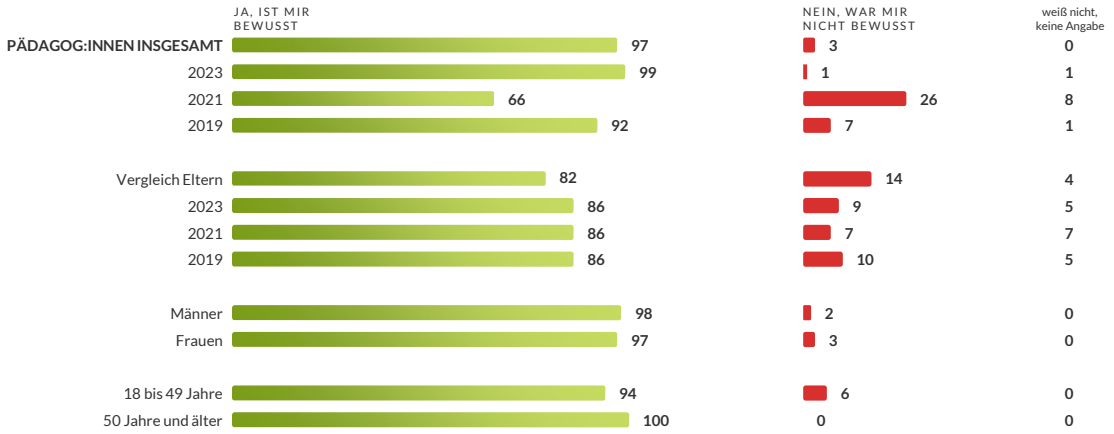
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, die Hasskommentare unter Schüler:innen wahrgenommen haben (91%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 14

Wahrnehmung von Influencern im Internet

Education Group

Die Bedeutung von Influencern bleibt den Pädagog:innen durchwegs bewusst!



Frage: Ist Ihnen bewusst, dass auf Social Media Kanälen, wie zum Beispiel YouTube oder Instagram, Influencer bzw. Meinungsbildner präsent sind, die bei vielen Jugendlichen sehr gut ankommen, oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

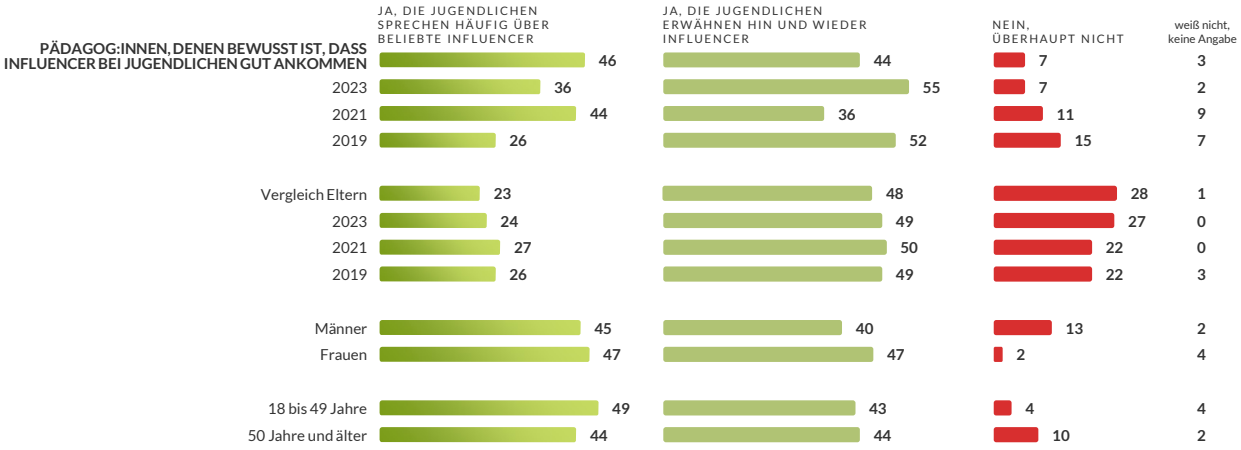
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 15

Influencer als Gesprächsthema bei Jugendlichen

Basis: Pädagog:innen mit Wissen über Influencer

Education Group

Influencer werden vom Großteil der Jugendlichen in der Schule thematisiert!



Frage: Werden Influencer von den Jugendlichen in Ihrer Schule thematisiert? Würden Sie sagen -

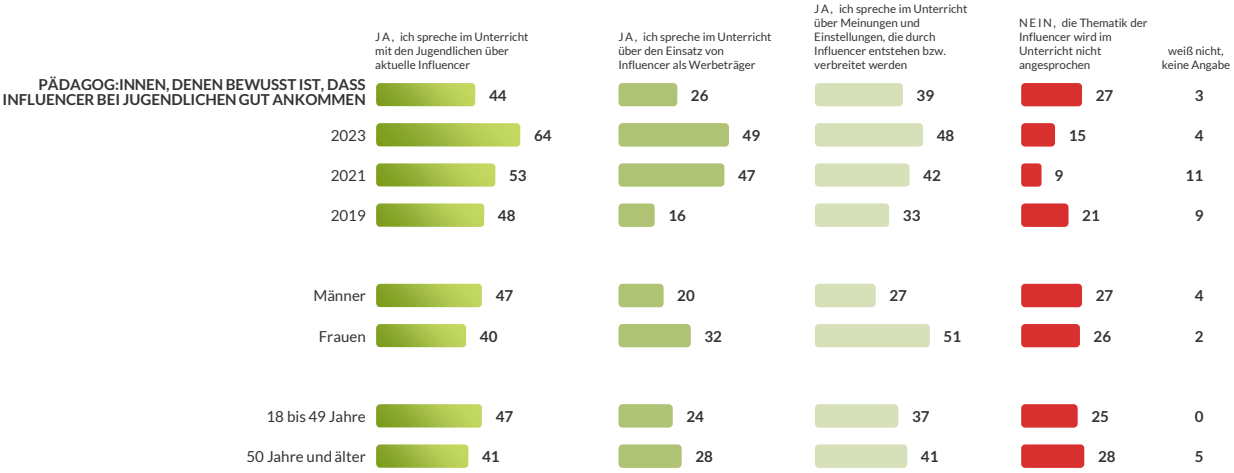
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, denen bewusst ist, dass Influencer bei Jugendlichen gut ankommen (97%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 16

Influencer im Unterricht

Basis: Pädagog:innen mit Wissen über Influencer

Und auch in den Unterricht werden Influencer regelmäßig einbezogen!



Frage: Und befassen Sie sich mit der Thematik der Influencer und ihre möglichen Auswirkungen im Unterricht?

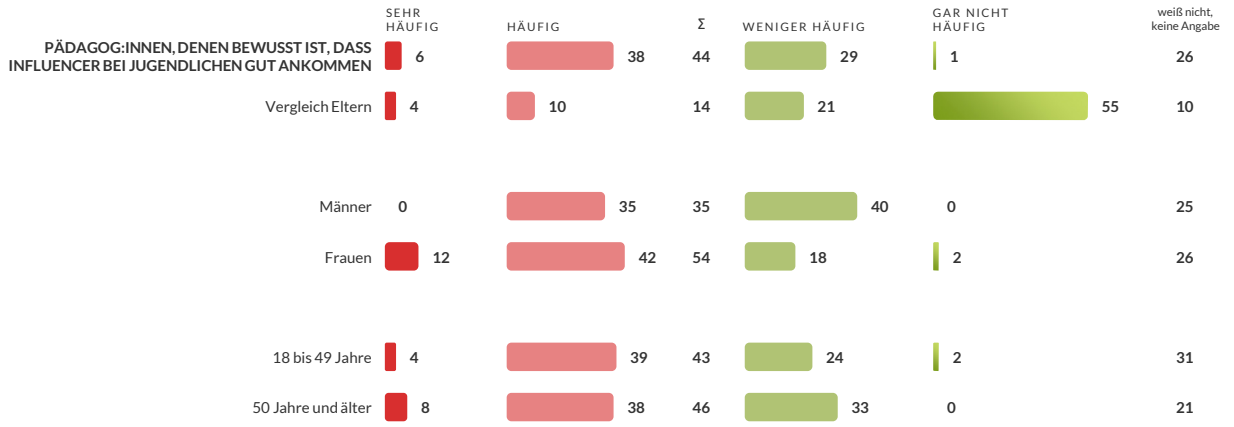
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, denen bewusst ist, dass Influencer bei Jugendlichen gut ankommen (97%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 17

Gefühle der Jugendlichen nach Kontakt mit Influencern

Basis: Pädagog:innen mit Wissen über Influencer

Knapp die Hälfte der Pädagog:innen hat den Eindruck, dass sich Jugendliche nach dem Konsum von Influencer-Inhalten schlecht fühlen!



Frage: Wie häufig kommt es vor, dass sich Jugendliche schlecht fühlen, nachdem sie sich angesehen haben, was die Influencer so machen? Würden Sie sagen, das passiert –

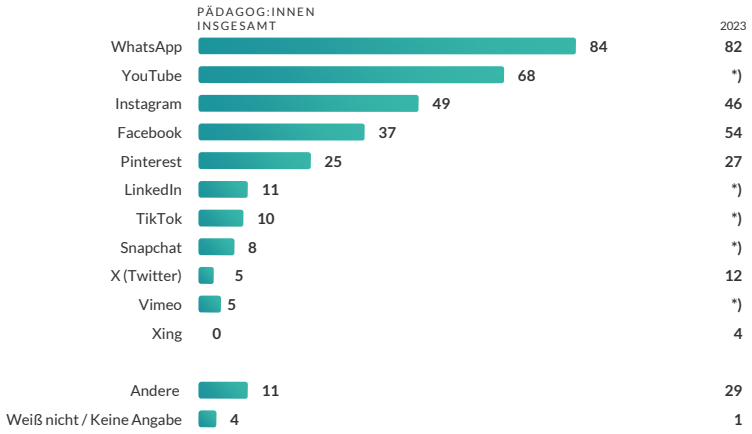
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, denen bewusst ist, dass Influencer bei Jugendlichen gut ankommen (97%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 18

Online-Profile der Pädagog:innen

Education Group

WhatsApp bleibt das beliebteste Online-Profil der Pädagog:innen, Facebook verliert an Bedeutung!



*) wurde nicht erhoben

Frage: Welche Online-Profile nutzen Sie aktiv?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 19

Aussagen zur Mediennutzung

Education Group

Für die Pädagog:innen stehen auch weiterhin kritische Analysen und digitale Kompetenzen im Vordergrund!

	SEHR GUT	EHER GUT	Σ	2023	2021	2019	WENIGER GUT	ÜBERHAUPT NICHT	weiß nicht, keine Angabe
Mir ist wichtig, dass Jugendliche Medienangebote kritisch hinterfragen und analysieren	77	19	96	99	90	98	2	2	1
Es ist mir wichtig, dass die Jugendlichen digitale Kompetenzen erwerben	77	18	95	98	93	99	3	1	1
Mir ist es wichtig, dass die Jugendlichen mit technischen Geräten gut umgehen können	73	21	94	98	89	97	4	1	1
Ich versuche das technische Interesse bei den Jugendlichen möglichst zu fördern	60	26	86	83	85	92	10	3	1
Bei technischen Fragen kann ich den Jugendlichen gut weiterhelfen	44	35	79	72	74	66	16	4	1
Ich habe einen Überblick darüber, mit welchen Medien sich die Jugendlichen beschäftigen	36	31	67	65	71	56	23	6	3
Ich kann beurteilen, wie kompetent die Jugendlichen bei der Nutzung der Medien sind	33	50	83	71	75	69	12	3	2
Oft fühlen sich Jugendliche von technischen Neuheiten überfordert	25	30	55	47	58	39	28	17	1

Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen rund um Medien vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob diese sehr gut, gut, weniger gut oder überhaupt nicht gut zutrifft.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 21

Aktivitäten zur Förderung der sinnvollen Mediennutzung

Education Group

Die Pädagog:innen setzen derzeit vor allem auf gemeinsame Gespräche, um Jugendlichen einen sinnvollen Umgang mit den Medien näher zu bringen; Gespräche mit den Eltern und konkrete Projekte finden deutlich weniger oft statt!

	IM GEMEINSAMEN GESPRÄCH	DURCH DAS VEREINBAREN VON REGELN	DURCH ELTERN-INFORMATIONEN	DURCH DIE PRAKTISCHE ARBEIT MIT MEDIEN IM UNTERRICHT	DURCH PROJEKTE ZUM KRITISCHEN UND VERANTWORTUNGS-BEWUSSTEN MEDIENEINSATZ	Anderes	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	81	50	37	48	36	2	0
2023	87	80	74	85	80	2	1
2021	61	75	62	61	40	2	0
2019	89	83	79	85	74	4	0
2017	77	76	59	80	68	2	2
2015	90	84	57	76	63	5	0
2013	81	69	52	77	65	8	4
2011	86	68	53	77	*)	2	1
2008	70	51	30	65	*)	1	10
Männer	79	48	32	43	27	2	0
Frauen	83	51	42	53	44	2	0
18 bis 49 Jahre	83	44	30	37	30	2	0
50 Jahre und älter	79	54	44	57	41	2	0

*) wurde nicht erhoben

Frage: Wie fördern Sie den sinnvollen Umgang der Jugendlichen mit den Medien?

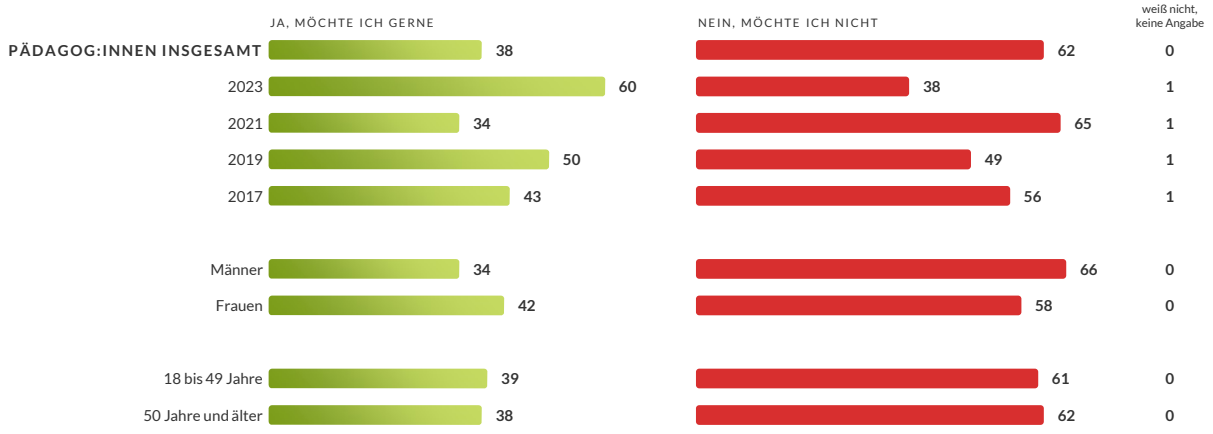
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 22

Interesse an Zusatzinfos zur Förderung der Medienkompetenz

Education Group

Nur 4 von 10 Pädagog:innen wünschen sich mehr Informationen zur Förderung von Medienkompetenz bei Jugendlichen!



Frage: Möchten Sie mehr Informationen zur Förderung von Medienkompetenz der Jugendlichen erhalten oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 23

Informationskanäle zur Förderung der Medienkompetenz

Education Group

Basis: Pädagog:innen mit Interesse an mehr Informationen zur Förderung der Medienkompetenz

Seminare sind mit Abstand die beliebteste Informationsquelle!

	PÄDAGOG:INNEN, DIE GERNE MEHR INFORMATIONEN ZUR FÖRDERUNG VON MEDIENKOMPETENZ ERHALTEN WÜRDEN (38%=100%)	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
in Seminaren, Vorträgen	75	66	70	67	77	65	55	66	81
in BildungsTV-Beiträgen	43	20	24	22	*)	*)	*)	*)	*)
von Fachzeitschriften	30	22	36	31	16	16	3	20	14
über Bildungsportale wie edugroup.at oder schule.at	30	27	45	45	*)	*)	*)	*)	*)
von Broschüren	27	29	39	24	40	39	36	41	52
aus dem Internet, von einer Webseite	27	40	45	41	33	44	30	45	33
von einem Newsletter	23	25	58	25	7	20	24	27	19
in Fachtagungen	23	37	39	35	*)	*)	*)	*)	*)
bei Fachmessen	20	17	42	16	*)	*)	*)	*)	*)
von einer Hotline	14	11	15	24	12	14	9	25	10
von Zeitungen	11	14	21	8	2	9	6	21	14
vom Fernsehen	9	7	3	6	0	2	9	7	5
vom Radio	7	4	9	8	0	4	15	11	0
über Web 2.0 (Online-Communities, Blogs, Twitter)	5	15	15	18	2	7	9	*)	*)
anderes	5	14	3	8	5	7	12	4	0
weiß nicht, keine Angabe	5	0	0	2	2	0	0	4	0

*) wurde nicht erhoben

Frage: Und wie würden Sie sich diesbezüglich mehr Informationen wünschen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, die gerne mehr Informationen zur Förderung von Medienkompetenz erhalten würden (38%=100%)

MEDIENKOMPETENZ 24

Medien als Gesprächsstoff im Unterricht

Education Group

Die Pädagog:innen sprechen mit ihren Schüler:innen regelmäßig über die Erlebnisse im Internet bzw. am Handy oder PC!

	OFT	2023	2021	2019	MANCHMAL	Σ	SELTEN	NIE	weiß nicht, keine Angabe
Internet	70	61	68	67	22	92	4	2	3
Handy/Smartphone	69	57	63	56	20	89	6	3	3
Computer, Tablet	63	58	64	59	22	85	12	1	3
Bücher	50	49	62	48	30	80	17	2	2
Online-Communities wie Facebook, Instagram	33	29	63	48	34	67	26	5	2
Fernsehen	13	13	37	19	32	45	44	8	3

Frage: Ich lese Ihnen einige Medien vor. Wie häufig sprechen Sie mit den Jugendlichen über Erlebnisse und Erfahrungen, die sie mit den verschiedenen Medien gemacht haben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 25

Wissensvermittler bei digitalen Medien

Education Group

Die Pädagog:innen sind sich der eigenen Bedeutung für einen verantwortungsbewussten Umgang der Jugendlichen mit digitalen Medien bewusst!

	LEHRKRÄFTE/ PÄDAGOG:INNEN	ELTERN	MEDIEN/ KAMPAGNEN	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	74	23	3	0
2023	60	34	5	1
2021	68	23	2	7
2019	66	25	9	1
2017	69	25	6	0
2015	66	27	7	0
Männer	75	21	4	0
Frauen	73	24	3	0
18 bis 49 Jahre	80	19	2	0
50 Jahre und älter	69	26	5	0

Frage: Über welchen Weg glauben Sie, dass Jugendliche flächendeckend über einen verantwortungsbewussten Umgang mit digitalen Medien/sozialen Netzwerken am besten Lernen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 26

Erfolgschancen der Wissensvermittlung im Umgang mit digitalen Medien

Eine zusätzliche Ausbildung für Pädagog:innen im Umgang mit digitalen Medien wird als wichtig erachtet – die Zustimmung in der Top-Box nimmt allerdings ab!

	AUF JEDEN FALL	EHER SCHON	Σ	EHER WENIGER	GAR NICHT ERFOLGREICH WÄRE	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	46	47	93	6	1	0
2023	60	36	96	3	1	1
2021	61	37	98	1	1	0
2019	67	30	97	2	0	1
2017	56	38	94	5	1	0
2015	65	33	98	1	0	1
Männer	46	45	91	7	2	0
Frauen	46	49	95	5	0	0
18 bis 49 Jahre	50	43	93	6	2	0
50 Jahre und älter	43	51	94	7	0	0

Frage: Wie sehen Sie die Erfolgschancen, dass Jugendliche einen verantwortungsbewussten Umgang mit digitalen Medien lernen, wenn Pädagog:innen zusätzlich in diese Richtung ausgebildet werden? Glauben Sie, dass dieser Weg

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 27

Im Unterricht eingesetzte Medien

Education Group

Computer, Bücher und das Internet sind die zentralen Medien im Schulunterricht – digitale Schulbücher sind spürbar präsenter!

	PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008	2007
Computer	86	87	81	98	98	97	90	97	81	58
Bücher	81	90	75	90	98	87	90	99	90	97
Internet	80	65	73	90	96	89	87	*)	*)	*)
Digitales Schulbuch	72	51	54	55	37	*)	*)	*)	*)	*)
Tablet	65	66	56	56	50	35	9	*)	*)	*)
Lernsoftware	63	51	54	87	80	77	80	91	60	51
LernApps	61	54	60	80	66	*)	*)	*)	*)	*)
Zeitungen/Zeitschriften	51	51	58	74	80	63	72	95	64	58
Unterrichtsfilme/Filme	49	54	49	84	81	73	81	88	84	61
Beamer	48	61	66	89	89	89	*)	*)	*)	*)
Lernplattformen wie z.B. MSTeams oder google workspace for education	43	49	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)
Handy/Smartphone	37	55	48	74	53	35	*)	*)	*)	*)
Whiteboards/Smartboards	36	30	52	50	41	51	28	*)	*)	*)
DVD/Video	32	34	42	70	72	77	84	88	82	61
Audio CD´s/MP3	30	32	38	57	69	70	71	64	42	73
LEGO Mindstorms, Scratch	27	20	28	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)
Videokonferenzen	27	32	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)	*)
Flipchart	25	22	25	44	57	35	34	50	30	0
Social Media, Web 2.0	16	23	32	36	29	21	19	18	*)	*)
Dias	4	6	7	4	7	4	12	19	27	61
Anderes	2	12	1	1	0	1	0	0	4	5
weiß nicht, keine Angabe	2	5	4	1	1	0	0	0	2	1

*) wurde nicht erhoben

Frage: Welche Medien setzen Sie im Schulunterricht ein?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 29

Die Verwendungshäufigkeit der eingesetzten Medien

Education Group

Basis: Pädagog:innen, die die jeweiligen Medien verwenden (ab 30 Prozent Verwendungsquote)

Beamer werden von den Nutzer:innen (fast) täglich eingesetzt, gefolgt von Whiteboards und Büchern!

	JEDEN TAG	2023	2021	2019	2017	2015	FAST JEDEN TAG	MEHRMALS PRO WOCHE	EINMAL PRO WOCHE	MONATLICH	SELTENER	weiß nicht, keine Angabe
Beamer	69	76	50	51	47	49	20	2	7	2	0	0
Whiteboards/Smartboards	59	62	48	39	51	47	17	10	2	5	7	0
Bücher	55	88	53	74	73	76	26	10	3	3	3	0
Internet	43	75	62	48	49	48	36	12	5	3	0	0
Computer	37	68	62	48	52	60	32	20	7	1	2	0
Tablet-PC, iPad	35	54	41	37	16	24	31	19	4	5	5	1
Lernplattformen wie z.B. MSTeams oder google workspace for education	35	45	*)	*)	*)	*)	22	14	8	14	6	0
LernApps	26	38	24	22	11	*)	21	23	17	9	4	0
Digitales Schulbuch	23	39	33	16	14	*)	27	21	17	10	2	1
Handy/Smartphone	19	26	47	17	8	16	14	14	29	14	10	2
Lernsoftware	14	39	25	16	13	18	24	28	24	8	1	1
Zeitungen / Zeitschriften	3	11	20	15	10	15	8	15	29	29	15	0
Audio CD's /MP3	3	17	22	22	14	19	15	18	26	29	9	0
Unterrichtsfilme/Filme	2	8	15	7	5	6	13	18	30	32	5	0
DVD/Video	0	4	15	8	4	15	14	24	27	30	5	0

*) wurde nicht erhoben

Frage: Und wie häufig verwenden Sie die genannten Medien? Sagen Sie mir bitte jeweils ob sie das genannte Medium jeden Tag verwenden, fast jeden Tag, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, monatlich oder seltener benutzen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, die die jeweiligen Medien verwenden

MEDIEN IM SCHULALLTAG 30

Medien-Bezugsquellen für den Unterricht

Education Group

Unterrichtsmedien werden von der Education Group und der Schulbibliothek bezogen, aber auch persönlich erworben!

	PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011	2008
Von der Education Group	44	79	66	89	83	82	68	82	76
Von der Schulbibliothek	43	55	51	48	40	53	55	61	67
Persönlich erworbene Medien	43	52	37	52	60	42	60	58	51
Von einer Videothek	30	52	48	11	8	13	7	11	11
Von einer öffentlichen Bibliothek	17	22	22	8	11	23	11	22	13
Eigene TV-Aufnahmen	8	22	20	15	11	22	37	38	32
Anderes	7	12	16	10	17	16	15	4	10
Weiß nicht, keine Angabe	3	4	3	0	1	0	1	0	2

Frage: Woher bekommen Sie die Medien für Ihren Unterricht hauptsächlich?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 31

Informationsstand zum urheberrechtlich unbedenklichen Medieneinsatz

Education Group

Die Pädagog:innen fühlen sich durchwegs ausreichend über den urheberrechtlich unbedenklichen Einsatz von Medien in der pädagogischen Arbeit informiert!

	JA, FÜHLE MICH DARÜBER AUSREICHEND INFORMIERT	NEIN, FÜHLE MICH DARÜBER NICHT AUSREICHEND INFORMIERT	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	86	14	0
2023	82	14	4
2021	57	40	3
2019	82	18	0
2017	84	16	0
2015	78	21	1
2013	78	20	2
2011	78	21	1
2008	83	12	5
Männer	82	18	0
Frauen	90	10	0
18 bis 49 Jahre	91	9	0
50 Jahre und älter	82	18	0
Land	86	14	0
Klein-, Mittel-, Landeshauptstadt	86	14	0

Frage: Fühlen Sie sich ausreichend informiert über den urheberrechtlich unbedenklichen Einsatz der Medien in Ihrer pädagogischen Arbeit oder ist dies nicht der Fall?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 32

Aussagen zu digitalen Büchern

Education Group

8 von 10 Pädagog:innen empfinden den Einsatz von digitalen Büchern im Unterricht als interessant.

	STIMME VOLL UND GANZ	2023	2021	2019	2017	2015	STIMME EHER ZU	Σ	STIMME EHER NICHT ZU	STIMME GAR NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
Digitale Bücher sind auch für den Einsatz im Unterricht interessant	55	55	48	38	37	32	27	82	9	9	1
Mit digitalen Büchern könnte man eine Menge Geld sparen	45	34	38	28	33	26	33	78	16	5	1
Jugendliche werden in Zukunft deutlich mehr digitale Bücher lesen	37	34	33	32	35	28	25	62	24	12	1
Die Lesequalität/das Leseerlebnis ist bei digitalen Büchern nicht schlechter	31	21	28	25	19	31	22	53	28	17	3
Jugendliche können durch Vernetzungen und Verweise in digitalen Büchern mehr Freude beim Lernen erleben	21	21	28	20	18	14	37	58	32	7	3
Im Unterricht werden sich digitale Bücher nicht durchsetzen	19	10	21	13	19	19	26	45	25	29	1

Frage: Jugendliche haben auch die Möglichkeit Bücher digital zu lesen. Ich lese Ihnen ein paar Aussagen über Bücher in Papier bzw. in digitaler Form vor. Sagen Sie mir bitte, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Bedeutung digitaler Schulbücher

Education Group

Die Bedeutung des Einsatzes von digitalen Schulbüchern liegt auf dem Niveau von vor der Pandemie – zwei Drittel der Pädagog:innen empfinden den Einsatz als wichtig!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	27	38	65	26	8	1
2023	33	45	78	19	4	0
2021	49	33	82	13	3	1
2019	31	38	69	23	8	0
2017	30	35	65	26	7	2
Männer	23	48	71	25	4	0
Frauen	31	29	60	27	12	2
18 bis 49 Jahre	28	41	69	22	9	0
50 Jahre und älter	26	36	62	30	7	2

Frage: Wie wichtig ist es für Sie, dass im Unterricht digitale Schulbücher eingesetzt werden? Der Einsatz von digitalen Schulbüchern im Unterricht ist für Sie -

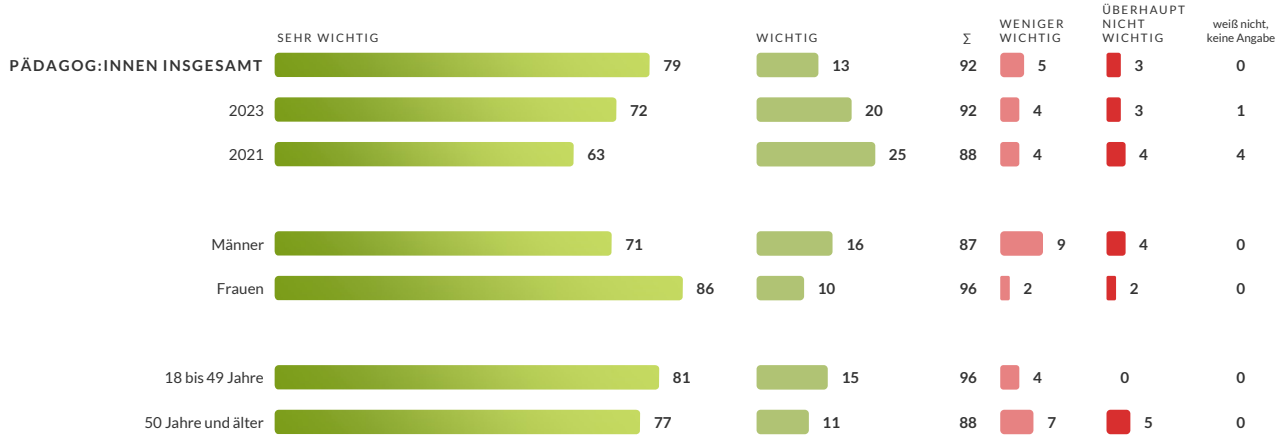
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Relevanz einer datenschutzkonformen KommunikationsApp

Education Group

Eine datenschutzkonforme KommunikationsApp bleibt für die Pädagog:innen von zentraler Bedeutung!



Frage: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie eine datenschutzkonforme KommunikationsApp für die Kommunikation mit den Eltern zur Verfügung haben?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

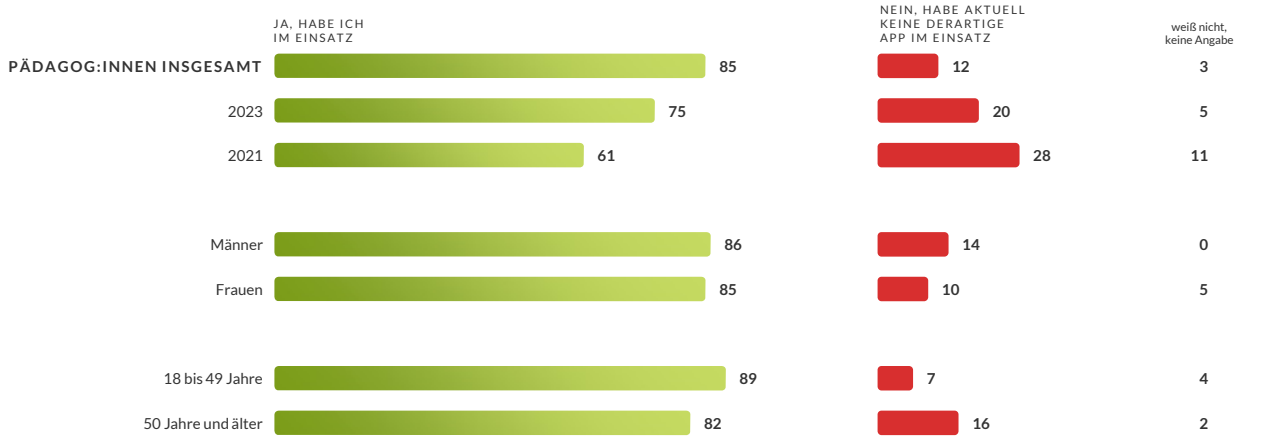
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 35

Nutzung einer datenschutzkonformen KommunikationsApp

Education Group

Und der Großteil der Pädagog:innen hat derzeit auch eine datenschutzkonforme KommunikationsApp im Einsatz!

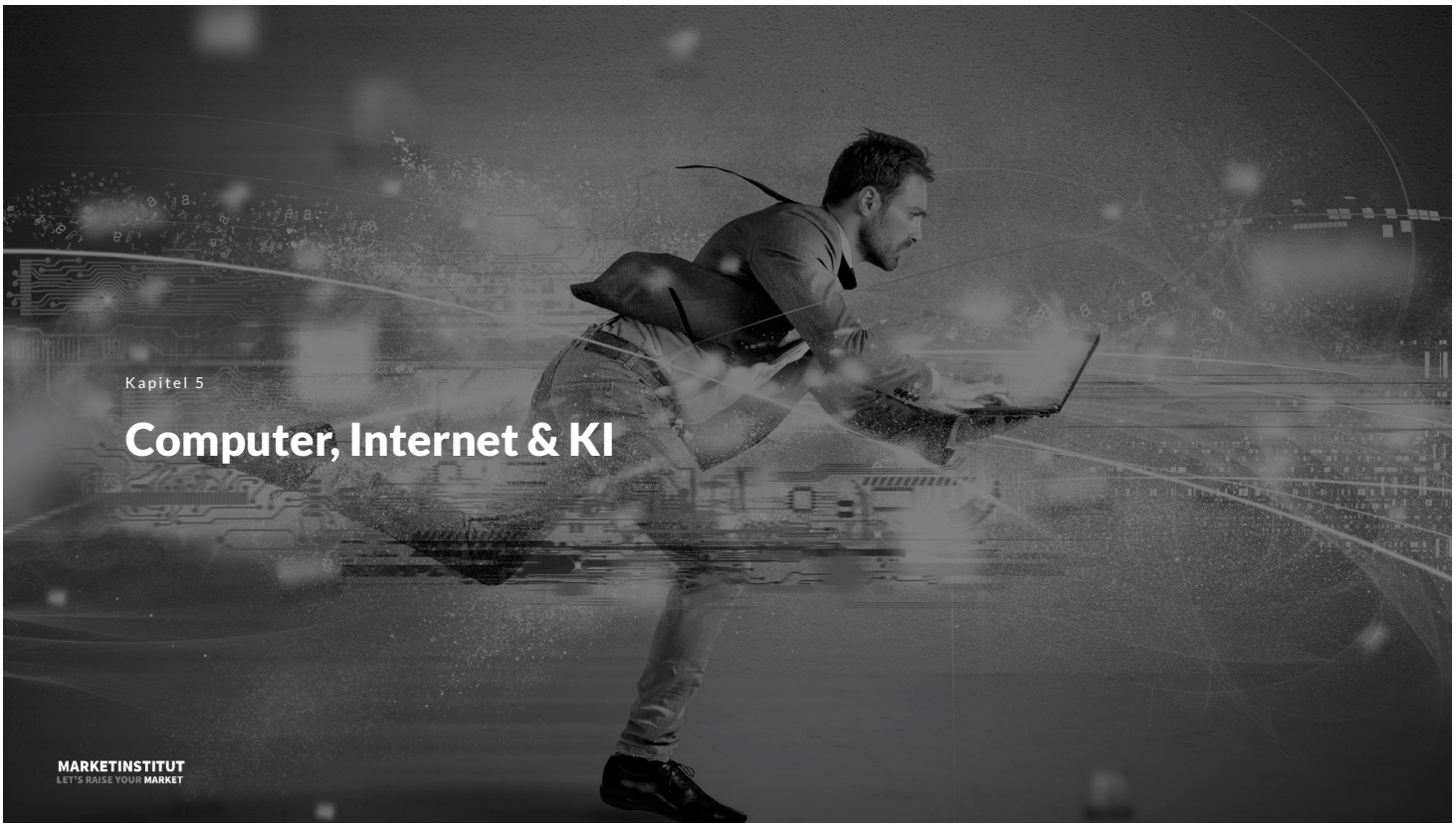


Frage: Haben Sie derzeit eine datenschutzkonforme KommunikationsApp im Einsatz, die Ihre Erwartungen erfüllt oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 36



Aussagen zum Computer

Education Group

Der Computer ist in Schulen nicht mehr wegzudenken – eine Einführung im Kindergartenalter wird aber noch größtenteils abgelehnt! Und: Jugendliche verbringen viel Zeit mit Computerspielen!

	SEHR	2023	2021	2019	2017	EHER	Σ	WENIGER	ÜBERHAUPT NICHT	weiß nicht, keine Angabe
Der Computer ist für die Schule nützlich	80	85	76	85	86	20	100	0	0	0
Der Computer gehört zum Unterrichtsalltag	75	82	69	84	73	22	97	3	1	0
Jugendliche verbringen viel Zeit mit dem Computer/Computerspielen	74	65	64	63	58	22	96	3	1	0
Jugendliche sollten nur mit Filterprogrammen im Internet surfen	73	62	62	59	56	17	90	7	3	0
Der Computer beeinflusst das soziale Verhalten der Jugendlichen	71	71	71	67	65	23	94	3	3	0
Der Umgang mit dem Computer soll in der Schule gelehrt werden	69	74	74	72	68	25	94	4	1	1
Jugendliche fühlen sich von verbotenen Inhalten im Internet angezogen	66	60	53	63	50	23	89	10	1	1
Ich fördere den Umgang der Jugendlichen mit dem Computer	58	50	58	58	48	26	84	14	2	0
Der Computer beeinflusst die Bewegungsfreude der Jugendlichen negativ	58	65	60	58	56	24	82	10	7	0
Computerspiele können die Gewaltbereitschaft von Jugendlichen fördern	55	53	48	54	45	26	81	15	3	1
Lernprogramme am Computer sind für Jugendliche sehr lehrreich	53	49	51	50	40	36	89	9	3	0
Die Jugendlichen erzählen oft von Dingen, die sie mit dem Computer erlebt haben	45	31	43	37	35	32	77	13	7	3
Der Umgang mit dem Computer soll von den Eltern gelehrt werden	37	41	30	36	24	33	70	16	14	0
Eine frühe Gewöhnung an den Computer ist wichtig	27	23	30	26	19	19	46	30	23	1
Der Computer fördert die kreative Entwicklung der Jugendlichen	17	13	28	14	14	30	47	38	16	0
Die Einführung in den Computer sollte bereits im Kindergarten erfolgen	5	5	10	8	4	2	7	19	74	0

Frage: Kommen wir nun zum Computer. Denken Sie dabei bitte auch an Laptop, Tablet: Ich lese Ihnen verschiedene Aussagen rund um Computer vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob diese Ihrer Meinung nach sehr (1), eher (2), weniger (3) oder überhaupt nicht (4) zutrifft.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Aussagen zum Tablet

Tablets werden in Verbindung mit guten Lern-Apps unverändert als sinnvolle Ergänzung für den Unterricht betrachtet!

	SEHR	2023	2021	EHER	Σ	2023	2021	WENIGER	ÜBERHAUPT NICHT	weiß nicht, keine Angabe
Bei entsprechenden Lern-Apps macht es Sinn, dass Jugendliche im Unterricht ein Tablet nutzen	68	73	71	23	91	91	95	6	3	1
Tablets sind eine gute Ergänzung im Unterricht	60	60	79	29	89	88	92	8	3	1
Die Auswahl an guten Lern-Apps ist groß	43	39	56	40	83	79	87	11	2	4

Frage: Noch ein paar Aussagen konkret zu Tablets im Unterricht:

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Verbreitung von Internet-Regeln

Regeln in Bezug auf das Internet gehören in den Schulen einfach dazu!

	ES GIBT VEREINBARTE REGELN	ES GIBT KEINE VEREINBARTE REGELN	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	94	6	0
2023	91	9	0
2021	94	5	1
2019	89	10	1
2017	87	12	1
Vergleich Eltern	54	43	3
2023	58	37	5
2021	65	34	1
2019	67	31	2
2017	64	35	1
Männer	93	7	0
Frauen	95	5	0
18 bis 49 Jahre	98	2	0
50 Jahre und älter	90	10	0
Land	95	5	0
Klein-, Mittel-, Landeshauptstadt	93	7	0

Frage: Vereinbaren Sie mit den Jugendlichen Regeln in Bezug auf das Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Die Internet-Regeln im Detail

Basis: Pädagog:innen, die mit ihren Schüler:innen Internet-Regeln vereinbart haben

Die Internetnutzungsregeln in Schulen sind vielfältig – vor allem werden Webseiten gesperrt und Online-Spiele untersagt!

	PÄDAGOG:INNEN, DIE MIT SCHÜLER:INNEN INTERNET-REGELN VEREINBART HABEN (94%=100%)	2023	2021	2019
bestimmte Webseiten dürfen nicht besucht werden	71	73	51	61
es dürfen keine Online-Spiele gespielt werden	70	59	57	52
es darf nicht eingekauft werden, kein Online-Shopping	66	70	48	72
es dürfen keine persönlichen Daten preisgegeben werden	64	73	53	67
es dürfen keine Chat-Rooms genutzt werden	64	49	31	59
es dürfen keine Software bzw. Filme herunter geladen werden	64	66	55	68
die Jugendlichen müssen eine freundliche Sprache in E-Mail/Chatrooms verwenden	57	67	41	54
die Jugendlichen müssen mitteilen, wenn sie sich im Internet bedrängt fühlen	52	61	51	61
die Nutzungsdauer ist zeitlich beschränkt	50	71	42	69
die Jugendlichen dürfen das Internet nur im Beisein eines Erwachsenen nutzen	41	60	47	74
anderes	5	16	10	3
keine Angabe	0	0	2	1

* wurde im Trend getrennt abgefragt

Frage: Und welche Regeln werden vereinbart?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, die mit Schüler:innen Internet-Regeln vereinbart haben (94%=100%)

Gefühle der Jugendlichen nach der Internet-Nutzung

Aus Sicht der Pädagog:innen fühlen sich die Jugendlichen nach der Verwendung des Internets häufig müde und erschöpft!

	PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	Männer	Frauen	18 bis 49 Jahre	50 Jahre und älter
Die Jugendlichen fühlen sich müde, erschöpft	50	55	44	50	49
Die Jugendlichen sind fröhlich, gut gelaunt	34	39	29	39	30
Die Jugendlichen freuen sich auf Bewegung, Sport	28	32	24	28	28
Die Jugendlichen fühlen sich positiv, freuen sich auf den Rest des Tages	22	20	24	24	20
Die Jugendlichen fühlen sich entspannt, können damit gut abschalten	18	16	20	19	18
Die Jugendlichen fühlen sich energiegeladen, voller Energie	17	14	20	19	16
Die Jugendlichen sind traurig, schlecht gelaunt	15	18	12	13	16
Die Jugendlichen fühlen sich nicht so wohl, machen sich Gedanken, was der nächste Tag so bringen wird	14	16	12	19	10
Die Jugendlichen können Ärger, den sie in der Schule oder mit Freundinnen /Freunden hatten, gut vergessen	12	11	14	11	13
Die Jugendlichen sind verärgert	10	13	7	9	10
Die Jugendlichen haben ein schlechtes Gewissen	8	9	7	6	10
Die Jugendlichen haben Angst	2	0	3	0	3
Anderes	6	4	8	6	7
Weiß nicht, keine Angabe	10	7	12	7	11

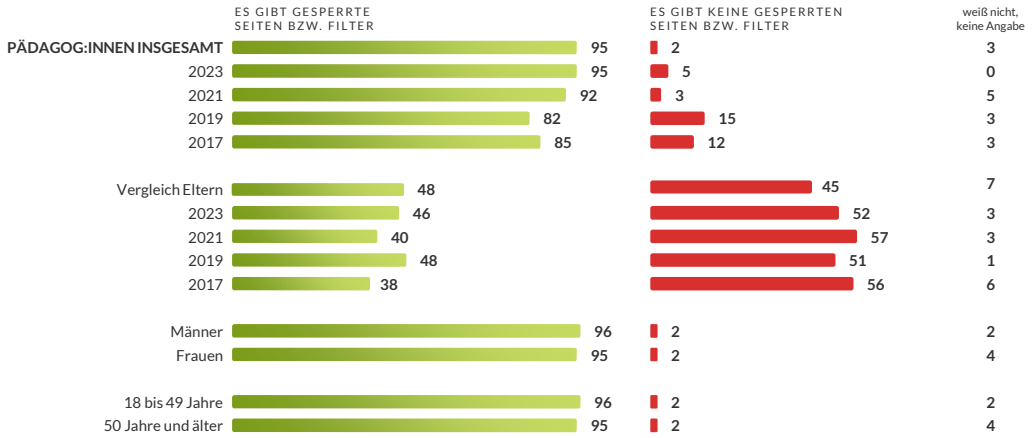
Frage: Und wie fühlen sich die Jugendlichen üblicherweise, nachdem sie das Internet verwendet haben? Nennen Sie die 3 Aussagen, die die Gefühle der Kinder am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Verbreitung von Sperren & Filter

Education Group

In fast allen Schulen gibt es gesperrte Seiten oder sind Filter im Einsatz!



Frage: Gibt es in der Schule gesperrte Seiten bzw. einen Filter im Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

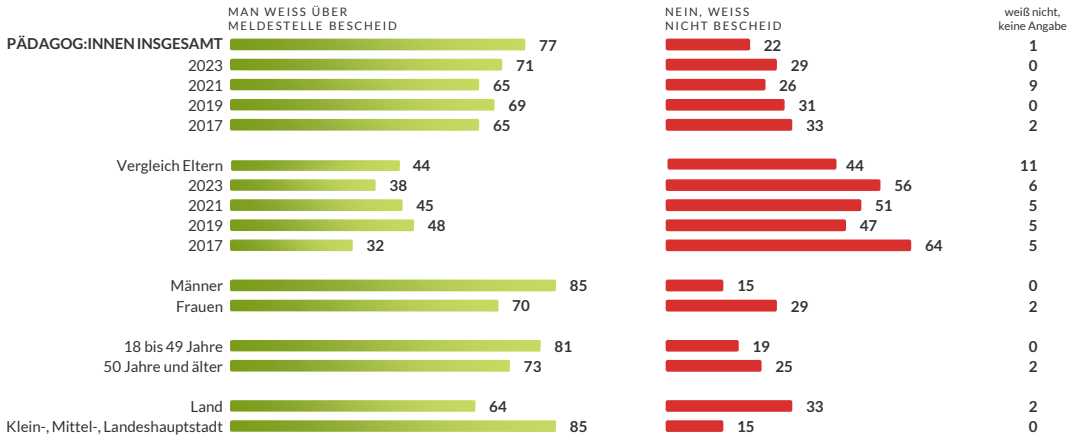
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 43

Wissen um Meldestellen von illegalen Seiten

Education Group

Drei Viertel der Pädagog:innen kennen Meldestellen für illegale Internet-Inhalte!



Frage: Wissen Sie, wo Sie illegale Internet-Inhalte melden können oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 44

Bedeutung von Filterprogrammen in Schulen

Education Group

Filterprogramme in Schulen sind für die Pädagog:innen unverzichtbar!

	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOGINNEN INSGESAMT	87	12	99	1	0	0
2023	82	15	97	2	1	0
2021	63	27	90	2	0	8
2019	75	20	95	3	2	0
2017	65	23	88	7	4	0
2015	86	13	99	1	0	0
2013	80	17	97	2	0	0
Männer	83	15	98	2	0	0
Frauen	91	9	100	0	0	0
18 bis 49 Jahre	87	13	100	0	0	0
50 Jahre und älter	87	11	98	2	0	0

Frage: Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach Filterprogramme in Schulen, um Jugendliche vor unerlaubten Seiten zu schützen? Würden Sie sagen, Filterprogramme in Schulen sind -

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 45

Verantwortung für Filterprogramme an Schulen

Basis: Pädagog:innen, für die Filterprogramme wichtig sind

Education Group

Die Mehrheit der Pädagog:innen sieht die Schulbehörde in der Verantwortung, wenn es um Filterprogramme in Schulen geht!

	PÄDAGOG:INNEN, FÜR DIE FILTERPROGRAMME WICHTIG SIND (99%=100%)	2023	2021	2019	2017	2015	2013
Die Schulbehörde	61	46	33	32	15	22	36
Education Group	48	64	38	64	60	48	38
Die Schulleitung	35	44	34	27	28	37	42
Die EDV-Beauftragten	34	46	43	27	33	38	51
Der Schuleigentümer	19	28	23	15	10	24	16
Kollegen	11	14	10	13	7	4	12
Die Polizei	4	9	5	5	2	3	5
Anderes	6	11	7	7	8	1	5
Weiß nicht, keine Angabe	0	0	1	2	1	1	1

Frage: Wer ist Ihrer Meinung nach verantwortlich, dass diese Filterprogramme in den Schulen zur Verfügung stehen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

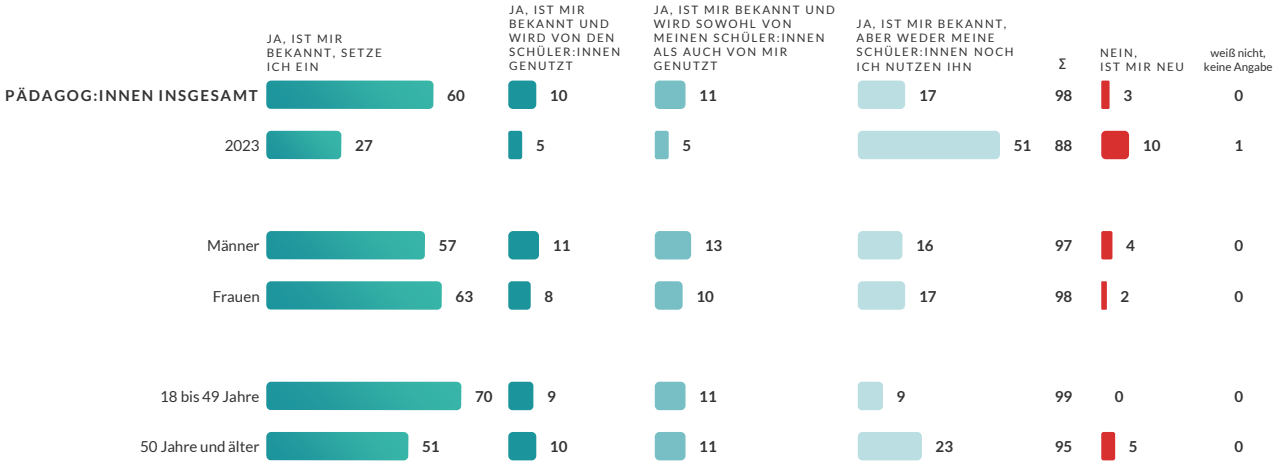
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen, für die Filterprogramme wichtig sind (99%=100%)

COMPUTER, INTERNET & KI 46

ChatGPT – Bekanntheit & Nutzung

Education Group

ChatGPT ist durchwegs bekannt und wird nun auch mehrheitlich eingesetzt!



Frage: ChatGPT ist ein Chatbot, der mithilfe künstlicher Intelligenz automatisch Texte erstellt und so z.B. für Referate oder Essays eingesetzt werden kann. Kennen Sie ChatGPT bzw. ähnliche Tools wie Bard oder nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

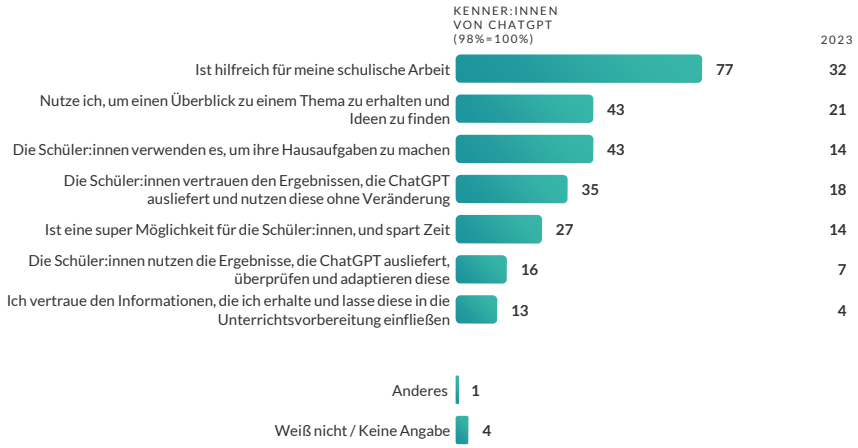
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

ChatGPT im Detail

Basis: Kenner:innen von ChatGPT

Education Group

Drei Viertel der Pädagog:innen stufen ChatGPT als hilfreich für die schulische Arbeit ein!



Frage: Wie beurteilen Sie den Einsatz von ChatGPT für schulische Aufgaben?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

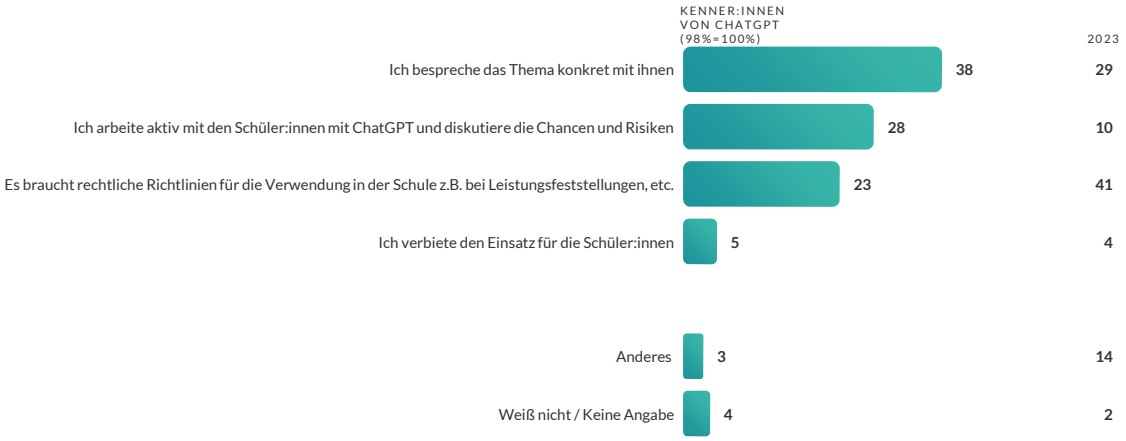
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Kenner:innen von ChatGPT (98%=100%)

ChatGPT im schulischen Kontext

Basis: Kenner:innen von ChatGPT

Education Group

Die Verwendung von ChatGPT wird konkret angesprochen und gemeinsam erarbeitet – die Bedeutung der rechtlichen Komponente ist hingegen in den Hintergrund gerutscht!



Frage: Rund um ChatGPT und ähnliche Tools bzw. Künstlicher Intelligenz gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie man dies im schulischen Kontext behandelt. Welche dieser Aussagen beschreibt Ihren Zugang zu ChatGPT und ähnliche Tools am besten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Kenner:innen von ChatGPT (98%=100%)

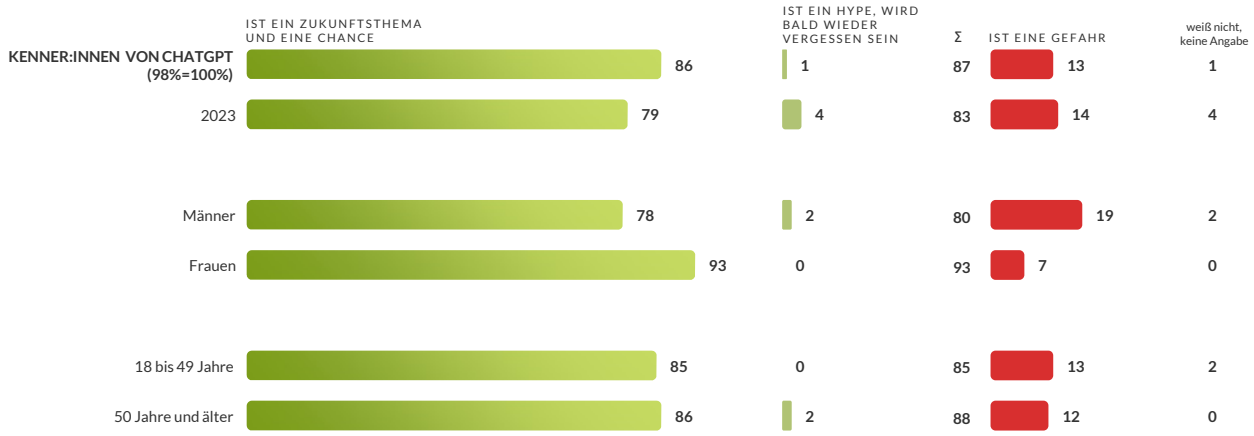
COMPUTER, INTERNET & KI 49

ChatGPT – ein Ausblick

Basis: Kenner:innen von ChatGPT

Education Group

Weiterhin gilt: ChatGPT wird von den Pädagog:innen klar als Zukunftsthema und Chance betrachtet!



Frage: Wie würden Sie ChatGPT und ähnliche Tools aus schulischer Sicht am ehesten einschätzen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

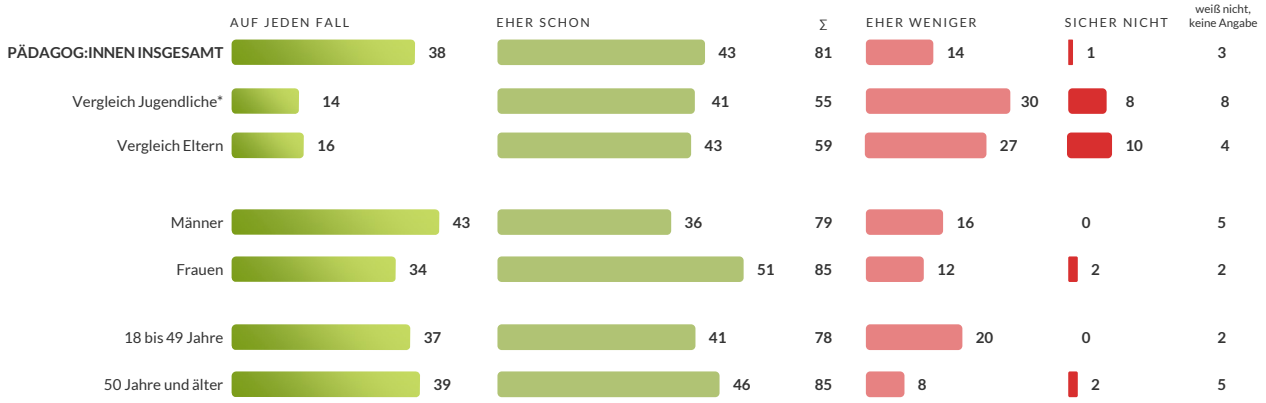
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Kenner:innen von ChatGPT (98%=100%)

COMPUTER, INTERNET & KI 50

KI als Lern- und Problemlösungstools im Alltag

Education Group

Und: KI ist auch eine Hilfe im Alltag.



* bei Jugendlichen mit Sprachassistenten abgefragt

Frage: Glauben Sie, dass uns künstliche Intelligenz helfen kann, Dinge zu lernen oder Probleme im Alltag zu lösen oder eher nicht?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 51

Aussagen zu Coding

Education Group

Wenig Veränderung bei der Bedeutung von Coding – die Mehrheit der Pädagog:innen unterstützt weiterhin die Coding-Aktivitäten.

Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen zum informatischen Denken (Coding) vor, wie es z.B. mit LEGO Mindstorms oder Scratch vermittelt werden kann. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob Sie diese sehr gut, gut, weniger gut oder überhaupt nicht zutrifft.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 52

Einstiegsalter bei Coding

Education Group

Das Einstiegsalter für Coding-Aktivitäten wird derzeit eher ab der 5. bzw. 6. Schulstufe gesehen!

	KINDER-GARTENALTER	1. / 2. SCHULSTUFE	3. / 4. SCHULSTUFE	5. / 6. SCHULSTUFE	7. / 8. SCHULSTUFE	AB DER 9. SCHULSTUFE
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	3	7	30	49	7	3
2023	5	16	40	29	8	1
2021	4	10	36	45	1	3
2019	4	13	42	31	10	0
Männer	0	2	27	57	9	5
Frauen	7	12	34	41	5	2
18 bis 49 Jahre	4	4	26	52	13	2
50 Jahre und älter	3	10	34	46	2	5

Frage: Ab welchem Alter ist es Ihrer Meinung nach sinnvoll, Kinder und Jugendliche an informatisches Denken (Coding) heranzuführen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Online-Spielverhalten der Pädagog:innen

Education Group

Online-Spiele werden von den Pädagog:innen nur sporadisch gespielt!

	PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	Männer	Frauen	18 bis 49 Jahre	50 Jahre und älter
Kartenspiele und Brettspiele (z.B.: Hearthstone, Gwent, Tabletop Simulator,...)	6	4	8	7	5
Puzzle- und Rätselspiele (z.B.: Candy Crush, Tetris, Portal,...)	5	2	8	2	8
Rennspiele (z.B.: Mario Kart, Forza Horizon, Gran Turismo Sport,...)	4	2	7	4	5
Sportspiele (z.B.: FIFA, Madden NFL, NBA 2K,...)	3	5	2	4	3
Echtzeitstrategie-Spiele (z.B.: StarCraft, Age of Empires, Warcraft,...)	2	0	3	2	2
Simulations- und Bau-Spiele (z.B.: SimCity, Cities: Skylines, Minecraft,...)	2	0	3	0	3
Battle-Spiele (z.B.: Fortnite, League of Legends,...)	1	2	0	2	0
Survival-Spiele (z.B.: ARK: Survival Evolved, Rust, DayZ,...)	1	2	0	2	0
Virtual Reality (VR) Spiele (z.B.: Beat Saber, Half-Life: Alyx,...)	1	0	2	2	0
Jump and Run-Spiele (z.B.: Super Mario, Donkey Kong...)	1	0	2	2	0
Rollen-Spiele & Adventure (z.B.: Pokemon, World of Warcraft, Final Fantasy, Guild Wars,...)	0	0	0	0	0
Shooter-Spiele (z.B.: Counter-Strike, Overwatch, Call of Duty,...)	0	0	0	0	0
Spiele nie Online-Spiele	84%	86	83	89	80
Weiß nicht, keine Angabe	3	5	2	0	7

Frage: Noch eine Frage zu Online Spiele: Spielen Sie selbst Online-Spiele in einem der folgenden Genres?

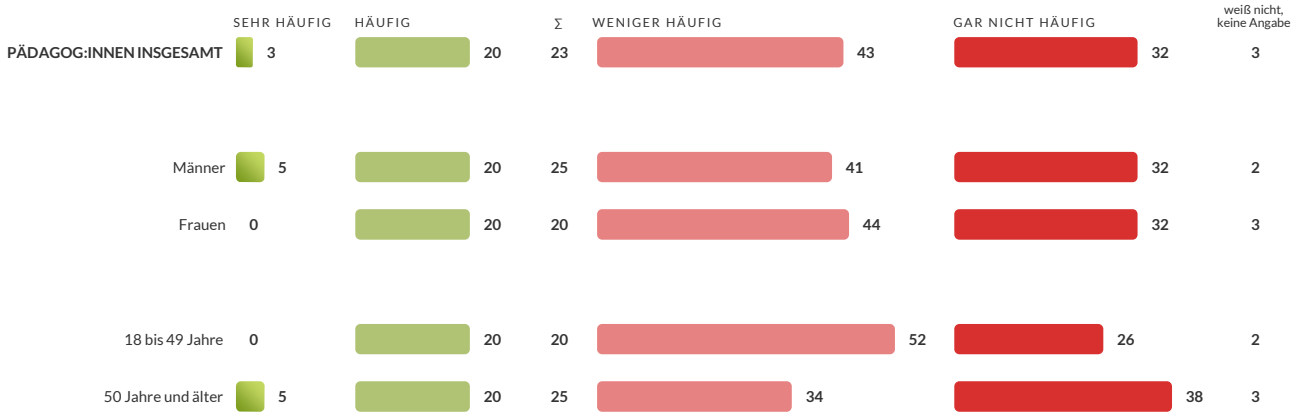
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Kommunikationsintensität über Online-Spiele

Education Group

Ein Viertel der Pädagog:innen spricht zumindest gelegentlich mit den Jugendlichen über Online-Spiele!



Frage: Wie häufig sprechen Sie mit den Jugendlichen darüber, was sie bei den Online-Spielen erleben, welche Online-Spiele sie spielen?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Aussagen zur Handynutzung an den Schulen

Education Group

Regeln für den Umgang mit Smartphones sind in Schulen zentral!

	SEHR GUT	2023	EHER GUT	Σ	WENIGER GUT	ÜBERHAUPT NICHT	weiß nicht, keine Angabe
in der Schule gibt es klare Regeln zum Umgang mit dem Handy/Smartphone	89	91	10	99	0	2	0
alle Jugendlichen besitzen mindestens ein Handy/Smartphone	69	70	23	92	3	4	1
Handys/Smartphones führen dazu, dass die Jugendlichen immer weniger direkt miteinander reden	68	57	23	91	3	5	0
das viele Schreiben in Sozialen Medien wirkt sich negativ auf die Rechtschreibung der Jugendlichen aus	59	43	25	84	8	4	3
der Unterricht wird durch Handys/Smartphones gestört	46	27	15	61	10	29	1
wenn ein Jugendlicher kein Handy/Smartphone besitzt, kann er nicht mit anderen mithalten / wird ausgelacht	42	43	35	77	13	10	1
ich finde es gut, wenn bereits Volksschulkinder einen verantwortungsvollen Umgang mit Handy/Smartphone lernen	39	46	18	57	19	23	0
durch das Handy/Smartphone wissen die Eltern immer, was ihre Kinder gerade machen	22	10	32	54	24	19	3

Frage: Ich lese Ihnen verschiedene Aussagen zum Thema Handy/Smartphone vor. Wie gut treffen diese Aussagen Ihrer Meinung nach zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Die Handynutzungsregeln im Detail

Education Group

Der Großteil der Schulen verfügt bereits über Regelungen im Umgang mit Handys!

	PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	Männer	Frauen	18 bis 49 Jahre	50 Jahre und älter
Es gibt bereits eine bestehende Regelung zum Handygebrauch	85	89	81	85	85
Schüler:innen müssen ihre Handys ausschalten und in der Schultasche oder im Spind verwahren	42	27	56	33	49
Es gibt ein zentrales Aufbewahrungssystem in den Klassen	19	14	24	13	25
Handys dürfen nicht mit in die Schule gebracht werden	4	5	3	4	5
Es gibt derzeit keine einheitliche Regelung	4	4	5	4	5
Sonstiges	2	4	0	2	2
Weiß nicht, keine Angabe	0	0	0	0	0

Frage: Welche Regelungen gibt es an Ihrer Schule zum Umgang mit Handys?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Einstellung zum Handyverbot an Schulen

Education Group

Die Pädagog:innen sprechen sich klar für ein Handyverbot in Schulen aus.

	Ein Handyverbot ist ABSOLUT NOTWENDIG bzw. ABSOLUT SINNVOLL	ist EHER NOTWENDIG / EHER SINNVOLL	Σ	ist EHER ÜBERFLÜSSIG	ist ABSOLUT ÜBERFLÜSSIG	Weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	74	21	95	3	2	0
Vergleich Jugendliche	26	34	60	23	13	4
Männer	68	27	95	4	2	0
Frauen	80	15	95	3	2	0
18 bis 49 Jahre	72	24	96	4	0	0
50 Jahre und älter	75	18	93	3	3	0

Frage: Wie stehen Sie zu einem Handyverbot (inkl. Verbot von Smartwatches) in der Schule, abseits der gezielten Nutzung von Handys in der Unterrichtszeit. Würden Sie sagen –

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Aussagen zum Handyverbot

Education Group

Das Handyverbot wird in den Schulen konsequent umgesetzt und wirkt sich aus Sicht der Pädagog:innen positiv aus!

	TRIFFT SEHR GUT ZU	TRIFFT GUT ZU	Σ	TRIFFT WENIGER GUT ZU	TRIFFT ÜBERHAUPT NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
Das Verbot wird konsequent umgesetzt und funktioniert gut	70	22	92	4	4	0
Das Verbot wirkt sich positiv auf das Verhalten der Schüler:innen aus	67	21	88	3	9	0
Das Verbot hat kaum Auswirkungen auf das Verhalten der Schüler:innen	19	19	38	18	42	2
Das Verbot besteht, wird aber nicht konsequent eingehalten	13	16	29	20	51	0
Ich sehe keine Notwendigkeit für ein solches Verbot	9	7	16	8	76	1

Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen zum Thema Handyverbot vor. Wie gut treffen diese Aussagen Ihrer Meinung nach zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Geeignetes Alter für Unterricht über sichere Nutzung von Internet und Smartphone

Education Group

Unterricht über die sichere Nutzung von Internet und Smartphone sollte aus Sicht der Pädagog:innen ab der 5./6. Schulstufe erfolgen!

	PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	2023	2021	2019	2017	2015	2013	2011
Kindergartenalter	0	1	1	0	3	3	3	7
1./ 2. Schulstufe	9	15	23	20	15	14	14	19
3./ 4. Schulstufe	39	55	29	36	47	43	41	33
5./ 6. Schulstufe	48	25	44	36	30	39	33	30
7./ 8. Schulstufe	3	3	2	8	5	1	7	10
ab der 9. Schulstufe	1	0	1	0	0	0	1	1

Frage: Ab welchem Alter ist Ihrer Meinung nach Unterricht über die sichere Nutzung von Internet und Handy/Smartphone sinnvoll?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Nutzung von digitalen Endgeräten

Education Group

Digitale Endgeräte gehören zum Unterricht einfach dazu!

	Ich setze digitale Endgeräte REGELMÄßIG in meinem Unterricht ein	Ich setze digitale Endgeräte GELEGENTLICH ein	Ich nutze digitale Endgeräte KAUM oder GAR NICHT	Weiß nicht, keine Angabe
PÄDAGOG:INNEN INSGESAMT	65	24	9	2
Männer	66	27	7	0
Frauen	64	22	10	3
18 bis 49 Jahre	67	24	7	2
50 Jahre und älter	64	25	10	2

Frage: Kommen wir nun zum Thema digitale Endgeräte der Schüler:innen: Bitte geben Sie an, inwiefern Sie digitale Endgeräte in Ihrem Unterricht nutzen.

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Aussagen über digitale Endgeräte

Education Group

Digitale Endgeräte bringen einen Mehrwert in den Unterricht!

	STIMME VOLL ZU	STIMME EHER ZU	Σ	STIMME EHER NICHT ZU	STIMME GAR NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
Ich verwende digitale Geräte in meinen Fächern	70	18	88	4	3	4
Die Schüler:innen arbeiten in meinem Unterricht häufig mit digitalen Geräten	50	27	77	15	4	4
Der Einsatz der Geräte bringt einen didaktischen Mehrwert in meinem Fach / meinen Fächern	47	30	77	14	5	4
Ich habe bessere Möglichkeiten, meine Unterrichtsziele zu erreichen	40	34	74	15	7	4
Die Schüler:innen profitieren mehr als im herkömmlichen Unterricht	32	35	67	17	11	4
Die Unterrichtsvorbereitung ist durch digitale Geräte aufwendiger	29	20	49	17	30	4
Anderes	1	0	1	0	0	3

Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen über digitale Endgeräte vor. Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Aspekte/Anmerkungen zu digitalen Endgeräten

Offene Frage

Education Group

Zusätzliche Anmerkungen zu digitalen Endgeräten werden kaum genannt.

	KUMULIERT
Verbesserung der Ausstattung und einheitliche Lösungen: Ausstattung an den Schulen könnte besser sein, mehr digitale Ausrüstung, einheitliche Gerätelösung, wenn die Schule die Geräte erhält, sind sie bereits veraltet, Gerätinitiative ist sehr positiv; jeder hat dasselbe Gerät	14
Kritischer Zugang: Bücher besser, unter 12 Jahren braucht man kein digitales Endgerät, manche Eltern möchten es nicht	6
Klare Strukturen, sinnvolle Nutzung: Digitale Geräte sollten gezielt als Arbeitsmittel eingesetzt werden, nicht für Spielzeiten. Klare Regeln im Umgang mit den Geräten sowie gute Information der Eltern sind dabei essenziell	4
Faire Kosten: überteuerte Geräte, Preis-/Leistung	2
Nein, keine, keine Idee, nichts, alles geregelt	66
Anderes	1
Weiß nicht, keine Angabe, kann ich nicht sagen, keine Ahnung	9

Frage: Gibt es weitere Aspekte oder Anmerkungen, die Sie zum Thema Digitale Endgeräte der Schüler:innen teilen möchten?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Pädagog:innen insgesamt

Ihr Ansprechpartner

Prok. Dr. David Pfarrhofer

Tel. +43 732 2555 401
Mobil +43 664 225 51 67
Mail d.pfarrhofer@market.at

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!
MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

IMPRESSUM

© 2025
Education Group GmbH, Linz, Österreich
Alle Rechte vorbehalten
Druck- und Satzfehler vorbehalten

Satz & Layout
Education Group GmbH

Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group durchgeführt. Die Verwendung der Ergebnisse ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.

Die aktuelle und alle bisher durchgeführten Medien-Studien finden Sie auf
www.edugroup.at/forschung/medienstudien

Education Group GmbH
Anastasius-Grün-Straße 22-24 | 4020 Linz

+43 732 788078
+43 732 788078-88
office@edugroup.at

edugroup.at