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.

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)

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!

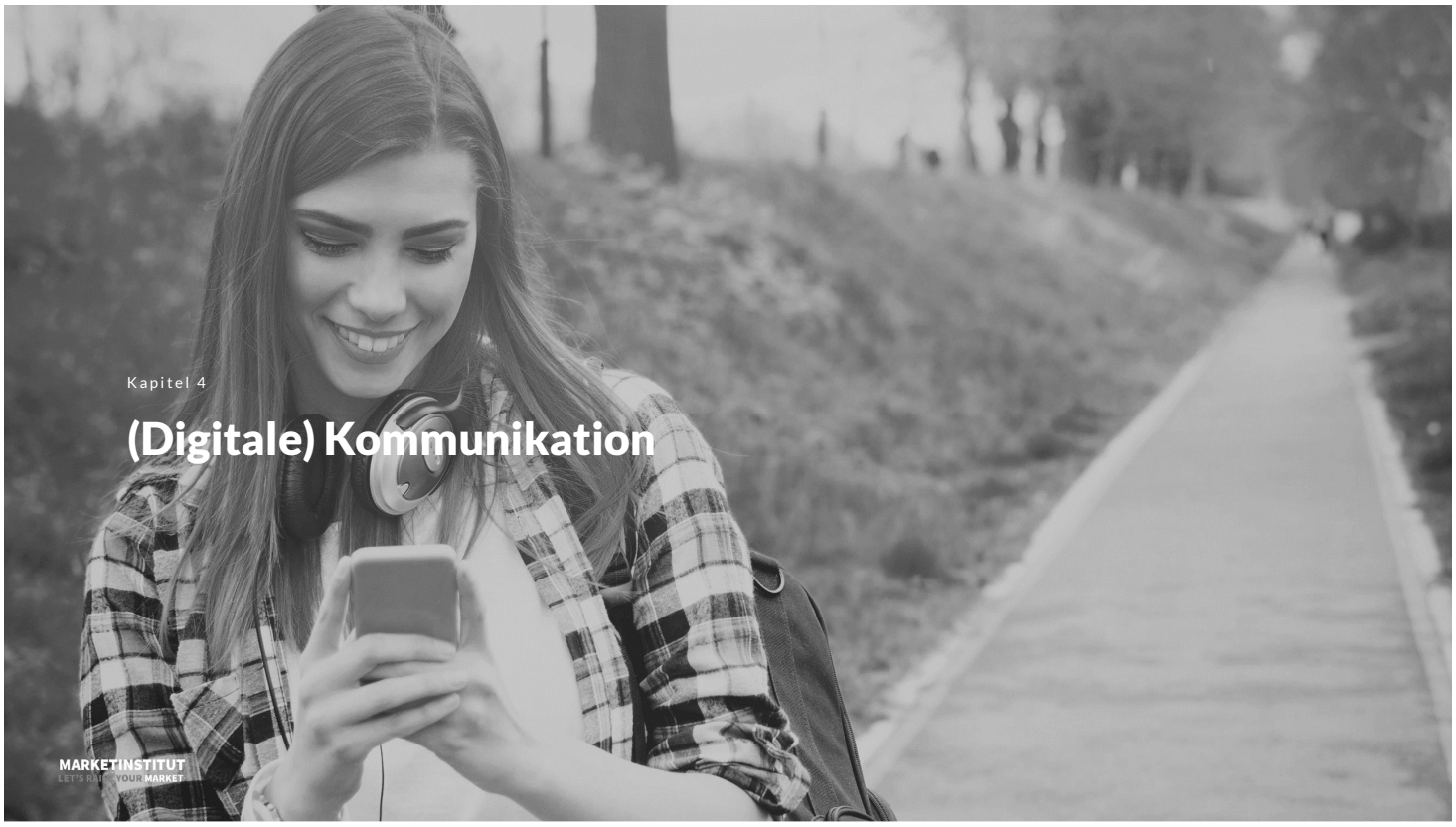
	ELTERN INSGESAMT	2023	2021	2019	VERGLEICH JUGENDLICHE	VERGLEICH JUGENDLICHE 2023
Musik über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Musik oder Amazon-Musik hören	58	57	43	26	56	56
Musik über YouTube	58	61	65	75	47	58
Musik hören über ein Radio	24	21	20	26	28	32
Radiosender im Internet (z.B. am Smartphone) 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!

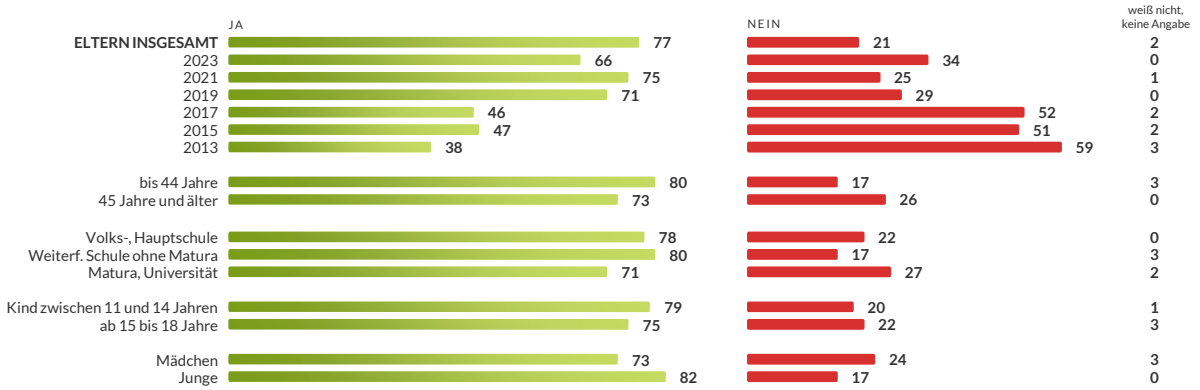
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, deren Kind in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt wurde (34%=100%)

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

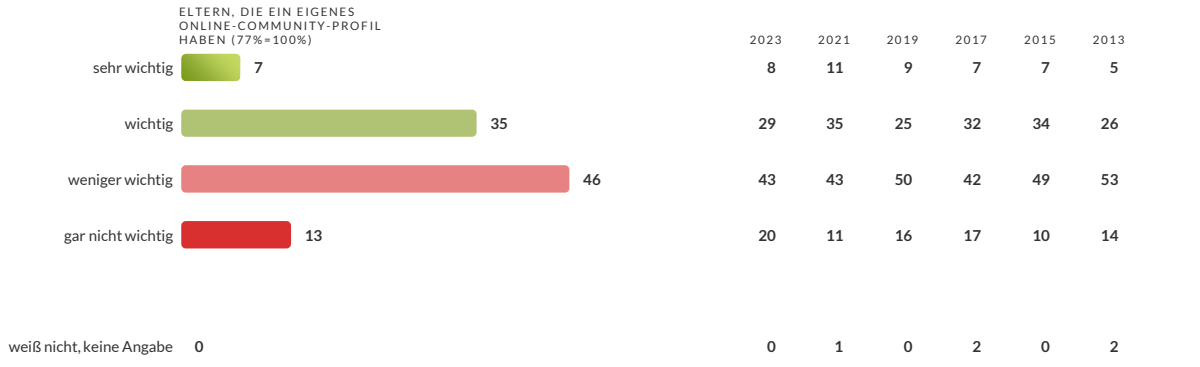
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 35

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!

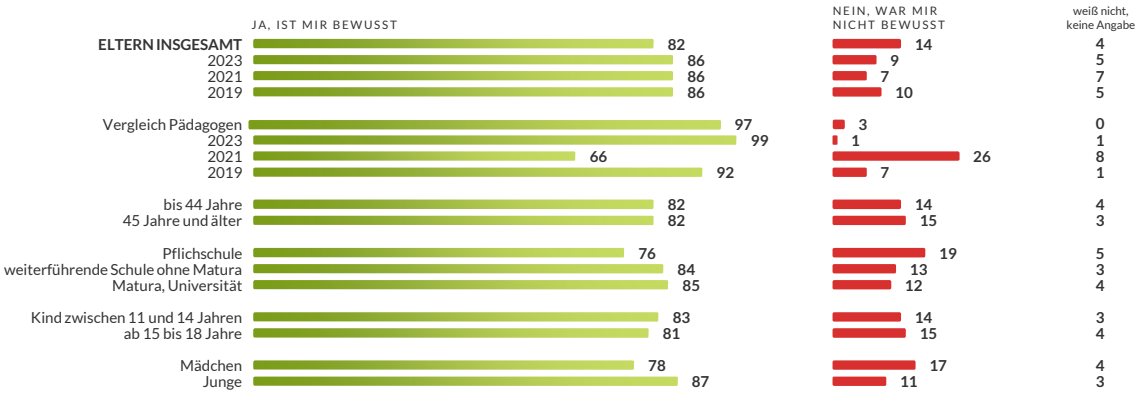
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die ein eigenes Online-Community-Profil haben (77%=100%)

(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

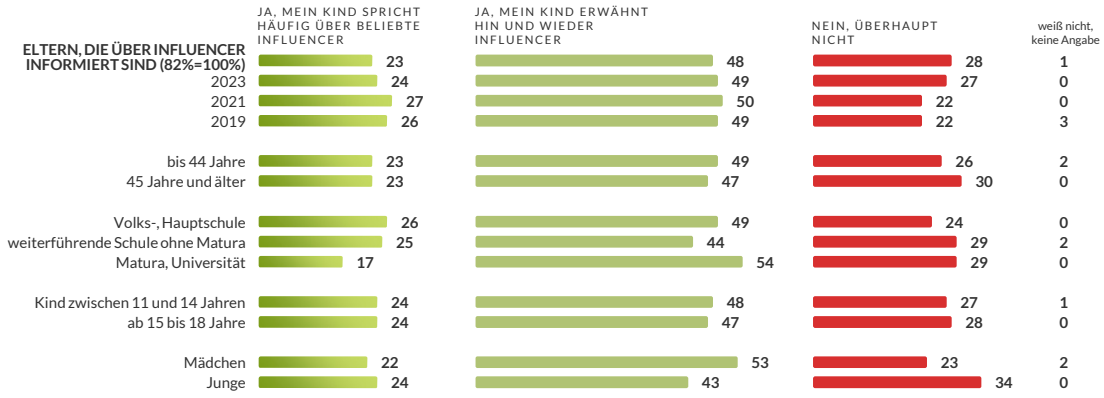
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 37

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!

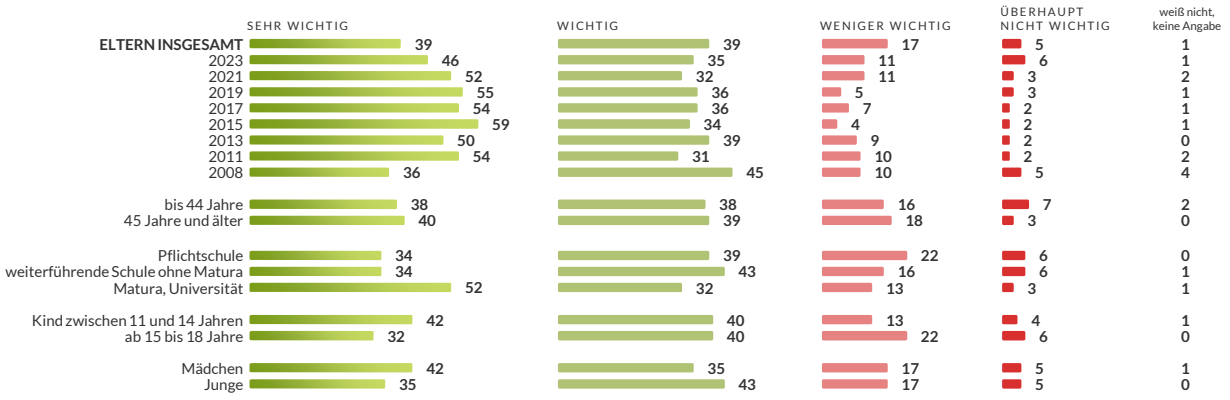
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

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!

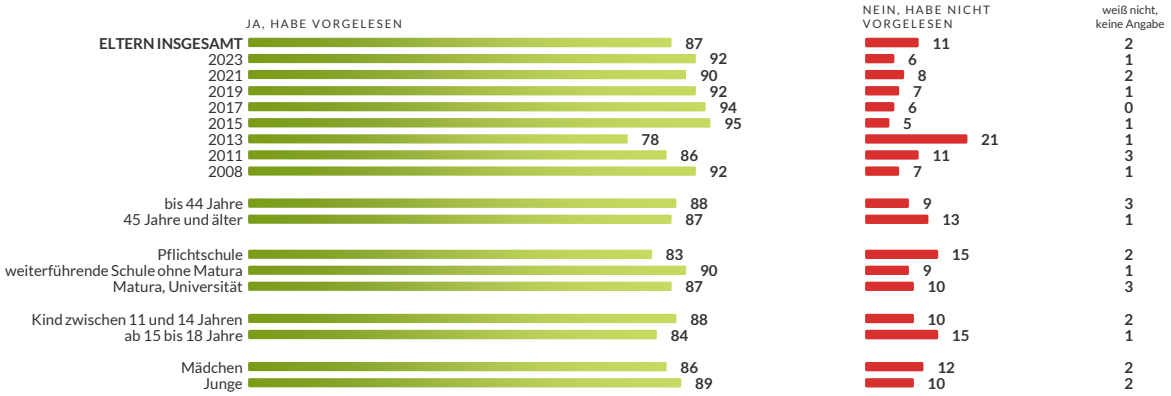
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

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!

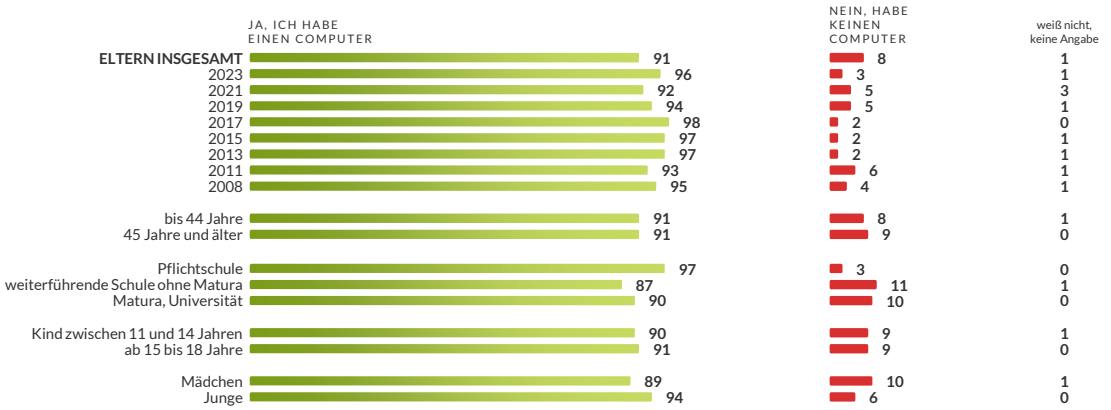
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

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

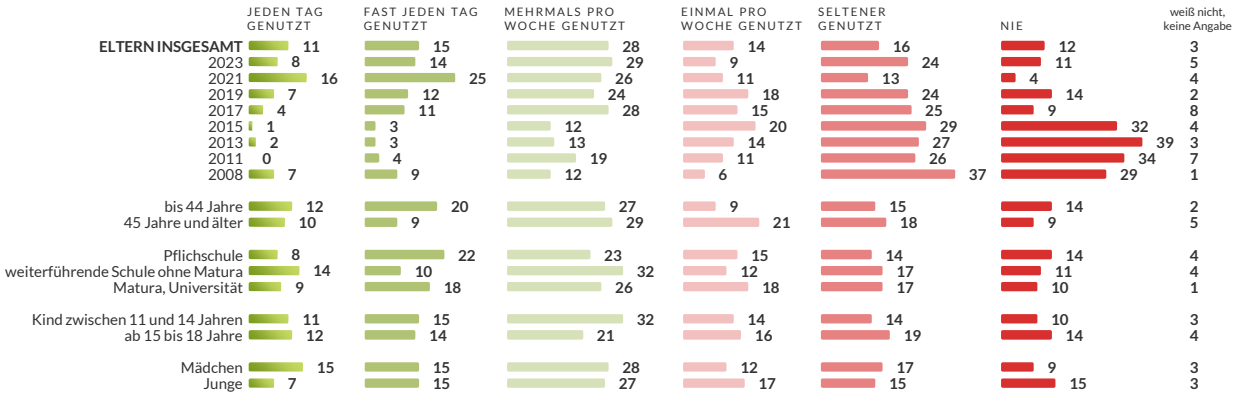
COMPUTER 63

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!

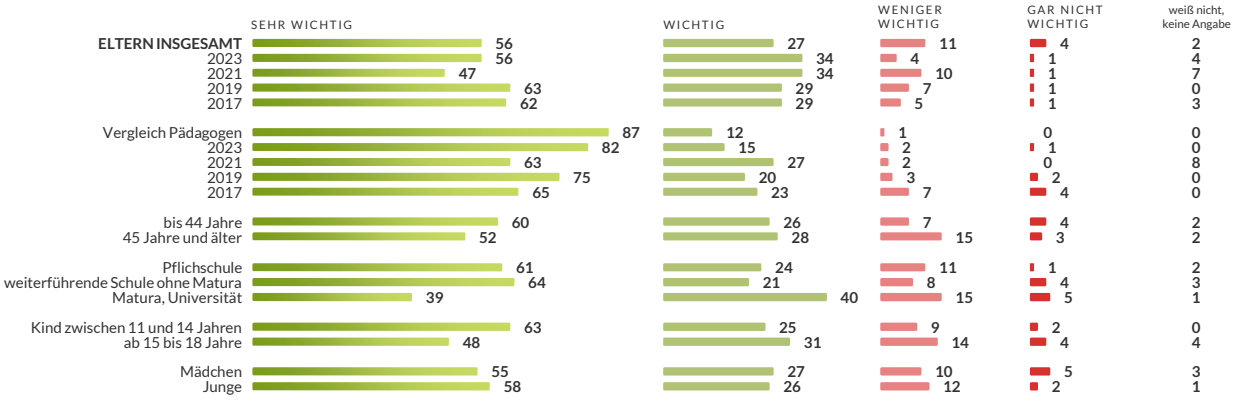
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die keine Filterprogramme installiert haben (45%=100%)

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!

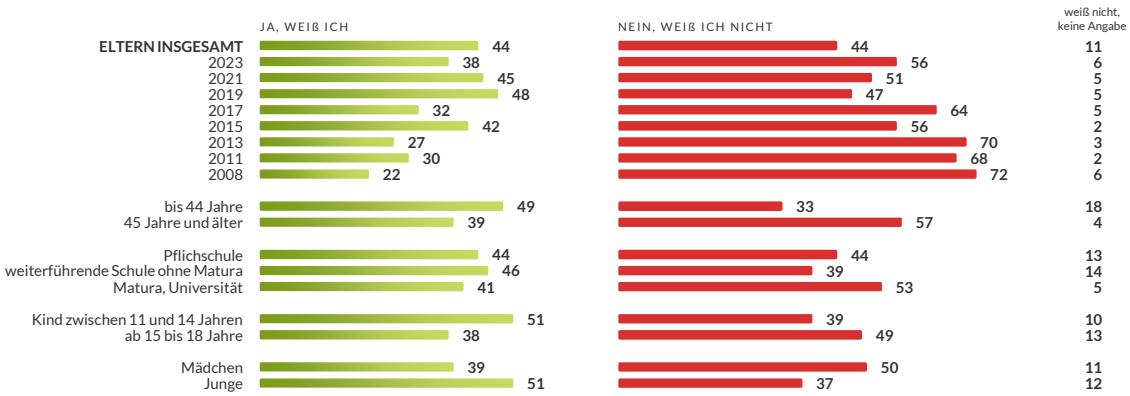
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

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

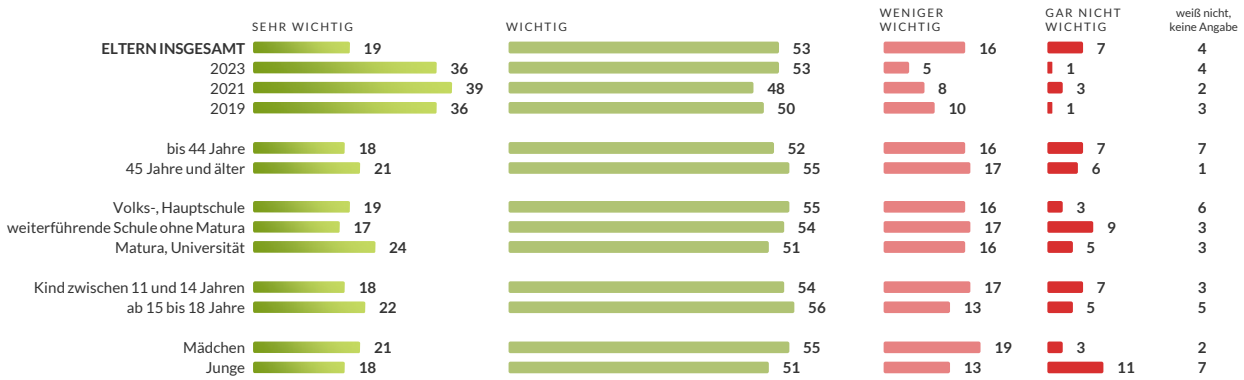
KAPITEL 11

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

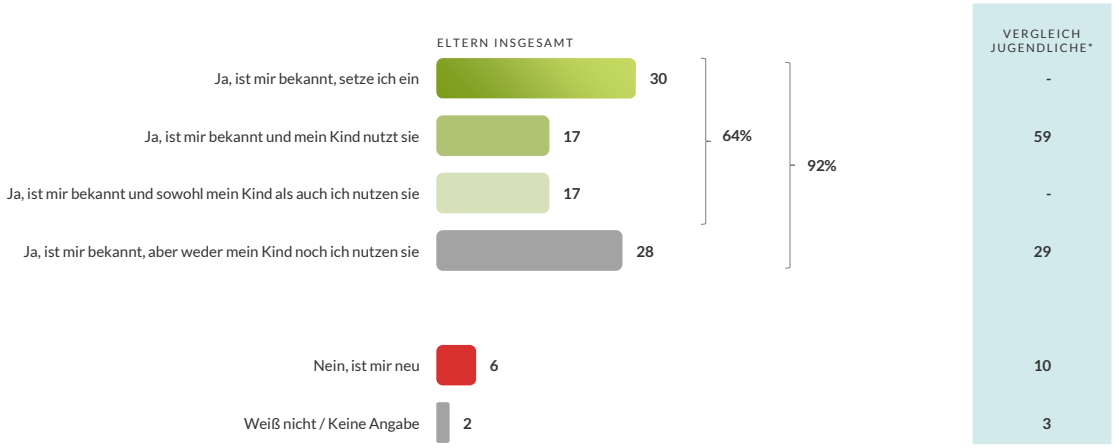
Frage: Glauben Sie, dass uns künstliche Intelligenz helfen kann, Dinge zu lernen oder Probleme im Alltag zu lösen oder eher nicht?

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!

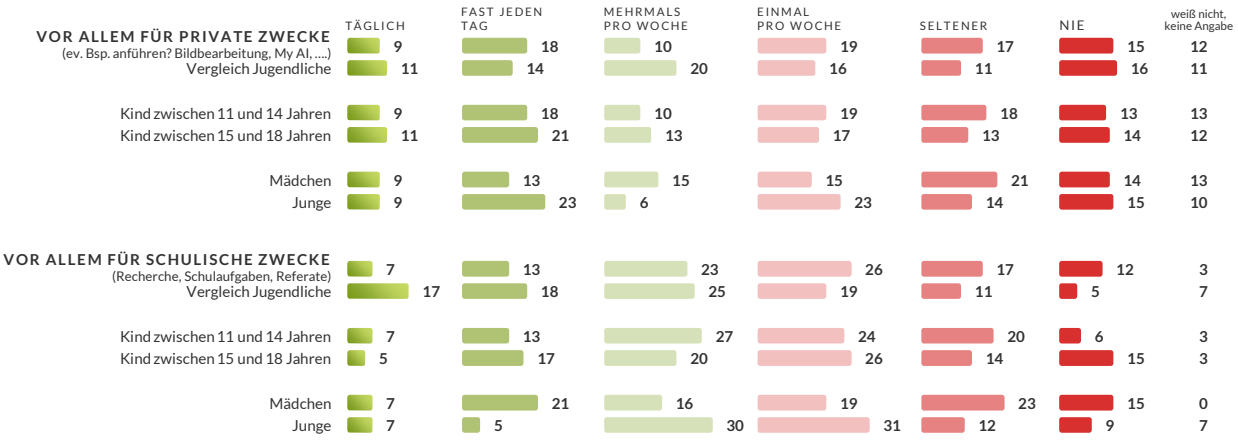
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

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