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 Jugendlichen

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

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

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

2. Ausstattung an technischen Geräten – Smartphone bleibt unverzichtbar

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

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

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

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

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

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

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

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

4. Fernsehen & Musik – Streaming verdrängt klassische Sender

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

5. Lesen – Bücher bleiben, Begeisterung sinkt

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

6. Smartphone – zentrale Lebensader der Jugendlichen

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

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

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

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

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

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

8. Internet – tägliche Nutzung etabliert

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

9. Sprachassistenten & KI – neue Technologien im Alltag

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

Education Group

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend

Aus dem Blickwinkel der Jugendlichen

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die EDUCATION GROUP GmbH

Inhaltlicher Überblick

Education Group

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

KAPITEL 1

Aufgabenstellung & methodischer Aufbau

Aufgabenstellung

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

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

Zielgruppe

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

Repräsentativität

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

Befragungsart

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

Auswertungsbasis

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

Befragungszeitraum

29. April bis 04. Juli 2025

Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen I

gestützt, Platz 1 bis 16

Education Group

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

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen II

gestützt, Platz 17 bis 29

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Top 5 Lieblingsbeschäftigungen I

gestützt, Platz 1 bis 17

Education Group

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

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Top 5 Lieblingsbeschäftigungen II

gestützt, Platz 18 bis 33

Education Group

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

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

*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Vorbilder der Jugendlichen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Einkaufsverhalten der Jugendlichen: Filiale vs. Online

Education Group

Einkäufe tätigen die Jugendlichen auch weiterhin am liebsten vor Ort!

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

*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 11

Haushaltsausstattung an elektrischen/ elektronischen Geräten

Education Group

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

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 13

Elektronische Geräte im Besitz von Jugendlichen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 14

Die elektronischen Geräte der Jugendlichen

Basis: Jugendliche mit elektronischen Geräten

Der Großteil der Jugendlichen hat ein eigenes Smartphone!

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

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

Frage: Und welche dieser Geräte besitzt du selbst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 15

Nutzungsintensität der Geräte

Basis: Jugendliche mit elektronischen Geräten

Smartphones werden von den Jugendlichen (beinahe) täglich eingesetzt!

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

Frage: Und wie häufig verwendest du die einzelnen Geräte?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 16

Die unverzichtbaren Geräte aus jugendlicher Sicht

Education Group

Weiterhin gilt: Smartphones sind unverzichtbar für die Jugendlichen!

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 17

Musik: Hörgewohnheiten

Education Group

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

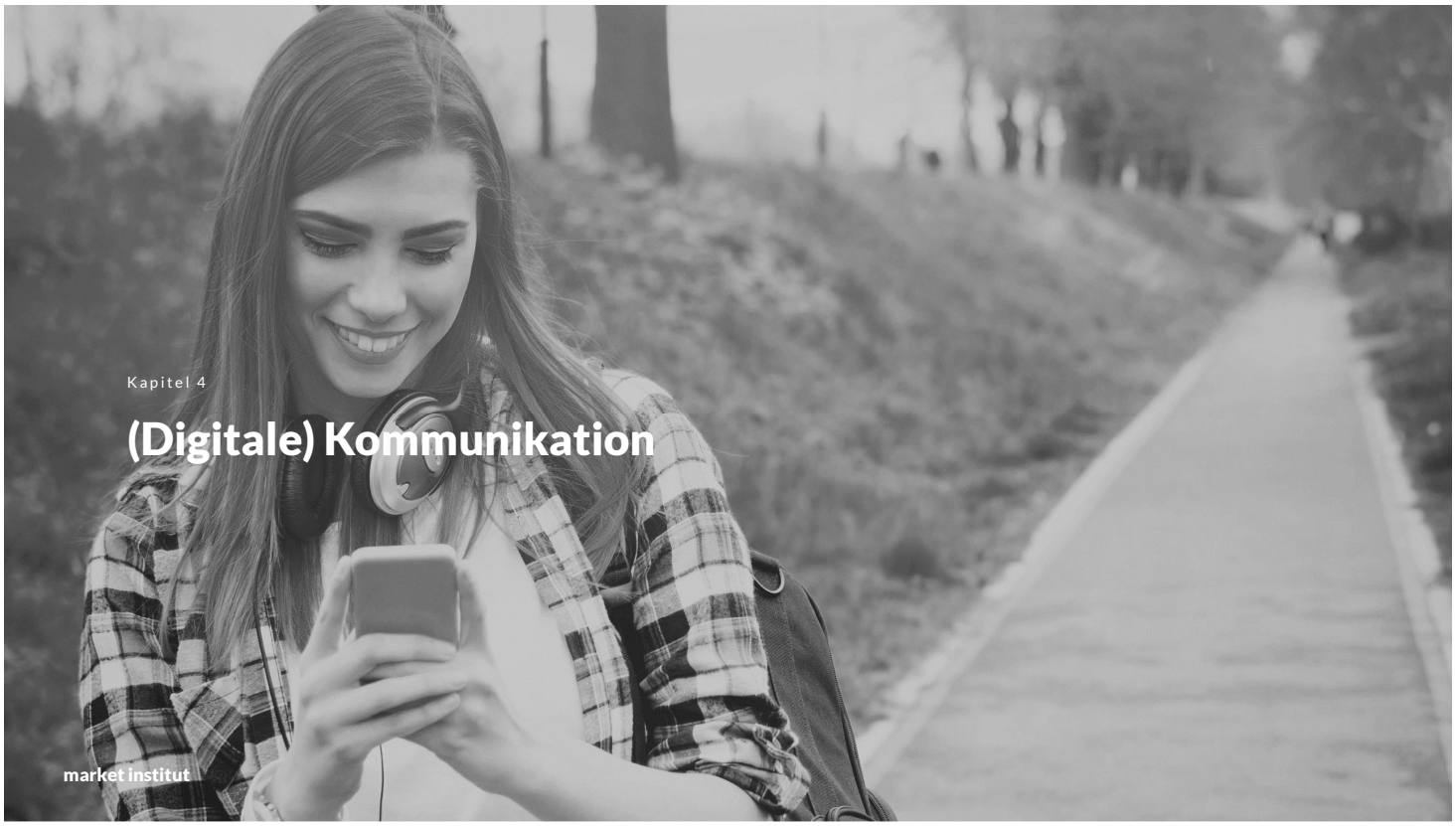
	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN 2023
Musik über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Music oder Amazon-Music hören	56	56	58	57
Musik über YouTube	47	58	58	61
Radio hören über ein Radio	28	32	24	21
Radiosender im Internet (z.B. am Smartphone) hören	20	19	19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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 18



Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 21

Bekanntheit der sozialen Netzwerke

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 22

Nutzung der sozialen Netzwerke

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 23

Einschätzung der täglichen Nutzungsdauer

Basis: Jeweilige Nutzer:innen

Education Group

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

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

Σ 135 Minuten pro Tag!

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 24

Wissensstand der Eltern über die Nutzungsintensität

Basis: Jeweilige Nutzer:innen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 25

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Eltern

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 26

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Schule

Education Group

Die Thematisierung sozialer Netzwerke in Schulen nimmt zu!

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 27

Gefühlslage nach Aktivität in sozialen Netzwerken

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

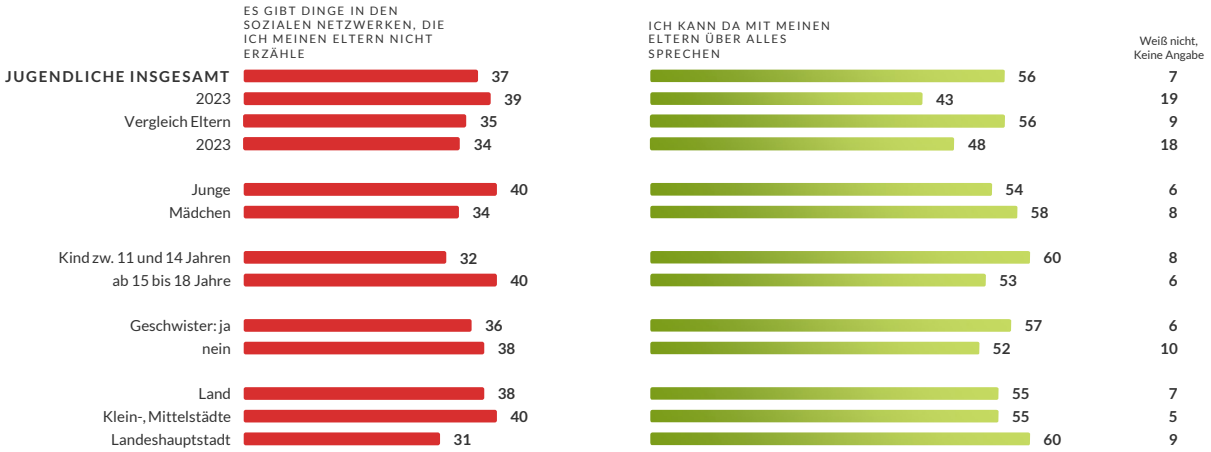
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 28

Geheimnisse rund um Erlebnisse in sozialen Netzwerken

Education Group

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



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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

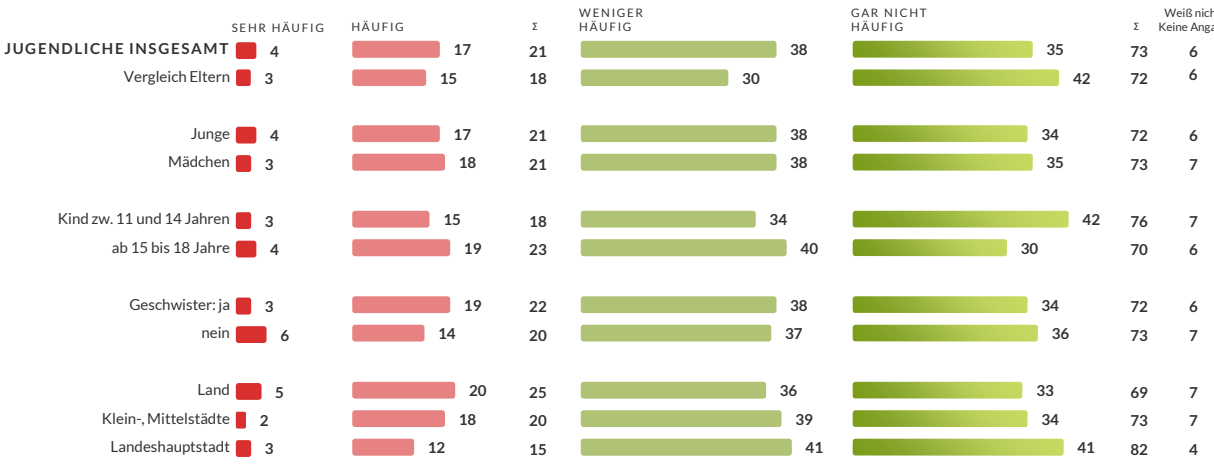
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 29

Häufigkeit des Unwohlseins nach Besuch sozialer Netzwerke

Education Group

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



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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

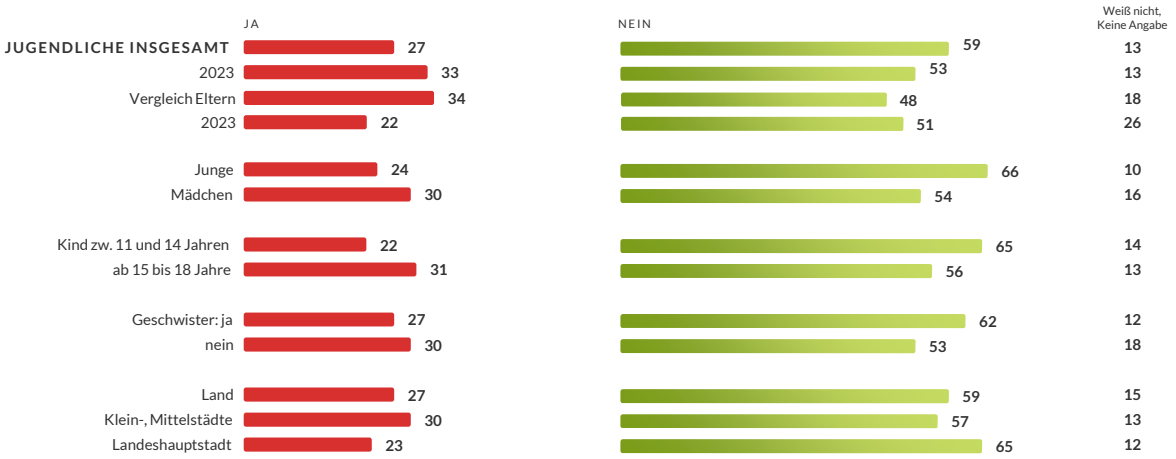
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 30

Negative Erlebnisse in den sozialen Netzwerken

Education Group

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



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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

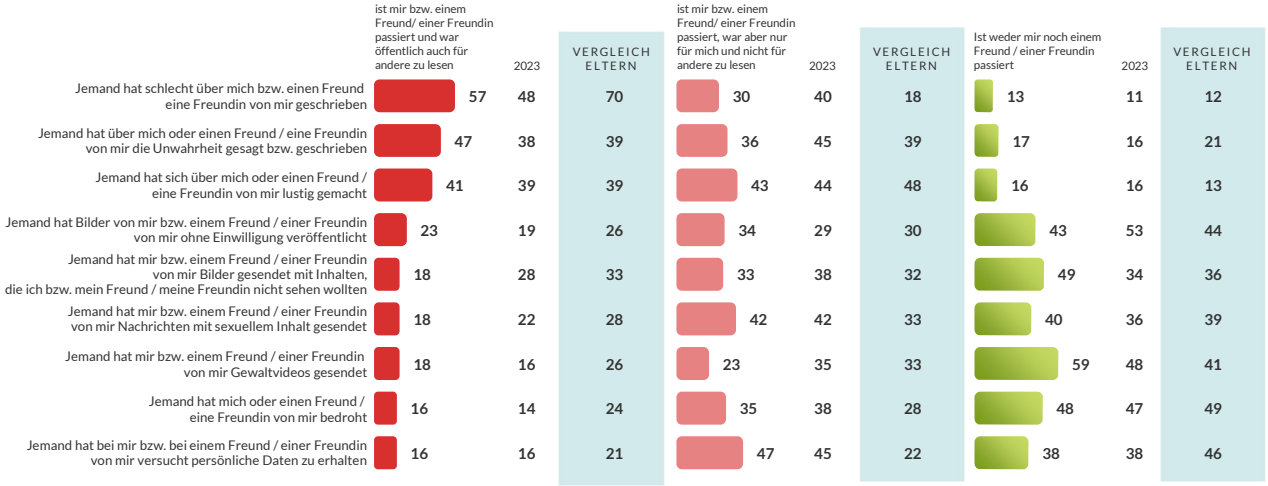
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Die negativen Erlebnisse im Detail

Education Group

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken

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



Frage: Was ist da passiert?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Reaktionen auf die negativen Erlebnisse

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 33

Verbreitung von Hasskommentaren

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

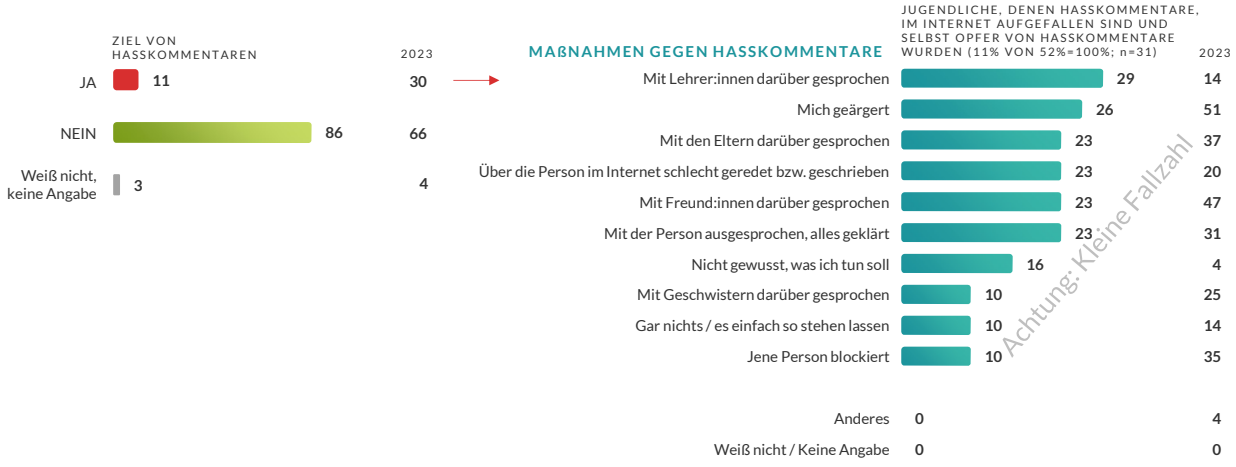
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 34

Persönliche Betroffenheit von Hasskommentaren

Basis: Jugendliche, denen Hasskommentare im Internet aufgefallen sind

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



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

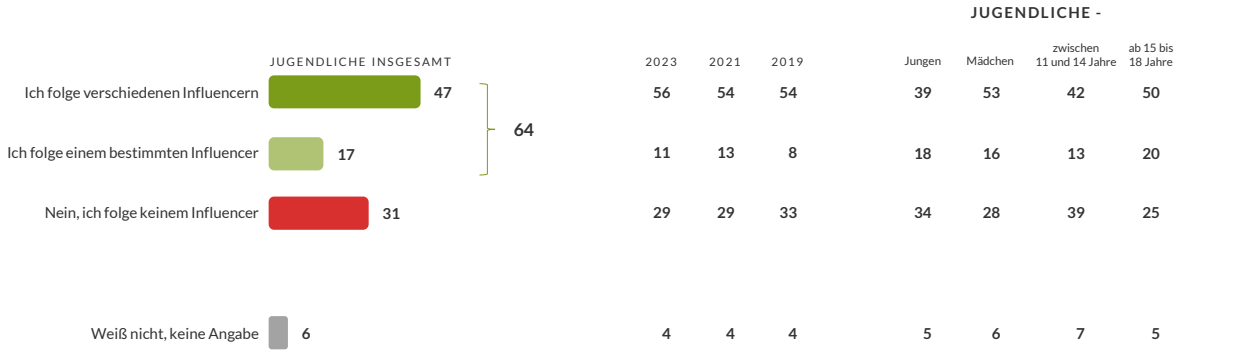
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 35

Bedeutung von Influencern

Zwei Drittel der Jugendlichen folgen zumindest einem Influencer.



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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 36

Kontaktintensität mit den Influencern

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 37

Einschätzung von Influencern

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 38

Gefühlslage nach Influencer-Kontakt

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

Influencer lösen nur selten negative Gefühle bei Jugendlichen aus!

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 39

Aussagen zu Online-Communities

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 40

Nutzung von Fernsehsendern, Streaming-Diensten & Clips

Jugendliche insgesamt

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

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

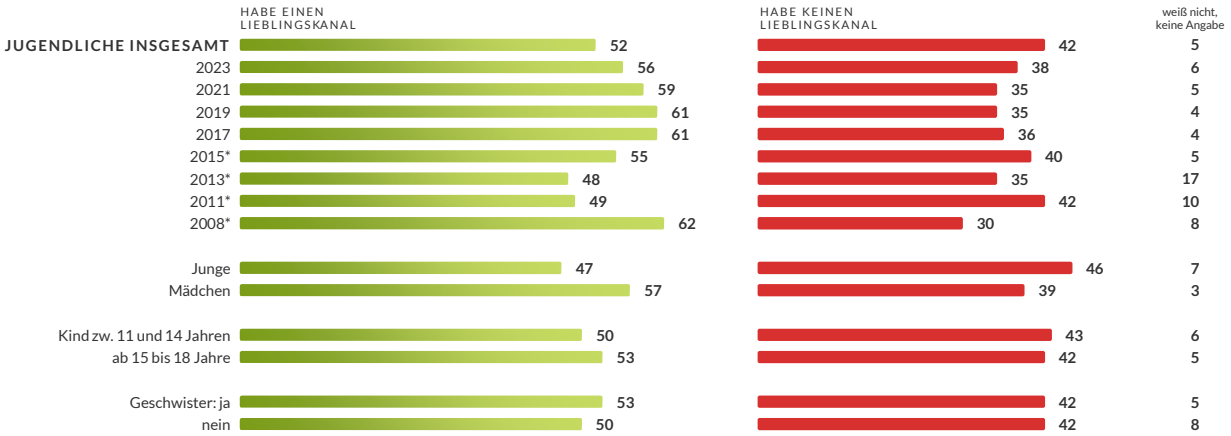
Frage: Jetzt kommen einige Fragen zu Fernsehen, zum Nutzen von Streaming-Diensten wie z.B. Netflix oder Amazon sowie zum Schauen von Kurzvideos und Clips im Internet wie z.B. auf YouTube oder in Blogs. Wie lange siehst Du fern, nutzt Streaming-Dienste und schaust Kurzvideos im Internet pro Tag. Sag mir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

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

Lieblingskanal

Education Group

Die Hälfte der Jugendlichen hat einen Lieblingskanal.



* wurde nur nach Lieblings-TV-Sendern gefragt

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

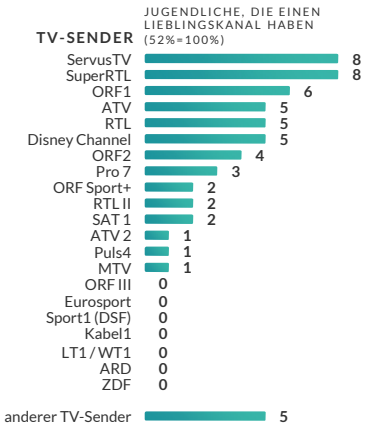
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET! Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Lieblingskanäle im Detail I

Basis: Jugendliche mit Lieblingskanal; TV-Sender

Education Group

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



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

** wurde als ORF abgefragt *) wurde nicht erhoben

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

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

Lieblingskanäle im Detail II

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

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

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

*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Gefühlslage nach Fernsehen, Streamen & Clips

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

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

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

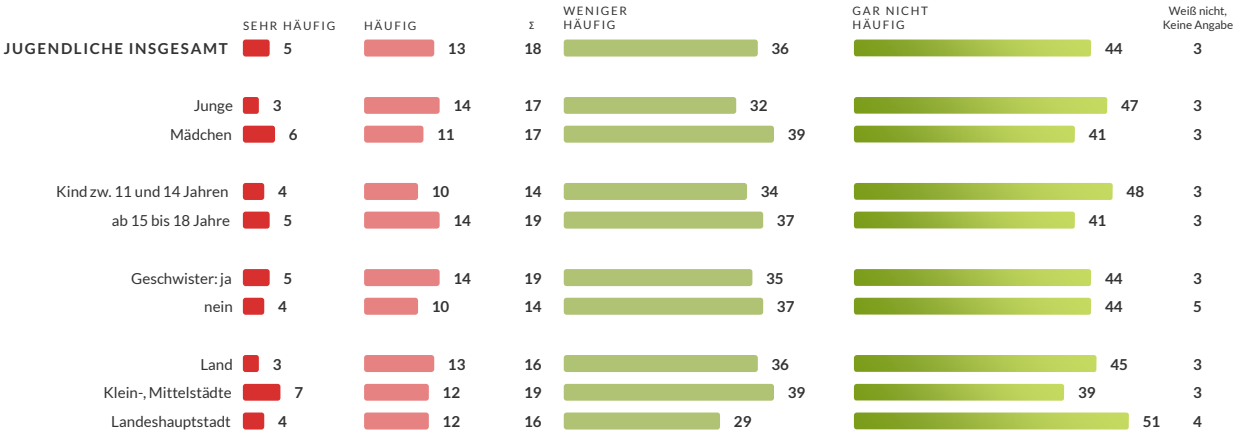
MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Negative Gefühlslage durch Bewegtbilder

Education Group

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



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

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

FERNSEHEN 47

Kapitel 6

Lesen

Freude am Lesen

Education Group

Die Hälfte der Jugendlichen liest gerne!

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

LESEN 49

Normale vs. digitale Bücher

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

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

LESEN 50

Einsatz digitaler Schulbücher

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

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

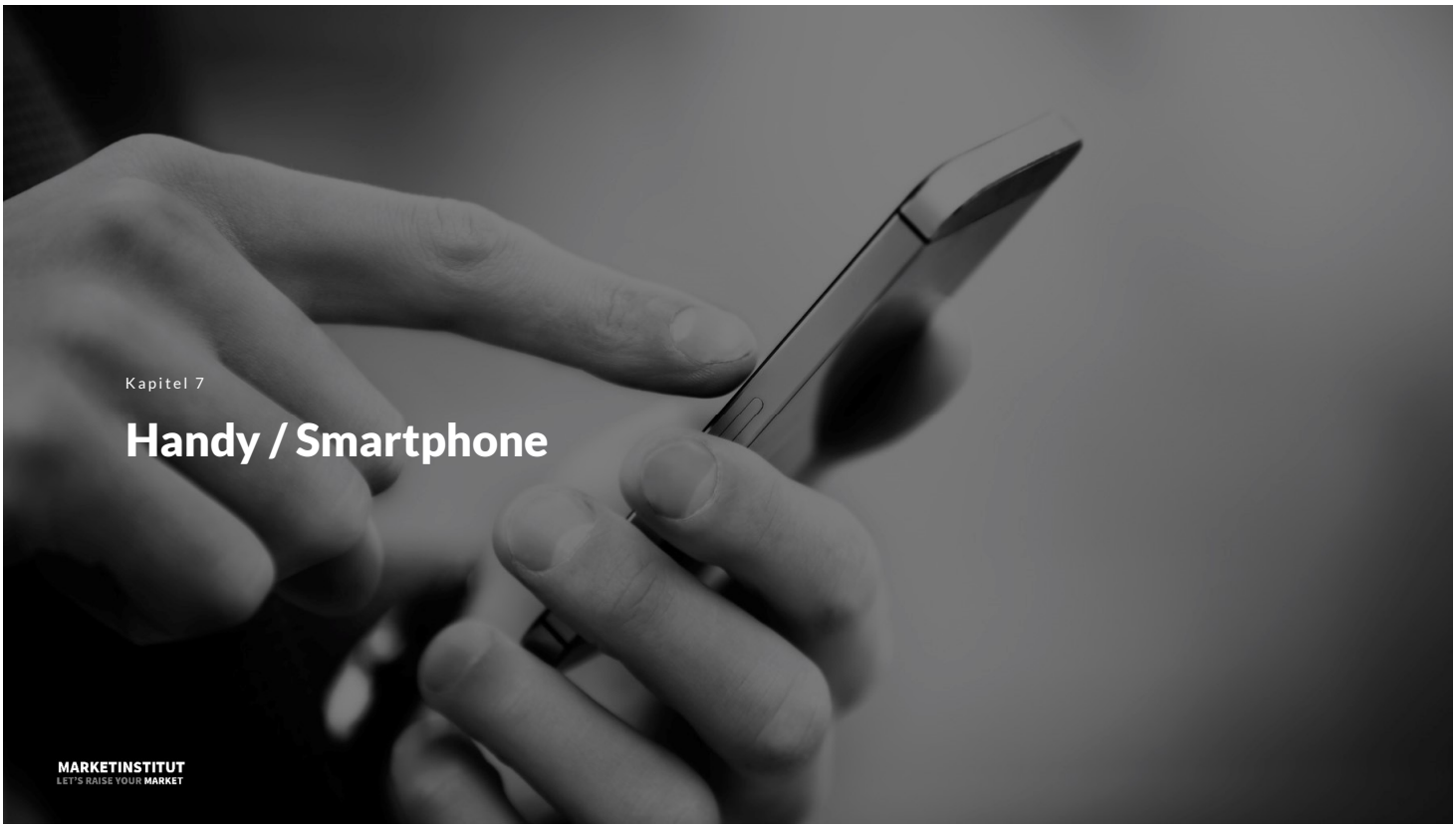
	SEHR WICHTIG	WICHTIG	Σ	WENIGER WICHTIG	GAR NICHT WICHTIG	weiß nicht, keine Angabe
JUGENDLICHE, DIE SEHR GERNE/GERNE/ NICHT SO GERNE LESEN (75%=100%)	14	39	53	27	15	4
2023	21	35	56	24	15	4
2021	22	33	55	24	18	4
2019	18	29	47	24	25	4
2017	14	23	37	29	28	5
Vergleich Eltern	21	36	57	27	15	1
2023	17	34	51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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

LESEN 51



Häufig genutzte Smartphone-Funktionen I

Platz 1 – 14

Education Group

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

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Häufig genutzte Smartphone-Funktionen II

Platz 15 – 25

Education Group

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

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

*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Einstellung zum Handyverbot an Schulen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

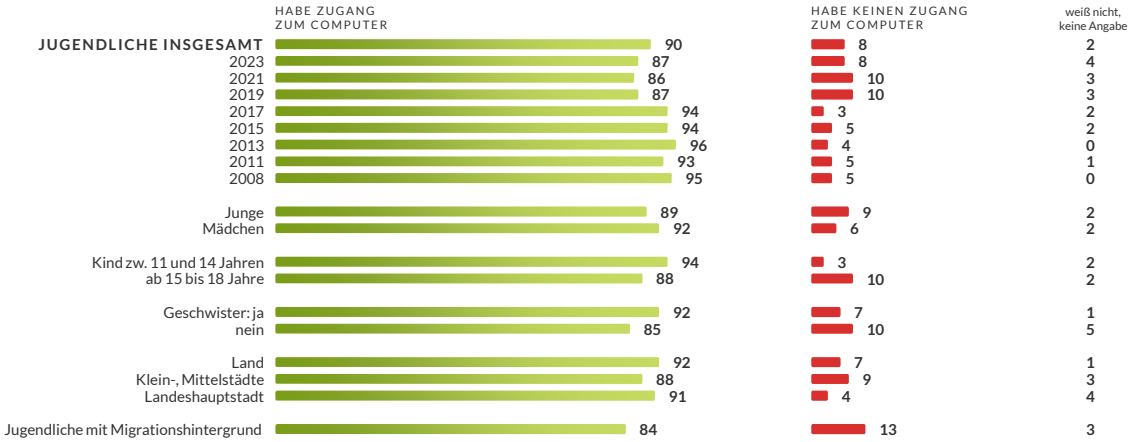
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

HANDY / SMARTPHONE 55

Verbreitung von Computern

Education Group

9 von 10 Jugendlichen haben Zugang zu einem Computer!



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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

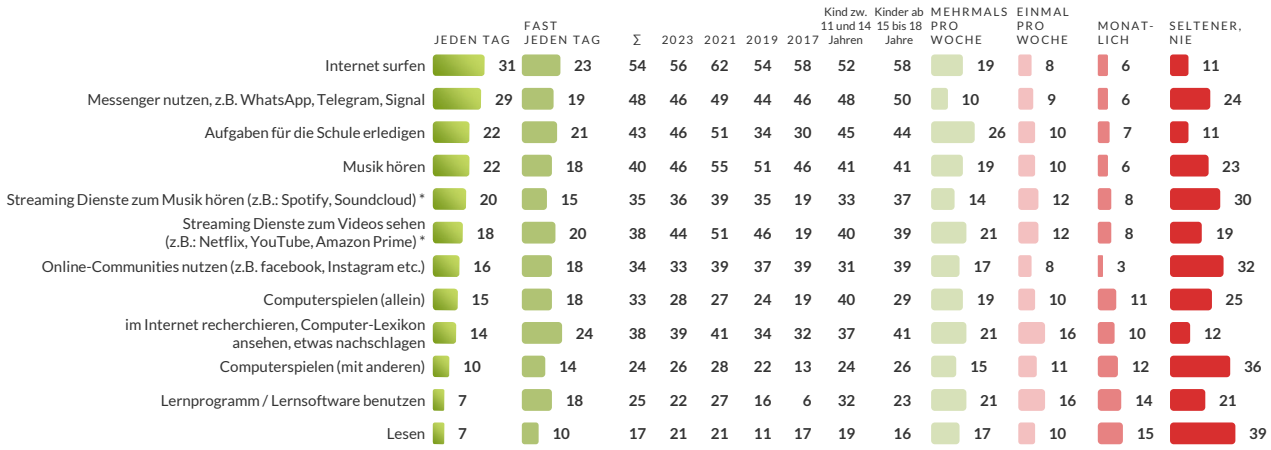
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

Die häufigsten Aktivitäten am Computer I

Basis: Jugendliche mit Computerzugang, Platz 1 – 13

Education Group

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



* wurde im Trend (bis 2019) zusammen abgefragt

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Die häufigsten Aktivitäten am Computer II

Basis: Jugendliche mit Computerzugang, Platz 13 - 24

Education Group

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

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

*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

COMPUTER 59

Nutzung von Lernprogrammen/LernApps

Education Group

Kaum Veränderung bei der Nutzung von Lernprogrammen.

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

COMPUTER 60

Interesse an Lernprogrammen/LernApps

Basis: Jugendliche, die Lernprogramme/LernApps verwenden

Education Group

Die Mehrheit der Jugendlichen nutzt die Lernprogramme gerne!

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

COMPUTER 61

Gedanken zu YouTube-Vorschlägen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

INTERNET 63

Überprüfen von Internet-Informationen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

INTERNET 64

Vertrauliche Daten im Internet

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

INTERNET 65

Nutzung der Social-Media-Kanäle

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

INTERNET 66

Kapitel 10

Online vs. offline Spiele

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Nutzungsdauer von Computerspielen

Education Group

Die durchschnittliche Computerspielzeit liegt ähnlich wie in den letzten Jahren!

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

* Trend: mehr als 60 Minuten

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Spielhäufigkeiten auf den Endgeräten

Basis: Jugendliche, die Computerspiele spielen

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Der tägliche Online-Spielkonsum

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

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

Ø 77 Minuten

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Der tägliche Offline-Spielkonsum

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Spaßfaktor: Online- vs. Offline-Spiele

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

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Spielhäufigkeit bei Online-Spielen

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

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

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

Frage: Wie häufig spielst du die folgenden Spiele online?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 73

Spielpartner in der Online-Welt

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

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

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

Frage: Und mit wem spielst du die Spiele?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 74

Gefühlslage nach Online-Spielen

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

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 75

Häufigkeit des Unwohlseins nach Online-Spielen

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

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 76

Wissensstand der Eltern über die Online-Spiele

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

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

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

Frage: Wissen deine Eltern, welche Spiele zu spielst?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 77

Aussagen zu Online-Spielen

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

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

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

*) bei Eltern anders abgefragt

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 78

Verbreitung von kostenpflichtigen Online-Spielen

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

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Monatliche Kosten für Online-Spiele

Basis: Jugendliche, die kostenpflichtige Online-Spiele spielen

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Kenntnisse von Alexa, Siri, Cortana & Co

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Sprachassistenten statt Menschen: Komfort oder Unbehagen?

Basis: Jugendliche, die Systeme wie Alexa & Co nutzen

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Sprachassistenten als Lern- & Problemlösungstools im Alltag

Die Mehrheit der Jugendlichen sieht Sprachassistenten als Hilfestellung im Alltag!

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

* bei Eltern mit KI abgefragt

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

ChatGPT/KI – Bekanntheit & Nutzung

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 85

Nutzungshäufigkeit der KI-Systeme

Basis: KI Nutzer:innen

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 86

Verwendungsmotive für den Einsatz von KI-Systemen

Basis: KI Nutzer:innen

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

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

Frage: Wofür verwendest du KI-Systeme?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Genutzte KI-Systeme

Basis: KI Nutzer:innen

Siri ist bei Jugendlichen weit verbreitet.

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

Frage: Welche KI-Systeme nutzt du?

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

Wahrnehmung der KI im Detail

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 89

Chancen für die KI im Schuleinsatz

Basis: Kenner von ChatGPT/KI

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 90

KI-Einsatz in der Schule

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 91

Beurteilung von KI-Systemen: Chance oder Gefahr?

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 92

Bedeutung einer verantwortungsbewussten KI-Nutzung

Education Group

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

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

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

MARKETINSTITUT LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 93

Ihr Ansprechpartner

Education Group

Prok. Dr. David Pfarrhofer

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz