

Grunddaten Jugend und Medien 2018

Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland

Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien
von Heike vom Orde (IZI) und Dr. Alexandra Durner

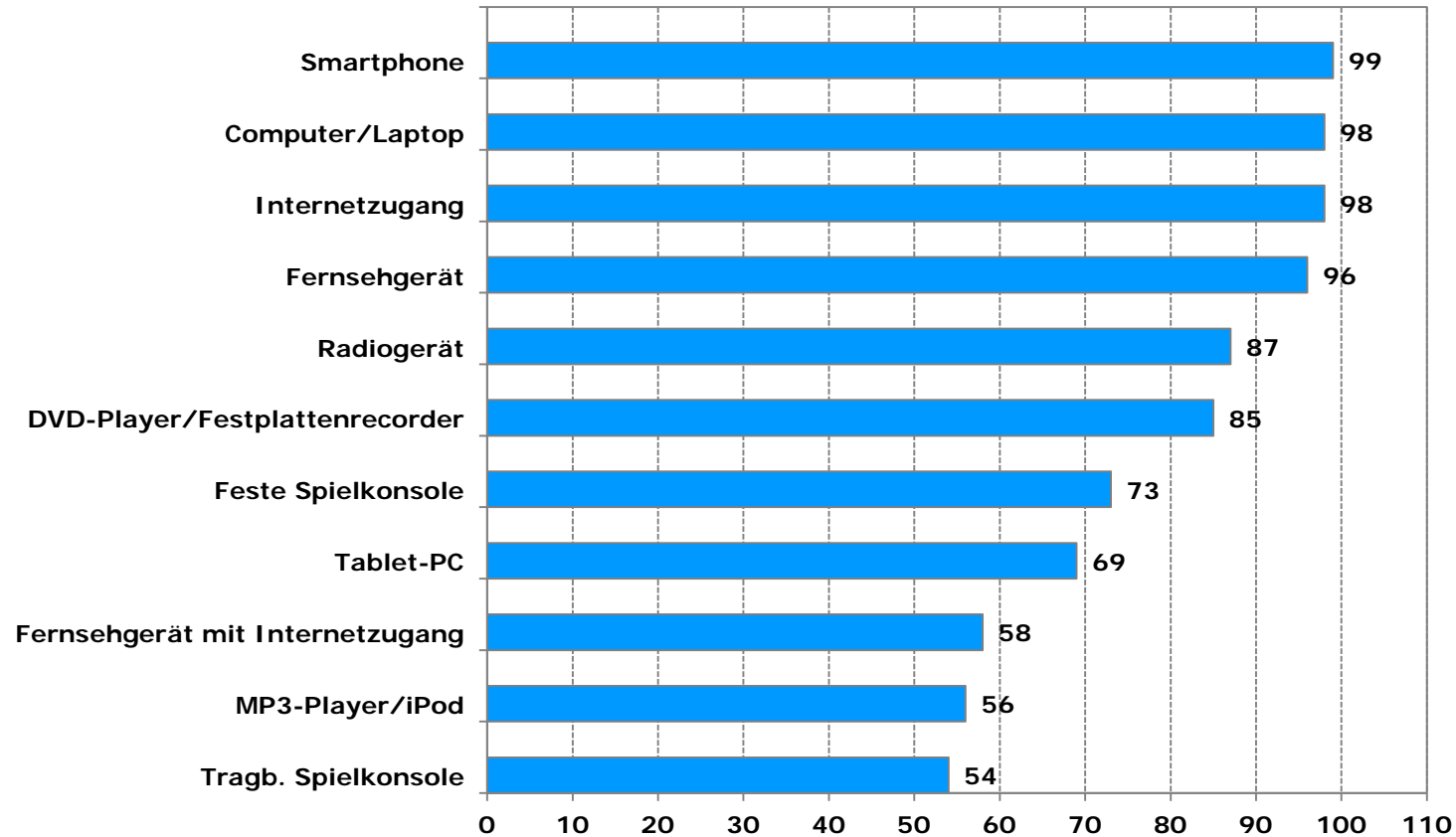
Inhaltsübersicht

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien für Jugendliche	3
Jugendliche und Fernsehen	22
Computer, Internet und Social Media	40
Handy und mobile Medien	57

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien

Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt, 2017, Auswahl (Angaben in %)

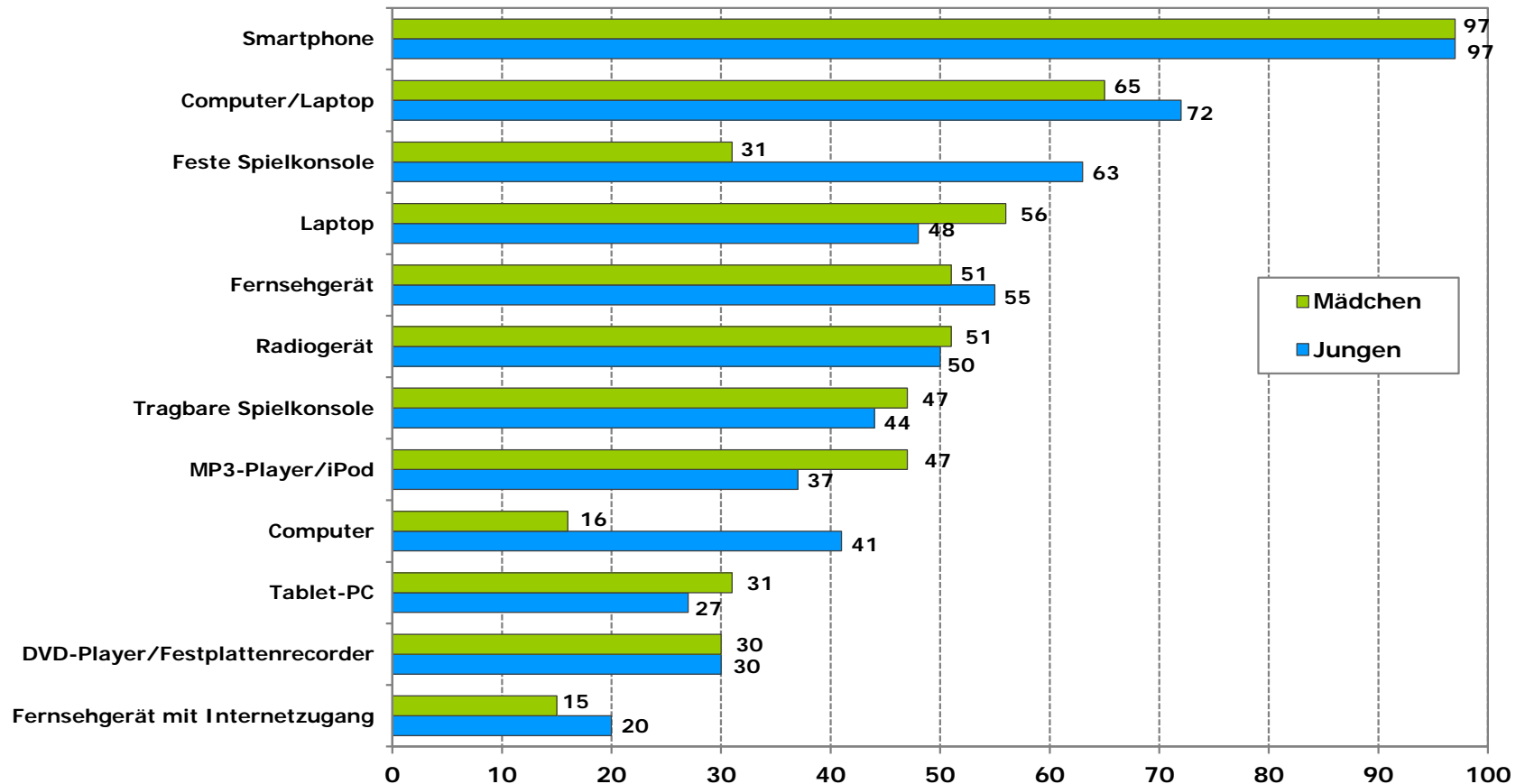


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 6.

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, 2017, Auswahl (Angaben in %)

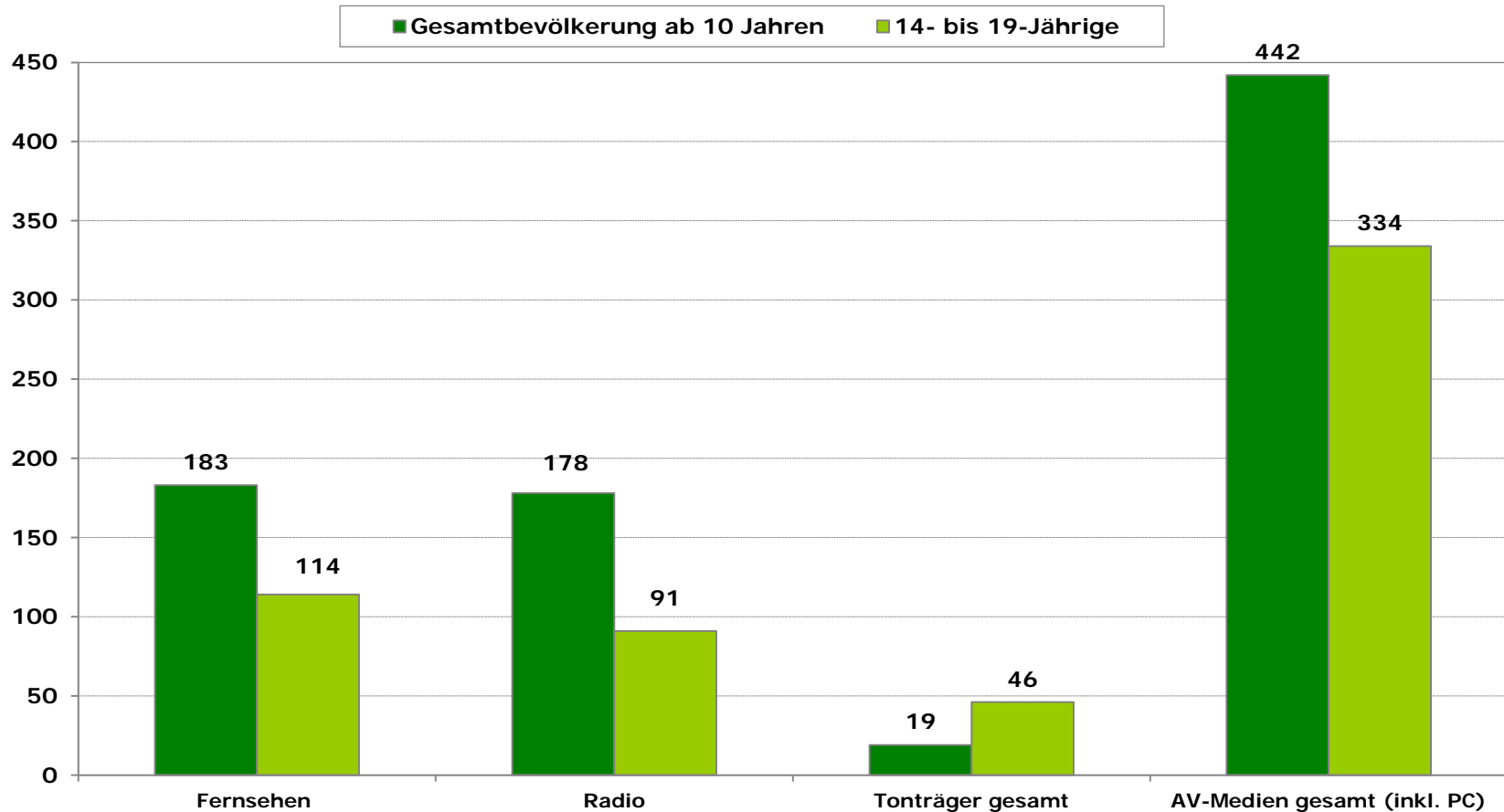


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 9.

Tägliche Nutzungsdauer audiovisueller Medien 2016

Nach Altersgruppen, Nutzungsdauer in Minuten/Tag

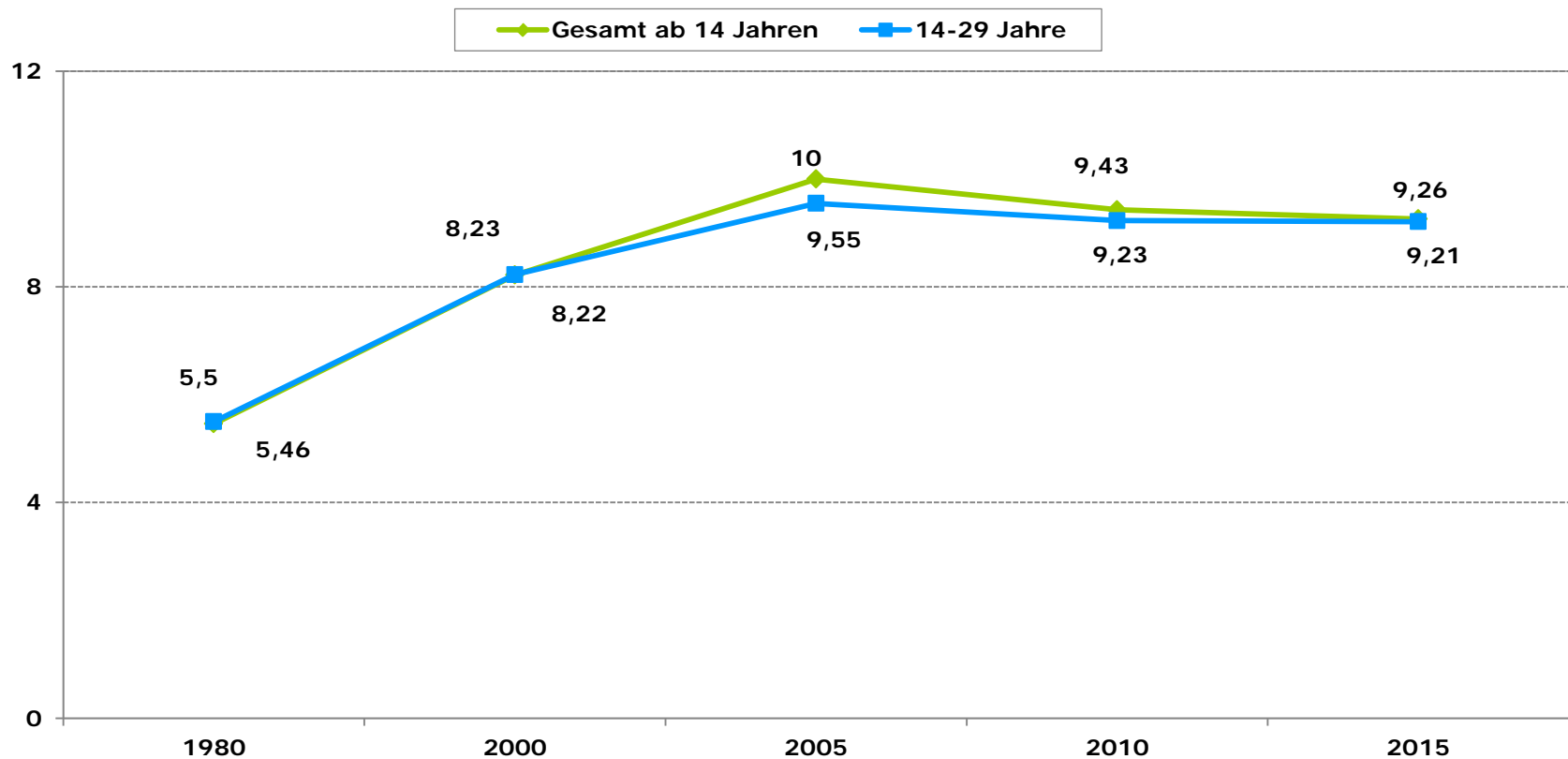


Basis: ma 2016, deutschsprachige Personen ab 10 Jahren, Mo-So, 5:00–24:00 Uhr.
Tonträger=Schallplatte, Kassette, CD, MP3.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2016, S. 69/70.

Das Zeitbudget für Mediennutzung ist relativ stabil

Brutto in Std./Tag, Vergleich 14-29 Jahre mit Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre, 1980-2015

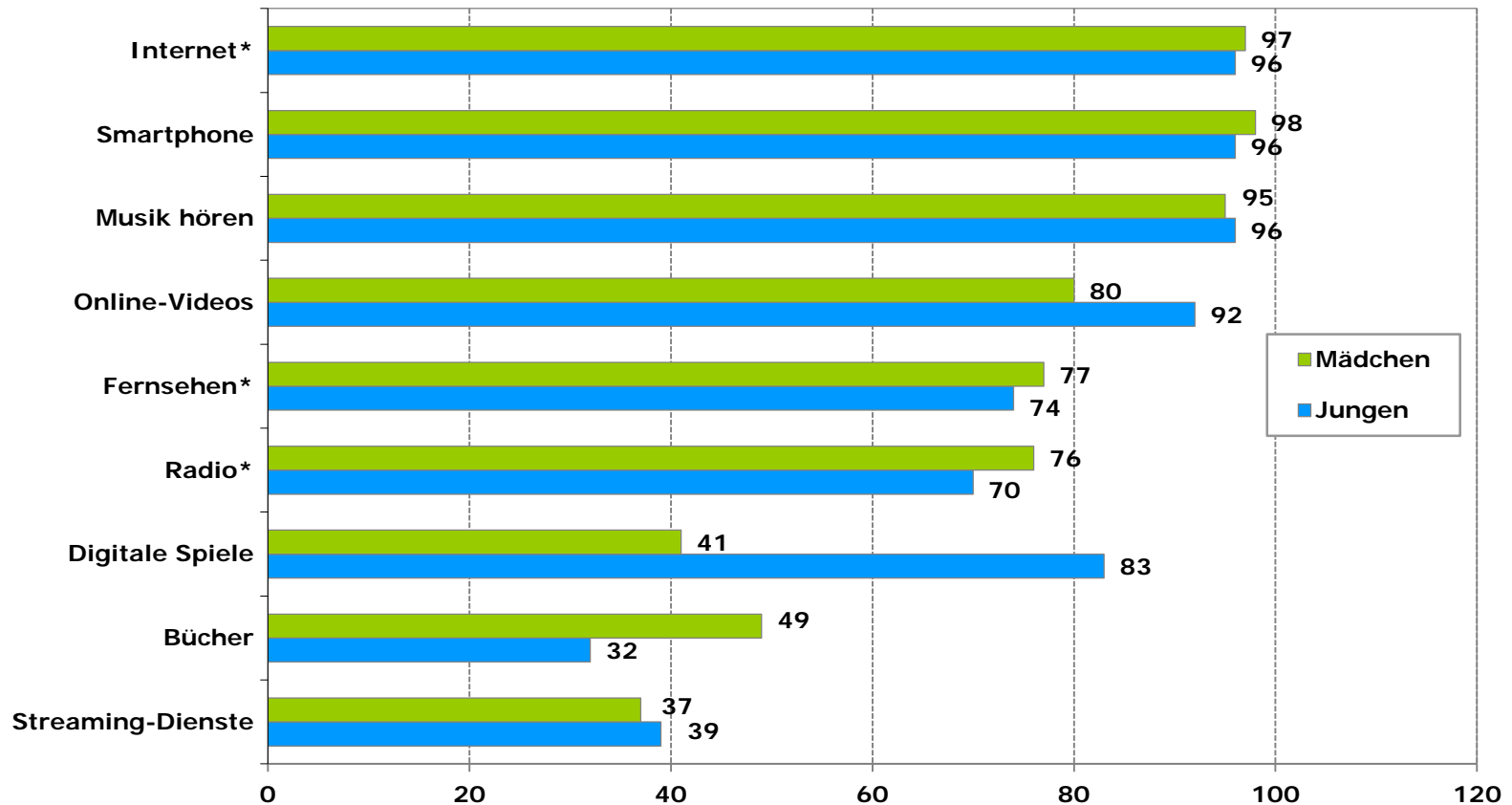


Basis: BRD gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14+ Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschsprachige Bevölkerung; ab 1980: 6 Medien, ab 1985: 7 Medien, ab 2000: 8 Medien inkl. Internet.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1970-2015. In: Breunig/Engel 2015, S. 7 und 8.

Mit welchen Medien beschäftigen sich Jugendliche täglich bzw. mehrmals pro Woche?

Nach Geschlecht, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

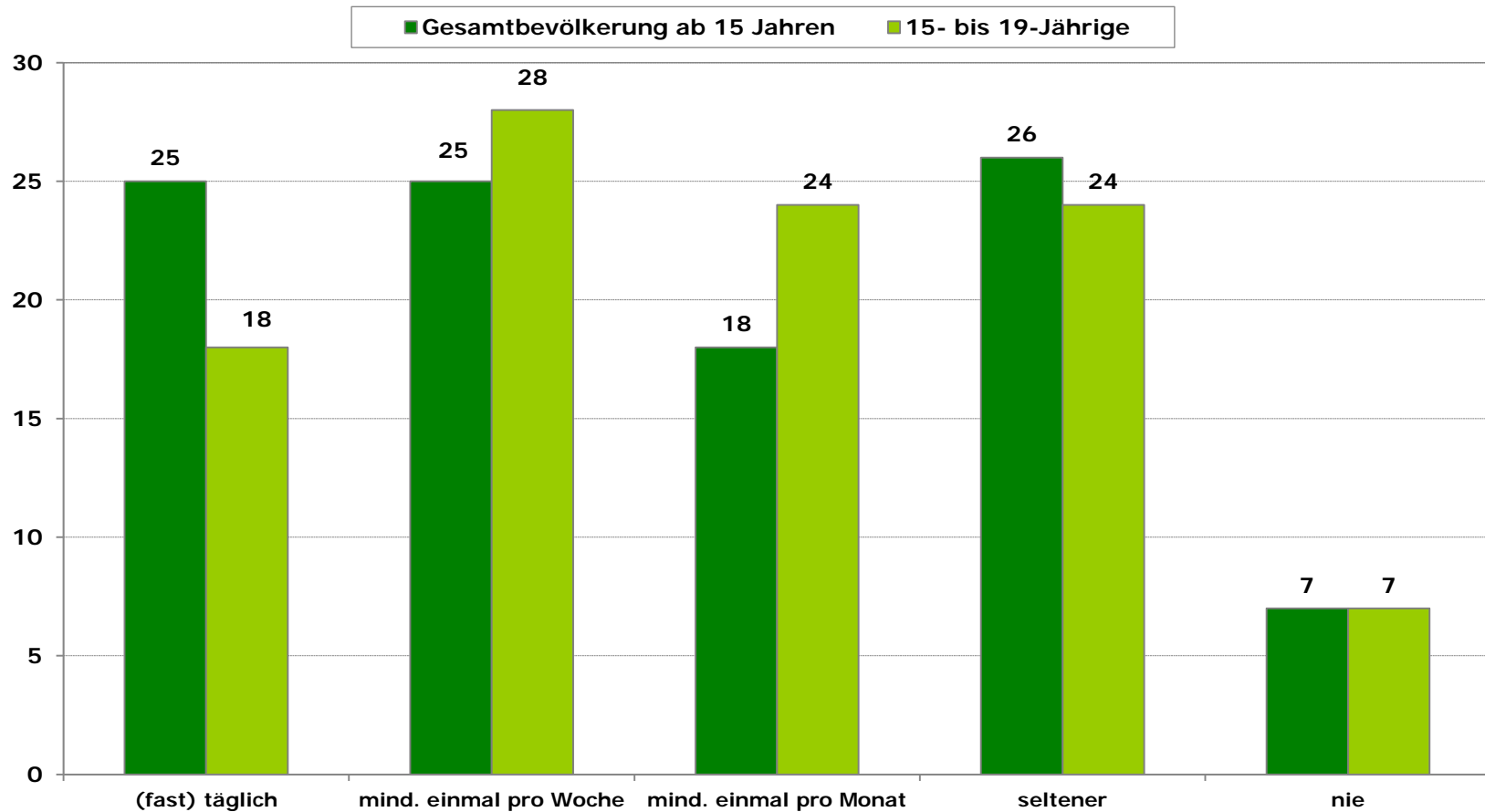


Basis: n= 1.200, 12-19 Jahre.
*Nutzung egal über welchen Zugang.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 14.

Wie häufig lesen Jugendliche im Vergleich zur Gesamtbevölkerung?

Nach Altersgruppen (Angaben in %)



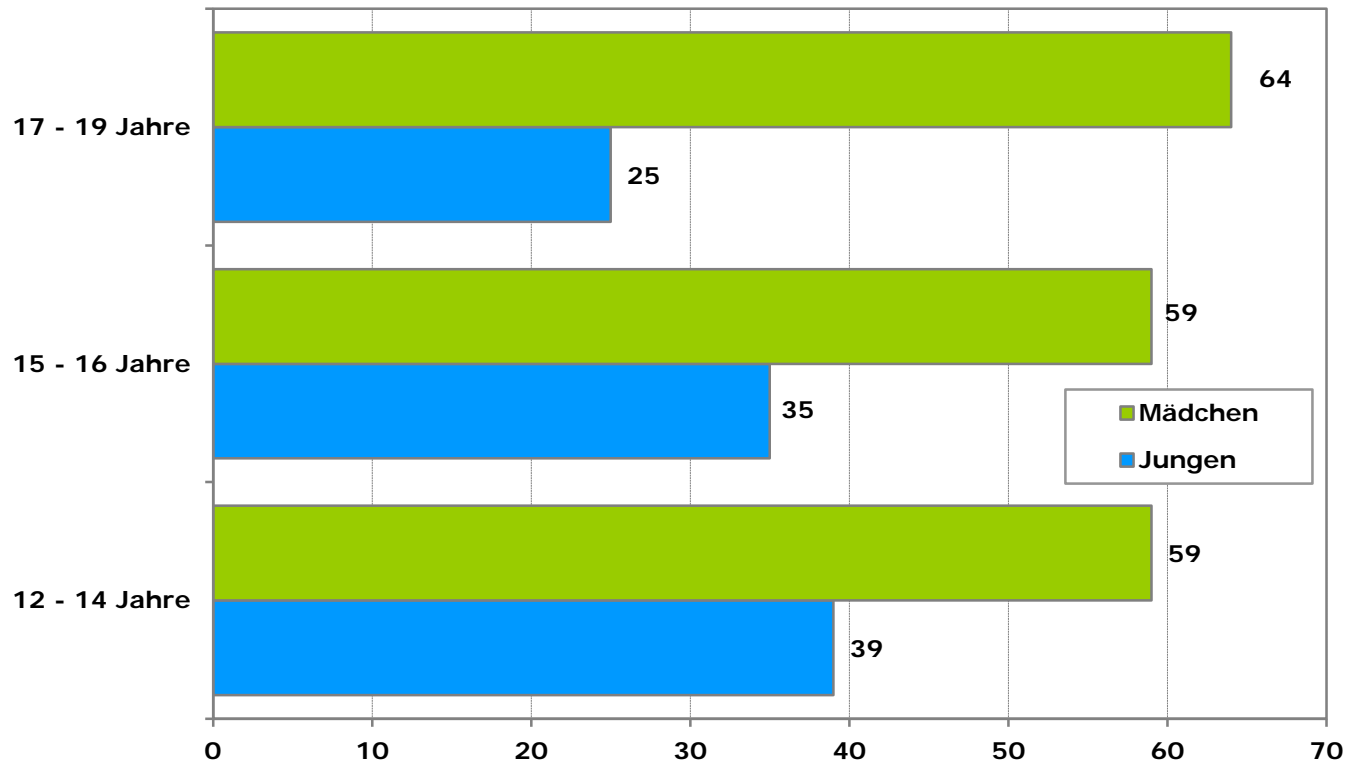
Basis: n=1.502, Gesamtbevölkerung Deutschland, ab 15 Jahren.

Quelle: Global GfK Survey 2017, S. 21/22.

Bücher sind (vor allem bei den weiblichen) Jugendlichen nicht out

„Ich lese (sehr) gerne Bücher“

„Ja“-Antworten 12- bis 19-Jähriger, nach Alter und Geschlecht, 2014 (Angaben in %)



Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014, S. 19.

Die Bestseller im Bereich Jugendbuch

Auswahl, 2017 (Angaben in %)

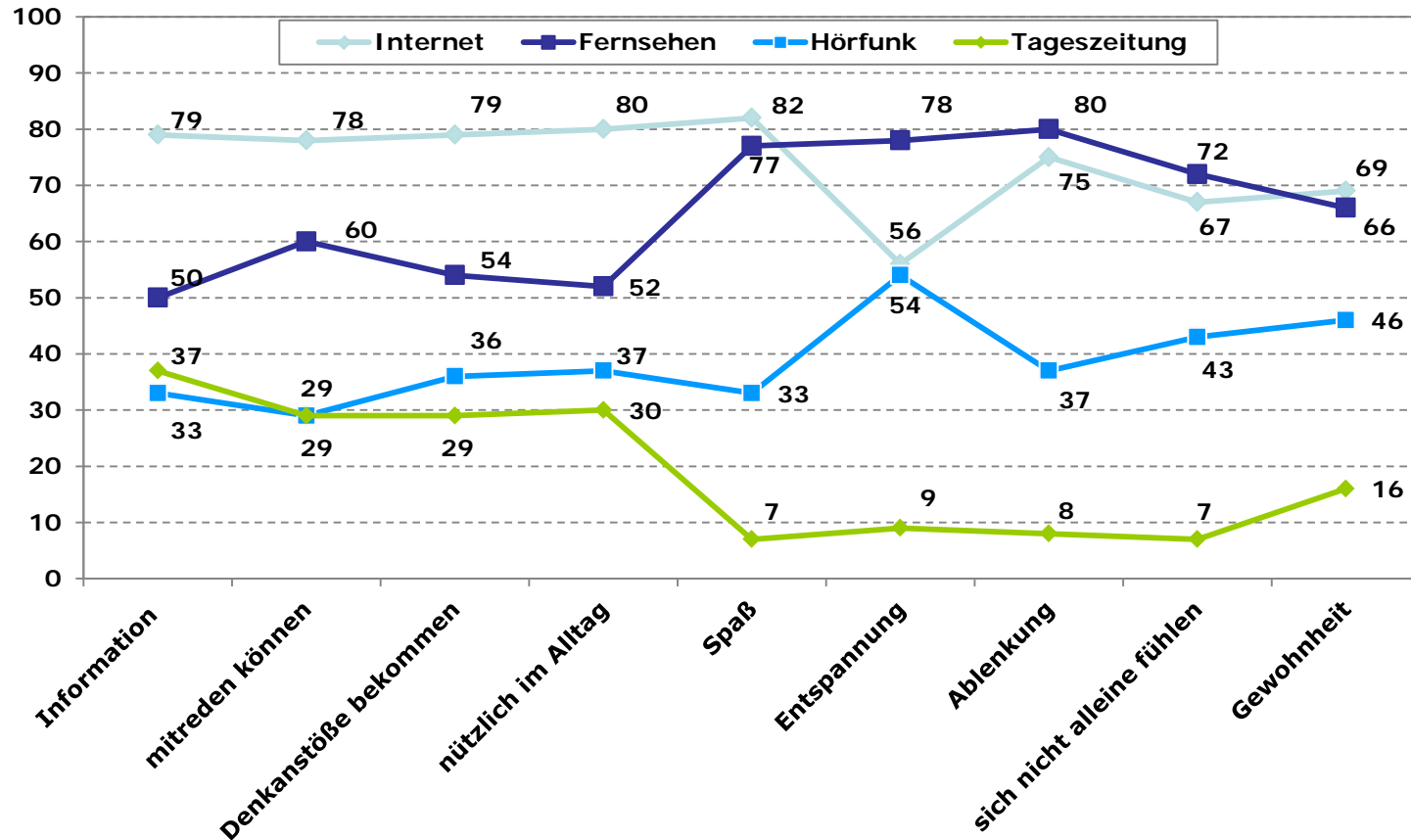
- Platz 1** „Gregs Tagebuch 12 – Und tschüss!“
von Jeff Kinney
- Platz 2** „Schlaft gut, ihr fiesen Gedanken“
von John Green
- Platz 3** „Nur noch ein einziges Mal“
von Colleen Hoover
- Platz 4** „Gregs Tagebuch – Von Idioten umzingelt“
von Jeff Kinney
- Platz 5** „Aquila“
von Ursula Poznanski

Basis: 4.200 Verkaufsstellen in Deutschland, Verkaufszahlen monatlich, Zeitraum: Dezember 2017.

Quelle: boersenblatt.de/Media Control GmbH.

Motive für die Mediennutzung bei den 14- bis 29-Jährigen

„trifft am meisten/an zweiter Stelle zu auf“, 2015 (Angaben in %)

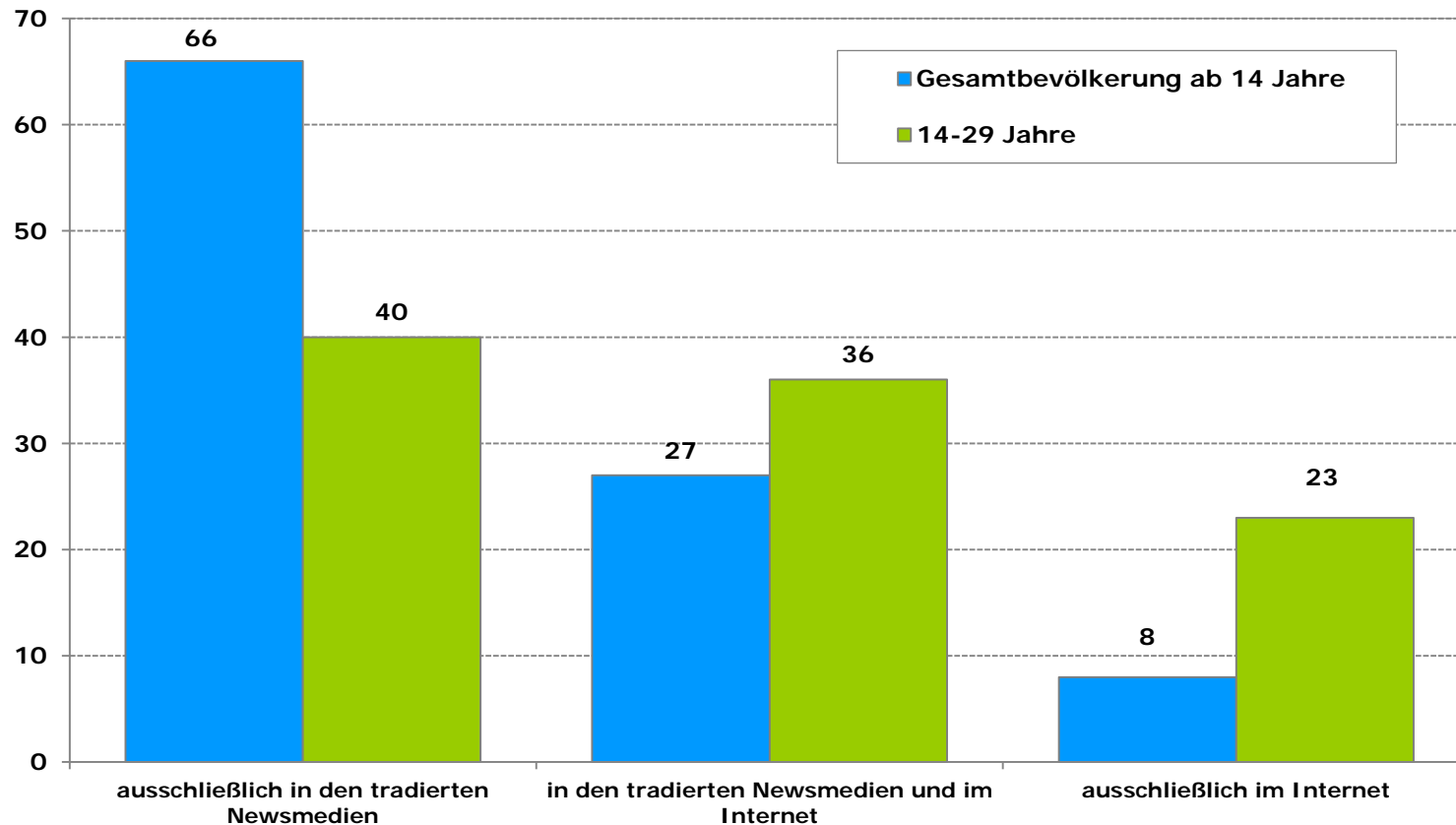


Basis: n=837, 14-29 Jahre; Befragte, die mind. zwei Medien mehrmals im Monat nutzen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie
Massenkommunikation. In: Breunig/Engel 2015, S. 331.

In welchen Medien informieren sich Jugendliche über das tagesaktuelle Geschehen?

Personen, die sich gestern tagesaktuell informiert haben, 2017, Auswahl (Angaben in %)

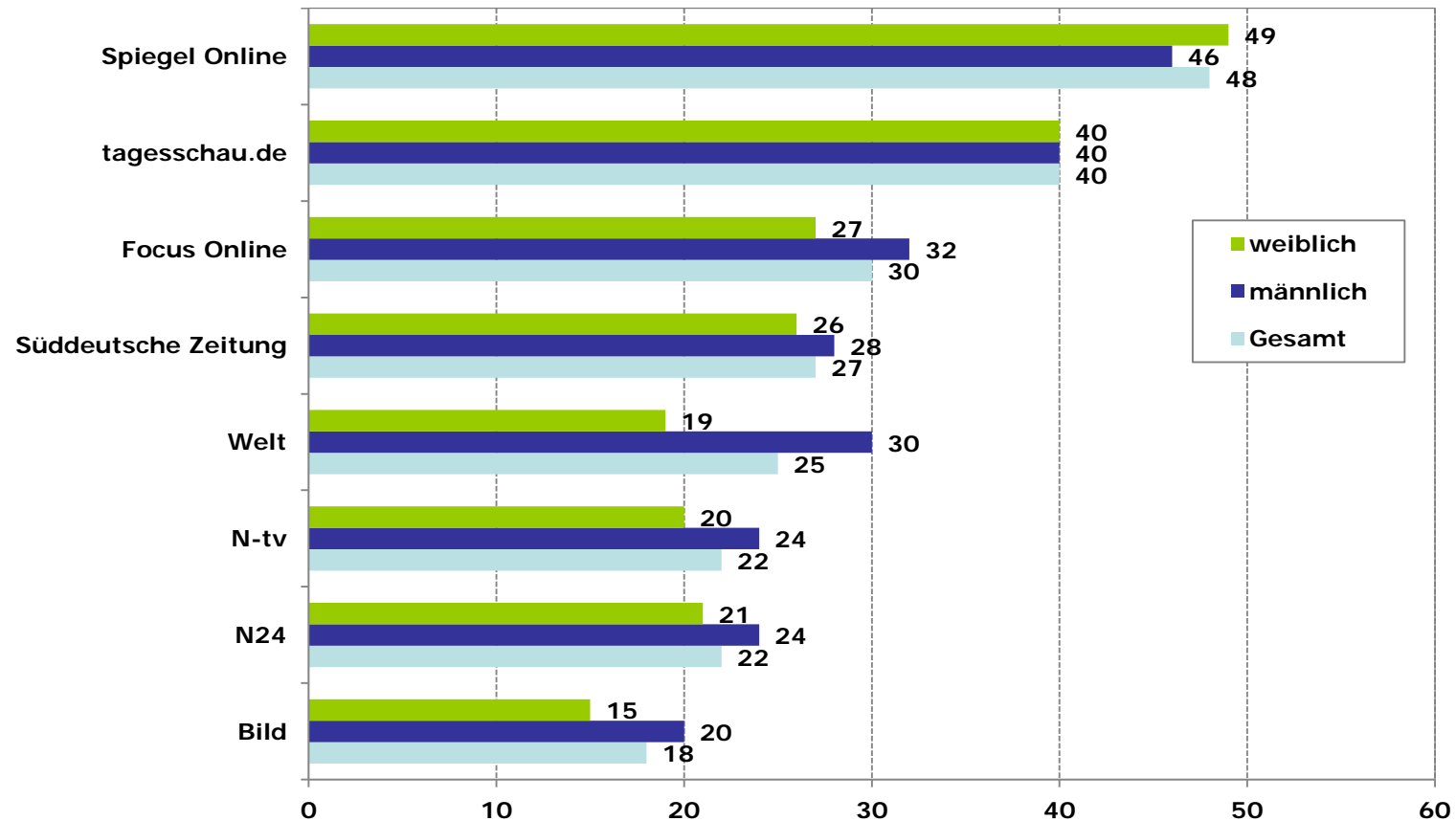


Basis: n=deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.
Tradierte tagesaktuelle Newsmedien: TV, Tageszeitung, Hörfunk.

Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2017, S. 21

Anhand welcher News-Webseiten und -Apps informieren sich Jugendliche?

Nach Geschlecht, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

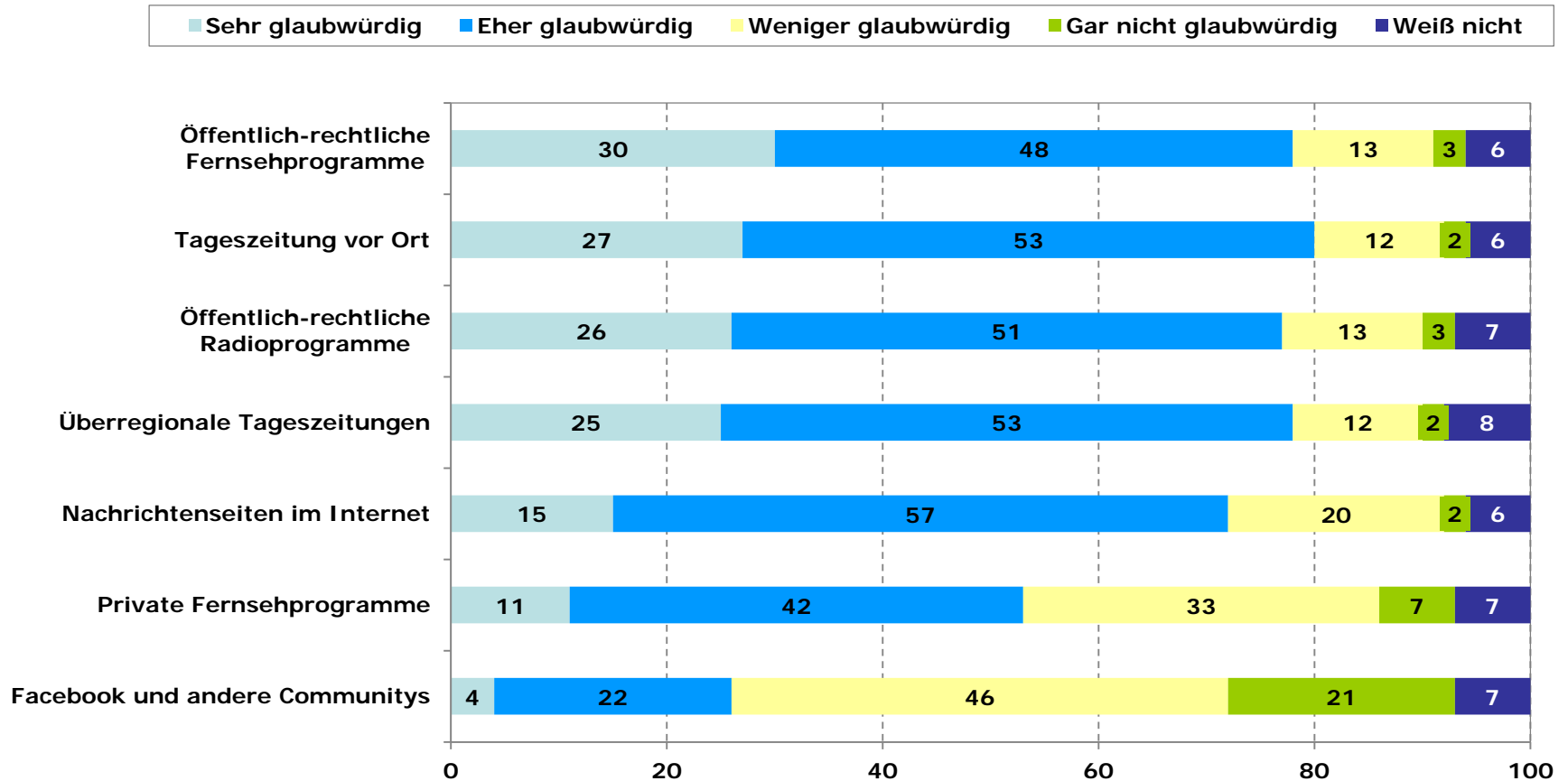


Basis: Gesamt n=440, Mädchen n=213; Jungen n=227; 14-17 Jahre; nur Nutzer/innen von News-Webseiten oder -Apps.

Quelle: Bravo/YouGov 2017, S. 17.

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene die Glaubwürdigkeit von Medien ein?

14- bis 29-Jährige, Auswahl, Angaben in %



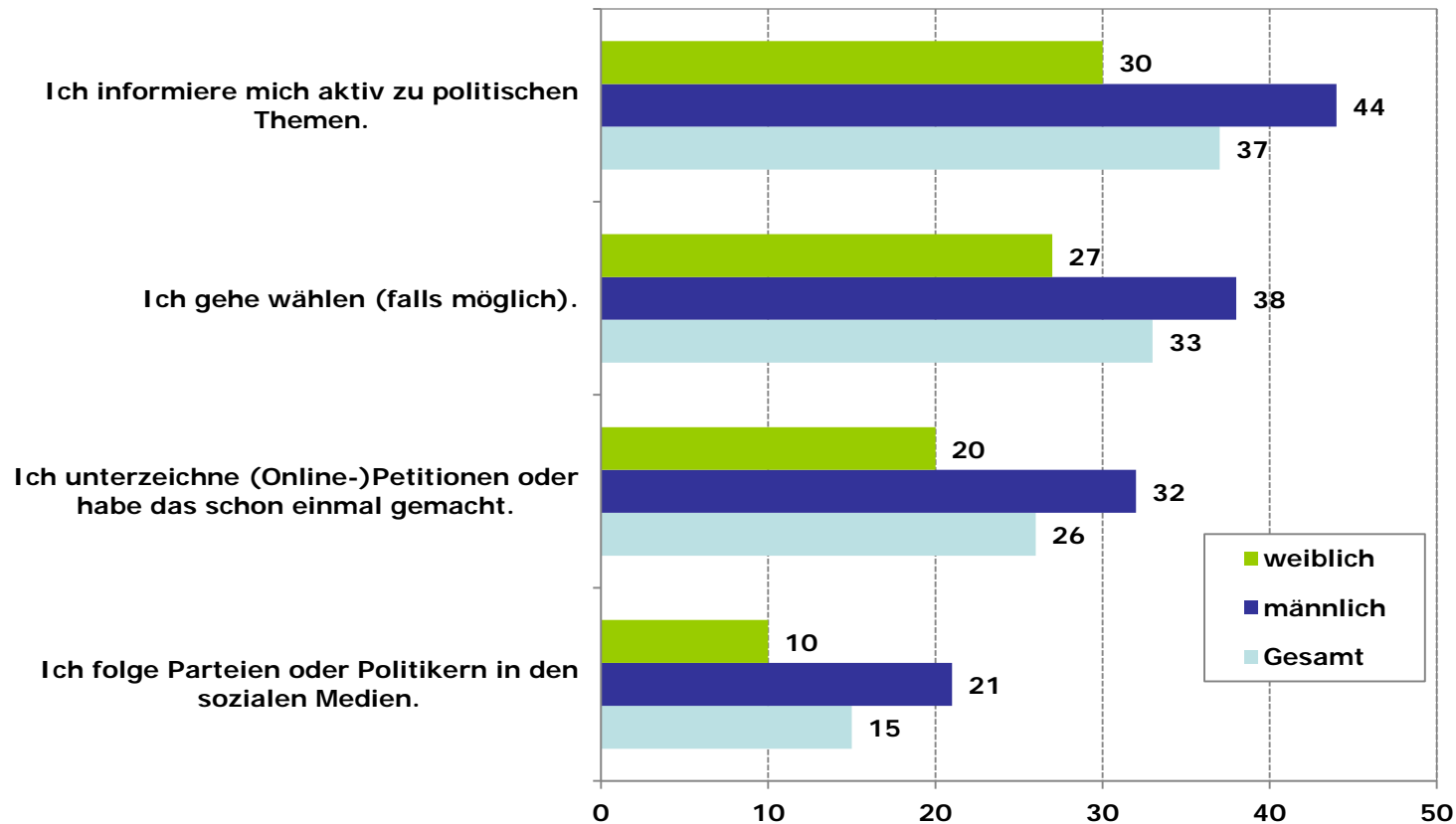
Basis: n=2.001, 14-29 Jahre.

Quelle: Behrens, Calmbach, Schleer u.a. 2014, S. 201.

Viele Jugendliche nutzen Medien für politische Aktivitäten

14-17 Jahre, nach Geschlecht, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

Bist du politisch aktiv/engagierst du dich politisch? Mehrfachnennungen möglich

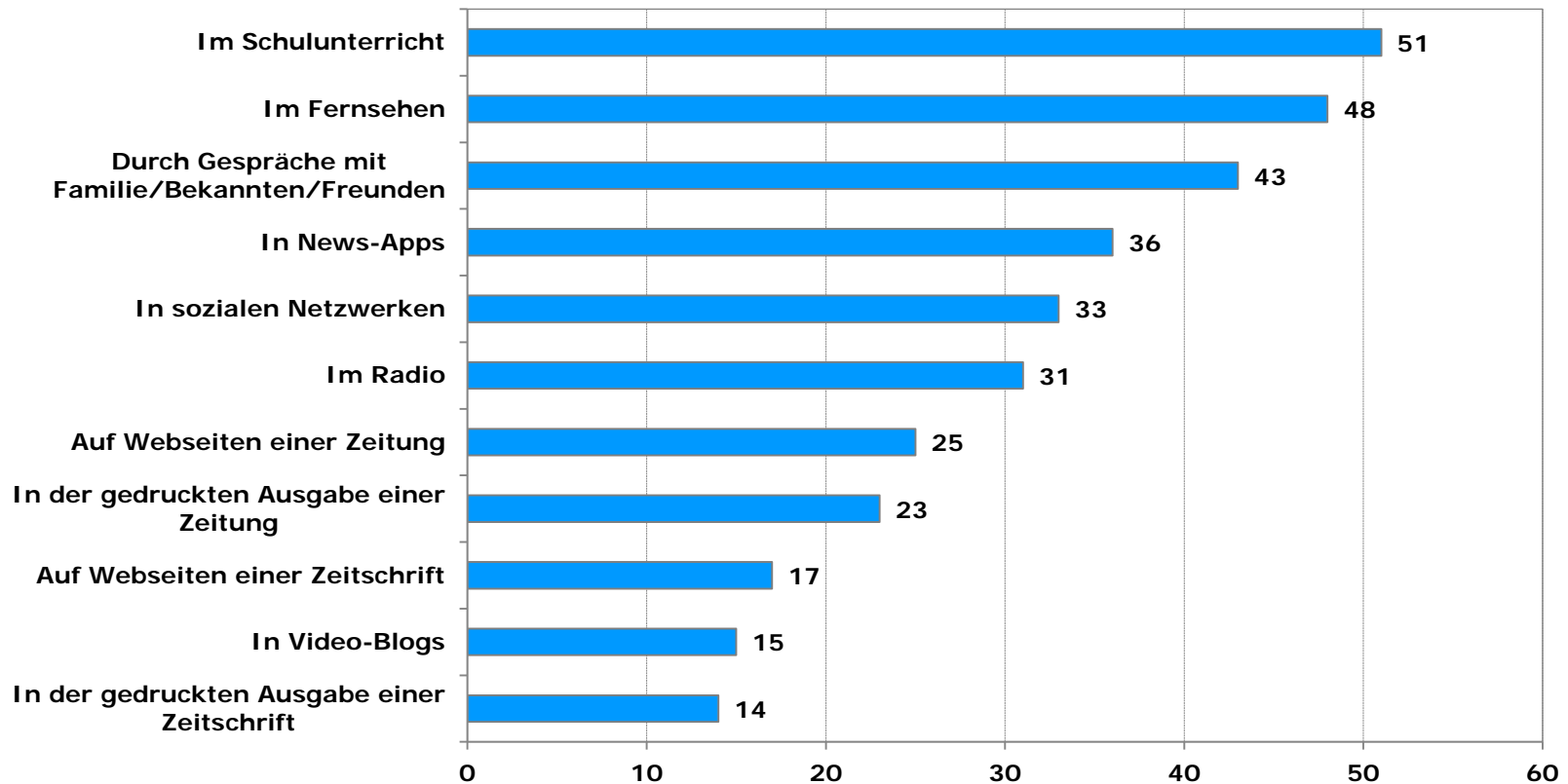


Basis: n=522, 14-17 Jahre.

Quelle: Bravo/YouGov 2017, S. 10

Wo informieren sich Jugendliche am häufigsten über politische Themen?

Informationshäufigkeit „sehr häufig“ und „häufig“, 14-17 Jahre, 2017 (Angaben in %)

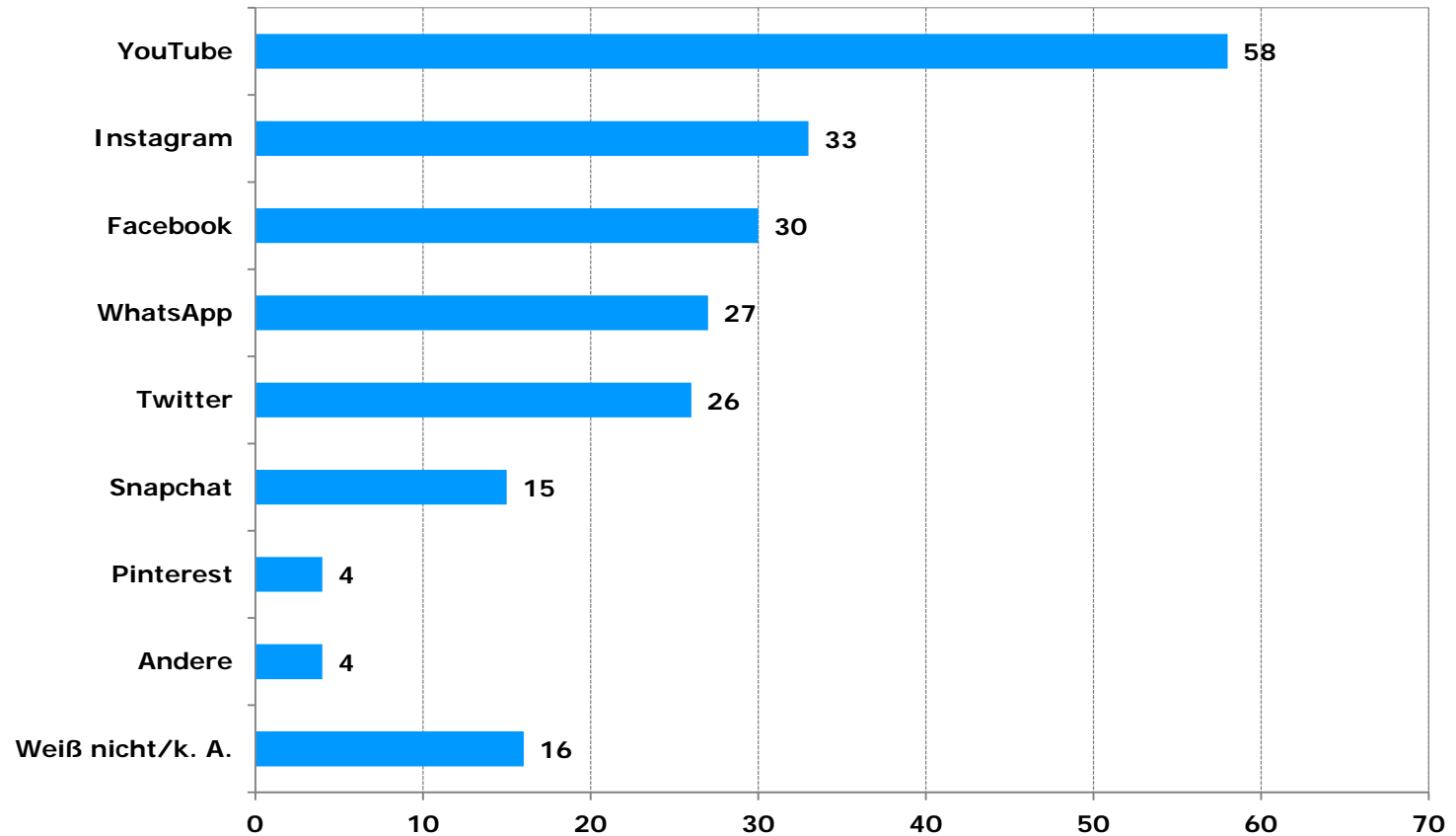


Basis: n=522, 14-17 Jahre.

Quelle: Bravo/YouGov 2017, S. 14

Nutzung von Social Media für politische Informationen

2016, Mehrfachnennungen möglich (Angaben in %)



Basis: n=418, 14-17 Jahre; nur Nutzer/innen von Social Media Kanälen.

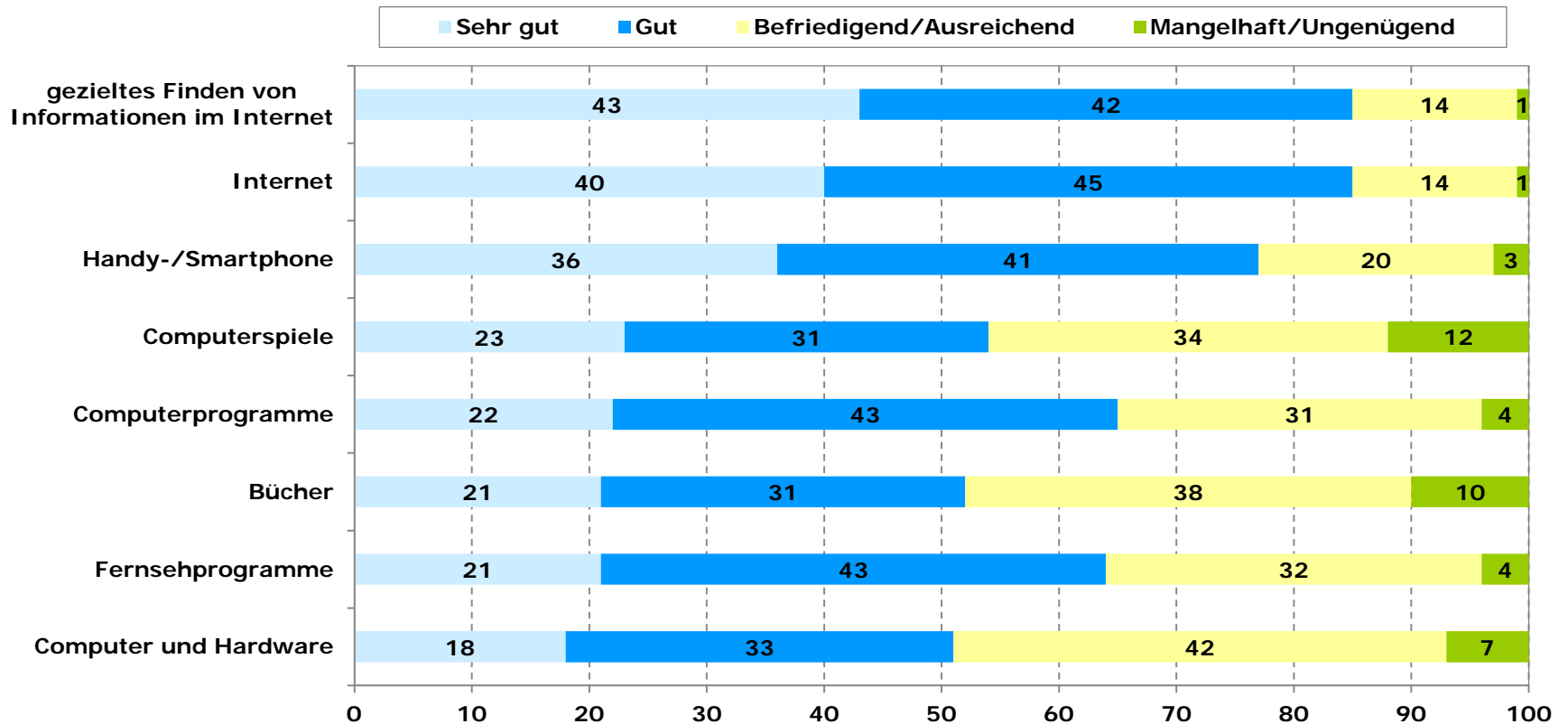
Quelle: Bravo/YouGov 2017, S. 16.

Wie kompetent fühlen sich Jugendliche und junge Erwachsene beim Umgang mit Medien?

„Wenn du dir selbst eine Schulnote geben müsstest:

Wie gut kennst du dich in folgenden Dingen auf einer Notenskala von 1 bis 6 aus?“

14- bis 29-Jährige, Auswahl, Angaben in %

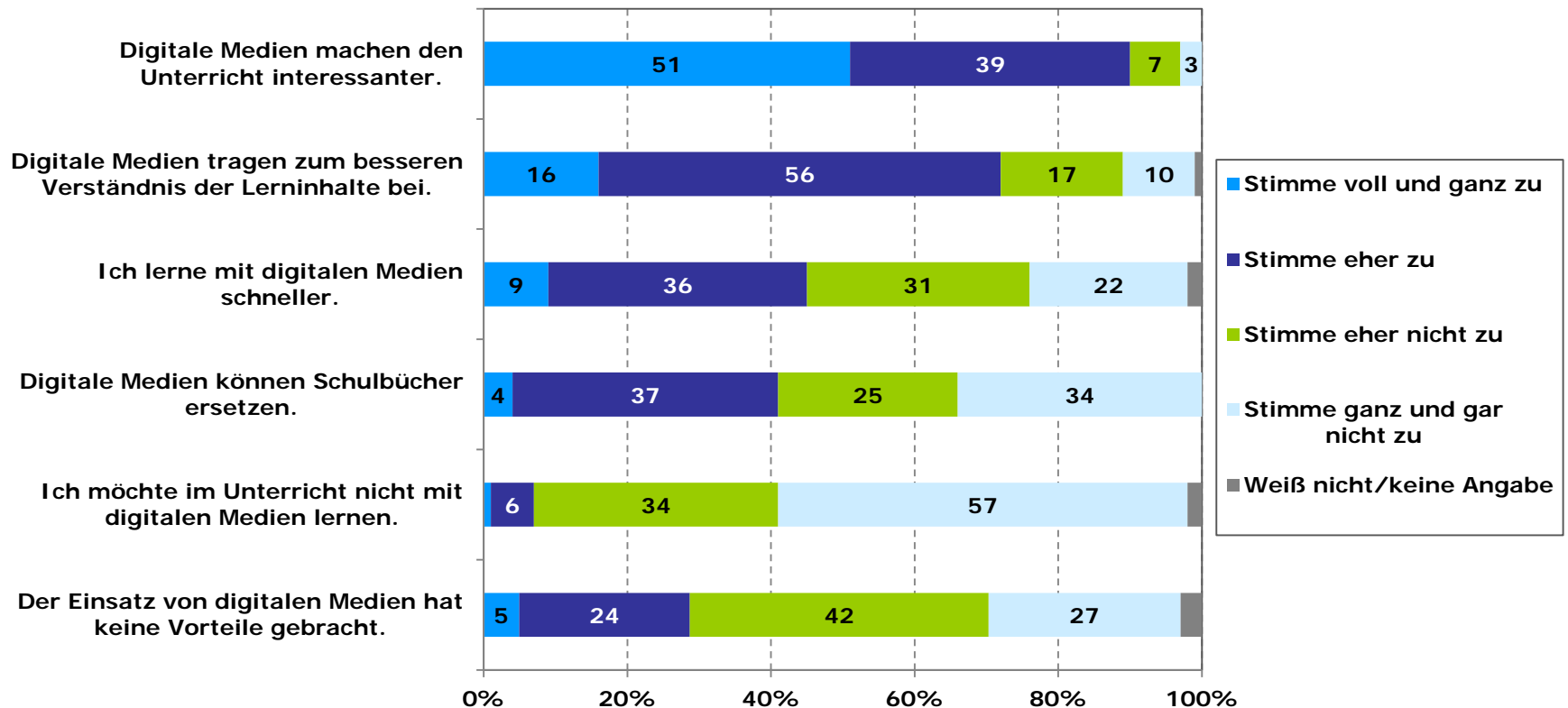


Basis: n=2.001, 14-29 Jahre.

Quelle: Behrens, Calmbach, Schleer u. a. 2014, S. 206.

Digitale Medien im Unterricht: SchülerInnen sehen Vorteile beim digitalen Lernen

„Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu bzw. nicht zu?“, 2015 (Angaben in %)

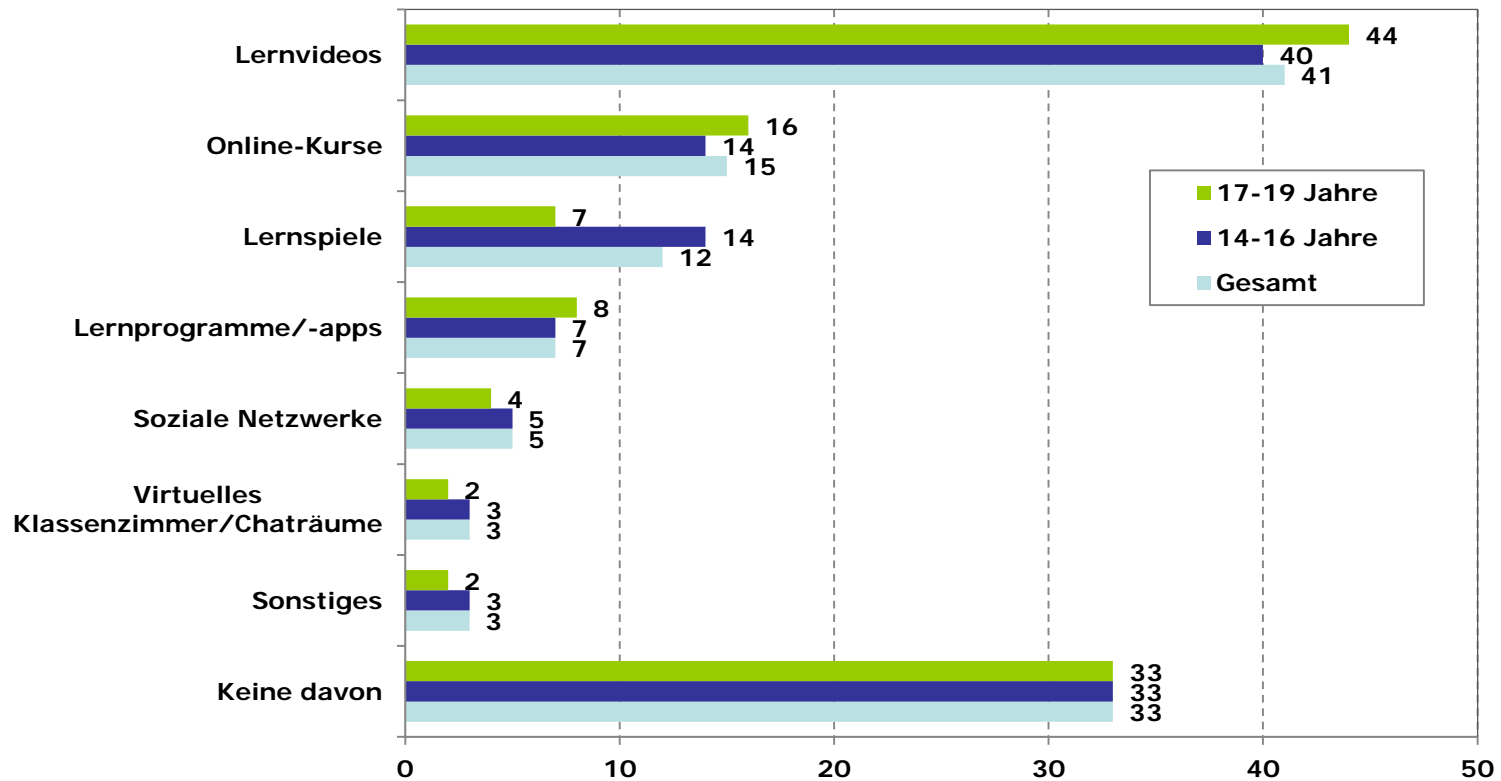


Basis: n=512, SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren.

Quelle: Bitkom: Digitale Schule – vernetztes Lernen, 2015, S. 34.

Viele SchülerInnen lernen in ihrer Freizeit mit digitalen Medien

„Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie, um in Ihrer Freizeit zu lernen?“,
Mehrfachnennungen möglich, 2015 (Angaben in %)



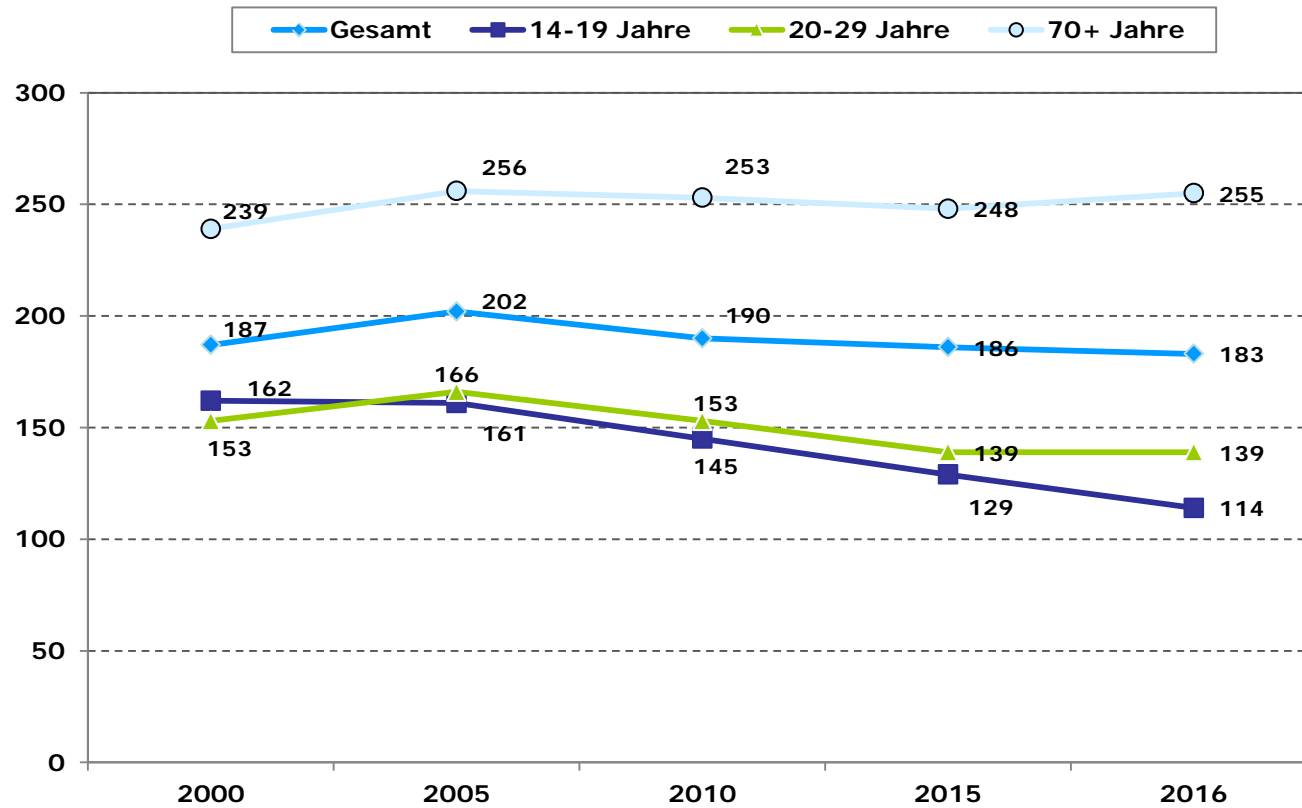
Basis: n=512, SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren.

Quelle: Bitkom: Digitale Schule – vernetztes Lernen, 2015, S. 56.

Jugendliche und Fernsehen

Zeitbudget für das Fernsehen von 2000-2016 nach Altersgruppen

Auswahl, Angaben in Min./Tag

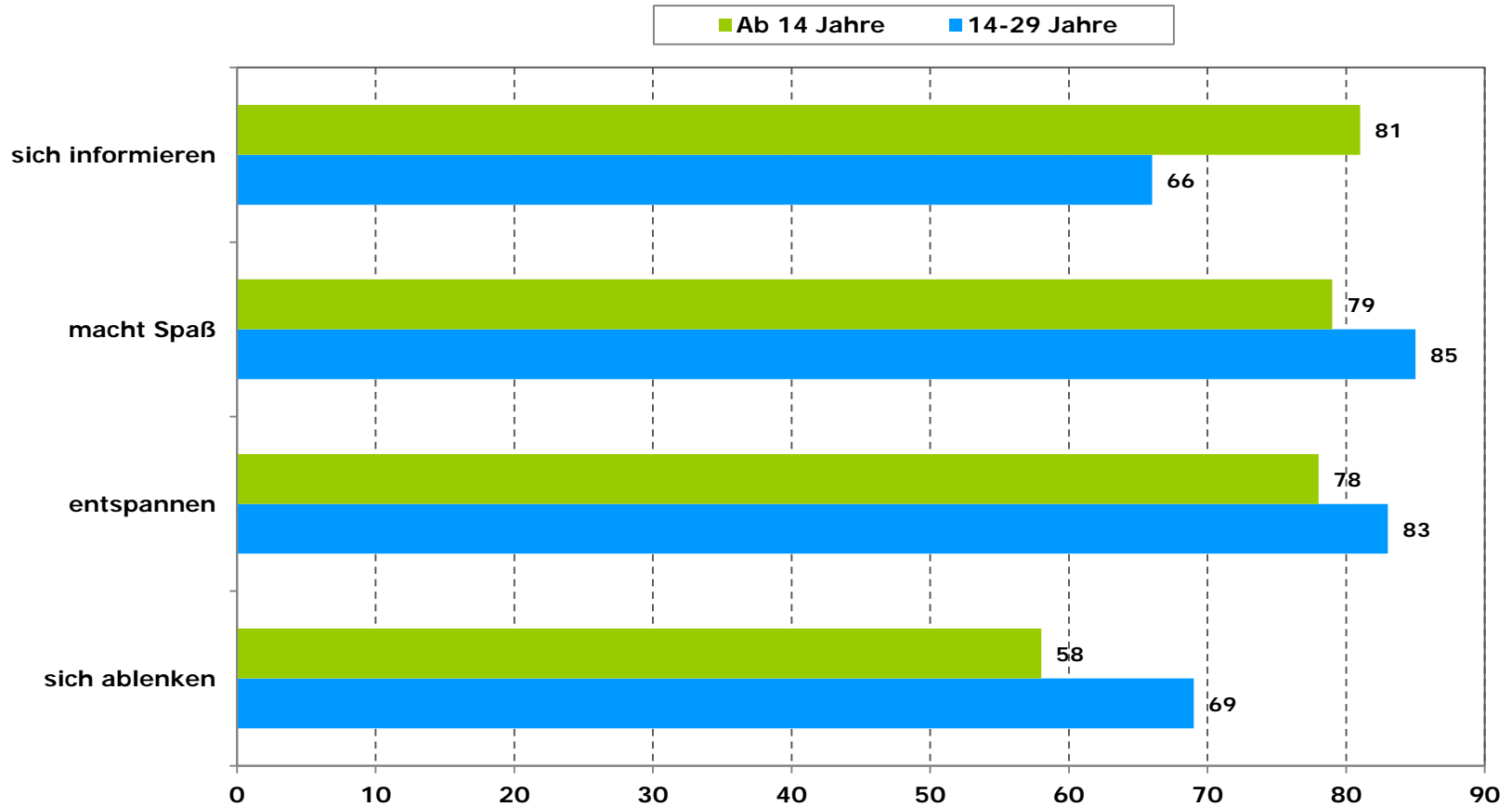


Basis: deutschsprachige Personen ab 14 bzw. 10 Jahren, 5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2016, S. 69.

Nutzungsmotive für das Fernsehen

Nach Alter, „Trifft voll und ganz/weitgehend zu“, 2015 (Angaben in %)

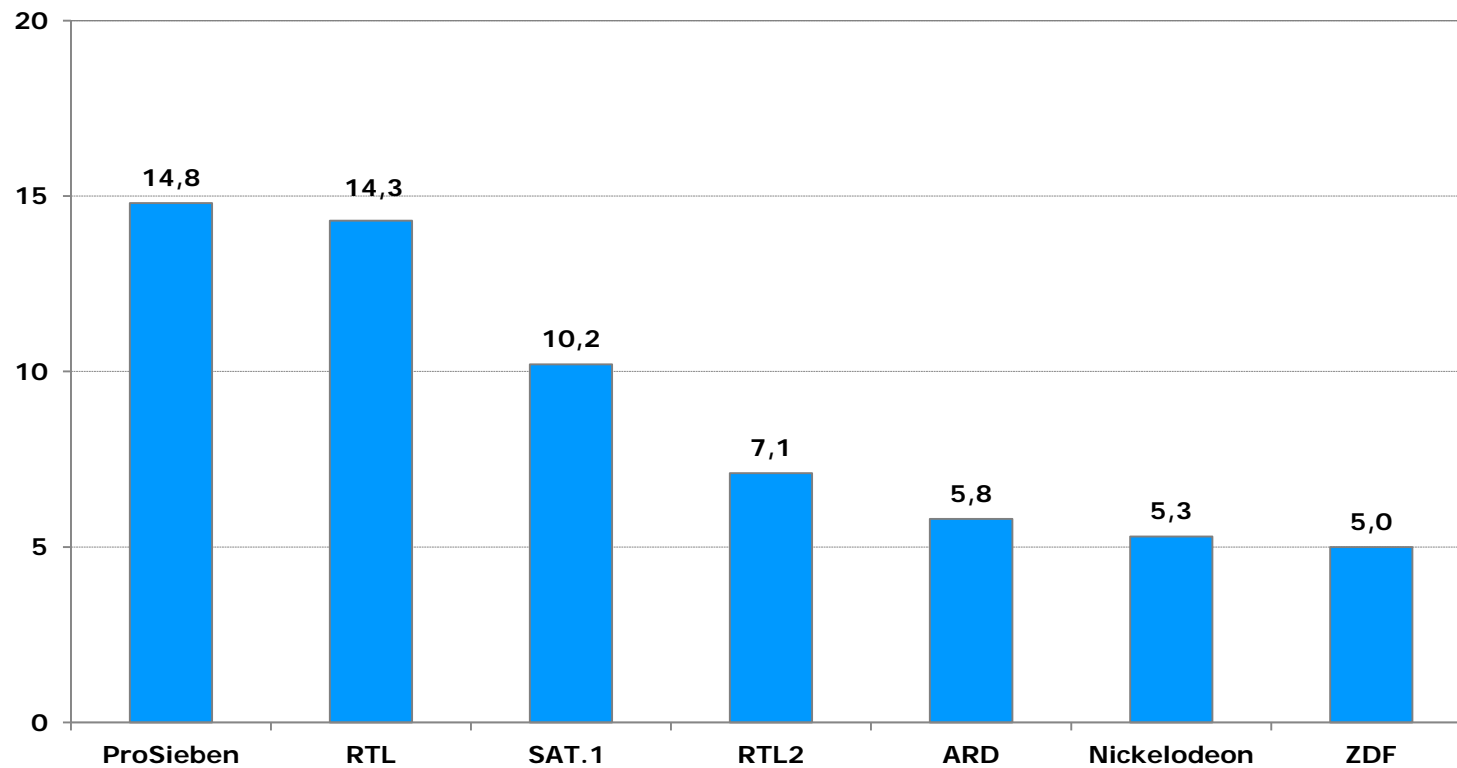


Basis: n=3.953, Personen ab 14 Jahren; Befragte, die mind. mehrmals im Monat fernsehen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. Breunig/Engel 2015, S. 325.

Welche TV-Sender waren 2016 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Marktanteile bei den 12- bis 19-Jährigen, 2016, Auswahl (Angaben in %)



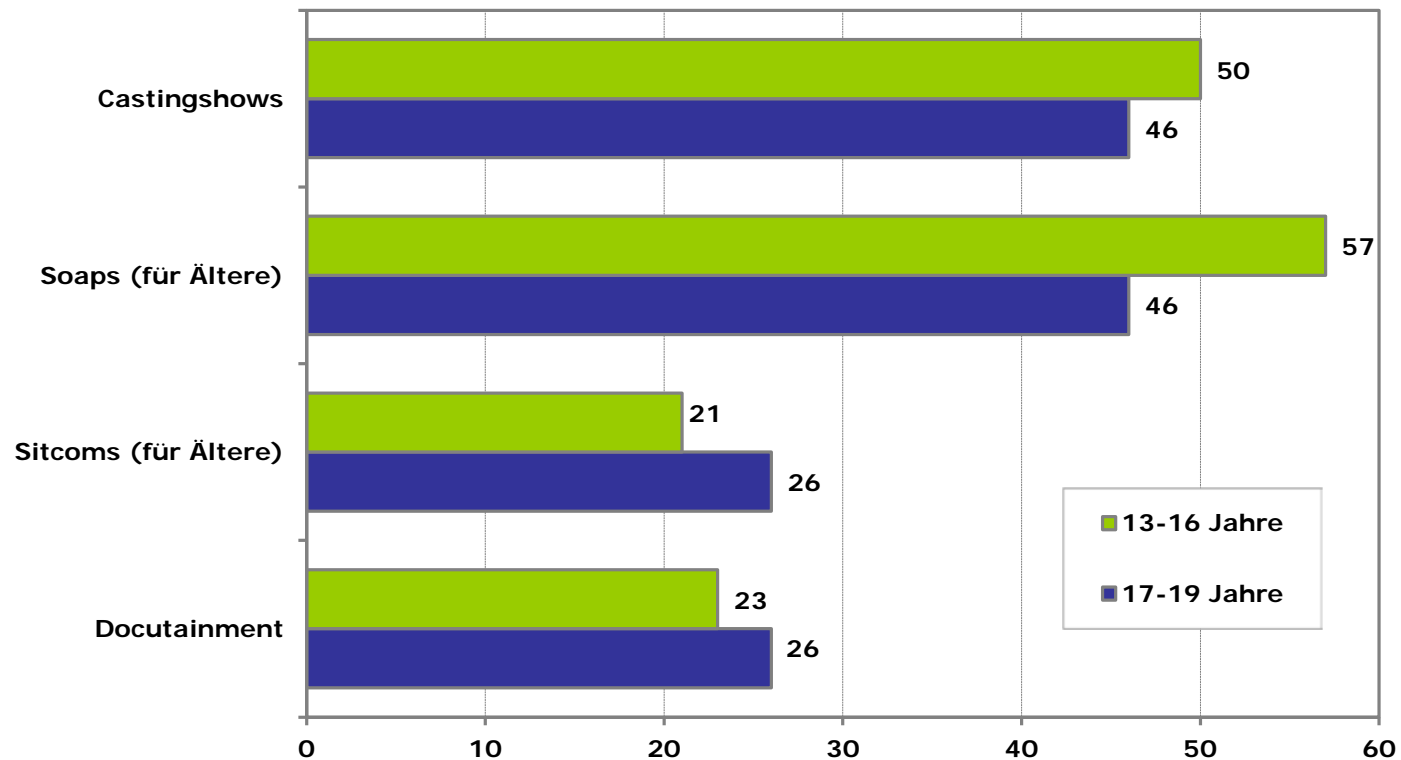
Basis: 12-19 Jahre, 5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV-Scope 6.1, 2016.

Die Lieblingsgenres der Mädchen 2017

„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2017, Auswahl (Angaben in %)



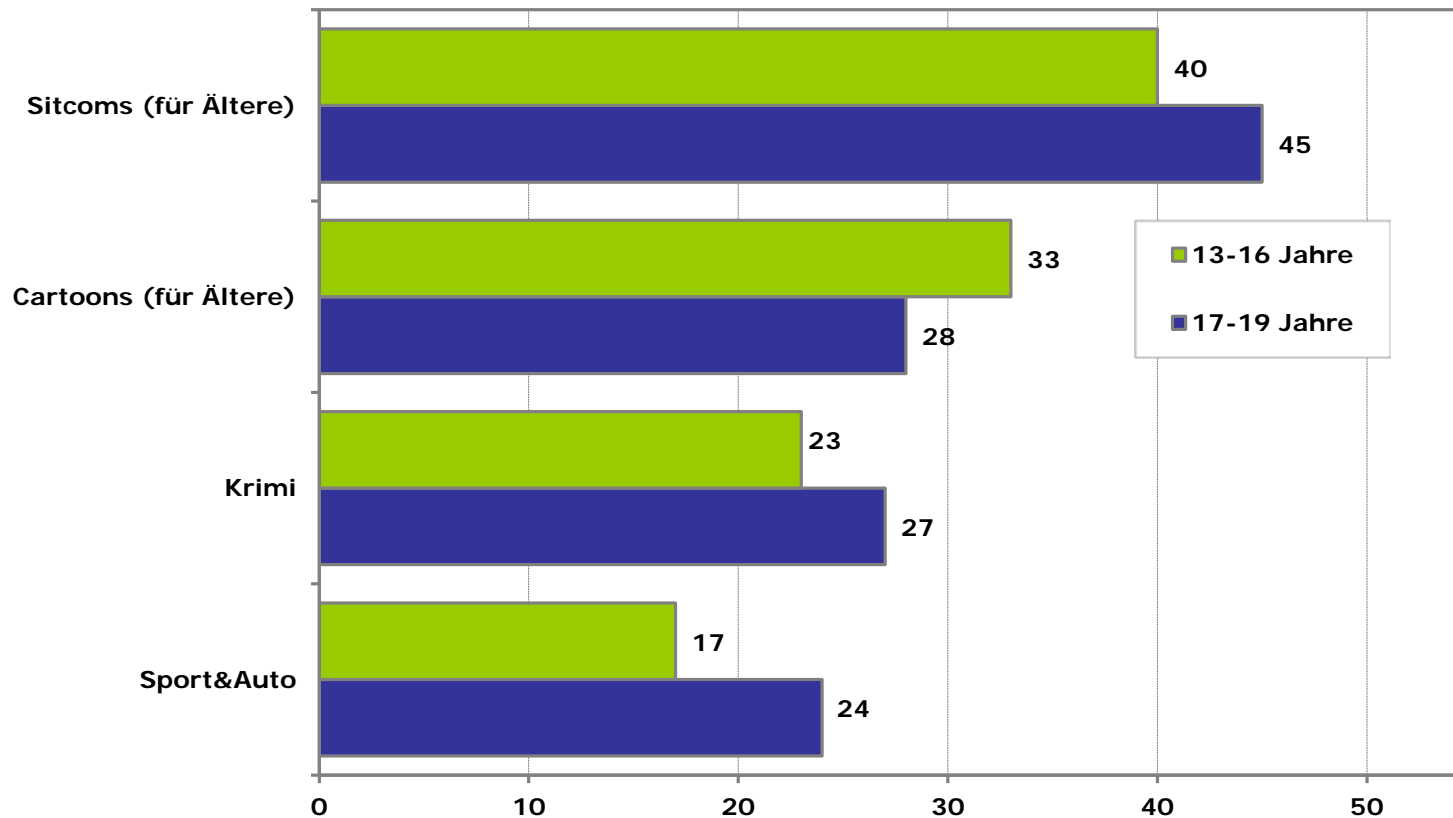
Basis: n=712 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2017, S. 23.

Die Lieblingsgenres der Jungen 2017

„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2017, Auswahl (Angaben in %)

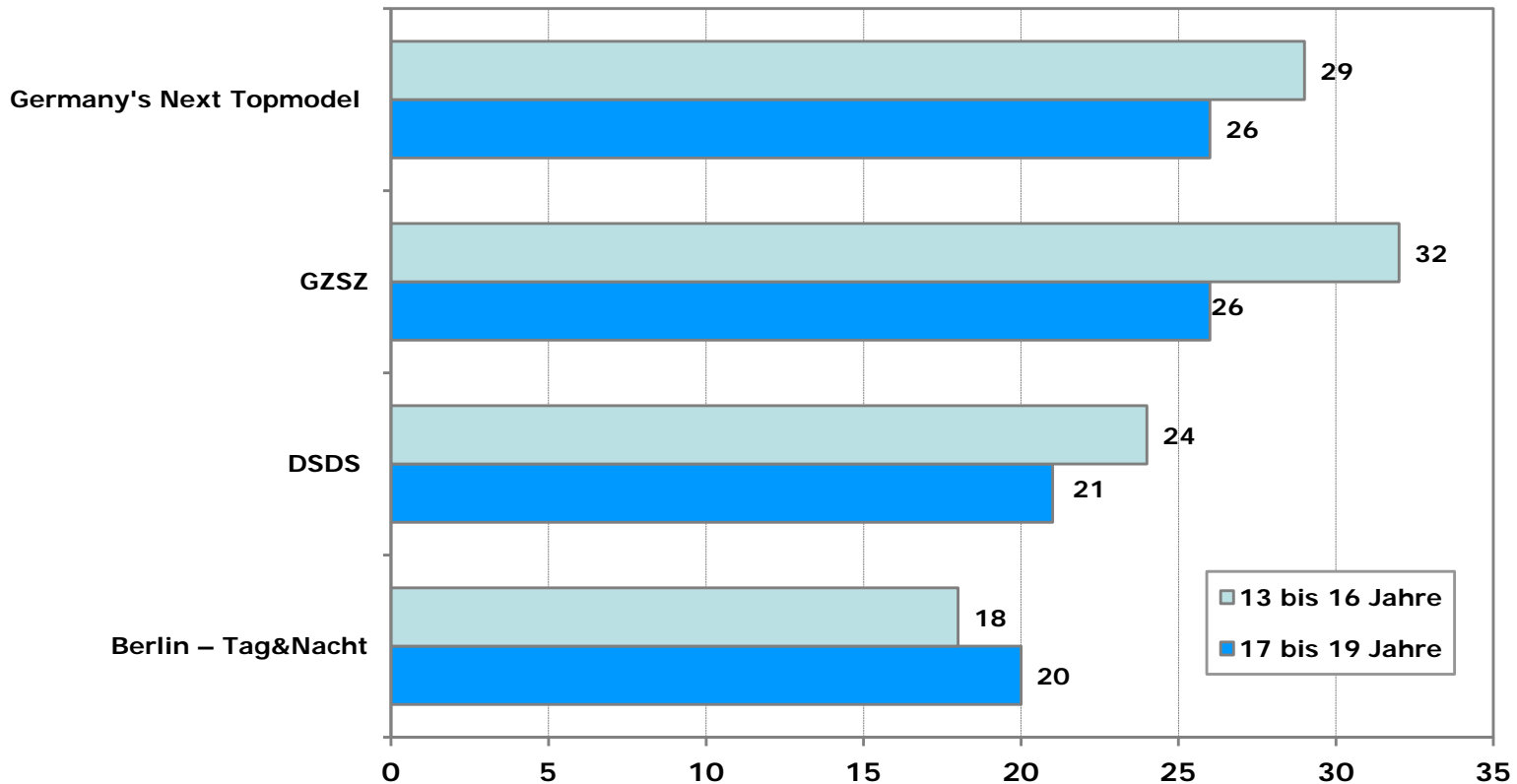


Basis: n=753, 6- bis 19-jährige Jungen.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2017, S. 22.

Welche Sendungen sehen Mädchen am liebsten im TV?

2017, ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

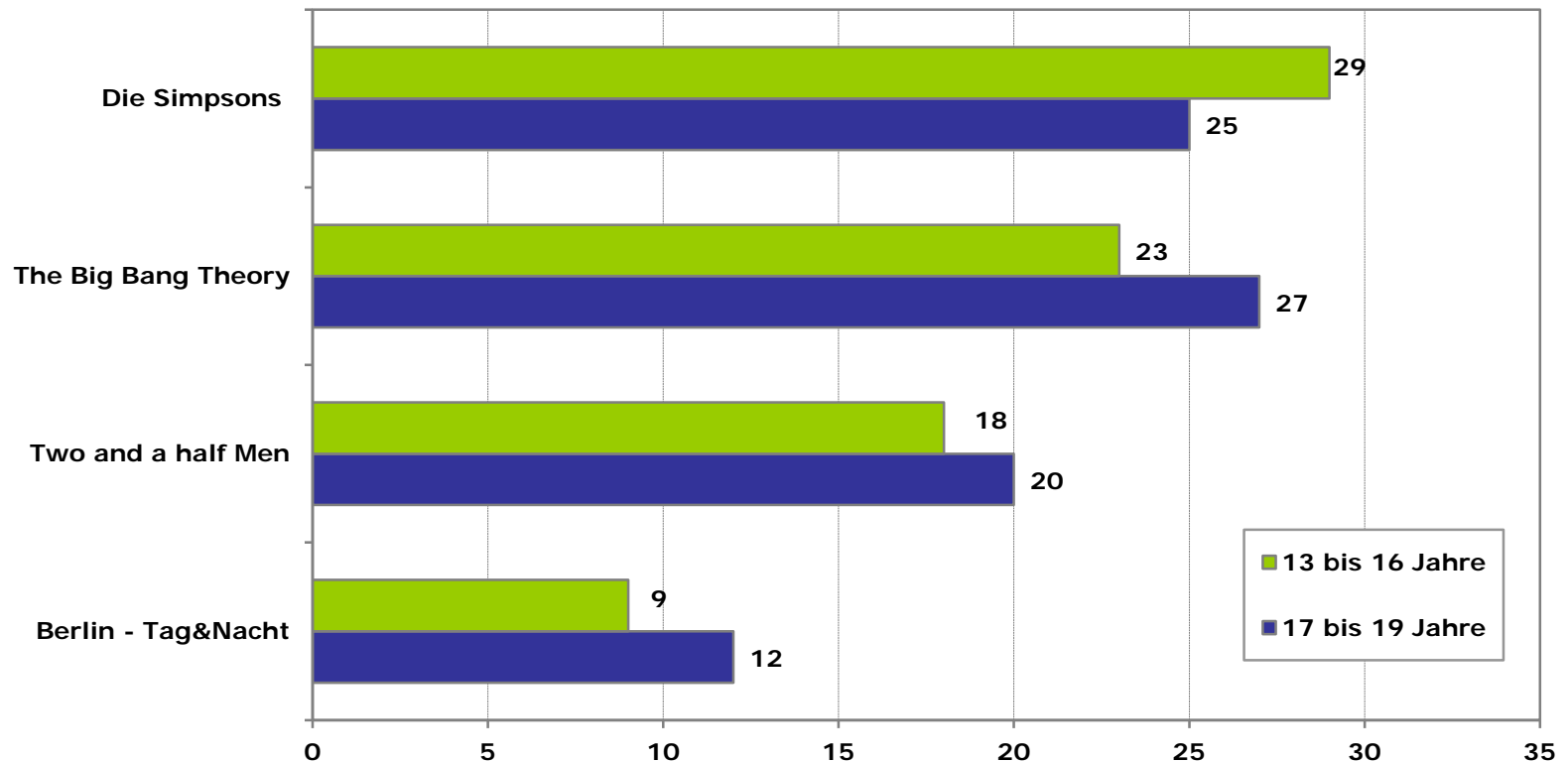


Basis: n=712 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2017, S. 19.

Welche Sendungen sehen Jungen am liebsten im TV?

2017, ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



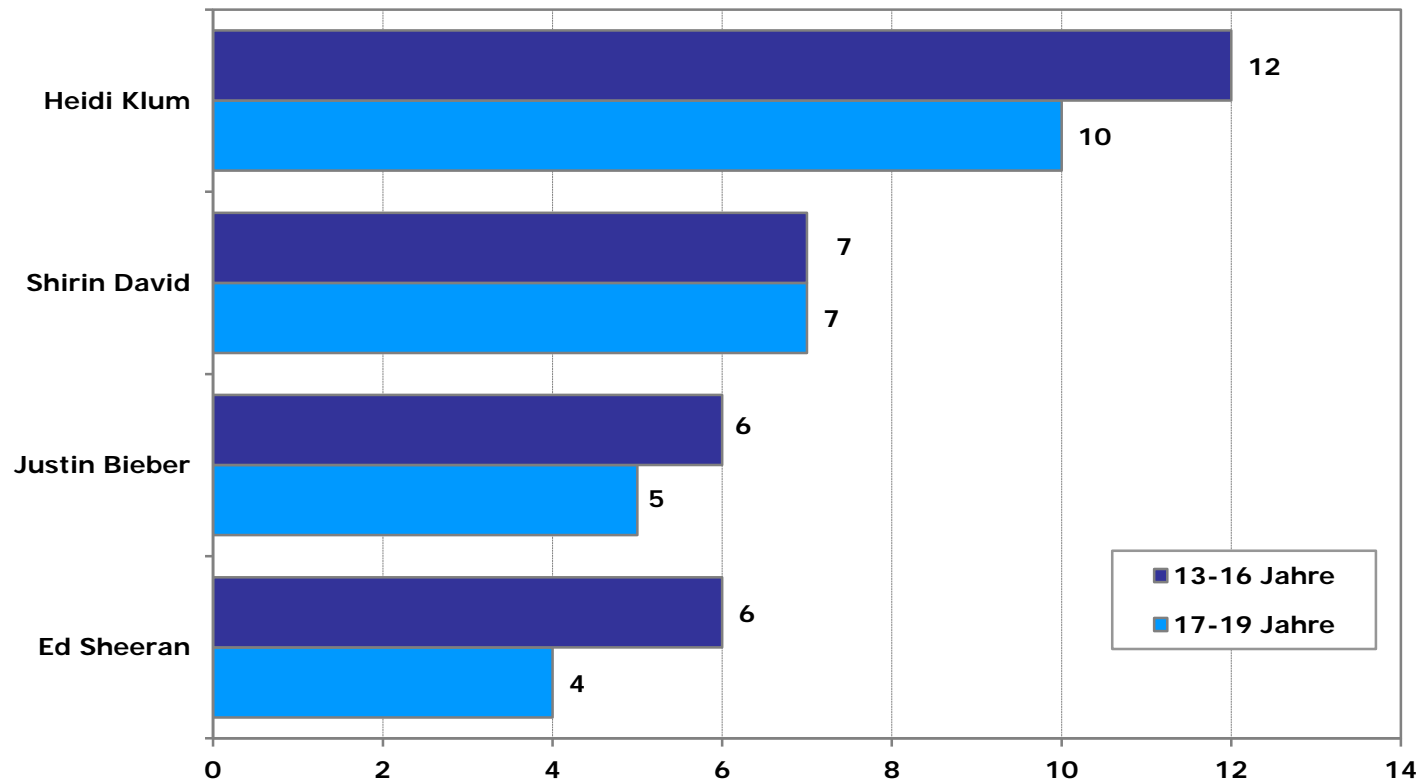
Basis: n=753 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2017, S. 18.

Medien-Idole der Mädchen 2017

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



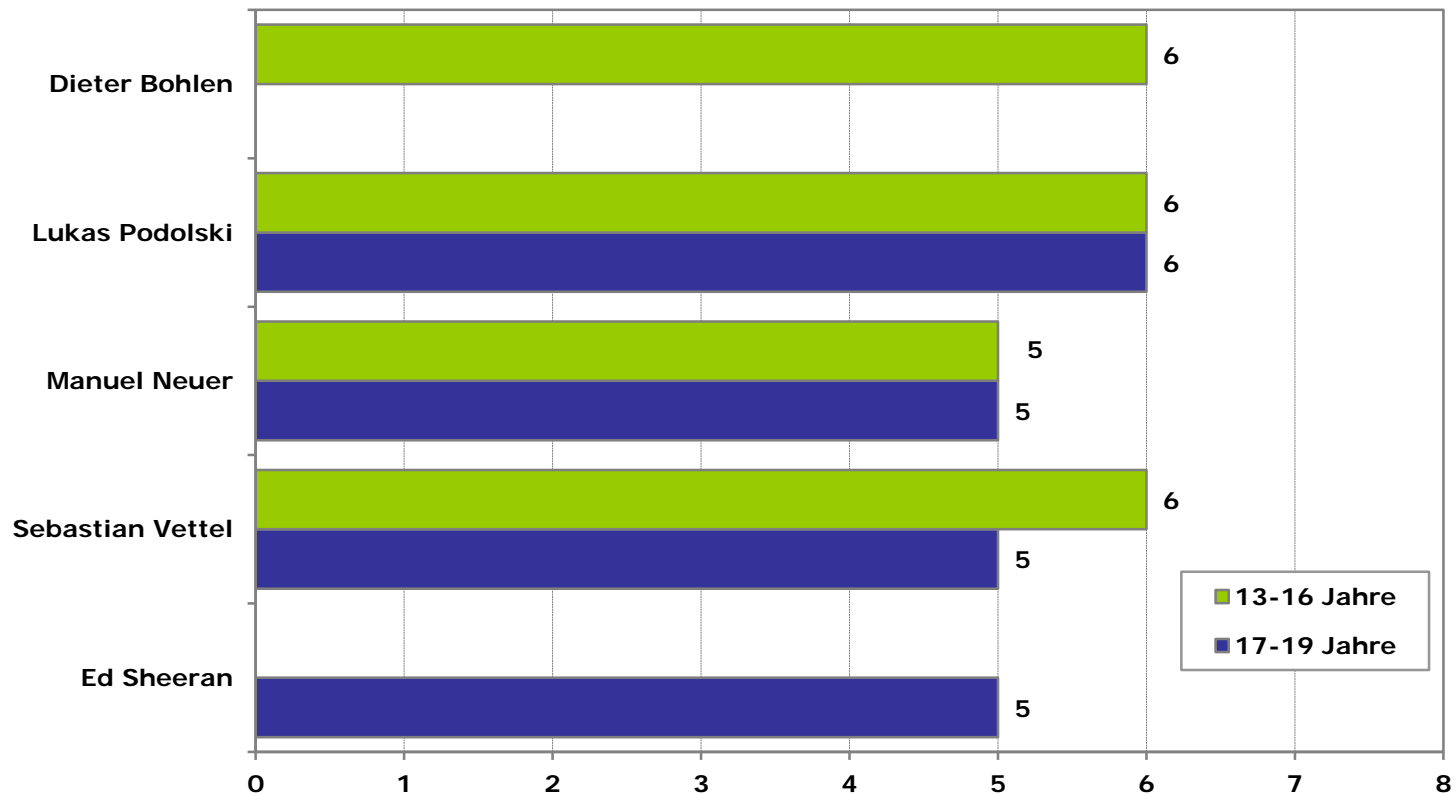
Basis: n=712 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2017, S. 73.

Medien-Idole der Jungen 2017

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

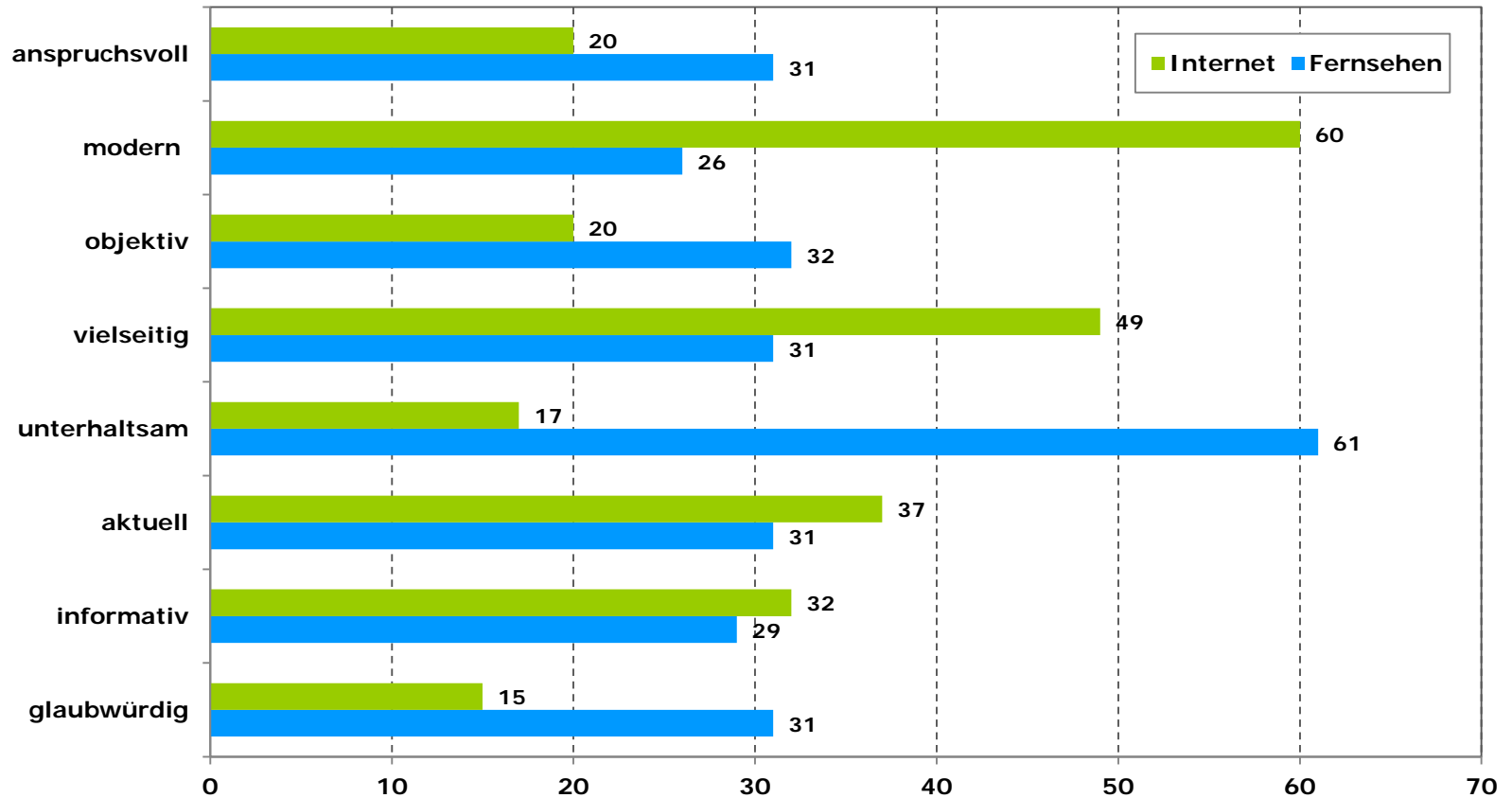


Basis: n=753 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2017, S. 72.

Images von Fernsehen und Internet im Vergleich

„Trifft am ehesten zu auf ...“, 2015 (Angaben in %)

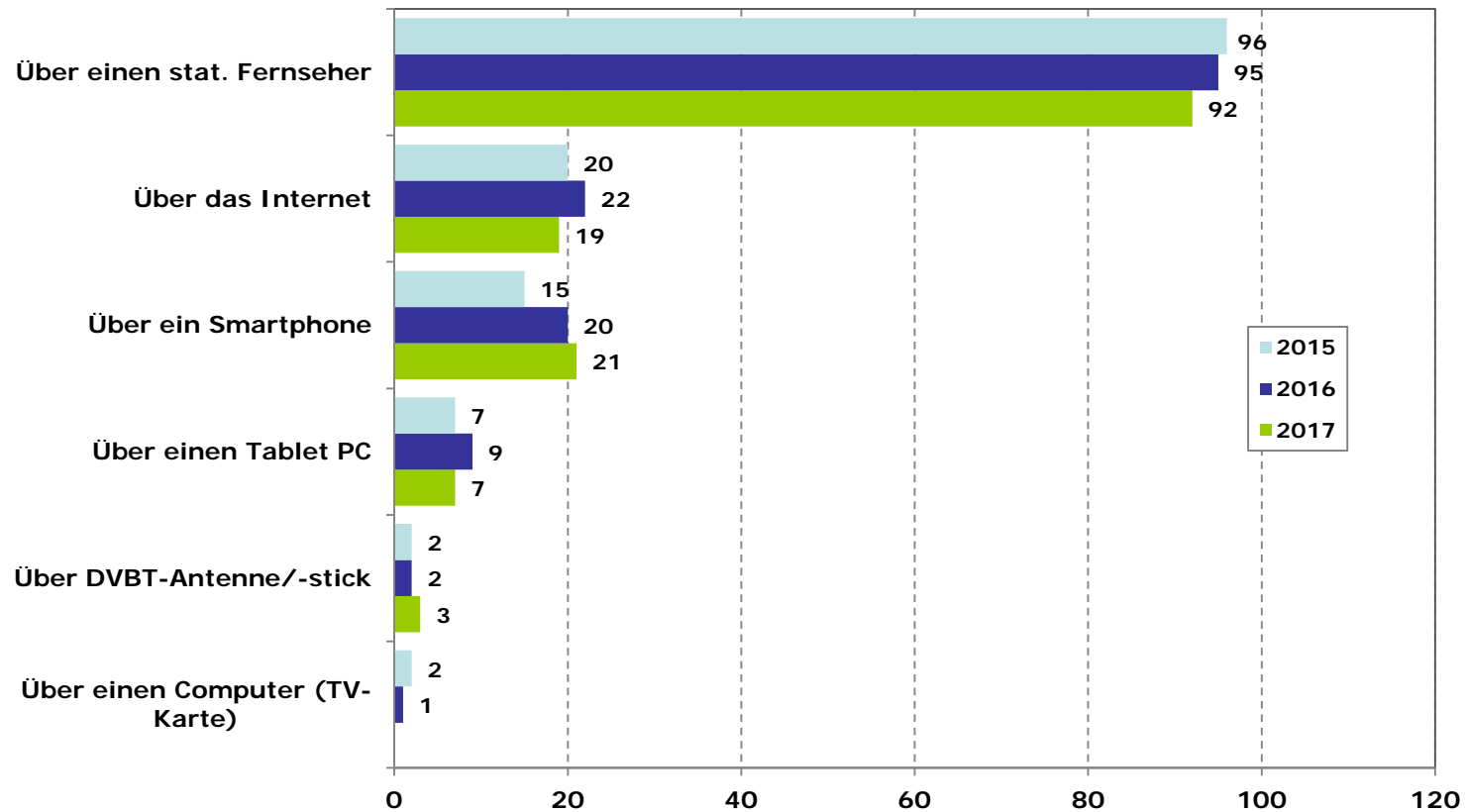


Basis: n=4.300, Personen ab 14 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.
Breunig/Engel 2015, S. 333.

Wege der Fernsehnutzung von Jugendlichen

In den letzten 14 Tagen, Angaben in %, 2015-2017

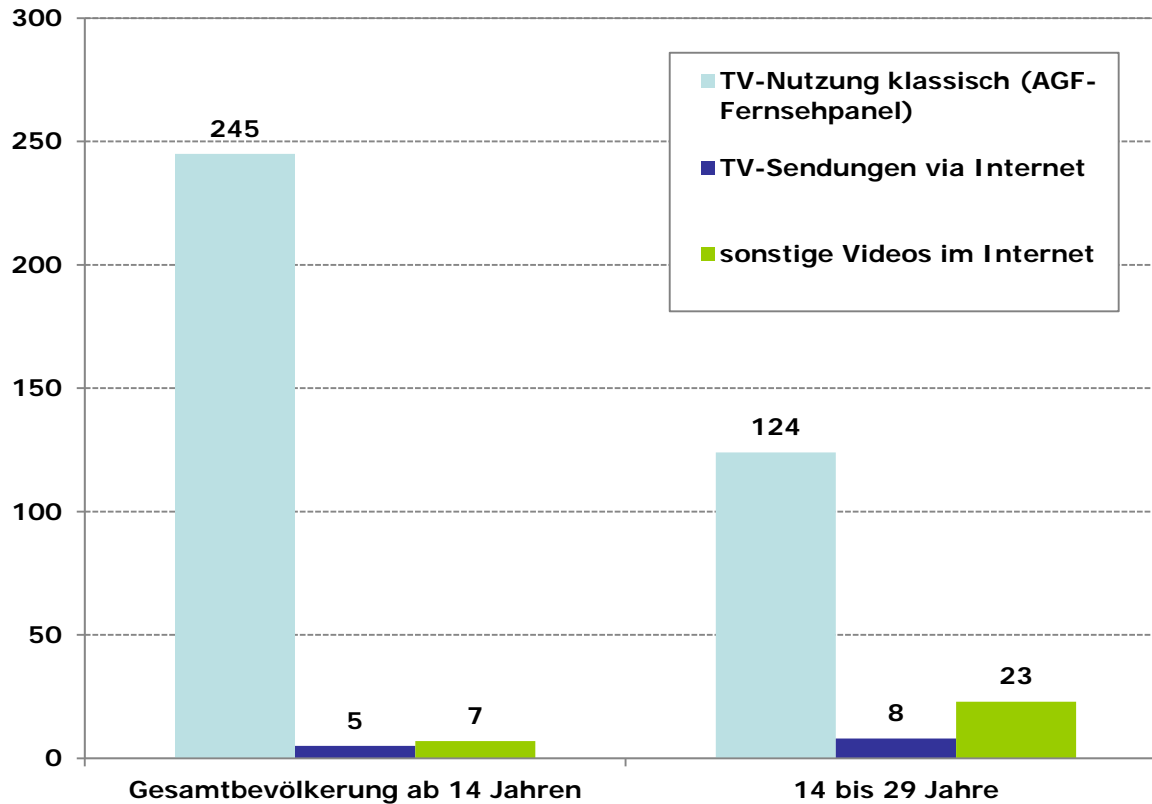


Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage fernsehen.

Quelle: JIM-Studie 2015-2017, mpfs, S. 39.

Vergleich der klassischen TV-Nutzung mit der Online-TV- und Videonutzung

2016, in Min./Tag

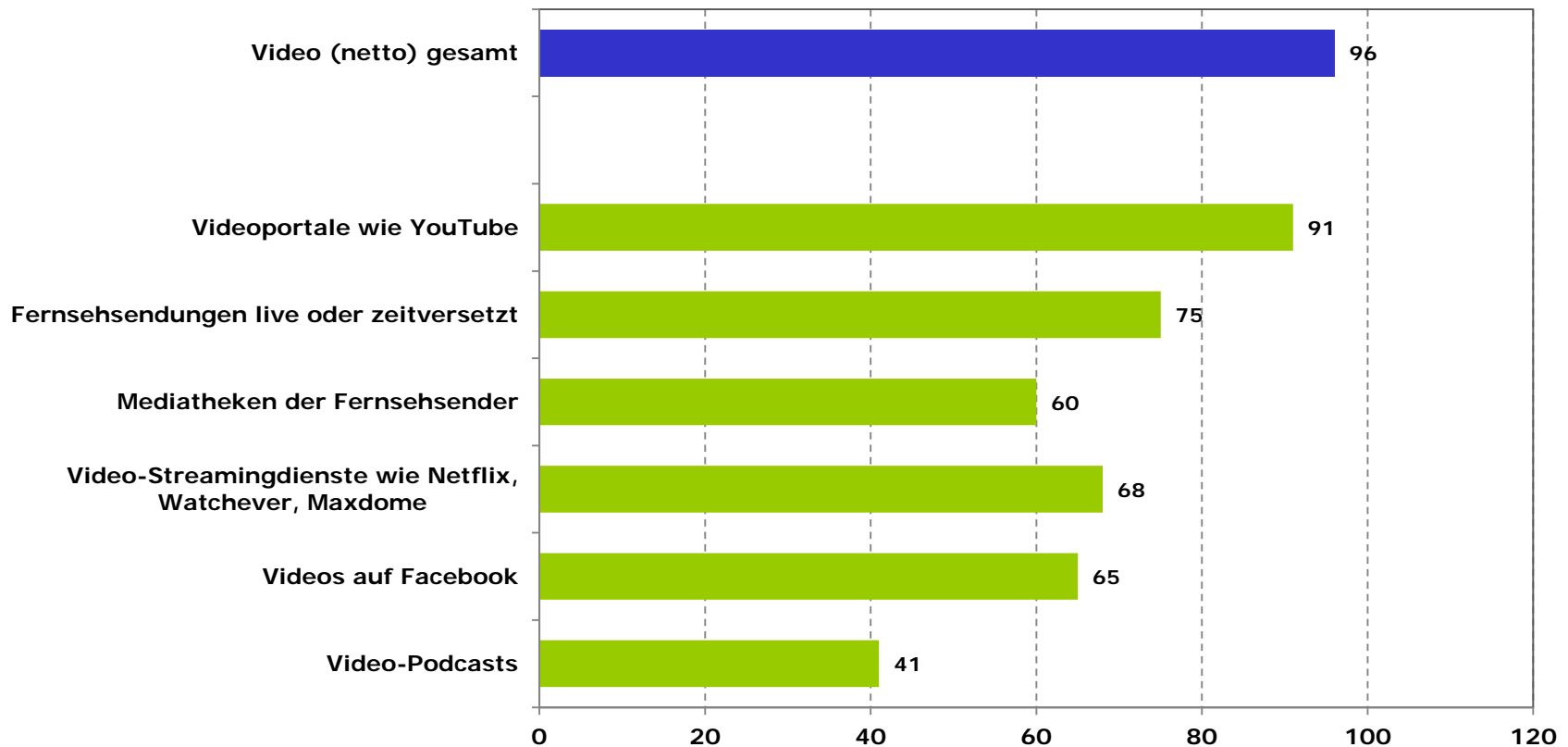


Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK DAP TV Scope, 2016. Internet: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: van Eimeren u. a., Media Perspektiven 1/2017, S. 21.

Fernsehen und Videonutzung über das Internet

14-29 Jahre, Nutzung zumind. selten, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

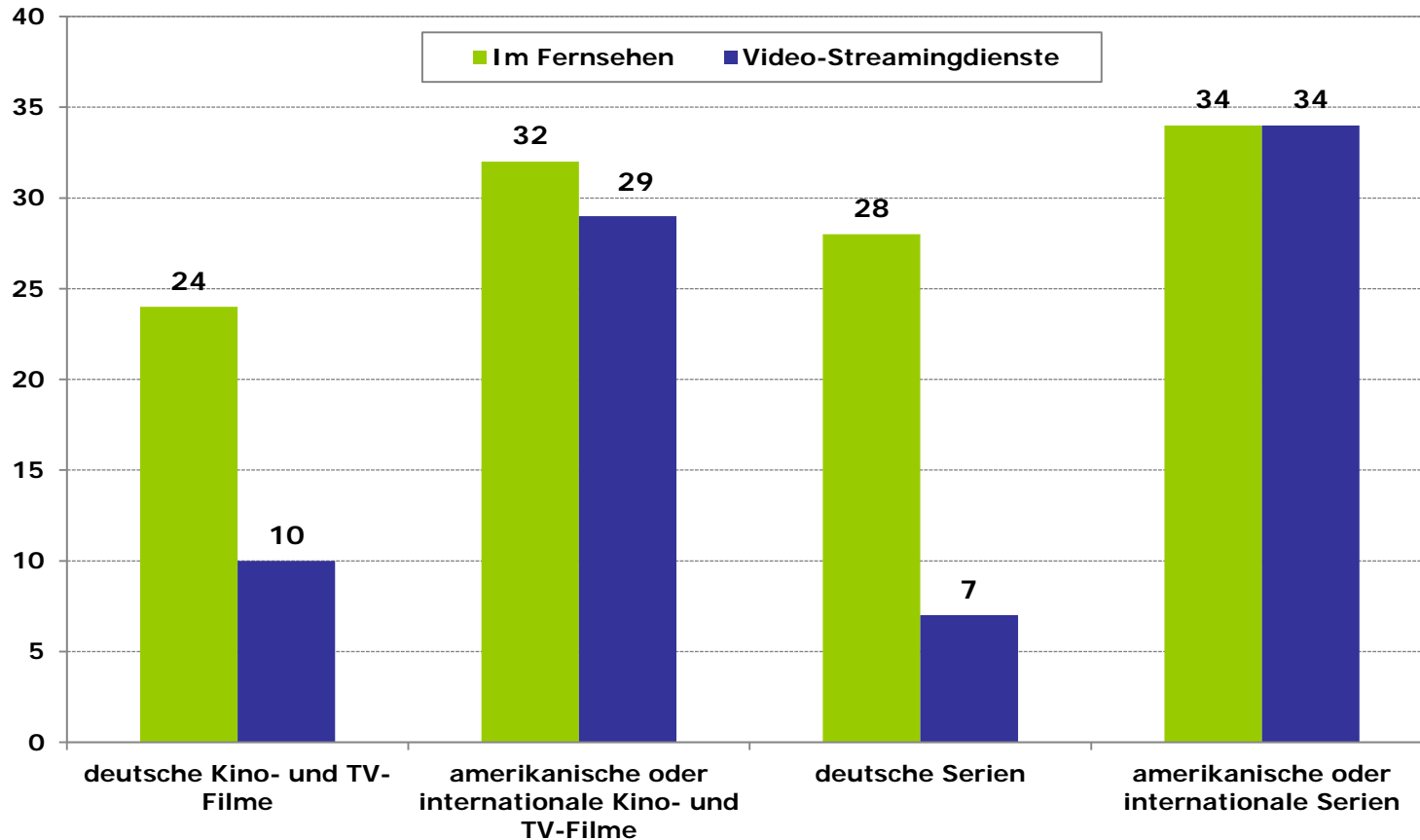


Basis: n=2.017, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017, Kupferschmitt in: Media Perspektiven 9/2017, S. 450.

Mit welchem Medium werden fiktionale Filme und Serien geschaut?

Mind. mehrmals monatliche Nutzer/innen von Fictiongenres, 14-29 Jahre, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

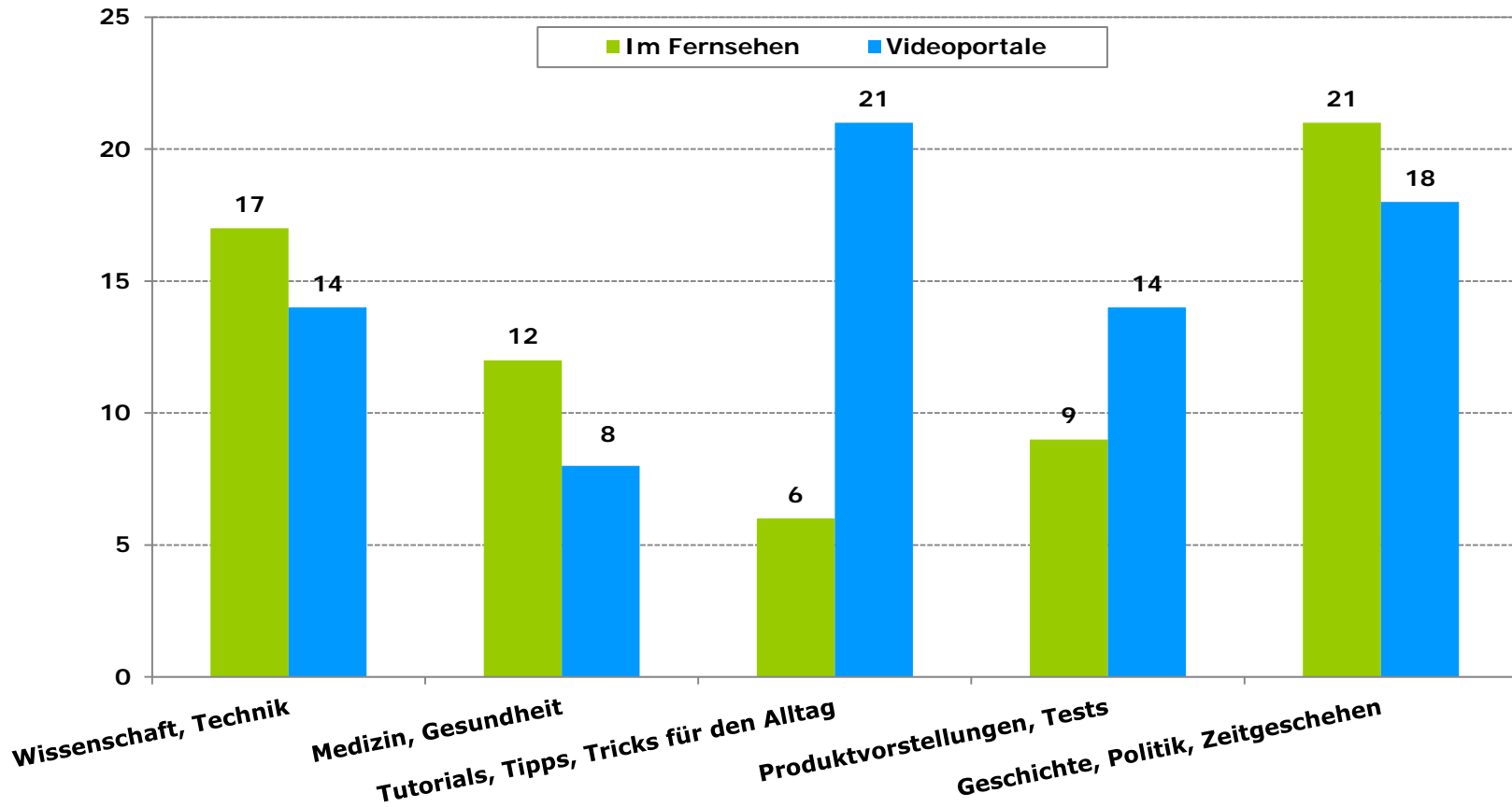


Basis: n=1.505, Nutzer/innen von Fictiongenres ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017, Kupferschnitt in: Media Perspektiven 9/2017, S. 455.

Mit welchem Medium werden Dokus und Ratgebervideos geschaut?

Mind. mehrmals monatliche Nutzer/innen von Fictiongenres, 14-29 Jahre, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

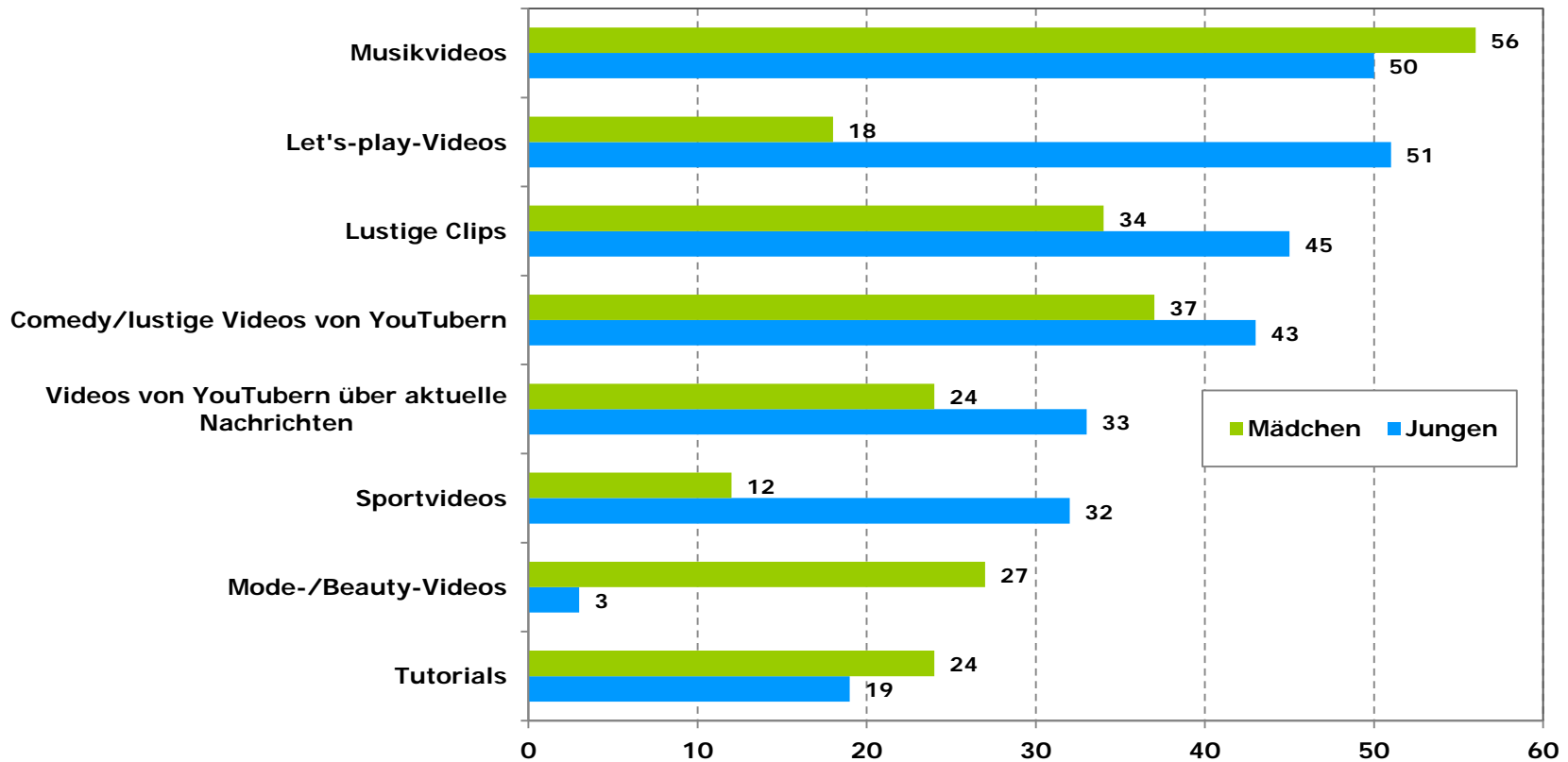


Basis: n=1.345, Nutzer/innen von Fictiongenres ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017, Kupferschmitt in: Media Perspektiven 9/2017, S. 460.

Was sehen sich Jugendliche auf YouTube an?

Nach Geschlecht, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

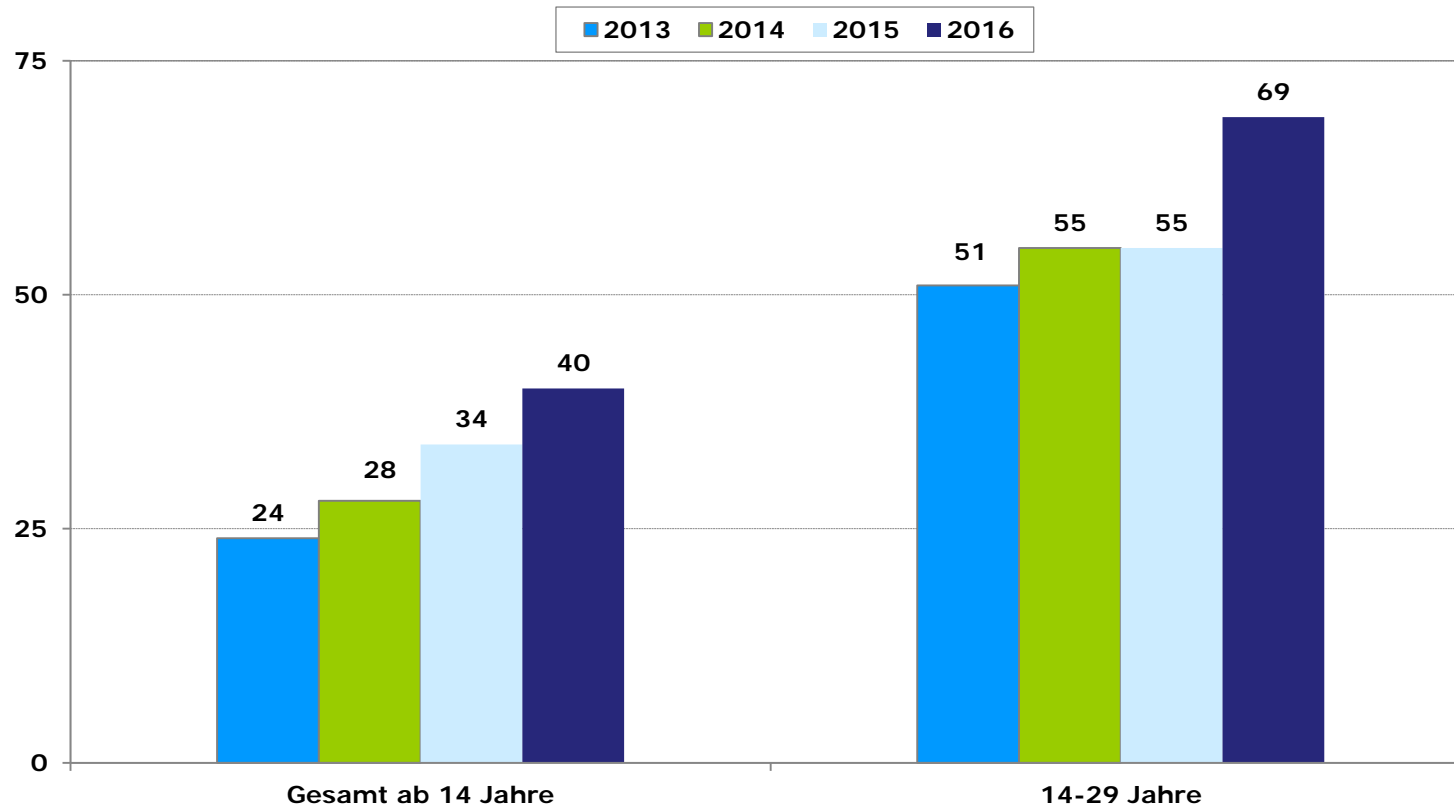


Basis: n=1.191, 12-19 Jahre; Befragte, die zumindest selten YouTube nutzen.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 44.

Parallelnutzung Fernsehen/Internet im Zeitverlauf

Zumindest wöchentliche Parallelnutzung von Internet und Fernsehen, 2013-2016
(Angaben in %, Auswahl)



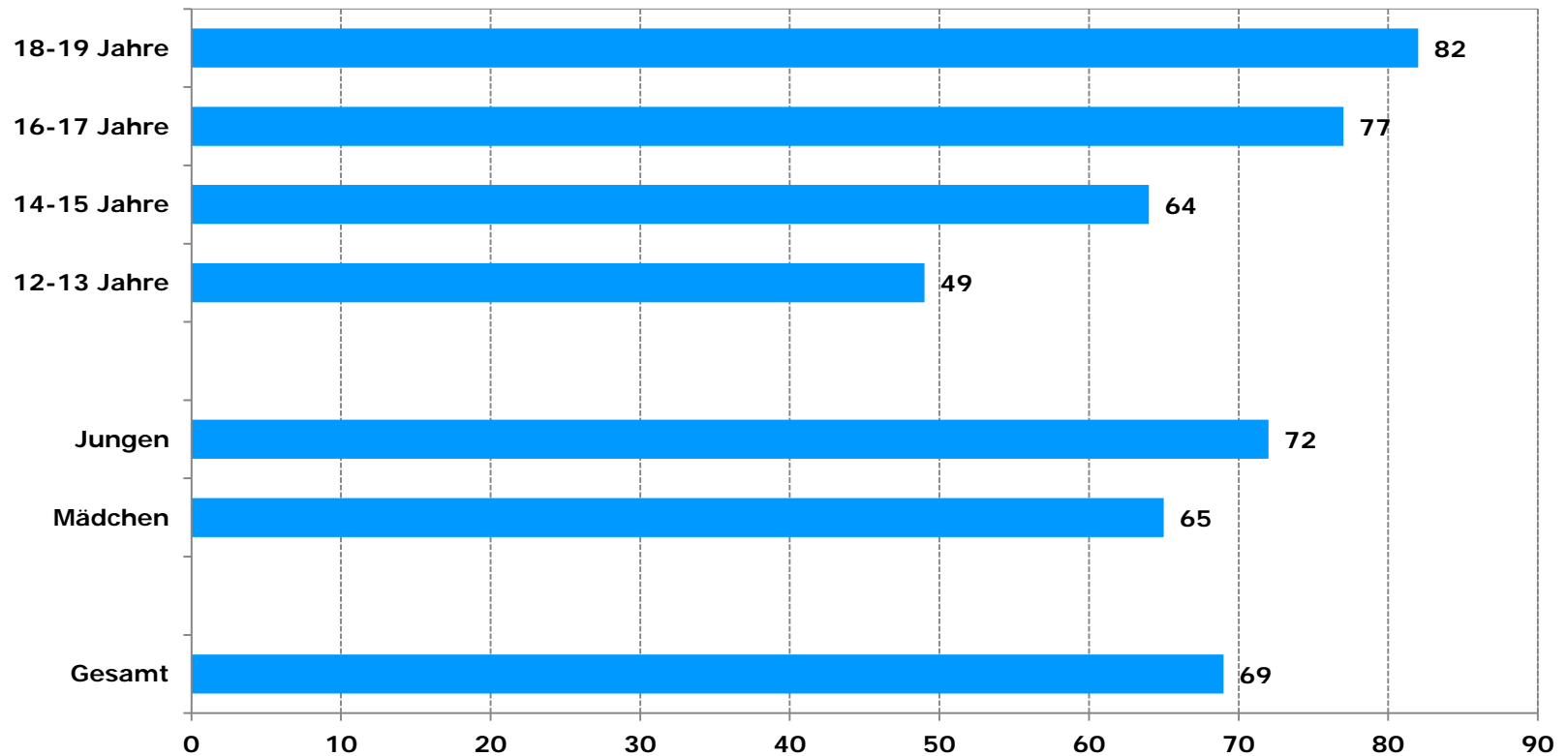
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (2013 bis 2016: n=1.800, 2016: n=1.508).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013-2016. In: Kupferschmitt 2016, S. 455.

Computer, Internet und Social Media

Computer-/Laptopbesitz Jugendlicher 2017

Nach Altersgruppen und Geschlecht, Angaben in %

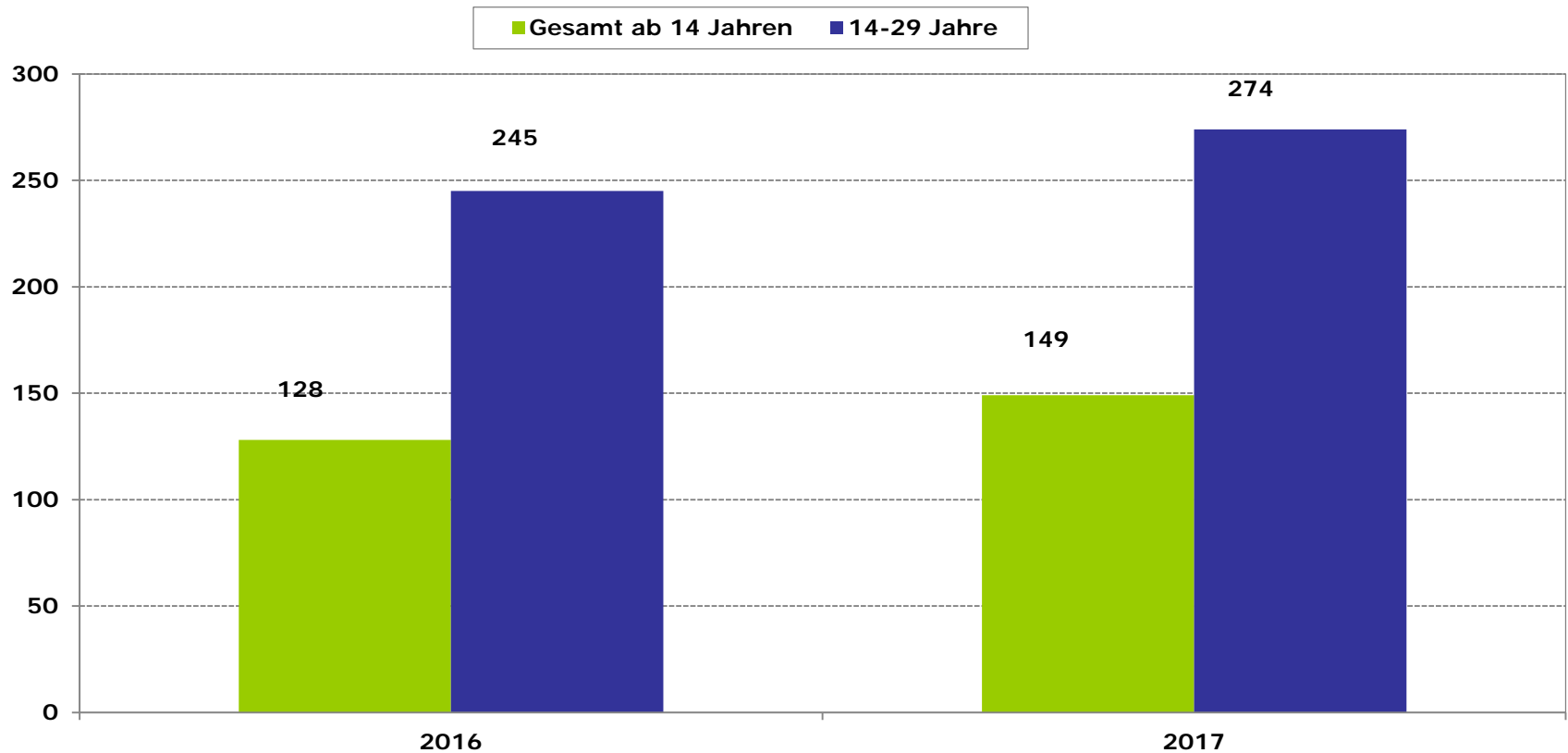


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 26.

Tägliche Nutzungsdauer des Internets 2016 und 2017

Vergleich Gesamtbevölkerung und Jugendliche/junge Erwachsene, in Minuten/Tag

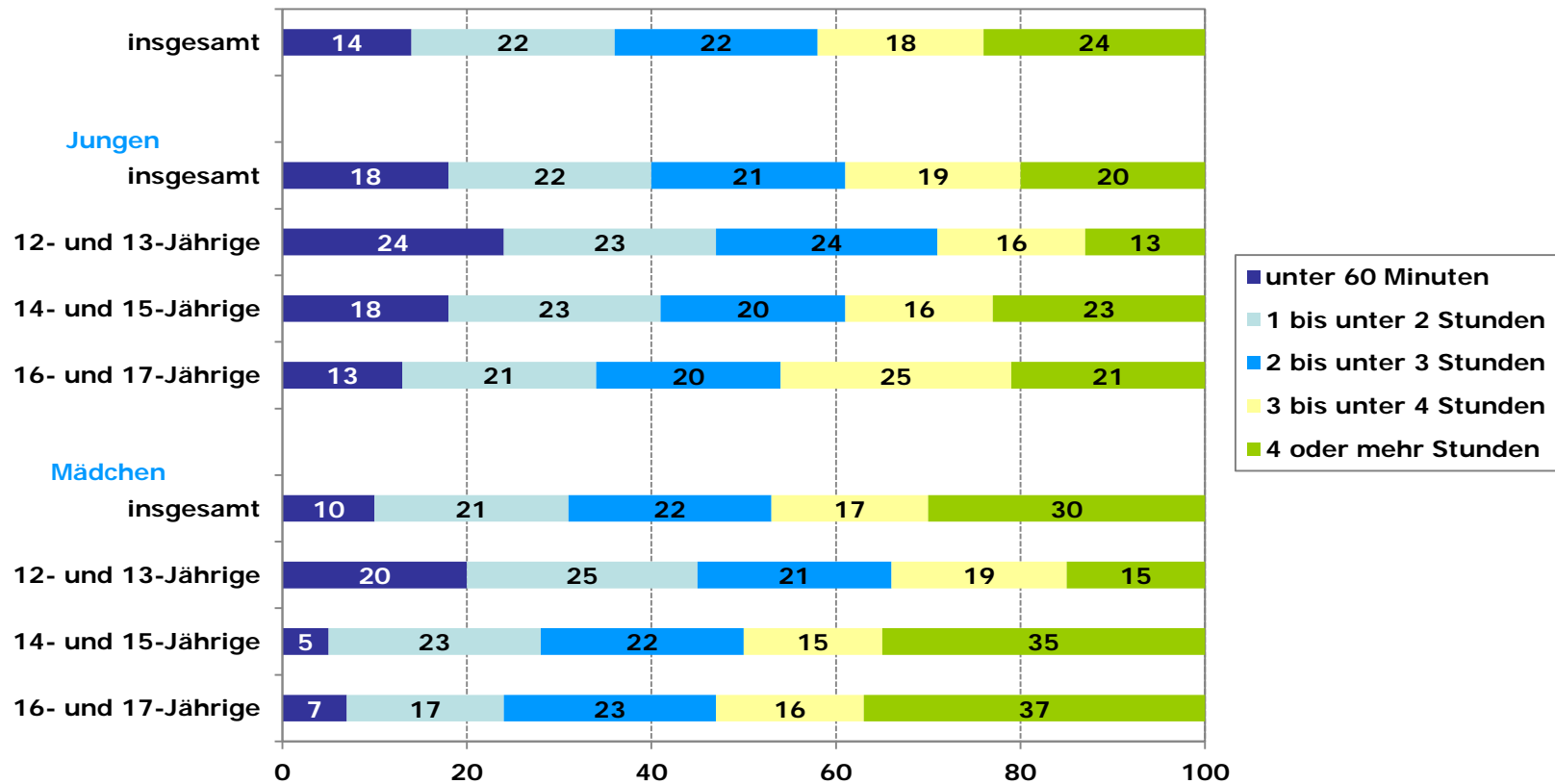


Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren. 2017: n=2.017; 2016: n=1.508.

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2016 und 2017, in: Koch/Frees 2017, S. 438.

Nutzungsdauer soziale Medien

Tägliche Nutzung von sozialen Medien am Computer, Tablet oder am Smartphone (Angaben in %)

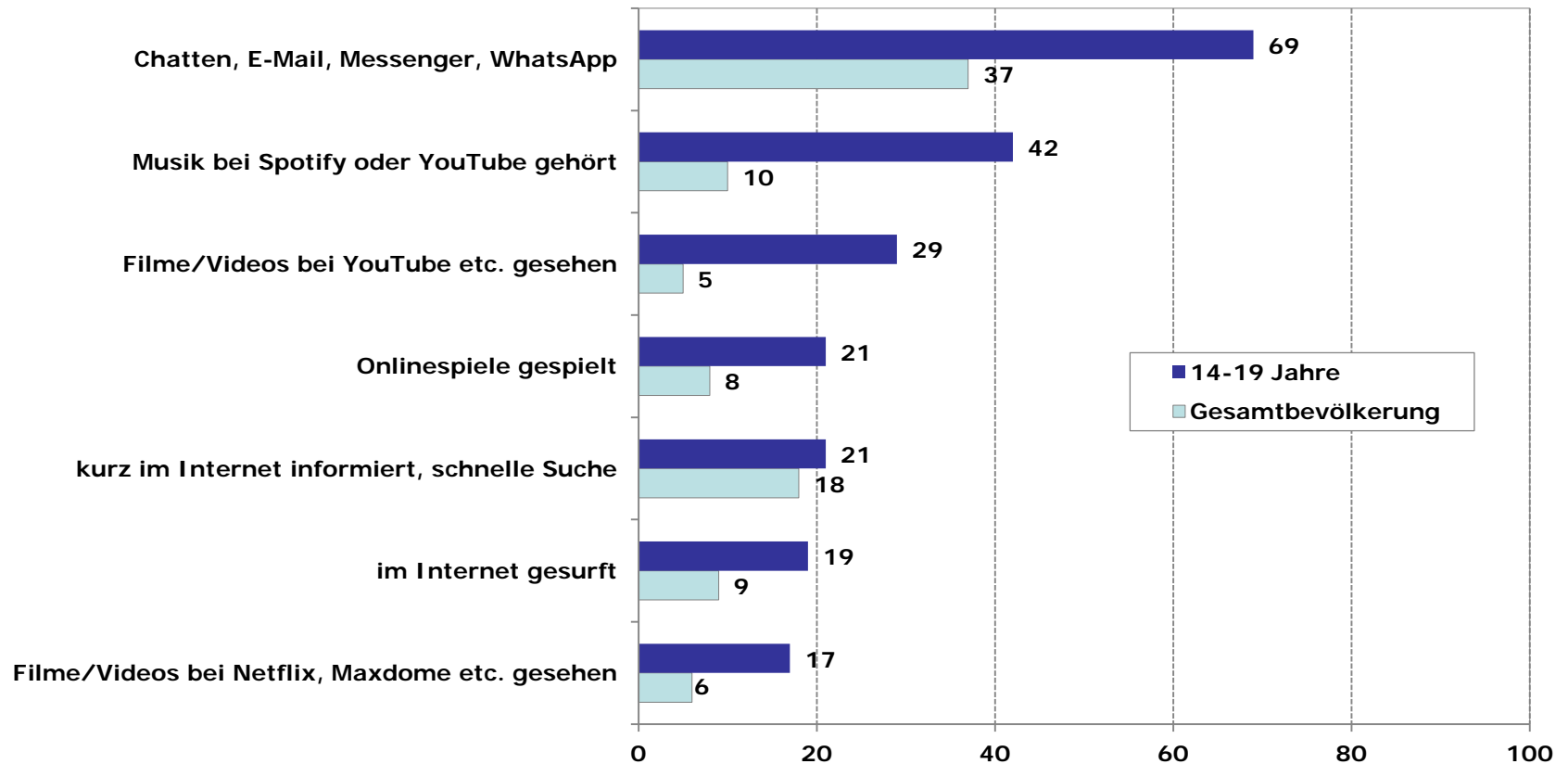


Basis: 1.001 12- bis 17-Jährige.

Quelle: DAK-Studie 2017, S. 8.

Onlinetätigkeiten und -anwendungen der 14- bis 19-Jährigen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

Tagesreichweite, 2017, Auswahl (Angaben in %)

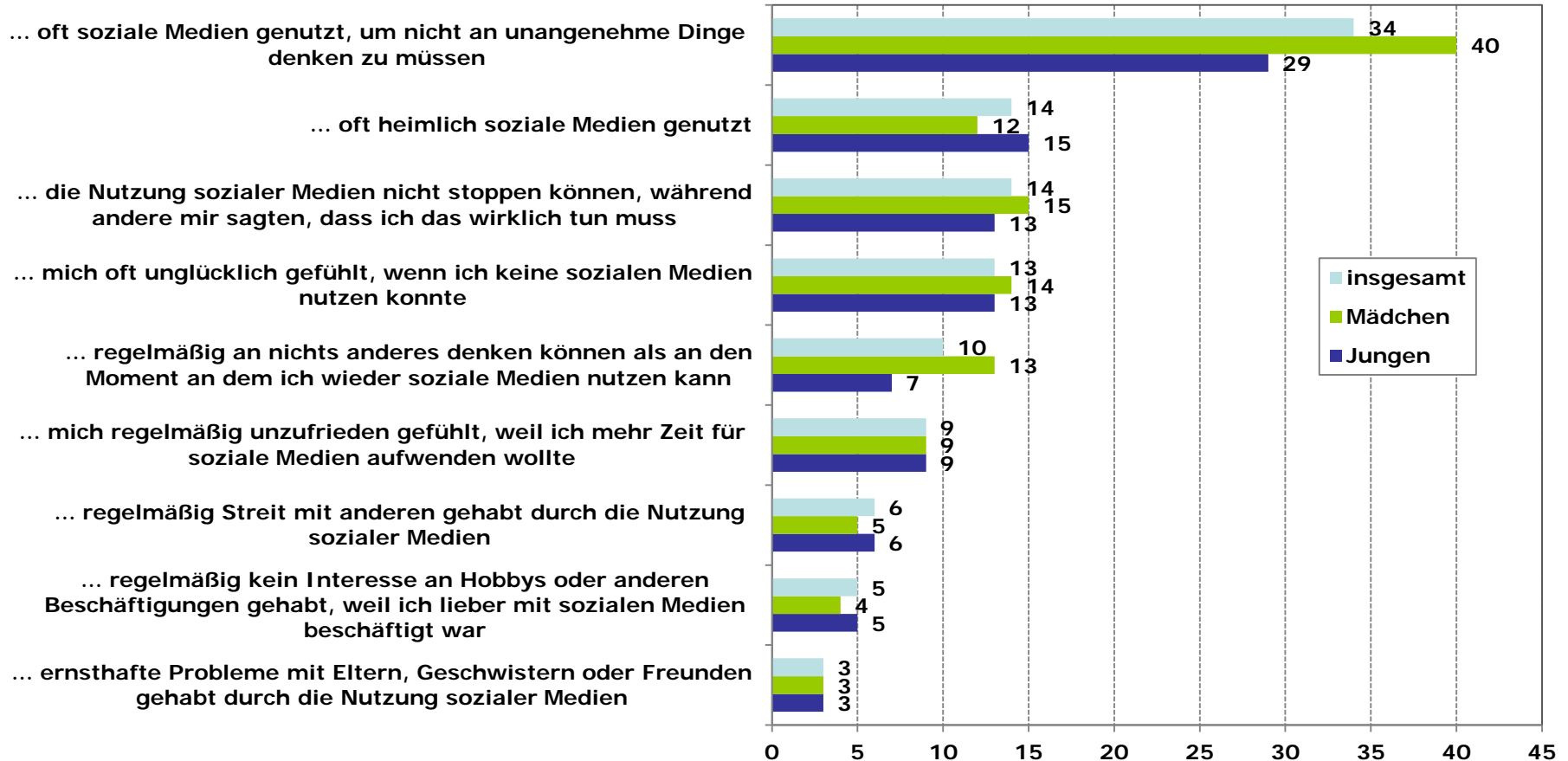


Basis: n=2.017, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017,
Koch/Frees in: Media Perspektiven 9/2017, S. 442.

Auswirkungen der Social Media-Nutzung

Ich habe im vergangenen Jahr ...

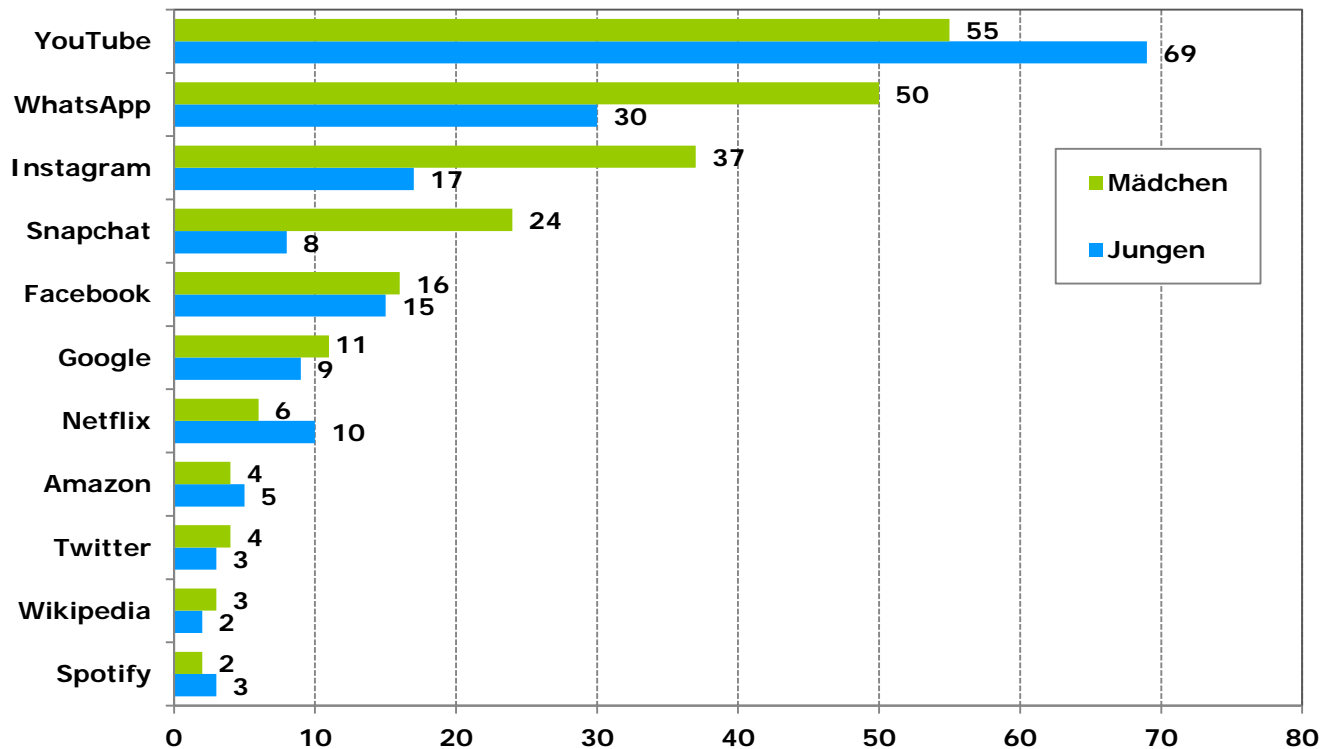


Basis: n=1.001 12- bis 17-Jährige.

DAK-Studie 2017, S. 21.

Welche Angebote im Internet nutzen Jugendliche am liebsten?

Max. 3 Nennungen, nach Geschlecht, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

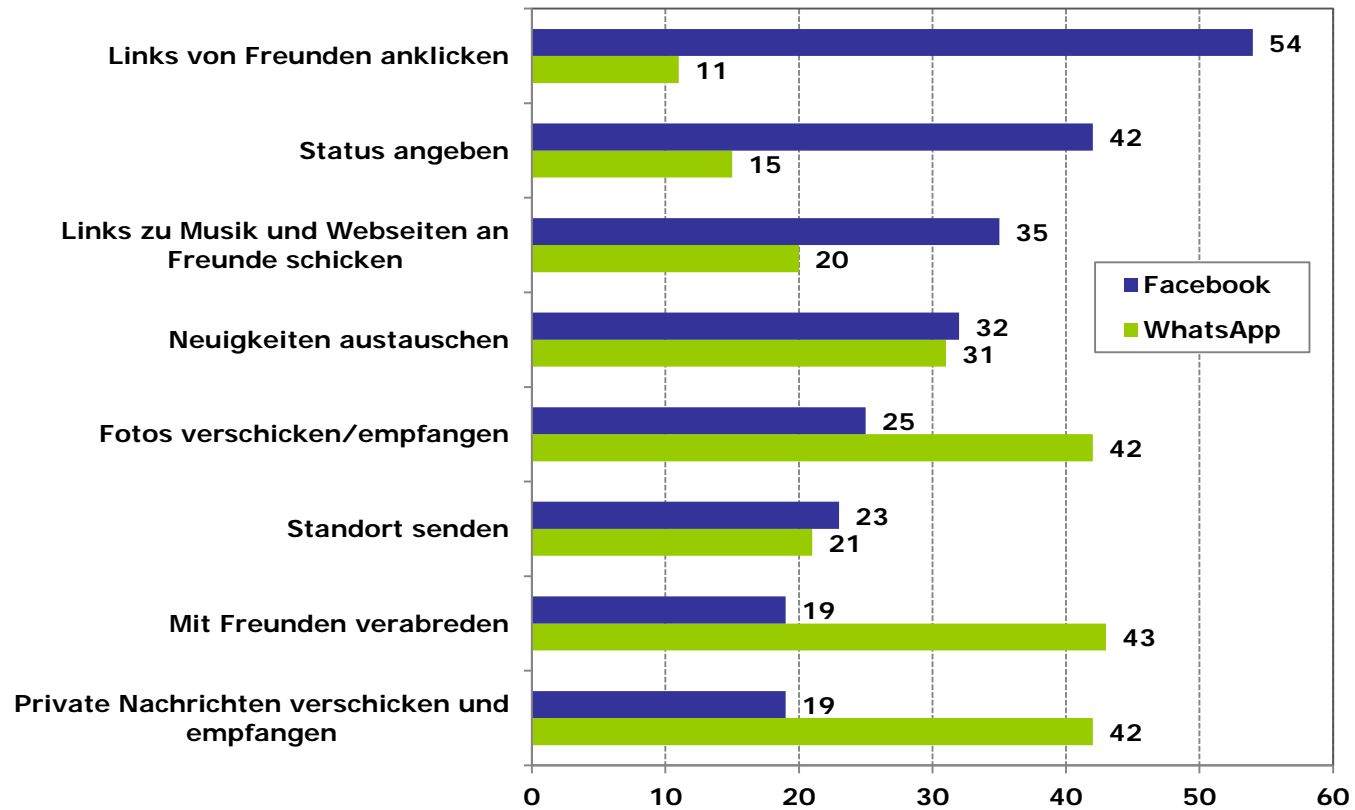


Basis: n=1.183, 12- bis 19-Jährige, die Online-Dienste zumindest selten nutzen.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 33.

Facebook oder WhatsApp - Nutzungsunterschiede

2014 (Angaben in %)

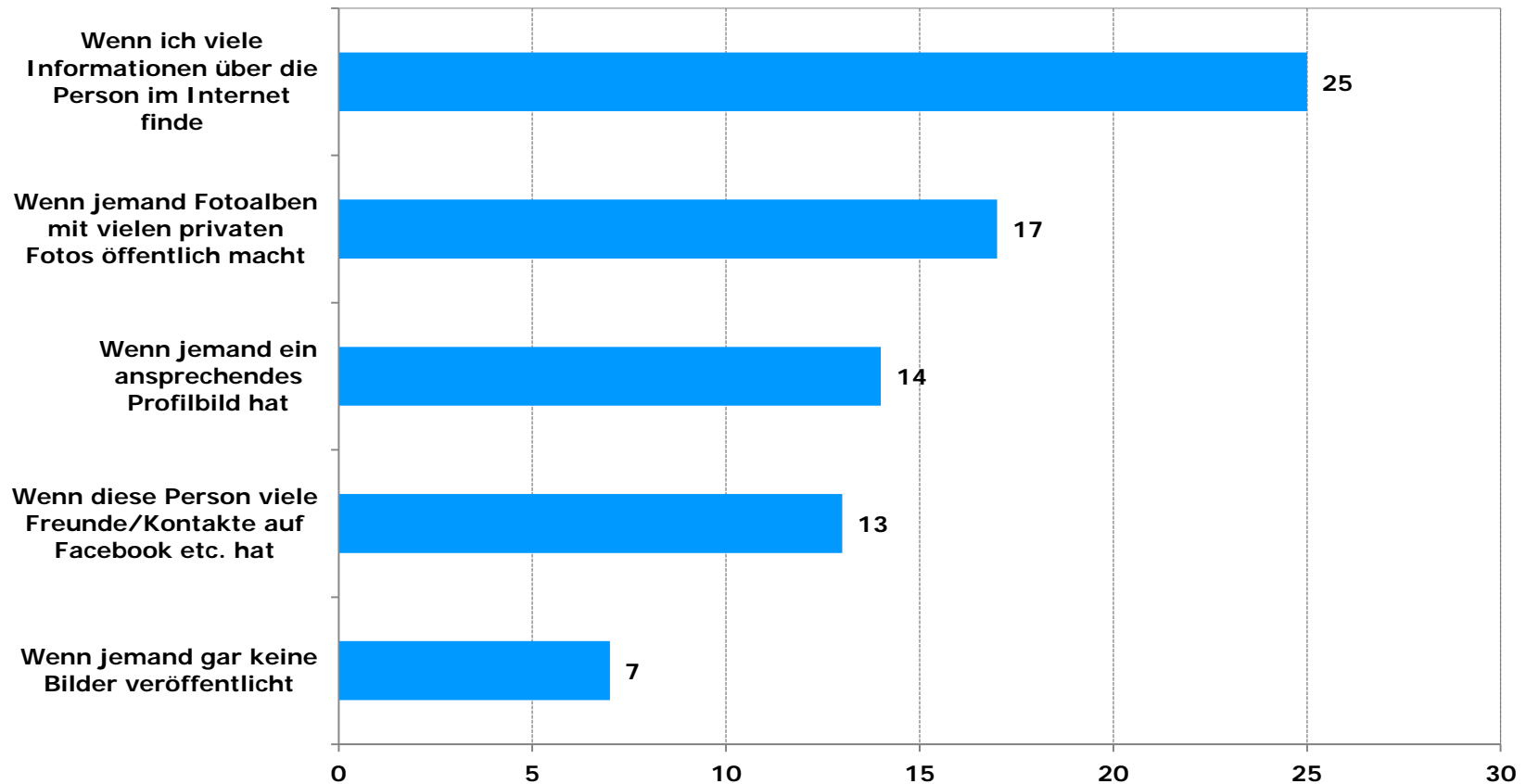


Basis: n=697; 9- bis 24-Jährige, die sowohl Facebook als auch WhatsApp nutzen.

Quelle: DIVSI U25-Studie, DIVSI/SINUS/EPI 2014, S. 75.

Social Life: Vertrauen in Online-Bekanntschäften

Vertrauen in Personen, 2017,
Mittelwerte auf einer Skala von 0 (überhaupt kein Vertrauen) bis 100 (volles Vertrauen)

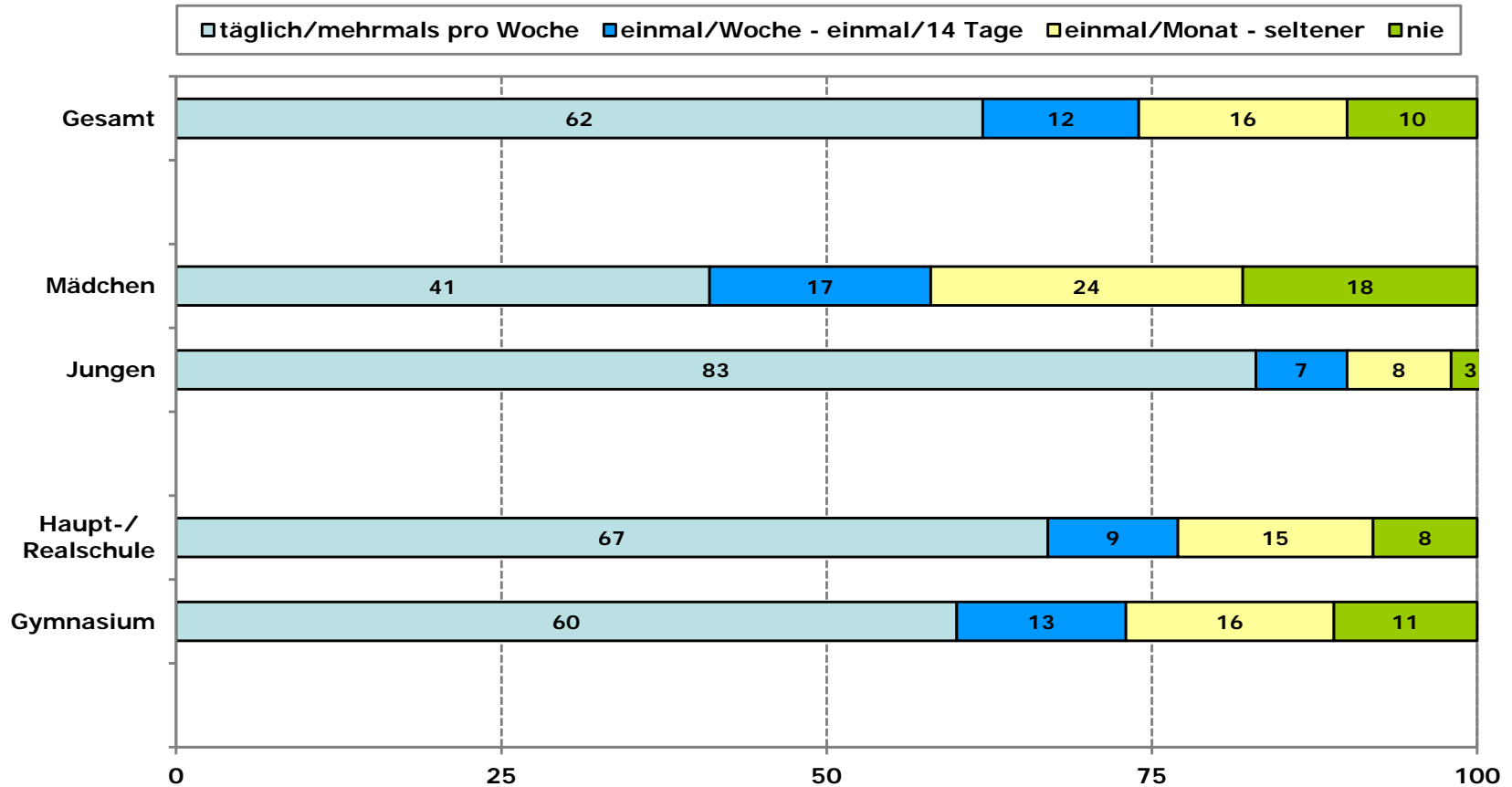


Basis: n=1.586, Schüler/innen, 10-21 Jahre.

Quelle: Bündnis gegen Cybermobbing 2017, S. 75.

Nutzungsfrequenz digitaler Spiele 2017

Angaben in %



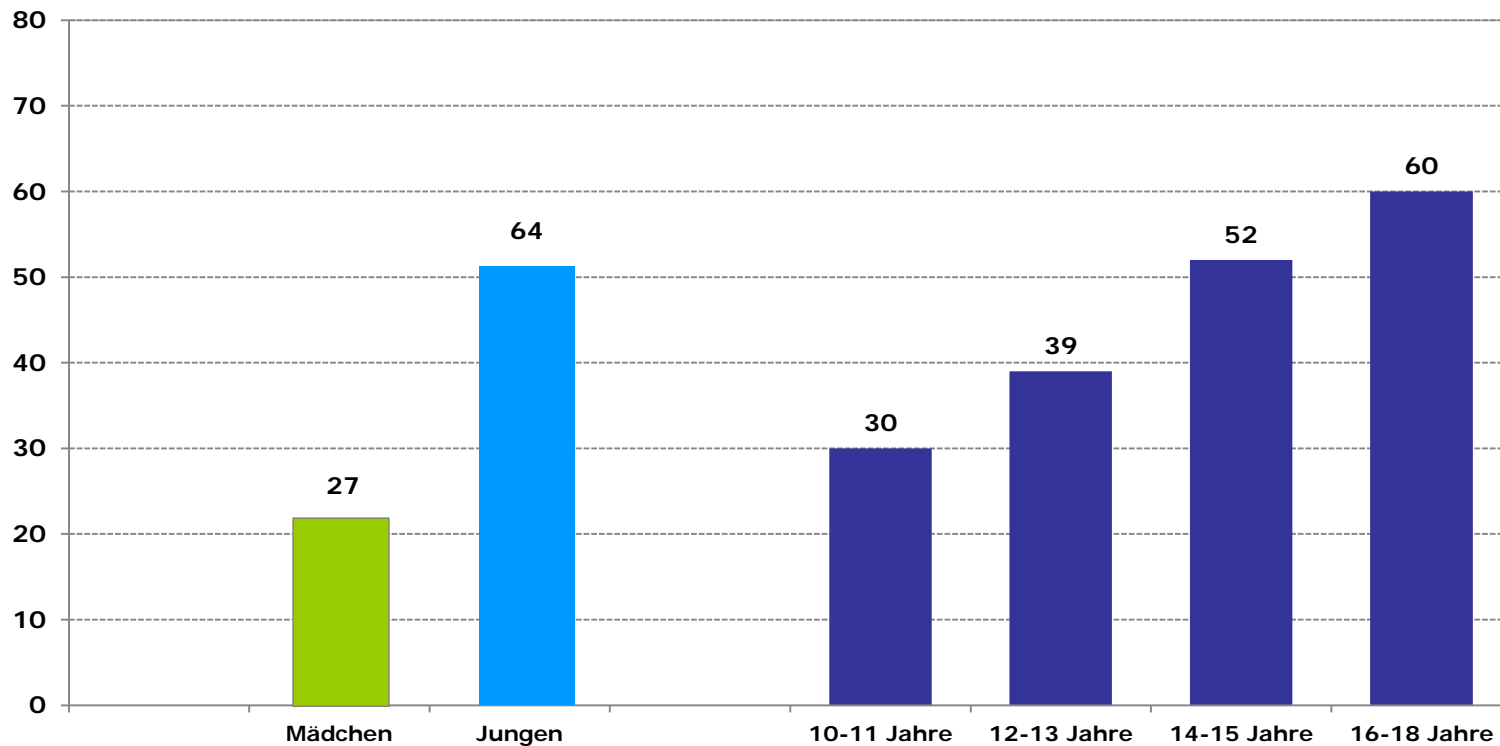
Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 48.

Nutzung altersbeschränkter Video- und Computerspiele

„Hast du schon einmal selbst Computer-, Video- oder Online-Spiele gespielt, die nicht für dein Alter freigegeben waren?“

10- bis 18-jährige Video- oder ComputerspielerInnen, Ja-Antworten, Angaben in %

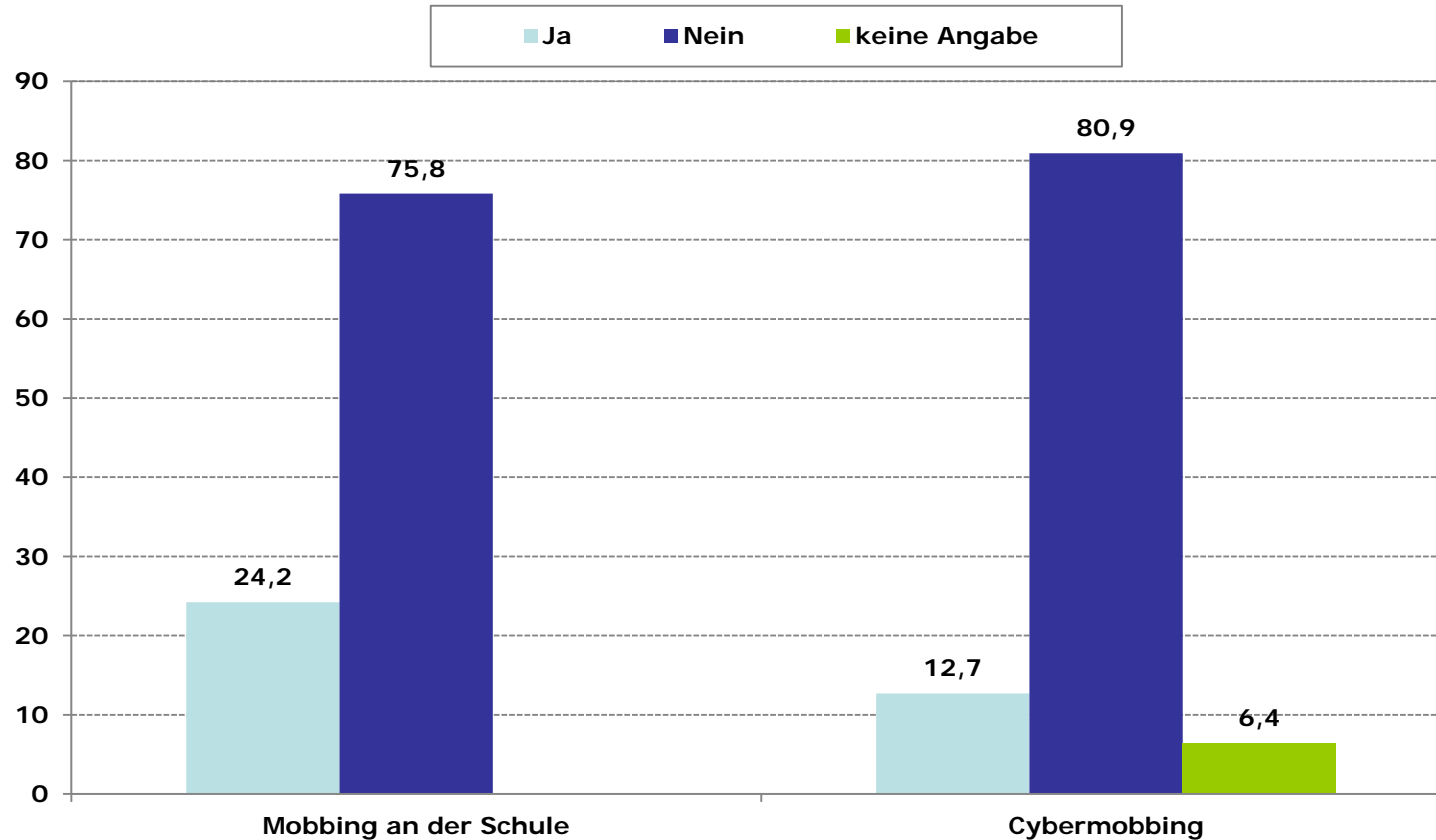


Basis: n=641 , 10-18 Jahre.

Quelle: BITKOM: Jung und vernetzt, 2014, S. 37.

Mobbingerfahrungen Jugendlicher online und offline

Selbst erlebte Fälle, 2017 (Angaben in %)

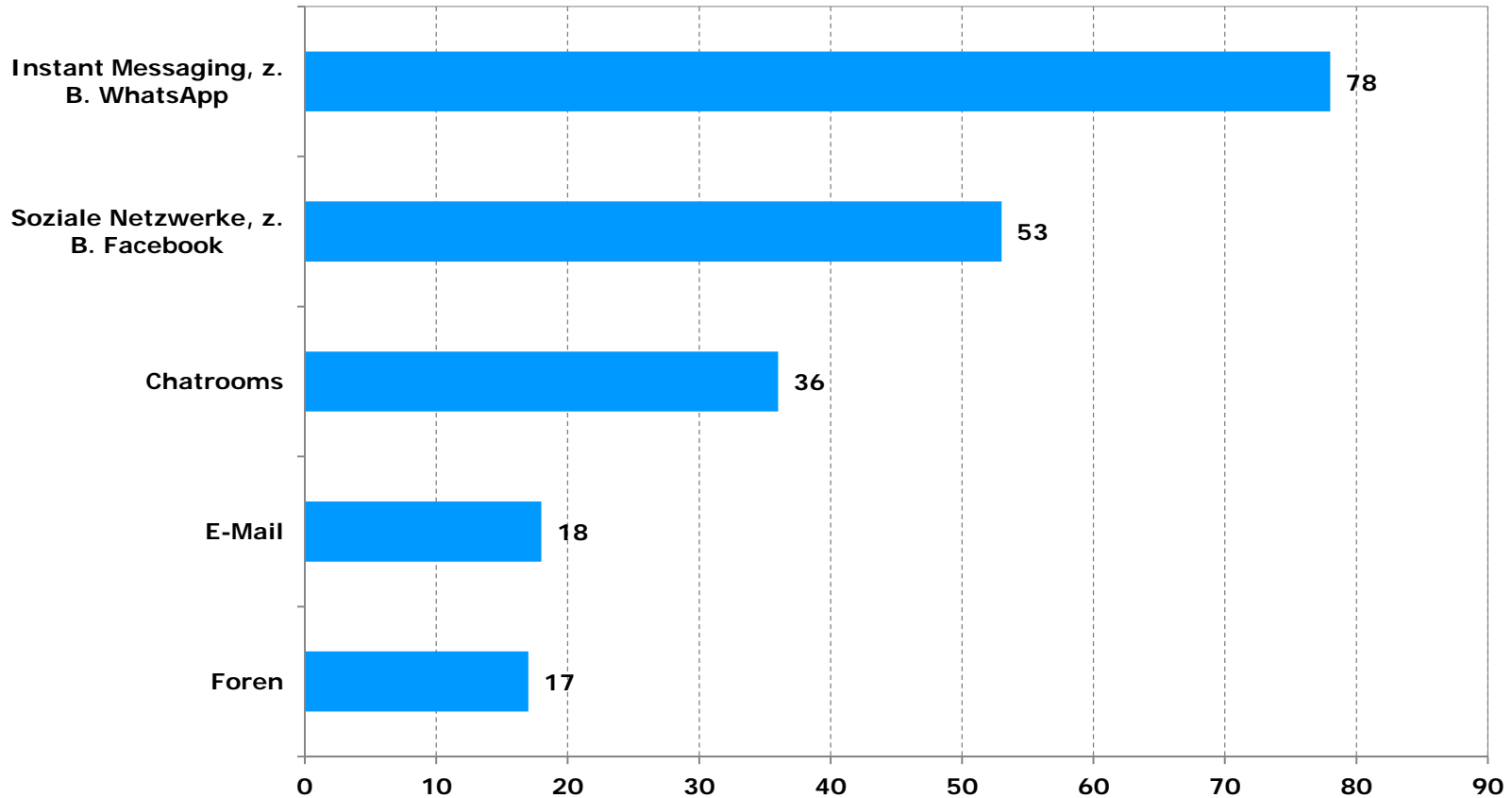


Basis: n=1.586; 10-21 Jahre, Schüler/innen.

Quelle: Bündnis gegen Cybermobbing 2017, S. 81/82.

Welche Medien werden für Cybermobbing genutzt?

Angaben in %

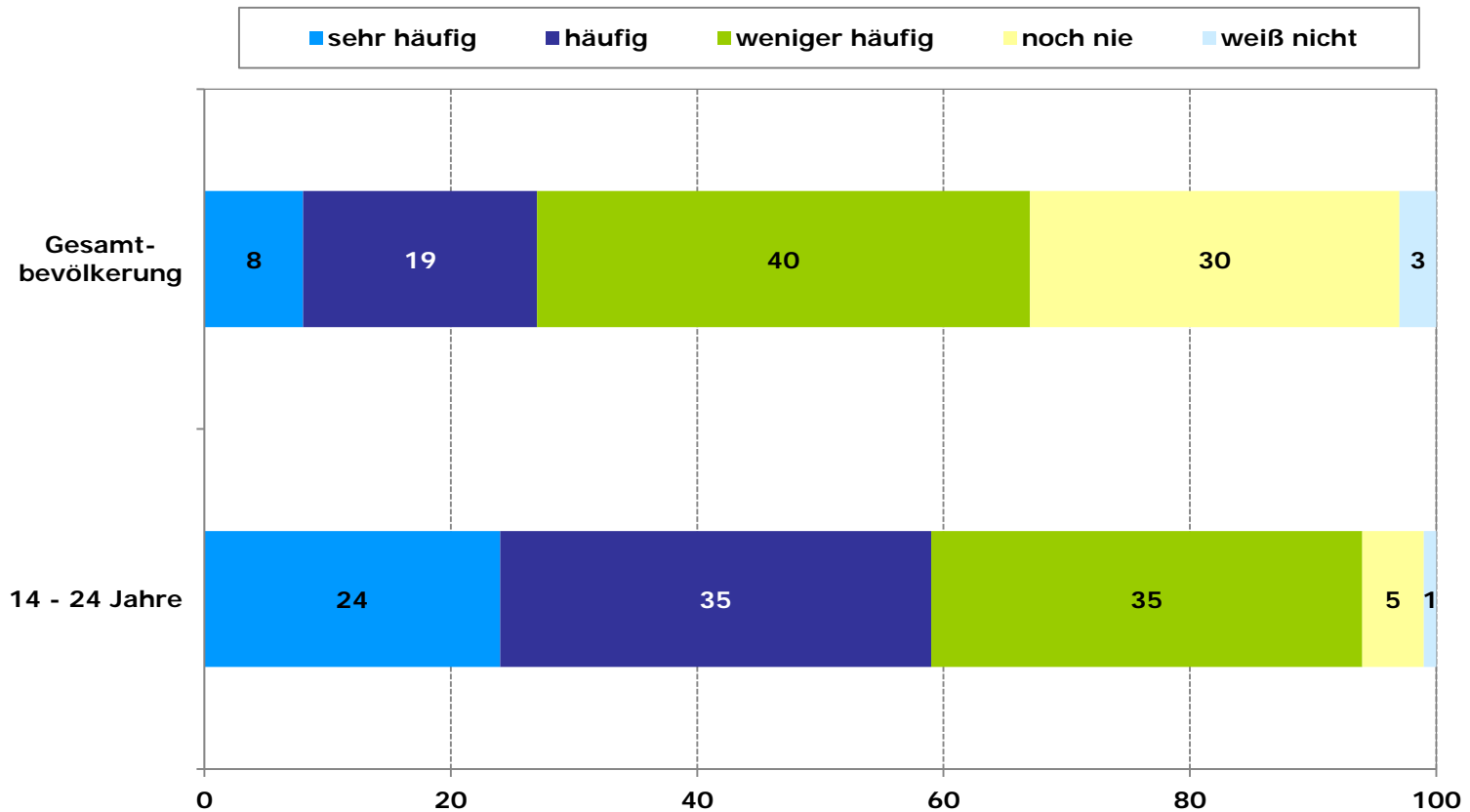


Basis: n=201, Schüler/innen mit Cybermobbing Erfahrung, 10-21 Jahre.

Quelle: Bündnis gegen Cybermobbing 2017, S. 83.

Hate Speech im Internet: persönliche Erfahrungen im Altersvergleich

Persönlich schon Hate Speech/Hasskommentare im Internet gesehen, Auswahl, 2017 (Angaben in %)



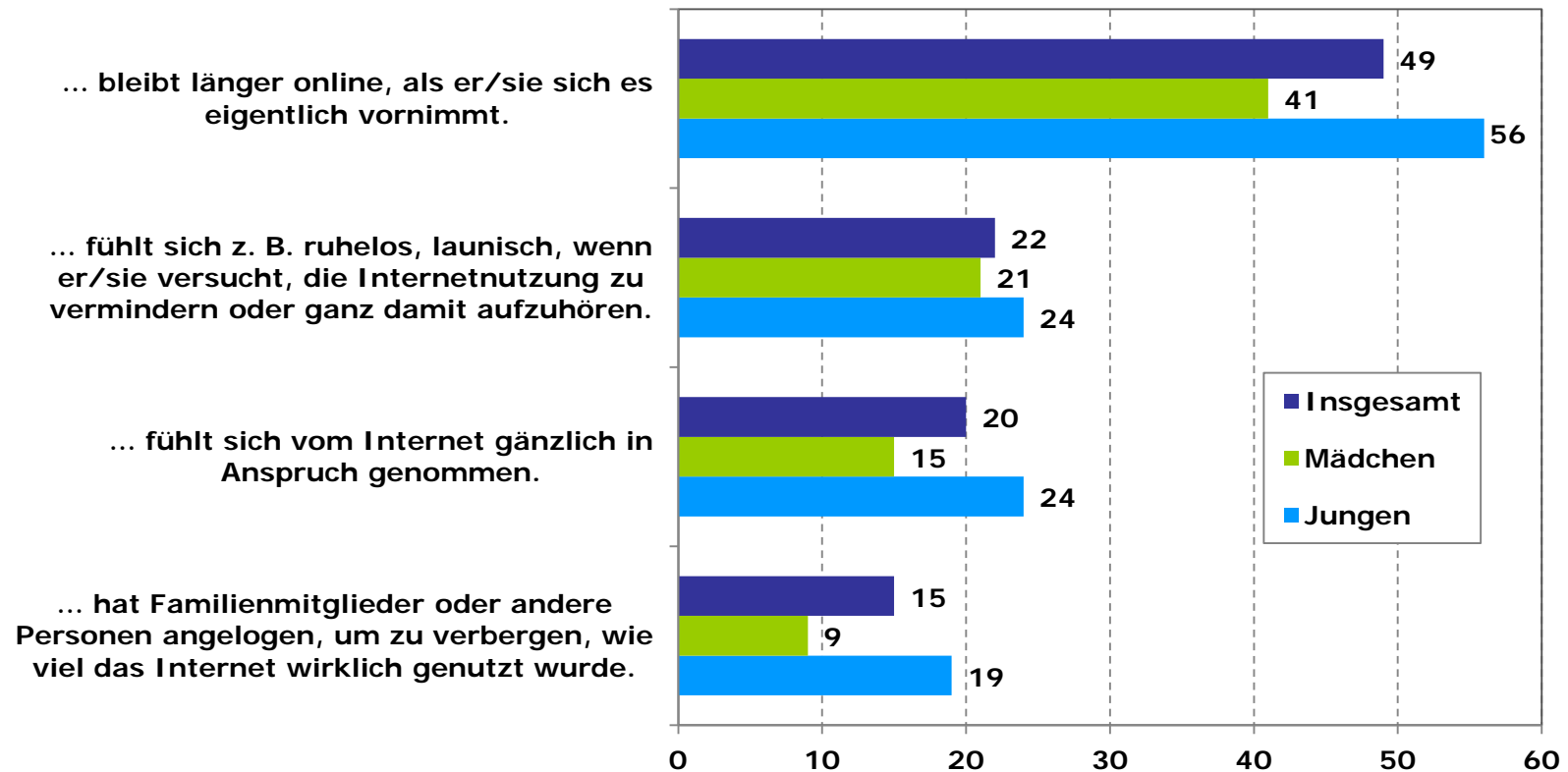
Basis: n=1.011, Internetnutzer/innen ab 14 Jahre.

Quelle: Forsa: Hate Speech 2017, S. 2.

Hinweise auf problematisches Internet-Nutzungsverhalten aus Sicht der Eltern

„Diese Aussagen treffen zu“
2015, Elternbefragung, Auswahl (Angaben in %)

Der/die Jugendliche ...

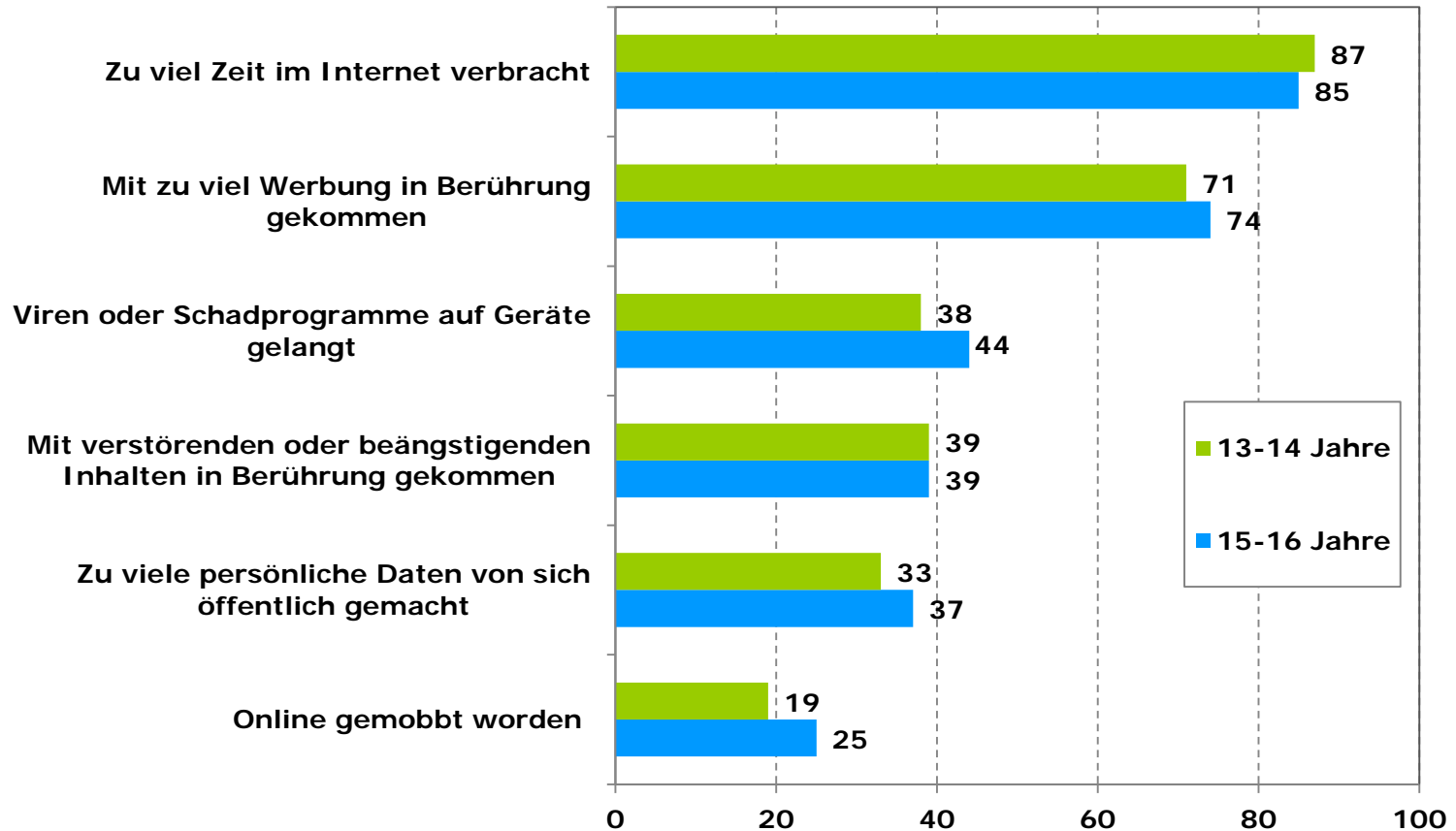


Basis: 1.000 Mütter und Väter mit Kindern zwischen 12 und 17 Jahren; Befragte, deren Kinder das Internet privat nutzen.

Quelle: FORSA/DAK 2015, S. 14.

Problematische Internetnutzung aus Sicht der Jugendlichen

Selbst erlebte Online-Risiken, 2017, Auswahl (Angaben in %)

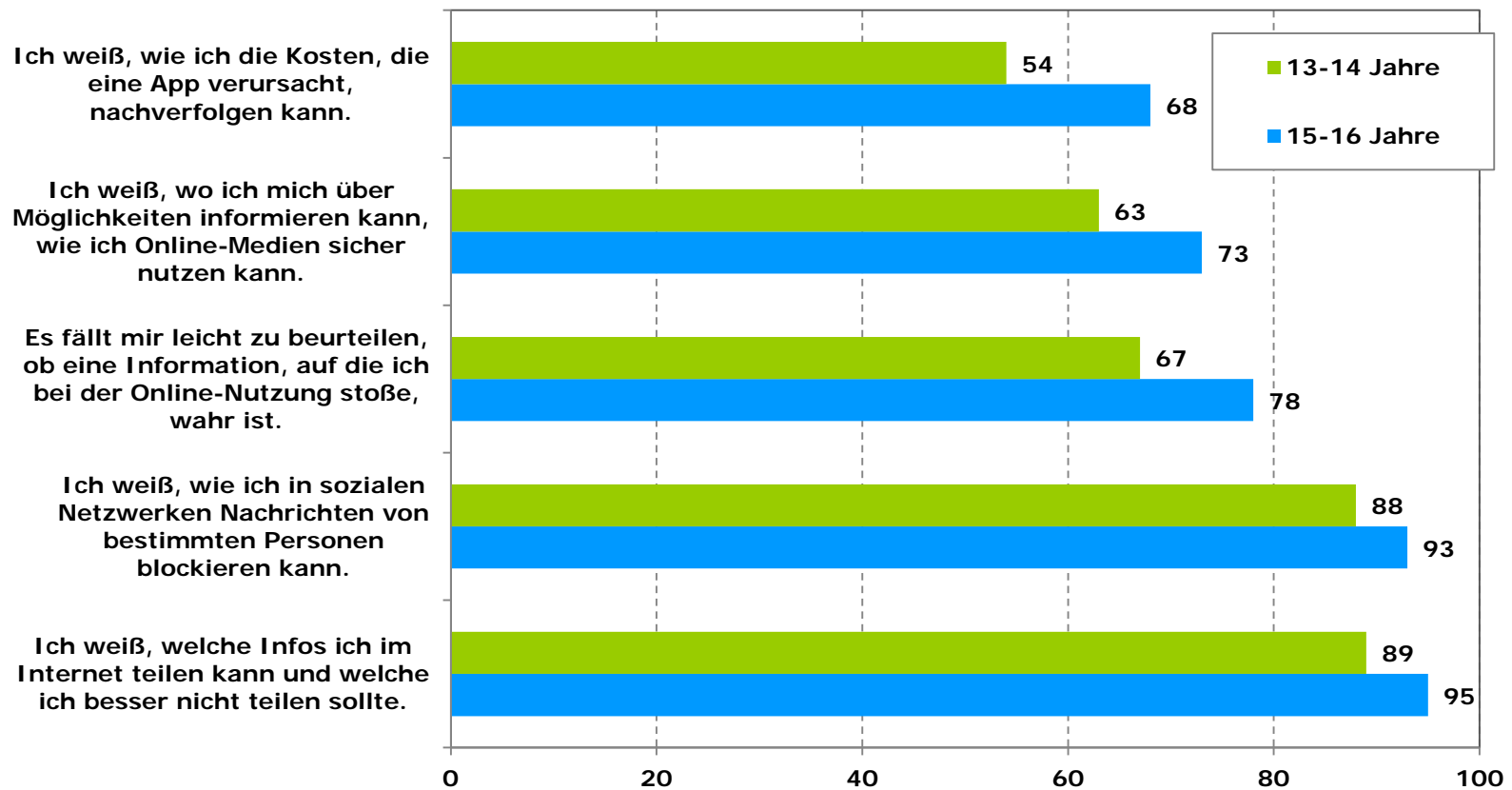


Basis: n=805, 9-16 Jahre, Internetnutzer/innen.

Quelle: Brüggem u. a.,
Jugendmedienschutzindex 2017, S. 28/29.

Eigene Fähigkeiten, um mit Gefahren im Internet umzugehen

Einschätzung der Jugendlichen, Aussage trifft „voll und ganz“ oder „eher“ zu, Auswahl, 2017
(Angaben in %)



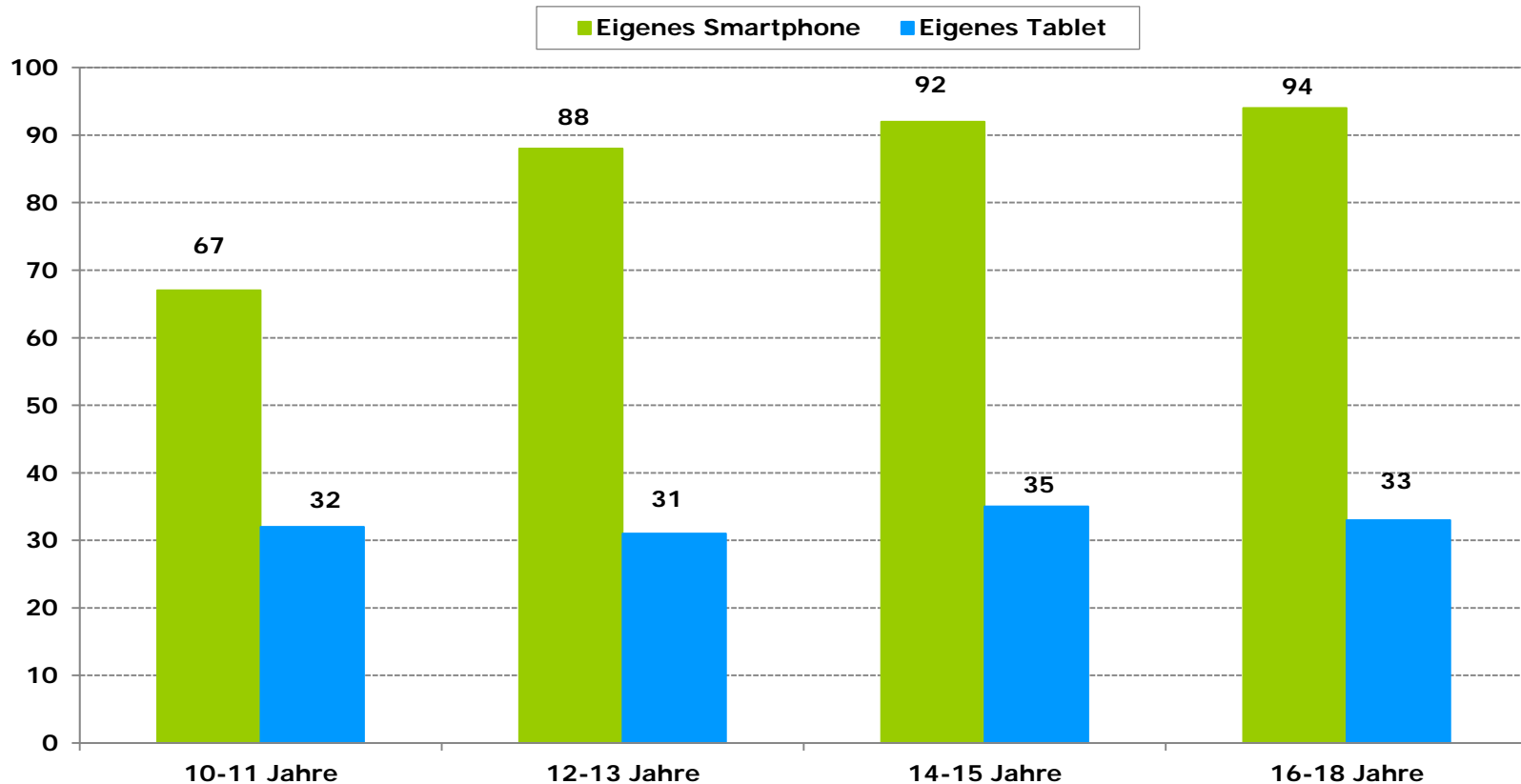
Basis: 805; 9- bis 16-Jährige, die das Internet nutzen.

Quelle: Brüggem u. a., Jugendmedienschutzindex 2017, S. 70.

Handy und mobile Medien

Persönlicher Besitz von Smartphone oder Tablet

Nach Altersgruppen, Auswahl, Mehrfachnennungen möglich, 2017
(Angaben in %)

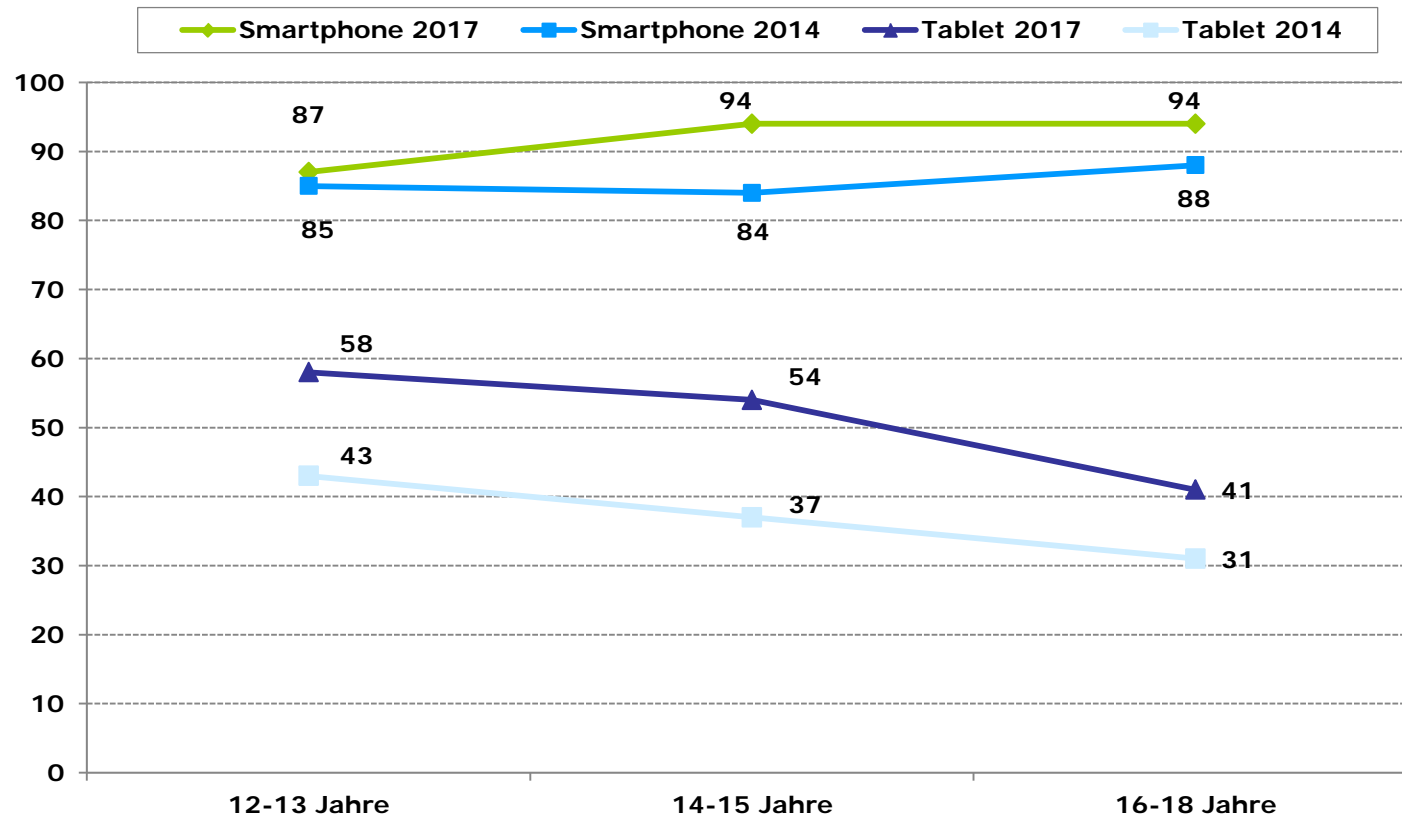


Basis: n=926, 6-18 Jahre.

Quelle: Bitkom Research 2017, S. 3.

Smartphone- und Tabletnutzung nach Altersgruppen

Nutzung zumindest ab und zu, nach Altersgruppen, Auswahl, Mehrfachnennungen möglich, 2014 und 2017
(Angaben in %)

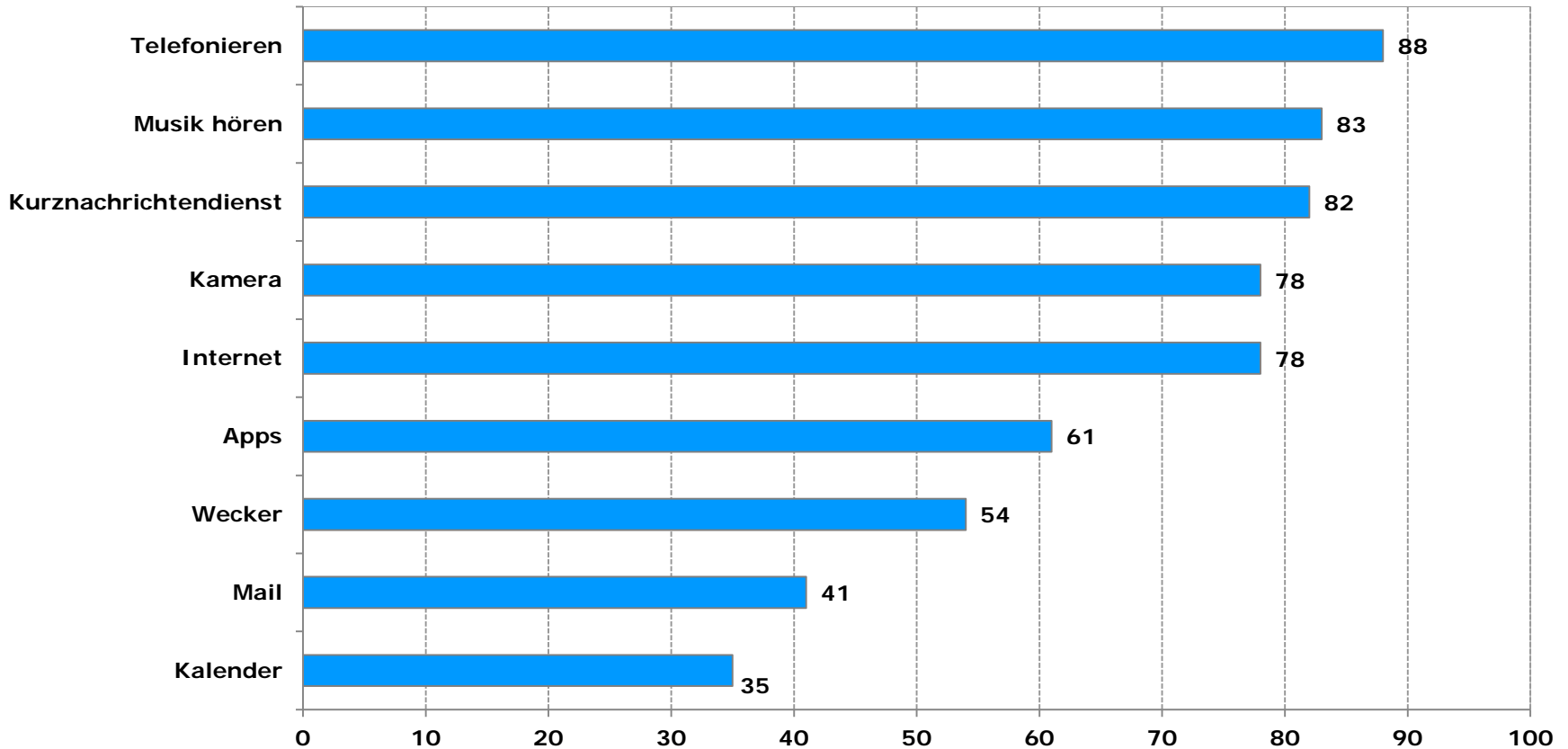


Basis: n=926, 6-18 Jahre.

Quelle: Bitkom Research 2017, S.2.

Wie nutzen Jugendliche das Smartphone/Handy?

Mehrfachnennungen möglich, 2017 (Angaben in %)

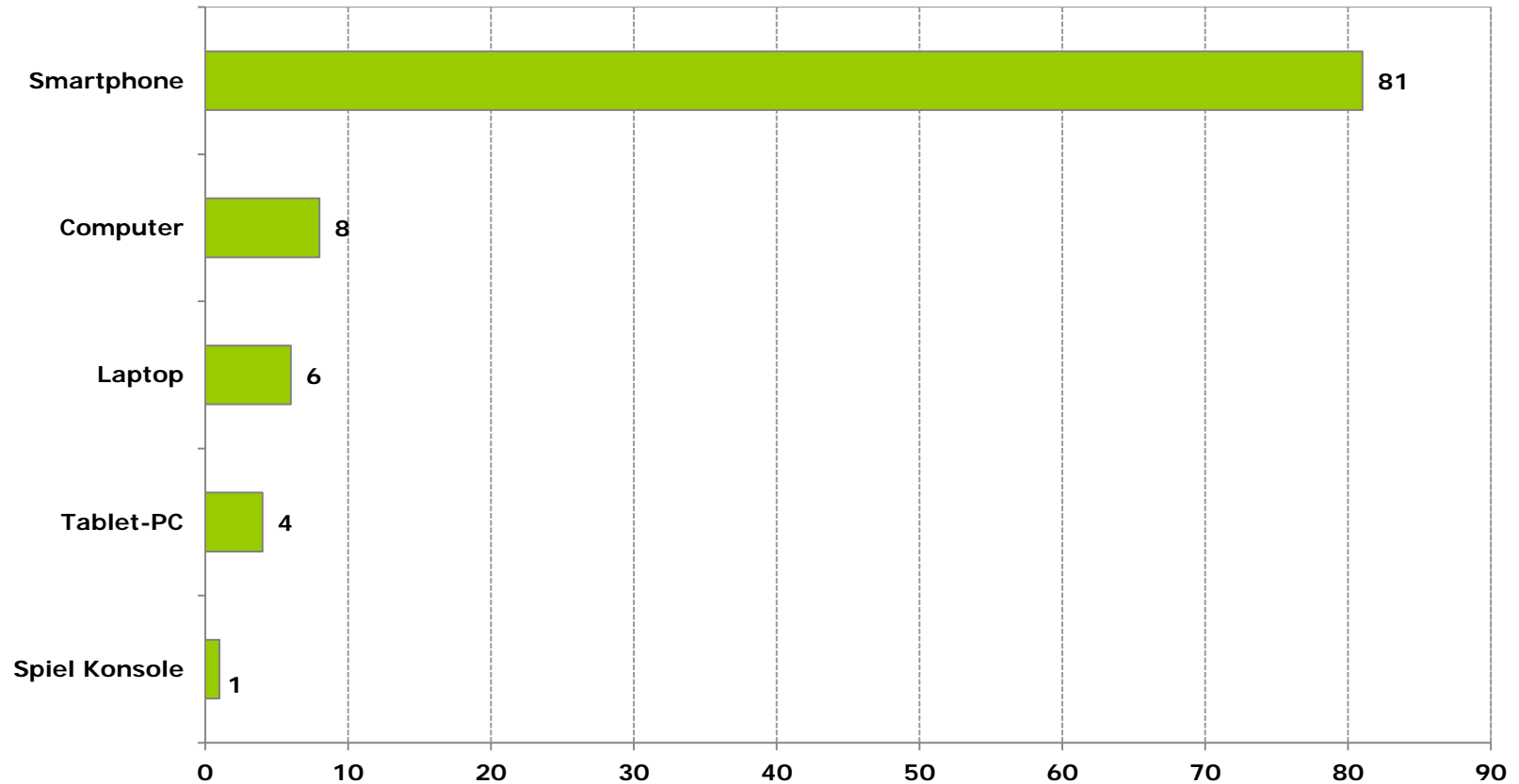


Basis: n=620, 10-18 Jahre, Smartphone/Handy-Nutzer.

Quelle: Bitkom Research 2017, S. 4.

Welches Geräte verwendest du am häufigsten, um online zu gehen?

In den letzten 14 Tagen, 2014 (Angaben in %)

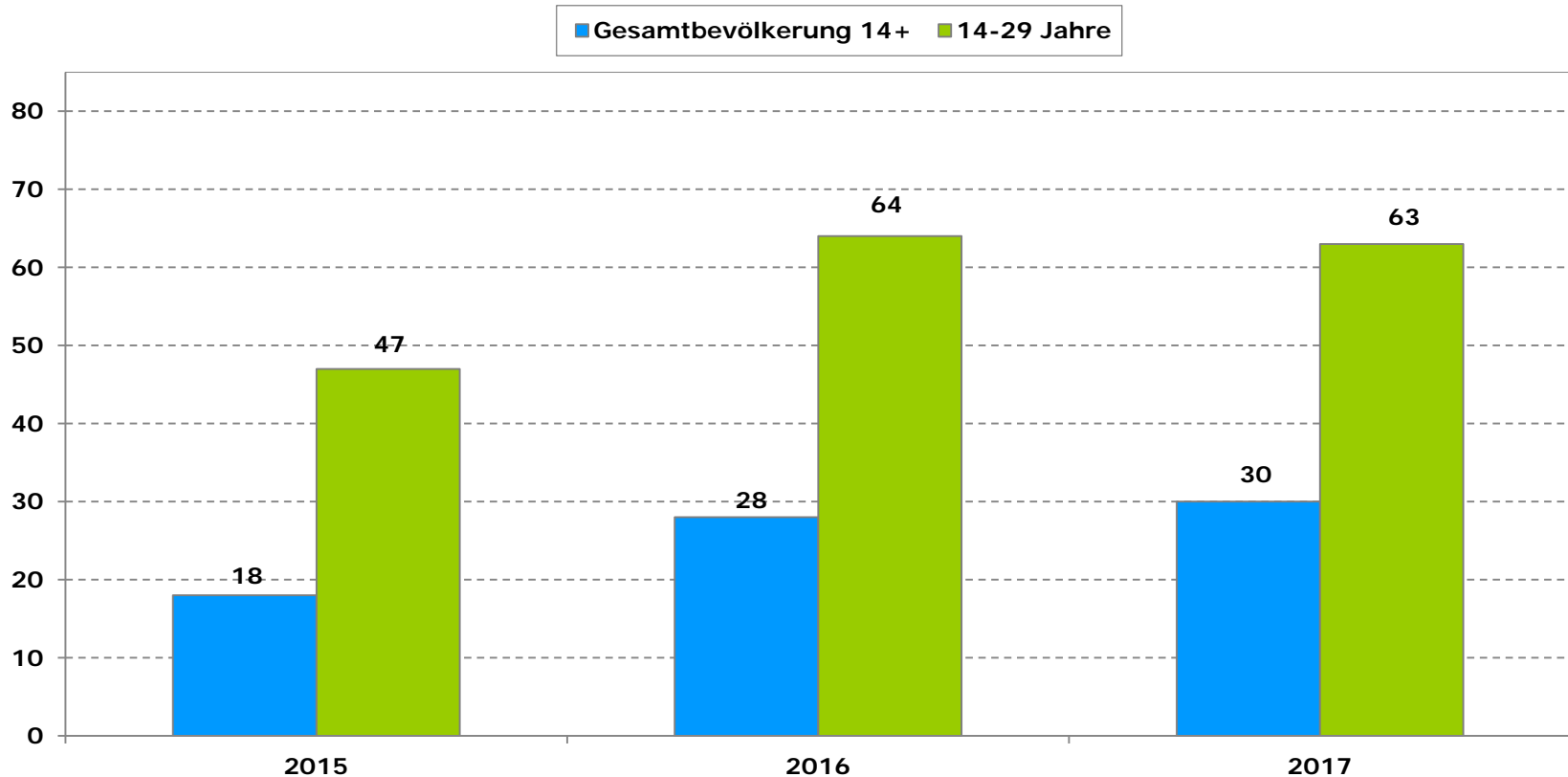


Basis: n=1.175; 12- bis 19-Jährige.

Quelle: JIM-Studie, 2017, S. 27.

Internetnutzung unterwegs 2015 bis 2017

Täglich genutzt, Vergleich Gesamtbevölkerung (14+) und 14- bis 29-Jährige, 2015-2017, (Angaben in %)

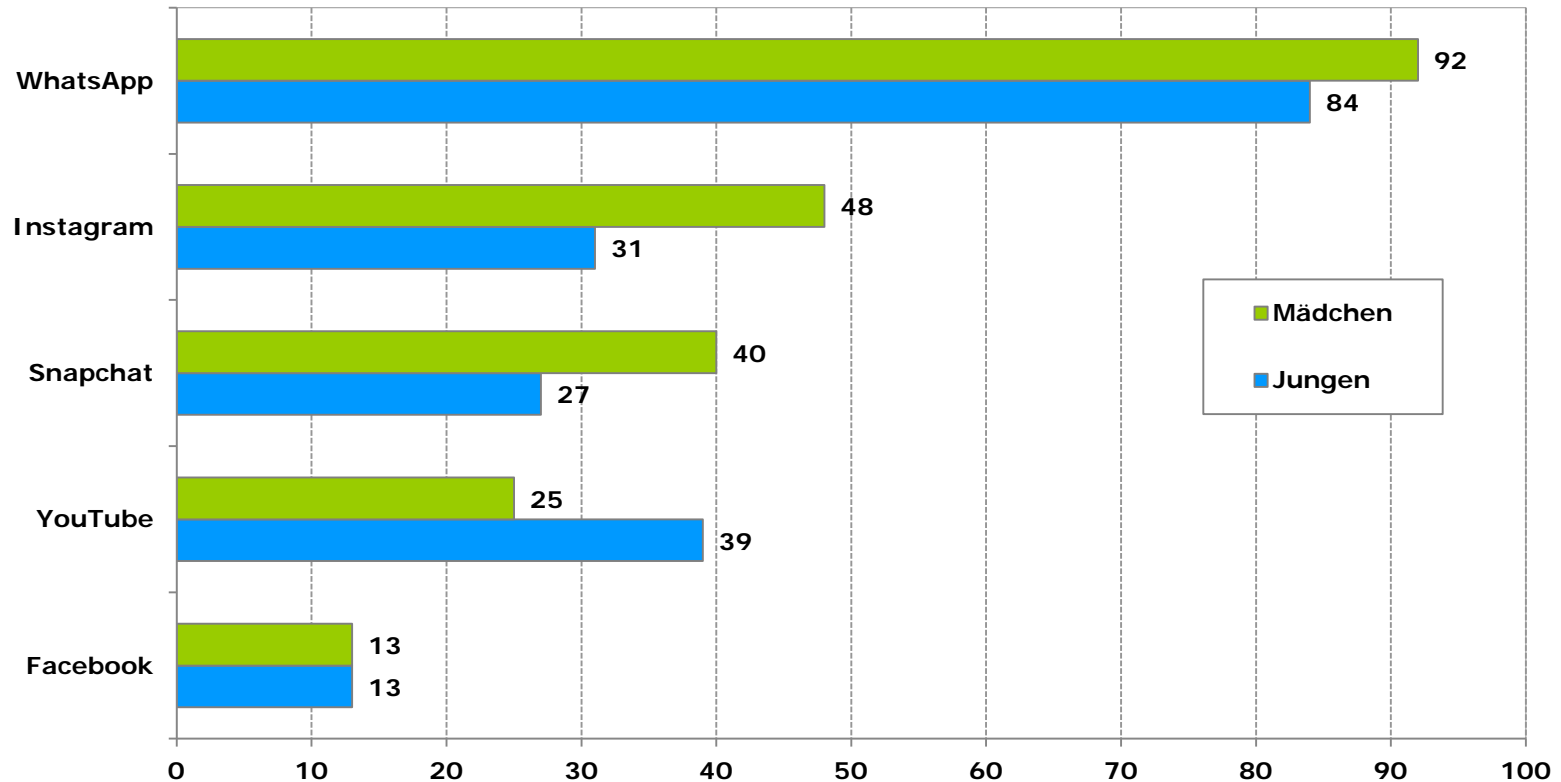


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (2017: n=2.017).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016-2017, in: Koch/Frees 2017, S. 437.

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone von Jugendlichen

Bis zu drei Nennungen, Auswahl, nach Geschlecht, 2017 (Angaben in %)



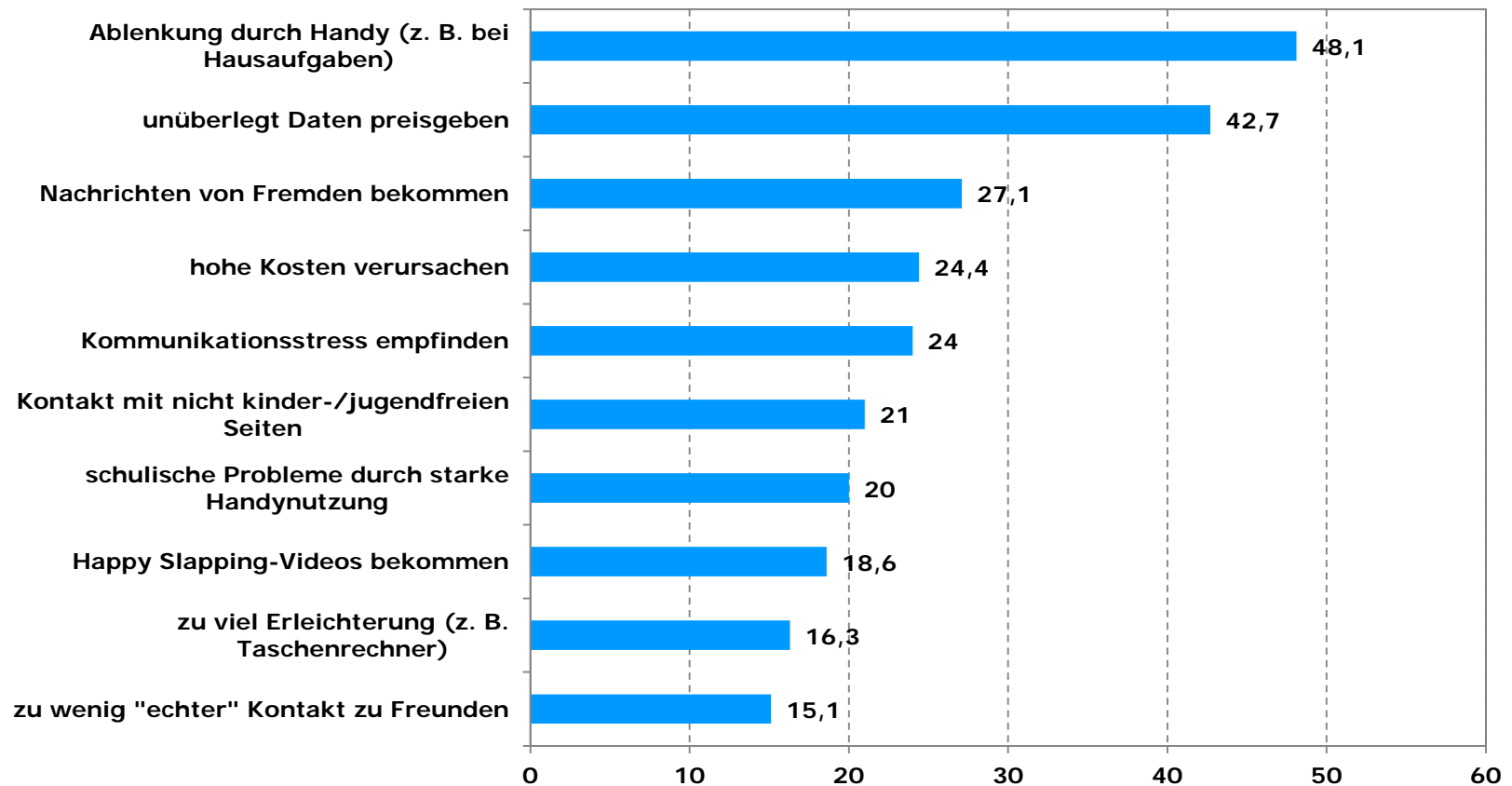
Basis: n=1.143; Befragte, die Apps auf dem Handy installiert haben, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2017, mpfs, S. 33.



Handy – erlebte Risiken von Kindern und Jugendlichen

2015 (Angaben in %)



Basis: n=321-500, 8-14 Jahre.

Quelle: Knop/Hefner/Schmitt/Vorderer, 2015, S. 6.

Zitierte Studien/Quellenangaben

- Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA: Anhaltender Transformationsprozess der Mediennutzung. 2017.
URL: http://www.ifd-allensbach.de/fileadmin/AWA/AWA_Praesentationen/2017/AWA_2017_Schneller_Medien.pdf (letzter Zugriff: 29.01.2018).
- Bauer Media Group: BRAVO Trendmonitor 2014.
URL: <http://www.bauermedia.com/presse/archiv/artikel/bravo-trendmonitor-2014-kaufkraft-und-smartphone-besitz-bei-den-teenagern-steigt/controller/2014/2/17/> (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- Behrens, Peter/Calmbach, Marc/Schleer, Christoph/Klingler, Walter/Rathgeb, Thomas: Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-Jährigen in Deutschland. In: Media Perspektiven 4/2014, S. 195-218.
URL: http://www.lfk.de/fileadmin/media/medienkompetenz_fortbildung/04-2014_Behrens_Calmbach_Schleer_Klingler_Rathgeb.pdf (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- BITKOM: Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft. Berlin 2014.
URL: <https://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Jung-und-vernetzt-Kinder-und-Jugendliche-in-der-digitalen-Gesellschaft.html> (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- BITKOM: Digitale Schule – vernetztes Lernen. Ergebnisse repräsentativer Schüler- und Lehrerbefragungen zum Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht. Berlin 2015.
URL: <https://www.bitkom.org/Publikationen/2015/Studien/Digitale-SchulevernetztesLernen/BITKOM-Studie-Digitale-Schule-2015.pdf> (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- BITKOM Research: Kinder und Jugend in der digitalen Welt . 2017.
URL: <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-PIs/2017/05-Mai/170512-Bitkom-PK-Kinder-und-Jugend-2017.pdf> (letzter Aufruf: 01.02.2018).
- boersenblatt.de/Media Control GmbH: Bestsellerliste Jugendbuch. URL: <https://www.boersenblatt.net/bestseller/kinder-und-jugendbuch#jugendbuch> (letzter Aufruf: 05.02.2018).
- Bravo/YouGov: Politische Jugendstudie. 2017.
URL: <https://yougov.de/news/2017/07/18/politische-jugendstudie-von-bravo-und-yougov-teenag/> (letzter Aufruf: 29.01.2018).
- Breunig, Christian/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2015. Pressekonferenz, 10.09.2015.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/projekte/ardzdf-studie-massenkommunikation/> (letzter Aufruf: 23.02.2016)

Zitierte Studien/Quellenangaben

- Breunig, Christian/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven 7-8/2015, S. 323-341.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/massenkommunikation-2015-funktionen-und-images-der-medien-im-vergleich/> (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- Brüggem, Niels u.a.: Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit onlinebezogenen Risiken. Berlin 2017. URL: http://www.fsm.de/sites/default/files/FSM_Jugendmedienschutzindex.pdf (letzter Aufruf: 26.01.2018).
- Bündnis gegen Cybermobbing: Cyberlife II. Spannungsfeld zwischen Faszination und Gefahr. Cybermobbing bei Schülerinnen und Schülern. Karlsruhe 2017.
URL: http://bgcmob.de/fileadmin/pdf/2016_05_02_Cybermobbing_2017End.pdf (letzter Aufruf: 30.01.18).
- DAK-Studie: WhatsApp, Instagram und Co. – so süchtig macht Social Media. Berlin 2017.
URL: <https://www.dak.de/dak/download/dak-studie-social-media-nutzung-1968596.pdf>
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)/SINUS-Institut Heidelberg/Erich Pommer Institut (EPI): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Hamburg 2014.
URL: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf> (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- Forsa: Hate Speech 2017.
URL: https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2017/Ergebnisbericht_Hate-Speech_forsa-Mai-2017.pdf (letzter Aufruf: 01.02.2018).
- Forsa/DAK Gesundheit: Internet- und Computergebrauch bei Kindern und Jugendlichen. November 2015. URL: http://www.dak.de/dak/download/Forsa_Studie_Internetsucht_im_Kinderzimmer-1728400.pdf (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- GfK: Frequency of Reading Books. Global GfK survey 2017. URL: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/Landing_Pages_PDF/Global%20Studies%20Roper/Global-GfK-survey_Frequency-reading-books_2017.pdf (letzter Aufruf: 26.01.2018).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2017 Bericht.
URL: <http://iconkids.com> (letzter Aufruf: 25.01.2018).

Zitierte Studien/Quellenangaben

- Knop, Karin/Hefner Dorothee/Schmitt, Stefanie/Vorderer, Peter: Mediatisierung mobil. Handy- und Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen. Zusammenfassung der LfM-Schriftenreihe Medienforschung. Düsseldorf 2015.
URL: http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Tagungen_und_Praesentationen/Alwayson/Dokumente/Band-77_Mediatisierung-mobil_Zusammenfassung.pdf (letzter Aufruf: 05.03.2016).
- Koch, Wolfgang/Frees, Beate: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: Neun von zehn Deutschen online. In: Media Perspektiven 9/2017, S. 434-446. URL: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2017/Artikel/917_Koch_Frees.pdf (letzter Aufruf: 25.01.2018).
- Kupferschmitt, Thomas: Online-Vidoreichweite steigt bei weiter geringer Nutzungsdauer. In: Media Perspektiven 9/2016, S. 448-459.
URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0917_Kupferschmitt.pdf (letzter Aufruf: 25.01.2018).
- Kupferschmitt, Thomas: Onlinevideo. In: Media Perspektiven 9/2017, S. 447-462.
URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0917_Kupferschmitt.pdf (letzter Zugriff: 25.01.2018).
- Media Perspektiven Basisdaten 2016. Daten zur Mediensituation in Deutschland 2016. Frankfurt am Main, 2016. URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Basisdaten_2016_Inhalt_komplett_verlinkt.pdf (letzter Aufruf: 25.01.2018).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie 2017. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart 2017.
URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf (letzter Aufruf: 17.01.2018).
- Schröter, Christian: Audiowelten im Wachstum. Zur Radio-, Audio-, und Streamingnutzung im Internet. In: Media Perspektiven 9/2017, S. 463-471.
URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0917_Schroeter.pdf (letzter Aufruf: 01.02.2018).
- van Eimeren, Birgit u. a.: Mediennutzung junger Berufseinsteiger. In: Media Perspektiven 1/2017, S. 16-25.
URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/012017_vanEimeren_Gaber_Koch_Schroeter.pdf (letzter Aufruf: 31.01.18).