

9. Oö. Jugend-Medien-Studie

Das Medienverhalten der 11- bis 18-Jährigen

2025



Stockphoto / Getty Images / monkeybusinessimages

Inhaltsverzeichnis

Dokumentation der Studie	3
Zusammenfassung der Studie	4
Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Jugendlichen	4
Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Eltern	8
Medienverhalten der Jugendlichen aus dem Blickwinkel der Pädagog:innen	12
Ergebnisse der 9. Oö. Jugend-Medien-Studie 2025	15
Ergebnis-Charts der Jugendlichen	15
Ergebnis-Charts der Eltern	56
Ergebnis-Charts der Pädagog:innen	105

Dokumentation der Studie

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

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

Befragt wurden:

- a) 500 Jugendliche aus OÖ im Alter von 11 bis 18 Jahren (Interviews)
maximale statistische Schwankungsbreite bei n=500: +/- 4,48 Prozent
Befragungszeitraum: 29. April bis 04. Juli 2025
- b) 300 Eltern aus OÖ, die Kinder im Alter von 11 bis 18 Jahren haben (Interviews)
maximale statistische Schwankungsbreite bei n=300: +/- 5,8 Prozent
Befragungszeitraum: 31. März bis 30. Juni 2025
- c) 200 Pädagog:innen der Sek1 in OÖ (MS, AHS Unterstufe) (telefonische CATI-Interviews)
maximale statistische Schwankungsbreite bei n=200: +/- 7,07 Prozent
Befragungszeitraum: 03. April bis 23. Juni 2025

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

Das vorliegende Dokument bietet einen Überblick über die Studienergebnisse.

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

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

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

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

Auch 2025 zeigt sich, dass Jugendliche ihre Freizeit besonders häufig mit Ausruhen, digitalen Spielen und Treffen mit Freund:innen verbringen. Das Entspannen und die Online-Spiele liegen heuer noch vor dem persönlichen Kontakt mit den Freund:innen, hier zeigt sich eine leichte Verschiebung. Bei den Lieblingsfreizeitbeschäftigungen 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 Lieblings-sender 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-Spielwelt ist vielfältig und beinhaltet unterschiedlichste Genres – neben z.B. Simulations-, Renn-, Rästel- und Jump-and-Run-Spielen bleibt auch Platz für LernApps. Gespielt wird vielfach mit den Freund:innen aus der realen Welt, die LernApps nutzt man (erwartungsgemäß) eher alleine. Die Online-Spiele sorgen bei jungen Menschen für gute Laune und Entspannung – Ärger, Angst oder schlechte Laune sind keine typischen Reaktionen auf Online-Spiele, da sind sich Jugendliche und Eltern einig.

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

8. Internet – tägliche Nutzung etabliert

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

9. Sprachassistenten & KI – neue Technologien im Alltag

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5. Lesen – weiterhin nachrangige Beschäftigung

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

6. Handyverbot an Schulen findet Zustimmung

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

7. Internet-Nutzung im Alltag

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

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

8. Spiele - Online-Gaming gewinnt an Bedeutung

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

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

9. Sprachassistenten & KI – von Skepsis zu mehr Akzeptanz

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

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

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

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

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

2. Medienkompetenz – kritisches Denken und digitale Kompetenzen im Fokus

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

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

3. Medien im Schulalltag – digitale Schulbücher etablieren sich

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



1

Inhaltlicher Überblick

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Aufgabenstellung

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die neu erliche 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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

AUFGABENSTELLUNG 4

KAPITEL 2

Freizeitverhalten & Medienrelevanz

market institut



Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen I

gestützt, Platz 1 bis 16



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

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

* 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?

Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen II

gestützt, Platz 17 bis 29



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

	JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	EINSCHÄT- ZUNG 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

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 7

Top 5 Lieblingsbeschäftigungen I

gestützt, Platz 1 bis 17



1 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
kreaviv 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

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 8

Top 5 Lieblingsbeschäftigungen II

gestützt, Platz 18 bis 33



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

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

*) 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!

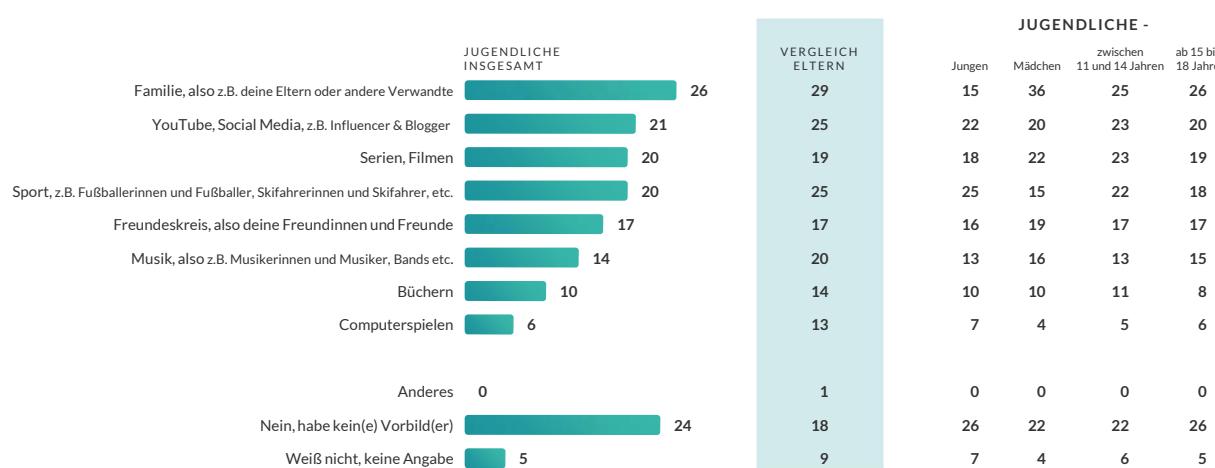
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 9

Vorbilder der Jugendlichen



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



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!

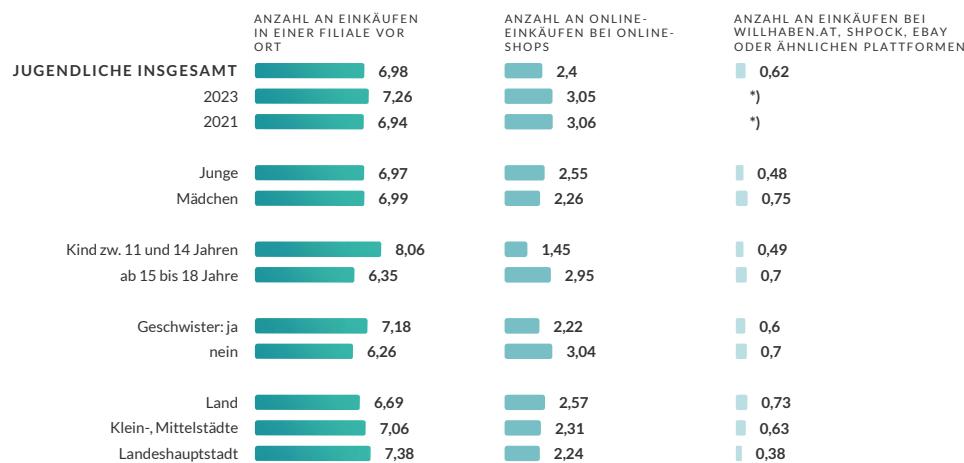
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 10

Einkaufsverhalten der Jugendlichen: Filiale vs. Online



1 Einkäufe tätigen die Jugendlichen auch weiterhin am liebsten vor Ort!



*) 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

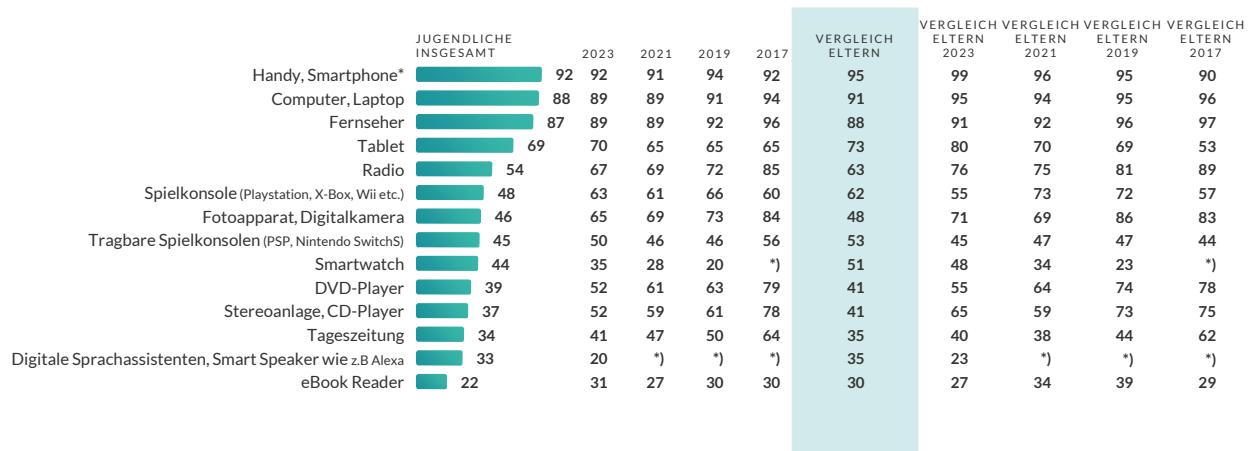
FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 11



Haushaltsausstattung an elektrischen/elektronischen Geräten



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



* 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!**

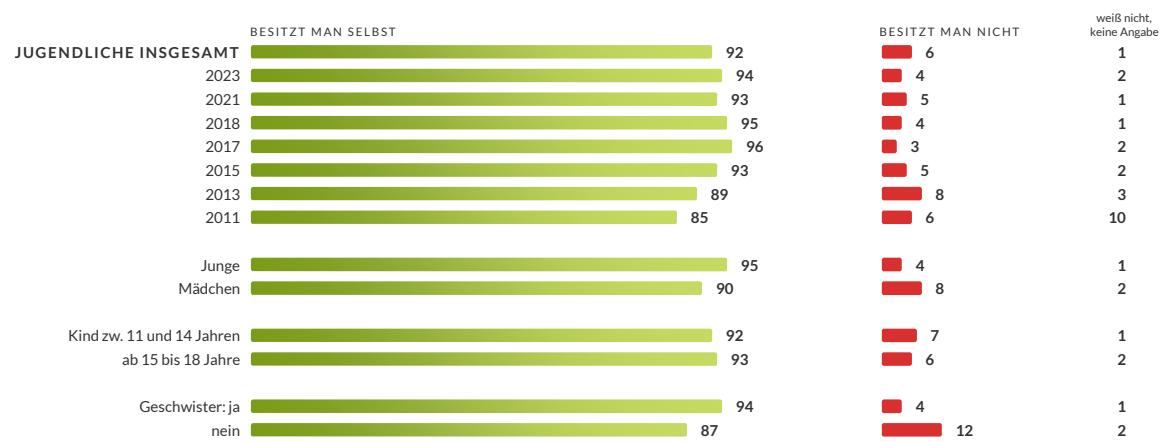
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 13

Elektronische Geräte im Besitz von Jugendlichen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR **MARKET!**

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

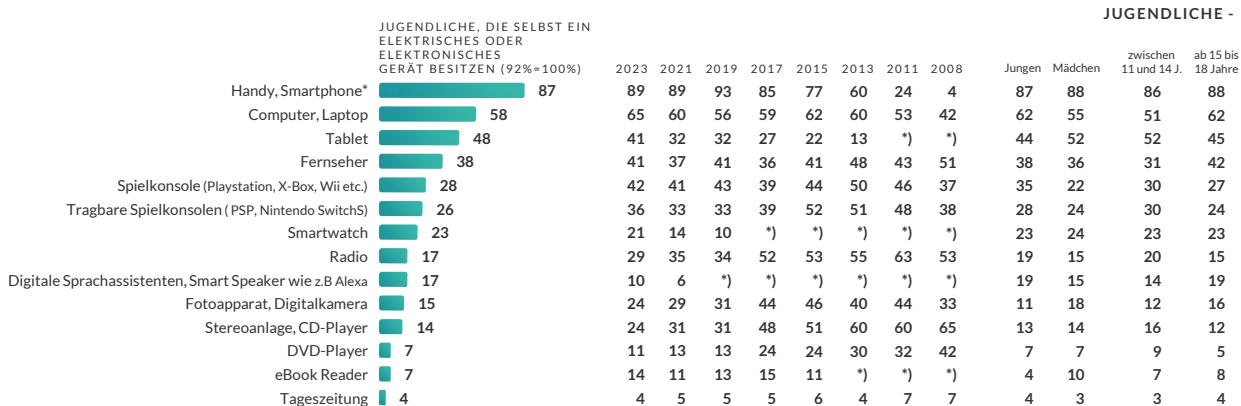
AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 14

Die elektronischen Geräte der Jugendlichen

Basis: Jugendliche mit elektronischen Geräten



1 Der Großteil der Jugendlichen hat ein eigenes Smartphone!



* 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%)

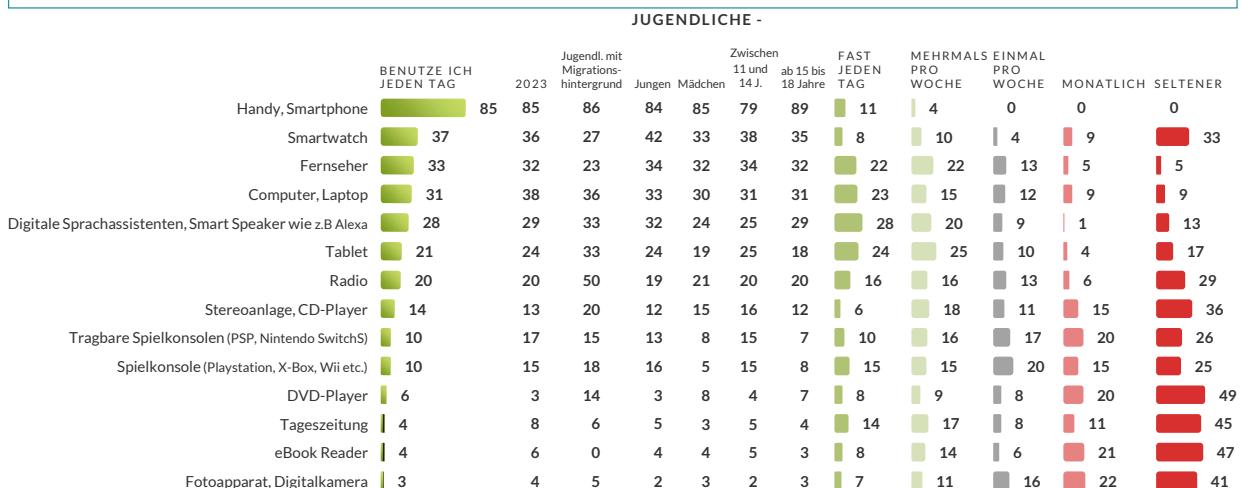
AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 15

Nutzungsintensität der Geräte

Basis: Jugendliche mit elektronischen Geräten



1 Smartphones werden von den Jugendlichen (beinahe) täglich eingesetzt!



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



1 Weiterhingilt: 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	72	78	73	76
Computer, Laptop	24	42	25	24	20	27
Fernseher	21	25	19	22	22	20
Tablet	16	17	11	21	20	13
Spielkonsole (Playstation, X-Box, Wii etc.)	7	12	9	5	4	9
Smartwatch	6	7	5	7	5	7
Tragbare Spielkonsolen (PSP, Nintendo Switch)	4	11	5	4	3	5
Radio	4	8	5	3	5	3
eBook Reader	4	4	3	5	3	4
Stereoanlage, CD-Player	3	3	3	3	3	3
Digitale Sprachassistenten, Smart Speaker wie z.B Alexa	3	3	2	4	3	3
Fotoapparat, Digitalkamera	2	5	0	3	1	2
Tageszeitung	2	2	2	2	3	1
DVD-Player	1	3	0	2	0	1

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

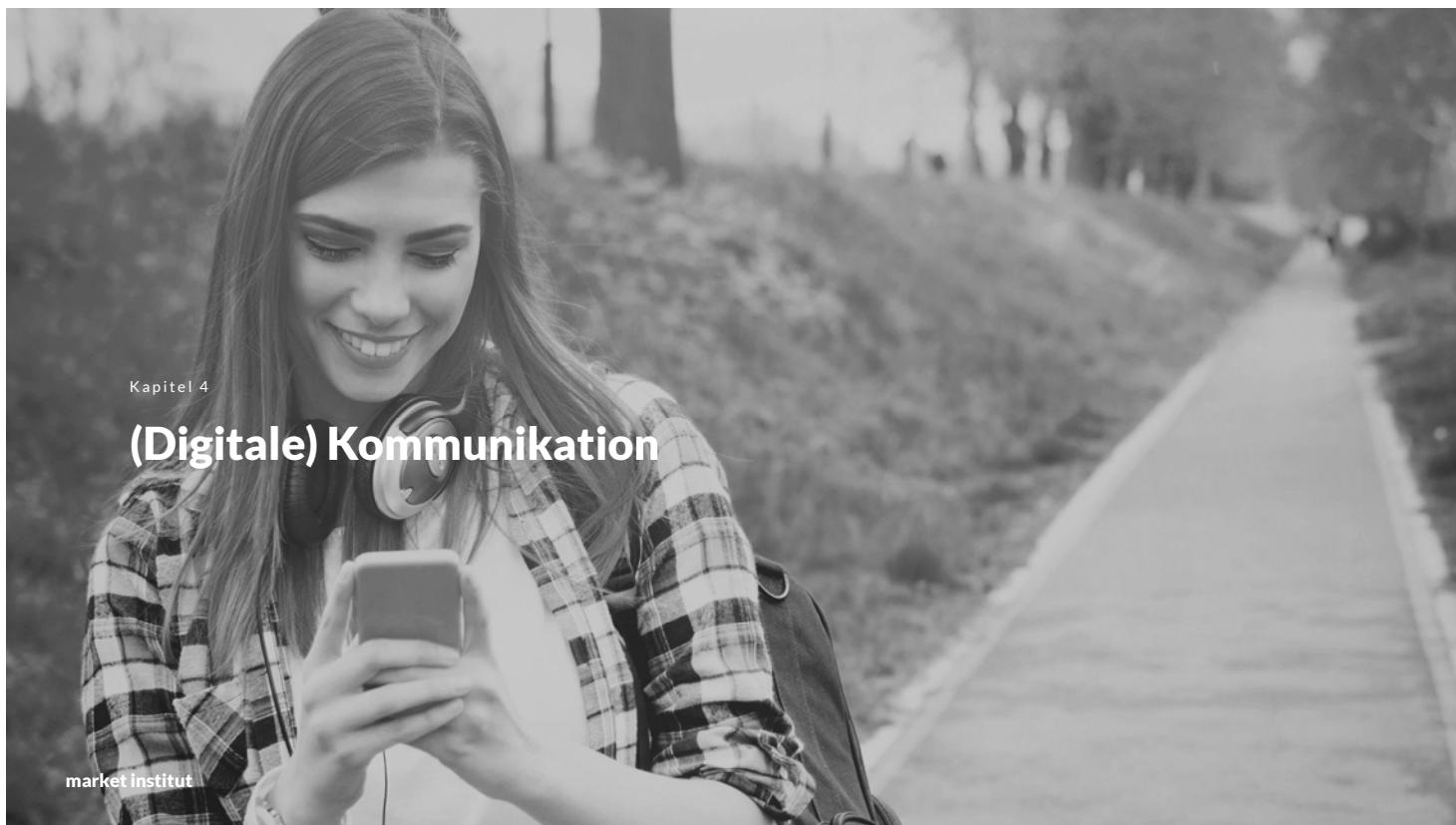
Musik: Hörgewohnheiten



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

JUGENDLICHE INSGESAMT	2023	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN		EINSCHÄTZUNG DER ELTERN 2023
		56	56	
Musik über Streaming-Anbieter wie Spotify, Apple-Music oder Amazon-Music hören	56	58	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?



Kapitel 4

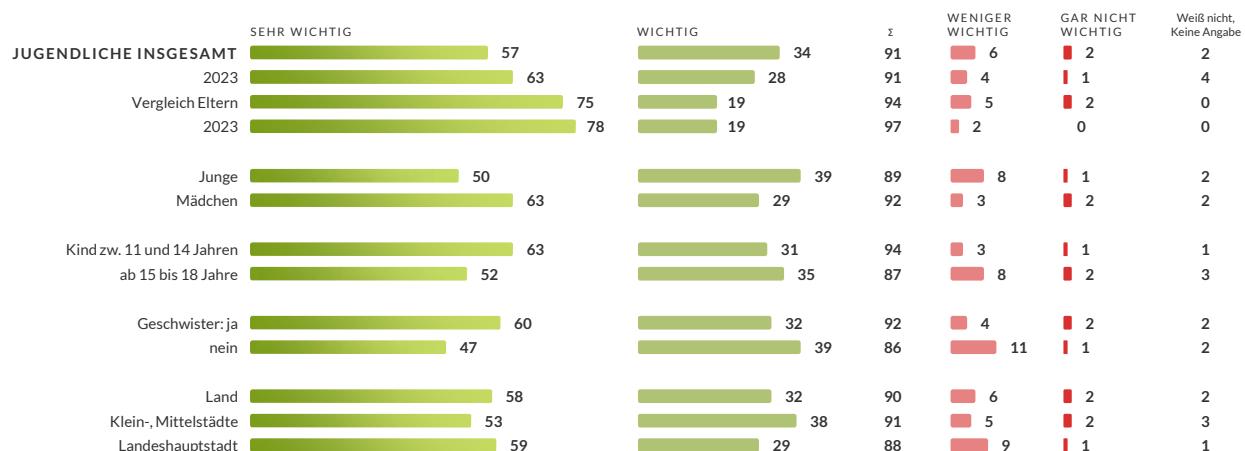
(Digitale) Kommunikation

market institut

Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft



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

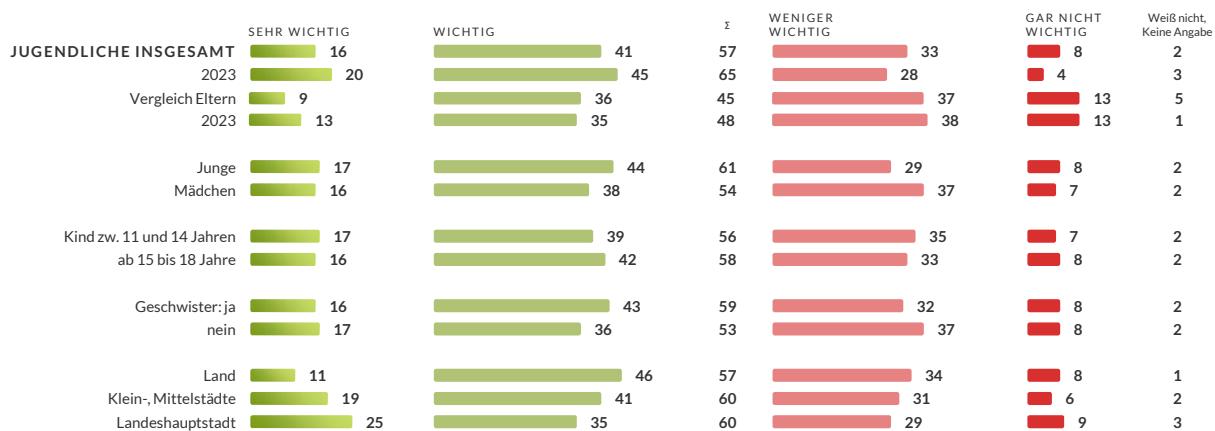


Frage: Wie schätzt du das ein: Wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass man sich trifft und gemeinsam Zeit miteinander verbringt?

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft



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



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!

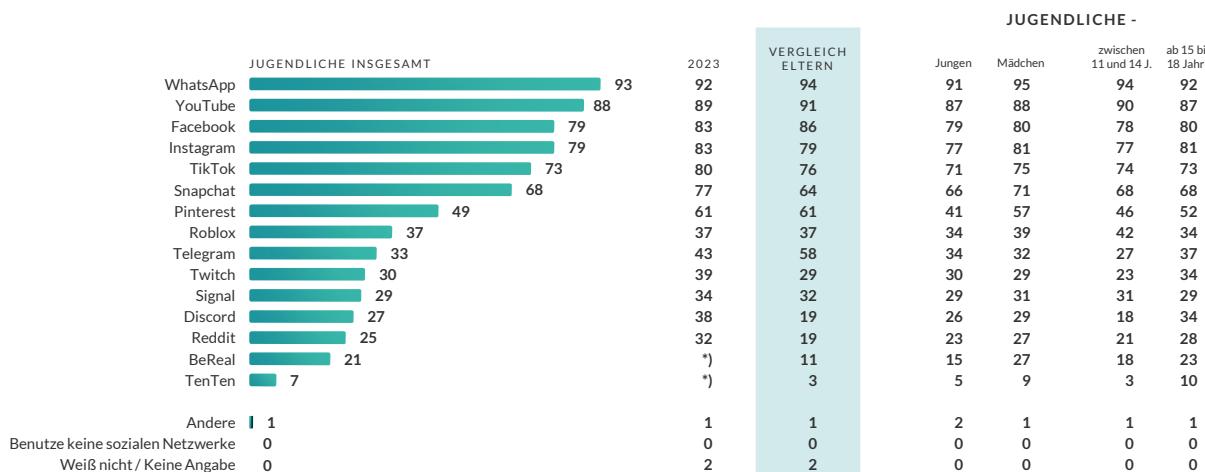
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 21

Bekanntheit der sozialen Netzwerke



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

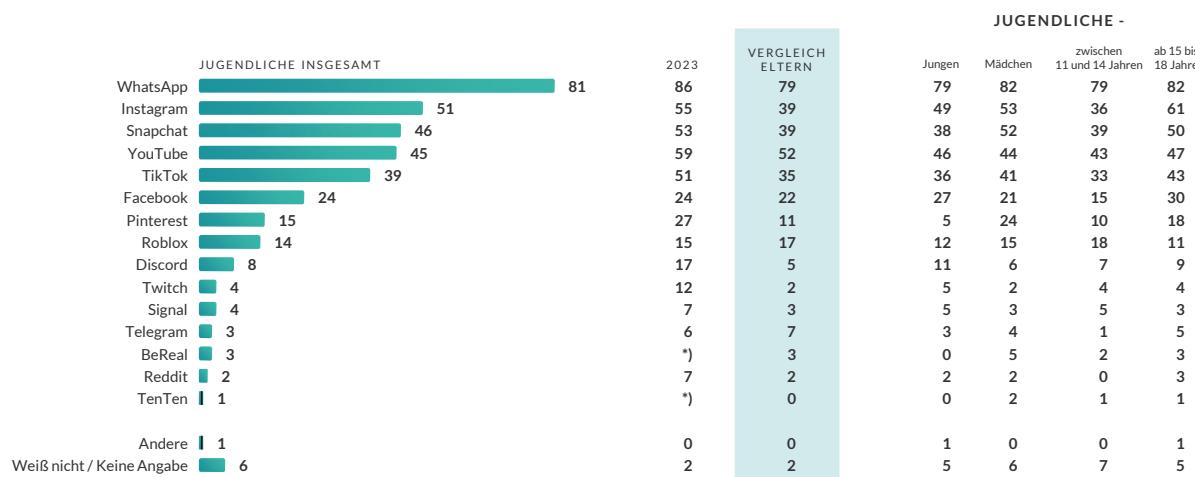
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 22

Nutzung der sozialen Netzwerke



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



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

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



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

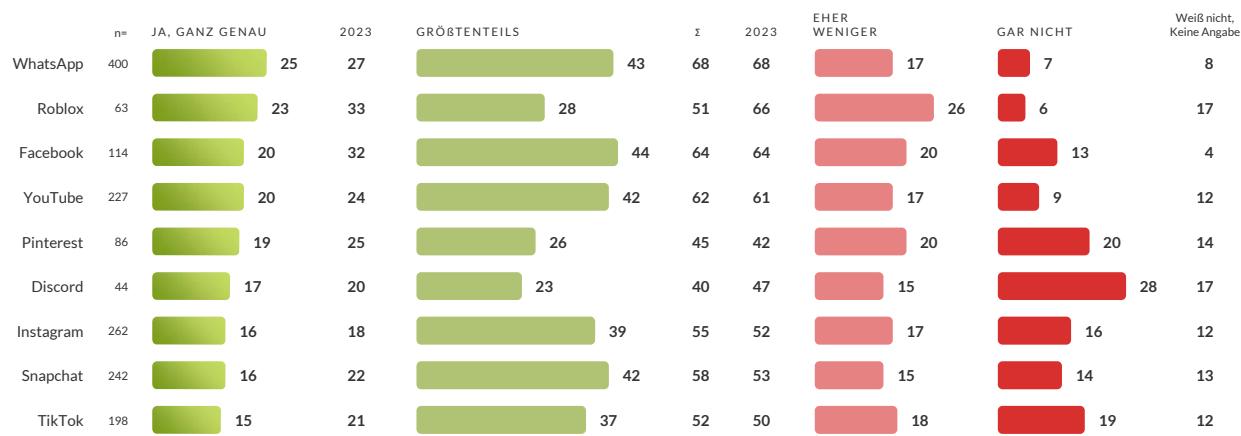
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 24

Wissensstand der Eltern über die Nutzungsintensität

Basis: Jeweilige Nutzer:innen



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



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



1 4 von 10 Jugendlichen sprechen regelmäßig mit ihren Eltern über die Erlebnisse in den sozialen Netzwerken!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

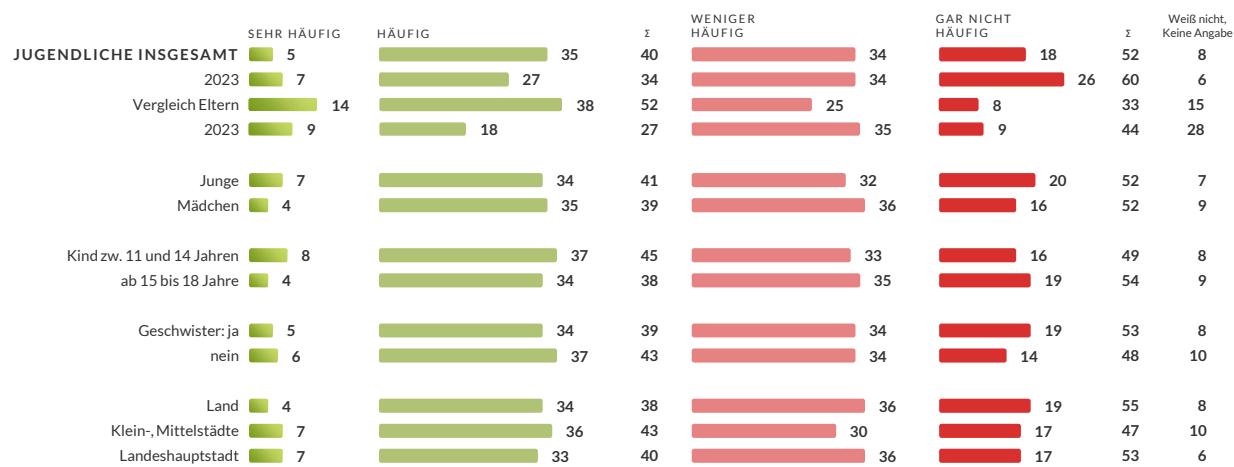
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 26

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Schule



1 Die Thematisierung sozialer Netzwerke in Schulen nimmt zu!

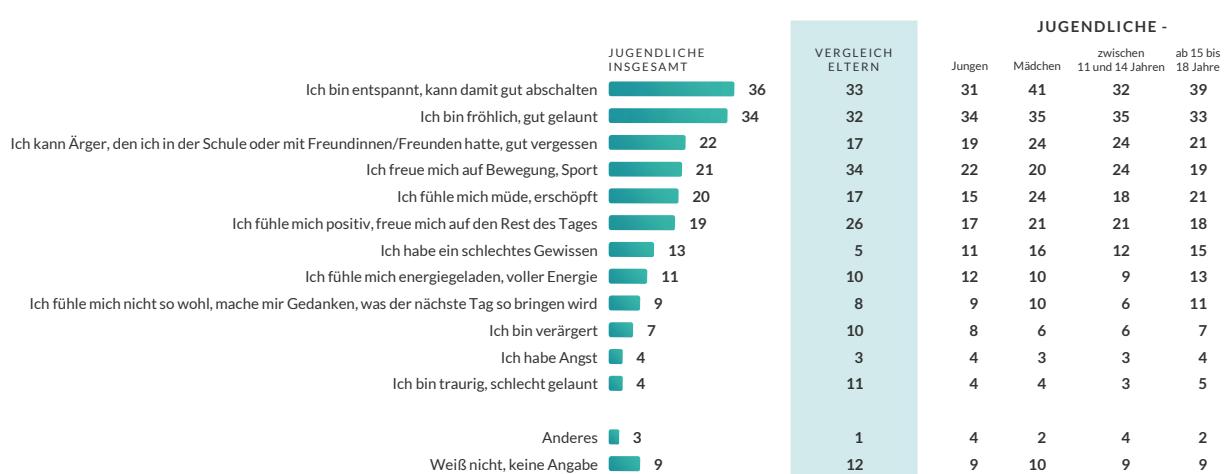


Frage: Wie häufig wird in der Schule besprochen, was man in sozialen Netzwerken wie WhatsApp und Instagram so macht oder auch, was man da alles machen kann und was nicht?

Gefühlslage nach Aktivität in sozialen Netzwerken



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

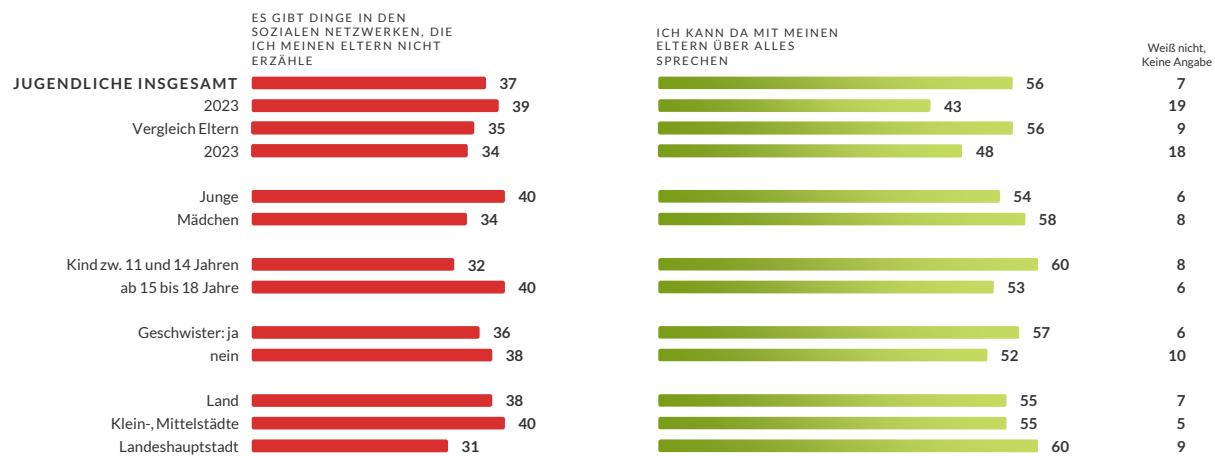


Frage: Und wie fühlst du dich üblicherweise, nachdem du in den sozialen Netzwerken aktiv warst? Nenne die 3 Aussagen, die dein Gefühl da am besten beschreiben.

Geheimnisse rund um Erlebnisse in sozialen Netzwerken



1 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



1 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!

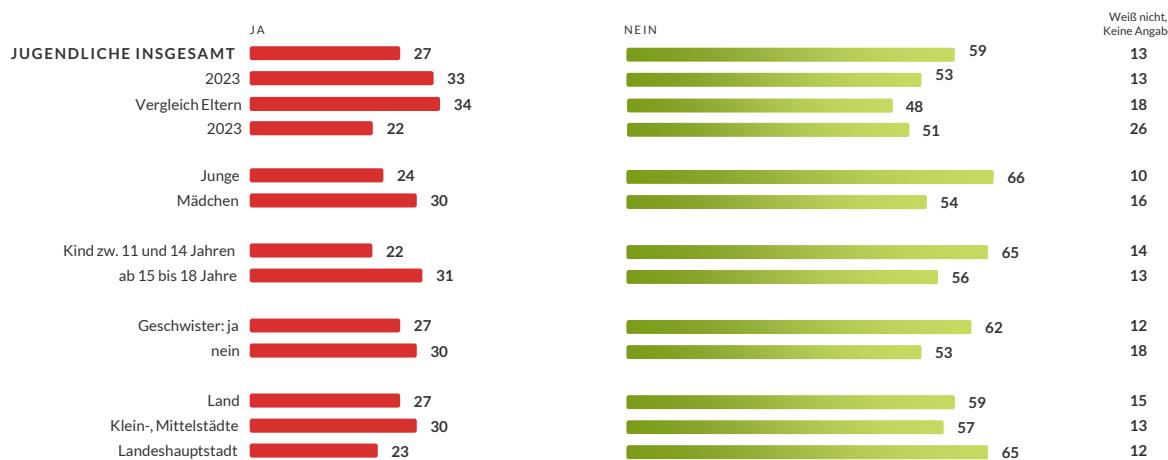
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 30

Negative Erlebnisse in den sozialen Netzwerken



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



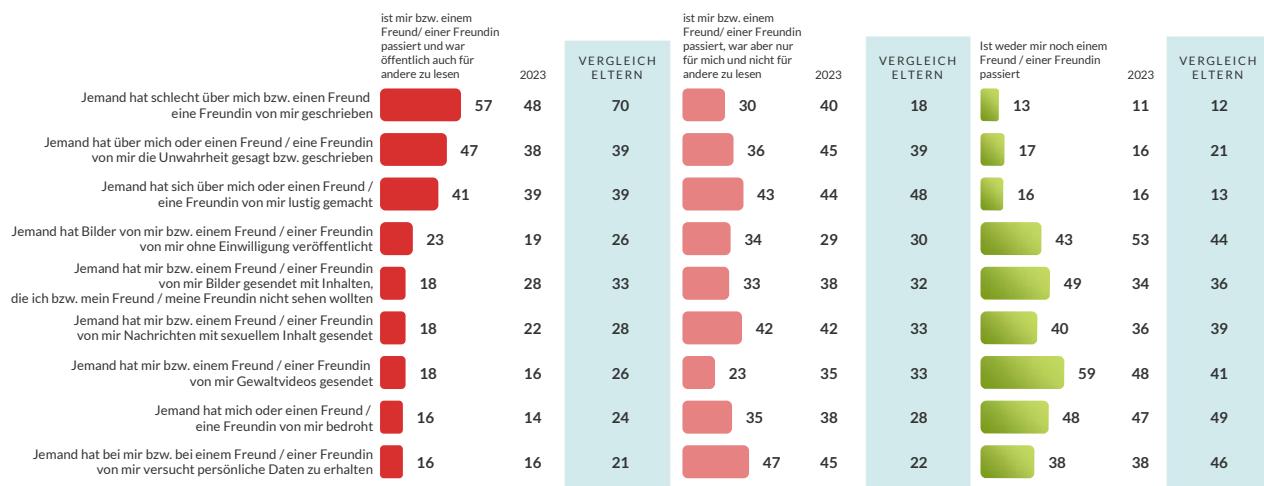
Frage: Bist du oder ein Freund von dir in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden, so dass du dich unwohl gefühlt hast?

Die negativen Erlebnisse im Detail

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken



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



Frage: Was ist da passiert?

Reaktionen auf die negativen Erlebnisse

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken



1 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 SOZIALEM 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
Geärgert	39	56	33	42	41
Mit den Eltern darüber gesprochen	28	45	26	29	43
Jene Personen blockiert	27	33	21	31	18
Mit Geschwistern darüber gesprochen	19	24	19	18	11
Gar nichts / es einfach so stehen lassen	13	18	18	9	5
Nicht gewusst, was ich bzw. mein Freund / meine Freundin tun sollen	13	14	16	12	16
Mit der Person ausgesprochen, alles geklärt	9	14	9	9	9
Über die Person im Internet schlecht geredet bzw. geschrieben	8	12	11	6	7
Mit Lehrer:innen darüber gesprochen	7	15	7	8	7
Anderes	1	3	2	1	0
Weiß nicht / Keine Angabe	1	3	2	0	2

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

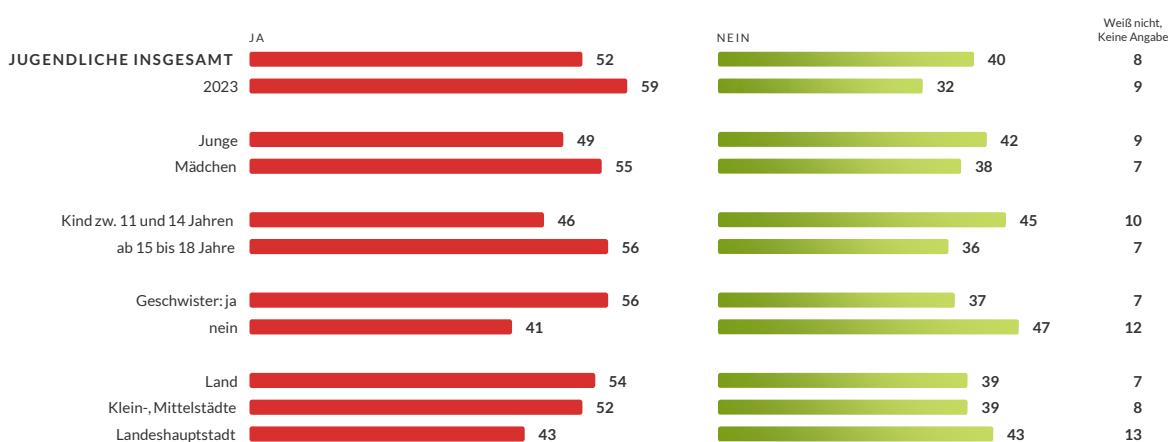
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche, die in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden sind (27% = 100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 33

Verbreitung von Hasskommentaren



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



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

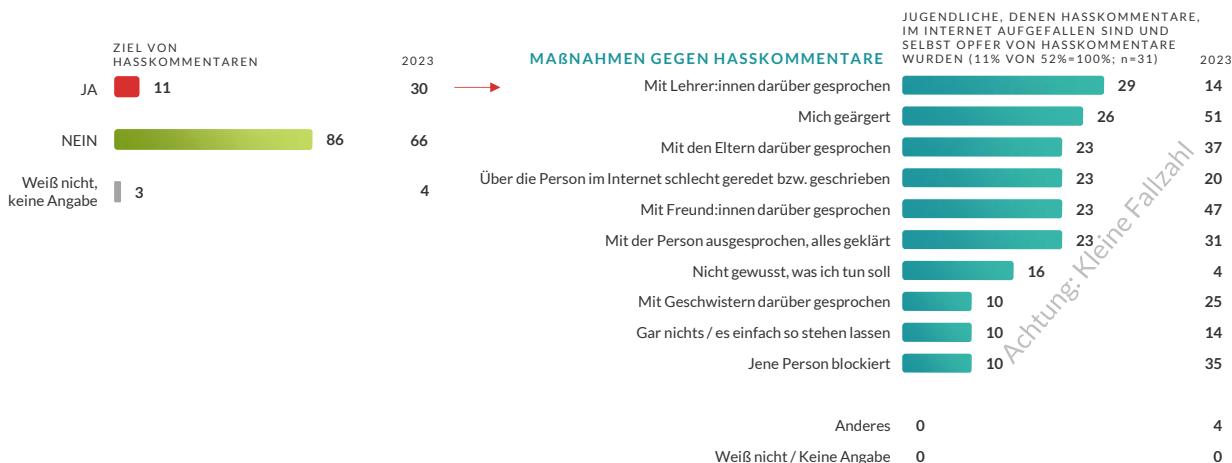
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 34

Persönliche Betroffenheit von Hasskommentaren

Basis: Jugendliche, denen Hasskommentare im Internet aufgefallen sind



1 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!

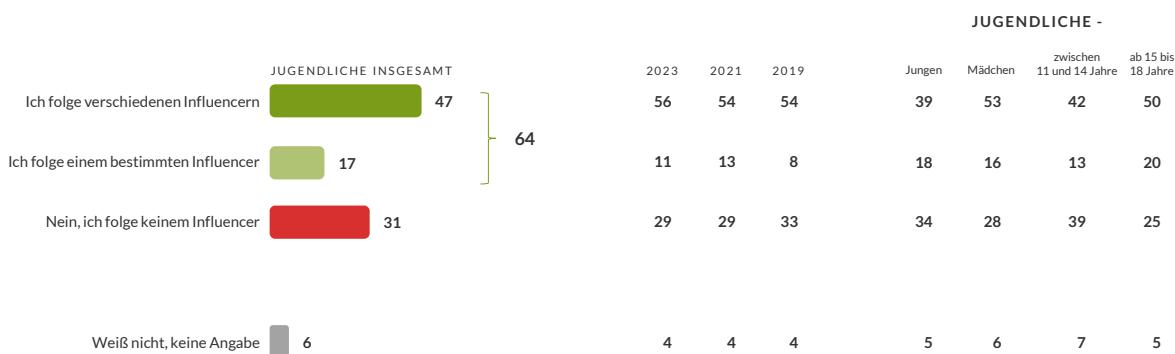
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche, denen schon einmal Hasskommentare im Internet aufgefallen sind (52% = 100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 35

Bedeutung von Influencern



1 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 -

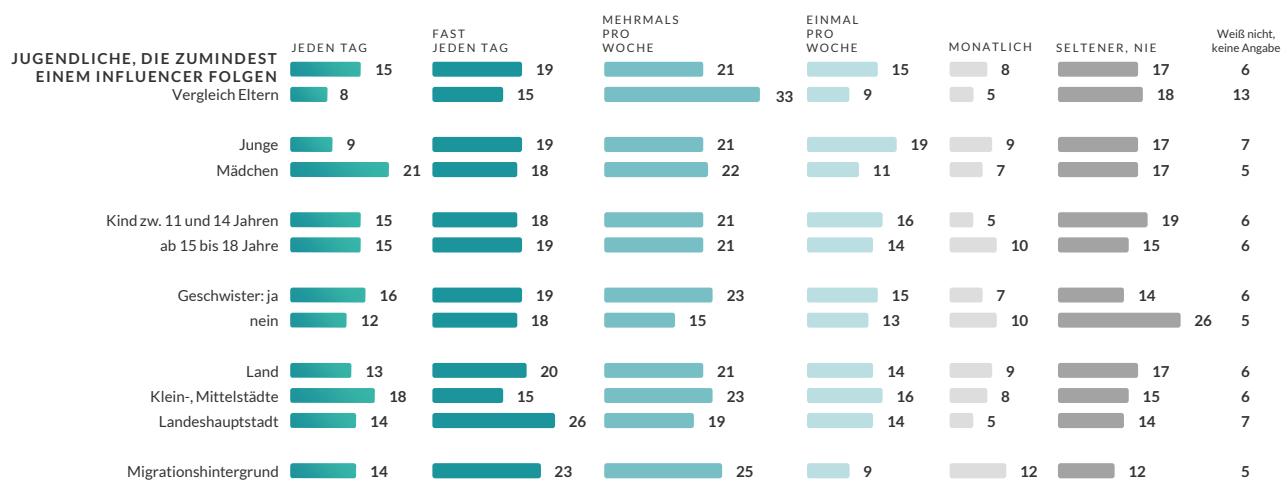
MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 36

Kontaktintensität mit den Influencern

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen



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%)

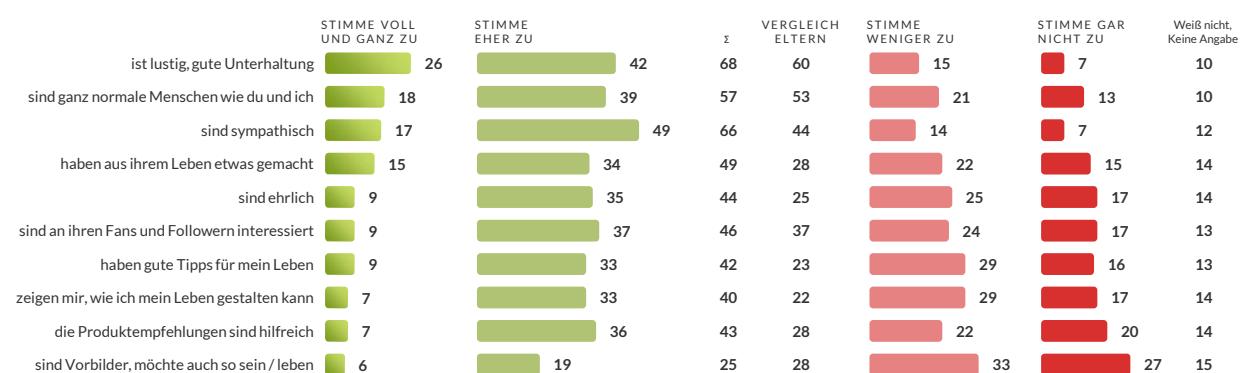
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 37

Einschätzung von Influencern

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen



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



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%)

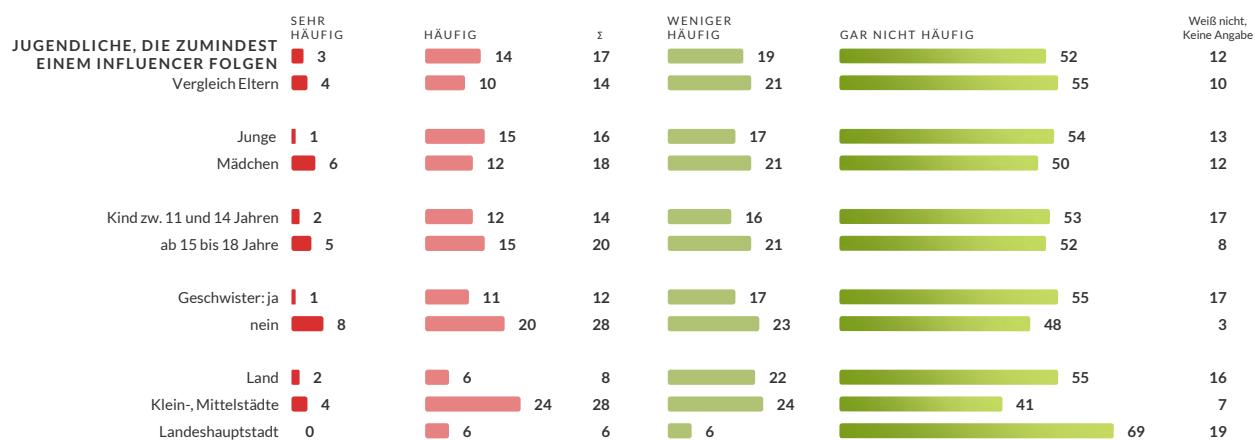
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 38

Gefühlslage nach Influencer-Kontakt

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen



1 Influencer lösen nur selten negative Gefühle bei Jugendlichen aus!



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%)

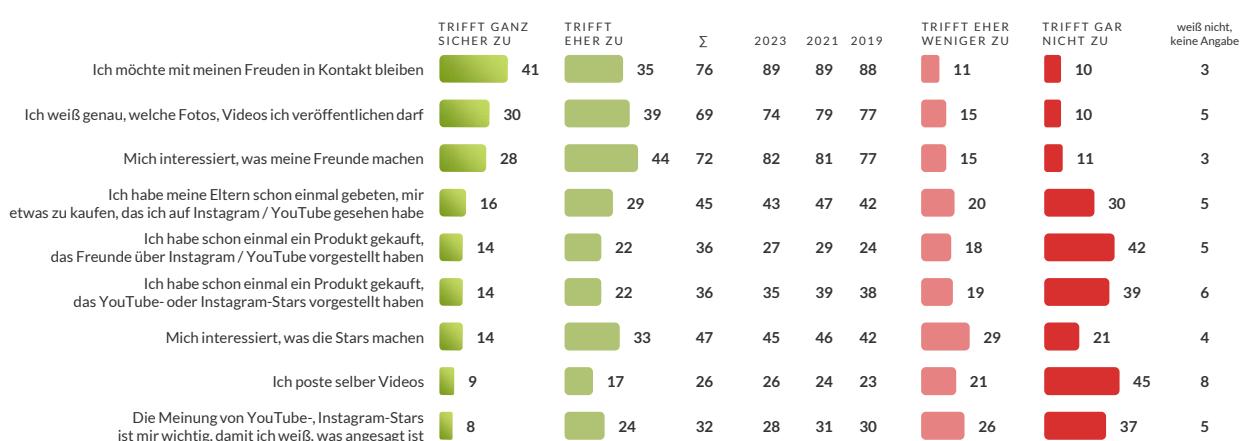
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 39

Aussagen zu Online-Communities

Basis: Jugendliche, die zumindest einem Influencer folgen



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



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

Kapitel 5

Fernsehen

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Nutzung von Fernsehsendern, Streaming-Diensten & Clips

Jugendliche insgesamt

 **Education Group**

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

	FERNSEH- SENDER	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

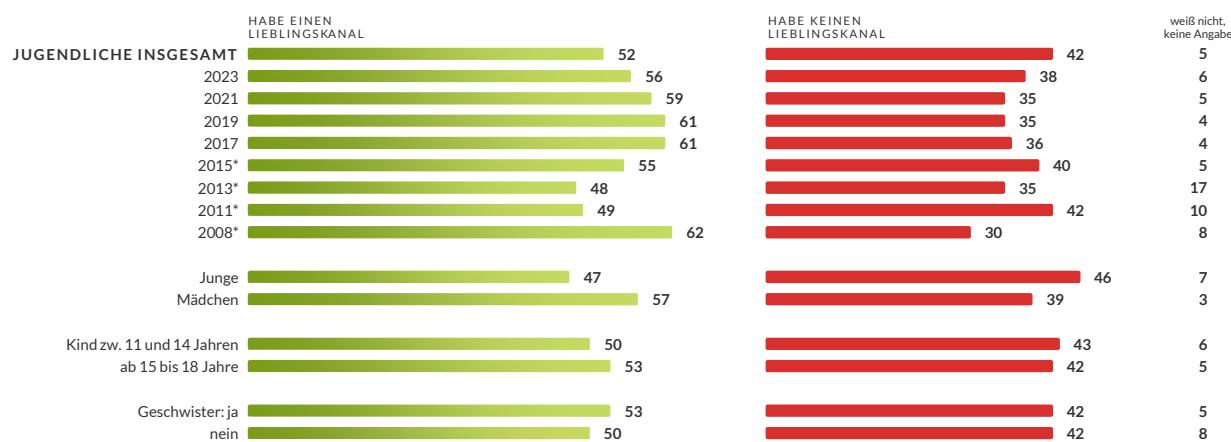
MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKETErgebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Jugendliche insgesamt

FERNSEHEN 42

Lieblingskanal



i Die Hälfte der Jugendlichen hat einen Lieblingskanal.



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

* wurde nur nach Lieblings-TV-Sendern gefragt

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR **MARKET!**

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

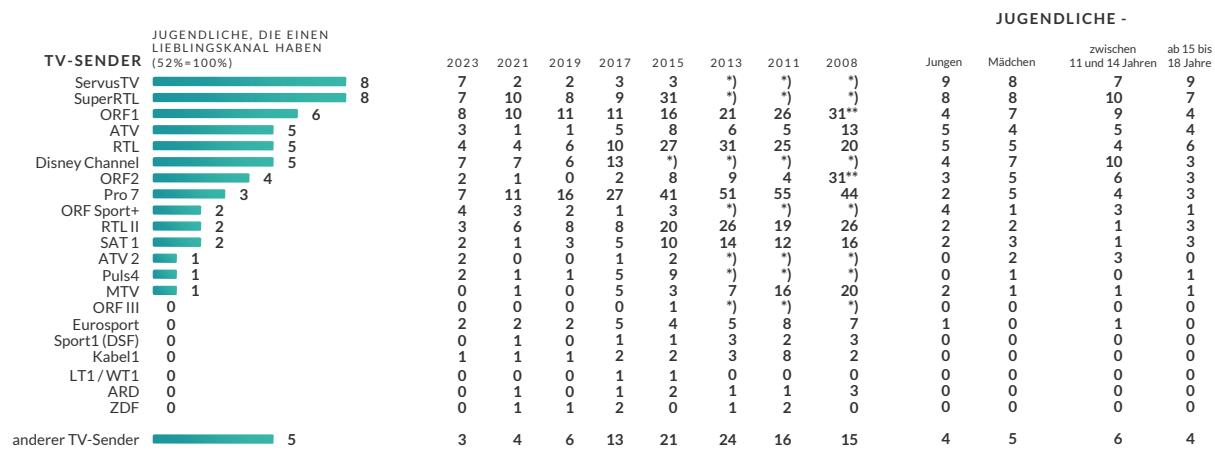
FERNSEHEN 43

Lieblingskanäle im Detail II

Basis: Jugendliche mit Lieblingskanal: TV-Sender

 Education Group

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



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

** wurde als QRF abgefragt

*) wurde nicht erhoben

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – **ZB2924/Basis:** Jugendliche, die einen Lieblingskanal haben (52% = 100%)

FERNSEHEN 44

Lieblingskanäle im Detail II

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



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

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

*) 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%)

FERNSEHEN 45

Gefühlslage nach Fernsehen, Streamen & Clips



1 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!

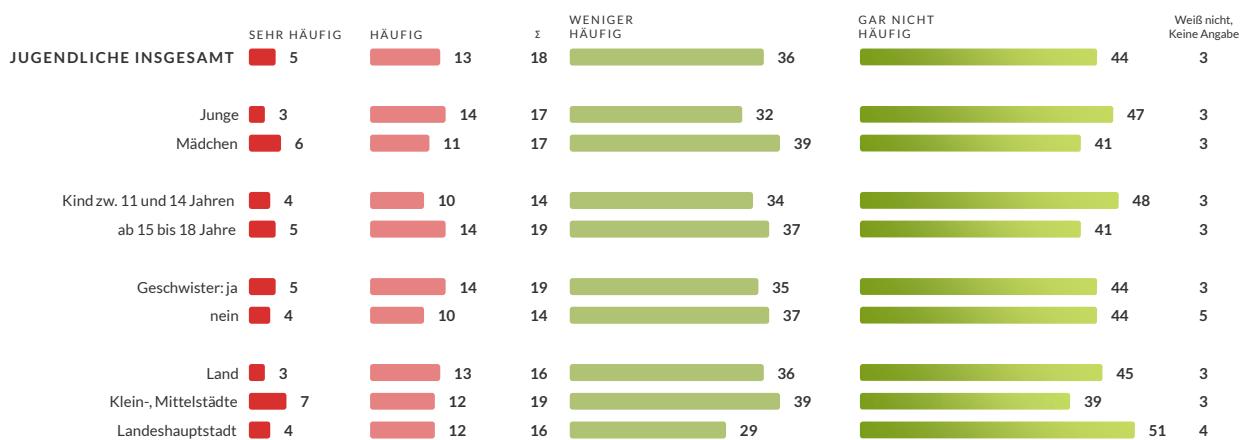
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

FERNSEHEN 46

Negative Gefühlslage durch Bewegtbilder



1 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

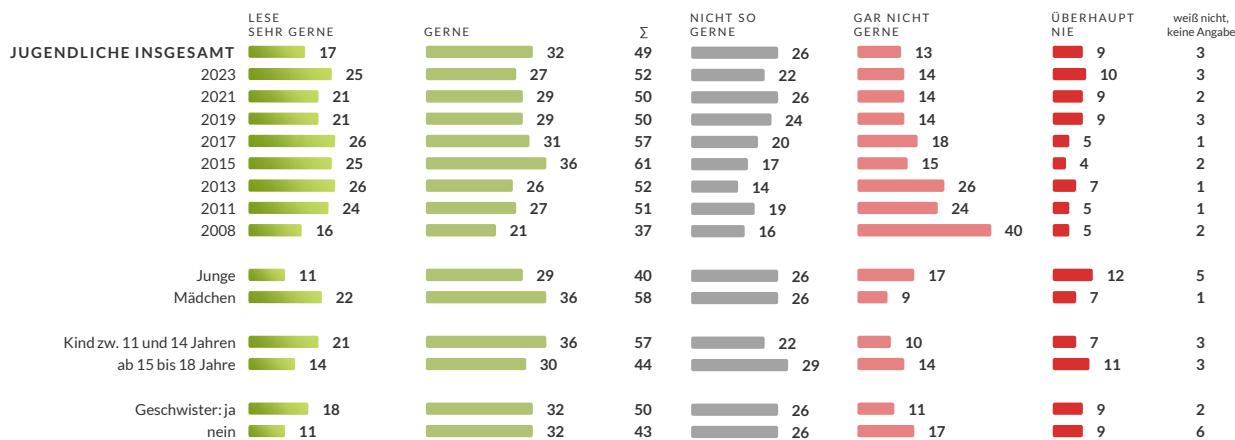
FERNSEHEN 47



Freude am Lesen



1 Die Hälfte der Jugendlichen liest gerne!



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

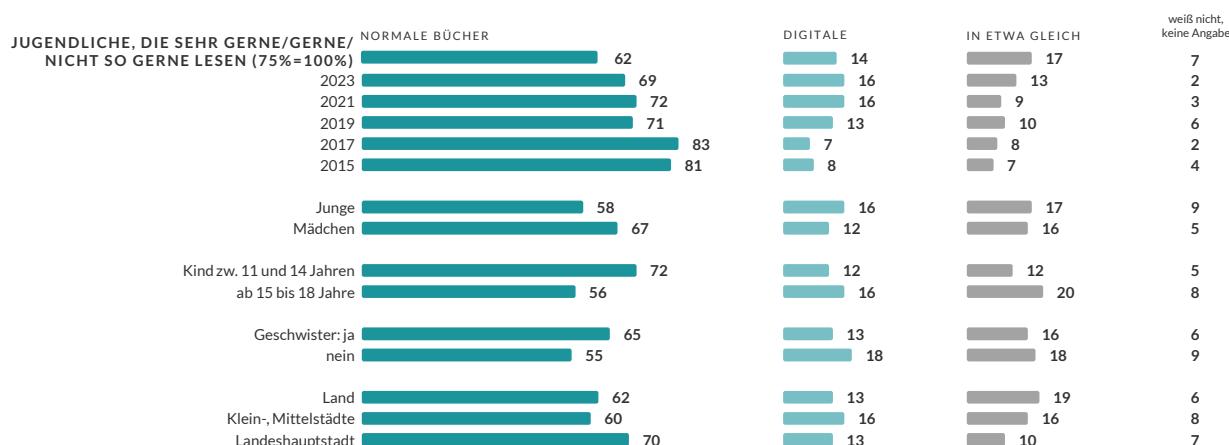
LESEN 49

Normale vs. digitale Bücher



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

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



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%)

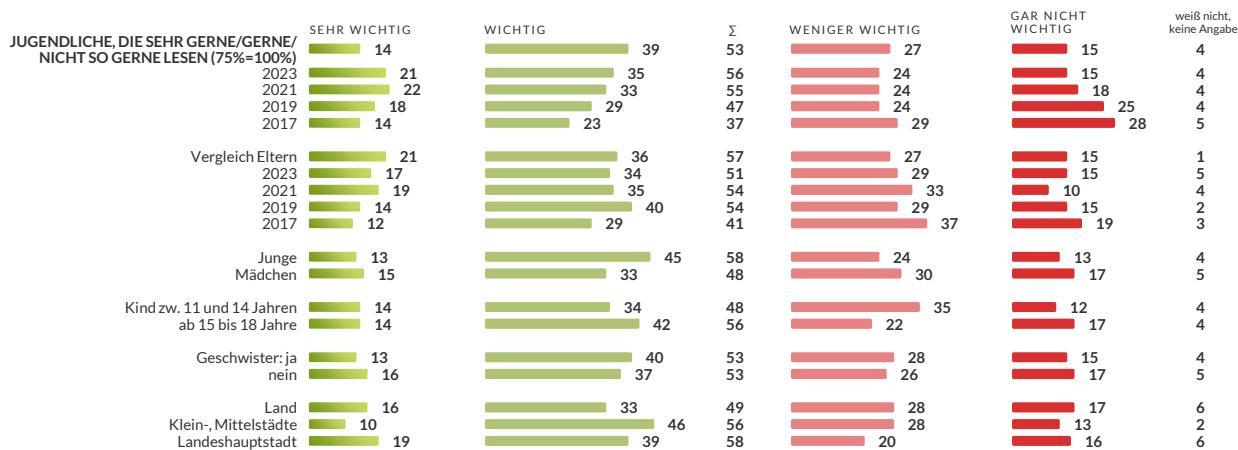
LESEN 50

Einsatz digitaler Schulbücher

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



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



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

Kapitel 7

Handy / Smartphone

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Häufig genutzte Smartphone-Funktionen I

Platz 1 – 14



1 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

HANDY / SMARTPHONE 53

Häufig genutzte Smartphone-Funktionen II

Platz 15 – 25



1 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!

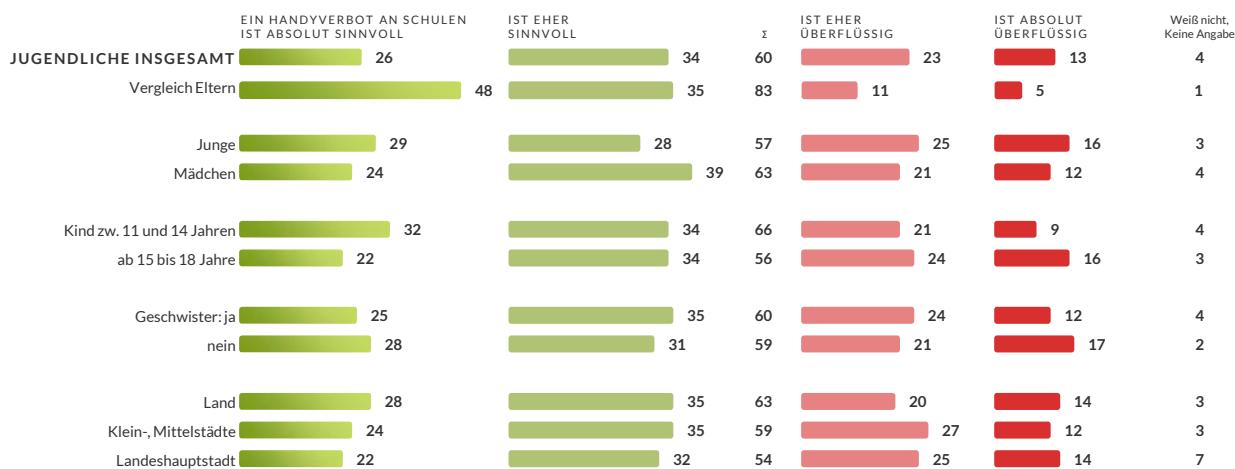
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

HANDY / SMARTPHONE 54

Einstellung zum Handyverbot an Schulen



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



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

Kapitel 8

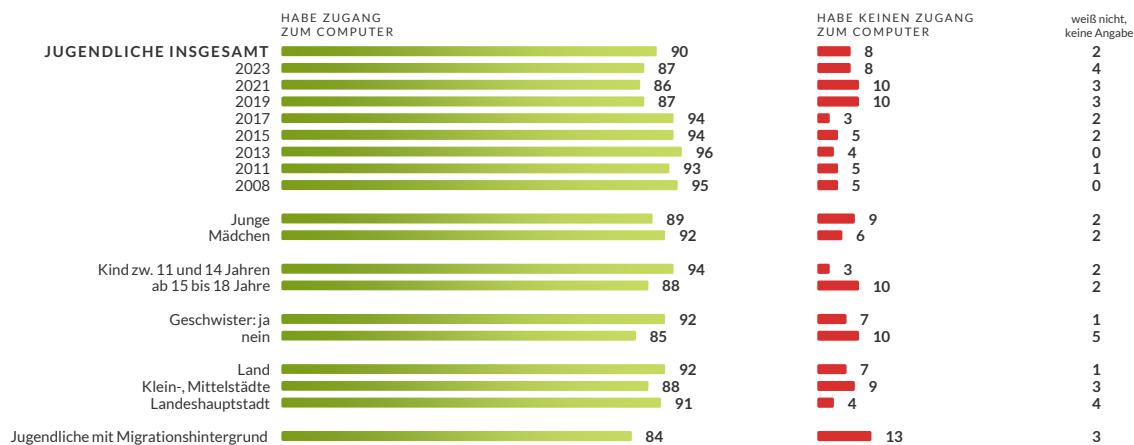
Computer

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Verbreitung von Computern



1 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 Freunden:innen?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

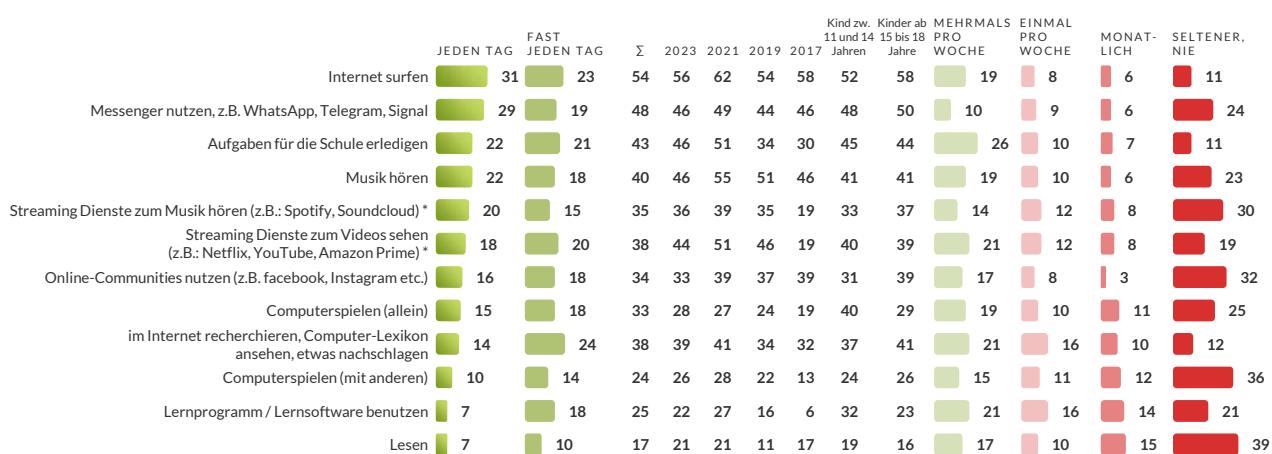
COMPUTER 57

Die häufigsten Aktivitäten am Computer I



Basis: Jugendliche mit Computerzugang, Platz 1 – 13

1 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%)

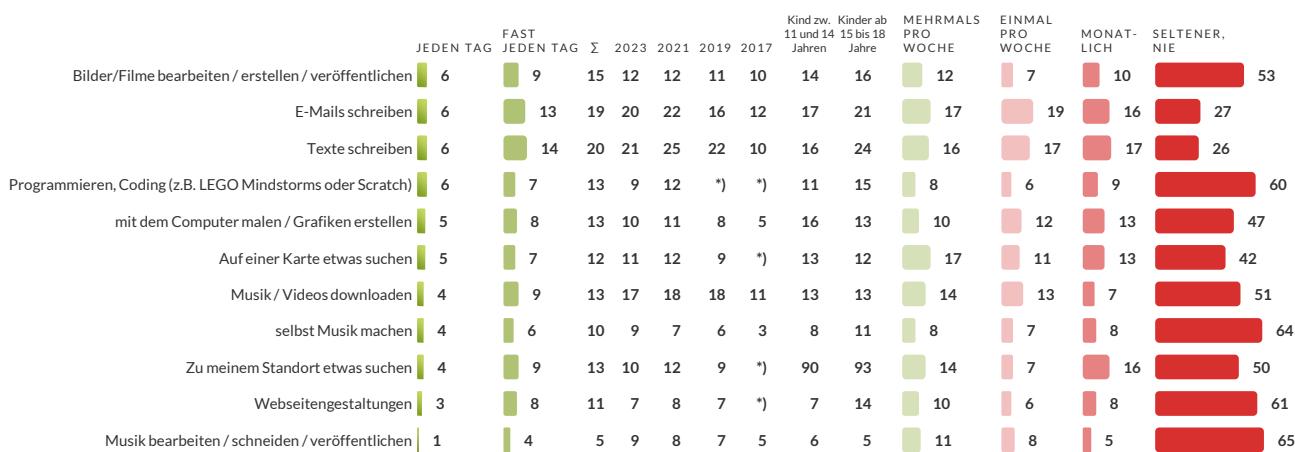
COMPUTER 58

Die häufigsten Aktivitäten am Computer II

Basis: Jugendliche mit Computerzugang, Platz 13 - 24



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



*) 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!

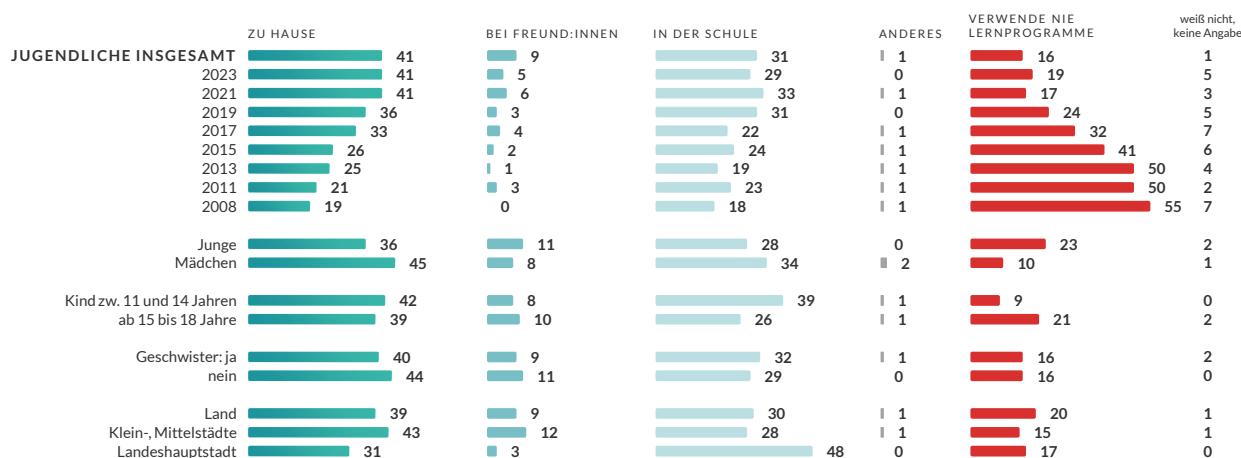
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche, die Zugang zu einem Computer haben (90% = 100%)

COMPUTER 59

Nutzung von Lernprogrammen/LernApps



1 Kaum Veränderung bei der Nutzung von Lernprogrammen.



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

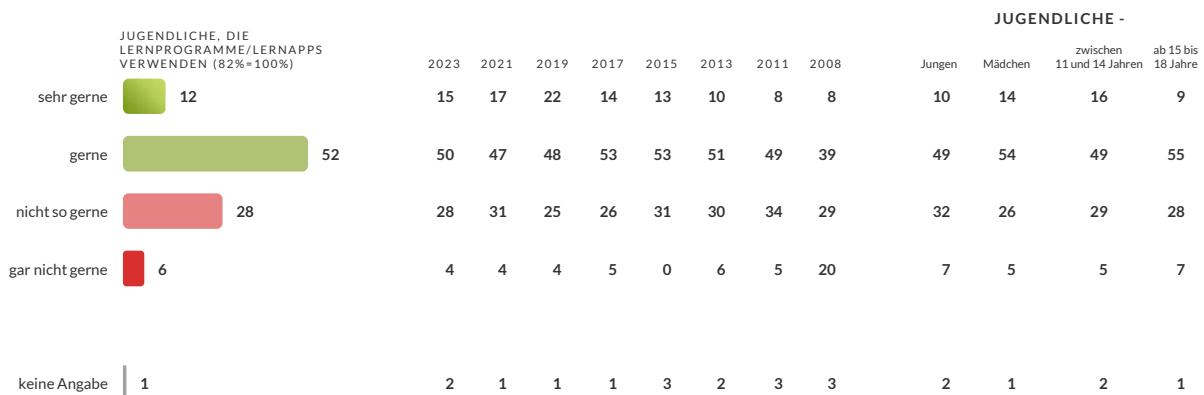
COMPUTER 60

Interesse an Lernprogrammen/LernApps

Basis: Jugendliche, die Lernprogramme/LernApps verwenden



1 Die Mehrheit der Jugendlichen nutzt die Lernprogramme gerne!



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%)

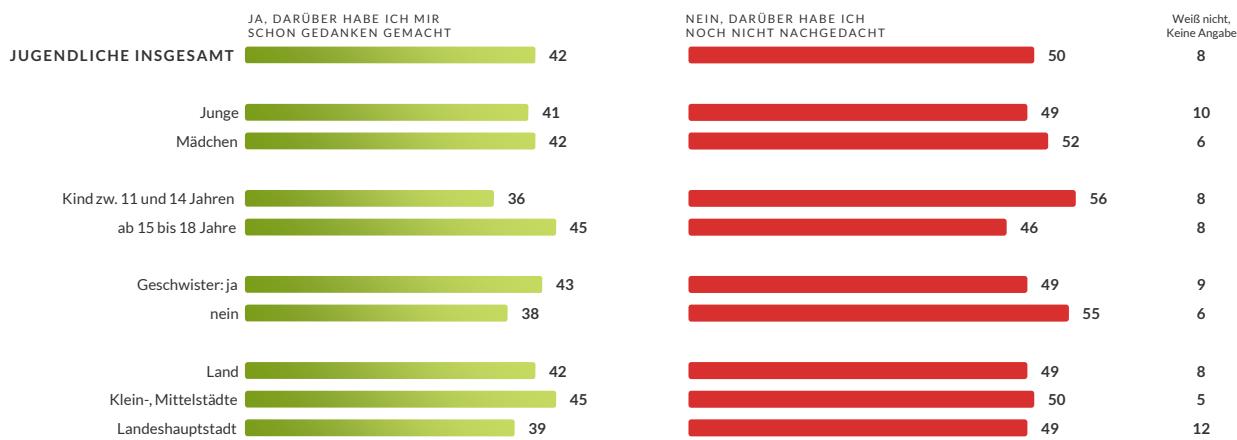
COMPUTER 61



Gedanken zu YouTube-Vorschlägen



1 4 von 10 Jugendlichen haben sich schon Gedanken über YouTube-Vorschläge gemacht – tendenziell eher ältere Jugendliche!



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!

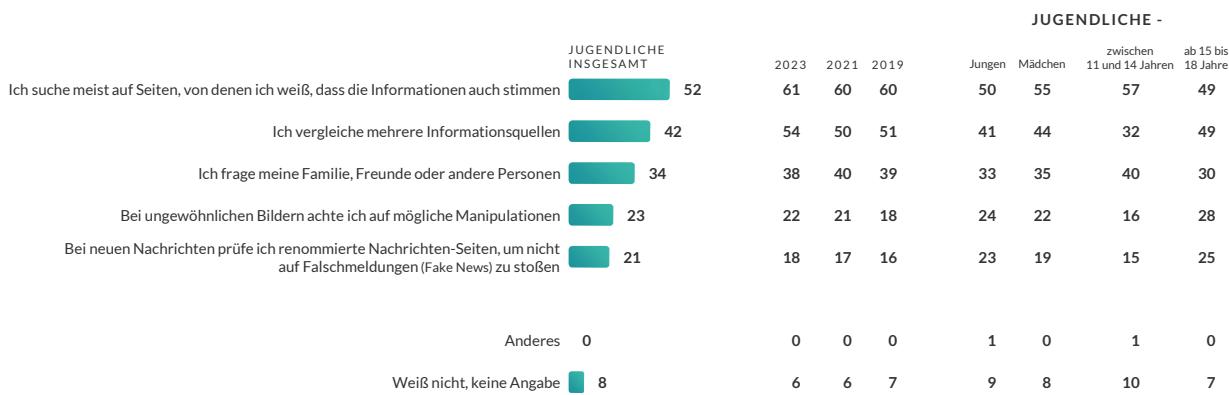
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

INTERNET 63

Überprüfen von Internet-Informationen



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



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



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

	JUGENDLICHE INSGESAMT	JUGENDLICHE -			JUGENDLICHE -			
		2023	2021	2019	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



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

	JUGENDLICHE INSGESAMT	JUGENDLICHE -			JUGENDLICHE -			
		2023	2021	2019	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

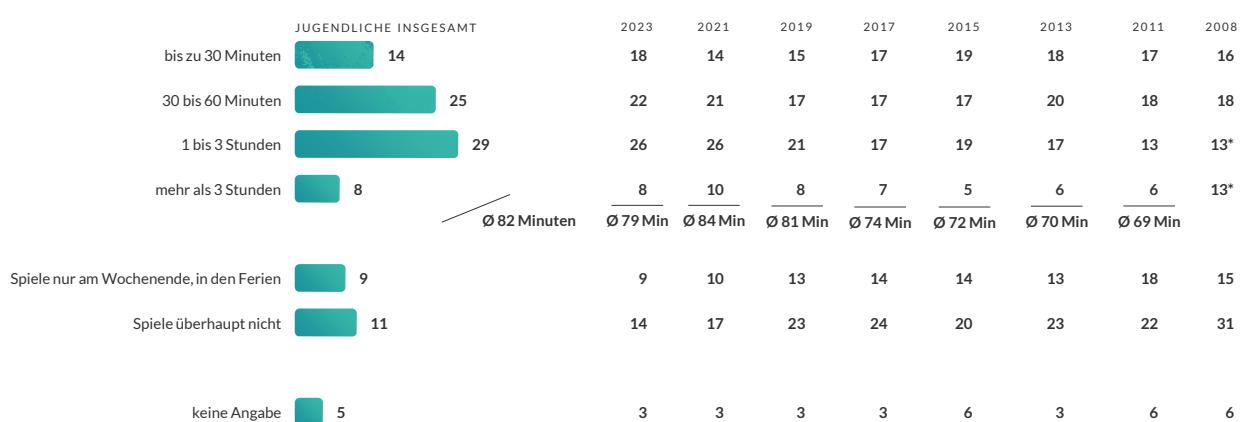
INTERNET 66



Nutzungsdauer von Computerspielen



Die durchschnittliche Computerspielzeit liegt ähnlich wie in den letzten Jahren!



* Trend: mehr als 60 Minuten

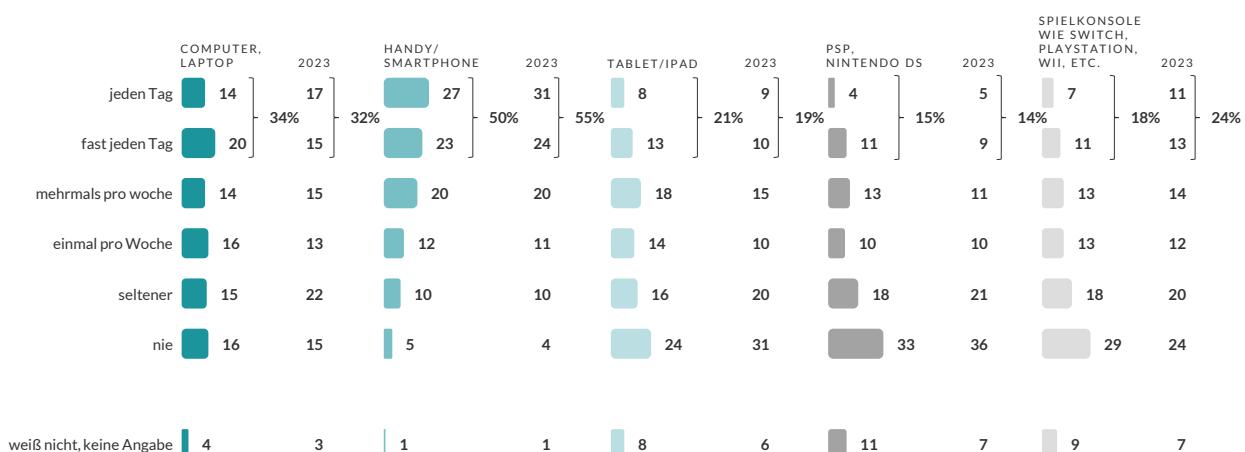
Frage: Kommen wir zu Computerspielen. Bitte bei den nächsten Fragen auch an Spiele auf Spielkonsolen, Handys, Smartphones und Tablets denken. Wie lange spielst du durchschnittlich Computer- oder Konsole Spiele pro Tag?

Spielhäufigkeiten auf den Endgeräten

Basis: Jugendliche, die Computerspiele spielen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

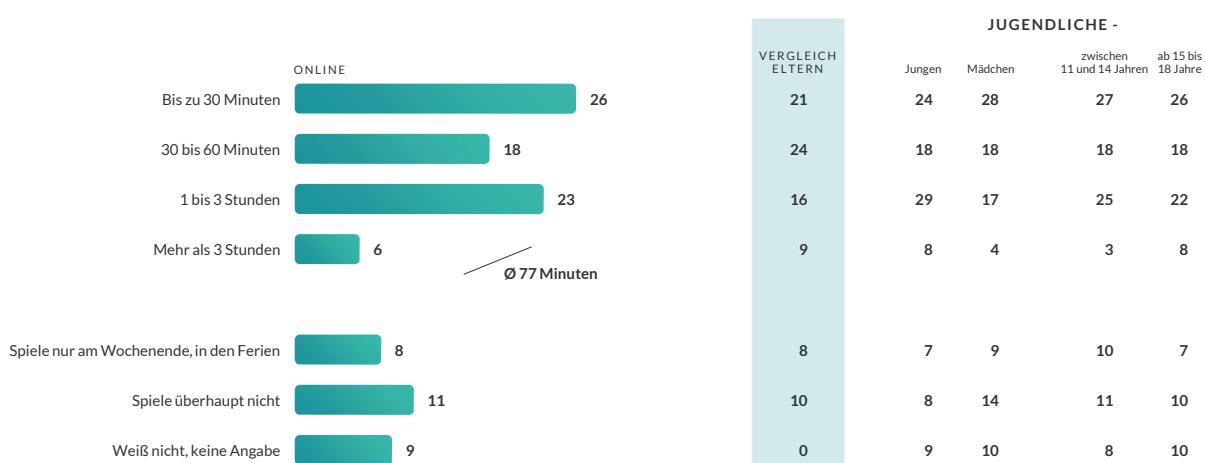
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche, die Computerspiele spielen (83% = 100%)

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 69

Der tägliche Online-Spielkonsum



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



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!

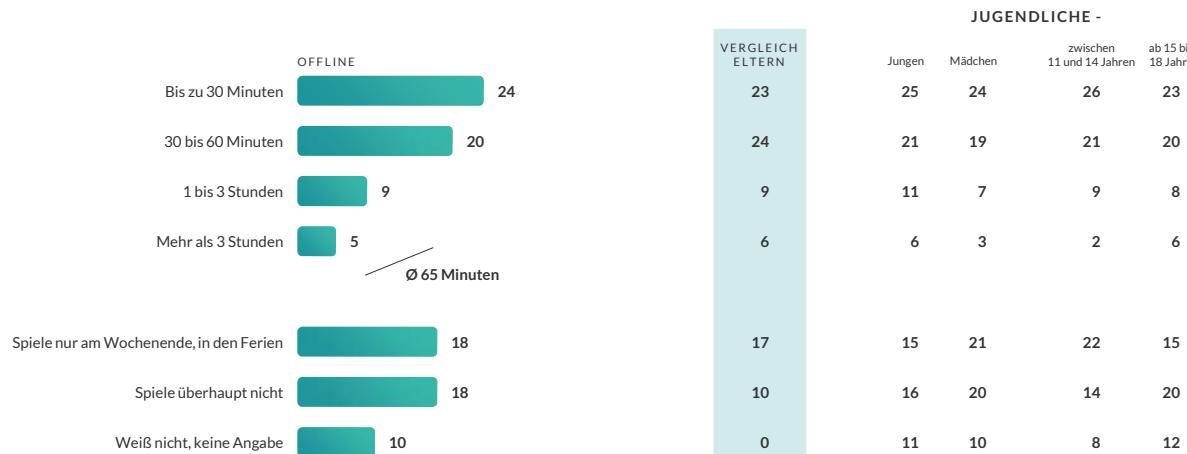
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 70

Der tägliche Offline-Spielkonsum



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



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

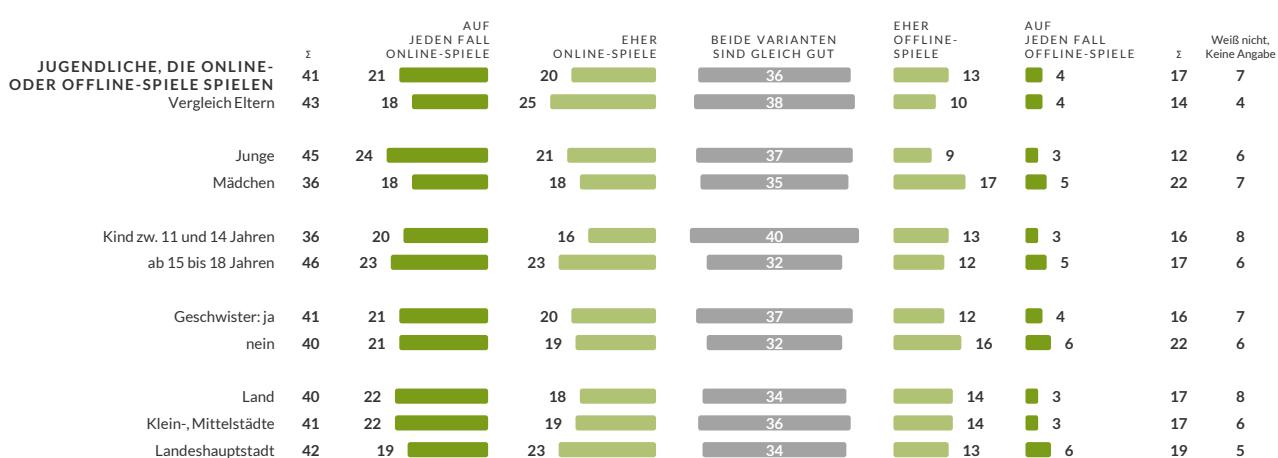
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 71

Spaßfaktor: Online- vs. Offline-Spiele



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

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



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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 72

Spielhäufigkeit bei Online-Spielen

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



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

	JEDEN TAG	FAST JEDEN TAG	MEHRMALES 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



1 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 GERÄDE 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

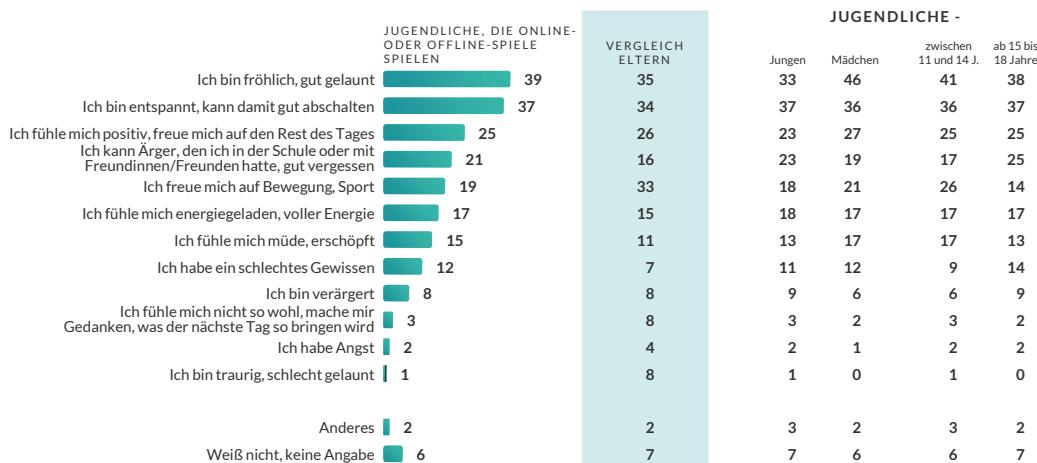
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 74

Gefühlslage nach Online-Spielen

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



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



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

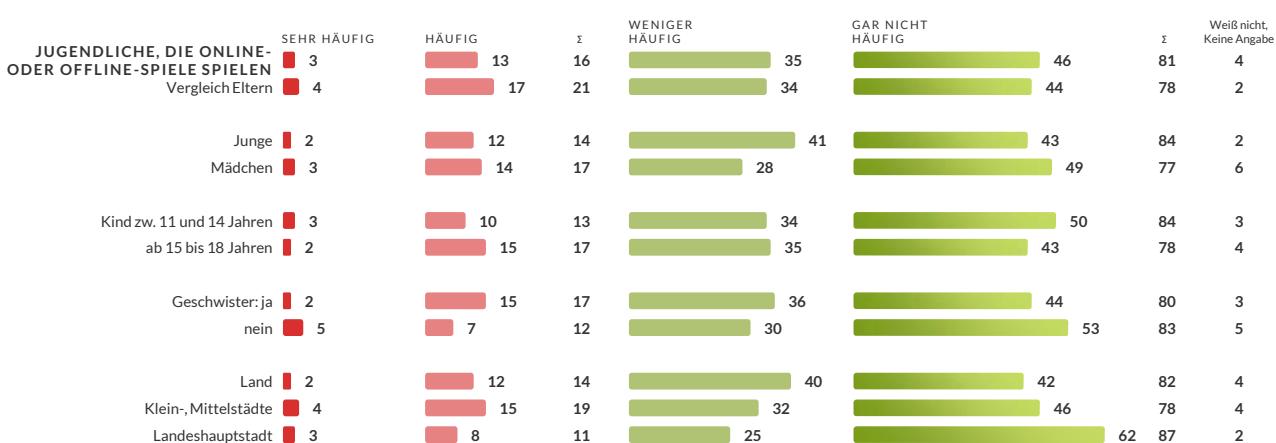
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 75

Häufigkeit des Unwohlseins nach Online-Spielen

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



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



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

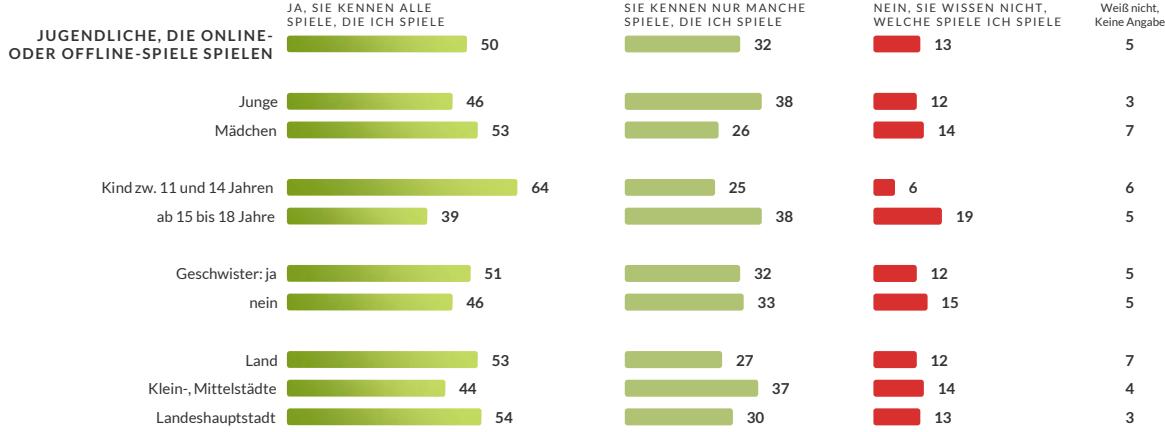
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 76

Wissensstand der Eltern über die Online-Spiele

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



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



Frage: Wissen deine Eltern, welche Spiele zu spielt?

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



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



*) 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

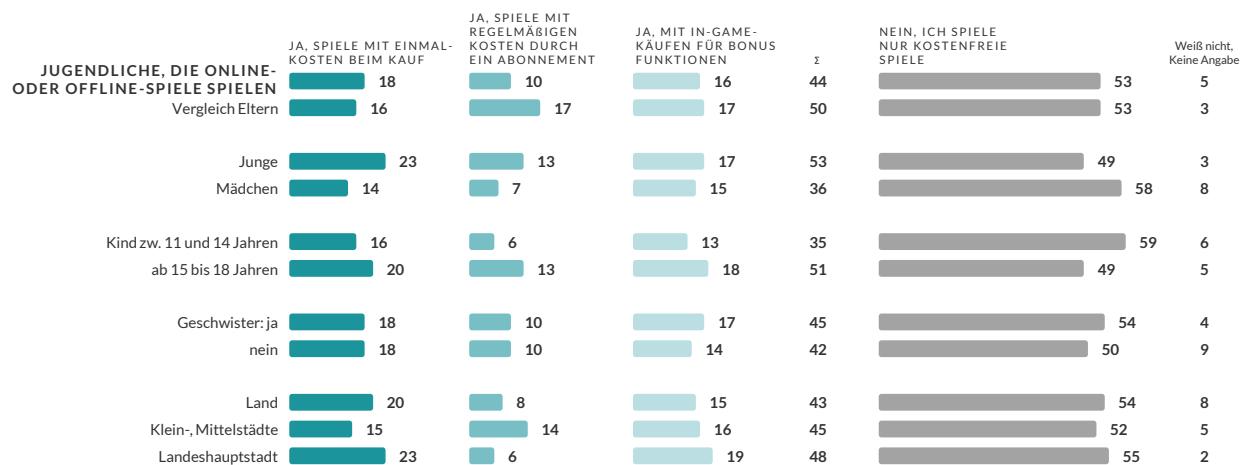
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 78

Verbreitung von kostenpflichtigen Online-Spielen

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



1 4 von 10 Jugendlichen – vor allem die Burschen – spielen auch kostenpflichtige Online-Spiele!



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

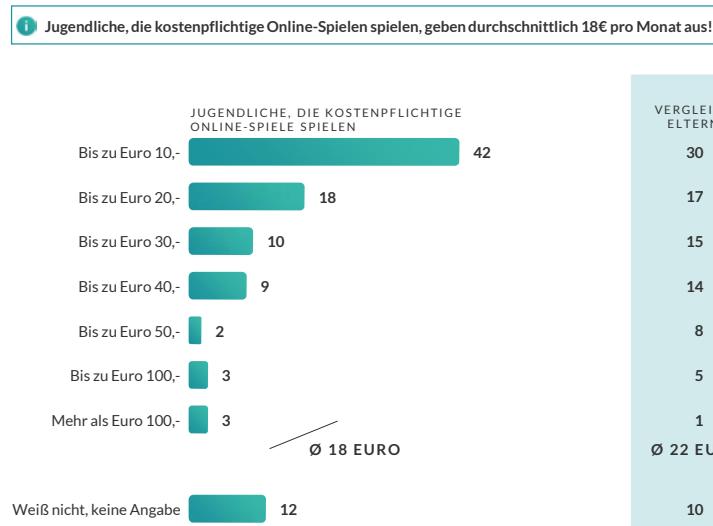
MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 79

Monatliche Kosten für Online-Spiele

Basis: Jugendliche, die kostenpflichtige Online-Spiele spielen



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

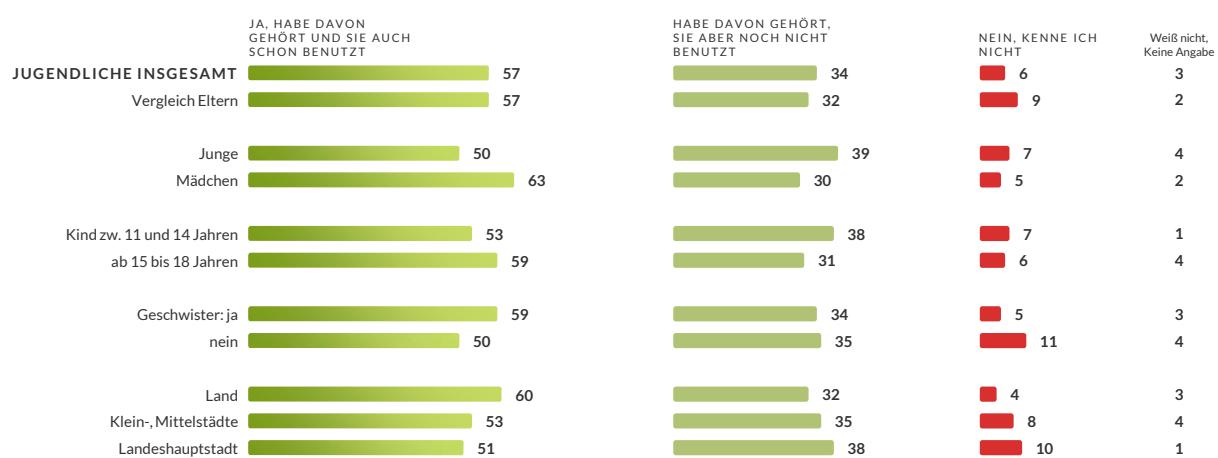
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 80



Kenntnisse von Alexa, Siri, Cortana & Co



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

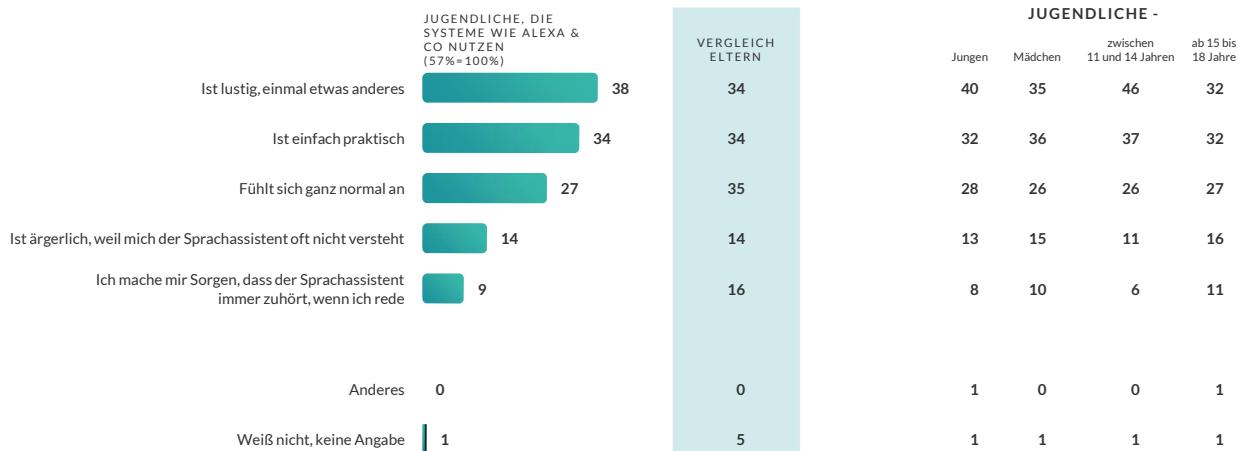


Frage: Hast du schon einmal von Systemen wie Alexa, Siri, Cortana usw. gehört bzw. selber schon Erfahrungen damit gemacht oder noch nicht?

Sprachassistenten statt Menschen: Komfort oder Unbehagen?

Basis: Jugendliche, die Systeme wie Alexa & Co nutzen

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



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!

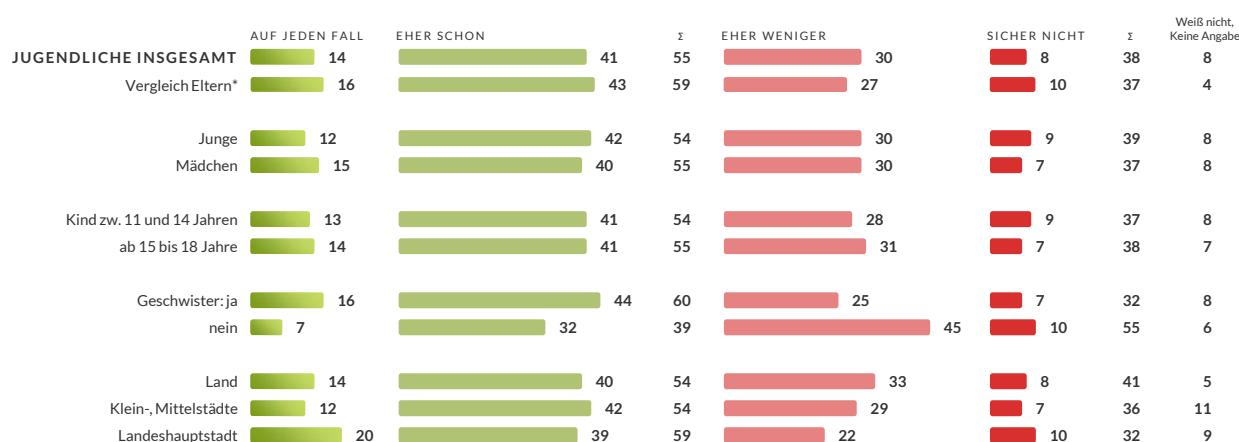
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche, die Systeme wie Alexa & Co nutzen (57% = 100%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 83

Sprachassistenten als Lern- & Problemlösungstools im Alltag



1 Die Mehrheit der Jugendlichen sieht Sprachassistenten als Hilfestellung im Alltag!



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!

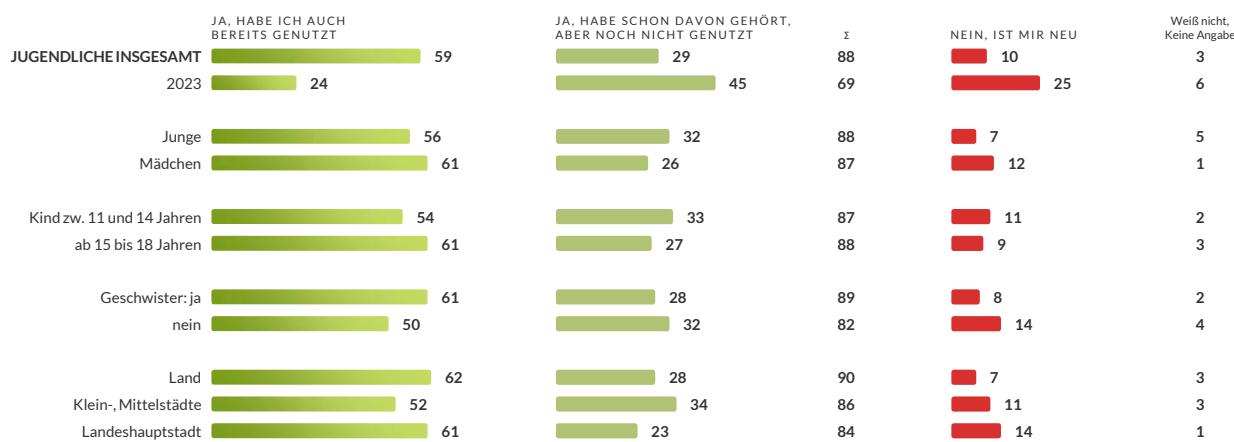
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 84

ChatGPT/KI - Bekanntheit & Nutzung



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



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

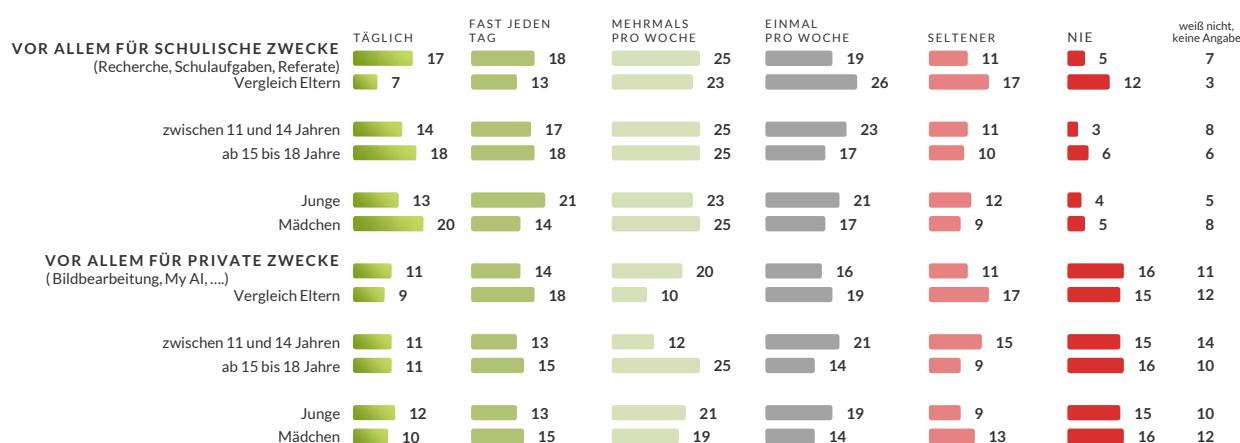
SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 85

Nutzungshäufigkeit der KI-Systeme



Basis: KI Nutzer:innen

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



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



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



VERGLEICH ELTERN

JUGENDLICHE -

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

Frage: Wofür verwendest du KI-Systeme?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

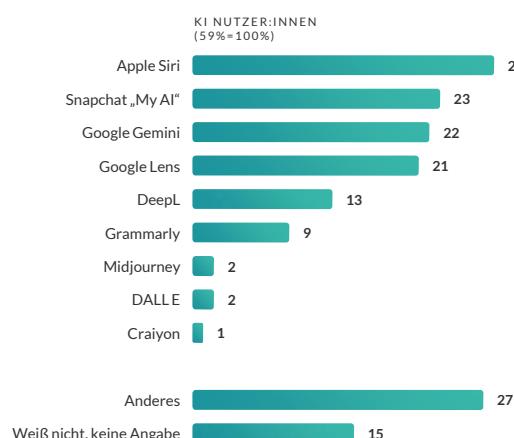
SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 87

Genutzte KI-Systeme

Basis: KI Nutzer:innen



1 Siri ist bei Jugendlichen weit verbreitet.



VERGLEICH ELTERN

JUGENDLICHE -

	Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 Jahren	ab 15 bis 18 Jahre
Apple Siri	25	30	16	36
Snapchat „My AI“	20	25	21	25
Google Gemini	23	21	27	19
Google Lens	19	22	16	23
DeepL	8	18	8	16
Grammarly	5	12	6	11
MidJourney	2	3	3	2
DALLE	3	2	3	2
Craiyon	0	1	1	1
Anderes	30	24	28	26
Weiß nicht, keine Angabe	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%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 88

Wahrnehmung der KI im Detail



1 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 Jahren	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

1 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

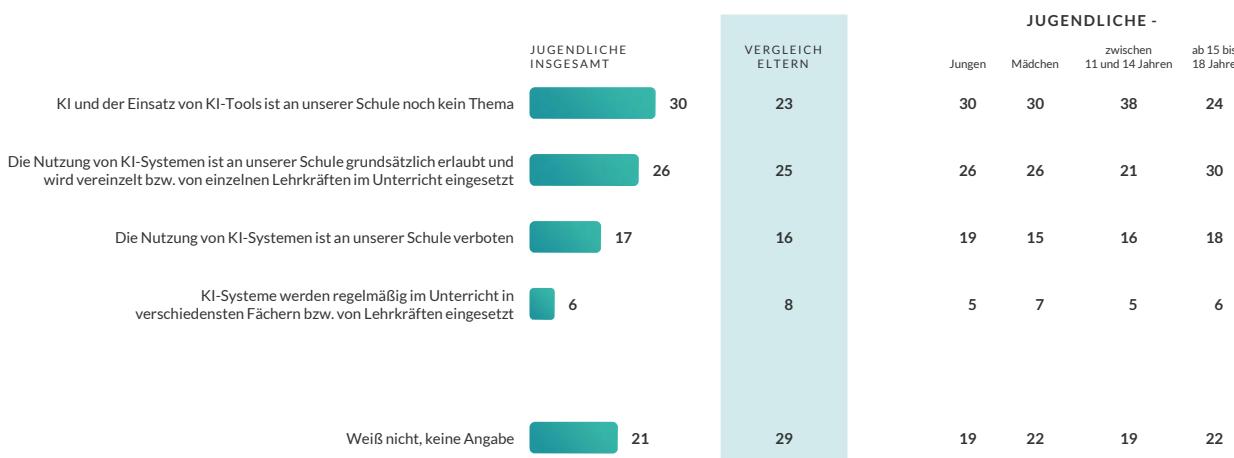
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Kenner von ChatGPT/KI (88% = 100%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 90

KI-Einsatz in der Schule



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

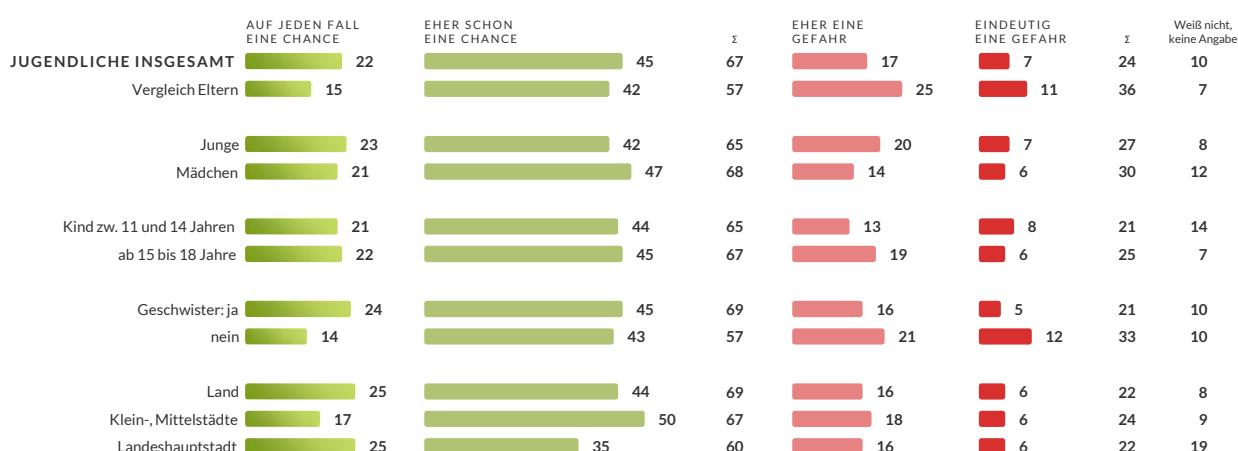
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 91

Beurteilung von KI-Systemen: Chance oder Gefahr?



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

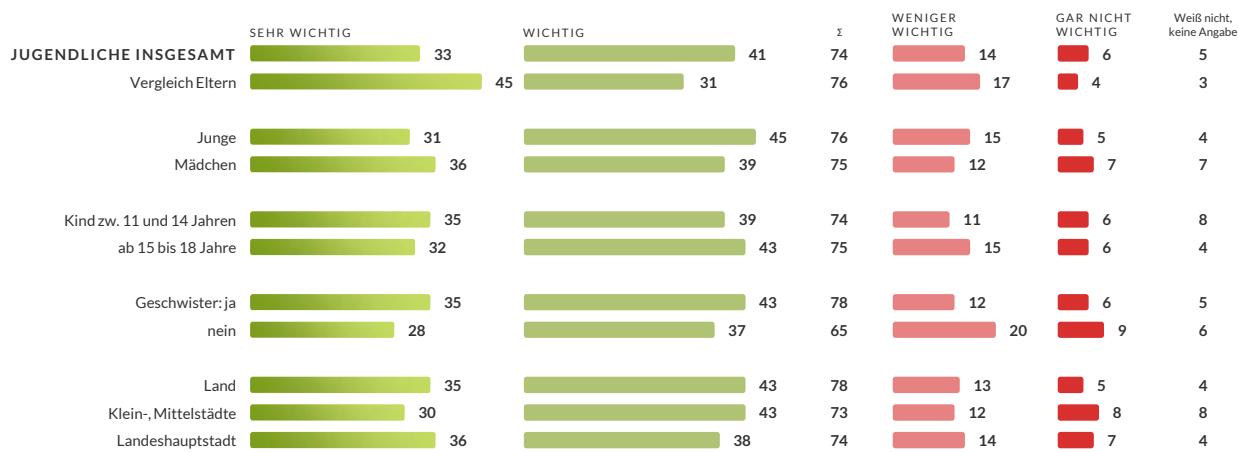
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jugendliche insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 92

Bedeutung einer verantwortungsbewussten KI-Nutzung



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



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



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

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend

aus dem Blickwinkel der Eltern

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die
EDUCATION GROUP GmbH



1

Inhaltlicher Überblick

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





Aufgabenstellung & methodischer Aufbau

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET



Aufgabenstellung

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

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



Zielgruppe

Eltern von Kindern im Alter zwischen 11 und 18 Jahren



Befragungsart

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



Befragungszeitraum

31. März bis 30. Juni 2025



Auswertungsbasis

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

AUFGABENSTELLUNG 4

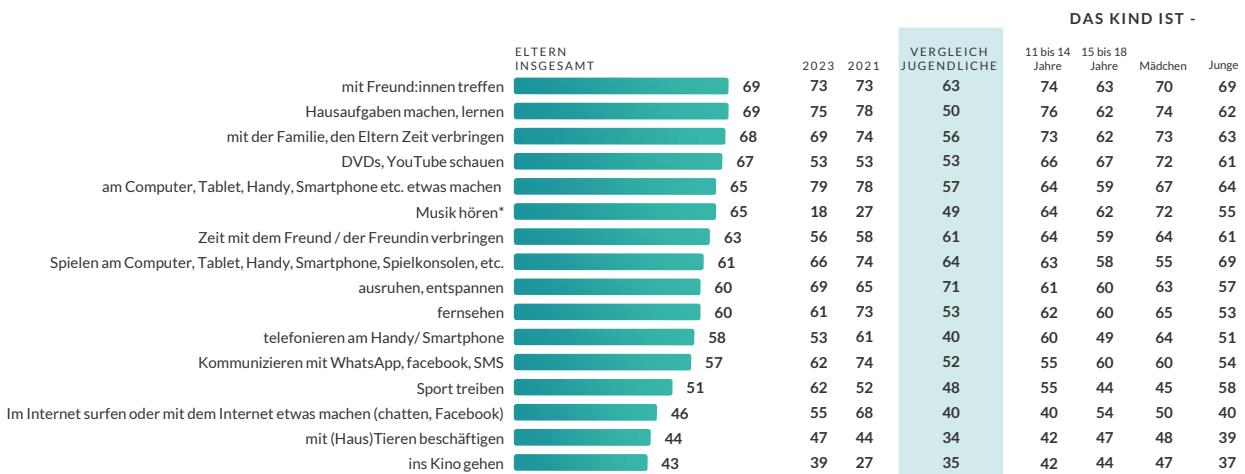


Freizeitaktivitäten der Jugendlichen I

gestützt, Platz 1 bis 16

 **Education Group**

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



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

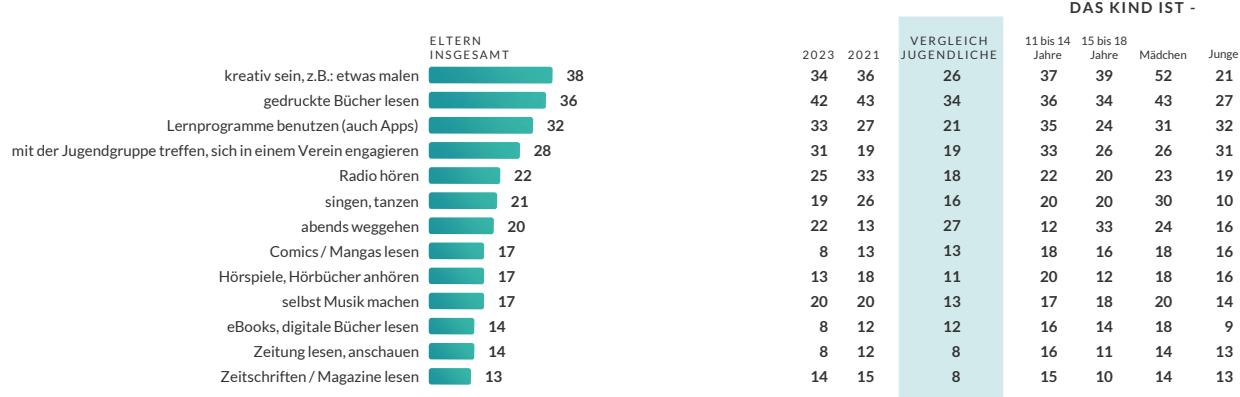
Frage: Mit welchen Aktivitäten verbringt Ihr Sohn/Ihre Tochter seine/ihrer Freizeit, egal, ob er/sie etwas häufig oder selten macht?

Freizeitaktivitäten der Jugendlichen II

gestützt, Platz 17 bis 29



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

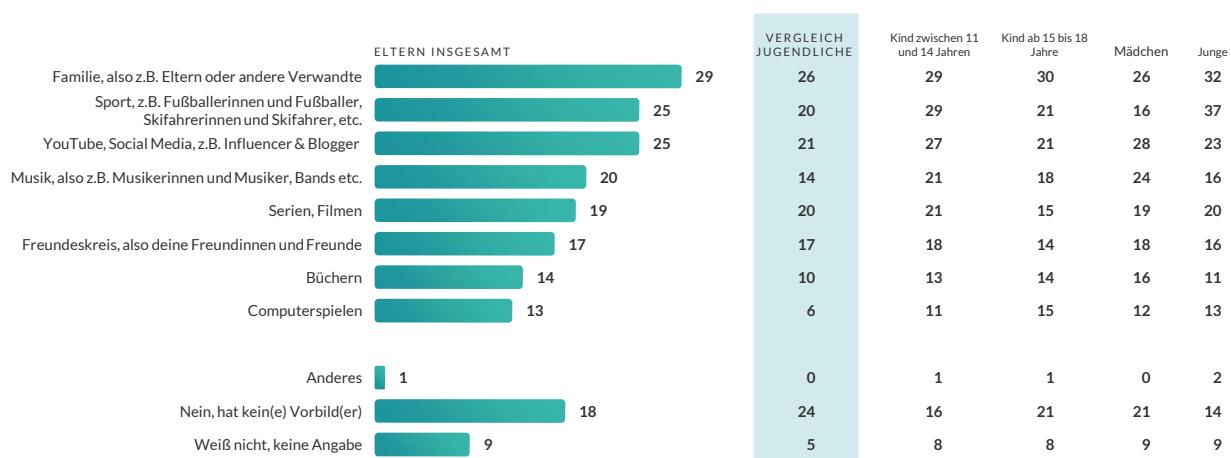


Frage: Mit welchen Aktivitäten verbringt Ihr Sohn/Ihre Tochter seine/ihre Freizeit, egal, ob er/sie etwas häufig oder selten macht?

Vorbilder der Jugendlichen



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

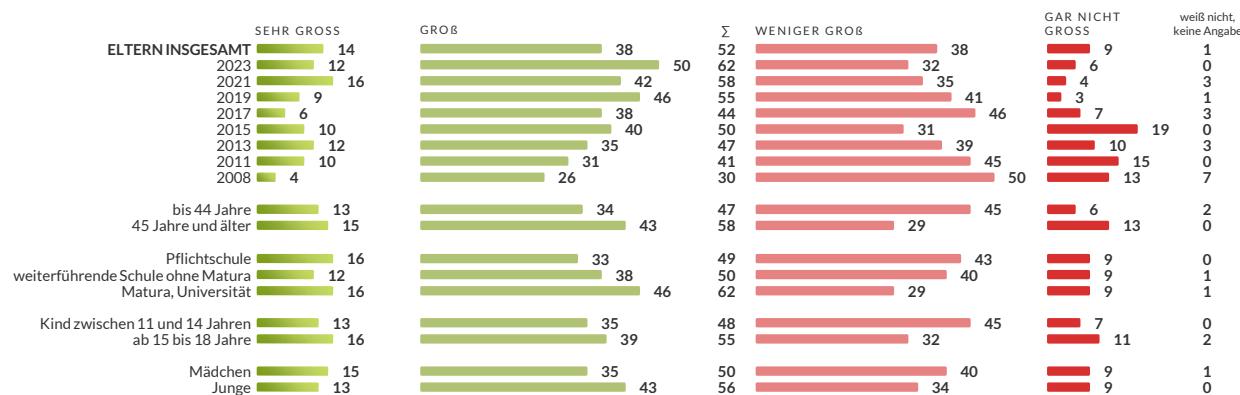


Frage: Hat Ihr Kind eine Person oder Figur, die es besonders begeistert, die ein Vorbild für Ihr Kind ist? Also Figuren/Helden/Personen aus...

Einfluss der Medien auf das Familienleben



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

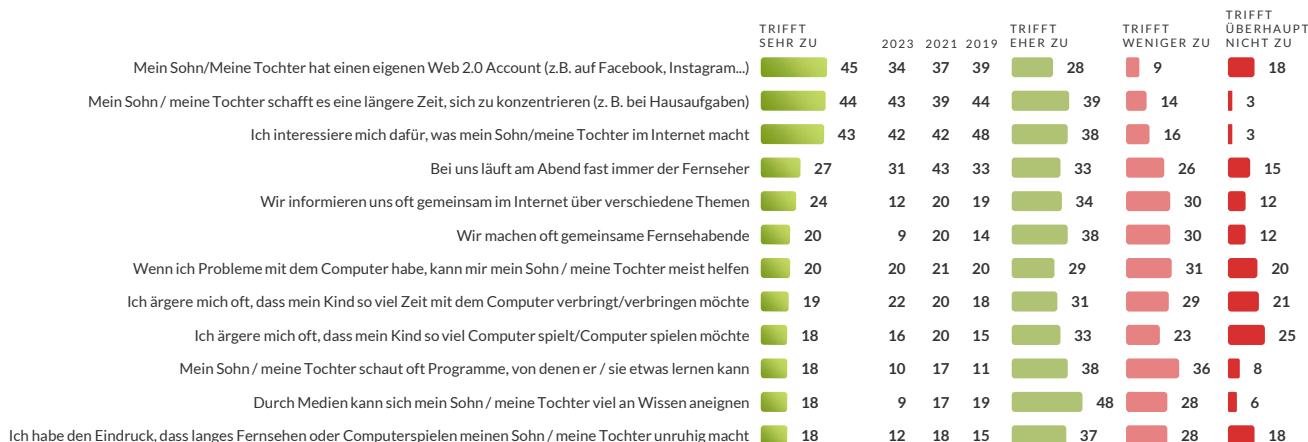


Frage: Wie groß ist der Einfluss der Medien auf Ihr Familienleben, können Sie dies ungefähr abschätzen?

Auswirkung der Medien auf das Familienleben im Detail I gestützt, Platz 1 bis 12



1 Aber: Die Bedeutung der sozialen Medien hat spürbar zugenommen!



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

Auswirkung der Medien auf das Familienleben im Detail II

gestützt, Platz 13 bis 24



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

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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 11

Einschätzungen der Kosten von digitalen Medien

Monatliche Kosten im HH in Euro



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

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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Euro – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

FREIZEITVERHALTEN & MEDIENRELEVANZ 12



Haushaltsausstattung an elektrischen/elektronischen Geräten



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

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

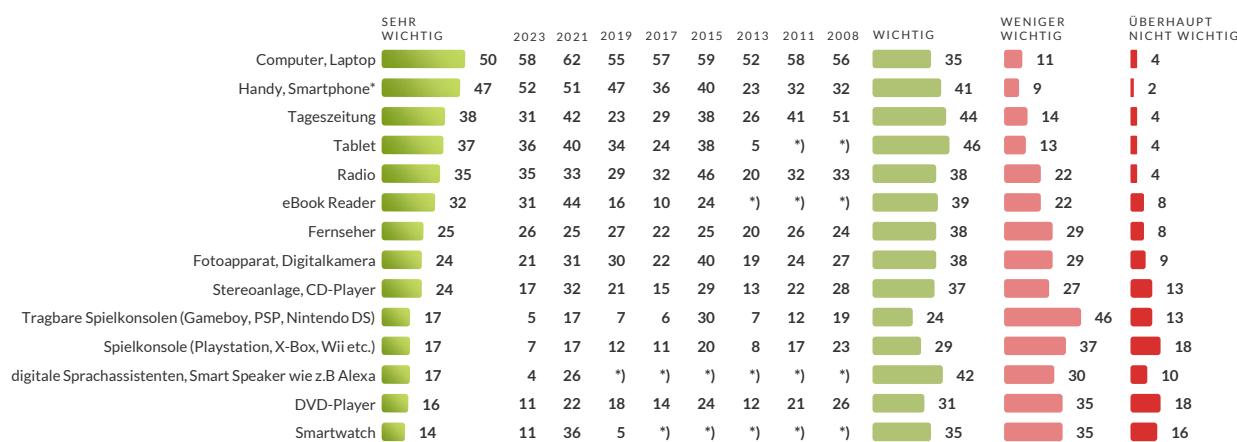
*) wurde nicht erhoben

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

Bedeutung eines vertrauten Umgangs mit elektrischen/elektronischen Geräten



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



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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

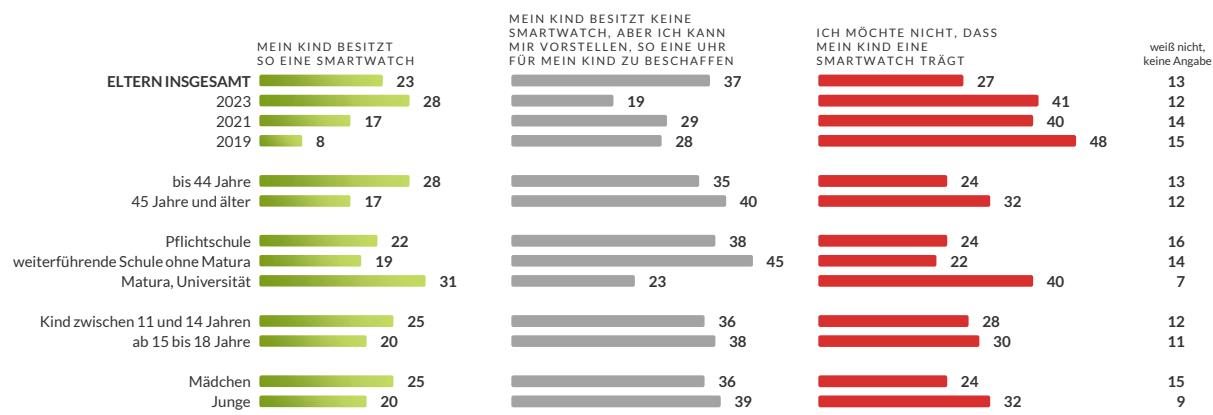
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 15

Anreizwirkung einer Kinder-Smartwatch



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR **MARKET!**

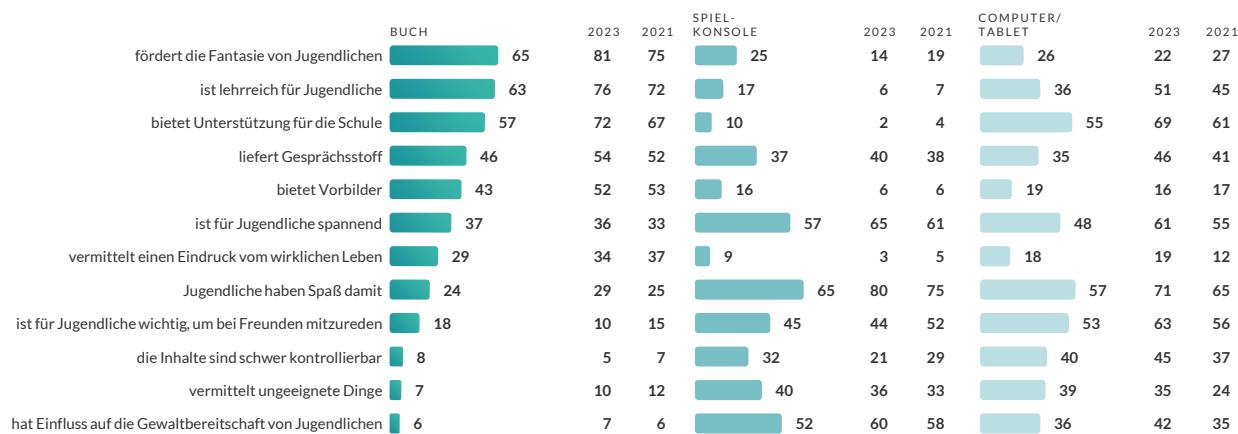
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 16

Anmutung der Medien I



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

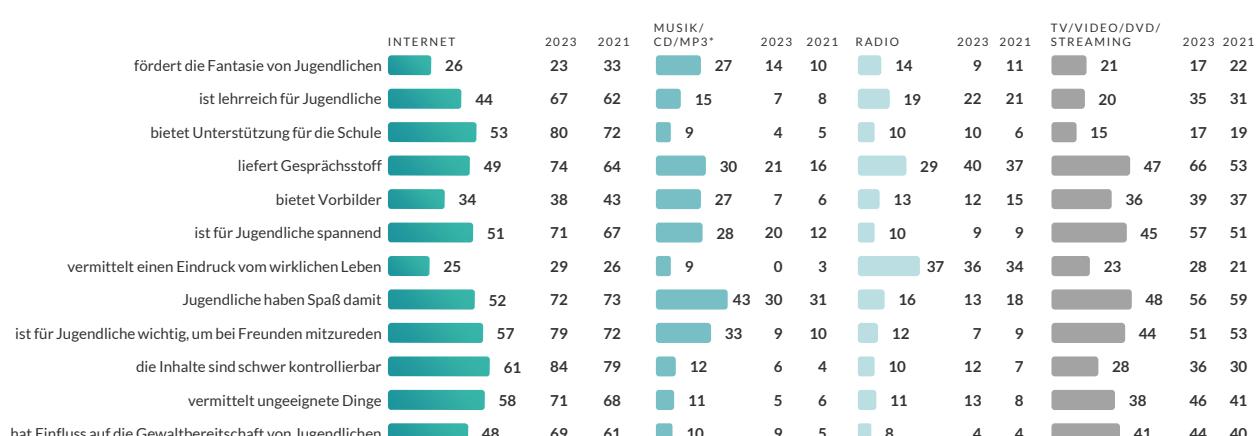
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 17

Anmutung der Medien II



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



* wurde im Trend als „CD/MP3“ abgefragt

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

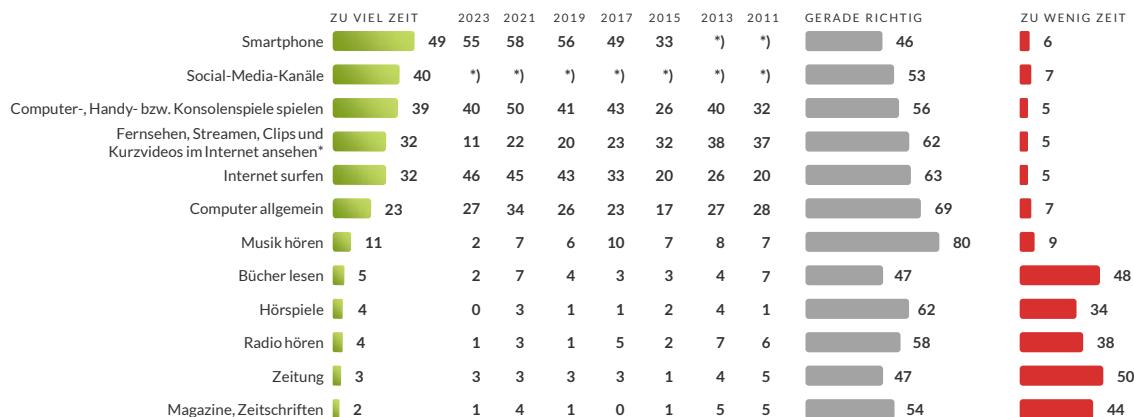
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 18

Veränderungswunsch der Eltern beim Zeitbudget der Jugendlichen



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



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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

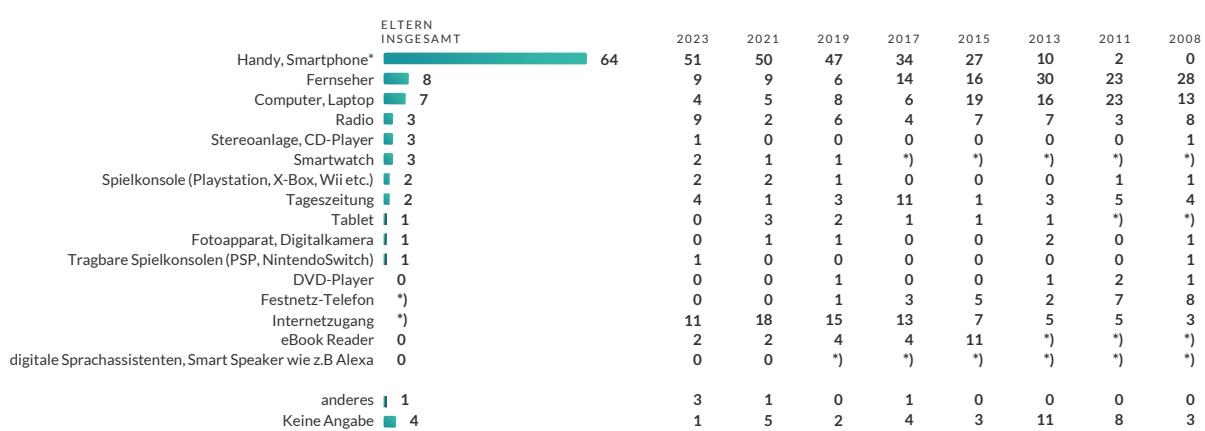
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 19

Die unverzichtbaren Geräte aus Elternsicht



1 Smartphones sind für die Eltern einfach nicht wegzudenken!



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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 20

Musik: Hörgewohnheiten



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

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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

AUSSTATTUNG AN TECHNISCHEN GERÄTEN 21

Kapitel 4

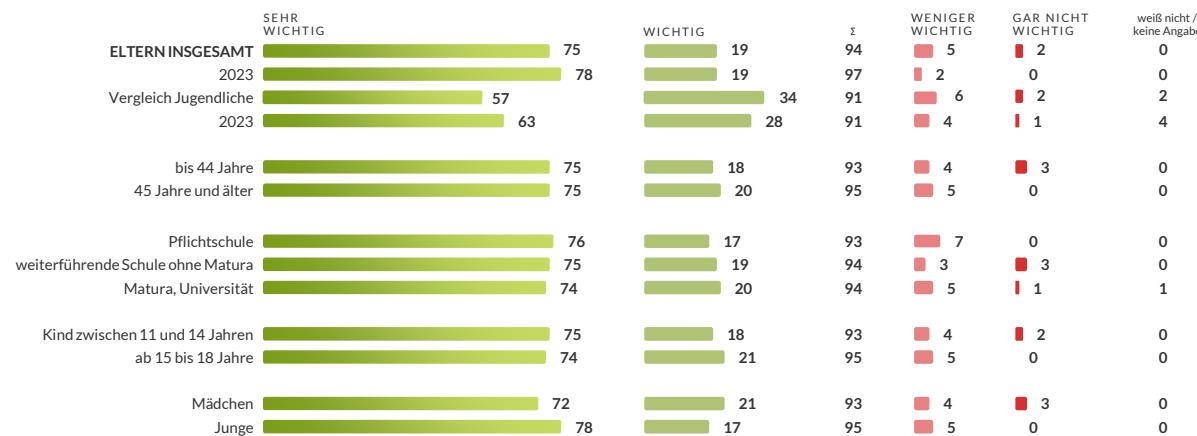
(Digitale) Kommunikation

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft



1 Physische Treffen bleiben für Freundschaften unverzichtbar!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

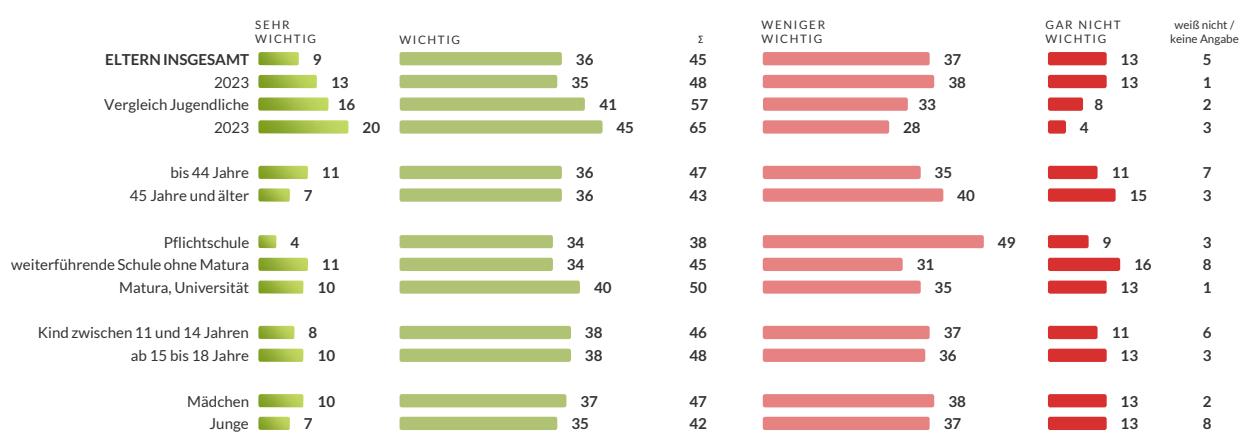
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 23

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

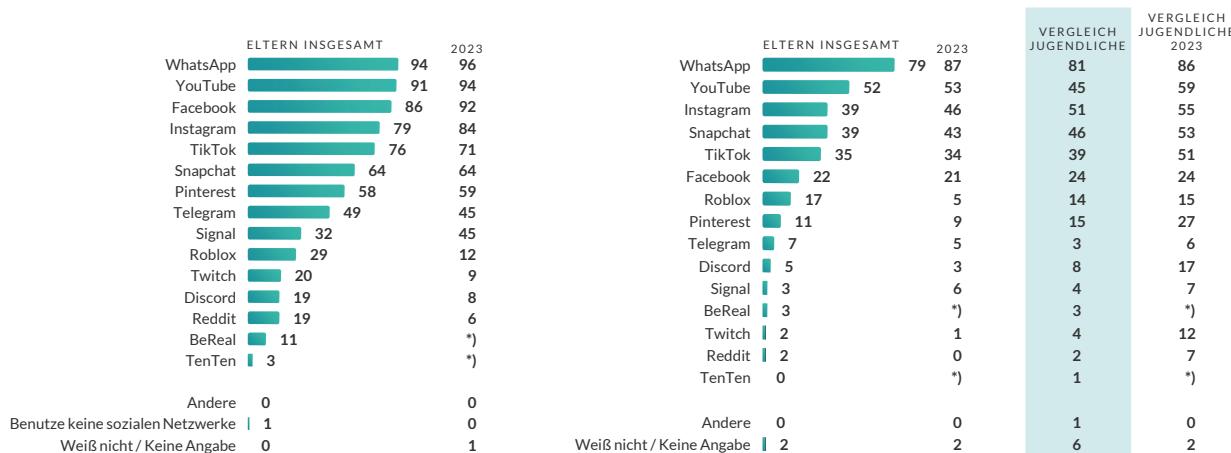
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 24

Bekanntheit & Nutzung der sozialen Netzwerke



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

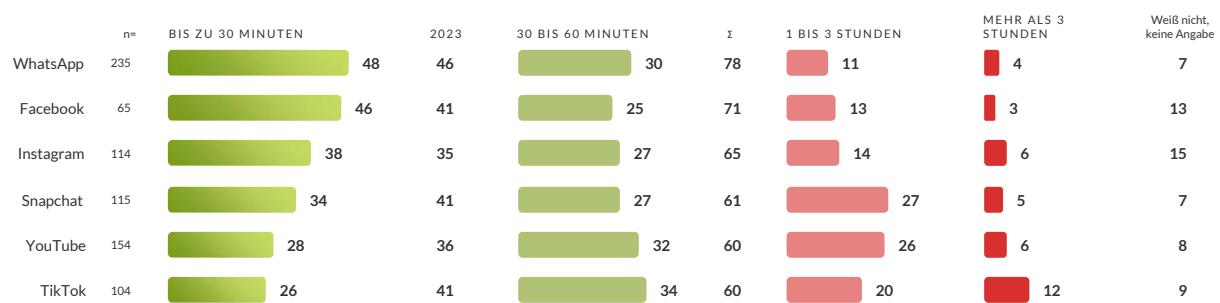
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 25

Einschätzung der täglichen Nutzungsdauer

Basis: Jeweilige Nutzer:innen (Kinder)



1 Die Schätzung der Nutzungsdauer ist sehr stabil.



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

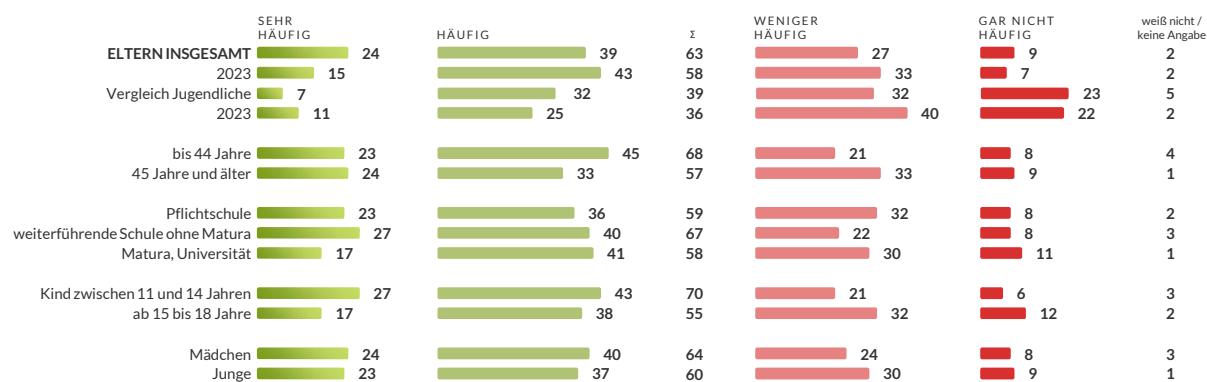
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jeweilige Nutzer:innen (Kinder)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 26

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

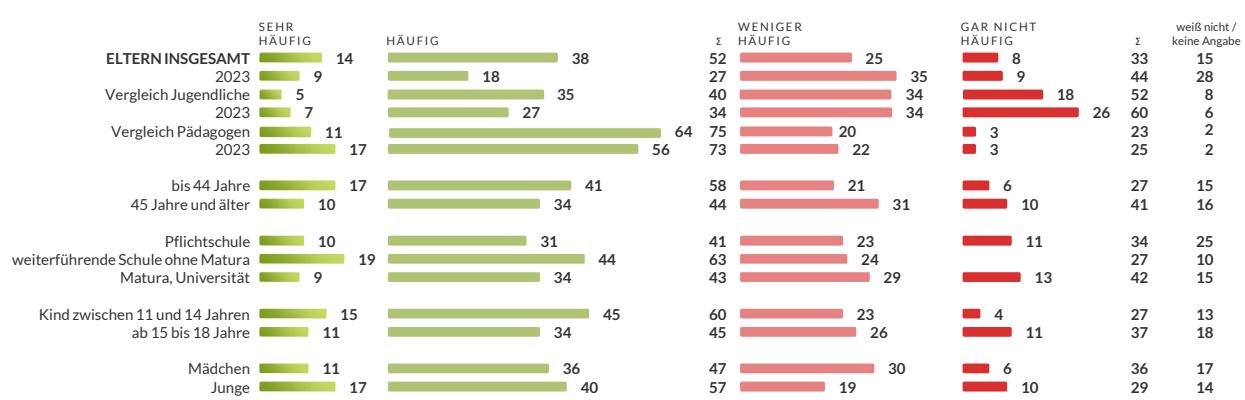
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 27

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken – Schule



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 28

Gefühlslage nach Aktivität in sozialen Netzwerken



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

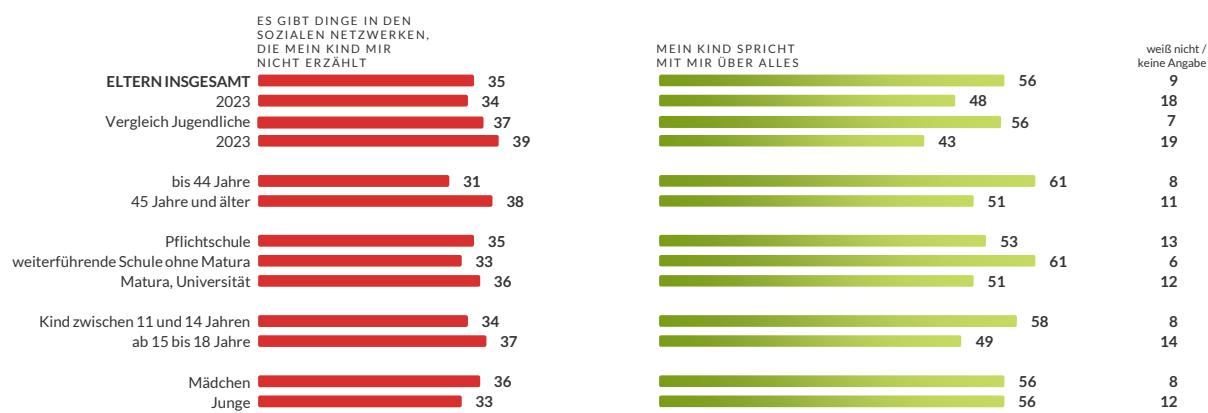
	ELTERN INSGESAMT	Kind zwischen 11 und 14 Jahren	Kind ab 15 bis 18 Jahren	Mädchen	Junge
Mein Kind freut sich auf Bewegung, Sport	34	37	27	26	44
Mein Kind fühlt sich entspannt, kann damit gut abschalten	33	33	33	35	31
Mein Kind ist fröhlich, gut gelaunt	32	32	28	32	31
Mein Kind fühlt sich positiv, freut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

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

Geheimnisse rund um Erlebnisse in sozialen Netzwerken



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



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

Häufigkeit des Unwohlseins nach Besuch sozialer Netzwerke



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

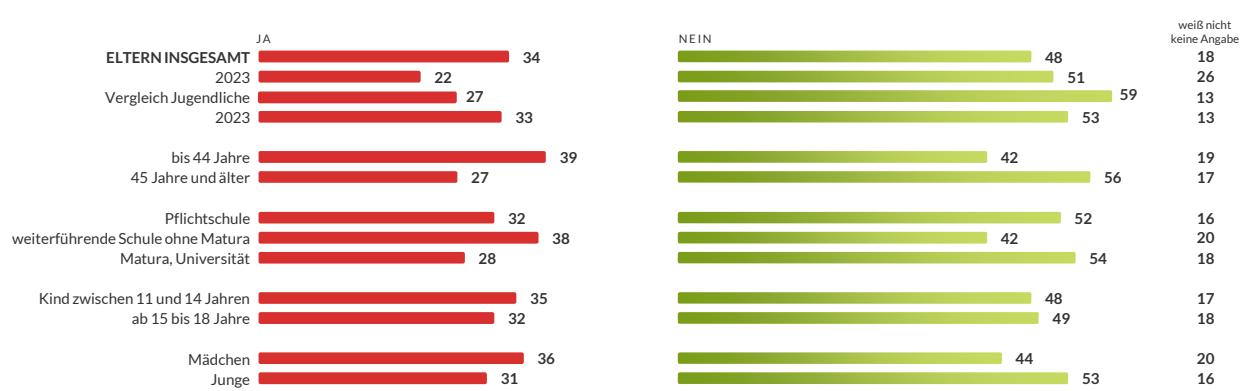
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 31

Negative Erlebnisse in den sozialen Netzwerken



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 32

Die negativen Erlebnisse im Detail

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



1 Negative Kommentare in sozialen Netzwerken nehmen spürbar zu!

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

Frage: Was ist da passiert?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 33

Reaktionen auf die negativen Erlebnisse

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



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

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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

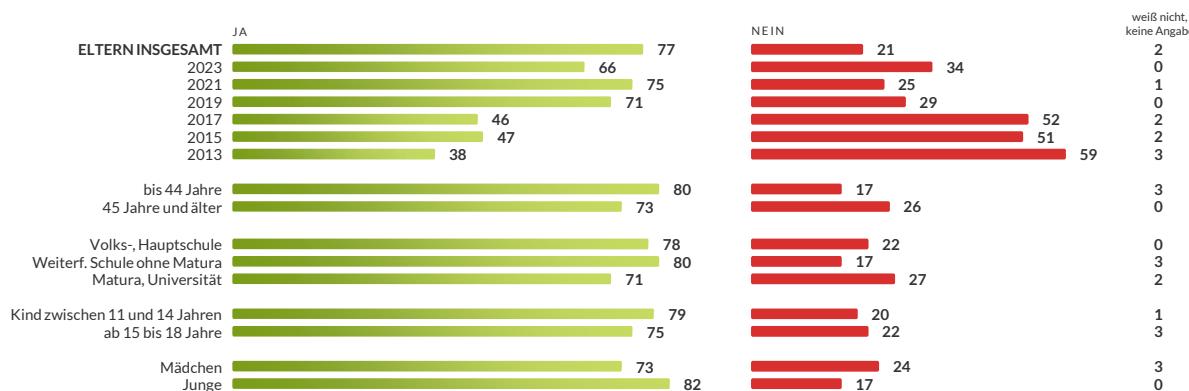
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, deren Kind in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt wurde (34% = 100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 34

Profil bei Online-Communities



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

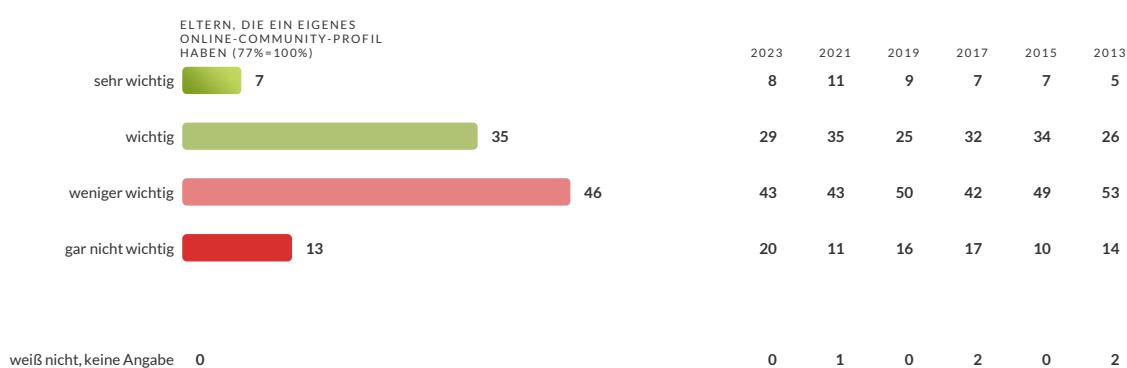
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 35

Bedeutung von Online-Communities



Basis: Eltern mit eigenem Online-Community-Profil

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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

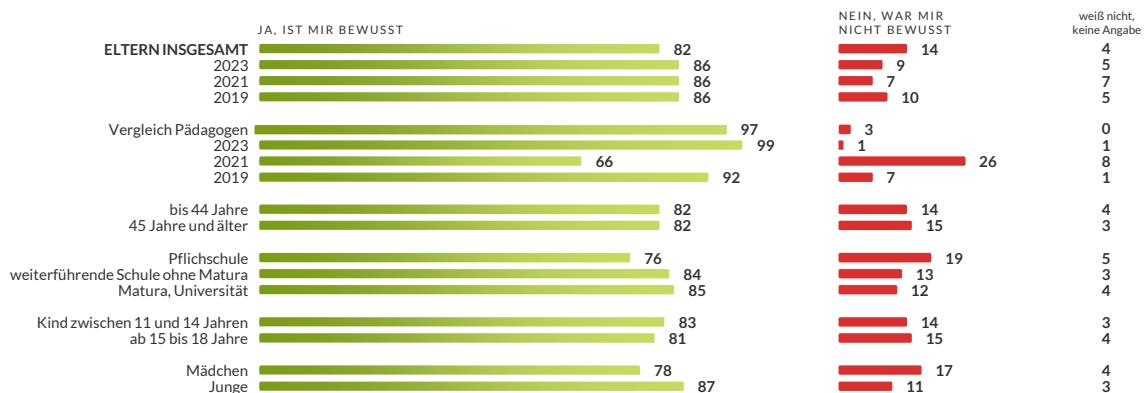
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, die ein eigenes Online-Community-Profil haben (77% = 100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 36

Wissen um Influencer bei Jugendlichen



1 Influencer sind dem Großteil der Eltern bekannt!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

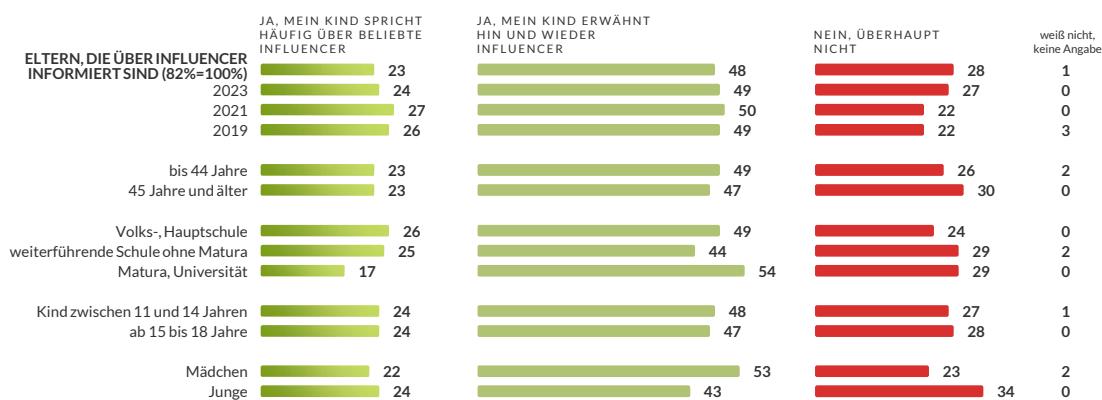
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 37

Influencer als Gesprächsstoff

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind



1 Die Mehrheit der Jugendlichen thematisiert Influencer!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

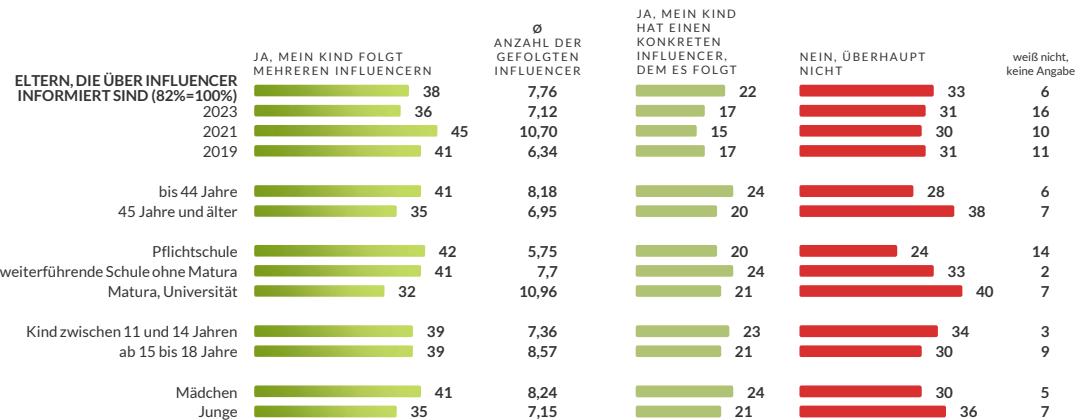
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 38

Bedeutung der Influencer

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind



1 Etwa zwei Drittel der Jugendlichen folgen zumindest einem Influencer!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

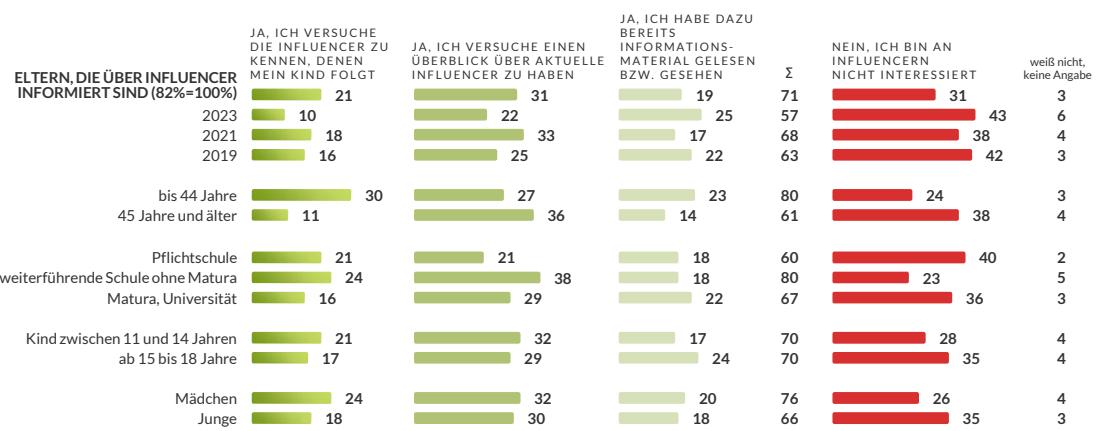
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 39

Interesse der Eltern an Influencern

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind



1 Das Interesse der Eltern an Influencern ist deutlich angestiegen!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

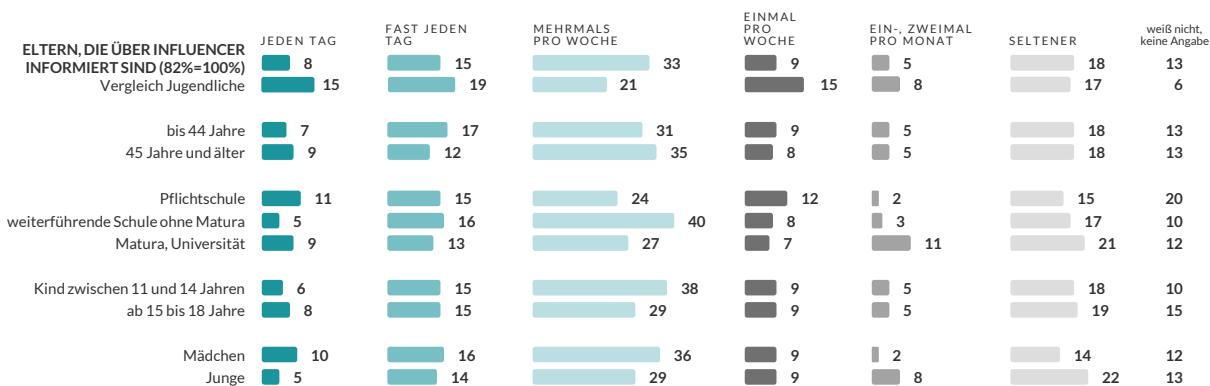
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 40

Kontaktintensität mit den Influencern



Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

1 Eltern unterschätzen die Konsumintensität von Influencer-Storys.



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

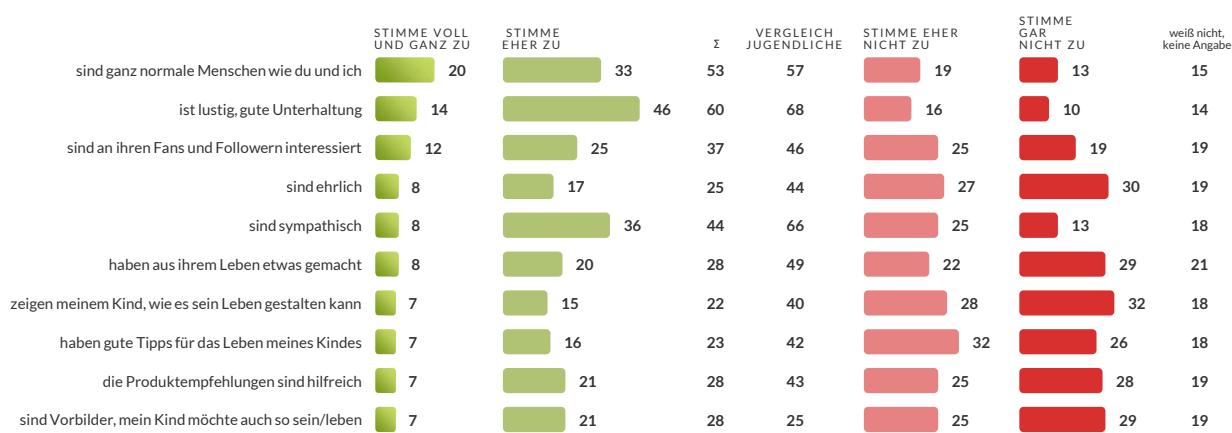
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 41

Einschätzung von Influencern



Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind

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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

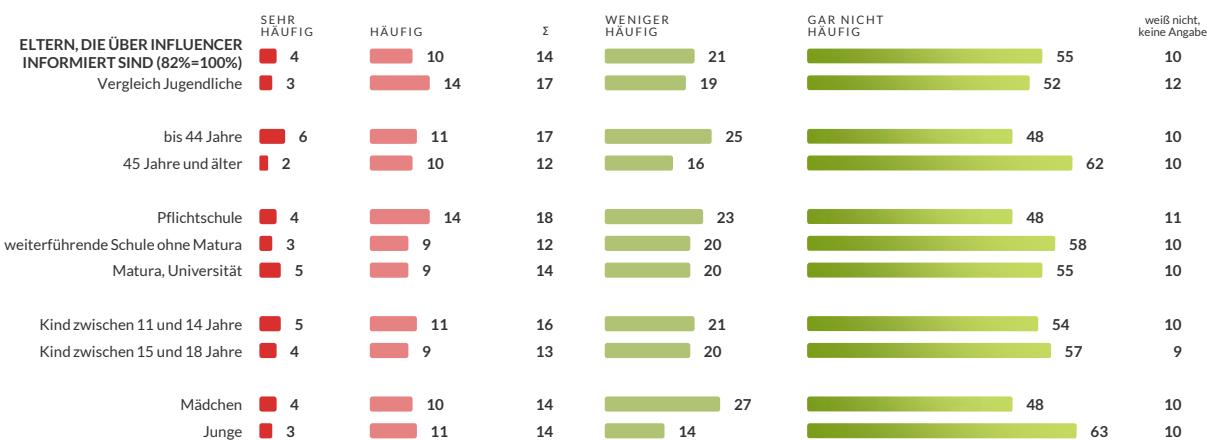
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 42

Gefühlslage nach Influencer-Kontakt

Basis: Eltern, die über Influencer informiert sind



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 43

Kapitel 5

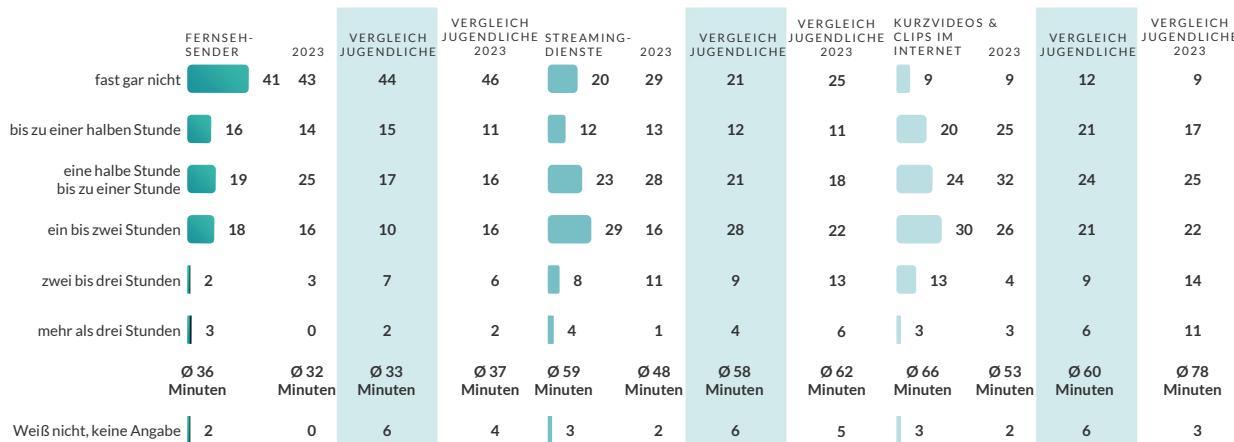
Fernsehen

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Nutzung von TV, Streaming-Diensten & Clips – Jugendliche



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



* Trend nicht direkt vergleichbar

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

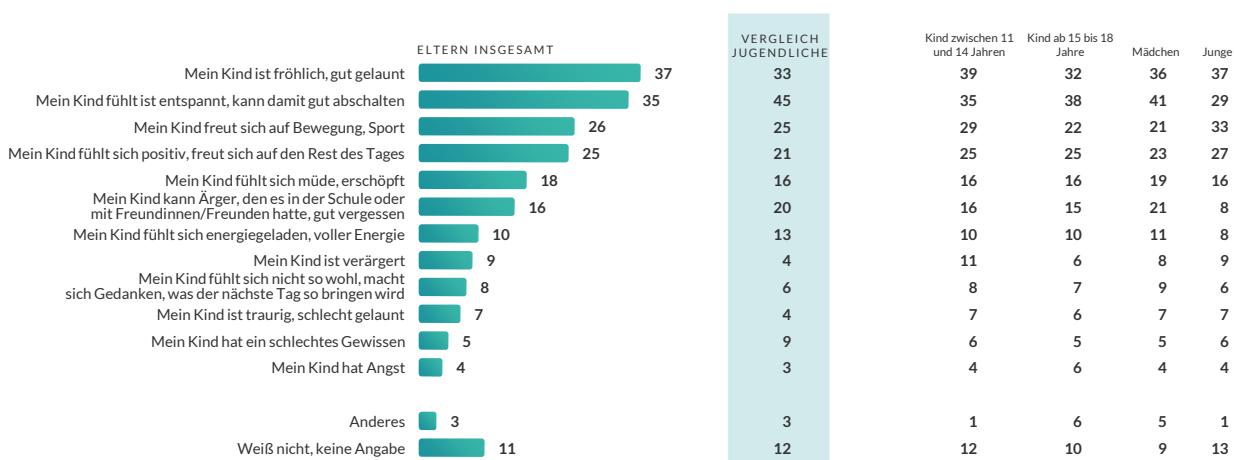
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

FERNSEHEN 45

Gefühlslage nach Fernsehen, Streamen & Clips



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

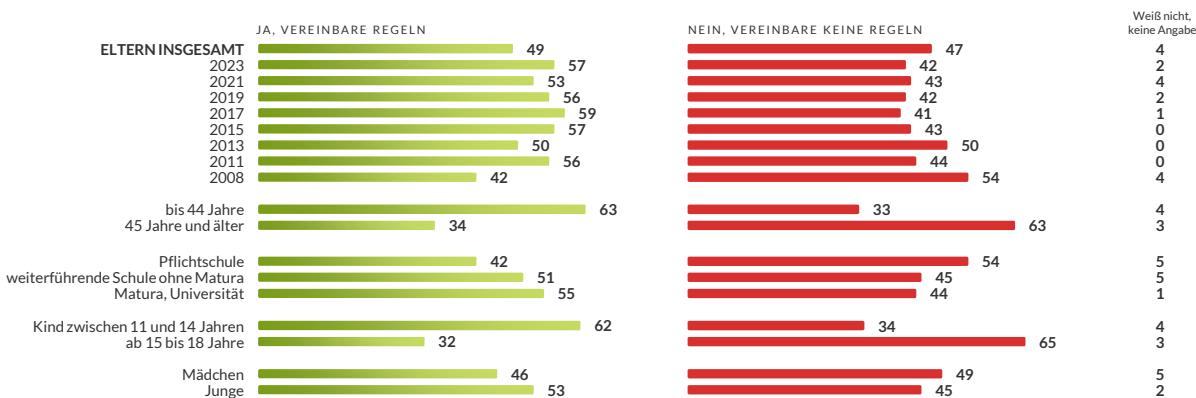
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

FERNSEHEN 46

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



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



* Trend nicht direkt vergleichbar

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

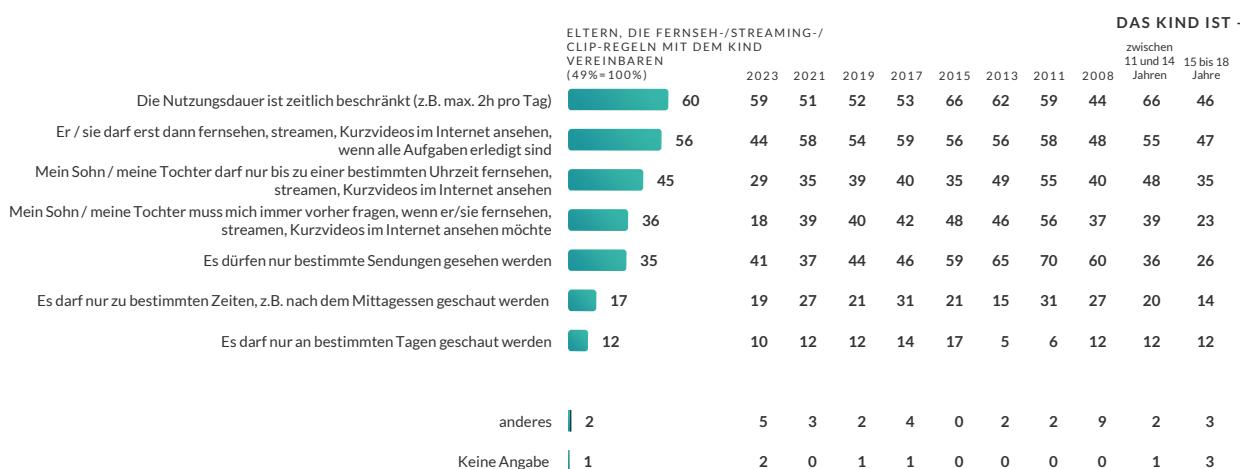
FERNSEHEN 47

Die Bewegtbild-Regeln im Detail

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



Die Eltern beschränken die Nutzungsdauer und achten auf erledigte Aufgaben!



Frage: Und wie sehen diese Regeln aus?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR **MARKET!**

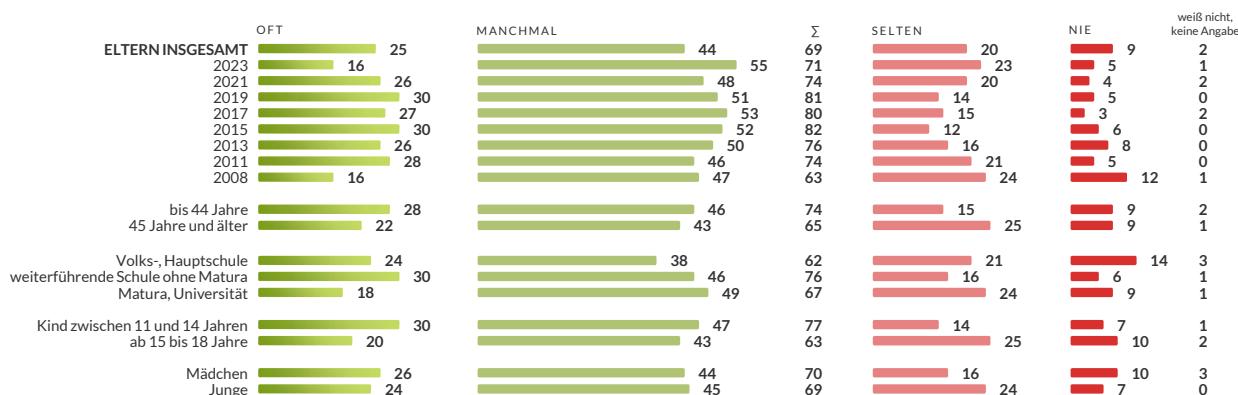
Ergebnisse in Prozent – **ZR2924/Basis:** Eltern, die Fernseh-/Streaming-/Clip-Regeln mit dem Kind vereinbaren (4,9% = 100%)

FERNSEHEN 48

Fernsehen, Streamen & Clips als Gesprächsstoff



1 Die Häufigkeit der Gespräche über Bewegtbild-Inhalte bleibt stabil!



* Trend nicht direkt vergleichbar

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

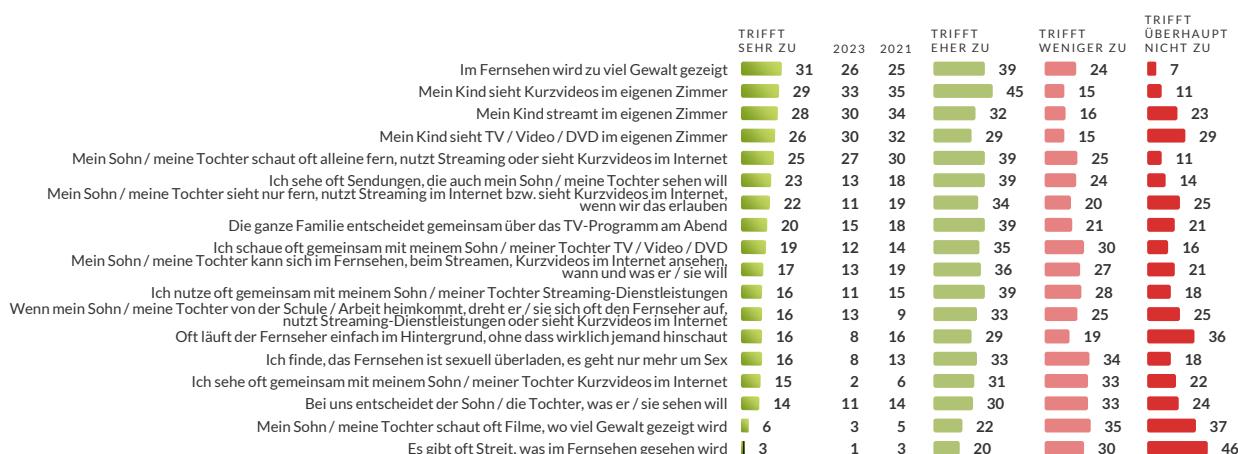
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

FERNSEHEN 49

Aussagen rund um Bewegtbilder



1 Eltern nehmen zunehmend mehr Gewalt im Fernsehen wahr!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

FERNSEHEN 50

Nutzung von TV, Streaming-Diensten & Clips – Eltern



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

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

* Trend nicht direkt vergleichbar

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

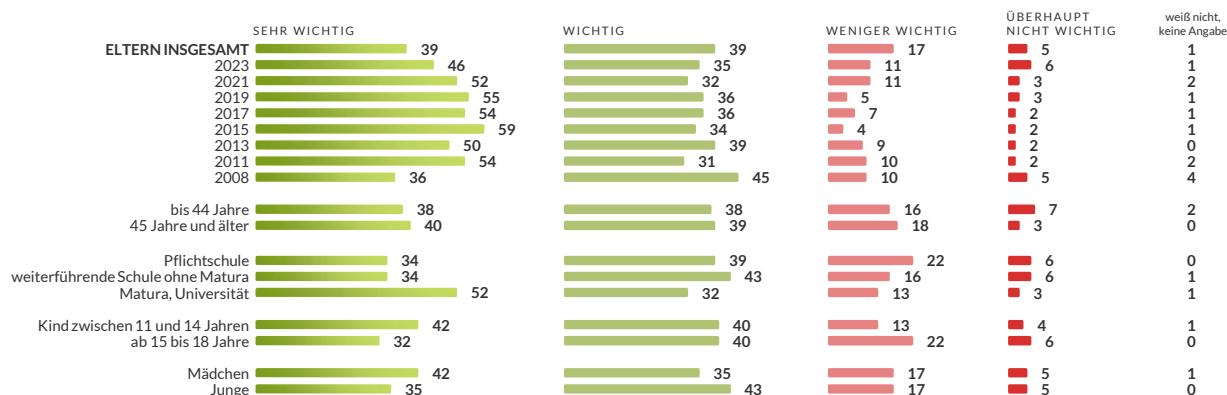
FERNSEHEN 51



Bedeutung des Lesens von Büchern



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

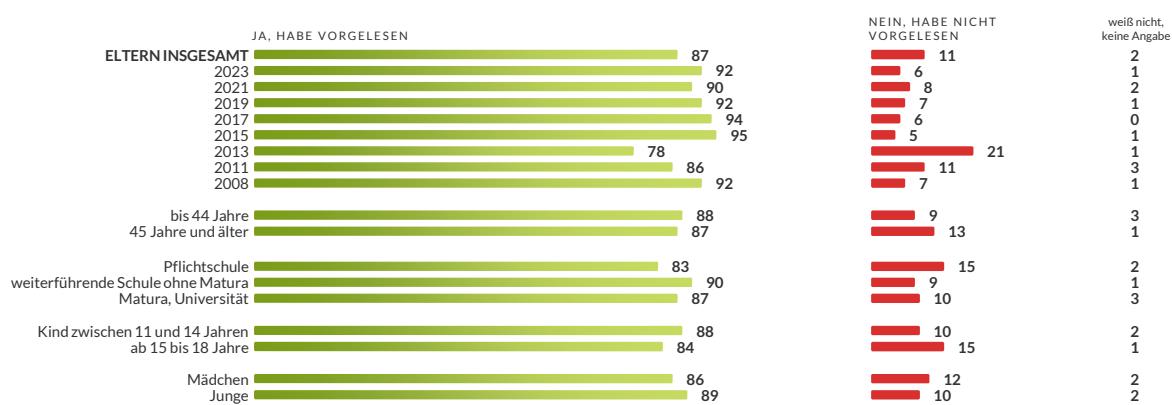
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

LESEN 53

Vorleseverhalten der Eltern



1 Vorlesen gehört für viele Eltern einfach dazu!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

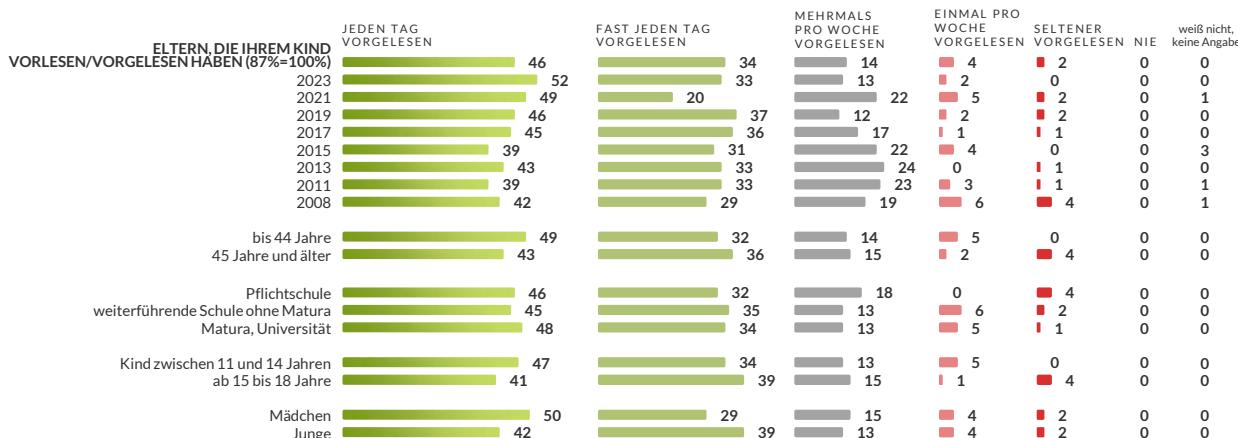
LESEN 54

Vorlesehäufigkeit

Basis: Eltern, die ihrem Kind vorlesen/vorgelesen haben



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



Frage: Und wie regelmäßig haben Sie vorgelesen?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

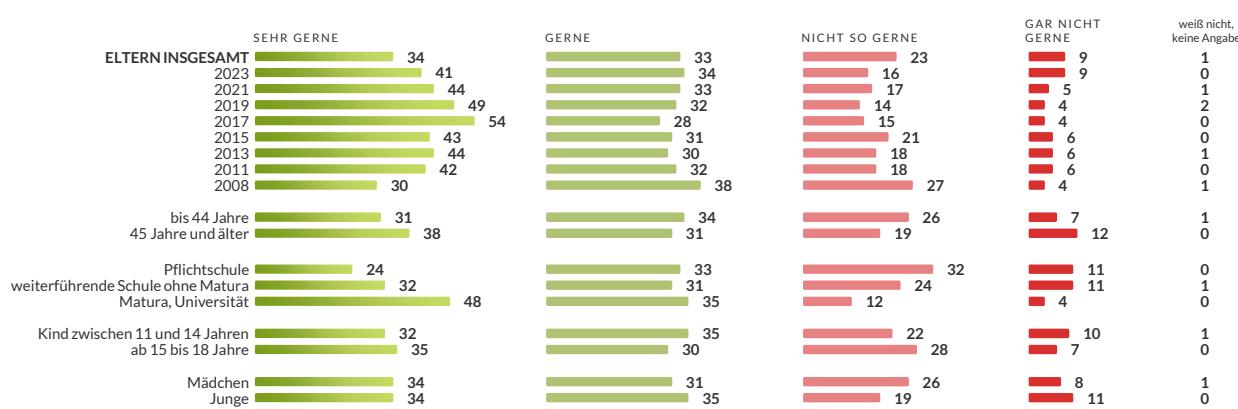
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, die ihrem Kind vorlesen/vorgelesen haben (87% = 100%)

LESEN 55

Lesefreude der Eltern



1 Aber: Die Lesebegeisterung der Eltern geht weiter zurück!



Frage: Wie gerne lesen Sie selbst Bücher?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

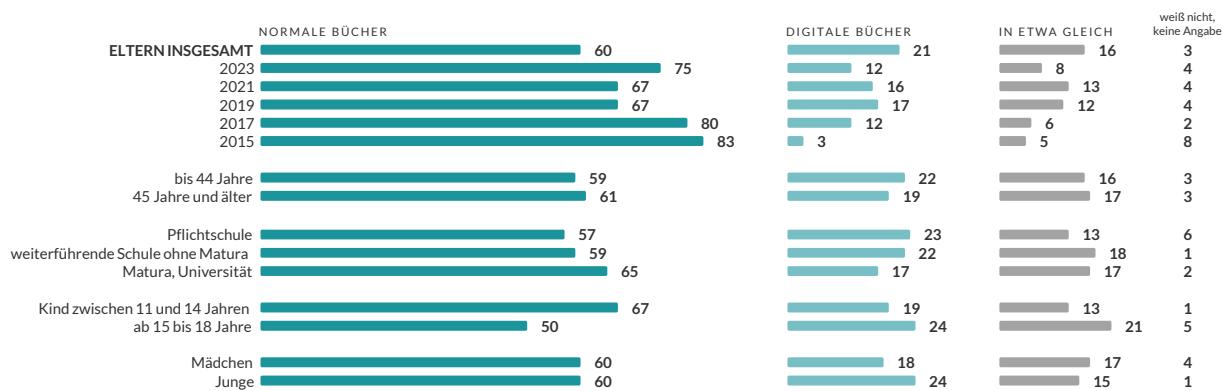
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

LESEN 56

Normale vs. digitale Bücher



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

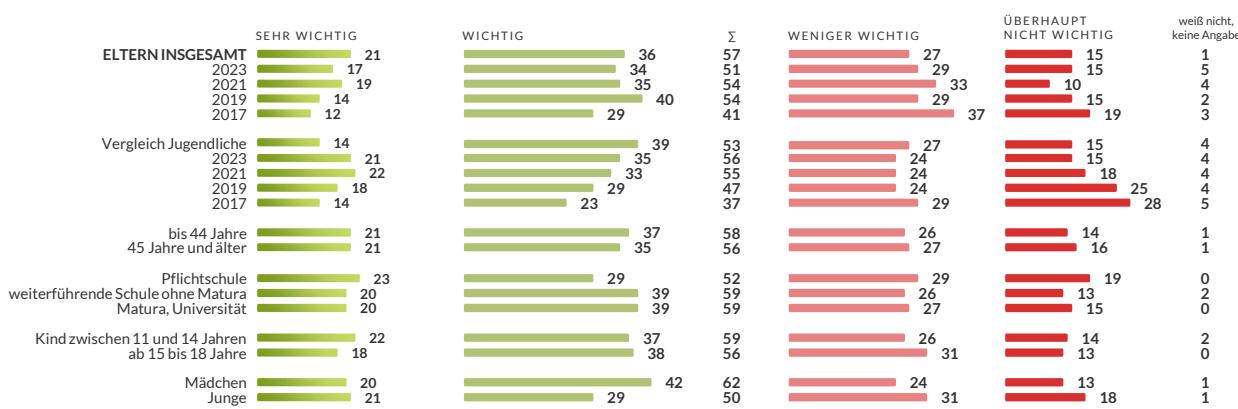
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

LESEN 57

Einsatz digitaler Schulbücher



1 Die Mehrheit der Eltern befürwortet den Einsatz von digitalen Schulbüchern!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

LESEN 58

Kapitel 7

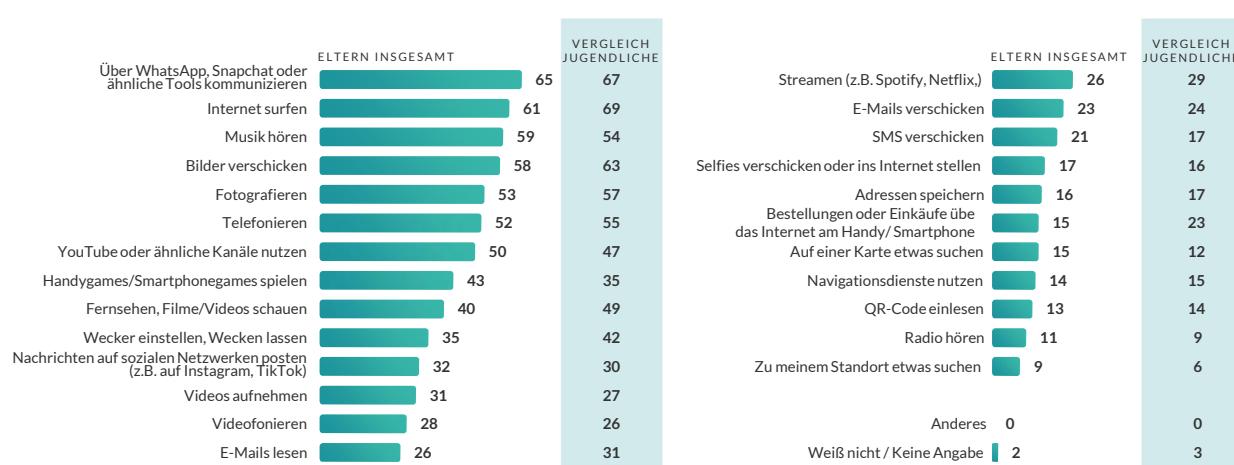
Handy / Smartphone

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Häufig genutzte Smartphone-Funktionen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

HANDY / SMARTPHONE 60

Einstellung zum Handyverbot an Schulen



1 Ein Handyverbot in Schulen wird vom Großteil der Eltern befürwortet!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

HANDY / SMARTPHONE 61

Kapitel 8

Computer

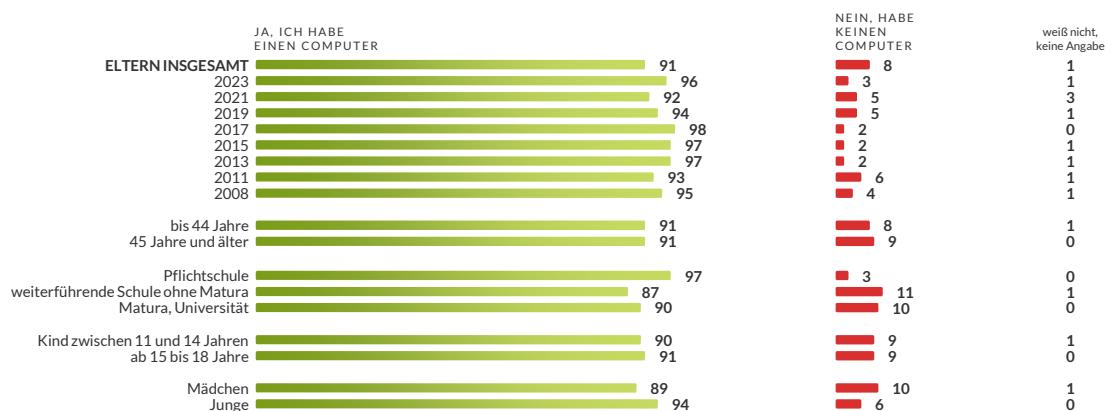


MARKETINSTITUT
MARKET

Verbreitung von Computern



1 Computer gehören auch weiterhin zur Basisausstattung der oberösterreichischen Haushalte!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

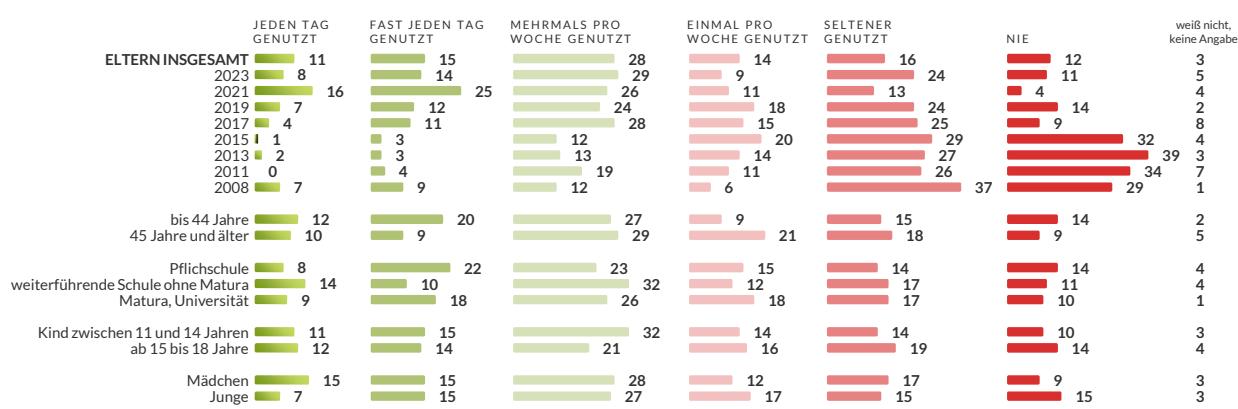
COMPUTER 63

Nutzungsintensität von Lernprogrammen bzw. LernApps



Basis: Eltern, die einen Computer/Tablet zuhause haben

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



* Trend nicht direkt vergleichbar

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

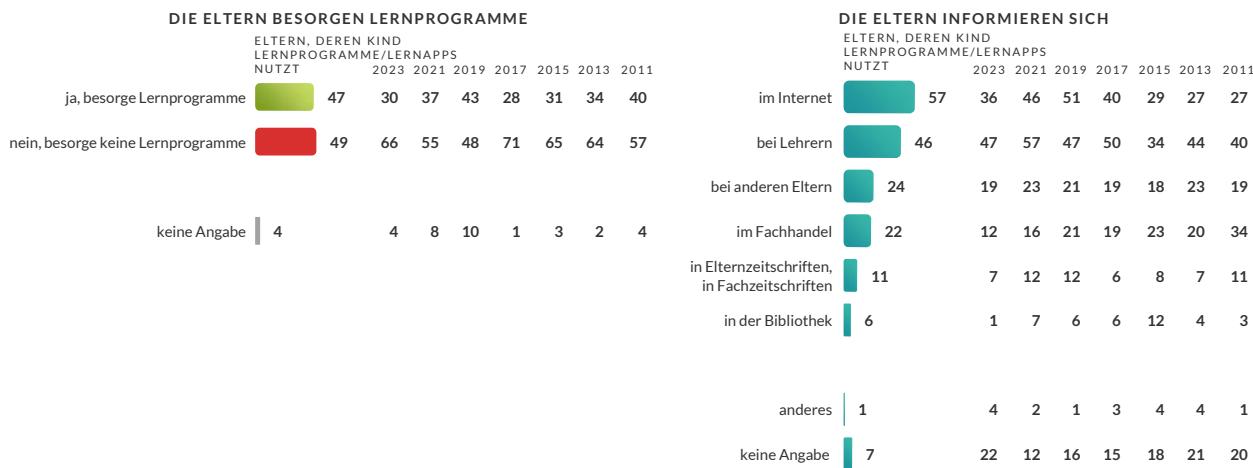
COMPUTER 64

Informationsquellen bei Lernprogrammen/LernApps

Basis: Eltern, deren Kind Lernprogramme/LernApps nutzt



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

COMPUTER 65



Verbreitung von Internet-Regeln



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

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

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

INTERNET 67

Die Internet-Regeln im Detail

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

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

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

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

Frage: Welche dieser Regeln werden bei Ihnen vereinbart?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

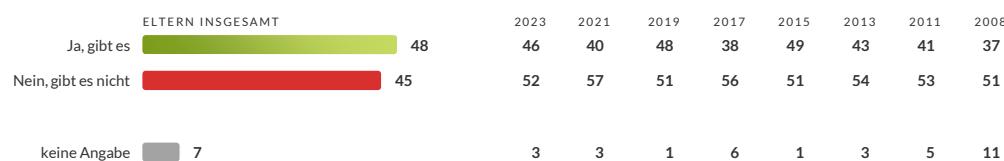
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, die Internet-Regeln mit ihrem Kind vereinbaren (54% = 100%)

INTERNET 68

Verbreitung von Sperren & Filter



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

INTERNET 69

Gründe, warum keine Filterprogramme installiert sind



Basis: Eltern, die keine Filterprogramme installieren

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



Frage: Warum sind keine Filterprogramme installiert?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

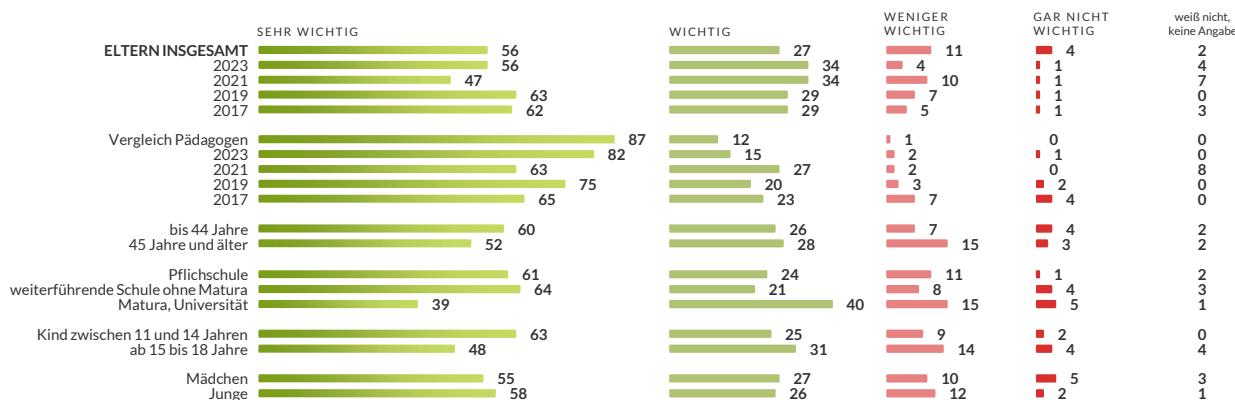
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, die keine Filterprogramme installiert haben (45% = 100%)

INTERNET 70

Bedeutung von Filterprogrammen in Schulen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

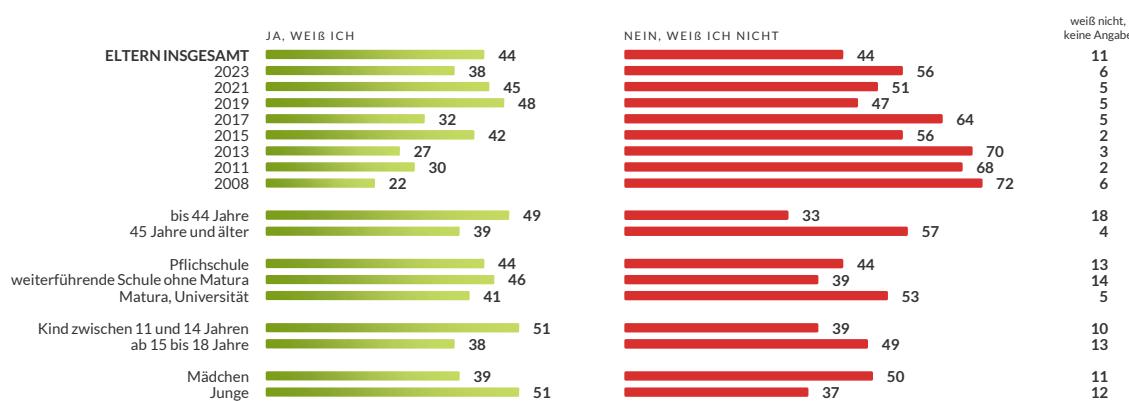
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

INTERNET 71

Wissen um Meldestellen von illegalen Seiten



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

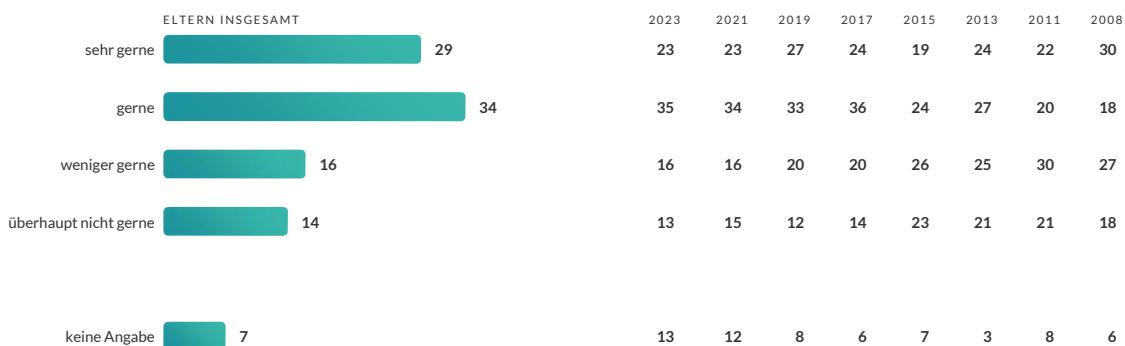
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

INTERNET 72

Interesse an Informationen zur sicheren Internetnutzung



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

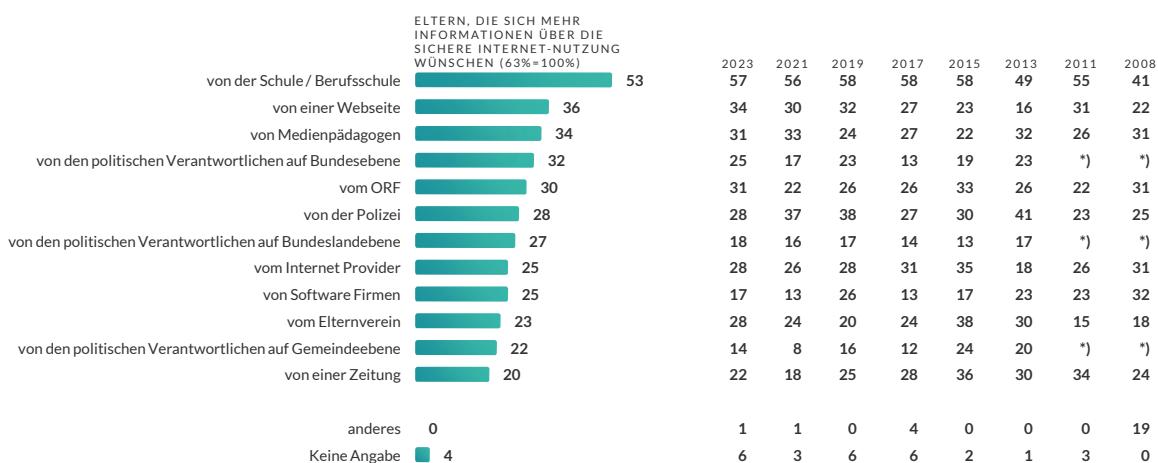
INTERNET 73

Gewünschte Informationsquellen

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



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



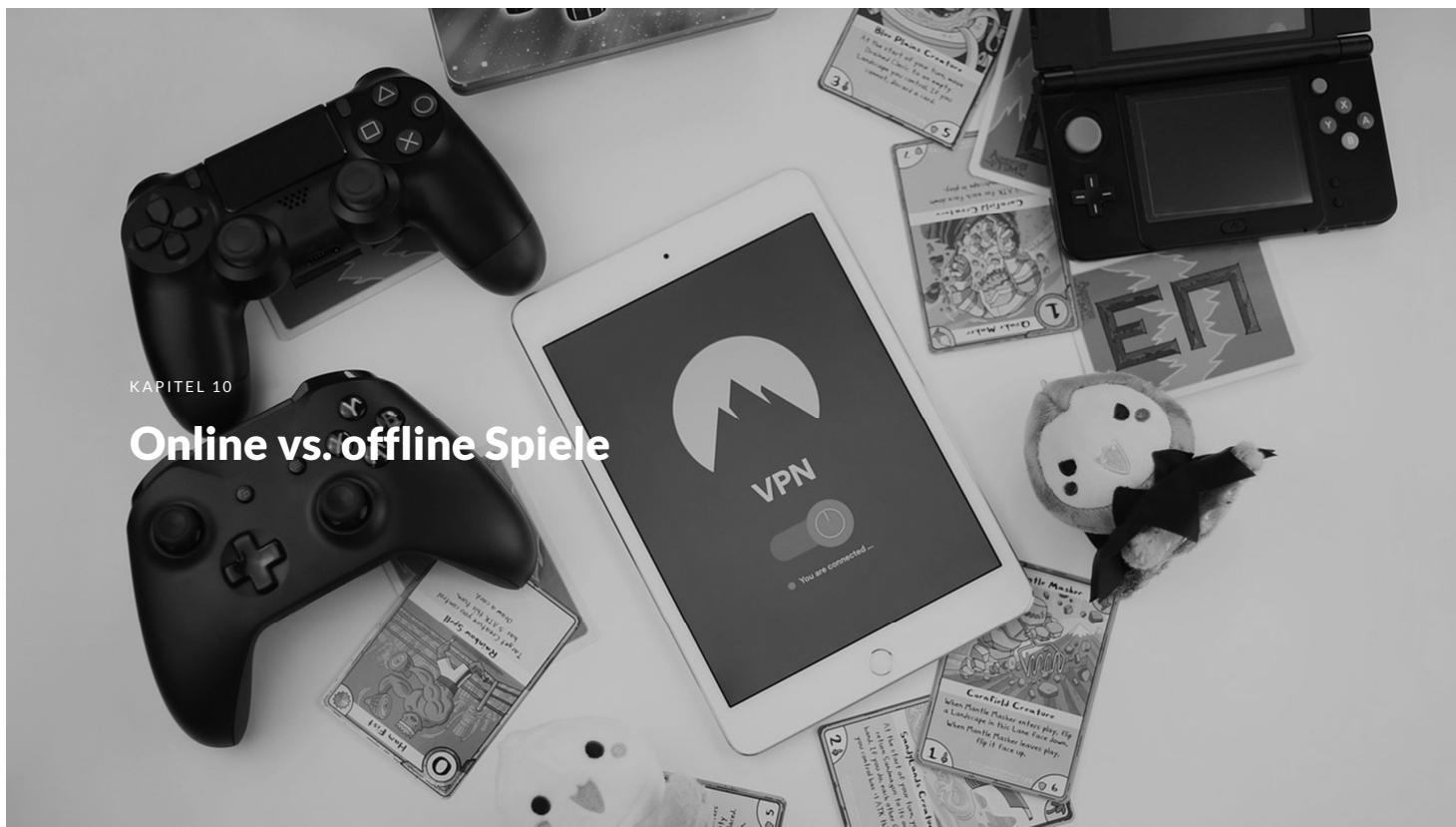
*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

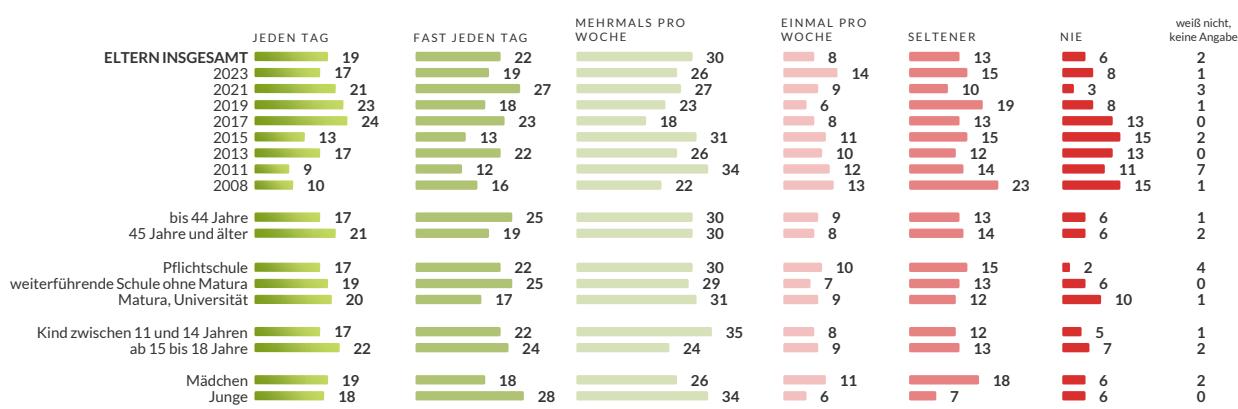
INTERNET 74



Nutzungshäufigkeit von Computerspielen

 **Education Group**

Die Mehrheit der Jugendlichen spielt zumindest mehrmals pro Woche Computerspiele!



* Trend nicht direkt vergleichbar

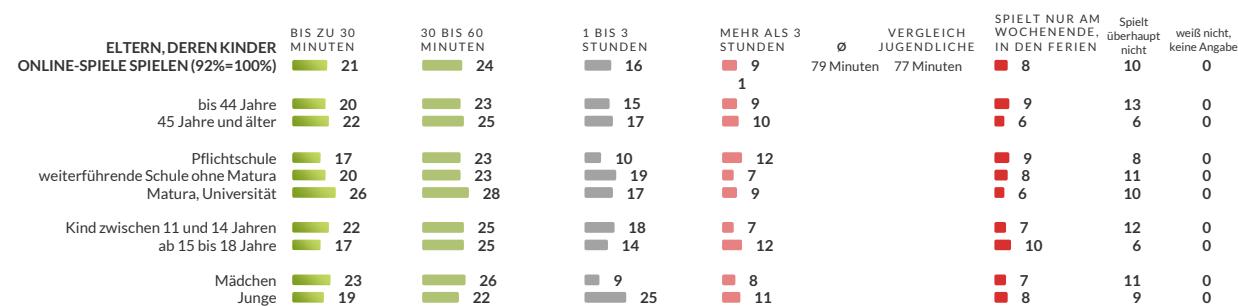
Frage: Kommen wir zu Computerspielen! Bitte bei den nächsten Fragen auch an Spiele auf Spielkonsolen, Handys, Smartphones und Tablets denken. Wie häufig spielt Ihr Kind zuhause Computerspiele?

Der tägliche Online-Spielkonsum der Jugendlichen

Basis: Eltern, deren Kinder zuhause Online-Spiele spielen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

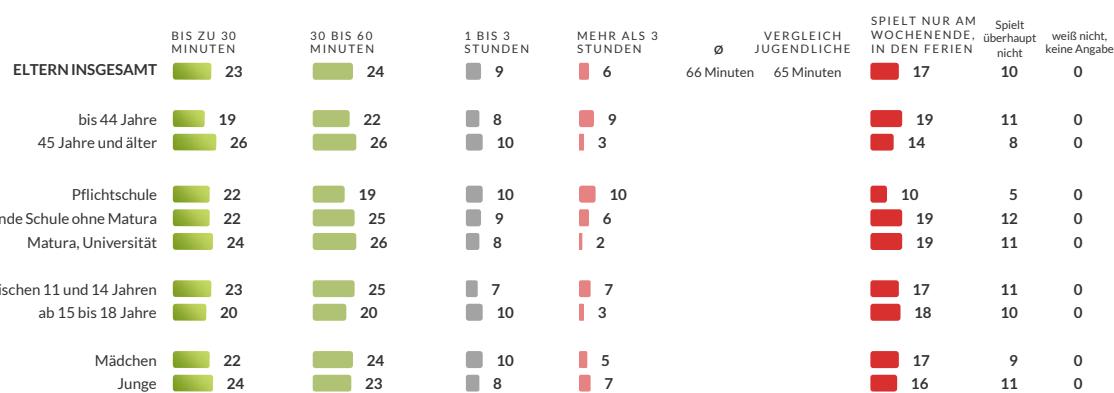
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, deren Kinder zuhause Computerspiele spielen (92% = 100%)

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 77

Der tägliche Offline-Spielkonsum der Jugendlichen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

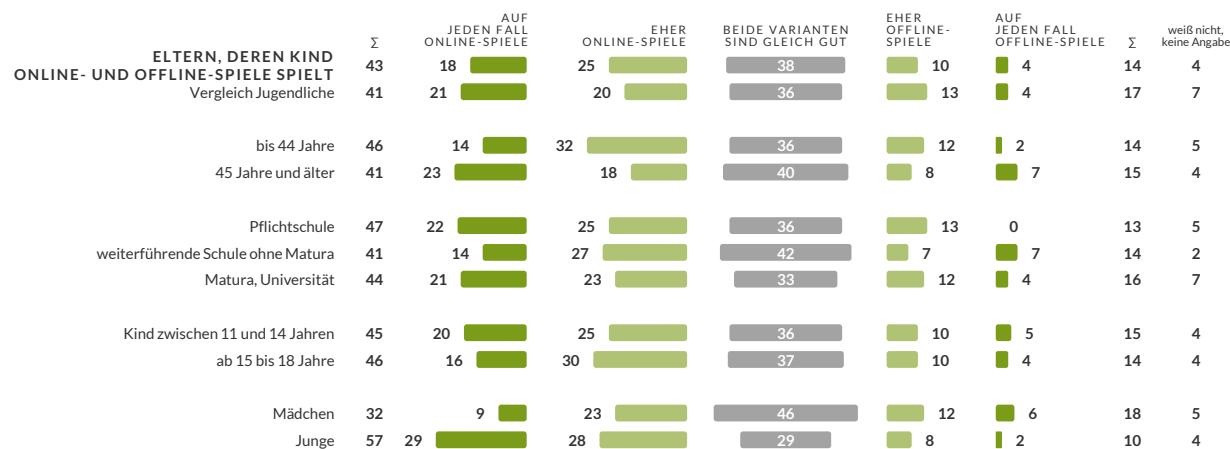
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 78

Spaßfaktor: Online- vs. Offline-Spiele

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



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

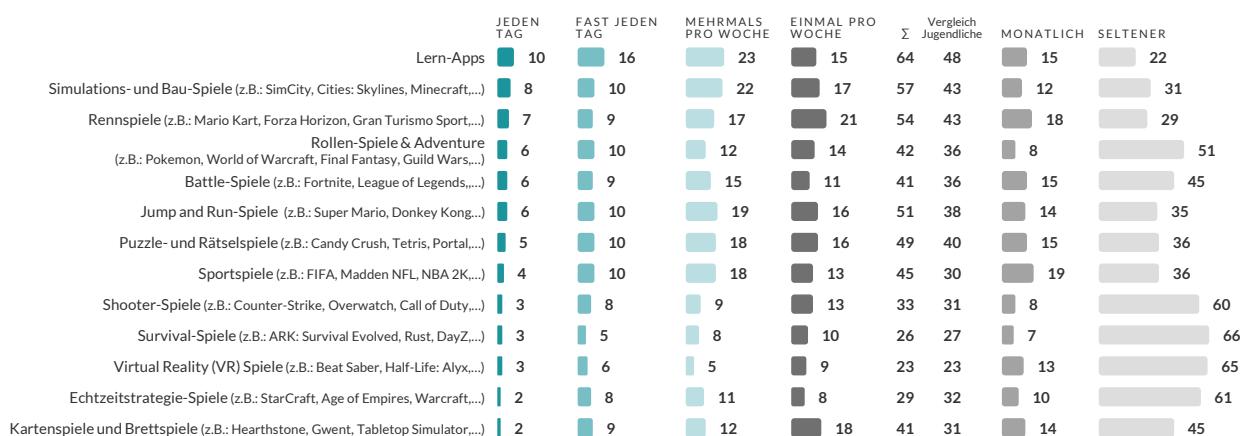
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 79

Spielhäufigkeit bei Online-Spielen

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



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

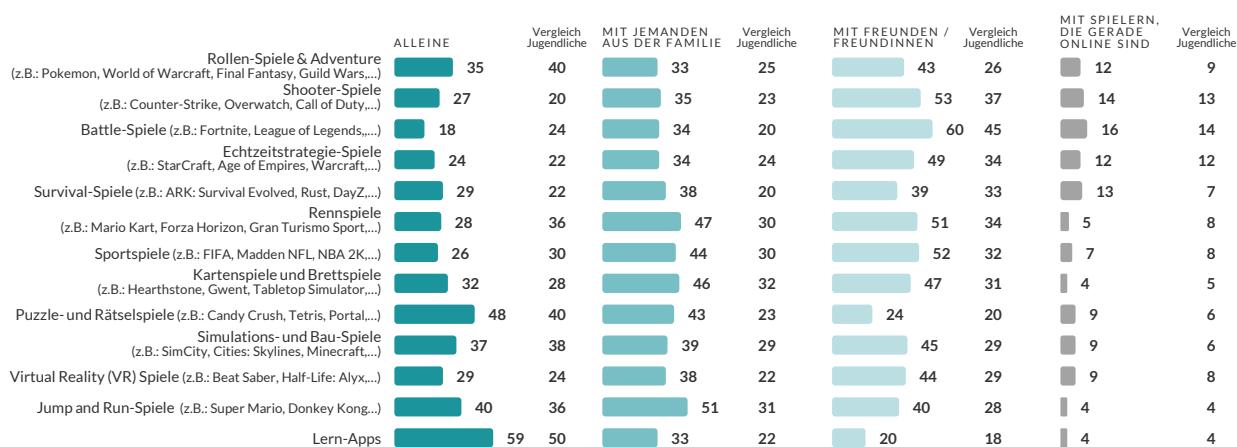
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 80

Spielpartner in der Online-Welt

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



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



Frage: Und mit wem spielt Ihr Kind die Spiele?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

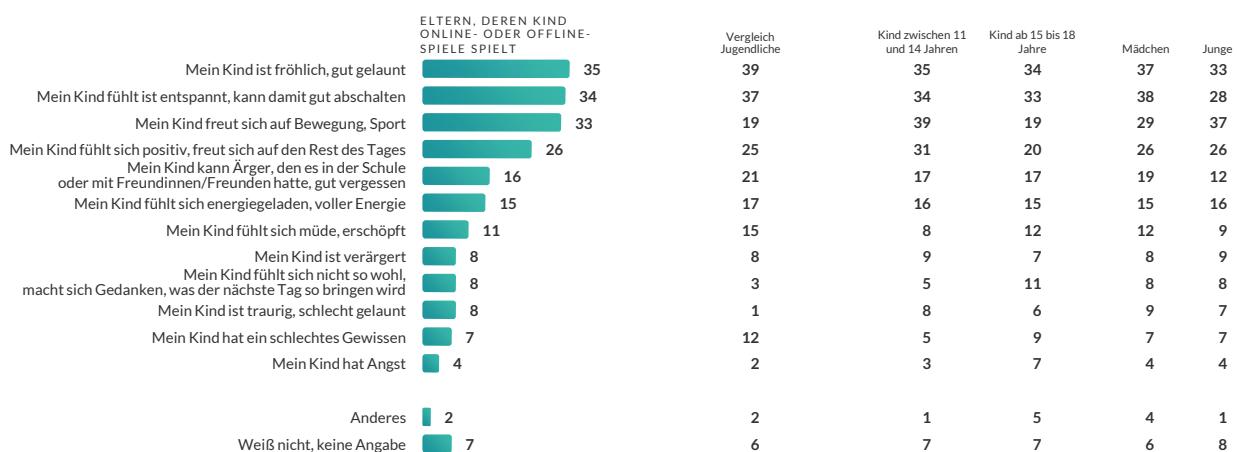
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 81

Gefühlslage nach Online-Spielen

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



1 Nach dem Computerspielen werden die Kinder fröhlich und entspannt wahrgenommen!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

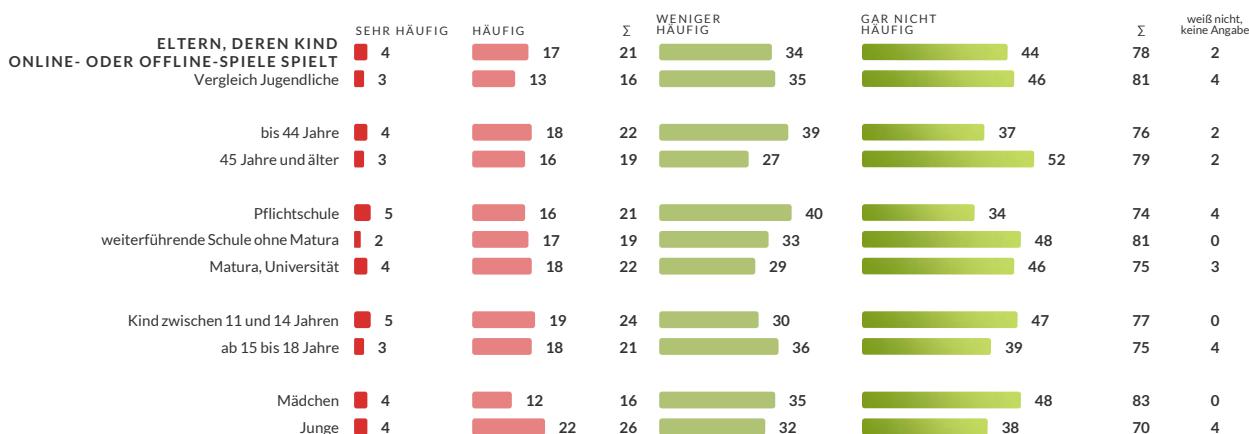
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 82

Häufigkeit des Unwohlseins nach Online-Spielen



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

1 Negative Gefühle nach dem Computerspielen werden von Eltern kaum registriert!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

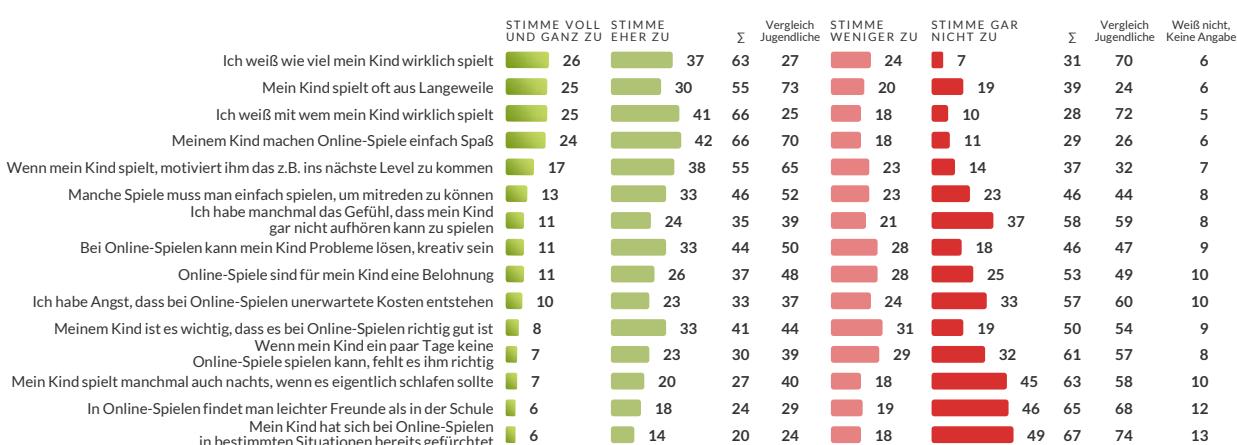
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, deren Kind Online- oder Offline-Spiele spielt

ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 83

Aussagen zu Online-Spielen

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

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



*) bei Jugendlichen anders abgefragt

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

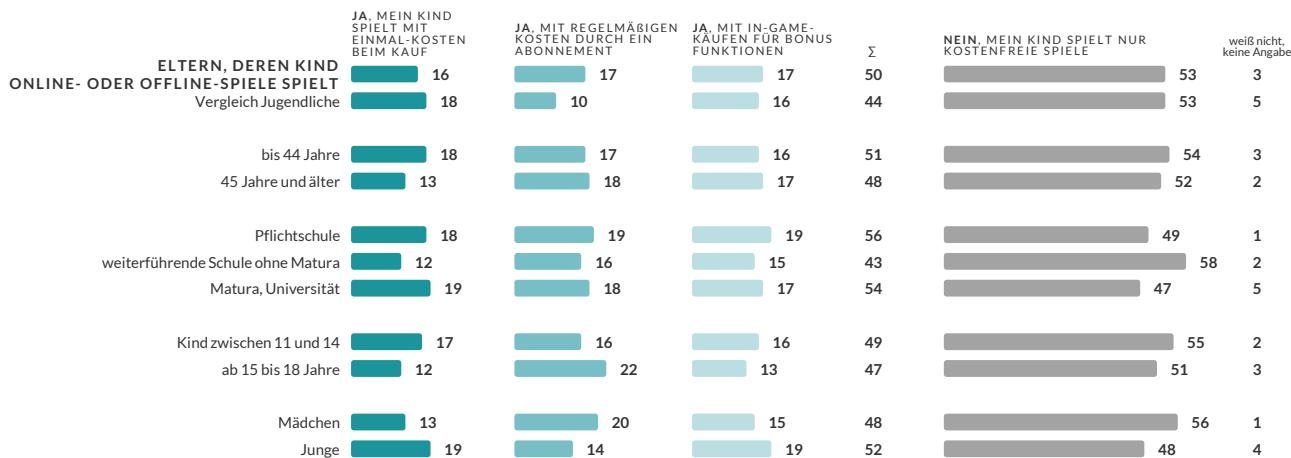
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 84

Verbreitung von kostenpflichtigen Online-Spielen

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



1 Kostenpflichtige Online-Spiele sind weit verbreitet!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

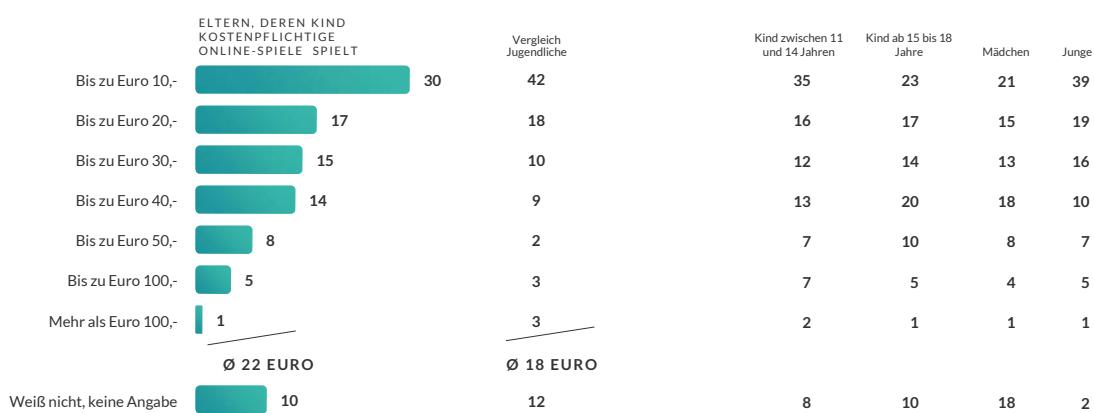
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 85

Monatliche Kosten für Online-Spiele

Basis: Eltern, deren Kind kostenpflichtige Online-Spiele spielt



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

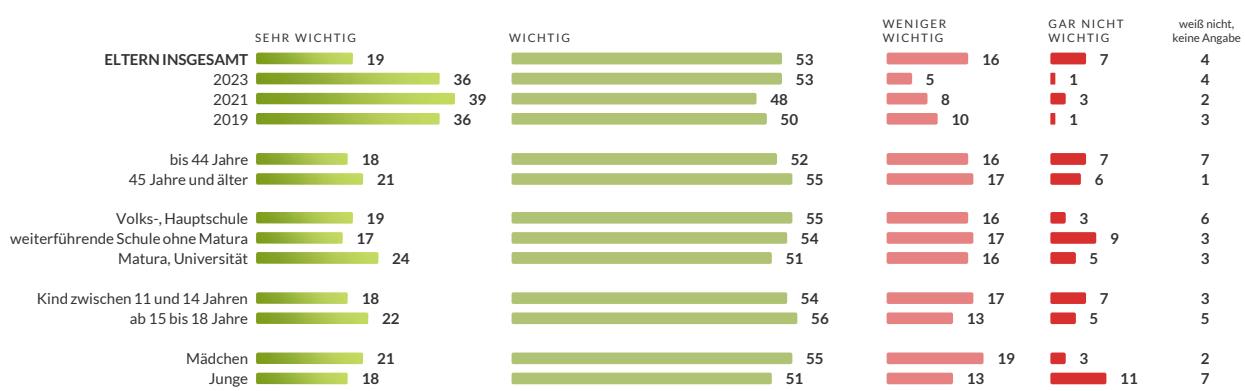
ONLINE VS. OFFLINE SPIELE 86



Bedeutung der Digitalisierung



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

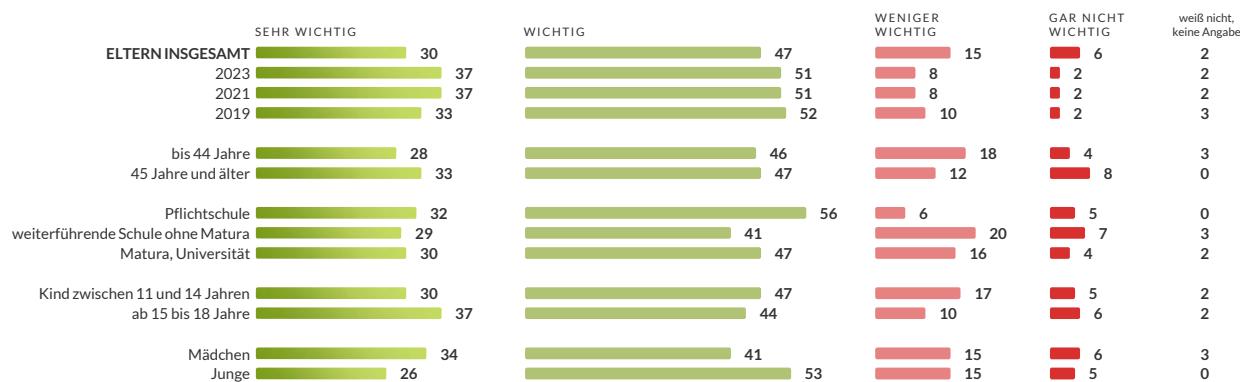


Frage: Wie würden Sie die Bedeutung der Digitalisierung, also die immer stärker werdende Vernetzung, für die Jugendlichen im Hinblick auf Ihre Zukunft und ihren Beruf einschätzen?

Vorbereitung auf die Auswirkungen der Digitalisierung



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

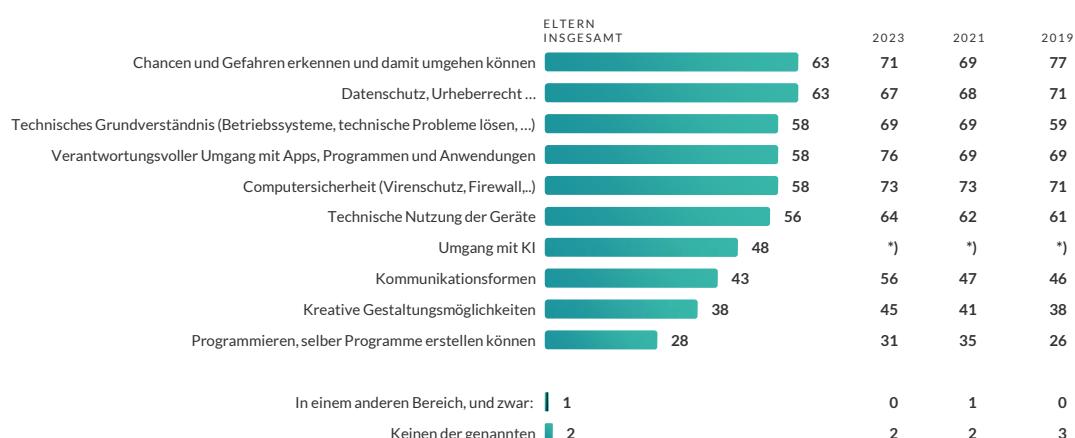
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 89

Themenfelder der Digitalisierung



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

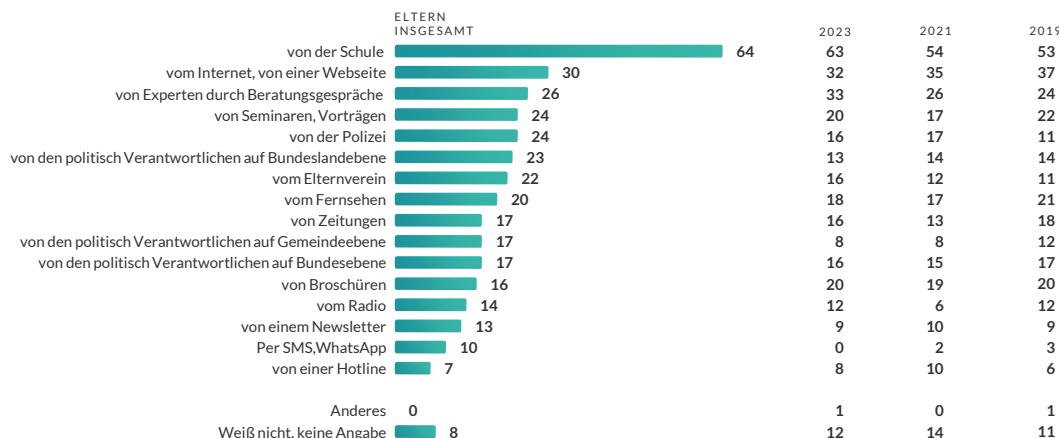
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 90

Gewünschte Informationsquellen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

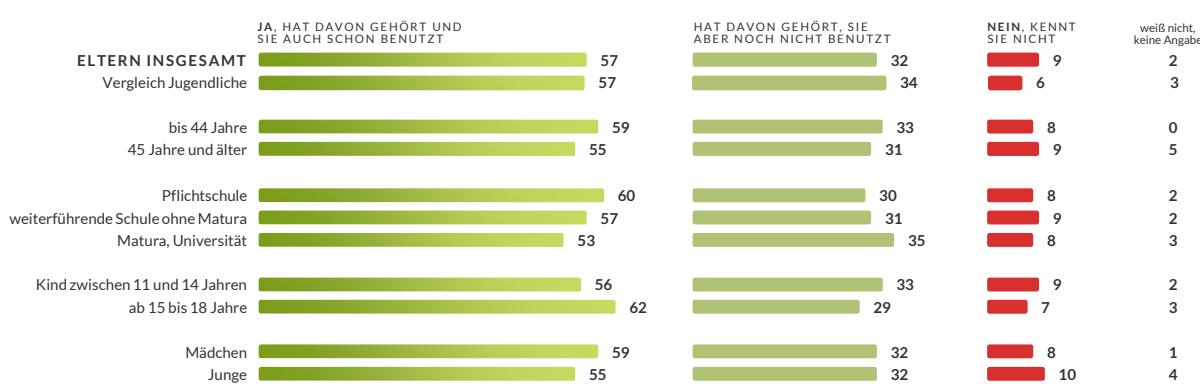
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 91

Bekanntheit & Nutzung von Alexa, Siri, Cortana & Co



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

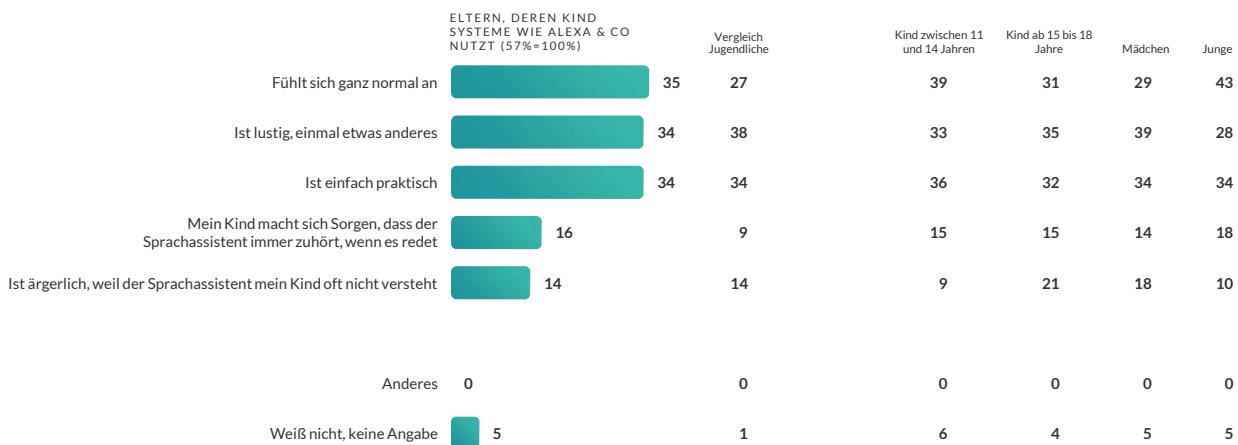
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 92

Sprachassistenten statt Menschen: Komfort oder Unbehagen?

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

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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 93

KI als Lern- und Problemlösungstools im Alltag



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



* bei Jugendlichen mit Sprachassistenten abgefragt

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

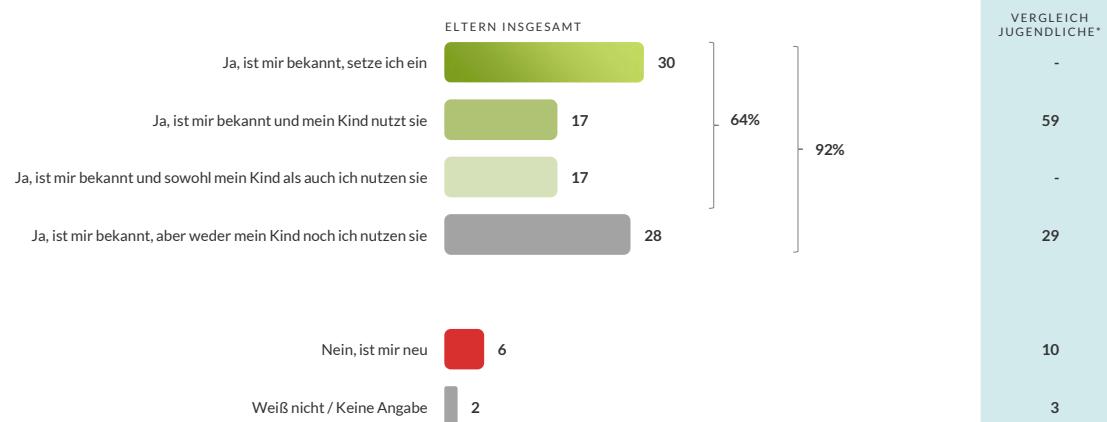
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 94

ChatGPT/KI – Bekanntheit & Nutzung



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



* bei Jugendlichen anders abgefragt

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

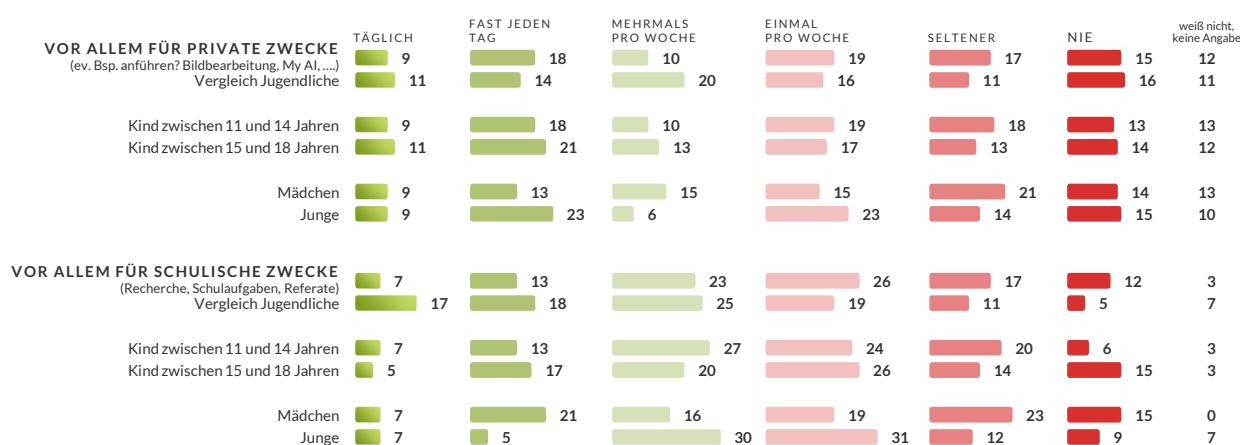
SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 95

Nutzungshäufigkeit der KI-Systeme

Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

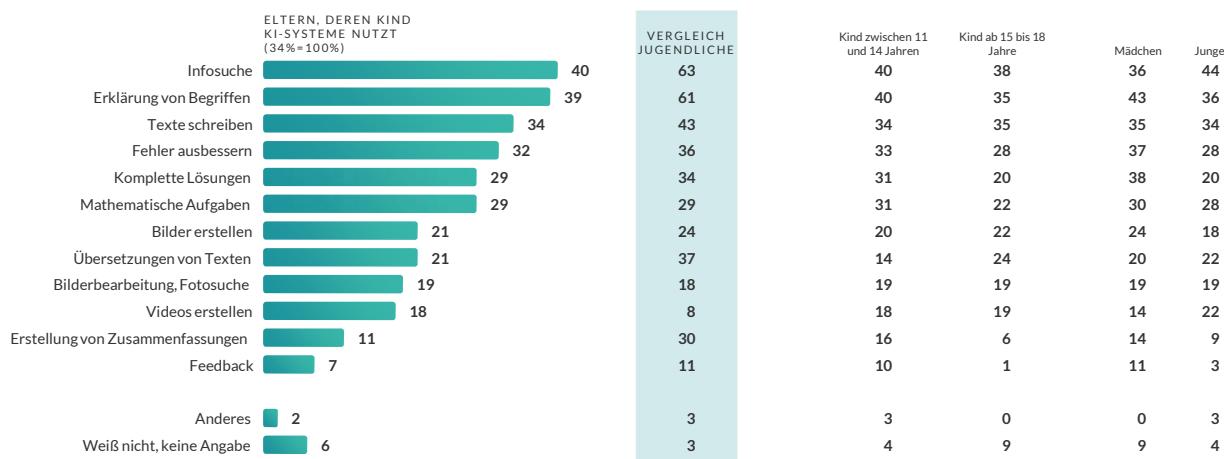
SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 96

Verwendungsmotive für den Einsatz von KI-Systemen

Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt



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



Frage: Wofür verwendet Ihr Kind KI-Systeme?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

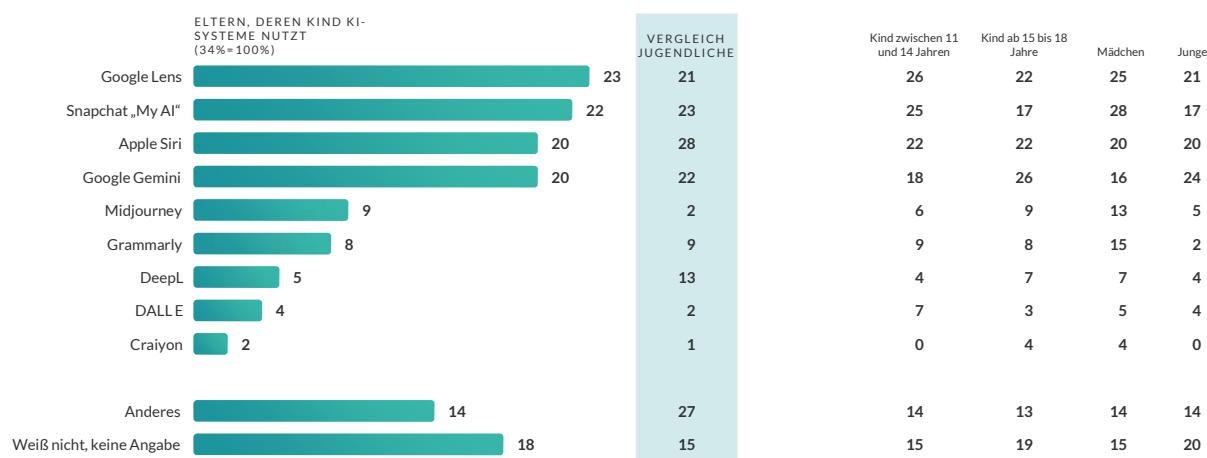
SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 97

Genutzte KI-Systeme

Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt



1 Google, Snapchat und Siri sind besonders oft in Verwendung!



Frage: Welche KI-Systeme nutzt Ihr Kind?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

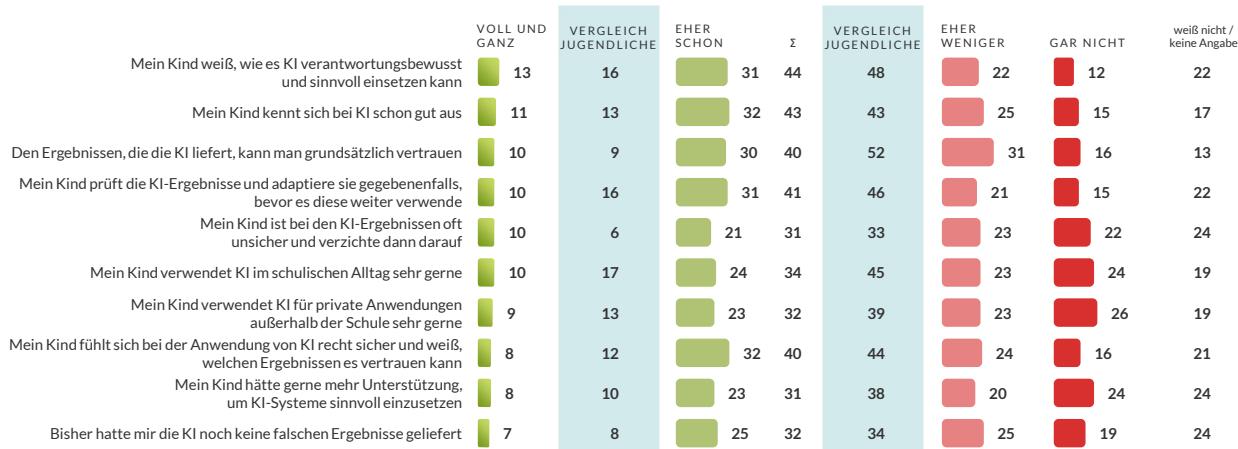
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern, deren Kind KI-Systeme nutzt (34% = 100%)

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 98

Wahrnehmung der KI im Detail



1 KI ist noch mit viel Unsicherheit behaftet.



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

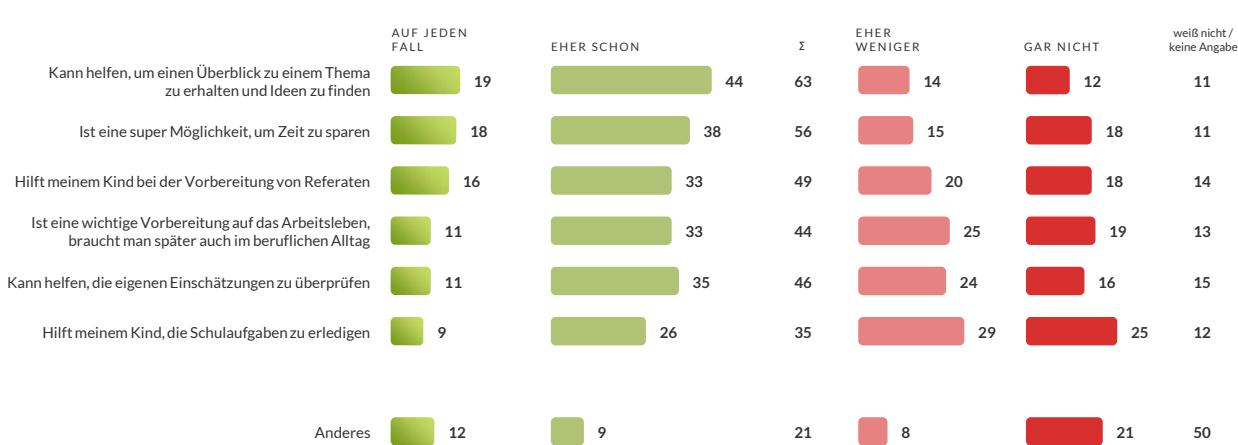
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 99

Chancen für die KI im Schuleinsatz



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

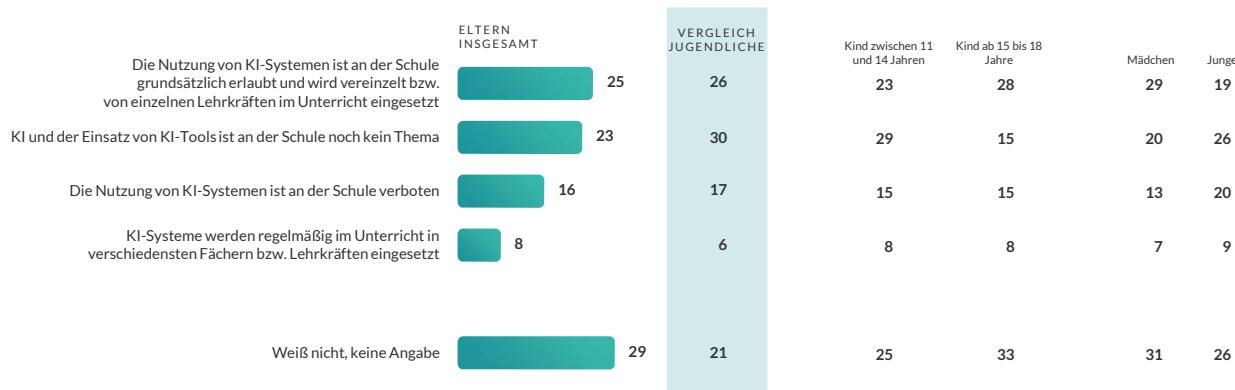
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 100

KI-Einsatz in der Schule



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

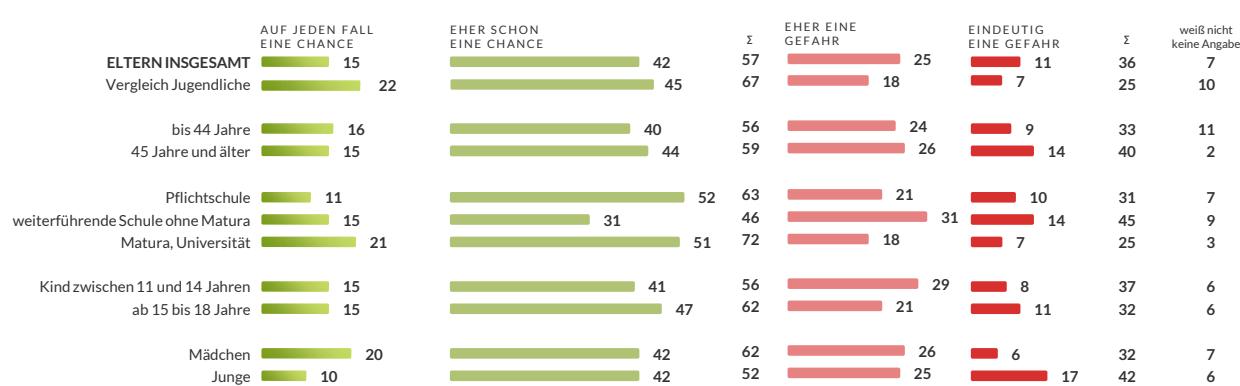
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 101

Beurteilung von KI-Systemen: Chance oder Gefahr?



1 KI-Systeme werden mehrheitlich als Chance wahrgenommen!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

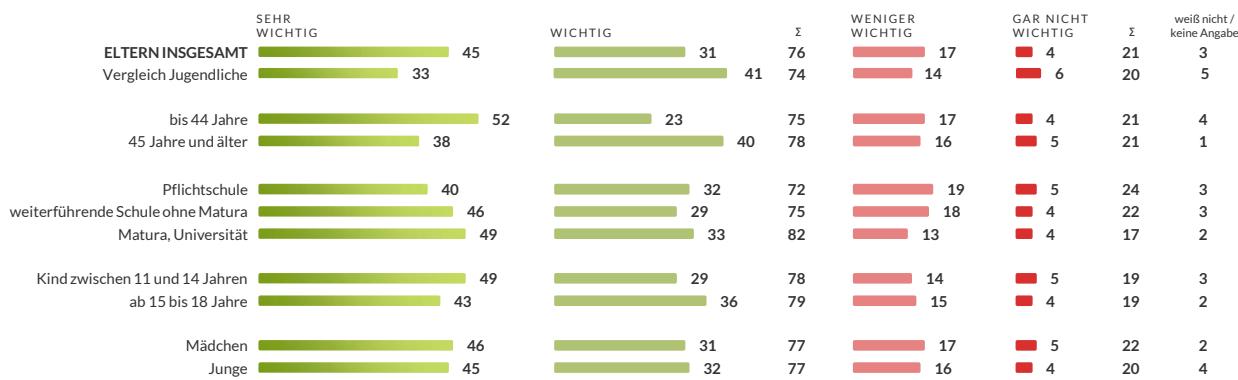
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Eltern insgesamt

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 102

Bedeutung einer verantwortungsbewussten KI-Nutzung



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SPRACHASSISTENTEN & KI IM ALLTAG 103

Ihr Ansprechpartner



Prok. Dr. David Pfarrhofer

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



MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

104

Medienverhalten der Jugendlichen im Trend

aus dem Blickwinkel der Pädagog:innen

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für die EDUCATION GROUP GmbH



1

Inhaltlicher Überblick

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





Aufgabenstellung

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

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



Zielgruppe

oberösterreichische Pädagog:innen an NMS und AHS (Unterstufe)



Befragungsart

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



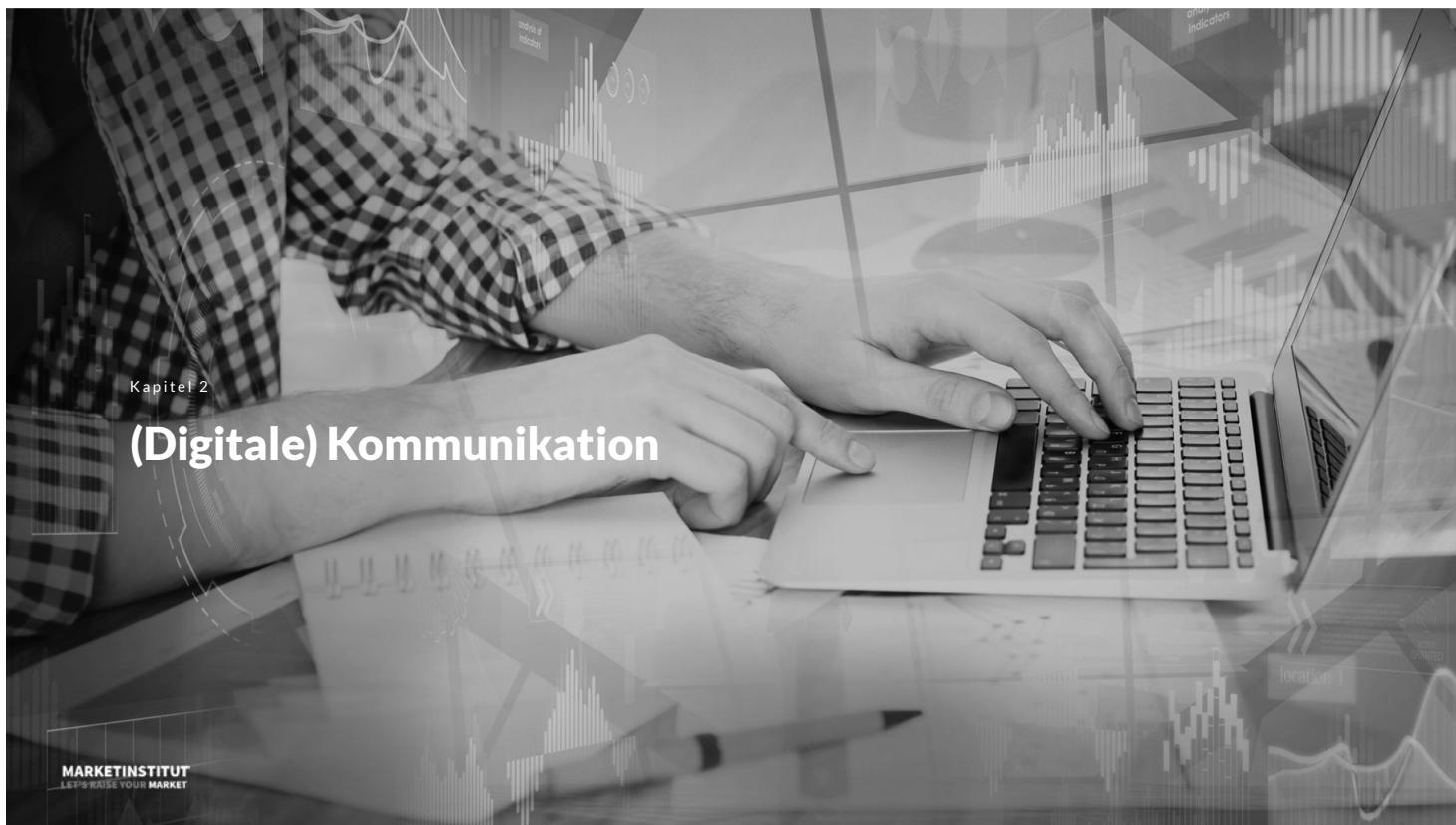
Befragungszeitraum

03. April bis 23. Juni 2025



Auswertungsbasis

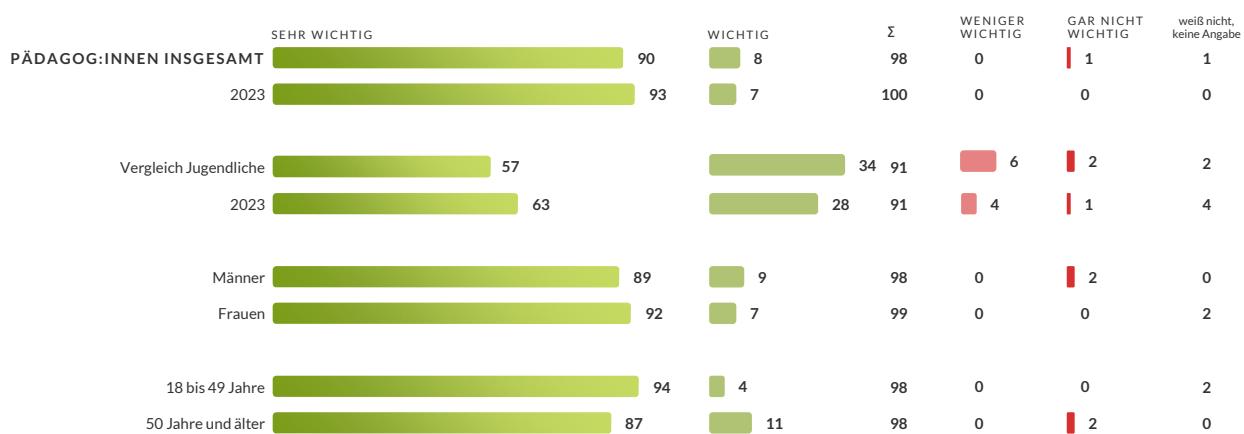
Pädagog:innen insgesamt: n=200
maximale statistische Schwankungsbreite +/- 7,07 Prozent



Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft



1 Persönliche Treffen bleiben für eine gute Freundschaft unverzichtbar!

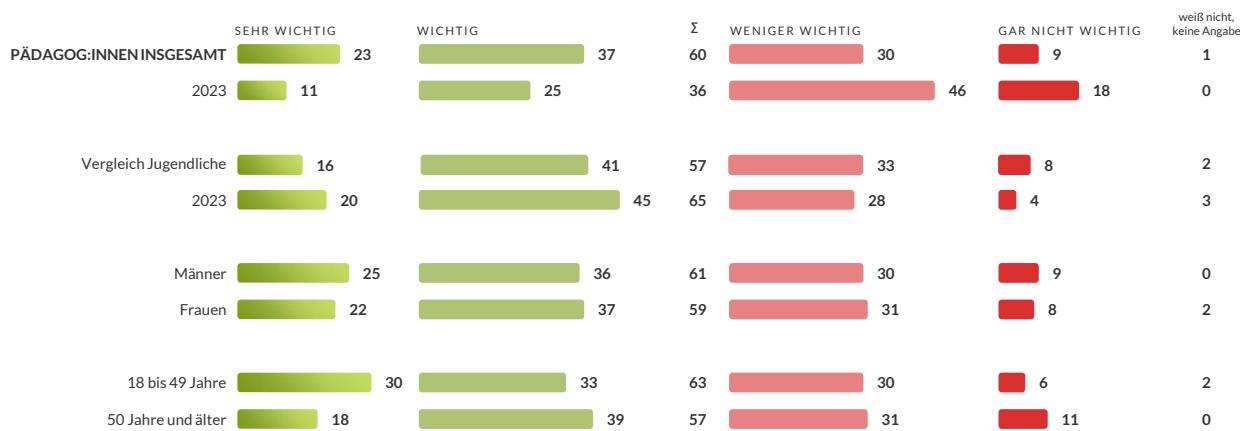


Frage: Wie schätzen Sie das ein: Wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft unter Jugendlichen, dass sich diese treffen und gemeinsam Zeit miteinander verbringen?

Bedeutung virtueller Treffen für eine gute Freundschaft



1 Die Bedeutung des Austauschs über das Internet nimmt spürbar zu!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

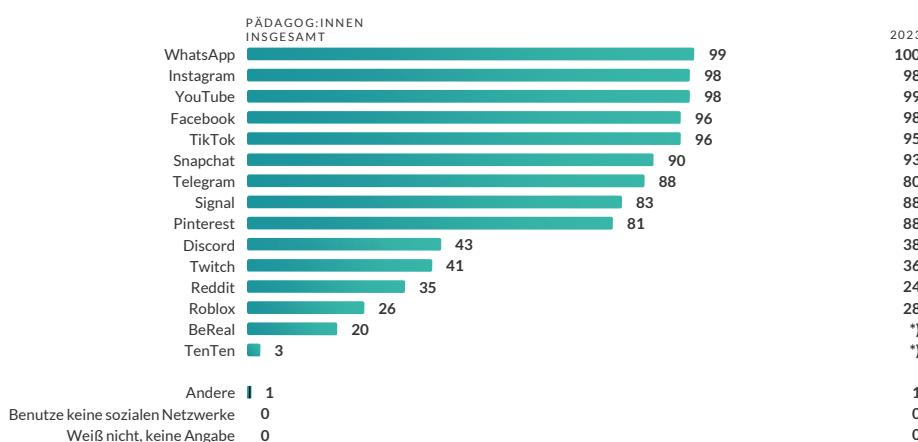
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 7

Bekanntheit der sozialen Netzwerke



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



*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

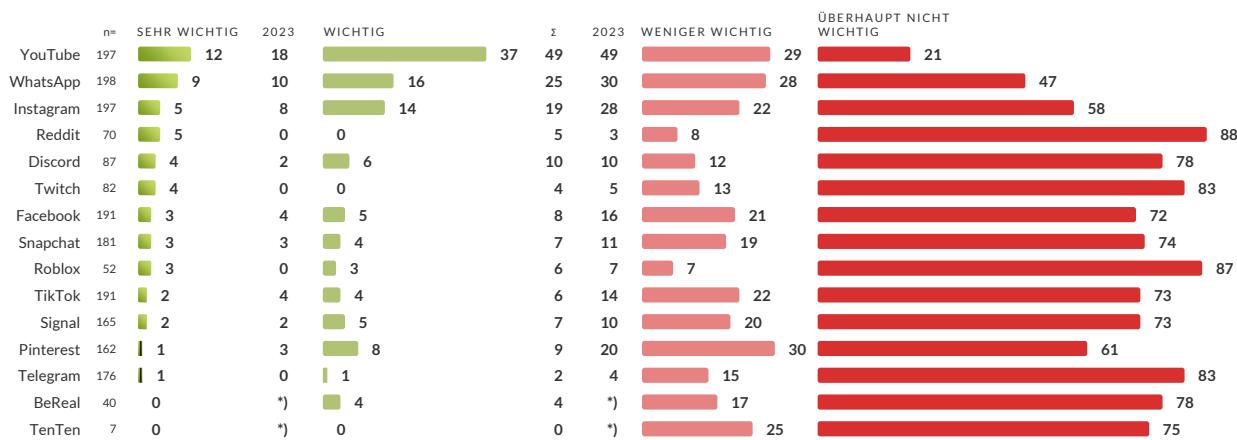
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 8

Bedeutung der sozialen Netzwerke für den Schulalltag

Basis: Jeweilige Kenner:innen



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

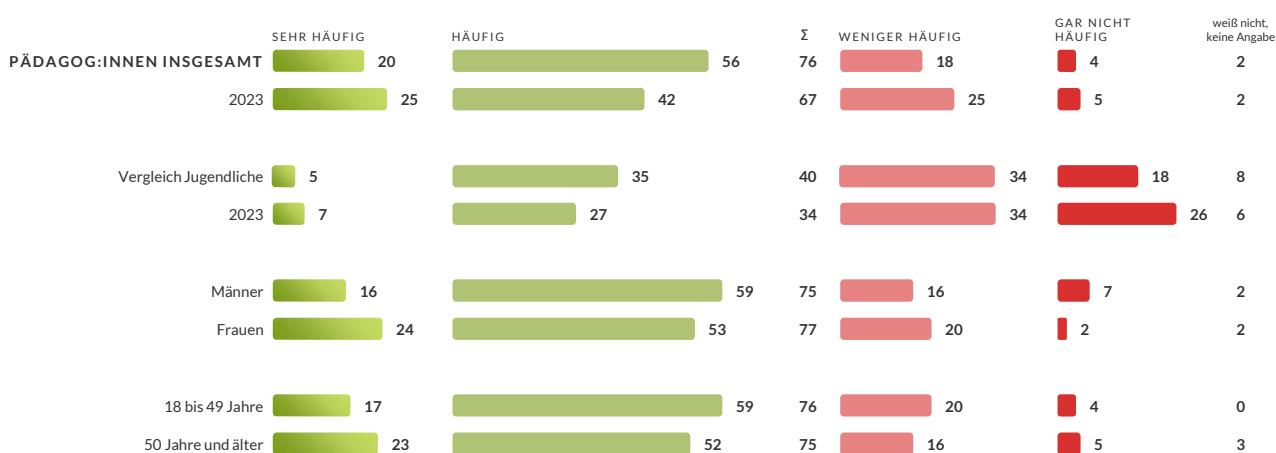
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Jeweilige Kenner:innen

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 9

Gespräche über Erlebnisse in sozialen Netzwerken



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

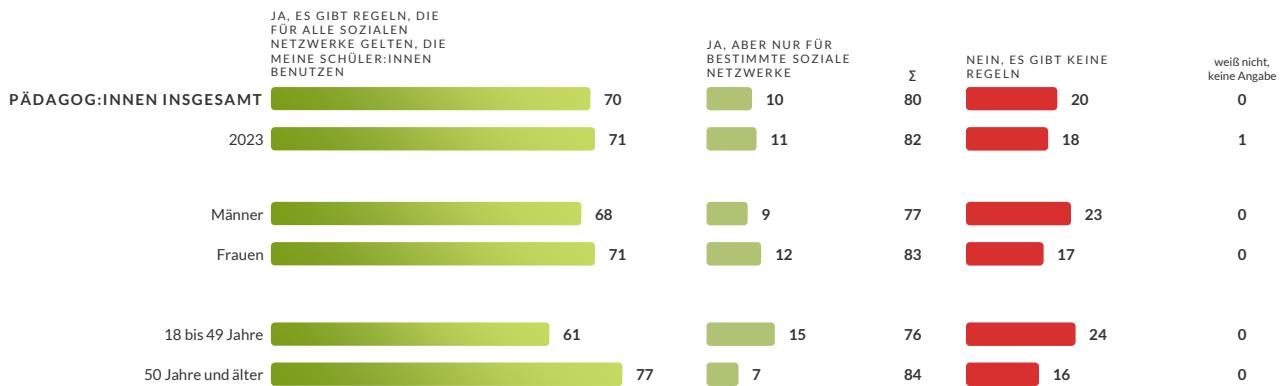
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 10

Regeln für den Umgang mit den sozialen Netzwerken



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

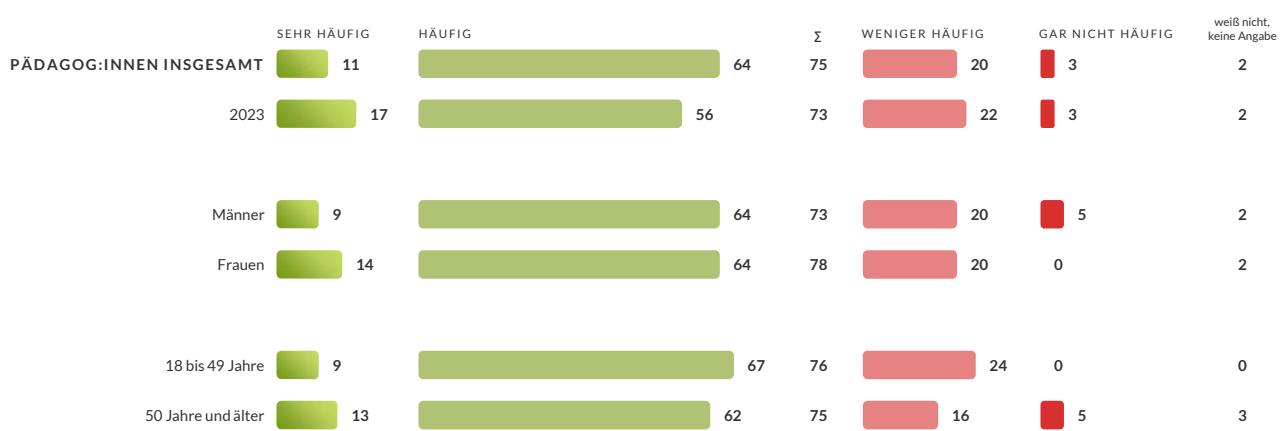
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 11

Gespräche über Verhaltensregeln in sozialen Netzwerken



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

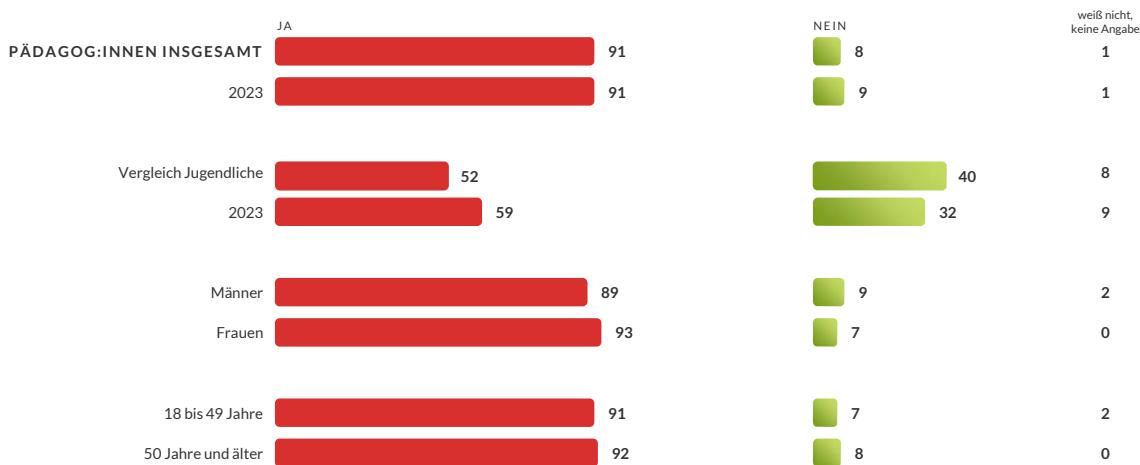
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 12

Verbreitung von Hasskommentaren



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

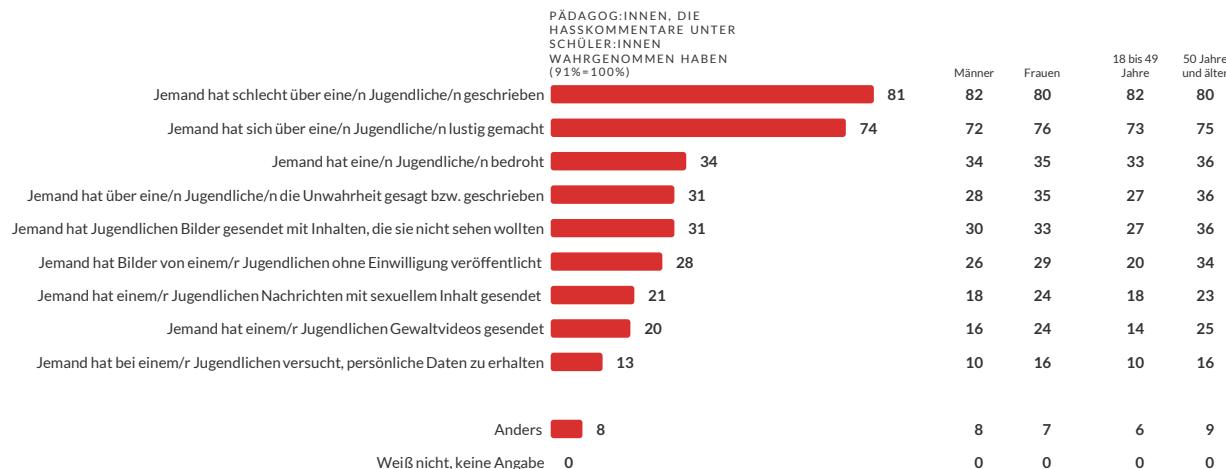
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 13

Hasskommentare im Detail



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

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



Frage: Was ist da passiert?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

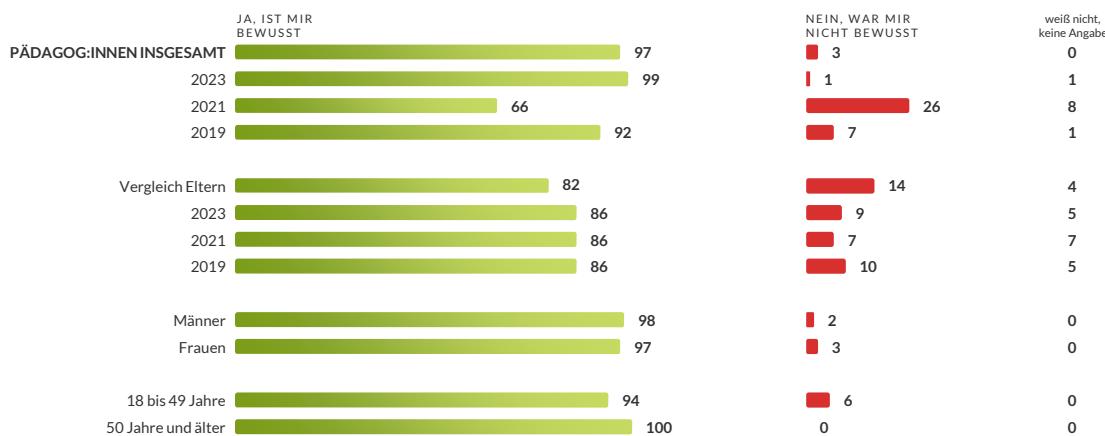
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, die Hasskommentare unter Schüler:innen wahrgenommen haben (91% = 100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 14

Wahrnehmung von Influencern im Internet



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

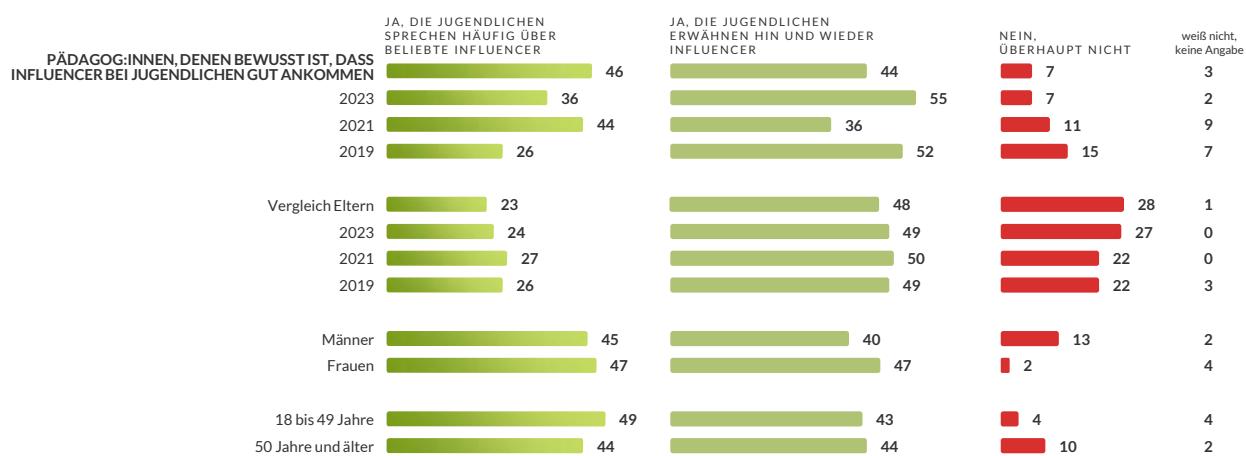
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 15

Influencer als Gesprächsthema bei Jugendlichen



Basis: Pädagog:innen mit Wissen über Influencer

1 Influencer werden vom Großteil der Jugendlichen in der Schule thematisiert!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, denen bewusst ist, dass Influencer bei Jugendlichen gut ankommen (97%-100%)

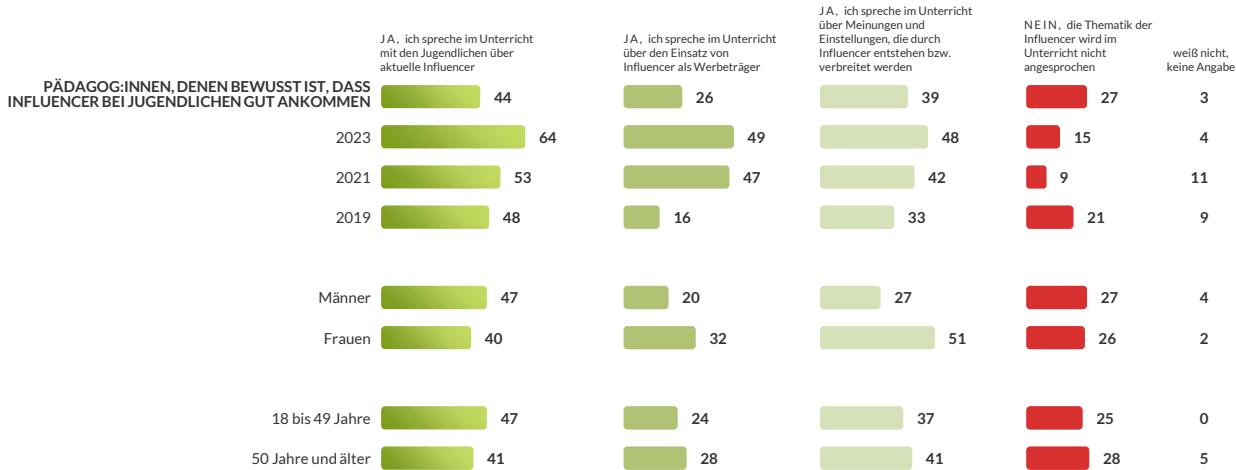
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 16

Influencer im Unterricht

Basis: Pädagog:innen mit Wissen über Influencer



1 Und auch in den Unterricht werden Influencer regelmäßig einbezogen!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, denen bewusst ist, dass Influencer bei Jugendlichen gut ankommen (97%=100%)

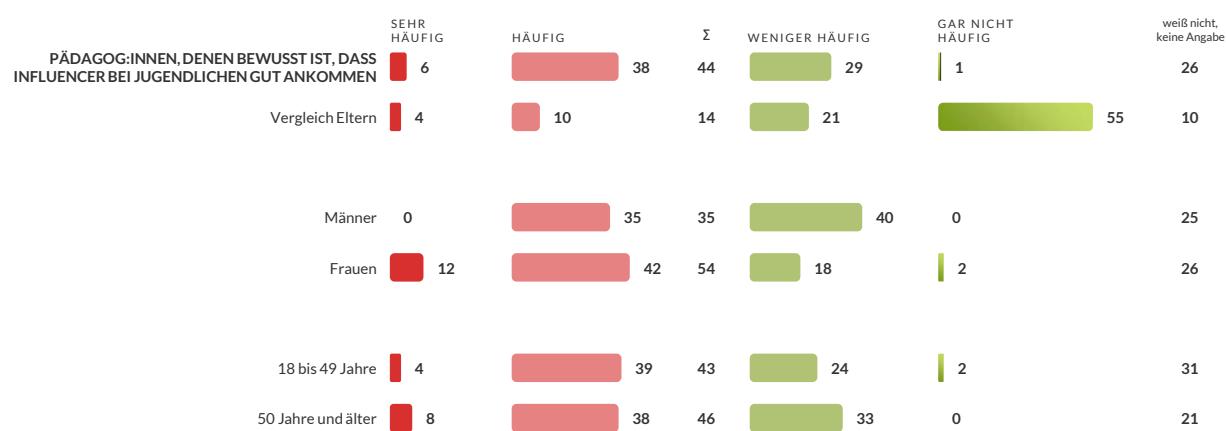
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 17

Gefühle der Jugendlichen nach Kontakt mit Influencern

Basis: Pädagog:innen mit Wissen über Influencer



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

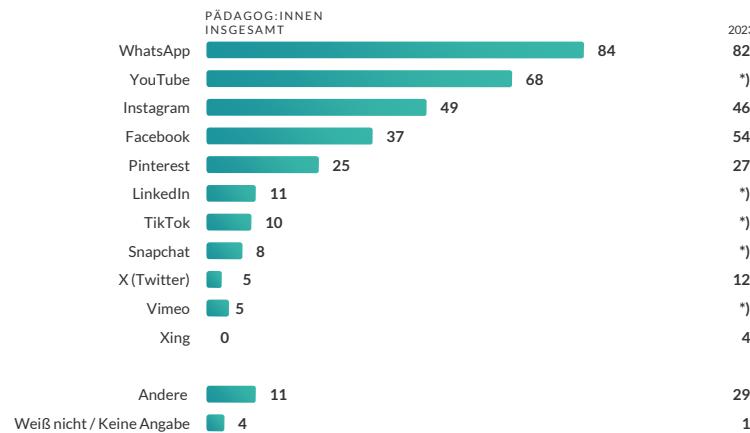
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, denen bewusst ist, dass Influencer bei Jugendlichen gut ankommen (97%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 18

Online-Profile der Pädagog:innen



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



*) wurde nicht erhoben

Frage: Welche Online-Profile nutzen Sie aktiv?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 19

Kapitel 3

Medienkompetenz

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Aussagen zur Mediennutzung



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

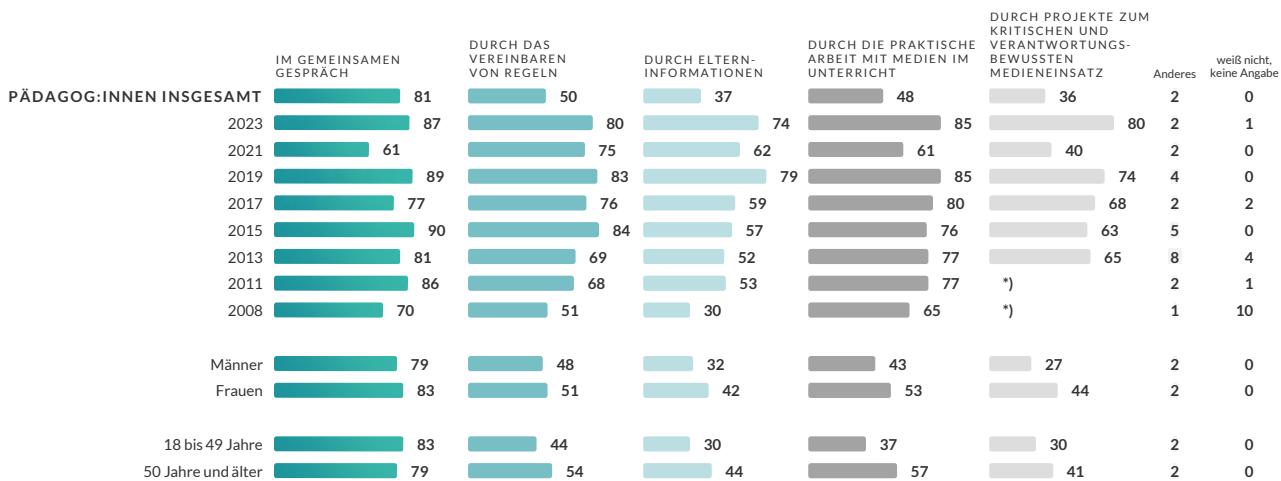
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 21

Aktivitäten zur Förderung der sinnvollen Mediennutzung



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



*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

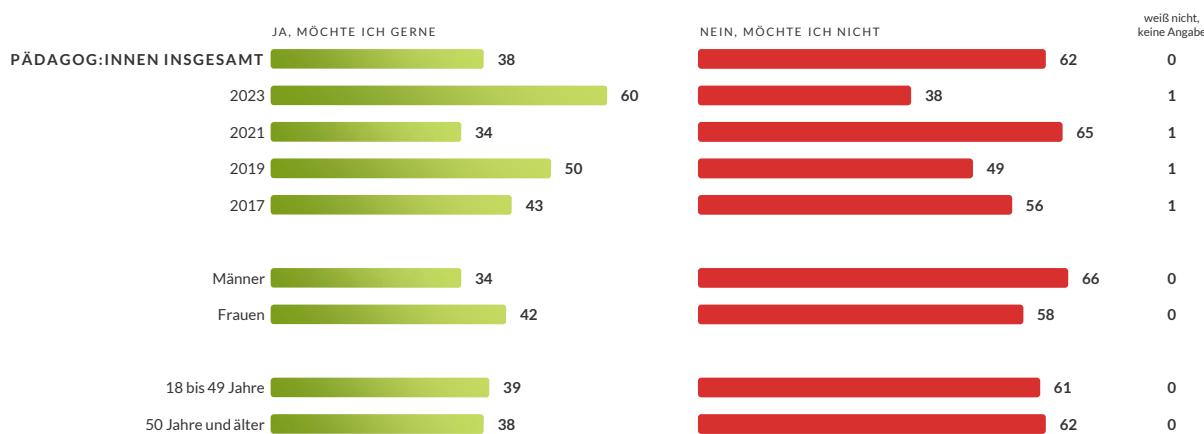
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 22

Interesse an Zusatzinfos zur Förderung der Medienkompetenz



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

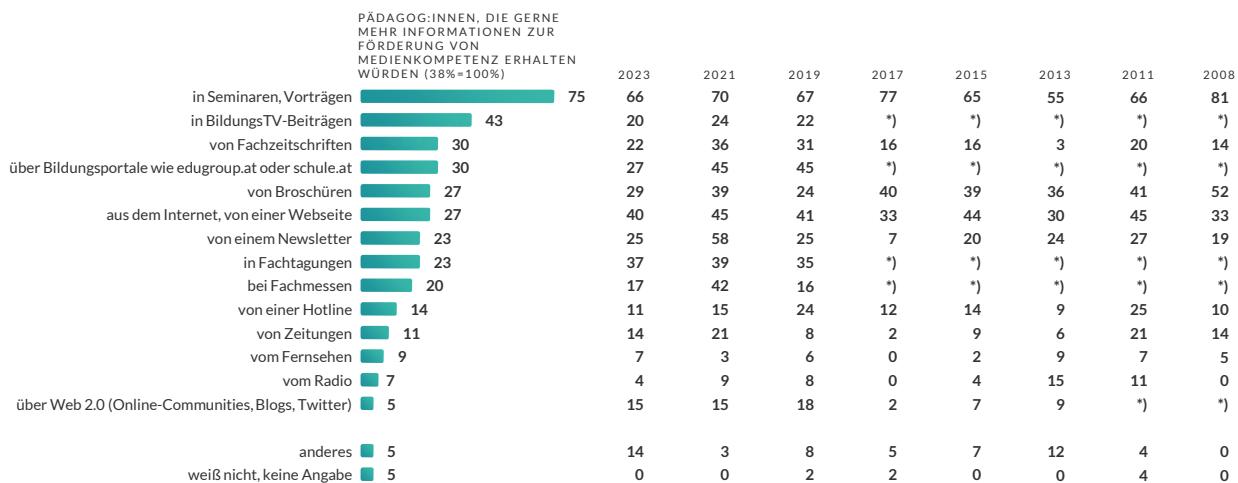
MEDIENKOMPETENZ 23

Informationskanäle zur Förderung der Medienkompetenz



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

1 Seminare sind mit Abstand die beliebteste Informationsquelle!



*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

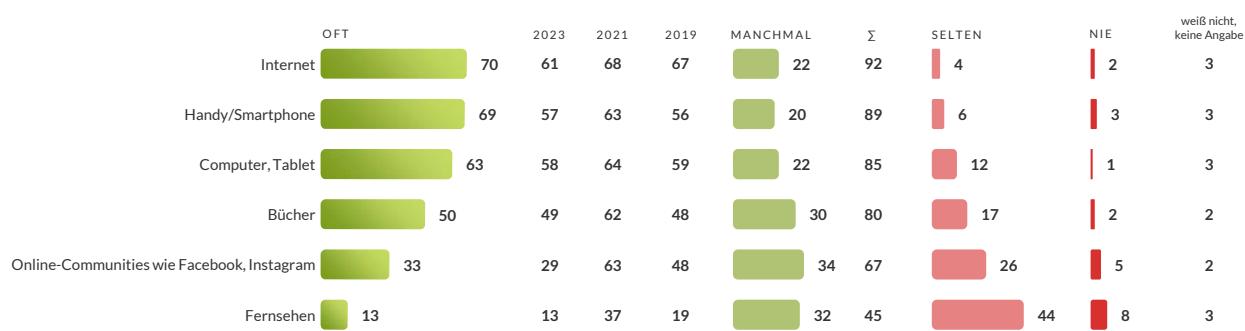
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, die gerne mehr Informationen zur Förderung von Medienkompetenz erhalten würden (38% = 100%)

MEDIENKOMPETENZ 24

Medien als Gesprächsstoff im Unterricht



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

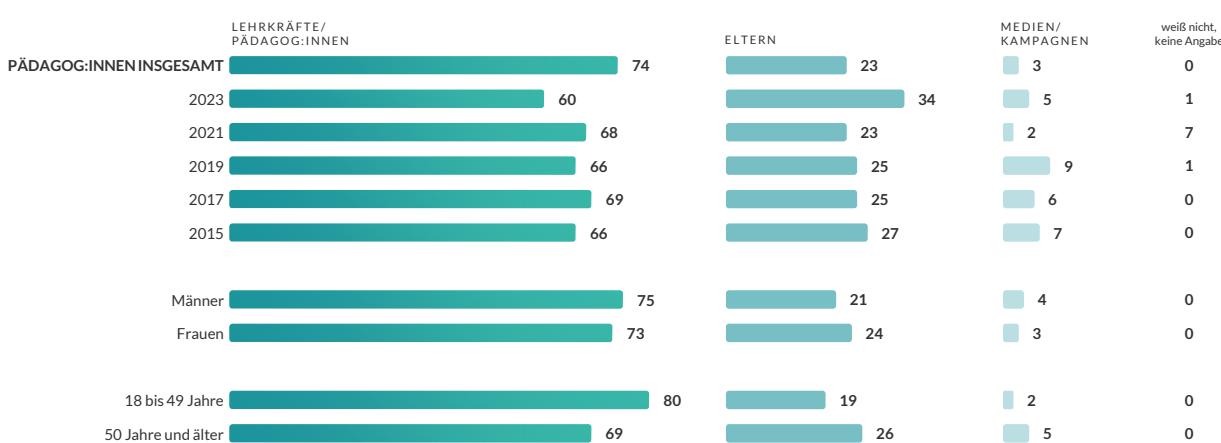
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 25

Wissensvermittler bei digitalen Medien



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

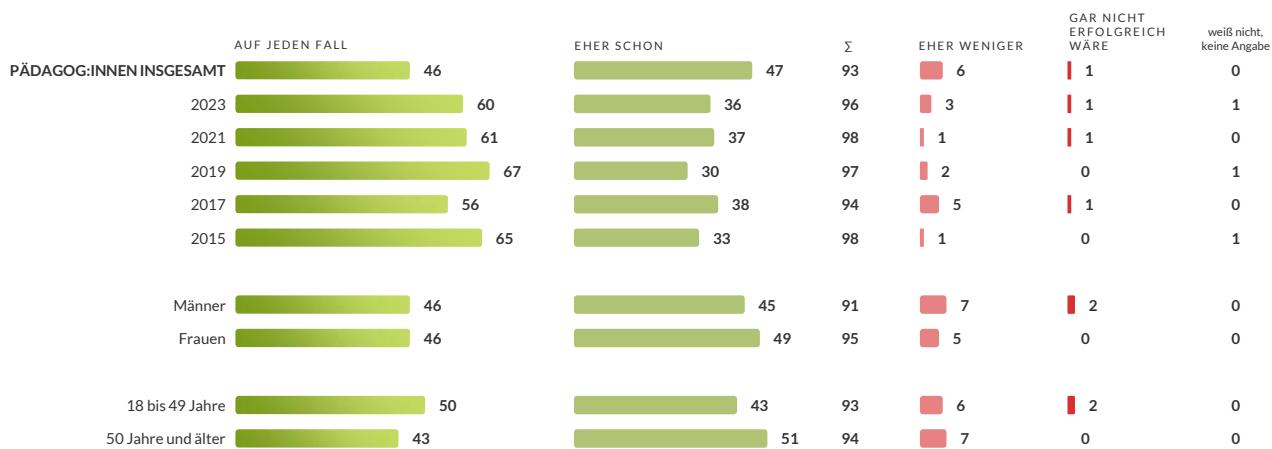
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 26

Erfolgschancen der Wissensvermittlung im Umgang mit digitalen Medien



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

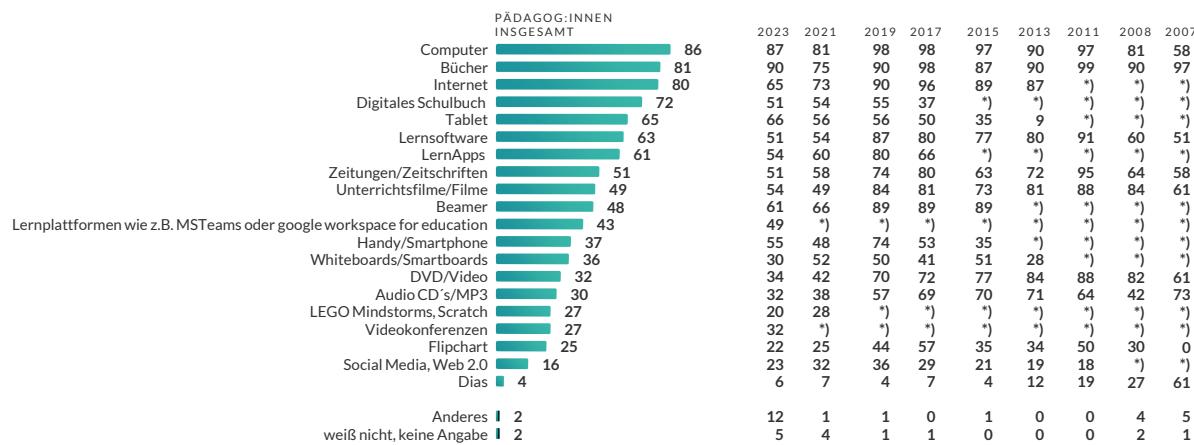
MEDIENKOMPETENZ 27



Im Unterricht eingesetzte Medien



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



*) wurde nicht erhoben

Frage: Welche Medien setzen Sie im Schulunterricht ein?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

MEDIEN IM SCHULALLTAG 29

Die Verwendungshäufigkeit der eingesetzten Medien

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

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



*) wurde nicht erhoben

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

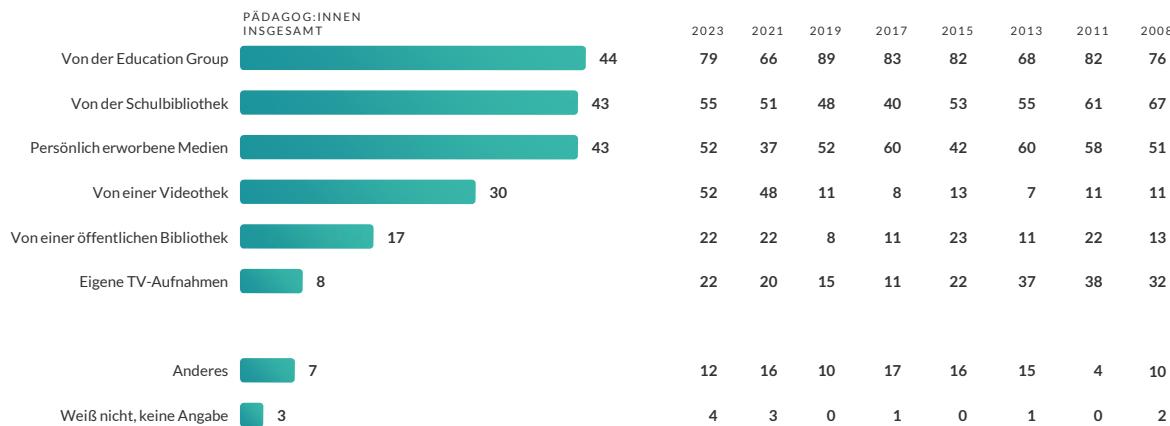
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, die die jeweiligen Medien verwenden

MEDIEN IM SCHULALLTAG 30

Medien-Bezugsquellen für den Unterricht



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



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

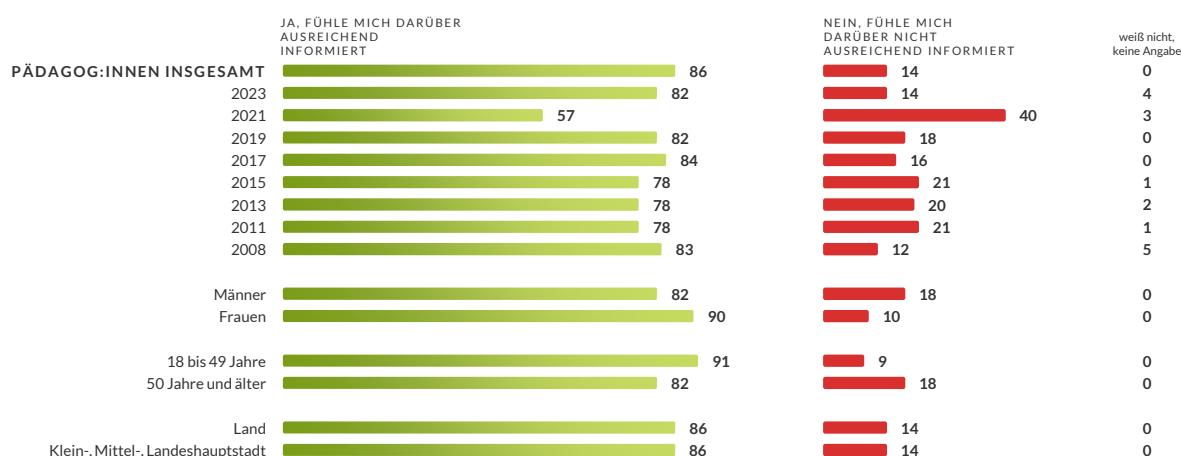
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 31

Informationsstand zum urheberrechtlich unbedenklichen Medieneinsatz



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



Frage: Fühlen Sie sich ausreichend informiert über den urheberrechtlich unbedenklichen Einsatz der Medien in Ihrer pädagogischen Arbeit oder ist dies nicht der Fall?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

MEDIEN IM SCHULALLTAG 32

Aussagen zu digitalen Büchern



1 8 von 10 Pädagog:innen empfinden den Einsatz von digitalen Büchern im Unterricht als interessant.

	STIMME VOLL UND GANZ	2023 2021 2019 2017 2015					STIMME EHER ZU	Σ	STIMME EHER NICHT ZU	STIMME GAR NICHT ZU	weiß nicht, keine Angabe
		2023	2021	2019	2017	2015					
Digitale Bücher sind auch für den Einsatz im Unterricht interessant	55	55	48	38	37	32	27	82	9	9	1
Mit digitalen Büchern könnte man eine Menge Geld sparen	45	34	38	28	33	26	33	78	16	5	1
Jugendliche werden in Zukunft deutlich mehr digitale Bücher lesen	37	34	33	32	35	28	25	62	24	12	1
Die Lesequalität/das Leseerlebnis ist bei digitalen Büchern nicht schlechter	31	21	28	25	19	31	22	53	28	17	3
Jugendliche können durch Vernetzungen und Verweise in digitalen Büchern mehr Freude beim Lernen erleben	21	21	28	20	18	14	37	58	32	7	3
Im Unterricht werden sich digitale Bücher nicht durchsetzen	19	10	21	13	19	19	26	45	25	29	1

Frage: Jugendliche haben auch die Möglichkeit Bücher digital zu lesen. Ich lese Ihnen ein paar Aussagen über Bücher in Papier bzw. in digitaler Form vor. Sagen Sie mir bitte, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen.

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

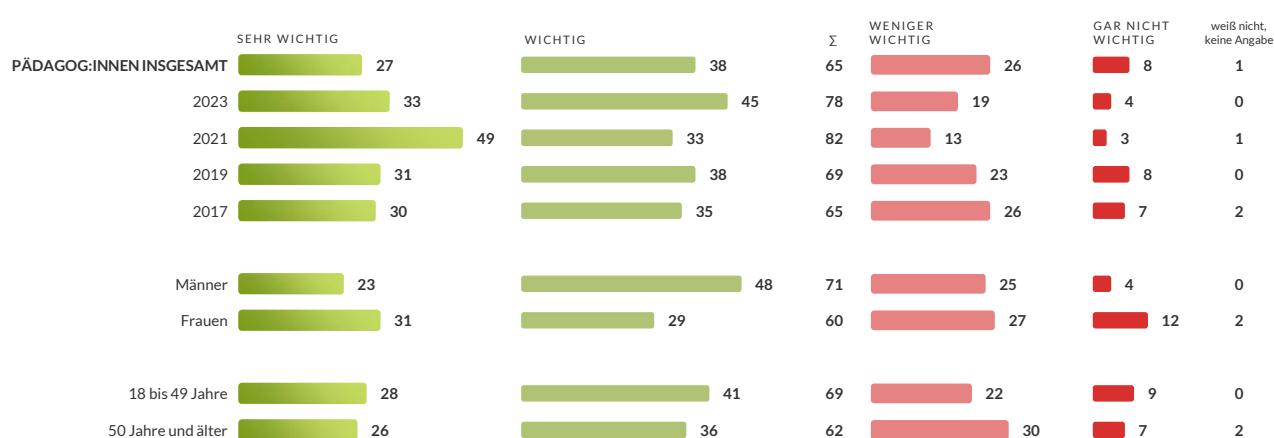
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 33

Bedeutung digitaler Schulbücher



1 Die Bedeutung des Einsatzes von digitalen Schulbüchern liegt auf dem Niveau von vor der Pandemie – zwei Drittel der Pädagog:innen empfinden den Einsatz als wichtig!



Frage: Wie wichtig ist es für Sie, dass im Unterricht digitale Schulbücher eingesetzt werden? Der Einsatz von digitalen Schulbüchern im Unterricht ist für Sie -

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

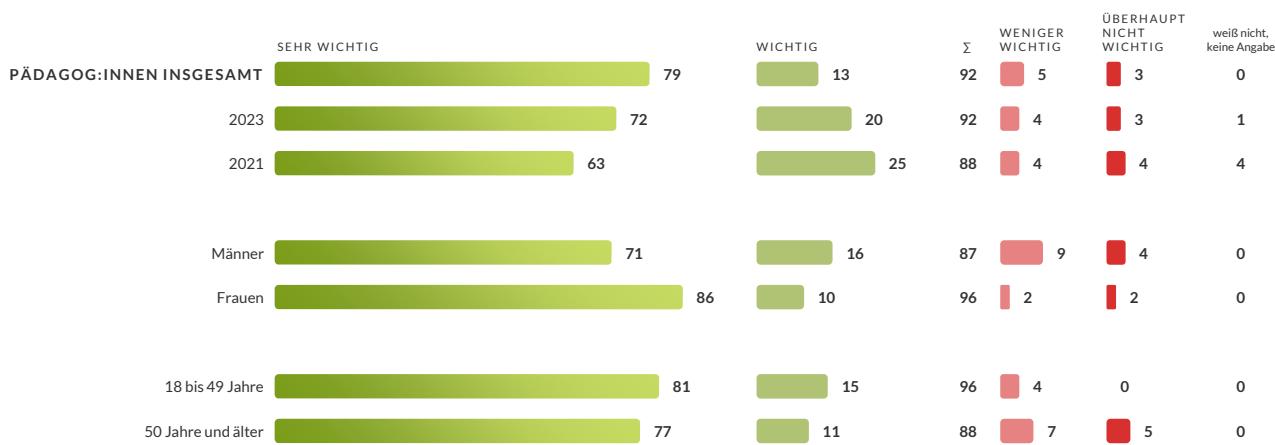
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 34

Relevanz einer datenschutzkonformen KommunikationsApp



1 Eine datenschutzkonforme KommunikationsApp bleibt für die Pädagog:innen von zentraler Bedeutung!



Frage: Wie wichtig ist es Ihnen, dass Sie eine datenschutzkonforme KommunikationsApp für die Kommunikation mit den Eltern zur Verfügung haben?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

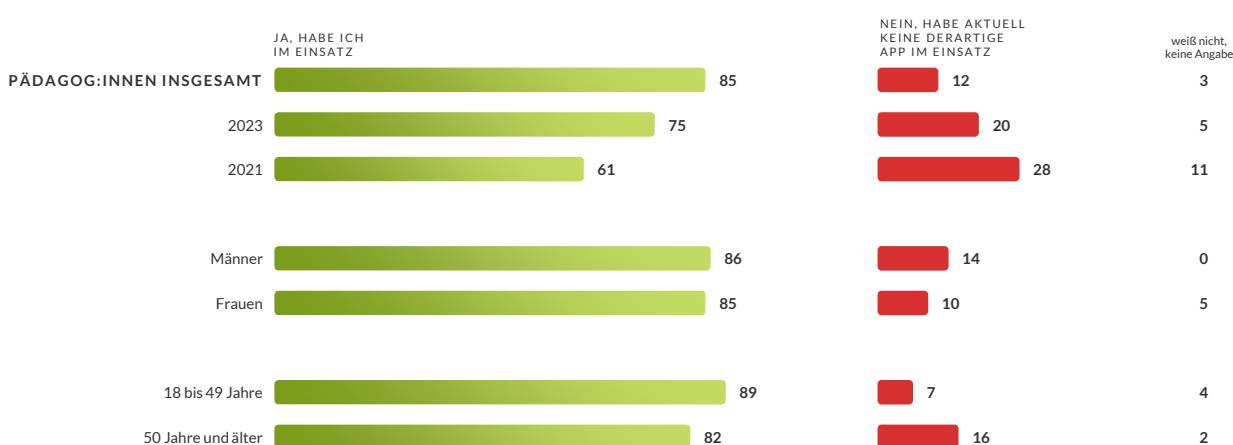
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIEN IM SCHULALLTAG 35

Nutzung einer datenschutzkonformen KommunikationsApp



1 Und der Großteil der Pädagog:innen hat derzeit auch eine datenschutzkonforme KommunikationsApp im Einsatz!



Frage: Haben Sie derzeit eine datenschutzkonforme KommunikationsApp im Einsatz, die Ihre Erwartungen erfüllt oder nicht?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

MEDIEN IM SCHULALLTAG 36

Kapitel 5

Computer, Internet & KI

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Aussagen zum Computer

 **Education Group**

Der Computer ist in Schulen nicht mehr wegzudenken – eine Einführung im Kindergartenalter wird aber noch größtenteils abgelehnt! Und: Jugendliche verbringen viel Zeit mit Computerspielen!



Frage: Kommen wir nun zum Computer. Denken Sie dabei bitte auch an Laptop, Tablet: Ich lese Ihnen verschiedene Aussagen rund um Computer vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob diese Ihrer Meinung nach sehr (1), eher (2), weniger (3) oder überhaupt nicht (4) zutrifft.

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

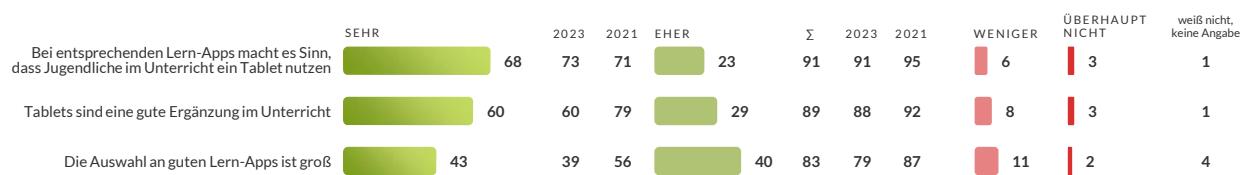
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 38

Aussagen zum Tablet



1 Tablets werden in Verbindung mit guten Lern-Apps unverändert als sinnvolle Ergänzung für den Unterricht betrachtet!



Frage: Noch ein paar Aussagen konkret zu Tablets im Unterricht:

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

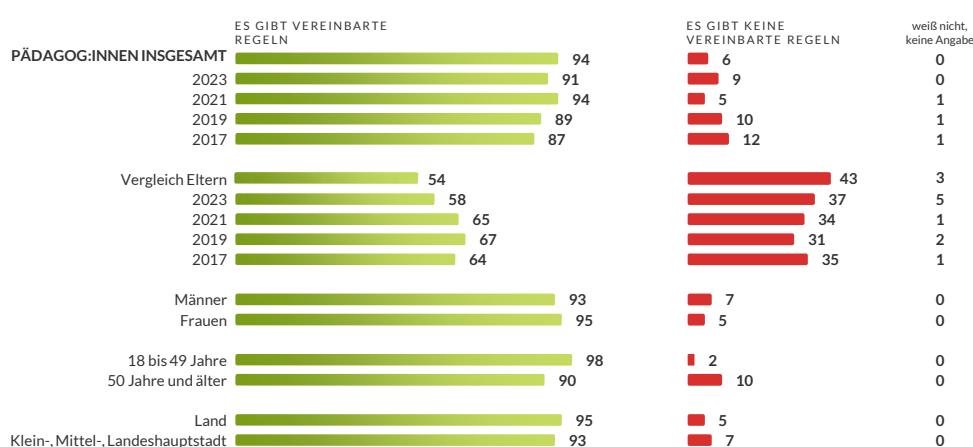
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 39

Verbreitung von Internet-Regeln



1 Regeln in Bezug auf das Internet gehören in den Schulen einfach dazu!



Frage: Vereinbaren Sie mit den Jugendlichen Regeln in Bezug auf das Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

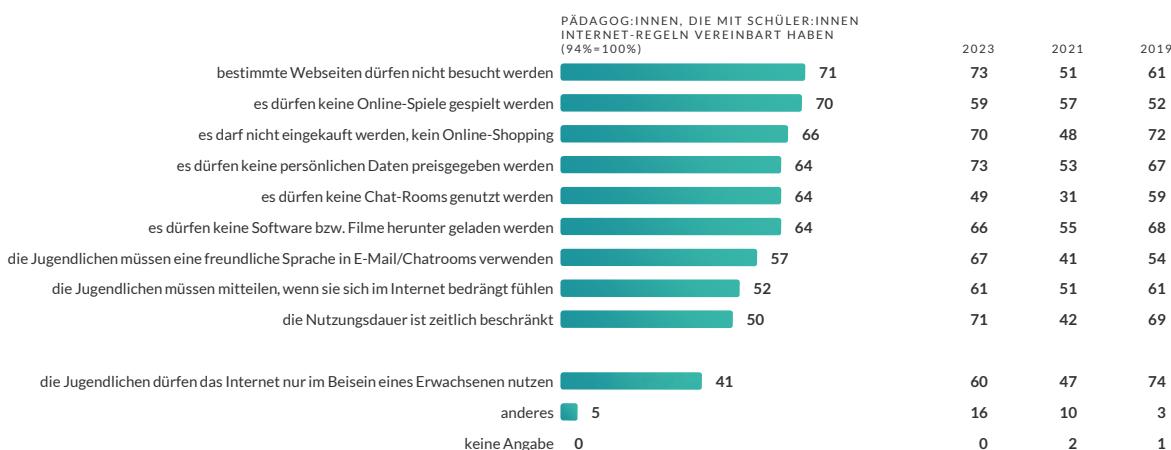
COMPUTER, INTERNET & KI 40

Die Internet-Regeln im Detail

Basis: Pädagog:innen, die mit ihren Schüler:innen Internet-Regeln vereinbart haben



1 Die Internetnutzungsregeln in Schulen sind vielfältig - vor allem werden Webseiten gesperrt und Online-Spiele untersagt!



* wurde im Trend getrennt abgefragt

Frage: Und welche Regeln werden vereinbart?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

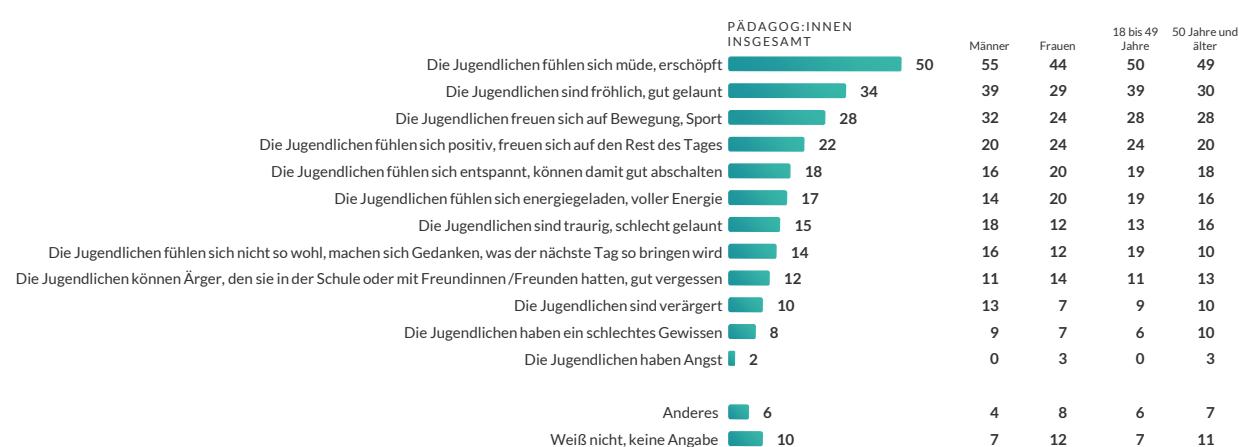
Ergebnisse in Prozent - ZR2924/Basis: Pädagog:innen, die mit Schüler:innen Internet-Regeln vereinbart haben (94% = 100%)

COMPUTER, INTERNET & KI 41

Gefühle der Jugendlichen nach der Internet-Nutzung



1 Aus Sicht der Pädagog:innen fühlen sich die Jugendlichen nach der Verwendung des Internets häufig müde und erschöpft!



Frage: Und wie fühlen sich die Jugendlichen üblicherweise, nachdem sie das Internet verwendet haben? Nennen Sie die 3 Aussagen, die die Gefühle der Kinder am besten beschreiben.

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

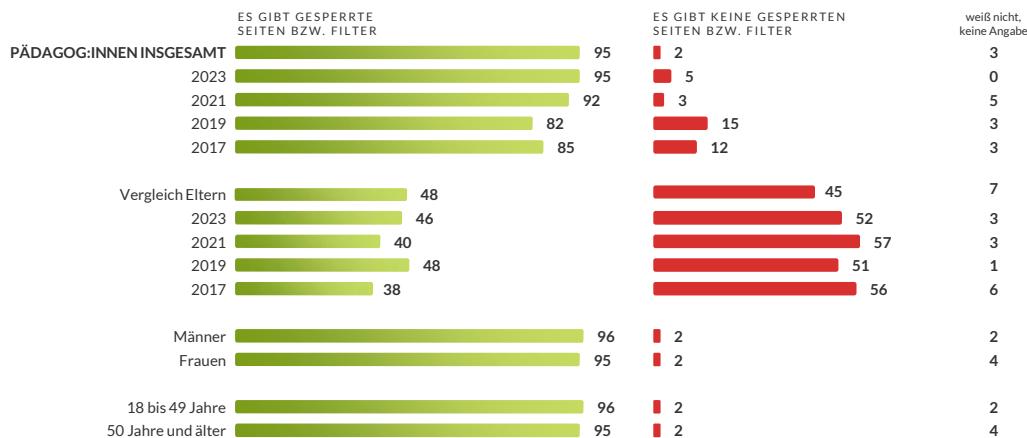
Ergebnisse in Prozent - ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 42

Verbreitung von Sperren & Filter



1 In fast allen Schulen gibt es gesperrte Seiten oder sind Filter im Einsatz!



Frage: Gibt es in der Schule gesperrte Seiten bzw. einen Filter im Internet oder nicht?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

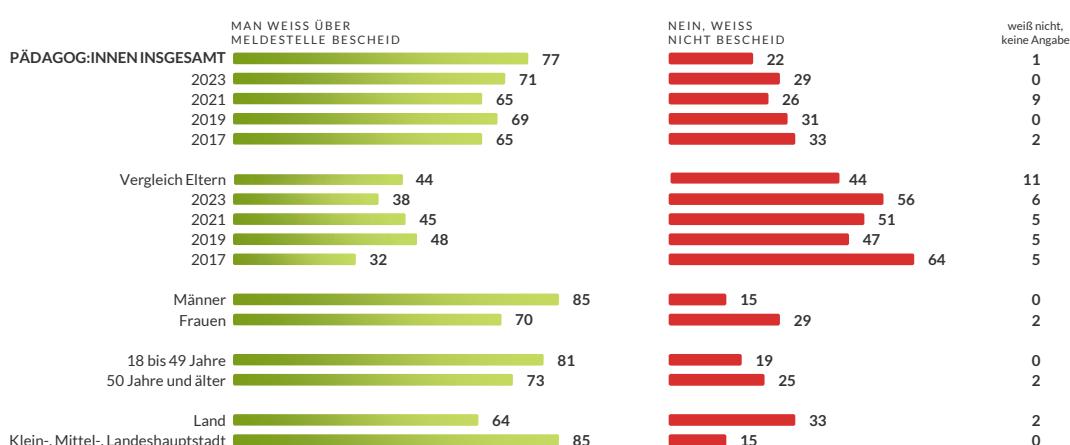
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 43

Wissen um Meldestellen von illegalen Seiten



1 Drei Viertel der Pädagog:innen kennen Meldestellen für illegale Internet-Inhalte!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

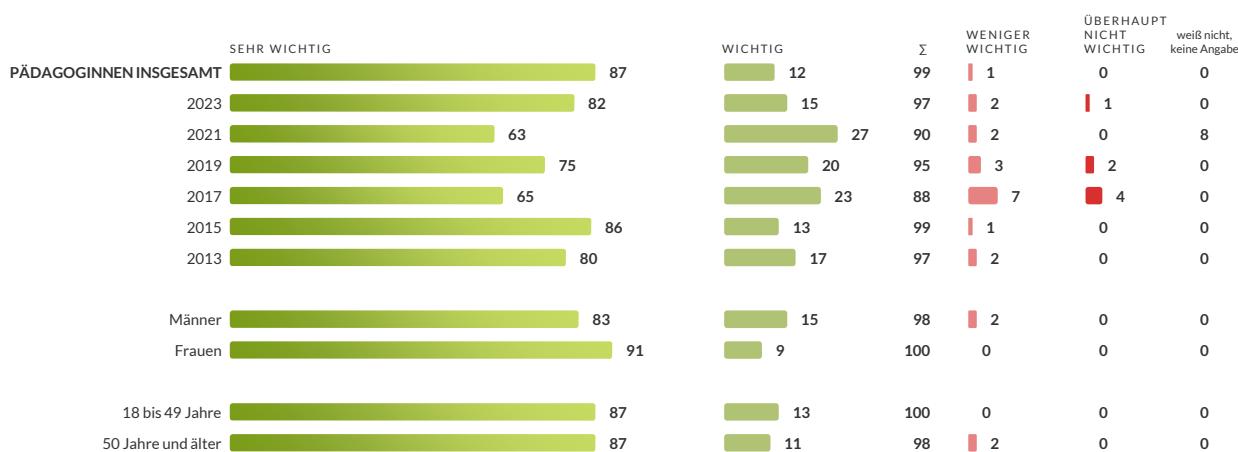
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 44

Bedeutung von Filterprogrammen in Schulen



1 Filterprogramme in Schulen sind für die Pädagog:innen unverzichtbar!



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

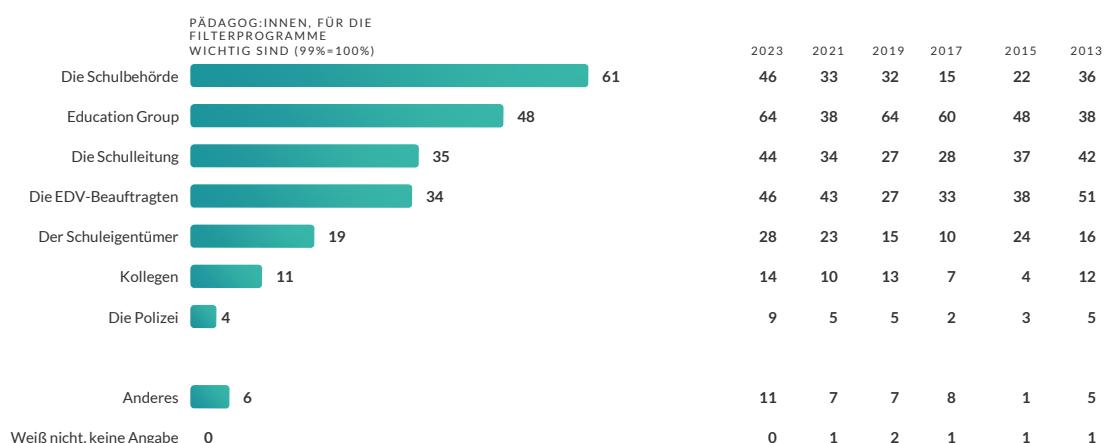
COMPUTER, INTERNET & KI 45

Verantwortung für Filterprogramme an Schulen



Basis: Pädagog:innen, für die Filterprogramme wichtig sind

1 Die Mehrheit der Pädagog:innen sieht die Schulbehörde in der Verantwortung, wenn es um Filterprogramme in Schulen geht!



Frage: Wer ist Ihrer Meinung nach verantwortlich, dass diese Filterprogramme in den Schulen zur Verfügung stehen?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

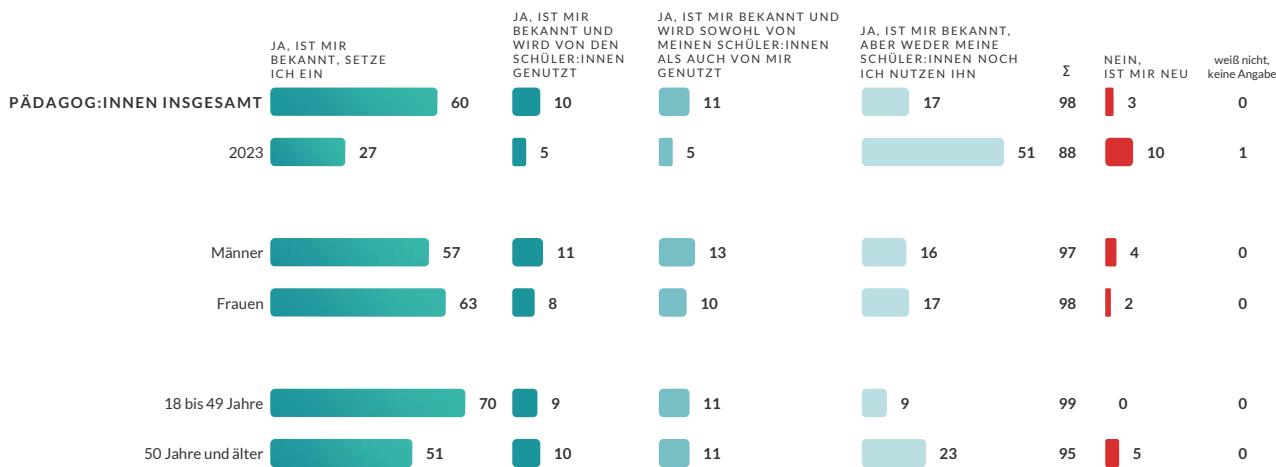
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen, für die Filterprogramme wichtig sind (99%=100%)

COMPUTER, INTERNET & KI 46

ChatGPT – Bekanntheit & Nutzung



1 ChatGPT ist durchwegs bekannt und wird nun auch mehrheitlich eingesetzt!



Frage: ChatGPT ist ein Chatbot, der mithilfe künstlicher Intelligenz automatisch Texte erstellt und so z.B. für Referate oder Essays eingesetzt werden kann. Kennen Sie ChatGPT bzw. ähnliche Tools wie Bard oder nicht?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

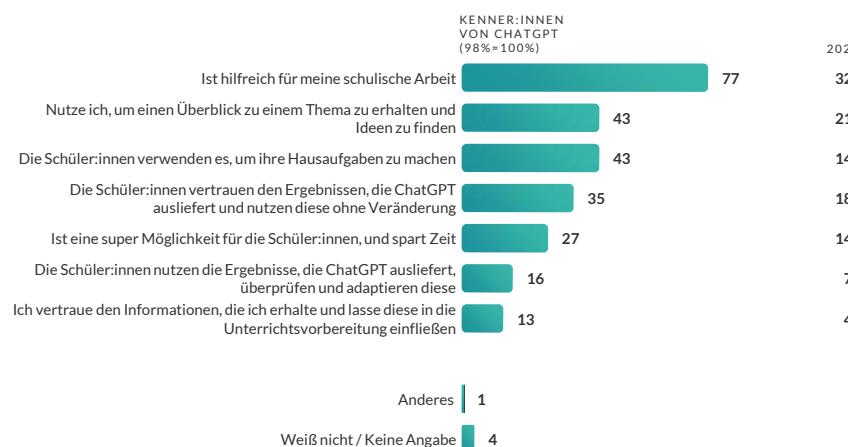
COMPUTER, INTERNET & KI 47

ChatGPT im Detail



Basis: Kenner:innen von ChatGPT

1 Drei Viertel der Pädagog:innen stuften ChatGPT als hilfreich für die schulische Arbeit ein!



Frage: Wie beurteilen Sie den Einsatz von ChatGPT für schulische Aufgaben?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Kenner:innen von ChatGPT (98% = 100%)

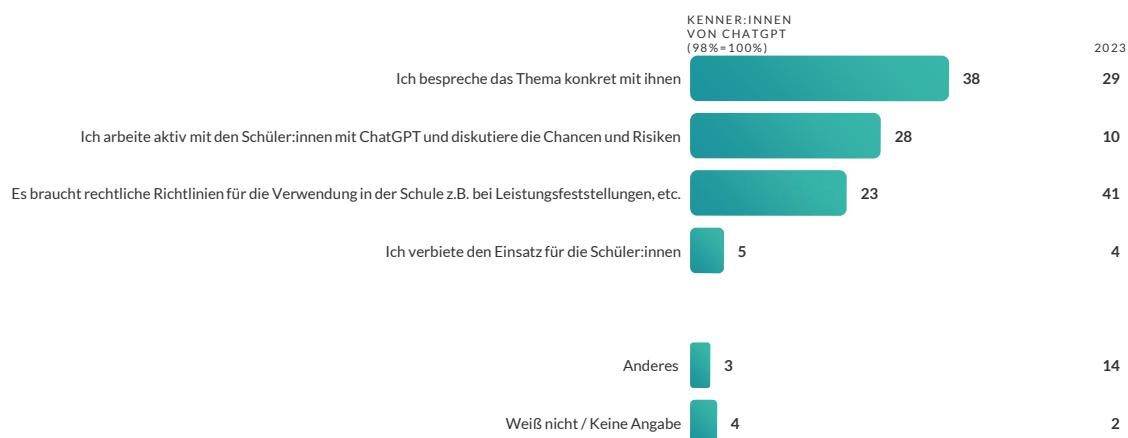
COMPUTER, INTERNET & KI 48

ChatGPT im schulischen Kontext

Basis: Kenner:innen von ChatGPT



1 Die Verwendung von ChatGPT wird konkret angesprochen und gemeinsam erarbeitet – die Bedeutung der rechtlichen Komponente ist hingegen in den Hintergrund gerutscht!



Frage: Rund um ChatGPT und ähnliche Tools bzw. Künstlicher Intelligenz gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie man dies im schulischen Kontext behandelt. Welche dieser Aussagen beschreibt Ihren Zugang zu ChatGPT und ähnliche Tools am besten?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Kenner:innen von ChatGPT (98% = 100%)

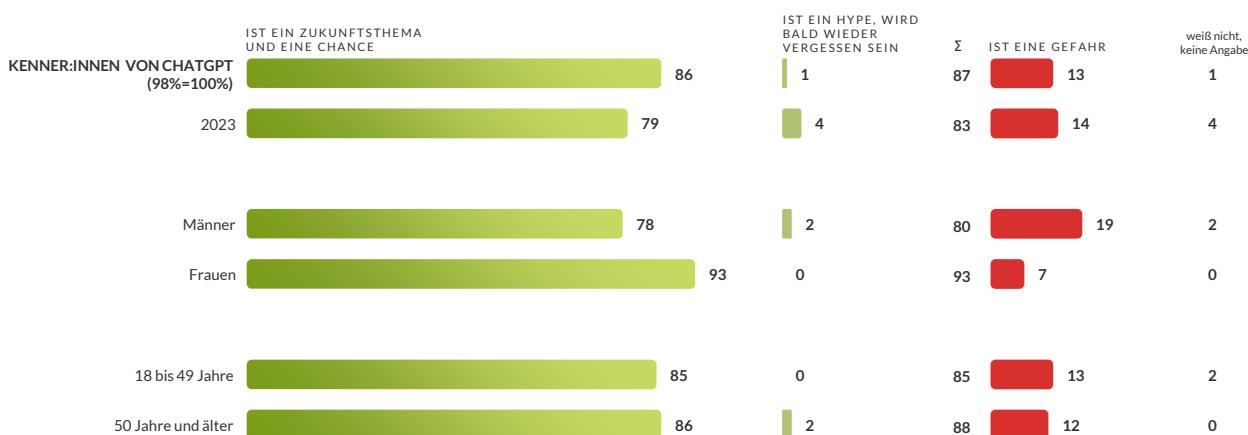
COMPUTER, INTERNET & KI 49

ChatGPT – ein Ausblick

Basis: Kenner:innen von ChatGPT



1 Weiterhin gilt: ChatGPT wird von den Pädagog:innen klar als Zukunftsthema und Chance betrachtet!



Frage: Wie würden Sie ChatGPT und ähnliche Tools aus schulischer Sicht am ehesten einschätzen?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

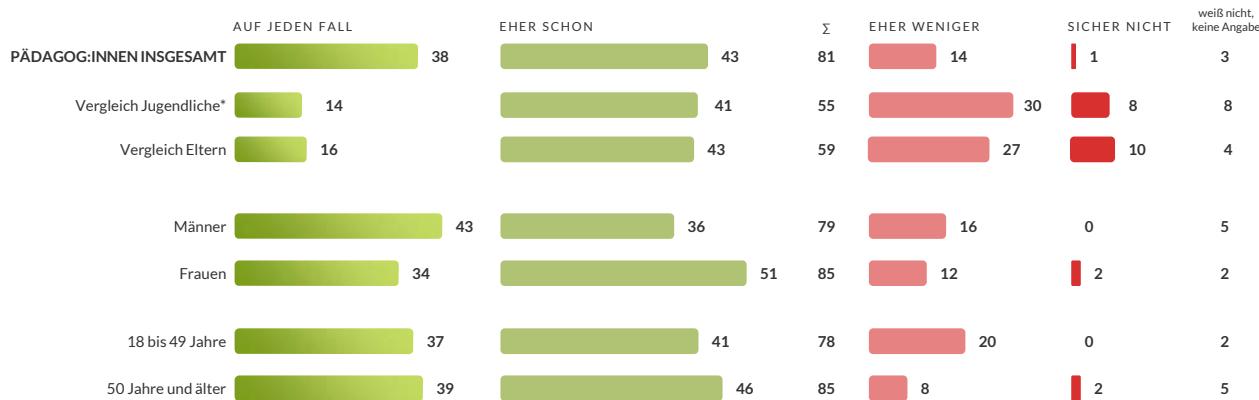
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Kenner:innen von ChatGPT (98% = 100%)

COMPUTER, INTERNET & KI 50

KI als Lern- und Problemlösungstools im Alltag



1 Und: KI ist auch eine Hilfe im Alltag.



* bei Jugendlichen mit Sprachassistenten abgefragt

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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

COMPUTER, INTERNET & KI 51

Aussagen zu Coding



1 Wenig Veränderung bei der Bedeutung von Coding – die Mehrheit der Pädagog:innen unterstützt weiterhin die Coding-Aktivitäten.



Frage: Ich lese Ihnen nun ein paar Aussagen zum informatischen Denken (Coding) vor, wie es z.B. mit LEGO Mindstorms oder Scratch vermittelt werden kann. Bitte sagen Sie mir zu jeder Aussage, ob Sie diese sehr gut, gut, weniger gut oder überhaupt nicht zutrefft.

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

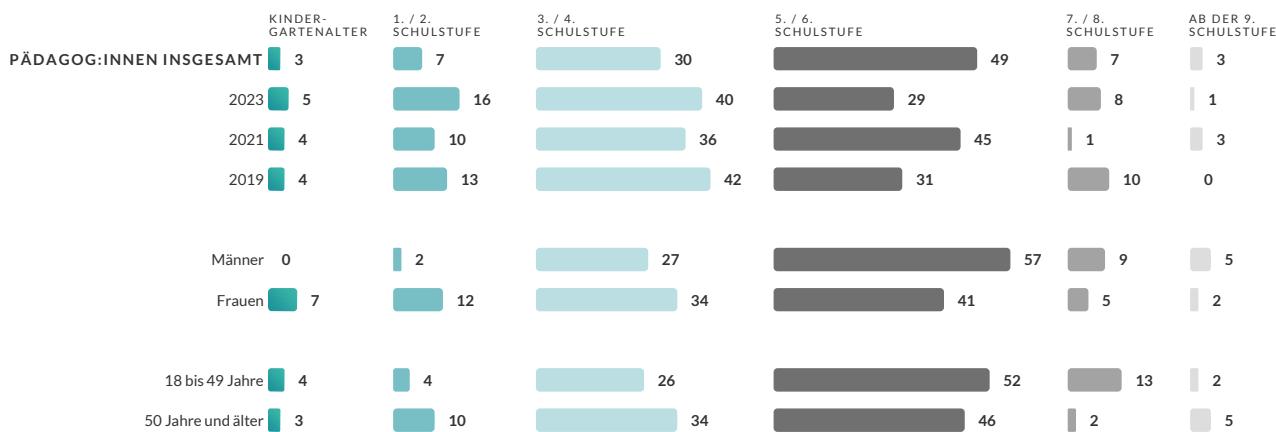
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 52

Einstiegsalter bei Coding



1 Das Einstiegsalter für Coding-Aktivitäten wird derzeit eher ab der 5. bzw. 6. Schulstufe gesehen!



Frage: Ab welchem Alter ist es Ihrer Meinung nach sinnvoll, Kinder und Jugendliche an informatisches Denken (Coding) heranzuführen?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

COMPUTER, INTERNET & KI 53

Online-Spielverhalten der Pädagog:innen



1 Online-Spiele werden von den Pädagog:innen nur sporadisch gespielt!



Frage: Noch eine Frage zu Online Spiele: Spielen Sie selbst Online-Spiele in einem der folgenden Genres?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

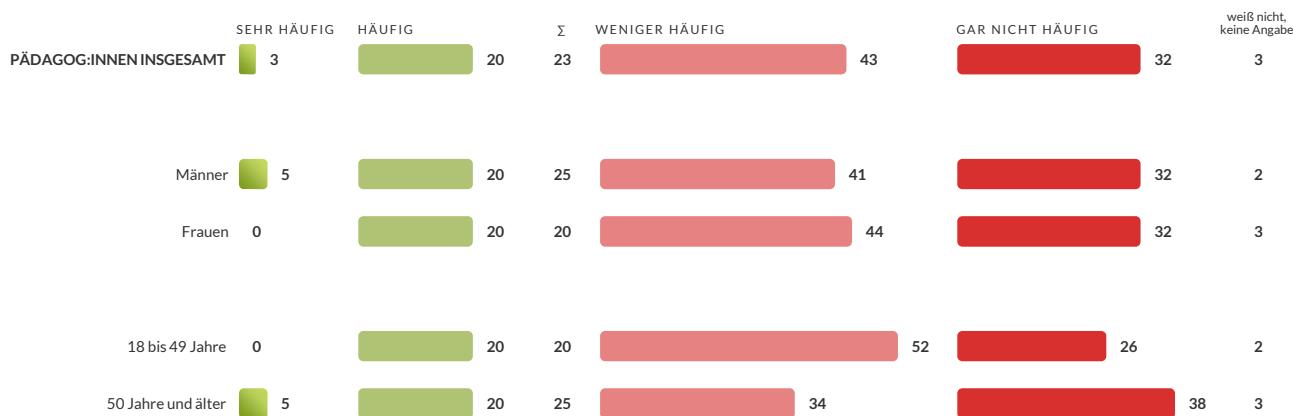
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

COMPUTER, INTERNET & KI 54

Kommunikationsintensität über Online-Spiele



1 Ein Viertel der Pädagog:innen spricht zumindest gelegentlich mit den Jugendlichen über Online-Spiele!



Frage: Wie häufig sprechen Sie mit den Jugendlichen darüber, was sie bei den Online-Spielen erleben, welche Online-Spiele sie spielen?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET

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

COMPUTER, INTERNET & KI 55



Aussagen zur Handynutzung an den Schulen



1 Regeln für den Umgang mit Smartphones sind in Schulen zentral!



Frage: Ich lese Ihnen verschiedene Aussagen zum Thema Handy/Smartphone vor. Wie gut treffen diese Aussagen Ihrer Meinung nach zu?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 57

Die Handynutzungsregeln im Detail



1 Der Großteil der Schulen verfügt bereits über Regelungen im Umgang mit Handys!



Frage: Welche Regelungen gibt es an Ihrer Schule zum Umgang mit Handys?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

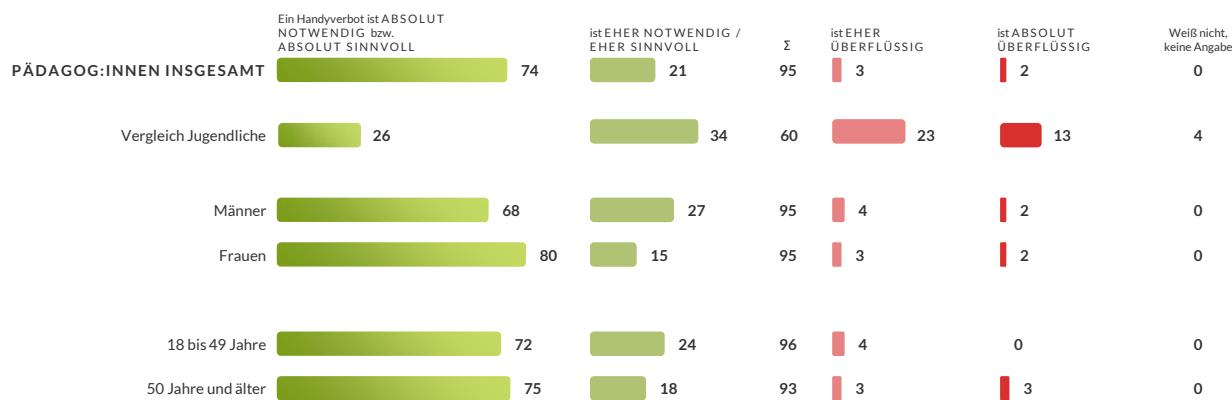
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 58

Einstellung zum Handyverbot an Schulen



1 Die Pädagog:innen sprechen sich klar für ein Handyverbot in Schulen aus.



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

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

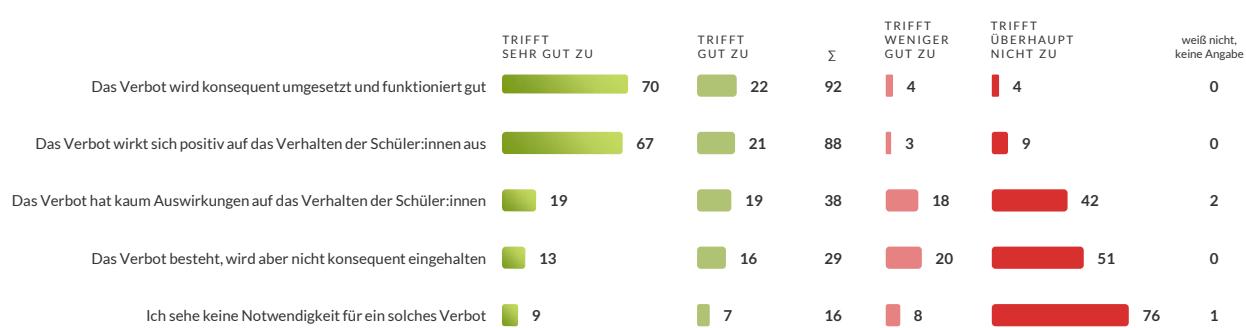
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 59

Aussagen zum Handyverbot



1 Das Handyverbot wird in den Schulen konsequent umgesetzt und wirkt sich aus Sicht der Pädagog:innen positiv aus!



Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen zum Thema Handyverbot vor. Wie gut treffen diese Aussagen Ihrer Meinung nach zu?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

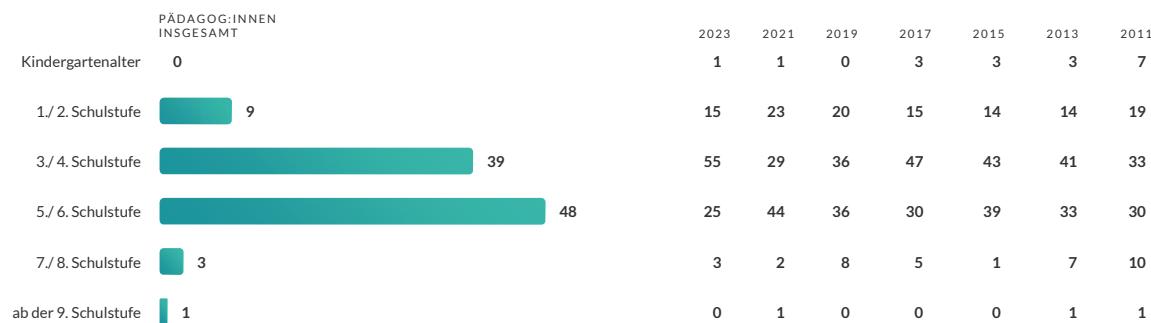
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 60

Geeignetes Alter für Unterricht über sichere Nutzung von Internet und Smartphone



1 Unterricht über die sichere Nutzung von Internet und Smartphone sollte aus Sicht der Pädagog:innen ab der 5./6. Schulstufe erfolgen!



Frage: Ab welchem Alter ist Ihrer Meinung nach Unterricht über die sichere Nutzung von Internet und Handy/Smartphone sinnvoll?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

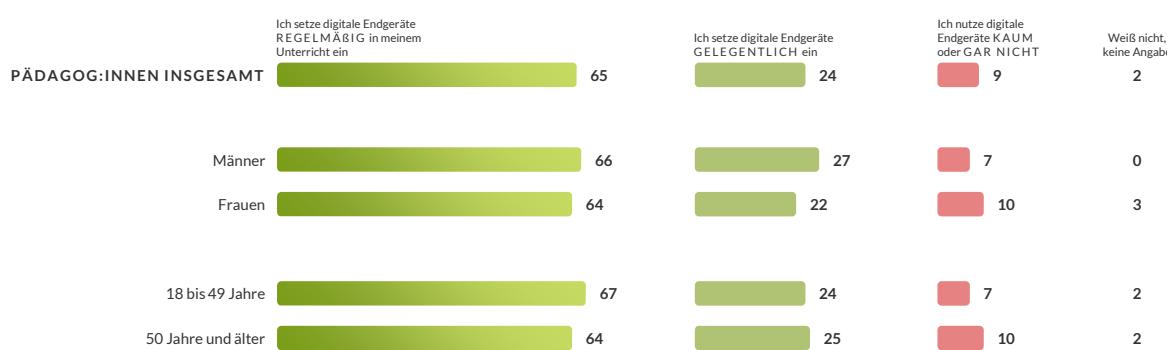
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 61

Nutzung von digitalen Endgeräten



1 Digitale Endgeräte gehören zum Unterricht einfach dazu!



Frage: Kommen wir nun zum Thema digitale Endgeräte der Schüler:innen: Bitte geben Sie an, inwiefern Sie digitale Endgeräte in Ihrem Unterricht nutzen.

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

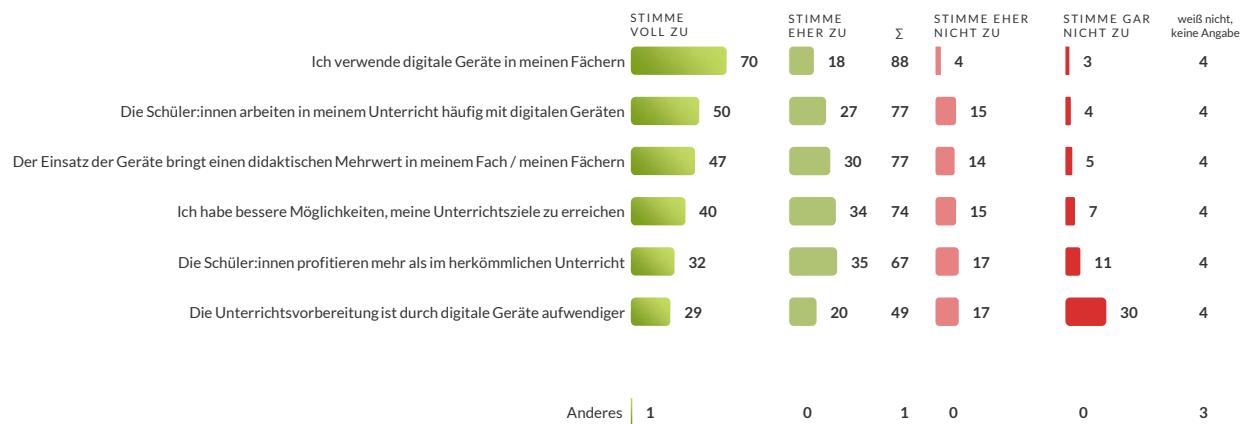
Ergebnisse in Prozent – ZR2924/Basis: Pädagog:innen insgesamt

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 62

Aussagen über digitale Endgeräte



1 Digitale Endgeräte bringen einen Mehrwert in den Unterricht!



Frage: Ich lese Ihnen nun verschiedene Aussagen über digitale Endgeräte vor. Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 63

Aspekte/Anmerkungen zu digitalen Endgeräten

Offene Frage

1 Zusätzliche Anmerkungen zu digitalen Endgeräten werden kaum genannt.

Verbesserung der Ausstattung und einheitliche Lösungen: Ausstattung an den Schulen könnte besser sein, mehr digitale Ausrüstung, einheitliche Gerätelösung, wenn die Schule die Geräte erhält, sind sie bereits veraltet, Geräteinrichtung ist sehr positiv; jeder hat dasselbe Gerät

KUMULIERT

14

Kritischer Zugang: Bücher besser, unter 12 Jahren braucht man kein digitales Endgerät, manche Eltern möchten es nicht

6

Klare Strukturen, sinnvolle Nutzung: Digitale Geräte sollten gezielt als Arbeitsmittel eingesetzt werden, nicht für Spielzeiten. Klare Regeln im Umgang mit den Geräten sowie gute Information der Eltern sind dabei essenziell

4

Faire Kosten: übererteuerte Geräte, Preis-/Leistung

2

Nein, keine, keine Idee, nichts, alles geregelt

66

Anderes

1

Weiß nicht, keine Angabe, kann ich nicht sagen, keine Ahnung

9

Frage: Gibt es weitere Aspekte oder Anmerkungen, die Sie zum Thema Digitale Endgeräte der Schüler:innen teilen möchten?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

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

SMARTPHONE UND DIGITALE
ENDGERÄTE IN DEN SCHULEN 64

Ihr Ansprechpartner



Prok. Dr. David Pfarrhofer

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



MARKETINSTITUT

LET'S RAISE YOUR MARKET!

MARKET Marktforschungs GmbH & CoKG
Klausenbachstraße 67, 4040 Linz

IMPRESSUM

© 2025

Education Group GmbH, Linz, Österreich
Alle Rechte vorbehalten
Druck- und Satzfehler vorbehalten

Satz & Layout

Education Group GmbH

Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group durchgeführt. Die Verwendung der Ergebnisse ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.

Die aktuelle und alle bisher durchgeführten Medien-Studien finden Sie auf
www.edugroup.at/forschung/medienstudien

Education Group GmbH
Anastasius-Grün-Straße 22-24 | 4020 Linz

+43 732 788078
+43 732 788078-88
office@edugroup.at

edugroup.at

