

# Ergebnisse empirischer Studien – ein weitaus differenzierteres Bild

Hier sollen vier ältere, repräsentative Studien herangezogen werden, um die Diversität innerhalb der Mediennutzung unter den Jüngeren zu belegen: EU Kids Online (2009), JIM-Studie (2012), ARD/ZDF-Onlinestudie (2009) und die Studie zum Medienhandeln Jugendlicher von Treumann et al. (2007). Diese Studien beleuchten unterschiedliche Aspekte zum Medienhandeln und Mediennutzungsverhalten, unterscheiden sich in Anlage und Detailzielen und entsprechend auch in den Ergebnissen. Sie belegen aber dennoch deutlich, dass das Bild der „Netzgeneration“ mit der pauschalen Vermutung eines einheitlichen und kompetenten Medienhandelns und einer ebensolchen Mediennutzung nicht aufrecht zu erhalten ist.

Im Anschluss werden neuere empirische Studien herangezogen, um die Entwicklung der Mediennutzung deutlich zu machen.

## ARD/ZDF-Onlinestudie 2009

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2009 zeigt zwar, dass sich das Mediennutzungsverhalten der unter 30-jährigen stark von dem der darüber liegenden Altersgruppen unterscheidet, aber dass die Gruppe der unter-30-jährigen dennoch mindestens in zwei verschiedene Subgruppen zerfällt: Unter Rückgriff auf die Typologie der Mediennutzer/innen der MNT-Justierungsstudie 2006 werden die Subgruppen „Junge Wilde“ und „Zielstrebige Trendsetter“ unterschieden, deren Medienhandeln in zahlreichen Bereichen Differenzen aufweist. Diese können durch verschiedene Bedürfnis- und Interessenlagen, Bildungsniveaus und lebensweltliche Rahmenbedingungen erklärt werden (Oehmichen & Schröter 2009).

Es zeigen sich deutliche inhaltliche Unterschiede bei der Nutzung von Online-Informationsangeboten (zum Beispiel Nachrichtendienste: „Zielstrebige Trendsetter“ 51 % gegenüber „Junge Wilden“ 37%), aber auch Differenzen bei der aktiven Nutzung bestimmter Online-Anwendungen wie zum Beispiel beruflicher Netzwerke (Abb. 3).

Abb. 1: Anteil der Internetnutzenden unter den 6- bis 17-jährigen in der EU  
Abb. 1: Anteil der Internetnutzenden unter den 6- bis 17-jährigen in der EU

Abb. 2: Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung von 12- bis 19-Jährigen in Deutschland in Prozent (N=1.173)

Abb. 3: Aktive Nutzung von Onlineanwendungen von Internetnutzenden ab 14 Jahre in Deutschland

Oehmichen und Schröter (2009, 449) fassen die Unterschiede zwischen den Gruppierungen auf der Basis der ARD/ZDF-Onlinestudie wie folgt zusammen: „Dem eher bildmedien-, spaß- und unterhaltungsorientierten Typus des Jungen Wilden steht der rationaler gestimmte, erheblich breiter interessierte MedienNutzerTyp des Zielstrebigen Trendsetters gegenüber. Zugespitzt könnte man dem eher passiv-konsumistischen Mediennutzungsstil der Jungen Wilden einen aktiveren, Mitgestaltung einschließenden Stil der Zielstrebigen Trendsetter gegenüber stellen“.

Abb. 4: JIM-Studie 2012 - Soziodemografie

Auch die JIM-Studie zeigt im Bereich von Computer- und Internetnutzung ein differenziertes Gesamtbild: Alter, Geschlecht und Bildungsgrad führen zu Unterschieden im Nutzungsverhalten. Zum einen variiert die Ausstattung beziehungsweise der Zugang der Jugendlichen leicht je nach Bildungsniveau und Geschlecht. Unterscheidet man zum Beispiel den Hauptzweck der jugendlichen Internetnutzung, zeigen sich klare Differenzen zwischen Mädchen und Jungen: „Jungen und junge Männer verwenden jede vierte Minute im Internet auf Spiele, bei den Mädchen und jungen Frauen ist es nur jede zwölfte. Dafür fällt bei den weiblichen Internetnutzern der kommunikative Anteil der Onlinenutzung um zehn Prozentpunkte höher aus“ (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2009, 33).

## EU Kids Online 2009

In der Studie EU Kids Online 2009 (Livingstone & Haddon, 2009) werden die Internetnutzung sowie die dadurch entstehenden Risiken für Kinder und Jugendliche europaweit verglichen. Hier zeigen sich erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern, zum Beispiel in der Anzahl der Internetnutzenden unter den 6- bis 17-Jährigen (siehe Abb. 1). Zusätzlich wurden zahlreiche Ungleichheiten in Abhängigkeit von Alter, Geschlecht und sozioökonomischem Status festgestellt (Zimic, 2009).

## Studie zum Medienhandeln

## Jugendlicher von Treumann et al.

# (2007)

Auch diese Studie zum Medienhandeln kommt zu einem ausdifferenzierten Gesamtbild: Generalisierungen auf eine ganze Alterskohorte sind nach dieser Studie ebenfalls nicht angebracht, Kompetenzen und Qualifikationen im Medienhandeln variieren erheblich. Die Studie legt das Medienkompetenzmodell von Dieter Baacke (1999) mit den Komponenten Medienkunde, Mediennutzung, Medienkritik und Mediengestaltung zugrunde, wobei die Studie sich nicht auf Computer- oder Internettechnologien beschränkt, sondern klassische wie digitale Medien einbezieht. Die Unterschiede kommen unter anderem in einer Typologie zum Ausdruck, die sieben verschiedene Typen beinhaltet. Diese unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Medienpräferenzen, ihrer Medienkompetenz in den verschiedenen Bereichen des Medienkompetenzmodells sowie ihren Nutzungsmotiven. Die Studie wählt folgende Kurzcharakterisierungen und gibt ihre prozentuale Verteilung unter den befragten Jugendlichen an: Bildungsorientierte (20,4%), Positionslose (20,3%), Konsum- (17,4%) bzw. Kommunikationsorientierte (19,1%), Allrounder/innen (12%), Deprivierte (7,8%) sowie Gestalter/innen (3,1%).

## Internetnutzung von Vorschulkindern (Saferinternet.at, 2013)

Erstes, nachstehendes, Element wird ans Ende der vorherigen Seite gestellt

In Österreich nutzen 41% der Kinder zwischen 3 und 6 Jahren regelmäßig das Internet (Fotos und Videos ansehen). 52% dieser Altersgruppe waren zumindest schon einmal im Netz. Die durchschnittliche Zeit beträgt eine Stunde pro Woche (Saferinternet.at, 2013): „Die Zeit, welche die Mädchen und Buben im World Wide Web verbringen, steigt mit der Internetaffinität der Eltern. ... Die am häufigsten genutzten Geräte sind Computer bzw. Laptop (34 Prozent), Spielkonsolen (14 Prozent), Smartphones der Eltern (elf Prozent) und Tablet-Computer (sechs Prozent).

Die beliebteste Online-Aktivität ist Spielen – 34 Prozent der Drei- bis Sechsjährigen tun es zumindest ab und zu, gefolgt von Fotos Ansehen (33 Prozent), Videos Ansehen (27 Prozent), Musik Hören (24 Prozent), Zeichnen (20 Prozent) und Surfen (zwölf Prozent).“

# JIM-Studie 2024 Jugend, Information, Medien (Deutschland)

Die JIM-Studie, durchgeführt vom Medienpädagogischen Forschungsverband Südwest, zeigt: Jugendliche sind nahezu durchgehend online. Fast alle besitzen ein Smartphone (98%) oder nutzen täglich Social Media (96%). Künstliche Intelligenz spielt eine wachsende Rolle: 57% der Jugendlichen haben, besonders im schulischen Zusammenhang, bereits Tools wie ChatGPT genutzt (57%). Die Studie betont die Notwendigkeit KI im pädagogischen Zusammenhang zu begleiten und notwendige Werkzeuge bereitzustellen, um eine kritische Nutzung zu fördern. Die Studie zeigt vor allem, dass sich die Mediennutzung stark im Inhalt und Umfang variiert. Alter, Geschlecht und Bildungshintergrund beeinflussen die Nutzung deutlich. Jungen verbringen mehr Zeit mit Gaming, während Mädchen soziale Medien bevorzugen. Auch die Reflexion digitaler Inhalte hängt stark mit dem Bildungsgrad des sozialen Umfelds ab. Dieser Teil der Studie hat sich in gewisser Maßen kaum geändert. Wichtig anzumerken ist, die diverse Nutzung einer Vielzahl an unterschiedlicher Mediengeräten: in fast jeder Familien befinden sich bereits mehrere unterschiedliche Mediengeräte wie Smartphones, Computer, Laptop, Tablets, Smart Wearables.

Abb. 5: Gerätebesitz Jugendlicher 2024 - Vergleich 2023

Abb. 5: Gerätebesitz Jugendlicher 2024 - Vergleich 2023

Abb. 6: Medienbeschäftigung in der Freizeit 2024 - Vergleich 2023

Abb. 6: Medienbeschäftigung in der Freizeit 2024 - Vergleich 2023

Abb. 7: Ich erfahre über das aktuelle Weltgeschehen durch ... 2024 - Vergleich 2023

Abb. 7: Ich erfahre über das aktuelle Weltgeschehen durch ... 2024 - Vergleich 2023

Abb. 8: Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet ... 2024 - Vergleich 2023

Abb. 8: Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet ... 2024 - Vergleich 2023

Abb. 9: Nutzungsmotive für KI-Anwendungen 2024

Abb. 9: Nutzungsmotive für KI-Anwendungen 2024

## EU Kids Online (2020) - europäischer Mediennutzungsvergleich

Die aktualisierte Studie EU Kids Online untersucht die Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen in ganz Europa. Sie betont weiterhin große Unterschiede, wie im Zugang zu Geräten, der Art der Nutzung oder dem Bewusstsein für Risiken. Digitale Teilhabe ist stark vom sozioökonomischen Hintergrund, elterlicher Unterstützung und schulischen Angeboten abhängig. Es gibt also keine einheitliche Kompetenz, sondern eine Vielzahl individueller Ausprägungen. Noch dazu unterstreicht die Studie die aufkommenden Risiken für Kinder im Netz, und zeigt, dass die Jugend immer mehr Hate Speech oder problematischen Inhalten (wie Cybermobbing, Verherrlichung von Essstörungen, sexuellen Inhalten) ausgesetzt ist. Sie weist auf einen Aufklärungsbedarf durch Aufsichtspersonen hin.

# ICILS 2018 - Computer- und informations- bezogene Kompetenzen von Schülerinnen und Schülern im zweiten internationalen Vergleich und Kompetenzen im Bereich Computational Thinking

Die internationale Studie ICILS 2018 belegt, dass technische Ausstattung nicht automatisch zu einer universell gleichen Medienkompetenz führt. Die Studie untersuchte die computer- und medienbezogenen Kompetenzen von Achtklässler und Achtklässlerinnen in Deutschland und international. Die Studie zeigte, dass deutsche Lernende im internationalen Vergleich in Bezug auf Medienkompetenz im Mittelfeld liegen. Ein Drittel der Jugendlichen verfügt lediglich über Grundkenntnisse im Umgang mit digitalen Medien. Nur ein geringer Anteil der Befragten erreicht die höchste Kompetenzstufe. Es lässt sich ein starker Zusammenhang zwischen sozialer Herkunft und dem Kompetenzniveau aufzeigen. Jugendliche aus sozial schwächeren Familien weisen tendenziell geringere digitale Kompetenzen auf. Die Notwendigkeit für Fokus auf den Umgang mit digitalen Medien zeigt vor allem die Tatsache, dass die IT-Infrastruktur in deutschen Schulen im internationalen Vergleich verbesserungswürdig ist. Der Einsatz digitaler Medien ist an deutschen Schulen noch immer geringer als an anderen Schulen. Ein unterstützter und kontrollierter Einsatz solcher Medien würde die Technikaffinität auch deutlich stärken.

Updated 14 February 2026 09:20:28 by Github Admin