

# TPX-GUTACHTEN

Im Rahmen der wissenschaftlichen Beratung und Prozessbegleitung

Mediennutzungsverhalten Jugendlicher in Deutschland

Michael Bucker, M.A.



---

## MEDIENNUTZUNGSVERHALTEN FÜR DIE PRÄVENTIONSARBEIT

---

Für die Präventionsarbeit hat das Mediennutzungsverhalten von Jugendlichen einen sehr hohen Stellenwert. Dass soziale Medien und Messenger für die junge Generation zum alltäglichen Leben dazugehört, hat allein aber keinen Nachrichtenwert. Empirische Studien, die die Mediennutzung Jugendlicher in Deutschland zum Untersuchungsgegenstand haben, können für die AVP-Präventionsprojekte jedoch als Grundlage zur Prozessoptimierung dienen. Wer nutzt welche Medien? Was ist in der Zielgruppe beliebt und was nicht?

Renommiert sind hier unter anderem die [JIM-Studien](#) des Medienpädagogischen Forschungsverbund oder die [Fachzeitschriften](#) der Media Perspektiven im Rahmen der ARD/ZDF-Onlinestudie. Politisch ist die Beauftragte der [Bundesregierung für Kultur und Medien](#) für das prosperierende Feld verantwortlich.<sup>1</sup> Auf administrativer Ebene erhebt zudem die [Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung \(BZgA\)](#) seit 2011 Daten zu internetbezogenen Störungen der 15-25-Jährigen und jungen Erwachsenen. Im Programm der empirischen Bildungsforschung des [Bundesministeriums für Bildung und Forschung \(BMBF\)](#) werden wiederum Fragen zum Aufbau der frühzeitigen Medienkompetenz im Umgang mit digitalen Medien als Baustein gesellschaftlicher Teilhabe diskutiert. Im Sinne der Prozessoptimierung der AVP-Präventionsprojekte hilft immer ein Blick auf die Kernaussagen der aktuellen Studien zum Mediennutzungsverhalten aus denen zukünftig Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können. Wichtig sind hier die Erkenntnisse zum Mediennutzungsverhalten der 14- bis 29-Jährigen.

---

## SYSTEMATISCHE ERHEBUNG, AUSWERTUNG UND INTERPRETATION

---

Mit 67 Millionen Menschen nutzten im Jahr 2021 94 % der deutschsprachigen Einwohner:innen das Internet – ein neuer Rekord. Das zeigen die jüngsten Ergebnisse der ARD/ZDF-Online-Studie.<sup>2</sup> Befragt wurden hier N=2.001 Deutschsprachige ab 14 Jahren in Deutschland durch computergestützte Telefon-Interviews (CATI), 40% dabei Mobilfunkanteil in der Stichprobe (Dual-Frame). Der Erhebungszeitraum lag mit März bis April 2022 im zweiten Corona-Lockdown, der einen geringeren Einfluss auf die Internetnutzung hatte als im Vorjahr.<sup>3</sup> Die JIM-Studie zeigt, dass sich [nach den Einschränkungen des öffentlichen Lebens] eine Normalisierung des Mediennutzungsverhaltens abzeichnet [...].<sup>4</sup> Insgesamt steigt die mediale Internetnutzung in allen Altersgruppen weiter an auf

---

<sup>1</sup> Vgl. Bundesregierung (Hrsg.): Drucksache 19/27668, Berlin 2021.

<sup>2</sup> Vgl. Beisch, Natalie; Koch, Wolfgang: Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland. 25 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie, in: Media Perspektiven, Heft 10/2021, Frankfurt am Main, S. 486-503.

<sup>3</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2021, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2022.

<sup>4</sup> Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2021, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2022, S. 68.

Ein Projekt von

Gefördert durch

Wissenschaftlich begleitet durch

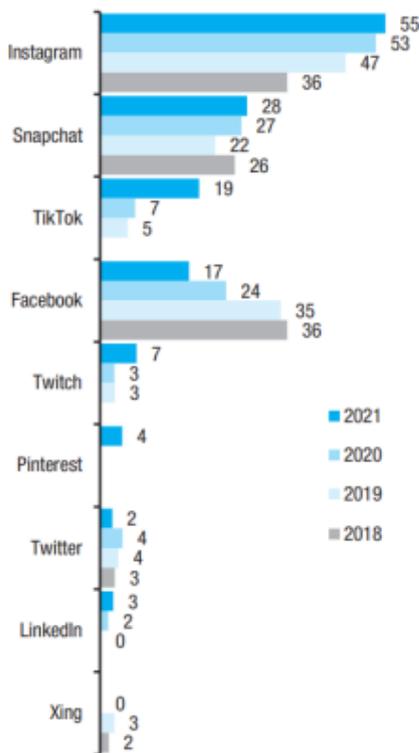
TPX ist ein Institut der



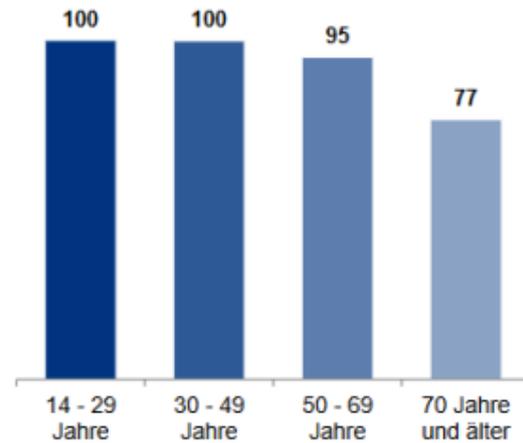
aktuell 136 Minuten am Tag. Die präferierten Plattformen unterscheidet sich dabei stark in den Altersgruppen und gemäßigt bei der Geschlechterzugehörigkeit.

## Zahlen und Fakten

**Abbildung 1: tägliche Nutzung von Social Media 2018 – 2021 der 14- bis 29-Jährigen in %**



**Abbildung 2: Internetnutzung nach Alter 2021 in %**



Quelle und Darstellung: ebd.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland ((2021: n= 2001; 2020: n=3003; 2019: n= 2000)  
 Quelle und Darstellung: Beisch, Natalie; Koch, Wolfgang: Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland. 25 Jahre ARD/ZDF-Onlinestudie, in: Media Perspektiven, Heft 10/2021, Frankfurt am Main, S. 501.

**Abbildung 3: Social-Media-Nutzung 2018 – 2021 nach Geschlecht und Altersgruppe in % mind. einmal wöchentlich**

	Gesamt				Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
	2018	2019	2020	2021						
Facebook	31	31	26	28	26	30	35	41	23	8
Instagram	15	19	20	26	26	26	73	26	9	1
Snapchat	9	7	9	10	12	8	44	2	0	–
Twitter	4	4	5	4	2	6	9	5	2	1
Xing	4	3	4	3	2	4	2	5	2	–
LinkedIn*	–	2	4	3	3	3	3	4	3	1
Twitch*	–	4	3	5	1	8	19	3	–	–
TikTok*	–	2	3	9	11	7	32	5	3	0
Pinterest**	–	–	–	7	11	3	18	8	3	1
Clubhouse**	–	–	–	0	0	0	2	0	0	0

Quelle und Darstellung: ebd., S. 500.

**Abbildung 4: mindestens wöchentlich genutztes mobiles Internet 2019 – 2021 in %**

	Gesamt	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
2019	58	54	62	89	76	45	13
2020	55	52	58	85	69	44	15
2021	60	53	67	88	73	50	22

Quelle und Darstellung: ebd., S.488.

- Bei der täglichen Nutzung der Zielgruppe hat Instagram Facebook inzwischen sehr deutlich überholt; Instagram ist bei den 14-29-Jährigen ein täglicher Begleiter
- Facebook hingegen wird kontinuierlich weniger genutzt und steht mit noch 17 % 2021 weit hinter Instagram, Snapchat und Tiktok. Die Nutzung von Tiktok hat sich in dem Untersuchungszeitraum 2020– 2021 mehr als verdoppelt
- Laut medienpädagogischen Forschungsverbund sind bei den 18- und 19-Jährigen, die wichtigsten Apps Whatsapp (81%), Instagram (50%), Snapchat (20%), Youtube (18%) und Tiktok (15%); in dieser Altersgruppe verliert Instagram und Snapchat an Relevanz, während Tiktok hinzugewinnt<sup>5</sup>
- Präferierte Plattformen und Mediennutzung im Allgemeinen unterscheiden sich stark in den Altersgruppen
- das Mediennutzungsverhalten „normalisiert“ sich seit den ersten Lockdowns wieder
- Bei den Messengerdiensten dominiert nach wie vor Whatsapp als beliebteste und meistgenutzte App

<sup>5</sup> Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hrsg.): JIM-Studie 2021, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 202, S. 37.

## Impressum

### Herausgeber und Kontakt

#### Thomasius Research Institute on Political Extremism

Hansaallee 247a

40549 Düsseldorf

Tel: +49 211 5202730

<https://tpx-institut.de/>

[info@thomasius-stiftung.de](mailto:info@thomasius-stiftung.de)

Amtsgericht Düsseldorf

RegisterNr.: HRB 85782

Das Thomasius Research Institute ist ein Institut der Thomasius-Stiftung. Die Thomasius-Stiftung für internationale Bildung und Wissenschaft gGmbH ist eine gemeinnützige Körperschaft. Die Veröffentlichung erfolgt im Kontext der wissenschaftlichen Beratung und Prozessbegleitung des bundesweiten Präventionsprojektes Center for Education on Online Prevention in Social Networks (CEOPS). Die Inhalte der Publikation werden allein von den Autor:innen erstellt und verantwortet. CEOPS wird von der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration gefördert.

#### **Autor:**

Michael Buecker, M.A.

([Buecker@thomasius-stiftung.de](mailto:Buecker@thomasius-stiftung.de))

#### **Stand**

August 2022

