

# Grunddaten Jugend und Medien 2023

## **Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland**

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

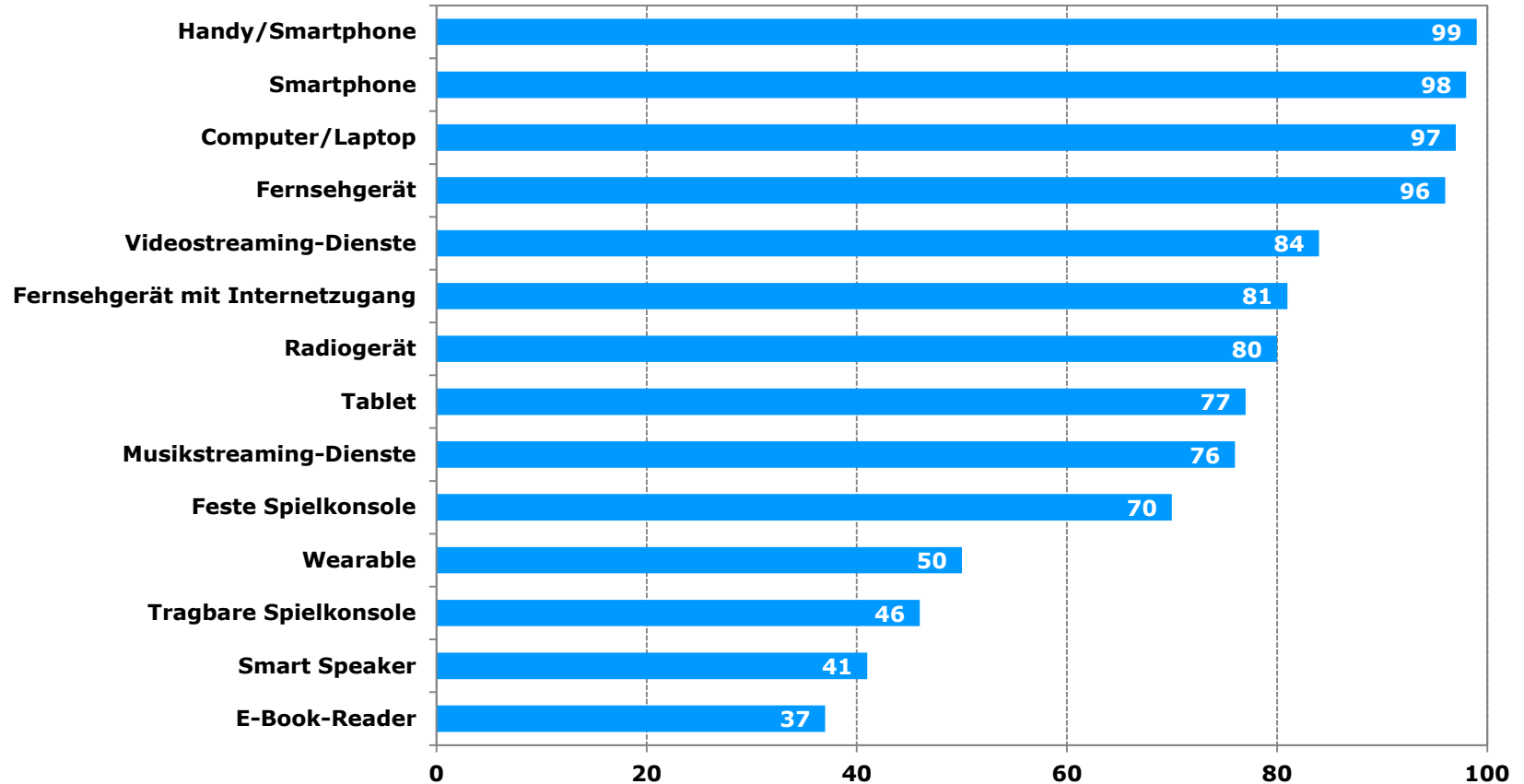
## Inhaltsübersicht

<b>Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien</b>	<b>3</b>
<b>Jugendliche und Fernsehen</b>	<b>20</b>
<b>Computer, Internet und Social Media</b>	<b>34</b>
<b>Handy und mobile Medien</b>	<b>46</b>

# Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien

## Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

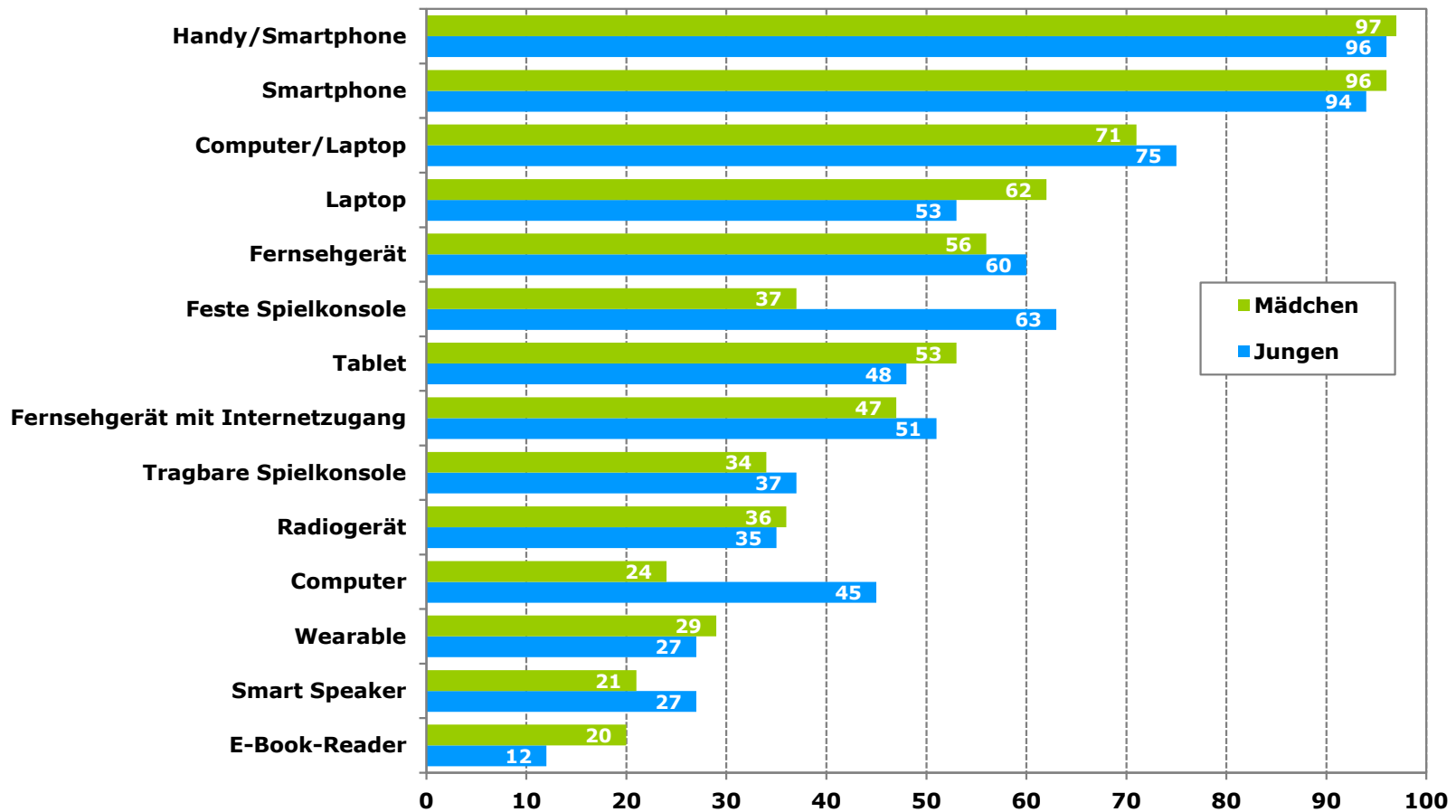


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 5.

## Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

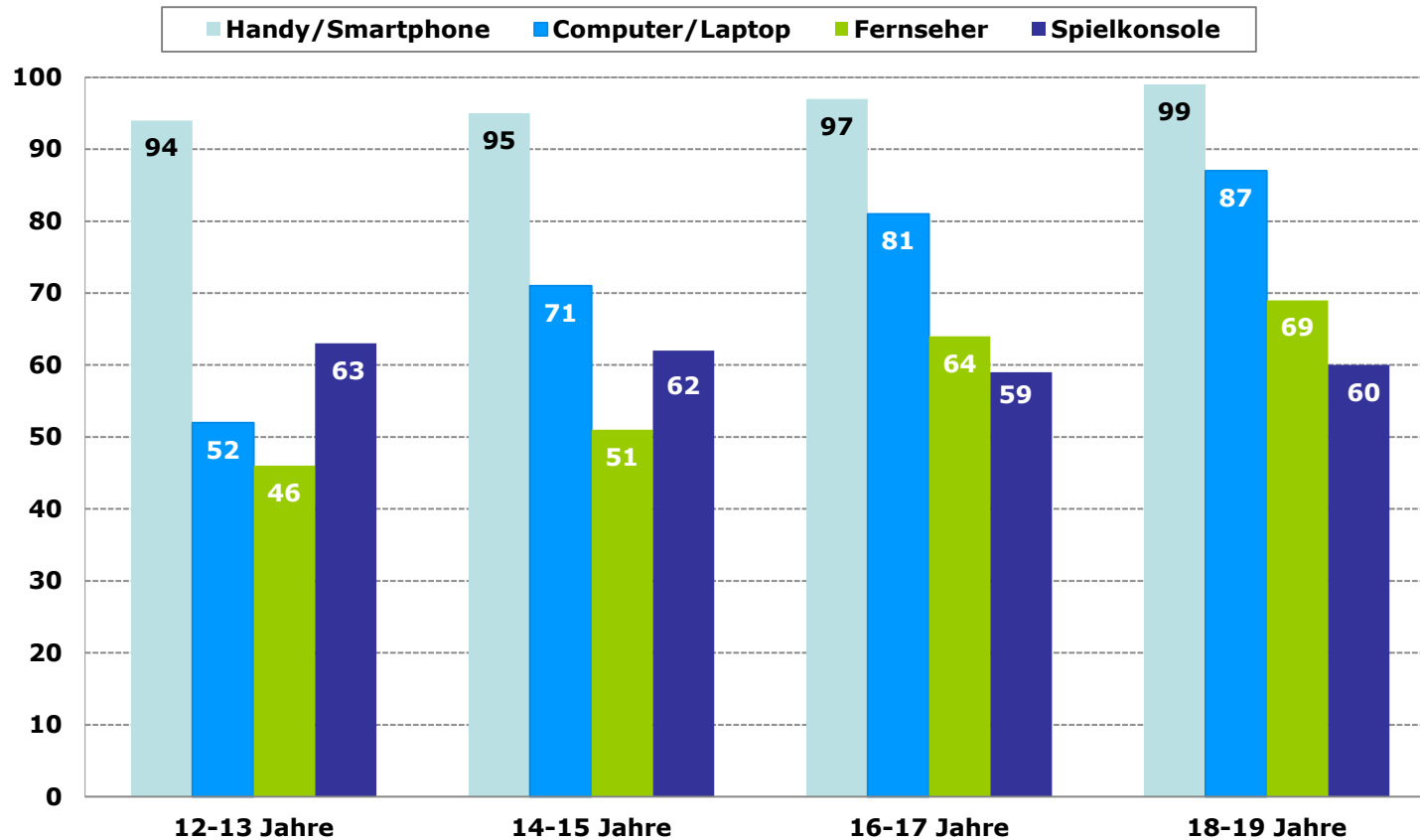


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 8.

## Gerätebesitz von Heranwachsenden nach Altersgruppen

Auswahl, 2022 (Angaben in %)



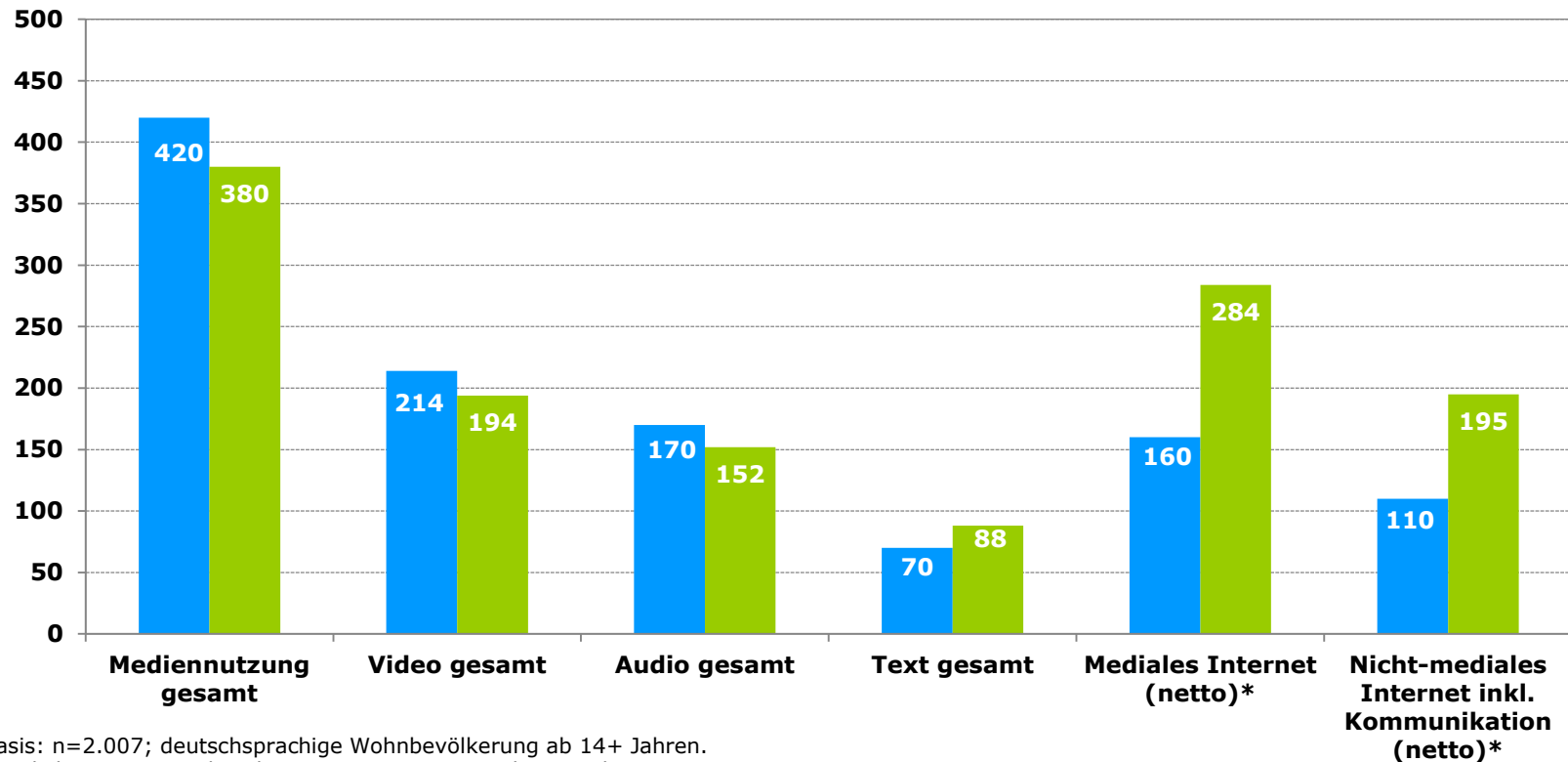
Basis: 12-13 Jahre: n=296, 14-15 Jahre: n=295, 16-17 Jahre: n=299, 18-19 Jahre: n=310.

Quelle: Feierabend u. a.: Ergebnisse der JIM-Studie 2022, 2023, S. 2.

## Tägliche Nutzungsdauer von Medien 2022

Nach Altersgruppen, Nutzung gestern, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, Auswahl,  
Nutzungsdauer in Minuten

■ Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren ■ 14- bis 29-Jährige



Basis: n=2.007; deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14+ Jahren.

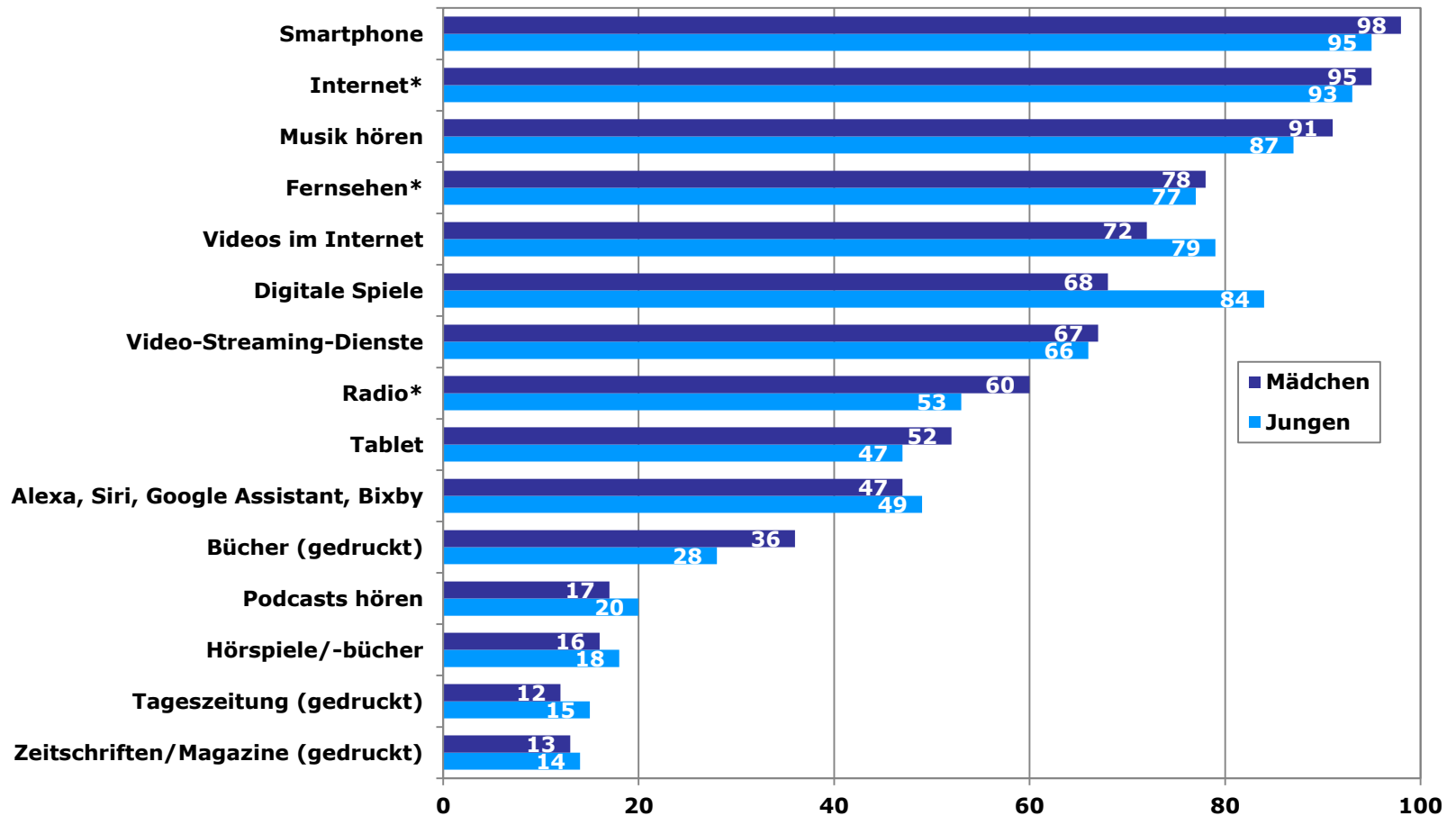
\*Mediales Internet=über das Internet genutzte Video-, Audio- und Textangebote, also die Rezeption von Inhalten. Sind auch in „Video gesamt“, „Audio gesamt“ und „Text gesamt“ enthalten.

\*Nicht-mediales Internet=aktive, kommunikative und generische Online-Nutzung, z. B. Kommunikation, Online-Shopping, Spielen, Surfen.

Quelle: Hess/Müller: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022, S. 419.

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

Nach Geschlecht, Auswahl, 2022 (Angaben in %)



Basis: n = 1.200, 12-19 Jahre.

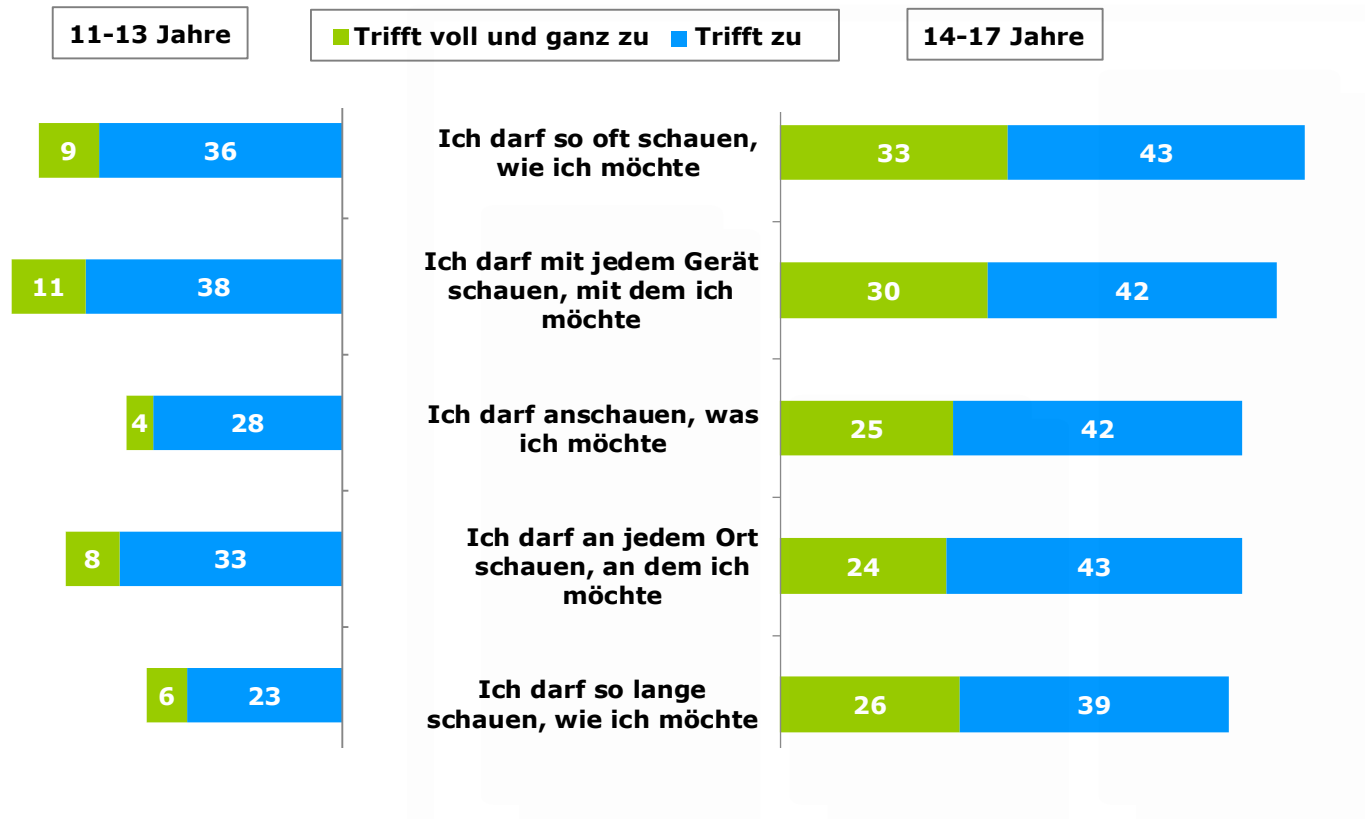
\*Nutzung egal über welchen Verbreitungsweg.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 15.



## Je älter Heranwachsende werden, desto freier sind sie in der Bewegtbildnutzung

11-13 und 14-17 Jahre (Angaben in %)

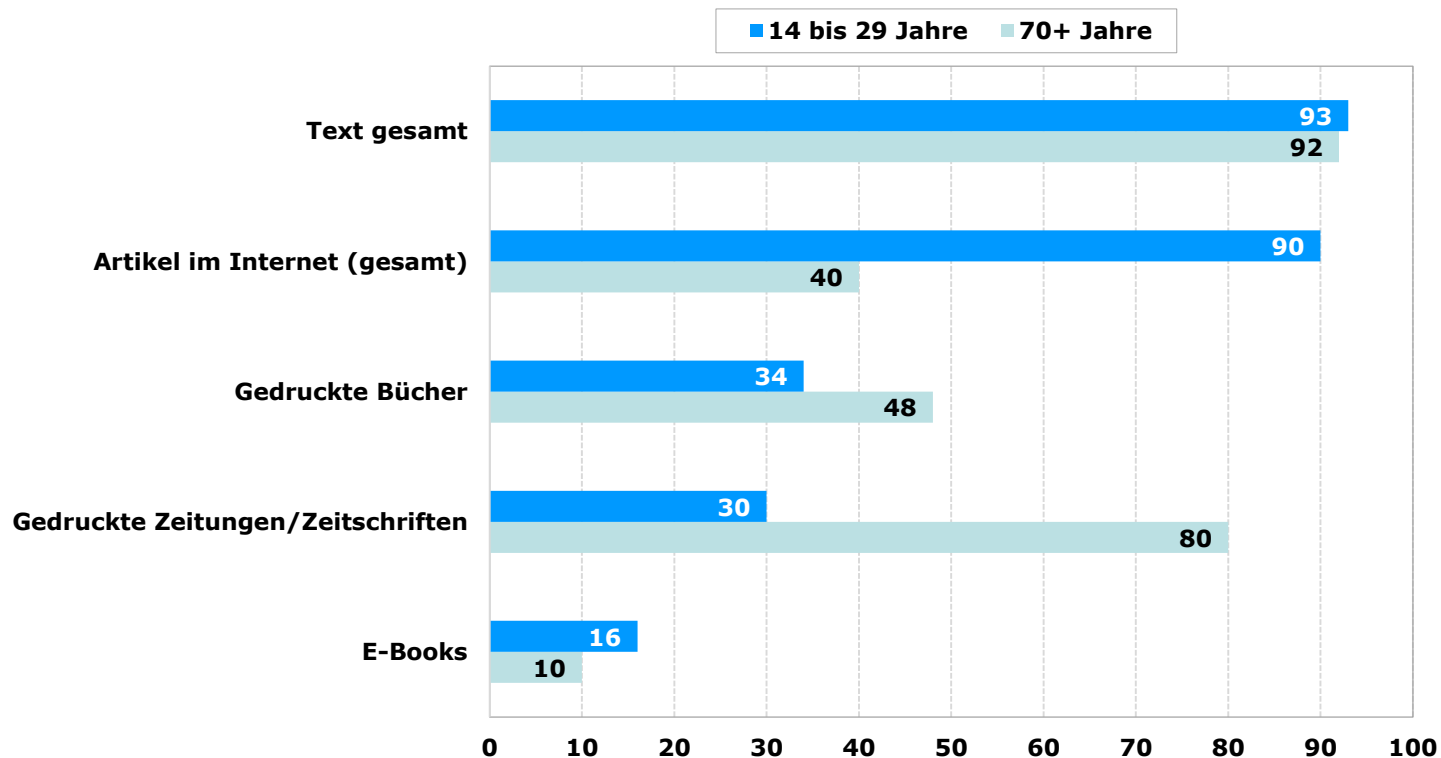


Basis: 5.136 Kindern und Jugendlichen von 3-17 Jahren bzw. deren Eltern.

Quelle: AGF Videoforschung GmbH/Kantar: AGF GenZ Videostudie 2020, S. 18.

## Jugendliche und die Nutzung von Texten im Vergleich mit älteren Erwachsenen

Nach Altersgruppen, Nutzung mind. 1x pro Woche, Auswahl, 2022  
(Angaben in %)

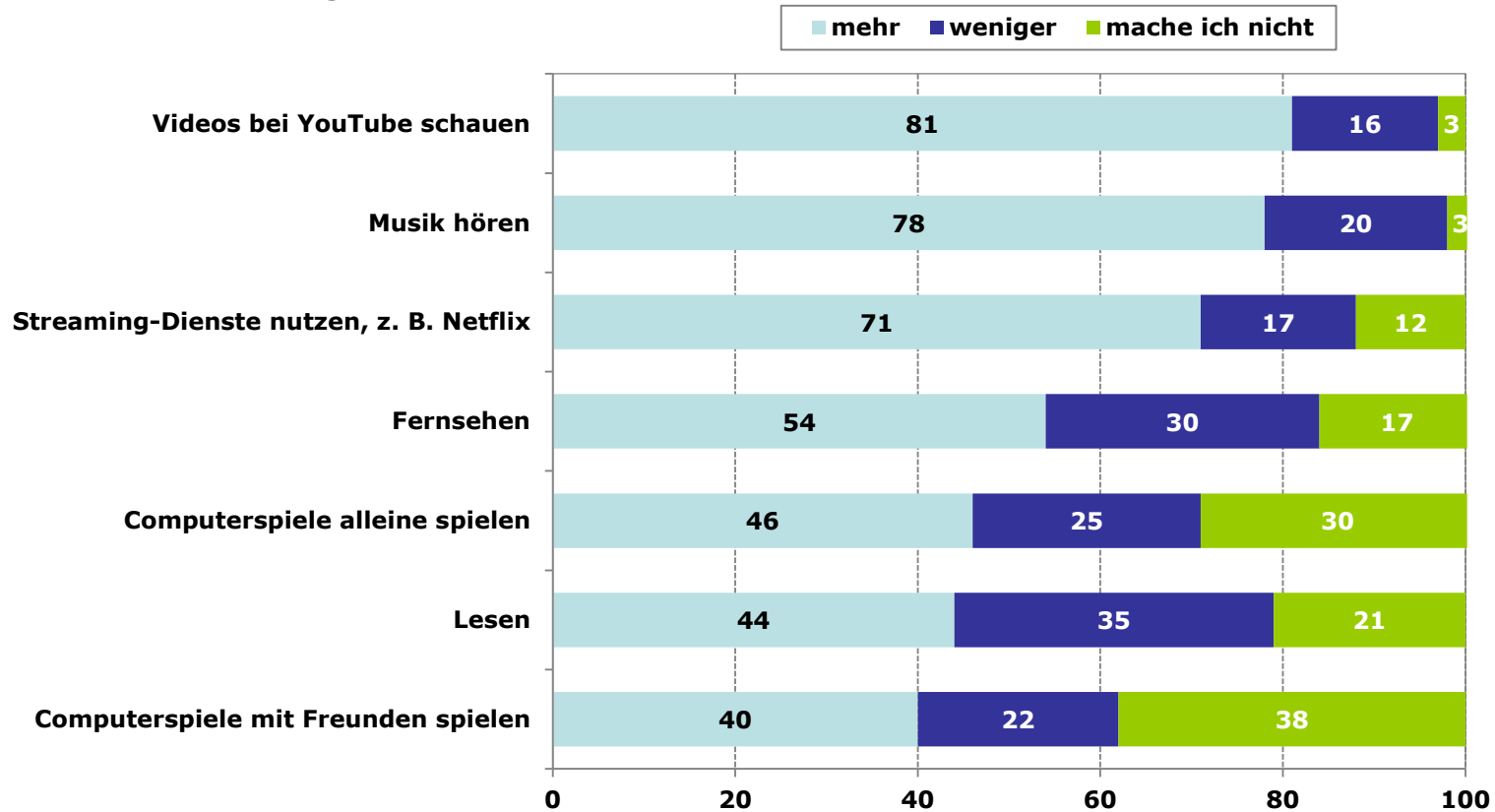


Basis: n=2.007, deutschspr. Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF/Forschungskommission: ARD/  
ZDF-Massenkommunikation Trends 2022, S. 35.

## Corona hatte Einfluss auf die zunehmende Mediennutzung

Mediale Tätigkeiten während der Schulschließungen, Auswahl, 12 bis 19 Jahre, 2020 (Angaben in %) „Mache ich mehr/weniger als vor der Corona-Krise“

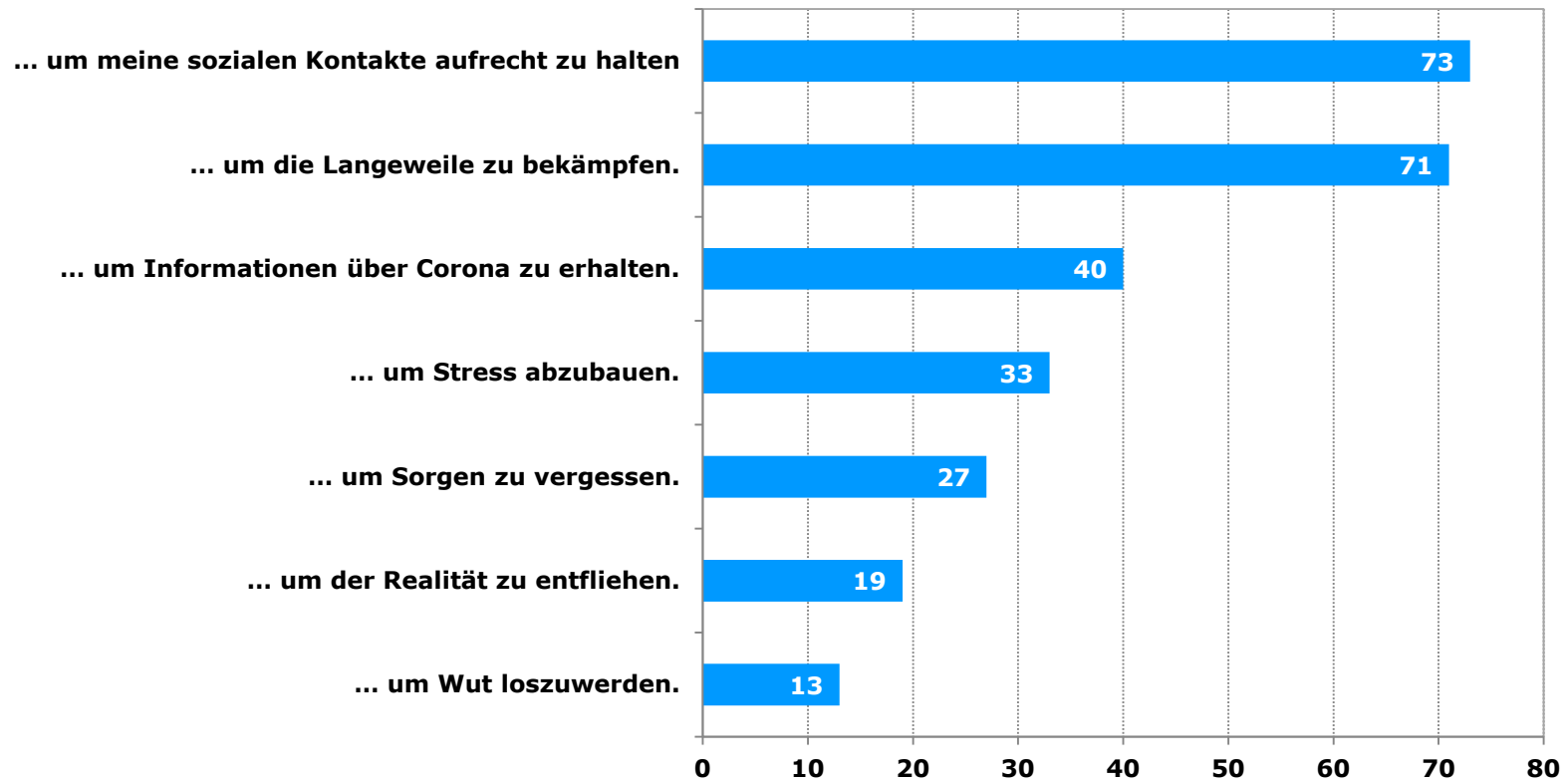


Basis: n=1.002, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIMplus 2020, S. 20.

## Nutzungsmotive digitaler Medien während der Corona-Pandemie

Nach Geschlecht, Auswahl, 2021 (Angaben in %)  
Trifft zu/trifft eher zu, „Ich nutze digitale Medien ...“

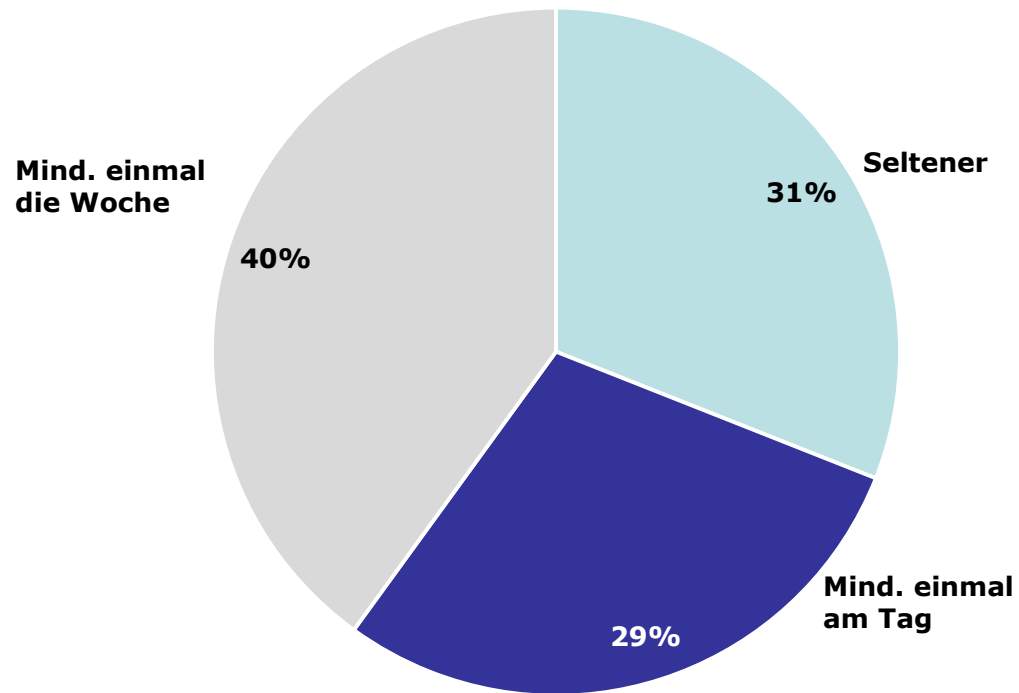


Basis: n= 1.250, 10-19 Jahre.

Quelle: Forsa: Nutzung digitaler Medien im Kindes- und Jugendalter 2021, S. 57.

## Wie häufig informieren sich Jugendliche über Politik?

2021 (Angaben in %)

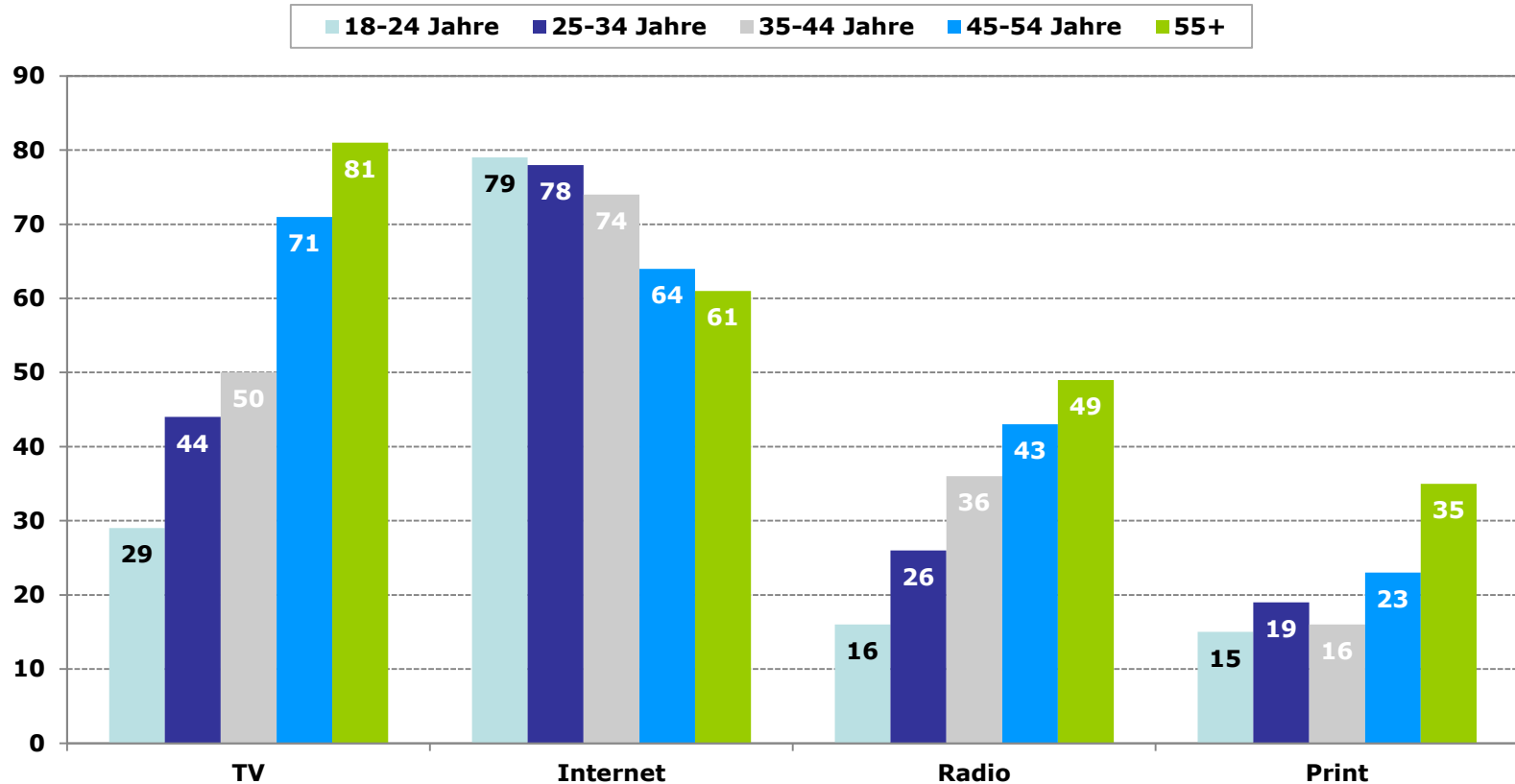


Basis: n=2.124, 14-24 Jahre, deutschsprachige Bevölkerung.

Quelle: Vodafone Stiftung  
Deutschland: Hört uns zu! 2022, S. 5.

## Junge Menschen nutzen vor allem das Internet als Nachrichtenquelle

Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen, nach Altersgruppen, Mehrfachnennungen, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

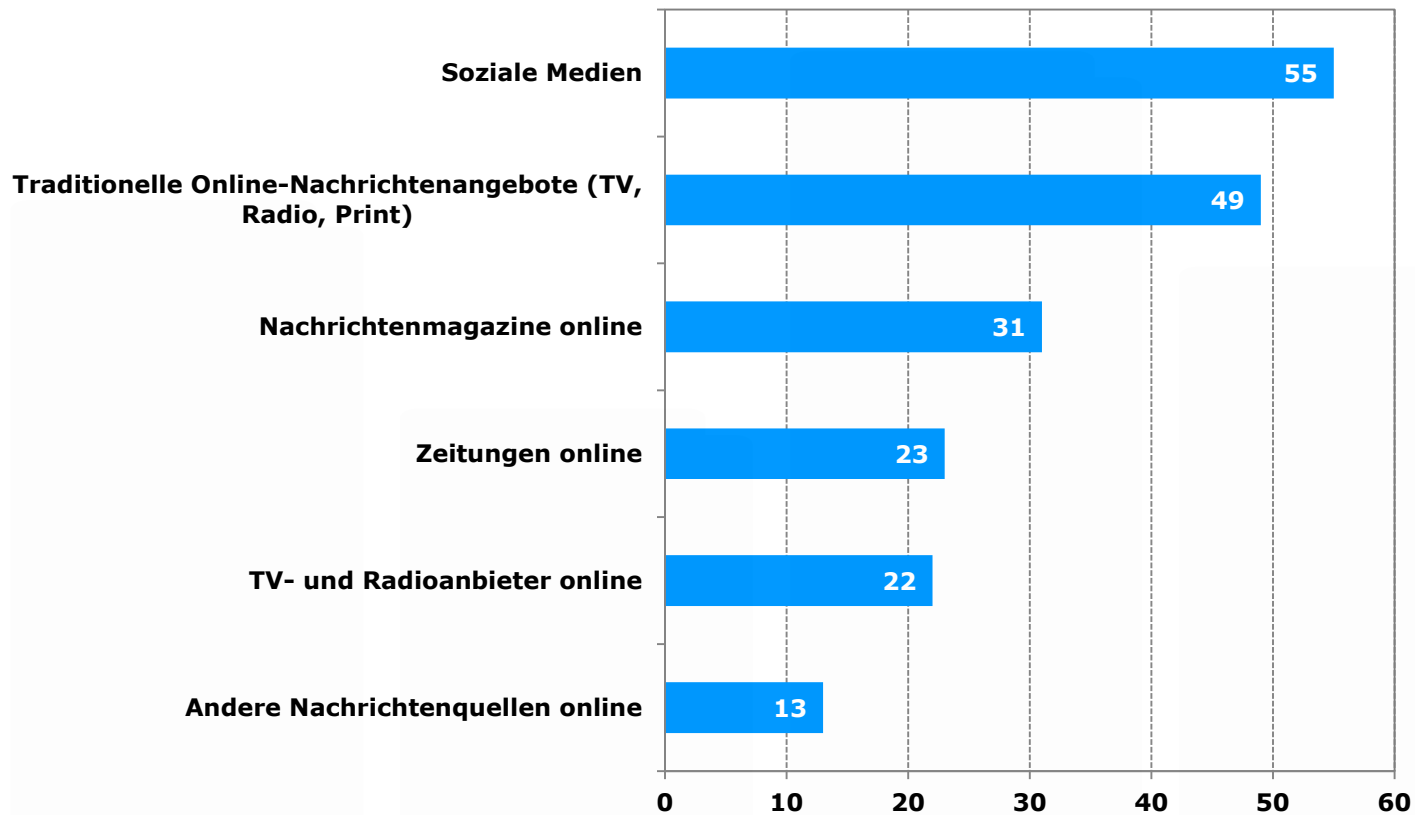


Basis: n=2.002, 18+ Jahre.

Quelle: Hölig/Behre/Schulz: Reuters Institute Digital News Report 2022, S. 17.

## Wo informieren sich junge Erwachsene online?

Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen online, 18-24 Jahre, Mehrfachnennungen, Auswahl, 2022  
(Angaben in %)



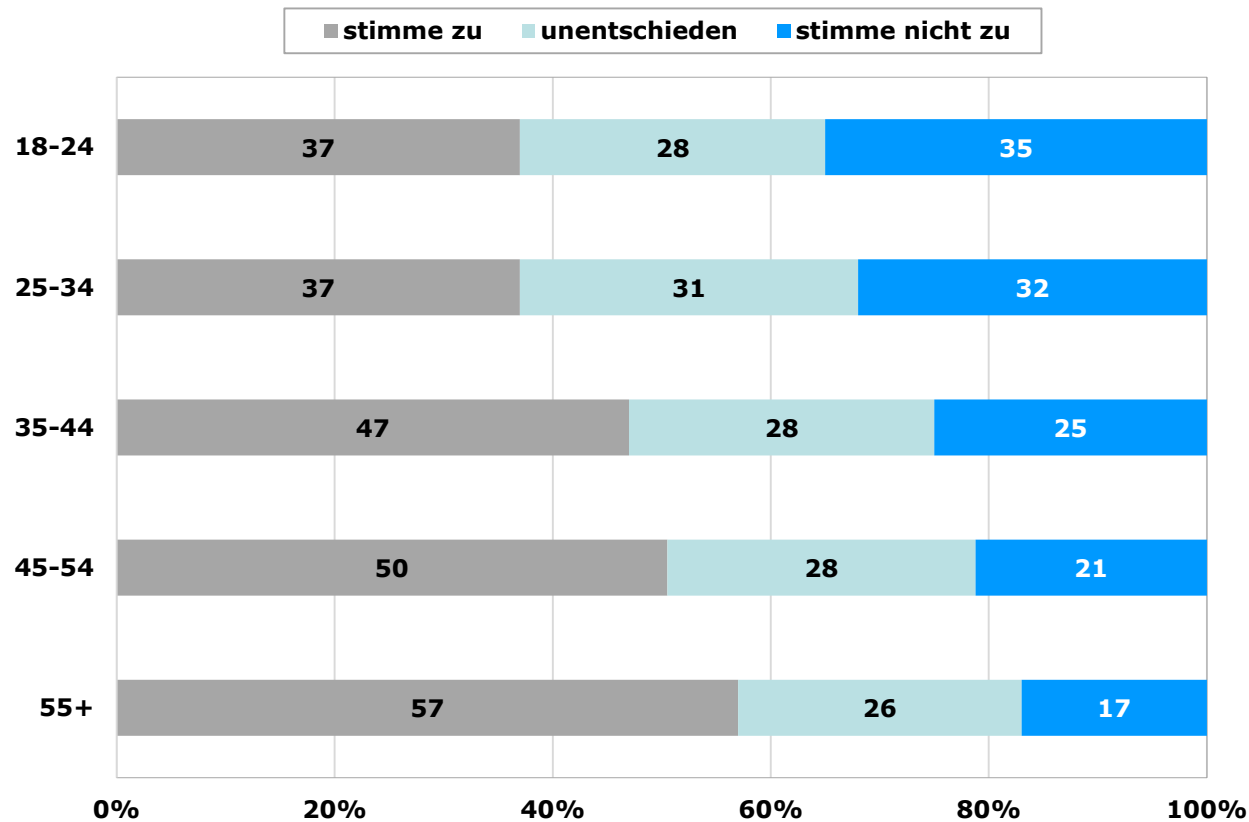
Basis: n=2.002, 18+ Jahre, davon die 18- bis 24-Jährigen.

Quelle: Hölig/Behre/Schulz: Reuters Institute Digital News Report 2022, S. 17.

## Kann man den Nachrichten vertrauen? – Vergleich zwischen den Altersgruppen

Nach Altersgruppen, 2022 (Angaben in %)

„Ich glaube, man kann dem Großteil der Nachrichten meist vertrauen.“



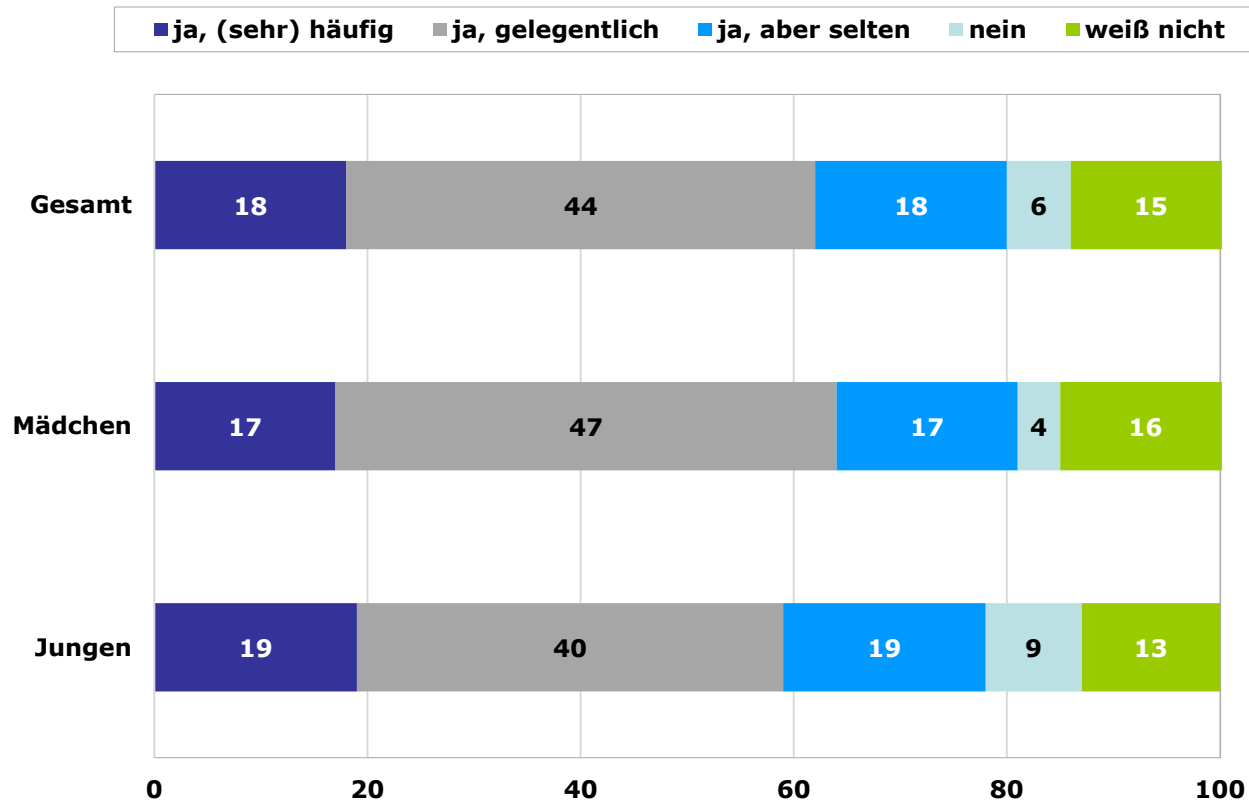
Basis: n=2.002, 18+ Jahre.

Quelle: Hölzig/Behre/Schulz: Reuters Institute Digital News Report 2022, S. 28.



## Wie oft treffen Jugendliche online auf Fake News?

Subjektive Wahrnehmung, nach Geschlecht, 12-19 Jahre, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

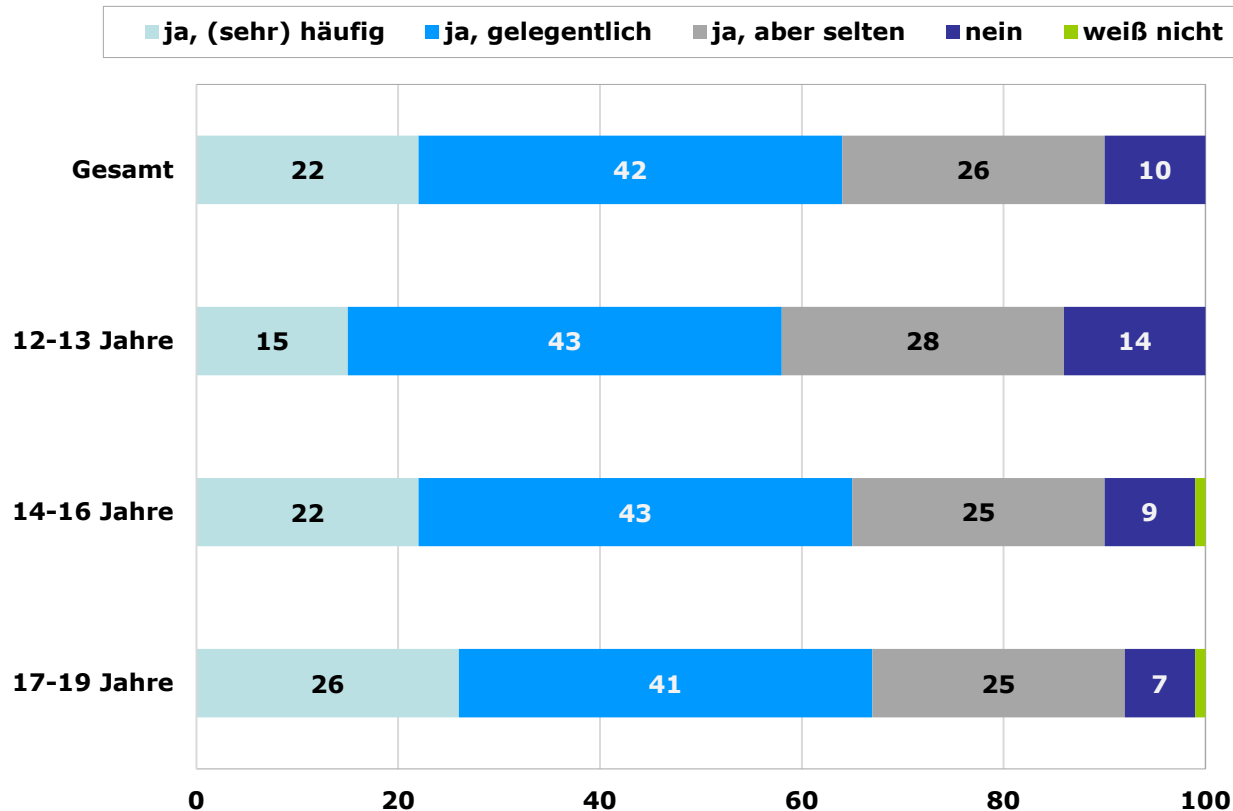


Basis: n=1.060, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIMplus 2022, S. 17.

## Überprüfen Jugendliche Fake News?

Nach Altersgruppen, 2022 (Angaben in %)

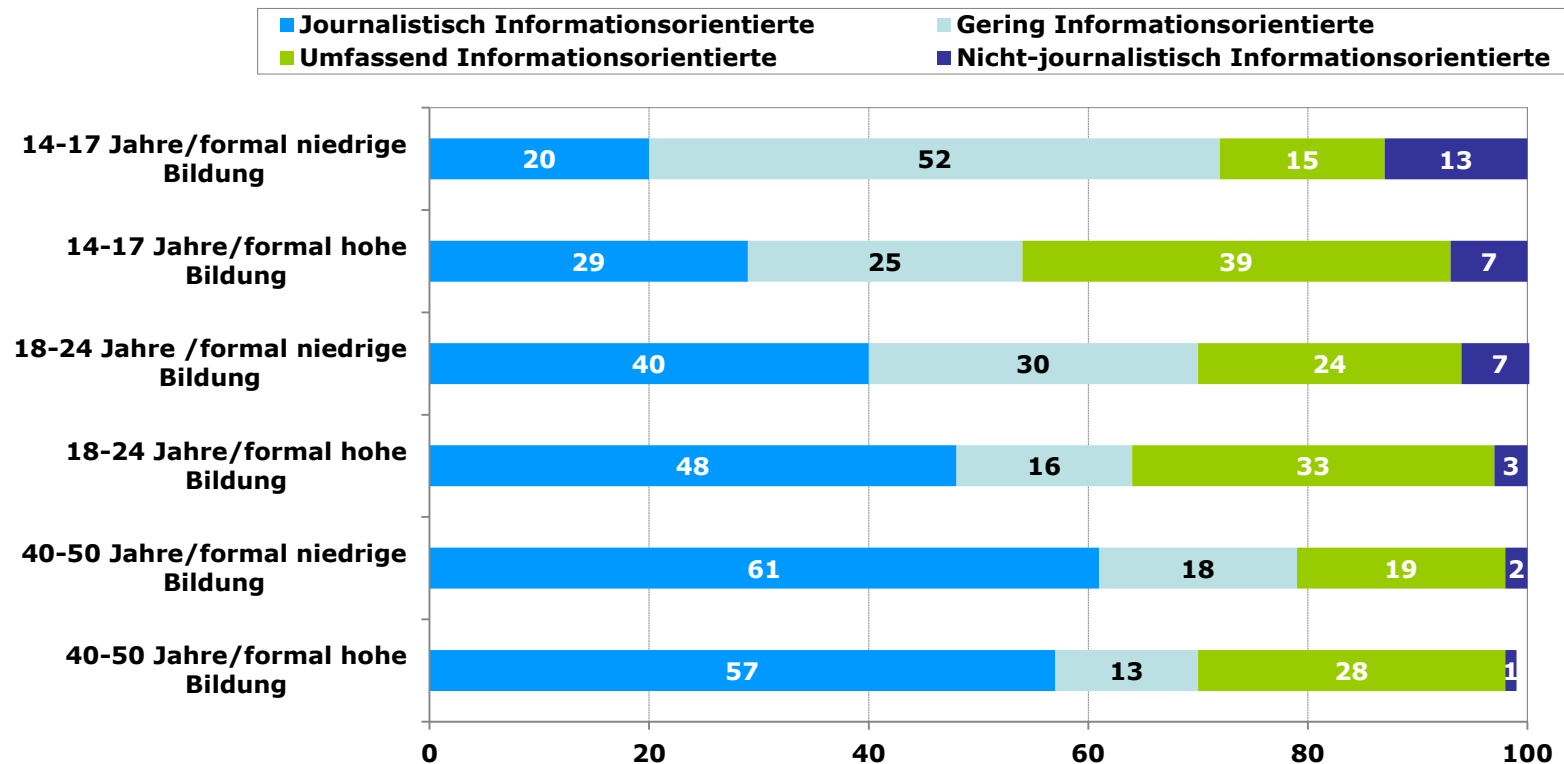


Basis: n=839, 12-19 Jahre; Befragte, denen online Fake News begegnet sind.

Quelle: mpfs: JIMplus 2022, S. 19.

## Nachrichtenorientierung nach Alter und Bildung

Typisierung basierend auf Nachrichteninteresse, Nachrichtennutzung, Meinungsbildung und Informiertheit, nach Altersgruppen und Bildungsgrad (Angaben in %)



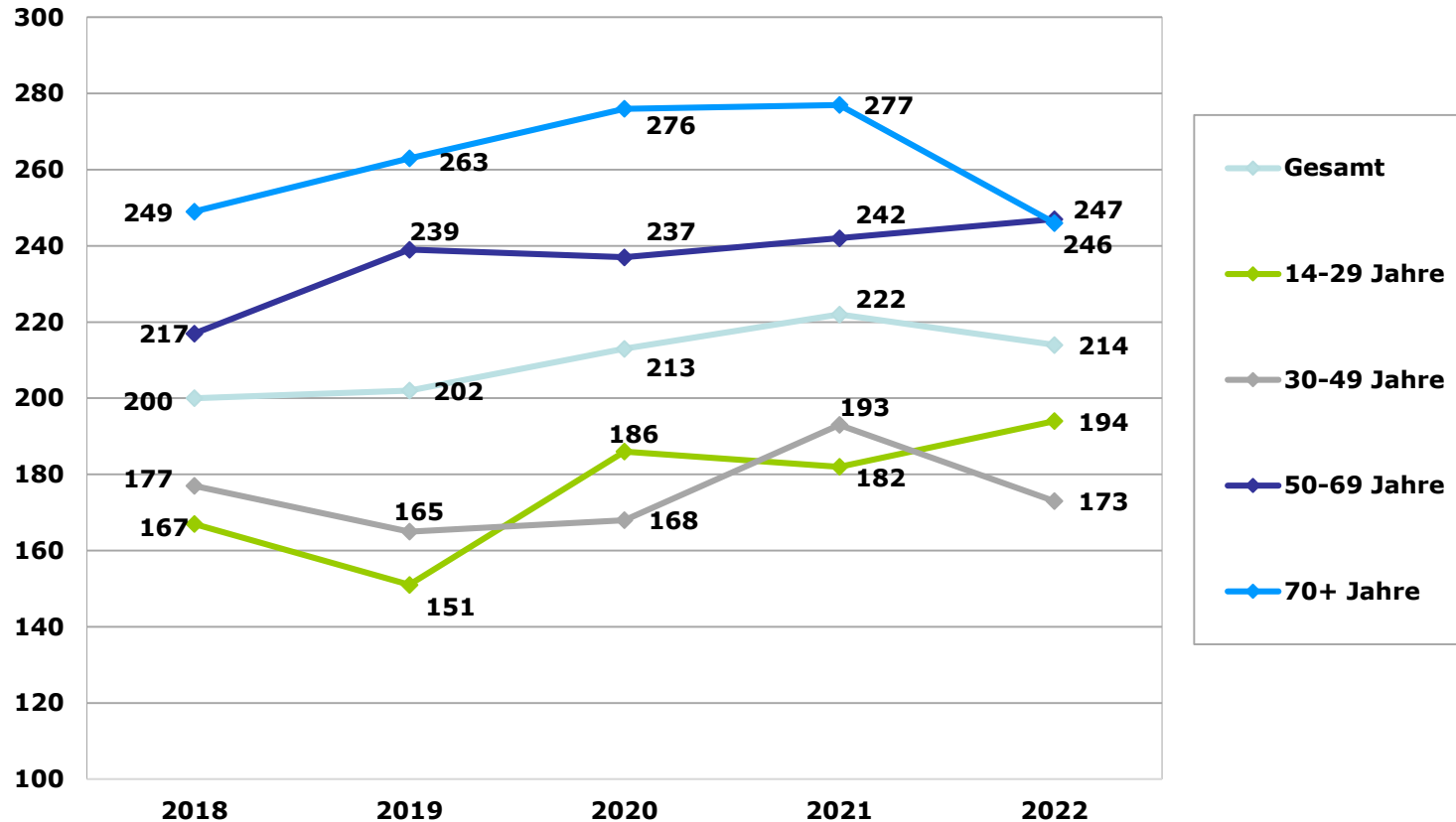
Basis: n=1.508, 14-24 Jahre sowie 40-50 Jahre.

Quelle: Hasebrink/Hölig/Wunderlich:  
#UseTheNews, 2021, S. 26.

# Jugendliche und Fernsehen

## Zeitbudget für die Bewegtbildnutzung\* von 2018-2022, nach Altersgruppen

Nach Altersgruppen, Auswahl, Angaben in Min./Tag

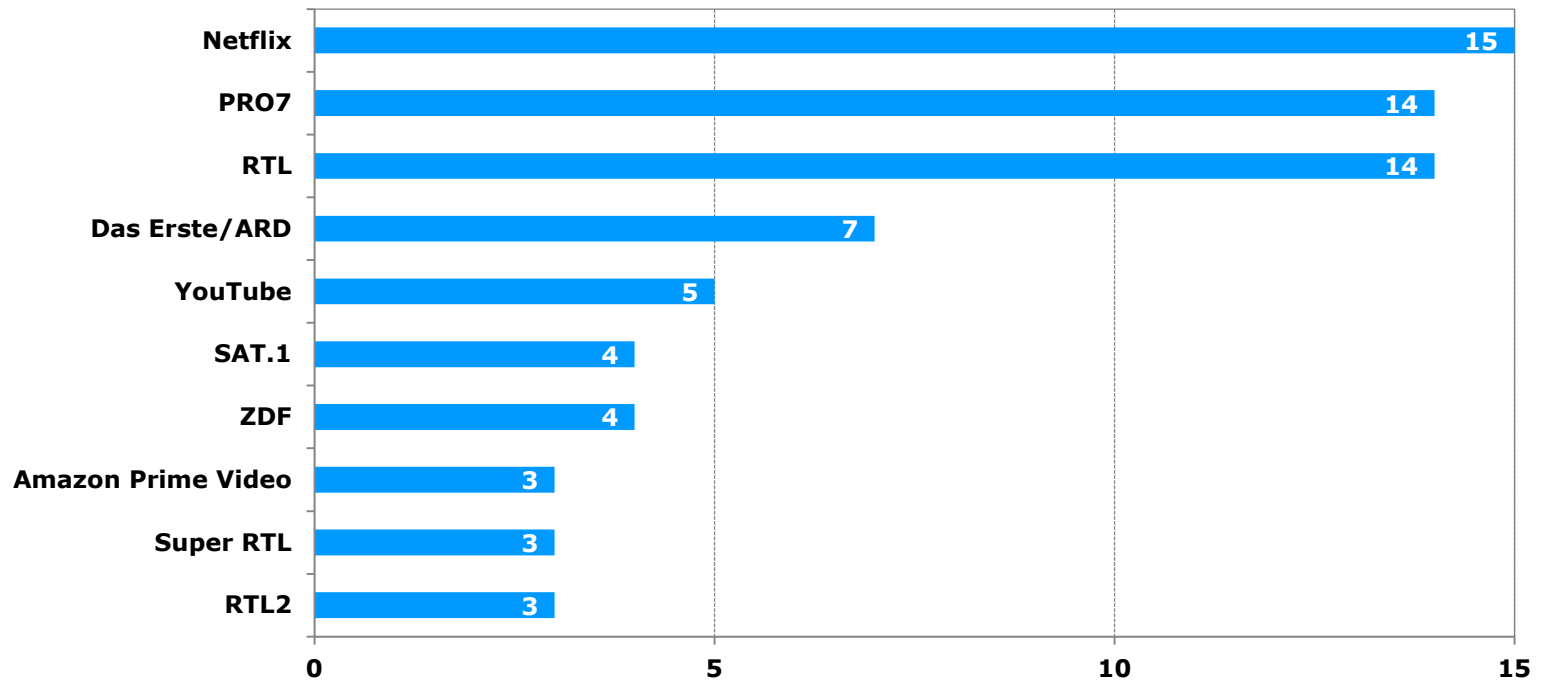


Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren; 2022: n=2.007; 2021: n=2.001; 2020: n=3.003; 2019: n=2.000; 2018: n=2.009. \*Bewegtbild=Fernsehen, Online-Videos und -Streaming, DVDs/Blu-rays

Quelle: Egger/Rhody: Ergebnisse der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022, S. 431.

## Liebste TV-Anbieter von Jugendlichen 2022

12-19 Jahre, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

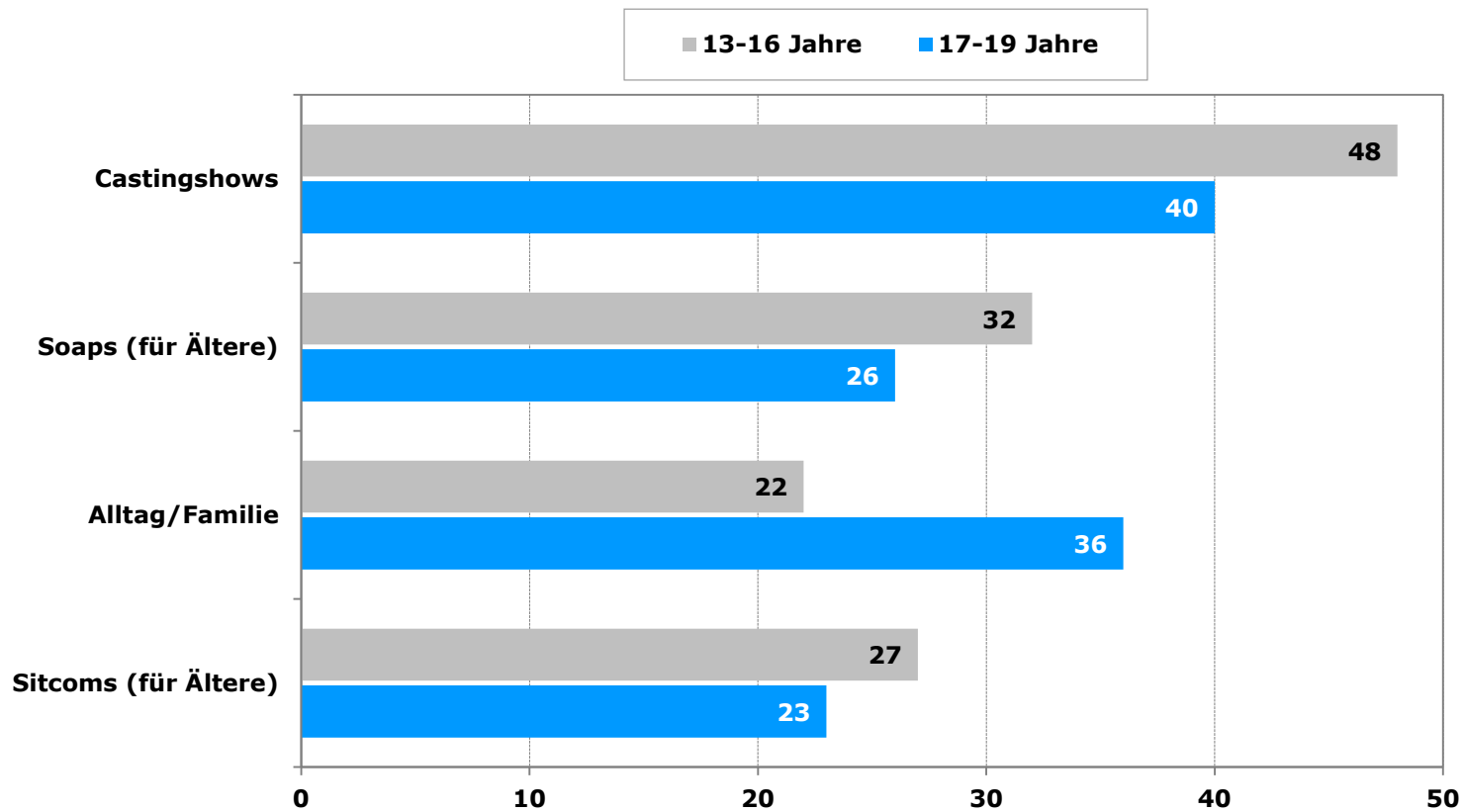


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 33.

## TV-Lieblingsgenres der Mädchen

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl, 2021 (Angaben in %)  
„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“

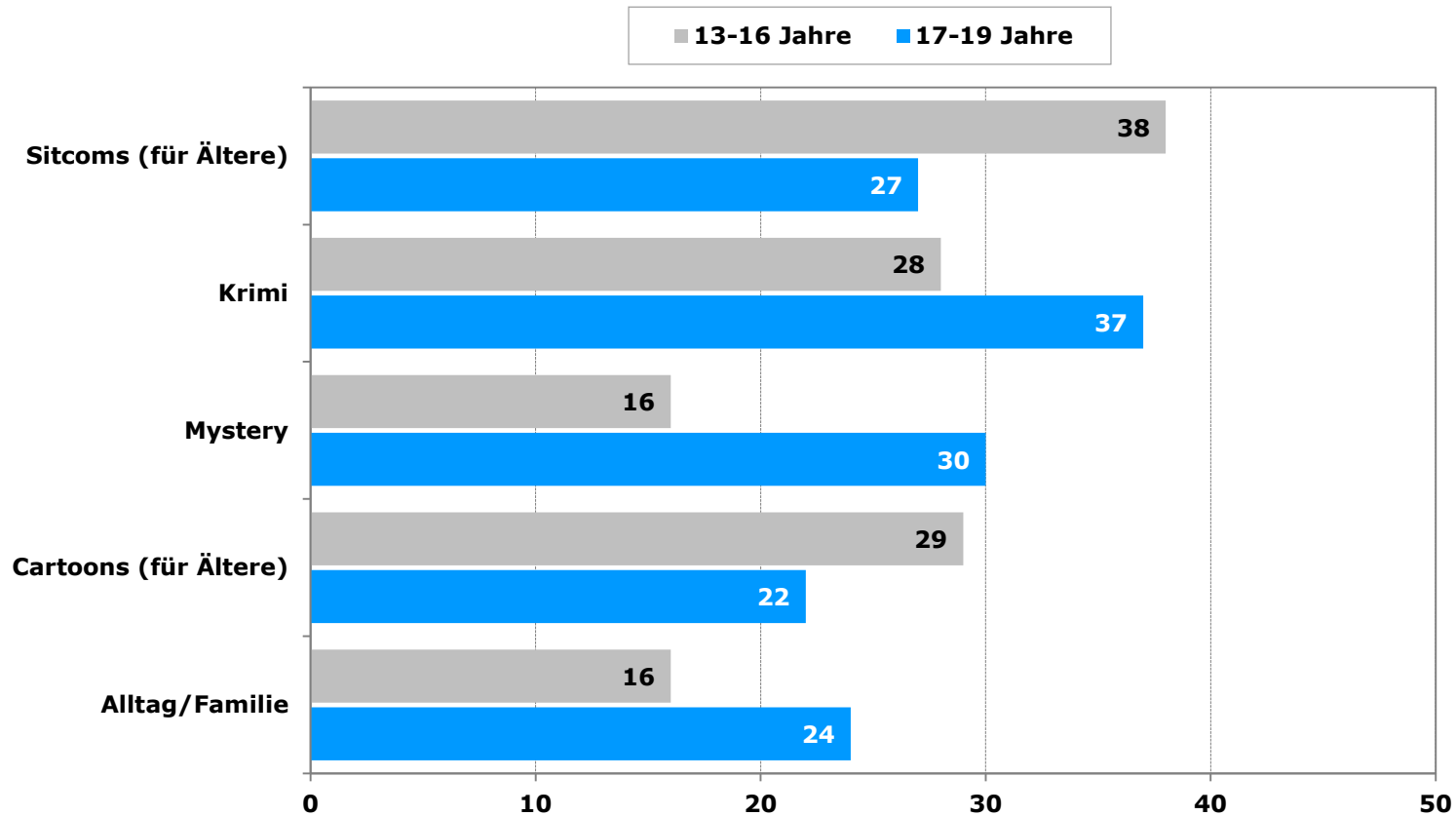


Basis: n=708 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2021, S. 28.

## TV-Lieblingsgenres der Jungen

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2021, Auswahl (Angaben in %)  
„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“



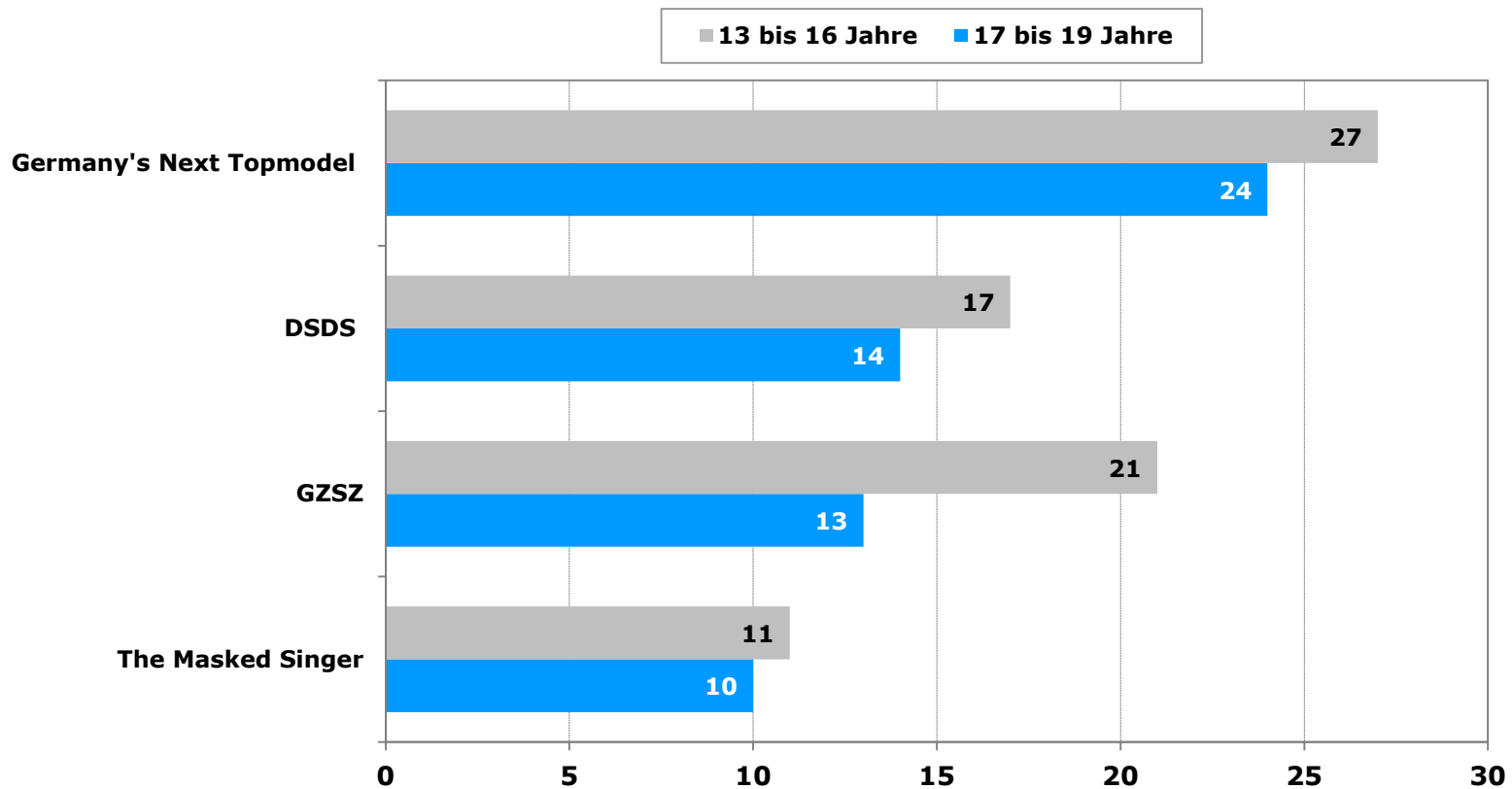
Basis: n=753, 6- bis 19-jährige Jungen.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2021, S. 27.



## Welche Sendungen sahen Mädchen 2021 am liebsten?

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl, 2021 (Angaben in %)

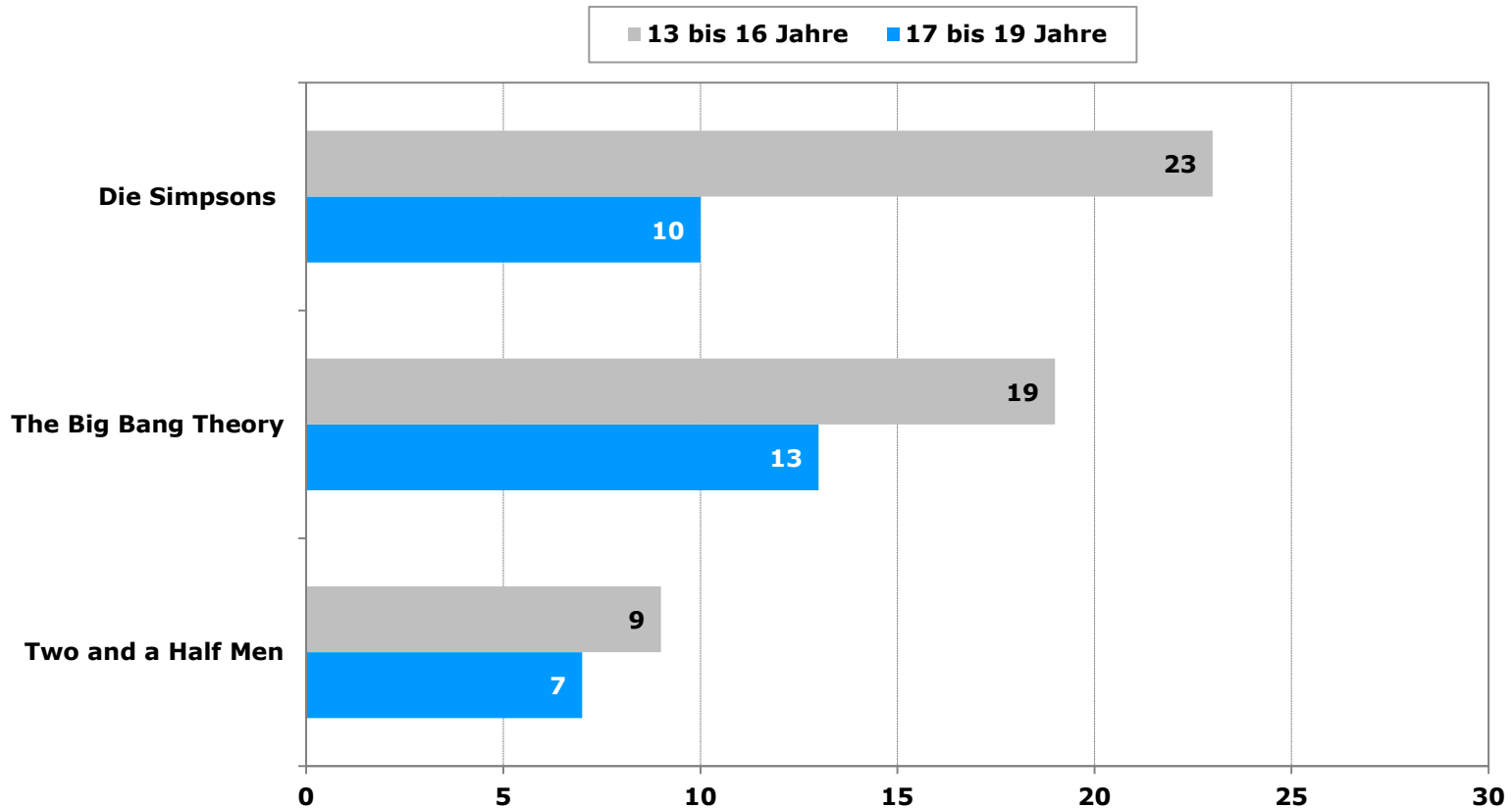


Basis: n=708 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2021, S. 24.

## Welche Sendungen sahen Jungen am liebsten im TV?

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl, 2021 (Angaben in %)

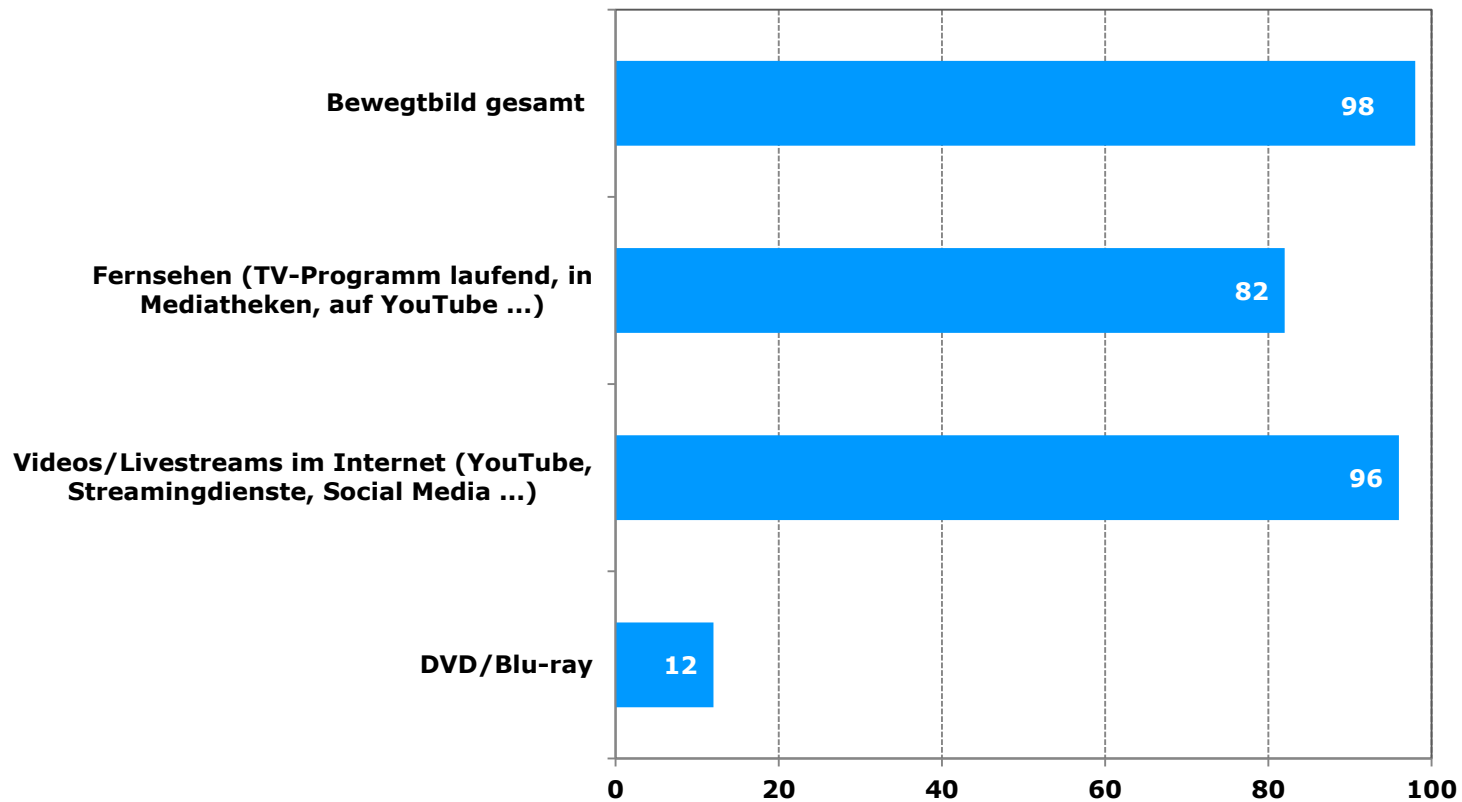


Basis: n=753 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2021, S. 23.

## Formen der Bewegtbildnutzung junger Zielgruppen

Mind. einmal pro Woche genutzt, 14-29 Jahre, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

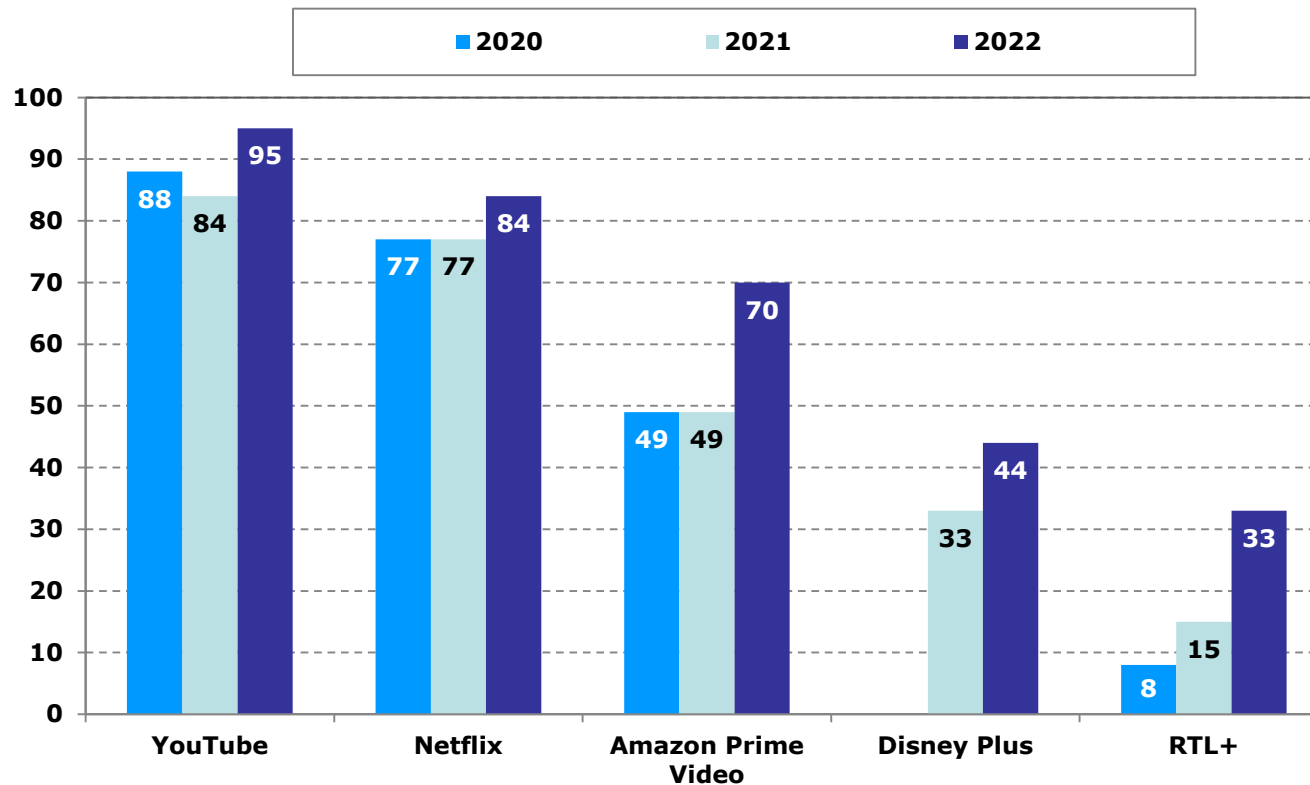


Basis: n=2.007, deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: Egger/Rhody: Ergebnisse der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022, S. 427.

## Top 5 der Video-on-Demand-Anbieter der 14- bis 29-Jährigen im Jahresvergleich

Plattformen mit mind. 5% mindestens monatliche Reichweite 2022, 14 bis 29 Jahre, Vergleich 2020, 2021 und 2022, Auswahl (Angaben in %)

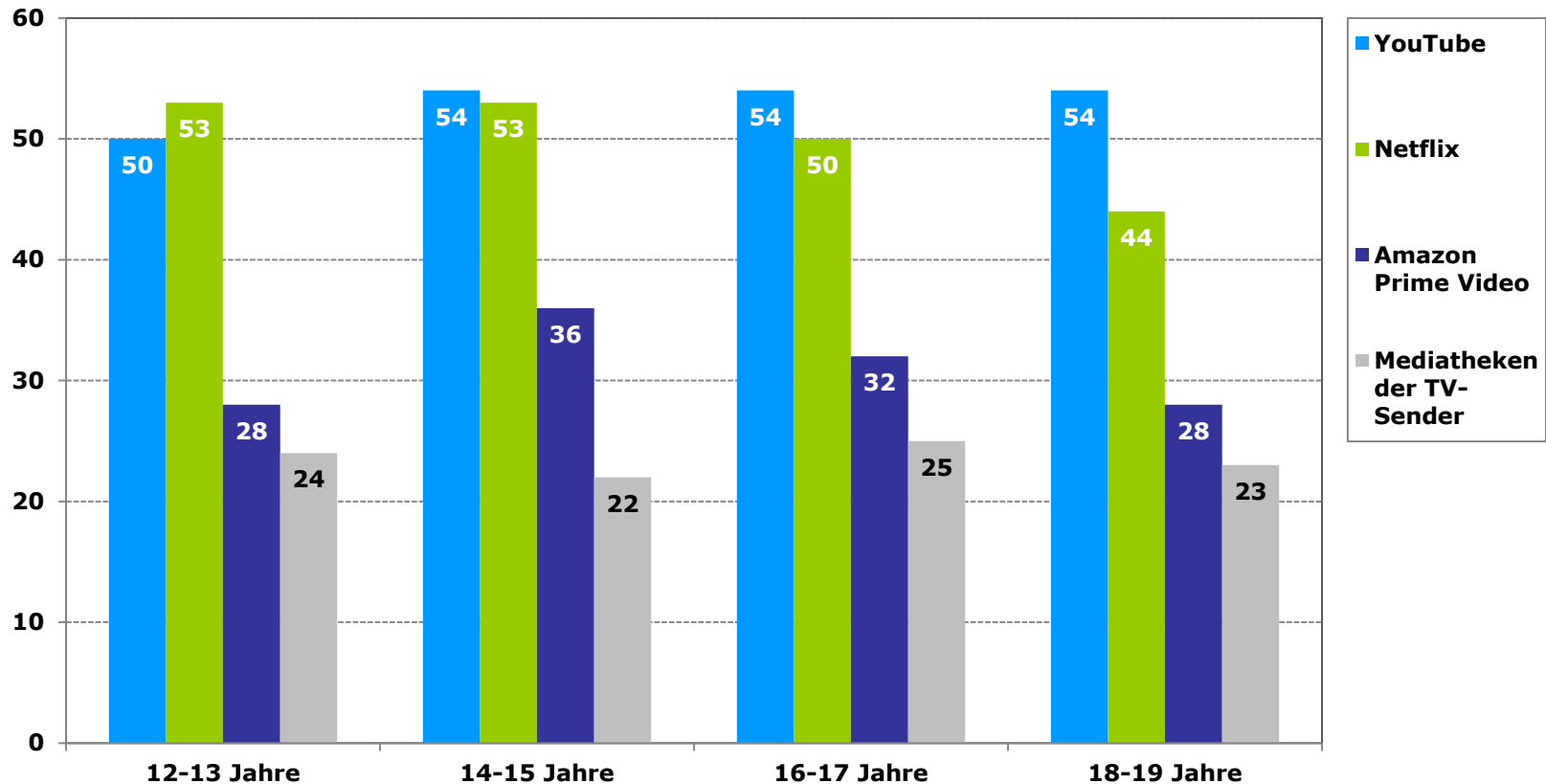


Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren  
 2020: n=3.003; 2021: n=2.001; 2022: n=2.007;  
 davon die 14- bis 29-jährigen; Fallzahlen je  
 Altersgruppe: n=349 bis 672.

Quelle: Rhody: Ergebnisse der ARD/ZDF-  
 Onlinestudie 2022, S. 490.

## Online-Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen nach Alter

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

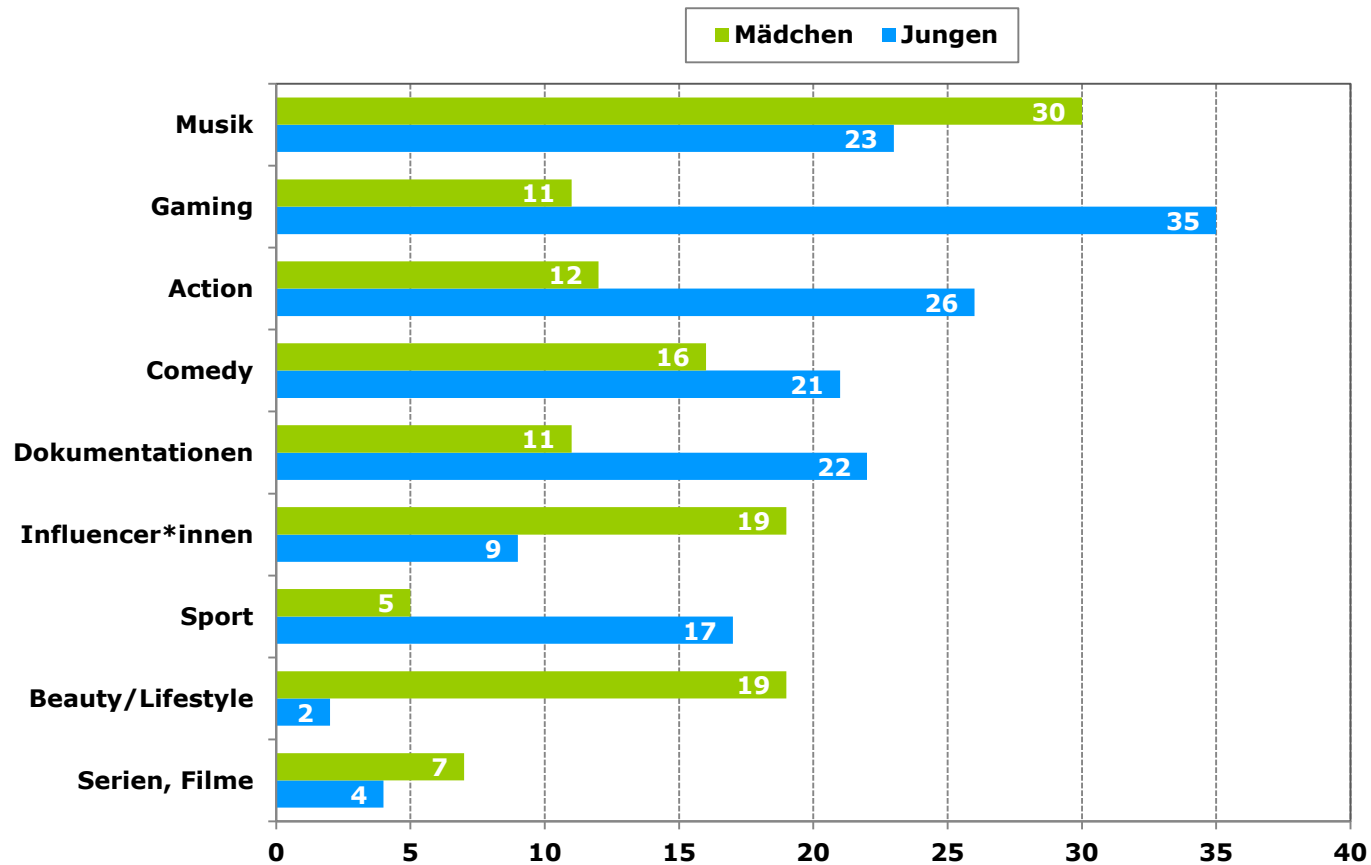


Basis: n=296 (12-13 Jahre); n=295 (14-15 Jahre); n=299 (16-17 Jahre); n=310 (18-19 Jahre).

Quelle: Feierabend u. a.: Ergebnisse der JIM-Studie 2022, 2023, S. 7.

## Beliebte Genres bei Streaming-Diensten

Nach Geschlecht, Auswahl, 2021 (Angaben in %)

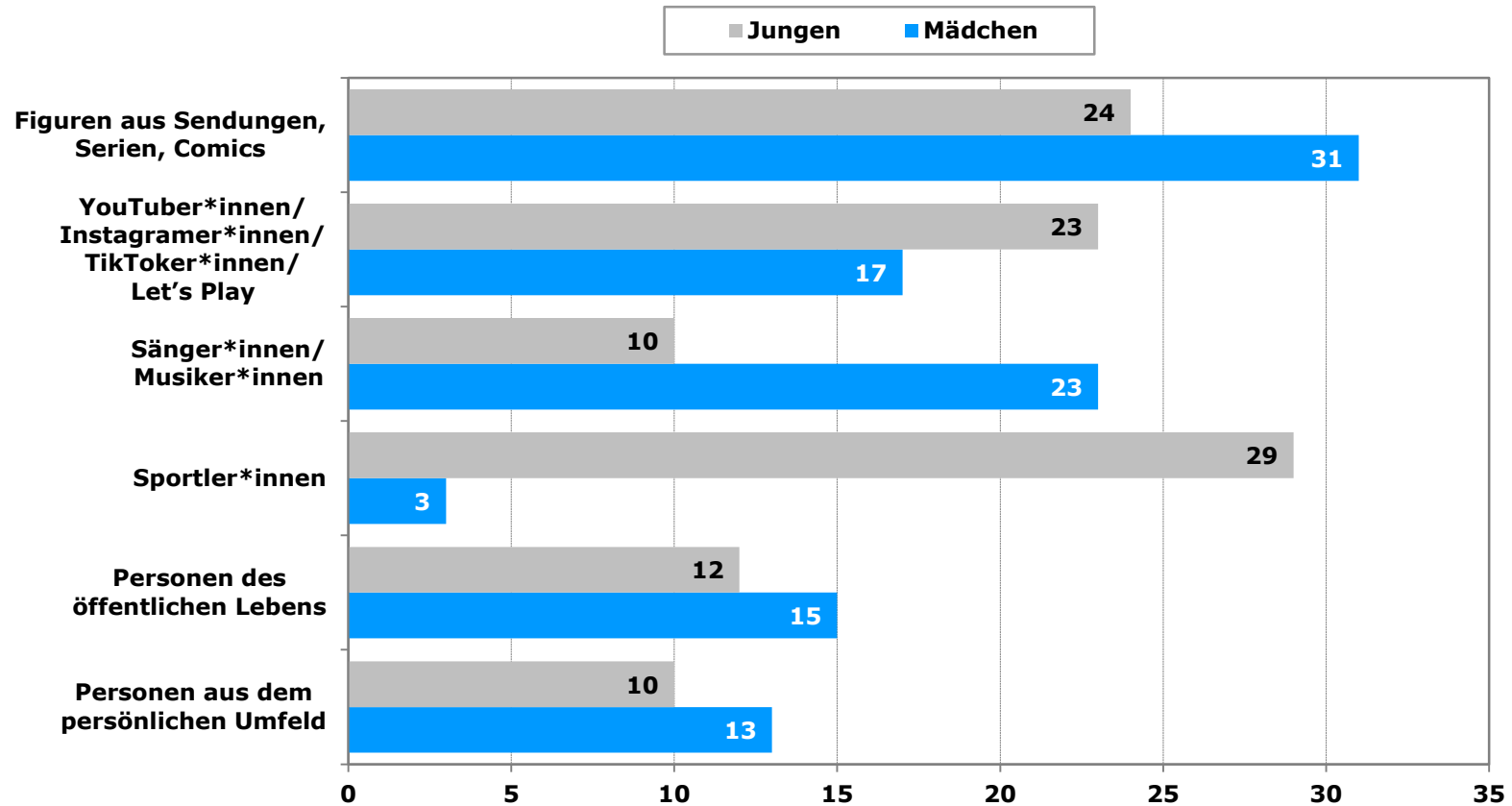


Basis: n=1.250, 10-19 Jahre, Nutzer\*innen von Streaming-Diensten.

Quelle: Forsa: Nutzung digitaler Medien im Kindes- und Jugendalter 2021, S. 11.

## Sportler\*innen und Sänger\*innen werden als Vorbilder immer wichtiger

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

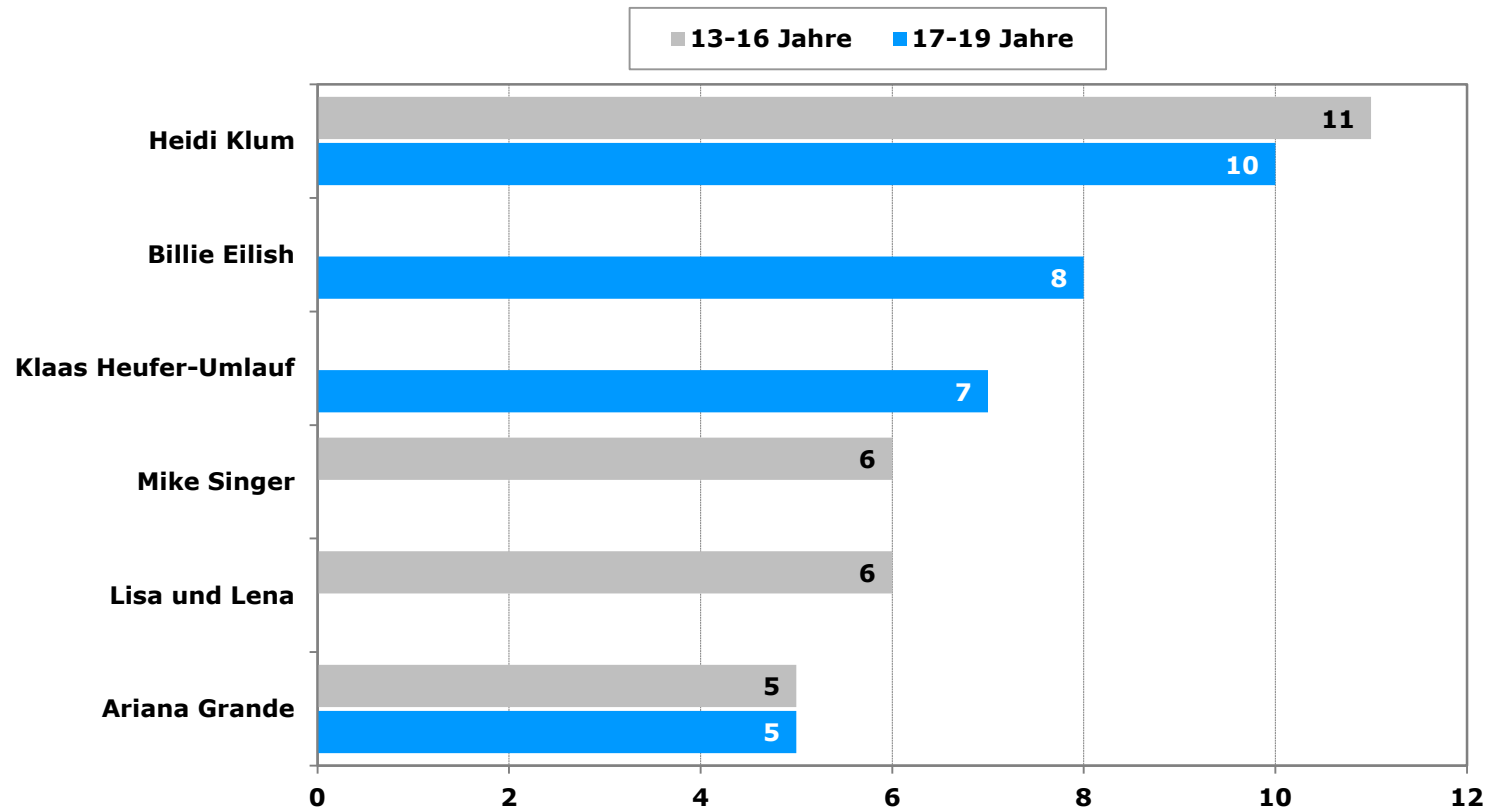


Basis: n=5.136 3-17 Jahre; Kinder und Jugendliche, die ein Vorbild genannt haben.

Quelle: AGF Videoforschung GmbH/Kantar: AGF GenZ Videostudie 2020, S. 14.

## Medien-Idole der Mädchen 2021

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)  
„Wen findest du zurzeit richtig gut?“



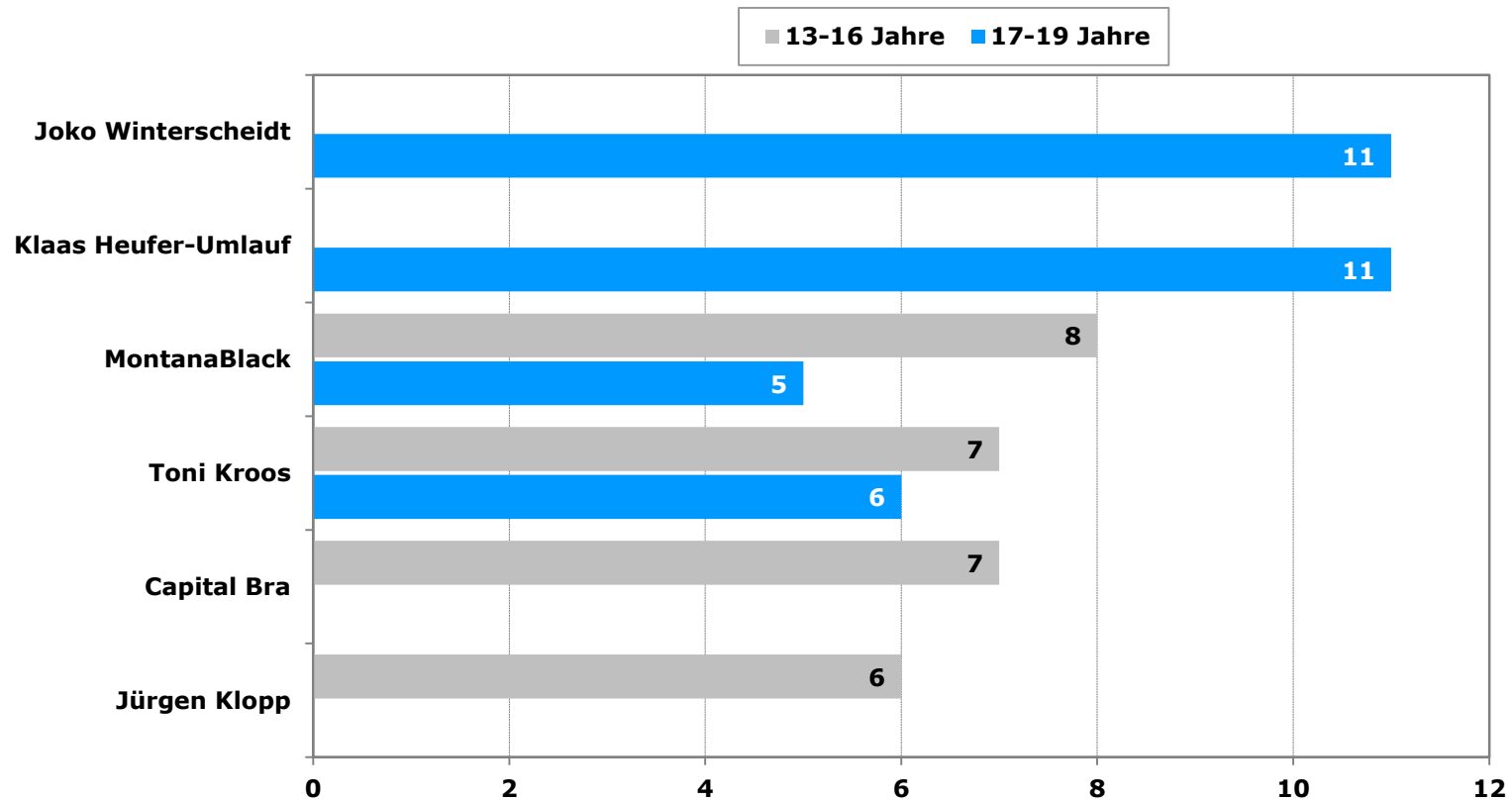
Basis: n=708 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2021, S. 59.



## Medien-Idole der Jungen 2021

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)  
„Wen findest du zurzeit richtig gut?“



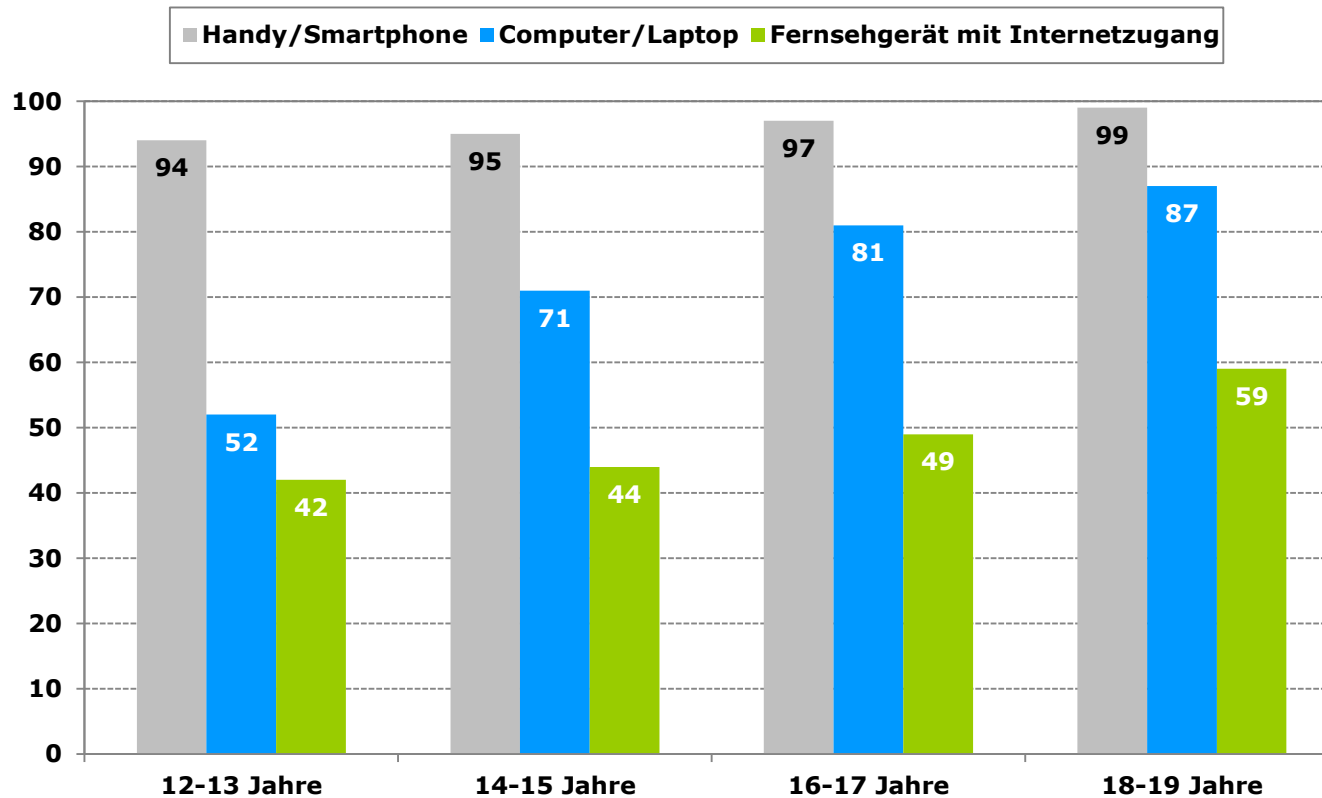
Basis: n=753 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:  
Trend Tracking Kids 2021, S. 58.

# Computer, Internet und Social Media

## Besitz einzelner Geräte von Jugendlichen 2022

Nach Altersgruppen, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

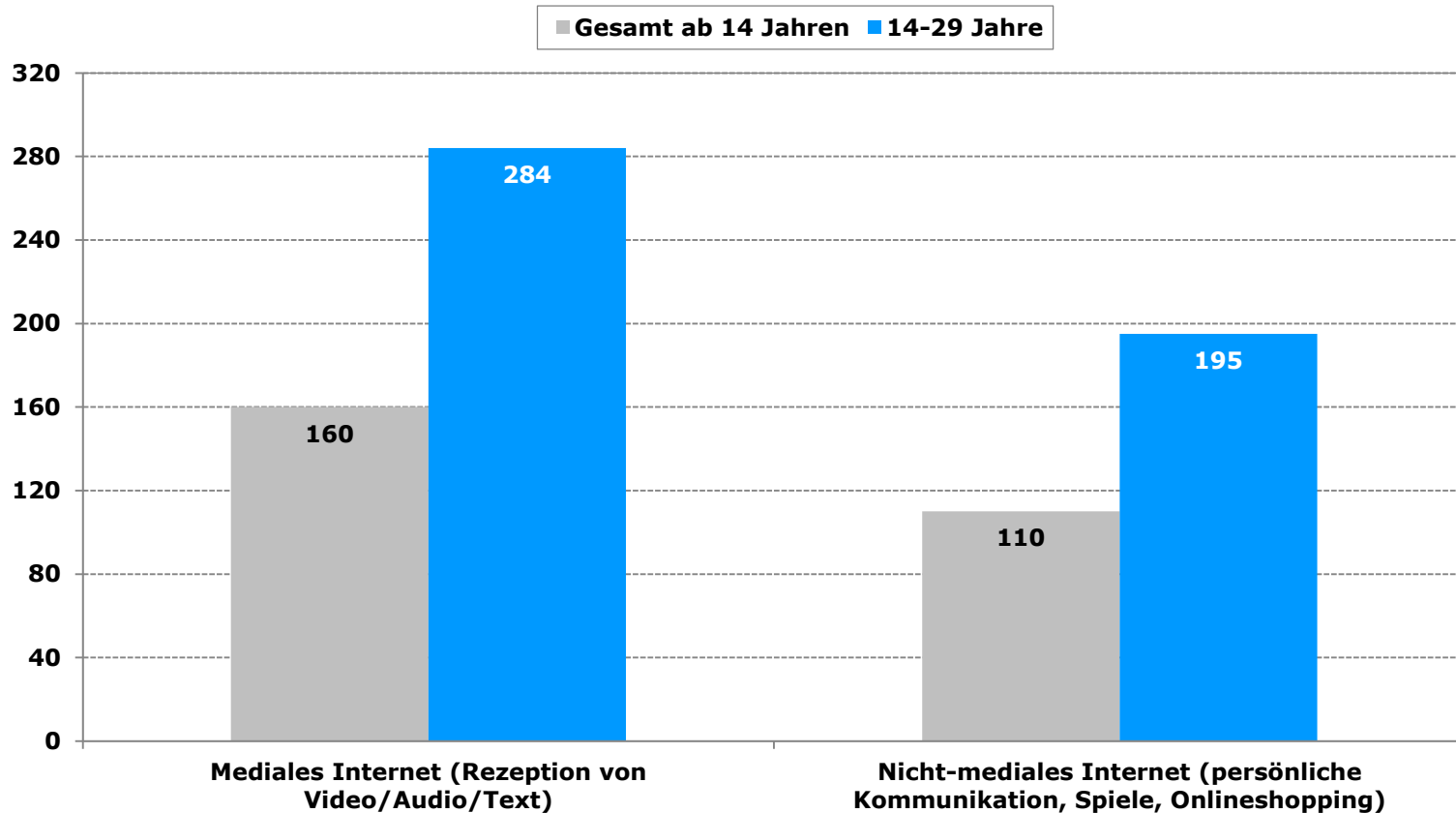


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 9.

## Tägliche Nutzungsdauer des Internets 2022

Vergleich Gesamtbevölkerung und 14- bis 29-Jährige, Nutzung gestern, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in Minuten/Tag (netto)

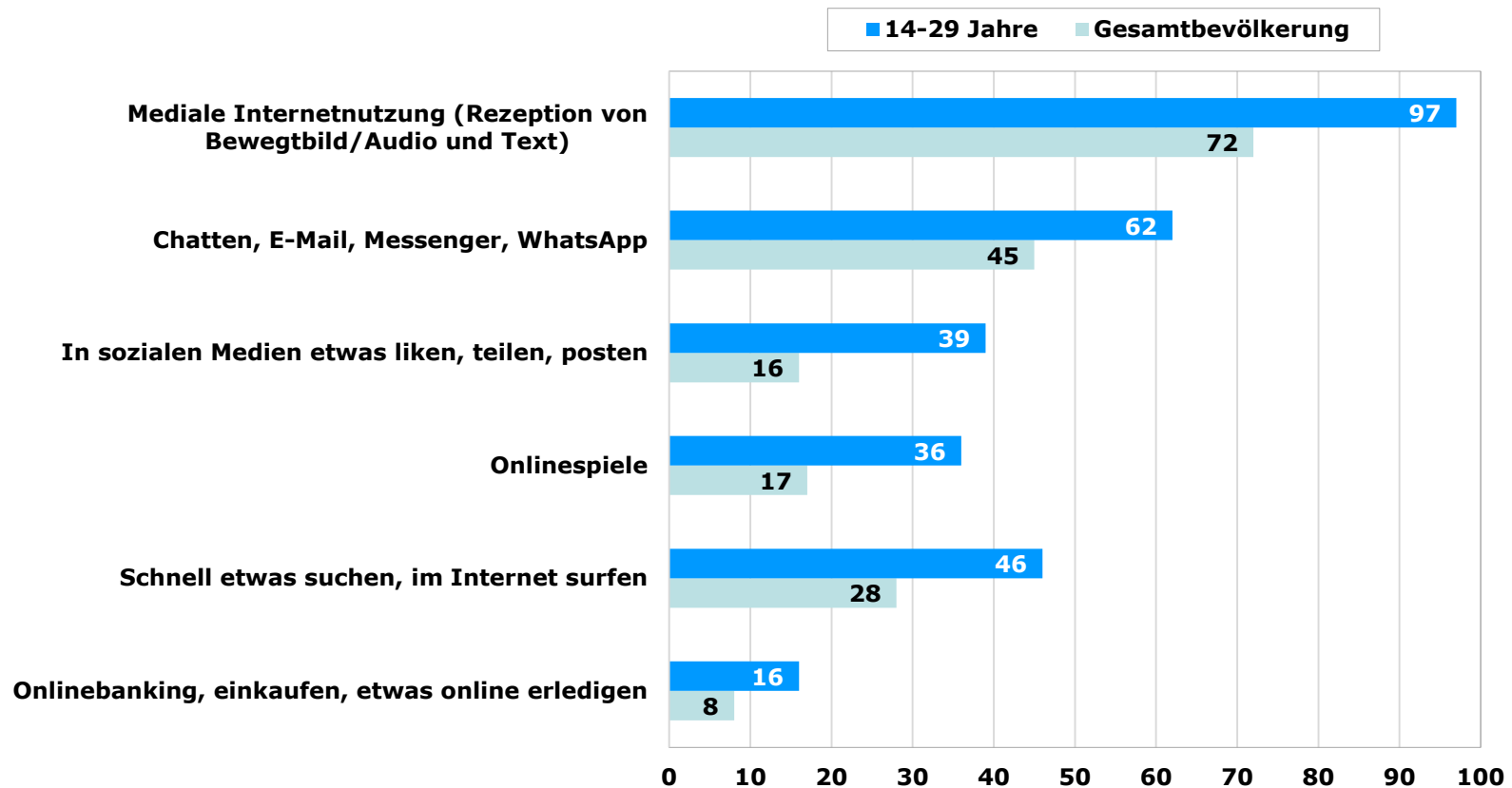


Basis: n=2.007, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: Hess/Müller: *ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022*, S. 419.

## Onlinetätigkeiten der 14- bis 29-Jährigen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

Nach Altersgruppen, Tagesreichweite, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

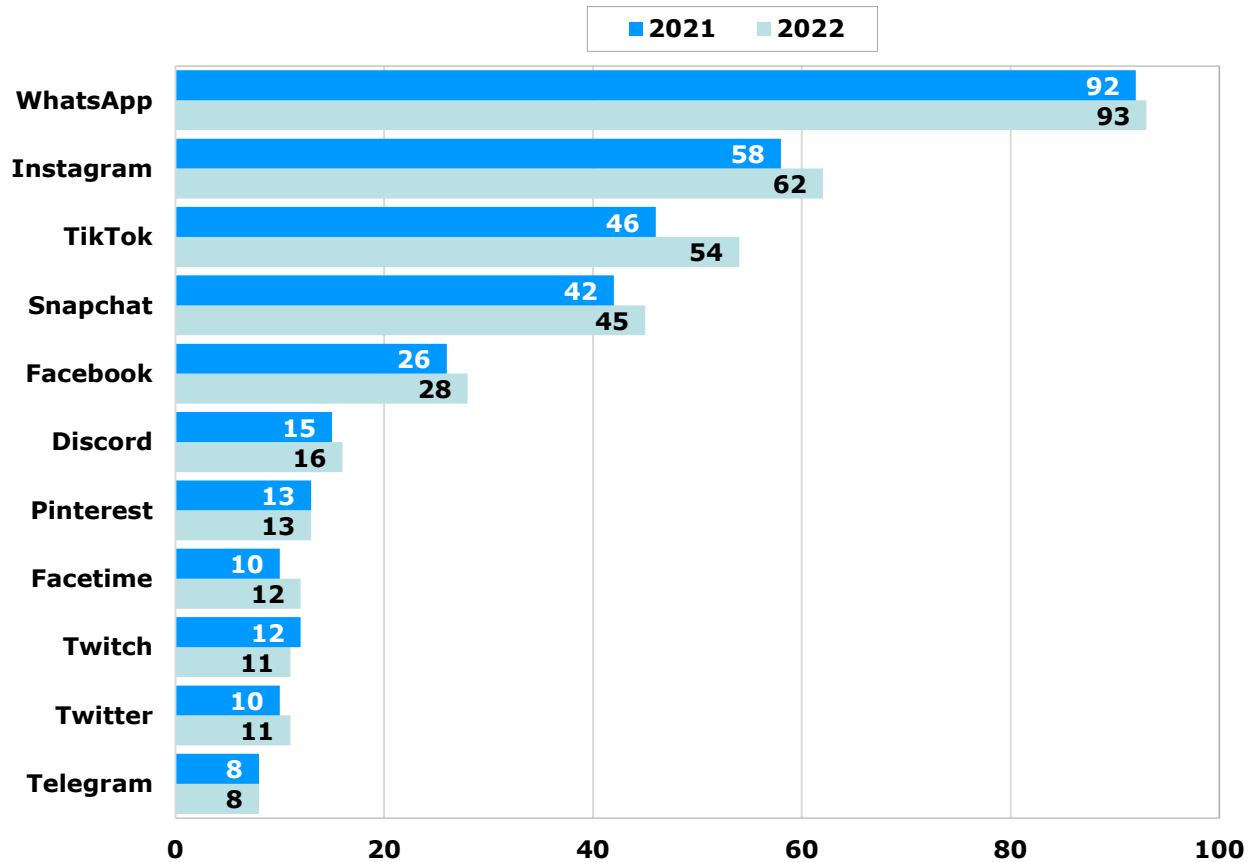


Basis: n=2.007, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: Beisch/Koch: ARD/ZDF-Onlinestudie, 2022, S. 463.

## Welche Online-Angebote nutzen Jugendliche am liebsten?

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl, Vergleich 2021 und 2022 (Angaben in %)

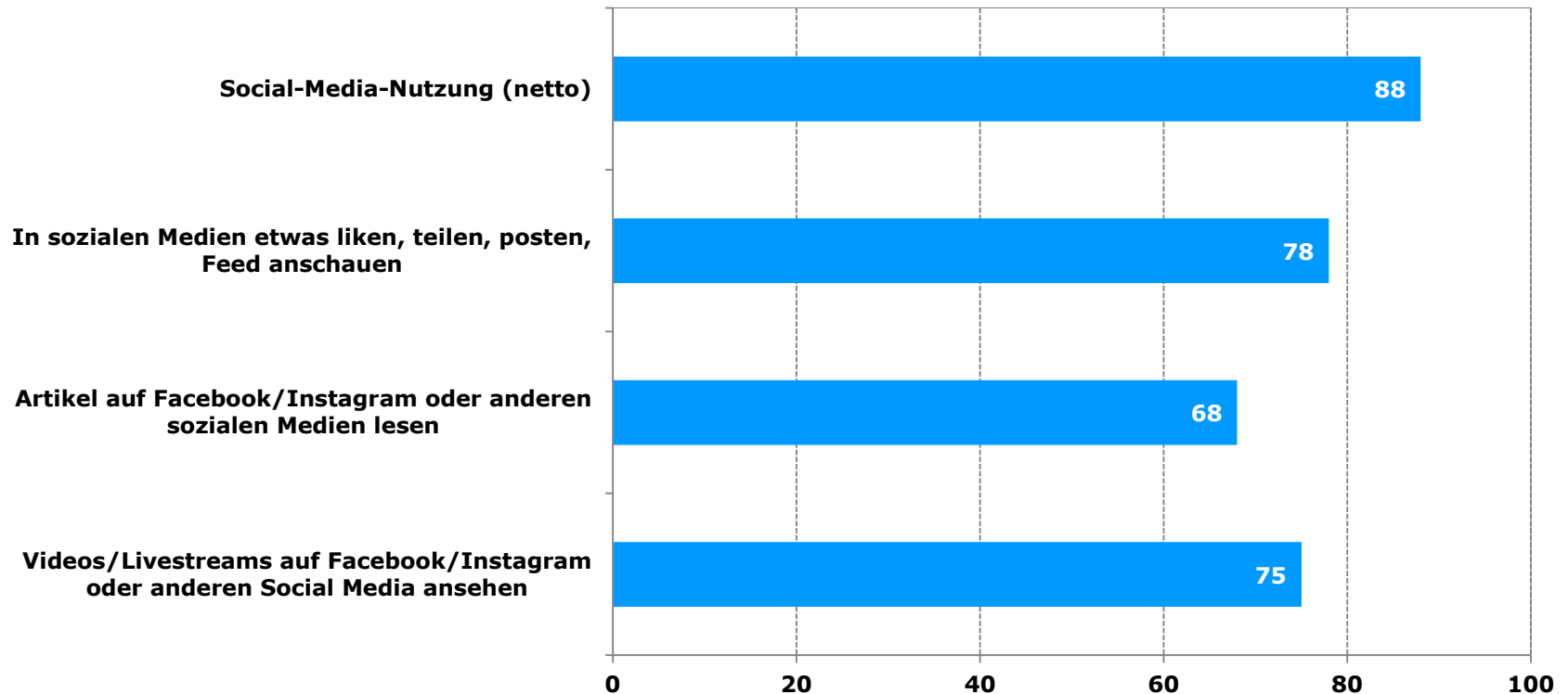


Basis: 2022: n=1.197; 2021: n=1.188; 12-19 Jahre, Internetnutzer\*innen.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 30.

## Nutzung von Social Media

Mindestens einmal wöchentlich, 14-29 Jahre, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

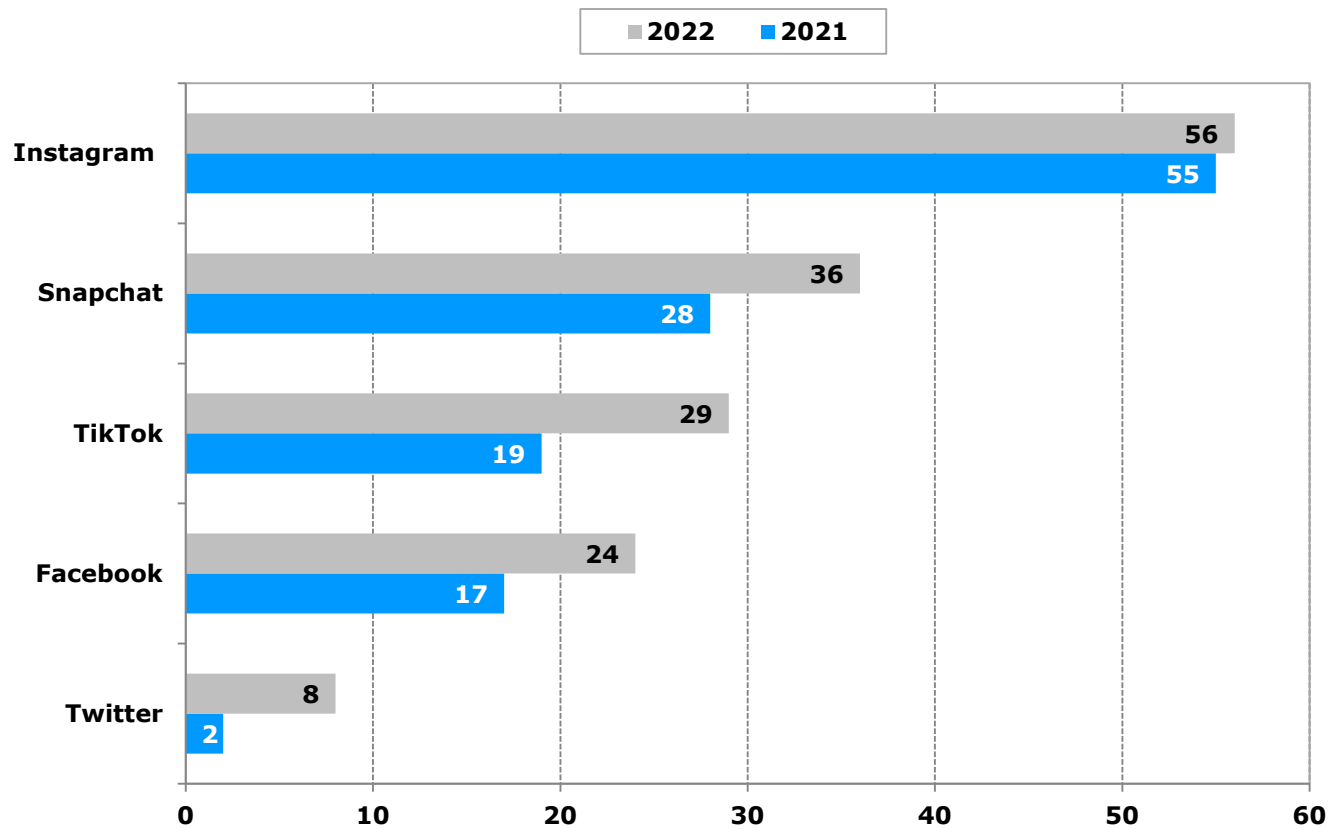


Basis: n=2.007, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, davon die 14- bis 29-Jährigen.

Quelle: Koch: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022, S. 472.

## Welche sozialen Netzwerke sind am beliebtesten?

Auswahl, 2022 (Angaben in %)



Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, davon die 14- bis 29-Jährigen, 2022: n=2.007, 2021: n=2.001.

Quelle: Koch: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022, S. 473.



## Die beliebtesten Influencer\*innen der Jugendlichen

### Top 5, nach Geschlecht, 2022

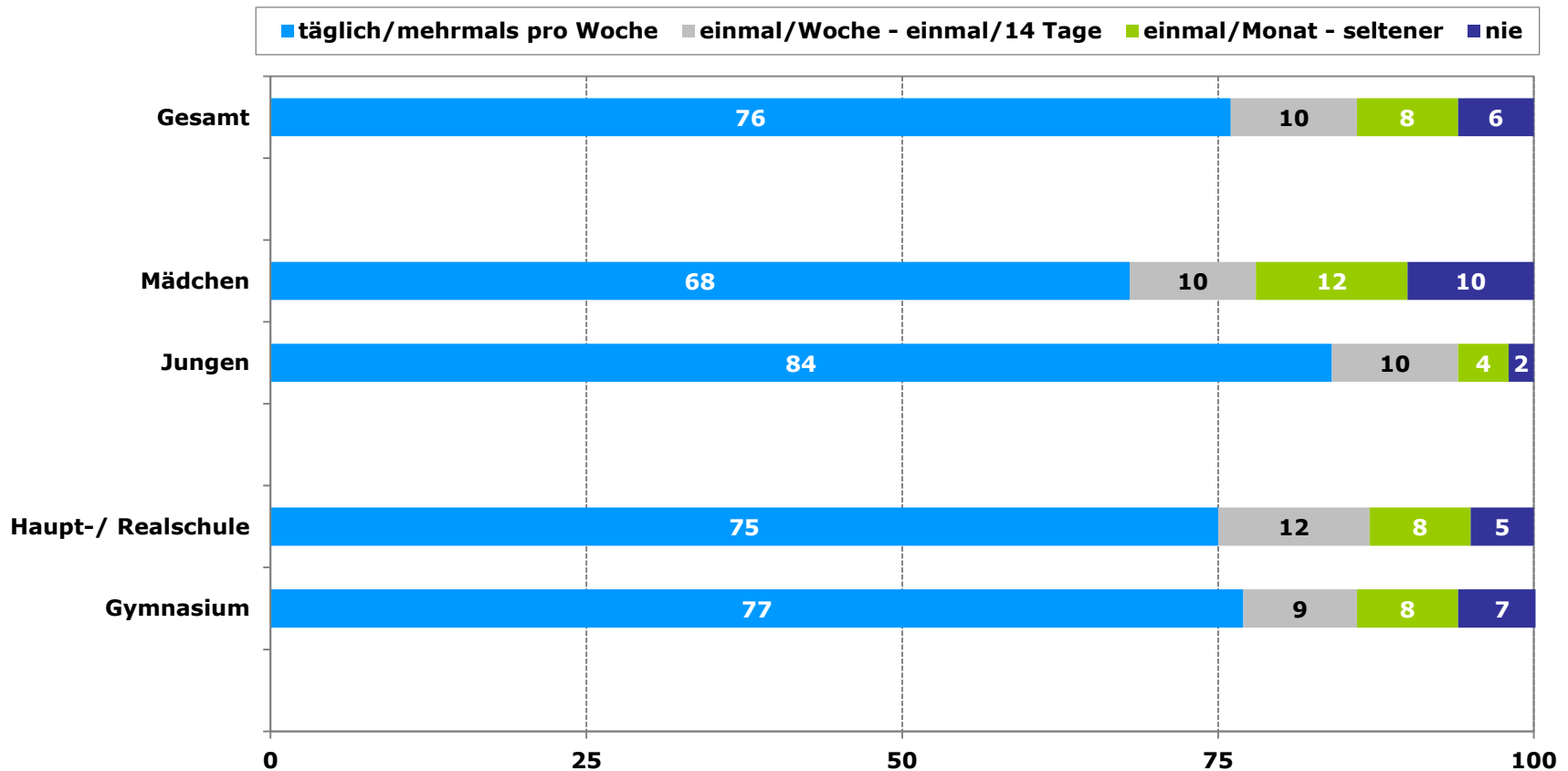
Jungen	Platz	Mädchen
Gronkh (Erik Range)	1	Dagi Bee
Julien Bam (Flying Pandas)	2	Bianca Heinicke
Simon Unge	3	Pamela Reif
Montana Black	4	Kim Kardashian
Younes Zarou	5	Lisa & Lena

Basis: n=647, 14-19 Jahre.

Quelle: IZI-Studie: Die beliebtesten Influencer\*innen der Jugendlichen, 2022.

## Nutzungsfrequenz digitaler Spiele 2022

Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele, nach Geschlecht und nach Schulart, Auswahl, 2022 (Angaben in %)



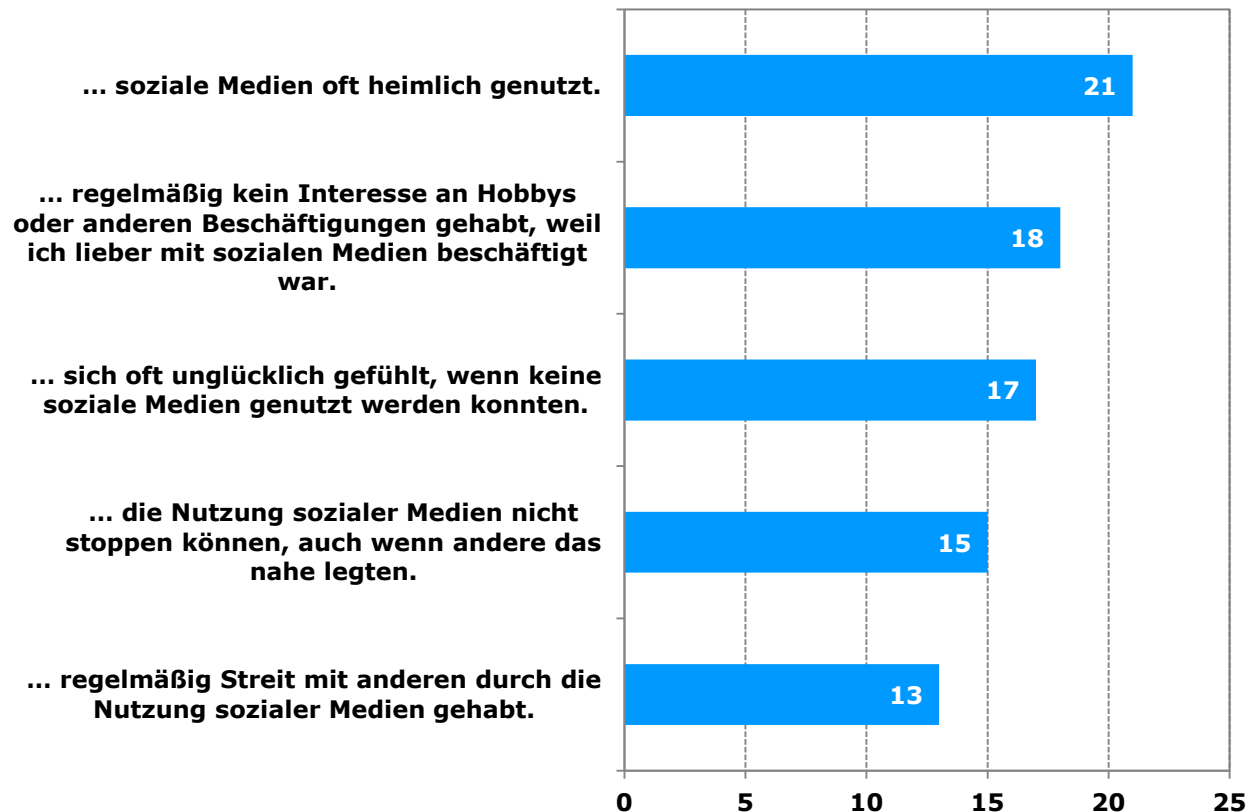
Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIM-Studie 2022, S. 49.

## Risikoverhalten von Jugendlichen bei der Nutzung von Social Media

Auswahl, 2021 (Angaben in %)

Auswirkungen des Nutzungsverhaltens von Social Media, ja/zutreffend

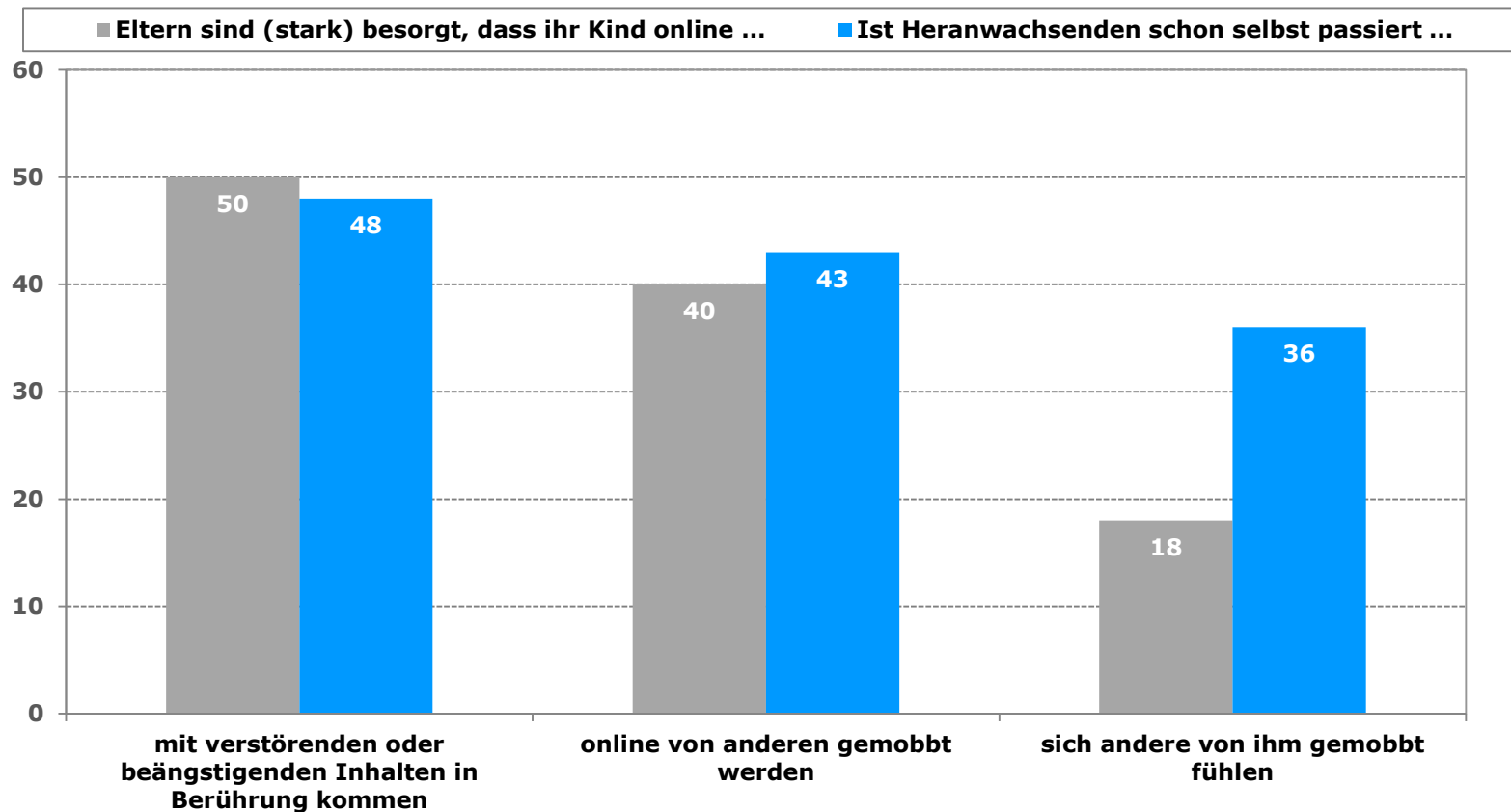


Basis: n=1.250, 10-19 Jahre, Social-Media-Nutzung mind. einmal pro Woche.

Quelle: Forsa: Nutzung digitaler Medien im Kindes- und Jugendalter 2021, 41.

## Was Eltern und Kinder im Internet Sorgen macht

Vergleich zwischen Eltern- und Kinderaussagen, 2022 (Angaben in %)

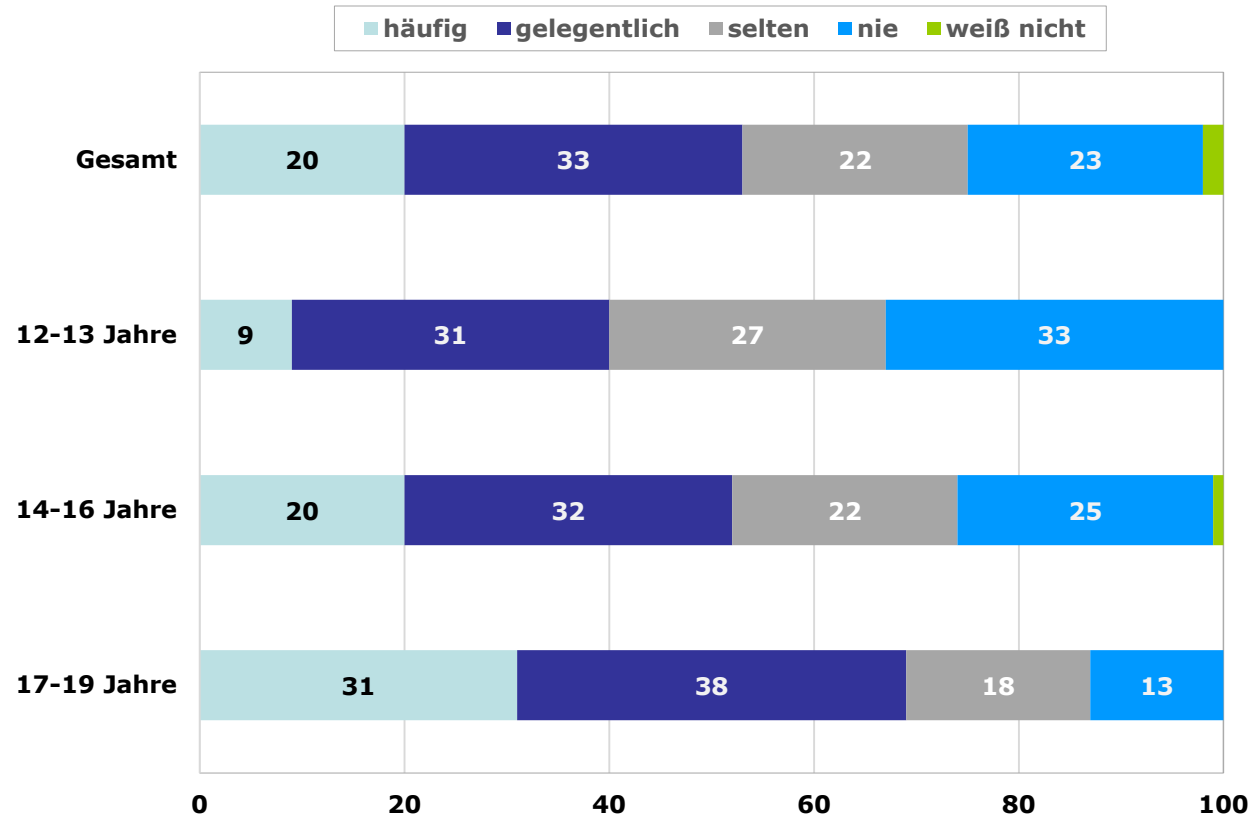


Basis: n=805 Eltern und Kinder,  
9-16 Jahre.

Quelle: Brüggem u. a.:  
Jugendmedienschutzindex, 2022, S. 9.

## Wie häufig nehmen Jugendliche Hate Speech im Internet wahr?

Nach Altersgruppen, Auswahl, 2022 (Angaben in %)



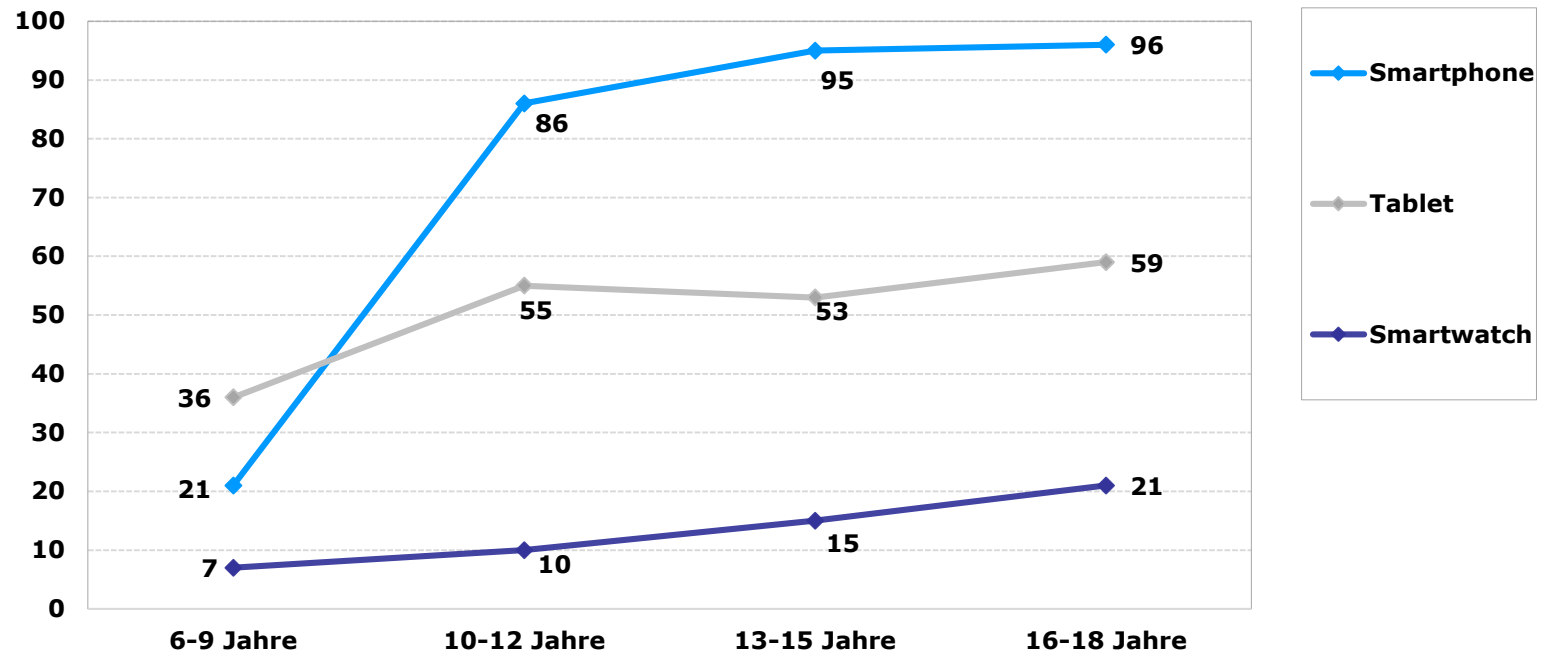
Basis: n=1.060, 12-19 Jahre.

Quelle: mpfs: JIMplus 2022, S. 27.

# Handy und mobile Medien

## Mit 10 Jahren nimmt der Besitz mobiler Geräte stark zu

Mehrfachnennungen möglich, nach Altersgruppen, Auswahl, 2022 (Angaben in %)  
„Welche der folgenden Geräte hast du persönlich schon?“

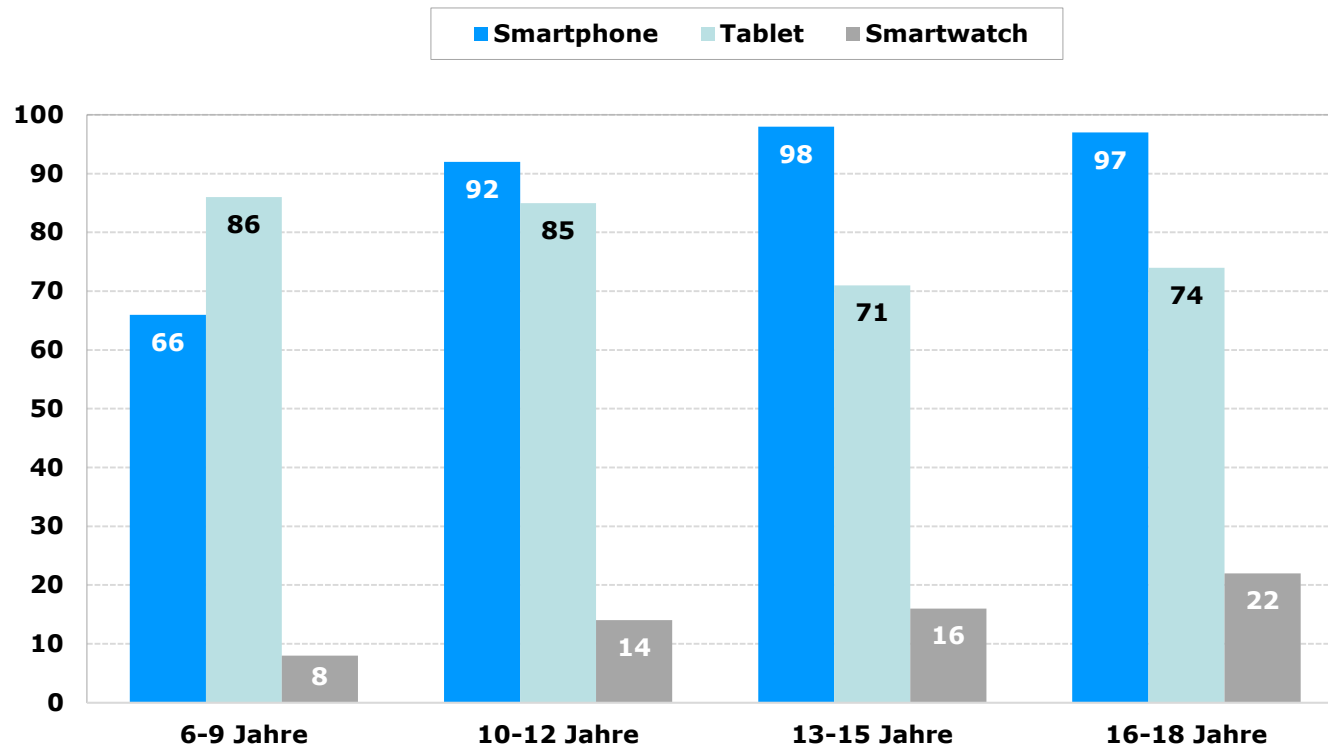


Basis: n=920, 6-18 Jahre.

Quelle: Bitkom: Kinder- und Jugendstudie 2022, S. 4.

## Nutzung mobiler Geräte nach Alter

**Mehrfachnennungen möglich, nach Altersgruppen, Auswahl, 2022 (Angaben in %)**  
**„Welche der folgenden Geräte nutzt du zumindest ab und zu – entweder selbstständig oder zusammen mit Deinen Eltern?“**



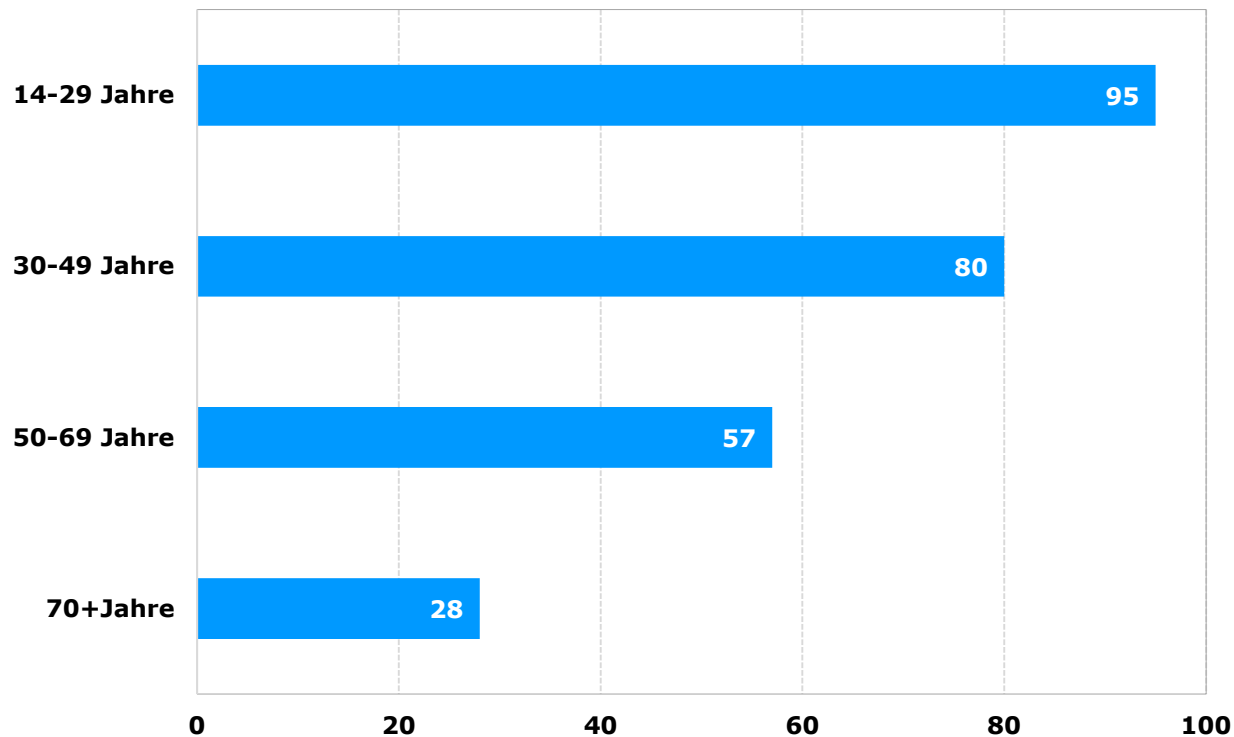
Basis: n=920, 6-18 Jahre.

Quelle: Bitkom: Kinder- und Jugendstudie 2022, S. 2.



## Anteil an jungen Smartphone-Nutzer\*innen, im Vergleich mit Erwachsenen

Tagesreichweite, nach Altersgruppen, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

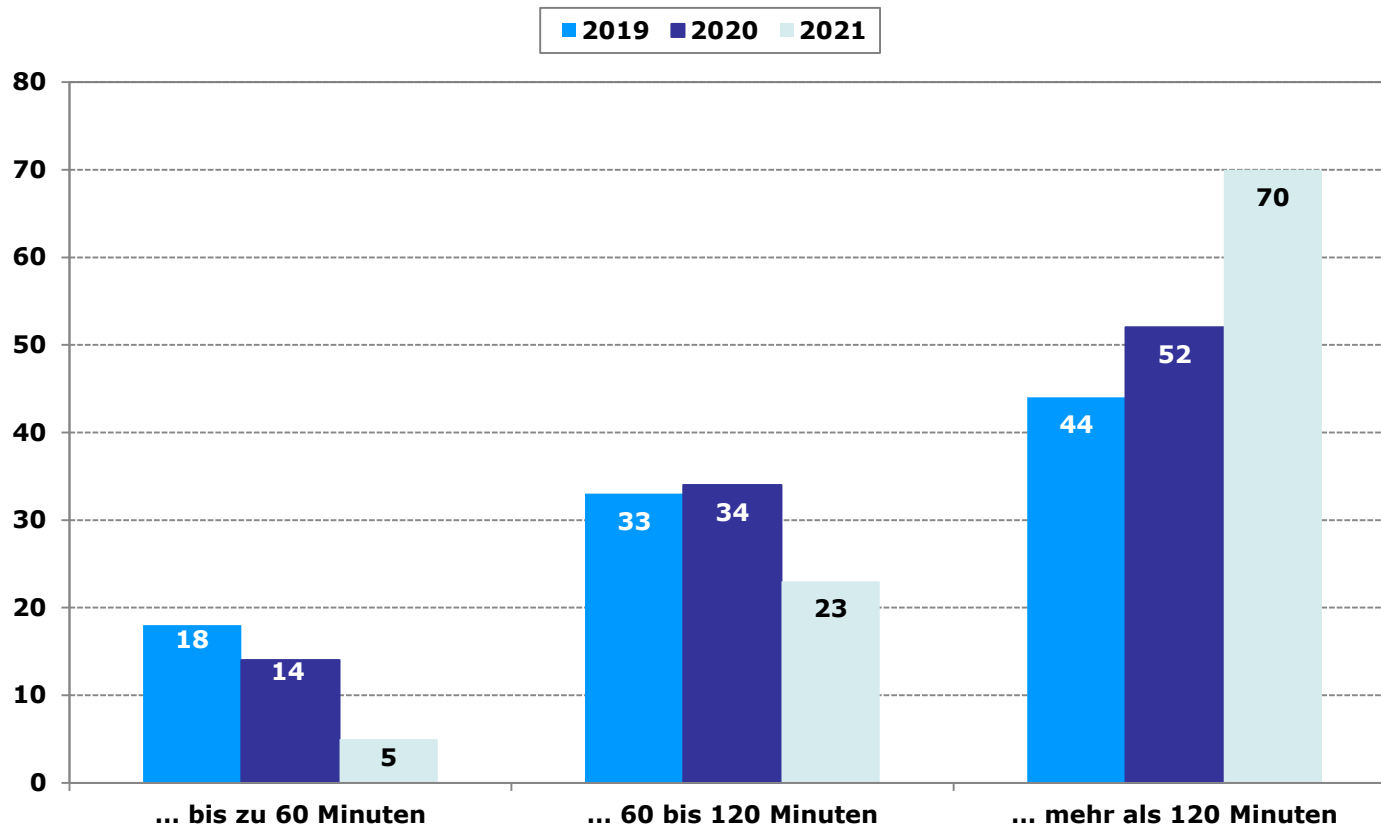


Basis: n=2.007, deutschsprachige Wohnbevölkerung  
14+ Jahre.

Quelle: ARD/ZDF/Forschungskommission: ARD/ZDF-  
Massenkommunikation Trends 2022, S. 45.

## Wie lange nutzen Heranwachsende ihr Smartphone täglich?

2019-2021, durchschnittliche Nutzung pro Tag (Angaben in %)

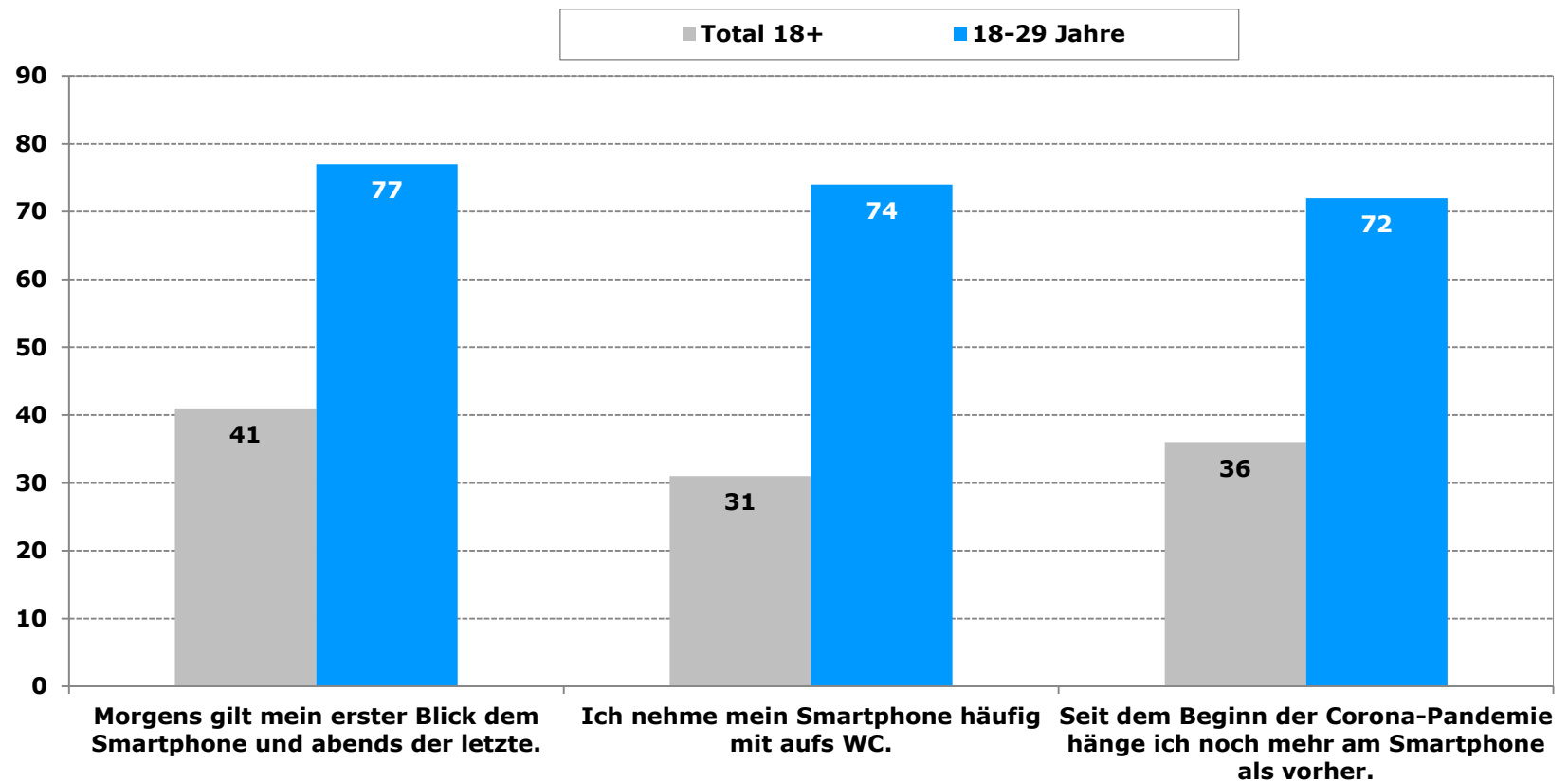


Basis: 2021: n=276, 2020: n=336, 2019: n=249,  
16-29 Jahre, Smartphone-Nutzer\*innen.

Quelle: AdAlliance/RTL Data: Mobile 360°  
Studie, 2021, S. 9.

## Smartphone-Verhaltensmuster

Vergleich Gesamtbevölkerung (18+) und 18- bis 29-Jährige, Auswahl, 2021 (Angaben in %) „Trifft voll und ganz/eher zu“

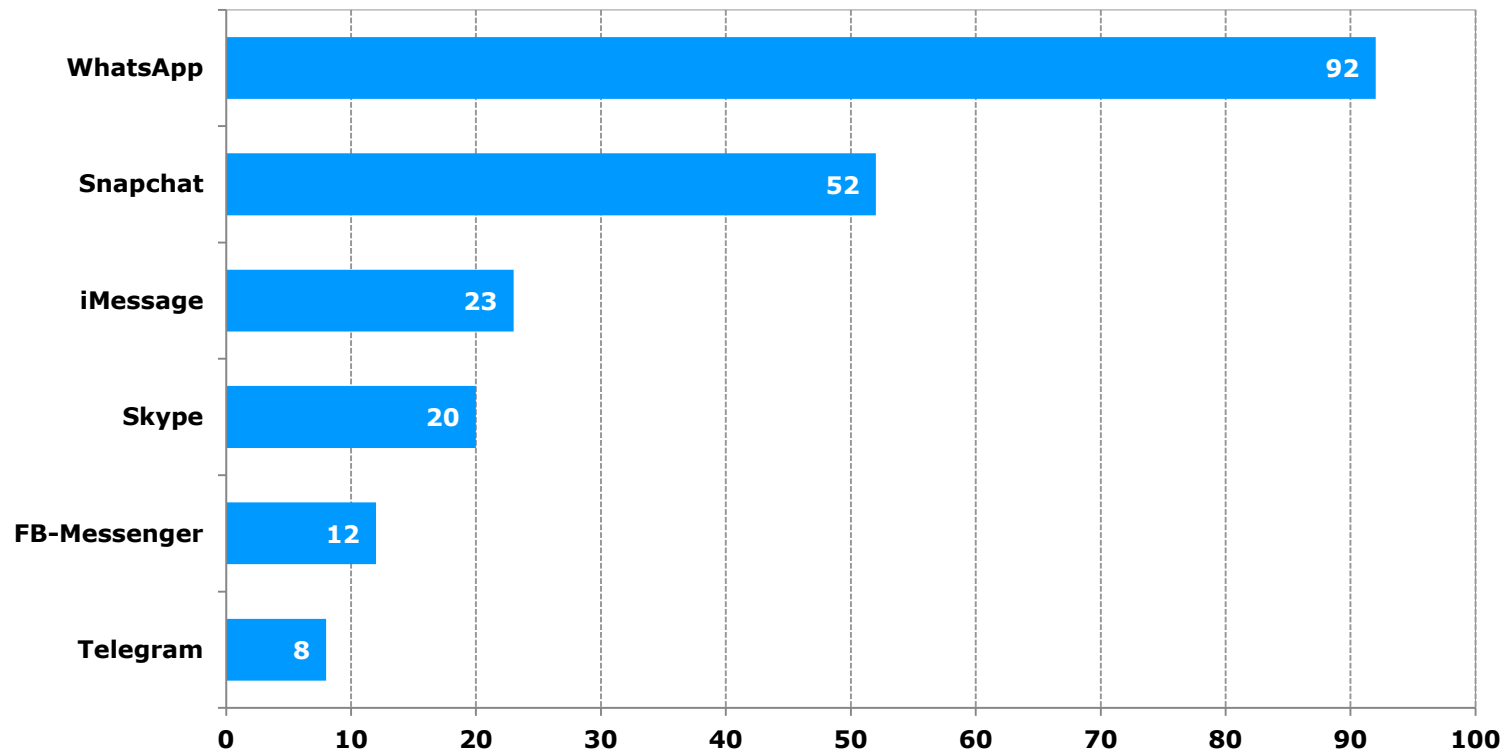


Basis: n=1.000, ab 18 Jahren.

Quelle: pronovaBKK: Die Süchte der Deutschen 2021, S. 43.

## Die Nutzung von Kurznachrichtendiensten bzw. Messenger-Apps

Nutzung „häufig“ und „manchmal“, Auswahl, 2022 (Angaben in %)

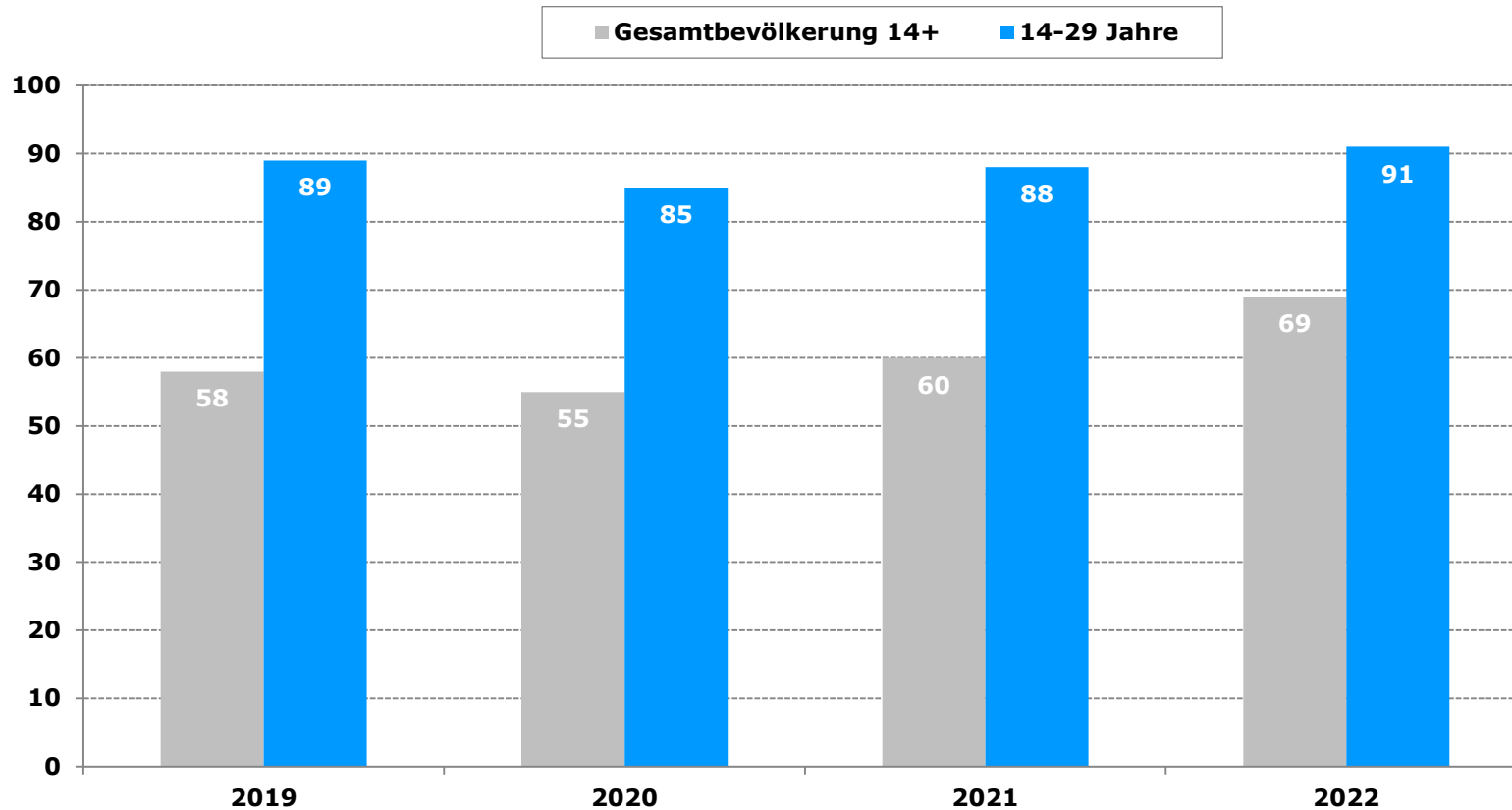


Basis: n=641; 10-18 Jahre.

Quelle: Bitkom: Kinder- und Jugendstudie 2022, S. 9.

## Junge Menschen nutzen das Internet häufig unterwegs

Mindestens wöchentlich, Vergleich Gesamtbevölkerung (14+) und 14- bis 29-Jährige, 2019-2022 (Angaben in %)

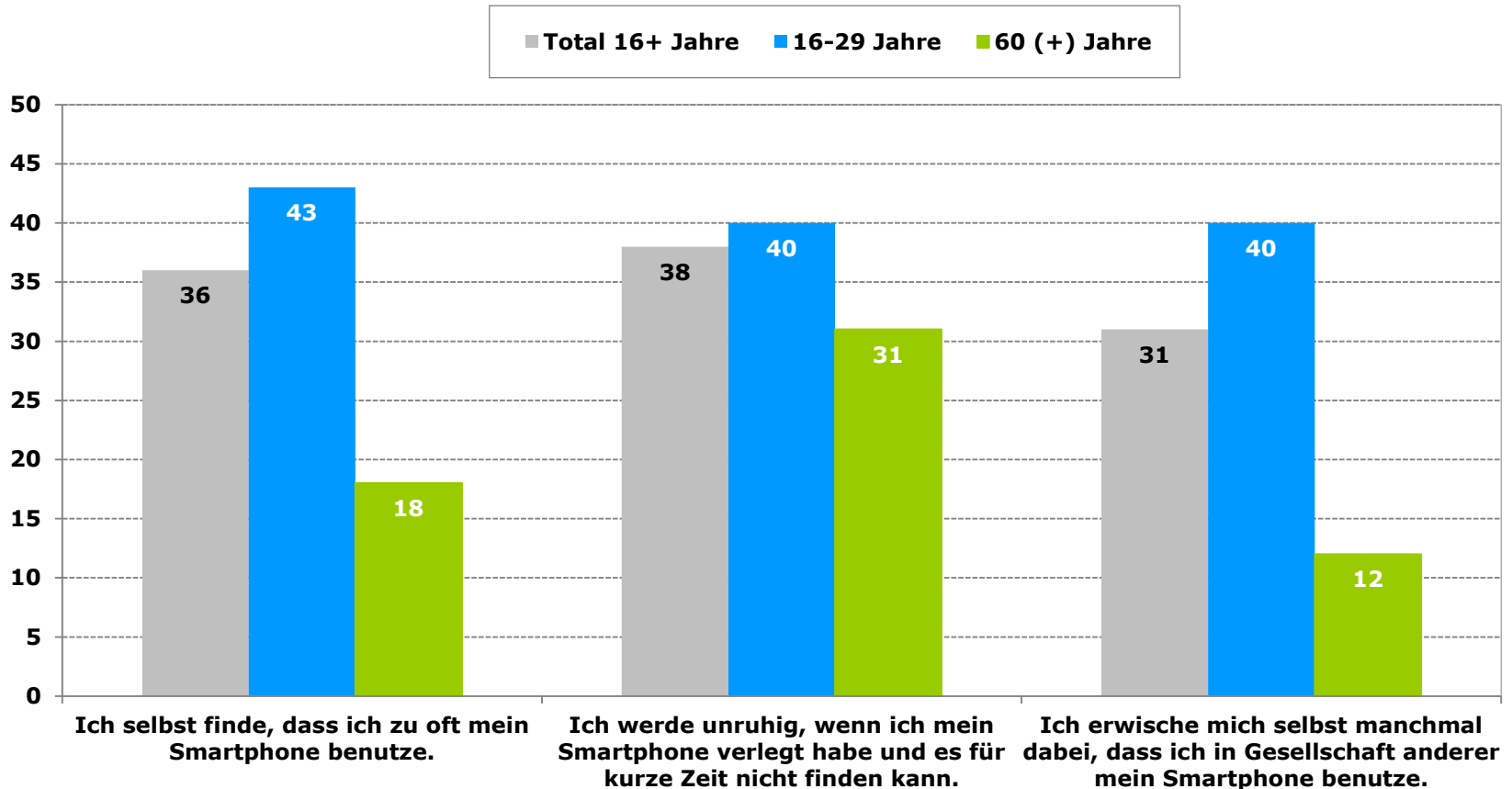


Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2019: n=2.000, 2020: n=3.003, 2021: n=2.001, 2022: n=2.007).

Quelle: Beisch/Koch: ARD/ZDF-Online-Studie, 2022, S. 466.

## Junge Menschen sehen ihre Handynutzung selbst kritisch

Nach Altersgruppen, 2021 (Angaben in %)  
„Stimme voll und ganz/eher zu“



Basis: n=1.409, 16+ Jahre, Smartphone-Nutzer\*innen.

Quelle: AdAlliance/RTL Data: Mobile 360° Studie, 2021, S. 25.

## Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- AdAlliance/RTL Data: Mobile 360° Studie. Smartphone Nutzung in Deutschland. Ergebnisse der Befragung 2021. URL: <https://www.ad-alliance.de/download/3240447> (letzter Aufruf: 09.12.2022)
- AGF Videoforschung GmbH/Kantar: AGF GenZ Videostudie. Bewegtbildnutzung im Wandel – Jugendliche gehen voran. 2020. URL: [https://www.agf.de/fileadmin/agf/bewegtbforschung/downloads/AGF\\_GenZ\\_Videostudie\\_-\\_Praesentation\\_Ergebnisse.pdf](https://www.agf.de/fileadmin/agf/bewegtbforschung/downloads/AGF_GenZ_Videostudie_-_Praesentation_Ergebnisse.pdf) (letzter Aufruf: 28.07.2022)
- ARD/ZDF/Forschungskommission: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022. Präsentation. URL: [https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK\\_Trends\\_2022/MK\\_Trends\\_2022\\_Publikationscharts.pdf](https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK_Trends_2022/MK_Trends_2022_Publikationscharts.pdf)
- Beisch, Natalie/Koch, Wolfgang: ARD/ZDF-Onlinestudie: Vier von fünf Personen in Deutschland nutzen täglich das Internet. In: Media Perspektiven 10/2022, S. 460-470. URL: [https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210\\_Beisch\\_Koch.pdf](https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Beisch_Koch.pdf) (letzter Aufruf: 07.12.2022).
- Bitkom: Kinder- und Jugendstudie 2022. URL: [https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-06/Bitkom-Charts\\_Kinder\\_Jugendliche\\_09.06.2022\\_0.pdf](https://www.bitkom.org/sites/main/files/2022-06/Bitkom-Charts_Kinder_Jugendliche_09.06.2022_0.pdf) (letzter Zugriff: 27.02.2023).
- Brüggem, Niels u. a.: Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit onlinebezogenen Risiken 2022. URL: [https://www.fsm.de/files/2022/10/fsm\\_praesentation\\_jmsindex.pdf](https://www.fsm.de/files/2022/10/fsm_praesentation_jmsindex.pdf) (letzter Zugriff: 07.12.2022).
- Egger, Andreas/Rhody, André: Ergebnisse der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022. Dynamische Entwicklung der Bewegtbildnutzung. In: Media Perspektiven 9/2022, S. 425-438. URL: [https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK\\_Trends\\_2022/2209\\_Egger\\_Rhody.pdf](https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK_Trends_2022/2209_Egger_Rhody.pdf) (letzter Aufruf: 09.12.2022).

## Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- Feierabend, Sabine u. a.: Ergebnisse der JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. In: Media Perspektiven 2/2023, S. 1-12.  
URL: [https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2023/detailseite-2023/?tx\\_frspublication\\_pi5%5Bid%5D=3084&tx\\_frspublication\\_pi5%5Bcontroller%5D=Publication&cHash=23fd558955480a767a61e4b1c66af3b8](https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/2023/detailseite-2023/?tx_frspublication_pi5%5Bid%5D=3084&tx_frspublication_pi5%5Bcontroller%5D=Publication&cHash=23fd558955480a767a61e4b1c66af3b8) (letzter Aufruf: 27.02.2023).
- Forsa: Nutzung digitaler Medien im Kindes- und Jugendalter 2021.  
URL: <https://www.dak.de/dak/download/forsa-ergebnisse-2508250.pdf> (letzter Aufruf: 15.11.2021).
- Hasebrink, Uwe/Hölig, Sascha/Wunderlich, Leonie: #UseTheNews. Studie zur Nachrichtenkompetenz Jugendlicher und junger Erwachsener in der digitalen Medienwelt. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut 2021. URL: [https://leibniz-hbi.de/uploads/media/default/cms/media/tkttgbx\\_AP55%20UseTheNews.pdf](https://leibniz-hbi.de/uploads/media/default/cms/media/tkttgbx_AP55%20UseTheNews.pdf) (letzter Aufruf: 12.11.2021).
- Hess, Claudia/Müller, Thorsten: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022: Mediennutzung im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven 9/2022, S. 414-424. URL: [https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK\\_Trends\\_2022/2209\\_Hess\\_Mueller.pdf](https://www.ard-zdf-massenkommunikation.de/files/Download-Archiv/MK_Trends_2022/2209_Hess_Mueller.pdf) (letzter Aufruf: 09.12.2022).
- Hölig, Sascha/Behre, Julia/Schulz, Wolfgang: Reuters Institute Digital News Report 2022 – Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Leibniz-Institut für Medienforschung/Hans-Bredow-Institut 2022. URL: [https://leibniz-hbi.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/k3u8e8z\\_AP63\\_RIDNR22\\_Deutschland.pdf](https://leibniz-hbi.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/k3u8e8z_AP63_RIDNR22_Deutschland.pdf) (letzter Aufruf: 09.12.2022).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2021 Bericht.  
URL: <http://iconkids.com> (letzter Aufruf: 14.07.2021).
- IZI-Studie: Die beliebtesten Influencer\*innen der Jugendlichen. Unveröffentlichter Forschungsbericht 2022.



## Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- Koch, Wolfgang: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022. Reichweiten von Social-Media-Plattformen und Messengern. In: Media Perspektiven 10/2022, S. 471-478. URL: [https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210\\_Koch.pdf](https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Koch.pdf) (letzter Aufruf: 14.12.2022).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie 2022. Jugend, Information, Medien. Stuttgart 2022. URL: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM\\_2022\\_Web\\_final.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2022/JIM_2022_Web_final.pdf) (letzter Aufruf: 08.12.2022).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIMplus 2022. URL: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/JIMplus\\_2022/JIMplus\\_Charts\\_2022\\_fuer\\_Website\\_pdf.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/JIMplus_2022/JIMplus_Charts_2022_fuer_Website_pdf.pdf) (letzter Aufruf: 09.12.2022).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIMplus 2020. Lernen und Freizeit in der Corona-Krise. URL: [https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/JIMplus\\_2020/JIMplus\\_2020\\_Corona.pdf](https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/JIMplus_2020/JIMplus_2020_Corona.pdf) (letzter Aufruf: 15.11.2021).
- pronovaBKK: Die Süchte der Deutschen 2021. URL: <https://www.pronovabkk.de/presse/studien-archiv/die-suechte-der-deutschen-2021-suchtverhalten-in-der-corona-krise.html> (letzter Aufruf: 18.11.2021).
- Rhody, André: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2022. Bewegtbild im Internet erreicht immer mehr Menschen. In: Media Perspektiven 10/2022, S. 487-492. URL: [https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210\\_Rhody.pdf](https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2022/2210_Rhody.pdf) (letzter Aufruf: 27.02.2023).
- Vodafone Stiftung Deutschland: Hört uns zu! Wie junge Menschen die Politik in Deutschland und die Vertretung ihrer Interessen wahrnehmen. Düsseldorf 2022. URL: [https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2022/04/Jugendstudie-2022\\_Vodafone-Stiftung.pdf](https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2022/04/Jugendstudie-2022_Vodafone-Stiftung.pdf) (letzter Aufruf: 27.02.2023).