

Grunddaten Jugend und Medien 2022

Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland

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

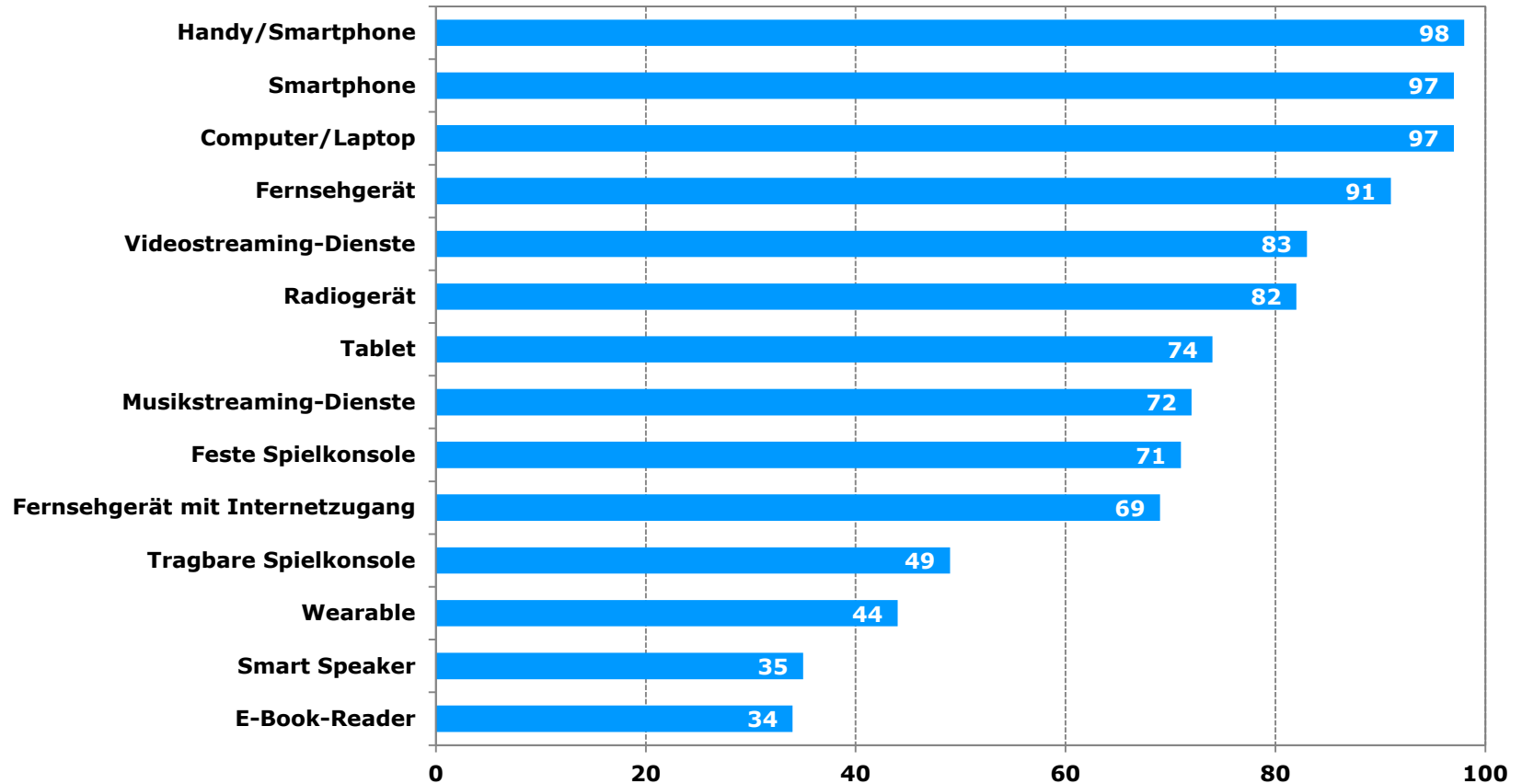
Inhaltsübersicht

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien	3
Jugendliche und Fernsehen	20
Computer, Internet und Social Media	34
Handy und mobile Medien	47

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien

Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt, 2021, Auswahl (Angaben in %)

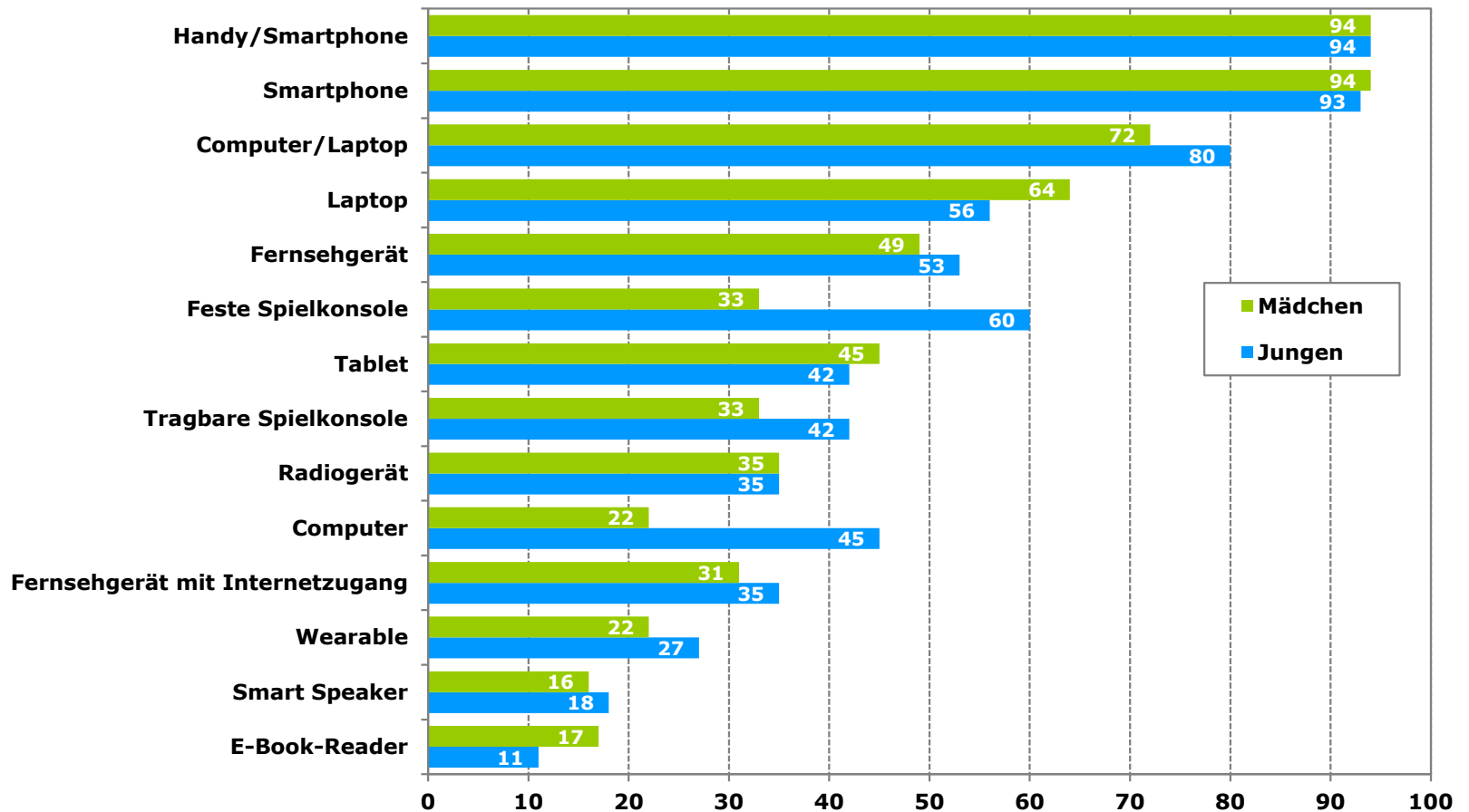


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 5.

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, 2021, Auswahl (Angaben in %)

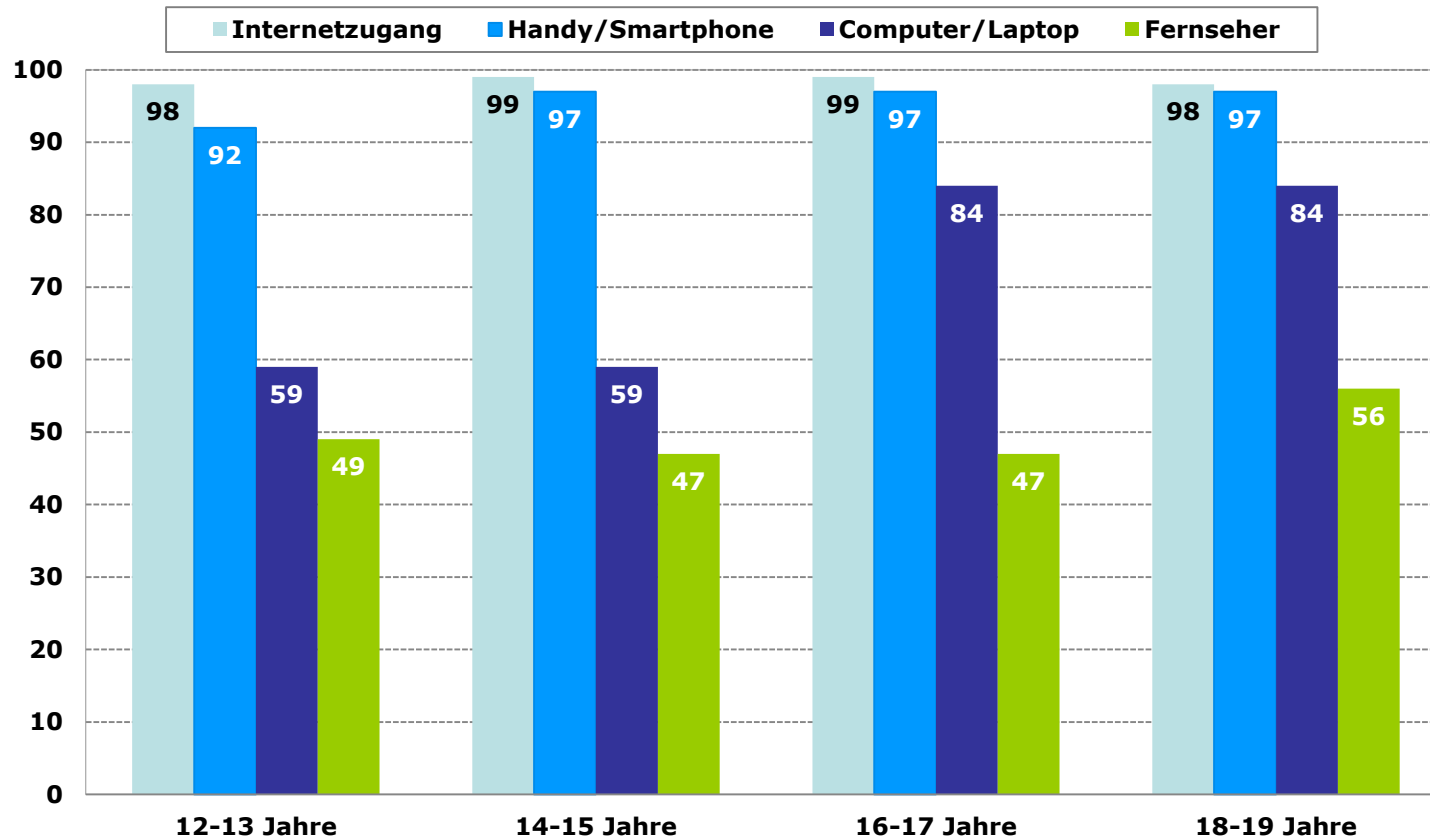


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 8.

Gerätebesitz von Heranwachsenden nach Altersgruppen

Auswahl, 2020 (Angaben in %)

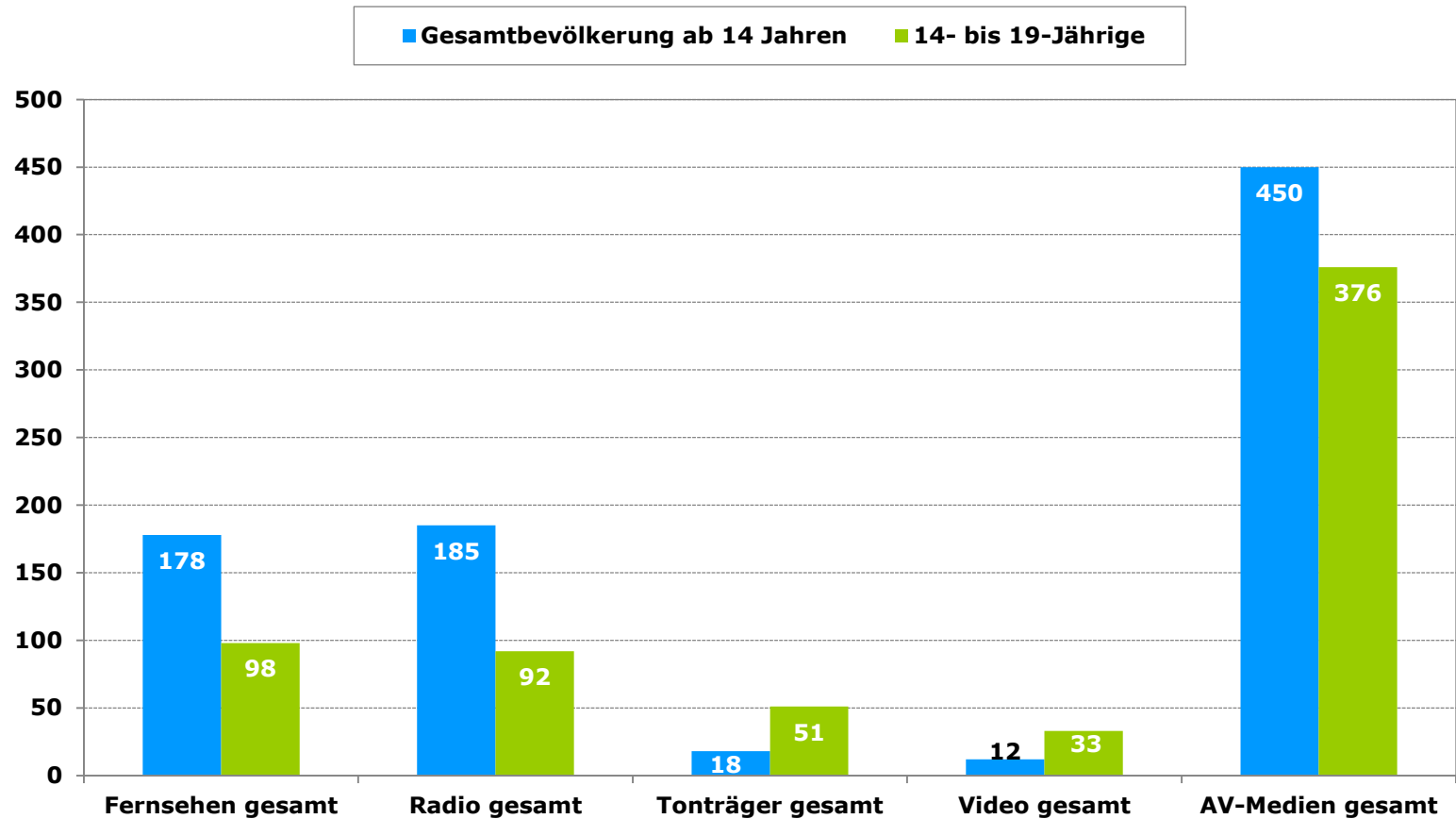


Basis: 12-13 Jahre: n=288, 14-15 Jahre: n=292, 16-17 Jahre: n=298, 18-19 Jahre: n=322.

Quelle: Feierabend u. a. 2021, S. 19.

Tägliche Nutzungsdauer audiovisueller Medien 2021

Nach Altersgruppen, Nutzungsdauer in Minuten/Tag

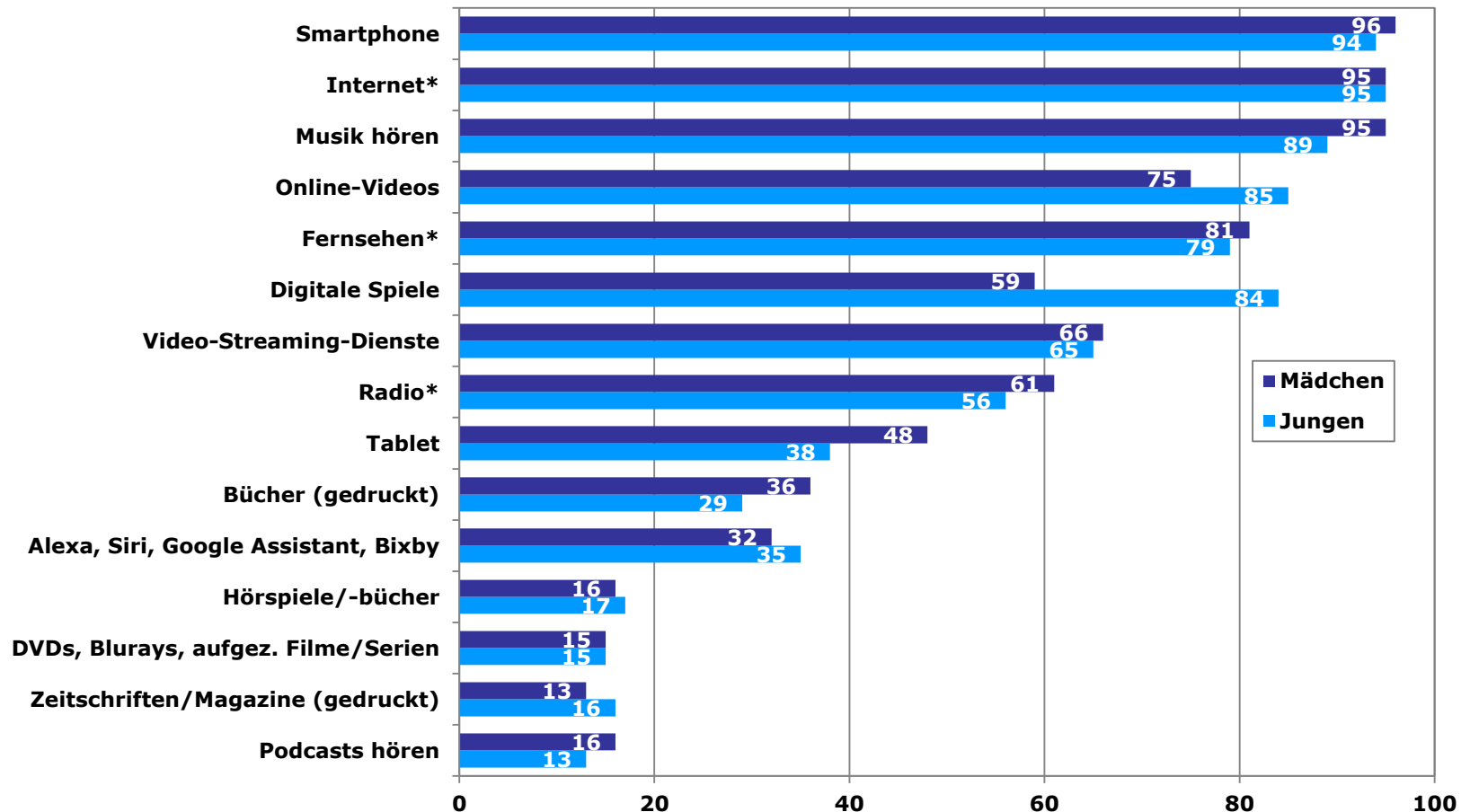


Basis: deutschsprachige Personen ab 14+ Jahren.
Tonträger=Schallplatte, Kassetten, CD, MP3; AV-Medien einschl. PC.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2021, S. 69/70.

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

Nach Geschlecht, Auswahl, 2021 (Angaben in %)



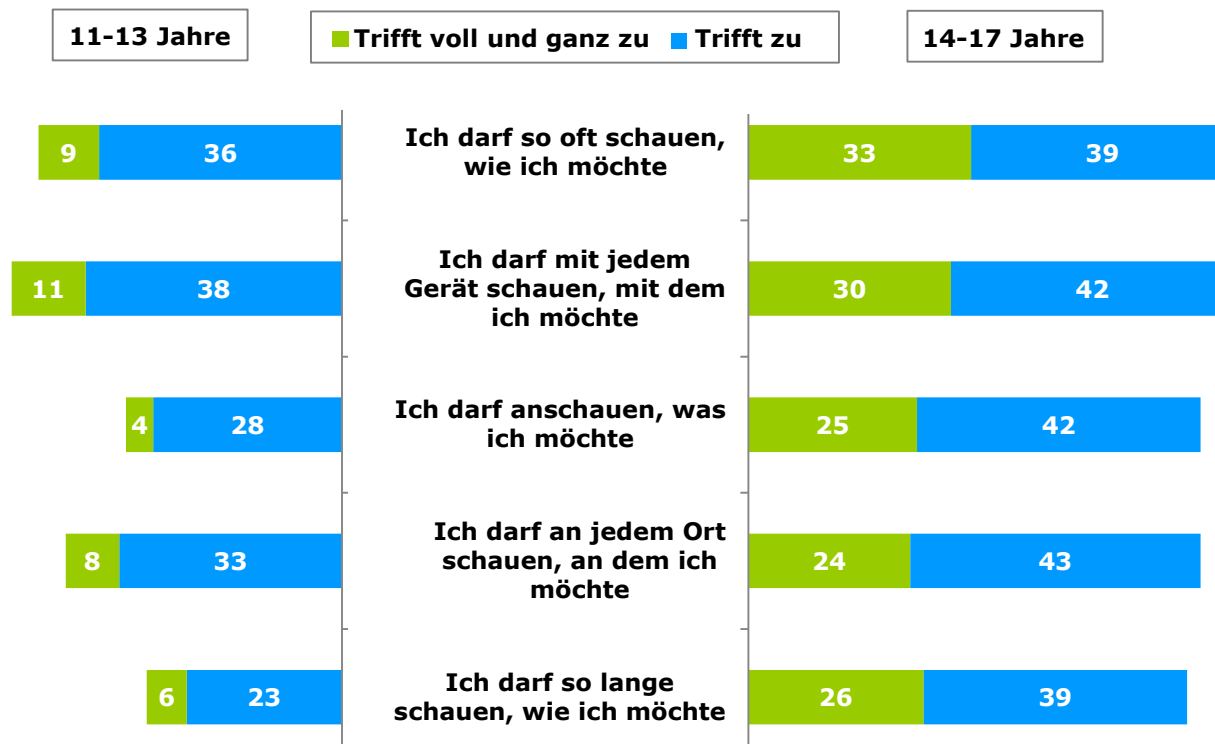
Basis: n = 1.200, 12-19 Jahre.

*Nutzung egal über welchen Verbreitungsweg.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 15.

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

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

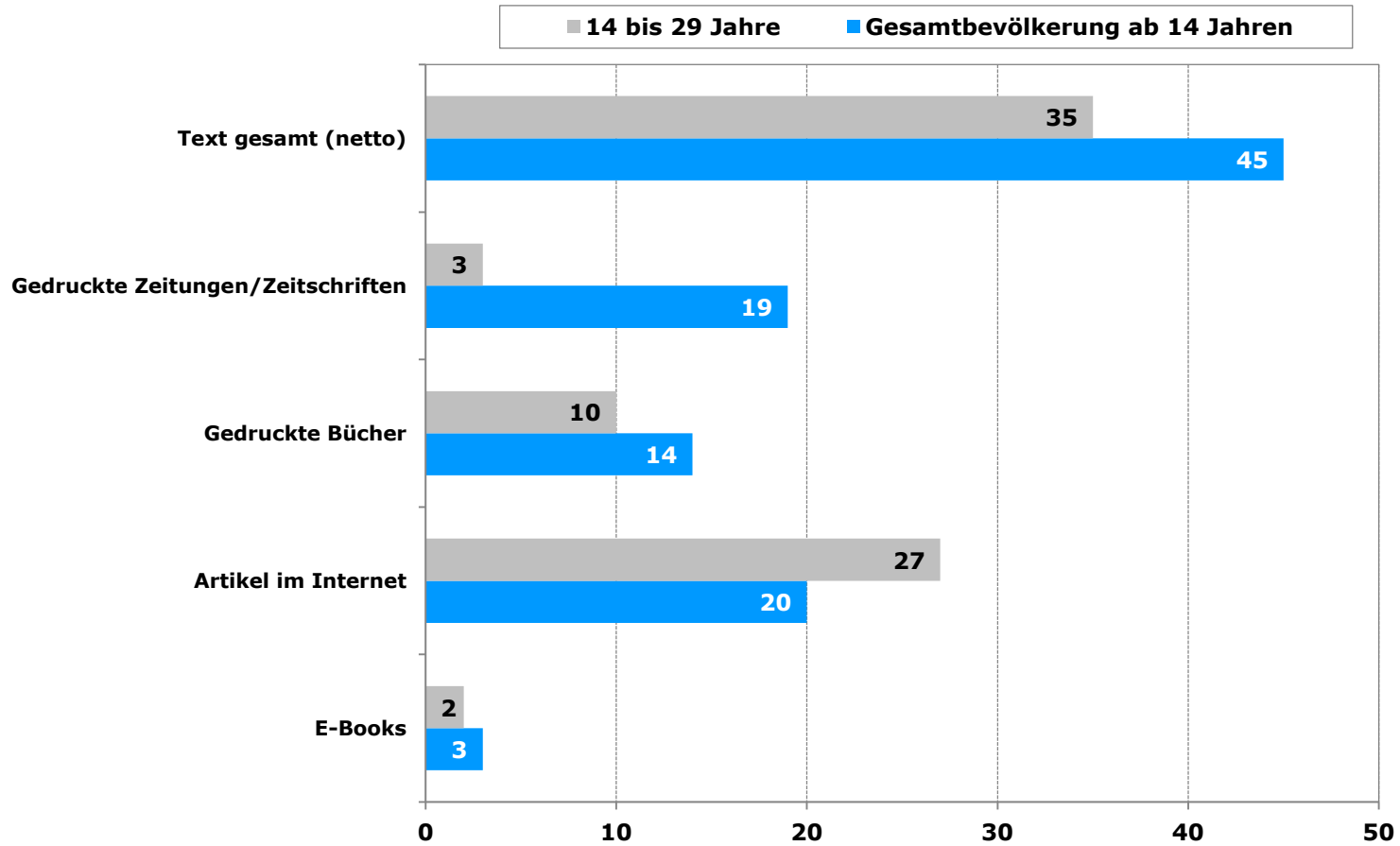


Basis: 5.136 Kindern und Jugendlichen von 3-17 Jahren bzw. deren Eltern.

Quelle: AGF GenZ Videostudie 2020, S. 18.

Jugendliche und die Nutzung von Texten im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

Tagesreichweite 2021, nach Altersgruppen, Auswahl (Angaben in %)

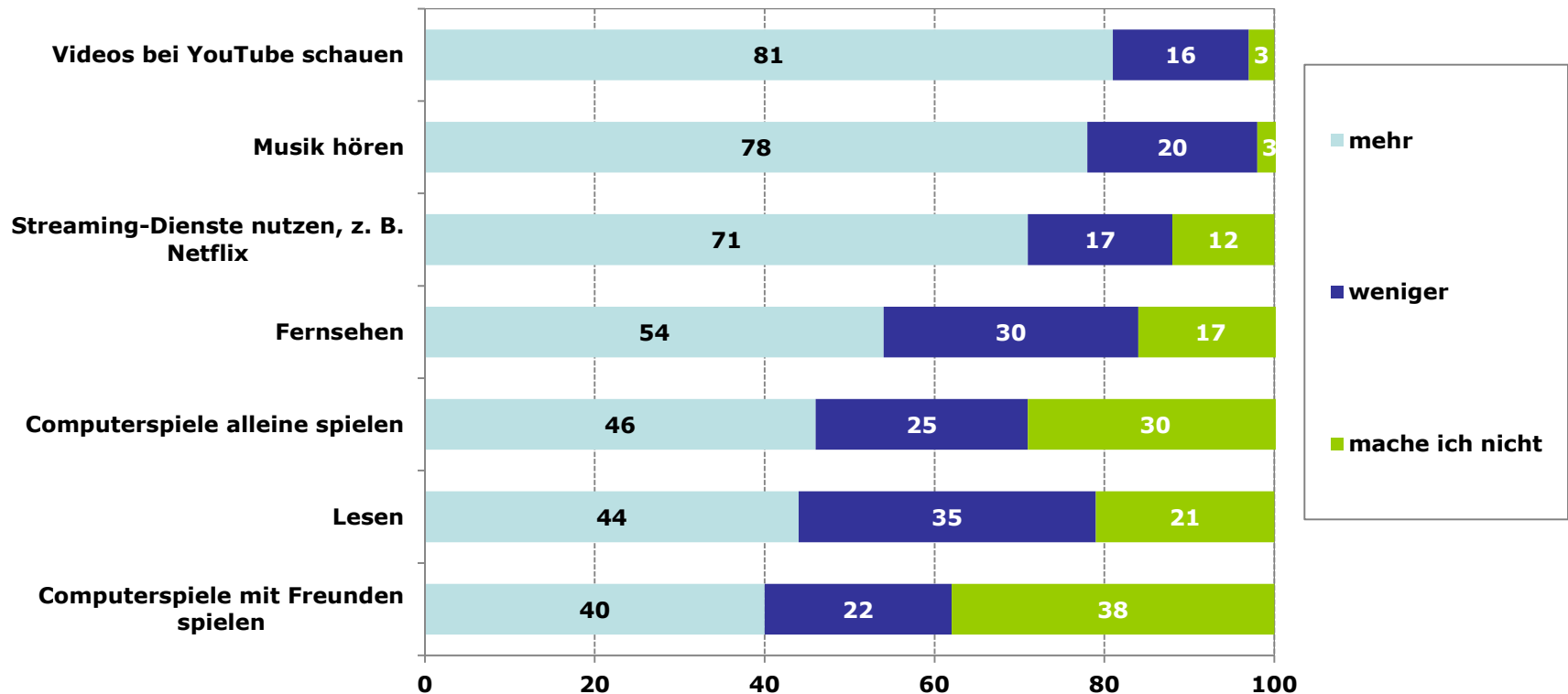


Basis: n=2.001, deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021, in: Kupferschmitt/Müller 2021, S. 384.

Corona hat 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“

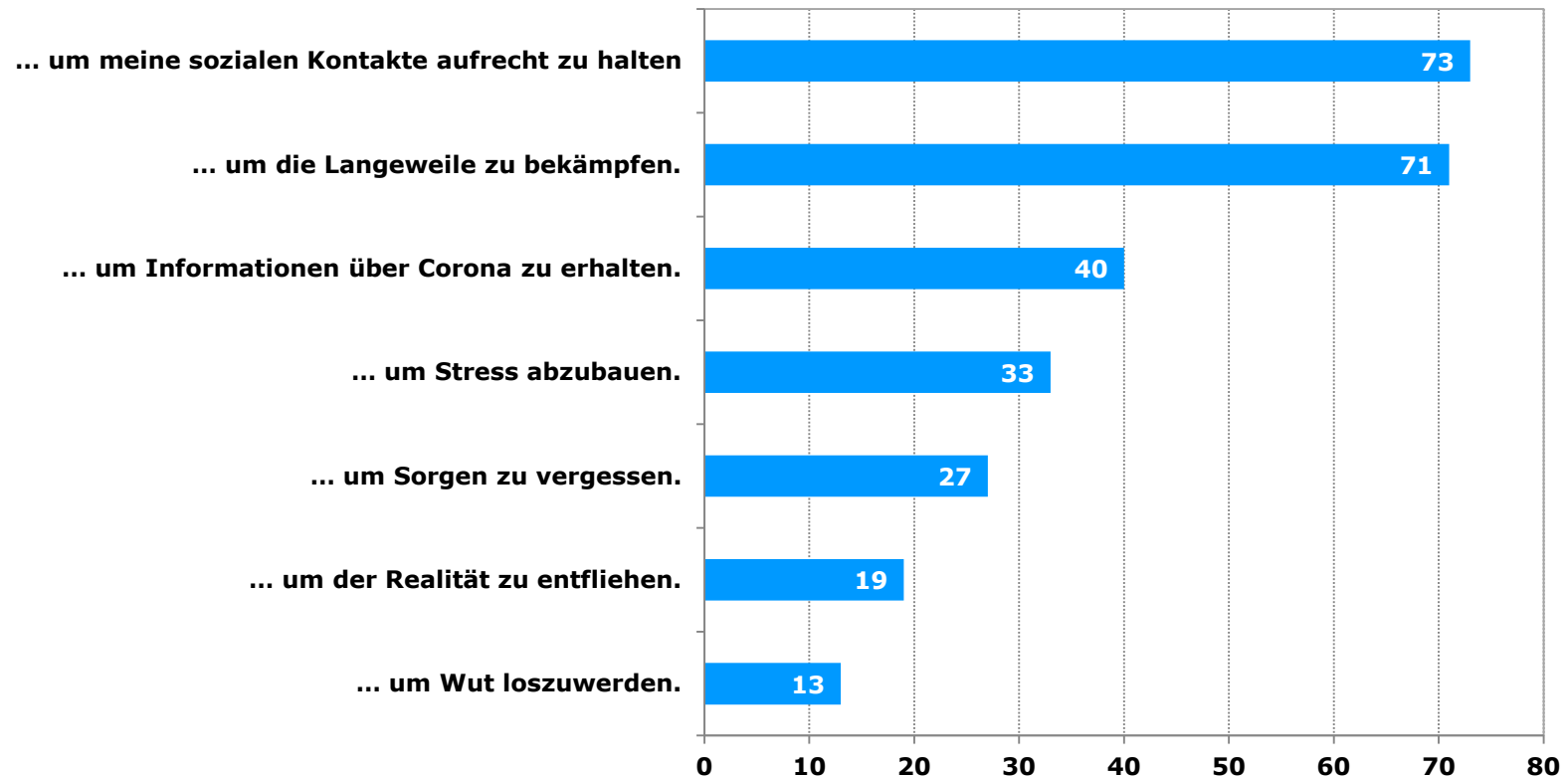


Basis: n=1.002, 12-19 Jahre.

Quelle: JIMplus 2020, mpfs, S. 20.

Nutzungsmotive digitaler Medien während der Corona-Pandemie

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

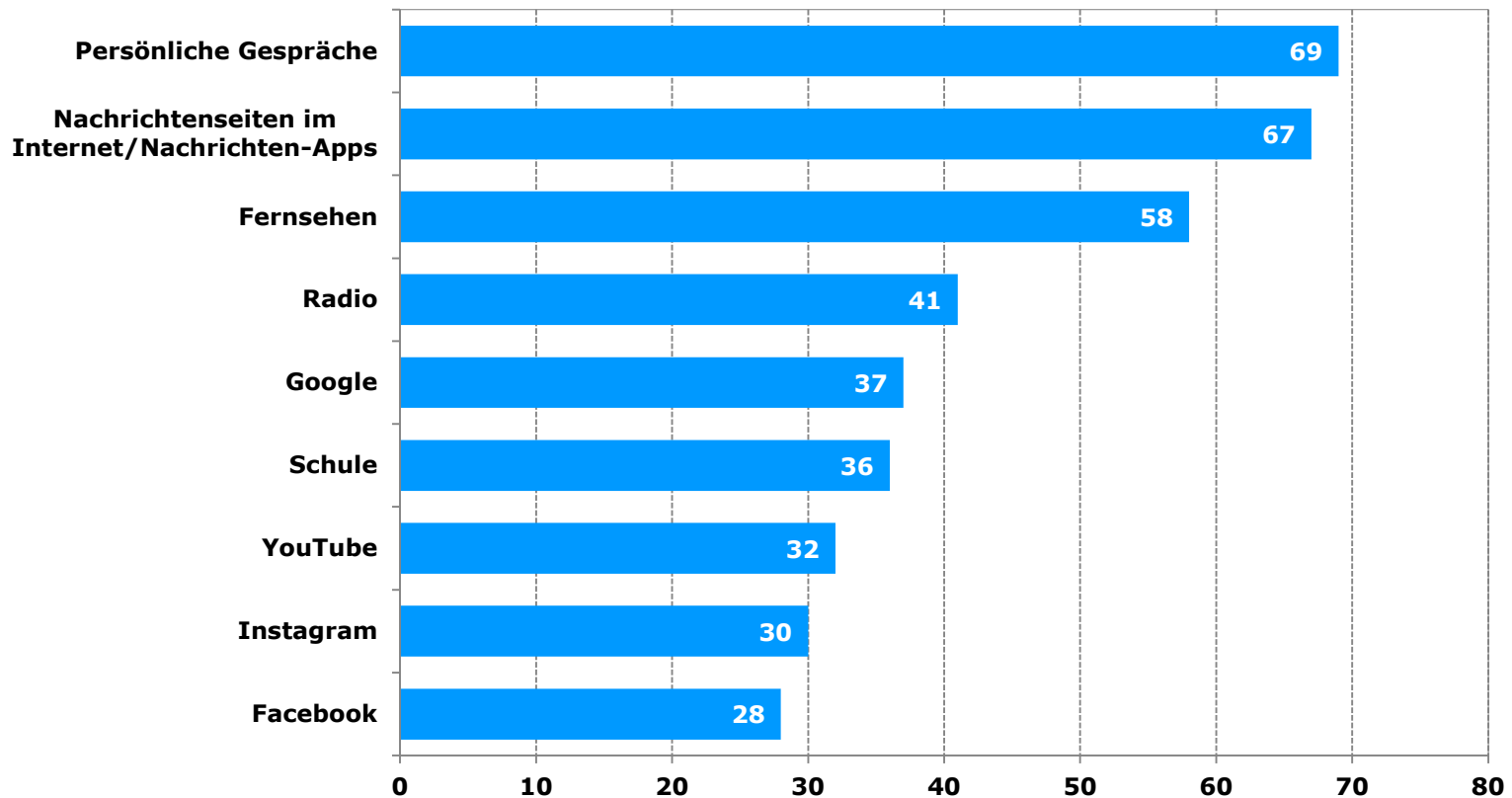


Basis: n= 1.250, 10-19 Jahre.

Quelle: forsa: Nutzung digitaler Medien im Kinders- und Jugendalter 2021, S. 57.

In welchen Medien informieren sich Jugendliche über das politische Geschehen?

„Woher bekommst du Informationen über das politische Geschehen in Deutschland und der Welt?“
Mehrfachnennungen, Auswahl, 2019 (Angaben in %)

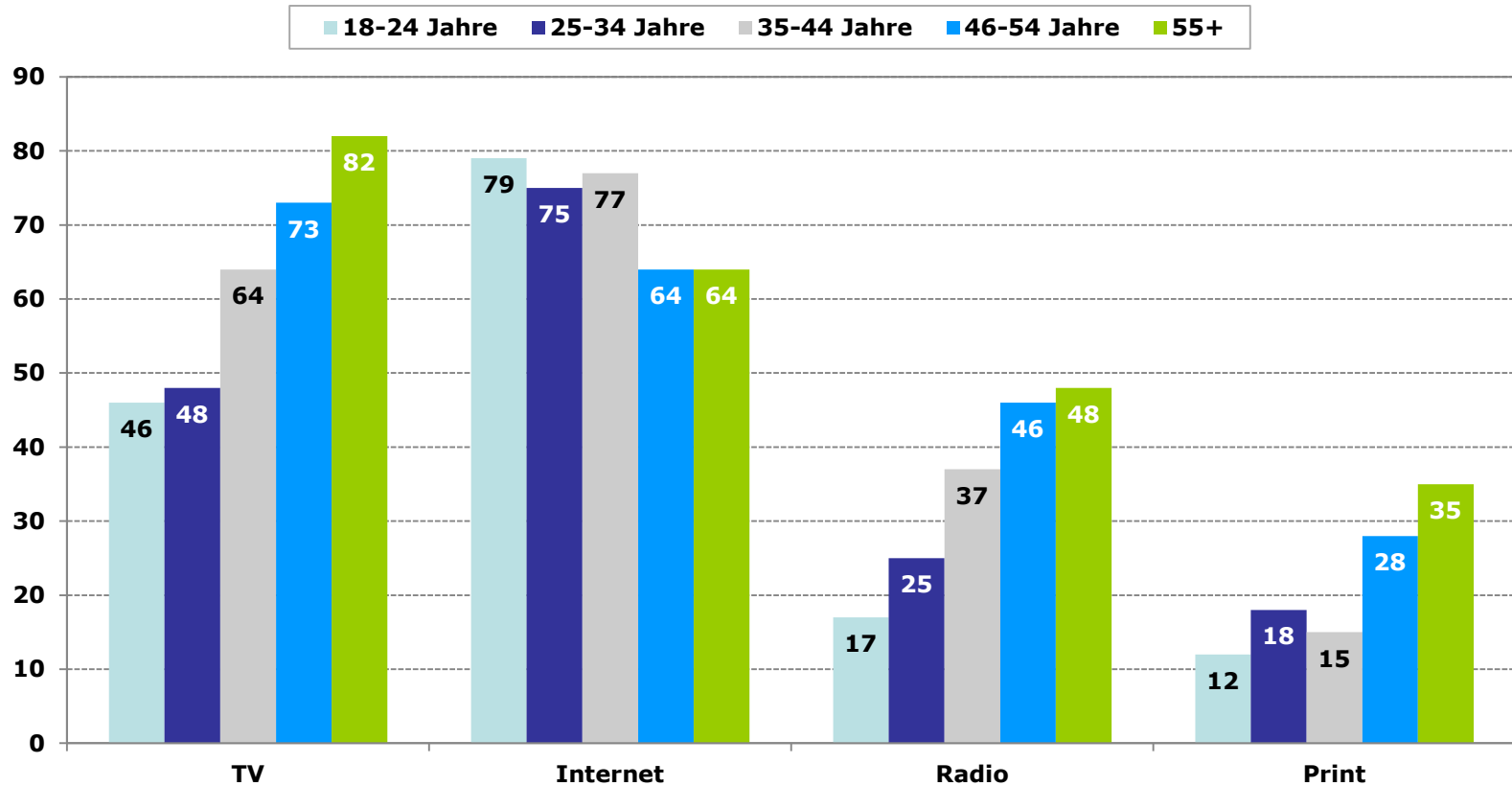


Basis: n=2.149, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland
2019, S. 11.

Junge Menschen nutzen vor allem das Internet als Nachrichtenquelle

Hauptnachrichtenquellen, nach Altersgruppen, 2021 (Angaben in %)

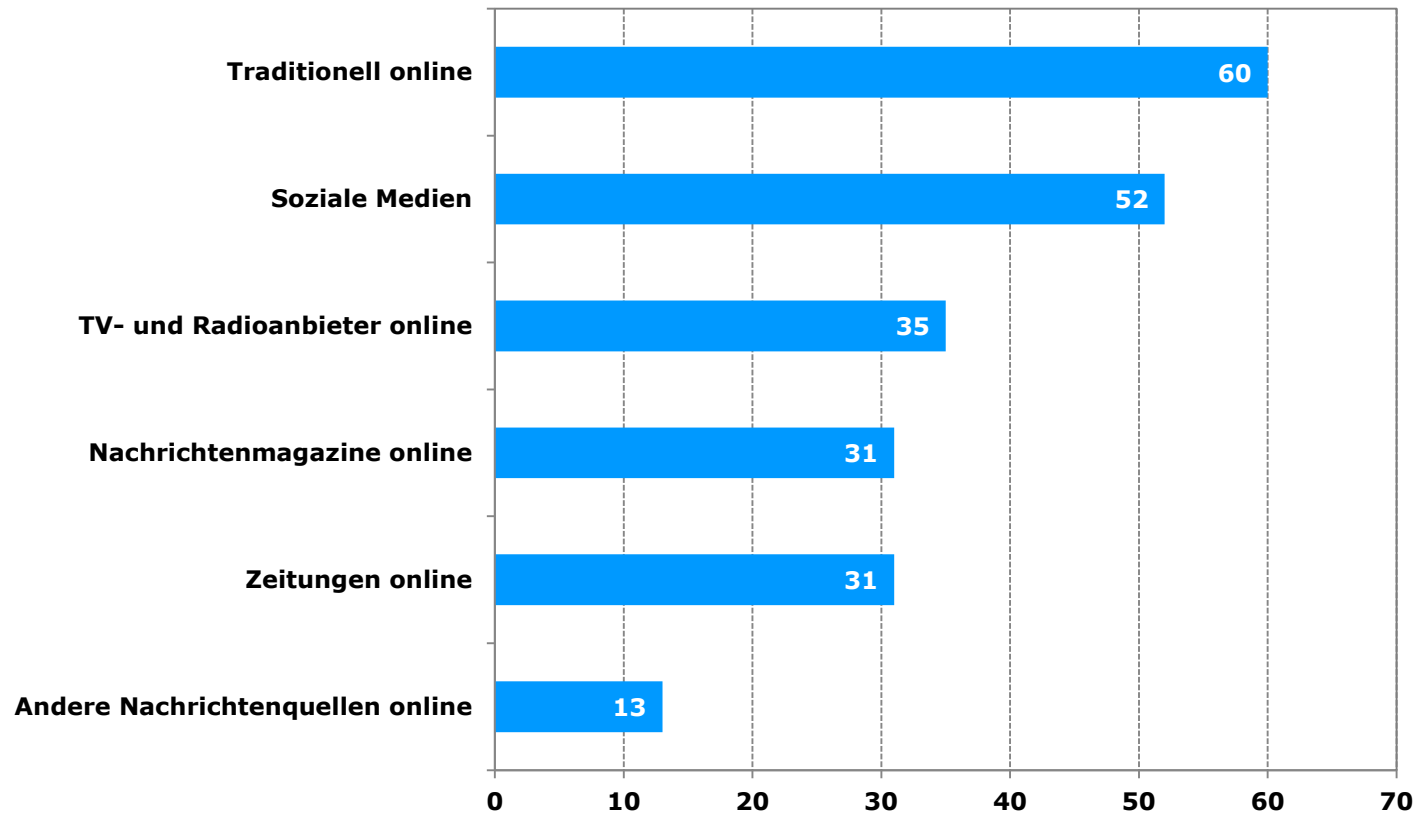


Basis: n=2.011, 18+ Jahre, mit Internetzugang.

Quelle: Hölig/Hasebrink/Behre: Reuters Institute Digital News Report 2021, S. 14.

Wie informieren sich junge Erwachsene online?

Wöchentlich genutzte Nachrichtenquellen online, 18-24 Jahre, 2021, Mehrfachnennungen, Auswahl (Angaben in %)

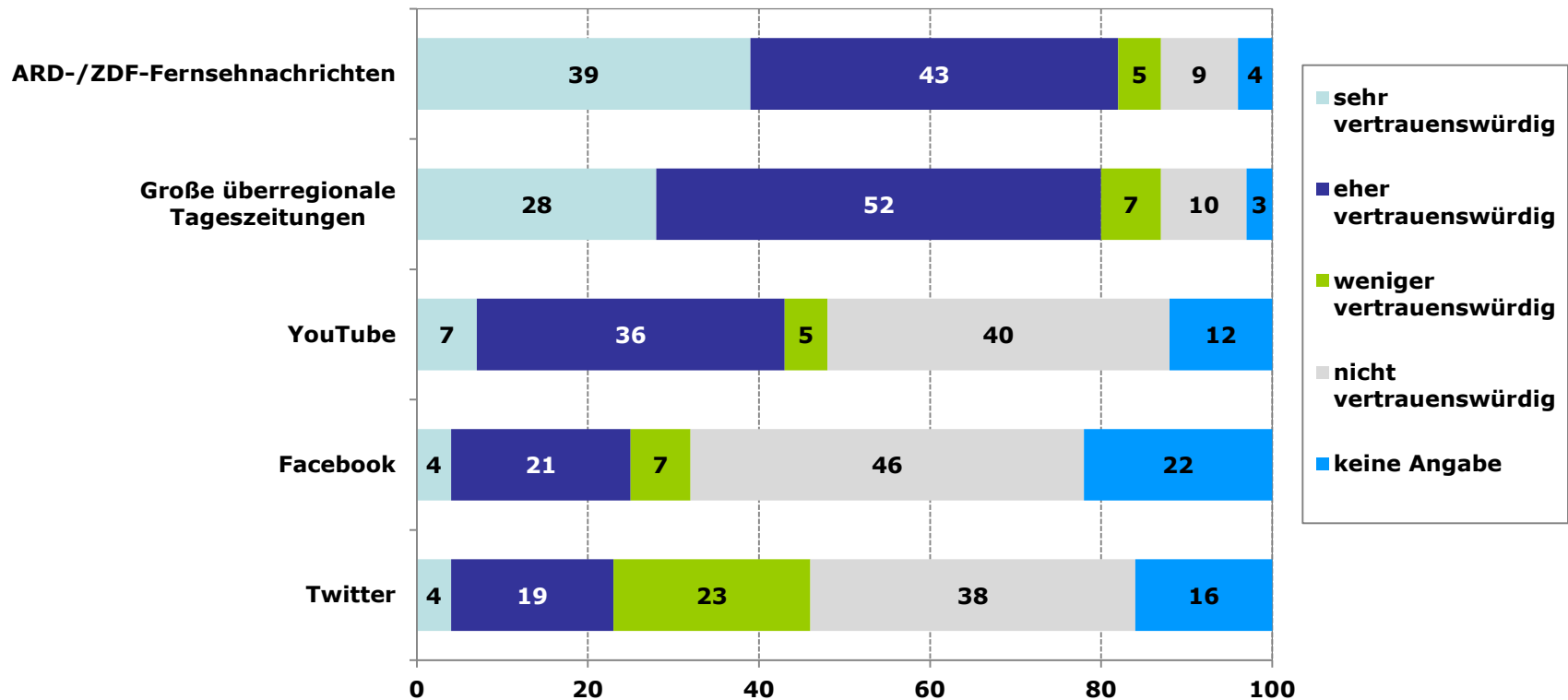


Basis: n=2.011, 18+ Jahre, davon die 18- bis 24-Jährigen.

Quelle: Hölzig/Hasebrink/Behre: Reuters Institute Digital News Report 2021, S. 15.

Welchen Nachrichtenangeboten vertrauen Jugendliche?

„Für wie vertrauenswürdig hältst du die Informationen ...?“
12 bis 25 Jahre, 2019 (Angaben in %)

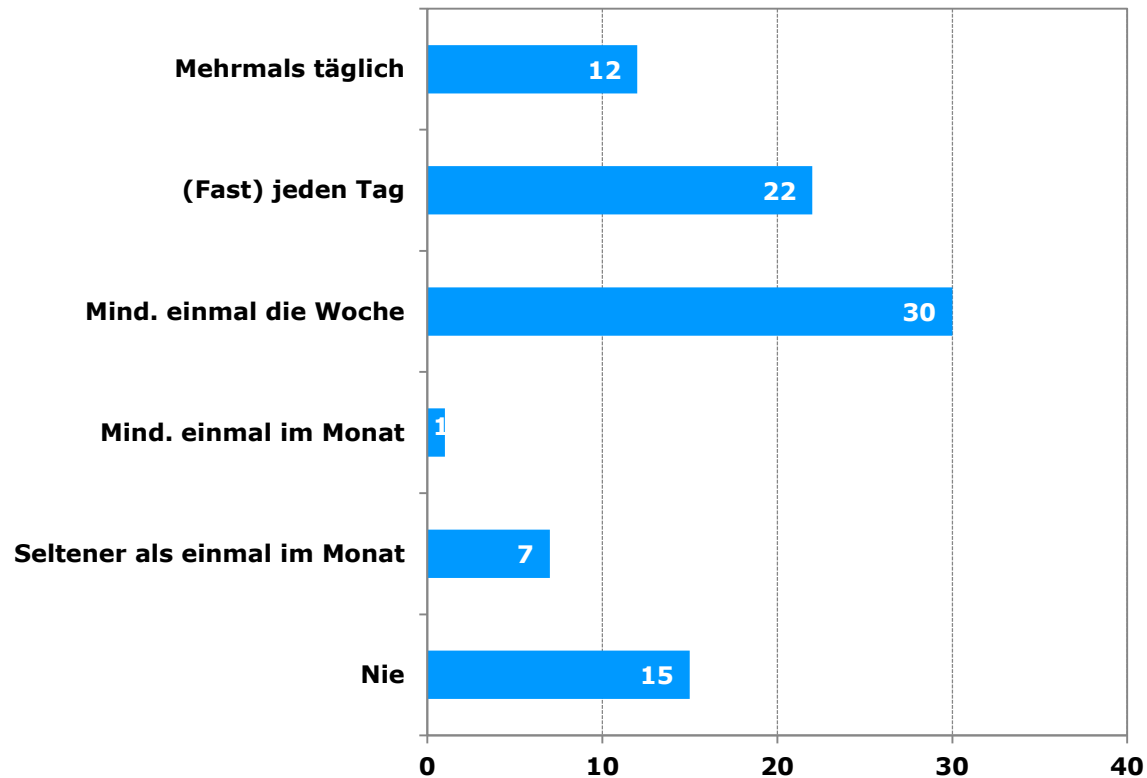


Basis: n=2.572, 12-25 Jahre.

Quelle: Shell Deutschland Holding: Jugend 2019, S. 243.

Wie oft treffen Jugendliche online auf „Fake News“?

„Wie häufig stößt du im Internet und in den sozialen Medien auf Nachrichten oder Informationen, von denen du das Gefühl hast, dass sie die Realität absichtlich verzerrt darstellen oder sogar falsch sind?“
2019 (Angaben in %)

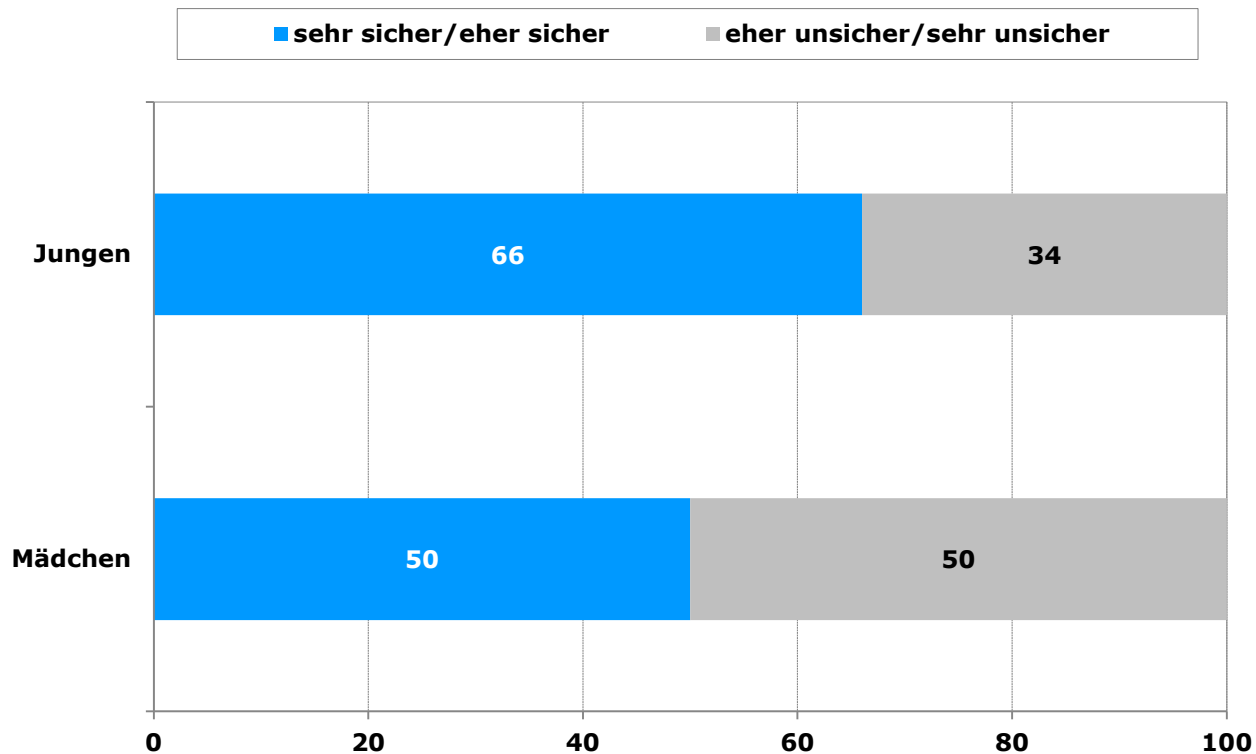


Basis: n=2.149, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland
2019, S. 21.

Vor allem männliche Jugendliche glauben, „Fake News“ sicher erkennen zu können

„Wie sicher oder unsicher bist du, dass du Fake News im Internet erkennst?“
Nach Geschlecht, 2019, Angaben in %

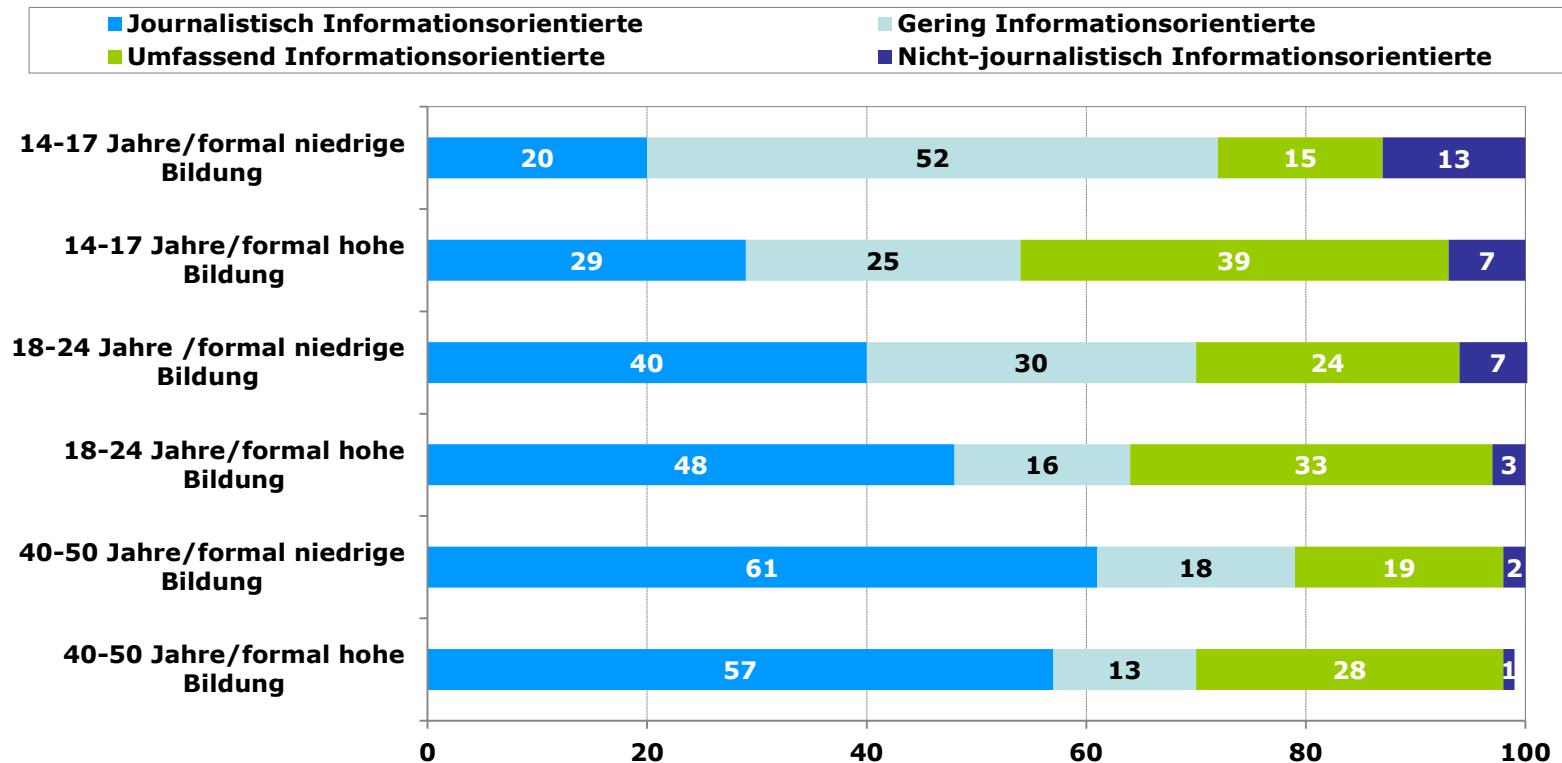


Basis: n=2.149, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland
2019, S. 25.

Nachrichtenorientierung nach Alter und Bildung

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



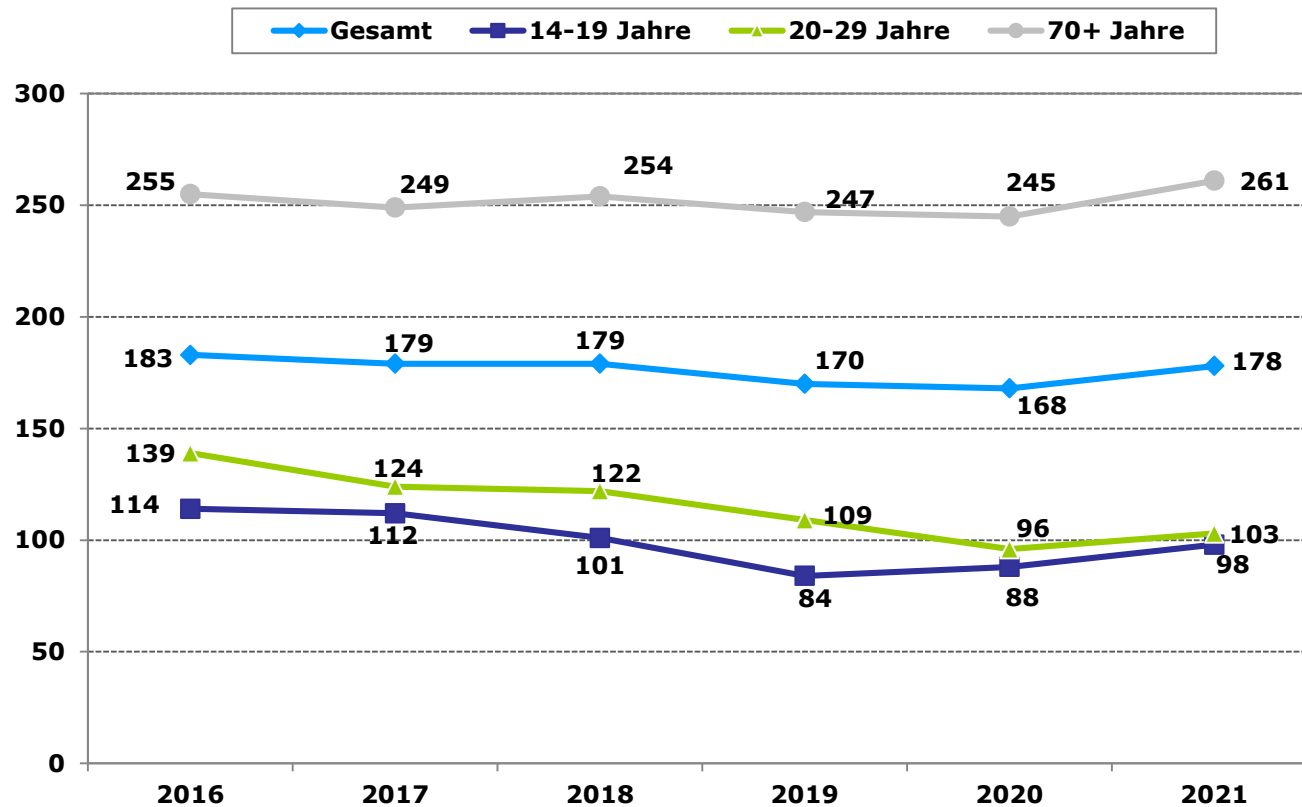
Basis: n=1.508, 14-24 Jahre sowie 40-50 Jahre.

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

Jugendliche und Fernsehen

Zeitbudget für das Fernsehen von 2016-2021 nach Altersgruppen

Auswahl, Angaben in Min./Tag

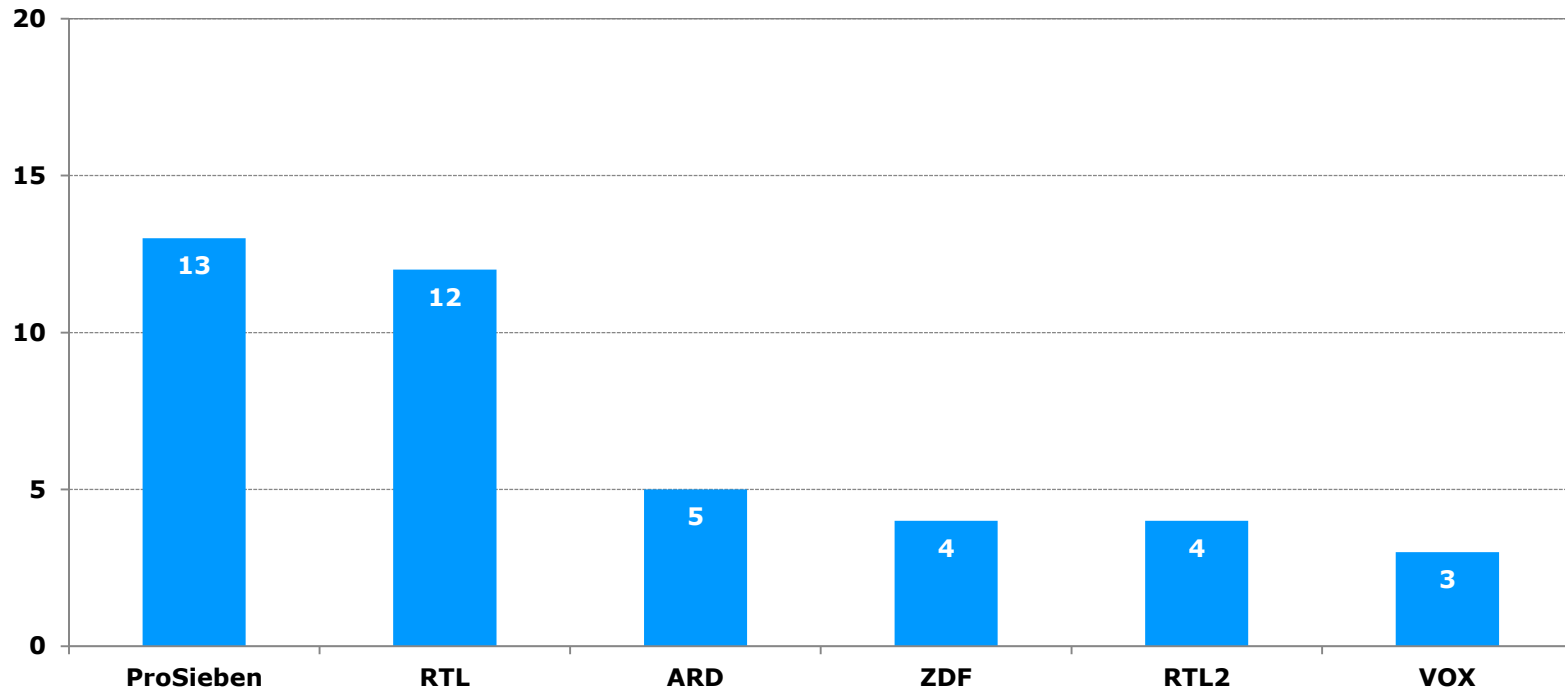


Basis: deutschsprachige Personen ab 14 Jahren,
5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2021, S. 69.

Welche TV-Sender waren 2021 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Bei den 12- bis 19-Jährigen, 2021, Auswahl (Angaben in %)

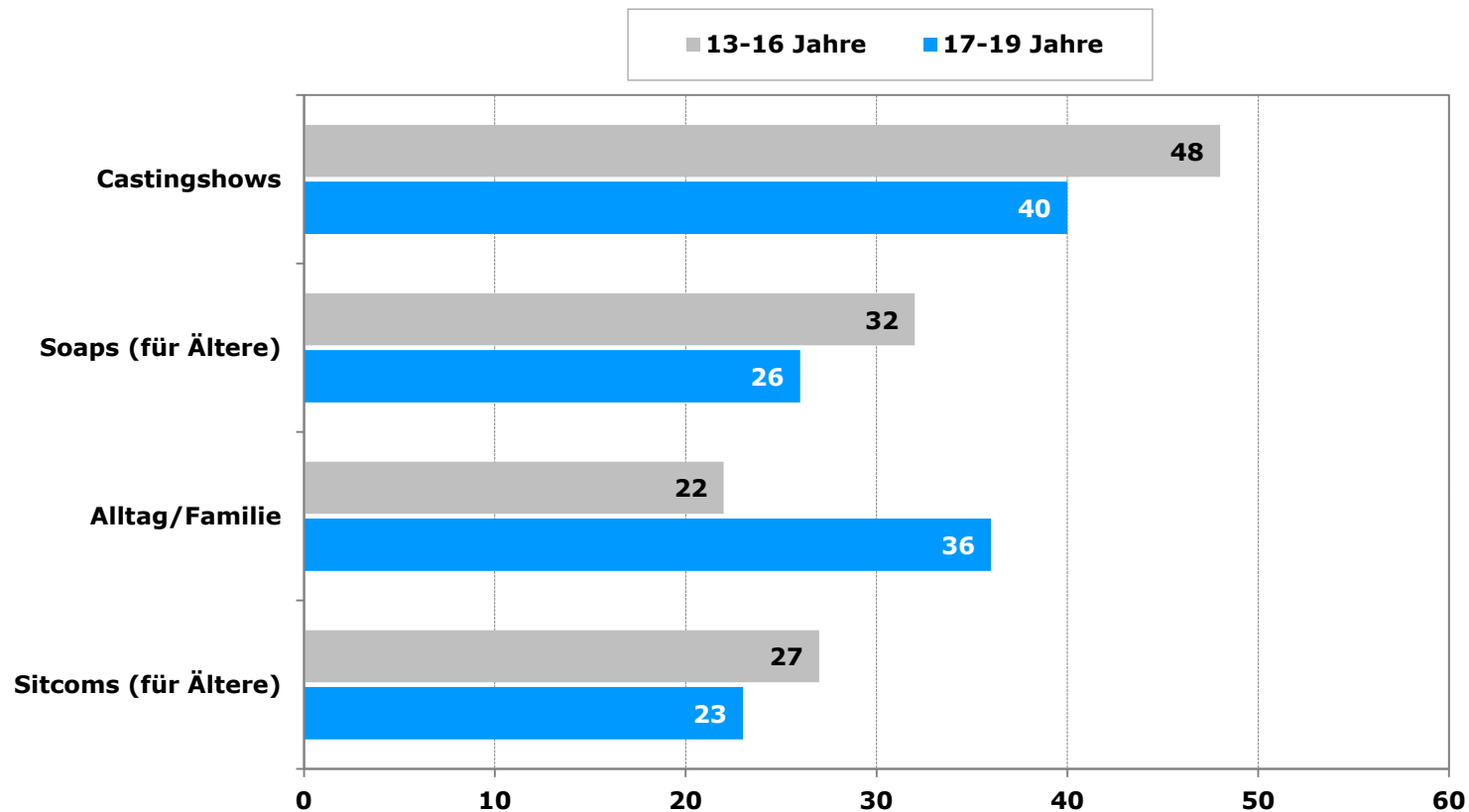


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 44.

TV-Lieblingsgenres der Mädchen

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

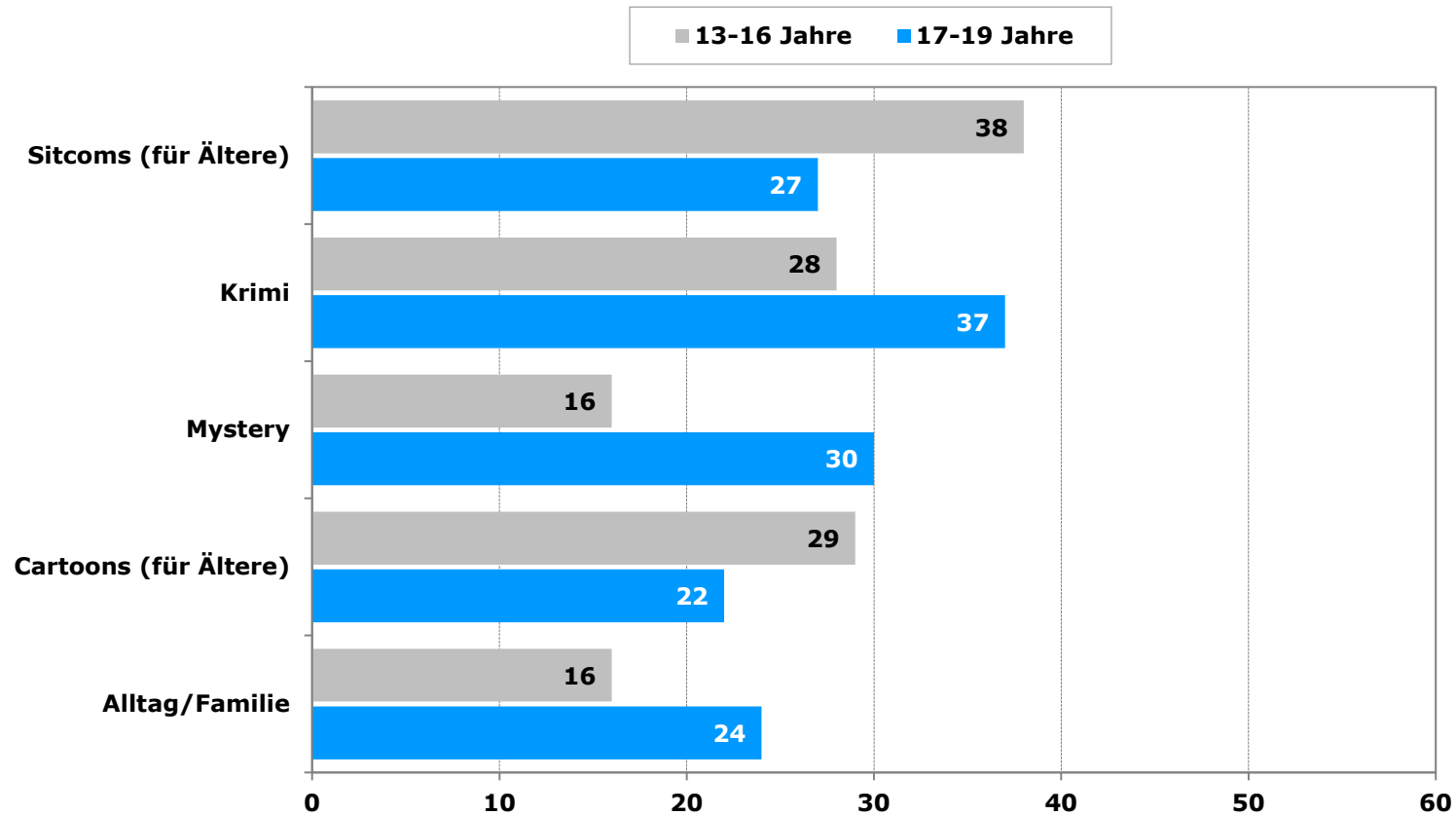


Basis: n=708 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

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

TV-Lieblingsgenres der Jungen

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

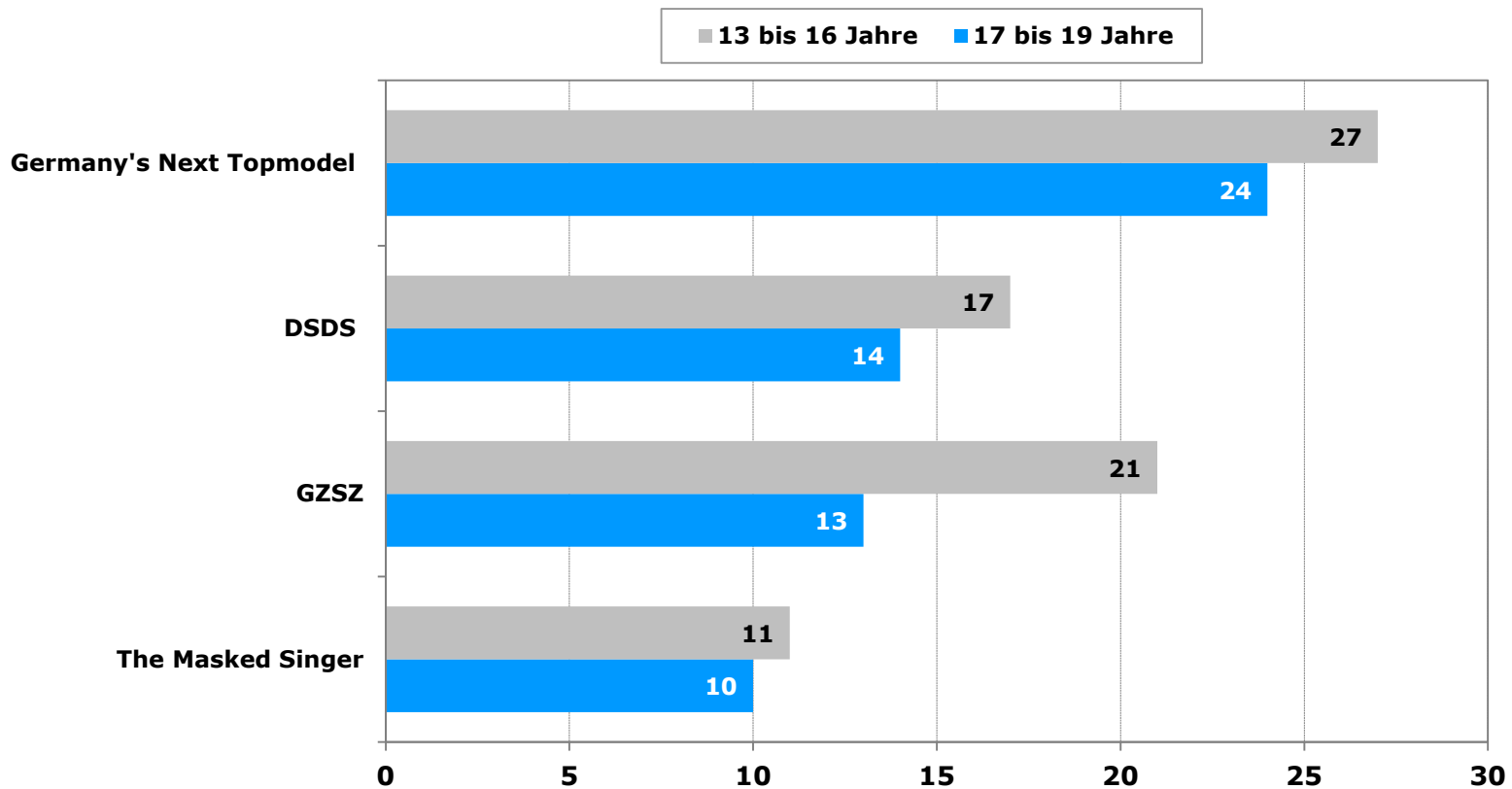


Basis: n=753, 6- bis 19-jährige Jungen.

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

Welche Sendungen sahen Mädchen 2021 am liebsten?

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

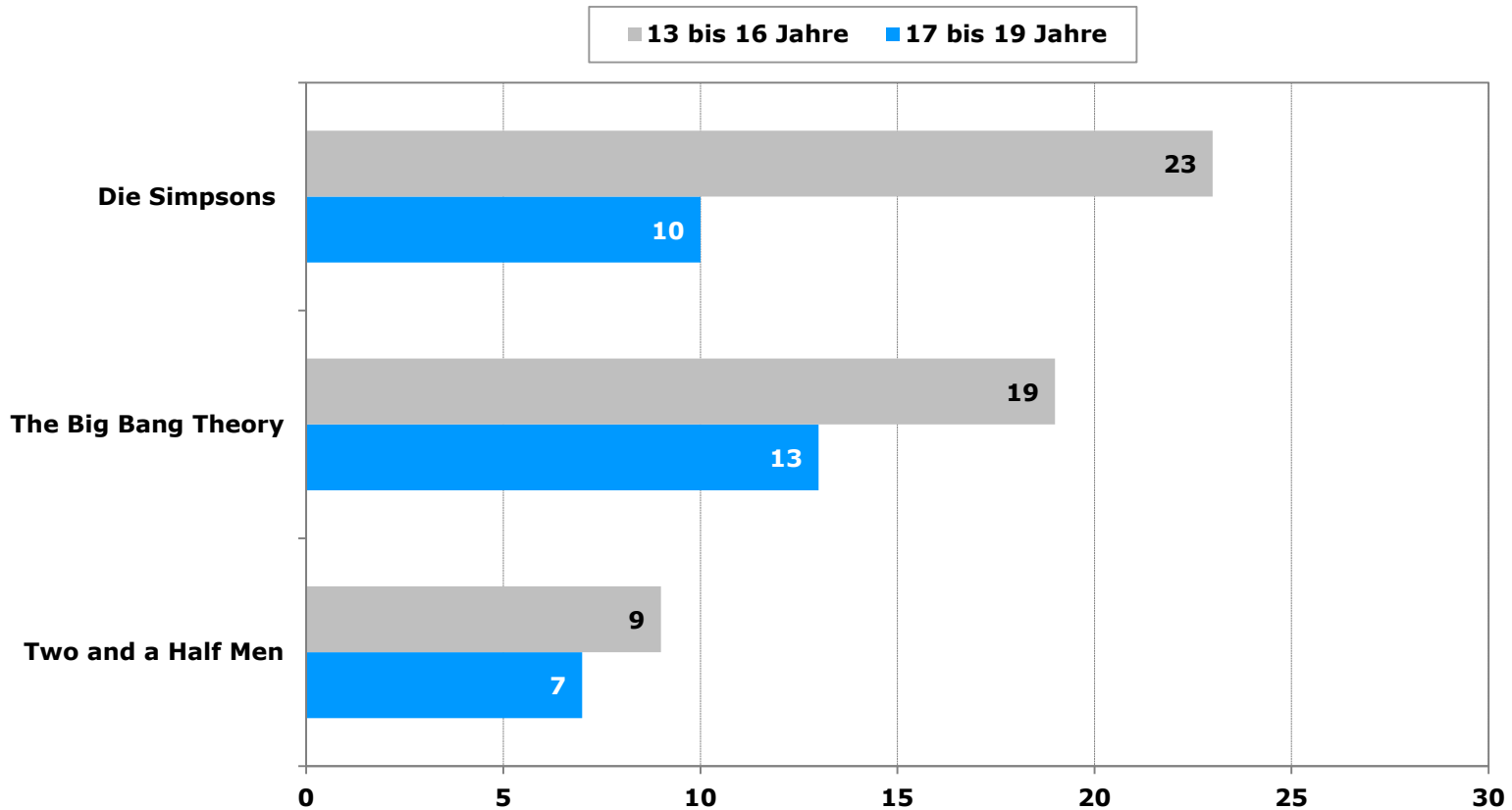


Basis: n=708 Mädchen, 6-19 Jahre.

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

Welche Sendungen sahen Jungen am liebsten im TV?

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

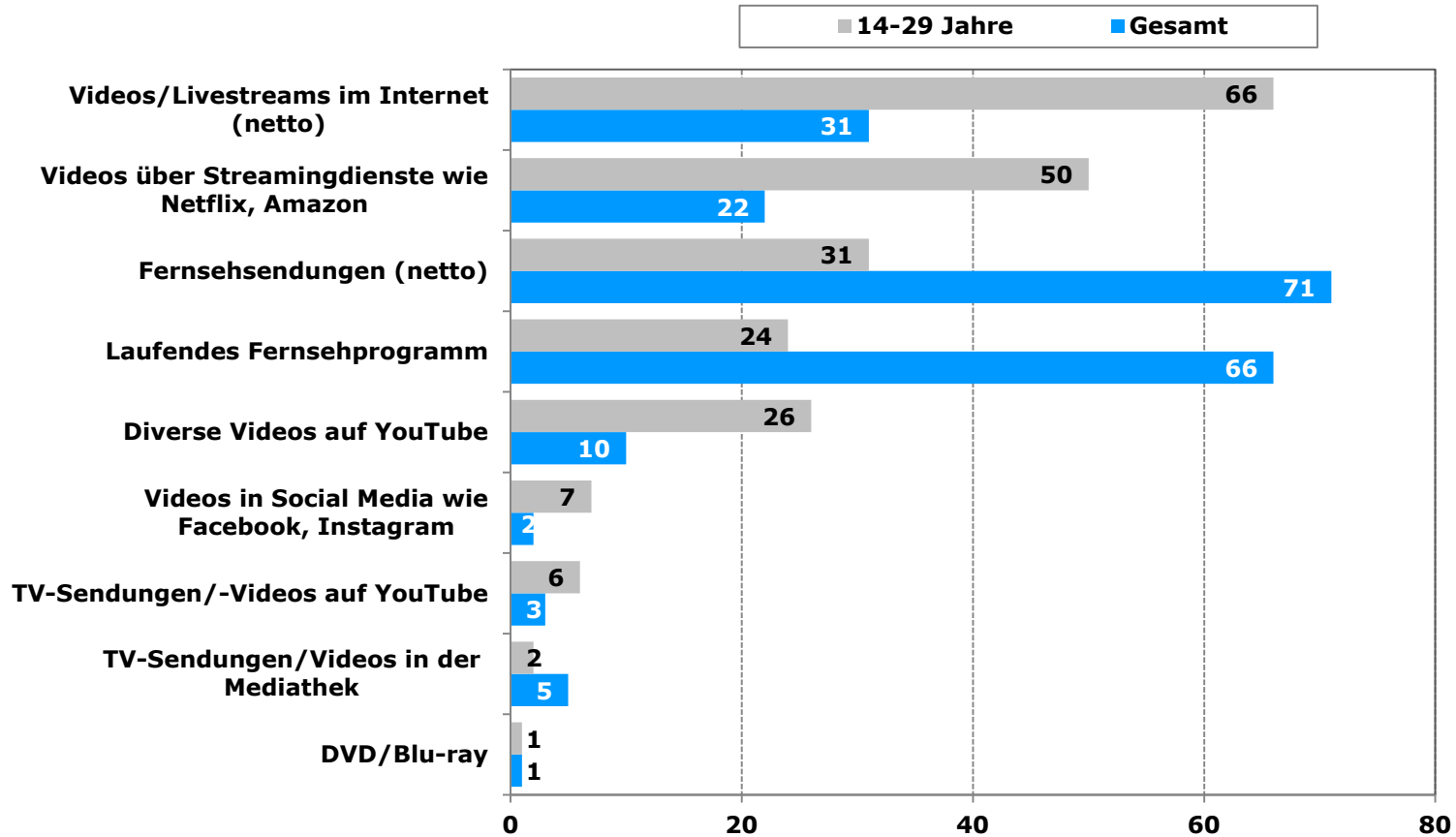


Basis: n=753 Jungen, 6-19 Jahre.

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

Wege der Video-/Fernsehnutzung von jungen Menschen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

Tagesreichweite, 2021, nach Altersgruppen, Auswahl (Angaben in %)

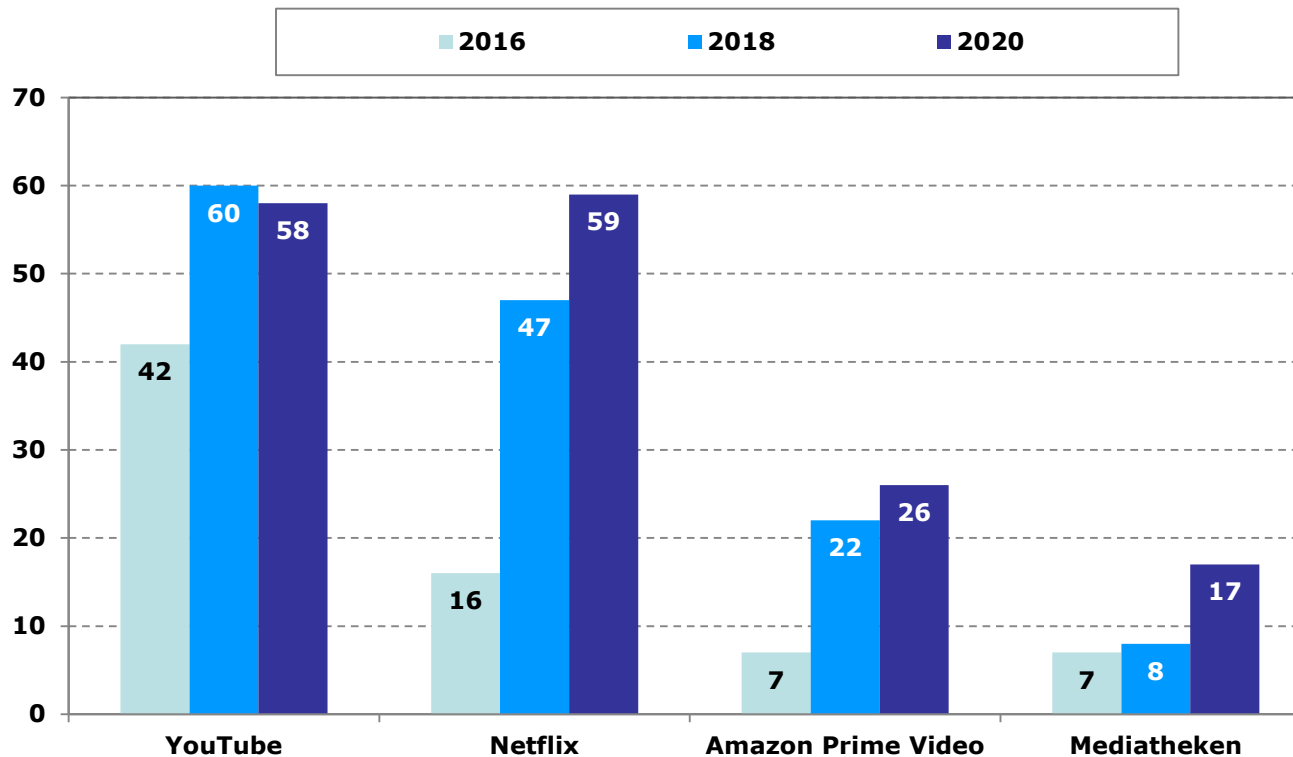


Basis: n=2.001, deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021, in: Kupferschmitt/Müller 2021, S. 377.

Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen über das Internet im Jahresvergleich

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl, Vergleich 2016, 2018 und 2020 (Angaben in %)

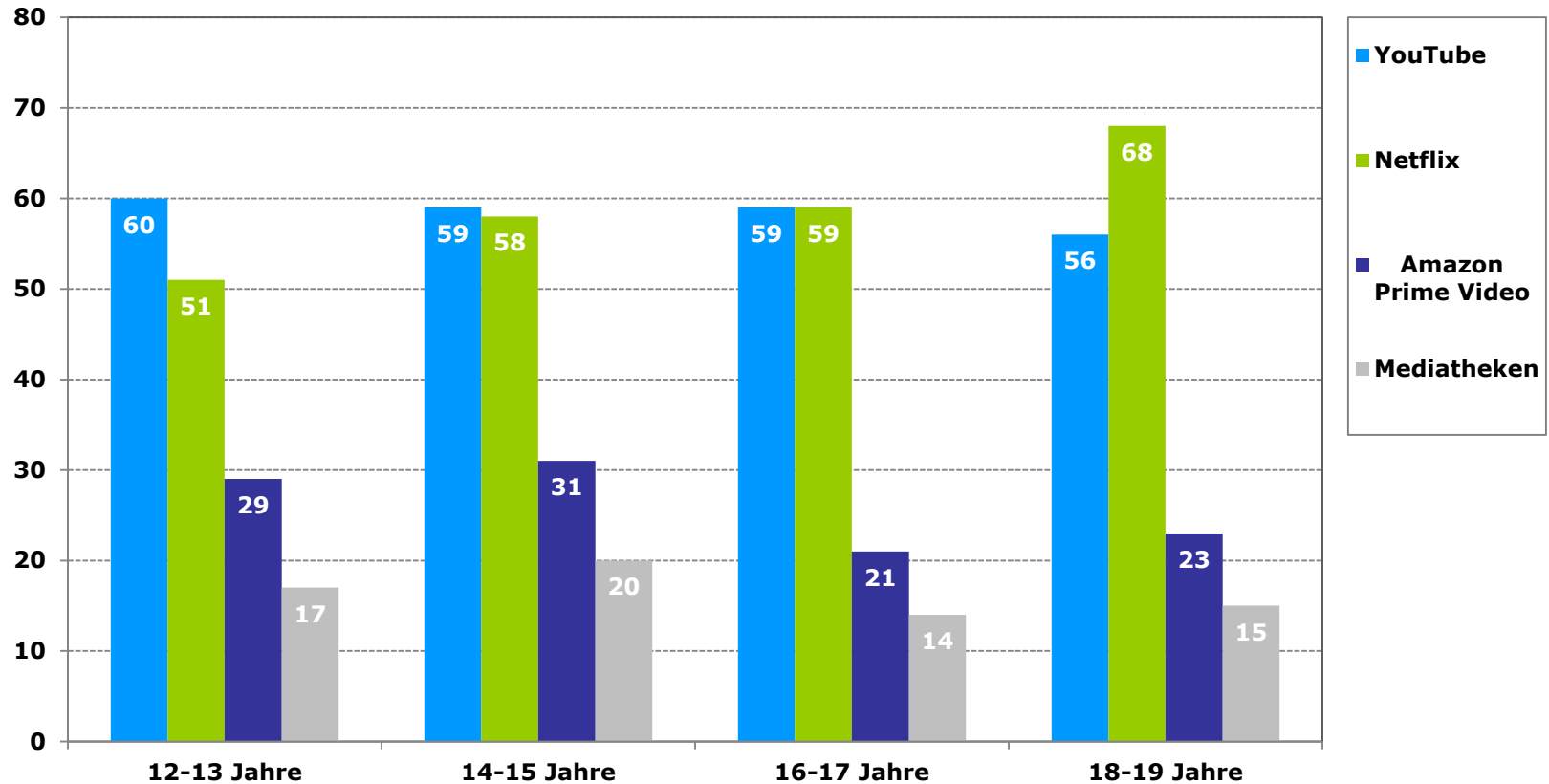


Basis: 2016: n=1.200, 2018: n=1.200, 2020: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: Feierabend u. a., in: Media Perspektiven 1/2021, S. 28.

Online-Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen nach Alter

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl, 2020 (Angaben in %)

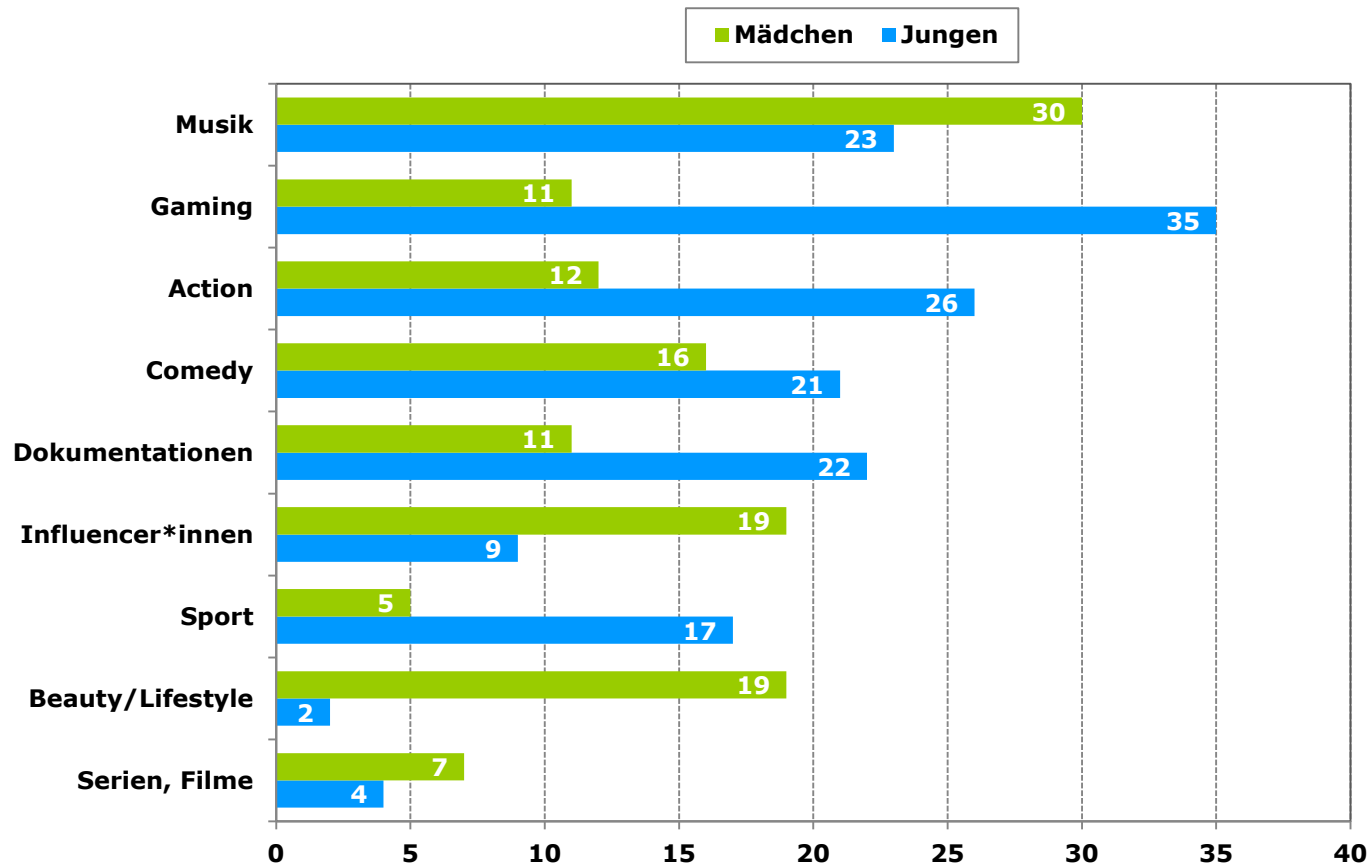


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: Feierabend u. a., in: Media Perspektiven 1/2021, S. 28.

Beliebte Genres bei Streaming-Diensten

Nach Geschlecht, Auswahl, 2021 (Angaben in %)

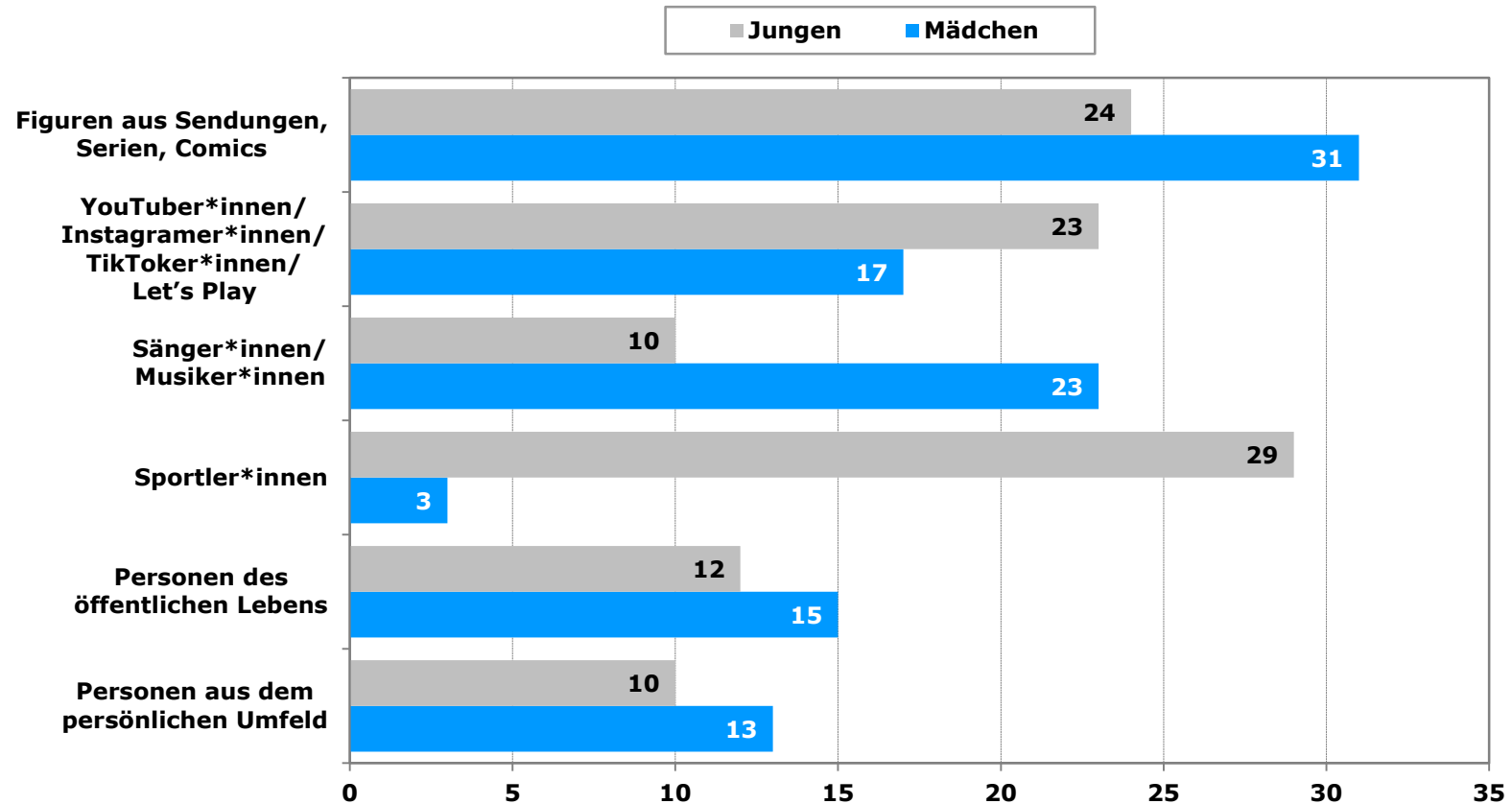


Basis: n=1.250, 10-19 Jahre, Nutzer*innen von Streaming-Diensten.

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 %)

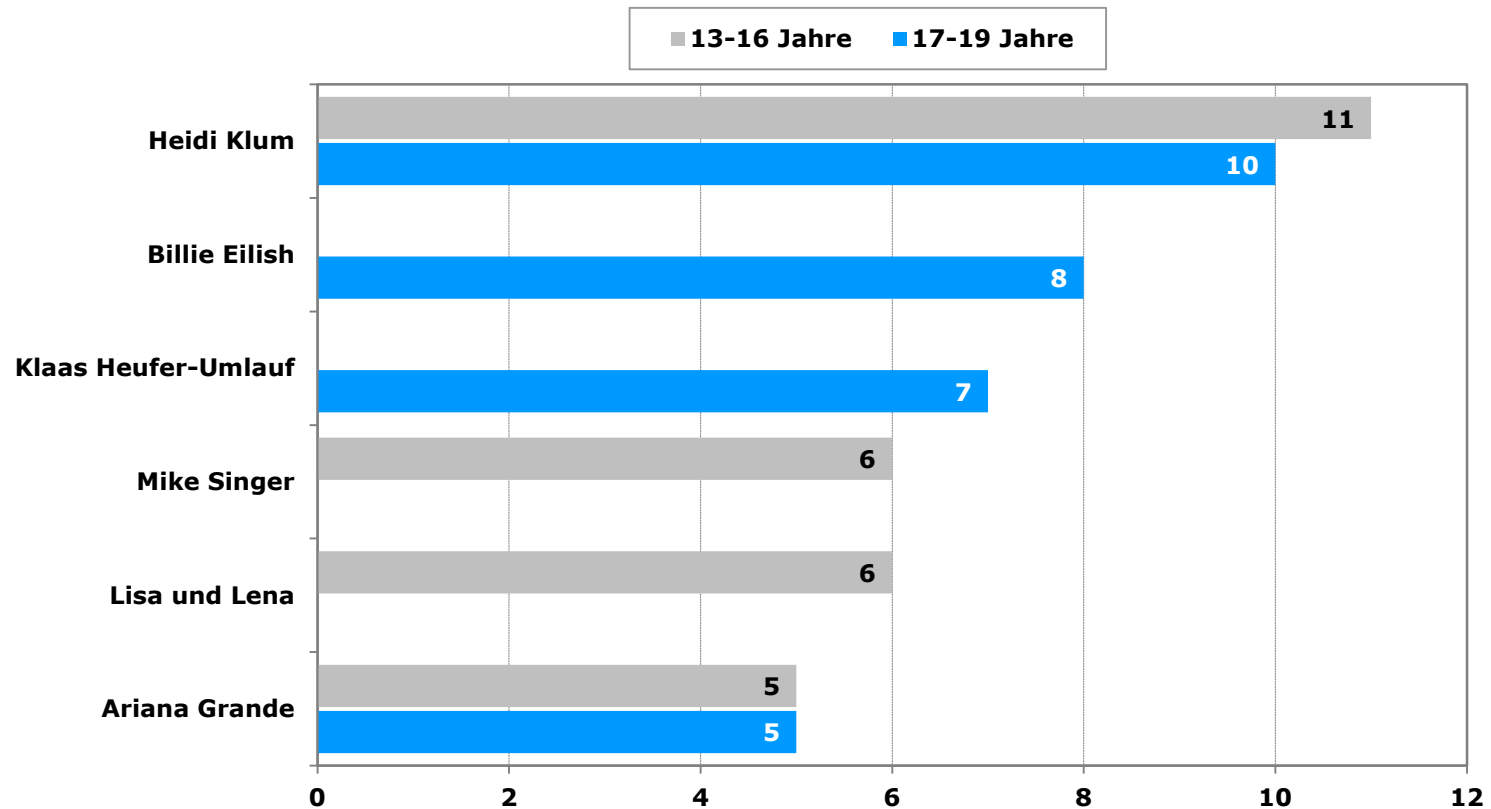


Basis: n=5.136 3-17 Jahre; Kinder und Jugendliche, die ein Vorbild genannt haben.

Quelle: AGF GenZ Videostudie 2020, S. 14.

Medien-Idole der Mädchen 2021

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



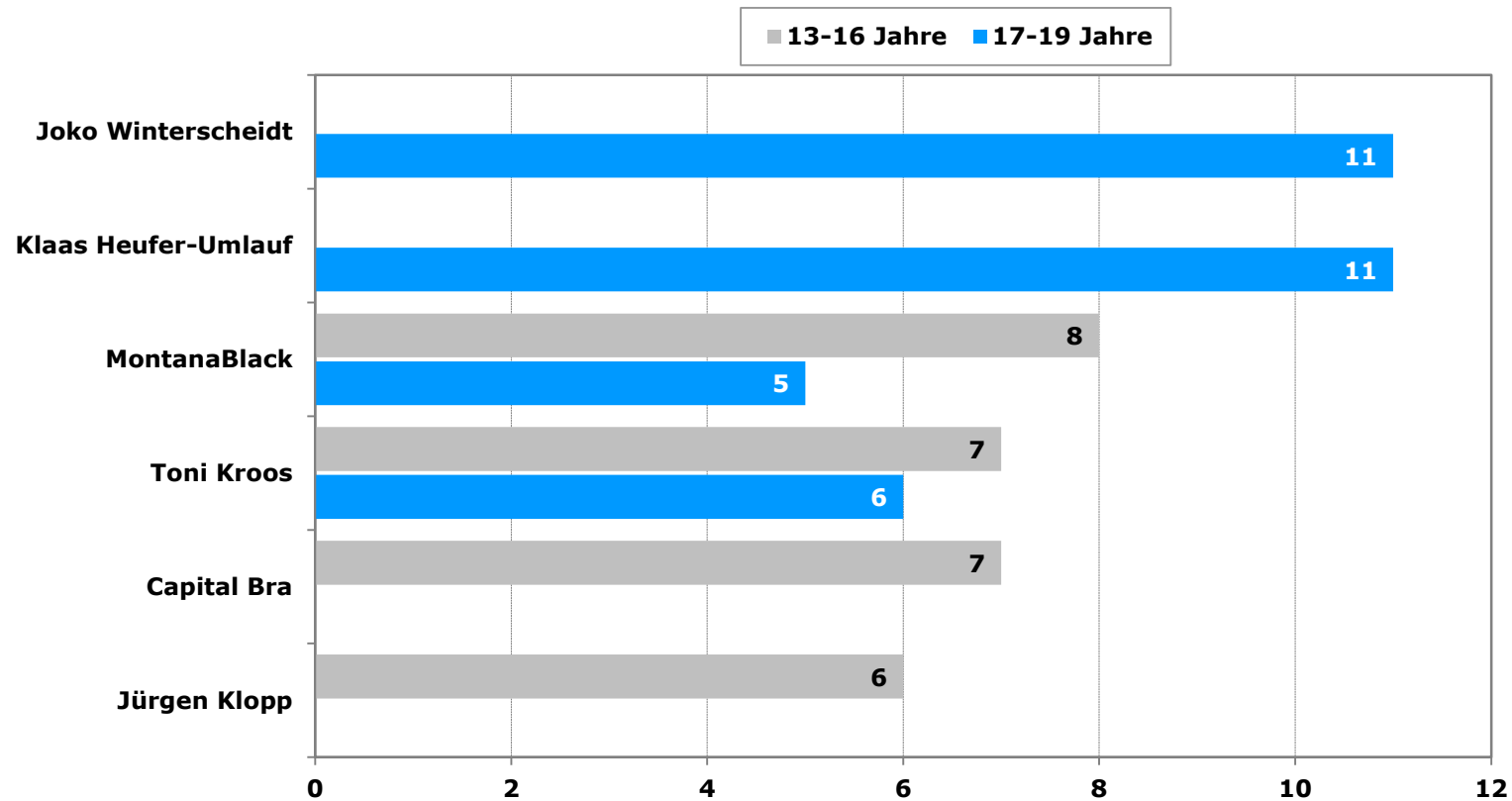
Basis: n=708 Mädchen, 6-19 Jahre.

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

Medien-Idole der Jungen 2021

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



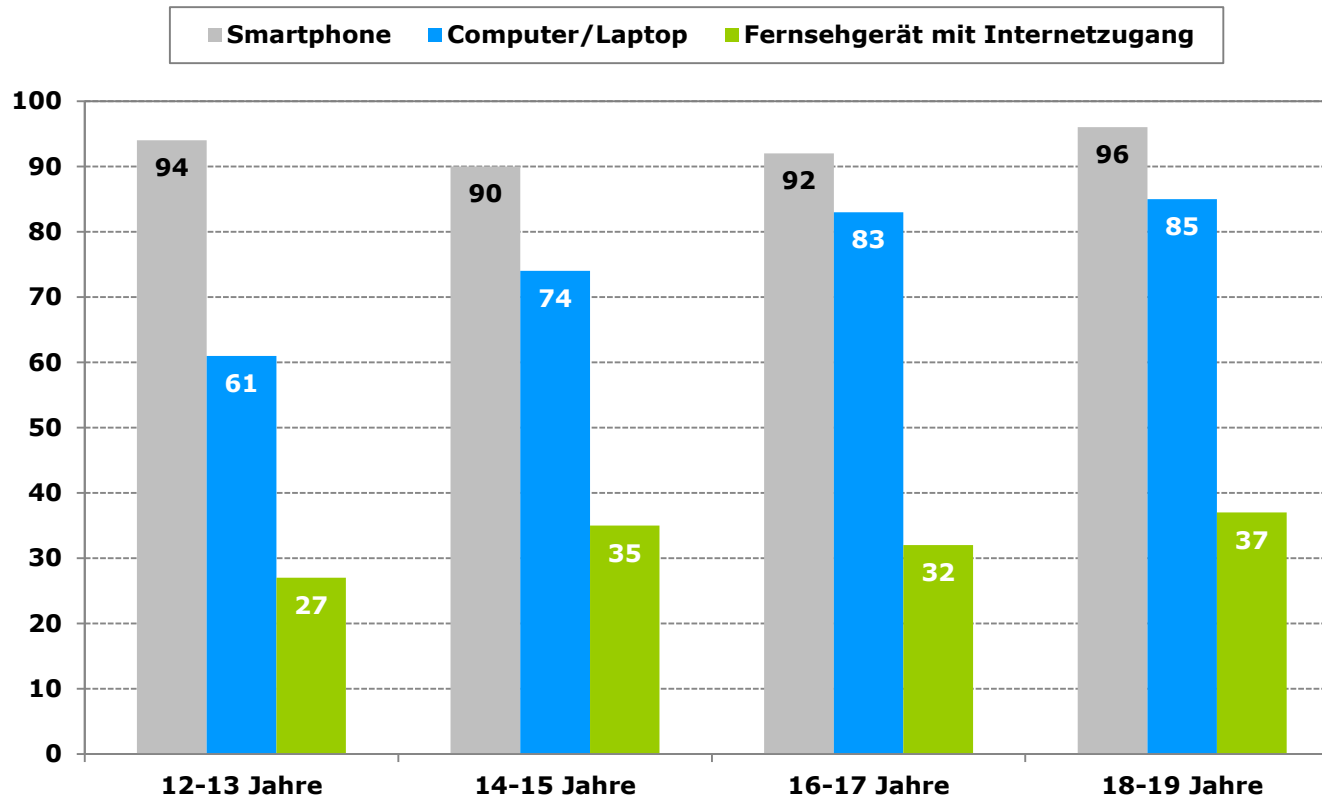
Basis: n=753 Jungen, 6-19 Jahre.

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

Computer, Internet und Social Media

Besitz einzelner Geräte von Jugendlichen 2021

Nach Altersgruppen, Angaben in %

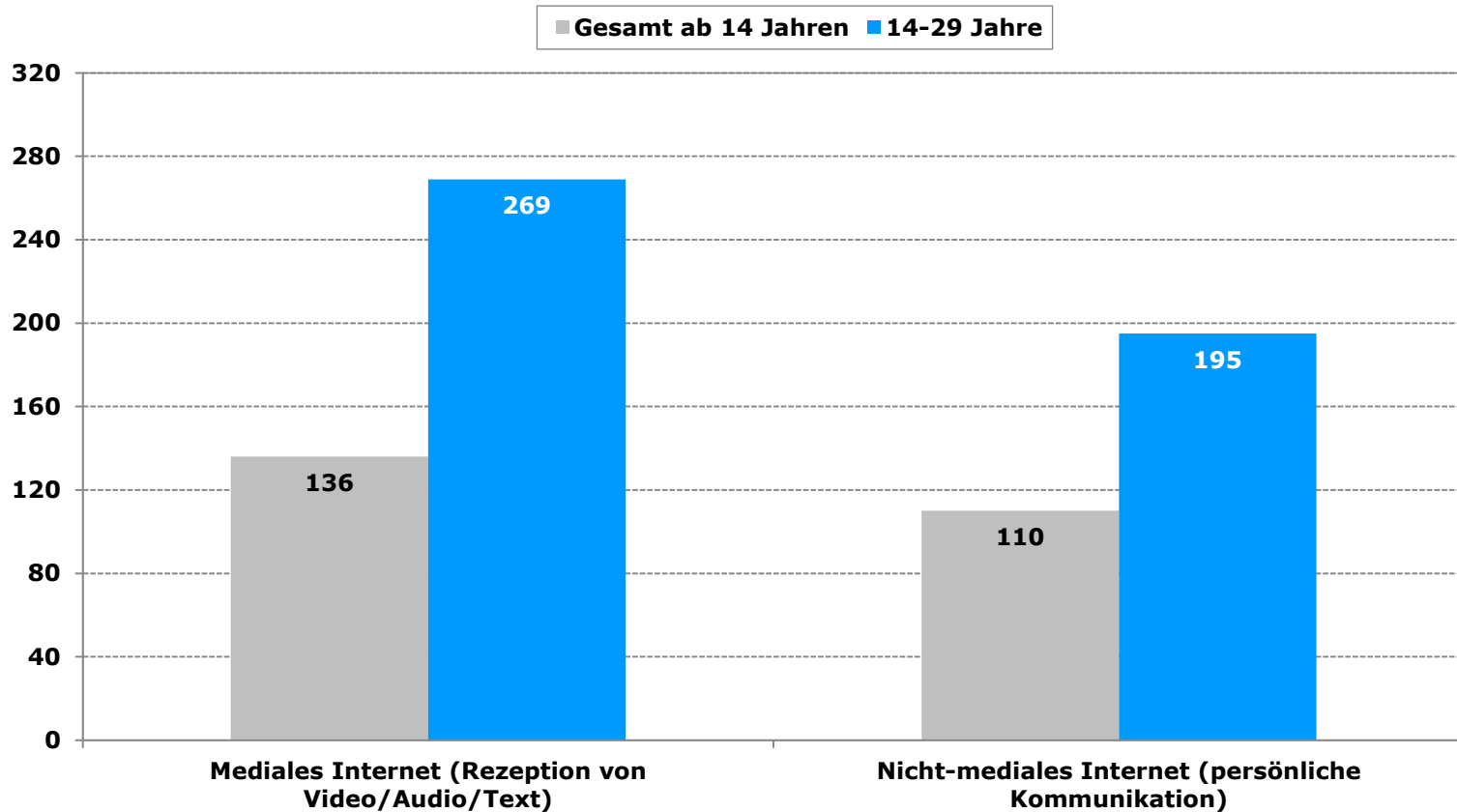


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 9.

Tägliche Nutzungsdauer des Internets 2021

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

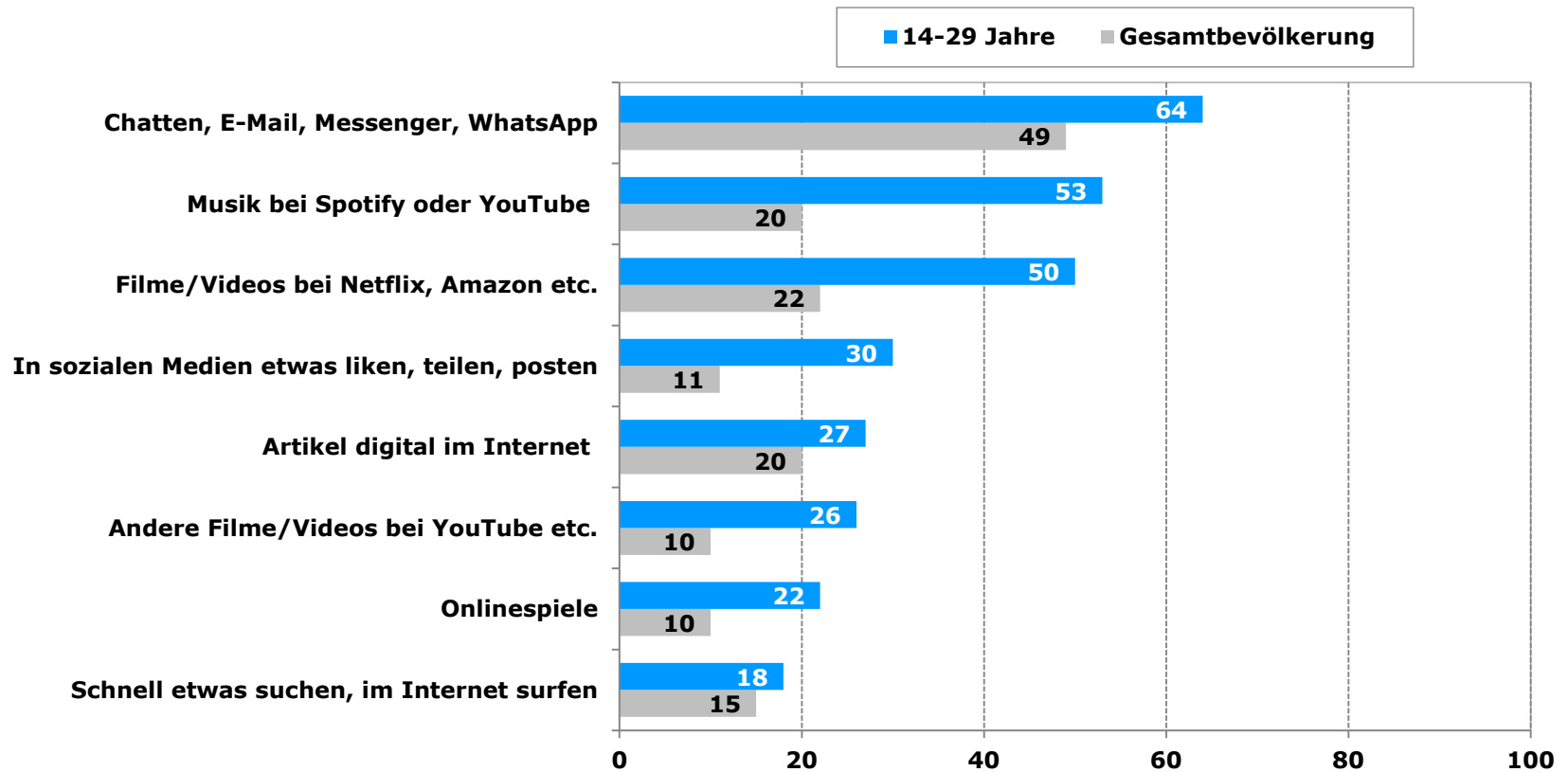


Basis: n=2.001, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021, in: Kupferschmitt/Müller 2021, S. 374.

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

Tagesreichweite, 2021, Auswahl (Angaben in %)

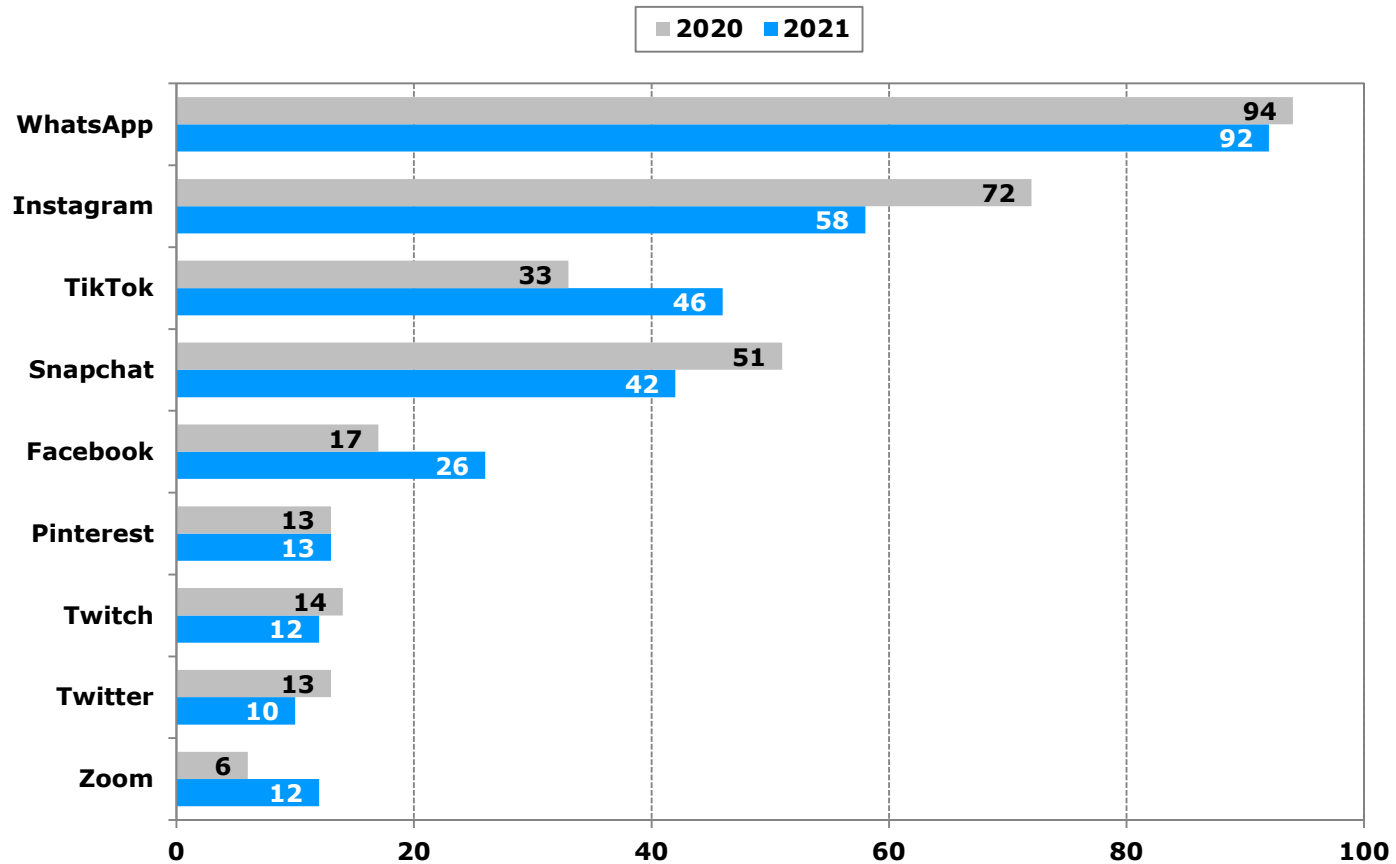


Basis: n=2.001, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2021,
Beisch/Koch, in: Media Perspektiven 10/2021, S. 490.

Welche Online-Angebote nutzen Jugendliche am liebsten?

Max. 3 Nennungen, Auswahl, Vergleich 2020 und 2021 (Angaben in %)

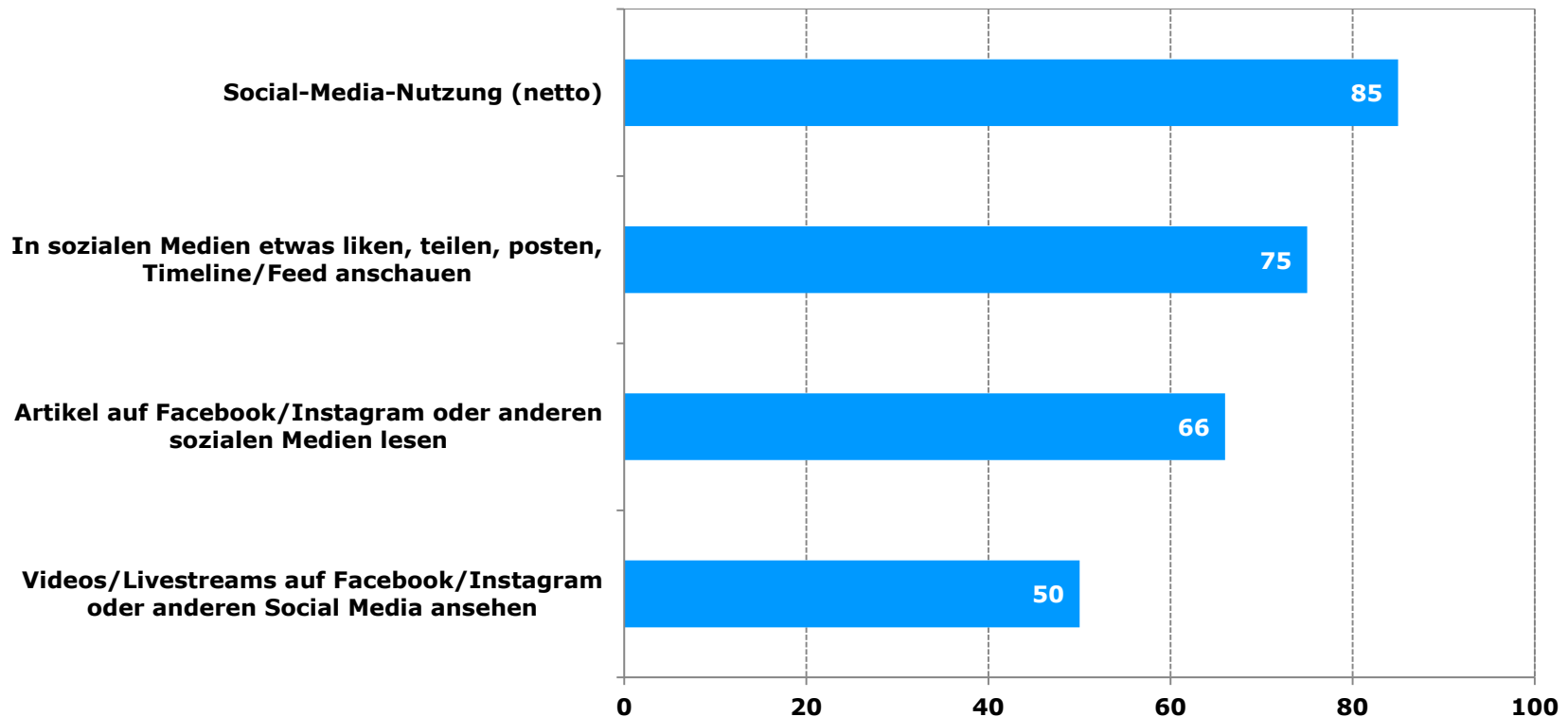


Basis: 2020: n=1.200; 2021: n=1.188; 12-19 Jahre, Internetnutzer*innen.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 38.

Nutzung von Social Media

Mindestens einmal wöchentlich, 14-29 Jahre, 2021, Auswahl (Angaben in %)

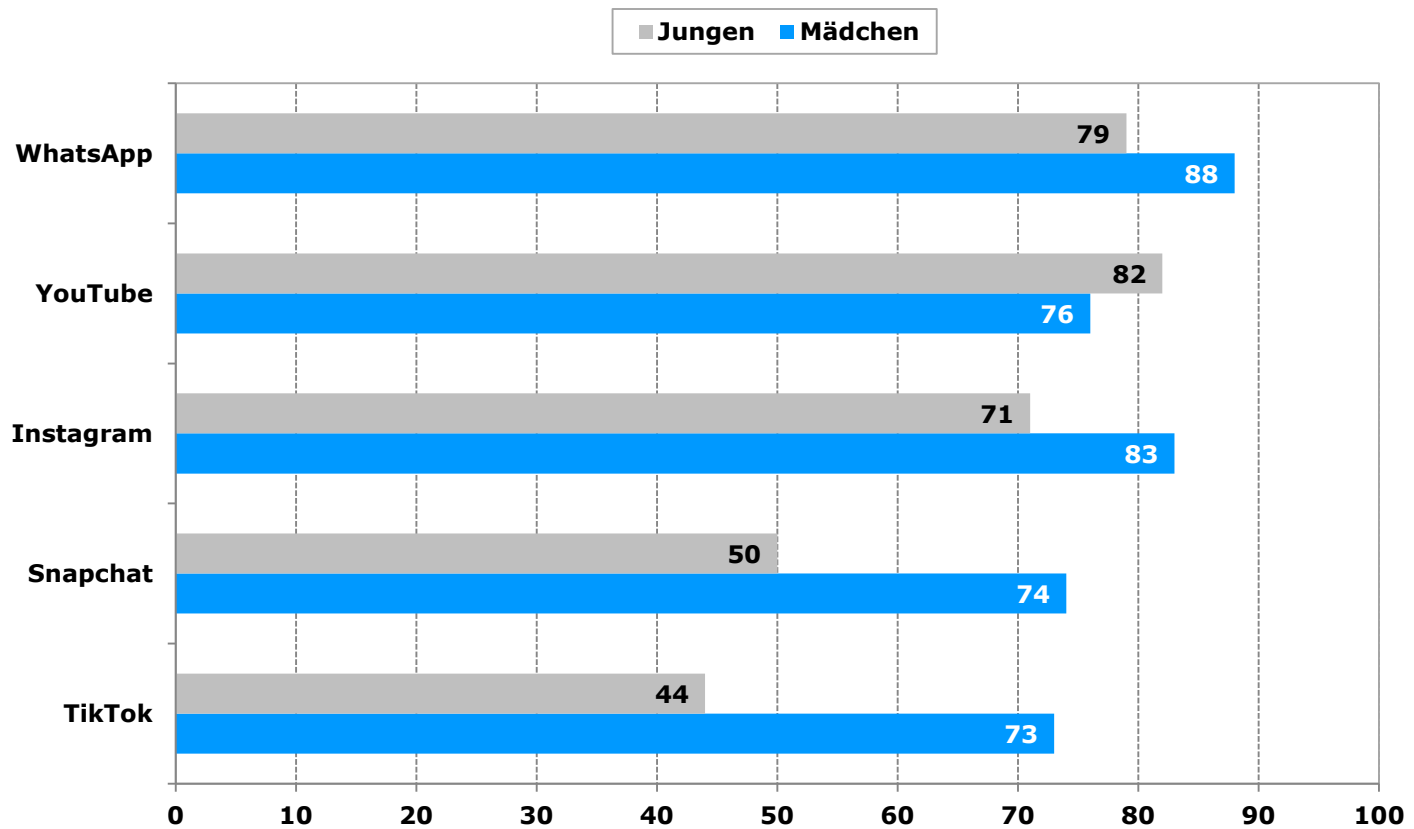


Basis: n=2.001, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren, davon die 14- bis 29-Jährigen.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2021, Beisch/Koch, in: Media Perspektiven 10/2021, S. 498.

Welche sozialen Netzwerke sind bei Jungen und Mädchen am beliebtesten?

Auswahl, 2021 (Angaben in %)

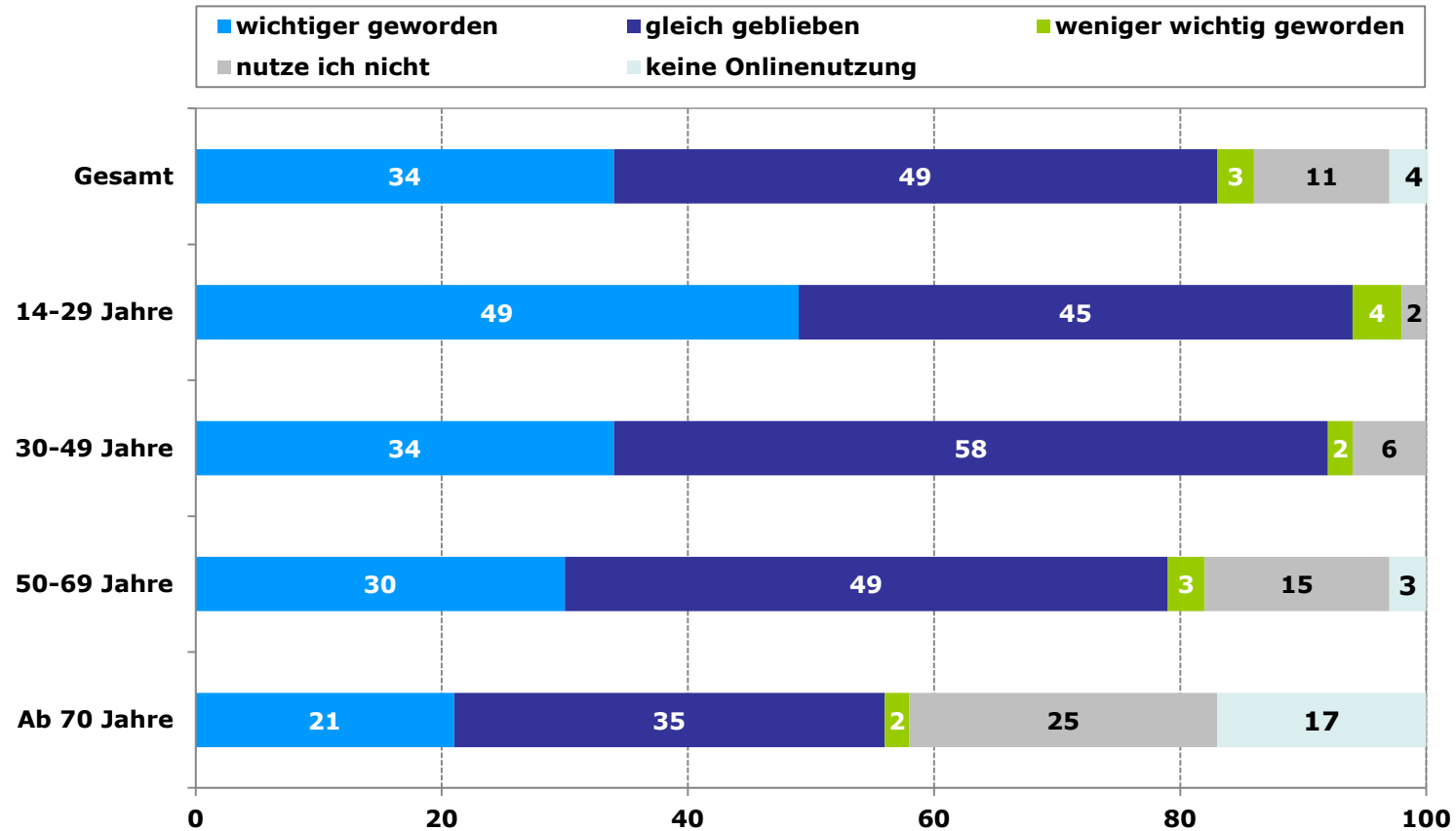


Basis: n=1.000, 16-18 Jahre.

Quelle: Postbank Jugend-Digitalstudie 2021.

Veränderte Relevanz von WhatsApp während der Corona-Krise

Nach Altersgruppen, 2021 (Angaben in %)



Basis: n=2.001, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2021,
Beisch/Koch, in: Media Perspektiven 10/2021, S. 497.

Die beliebtesten Influencer*innen der Jugendlichen

Top 5, nach Geschlecht, 2021

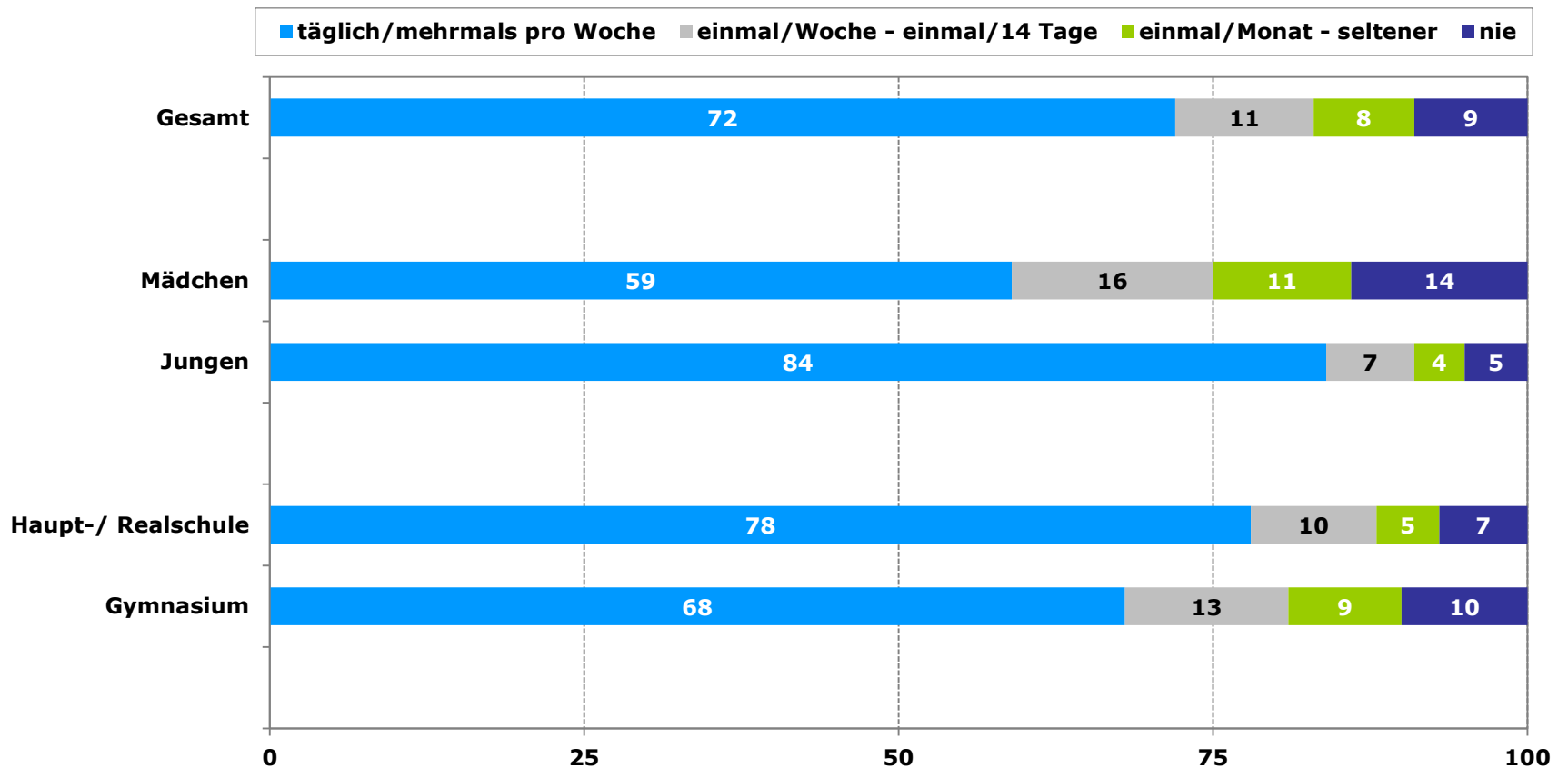
Jungen	Platz	Mädchen
Gronkh (Erik Range)	1	Dagi Bee
MontanaBlack	2	Bianca Heinicke
Rezo	3	Lisa & Lena
Younes Zarou	4	Pamela Reif
Julien Bam (Flying Pandas)	5	Shirin David

Basis: n=729, 13-19 Jahre.

Quelle: IZI-Studie Influencer*innen, 2021.

Nutzungsfrequenz digitaler Spiele 2021

Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele (netto), Angaben in %



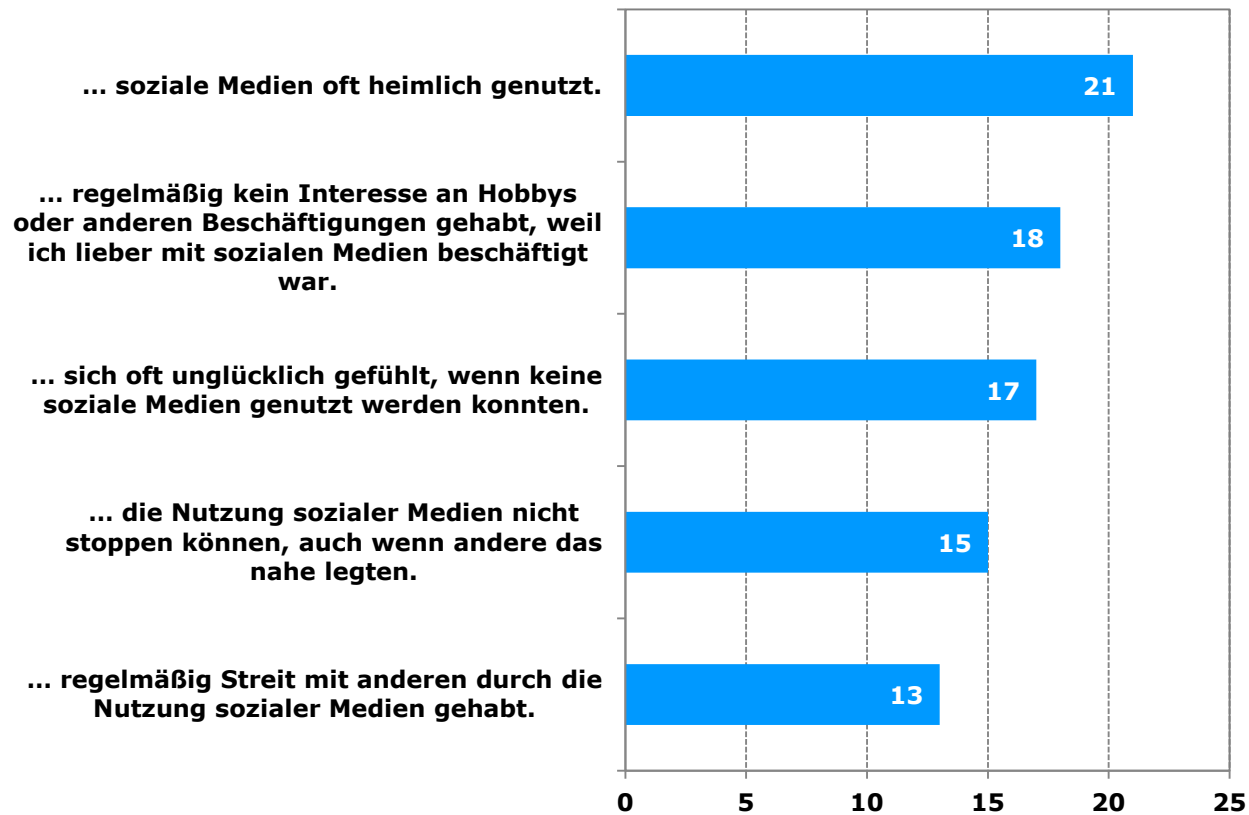
Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 57.

Risikoverhalten von Jugendlichen bei der Nutzung von Social Media

Auswahl, 2021 (Angaben in %)

Auswirkungen des Nutzungsverhaltens von Social Media, ja/zutreffend



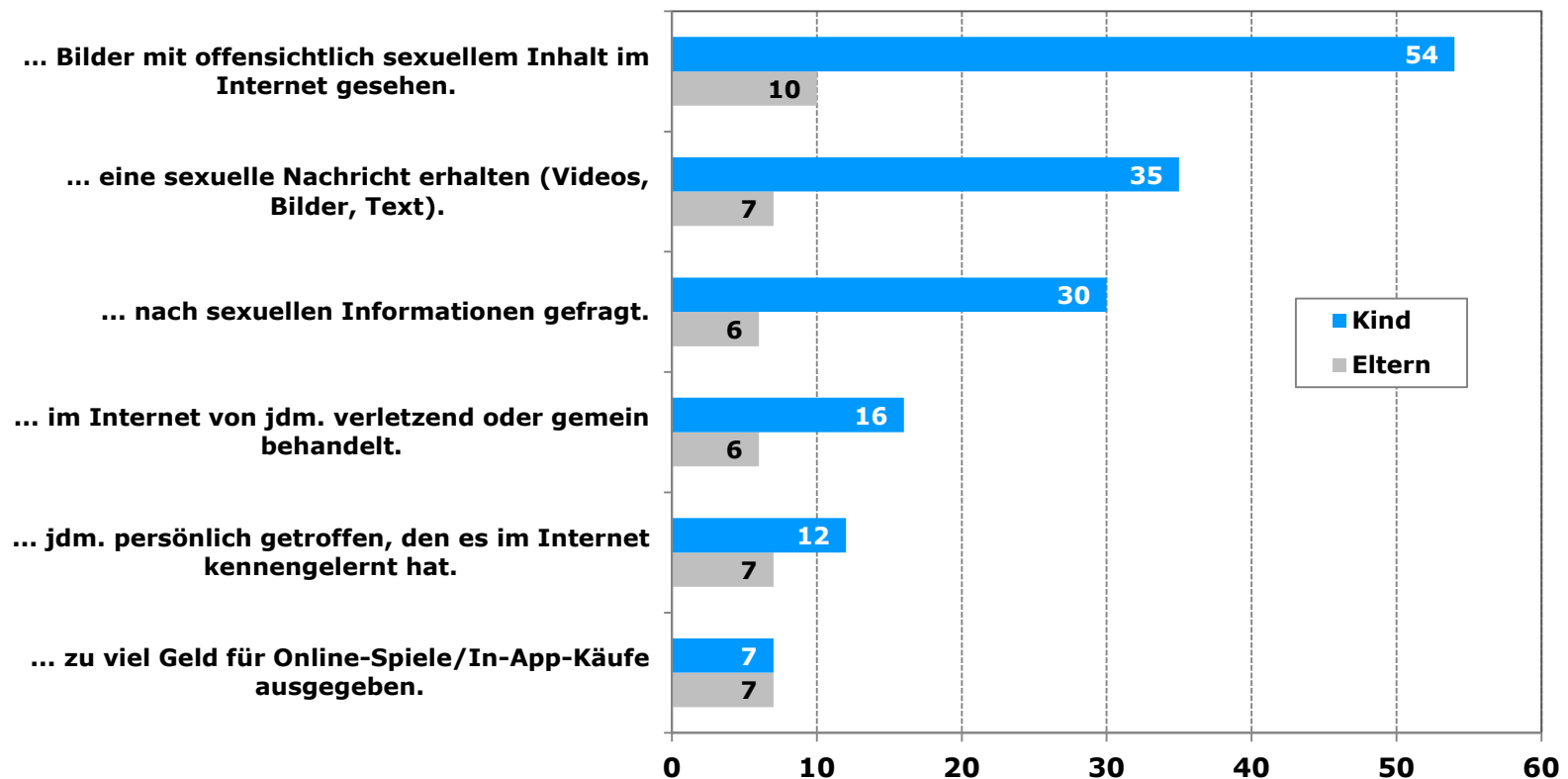
Basis: n=1.250, 10-19 Jahre, Social-Media-Nutzung mind. einmal pro Woche.

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

Negative Online-Erfahrungen – Vergleich zwischen den Angaben der Eltern und der Kinder

Im vergangenen Jahr schon mal passiert, 2019, Eltern- und Kinderbefragung, Auswahl (Angaben in %)

Das Kind wurde/hat ...

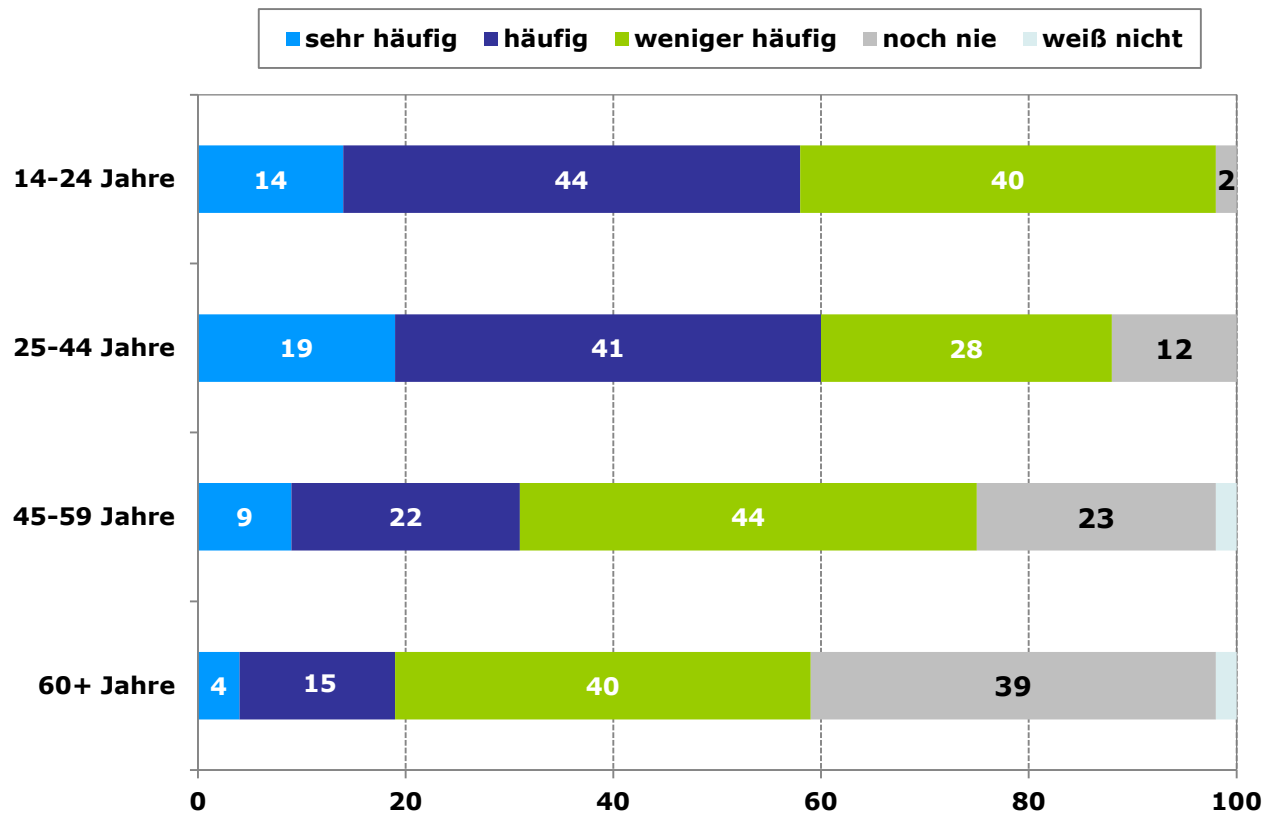


Basis: n=1.044 Kinder, 9-17 Jahre und n=1.044 Eltern.

Quelle: Hasebrink u. a.: EU Kids Online-Befragung Deutschland 2019, S. 37.

Hate Speech Erfahrungen von jungen Menschen im Vergleich mit Älteren

„Persönlich schon Hate Speech/Hasskommentare im Internet gesehen“, 2021 (Angaben in %)



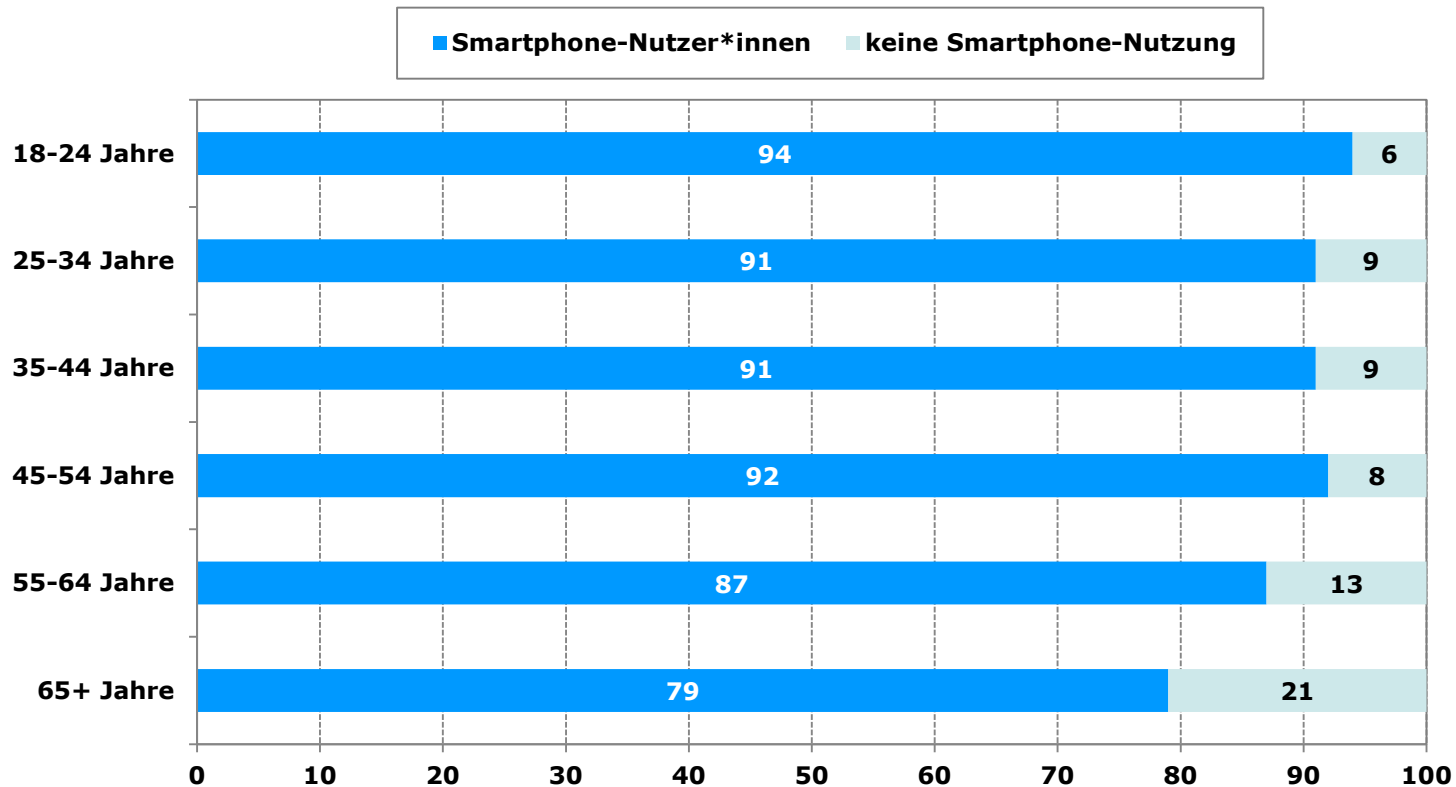
Basis: n=1.007; 14+ Jahre.

Quelle: Landesanstalt für Medien NRW 2021, S. 2.

Handy und mobile Medien

Anteil an jungen Smartphone-Nutzer*innen im Vergleich mit anderen Altersgruppen

2019, Auswahl (Angaben in %)

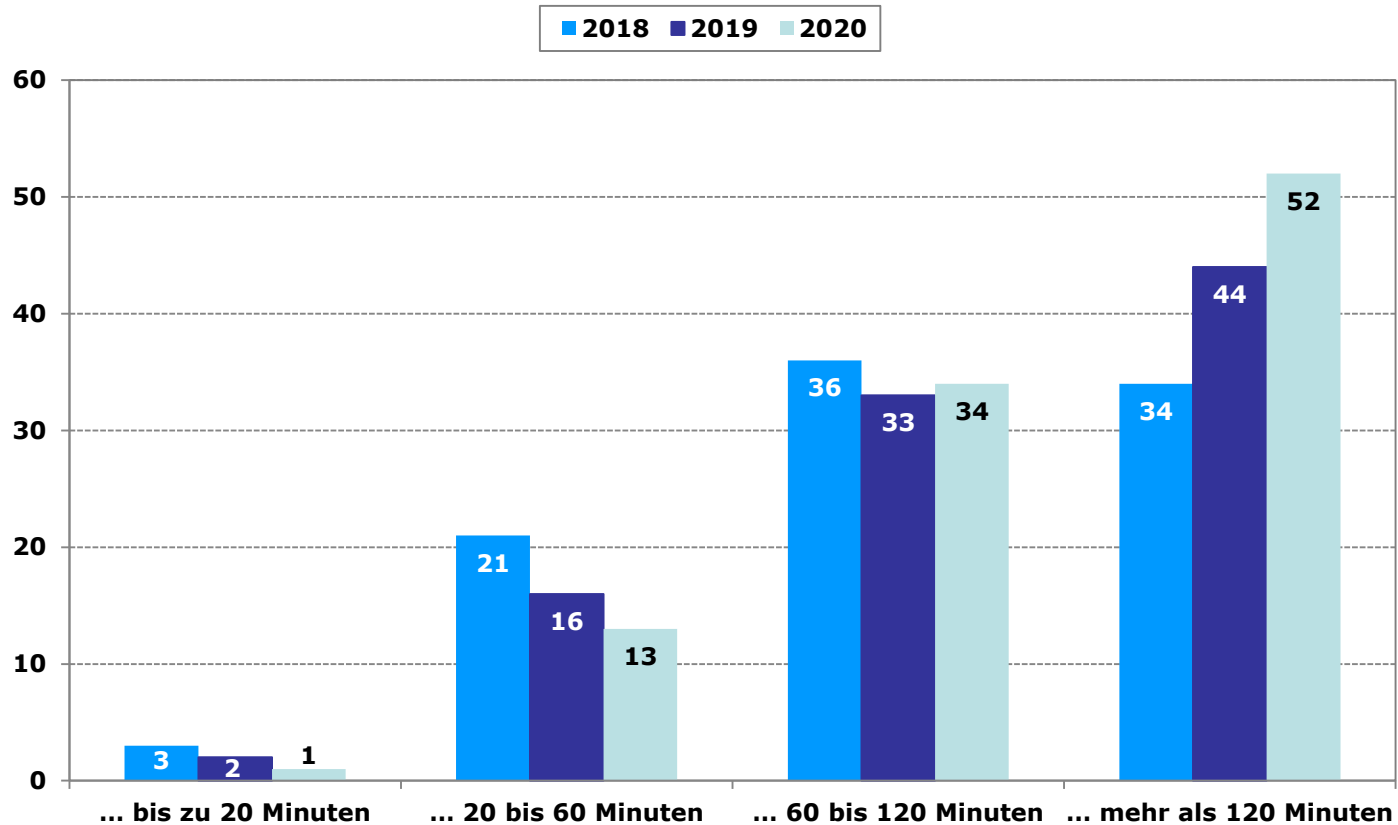


Basis: n=>2.000; 18+ Jahre.

Quelle: Deloitte Global Mobile Consumer Survey, in: Deloitte 2020, S. 4.

Wie lange nutzen Heranwachsende ihr Smartphone täglich?

2018-2020 (Angaben in %)

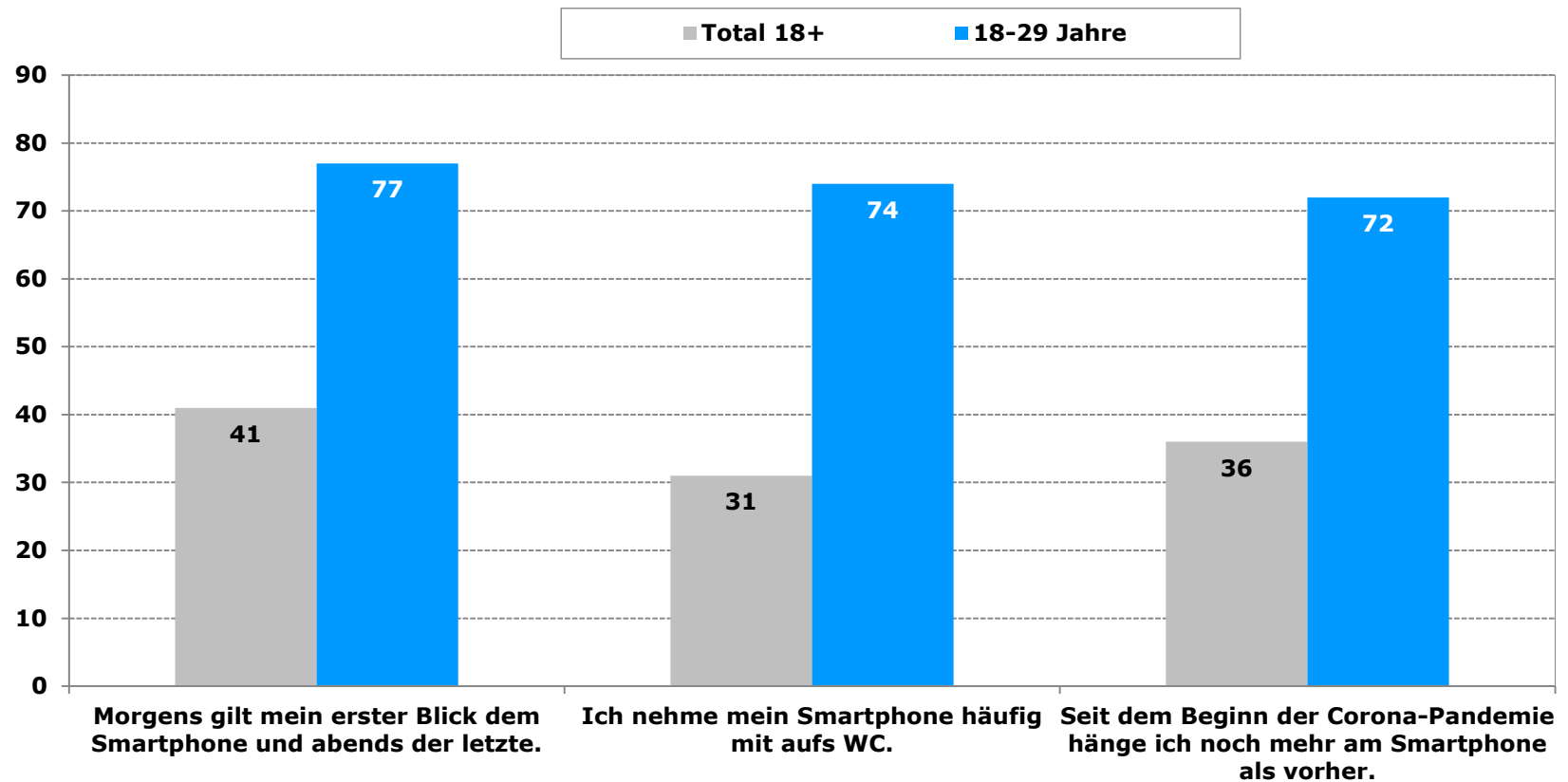


Basis: 2020: n=336, 2019: n=249, 16-29 Jahre, Smartphone-Nutzer*innen.

Quelle: Mobile 360° Studie, Data and Audience Intelligence/AdAlliance 2020, S. 10.

Smartphone-Verhaltensmuster

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

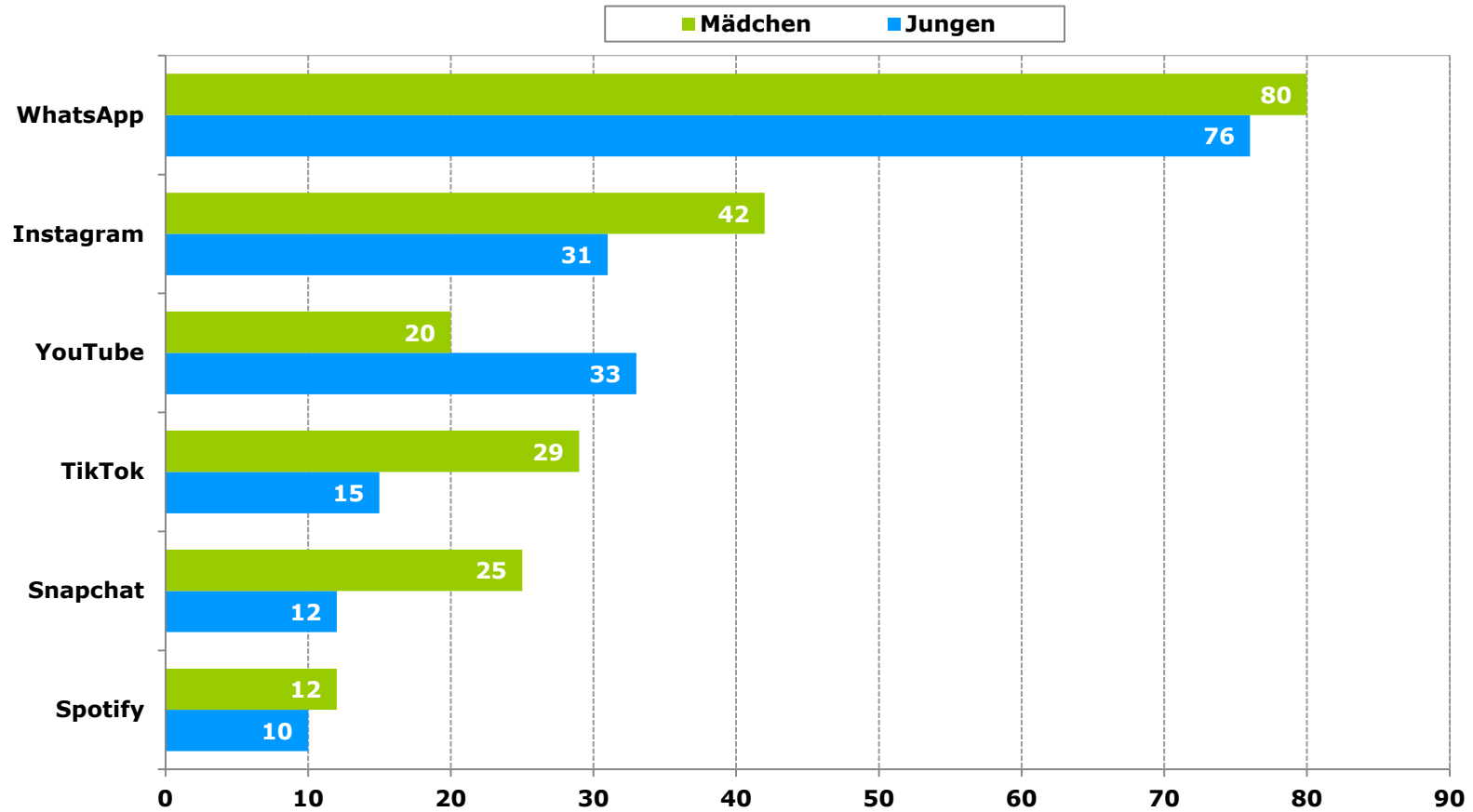


Basis: n=1.000, ab 18 Jahren.

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

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone

Bis zu drei Nennungen ohne Antwortvorgabe, Nennung ab 3 Prozent, Auswahl, nach Geschlecht, 2021
(Angaben in %)

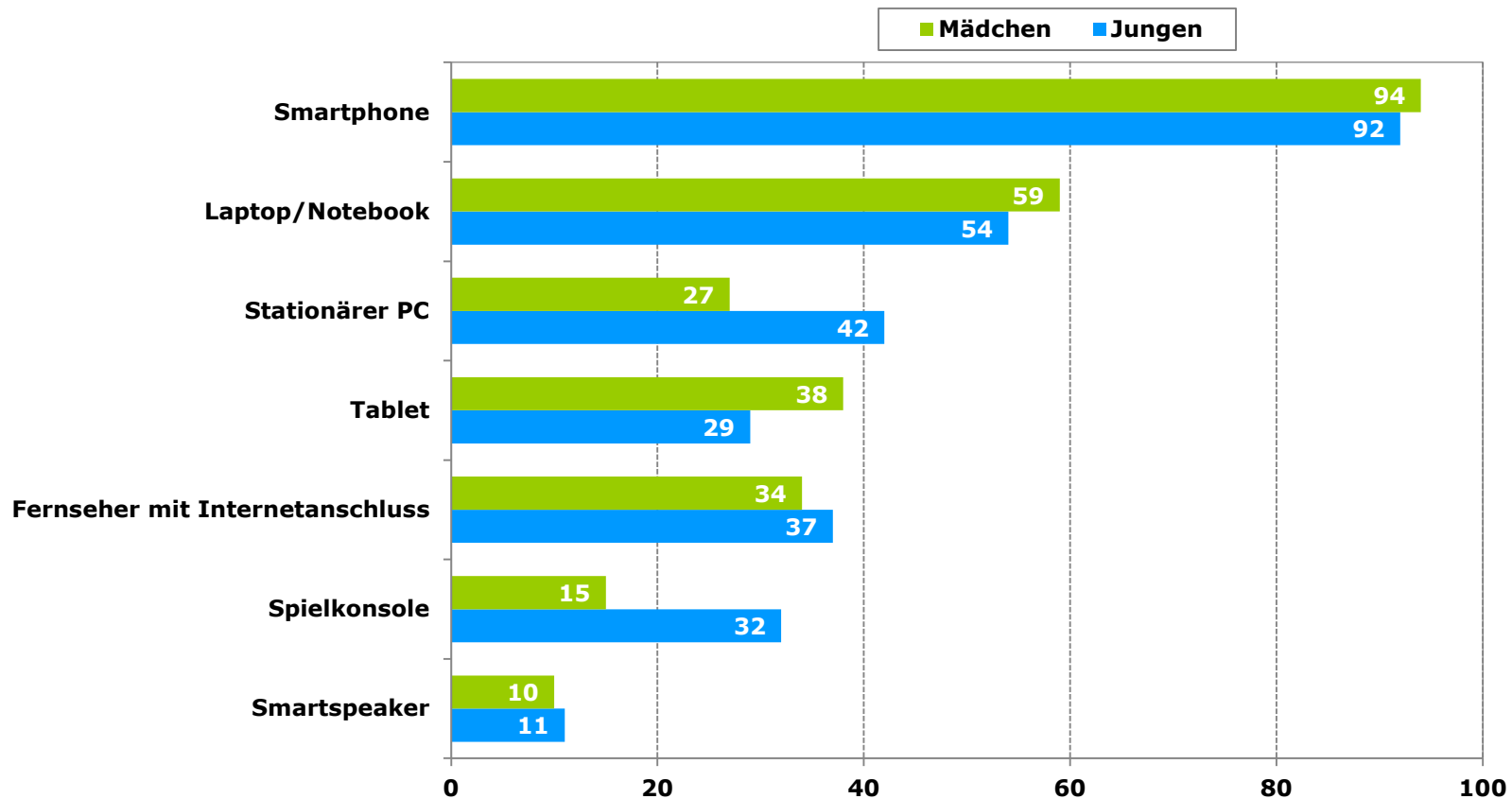


Basis: n=1.131; Befragte, die ein Handy/Smartphone besitzen, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 34.

Mobile Medien als Internetzugang

In den letzten 14 Tagen, nach Geschlecht, 2021 (Angaben in %)
 „Welche Geräte verwendest du am häufigsten, um online zu gehen?“

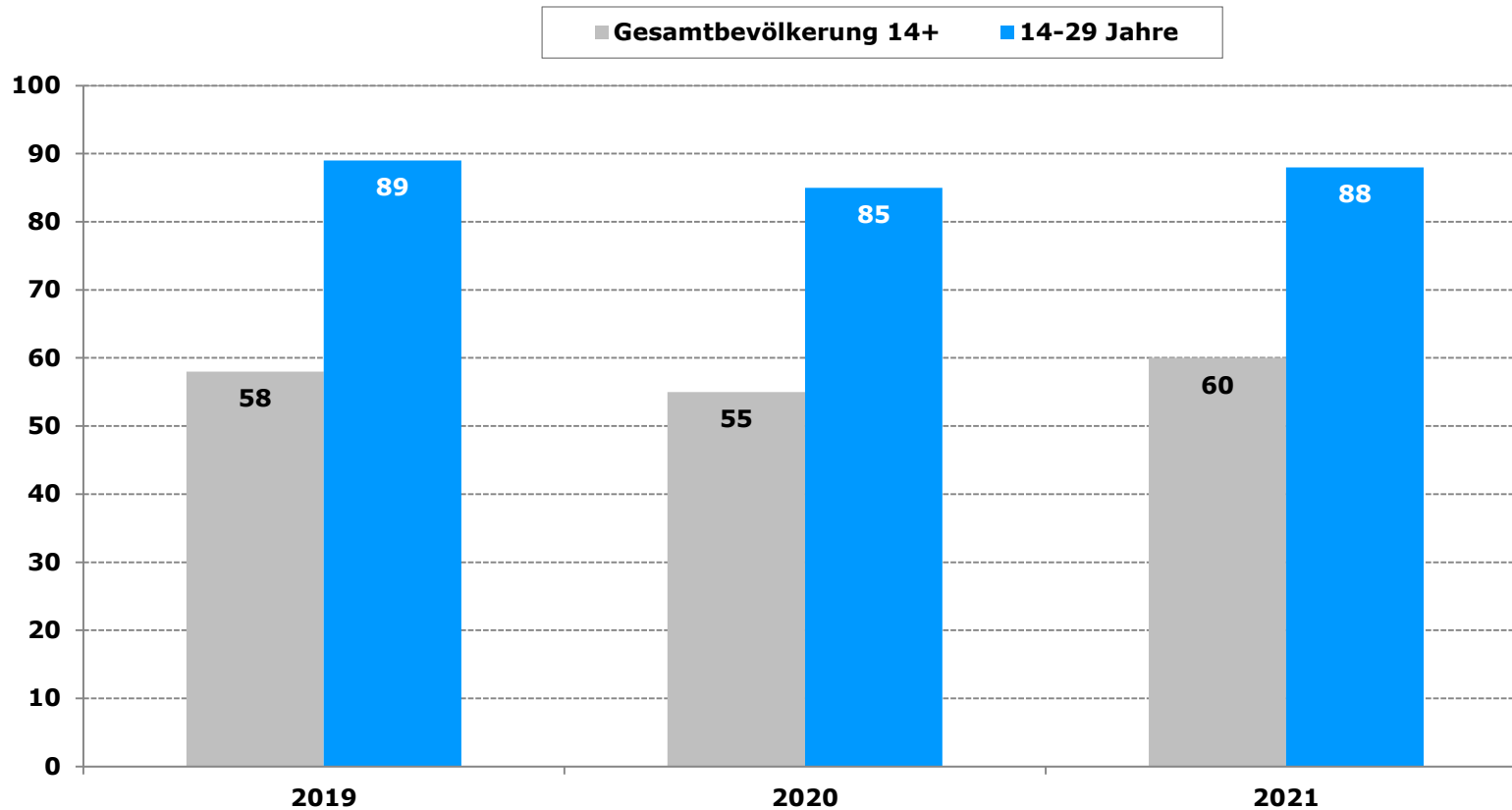


Basis: n=1.200; 12- bis 19-Jährige, die mind. alle 14 Tage das Internet nutzen.

Quelle: JIM-Studie, 2021, S. 31.

Junge Menschen nutzen das Internet häufig unterwegs

Mindestens wöchentlich, Vergleich Gesamtbevölkerung (14+) und 14- bis 29-Jährige, 2019-2021, (Angaben in %)

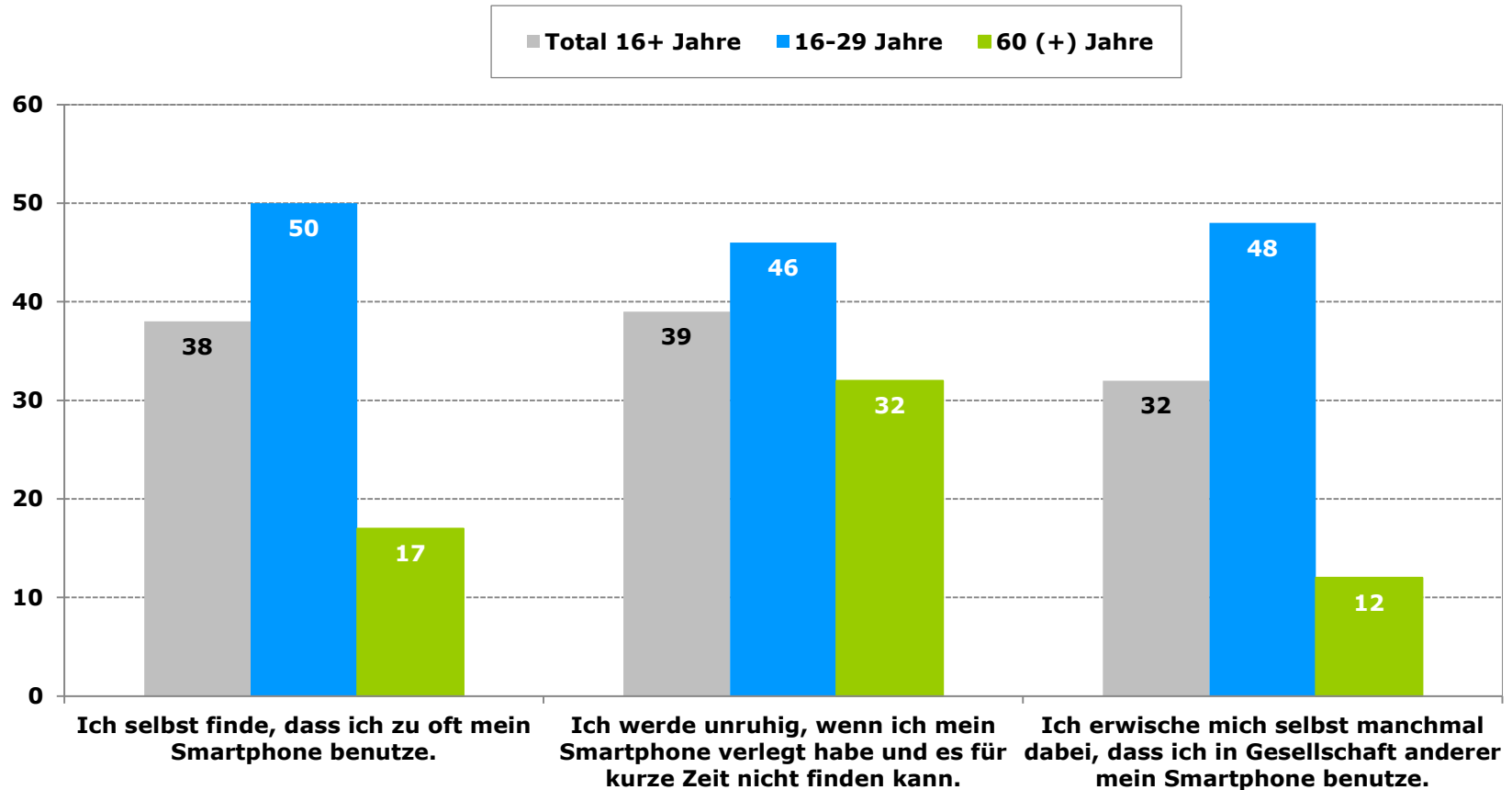


Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2019: n=2.000, 2020: n=3.003, 2021: n=2.001).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2019-2021, Beisch/Koch, in: Media Perspektiven 10/2021, S. 488.

Junge Menschen sehen ihre Handynutzung selbst kritisch

Vergleich verschiedener Altersgruppen mit der Gesamtbevölkerung, 2020 (Angaben in %)
Stimme voll und ganz/eher zu



Basis: n=1.534, 16+ Jahre.

Quelle: Mobile 360° Studie, Data and Audience Intelligence/AdAlliance 2020, S. 36.

Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- AGF GenZ Videostudie. Bewegtbildnutzung im Wandel – Jugendliche gehen voran. AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar. 2020.
URL: https://www.agf.de/fileadmin/agf/bewegtbildforschung/downloads/AGF_GenZ_Videostudie_-_Praesentation_Ergebnisse.pdf (letzter Aufruf: 28.07.2022)
- Beisch, Natalie/Koch, Wolfgang: 25 Jahre ARD-/ZDF-Onlinestudie: unterwegsnutzung steigt wieder und Streaming/Mediatheken sind weiterhin Treiber des medialen Internets. In: Media Perspektiven 10/2021, S. 486-503.
URL: https://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2021/Beisch_Koch.pdf (letzter Aufruf: 11.11.2021).
- Data and Audience Intelligence/AdAlliance: Mobile 360° Studie. Smartphone Nutzung in Deutschland. Ergebnisse der Befragung 2020. URL: <https://www.ad-alliance.de/download/3211333> (letzter Aufruf: 18.11.2021)
- Deloitte: Smartphone-Nutzung am Limit? Der deutsche Mobile Consumer im Profil 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/de/de/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/smartphone-nutzung-2020.html> (letzter Aufruf: 18.11.2021).
- Feierabend, Sabine u. a.: Jugend, Information, Medien. In: Media Perspektiven 1/2021, S. 17-32.
URL: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/2101_Feierabend_ua.pdf (letzter Aufruf: 11.11.2021).
- 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-ibi.de/uploads/media/default/cms/media/tkttgbox_AP55%20UseTheNews.pdf (letzter Aufruf: 12.11.2021).

Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- Hasebrink, Uwe/Lampert, Claudia/Thiel, Kira: Online-Erfahrungen von 9- bis 17-Jährigen. Ergebnisse der EU Kids Online-Befragung in Deutschland. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut 2019.
URL: https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/odfzoy_EUKO_DE_191209.pdf (letzter Aufruf: 26.02.2022).
- Hölig, Sascha/Hasebrink, Uwe/Behre, Julia: Reuters Institute Digital News Report 2021 – Ergebnisse für Deutschland. Hamburg: Verlag Hans-Bredow-Institut 2021. URL: https://www.hans-bredow-institut.de/uploads/media/Publikationen/cms/media/v9drj2w_AP58_RDNR21_Deutschland.pdf (letzter Aufruf: 12.11.2021).
- 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 2021.
- Kupferschmitt, Thomas/Müller, Thorsten: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021: Mediennutzung im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven 7-8/2021, S. 370-395.
URL: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2021/210708_Kupferschmitt_Mueller_Korr_2021-9-13.pdf (letzter Aufruf: 12.11.2021).
- Landesanstalt für Medien NRW: Ergebnisbericht. Forsa-Befragung zu: Hate Speech 2021.
URL: https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Themen/Hass/forsa_LFMNRW_Hassrede2021_Ergebnisbericht.pdf (letzter Aufruf: 05.08.2022)

Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- Media Perspektiven Basisdaten. Daten zur Mediensituation in Deutschland 2021. Frankfurt am Main, 2022. URL: <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/basisdaten/> (letzter Aufruf: 04.08.2022).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie 2021. Jugend, Information, (Multi-) Media. Stuttgart 2021. URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2021/JIM-Studie_2021_barrierefrei.pdf (letzter Aufruf: 04.08.2022).
- 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 (letzter Aufruf: 15.11.2021).
- Postbank Jugend-Digitalstudie 2021. URL: <https://www.presseportal.de/pm/6586/5006189> und <https://www.presseportal.de/pm/6586/4994763> (letzter Aufruf: 12.11.2021).
- pronovaBKK: Die Süchte der . URL: <https://www.pronovabkk.de/presse/studien-archiv/die-suechte-der-deutschen-2021-suchtverhalten-in-der-corona-krise.html> (letzter Aufruf: 18.11.2021).
Deutschen 2021
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.): Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort. Weinheim Basel 2019. URL: <https://www.shell.de/ueber-uns/shell-jugendstudie.html> (letzter Aufruf: 26.02.2020).
- Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH: Alles auf dem Schirm? Wie sich junge Menschen in Deutschland zu politischen Themen informieren. Düsseldorf 2019. URL: https://www.vodafone-stiftung.de/wp-content/uploads/2019/11/Vodafone-Stiftung-Deutschland_Studie_Politisches_Informationsverhalten.pdf (letzter Aufruf: 26.02.2020).