

Grunddaten Jugend und Medien 2017

Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland

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

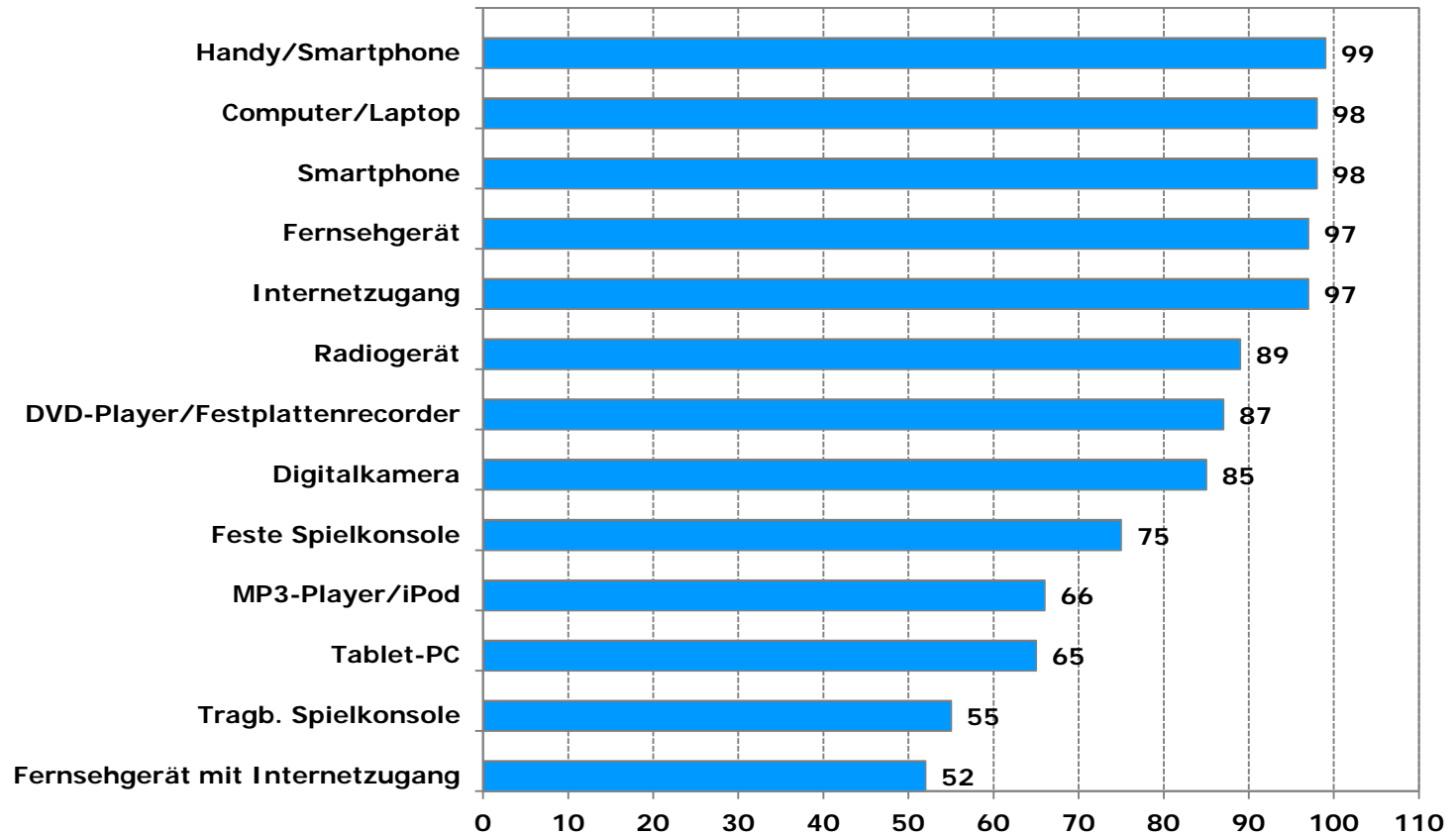
Inhaltsübersicht

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien für Jugendliche	3
Jugendliche und Fernsehen	21
Computer, Internet und Web 2.0	35
Handy und mobile Medien	48

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien

Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt, 2016, Auswahl (Angaben in %)

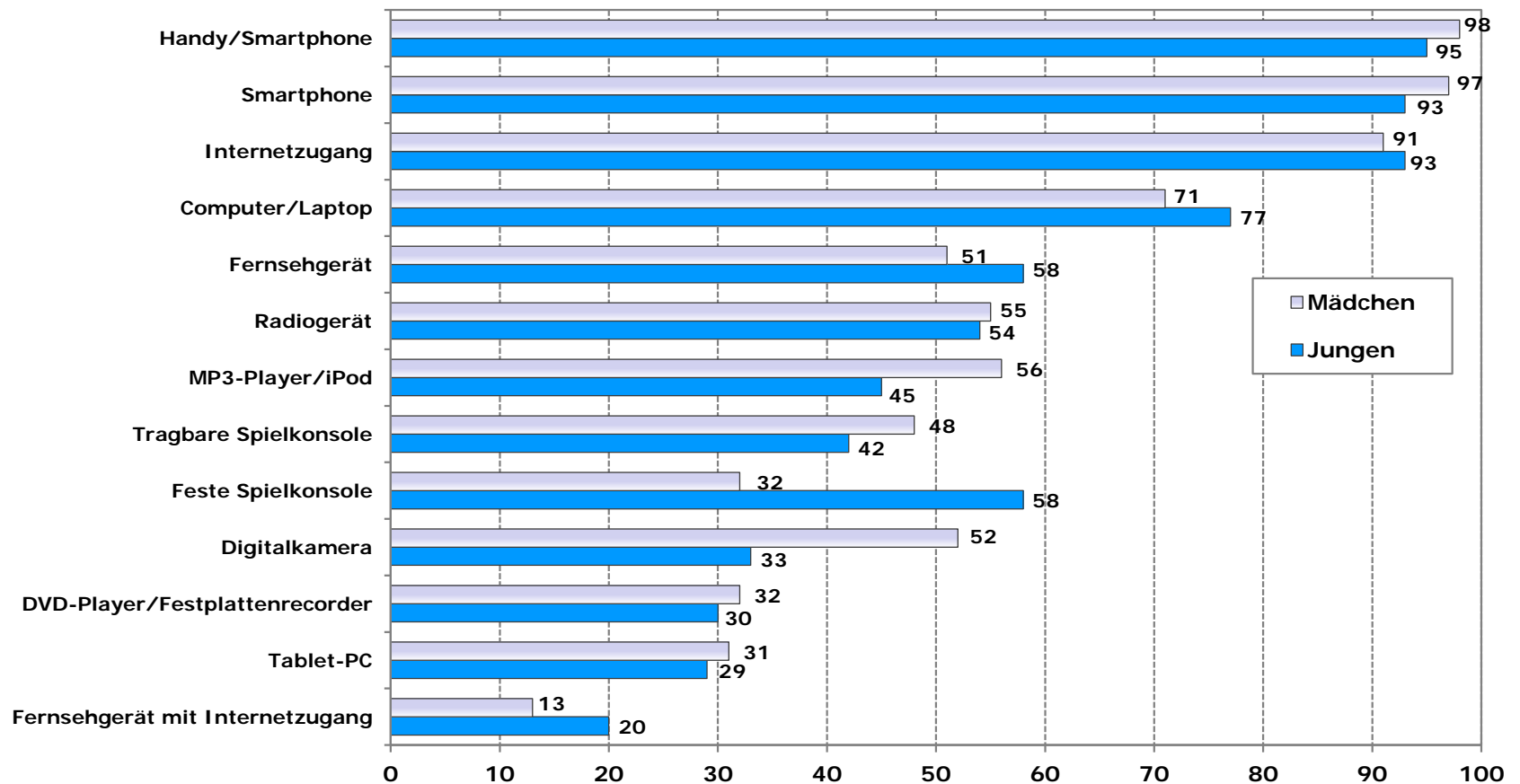


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S S. 6.

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, 2016, Auswahl (Angaben in %)

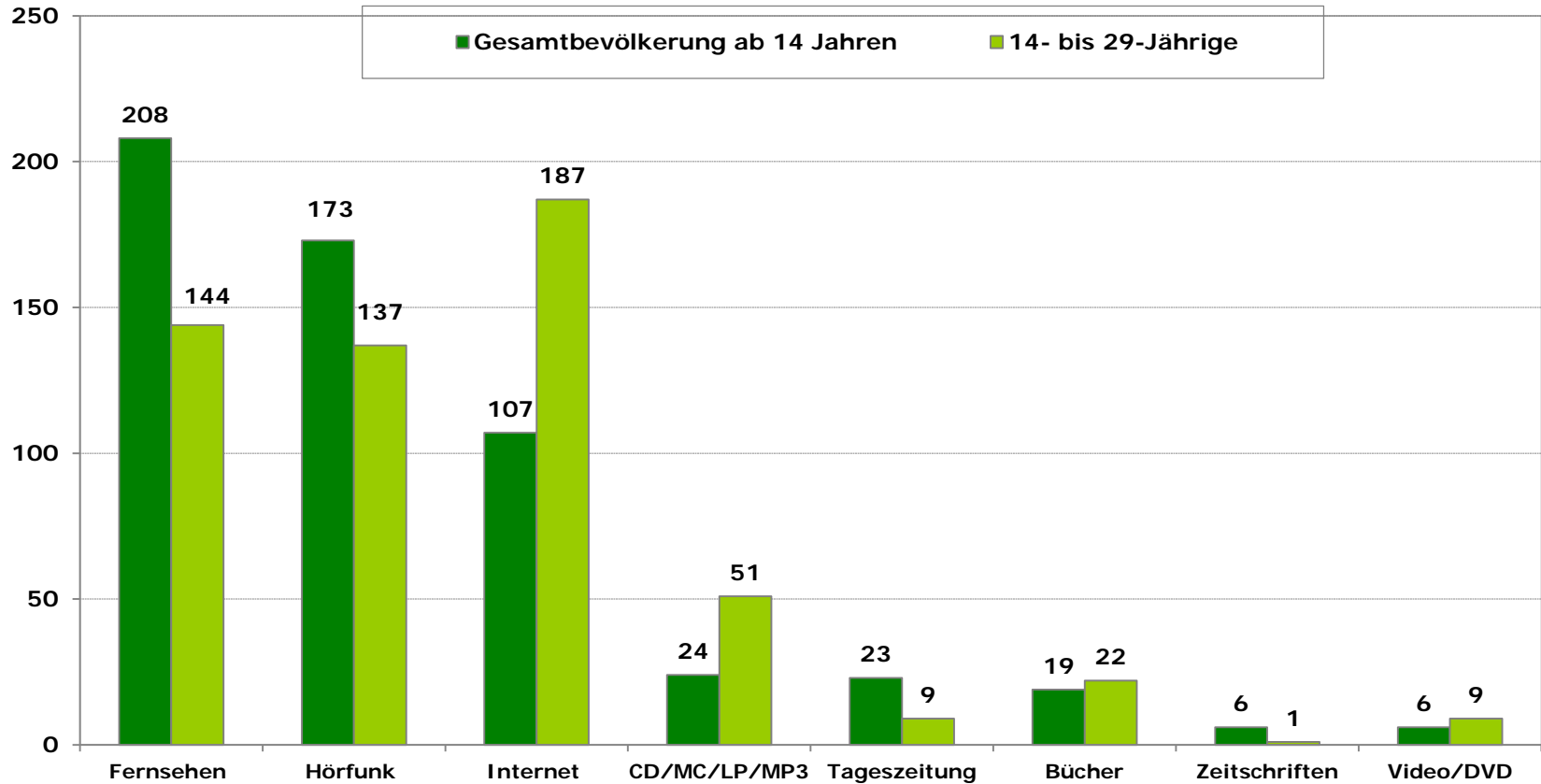


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 8.

Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien 2015

Nach Altersgruppen, Nutzungsdauer in Minuten/Tag

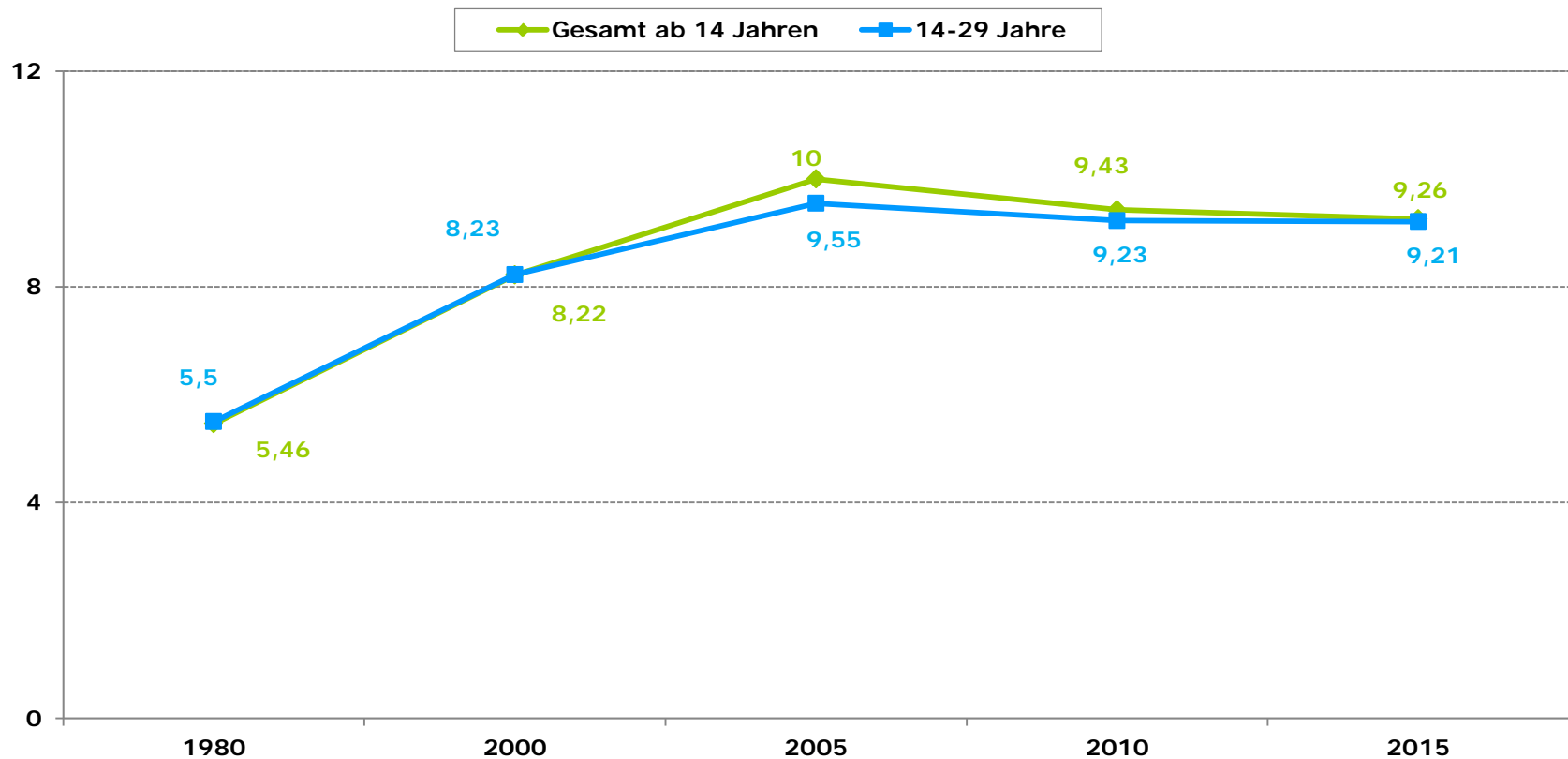


Basis: n=4.300 Personen ab 14 Jahre in Deutschland, Mo-So, 5:00–24:00 Uhr.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in: Engel/Breunig 2015, S. 312.

Das Zeitbudget für Mediennutzung ist relativ stabil

Brutto in Std./Tag, Vergleich 14-29 Jahre mit Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre, 1980-2015

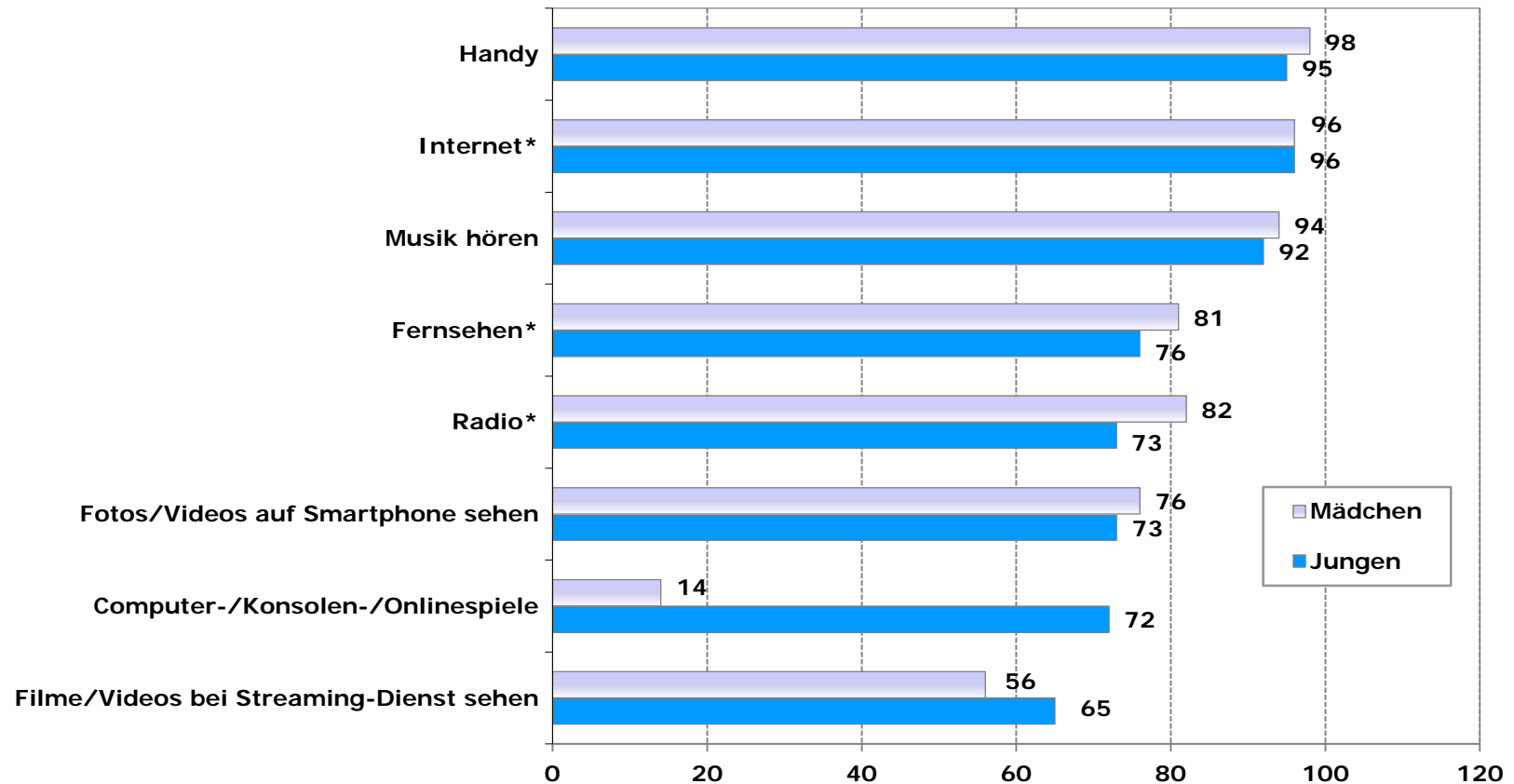


Basis: BRD gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14+ Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschsprachige Bevölkerung; ab 1980: 6 Medien, ab 1985: 7 Medien, ab 2000: 8 Medien inkl. Internet.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1970-2015. In: Breunig/Engel 2015, S. 7 und 8.

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

Nach Geschlecht, Auswahl, 2016 (Angaben in %)



Basis: n= 1.200, 12-19 Jahre.

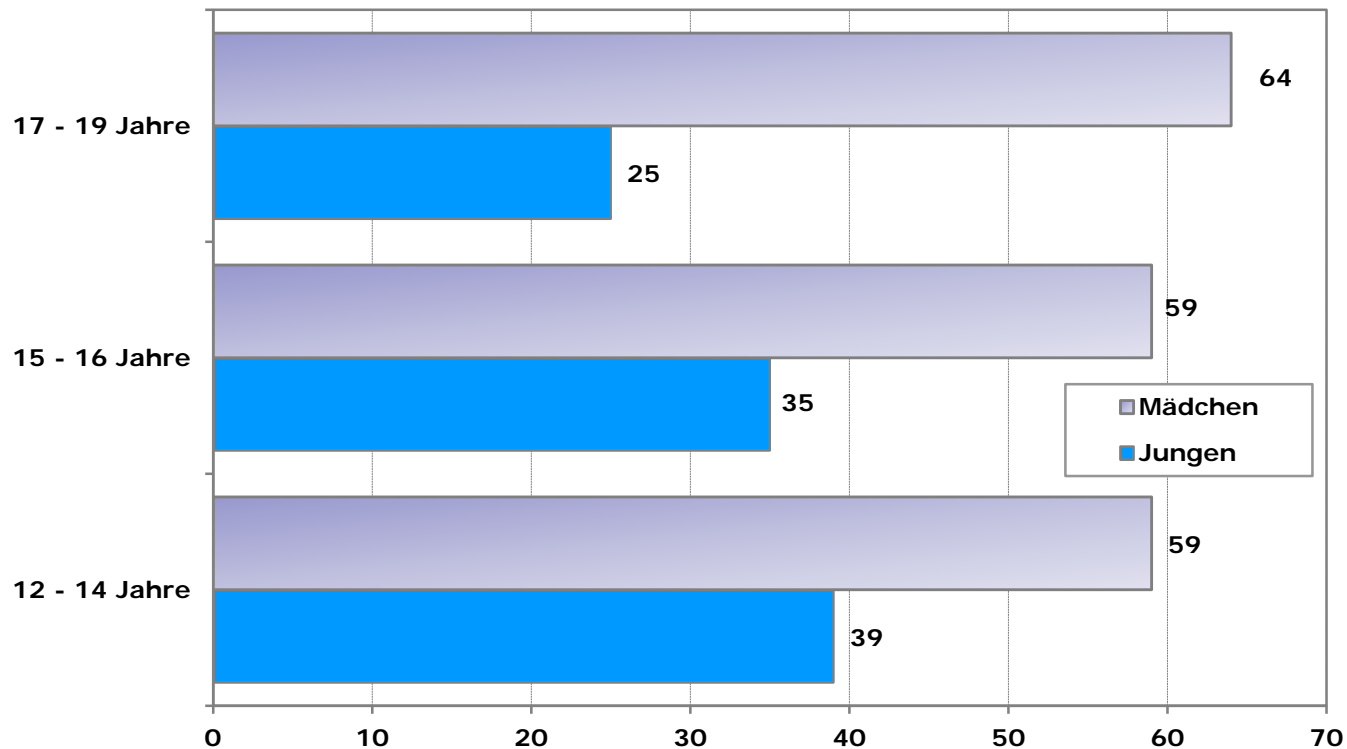
*Nutzung egal über welchen Zugang.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 12.

Bücher sind (vor allem bei den weiblichen) Jugendlichen nicht out

„Ich lese (sehr) gerne Bücher“

„Ja“-Antworten 12- bis 19-Jähriger, nach Alter und Geschlecht, 2014 (Angaben in %)

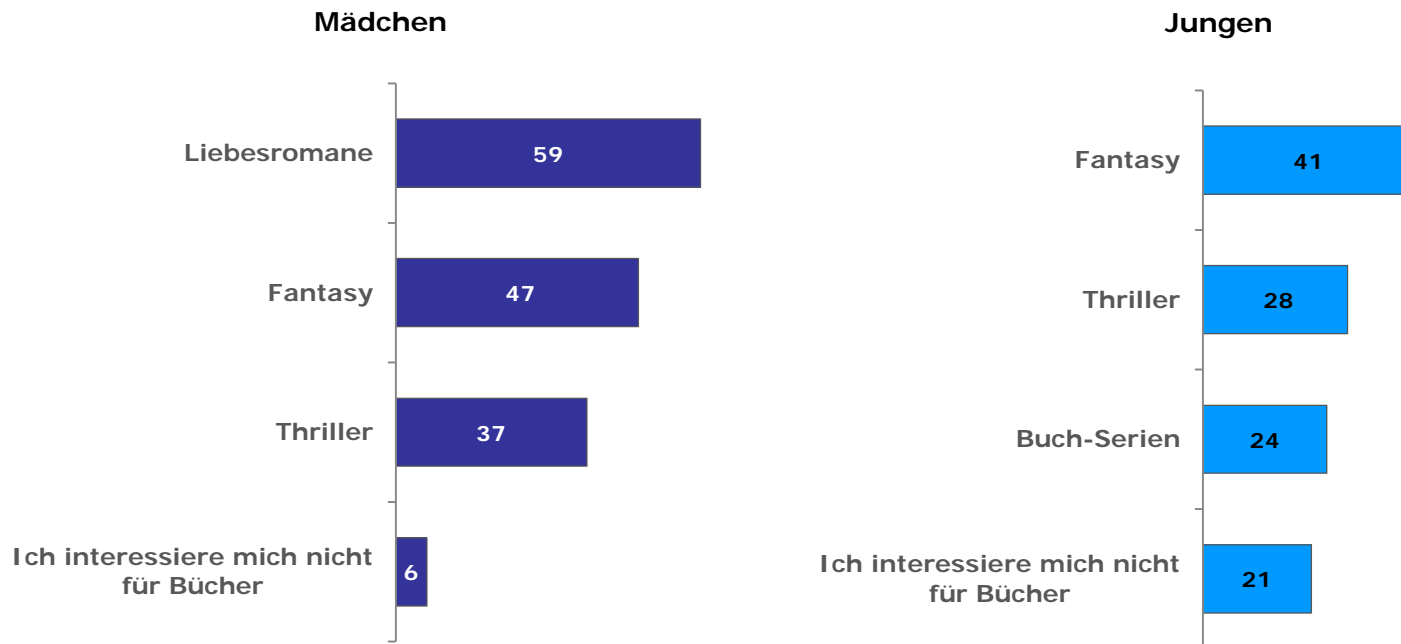


Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014, S. 19.

Die Top 3 Genres der Lieblingsbücher Jugendlicher

Nach Geschlecht, 2014 (Angaben in %)

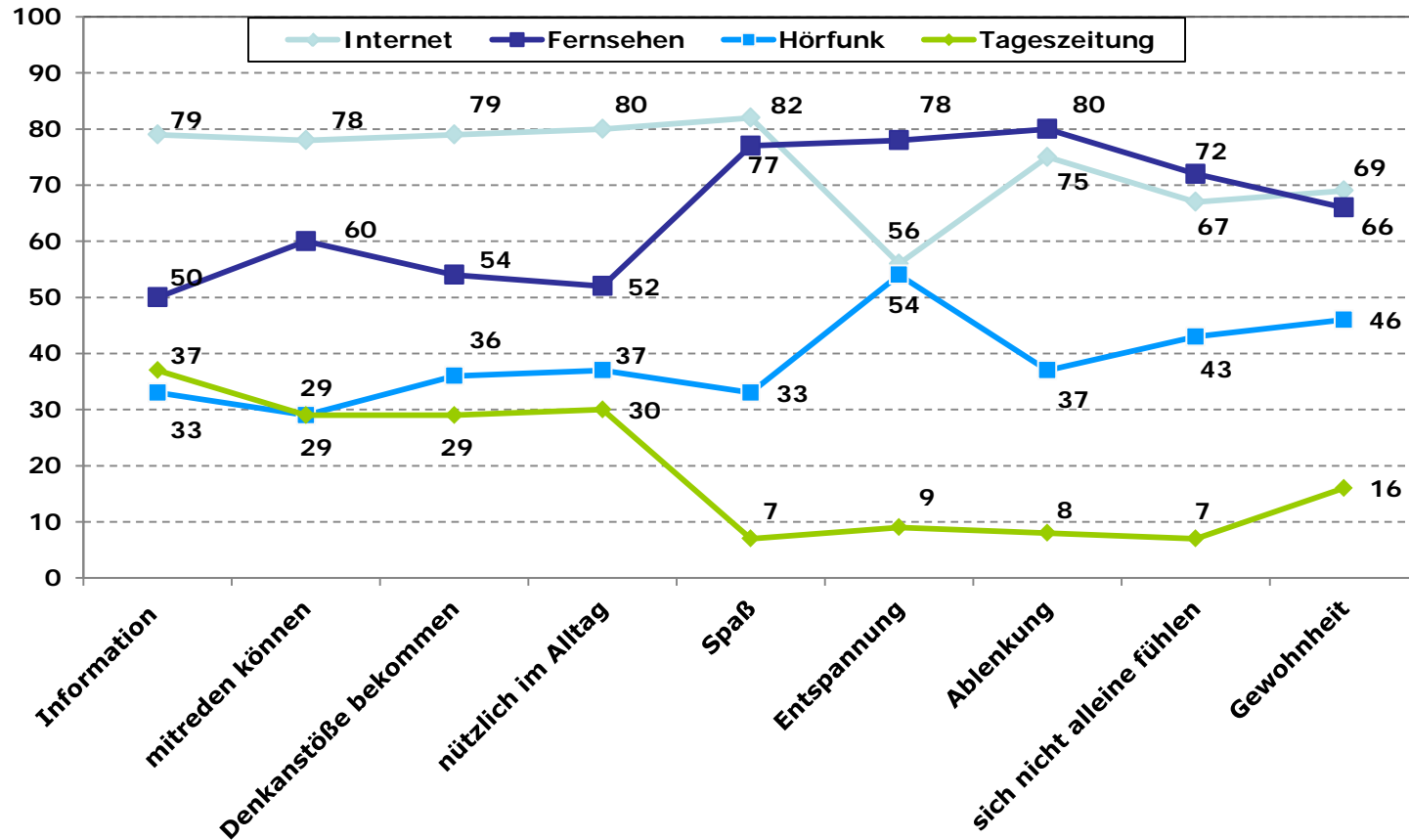


Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014, S. 19.

Motive für die Mediennutzung bei den 14- bis 29-Jährigen

„trifft am meisten/an zweiter Stelle zu auf“, 2015 (Angaben in %)

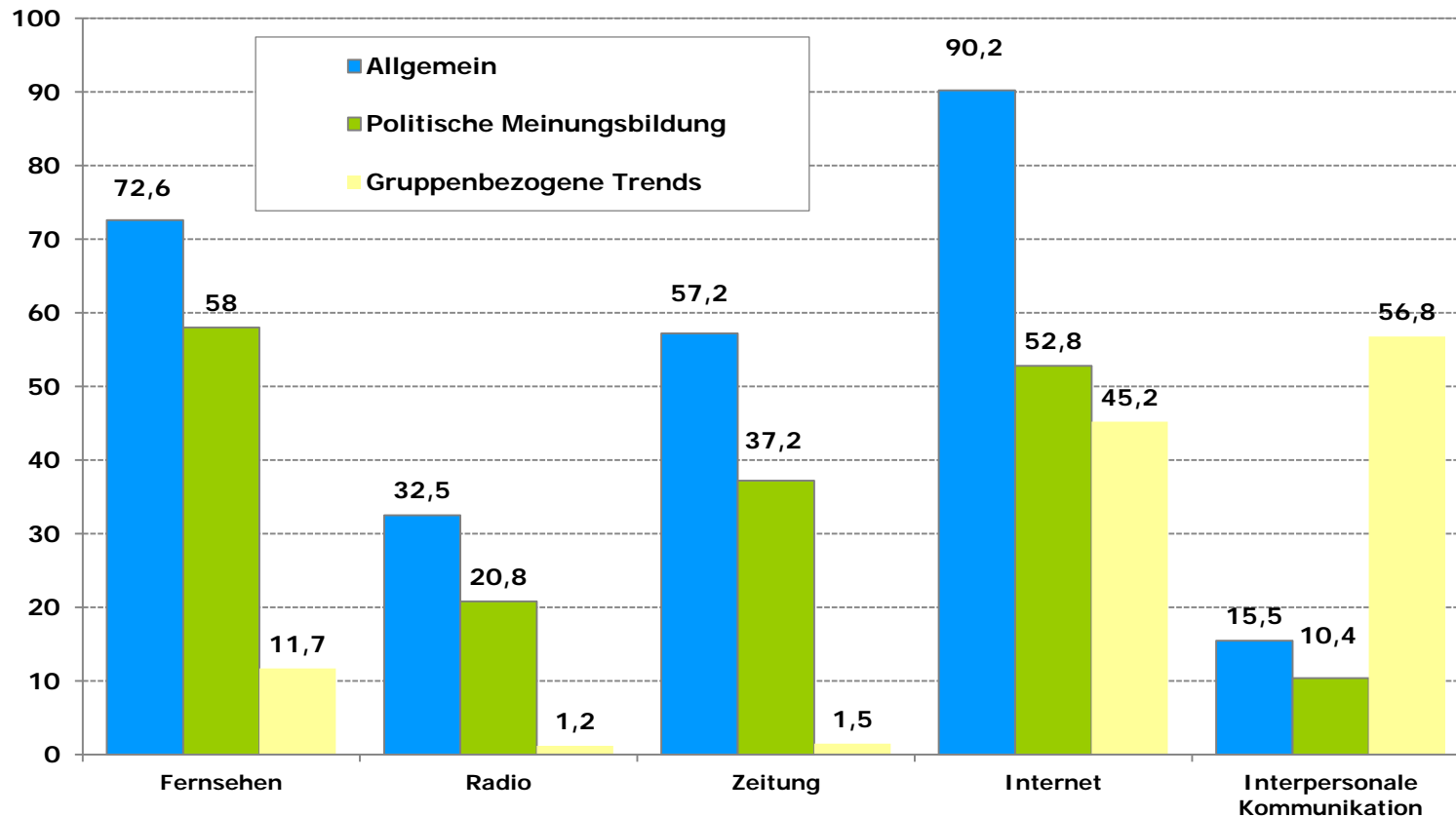


Basis: n=837, 14-29 Jahre; Befragte, die mind. zwei Medien mehrmals im Monat nutzen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie
Massenkommunikation. In: Breunig/Engel 2015, S. 331.

Woher holen sich junge Menschen Informationen?

Nennung von mind. einem Angebot der betreffenden Gattung, nach Mediengattungen und Themen, 2012, Auswahl (Angaben in %)

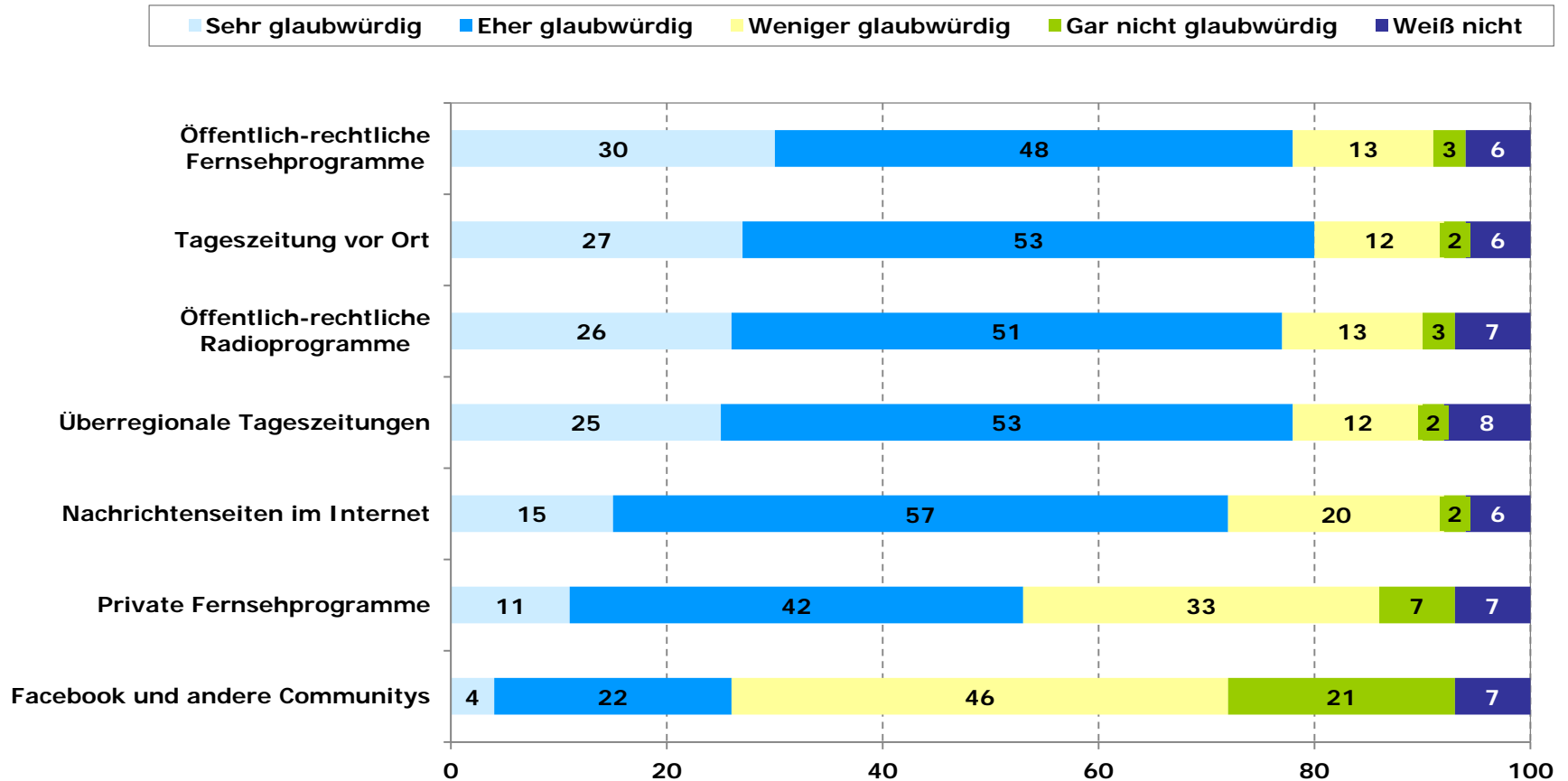


Basis: n=216, 14-29 Jahre.

Quelle: Hasebrink/Schmidt 2013, S. 6.

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene die Glaubwürdigkeit von Medien ein?

14- bis 29-Jährige, Auswahl, Angaben in %

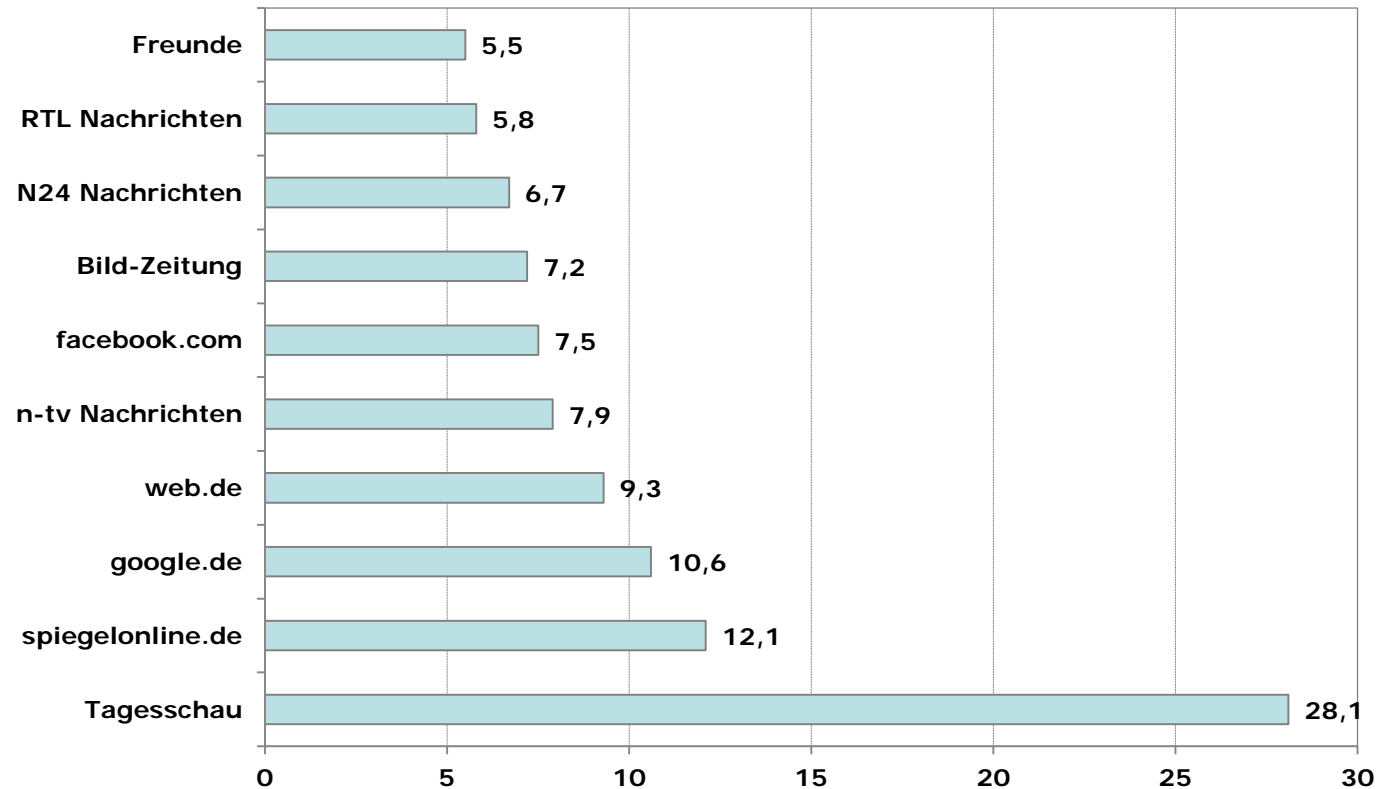


Basis: n=2.001, 14-29 Jahre.

Quelle: Behrens, Calmbach, Schleer u.a. 2014, S. 201.

Meinungsbildung bei politischen Themen

Die 10 meistgenannten Quellen, 14-29 Jahre, 2012 (Angaben in %)

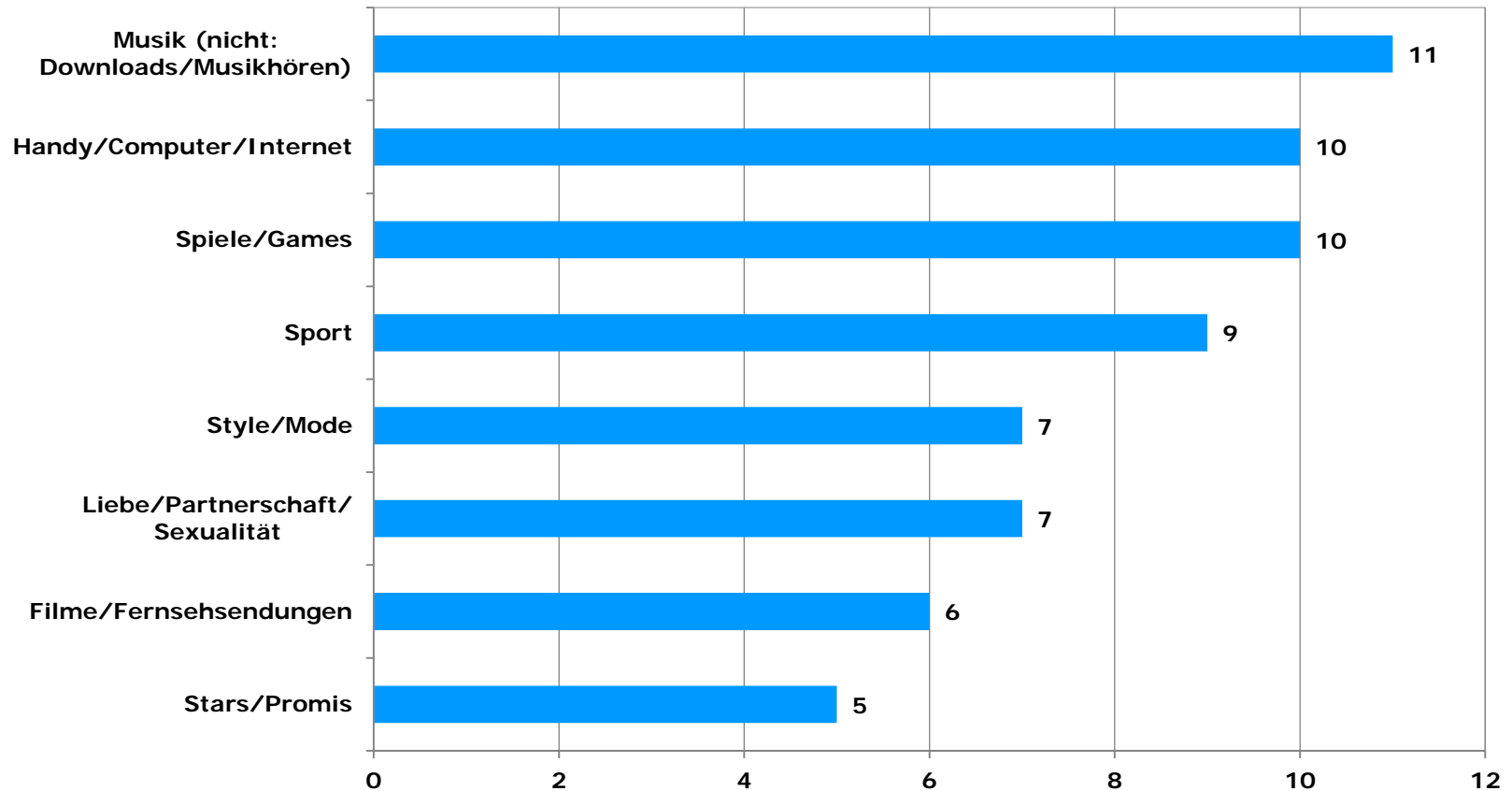


Basis: n=166, 14-29 Jahre.

Quelle: Hasebrink/Schmidt 2013, S. 9

Welche Themen bevorzugen Heranwachsende in den Medien?

Auswahl, 2013 (Angaben in %)

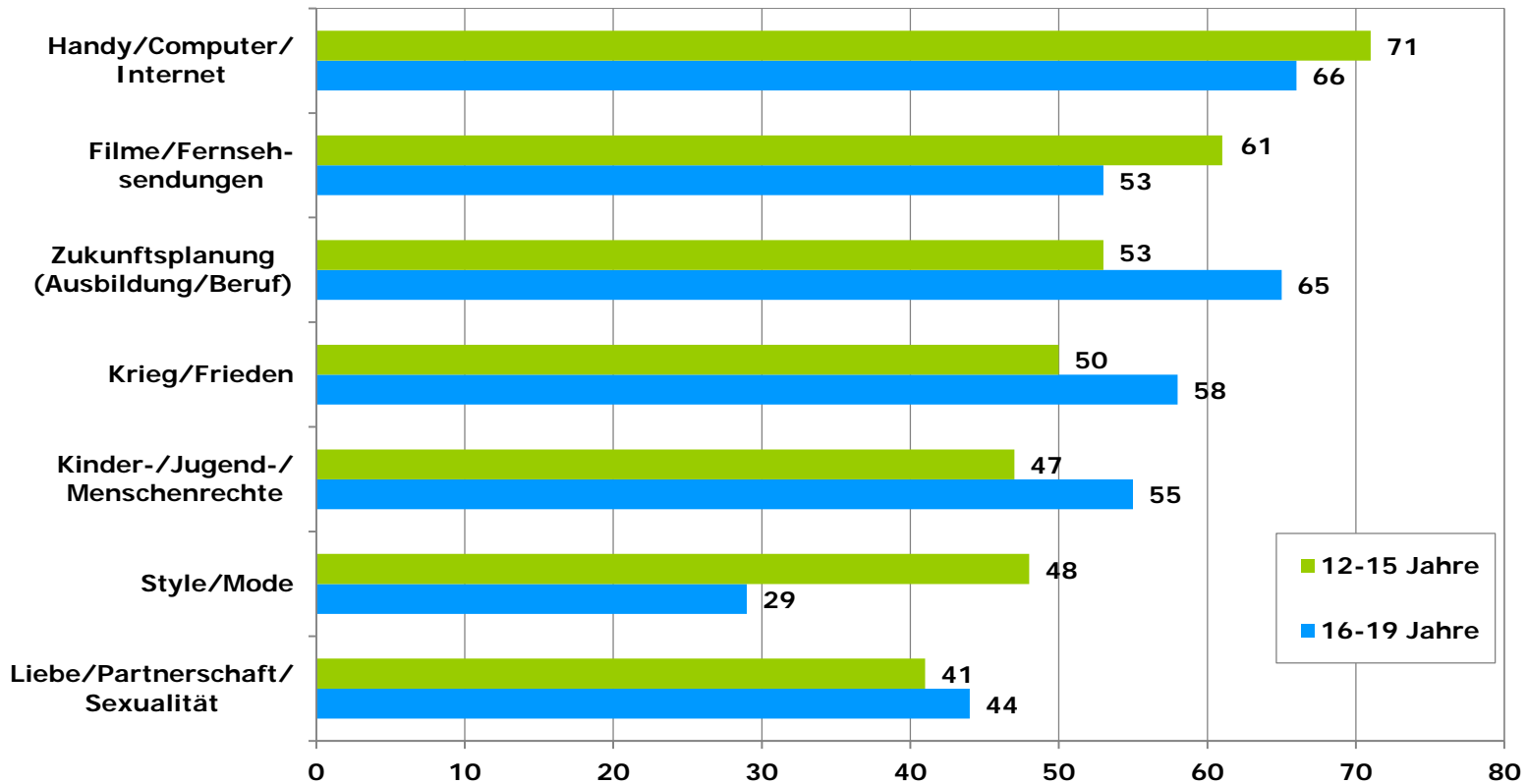


Basis: n=1.787, 12-19 Jahre

Quelle: Jünger, in: Schorb2013, S. 35.

Über welche Themen möchten Heranwachsende in den Medien informiert werden?

Thema „wichtig“ oder „sehr wichtig“, nach Alter, Auswahl, 2013 (Angaben in %)

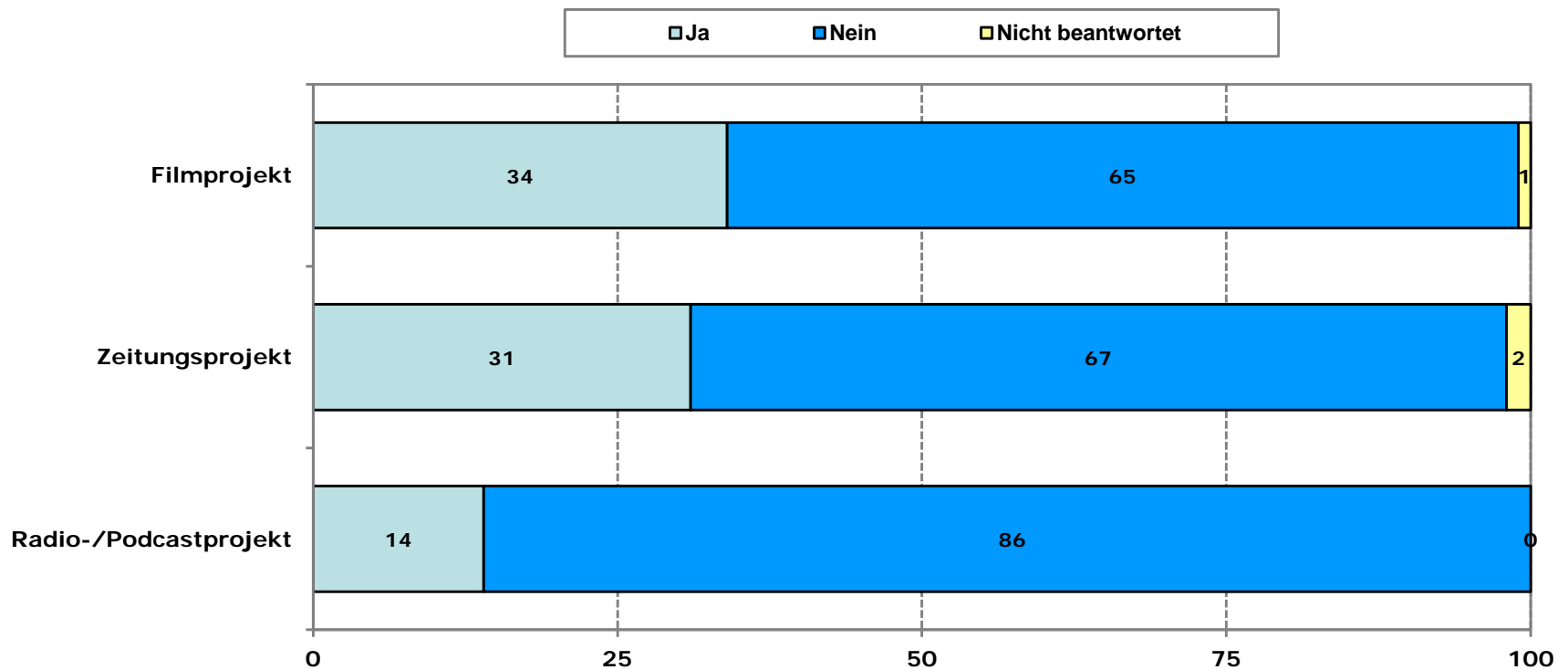


Basis: n=1.787, 12-19 Jahre

Quelle: Jünger, in: Schorb 2013, S. 27.

Wenig aktive Medienpraxis/-arbeit bei Jugendlichen

„Hast du schon einmal an einem Film-, Zeitungs- oder Radio-/Podcastprojekt mitgewirkt?“
(Angaben in %)

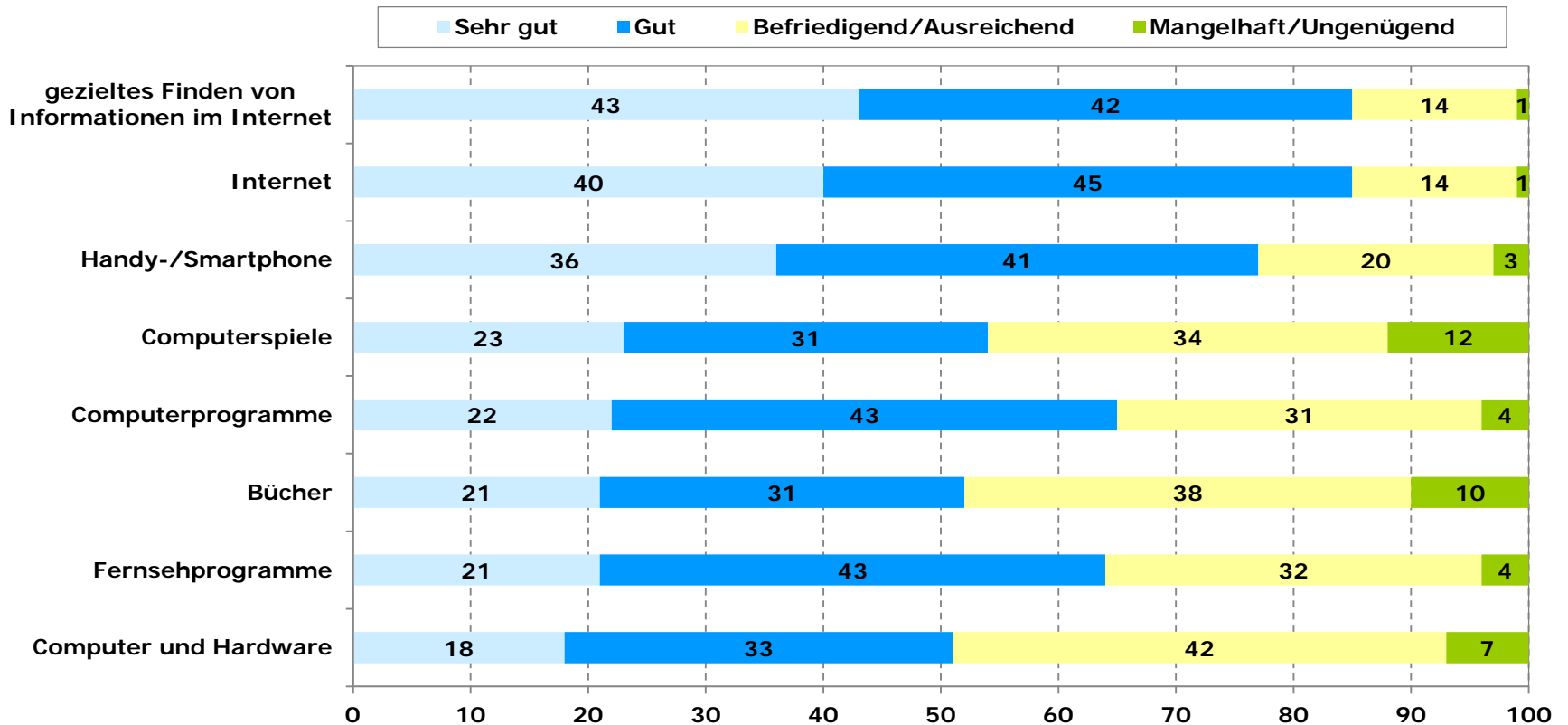


Basis: n=2.396, 12- bis 18-jährige SchülerInnen aus Baden-Württemberg

Quelle: Jugendstudie Baden-Württemberg 2013, S. 27.

Wie kompetent fühlen sich Jugendliche und junge Erwachsene beim Umgang mit Medien?

„Wenn du dir selbst eine Schulnote geben müsstest:
Wie gut kennst du dich in folgenden Dingen auf einer Notenskala von 1 bis 6 aus?“
14- bis 29-Jährige, Auswahl, Angaben in %

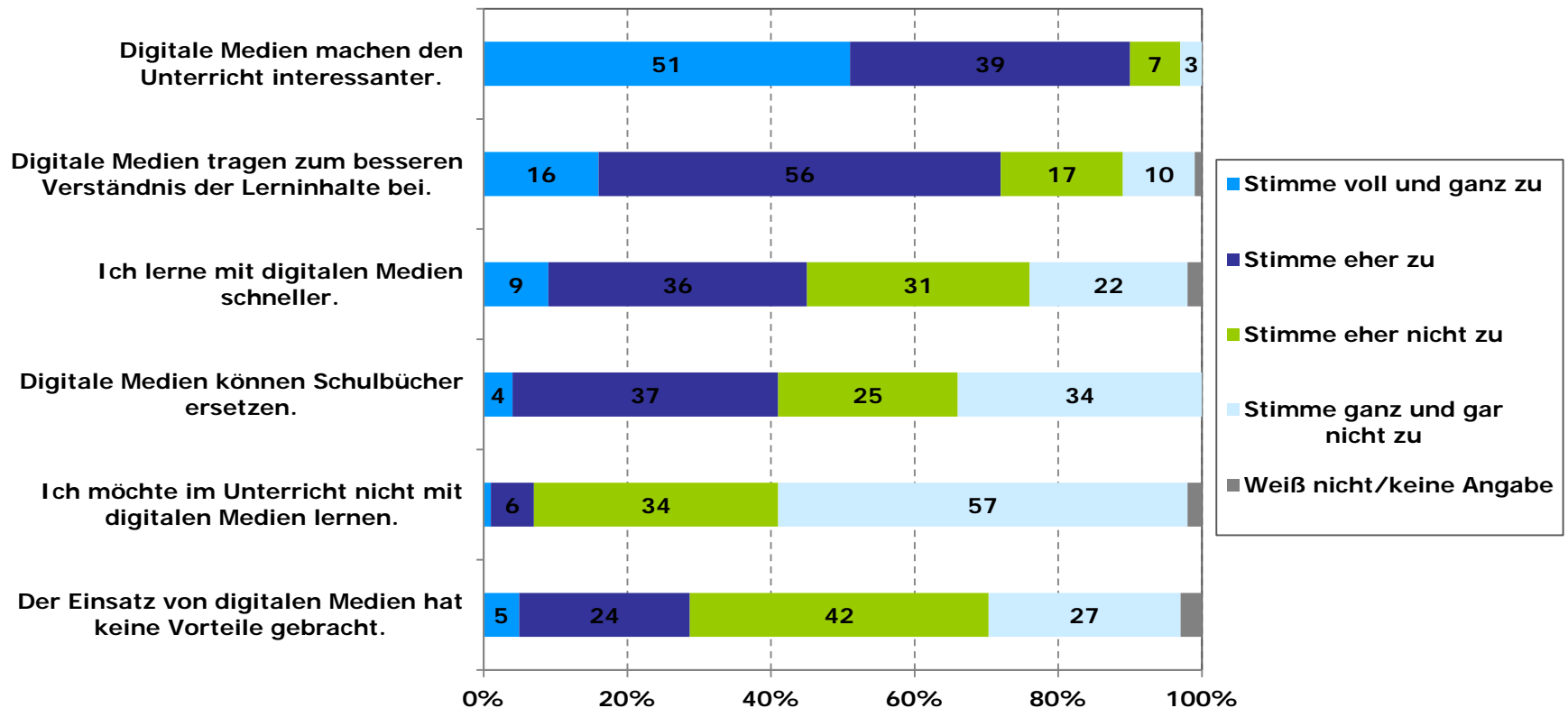


Basis: n=2.001, 14-29 Jahre.

Quelle: Behrens, Calmbach, Schleer u. a. 2014, S. 206.

Digitale Medien im Unterricht: SchülerInnen sehen Vorteile beim digitalen Lernen

„Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu bzw. nicht zu?“, 2015 (Angaben in %)

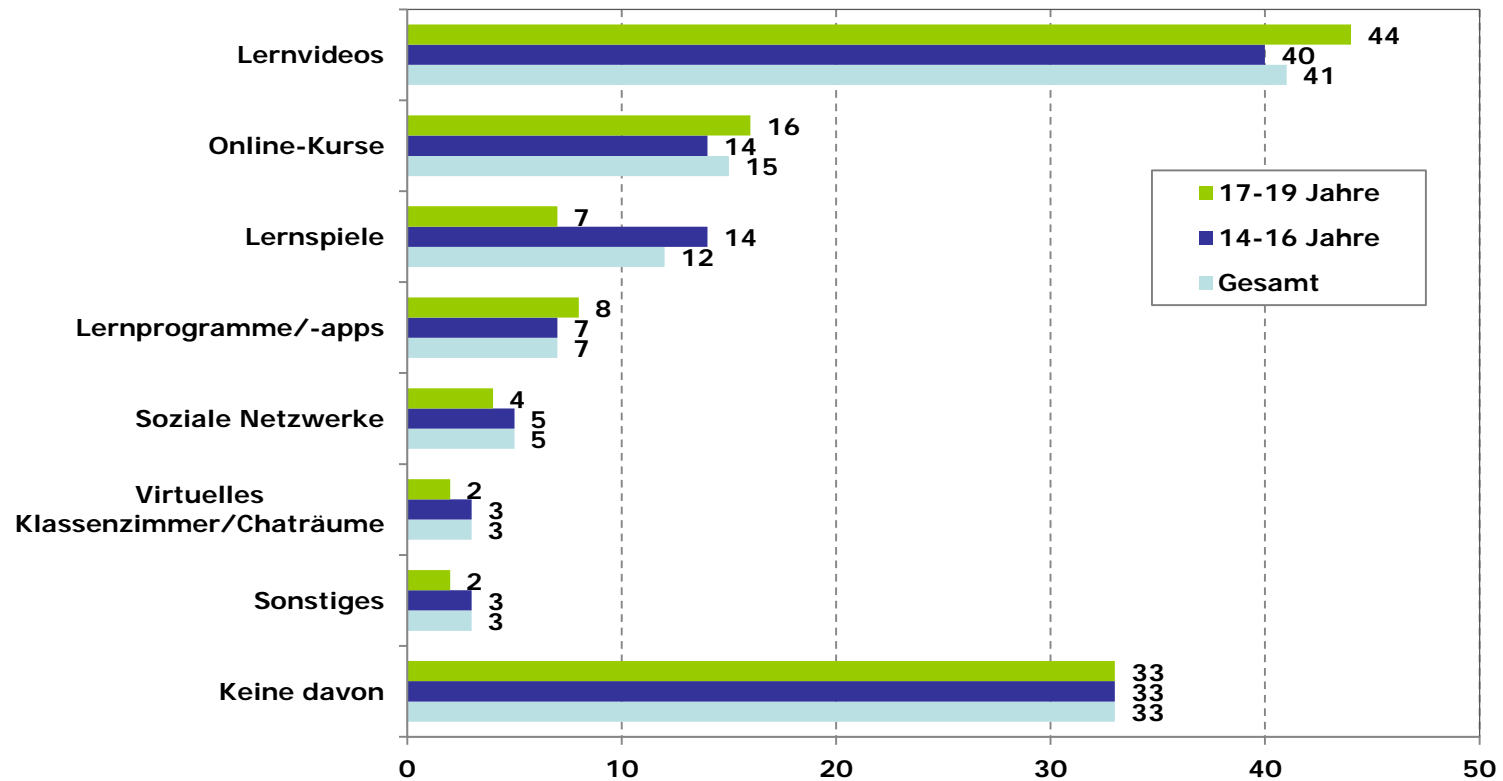


Basis: n=512, SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren.

Quelle: Bitkom: Digitale Schule – vernetztes Lernen, 2015, S. 34.

Viele SchülerInnen lernen in ihrer Freizeit mit digitalen Medien

„Welche der folgenden Möglichkeiten nutzen Sie, um in Ihrer Freizeit zu lernen?“,
Mehrfachnennungen möglich, 2015 (Angaben in %)



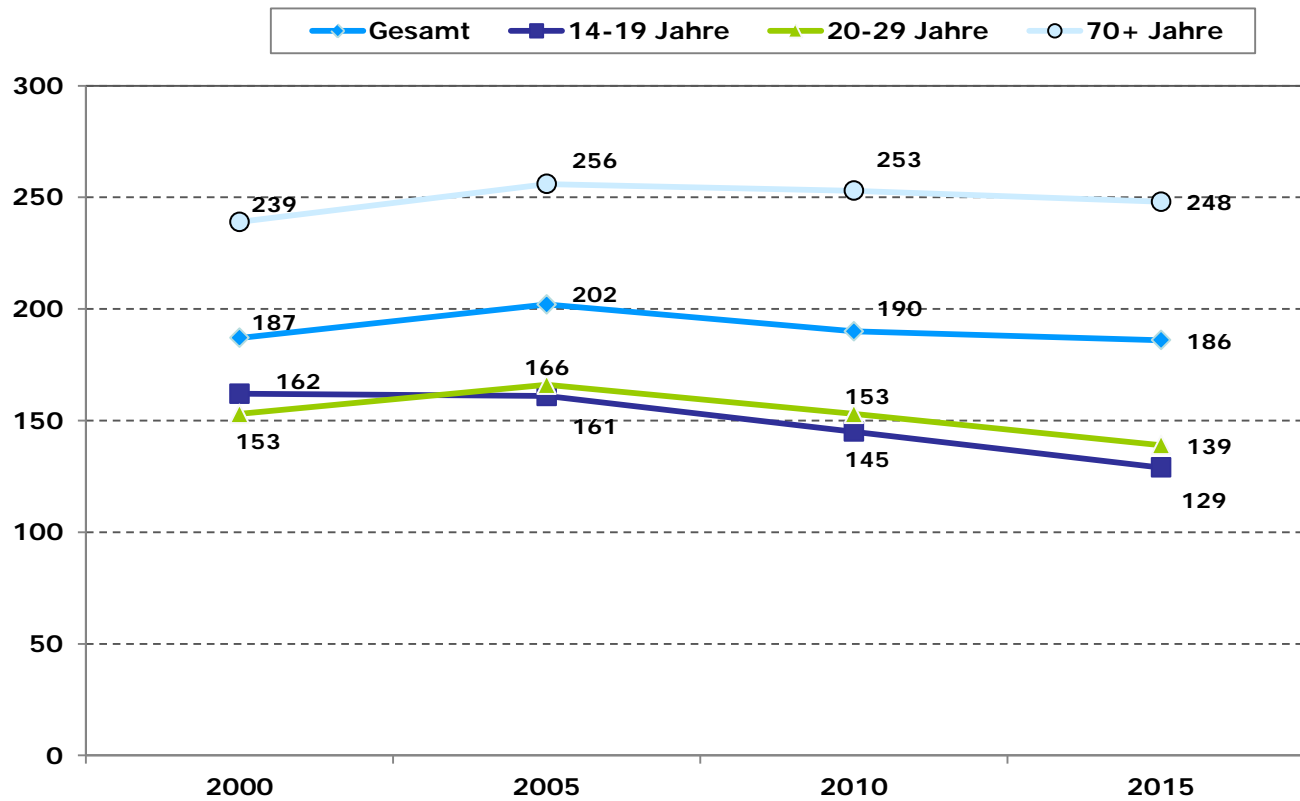
Basis: n=512, SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren.

Quelle: Bitkom: Digitale Schule – vernetztes Lernen, 2015, S. 56.

Jugendliche und Fernsehen

Zeitbudget für das Fernsehen von 2000-2015 nach Altersgruppen

In Min./Tag

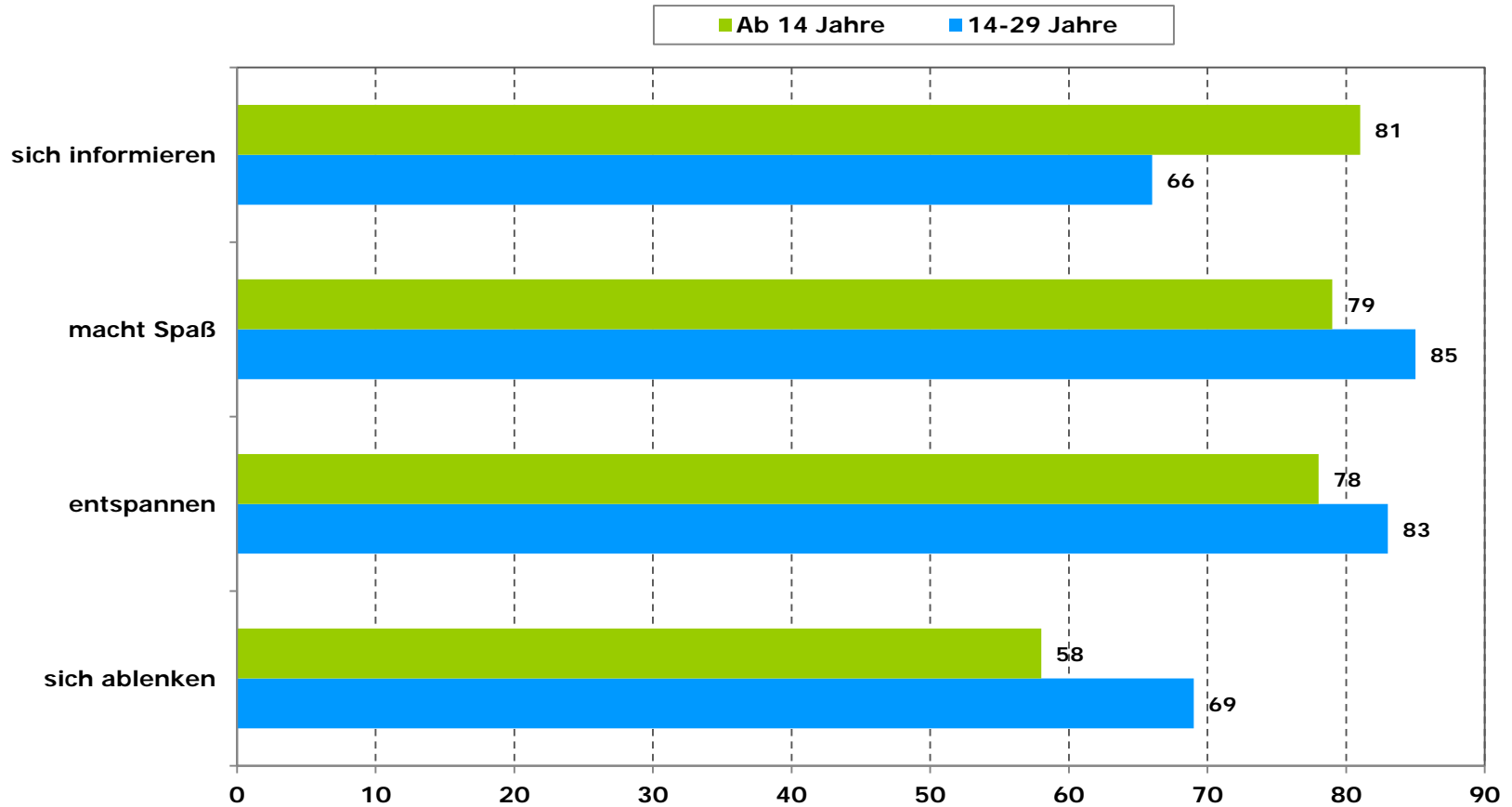


Basis: Personen ab 14 Jahren, 5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2015, S. 69.

Nutzungsmotive für das Fernsehen

Nach Alter, „Trifft voll und ganz/weitgehend zu“, 2015 (Angaben in %)

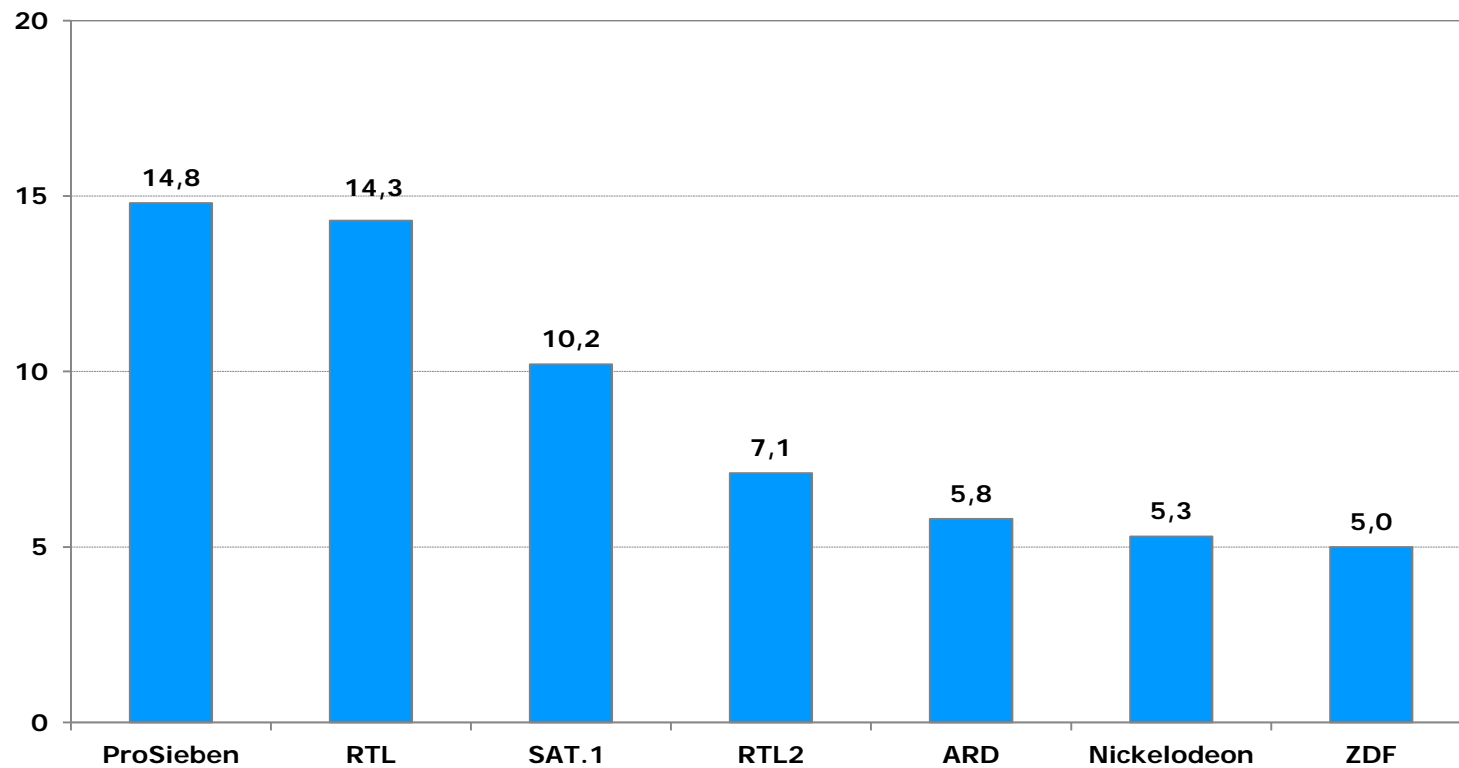


Basis: n=3.953, Personen ab 14 Jahren; Befragte, die mind. mehrmals im Monat fernsehen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. Breunig/Engel 2015, S. 325.

Welche TV-Sender waren 2016 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Marktanteile bei den 12- bis 19-Jährigen, 2016, Auswahl (Angaben in %)

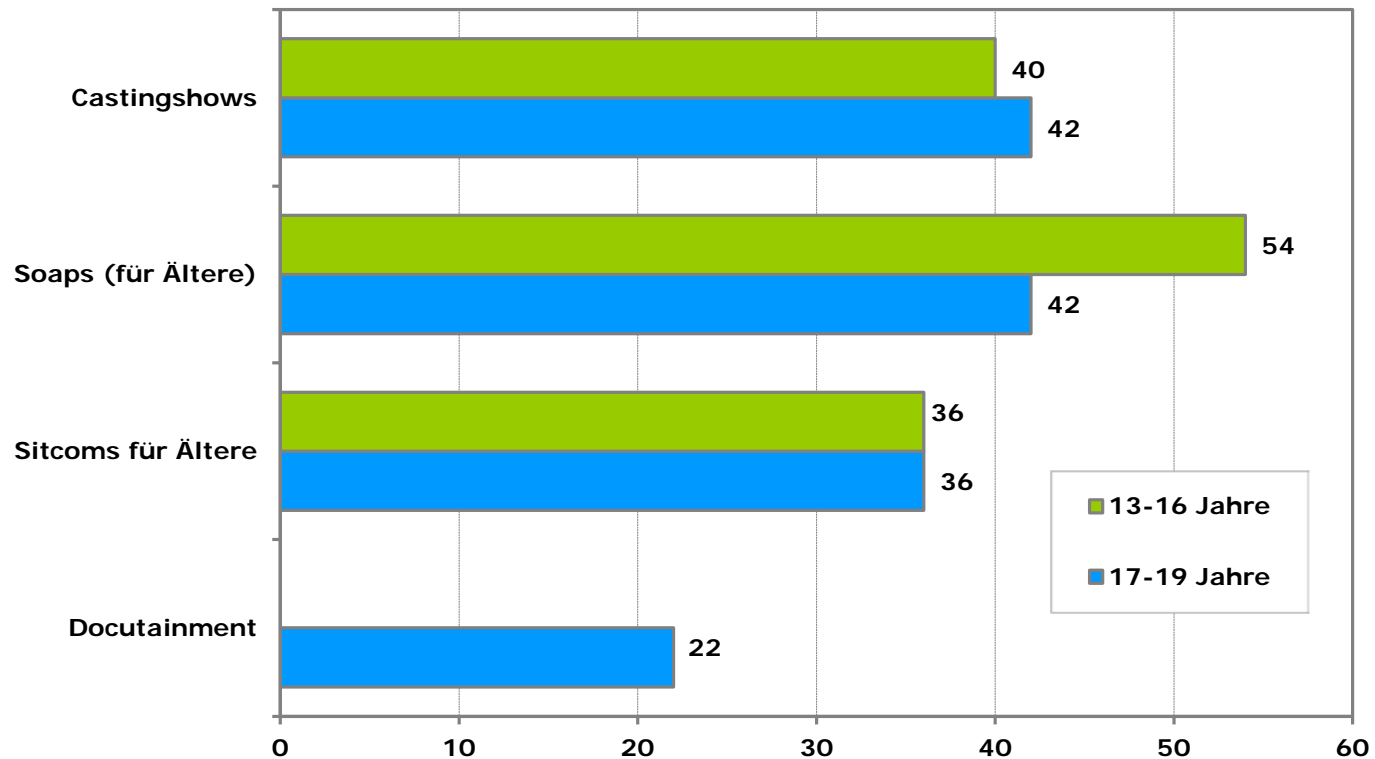


Basis: 12-19 Jahre, 5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV-Scope 6.1, 2016.

Die Lieblingsgenres der Mädchen 2016

„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“
 Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2016, Auswahl (Angaben in %)



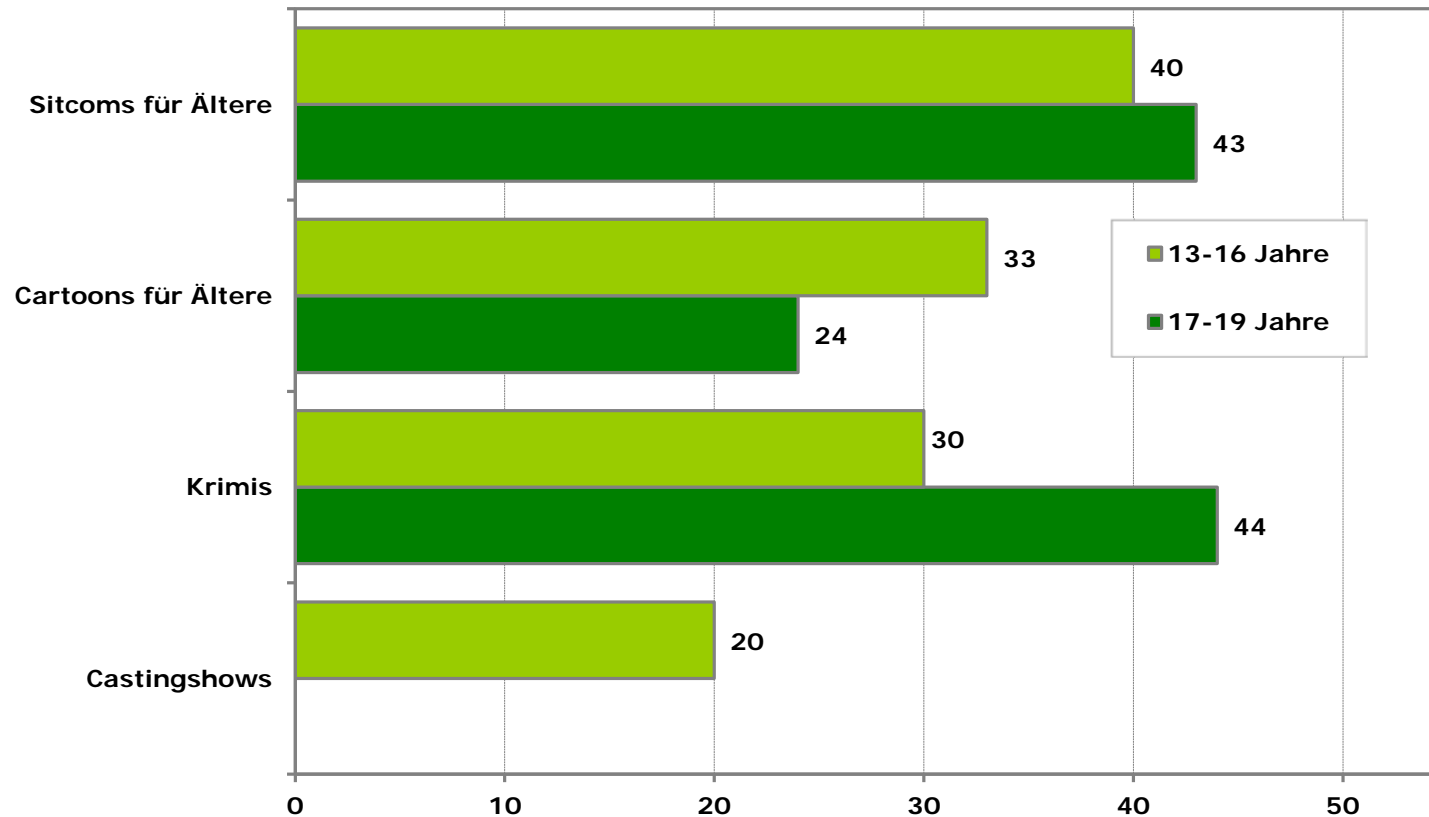
Basis: n=720 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
 Trend Tracking Kids 2016, S. 25.

Die Lieblingsgenres der Jungen 2016

„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2016, Auswahl (Angaben in %)

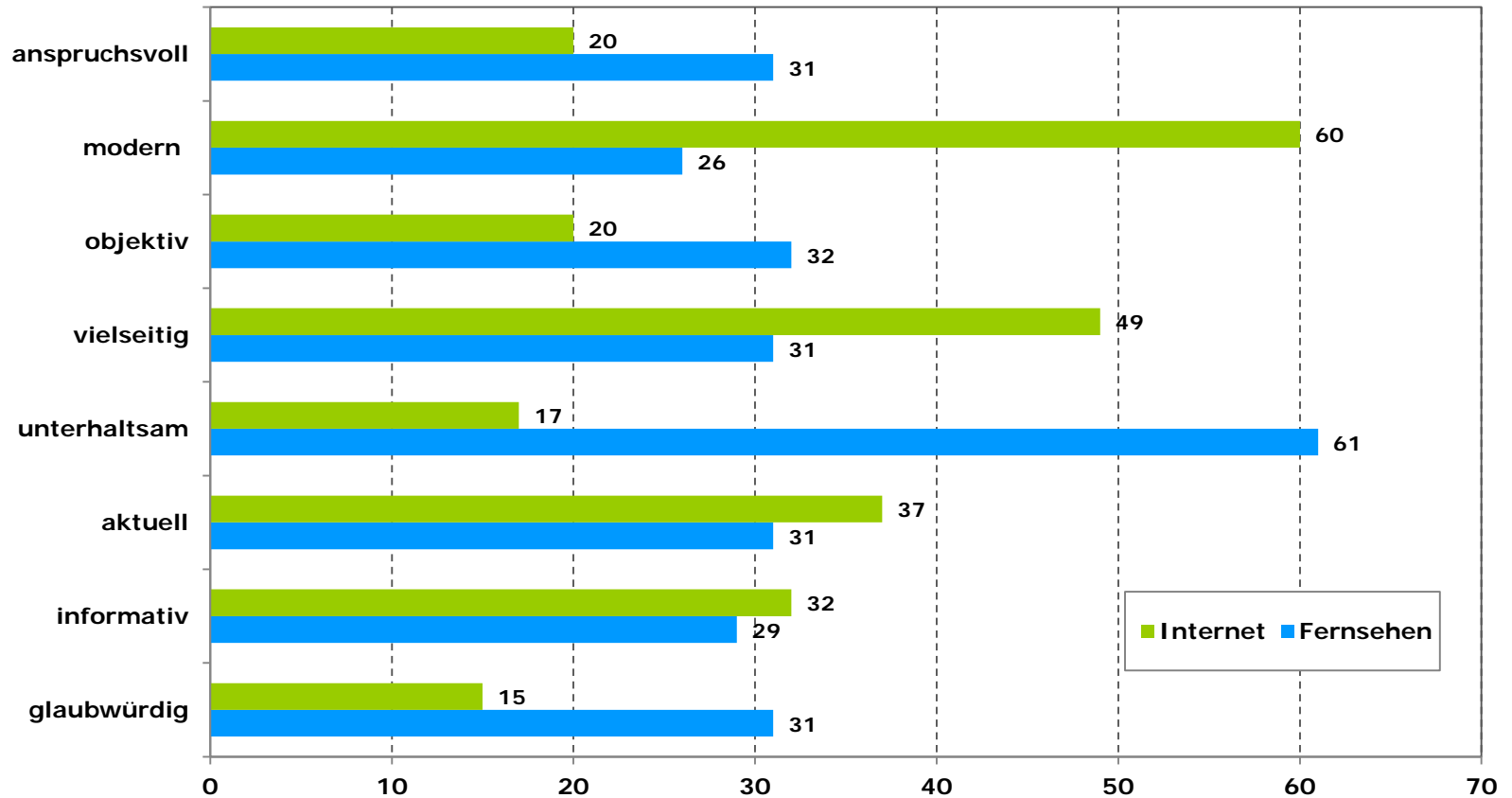


Basis: n=757, 6- bis 19-jährige Jungen.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2016, S. 24.

Images von Fernsehen und Internet im Vergleich

„Trifft am ehesten zu auf ...“, 2015 (Angaben in %)

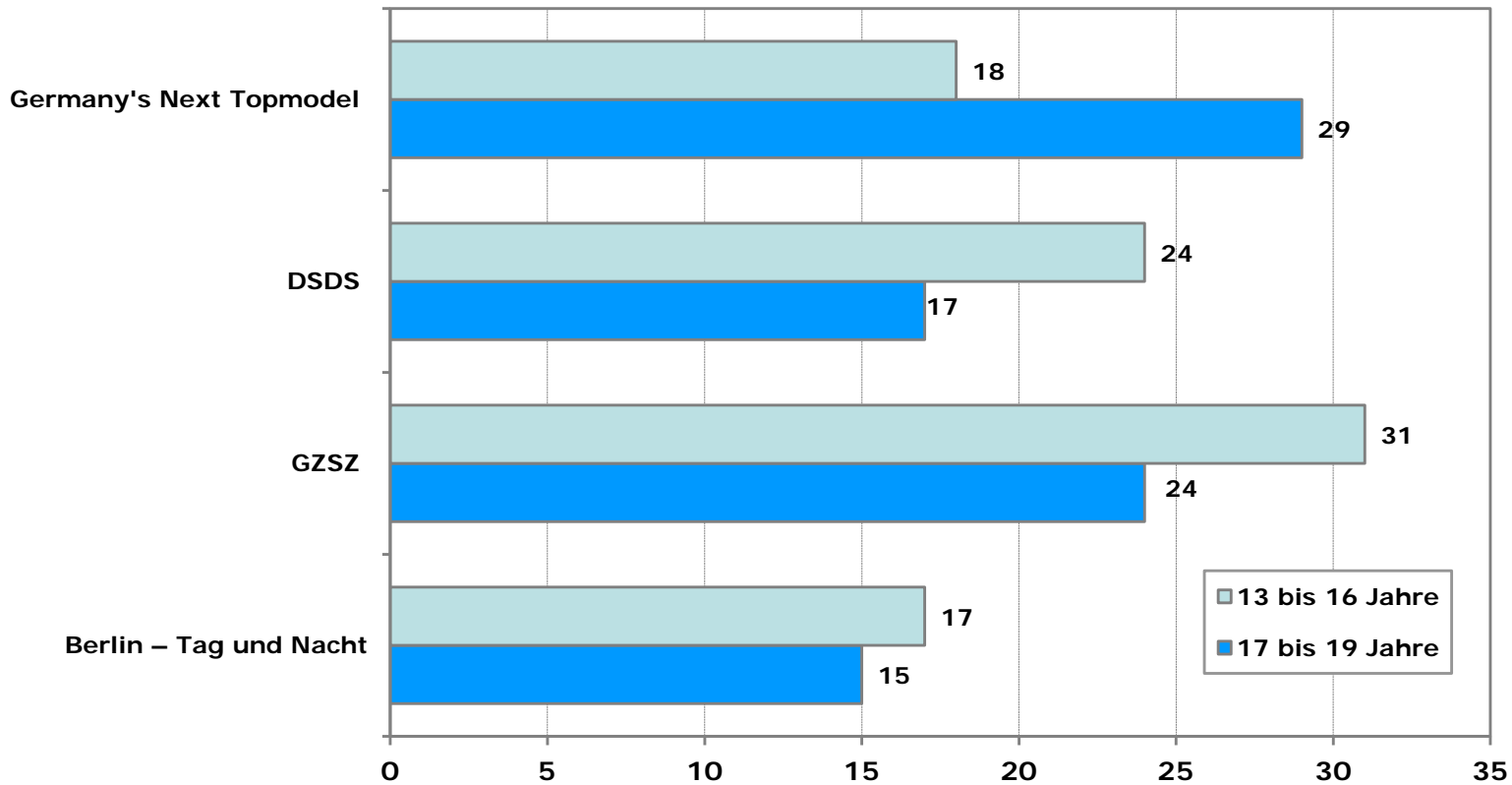


Basis: n=4.300, Personen ab 14 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.
Breunig/Engel 2015, S. 333.

Welche Sendungen sehen Mädchen am liebsten im TV?

2016, ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

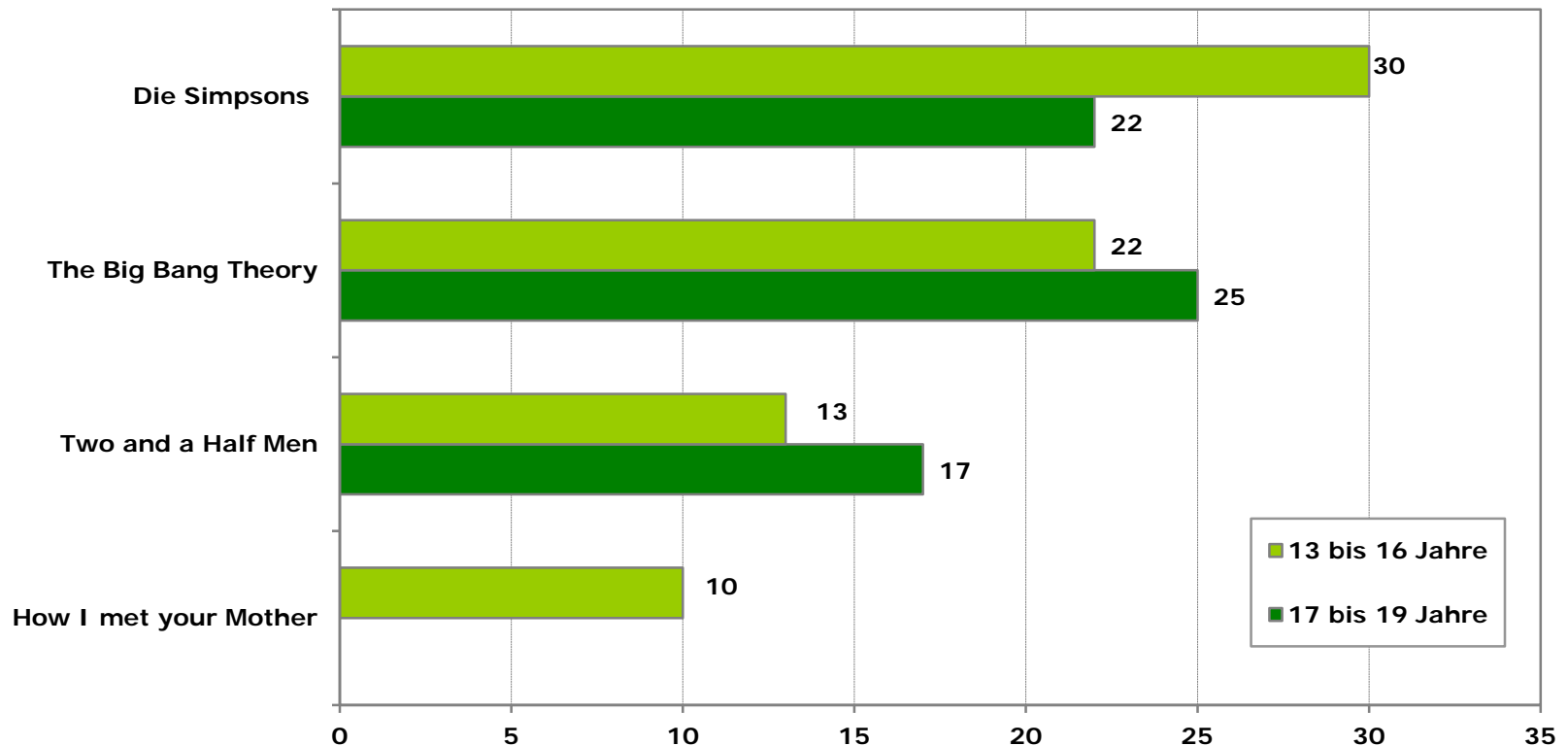


Basis: n=720 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2016, S. 21.

Welche Sendungen sehen Jungen am liebsten im TV?

2016, ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

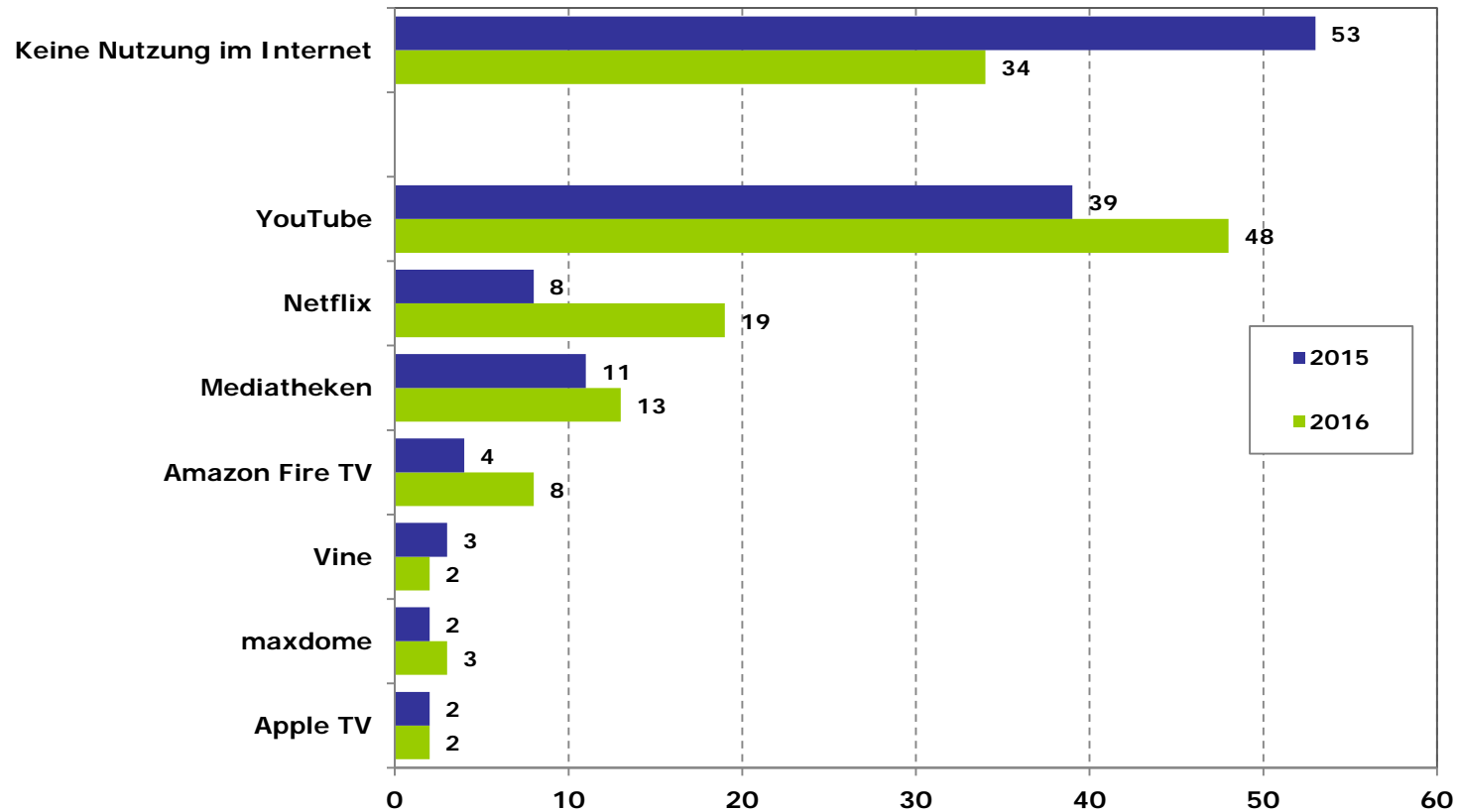


Basis: n=757 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2016, S. 20.

Fernsehen im Internet: Häufigkeit der Nutzung von Serien und Filmen

Mind. einmal pro Woche, Auswahl, 2015 und 2016 (Angaben in %)



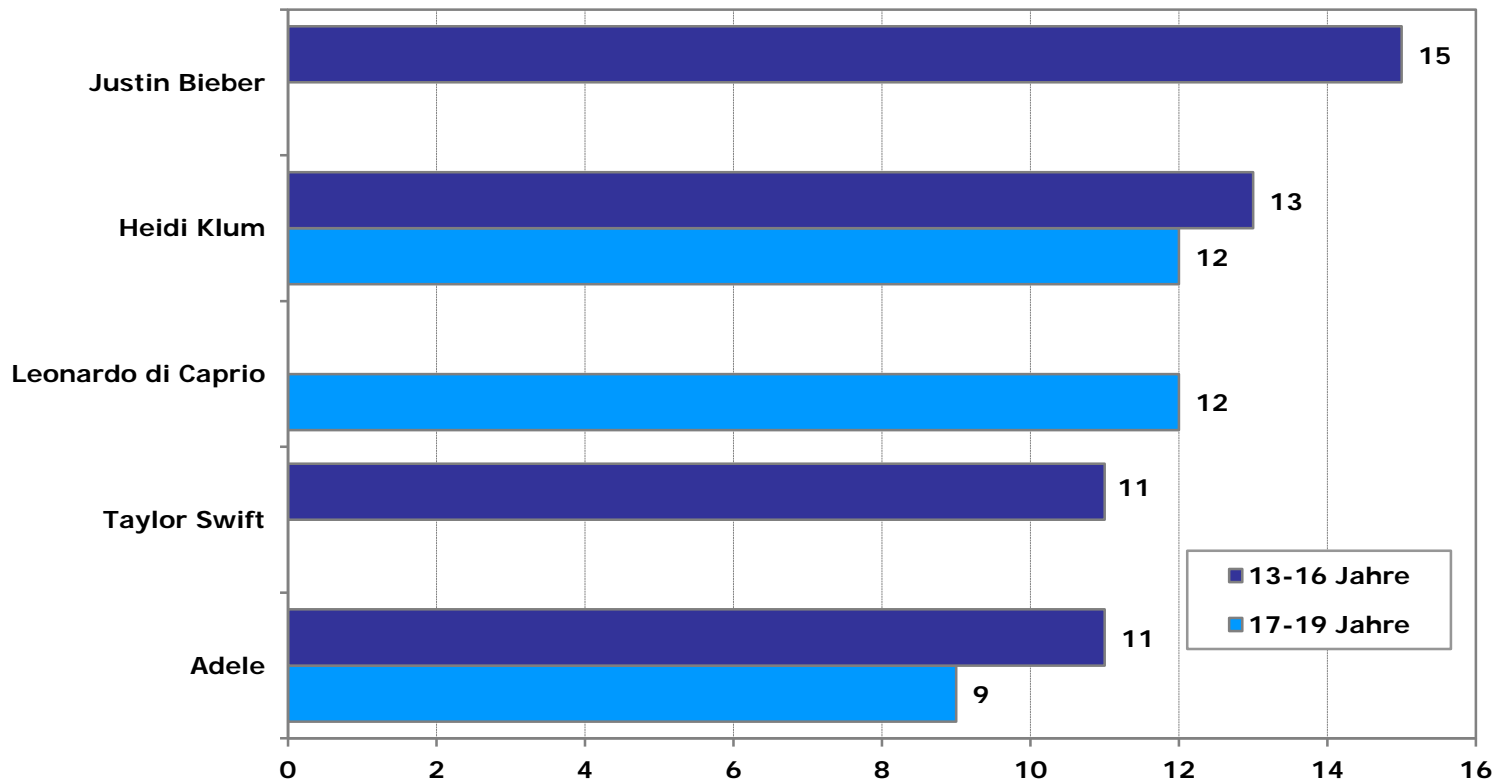
Basis: n=1.152 (2015) und n=1.154 (2016), 12-19 Jahre;
Befragte, die zumindest selten fernsehen.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 37.

Medien-Idole der Mädchen 2016

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



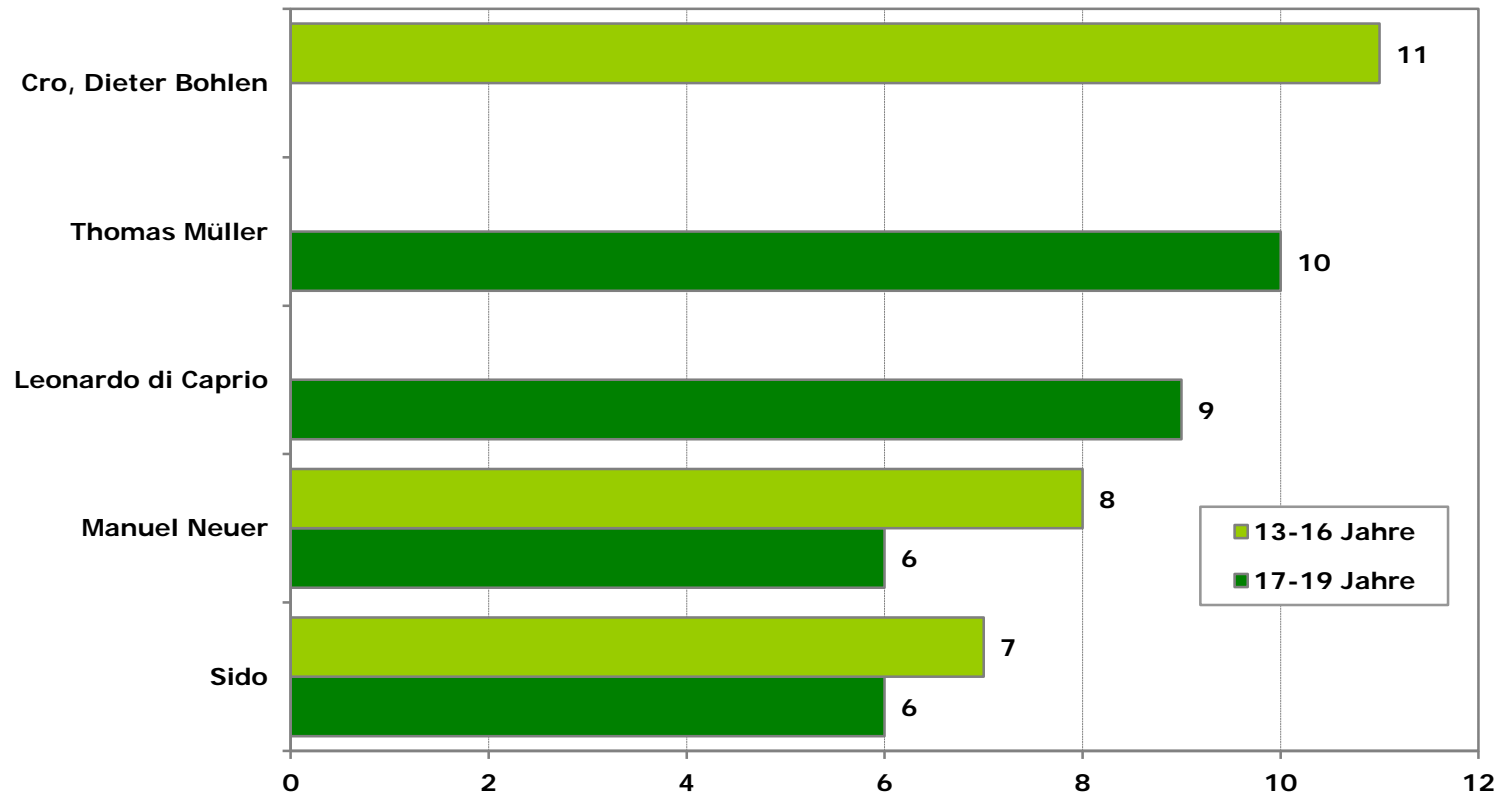
Basis: n=720 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2016, S. 53.

Medien-Idole der Jungen 2016

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

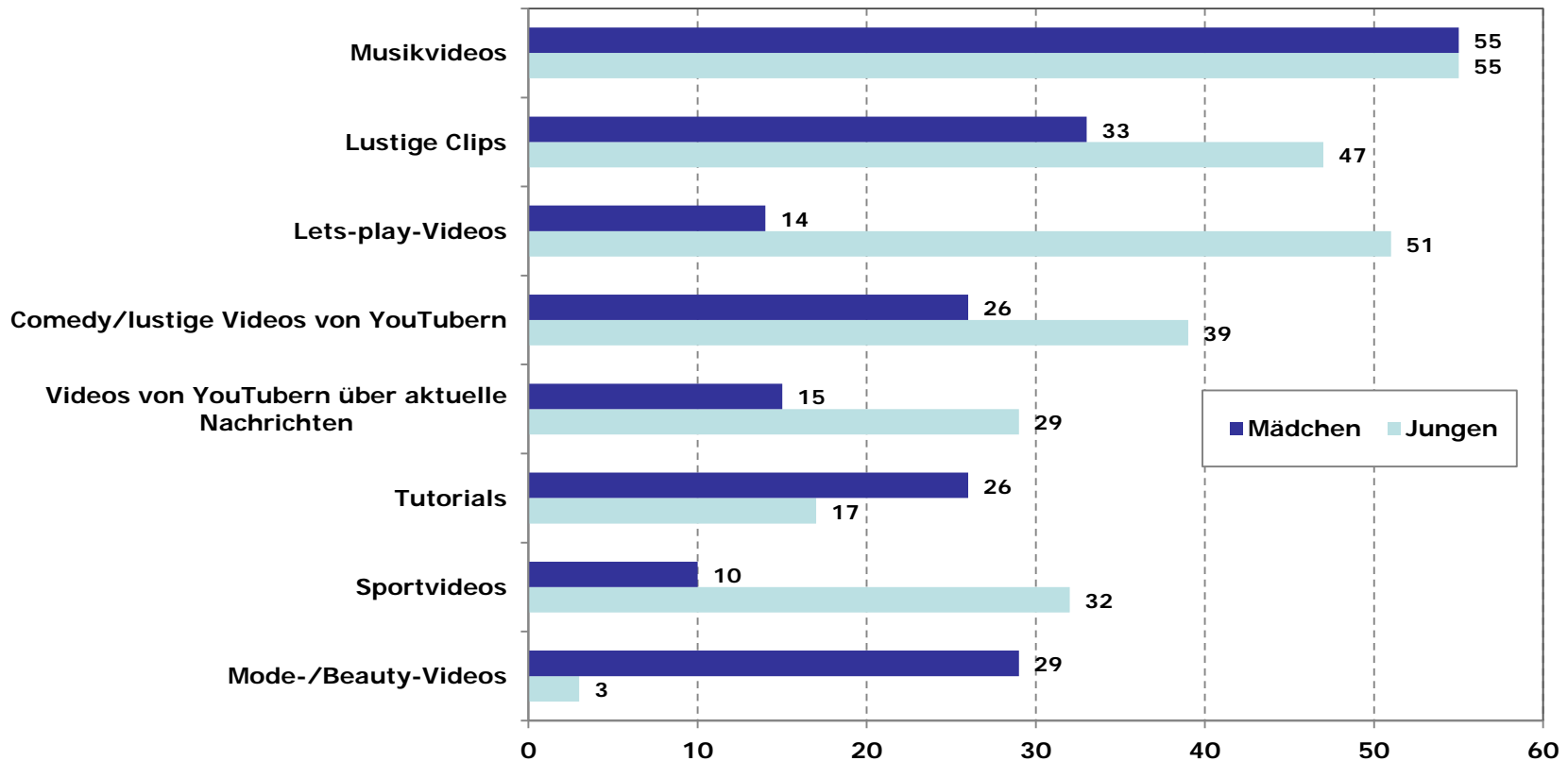


Basis: n=757 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2016, S. 52.

Was sehen sich Jugendliche auf YouTube an?

Nach Geschlecht, Auswahl, 2016 (Angaben in %)

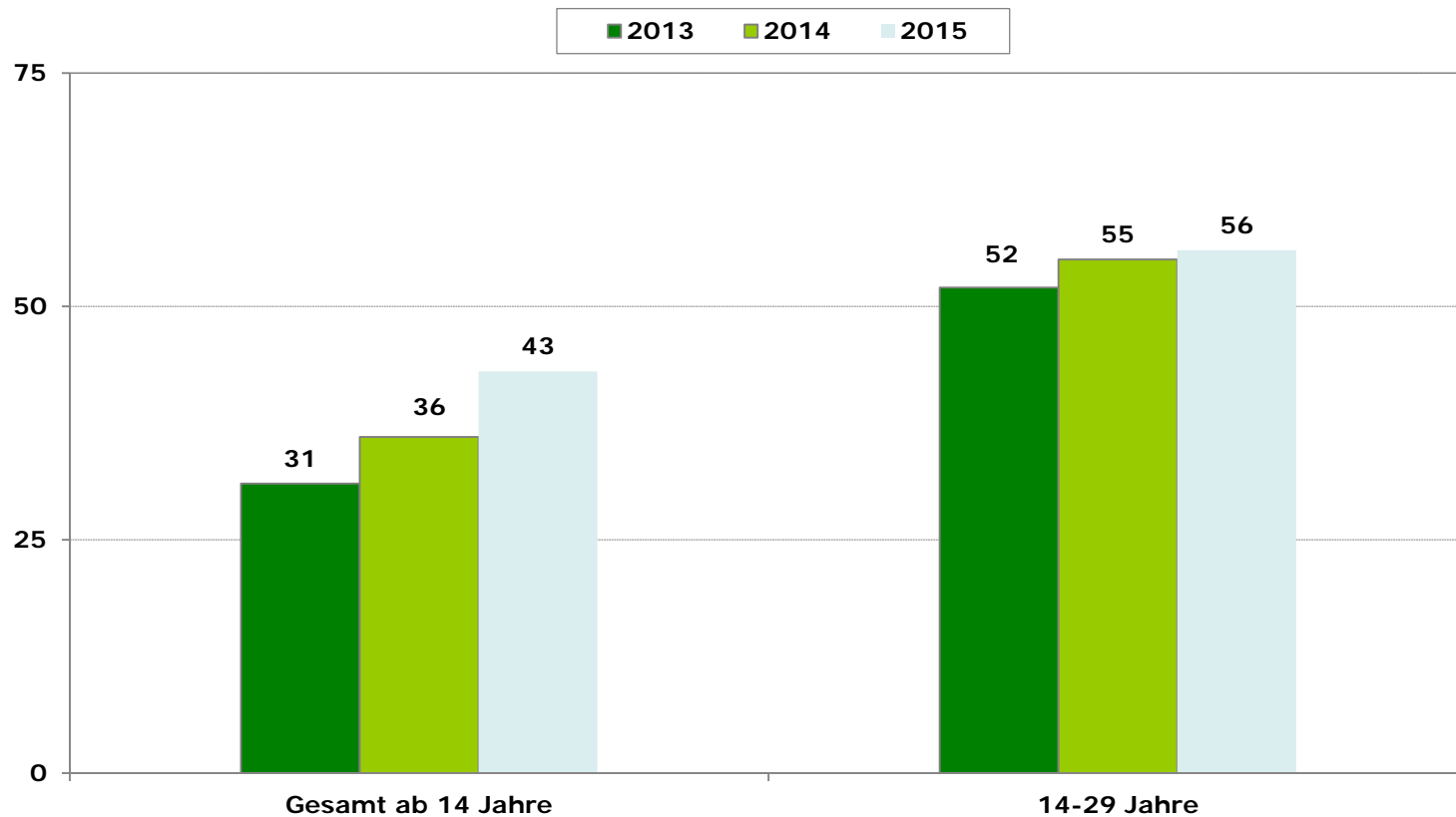


Basis: n=1.179, 12-19 Jahre; Befragte, die zumindest selten YouTube nutzen.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 39.

Parallelnutzung Fernsehen/Internet im Zeitverlauf

Zumindest wöchentliche Parallelnutzung von Internet und Fernsehen, 2013-2015
(Angaben in %, Auswahl)



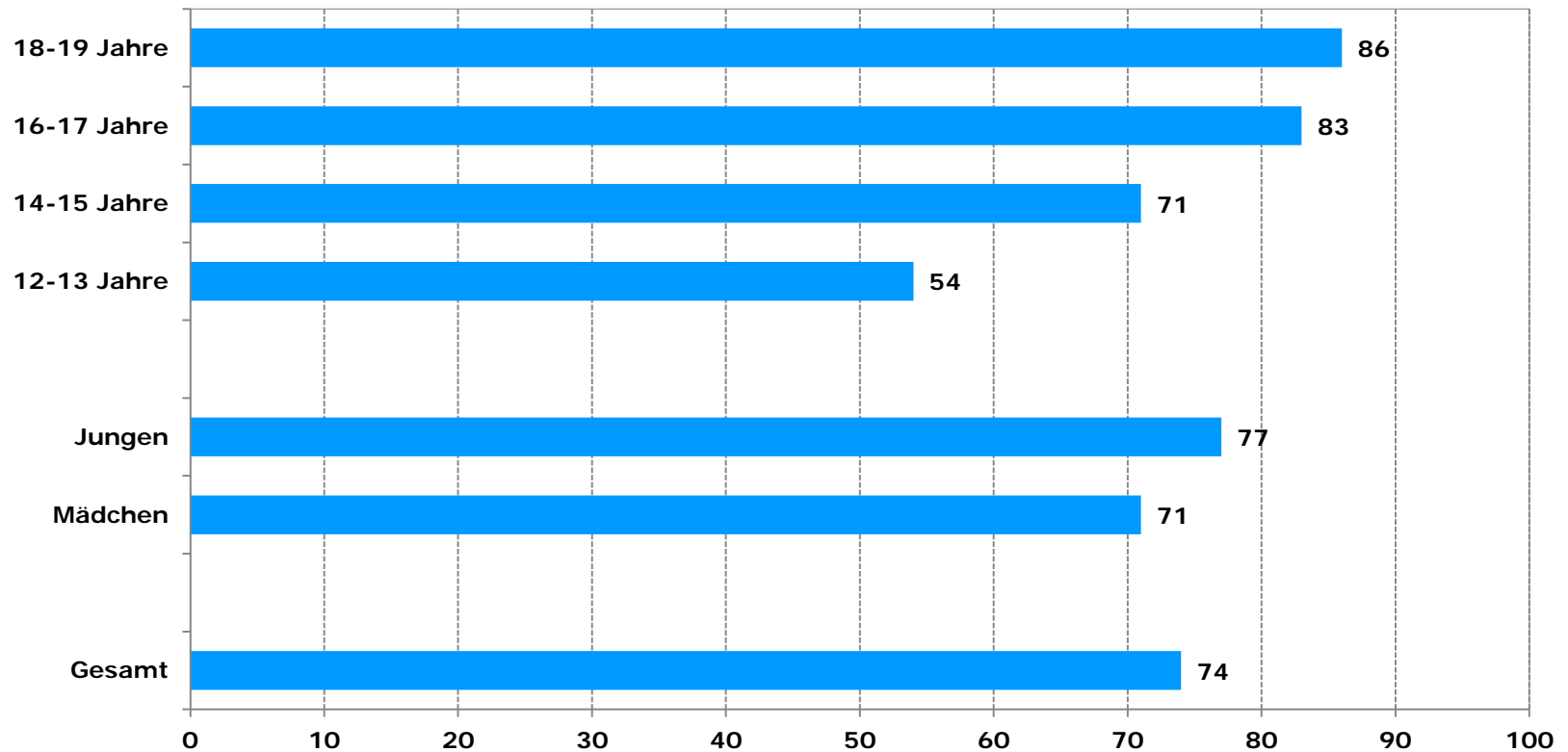
Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (2015, n=1.432; 2014, n=1.343; 2013, n=1.389).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013-2015.

Computer, Internet und Web 2.0

Computer-/Laptopbesitz Jugendlicher 2016

Nach Altersgruppen und Geschlecht, Angaben in %

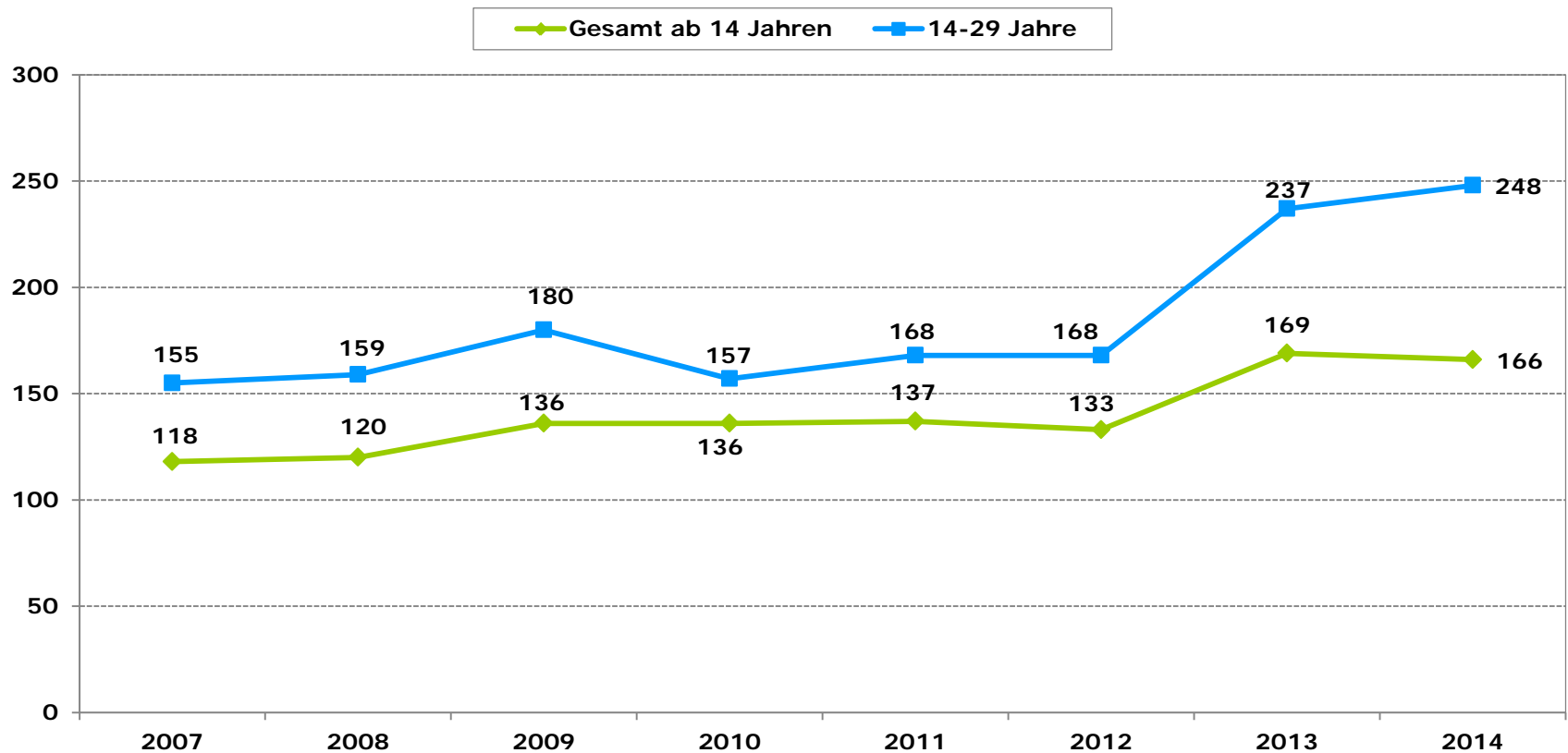


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 22.

Verweildauer Onlinenutzung im Zeitverlauf

Vergleich Gesamtbevölkerung und Jugendliche/junge Erwachsene, nach eigenen Angaben der Nutzer/innen, 2007-2014, in Minuten/Tag

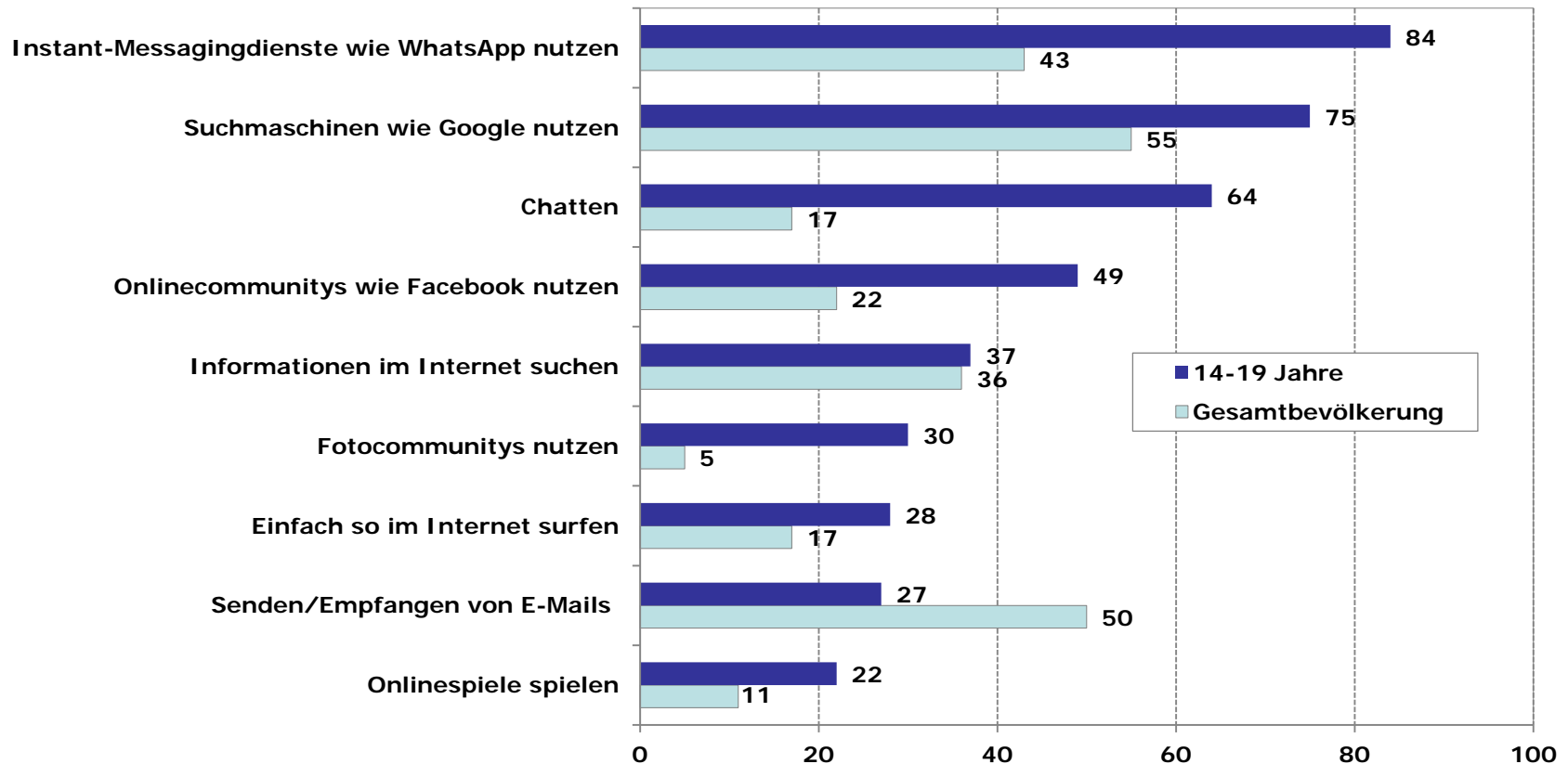


Basis: bis 2009 deutsche OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren (2009: n=1.212, 2008: n=1.186, 2007: n=1.142). Ab 2010: Deutschsprachige OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren (2014: n=1.434, 2013: n=1.389, 2012: n=1.366, 2011: n=1.319, 2010: n=1.252).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2007-2014, in: van Eimeren/Frees2014, S. 384.

Onlineanwendungen und -tätigkeiten - Vergleich Gesamtbevölkerung mit 14- bis 19-Jährigen

Tägliche Nutzung, 2015, Auswahl (Angaben in %)

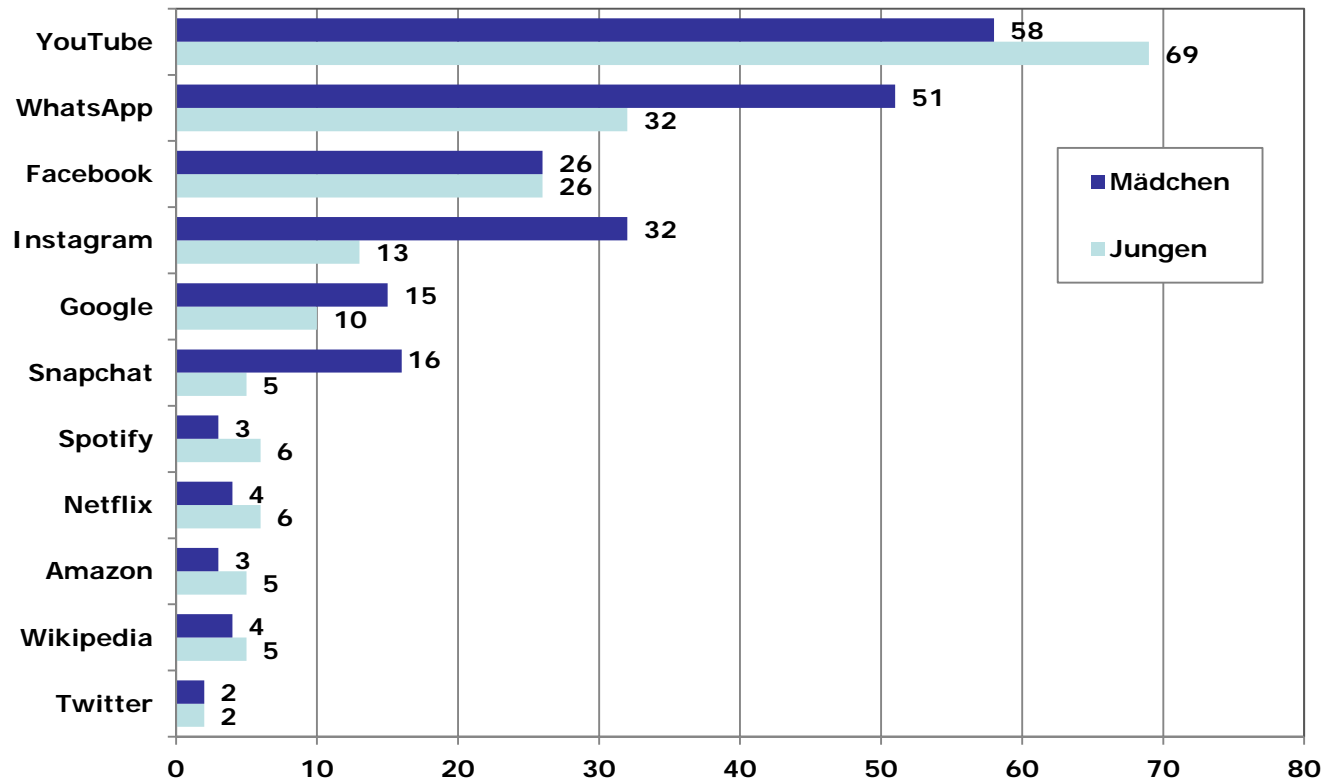


Basis: n=1.432, deutsch sprechende
OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2015, in:
Media Perspektiven 9/2015, S. 417.

Welche Angebote im Internet nutzen Jugendliche am liebsten?

Max. 3 Nennungen, nach Geschlecht, Auswahl, 2016 (Angaben in %)

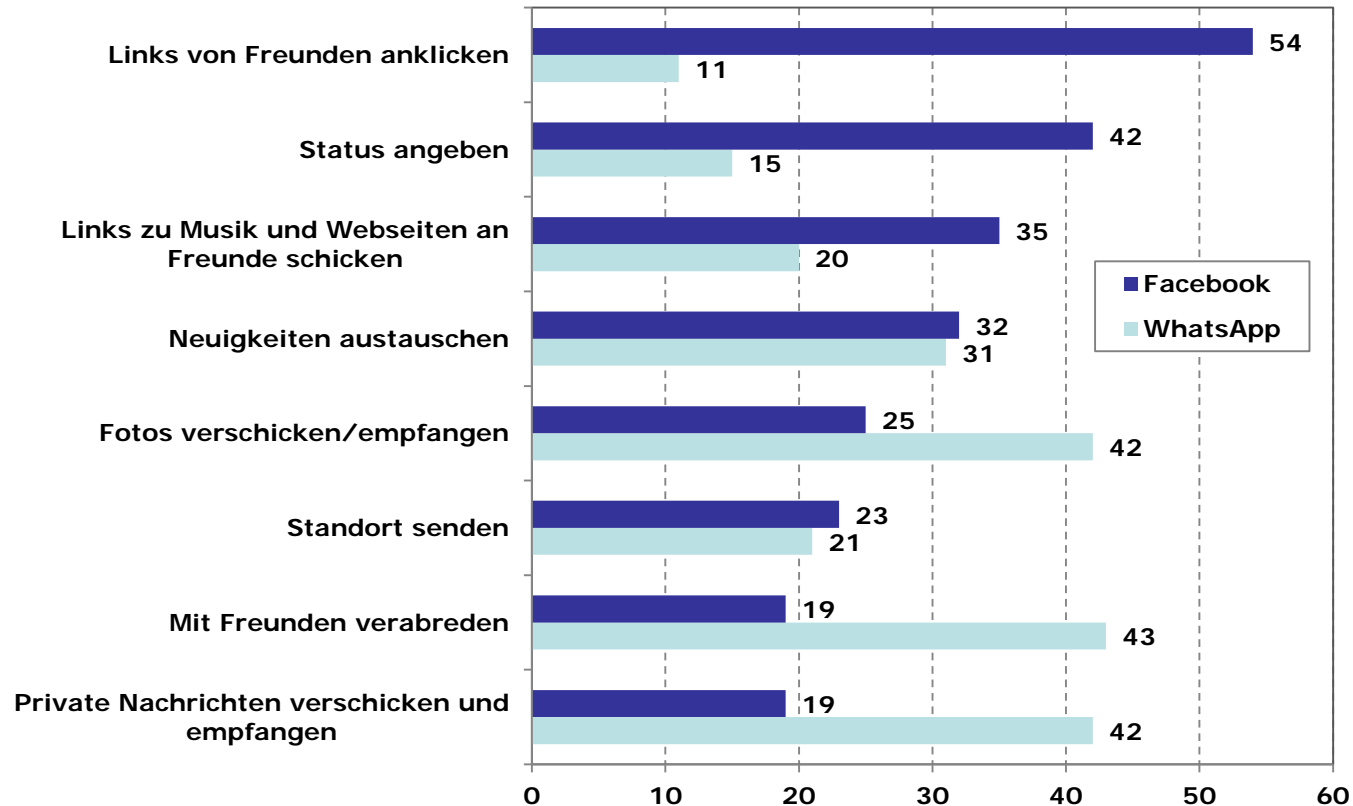


Basis: n=1.188, 12- bis 19-Jährige, die das Internet nutzen.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 29.

Facebook oder WhatsApp - Nutzungsunterschiede

2014 (Angaben in %)

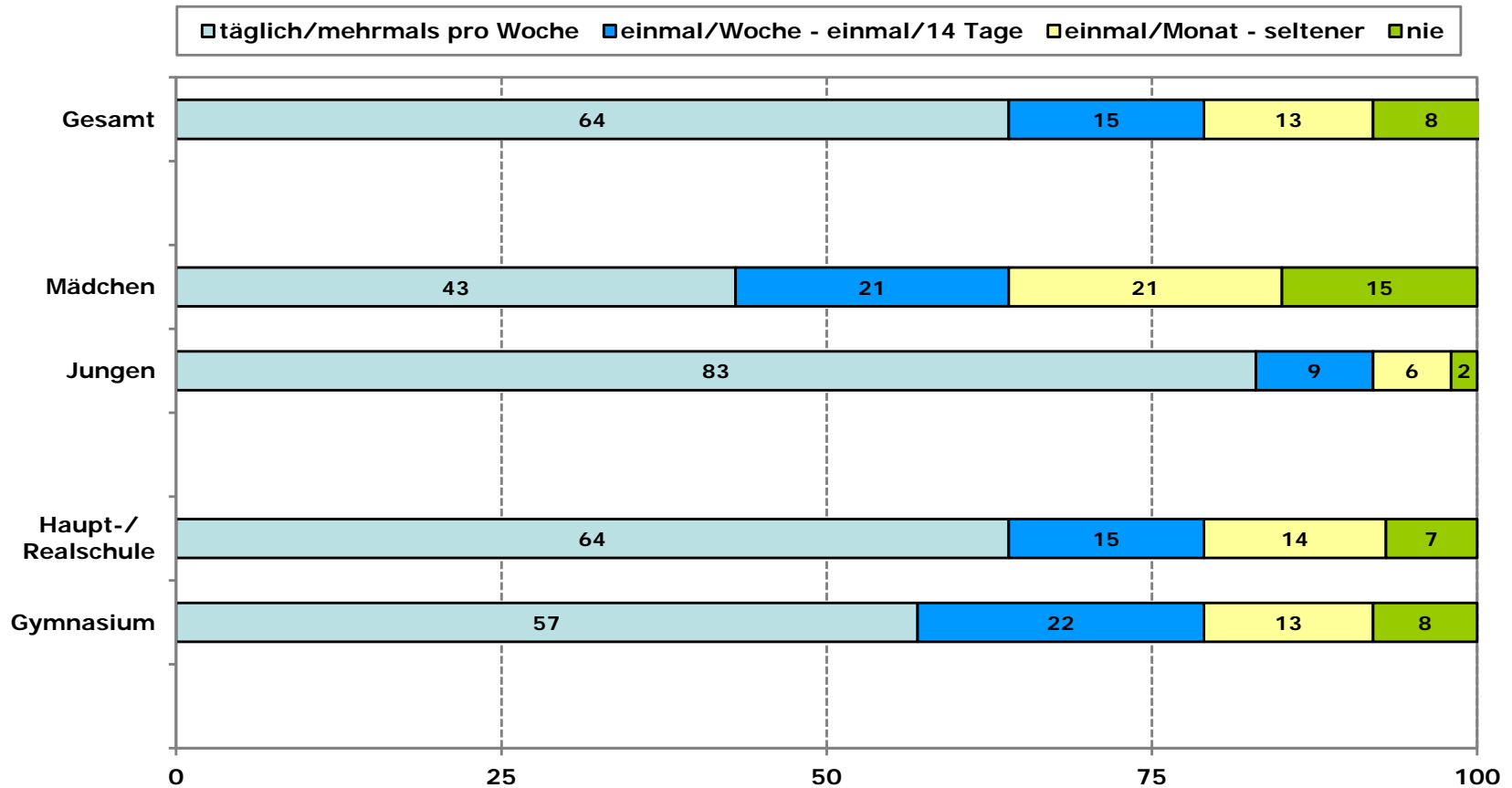


Basis: n=697; 9- bis 24-Jährige, die sowohl Facebook als auch WhatsApp nutzen.

Quelle: DIVSI U25-Studie, DIVSI/SINUS/EPI 2014, S. 75.

Nutzungsfrequenz digitaler Spiele 2016

Angaben in %

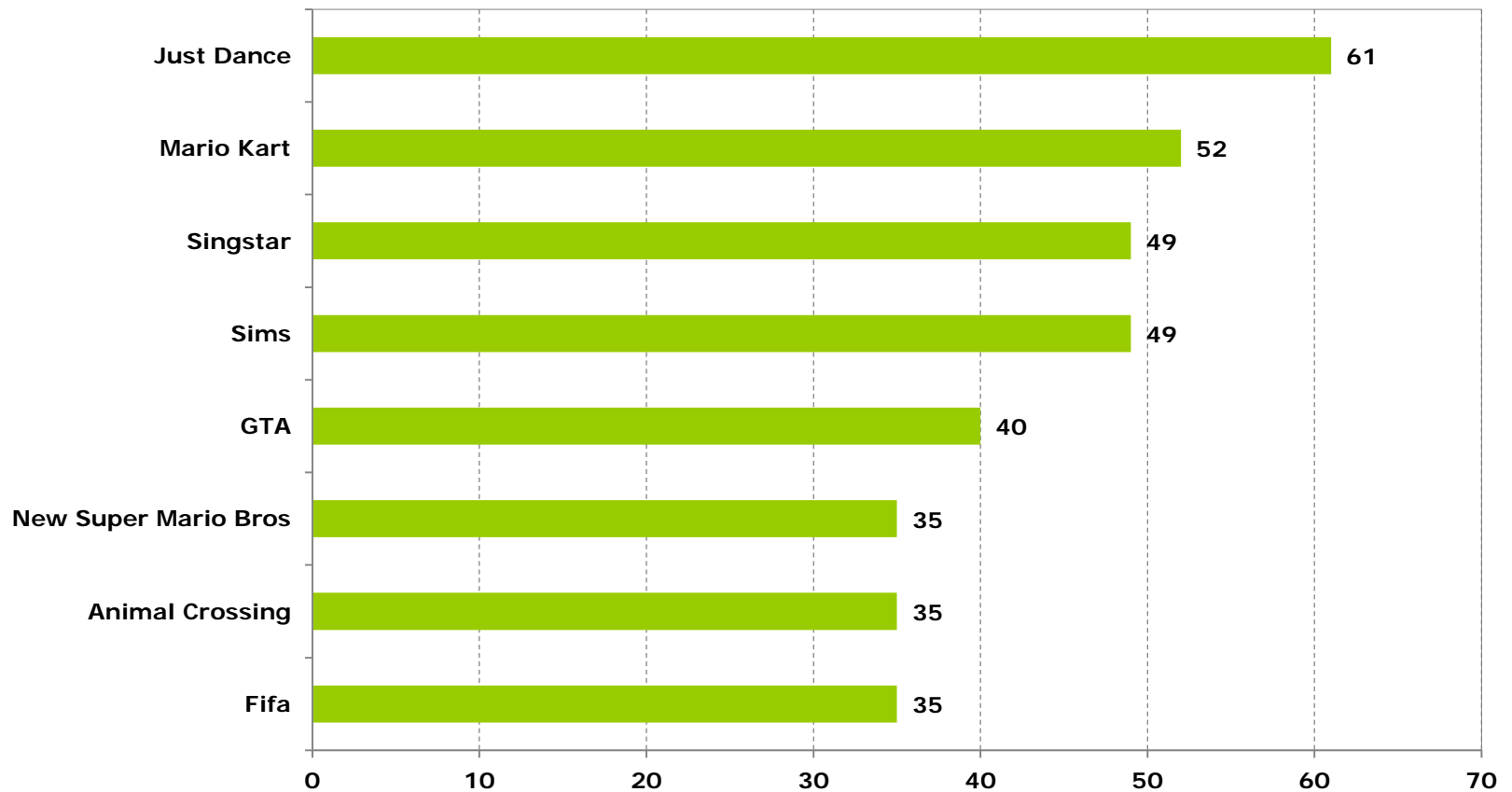


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 42.

Games-Serien: Beliebteste Computerspiele der Mädchen

Mehrfachnennungen möglich, 2014, Auswahl (Angaben in %)

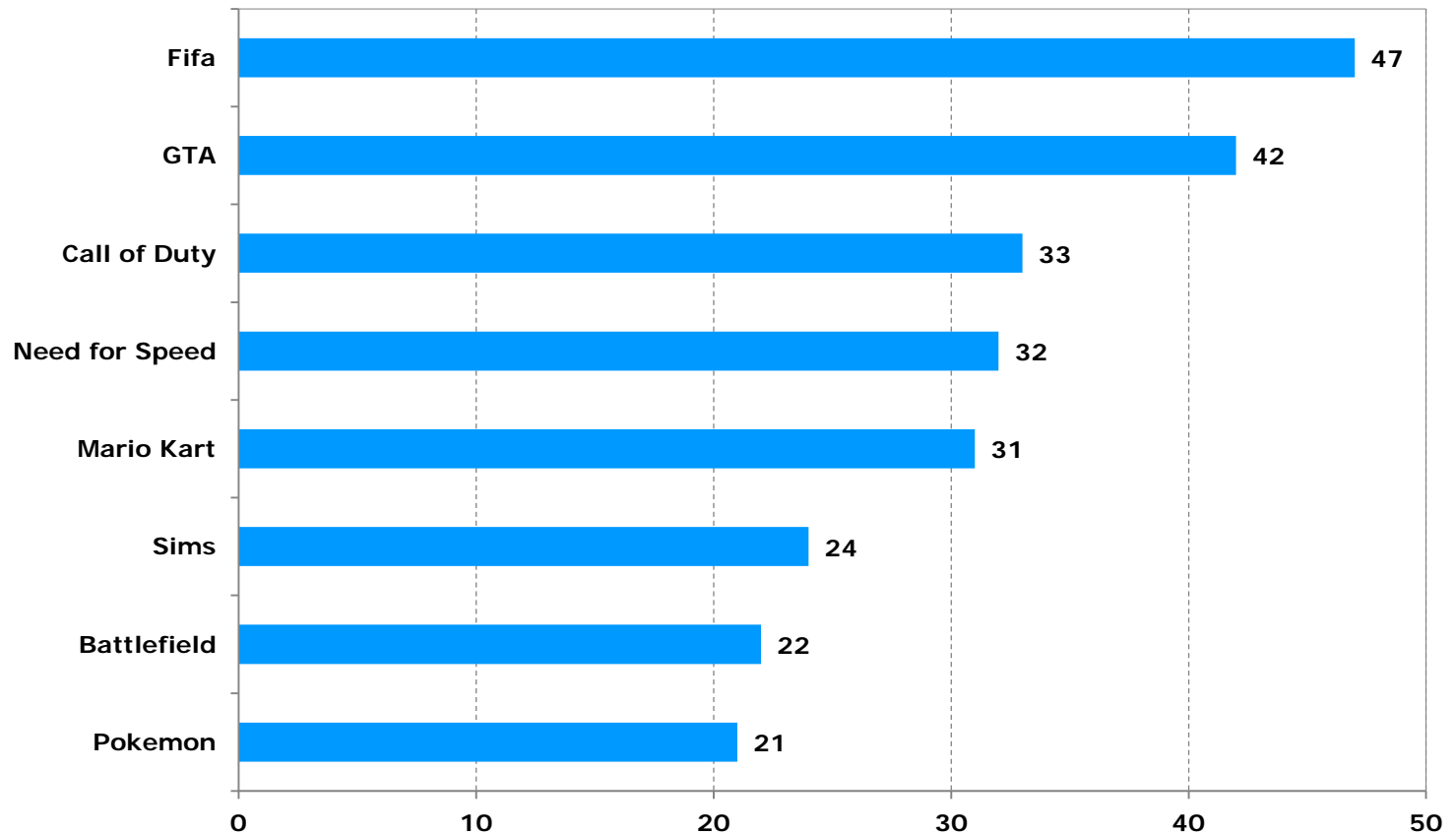


Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: BRAVO Trendmonitor 2014, S. 59.

Games-Serien: Beliebteste Computerspiele der Jungen

Mehrfachnennungen möglich, 2014, Auswahl (Angaben in %)



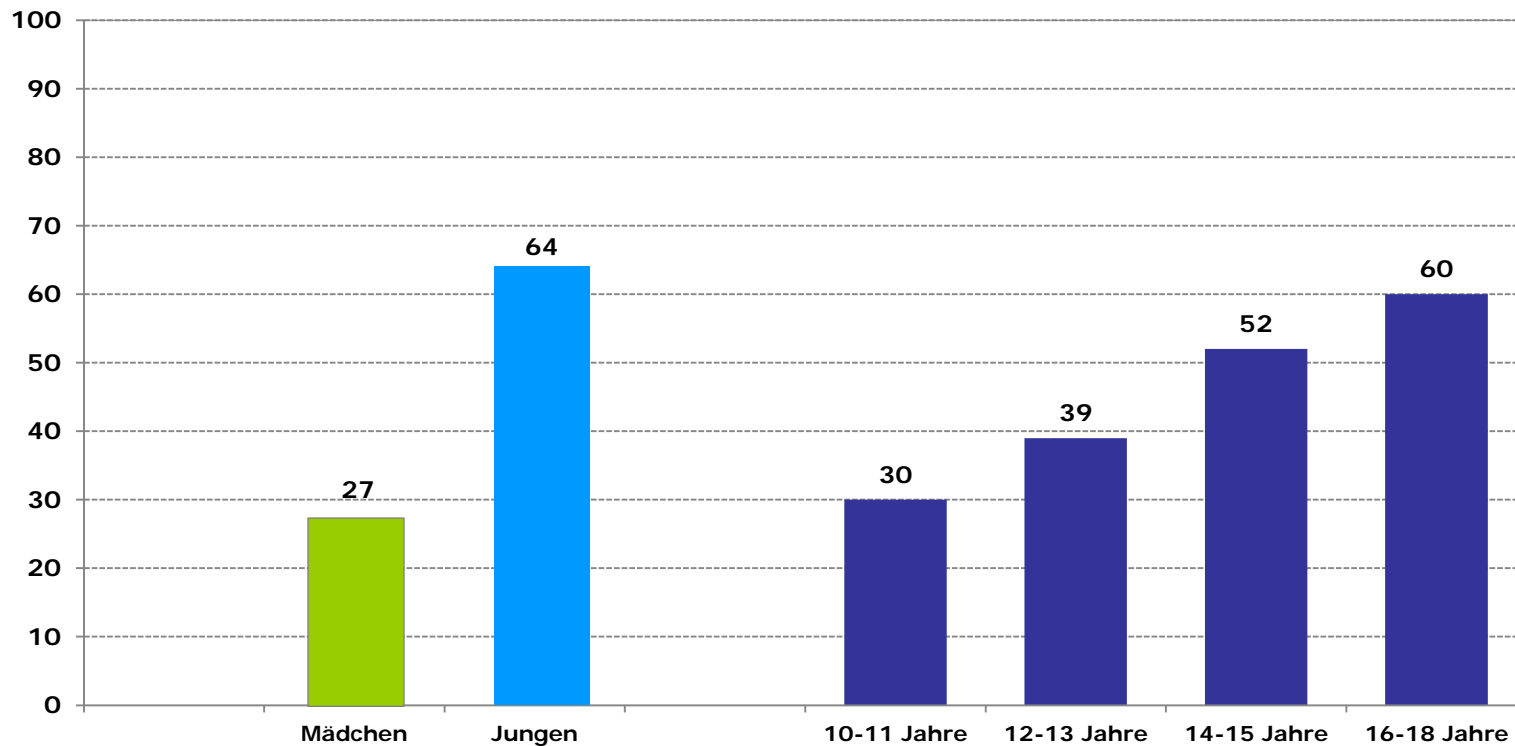
Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: BRAVO Trendmonitor 2014, S. 59.

Nutzung altersbeschränkter Video- und Computerspiele

„Hast du schon einmal selbst Computer-, Video- oder Online-Spiele gespielt, die nicht für dein Alter freigegeben waren?“

10- bis 18-jährige Video- oder ComputerspielerInnen, Ja-Antworten, Angaben in %

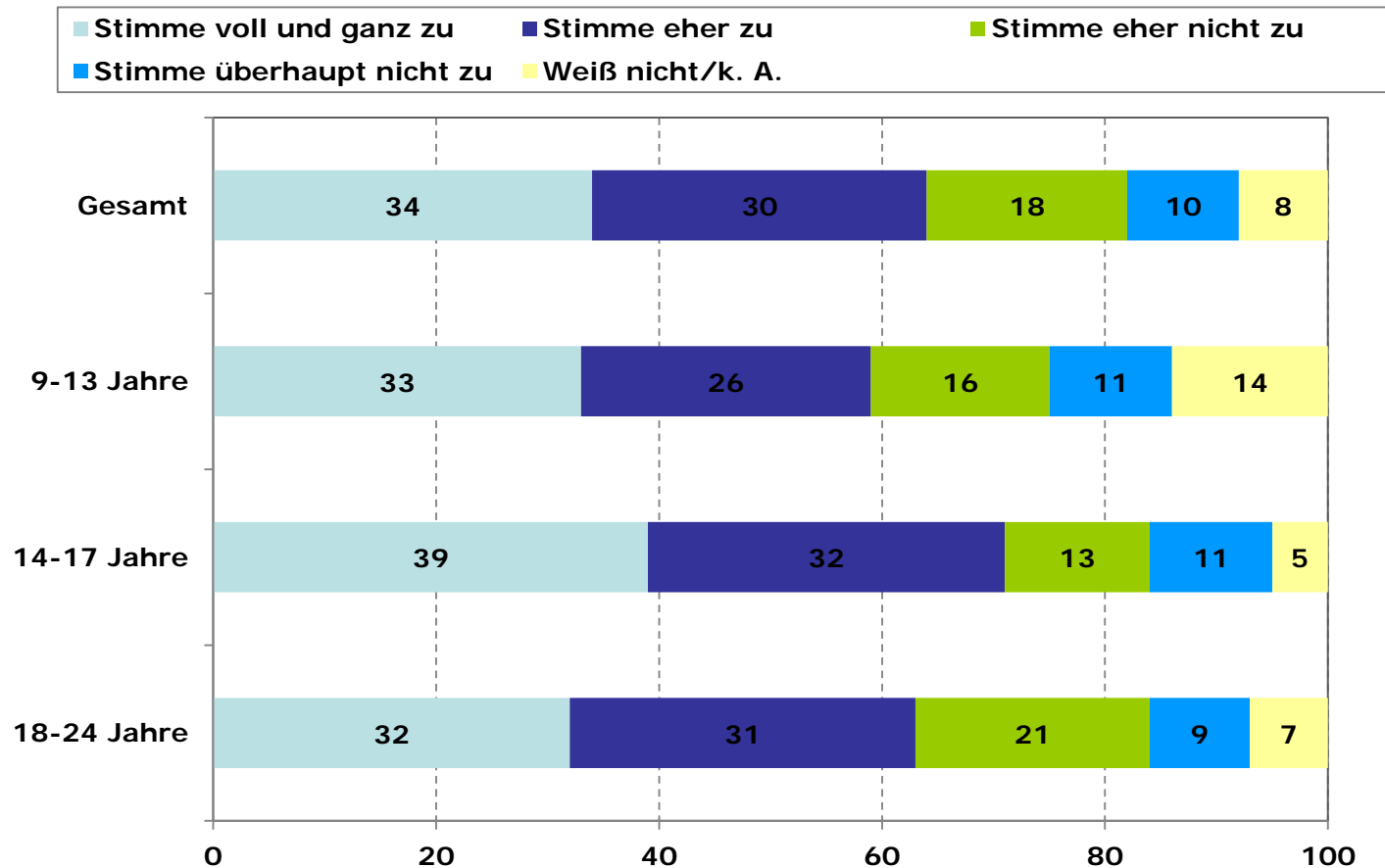


Basis: n=641 , 10-18 Jahre.

Quelle: BITKOM: Jung und vernetzt, 2014, S. 37.

Mobbing online und offline im Vergleich

„Jemanden online fertig zu machen oder zu schikanieren, ist schlimmer als offline“, 2014 (Angaben in %)



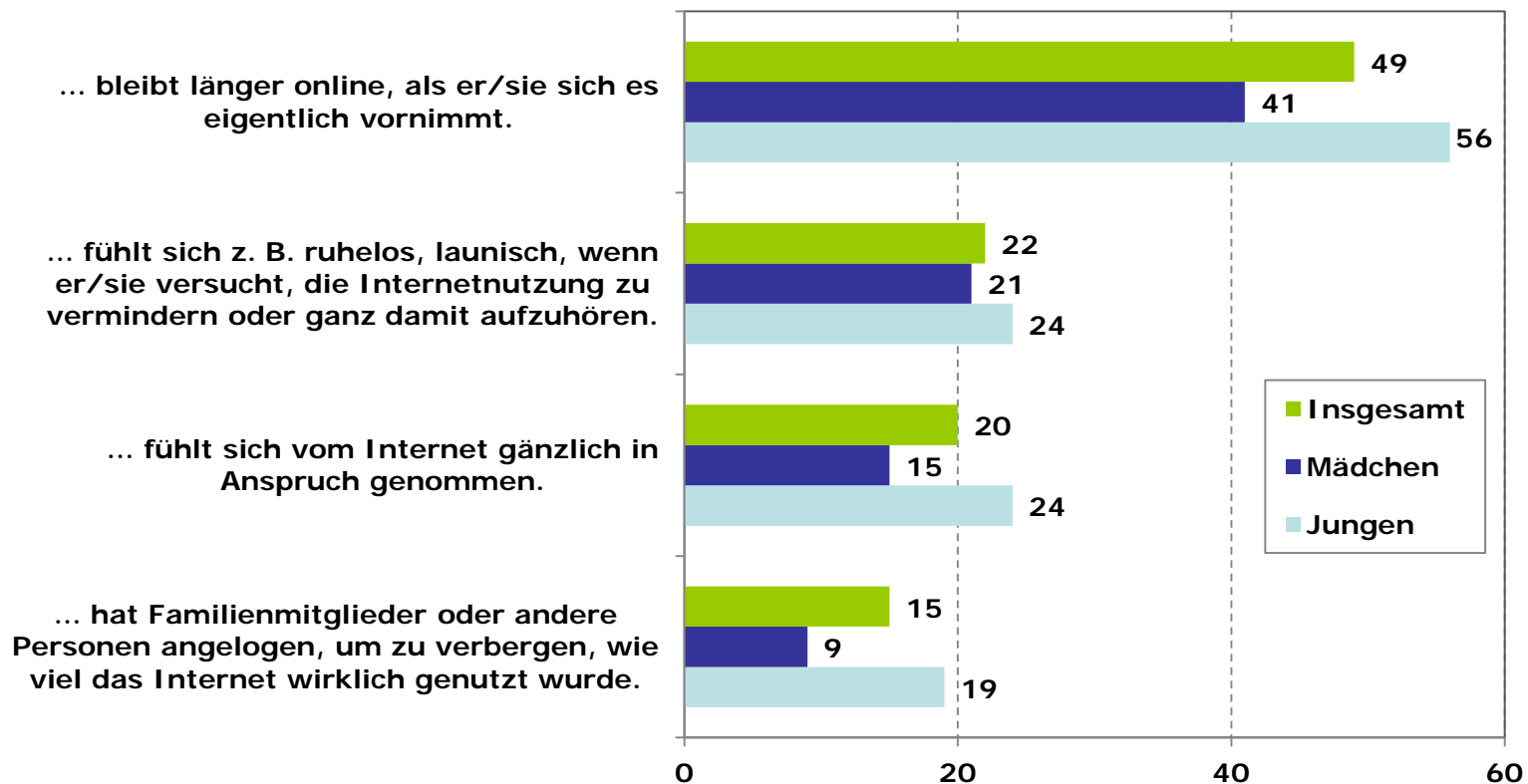
Basis: n=1.414; 9- bis 24-Jährige, die das Internet nutzen.

Quelle: DIVSI U25-Studie, DIVSI/SINUS/EPI 2014, S. 130.

Hinweise auf problematisches Internet-Nutzungsverhalten

„Diese Aussagen treffen zu“
2015, Elternbefragung, Auswahl (Angaben in %)

Der/die Jugendliche ...

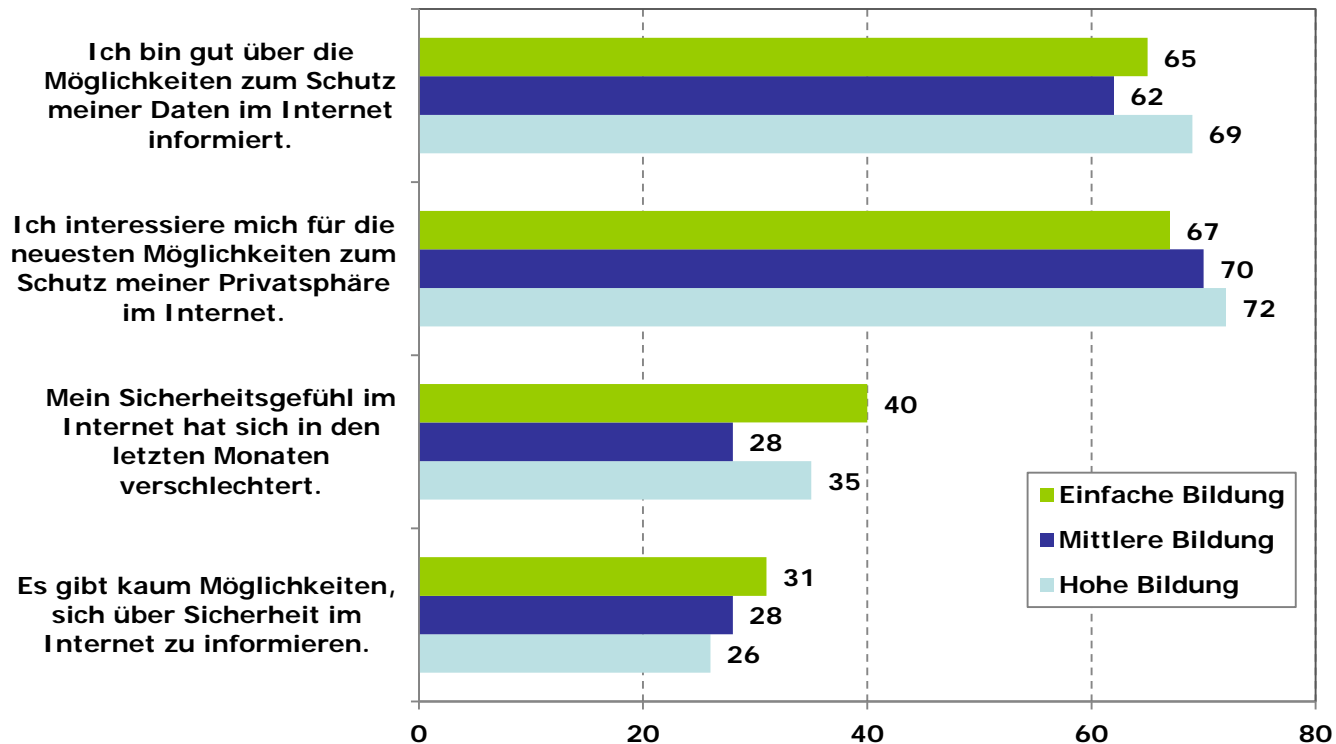


Basis: 1.000 Mütter und Väter mit Kindern zwischen 12 und 17 Jahren;
Befragte, deren Kinder das Internet privat nutzen.

Quelle: FORSA/DAK 2015, S. 14.

Wie hoch schätzen Jugendliche die Sicherheit im Internet ein?

„Stimme voll und ganz zu/stimme eher zu“, nach Bildungsgrad, 2014 (Angaben in %)



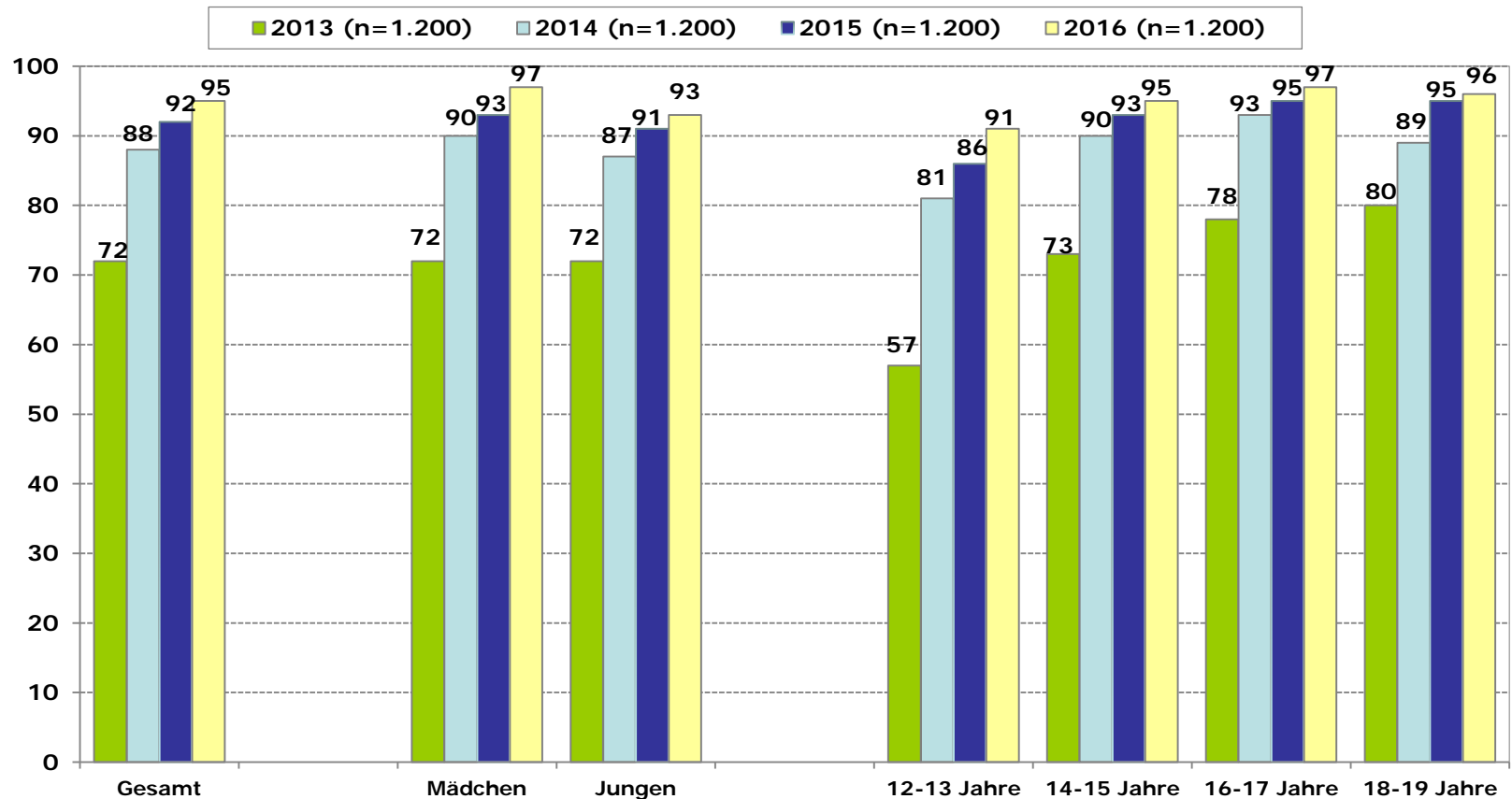
Basis: 1.042; 14- bis 24-Jährige, die das Internet nutzen.

Quelle: DIVSI U25-Studie, DIVSI/SINUS/EPI 2014, S. 103.

Handy und mobile Medien

Anteil der Smartphone-BesitzerInnen bei Jugendlichen

Nach Alter und Geschlecht, Entwicklung 2013-2016 (Angaben in %)

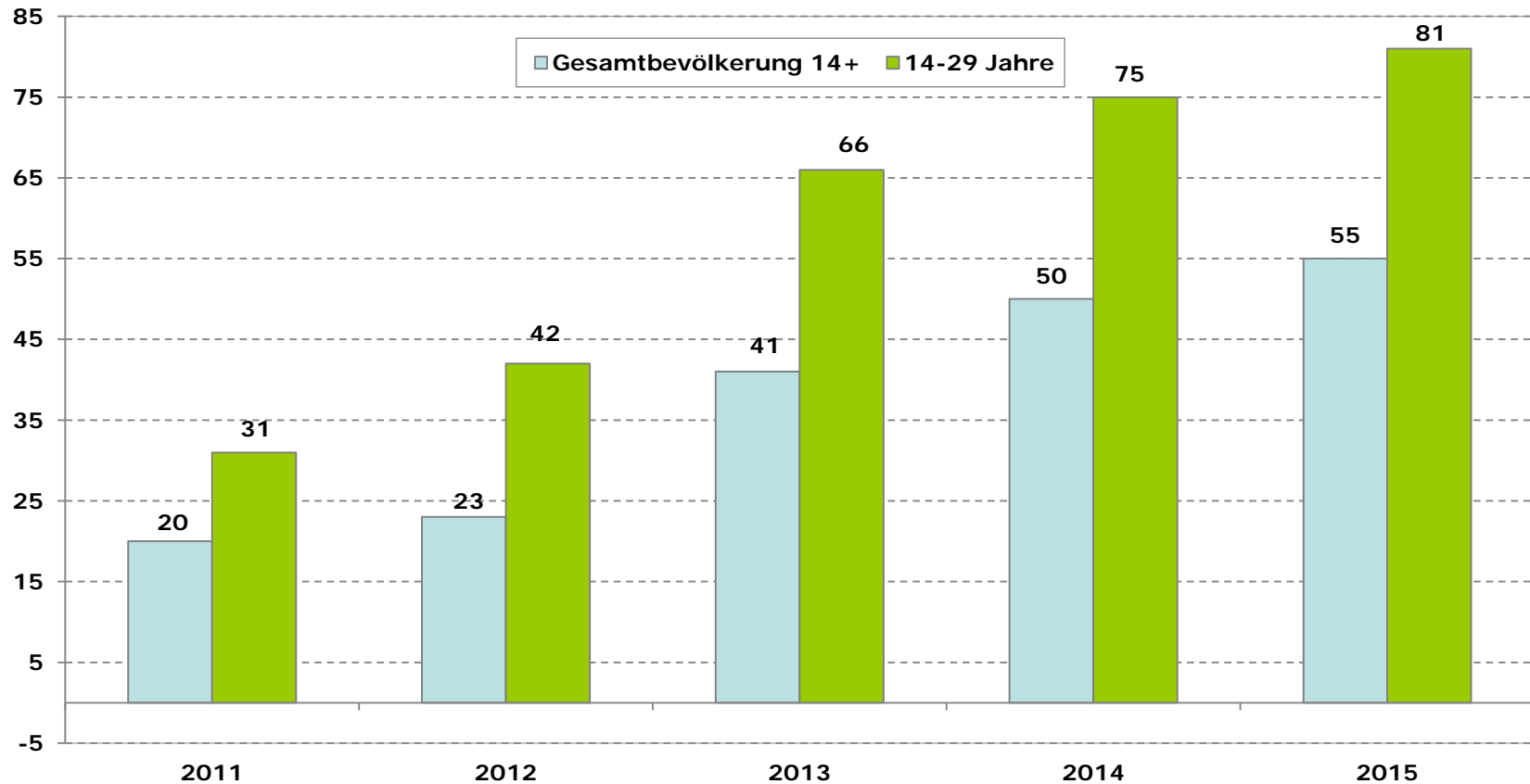


Basis: JIM 2013-2015, alle Befragten, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 23.

Mobile Internetnutzung 2011-2015

Zumindest selten genutzt, Vergleich Gesamtbevölkerung (14+) und 14- bis 29-Jährige, 2011-2015, (Angaben in %)

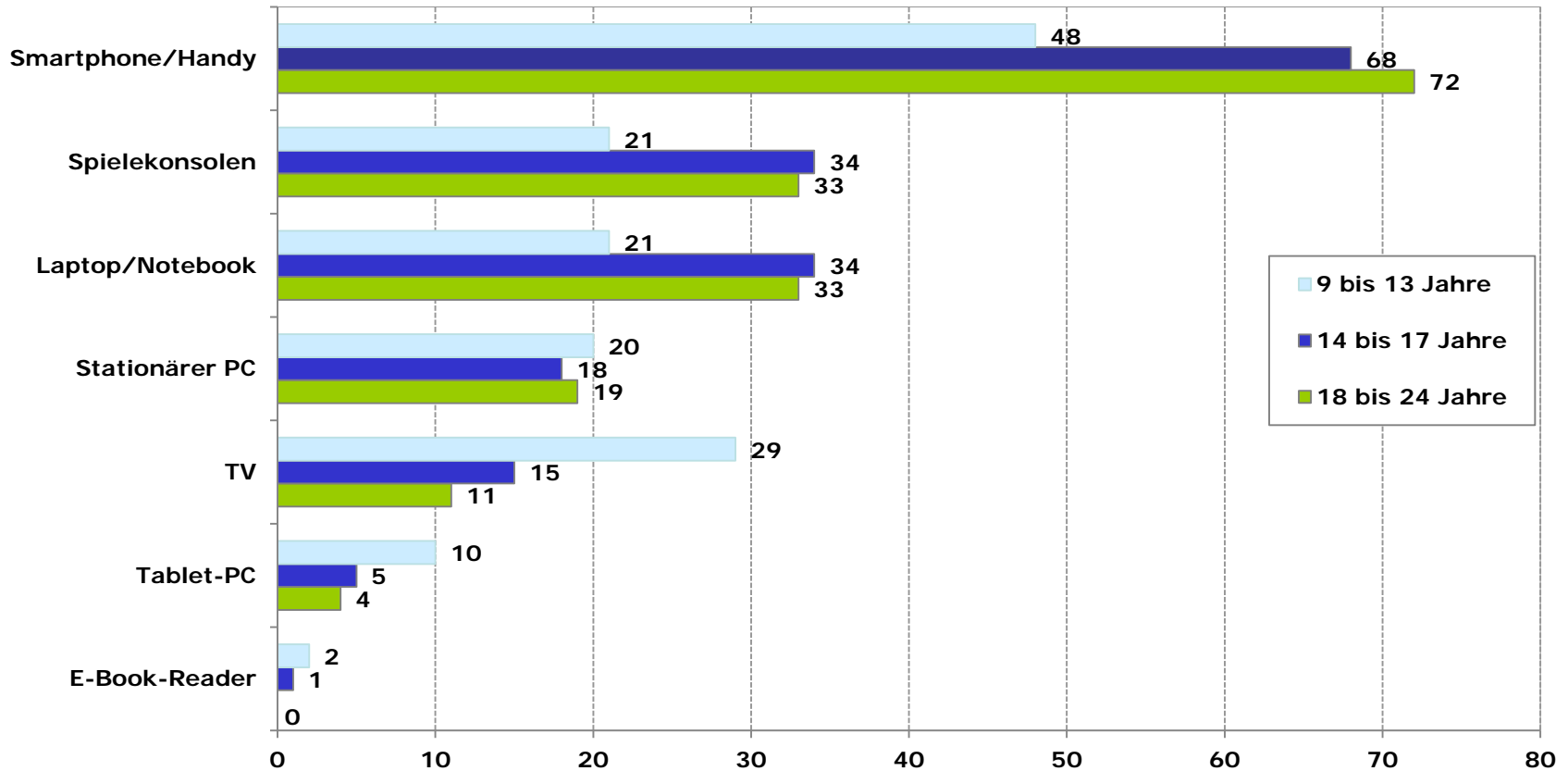


Basis: Deutschsprachige OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren (2011: n=1.319; 2012: n=1.366; 2013: n=1.389; 2014: n=1.434; 2015: n=1.432).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2011-2015, in: Koch/Frees 2015, S. 379.

Wie häufig verwendest du diese Geräte, um online zu gehen?

Mehrmals täglich, 2014 (Angaben in %)

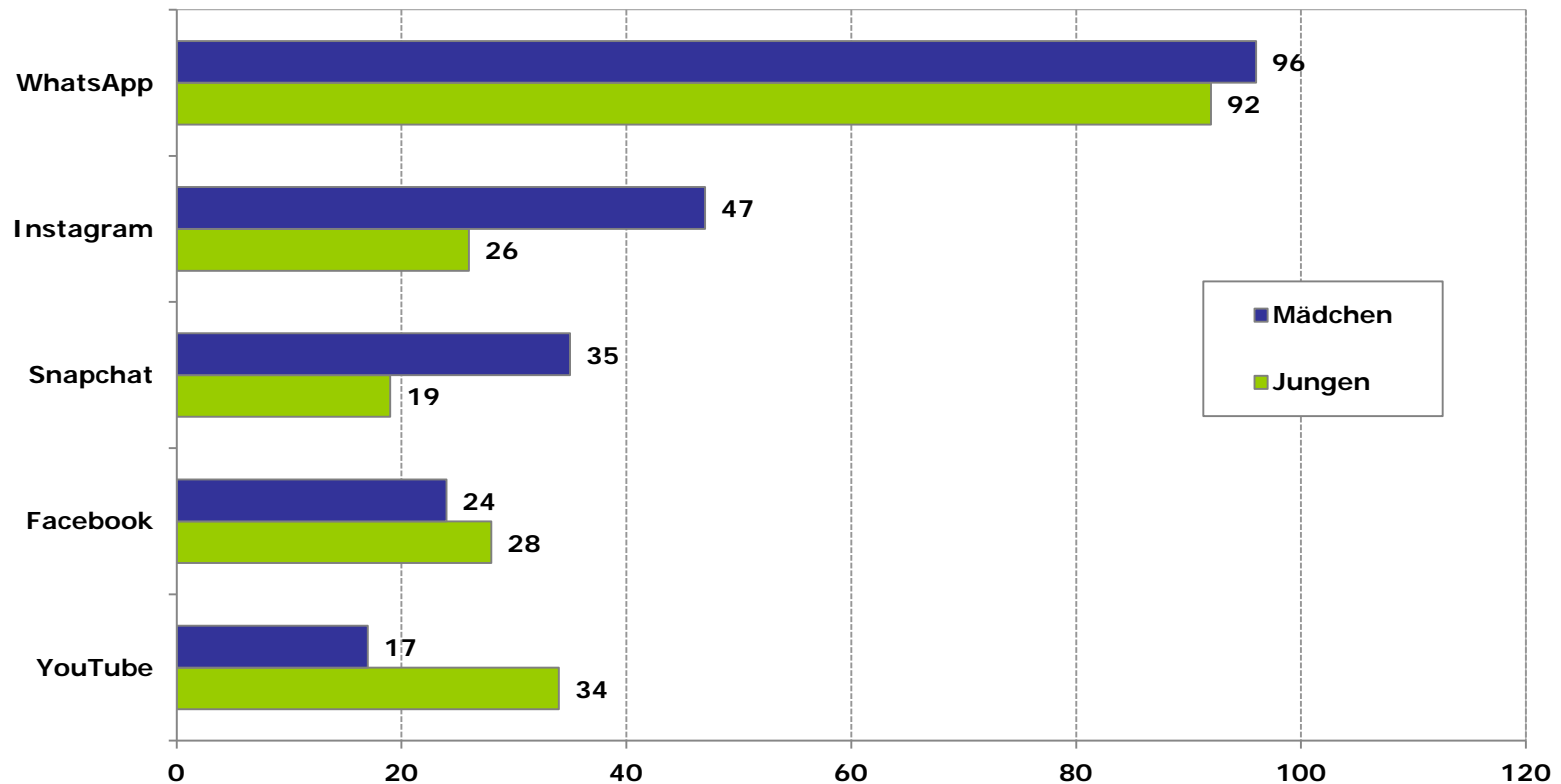


Basis: n=851; 9- bis 24-Jährige, die das Internet täglich nutzen.

Quelle: DIVSI U25-Studie, DIVSI/SINUS/EPI 2014, S. 65.

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone von Jugendlichen

Bis zu drei Nennungen, Auswahl, nach Geschlecht, 2016 (Angaben in %)



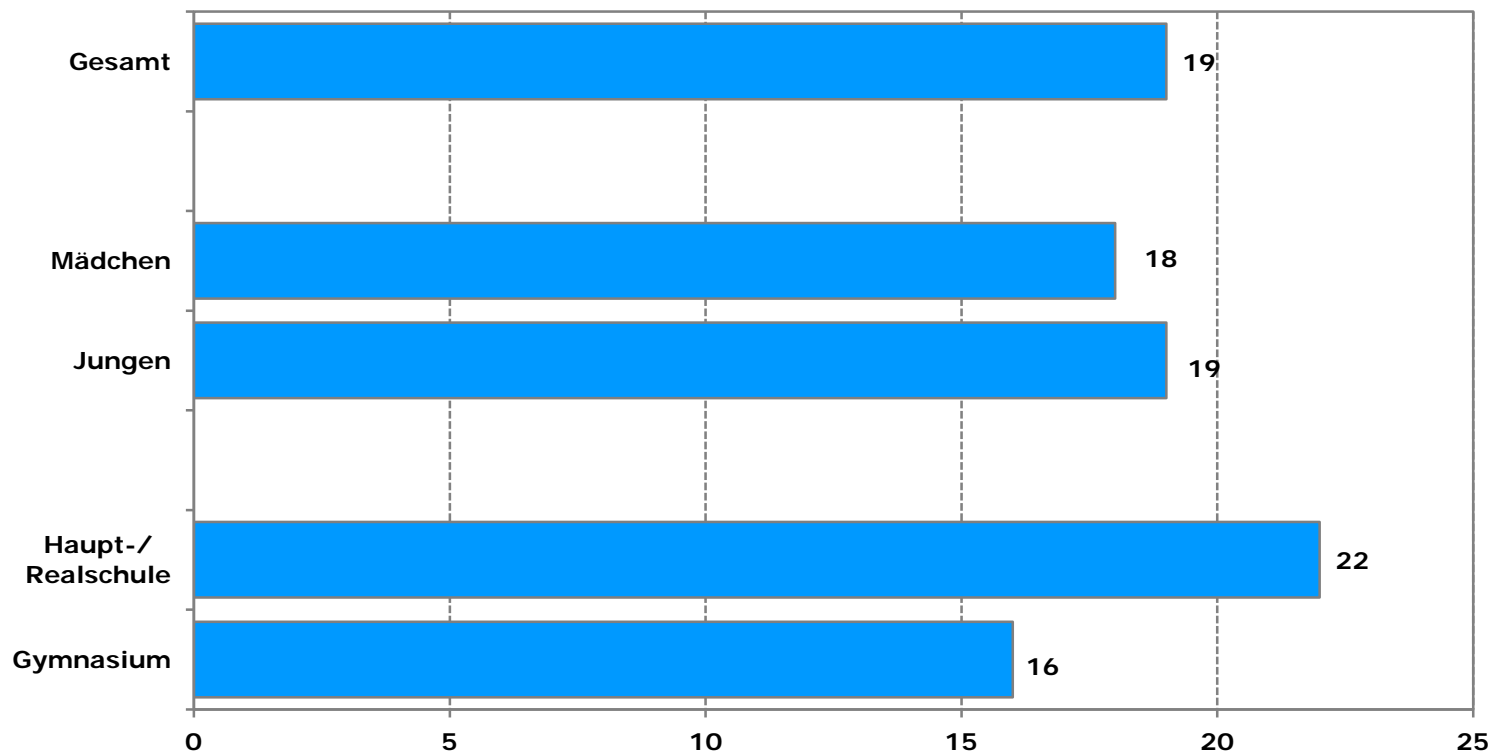
Basis: n=1.136; Befragte, die Apps auf dem Handy installiert haben, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 30.



Es wurden schon mal falsche oder beleidigende Sachen über mich per Handy oder Internet verbreitet

Nach Geschlecht und Schulart, 2016 (Angaben in %)



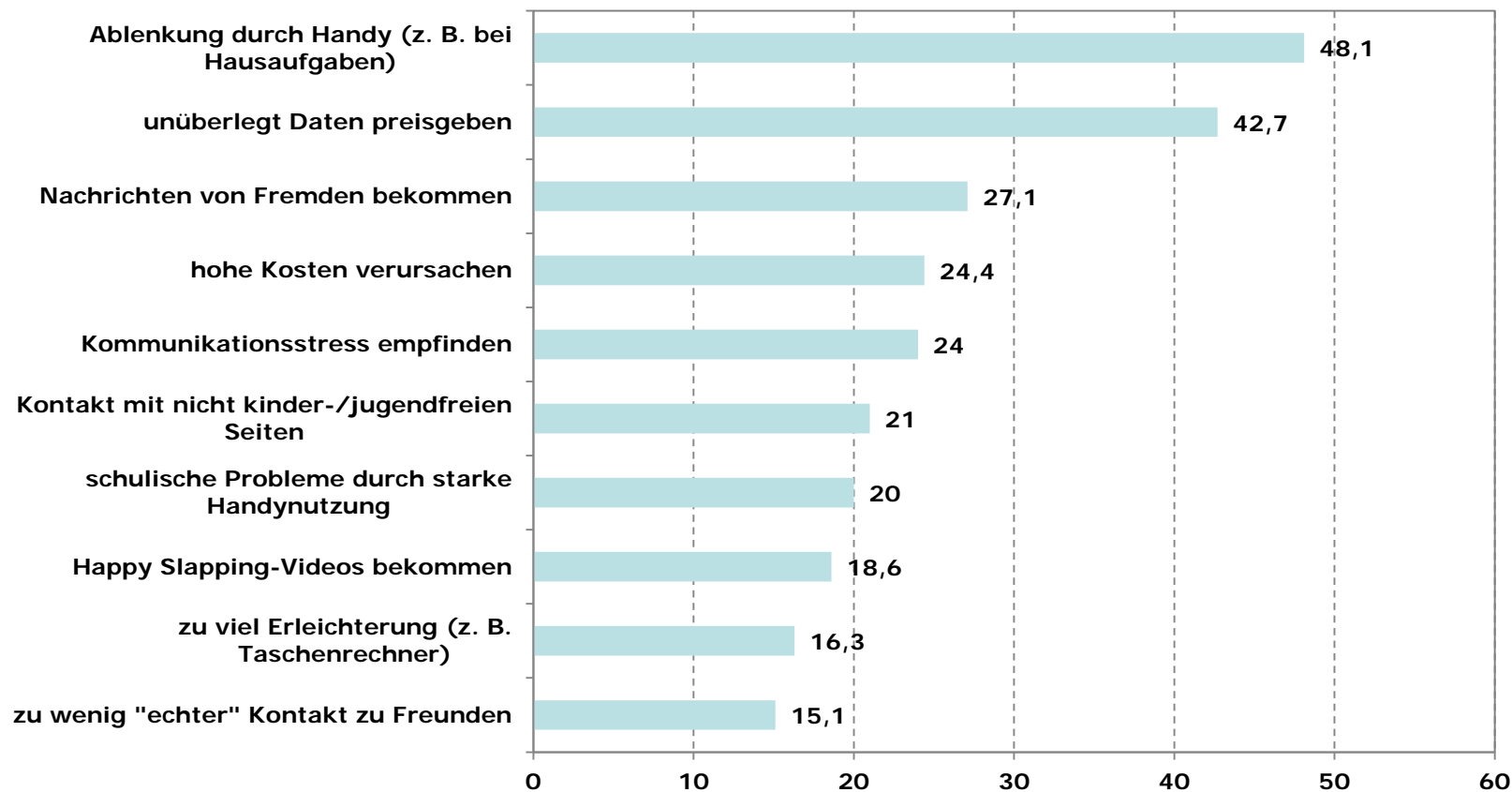
Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 51.



Handy – erlebte Risiken von Kindern und Jugendlichen

2015 (Angaben in %)



Basis: n=321-500, 8-14 Jahre.

Quelle: Knop/Hefner/Schmitt/Vorderer 2015, S. 6.

Zitierte Studien/Quellenangaben

- ARD/ZDF-Onlinestudie 2013-2015: Multimedianoutzung.
URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=520> (letzter Aufruf: 25.01.2016).
- ARD/ZDF-Onlinestudie 2015: Statistik. In: Media Perspektiven 9/2015, S. 416-417.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/statistik-43e3581060/> (letzter Aufruf: 25.01.2016).
- Bauer Media Group: BRAVO Trendmonitor 2014.
URL: <http://www.bauermedia.com/presse/archiv/artikel/bravo-trendmonitor-2014-kaufkraft-und-smartphone-besitz-bei-den-teenagern-steigt/controller/2014/2/17/> (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- Behrens, Peter/Calmbach, Marc/Schleer, Christoph/Klingler, Walter/Rathgeb, Thomas: Mediennutzung und Medienkompetenz in jungen Lebenswelten. Repräsentative Onlinebefragung von 14- bis 29-Jährigen in Deutschland. In: Media Perspektiven 4/2014, S. 195-218.
URL: http://www.ifk.de/fileadmin/media/medienkompetenz_fortbildung/04-2014_Behrens_Calmbach_Schleer_Klingler_Rathgeb.pdf (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- BITKOM: Jung und vernetzt. Kinder und Jugendliche in der digitalen Gesellschaft. Berlin 2014.
URL: <https://www.bitkom.org/BitKom/Publikationen/Jung-und-vernetzt-Kinder-und-Jugendliche-in-der-digitalen-Gesellschaft.html> (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- BITKOM: Digitale Schule – vernetztes Lernen. Ergebnisse repräsentativer Schüler- und Lehrerbefragungen zum Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht. Berlin 2015.
URL: <https://www.bitkom.org/Publikationen/2015/Studien/Digitale-SchulevernetztesLernen/BITKOM-Studie-Digitale-Schule-2015.pdf> (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- Breunig, Christian/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2015. Pressekonferenz, 10.09.2015.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/projekte/ardzdf-studie-massenkommunikation/> (letzter Aufruf: 23.02.2016)
- Breunig, Christian/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2015: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven 7-8/2015, S. 323-341.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/massenkommunikation-2015-funktionen-und-images-der-medien-im-vergleich/> (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI)/SINUS-Institut Heidelberg/Erich Pommer Institut (EPI): DIVSI U25-Studie. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene in der digitalen Welt. Hamburg 2014.
URL: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2014/02/DIVSI-U25-Studie.pdf> (letzter Aufruf: 24.02.2016).

Zitierte Studien/Quellenangaben

- Engel, Bernhard/Breunig, Christian: Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven 7-8/2015, S. 310-322.
URL: https://presseportal.zdf.de/fileadmin/zdf_upload/Aktuelles/2015/9/07082015_Engel_Breunig.pdf (letzter Aufruf: 26.01.2016).
- Forsa/DAK Gesundheit: Internet- und Computergebrauch bei Kindern und Jugendlichen. November 2015. URL: http://www.dak.de/dak/download/Forsa_Studie_Internetsucht_im_Kinderzimmer-1728400.pdf (letzter Aufruf: 24.02.2016).
- Hasebrink, Uwe/Schmidt, Jan-Hinrik: Medienübergreifende Informationsrepertoires. In: Media Perspektiven 1/2013, S. 2-12.
URL: <http://www.media-perspektiven.de/publikationen/fachzeitschrift/2013/artikel/medienebergreifende-informationsrepertoires/> (letzter Aufruf: 25.02.2015).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2016. Bericht.
URL: <http://iconkids.com/deutsch> (letzter Aufruf: 26.10.2016).
- Jünger, Nadine: Themeninteressen Heranwachsender. In: Bernd Schorb (Hrsg.): Jugend – Information – Medien. Report des Forschungsprojektes Medienkonvergenz Monitoring zur Aneignung von Information durch 12- bis 19-Jährige. S. 21-46. Leipzig 2013.
URL: http://www.kmw.uni-leipzig.de/fileadmin/redaxo/PDF_Dateien_Formulare/MeMo_Report.pdf (letzter Aufruf: 27.01.2016).
- Koch, Wolfgang/Frees, Beate: Unterwegsnutzung des Internets wächst bei geringerer Intensität. In: Media Perspektiven 9/2015, S. 378-382.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/fachzeitschrift/2015/artikel/unterwegsnutzung-des-internets-waechst-bei-geringerer-intensitaet/> (letzter Aufruf: 26.01.2016)
- Knop, Karin/Hefner Dorotheé/Schmitt, Stefanie/Vorderer, Peter: Mediatisierung mobil. Handy- und Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen. Zusammenfassung der LfM-Schriftenreihe Medienforschung. Düsseldorf 2015.
URL: http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Veranstaltungen_und_Preise/Tagungen_und_Praesentationen/Alwayson/Dokumente/Band-77_Mediatisierung-mobil_Zusammenfassung.pdf (letzter Aufruf: 05.03.2016).
- Media Perspektiven Basisdaten 2015. Daten zur Mediensituation in Deutschland 2015. Frankfurt am Main, 2015.
URL: <http://www.ard-werbung.de/media-perspektiven/publikationen/basisdaten/> (letzter Aufruf: 25.02.2016).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie 2016. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart 2016.
URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2016/JIM_Studie_2016.pdf (letzter Aufruf: 16.12.2016).

Zitierte Studien/Quellenangaben

- Schmid, Miriam/Antes, Wolfgang: Jugendstudie Baden-Württemberg 2013. ISBN 978-3-8340-1225-8.
URL: http://www.jugendstiftung.de/fileadmin/Dateien/Jugendstudie_120_geschuetzt.pdf (letzter Aufruf: 27.1.2015).
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: 79 Prozent der Deutschen online – Zuwachs bei mobiler Internetnutzung und Bewegtbild.
In: Media Perspektiven 7-8/2014, S. 378-396.
URL: <http://www.media-perspektiven.de/publikationen/fachzeitschrift/2014/artikel/79-prozent-der-deutschen-online-zuwachs-bei-mobiler-internetnutzung-und-bewegtbild/> (letzter Aufruf: 27.1.2015).