

# 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

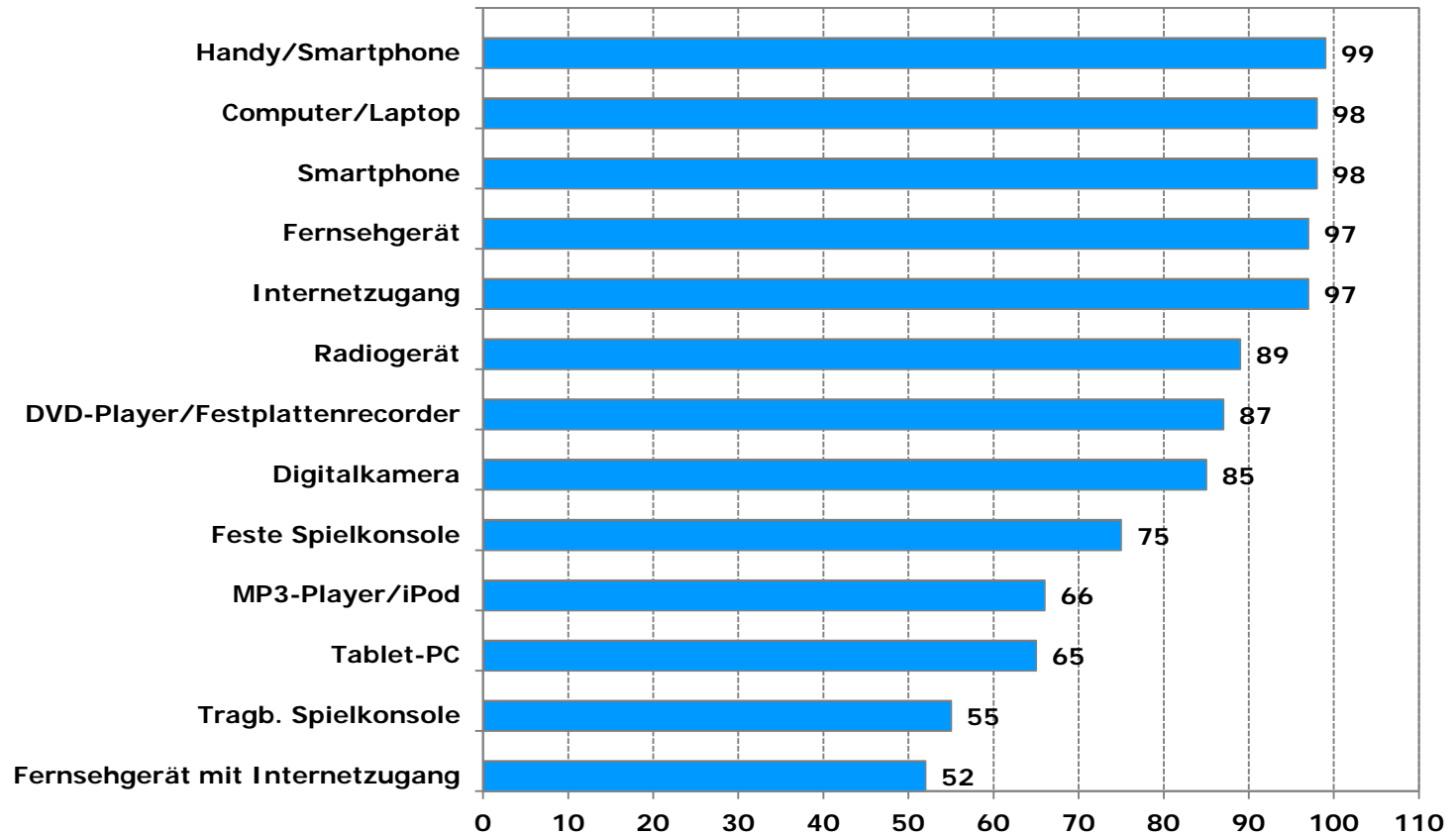
## Inhaltsübersicht

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

# Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien

## Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

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

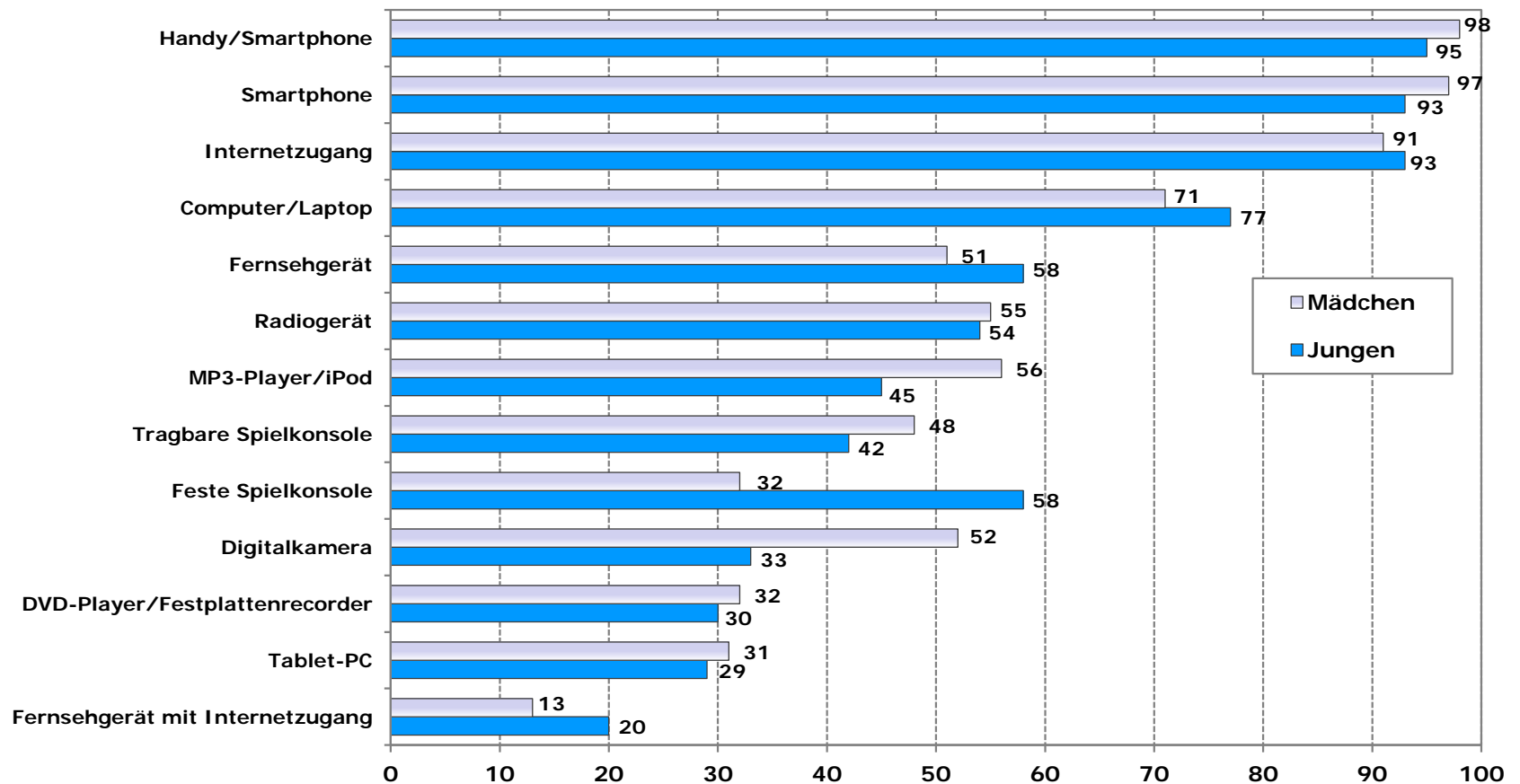


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

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

## Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

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

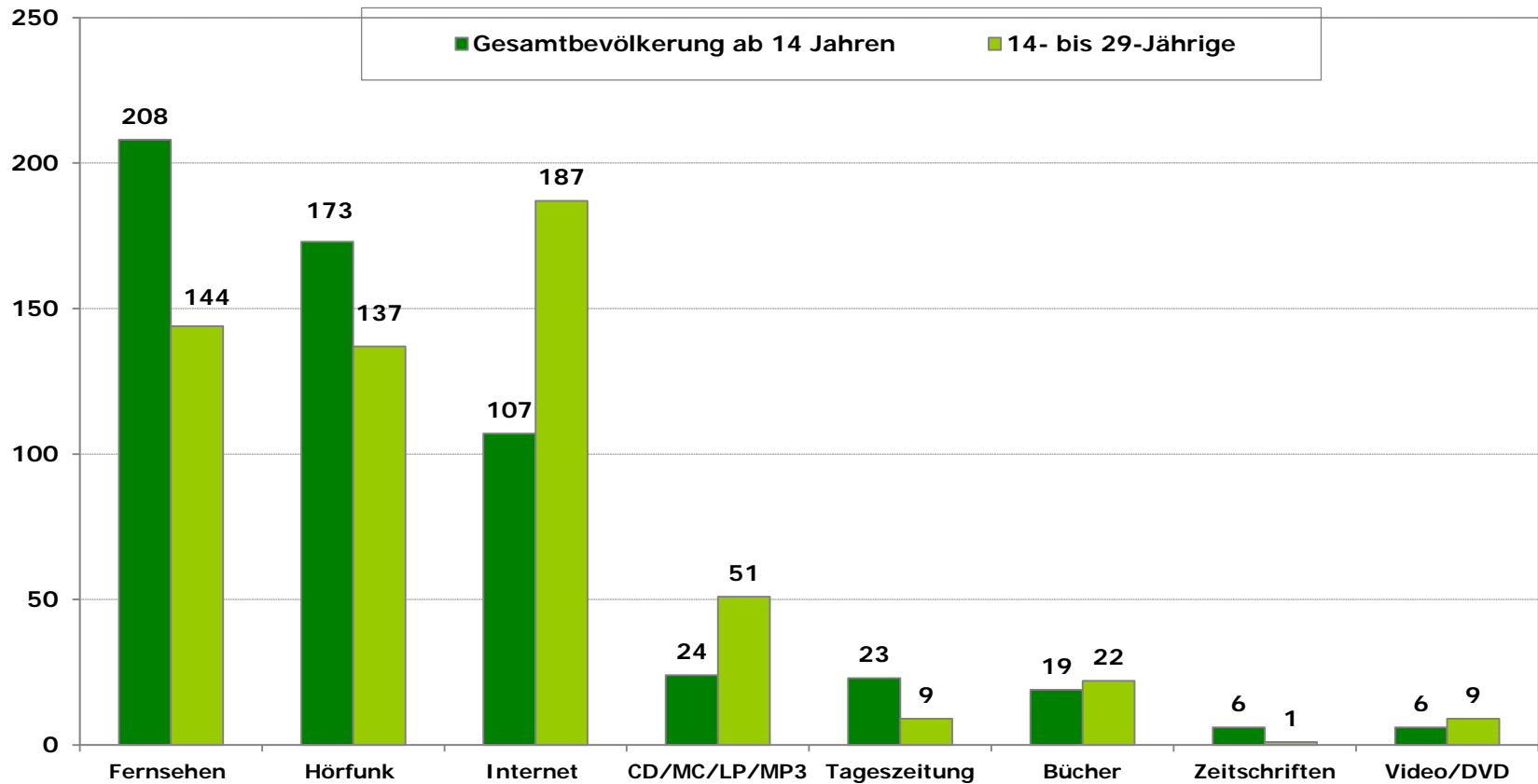


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

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

## Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien 2015

Nach Altersgruppen, Nutzungsdauer in Minuten/Tag

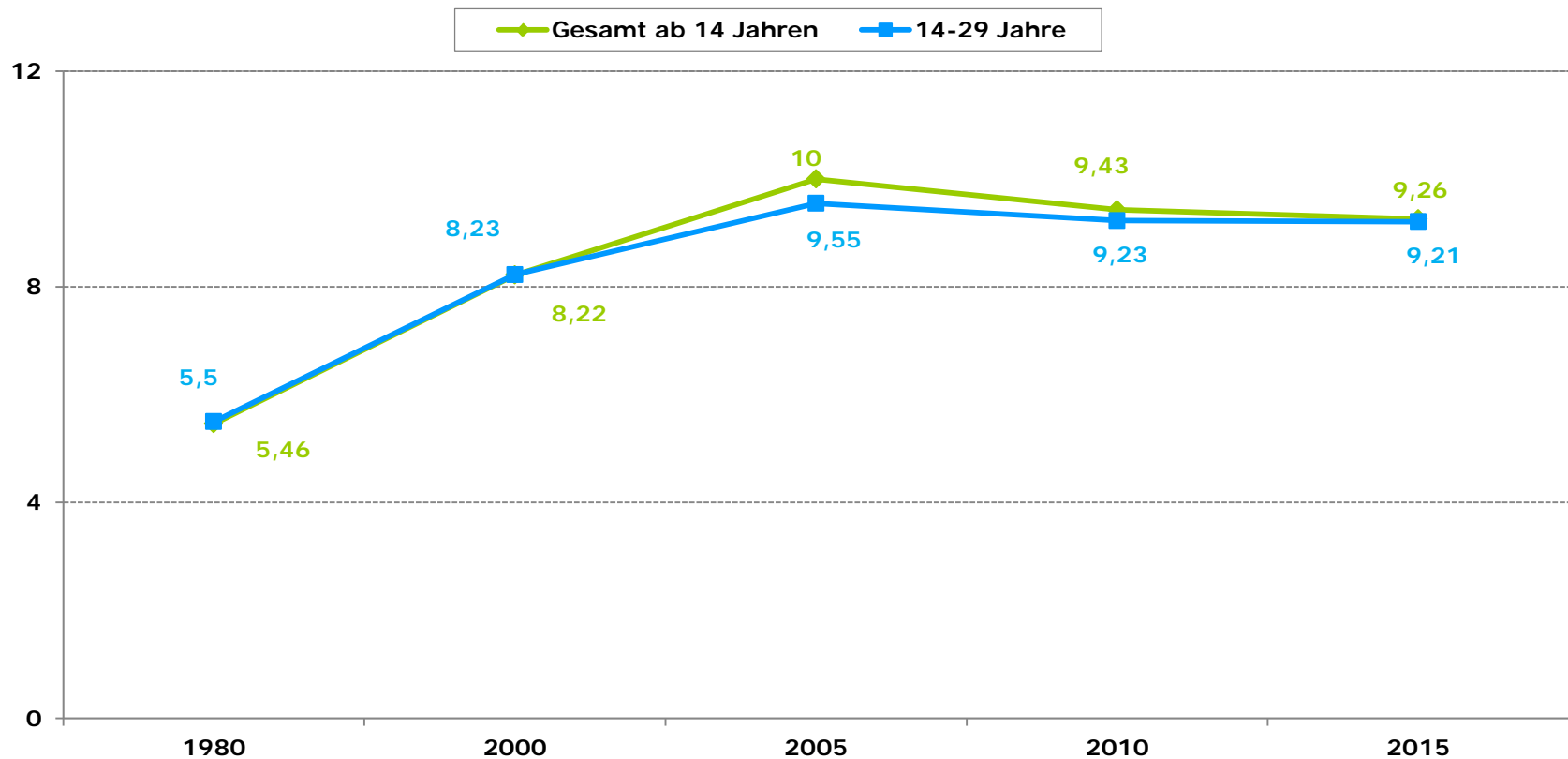


Basis: n=4.300 Personen ab 14 Jahre in Deutschland, Mo-So, 5:00–24:00 Uhr.

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

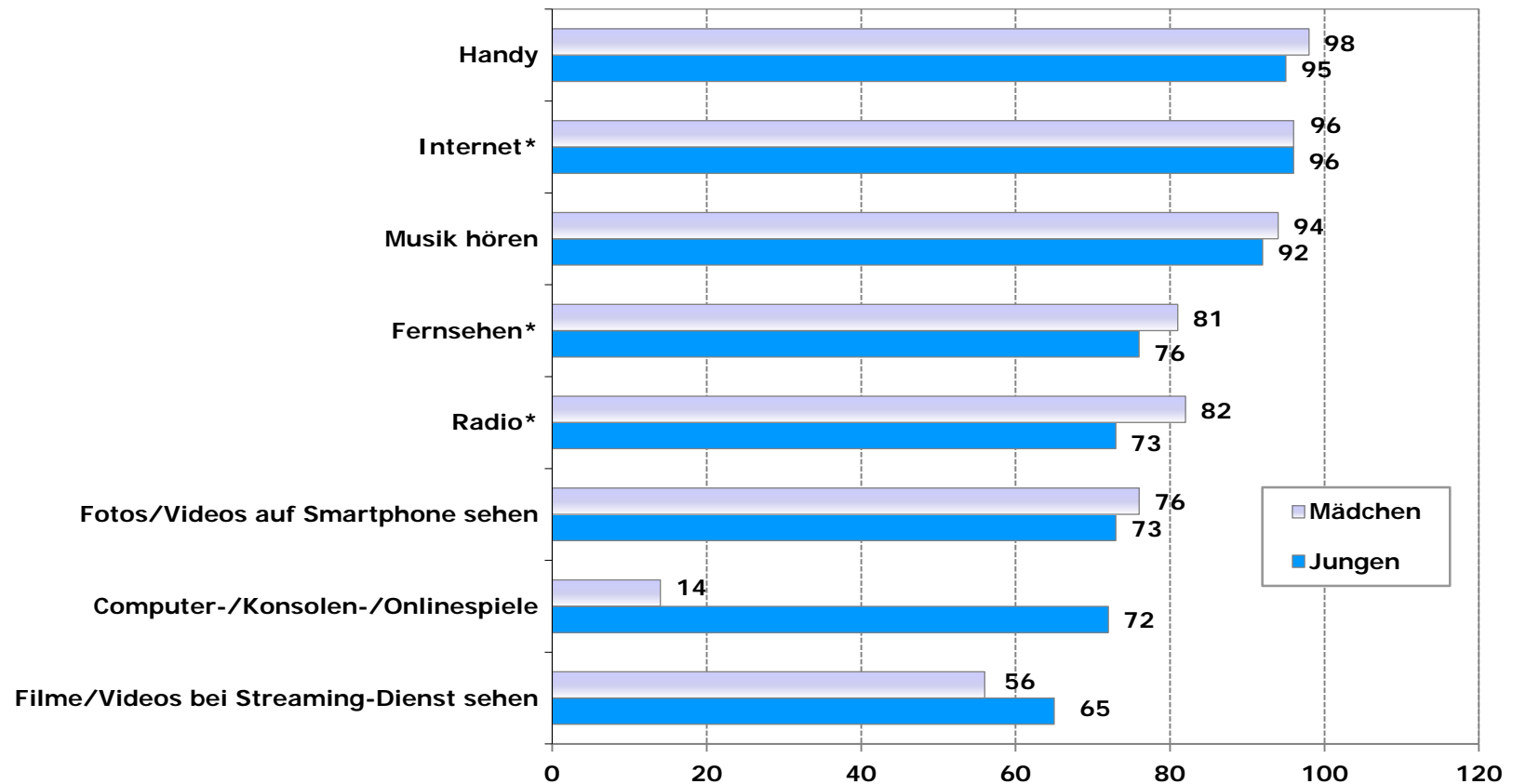


Basis: BRD gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14+ Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschsprachige Bevölkerung; ab 1980: 6 Medien, ab 1985: 7 Medien, ab 2000: 8 Medien inkl. Internet.

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.

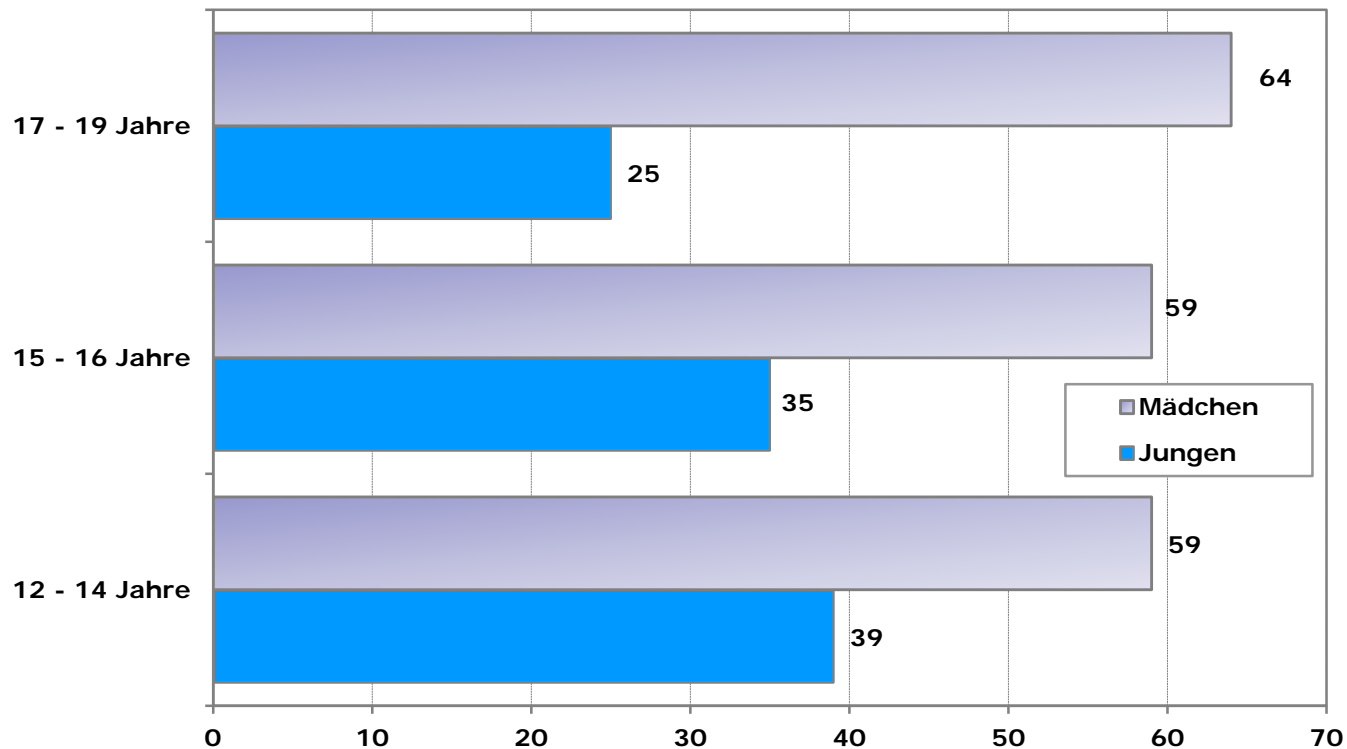
Quelle: JIM-Studie 2016, mpfs, S. 12.



## 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 %)

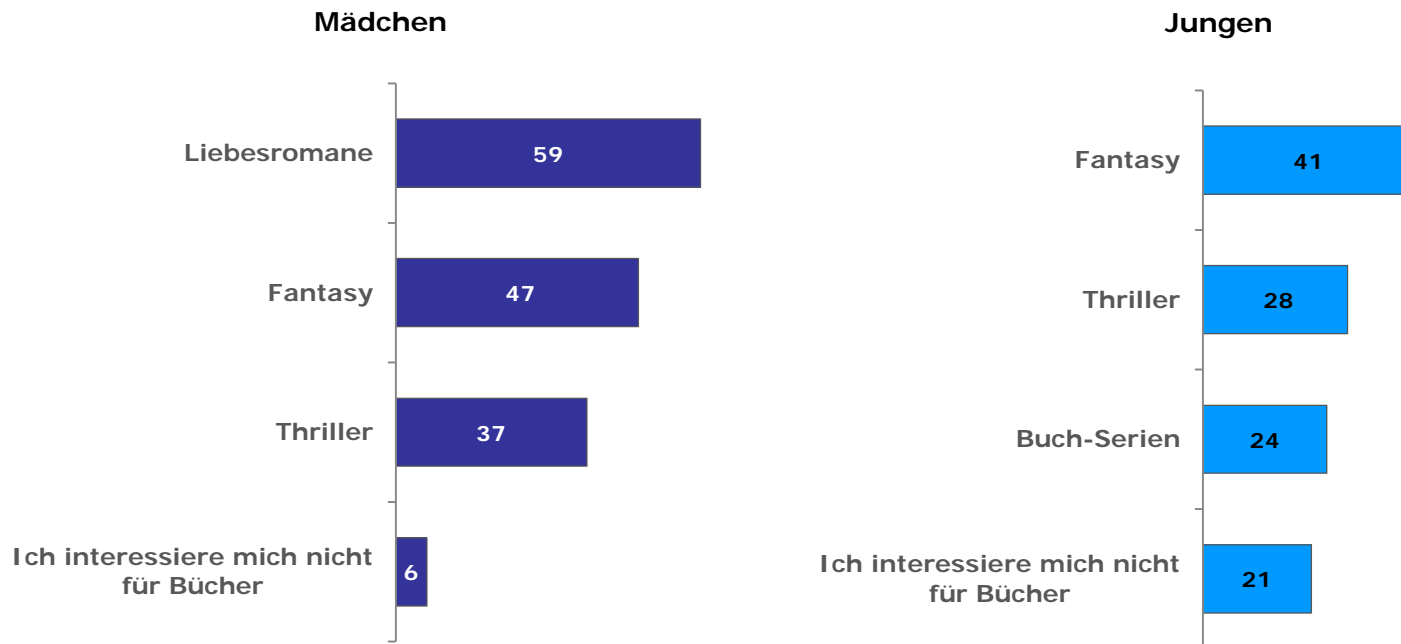


Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: Bravo Trendmonitor 2014, S. 19.

## Die Top 3 Genres der Lieblingsbücher Jugendlicher

Nach Geschlecht, 2014 (Angaben in %)

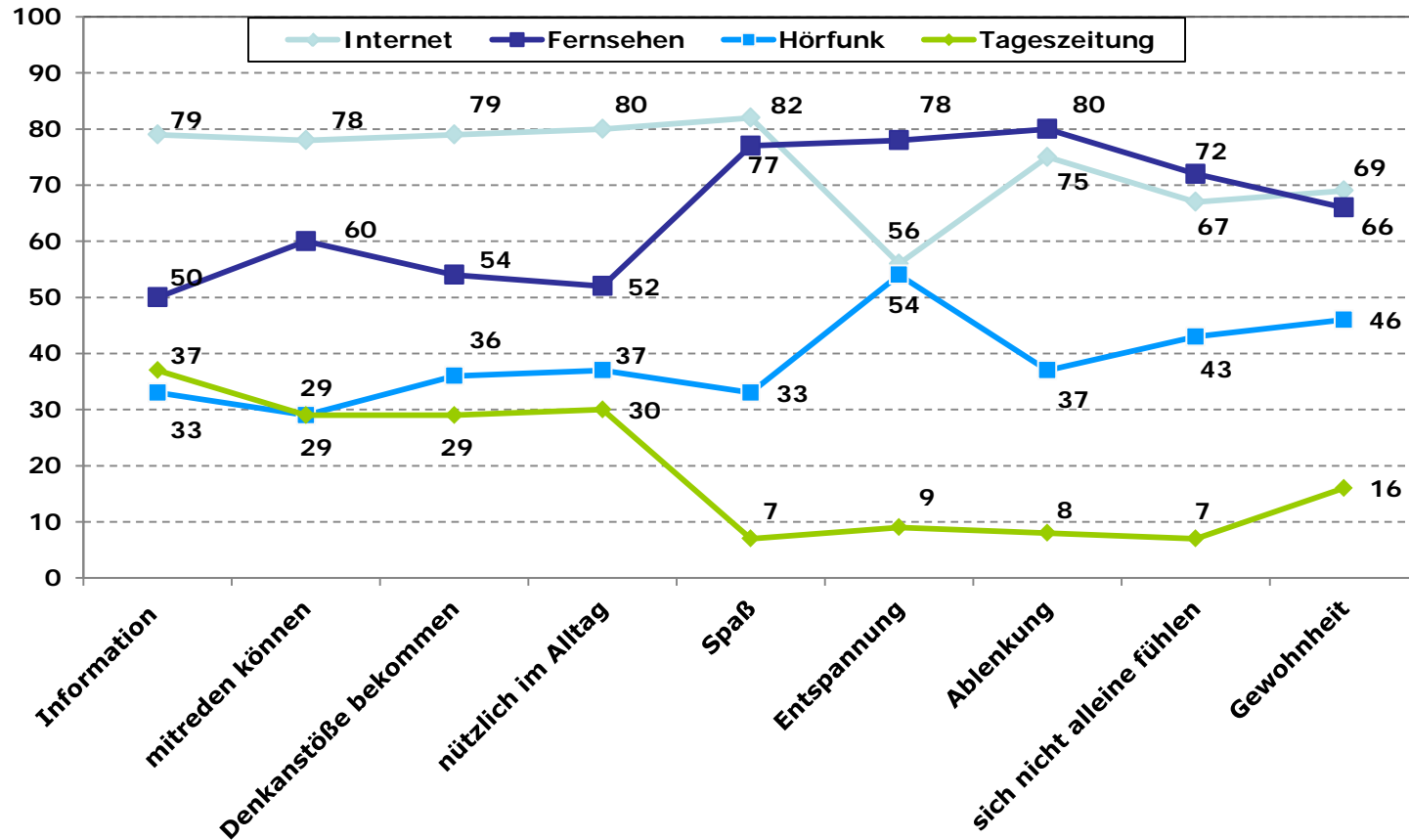


Basis: n=961, 12-19 Jahre.

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 %)

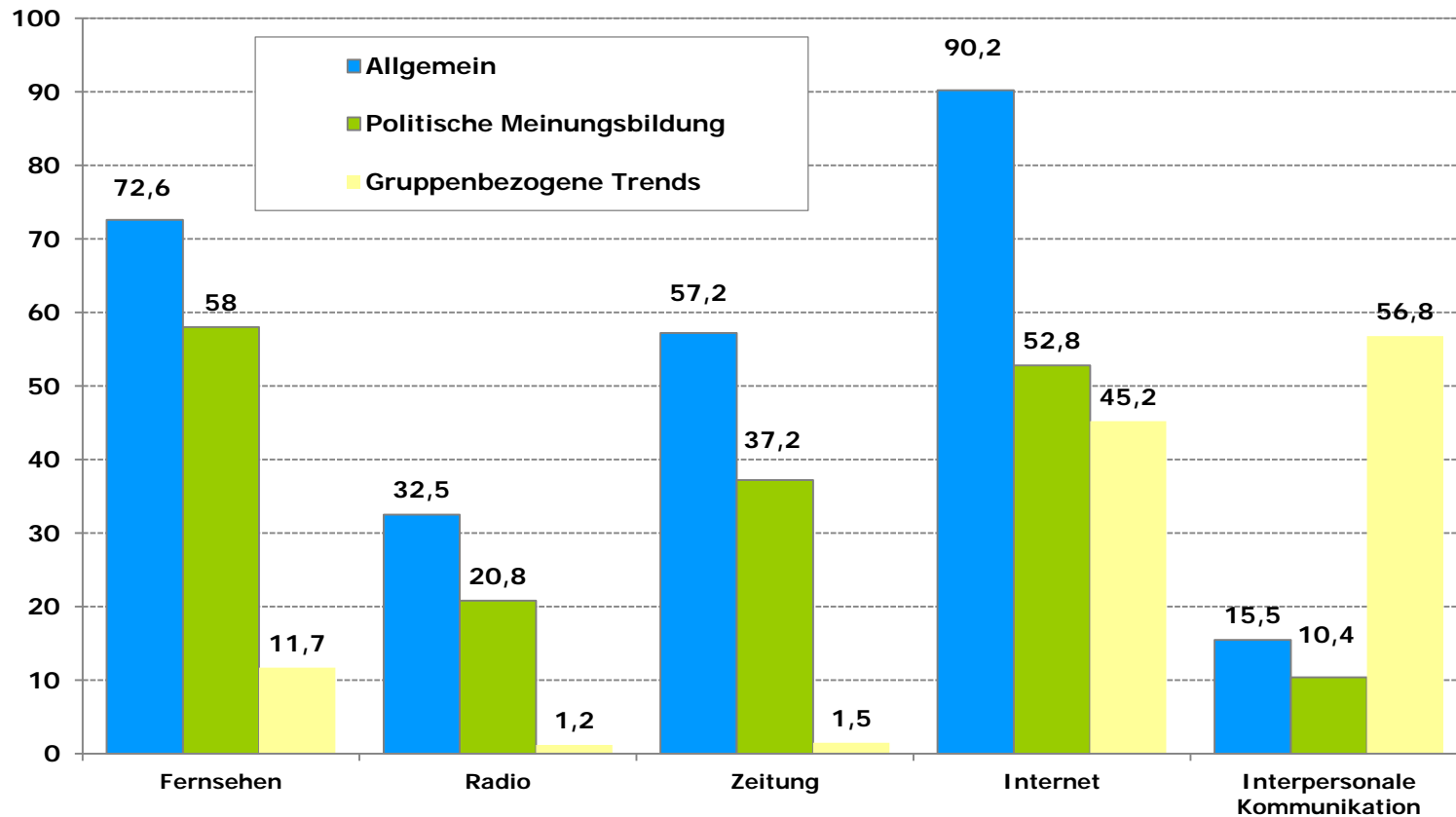


Basis: n=837, 14-29 Jahre; Befragte, die mind. zwei Medien mehrmals im Monat nutzen.

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 %)

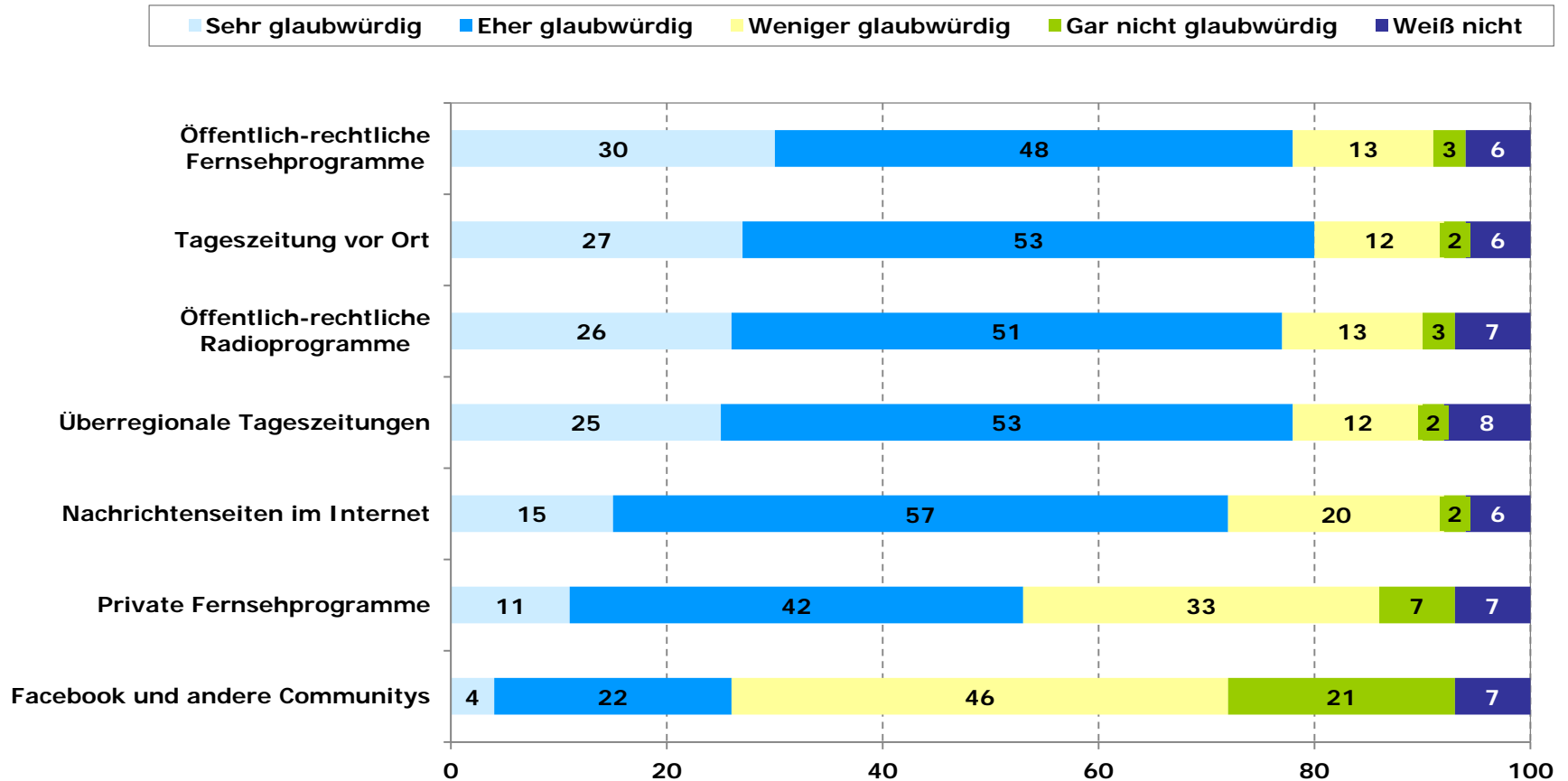


Basis: n=216, 14-29 Jahre.

Quelle: Hasebrink/Schmidt 2013, S. 6.

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

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

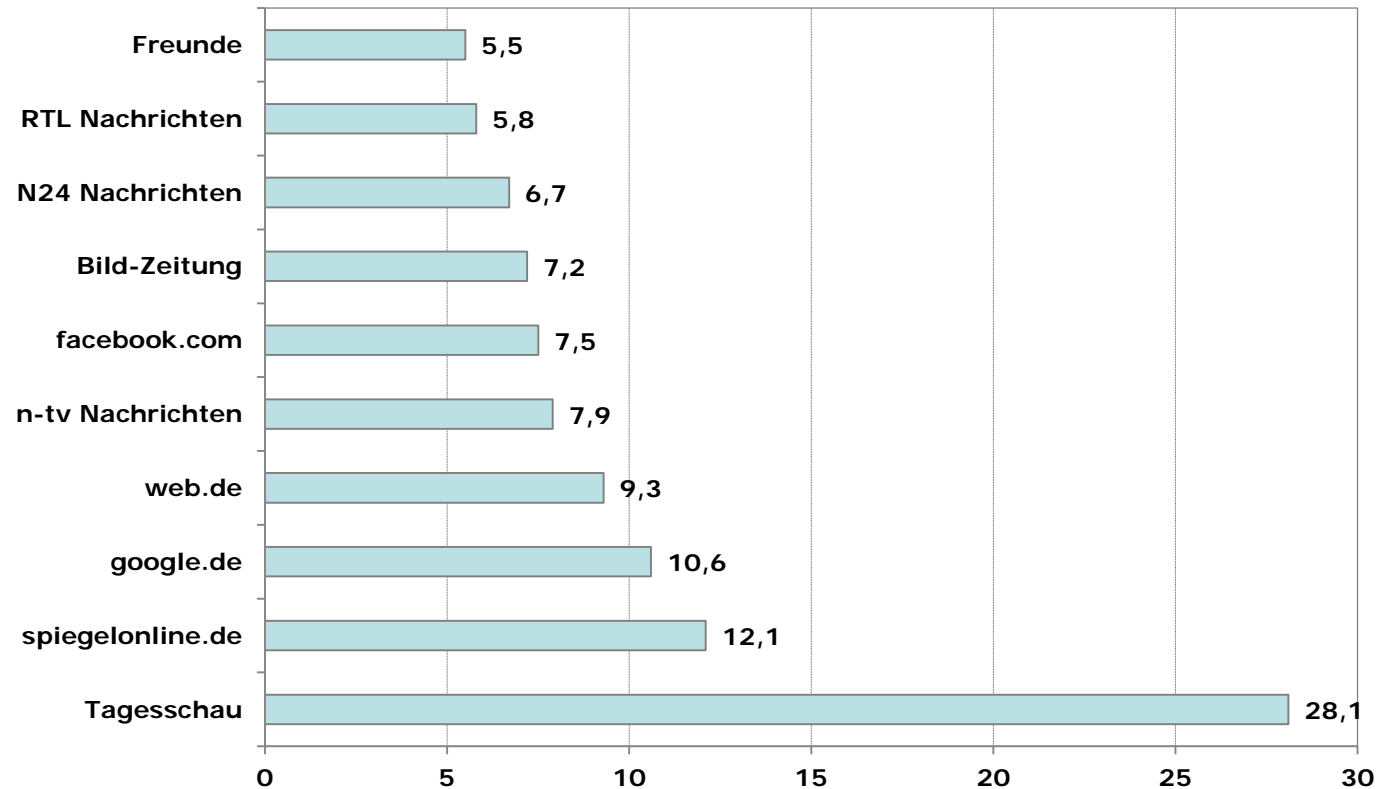


Basis: n=2.001, 14-29 Jahre.

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

## Meinungsbildung bei politischen Themen

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

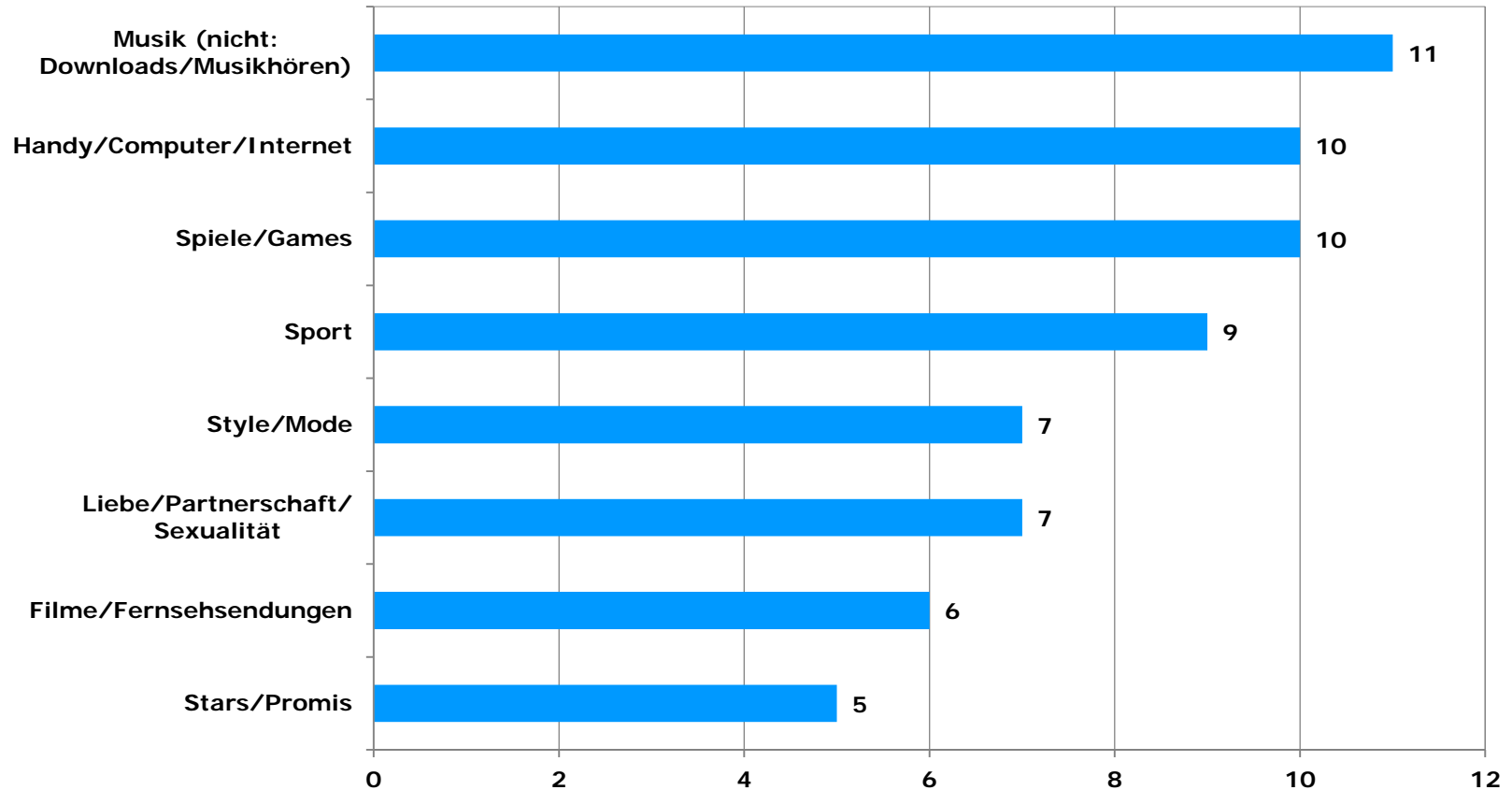


Basis: n=166, 14-29 Jahre.

Quelle: Hasebrink/Schmidt 2013, S. 9

## Welche Themen bevorzugen Heranwachsende in den Medien?

Auswahl, 2013 (Angaben in %)

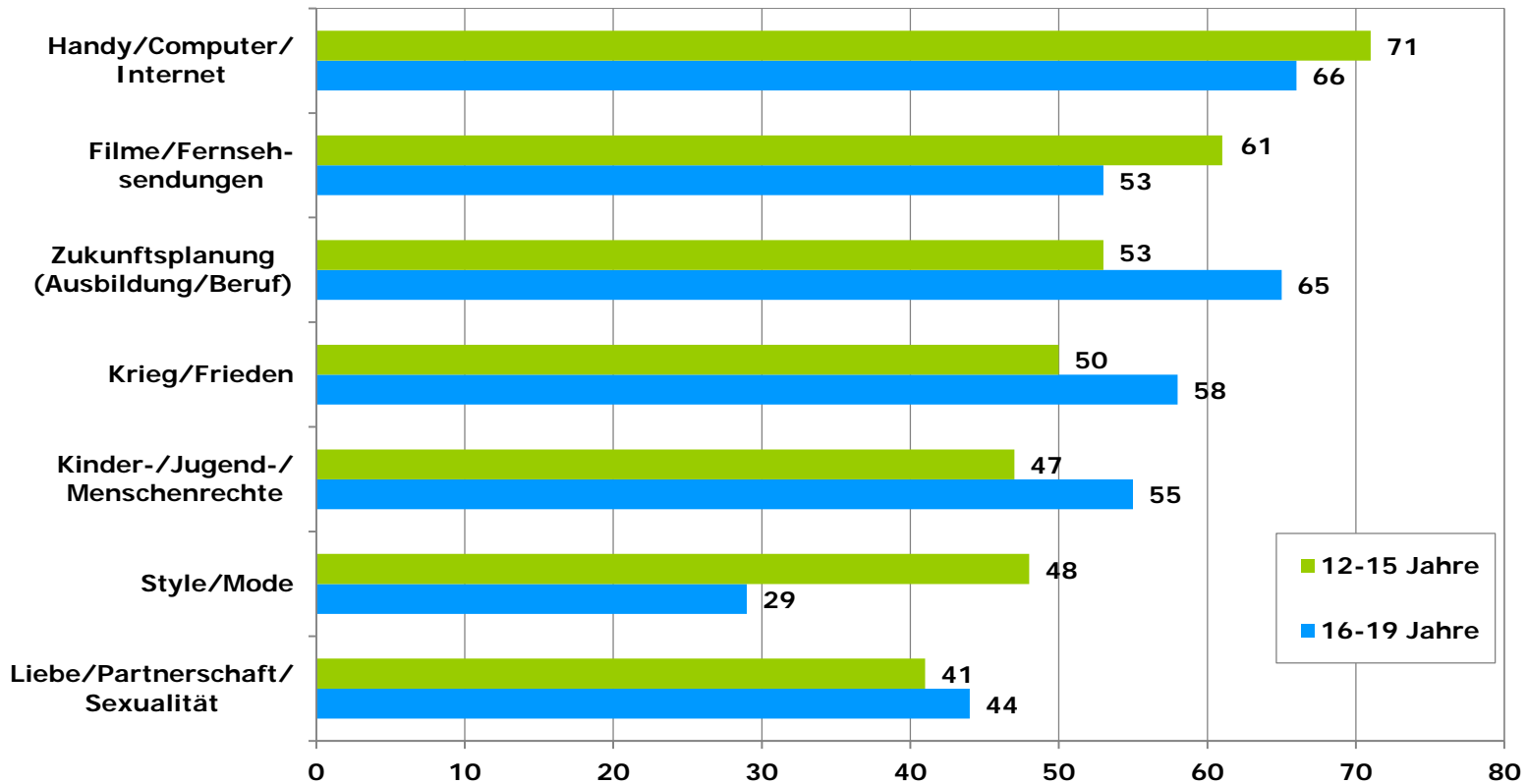


Basis: n=1.787, 12-19 Jahre

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 %)



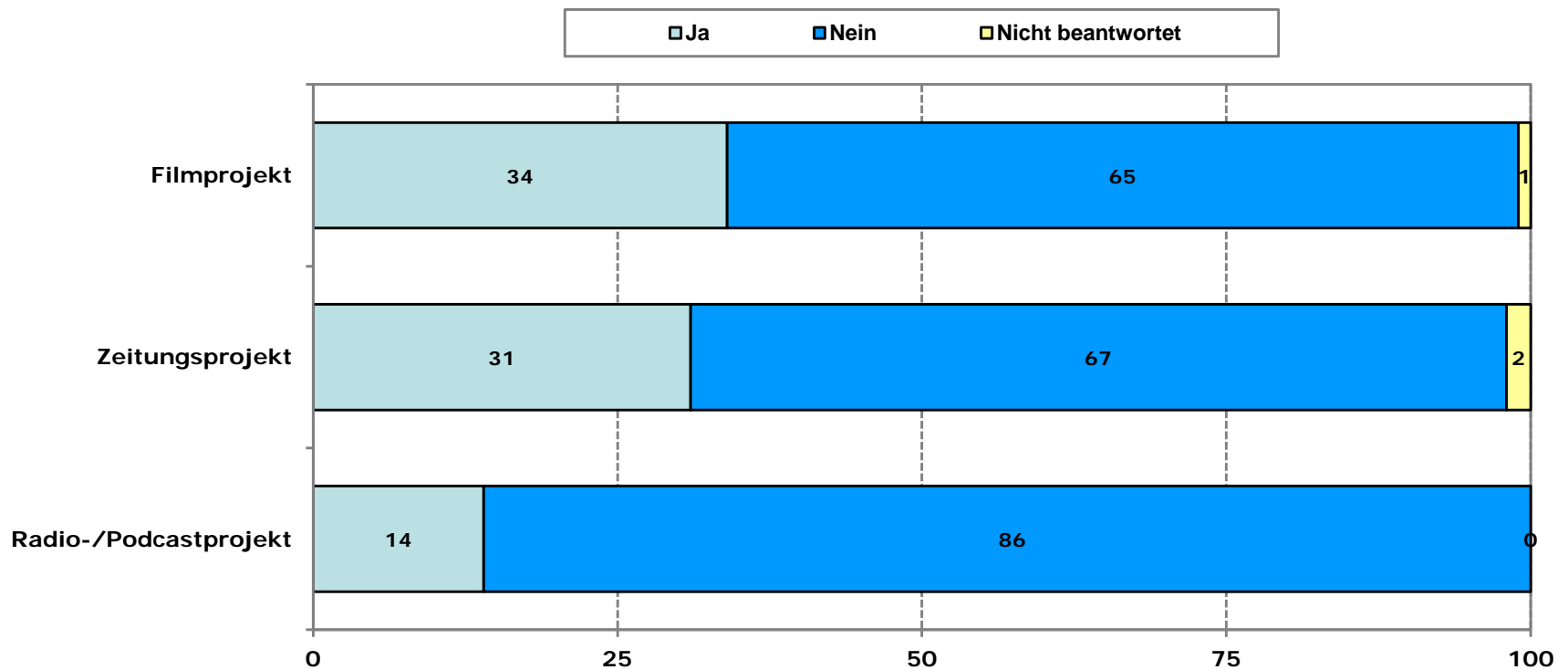
Basis: n=1.787, 12-19 Jahre

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 %)

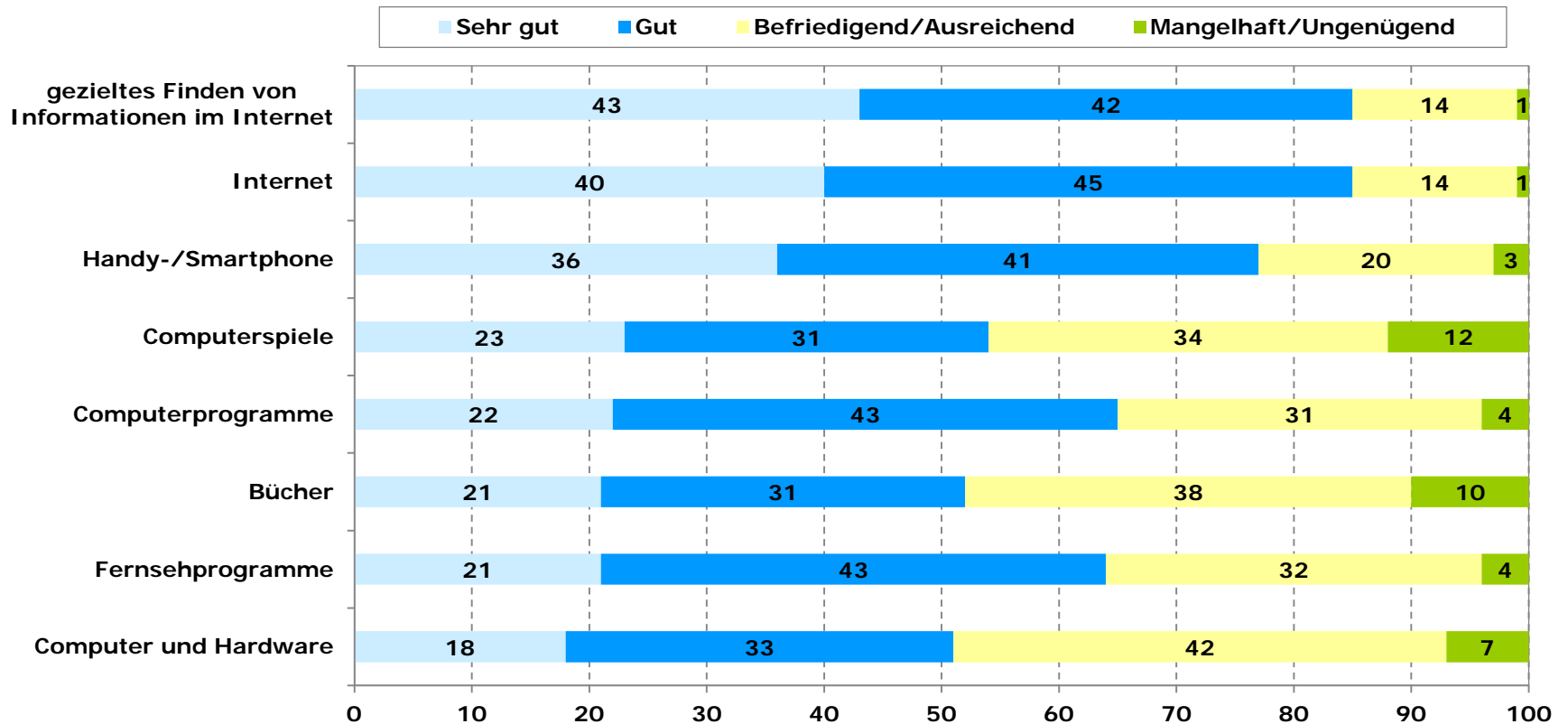


Basis: n=2.396, 12- bis 18-jährige SchülerInnen aus Baden-Württemberg

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 %

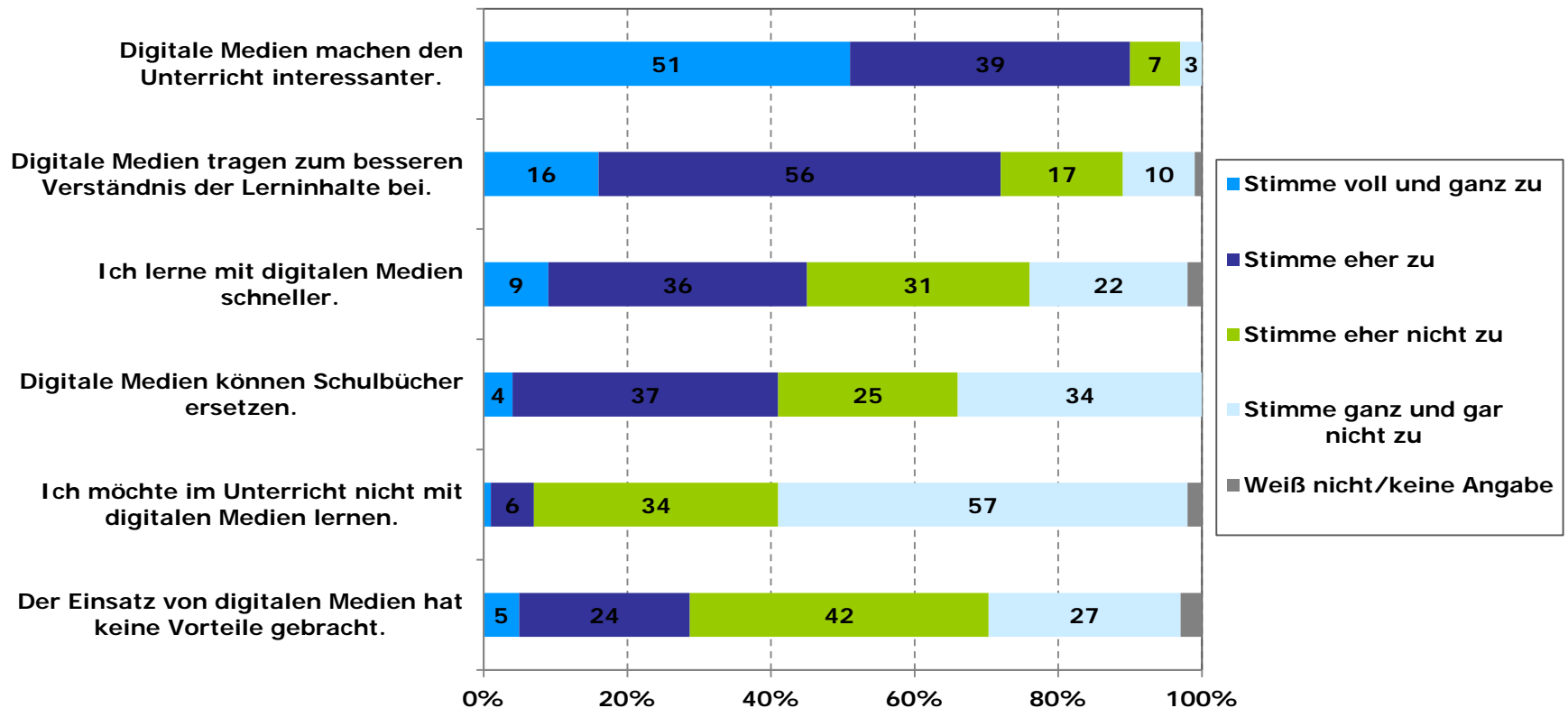


Basis: n=2.001, 14-29 Jahre.

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 %)

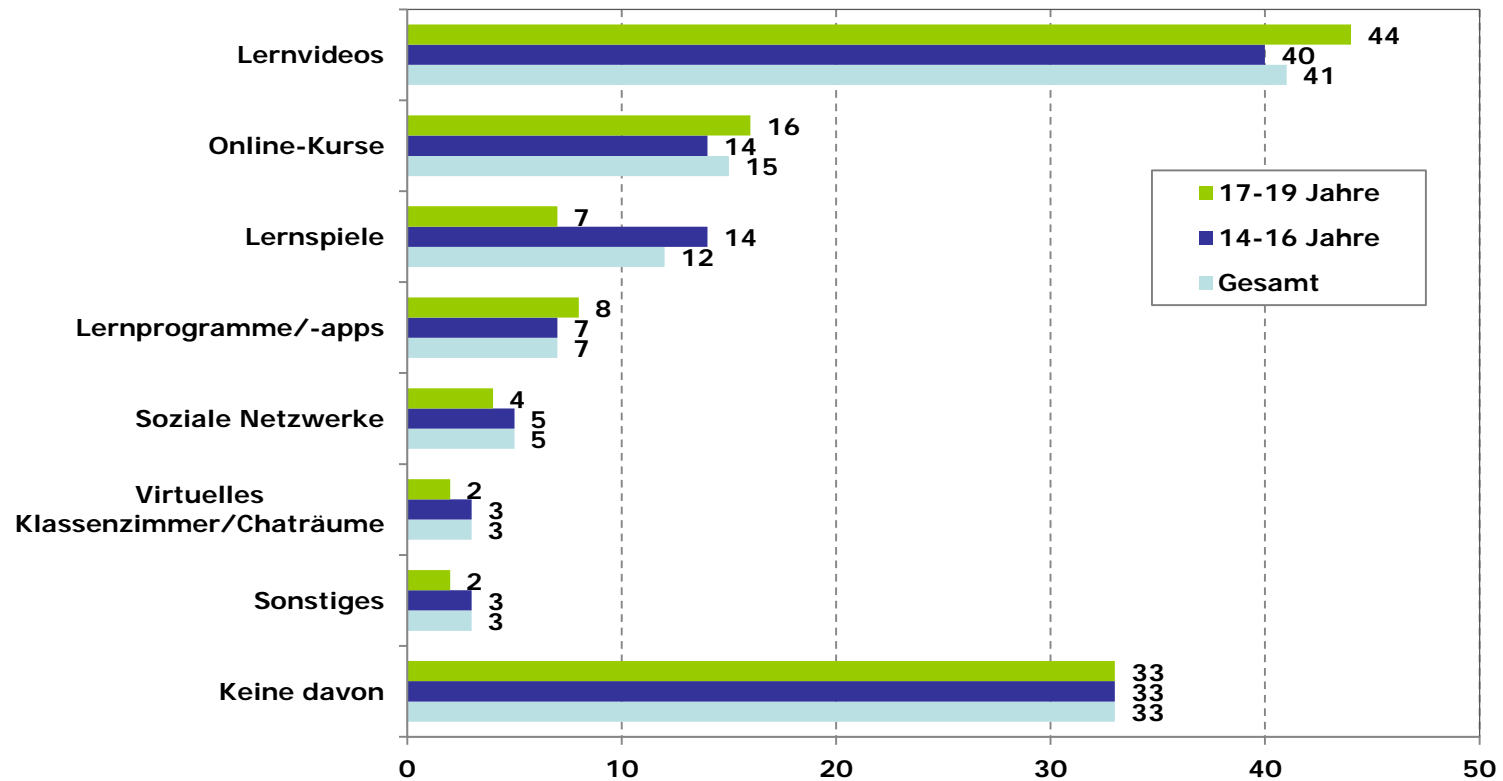


Basis: n=512, SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren.

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 %)



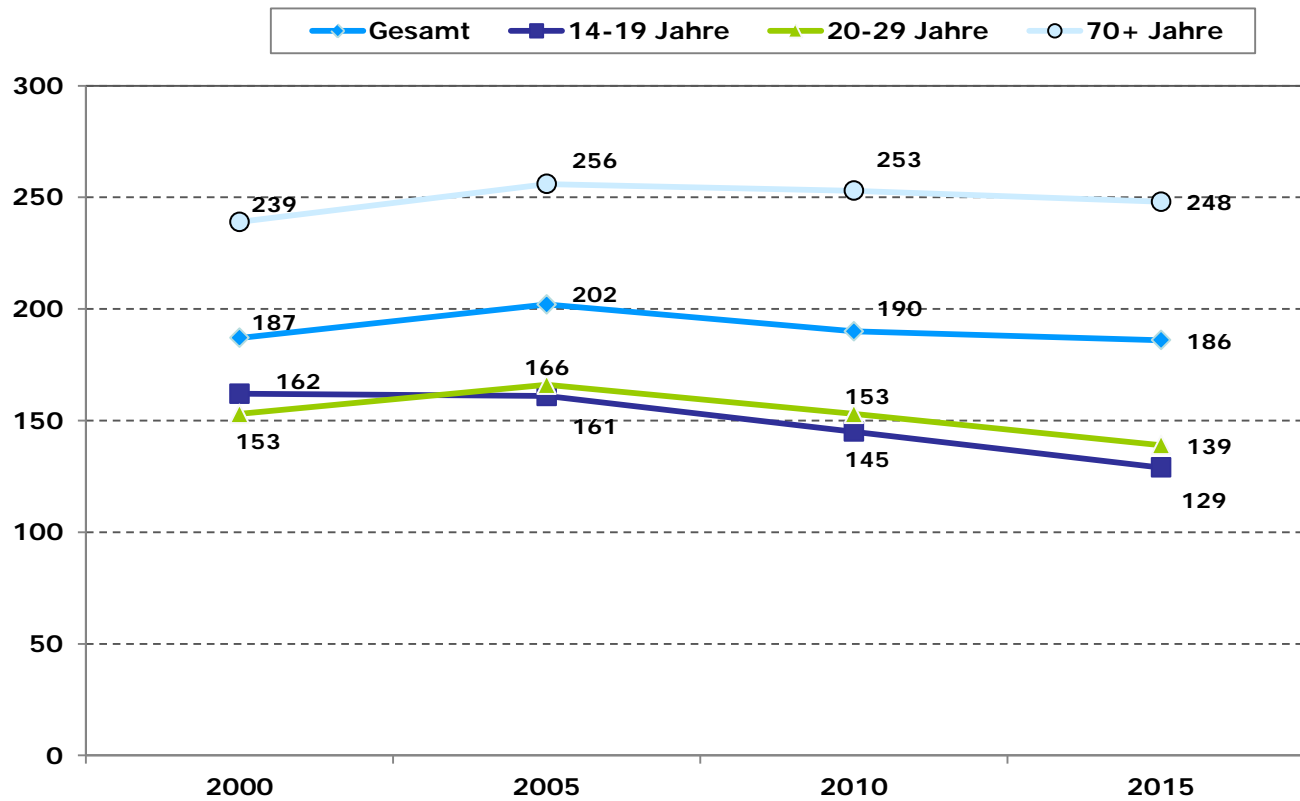
Basis: n=512, SchülerInnen zwischen 14 und 19 Jahren.

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

# Jugendliche und Fernsehen

## Zeitbudget für das Fernsehen von 2000-2015 nach Altersgruppen

In Min./Tag

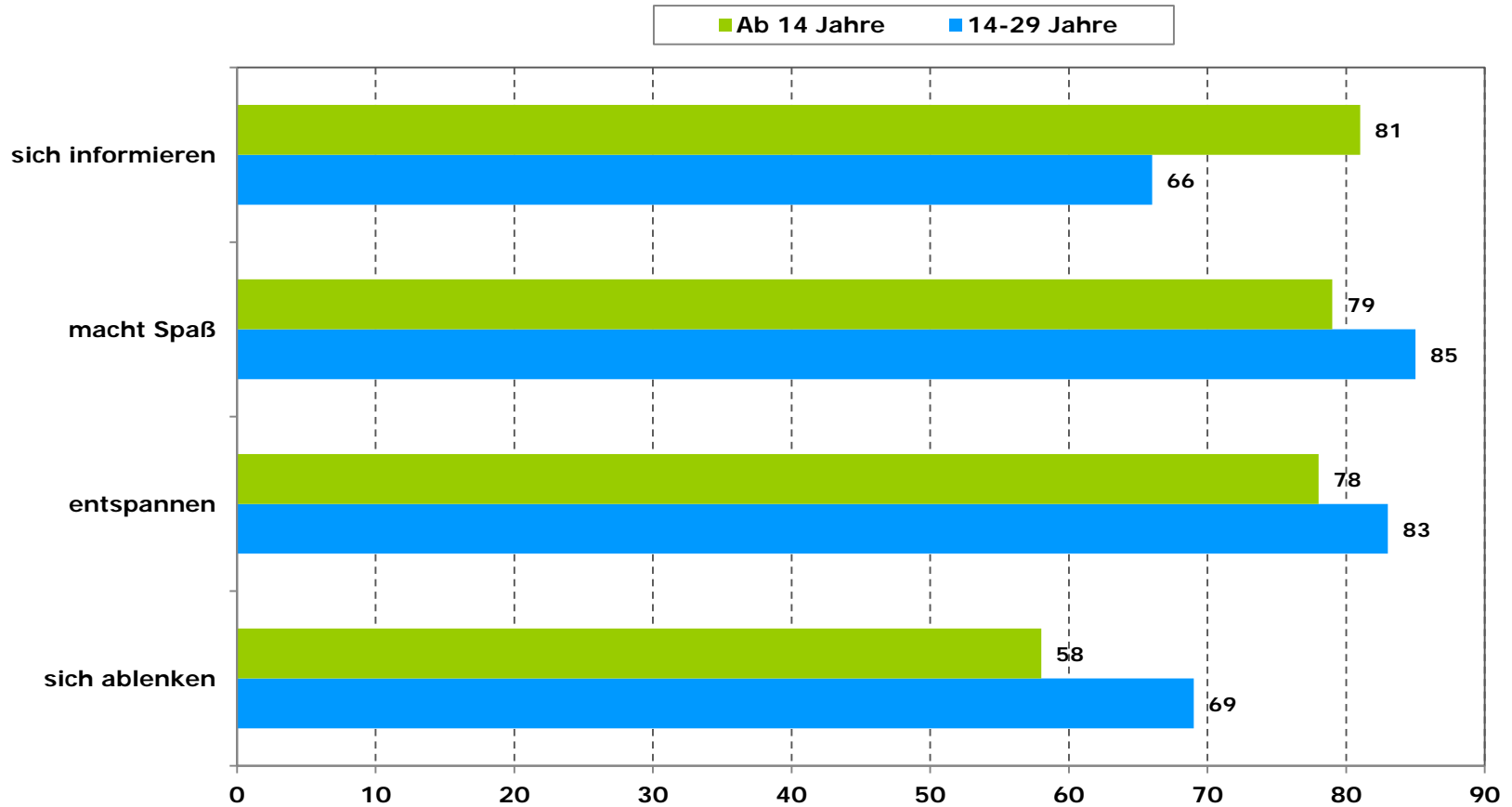


Basis: Personen ab 14 Jahren, 5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2015, S. 69.

## Nutzungsmotive für das Fernsehen

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

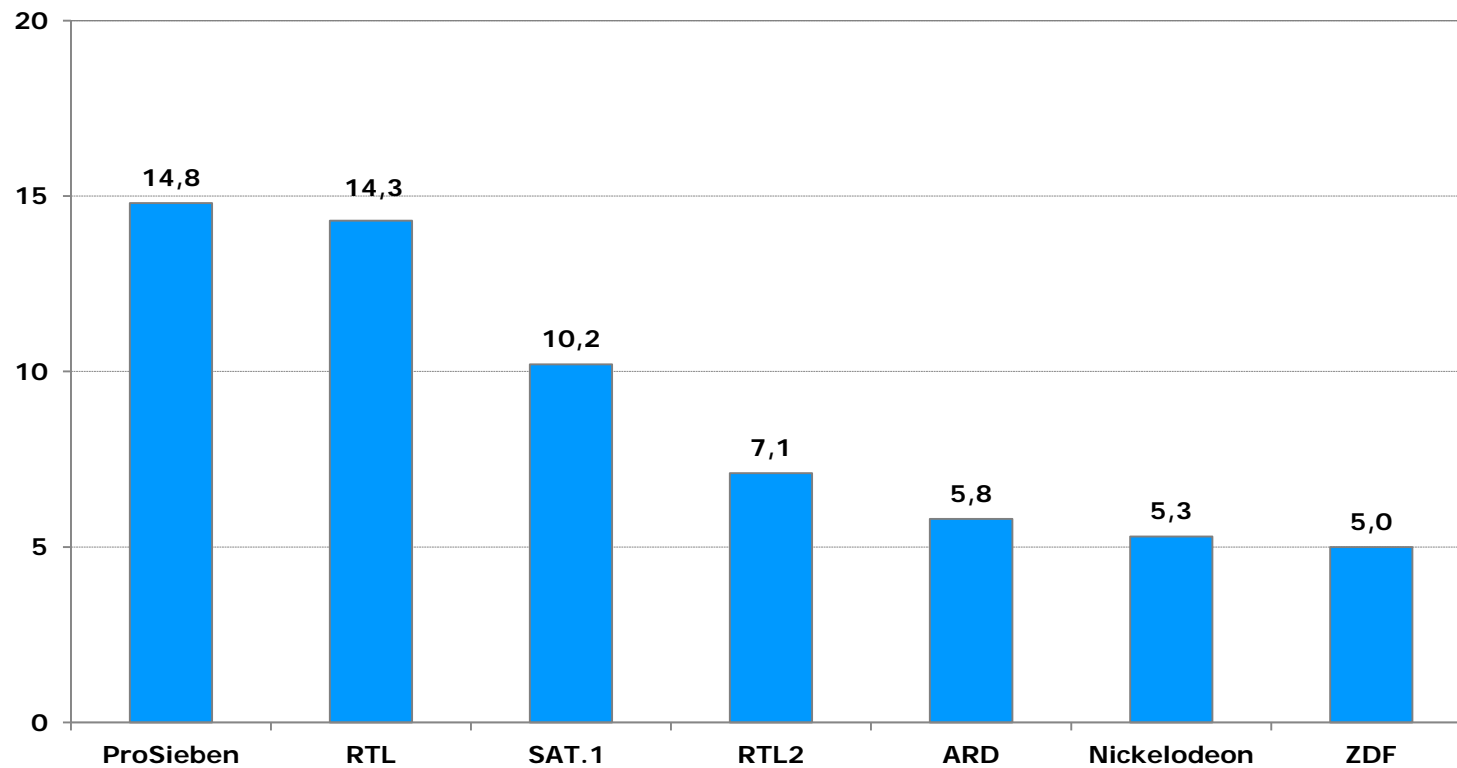


Basis: n=3.953, Personen ab 14 Jahren; Befragte, die mind. mehrmals im Monat fernsehen.

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 %)



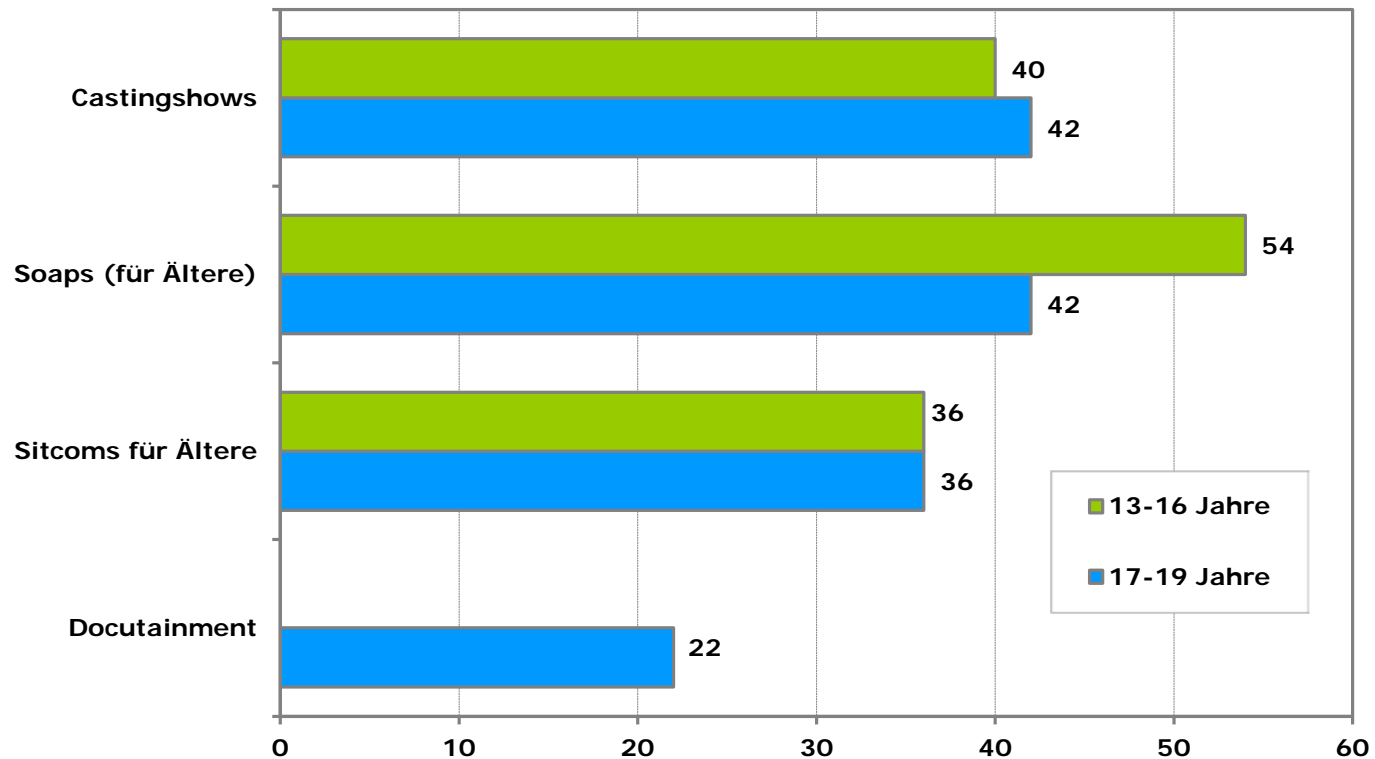
Basis: 12-19 Jahre, 5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

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 %)



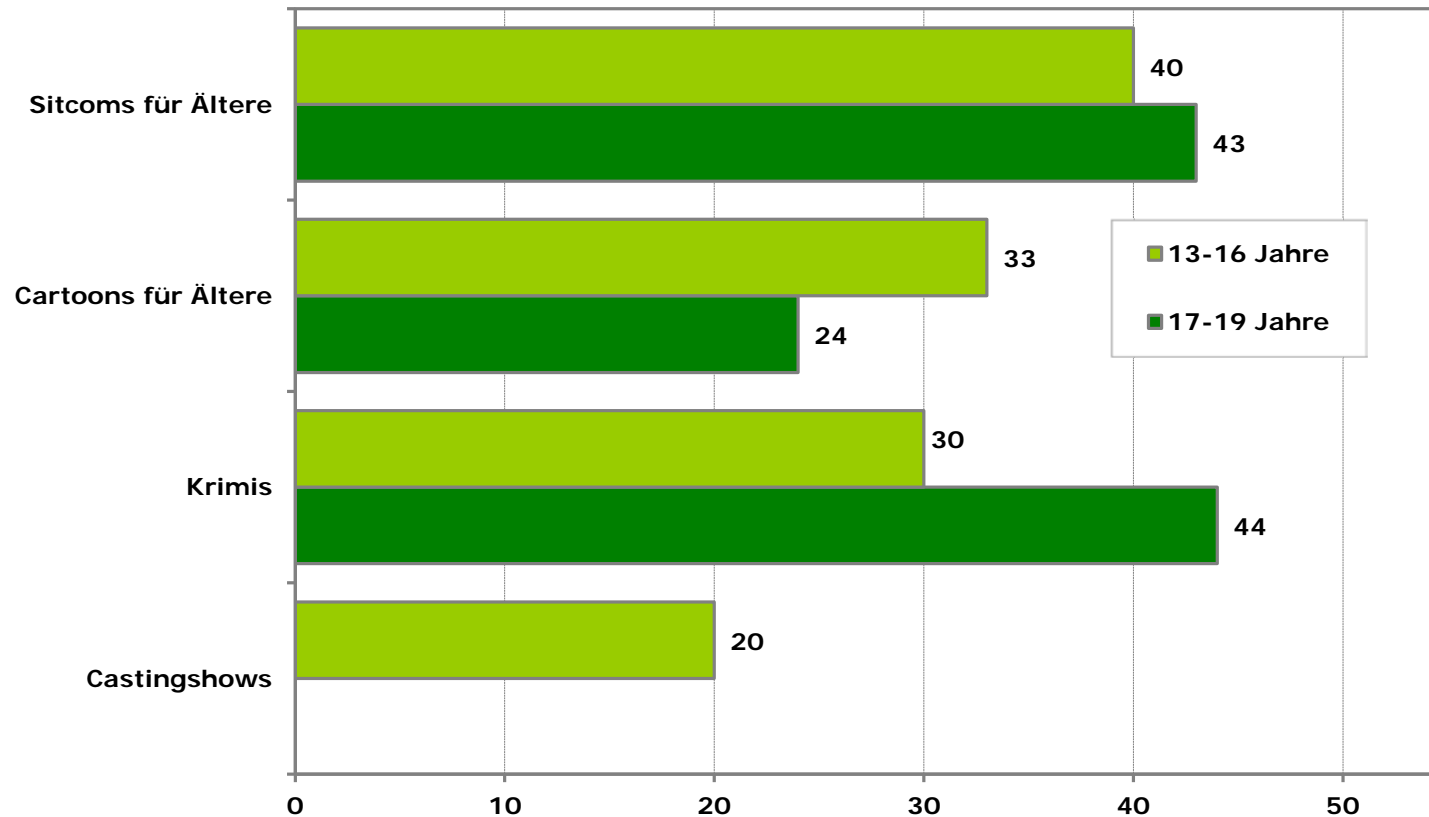
Basis: n=720 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

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 %)

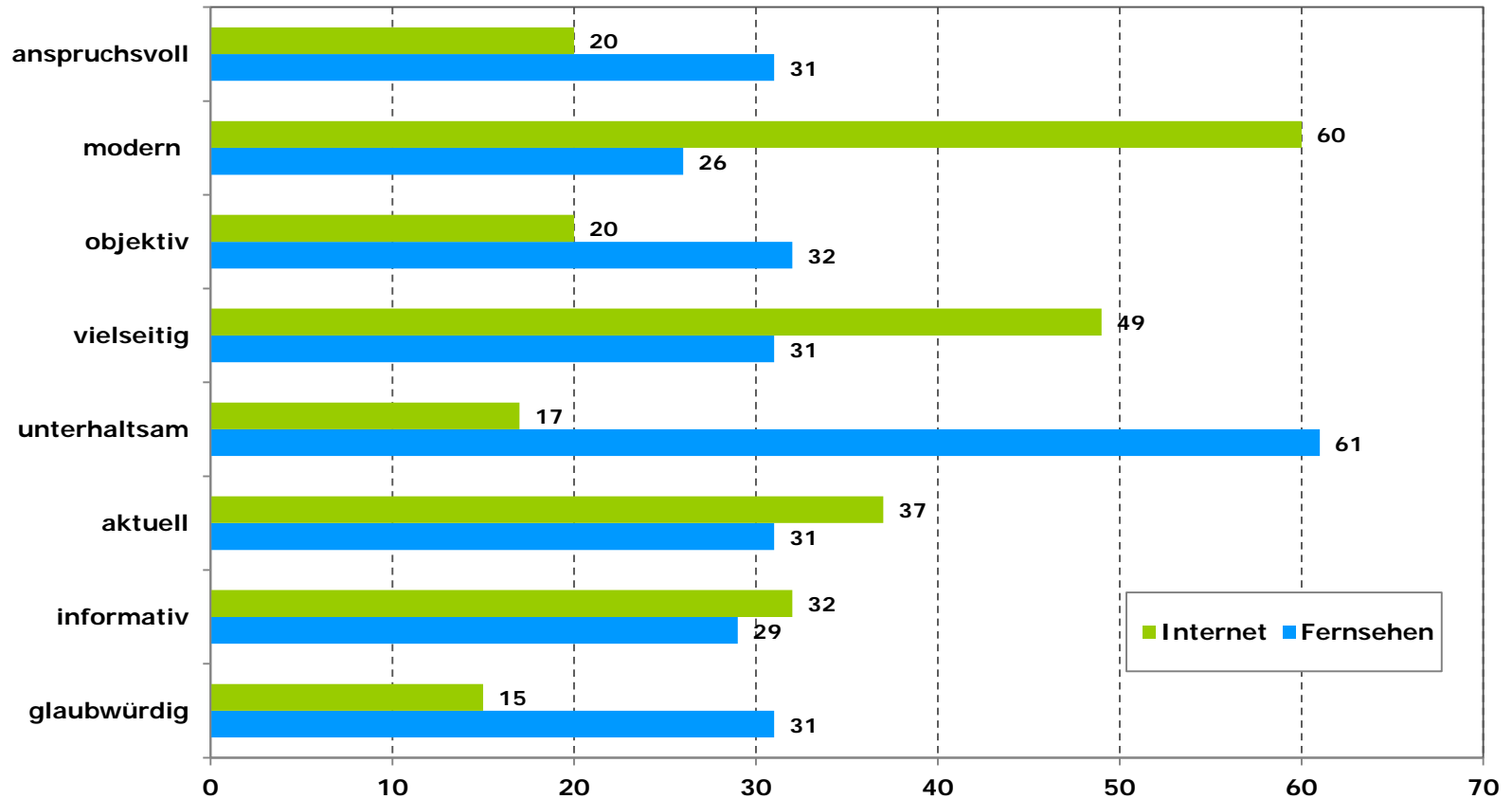


Basis: n=757, 6- bis 19-jährige Jungen.

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 %)

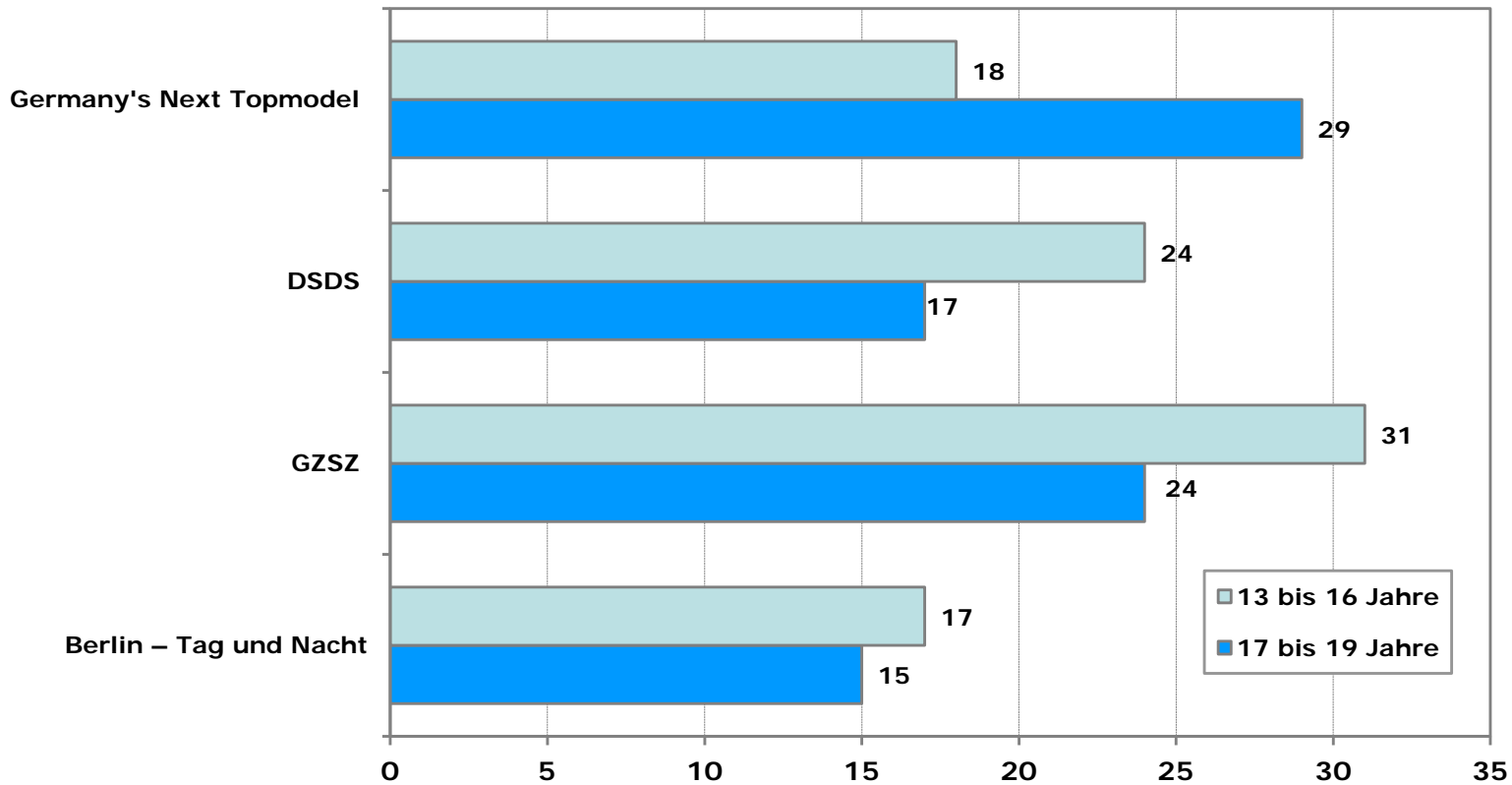


Basis: n=4.300, Personen ab 14 Jahre.

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 %)

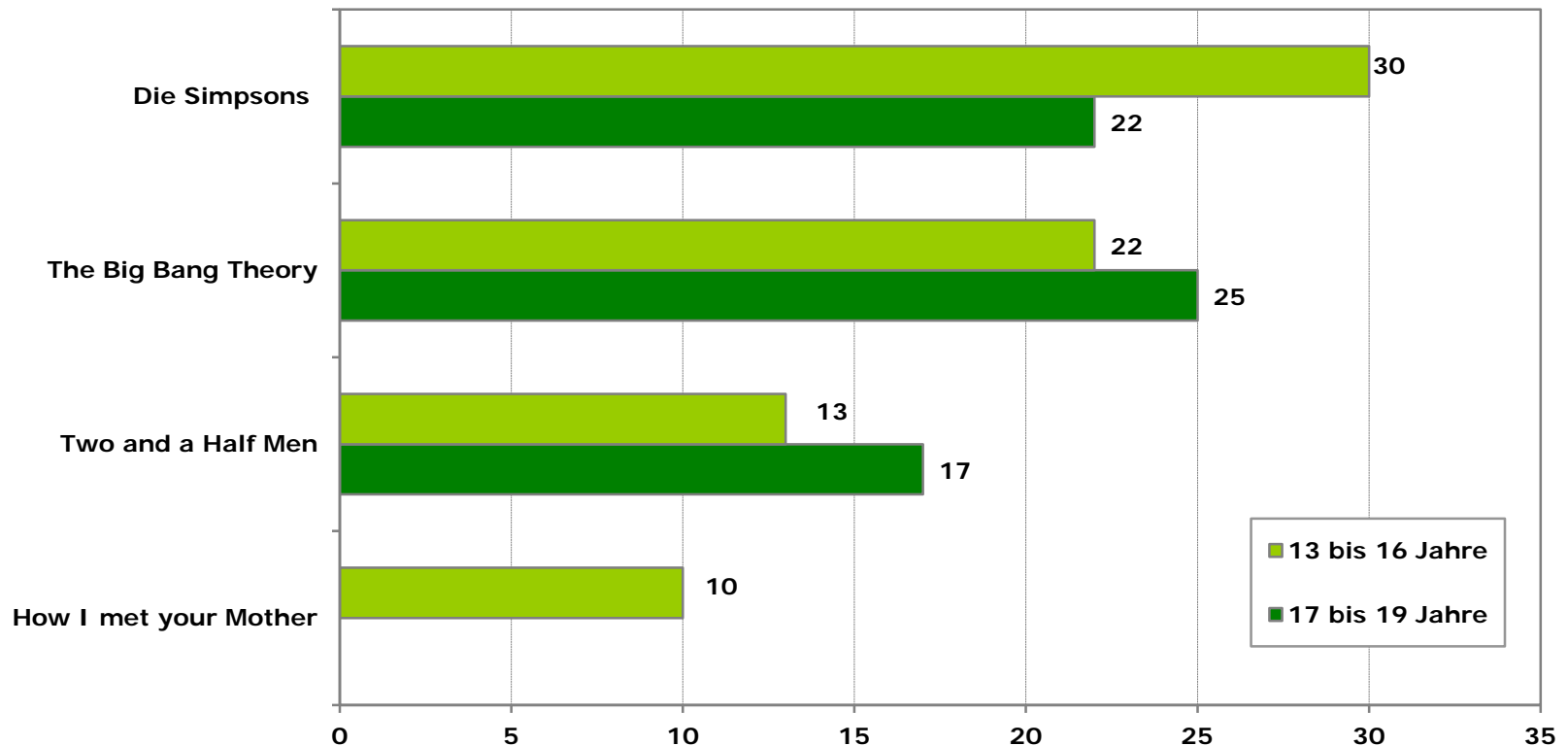


Basis: n=720 Mädchen, 6-19 Jahre.

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 %)

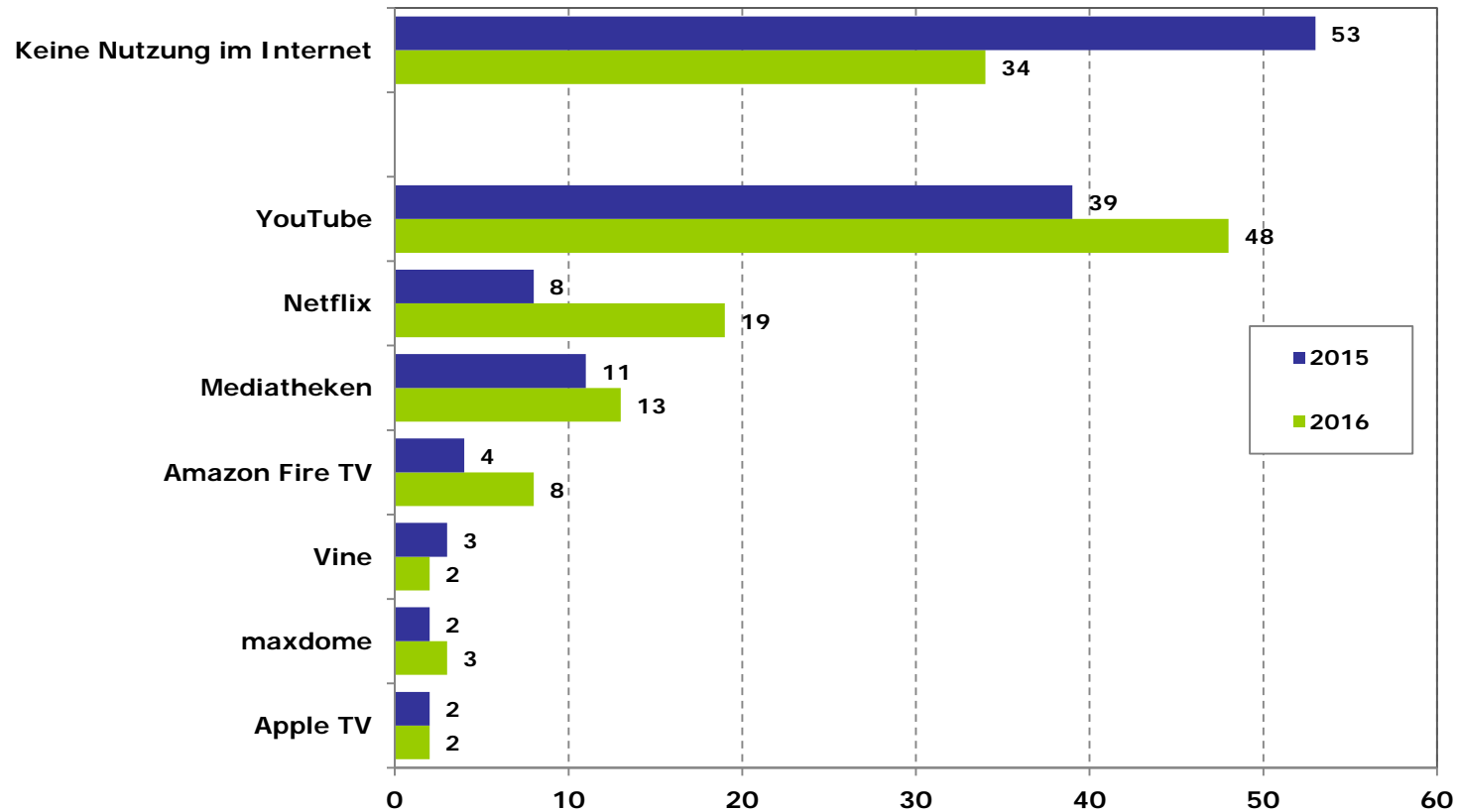


Basis: n=757 Jungen, 6-19 Jahre.

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 %)



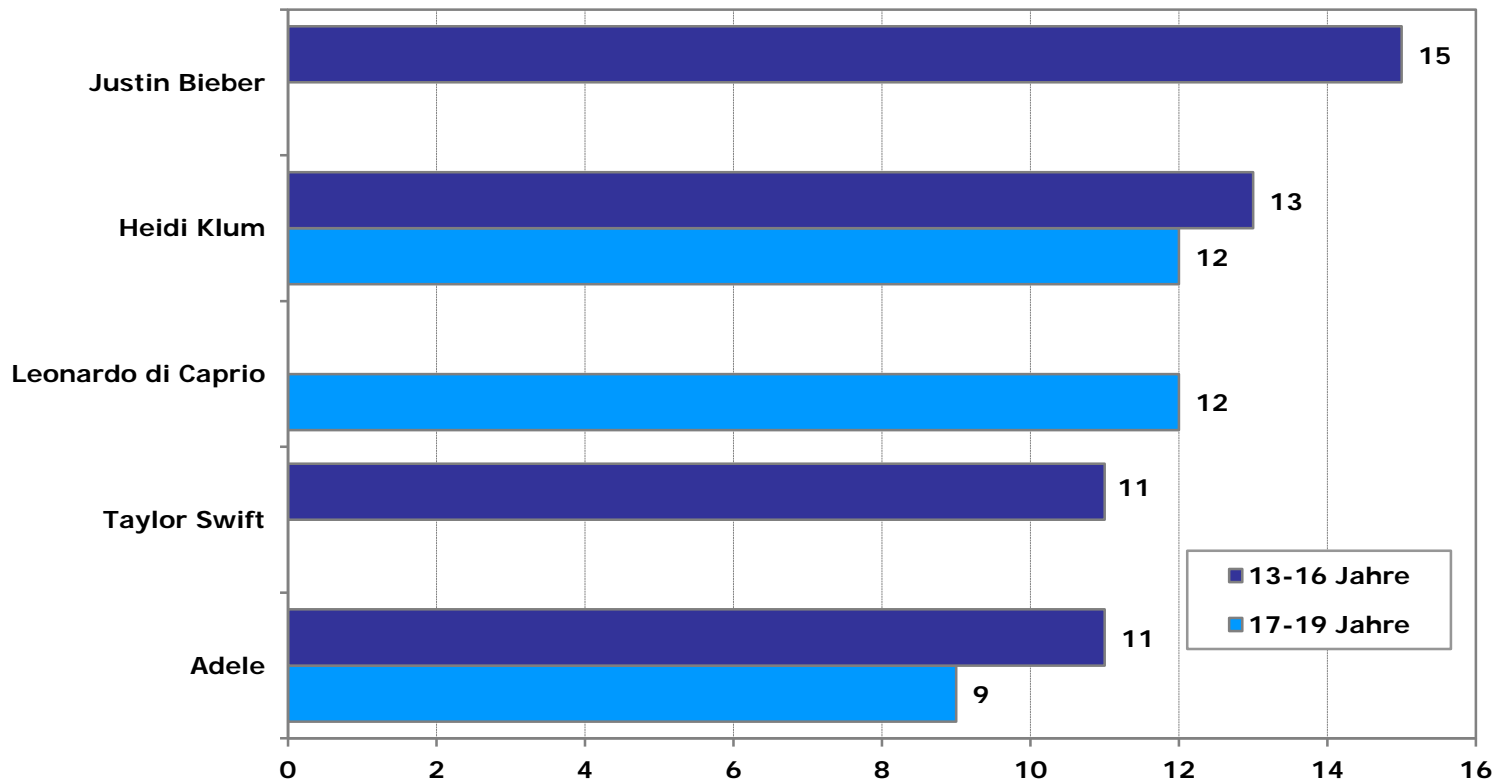
Basis: n=1.152 (2015) und n=1.154 (2016), 12-19 Jahre;  
Befragte, die zumindest selten fernsehen.

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

## Medien-Idole der Mädchen 2016

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



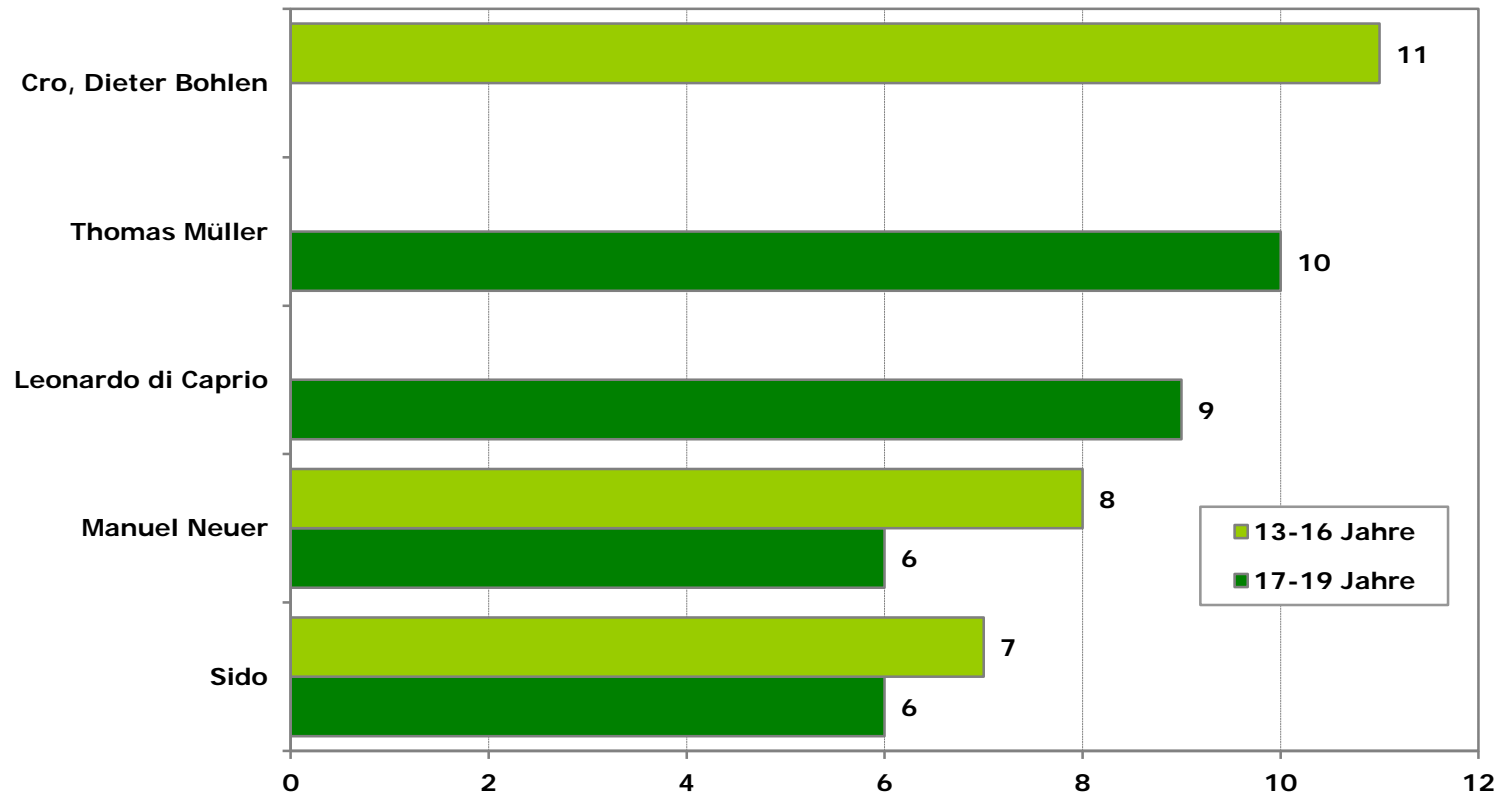
Basis: n=720 Mädchen, 6-19 Jahre.

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 %)



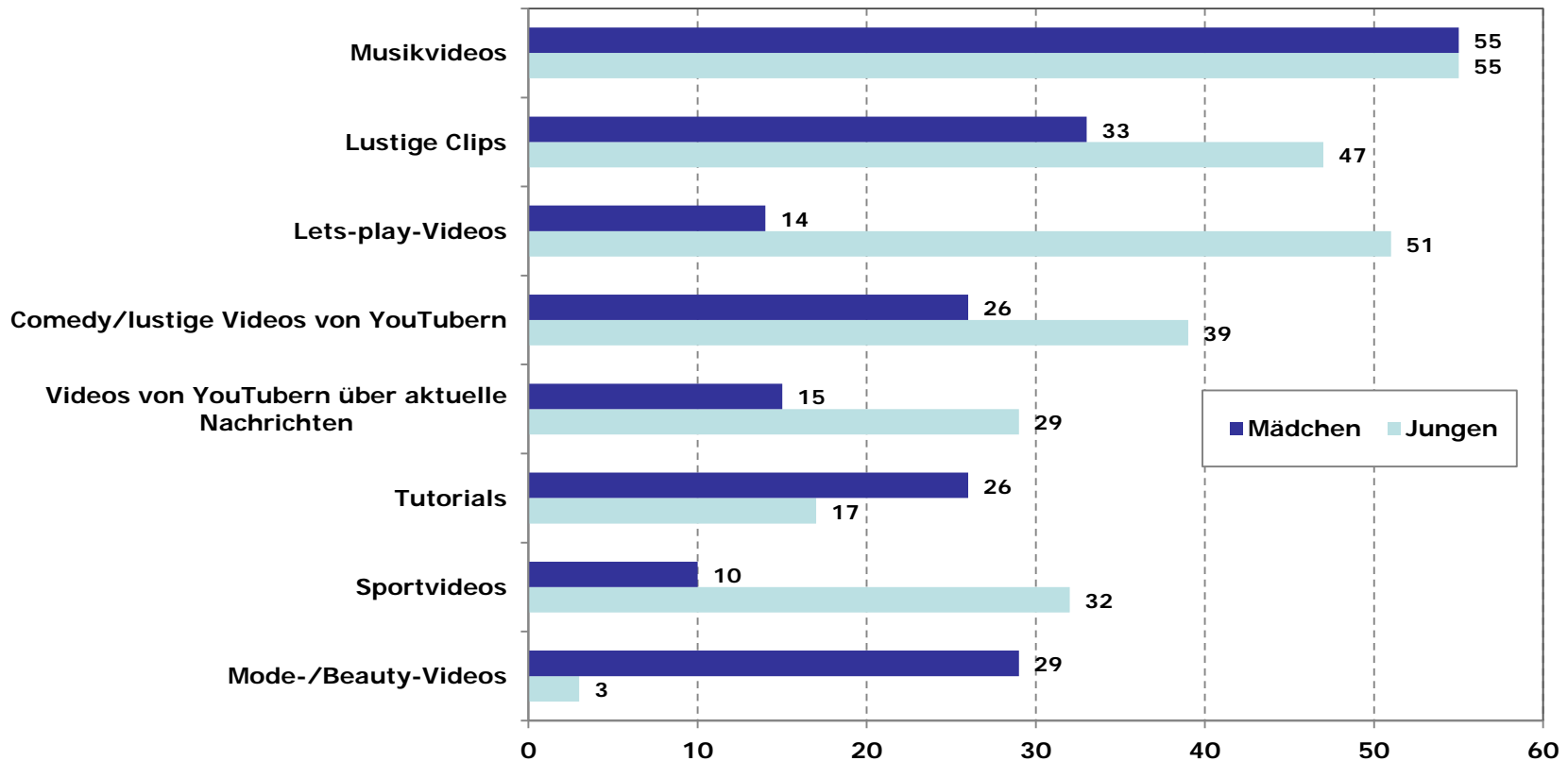
Basis: n=757 Jungen, 6-19 Jahre.

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



## Was sehen sich Jugendliche auf YouTube an?

Nach Geschlecht, Auswahl, 2016 (Angaben in %)

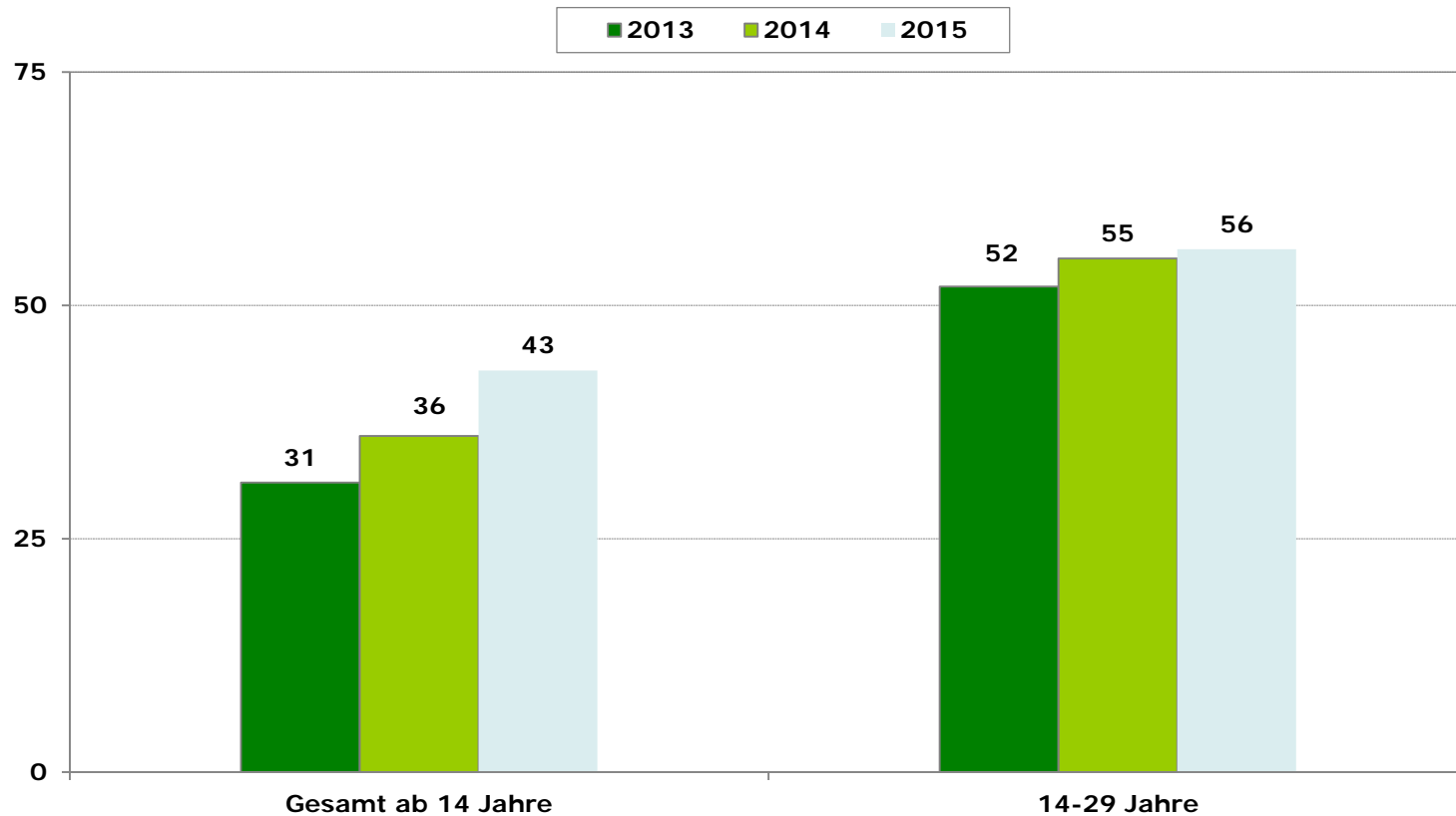


Basis: n=1.179, 12-19 Jahre; Befragte, die zumindest selten YouTube nutzen.

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

## Parallelnutzung Fernsehen/Internet im Zeitverlauf

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



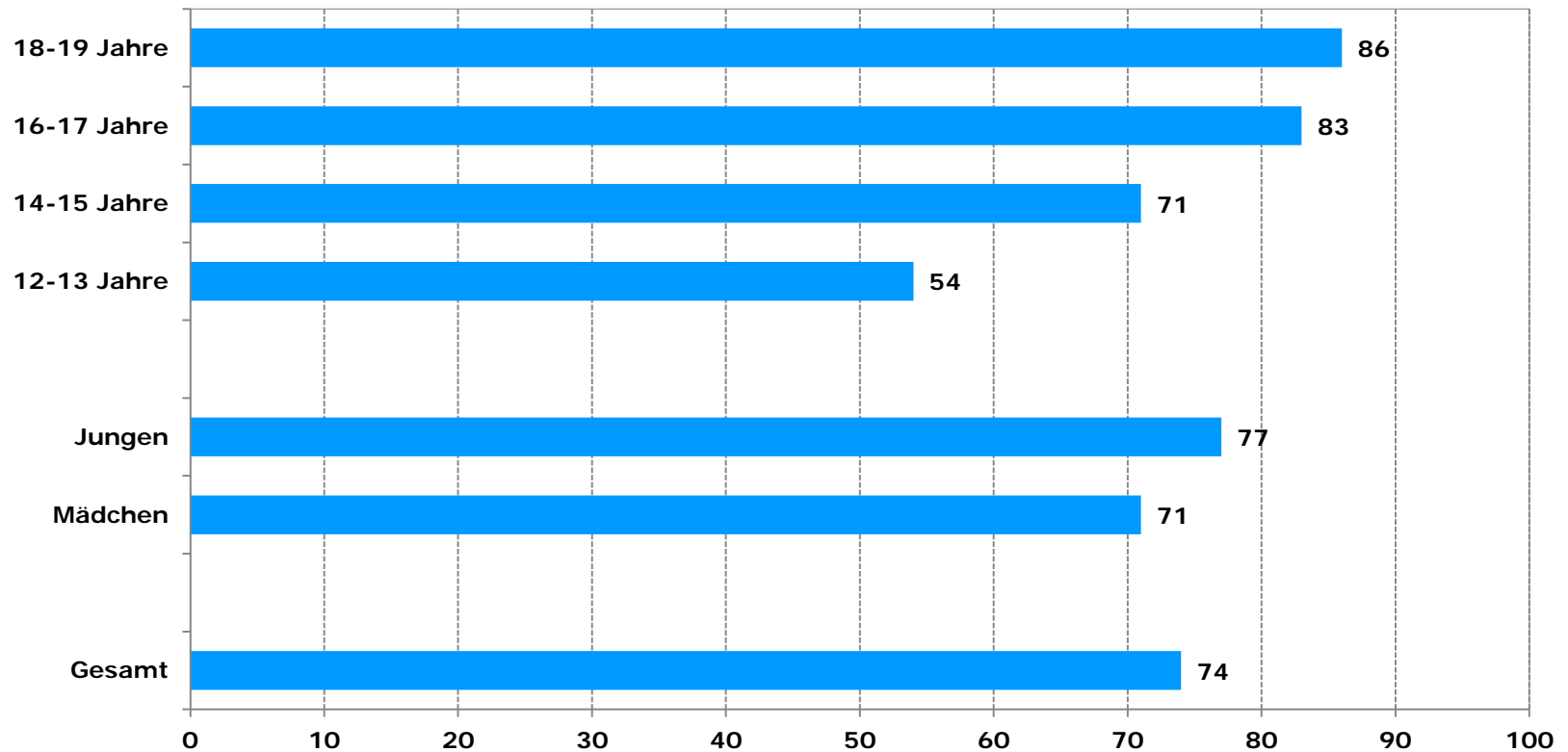
Basis: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (2015, n=1.432; 2014, n=1.343; 2013, n=1.389).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013-2015.

# Computer, Internet und Web 2.0

## Computer-/Laptopbesitz Jugendlicher 2016

Nach Altersgruppen und Geschlecht, Angaben in %

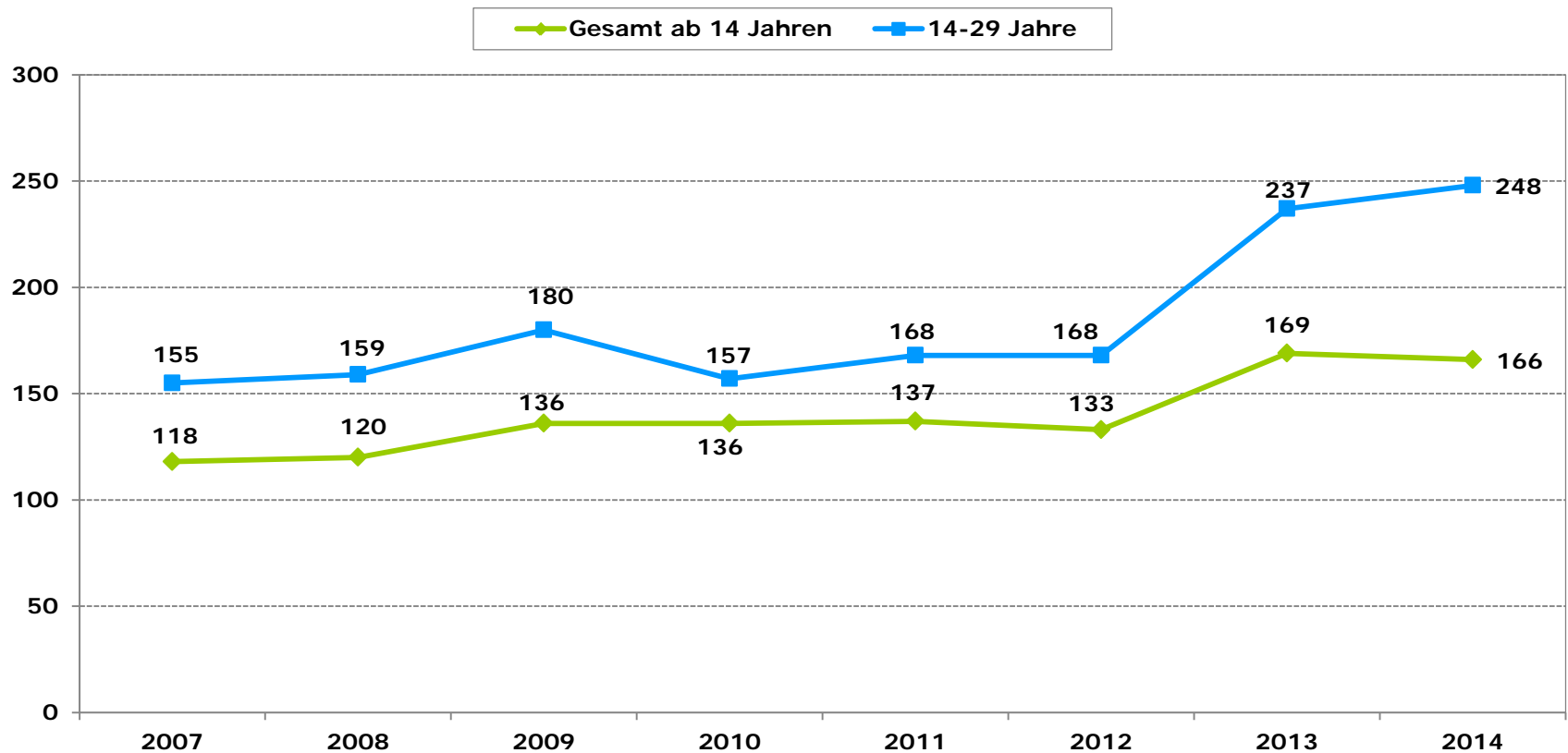


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

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

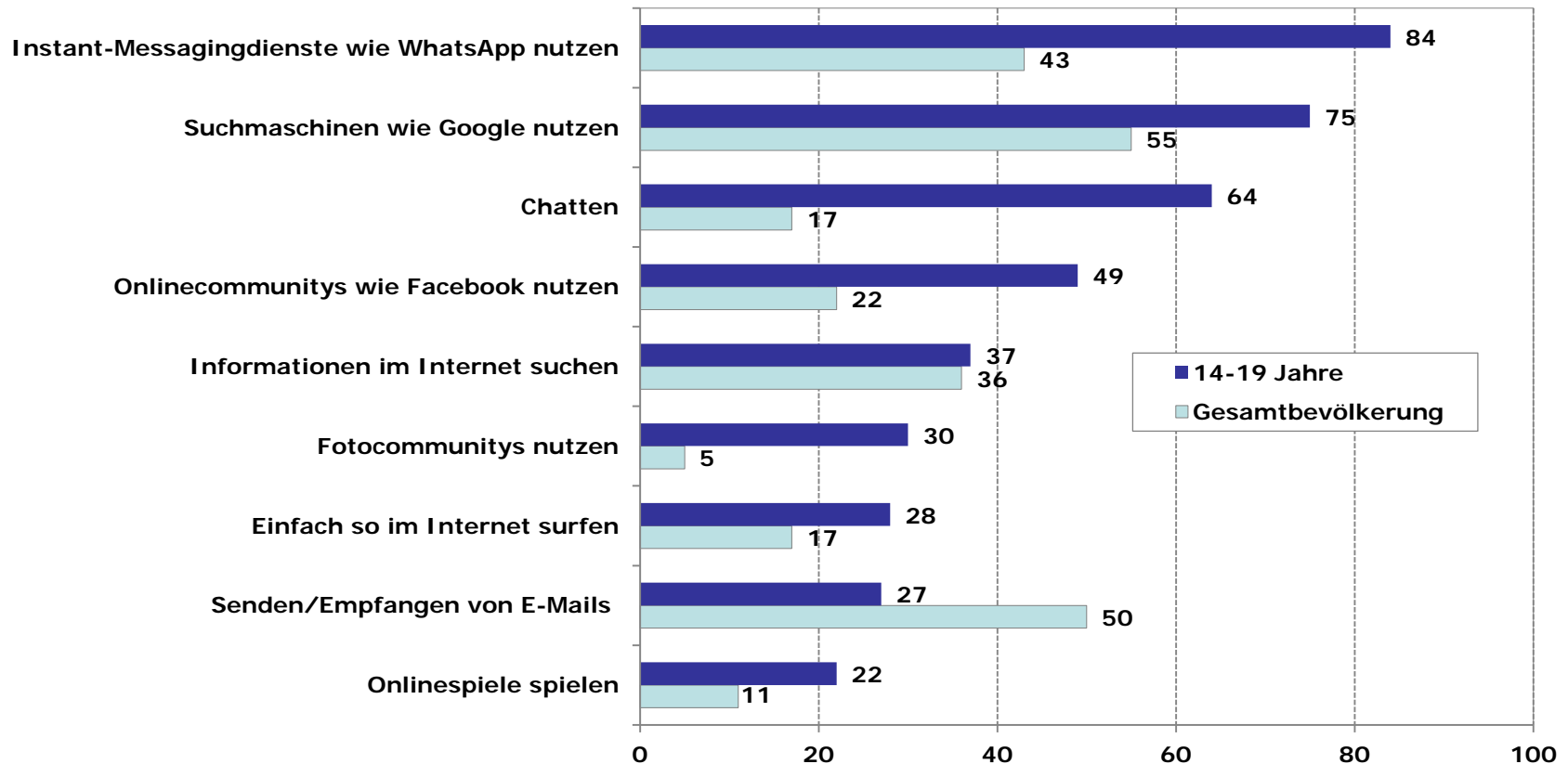


Basis: bis 2009 deutsche OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren (2009: n=1.212, 2008: n=1.186, 2007: n=1.142). Ab 2010: Deutschsprachige OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren (2014: n=1.434, 2013: n=1.389, 2012: n=1.366, 2011: n=1.319, 2010: n=1.252).

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

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

Tägliche Nutzung, 2015, Auswahl (Angaben in %)

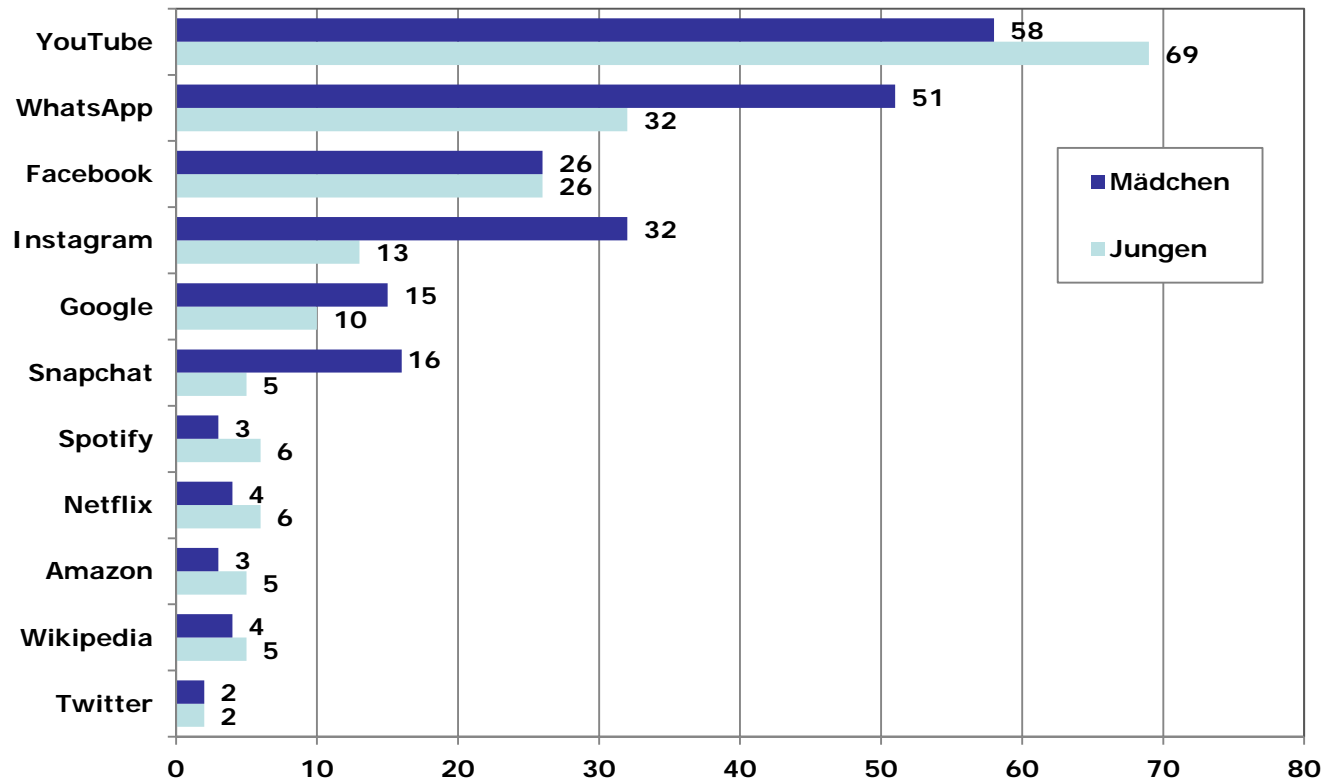


Basis: n=1.432, deutsch sprechende  
OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren.

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 %)

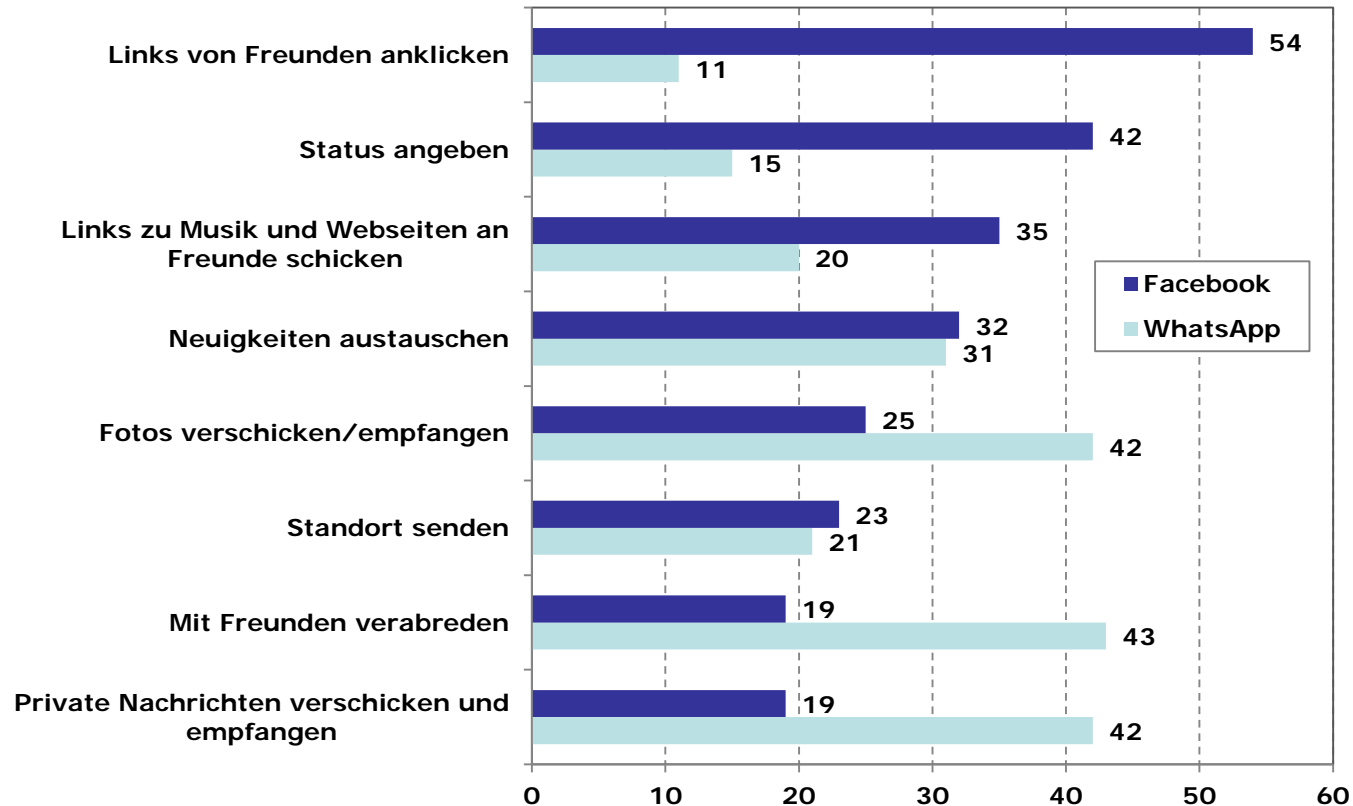


Basis: n=1.188, 12- bis 19-Jährige, die das Internet nutzen.

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

## Facebook oder WhatsApp - Nutzungsunterschiede

2014 (Angaben in %)



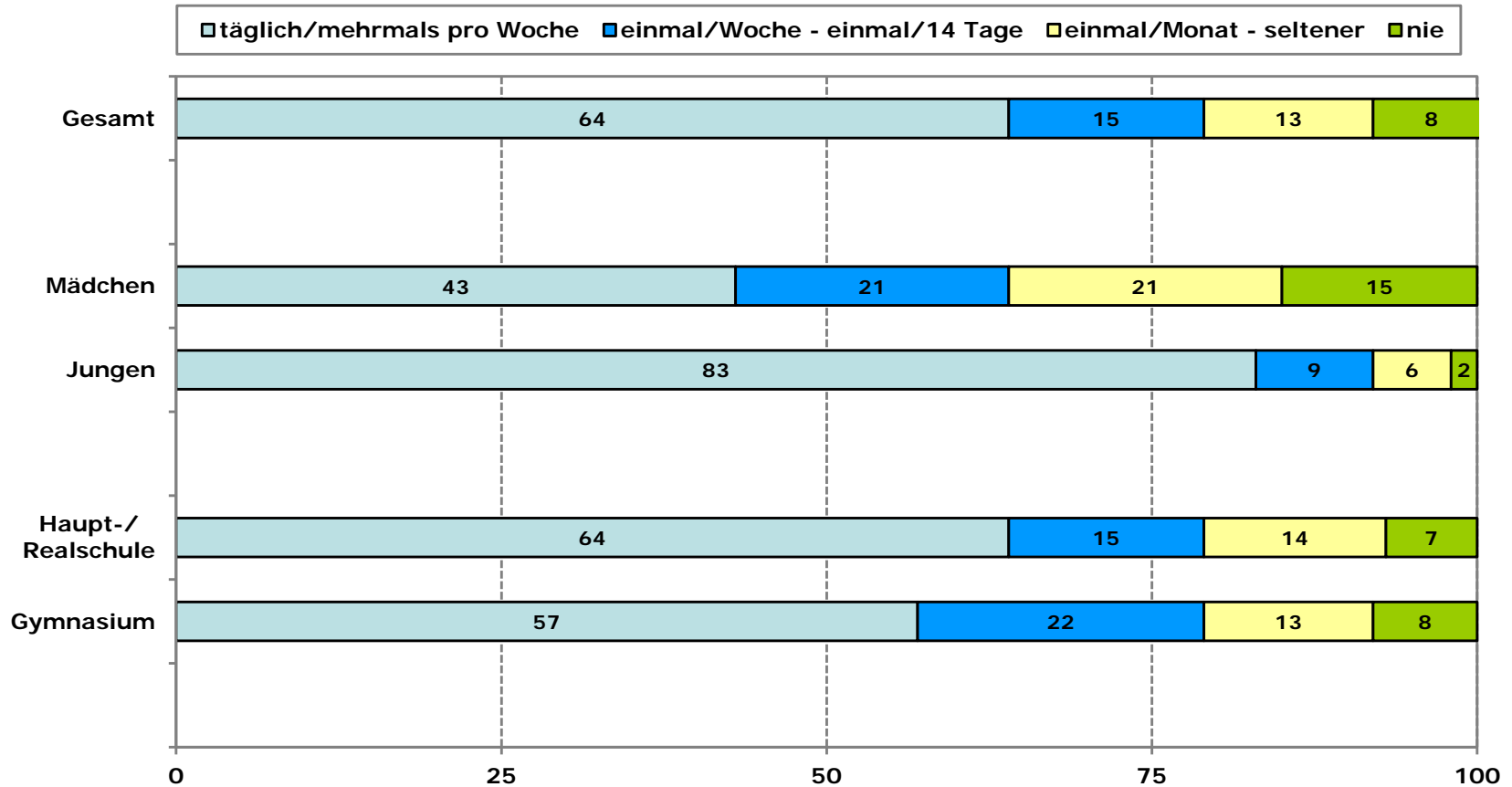
Basis: n=697; 9- bis 24-Jährige, die sowohl Facebook als auch WhatsApp nutzen.

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



## Nutzungsfrequenz digitaler Spiele 2016

Angaben in %

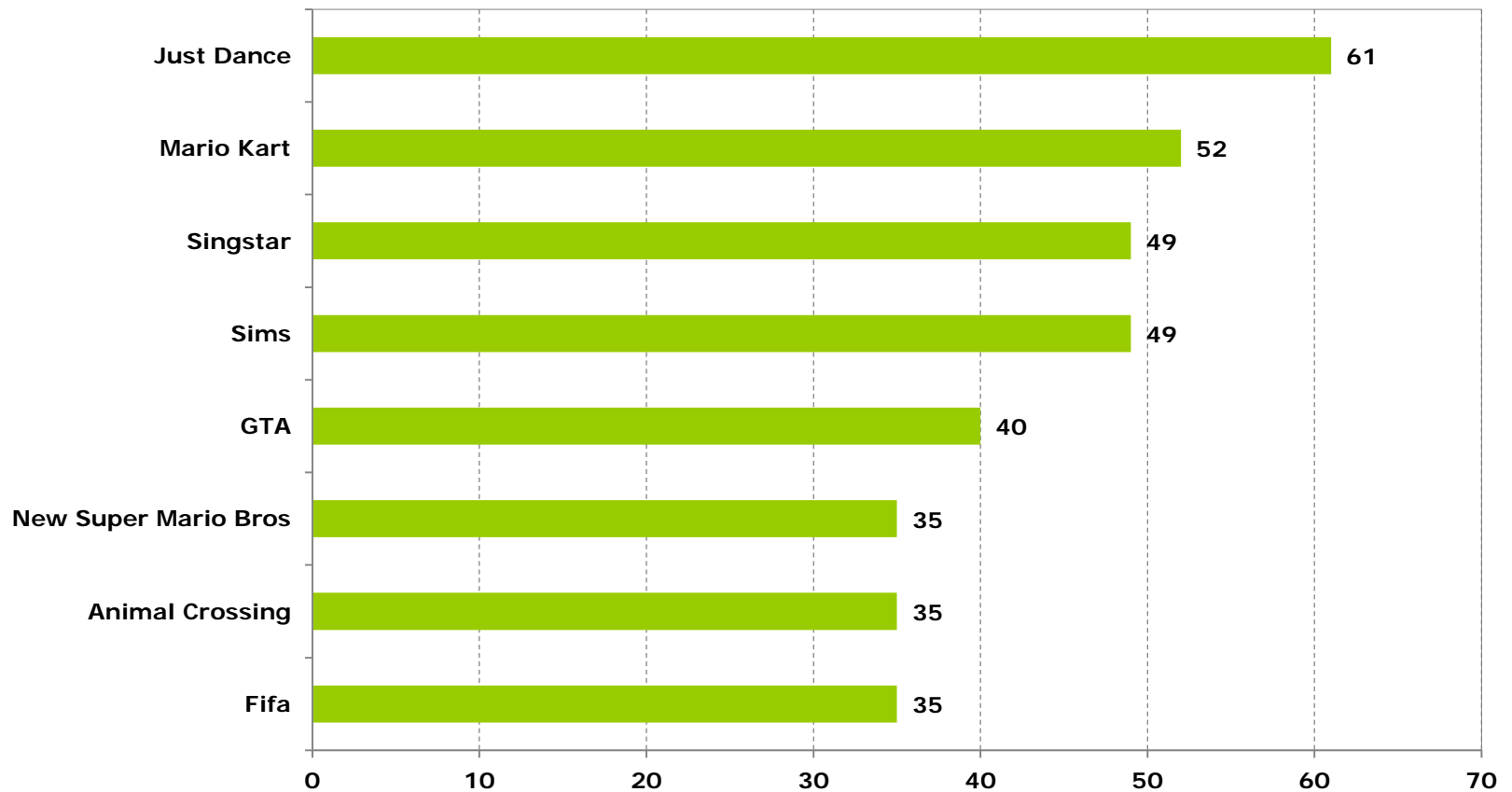


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

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

## Games-Serien: Beliebteste Computerspiele der Mädchen

Mehrfachnennungen möglich, 2014, Auswahl (Angaben in %)

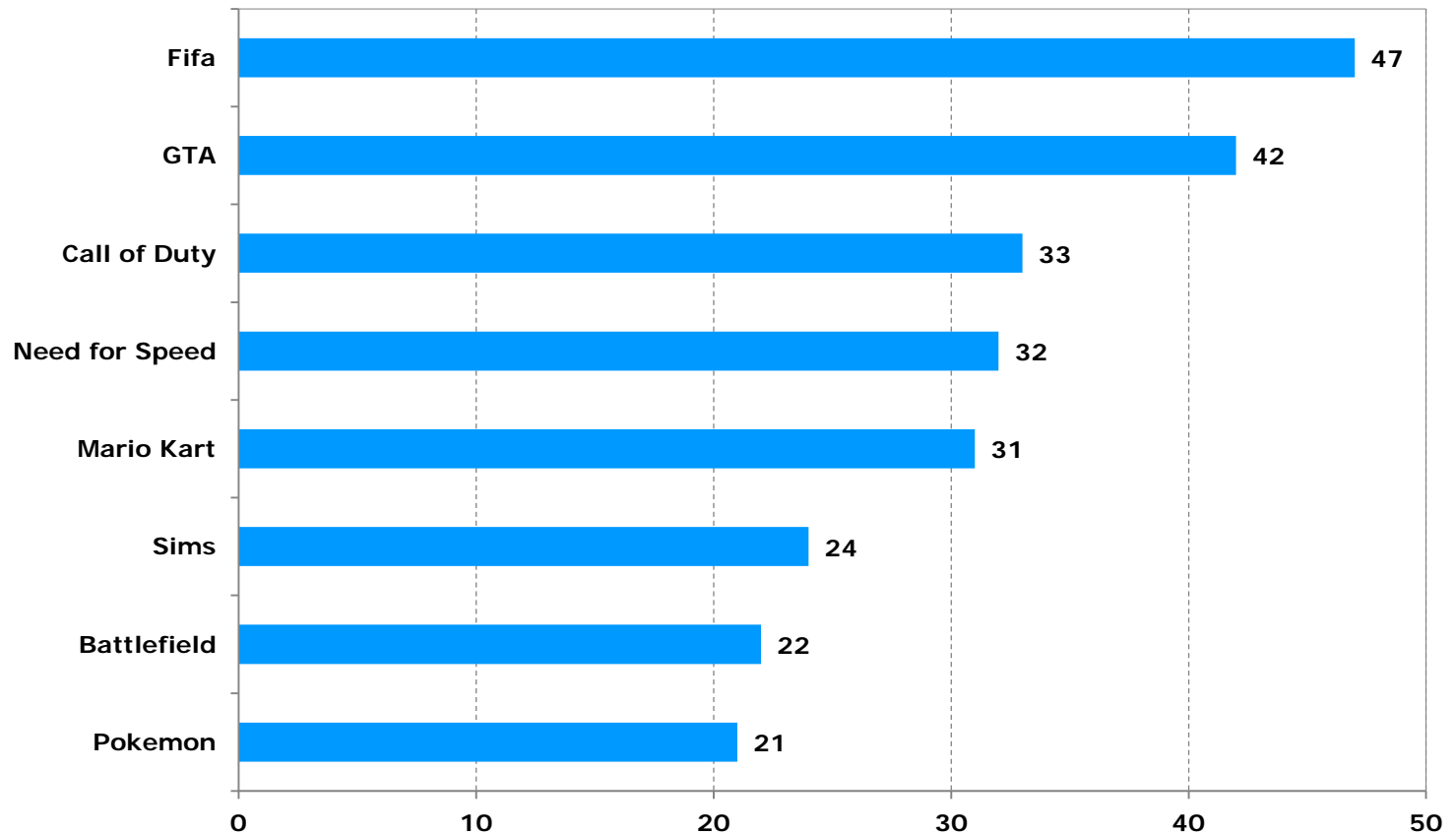


Basis: n=961, 12-19 Jahre.

Quelle: BRAVO Trendmonitor 2014, S. 59.

## Games-Serien: Beliebteste Computerspiele der Jungen

Mehrfachnennungen möglich, 2014, Auswahl (Angaben in %)



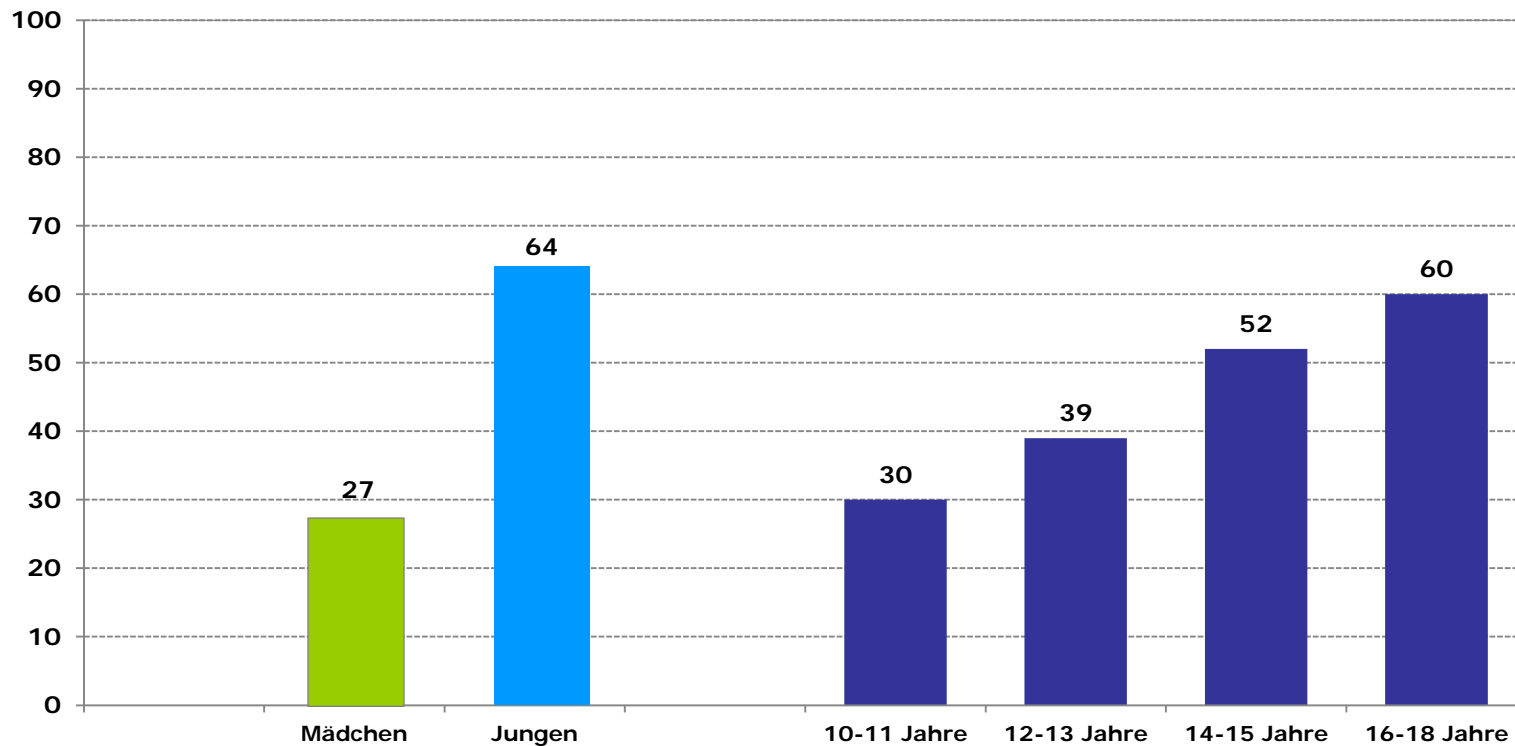
Basis: n=961, 12-19 Jahre.

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 %

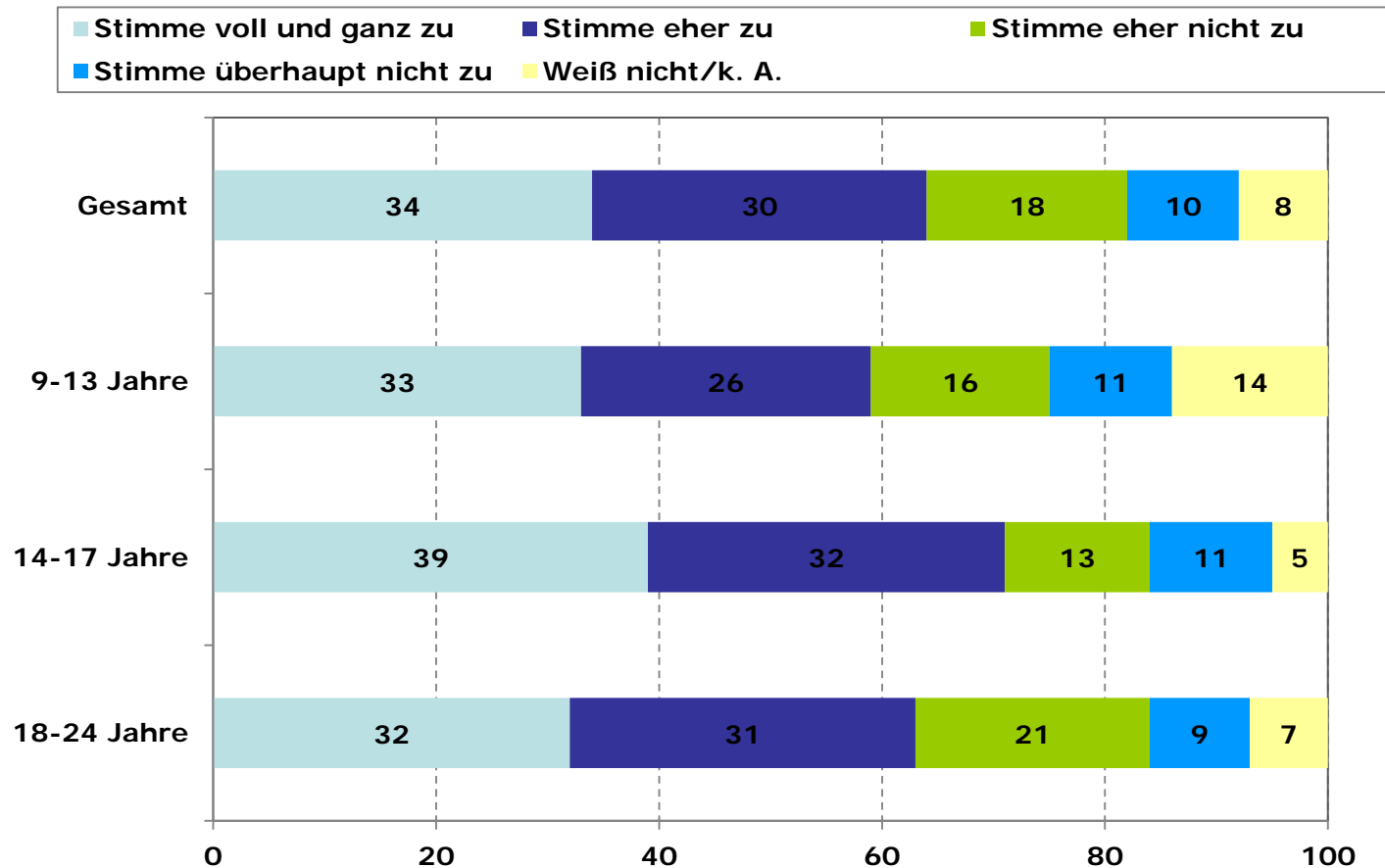


Basis: n=641 , 10-18 Jahre.

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 %)



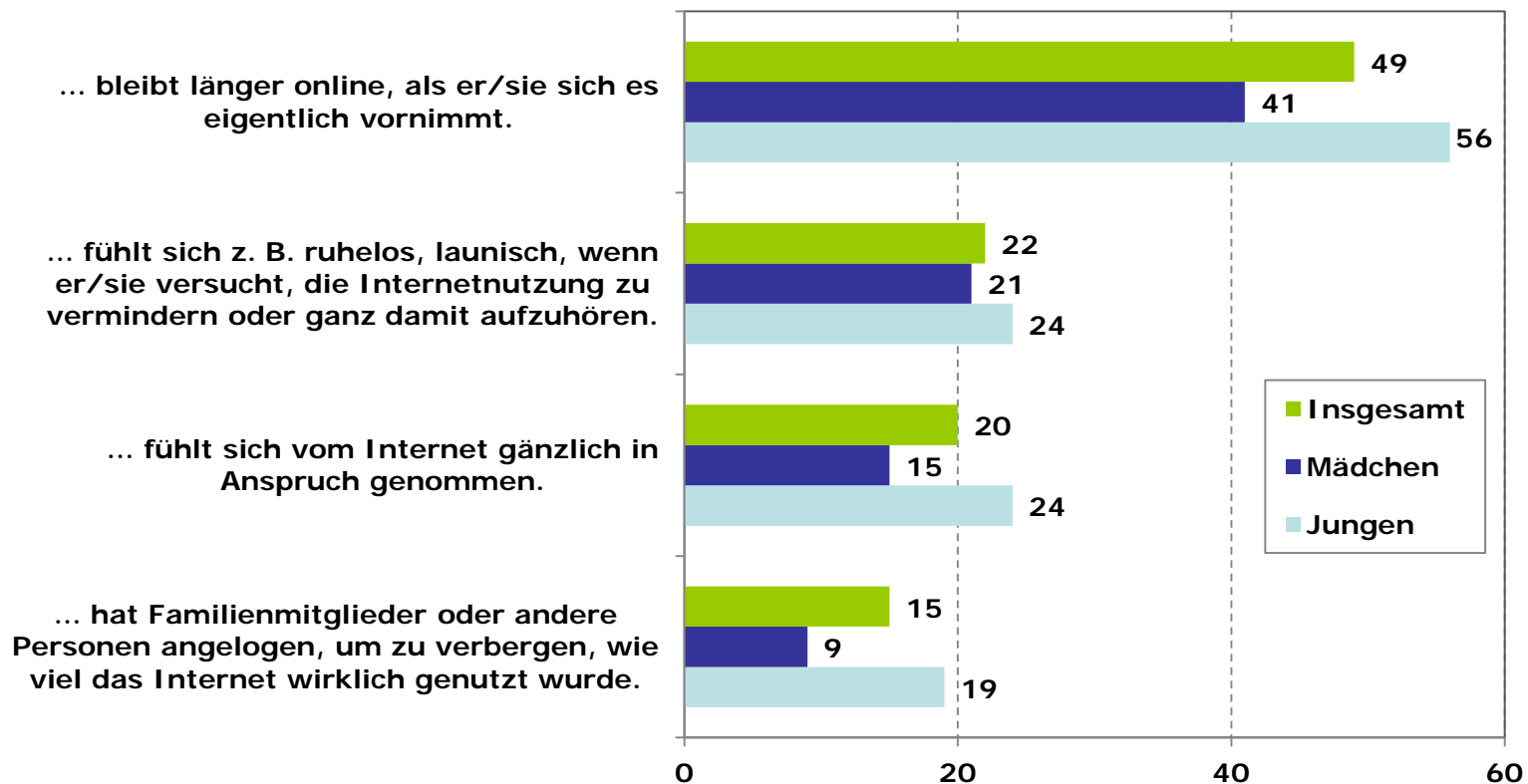
Basis: n=1.414; 9- bis 24-Jährige, die das Internet nutzen.

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 ...

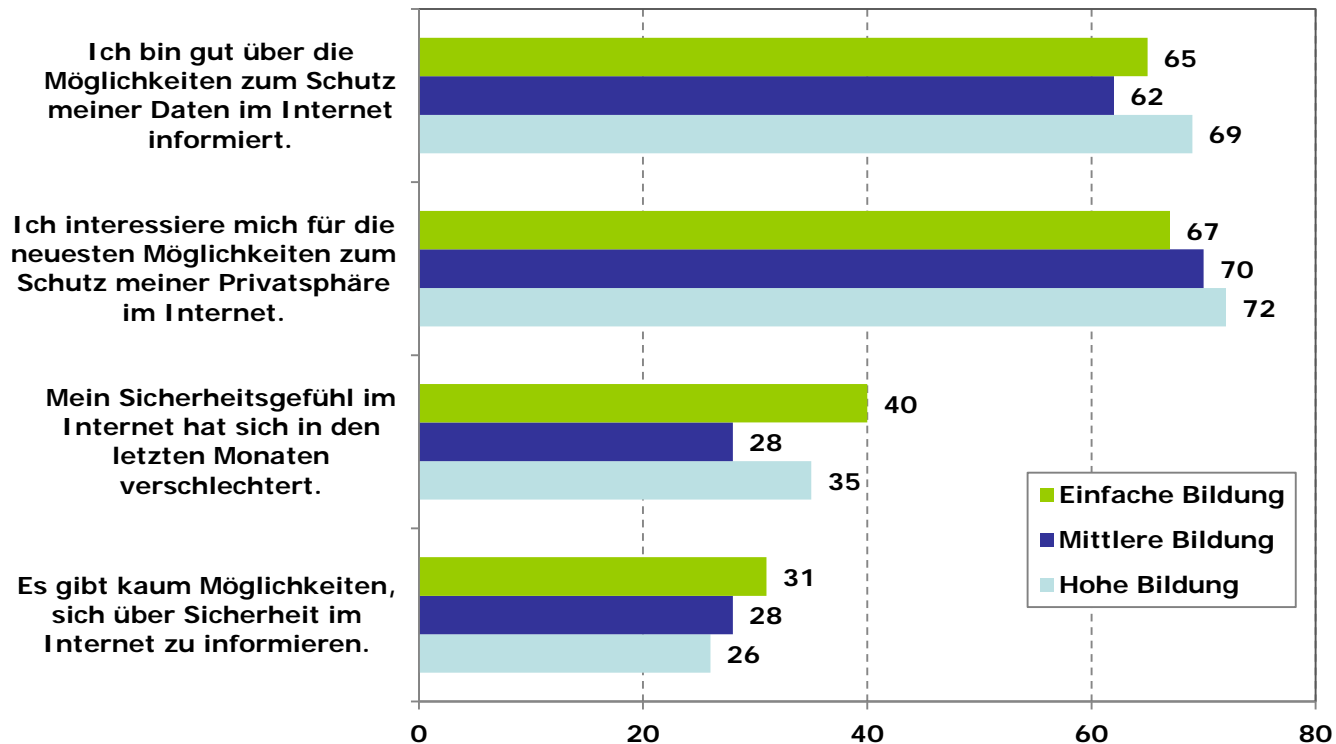


Basis: 1.000 Mütter und Väter mit Kindern zwischen 12 und 17 Jahren;  
Befragte, deren Kinder das Internet privat nutzen.

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.

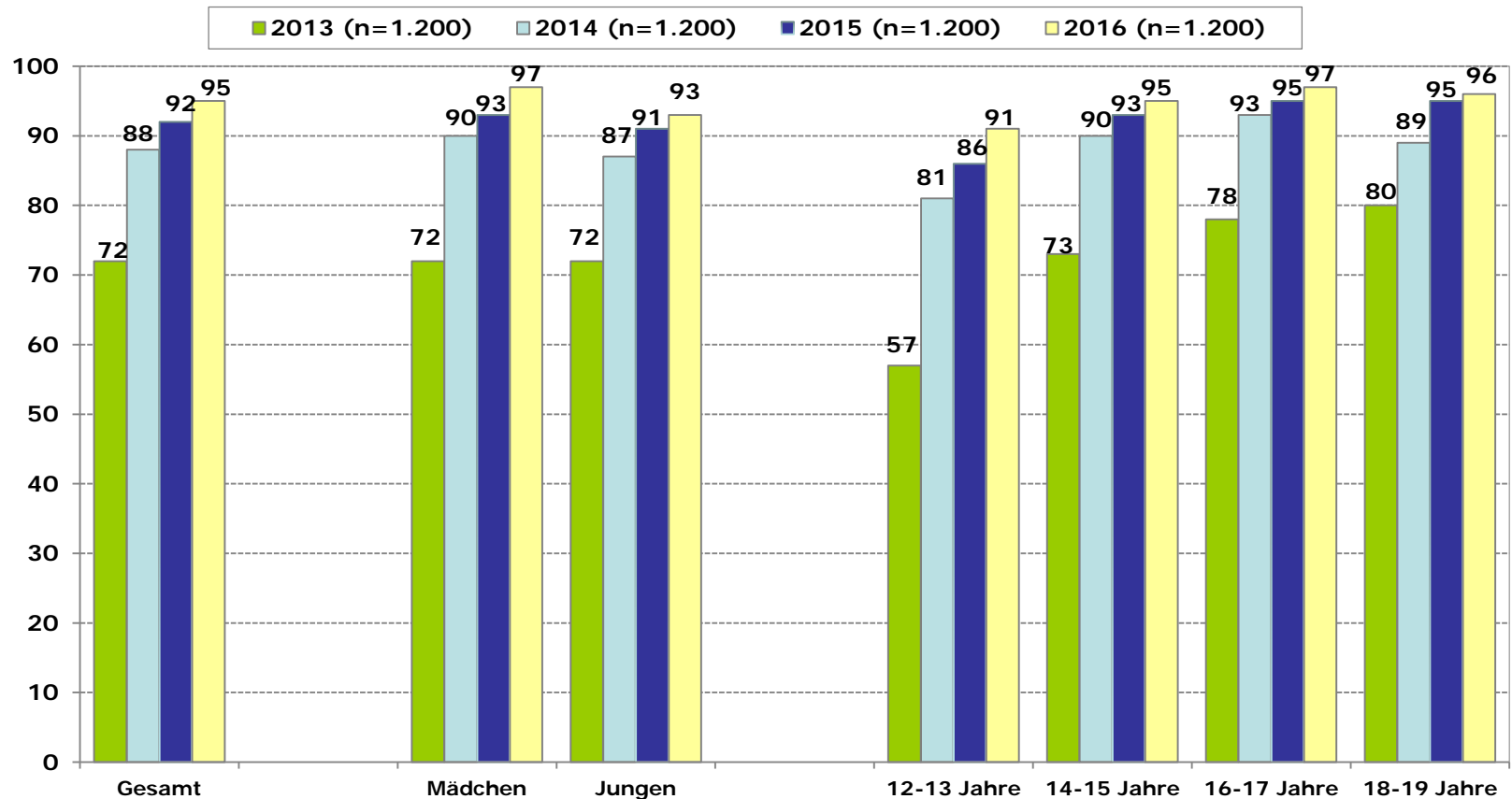
Quelle: DIVSI U25-Studie, DIVSI/SINUS/EPI 2014, S. 103.

# Handy und mobile Medien



## Anteil der Smartphone-BesitzerInnen bei Jugendlichen

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

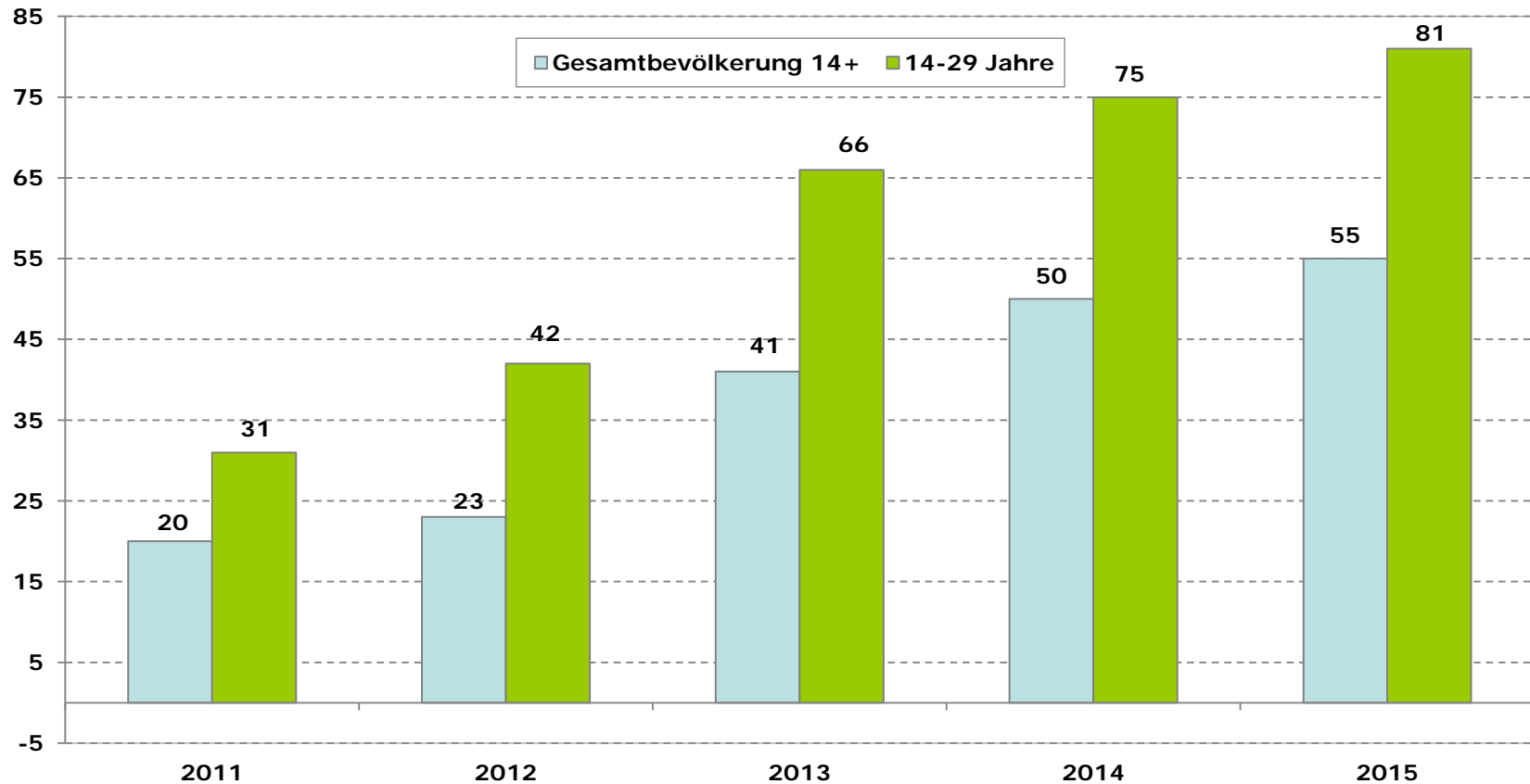


Basis: JIM 2013-2015, alle Befragten, 12-19 Jahre.

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 %)

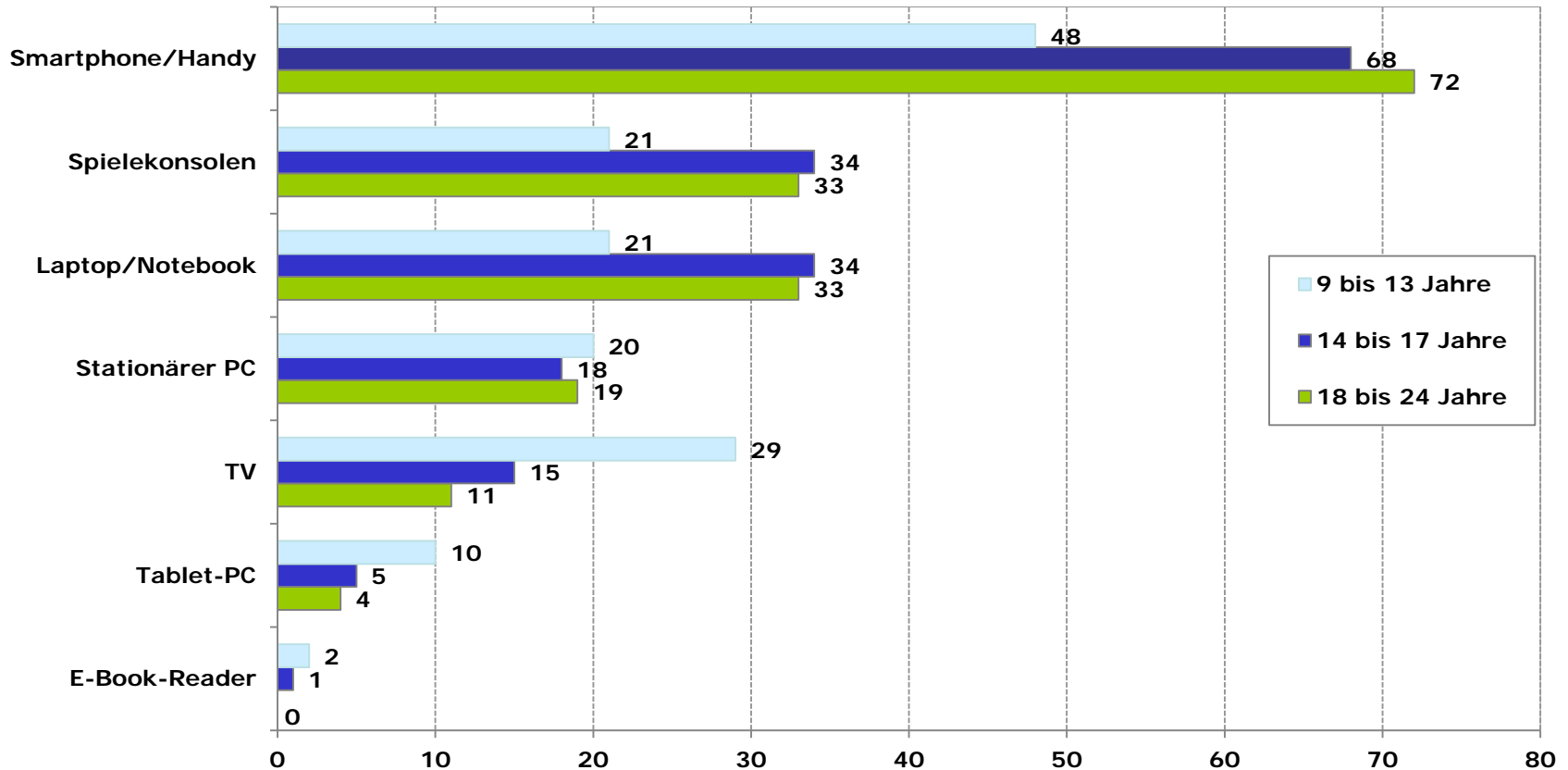


Basis: Deutschsprachige OnlinenutzerInnen ab 14 Jahren (2011: n=1.319; 2012: n=1.366; 2013: n=1.389; 2014: n=1.434; 2015: n=1.432).

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 %)

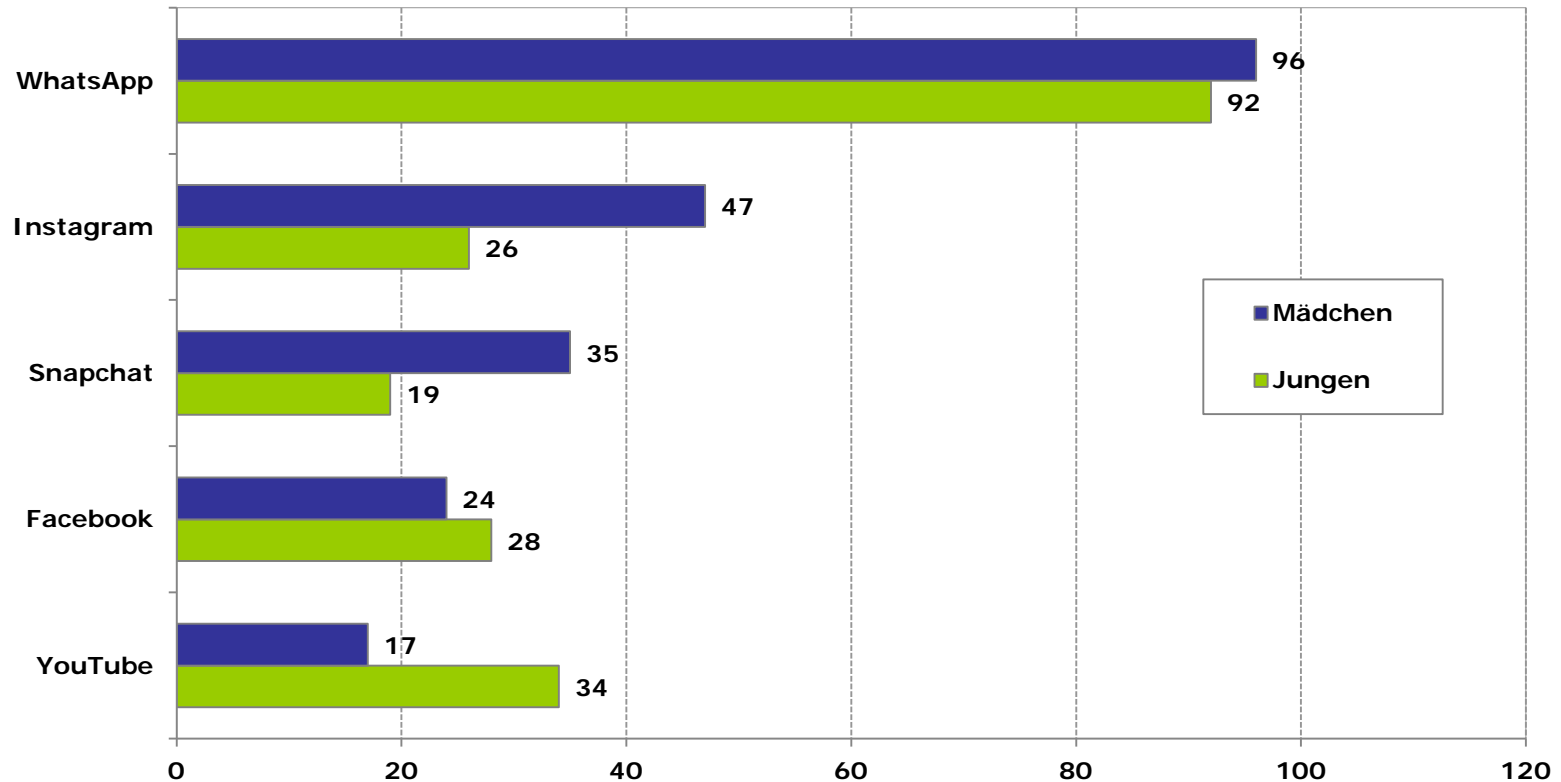


Basis: n=851; 9- bis 24-Jährige, die das Internet täglich nutzen.

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 %)



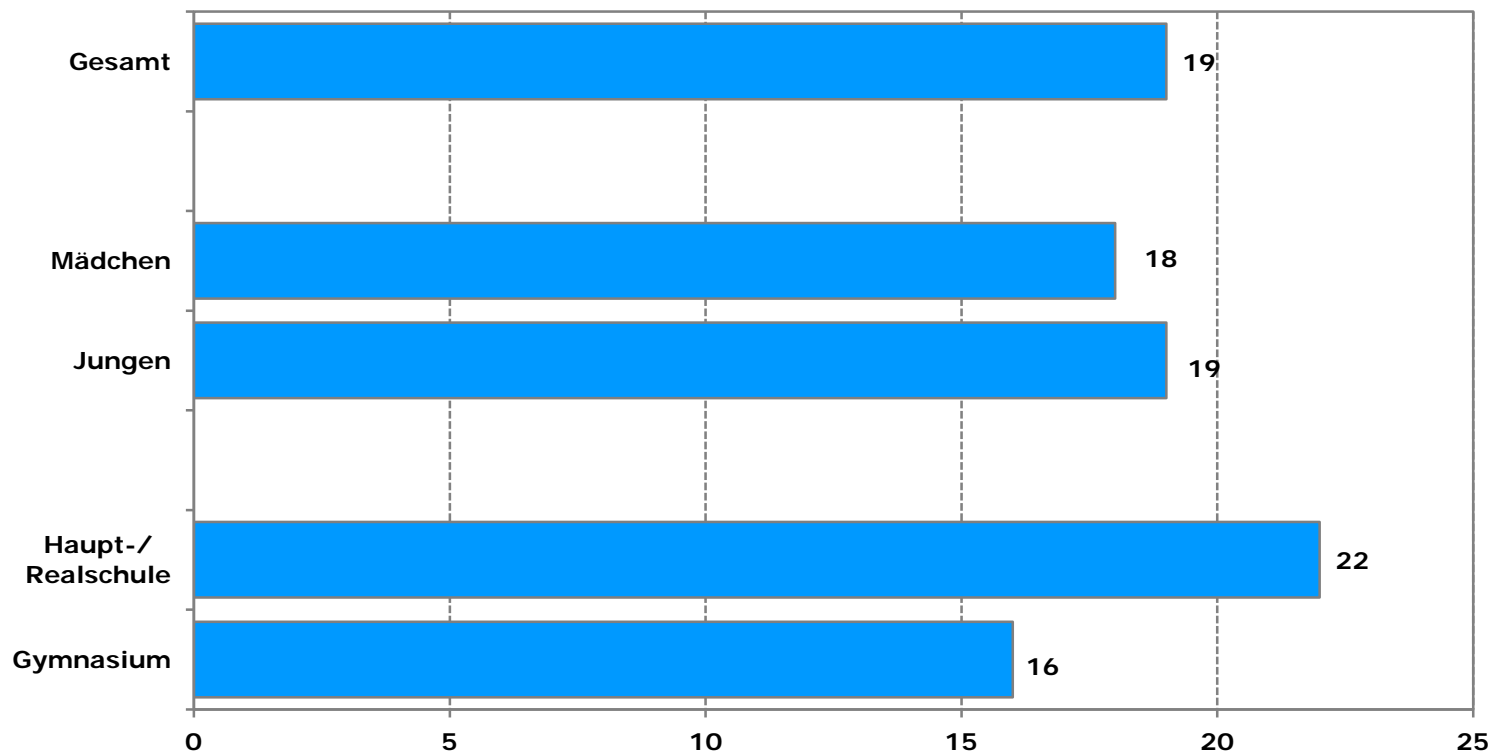
Basis: n=1.136; Befragte, die Apps auf dem Handy installiert haben, 12-19 Jahre.

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 %)



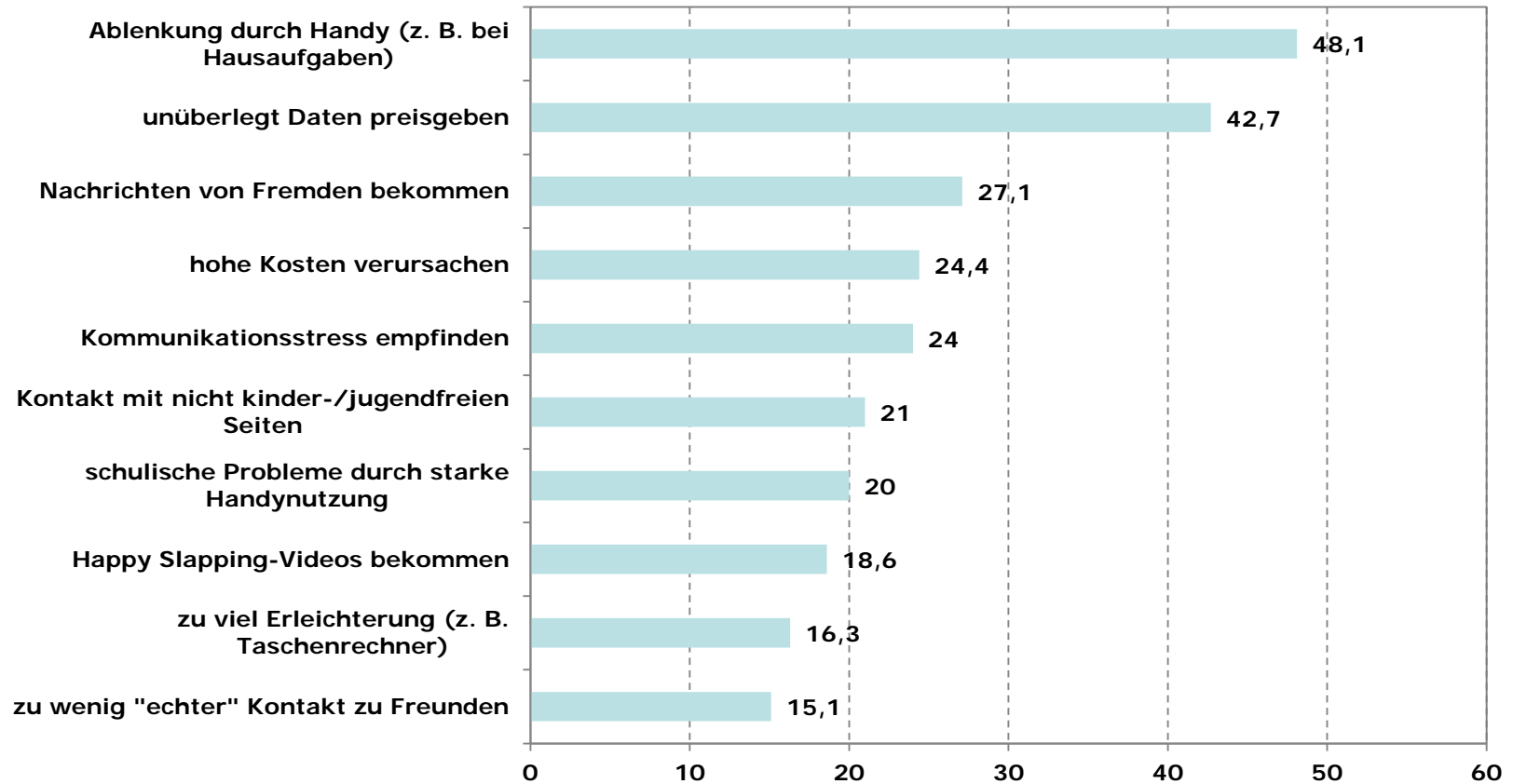
Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

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](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](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](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](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](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](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](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).