Bitkom e.V. |

Jung, digital und immer online: Für die Generation Z gilt mobile first

- Internetkonsum hat sich binnen drei Jahren verdreifacht
- Bereits mehr als ein Drittel der 6- bis 7-Jährigen nutzt ein Smartphone
- Bitkom stellt Studie „Kinder & Jugend in der digitalen Welt“ vor

Berlin, 16. Mai 2017 - Das Smartphone ist immer dabei, Emojis und Video-Schnipsel sind das neue Telefonieren und YouTube-Stars die größten Idole: Kinder und Jugendliche in Deutschland sind immer früher, immer länger und immer mobiler im Netz unterwegs. Während 2014 noch 39 Prozent der 6- bis 7-Jährigen angaben, zumindest gelegentlich das Internet zu nutzen, ist es heute bereits rund die Hälfte (48 Prozent). Auch die verbrachte Zeit im Internet stieg in diesem Zeitraum sprunghaft an, von 11 Minuten 2014 auf heute 39 Minuten täglich. Ähnlich sieht die Entwicklung bei den 8- bis 9-Jährigen aus. Hier steigerten sich die Werte der Internetnutzer auf 81 (2014: 76) Prozent. Die verbrachte Zeit im Internet hat sich dabei binnen drei Jahren fast verdreifacht von damals 16 auf heute 43 Minuten. Deutlich öfter als noch vor drei Jahren nutzen Kinder und Jugendliche Smartphones und Tablets, oft sogar die eigenen. Während vor drei Jahren erst 20 Prozent der 6- bis 7-Jährigen ein Smartphone beziehungsweise Handy nutzten, sind es jetzt 38 Prozent, die Tablet-Nutzung stieg gar von 28 auf 64 Prozent. Über ein eigenes Smartphone verfügen 67 Prozent der 10- bis 11-Jährigen (2014: 50 Prozent), ab 12 Jahren gehört das Gerät dann für so gut wie alle Jugendliche zur Standardausstattung. Insgesamt betrachtet haben 87 Prozent der Kinder ab 10 Jahren ein eigenes Smartphone (2014: 79 Prozent), beim Tablet sind es 33 Prozent (2014: 17 Prozent). „Der Medien- und Internetkonsum von Kindern und Jugendlichen wird immer mobiler. Ins Internet „zu gehen“ ist den Kindern von heute völlig fremd, sie sind „always on“ – egal wo und egal wann“, sagte Bitkom-Vizepräsident Achim Berg bei der Vorstellung der Studie, für die 926 Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 18 Jahren befragt wurden. „Die Generation Y ist in die entstehende digitale Welt reingewachsen. Die Generation Z ist nun die erste Altersgruppe, die vom Kindesalter an mit digitalen Technologien aufwächst.“



Das Smartphone wird bereits von den Jüngsten als mobiler Alleskönner eingesetzt. 88 Prozent nutzen es zum Telefonieren, es folgen Musik hören (83 Prozent), Messenger (82 Prozent), Kamera und

Internet (je 78 Prozent) sowie andere Anwendungen (61 Prozent). Mehr als jeder Zweite (51 Prozent) sagt, dass er sich ein Leben ohne Handy nicht mehr vorstellen kann. Allerdings ist das Smartphone in jeder vierten Familie offenbar auch Grund zur Diskussion. So sagen 26 Prozent der Smartphone-Nutzer im Alter von 10 bis 18 Jahren, dass es zu Hause oft Streit gibt, weil das Handy zu viel genutzt wird.

Im Unterschied zum Smartphone werden stationäre und sperrigere Geräte wie Computer und Laptop immer unbeliebter, genauso wie Geräte ohne Internetzugang. Einen eigenen Fernseher haben beispielsweise nur noch 32 Prozent (2014: 41 Prozent). Dafür wird der Smart TV immer beliebter: 2014 besaßen 7 Prozent einen Smart-TV, heute haben bereits 29 Prozent der Kinder und Jugendlichen einen internetfähigen Fernseher. Im Internet wird aber zunehmend mobil gesurft. Während 2014 noch 46 Prozent mit dem stationären PC ins Internet gingen, sind es heute nur mehr 35 Prozent. Die Beliebtheit des Laptops zum Surfen sank im gleichen Zeitraum von 65 auf 49 Prozent. Tablet und Smartphone steigerten sich hingegen um 19 bzw. 12 Prozentpunkte auf 48 und 77 Prozent.

Bei den sozialen Netzwerken und Messengern dominiert WhatsApp quer durch alle Altersgruppen: 72 Prozent der 10- bis 11-Jährigen nutzen den Chatdienst bereits. Bei den älteren Jugendlichen ab 14 Jahren ist es dann beinahe jeder (96 Prozent). Auch die Beliebtheit anderer Netzwerke steigt mit zunehmendem Alter deutlich. YouTube nutzen etwa jeder zweite 10- bis 11-Jährige (51 Prozent) und drei Viertel aller 16- bis 18-Jährigen (76 Prozent) zumindest ab und zu auch aktiv. Die hohe Beliebtheit der Sozialen Netzwerke zeigt sich auch darin, dass bereits mehr als jeder Dritte (36 Prozent) sagt, dass der eigene Lieblingsstar ein YouTube-Star ist. Damit sind die sogenannten Social Influencer beliebter als Idole aus den klassischen Bereichen Sport (23 Prozent) und Schauspiel (18 Prozent). „Die "Generation Z" schafft sich ihre eigenen Idole. Social-Media-Stars wie Sami Slimani oder Dagi Bee faszinieren Teenager und haben ein Millionenpublikum“, so Berg. Das haben inzwischen auch Unternehmen erkannt. Internetstars tauchen zunehmend im klassischen Marketing, etwa in TV-Werbespots und Magazinanzeigen auf. „Immer öfter hören Eltern als Berufswunsch ihrer Kinder: YouTube-Star.“

Nicht nur das Phänomen Social-Media-Star profitiert vom „always on“ der Jugendlichen, auch Streaming-Anbieter wie Spotify oder Deezer haben Zulauf. Musik hörten 2014 noch 59 Prozent der jungen Generation online, mittlerweile sind es 66 Prozent. Damit hat das klassische Musikhören von CDs nur noch einen minimalen Vorsprung von 2 Prozentpunkten gegenüber dem Musikstreaming. Im Videobereich hat Streaming DVD und Blue-Ray bereits überholt.

Ihre Internetaktivitäten betrachten Kinder und Jugendliche recht reflektiert. 62 Prozent geben an, dass sie darauf achten, welche persönlichen Informationen sie über sich selbst ins Netz stellen. 54 Prozent sagen außerdem, dass sie darauf achten, welche Informationen, zum Beispiel Fotos oder Kommentare, über sie im Internet sichtbar sind. „Die meisten Jugendlichen gehen im Internet sorgsam mit persönlichen Informationen um. Dazu trägt auch die aktive Einflussnahme der Eltern bei“, sagte Berg. Sechs von zehn der befragten Kinder und Jugendliche sagen, dass ihre Eltern sie darum bitten, nicht zu viel Privates preiszugeben. Beinahe ebenso vielen (57 Prozent) erklären die Eltern auch, was im Netz erlaubt ist und was nicht. Nur jeder Zehnte sagt, dass es die Eltern nicht kümmert, was er im Internet tut. „Gerade Kinder dürfen im Internet nicht allein gelassen werden. Wichtig ist, dass Eltern ihre Kinder von Anfang an begleiten und unterstützen, indem sie gemeinsam mit ihnen in diese Welt eintauchen“, so Berg.

Darüber hinaus sollte die Vermittlung von Internetkompetenz aus Sicht des Bitkom einen festen Platz in den Lehrplänen der Schulen bekommen, um Kindern und Eltern Orientierung zu geben. Weitere Informationen und praktische Tipps vom sicheren Surfen im Web über kostenlose Jugendschutzprogramme bis hin zur Soforthilfe im akuten Mobbing-Fall bieten zahlreiche private und staatliche Initiativen. Eine Übersicht mit den wichtigsten Hinweisen für Eltern und weiterführenden Links hat der Bitkom hier zusammengestellt.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei sind 926 Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 18 Jahren befragt worden. Die Umfrage ist repräsentativ. Für die Durchführung waren Bitkom Research und das Marktforschungsinstitut Forsa verantwortlich.

Kontakt

Dr. Konstantin Peveling
Bereichsleiter für Medienpolitik & Plattformen
Download Pressefoto
Nachricht senden

Nina Paulsen
Pressesprecherin
Telefon: +493027576168
E-Mail: n.paulsen@bitkom.org
Download Pressefoto

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jung-digital-und-immer-online-Fuer-die-Generation-Z-gilt-mobile-first.html***