

Wiebke Rohde, Uwe Hasebrink, Jan-Hinrik Schmidt

Heranwachsen mit dem Social Web – Tabellenband

Inhaltsverzeichnis

1	Vorbemerkung.....	2
2	Allgemeine Mediennutzung	4
2.1	Freizeittätigkeiten.....	4
2.2	Mediennutzungsdauer	6
2.3	Adäquanz von Medien öffentlicher und interpersonaler Kommunikation.....	8
2.4	Interessengebiete	10
2.5	Geräteausstattung.....	11
2.6	Handynutzung und -ausstattung.....	12
3	Allgemeine Internetnutzung	14
3.1	Ort der Internetnutzung	14
3.2	Liebblingsseiten	15
3.3	Internetaktivitäten.....	16
3.4	Erfahrungen mit dem Internet	18
4	Social Web-Nutzung	21

1 Vorbemerkung

Dieser Tabellenband dokumentiert die repräsentative telefonische Befragung, die im Rahmen des Projekts „Jugendliche und Web 2.0“ durchgeführt wurde.¹ Grundgesamtheit für die Befragung waren deutschsprachende Onlinenutzerinnen und -nutzer im Alter zwischen 12 und 24 Jahren aus Haushalten mit Telefonfestnetzanschluss in Deutschland. Die Fragebogeninhalte wurden vom Hans-Bredow-Institut vorgegeben, von ENIGMA GfK redaktionell überarbeitet und zur Abstimmung vorgelegt.²

Die Durchführung der Interviews erfolgte in den Telefonstudios der ENIGMA GfK in Wiesbaden/Mainz. Aus der Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Stichprobe von 650 Zielpersonen befragt, quotiert nach Altersstufe, Bundesland x Wohnortgröße sowie Schulbildung. Bei der CATI-Befragung wurden so genannte „wiederbefragungsbereite“ Haushalte mit Kindern und Jugendlichen in der gewünschten Altersgruppe eingesetzt. Hierfür steht eine institutsinterne Datenbank zur Verfügung, die aus bundesweiten Repräsentativ-Zufallsstichproben gespeist wird. Grundlage für diese Stichproben ist die ADM-Auswahlgrundlage für Telefonstichproben, die sowohl im Telefonbuch eingetragene als auch nicht eingetragene Telefonnummern erfasst. Die Auswahl des Kindes im Haushalt erfolgte gemäß den Quotenvorgaben. Pro Haushalt wurde nur ein Interview durchgeführt. Zur Steigerung der Ausschöpfung wurden die Haushalte mindestens 15mal an verschiedenen Wochentagen zu verschiedenen Tageszeiten kontaktiert. Terminwünsche der Befragten wurden individuell behandelt.

Die Feldzeit der Befragung dauerte vom 15. Oktober 2008 bis zum 16. November 2008. Zur Realisierung der Interviews wurden insgesamt 29 Interviewer eingesetzt, die alle speziell auf das Projekt geschult und eingewiesen wurden. Die Stichprobe wurde repräsentativ nach Alter x Geschlecht (Basis: Statistisches Bundesamt, Genesis, Stand 31.12.2007), Bundesland x Wohnortgröße und Bildungsabschluss (Basis jeweils: MA Radio 2008 II) gewichtet. Daraus ergaben sich die in Tabelle 1 und Tabelle 2 aufgeführten Fallzahlen. Die weiteren Tabellen dokumentieren neben den Verteilungen der Variablen in der gesamten Stichprobe auch die Verteilungen unter den Geschlechtern und den Altersgruppen sowie nach besuchtem Schultyp sowie Tätigkeit.

¹ Der Gesamtbericht ist im Herbst 2009 erschienen: Jan-Hinrik Schmidt, Ingrid Paus-Hasebrink und Uwe Hasebrink (2009): Zur Rolle von Web 2.0-Angeboten im Alltag von Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Berlin: Vistas (Schriftenreihe Medienforschung der LfM; 62), 364 S.

² Der vollständige Fragebogen ist unter <http://www.hans-bredow-institut.de/webzweinnull/uber-das-projekt> abrufbar.

Tabelle 1: Zusammensetzung der Stichprobe nach Geschlecht und Alter

n=650	n	in %
Männlich	332	51,1
Weiblich	318	48,9
12-14 Jahre	131	20,2
15-17 Jahre	147	22,7
18-20 Jahre	161	24,7
21-24 Jahre	211	32,5

Tabelle 2: Zusammensetzung der Stichprobe nach Schultyp und Tätigkeit

n=650	n	in %
Hauptschule	114	17,6
Realschule	190	29,3
Gymnasium	346	53,2
Schüler/in	310	47,7
Student/in	61	9,4
Auszubildende/r	157	24,1
Bundeswehr-/ Zivildienstleistender	12	1,8
Berufstätig	92	14,1
Arbeitslos	19	2,9

Erläuterung: Die Unterteilung nach Schultyp in dieser sowie den folgenden Tabellen umfasst immer sowohl derzeitige als auch ehemalige Schüler/innen. In den weiteren Tabellen werden die nur gering besetzten Gruppen „Bundeswehr-/Zivildienstleistende“ sowie „Arbeitslose“ nicht mehr gesondert ausgewiesen.

2 Allgemeine Mediennutzung

2.1 Freizeittätigkeiten

Tabelle 3: Häufigkeit medienbezogener Freizeitaktivitäten nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Fernsehen, egal ob an einem Fernsehgerät, über das Internet oder über einen anderen Weg	96,7	96,9	99,2	99,3	93,8	96,2	96,8
Radio hören, egal ob an einem Radiogerät, über das Internet oder über einen anderen Weg	76,0	84,9	69,5	79,6	82,6	85,8	80,3
Tageszeitung/Zeitung lesen, egal, ob die gedruckte Zeitung oder im Internet	70,8	66,0	46,6	68,0	75,6	77,3	68,5
Zeitschriften bzw. Magazine lesen	50,9	48,7	50,4	52,4	43,5	52,6	49,8
Online-Spiele spielen, egal ob allein oder mit anderen Internet-Nutzern	40,4	17,3	34,4	29,9	28,0	25,6	29,1
An einer Spielekonsole, egal ob tragbar oder stationär spielen bzw. am Computer spielen, ohne ins Internet zu gehen	56,9	18,6	55,0	40,8	31,1	31,3	38,2
Bücher lesen, nicht für die Schule, Universität oder Arbeit	41,3	60,4	55,0	51,7	50,9	46,4	50,6
Einen Computer benutzen bzw. am Computer sitzen	97,3	94,0	93,9	98,0	94,4	96,7	95,7
Internet bzw. Onlinedienste nutzen, z.B. auch Emails, chatten, Instant Messenger, egal ob an einem PC, über Handy oder einen anderen Weg	94,9	94,0	90,1	97,3	93,2	95,7	94,5
Videokassetten oder DVDs ansehen	56,3	39,0	49,6	46,9	49,7	46,0	47,8
CDs oder Kassetten anhören, egal ob Musik oder anderes	63,0	69,8	70,2	61,2	64,4	68,7	66,3
MP3s hören, egal ob Musik oder anderes	84,9	81,1	80,2	90,5	87,0	76,3	83,1
Sich mit Freunden bzw. Leuten treffen	96,7	96,5	93,9	99,3	97,5	95,7	96,6
Etwas mit der Familie unternehmen	60,5	67,9	71,8	77,0	55,3	57,3	64,2
Ein Handy nutzen	91,0	95,0	84,7	92,5	95,6	96,7	92,9

Anmerkung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 4: Häufigkeit medienbezogener Freizeitaktivitäten nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Fernsehen, egal ob an einem Fernsehgerät, über das Internet oder über einen anderen Weg	99,1	96,3	96,5	97,4	95,1	98,1	95,7	96,8
Radio hören, egal ob an einem Radiogerät, über das Internet oder über einen anderen Weg	75,4	79,5	82,6	75,8	86,9	82,1	87,9	80,3
Tageszeitung/Zeitung lesen, egal, ob die gedruckte Zeitung oder im Internet	58,8	68,9	71,4	59,4	80,6	71,3	84,8	68,5
Zeitschriften bzw. Magazine lesen	54,4	43,2	52,0	51,1	59,0	49,7	45,7	49,8
Online-Spiele spielen, egal ob allein oder mit anderen Internet-Nutzern	29,8	29,5	28,3	31,0	19,7	29,3	20,9	29,1
An einer Spielekonsole, egal ob tragbar oder stationär spielen oder am Computer spielen, ohne ins Internet zu gehen	41,7	35,3	38,6	42,3	19,7	38,5	33,0	38,2
Bücher lesen, nicht für die Schule, Universität oder Arbeit	49,1	51,6	50,4	57,4	59,0	48,4	29,3	50,6
Einen Computer benutzen bzw. am Computer sitzen	93,9	95,8	96,5	94,5	100,0	96,8	94,6	95,7
Internet bzw. Onlinedienste nutzen, z.B. auch Emails, chatten, Instant Messenger, egal ob an einem PC, über Handy oder über einen anderen Weg	93,9	93,7	95,1	94,5	98,4	93,6	93,5	94,5
Videokassetten oder DVDs ansehen	47,4	47,4	48,3	49,4	42,6	49,7	38,0	47,8
CDs oder Kassetten anhören, egal ob Musik oder anderes	56,1	71,1	67,1	63,2	67,7	69,2	68,5	66,3
MP3s hören, egal ob Musik oder anderes	79,8	85,3	82,9	85,5	79,0	85,3	77,2	83,1
Sich mit Freunden bzw. Leuten treffen	97,4	96,8	96,2	96,8	98,4	98,1	93,4	96,6
Etwas mit der Familie unternehmen	61,4	60,0	67,5	72,6	59,0	58,3	58,7	64,2
Ein Handy nutzen	97,4	91,6	92,8	89,4	96,7	98,1	97,8	92,9

Anmerkung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

2.2 Mediennutzungsdauer³

Tabelle 5: Durchschnittliche Mediennutzungsdauer nach Geschlecht (in Minuten pro Tag)

N= 650	Männlich		Weiblich		Gesamt	
	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N
Fernsehen Mo-Fr	133	328	130	312	131	639
Fernsehen Sa	132	328	131	312	131	639
Fernsehen So	131	328	134	312	133	639
Radio Mo-Fr	125	281	113	294	119	575
Radio Sa	70	281	79	294	75	575
Radio So	61	281	64	294	63	575
Online-Spiele Mo-Fr	89	166	50	98	75	264
Online-Spiele Sa	101	166	45	98	80	264
Online-Spiele So	88	166	40	98	71	264
Spielekonsole/ Computerspiele Mo-Fr	82	239	60	130	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele Sa	82	239	60	130	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele So	72	239	58	130	67	369
Internet/ Onlinedienste Mo-Fr	154	329	125	314	140	643
Internet/ Onlinedienste Sa	139	329	93	314	117	643
Internet/ Onlinedienste So	133	329	88	314	111	643

Tabelle 6: Durchschnittliche Mediennutzungsdauer nach Alter (in Minuten pro Tag)

N= 650	12-14 Jahre		15-17 Jahre		18-20 Jahre		21-24 Jahre		Gesamt	
	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N
Fernsehen, Mo -Fr	125	130	140	147	120	156	136	207	131	639
Fernsehen, Sa	132	130	132	147	113	156	142	207	131	639
Fernsehen, So	117	130	127	147	113	156	159	207	132	639
Radio, Mo-Fr	87	110	109	130	112	145	148	189	118	575
Radio, Sa	64	110	73	130	66	145	88	189	74	575
Radio, So	54	110	63	130	59	145	69	189	62	575
Online-Spiele, Mo-Fr	61	73	85	64	92	58	63	70	74	264
Online-Spiele, Sa	76	73	79	64	80	58	84	70	80	264
Online-Spiele, So	62	73	67	64	72	58	79	70	70	264
Spielekonsole/ Computerspiele Mo-Fr	85	102	82	82	72	73	58	113	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele Sa	81	102	72	82	66	73	74	113	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele So	67	102	61	82	60	73	75	113	67	369
Internet, Mo-Fr	113	127	147	147	146	160	145	209	139	643
Internet, Sa	107	127	130	147	109	160	118	209	116	643
Internet, So	89	127	128	147	105	160	115	209	110	643

³ Nach ihrer Mediennutzungsdauer wurden alle Teilnehmer gefragt, welche die jeweiligen Medien zumindest selten nutzen. Dabei spielte der Kanal (z.B. Fernsehen über ein Fernsehgerät oder das Internet) ebensowenig eine Rolle wie der Umstand, ob die Nutzung mit anderen zusammen oder allein stattfindet.

Tabelle 7: Durchschnittliche Mediennutzungsdauer nach Schultyp (in Minuten pro Tag)

N= 650	Hauptschule		Realschule		Gymnasium		Gesamt	
	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N
Fernsehen Mo-Fr	148	119	140	184	121	337	131	639
Fernsehen Sa	141	119	142	184	122	337	131	639
Fernsehen So	130	119	144	184	127	337	133	639
Radio Mo-Fr	159	105	135	165	96	305	119	575
Radio Sa	100	105	73	165	68	305	75	575
Radio So	75	105	68	165	56	305	63	575
Online-Spiele Mo-Fr	102	59	73	80	63	126	75	264
Online-Spiele Sa	86	59	84	80	75	126	80	264
Online-Spiele So	83	59	73	80	63	126	71	264
Spielekonsole/ Computerspiele Mo-Fr	82	84	83	105	65	180	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele Sa	72	84	76	105	75	180	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele So	63	84	67	105	69	180	67	369
Internet/ Onlinedienste Mo-Fr	156	119	137	186	136	337	140	643
Internet/ Onlinedienste Sa	122	119	119	186	114	337	117	643
Internet/ Onlinedienste So	118	119	112	186	108	337	111	643

Tabelle 8: Durchschnittliche Mediennutzungsdauer nach Tätigkeit (in Minuten pro Tag)

N= 650	Schüler		Studierende		Auszubildende		Berufstätige		Gesamt	
	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N	Mittelwert	N
Fernsehen Mo-Fr	127	304	94	61	144	155	145	92	131	639
Fernsehen Sa	127	304	121	61	137	155	150	92	131	639
Fernsehen So	119	304	137	61	150	155	157	92	133	639
Radio Mo-Fr	91	268	87	59	155	139	154	84	119	575
Radio Sa	68	268	46	59	95	139	82	84	75	575
Radio So	57	268	38	59	88	139	55	84	63	575
Online-Spiele Mo-Fr	71	138	58	17	76	64	97	27	75	264
Online-Spiele Sa	74	138	87	17	90	64	88	27	80	264
Online-Spiele So	57	138	63	17	91	64	97	27	71	264
Spielekonsole/ Computerspiele Mo-Fr	78	189	34	30	72	88	81	45	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele Sa	75	189	60	30	77	88	77	45	74	369
Spielekonsole/ Computerspiele So	63	189	59	30	76	88	77	45	67	369
Internet/ Onlinedienste Mo-Fr	132	306	135	61	149	156	133	89	137	641
Internet/ Onlinedienste Sa	113	306	141	61	109	156	104	89	114	641
Internet/ Onlinedienste So	102	306	133	61	117	156	92	89	108	641

2.3 Adäquanz von Medien öffentlicher und interpersonaler Kommunikation

Tabelle 9: Eignung verschiedener Medien für unterschiedliche Zwecke (in % aller Befragten)

N=650	Fernsehen	Radio	Internet	Zeitung	Zeitschrift	Nichts davon
Wenn Du Dich informieren möchtest, was in der Welt los ist.	29,5	4,3	34,8	28,5	2,4	0,4
	30,6	12,4	31,4	19,2	5,3	1,1
	7,5	31,9	9,2	7,2	35,9	11,3
Wenn Du Dich ausruhen möchtest.	42,6	27,1	8,7	4,9	10,3	6,4
	26,7	21,6	20,6	5,2	14,5	11,4
	11,5	15,3	35,7	27,8	17,9	5,6
Wenn Du Informationen zu einem konkreten Problem suchst, das Dich beschäftigt.	2,5	1,0	90,0	3,1	1,6	1,8
	21,1	6,1	3,3	24,0	36,8	8,6
	30,8	48,1	1,5	11,4	14,4	3,5
Wenn Du erfahren willst, was gerade „in“ oder „out“ ist.	18,6	2,2	43,6	4,7	27,0	4,0
	36,7	6,1	27,7	5,5	18,0	6,0
	13,2	44,8	7,0	24,3	11,6	7,6
Wenn Du mehr über Themenbereiche erfahren willst, die Dich interessieren	6,8	0,5	82,8	4,6	5,0	0,2
	35,0	4,9	8,8	19,3	29,6	2,4
	20,6	49,7	1,4	12,4	15,2	5,7
Wenn Du Spaß haben willst.	27,9	6,3	59,2	0,5	2,0	4,2
	48,3	10,6	24,7	1,4	7,1	7,8
	8,0	27,2	1,8	43,5	23,9	5,6
Wenn Du für Dich allein sein willst.	31,7	15,6	31,1	4,9	11,2	5,5
	30,9	17,1	24,0	6,3	13,1	8,6
	17,9	24,9	21,9	20,5	16,4	7,6

Erläuterung: Der Fragetext lautete: „Jetzt geht es um die Medien Fernsehen, Radio, Internet, Zeitungen und Zeitschriften. Ich nenne Dir nun einige Situationen. Bitte sage Du mir jeweils, welches Medium Du da an 1. Stelle nutzen würdest, welches an 2. Stelle und welche Du überhaupt nicht nutzen würdest.“

Für jede Funktion sind in den ersten beiden Zeilen die Anteile der Befragten angegeben, die das betreffende Medium als am besten bzw. zweitbesten geeignet ansehen; in der dritten, schwarzen Zeile steht der Anteil der Befragten, die das Medium für die betreffende Situation für ungeeignet halten.

Tabelle 10: Eignung verschiedener Kanäle für unterschiedliche Zwecke (in % aller Befragten)

N=650	Treffen	Brief	SMS	E-Mail	Telefon	IM	SNS	HP	Nichts davon
Sich verabreden	15,8	0,4	19,8	1,0	49,2	12,7	0,8	0,2	0,1
	9,7	0,7	29,0	10,1	26,0	19,3	4,5	0,1	0,5
	7,9	43,2	4,3	14,3	1,5	8,8	12,4	17,9	6,9
Über Hobbies austauschen	41,2	0,3	3,0	4,1	13,1	26,0	9,5	1,6	1,1
	15,9	1,7	8,6	7,4	31,4	22,1	9,5	0,9	2,4
	4,8	37,6	17,3	10,8	6,2	6,9	6,4	16,6	6,2
Tratschen und Quatschen	44,0	0,2	2,1	0,6	33,1	17,6	2,0	0,2	0,2
	21,3	0,5	6,0	4,8	40,3	19,9	5,8	0,5	0,8
	2,2	38,4	18,3	13,3	1,8	8,0	8,9	19,5	5,8
Neue Leute kennen lernen	45,5	0,4	0,6	2,3	1,6	29,4	17,8	1,3	1,0
	15,9	2,6	6,9	5,5	9,3	24,5	21,2	4,1	10,1
	7,2	34,1	19,1	12,3	20,2	7,7	6,3	13,9	4,6
Neue Freundschaften schließen	56,6	0,3	2,3	1,9	4,8	20,7	11,8	0,8	0,7
	15,5	2,8	6,2	6,1	20,5	25,2	15,6	1,3	6,8
	4,1	34,6	17,8	14,6	11,9	9,9	10,7	17,4	5,1
Flirten	59,6	0,6	3,7	1,8	5,3	19,9	6,5	0,2	2,4
	9,8	2,5	16,5	5,0	26,1	19,8	12,7	0,8	6,8
	4,3	5,5	13,0	12,3	10,9	12,0	10,8	20,2	4,9
Enge Freundschaften pflegen	77,6	1,2	2,7	1,4	12,2	3,8	0,6	0,1	0,4
	6,7	3,2	9,9	3,1	53,6	17,9	3,3	0,0	2,3
	0,5	32,0	10,8	11,5	2,6	14,4	14,3	24,1	7,2
Einen Streit klären	81,6	0,9	2,7	0,1	10,3	3,5	0,4	0,1	0,4
	6,7	4,4	8,2	2,1	60,3	12,0	1,5	0,0	4,6
	0,7	27,5	26,2	18,6	3,4	22,1	16,5	18,8	2,8
Beziehungsprobleme klären	84,1	1,0	1,3	1,0	8,6	2,3	0,3	0,0	1,3
	5,8	6,5	7,5	2,4	60,2	8,1	1,5	0,0	8,0
	1,7	25,4	29,3	17,7	4,6	24,8	18,5	23,3	3,7
Eine Beziehung beenden	87,6	2,1	2,8	0,9	5,3	0,4	0,0	0,0	0,9
	2,0	13,1	7,4	2,1	50,7	5,2	1,0	0,0	18,5
	2,3	22,5	47,8	21,4	12,6	27,0	21,6	21,6	3,6

Erläuterung: Der Fragetext lautete: „Um sich mit Anderen zu verständigen, hat man ja verschiedene Möglichkeiten: Man kann sich persönlich treffen, einen Brief, eine E-Mail oder eine SMS schreiben, telefonieren, mit ICQ oder MSN chatten, sich in Online Communities wie SchülerVZ aufhalten oder eine eigene Homepage oder einen eigenen Weblog gestalten. Ich nenne Dir jetzt einige Situationen, und Du sagst mir bitte, welche dieser Möglichkeiten Du in dieser Situation an 1. Stelle nutzen würdest, welche an 2. Stelle und welche Du überhaupt nicht nutzen würdest.“

Für jede Funktion sind in den ersten beiden Zeilen die Anteile der Befragten angegeben, die den betreffenden Kanal als am besten bzw. zweitbesten geeignet ansehen; in der dritten, schwarzen Zeile steht der Anteil der Befragten, die den Kanal für die betreffende Situation für ungeeignet halten.

2.4 Interessengebiete

Tabelle 11: Generelles Themeninteresse nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Politik und Wirtschaft	53,5	40,6	19,8	42,9	52,2	63,2	47,2
Sport	71,4	55,7	72,5	68,7	58,8	58,3	63,7
Musik	87,7	89,6	90,8	89,8	89,4	85,8	88,6
Andere Menschen	66,4	79,2	74,0	71,4	71,3	73,9	72,7
Mode	44,1	72,9	62,6	63,3	60,9	49,8	58,2
Wissenschaft und Technik	68,4	33,3	39,7	44,2	51,6	63,0	51,2
Geschichte	47,9	42,1	36,6	44,2	46,6	49,8	45,1
Medizin und Gesundheit	45,2	67,3	54,2	50,0	53,8	63,0	56,0
Umweltschutz	51,8	58,8	63,4	52,4	49,7	56,4	55,2
Tiere	40,7	65,4	66,4	57,8	46,9	45,5	52,8
Promis und Stars	27,0	54,7	61,1	42,9	28,6	34,9	40,6

Erläuterung: Der Fragetext lautete „Unabhängig von den einzelnen Medien. Ganz generell. Manche Themen interessieren einen ja mehr, andere weniger. Ich nenne Dir jetzt einige Themen. Bitte sage mir jeweils, inwieweit Du daran interessiert bist: sehr, etwas, weniger oder gar nicht.“ Angegeben sind die Anteile für „sehr interessiert“ und „etwas interessiert“.

Tabelle 12: Generelles Themeninteresse nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Politik und Wirtschaft	47,4	44,2	48,6	37,0	67,2	52,9	50,5	47,2
Sport	71,1	64,2	60,7	67,7	63,9	59,6	56,0	63,7
Musik	88,6	91,1	87,3	91,6	83,6	87,2	90,1	88,6
Andere Menschen	79,8	71,1	71,3	75,8	80,3	71,8	62,0	72,7
Mode	64,9	58,9	55,5	62,3	50,8	55,1	56,5	58,2
Wissenschaft und Technik	53,5	47,1	52,9	42,9	65,6	58,6	57,1	51,2
Geschichte	50,0	39,5	46,7	44,5	57,4	44,2	33,7	45,1
Medizin und Gesundheit	53,5	54,2	57,8	54,8	70,5	54,1	59,3	56,0
Umweltschutz	56,5	53,7	55,7	61,3	58,1	50,0	42,9	55,2
Tiere	47,4	53,2	54,5	59,4	40,3	51,9	45,7	52,8
Promis und Stars	40,4	44,5	38,4	49,0	34,4	30,1	38,5	40,6

Erläuterung: Der Fragetext lautete „Unabhängig von den einzelnen Medien. Ganz generell. Manche Themen interessieren einen ja mehr, andere weniger. Ich nenne Dir jetzt einige Themen. Bitte sage mir jeweils, inwieweit Du daran interessiert bist: sehr, etwas, weniger oder gar nicht.“ Angegeben sind die Anteile für „sehr interessiert“ und „etwas interessiert“.

2.5 Geräteausstattung

Tabelle 13: Besitz von Mediengeräten nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Fernsehgerät	69,8	60,9	53,4	69,0	68,7	68,7	65,5
Videorecorder oder DVD-Player	53,6	52,1	33,6	54,5	54,9	65,4	52,9
Computer bzw. PC /Laptop	80,9	72,5	69,5	77,4	76,8	81,5	76,8
feste Spielkonsole z.B. Wii, Playstation, XBox	81,8	48,3	73,1	71,3	61,8	63,0	67,4
tragbare Spielkonsolen, wie z.B. Nintendo DS, PSP oder Gameboy	73,2	69,0	84,3	73,6	50,8	64,7	71,3
Handy	94,8	96,2	90,8	95,9	96,7	97,6	95,4
Internetzugang, also Modem, ISDN- oder DSL-Anschluss	59,7	52,5	48,4	55,9	57,8	61,0	56,2
Digitalkamera	43,2	53,1	39,7	46,0	49,3	55,9	48,2

Erläuterung: Der Fragetext lautete: „Und hast Du auch ein ... (Gerät wird eingespielt!) in Deinem Zimmer bzw. falls vorhanden für Dich und Deine Geschwister allein?“.

Tabelle 14: Besitz von Mediengeräten nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Fernsehgerät	66,3	62,9	66,8	63,2	64,7	67,4	67,1	65,5
Videorecorder oder DVD-Player	56,1	49,4	53,8	46,6	54,0	53,8	71,0	52,9
Computer bzw. PC /Laptop	76,0	75,7	77,6	75,9	88,2	76,6	76,8	76,8
feste Spielkonsole z.B. Wii, Playstation, XBox	71,4	70,6	64,0	69,3	34,6	67,4	72,7	67,4
tragbare Spielkonsolen, wie z.B. Nintendo DS, PSP oder Gameboy	75,5	71,6	69,9	76,7	63,6	66,1	50,0	71,3
Handy	99,0	93,1	95,5	93,5	98,0	97,8	97,2	95,4
Internetzugang, also Modem, ISDN- oder DSL-Anschluss	60,0	52,9	56,7	56,1	64,7	54,6	58,8	56,2
Digitalkamera	46,5	53,0	45,8	44,2	58,3	46,0	61,9	48,2

Erläuterung: Der Fragetext lautete: „Und hast Du auch ein ... (Gerät wird eingespielt!) in Deinem Zimmer bzw. falls vorhanden für Dich und Deine Geschwister allein?“.

2.6 Handynutzung und -ausstattung

Tabelle 15: Nutzung von Handyfunktionen nach Geschlecht und Alter (in %)

N=627	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Angerufen werden oder jemanden anrufen	91,2	93,9	83,5	92,9	96,8	94,7	92,5
SMS schicken oder bekommen	85,2	92,9	83,5	89,3	91,7	90,4	89,0
Fotos oder Filme machen	46,5	47,6	56,6	54,6	47,1	36,5	47,0
Fotos oder Filme verschicken	21,4	17,1	33,9	19,3	18,5	11,0	19,3
Mit dem Handy im Internet surfen	8,5	2,6	3,3	6,4	3,8	7,2	5,6
Handyspiele spielen	24,2	14,5	35,5	16,3	16,7	13,9	19,4
MP3s verschicken	24,9	19,7	43,0	33,3	14,0	9,1	22,3
Filme oder Videos auf dem Handy ansehen, egal ob ganz oder nur Ausschnitte	30,2	19,1	37,2	37,9	19,7	12,4	24,7
Musik hören über das Handy, z.B. MP3s oder über die Radiofunktion	50,9	50,8	69,4	60,7	46,8	36,8	50,9

Erläuterung: Die Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die „zumindest seltener“ ein Handy nutzen (vgl. Tabelle 3). Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 16: Nutzung von Handyfunktionen nach Schultyp und Beschäftigung (in %)

N=627	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Angerufen werden oder jemanden anrufen	86,8	93,3	94,0	88,4	95,0	98,1	97,8	92,5
SMS schicken oder bekommen	86,0	94,4	87,2	88,0	90,2	89,7	94,4	89,0
Fotos oder Filme machen	50,0	49,7	44,8	52,6	31,1	46,2	44,4	47,0
Fotos oder Filme verschicken	24,3	22,3	15,9	25,6	8,2	16,7	13,3	19,3
Mit dem Handy im Internet surfen	6,1	7,3	4,2	3,1	4,9	7,7	10,0	5,6
Handyspiele spielen	17,5	24,0	17,4	24,7	13,1	10,9	18,9	19,4
MP3s verschicken	33,3	24,6	17,6	30,7	10,0	23,1	6,6	22,3
Filme oder Videos auf dem Handy ansehen, egal ob ganz oder nur Ausschnitte	32,2	24,6	22,1	31,4	4,9	24,4	18,9	24,7
Musik hören über das Handy, z.B. MP3s oder über die Radiofunktion	51,8	53,9	49,1	60,4	27,9	55,5	40,7	50,9

Erläuterung: Die Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die „zumindest seltener“ ein Handy nutzen (vgl. Tabelle 3). Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 17: Funktionale Ausstattung des eigenen Handys nach Geschlecht und Alter (in %)

N=627	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
MP 3 Player	76,5	72,2	69,5	77,6	74,5	75,4	74,4
Kamera	86,1	89,6	77,9	91,2	89,4	90,0	87,8
Kann mit dem Handy Radio hören	63,0	66,7	58,0	69,4	64,0	65,9	64,8
Kann mit dem Handy fernsehen	19,6	8,8	8,4	17,0	18,1	13,3	14,3
Kann mit dem Handy ins Internet gehen	79,5	82,3	75,6	83,0	76,3	86,3	80,9

Erläuterung: Die Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die „zumindest seltener“ ein Handy nutzen (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 18: Funktionale Ausstattung des eigenen Handys nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=627	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
MP 3 Player	77,2	77,4	71,9	72,6	67,2	79,0	81,3	74,4
Kamera	92,1	88,0	86,1	84,5	83,6	93,6	94,6	87,8
Kann mit dem Handy Radio hören	66,7	61,3	66,1	64,0	62,3	67,3	70,7	64,8
Kann mit dem Handy fernsehen	21,7	10,0	14,5	12,3	4,9	21,2	14,1	14,3
Kann mit dem Handy ins Internet gehen	82,5	81,6	80,1	78,1	82,0	84,1	85,9	80,9

Erläuterung: Die Frage wurde nur denjenigen Personen gestellt, die „zumindest seltener“ ein Handy nutzen (vgl. Tabelle 3).

3 Allgemeine Internetnutzung

3.1 Ort der Internetnutzung

Tabelle 19: Ort der Internetnutzung nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Zu Hause	95,5	93,4	90,8	98,6	94,4	93,8	94,5
In Schule, Universität oder bei Arbeit	49,4	45,9	41,2	41,9	41,9	60,2	47,7
Bei Freunden	32,2	28,9	43,5	34,0	24,4	25,1	30,6
In Internet-Cafés	2,1	1,9	0,8	4,7	0,6	1,9	2,0
In Bibliotheken oder anderen öffentlichen Einrichtungen	9,3	10,7	6,1	7,5	7,5	16,1	10,0
Unterwegs	12,7	4,4	4,6	9,5	7,5	11,3	8,6

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 20: Ort der Internetnutzung nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Zu Hause	92,1	93,7	95,4	94,2	100,0	93,6	93,5	94,5
In Schule, Universität oder bei Arbeit	44,7	47,4	49,1	42,6	87,1	52,6	41,8	47,7
Bei Freunden	31,6	35,3	27,8	35,8	27,4	24,8	23,9	30,6
In Internet-Cafés	1,8	3,1	1,4	2,6	0,0	1,3	0,0	2,0
In Bibliotheken oder anderen öffentlichen Einrichtungen	8,8	8,4	11,0	8,7	45,2	3,8	3,3	10,0
Unterwegs	7,9	7,9	9,2	5,8	3,3	10,9	13,2	8,6

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

3.2 Lieblingsseiten

Tabelle 21: Lieblingsseiten/-angebote im Internet nach Geschlecht und Alter

Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
<i>n=332</i>	<i>n=319</i>	<i>n=131</i>	<i>n=148</i>	<i>n=161</i>	<i>n=211</i>	<i>n=650</i>
YouTube (33)	Google (30)	SchülerVZ (45)	SchülerVZ (52)	Google (38)	Google (36)	Google (31)
Google (33)	SchülerVZ (27)	YouTube (42)	YouTube (40)	YouTube (25)	StudiVZ (34)	YouTube (29)
SchülerVZ (23)	YouTube (25)	Google (26)	Google (23)	Web.de (15)	GMX (19)	SchülerVZ (25)
eBay (11)	StudiVZ (21)	ICQ (11)	Wikipedia (11)	eBay (15)	Web.de (18)	StudiVZ (15)
Wikipedia (10)	Web.de (17)	MyVideo (10)		Wikipedia (15)	YouTube (16)	Web.de (11)
	GMX (11)			SchülerVZ (14)	eBay (14)	Wikipedia (11)
	Wikipedia (11)			StudiVZ (13)	Wer-kennt-wen (10)	
	Wer-kennt-wen (10)					

Erläuterung: Die Lieblingsangebote wurden mit einer offenen Frage erhoben, auf die bis zu drei Antworten möglich waren. In Klammern sind jeweils die Anteile in Prozent bezogen auf alle Fälle genannt. Lesebeispiel: 33 Prozent der männlichen Befragten nannten YouTube als eine ihrer drei Lieblingsseiten.

Tabelle 22: Art der Lieblingsangebote nach Geschlecht und Alter (in % aller Befragten)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Netzwerkplattformen	47	67	55	70	53	52	57
Sonstiges	43	40	50	43	38	38	41
Provider	24	44	18	25	37	48	34
Suchmaschinen	32	30	26	22	37	36	31
Video-Communities	37	26	46	42	27	18	31
Journalistische Medien	19	13	7	8	21	25	16
Spiele und -plattformen	20	8	33	6	11	9	14
Ein-/Verkaufen	15	13	2	8	19	22	14
Wiki	10	11	9	11	14	9	11
Sport	11	3	4	7	6	10	7
Instant Messaging	2	9	11	8	3	2	5

Erläuterung: Grundlage der Auswertung ist eine nachträgliche Kategorisierung der offen abgefragten Lieblingsangebote.

Tabelle 23: Art der Lieblingsangebote nach Schultyp und Beschäftigung (in % aller Befragten)

N=650	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Netzwerkplattformen	49	55	59	53	65	56	57	57
Sonstiges	55	46	36	43	38	47	35	41
Provider	25	28	37	32	38	29	36	34
Suchmaschinen	27	31	33	34	28	29	27	31
Video-Communities	37	33	29	31	31	30	32	31
Journalistische Medien	10	13	19	16	11	15	19	16
Spiele und -plattformen	20	15	11	14	15	17	10	14
Ein-/Verkaufen	13	10	14	15	4	11	19	14
Wiki	5	7	15	11	16	10	7	11
Sport	5	9	8	7	6	9	10	7
Instant Messaging	8	10	4	6	13	3	6	5

Erläuterung: Grundlage der Auswertung ist eine nachträgliche Kategorisierung der offen abgefragten Lieblingsangebote.

3.3 Internetaktivitäten

Tabelle 24: Internetaktivitäten nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Suchmaschinen nutzen	92,4	88,9	83,3	90,8	91,0	95,0	90,7
E-Mails empfangen und senden	79,5	86,3	67,7	82,2	84,3	91,5	82,8
Instant-Messenger wie z.B. ICQ / MSN nutzen	78,1	72,6	73,1	84,8	81,5	65,7	75,4
Online Communities nutzen, wie SchülerVZ, StudiVZ, facebook, Xing usw.	71,6	76,3	68,0	83,0	72,1	72,7	73,9
Nachrichten bzw. aktuelle Informat. abrufen	76,1	66,7	50,4	72,0	75,8	81,0	71,5
Nach Informationen zu einem bestimmten Thema für sich selbst (nicht für Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf) suchen	72,6	64,6	54,8	66,9	74,6	74,1	68,7
Musik/Sounddateien anhören	71,2	62,0	68,9	80,8	74,4	49,6	66,7
Einfach so drauf los surfen	67,8	64,3	60,3	67,2	71,0	65,1	66,1
Nach Informationen für Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf suchen	62,0	69,1	55,1	79,0	67,0	61,4	65,5
In Wikis lesen, wie z.B. in Wikipedia	60,7	52,0	52,1	62,4	57,5	54,1	56,4
Filme/Videos anschauen	62,5	32,8	53,6	54,7	47,0	40,6	48,0
"Chatten", also Chatrooms besuchen	46,7	45,2	70,0	61,3	38,6	26,0	46,0
Beiträge in Newsgroups/Foren lesen	51,9	29,6	35,5	45,1	40,4	41,9	41,0
Informationen über Veranstaltungen am Ort bzw. aus der Gegend abrufen	44,1	36,3	15,1	36,5	50,7	50,5	40,3
Einfach bei ebay stöbern und nichts einkaufen oder verkaufen	33,3	18,4	21,3	25,8	30,9	25,4	26,0
Online-Spiele mit and.Internet-Nutzern spielen	35,9	12,8	31,9	25,2	23,9	20,2	24,6
Online-Spiele allein spielen	27,4	18,4	32,3	22,2	21,8	18,7	23,0
Beiträge in Newsgroups/Foren schreiben	28,9	14,6	21,5	29,9	15,3	21,5	21,9
Über Internet Radio hören	26,1	11,8	12,3	18,2	19,6	23,5	19,1
Live-Ticker nutzen, z.B. bei aktuellen Sport- oder anderen Ereignissen	28,8	8,2	14,3	22,5	18,9	18,7	18,7
Downloaden von Musik-Dateien oder Spielen	25,1	11,6	20,8	27,8	15,7	12,7	18,5
Weblogs lesen	18,9	9,4	9,2	18,0	17,9	12,1	14,3
Über Internet telefonieren	15,2	11,0	11,3	15,5	11,9	13,6	13,1
Über Internet fernsehen	12,7	5,3	13,0	11,8	5,3	7,7	9,1
Musik/Sounddateien einstellen	9,2	4,9	5,6	13,0	9,2	2,3	7,1
In virtuellen Welten wie z.B. Second Life unterwegs sein	10,7	2,9	10,5	11,0	5,4	3,0	6,9
In Weblogs etwas verfassen oder einstellen	5,8	4,5	3,2	7,7	6,2	3,8	5,2
Etwas selbst bei ebay verkaufen oder kaufen	5,3	2,4	0,5	1,1	6,0	6,3	3,9
Filme/Videos einstellen	4,8	1,1	2,2	3,7	3,7	2,5	3,0
Töne bzw. Logos für's Handy downloaden	2,5	2,3	5,3	2,7	1,4	1,2	2,4
In Wikis schreiben, wie z.B. in Wikipedia	2,1	2,8	2,9	2,4	2,7	2,0	2,4

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 25: Internetaktivitäten nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schü.	Stud.	Auszub.	Berufst.	Gesamt
Suchmaschinen nutzen	88,6	92,1	90,5	87,8	98,4	93,6	89,1	90,7
E-Mails empfangen und senden	77,2	84,7	83,5	78,8	100,0	82,1	89,1	82,8
Instant-Messenger wie z.B. ICQ / MSN nutzen	84,2	75,3	72,8	82,6	82,0	63,7	69,6	75,4
Online Communities nutzen, wie SchülerVZ, StudiVZ, facebook, Xing usw.	76,3	75,8	72,3	75,8	96,7	74,4	56,5	73,9
Nachrichten bzw. aktuelle Informat. abrufen	69,6	71,7	72,0	64,2	87,1	73,1	79,1	71,5
Nach Informationen zu einem bestimmten Thema für sich selbst (nicht für Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf) suchen	69,6	68,8	68,5	72,9	86,9	59,0	44,0	68,7
Musik/Sounddateien anhören	66,7	67,9	66,2	76,8	60,7	56,7	52,2	66,7
Einfach so drauf los surfen	71,1	65,8	64,7	66,1	64,5	60,5	76,1	66,1
Nach Informationen für Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf suchen	64,3	65,6	67,6	66,8	78,7	69,9	71,4	65,5
In Wikis lesen, wie z.B. in Wikipedia	64,0	60,0	52,0	62,1	74,2	53,8	32,6	56,4
Filme/Videos anschauen	46,5	52,6	46,0	52,3	52,5	44,6	31,9	48,0
"Chatten", also Chatrooms besuchen	43,9	48,9	44,8	59,4	24,6	41,4	26,1	46,0
Beiträge in Newsgroups/Foren lesen	40,4	45,8	38,6	41,5	50,8	35,7	37,4	41,0
Informationen über Veranstaltungen am Ort bzw. aus der Gegend abrufen	38,3	34,7	43,9	30,6	54,1	45,2	53,3	40,3
Einfach bei ebay stöbern und nichts einkaufen oder verkaufen	34,2	22,1	25,4	24,2	16,1	26,3	38,5	26,0
Online-Spiele mit and.Internet-Nutzern spielen	21,7	25,1	25,4	27,3	16,4	21,8	17,4	24,6
Online-Spiele allein spielen	25,4	20,5	23,4	25,8	14,8	19,1	19,8	23,0
Beiträge in Newsgroups/Foren schreiben	28,1	21,1	20,2	23,5	19,7	21,8	20,7	21,9
Über Internet Radio hören	17,4	19,5	19,7	16,5	16,4	23,6	19,8	19,1
Live-Ticker nutzen, z.B. bei aktuellen Sport- oder anderen Ereignissen	18,3	21,6	17,4	17,1	23,0	19,7	15,4	18,7
Downloaden von Musik-Dateien oder Spielen	20,2	21,6	16,2	24,2	14,8	14,6	11,0	18,5
Weblogs lesen	19,3	13,2	13,3	14,8	16,1	13,5	12,0	14,3
Über Internet telefonieren	9,6	17,4	11,8	13,5	23,0	10,8	12,0	13,1
Über Internet fernsehen	6,1	12,6	8,1	9,3	9,8	12,1	3,3	9,1
Musik/Sounddateien einstellen	7,0	7,4	6,7	8,7	6,6	4,5	4,3	7,1
In virtuellen Welten wie z.B. Second Life unterwegs sein	7,0	6,3	7,2	10,3	4,8	5,7	2,2	6,9
In Weblogs etwas verfassen oder einstellen	6,1	5,3	4,9	5,8	4,9	3,8	6,6	5,2
Etwas selbst bei ebay verkaufen oder kaufen	4,4	4,2	3,5	1,6	4,9	4,5	12,0	3,9
Filme/Videos einstellen	1,8	3,7	3,2	3,2	3,3	2,5	3,3	3,0
Töne bzw. Logos für's Handy downloaden	2,6	3,1	2,0	3,5	0	2,6	0	2,4
In Wikis schreiben, wie z.B. in Wikipedia	1,8	1,6	3,2	2,6	1,6	4,5	0	2,4

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

3.4 Erfahrungen mit dem Internet

Tabelle 26: Zustimmung zu Aussagen zum Internet nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Im Internet muss man aufpassen, dass man nicht "abgezockt" wird, z.B. auf Homepages die kostenpflichtige Dienste anbieten oder persönliche Daten sammeln, die dann für Werbung missbraucht werden.	89,2	89,9	87,8	91,9	92,5	86,3	89,5
Vielen Inform. im Internet kann man nicht vertrauen.	67,2	72,6	71,0	68,0	74,5	66,8	69,8
Das I. bietet mir Möglichkeiten, selbst kreativ zu sein.	69,6	60,9	67,2	70,1	63,1	62,1	65,3
Von den vielen Sex-Angeboten im Internet fühle ich mich belästigt.	62,7	52,8	64,9	54,7	61,5	53,1	57,8
Mit Hilfe des Internets kann ich mich selbst an wichtigen Diskussionen beteiligen.	62,3	46,5	52,7	66,0	47,8	53,1	54,6
Ich kann mit dem Internet besser umgehen als die meisten meiner Bekannten und Freunde.	51,5	40,3	45,8	53,1	46,6	40,8	46,0
Im Internet sage ich manchmal Dinge, die ich bei einem persönlichen Treffen nicht sagen würde.	38,6	39,6	49,6	45,6	36,9	29,4	39,1
Vieles, was man im Internet sieht, ist mir zu aggressiv.	22,0	39,9	42,7	28,4	30,4	25,1	30,8
Es fällt mir manchmal schwer zu erkennen, ob es sich bei Informationen im Internet um Werbung handelt.	22,6	26,5	26,7	24,3	29,2	20,4	24,5
Einige Inhalte, die im Netz über mich zu finden sind, sind mir peinlich.	13,3	11,3	19,8	13,5	12,4	6,6	12,3

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „stimme voll und ganz zu“ über „stimme weitgehend zu“ und „stimme weniger zu“ bis „stimme gar nicht zu“. Angegeben sind die Anteile, die „voll und ganz“ oder „weitgehend“ zustimmen.

Tabelle 27: Zustimmung zu Aussagen zum Internet nach Schultyp und Beschäftigung (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schü.	Stud.	Auszub.	Berufst.	Gesamt
Im Internet muss man aufpassen, dass man nicht "abgezockt" wird, z.B. auf Homepages die kostenpflichtige Dienste anbieten oder persönliche Daten sammeln, die dann für Werbung missbraucht werden.	87,7	90,6	89,3	89,7	83,6	93,0	82,6	89,5
Vielen Informationen im Internet kann man nicht vertrauen.	61,4	74,7	69,9	71,6	71,0	68,2	64,8	69,8
Das Internet bietet mir Möglichkeiten, selbst kreativ zu sein.	67,5	63,7	65,5	68,8	62,3	58,0	67,4	65,3
Von den vielen Sex-Angeboten im I. fühle ich mich belästigt.	52,2	55,8	60,9	58,4	45,2	60,3	60,4	57,8
Mit Hilfe des Internets kann ich mich selbst an wichtigen Diskussionen beteiligen.	57,0	52,6	54,9	56,1	42,6	55,8	52,2	54,6
Ich kann mit dem Internet besser umgehen als die meisten meiner Bekannten und Freunde.	49,1	46,8	44,6	48,4	42,6	40,8	48,4	46,0
Im Internet sage ich manchmal Dinge, die ich bei einem persönlichen Treffen nicht sagen würde.	35,1	39,8	40,0	44,4	21,3	39,7	31,9	39,1
Vieles, was man im Internet sieht, ist mir zu aggressiv.	27,2	28,8	32,9	36,1	24,6	25,6	25,0	30,8
Es fällt mir manchmal schwer zu erkennen, ob es sich bei Informationen im Internet um Werbung handelt.	21,1	25,1	25,4	25,1	17,7	24,8	27,2	24,5
Einige Inhalte, die im Netz über mich zu finden sind, sind mir peinlich.	8,8	13,2	13,0	15,2	6,5	9,6	12,0	12,3

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „stimme voll und ganz zu“ über „stimme weitgehend zu“ und „stimme weniger zu“ bis „stimme gar nicht zu“. Angegeben sind die Anteile, die „voll und ganz“ oder „weitgehend“ zustimmen.

Tabelle 28: Negative Erfahrungen mit dem Internet nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Befragte/r ist schon mal von jemandem im Internet belästigt worden	27	30	25	25	37	26	28
Jemand hat schon mal Fotos oder Informationen über Befragte/n ins Internet gestellt hat, mit denen er/sie nicht einverstanden war	14	11	7	11	17	14	13
Befragte/r hat selbst schon einmal Dinge ins Internet gestellt, über die sich dann jemand beschwert hat	12	5	6	5	17	6	9

Tabelle 29: Negative Erfahrungen mit dem Internet nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N= 650	HS	RS	GYM	Schü.	Stud.	Auszub.	Berufst.	Gesamt
Befragte/r ist schon mal von jemandem im Internet belästigt worden	32	29	27	28	12	36	31	28
Jemand hat schon mal Fotos oder Informationen über Befragte/n ins Internet gestellt hat, mit denen er/sie nicht einverstanden war	15	13	12	11	13	12	15	13
Befragte/r hat selbst schon einmal Dinge ins Internet gestellt, über die sich dann jemand beschwert hat	9	9	9	9	7	10	5	9

Tabelle 30: Zustimmung zu Aussagen über Internetnutzung nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Ich achte darauf, dass keine Inhalte von mir im Internet stehen, die mir schaden könnten.	61,4	73,9	63,4	77,6	67,7	62,7	67,5
Es ist mir wichtig, mich im Internet so zu zeigen, wie ich wirklich bin.	59,6	70,1	59,5	76,2	66,5	58,8	64,8
Bestimmte Informationen über mich sind nur für meine Freunde bzw. Kontakte zugänglich.	48,2	64,2	58,8	57,1	51,6	56,9	56,0
Es ist mir wichtig, dass Andere im Internet einen möglichst guten Eindruck von mir bekommen.	40,8	33,3	40,5	47,3	36,6	28,9	37,2
Es ist mir wichtig, dass mein Profil etwas Besonderes ist und sich von anderen unterscheidet.	27,9	28,3	32,1	38,8	24,8	20,9	28,1
Mir ist wichtig zu zeigen, dass ich einen großen Freundeskreis habe.	15,4	11,0	22,9	15,0	10,6	8,1	13,2
Ich hätte gern eine Seite, auf der Angaben über meine Person aus verschiedenen Stellen im Internet gebündelt sind.	12,7	10,4	9,9	17,7	14,9	5,2	11,5
Ich habe auch Profile, in denen ich mich ganz anders darstelle, als ich wirklich bin.	3,0	3,5	6,1	7,5	1,3	0,0	3,2

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „stimme voll und ganz zu“ über „stimme weitgehend zu“ und „stimme weniger zu“ bis „stimme gar nicht zu“. Angegeben sind die Anteile, die „voll und ganz“ oder „weitgehend“ zustimmen.

Tabelle 31: Zustimmung zu Aussagen über Internetnutzung nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schü.	Stud.	Auszub.	Berufst.	Gesamt
Ich achte darauf, dass keine Inhalte von mir im Internet stehen, die mir schaden könnten.	66,7	71,1	65,9	68,2	85,2	70,7	50,5	67,5
Es ist mir wichtig, mich im Internet so zu zeigen, wie ich wirklich bin.	66,7	66,3	63,3	65,8	71,0	71,3	50,0	64,8
Bestimmte Informationen über mich sind nur für meine Freunde bzw. Kontakte zugänglich.	64,9	56,8	52,6	57,7	70,5	58,0	42,4	56,0
Es ist mir wichtig, dass Andere im Internet einen möglichst guten Eindruck von mir bekommen.	42,1	41,1	33,2	39,7	36,1	44,2	17,4	37,2
Es ist mir wichtig, dass mein Profil etwas Besonderes ist und sich von anderen unterscheidet.	31,6	28,4	26,7	31,6	21,0	33,1	16,5	28,1
Mir ist wichtig zu zeigen, dass ich einen großen Freundeskreis habe.	15,8	15,3	11,3	15,8	3,2	17,3	8,7	13,2
Ich hätte gern eine Seite, auf der Angaben über meine Person aus verschiedenen Stellen im Internet gebündelt sind.	9,6	12,1	11,6	15,5	8,2	7,0	7,6	11,5
Ich habe auch Profile, in denen ich mich ganz anders darstelle, als ich wirklich bin.	0,9	4,2	3,8	5,8	0,0	2,5	0,0	3,2

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „stimme voll und ganz zu“ über „stimme weitgehend zu“ und „stimme weniger zu“ bis „stimme gar nicht zu“. Angegeben sind die Anteile, die „voll und ganz“ oder „weitgehend“ zustimmen.

4 Social Web-Nutzung

Tabelle 32: Nutzung ausgewählter Social-Web-Angebote nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Google	94,3	86,8	85,5	90,5	91,9	92,9	90,6
YouTube	81,3	58,5	75,6	83,1	72,0	55,7	70,2
Wikipedia	60,5	48,9	53,4	60,5	57,5	49,8	54,9
ICQ	50,9	47,2	48,1	59,5	56,9	37,0	49,1
schülerVZ	41,7	36,5	57,6	66,0	36,6	10,9	39,2
studiVZ	28,3	32,4	2,3	9,5	37,5	56,9	30,3
MyVideo	38,6	14,8	45,0	34,5	24,2	13,3	26,9
MSN	22,3	27,4	24,4	32,7	28,1	16,6	24,8
MySpace	16,9	11,7	6,9	23,0	15,5	12,3	14,3
Wer kennt wen	9,6	14,8	7,6	11,5	13,0	15,6	12,2
Clipfish	14,5	6,9	21,4	12,9	5,6	6,2	10,8
meinVZ	9,6	11,7	0,8	5,4	14,4	17,5	10,6
Itunes	10,5	9,1	11,5	11,6	8,1	9,0	9,8
Skype	11,4	7,9	6,1	12,2	10,0	10,0	9,7
Schüler.cc	4,8	6,9	15,3	7,4	1,9	1,9	5,8
Knuddels	4,8	6,6	10,7	12,2	2,5	0,5	5,7
Lokalisten	4,8	6,3	2,3	5,4	9,4	4,3	5,5
Facebook	2,4	3,2	1,5	2,7	3,8	3,3	2,8
LastFM	4,5	0,9	3,1	2,0	3,8	1,9	2,8
Netlog	1,2	3,8	2,3	5,4	2,5	0,9	2,5
Musicload	2,4	1,9	2,3	4,1	2,5	0,5	2,2
Xing	1,2	0,9	0,0	0,0	0,6	2,8	1,1
Flickr	1,8	0,3	0,8	1,4	1,2	1,4	1,1
MyBlog	0,6	0,9	0,8	1,4	0,0	0,9	0,8
Second Life	1,2	0,0	1,5	0,7	0,0	0,5	0,6
Hausarbeiten.de	0,6	0,3	0,8	0,7	0,6	0,5	0,5
Hausaufgaben.de	0,6	0,0	0,0	0,7	0,6	0,0	0,3
Sevenload	0,0	0,3	0,0	0,7	0,0	0,0	0,2
Mr Wong	0,3	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,2
Del.icio.us	0,3	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,2

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 33: Nutzung ausgewählter Social-Web-Angebote nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schüler	Studierende	Auszubildende	Berufstätige	Gesamt
Google	87,7	88,4	93,0	88,4	93,4	92,9	93,5	90,6
YouTube	73,7	69,5	69,3	80,6	62,3	62,8	50,0	70,2
Wikipedia	60,0	52,1	54,6	60,6	75,8	50,3	33,0	54,9
ICQ	50,9	50,0	48,1	54,8	49,2	44,9	42,4	49,1
schülerVZ	46,5	37,9	37,6	59,7	11,5	31,4	8,8	39,2
studiVZ	27,2	30,0	31,3	13,2	87,1	40,1	34,1	30,3
MyVideo	23,7	28,9	27,2	37,9	6,5	21,2	15,4	26,9
MSN	25,2	23,2	25,4	29,7	14,8	19,1	23,9	24,8
MySpace	12,3	15,7	14,5	17,1	13,1	9,6	13,0	14,3
Wer kennt wen	11,4	12,6	12,2	10,3	18,0	11,5	19,8	12,2
Clipfish	11,4	12,6	9,5	15,8	4,9	4,5	9,9	10,8
meinVZ	7,0	8,9	12,7	4,8	12,9	15,4	20,9	10,6
Itunes	12,2	13,7	7,2	11,9	8,2	7,0	8,7	9,8
Skype	9,6	12,0	8,4	10,3	23,0	5,7	8,7	9,7
Schüler.cc	5,3	6,8	5,2	9,7	1,6	3,2	1,1	5,8
Knuddels	4,4	6,3	5,8	7,4	0,0	8,3	1,1	5,7
Lokalisten	5,3	5,3	5,5	5,5	1,6	3,8	12,0	5,5
Facebook	3,5	3,1	2,6	2,6	8,2	2,5	1,1	2,8
LastFM	2,6	3,1	2,3	3,2	3,3	1,9	1,1	2,8
Netlog	2,6	1,6	2,6	3,5	0,0	1,9	2,2	2,5
Musicload	0,9	1,1	3,2	3,9	1,6	1,3	0,0	2,2
Xing	0,9	1,6	0,9	0	1,6	2,5	2,2	1,1
Flickr	1,8	1,1	0,9	1,0	3,3	0,0	2,2	1,1
MyBlog	0,0	1,1	0,6	1,0	3,2	0,0	0,0	0,8
Second Life	0,9	0,0	0,9	1,0	0,0	0,6	0,0	0,6
Hausarbeiten.de	0,0	0,0	1,2	1,0	0,0	0,6	0,0	0,5
Hausaufgaben.de	0,0	0,0	0,6	0,6	0,0	0,0	0,0	0,3
Sevenload	0,9	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,2
Mr Wong	0,0	0,5	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,2
Del.icio.us	0,0	0,5	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,2

Erläuterung: Die Antwortvorgaben reichten von „täglich“ über „mehrmals in der Woche“, „einmal in der Woche“, „einmal in 14 Tagen“, „einmal im Monat“ und „seltener“ bis „nie“. Angegeben sind die Werte für „einmal in der Woche“ und häufiger.

Tabelle 34: Nutzung von Netzwerkplattformen nach Geschlecht und Alter (in %)

N=650	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt	Gesamt
SNS-Wenig- oder Nichtnutzer*	29,0	25,2	31,8	18,2	29,6	28,8	27,2	
Regelmäßige SNS-Nutzer Deren favorisierte Plattform	71,0	74,8	68,2	81,8	70,4	71,2	72,8	100,0
Nicht bestimmbar	22,1	23,3	18,9	23,0	22,6	24,5	22,7	31,2
schülerVZ	23,9	18,3	37,1	42,6	13,8	1,4	21,1	29,0
studivZ	12,7	15,1	1,5	1,4	13,2	30,7	13,9	19,1
MySpace	3,3	3,5	0,8	5,4	3,1	3,3	3,4	4,6
MeinVZ	0,3	1,3	0,8	0,0	1,3	1,4	0,8	1,2
Lokalisten	3,3	3,8	1,5	2,7	6,9	3,3	3,5	4,9
Wer kennt wen	3,3	4,7	3,0	0,7	6,9	5,2	4,0	5,5
Xing	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,2	0,2
Knuddels	1,2	1,3	0,8	2,7	0,6	0,5	1,2	1,5
Facebook	0,0	0,9	0,0	0,0	1,9	0,0	0,5	0,6
Schüler.cc	0,6	1,3	3,0	1,4	0,0	0,5	0,9	1,2
Netlog	0,0	1,3	0,8	2,0	0,0	0,0	0,6	0,9

* Die abgefragten SNS werden weniger als einmal wöchentlich bzw. gar nicht genutzt.

Erläuterung: Die favorisierte Plattform wurde über die Kombination der Antworten auf die beiden Fragen „Mitglied in einer/mehreren Communities“ (vgl. Tabelle 36) sowie „Nutzung ausgewählter Social-Web-Angebote“ (vgl. Tabelle 32) bestimmt.

Tabelle 35: Nutzung von Netzwerkplattformen nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

N=650	HS	RS	GYM	Schü.	Stud.	Auszub.	Berufst.	Gesamt	Gesamt
SNS-Wenig- oder Nichtnutzer*	22,8	26,8	28,6	24,7	7,9	26,6	37,0	27,1	
Regelmäßige SNS-Nutzer Deren favorisierte Plattform	77,2	73,2	71,4	75,3	92,1	73,4	63,0	72,9	100,0
Nicht bestimmbar	20,2	18,9	25,7	24,0	22,2	23,4	21,7	22,8	31,2
schülerVZ	28,1	24,7	17,1	37,3	1,6	12,7	0,0	21,2	29,0
studivZ	13,2	15,3	13,6	1,9	61,9	20,3	10,9	14,0	19,1
MySpace	3,5	3,2	3,2	3,6	1,6	1,9	5,4	3,2	4,6
MeinVZ	0,9	0,5	1,2	0,6	1,6	0,6	3,3	0,9	1,2
Lokalisten	4,4	4,2	2,9	2,9	1,6	3,2	7,6	3,5	4,9
Wer kennt wen	5,3	3,7	3,8	1,3	1,6	5,7	13,0	4,0	5,5
Xing	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	0,2	0,2
Knuddels	0,9	0,5	1,4	0,6	0,0	3,2	0,0	1,1	1,5
Facebook	0,0	0,0	0,9	0,3	0,0	1,3	0,0	0,5	0,6
Schüler.cc	0,0	2,1	0,6	1,3	0,0	1,3	0,0	0,9	1,2
Netlog	0,0	0,0	1,2	1,3	0,0	0,0	0,0	0,6	0,9

* Die abgefragten SNS werden weniger als einmal wöchentlich bzw. gar nicht genutzt.

Erläuterung: Die favorisierte Plattform wurde über die Kombination der Antworten auf die beiden Fragen „Mitglied in einer/mehreren Communities“ (vgl. Tabelle 36) sowie „Nutzung ausgewählter Social-Web-Angebote“ (vgl. Tabelle 32) bestimmt.

Tabelle 36: Merkmale der Netzwerkplattform-Nutzung nach Geschlecht und Alter (in %)

	Männlich	Weiblich	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Mitglied in einer Community	39,4	49,3	47,2	47,1	36,3	46,7	44,3
Mitglied in mehreren Communities	42,8	39,2	35,2	42,9	47,9	38,6	41,3
Kein Mitglied einer Community	17,8	11,5	17,6	10,0	15,8	14,7	14,7
Durchschnittliche Freundesanzahl in meistgenutzter Community ^(a)	129	134	135	146	135	114	131
Median ^(a)	100	100	100	109	89	70	100
Bis 60 Freunde	36,3	38,1	33,3	22,0	40,7	48,4	37,0
61 bis 150 Freunde	36,3	31,5	38,9	40,9	31,7	27,4	34,0
mehr als 150 Freunde	27,4	30,4	27,8	37,0	27,6	24,2	29,0
Besuch von meistgenutzter Community ^(b)	65,9	75,4	62,0	81,3	70,7	68,5	70,5
Stöbern in Profilen anderer Mitglieder ^(b)	54,5	58,5	48,1	72,8	56,5	50,2	56,5
Suche nach Informationen ^(b)	27,4	23,0	28,2	27,2	26,7	21,2	25,2
Suche nach Kontakten, Bekannten ^(b)	43,1	39,1	42,0	51,4	43,8	31,6	41,1
Aktualisierung des eigenen Profils ^(b)	23,8	21,7	29,8	37,4	20,6	9,9	22,8
Schreiben von Einträgen auf die Pinnwand oder in das Gästebuch von anderen Profilen ^(b)	49,1	58,2	51,9	61,2	57,1	46,4	53,5
Anderen Nutzern private Nachricht schreiben ^(b)	61,1	69,2	57,3	76,9	65,2	61,3	65,1
Eigene Fotos hochladen ^(b)	12,3	15,7	23,7	18,4	11,9	6,6	14,0

^(a) absolute Anzahl ^(b) zumindest "einmal in der Woche".

Tabelle 37: Merkmale der Netzwerkplattform-Nutzung nach Schultyp und Tätigkeit (in %)

	HS	RS	GYM	Schü.	Stud.	Auszub.	Berufst.	Gesamt
Ja, in einer Community	50,0	47,3	40,7	44,8	54,4	46,3	35,4	44,3
Ja, in mehreren Communities	36,3	40,2	43,0	39,3	41,2	41,9	39,5	41,3
Nein	13,7	12,4	16,3	15,9	4,4	11,8	26,2	14,7
Durchschnittliche Freundesanzahl in meistgenutzter Community ^(a)	117	137	133	144	117	121	137	131
Median ^(a)	89	100	100	100	71	80	66	100
Bis 60 Freunde	38,2	36,9	37,0	26,3	49,1	43,4	49,1	37,0
61 bis 150 Freunde	33,7	34,2	33,5	40,3	29,8	29,5	21,8	34,0
mehr als 150 Freunde	28,1	28,9	29,6	33,5	21,1	27,1	29,1	29,0
Besuch von meistgenutzter Community ^(b)	68,8	71,4	70,5	70,6	88,7	74,3	53,1	70,5
Stöbern in Profilen anderer Mitglieder ^(b)	59,1	59,7	53,8	57,4	60,7	62,4	44,6	56,5
Suche nach Informationen ^(b)	27,2	25,7	24,6	27,4	24,6	26,8	20,7	25,2
Suche nach Kontakten, Bekannten ^(b)	44,7	46,3	37,1	47,7	38,7	36,3	31,5	41,1
Aktualisierung des eigenen Profils ^(b)	27,2	20,9	22,3	30,3	4,9	23,7	13,0	22,8
Schreiben von Einträgen auf die Pinnwand oder in das Gästebuch von anderen Profilen ^(b)	48,2	54,7	54,5	59,0	59,7	50,0	43,5	53,5
Anderen Nutzern private Nachricht schreiben ^(b)	66,7	65,3	64,3	67,4	75,4	67,5	52,2	65,1
Eigene Fotos hochladen ^(b)	16,7	16,3	11,8	19,0	4,8	14,0	6,6	14,0

^(a) absolute Anzahl ^(b) zumindest "einmal in der Woche".