

JAMES-Studie: Jugendliche sind immer länger online

Schweizer Jugendliche sind mit Smartphone, Tablet & Co. durchschnittlich 25 Prozent länger online als noch vor zwei Jahren. Dies zeigt die JAMES-Studie 2016 der ZHAW und Swisscom. Im Netz werden oft Videos auf YouTube oder Netflix geschaut, aber auch rege Soziale Netzwerke genutzt. Instagram und Snapchat haben Facebook erstmals von der Spitze der Sozialen Netzwerke verdrängt.

Seit der ersten JAMES-Erhebung im Jahr 2010 hat die Zeit, in der Jugendliche online sind, um eine halbe Stunde pro Tag zugenommen: Unter der Woche surfen sie gemäss ihren Angaben täglich durchschnittlich 2 Stunden und 30 Minuten (2014: 2 Stunden), am Wochenende 3 Stunden und 40 Minuten (2014: 3 Stunden). Da fast alle Schweizer Jugendlichen ein Smartphone besitzen sowie vermehrt mit Flatrate-Abo surfen, ist der mobile Internetzugang Alltag geworden. Dies zeigt die aktuelle JAMES-Studie 2016, die seit 2010 bereits zum vierten Mal durchgeführt wurde und so Trends aufzeigen kann. Auffallend ist, dass Jugendliche mit Migrationshintergrund das Netz intensiver nutzen als Jugendliche mit Schweizer Wurzeln. «Eine Erklärung ist, dass sie über die Sozialen Medien einfach und direkt mit ihren Familien und Freunden im Ausland in Kontakt bleiben können», meint der ZHAW-Forscher und Studienleiter Daniel Süss, der die JAMES-Studie mit Co-Projektleiter Gregor Waller und seinem Team dieses Jahr zum vierten Mal durchgeführt hat.

Smartphone und Tablets – immer und überall

Praktisch alle Schweizer Jugendlichen besitzen heute ein eigenes Mobiltelefon – fast ausschliesslich ein smartes. Nur ein Prozent hat kein eigenes Handy. Zudem verfügen rund 40 Prozent der Jugendlichen über ein eigenes Tablet, und vier von fünf steht im Haushalt eines zur Verfügung. Als ständiger Begleiter wird das Smartphone immer sowie überall multimedial genutzt und ersetzt zunehmend PC, Laptop, Fotokamera, Musikplayer, Radio, Spielkonsole oder Uhr. Rund ein Drittel der Befragten hat monatlich mehr als fünf Gigabyte Datenvolumen zur Verfügung. Die Devise lautet: Weniger telefonieren und SMS schreiben, dafür mehr im Netz surfen und Soziale Netzwerke oder Messenger wie WhatsApp nutzen. 97 Prozent der Jugendlichen kommunizieren täglich oder mehrmals wöchentlich via Messenger-App. Neun von zehn nutzen Soziale Netzwerke oft mobil über ihr Handy (2016: 87 Prozent; 2014: 76 Prozent). Auch kurze Webvideos werden immer häufiger per Smartphone über Facebook, YouTube & Co. geschaut (2016: 78 Prozent; 2014: 69 Prozent; 2012: 40 Prozent). Zum Vergleich: Das regelmässige Telefonieren hat sich bei 71 Prozent eingependelt, die Nutzung von SMS ging sprunghaft auf 58 Prozent zurück (2014: 69 Prozent; 2012: 93 Prozent).

Snapchat und Instagram überholen Facebook



94 Prozent der Schweizer Jugendlichen sind bei mindestens einem Sozialen Netzwerk angemeldet. Facebook ist mit 62 Prozent erstmals seit der ersten Erhebung 2010 nicht mehr das beliebteste Soziale Netzwerk bei den 12- bis 19-Jährigen. Der langjährige Spitzenreiter wurde von Instagram (81 Prozent) sowie Snapchat (80 Prozent) überholt. Zudem sank bei Facebook auch die Nutzungshäufigkeit am meisten: 2014 nutzten noch 79 Prozent der Jugendlichen die Plattform täglich oder mehrmals pro Woche, heute nur noch 55 Prozent. Die Mitgliedschaft und Nutzungshäufigkeit von Facebook ist stark altersabhängig: je jünger die Jugendlichen, desto weniger oft nutzen sie Facebook. Die 12- bis 15-Jährigen bringen neue Präferenzen mit. Sie sind lieber auf neuen Plattformen wie Instagram und Snapchat aktiv. Bei den 18- bis 19-Jährigen hingegen sind immer noch vier von fünf bei Facebook angemeldet und 83 Prozent nutzen es häufig. «Es ist weniger ein Abwandern auf andere Plattformen festzumachen, sondern vielmehr eine neue User-Generation entstanden», sagt Michael In Albon, Jugendmedienschutz-Beauftragter bei Swisscom.

Soziale Netzwerke ersetzen nicht Treffen mit Freunden

Der mediale Alltag der Jugendlichen ist vor allem geprägt durch das Handy: 99 Prozent nutzen das mobile Gerät täglich oder mehrmals pro Woche, oft wird im Netz gesurft (95 Prozent) oder Musik gehört (94 Prozent).

Trotz Smartphone, Tablet und Co. bleibt die Ausübung von non-medialen Freizeitaktivitäten seit der ersten Erhebung 2010 unverändert stabil: 76 Prozent treffen sich regelmässig mit Freunden (2014: 79 Prozent), 66 Prozent treiben regelmässig Sport (2014: 64 Prozent) und 58 Prozent tun gerne auch mal gar nichts (2014: 60 Prozent). «Zwar können sich die Jugendlichen online jederzeit und überall mit Gleichaltrigen austauschen. Dies hat jedoch eine begleitende Funktion und kann das Bedürfnis nach Zusammensein nicht ersetzen», ist Daniel Süss überzeugt. «Zudem können Gruppenchats und Soziale Netzwerke auch belasten oder die omnipräsenten Smartphones im Alltag ablenken. Deshalb sollten Familien die Mediennutzung während dem Essen oder Gesprächen beschränken und Schulen klare Smartphone-Regeln haben.»

Webvideos erobern das Netz

Computer und Internet werden von Jugendlichen intensiv zu Unterhaltungszwecken eingesetzt. Rund vier Fünftel (79 Prozent) der Schweizer Jugendlichen nutzen täglich oder mehrmals pro Woche Videoportale wie YouTube, myVideo oder Vimeo. Das Streamen von Musik aus dem Internet (z.B. Spotify) hat gegenüber 2014 ebenfalls an Bedeutung gewonnen, 68 Prozent tun dies regelmässig (2014: 57 Prozent). Auf dem dritten Platz liegt das Stöbern in Profilen auf Sozialen Netzwerken (67 Prozent). Dass Videos und Bilder bei Jugendlichen immer wichtiger werden, zeigt die Präferenz bei den Websites. So ist YouTube die mit Abstand beliebteste Website. Hier konsumieren die Jugendlichen Videos und Musik oder lernen mit Videos. Diesen Trend hin zum bewegten Bild belegen auch die wachsende Bedeutung von Video-Streaming-Diensten wie z.B. Netflix und die Bild- und Video-basierten Plattformen Instagram und Snapchat.



Bemerkenswert ist auch eine Veränderung der Fankultur. 75 Prozent der Jugendlichen können einen Lieblings-YouTuber nennen. «Jugendliche feiern heute YouTube-Stars wie früher Boygroups oder Girlgroups», erklärt Süss.

Internetbekanntschaften treffen

25 Prozent der Jugendlichen in der Schweiz geben an, dass sie online bereits einmal von einer fremden Person mit unerwünschten sexuellen Absichten angesprochen wurden. Dieses Phänomen wird Cybergrooming genannt. Wie in den vorhergehenden Erhebungen haben Mädchen mit 34 Prozent deutlich häufiger Erfahrungen damit gemacht als Jungen (17 Prozent). 41 Prozent der Schweizer Jugendlichen haben bereits einmal eine Person, die sie im Internet kennengelernt haben, offline getroffen. Je älter die Jugendlichen sind, desto eher haben sie dies schon einmal getan: bei den 12-bis 13-Jährigen ist es rund ein Viertel, bei den 18- bis 19-Jährigen rund die Hälfte. «Eine Internetbekanntschaft physisch zu treffen, ist nicht per se ein Risiko», sagt Michael In Albon. «Es müssen dabei aber bestimmte Regeln eingehalten werden. Man sollte sich zum Beispiel an einem öffentlichen Ort treffen und bei der ersten Begegnung sollte eine erwachsene Begleitperson dabei sein.»

JAMES-Studie

Die JAMES-Studien bilden den Medieumgang von Jugendlichen in der Schweiz ab. JAMES steht für «Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz» und wird alle zwei Jahre durchgeführt. In der repräsentativen Studie werden seit 2010 von der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften im Auftrag von Swisscom über 1'000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz zu ihrem Medienverhalten befragt.

Departement Angewandte Psychologie der ZHAW

Das ZHAW Departement Angewandte Psychologie ist das führende Kompetenzzentrum für wissenschaftlich fundierte Angewandte Psychologie in der Schweiz. Es besteht aus dem Psychologischen Institut und dem IAP Institut für Angewandte Psychologie. Mit dem Bachelor- und dem Masterstudiengang, dem Bereich Forschung & Entwicklung sowie dem Beratungs- und Weiterbildungsangebot wird wissenschaftlich fundiertes Wissen für Menschen und Unternehmen in ihrem Lebens- und Arbeitsumfeld nutzbar gemacht. www.zhaw.ch/psychologie

Swisscom ist Kooperationspartnerin der ZHAW

Die Mediennutzung auf verschiedenen Endgeräten gehört heute zum Alltag von Jugendlichen. Medienkompetenz und Jugendmedienschutz sind deshalb wichtig. Swisscom engagiert sich stark in beiden Bereichen. So hat das Unternehmen seit 2001 über 6'800 Schweizer Schulen kostenlos ans Internet angeschlossen und bietet für Oberstufenschüler Kurse zur Förderung der



**Angewandte
Psychologie**

Medienkompetenz an. Swisscom ist Auftraggeberin der JAMES-Studie, die im Zweijahres-Rhythmus von der ZHAW durchgeführt wird.

Weitere Informationen unter:

www.zhaw.ch/psychologie/james

www.swisscom.ch/james

#jamesstudie2016