

Medienmitteilung vom 6. Februar 2018

ZHAW Departement Angewandte Psychologie in Kooperation mit Swisscom

Schweizer Jugendliche bevorzugen YouTuber aus dem Ausland

Die Lieblings-YouTuber der Schweizer Jugendlichen sind meist männlich und stammen aus dem Nachbarland der eigenen Sprachregion. Dies zeigt der neuste JAMESfocus-Bericht der ZHAW und Swisscom. Beliebt sind zudem Science-Fiction/Fantasy-Filme und Shooter-Games. Bei Lieblings-Games werden die Altersbeschränkungen oft nicht eingehalten.

Zwar nennen drei Viertel der Schweizer Jugendlichen mindestens einen Lieblings-YouTuber, in den oberen Rängen sind aber keine Schweizer anzutreffen. Denn ihre typischen Stars unter den YouTubern sind männlich, zwischen zwanzig und dreissig Jahren alt und stammen aus dem grossen Nachbarland der eigenen Sprachregion wie Deutschland, Frankreich und Italien. Als einziger englisch Sprechender hat es PewDiePie unter die beliebtesten YouTuber geschafft. Dies zeigt der aktuelle JAMESfocus-Bericht der ZHAW Fachgruppe Medienpsychologie und Swisscom. Er setzt sich mit den spezifischen Medieninhalten wie Filmen, Games und YouTubern auseinander, welche die 12- bis 19-Jährigen in der Schweiz am liebsten konsumieren. Warum die Schweizer YouTuber untervertreten sind, ist unklar. «Eine Möglichkeit ist, dass die Algorithmen bei YouTube auf die Sprachregion und nicht auf die Landesgrenzen eingestellt sind. Zudem konsumieren Jugendliche mit Bravo & Co. mehr News zu ihren Stars aus den Nachbarländern», sagt ZHAW-Medienpsychologe Daniel Süss. In der Schweiz zeigt sich jedoch auch der Trend zur «YouTubisierung» in lokalen Schweizer Medien mit YouTube-Kanälen wie «Youngbulanz» oder «Zwei am Morge» von SRF. Dasselbe Phänomen lässt sich allerdings auch in anderen Schweizer Kulturformaten beobachten: Es finden sich kaum Schweizer Filme und Games bei den Jugendlichen in den oberen Rankings.

Erkennen von Product Placement kann für Jugendliche schwierig sein

Die beliebtesten YouTuber tummeln sich in den Genres Comedy und Entertainment gefolgt von How to & Styles. Das beliebteste Genre Comedy kommt unabhängig von Alter, Geschlecht oder Region gut an. How to & Styles sowie People werden hingegen vor allem von Mädchen bevorzugt. Die beliebtesten YouTuberinnen wie BibisBeautyPalace sind auch ausschliesslich in diesen beiden Kategorien präsent.

Oft geht es in den Videos um Parodien, Games, Pranks, Challenges oder LifeHacks. Dabei kommunizieren die YouTuber zum Teil auch singend oder rappend statt mit gesprochenem Text. Gerade bei den Pranks ist aber nicht immer ersichtlich, ob diese echt oder gestellt sind, und ob Jugendliche die Ironie oder gestellte Streiche erkennen. Auch bei Product Placement erschliesst sich ihnen möglicherweise oft nicht, wo die Grenze zur Werbung überschritten wird. «Neue Kommunikationsformen und -kanäle machen diese Unterscheidung schwierig. Eltern und Lehrpersonen müssen Jugendlichen deshalb helfen zu unterscheiden, wann etwas



inszeniert ist und wann nicht», so Michael In Albon, Jugendmedienschutz-Beauftragter bei Swisscom.

Beliebte Shooter-Games und Filmreihen

Filmreihen wie Harry Potter, Fast & Furious, Star Wars und Hunger Games sind bei den Jugendlichen in der Schweiz über alle Filmnennungen gesehen seit Jahren am populärsten. Mit Abstand am beliebtesten sind Science-Fiction/Fantasy-Filme. Knapp halb so oft wurde von den Schweizer Jugendlichen das Filmgenre Action/Thriller genannt und an dritter und vierter Stelle folgen Dramen und Komödien. Science-Fiction und Fantasy wurden als Genre kombiniert, da viele der genannten Lieblingsfilme beiden Genres zugeordnet werden können.

Bei Games unterscheiden sich Mädchen und Jungen viel mehr in Bezug darauf, ob sie überhaupt gamen und ein Lieblingsgame haben, als bei den Genres. Dort stimmen die ersten drei Games nämlich zwischen den Geschlechtern überein, wenn auch nicht in der Reihenfolge: GTA, FIFA und Call of Duty sind die drei Lieblings-Games der gamenden Jungen und Mädchen in der Schweiz. Das beliebteste Game-Genre ist Shooter-Games, dicht gefolgt von Sport-Games und Open-World-Games. An dritter und vierter Stelle stehen Action-Adventure Games und Racing Games.

Altersgrenzen bei Games oft nicht eingehalten

Bei ihren Lieblings-Filmen halten zwei Drittel der Jugendlichen, die einen solchen genannt haben, die Altersfreigaben ein. Die Videos ihrer Lieblings-YouTuber sind ebenfalls bei zwei Dritteln der Jugendlichen ihrem Alter entsprechend. Hingegen hält sich nur jeder Dritte jugendliche Gamer daran. «Es hat mich erstaunt, dass Eltern offenbar die Altersgrenzen von Games bei ihren Kindern nicht ernst nehmen. Dabei sind sie eigentlich immer auf der Verpackung oder im online Shop ersichtlich», so Michael In Albon. Auffällig sind die Geschlechterunterschiede bei den Altersfreigaben zu Filmen und Games, denn Mädchen halten sich deutlich mehr daran als Jungen. «Vermutlich bevorzugen jüngere Mädchen eher Genres, die weniger Gewalt enthalten und deshalb tiefer eingestuft wurden. Oder die Jungen stacheln sich gegenseitig damit an schon etwas gesehen oder gespielt zu haben, für das sie eigentlich zu jung wären», sagt Daniel Süss. «Vor dem Kauf von Filmen und Videogames sollten Eltern deshalb die Altersfreigaben prüfen und mit ihren Kindern auch darüber sprechen.»

Weitere Informationen unter:

www.zhaw.ch/psychologie/jamesfocus

#jamesfocus2017

www.swisscom.ch/james

Kontakte:

ZHAW Departement Angewandte Psychologie, +41 58 934 84 08, tanja.vonrotz@zhaw.ch

Swisscom AG, Mediendienst, 3050 Bern, +41 58 221 98 04, media@swisscom.com



Tipps für Eltern und Lehrpersonen zum nachhaltigen Umgang mit Medieninhalten:

- **Interesse zeigen an Film-, Game- und YouTuber-Inhalten** und mit Jugendlichen über diese sprechen. Besonders bei YouTubern, die oft wichtige Stars sind im Leben der Jugendlichen, und wo keine offiziellen Altersfreigaben verfügbar sind.
- **Gemeinsam Filme oder YouTube-Videos schauen oder Games spielen** kann viele Vorteile haben. Jugendliche merken so, dass man sich für ihre Lebenswelt interessiert, beim Gamen können sie ihr Können zeigen.
- **Genrekompetenz:** In allen drei Gattungen – Filme, Gams und YouTuber – gibt es Genres, die Anforderungen an die Medienkompetenz stellen. Soziale Normen können z.B. gut anhand solcher Beispiele mit Jugendlichen besprochen werden, diese sind ihrer Lebenswelt nah. Gerade bei YouTube gibt es immer wieder gestellte Inhalte, die für Jugendliche schwer als solche erkennbar sind. Ein kritischer Blick kann damit gut geübt werden.
- **Altersfreigaben prüfen:** Vor dem Kauf von Filmen und Videogames sollten Eltern die Altersfreigaben prüfen und mit ihren Kindern auch darüber sprechen. Und dennoch immer wieder überprüfen, ob ein Inhalt das Kind nicht überfordert, denn jedes Kind entwickelt sich unterschiedlich.
- **Auch inhaltliche Regeln abmachen:** bei Regeln nicht nur Vereinbarungen zur Nutzungsdauer machen, sondern auch absprechen, dass angegebene Altersfreigaben eingehalten werden sollten.
- **Alternativen aufzeigen und anbieten:** Filme, Games und YouTuber, die altersgerechte Inhalte haben, und dennoch für die Jugendlichen gute Unterhaltung bieten. Für Eltern eignen sich dafür z.B. www.filmrating.ch oder www.bupp.at für Games. Eine Auswahl von Filmen für die Schule und dazugehöriges Material findet sich unter www.kinokultur.ch.

JAMES-Studie und JAMESfocus-Bericht

Seit 2010 werden in der JAMES-Studie von der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften im Auftrag von Swisscom alle zwei Jahre über 1000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz zu ihrem Medienverhalten befragt. Die JAMESfocus-Reihe nutzt die Daten der JAMES-Studie und analysiert vertieft weitere Aspekte. 2017 sind in der JAMESfocus-Reihe die Berichte «Onlineverhalten: unproblematisch – risikohaft – problematisch» und «Handyverhalten und Nachhaltigkeit» erschienen. Der dritte Bericht erschien anfangs 2018 mit dem Titel «Filme - Games - YouTuber».



**Angewandte
Psychologie**

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

Swisscom engagiert sich seit vielen Jahren und mit verschiedenen Massnahmen für den Jugendmedienschutz und die Förderung der Medienkompetenz. So hat das Unternehmen seit 2001 über 6800 Schweizer Schulen kostenlos ans Internet angeschlossen und bietet verschiedene Kurse zur Förderung der Medienkompetenz für Eltern, Lehrpersonen und Schüler an. Swisscom ist Auftraggeber der JAMES-Studie. www.swisscom.ch/medienkompetenz