



Medienmitteilung vom 24. November 2022

ZHAW Departement Angewandte Psychologie in Kooperation mit Swisscom

Mädchen sind Trendsetterinnen bei sozialen Netzwerken

Bei den breit genutzten sozialen Netzwerken setzen Mädchen die Trends. Sie steigen früher auf neue soziale Netzwerke ein als Jungen, wie die JAMES-Studie 2022 der ZHAW und Swisscom zeigt. Jungs gamen dafür häufiger, besonders beliebt sind Gratis-Games. Jugendliche pflegen zudem weniger, jedoch qualitativ hochwertigere Freundschaften als vor zehn Jahren. Problematisch ist, dass sie beim Datenschutz nachlässiger werden und sexuelle Belästigungen weiter zugenommen haben.

Mädchen steigen früher auf neuen Netzwerken ein als Jungen und werden damit zu Trendsetterinnen. So nutzen sie aktuell TikTok und Pinterest deutlich stärker, 2014 war dies auch schon bei Instagram der Fall. Dies zeigt die aktuelle JAMES-Studie, für die alle zwei Jahre rund 1000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren befragt werden. «Wenn sich dieser Trend fortsetzt, können wir die weibliche Nutzung von sozialen Netzwerken in Zukunft als Indikator für alle Jugendlichen heranziehen», sagt ZHAW-Forscher und Co-Studienleiter Gregor Waller.

TikTok weiter auf dem Vormarsch

Soziale Netzwerke zählen weiterhin zu den wichtigsten medialen Elementen des Alltags von Jugendlichen in der Schweiz. Fast alle nutzen WhatsApp zur Kommunikation (97 Prozent der Nutzer:innen mind. mehrmals pro Woche). Zudem werden Instagram (81 Prozent) und Snapchat (76 Prozent) weiterhin am häufigsten genutzt und sind über die Jahre stabil geblieben. Eine rasante Zunahme zeigt sich bei TikTok: 67 Prozent der Jugendlichen nutzen die Plattform regelmässig (2018: 8 Prozent), wobei Mädchen die App häufiger nutzen als Jungen. Dafür sind die Jugendlichen praktisch von Facebook verschwunden: nur noch 5 Prozent nutzen das Netzwerk täglich oder mehrmals pro Woche (2014: 79 Prozent).

Die Tätigkeiten in sozialen Netzwerken sind konstant geblieben. Am häufigsten werden regelmässig Beiträge anderer angeschaut (56 Prozent) und gelikt (55 Prozent) oder es werden per Chat persönliche Nachrichten geschrieben (57 Prozent). Deutlich seltener posten die Jugendlichen eigene Beiträge, und wenn dann eher zeitlich limitierte Stories oder Snaps.



Gratis-Games sind beliebt

Videogames sind weiterhin beliebt: 79 Prozent spielen zumindest ab und zu, wobei Jungen deutlich häufiger gamen (93 Prozent) als Mädchen (65 Prozent). Im Vergleich zu den Vorjahren hat die Anzahl der gamenden Mädchen jedoch zugenommen. Zudem vergnügen sich die jüngeren mehr damit als die älteren Jugendlichen. Am häufigsten werden Gratis-Games gespielt (60 Prozent). Kostenpflichtige Videospiele nutzen hingegen nur 35 Prozent.

Für ZHAW-Forscherin und Mitautorin Lilian Suter ist dies problematisch: «Free-to-play-Games sind oft nicht wirklich kostenlos, denn entweder werden die Gamer:innen mit Werbung eingedeckt oder sie bezahlen mit ihren Daten». Oft seien In-Game-Käufe sogar unerlässlich für den weiteren Spiel-Fortschritt. Die Anzahl Jugendlicher, die regelmässig In-Game-Käufe tätigen, hat sich denn auch in zwei Jahren von 3 Prozent auf aktuell 8 Prozent mehr als verdoppelt. 23 Prozent der jugendlichen Gamer:innen geben an, Altersempfehlungen regelmässig zu ignorieren.

Vielfältigere Freizeitbeschäftigungen

Ein grosser Teil der Jugendlichen in der Schweiz trifft sich in der Freizeit regelmässig mit Freund:innen (70 Prozent). Im Vergleich zu den Vorjahren zeigt sich jedoch, dass die Anzahl der Freundschaften abgenommen hat. Trafen sich die befragten Jugendlichen 2012 mit sieben Freund:innen regelmässig, sind es 2022 noch fünf.

Für Gregor Waller setzt sich damit der Trend des ‚Social Cocooning‘ weiter fort. «Die Jugendlichen treffen weniger Freundinnen und Freunde als noch vor ein paar Jahren. Wenn die Heranwachsenden im Sinne von ‚Beziehungsminimalismus‘ vorgehen, also Qualität vor Quantität stellen, sind die Freundschaften aber insgesamt hochwertiger».

Generell werden die Freizeitaktivitäten der Jugendlichen von Jahr zu Jahr vielfältiger und individueller. Die Bandbreite der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen ist sehr gross und reicht von TV oder Filme schauen, über Sport treiben, Musik hören und gamen bis zu handwerklichen und kreativen Tätigkeiten wie Zeichnen oder Malen oder draussen und in der Natur sein. Die Lieblingsmusik der Jugendlichen ist ebenfalls sehr vielfältig. Die ZHAW-Forschenden haben zum ersten Mal die beliebtesten Songs der Top 20 Musiker:innen und Bands in einer Playlist für die Deutschschweiz, die Romandie und das Tessin zusammengestellt (Links am Ende der Mitteilung) und damit die Bandbreite hörbar gemacht.

Handlungsbedarf beim Jugendmedienschutz

Sexuelle Belästigung im Internet und auch Cybermobbing haben weiter zugenommen: Fast die Hälfte der Jugendlichen wurde bereits mindestens einmal online sexuell belästigt. 2014 waren es noch 19 Prozent. Auch Beleidigungen im Internet haben über die Jahre um fast zehn Prozentpunkte zugenommen. Mädchen sind von sexuellen Belästigungen deutlich häufiger betroffen als Jungen (60 Prozent vs. 33 Prozent). Knapp die



Hälfte der Mädchen wurde schon einmal von einer fremden Person aufgefordert, erotische Fotos von sich selbst zu verschicken.

Die ZHAW-Forschenden sehen dringenden Handlungsbedarf. «Sexuelle Belästigung und Cybermobbing bei Jugendlichen sind Grenzüberschreitungen, die in einer sensiblen Phase der persönlichen und sexuellen Entwicklung passieren», sagt Co-Studienleiter Daniel Süss. Es brauche deshalb weiterhin ein breites und vertieftes Angebot an medienpädagogischen Massnahmen und Angeboten zur Stärkung der digitalen Selbstverteidigung. Auch Michael In Albon, Jugendmedienschutz-Beauftragter bei Swisscom findet klare Worte: «Solches Verhalten darf nicht toleriert werden. Wir geben diesem Thema an unseren Medienkursen an Schulen explizit mehr Raum, aber natürlich müssen sich auch Eltern verstärkt mit dem Problem auseinandersetzen und ihre Fürsorgepflicht wahrnehmen. Genauso wie sie ihre Kinder im Strassenverkehr begleiten, müssen sie es auch im Internet tun.»

Datenschutz und Privatsphäre werden komplexer

Beim Schutz der Privatsphäre im Netz werden Jugendliche nachlässiger: Gaben vor 10 Jahren noch 84 Prozent an, entsprechende Einstellungen in sozialen Netzwerken aktiviert zu haben, sind es aktuell nur noch 60 Prozent. Sorgen darüber, dass andere online persönliche Informationen sehen könnten, haben weiter abgenommen (2012: 38 Prozent; 2022: 28 Prozent). Gleichzeitig verhält sich die Mehrheit der Jugendlichen auf sozialen Netzwerken aber eher zurückhaltend und gibt öffentlich wenig von sich preis. «Das Thema Datenschutz und Privatsphäre im Netz hat sich verändert und wird zunehmend komplexer», sagt Lilian Suter. Während zu Anfangszeiten der sozialen Netzwerke darauf fokussiert wurde, welche Informationen oder Fotos man nicht öffentlich teilen sollte, werde das Thema heutzutage von Aspekten wie Cookies, Algorithmen oder Ende-zu-Ende-Verschlüsselung dominiert und stelle Jugendliche vor zusätzliche Herausforderungen.

Downloads und weitere Informationen

- [JAMES Studie 2022 ZHAW](#)
- [JAMES Studie 2022 Swisscom](#)
- Offizieller Hashtag: #jamesstudie2022
- Links zu Spotify-Playlists der beliebtesten Musik der Jugendlichen
 - [Alle Top75](#)
 - [Top 20 Deutschschweiz](#)
 - [Top 20 Tessin](#)
 - [Top 20 Romandie](#)



Kontakt

- Tanja von Rotz, Kommunikation, ZHAW Angewandte Psychologie, Tel 058 934 84 08, E-Mail tanja.vonrotz@zhaw.ch
- Swisscom AG, Mediendienst, 3050 Bern, Tel 058 221 98 04, E-Mail media@swisscom.com

Nationale Studie zur Jugendmediennutzung

Die JAMES-Studie bildet den Medienumgang 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 1000 Jugendliche im Alter von 12 bis 19 Jahren in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz zu ihrem Medien- und Freizeitverhalten 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 als Kooperationspartnerin der ZHAW

Die Mediennutzung auf verschiedenen Endgeräten gehört heute zum Alltag von Jugendlichen. Medienkompetenz und Jugendmedienschutz zählen zu den Kulturkompetenzen wie Lesen oder Rechnen. Swisscom engagiert sich seit 2001 im Bildungswesen: Über 6'000 Schweizer Schulen nutzen das Angebot «Schulen ans Internet», jährlich besuchen Medienexperten über 30'000 Schüler, Eltern und Lehrpersonen und fördern die Medienkompetenz. Im Rahmen ihres Markteintritts in die eSports-Branche misst Swisscom der Medienbegleitung der Kinder und Jugendlichen einen grossen Stellenwert bei und stellt diverse Informationsmaterialien bereit. Swisscom ist Auftraggeberin der JAMES-Studie, die im Zweijahres-Rhythmus von der ZHAW durchgeführt wird.

www.swisscom.com/campus