



Digital Natives im Länderfokus

Repräsentative Zahlen zur SNS-Nutzung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der deutschsprachigen Schweiz

Ulla Patricia Autenrieth & Andreas Bänziger

Gliederung

- I. Jugendliche im Netz
- II. User-Struktur von SNS
- III. Produktpräferenzen
- IV. Produktions- und Rezeptionsaktivitäten
- V. Soziale Beziehungen auf SNS
- VI. Bilder auf SNS

I. Jugendliche im Netz

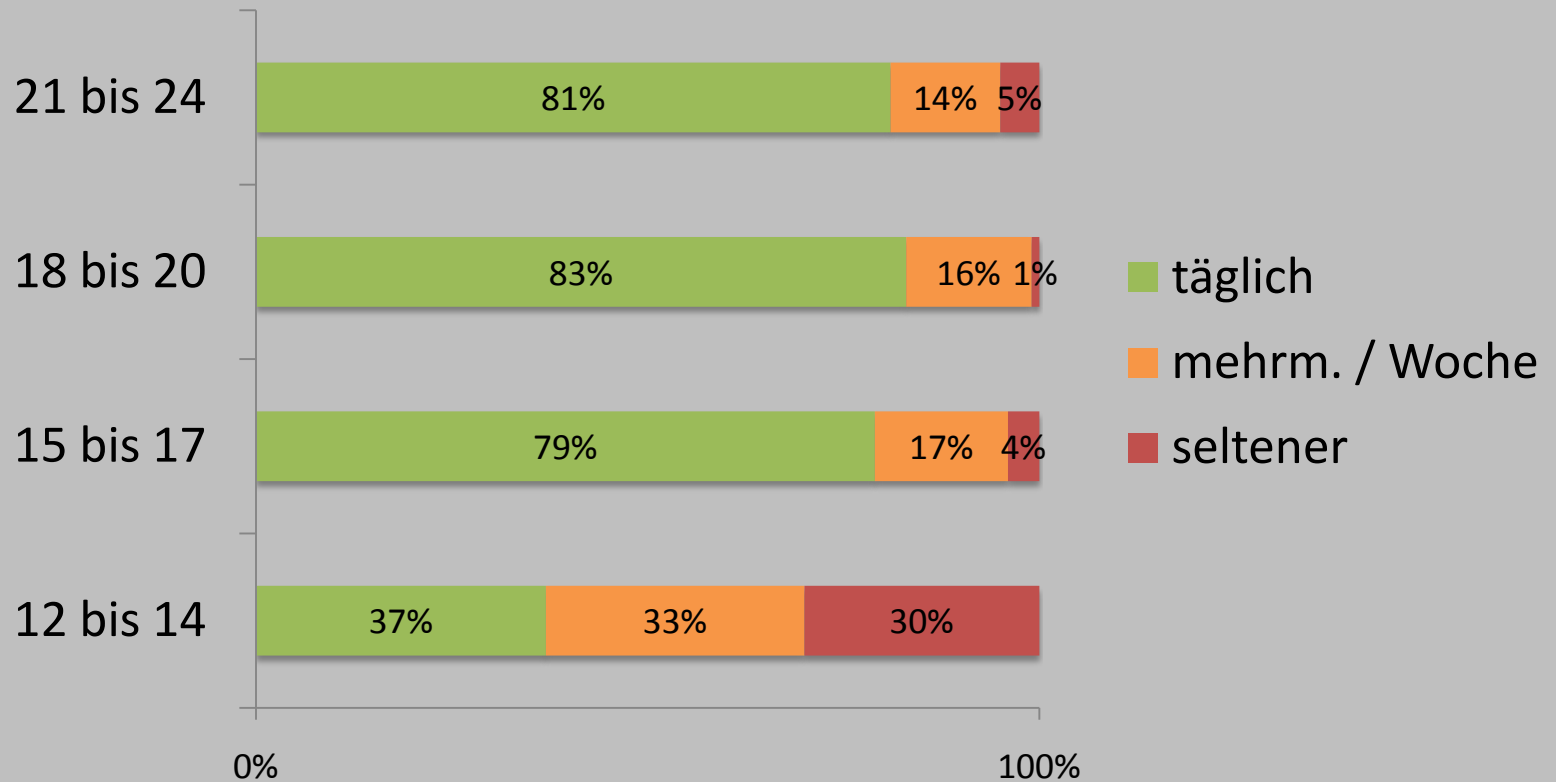
Wen haben wir befragt?

- 650 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 12 und 24 Jahren aus der deutschsprachigen Schweiz
- CATI Befragung im Frühjahr 2009 durchgeführt von der GfK Schweiz
- Stichprobe mit Quotierungen nach Alter/ Bildung/ WEMF-Gebiete
- Studie in Zusammenarbeit mit dem Hans-Bredow Institut der Universität Hamburg (Vergleich D-CH).



I. Jugendliche im Netz

Wie häufig sind die Befragten im Netz?



I. Jugendliche im Netz

Was machen Jugendliche eigentlich im Netz?



Bevorzugte Onlineaktivitäten:

- Einfach so drauf los surfen
- Nachrichten/ aktuelle Infos
- Musikdateien anhören
- Online-Communitys
- Instant-Messaging
- Suchmaschinen nutzen
- E-Mails empfangen und senden

(Häufigkeit pro Woche)

2.46

2.88

3.04

3.27

3.56

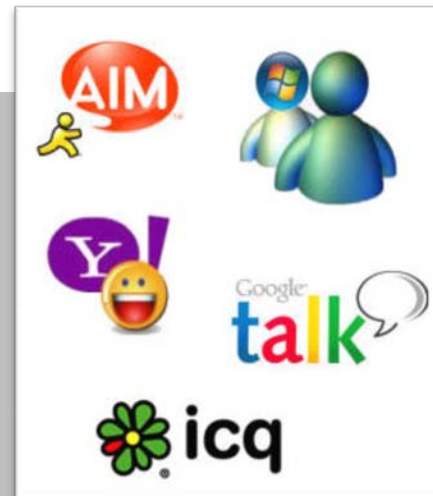
4.52

4.69

I. Jugendliche im Netz

Welche Unterschiede gibt es bei den Altersgruppen?

- Online-Communitys spielen bei den 12- bis 14-Jährigen eine deutlich kleinere Rolle
- In den unteren beiden Altersgruppen steht Instant Messaging an erster Stelle



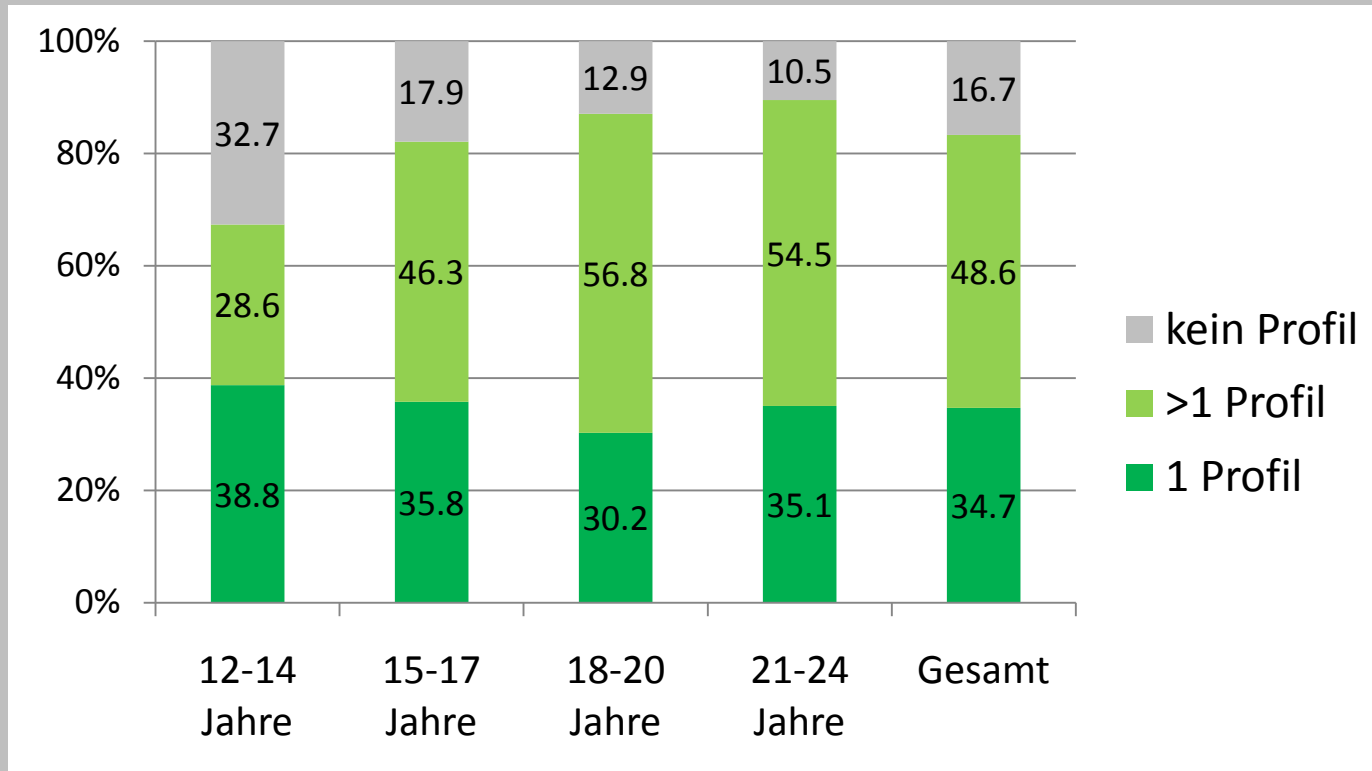
I. Jugendliche im Netz

Welche Rolle spielen SNS im Kommunikationsportfolio von Jugendlichen?

- Fast alle Funktionen: klare Präferenz für persönliche Treffen
- Online Communitys spielen eine untergeordnete Rolle
 - 15% 1. Wahl „neue Leute kennenlernen“
 - 8% neue Freundschaften
 - 8% über Hobbys austauschen
- Chatten (IM) zum Kennenlernen neuer Leute/neue Freundschaften, Hobbys und tratschen sehr relevant!
→ zwischen 15% und 27% erste Wahl für diese Funktionen
- Zwischen SNS-Usern und Nicht-Usern keine grossen Unterschiede

II. User-Struktur von SNS

Eigene Profile auf SNS (nach Alter)

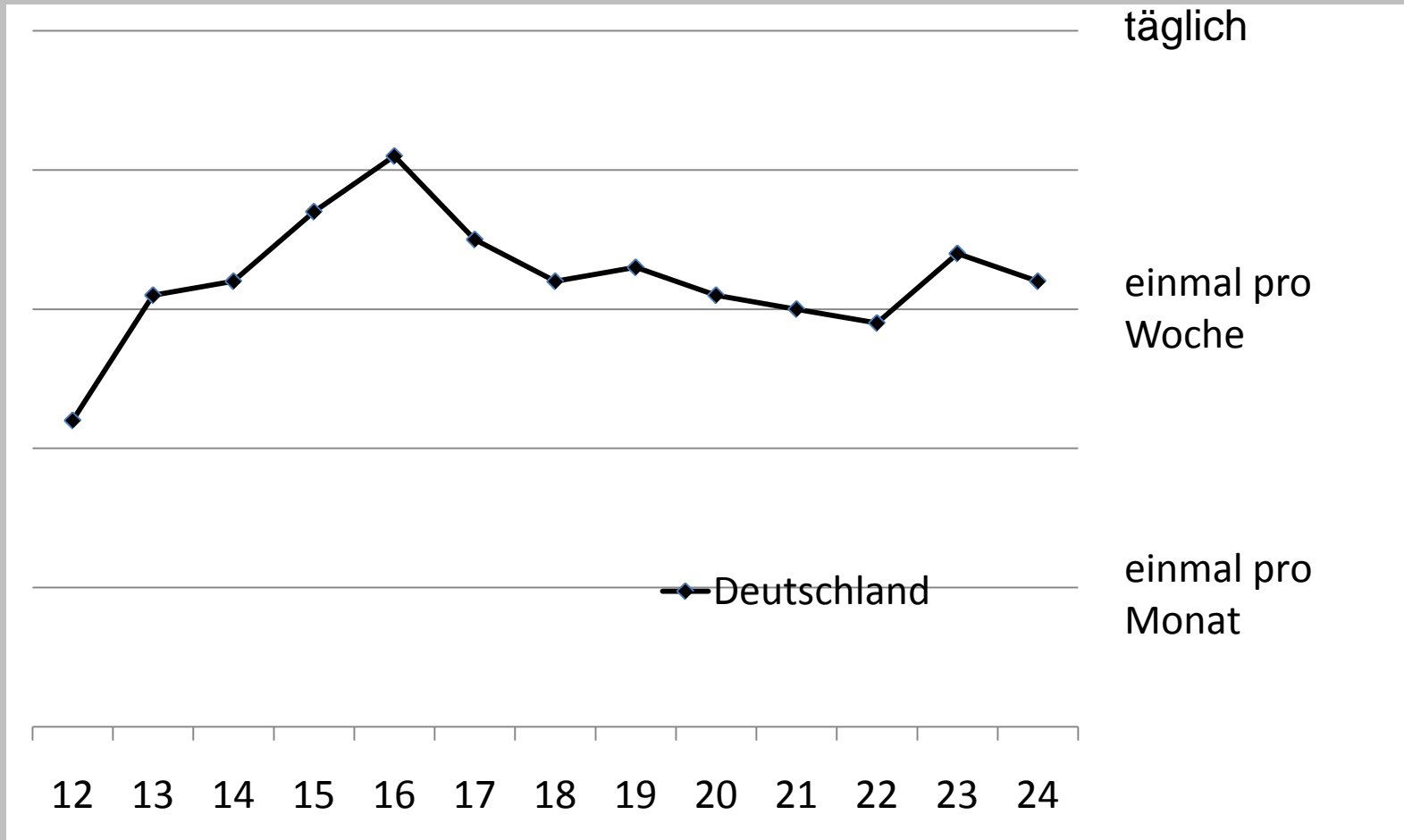


	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
min. 1 Profil auf SNS in %	67.4	82.1	87	89.6	83.3

II. User-Struktur von SNS

Bredow-Institut

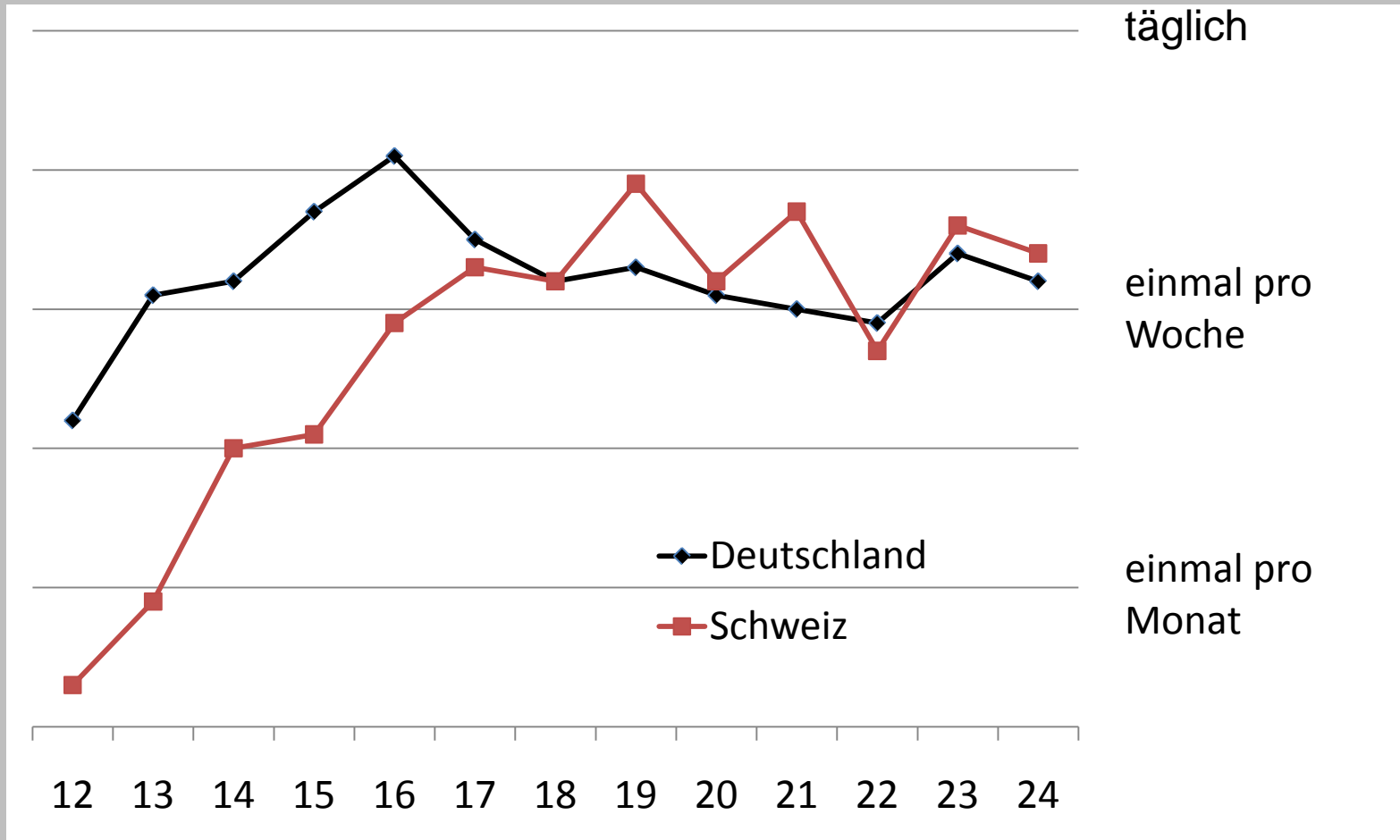
Nutzungshäufigkeit von SNS nach Alter



II. User-Struktur von SNS

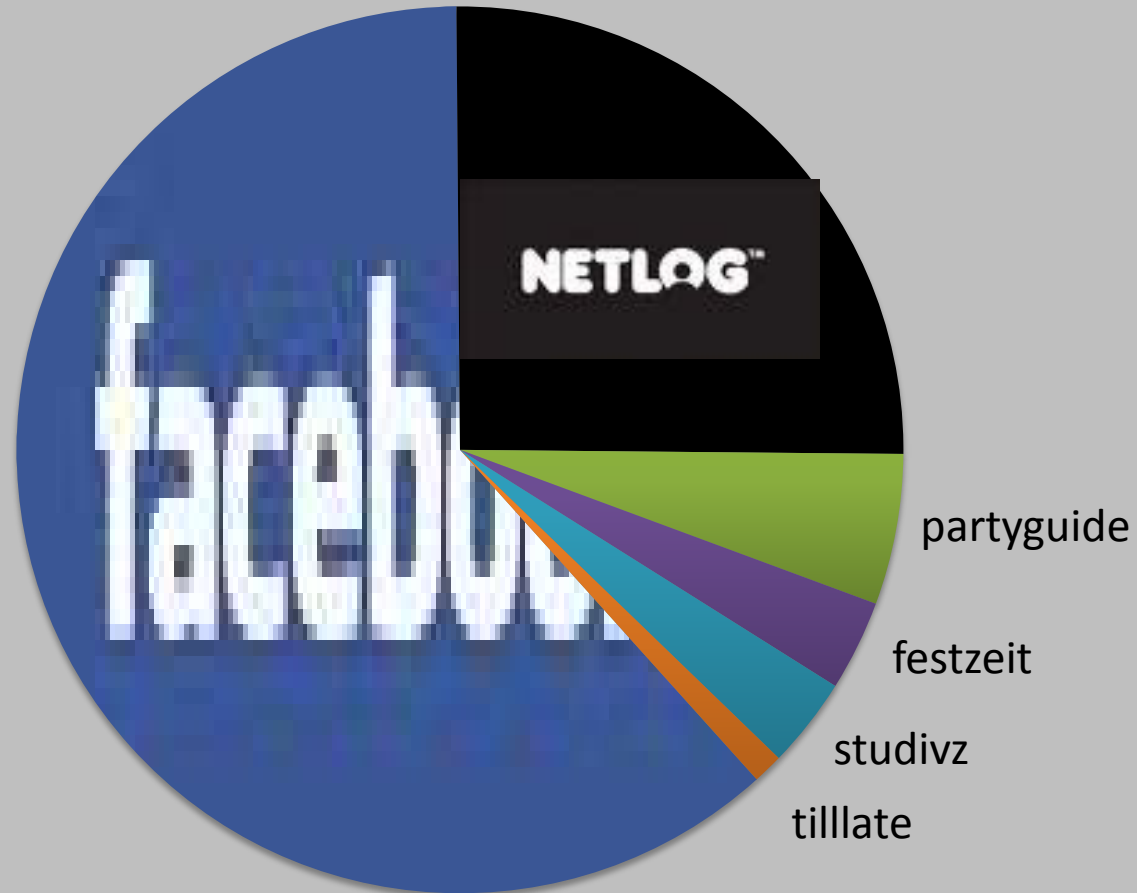
Bredow-Institut / ifm

Nutzungshäufigkeit von SNS nach Alter



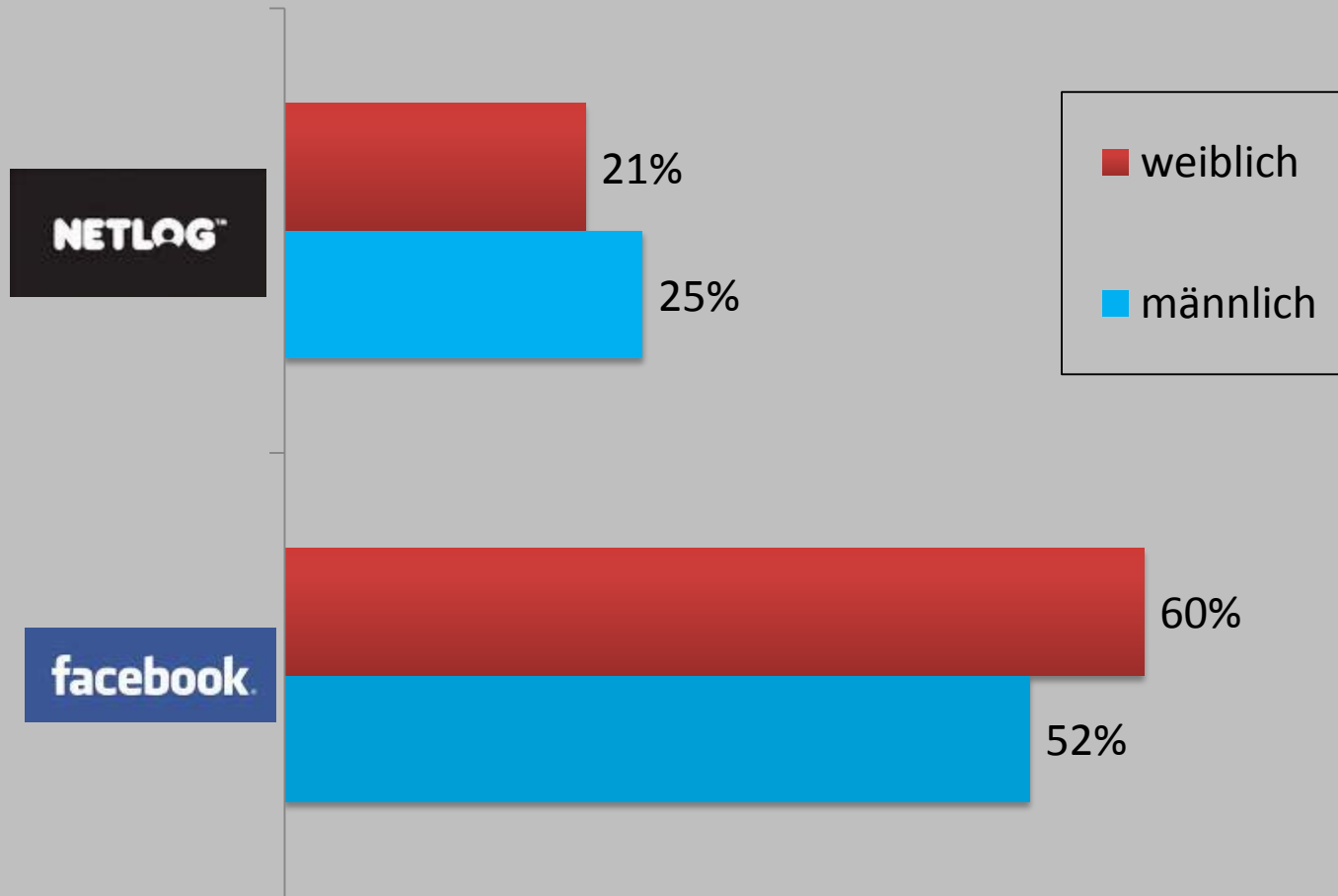
III. Produktpräferenzen

Welche SNS werden am meisten genutzt?



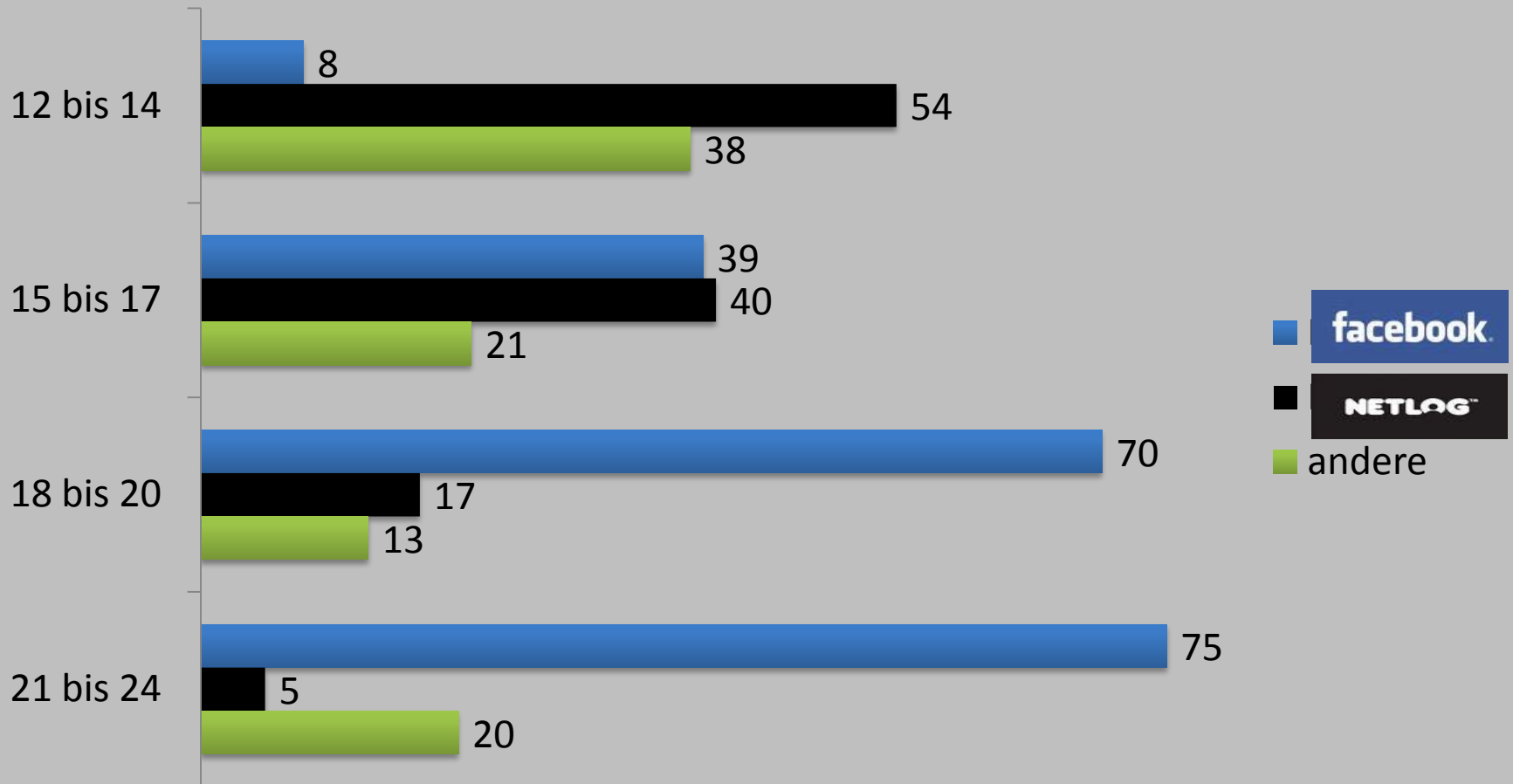
III. Produktpräferenzen

Netlog und Facebook nach Geschlecht



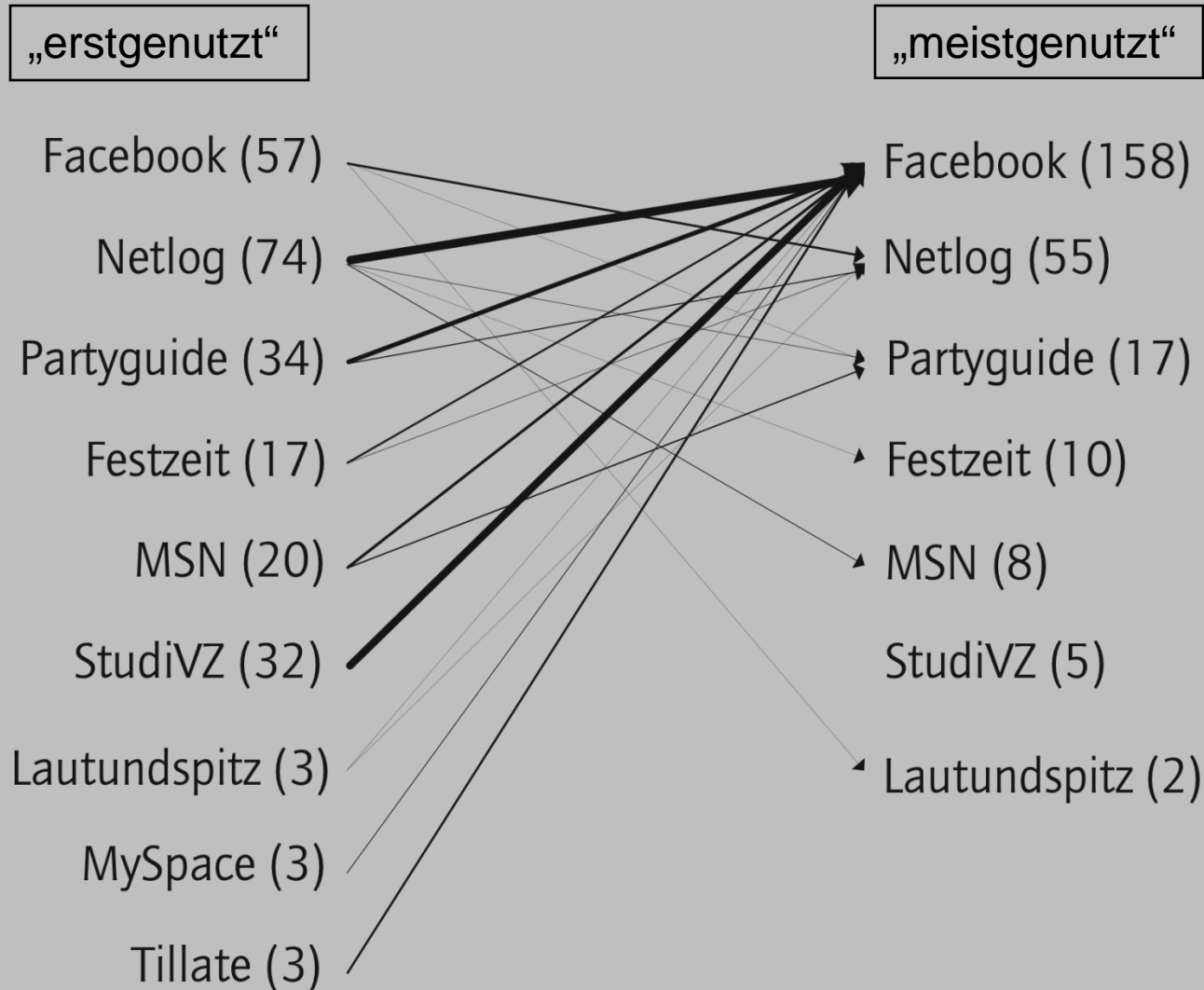
III. Produktpräferenzen

Netlog und Facebook nach Altersgruppen



III. Produktpräferenzen

„User-Wanderungen“



IV. Rezeptionsaktivitäten

Häufigkeit der SNS-Nutzung (nur User)

Prozent aller User:

- **59 %** **täglich**
- **88 %** **mindestens einmal pro Woche**
- errechnete wöchentliche Häufigkeit pro User: **4.86**

12 – 14 Jahre:

39 %

78 %

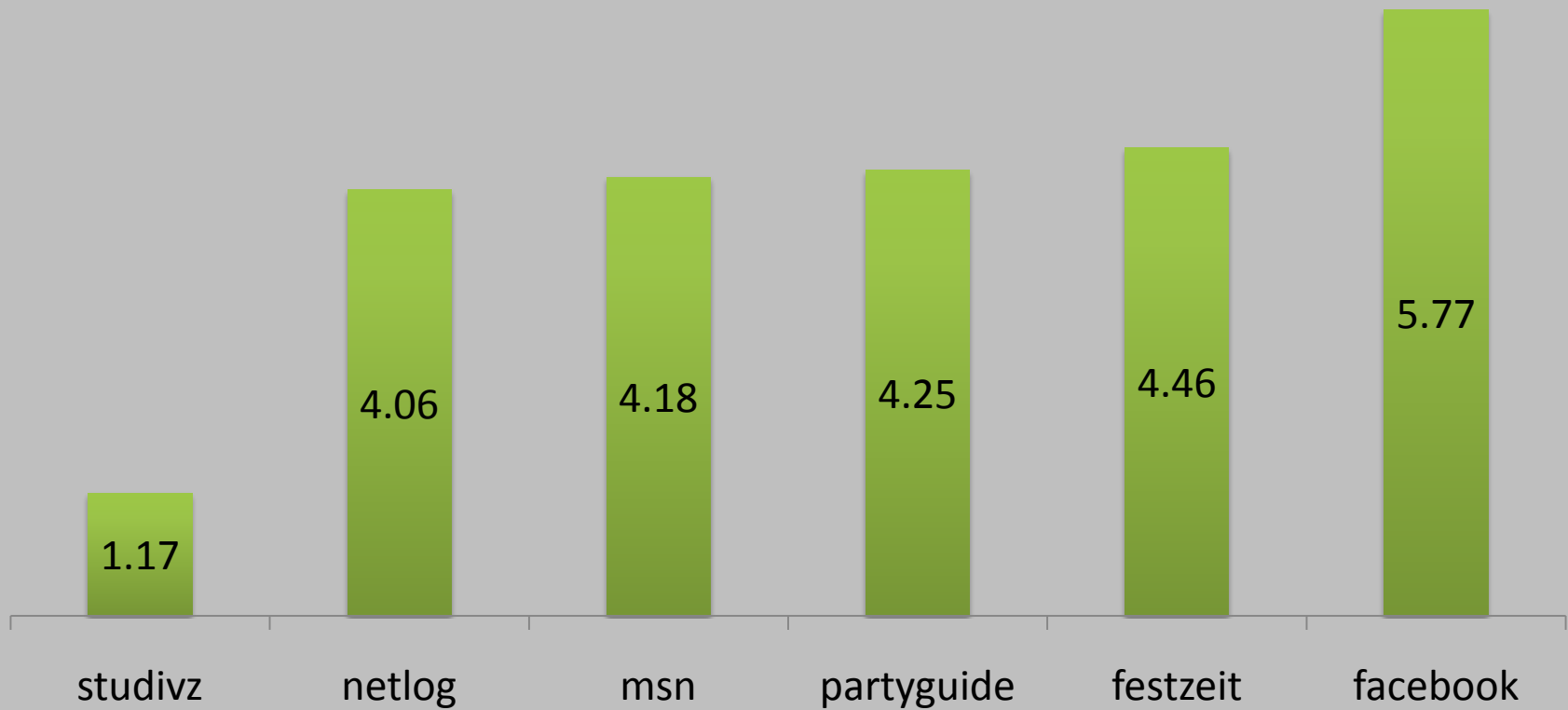
15 – 24 Jahre:

62 %

89 %

IV. Rezeptionsaktivitäten

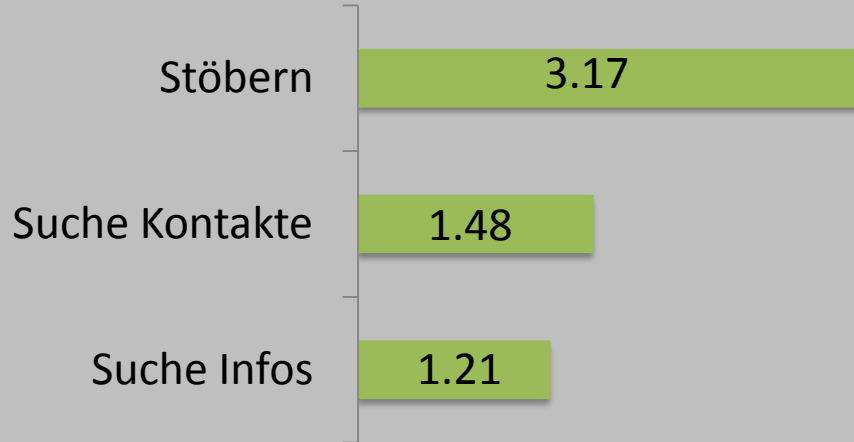
Nutzungshäufigkeit nach Portalen
(Häufigkeit pro Woche)



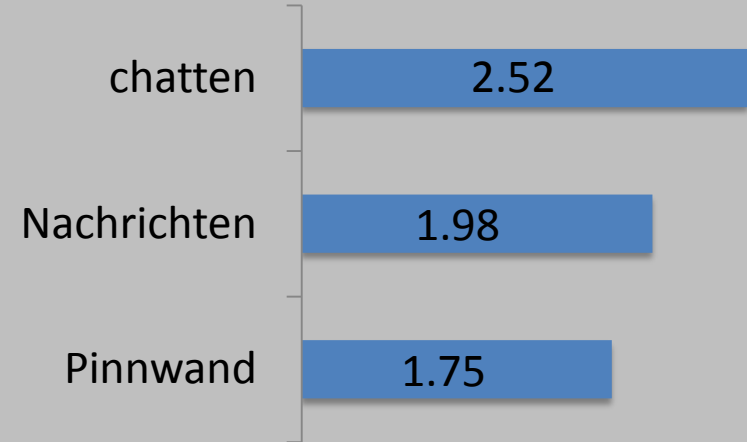
IV. Rezeptionsaktivitäten

Aktivitäten nach Bereichen (Häufigkeit pro Woche)

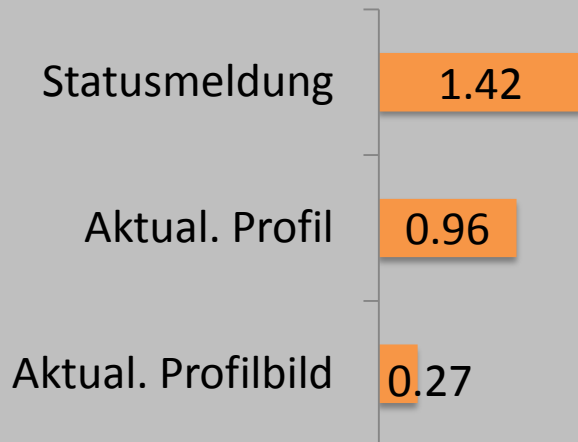
„Pull“



Kommunikation

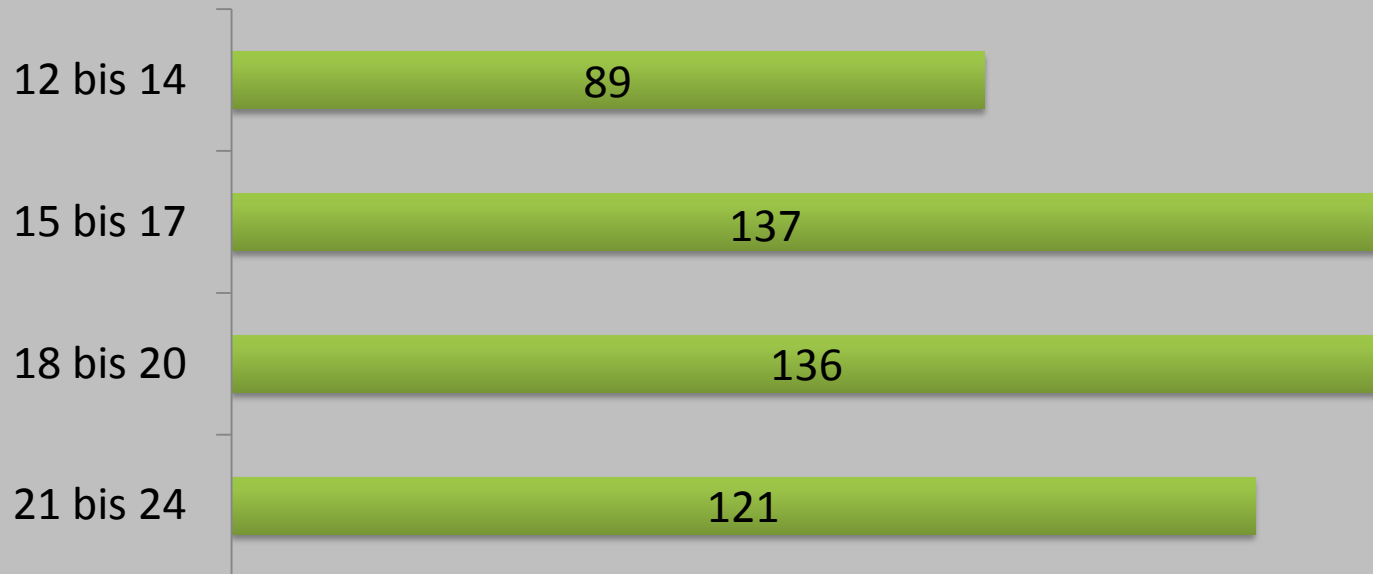


„Push“



V. Soziale Beziehungen

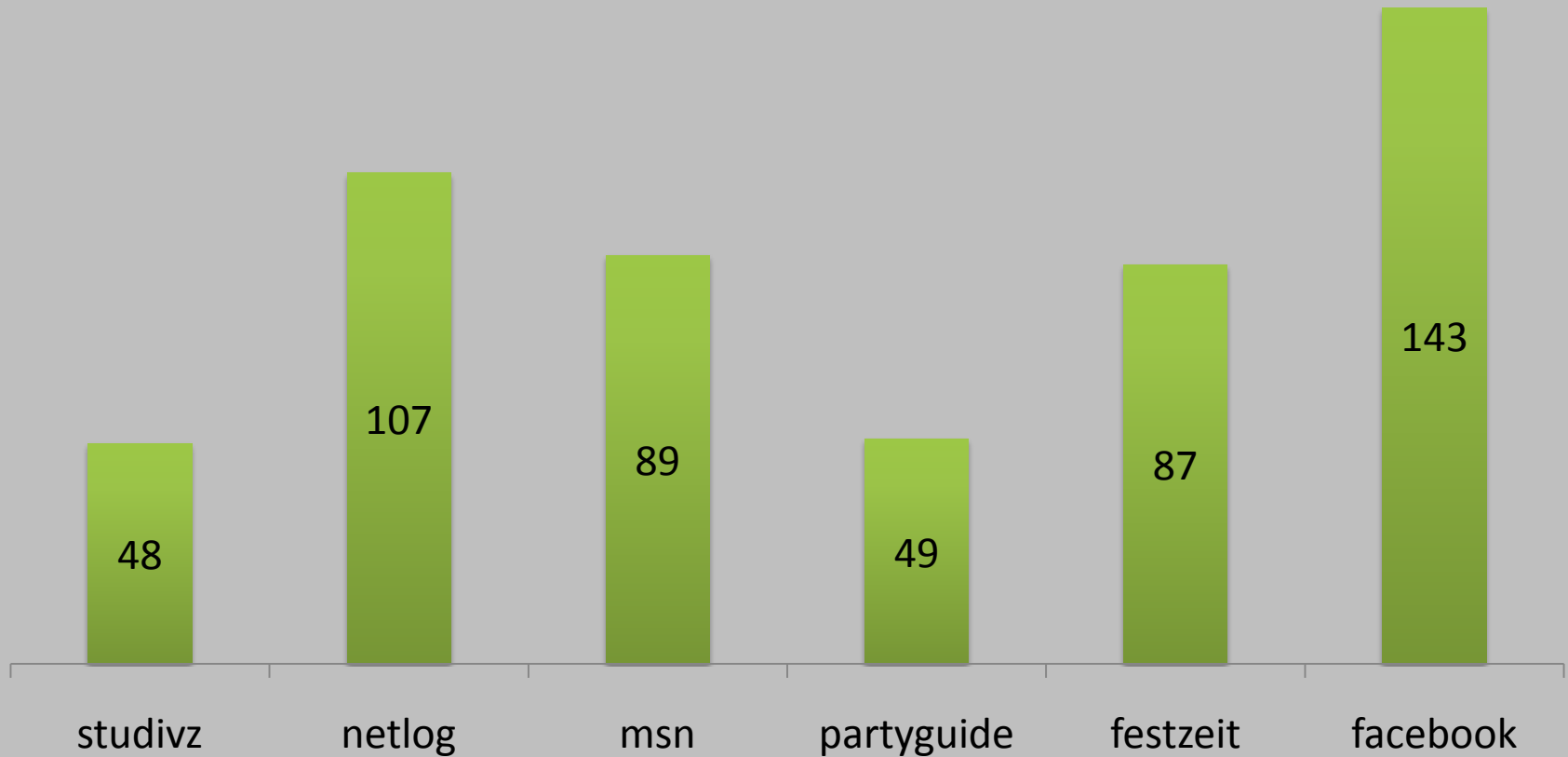
Wie viele Freunde hat man (dort)?



Ø124

V. Soziale Beziehungen

Gibt es Unterschiede zwischen den einzelnen Portalen?



V. Soziale Beziehungen

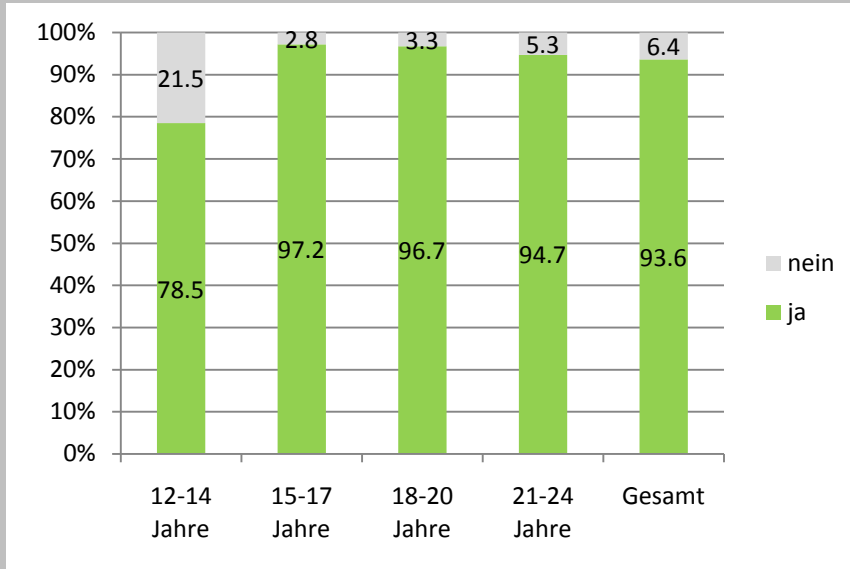
Was bedeutet „Freundschaft“ auf SNS?

- 85 % der Befragten SNS-User geben an, „die meisten“ der Freunde schon einmal persönlich getroffen zu haben
- Enge Freunde?
 - 16 % geben an, dass „die meisten“ der Freunde enge Freunde sind,
 - 58% „weniger als die Hälfte“
- Bei den 12 – 14-Jährigen sind es häufiger enge Freunde: 72 % mindestens „etwa die Hälfte“

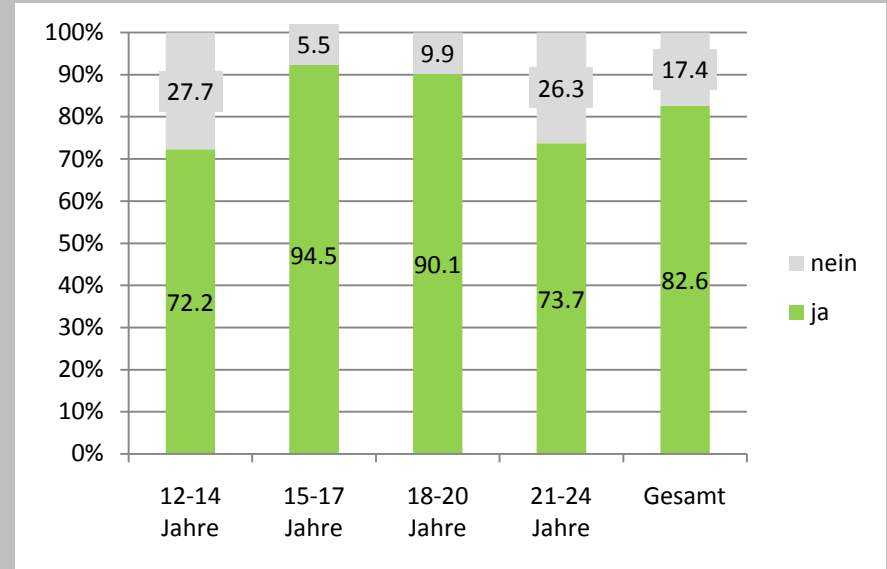


VI. Bilder auf SNS

Profilbild in % (N=466)



Weitere Bilder im Profil in % (N=466)



Durchschnittliche Anzahl Bilder im Profil (N=385)

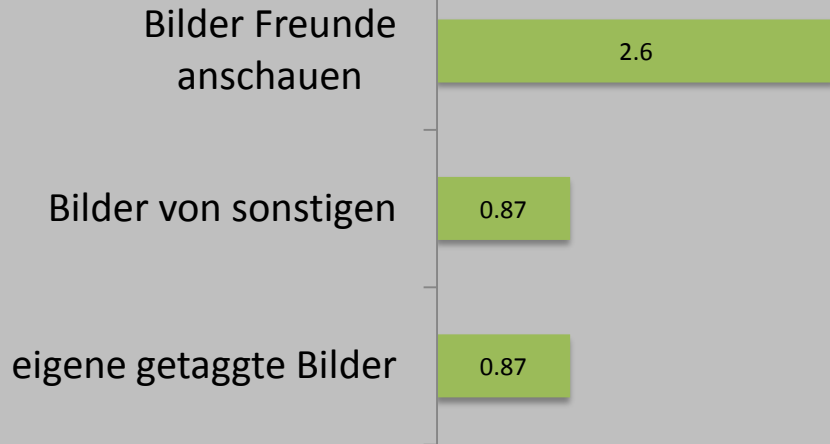
	12-14 Jahre	15-17 Jahre	18-20 Jahre	21-24 Jahre	Gesamt
Mittelwert	28	45	45	51	44

- Eigenlogik des Bildes: präsentativ, emotional
- Eindruckssteuerung: Ideales Selbst/Leistung des „Mittendrin“ und des „ganz Vorne“

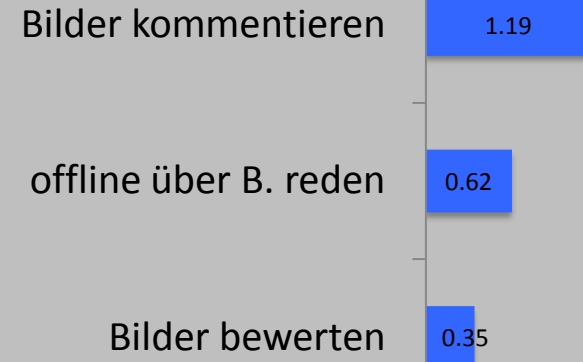
VI. Bilder auf SNS

Welche Bildaktivitäten werden bevorzugt? (Häufigkeit pro Woche)

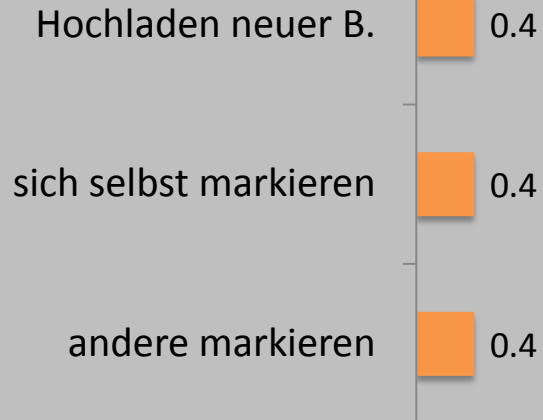
„Pull“



Kommunikation



„Push“



Fazit

- Facebook dominiert das Angebot, insbesondere je älter die UserInnen sind
- Sowohl Internetzugang als auch SNS-Nutzung sind bei den 12- bis 14-Jährigen deutlich geringer
- Der Höhepunkt der Nutzung derzeit zwischen 15 & 19 Jahren.
- SNS dienen vor allem zur Pflege der „Weak Ties“ und zur Alltagskommunikation
- Bilder haben einen zentralen Stellenwert auf SNS



SNS sind inzwischen essenzieller Teil der Alltags- und Online-Kommunikation

Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!

www.netzbilder.net