

PM 6/15

YouTube vor Facebook und WhatsApp – LeFloid ist Lieblings-YouTuber der Zwölf- bis 19-Jährigen

Erste Ergebnisse der JIM-Studie 2015

Stuttgart, 20.11.2015 – 61 Prozent der deutschen Jugendlichen benennen YouTube als liebstes Internetangebot, mit weitem Abstand folgen Facebook (36 %) und der Messengerdienst WhatsApp (29 %). Mit 94 Prozent zählen fast alle Zwölf- bis 19-Jährigen generell zu den Nutzern von YouTube, vier von fünf Jugendlichen (81 %) sehen sich mindestens mehrmals pro Woche Videoclips auf YouTube an, jeder Zweite nutzt die Videoplattform nach eigenen Angaben sogar täglich (52 %). Dabei sind Musikvideos bei den YouTube-Nutzern am beliebtesten: Innerhalb von 14 Tagen nutzen 78 Prozent Musikclips, auf dem zweiten Rang folgen lustige Clips (66 %), Platz drei belegen Tutorials (43 %), also Filme, in denen Dinge gezeigt und erklärt werden. „Let`s play-Videos“ – hier kann man Anderen beim Spielen digitaler Games zusehen – werden von 38 Prozent genutzt, 34 Prozent schauen sich mindestens einmal in 14 Tagen Sportvideos an. Inhalte, die schon einmal im Fernsehen gezeigt wurden, werden von einem Viertel (24 %) angeschaut, jeweils 22 Prozent finden Gefallen an Produkttests oder Action-Cam-Videos. Dies sind erste Ergebnisse der JIM-Studie 2015 (Jugend, Information, (Multi-) Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest.

Bei der konkreten Frage nach den liebsten YouTube-Kanälen verteilen sich aufgrund der Vielzahl verfügbarer Angebote die Angaben. Mit acht Prozent der Nennungen liegt „LeFloid“ auf dem ersten Platz. Den zweiten Rang teilen sich die fast ausschließlich von Mädchen favorisierten Angebote „Bibis Beauty Palace“ und „Dagi Bee“ mit jeweils sechs Prozent. Die „Let`s plays“ von „Gronkh“ werden mit vier Prozent der Nennungen auf den dritten Platz gevotet.

Die Gesamtergebnisse der JIM-Studie 2015 werden am 27. November 2015 im Musikpark Mannheim vorgestellt. Neben Fakten zum Thema Smartphone, zur subjektiven Wichtigkeit der Medien sowie zu Themeninteressen und zum Informationsverhalten der Jugendlichen enthält die Studienreihe Basisdaten zum Freizeitverhalten der Zwölf- bis 19-Jährigen sowie Medien-nutzungsdaten zu Fernsehen, Radio, Internet, Büchern und digitalen Spielen.

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 jährlich in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk durchgeführt. Die repräsentative Studie bildet das Medienverhalten der Jugendlichen in Deutschland ab. Für die Befragung wurden 1.200 Jugendliche zwischen zwölf und 19 Jahren im Frühsommer 2015 telefonisch befragt.

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK). Die Durchführung der Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR). Kooperationspartner bei der JIM-Studie ist die Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG).

Bei Fragen steht Ihnen Thomas Rathgeb zur Verfügung unter:

Telefon: 0711 / 66 99 180 oder E-Mail: T.Rathgeb@lfk.de