

## **WhatsApp — ein „Must-Have“, Snapchat — ein Teenie-Phänomen, YouTube als zunehmend wichtiger Tagesbegleiter der „Generation Cloud-TV“**

### **Neue Studie des Instituts für Jugendkulturforschung gibt Einblicke in die digitalen Lebenswelten junger ÖsterreicherInnen**

Bildungsnahе Jugendliche zeigen besondere Nähe zu Social Media. Ihr Trendsetter-Status gilt in ExpertInnenkreisen als unhinterfragt. Das Institut für Jugendkulturforschung hat 300 bildungsnahе „Digital Natives“ im Alter von 16 bis 24 Jahren zu ihrem digitalen Kommunikationsmix befragt. Die Studie zeigt: Social Media sind aus den jugendkulturellen Lebenswelten nicht mehr weg zu denken. Die Smartphone-Sättigung liegt in der Zielgruppe bei nahezu 100%, mobile Nutzung in Echtzeit wird bei Jugendlichen zur selbstverordneten Medizin gegen „FOMO“ (Fear of missing out).

### **„Nicht ohne mein Smartphone“: Das App-Universum differenziert aus, WhatsApp bleibt unverzichtbar**

In Sachen Smartphone-Apps orientieren sich bildungsnahе „Digital Natives“ am Mainstream. Vor allem WhatsApp ist für junge ÖsterreicherInnen zum unverzichtbaren Tagesbegleiter geworden. 97% der bildungsnahе „Digital Natives“ nutzen WhatsApp täglich. Unter den fünf am häufigsten genutzten Apps belegt WhatsApp mit sehr deutlichem Abstand Platz 1: 2/3 der Befragten nennen, ungestützt abgefragt, WhatsApp als die von ihnen am häufigsten verwendete App (zum Vergleich: nur 9% der App-User nutzen Instagram, 5% Snapchat, 4% Facebook und 2% YouTube am häufigsten).

Neben WhatsApp sind Instagram, Snapchat, Facebook und YouTube die populärsten Apps. Gemessen an der Nutzungsintensität entfallen in der untersuchten Zielgruppe 86% des App-Kuchens auf diese fünf Apps. Die restlichen 14% werden von Apps für speziellere Zielgruppenbedürfnisse abgedeckt.

### **Jugendkultur digital: Snapchat für Teenies, Twitch für echte Insider**

Social Media sind heute fester Bestandteil jugendkultureller Lebenswelten, NutzerInnenkulturen differenzieren plattformspezifisch aus. Bei den Teenies liegt Snapchat im Trend: 74% der 16- bis 19-jährigen nutzen Snapchat täglich (bei den 20- bis 24-jährigen sind es deutlich weniger: nämlich nur 37%). Instagram rangiert in der digitaltrendaffinen jungen Zielgruppe mit 62% täglichen Usern generell auf hohem Niveau, und zwar ebenfalls mit tendenziell größerem Potential bei den Jüngeren. Facebook wird hingegen alt und immer älter: Nur mehr 52% der 16- bis 19-jährigen nutzen Facebook als Tagesbegleiter, bei den 20- bis 24-jährigen liegt der Anteil der täglichen Facebook-User noch bei 86%.

Twitch, ein Live-Streaming-Videoportal, das vorrangig zur Übertragung von Videospielen genutzt wird, bleibt ein Nischending und hat vor allem in männlich dominierten digitalen Jugendkulturen mit Gaming-Affinität Bedeutung: 14% der Burschen und jungen Männer nutzen Twitch zumindest einmal pro Woche. Bei den Mädchen und jungen Frauen liegt der Anteil der wöchentlichen Nutzerinnen hingegen lediglich bei 4%.

### **„Generation Cloud-TV“: Hohe Bedeutung von YouTube**

Das Fernsehverhalten der „Digital Natives“ ist mit dem ihrer Eltern kaum vergleichbar. „Digital Natives“ setzen auf „Cloud-TV“, sprich: auf vielfältige Verbreitungs- und Nutzungswege, wobei das klassische „Patschenkino“ (lineares Fernsehen) an Bedeutung verliert, zeitsouveränes Abrufen von Streams auf unterschiedlichen Endgeräten hingegen an Bedeutung gewinnt.

Neben Mediatheken und Streamingportalen ist YouTube in der „Generation Cloud-TV“ zu einem ernst zu nehmenden Faktor in Sachen „Internetfernsehen“ geworden. Vor allem bei männlichen Jugendlichen ist YouTube im Media-Mix fest verankert: Für 83% der Burschen und jungen Männer, die YouTube täglich nutzen, ist YouTube zum unverzichtbaren Tagesbegleiter geworden. Bei den Mädchen und jungen Frauen ist der Anteil der täglichen Nutzerinnen mit 51% deutlich niedriger.

In der „Generation Cloud-TV“ ist YouTube übrigens weit mehr als ein populäres Entertainmentangebot. YouTube wird mehr und mehr zu einem festen Bestandteil informationsorientierter Mediennutzung. Bereits heute nennen in der Gruppe der digitalaffinen bildungsnahen Jugendlichen 37% Dokumentationen, 24% Wissenschaft und Technik, 23% Politik und immerhin 15% tagesaktuelle Nachrichten als eines ihrer persönlich liebsten YouTube-Genres.

### **Gender-Gap: Unterschiedliche Genrepräferenzen – auch in den Bildungsschichten**

Im Ranking der beliebtesten YouTube-Genres liegen „Musik“ und „Comedy“ bei beiden Geschlechtern ganz vorne. Ansonsten laufen Genrepräferenzen über weite Strecken auseinander.

Die Top-5-YouTube-Genres der Mädchen und jungen Frauen sind: Musik (90% der befragten Mädchen und jungen Frauen nennen Musik als eines ihrer liebsten YouTube-Genres), Comedy (48%), Tutorials (45%), Beauty/Kosmetik und Kino/Film (jeweils 43% Nennungen).

Die Top-5-YouTube-Genres der Burschen und jungen Männer zum Vergleich: Musik (mit 83% Nennungen), Comedy (66%), Sport (44%), Fitness (39%) und Dokumentationen (38%).

Insgesamt zeigt die YouTube-Nutzung in den jungen Bildungsschichten einen deutlichen Gender-Gap in Bezug auf Themeninteressen. „Sport“, „Gaming“, aber auch „Wissenschaft und Technik“ sind bei jungen YouTube-Usern in ganz klassischer Weise Männerdomäne. Die

Themen „Schönheit/Kosmetik“, „Mode/Fashion“ und „Lifestyle“, „Tiere“, „Kochen“ sowie „Tutorials“, die als On-demand-Weiterbildungsangebot zu persönlich interessierenden Themen dienen, finden hingegen bei Mädchen und jungen Frauen ihr Publikum. Zumindest in dieser Hinsicht ist die digitale Jugend konventioneller als man vermutet.

**Daten zur Studie:**

- Freiwilligenarbeit und digitale Jugendkultur: Mehrthemen-Umfrage unter 300 bildungsnahen 16- bis 24-jährigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen
- Eigenstudie des Instituts für Jugendkulturforschung
- Art der Befragung: online
- Studienteam: Dr. Beate Großegger, Katharina Koller, Matthias Rohrer

**Rückfragenachweis:**

Institut für Jugendkulturforschung

Mail: [jugendforschung@jugendkultur.at](mailto:jugendforschung@jugendkultur.at)

Tel. 01/532 67 95

## Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung. Seit 2016 betreibt das Institut darüber hinaus ein [generationlab](#) mit Forschung, Fortbildung und Beratung zu Generationenfragen.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die Alltagskulturen optimal erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Sozialforschung auf hohem Niveau. Das Leitungsteam des Instituts ist seit mehr als zwei Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Sozialforschung tätig.

Wir sind spezialisiert auf:

- Repräsentativumfragen → face-to-face sowie online
- qualitative Jugend- und Intergenerationenstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abstestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugendarbeit und Jugendforschung
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Trendmonitoring
- Generationenanalyse und -beratung
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung: Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

Phone: +43 (1) 532 67 95

Web: <http://www.jugendkultur.at>

E-mail: [jugendforschung@jugendkultur.at](mailto:jugendforschung@jugendkultur.at)

E-Mail: [generationlab@jugendkultur.at](mailto:generationlab@jugendkultur.at)