

Grunddaten Jugend und Medien 2012

Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland

Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien
von Heike vom Orde, IZI

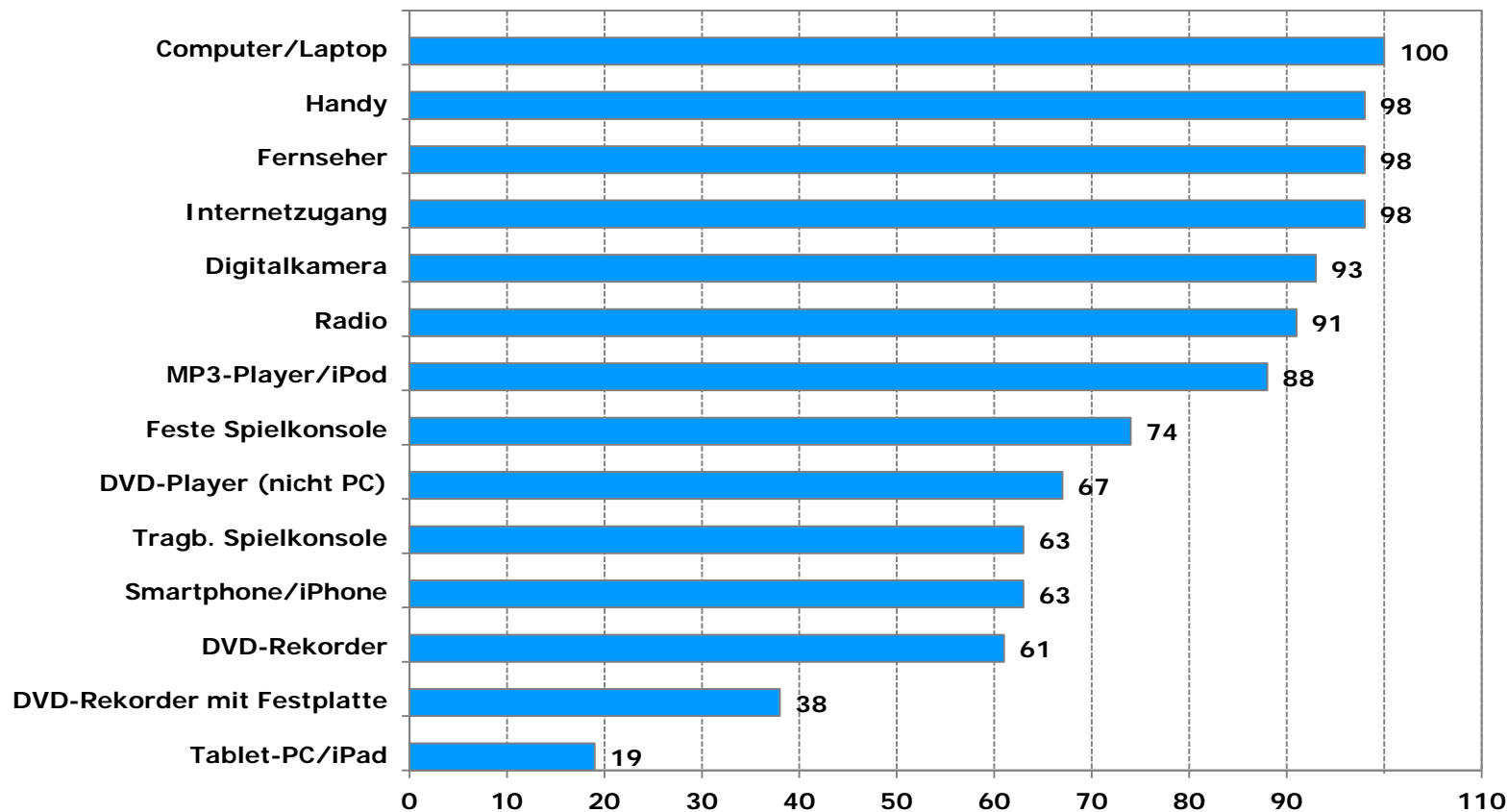
Inhaltsübersicht

| | |
|---|-----------|
| Mediennutzung, -besitz und Relevanz der Medien für Jugendliche | 3 |
| Jugendliche und Fernsehen | 17 |
| Computer, Internet und Web 2.0 | 32 |
| Handy und mobile Medien | 50 |

Mediennutzung, -besitz und Relevanz der Medien

Wie sieht 2012 die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt (Auswahl, Angaben in %)

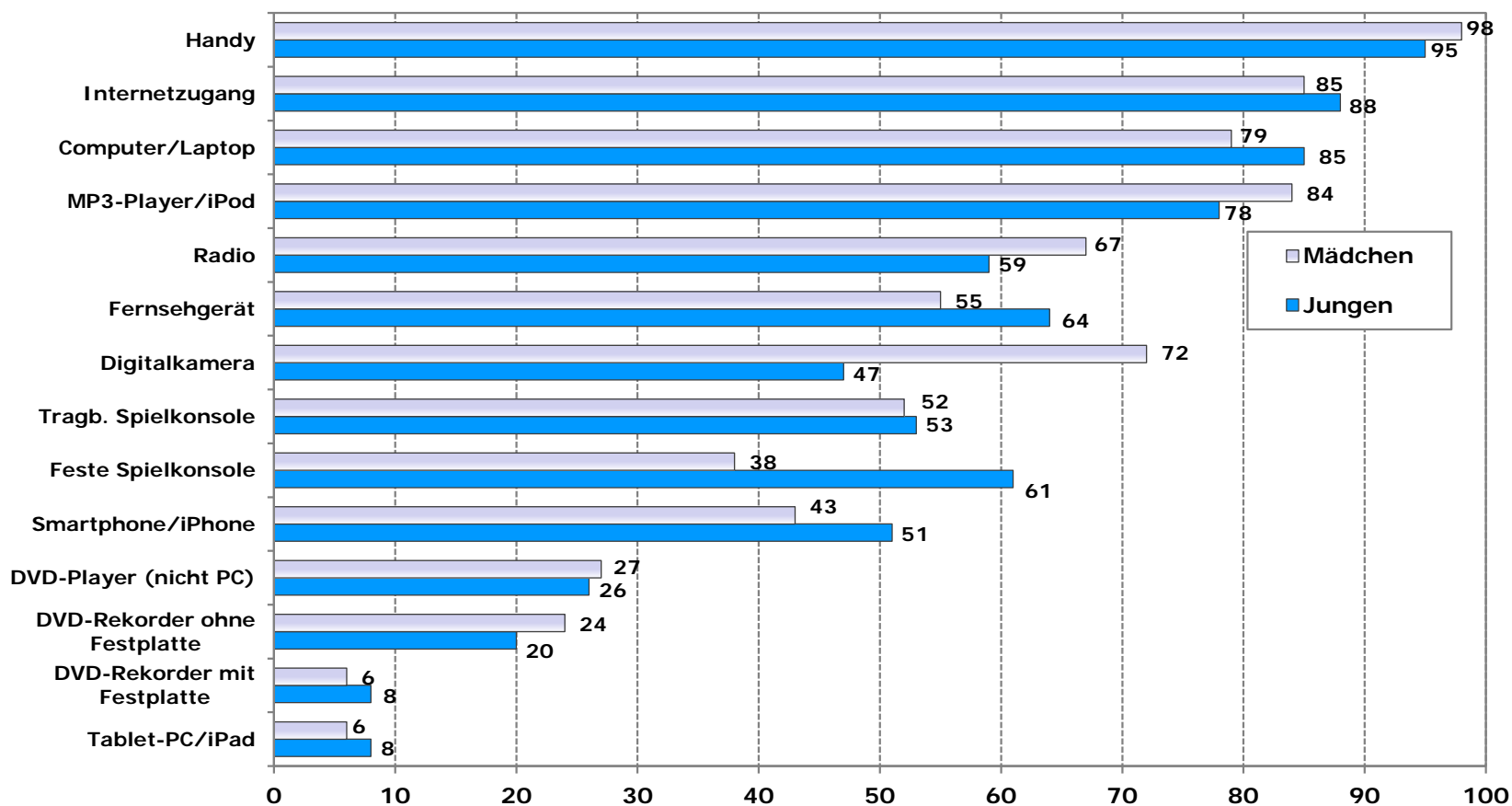


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 6.

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher 2012, nach Geschlecht (Angaben in %)

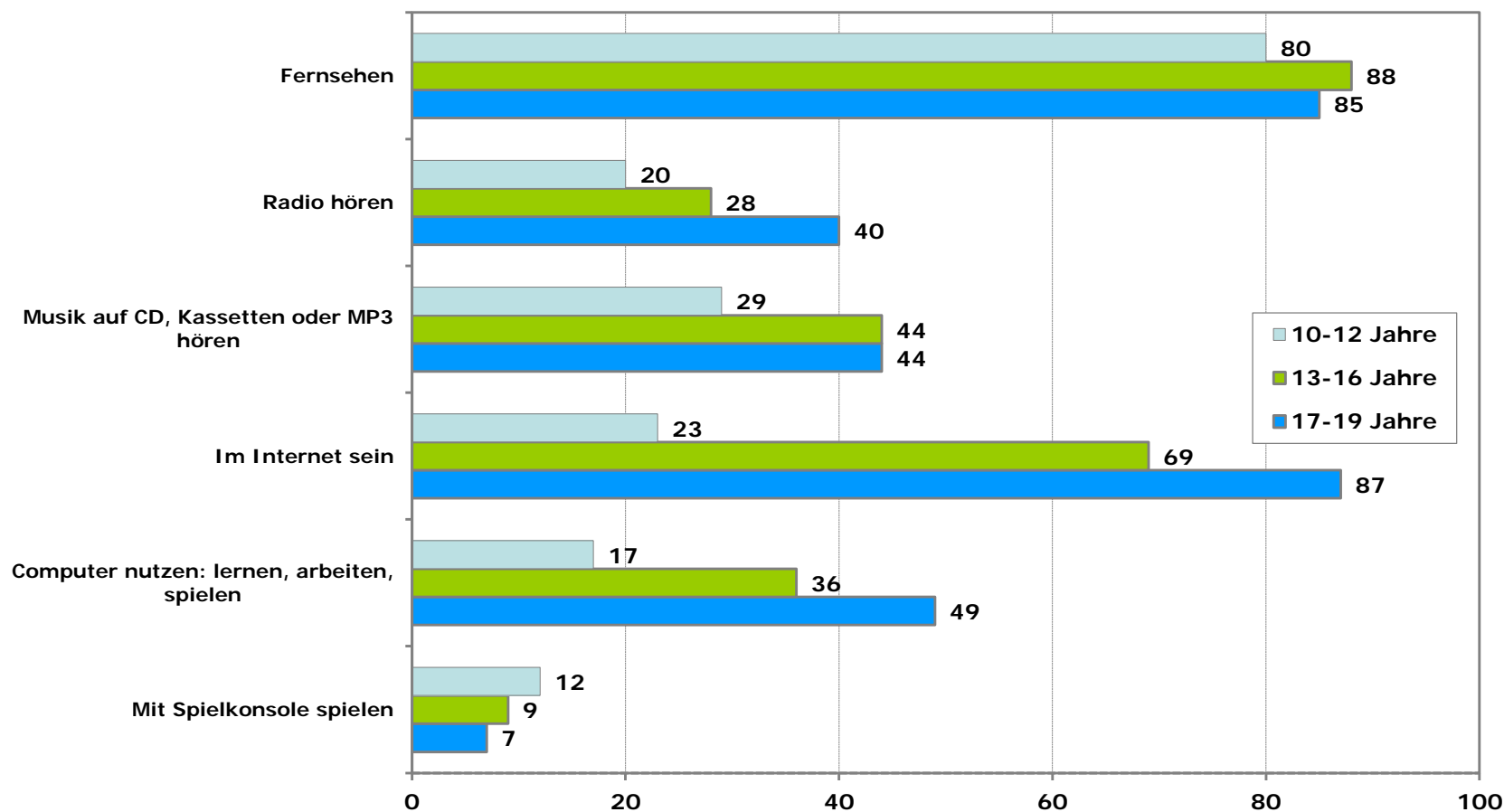


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 8.

Welche Medien werden in der Freizeit am häufigsten genutzt?

Tägliche Nutzung 2012, nach Alter (Auswahl, Angaben in %)

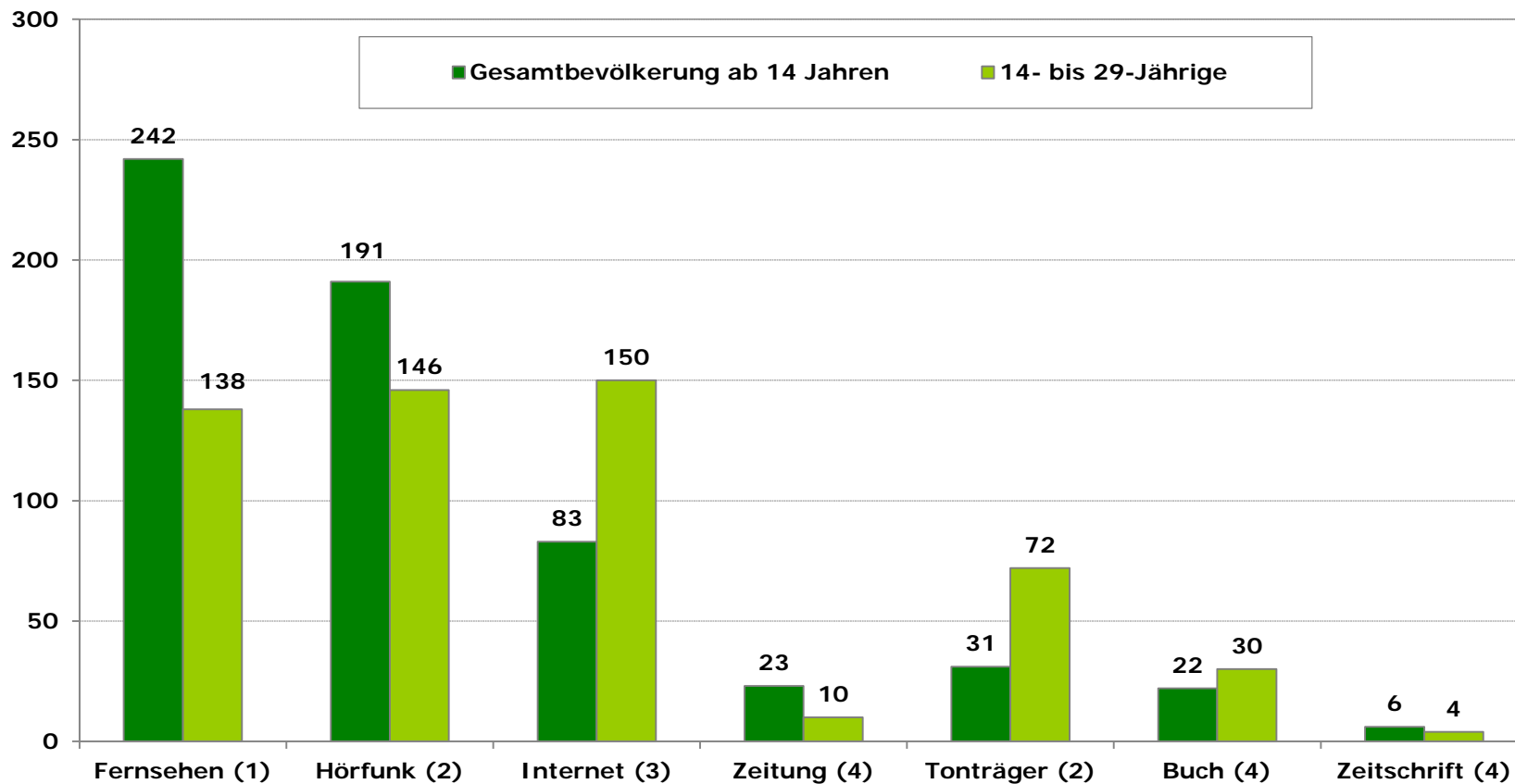


Basis: n=1.066 Jungen und Mädchen, 10-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 85-87.

Tägliche Nutzungsdauer verschiedener Medien 2012

Nutzungsdauer in Minuten/Tag, nach Altersgruppen



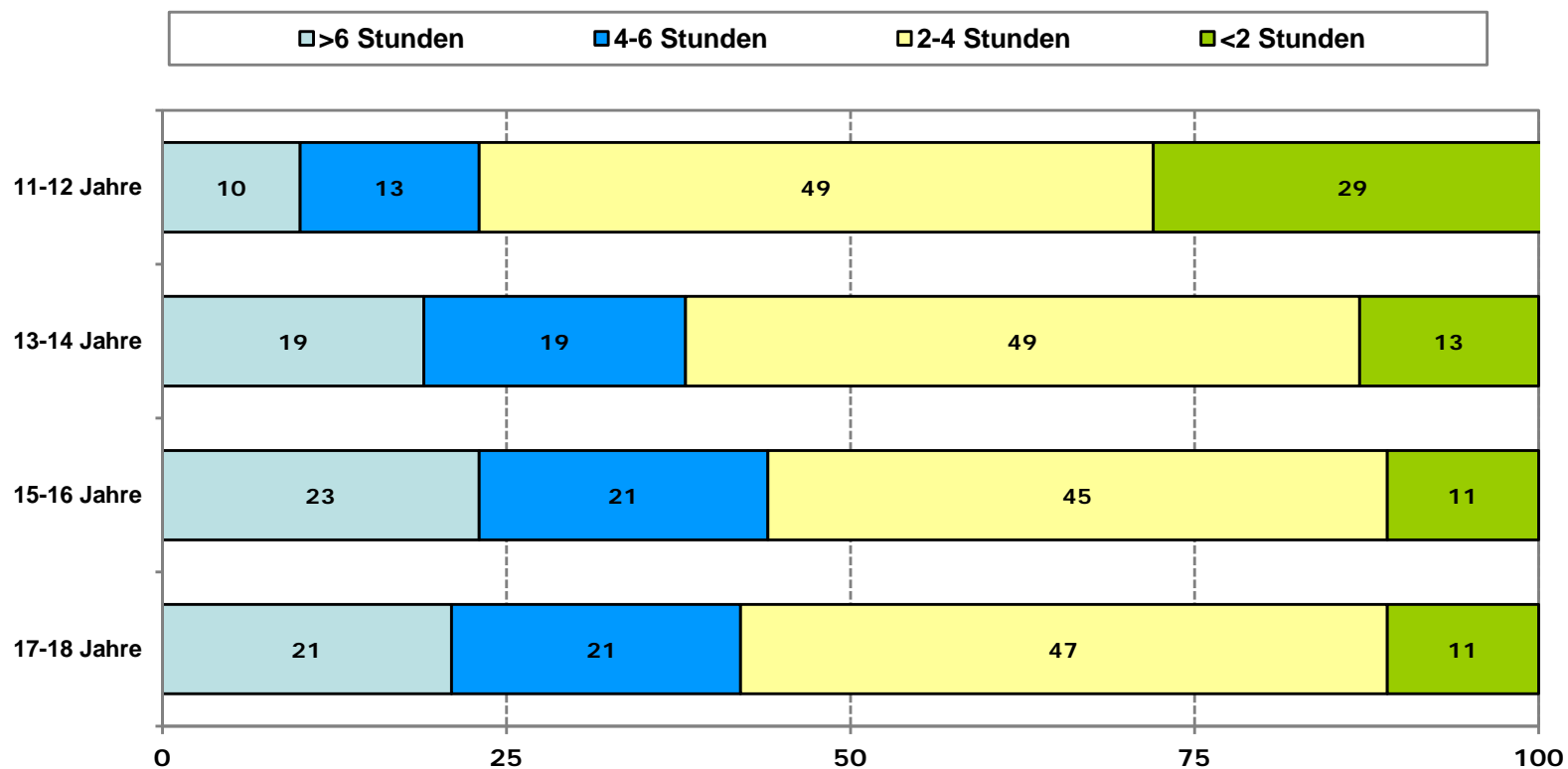
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland,
Montag bis Sonntag.

Quellen: (1) AGF/GfK (1.1.-30.06.2012), (2) ma 2012/I, (3) ARD-/ZDF-Online-Studie 2012, (4) Massenkommunikation 2010,
in: van Eimeren / Frees 2012, S. 378.

Seite 7

Medienvielnutzer: Anteil nach Altersgruppen

Angaben in %

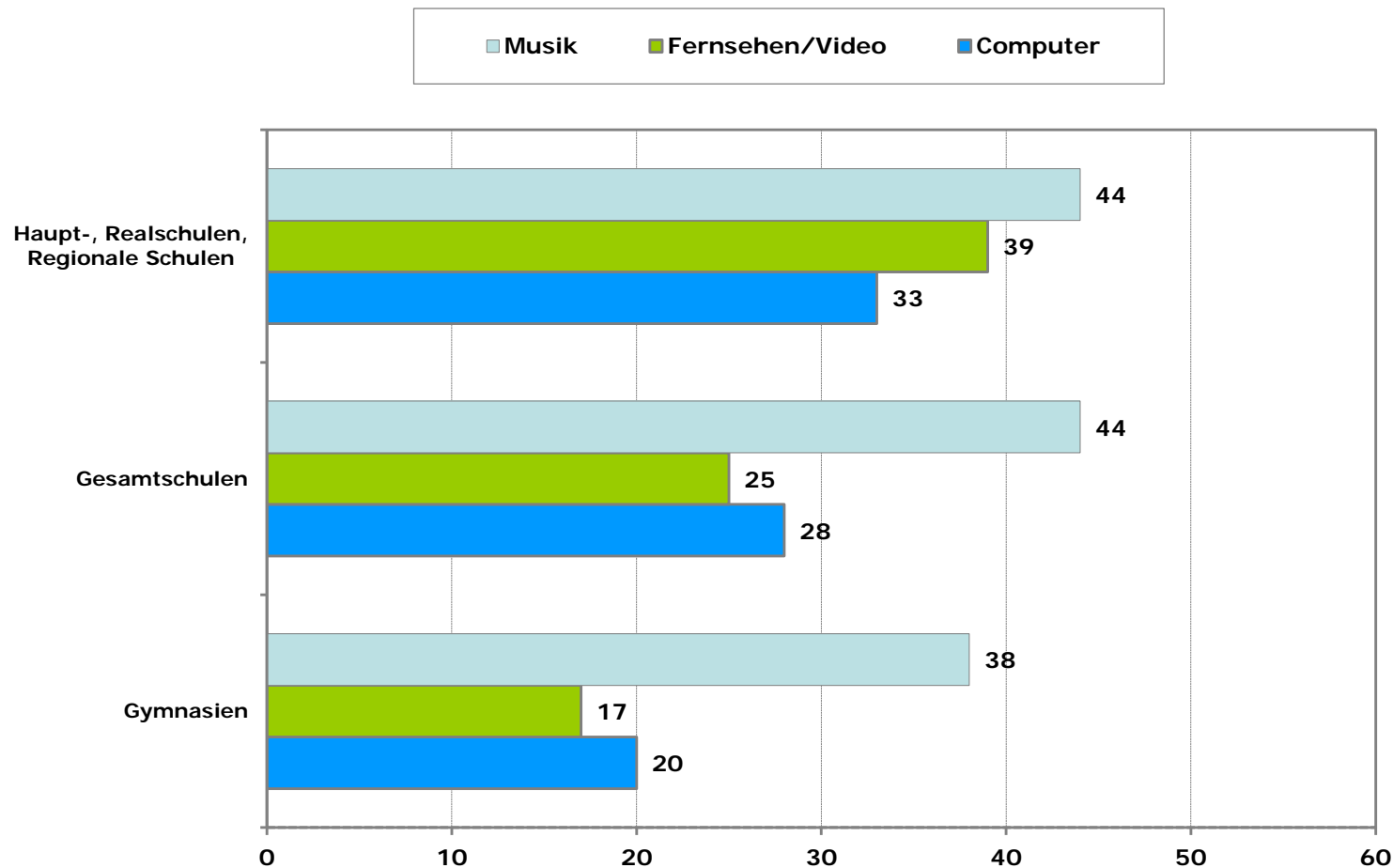


Basis: n=5.840, 11-18 Jahre.

Quelle: Leuphana Universität Lüneburg, S. 8.

Medienvielnutzer: Anteil nach Schulform

Angaben in %

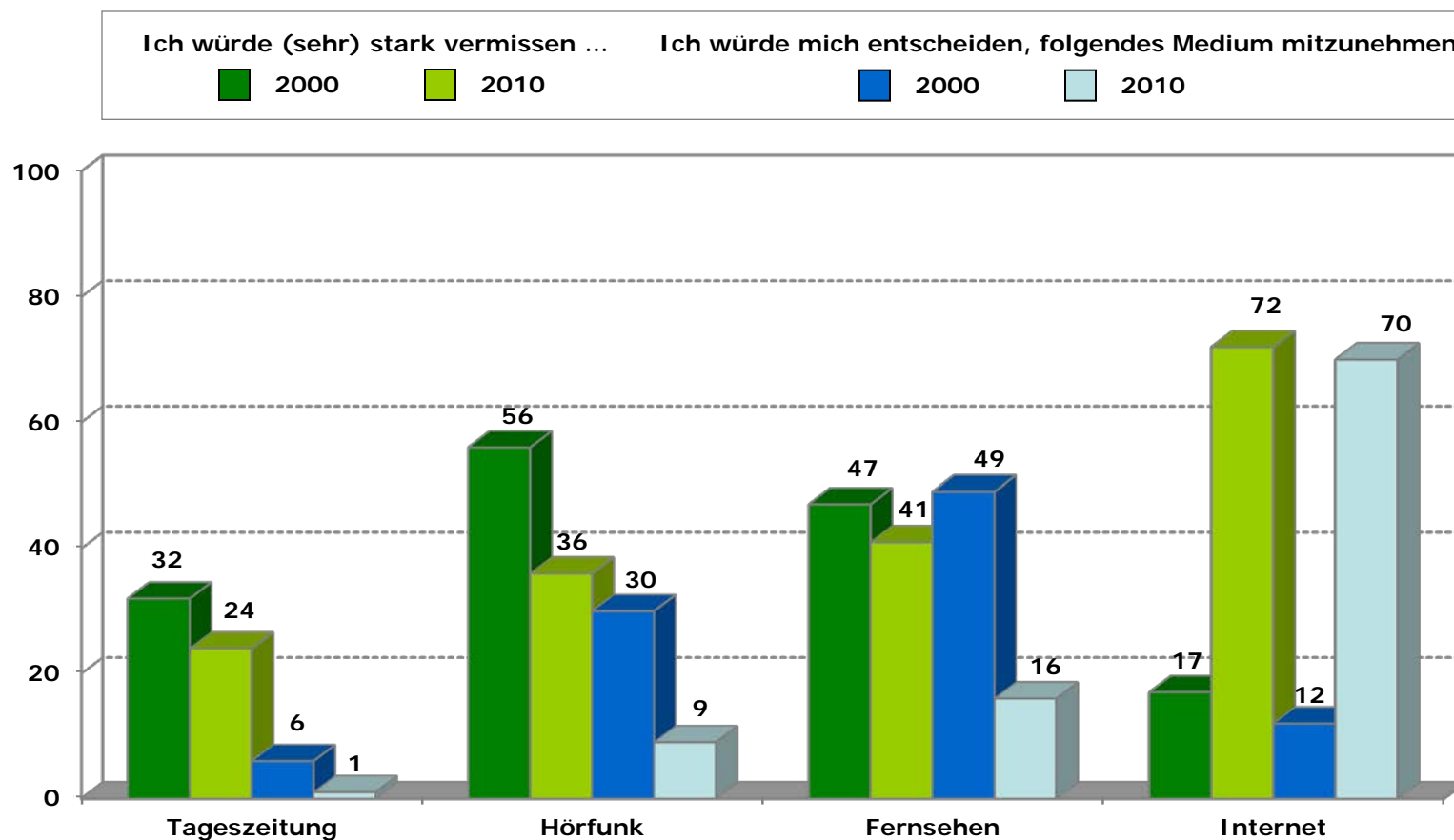


Basis: n=5.840, 11-18 Jahre

Quellen: Leuphana Universität Lüneburg, S. 7.

Die Inselfrage: Bindung an die Medien bei den 14- bis 29-Jährigen Vergleich 2000 und 2010

Angaben in %

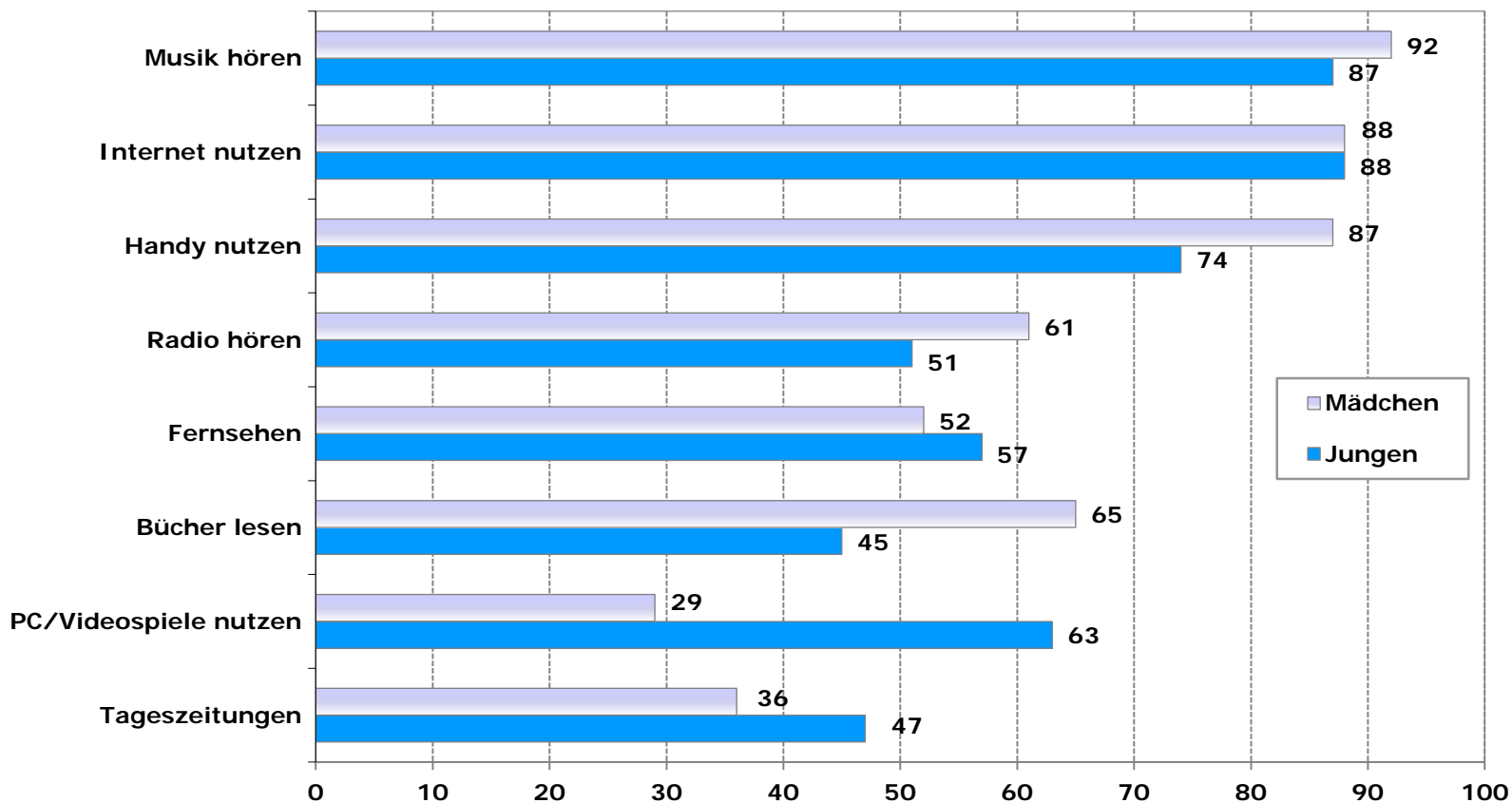


Basis: n=4.503, 14-29 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in:
van Eimeren/Ridder 2011, S. 5.

Welche Medientätigkeiten waren Jugendlichen 2012 sehr wichtig?

Welche Medientätigkeiten sind dir sehr wichtig/wichtig? Differenziert nach Geschlecht (Angaben in %)



Basis: n= 1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 14.

Das Image der Medien bei den 14- bis 29-Jährigen im Direktvergleich 2010:

Welche Eigenschaft trifft am ehesten zu auf ... (Auswahl, Angaben in %)

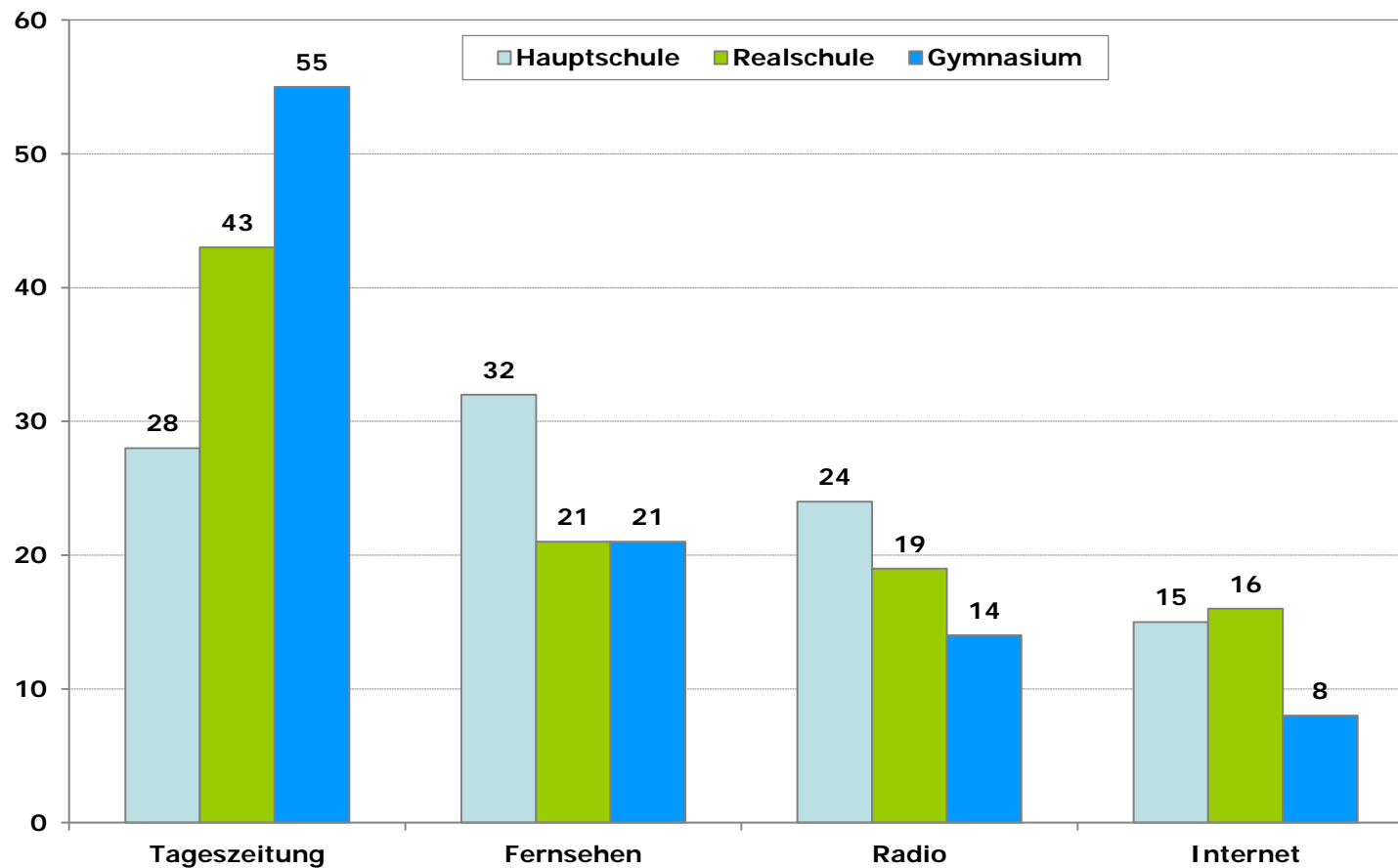
| | ... das Fernsehen | ... den Hörfunk | ... die Tageszeitung | ... das Internet |
|----------------------|-------------------|-----------------|-------------------------|------------------|
| anspruchsvoll | 17 | 7 | 47 | 29 |
| modern | 16 | 4 | 1 | 78 |
| unterhaltsam | 57 | 10 | 1 | 31 |
| informativ | 14 | 10 | 28 | 48 |
| glaubwürdig | 19 | 15 | 45 | 21 |
| kompetent | 17 | 12 | 39 | 32 |
| kritisch | 20 | 10 | 40 | 30 |

Basis: n=4.503, 14-29 Jahre.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in:
van Eimeren/Ridder 2011, S. 6.

Wie glaubwürdig sind die Medien für Jugendliche 2012?

Würde bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen auf ... (Angaben in %)

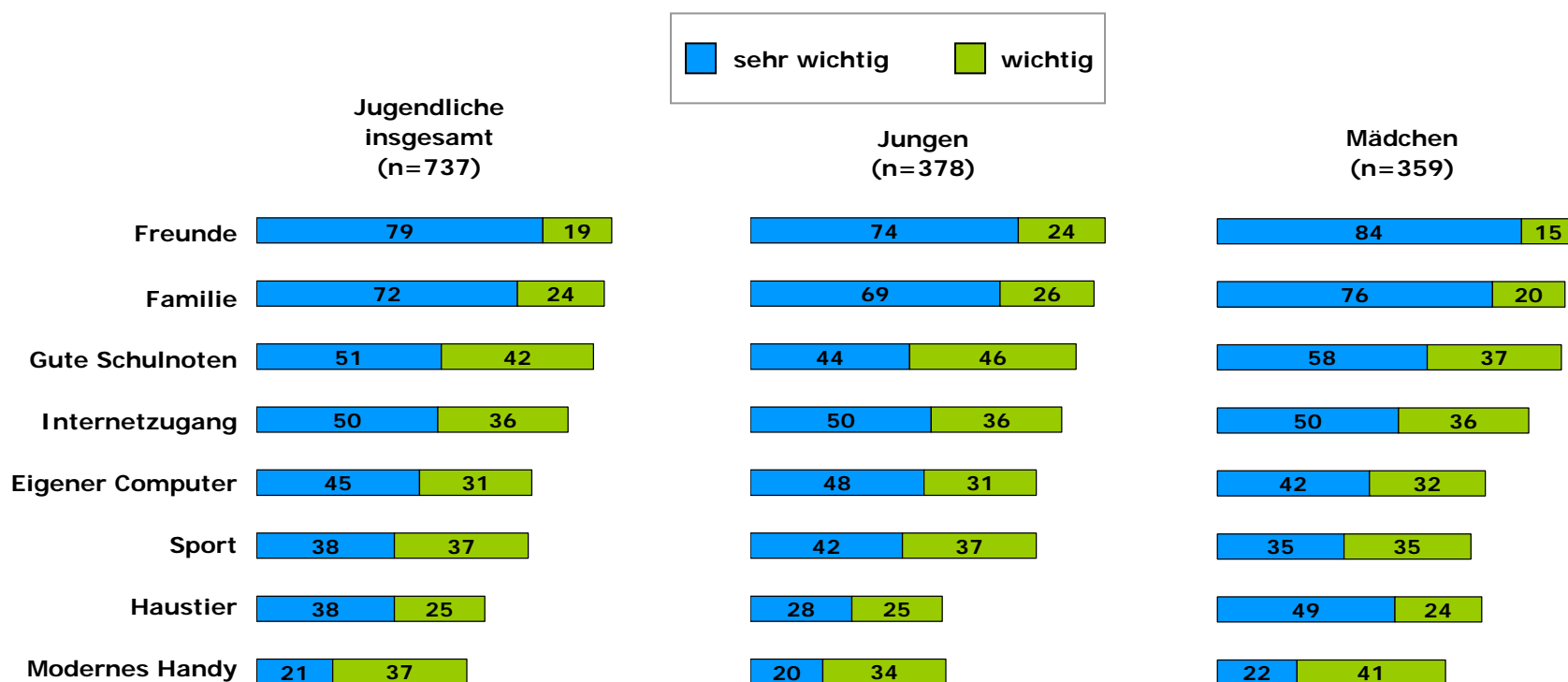


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 17.

Trotzdem: Die Medien sind nicht das Wichtigste im Leben der (meisten) Jugendlichen

(Sehr) wichtig sind mir im Moment ... (2011, Angaben in %)

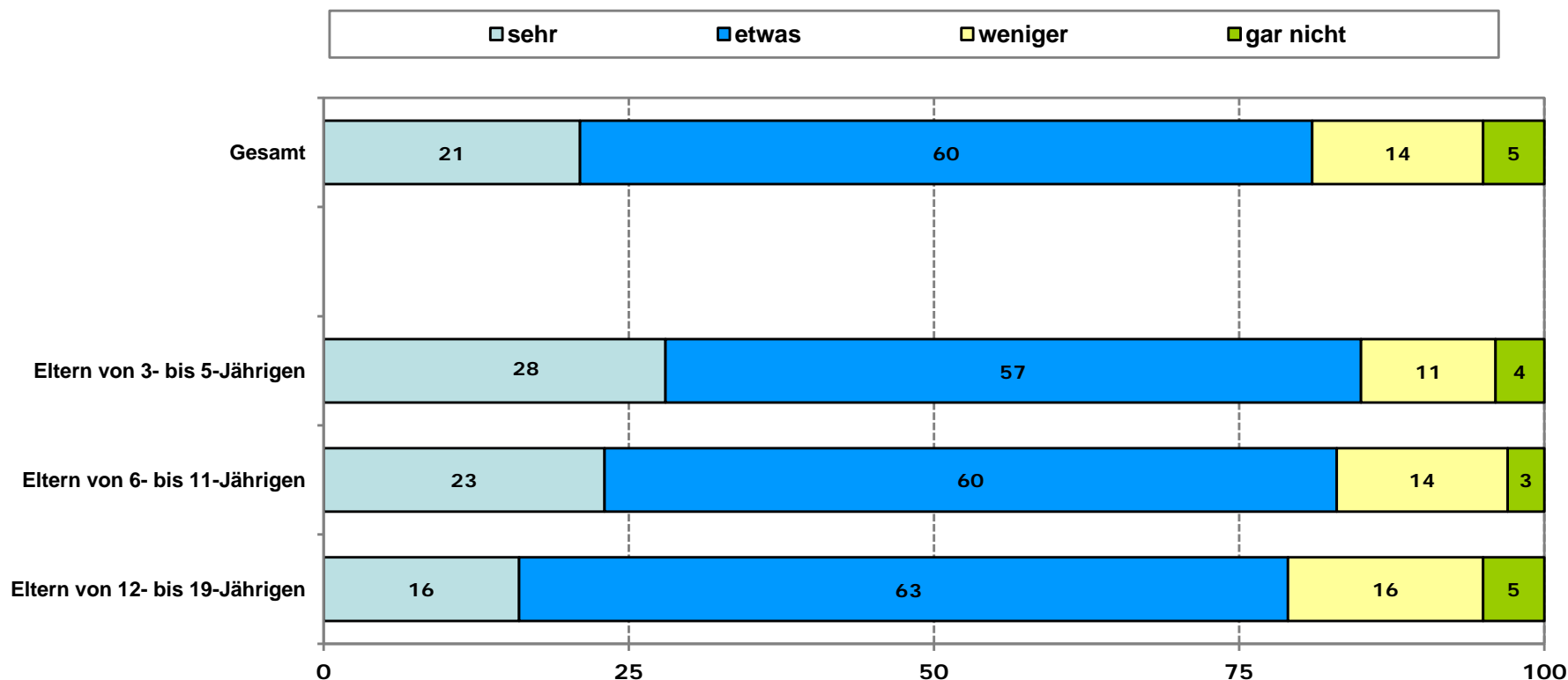


Basis: n=737, 10-18 Jahre.

Quelle: BITKOM 2011, S. 9.

Wie kompetent fühlen sich Eltern heute in Fragen der Medienerziehung?

Angaben der Eltern, nach Altersgruppen der Kinder (Angaben in %)

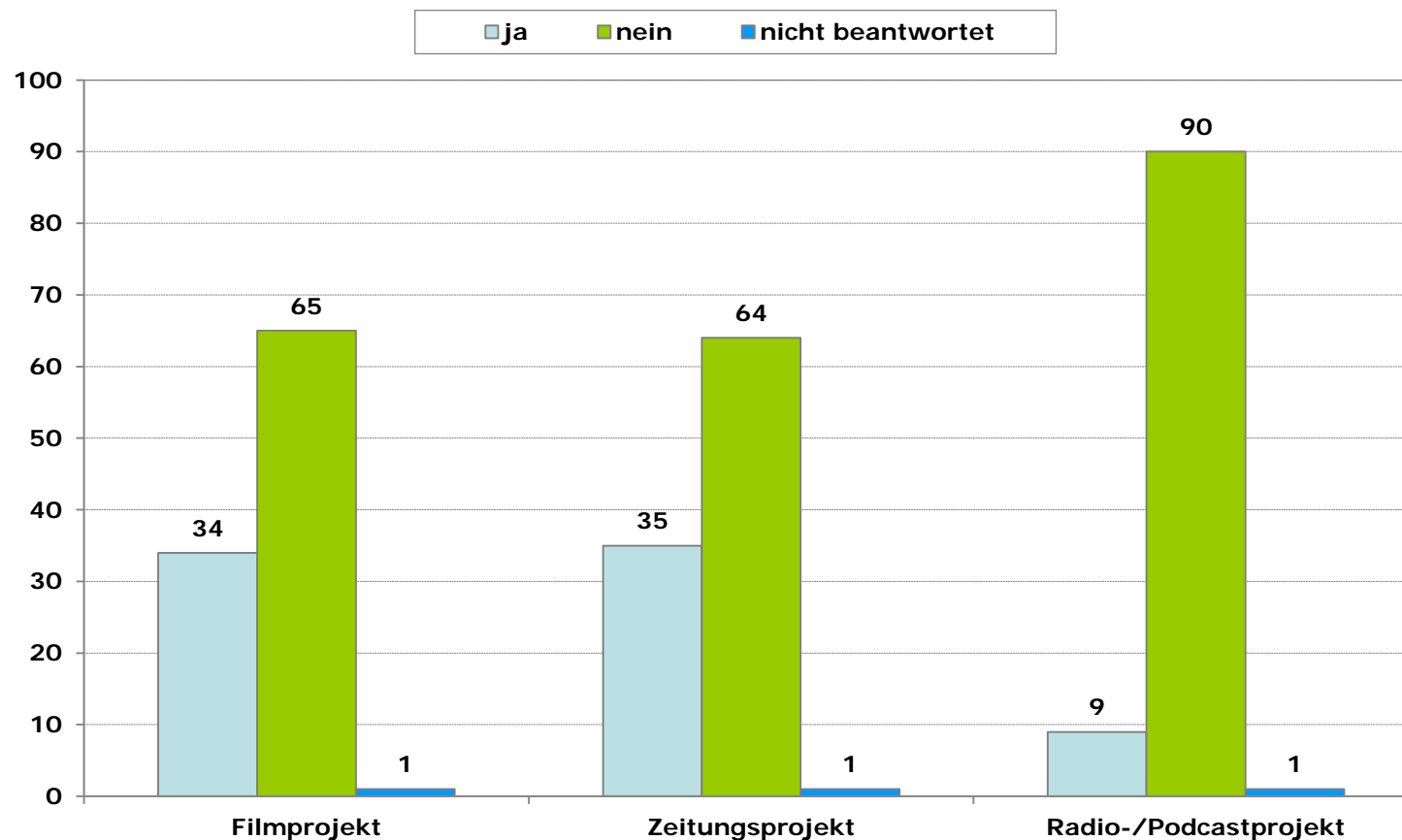


Basis: Eltern, n=468.

Quelle: FIM-Studie 2011, in: Ebert u.a., S. 201.

Konsumenten, aber keine Produzenten von Medien: Die passive Mediennutzung bei Jugendlichen dominiert

„Hast du schon mal bei einem Film-, Zeitungs- oder Radio-/Podcastprojekt mitgearbeitet?“,
Angaben in %



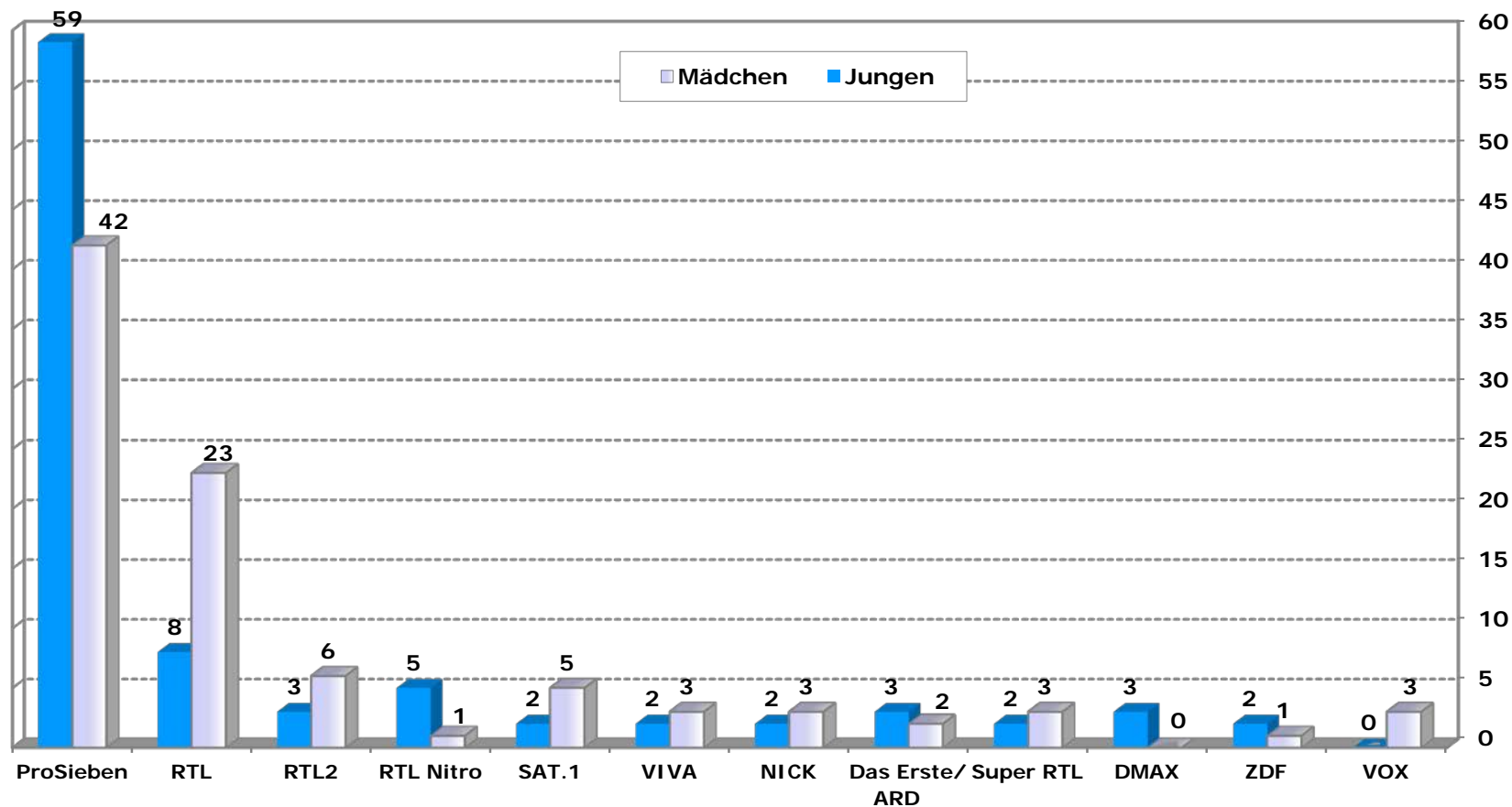
Basis: n=2.413, 12-18 Jahre

Quelle: Survey Jugend 2011 Baden-Württemberg, S. 23

Jugendliche und Fernsehen

Welche TV-Sender waren 2012 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Liebste Programmanbieter 2012, Programme ab 2 % Nennungen (Angaben in %)

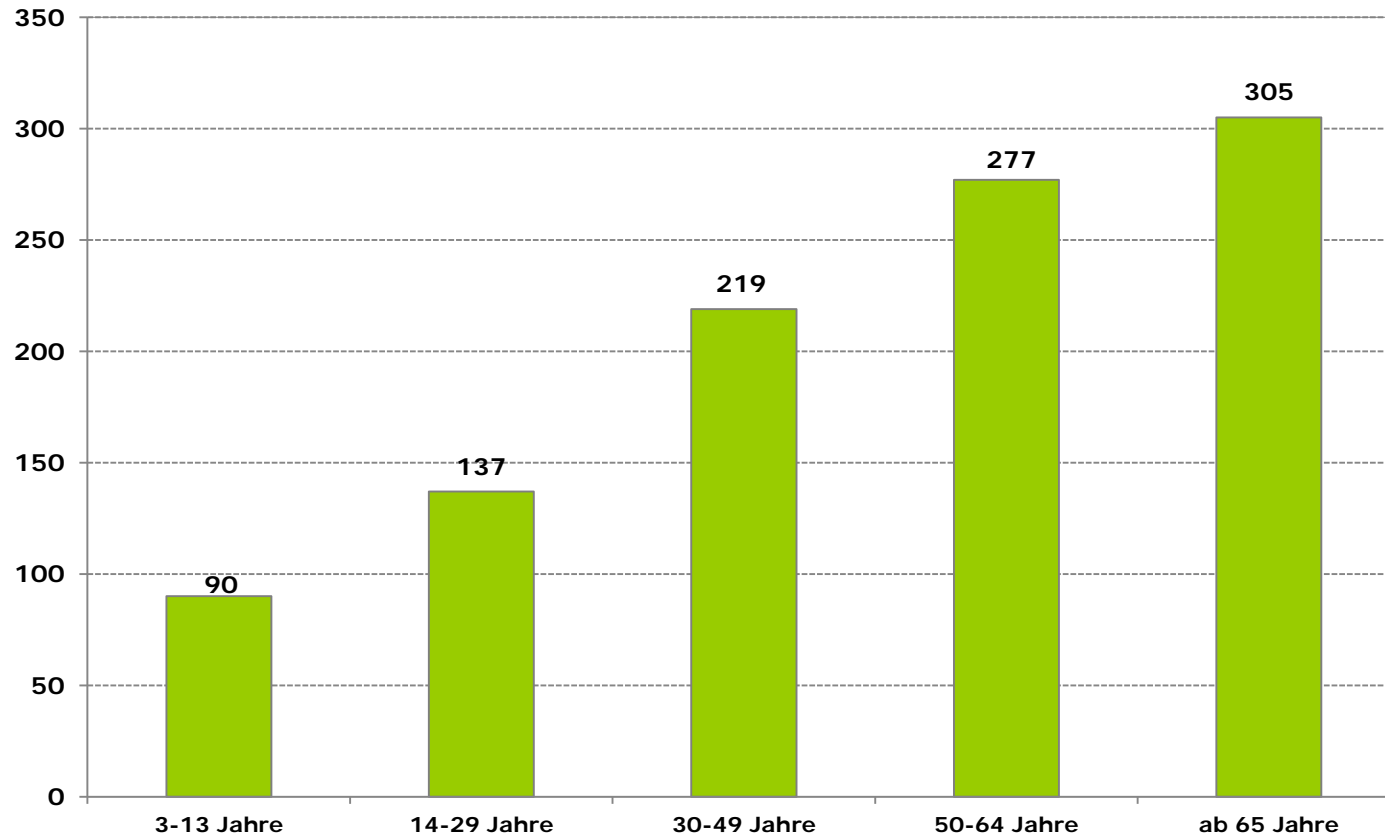


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 26.

TV-Sehdauer nach Alter 2012

Sehdauer in Minuten

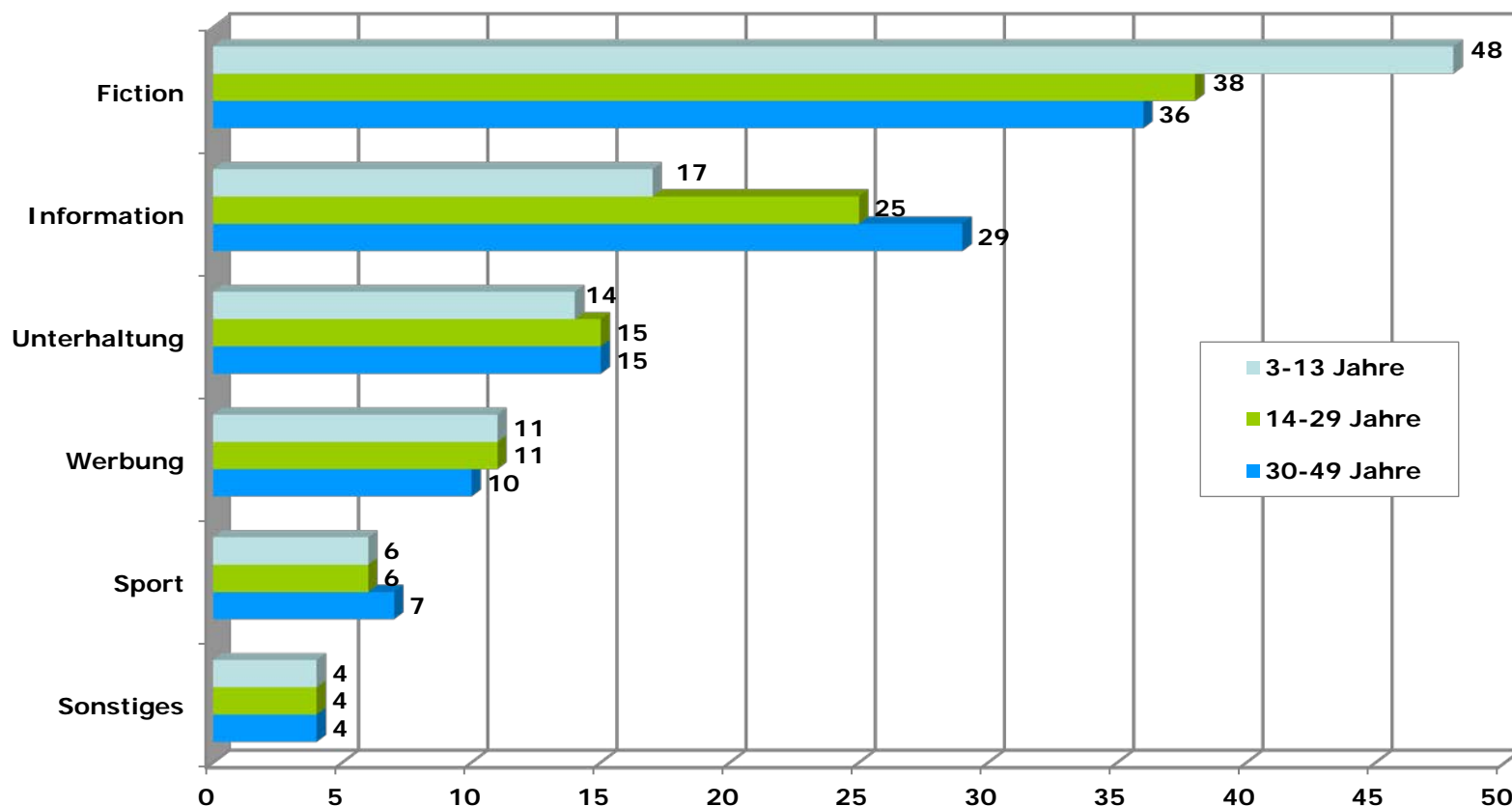


Basis: Zuschauer ab 3 Jahren, Montag-Sonntag 03:00-03:00

Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung, TV Scope, Panel (D+EU) 2012

Welche Programmsparten werden in unterschiedlichen Altersgruppen bevorzugt?

Spartennutzung 2010 nach Zielgruppen (Angaben in %)

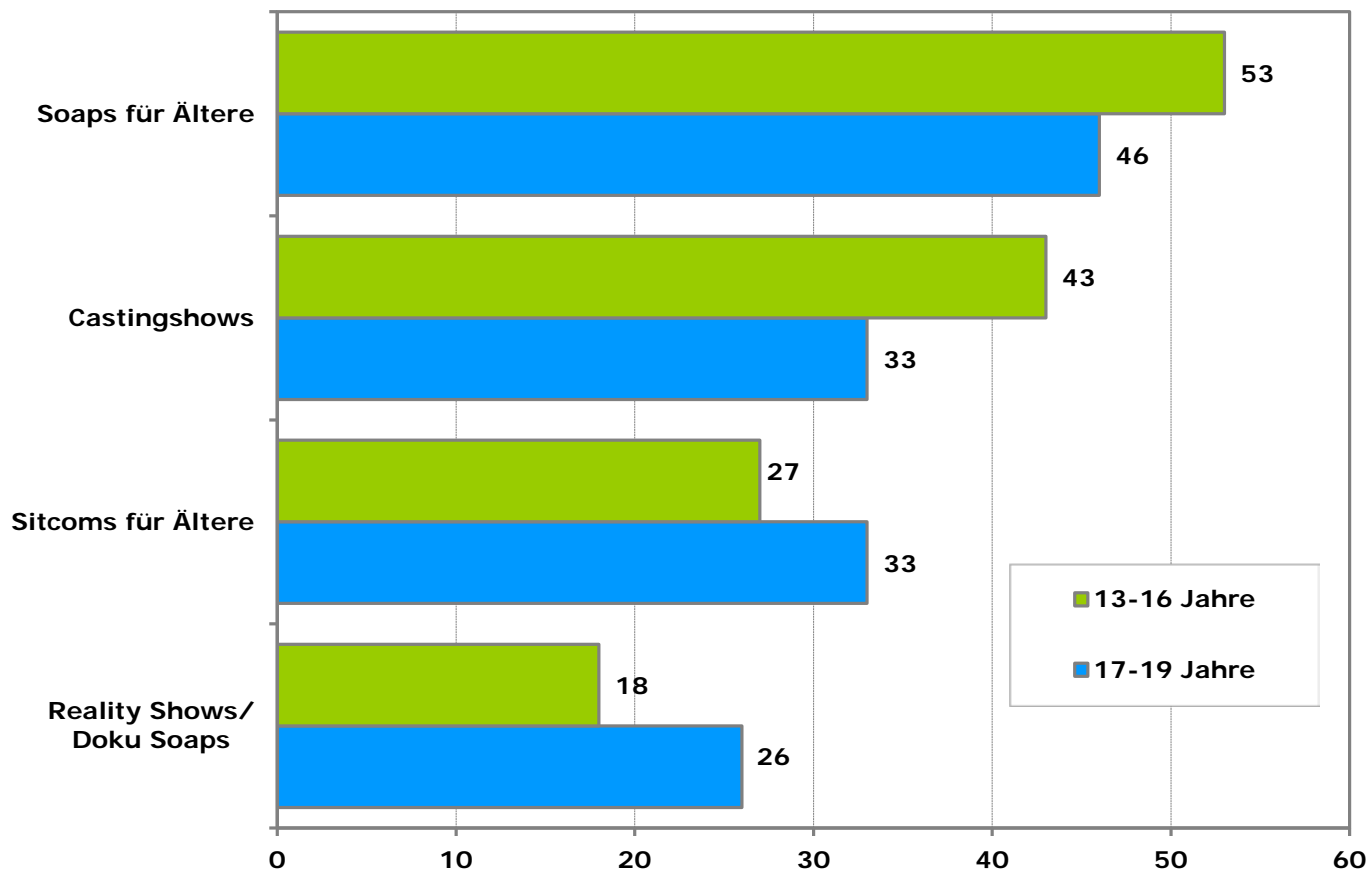


Basis: BRD gesamt, Zuschauer ab 3 Jahren, Mo bis So, 3:00 bis 3:00 Uhr.
 20 Programme: Das Erste/ARD, ZDF, 7 Dritte Programme, 3sat, RTL, Sat.1,
 ProSieben, kabel eins, RTL 2, VOX, Super RTL, DSF, Eurosport, N24

Quelle: AGF/GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), in:
 Gerhards/Klingler 2011, S. 546.

Die Lieblingsgenres der Mädchen 2012

Welche Sendung siehst du dir am liebsten an? (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)

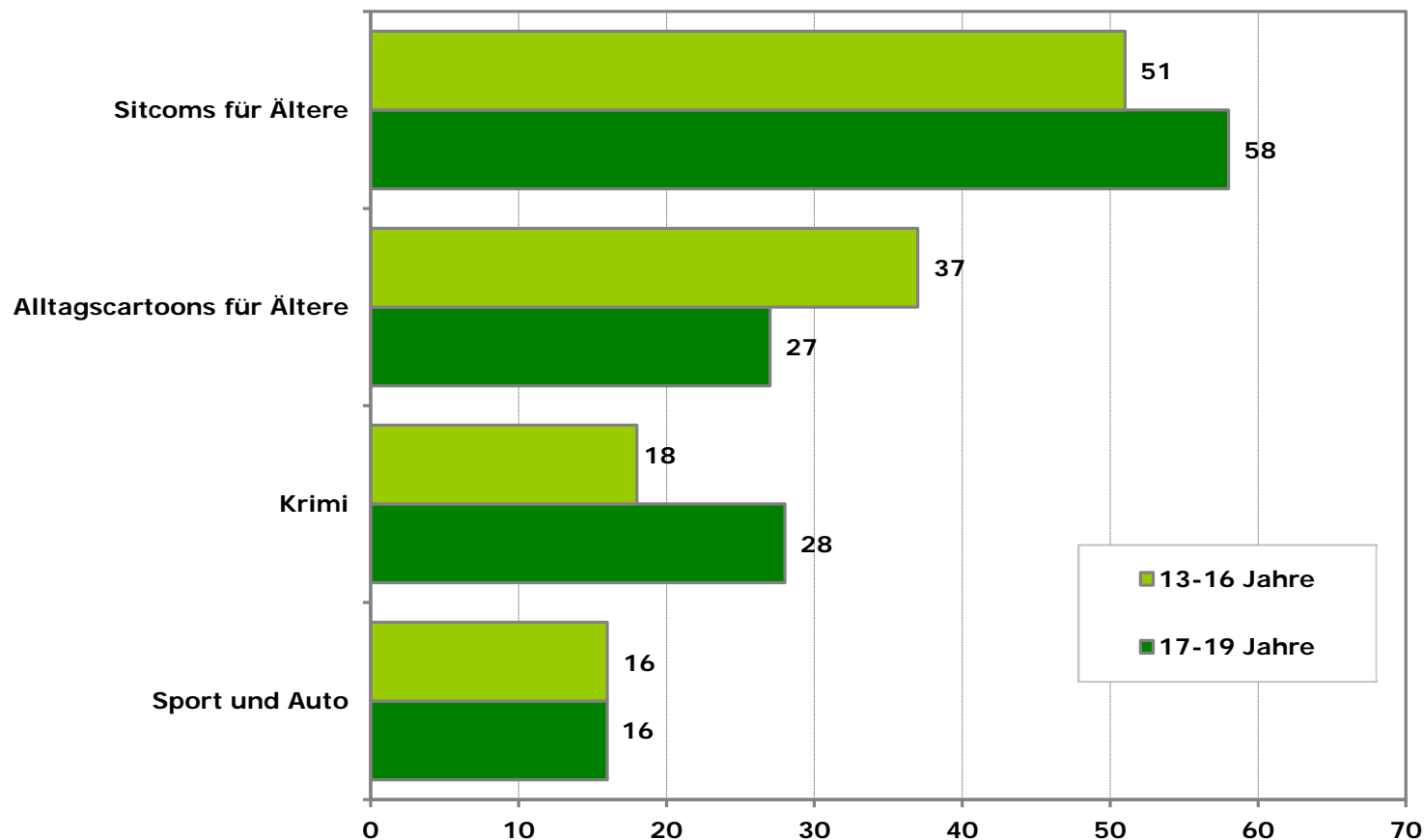


Basis: n=725 Mädchen, 6 bis 19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 22.

Die Lieblingsgenres der Jungen 2012

Welche Sendung siehst du dir am liebsten an? (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)

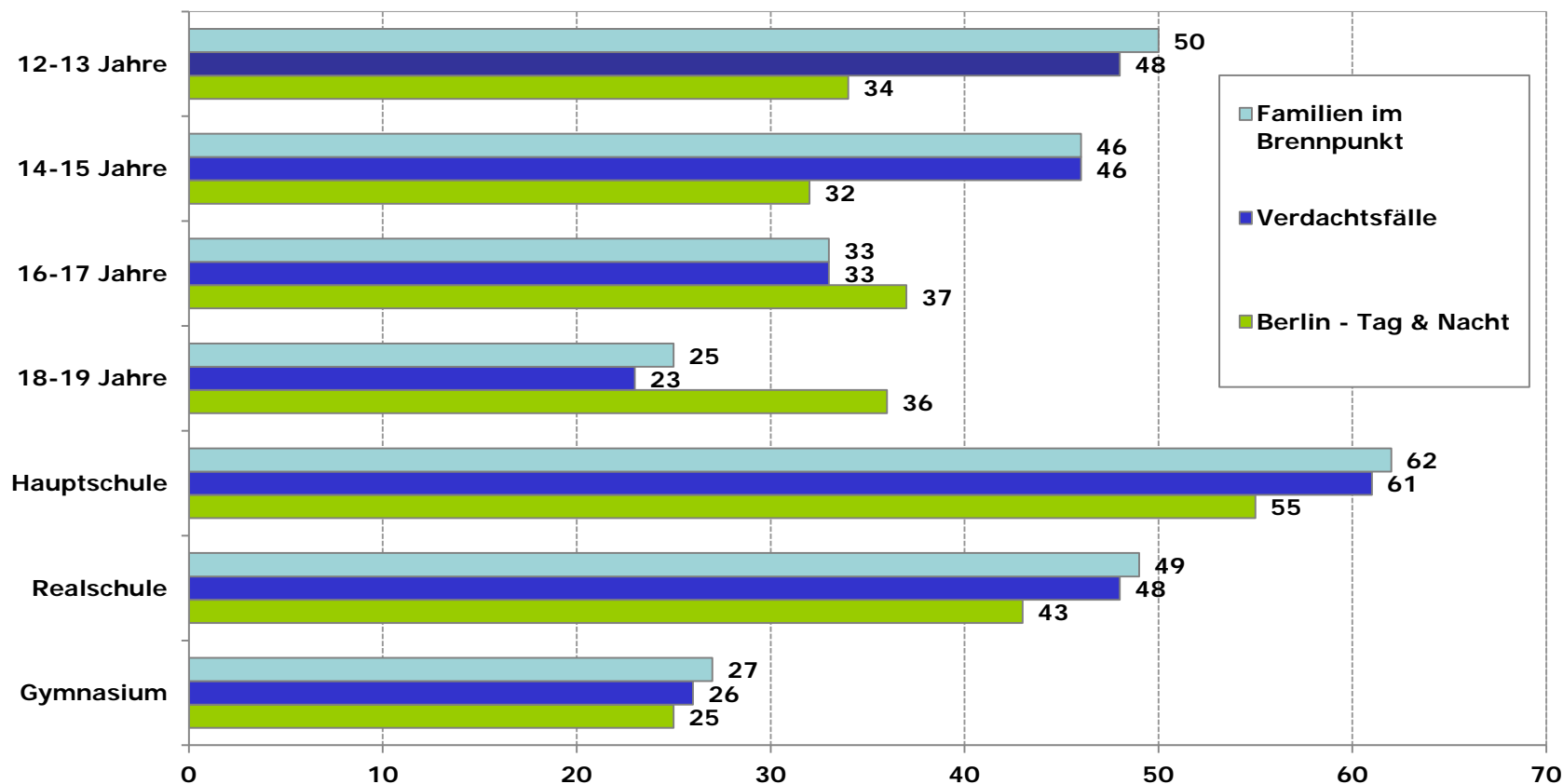


Basis: n=743 6- bis 19-jährige Jungen, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 21.

Jugendliche und Scripted Reality 2012

Nach Alter und Schulform, Nutzung mind. ab und zu (Angaben in %)

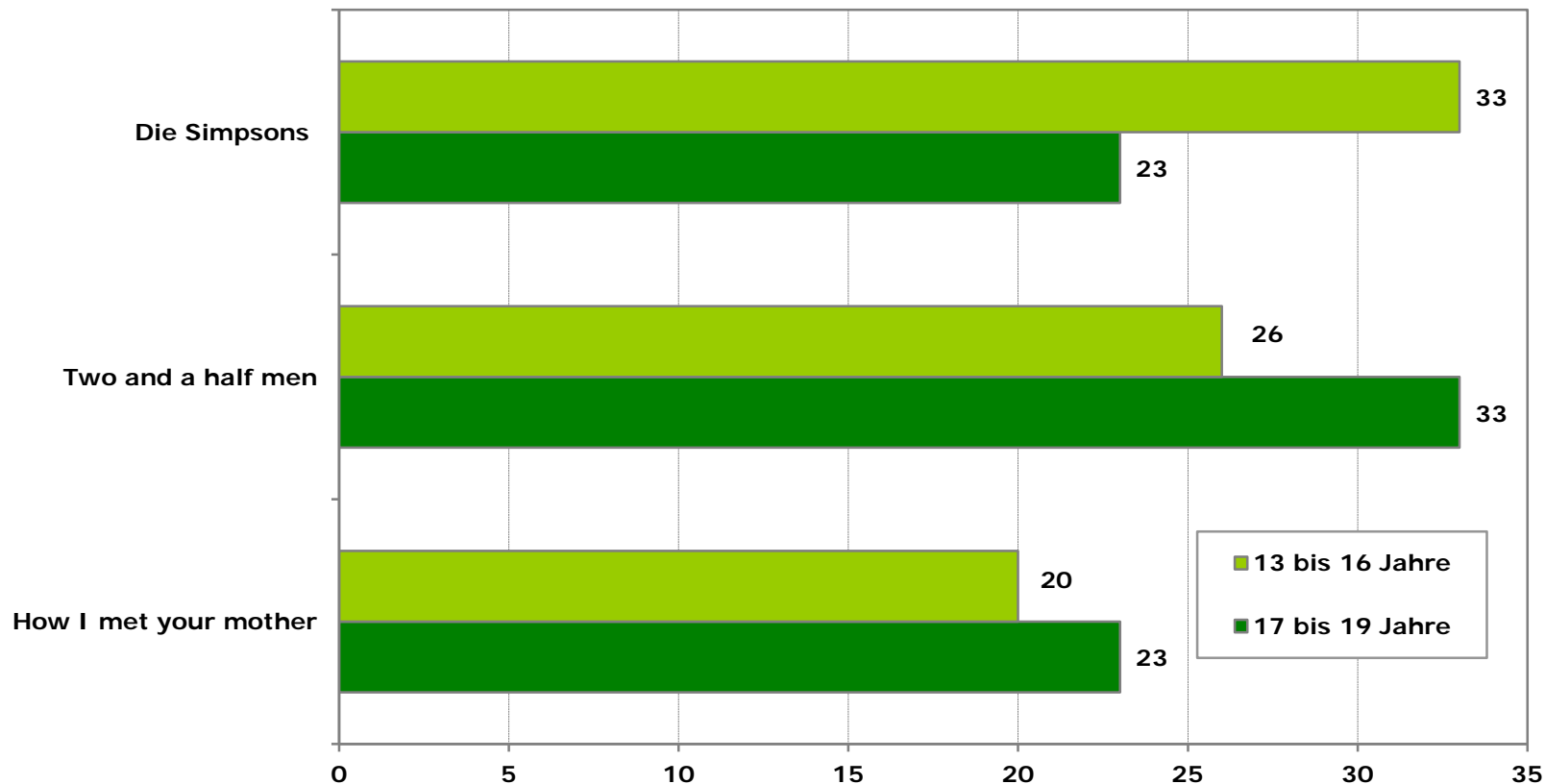


Basis: n=1.183, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 27 und 28.

Welche Sendungen schauten Jungen 2012 am liebsten?

Angaben in %, Auswahl

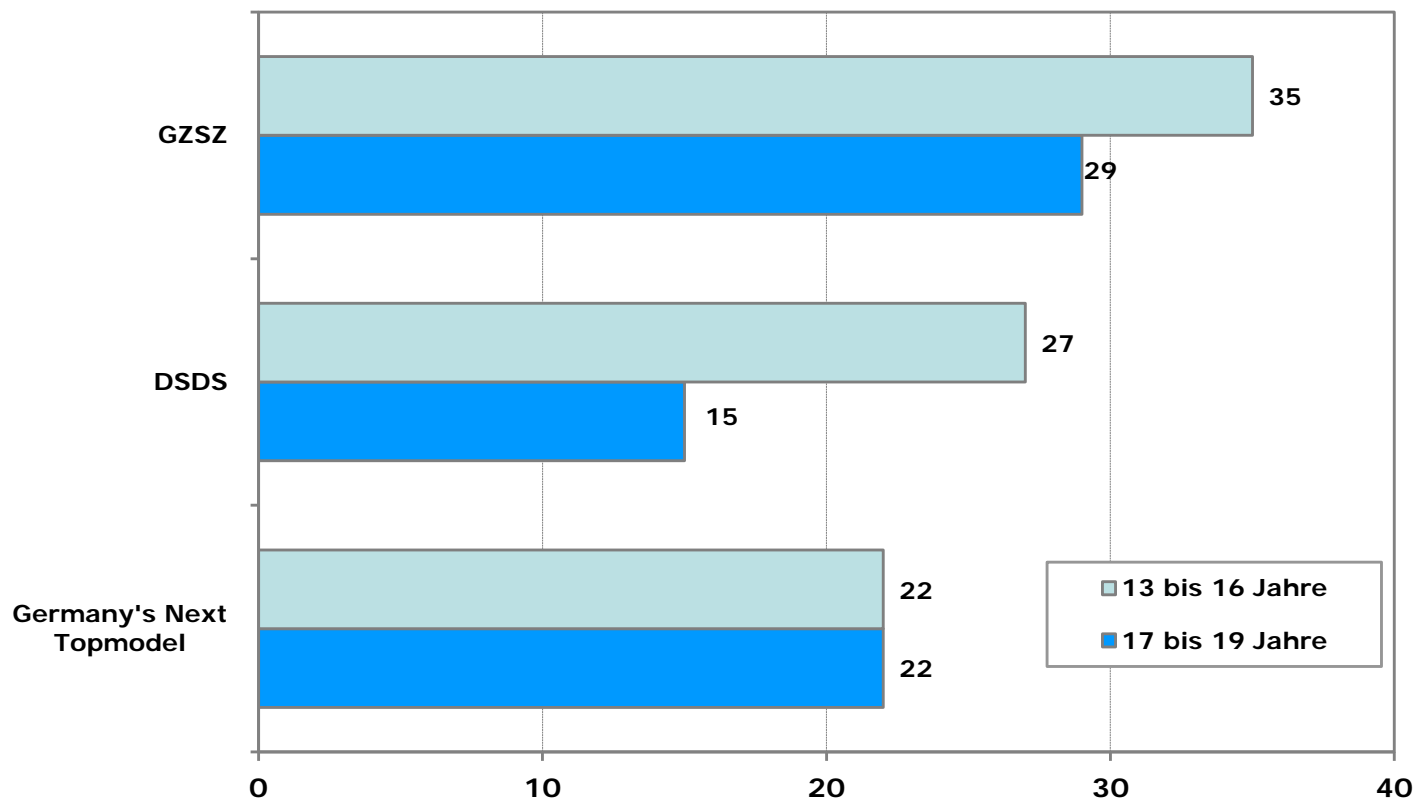


Basis: n=743 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 17.

Welche Sendungen schauten Mädchen 2012 am liebsten?

Angaben in %, Auswahl

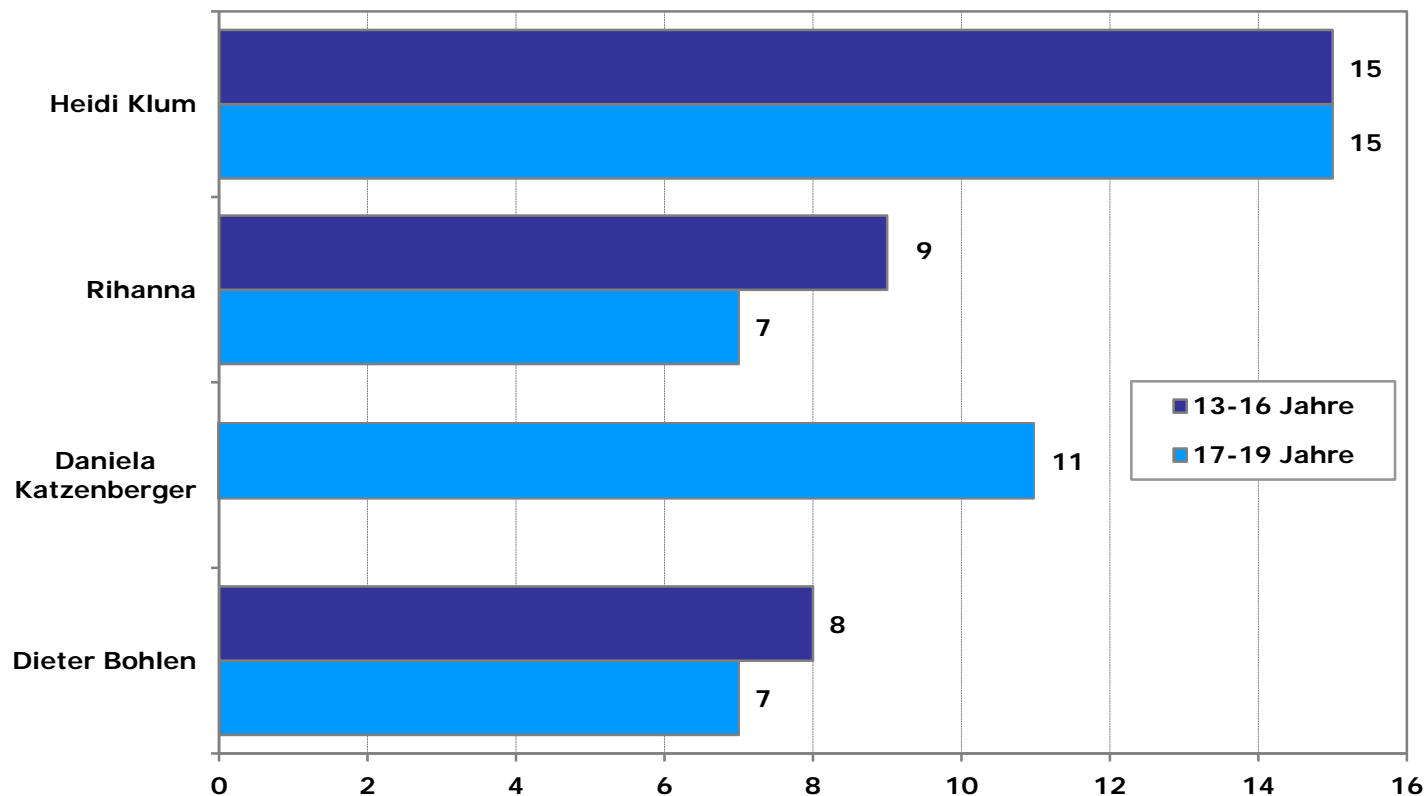


Basis: n=725 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 18.

Medien-Idole der Mädchen 2012

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“ (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)

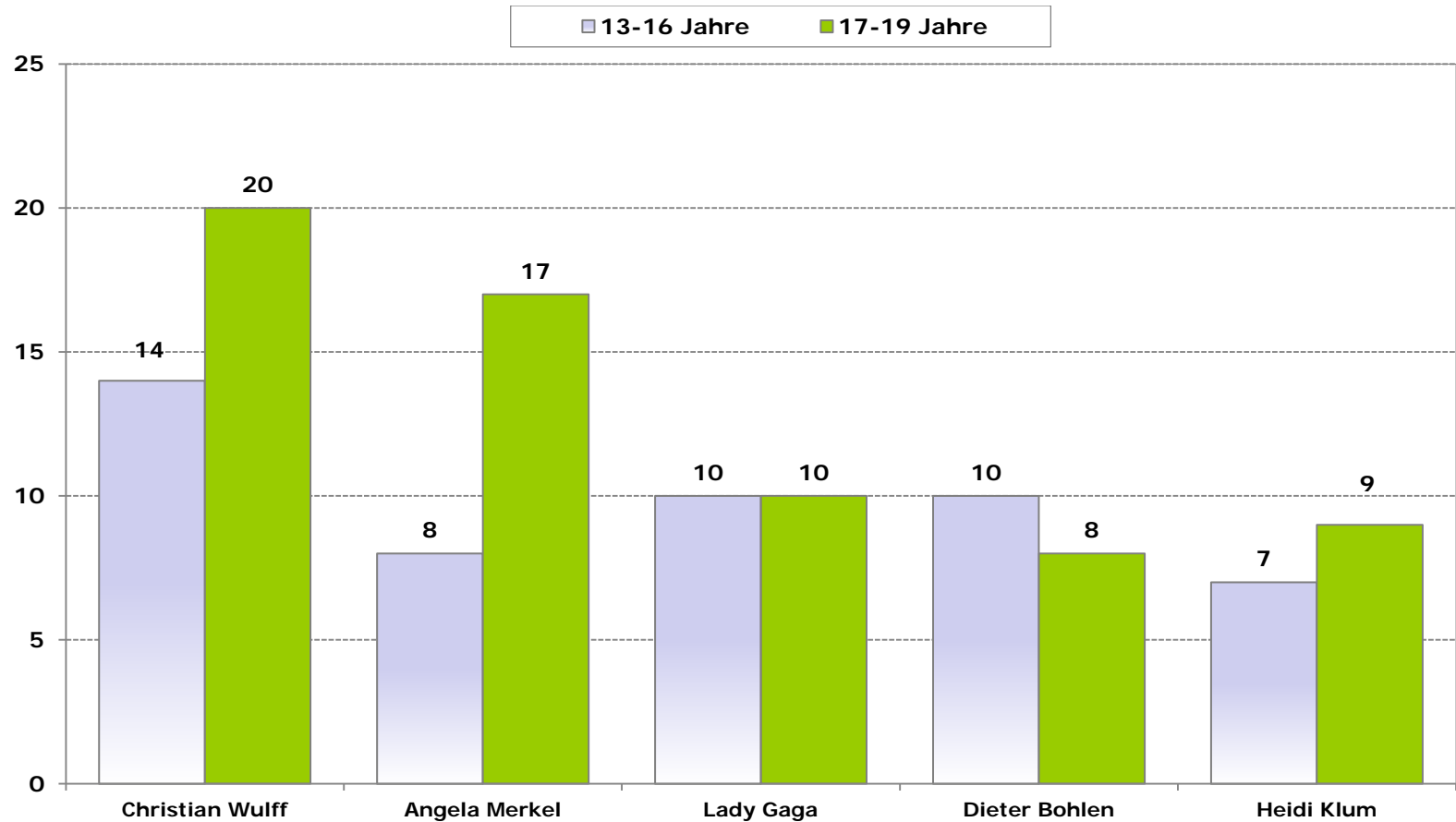


Basis: n=725 Mädchen, 6-19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 48.

Die unbeliebtesten Personen bei den Mädchen 2012

Angaben in %

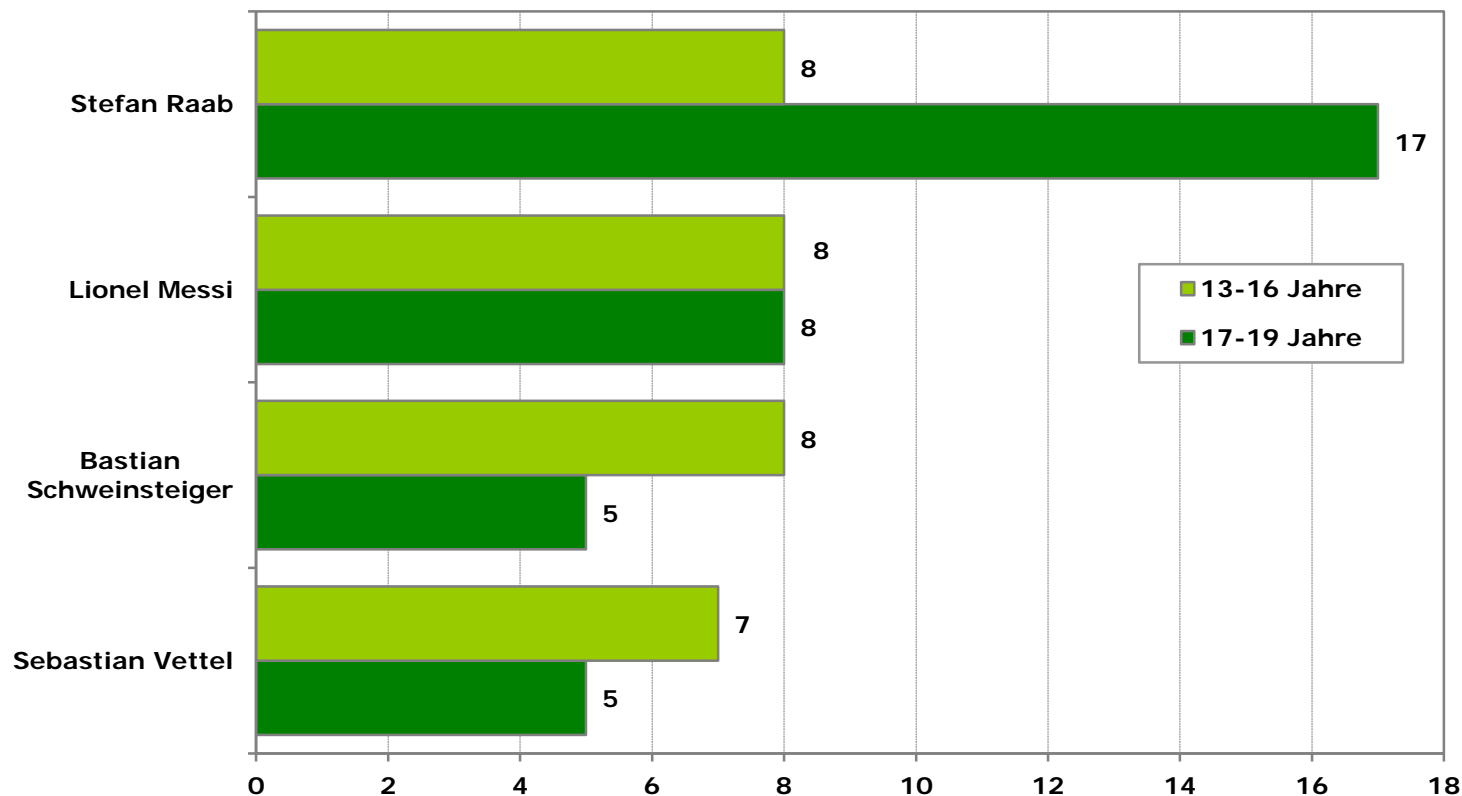


Basis: n=725, 6- bis 19-jährige Mädchen.

Quelle: Trend Tracking Kids, 2012, S. 38.

Medien-Idole der Jungen 2012

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“ (ungestützt, 3 Nennungen möglich, Angaben in %)

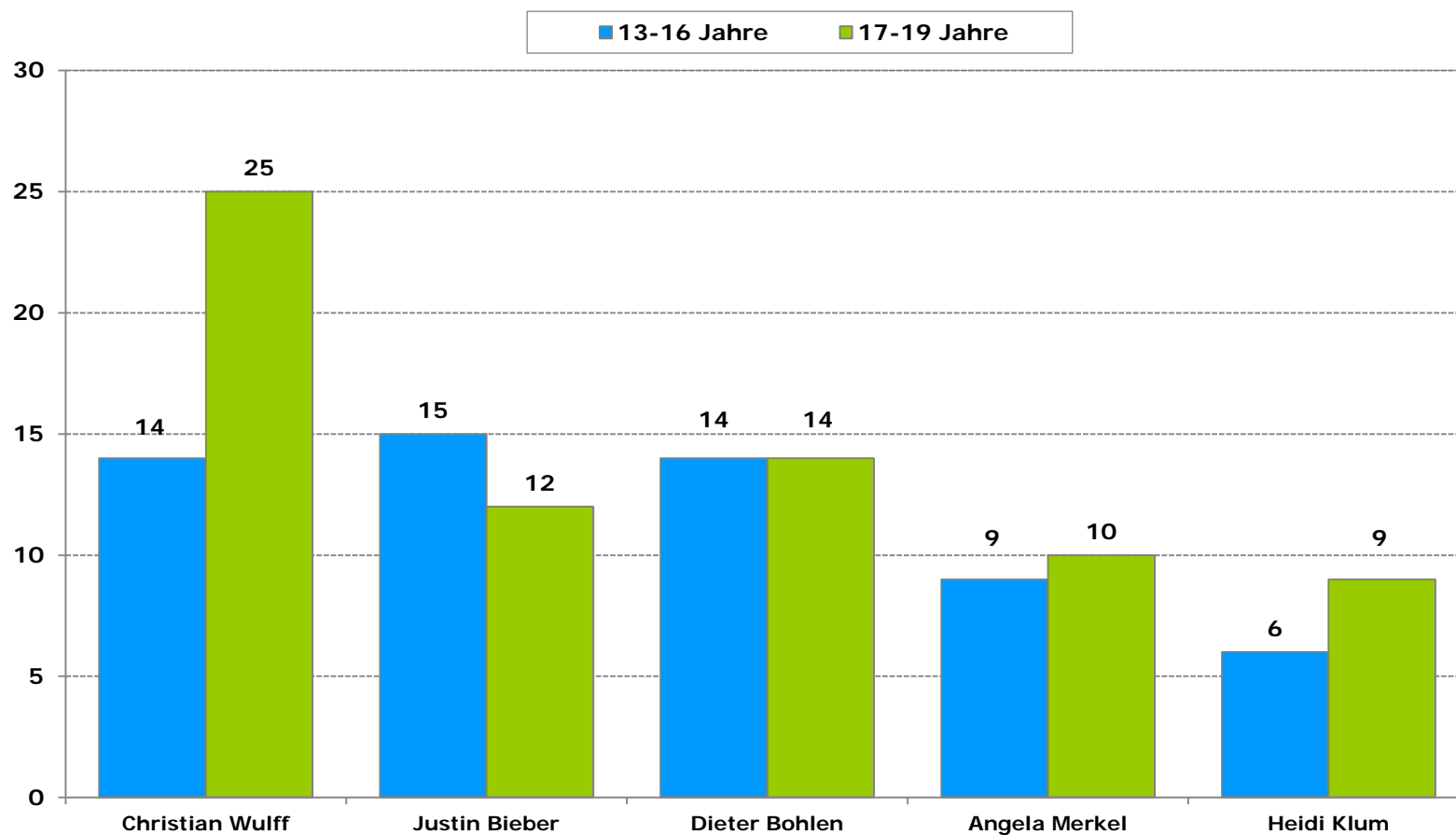


Basis: n=743 Jungen, 6-19 Jahre, Auswahl.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 47.

Die unbeliebtesten Personen bei den Jungen 2012

Angaben in %

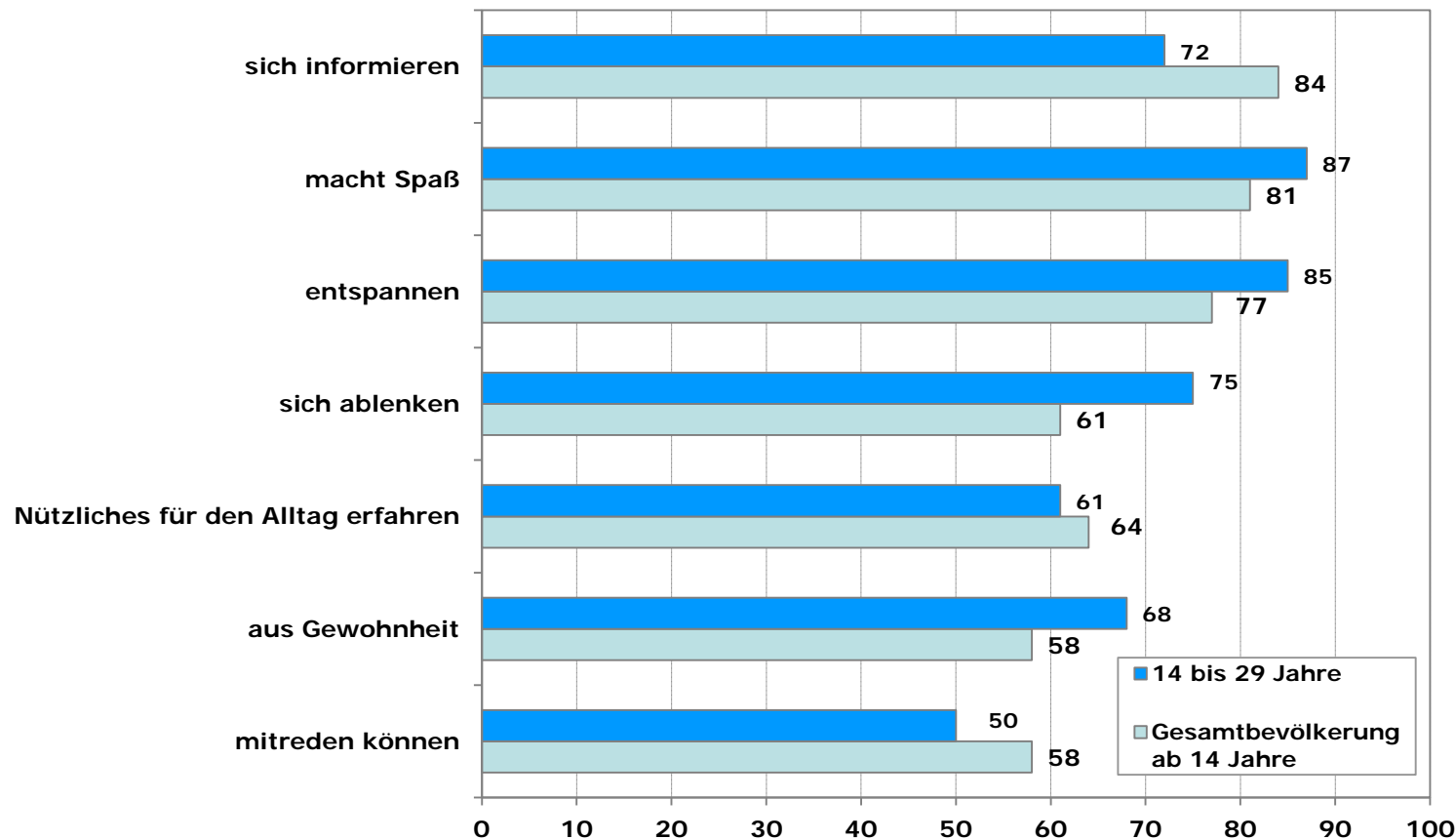


Basis: n=743, 6- bis 19-jährige Jungen.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 37.

Die TV-Nutzungsmotive der 14- bis 29-Jährigen und der Gesamtbevölkerung

Stimme voll und ganz/weitgehend zu ... (Angaben in %, Auswahl)



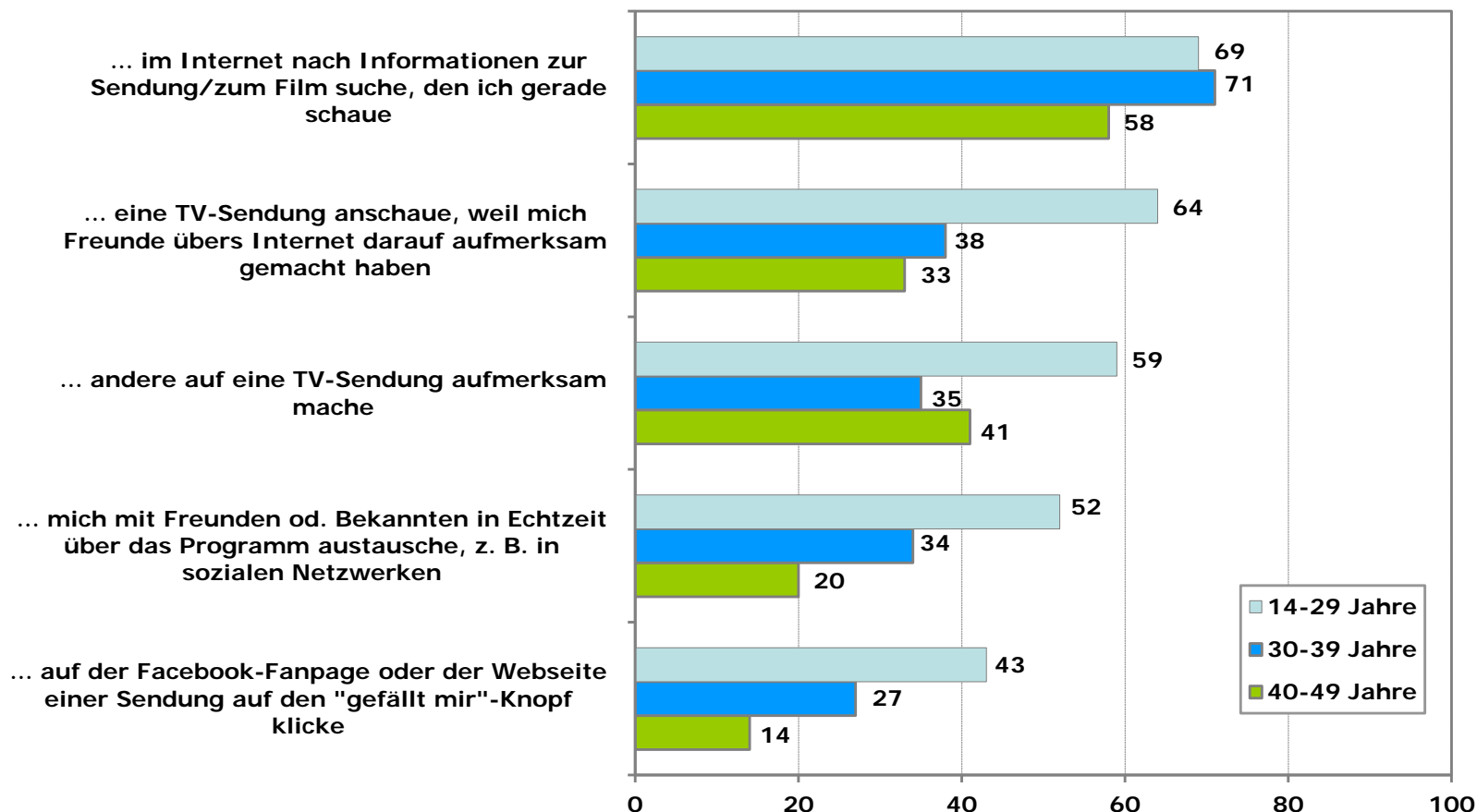
Basis: BRD gesamt, 14+, deutschsprachige Bevölkerung.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1964-2010, in: Ridder/Engel, S. 538.

Jugendliche tauschen sich online über das TV-Programm aus

Statements zur Parallelnutzung 2011:

Wenn ich beim Fernsehen im Internet bin, kommt es vor, dass ich ... (Auswahl, Angaben in %)



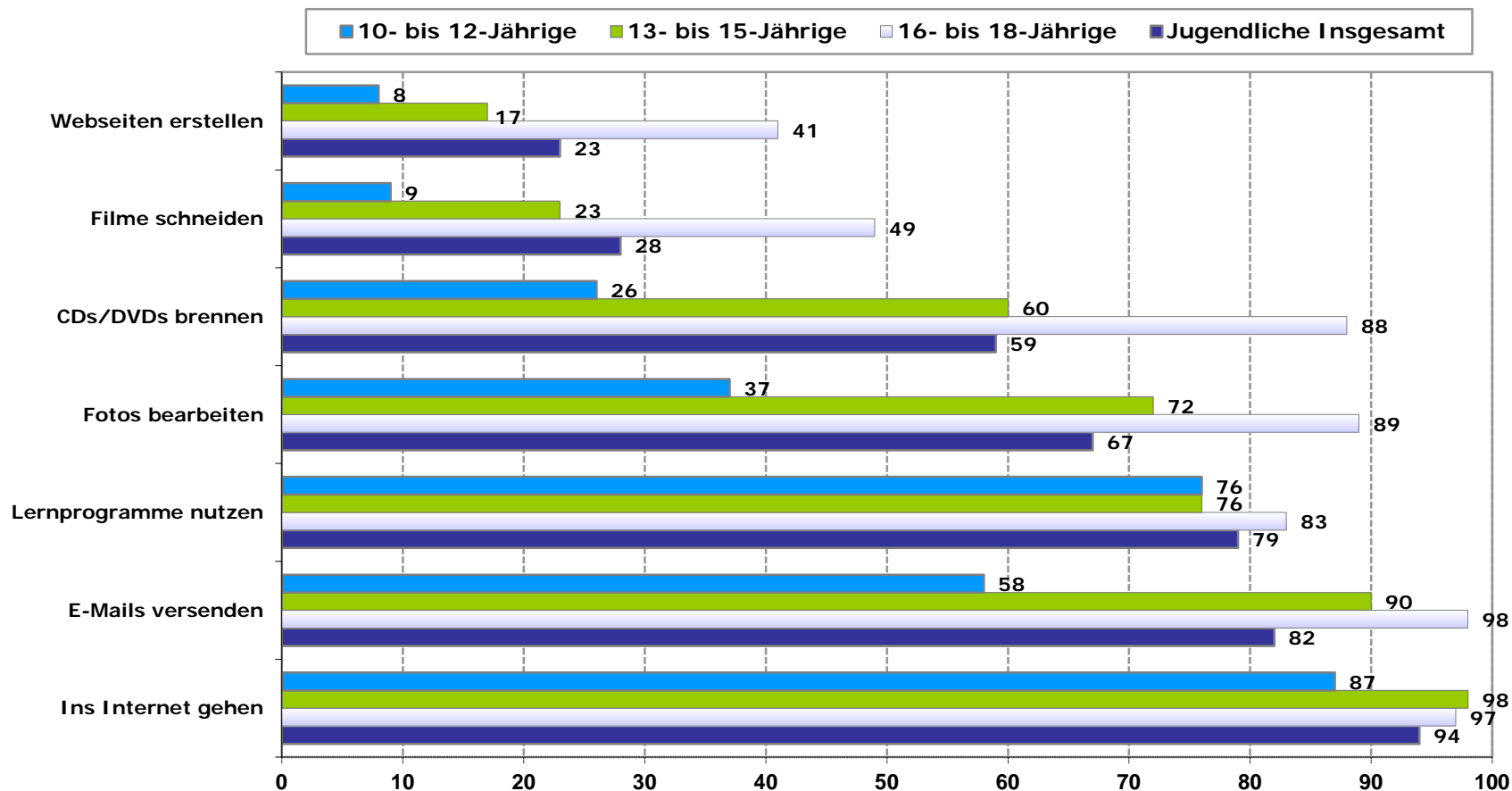
Basis: n=468, 14-49 Jahre mit Parallelnutzung mind. selten.

Quelle: DigitalBarometer. IP Deutschland, TNS Emnid, 2011, Seite 11.

Computer, Internet und Web 2.0

Das können Pre-Teens und Jugendliche am Computer machen

Selbsteinschätzung, Mehrfachnennungen (Angaben in %, Auswahl)

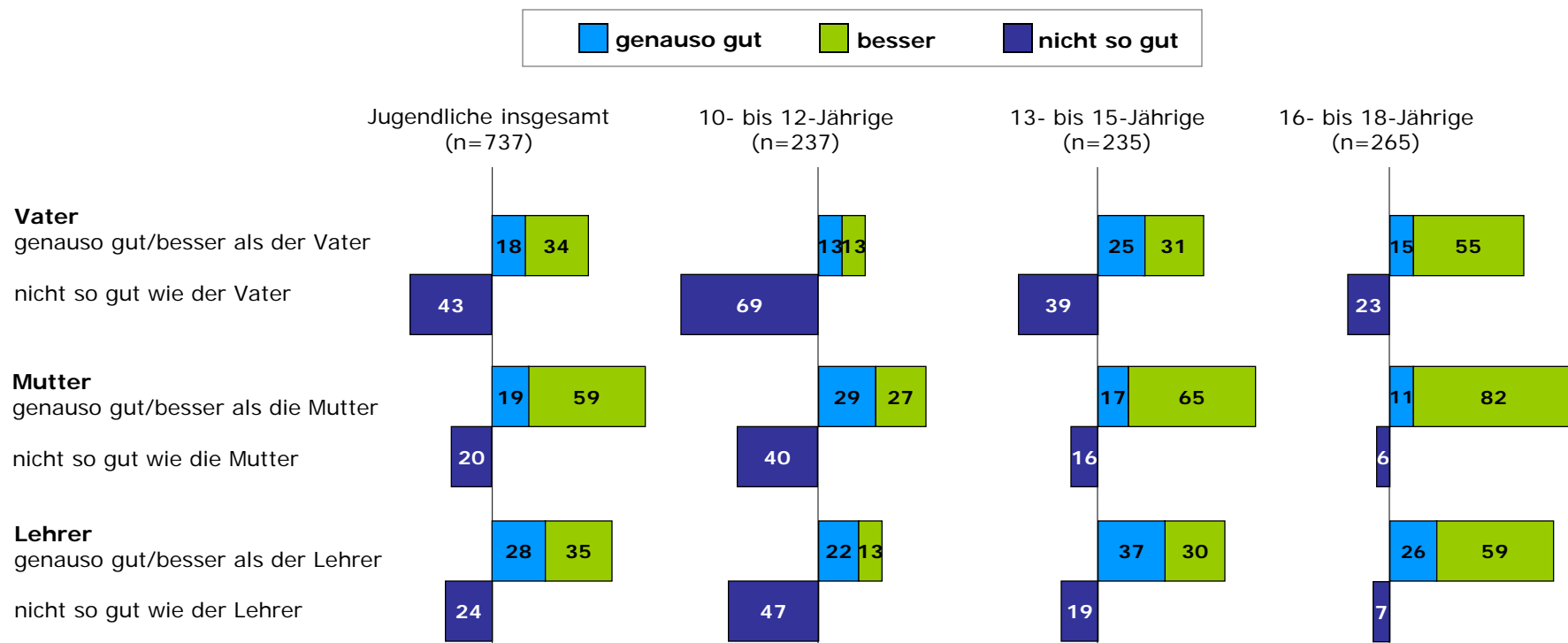


Basis: n=737 Jugendliche.

Quelle: BITKOM 2011, S. 17.

So schätzen Pre-Teens und Jugendliche ihre Computerkenntnisse selbst ein

Nach Alter, 2011 (Angaben in %)

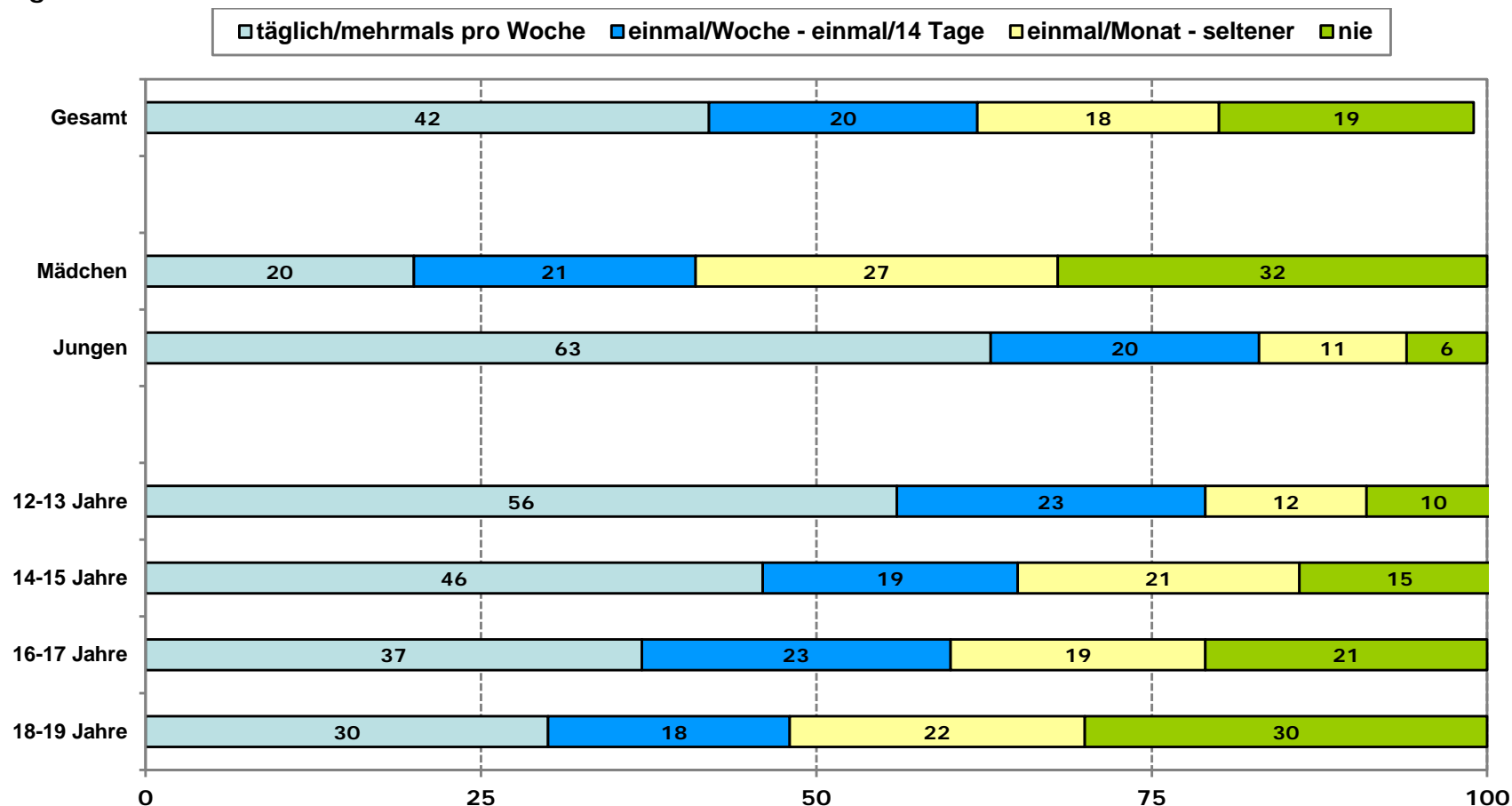


Basis: n=737.

Quelle: BITKOM 2011, S. 16.

Computer-, Konsolen- und Onlinespiele: Nutzungsfrequenz 2012

Angaben in %

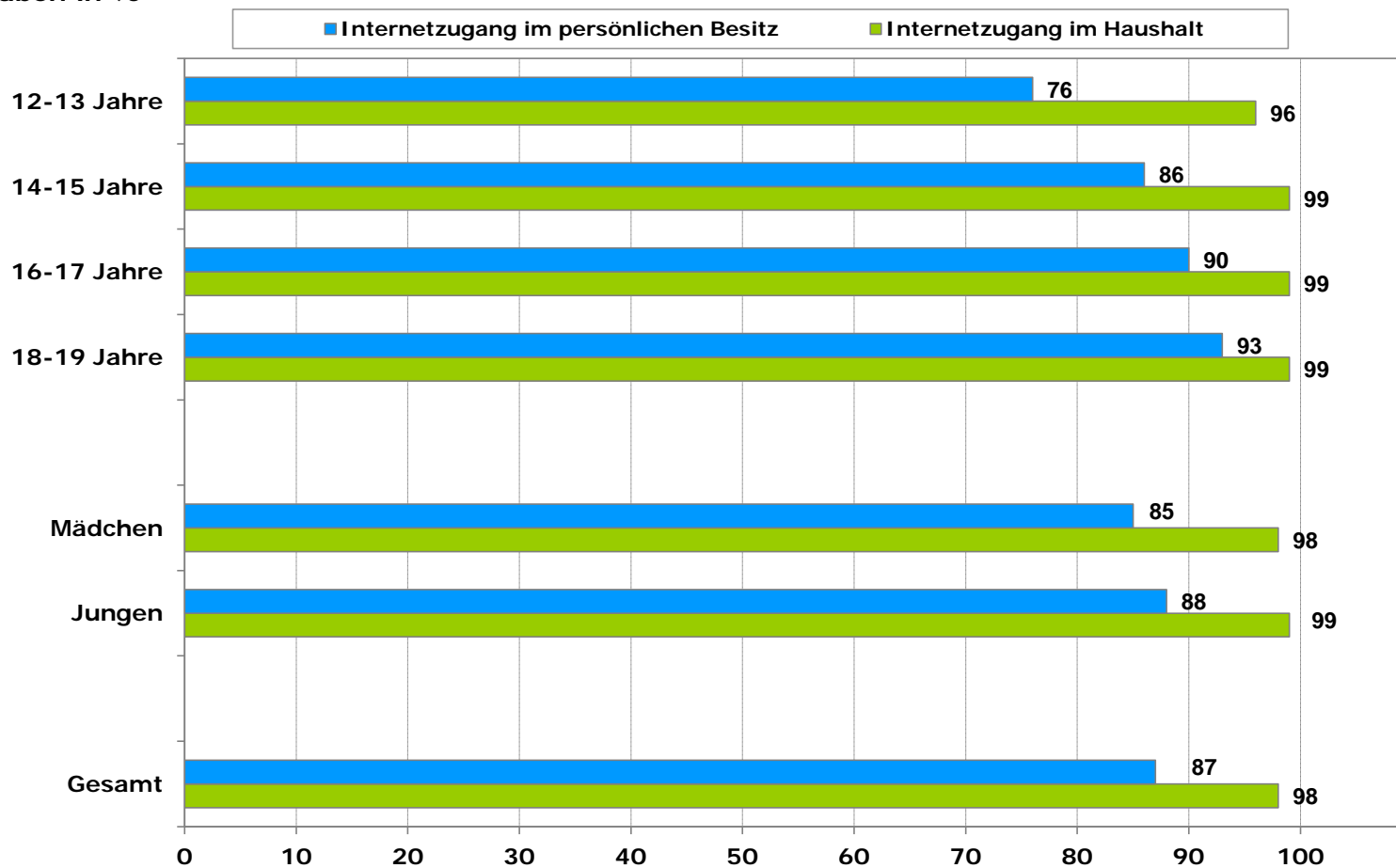


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 47.

Internetzugang Jugendlicher 2012

Angaben in %

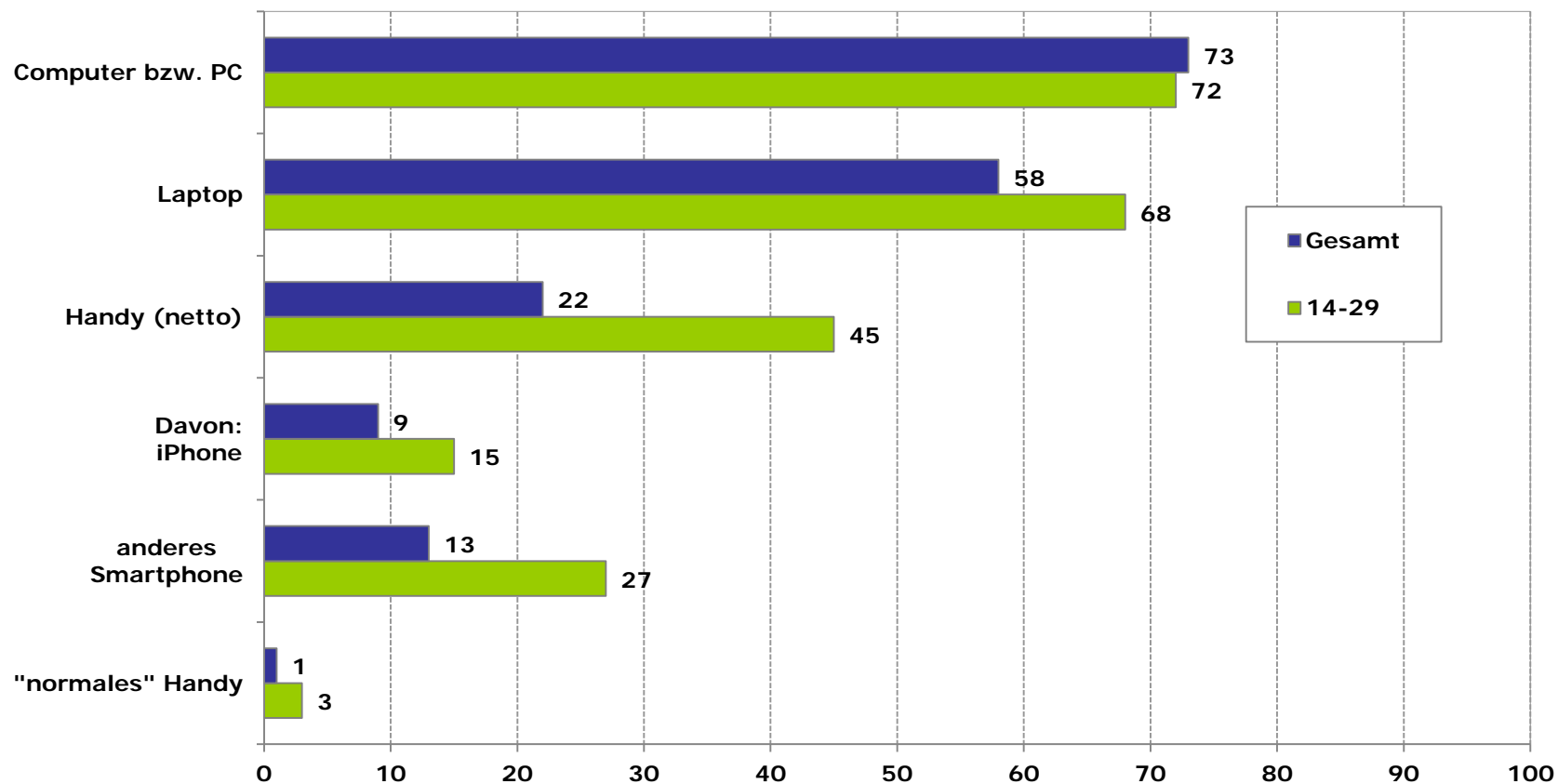


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 31.

Genutzter Internetzugang 2012

Nutzung täglich, nach Alter (Angaben in %)

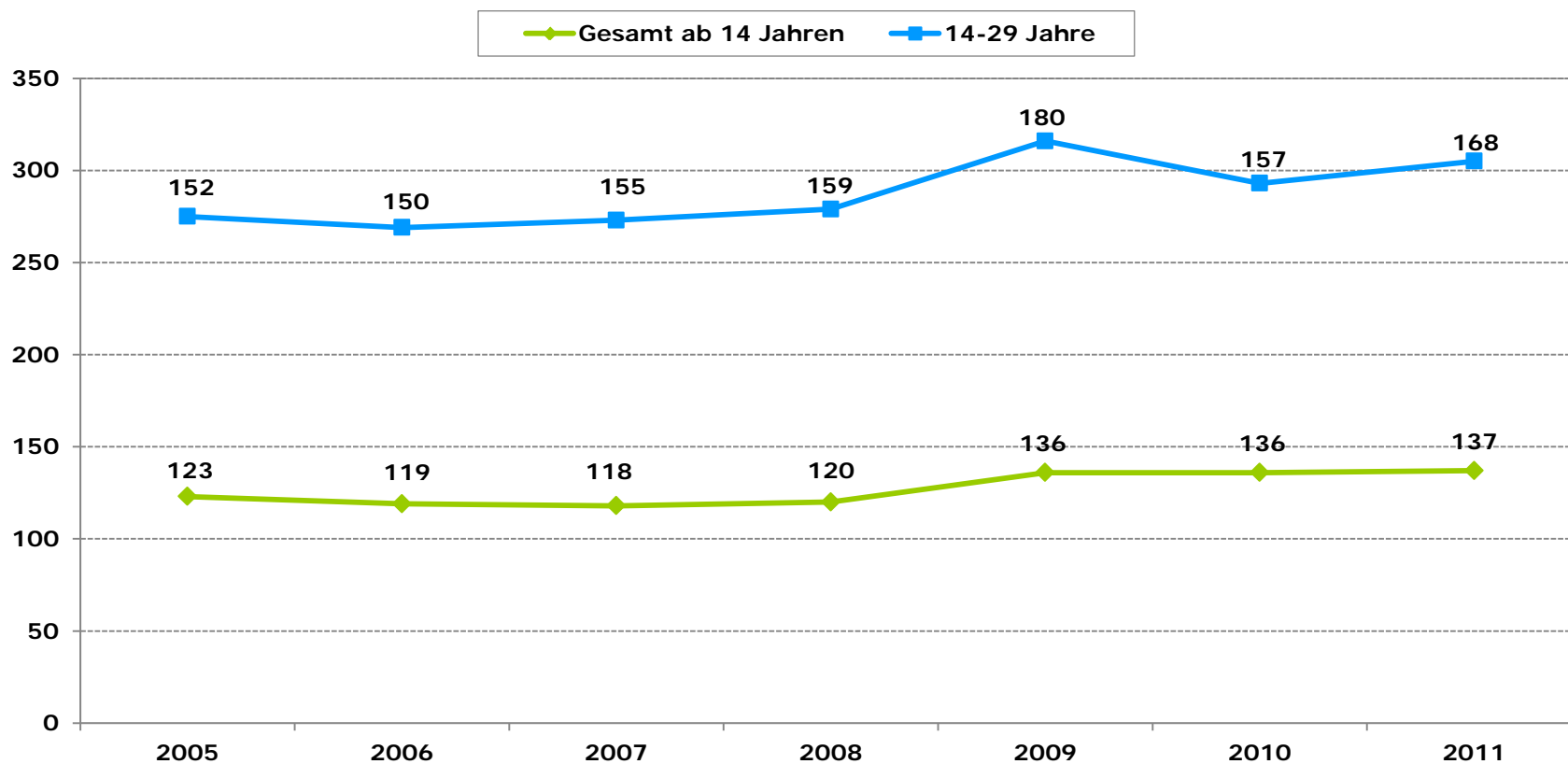


Basis: n=1.366 (deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren)

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2012, in:
van Eimeren/Frees 2012, S. 367.

Verweildauer bei der Onlinenutzung von 14- bis 29-Jährigen und Online-Nutzer/innen ab 14 Jahren im Jahresvergleich

Nach eigenen Angaben der Nutzer/innen, in Minuten/Tag

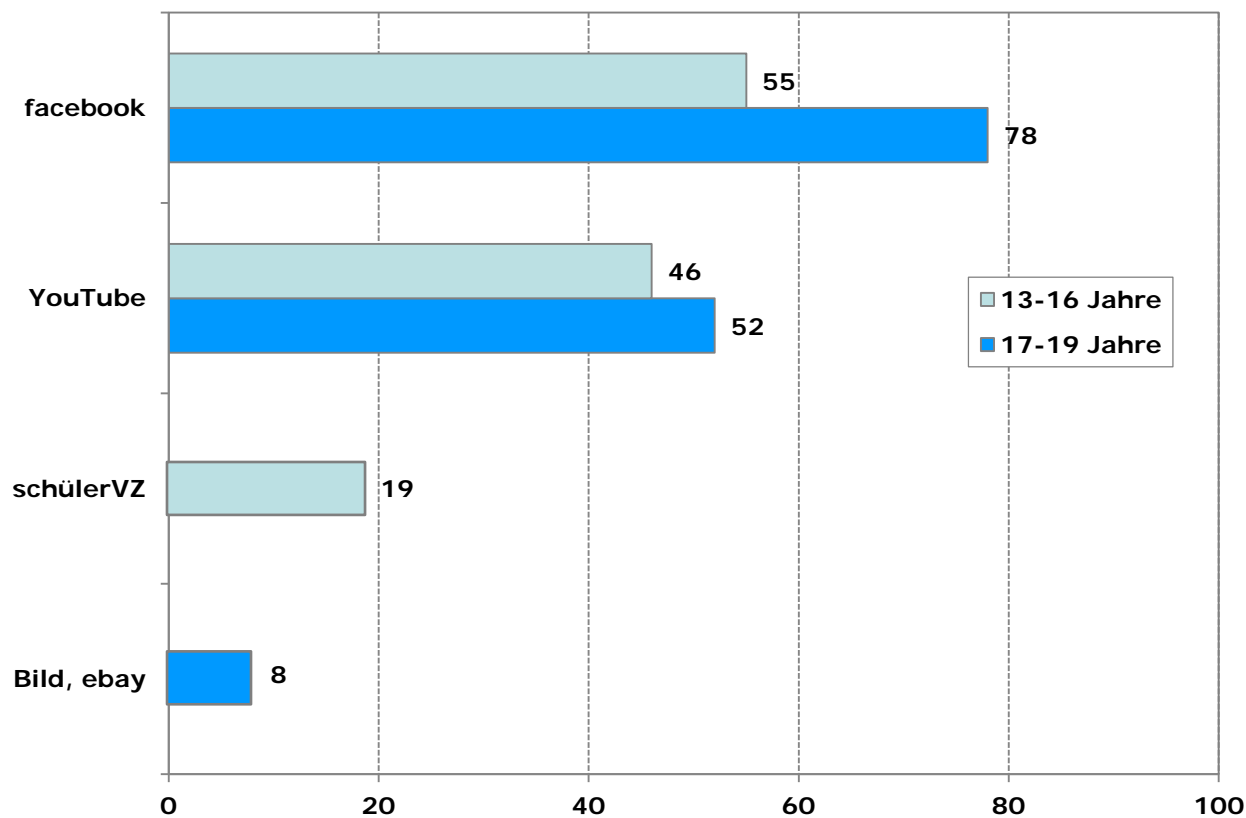


Basis: bis 2009 deutsche Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2009: n=1.212, 2008: n=1.186, 2007: n=1.142, 2006: N=1.084, 2005: n=1.075).

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2005-2011, in: van Eimeren/Frees 2011, S. 347

Welche Websites besuchten Jungs 2012 am liebsten?

Auswahl, Angaben in %

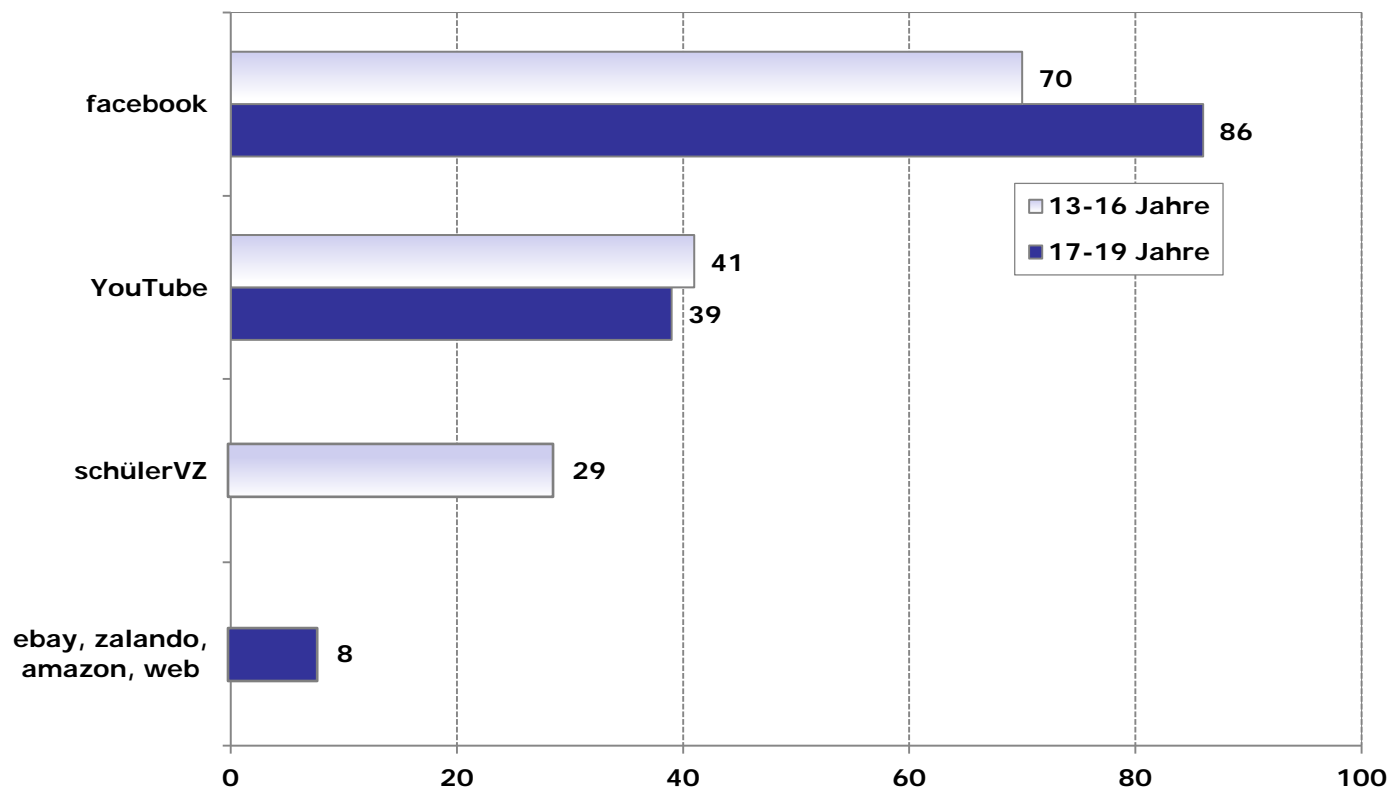


Basis: n=655 Jungen, Internetnutzer, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 124.

Welche Websites besuchten Mädchen 2012 am liebsten?

Auswahl, Angaben in %

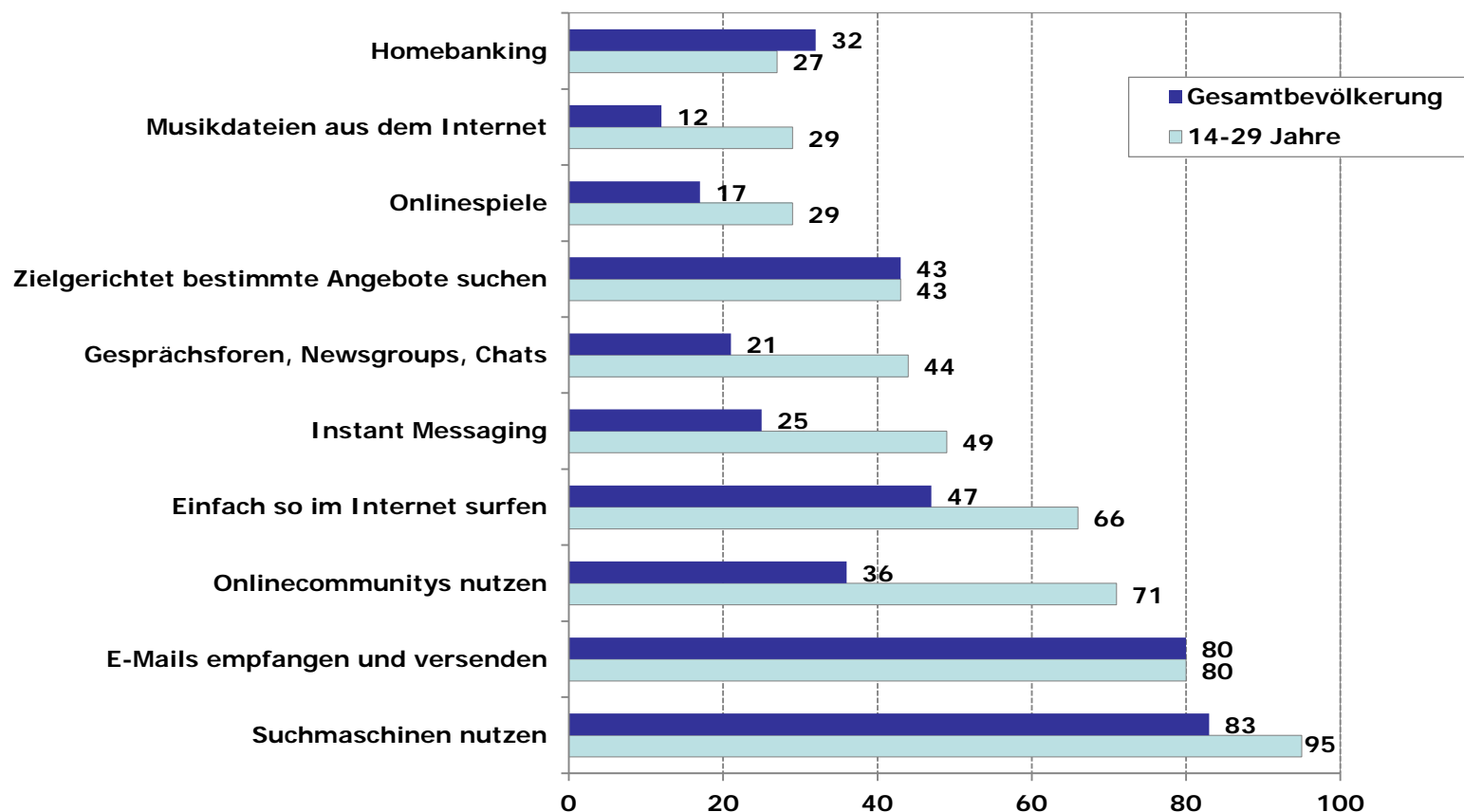


Basis: n=611 Mädchen, Internetnutzerinnen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 125.

Aktivitäten im Internet – Vergleich Gesamtbevölkerung mit 14- bis 29-Jährigen

Mindestens einmal wöchentliche Nutzung (Auswahl, Angaben in %)

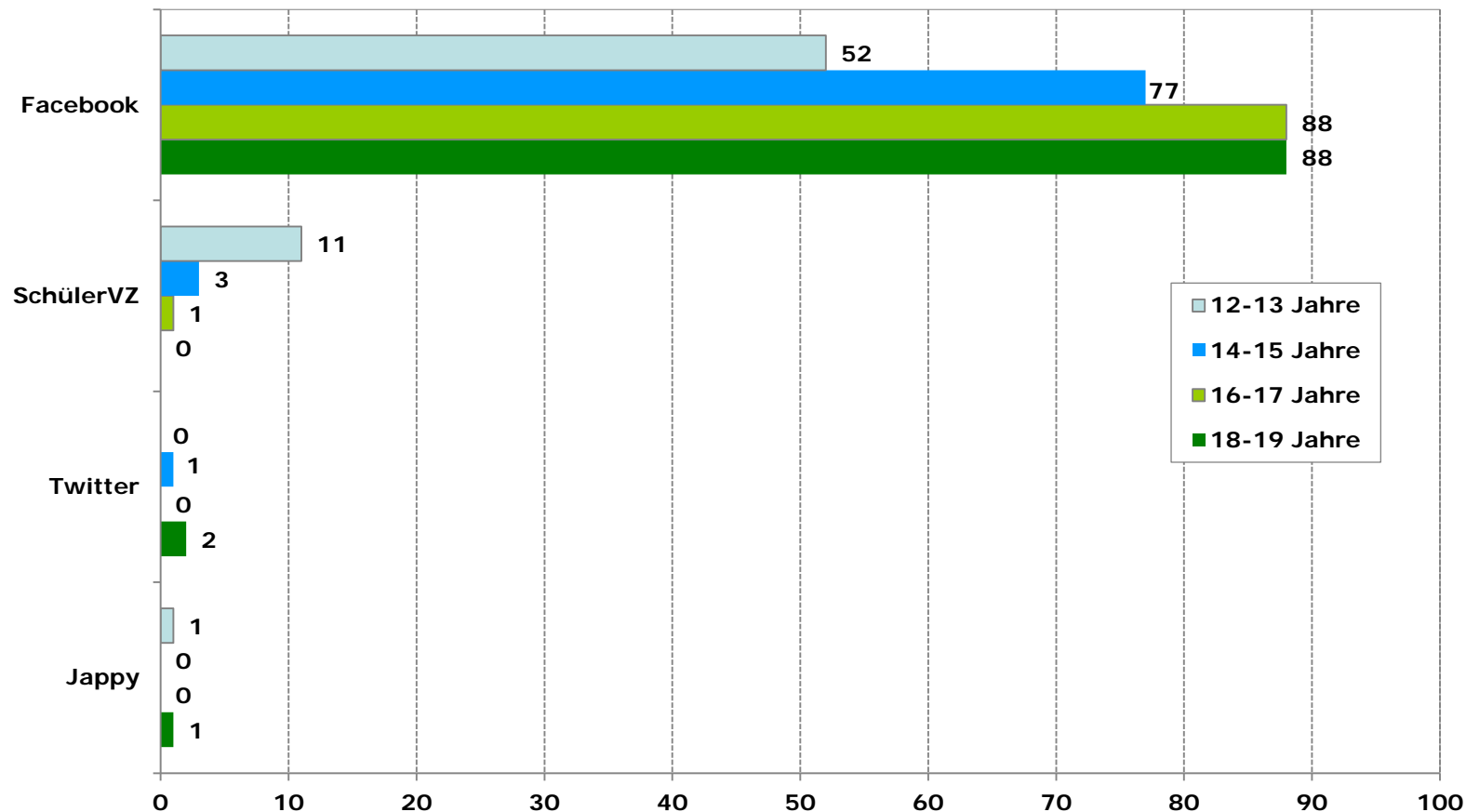


Basis: deutsche Onlinenutzer/innen, n=1.319.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011, in:
van Eimeren/Frees 2011, S. 340.

Beliebteste Online-Communities 2012

Offene Nennungen, Auswahl, nach Alter (Angaben in %)

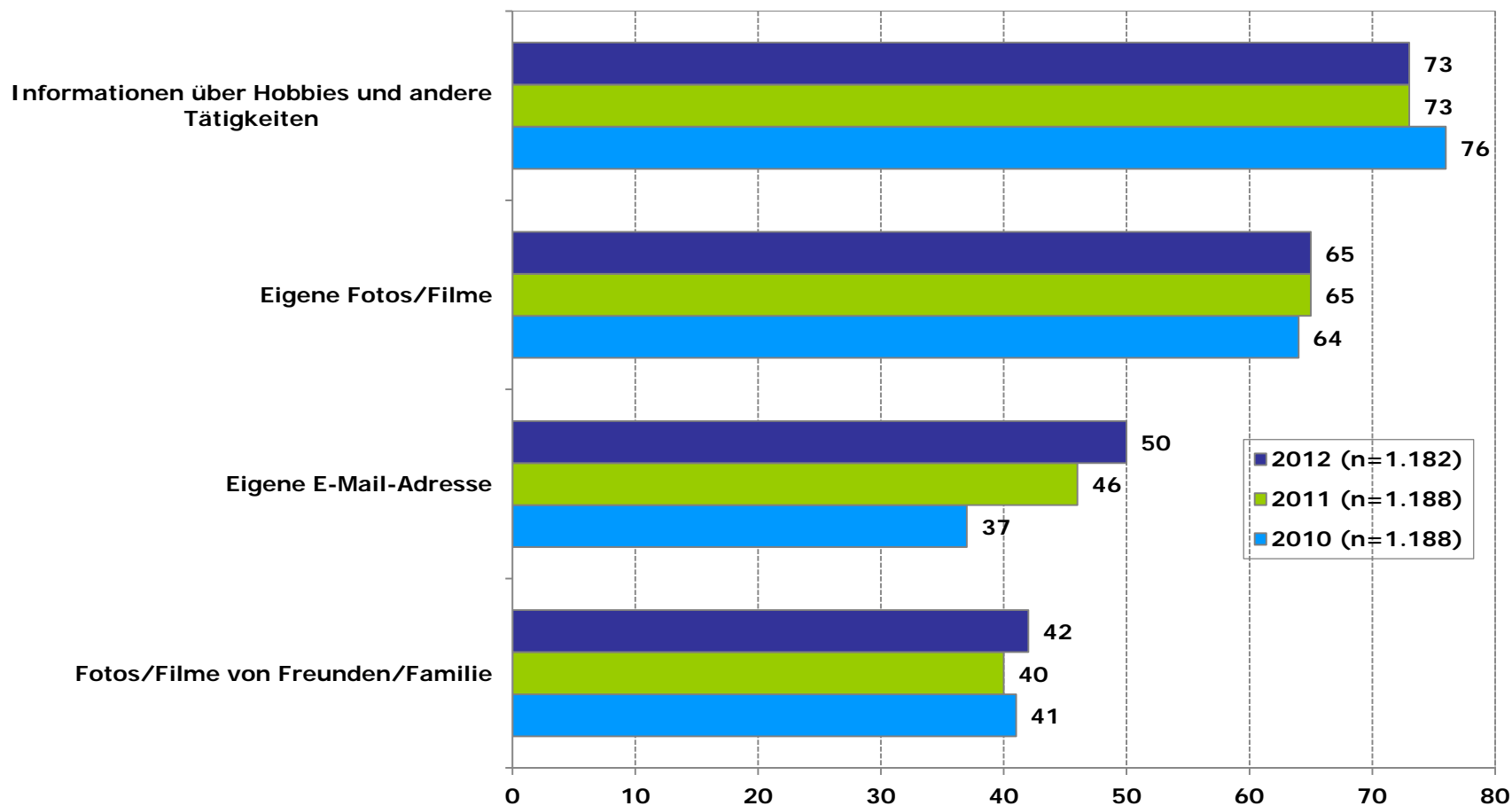


Basis: n=1.182, Internetnutzer/innen,
12-19 Jahre, Nennungen ab 1 %.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 41.

Welche persönlichen Daten hinterlegen Jugendliche im Internet?

Auswahl, Vergleich 2010-2012 (Angaben in %)

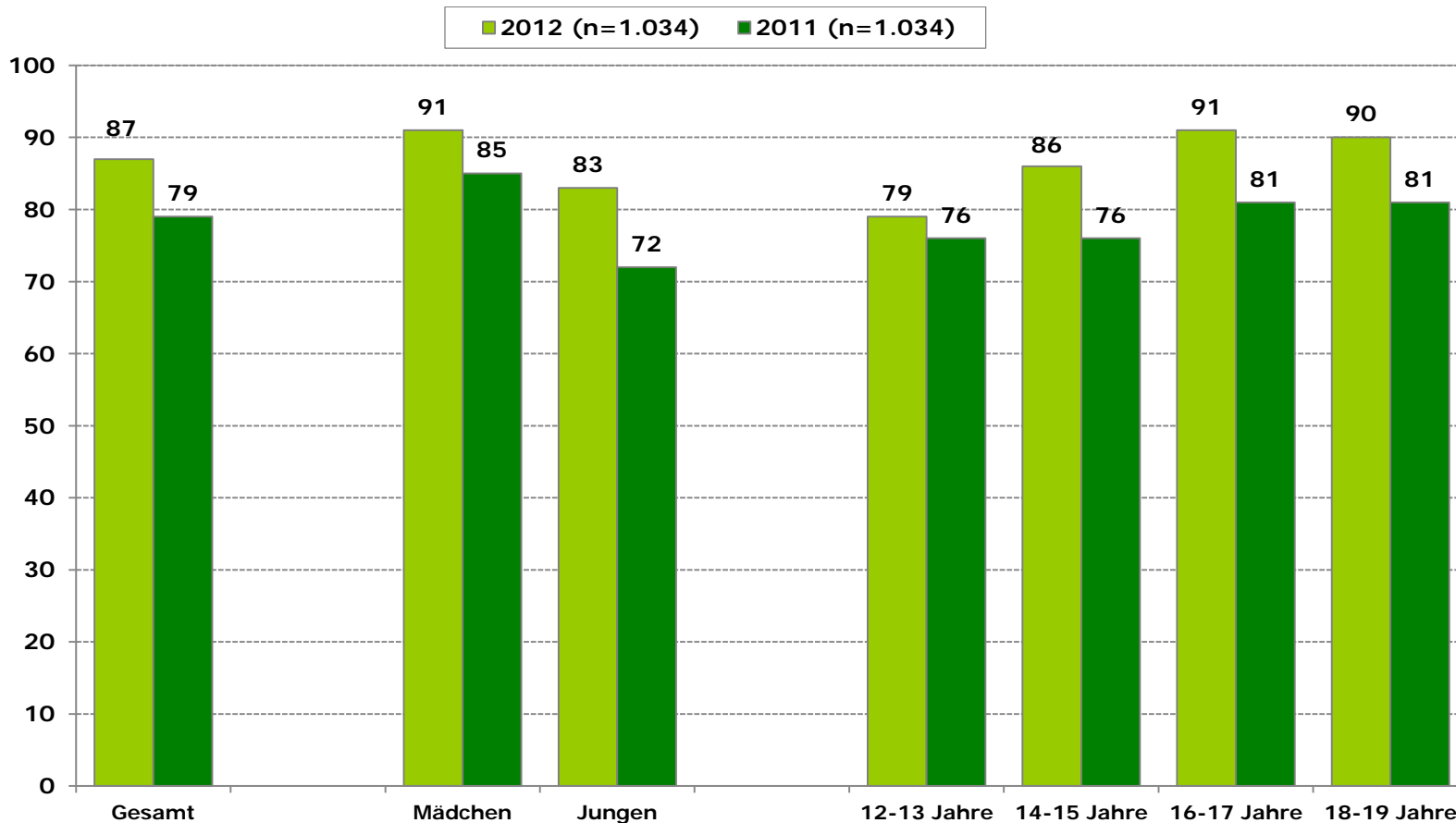


Basis: Internet-Nutzer, JIM 2010-2012.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 46.

Online-Communities: Privacy-Option aktiviert

Nach Altersgruppen und Geschlecht (Angaben in %)



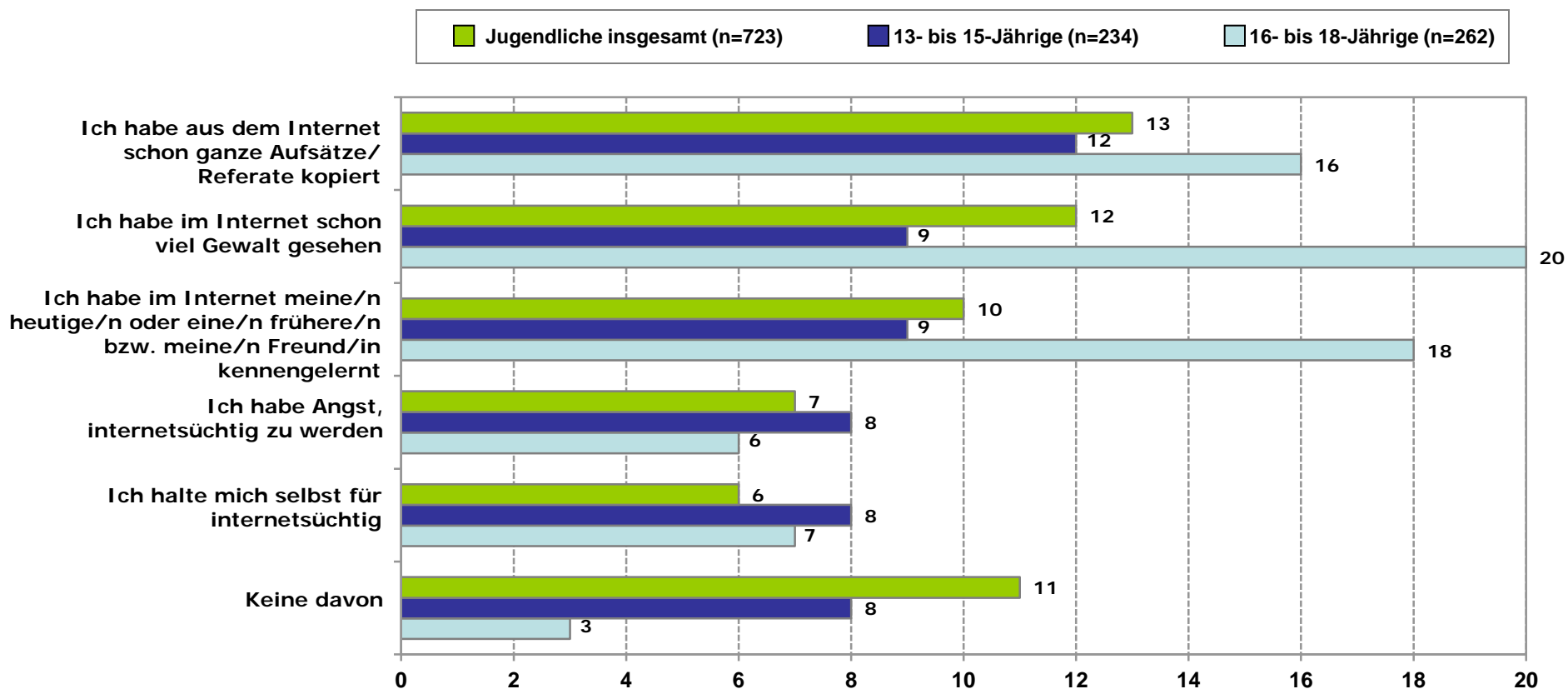
Basis: JIM 2011 u. 2012, Nutzer/innen von Online-Communities, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 44.

Aussagen zum Internet und Erfahrungen Jugendlicher

Nach Alter, Mehrfachnennungen möglich (Auswahl, Angaben in %)

Welche der folgenden Aussagen zum Internet kannst du mit „ja“ beantworten?

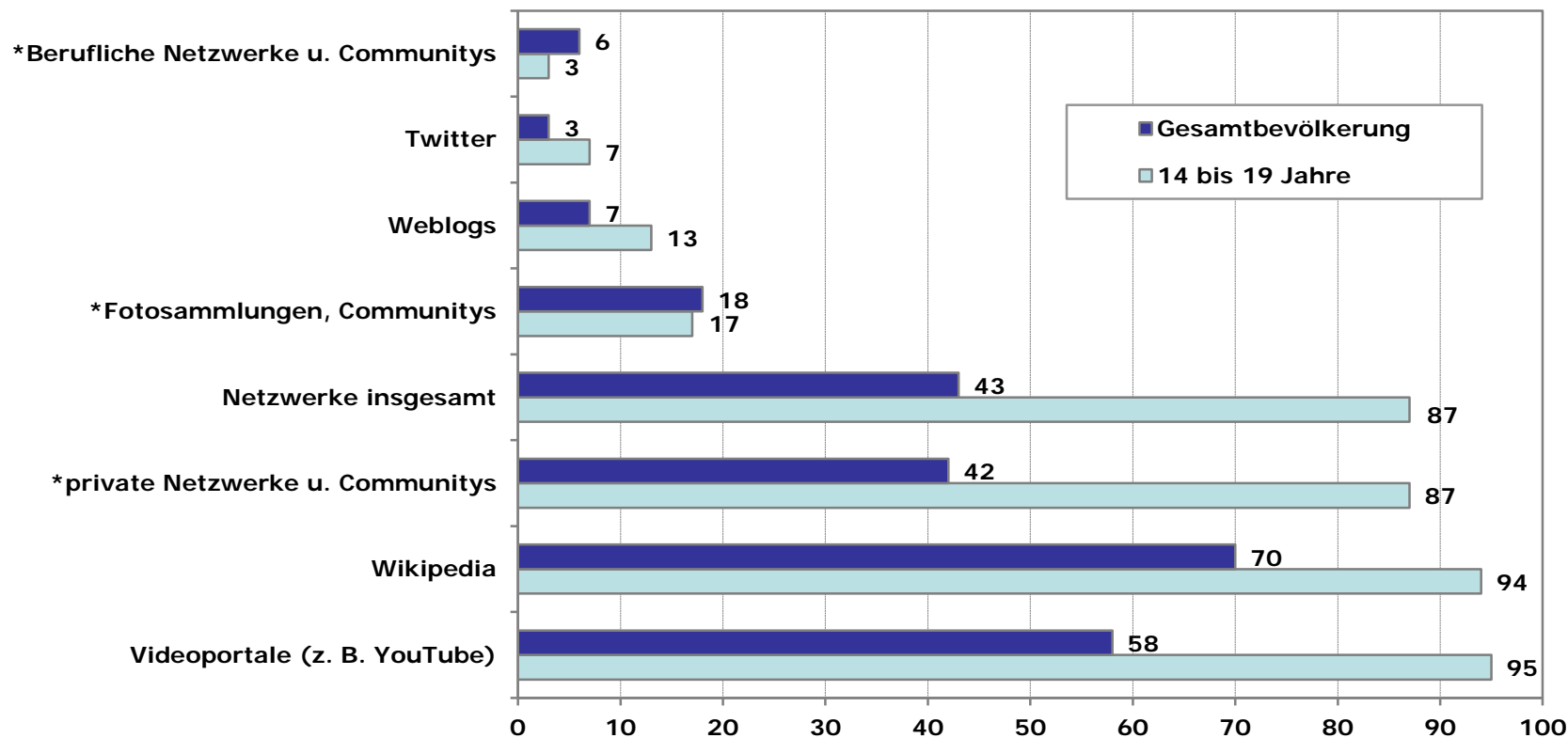


Basis: Internetnutzer/innen, n=723.

Quelle: BITKOM 2011, S. 34.

Web 2.0-Nutzung — Vergleich 14- bis 19-Jährige mit Gesamtbevölkerung

Zumindest selten genutzt, Angaben in %



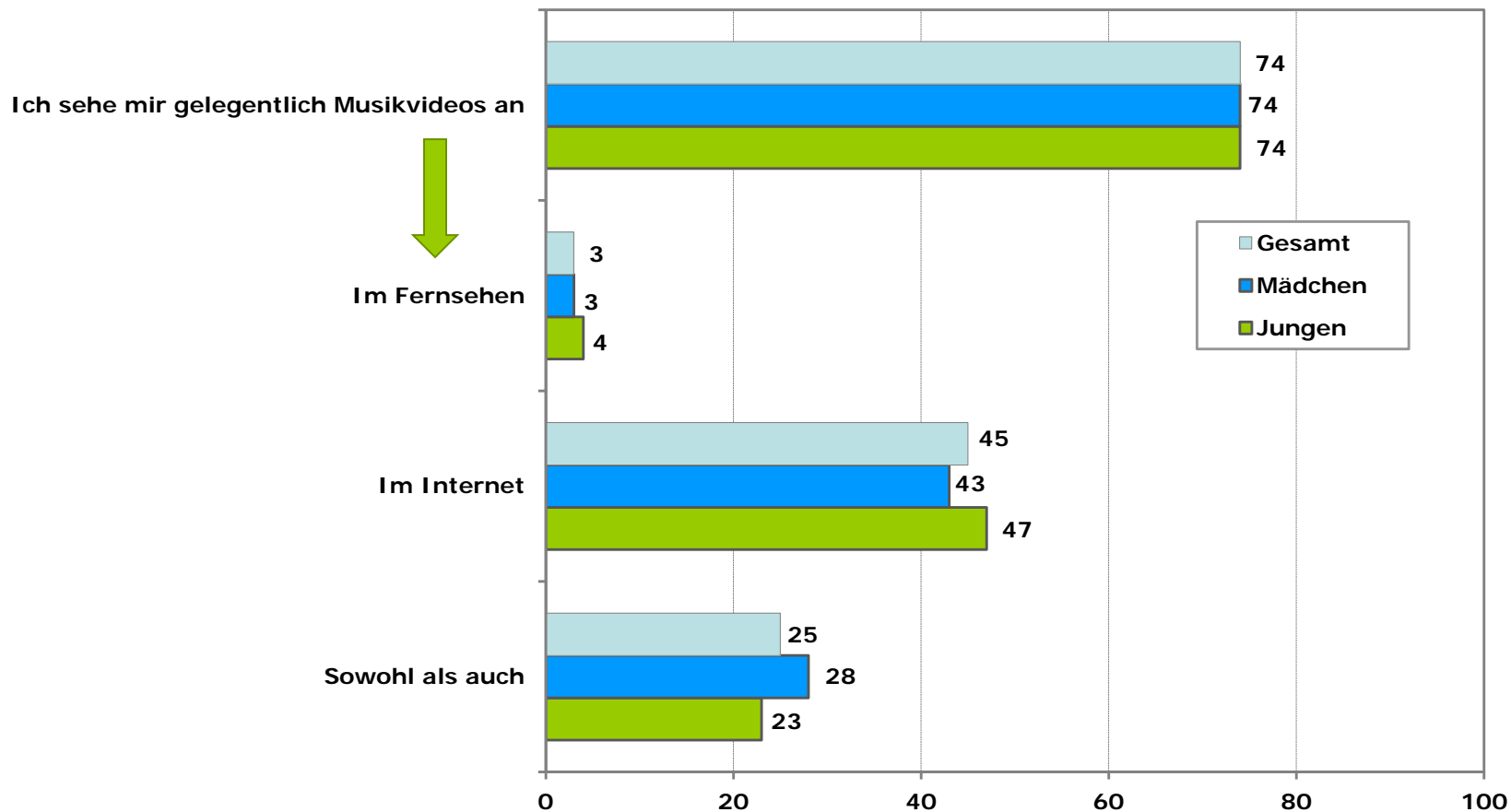
Basis: n=1.319 deutschsprachige Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren.

*Nutzer mit eigenem Profil

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2011, in:
Busemann/Gscheidle 2011, S. 366.

Nutzung von Musikvideos am liebsten auf YouTube

Nach Geschlecht, Angaben in %

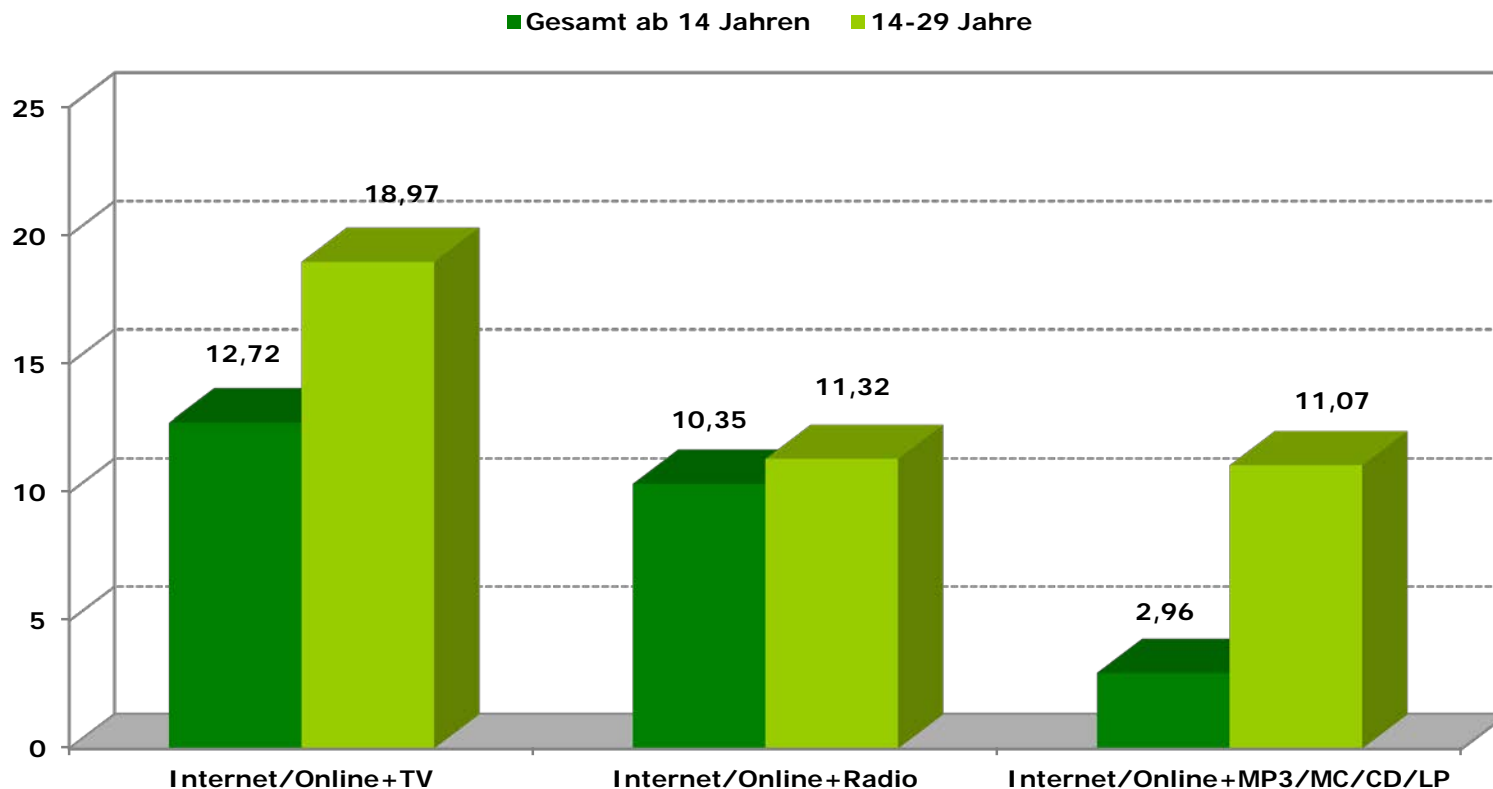


Basis: n=1.201, 12-19 Jahre

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 24.

Jugendliche sind Multitasker - Parallelnutzung der einzelnen Medien nach Altersgruppen

Angaben in Min./Tag, 2010, Auswahl

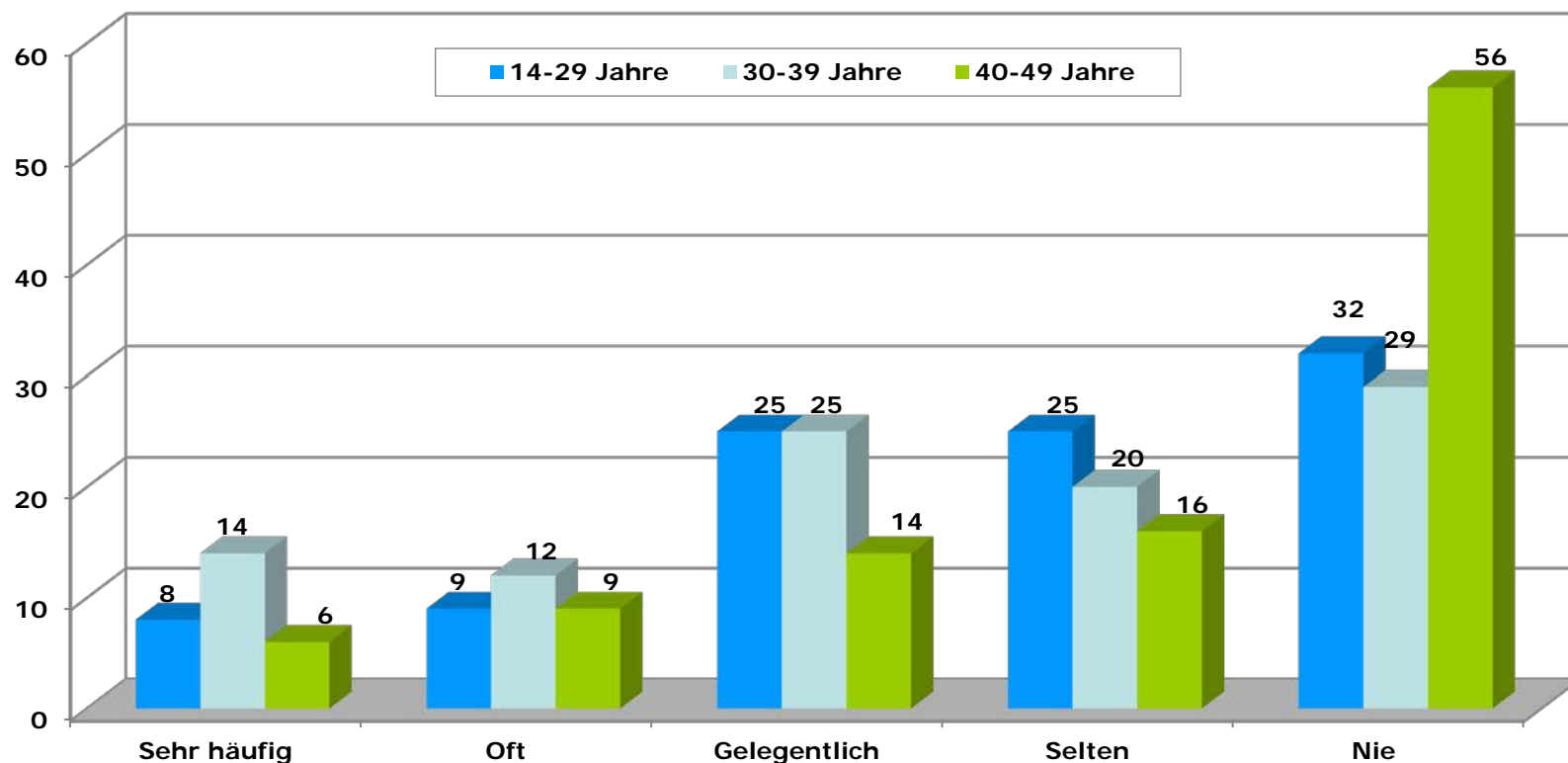


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, in:
Best/Breunig 2011, S. 25.

Paralleles Surfen zum Fernsehschauen – Zuschauer/innen ab 40 Jahre machen dies selten oder nie

Online-Nutzung beim Fernsehen 2011, nach Altersgruppen (Angaben in %)



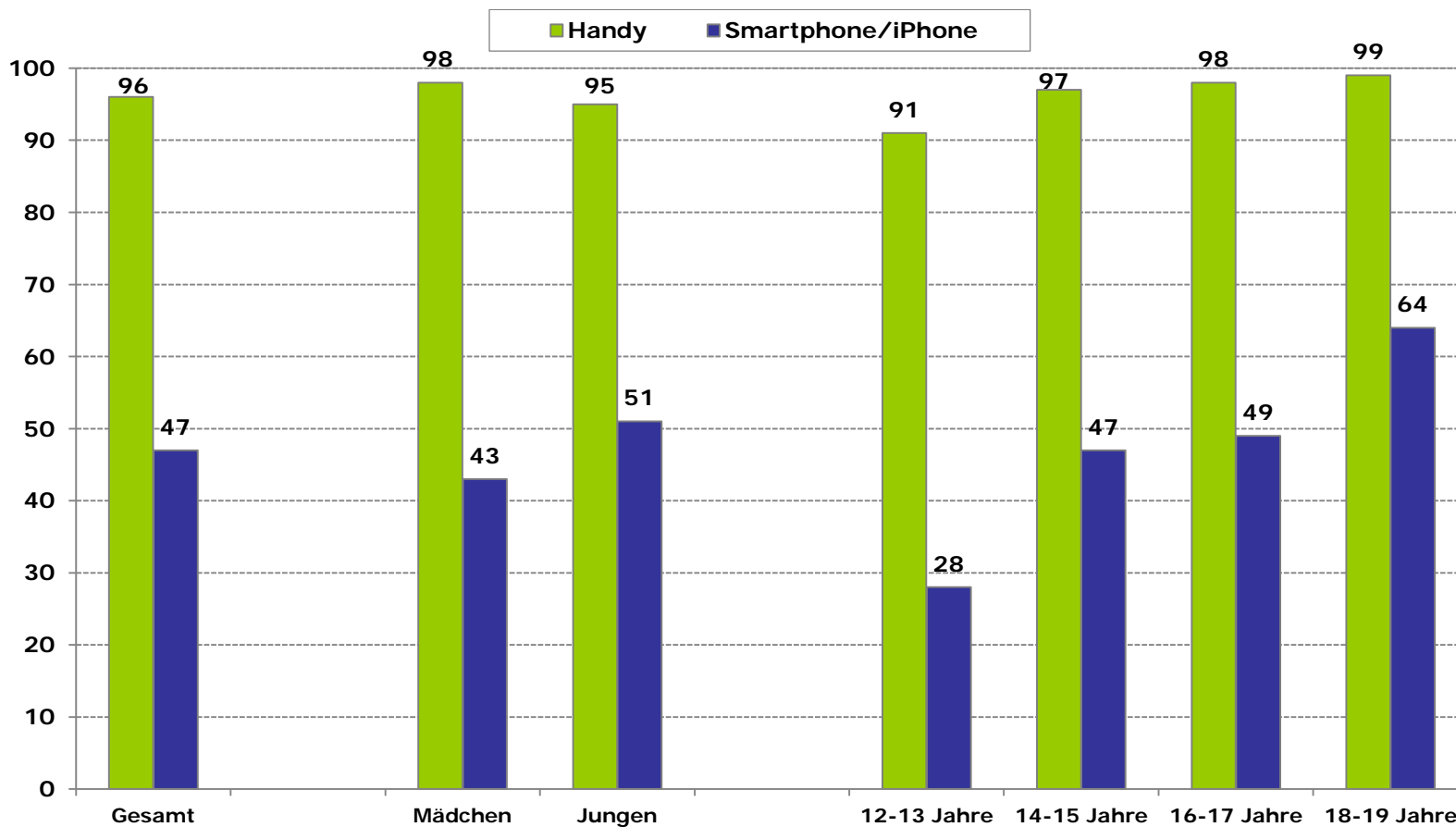
Basis: n=895, TV-Zuschauer/innen, 14-49 Jahre.

Quelle: DigitalBarometer. IP Deutschland, TNS Emnid, 2011, Seite 4.

Handy und mobile Medien

Handy- und Smartphone-BesitzerInnen 2012

Nach Alter und Geschlecht (Angaben in %)

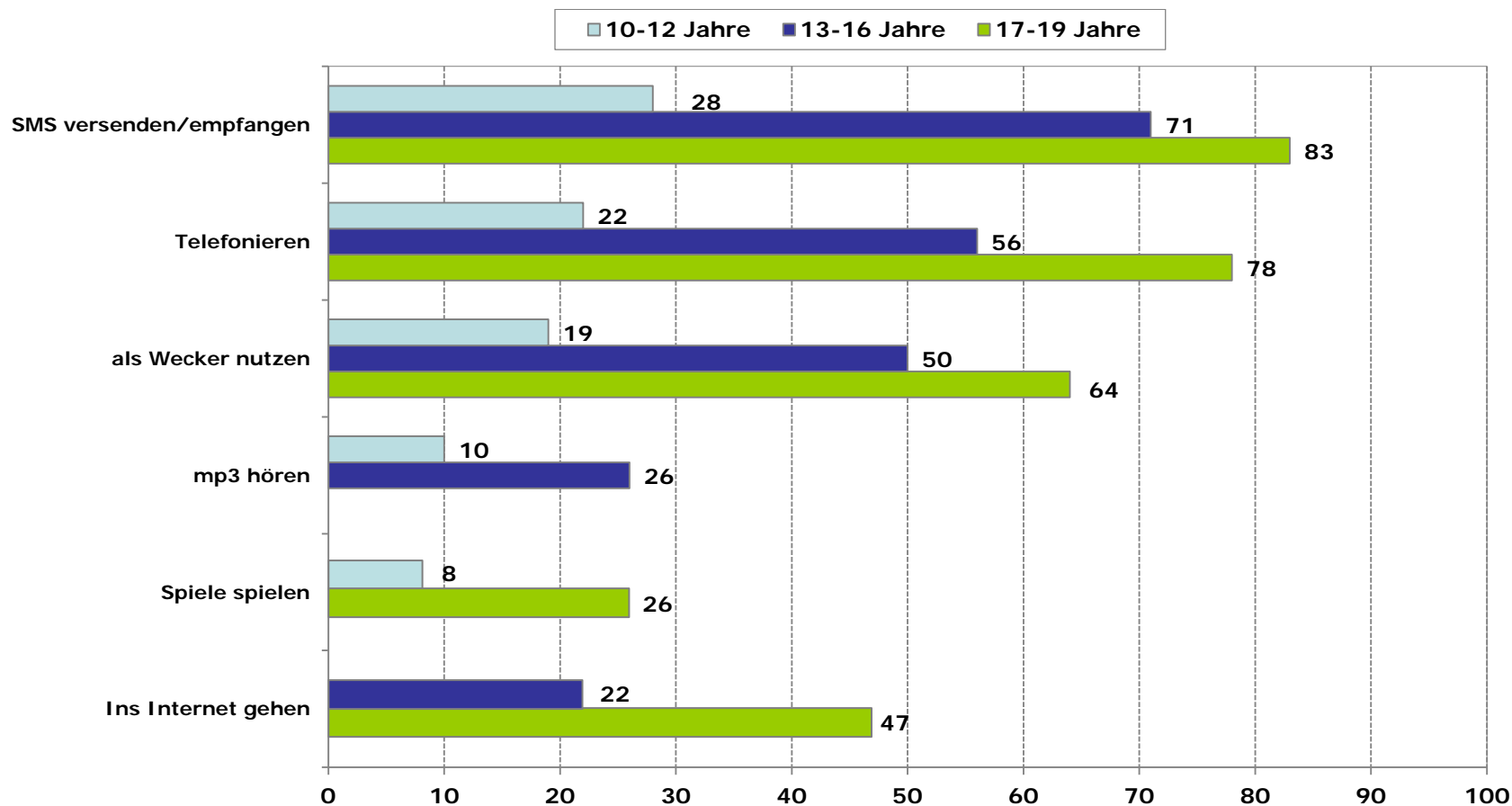


Basis: alle Befragten, 12-19 Jahre, n=1.201.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 52.

Häufigste Nutzungsarten des Handys 2012

Nach Alter, Auswahl (Angaben in %)



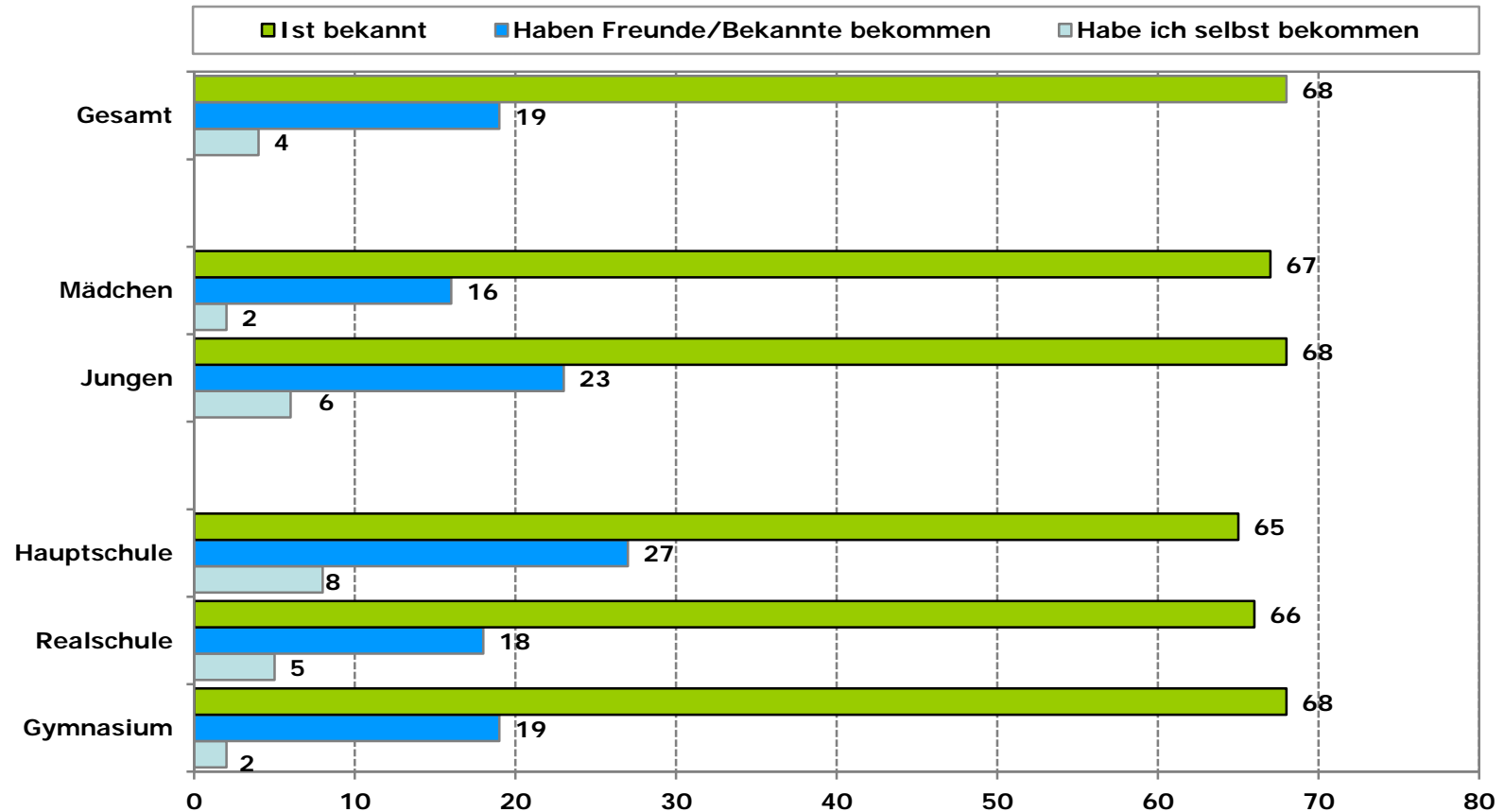
Basis: n=1.468, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2012, S. 143.



Wie viele Jugendliche haben 2012 Erfahrungen mit brutalen Videos und Pornofilmen auf dem Handy gemacht?

Nach Geschlecht und Schulform (Angaben in %)

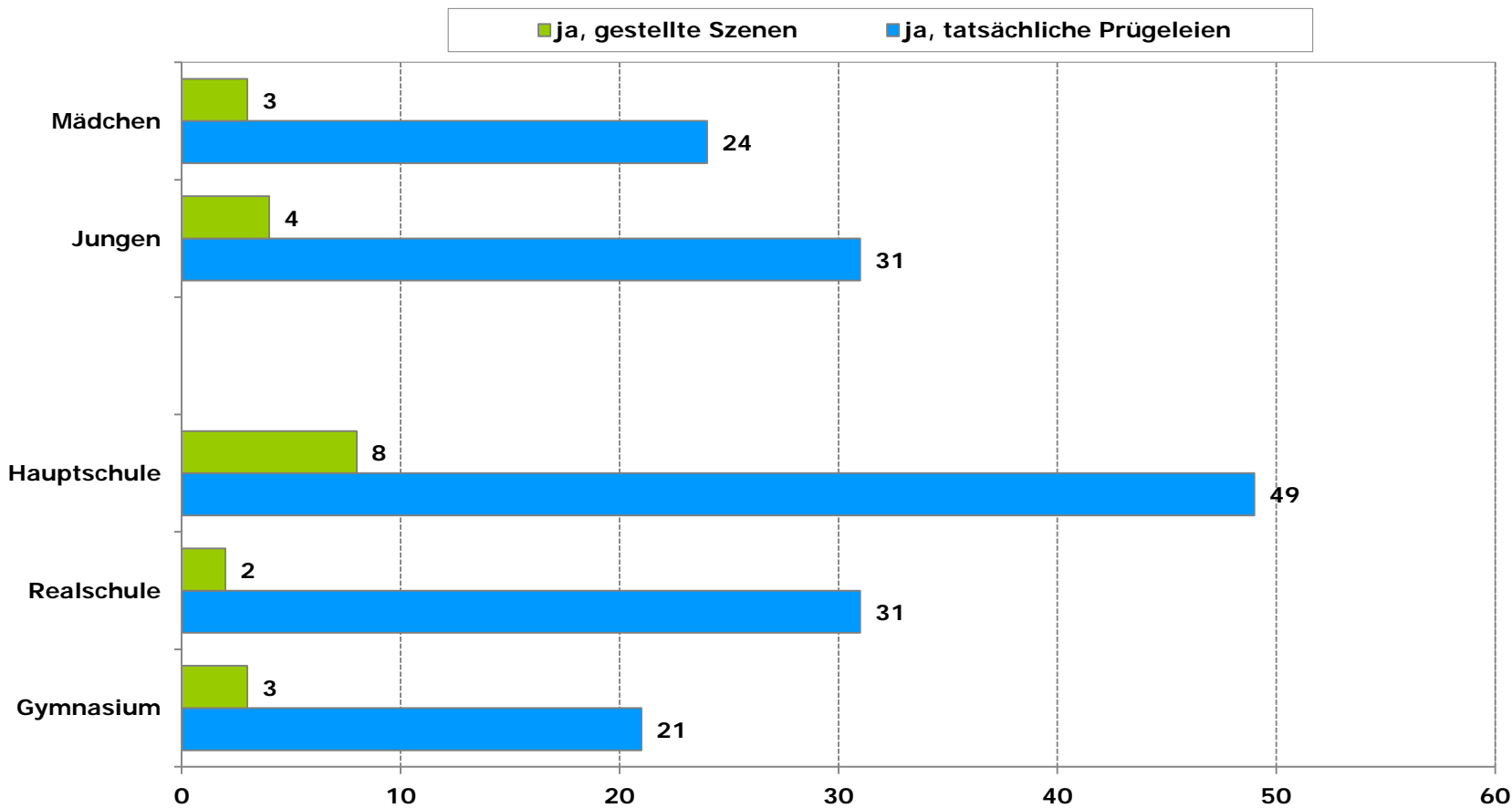


Basis: n=1.157, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 57.

Gewalt und Handy 2012: „Happy Slapping“

„Ich habe schon mal mitbekommen, dass eine Schlägerei mit dem Handy gefilmt wurde.“ Nach Alter und Schulform (Angaben in %)

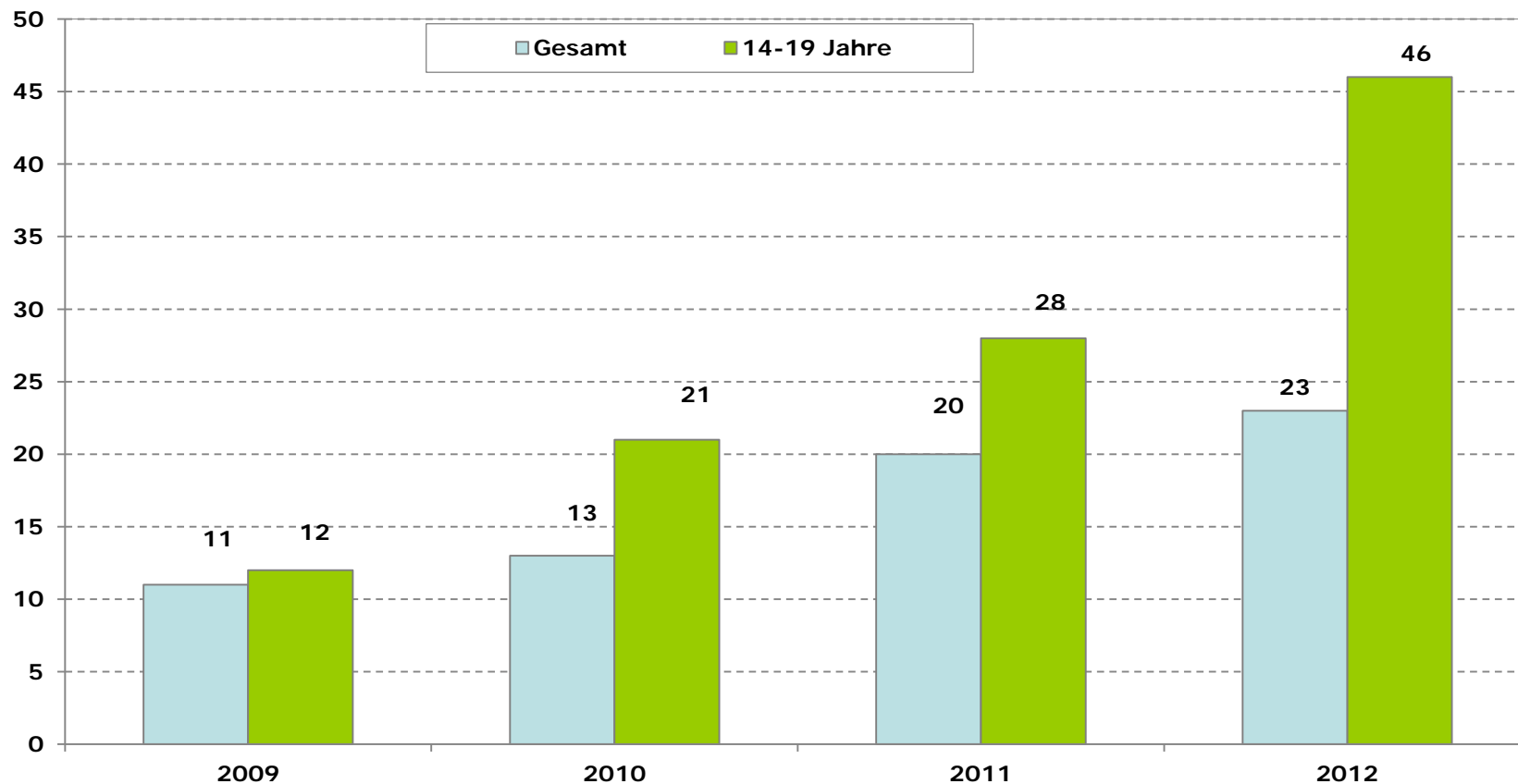


Basis: n=1.157, 12-19 Jahre, Besitzer/innen Handy/Smartphone.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 58.

Mobile Internetnutzung 2009-2012

Nach Alter (Angaben in %)

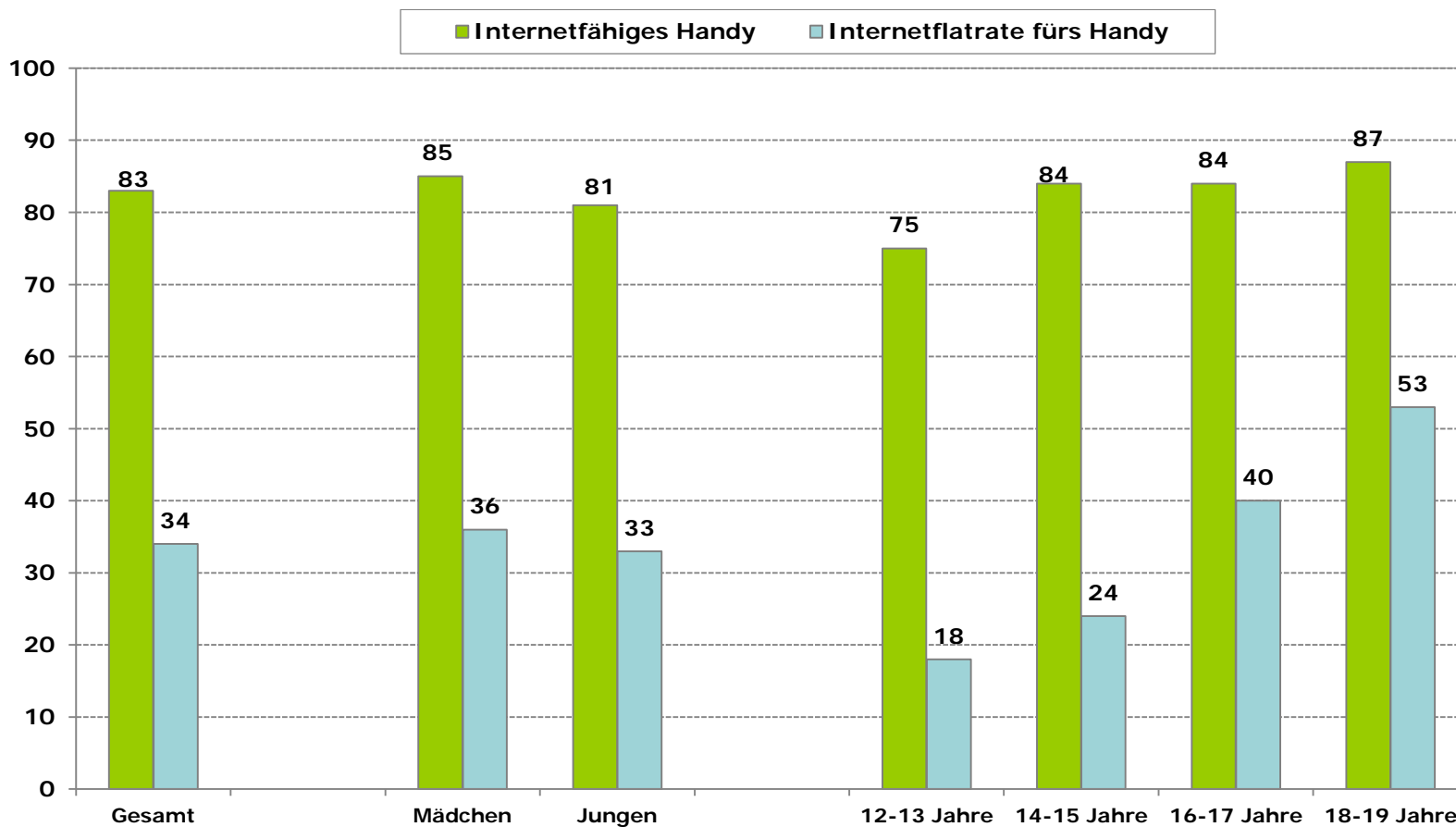


Basis: Onlinenutzer/innen ab 14 Jahren (2009: n=1.212; 2010: n=1.252; 2011: n=1.319; 2012: n=1.366).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2009-2012, in: van Eimeren/Frees 2012, S. 368.

Mobiles Internet 2012 mit Handy und Flatrate

Nach Alter und Geschlecht (Angaben in %)

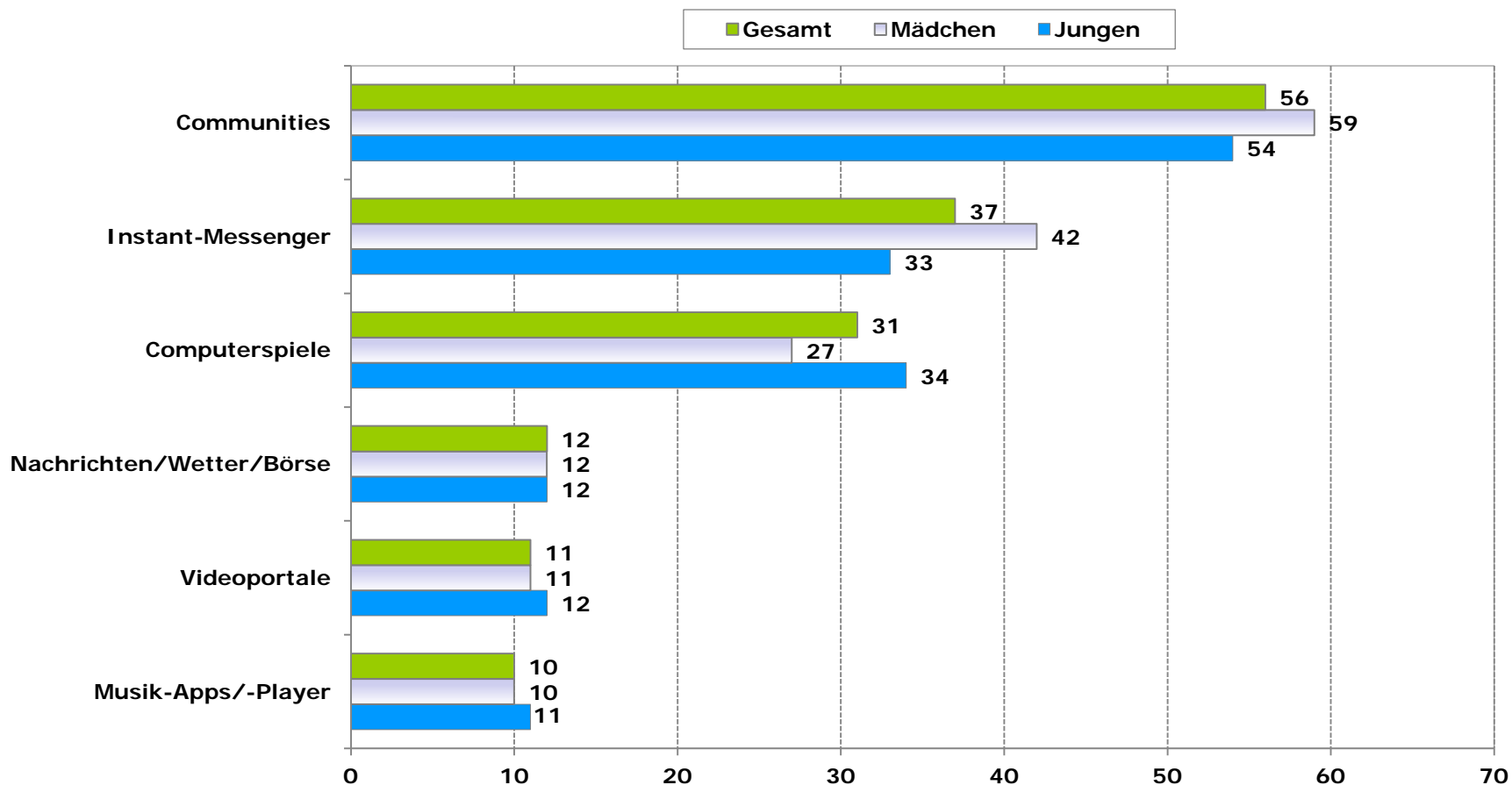


Basis: BesitzerInnen Handy/Smartphone, n=1.157.

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 54.

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone 2012

Zumindest selten genutzt, Nennungen ab 5% (Angaben in %)



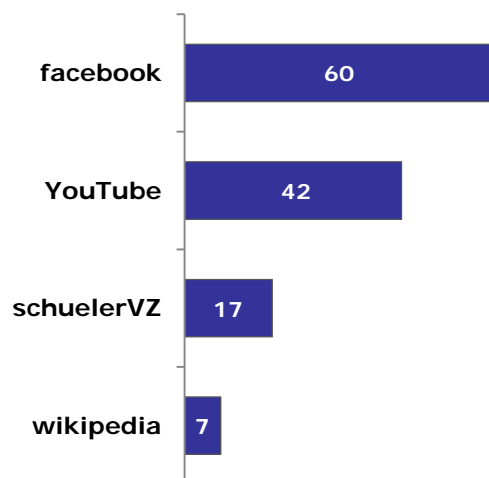
Basis: BesitzerInnen von Apps, n=606

Quelle: JIM-Studie 2012, S. 55.

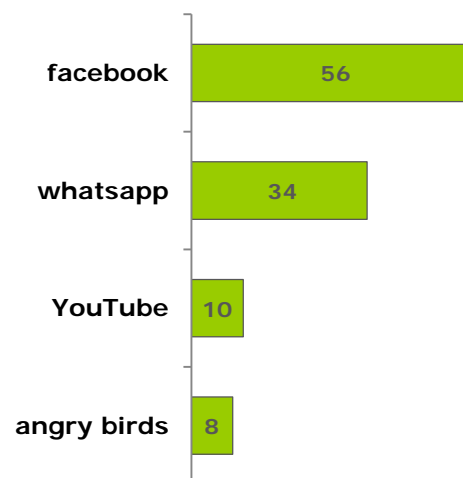
Die beliebtesten Apps der 11- bis 19-Jährigen: Überschneidung mit den Lieblingswebsites

Welche Website ist deine Lieblingswebsite und welche Apps nutzt du zur Zeit am häufigsten?
Auswahl (Angaben in %)

Liebblingswebsites im Internet (PC / Laptop)



am häufigsten genutzte Apps

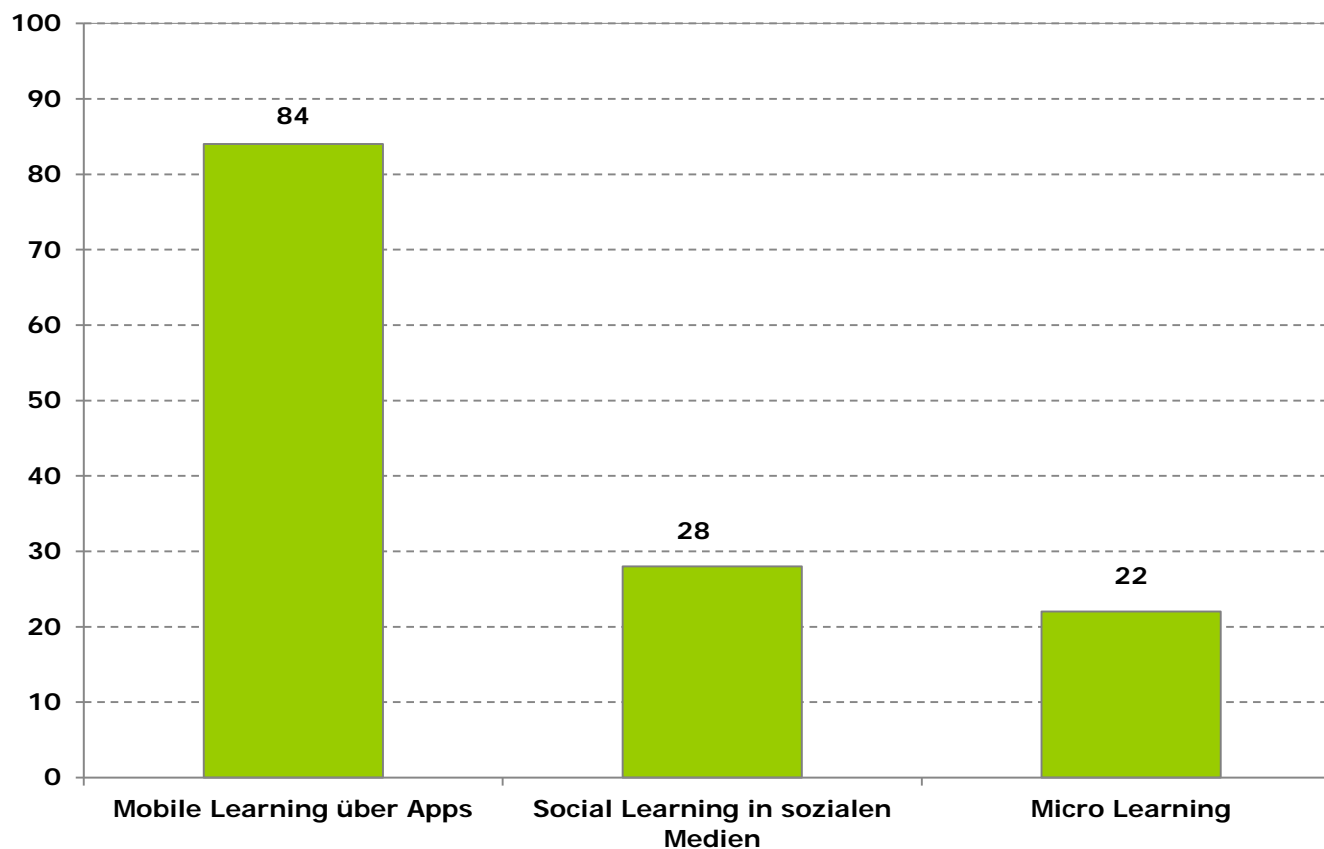


Basis: n=955 11- bis 19-Jährige, die ins Internet gehen
bzw. n= 443 11- bis 19-Jährige, die Apps nutzen.

Quelle: elements of art / iconkids & youth 2012, S. 7.

Mobiles Lernen mit Apps: Der E-Learning-Trend

„Welche E-Learning-Trends werden in den kommenden 3 Jahren größte Bedeutung haben?“
Expertenbefragung, Mehrfachnennung möglich (Angaben in %)



Basis: n=64.

Quelle: MMB Learning Delphi 2012.

Vergleich PC/Laptop mit Smartphone: „Slow Food“ versus „Fast Food“



PC / Laptop = „Slow Food“:

- **Niedrigere Nutzungsfrequenz** – nur, wenn es erforderlich oder sinnvoll ist
- **Längere Nutzungssequenzen** – hier nimmt man sich Zeit, egal für was
- Nutzung von eher **komplexen und umfang-reicheren Contents / Funktionen** ("Big Scale")
- **Hohes emotionales Involvement** – was gemacht wird, ist einem wirklich "wichtig"



Das Smartphone = „Fast Food“:

- Deutlich **höhere Nutzungsfrequenz** – man hat das Gerät ständig in der Hand
- **Kurze Nutzungssequenzen** von oft nur wenigen Sekunden – alles soll schnell gehen
- **Fokussierte Nutzung** von kompakten, wenig umfangreichen Contents / Funktionen ("Small Scale")
- Eher **niedriges emotionales Involvement**: Oft geht es "nur" um den schnellen Zeitvertreib

Studien/Quellenangaben

- AGF/GfK Fernsehforschung, TV Scope, Panel (D+EU) 2012.
- Best, Stefanie/Breunig, Christian: Parallele und exklusive Mediennutzung. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 16-35.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2011_Best_Breunig_01.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- BITKOM: Jugend 2.0. Eine repräsentative Untersuchung zum Internetverhalten von 10- bis 18-Jährigen. Berlin 2011.
URL: http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- Busemann, Katrin/Gscheidle, Christoph: Web 2.0: Aktive Mitwirkung verbleibt auf niedrigem Niveau. In: Media Perspektiven 7-8/2011, S. 360-369.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2011_Busemann_Gscheidle.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- Ebert, Lena/Klingler, Walter/Karg, Ulrike/Rathgeb, Thomas: FIM-Studie: Mediennutzung im Familienkontext. Ergebnisse der Studie Familie, Interaktion & Medien. In: Media Perspektiven 4/2012, S. 189-202.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2012_Ebert_Klinger.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- elements of art / iconkids & youth: Die mobile Internetnutzung der jungen Zielgruppe. Studie zur Nutzung des mobilen und stationären Internets bei 11- bis 19-jährigen Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Mönchengladbach September 2012.
URL: <http://www.eoa.de/EoAforscht/STUDIE2012/tabid/569/Default.aspx> (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- Gerhards, Maria/Klingler, Walter: Sparten- und Formattrends im deutschen Fernsehen. In: Media Perspektiven 11/2011, S. 543-561.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2011_Gerhards_Klingler.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2012. Bericht.
URL: http://iconkids.com/deutsch/download/news/2012/07_02/2012_TTK.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- IP Deutschland/TNS Emnid: DigitalBarometer. Parallelnutzung: Interaktivität beim Fernsehen. November 2011.
URL: http://www.wuv.de/var/storage/wuv/digitalbarometer_herbst_2011.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).

Studien/Quellenangaben

- Leuphana Universität Lüneburg / DAK Gesundheit: Medienkonsum von Schülerinnen und Schülern. Online-Dokument 2012.
URL: http://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/newspool/meldungen/files/DAKLeuphanaStudie.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2012. Jugend, Information, (Multi-)Media. Stuttgart 2012.
URL: http://www.mpfs.de/fileadmin/JIM-pdf12/JIM2012_Endversion.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- MMB Learning Delphi 2012, in: MMB-Trendmonitor: Weiterbildung und Digitales Lernen heute und in drei Jahren, Ausgabe Juli 2012.
URL: http://www.mmb-institut.de/monitore/trendmonitor/MMB-Trendmonitor_2012_I.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- Ridder, Christa-Maria/Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven 11/2010, S. 537-548.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2010_Engel.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- Survey Jugend 2011 Baden-Württemberg. Eine Befragung von 2431 Jugendlichen. Hrsg. von der Jugendstiftung Baden-Württemberg.
URL: <http://jugendstiftung.de/fileadmin/Dateien/Jugendsurvey%202011.pdf> (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- van Eimeren, Birgit/Frees, Beate: Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? In: Media Perspektiven 7-8/2011, S. 334-349.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2011_Eimeren_Frees.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).
- van Eimeren/Frees, Beate: 76 Prozent der Deutschen online - neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2012. In: Media Perspektiven 7-8/2011 S. 362-379.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/0708-2012_Eimeren_Frees_01.pdf letzter Aufruf: 10.1.2013).
- van Eimeren, Birgit/Ridder, Christa-Maria: Trends in der Nutzung und Bewertung der Medien 1970 bis 2010. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 2-14.
URL: http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/01-2011_Eimeren_Ridder.pdf (letzter Aufruf: 10.1.2013).