

## INFORMATION

zur Pressekonferenz

mit

**LH-Stv.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Christine Haberlander**

**Peter Eismair, MAS, MSc**  
Geschäftsführer Education Group GmbH

und

**Dr. David Pfarrhofer**  
Institutsvorstand Market Institut

am 19. Juni 2019

Presseclub Linz, Club-Galerie

zum Thema

**6. Oö. Jugend-Medien-Studie 2019**  
**Das Medienverhalten der 11- bis 18-Jährigen im Trend**

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:  
Amt der Oö. Landesregierung  
Direktion Präsidium  
Abteilung Presse  
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-114 12  
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88  
landeskorrespondenz@ooe.gv.at  
www.land-oberoesterreich.gv.at

## **Medienverhalten der 11- bis 18-Jährigen im Überblick**

### **Freunde und Freundschaften bleiben an erster Stelle.**

Auch wenn die Medienauswahl immer größer wird, Freunde real zu treffen liegt bei Oberösterreichs Jugendlichen immer noch an erster Stelle. Dahinter rangieren die Nutzung der technischen Devices, die Kommunikation über WhatsApp & Co sowie Zeit mit der Familie zu verbringen.

### **Lesen trotz digitaler Konkurrenz weiterhin attraktiv.**

Die Hälfte der jungen Menschen in Oberösterreich liest gerne. Unverändert: Bücher und Zeitschriften stehen bei Mädchen höher im Kurs als bei den gleichaltrigen Burschen. Jugendbücher, Fantasy, Komödien, Bestseller und Thriller erfreuen sich hoher Attraktivität. Für die Schule gewinnen digitale Schulbücher und Apps an Bedeutung.

### **Beliebtheit und Nutzung der Lernprogramme und Apps nimmt deutlich zu.**

Nur mehr von einem Viertel der Jugendlichen werden Lernprogramme und LernApps nicht eingesetzt. Verwendet wird noch überwiegend der Computer, Smartphone und Tablet haben in den letzten Jahren spürbar an Bedeutung gewonnen. Bei Lehrkräften lag die Verwendung der Lernprogramme 2015 bei 77 %, 2019 bei 87 %, die Smartphone-Nutzung 2015 bei 35 %, 2019 bei 74 %.

### **Generation Smartphone, der Alleskönner unter den Medien.**

Der enge Bezug der oberösterreichischen Jugendlichen zu diesem technischen Gerät hat sich in den vergangenen beiden Jahren weiter intensiviert. Für 82 % ist das Smartphone unverzichtbar. Auf der Verliererseite: die Klassiker TV und Radio. Weiterhin auf Vormarsch: Youtube und Streaming Dienste.

### **Online-Communities & Influencer – eine neue Welt.**

Social Media-Kanäle werden vorwiegend genutzt, um mit Freunden und Bekannten in Kontakt zu bleiben, aber YouTuber/innen und Influencer/innen sind zu einer relevanten Gruppe avanciert. Auch in den Konsumwelten der Jugendlichen ist dieser Einfluss spürbar.

## 6. Oö. Jugend-Medien-Studie 2019

### Das Medienverhalten Oberösterreichs Jugendlicher im Trend

Seit über einem Jahrzehnt führt die Education Group im Auftrag des Landes OÖ die österreichweit einzigartige Medienstudie durch, um Daten und Trends zu erhalten. Die aktuelle Studie verfolgt das Ziel, die Mediennutzung der 11- bis 18-Jährigen in Oberösterreich zu analysieren und mit den Ergebnissen der letzten Erhebungen zu vergleichen. Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group durchgeführt.

*„Es ist wichtig, dass wir aktuelle Trends frühzeitig erkennen und Entwicklungen regelmäßig verfolgen. So haben wir die Möglichkeit, Potenziale zu erkennen und zu unterstützen, aber auch Gefahren im Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen gegenzusteuern“,* betont LH-Stv.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Christine Haberland.

*„Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich die Schülerinnen und Schüler mehr Nutzung elektronischer Medien im Schulalltag wünschen. Auch Pädagoginnen und Pädagogen treten Neuen Medien aufgeschlossen gegenüber.*

*Die Erfolge im digitalen Wandel hängen stark davon ab, wie die Potenziale und Talente der Kinder und Jugendlichen gefördert und zur Entfaltung gebracht werden. Es ist wesentlich, dass sie digitale Kompetenz erwerben. Dazu gehört das Verwenden der Digitalen Medien, die kritisch-reflexive Mediennutzung aber auch die Funktionsweisen von digitalen Medien und der Technik zu verstehen, die dahinter steht“,* so Haberland weiter.

*„Die Ergebnisse unserer Medien-Studien dienen als Basis für die Ausrichtung und Planung von Medienangeboten, medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen. Es freut uns besonders, dass die Daten seit über 10 Jahren österreichweit von Universitäten, Fachhochschulen und Firmen verwendet werden und auch weiterführende Forschungsprojekte darauf aufbauen“,* so Peter Eiselmaier, Geschäftsführer der Education Group.

## Die Ergebnisse der 6. Oö. Jugend-Medien-Studie im Detail

### Freundschaften bei Oberösterreichs Jugendlichen weiterhin hoch im Kurs

Trotz einer Vielzahl an Angeboten zur Freizeitgestaltung bleiben die Freund/innen das zentrale Herzstück der jungen Menschen in Oberösterreich. Mit Freund/innen treffen ist weiterhin die wichtigste Freizeitbeschäftigung (72 %), dahinter rangieren die Nutzung der technischen Devices (66 %), kommunizieren über WhatsApp & Co (64 %) sowie die Zeit mit der Familie zu verbringen (62 %).

TV verliert spürbar an Attraktivität. Vor einem Jahrzehnt nannten noch mehr als 90 % der Jugendlichen das Fernsehen als Freizeitbeschäftigung, nun liegt dieser Wert bei 57 %. Mit dem Radio ist auch ein zweites der klassischen Medien ein Verlierer in der vergangenen Dekade. Nur mehr ein Viertel der Jugendlichen nennt Radio hören als Freizeitbeschäftigung. Dies bedeutet nicht, dass junge Menschen weniger Musik hören (liegt bei den Interessensgebieten an zweiter Stelle und stabil im Zeitvergleich), es zeigt sich jedoch eine Veränderung in der Art des Musikkonsums.

### Die Freizeitbeschäftigungen der Jugendlichen I gestützt, Ranking 1 bis 15



1 Die Freizeit verbringen die Jugendlichen weiterhin am liebsten mit den FreundInnen!

	Jugendliche insgesamt	Trend 2017	EINSCHÄTZUNG DER ELTERN	Einschätzung der Eltern 2017	JUGENDLICHE		JUGENDLICHE	
					Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
mit Freunden treffen	72	80	78	79	72	72	68	76
am Computer, Tablet, Handy, Smartphone etc. etwas machen	66	70	71	66	69	63	63	68
Kommunizieren mit WhatsApp, Facebook, SMS	64	73	72	70	63	66	59	70
mit der Familie, den Eltern Zeit verbringen	62	65	74	70	57	67	63	61
DVDs, YouTube schauen	61	69	64	65	61	61	62	59
ausruhen, entspannen	60	66	67	66	55	65	57	63
Hausaufgaben machen, lernen	59	59	71	67	55	62	67	51
fernsehen	57	65	74	79	56	59	62	53
Im Internet surfen oder mit dem Internet etwas machen	57	63	52	58	56	57	46	66
Spielen am Computer, Tablet, Handy, Smartphone, Spielkonsolen etc.	56	57	64	64	67	46	66	48
Zeit mit dem Freund / der Freundin verbringen	52	53	60	57	51	54	51	54
Sport treiben	49	56	52	47	56	41	48	49
telefonieren am Handy / Smartphone	49	51	54	43	46	52	50	48
ins Kino gehen	46	50	50	47	46	45	45	46
mit (Haus)Tieren beschäftigen	39	47	44	60	33	44	46	32

Frage: Auf diesen Karten siehst du verschiedene Dinge, die man in der Freizeit machen kann. Mit welchen Aktivitäten verbringst du deine Freizeit? Bitte lege die entsprechenden Karten heraus.

## **Generation Smartphone**

Nahezu alle Jugendlichen (94 %) haben Zugang zu einem Smartphone. Das technische Gerät gilt als der Alleskönner. Deutlich weniger Jugendliche besitzen ein eigenes Radio, einen CD-Player, einen DVD-Player oder einen Fotoapparat. Auch hier wird das veränderte Medienverhalten der Jugendlichen deutlich. Für Fotos wird das Smartphone verwendet, Musik wird über YouTube (70 %) oder Streaming Anbieter (47 %) gehört.

Smartphone und Internet sind bei Jugendlichen täglich im Einsatz. Dementsprechend gilt für junge Menschen von heute das Smartphone als unverzichtbar (82 %) im Vergleich zu Fernsehen (26 %) und Radio (9 %).

## **Klassisches TV im Rückgang – Streaming im Vormarsch**

Unverändert ist, dass junge Menschen sehr gerne Filme, Serien und Co konsumieren – ganz anders sieht allerdings die genutzte Medienlandschaft aus: Im Abnehmen ist die durchschnittliche Fernsehzeit der Jugendlichen, waren es 2011 noch 1 ½ Stunden vor dem TV Gerät sind es 2019 nur mehr 45 Minuten.

Aktuell schätzen die Jugendlichen den Zeitaufwand für die Betrachtung von bewegten Bildern jedoch auf fast drei Stunden pro Tag. Streaming Dienste sind deutlich mehr verbreitet als vor zwei Jahren, 1 ¼ Stunden verbringt man mit Kurzclips im Internet. Damit rangiert von den drei abgefragten Zugängen das Fernsehen nur mehr auf Platz drei, vier von 10 Jugendlichen sehen (fast) gar nicht mehr fern.

Die Lieblingskanäle der Jugendlichen heißen demnach auch YouTube (67 %), Amazon prime (55 %), SnapChat (29 %) und Netflix (23 %). Konsumiert werden von den Jugendlichen im TV weiterhin Komödien (Mädchen) und Actionfilme (Burschen), gestreamt werden vor allem Serien und auf den Plattformen stehen Musik und lustige Clips im Mittelpunkt des Interesses der oberösterreichischen Jugendlichen.

## Lieblingssender der Jugendlichen

Basis: Jugendliche mit Lieblingskanal; Streaming-Anbieter / Plattformen für Kurzvideos



Bei den Streaming-Anbietern konnte sich Amazon prime deutlich absetzen – YouTube bleibt die beliebteste Plattform!

STREAMING-ANBIETER	Jugendliche, die einen Lieblingskanal haben (61%-100%)	Trend 2017	JUGENDLICHE -		JUGENDLICHE -	
			Jungen	Mädchen	zwischen 11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
Amazon prime	55	26	52	59	44	66
Netflix	23	23	27	21	25	22
Maxdome	0	3	0	0	0	0
Flinmit	0	0	1	0	1	0
Anderer Streaming-Anbieter	2	5	2	2	1	3
<b>PLATTFORMEN FÜR KURZVIDEOS</b>						
YouTube	67	77	72	63	72	62
SnapChat	29	23	27	31	24	33
Instagram	21	19	16	24	17	24
Facebook	2	11	2	2	1	3
Anderer Plattformen	3	2	2	4	6	0
Weiß nicht, keine Angabe	2	2	2	2	2	2

\*) wurde nicht erhoben

Frage: Und welcher Fernsehsender, Streaming-Anbieter, Plattform im Internet magst Du besonders gerne? Nenne mir bitte die 3 wichtigsten!

market institut Ergebnisse in Prozent – ZR2550/Basis: Jugendliche, die einen Lieblingskanal haben (61%-100%)

FERNSEHEN 29

## Lesen trotz digitaler Konkurrenz weiterhin attraktiv

Die Hälfte der jungen Menschen in Oberösterreich liest gerne. Unverändert ist, dass Bücher und Zeitschriften bei Mädchen höher im Kurs stehen als bei den gleichaltrigen Burschen. Bevorzugt bleiben Jugendbücher (63 %), Fantasy (48 %), Komödien (48 %), Bestseller (43 %) und Thriller (42 %).

Die Nutzung von eBooks nimmt langsam zu. Ein Drittel der Jugendlichen liest Bücher auch in digitaler Form, die Mehrheit bevorzugt weiterhin die Printform. (71 %).

Für die Schule gewinnen digitale Schulbücher und Apps an Bedeutung. Der Einsatz von digitalen Schulbüchern wird von den Jugendlichen zunehmend befürwortet. Rund drei Viertel der Pädagoginnen und Pädagogen empfinden den Einsatz von digitalen Büchern im Unterricht als interessant.

## Computer im (fast) täglichen Einsatz

Mit 87 % haben weiterhin fast alle jungen Menschen in Oberösterreich Zugang zu einem Computer. Auch hier stellt sich die geringere Nachfrage des Computers dem Wettbewerb des Smartphones.

Die Aussagen bestätigen den Trend von 2017 – der Computer gehört immer mehr zum Alltag und ist ein (wichtiges) Werkzeug für Schule und Beruf. Die Schule ist und bleibt auch der wichtigste Informationsmittler bei Computerkenntnissen – vor dem Selbststudium und (2019 erstmals abgefragt) den Infos aus dem Internet.

Ein leichter Anstieg zeigt sich bei der Nutzungsintensität von Computerspielen. Durchschnittlich geben die spielenden jungen Oberösterreicherinnen und Oberösterreicher etwa 80 Minuten Spielzeit zu Protokoll. Auch beim Computerspielen setzt sich der Siegeszug des Smartphones fort und ist das mit Abstand wichtigste Gerät der Computerspieler/innen.

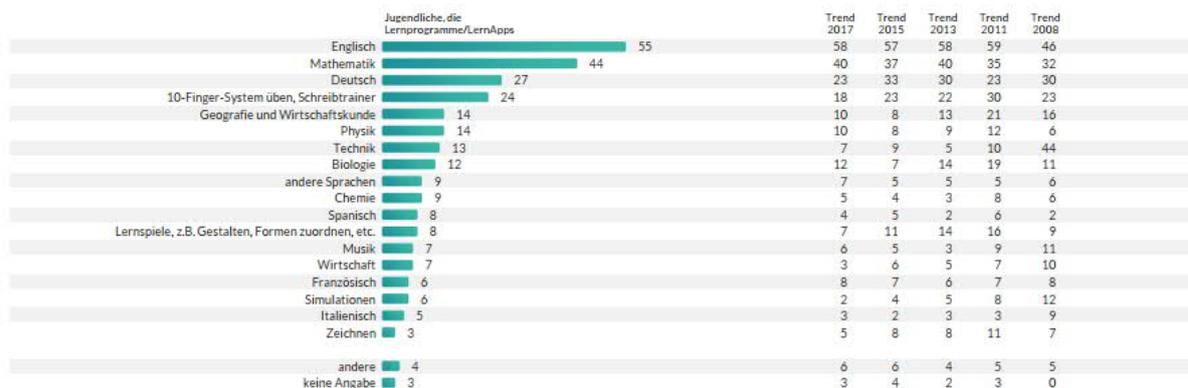
## Beliebtheit und Nutzung der Lernprogramme und Apps nimmt deutlich zu.

### TOP-Themen unter den Lernprogrammen/LernApps

Basis: Jugendliche, die Lernprogramme/LernApps verwenden



! Lernprogramme/LernApps werden vor allem für die Bereiche Englisch und Mathematik eingesetzt!



Frage: Aus welchen Bereichen verwendest du Lernprogramme bzw. LernApps? Auf dieser Liste siehst du verschiedene Bereiche – bitte nenne mir jene Bereiche, für die du Lernprogramme bzw. LernApps verwendest.

Nur mehr von einem Viertel der Jugendlichen werden Lernprogramme und LernApps nicht eingesetzt. Verwendet wird noch überwiegend der Computer (57 %), Smartphone und Tablet (29 %) haben in den letzten Jahren spürbar an Bedeutung gewonnen.

Die Fächer Englisch (55 %), Mathematik (44 %) und Deutsch (29 %) rangieren als Einsatzbereiche weiterhin an der Spitze.

Auch die Attraktivität der Angebote wird aktuell besser beurteilt als in den vergangenen Jahren, drei Viertel der Jugendlichen zwischen 15 und 18 Jahren präsentieren sich hier als zufrieden und verwenden sie gerne.

Bei Lehrkräften lag die Verwendung der Lernprogramme 2015 bei 77 %, 2019 bei 87 %, die Smartphone-Nutzung 2015 bei 35 %, 2019 bei 74 %.

## Internet – Streaming gewinnt massiv an Bedeutung

### Die Internet-Nutzung im Detail I

Basis: Jugendliche mit Internetzugang, Ranking 1 – 20



1 YouTube bleibt die häufigste Internetaktivität der Jugendlichen!

	Jugendliche, denen Internet zur Verfügung steht (89%-100%)	Trend					JUGENDLICHE -		zwischen	
		2017	2015	2013	2011	2008	Jungen	Mädchen	11 und 14 J.	ab 15 bis 18 Jahre
YouTube nutzen	78	84	69	74	84	46**	80	75	79	77
Instant Messaging wie z.B. WhatsApp	58	57	50	14	8	26	57	59	55	61
Infos für die Schule suchen	53	58	60	56	60	44	51	55	49	57
Informationen suchen	52	62	68	80	78	71	52	51	51	52
Filme/Videos anschauen	51	62	55	55	57	44	50	53	46	57
Apps herunterladen	47	36	41	1	*)	*)	52	42	39	54
Streaming-Dienste nutzen (z.B. Netflix, Spotify, Napster)	45	28	20	*)	*)	*)	40	49	31	58
Online-Communities nutzen (z.B. facebook, Instagram, Ask.fm)	43	45	51	60	62	46**	39	47	33	52
Fotos veröffentlichen (z.B. über Instagram)	41	34	26	*)	*)	*)	34	47	31	50
E-Mails schreiben	36	41	50	49	57	66	32	40	15	54
mit Internet Radio hören / Musik streamen (Spotify)	35	35	27	22	23	18	36	35	25	45
Einkaufen, verkaufen, z.B. ebay, amazon, willhaben	32	26	25	27	26	24	33	32	14	49
im Internet fernsehen	29	27	22	19	19	10	24	34	21	36
Onlinespiele mit anderen spielen	28	24	27	28	29	20	46	12	34	24
Musikdateien anhören (offline)	27	36	37	47	54	52	30	25	23	31
Spiele herunterladen	26	27	28	22	19	15	34	18	31	21
Onlinespiele alleine spielen	23	23	29	34	36	34	32	14	29	18
Fotos bearbeiten	23	23	21	13	*)	*)	16	28	15	29
Musikdateien herunterladen (itunes, ...)	20	21	25	32	31	38	22	19	17	23
Auf einer Karte etwas suchen	18	*)	*)	*)	*)	*)	20	16	11	25

\*\* Trend: Online-Communities nutzen (facebook, myspace, YouTube) \*) wurde nicht erhoben

Frage: Wozu verwendest du das Internet, was machst du im Internet?

market institut Ergebnisse in Prozent – ZR2550/Basis: Jugendliche, denen Internet zur Verfügung steht (89%-100%)

INTERNET 61

Internet ist für die Jugendlichen zur Selbstverständlichkeit geworden, 89 % steht ein Internetzugang durchwegs zur Verfügung, auch im eigenen Zimmer.

49 % der Jugendlichen verfügt über ein unbegrenztes Datenvolumen und sind mittlerweile im Durchschnitt zwei Stunden pro Tag online. YouTube bleibt die häufigste und beliebteste Internet-Aktivität (78 %), gefolgt von Instant Messaging (58 %) und Infos für die Schule suchen (53 %). Bei der Informationssuche sind Suchmaschinen wie Google mit 91 % klare Nummer eins.

Deutlich ist, dass junge Menschen sich durchaus bewusst im Internet verhalten und ein gewisses Maß an Vorsicht walten lassen. Bei der Informationsqualität vertrauen Jugendliche auf bekannte Seiten (60 %) oder vergleichen mehrere Quellen (51 %).

Rund ein Viertel der Jugendlichen hat im Internet schon Unangenehmes erlebt, besonders Mädchen zeigen sich hier betroffen. Gefahren und Risiken des Internets werden in der Schule thematisiert, aber auch in Gesprächen mit den Eltern.

Mit dem Projekt „Gewalt-Schule-Medien“ bietet das Land Oberösterreich österreichweit ein einzigartiges Ausbildungsprojekt für Lehrkräfte in Oberösterreich für Gewaltprävention und Medienpädagogik.

*„Digitale Bildung ist kein Bereich, in dem sich wenige Schulstandorte spezialisieren sollten. Eine Auseinandersetzung mit diesem Thema ist in allen Schulen erforderlich. Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Pädagoginnen und Pädagogen zu gewährleisten ist ein wesentlicher Aspekt. Mit Gewalt – Schule – Medien schaffen wir in Oberösterreich flächendeckend eine umfassende, nachhaltige Ausbildung, um Pädagoginnen und Pädagogen auf die vielfältigen Möglichkeiten sowie Herausforderungen im Umgang mit digitalen Medien vorzubereiten. Gleichzeitig fördern und stärken wir mit diesem Projekt den gemeinsamen Erfahrungsaustausch. Voneinander und miteinander Lernen steht dabei im Vordergrund“,* so LH-Stv.<sup>in</sup> Mag.<sup>a</sup> Christine Haberlander.

## Online-Communities & Influencer – eine neue Welt.

Immer mehr Jugendliche besitzen ein Profil in einer Online-Community. WhatsApp bleibt die Nummer eins (76 %), Instagram (66 %) und SnapChat (47 %) werden immer beliebter, Facebook hat deutlich an Anreizwirkung verloren (25 %).

Social Media-Kanäle werden vorwiegend genutzt, um mit Freund/innen und Bekannten in Kontakt zu bleiben. YouTuber/innen und Influencer/innen sind allerdings zu einer relevanten Gruppe avanciert. 65 % der Jugendlichen folgen Influencer/innen in den sozialen Medien. Auch in den Konsumwelten der Jugendlichen ist dieser Einfluss spürbar.

### Aussagen zu Online-Communities

Basis: Jugendliche mit Internetzugang



Die Jugendlichen schätzen an Online-Communities die Möglichkeit, mit Freunden in Kontakt zu bleiben!

	TRIFFT GANZ SICHER ZU	trifft eher zu	Σ	trifft eher weniger zu	TRIFFT GAR NICHT ZU	Keine Angabe
Ich möchte mit meinen Freunden in Kontakt bleiben	60	28	88	4	5	4
Ich weiß genau, welche Fotos, Videos ich veröffentlichen darf	49	28	77	9	9	5
Mich interessiert, was meine Freunde machen	41	36	77	13	6	3
Ich habe mir noch nie etwas gekauft, das auf Instagram / YouTube beworben wurde	27	14	41	17	31	10
Ich habe meine Eltern schon einmal gebeten, mir etwas zu kaufen, das ich auf Instagram / YouTube gesehen habe	19	23	42	15	35	8
Ich habe schon einmal ein Produkt gekauft, das YouTube- oder Instagram-Stars vorgestellt haben	18	20	38	13	41	8
Mich interessiert, was die Stars machen	14	28	42	25	28	6
Ich poste selber Videos	11	12	23	16	51	10
Die Meinung von YouTube-, Instagram-Stars ist mir wichtig, damit ich weiß, was angesagt ist	10	20	30	27	35	7
Ich habe schon einmal ein Produkt gekauft, das Freunde über Instagram / YouTube vorgestellt haben	9	15	24	16	53	7

Frage: In Online-Communities hat man ja viele Möglichkeiten. Sag mir bitte für jede einzelne Aussage, ob das ganz sicher zutrifft, eher zutrifft, ob das eher weniger zutrifft oder ob das gar nicht zutrifft!

market institut Ergebnisse in Prozent – ZR2550/Basis: Jugendliche, denen Internet zur Verfügung steht (89%=100%)

INTERNET 81

## Medien im Unterricht – Smartphone immer beliebter

Computer, Internet, Beamer, Bücher und Filme gehören zum Unterrichtsalltag. Es wird allerdings ein deutlicher Anstieg der Smartphone Nutzung im Unterricht verzeichnet. Im Vergleich zu 2015 stieg der Einsatz des Smartphones nach Angaben der Jugendlichen im Unterricht von 25 % auf 46 %.

Die Jugendlichen wünschen sich verstärkten Einsatz von PC, Internet, Filmen und Smartphone im Unterricht.

Auch aus Sicht der Pädagoginnen und Pädagogen ist der vertraute Umgang von Jugendlichen mit Computer und Internet immer wichtiger und wird nun beinahe gleichwertig eingestuft mit dem Umgang mit Büchern. Rund drei Viertel der Lehrkräfte finden den Einsatz von digitalen Büchern im Unterricht als interessant.

Handy und Smartphone gehören zum Alltag der oberösterreichischen Jugendlichen und sind somit aus dem Schulalltag nicht mehr wegzudenken. Die Lehrkräfte legen dabei großen Wert auf klare Regeln innerhalb der Schule. Zudem ist ihnen wichtig, dass die Jugendlichen digitale Kompetenzen erwerben (86 %) und Medienangebote kritisch hinterfragen (76 %).

### **Medienkompetenz – ein zentraler Schwerpunkt**

Die Hälfte der Pädagoginnen und Pädagogen wünscht sich mehr Informationen zur Förderung der Medienkompetenz der Jugendlichen. Die Education Group ist klar die Anlaufstelle Nummer eins für Informationen zur Förderung der Medienkompetenz (92 %). Seminare und Vorträge bleiben weiterhin bevorzugt (67 %), Bildungsportale wie schule.at (45 %) und Webseiten (41 %) gewinnen spürbar an Attraktivität.

Als Bezugsquelle digitaler Medien für den Unterricht gilt ebenso wie bei den Informationen zur Medienkompetenz die Education Group als erste Anlaufstelle.

### **Education Group GmbH laut Umfrage Ansprechpartner Nummer eins**

*„Unsere breite Angebotspalette wird von den Pädagoginnen und Pädagogen sehr stark genutzt und unsere Serviceleistungen werden von den Lehrkräften in allen Medienbelangen bewusst wahrgenommen. Für 92 % der befragten Lehrkräfte sind wir*

die Medienanlaufstelle Nummer eins. Uns freut es natürlich, dass wir im Schulsystem fix verankert sind und wir werden auch in Zukunft den Anforderungen der Lehrkräfte nachkommen und unsere Angebote dort ausbauen, wo Informationsbedarf besteht“, so Peter Eiselmaier, GF der Education Group.

Der Education Group sind die Bedürfnisse der Pädagoginnen und Pädagogen ein wesentliches Anliegen und stellt ihnen und den Eltern folgende Angebote zur Verfügung:

- Bildungsportale [www.edugroup.at](http://www.edugroup.at) und [www.schule.at](http://www.schule.at)
- Media on Demand: Unterrichtsmedien online über [www.edugroup.at/medien](http://www.edugroup.at/medien) und über die Medien-App ed:on (education online).
- Fort- und Weiterbildungsprogramme für ElementarpädagogInnen und Lehrkräfte [www.edugroup.at/bildung/seminare](http://www.edugroup.at/bildung/seminare)
- Workshops zur kreativen Medienarbeit: Erstellen von Fotogrammen, Arbeiten mit der Lochkamera, Geocaching
- Jährliches MultiplikatorInnen-Treffen Gewalt-Schule-Medien [www.gewalt-schule-medien.edugroup.at](http://www.gewalt-schule-medien.edugroup.at)
- Materialien und Unterlagen für alle Unterrichtsstufen und Gegenstände [www.edugroup.at/praxis](http://www.edugroup.at/praxis) und [www.schule.at](http://www.schule.at)
- Securitylösungen speziell für oberösterreichische Pflichtschulen [www.edugroup.at/infrastruktur](http://www.edugroup.at/infrastruktur)
- Kostenlose Beratung und Information des Helpdesk Teams (E-Mail: [helpdesk@edugroup.at](mailto:helpdesk@edugroup.at))
- Kostenloser Download aller Oö. Kinder- und Jugend-Medien-Studien unter [www.edugroup.at/innovation](http://www.edugroup.at/innovation)

## **Dokumentation der Studie**

Die Jugend-Medien-Studie wird alle zwei Jahre abwechselnd mit der Kinder-Medien-Studie durchgeführt. Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die

neuerliche Auslotung der Medienkompetenz bei oberösterreichischen Jugendlichen. Inzwischen ist eine Trendreihe von über einem Jahrzehnt verfügbar – die erste Jugend-Medien-Studie wurde im Jahr 2008 durchgeführt und ist österreichweit einzigartig.

Als Zielgruppe der Erhebung wurden befragt:

- Jugendliche in Oberösterreich zwischen 11 und 18 Jahren (je 50 % im Alter von 11 bis 14 Jahren und 15 bis 18 Jahren)
- Eltern von Jugendlichen im Alter zwischen 11 und 18 Jahren
- Oberösterreichische Pädagoginnen und Pädagogen an NMS und AHS

Die Studie wurde vom market Institut im Auftrag der Education Group in Oberösterreich durchgeführt, die Daten können aber als Richtwert für Österreich herangezogen werden.

Die gesamten Ergebnisse der aktuellen und der bisher durchgeführten Studien stehen zum kostenlosen Download auf [www.edugroup.at/innovation](http://www.edugroup.at/innovation) zur Verfügung. Die Verwendung der Daten ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.