

# KRITISCHER BLICKWINKEL

Einstellung zu Social Media als „Big Business“

Zustimmung zu folgenden Aussagen (%): **voll und ganz bis überhaupt nicht** Fehlende an 100: k.A.



22 bis 25 Jahre

Große Konzerne wie Facebook oder Google verdienen mit den Daten der Nutzer viel Geld.



Ich gehe im Internet vorsichtig mit meinen persönlichen Daten um.



Große Konzerne wie Facebook oder Google wollen das Internet beherrschen.



12 bis 14 Jahre

Große Konzerne wie Facebook oder Google verdienen mit den Daten der Nutzer viel Geld.



Ich gehe im Internet vorsichtig mit meinen persönlichen Daten um.



Große Konzerne wie Facebook oder Google wollen das Internet beherrschen.



## SHELL JUGENDSTUDIE 2015: INTERNET & SOCIAL MEDIA

# JÜGENDLICHE IMMER LÄNGER ONLINE



- 39%** Sich kritisch geben und sich nicht auf alles einlassen
- 32%** Sich kritisch geben, trotzdem aber mit dabei sein
- 26%** Sich eher unkritisch geben und dabei sein
- 3%** Die Kritik am Internet ablehnen

## INFORMATION IM VORDERGRUND

Typologie der Internetnutzer

Wöchentliche Internetnutzung in Stunden

**17,8h**

**19,9h**

**24,9h**

**11,2h**

**16,0h**

**25%** Info-Nutzer

**24%** Medienkonsumenten

**20%** Digitale Vielnutzer

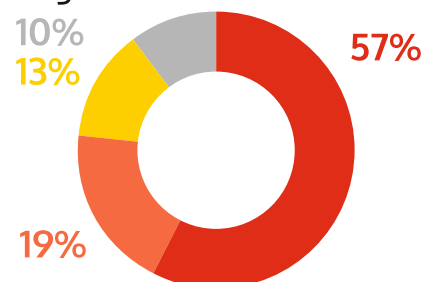
**19%** Gelegenheitsnutzer

**12%** Selbstdarsteller

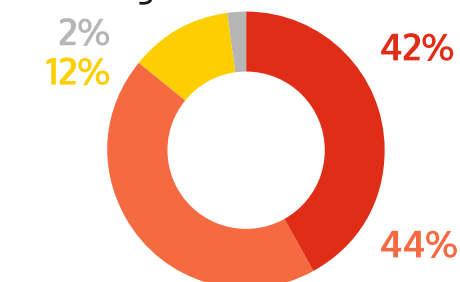
## 90% NUTZEN SOCIAL MEDIA

Wofür Jugendliche das Internet nutzen **mind. einmal am Tag** **mind. einmal pro Woche** **weniger als einmal pro Woche** **noch nie**

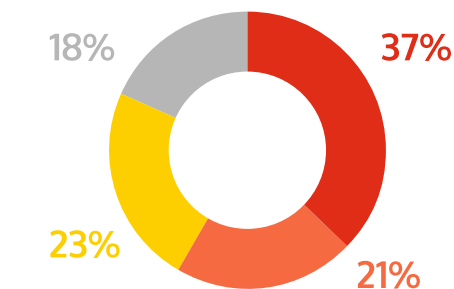
Auf soziale Netzwerke zugreifen



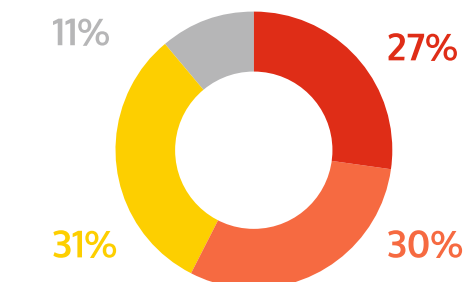
Nach Informationen suchen, die ich gerade brauche



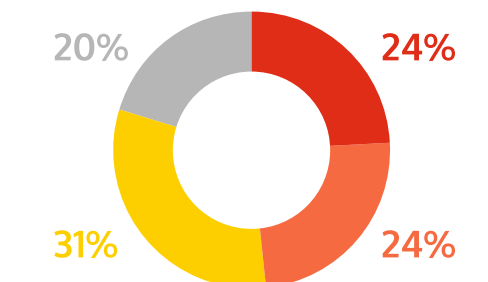
An Chats teilnehmen



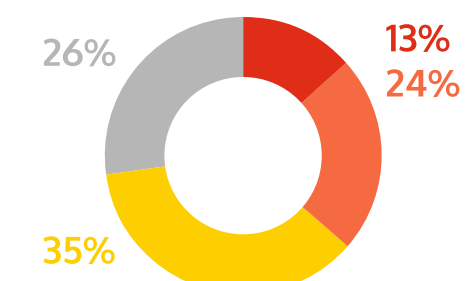
Musik hören oder herunterladen



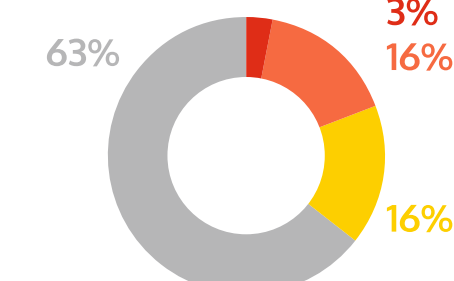
Spielen und Gamen



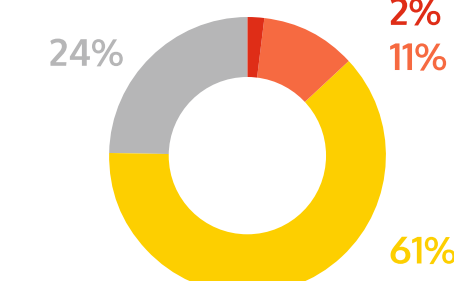
Mich über Politik und Gesellschaft informieren



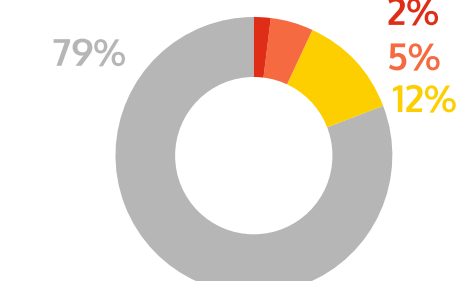
Banking (Internet oder Apps)



Produkte online kaufen



Meinen Blog schreiben



Bewertungen zu Produkten schreiben

