JIM-Studie 2026

Zusammenfassung der Mediennutzung und Geschlechterunterschiede bei 12- bis 19-Jährigen, Aspekte mit Relevanz für den Kinder- und Jugendmedienschutz.

Günter Steppich

Kernaussage: Das Smartphone ist der zentrale Zugang zur digitalen Freizeit. Jungen berichten im Mittel deutlich mehr Gaming- und YouTube-Zeit; Mädchen hören etwas häufiger Musik, nutzen Social Media häufiger und lesen öfter. Bei problematischen Onlineinhalten berichten Jungen häufiger von Begegnungen damit, Mädchen dagegen häufiger von eigener sexueller Belästigung.

Erhebung: 1.200 Jugendliche in Deutschland, befragt vom 27. Mai bis 6. Juli 2026, je zur Hälfte telefonisch und online. Die Zeitwerte sind überwiegend Selbsteinschätzungen für einen typischen Werktag.

Tägliche Nutzungsdauer

Die Smartphone-Zeit wurde aus der Geräteanzeige übernommen, sofern Jugendliche sie ablesen konnten. Die übrigen Zeitwerte sind geschätzte Nutzungsdauern. Die Tätigkeiten überschneiden sich und können nicht zu einer Gesamtzeit addiert werden.

Bereich	Gesamt	Jungen	Mädchen	Hinweis
Smartphone-Bildschirmzeit	231 Min.	nicht ausgewiesen	nicht ausgewiesen	170 Min. bei 12–13-J.; 285 Min. bei 18–19-J.
Musikstreaming	133 Min.	130 Min.	137 Min.	12–13 J.: 95; 18–19 J.: 174 Min.
Video-Streamingdienste	119 Min.	122 Min.	117 Min.	2025: 109 Min.; Vorjahresvergleich nur eingeschränkt
YouTube	86 Min.	102 Min.	69 Min.	Jungen nutzen YouTube auch häufiger regelmäßig
Digitale Spiele	96 Min.	ca. 120 Min.	67 Min.	2025: 88 Min. Jungen gamen fast Doppelt so lange
Podcasts	ca. 45 Min.	43 Min.	46 Min.	Podcastzeit nicht zu Musikstreaming addieren
Schulische Internetnutzung außerhalb des Unterrichts	86 Min.	89 Min.	84 Min.	z. B. Recherche, Lernangebote und KI-Tools

Einordnung: Die Bildschirmzeit am Smartphone lag wie im Vorjahr bei 231 Minuten täglich. Rund ein Viertel überschritt fünf Stunden; bei den 18- bis 19-Jährigen waren es 36 Prozent. Für die Bildschirmzeit weist der Bericht keine Jungen-Mädchen-Minutenwerte aus.

Häufigkeit und Nutzung nach Geschlecht

Bei den folgenden Prozentangaben geht es um regelmäßige Nutzung, also täglich oder mehrmals pro Woche.

Aktivität	Jungen	Mädchen
Musik hören	90 %	96 %
Social Media	76 %	83 %
Digitale Spiele	83 %	55 %
KI-Anwendungen	65 %	60 %
Lineares Fernsehen	56 %	48 %
Gedruckte Bücher lesen	25 %	38 %
Podcasts hören	23 %	31 %
Hörspiele/Hörbücher hören	21 %	31 %
E-Books lesen	6 %	14 %
Sport treiben	73 %	68 %

Plattformen und Gaming

- Social Media: Mädchen nutzen Instagram (66 %; Jungen 60 %), Snapchat (61 %; 47 %) und TikTok (55 %; 49 %) häufiger. Der größte Abstand zeigt sich bei Pinterest (39 %; 8 %).
- Mädchen nutzen Snapchat-Flammen und Instagram-Reels häufiger, Jungen schauen häufiger YouTube Shorts.
- Gaming-Plattformen: Jungen nutzen Discord (25 %; Mädchen 5 %), Twitch (14 %; 4 %) und Reddit (9 %; 2 %) häufiger.
- Geräte beim Gaming: Smartphone/Tablet 64 % der Jungen gegenüber 51 % der Mädchen; Konsole 38 % gegenüber 12 %; PC 39 % gegenüber 9 %.
- Lieblingsspiele: Mädchen nennen häufiger Roblox (26 %; Jungen 16 %) und Block Blast (20 %; 4 %). Jungen nennen häufiger Minecraft (29 %; 15 %), Fortnite (19 %; 8 %) und FIFA (18 %; 1 %).
  Anmerkung: 40 % der User von Roblox sind bis 13 Jahre alt, sexuelle Übergriffe und nicht altersgemäße Inhalte sind dort an der Tagesordnung.
- Gaming-Chats: 62 % der Mädchen chatten beim Spielen gar nicht; bei Jungen nur etwa ein Viertel nicht. 23 % der Jungen und 13 % der Mädchen chatten auch mit Fremden.

Problematische Onlineerfahrungen

Die Studie fragt einerseits danach, welche problematischen Inhalte Jugendlichen im Monat vor der Befragung im Netz begegnet sind, und andererseits danach, ob sie selbst von sexueller Belästigung betroffen waren. Diese Befunde messen unterschiedliche Erfahrungen.

Erfahrung	Gesamt	Jungen-Mädchen-Unterschied
Fake News im letzten Monat	66 %	Jungen berichten häufiger; genaue Geschlechterwerte im Text nicht genannt
Beleidigende Kommentare über andere	66 %	Jungen berichten häufiger; genaue Geschlechterwerte im Text nicht genannt
Extreme politische Ansichten	52 %	Jungen berichten häufiger; genaue Geschlechterwerte im Text nicht genannt
Hassbotschaften / Hate Speech	43 %	Jungen 47 %, Mädchen 38 %
Verschwörungstheorien	42 %	Jungen 46 %, Mädchen 37 %
Ungewollte pornografische Inhalte	20 %	Jungen berichten häufiger; genaue Geschlechterwerte im Text nicht genannt
Unangenehme Kontaktaufnahme durch Fremde	19 %	Jungen berichten häufiger; genaue Geschlechterwerte im Text nicht genannt
Persönliche Beleidigungen	–	Jungen 16 %, Mädchen 9 %
Schon einmal selbst sexuelle Belästigung erlebt	29 %	Mehr als ein Drittel der Mädchen (36 %); etwa ein Viertel der Jungen (23 %)
Sexuelle Belästigung mindestens alle 14 Tage	6 %	Gesamtwert; keine Geschlechterwerte ausgewiesen

Wichtige Unterscheidung: Bei den ersten Angaben geht es um Inhalte oder Situationen, die gesehen bzw. erlebt wurden. Bei sexueller Belästigung geht es um persönliche Betroffenheit. Jungen berichten häufiger von Kontakt mit problematischen Inhalten; Mädchen häufiger von eigener sexueller Belästigung.

Gaming-Chats mit Fremden: Unter den Gamer*innen, die mit Fremden chatten (n=210), berichten 46 % von negativen Erfahrungen, jeweils etwa ein Drittel von extremen politischen Ansichten oder unangenehmen Kontaktaufnahmen im letzten Monat. Rund jede*r Zehnte war im Chat sexueller Belästigung ausgesetzt. Geschlechterwerte dazu nennt der Bericht nicht.

KI und weitere Befunde

- KI ist verbreitet: 92 % haben KI zumindest selten genutzt, 63 % regelmäßig und 28 % täglich. Jungen nutzen KI etwas häufiger regelmäßig (65 %; Mädchen 60 %).
- KI-Anwendungen: Gemini nutzen Jungen häufiger zumindest selten (60 %; Mädchen 49 %). Jungen nutzen KI öfter zum Spaß (45 %; 39 %) und für Bilder (30 %; 25 %); Mädchen häufiger für Gesundheitsfragen (31 %; 23 %) sowie Sorgen und Probleme (18 %; 12 %).
- Informationssuche: Mädchen suchen etwas häufiger mit Google & Co. (71 %; Jungen 65 %). Jungen nutzen etwas häufiger KI-Bots (50 %; Mädchen 45 %) und YouTube als Informationsquelle. Je 25 % vertrauen bei Suchmaschinen ausschließlich der KI-Antwort; Mädchen prüfen häufiger weitere Websites, Jungen klicken häufiger auf Quellenangaben.
- Social Media wird oft passiv genutzt: Unter regelmäßigen Nutzer*innen überwiegt insgesamt das Anschauen fremder Inhalte gegenüber eigenem Posten, Teilen und Kommentieren. Über zehn Jahre sank der Anteil überwiegend aktiver Nutzung bei Instagram von 58 auf 28 %, bei Snapchat von 76 auf 34 %.
- Wie Jugendliche KI-Chatbots einordnen: Die Jugendlichen, die ChatGPT oder eine andere KI-Anwendung genutzt hatten, wurden gefragt, womit sie Chatbots am ehesten vergleichen. Die Mehrfachnennungen zeigen: Für die meisten sind sie vor allem ein Informationswerkzeug, für einen Teil aber auch eine beratende oder soziale Anlaufstelle.

Einordnung des KI-Chatbots	Anteil
Ähnlich einer Suchmaschine	87 %
Ratgeber*in	46 %
Coach	10 %
Freund*in	9 %
Therapeut*in	6 %
Partner*in	3 %

Geschlechterunterschiede: Mädchen vergleichen KI-Chatbots etwas häufiger mit einer Suchmaschine (89 %; Jungen 85 %). Jungen nennen etwas häufiger eine Partnerin bzw. einen Partner (4 %; Mädchen 1 %).

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs), *JIM-Studie 2026. Jugend, Information, Medien. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.* https://mpfs.de/studie/jim-studie-2026/