

Presseinformation

Die Jugend kommuniziert am liebsten mit Kurznachrichten

- **WhatsApp & Co wichtiger als persönliche Gespräche**
- **Handy-Nachrichten ersetzen Instant Messaging Systeme für PC**
- **E-Mails für Jugendliche fast so unbedeutend wie Briefe auf Papier**

Berlin, 5. September 2014

Die Kommunikation mittels Kurznachrichten per Smartphone oder Handy ist für die meisten Jugendlichen wichtiger als persönliche Gespräche von Angesicht zu Angesicht. Das geht aus einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM hervor. Die 10- bis 18-Jährigen sollten bei der Befragung die drei für sie persönlich wichtigsten Kommunikationskanäle angeben. Danach sind Kurznachrichten für 70 Prozent der Kinder und Jugendlichen im Alter von 10 bis 18 Jahren der am häufigsten genutzte Weg, um sich mit ihren Freunden auszutauschen. Darauf folgen mit 66 Prozent persönliche Gespräche. Telefonate per Festnetz liegen mit 36 Prozent abgeschlagen an dritter Stelle. „Kurznachrichten ermöglichen es, überall mit Freunden in Kontakt zu bleiben und sehr schnell zu reagieren“, sagt Tobias Arns, Bereichsleiter Social Media und Mobile. Das komme den Bedürfnissen Jugendlicher entgegen. Neben der klassischen SMS nutzen sie überwiegend internetbasierte Kurznachrichtendienste wie WhatsApp, iMessage, Joyn, Google Hangouts etc. Sie können inzwischen nicht nur Text, sondern auch Fotos, Videos oder Sprachnachrichten übertragen.

Laut Umfrage zählen 32 Prozent der befragten Jugendlichen soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter zu ihren drei wichtigsten Kommunikationsmitteln. 28 Prozent nennen Telefonate mit Handy bzw. Smartphone. Mit großem Abstand folgen Telefonate per Internet (15 Prozent). Nur noch geringe Bedeutung haben Instant-Messenger-Dienste oder Chaträume für den PC, die vor einigen Jahren bei Jugendlichen noch sehr beliebt waren und fast vollständig durch WhatsApp und Co abgelöst wurden: Lediglich 13 Prozent zählen sie noch zu den drei wichtigsten Kommunikationswegen. Fast gar keine Rolle spielt die klassische E-Mail für den persönlichen Austausch unter Jugendlichen. Nur 7 Prozent halten E-Mails für ein wichtiges Kommunikationsmittel. Damit rangiert die E-Mail nur knapp vor Briefen auf Papier, die 3 Prozent der 10- bis 18-Jährigen nennen.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin-Mitte
Tel. +49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Maurice Shahd
Pressesprecher
+49. 30. 27576-114
m.shahd@bitkom.org

Tobias Arns
Bereichsleiter Social Media
Tel. +49.30.27576-115
t.arns@bitkom.org

Adél Holdampf
Bereichsleiterin Jugend-
und Verbraucherschutz
Tel. +49.30.27576-221
a.holdampf@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Die Jugend kommuniziert am liebsten mit Kurznachrichten

Seite 2

Unterschiede gibt es zwischen den Altersklassen. Unter den 10- bis 12-Jährigen sind mit einem Anteil von 74 Prozent persönliche Gespräche der wichtigste Kommunikationsweg, gefolgt von Festnetztelefonaten mit 62 Prozent und Kurznachrichten mit 58 Prozent. Bei den 16- bis 18-Jährigen liegen die Kurznachrichten dagegen mit 78 Prozent klar vorne. Auf den Plätzen liegen persönliche Gespräche mit 64 Prozent und soziale Netzwerke mit 53 Prozent. Das Festnetztelefon spielt in dieser Altersgruppe mit 17 Prozent der Nennungen kaum noch eine Rolle.

Hinweis zur Methodik: Im Rahmen der Studie „Kinder und Jugend 3.0“ sind im Auftrag des BITKOM 962 Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 18 Jahren befragt worden (10 bis 18 Jahre: 688). Die Umfrage ist repräsentativ. Für die Durchführung waren Bitkom Research und Forsa verantwortlich.

BITKOM vertritt mehr als 2.200 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.400 Direktmitglieder. Sie erzielen mit 700.000 Beschäftigten jährlich Inlandsumsätze von 140 Milliarden Euro und stehen für Exporte von weiteren 50 Milliarden Euro. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, mehr als 200 Start-ups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Hardware oder Consumer Electronics her, sind im Bereich der digitalen Medien oder der Netzwirtschaft tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. Mehr als drei Viertel der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils knapp 10 Prozent kommen aus sonstigen Ländern der EU und den USA, 5 Prozent aus anderen Regionen. BITKOM setzt sich insbesondere für eine innovative Wirtschaftspolitik, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.