

JIM PLUS 2026



Digitales Wohlbefinden von Jugendlichen in Deutschland



Ziel der Studie

Die „JIMplus-Studie 2026“ legt ergänzend zu der jährlich erscheinenden, quantitativen Studienreihe JIM (Jugend, Information, Medien) den Fokus auf das digitale Wohlbefinden von Jugendlichen. Sie zeigt, wie Jugendliche die Chancen und Belastungen digitaler Medien erleben und welche Auswirkungen dies auf ihr digitales Wohlbefinden hat. Dabei wird durch einen Mixed-Methods-Ansatz (Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden) die Perspektive der Jugendlichen noch unmittelbarer erfasst. So wird sichtbar, was Jugendliche im Netz bewegt — in Feeds, Reels oder Chats.

Untersuchungsdesign

Die Zielgruppe der Gesamtstudie bilden Jugendliche im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland.

Die Studie gliedert sich in eine qualitative und eine quantitative Phase. Die qualitativen Module dienen als Grundlage für die Entwicklung des Fragebogens der quantitativen Befragung. Zudem stammen die in der Veröffentlichung verwendeten Zitate aus dieser Phase.

Für den quantitativen Teil wurden 800 Jugendliche in Deutschland befragt. Die Stichprobe umfasst 49 Prozent Mädchen und 51 Prozent Jungen. Jeweils 50 Prozent der Befragten waren zum Zeitpunkt der Erhebung 14 bis 15 bzw. 16 bis 17 Jahre alt. 99 Prozent der Teilnehmenden gehen zur Schule. 53 Prozent besuchen ein Gymnasium, 24 Prozent eine Haupt- oder Realschule, 11 Prozent eine Gesamt- oder Gemeinschaftsschule und weitere 11 Prozent eine andere Schulform (z. B. eine berufliche Schule). Das durchführende Institut war phaydon.

Herausgeber der Studie ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), der Medienanstalt Rheinland-Pfalz und des Südwestrundfunks (SWR).

Qualitative Phase

MODUL 1 Online-Tagebuch

- Durchführung: 26.02.2026 – 02.03.2026
- Stichprobe: n=33

Dokumentation von Erfahrungen aus dem digitalen Alltag anhand von Sprachnachrichten, Texten und Screenshots (via WhatsApp).

MODUL 2 Remote-Einzelinterviews

- Durchführung: 10.03.2026 – 13.03.2026
- Stichprobe: n=20

Vertiefende Befragung einer Auswahl von Jugendlichen aus Modul 1 in etwa einstündigen Online-Interviews.

Quantitative Phase

MODUL 3 Quantitative Befragung

- Online-Befragung via Online-Access-Panel
- Durchführung: 13.05.2026 – 27.05.2026
- Stichprobe: n=800
- Quotiert nach Alter, Geschlecht & Bundesland (gemäß Zensus 2022)

Befragung mittels standardisierten Fragebogens zur Quantifizierung und Überprüfung der Ergebnisse aus Modul 1 und 2.

➤ Achterbahnfahrt Social Media

Die Nutzung von Social Media gleicht für viele Jugendliche einer Achterbahnfahrt: Sie erleben ein ständiges Wechselspiel zwischen positiven Erlebnissen und belastenden Erfahrungen. Das Infoplatkat auf der Rückseite zeigt eine Auswahl der wichtigsten Ergebnisse zur Social-Media-Nutzung im Überblick.

Freizeitaktivitäten

- Unter allen Jugendlichen besonders verbreitete Offline-Freizeitaktivitäten sind Treffen mit Freund*innen (75 %), Zeit mit der Familie (62 %), Lesen (41 %) und Sport (Einzel: 41 %, Mannschaft: 34 %).
- Verbreitete Online-Freizeitaktivitäten sind die Nutzung von Social Media (76 %) und das Hören von Audio-Inhalten (75 %).
- Über alle abgefragten Freizeitaktivitäten hinweg fühlen sich die meisten Jugendlichen am wohlsten, wenn sie Zeit mit Freund*innen verbringen (64 %).
- Auf Platz zwei und drei der Freizeitaktivitäten, bei denen sich die Befragten besonders wohlfühlen, folgen bei den Mädchen Zeit mit der Familie (47 %) und Mannschaftssport (46 %) und bei Jungen Mannschaftssport (59 %) und Gaming (49 %).
- Trotz der hohen Alltagsrelevanz von Social Media wählt nur ein relativ kleiner Teil der regelmäßigen User*innen diese Aktivität in ihre Top 3 der Wohlfühl-Aktivitäten (19 %).

Social Media

- Die wichtigsten, regelmäßig genutzten Social-Media-Plattformen sind YouTube, Instagram, TikTok, Snapchat und Pinterest. Bei TikTok fällt der mit 13 Prozent vergleichsweise hohe Anteil an Jugendlichen auf, die den Dienst täglich drei Stunden und mehr nutzen (YouTube: 7 %, Instagram: 6 %).
- Bei den meisten Jugendlichen, die heute eine bestimmte Social-Media-Plattform nutzen, liegt das Einstiegsalter dafür zwischen 12 und 13 Jahren. Besonders bezeichnend: Die Mehrheit der

Nutzenden empfiehlt anderen ein höheres Einstiegsalter, als sie es selbst bei der ersten Nutzung hatten.

- Die Bewertung der Plattformen fällt sehr unterschiedlich und teils scheinbar widersprüchlich aus: Bewertet danach, wie gut die Plattform tut, steht Pinterest (tut mir gut: 75 %) an erster Stelle und TikTok (tut mir gut: 33 %) an letzter. Dennoch folgt TikTok hinter YouTube auf Platz zwei der Plattformen, die Jugendliche am meisten vermissen würden (bei Mädchen steht TikTok hier sogar an erster Stelle).
- Negative Auswirkungen der Social-Media-Nutzung: Am häufigsten berichten Jugendliche von Konzentrationsproblemen (40 %), einem schlechten Gewissen nach längerer Nutzung (37 %) sowie müde oder gereizten Augen (32 %). Nur 15 Prozent nennen keine negativen Auswirkungen.

„Ich merke schon manchmal, dass ich wie gefangen online bin, wenn ich zum Beispiel ohne wirklich drüber nachzudenken ‘ne Stunde auf TikTok oder so scrolle. Ich denke, TikTok ist dort am extremsten.“

MÄNNLICH, 16 JAHRE

Problematische Inhalte auf Social Media

- Über Social Media kommen Jugendliche mit einer Reihe von problematischen Inhalten in Kontakt. Am verbreitetsten ist der Kontakt mit Fake News (71 %). Mit deutlichem Abstand folgen extreme politische oder religiöse Inhalte (43 %) und Hate Speech (40 %).
- Als besonders belastend werden ungewollte Nacktbilder, Mobbing, Verharmlosung von Essstörungen, drastische Gewaltinhalte sowie Verharmlosungen oder Aufrufe zu selbstverletzendem Verhalten bewertet.
- Danach gefragt, auf welcher Plattform man üblicherweise mit bestimmten problematischen Inhalten rechnen kann, wird TikTok für 10 der 13 abgefragten Problemkategorien am häufigsten genannt. Hate Speech und die Kontaktaufnahme durch fremde Erwachsene werden am häufigsten mit Instagram, ungewollte Nacktbilder am häufigsten mit Snapchat in Verbindung gebracht.

Coping-Strategien

- Bei Sorgen oder Belastung sind Musik hören (63 %) und der Austausch mit Personen aus dem sozialen Umfeld die verbreitetsten Bewältigungsstrategien (Freundeskreis/Geschwister: 52 %, erwachsene Vertrauensperson: 47 %).
- Auch die Ablenkung mit Social Media spielt eine Rolle (45 %). Insbesondere Mädchen nutzen diese Möglichkeit (51 %, Jungen: 39 %). Bei Jungen zählen Sport (46 %) sowie Games/Serien (47 %) ebenfalls zu den häufigsten Bewältigungsstrategien.
- Mit steigendem Alter sinkt der Anteil der Jugendlichen, die bei Sorgen mit einer erwachsenen Vertrauensperson sprechen (14–15 Jahre: 53 %, 16–17 Jahre: 41 %), während die Ablenkung mit Social Media bedeutsamer wird (14–15 Jahre: 39 %, 16–17 Jahre: 50 %).
- Der Austausch mit einem KI-Chatbot wird von 12 Prozent als Bewältigungsstrategie genutzt (Mädchen: 15 %, Jungen: 10 %).

„Wenn's [online] zu viel wird, versuche ich mich abzulenken mit spazieren gehen oder Musik hören. Ab und zu versuche ich auch mit Freundinnen darüber zu reden.“

WEIBLICH, 17 JAHRE

Regeln & Verbote

- Der Umgang mit dem Smartphone an Schulen wird unterschiedlich gehandhabt – die meisten Jugendlichen berichten davon, dass das Gerät verboten ist (43 %).
- Etwa die Hälfte der Jugendlichen gibt an, dass ihre Eltern selbst Social Media nutzen.
- Ein höheres Verständnis für die bestehenden Regelungen im Umgang mit dem Smartphone zu Hause haben Jugendliche, bei denen mit den Eltern oder in der Schule über den sicheren Umgang mit Smartphone und Social Media gesprochen wird.

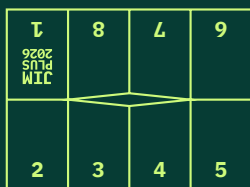
- Einem generellen Social-Media-Verbot für bestimmte Altersgruppen steht über die Hälfte der Jugendlichen (52 %) skeptisch gegenüber, da sie dies als leicht zu umgehen ansehen.
- 43 Prozent der Jugendlichen sind der Meinung, dass es ein Social-Media-Verbot bis zu einem bestimmten Alter geben sollte.
- Nur 9 Prozent sehen die Perspektive von Jugendlichen in der aktuellen Verbotsdebatte als ausreichend berücksichtigt.

„Jetzt in den letzten Jahren habe ich auch echt viel Social Media benutzt und mein Selbstbewusstsein ist auch richtig geschrumpft.“

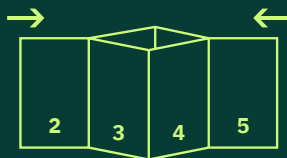
WEIBLICH, 15 JAHRE

Persönliches Wohlbefinden

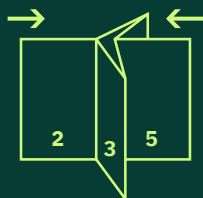
- Die meisten Jugendlichen geben an, sich insgesamt wohlfühlen – Jungen etwas mehr als Mädchen.
- Der größte Unterschied zwischen den Geschlechtern besteht hinsichtlich des Wohlbefindens im eigenen Körper. 34 Prozent der Mädchen geben an, sich im eigenen Körper unwohl zu fühlen, bei den Jungen sind es dagegen 20 Prozent.
- Mädchen mit hohen Social-Media-Nutzungszeiten pro Tag und Plattform (> 1 Stunde) geben vermehrt an, sich in ihrem Körper unwohl zu fühlen. Besonders hoch ist der Wert für intensive Userinnen von TikTok, hier sind es knapp die Hälfte der Mädchen (49 %).
- Ein vergleichsweise hohes Wohlbefinden weisen Jugendliche mit starker familiärer Einbindung auf.
- Vergleichsweise niedrige Werte für ihr Wohlbefinden finden sich bei Jugendlichen, die Kontakt zu bestimmten problematischen Online-Inhalten hatten (z. B. ungewollte Nacktbilder) und bei fehlender (elterlicher) Unterstützung bezüglich ihrer Online-Erfahrungen. Auch Jugendliche mit sehr intensiver TikTok-Nutzung sowie Interesse an Mental-Health-Inhalten auf Social Media weisen niedrigere Wohlbefindenswerte auf.



1



2



3



4

MEDIENPÄDAGOGISCHER FORSCHUNGSVERBUND SÜDWEST

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, der Medienanstalt Rheinland-Pfalz und des Südwestrundfunks. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Information, Medien) und KIM (Kindheit, Internet, Medien) bieten seit 1998 repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Ergänzt wurden die Studienreihen um Untersuchungen zur Mediennutzung von Kleinkindern und der älteren Generation.

IMPRESSUM

Geschäftsstelle:

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest
c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstr. 27
70178 Stuttgart



Telefon 0711 6699131
E-Mail info@mpfs.de
www.mpfs.de