

PRESSEMAPPE

Inhalt

1. Pressemitteilung

2. Presse-Kurztext

3. Zitate Rat für Kulturelle Bildung:

- Prof. Eckart Liebau, Vorsitzender Rat für Kulturelle Bildung
- Thomas Krüger, Ratsmitglied und Präsident Bundeszentrale für politische Bildung
- Prof. Benjamin Jörissen, Ratsmitglied und Lehrstuhlinhaber für Pädagogik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
- Prof. Lydia Grün, Ratsmitglied und Geschäftsführerin Verein Netzwerk Junge Ohren
- Prof. Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, Ratsmitglied und Direktorin Bundesakademie für Kulturelle Bildung
- Dr. Kristina Hasenpflug, Vertreterin Stiftungsverbund und Geschäftsführerin Deutsche Bank Stiftung

4. Stimmen außerschulischer Akteure (nicht Teil der Studie):

- Mario Müller, Vorsitzender Bundesverband der Freien Musikschulen e.V. (bdmf)
- Matthias Pannes, Bundesgeschäftsführer des Verbandes deutscher Musikschulen (VdM)
- Mirko Drotschmann bzw. „MrWissen2go“, einem Webvideo-Angebot von funk auf YouTube

5. Zitate Jugendlicher aus der Studie zu kulturellen Bildungsangeboten

6. Auswahl an Grafiken

Pressemitteilung

Studie: Jugendliche nutzen YouTube als Bildungs- und Kulturort

Hohe Bedeutung audiovisueller Lernformen für kulturelle Aktivitäten und beim Lernen für Schule / Bildung und Kultur aufgefordert, Bildungswelten besser zu verschränken

- **Befund: Jugendliche wollen audiovisuelle Lernformen im Unterricht nutzen und YouTube-Videos kritisch reflektieren**
- **Folgerung: Kulturelle Schulfächer/Bereiche sowie außerschulische Kulturelle Bildung sind aufgefordert, Bedarfe Jugendlicher anzuerkennen und die Gestaltung digitaler Kultur als Aufgabe zu begreifen**
- **Empfehlung an die Politik: Digitalisierung in Schule weiterdenken und auch Förderprogramme für Kulturinstitutionen schaffen**

Audiovisuelles Lernen in Form von Webvideos ist für Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren von großer Bedeutung und ein ganz normaler Teil ihres Alltags. Die Video-Plattform YouTube ist mit einer Nutzung von 86 Prozent der befragten Schüler und Berufsschüler eines ihrer digitalen Leitmedien. Fast die Hälfte der YouTube nutzenden Schülerinnen und Schüler (47%) ziehen hier selbstständig Erklärvideos für das schulische Lernen heran, beispielsweise für Hausaufgaben oder Prüfungen, aber auch für künstlerische Fächer wie Musik, Kunst, Theater oder für AGs wie Chor oder die Schulband. Für viele der Befragten sind die Clips in hohem Maße anregend, selbst künstlerisch aktiv zu werden. Ein Großteil der Jugendlichen ist sich auch der Vorteile von Unterricht gegenüber Webvideos sehr bewusst, zum Beispiel, dort Nachfragen stellen zu können. Ein Großteil, 60 Prozent der befragten YouTube-Nutzer, wünscht sich im Unterricht eine kritische Auseinandersetzung mit YouTube-Videos und der Plattform. Das sind die zentralen Ergebnisse der repräsentativen Studie „Jugend/YouTube/ Kulturelle Bildung. Horizont 2019“ mit deutschlandweit 818 Befragten, die das unabhängige Expertengremium Rat für Kulturelle Bildung ausgewertet hat.

Überall, jederzeit, beliebig oft / veränderte Bildungslandschaft

Die klassische Bildungskonstellation von Lehren, Lernen und Wissen ändert sich durch die Digitalisierung grundlegend, wie die vorliegende Studie am Beispiel der Nutzung der Plattform YouTube durch Jugendliche zeigt. Selbstständige, informelle Praktiken des Lernens gewinnen an Bedeutung. Tutorials und Erklärvideos, die man sich überall und jederzeit beliebig oft ansehen kann, kommen offenbar den Erwartungen von Jugendlichen von eigenen Lernrhythmen und Lernzeiten entgegen. YouTube ist nicht primär als Bildungsmedium eingerichtet, hat aber, wie die Studie

belegt, eine unerwartet hohe Bedeutung für den Bildungsbereich gewonnen. „Eine wichtige Schlussfolgerung aus der Studie ist, dass man dieses Medium nicht ignorieren darf. YouTube ist primär kein pädagogisches Medium, aber es ist tatsächlich inzwischen ein weiteres, wichtiges Lern- und Bildungsmedium, das die Bildungslandschaft im Ganzen berührt und verändert. Es ändern sich die Übungsformen der Schüler und damit auch die Voraussetzungen von Unterricht insgesamt. Man kann, wenn man das Medium schulseitig bewusst einsetzt, Unterricht anders aufbauen und auf diese Weise mehr Platz für individuelle Fragen und für Reflexion im Unterricht finden. Und man kann sich zur pädagogischen Eigenproduktion audiovisueller Medien anregen lassen“, sagt Prof. Eckart Liebau, Vorsitzender des Expertenrates.

Thema in Schule / Tipps von Freunden und Influencern am wichtigsten

Rund die Hälfte der befragten YouTube-Nutzer (52%) wünscht sich mehr Unterstützung seitens der Schule bei der Erstellung von Videos (Film/Schnitt/Beleuchtung). 56 Prozent glauben, dass die Bedeutung von YouTube in der Schule künftig zunehmen wird. „Die befragten Jugendlichen sind sich sehr klar über die Stärken, aber auch über die strukturellen Grenzen massenmedialer Vermittlung. Die Befunde appellieren an die der Schule eigenen Potenziale der gemeinsamen Reflexion und des Nachdenkens im generationsübergreifenden Zusammenhang“, so Benjamin Jörissen, Ratsmitglied und Lehrstuhlinhaber für Pädagogik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, in seiner einordnenden Position in der Studie. Weitere Ergebnisse zeigen, dass die Jugendlichen sich nach eigener Einschätzung nicht nur von den Vorschlägen von YouTube leiten lassen (36 Prozent tun dies), sondern dass sie zu 53 Prozent mit einer gezielten Suche zu einem bestimmten Thema einsteigen. Bei der Auswahl von Videos greifen sie zu 91 Prozent auf Empfehlungen von Freunden zurück, zu 65 Prozent auf Influencer, zu 44 Prozent auf Tipps von der Familie; bei Tipps von Lehrern sind es 30 Prozent.

Ästhetisch-kreative Anregung / neue Genres

Wenn es in den Clips um ästhetische Praktiken und kulturelle Aktivitäten geht, regen die Videos Jugendliche stark an, selbst praktisch aktiv zu werden. Generell nach ihren kulturellen Interessen gefragt, geben Mädchen eine große Bandbreite an, wie Designen, Fotografieren, Tanzen, Singen, Zeichnen, bei Jungen sind es hauptsächlich Computerspiele. Dieser Unterschied ist weniger deutlich bei den digitalen kulturellen Genres und es gibt mehr gemeinsame Favoriten. Das liegt möglicherweise auch an der auf YouTube etablierten Remix-Kultur mit zahlreichen neuen, klassische Kultursparten übergreifende Mischformen wie Funny Clips, Let´s Play, Mashupvideos, Animation oder Sampling. Als wichtigste Anregung wird die Inspiration zum Nachahmen und Mitmachen genannt. Audiovisuelle Formate sind offenkundig besonders für das Lernen durch kreative Nachahmung und das körpernahe Lernen interessant.

Dieses vorhandene Interesse der Jugendlichen sollten Kulturinstitutionen aufgreifen. Der Expertenrat sieht eine wichtige Rolle bei den Kulturinstitutionen und Vermittlern Kultureller Bildung inner- und außerhalb von Schule, Kindern und Jugendlichen die Möglichkeiten der digitalen

Gestaltung und audiovisuellen Aufbereitung zu eröffnen, um sie dann auch reflektieren, beurteilen und selbst produzieren zu können.

Empfehlungen des Expertenrates im Überblick

- Digitalisierung als Aufgabe und Gegenstand der Kulturellen Bildung verstehen
- Die Bedeutung der neuen Bildungskonstellation für kulturelle Teilhabe nutzen
- Konsequenzen aus dem digitalen Lernen über Webvideos ziehen: Eigene audiovisuelle Formate entwickeln und in Fort- sowie Weiterbildung von Vermittlern implementieren
- Das Bedürfnis der Jugendlichen aufgreifen: Hilfestellung bei der Erstellung von Videos leisten und Raum für kritische Auseinandersetzung schaffen
- Bildungswelten (Bereiche formal/schulisch, non-formal/außerschulisch und informell/selbstorganisiert) stärker verschränken
- Politik ist aufgefordert, Rahmen zur Entwicklung nichtkommerzieller Räume für digitale Kulturpraktiken zu schaffen

Die Studie „Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019“ wurde vom unabhängigen Expertengremium Rat für Kulturelle Bildung konzipiert und begleitet. Die Durchführung lag beim IFAK Institut GmbH & Co. KG, Taunusstein. Ermöglicht wurde die Studie durch Mittel des Stiftungsverbundes Rat für Kulturelle Bildung e. V. sowie durch eine zusätzliche Förderung der Deutsche Bank Stiftung, der PwC-Stiftung, der Robert Bosch Stiftung GmbH und der Stiftung Mercator.

Über den Rat für Kulturelle Bildung

Der Rat für Kulturelle Bildung ist ein unabhängiges Beratungsgremium, das sich umfassend mit der Lage und der Qualität Kultureller Bildung in Deutschland befasst. Ihm gehören elf Mitglieder an, die verschiedene Bereiche der Kulturellen Bildung repräsentieren: Tanz- und Theaterpädagogik, Musik- und Literaturvermittlung, Bildungsforschung, Erziehungswissenschaften, Pädagogik, Medienpädagogik, Politische Bildung, Soziologie, Kulturelle Bildung und die Künste.

Der Rat für Kulturelle Bildung ist eine Initiative der Bertelsmann Stiftung, Deutsche Bank Stiftung, Karl Schlecht Stiftung, PwC-Stiftung, Robert Bosch Stiftung, Stiftung Mercator und der Stiftung Nantesbuch.

Studie: Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019. Repräsentative Umfrage unter 12- bis 19-Jährigen zur Nutzung kultureller Bildungsangebote an digitalen Kulturorten.

Kostenfreier Download unter www.rat-kulturelle-bildung.de/Publikationen/Studien.

Fotos: Bildmaterial unter www.rat-kulturelle-bildung.de/Service/Fotos.

Video: Video-Statements zur Studie finden Sie auf unserem YouTube-Kanal.

Social Media: Die Geschäftsstelle des Rates für Kulturelle Bildung @RatKuBi kommuniziert auf Twitter zur Studie unter den Hashtags #JuYouKu #YouTube #KulturelleBildung #RatKuBi.

Pressekontakt:

Alexandra Hahn

Telefon: 0201-89 94 35-12

E-Mail: hahn@rat-kulturelle-bildung.de

Presse-Kurztext

Studie: Jugendliche nutzen YouTube als Bildungs- und Kulturort

Audiovisuelles Lernen in Form von Webvideos ist für Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren von großer Bedeutung. Das zeigt die repräsentative Studie „Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019“ des unabhängigen Expertengremiums Rat für Kulturelle Bildung. Die Video-Plattform YouTube, mit einer Nutzung von 86 Prozent digitales Leitmedium, nutzen fast die Hälfte der befragten Schülerinnen und Schüler auch für das schulische Lernen. 60 Prozent der befragten YouTube-Nutzer wünschen sich im Unterricht eine kritische Auseinandersetzung mit den Videos und der Plattform. Für viele der Jugendlichen sind die Videos auch in hohem Maße anregend, künstlerisch aktiv zu werden – sie fühlen sich in Bereichen wie Tanz, Film, Musik, Gaming oder Zeichnen zum Nachahmen und Mitmachen inspiriert.

Zitate Rat für Kulturelle Bildung:

Prof. Eckart Liebau, Vorsitzender Rat für Kulturelle Bildung:

„Die Studie zeigt, dass YouTube für Jugendliche ein wichtiges zusätzliches Lern- und Bildungsmedium ist, das zwar in der Regel nicht in den Unterricht eingebunden ist, aber das sie in hohem Maße selbständig nutzen – sowohl im Blick auf die Schule als auch auf ihre außerschulischen Interessen. Das ist wichtig für die Bildungspolitik und die Bildungspraxis.

Eine wichtige Schlussfolgerung aus der Studie ist, dass man dieses Medium nicht ignorieren darf. YouTube ist primär kein pädagogisches Medium und es kann auch nicht unter pädagogischen Kriterien gesteuert werden; die Plattform ist für viele Nutzungsformen offen. Von vielen Schülerinnen und Schülern wird die Plattform als Hilfsmittel für das schulbezogene Lernen genutzt – als eine Art medialer Hilfs- und Nachhilfelehrer.

Es ist also tatsächlich inzwischen ein weiteres, wichtiges Lern- und Bildungsmedium, das die Bildungslandschaft im Ganzen berührt und verändert. Es ändern sich die Übungsformen der Schüler und damit auch die Voraussetzungen von Unterricht insgesamt. Man kann, wenn man das Medium schulseitig bewusst einsetzt, Unterricht anders aufbauen und auf diese Weise mehr Platz für individuelle Fragen, für Reflexion und auch Muße im Unterricht finden. Und man kann sich zur pädagogischen Eigenproduktionen audiovisueller Medien anregen lassen.“

Thomas Krüger, Ratsmitglied und Präsident Bundeszentrale für politische Bildung

„Neue Formen informellen Lernens, wie selbstbestimmtes Lernen oder community-based-learning, finden statt und müssen nutzbar gemacht werden, indem man sie mit Bildungsstrategien aus dem formalen und non-formalen Bereich verschränkt. Der europäische Qualifikationsrahmen bei der Bildungsdebatte spricht von einer strategischen und infrastrukturellen förderpolitischen Begutachtung dieser drei Bereiche.

Bei der Bundeszentrale haben wir uns auch intensiv mit Influencern befasst unter dem Gesichtspunkt von Glaubwürdigkeit – das ist die Währung bei den Jugendlichen. Unserer Ansicht nach gibt es den Bedarf, dass man kritisch reflektieren muss, was deren Geschäftsmodelle sind – das sind ja werbefinanzierte Ausspielformen. Das muss auch zum Gegenstand von Unterricht gemacht werden, damit die Glaubwürdigkeit nicht einfach nur im Raume steht und nicht hinterfragt wird. Medienkritik und Medienökonomiekritik ist auch Teil der Medienbildung in Schule.“

Prof. Benjamin Jörissen, Ratsmitglied und Lehrstuhlinhaber für Pädagogik an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

„Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die vorliegende Studie auf sehr breiter Basis – nämlich in Bezug auf formale, non-formale und endlich auch in Bezug auf informelle Praktiken – einen alltags- wie auch lernkulturellen Wandel von erheblicher Bedeutung anzeigt. Wie schwer diese neuen post-digitalen jugendkulturellen Welten für Erwachsene zu verstehen sind, zeigen aktuelle Forschungsbeiträge – doch kennen wir es nicht alle aus unserem eigenen Alltag? Das weit verbreitete Unverständnis in Bezug auf digitale Transformationsprozesse ist ein pädagogisches, aber auch ein gesellschaftliches Problem. Wenn die Studie eindrucksvoll zeigt, dass und wie Jugendliche mit und auf Webvideo-Plattformen leben, lehren und lernen, dann verweist sie nicht zuletzt auch auf erhebliche Wissenslücken und Lernbedarfe. Allerdings nicht der Jugendlichen, sondern der Erwachsenen. Dies gilt zuallererst für Stakeholder in Politik und Bildungsadministration, die sich immer wieder geradezu als lernresistent erweisen. Und es gilt selbstverständlich für alle, die in Forschung und Praxis für die Bildung Anderer verantwortlich sind.“

Prof. Lydia Grün, Ratsmitglied und Geschäftsführerin Verein Netzwerk Junge Ohren:

„YouTube bietet mit seinem großen Reservoir an Musikvideos Möglichkeiten kultureller Teilhabe. Musikschulen haben andere Stärken: Sie arbeiten mit ausgereiften didaktischen, langfristigen Konzepten musikalischer Bildung. Eine weitere Stärke ist hier die Persönlichkeit des Musikschullehrers und die Interaktion mit ihm, z. B. wenn es darum geht, eine Melodie-Phrase zu erarbeiten, oder einen Griff zu korrigieren. Musik ist soziale Kommunikation. Es geht darum, miteinander in Beziehung zu treten – mit dem Lehrer oder der Lehrerin oder im Ensemble. Interessant finde ich die Kombination dieser beiden Welten. Musikschule kann sich fragen: Wie kann ich durch die Nutzung von Webvideos die Welt meiner Schüler neu entdecken? Dort bildet sich ein Bedarf von Jugendlichen ab, für den sich Bildungsanbieter interessieren sollten. Musikschulen können sich in Bezug auf die digitale Welt selbst prüfen und für digitale Plattformen eigene Angebote im Rahmen ihrer Möglichkeiten machen und sollten außerdem vermitteln, wie man auch kritisch mit den Inhalten auf digitalen Plattformen umgehen kann und muss.“

Prof. Vanessa-Isabelle Reinwand-Weiss, Ratsmitglied und Direktorin Bundesakademie für Kulturelle Bildung

„Die Studie hat auch wichtige Erkenntnisse für die Fort- und Weiterbildung gebracht, aus denen Programme für Lehrkräfte und Kulturvermittler entwickelt werden können. Zunächst sollte bei ihnen das Interesse geweckt werden, sich mit den digitalen Medien und audiovisuellen Lernformen

auseinanderzusetzen. Die Fortbildungsinstitutionen können hier vor allem Mut machen und Inspiration geben. Sie sollten anregen, sich mit der Welt der Jugendlichen zu beschäftigen, Berührungängste abzubauen, neue Dinge auszuprobieren und digitale Medien als integrativen Teil in Unterricht einzubinden. Wir wünschen uns, dass gerade Musik- und Kunstlehrer noch stärker Gebrauch von ihrer ästhetischen Kompetenz machen, ihr Wissen zur Verfügung stellen und hier gemeinsam mit den Jugendlichen an den Themen arbeiten und somit auch ihre Fächer noch mal neu vermitteln. Um das alles leisten zu können, ist es wichtig, den DigitalPakt Schule auf Kulturanbieter und Kultureinrichtungen auszuweiten, die auch oft mit veralteter Technik arbeiten und personelle Ressourcen brauchen, um neue Konzepte zu entwickeln.“

Dr. Kristina Hasenpflug, Vertreterin des Stiftungsverbundes Rat für Kulturelle Bildung e. V. und Geschäftsführerin Deutsche Bank Stiftung:

„Uns als Stiftungen interessiert, welche neuen kulturellen Aneignungsformen es für Jugendliche gibt, wie Webvideos von diesen rezipiert werden und ob es neue Formen kultureller Teilhabe gibt. Die Studie bietet denkwürdige und praxisrelevante Erkenntnisse über selbstorganisiertes Lernen und was die neuen audiovisuellen Lernformen für Schulen und Kulturinstitutionen bedeutet. Innerhalb des Stiftungsverbundes Rat für Kulturelle Bildung e. V. haben wir deshalb diese Studie gerne, wie auch unsere Partner, die PwC-Stiftung, die Robert Bosch Stiftung und die Stiftung Mercator, mit zusätzlichen Sondermitteln unterstützt.“

Stimmen von außerschulischen Akteuren (nicht Teil der Studie):

Mario Müller, Vorsitzender Bundesverband der Freien Musikschulen e.V. (bdfm):

„Der Unterricht kann mit Videos und Lern-Apps deutlich an Attraktivität gewinnen. Auch der Musikunterricht muss sich der Zeit anpassen, um weiter für Kinder und Jugendliche interessant zu sein. Das audiovisuelle Lernen kann sehr gut alle Sinne des Menschen ansprechen. So kann das Lernen z. B. von Noten oder anderer Musiktheorie leichter fallen und interessanter gestaltet werden. Die Studienergebnisse geben uns dabei einen guten Kompass, wohin sich der Musikunterricht entwickeln kann und auch sollte. Die Umsetzung einer „digitalen Musikschule“ kann jedoch nicht von heute auf morgen passieren. Digitalisierung um jeden Preis und ohne ausgereiftes Konzept macht keinen Sinn. Wir müssen nun einiges ausprobieren, dann in Arbeitsgruppen sammeln und erörtern und dann unseren Musikschulen präsentieren. Der bdfm steckt gerade genau in diesem Prozess. Einige Musikschulen sind bei der Digitalisierung bereits sehr weit und davon können andere Schulen profitieren.“

Matthias Pannes, Bundesgeschäftsführer des Verbandes deutscher Musikschulen (VdM)

„Im DigitalPakt Schule des Bundes mit den Ländern wurde die Priorität auf die Ausstattung in den allgemein bildenden Schulen gelegt. Dies war zwar jetzt erforderlich, greift aber insgesamt wesentlich zu kurz. Auch außerhalb von Schule müssen Kinder und Jugendliche in der zunehmend hybriden Bildungslandschaft ein Angebot vorfinden und nutzen können, das ihnen zeitgemäßes Lernen und Aneignen von Welt ermöglicht – in unserem Fall der Musikschulen also der Welt der Musik. Aus dem unabweisbaren Bedarf zur digitalen Entwicklung der kommunalen Bildungseinrichtungen heraus haben die Organisationen der Volkshochschulen, der Bibliotheken und der Musikschulen mit Unterstützung der Kommunalen Spitzenverbände eine Forderung an die Bundesregierung, an die Fraktionen im Bundestag und an die Ministerpräsidenten der Länder gerichtet, künftig auch Mittel aus dem oder zusätzlich zum DigitalPakt hierfür zur Verfügung zu stellen.“

Mirko Drotschmann bzw. „MrWissen2go“, einem Webvideo-Angebot von funk auf YouTube:

„Ich bin Journalist und sehe meine Webvideos auf YouTube zu historischen und aktuellen Themen als Einführung und Ergänzung zu Themen aus dem Schulunterricht. Ich bekomme viel Feedback von Schülerinnen und Schülern, die ihre Lehrer auch öfter ansprechen, mich zu Vorträgen und Workshops an ihre Schulen einzuladen. Die Schüler haben ein großes Interesse an Hintergrundinformationen zu YouTube, aber auch daran, Videos selbst zu produzieren. Damit kann man sie dann durch die Hintertür auch noch für ein Thema begeistern, das sie als Video aufbereiten. Sie haben alle ihre Handys und technisch gibt es da keine Probleme. Was ihnen aber oft schwerfällt, sind eigene kreative Ideen, wie man ein Thema inhaltlich aufbereitet, optisch gestaltet oder stilistisch umsetzen kann.“

Zitate von Jugendlichen aus der Studie zu kulturellen Bildungsangeboten

13 Stärkste Anregung durch YouTube – Mädchen

a:
Interessierst Du Dich für
diese Aktivität?

b:
Inwiefern unterstützt/stärkt/regt(e) Dich
YouTube an, Dich für diese Aktivität(en) zu
interessieren bzw. diese Aktivität(en) auszuüben?

Designen/Mode/Kreatives Gestalten
47%

davon „sehr angeregt“ → 35%

Tanzen/Choreographien
43%

davon „sehr angeregt“ → 40%

Film/Fotografie/Videos
41%

davon „sehr angeregt“ → 23%

Singen/Musizieren/DJ-ing/Remixen
32%

davon „sehr angeregt“ → 29%

Zeichnen/Malen/Graffiti/Comics
30%

davon „sehr angeregt“ → 29%

a: Basis: weibliche YouTube-Nutzer n = 355

b: Basis: weibliche YouTube-Nutzer, die sich für den Themenbereich interessieren.

14 Stärkste Anregung durch YouTube – Jungen

a:
Interessierst Du Dich für
diese Aktivität?

b:
Inwiefern unterstützt/stärkt/regt(e) Dich YouTube an,
Dich für diese Aktivität(en) zu interessieren bzw.
diese Aktivität(en) auszuüben?

Computerspiele/Gaming
79%

davon „sehr angeregt“ → 38%

Film/Fotografie/Videos
45%

davon „sehr angeregt“ → 28%

Singen/Musizieren/DJ-ing/Remixen
20%

davon „sehr angeregt“ → 29%

Zeichnen/Malen/Graffiti/Comics
18%

davon „sehr angeregt“ → 33%

Angaben in Prozent.

a: Basis: männliche YouTube-Nutzer n = 355

b: Basis: männliche YouTube-Nutzer, die sich für den Themenbereich interessieren.

Mädchen:

„YouTube hat mir Videos vorgeschlagen, die mich erstmals auf manche Sachen aufmerksam gemacht haben, wie Tanzen zum Beispiel. Durch die Tanz-Videos habe ich angefangen, mich dafür zu interessieren.“ (Schülerin, 16 Jahre)

Ich interessiere mich sehr für Tanzschritte, da muss ich nur bei YouTube einen bestimmten Schritt eingeben und schon kann man von verschiedenen Personen dazu die Schritte oder ganze Tänze ansehen. Ich begeistere mich auch für Singen und finde es immer sehr toll, wenn ich mit meinen Idolen auf YouTube mitsingen kann.“ (Schülerin, 17 Jahre)

„Wenn ich neue Techniken lernen möchte, z. B. Schatten zeichnen, dann finde ich bei YouTube immer gute Videos, wo das ganz genau gezeigt und erklärt wird.“ (Schülerin, 15 Jahre)

„Designer-Mode ist auf YouTube in einzelnen Schritten erklärt, viele Muster und Formen, kann ich auch nachmachen, alles sehr anschaulich von Lagerfeld oder Dior oder junge deutsche Designer, sehr praxisnah zum selbst probieren“ (Schülerin, 15 Jahre)

Jungen:

„Ich sehe ständig wie die Gamer in Let's Play richtig coole Sachen machen und das will ich auch schaffen.“ (Schüler, 15 Jahre)

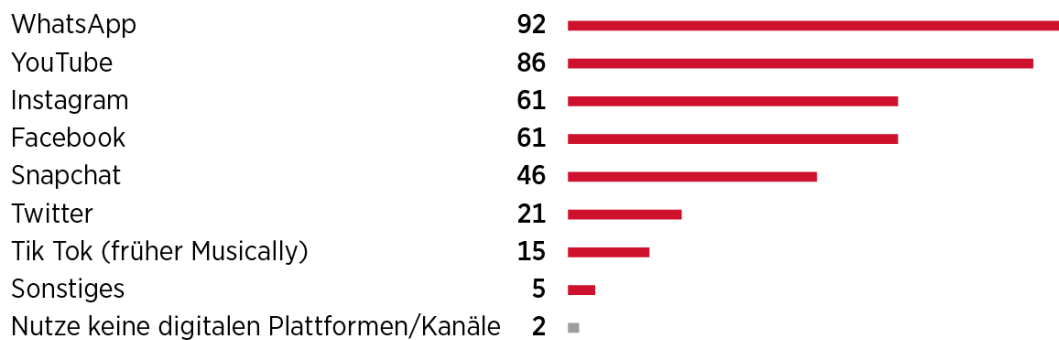
„Wenn ich mir auf YouTube die Übersichtsseite ansehe, finde ich fast immer neu vorgestellte Computerspiele, die mein Interesse wecken und die ich mir ansehe und spiele. Oft erzähle ich dann meinen Freunden davon und sie spielen sie dann auch.“ (Schüler, 14 Jahre)

Auswahl Grafiken:

1 Nutzung digitaler Plattformen/Kanäle

Auf welchen digitalen Plattformen/Kanälen bewegst Du Dich?

Welche digitalen Plattformen/Kanäle nutzt Du?



Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, n = 818 Hinweis: Offene/ungestützte Abfrage.

2 YouTube-Nutzung nach Alter

Auf welchen digitalen Plattformen/Kanälen bewegst Du Dich?
Welche digitalen Plattformen/Kanäle nutzt Du?

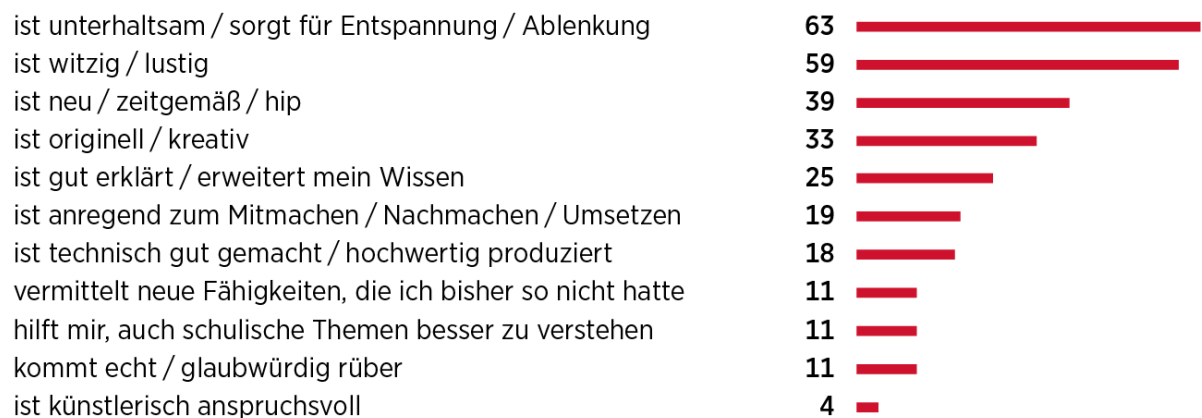


Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, n = 818

12-13 Jahre, n = 193 | 14-15 Jahre, n = 197 | 16-17 Jahre, n = 205 | 18-19 Jahre, n = 223

7 Wichtige Aspekte bei der YouTube-Nutzung

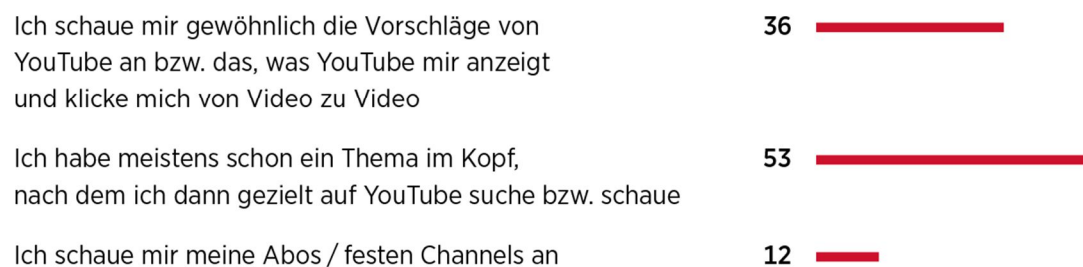
Wie wichtig sind Dir persönlich die folgenden Aspekte beim Anschauen eines YouTube-Videos?
Nenne mir die drei für Dich wichtigsten Aspekte.



Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen, n = 710

8 Der Einstieg bei YouTube

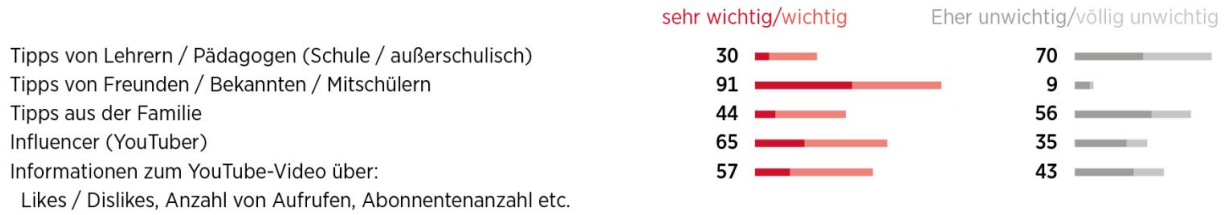
Und wie steigst Du am häufigsten bei YouTube ein?



Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen, n = 710

9 Wichtige Einflußfaktoren bei Auswahl von YouTube-Videos

Bei Deiner Auswahl von YouTube-Videos, wie wichtig ist Dir Folgendes?



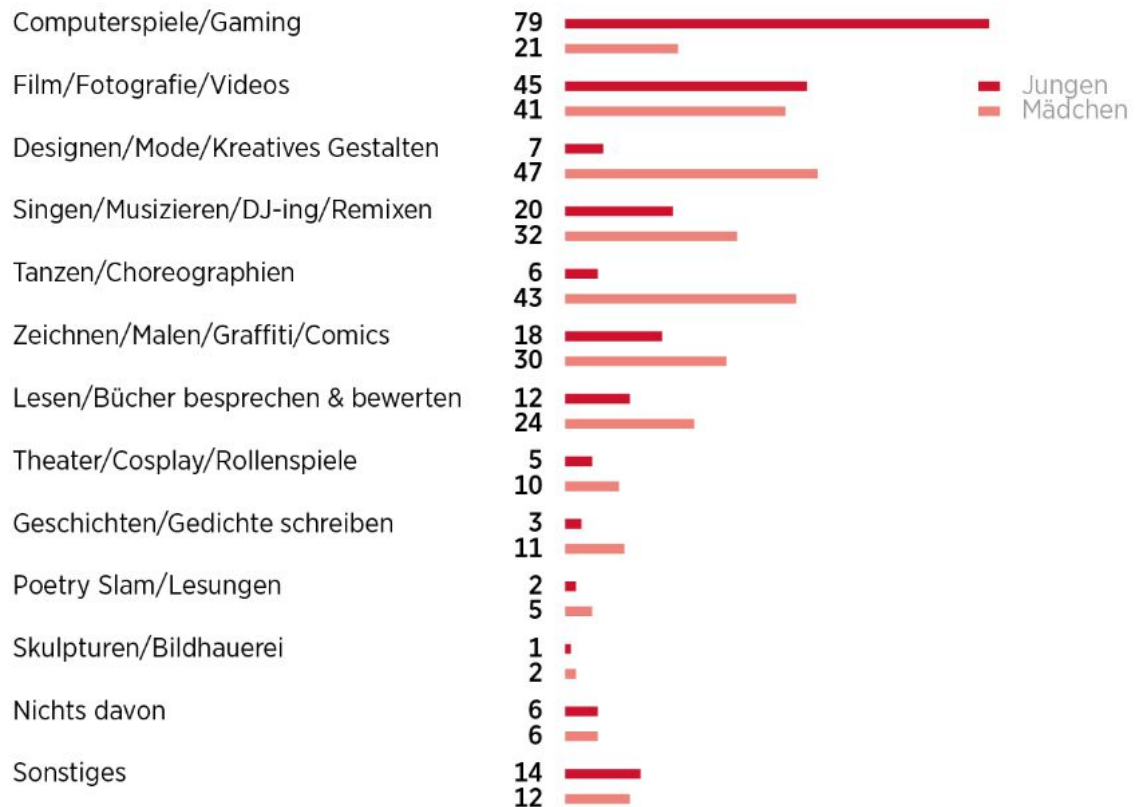
Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen, n = 710

12 - 13 Jahre, n = 148 | 14 - 15 Jahre, n = 168 | 16 - 17 Jahre, n = 186 | 18 - 19 Jahre, n = 208

10 Interesse an bestimmten kulturellen Aktivitäten nach Geschlecht

Ich lese Dir nun einige kulturelle Aktivitäten vor.

Bitte sage mir zu jeder Aktivität folgendes: Interessierst Du Dich für diese Aktivität?



Angaben in Prozent.

Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen, n = 710 | Jungen, n = 355 | Mädchen, n = 355

15 Genres auf YouTube – nach Geschlecht

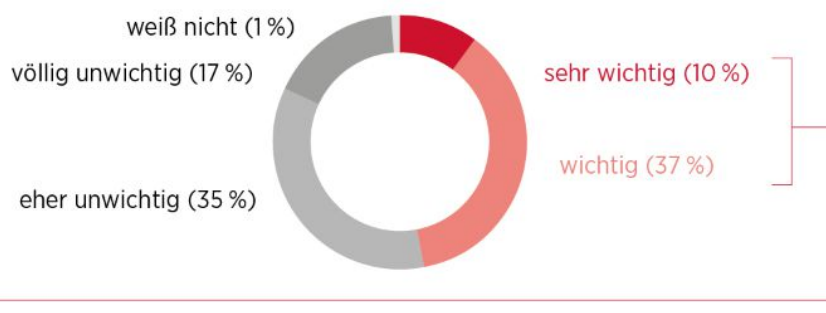
Schaust Du YouTube-Videos aus diesem Themenbereich an?



Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen, n = 710 | Jungen, n = 355 | Mädchen, n = 355

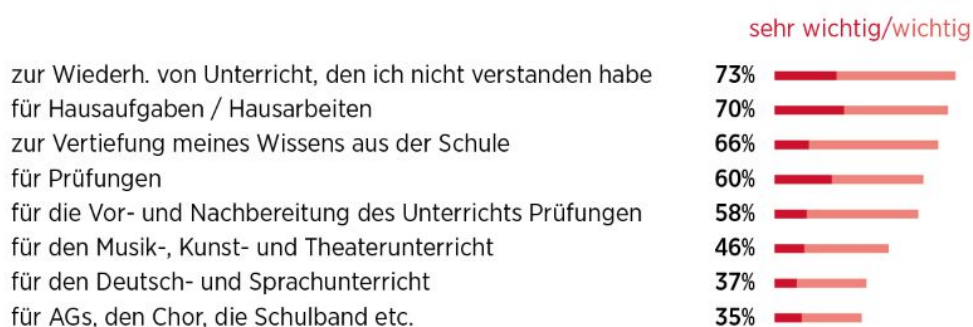
19 Wichtigkeit von YouTube-Videos zu Schulthemen

a: Wie wichtig sind YouTube-Videos für Dich bei Themen, die ihr in der Schule behandelt? Damit sind auch YouTube-Videos gemeint, die Du zuhause für die Schule nutzt.



b: Nachfrage an Teilgruppe (47%)

Wie wichtig sind YouTube-Videos für Dich bei den folgenden schulischen Themen?



a: Alle Befragten, die YouTube nutzen und Schüler sind, n = 520

b: Alle Befragten, die YouTube nutzen, Schüler sind und denen YouTube-Videos für die Schule sehr wichtig/wichtig sind, n = 244

20 YouTube im Vergleich zu Schule

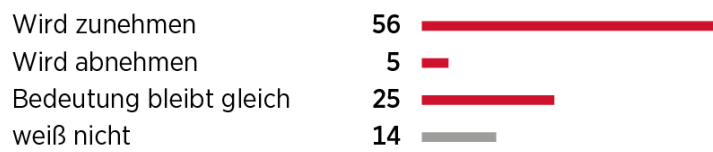
Hier habe ich nochmal einige Aussagen zu YouTube und Schule. Bitte sage mir, ob Du diesen Aussagen voll und ganz, teilweise, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmst.

Aussage	voll und ganz	teilweise
Ich finde YouTube besser als Schule, weil ...		
... man das immer und überall machen kann, wenn man gerade Lust dazu hat.	41	38
... man sich aussuchen kann, wer einem die Themen/Inhalte erklärt.	30	37
... die Inhalte besser erklärt werden.	18	36
Ich finde YouTube <u>nicht</u> besser als Schule, weil ...		
... man keine direkten Rückfragen stellen kann, wenn man etwas nicht verstanden hat.	32	38
... YouTube-Videos die Themen/Inhalte nicht so gut erklären/rüberbringen wie Lehrer im „realen“ Leben.	13	36
Für mich haben Schule und YouTube nichts miteinander zu tun.	26	29

Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen und Schüler sind, n = 520

24 Zukünftige Bedeutung von YouTube in der Schule

Was glaubst Du: Wird die Bedeutung von YouTube und Webvideos in der Schule in Zukunft eher zunehmen oder eher abnehmen?



Angaben in Prozent. Basis: Alle Befragten, die YouTube nutzen, n = 710