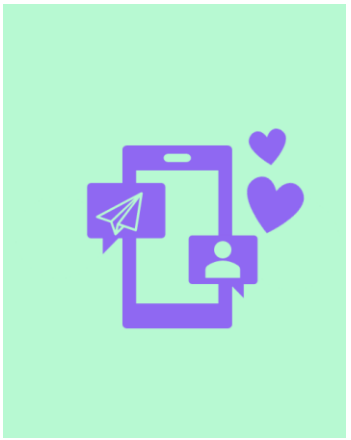
mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

JIMplus 2026

Digitales Wohlbefinden von Jugendlichen in Deutschland



Einführung & Methode

Die JIMplus-Studie legt ergänzend zu der jährlich erscheinenden, quantitativen JIM-Studie den Fokus dieses Mal auf das digitale Wohlbefinden der Jugendlichen. Dabei soll durch einen Mixed-Methods-Ansatz (Mix aus qualitativen und quantitativen Methoden) die Perspektive der Jugendlichen noch unmittelbarer erfasst werden. So wird sichtbar, was Jugendliche im Netz bewegt — in Feeds, Reels oder Chats.

Zielgruppe der Gesamtstudie waren Jugendliche in Deutschland im Alter von 14 bis 17 Jahren. Das durchführende Institut war phaydon|research+consulting.

Modul 1
Online-Tagebuch

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

Über WhatsApp wurden Erfahrungen aus dem digitalen Alltag dokumentiert. Dazu konnten Sprachnachrichten, Texte und Screenshots zugeschickt werden.

Modul 2
Remote-Einzelinterviews

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

In etwa einstündigen Online-Interviews wurde eine Auswahl der Jugendlichen aus Phase 1 vertiefend zu ihren Angaben aus dem Online-Tagebuch befragt.

Modul 3
Quantitative Befragung

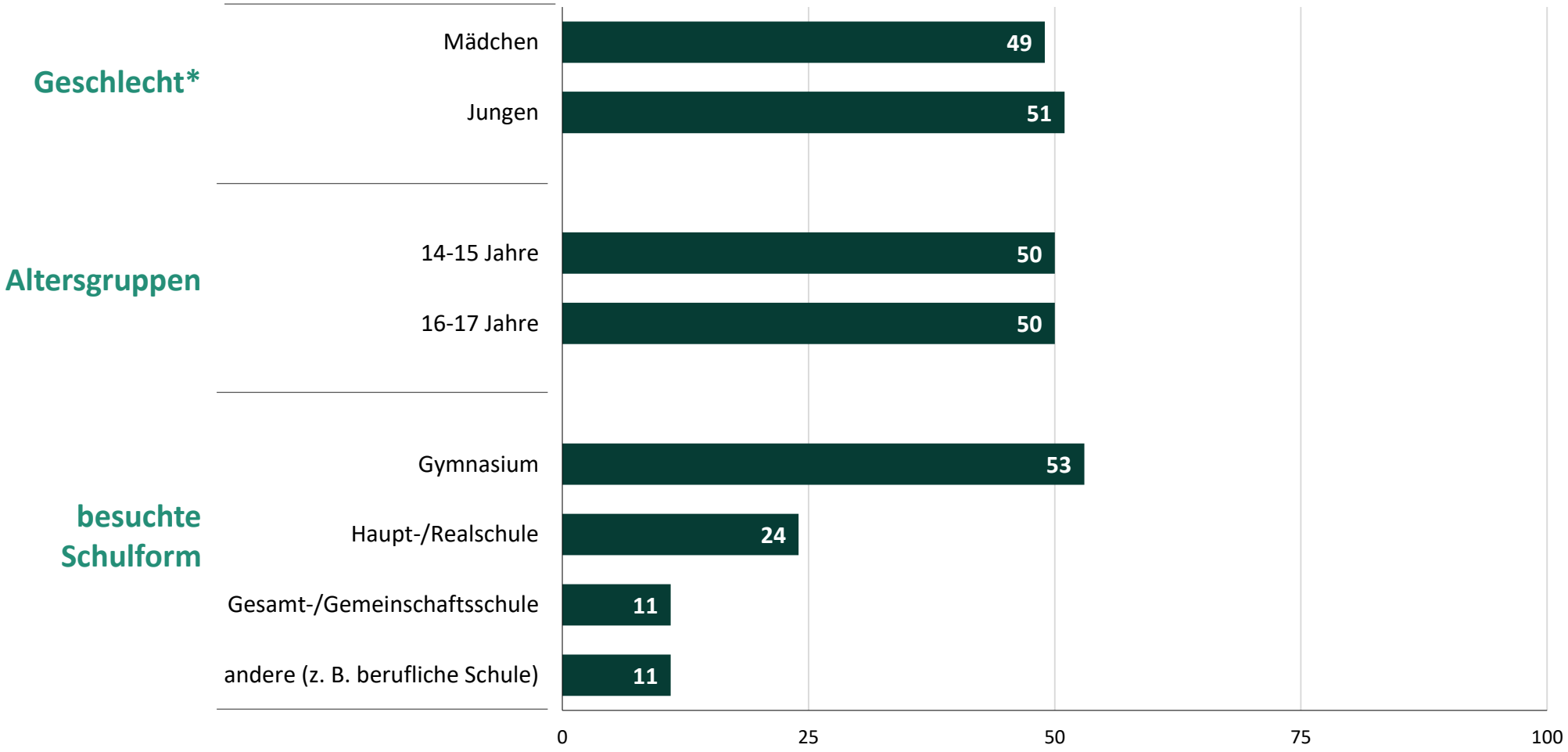
- Online-Befragung via Online-Access-Panel
- Durchführung: 13.05.2026 – 27.05.2026
- Stichprobe: n=800
- Quotiert nach Alter, Geschlecht & Bundesland (gemäß Zensus 2022)

Befragung mittels standardisierten Fragebogens zur Erfassung zentraler Belastungen und Ambivalenzen.

Qualitative Phase
Grundlage für die Erstellung des Fragebogens der quantitativen Befragung; einzelne Ergebnisse sind im vorliegenden Bericht in Form von Zitaten aufgegriffen

Quantitative Phase
Ergebnisse der quantitativen Befragung sind Hauptgegenstand des vorliegenden Berichts

JIMplus 2026: Soziodemografie quantitative Befragung



Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, *divers: n=3, Basis: alle Befragten, n=800

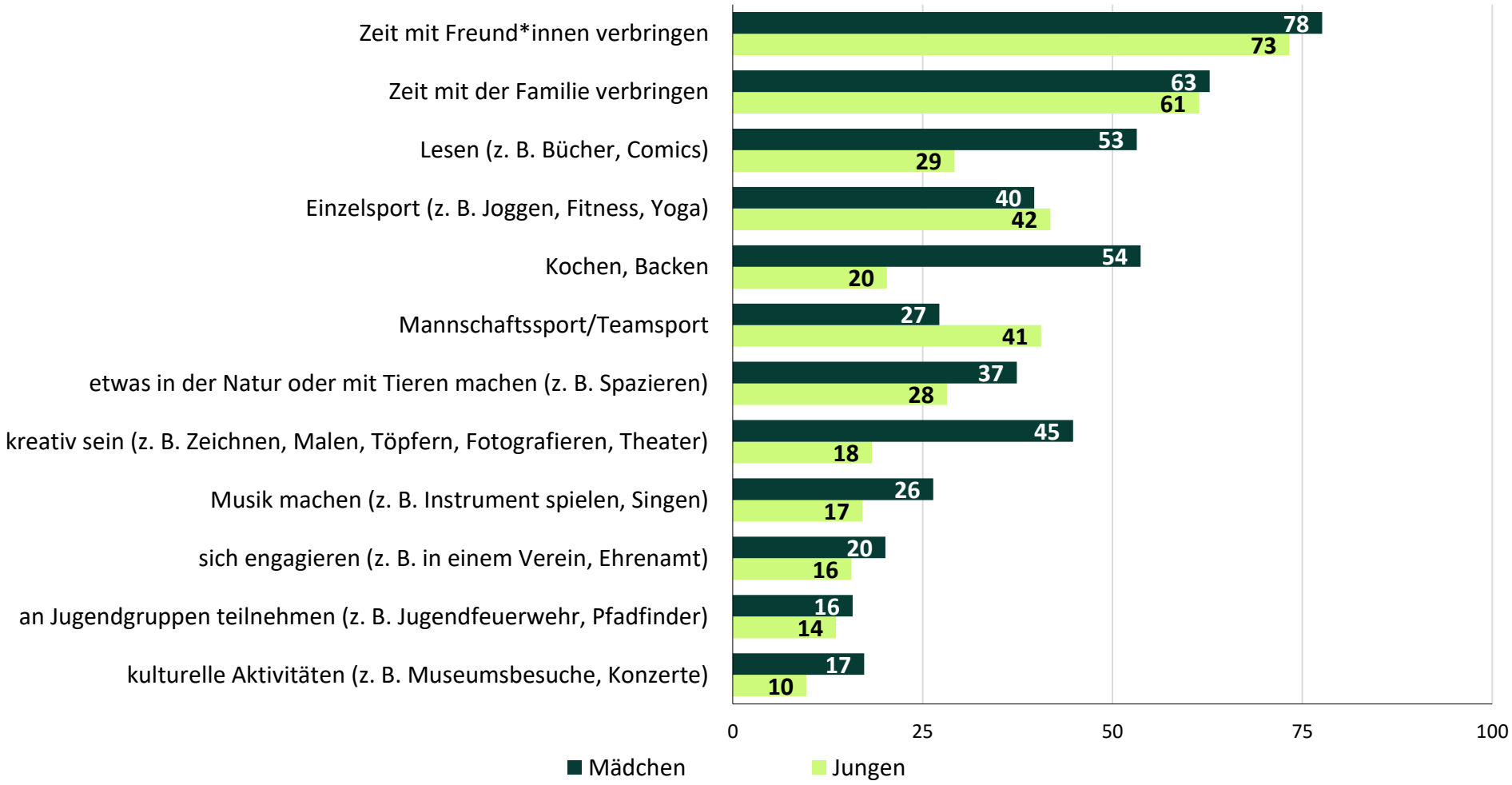
„Ein Freund von mir meinte zu mir, […] komm mal mit ins Fitnessstudio. Und dann bin ich irgendwann einfach mal mitgekommen und dann hat es mir Spaß gemacht. Und dann findet man da einen Ehrgeiz, dran zu bleiben.“
(männlich, 17 Jahre)

„Spotify ist auch sehr, sehr wichtig für mich, da ich zur Schule und wieder zurück nach Hause laufe. Und da muss ich einfach Musik hören, um mich auf den Schultag […] vorzubereiten. Und wenn ich nach Hause laufe, dann den Schultag zu verarbeiten.“
(weiblich, 16 Jahre)

Freizeitaktivitäten – offline & online

Offline-Freizeitaktivitäten – nach Geschlecht

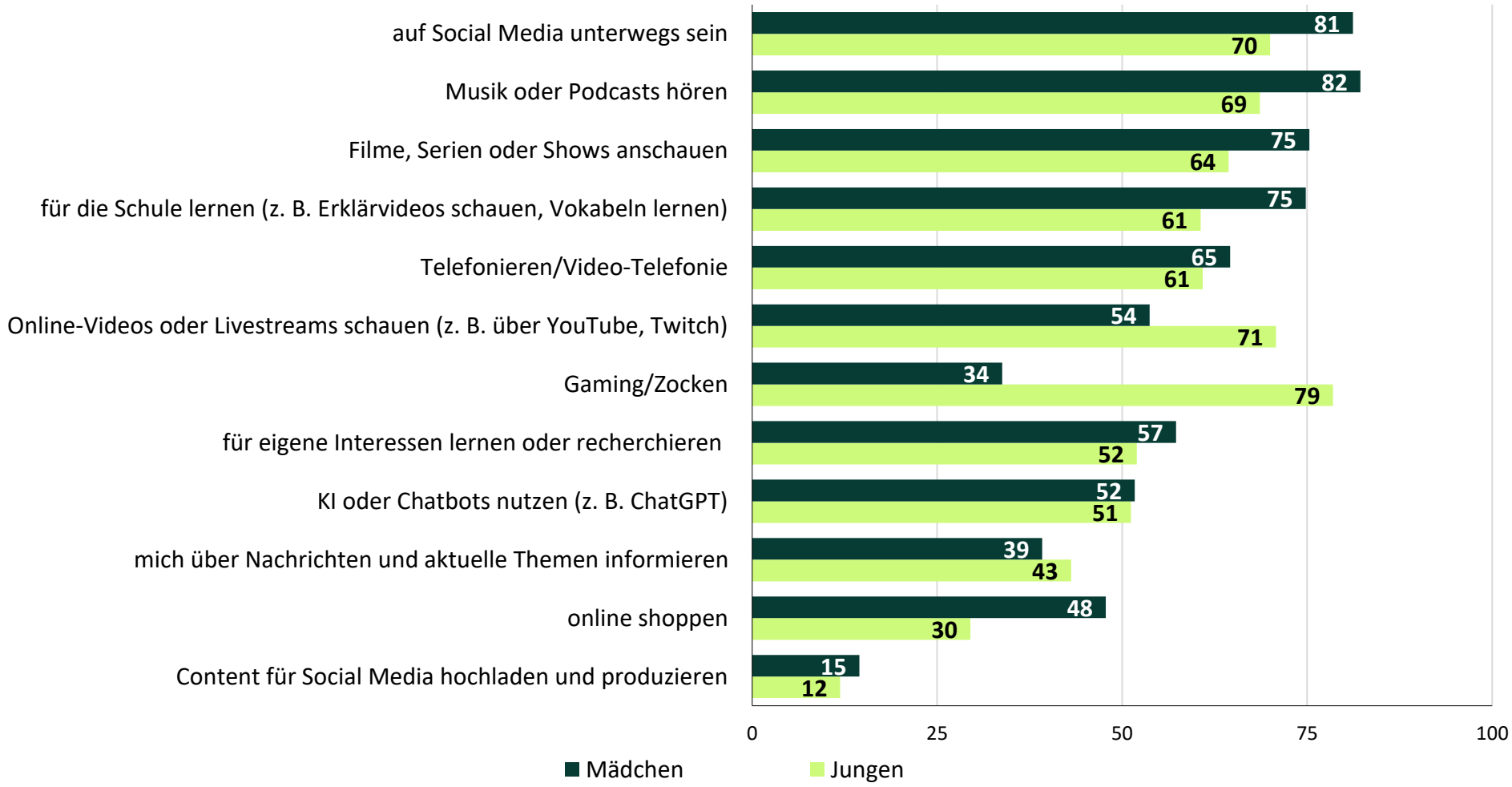
- Mehrfachnennungen möglich -



Fragestellung: Als nächstes würden wir gern mehr über deine Freizeit erfahren. Bitte wähle hier alles aus, was du regelmäßig machst.
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte, n=797

Online-/mediale Freizeitaktivitäten – nach Geschlecht

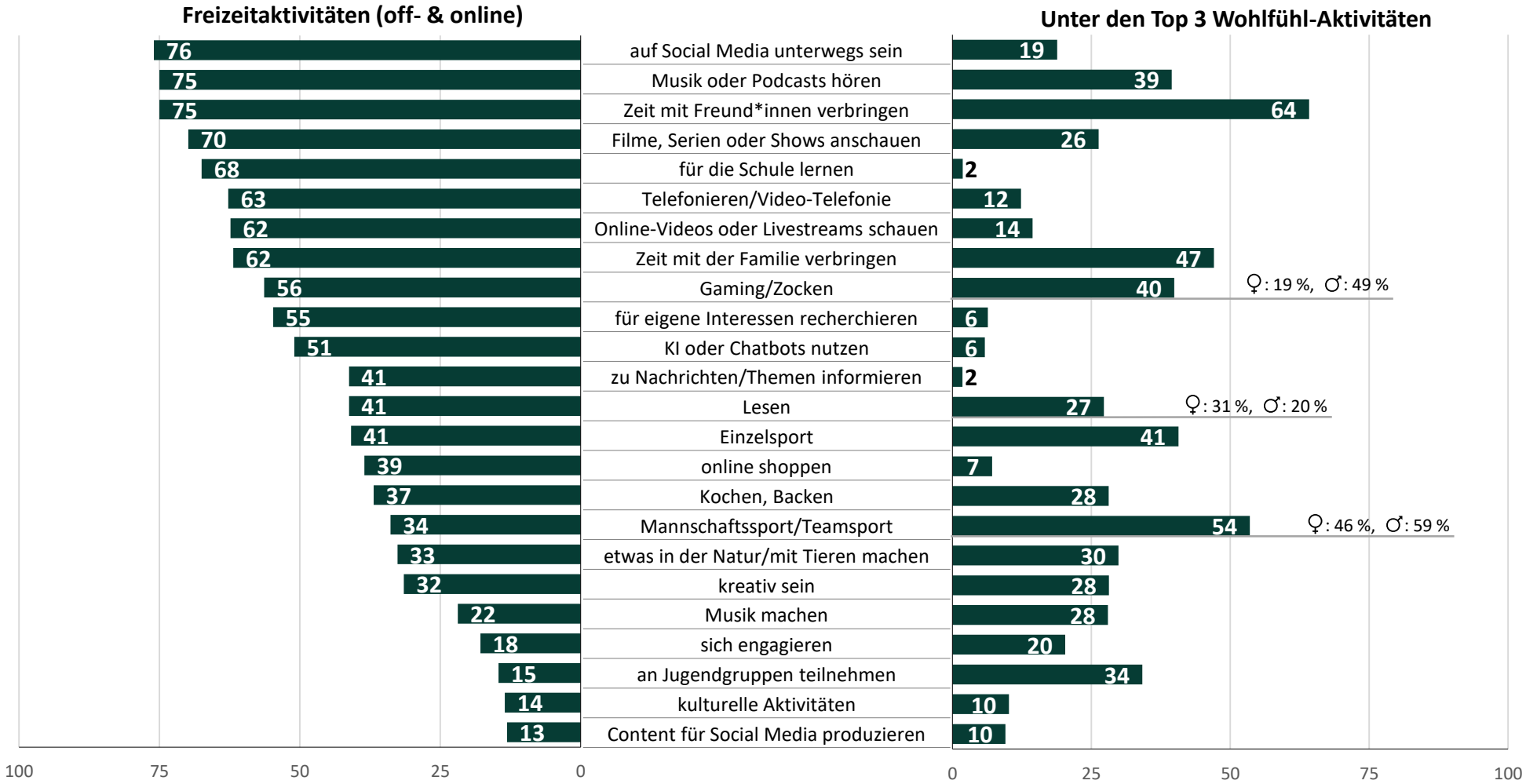
- Mehrfachnennungen möglich -



Fragestellung: Jetzt würden wir gern über Dinge sprechen, die du am Smartphone, Tablet, Computer oder Fernseher machst. Bitte wähle auch hier alles aus, was du regelmäßig machst.

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte, n=797

Freizeitaktivitäten (off- & online) und ihr Wohlfühl-Anteil



Lesebeispiel:
Von den Jugendlichen die regelmäßig auf Social Media unterwegs sind (76 %) wählen 19 % diese Aktivität in ihre Top 3 der Aktivitäten, bei denen sie sich besonders wohl fühlen.

Fragestellung: Bitte wähle alles aus, was du regelmäßig machst. (Mehrfachnennungen)
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Fragestellung: Und bei welchen Aktivitäten fühlst du dich besonders wohl? (Bis zu 3 Nennungen)
Basis: Jugendliche, die der jeweiligen Aktivität regelmäßig nachgehen

Freizeitaktivitäten offline & online – Key Findings

- 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 %).
- Im Vergleich von Jungen und Mädchen fällt auf, dass Mädchen deutlich lieber lesen und kochen/backen während Jungen deutlich häufiger Games spielen (stellt bei den Jungen die häufigste digitale Freizeitaktivität dar).
- 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 Aktivitäten, 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 %).

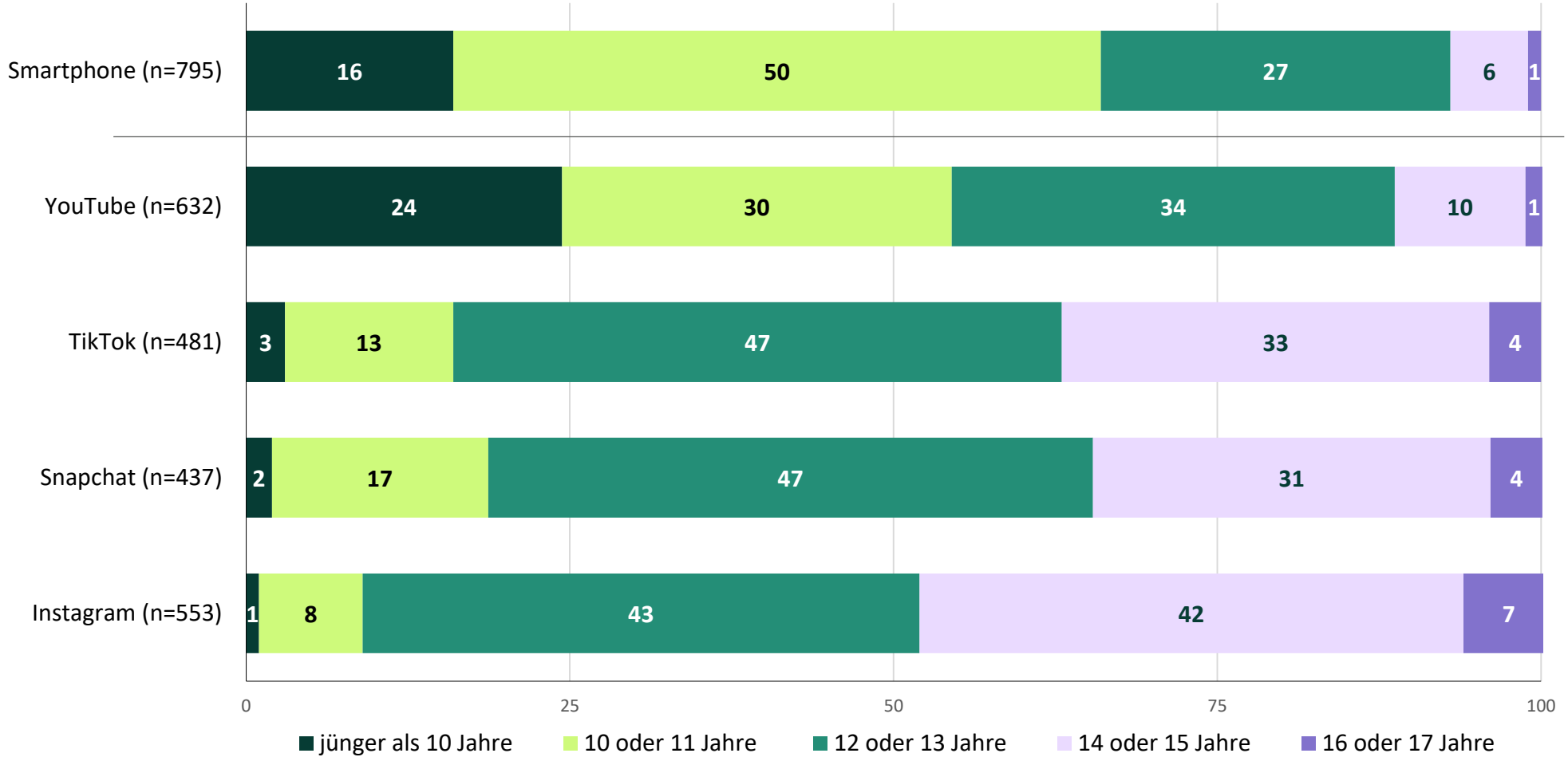
mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

„[…] nicht so viele Leute auf Snapchat annehmen. Sich nicht von irgendwelchen Leuten beeinflussen lassen. Auf Social Media einen guten Algorithmus züchten."
[Tipps zum Online-Sein]
(weiblich, 17 Jahre)

Social Media

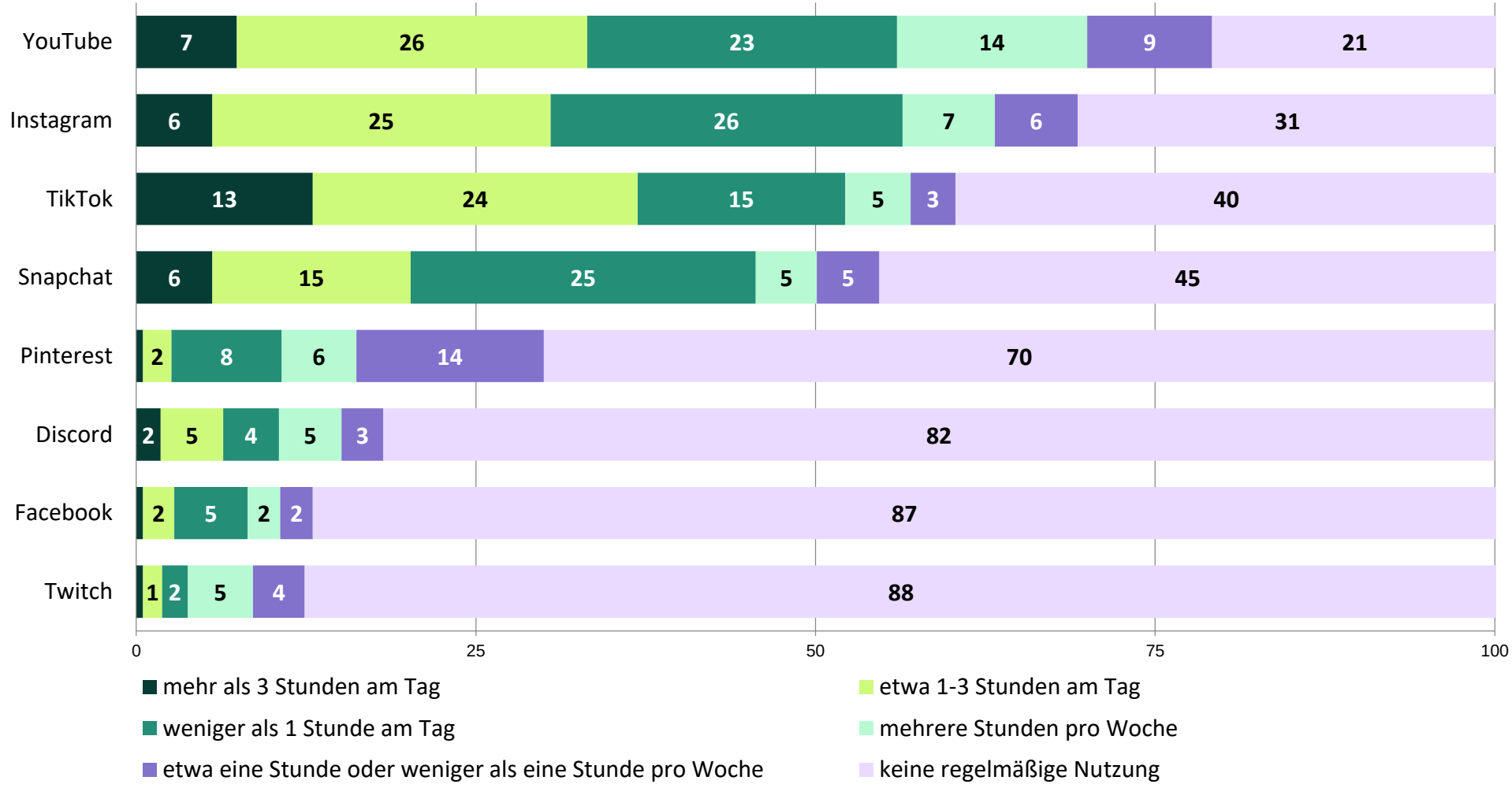
Teil I: Daten und Fakten

Einstiegsalter Smartphone und Social Media



Fragestellung: Wie alt warst du, als du dein erstes eigenes Smartphone bekommen hast/als du angefangen hast die Plattform zu nutzen?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: Jugendliche, die ein eigenes Smartphone besitzen bzw. die jeweilige Plattform regelmäßig nutzen

Nutzungsdauer wichtigster Social-Media-Plattformen*

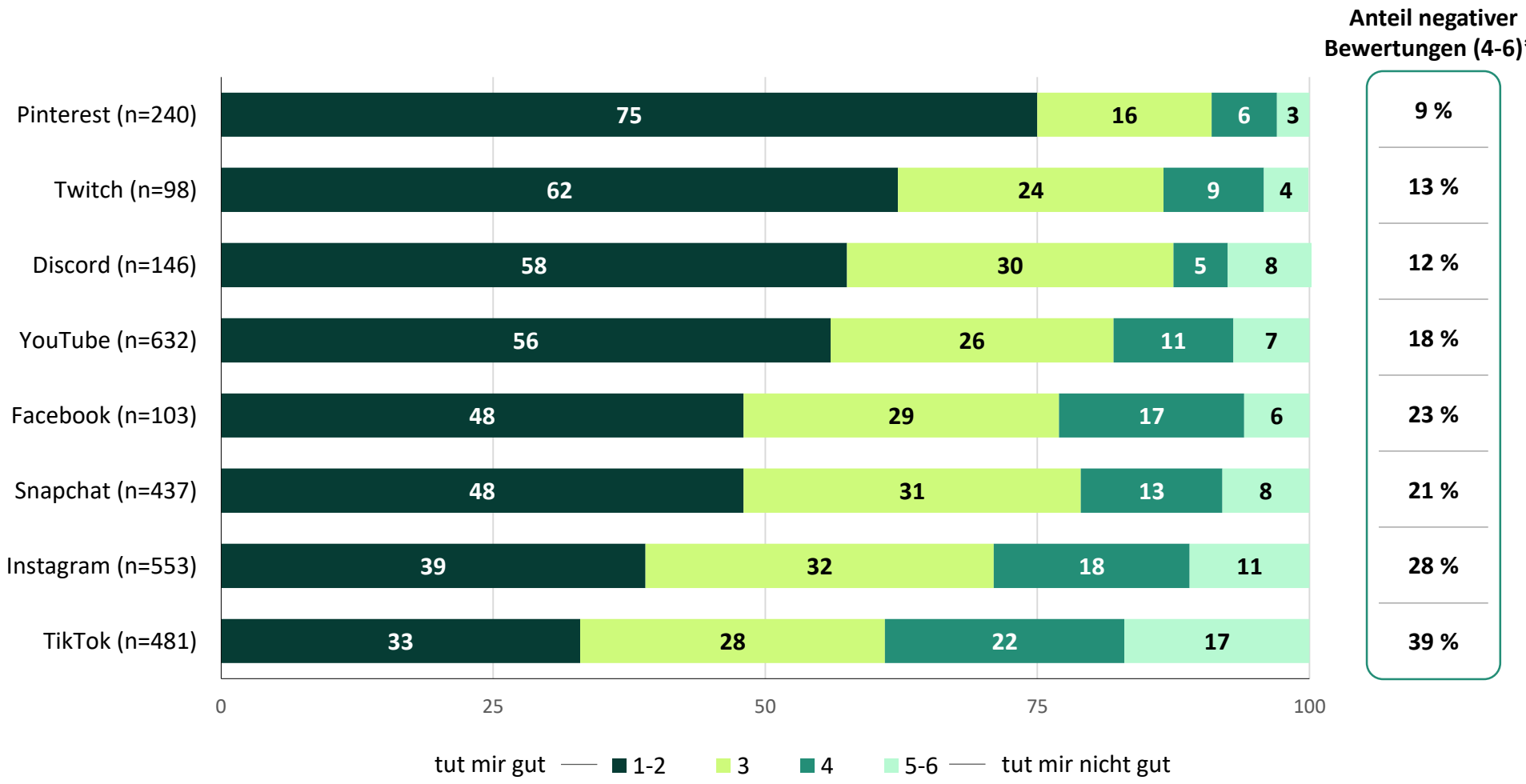


Fragestellung: Wie häufig nutzt du das Angebot?

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, *Plattformen, die von > 10 % der Befragten regelmäßig genutzt werden, Basis: alle Befragten, n=800

Bewertung wichtigster Social-Media-Plattformen

- Skala von 1 (tut mir gut) bis 6 (tut mir nicht gut) -

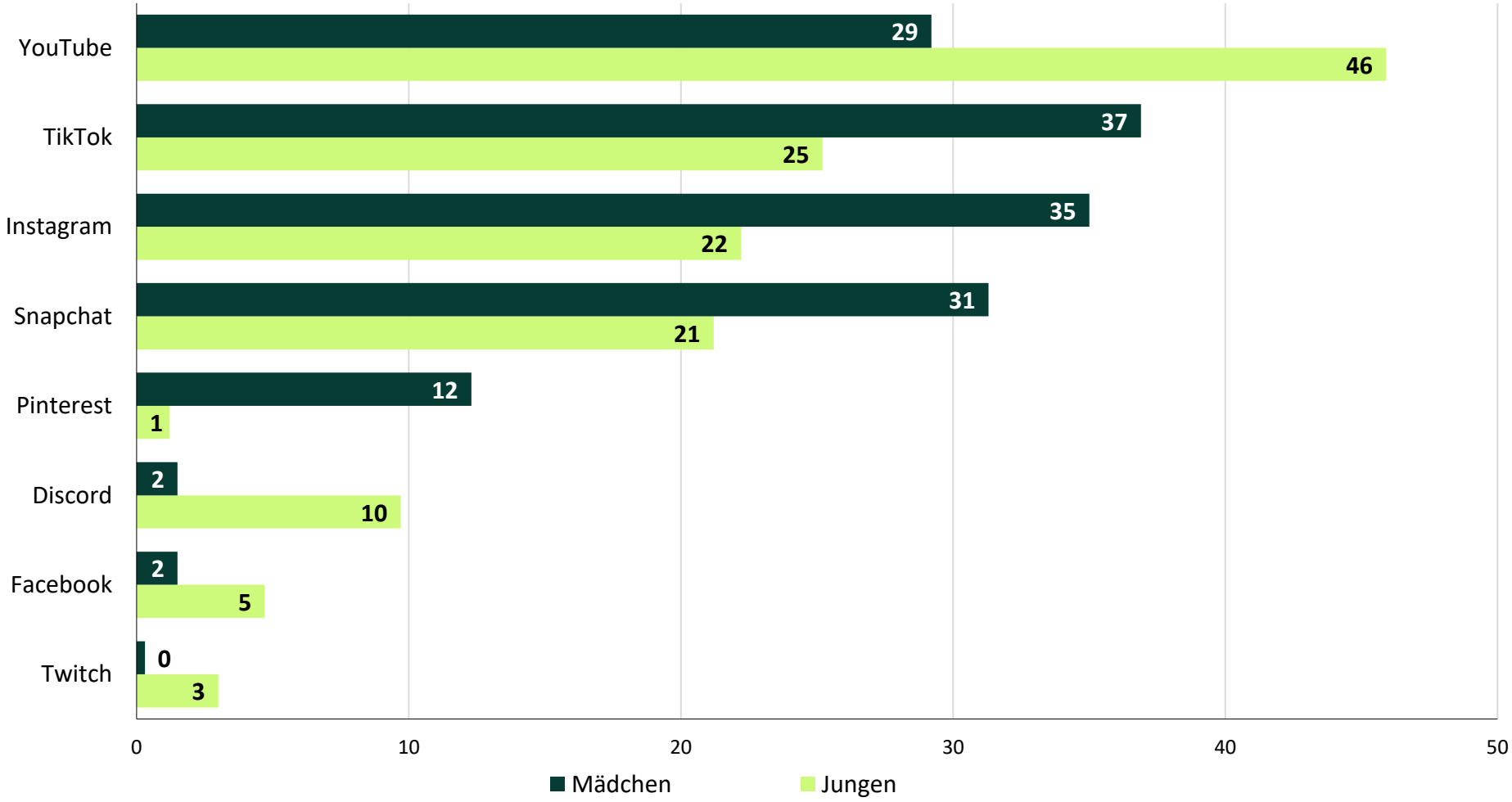


Fragestellung: Was würdest du sagen, wie sehr die jeweilige Plattform dir gut tut?

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, *Abweichungen von Summenbildung (4)+(5-6) durch Rundungen, Basis: Jugendliche, die die jeweilige Plattform regelmäßig nutzen

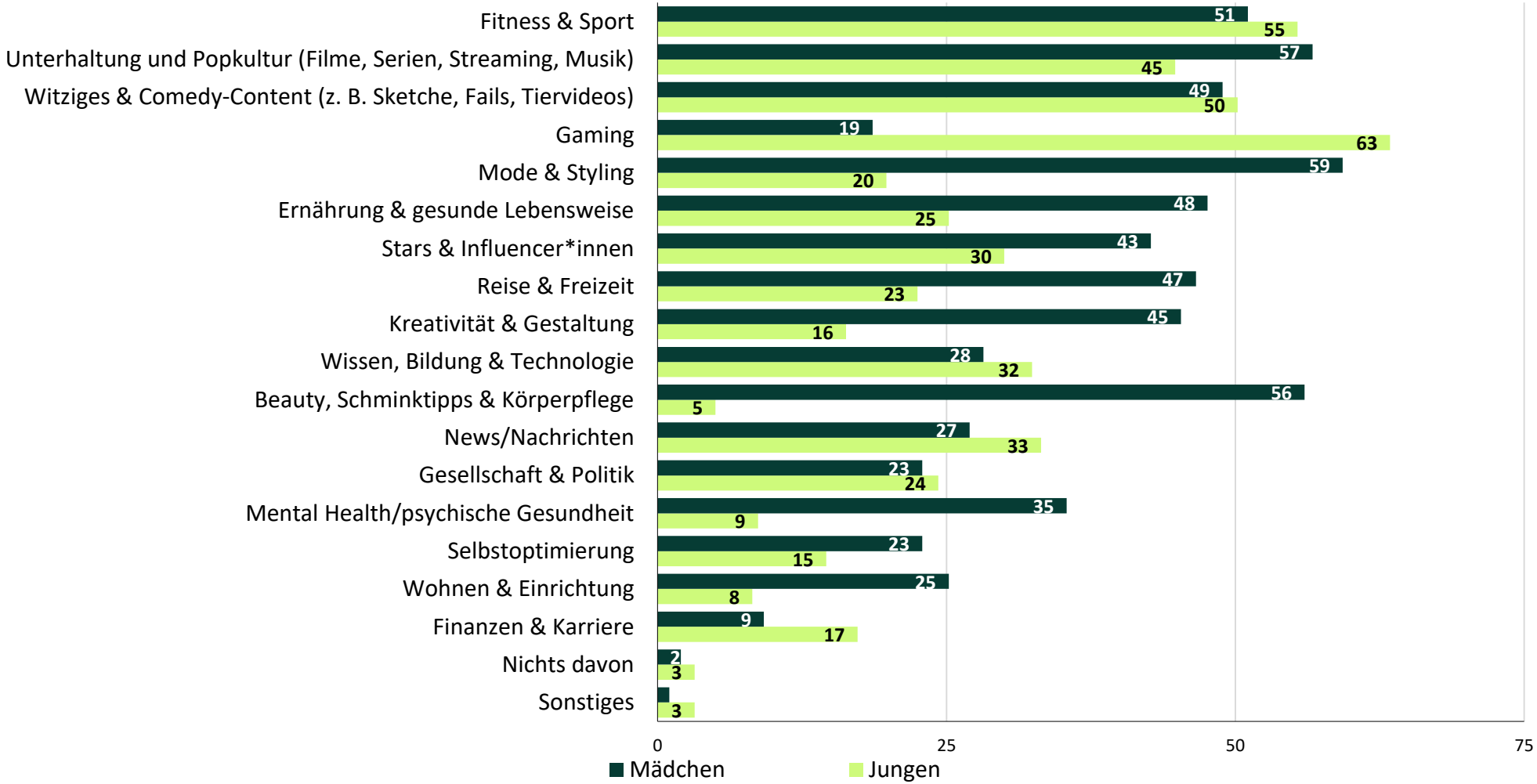
Unverzichtbare Plattformen – nach Geschlecht

- bis zu 3 Nennungen möglich -



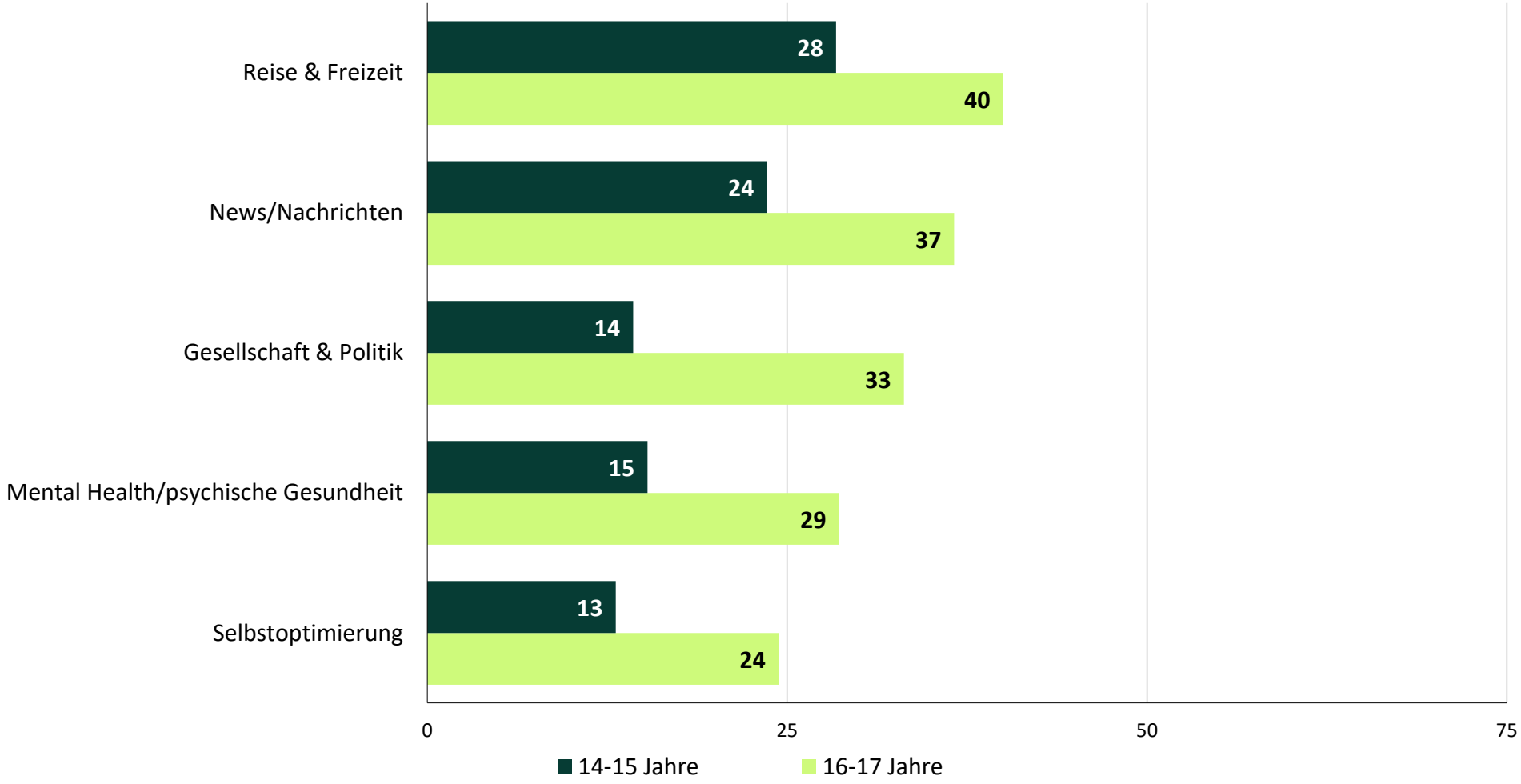
Fragestellung: Welche dieser Plattformen würdest du am meisten vermissen, wenn du sie eine Zeit lang nicht nutzen könntest?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte, n=797

Themeninteressen im eigenen Feed – nach Geschlecht



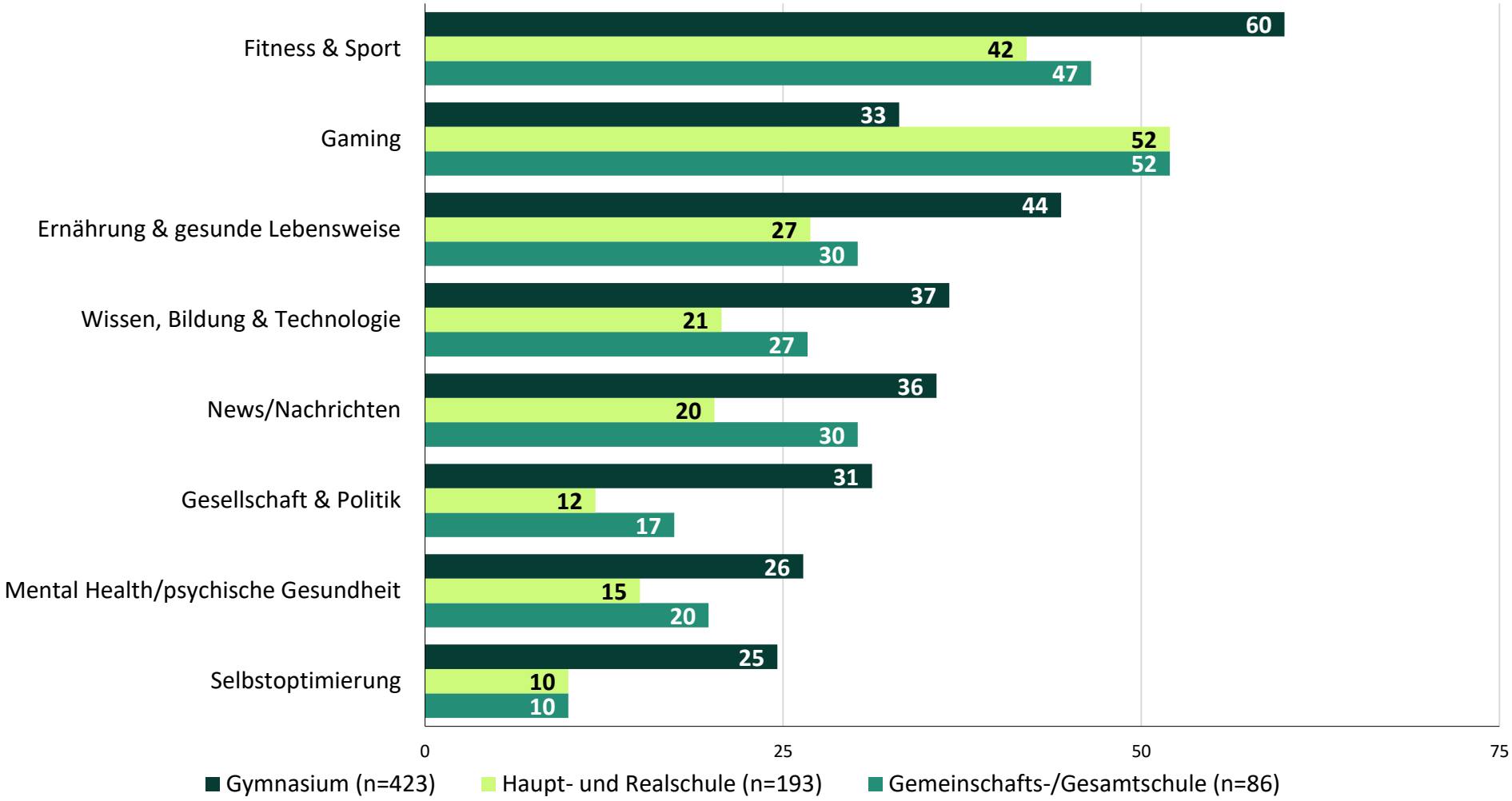
Fragestellung: Welche der folgenden Themen tauchen regelmäßig in deinem Feed auf und sind für dich interessant?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte, n=797

Themeninteressen im eigenen Feed – nach Alter (Auswahl)



Fragestellung: Welche der folgenden Themen tauchen regelmäßig in deinem Feed auf und sind für dich interessant?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Themeninteressen im eigenen Feed – nach Bildung (Auswahl)



Fragestellung: Welche der folgenden Themen tauchen regelmäßig in deinem Feed auf und sind für dich interessant?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: Jugendliche, deren Schulform einer der drei Kategorien zugeordnet ist

„Ich glaube, hätte man ganz andere Medien [als Social Media], wäre man einfach viel sozialer und realer [...] es hätte aber auch den Nachteil, dass man nicht so gut informiert wäre.“

(weiblich, 14 Jahre)

„Ich merke öfters, dass Online-Sein mir nicht gut tut, da ich öfters wie Brain Fog bekomme und danach sich mein Kopf sehr komisch anfühlt.“

(männlich, 17 Jahre)

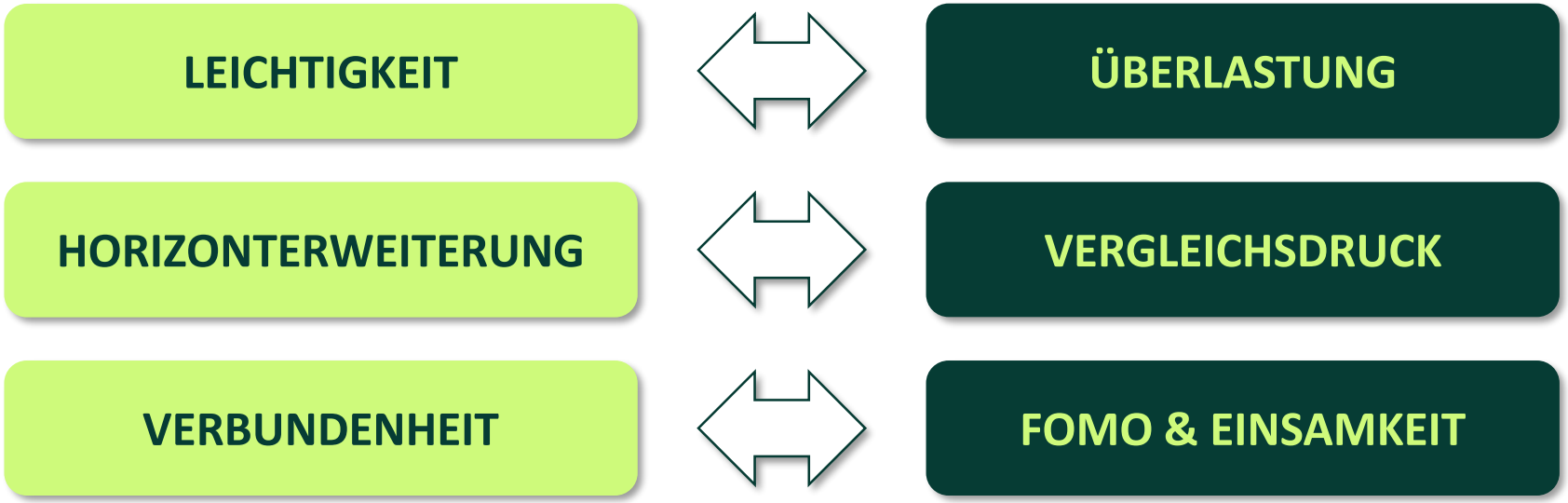
Social Media

Teil II: Das Nutzungserleben

Social Media ist für Jugendliche ein ambivalenter Erfahrungsraum

Die Nutzung von Social Media gleicht für viele Jugendliche einer Achterbahnfahrt. Sie erleben ein ständiges Wechselspiel zwischen positiven Erlebnissen und belastenden Erfahrungen. Diese Gegensätze treten nicht nacheinander auf, sondern gleichzeitig: Während sie im ersten Moment Entlastung erleben, spüren sie kurz danach ein schlechtes Gewissen; während sie sich orientieren wollen, verstricken sie sich im Vergleich; während sie Verbundenheit suchen, taucht das Gefühl von Einsamkeit auf. Dieses Zusammenspiel verschiedener Spannungen führt insgesamt zu einem ambivalenten Nutzungserleben von Social Media.

Aus den Beobachtungen der qualitativen Befragung konnten drei Spannungsfelder abgeleitet werden, die das Erleben der Social-Media-Nutzung strukturieren und beschreiben:



mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

LEICHTIGKEIT

> TikTok ist z. B. eine sehr gute **Ablenkung** und dann hat man auch wieder gute Laune […].
>
> (männlich, 15 Jahre)

> Ich finde, es [TikTok] ist halt eine Art von **Zeitvertreib**. Und es gehört einfach schon zum Alltag dazu. Also man hat sich daran schon so sehr gewöhnt, dass es einfach fast schon **nicht wegzudenken** ist.
>
> (männlich, 17 Jahre)

SOCIAL MEDIA

ÜBERLASTUNG

> Ich [habe] eigentlich immer so ein **schlechtes Gewissen**, weil ich einfach nur TikTok schaue und in meinem Bett liege und da so verrotte, anstatt dass ich irgendwas Produktives mache.
>
> (weiblich, 14 Jahre)

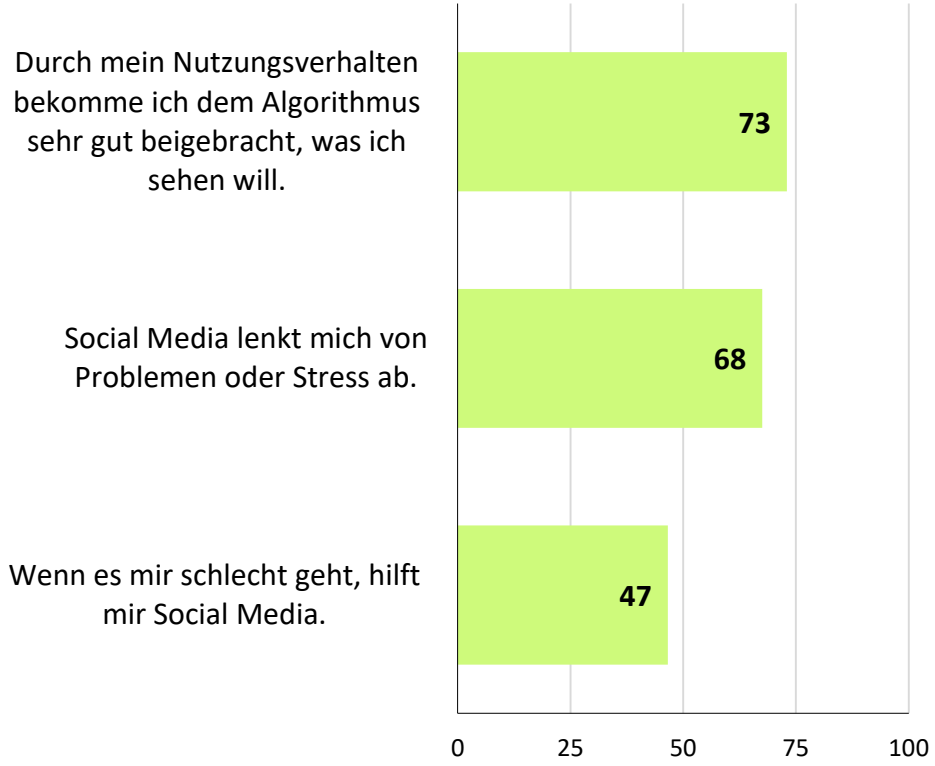
> Man schaut immer noch ein Video und noch ein Video an […]. Das ist halt dieser **ewige Kreislauf**. Ich merk's selber, dass es mir nicht gut tut. Aber ich kann mich nicht überwinden, jetzt doch hochzugehen und zum Beispiel zu lernen.
>
> (männlich, 17 Jahre)

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

SOCIAL MEDIA

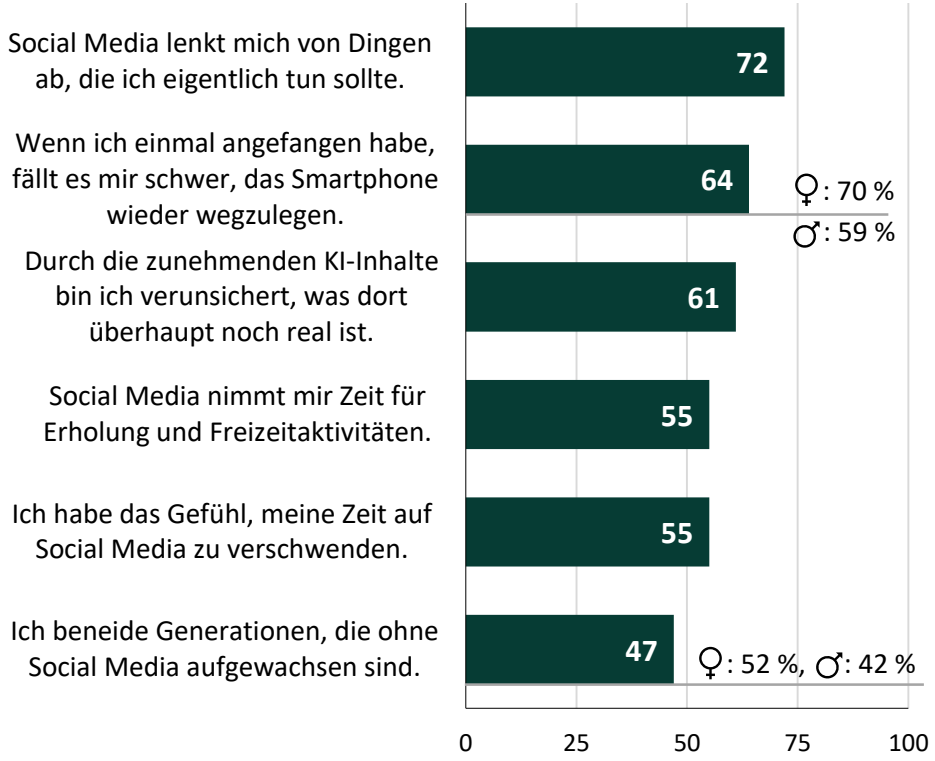
LEICHTIGKEIT

- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



ÜBERLASTUNG

- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



Fragestellung: Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen zu?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

HORIZONTERWEITERUNG

> Aber Social Media – **man lernt einfach unglaublich viel**. Ich habe unglaublich viel über den weiblichen Zyklus gelernt, wie man mit seiner Periode umgeht.
>
> (weiblich, 16 Jahre)

> Wenn ich das auf Social Media sehe, dass dann wieder jemand zeichnet, dann werde ich auch direkt **wieder inspiriert** und dann habe ich auch wieder Lust, mal so ein bisschen rumzukritzeln.
>
> (weiblich, 17 Jahre)

SOCIAL MEDIA

VERGLEICHSDRUCK

> Häufig vergleiche ich mich mit irgendwelchen Menschen, die im Moment ein **besseres Leben** haben als ich. Das passiert häufig in Momenten, in denen es mir nicht so gut geht.
>
> (männlich, 15 Jahre)

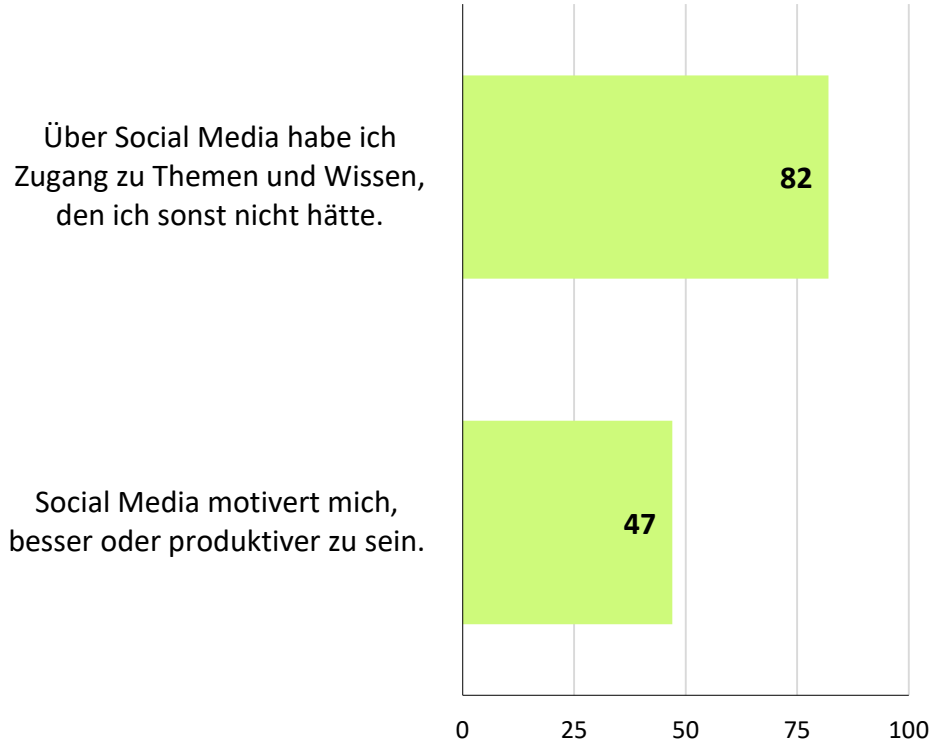
> Deren Leben ist einfach so perfekt und die **sehen einfach so perfekt aus** und dann guckt man sich selber an und dann ist es so, okay, da ist irgendwas falsch gelaufen. […] Jetzt in den letzten Jahren habe ich auch echt viel Social Media benutzt und mein **Selbstbewusstsein** ist auch richtig geschrumpft.
>
> (weiblich, 15 Jahre)

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

SOCIAL MEDIA

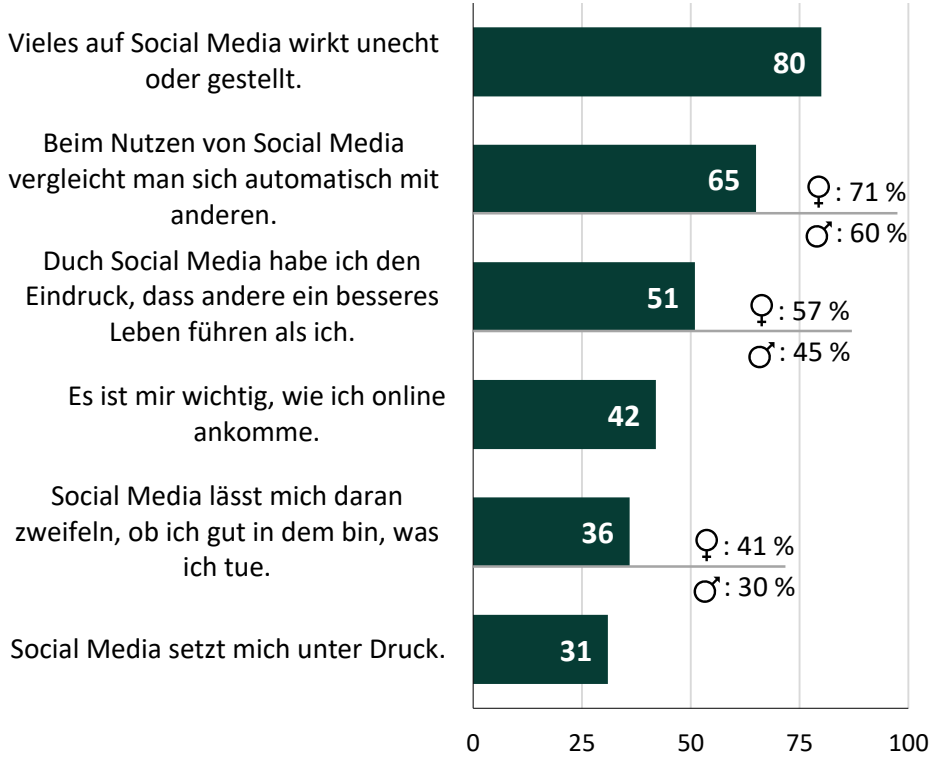
HORIZONTERWEITERUNG

- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



VERGLEICHSDRUCK

- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



Fragestellung: Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen zu?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

VERBUNDENHEIT

> Ich finde eher, dass ich mich verstanden fühle, weil ich halt auf meinen ganzen Plattformen in meiner **Bubble** bin und das dann irgendwie meine **Gleichgesinnten** sind.
>
> (weiblich, 16 Jahre)

> Online fühle ich mich irgendwie so gar nicht allein. Besonders weil es einfach so viele Videos gibt, die die genaue Situation von einem beschreiben, so dieser **relatable content** […]. Also egal in welcher Lebenssituation man ist, es gibt darüber eigentlich Videos.
>
> (weiblich, 15 Jahre)

SOCIAL MEDIA

FOMO* & EINSAMKEIT

> Wenn ich jetzt zum Beispiel mal an einem Wochenende gerade nichts vorhabe und nichts mache und ich dann am nächsten Tag auf Instagram oder auf TikTok irgendwie so Videos sehe von Leuten oder **Bekannten, die […] mit Freunden unterwegs waren**, dann fühlt man sich manchmal **alleine**.
>
> (weiblich, 16 Jahre)

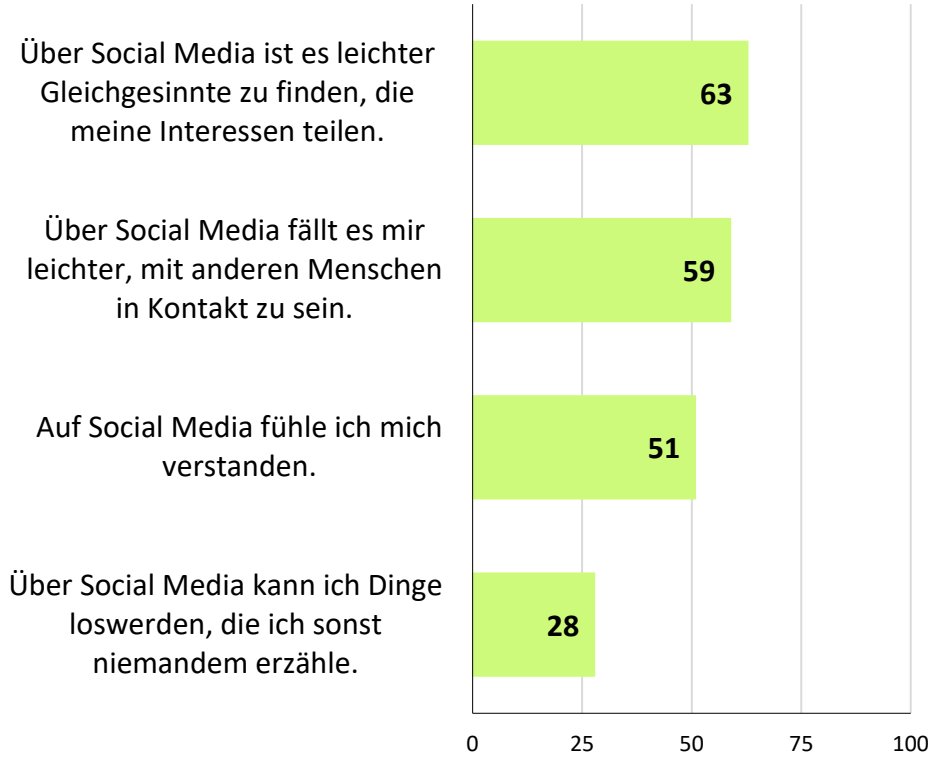
> Wenn ich auf „gelesen“ gelassen werde. Also, ich fühle mich dann scheiße. Dann denkt man direkt, **habe ich was falsch gemacht**? Habe ich irgendwas Falsches gesagt?
>
> (männlich, 15 Jahre)

*fear of missing out (dt.: Angst, etwas zu verpassen)

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

VERBUNDENHEIT

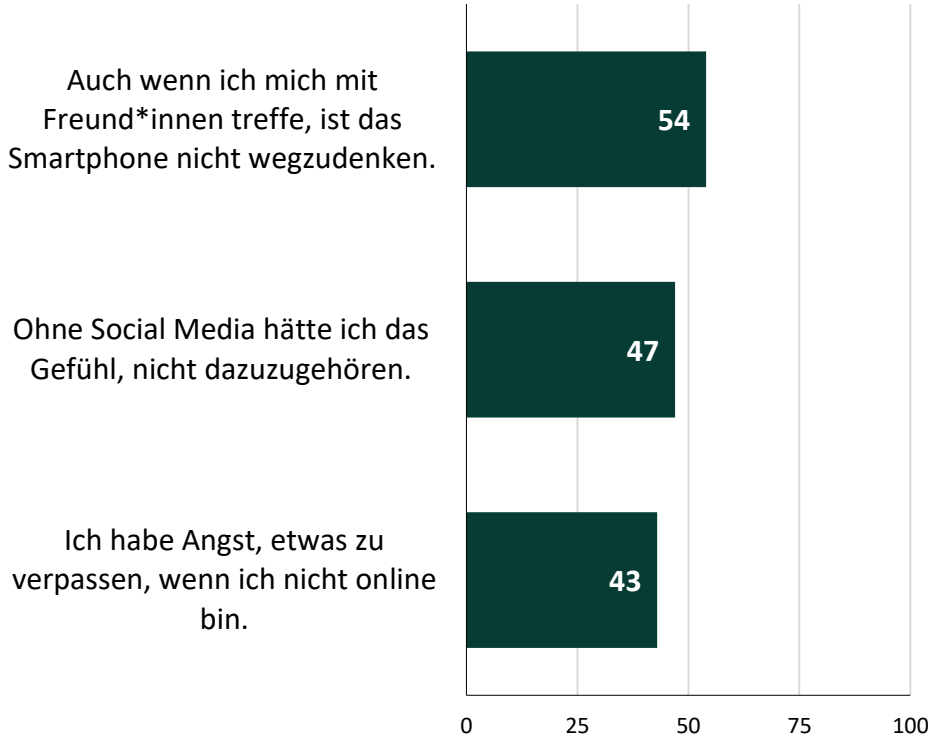
- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



SOCIAL MEDIA

FOMO & EINSAMKEIT

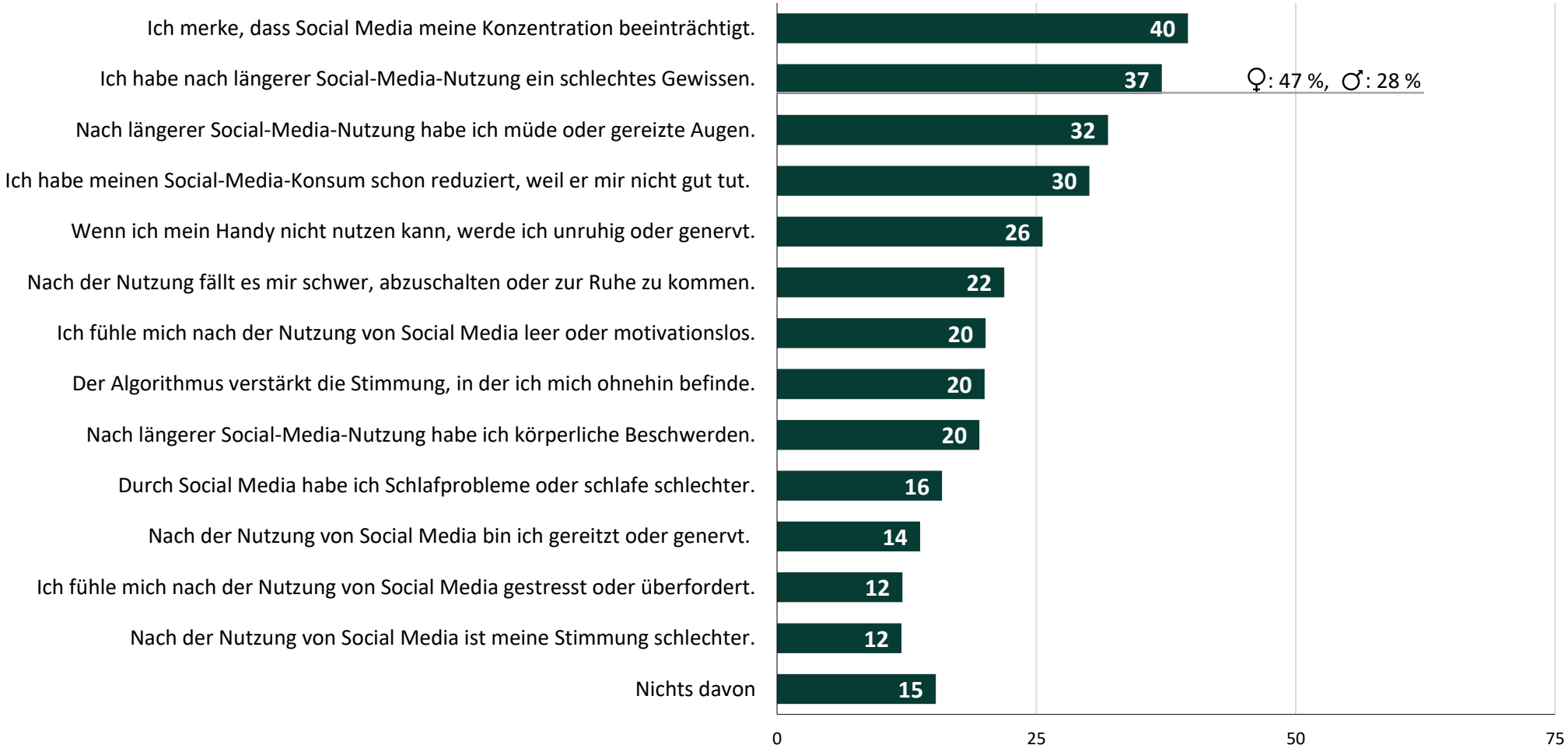
- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



Fragestellung: Wie sehr stimmst du den folgenden Aussagen zu?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Physische und psychische Auswirkungen von Social Media

- Mehrfachnennungen möglich -



Fragestellung: Was kennst du von dir selbst nach der Nutzung von Social Media?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Social Media – Key Findings

- Bei den meisten Jugendlichen, die heute eine bestimmte Social-Media-Plattform nutzen, liegt das Einstiegsalter dafür zwischen 12 und 13 Jahren. Bei YouTube fällt das besonders frühe Einstiegsalter auf – über die Hälfte der Befragten war bei der ersten Nutzung jünger als 12 Jahre.
- Die wichtigsten, regelmäßig genutzten Social-Media-Plattformen sind YouTube, Instagram, TikTok, Snapchat und Pinterest. Bei TikTok fällt der vergleichsweise hohe Anteil an Jugendlichen auf, die den Dienst täglich drei Stunden und mehr nutzen (13 %).
- 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).
- Bei den Themeninteressen im eigenen Feed werden große Geschlechterunterschiede deutlich – in besonderem Maße gilt dies für die Themen Beauty, Mode und Gaming.
- Die Nutzung von Social Media lässt sich als ständiges Auf und Ab beschrieben. Es wird zugleich von Leichtigkeit, Wissenserwerb und Verbundenheit berichtet und auf der anderen Seite von Überlastung, negativen Vergleichsprozessen und Einsamkeit. Der Vergleichsdruck auf Social Media ist besonders für die Mädchen spürbar.
- Dass 52 Prozent der Mädchen und 42 Prozent der Jungen Generationen beneiden, die ohne Social Media aufgewachsen sind, zeigt das verbreitete Verständnis für die Schattenseiten der Nutzung.
- Die häufigsten negativen Auswirkungen die berichtet werden, sind eine Beeinträchtigung der Konzentrationsfähigkeit, ein schlechtes Gewissen und gereizte Augen. Nur 15 Prozent berichten über keine negativen Auswirkungen.

„Inhalte Richtung Gewalt oder Pornografie sind ein sehr großes Problem bei TikTok.“

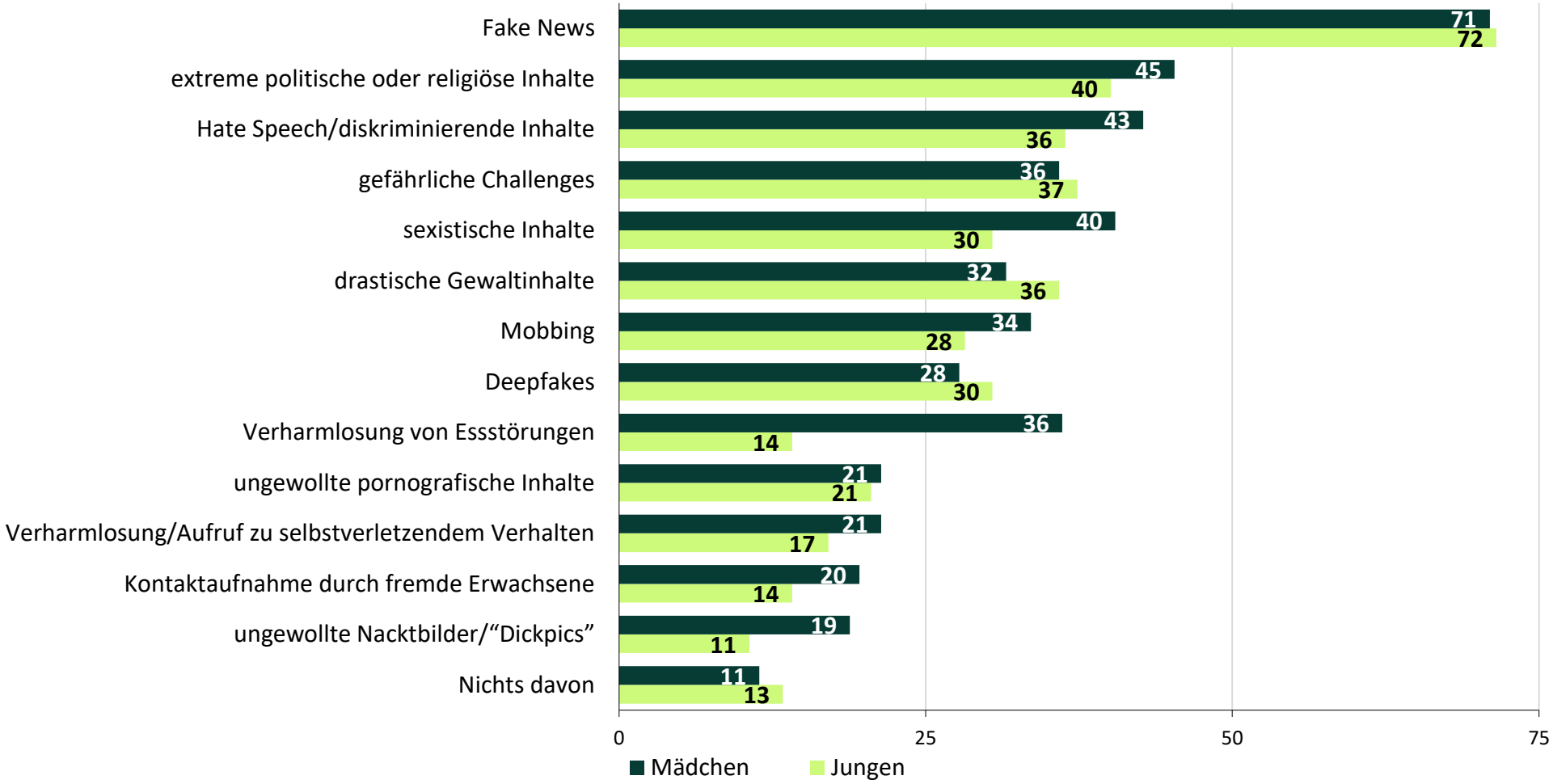
(männlich, 17 Jahre)

„Letztens habe ich ein Video gesehen, in dem jemand einfach auf so einen Hund geschossen hat. Ich weiß nicht, warum das kam... Das kommt manchmal einfach.“

(männlich, 15 Jahre)

Problematische Inhalte

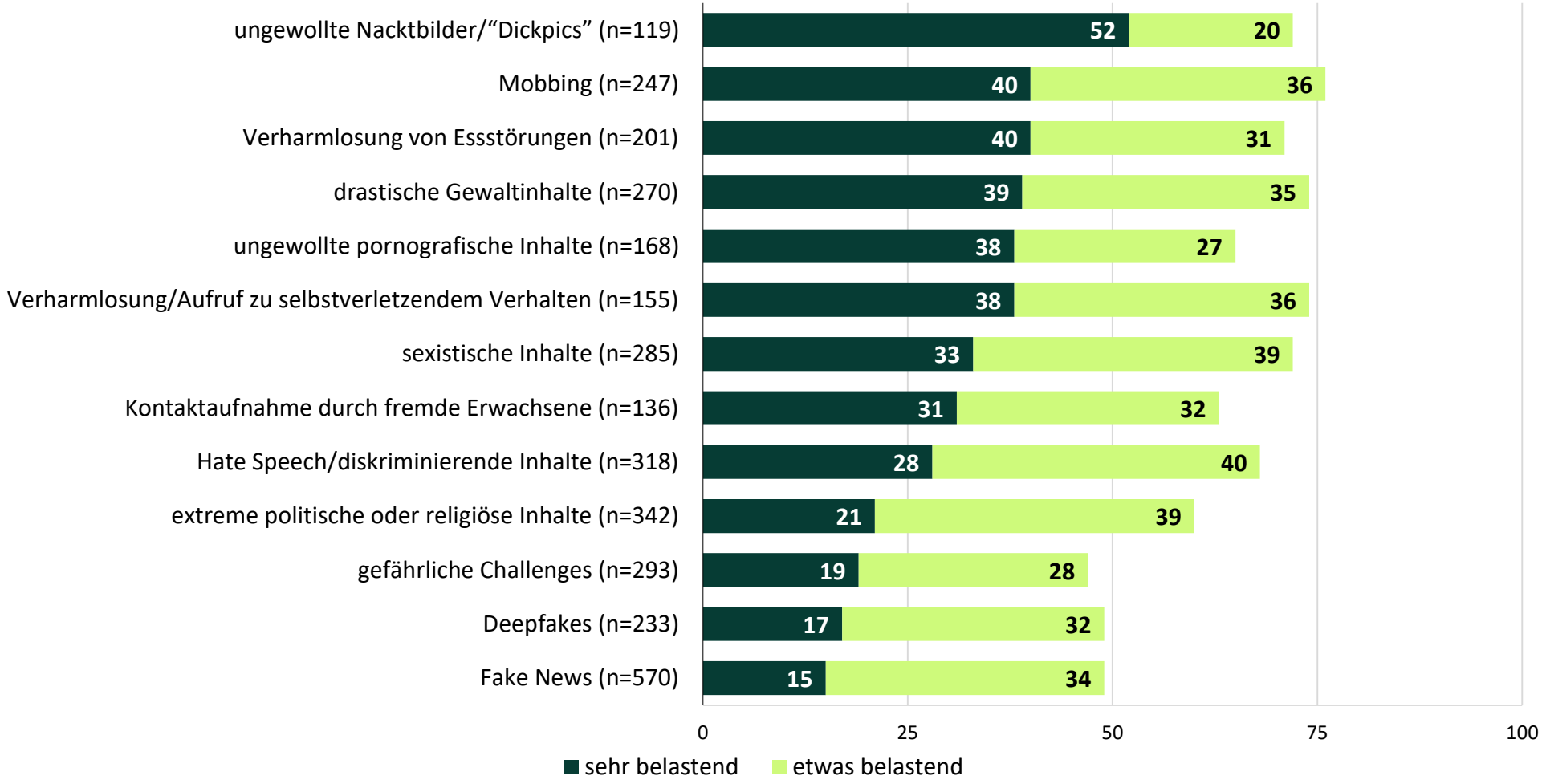
Kontakt mit problematischen Inhalten auf Social Media



Fragestellung: Mit welchen der folgenden Dinge bist du auf Social Media schonmal in Kontakt gekommen?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte, n=797

Wahrgenommene Belastung durch problematische Inhalte

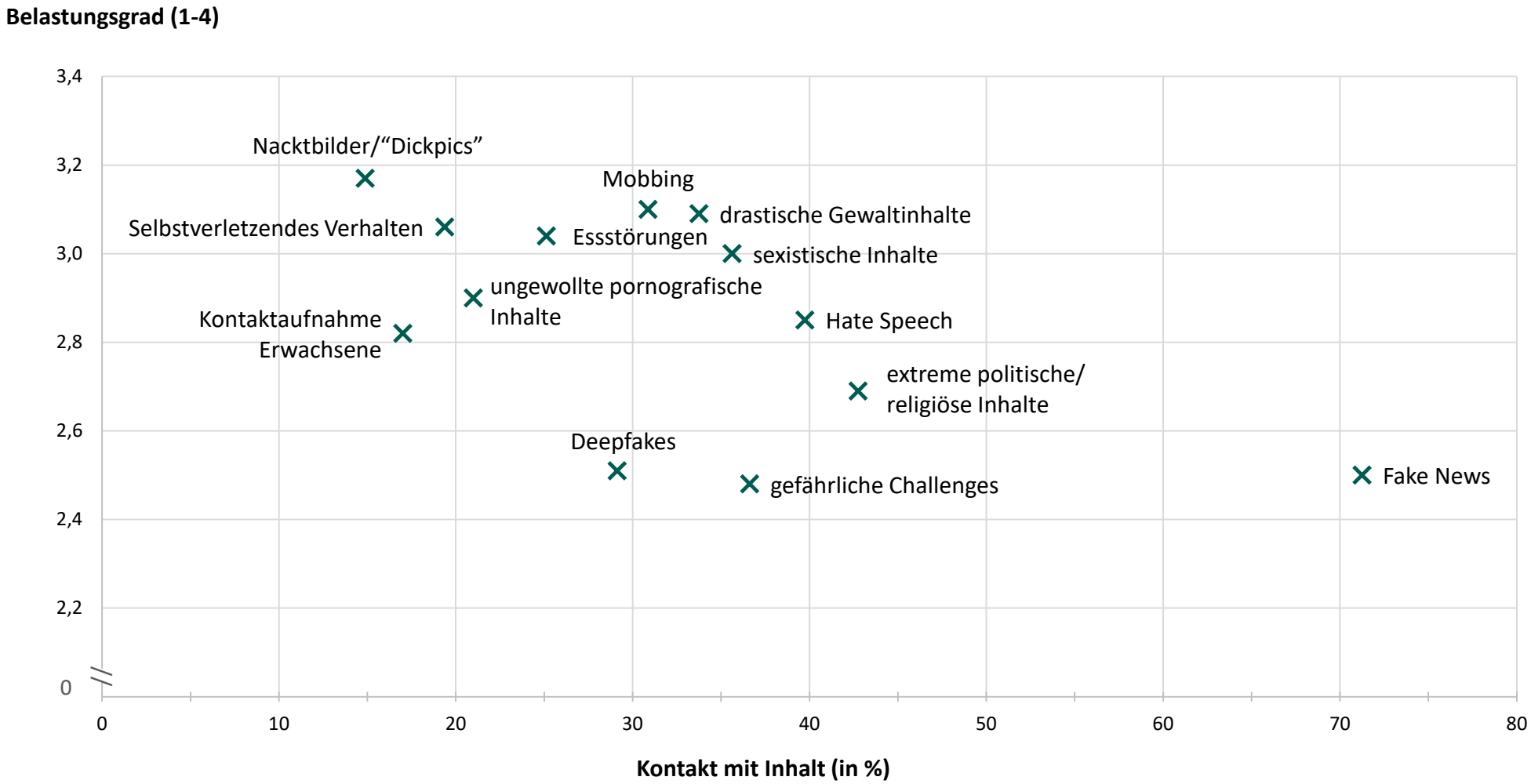
- sehr belastend/etwas belastend -



Fragestellung: Wie belastend findest du es, wenn du aktuell diesen Inhalten auf Social Media begegnest?

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: Jugendliche, die mit der jeweiligen Art von Inhalten in Kontakt gekommen sind

Verbreitung und wahrgenommene Belastung problematischer Inhalte

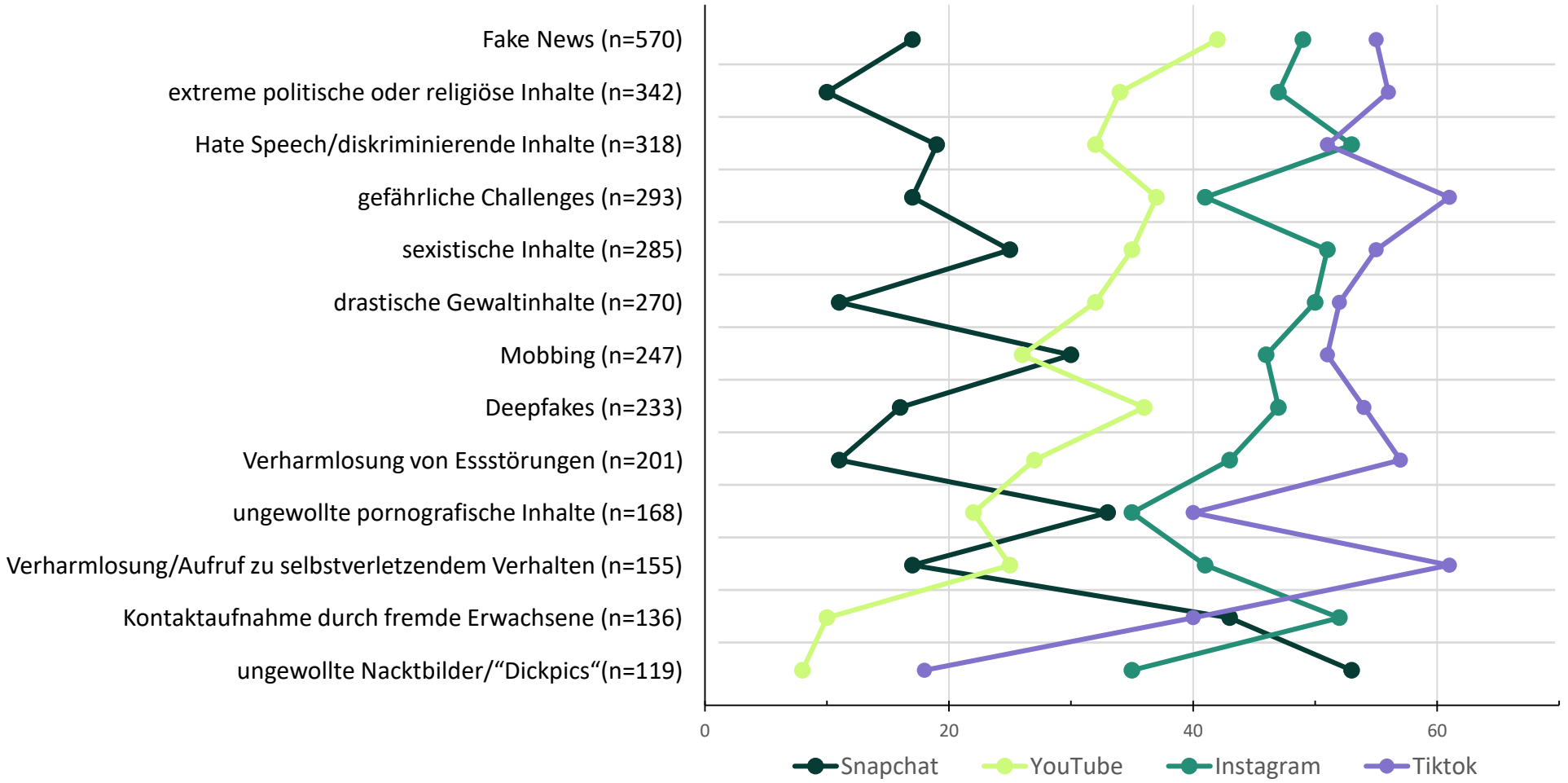


Lesebeispiel:
Von allen Befragten geben 71 % an, schon einmal mit Fake News in Kontakt gekommen zu sein. Diese 71 % bewerten Fake News auf einer Belastungsskala von 1 (überhaupt nicht belastend) bis 4 (sehr belastend) durchschnittlich mit 2,5.

Fragestellung: Mit welchen der folgenden Dinge bist du auf Social Media schonmal in Kontakt gekommen?/Wie belastend findest du es, wenn du aktuell diesen Inhalten auf Social Media begegnest?
Quelle: JIMplus 2026, Basis (Kontakt): alle Befragten, n=800; Basis (Belastungsgrad): Jugendliche, die mit der jeweiligen Art von Inhalten in Kontakt gekommen sind

Problematische Inhalte und assoziierte Plattformen

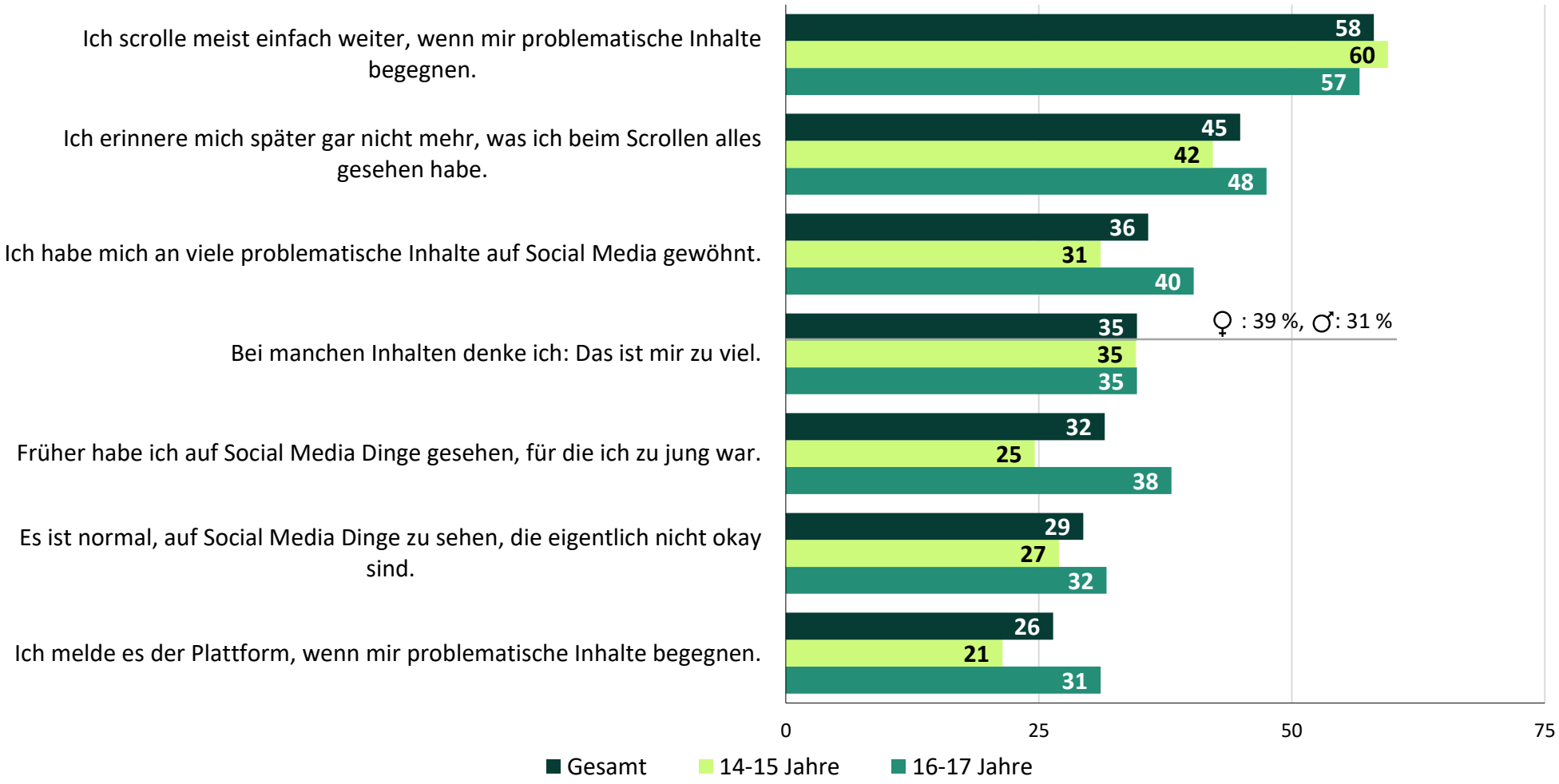
- Mehrfachnennungen möglich -



Lesebeispiel:
Von Jugendlichen, die schon einmal mit Fake News in Kontakt gekommen sind, sagen die meisten (55 %), dass man auf TikTok mit dieser Art Inhalt rechnen kann. Hate Speech beispielsweise wird dagegen etwas häufiger mit Instagram in Verbindung gebracht.

Fragestellung: Auf welchen Plattformen kannst du üblicherweise mit solchen Inhalten rechnen?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: Jugendliche, die mit der jeweiligen Art von Inhalten in Kontakt gekommen sind

Umgang mit problematischen Inhalten – nach Alter



Fragestellung: Welchen der folgenden Aussagen stimmst du zu?

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: Jugendliche, die problematischen Inhalten begegnet sind, n=701

Problematische Inhalte – Key Findings

- 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.
- Die meisten Jugendlichen reagieren auf eine Begegnung mit problematischen Inhalten mit Weiterscrollen (58 %). Über ein Drittel gibt an, dass sie sich an die problematischen Inhalte gewöhnt haben und nur ein Viertel meldet die Inhalte den Betreibern der Plattform.

„Also wenn das wirklich so strikt durchgesetzt werden würde, dass keiner das hat, fände ich es gut, aber wenn es so ist, dass sich jeder Zweite trotzdem TikTok runterladen kann, dann fände ich es nicht gut.“

(weiblich, 14 Jahre)

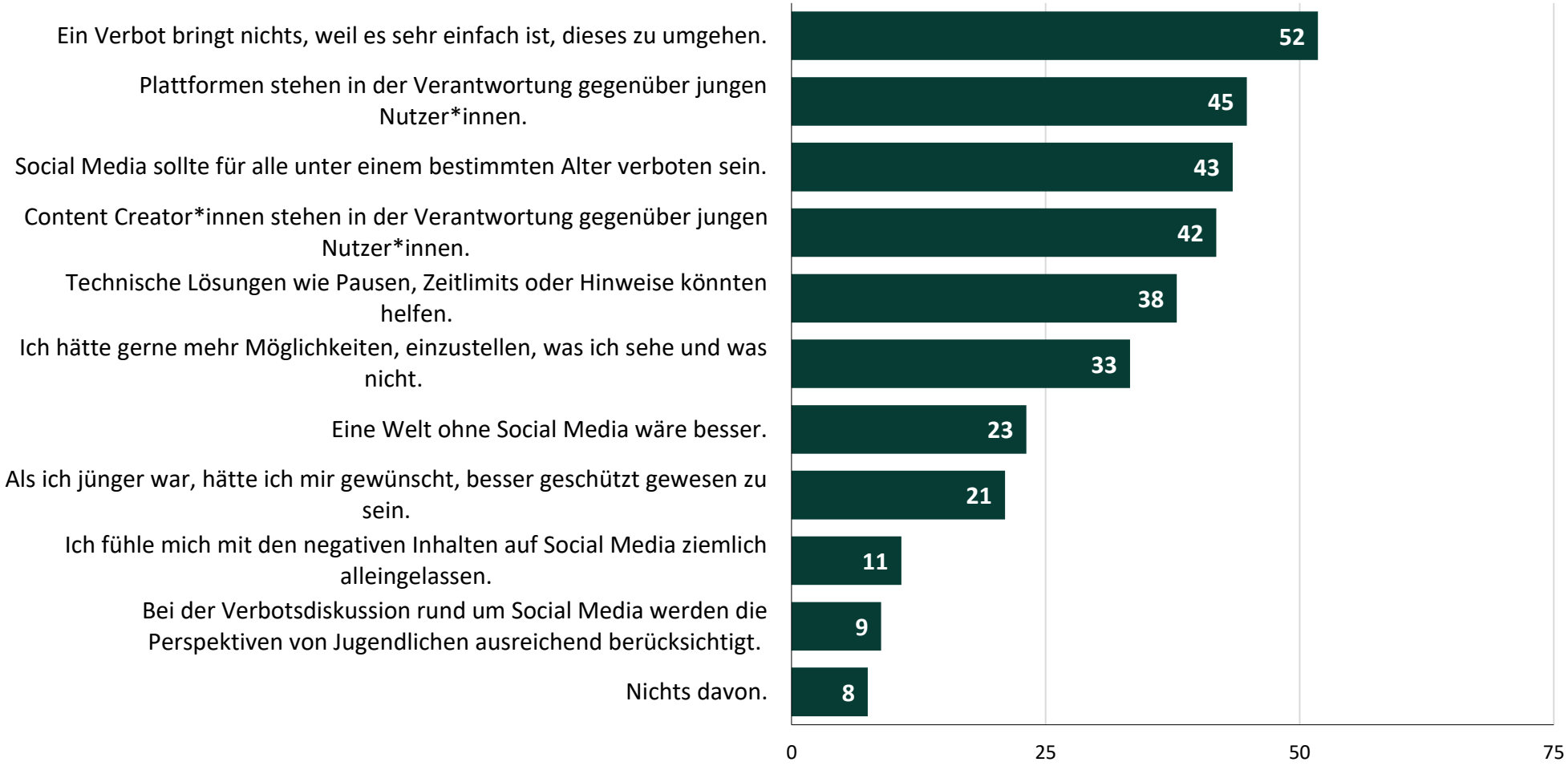
„Die haben mir so Nudes geschickt und ich war halt wirklich ein Kind und das hat mich sehr erschrocken. Jetzt, wenn ich so zurückdenke, denke ich auch, […] dass ich es mir hätte erst später runterladen sollen.“

(weiblich, 17 Jahre)

Altersbegrenzung für Social Media?

Statements zur Altersbegrenzung für Social Media

- Mehrfachnennungen möglich -



Fragestellung: Aktuell wird ja viel über ein Verbot oder eine Altersbeschränkung von Social Media gesprochen. Wähle doch bitte einmal alle Aussagen aus, denen du zustimmst/die zutreffen.

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Vorgeschlagenes Mindestalter zur Nutzung einzelner Social-Media-Plattformen

- offene Abfrage, Durchschnittswerte* -

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

		YouTube (n=632)	Snapchat (n=437)	Instagram (n=553)	TikTok (n=481)
Nutzende der jeweiligen Plattform	Gesamt	12½ Jahre	14 Jahre	14½ Jahre	14½ Jahre
	14- bis 15-Jährige	12½ Jahre	13½ Jahre	14 Jahre	14 Jahre
	16- bis 17-Jährige	12½ Jahre	14½ Jahre	15 Jahre	15 Jahre
Anteil derjenigen, die ein späteres Einstiegsalter für die Plattform empfehlen, als sie es selbst hatten:		60 %	54 %	56 %	65%

Lesebeispiel:
Die Nutzenden von YouTube (n=632) empfehlen im Durchschnitt ein Mindestalter von 12½ Jahren für die Plattform. Vergleicht man die individuelle Altersempfehlung mit dem jeweiligen eigenen Einstiegsalter (vgl. Folie10), zeigt sich: 60 % der YouTube-Nutzenden empfehlen anderen einen späteren Einstieg, als sie ihn selbst hatten.

Fragestellung: Ab welchem Alter würdest du die folgenden Apps freigeben?
Quelle: JIMplus 2026, *Mittelwerte, gerundet auf halbe Jahre, Werte > 18 als 18 gewertet, Basis: Jugendliche, die die jeweilige Plattform regelmäßig nutzen

Altersbegrenzung für Social Media – Key Findings

- Über die Hälfte der Jugendlichen steht einem Verbot skeptisch gegenüber, da sie dieses als leicht zu umgehen ansehen.
- 45 Prozent sehen die Plattformen in der Verantwortung, junge Nutzer*innen zu schützen. Etwa ein Drittel glaubt, dass technische Lösungen wie Zeitlimits sowie mehr Möglichkeiten, einzustellen, welche Inhalte im eigenen Feed angezeigt werden, dabei helfen könnten.
- 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 im Kontext der aktuellen Verbotsdebatte als ausreichend berücksichtigt.
- Obwohl ein großer Teil der Jugendlichen einem Verbot skeptisch gegenübersteht, werden drei der vier wichtigsten Plattformen von ihren Nutzenden im Durchschnitt erst ab einem Alter von mindestens 14 Jahren empfohlen. Nur für YouTube liegt dieser Wert mit 12½ Jahren deutlich niedriger.
- Für alle wichtigen Social-Media-Plattformen empfiehlt die Mehrheit der Nutzenden anderen ein höheres Einstiegsalter, als sie es selbst hatten. Bei TikTok liegt dieser Anteil mit etwa zwei Dritteln am höchsten.

„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)

„Ich glaube, hätte ich gar keine Einschränkungen gehabt, wäre irgendwann mein Handy wahrscheinlich komplett durchgehackt worden.“

(männlich, 15 Jahre)

„Mein erster Gedanke für Jüngere, die gerade mit Social Media anfangen, ging direkt an die Eltern. Bitte macht noch Bildschirmzeit für euer Kind. […] einfach noch dieses gewisse Limit zu haben, dass es dann nicht außer Kontrolle geraten kann.“

(weiblich, 15 Jahre)

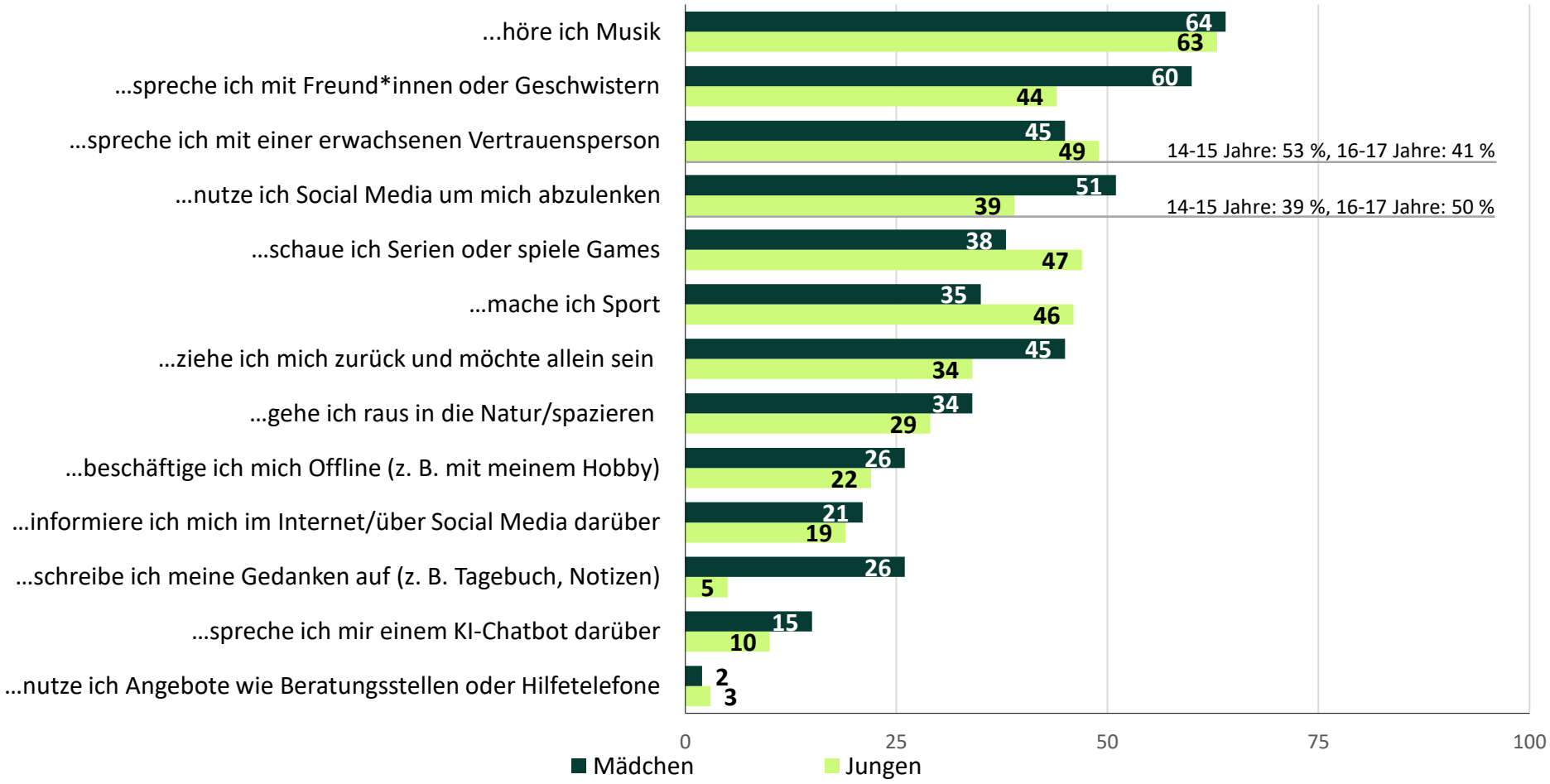
Coping & soziales Umfeld

Copingstrategien – nach Geschlecht

- Mehrfachnennungen möglich -

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Wenn mich etwas belastet oder ich Sorgen habe…



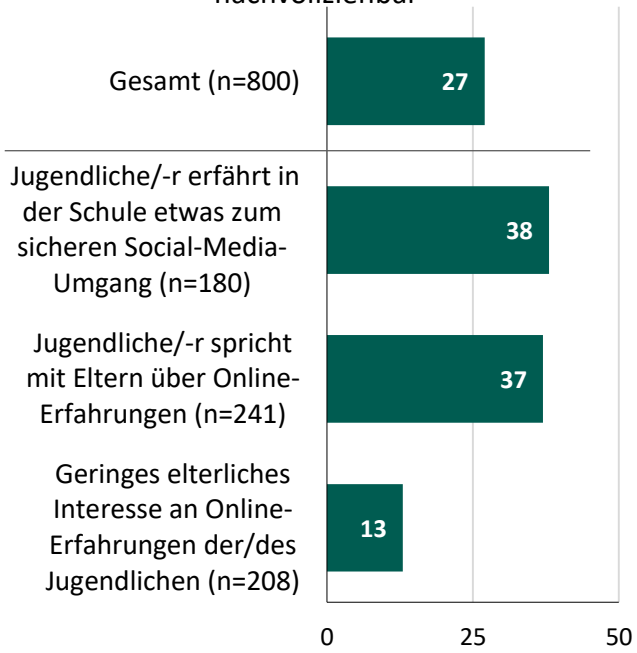
Fragestellung: Was tust du, wenn dich etwas belastet oder du Sorgen hast?

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte, n=797

Smartphone-Nutzung Zuhause – nach Alter

- Mehrfachnennungen möglich -

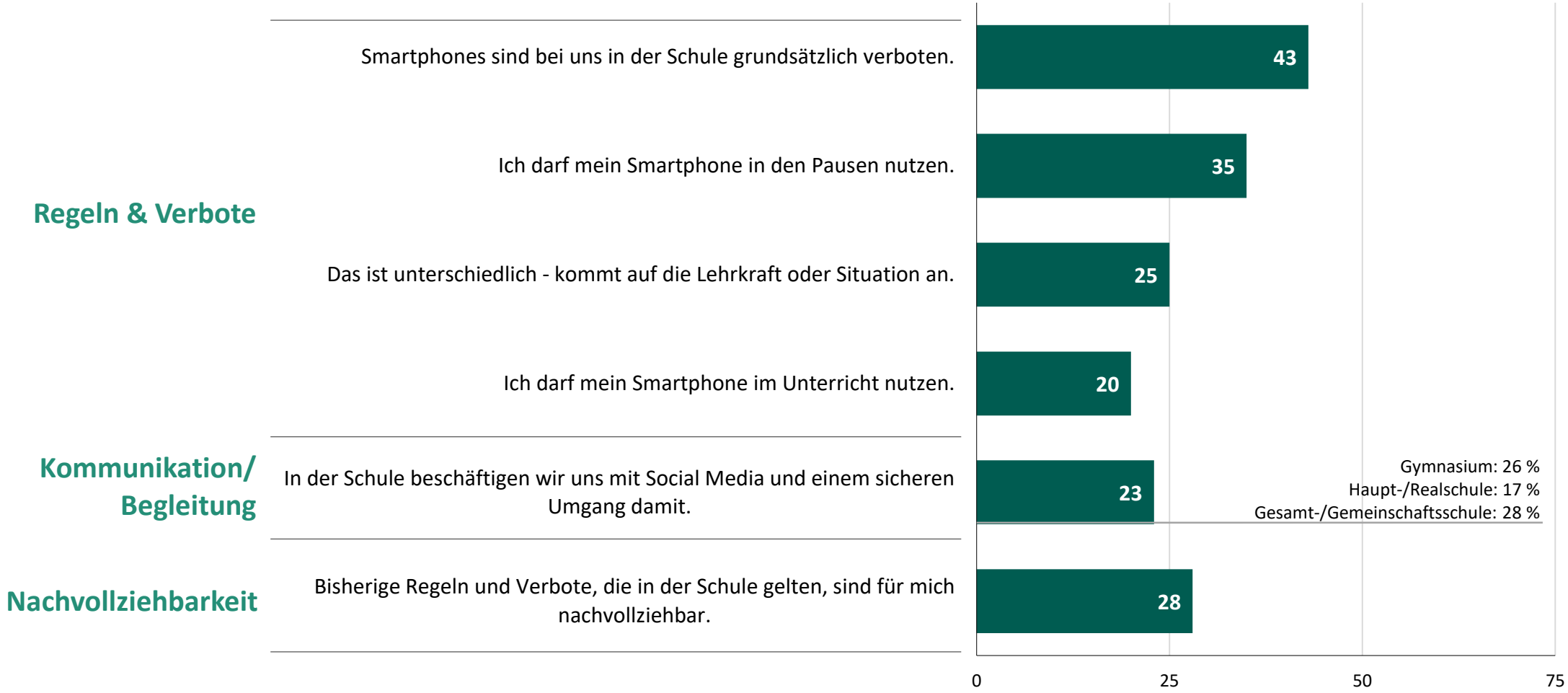
Zustimmung zur Aussage:
„Bisherige Regeln und Verbote, die Zuhause gelten, sind für mich nachvollziehbar“



Fragestellung: Und wie ist der Umgang mit dem Smartphone bei dir Zuhause geregelt?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Smartphone-Nutzung an Schulen – nach Schulform

- Mehrfachnennungen möglich -



Fragestellung: In manchen Schulen sind Smartphones verboten. Wie ist denn bei euch an der Schule der Umgang mit Smartphones?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

Coping & soziales Umfeld – Key Findings

- Bei Sorgen oder Belastungen sind Musik hören (63 %) und der Austausch mit Personen aus dem sozialen Umfeld die verbreitetsten Bewältigungsstrategien (Freundeskreis/Geschwister: 52 %, erwachsene Vertrauensperson: 47 %).
- Einige Jugendliche nutzen dazu auch Social Media zur Ablenkung. Besonders verbreitet ist die Strategie bei Mädchen und über 16-Jährigen (jeweils etwa die Hälfte).
- 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 an Bedeutung gewinnt (14-15 Jahre: 39 %, 16-17 Jahre: 50 %).
- Der Austausch mit einem KI-Chatbot wird nur von einem kleinen Teil (12 %) als Coping-Strategie genutzt.
- Der Umgang mit dem Smartphone an Schulen wird unterschiedlich gehandhabt – die meisten Jugendlichen berichten davon, dass das Gerät verboten ist (43 %).
- Auch Zuhause gibt es unterschiedliche Regeln und Einschränkungen zur Smartphone-Nutzung. Etwa die Hälfte der Jugendlichen gibt an, dass ihre Eltern selbst Social Media nutzen.
- Ein höheres Verständnis für die bestehenden Regelungen haben Jugendliche, die mit ihren Eltern oder in der Schule über den sicheren Umgang mit Smartphone und Social Media sprechen. Besonders auffällig ist das geringe Verständnis für die Regeln Zuhause bei Jugendlichen, deren Eltern sich wenig für ihre Online-Erfahrungen interessieren.*

*Die gefundenen Auffälligkeiten deuten auf mögliche Zusammenhänge hin, erlauben jedoch keine Schlussfolgerungen über kausale Ursache-Wirkungs-Beziehungen

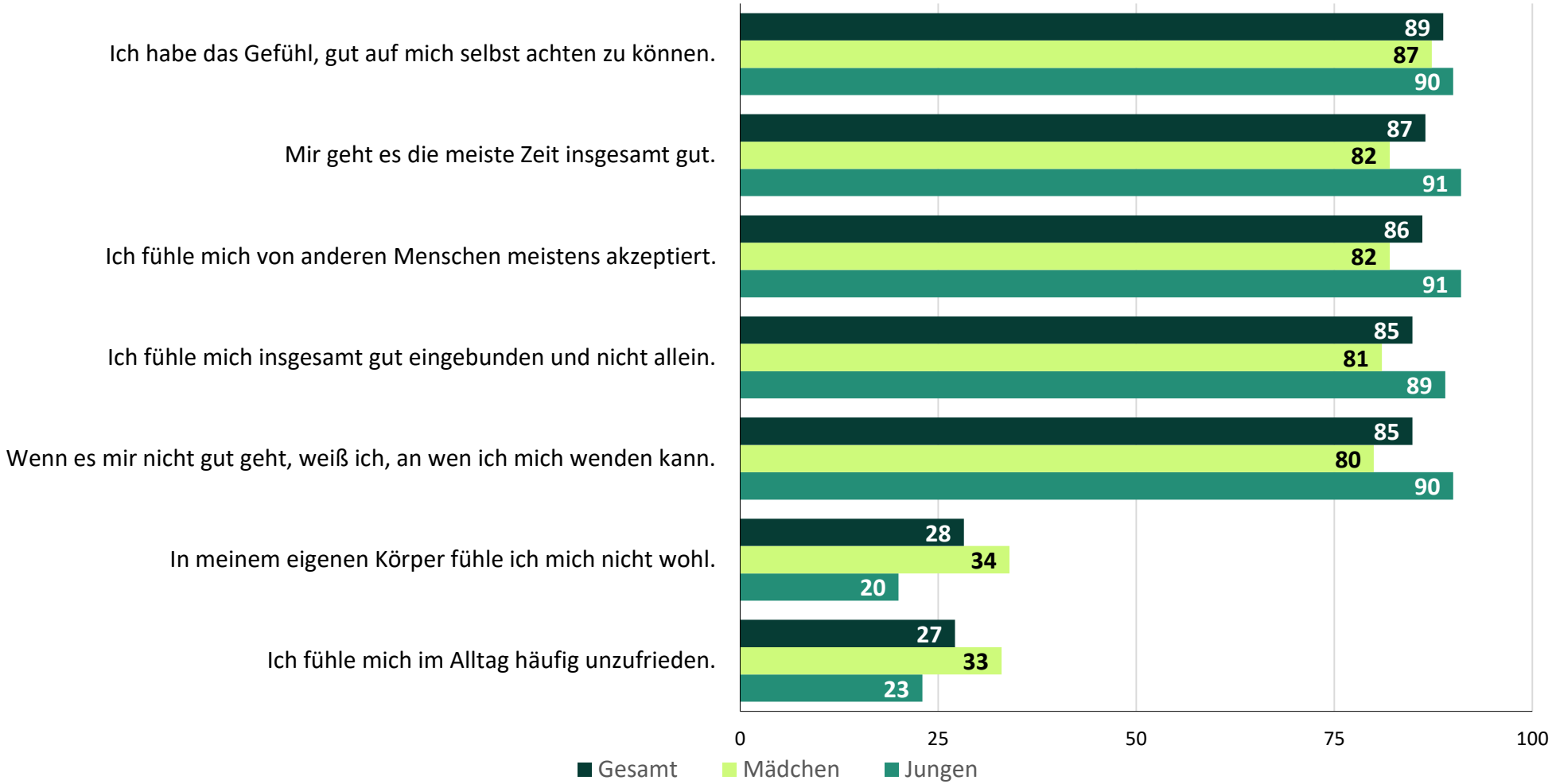
„Jetzt in den letzten Jahren habe ich auch echt viel Social Media benutzt und mein Selbstbewusstsein ist auch richtig geschrumpft.“

(weiblich, 15 Jahre)

Persönliches Wohlbefinden

Persönliches Wohlbefinden – nach Geschlecht

- stimme voll und ganz/weitgehend zu -

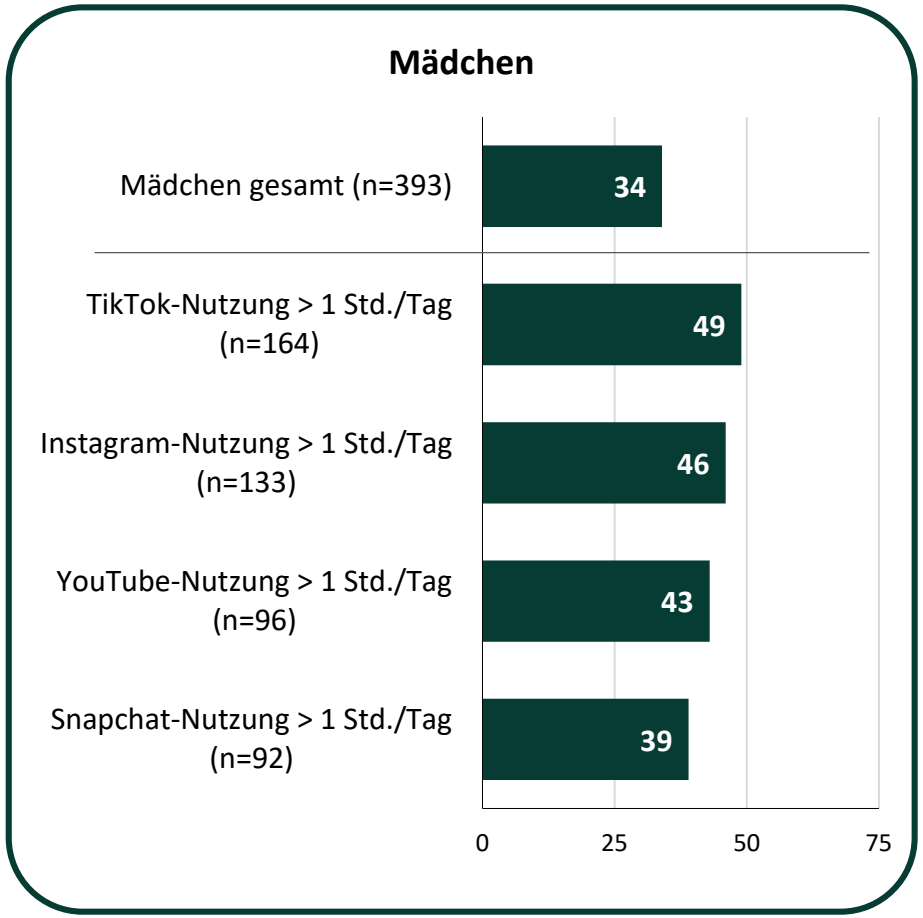


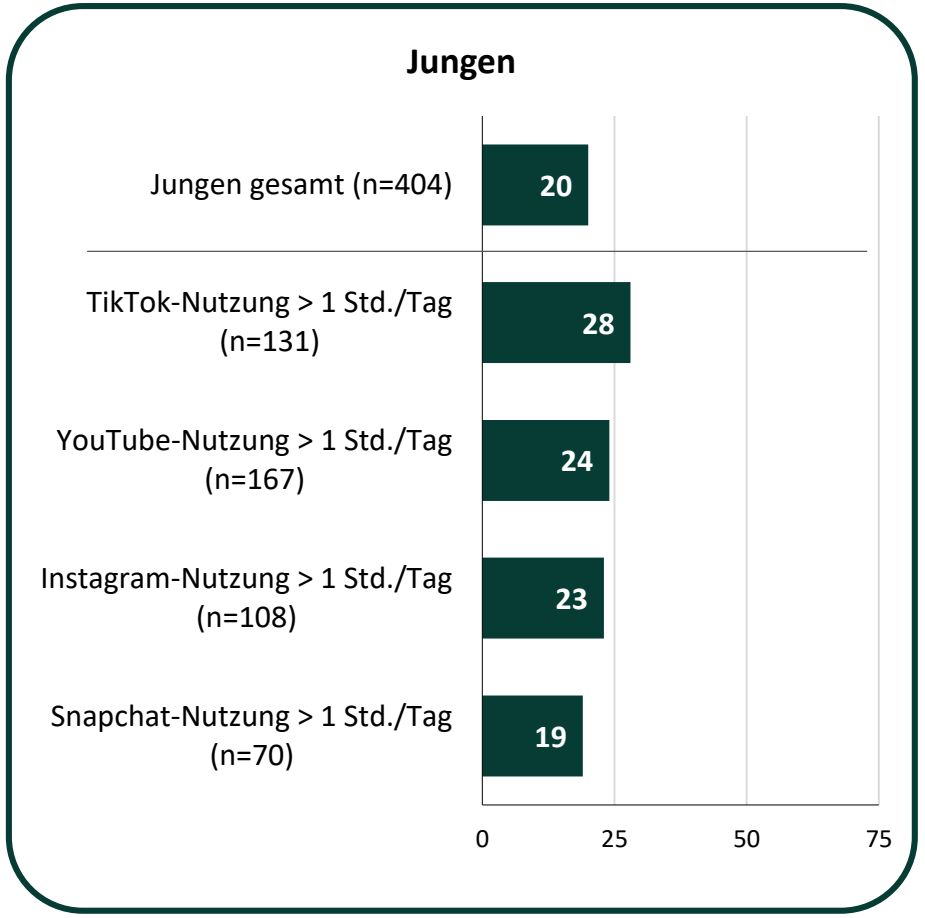
Fragestellung: Wie sehr stimmst du persönlich den folgenden Aussagen zu?
Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=800

„In meinem eigenen Körper fühle ich mich nicht wohl“

- Ergebnisse für Mädchen und Jungen mit intensiver Plattform-Nutzung; stimme voll und ganz/weitgehend zu -

mpfs Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest





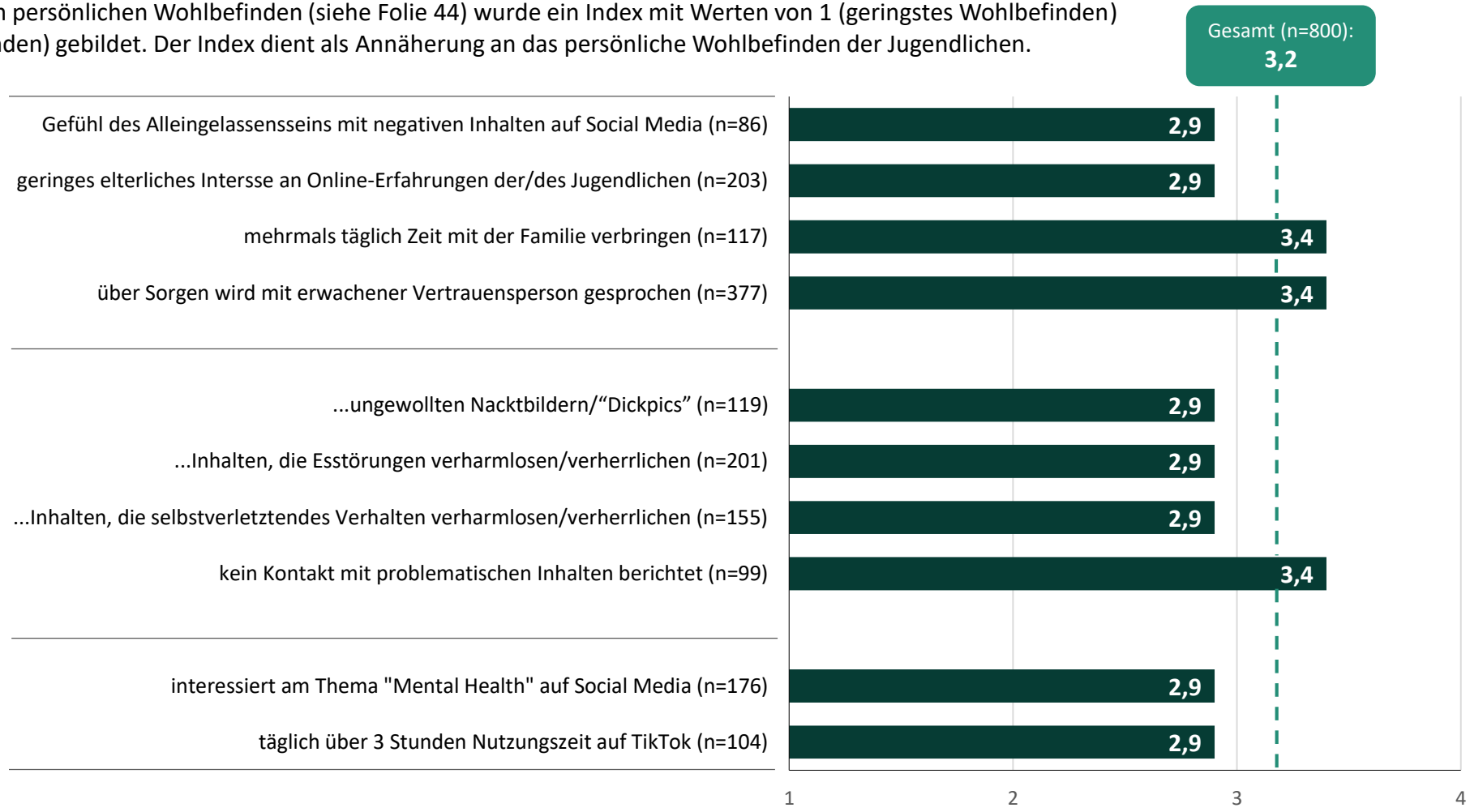
Lesebeispiel:
Der Aussage „In meinem eigenen Körper fühle ich mich nicht wohl“ stimmen 34 % aller befragten Mädchen „voll und ganz“ oder „weitgehend“ zu. In der Gruppe der Mädchen, die täglich länger als eine Stunde TikTok nutzen, liegt dieser Anteil bei 49 %.

Quelle: JIMplus 2026, Angaben in Prozent, Basis: weibliche und männliche Befragte auf die das jeweilige Kriterium zutrifft

Persönliches Wohlbefinden – Index

- Auffällige Gruppenwerte* -

Aus den sieben Items zum persönlichen Wohlbefinden (siehe Folie 44) wurde ein Index mit Werten von 1 (geringstes Wohlbefinden) bis 4 (höchstes Wohlbefinden) gebildet. Der Index dient als Annäherung an das persönliche Wohlbefinden der Jugendlichen.



Lesebeispiel: Diejenigen Jugendlichen, die angeben, sich mit den negativen Inhalten auf Social Media alleingelassen zu fühlen (n=86), haben im Durchschnitt einen Wohlbefindens-Index von 2,9 und liegen damit unter dem Gesamtdurchschnitt aller Befragten von 3,2.

Quelle: JIMplus 2026, Durchschnittswerte, Basis: Jugendliche auf die das jeweilige Kriterium zutrifft
*nur Gruppen mit Fallzahl n ≥ 80 berücksichtigt; Deskriptive Ergebnisse, keine Aussagen über Kausalität

Persönliches Wohlbefinden – Key Findings

- Die meisten Jugendlichen geben an, sich insgesamt wohlzufühlen – 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 (> 1 Stunde/Tag) geben vermehrt an, sich in ihrem Körper unwohl zu fühlen. Besonders hoch ist der Wert für intensive Userinnen von TikTok, hier ist es knapp die Hälfte der Mädchen (49 %).*
- Ein vergleichsweise hohes Wohlbefinden haben Jugendliche mit starker familiärer Einbindung.*
- Vergleichsweise niedrige Werte für ihr Wohlbefinden weisen Jugendliche auf, 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 fühlen sich weniger wohl.*

*Die gefundenen Auffälligkeiten deuten auf mögliche Zusammenhänge hin, erlauben jedoch keine Schlussfolgerungen über kausale Ursache-Wirkungs-Beziehungen

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist ein Kooperationsprojekt 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.

JIMplus 2026

Mit der JIMplus-Studie 2026 legt der mpfs eine ergänzende Sonderstudie zum digitalen Wohlbefinden von 14- bis 17-Jährigen vor. Dazu dokumentierten in einem ersten, qualitativen Schritt 33 Jugendliche ihren digitalen Alltag mittels Online-Tagebuch, anschließend nahmen 20 von ihnen an einem Online-Einzelinterview teil. In einem zweiten Schritt wurde mit 800 Jugendlichen zwischen dem 13. und 27. Mai 2026 eine repräsentative Online-Umfrage durchgeführt.

Weitere Informationen und alle Studienausgaben seit 1998 unter www.mpfs.de

Impressum

Herausgeber
Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

Geschäftsstelle
c/o Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Thomas Rathgeb
Reinsburgstr. 27
70178 Stuttgart

Autor*innen
Sabine Feierabend (SWR Medienforschung & Analytics)
Yvonne Gerigk (LFK)
Stephan Glöckler (Medienanstalt RLP)
Hediye Kheredmand (LFK)
Thomas Rathgeb (LFK)

Durchführendes Institut
phaydon research + consulting