

INFORMATION

zur Pressekonferenz

LH-Stv.ⁱⁿ Mag.^a Christine Haberlander
Bildungsreferentin

HR Prof. Mag. Dr. Alfred Klampfer, BA
Bildungsdirektor

Peter Eiselmair, MAS, MSc
Geschäftsführer Education Group GmbH

und

Dr. David Pfarrhofer
Institutsvorstand und Geschäftsführer von market

am 11. September 2023

zum Thema

**„Ein Leben ohne Smartphone – unvorstellbar.
Persönliche Treffen – unverzichtbar!“**

**8. Oö. Jugend-Medien-Studie 2023 zum
Medienverhalten der 11- bis 18-Jährigen mit dem
Themenschwerpunkt „Digitale Kommunikation“**

Impressum

Medieninhaber & Herausgeber:
Amt der Oö. Landesregierung
Direktion Präsidium
Abteilung Presse
Landhausplatz 1 • 4021 Linz

Tel.: (+43 732) 77 20-11412
Fax: (+43 732) 77 20-21 15 88
landeskorrespondenz@ooe.gv.at
www.land-oberoesterreich.gv.at

Rückfragen-Kontakt:

**Julian Staltner, Presse, Büro LH-Stv.ⁱⁿ Mag.^a Christine Haberlander, (+43
732) 77 20-171 24, (+43 664) 600 72 171 24**

8. Oö. Jugend-Medien-Studie 2023

In der diesjährigen "Oö. Jugend-Medien-Studie 2023", durchgeführt von der Education Group im Auftrag des Landes OÖ, stehen spannende Einblicke in die Mediennutzung von Jugendlichen hervor. Mit einem besonderen Fokus auf "Digitale Kommunikation" wird die Verschränkung von realer und digitaler Welt in den Lebenswelten von 11- bis 18-Jährigen deutlich.

Die Daten, verglichen mit früheren Erhebungen, dienen als fundierte Grundlage für die Planung von Medienprojekten und -angeboten und finden Anklang bei Institutionen von Universitäten bis zu Unternehmen. Die erhobenen Ergebnisse weisen auf eine immer frühere Anwesenheit elektronischer Geräte in den Händen der Jungen hin.

„Die Medienwelt verändert sich rasant. Für unsere Zukunft, unsere Jüngsten, bedeutet das: Chancen nutzen, aber auch Risiken kennen. Oberösterreich investiert und begleitet.“, so **Bildungsreferentin LH-Stellvertreterin Mag.^a Christine Haberland**. Sie betont: *„Es ist unsere Aufgabe, das nötige Wissen zu vermitteln. Egal ob analog oder digital. Diese Studie legt die Grundlage für evidenzbasierte Entscheidungen der Politik.“*

Bildungsdirektor HR Mag. Dr. Alfred Klampfer unterstreicht: *„Medienerziehung ist zentral. Unsere Schülerinnen und Schüler sollen kompetente und verantwortungsbewusste Mediennutzerinnen und Mediennutzer werden, die nicht nur technisch versiert sind.“*

Peter Eiselmaier, Geschäftsführer der Education Group, merkt an: *„Die Erhebung zeigt, wie Medien unseren Alltag durchdringen. Dies fordert einen verantwortungsvollen Umgang und starke Vorbilder.“*

Die 10 zentralen Erkenntnisse

1. Digitale Kommunikation im Jugendalltag

- Digitale Kommunikation ist essenziell im Familienleben: 75% der Eltern kommunizieren fast täglich via WhatsApp & Co mit ihren Kindern.
- Schulkommunikation: Persönlich vorherrschend, aber Lernplattformen auf dem Vormarsch.
- Beliebte Plattformen: WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram.
- Mädchen sind in Sozialen Medien aktiver; 33% der Jugendlichen besprechen Erlebnisse auf diesen Plattformen mit ihren Eltern, wohingegen rund 33% Geheimnisse haben.
- Mobbing in Sozialen Medien: Ein Drittel der Jugendlichen betroffen, Eltern unterschätzen das Ausmaß.

2. Freizeitverhalten der Jugend

- Treffen mit Freunden bleibt Top-Freizeitaktivität; Ausruhen & Entspannen als Trend im Anstieg seit Corona.
- Persönliche Treffen sind unverzichtbar, jedoch halten 66% der Jugendlichen den Austausch von Nachrichten/Videos für wesentlich in Freundschaften.

3. Technologie & Geräte

- Unvorstellbares Leben ohne Smartphone; Computer, Internet, TV sind Alltag.
- Tablets: Spürbare Zunahme in Bedeutung und Verbreitung.

4. Lesegewohnheiten der Jugend

- Über 50% der oö. Jugendlichen lesen gerne; Mädchen sind besonders lesefreudig.
- Gedruckte Bücher sind bevorzugt; digitale Schulbücher gewinnen an Relevanz.

5. Computer Nutzung

- 87% Zugang zu Computern; Nutzung weniger intensiv als während der Pandemie.
- Lernprogramm-Nutzung bleibt stabil; Eltern unterschätzen Computerspielzeit ihrer Kinder.

6. Online-Aktivitäten

- Jugendliche verbringen ca. 130 Minuten täglich im Internet.
- Beliebte Aktivitäten: YouTube, Filme, Messaging, Informationssuche.
- 50% haben bereits online geshoppt; hohe Sensibilität bei persönlichen Daten.

7. ChatGPT & Schule

- ChatGPT schnell populär: 66% der Jugendlichen kennen es bereits.
- Lehrer erkennen Potential von ChatGPT, erwarten jedoch klare Richtlinien für schulische Nutzung.

8. Smartphones

- Smartphone bleibt zentrales Gerät: Hauptfunktionen sind Kommunikation, Surfen, Fotografie, Musik & Telefonieren.
- Jugendliche sehen sich als Technologie-Experten im eigenen Haushalt.

9. Digitale Schule

- Computer & Tablets als essenzielle Werkzeuge.
- Internetzugang in fast allen Schulen; strenge Sicherheits- und Datenschutzmaßnahmen.

10. Medienkompetenz

- Lehrerinnen und Lehrer erkennen Notwendigkeit der Medienkompetenzvermittlung.
- Anstieg des Interesses an Weiterbildungsangeboten.
- Digitale Schulbücher werden immer beliebter; Pandemie hinterlässt nachhaltigen Einfluss auf die Digitalisierung der Bildung.

Detailüberblick: 8. Oö. Jugend-Medien-Studie 2023

2023 setzt die Education Group den Themenschwerpunkt „Digitale Kommunikation“. Bereits beim Vernetzungstreffen „Gewalt-Schule-Medien“ im Jänner dieses Jahres gaben Expertinnen und Experten Einblick in die neuesten Trends sowie in Möglichkeiten, digitale Gefahren und Herausforderungen zu erkennen und entsprechend gegen zu wirken.

Die Jugend-Medien-Studie beschäftigt sich u. a. mit Fragen, wie wichtig die persönliche Kommunikation in den verschiedenen Zielgruppen ist, welche digitalen Kommunikationskanäle genutzt werden, wie es um die Nutzungshäufigkeit bestellt ist und mit Erlebnissen und Geheimnissen rund um soziale Netzwerke. Welche Problemfelder rund um die Kommunikation auftauchen, wie z. B. Mobbing und Hasskommentare, und was diese auslösen. Aber auch wie gut die Schule auf den Umgang mit digitaler Kommunikation vorbereitet ist, wie häufig digitale Kommunikation in den Schulen thematisiert wird und wie gut Pädagoginnen und Pädagogen informiert sind.

Es folgt ein Überblick über ausgewählte Themenfelder der Studie. Die gesamte Studie besteht aus über 160 Seiten Auswertung. Die gesamte Oö. Jugend-Medien-Studie ist unter folgendem Link abrufbar: www.edugroup.at/innovation

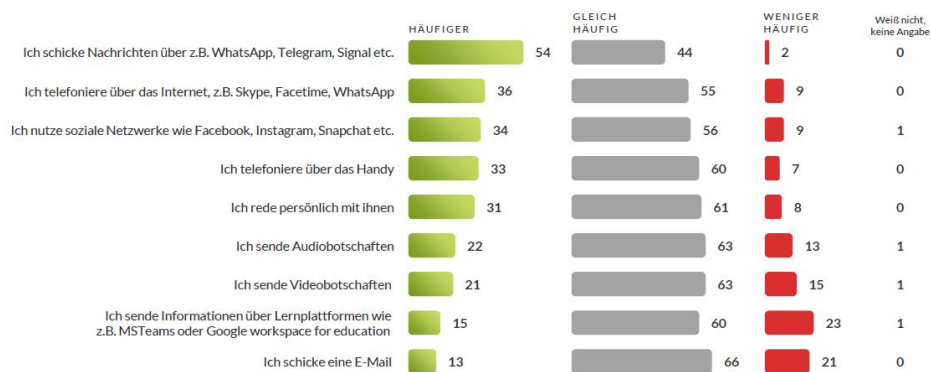
Digitale Kommunikation – ein zentraler Aspekt im Leben der Jugendlichen

Mit den Eltern wird vorwiegend persönlich gesprochen, WhatsApp & Co sowie telefonieren sind aber aus der Kommunikation mit den Eltern nicht wegzudenken: Mehr als zwei Drittel der Jugendlichen kommunizieren beinahe täglich über Instant-Messaging-Dienste mit ihren Eltern! In der Kommunikation im Freundeskreis sind Instant-Messaging-Dienste bereits häufiger als der persönliche Kontakt (88 Prozent), wengleich auch der persönliche Kontakt zentral ist (82 Prozent). Mit Lehrkräften überwiegt der persönliche Kontakt (61 Prozent). Lernplattformen sind hier die zweite wichtige Kommunikationsschiene. Ein Viertel der Jugendlichen nutzt Lernplattformen nun häufiger.



Veränderung der Nutzungshäufigkeit – Kontakt zu Freund:innen

Die Nutzung von Nachrichten unter den Freund:innen hat in den letzten beiden Jahren spürbar zugenommen.



Frage: Wie hat sich das in den vergangenen 1, 2 Jahren deiner Meinung nach verändert: Was davon machst du jetzt mit deinen Freund:innen häufiger als noch vor 1, 2 Jahren, was in etwa gleich häufig und was weniger häufig?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2922/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 31

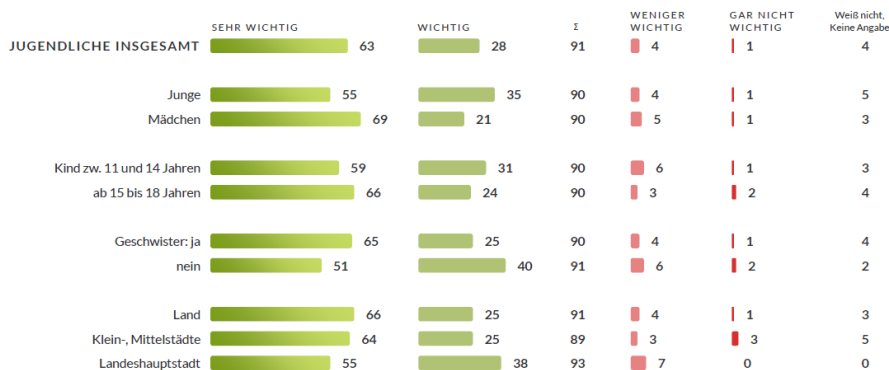
Die Zeit im Freundeskreis – persönliche Treffen unverzichtbar!

Den Jugendlichen in Oberösterreich ist das physische Treffen mit Freundinnen und Freunden sehr wichtig. Außerhalb der Schulzeit verbringt man mehr Zeit persönlich im Freundeskreis als via Handy. Für eine gute Freundschaft schätzen die Jugendlichen persönliche Treffen als unverzichtbar ein (91 Prozent). Zwei Drittel der jungen Menschen sind aber auch der Ansicht, dass für eine gute Freundschaft das häufige Austauschen von Nachrichten und Videos wichtig ist. Die Nutzung von Nachrichten im Freundeskreis hat in den letzten beiden Jahren spürbar zugenommen.

Bedeutung physischer Treffen für eine gute Freundschaft



i Für eine gute Freundschaft schätzen die Jugendlichen persönliche Treffen als unverzichtbar ein!



Frage: Wie schätzt du das ein: Wie wichtig ist es für eine gute Freundschaft, dass man sich trifft und gemeinsam Zeit miteinander verbringt?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent – ZR2922/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 38

Soziale Netzwerke – Erfahrungen, Erlebnisse und Geheimnisse

WhatsApp wird von einem Großteil der Jugendlichen genutzt (86 Prozent), Instagram hingegen eher von älteren Jugendlichen (78 Prozent der 15 bis 18-Jährigen).

Nutzung der sozialen Netzwerke

Basis: Jeweilige Kenner



WhatsApp wird von einem Großteil der Jugendlichen genutzt - Instagram hingegen eher von älteren Jugendlichen! Mädchen sind in den sozialen Netzwerken etwas aktiver.

| JUGENDLICHE INSGESAMT | JUGENDLICHE - | | | |
|-----------------------------|---------------|---------|-----------------------|--------------------|
| | Jungen | Mädchen | zwischen 11 und 14 J. | ab 15 bis 18 Jahre |
| WhatsApp 86 | 81 | 91 | 85 | 88 |
| YouTube 59 | 54 | 63 | 51 | 66 |
| Instagram 55 | 47 | 63 | 29 | 78 |
| Snapchat 53 | 41 | 63 | 37 | 66 |
| TikTok 51 | 44 | 57 | 45 | 56 |
| Pinterest 27 | 15 | 37 | 17 | 35 |
| Facebook 24 | 24 | 25 | 18 | 30 |
| Discord 17 | 22 | 13 | 11 | 23 |
| Roblox 15 | 14 | 16 | 23 | 8 |
| Twitch 12 | 15 | 10 | 10 | 14 |
| Reddit 7 | 5 | 9 | 4 | 11 |
| Signal 7 | 5 | 9 | 6 | 7 |
| Telegram 6 | 6 | 5 | 4 | 7 |
| Skype 6 | 5 | 7 | 4 | 8 |
| Viber 1 | 1 | 1 | 0 | 1 |
| Andere 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Weiß nicht / Keine Angabe 2 | 2 | 1 | 3 | 1 |

Frage: Und bei welchen dieser sozialen Netzwerke bist du selbst aktiv?



Ergebnisse in Prozent - ZR2922/Basis: Jeweilige Kenner

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 41

YouTube und TikTok verleiten zu besonders intensiver Nutzung, 31 % der jeweiligen Nutzerinnen und Nutzer verbringen täglich 1 bis 3 Stunden in diesen sozialen Netzwerken.

Einschätzung der täglichen Nutzungsdauer

Basis: Jeweilige Nutzer:innen



YouTube und TikTok verleiten zu besonders intensiver Nutzung...

| | n= | BIS ZU 30 MINUTEN | 30 BIS 60 MINUTEN | 1 | 1 BIS 3 STUNDEN | MEHR ALS 3 STUNDEN | Weiß nicht, Keine Angabe |
|-----------|-----|-------------------|-------------------|----|-----------------|--------------------|--------------------------|
| Pinterest | 75 | 64 | 11 | 75 | 9 | 0 | 16 |
| Twitch | 34 | 47 | 21 | 68 | 18 | 3 | 12 |
| Facebook | 69 | 46 | 32 | 78 | 12 | 3 | 7 |
| WhatsApp | 244 | 40 | 34 | 74 | 16 | 8 | 2 |
| Discord | 49 | 39 | 27 | 66 | 14 | 10 | 10 |
| Roblox | 42 | 36 | 33 | 69 | 14 | 5 | 12 |
| Instagram | 157 | 32 | 38 | 70 | 22 | 4 | 4 |
| YouTube | 167 | 32 | 27 | 59 | 31 | 6 | 4 |
| Snapchat | 150 | 30 | 32 | 62 | 21 | 11 | 6 |
| TikTok | 144 | 19 | 35 | 54 | 31 | 13 | 3 |

Frage: Was schätzt du: Wie viel Zeit verbringst du in etwa pro Tag in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram?



Ergebnisse in Prozent - ZR2922/Basis: Jeweilige Nutzer:innen

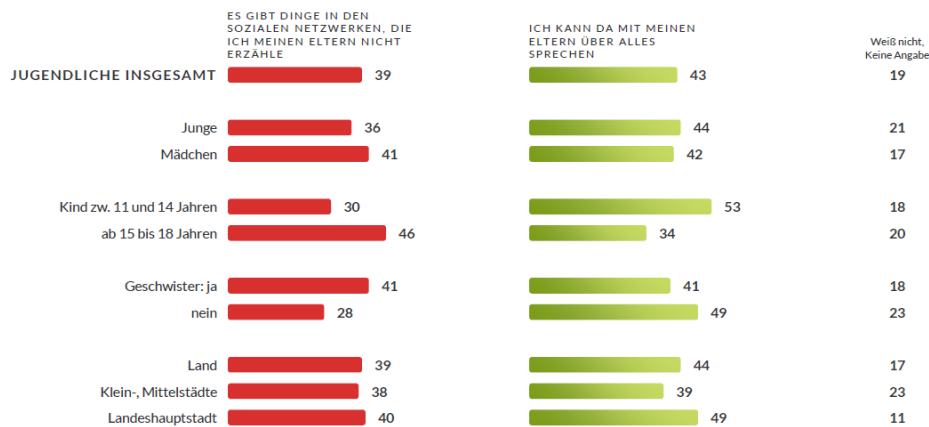
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 43

Rund ein Drittel der Jugendlichen hat rund um die Tätigkeiten in sozialen Netzwerken Geheimnisse vor den Eltern – bei den älteren Jugendlichen ist es sogar knapp die Hälfte. Einem Drittel der Eltern ist bewusst, dass ihr Kind gewisse Dinge aus sozialen Netzwerken nicht erzählt.

Geheimnisse rund um soziale Netzwerke



i Rund ein Drittel der Jugendlichen hat rund um die Tätigkeiten in sozialen Netzwerken Geheimnisse vor den Eltern – bei den älteren Jugendlichen ist es sogar knapp die Hälfte!



Frage: Gibt es Dinge, die du in den sozialen Netzwerken erlebst oder machst, die du deinen Eltern lieber nicht erzählst oder hast du das Gefühl, dass du mit deinen Eltern über alles sprechen kannst?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

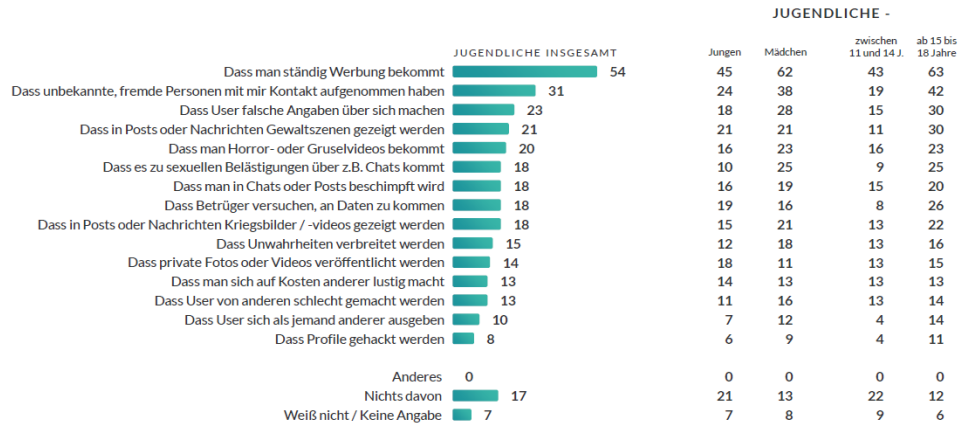
Ergebnisse in Prozent - ZR2922/Basis: Jugendliche insgesamt

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 46

Werbung und Unwahrheiten gehören für die Mehrheit der Jugendlichen bei sozialen Netzwerken dazu, jede und jeder Zweite beschwert sich darüber. Ein Drittel berichtet von Kontaktaufnahmen unbekannter Personen. Sexuelle Belästigungen erlebte ein Viertel der 15 bis 18-Jährigen. Der Mehrheit der Jugendlichen sind Hasskommentare in sozialen Medien aufgefallen. Diese werden von drei Viertel als feige eingestuft, zudem fühlen die Jugendlichen mit den Betroffenen und sind auch wütend. Auch Pädagoginnen und Pädagogen nehmen Hasskommentare sehr deutlich wahr (91 Prozent). Ein Drittel der Jugendlichen berichtet von schlechter Behandlung in den sozialen Netzwerken. Die Häufigkeit schlechter Erlebnisse wird von den Eltern jedoch unterschätzt.

Erlebnisse in sozialen Netzwerken

J Jede:r Zweite beschwert sich über Werbungen – ein Drittel berichtet von Kontaktaufnahmen unbekannter Personen. Sexuelle Belästigungen erlebte ein Viertel der 15 bis 18-Jährigen.



Frage: Und was davon ist dir selbst in den sozialen Netzwerken schon passiert?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent - ZR2922/Basis: Jugendliche insgesamt

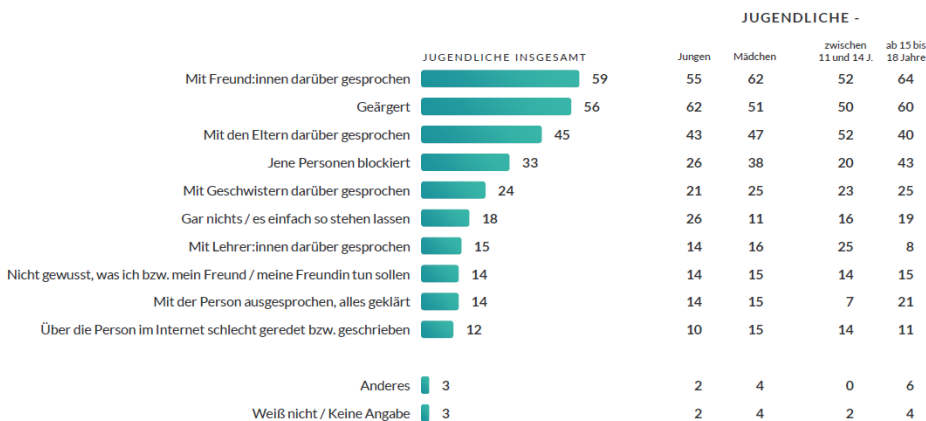
(DIGITALE) KOMMUNIKATION 51

Die betroffenen Jugendlichen reagieren mit Ärger (56 Prozent), sprechen aber auch mit ihren Eltern (45 Prozent) und im Freundeskreis (59 Prozent) über das Erlebte.

Reaktionen auf die negativen Erlebnisse

Basis: Jugendliche mit negativen Erlebnissen in sozialen Netzwerken

J Neben dem Ärger sprechen die betroffenen Jugendlichen auch mit ihren Eltern und mit Freund:innen über das Erlebte!



Frage: Und was hast du bzw. dein Freund/deine Freundin gemacht?

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent - ZR2922/Basis: Jugendliche, die in einem sozialen Netzwerk schon einmal schlecht behandelt worden sind (33%=100%)

(DIGITALE) KOMMUNIKATION 54

Medienkompetenz

Pädagogische Fachkräfte betonen weiterhin die Wichtigkeit, Schülern den verantwortungsbewussten Umgang mit digitalen Medien zu lehren. Sie erwarten jedoch auch mehr Engagement der Eltern in dieser Hinsicht als in den letzten zwei Jahren. Eine spezielle Ausbildung in diesem Bereich wird von 96% als essenziell betrachtet, und es besteht ein gesteigertes Interesse an zusätzlichen Informationen zur Medienkompetenz. Dies spiegelt sich in einem wachsenden Einbinden von Medienkompetenz in den Unterrichtsalltag wider.

Tablets, kombiniert mit guten Lern-Apps, gelten als nützliche Ergänzung im Unterricht. Zudem gewinnt die datenschutzkonforme App zur Kommunikation mit den Eltern an Bedeutung, wobei bereits drei Viertel der Lehrkräfte eine solche nutzen.

Digitale Schulbücher werden immer attraktiver, wobei der Digitalisierungsschub durch die Pandemie spürbare Auswirkungen hatte. Gegenüber 2021 zeigt sich ein erhöhtes Selbstvertrauen bei Pädagoginnen und Pädagogen hinsichtlich ihrer eigenen digitalen Kompetenzen.



Aussagen zum Thema Bücher in digitaler Form

i Digitale Bücher werden für den Unterricht spürbar interessanter!

| | VOLL UND GANZ | 2021 | 2019 | 2017 | 2015 | EHER ZU | Σ | EHER NICHT | GAR NICHT | weiß nicht, keine Angabe | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------|------|------|------|---------|----|------------|-----------|--------------------------|---|
| Digitale Bücher sind auch für den Einsatz im Unterricht interessant | | 55 | 48 | 38 | 37 | 32 | 32 | 87 | 10 | 3 | 1 |
| Jugendliche werden in Zukunft deutlich mehr digitale Bücher lesen | | 34 | 33 | 32 | 35 | 28 | 37 | 71 | 23 | 5 | 1 |
| Mit digitalen Büchern könnte man eine Menge Geld sparen | | 34 | 38 | 28 | 33 | 26 | 35 | 69 | 21 | 8 | 2 |
| Die Lesequalität/das Leseerlebnis ist bei digitalen Büchern nicht schlechter | | 21 | 28 | 25 | 19 | 31 | 25 | 46 | 32 | 18 | 4 |
| Jugendliche können durch Vernetzungen und Verweise in digitalen Büchern mehr Freude beim Lernen erleben | | 21 | 28 | 20 | 18 | 14 | 38 | 59 | 25 | 13 | 4 |
| Im Unterricht werden sich digitale Bücher nicht durchsetzen | | 10 | 21 | 13 | 19 | 19 | 30 | 40 | 30 | 26 | 3 |

Frage: Jugendliche haben auch die Möglichkeit Bücher digital zu lesen, dabei bleibt das ursprüngliche Layout von Seiten erhalten. Ich lese Ihnen ein paar Aussagen über Bücher in Papier bzw. in digitaler Form vor. Sagen Sie mir bitte, wie sehr Sie der jeweiligen Aussage zustimmen.

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Ergebnisse in Prozent - ZR2922/Basis: Pädagog:innen insgesamt

MEDIENKOMPETENZ 25

Appendix 1: Dokumentation der Studie

Die Jugend-Medien-Studie wird alle zwei Jahre abwechselnd mit der Kinder-Medien-Studie durchgeführt und ist österreichweit einzigartig. Mittlerweile zeigt sich eine Trendreihe von über einem Jahrzehnt – die erste Jugend-Medien-Studie besteht seit 2008 und wird vom market Institut im Auftrag der Education Group umgesetzt. Die Daten können als Richtwert für Österreich herangezogen werden. Die Ergebnisse dienen als Basis für die Ausrichtung und Planung von Medienangeboten, medienpädagogischen Projekten und Maßnahmen. Sie werden österreichweit von Ministerien, Universitäten, Fachhochschulen und Unternehmen verwendet, unter anderem bauen weiterführende Forschungsprojekte darauf auf.

Zielsetzung des gegenständlichen Forschungsprojektes war die Auslotung der Medienkompetenz bei Jugendlichen zwischen 11 und 18 Jahren im Trend und deren Medienumgang. Aus inhaltlicher Sicht wurde die Bedeutung der Medien analysiert und 2023 erstmalig mit dem Thema „Digitale Kommunikation“ ein Schwerpunktthema gesetzt.

Das Medienverhalten wurde aus drei verschiedenen Blickwinkeln betrachtet:

- Jugendliche im Alter von 11 bis 18 Jahren, Befragungsart: Interviews, Erhebungszeitraum: 08. März bis 04. Juni 2023
- Erziehungsberechtigte mit Kindern im Alter von 11 bis 18 Jahren, Befragungsart: Interviews, Erhebungszeitraum: 08. März bis 04. Juni 2023
- Pädagoginnen und Pädagogen der Sekundarstufe 1 (Mittelschule, AHS Unterstufe), Befragungsart: telefonische CATI-Interviews, Erhebungszeitraum: 08. März bis 04. Juni 2023

Alle Details und Ergebnisse der aktuellen sowie bisher durchgeführten Studien stehen zum kostenlosen Download auf www.edugroup.at/innovation zur Verfügung. Die Verwendung der Daten ist unter Nennung der Education Group GmbH als Rechteinhaberin erlaubt.

Appendix 2: Education Group GmbH

Die Education Group ist die Bildungs- und Serviceagentur des Landes OÖ und das führende Projektzentrum am österreichischen Bildungssektor. Als solches schafft es Lösungen für gesellschaftliche und pädagogische Anforderungen. An der Schnittstelle von Pädagogik – Technik – Medien spürt die Education Group Trends auf und fungiert als Innovationstreiber.

Der Education Group sind die Bedürfnisse der Pädagoginnen und Pädagogen ein wesentliches Anliegen und stellt ihnen und den Eltern folgende Angebote zur Verfügung:

- Bildungsportale www.edugroup.at und www.schule.at
- Media on Demand: Unterrichtsmedien online über www.edugroup.at/medien und über die Medien-App ed:on (education online).
- Fort- und Weiterbildungsprogramme für ElementarpädagogInnen und Lehrkräfte www.edugroup.at/bildung/seminare
- Workshops zur kreativen Medienarbeit: Erstellen von Fotogrammen, Arbeiten mit der Lochkamera, Geocaching
- Jährliches MultiplikatorInnen-Treffen Gewalt-Schule-Medien www.gewalt-schule-medien.edugroup.at
- Materialien und Unterlagen für alle Unterrichtsstufen und Gegenstände www.edugroup.at/praxis und www.schule.at
- Tools für den Unterricht wie www.klassenpinnwand.at und www.edugenerator.at
- Securitylösungen speziell für oberösterreichische Pflichtschulen www.edugroup.at/produkte
- Kostenlose Beratung und Information des Helpdesk Teams (E-Mail: helpdesk@edugroup.at)
- Kostenloser Download aller Oö. Kinder- und Jugend-Medien-Studien unter www.edugroup.at/innovation