



Medienpädagogik in
Forschung und Praxis

Medienhandeln von Jugendlichen

Tina Drechsel

25.03.2026



JFF – Institut für Medienpädagogik

- *Gemeinnütziger Verein ist Träger: JFF – Jugend Film Fernsehen e. V.*
- *Geschäftsstelle: JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis*

MEDIENPÄDAGOGISCHE FORSCHUNG

Ziel: Medienumgang von Heranwachsenden erklären und Grundlagen für pädagogisches und politisches Handeln sowie für Medienproduktion bereitstellen



MEDIENPÄDAGOGISCHE PRAXIS

Ziel: Medienkompetenz von Heranwachsenden und ihren Bezugspersonen fördern, innovative medienpädagogische Ansätze entwickeln, Fachkräfte fortbilden

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Medienzentrum
München

Medienstelle
Augsburg

Medienpädagogik bedeutet

- Beteiligungsstrukturen mit und über Medien für Kinder & Jugendliche schaffen
- Beratung von Eltern & Fachkräften im Kontext der Digitalisierung schaffen
- Informationen über Medien im Leben von Kindern & Jugendlichen aufbereiten

SUBJEKT

*Stärkung souveränen
Medienhandelns*

*Bedarf an
Orientierung &
Information
nachkommen*

MEDIEN

*Qualitativ
hochwertige Inhalte
fördern*

*Reflexion über Inhalte
und (Infra)strukturen*

GESELLSCHAFT

*Vernetzung und
Diskurse fördern*

*Struktur und Modelle
fördern*

Das haben wir vor...

- EINS** Meine Medienbiografie
- ZWEI** Medienhandeln, Mediennutzung & Faszination für digitale Medien
- DREI** Risikobereiche & Handlungsoptionen
- VIER** Medienkompetenz & Medienpädagogische Kompetenz
- FÜNF** Medienpädagogische Projekte & Methoden



Meine Medienbiografie

Meine Medienbiografie

Wir gehen gemeinsam auf Zeitreise in Ihre Kindheit und Jugend ...

- Welche Medien waren damals wichtig?
- Gab es etwas auf das Sie nicht verzichten konnten?
- Welche Vorlieben haben Sie mit Freund*innen geteilt?
- Gab es Medienerlebnisse mit Ihrer Familie?
- Welche Emotionen verbinden Sie mit Ihren Medienerlebnissen?
- Gab es Regeln, die Sie genervt haben/die Sie gut fanden/finden?
- Was hat Ihnen Angst gemacht?



Meine Lieblings ...



Bücher, Filme, TV-Serien, Radiosendungen,
Comics, Musik, Zeitschriften, Websites,
Videospiele...

Meine Medienbiographie



Gemeinsame Medienmomente

Ich und meine Freund*innen mochten alle ...

Gemeinsame Medienmomente in der
Familie:



Medien & Gefühle



Nach einem schlimmen Tag in der Schule
wollte ich...

... fand ich lustig

... versetzte mich immer in eine gute
Stimmung

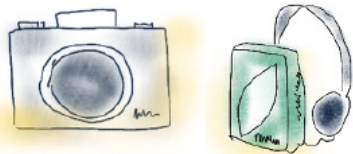
... verursachte Alpträume



Plakate in meinem
Jugendzimmer:
:

Ich wollte so sein wie(Medienfigur),
weil...

Mein erstes eigenes Mediengerät war ...



Regeln und Verbote

Diese Regeln gab es rundum meine
Mediennutzung

:
Damals fand ich diese Regeln...

Mediendinge, die Erwachsene gar nicht
verstanden haben



Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen

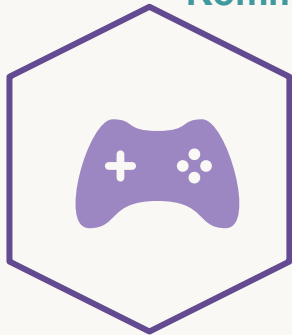
Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen



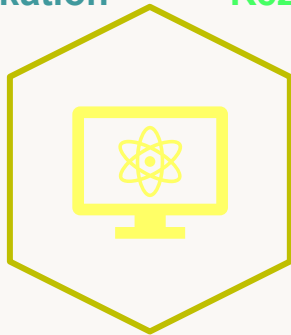
Kommunikation



Rezeption



Spielen



Produktion



Veröffentlichung

Kinder und Jugendliche nutzen Medien entlang ihrer lebensweltlichen Bedingungen, um bestimmte Bedürfnisse zu erfüllen.

- zur Geltung bringen
- informieren
- amüsieren
- in Beziehung setzen
- positionieren
- orientieren

TIPP! Video:

Durchblick im Mediendschungel: Medienhandeln





Faszination digitaler Medien & Mediennutzung von Jugendlichen

Mediennutzungsvorlieben

The screenshot displays the website of the Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs). The main heading is 'Basisuntersuchungen zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen'. The navigation bar includes links for 'Startseite', 'Studien', 'Infos zu Medienkompetenz', 'Über den mpfs', and 'Presse'. A search bar and a 'Bestellen' button are also present.

The main content area features a prominent article titled 'JIM-Studie 2020 veröffentlicht'. The article text states: 'Im Jahr 2020 erfuhren Jugendliche einen deutlichen Schub in der Ausstattung mit Mediengeräten. Der persönliche Besitz eines Computers/Laptops stieg von 65 auf 72 Prozent, der eines eigenen Tablets von 25 auf 38 Prozent. Jeder dritte Jugendliche hat inzwischen einen Smart-TV. Die spezielle Situation resultierte auch in deutlich höheren Mediennutzungszeiten. mehr'. To the right of the article is a photograph of three children smiling.

Below the article are four colored boxes representing different studies:

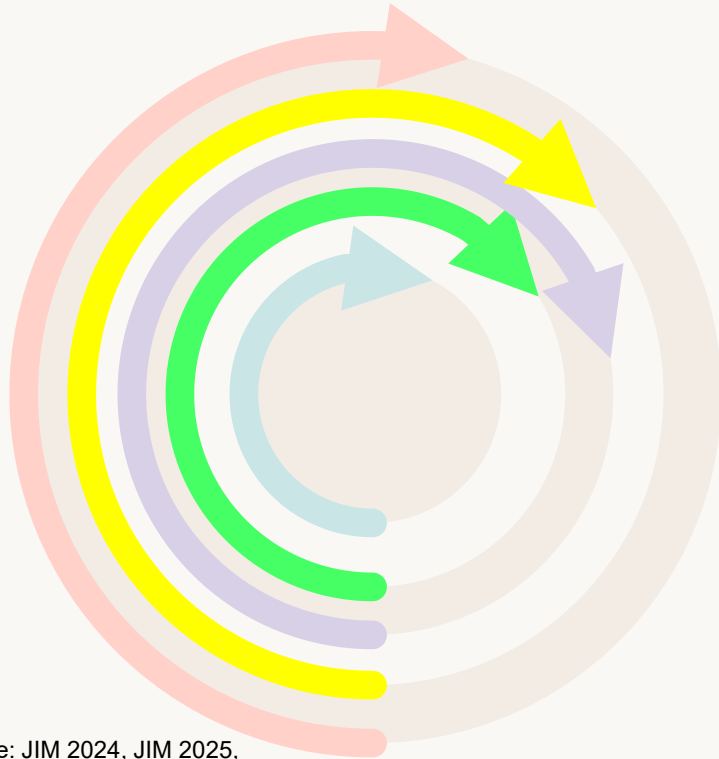
- JIM-STUDIE** (green): Jugend, Information, (Multi-) Media. Medienumgang 12- bis 19-Jähriger.
- KIM-STUDIE** (orange): Kindheit, Internet, Medien. Medienumgang 6- bis 13-Jähriger.
- miniKIM** (yellow-orange): Kleinkinder und Medien. Medienumgang 2- bis 5-Jähriger.
- FIM-STUDIE** (yellow): Familie, Interaktion und Medien. Mediennutzung in Familien.

At the bottom, there are three more sections:

- handysektor**: A service providing information for young people on mobile media usage.
- Infos zu Medienkompetenz**: Information about brochures titled '10 Fragen - 10 Antworten' for parents and educators.
- KLICK-TIPPS .NET**: A recommendation service for children's websites and apps.

Gerätebesitz Jugendlicher

2024 | 2025



93% 95%	Smartphone	↑
68% 65%	Computer/Laptop	↓
59% 63%	Tablet	↑
50% 46%	Fernsehgerät	↓
50% 46%	Laptop	↓
49% 46%	Feste Spielekonsole	↓
25% 27%	Smartspeaker	↑

Faszination Smartphone

- Kontakt mit Freund*innen aus aller Welt
- Leichte Erreichbarkeit
- Ausleben der Kreativität
- Statussymbol
- Viele Möglichkeiten zur Selbstdarstellung
- Social Media
- Gaming



Künstliche Intelligenz

Quelle: JIM 2024, n=749, JIM 2025, n=1.088, Angaben in Prozent,

91% der Jugendlichen nutzen mindestens eine KI-Anwendung (2024: 62%)

Nutzungsmotive

- Lernen und Hausaufgaben: 75% (2024: 65%)
- Informationssuche: 70% (2024: 43%)
- „Herausfinden, wie was geht“: 54% (2024: 35%)
- In der Schule/im Unterricht: 52%
- zum Spaß: 47% (2024: 52%)
- Zum Planen: 27%
- Um Bilder zu erstellen: 26%

ChatGPT = wichtigste Anwendung

Bereits verwendet: 82% (2024: 57%)

Täglich/mehrmals pro Woche: 50%

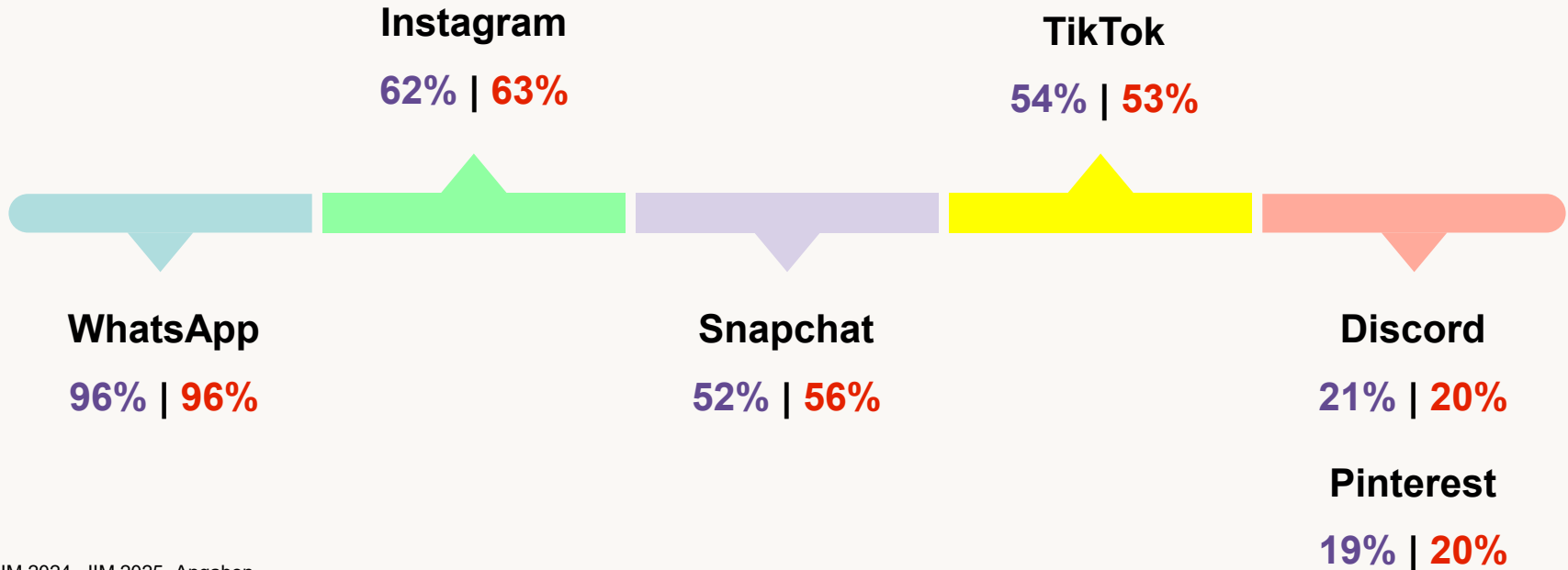


Was sind die meistgenutzten Online-Angebote (täglich/mehrmals pro Woche) **von Jugendlichen?**

Quelle: JIM 2024, JIM 2025, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

Genutzte Online-Angebote | Vergleich 2024 zu 2025

2024 | 2025 (mehrmals täglich/täglich/mehrmals pro Woche)



Nutzungsmotive

Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent, Basis: Befragte, die das Internet nutzen, n=1.200

- **Kontakt zu Freund*innen:** WhatsApp (79%)
- **Langeweile:** YouTube (38%) und TikTok (31%)
- **Suche nach Unterhaltung und Spaß:** YouTube (25%), TikTok (22%), WhatsApp (24%)
- **Andere am eigenen Leben teilhaben lassen:** WhatsApp (29%), Instagram (25%) und Snapchat (19%)
- **Suche nach Inspiration:** YouTube (28%), Instagram (25%), TikTok (23%)
- **Über das Weltgeschehen informieren:** YouTube (28%), Instagram (21%), TikTok (16%)

Look Inside: Social Media

Medienphänomene und -trends | Welche kennen Sie?

JOMO

Doomscrolling

ThatGirl

Tradwife

How to be him

#booktok

Digital Nudging



Faszination Social-Media-Angebote

- Kontakt mit Freund*innen & Familie aus aller Welt
- Ausleben der Kreativität
- Viele Möglichkeiten zur Selbstdarstellung
- Bestätigung
- Inspiration
- Bekämpfung von Langeweile

ENTWICKLUNGSAUFGABEN

01 Sich in der Welt orientieren

02 Einen kohärente Identität ausbilden

03 An der Welt teilhaben

Der Wunsch nach Likes, Abonent*innen und Kommentaren

Der Wunsch nach Likes & Co steht im engen Zusammenhang mit den **Entwicklungsaufgaben**:

- **Positive Reaktion** auf das selbst gemachte und eventuell gestaltete Bild
- **Bestätigung** der eigenen Person bzw. der eigenen Meinung
- In Gang setzen einer Diskussion als Form von **Teilhabe** → sichtbar sein
- Sich mit anderen in **Beziehung** setzen

HINWEIS: Häufig stehen Nutzungsmotive den internen Schutzmöglichkeiten gegenüber.

Wie Jugendliche Popularität auf TikTok sehen

JUGENDLICHE WISSEN	IHRE ERFAHRUNGEN & BEWERTUNGEN		SPEKTRUM AN HANDLUNGSWEISEN
<p>Popularität ist hoch bewertet.</p> <p>Wege, um Popularität herzustellen:</p> <ul style="list-style-type: none"> # Hashtags verwenden ♥ Videos herzen und gegenseitig erwähnen 🔗 Profil mit anderen Social Media Präsenzen vernetzen 🎵 Duette sind nur mit öffentlichem Profil möglich 	<p>Aufmerksamkeit und positives Feedback sind erwünscht.</p> <p>Hate erzeugt Anpassungs- und Perfektionsdruck.</p> <p>Öffentliche Profile bieten weniger Schutz vor Hate.</p> <p>Filter und Effekte vergrößern Perfektionsstreben.</p> <p>Perfektionsdruck mindert den Spaß an der Kreativität.</p>		<p>Trends mitmachen und Hashtags verwenden</p> <p>Duette machen</p> <p>Herzen, Erwähnen und Komentieren</p> <p>Accounteinstellungen ändern (privat ↔ öffentlich)</p> <p>⚡ Vermeiden, was Kritik oder Hate provozieren könnte:</p> <ul style="list-style-type: none"> 🗨️ selbst nicht kritisieren, konstruktives Feedback erbitten 👉 auf perfektes Styling und cleanen Hintergrund achten ✖️ Peinliche Videos löschen 🔒 Videos nicht veröffentlichen, sondern als Entwürfe speichern

Quelle: Act On! Short Report 7 <https://act-on.jff.de/short-report-nr-7-wie-jugendliche-tiktok-wahrnehmen-und-nutzen/>

Hör-Tipp: Was geht...? – Der ACT ON!-Jugendpodcast <https://letscast.fm/sites/was-geht-der-act-on-jugendpodcast-df674d8a>

Online-Konflikte

Herausforderungen vor die Kinder und Jugendliche gestellt sind:

- Grenzen zwischen akzeptiertem und nicht akzeptiertem Handeln verschwimmen.
- Fehleinschätzungen der Situation führen zur Eskalation.
- Konflikt handeln wird bestimmt von:
 - individuellen **Wertevorstellungen**
 - Erfahrungen aus dem sozialen Umfeld
- Erwachsene werden nicht immer als Vertrauensperson wahrgenommen

Konstruktives Konflikt Handeln

Prävention

Sensibilisierung für Online-Konflikte und damit verbundene Handlungen

Zivilcourage und gegenseitige Unterstützung

Raum für vertrauensvollen Austausch
→ Safe Space!

Zusammengehörigkeitsgefühl schaffen



Kompetente Nutzung

Wie sieht ein respektvoller Umgang miteinander online aus?

Welche Regeln gibt es?



Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele?

Quelle: JIM 2025, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von digitalen Spielen, n=1.135

Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele 2024

Quelle: JIM 2025, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von digitalen Spielen, n=1.135

Gaming am Handy und Tablet etabliert
sich immer mehr



Look Inside: Games



Faszination Games

- Für **71%** der 12-bis 19-Jährigen ist Gaming **fester Bestandteil des Alltags** (JIM 2025)
- Games erfüllen Funktionen im Kontext von **Entwicklungsaufgaben**: Spaß haben, gefordert werden und kreativ sein, Zeit vertreiben, Rollen erproben, gemeinsam spielen usw.
- (jugend-) **kulturelle Bedeutung** von und Beschäftigung mit Games

Kinder haben ein Recht auf Spiel!

2025: Durchschnittsalter: 39,5 Jahre
(Statista)



Tipp! Game Life Clip zum Thema Recht auf Spiel



Game Life! Elternbroschüren sowie Elternclips

Acht [Broschüren](#) und [Clips](#) zu unterschiedlichen Themen beinhalten jeweils

- Sichtweise von Eltern und pädagogischen Fachkräften
- Sichtweise der jugendlichen Gamer*innen
- Die wichtigsten Aspekte zum Umgang und zur Einordnung
- Handlungsempfehlungen und Ideen für den familiären Alltag

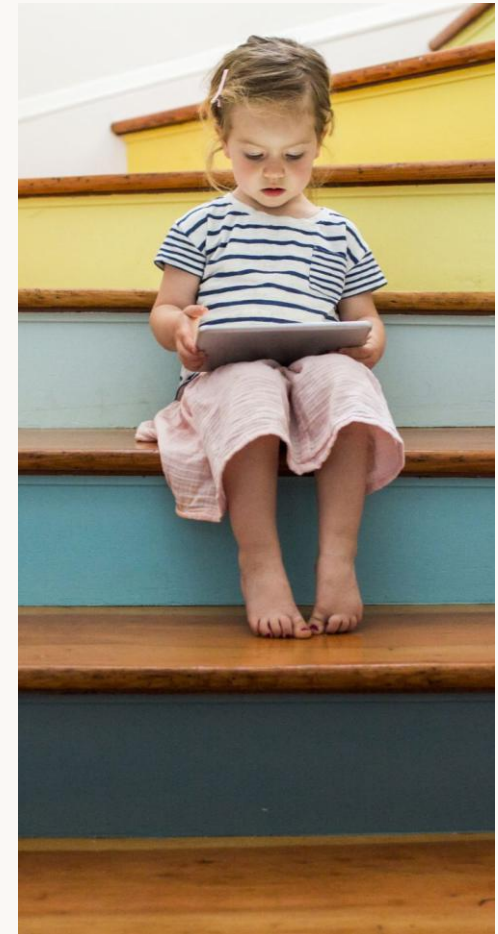


Digitale Sozialräume

Medien \neq nur Geräte und Inhalte in der
Lebenswelt von Jugendlichen

Medien = auch Handlungs- und
Sozialräume

- Handeln der Subjekte ist in ihnen eingebettet
- Handlungsraum wird durch Handlungen geprägt



Risikobereiche und Handlungsoptionen

Risikobereiche



**Interaktions- und
Kommunikationsrisiken**



**Nicht
altersgerechte
Inhalte**



**Schönheitsideal und
Darstellung von
Geschlecht***

**Kommerzialisierung,
Datenschutz,
Werbung**

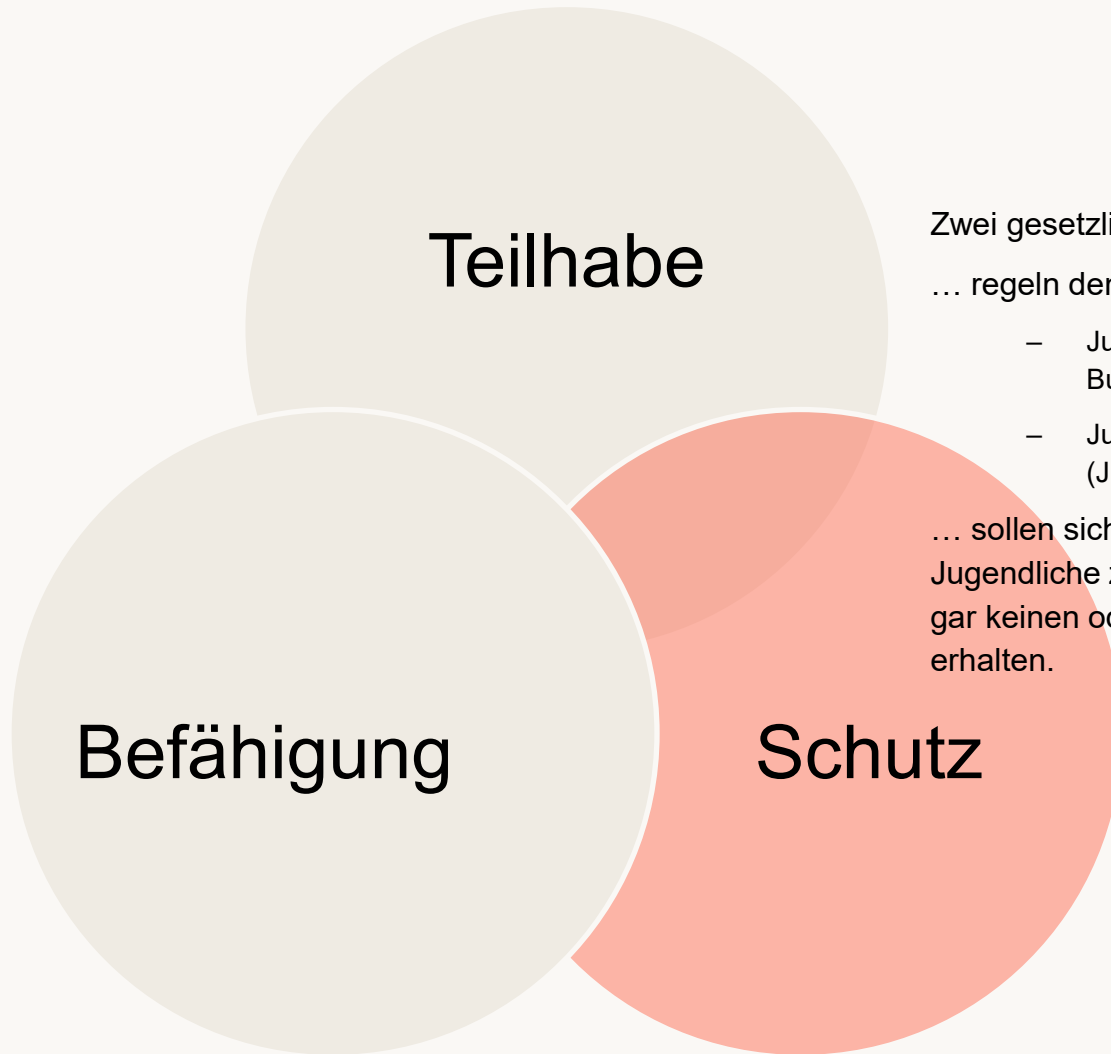


**Digitaler Stress und
exzessive
Mediennutzung**



Desinformation





Teilhabe

Befähigung

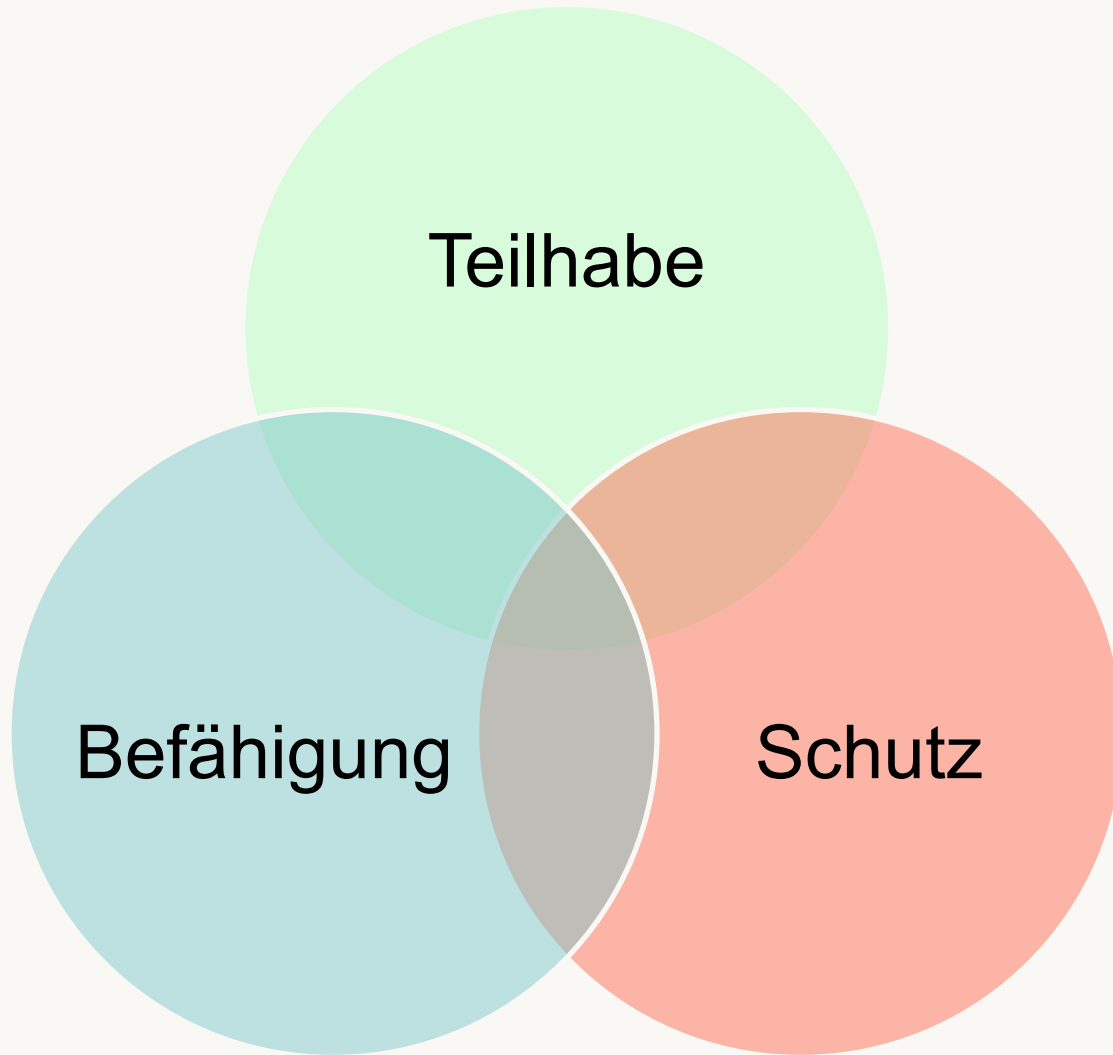
Schutz

Zwei gesetzliche Grundlagen

... regeln den Jugendschutz:

- Jugendschutz-Gesetz (JuSchG) vom Bund
- Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) der Länder

... sollen sicherstellen, dass Kinder & Jugendliche zu bestimmten Medieninhalten gar keinen oder nur altersgemäßen Zugang erhalten.



Kinder, Jugendliche und ihre Bezugspersonen für ein souveränes Leben mit Medien stark machen

Förderung von Medienkompetenz

Aspekte der MEDIENKOMPETENZ

HANDELN



- kommunikativ
- kreativ
- partizipativ

WISSEN



- instrumentell
- analytisch
- strukturell



POSITIONIERUNG



REFLEXION

- selbstbezogen
- medienbezogen
- gesellschaftsbezogen



ORIENTIERUNG

TIPP! Video: Wo geht's hier zur Medienkompetenz?



Wichtig, bei der Begleitung: Medienpädagogische Kompetenz

Medienpädagogische Kompetenz - warum eigentlich?

- Medienwelt ist Teil der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen
- Kinder und Jugendliche müssen lernen, Medien souverän zu nutzen
- Pädagogische Fachkräfte können sie dabei begleiten
- Dafür benötigen sie medienpädagogische Kompetenz
- Unterstützung gibt es durch medienpädagogische Weiterbildungsangebote



5 Aspekte der Medienpädagogischen Kompetenz

MEDIENKOMPETENZ

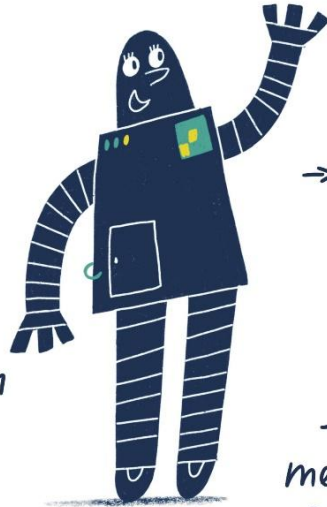
- medienkompetent sein
- sich stetig weiterentwickeln

KENNTNISSE

- gezielt Medien einsetzen
- auf fundierte pädagogische Konzepte zurückgreifen

ENTWICKLUNG

- über die aktuelle (Medien-)Welt informiert bleiben
- für die Zielgruppe Relevantes herausgreifen



ZIELGRUPPE

- Wissen und Ressourcen kennen
- Möglichkeiten zur Auseinandersetzung schaffen

UMSETZUNG

- mit Willen und Können medienpädagogische Angebote gestalten
- Mut und Neugierde für neue Projekte nutzen

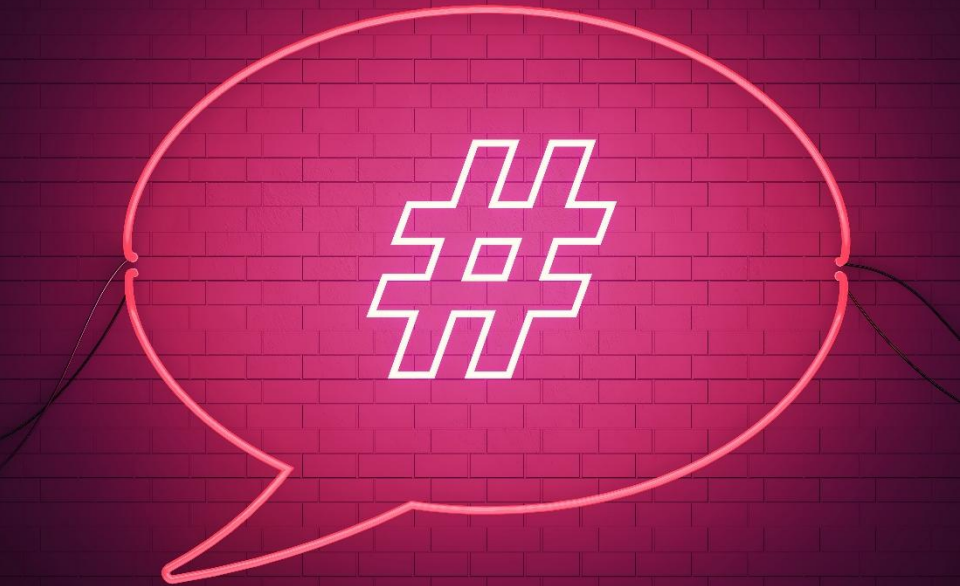
Tipp: Selbstreflexion!

Wie schätzen Sie Ihre medienpädagogische Kompetenz ein? Wo fühlen Sie sich (nicht) sicher? Wo würden Sie gerne etwas dazu lernen? Wo brauchen Sie Unterstützung?

Medienpädagogische Praxis

Welche Möglichkeiten gibt es?

- **Medienerlebnisse aufgreifen** und Verarbeitungsmöglichkeiten anbieten
- Auseinandersetzung mit **gesellschaftlich relevanten** und **lebensweltnahen Themen** im Kontext von digitalen Räumen
- **Gemeinsam Medien nutzen** und Medien in den pädagogischen **Alltag einbeziehen**
- Medienangebote durchführen, in denen **Kinder und Jugendliche selbst mit Medien aktiv** werden



Medienpädagogische Projekte und Materialien





ACT ON!

Forschung & Praxis

Perspektive auf das Online-Handeln der 10- bis 14-Jährigen im Fokus

- Monitoring untersucht die Sicht der jungen Nutzer*innen auf aktuelle Medienphänomene und ihre damit verbundenen Schutz-, Informations- und Unterstützungsbedürfnisse
- verschiedene Praxismodule unterstützen Kinder und Jugendliche dabei, sich reflektiert mit dem eigenen Online-Handeln auseinanderzusetzen

Gefördert vom:



Bundesministerium
für Bildung, Familie, Senioren,
Frauen und Jugend

Im Rahmen des:





Das ACT ON!-Praxismodul

Workshops und Fortbildungen

Workshops mit Kindern und Jugendlichen im Alter von 10 bis 14 Jahren

Fortbildungen für pädagogischen Fachkräften

Materialien und Methoden

Influenc[AR]: Spielerisch die Welt von YouTube entdecken

Medien-Emotionen würfeln: Sprechen über Erfahrungen und Emotionen mit verschiedenen Medien

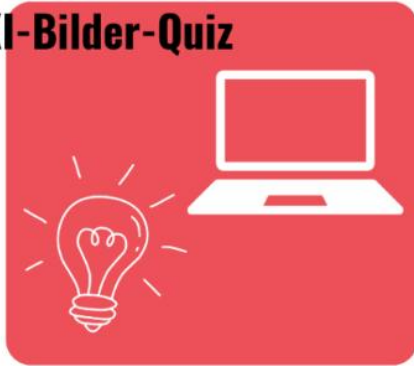
... sowie weitere Materialien und Methodenblätter

Was geht ...? Der Jugendpodcast

Stimmen von jungen Menschen zu ihrem Online-Handeln und damit verbundenen Potenzialen und Herausforderungen

Methode:

KI-Bilder-Quiz



KI-Bilder enttarnen

Methode:

Feel the influence



Emotionen bezogen auf
Influencer*innen
reflektieren

Methode:

Gamescoin



Spielerisch Kostenrisiken in
Games reflektieren

webhelm – kompetent online


Aktuelle Hintergrundinformationen und Methoden Anregungen zu allen Themen rund ums Netz.

Art der Methodik

[ALLE](#)
[ONLINE-METHODEN](#)
[ENERGIZER](#)
[KREATIVITÄT](#)
[FEEDBACK](#)
[REFLEXION](#)


Themenbereich

[ALLE](#)
[KONFLIKTE & MOBBING](#)
[KÜNSTLICHE INTELLIGENZ](#)
[DATENSCHUTZ](#)
[FREUNDSCHAFT & LIEBE](#)
[NETZWEIT](#)



Bewerbungsverfahren mit ChatGPT


[KÜNSTLICHE INTELLIGENZ](#)



Verkaufe ein Produkt mit ChatGPT

[KOMMERZ](#) [KÜNSTLICHE INTELLIGENZ](#)


[SOCIAL MEDIA](#)



Influencer*innen erstellen mit KI

[KÜNSTLICHE INTELLIGENZ](#)

[SOCIAL MEDIA](#)




TikTok-Bingo

[INFORMATION & DESINFORMATION](#)


[MOBBERPHÄNO](#) [SOCIAL MEDIA](#)

[ALLE](#)
[SOCIAL MEDIA](#)
[KOMMERZ](#)
[KONFLIKTE & MOBBING](#)
[GAMES](#)
[RECHTLICHE GRUNDLAGEN](#)




Dark Patterns

[DATENSCHUTZ](#) [KOMMERZ](#)




Von Vanilla Girls bis zu Clean Girls: Einseitige Trends auf TikTok

[MOBBERPHÄNO](#) [SOCIAL MEDIA](#)




KI-Tools zur Bild- und Videoerstellung

[KÜNSTLICHE INTELLIGENZ](#) [TOOLS & APPS](#)




Jugendliche und Online-Pornografie

[FAMILIE & MEDIENREZENSION](#)




Overblocking

[FAMILIE & MEDIENREZENSION](#) [NETZWEIT](#)




Abschalten und Entspannen: Meditations-Apps für Kinder



Doxing

[DATENSCHUTZ](#) [KONFLIKTE & MOBBING](#)



Threads

[SOCIAL MEDIA](#)

Starterkits bestellen

Die webhelm-Starterkits bieten pädagogischen Fachkräften alle Materialien, die sie für einen Workshops benötigen. Fachkräfte aus Bayern können von jedem Starterkit ein Exemplar kostenfrei bestellen. Bitte geben Sie zur Zuordnung die Institution an, in der Sie tätig sind.

Mehr Infos zu den Starterkits gibt es hier:

- [→ MEIN ERSTES SMARTPHONE](#)
- [→ LIKE, FOLLOW, COMMENT – INFLUENCER*INNEN IM NETZ](#)
- [→ ACT WISELY – STRESS IM NETZ](#)



Weitere Informationen und alle

Methoden unter: <https://webhelm.de/>

Webhelm-Starterkit: ACT Wisely

- Act Wisely- Stress im Netz bietet pädagogischen Fachkräften alle nötigen Materialien, um **eigenständig ein Projekt zum Thema Stress im Netz durchzuführen**
- Umfasst ein **Kartenspiel** und **Begleitmaterial**
- Zentrale Themen: **Analyse und Reflexion** von Konfliktsituationen mit Hilfe der Spielerfahrung
- **Zielgruppe:** Kinder und Jugendliche zwischen 11 und 15 Jahren

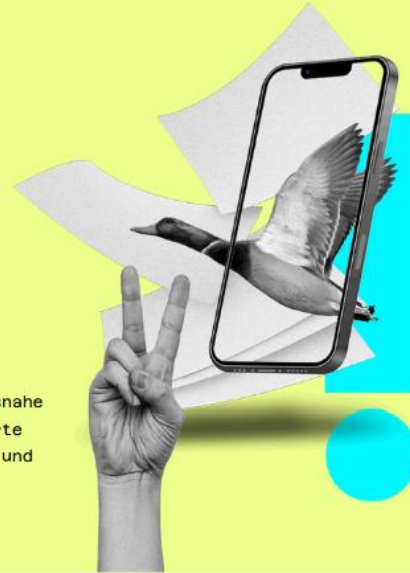
Zum Starterkit: webhelm.de



<https://fakefrei.jff.de/>

Methoden statt Märchen.

fakefrei – Tools, Impulse und Methoden ist Teil der [Bayern-Allianz gegen Desinformation](#) und bietet praxisnahe Ansätze, um bayernweit Vereinsmitglieder und Engagierte der Netzwerkpartner für das Thema zu sensibilisieren und ihre Medienkompetenz zu stärken.



Schnell und gezielt zum passenden Tool

Viele verschiedene Organisationen haben Tools und Methoden rund um das Thema „Fake News“ und Desinformation entwickelt. Wir haben sie hier zusammengefasst. Nutze unser Filtersystem, um eine passende Auswahl angezeigt zu bekommen.

Dauer

auswählen | ▾

Alter

auswählen | ▾

Vorbereitung

auswählen | ▾

Format

auswählen | ▾

Thema

auswählen | ▾

Filter anwenden

Filter zurücksetzen

Beratungsstellen...

... für Kinder & Jugendliche:

- Juuuport: Peer-to-Peer-Beratung bei Cybermobbing & anderen Online-Problemen: juuuport.de
- JugendNotmail: Kostenlose Online-Beratung für Kinder und Jugendliche bis 24 Jahren:
<https://jugendnotmail.de/>
- Nummer gegen Kummer: Anonyme & kostenlose Beratung via Telefon (116111) oder online
- Digital Streetworker*innen, z. B. in Bayern: digital-streetwork-bayern.de

... für Eltern:

- Nummer gegen Kummer Elterntelefon: 0800 1110550



Offenheit und Interesse | über
Faszination reden/zeigen lassen

Risikobereiche zum Thema machen
- präventiv

Eigene Mediennutzung reflektieren
und selbst „Fehler“ eingestehen

Strikte Verbote schaffen kein
Vertrauen

Eigene medienpädagogische
Kompetenz stärken

Worauf müssen
pädagogische
Fachkräfte
achten?

KONTAKT

JFF – Institut für Medienpädagogik
in Forschung und Praxis



Arnulfstr. 205



+49 89 689 89 0



tina.drechsel@jff.de



www.jff.de