

Kernergebnisse aus verschiedenen Studien

Imke de Vries, Diakonisches Werk Altholstein, Neumünster

Alle zitierten Studien sowie weitere Untersuchungen finden Sie jeweils aktuell unter <https://www.schuldnerberatung-sh.de/themen/praevention/studien.html>.

KIM-Studie 2022. Kindheit, Internet, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/studien/kim-studie/2022

Kurzzusammenfassung:

Für die vorliegende Studie wurden 1.219 Kinder und jeweils das haupterziehende Elternteil befragt.

Kinder in Deutschland wachsen in Haushalten mit zahlreichen Medien auf. Auch wenn sie selber noch wenig eigene Geräte besitzen, nutzen sie Smartphone, Tablet und Co. bei anderen Familienmitgliedern mit.

Knapp die Hälfte der Eltern (48 %) geben an, dass ihr Kind alleine ins Internet gehen darf oder dürfte.

Insgesamt **70 % der Kinder nutzen das Internet**. Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil deutlich (6-7 Jahre: 38 %, 8-9 Jahre: 59 %, 10-11 Jahre: 85 %, 12-13 Jahre: 99 %).

Ab einem Alter von 10-11 Jahren besitzt mehr als die Hälfte der Kinder ein eigenes **Smartphone**. Technische Möglichkeiten und Dienstleistungen zum Schutz vor ungeeigneten Inhalten im Netz werden von Eltern kaum eingesetzt.

Zwei Drittel der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, geben an, **keine technischen Möglichkeiten des Jugendmedienschutzes wie Filter oder Sicherheitseinstellungen** zu verwenden.

Gleichzeitig zeigt die KIM-Studie 2022, dass **immer mehr Kinder Medien selbstständig und ohne Begleitung von Erwachsenen nutzen**. Vor allem bei den Sechs- bis Siebenjährigen steigt der Anteil derer, die Medien alleine verwenden.

Zentrale Ergebnisse:

Medien sind aus dem Alltag von Heranwachsenden nicht mehr wegzudenken. Kinder sind von zahlreichen Medien umgeben und wachsen in Haushalten mit einem breiten Medienrepertoire auf. Fernsehgeräte, Smartphones, Computer/Laptops und ein Zugang ins Internet sind in nahezu allen Familien vorhanden. Auch Radiogeräte, Drucker, DVD- und CD-Player, Streaming-Dienste, Digitalkameras, Tablets und Spielkonsolen sind weit

verbreitet. Im Vergleich zu 2020 sind insbesondere bei Smart-TVs (+15 %), Streaming-Diensten (+14 %), Pay-TV-Abonnements (+12 %) und Tablets (+9 %) deutliche Anstiege zu sehen. Damit setzt sich der starke Zuwachs, welcher bereits in den letzten Jahren zu beobachten war, weiter fort.

Kinder besitzen selbst noch vergleichsweise wenig eigene Geräte. Am häufigsten sind mit 44 % Smartphones im eigenen Besitz der Kinder. Jeweils etwa ein Drittel hat einen CD-Player und ein Fernsehgerät im Kinderzimmer, eine tragbare Spielkonsole ist bei 28 % vorhanden (feste Spielkonsole 19 %). Mit zunehmendem Alter nimmt der Gerätebesitz deutlich zu. Insbesondere der Anteil an Kindern, die ein **eigenes Mobiltelefon** haben, steigt an (6-7 Jahre: 9 %, 8-9 Jahre: 27 %, 10-11 Jahre: 58 %, 12-13 Jahre: 81 %).

In der **Freizeit** der Kinder nehmen das Treffen mit Freunden, Fernsehen, Hausaufgabe/Lernen und das Spielen den größten Platz bei den häufigsten Aktivitäten ein. Über 85 % gehen diesen Tätigkeiten mindestens wöchentlich nach. Knapp drei Viertel der Kinder unternehmen ein-/bis mehrmals in der Woche etwas mit der Familie. Etwa jeweils zwei Drittel hören regelmäßig Musik, nutzen ein Handy/Smartphone und betätigen sich sportlich. Jeweils drei von fünf Kindern sehen sich mindestens wöchentlich online Bewegtbild an oder spielen digitale Spiele. Jeweils etwa jedes zweite Kind liest in der Freizeit Bücher, hört Radio oder wird beim Malen/Basteln kreativ. Die Beschäftigung mit Tieren folgt mit 45 %. **Mit zunehmendem Alter verändert sich die Freizeitgestaltung** der Kinder in einigen Bereichen. Ab einem Alter von zehn Jahren spielen Kinder weniger, Unternehmungen mit der Familie werden seltener, ebenso wie das Malen/Basteln, das Anhören von Hörspielen/Hörbüchern sowie die Beschäftigung mit analogen Spielen. Dafür nehmen Hausaufgaben und Lernen mehr Freizeit der Kinder ein.

Der stärkste Anstieg im Altersverlauf ist bei der **Nutzung von Mobiltelefonen** (6-7 Jahre: 28 %, 12-13 Jahre: 96 %) sowie bei der Internetnutzung (6-7 Jahre: 21 %, 12-13 Jahre: 92 %) zu sehen. Auch **digitale Spiele**, die Nutzung von Computer/Laptops und die online-basierte Bewegtbildnutzung nehmen mit steigendem Alter zu. Das Aufnehmen von eigenen Fotos/Videos wird ebenfalls im Altersverlauf bedeutender. Mädchen betätigen sich häufiger kreativ, lesen Bücher und beschäftigen sich mit Tieren, während Jungen eine stärkere Affinität zu Sport und digitalen Spielen zeigen.

Kinder nutzen digitale Medien oftmals alleine und ohne Begleitung – insbesondere digitale Spiele und das Internet. Der Anteil an Sechs- bis Siebenjährigen, die alleine Spiele am PC/Laptop/Konsole (2022: 41 %, 2020: 31 %) und am Tablet (2022: 61 %, 2020: 52 %) spielen, ist im Vergleich zu 2020 sogar angestiegen. Ein ähnliches Bild zeigt sich in dieser Altersgruppe beim Fernsehen (2022: 51 %, 2020: 41 %) und wenn es darum geht online Videos/Filme anzusehen (2022: 40 %, 2020: 33 %).

Fernsehen ist einer der häufigsten Freizeitaktivitäten der Sechs- bis 13-Jährigen. 92 % der Kinder sehen mindestens wöchentlich, 67 % sogar täglich fern. Drei von fünf Kindern sehen sich regelmäßig Bewegtbild im **Internet** an, jedes Fünfte täglich. Bei der Frage nach der liebsten Plattform zur Bewegtbildnutzung liegt der KiKA mit 19 % auf dem ersten Platz,

gefolgt von Netflix mit 14 %. Platz drei teilen sich Super RTL/Toggo und YouTube mit jeweils 11 % der Nennungen.

70 % der Sechs- bis 13-Jährigen nutzen das Internet. Mit dem Alter der Kinder nimmt auch der Anteil an Internetnutzer*innen zu (6-7 Jahre: 38 %, 8-9 Jahre: 59 %, 10-11 Jahre: 85 %, 12-13 Jahre: 99 %). Mit Blick auf die konkreten Tätigkeiten ist vor allem die Kommunikation über **WhatsApp** und das Ansehen von Bewegtbild zentral. Etwa jeweils 70 % der Kinder, die das Internet nutzen, machen dies regelmäßig.

Auch **YouTube und Suchmaschinen** nehmen mit 64 % einen wichtigen Teil der Internetnutzung von Kindern ein. Insgesamt sind Kinder, nach Einschätzung der Eltern, an einem durchschnittlichen Wochentag 43 Minuten online. Mit zunehmendem Alter steigt die Zeit, die Kinder im Internet verbringen deutlich an (6-7 Jahre: 17 Min., 8-9 Jahre: 30 Min., 10-11 Jahre: 49 Min., 12-13 Jahre: 74 Min.). Im Vergleich zu 2020 sind keine großen Unterschiede festzustellen. Neben **WhatsApp**, das von gut drei Viertel der internetnutzenden Kinder verwendet wird, sind auch weitere Apps für einen Teil der Kinder relevant, wenn auch nicht im gleichen Ausmaß. Am ehesten ist hier **TikTok** zu nennen, welches von jedem zweiten Kind genutzt wird, gefolgt von **Snapchat** (35 %), **Instagram** (32 %) und **Facebook** (27 %). Damit ist bei TikTok im Vergleich zu 2020 der größte Anstieg zu sehen (+7 %), gefolgt von Snapchat (+4 %). Bei Instagram und Facebook bleibt der Anteil nahezu unverändert.

Der **Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht** hängt vom Alter der Kinder ab. Werden an Grundschulen noch wenig Geräte verwendet, steigt der Anteil an Computern, Laptops, Whiteboards und Smartphones ab der weiterführenden Schule und auch Schulclouds werden relevanter. Über alle Altersgruppen hinweg werden Whiteboards/Smartboards (22 %), Computer (21 %) und Laptops (21 %) von etwa jedem fünften Kind regelmäßig in der Schule verwendet. 17 % nutzen mindestens wöchentlich Tablets, 16 % Handy/Smartphones und 10 % eine Schulcloud.

Im Vergleich der letzten Jahre sind insgesamt einige **Veränderungen im Einsatz digitaler Medien in der Schule** zu sehen. Wurden 2018 noch hauptsächlich Computer verwendet, ist dieser Anteil in den Jahren 2020 und 2022 gesunken. Dafür wurden **vermehrt Whiteboards, Laptops und seit 2022 Tablets** verwendet. Mit Blick auf die konkreten Tätigkeiten liegen vor allem das Recherchieren im Internet und das Schreiben von Texten vorne.

Wenn es generell um **Recherche und Informationen** geht wird deutlich, dass Kinder viele Informationen über ihr direktes Umfeld im Freundeskreis und in der Familie erhalten. Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil an Kindern, die über **Suchmaschinen** recherchieren (tägliche Nutzung: 6-7 Jahre: 9 %, 8-9 Jahre: 9 %, 10-11 Jahre: 19 %, 12-13 Jahre: 32 %).

Eltern haben insgesamt ein ambivalentes Verhältnis zum Medienumgang ihrer Kinder. Einerseits stimmen 80 % der Aussage zu, dass das Internet Gefahren für Kinder birgt, andererseits sehen 86 % Chancen für Kinder Neues zu lernen. Bei knapp der Hälfte (48 %)

darf/dürfte das Kind das Internet **auch ohne Aufsicht** nutzen. Der Großteil sieht sowohl sich als Eltern, als auch die Schule in der Verantwortung, Kindern den richtigen Umgang mit Medien zu zeigen, 79 % wünschen sich Medienkompetenz als Schulfach.

Was die **Bildschirmzeit** ihrer Kinder angeht, werden **selten spezielle Maßnahmen** ergriffen. Etwa ein Drittel der Eltern prüfen, wie lange ihr Kind am PC, Laptop, Tablet oder Handy ist, ein Viertel tut dies bei der Spielkonsole. Der Anteil an Eltern, die Voreinstellungen zu den Bildschirmzeiten vornehmen liegt bei PC, Laptop und Tablet bei 39 %, beim Smartphone bei 35 % und bei Spielkonsolen bei 28 %.

Zwei Drittel der Eltern, deren Kinder das Internet nutzen, gibt an, **keine technischen Möglichkeiten des Jugendmedienschutzes** wie Filter oder Sicherheitseinstellungen zu verwenden.

Insgesamt zeigt die KIM-Studie 2022, dass immer mehr Kinder Medien selbstständig und ohne Begleitung von Erwachsenen nutzen. Vor allem digitale Spiele und das Internet werden vermehrt alleine verwendet.

Gleichzeitig setzen Eltern wenig technische Hilfsmittel ein, um Kinder vor ungeeigneten Inhalten zu schützen.

Die Bedeutung der frühen Förderung eines kompetenten Umgangs mit digitalen Medien stellt sich klar heraus. Auch die Unterstützung von Eltern in diesem wichtigen Themenfeld spielt hier eine zentrale Rolle.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: KIM-Studie 2022. Kindheit, Internet, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart 2023 - www.mpfs.de/studien/kim-studie/2022/

JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/studien/jim-studie/2023/

Kurzzusammenfassung:

Für die vorliegende Studie wurden 1.200 Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren befragt.

2023 sind Jugendliche durchschnittlich 224 Minuten täglich online. Dabei spielen insbesondere Messenger und Social Media eine große Rolle. WhatsApp wird von 94 % regelmäßig genutzt. Instagram belegt mit 62 % Platz zwei, gefolgt von TikTok mit 59 % und Snapchat mit 49 %. Wenn es um onlinebasierte Möglichkeiten geht, Serien, Sendungen und Filme anzusehen, sind vor allem Netflix und YouTube bei Jugendlichen sehr beliebt. 63 % nutzen hierfür regelmäßig YouTube (2022: 50 %), 50 Prozent Netflix (2022: 53 %). Jedes dritte Mädchen und jeder vierte Junge wurde 2023 im Netz schon einmal sexuell belästigt. 23 % wurden im letzten Monat vor der Befragung ungewollt mit pornografischen Inhalten konfrontiert.

Zentrale Ergebnisse:

Jugendlichen steht ein breites Medienrepertoire zur Verfügung. Smartphones, Computer/ Laptops sowie Fernsehgeräten sind in nahezu allen Haushalten vorhanden und auch Video- und Musikstreaming-Dienste, Tablets, Radiogeräte und feste Spielkonsolen sind weit verbreitet. Jugendliche selbst besitzen vor allem Smartphones (96 %), gefolgt von Computer/Laptops (73 %), Fernsehgeräte (57 %) und Tablets (56 %).

In der **Freizeit** spielen Smartphone, Internet und Musik hören die größte Rolle. Das Smartphone ist das meistgenutzte Gerät (98 %). 95 % sind regelmäßig online, 90 % hören mindestens mehrmals in der Woche Musik. 82 % sehen sich regelmäßig Videos im Internet an, drei Viertel sieht mindestens mehrmals pro Woche fern, 72 % spielen digitale Spiele und 71 % nutzen regelmäßig Videostreaming-Dienste. 58 % der Zwölf- bis 19-Jährigen hört regelmäßig Radio und jeweils etwa jede/-r Zweite nutzt ein Tablet oder einen Sprachassistenten wie Alexa, Siri, Google Assistent oder Bixby. Gut ein Drittel der Jugendlichen lesen in ihrer Freizeit gedruckte Bücher und jeweils etwa jede/-r Fünfte hört Podcasts oder Hörspiele/-bücher.

Das **Lesen von Büchern** nimmt trotz der großen Veränderungen im Medienalltag bei vielen Jugendlichen weiterhin einen **wichtigen Platz** ein. 1998 lasen 38 % der Jugendlichen regelmäßig in ihrer Freizeit Bücher, aktuell sind es 35 %. Bei Mädchen war und ist das Lesen von Büchern beliebter als bei Jungen. Die digitale Form des Lesens anhand von E-Books wird von 10 % der Jugendlichen regelmäßig genutzt und liegt damit deutlich hinter dem gedruckten Buch.

Die **große Bedeutung von Musikstreaming-Diensten** im Alltag von Jugendlichen wird mit Blick auf die Nutzungsdauer deutlich. An einem durchschnittlichen Tag hören Jugendliche 115 Minuten Musik über Spotify & Co.. Damit ist die durchschnittliche Nutzung im Vergleich zum Vorjahr um 17 Minuten angestiegen. Das Radio als weiterer Zugangsweg zu Musik, Nachrichten und weiteren Inhalten wird von 58 % der Jugendlichen regelmäßig verwendet und ist damit in den letzten Jahren stabil geblieben (2022: 57 %). Auf die Frage, über welche Geräte sie in den letzten 14 Tagen Radio gehört haben, zeigt sich die Bedeutung von Autoradios. Mit 73 % liegen diese auf dem ersten Platz, gefolgt von Radiogeräten zu Hause mit 56 %. 27 % haben in den letzten zwei Wochen über ihr Handy Radio gehört, jede/-r Fünfte über einen Smartspeaker wie Amazon Echo oder Google Home (21 %). Zwei Drittel der Jugendlichen hören Podcasts, 22 % nutzen sie regelmäßig.

Während der Corona-Pandemie hat sich die Zeit, die Jugendliche online verbringen, stark erhöht. So lag im Jahr 2019 die durchschnittliche Online-Nutzungszeit in der Freizeit noch bei 205 Minuten pro Tag. Im Jahr 2020 stieg dieser Wert auf 258 Minuten an. Erst im Jahr 2022 erreichte die durchschnittliche Online-Zeit mit 204 Minuten wieder das Niveau vor Pandemiebeginn. 2023 ist erneut ein Anstieg um 20 Minuten auf eine tägliche Online-Zeit von 224 Minuten zu sehen.

Mit Blick auf die regelmäßige Nutzung von Online-Angeboten liegt **WhatsApp** mit 94 % regelmäßiger Nutzung deutlich auf dem ersten Platz. **Instagram** liegt mit 62 % auf Platz zwei, gefolgt von **TikTok** mit 59 %, **Snapchat** mit 49 % und **Facebook** mit 22 %. Knapp jede/-r Fünfte verwendet Discord, 16 % die französische Social-Media-App BeReal und 15 % Pinterest. Twitch wird von 13 % der Jugendlichen regelmäßig verwendet.

Im Hinblick auf die internetbasierte Nutzung von Serien, Sendungen und Filmen sind insbesondere **Netflix und YouTube** bei Jugendlichen sehr beliebt. Dabei ist bei YouTube mit 63 % regelmäßiger Nutzung im Vergleich zum Vorjahr ein deutlicher Zuwachs zu sehen (2022: 50 %). Die Hälfte schaut regelmäßig Netflix (2022: 53 %). Unverändert zum Vorjahr nutzen 31 % Prime Video. Jede/-r Fünfte sieht sich regelmäßig Inhalte auf Disney+ an, gefolgt von den Livestreams der Fernsehsender (16 %), den öffentlich-rechtlichen Mediatheken (13 %), Sky (11 %), Joyn/RTL+ (10 %) und WOW (5 %).

Im Rahmen der JIM-Studie wurde weiterhin gefragt über welche Wege sich Jugendliche regelmäßig **zum aktuellen Weltgeschehen informieren**. Hier sind insbesondere Gespräche mit der Familie von großer Bedeutung. 63 % der Befragten informieren sich mindestens mehrmals in der Woche hierüber über das Weltgeschehen. Jeweils gut jede/-r Zweite über Nachrichten im TV/Radio und durch Gespräche mit Freunden.

Ein Drittel macht dies regelmäßig über YouTube, gefolgt von TikTok (30 %) und Instagram (29 %). Onlineangebote von TV- und Radiosendern und vorinstallierte Newsfeeds werden von etwa jedem/-r Fünften regelmäßig hierfür verwendet, gefolgt von speziellen Nachrichten-Apps (17 %).

Auch das **Themenfeld Desinformation und Beleidigungen im Netz** wird im Rahmen der JIM-Studie untersucht. 58 % der Jugendlichen sind im Netz mit Fake News in Kontakt gekommen, gut die Hälfte mit beleidigenden Kommentaren. Etwa jeweils zwei von fünf Jugendlichen hatten im letzten Monat vor der Befragung Kontakt mit extremen politischen Ansichten, Verschwörungstheorien und Hassbotschaften. 23 % haben ungewollt pornografische Inhalte gesehen, 14 % haben Anfeindungen gegen sich persönlich erleben müssen. Lediglich 27 % konnten von sich sagen, im letzten Monat keinem dieser Phänomene im Internet begegnet zu sein.

Digitale Geräte dominieren nicht nur die Freizeit der Jugendlichen, auch **in der Schule** spielen sie zunehmend eine Rolle. Im Rahmen der JIM-Studie 2023 wurde daher untersucht wie häufig diese im Schulunterricht eingesetzt werden. Generell gehen 63 % der Befragten regelmäßig im Unterricht online, 11 % nutzen digitale Spiele im Unterricht. Was die Zugangsgeräte betrifft, wird ein Tablet von 39 % regelmäßig verwendet, gefolgt von Whiteboards und Smartphones (jeweils 35 %) sowie der Schulcloud (33 %). Etwa jede/-r Vierte nutzt Smartboards (26 %), jede/-r Fünfte Laptops (21 %) und Computer (18 %). Digitale Spiele werden von 11 % regelmäßig im Schulunterricht genutzt.

Insgesamt zeigt die Studienreihe JIM in den letzten 25 Jahren einen **starken Wandel im Medienalltag von Jugendlichen**. Sowohl technische Veränderungen als auch gesellschaftliche Ereignisse haben Einfluss auf die Mediennutzung der Zwölf- bis 19-Jährigen. Auch zukünftig werden Medien zahlreiche Chancen und neue Herausforderungen mit sich bringen und die Förderung eines kompetenten und bewussten Umgangs ist und wird sehr wichtig sein.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2023. Jugend, Information, Medien, Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2023 – www.mpfs.de/studien/jim-studie/2023/

FIM-Studie 2016. Familie, Interaktion, Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien

Zugehörige Grafiken: www.mpfs.de/studien/fim-studie/2016/

Kernergebnisse:

In den 284 deutschsprachigen ausgewählten Familien wurden alle Familienmitglieder ab drei Jahren in die Befragung einbezogen.

Medienausstattung: Familien sind sehr gut mit Medien ausgestattet: nahezu alle besitzen einen Fernseher, ein Radio, ein Smartphone/Handy und einen PC/Laptop.

Mediennutzung: 58 % der Eltern sehen regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, gemeinsam mit ihren Kindern fern. 40 % der Eltern hören gemeinsam mit ihren Kindern Musik (egal über welchen Verbreitungsweg) und ein Viertel der Eltern liest gemeinsam mit den Kindern Bücher und Comics oder nutzt Social-Media-Angebote. Ferngesehen wird von fast allen mehrmals pro Woche in Echtzeit, von jedem Zehnten über die Mediathek oder über Videoportale. Streaming-Dienste werden nur von 7 % der Eltern regelmäßig genutzt. Die 12- bis 19-Jährigen nutzen neben dem linearen Fernsehen häufiger als ihre Eltern auch YouTube oder myvideo.

Kommunikation: Bei Gesprächsthemen aus dem Medienbereich liegt das Fernsehen/Fernsehinhalte an erster Stelle, gefolgt von Tageszeitungsinhalten und an dritter Stelle von Internetinhalten. Social-Media-Angebote wie z.B. Facebook, WhatsApp, Instagram oder Snapchat nehmen auch einen nicht unbedeutenden Teil ein. Neben den Inhalten werden auch regelmäßig in jeder dritten Familie Gespräche über die Nutzungsdauer und die Nutzungszeiten geführt.

Der wichtigste Kommunikationsweg ist mit 88 % nach wie vor das persönliche Gespräch. Bei der Kommunikation zwischen älteren Kindern und Eltern sind es im Vergleich zu 2011 mit 34 % mittlerweile 62 % der Eltern, die angeben, sich mit ihren Kindern zumindest gelegentlich per Textnachricht auszutauschen.

Medienexperten: Klare Rollenverteilung: Väter sind die Spezialisten in technischen Fragen (Computer etc.), Mütter sind für Fernsehinhalte und zum Thema Buch gefragt, für Computerspiele sind die Kinder die Experten.

Medienerziehung: Jedes dritte Elternteil schätzt sich als sehr kompetent ein (Männer 40 %, Frauen 23 %). Gut die Hälfte der Eltern steht der Medienentwicklung ambivalent gegenüber, sieht sowohl positive als auch negative Folgen für das Familienleben.

Schutz der Kinder: Die Eltern sind mehrheitlich der Ansicht (78 %), dass sie selbst für den Schutz ihrer Kinder vor negativen Medieneinflüssen die Hauptverantwortung tragen.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: FIM-Studie 2016. Familie, Interaktion, Medien. Untersuchung zur Kommunikation und Mediennutzung in Familien, Stuttgart 2017 – www.mpfs.de/studien/fim-studie/2016/