

Grunddaten Jugend und Medien 2019

Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland

Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien
von Heike vom Orde (IZI) und Dr. Alexandra Durner

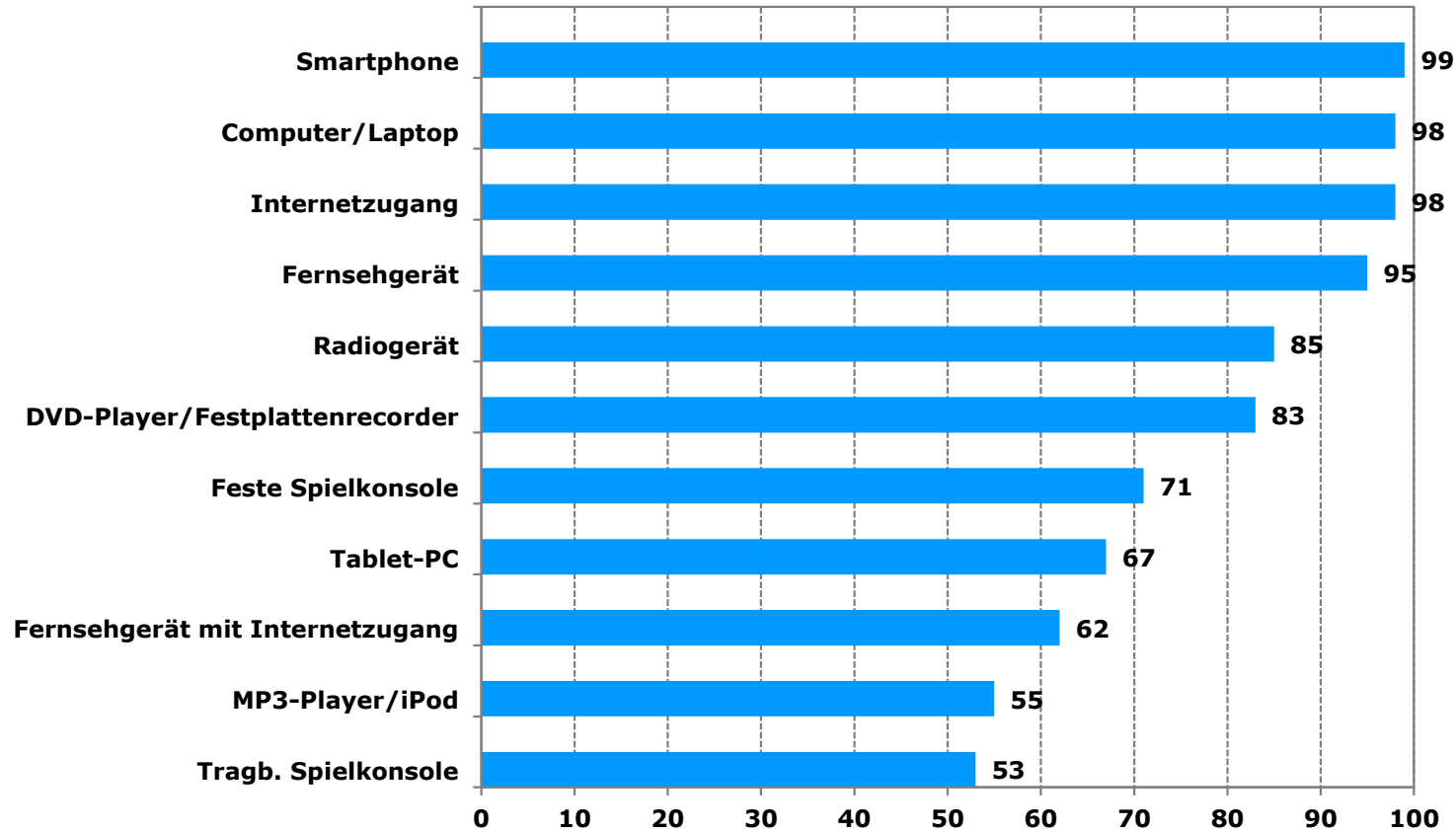
Inhaltsübersicht

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien für Jugendliche	3
Jugendliche und Fernsehen	17
Computer, Internet und Social Media	32
Handy und mobile Medien	53

Medienbesitz, -nutzung und Relevanz der Medien

Wie sieht die Medienausstattung in den Haushalten aus?

Geräteausstattung im Haushalt, 2018, Auswahl (Angaben in %)

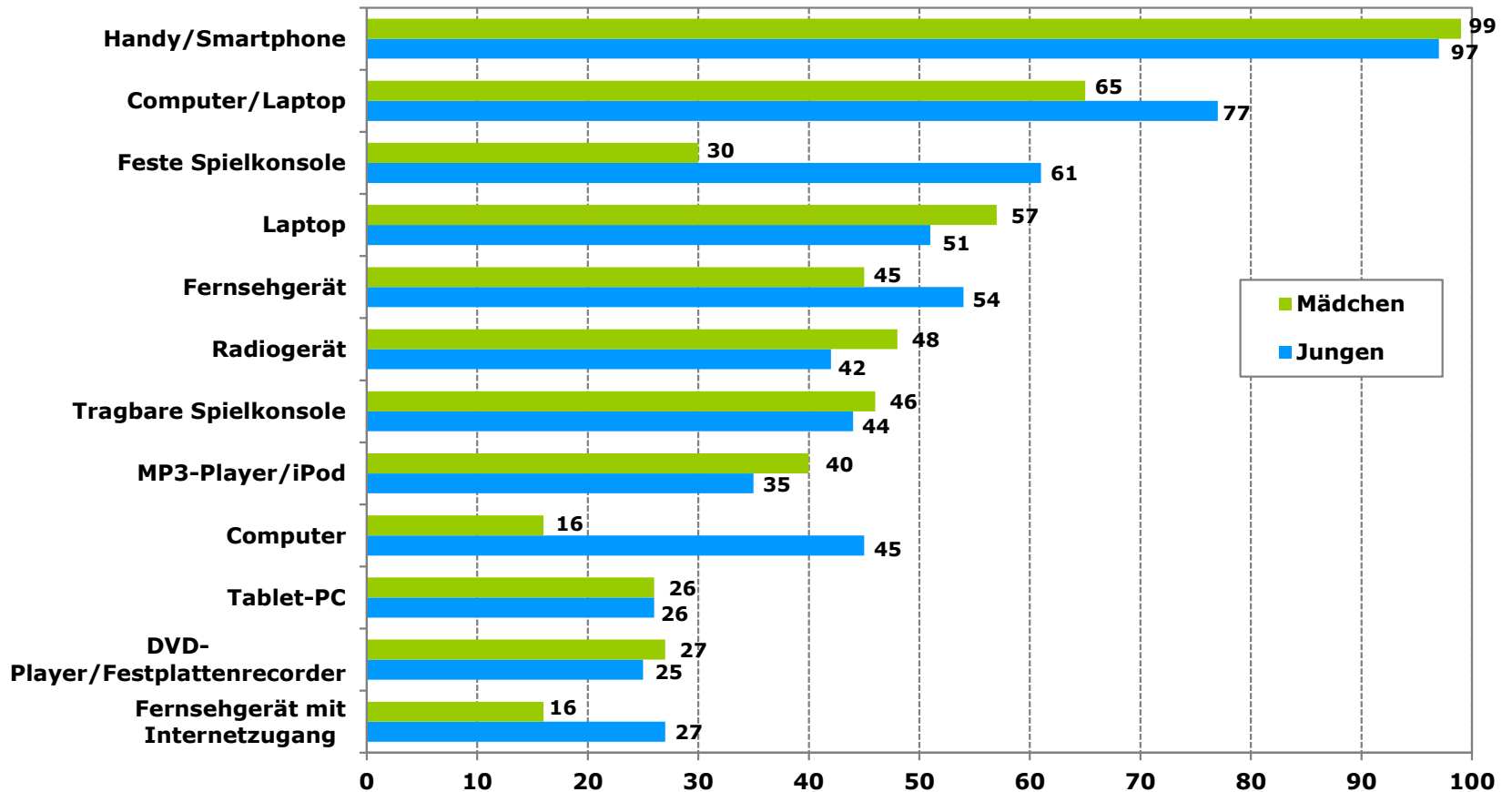


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 6.

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, 2018, Auswahl (Angaben in %)

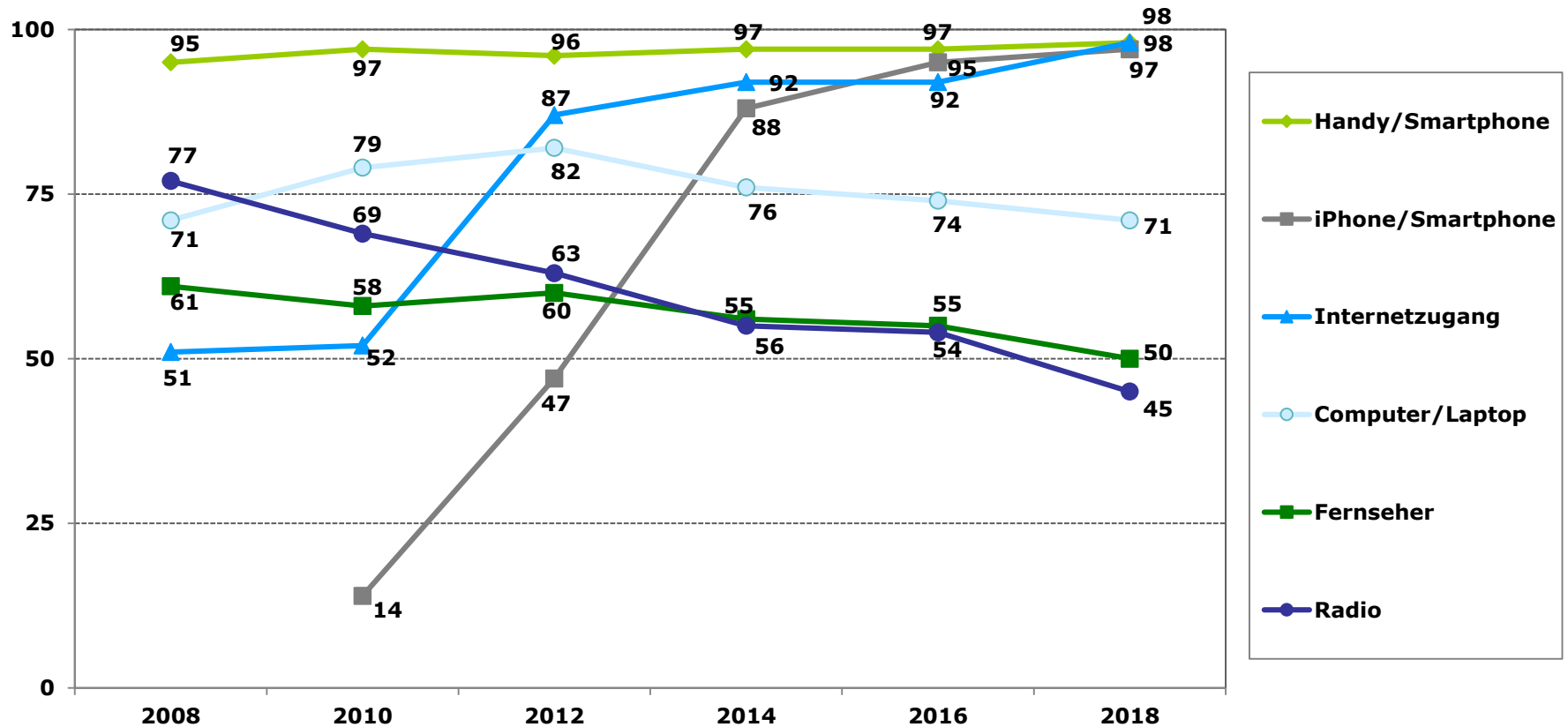


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 9.

Entwicklung des Gerätebesitzes von Jugendlichen 2008-2018

Auswahl (Angaben in %)

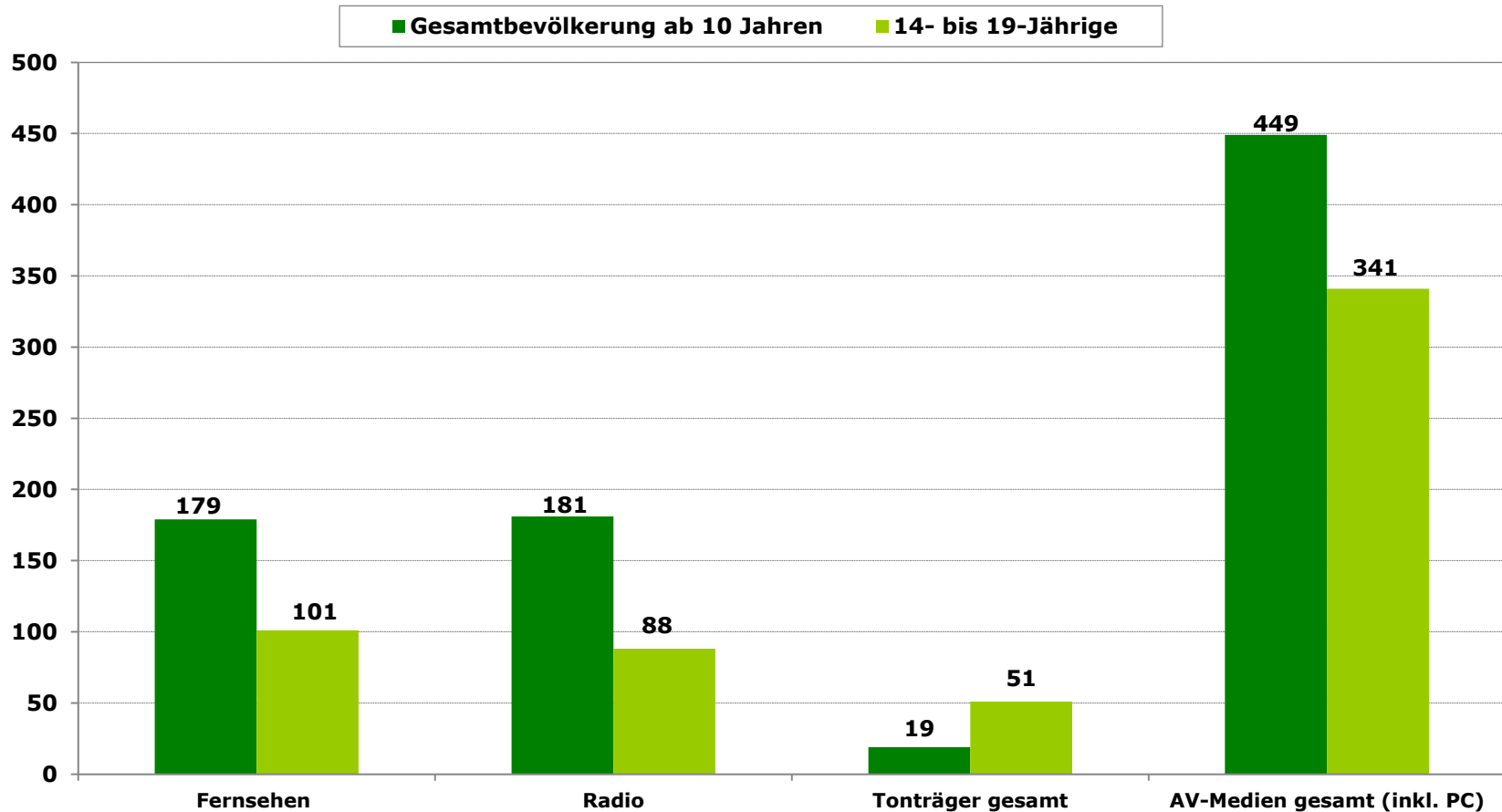


Basis: 2008: n=1.208, 2010: n=1.208, 2012: n=1.201, 2014: n=1.200, 2016: n=1.200, 2018: n=1.200; Jugendliche 12-19 Jahre.

Quelle: Feierabend/Rathgeb/Reutter, in: Media Perspektiven 2018, S. 588.

Tägliche Nutzungsdauer audiovisueller Medien 2018

Nach Altersgruppen, Nutzungsdauer in Minuten/Tag

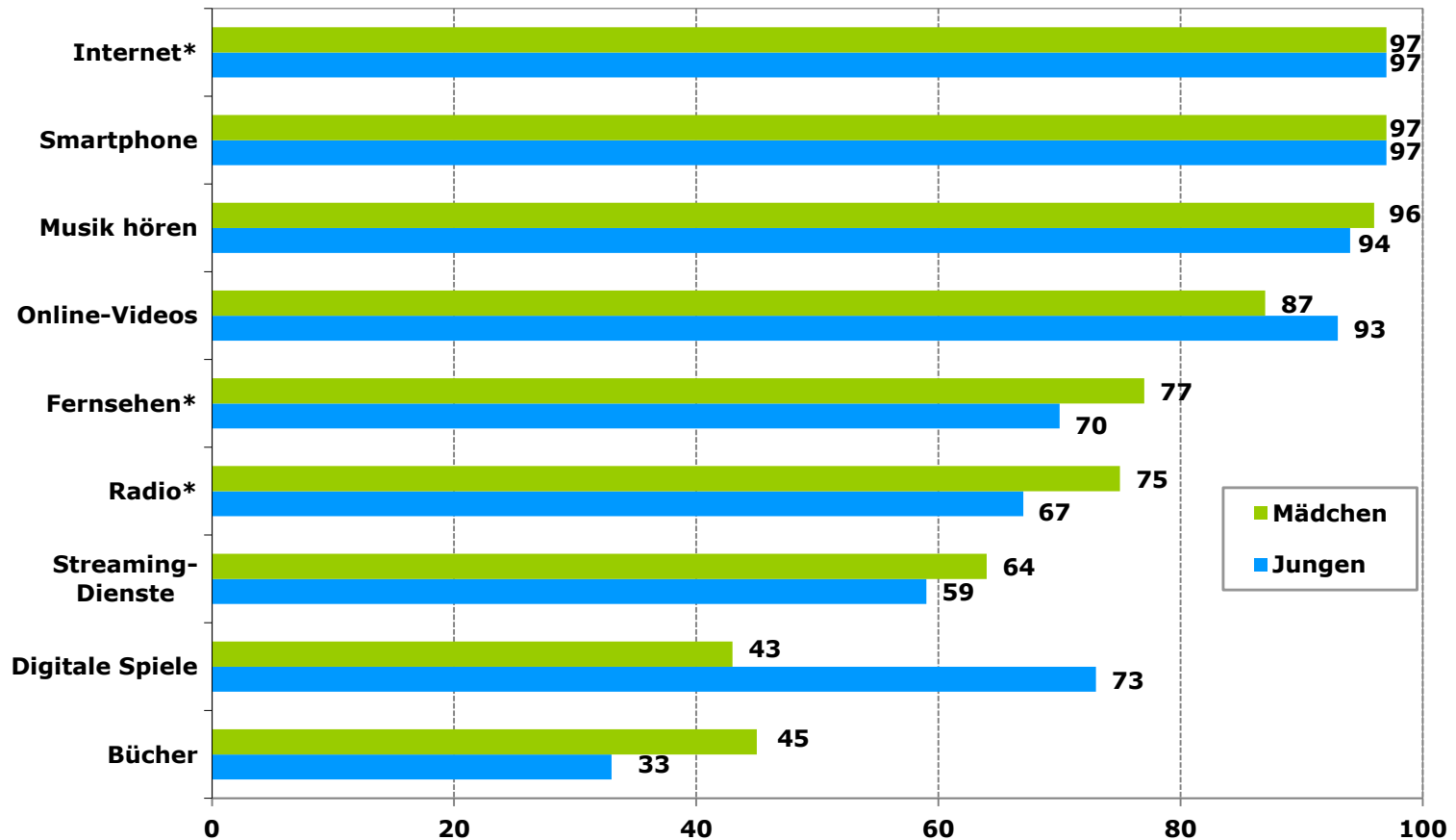


Basis: ma 2018, deutschsprachige Personen ab 10 Jahren, Mo-So, 5:00-24:00 Uhr.
Tonträger=Schallplatte, Kassette, CD, MP3.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2018, S. 69/70.

Mit welchen Medien beschäftigen sich Jugendliche täglich bzw. mehrmals pro Woche?

Nach Geschlecht, Auswahl, 2018 (Angaben in %)



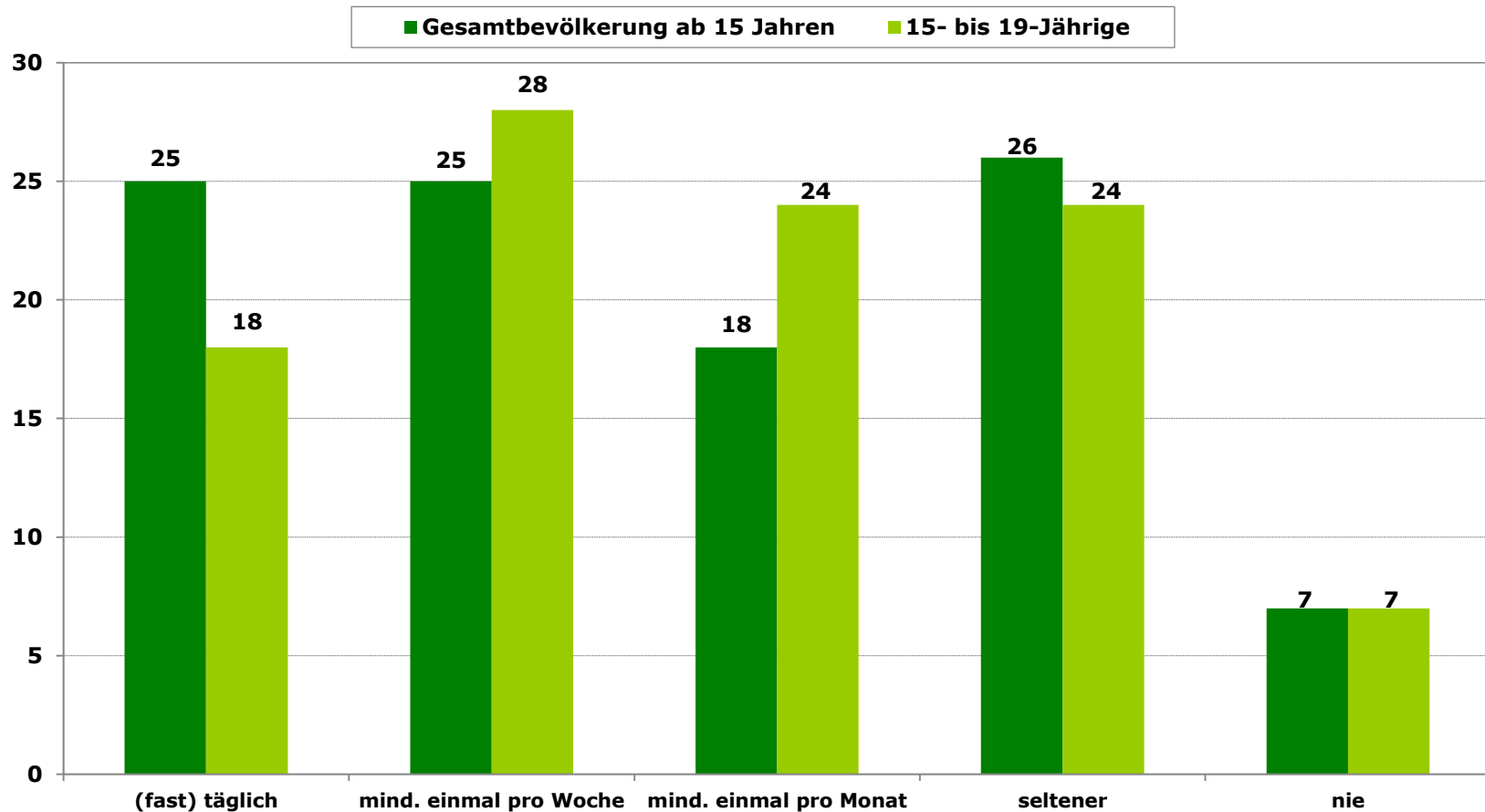
Basis: n= 1.200, 12-19 Jahre.

*Nutzung egal über welchen Zugang.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 14.

Wie häufig lesen Jugendliche im Vergleich zur Gesamtbevölkerung?

Nach Altersgruppen (Angaben in %)

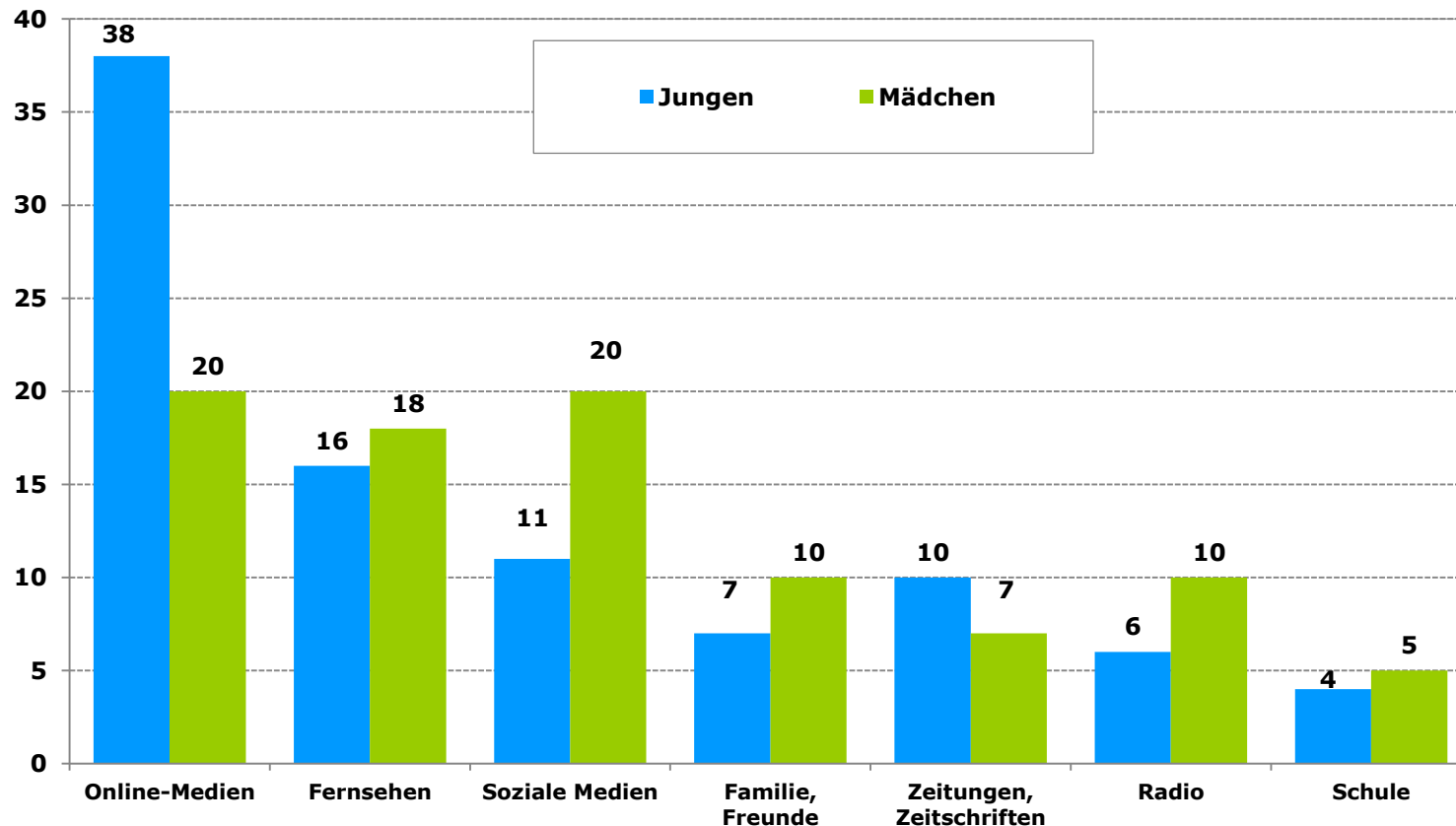


Basis: n=1.502, Gesamtbevölkerung Deutschland, ab 15 Jahren.

Quelle: Global GfK Survey 2017, S. 21/22.

In welchen Medien informieren sich Jugendliche über das aktuelle Geschehen?

„Was aktuell gesellschaftlich und politisch in Deutschland passiert, erfahre ich vor allem durch ...?“
Nach Geschlecht, Auswahl, 2018 (Angaben in %)



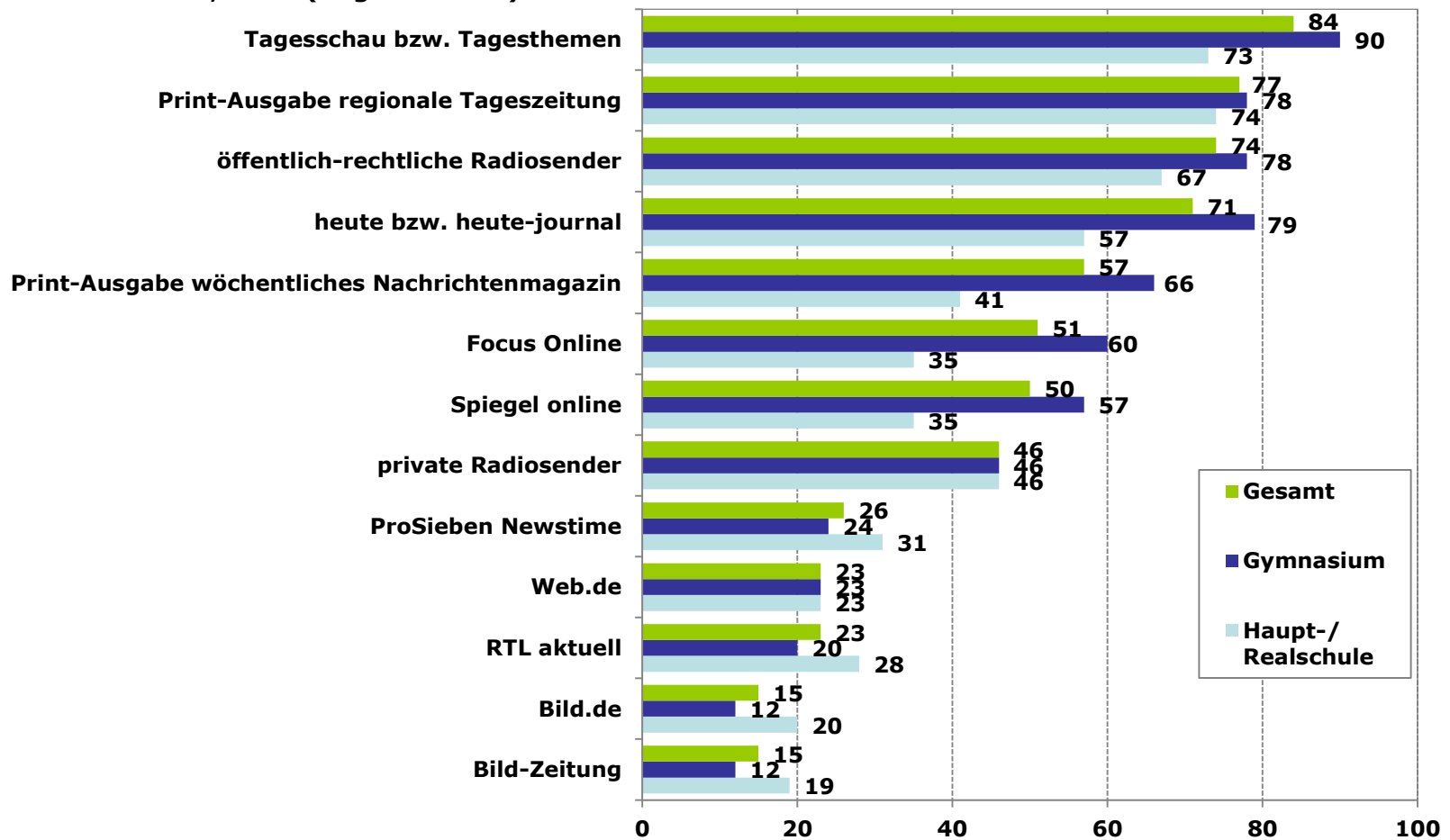
Basis: n=664, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland 2018, S. 38.

Welchen Nachrichtenangeboten vertrauen Jugendliche?

„Diesen Angeboten vertraue ich voll und ganz“

Nach Schulart, 2018 (Angaben in %)

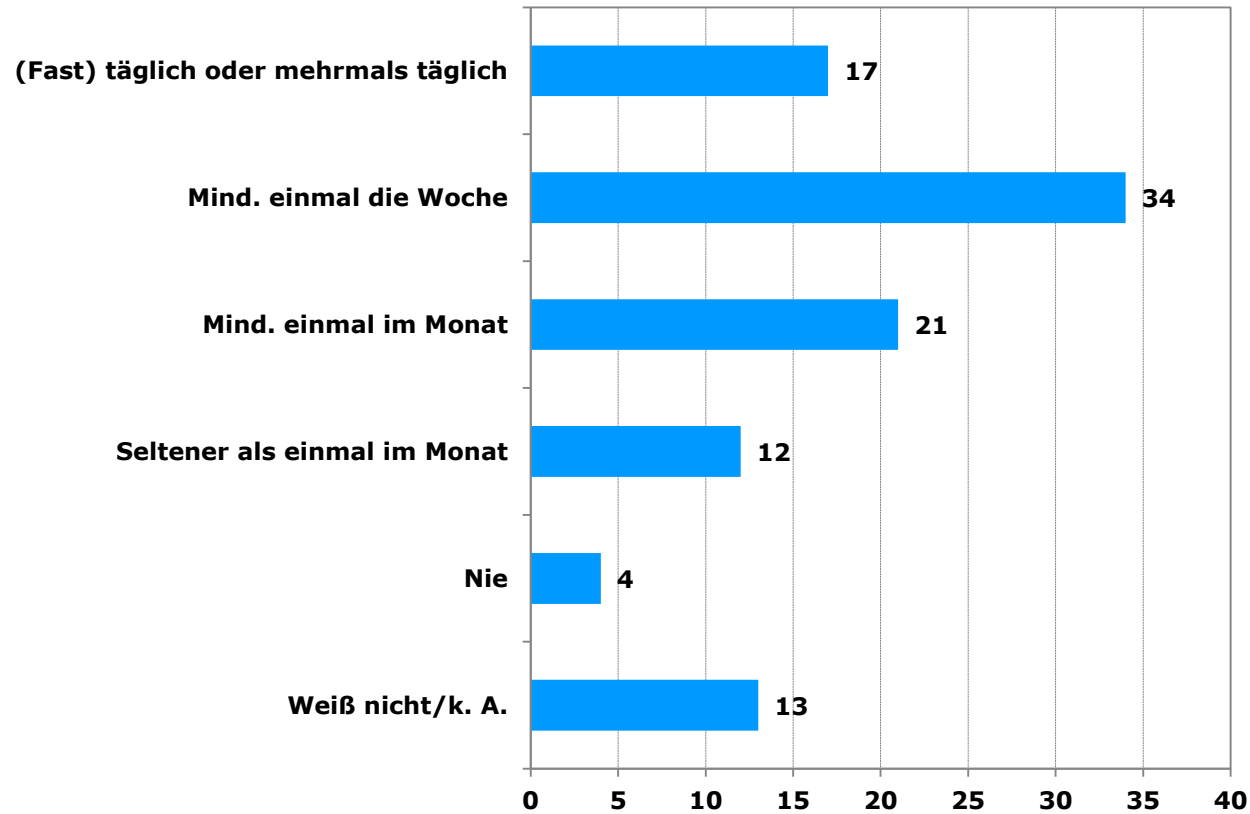


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: Feierabend/Rathgeb/Reutter, in: Media Perspektiven 12/2018, S. 591

Wie oft treffen Jugendliche auf „Fake News“ in den sozialen Medien?

2018 (Angaben in %)

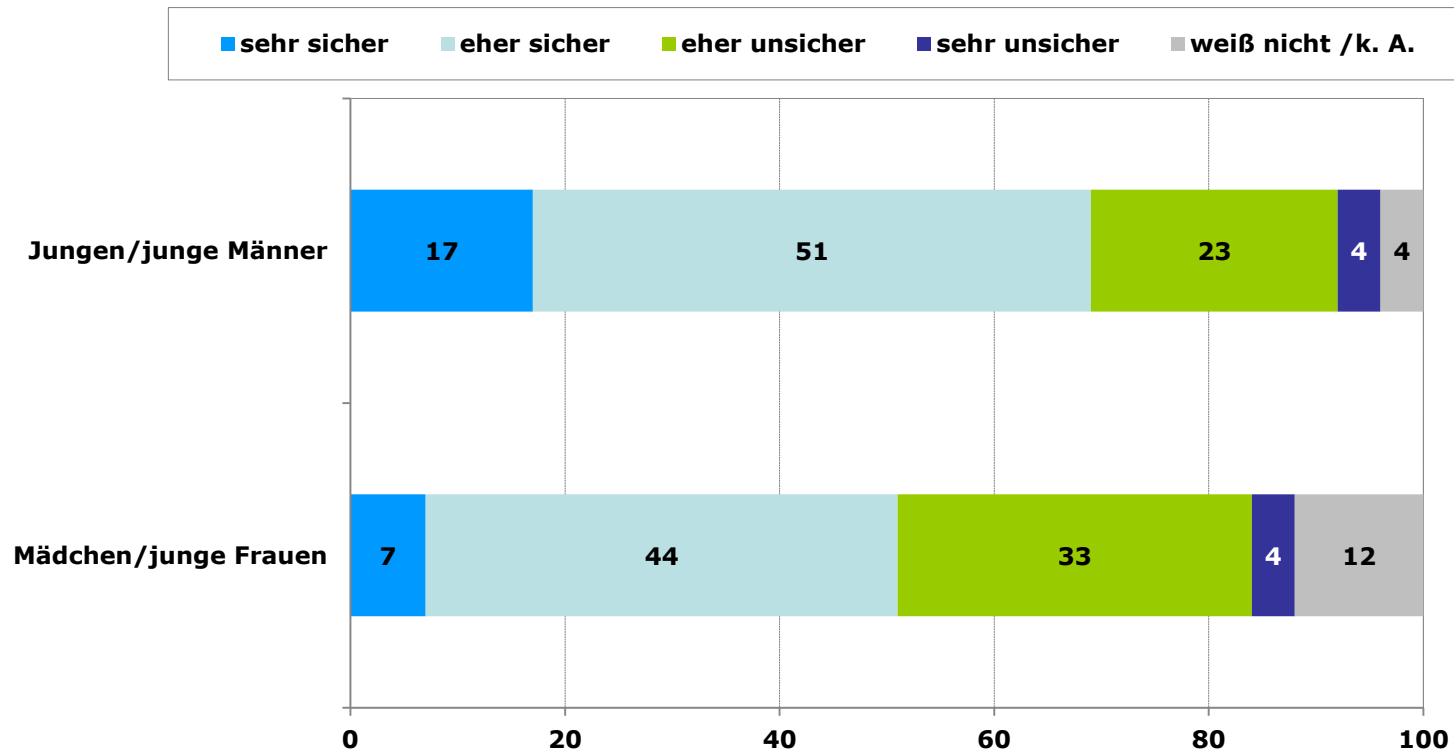


Basis: n=618, Social Media Nutzer*innen, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland 2018, S. 24.

Vor allem männliche Jugendliche glauben, „Fake News“ sicher erkennen zu können

„Wie sicher oder unsicher sind Sie, dass Sie Falschnachrichten in den sozialen Medien erkennen können?“
Nach Geschlecht, 2018, Angaben in %



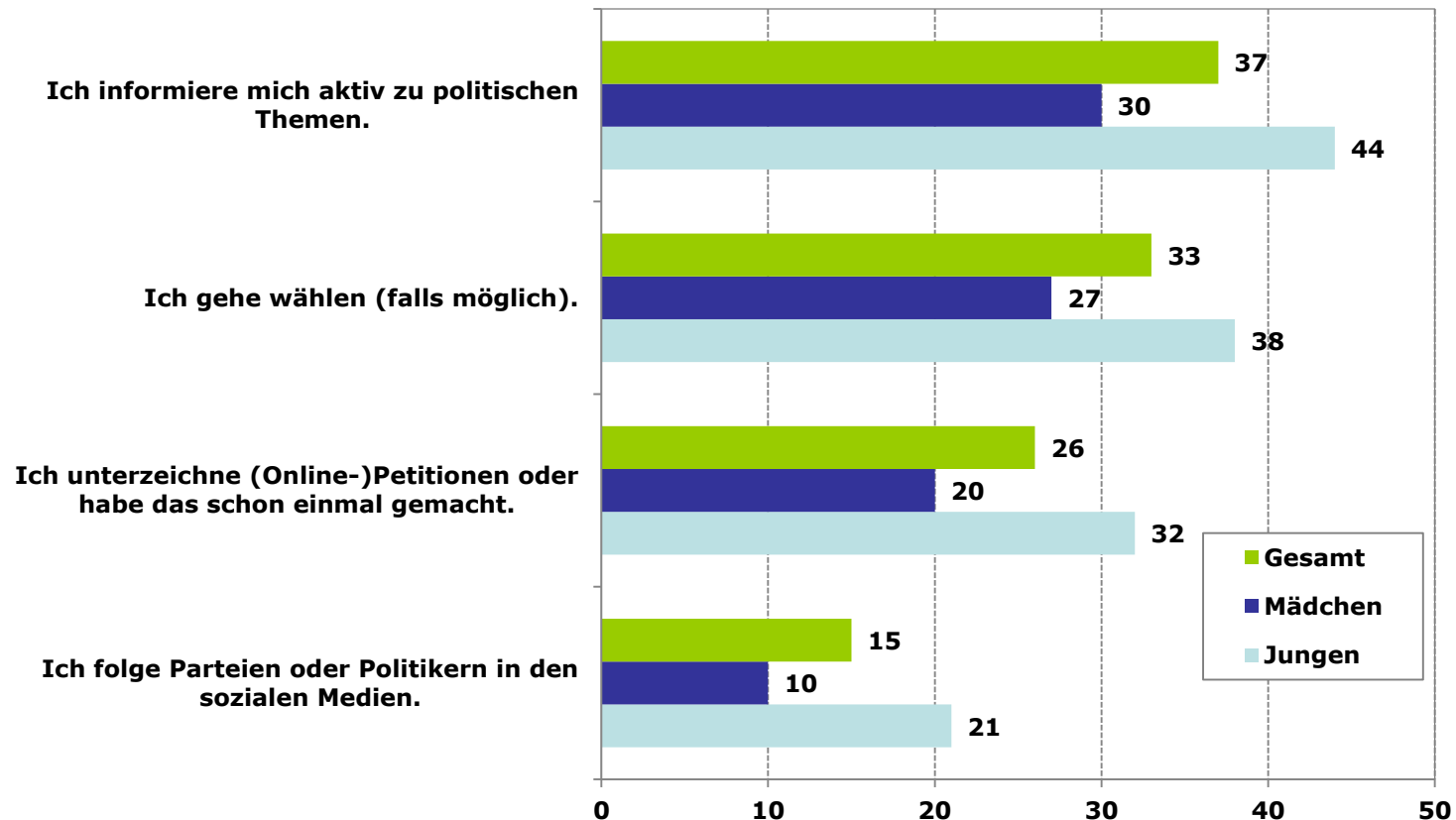
Basis: n=618, Social Media Nutzer*innen, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland 2018, S. 26.

Viele Jugendliche nutzen Medien für politische Aktivitäten

14-17 Jahre, nach Geschlecht, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

„Bist du politisch aktiv/engagierst du dich politisch?“ (Mehrfachnennungen möglich)

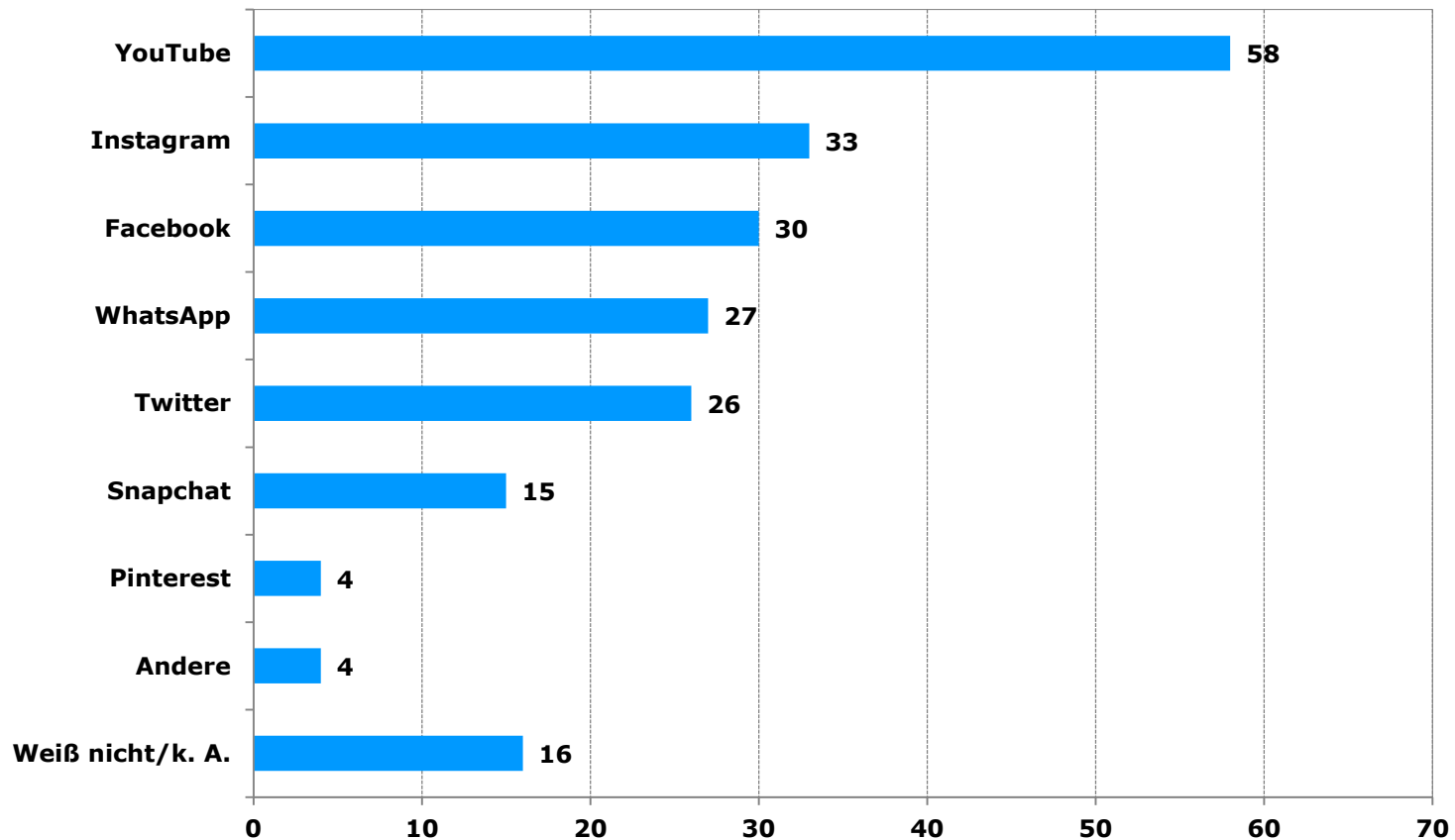


Basis: n=522, 14-17 Jahre.

Quelle: Bravo/YouGov 2017, S. 10

Nutzung von Social Media für politische Informationen

2017, Mehrfachnennungen möglich (Angaben in %)

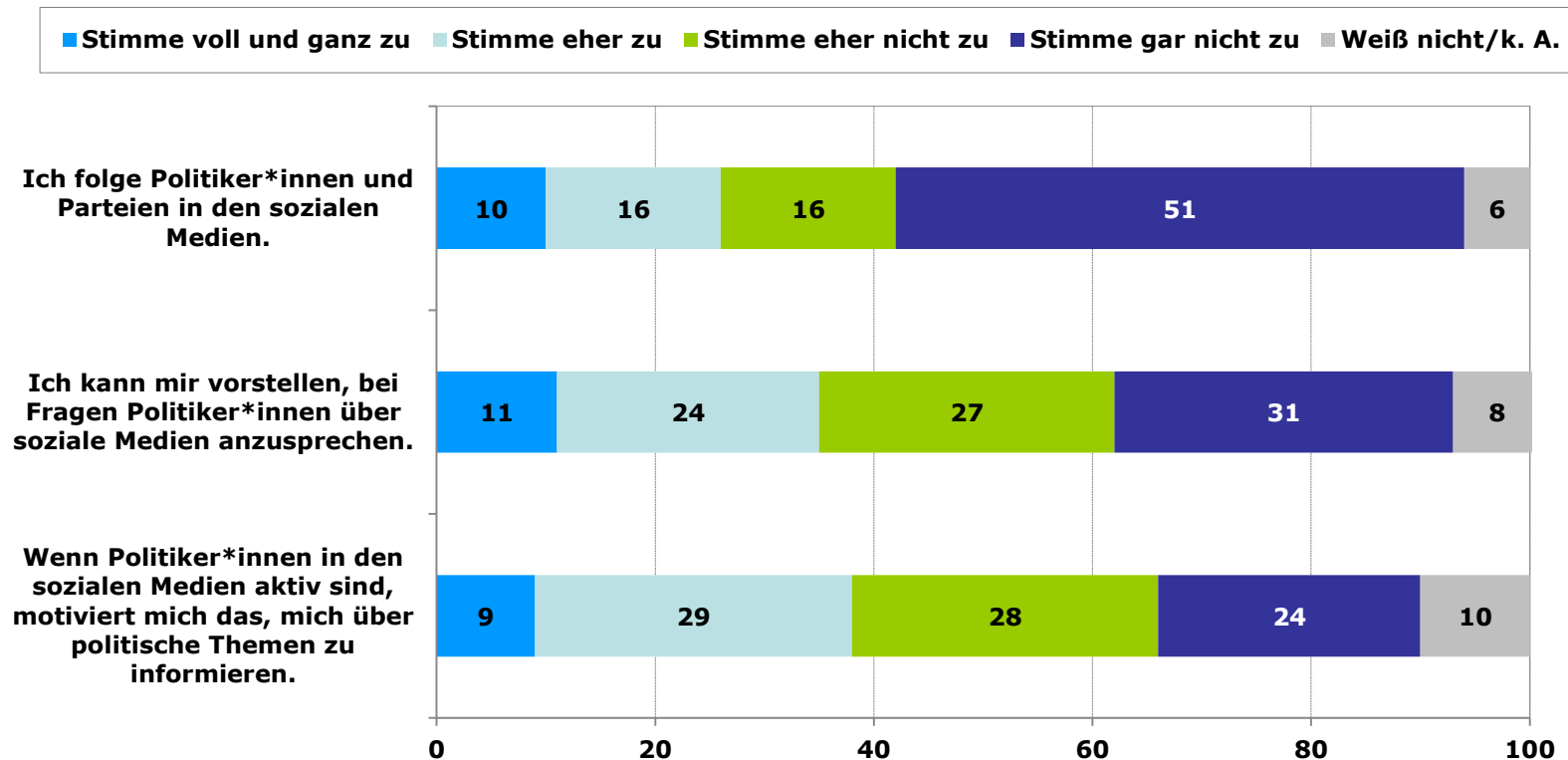


Basis: n=418, 14-17 Jahre; nur Nutzer*innen von Social Media Kanälen.

Quelle: Bravo/YouGov 2017, S. 16.

Einstellungen zu Politikern und Social Media

2018 (Angaben in %)



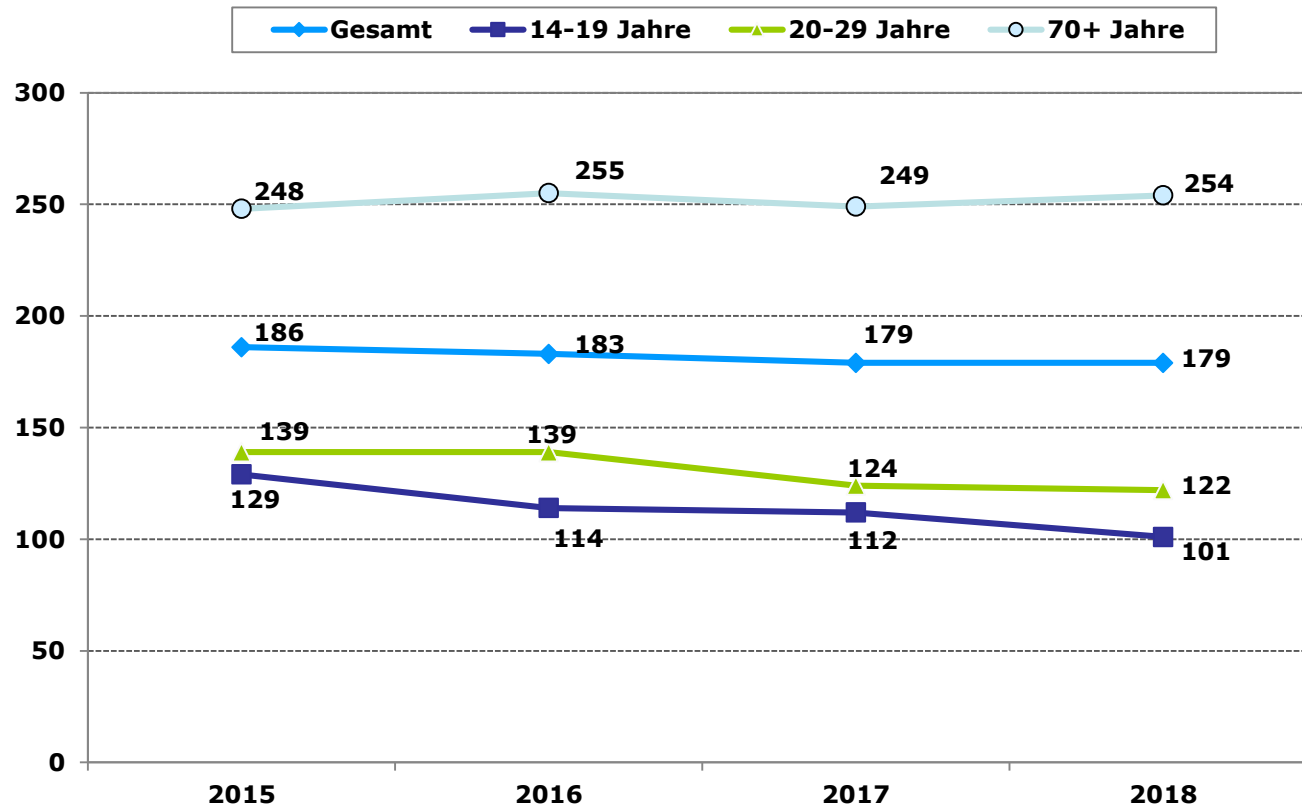
Basis: n=618, Social Media Nutzer*innen, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland 2018, S. 41.

Jugendliche und Fernsehen

Zeitbudget für das Fernsehen von 2015-2018 nach Altersgruppen

Auswahl, Angaben in Min./Tag

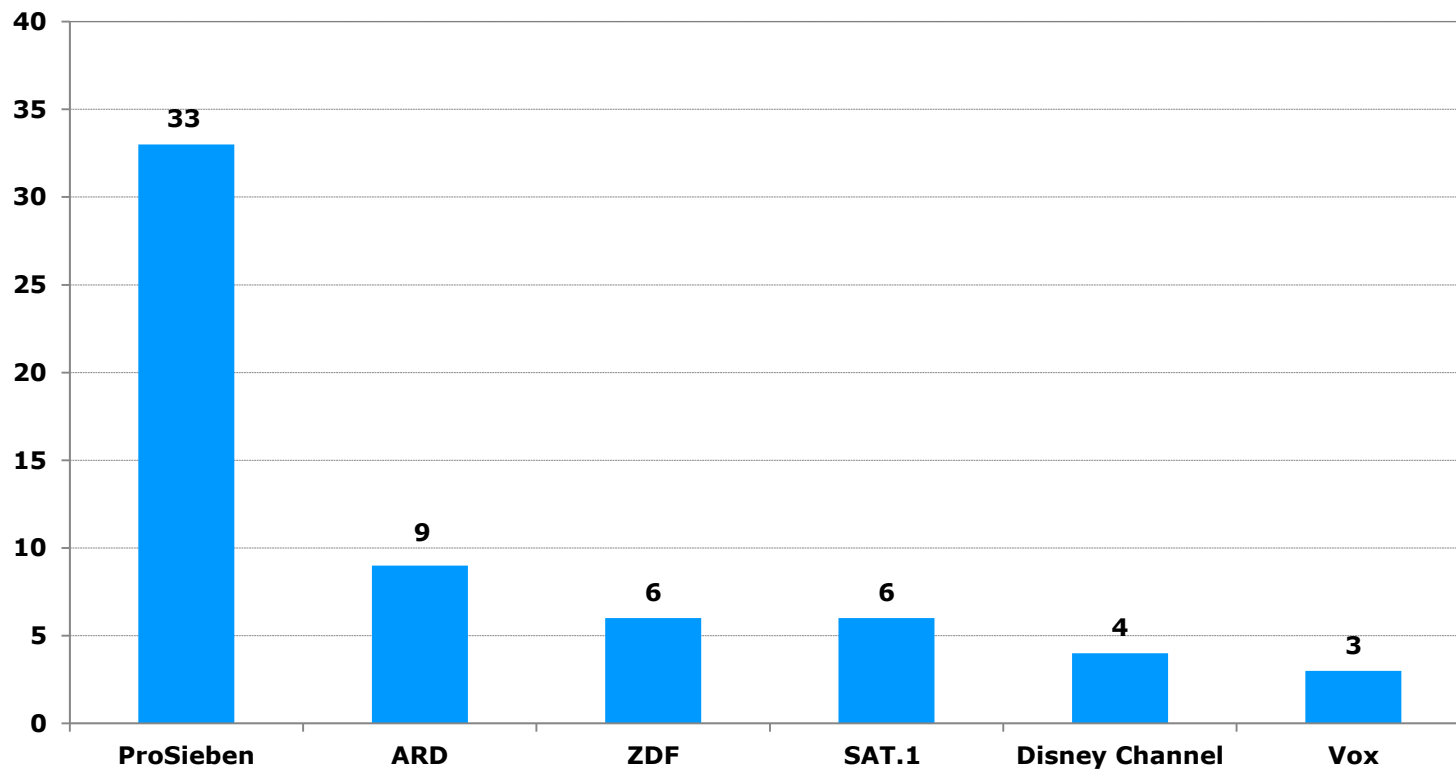


Basis: deutschsprachige Personen ab 14 bzw. 10 Jahren,
5.00-24.00 Uhr, Mo-So.

Quelle: Media Perspektiven Basisdaten 2018, S. 69.

Welche TV-Sender waren 2018 bei Jugendlichen am beliebtesten?

Bei den 12- bis 19-Jährigen, 2018, Auswahl (Angaben in %)

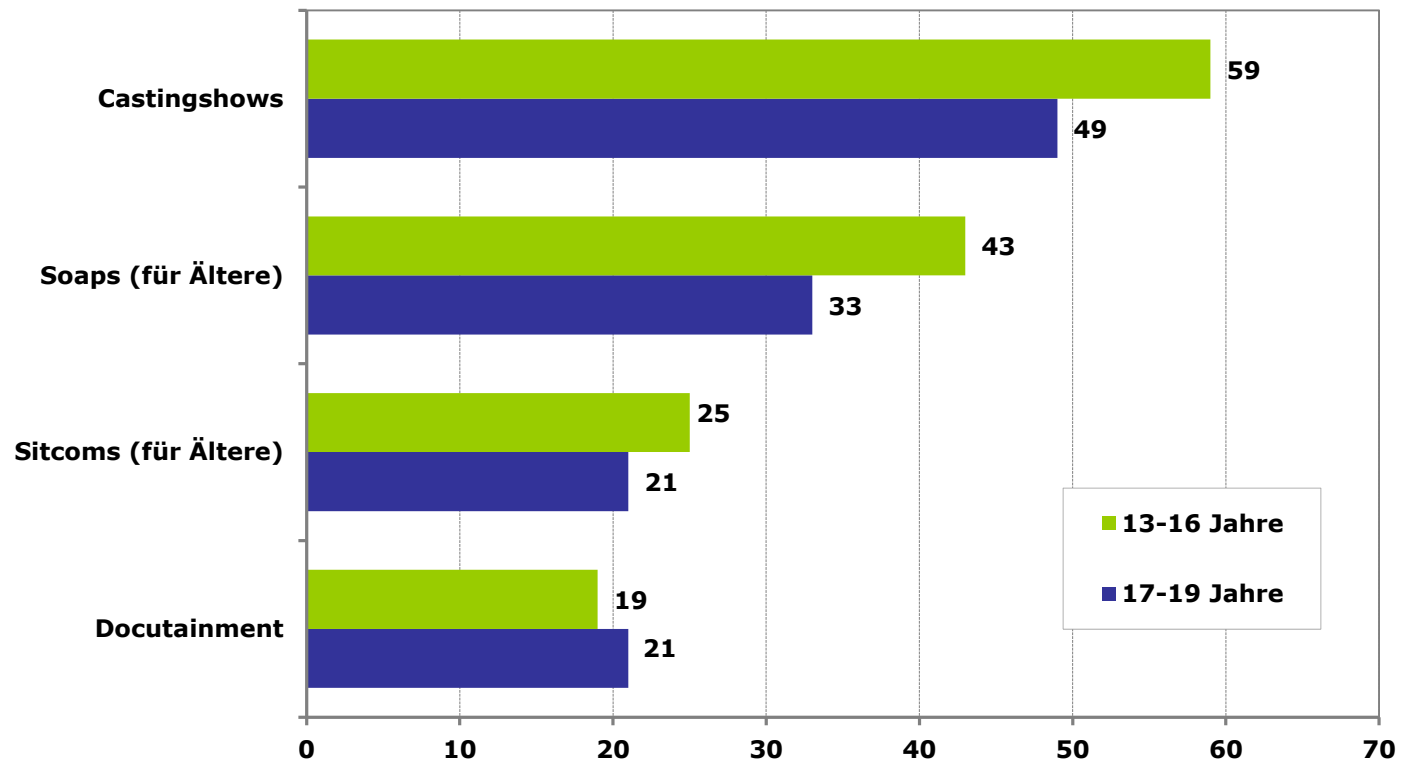


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 45.

Die Lieblingsgenres der Mädchen 2019

„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“
Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2019, Auswahl (Angaben in %)

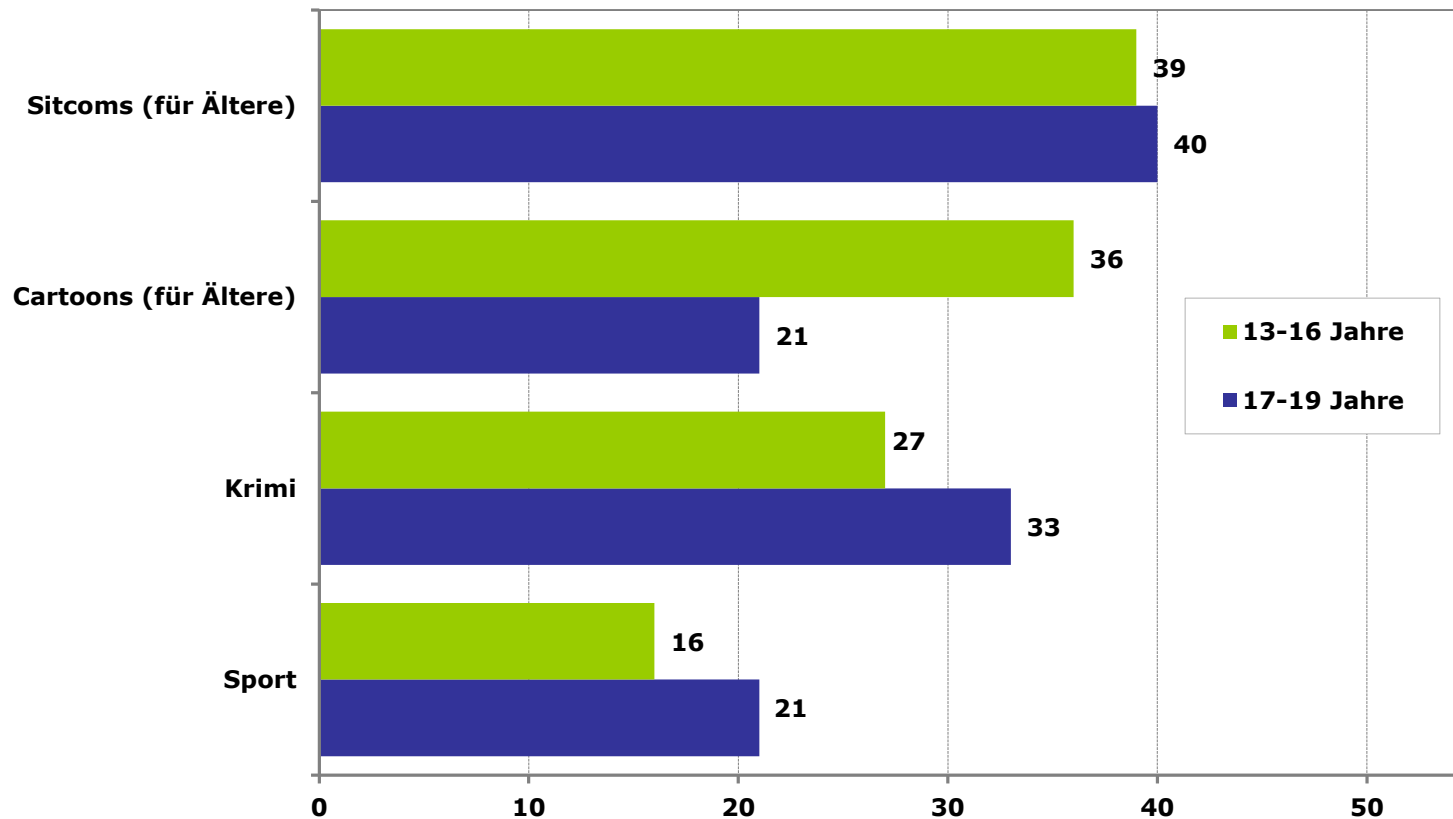


Basis: n=723 Mädchen, 6 bis 19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2019, S. 21.

Die Lieblingsgenres der Jungen 2019

„Welche Sendung siehst du dir im TV am liebsten an?“
Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, 2019, Auswahl (Angaben in %)

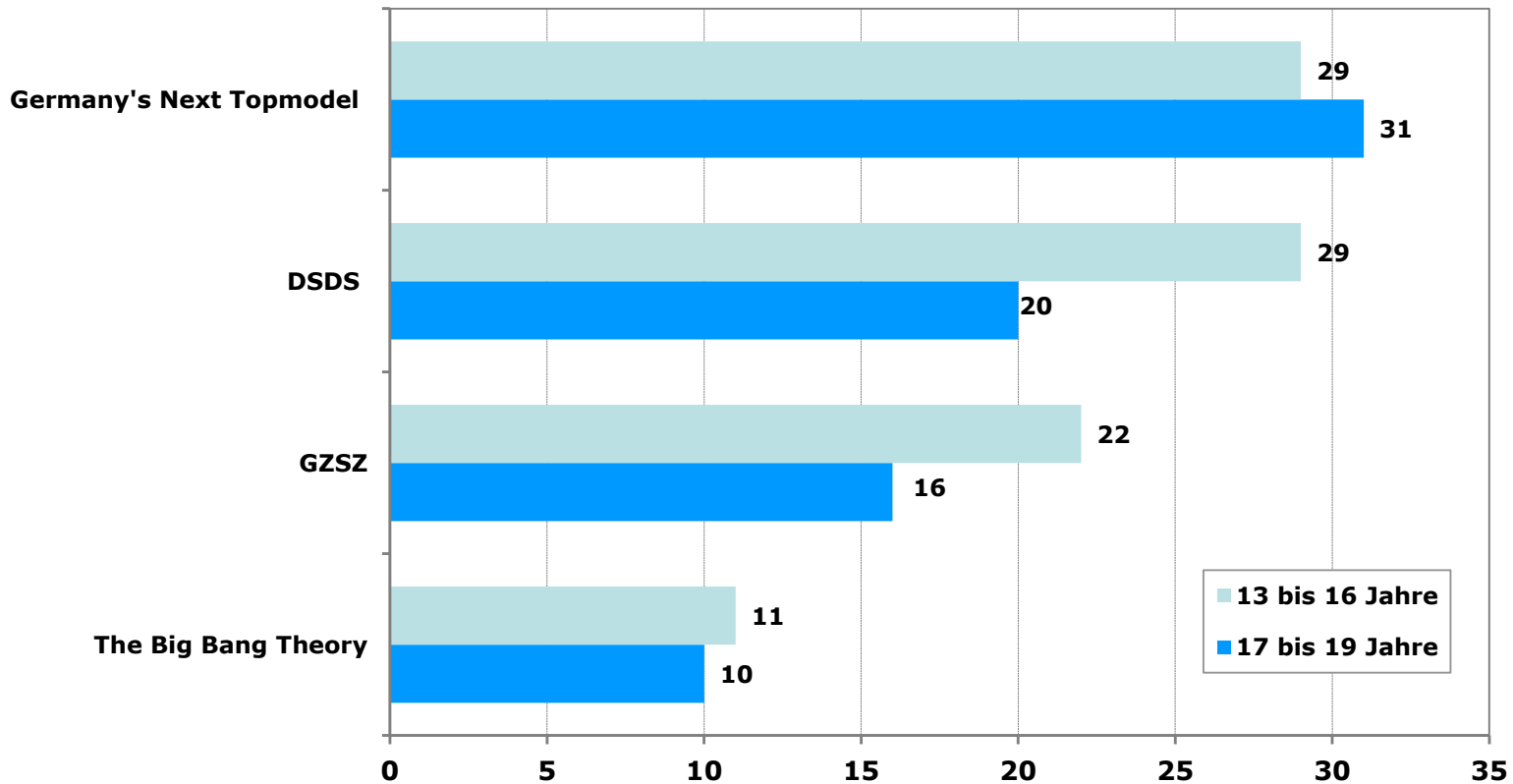


Basis: n=763, 6- bis 19-jährige Jungen.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2019, S. 20.

Welche Sendungen sehen Mädchen am liebsten im TV?

2019, ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

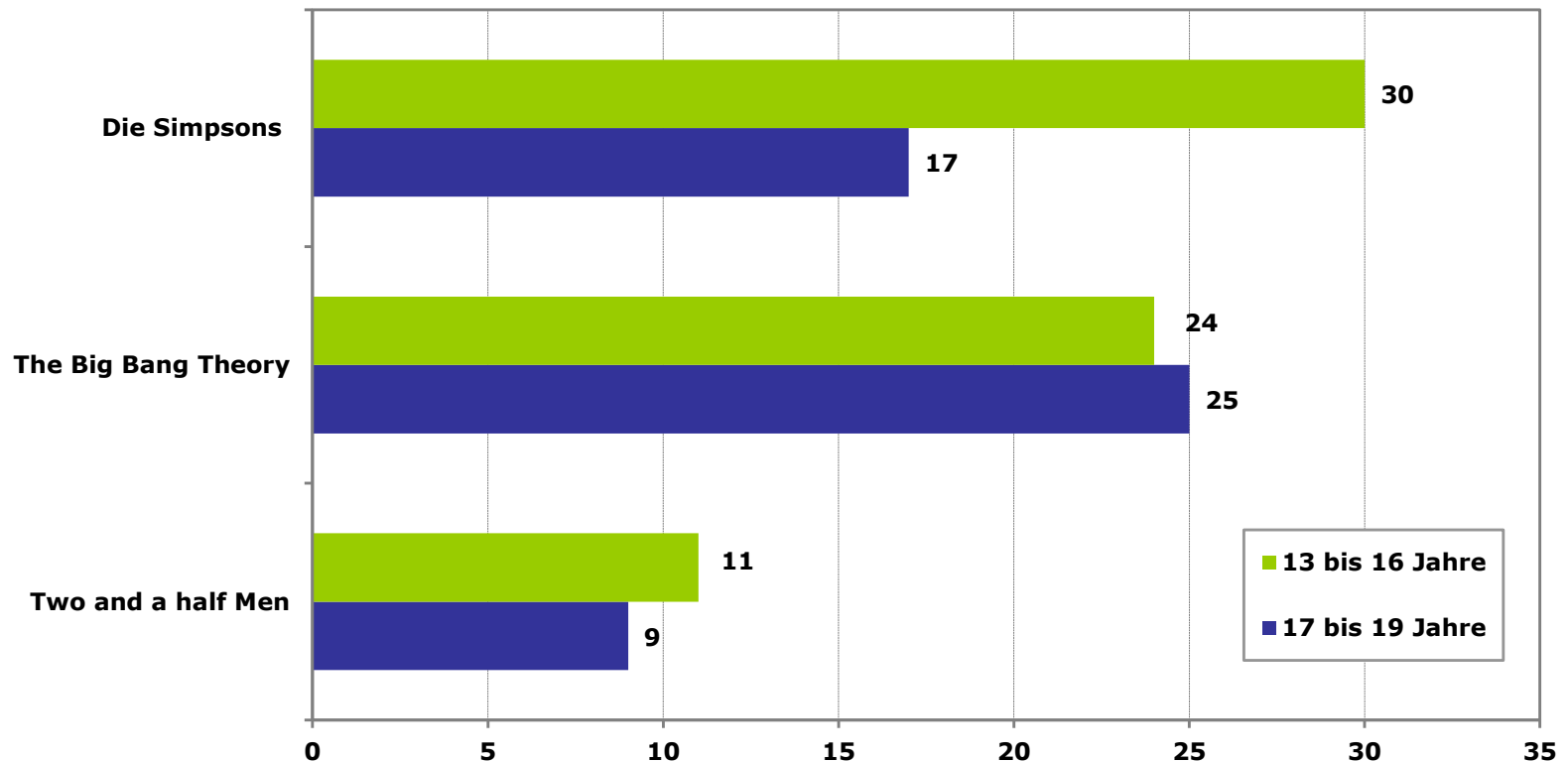


Basis: n=723 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2019, S. 17.

Welche Sendungen sehen Jungen am liebsten im TV?

2019, ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



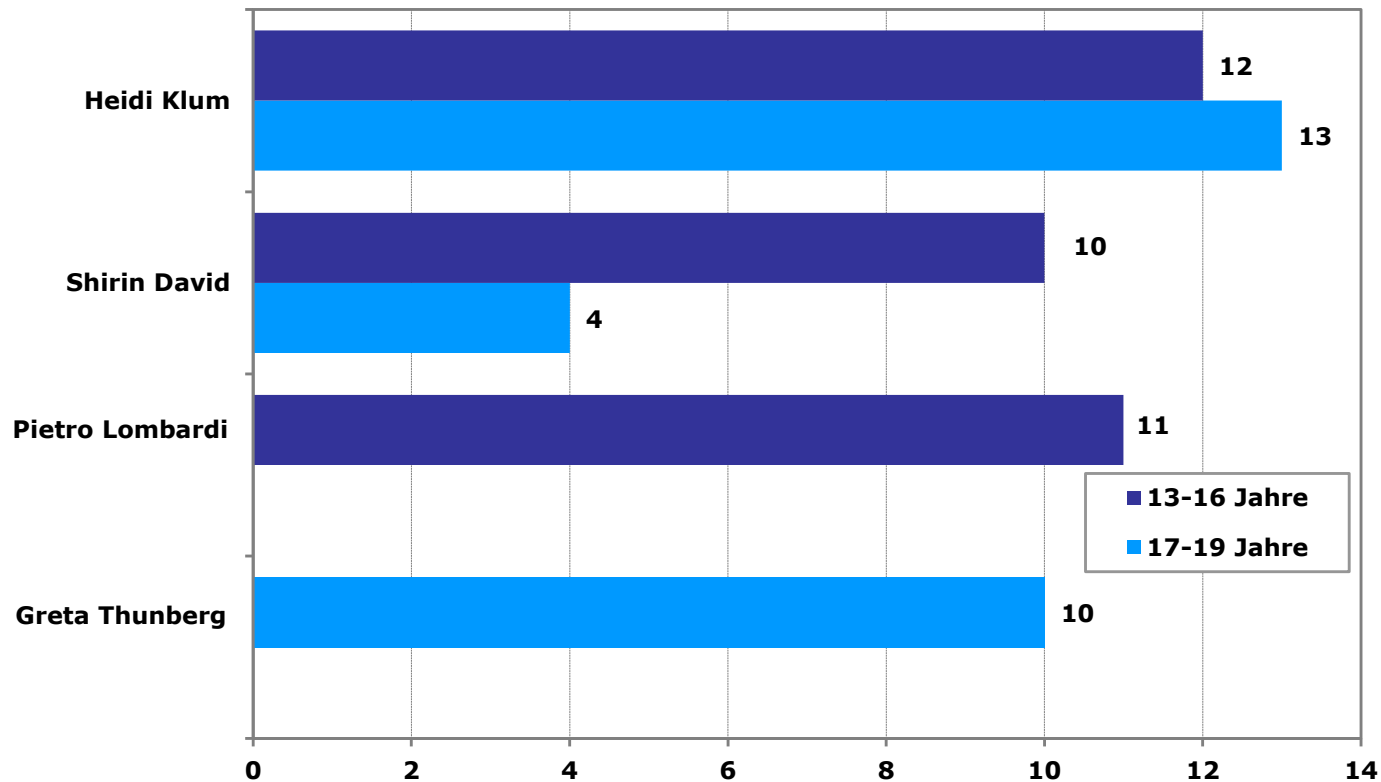
Basis: n=763 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2019, S. 16.

Medien-Idole der Mädchen 2019

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)



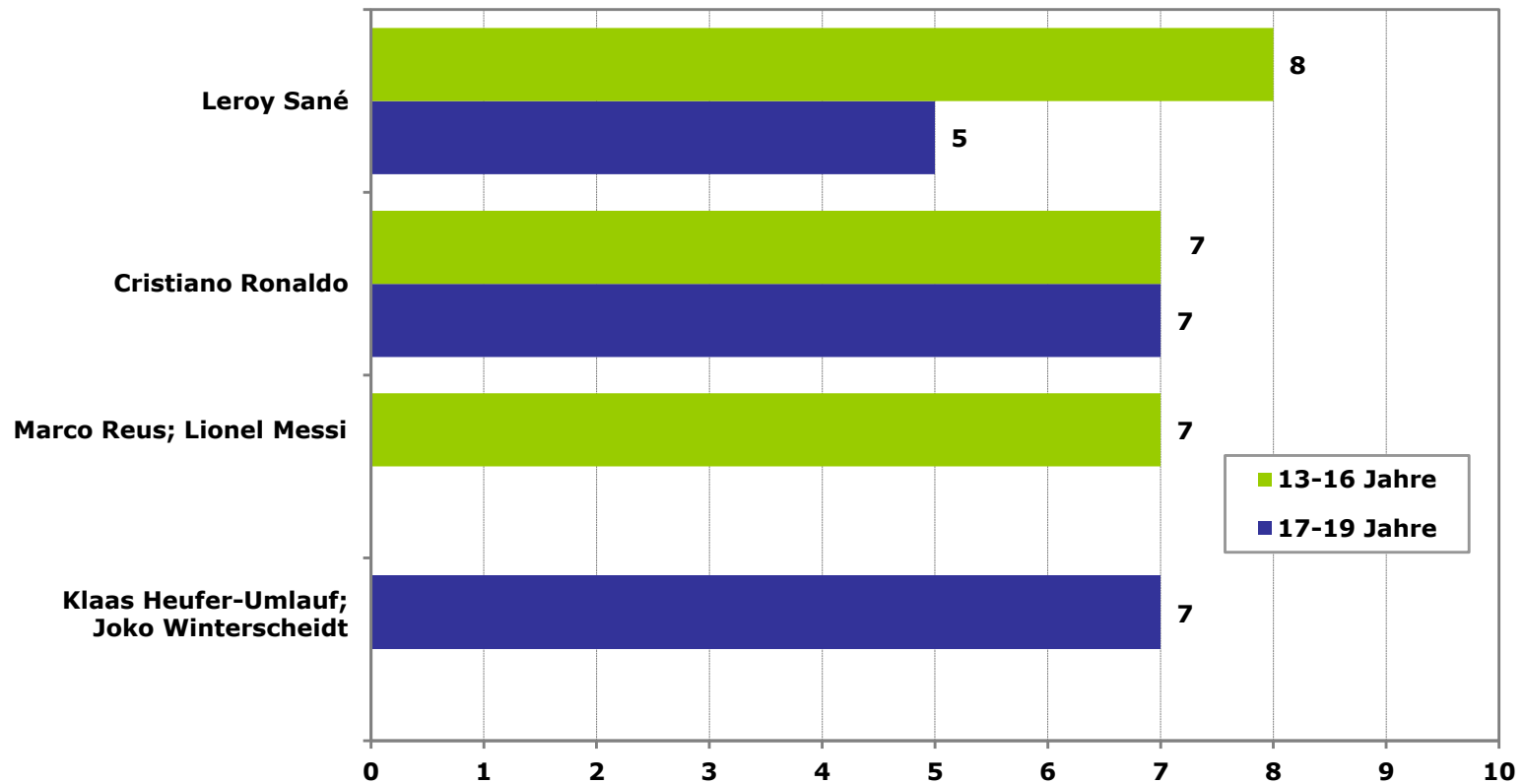
Basis: n=723 Mädchen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2019, S. 54.

Medien-Idole der Jungen 2019

„Wen findest du zurzeit richtig gut?“

Ungestützt, Mehrfachnennungen möglich, Auswahl (Angaben in %)

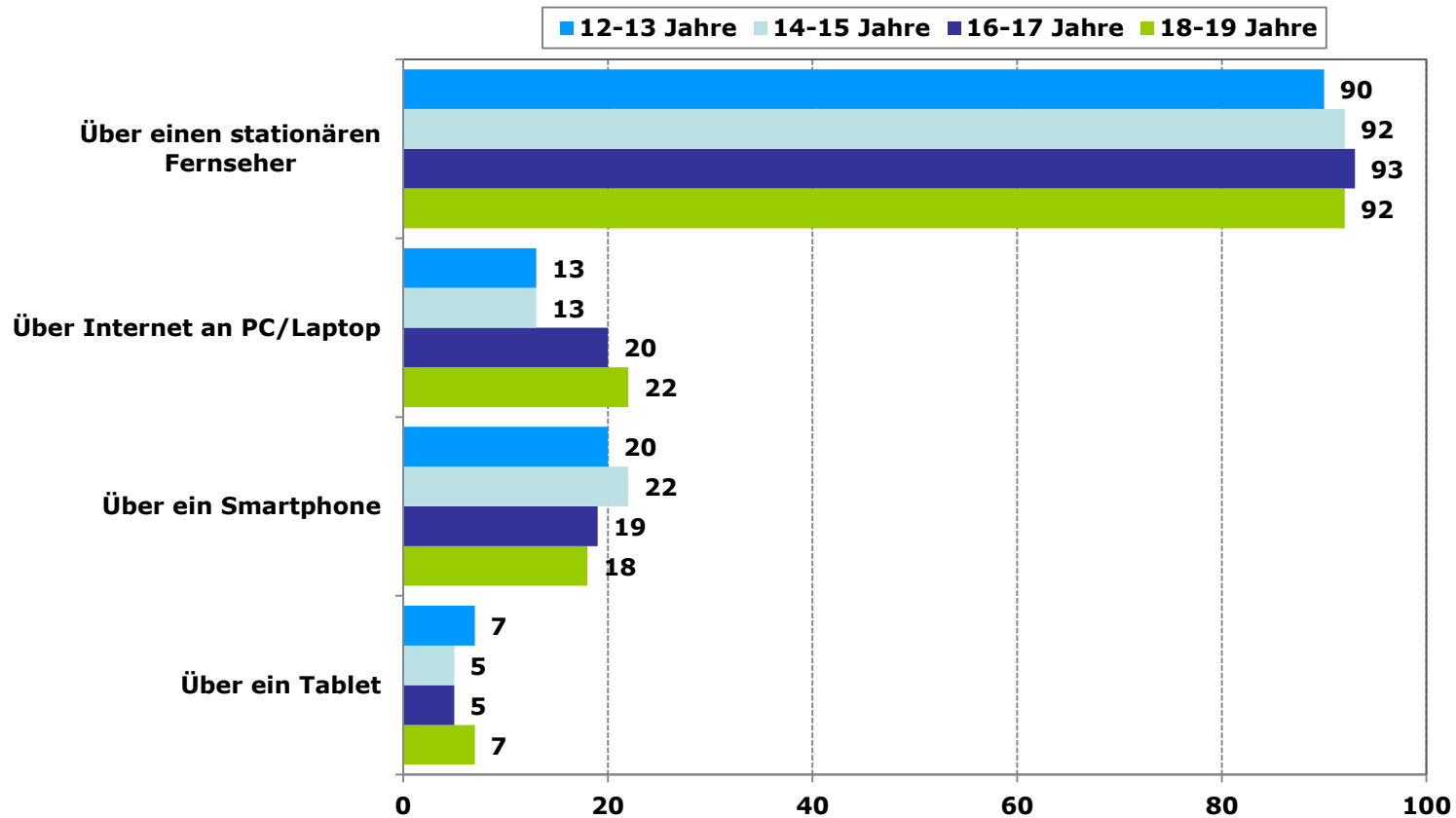


Basis: n=763 Jungen, 6-19 Jahre.

Quelle: iconkids & youth international research:
Trend Tracking Kids 2019, S. 53.

Wege der Fernsehnutzung von Jugendlichen

In den letzten 14 Tagen, nach Alter, Auswahl, 2018, Angaben in %

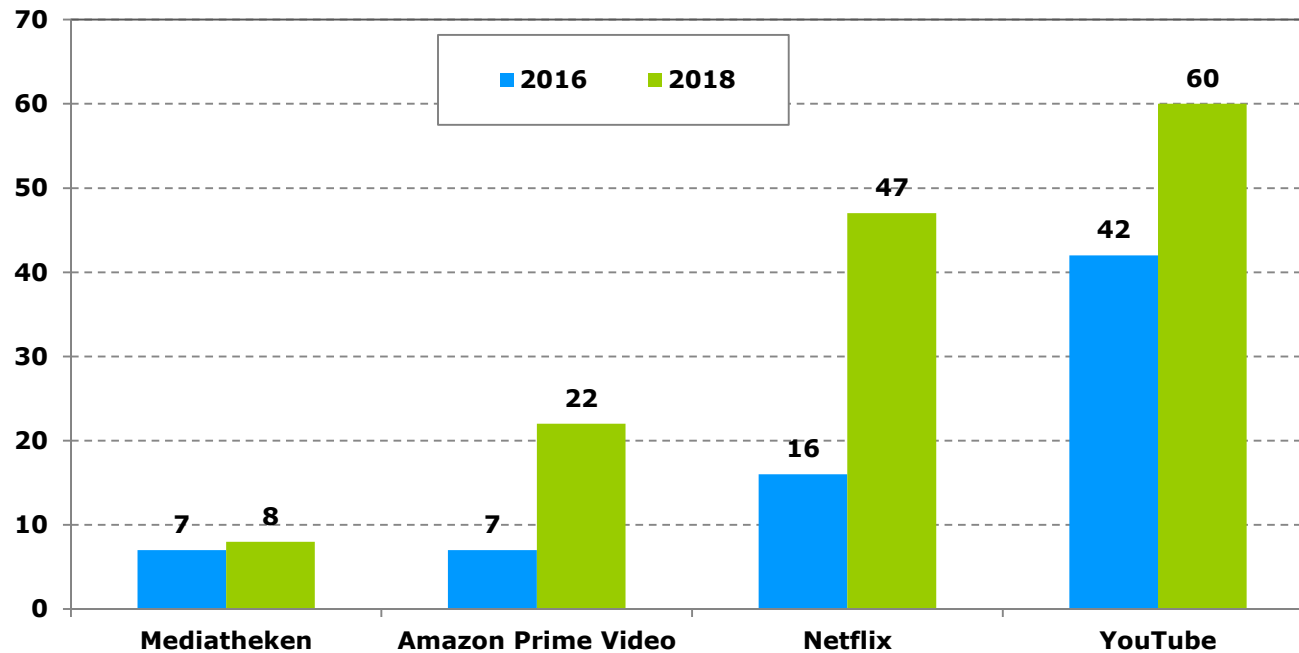


Basis: n=1.031; Befragte, die mind. alle 14 Tage fernsehen.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 44.

Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen über das Internet

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl, Vergleich 2016 und 2018 (Angaben in %)

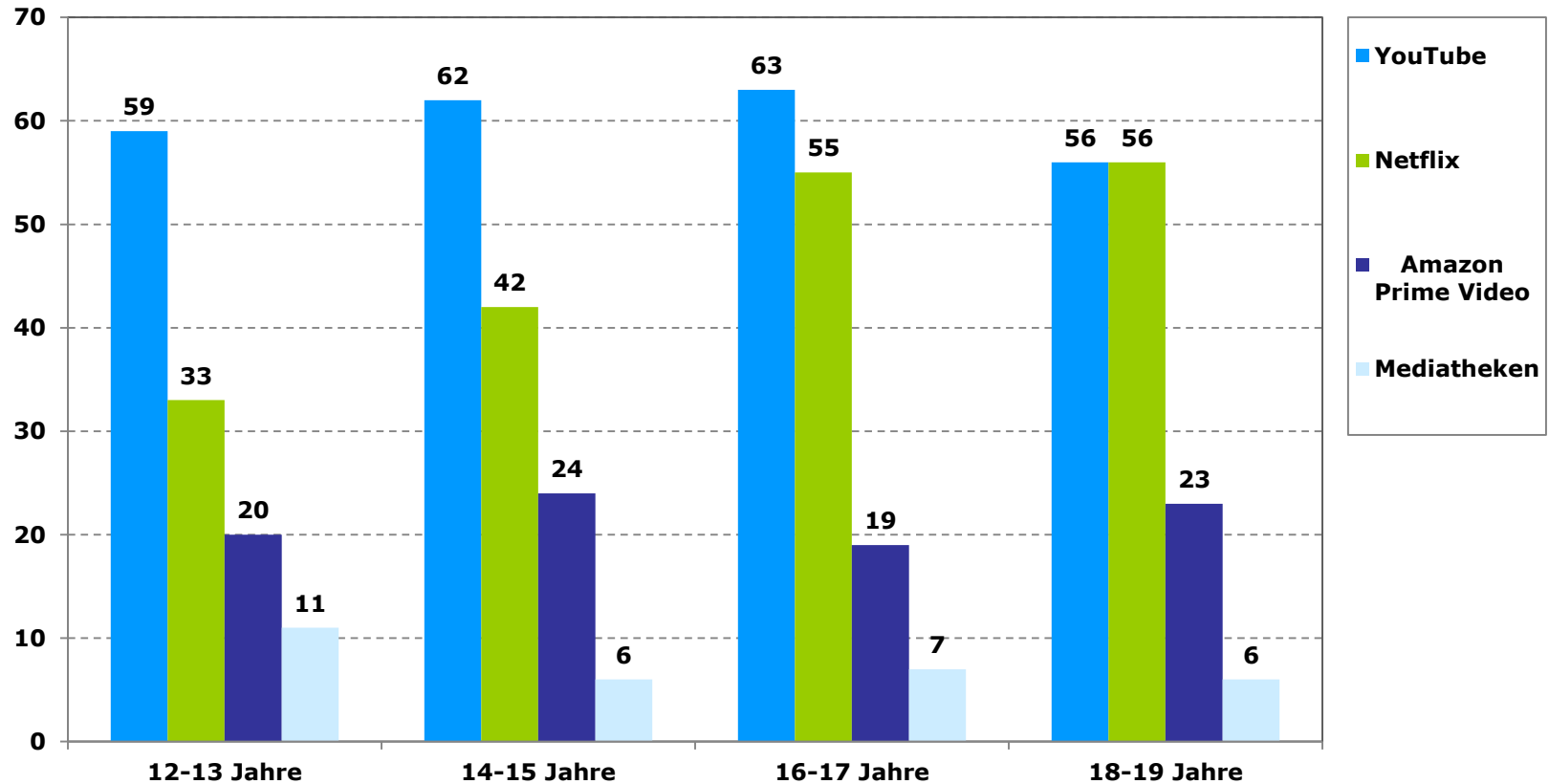


Basis: 2016: n=1.200, 2018: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: Feierabend/Rathgeb/Reutte, in: Media Perspektiven 12/2018, S. 598.

Nutzung von Sendungen, Serien und Filmen über das Internet nach Altersgruppen

Täglich/mehrmals pro Woche, Auswahl, 2018 (Angaben in %)

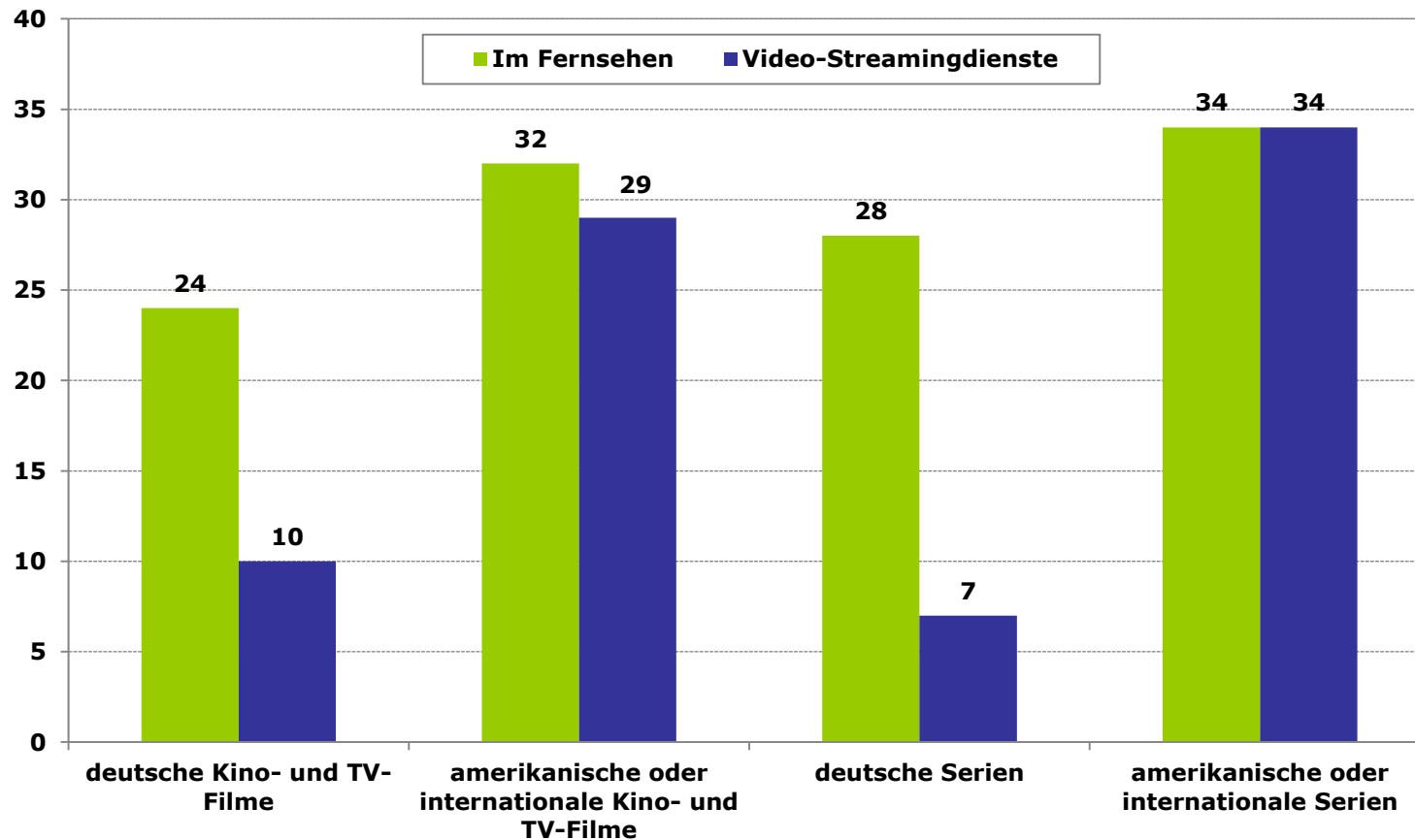


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: Feierabend/Rathgeb/Reutte, in: Media Perspektiven 12/2018, S. 598.

Mit welchem Medium werden fiktionale Filme und Serien geschaut?

Mind. mehrmals monatliche Nutzer*innen von Fictiongenres, 14-29 Jahre, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

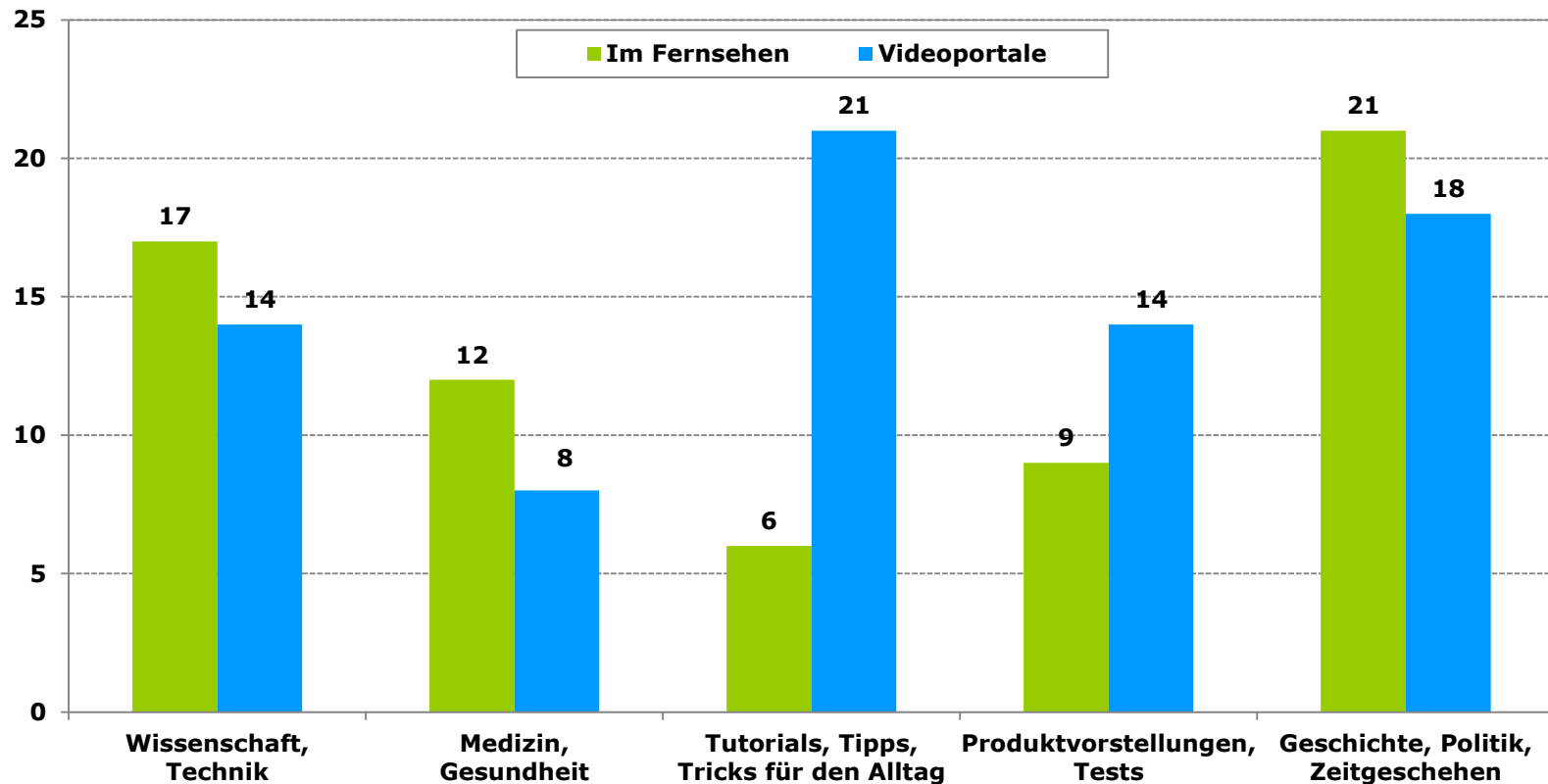


Basis: n=1.505, Nutzer*innen von Fictiongenres ab 14 Jahren.

Quelle: Kupferschmitt, in: Media Perspektiven 9/2017, S. 455.

Mit welchem Medium werden Dokus und Ratgebervideos geschaut?

Mind. mehrmals monatliche Nutzer*innen von Fictiongenres, 14-29 Jahre, Auswahl, 2017 (Angaben in %)

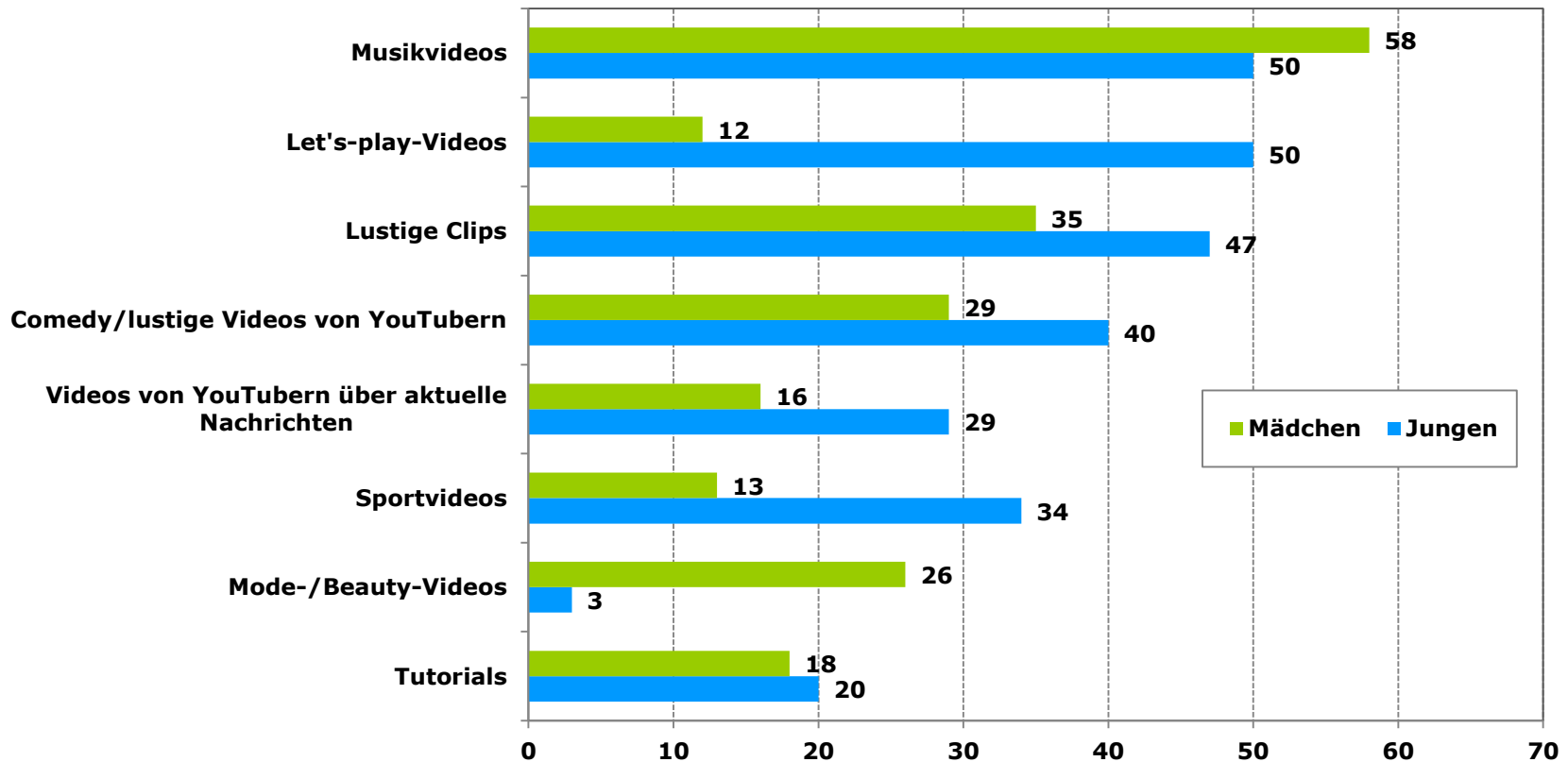


Basis: n=1.345, Nutzer*innen von Fictiongenres ab 14 Jahren.

Quelle: Kupferschmitt, in: Media Perspektiven 9/2017, S. 460.

Was sehen sich Jugendliche auf YouTube an?

Täglich/mehrmals pro Woche, nach Geschlecht, Auswahl, 2018 (Angaben in %)



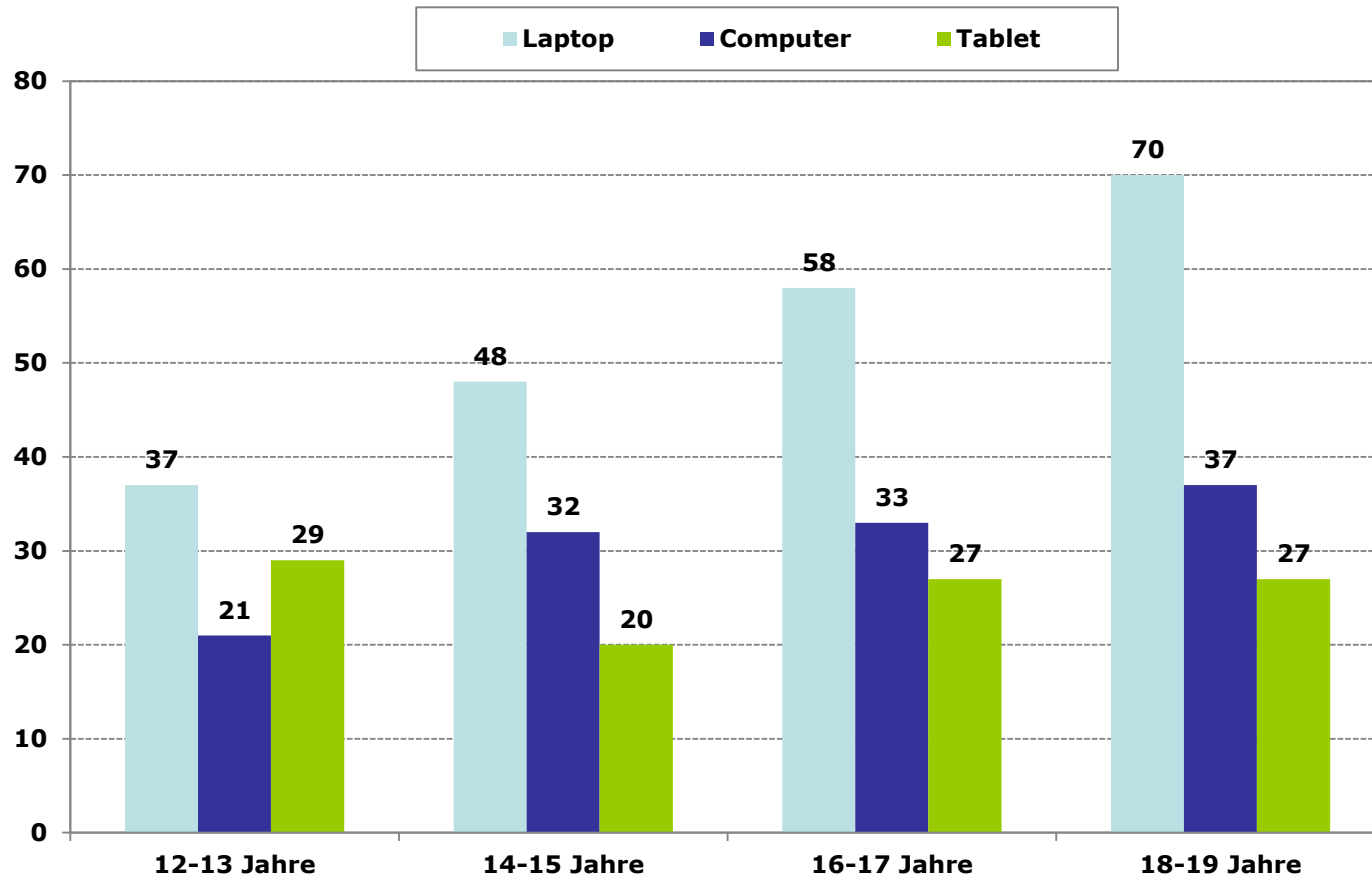
Basis: n=1.197, 12-19 Jahre; Befragte, die zumindest seltener YouTube nutzen.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 50.

Computer, Internet und Social Media

Computer-/Laptop-/Tabletbesitz Jugendlicher 2018

Nach Altersgruppen, Angaben in %

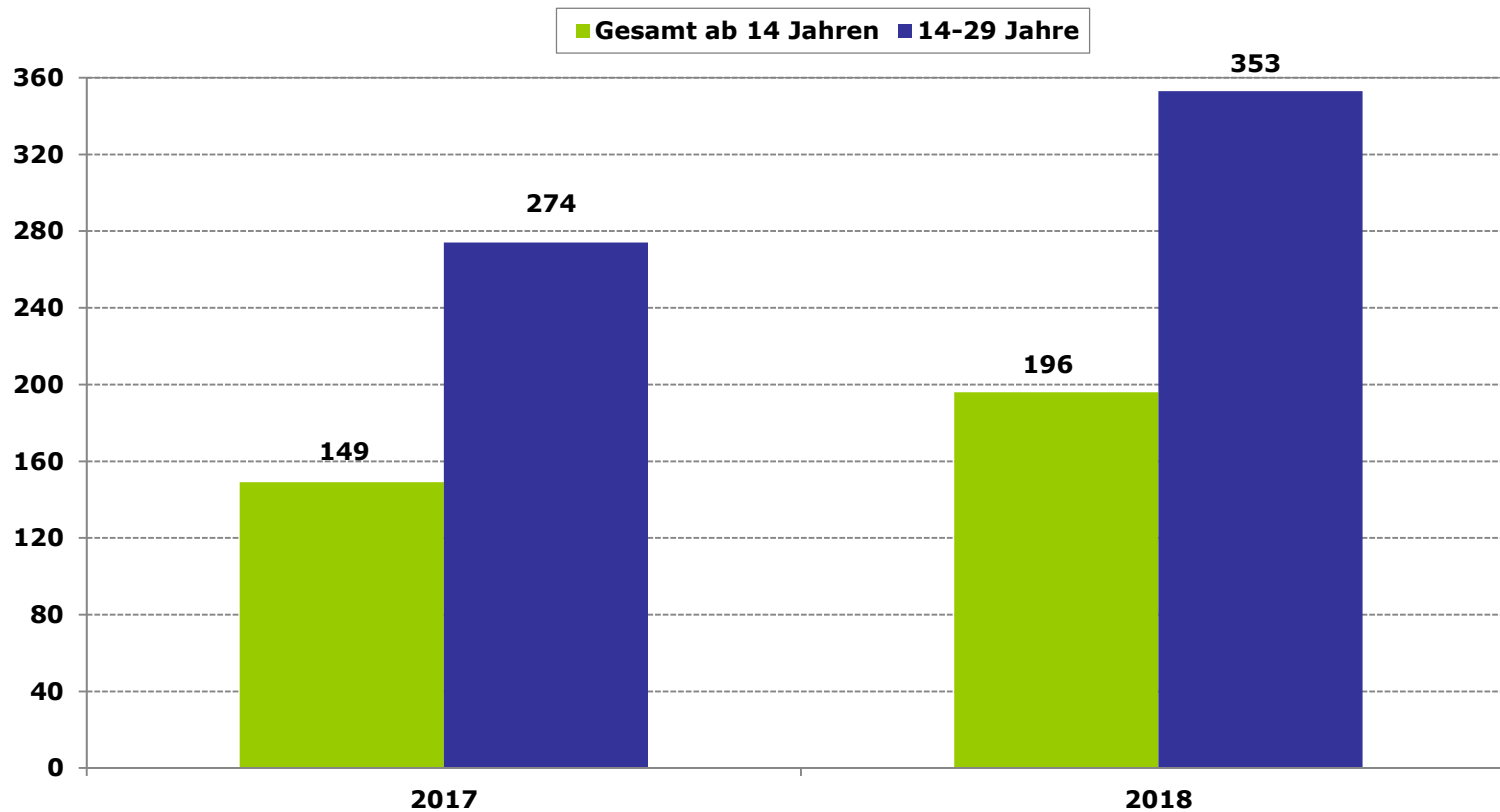


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 10.

Tägliche Nutzungsdauer des Internets 2017 und 2018

Vergleich Gesamtbevölkerung und Jugendliche/junge Erwachsene, in Minuten/Tag

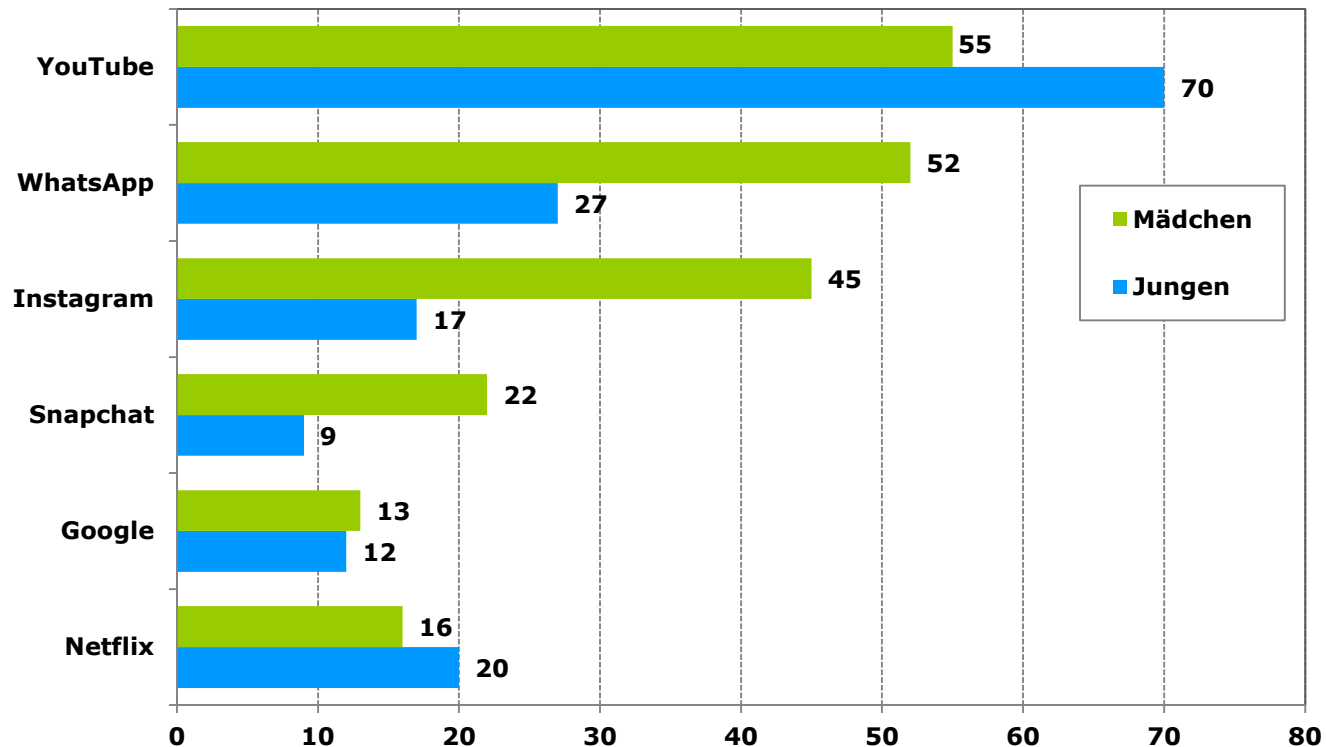


Basis: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.
2018: n=2.009, 2017: n=2.017.

Quelle: ARD/ZDF-Online-Studien 2017 und 2018,
Frees/Koch, in: Media Perspektiven 9/2018, S. 404.

Welche Angebote im Internet nutzen Jugendliche am liebsten?

Max. 3 Nennungen, nach Geschlecht, Auswahl, 2018 (Angaben in %)

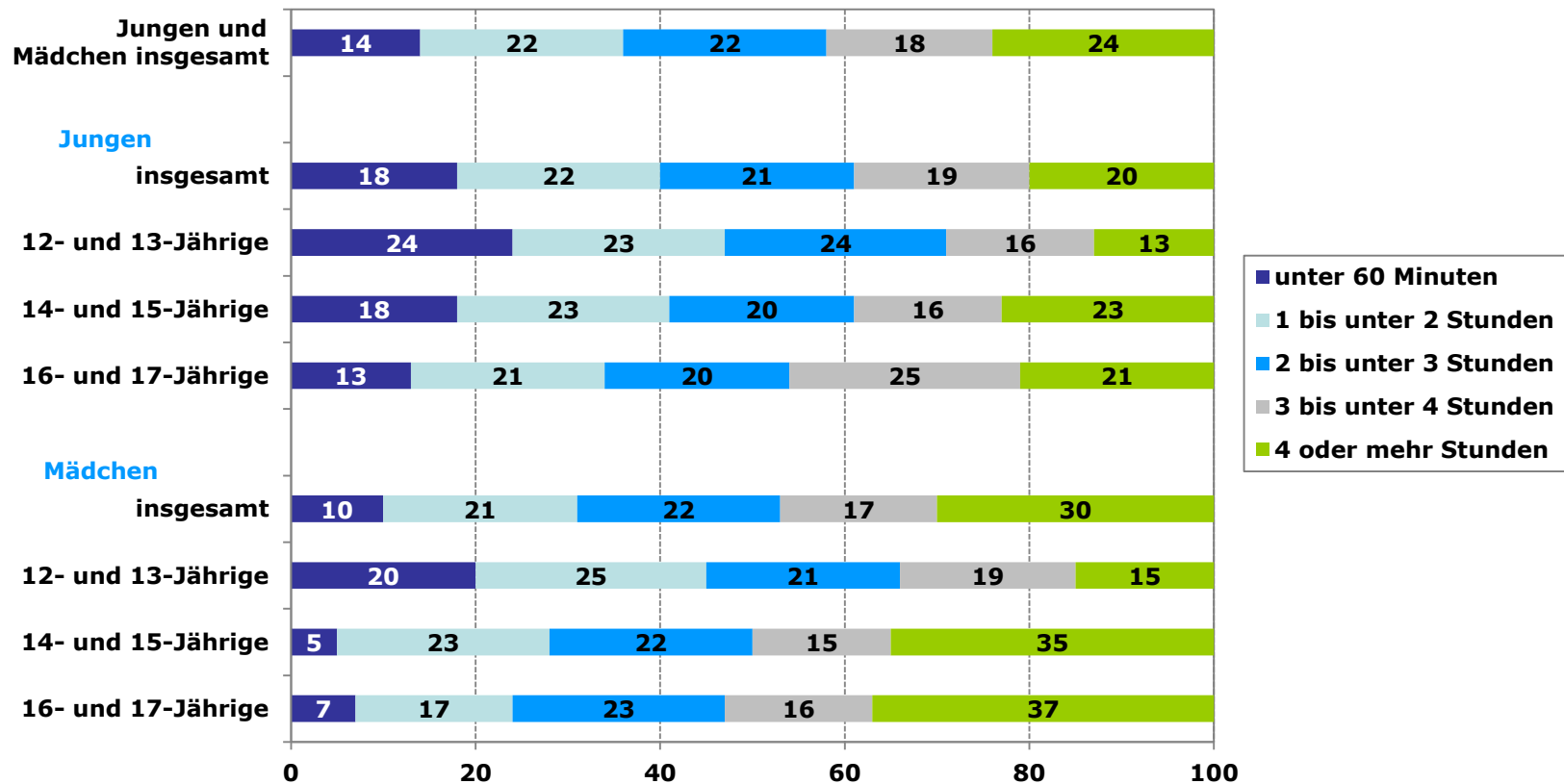


Basis: n=1.198, 12-19 Jahre, Internetnutzer*innen.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 35.

Nutzungsdauer soziale Medien

Tägliche Nutzung von sozialen Medien am Computer, Tablet oder am Smartphone (Angaben in %)

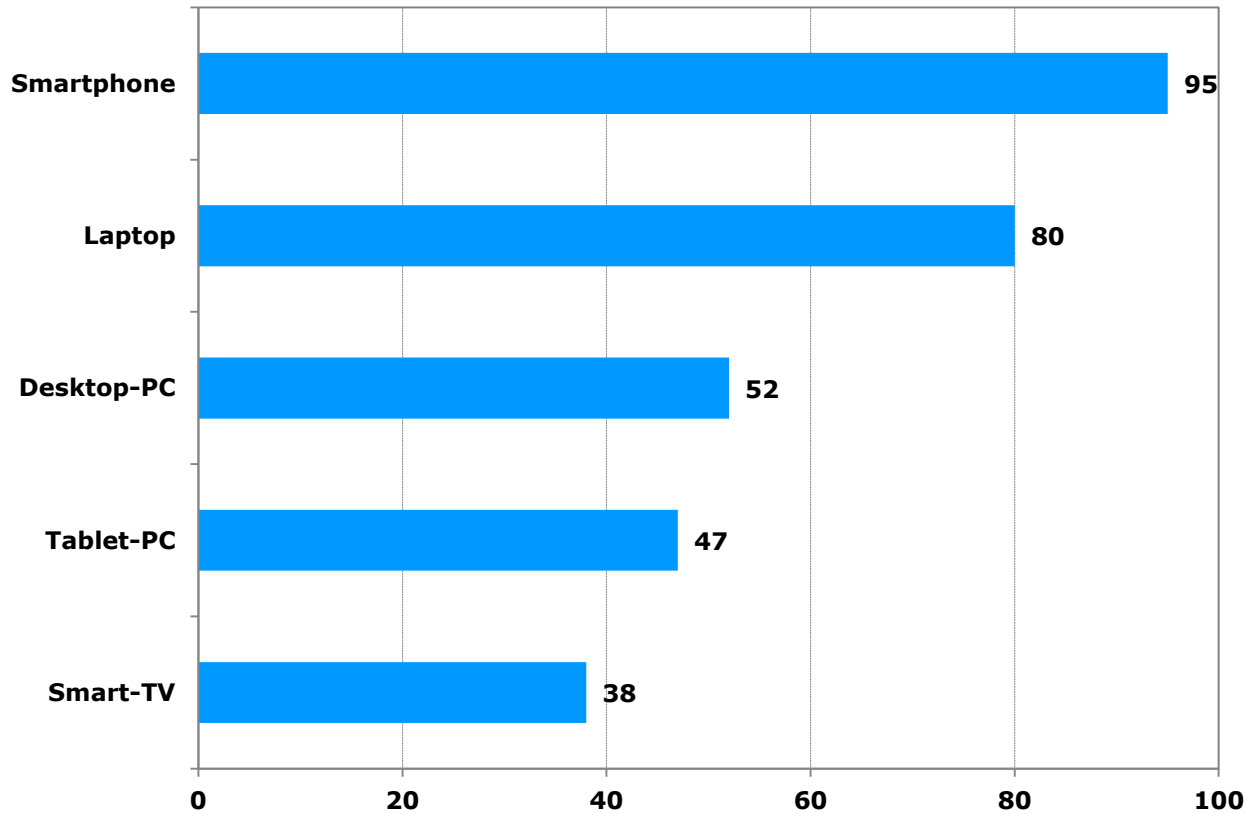


Basis: 1.001 12- bis 17-Jährige.

Quelle: DAK-Studie 2017, S. 8.

Mit welchen Geräten werden soziale Medien genutzt?

Auswahl, 14-29 Jahre, 2018 (Angaben in %)

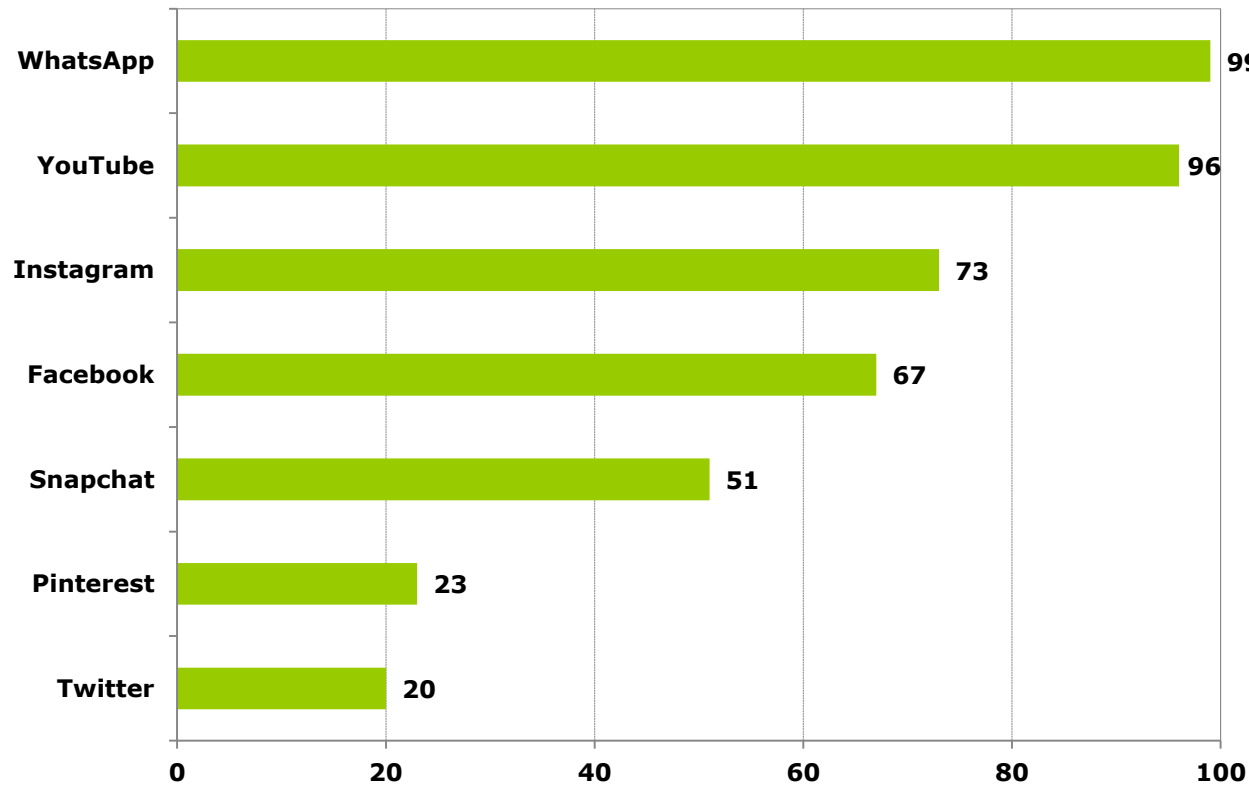


Basis: n=1.001 Social Media Nutzer*innen, 14+, davon die 14- bis 29-Jährigen.

Quelle: bitkom Research 2018, S. 9.

Welche soziale Medien werden am häufigsten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen genutzt?

Regelmäßige/gelegentliche Nutzung, Auswahl, 2018 (Angaben in %)

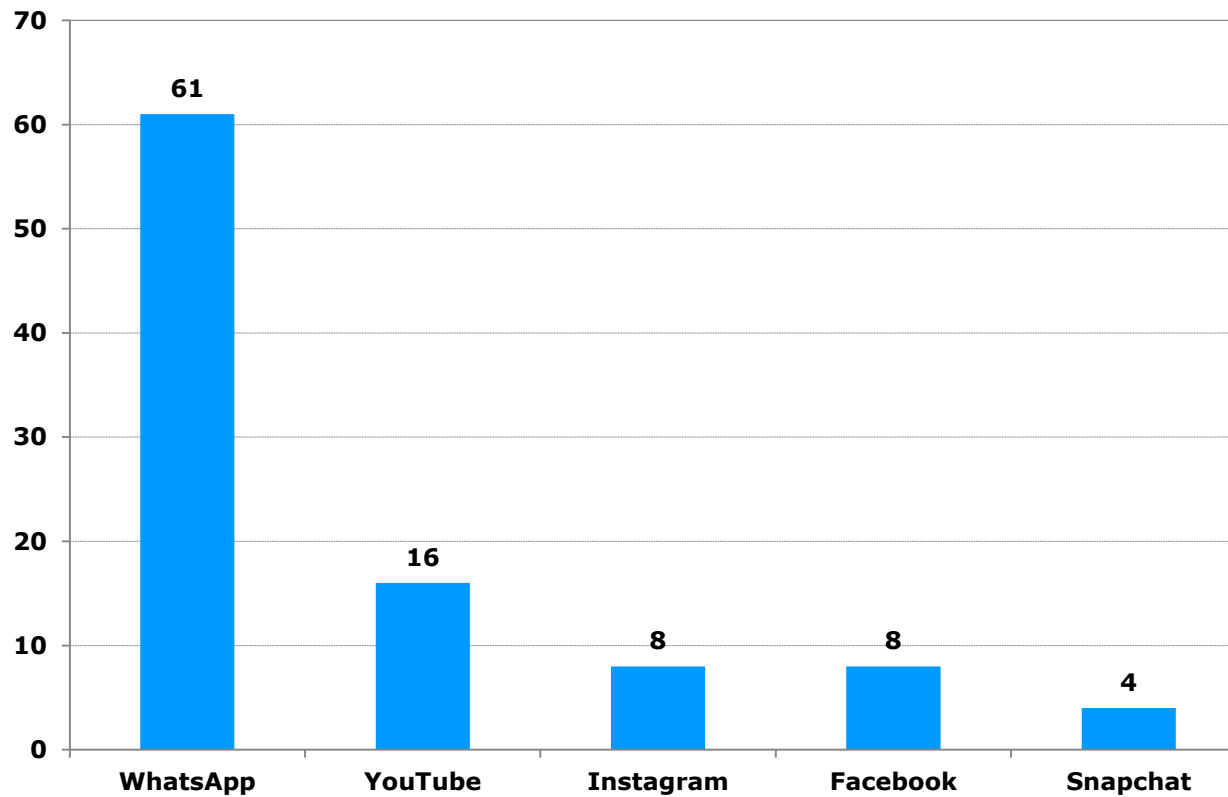


Basis: n=1.730, 14-24 Jahre.

Quelle: DIVSI U25-Studie 2018, S. 62.

Auf welches Angebot könntest du am wenigsten verzichten?

Auswahl, 2018 (Angaben in %)

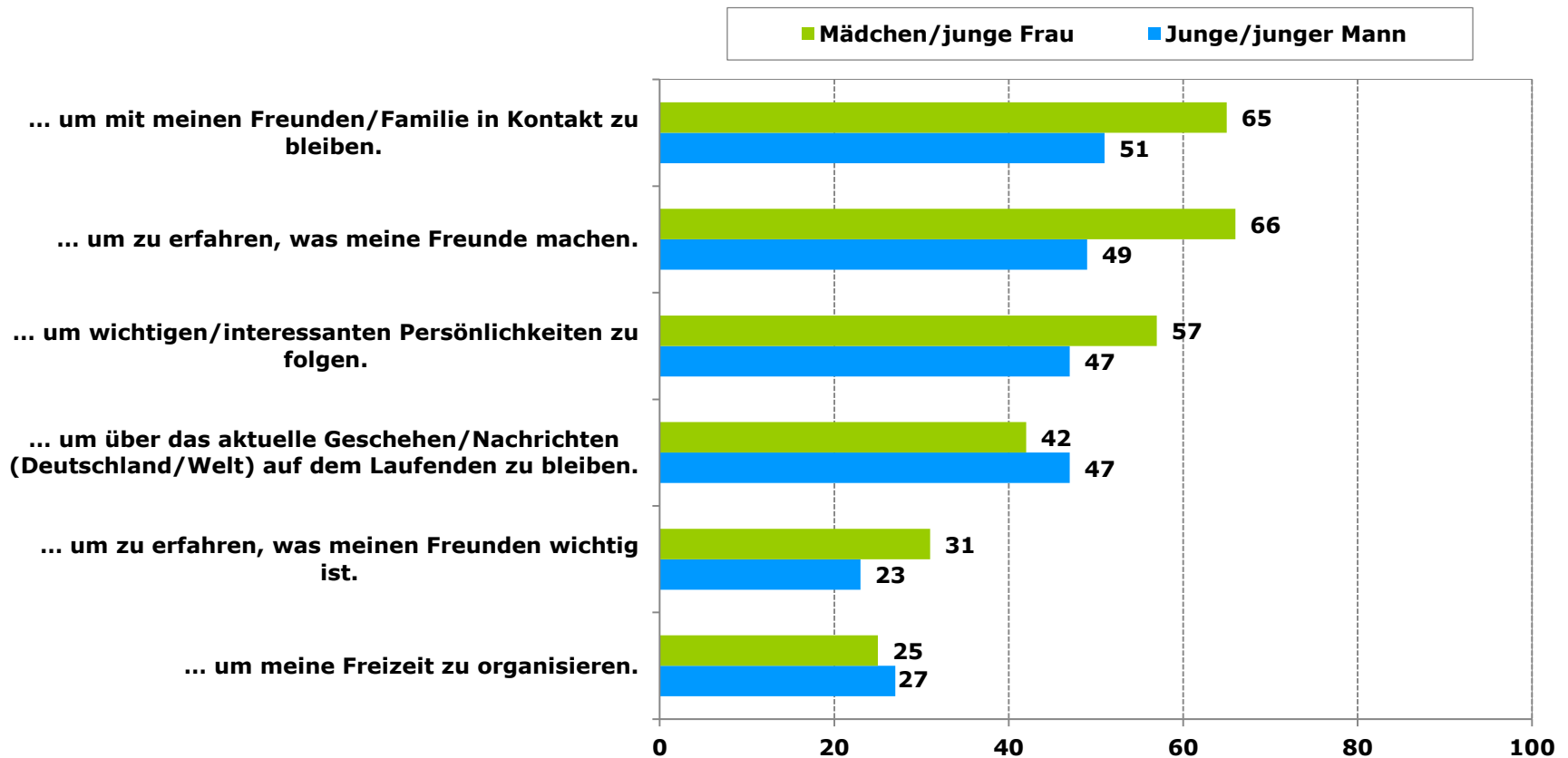


Basis: n=1.730, 14-24 Jahre.

Quelle: DIVSI U25-Studie 2018, S. 63.

Wozu nutzen Jugendliche soziale Medien?

Mehrfachnennungen möglich, nach Geschlecht, 2018, Auswahl (Angaben in %)

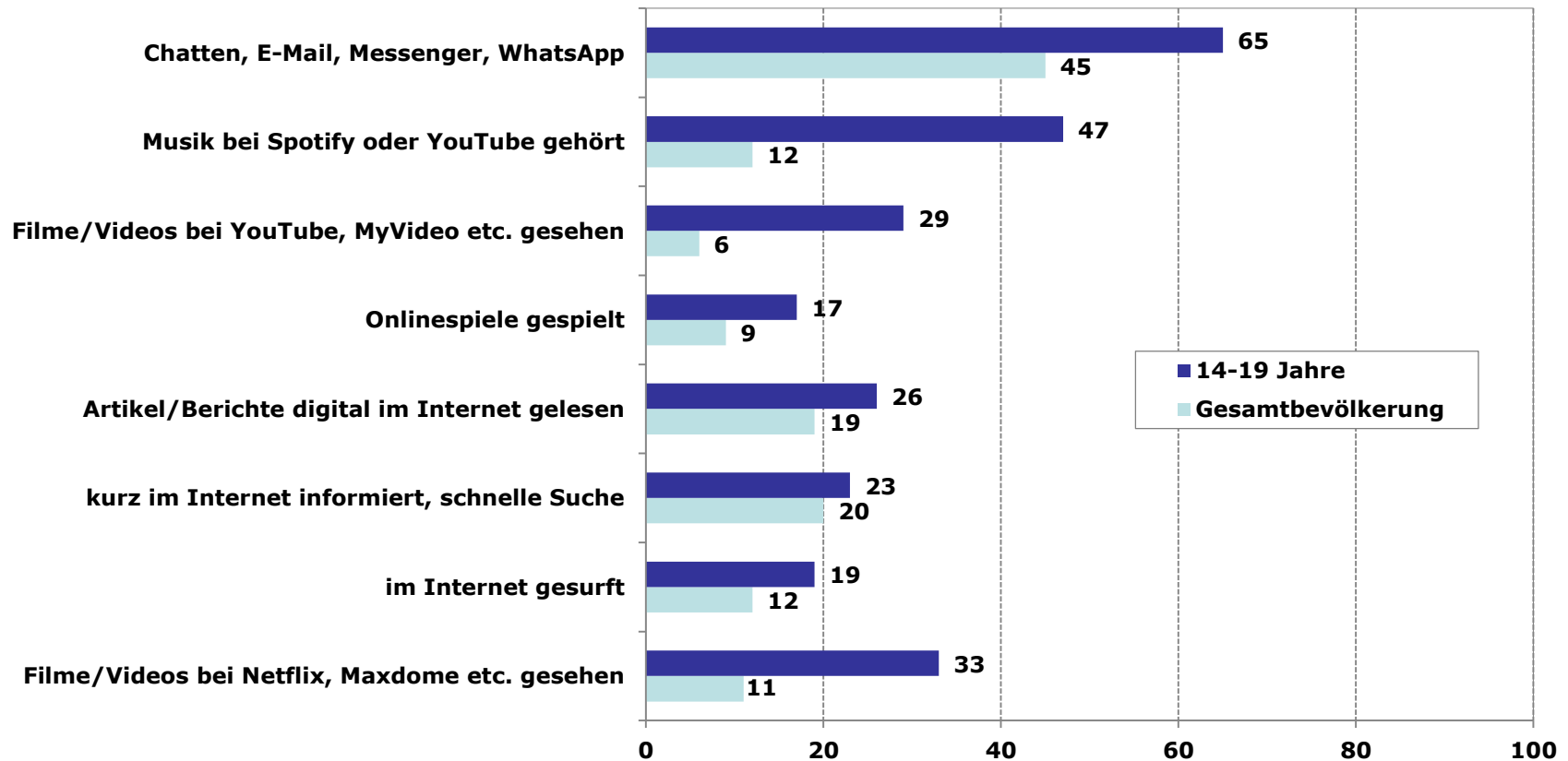


Basis: n=664, 14-24 Jahre.

Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland 2018, S. 17.

Onlinetätigkeiten und -anwendungen der 14- bis 19-Jährigen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung

Tagesreichweite, 2018, Auswahl (Angaben in %)

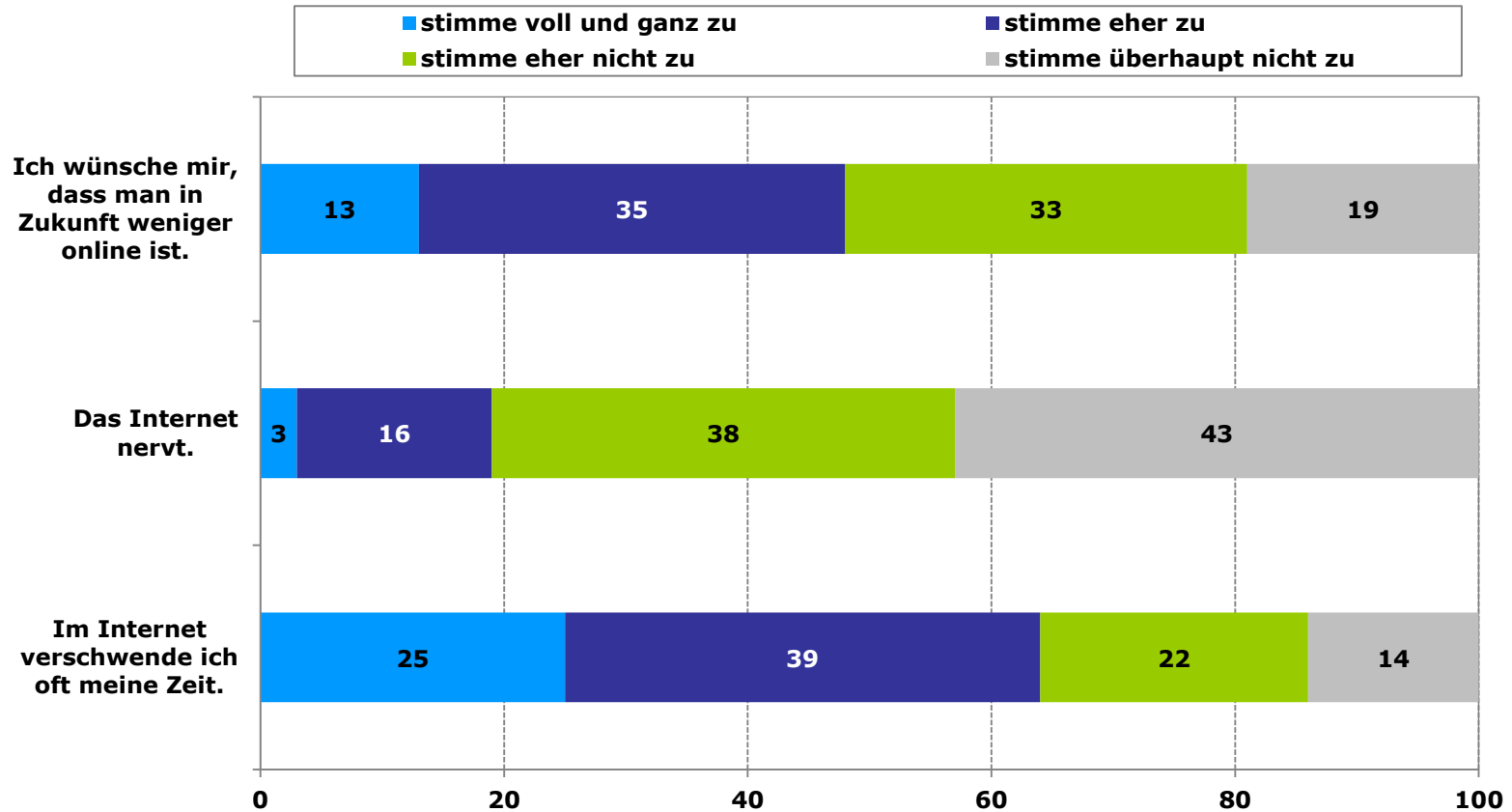


Basis: n=2.009, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren.

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2018, Frees/Koch, in: Media Perspektiven 9/2018, S. 407.

Wahrnehmung negativer Aspekte des Internets

2018 (Angaben in %)

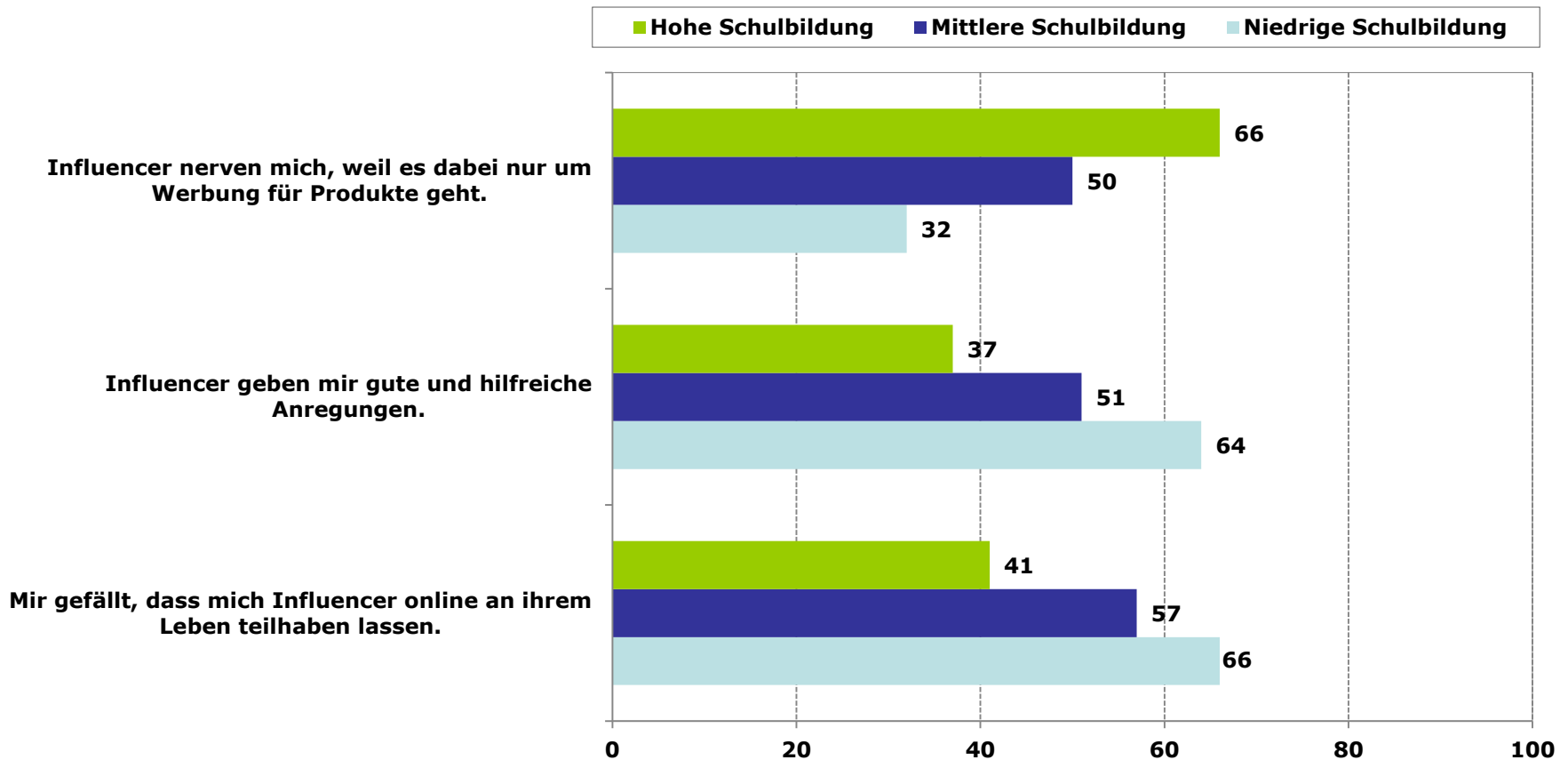


Basis: n=1.730, 14-24 Jahre.

Quelle: DIVSI U25-Studie 2018, S. 21.

Was halten Jugendliche von Influencern?

„Stimme voll und ganz zu/stimme eher zu“
Nach formaler Schulbildung (Angaben in %)

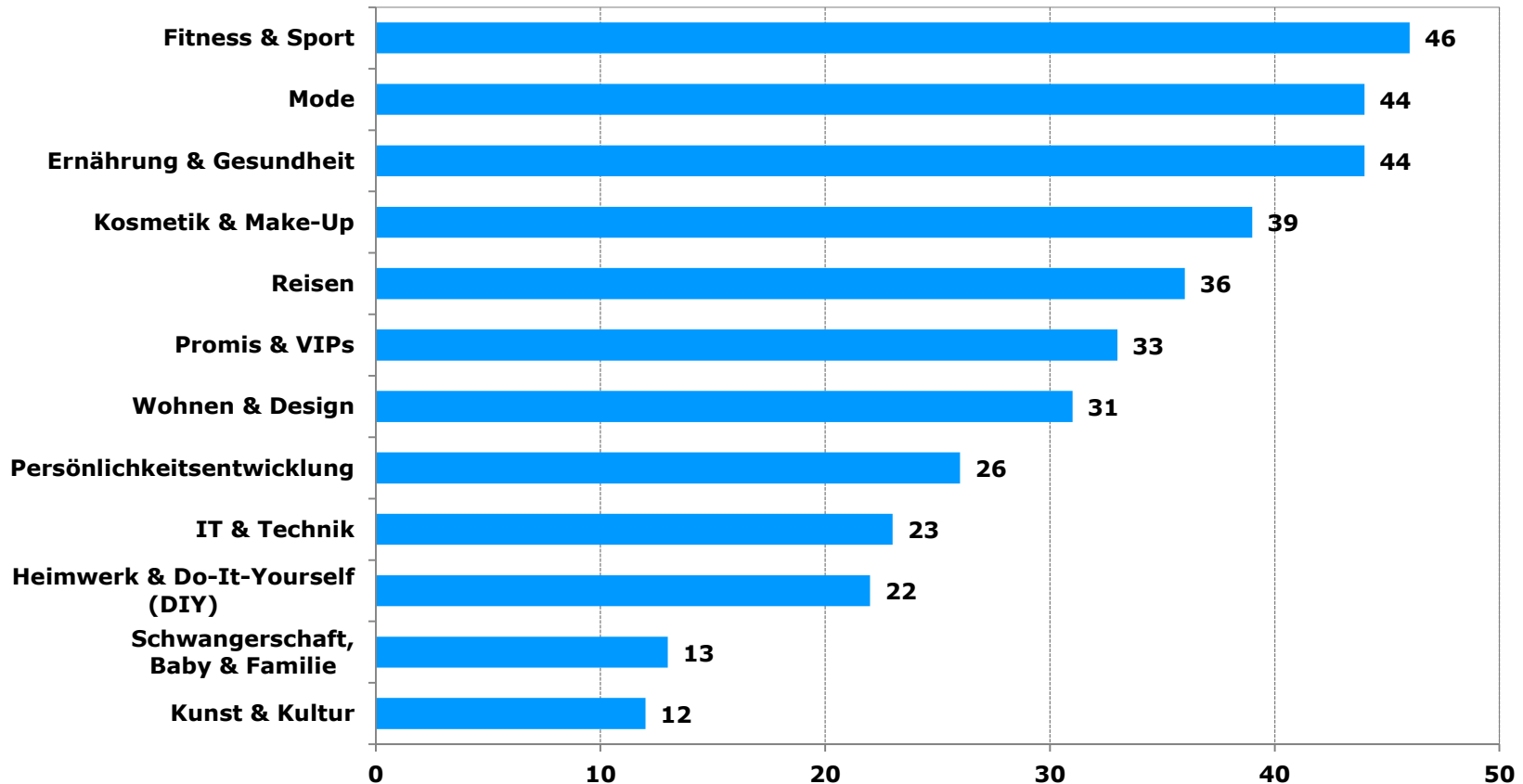


Basis: n=1.730, 14-24 Jahre.

Quelle: DIVSI U25-Studie 2018, 69.

Was sind die Top Influencer-Themen?

„Aus welchen Bereichen kommen die Influencer, denen Sie in Ihren sozialen Netzwerken folgen?“
Mehrfachnennungen möglich, 2018 (Angaben in %)

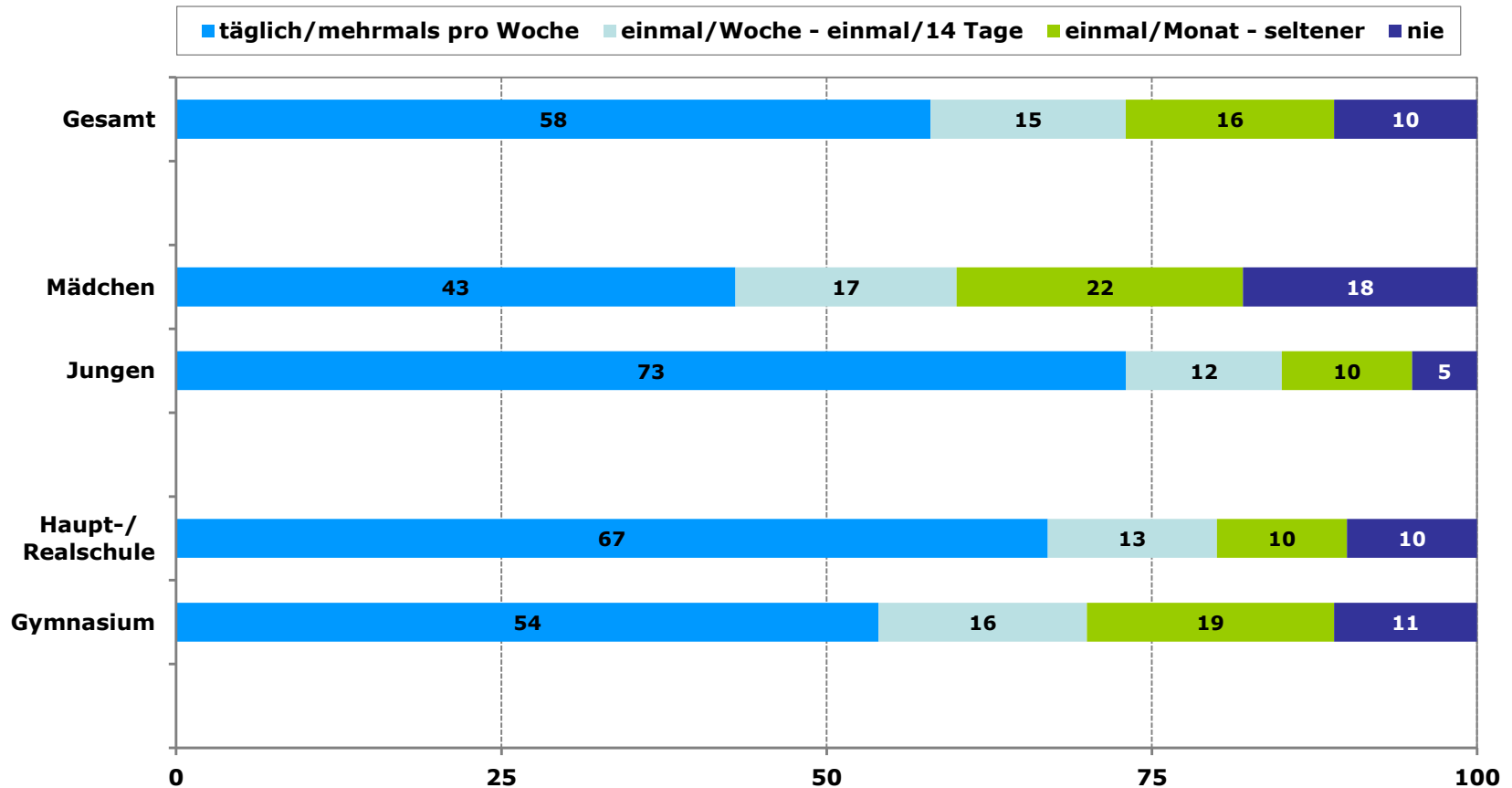


Basis: Follower von Influencern in Social Media
(n=198), 14+ Jahre.

Quelle: bitkom Research 2018, S. 22.

Nutzungsfrequenz digitaler Spiele 2018

Computer-/Konsolen-, Tablet- und Handyspiele (netto), Angaben in %

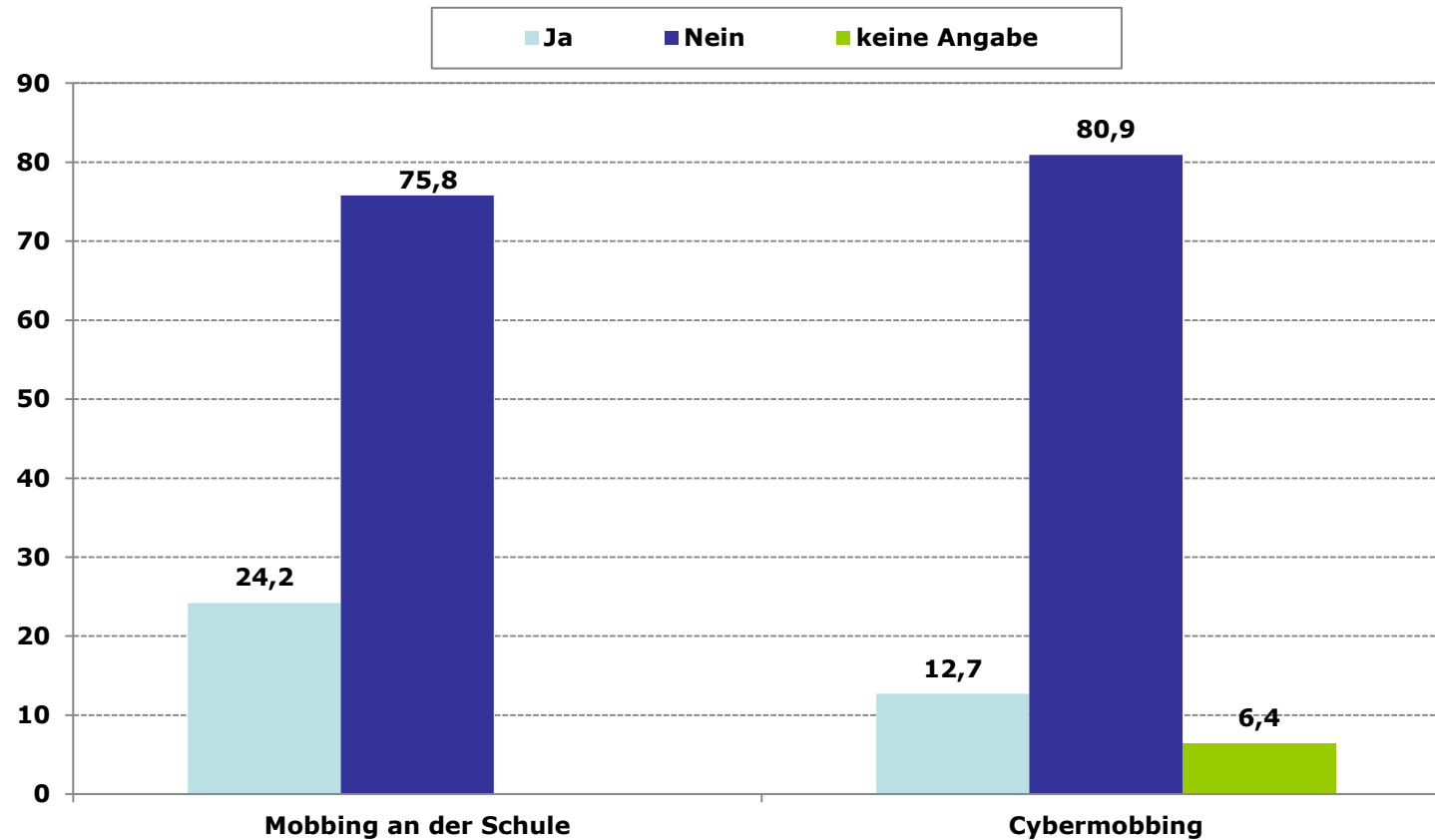


Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 56.

Mobbingerfahrungen Jugendlicher online und offline

Selbst erlebte Fälle, 2017 (Angaben in %)

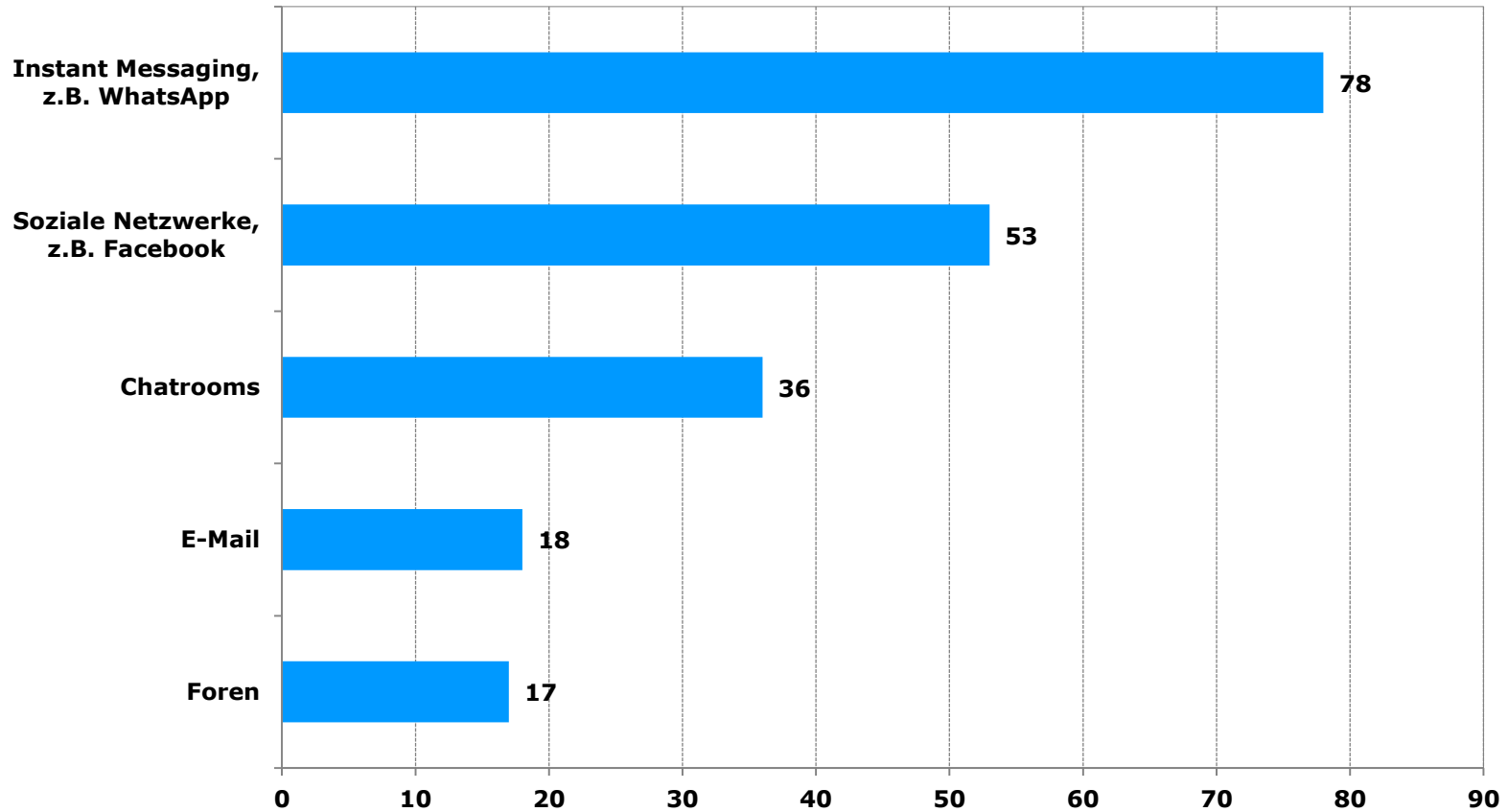


Basis: n=1.586; 10-21 Jahre, Schüler/innen.

Quelle: Bündnis gegen Cybermobbing 2017, S. 81/82.

Welche Medien werden für Cybermobbing genutzt?

Angaben in %

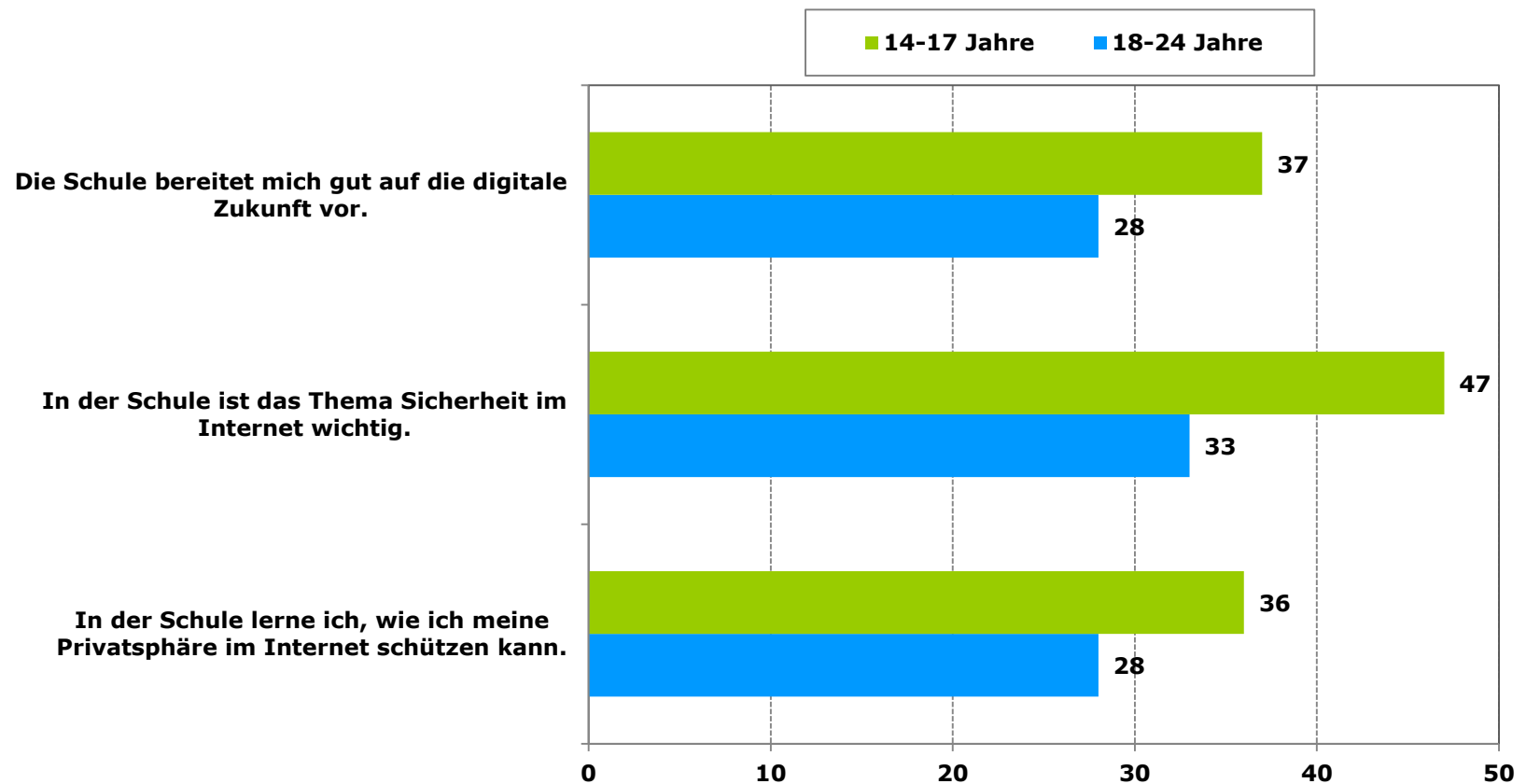


Basis: n=201, Schüler*innen mit Cybermobbing Erfahrung, 10-21 Jahre.

Quelle: Bündnis gegen Cybermobbing 2017, S. 83.

Haltung zu Schule und Internet

„Stimme voll und ganz zu/stimme eher zu“
Nach Altersgruppen, 2018 (Angaben in Prozent)



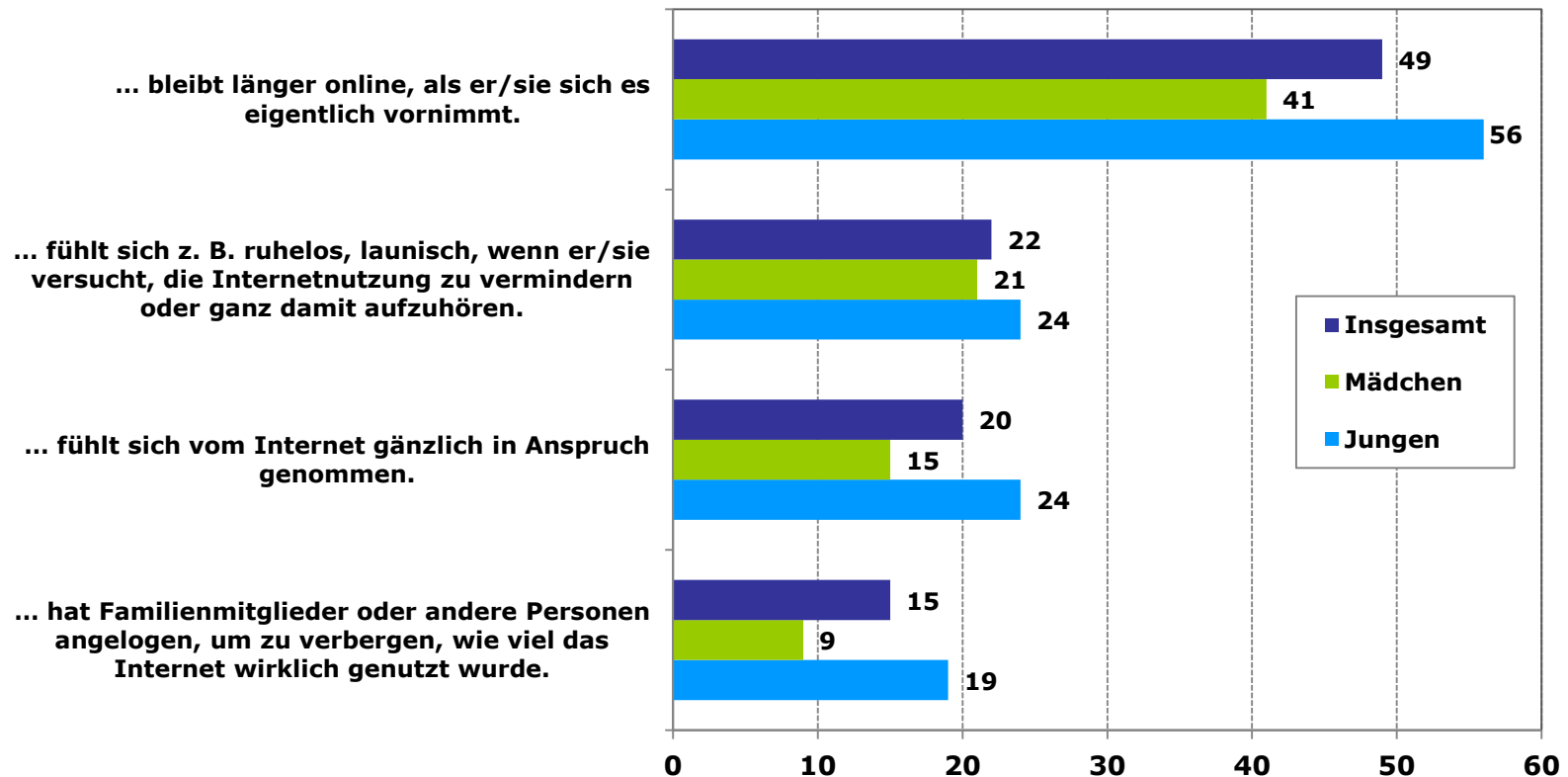
Basis: n=1.730, 14-24 Jahre.

Quelle: DIVSI U25-Studie 2018, S. 102.

Hinweise auf problematisches Internet-Nutzungsverhalten aus Sicht der Eltern

„Diese Aussagen treffen zu“
2015, Elternbefragung, Auswahl (Angaben in %)

Der/die Jugendliche ...

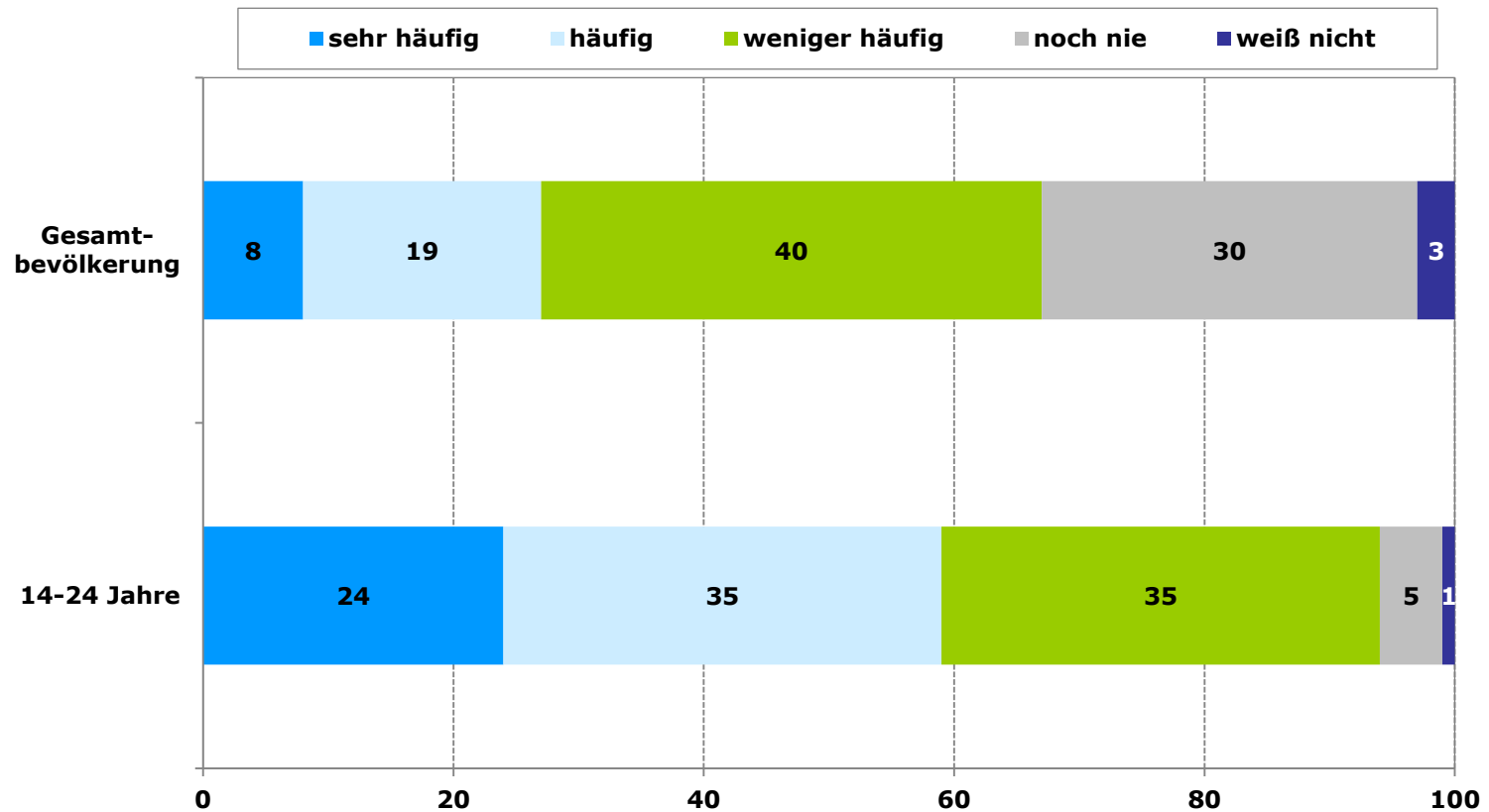


Basis: 1.000 Mütter und Väter mit Kindern zwischen 12 und 17 Jahren; Befragte, deren Kinder das Internet privat nutzen.

Quelle: FORSA/DAK 2015, S. 14.

Hate Speech im Internet: persönliche Erfahrungen im Altersvergleich

**Persönlich schon Hate Speech/Hasskommentare im Internet gesehen
Auswahl, 2017 (Angaben in %)**

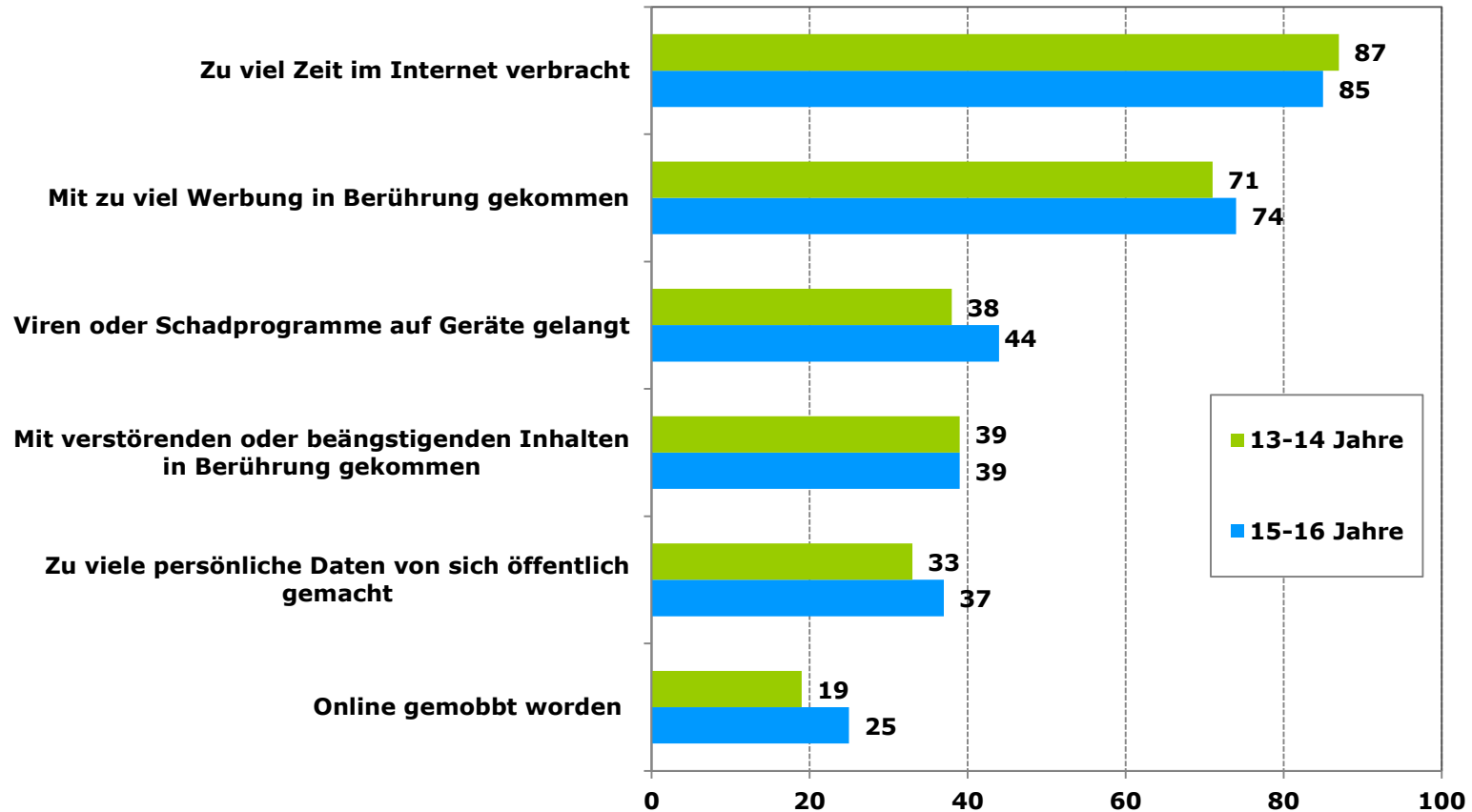


Basis: n=1.011, Internetnutzer*innen ab 14 Jahre.

Quelle: Forsa: Hate Speech 2017, S. 2.

Problematische Internetnutzung aus Sicht der Jugendlichen

Selbst erlebte Online-Risiken, 2017, Auswahl (Angaben in %)

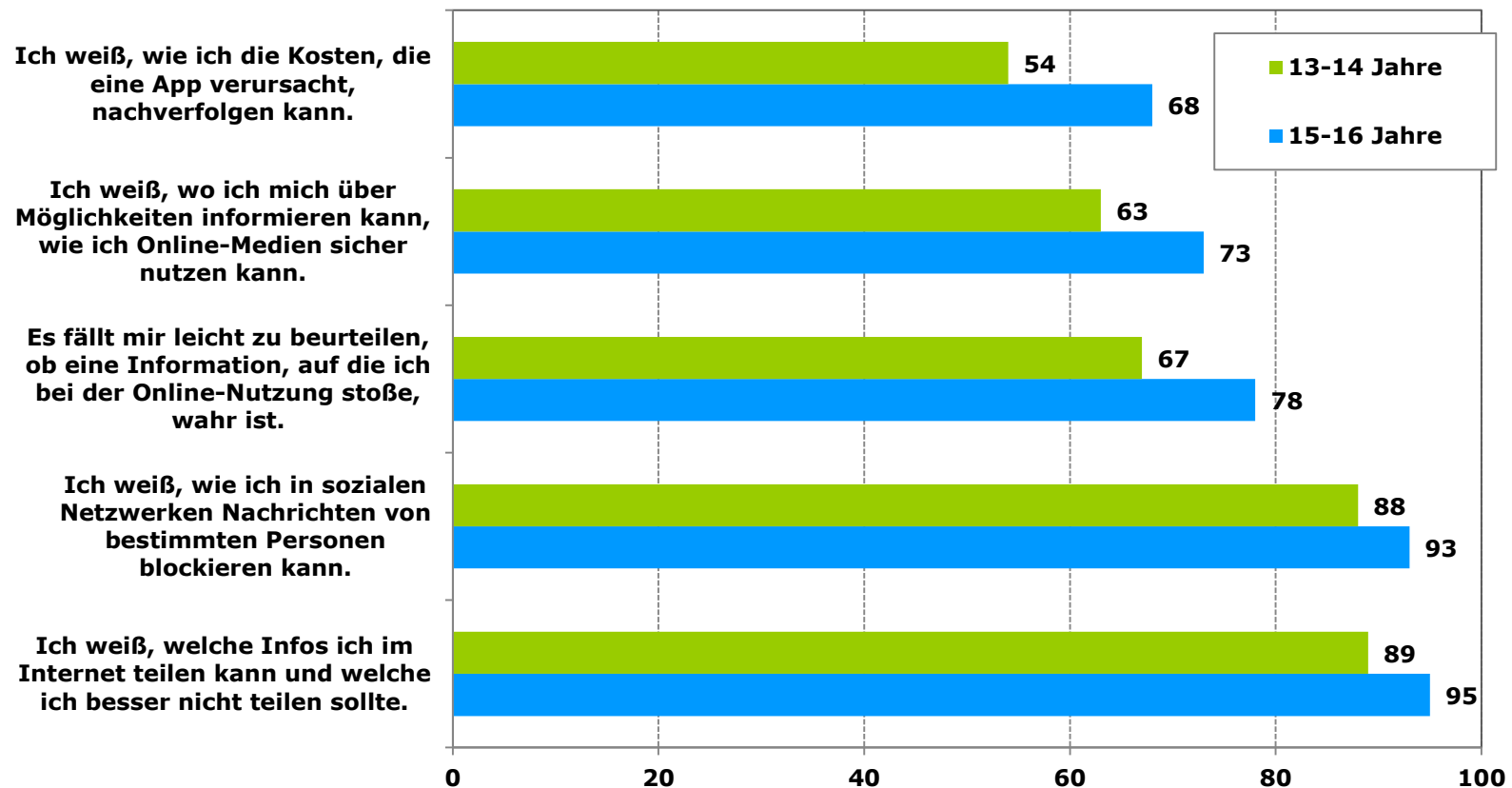


Basis: n=805, 9-16 Jahre, Internetnutzer*innen.

Quelle: Brüggem u. a.,
Jugendmedienschutzindex 2017, S. 28/29.

Eigene Fähigkeiten, um mit Gefahren im Internet umzugehen

Einschätzung der Jugendlichen, Aussage trifft „voll und ganz“ oder „eher“ zu, Auswahl, 2017
(Angaben in %)



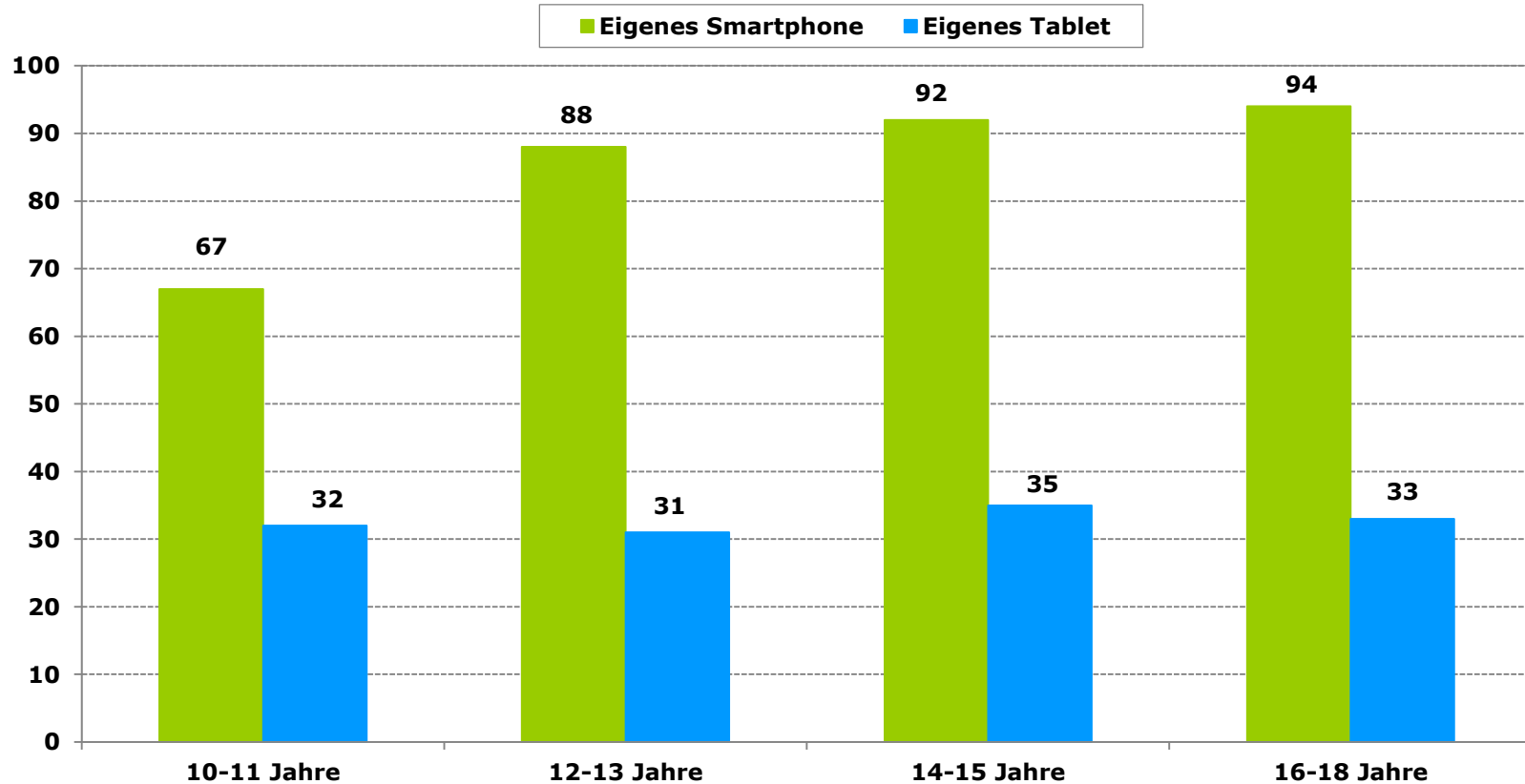
Basis: 805; 9- bis 16-Jährige, die das Internet nutzen.

Quelle: Brüggem u. a., Jugendmedienschutzindex 2017, S. 70.

Handy und mobile Medien

Persönlicher Besitz von Smartphone oder Tablet

Nach Altersgruppen, Auswahl, Mehrfachnennungen möglich, 2017
(Angaben in %)

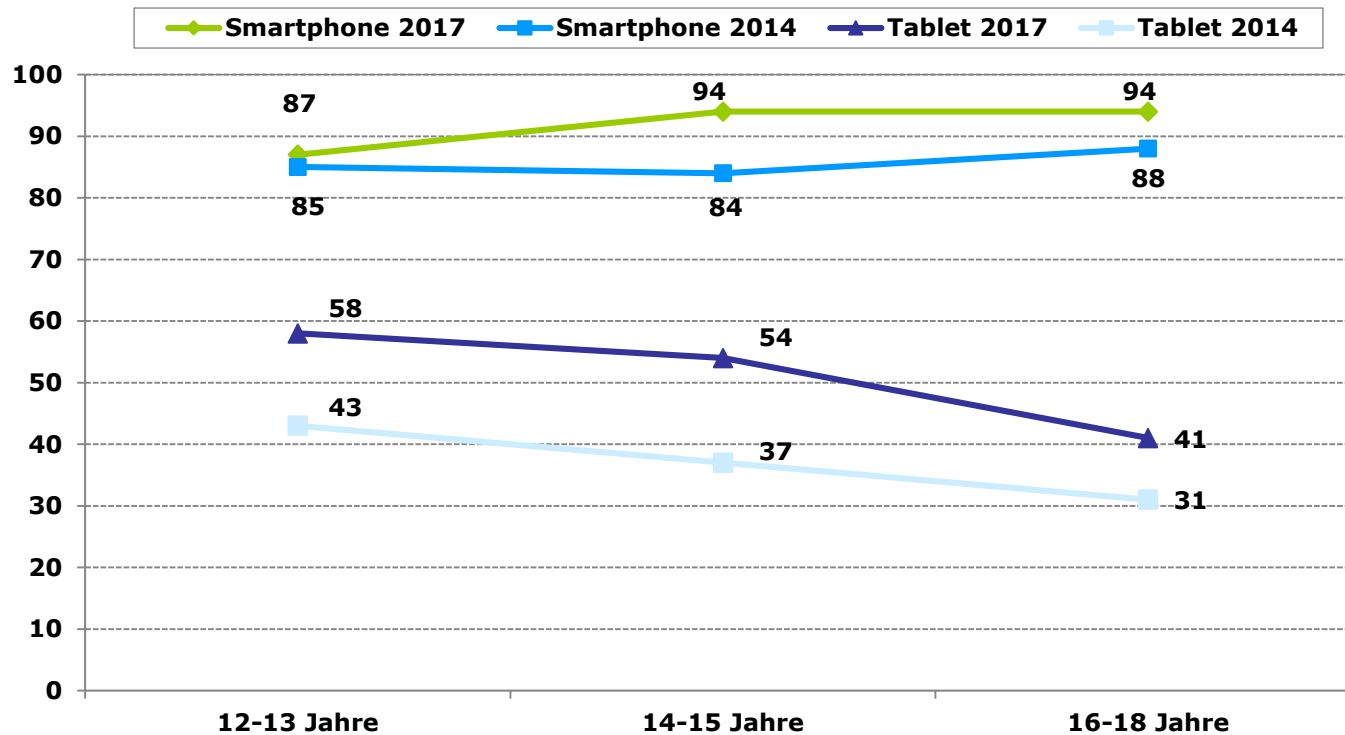


Basis: n=926, 6-18 Jahre.

Quelle: bitkom Research 2017, S. 3.

Smartphone- und Tabletnutzung nach Altersgruppen

Nutzung zumindest ab und zu, nach Altersgruppen, Auswahl, Mehrfachnennungen möglich, 2014 und 2017
(Angaben in %)

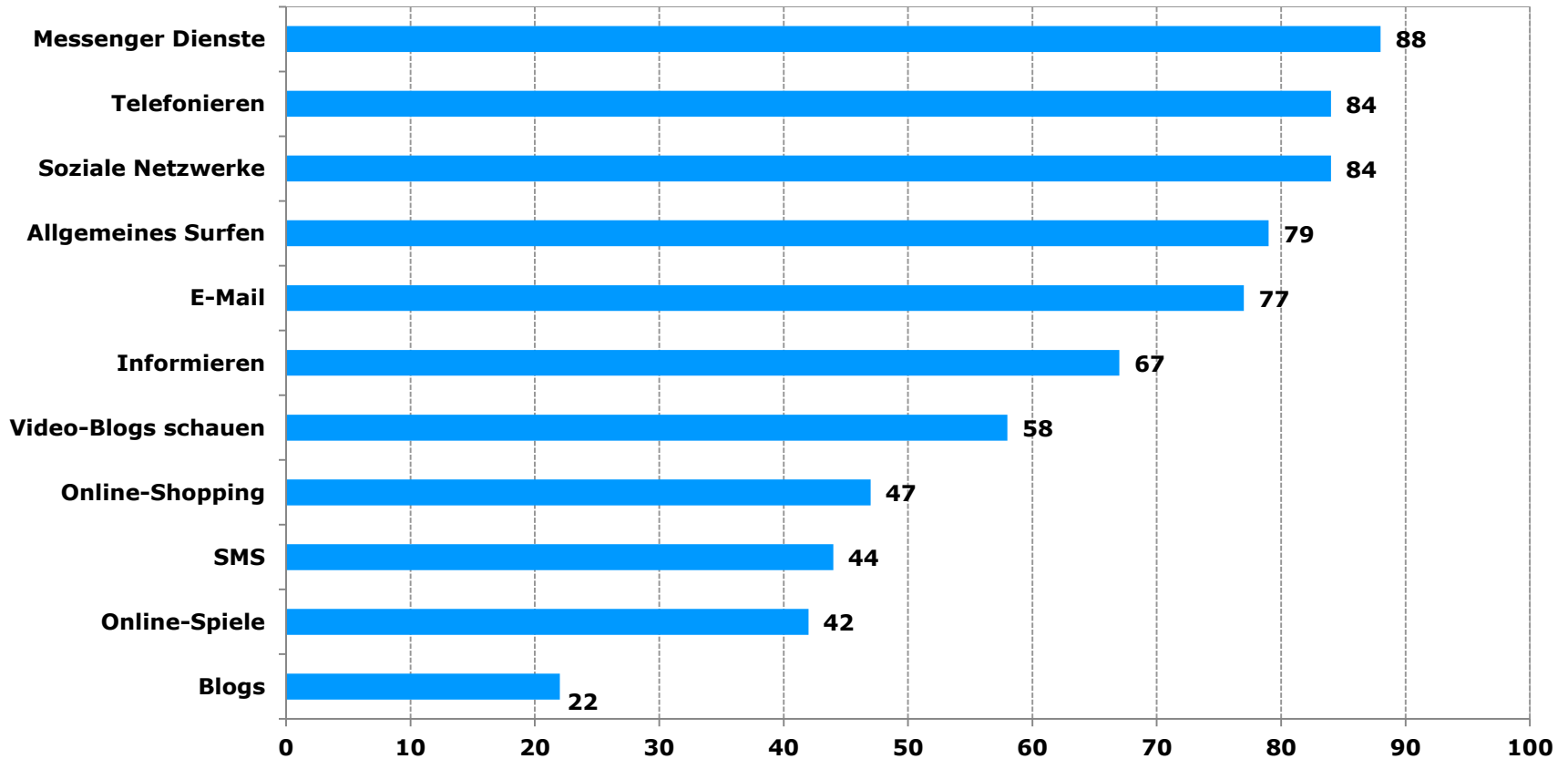


Basis: n=926, 6-18 Jahre.

Quelle: bitkom Research 2017, S. 2.

Wie nutzen Jugendliche das Smartphone?

Auswahl, 2017 (Angaben in %)

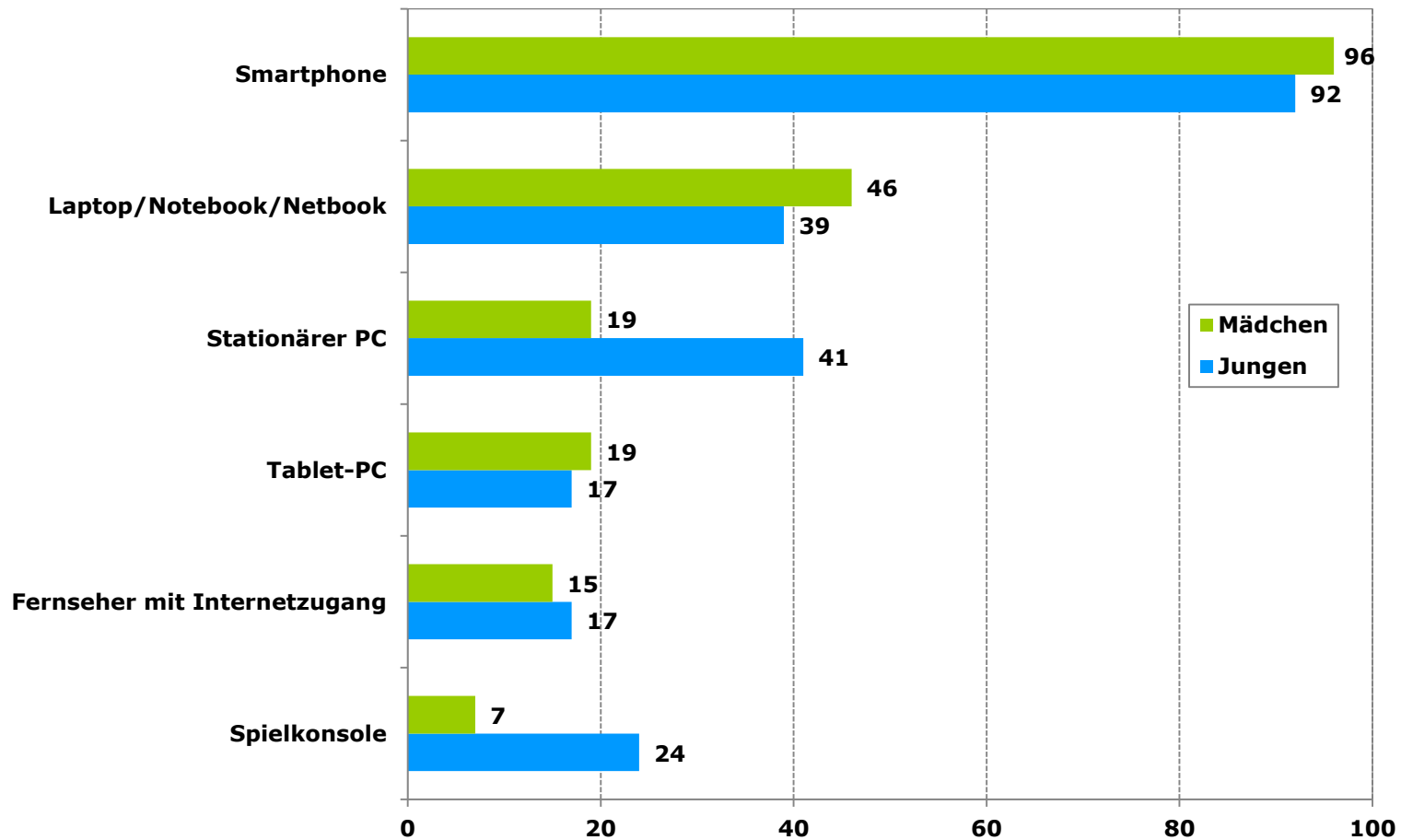


Basis: n=513, 14-18 Jahre.

Quelle: elbudler Jugendstudie 2018, S. 6.

Welche Geräte verwendest du am häufigsten, um online zu gehen?

In den letzten 14 Tagen, nach Geschlecht, 2018 (Angaben in %)

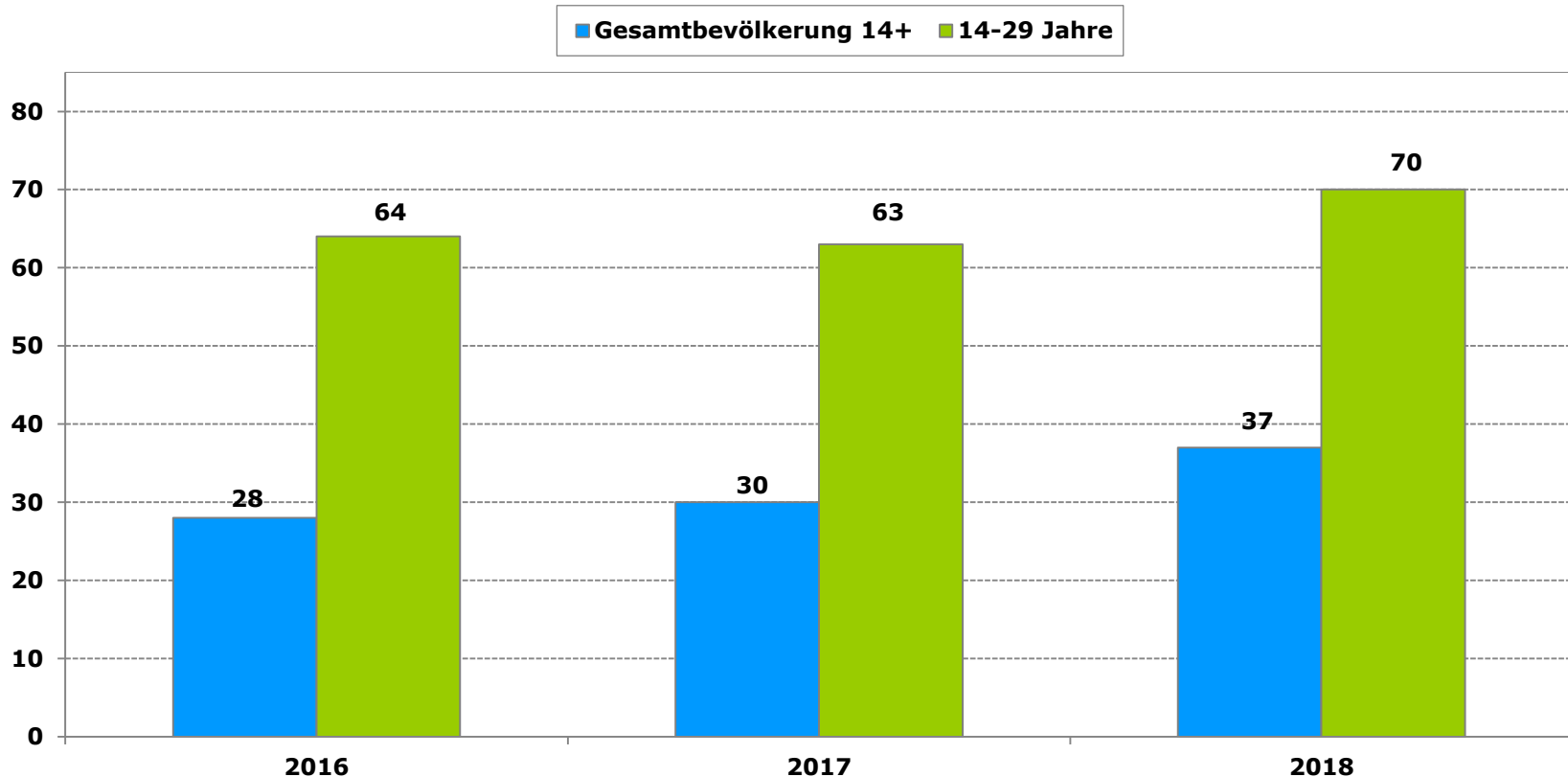


Basis: n=1.195; 12- bis 19-Jährige, die mind. alle 14 Tage das Internet nutzen.

Quelle: JIM-Studie, 2018, S. 27.

Internetnutzung unterwegs

Täglich genutzt, Vergleich Gesamtbevölkerung (14+) und 14- bis 29-Jährige, 2016-2018, (Angaben in %)

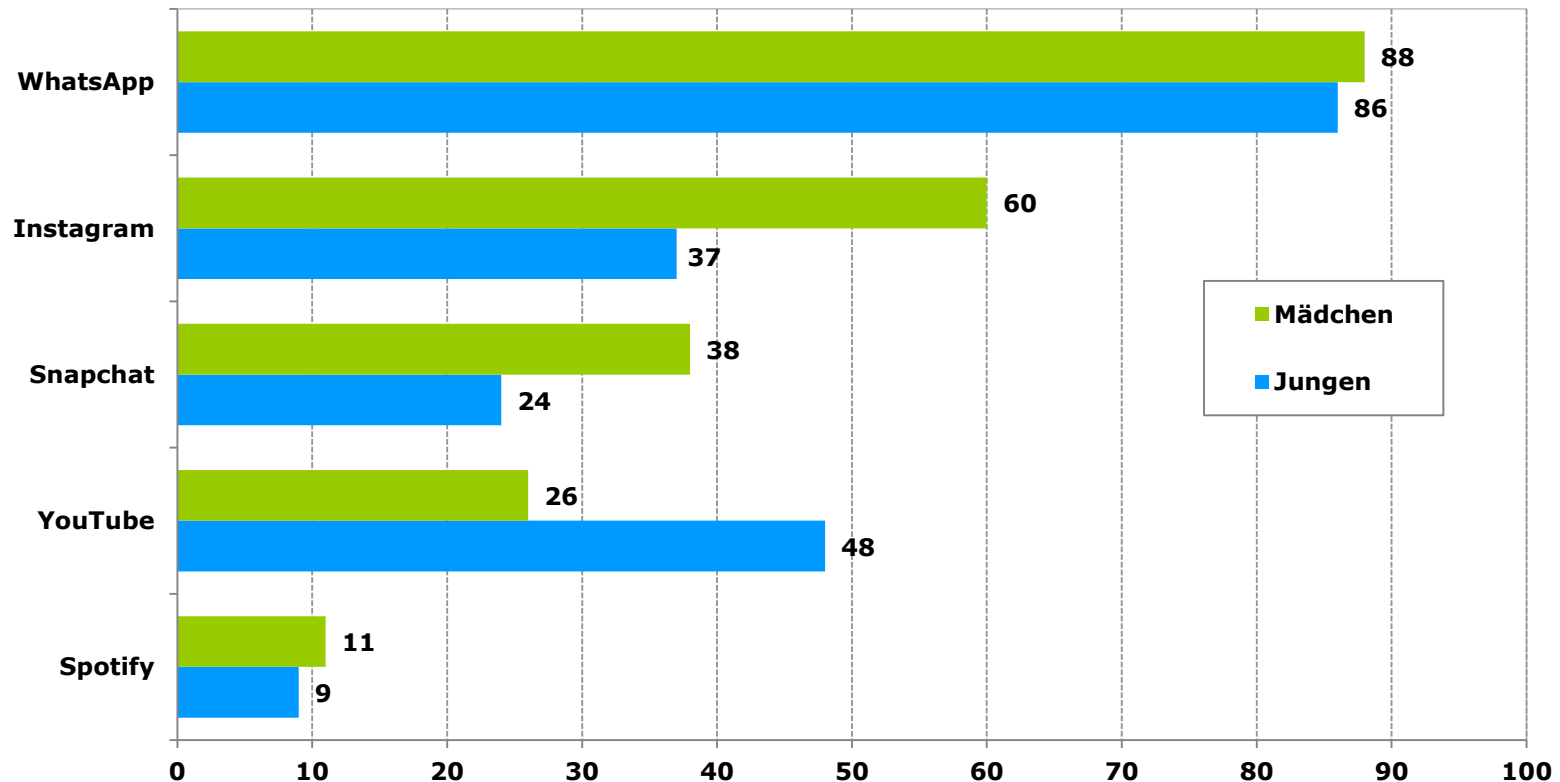


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (2016: n=1.508, 2017: n=2.017, 2018: n=2.009).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016-2018, Frees/Koch in: Media Perspektiven 9/2018, S. 403.

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone von Jugendlichen

Bis zu drei Nennungen, Nennung ab 3 Prozent, Auswahl, nach Geschlecht, 2018
(Angaben in %)



Basis: n=1.149; Befragte, die Apps auf dem Handy installiert haben, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2018, mpfs, S. 36.

Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- bitkom research: Kinder und Jugend in der digitalen Welt. 2017.
URL: <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-PIs/2017/05-Mai/170512-Bitkom-PK-Kinder-und-Jugend-2017.pdf> (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- bitkom research: Social Media & Social Messaging. Berlin 2018. URL: <https://www.bitkom-research.de/Social-Media-Social-Messaging-2018> (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Bravo/YouGov: Politische Jugendstudie. 2017.
URL: <https://yougov.de/news/2017/07/18/politische-jugendstudie-von-bravo-und-yougov-teena/> (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Brüggem, Niels u.a.: Jugendmedienschutzindex: Der Umgang mit onlinebezogenen Risiken. Berlin 2017.
URL: http://www.fsm.de/sites/default/files/FSM_Jugendmedienschutzindex.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Bündnis gegen Cybermobbing: Cyberlife II. Spannungsfeld zwischen Faszination und Gefahr. Cybermobbing bei Schülerinnen und Schülern. Karlsruhe 2017.
URL: https://www.buendnis-gegen-cybermobbing.de/fileadmin/pdf/studien/2016_05_02_Cybermobbing_2017End.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- DAK-Studie: WhatsApp, Instagram und Co. – so süchtig macht Social Media. Berlin 2017.
URL: <https://www.dak.de/dak/download/dak-studie-social-media-nutzung-1968596.pdf> (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI): DIVSI U25-Studie. Hamburg 2018.
URL: <https://www.divsi.de/wp-content/uploads/2018/11/DIVSI-U25-Studie-euphorie.pdf> (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Elbdudler/YouGov: elbdudler Jugendstudie 2018. URL: <https://jugendstudie.elbdudler.de/> (letzter Aufruf: 19.02.2019).

Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- Feierabend, Sabine/Rathgeb, Thomas/Reutter, Theresa: Jugend, Information, Medien. In: Media Perspektiven 12/2018, S. 587-600. URL: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2018/1218_Feierabend_Rathgeb_2019-01-08.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Forsa: Hate Speech 2017.
URL: https://www.lfm-nrw.de/fileadmin/user_upload/lfm-nrw/Service/Pressemitteilungen/Dokumente/2017/Ergebnisbericht_Hate-Speech_forsa-Mai-2017.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Forsa/DAK Gesundheit: Internet- und Computergebrauch bei Kindern und Jugendlichen. November 2015. URL: http://www.dak.de/dak/download/Forsa_Studie_Internetsucht_im_Kinderzimmer-1728400.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Frees, Beate/Koch, Wolfgang: ARD/ZDF-Onlinestudie 2018: Zuwachs bei medialer Internetnutzung und Kommunikation. In: Media Perspektiven 9/2018, S. 398-413.
URL: http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/files/2018/0918_Frees_Koch.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- GfK: Frequency of Reading Books. Global GfK survey 2017.
URL: https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/Landing_Pages_PDF/Global%20Studies%20Roper/Global-GfK-survey_Frequency-reading-books_2017.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- iconkids & youth international research GmbH: Trend Tracking Kids 2019 Bericht.
URL: <http://iconkids.com> (letzter Aufruf: 13.08.2019).
- Kupferschmitt, Thomas: Onlinevideo: Gesamtreichweite stagniert, aber Streamingdienste punkten mit Fiction bei Jüngeren. In: Media Perspektiven 9/2017, S. 447-462.
URL: http://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2017/0917_Kupferschmitt.pdf (letzter Zugriff: 19.02.2019).

Verwendete Sekundärdaten/ Quellenangaben

- Media Perspektiven Basisdaten 2018. Daten zur Mediensituation in Deutschland 2018. Frankfurt am Main, 2019. URL: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Basisdaten_2018_Internet_mit_Verknuepfung.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs): JIM-Studie 2018. Jugend, Information, (Multi-) Media. Stuttgart 2018.
URL: https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).
- Vodafone Stiftung Deutschland: Engagiert aber allein. Wie sich junge Menschen durch die Online-Welt navigieren und welche Unterstützung sie dafür suchen. Düsseldorf 2018.
URL: https://www.vodafone-stiftung.de/uploads/tx_newsjson/Vodafone_Stiftung_Engagiert_aber_allein_18_01.pdf (letzter Aufruf: 19.02.2019).