

Ergebnisse der JIM-Studie 2001 zum  
Medienumgang Zwölf- bis 19-Jähriger

## → Medien- und Themen- interessen Jugendlicher

Von Sabine Feierabend\* und Walter Klingler\*\*

Seit der letzten JIM-Studie aus dem Sommer 2000 – die erste wurde im Jahr 1998 realisiert – hat im Bereich der (neuen) Medien eine gewisse Ernüchterung Einzug gehalten. Hochdotierte „Dotcoms“ am Neuen Markt stürzten mit ihren Kursen ab, Fernsehproduzenten und die ausstrahlenden Sender landeten so manchen Flop, das digitale Bezahlfernsehen konnte sich noch immer nicht am Markt durchsetzen. Die Hersteller von Mobiltelefonen verzeichnen stark rückläufige Zuwachsraten, zahlreiche Internetportale mussten Konkurs anmelden – der Höhenflug der Medienwelt scheint sich auf eine niedrigere Reishöhe eingependelt zu haben.

**Studie Jugend,  
Information  
(Multi-)Media zum  
vierten Mal  
durchgeführt**

Trotz all dieser Entwicklungen und – oft negativen – Schlagzeilen: die Medien haben auch im vergangenen Jahr ihre Rolle als ständiger Begleiter im Alltag der Menschen beibehalten. Normalität also hinter den skizzierten, teilweise dramatischen Veränderungen. In welcher Form das Medienverhalten der Jugendlichen von Veränderungen berührt oder aber stabil ist, untersucht der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest mit der vorliegenden Studie Jugend, Information, (Multi-)Media (JIM) 2001, der vierten Welle in Folge. (1)

Der mit der JIM-Studie verfolgte Ansatz, den Medienumgang Jugendlicher im Jahresturnus zu untersuchen, ermöglicht eine detaillierte Analyse veränderter oder konstanter Nutzungsmuster. Die Veröffentlichung der Daten dient in diesem Kontext vor allem all denjenigen, die unter dem Stichwort Medienkompetenz neue Strategien und Konzepte entwickeln, um die junge Generation adäquat auf die Zukunft vorzubereiten.

Wie in den Jahren zuvor wird sich die Darstellung der Ergebnisse in diesem Forschungsbericht schwerpunktmäßig mit den so genannten Neuen Medien befassen. Gerade in diesem Bereich fanden die größten technischen und inhaltlichen Veränderungen statt.

### Zur Methode

**Stichprobe und  
Untersuchungs-  
zeitraum**

Die Grundgesamtheit der Studie JIM 2001 bilden – wie bei den vergangenen JIM-Studien – die rund sechs Millionen Jugendlichen von zwölf bis 19 Jahren in Telefonhaushalten der Bundesrepublik Deutschland. Aus dieser Grundgesamtheit wurde für JIM 2001 zunächst eine repräsentative Stichprobe von 1 200 Zielpersonen befragt. Eine Besonderheit in dieser Welle: Um nach 1998 erneut Regio-

naldaten für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz zur Verfügung stellen zu können, erfolgte in diesen Bundesländern eine Aufstockung auf jeweils 500 Zielpersonen. In der Gesamtdarstellung – die Aufstockung wurde hier entsprechend gewichtet – der JIM-Studie 2001 liegen also Daten von 2018 Befragten zugrunde. Die gesonderte Darstellung der Ergebnisse für Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz erfolgt zu einem späteren Zeitpunkt. Die Interviews wurden im Mai/Juni 2001 telefonisch durchgeführt. Die Feldarbeit und Datenprüfung lag erneut beim Enigma-Institut, Wiesbaden. (2)

Wie im Vorjahr haben sich als Träger dieser Studie zusammengefunden: der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest – eine Forschungs Kooperation zwischen der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK), der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz (LPR) und dem Südwestrundfunk (SWR) – und die Zeitungs Marketing Gesellschaft in Zusammenarbeit mit der Bundeszentrale für politische Bildung und den Landeszentralen für politische Bildung Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz sowie der Stiftung Lesen. Die Federführung der Studie oblag dem Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest.

Die zentralen Untersuchungsdimensionen umfassen die Bedürfnisse von Jugendlichen und ihre Lebenssituation, ihr Informationsverhalten und ihre Themeninteressen, die Zugangswege zu Information und das Medienverhalten generell. Die Fragen zum Themenkomplex Computer wurden nur jenen Jugendlichen gestellt, die mindestens einmal pro Monat einen Computer in der Freizeit nutzen (im weiteren: Computernutzer). Dies gilt auch für den Themenkomplex Internet. Basis sind hier jene Computernutzer, die nach eigenen Angaben zumindest selten das Internet bzw. Onlinedienste nutzen (Internetnutzer).

### Freizeitaktivitäten

Mit welchen Tätigkeiten, die nicht mit Medienutzung in Verbindung stehen, verbringen Jugendliche regelmäßig – das heißt hier täglich oder mehrmals pro Woche – ihre freie Zeit? Das Treffen mit Freunden und Gleichaltrigen (88%) steht bei Jugendlichen nach wie vor an erster Stelle. Zwei Drittel treiben regelmäßig Sport, 60 Prozent geben an auszuruhen und einfach gar nichts zu tun. Andere Tätigkeiten – Einkaufsbummel machen, etwas mit der Familie unternehmen, selbst Musik machen oder malen und basteln – werden nur von einem geringen Teil der Jugendlichen regelmäßig ausgeübt.

Jungen und junge Männer weisen eine höhere Affinität zu Sport auf, Mädchen und junge Frauen bummeln häufiger durch die Geschäfte und sind in ihrer Freizeit stärker kreativ tätig. Abendliche

**Träger der Studie**

**Zentrale Unter-  
suchungs-  
dimensionen**

**Nichtmediale  
Aktivitäten**

\* Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz, Südwestrundfunk);

\*\* SWR Medienforschung.

① **Nichtmediale Freizeitaktivitäten Jugendlicher**

„täglich/mehrmals pro Woche“, in %

	1999 (n=1 204)	2000 (n=1 200)	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)
sich mit Freunden/Leuten treffen	87	86	88	89	87	88	88	89	87
Sport treiben	65	62	69	63	74	74	72	63	66
nichts tun, sich ausruhen	61	58	60	62	59	59	65	64	55
einen Einkaufsbummel machen	16	18	20	25	14	21	21	16	21
etwas mit der Familie unternehmen	15	16	17	16	17	24	18	11	14
zu Sportveranstaltungen gehen	9	10	16	13	19	16	17	14	17
auf Partys gehen	11	13	15	17	13	6	12	20	23
malen, basteln	-	-	15	20	11	26	10	10	14
selbst Musik machen	-	-	15	16	15	15	16	15	16
sich künstl. betätigen/malen/ Musik machen	25	33	-	-	-	-	-	-	-
in Disco gehen	8	8	11	12	10	3	4	13	24
in Bücherei/Bibliothek gehen	3	6	6	7	5	8	5	4	7

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 99/2000, JIM 2000, JIM 2001.

② **Themeninteressen Jugendlicher**

Top Boxes (Skalenpunkte 1+2 = sehr interessant, 6 = überhaupt nicht interessant), in %

	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
Freundschaft	97	98	96	98	96	98	97	97	98	97
Musik	85	88	83	87	89	85	81	88	87	83
Liebe, Partnerschaft	81	87	77	66	81	89	90	78	82	82
Ausbildung und Beruf	79	82	76	70	78	86	83	81	82	76
Sport	73	68	77	77	76	70	68	72	77	70
Mode, Kleidung	66	79	53	67	68	65	63	72	70	60
Gesundheit und Medizin	62	70	54	68	58	58	62	69	63	57
Musikstars und Bands	61	63	58	73	69	55	45	65	64	55
Reisen	61	72	50	68	60	57	57	59	59	62
Kino und Filme	57	60	54	68	65	53	42	54	60	56
alles, was mit Computern zu tun hat (außer Spiele und Internet)	57	52	61	54	67	57	49	50	56	61
Umwelt bzw. Umweltschutz	51	55	46	65	46	48	43	51	53	49
Schule	45	49	41	40	47	47	45	40	44	49
Film- und Fernsehstars	45	49	41	66	53	35	23	55	48	37
Autos	45	32	56	38	37	47	57	54	50	35
Internet	42	30	54	54	46	37	32	41	43	42
Technik	40	17	62	45	38	37	40	48	40	37
Computerspiele	39	20	57	53	46	31	23	41	40	37
Kunst und Kultur	25	31	19	30	22	20	28	23	22	28
Wirtschaft	21	18	23	19	17	21	26	19	21	21
Politik, die in der Gegend gemacht wird, wo Du wohnst	19	17	20	16	14	19	25	19	18	19
Politik, die in Bonn bzw. Berlin gemacht wird	14	11	17	9	12	17	19	11	12	17

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

Außer-Haus-Aktivitäten wie der Besuch von Partys oder Discotheken werden vor allem für Jugendliche ab 16 Jahren interessant, Aktivitäten mit der Familie oder kreative Tätigkeiten wie malen und

basteln werden hingegen von den Zwölf- bis 13-jährigen überdurchschnittlich ausgeübt.

Insgesamt zeichnet sich das hier beschriebene Profil der Freizeitaktivitäten Jugendlicher im Vergleich zu vorhergehenden JIM-Studien durch hohe Stabilität aus, leicht zugenommen haben seit 1999 der Besuch von Sportveranstaltungen und Einkaufsbummel (vgl. Tabelle 1).

**Freizeitaktivitäten über alle JIM-Wellen hinweg stabil**

## ③ Zukunftsvorstellungen Jugendlicher

„wird bestimmt/wahrscheinlich eintreten“, in %

	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
Ich werde später mal eine eigene Familie haben	93	93	93	96	92	92	91	95	94	92
Ich werde später mal einen Beruf haben, der mir viel Spaß macht	93	95	91	96	90	94	91	90	93	95
Ich werde später mal viel Geld verdienen	77	73	80	80	74	78	76	76	73	80
In ein paar Jahren wird es auf der Straße mehr Gewalt geben als heute	71	76	67	67	71	74	74	80	74	64
Die Welt wird später gefährlicher sein als heute	68	74	62	65	65	70	71	69	72	64
In ein paar Jahren wird es weniger Arbeitslose geben	41	39	43	55	50	37	22	45	44	37
Ich werde später mal im Ausland leben	28	31	26	19	27	29	38	25	24	33

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

**Themeninteressen**

Für welche Themen interessieren sich Jugendliche besonders, welche sind für sie eher unbedeutend? Anhand einer 6er Skala (1=ist für mich sehr interessant, 6= ist für mich überhaupt nicht interessant) wurden insgesamt 22 verschiedene Bereiche abgefragt. Fasst man die Nennungen der so genannten Top-Boxes (Skalenpunkte 1 und 2) zusammen, dann ergibt sich folgende Themenlandschaft:

**Freundschaft, Liebe,  
Musik und Aus-  
bildung/Beruf inter-  
essieren Jugendliche  
am meisten**

Der Bereich Freundschaft (97%) stößt bei den Jugendlichen auf das größte Interesse, eng damit verbunden das Thema Liebe/Partnerschaft (81%). Von sehr starkem Interesse sind aber auch Musik (85%), Ausbildung/Beruf (79%), Sport (73%), Mode/Kleidung (66%), Gesundheit/Medizin (62%), Reisen (61%) sowie Musikstars und Bands (61%). Kino, das Thema Computer (ohne Internet und Spiele), aber auch Umweltschutz, Schule, Film- und Fernsehstars oder Autos sind für gut die Hälfte der Jugendlichen spannende Bereiche, für das Internet interessieren sich 42 Prozent stark. Am Ende der Interessensskala finden sich Bundes- sowie Kommunalpolitik, für Wirtschaft als (abstraktes) Thema kann sich erst jeder fünfte Jugendliche begeistern.

**Geschlechts- und  
altersspezifische  
Schwerpunkte**

Geschlechts- und rollenspezifische Interessensbereiche gelten auch nach den Befunden dieser vierten JIM-Welle weiter. So nennen Mädchen und junge Frauen deutlich stärker die Themen Mode, Gesundheit, Reisen; Jungen und junge Männer sind in den Bereichen Technik, Auto, Computerspiele und Internet überproportional vertreten. Insgesamt nennen weibliche Befragte ein größeres Themenspektrum, für das sie sich interessieren, als männliche. Auch im Altersverlauf lassen sich Themenkarrieren nachzeichnen. Stars aus Film, Fernsehen und der Musikbranche sowie Computerspiele verlieren mit zunehmendem Alter deutlich an Bedeutung, während das Interesse an Politik leicht ansteigt (vgl. Tabelle 2).

**Zukunftsvorstellungen**

Welche Erwartungen haben Jugendliche an die Zukunft? Wie stellen sie sich ihr Leben vor? Um hierüber Aufschluss zu erhalten, beurteilten die Befragten sieben Aussagen über denkbare Entwicklungen aus den Bereichen Familie, Gesellschaft und Beruf. (3) Mit 93 Prozent erhält die Aussage „Ich werde später mal eine eigene Familie haben“ die höchste Zustimmung (wird bestimmt/wahrscheinlich eintreten) der Jugendlichen. Ein „Berufsleben, das Spaß macht“ sehen ebenfalls fast alle für sich voraus, drei Viertel glauben oder hoffen, später auch einmal „viel Geld zu verdienen“. Für 71 Prozent der Jugendlichen ist es gut vorstellbar, dass sich das Gewaltpotenzial in der Gesellschaft vergrößern wird; dies erwarten Mädchen, ältere Befragte und Hauptschüler stärker als der Durchschnitt. Die Hoffnung auf weniger Arbeitslose äußern nur vier von zehn Jugendlichen, ein Leben im Ausland ist für ein gutes Viertel denkbar oder erstrebenswert (vgl. Tabelle 3).

Drei Viertel der Jugendlichen haben im Übrigen bereits konkrete Vorstellungen darüber, welchen Beruf sie später einmal ausüben wollen, wobei die Jüngeren sich weniger festlegen (können) als Ältere. Betrachtet man die einzelnen Nennungen, so wird ein breites Spektrum sichtbar. Einige Beispiele: 14 Prozent der Jugendlichen geben einen Handwerksberuf an, mehr Jungen (20%) als Mädchen (7%), mehr Hauptschüler (35%), die zum Zeitpunkt der Befragung teilweise wohl bereits berufliche Erfahrungen vorweisen können, als Realschüler (15%) oder Gymnasiasten (3%). Eine wissenschaftliche Berufsausbildung (ohne Medizin), die ein Studium erfordert, schwebt insgesamt 13

**Eigene Familie und  
Beruf, der Spaß  
macht, erhalten  
größte Zustimmung**

**Berufswünsche:  
Handwerks-, Erzie-  
hungs- und medizini-  
sche Berufe am häu-  
figsten genannt**

④ **Medien und Unterhaltungselektronik in Haushalten mit Jugendlichen**

Haushaltsausstattung, in %

	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
Fernsehgerät	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Hifi-Anlage/Stereoanlage mit CD-Player	97	97	97	95	98	98	98	93	98	98
Mobiltelefon oder Handy	94	95	93	93	94	95	95	96	95	92
Videorecorder	93	93	94	95	94	93	92	92	94	93
Computer bzw. PC	91	90	92	91	94	90	88	80	91	97
Tageszeitungsabonnement	67	68	66	58	70	71	68	53	62	78
einzelner CD-Player	65	65	65	72	70	62	55	66	67	63
Internetzugang, also Modem bzw. ISDN-Anschluss	65	62	68	56	73	69	61	52	60	75
Spielkonsole für den Fernseher	54	45	63	57	63	55	42	63	59	47
Anrufbeantworter	48	47	49	48	47	49	48	43	47	51
Faxgerät	31	31	30	28	28	31	35	22	28	37
Mini-Disc-Recorder	23	24	21	27	20	24	19	22	27	19
MP3-Player	15	12	17	14	15	15	16	13	12	18
Abofernsehen, z.B. Premiere-World	14	15	14	16	13	15	14	16	16	13
DAT-Recorder	4	4	4	4	4	4	4	3	6	3

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

⑤ **Medienbesitz Jugendlicher**

in %

	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
Hifi-Anlage/Stereoanlage mit CD-Player	86	87	85	80	88	89	88	80	88	88
Mobiltelefon oder Handy	74	80	69	57	78	80	84	77	77	71
Fernsehgerät	64	60	66	60	60	68	67	66	73	55
Computer bzw. PC	49	40	58	44	49	49	54	39	49	55
einzelner CD-Player	46	47	46	54	48	44	39	44	48	46
Videorecorder	32	26	37	23	30	32	43	29	41	26
Spielkonsole für den Fernseher	32	18	46	38	38	33	20	40	37	24
Internetzugang, also Modem bzw. ISDN-Anschluss	25	16	33	17	26	26	29	15	22	31
Mini-Disc-Recorder	15	16	15	18	12	18	13	15	20	12
MP3-Player	7	4	10	4	8	8	9	4	7	9
DAT-Recorder	2	1	2	2	1	2	1	1	3	0
Nichts davon	1	1	1	1	0	1	3	3	1	1

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

Prozent der Jugendlichen vor, wobei die Erziehungswissenschaften hier am stärksten vertreten sind. Während 18 Prozent der Gymnasiasten diesen Berufsweg einschlagen wollen, sind es bei den Hauptschülern nur 8 Prozent. Medizinische Berufe, sei es als Arzt, Therapeut oder im Pflegebereich, sind für jeden zehnten Jugendlichen als Berufsbild relevant, deutlich stärker für Mädchen (17%) als für Jungen (3%). Die IT-Branche schließlich scheint nur für 5 Prozent der Jugendlichen beruflich interessant zu sein, hier sind Mädchen und junge Frauen (2%) deutlich unterrepräsentiert (Jungen: 9%).

**Medienbesitz Jugendlicher**

Jugendliche haben einen immer breiteren Zugang zu Medien und Geräten der Unterhaltungselektronik. In 94 Prozent der Haushalte, in denen Zwölf- bis 19-Jährige aufwachsen, gibt es mittlerweile mindestens ein Mobiltelefon, 91 Prozent der Haushalte sind mit einem Computer und 65 Prozent mit einem Internetzugang ausgestattet. 14 Prozent der Haushalte haben nach Angaben der Jugendlichen Pay-TV abonniert (vgl. Tabelle 4).

**Breiter Zugang zu Medien und Unterhaltungselektronik**

Doch auch der persönliche Medienbesitz der Jugendlichen expandiert. Am stärksten hat sich im Vergleich zu JIM-Studien aus den vergangenen Jahren die Ausstattung Jugendlicher mit Mobiltelefonen entwickelt. Während im Jahr 1999 erst

**Persönlicher Medienbesitz Jugendlicher gestiegen, vor allem bei Handys**

## ⑥ Mediennutzung Jugendlicher

„täglich/mehrmals pro Woche“, in %

	1999 (n=1 204)	2000 (n=1 200)	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
fernsehen	94	93	93	92	93	95	94	92	88	91	95	92
CD/MC hören	94	92	91	94	89	89	91	94	91	91	92	91
Radio hören	84	84	82	89	74	75	83	85	84	77	84	83
Computer nutzen	52	60	64	56	72	62	68	62	66	49	63	73
Zeitung lesen	62	59	54	50	57	37	52	63	63	49	50	59
Zeitschriften/ Magazine lesen	46	45	45	47	44	47	49	41	43	42	46	46
Bücher lesen	36	36	39	45	33	47	39	33	34	30	31	49
Videos ansehen	20	20	20	17	23	24	21	18	16	24	23	15
Comics lesen	10	11	12	7	18	22	12	7	8	14	12	12
Hörspiellkassetten hören	12	12	11	12	10	17	13	8	6	16	12	8
ins Kino gehen	2	3	4	3	5	3	3	4	6	5	4	3

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 99/2000, JIM 2000, JIM 2001.

14 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen ein eigenes Handy hatten, stieg dieser Wert im Jahr 2000 auf 49 Prozent an und steigerte sich im Jahr 2001 auf 74 Prozent. Mädchen und junge Frauen weisen hier mit 80 Prozent eine höhere Besitzrate auf als Jungen (69%). Ein eigenes Fernsehgerät haben 64 Prozent der Jugendlichen, jeder Zweite hat einen eigenen Computer – mehr Jungen (58%) als Mädchen (40%). Im Vergleich zum Vorjahr ergibt dies bei der Computerausstattung ein Plus von drei Prozentpunkten. Jeder vierte Jugendliche gibt an, einen eigenen Internetzugang zu haben, doppelt so viele Jungen und junge Männer (33%) wie Mädchen und junge Frauen (16%). Ebenfalls überwiegend im Besitz männlicher Befragter befinden sich Spielkonsolen für den Fernseher (46%, Mädchen: 18%). Jugendliche, die die Hauptschule besuchen oder besucht haben, weisen einen unterdurchschnittlichen Besitz bei Computern und Onlinezugang auf, überdurchschnittlich fällt dagegen die Verfügbarkeit von Spielkonsolen, Fernsehgeräten und Mobiltelefonen aus (vgl. Tabelle 5).

**Mediennutzung**

**TV, Tonträger, Radio stabil genutzt, Zunahme der Computernutzung**

Bei der Mediennutzung zeigt sich zunächst eine hohe Stabilität. Im Jahr 2001 zählen das Fernsehen (93%), Tonträger (91%) und das Radio (82%) weiterhin zu den von Jugendlichen am häufigsten genutzten Medien. Zugelegt auf nun 64 Prozent hat die Computernutzung (täglich bzw. mehrmals pro Woche, 1999: 52%). Im Vergleich zu den Vorjahren leicht rückläufige Tendenzen weist dagegen die Zeitungsnutzung auf, während das Lesen von Büchern etwas zulegen konnte. Allerdings könnte dies im Jahr 2001 auch ein einmaliger „Harry-Potter-Effekt“ sein. Hier bleibt die mittelfristige Entwicklung abzuwarten. Konstante Werte sind für die Nutzung von Videos, Comics oder Hörspiellkassetten zu verzeichnen.

**Medienpräferenzen variieren nach Geschlecht, Alter, Bildung**

Mädchen haben eine höhere Affinität zu den Audiomedien als Jungen, diese wiederum zeichnen sich durch eine intensivere Computernutzung aus – bekannte Muster aus den vergangenen Jahren.

Während 56 Prozent der Zwölf- bis 19-jährigen Mädchen zu den intensiven Computernutzern zählen, sind es bei den Jungen 72 Prozent. Auch Comics und Videos zählen zu den von Jungen favorisierten Medien, bei der Buchnutzung zeigt sich erneut die bekannt höhere Zuwendung der Mädchen. Die Radionutzung und ganz deutlich die Zeitungslektüre steigen im Altersverlauf an, Hörspiellkassetten, Comics, aber auch Videos verlieren für Jugendliche mit zunehmendem Alter an Bedeutung. Betrachtet man die Zuwendung zu Medien nach verschiedenen Bildungstypen, so zeigt sich bei der Computernutzung der deutlichste Unterschied. Nur 49 Prozent der Hauptschüler zählen zu den intensiven Computernutzern, bei den Gymnasiasten sind es mittlerweile 73 Prozent. Und auch bei der Buch- und Zeitungsnutzung liegen die Hauptschüler unter den Durchschnittswerten. Überproportional sind bei ihnen hingegen Videos und Hörspiellkassetten im Alltag vertreten (vgl. Tabelle 6).

**Computernutzung**

Erweitert man den Kreis der 64 Prozent intensiven Computernutzer (täglich/mehrmals pro Woche) um diejenigen, die sich mindestens einmal im Monat mit diesem Medium beschäftigen, so zählen im Jahr 2001 83 Prozent der Jugendlichen zu den Computernerfahrenen. Im Vergleich zum Vorjahr (81%) erhöhte sich dieser Wert nur geringfügig, nimmt man das Jahr 1998 als Bezugsgröße, so ist seither ein Anstieg von 12 Prozentpunkten zu verzeichnen. Der Abstand zwischen männlichen und weiblichen Computernutzern hat sich im aktuellen Jahr auf 8 Prozentpunkte verkürzt. Besonders in der Altersgruppe der 14- bis 15-Jährigen sind Computernutzer weit verbreitet. Während nur 72 Prozent aller Hauptschüler zu den Computernutzern zählen,

**Gut 80 % der Jugendlichen haben Computererfahrung, 12 %-Punkte mehr als 1998**



⑦ **Computernutzung in der Freizeit**

„mindestens einmal im Monat“, in %

	1998 (n=803)	1999 (n=1 204)	2000 (n=1 200)	2001 (n=2 018)	Zusammensetzung Computernutzer 2001 (n=1 677)
Gesamt	71	76	81	83	100
Mädchen	63	70	76	79	47
Jungen	78	82	86	87	54
12-13 Jahre	71	77	78	83	26
14-15 Jahre	74	80	85	87	27
16-17 Jahre	72	74	83	83	24
18-19 Jahre	67	73	77	79	24
Hauptschule	58	65	69	72	19
Realschule	72	77	83	81	34
Gymnasium	78	82	85	91	47

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998, JIM 99/2000, JIM 2000, JIM 2001.

⑧ **Häufigkeit der Computernutzung**

in %

	1998 (n=803)	1999 (n=1 204)	2000 (n=1 200)	2001 (n=2 018)
täglich, mehrm./Woche einmal/Woche,	48	52	60	64
mehrm./Monat	18	19	17	16
einmal/Monat, seltener	14	12	13	10
nie	20	17	10	10

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998, JIM 99/2000, JIM 2000, JIM 2001.

sind es bei den Gymnasiasten mittlerweile 91 Prozent (vgl. Tabelle 7).

In der Langzeitbetrachtung über vier Jahre zeigt sich zweierlei: Einerseits hat sich der Anteil der Nichtnutzer seit 1998 von 20 Prozent auf 10 Prozent halbiert, andererseits ist der Anteil der intensiven Nutzer (täglich/mehrmals pro Woche) von 48 Prozent im Jahr 1998 um 16 Prozentpunkte auf 64 Prozent angestiegen (vgl. Tabelle 8).

**Computernutzung in der Schule**

Mit großen finanziellen und organisatorischen Anstrengungen wurde in den letzten Jahren versucht, den Einsatz von Computern im Schulunterricht zu fördern. 56 Prozent der Jugendlichen (die sich insgesamt zu 95% in der Schul- oder Berufsausbildung befinden) geben im Jahr 2001 an, überhaupt – unabhängig von der Häufigkeit – in der Schule Computer zu nutzen. Obwohl wir es in Deutschland überwiegend mit gemischten Klassen zu tun haben, geben Mädchen und junge Frauen etwas häufiger eine Computernutzung in der Schule an als Jungen. Eine Erklärung könnte darin liegen, dass Jungen und junge Männer generell einen stärkeren Zugang zu Computern im außerschulischen Bereich haben als Mädchen und junge Frauen, die wiederum stärker auf eine Computernutzung in der Schule angewiesen sind. Gleichzeitig deuten die Angaben darauf hin, dass der Computereinsatz in der Schule eher in Wahl- statt in Pflichtfächern,

die dann ja im gleichen Umfang von Jungen und Mädchen besucht werden müssten, stattfindet. Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren geben häufiger als die jüngsten bzw. ältesten Befragten an, Computer in der Schule zu nutzen.

Wenn Computer in der Schule von Jugendlichen genutzt werden, dann findet dies in der Regel meist nur in einem bestimmten Fach statt, ein fächerübergreifender Einsatz wird von den Jugendlichen nicht bestätigt. Der Computer wird in der Schule offensichtlich etwas anders genutzt als zu Hause oder bei Freunden der Jugendlichen. Die Nutzung von Lernprogrammen im Schulunterricht wird von gut der Hälfte der Befragten bejaht. Weit verbreitet ist auch das Surfen im Internet (59%), während E-Mails – nach eigenen Angaben – nur von einem Fünftel der Jugendlichen von der Schule aus verschickt oder dort empfangen werden (vgl. Tabelle 9).

Geschlechtsspezifische Unterschiede beim Computereinsatz in der Schule sind erkennbar. So geben mehr Mädchen (78%) als Jungen (67%) an, den Computer unter Anleitung des Lehrers zu nutzen, und auch der Einsatz von Lernprogrammen wird von Mädchen (60%) häufiger bestätigt als von Jungen (47%). Ob dieses Antwortverhalten ein Ergebnis sozialer Erwünschtheit oder unterschiedlicher Wahrnehmungen ist oder es tatsächlich eine geschlechtsspezifische Nutzung in der Schule gibt, muss an dieser Stelle offen bleiben.

Unterschiede ergeben sich auch, wenn man die Antworten der Jugendlichen nach dem besuchten Schultyp analysiert. So geben Hauptschüler dreimal häufiger einen Computer im Klassenzimmer an als Gymnasiasten, gleichzeitig attestieren Hauptschüler ihren Lehrern häufiger Computerkenntnisse, die fundierter sind als die eigenen. Auch kommen Lernprogramme an Hauptschulen häufiger zum Einsatz als an Gymnasien. Die Nutzung des Internets hingegen ist bei Befragten mit Hauptschulabschluss (die sich zum Teil ja schon in der Berufsausbildung befinden) am wenigsten verbreitet.

**Einsatz von Computern in der Schule meist nur in bestimmtem Fach**

**Unterschiede nach Geschlecht und Schultypen**

## ⑨ Computer und Schule

in %

	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
Nutze Computer in der Schule	56	58	54	48	67	64	45	51	53	61
davon:	(n=1 130)	(n=573)	(n=557)	(n=250)	(n=340)	(n=311)	(n=228)	(n=224)	(n=379)	(n=527)
Ich wünsche mir, dass wir in der Schule häufiger Computer nutzen	79	76	82	87	83	82	59	84	79	77
In der Schule nutze ich Computer meist nur in einem bestimmten Fach	77	79	76	77	83	76	71	85	84	70
In der Schule nutze ich Computer meist unter Anleitung eines Lehrers	73	78	67	78	77	74	58	80	80	64
In der Schule nutze ich den Computer für ganz andere Dinge als zu Hause oder bei meinen Freunden	71	74	68	72	70	71	70	73	74	67
In der Schule nutze ich den Computer meistens mit mehreren Schülern zusammen	67	70	65	71	69	67	61	61	64	72
In der Schule nutze ich den Computer, um im Internet zu surfen	59	55	62	43	61	62	67	52	57	63
In der Schule nutze ich Lernprogramme	54	60	47	65	57	53	38	68	55	47
Meine Lehrer kennen sich besser mit Computern aus als ich	54	60	48	65	54	48	52	65	58	47
In der Schule nutze ich den Computer, um E-Mails zu versenden und zu empfangen	22	20	23	12	22	22	31	19	24	21
Wir haben einen Computer im Klassenzimmer	15	16	15	20	15	11	17	32	13	10

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

**Tätigkeiten am Computer**

**Computerspiele, Surfen im Internet, Onlinedienste und E-Mails häufigste Tätigkeiten**

Was machen Jugendliche im Jahr 2001, wenn sie sich – in der Regel zu Hause oder bei Freunden – mit Computern beschäftigen? Bei der Betrachtung der unterschiedlichen Anwendungen, die Computernutzer am regelmäßigsten (hier mindestens mehrmals pro Woche) am Computer ausüben, nehmen Computerspiele und das Surfen im Internet bzw. das Nutzen von Onlinediensten (z.B. zum Versenden oder Empfang von E-Mails) mit jeweils 49 Prozent den ersten Rang ein. Das Schreiben von Texten geben 44 Prozent an, 39 Prozent verweisen auf den Umgang im schulischen Kontext. Ein Drittel der Computernutzer benutzt das Gerät als Abspielstätte für Musik. Weiterführende Anwendungen wie PC-Lexika, Bildbearbeitung, die außerschulische Nutzung von Lernprogrammen, Malen und Zeichnen oder Programmieren gehören weniger zu den regelmäßigen Tätigkeiten.

Jungen und Mädchen weisen mit wenigen, allerdings dann deutlichen Ausnahmen ein ähnliches Anwendungsprofil auf: Computerspiele beispielsweise werden von Jungen doppelt so häufig gespielt wie von Mädchen, auch weisen Jungen eine sehr viel stärkere Audionutzung auf als Mädchen und beschäftigen sich intensiver mit der Bearbeitung von Bildern. Mädchen hingegen nutzen Computer häufiger für die Schule oder zum Schreiben von Texten. Der spielerische Umgang mit dem Computer nimmt mit zunehmendem Alter der Ju-

gendlichen deutlich ab. Bei der Betrachtung nach Bildungstypen fällt vor allem die geringere Online-nutzung der Hauptschüler und die stärkere Nutzung von Nachschlagewerken durch Gymnasiasten auf (vgl. Tabelle 10).

**Internetnutzung**

Nimmt man als Kriterium für Internetnutzer das Merkmal „nutze zumindest selten das Internet“, dann zählen im Jahr 2001 63 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen zu dieser Gruppe. Im Vergleich zur Vorjahreserhebung bedeutet dies einen eher schwachen Zuwachs von 6 Prozentpunkten, die Steigerungsraten der Vorjahre werden aktuell nicht erreicht. Jungen und junge Männer (67%) zählen noch immer etwas häufiger zu den Internetnutzern als Mädchen und junge Frauen (59%). Während bei Hauptschülern nur jeder Zweite dazu zählt, sind es bei den Gymnasiasten bereits drei Viertel (vgl. Tabelle 11).

Auch wenn im letzten Jahr nur relativ wenig neue Internetnutzer dazugekommen sind, hat sich doch die Intensität der Nutzung im vergangenen Jahr

**Internet wird intensiver genutzt**

10 **Tätigkeiten am Computer<sup>1)</sup>**

„täglich/mehrmals pro Woche“, in %

	2001 (n=1 676)	Mädchen (n=779)	Jungen (n=897)	12-13 Jahre (n=431)	14-15 Jahre (n=446)	16-17 Jahre (n=403)	18-19 Jahre (n=397)	Haupt- schule (n=317)	Real- schule (n=574)	Gym- nasium (n=786)
Spielen von Computerspielen	49	30	65	68	55	40	30	52	50	47
Surfen im Internet/Nutzen von Onlinediensten, z.B. auch Versenden von E-Mails	49	47	51	35	53	54	56	39	46	55
Texte schreiben	44	47	42	38	45	44	49	39	46	44
Arbeiten für die Schule bzw. Lernen mit dem Computer	39	44	35	38	42	34	43	37	38	40
Musik hören	35	26	43	28	33	41	38	33	36	35
PC-Lexikon, Nachschlagewerke nutzen	21	20	21	22	21	19	20	13	20	24
Bearbeiten von Bildern, Fotos oder Videos	18	13	22	12	20	17	22	18	22	15
Arbeiten mit speziellen Lernprogrammen	16	17	15	24	13	13	13	20	18	12
malen, zeichnen, Grafiken erstellen	16	15	18	21	19	12	14	17	19	14
programmieren	11	6	16	8	12	12	13	10	12	11

1) Teilgruppe: Computernutzer (mindestens einmal im Monat).

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

11 **Internetnutzer unter den Jugendlichen**

„zumindest selten“ (in Freizeit), in %

	1998 (n=803)	1999 (n=1 204)	2000 (n=1 200)	2001 (n=2 018)	Zusammensetzung Nutzer (n=1 272)
Gesamt	18	29	57	63	100
Mädchen	14	23	51	59	46
Jungen	21	35	62	67	54
12-13 Jahre	12	20	47	53	22
14-15 Jahre	19	32	59	70	28
16-17 Jahre	20	30	62	66	25
18-19 Jahre	20	33	60	63	25
Hauptschule	11	20	45	49	17
Realschule	16	24	53	58	32
Gymnasium	23	38	66	74	51

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1998, JIM 99/2000, JIM 2000, JIM 2001.

12 **Regelmäßige Internetnutzer<sup>1)</sup>**

„täglich/mehrmals pro Woche“, in %

	2000 (n=681)	2001 (n=1 272)
Gesamt	50	65
Mädchen	47	64
Jungen	53	66
12-13 Jahre	40	54
14-15 Jahre	47	65
16-17 Jahre	57	68
18-19 Jahre	53	70
Hauptschule	40	58
Realschule	42	64
Gymnasium	60	68

1) Teilgruppe: Nutzer von Internet-/Onlinediensten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2000, JIM 2001.

deutlich erhöht. Während im Jahr 2000 nur jeder zweite Zwölf- bis 19-jährige Internetnutzer mindestens mehrmals pro Woche online war, sind es im Jahr 2001 bereits 65 Prozent. Jungen und Mädchen liegen mittlerweile bei den intensiveren Nutzern gleichauf, auch hat sich der Abstand zwischen den Bildungstypen verringert (vgl. Tabelle 12).

Die Internetnutzung an Werktagen beläuft sich nach Einschätzung der befragten Jugendlichen auf durchschnittlich 71 Minuten pro Tag. Auch hier zeigt sich die intensivere Zuwendung von Jungen (81 Minuten) gegenüber Mädchen (60 Minuten), auch ist mit zunehmendem Alter der Internetnutzer eine steigende Nutzungszeit beobachtbar. Während zwölf- bis 13-jährige Nutzer angeben, pro Werktag etwa 51 Minuten online zu sein, steigt dieser Wert bei den 18- bis 19-jährigen auf 89 Minuten an. Hauptschüler geben eine längere Nutzung (73 Minuten) an als Gymnasiasten (60 Minuten). Gruppiert man diese durchschnittlichen Nutzungswerte, dann beträgt der Anteil der Wenignutzer (bis unter 30 Minuten) 16 Prozent, 31 Prozent

**Zeitaufwand für Internetnutzung**



⑬ Bereits genutzte Internetseiten<sup>1)</sup>

in %

	2001 (n=1 272)	Mädchen (n=580)	Jungen (n=691)	12-13 Jahre (n=275)	14-15 Jahre (n=359)	16-17 Jahre (n=321)	18-19 Jahre (n=316)	Haupt- schule (n=214)	Real- schule (n=411)	Gym- nasium (n=646)
Seiten einer Fernsehsendung bzw. eines Fernsehsenders	69	68	69	70	68	68	70	63	71	70
davon innerhalb der letzten 14 Tage	35	31	38	35	36	34	34	35	35	34
Seiten einer Zeitschrift bzw. eines Zeitschriftenverlags	54	53	55	51	54	57	53	43	54	58
davon innerhalb der letzten 14 Tage	31	26	35	38	23	33	32	33	25	34
Seiten eines Radiosenders	51	55	48	48	48	53	55	41	53	54
davon innerhalb der letzten 14 Tage	33	30	36	28	32	35	35	29	38	31
Seiten einer Tageszeitung bzw. eines Zeitungsverlags	29	25	32	19	18	39	40	19	27	34
davon innerhalb der letzten 14 Tage	25	21	28	19	26	31	21	13	29	25
Seiten der Schule bzw. des Arbeitgebers	52	53	52	43	47	58	61	40	49	59
Seiten eines Spieleanbieters	49	26	67	58	50	50	36	52	46	49
Seiten eines Comics bzw. Comicverlages	20	18	22	27	24	18	12	28	19	18
Seiten einer Volkshochschule	18	20	17	11	11	23	27	14	17	20
Seiten einer Partei	16	12	19	7	9	23	23	9	10	21
Seiten eines Ministeriums bzw. der Regierung	15	11	19	5	9	24	22	7	11	21

1) Teilgruppe: Nutzer von Internet-/Onlinediensten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

geben an, 30 Minuten bis unter einer Stunde werktäglich online zu sein, 35 Prozent surfen eine bis unter zwei Stunden, und 18 Prozent können nach eigenen Angaben zu den intensiven Anwendern mit mehr als zwei Stunden täglicher Nutzung gezählt werden. Bei männlichen Internetnutzern gehört jeder fünfte zu den Heavy-Usern, bei den weiblichen sind es nur 13 Prozent. An den Wochenenden bescheinigt knapp die Hälfte der Onliner eine geringere Internetnutzung als unter der Woche. Jeweils ein Viertel der Jugendlichen glaubt nach eigenen Angaben, das Internet am Wochenende intensiver bzw. genauso intensiv wie unter der Woche zu nutzen.

**Anhand welcher Referenzen bewegen sich Jugendliche durch das Internet?**

Anhand welcher Informationen oder Referenzen bewegen sich Jugendliche durch das Internet? Suchmaschinen (62%) und Tips von Freunden (60%) zählen zu den am häufigsten genutzten Quellen. 32 Prozent reagieren auf Webadressen, die in Zeitungen und Zeitschriften gelesen wurden, 24 Prozent erhalten aus dem Fernsehen Anregungen. Nur 12 Prozent nutzen häufig die Funktion des Lesezeichens, der so genannten Bookmarks. Gleich groß ist der Anteil derer, die im Radio gehörte Quellen häufig nutzen oder Empfehlungen aus der Schule umsetzen. Schlusslicht möglicher Referenzen bilden die Eltern der Befragten (9%).

**Meistgenutzte Angebote: Internetseiten von TV-Sendungen bzw. -sendern**

Umgekehrt bieten die Internetauftritte der klassischen Medien selbst mögliche Einstiegspunkte für das Surfen. 69 Prozent der Internetnutzer haben nach eigenen Angaben schon einmal Seiten einer Fernsehsendung bzw. eines Fernsehsenders be-

sucht, ein Drittel davon innerhalb der letzten 14 Tage (zum Zeitpunkt der Befragung). Damit bietet das Fernsehen unter allen vorgegebenen Medien das größte Potenzial für Internetbesuche durch Jugendliche. Jeder zweite Internetnutzer hat schon einmal dem Internetangebot von Zeitschriften, Radiosendern, der eigenen Schule oder des Arbeitgebers einen Besuch abgestattet. Seiten von Spieleanbietern haben vor allem bei männlichen Internetnutzern eine hohe Reichweite, zwei Drittel haben sich bereits einmal durch diverse Angebote durchgeklickt, während dies nur jedes vierte Mädchen berichtet. Eine vergleichsweise geringe Reichweite weisen Webangebote der Tageszeitungen bei den Jugendlichen auf. Nur jeder dritte junge Onliner gibt an, schon einmal solche Internetseiten genutzt zu haben. Zwar steigt die Attraktivität der Tageszeitungsangebote im Internet mit zunehmendem Alter der Jugendlichen, bleibt im Vergleich zu anderen Medienangeboten aber deutlich schwächer. Der Bekanntheitsgrad bei Hauptschülern liegt mit 19 Prozent um 15 Prozentpunkte unter dem bei Gymnasiasten. Ebenfalls schwächer als bei den anderen Medien ist der Anteil derer ausgeprägt, die ein Zeitungsangebot im Internet in den 14 Tagen vor der Befragung genutzt haben. Hier zeigt die altersspezifische Betrachtung kaum Unterschiede, auch spielt das Bildungsniveau eine weniger starke Rolle.

14 **Aktivitäten im Internet<sup>1)</sup>**

*täglich/mehrmals pro Woche, in %*

	2001 (n=1 272)	Mädchen (n=580)	Jungen (n=691)	12-13 Jahre (n=275)	14-15 Jahre (n=359)	16-17 Jahre (n=321)	18-19 Jahre (n=316)	Haupt- schule (n=214)	Real- schule (n=411)	Gym- nasium (n=646)
E-Mails versenden	54	55	54	42	56	58	60	43	53	59
Chatten	38	40	36	42	47	34	30	45	43	33
nach Informationen zu einem bestimmten Thema suchen	38	38	38	30	34	39	49	31	39	40
Musik/Sounddateien anhören	30	23	36	26	29	35	31	34	32	28
Nachrichten bzw. aktuelle Informationen abrufen	30	21	38	20	30	37	33	24	36	29
Downloaden von Musikdateien	26	16	35	22	23	33	26	27	27	25
Downloaden von anderen Dateien/ Daten	14	5	22	8	10	20	20	11	17	14
Netzspiele, Multiuserspiele machen	14	6	21	16	18	12	9	17	15	13
Informationen über Veranstaltungen am Ort bzw. aus der Gegend, wo du wohnst, abrufen	11	10	12	7	10	16	12	15	15	7
Downloaden von Spielen	9	5	12	10	12	9	4	12	12	6
Beiträge in Newsgroups lesen oder schreiben	9	6	13	10	9	8	10	6	12	9
in Datenbanken suchen	9	5	12	5	7	9	13	3	9	10
Filme/Videos anschauen	8	8	9	9	10	6	9	10	13	5
etwas bestellen, das kein Geld kostet	7	4	11	8	9	7	6	10	8	6
Internetradio hören	7	6	7	4	6	10	7	7	11	3
Bibliotheken im Internet nutzen	6	6	6	7	4	7	6	8	5	6
Onlinebanking	3	1	4	1	1	3	7	2	5	2
etwas bestellen, das Geld kostet	2	1	3	0	1	3	4	3	4	1

1) Teilgruppe: Nutzer von Internet-/Onlinediensten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

15 **Angabe von Name/Adresse im Internet<sup>1)</sup>**

*in %*

	2001 (n=1 272)	Mädchen (n=580)	Jungen (n=691)	12-13 Jahre (n=275)	14-15 Jahre (n=359)	16-17 Jahre (n=321)	18-19 Jahre (n=316)	Haupt- schule (n=214)	Real- schule (n=411)	Gym- nasium (n=646)	eigener Inter- netzugang (n=473)
häufig	7	4	10	8	6	9	6	9	10	5	10
gelegentlich	18	18	18	16	20	20	17	17	18	19	21
selten	45	48	43	46	41	48	46	41	36	52	48
nie	29	30	29	31	34	22	30	33	35	24	21

1) Teilgruppe: Nutzer von Internet-/Onlinediensten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

Internetangebote, die aus dem Bereich Politik oder Bildung stammen – hier exemplarisch an Parteien, Ministerien und Volkshochschule festgemacht –, scheinen für Jugendliche entsprechend ihrem generellen Themeninteresse weniger relevant zu sein. Immerhin hat aber jeder fünfte bzw. vierte Internetnutzer ab 16 Jahren bereits einmal Kontakt zu diesen Angeboten gehabt (vgl. Tabelle 13).

ter Stelle. Chatten und die Suche nach Informationen zu bestimmten Themen werden von jeweils 38 Prozent der jugendlichen Onliner genannt. Drei von Zehn nutzen das Internet regelmäßig, um Nachrichten und aktuelle Informationen abzurufen, ebenso viele hören sich regelmäßig Sound- oder Musikdateien im Internet an. Das intensive Downloaden von Dateien ist hauptsächlich für Musik interessant. Nur wenige User beziehen regelmäßig Spiele oder andere Dateien bzw. Anwendungen aus dem Internet. Generell haben Jungen und junge Männer eine deutlich höhere Affinität zum Datentransfer als Mädchen und junge Frauen. Nach wie vor vergleichsweise unbedeutend ist der Bereich des E-Commerce, nur 2 Prozent geben via Internet

**Häufigste Aktivitäten im Internet: E-Mails und Chatten**

Betrachtet man die Anwendungen, die regelmäßig, also mindestens mehrmals pro Woche, im Internet genutzt werden, so steht der Versand oder Empfang von elektronischer Post mit 54 Prozent an ers-

kostenpflichtige Bestellungen auf. Da Jugendliche meist noch nicht über die hierzu notwendigen Voraussetzungen wie Kreditkarte oder Konto verfügen, kann dieser Wert allerdings nicht als generelles Desinteresse am Onlineshopping interpretiert werden.

**Jungen üben die meisten Anwendungen häufiger aus als Mädchen**

Das Chatten ist die einzige Onlineanwendung, bei der Mädchen einen größeren Anteil der regelmäßigen Nutzer stellen. Fast alle anderen (vorgegebenen) Möglichkeiten werden von Jungen häufiger wahrgenommen als von Mädchen (vgl. Tabelle 14). Diese sind es aber auch, die im Internet bereitwilliger persönliche Angaben wie Name und Adresse eingeben. 4 Prozent der weiblichen Internetnutzer nennen häufig Name und/oder Adresse im Internet, bei den Jungen sind es mit 10 Prozent mehr als doppelt so viele (vgl. Tabelle 15). Insgesamt geben ein Viertel der Onliner häufig oder gelegentlich persönliche Daten ein. Bei Jugendlichen, die über einen eigenen Internetzugang zu Hause verfügen, liegt dieser Anteil bei 31 Prozent.

**Internetnutzung lässt Zeit „wie im Flug“ vergehen**

Eigene Erfahrungen, die die Jugendlichen beim Surfen im Internet bereits gemacht haben, wurden anhand vorgefertigter Statements mittels einer Viererskala (stimme voll und ganz zu, stimme zu, stimme weniger zu, stimme überhaupt nicht zu) erhoben. Um die Erfahrungen der Jugendlichen möglichst real wiederzugeben, wird hier nur die absolute Zustimmung, also der Skalenpunkt „stimme voll und ganz zu“, abgebildet. Die Aussage „Wenn ich im Internet bin, vergeht die Zeit wie im Flug“ erhält mit 65 Prozent die stärkste Zustimmung der Jugendlichen. Jeweils 40 Prozent der Jugendlichen bestätigen die Aussagen „im Internet finde ich das, was ich suche, immer schnell“ und „man kann sich im Internet leicht zurechtfinden und zu anderen Angeboten kommen“. Interessanterweise stimmen Jüngere und Hauptschüler diesen Aussagen stärker zu als Ältere und Gymnasiasten. Ob sie tatsächlich über bessere Fertigkeiten, die zum erfolgreichen Surfen führen, verfügen oder dies aus ihrer subjektiven Wahrnehmung heraus nur so empfinden, muss dahingestellt bleiben, wengleich vieles für Letztgenanntes spricht.

32 Prozent der Internetnutzer geben an, im Internet schon oft Leute kennengelernt zu haben, dies bestätigen etwas mehr Mädchen (34 %) als Jungen (30 %), Hauptschüler (38 %) und Realschüler (42 %) stärker als Gymnasiasten (24 %). Trotz hoher Zustimmung die eigene Kompetenz betreffend bestätigt jeder fünfte Nutzer, sich im Angebot des Internets zu verlieren: „manchmal weiß ich gar nicht mehr, wonach ich im Internet eigentlich gesucht habe“. Jungen stimmen hier etwas häufiger zu als Mädchen, nur die 18- bis 19-jährigen wirken hier etwas sicherer, ansonsten bestätigen alle Altersgruppen diese Aussage in gleichem Ausmaß. Auch scheint dieses Problem bei Hauptschülern (29 %) weiter verbreitet zu sein als bei Gymnasiasten (18 %).

**Ausstattung des zu Hause am häufigsten genutzten Computers**

Betrachtet man die technische Ausstattung der Computer, die Jugendliche zu Hause überwiegend

nutzen, so zeigt sich ein geschlechtsspezifischer Unterschied vor allem bei bestimmten Hardwarekomponenten. CD-ROM-Laufwerke, Drucker und Lautsprecher gehören zum Standardinventar, auch Soundkarten sind weit verbreitet. Allerdings geben nur 74 Prozent der Mädchen, aber 93 Prozent der Jungen diese Ausstattung am heimischen PC an. Drei Viertel der Jugendlichen können vom meistgenutzten heimischen Rechner aus Zugang zum Internet herstellen. Scanner, 3D-Karte, Joystick oder Netzwerkkarte sind mittlerweile an mindestens jedem zweiten Computer vorhanden. Mit einem CD-Brenner, mit dessen Hilfe zum Beispiel eigene Musik-CDs hergestellt werden können, sind die Computer bei einem Drittel der Mädchen, aber bei fast jedem zweiten Jungen ausgestattet. Gleichstand herrscht hingegen bei der Verbreitung von DVD-Laufwerken, die es bei drei von zehn Computern gibt. Fernseh- und Radiokarten sind hingegen weniger weit verbreitet. Ob Mädchen tatsächlich häufiger an Computern sitzen, die über eine geringere technische Ausstattung verfügen, oder ob vielleicht oft Unkenntnis über die am Computer vorhandene Ausstattung vorherrscht, muss an dieser Stelle offen bleiben (vgl. Tabelle 16).

**Medien als Gegenstand von Kommunikation**

Der Alltag von Jugendlichen ist nicht nur durch die pure Nutzung verschiedener Medien geprägt, die Medien selbst bieten darüber hinaus häufig Anlass, sich über neue Personen, Modelle oder Inhalte mit anderen, meist Gleichaltrigen, zu unterhalten. Interessant ist an dieser Stelle, welche Themen – hier waren Fernsehen, Handy, Zeitschriften, Zeitungen, Computerspiele, Internet, Sonstiges rund um den Computer, Radio und Bücher vorgegeben – als Gegenstand von Alltagskommunikation relevant sind. 53 Prozent der Jugendlichen unterhalten sich mehrmals pro Woche oder täglich mit Freundinnen und Freunden über das Fernsehen bzw. das Fernsehprogramm. Alles rund um das Thema mobil Telefonieren wird von 44 Prozent regelmäßig im Freundeskreis diskutiert. Zeitschriften und Zeitungen bieten ebenso wie Computer- oder Videospiele und das Internet ca. einem Drittel der Zwölf- bis 19-Jährigen Gesprächsstoff. 21 Prozent tauschen sich regelmäßig über das Radio bzw. über Radioprogramme aus, Bücher liegen mit 11 Prozent am unteren Ende der für die Alltagskommunikation relevanten Medien bzw. Medienthemen.

Der „Gesprächsbedarf“ bei den Themen Computer/Videospiele, Internet und Computer allgemein ist bei männlichen Jugendlichen und jungen Männern um ein vielfaches stärker ausgeprägt als bei Mädchen oder jungen Frauen. Diese tauschen sich häufiger über das Radio aus. Das Thema Handy ist für Jugendliche aus den unteren Bildungsschichten viel bedeutsamer als für Gymnasiasten, hier wiederum haben Zeitungen und deren Inhalte einen größeren Stellenwert für die

**Über Fernsehen und Handys wird am häufigsten gesprochen**

16 Ausstattung des Computers zu Hause<sup>1)</sup>

in %

	2001 (n=1 607)	Mädchen (n=743)	Jungen (n=865)	12-13 Jahre (n=420)	14-15 Jahre (n=428)	16-17 Jahre (n=387)	18-19 Jahre (n=373)	Haupt- schule (n=285)	Real- schule (n=552)	Gym- nasium (n=770)
CD-ROM-Laufwerk	97	98	97	96	97	96	100	95	97	99
Drucker	96	97	95	96	96	97	95	96	96	96
Lautsprecher	94	93	95	95	94	95	93	93	93	95
Soundkarte	84	74	93	74	85	89	89	76	84	88
Internetzugang, also Modem bzw. ISDN-Anschluss	75	72	77	65	79	79	77	70	68	81
Scanner	59	58	61	58	59	63	57	58	63	57
3D-Karte	56	33	77	48	58	60	59	54	58	56
Joystick	53	47	59	60	60	51	40	53	58	49
Netzwerkkarte	51	45	57	43	49	56	57	50	55	49
CD-Brenner	40	32	46	35	40	46	38	34	43	39
DVD-Laufwerk	29	28	30	28	30	31	26	29	32	26
TV-Karte	20	13	25	19	20	20	21	23	23	16
Radio-Karte	14	14	15	15	18	12	12	17	18	11

1) Teilgruppe: Computer zu Hause.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

17 Gesprächsthemen mit Freundinnen/Freunden

„täglich/mehrmals pro Woche“, in %

	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	Haupt- schule (n=438)	Real- schule (n=712)	Gym- nasium (n=868)
Über das Fernsehen, das Fernsehprogramm	53	51	55	54	58	56	44	49	62	48
Über Handys und alles, was mit diesem Thema zusammenhängt	44	45	42	45	48	45	36	55	48	34
Über Zeitschriften, oder das, was in Zeitschriften steht	35	39	31	46	38	30	25	32	39	33
Über Zeitungen, oder das, was in der Zeitung steht	33	33	33	33	30	34	35	26	32	38
Über Computer- und Videospiele	32	10	53	44	35	30	18	29	35	31
Über Internet bzw. Onlinedienste	31	24	38	31	37	33	22	28	31	33
Über andere Dinge, die mit dem Computer zu tun haben	26	11	40	25	34	27	18	23	27	27
Über das Radio, das Radioprogramm	21	24	18	24	20	21	17	22	24	17
Über Bücher	11	12	10	20	8	7	9	8	8	15

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2001.

Alltagskommunikation. Generell gilt: Im Altersverlauf scheinen die Medienthemen insgesamt an Bedeutung zu verlieren bzw. werden von anderen Inhalten abgelöst (vgl. Tabelle 17).

**Medienbindung**

**Computer konnte Abstand zum unverzichtbarsten Medium Fernsehen weiter verringern**  
Auch im Jahr 2001 kann das Fernsehen bei der Frage nach der Unverzichtbarkeit verschiedener Medien – vorgegeben waren außerdem Radio, Computer, Zeitung, Zeitschriften/Heftchen – die meisten Nennungen auf sich vereinigen. 34 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen geben an, sie könnten bei dieser Auswahl am wenigsten auf das Fernsehgerät verzichten. Wie im Vorjahr fast gleichplatziert er-

hält das Radio 25 Prozent und der Computer 24 Prozent der Nennungen. Damit verkürzt sich der Abstand zwischen Fernsehen und Computer im Vergleich zur JIM-Studie aus dem Jahr 1999 von 18 auf 10 Prozentpunkte. Zeitschriften bzw. Heftchen erreichen im Jahr 2001 mit 9 Prozent Platz vier, es folgt die Zeitung mit 7 Prozent.

Während bei Mädchen und jungen Frauen das Radio mit 32 Prozent knapp hinter dem Fernsehen (36 %) platziert ist, teilen sich nun bei den männlichen Befragten Fernsehen und der Computer den ersten Platz (jeweils 33 %). In der JIM-Studie 2000 betrug der Abstand zwischen Fernsehen und Computer bei Jungen noch sechs Prozentpunkte. Bei Mädchen erreicht der Computer als unentbehrlichstes Medium vergleichsweise abgeschlagen mit

**Bei Jungen sind Fernsehen und Computer gleich unverzichtbar**

## 18 Bindung an die Medien

„Am wenigstens verzichtet werden kann auf...“, in %

	1999 (n=1 204)	2000 (n=1 200)	2001 (n=2 018)	Mädchen (n=982)	Jungen (n=1 036)	12-13 Jahre (n=519)	14-15 Jahre (n=510)	16-17 Jahre (n=489)	18-19 Jahre (n=500)	PC-Nutzung min. mehrmals pro Woche (n=1.299)
Fernsehen	37	34	34	36	33	36	35	31	34	32
Radio	25	23	25	32	18	20	22	31	27	21
Computer bzw. PC	19	23	24	15	33	26	25	23	23	32
Zeitungen	9	9	7	6	8	5	7	7	10	6
Zeitschriften	9	10	9	10	7	12	9	8	6	8
nichts davon	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 1999, JIM 99/2000, JIM 2000, 2001.

15 Prozent den dritten Rang, Zeitschriften/Heftchen werden von 10 Prozent genannt. Bei Jungen hingegen nimmt das Radio mit weitem Abstand nach Fernsehen und Computer den dritten Platz ein (18%).

Im Vergleich der Altersgruppen gewinnt das Radio mit zunehmendem Alter an Bedeutung, gleiches gilt auch für die Tageszeitung, wenn auch auf deutlich geringerem Niveau. Während bei den 12- bis 13-Jährigen 5 Prozent der Befragten bei diesem Printprodukt die größte Unverzichtbarkeit sehen, ist die Wertschätzung bei den 18- bis 19-Jährigen mit 10 Prozent doppelt so hoch. Umgekehrt verlieren Zeitschriften und Heftchen mit steigendem Alter leicht an Bedeutung, gleiches gilt auch für den Computer. Dass die Unverzichtbarkeit des Computers nicht nur eine Frage des Geschlechts ist, zeigen die Angaben all jener Jugendlichen, die mindestens einmal pro Woche einen Computer nutzen, unabhängig davon, ob es sich um Jungen oder Mädchen handelt. Auch hier liegen Fernsehen und Computer mit jeweils 32 Prozent gemeinsam auf dem ersten Platz. Mit zunehmender Computernutzung scheint die subjektive Wichtigkeit des Computers im Medienensemble zuzunehmen (vgl. Tabelle 18).

**Fazit**

Die Ergebnisse der JIM-Studie 2001 zeigen, dass das Freizeitverhalten Jugendlicher trotz zunehmender Medienausstattung und wachsendem Medienbesitz von einer hohen Stabilität gekennzeichnet ist. Freunde treffen und sportliche Aktivitäten bestimmen nach wie vor den Alltag der Zwölf- bis 19-Jährigen, die Nutzung von Fernsehen, Radio oder Tonträgern weist ebenfalls nur punktuelle Veränderungen auf. Ob und welche inhaltlichen Veränderungen hinter dieser „formalen Kontinuität“ stehen, muss in weiteren Untersuchungen geklärt werden.

**Computer, Internet  
und Handy finden  
Eingang in Alltag  
Jugendlicher**

Gleichzeitig belegt die Untersuchung, wie sehr Computer und Internet, aber auch andere Entwicklungen der Kommunikationstechnologie, allen voran das Handy, ihren Weg in den Alltag Jugendlicher finden. Dies schlägt sich in der Nutzung, aber auch im Medien- und Gerätebesitz Jugendlicher nieder. Insbesondere die Zahl der Computer- und Internetnutzer unter den Zwölf- bis 19-Jährigen steigt kontinuierlich, wenn auch 2001 mit ge-

ringeren Zuwachsraten als einige Jahre zuvor. Und diejenigen, die mit Computer und Internet umgehen, nutzen diese häufiger als in den Vorjahren. Dennoch bleiben Fernsehen und Radio von dominierender Bedeutung, wenn auch bei den Jungen Computer gleichauf mit dem Fernsehen als am wenigsten verzichtbar gelten.

Deutliche Unterschiede hinsichtlich Zugangspotenzial und Nutzung von Computer und Internet bestehen nach wie vor zwischen den Bildungstypen. Jugendliche, die die Hauptschule besuchen oder besucht haben, sind im Umgang mit diesen Medien weniger erfahren als Gymnasiasten, wenngleich insgesamt eine Annäherung zu beobachten ist. Noch immer nutzen Jungen und junge Männer Computer intensiver als Mädchen und junge Frauen, die dem spielerischen Umgang weniger abgewinnen können. Die Unterschiede verwischen, wenn man die Gruppe der intensiven Internetnutzer betrachtet. Jungen und Mädchen liegen hier mittlerweile fast gleichauf, wenngleich auch hier Jungen und junge Männer das größere Potenzial darstellen. Zwar sind Mädchen und junge Frauen vor allem durch das Versenden und Empfangen von E-Mails aktiv, insgesamt scheint das Internet durch seine interaktiven Möglichkeiten Mädchen und jungen Frauen aber mehr Anreize zur Auseinandersetzung zu bieten als die reine Computernutzung.

**Bildung und  
Geschlecht spielen  
auch weiterhin eine  
Rolle**

**Anmerkungen:**

- 1) Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Jugend, Information und (Multi-)Media. Eine Bestandsaufnahme und Trends 1998. In: Rundfunk und Fernsehen, 4/1998, S. 480-497; Feierabend, Sabine/Klingler, Walter: Jugendliche Medienwelten. Basisdaten aus der Untersuchung JIM 98 - Jugend, Information, (Multi-)Media. In: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Handbuch Medien: Medienforschung, 1998, S. 162-192; Feierabend, Sabine/Walter Klingler: JIM 99/2000. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, Baden-Baden, April 2000; Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Jugend, Information, (Multi-)Media 2000. Aktuelle Ergebnisse der JIM-Studie zum Medienumgang Zwölf- bis 19-Jähriger. In: Media Perspektiven 11/2000, S. 517-527.
- 2) Damit die befragten Jugendlichen ein möglichst genaues Spiegelbild der Grundgesamtheit wiedergeben, wurden geringe Abweichungen der Sollstruktur durch Gewichtung der Merkmale Geschlecht x Alter (Basis: Statistisches Bundesamt, Stand 31.12.1999) ausgeglichen.
- 3) „Nun würde mich mal interessieren, wie Du Dir die Zukunft so vorstellst. Ich nenne Dir dazu ein paar Aussagen. Sage Du mir bitte, ob diese Deiner Ansicht nach bestimmt, wahrscheinlich, wahrscheinlich nicht oder bestimmt nicht eintreten werden.“

