

Neueste Ergebnisse der JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media

## → Medienverhalten Jugendlicher 2004

Von Sabine Feierabend\* und Thomas Rathgeb\*\*

Die Beziehung von Jugendlichen zu Medien wird bereits über Jahrzehnte hinweg kontrovers diskutiert. Besonders im Kontext von Bildung und Erziehung wird dem Medienkonsum der jungen Heranwachsenden häufig eine bedeutende Rolle zugeschrieben. Für die Einordnung und Bewertung von Chancen und Risiken unterschiedlicher Medien und deren Inhalten ist vor allem die reale Mediennutzung der Jugendlichen von großer Bedeutung. Welche Medien werden wie genutzt? Welche Rolle spielt das Fernsehen heute? Spielen alle Jugendlichen Computerspiele? Welche Funktion wird den unterschiedlichen Medien zugeschrieben, welche Relevanz haben sie im Alltag Jugendlicher? Wie agieren junge Menschen im Internet?

**Studie Jugend, Information, (Multi-)Media seit 1998**

Die Untersuchungen des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest beleuchten seit 1998 diese Hintergründe. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Information, (Multi-)Media) und KIM (Kinder und Medien) bieten seit Jahren kontinuierlich repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Die nunmehr zum siebten Mal in Folge aufgelegte JIM-Studie dokumentiert die Entwicklung der jugendlichen Medienwelt und zeichnet ein aktuelles Bild des Medienalltags Zwölf- bis 19-Jähriger in Deutschland. (1)

**Mediennutzung Zwölf- bis 19-Jähriger untersucht**

Die Grundgesamtheit der Studie JIM 2004 umfasst – wie in den vergangenen Jahren auch – die rund sechs Millionen Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren in Telefonhaushalten der Bundesrepublik Deutschland. Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Stichprobe von 1 000 Jugendlichen in der Zeit vom 11. Juni bis 18. Juli 2004 telefonisch befragt. (2) In der Stichprobe sind Jungen (51%) und Mädchen (49%) gleichermaßen vertreten. Hinsichtlich des Alters sind alle vier Gruppen ähnlich verteilt (zwölf bis 13 Jahre: 23%, 14 bis 15 Jahre: 26%, 16 bis 17 Jahre: 26%, 18 bis 19 Jahre: 25%). 84 Prozent der Jugendlichen besuchten zum Zeitpunkt der Befragung (noch) eine Schule, 13 Prozent befanden sich bereits in einer Berufsausbildung. Gruppiert man die Jugendlichen hinsichtlich ihres Schulabschlusses (erreicht oder beabsichtigt), so können 42 Prozent der Befragten als Gymnasiasten, 38 Prozent als Real- und 21 Prozent als Hauptschüler eingestuft werden.

\* SWR Medienforschung/Programmstrategie;

\*\* Landesanstalt für Kommunikation (LFK)/Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

Träger der JIM-Studie 2004 ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) – eine Forschungs Kooperation zwischen der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landesanstalt für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz – in Zusammenarbeit mit der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG). Weitere Partner der Studie sind die Bundeszentrale für politische Bildung, die Landeszentralen für politische Bildung Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, die Stiftung Lesen und der Südwestrundfunk (SWR).

### Freizeitaktivitäten und Medienbesitz Jugendlicher

Welche Freizeitaktivitäten üben Jugendliche mit welcher Intensität aus? Lässt man die Medien zunächst einmal außen vor, so steht an erster Stelle der regelmäßigen (mindestens mehrmals pro Woche ausgeübten) Tätigkeiten das Treffen mit Freunden (88%), es folgen gleichauf Sport treiben und „nichts tun/ausruhen“ mit jeweils 67 Prozent. Wie im Vorjahr nehmen andere Möglichkeiten der Freizeitgestaltung wie Unternehmungen mit der Familie, kreative Aktivitäten (malen, basteln, musizieren), Einkaufsbummel oder der Besuch von Sportveranstaltungen im tagtäglichen Leben der Jugendlichen einen geringeren Stellenwert ein. Die geschlechtsspezifische Betrachtung differenziert nur an wenigen Stellen. So sind Jungen und junge Männer im Bereich des Sports (selbst Sport treiben, Sportveranstaltungen besuchen) aktiver, während Mädchen und junge Frauen kreative Tätigkeiten, das Bummeln durch die Stadt oder das Schreiben von Briefen und Postkarten stärker in ihren Alltag integriert haben als ihre männlichen Altersgenossen.

Das Malen oder Basteln, Musizieren oder Aktivitäten mit der Familie sind bei den Zwölf- bis 13-Jährigen noch deutlich stärker im Alltag verortet. Während die Rolle der Peer-Group bei hohem Ausgangsniveau mit zunehmendem Alter der Jugendlichen noch wichtiger wird, verlieren sportliche Aktivitäten an Bedeutung. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen werden darüber hinaus (abendliche) Außer-Haus-Aktivitäten wie der Besuch von Partys und Diskotheken interessant. Unterschiede hinsichtlich des Bildungsniveaus der Jugendlichen sind nur an wenigen Stellen auszumachen. So scheinen Jungen und Mädchen, die ein Gymnasium besuchen (Durchschnittsalter: 15,8 Jahre), mehr Zeit mit „nichts tun“, Sport und dem Spielen eines Instruments zu verbringen als Hauptschüler (Durchschnittsalter: 15,2 Jahre). Diese wiederum geben etwas häufiger als Jugendliche mit höherer formaler Bildung an, ihre Freizeit mit Familienaktivitäten und kreativen Tätigkeiten zu gestalten (vgl. Tabelle 1).

Haushalte, in denen Jugendliche heute aufwachsen, weisen eine immer umfangreichere Medienausstattung auf. Ausstattungsquoten von 90 Prozent und mehr erreichen im Jahr 2004 (mindestens ein Gerät) Mobiltelefon und Fernsehgerät (jeweils 99%), Computer (98%), HiFi-Anlage (97%) und

Träger der JIM-Studie

**Treffen mit Freunden bei den nichtmedialen Tätigkeiten am wichtigsten**

**Altersspezifische Unterschiede der Freizeitgestaltung Jugendlicher**

**Haushaltsausstattung mit Medien- und Kommunikationsgeräten**

## ① Nichtmediale Freizeitaktivitäten Jugendlicher 2004

täglich/mehrmals pro Woche, in %

|   | Gesamt<br>(n=1 000) | Mädchen<br>(n=487) | Jungen<br>(n=513) | 12-13<br>Jahre<br>(n=232) | 14-15<br>Jahre<br>(n=258) | 16-17<br>Jahre<br>(n=261) | 18-19<br>Jahre<br>(n=250) | Haupt-<br>schule<br>(n=207) | Real-<br>schule<br>(n=376) | Gym-<br>nasium<br>(n=417) |
|---|---------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| sich mit Freunden bzw. anderen Leuten treffen | 88                  | 87                 | 90                | 81                        | 88                        | 91                        | 92                        | 85                          | 91                         | 88                        |
| nichts tun, sich ausruhen                     | 67                  | 67                 | 67                | 58                        | 70                        | 70                        | 69                        | 61                          | 67                         | 70                        |
| Sport treiben                                 | 67                  | 60                 | 73                | 70                        | 72                        | 65                        | 60                        | 60                          | 65                         | 71                        |
| selbst Musik machen                           | 18                  | 20                 | 17                | 24                        | 16                        | 15                        | 18                        | 13                          | 14                         | 25                        |
| etwas mit der Familie unternehmen             | 17                  | 17                 | 17                | 24                        | 15                        | 14                        | 15                        | 24                          | 15                         | 15                        |
| malen, basteln                                | 15                  | 21                 | 9                 | 23                        | 15                        | 9                         | 12                        | 20                          | 15                         | 12                        |
| einen Einkaufsbummel machen                   | 14                  | 19                 | 9                 | 11                        | 16                        | 17                        | 11                        | 16                          | 18                         | 9                         |
| auf Partys gehen                              | 11                  | 10                 | 12                | 2                         | 4                         | 18                        | 21                        | 9                           | 12                         | 12                        |
| zu Sportveranstaltungen gehen                 | 11                  | 9                  | 13                | 14                        | 11                        | 13                        | 7                         | 9                           | 10                         | 13                        |
| Briefe/Karten schreiben                       | 6                   | 10                 | 3                 | 7                         | 11                        | 4                         | 3                         | 9                           | 8                          | 3                         |
| in die Disco gehen                            | 5                   | 6                  | 4                 | -                         | 2                         | 7                         | 10                        | 5                           | 5                          | 5                         |
| in die Leihbücherei/Bibliothek gehen          | 4                   | 5                  | 3                 | 5                         | 4                         | 4                         | 4                         | 5                           | 4                          | 5                         |
| in die Kirche gehen                           | 1                   | 1                  | 1                 | 3                         | 1                         | 0                         | 0                         | 1                           | 2                          | 1                         |
| ins Theater/Oper/Konzert gehen                | 0                   | 0                  | 0                 | -                         | 0                         | -                         | 0                         | -                           | 0                          | 0                         |
| Pop-/Rock-/Jazzkonzerte besuchen              | 0                   | -                  | 0                 | -                         | -                         | 1                         | 0                         | 0                           | -                          | 0                         |

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

Videorecorder (91%). In 85 Prozent der Haushalte ist ein Internetzugang verfügbar. Im Vergleich zum Vorjahr sind mit zwei Ausnahmen alle Werte stabil: So ist die Ausstattungsrate der Haushalte mit DVD-Playern (außerhalb eines Computers) von 59 Prozent im Jahr 2003 auf aktuell 74 Prozent angestiegen. Auch die Ausstattung mit MP3-Playern hat deutlich zugenommen (plus 13%-Punkte).

#### Persönlicher Medienbesitz der Jugendlichen

Zwar gibt die generelle Haushaltsausstattung Aufschluss über die potenziellen Zugänge zu den verschiedenen Medien, deutlicher zeigt aber der persönliche (Medien-)Besitz der Jugendlichen, wie selbstverständlich Medien in den Alltag der Zwölf- bis 19-Jährigen integriert sind. Das Mobiltelefon führt im Jahr 2004 die Liste der Geräte im Besitz junger Menschen mit 90 Prozent an, ähnlich hoch ist die Versorgung mit HiFi-Anlage (mit CD-Player; 82%) und Radio (in HiFi-Anlage 81%, einzelnes Radio 13%). Zwei Drittel der Jugendlichen haben ein eigenes Fernsehgerät im Zimmer, gut die Hälfte hat einen Computer, 28 Prozent haben einen eigenen Internetzugang. Ein Drittel der Zwölf- bis 19-Jährigen verfügt über eine Spielekonsole, mit der am Fernsehgerät gespielt werden kann. Einen eigenen DVD- bzw. MP3-Player haben jeweils ein gutes Viertel der Jugendlichen.

Im Vergleich zum Vorjahr hat das Handy erneut um 4 Prozentpunkte zugelegt, stärkste Zuwachsraten haben aber MP3- (plus 11%-Punkte) und DVD-Player (plus 8%-Punkte) zu verzeichnen. Umgekehrt zeigen sich leicht rückläufige Werte beim persönlichen Internetzugang (minus 6%-Punkte) und dem Besitz eines Videorecorders (minus 5%-Punkte). Die Verfügbarkeit der anderen Medien wie Fernseher, Computer oder Spielekonsole hat sich hingegen nicht verändert.

#### Jungen besitzen mehr Medien(-geräte) als Mädchen

Jungen weisen auch im Jahr 2004 eine breitere Verfügbarkeit an Medien auf als Mädchen. Deutlich mehr Jungen als Mädchen geben an, Compu-

ter, Internet, Spielekonsolen oder die neuen Speicher- und Abspielmedien (DVD, MP3) zu besitzen. Mädchen liegen nur bei den konventionellen auditiven Medien und der Ausstattungsrate mit Mobiltelefonen leicht vorne. MP3-Player stoßen allerdings auch bei den Mädchen auf immer stärkeres Interesse. So gaben im Jahr 2003 gerade 8 Prozent der Mädchen an, ein solches Gerät zu besitzen (Jungen: 22%), im Jahr 2004 hat sich dieser Wert bei den Mädchen fast vervierfacht (22%), während der Anstieg bei den Jungen mit 8 Prozentpunkten vergleichsweise moderat ausfällt. Insgesamt steigt die Medienausstattung mit dem Alter der Jugendlichen an. Und auch nach Bildung zeigen sich zum Teil deutliche Unterschiede. Bei Hauptschülern sind Fernsehgerät und Spielekonsole weiter verbreitet als bei Gymnasiasten. Diese wiederum verfügen häufiger über Computer und Internet als Hauptschüler (vgl. Tabelle 2).

#### Mediennutzung, Medienbindung und Themeninteressen Zwölf- bis 19-Jähriger 2004

Der Medienbesitz spiegelt sich auch in der tatsächlichen Nutzung wider. Dabei steht das Fernsehen (Frequenz: nutze ich mindestens mehrmals pro Woche) mit 92 Prozent noch immer an erster Stelle, dicht gefolgt von Tonträgern zur Wiedergabe von Musik (90%). Das Radio nimmt mit 78 Prozent den dritten Rang ein, die regelmäßige Computernutzung schließt sich bei 71 Prozent der Jugendlichen dicht an. Die Hälfte der Jugendlichen ist auch regelmäßig im Internet. (3) Nur leicht darunter liegt der Anteil junger Menschen, die nach eigenen Angaben mit dieser Häufigkeit eine Tageszeitung lesen bzw. durchblättern, Bücher folgen mit

#### Fernsehen vor Tonträgern am häufigsten genutzt

② **Gerätebesitz Jugendlicher 2004**

in %

|  | Gesamt<br>(n=1 000) | Mädchen<br>(n=487) | Jungen<br>(n=513) | 12-13<br>Jahre<br>(n=232) | 14-15<br>Jahre<br>(n=258) | 16-17<br>Jahre<br>(n=261) | 18-19<br>Jahre<br>(n=250) | Haupt-<br>schule<br>(n=207) | Real-<br>schule<br>(n=376) | Gym-<br>nasium<br>(n=417) |
|--|---------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Mobiltelefon oder Handy                                    | 90                  | 91                 | 88                | 75                        | 90                        | 95                        | 97                        | 86                          | 93                         | 88                        |
| Hifi-Anlage/Stereoanlage mit CD-Player                     | 82                  | 87                 | 78                | 74                        | 83                        | 89                        | 83                        | 73                          | 82                         | 87                        |
| Radio in Hifi-Anlage integriert                            | 81                  | 86                 | 76                | 76                        | 80                        | 88                        | 79                        | 72                          | 81                         | 85                        |
| Fernsehgerät   | 64                  | 61                 | 67                | 55                        | 68                        | 70                        | 62                        | 69                          | 69                         | 57                        |
| Computer bzw. PC/Laptop                                    | 53                  | 43                 | 64                | 44                        | 54                        | 55                        | 59                        | 49                          | 48                         | 61                        |
| einzelner CD-Player  | 48                  | 47                 | 49                | 53                        | 52                        | 41                        | 45                        | 42                          | 51                         | 47                        |
| Spielekonsole für den Fernseher                            | 34                  | 19                 | 49                | 40                        | 34                        | 33                        | 30                        | 50                          | 35                         | 26                        |
| Internetzugang, also Modem,<br>ISDN- oder DSL-Anschluss    | 28                  | 21                 | 35                | 16                        | 27                        | 33                        | 34                        | 23                          | 24                         | 34                        |
| externer DVD-Player, der nicht in den<br>PC integriert ist | 28                  | 25                 | 31                | 18                        | 28                        | 31                        | 34                        | 29                          | 32                         | 23                        |
| MP3-Player   | 26                  | 22                 | 30                | 18                        | 29                        | 30                        | 26                        | 30                          | 24                         | 26                        |
| Videorecorder  | 24                  | 25                 | 24                | 17                        | 20                        | 30                        | 29                        | 26                          | 26                         | 22                        |
| Hifi-Anlage/Stereoanlage ohne CD-Player                    | 18                  | 18                 | 17                | 18                        | 20                        | 17                        | 15                        | 19                          | 19                         | 16                        |
| Mini-Disc-Recorder   | 18                  | 19                 | 16                | 18                        | 19                        | 21                        | 12                        | 17                          | 20                         | 16                        |
| Radio (als Einzelgerät)                                    | 13                  | 11                 | 14                | 20                        | 13                        | 8                         | 11                        | 16                          | 15                         | 9                         |
| DAT-Recorder   | 1                   | 0                  | 2                 | 1                         | 0                         | 1                         | 2                         | 2                           | 1                          | 1                         |

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

41 Prozent. Nicht ganz so ausgeprägt ist die Nutzung von Zeitschriften, Hörspielkassette/-CD und DVD (20%).

Nach wie vor zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede. So stoßen Computer und Internet bei Jungen und jungen Männern auf größere Resonanz, Mädchen und junge Frauen hingegen binden häufiger als Jungen Bücher und auditive Medien in ihren Alltag ein. Mit zunehmendem Alter geht die Bedeutung vieler Medien – zugunsten anderer Freizeitaktivitäten – zurück. Dies betrifft vor allem das Lesen von Büchern und Comics sowie die Nutzung von Hörspielen oder Spielekonsolen. Das Fernsehen und Videos verlieren erst bei den 18- bis 19-Jährigen an Attraktivität, während die DVD-Nutzung in allen Altersgruppen gleich hoch ist. Das Internet weist im Altersverlauf den größten Zuwachs auf; Computer, Radio und Musiktonträger werden – auf recht hohem Ausgangsniveau – ebenfalls immer bedeutsamer, je älter die Jugendlichen sind. Betrachtet man die Jugendlichen hinsichtlich ihrer Schulbildung, so weisen Hauptschüler bei der regelmäßigen Nutzung von Videos, DVDs, Spielekonsolen, Comics und Hörspielen die höchsten Werte auf. Beim Lesen von Büchern, Computer und Internet hingegen haben Gymnasiasten deutlich die Nase vorn (vgl. Tabelle 3).

**Am wenigsten verzichtbar: Fernsehen und Computer**

Die Frage, auf welches Medium die Zwölf- bis 19-Jährigen am wenigsten verzichten könnten – hier waren Fernseher, Computer, Radio, Bücher, Zeitschriften und Zeitungen vorgegeben – beantworteten auch im Jahr 2004 die meisten Jugendlichen mit dem Fernsehen (29%). Sehr dicht folgt auf Platz 2 der Computer (26%), das Radio rangiert mit 19 Prozent auf dem dritten Rang, und auch das

Buch positioniert sich in diesem Konkurrenzumfeld recht gut. Die Bindung an Zeitschriften und Zeitungen ist bei dieser Auswahl vergleichsweise schwach ausgebildet.

Jungen und junge Männer setzten den Computer auf Platz 1, der Abstand zum Fernseher ist nicht mehr ganz so deutlich ausgeprägt wie im Vorjahr (6 statt 9%-Punkte). Bei Mädchen und jungen Frauen rangiert hingegen das Fernsehen an erster Stelle, allerdings dicht gefolgt vom Radio. Und während Bücher und Computer 2003 noch gemeinsam den dritten Rang einnahmen, setzten sich im Jahr 2004 Bücher gegen den Computer durch. Für Zwölf- bis 13-Jährige ist das Fernsehen das unentbehrlichste Medium (32%), Computer liegen mit 22 Prozent auf Rang zwei. Relativ dicht beieinander folgen Bücher (16%), Radio (14%) und Zeitschriften (10%), kaum Relevanz hat in dieser Altersgruppe die Tageszeitung (5%). 18- bis 19-Jährige hingegen sprechen sich zuerst für den Computer aus (26%), wengleich das Fernsehen (24%) und das Radio (22%) für diese Altersgruppe nahezu gleichwertig sind. Für Bücher votieren 16 Prozent, Zeitungen (8%) und Zeitschriften (5%) sind ebenfalls entbehrlich.

**Für Jungen ist Computer am wenigsten verzichtbar**

Wie der Langzeitvergleich seit 1998 zeigt, hat der Computer in seiner subjektiven Wichtigkeit für die Jugendlichen kontinuierlich zugenommen, Fernsehen und Radio haben nach dieser Einschätzung an Bedeutung verloren. Objektiv betrachtet zeigen aber beispielsweise die Daten der GfK-Fernsehforschung, dass die Fernsehnutzung der Zwölf- bis 19-Jährigen in der Zeit von 1998 bis 2004 nur um drei Minuten zurückgegangen ist. (4) Die subjektive Wichtigkeit muss demnach als „gefühlter“ Wert betrachtet werden, der nicht immer mit der tatsächlichen Nutzung übereinstimmt (vgl. Tabelle 4).

**Vergleich 1998 bis 2004: Computer kontinuierlich wichtiger geworden**

## ③ Medienbeschäftigungen Jugendlicher 2004

täglich/mehrmals pro Woche, in %

|  | Gesamt<br>(n=1 000) | Mädchen<br>(n=487) | Jungen<br>(n=513) | 12-13<br>Jahre<br>(n=232) | 14-15<br>Jahre<br>(n=258) | 16-17<br>Jahre<br>(n=261) | 18-19<br>Jahre<br>(n=250) | Haupt-<br>schule<br>(n=207) | Real-<br>schule<br>(n=376) | Gym-<br>nasium<br>(n=417) |
|--|---------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| fernsehen  | 92                  | 93                 | 92                | 95                        | 95                        | 94                        | 85                        | 91                          | 94                         | 91                        |
| Musikkassetten oder Musik-CDs hören                              | 90                  | 93                 | 87                | 89                        | 84                        | 94                        | 91                        | 89                          | 90                         | 90                        |
| Radio hören  | 78                  | 83                 | 72                | 72                        | 75                        | 82                        | 81                        | 69                          | 81                         | 79                        |
| Computer benutzen/<br>am Computer sitzen                         | 71                  | 64                 | 78                | 64                        | 70                        | 72                        | 78                        | 63                          | 67                         | 79                        |
| Internet nutzen (E-Mails, surfen,<br>chatten, Instant Messenger) | 49                  | 47                 | 52                | 29                        | 53                        | 53                        | 60                        | 34                          | 45                         | 61                        |
| Zeitung lesen  | 48                  | 44                 | 51                | 31                        | 40                        | 57                        | 62                        | 36                          | 43                         | 58                        |
| Bücher lesen   | 41                  | 52                 | 31                | 51                        | 44                        | 34                        | 36                        | 28                          | 40                         | 49                        |
| Zeitschriften bzw. Magazine lesen                                | 33                  | 33                 | 33                | 35                        | 33                        | 30                        | 35                        | 36                          | 33                         | 32                        |
| Hörspiellkassetten oder Hörspiel-CDs hören                       | 24                  | 29                 | 19                | 33                        | 28                        | 19                        | 16                        | 30                          | 26                         | 19                        |
| Spiele mit der Konsole am Fernseher spielen                      | 22                  | 6                  | 37                | 30                        | 24                        | 18                        | 17                        | 32                          | 22                         | 17                        |
| DVDs sehen   | 20                  | 17                 | 23                | 19                        | 21                        | 19                        | 20                        | 33                          | 18                         | 14                        |
| Videos sehen   | 15                  | 14                 | 16                | 15                        | 18                        | 17                        | 9                         | 22                          | 12                         | 14                        |
| Comics lesen   | 9                   | 6                  | 12                | 22                        | 9                         | 3                         | 5                         | 11                          | 9                          | 8                         |
| ins Kino gehen   | 1                   | 1                  | 2                 | 1                         | 1                         | 2                         | 1                         | 2                           | 1                          | 1                         |

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

## ④ Medienbindung Jugendlicher 1998 bis 2004

am wenigsten kann ich verzichten auf ..., in %

|               | Gesamt          |                   |                   |                   | Mädchen 12-19 Jahre |                 |                 |                 | Jungen 12-19 Jahre |                 |                 |                 |
|---------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|               | 1998<br>(n=803) | 2000<br>(n=1 200) | 2002<br>(n=1 092) | 2004<br>(n=1 000) | 1998<br>(n=391)     | 2000<br>(n=584) | 2002<br>(n=532) | 2004<br>(n=487) | 1998<br>(n=412)    | 2000<br>(n=616) | 2002<br>(n=560) | 2004<br>(n=513) |
| Fernsehen     | 37              | 34                | 31                | 29                | 37                  | 32              | 32              | 29              | 38                 | 36              | 31              | 29              |
| Computer/PC   | 19              | 23                | 26                | 26                | 11                  | 15              | 14              | 16              | 26                 | 30              | 38              | 35              |
| Radio         | 26              | 23                | 19                | 19                | 32                  | 30              | 24              | 23              | 19                 | 17              | 15              | 16              |
| Bücher        | n.e.*           | n.e.              | 12                | 14                | n.e.                | n.e.            | 17              | 19              | n.e.               | n.e.            | 7               | 9               |
| Zeitschriften | 9               | 10                | 7                 | 7                 | 9                   | 12              | 10              | 9               | 8                  | 9               | 5               | 5               |
| Zeitungen     | 8               | 9                 | 4                 | 5                 | 8                   | 10              | 3               | 4               | 7                  | 8               | 5               | 5               |

\* nicht erhoben.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004 - 1998.

**Tageszeitung das glaubwürdigste Medium**

Wie sieht es mit der Glaubwürdigkeit der Medien aus? Die Frage, welchem Medium man bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen würde (hier standen Fernsehen, Radio, Internet und die Tageszeitung zur Auswahl), beantworten die Zwölf- bis 19-Jährigen recht eindeutig. Überraschend ist aber, dass sich die jungen Menschen mit 42 Prozent hier zunächst für die Tageszeitung aussprechen, die ja hinsichtlich ihrer Nutzung im Medienensemble eine eher untergeordnete Rolle spielt. Das Fernsehen hat bei dieser Auswahl für 30 Prozent der Jugendlichen die größte Glaubwürdigkeit, das Internet (15%) und das Radio (12%) folgen mit Abstand. Jungen und Mädchen unterscheiden sich in ihrer Bewertung kaum, auch die verschiedenen Altersgruppen urteilen hier sehr ähnlich. Eine Ausnahme bildet die Tageszeitung, die bei 50 Prozent der 18- bis 19-Jährigen die höchste Glaubwürdigkeit genießt. Bei den anderen Medien variierten die Angaben in den Altersgruppen nur um wenige Prozentpunkte. Unterschiedliche Voten zeigen sich nach Bildungsniveau. So würden 33 Prozent der Hauptschüler am ehesten dem

Fernsehen vertrauen, für die Zeitung stimmen 28 Prozent, und für 24 Prozent ist das Internet die glaubwürdigste Quelle. Realschüler und Gymnasiasten urteilen hier zurückhaltender und sprechen der Zeitung (37 bzw. 52%) mehr und dem Internet weniger Vertrauen (14 bzw. 11%) aus. Dieser Befund zeigt deutlich medienpädagogische Handlungsfelder auf.

Welche Themen sind für Jugendliche heute von besonderem Interesse und wo informieren sich junge Menschen über Dinge, die ihnen wichtig sind? (5) Das stärkste Interesse haben junge Menschen am Thema Freundschaft, auf den Plätzen zwei und drei folgen Musik und Ausbildung/Beruf. Auch Liebe/Partnerschaft oder Sport sind relevante Bereiche. Das im Jahr 2004 neu aufgenommene Thema Aktuelles/was in der Welt passiert platziert sich mit 59 Prozent auf dem sechsten Rang. Jeweils etwa die Hälfte der Zwölf- bis 19-Jährigen bekun-

**Themeninteressen Jugendlicher**

⑤ Themeninteressen und wichtige Informationsmedien Jugendlicher 2004

Top Boxes (Werte 1+2 einer Sechskala<sup>1)</sup>), in %

|                                     | Mädchen 12 – 19 Jahre |    |       |          |                  |                  |        | Jungen 12 – 19 Jahre |    |       |          |                  |                  |        |
|-------------------------------------|-----------------------|----|-------|----------|------------------|------------------|--------|----------------------|----|-------|----------|------------------|------------------|--------|
|                                     | Gesamt                | TV | Radio | Internet | TZ <sup>2)</sup> | PZ <sup>3)</sup> | Bücher | Gesamt               | TV | Radio | Internet | TZ <sup>2)</sup> | PZ <sup>3)</sup> | Bücher |
| Freundschaft                        | 97                    | 9  | 2     | 18       | 3                | 32               | 13     | 94                   | 8  | 2     | 24       | 9                | 25               | 7      |
| Musik                               | 89                    | 29 | 21    | 27       | 2                | 17               | 1      | 79                   | 28 | 14    | 41       | 2                | 13               | 0      |
| Ausbildung, Beruf                   | 77                    | 5  | 0     | 52       | 11               | 10               | 12     | 74                   | 5  | 1     | 48       | 19               | 12               | 8      |
| Liebe, Partnerschaft                | 78                    | 11 | 3     | 19       | 5                | 38               | 9      | 65                   | 11 | 1     | 29       | 6                | 24               | 6      |
| Aktuelles, was in der Welt passiert | 60                    | 37 | 5     | 14       | 39               | 4                | 1      | 58                   | 39 | 6     | 18       | 26               | 10               | 0      |
| Kino, Filme                         | 60                    | 25 | 4     | 25       | 19               | 25               | 0      | 52                   | 22 | 2     | 37       | 19               | 17               | 1      |
| Sport                               | 61                    | 34 | 2     | 18       | 21               | 20               | 3      | 77                   | 38 | 3     | 19       | 17               | 16               | 2      |
| Internet                            | 50                    | 7  | 2     | 58       | 8                | 14               | 6      | 58                   | 9  | 1     | 60       | 4                | 19               | 4      |
| Schule                              | 61                    | 3  | 1     | 51       | 10               | 6                | 20     | 47                   | 7  | 1     | 58       | 7                | 4                | 15     |
| Mode, Kleidung                      | 67                    | 19 | -     | 13       | 3                | 55               | 1      | 40                   | 18 | -     | 25       | 8                | 41               | 2      |
| Musikstars, Bands                   | 60                    | 35 | 12    | 20       | 5                | 27               | -      | 46                   | 35 | 11    | 27       | 3                | 23               | -      |
| PC u. alles, was damit zu tun hat   | 40                    | 7  | -     | 33       | 7                | 32               | 15     | 66                   | 5  | 1     | 41       | 7                | 36               | 5      |
| Gesundheit, Medizin                 | 56                    | 16 | 2     | 26       | 6                | 19               | 22     | 46                   | 17 | 1     | 22       | 19               | 16               | 16     |
| Umwelt(schutz)                      | 46                    | 16 | 2     | 26       | 25               | 13               | 14     | 36                   | 23 | 2     | 35       | 23               | 11               | 3      |
| Film-, Fernsehstars                 | 45                    | 48 | 4     | 20       | 2                | 23               | 1      | 30                   | 43 | 5     | 24       | 4                | 21               | -      |
| Computerspiele                      | 15                    | 9  | -     | 46       | 6                | 33               | 1      | 52                   | 8  | 0     | 51       | 6                | 30               | 0      |
| Kunst, Kultur                       | 29                    | 12 | 0     | 25       | 16               | 14               | 29     | 13                   | 12 | 7     | 9        | 26               | 19               | 22     |
| Wirtschaft                          | 14                    | 10 | 5     | 17       | 37               | 11               | 14     | 22                   | 17 | 1     | 22       | 39               | 11               | 7      |
| Politik (regional)                  | 16                    | 11 | 5     | 9        | 62               | 9                | -      | 18                   | 5  | 7     | 14       | 49               | 14               | 2      |
| Politik (Bund)                      | 14                    | 38 | 9     | 12       | 36               | 4                | 1      | 18                   | 46 | 1     | 14       | 34               | 5                | -      |

1) Themeninteresse 1 = sehr interessiert, 6 = gar nicht interessiert.

2) Tageszeitung.

3) Publikumszeitschrift.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

det großes Interesse an Kino/Filme, Schule, Internet, Mode/Kleidung, Musik-Stars/Bands, Computer und alles, was damit zu tun hat oder Gesundheit/Medizin. Auf geringeres Interesse stoßen Themen wie Kunst/Kultur, Wirtschaft, Politik auf regionaler oder Bundesebene.

**Vor allem geschlechtsspezifische Unterschiede**

Die Themeninteressen von Jungen und Mädchen unterscheiden sich – erwartbar – ab dem dritten Rang recht deutlich. So sind für Jungen und junge Männer nach Freundschaft und Musik die Bereiche Sport und alle Computertemen von großem Interesse. Mädchen und junge Frauen interessieren sich dafür deutlich stärker für Liebe/Freundschaft, Schule, Mode/Kleidung und Musik- und Filmstars. Insgesamt interessieren sich weibliche Jugendliche für ein breiteres Themenspektrum als männliche. Betrachtet man die Themeninteressen der Jugendlichen anhand ihrer Schulbildung, so lassen sich kaum Unterschiede feststellen.

**Bevorzugte Informationsquellen variieren je nach Thema**

Die Jugendlichen, die bei einem Themenbereich großes Interesse artikuliert haben (Skalenpunkte 1 und 2), wurden in einem zweiten Schritt nach der Relevanz verschiedener Informationsquellen – hier waren das Fernsehen, Radio, Internet, Tageszeitung, Publikumszeitschriften und Bücher vorgegeben – gefragt. Um Neues über bedeutsame Themen zu erfahren, dient den Jugendlichen dabei zuneh-

mend das Internet. Überraschend ist aber, dass aktuelle Informationen über das Geschehen in der Welt vorrangig aus dem Fernsehen oder der Tageszeitung bezogen werden – das sonst so bedeutsame Internet ist hier vergleichsweise irrelevant. Das Fernsehen hat in den Augen der Jugendlichen eine besonders hohe Kompetenz in den Bereichen Film- und Fernsehstars und Musik. Zeitschriften dienen vor allem zur Information über Mode, aber auch als Ratgeber in Partner- und Freundschaftsfragen. Das Radio als klassisches Nebenbeimedium ist aus Sicht der Jugendlichen hinsichtlich der aktiven Informationssuche weniger präsent (vgl. Tabelle 5).

**Computer: Generelle Nutzung, Nutzungsfrequenz und Nutzungsort**

Fast alle Zwölf- bis 19-Jährigen haben mittlerweile Erfahrung mit dem Computer gesammelt, 94 Prozent nutzen ihn mindestens einmal im Monat. Im Vergleich zur ersten JIM-Studie aus dem Jahr 1998 haben sich 2004 die damaligen starken Unterschiede zwischen den Geschlechtern und den Bildungsgruppen deutlich nivelliert. Nutzen 1998 78 Prozent der Jungen und nur 63 Prozent der Mädchen den Computer, so betrug der Unterschied 2004 nur noch 3 Prozentpunkte (Mädchen 92%, Jungen 95%). Auch nach Bildung sind die Unterschiede etwas geringer geworden: Hauptschüler nutzten 1998 zu 58 Prozent, 2004 zu 89 Prozent Computer, Realschüler 1998 zu 72 Prozent und 2004 zu 94 Prozent. Damit unterscheiden sich Letztere kaum noch von den Gymnasiasten (2004: 96%, 1998: 78%)

**94 % Computernutzer unter den Zwölf- bis 19-Jährigen**

**Intensivnutzer vor allem bei den älteren Jugendlichen und bei Gymnasiasten**

71 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen zählen zu den intensiven Anwendern, die einen Computer täglich oder mehrmals pro Woche nutzen. Der Anteil der selteneren Nutzer (einmal pro Woche/mehrmals im Monat) liegt bei 16 Prozent, und jeder zehnte Jugendliche kann als eher zufälliger Nutzer bezeichnet werden, der einmal im Monat oder seltener vor dem Bildschirm sitzt. Absolut keine Erfahrung mit Computern haben 4 Prozent der Jugendlichen. Bei den Jungen liegt der Anteil intensiver Nutzer mit 78 Prozent höher als bei den Mädchen (64%), auch steigt mit zunehmendem Alter der Jugendlichen die Nutzungsintensität an. So zählen bei den Zwölf- bis 13-Jährigen 64 Prozent zu den intensiven Computernutzern, bei den 18- bis 19-Jährigen liegt dieser Anteil dann schon bei 78 Prozent. Recht deutliche Unterschiede ergeben sich auch hinsichtlich der Schulbildung der Jugendlichen. So zählen 63 Prozent der Hauptschüler, aber bereits 79 Prozent der Gymnasiasten zu den Intensivnutzern. Der Anteil derer, die nie einen Computer nutzen, beträgt bei den Hauptschülern 7 Prozent, bei den Gymnasiasten dagegen nur 1 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Intensivnutzer bei Mädchen von 60 auf 64 Prozent angestiegen, bei den Jungen hingegen ist im gleichen Zeitraum ein leichter Rückgang um 2 Prozentpunkte zu verzeichnen.

**Häusliche Computernutzung dominiert**

An welchen Orten beschäftigen sich Jugendliche mit Computern? Unverändert spielt die häusliche Computernutzung die wichtigste Rolle. So geben 78 Prozent der Computernutzer an, diesen mindestens mehrmals pro Woche zu Hause zu nutzen, es folgen Schule (18%), Freunde (14%) und der Arbeitsplatz (10%). Entsprechend der geringeren heimischen Ausstattung beschäftigen sich Mädchen weniger oft zu Hause mit einem Computer als Jungen (73 zu 82%). Auch eine intensive außerhäusliche Nutzung bei Freunden ist für Mädchen weniger relevant als für Jungen (8 zu 18%). Interessant ist aber, dass der Anteil intensiver Nutzer am Arbeitsplatz bei Mädchen etwas höher ist als bei Jungen (12 zu 8%).

Der Anteil der Hauptschüler mit intensiver Computernutzung zu Hause – auch das entspricht den Angaben zu Geräteausstattung und Gerätebesitz – fällt mit 72 Prozent geringer aus als der der Gymnasiasten (82%). Und im Altersverlauf werden nur der Arbeitsplatz (zwölf bis 13 Jahre: 0%, 18 bis 19 Jahre: 21%) und die Schule (zwölf bis 13 Jahre: 12%, 18–19 Jahre: 21%) als Ort für intensive Computernutzung bedeutsamer.

**Offline-Aktivitäten am Computer**

Für welche Tätigkeiten jenseits des Internets (siehe hierzu später im Text) wird der Computer von Jugendlichen eingesetzt? (6) An erster Stelle möglicher Anwendungen steht die Nutzung des Computers als Musikabspielstätte (mindestens mehrmals pro Woche), es folgen dicht auf Computerspiele, etwa vier von zehn Computernutzern geben eine intensive Beschäftigung im Bereich Texte schreiben bzw. im Kontext von Schule an. Mit weitem Abstand folgen das Brennen von CDs, Bild- oder

**Musik hören hat Computerspiele auf Rang 2 verwiesen**

Videobearbeitung und die Nutzung von Lernsoftware. Das Abspielen von DVDs sowie eher kreative Tätigkeiten (malen, Grafiken erstellen, programmieren) spielen bei der alltäglichen Nutzung eine eher untergeordnete Rolle. Schlusslicht bildet das Brennen von DVDs. Vergleicht man die Angaben mit denen aus dem Jahr 2003, so hat die Musiknutzung das Spielen von Computerspielen vom ersten Platz verdrängt. Intensiver als vor einem Jahr wird der Computer von Jugendlichen für die Schule (auch Nutzung von Lernsoftware) und das Schreiben von Texten eingesetzt.

Jungen und Mädchen weisen hier ein recht unterschiedliches Nutzungsspektrum auf. So sind für Mädchen eigentlich nur drei Anwendungen von Bedeutung: das Schreiben von Texten, das Hören von Musik und das Arbeiten für die Schule. Die intensive Nutzung von Computerspielen bestätigt nur ein Fünftel der weiblichen Computernutzer. Bei den männlichen Computernutzern steht das Spielen von Computerspielen hingegen eindeutig im Vordergrund, auch nutzen sie den Computer stärker als Mädchen zum Abspielen von Musik. Nahezu alle abgefragten Tätigkeiten stoßen bei Jungen auf deutlich größeres Interesse als bei Mädchen (vgl. Tabelle 6).

**Deutliche Unterschiede bei Jungen und Mädchen**

**Internet: Nutzungsumfang und Tätigkeiten**

Der Anteil der Jugendlichen, die das Internet (zumindest selten) nutzen, stagniert. Während im Rahmen der JIM-Studie 2003 84 Prozent aller Jugendlichen angaben, bereits Erfahrung mit Onlinediensten gesammelt zu haben, liegt der Anteil im Jahr 2004 nur um 1 Prozentpunkt höher. Allerdings ist der Anstieg bei Mädchen und jungen Frauen (2004: 84%) mit 3 Prozentpunkten höher ausgefallen als bei Jungen (1 Prozentpunkt, 2004: 86%). Während sich die Geschlechter immer stärker angleichen, ist noch immer ein Bildungsgefälle sichtbar. So sind drei Viertel der Hauptschüler, aber 91 Prozent der Gymnasiasten Internetnutzer.

**85 % Internetnutzer**

Allerdings surfen die jungen Menschen mit unterschiedlicher Intensität. So ist mehr als die Hälfte täglich oder mehrmals pro Woche online, während ein Viertel Onlinedienste bzw. das Internet nur wöchentlich bzw. mehrmals pro Monat nutzt. 18 Prozent wenden sich nur sporadisch dem Internet zu, etwa einmal im Monat oder seltener. Diese Angaben differenzieren aber hinsichtlich Alter und Bildung. Vor allem Jüngere und Jugendliche mit formal geringer Bildung nutzen das Internet unterdurchschnittlich. Vergleicht man die soziodemographische Struktur der Internetnutzer mit allen befragten Jugendlichen, so zeigen sich kaum Besonderheiten, die Internetnutzer sind im Durchschnitt etwas älter und überdurchschnittlich gebildet. Je nach Nutzungsintensität lassen sich vier Gruppen identifizieren: Der Heavy-User geht täglich online, ist eher männlich und mit durchschnittlich 16,3

**Sehr unterschiedliche Nutzungsintensität**

⑥ **Offline-tätigkeiten Jugendlicher am Computer 2004**

täglich/mehrmals pro Woche, in %

|   | Gesamt<br>(n=955) | Mädchen<br>(n=449) | Jungen<br>(n=486) | 12-13<br>Jahre<br>(n=214) | 14-15<br>Jahre<br>(n=240) | 16-17<br>Jahre<br>(n=241) | 18-19<br>Jahre<br>(n=240) | Haupt-<br>schule<br>(n=184) | Real-<br>schule<br>(n=352) | Gym-<br>nasium<br>(n=400) |
|---|-------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| mit dem Computer Musik hören                            | 46                | 37                 | 54                | 31                        | 46                        | 49                        | 57                        | 49                          | 43                         | 48                        |
| Computerspiele  | 41                | 20                 | 61                | 47                        | 48                        | 41                        | 31                        | 53                          | 39                         | 38                        |
| Texte schreiben   | 37                | 39                 | 35                | 24                        | 36                        | 38                        | 48                        | 37                          | 39                         | 35                        |
| für die Schule arbeiten bzw. lernen                     | 36                | 37                 | 35                | 25                        | 34                        | 42                        | 41                        | 36                          | 37                         | 34                        |
| Bilder, Fotos oder Videos bearbeiten                    | 14                | 11                 | 16                | 8                         | 15                        | 16                        | 15                        | 15                          | 13                         | 13                        |
| CDs brennen   | 14                | 11                 | 17                | 8                         | 18                        | 15                        | 14                        | 16                          | 14                         | 12                        |
| mit speziellen Lernprogrammen/<br>Lernsoftware arbeiten | 12                | 13                 | 11                | 17                        | 13                        | 10                        | 7                         | 19                          | 13                         | 7                         |
| DVDs anschauen  | 8                 | 3                  | 12                | 7                         | 8                         | 9                         | 6                         | 13                          | 6                          | 7                         |
| malen, zeichnen, Grafiken erstellen                     | 7                 | 8                  | 7                 | 8                         | 11                        | 4                         | 6                         | 9                           | 7                          | 6                         |
| programmieren   | 6                 | 3                  | 10                | 6                         | 7                         | 8                         | 5                         | 9                           | 5                          | 6                         |
| DVDs brennen  | 2                 | 2                  | 2                 | 2                         | 2                         | 2                         | 3                         | 6                           | 2                          | 1                         |

Basis: Computernutzung mindestens einmal pro Monat.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

⑦ **Struktur der jugendlichen Internetnutzer**

in %

|                              | Gesamt<br>(n=1 000) | Internetnutzer<br>gesamt<br>(n=850) | Internet-Nutzertypen             |  |   |  |
|------------------------------|---------------------|-------------------------------------|----------------------------------|--|---|--|
|                              |                     |                                     | Heavy-User<br>täglich<br>(n=253) | Intensiv-User<br>mehrmals/<br>Woche<br>(n=241) | Low-User<br>einmal/Woche<br>mehrmals/Monat<br>(n=199) | Very-Low-User<br>einmal/Monat<br>seltener<br>(n=157) |
| Anteil an Gesamt             | 100                 | 85                                  | 25                               | 24   | 20  | 16   |
| männlich                     | 51                  | 52                                  | 60                               | 47   | 44  | 55   |
| weiblich                     | 49                  | 48                                  | 40                               | 53   | 56  | 45   |
| 12-13 Jahre                  | 23                  | 20                                  | 10                               | 17   | 27  | 33   |
| 14-15 Jahre                  | 26                  | 26                                  | 26                               | 30   | 23  | 24   |
| 16-17 Jahre                  | 26                  | 27                                  | 28                               | 29   | 27  | 23   |
| 18-19 Jahre                  | 25                  | 27                                  | 36                               | 24   | 24  | 20   |
| Durchschnittsalter in Jahren | 15,6                | 15,7                                | 16,3                             | 15,7   | 15,4  | 15,1   |
| Hauptschule                  | 21                  | 18                                  | 13                               | 15   | 20  | 29   |
| Realschule                   | 38                  | 37                                  | 33                               | 35   | 39  | 44   |
| Gymnasium                    | 42                  | 45                                  | 53                               | 50   | 42  | 27   |

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

Jahren älter als der durchschnittliche Internetnutzer. Über die Hälfte besucht das Gymnasium, Haupt- und Realschüler sind unterrepräsentiert. Der Intensiv-User nutzt das Internet zwar mehrmals pro Woche, aber nicht ganz so häufig wie der Heavy-User. Hier sind weibliche Nutzer etwas überrepräsentiert, mit durchschnittlich 15,7 Jahren sind die Intensiv-User auch etwas jünger. Auch die Low-User, die das Internet einmal pro Woche bis mehrmals pro Monat nutzen, sind zu 56 Prozent weiblich, aber nur wenig jünger als die Intensiv-User. Very-Low-User, die kaum regelmäßig Erfahrungen mit dem Internet sammeln, kennzeichnen sich sowohl durch das geringste Alter als auch durch das

niedrigste Bildungsniveau. Der Anteil an Gymnasiasten in dieser Gruppe beträgt nur 27 Prozent (vgl. Tabelle 7).

Die regelmäßige Internetnutzung (täglich bzw. mehrmals pro Woche) erfolgt am häufigsten von zu Hause aus (59%). Schule (12%) und Freunde (9%) bieten den Jugendlichen weitere, wenn auch weniger relevante Nutzungsmöglichkeiten. Auch hier wird ein deutliches Bildungsgefälle sichtbar. So geben Internetnutzer, die eine Hauptschule besuchen bzw. besucht haben, nur zu 42 Prozent an, regelmäßig von zu Hause aus zu surfen, bei den Realschülern ist es mit 54 Prozent mehr als jeder zweite. Bei den Gymnasiasten schließlich nutzen 70 Prozent das Internet regelmäßig von zu Hause aus. Filtersoftware, die vor dem Zugriff ungeeigneter Inhalte auf dem häuslichen Computer schützt, ist nach Angaben der Jugendlichen bei einem knappen Drittel installiert.

### Internet ist vor allem Kommunikationsmedium

Das Internet wird von den Jugendlichen vor allem als Kommunikationsmedium genutzt. So geben 44 Prozent der Internetnutzer an, mindestens mehrmals pro Woche E-Mails zu senden oder zu empfangen, ein Viertel nutzt mit dieser Intensität Instant Messenger und jeder Fünfte sucht regelmäßig einen Chatroom auf. Für ein knappes Drittel ist das Internet ein relevantes Medium bei der Suche nach spezifischen Informationen. Jeder fünfte Internetnutzer nimmt das World Wide Web zur Unterstützung in Schule bzw. Ausbildung in Anspruch, jeder zehnte informiert sich über Veranstaltungen in der Region. Radio hören oder fernsehen über das Internet sind als intensive Tätigkeiten wenig verbreitet. Dabei haben 22 Prozent der Internetnutzer überhaupt schon einmal Internetradio gehört, via Internet ferngesehen haben bisher gerade 7 Prozent.

Mädchen nutzen das Internet nicht nur generell etwas weniger intensiv als Jungen, sondern auch selektiver. Ihr ansonsten ausgeprägtes Interesse an Musik beispielsweise übertragen Mädchen und junge Frauen nur bedingt auch auf das Internet. Mit Ausnahme der E-Mail-Nutzung weisen Jungen und junge Männer bei allen abgefragten Aktivitäten eine intensivere Nutzung auf als Mädchen und junge Frauen. Aber die Suche nach Informationen für Schule und Ausbildung sowie der Besuch von Chatrooms ist für beide Geschlechter ähnlich relevant.

### Anwendungsspektrum erweitert sich mit dem Alter

Mit zunehmendem Alter der Internetnutzer weitet sich auch das Anwendungsspektrum aus. So scheinen bei den Jüngsten noch stärker die Kommunikationsmöglichkeiten im Vordergrund zu stehen, als Recherche- bzw. Informationsmedium wird das Internet deutlich stärker von Älteren genutzt. Das gleiche Phänomen zeigt sich auch hinsichtlich der formalen Bildung – Gymnasiasten bewegen sich mit einer ausgeprägteren Bandbreite durchs Netz als Hauptschüler und nutzen es nicht nur als Kommunikations-, sondern auch als Informationsmedium. Betrachtet man die Internetfans, so zeigt sich, dass die Tätigkeiten der Heavy-User noch deutlicher durch die Bereiche Kommunikation und Musik, aber auch Spielen geprägt sind. Der Intensivnutzer nimmt diese Anwendungsmöglichkeiten weniger oft wahr und scheint – im Gegenzug – das Internet vor allem für schulische Belange entdeckt zu haben (vgl. Tabelle 8).

### Rückläufige Tendenzen in den meisten Internet-Anwendungsbereichen

Vergleicht man die Angaben mit denen aus dem Jahr 2003, so sind in den meisten Anwendungsbereichen rückläufige Tendenzen zu beobachten. Am stärksten (minus 9%-Punkte) trifft dies auf den Bereich des Musikdownloads zu – schließlich gibt es kaum noch kostenfreie Musikaustauschbörsen, legale schon gar nicht. Leicht zugenommen hat hingegen das Instant-Messaging, unverändert sind die Daten zur Nutzung von Chatrooms. Insgesamt deuten diese Daten auf ein mittlerweile unaufgeregteres, weil alltäglicheres Nutzungsverhalten hin. Das Ausprobieren vieler möglicher Anwendungen scheint von einer zielgerichteten Nutzung abgelöst zu werden. Internet ist nicht mehr „hip“, sondern

normal, und es wird nicht mehr viel Aufhebens darum gemacht.

Die Bandbreite, mit der das Angebot im Internet genutzt wird, lässt sich auch über die Anzahl regelmäßig besuchter Homepages beschreiben. (7) So geben die jugendlichen Internetnutzer an, im Durchschnitt 4,1 verschiedene Seiten häufiger zu nutzen. Bei Mädchen fällt dieser Wert geringer aus als bei Jungen (3,3 zu 4,9). Das Alter der Internetnutzer wirkt sich ebenfalls positiv auf die Anzahl der regelmäßig genutzten Webangebote aus – Zwölf- bis 13-Jährige geben im Schnitt 3,5, 18- bis 19-Jährige bereits 4,9 Homepages an. Hauptschüler weisen hier die geringste Varianz auf (3,0 verschiedene Angebote), Gymnasiasten (4,5) die höchste. Heavy-User surfen nach eigenen Angaben auf 5,7 Internetangeboten häufig, bei den Intensiv-Usern sind es mit 3,7 schon deutlich weniger. Low-User suchen 3,3 und Very-Low-User im Durchschnitt 2,9 verschiedene Webangebote regelmäßig auf.

Die Frage nach der Lieblingshomepage (8) schließlich macht noch einmal die Bandbreite deutlich, mit der (nicht nur) Jugendliche entsprechend ihrer persönlichen Präferenzen und Anforderungen mit dem Internet umgehen. So stehen einerseits Suchmaschinen bei den Jugendlichen hoch im Kurs – für jeden Fünften kommt die Lieblingshomepage aus diesem Bereich, allein 9 Prozent votieren für Google. E-Bay – das Auktions- und Warenhaus im Internet – wird von 11 Prozent der Internetnutzer als liebste Seite genannt. Und fasst man alle Nennungen zusammen, die in den Bereich Fernseh- oder Radioveranstalter fallen, so kommt bei 8 Prozent der Internetnutzer die liebste Website aus diesem Umfeld. Weitere nennenswerte Anhäufungen ergaben sich aus den Antworten der Jugendlichen nicht. Unter dem Stichwort konvergente Medienutzung ist es aber von Interesse, wie Jugendliche mit den Internetablegern so genannter klassischer Medien wie Radio, Fernsehen oder Tageszeitung umgehen. So haben fast drei Viertel der Internetnutzer schon einmal die Homepage eines Fernsehsenders bzw. einer Fernsehsendung besucht. Etwa zwei Drittel haben schon einmal Onlineausgaben von Zeitschriften bzw. Zeitschriftenverlagen oder den Internetauftritt eines Radiosenders genutzt. Knapp die Hälfte der Jugendlichen ist im Internet schon einmal mit einer Tageszeitung in Berührung gekommen.

### Onlinekommunikation

Insgesamt zählen 71 Prozent aller Jugendlichen zu denen, die zumindest selten E-Mails senden oder empfangen. Betrachtet man nur die Internetnutzer, dann ist der Umgang mit der elektronischen Post die am intensivsten ausgeübte Onlinetätigkeit: 44 Prozent rufen mehrmals pro Woche oder häufiger

### Spektrum durchschnittlich genutzter Seiten

### Lieblingshomepages

### E-Mail

⑧ **Onlinetätigkeiten Jugendlicher 2004**

*täglich/mehrmals pro Woche, in %*

|  | Gesamt<br>(n=850) | Mädchen<br>(n=410) | Jungen<br>(n=440) | 12-13<br>Jahre<br>(n=173) | 14-15<br>Jahre<br>(n=220) | 16-17<br>Jahre<br>(n=229) |
|--|-------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| E-Mails empfangen und versenden nach Informationen zu einem bestimmten Thema suchen      | 44                | 46                 | 43                | 25                        | 42                        | 50                        |
| Instant-Messenger wie z.B. ICQ nutzen  | 31                | 29                 | 34                | 16                        | 25                        | 35                        |
| Nachrichten bzw. aktuelle Informationen abrufen  | 26                | 21                 | 30                | 9                         | 27                        | 31                        |
| Musik-/Sounddateien anhören  | 24                | 16                 | 32                | 14                        | 20                        | 27                        |
| nach Informationen für die Schule bzw. Ausbildung suchen                                 | 23                | 18                 | 27                | 18                        | 20                        | 24                        |
| chatten, also Chatrooms besuchen   | 22                | 21                 | 22                | 12                        | 18                        | 27                        |
| Downloaden von Musikdateien  | 20                | 18                 | 21                | 19                        | 29                        | 14                        |
| Informationen über Veranstaltungen am Ort bzw. aus der Gegend, in der man wohnt, abrufen | 13                | 8                  | 18                | 8                         | 12                        | 14                        |
| Downloaden von anderen Dateien/Daten   | 10                | 8                  | 11                | 4                         | 7                         | 14                        |
| Netzspiele, Multi-User-Spiele machen   | 9                 | 3                  | 14                | 3                         | 5                         | 12                        |
| Beiträge in Newsgroups lesen oder schreiben  | 9                 | 3                  | 14                | 10                        | 10                        | 8                         |
| Über Internet Radio hören  | 8                 | 5                  | 12                | 4                         | 8                         | 10                        |
| Downloaden von Spielen   | 5                 | 3                  | 7                 | 3                         | 6                         | 6                         |
| Filme/Videos anschauen   | 3                 | 1                  | 4                 | 4                         | 3                         | 2                         |
| etwas bestellen, das Geld kostet   | 3                 | 1                  | 6                 | 6                         | 4                         | 2                         |
| Onlinebanking  | 3                 | 2                  | 3                 | 1                         | 1                         | 4                         |
| etwas bestellen, das kein Geld kostet  | 3                 | 3                  | 4                 | 0                         | 2                         | 2                         |
| Töne bzw. Logos für's Handy downloaden   | 2                 | 2                  | 3                 | 3                         | 5                         | 3                         |
| Über Internet fernsehen  | 2                 | 0                  | 3                 | 3                         | 2                         | 1                         |
| Über Internet telefonieren   | 1                 | 0                  | 1                 | 2                         | 0                         | 0                         |
| Über Internet telefonieren   | 1                 | 0                  | 1                 | 1                         | 1                         | 1                         |

Basis: Internetnutzung zumindest selten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

ihren elektronischen Briefkasten auf, weitere 11 Prozent tun dies einmal pro Woche.

In einer durchschnittlichen Woche versenden die jugendlichen Nutzer 6,5 E-Mails – Jungen (7,4) etwas mehr als Mädchen (5,7), Ältere (18-19 Jahre: 7,5) schreiben häufiger als Jüngere (zwölf bis 13 Jahre: 5,0). Das gleiche Muster zeigt sich auch beim elektronischen Posteingang, der allerdings mit 11,8 E-Mails pro Woche deutlich höher ausfällt. Gut die Hälfte der E-Mail-Nutzer berichtet, mindestens einmal pro Woche Spam-Mails zu erhalten, bei einem Viertel gehen gar täglich unangeforderte Mails ein. Ein weiterer Grund für den höheren Posteingang liegt u.a. an den von den Jugendlichen abonnierten Newsletters. 36 Prozent der E-Mail-Nutzer geben an, mindestens einen Newsletter zu erhalten, 16 Prozent haben sogar mehrere abonniert. Auch hier zeigt sich, dass Jungen und ältere E-Mail-Nutzer diese Dienste überdurchschnittlich in Anspruch nehmen.

Im Jahr 2004 hat insgesamt mehr als die Hälfte aller Jugendlichen bereits Erfahrungen in einem Chatroom gesammelt. Reduziert man die Betrachtung auf den Kreis der Internetnutzer, so haben 64 Prozent schon mindestens einmal einen Chatroom aufgesucht. Dabei chattet ein Viertel der Onliner sehr regelmäßig (mindestens einmal pro Woche), weitere 18 Prozent nutzen diese Form der Kommunikation zumindest gelegentlich (ein- oder mehrmals pro Monat). Jungen und Mädchen weisen hier kaum Unterschiede auf. Betrachtet man die einzelnen Altersgruppen, so scheint das Chatten für jüngere Onliner eine etwas höhere Attraktivität zu besitzen als für Ältere.

Die jugendlichen Chatroomnutzer (n=542) vagabundieren weniger in zahlreichen verschiedenen Chats umher, sondern suchen nach eigenen Angaben meist die gleiche Plattform auf. So geben zwei Drittel der Chatroomnutzer an, nur einen Chat zu besuchen, 14 Prozent geben zwei virtuelle Gesprächsforen an, weitere 15 Prozent agieren gar in drei verschiedenen Chats. Besonders gerne werden die Chatrooms der bei den Jugendlichen etablierten Radio- oder Fernsehsender besucht.

**Erfahrungen mit Chatrooms**

⑧ **Onlinetätigkeiten Jugendlicher 2004** (Fortsetzung)

täglich/mehrmals pro Woche, in %

|  | 18-19<br>Jahre<br>(n=228) | Haupt-<br>schule<br>(n=155) | Real-<br>schule<br>(n=315) | Gym-<br>nasium<br>(n=380) | Heavy-User<br>(täglich)<br>(n=253) | Intensiv-User<br>(mehrm./Woche)<br>(n=241) |
|--|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|------------------------------------|--|
| E-Mails empfangen und versenden<br>nach Informationen zu einem<br>bestimmten Thema suchen      | 54                        | 27                          | 40                         | 54                        | 78                                 | 62   |
| Instant-Messenger wie z.B. ICQ<br>nutzen   | 45                        | 21                          | 30                         | 37                        | 48                                 | 47   |
| Nachrichten bzw. aktuelle<br>Informationen abrufen   | 33                        | 13                          | 22                         | 35                        | 59                                 | 27   |
| Musik-/Sounddateien anhören<br>nach Informationen für die Schule<br>bzw. Ausbildung suchen     | 34                        | 16                          | 21                         | 30                        | 46                                 | 29   |
| chatten, also Chatrooms besuchen   | 28                        | 23                          | 22                         | 24                        | 43                                 | 29   |
| Downloaden von Musikdateien  | 27                        | 14                          | 21                         | 26                        | 29                                 | 37   |
| Informationen über Veranstaltungen<br>am Ort bzw. aus der Gegend, in der<br>man wohnt, abrufen | 17                        | 23                          | 22                         | 17                        | 37                                 | 25   |
| Downloaden von Musikdateien  | 17                        | 15                          | 11                         | 13                        | 28                                 | 12   |
| Informationen über Veranstaltungen<br>am Ort bzw. aus der Gegend, in der<br>man wohnt, abrufen | 12                        | 9                           | 10                         | 10                        | 17                                 | 11   |
| Downloaden von anderen<br>Dateien/Daten  | 13                        | 4                           | 6                          | 13                        | 20                                 | 9  |
| Netzspiele, Multi-User-Spiele machen   | 7                         | 10                          | 10                         | 7                         | 20                                 | 7  |
| Beiträge in Newsgroups lesen oder<br>schreiben   | 11                        | 4                           | 6                          | 12                        | 18                                 | 9  |
| Über Internet Radio hören  | 6                         | 4                           | 7                          | 5                         | 12                                 | 7  |
| Downloaden von Spielen   | 1                         | 4                           | 3                          | 2                         | 6                                  | 1  |
| Filme/Videos anschauen   | 2                         | 2                           | 4                          | 3                         | 6                                  | 4  |
| etwas bestellen, das Geld kostet   | 4                         | 4                           | 3                          | 2                         | 4                                  | 3  |
| Onlinebanking  | 8                         | 3                           | 4                          | 3                         | 8                                  | 3  |
| etwas bestellen, das kein Geld kostet  | -                         | 2                           | 4                          | 2                         | 4                                  | 5  |
| Töne bzw. Logos für's Handy<br>downloaden  | -                         | 2                           | 1                          | 1                         | 2                                  | 2  |
| Über Internet fernsehen  | -                         | 1                           | 1                          | 0                         | 2                                  | 0  |
| Über Internet telefonieren   | 1                         | 1                           | 1                          | 0                         | 1                                  | 1  |

Basis: Internetnutzung zumindest selten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

**Motive für  
das Chatten**

Als wichtigstes Motiv für die Nutzung von Chatrooms nennen die Jugendlichen den Wunsch, Kontakte zu knüpfen bzw. neue Bekanntschaften zu machen oder zu flirten. Eng damit verbunden ist die Absicht, sich mit anderen auszutauschen bzw. ganz allgemein Konversation zu machen. Als dritt-wichtigsten Grund führen die Jugendlichen den Spaßfaktor an, aber auch die Nutzung aus reiner Langeweile ist für einige Jugendliche ein wichtiges Motiv. Nur vereinzelt begründen die Jugendlichen das Chatten mit einem eher sachlichen Informations-, Meinungs- oder Datenaustausch. Ein Viertel der Chatroomnutzer gibt an, Bekanntschaften aus dem Chat auch schon im echten Leben getroffen zu haben. Allerdings kommt dies anscheinend nur vereinzelt vor und ist nicht die Regel: 20 Prozent haben sich bisher eher mit wenigen Leuten aus einem Chat getroffen. Nur 4 Prozent geben an, dass sie bereits mit vielen Menschen aus dem Chat zusammengekommen sind. Der weitaus größte Teil, nämlich drei Viertel, beschränkt die Bekanntschaft ausschließlich auf den Chatroom.

Im Chatroom selbst haben die Jugendlichen aber auch schon negative Erfahrungen gemacht. Ein Drittel der Chatroomnutzer gibt an, schon mehrmals auf „unangenehme Leute“ im Chat gestoßen zu sein, weiteren 14 Prozent ist dies zumindest einmal passiert. (9) Insgesamt berichtet also jeder zweite Jugendliche, der sich schon einmal in einem Chatroom aufgehalten hat, von irgendeiner Form der Belästigung. Allerdings muss an dieser Stelle offen bleiben, um welche Art der Belästigungen genau es sich hierbei im Einzelnen handelt – um eher harmlosere Formen wie die Verwendung von Kraftausdrücken oder hin zur gezielten sexuellen Belästigung. Offensichtlich ist aber, dass sich Mädchen deutlich häufiger als Opfer von Belästigungen sehen als Jungen, auch scheint das Belästigungspotenzial mit dem Alter der Jugendlichen zu zunehmen (vgl. Tabelle 9).

**Auch negative  
Chatterlebnisse**

9 Nutzung von Chatrooms durch Jugendliche

in %

|                             | Gesamt<br>(n=850) | Mädchen<br>(n=410) | Jungen<br>(n=440) | 12-13<br>Jahre<br>(n=173) | 14-15<br>Jahre<br>(n=220) | 16-17<br>Jahre<br>(n=229) | 18-19<br>Jahre<br>(n=228) | Haupt-<br>schule<br>(n=155) | Real-<br>schule<br>(n=315) | Gym-<br>nasium<br>(n=380) |
|-----------------------------|-------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| mindestens einmal pro Woche | 25                | 25                 | 25                | 22                        | 34                        | 21                        | 23                        | 26                          | 28                         | 22                        |
| ein- bis mehrmals pro Monat | 18                | 19                 | 17                | 24                        | 21                        | 14                        | 14                        | 23                          | 18                         | 16                        |
| seltener                    | 21                | 22                 | 20                | 18                        | 18                        | 27                        | 21                        | 24                          | 21                         | 20                        |
| nie                         | 36                | 34                 | 38                | 36                        | 27                        | 38                        | 43                        | 27                          | 34                         | 42                        |

Basis: Internetnutzung zumindest selten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

10 Chatroomerfahrungen Jugendlicher 2004

unangenehme Leute im Chat getroffen, in %

|              | Gesamt<br>(n=542) | Mädchen<br>(n=271) | Jungen<br>(n=271) | 12-13<br>Jahre<br>(n=111) | 14-15<br>Jahre<br>(n=161) | 16-17<br>Jahre<br>(n=141) | 18-19<br>Jahre<br>(n=130) | Haupt-<br>schule<br>(n=113) | Real-<br>schule<br>(n=209) | Gym-<br>nasium<br>(n=220) |
|--------------|-------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Ja, und zwar | 50                | 59                 | 41                | 39                        | 51                        | 48                        | 60                        | 54                          | 47                         | 51                        |
| einmal       | 14                | 15                 | 13                | 15                        | 16                        | 13                        | 11                        | 16                          | 10                         | 16                        |
| mehrmals     | 36                | 44                 | 29                | 24                        | 36                        | 35                        | 50                        | 38                          | 37                         | 35                        |
| Nein         | 50                | 41                 | 59                | 61                        | 49                        | 52                        | 40                        | 46                          | 53                         | 49                        |

Basis: Chatroomnutzung zumindest selten.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

**Pornografie und Rechtsextremismus im Internet**

**45 % schon einmal mit pornografischen Inhalten konfrontiert**

In der öffentlichen Diskussion um potenzielle Gefahren, die vor allem für Kinder und Jugendliche im Internet lauern, geht es vor allem um die Bereiche Pornografie und Rechtsextremismus. Im Jahr 2004 bejahten 45 Prozent der jugendlichen Internetnutzer die Frage, ob sie schon einmal mit pornografischen (10) Internetseiten in Berührung gekommen sind. Fast jeder zehnte jugendliche Internetnutzer gibt sogar an, mindestens einmal pro Woche auf solche Seiten zu gelangen. Jungen und junge Männer geben etwas häufiger eine Konfrontation mit diesen Inhalten an als Mädchen und junge Frauen (50 bzw. 41%). Der Blick auf die verschiedenen Altersgruppen zeigt, dass es sich hierbei zu einem großen Teil um minderjährige Internetnutzer handelt. Zwölf- bis 13-jährige User geben zu 15 Prozent an, schon einmal auf pornografische Seiten gestoßen zu sein, bei den 14- bis 15-jährigen sind es bereits 39 Prozent. Jeder zweite Internetnutzer im Alter von 16 bis 17 Jahren (52%) und schließlich zwei Drittel (67%) der ab 18-jährigen berichten, schon einmal auf pornografischen Seiten im Internet gesurft zu haben. Vergleicht man diese Angaben mit denen aus den Jahren 2000 und 2001, so zeigt sich, dass Jugendliche zunehmend mit pornografischen Inhalten im Internet konfrontiert werden (2000: 30%, 2001: 38%). (11)

Mit rechtsextremen Seiten kam im Jahr 2004 jeder achte Internetnutzer (13%) in Berührung, auch hier mehr Jungen (16%) als Mädchen (10%) und eher 18- bis 19-jährige (17%) als junge Internetnutzer im Alter von zwölf bis 13 Jahren (7%). Im Zeitverlauf ist dieses Thema eher von Stagnation bzw. Rückgang geprägt; im Jahr 2000 gaben 10 Prozent an, schon einmal mit rechtsextremen Seiten im Internet in Berührung gekommen zu sein, 2001 stieg dieser Wert auf 17 Prozent an, 2004 sank er auf 13 Prozent. Dass es überhaupt rechte Seiten im Netz gibt, will im Jahr 2004 ein Viertel der Internetnutzer erstmals im Rahmen der JIM-Befragung gehört haben.

**Berührung mit rechtsextremen Seiten bei 8 % der Nutzer**

**Mobile Kommunikation: das Handy**

Aktuell besitzen 90 Prozent der Zwölf- bis 19-jährigen (mindestens) ein Mobiltelefon, kein anderes Medium kann auf eine derartige Verbreitung in solch kurzer Zeit bei kontinuierlichen Zuwachsraten zurückblicken. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Besitzrate auf hohem Niveau noch einmal um 4 Prozentpunkte angestiegen. Im Jahr 1998 hatten gerade einmal 8 Prozent der Zwölf- bis 19-jährigen ein eigenes Handy.

**90 % der Jugendlichen haben ein Handy**

Mädchen (91%) sind aktuell etwas besser ausgestattet als Jungen (88%), bei der jüngsten Altersgruppe, den Zwölf- bis 13-jährigen, haben drei Viertel ein eigenes Mobiltelefon, bei den 18- bis 19-jährigen beträgt dieser Anteil 97 Prozent. Wohl auch aus Gründen einer besseren Kostenübersicht haben zwei Drittel der Handybesitzer eine so genannte Prepaid-Karte (wiederaufladbares Guthaben wird verbraucht), nur ein Drittel hat einen festen Handyvertrag abgeschlossen. Daneben spielen wohl

## ⑪ Wichtigkeit bestimmter Handyfunktionen 2004

Handybesitzer, in %

| Handyfunktion                        | Gesamt<br>(n=895) | Mädchen<br>(n=445) | Jungen<br>(n=450) | 12-13<br>Jahre<br>(n=174) | 14-15<br>Jahre<br>(n=233) | 16-17<br>Jahre<br>(n=247) | 18-19<br>Jahre<br>(n=241) | Haupt-<br>schule<br>(n=177) | Real-<br>schule<br>(n=349) | Gym-<br>nasium<br>(n=369) |
|--------------------------------------|-------------------|--------------------|-------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| am wichtigsten                       |                   |                    |                   |                           |                           |                           |                           |                             |                            |                           |
| telefonieren                         | 40                | 31                 | 49                | 32                        | 37                        | 40                        | 48                        | 36                          | 39                         | 43                        |
| SMS                                  | 47                | 62                 | 33                | 43                        | 47                        | 50                        | 47                        | 35                          | 51                         | 49                        |
| ein toller Klingelton                | 3                 | 1                  | 5                 | 7                         | 3                         | 4                         | 1                         | 8                           | 2                          | 2                         |
| ein tolles Logo                      | 0                 | 1                  | 0                 | 0                         | 0                         | 1                         | -                         | 1                           | -                          | 1                         |
| Spiele                               | 4                 | 3                  | 6                 | 13                        | 6                         | 1                         | -                         | 9                           | 3                          | 4                         |
| Fotos machen                         | 3                 | 2                  | 5                 | 5                         | 5                         | 2                         | 2                         | 8                           | 4                          | 1                         |
| Fotos verschicken                    | 1                 | 1                  | 1                 | -                         | 1                         | 1                         | 1                         | 2                           | 0                          | 1                         |
| im Internet surfen                   | 0                 | 0                  | 0                 | -                         | -                         | 0                         | 1                         | 1                           | 0                          | -                         |
| am wichtigsten bis an dritter Stelle |                   |                    |                   |                           |                           |                           |                           |                             |                            |                           |
| telefonieren                         | 86                | 87                 | 85                | 74                        | 82                        | 93                        | 91                        | 75                          | 87                         | 90                        |
| SMS                                  | 91                | 95                 | 87                | 83                        | 89                        | 92                        | 97                        | 81                          | 92                         | 95                        |
| ein toller Klingelton                | 30                | 30                 | 29                | 39                        | 30                        | 28                        | 24                        | 42                          | 27                         | 26                        |
| ein tolles Logo                      | 12                | 14                 | 10                | 17                        | 10                        | 11                        | 10                        | 15                          | 12                         | 10                        |
| Spiele                               | 35                | 36                 | 35                | 52                        | 40                        | 30                        | 24                        | 35                          | 34                         | 37                        |
| Fotos machen                         | 31                | 29                 | 33                | 25                        | 32                        | 27                        | 38                        | 29                          | 33                         | 30                        |
| Fotos verschicken                    | 8                 | 6                  | 10                | 3                         | 11                        | 8                         | 10                        | 16                          | 8                          | 5                         |
| im Internet surfen                   | 7                 | 3                  | 10                | 6                         | 6                         | 10                        | 5                         | 8                           | 7                          | 6                         |

Basis: Handybesitzer.

Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2004.

auch rechtliche Gründe eine Rolle, dass vor allem unter 18-jährige Handybesitzer von der Abrechnung per Prepaid-Karte Gebrauch machen. Mit Erreichen der Volljährigkeit nutzt nur noch knapp jeder zweite Handybesitzer diese Abrechnungsart.

#### Durchschnittlich 21 Euro Handy- kosten im Monat

Nach Auskunft der Jugendlichen belaufen sich die Handycosten im Monat auf knapp 21 Euro. Immerhin müssen die Jugendlichen zwei Drittel der Kosten selbst übernehmen – etwas mehr als noch im Vorjahr. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen steigen sowohl die monatlichen Kosten als auch der eigenfinanzierte Anteil an. In der JIM-Studie 2004 wurde das gesellschaftlich breit diskutierte Thema der Verschuldung Jugendlicher aufgrund hoher Nutzungsentgelte für Handys aufgegriffen. Hier gaben nur 6 Prozent der Handybesitzer zu, regelmäßig oder ab und zu Probleme zu haben, ihre Handyrechnung zu bezahlen. Aufgrund der sozialen Erwünschtheit (12) dieser Frage ist davon auszugehen, dass die Dunkelziffer doch deutlich über dieser Marke liegen dürfte. Aber auch wenn diese Angaben die richtigen Größenverhältnisse widerspiegeln, so haben – grob hochgerechnet – rund 360 000 Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren schon einmal Schulden gemacht, um ihr Handy finanzieren zu können.

#### Bevorzugte Handyfunktionen

Welche Funktionen eines Mobiltelefons sind für die Jugendlichen bedeutsam, welche eher zweitrangig? Hierzu wurden den Handybesitzern acht unterschiedliche Funktionalitäten – vom reinen Telefonieren bis hin zum Surfen im Internet – mit der Bitte um ein Ranking (Top 3) vorgelegt. Wie sich zeigt, ist für die Zwölf- bis 19-Jährigen das Verschicken und Empfangen von Kurzmitteilungen

(SMS) die wichtigste Funktion an einem Handy, noch vor dem reinen Telefonieren. Mit weitem Abstand folgen nahezu gleichauf die Nutzung von Spielen, die Möglichkeit des Fotografierens sowie das Vorhandensein eines besonderen Klingeltons. Noch unbedeutender sind in diesem Ranking ein tolles Display-Logo, das Surfen per Handy im Internet oder die Möglichkeit, Fotos zu verschicken. Explizit nach der unwichtigsten Handyfunktion dieser Auswahl gefragt, entscheiden sich 41 Prozent für das Surfen im Internet, 19 Prozent nennen das besondere Logo, jeder Zehnte hält Klingeltöne, Spiele oder Fotos machen für unbedeutende Funktionen (vgl. Tabelle 11).

An einem durchschnittlichen Tag empfangen die zwölf- bis 19-jährigen Handybesitzer 4,8 SMS, gleichzeitig werden 3,9 Kurzmitteilungen verschickt. Mädchen weisen hier eine stärkere Aktivität auf (empfangen 5,5/gesendet 4,5) als Jungen (4,1 vs. 3,4), bei Jüngeren ist das Simsen etwas weniger verbreitet als bei Älteren. 7 Prozent der Handybesitzer lassen sich regelmäßig Newsletter auf das Handy schicken – meist zum Thema Sport, Veranstaltungen, allgemeine Nachrichten oder Informationen der Handyanbieter selbst.

Insgesamt berichten 12 Prozent der Handybesitzer von bereits selbst erlebter „Abzocke“ am Handy – sei es durch lange Wartezeiten bei Logos und Klingeltönen, 0190- oder sonstigen Rückrufnummern. Mädchen (13%) haben diese Erfahrung schon etwas häufiger gemacht als Jungen (10%).

**Computer, Internet, Handy sind etablierte Medien geworden**

**Fazit**

Ausstattung und Nutzung von Computer, Internet und Mobiltelefon haben sich bei Jugendlichen nach einer sehr dynamischen Verbreitung nun auf hohem Niveau eingependelt. Nach anfänglich uneingeschränkter Euphorie sind Computer und Internet mittlerweile fast selbstverständliche Elemente der jugendlichen Medienwelt geworden.

**Konstante Themeninteressen Jugendlicher**

Die Themeninteressen der Heranwachsenden haben sich in den Jahren kaum verändert: Freundschaft, Liebe, Partnerschaft und Musik sind die wichtigsten Felder. Während die traditionell geringe Bedeutung im Bereich regionaler bzw. überregionaler Politik möglicherweise vorschnell auf ein geringes Interesse der Jugend an der gesellschaftlichen Umwelt schließen lässt, zeigt die Wichtigkeit an aktuellen Informationen aus aller Welt, dass junge Menschen durchaus am aktuellen Geschehen teilhaben.

Weiter ausdifferenziert hat sich der Umgang mit Computer und Internet. Die verschiedenen Tätigkeiten unterliegen auch einem zeitlichen Wandel, so nutzen die meisten Jugendlichen den Computer als Abspielstation für Musik, Computerspiele folgen erst an zweiter Stelle. Das Brennen von DVDs und CDs ist rückläufig, dies könnte mit der steigenden Verbreitung anderer Trägermedien, wie MP3-Player oder USB-Sticks zusammenhängen. Bezieht man die Internetnutzung mit ein, so ist der Computer für Jugendliche Kommunikationsmittel und Informationspool gleichermaßen, wengleich das Versenden und Empfangen von E-Mails die bedeutendste Funktion darstellt.

Anmerkungen:

- 1) Eine ausführliche Ergebnisdokumentation der JIM-Studien kann unter [www.mpf.de](http://www.mpf.de) bestellt werden bzw. steht zum Download bereit. Vgl. ferner: Feierabend, Sabine/Walter Klingler: Medienverhalten Jugendlicher in Deutschland. Fünf Jahre JIM-Studie Jugend, Information, (Multi-)Media. In: Media Perspektiven 10/2005, S. 450-462.
- 2) Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim Institut ENIGMA GfK in Wiesbaden.
- 3) In der JIM-Studie 2004 wurden die Tätigkeiten am Computer erstmals bereits im vorderen Teil des Interviews differenziert abgefragt. Hintergrund für diese Änderung am Fragebogendesign war die zunehmende Alltäglichkeit der Internetnutzung für Jugendliche.
- 4) So betrug die Sehdauer der Zwölf- bis 19-Jährigen im Jahr 1998 117 Minuten, in den Jahren 2000 und 2002 jeweils 118 Minuten und im Jahr 2004 114 Minuten. Quelle: AGF/GfK/PC#TV Aktuell, SWR Medienforschung/Programmstrategie.
- 5) Die Wichtigkeit an verschiedenen Themen (hier wurden insgesamt 20 verschiedene Bereiche in rotierter Reihenfolge vorgegeben) wurde mittels einer sechsstufigen Skala (1 = ist für mich sehr interessant, 6 = ist für mich überhaupt nicht interessant) abgefragt. Als „Top Boxes“ werden die Nennungen der Skalenpunkte 1 und 2 bezeichnet.
- 6) Anhand einer Liste möglicher Anwendungen wurden die Jugendlichen gefragt, wie oft sie die jeweilige Tätigkeit am Computer ausüben (sieben Ausprägungen von „mache ich täglich“ bis „mache ich nie“).
- 7) „Manche Leute besuchen ja bestimmte Angebote oder Seiten im Internet immer mal wieder. Wie ist das bei dir? Wie viele Angebote oder Seiten besuchst du häufiger?“
- 8) „Und welches ist deine Lieblingsseite bzw. deine Lieblingshomepage?“
- 9) „In so einem Chatroom können ja die unterschiedlichsten Leute sein. Dabei kann es ja auch mal sein, dass man jemanden trifft, der einem irgendwie unangenehm ist, der einen belästigt, aufdringlich ist oder unangenehme Fragen stellt. Ist dir das im Chatroom schon einmal passiert? Und wie oft ist dir das bisher passiert?“
- 10) Da keine Definition zum Begriff „pornografisch“ vorgegeben wurde, sind diese Aussagen nur bedingt interpretierbar. So ist beispielsweise eine Überschneidung zu „Erotik“ durchaus denkbar. Da jedoch unter Jugendschutzgesichtspunkten auch erotische Medienangebote problematisch sind, wird diese Unschärfe billigend in Kauf genommen.
- 11) Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, JIM 2000, Baden-Baden, Dezember 2000 und JIM 2001, Baden-Baden, Januar 2002. Beide Studien stehen unter [www.mpf.de](http://www.mpf.de) zum Download bereit.
- 12) „Manche Jugendliche haben Probleme mit ihrer Handyrechnung und machen Schulden, damit sie sie bezahlen können. Wie ist das bei dir, wie häufig kommt es vor, dass du deine Handyrechnung selbst nicht bezahlen kannst: regelmäßig, ab und zu oder nie oder zahlst du deine Handyrechnung gar nicht selber?“

