

## **Jugendliche nutzen Medien immer intensiver – Familie trotzdem von großer Bedeutung**

Stuttgart (epd). Jugendliche sind immer mehr auf das Internet fixiert. «Ein Viertel der Jugendlichen kann nicht mehr auf den Computer und damit das Internet verzichten», sagte Thomas Rathgeb von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) am Mittwoch bei der Tagung «Jugend heute» in Stuttgart. Dabei wurde die jüngsten Ergebnisse der JIM(Jugend, Information, Multimedia)-Studie vorgestellt. Große Veränderungen ergaben sich für Internet und Handy. So nutzen 95 Prozent der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren heute ein Handy, sagte Walter Klingler, Abteilungsleiter Medienforschung beim Südwestrundfunk. Vor zehn Jahren waren dies acht Prozent. Einen Computer benutzen jetzt 71 Prozent gegenüber nur 35 Prozent im Jahr 1998. Internet haben 51 Prozent zur Verfügung, vor zehn Jahren waren es kaum welche. Die Funktionen von PC und Handy seien zahlreicher geworden. Zudem nehme die regelmäßige Nutzung zu. Benutzten 2003 noch vier Prozent der Jugendlichen mehrmals pro Woche Mailfunktionen, so sind es heute 47 Prozent.

Trotzdem hat sich die Bedeutung der Familie für die Jugendlichen nicht negativ verändert. Im Gegenteil: Zwar sinke der Stellenwert der Familie im Laufe der Jugendzeit heute wie auch vor zehn Jahren, aber von einem höheren Niveau aus, berichtete Rathgeb. Auch Sozialforscher Marc Calmbach stellte bei einer Untersuchung quer durch alle jugendlichen Milieus eine große Bedeutung von Familie fest. Peter Boudgoust, Intendant des SWR sagte, eine verlässliche Medienforschung sei wichtig, weil niemand für etwas Rundfunkgebühren zahlen wolle, was er nicht kennt. Er betonte die gute Zusammenarbeit von LFK, Landesmedienanstalt und SWR. Thomas Langheinrich, Präsident der LFK, sagte, Medienforschung sei unerlässlich für die Vermittlung von Medienkompetenz. Manfred Helmes, Direktor der LMK, rief zu einem starken Jugendschutz auf. Er dürfe nicht weiterhin hinter wirtschaftlichen Interessen zurückstehen.

Die JIM-Studie ist ein 1998 gestartetes Langzeitprojekt, für das jedes Jahr gut 1.000 Jugendliche telefonisch nach ihren Medieninteressen befragt werden. Kooperationspartner sind unter anderem die Landeanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz und die Zeitungs Marketing Gesellschaft.

## **Jugendliche nutzen Medien immer intensiver**

Stuttgart (epd). Das Mediennutzungsverhalten Jugendlicher hat sich in den vergangenen zehn Jahren drastisch verändert. «Die Veränderungen der Medienlandschaft führen zu einer Verquickung von Kommunikation und Inhalten», sagte Walter Klingler, Abteilungsleiter Medienforschung beim Südwestrundfunk (SWR), am Mittwoch in Stuttgart auf der Tagung «Jugend heute».

Der neuen Studie Jugend, Information, Multimedia (JIM) zufolge haben 95 Prozent der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren ein Handy. Vor zehn Jahren waren dies acht Prozent. Einen Computer benutzen jetzt 71 Prozent gegenüber nur 35 Prozent im Jahr 1998. Internet haben 51 Prozent zur Verfügung, vor zehn Jahren waren es kaum welche. Auch die Nutzungsschwerpunkte haben sich laut Klingler verändert. Wurde vor fünf Jahren noch ein PC zur Hälfte für Internet-Aktivitäten genutzt, so seien es heute bis zu 95 Prozent. Die Funktionen von PC und Handy seien zahlreicher geworden. Zudem nehme die regelmäßige Nutzung zu. Benutzten 2003 noch vier Prozent der Jugendlichen mehrmals pro Woche Mailfunktionen, so sind es heute 47 Prozent.

Trotzdem prophezeit der SWR-Medienforscher Klingler für 2018, dass alle traditionellen Medien sich auch in der veränderten Medienwelt halten können. Es würden sich jedoch die Nutzung und der jeweilige Stellenwert ändern. Die Individualisierung der Mediennutzung werde weitergehen. Die Folge sei, dass Jugendliche beispielsweise TV-Programme zeitversetzt schauen oder Musik über MP3-Player hören statt über Radio. Die JIM-Studie ist ein 1998 gestartetes Langzeitprojekt, für das jedes Jahr gut 1.000 Jugendliche telefonisch nach ihren Medieninteressen befragt werden. Kooperationspartner sind unter anderen die Landeanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg, die Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz und die Zeitungs Marketing Gesellschaft.

24.9.2008