

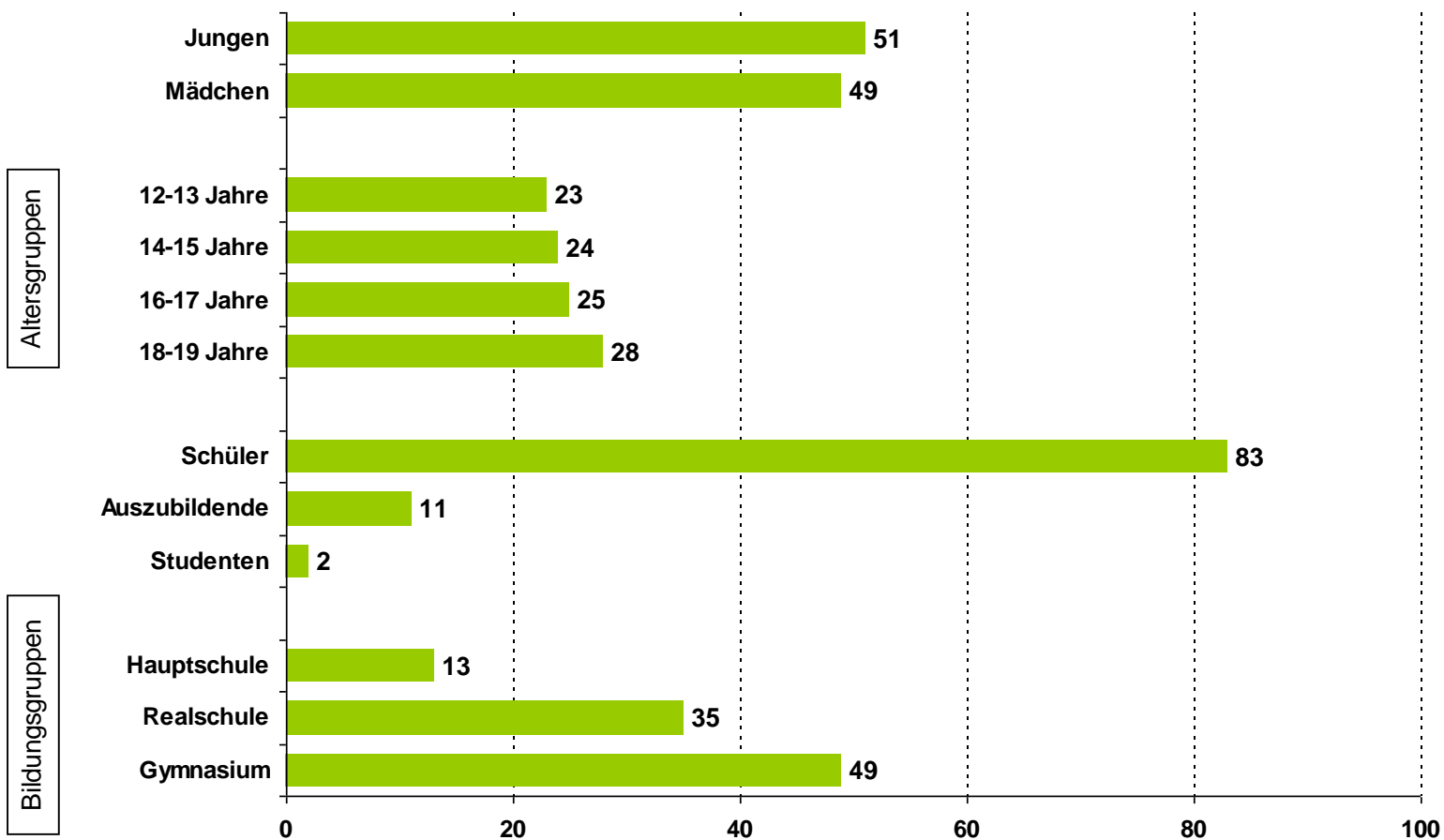
JIM-Studie 2010



Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)
Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK)

Kooperationspartner:
SWR Medienforschung

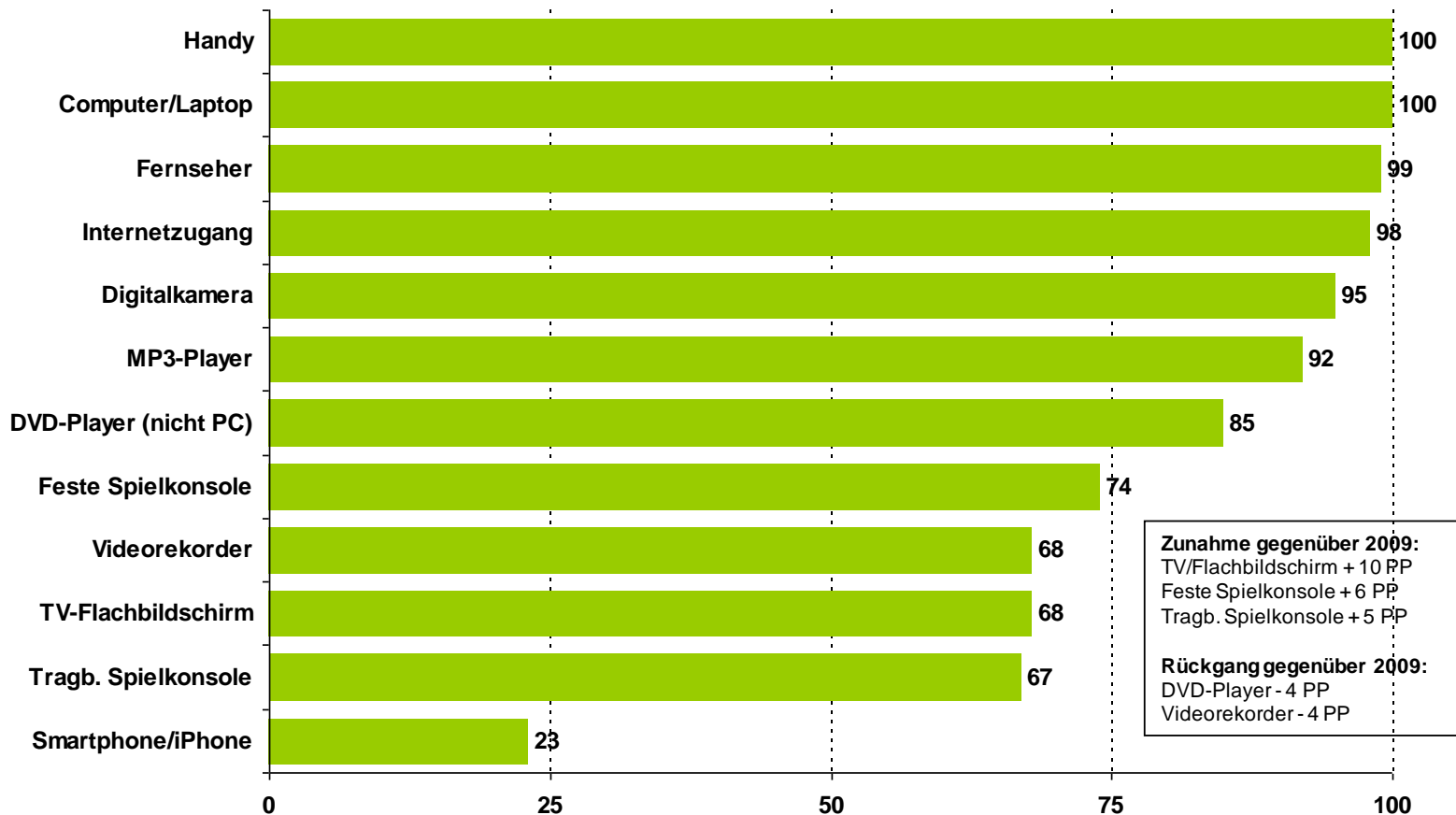
JIM 2010: Soziodemografie



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

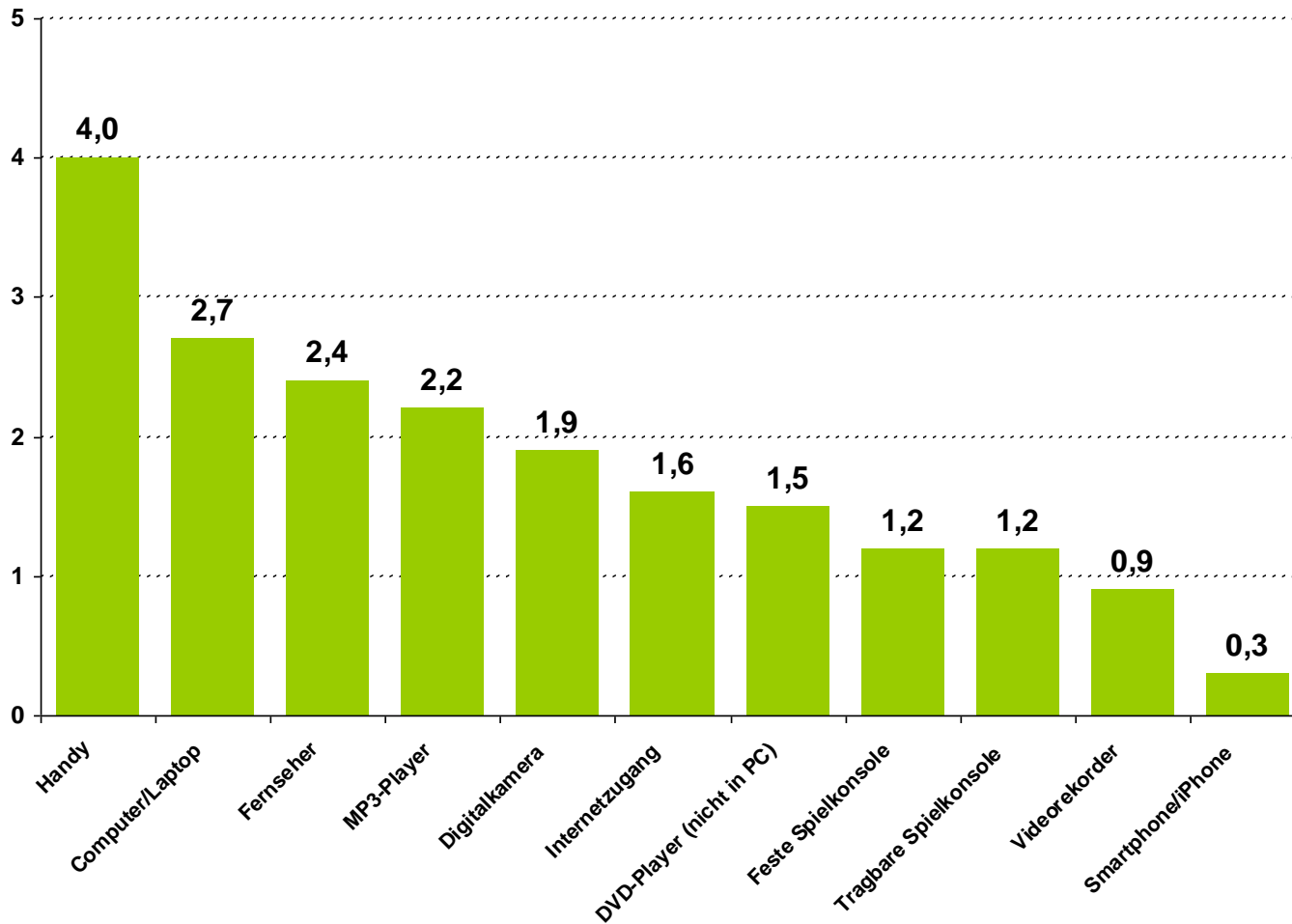
Geräte-Ausstattung im Haushalt 2010 (Auswahl)



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

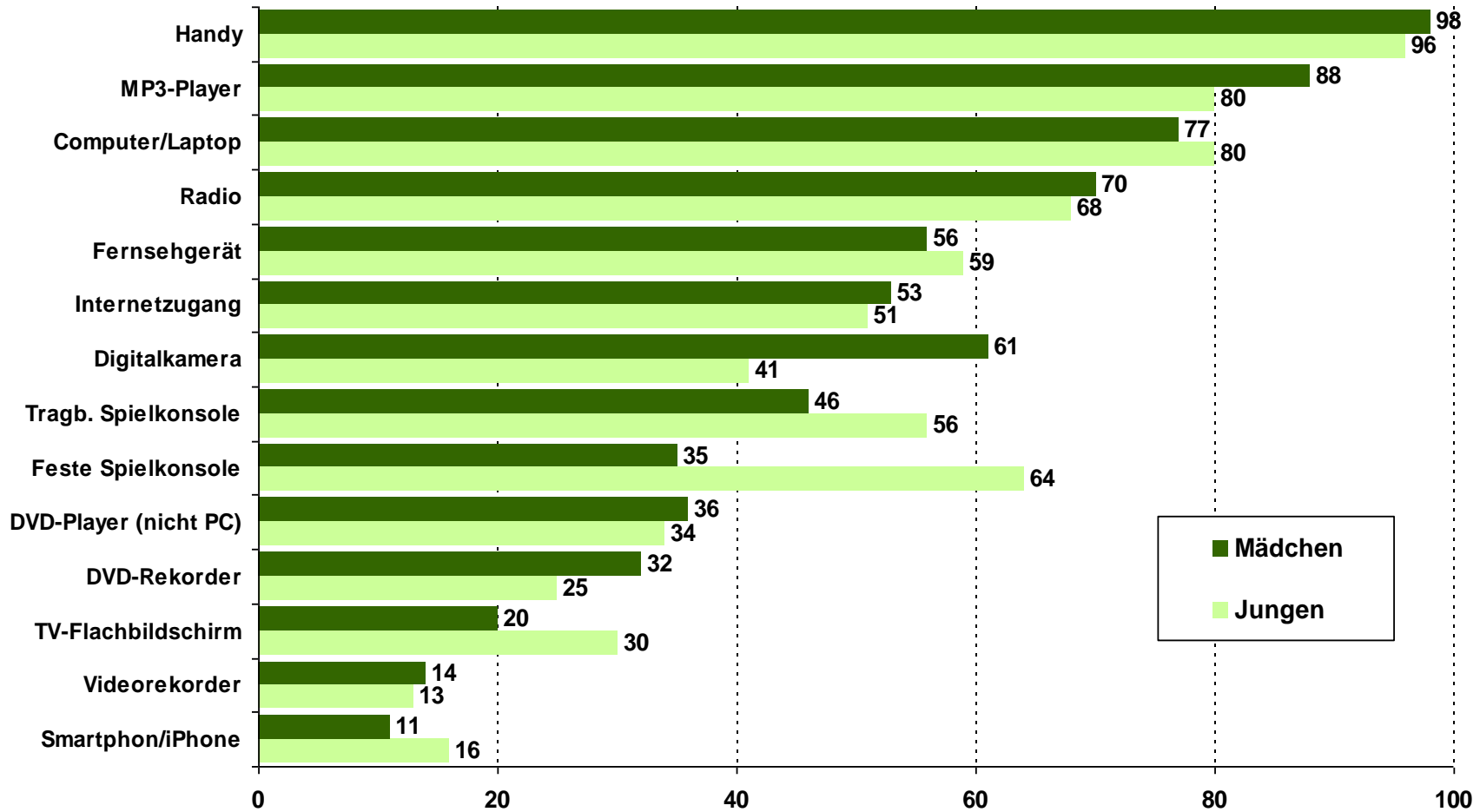
Durchschnittliche Anzahl Geräte im Haushalt 2010



Quelle: JIM 2010

Basis: alle Befragten, n=1.208

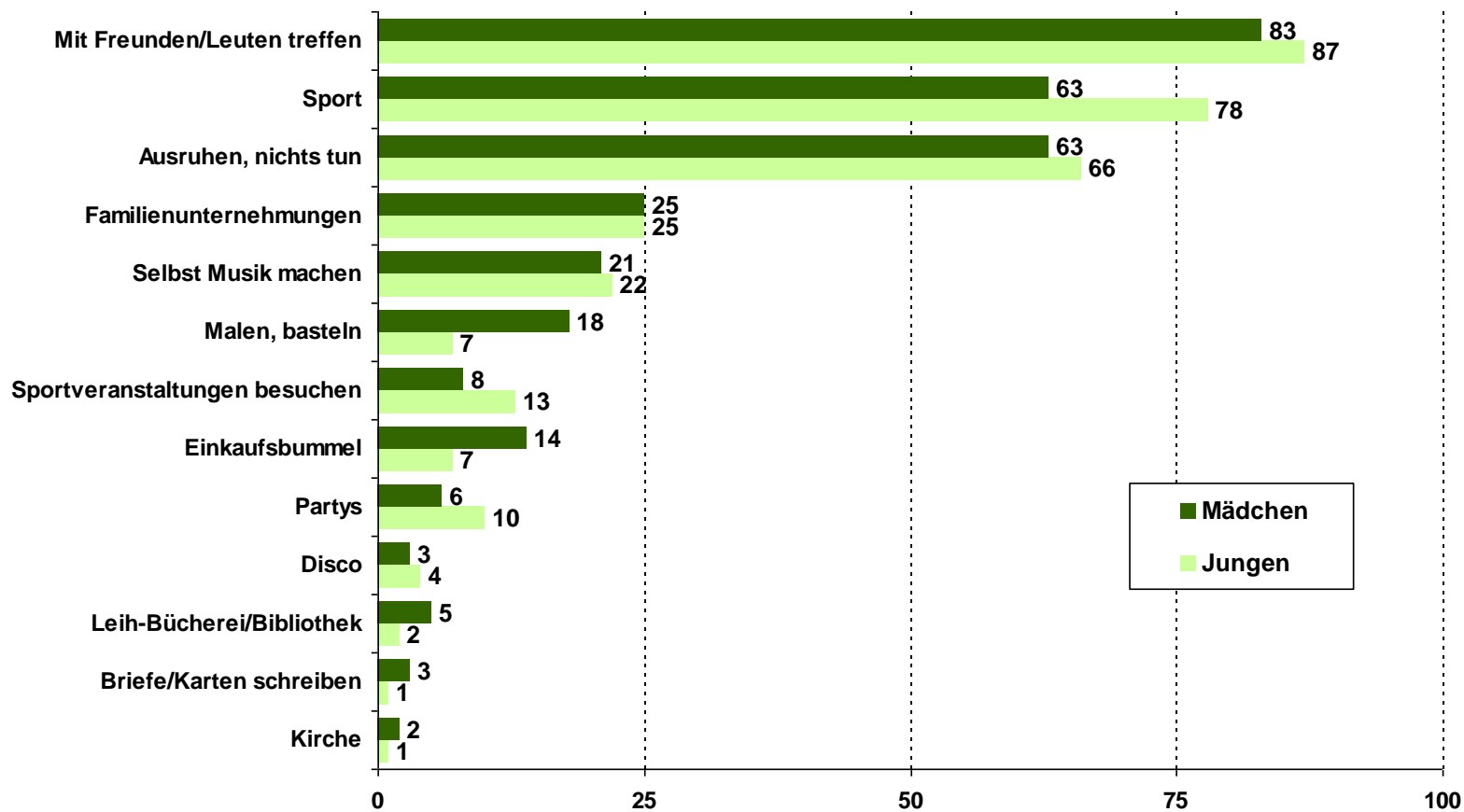
Gerätebesitz Jugendlicher 2010



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

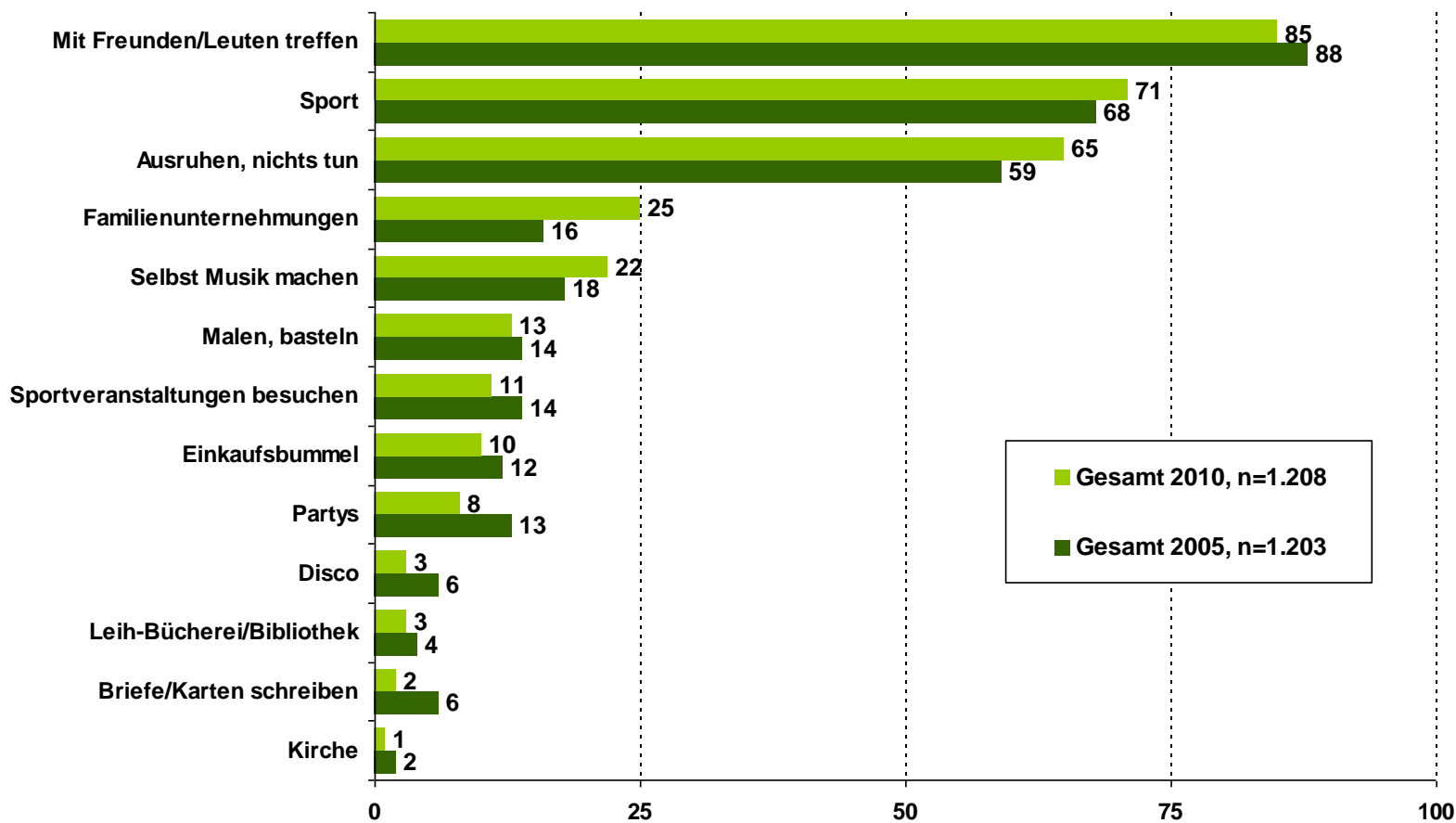
Non-mediale Freizeitaktivitäten 2010 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

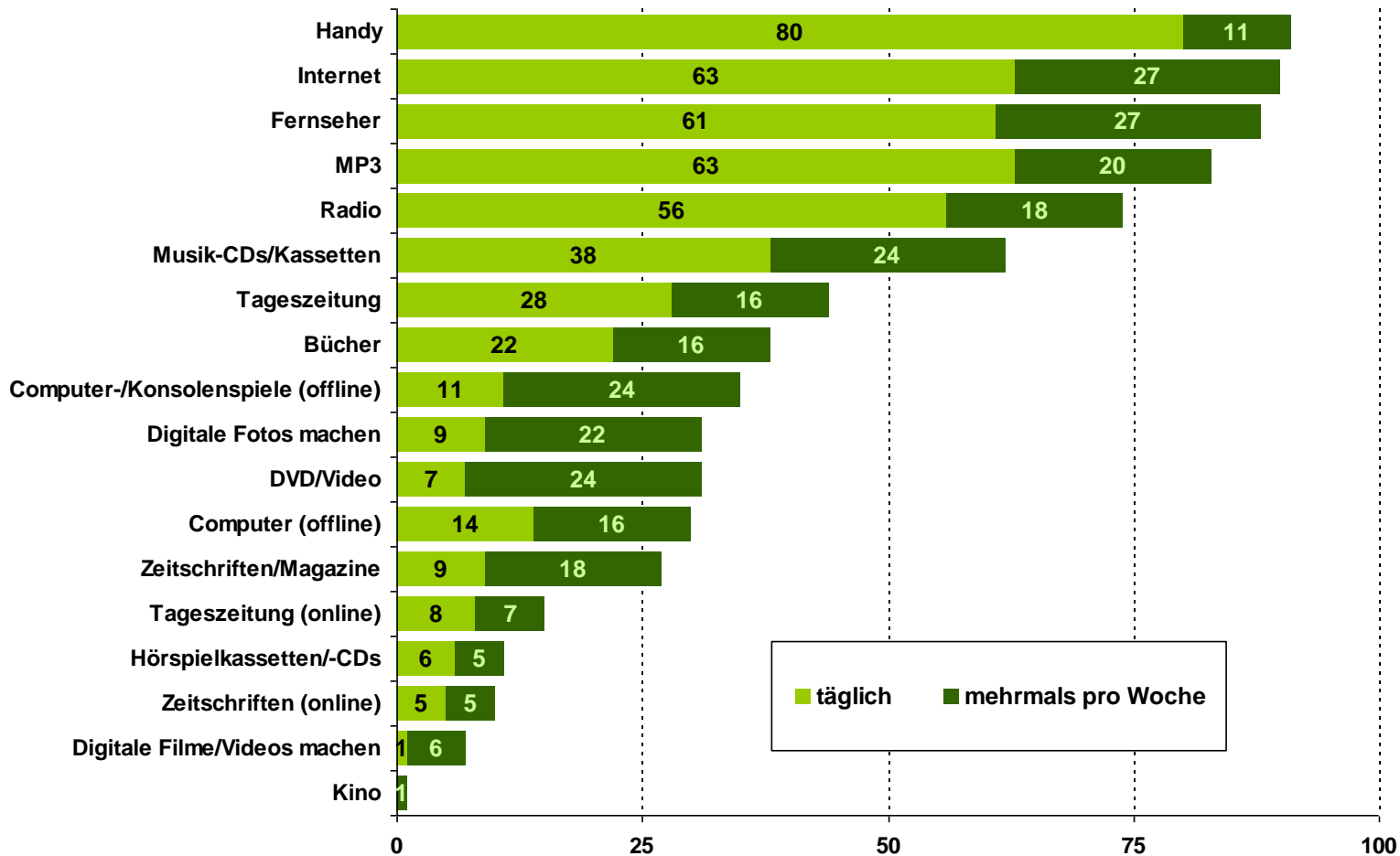
Non-mediale Freizeitaktivitäten 2010/2005 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, JIM 2005, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2010

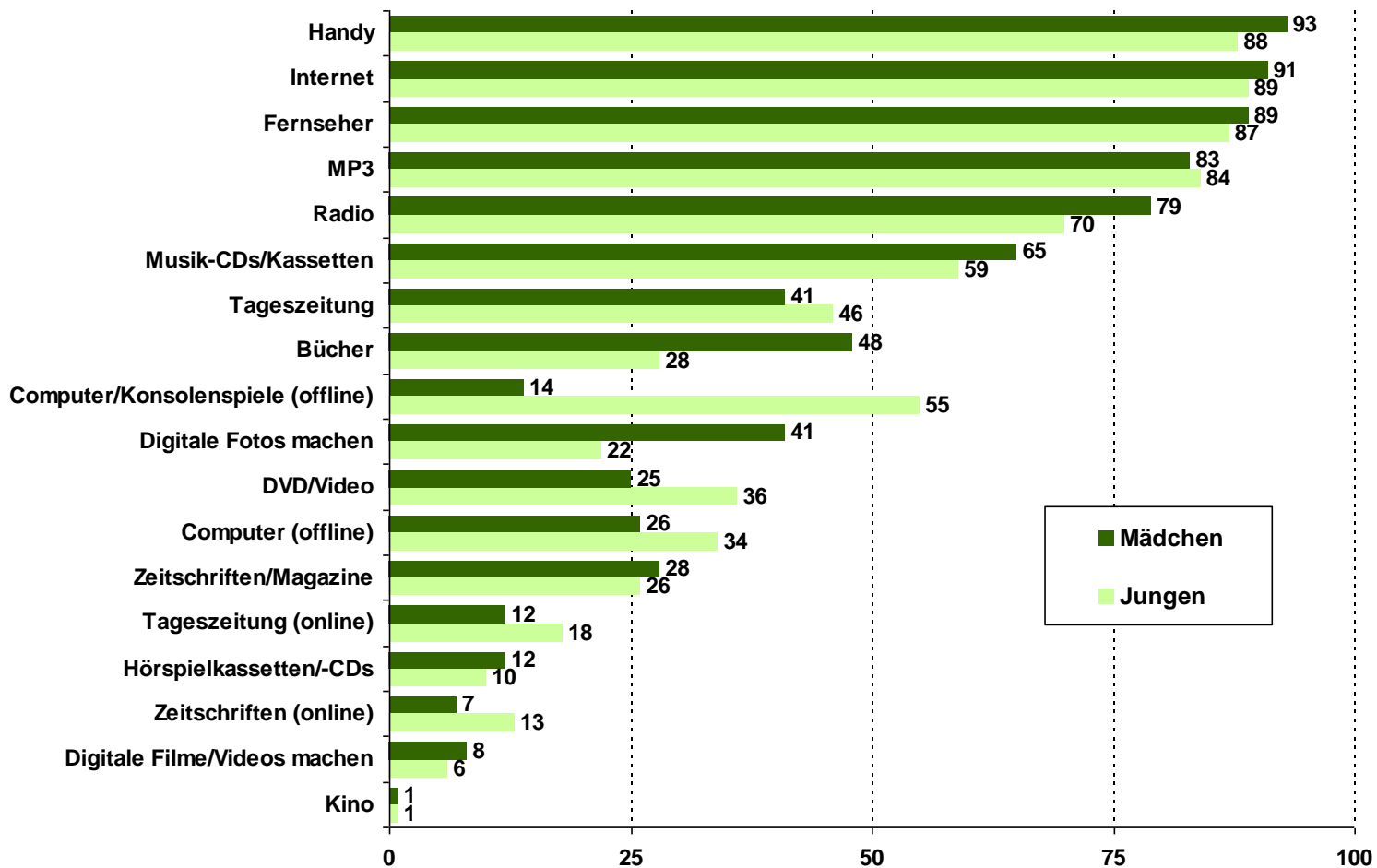


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2010

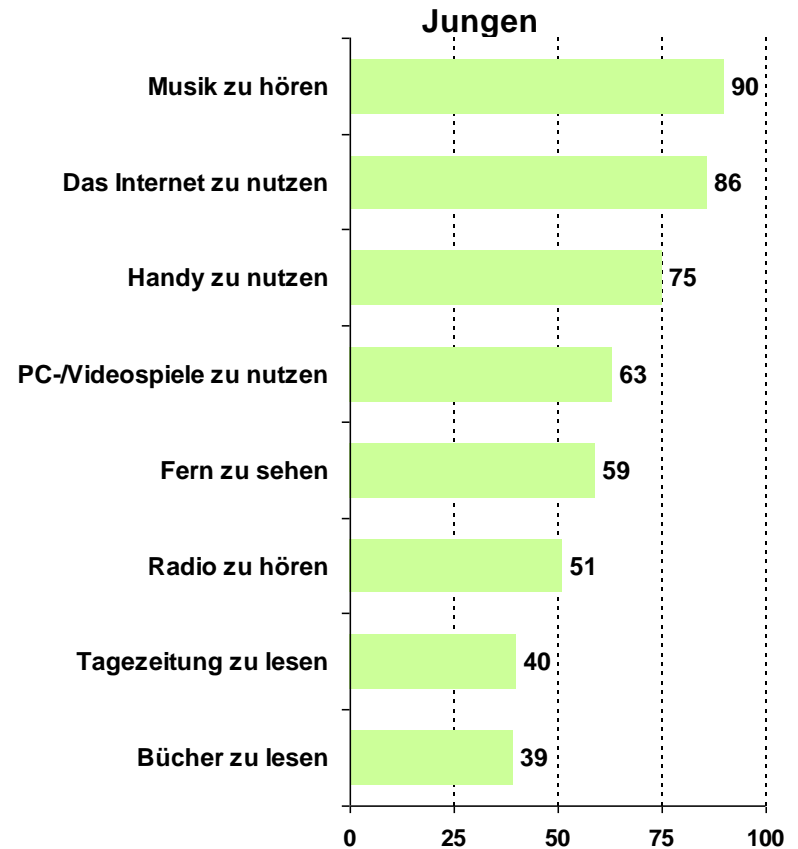
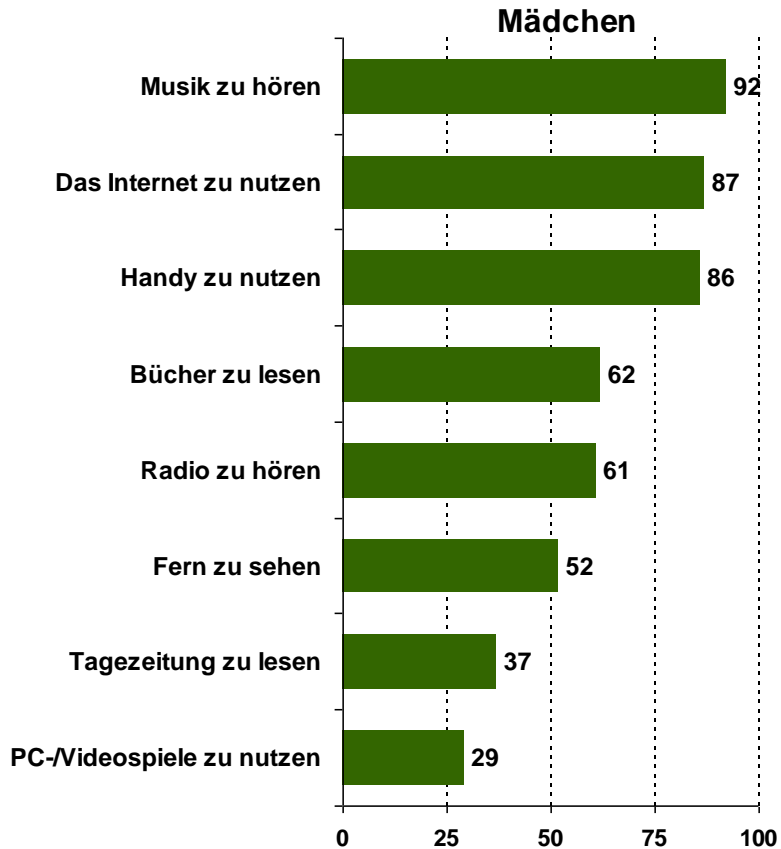
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Wichtigkeit der Medien* 2010 - sehr wichtig/wichtig -

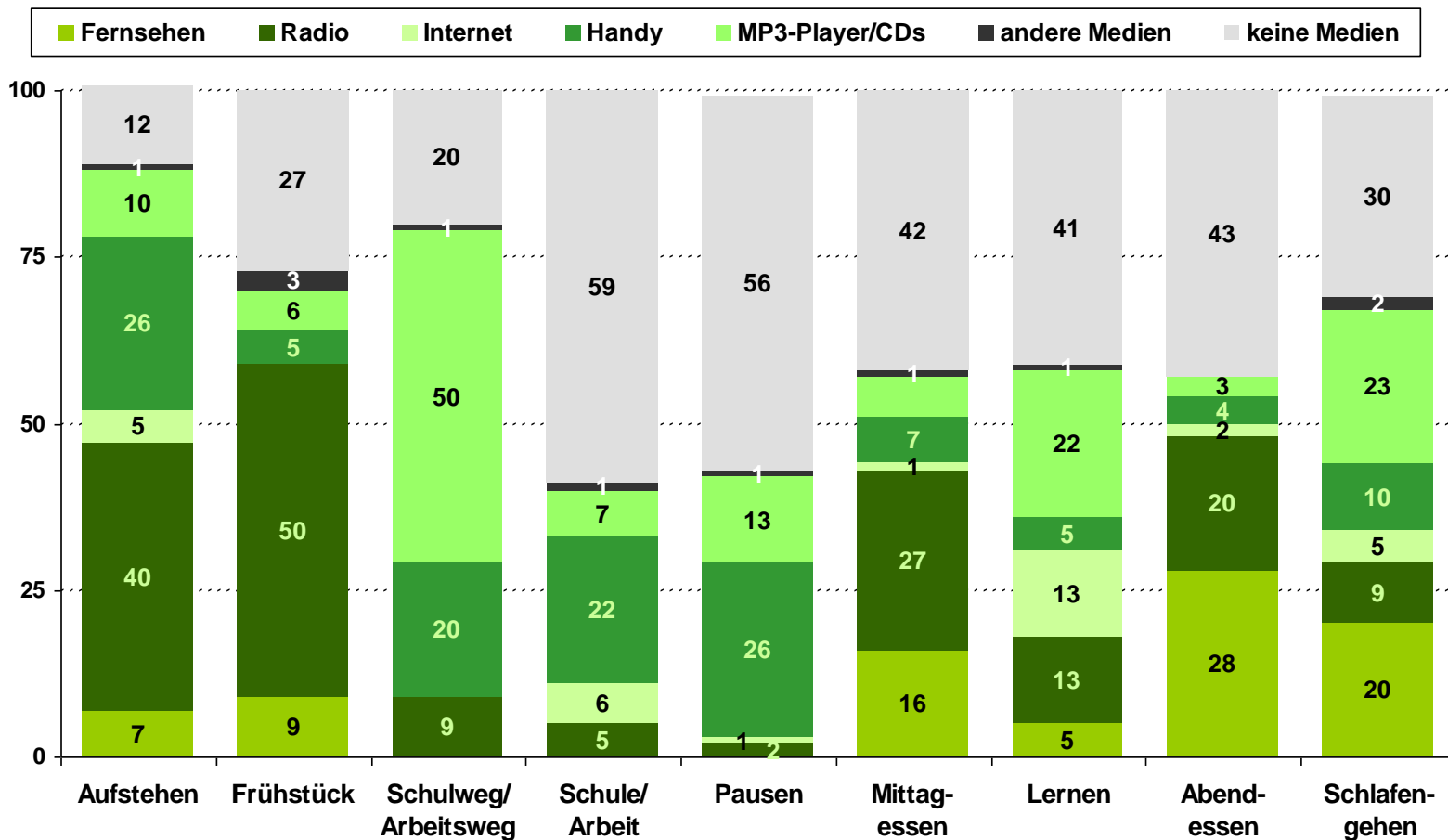


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

*egal ob über herkömmlichen Weg, über das Internet oder andere Wege

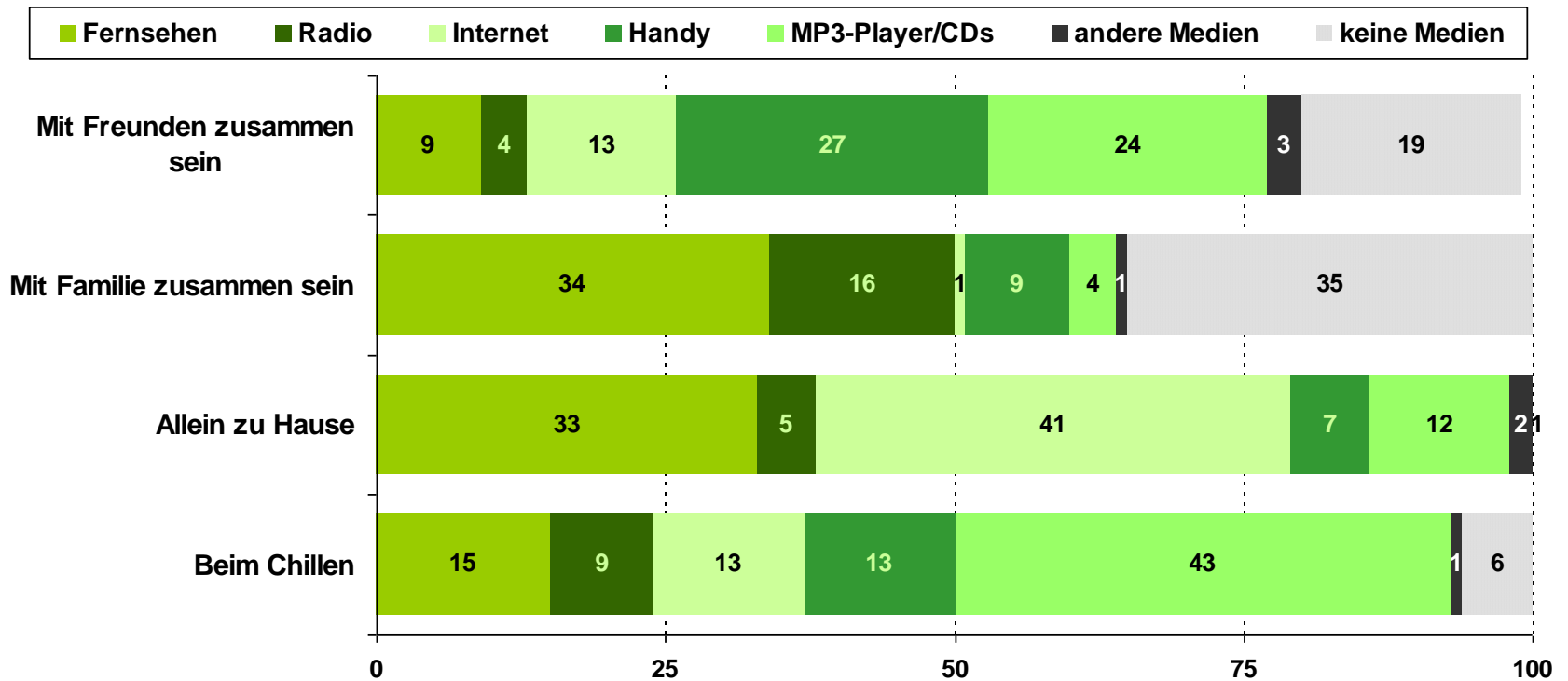
Wichtigkeit der Medien im Tagesablauf - ist mir am wichtigsten -



Basis: alle Befragten, n=1.208

Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

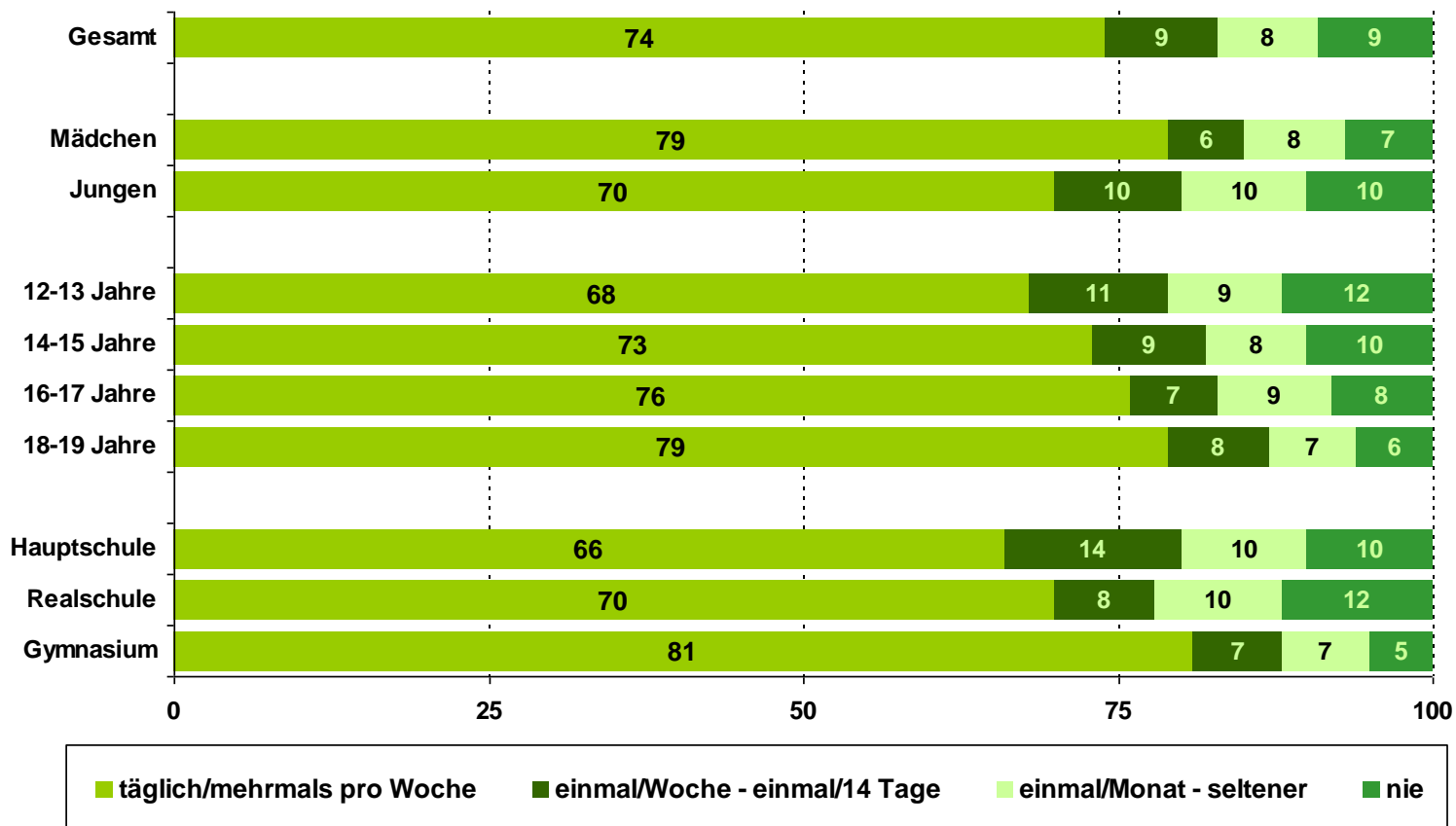
Wichtigkeit der Medien in der Freizeit - ist mir am wichtigsten -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

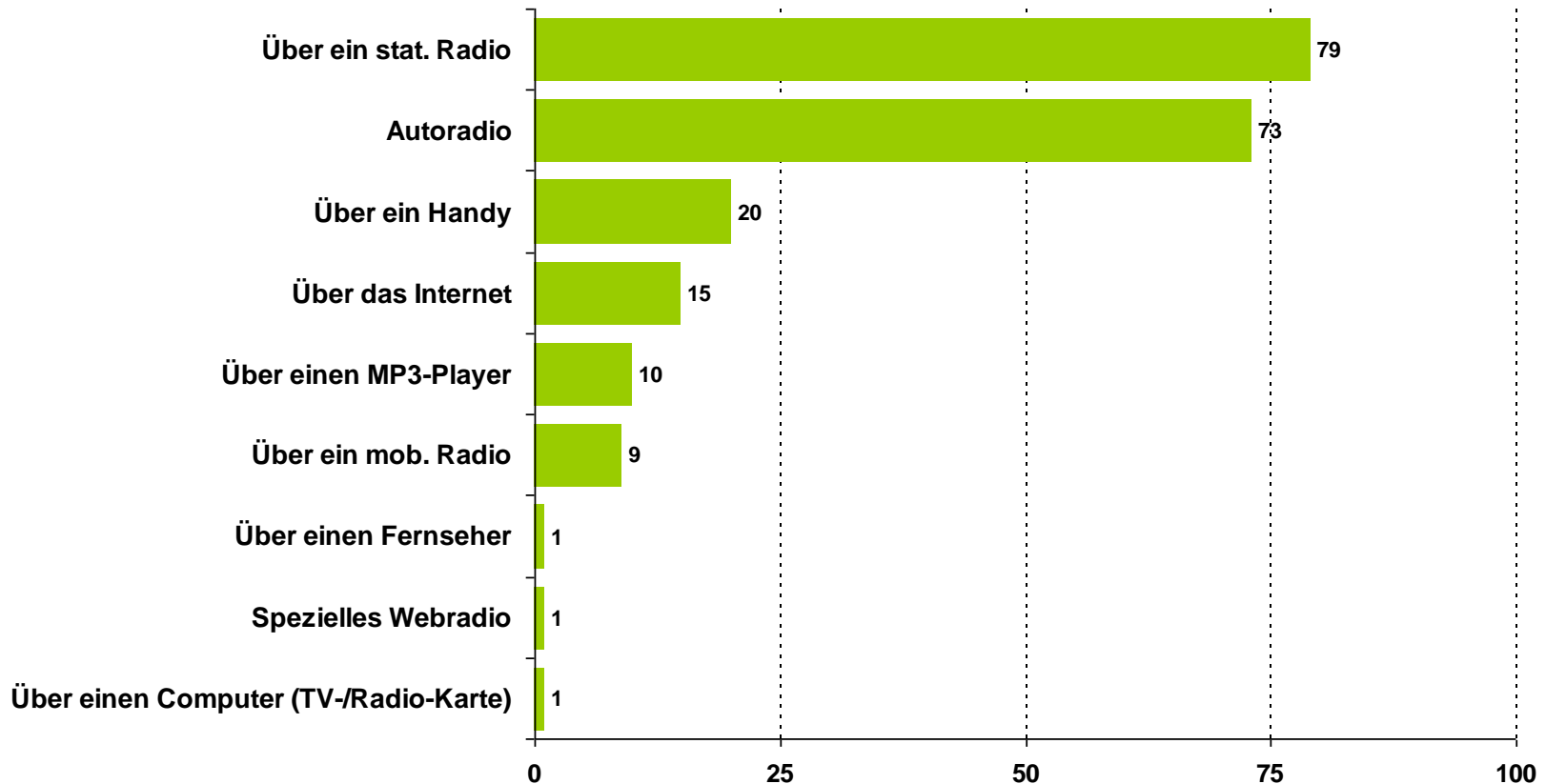
Radionutzung 2010



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

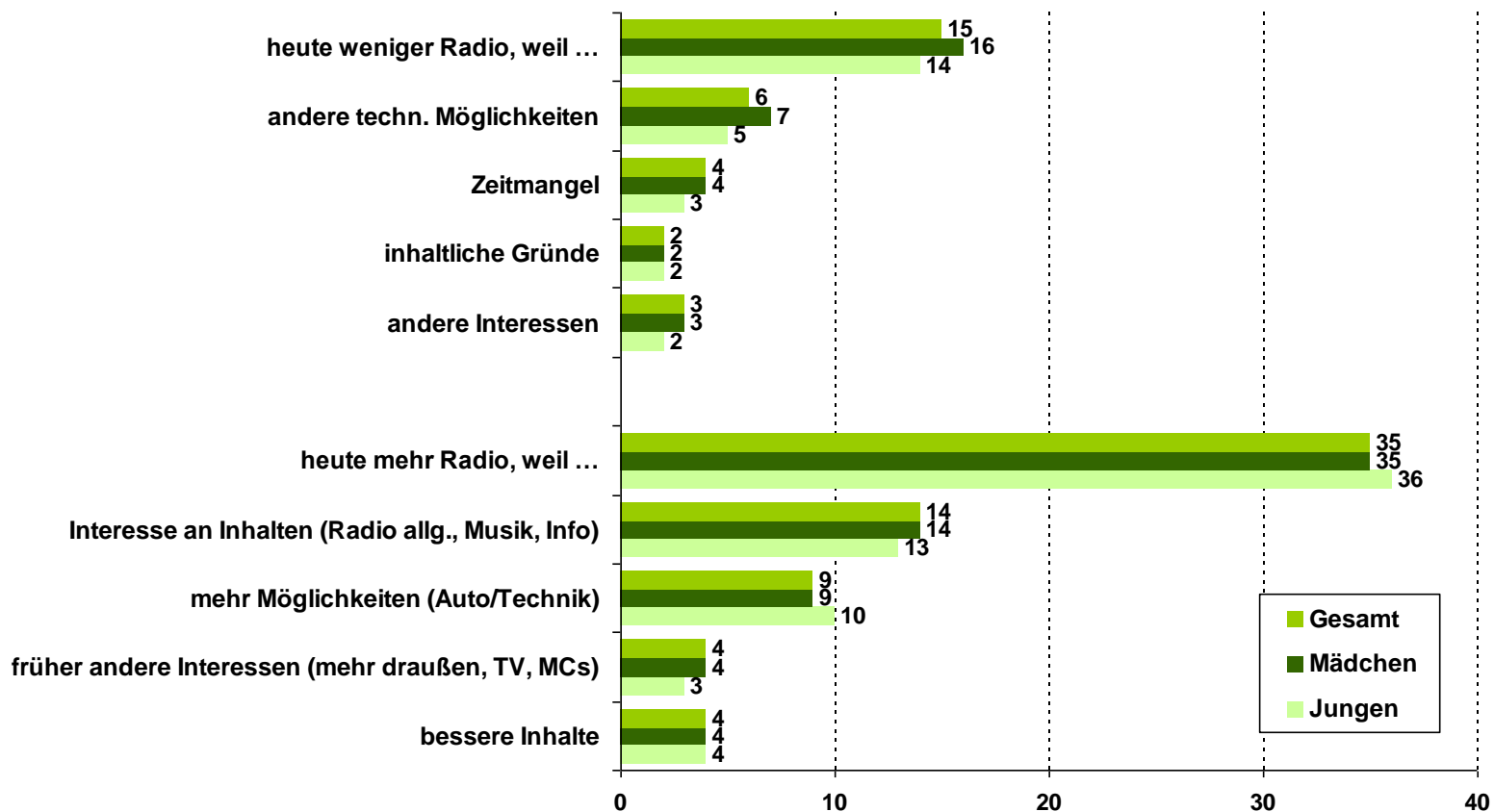
In den letzten 14 Tagen für Radio genutzte Medien



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die mind. einmal in den letzten 14 Tagen Radio hörten, n=1.001

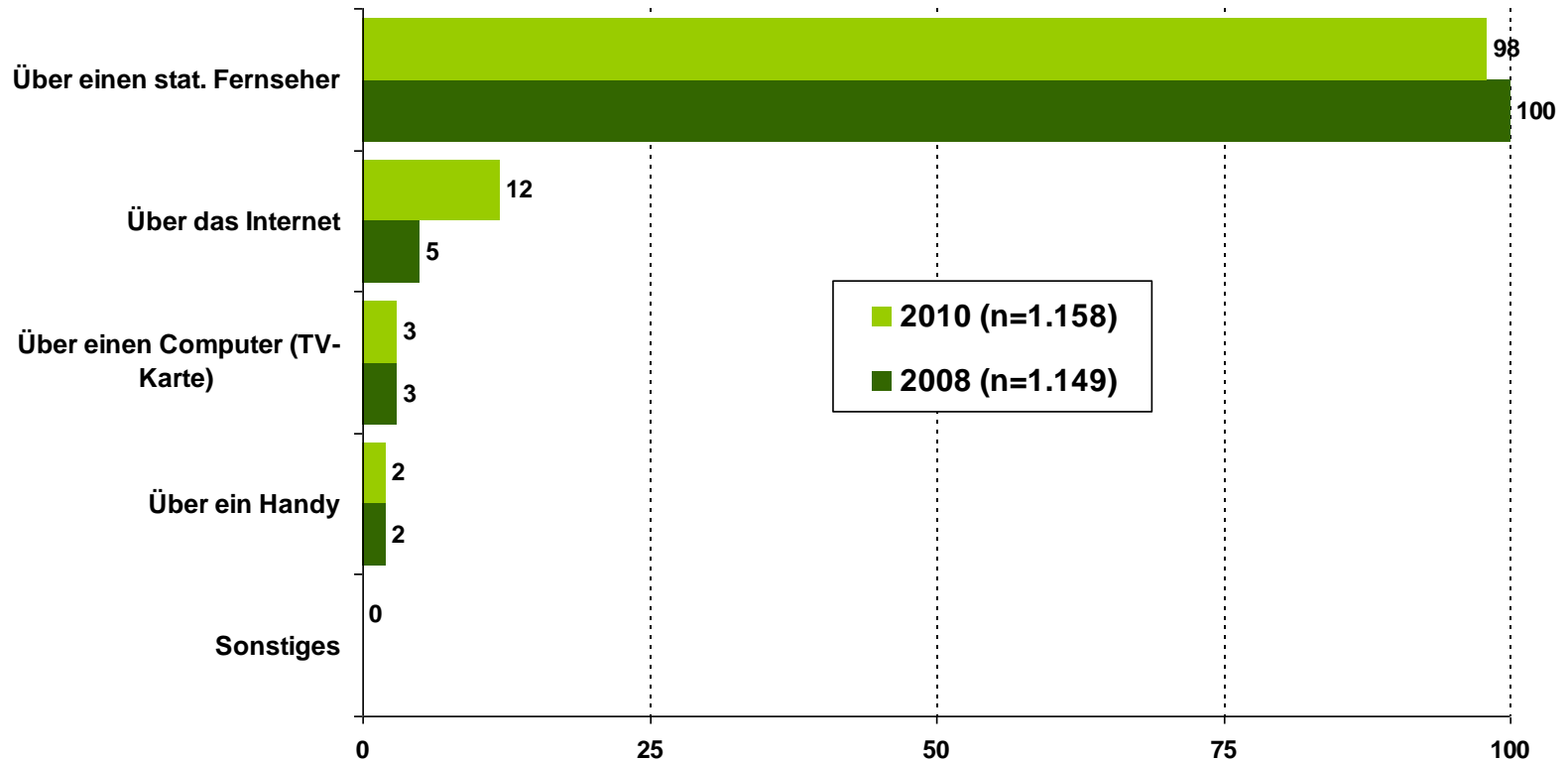
Radionutzung: Höre im Vergleich zu vor einem Jahr ...



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zumindest selten Radio hören, n=1.103

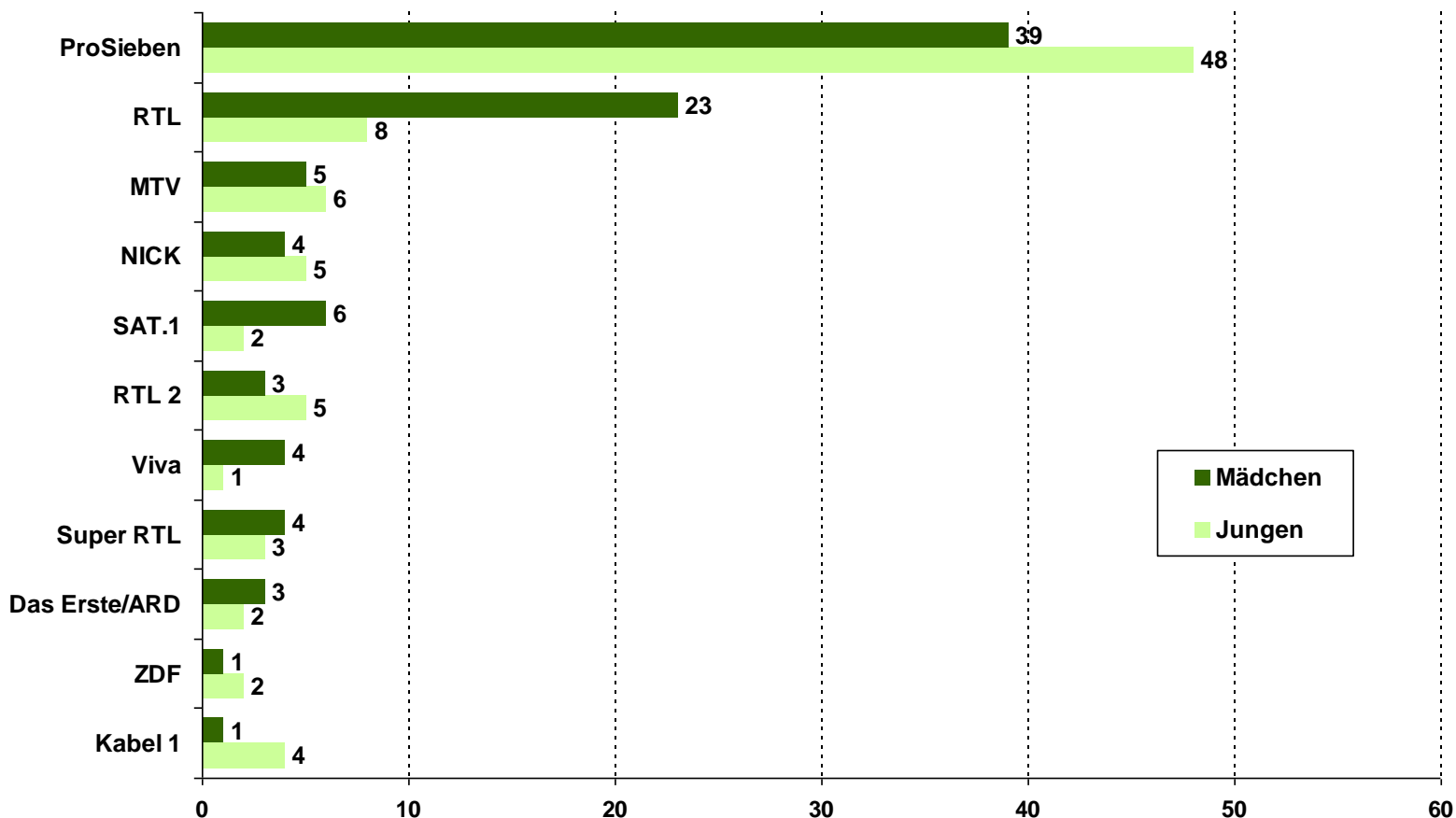
In den letzten 14 Tagen für Fernsehen genutzte Medien



Quelle: JIM 2010, JIM 2008, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die mind. einmal in den letzten 14 Tagen ferngesehen haben

Liebstes Fernsehprogramm* 2010



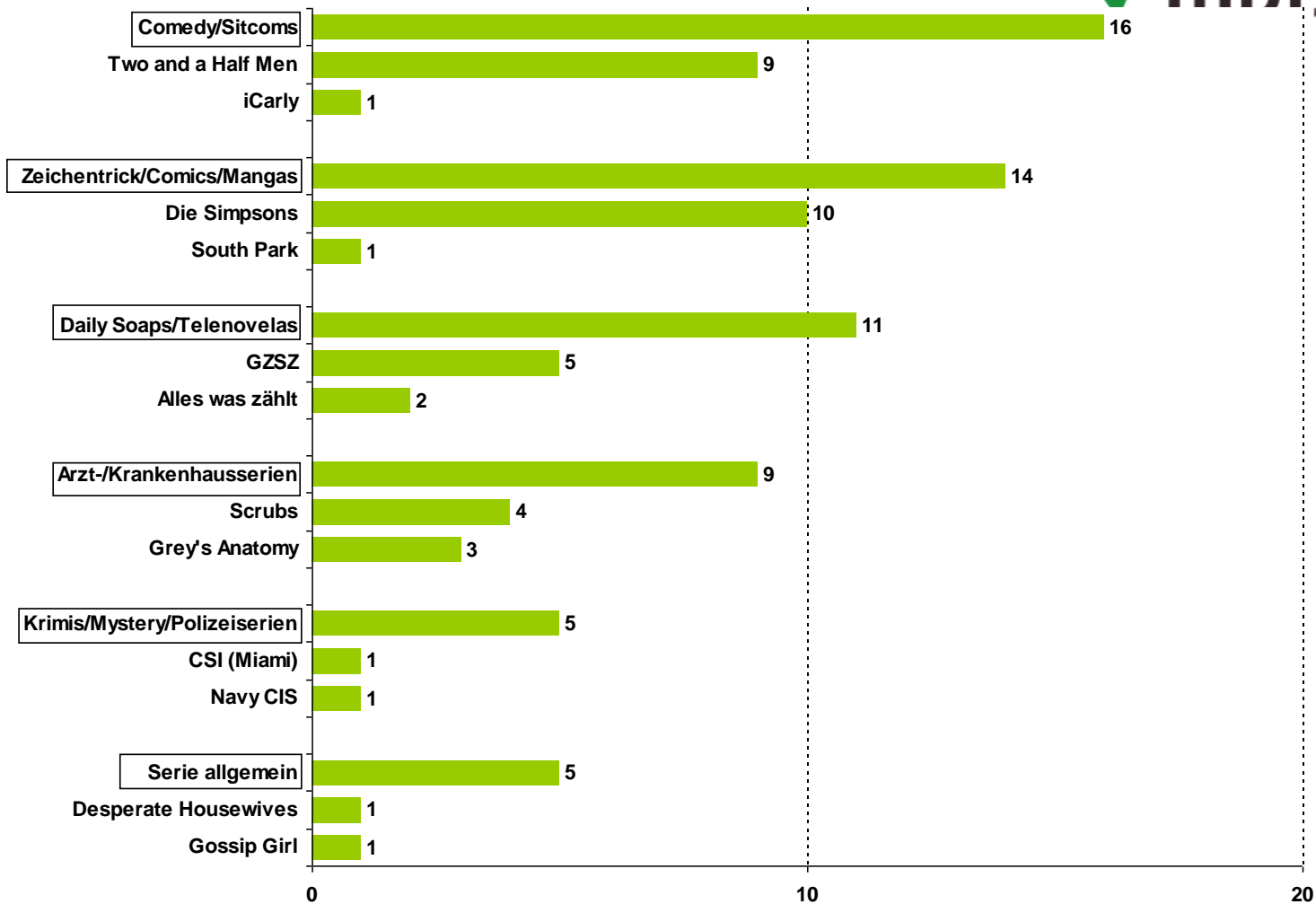
* Programme ab 2 % Nennungen (Gesamt)

Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Lieblingsserien* im Fernsehen 2010

- Oberkategorie und Beispielsendungen -



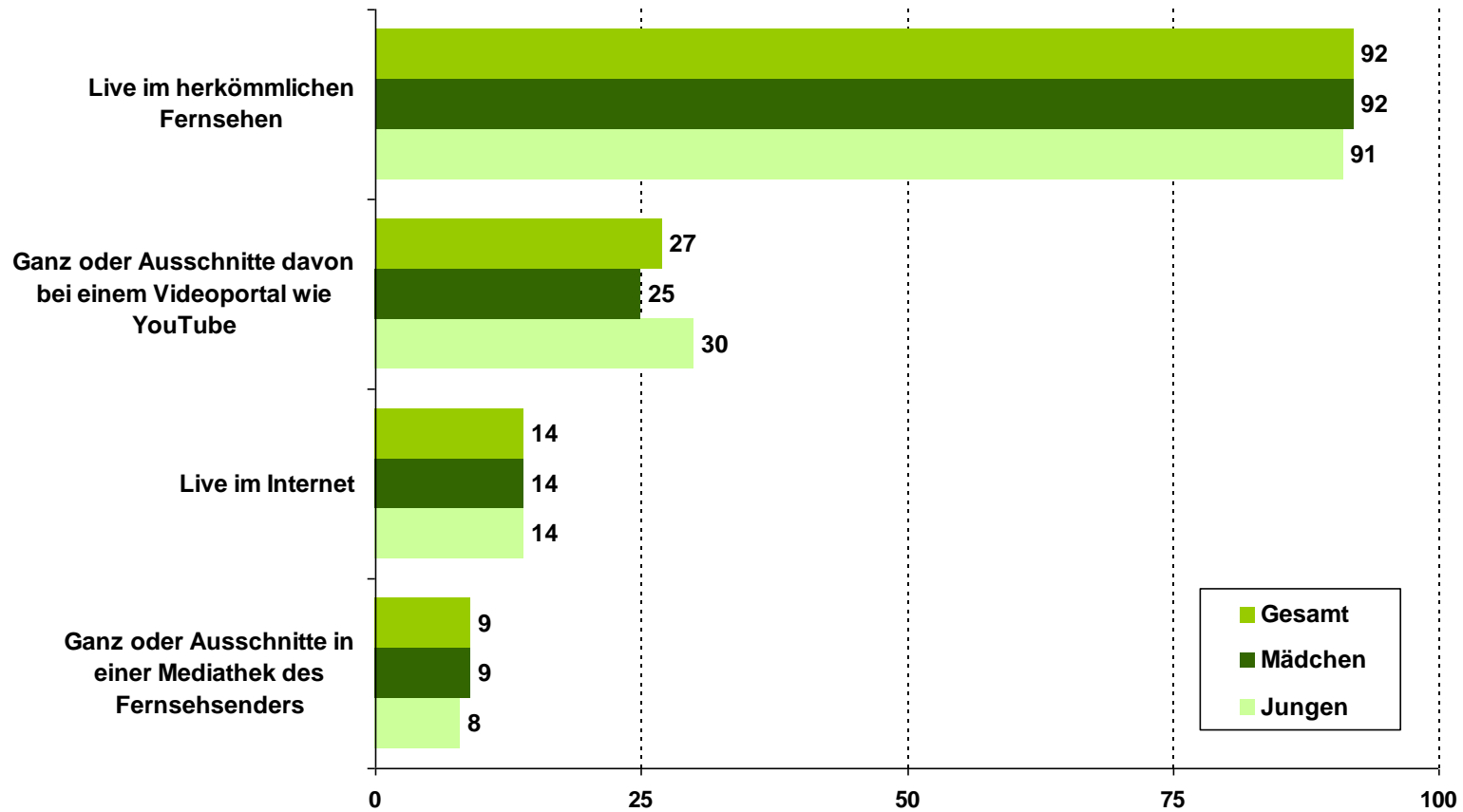
* Programme ab 5 % Nennungen (Gesamt)

Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Genutzte Möglichkeiten zum Ansehen der liebsten Fernsehserie

- zumindest gelegentlich -

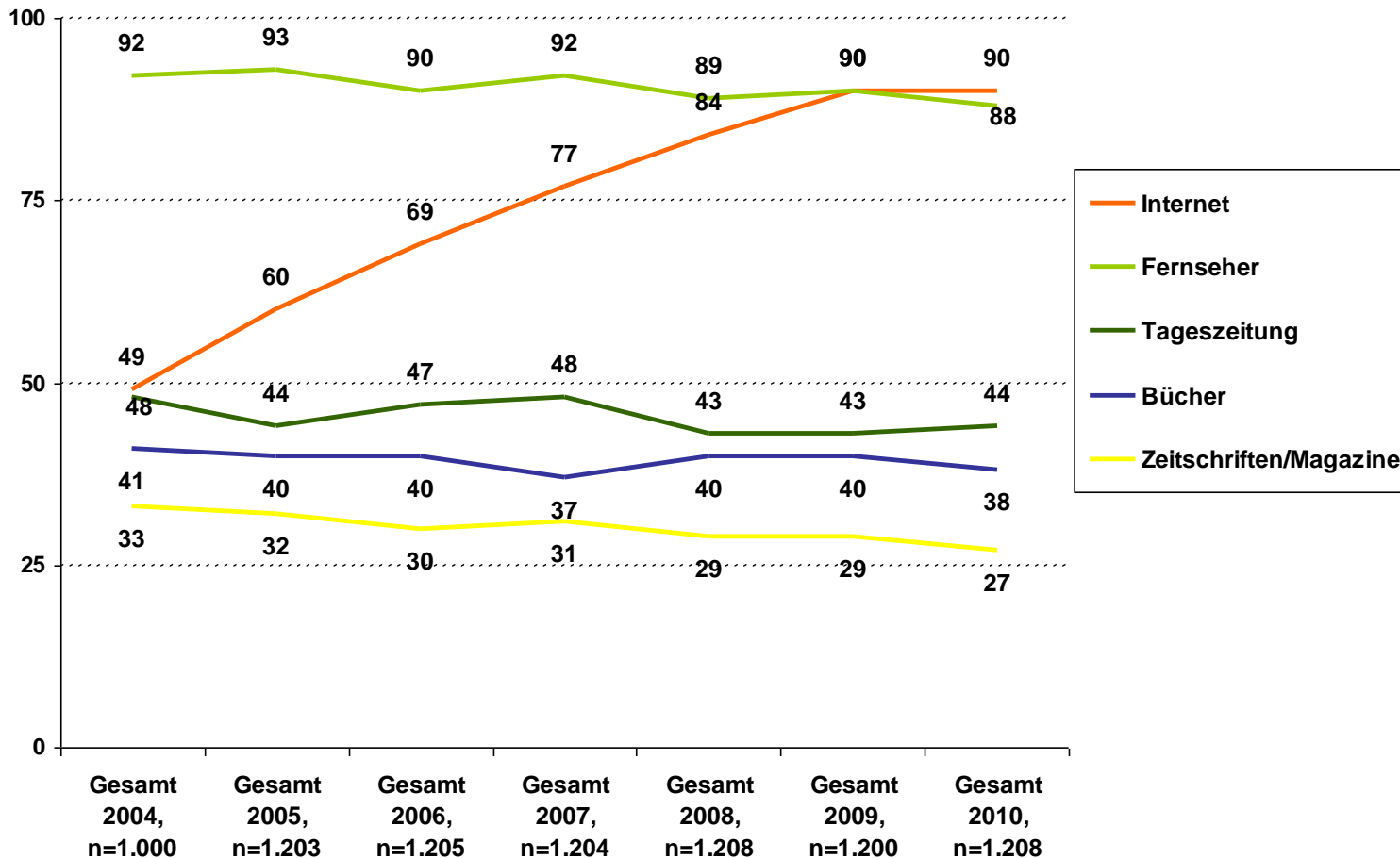


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die eine liebste Fernsehserie haben, n=822

Nutzungsentwicklung Printmedien 2004-2010

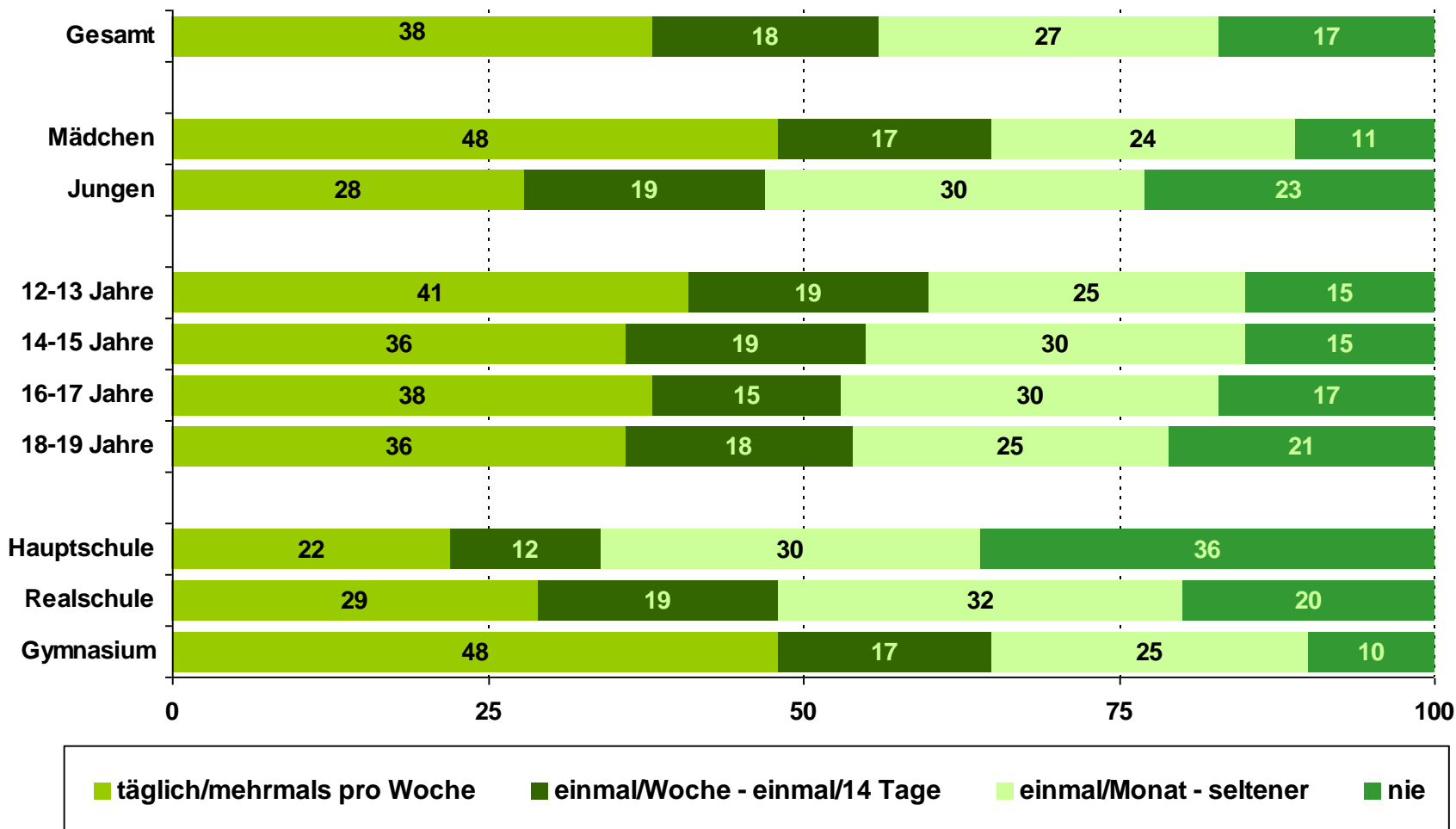
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2004 - 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten

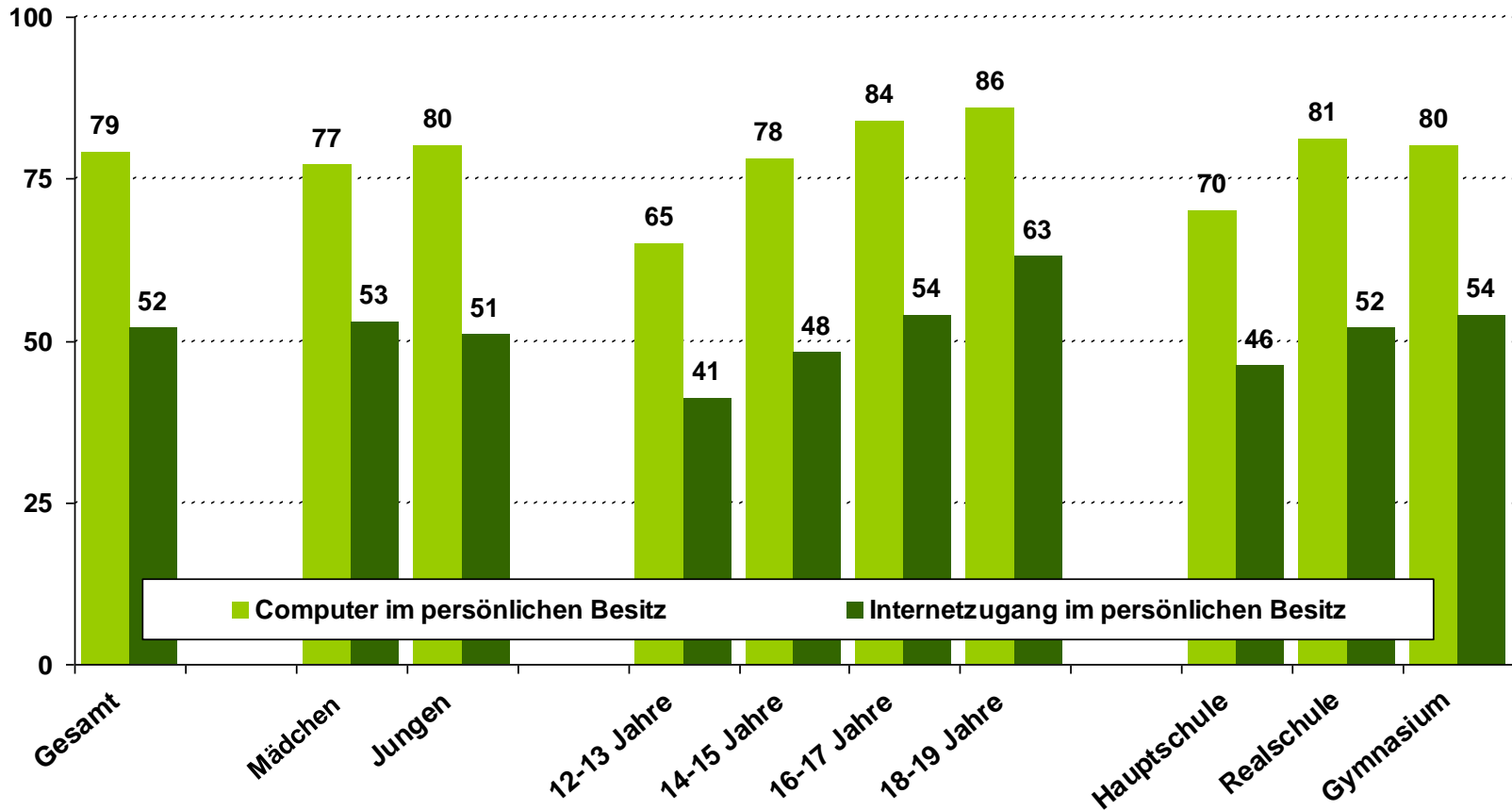
Bücher lesen 2010



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

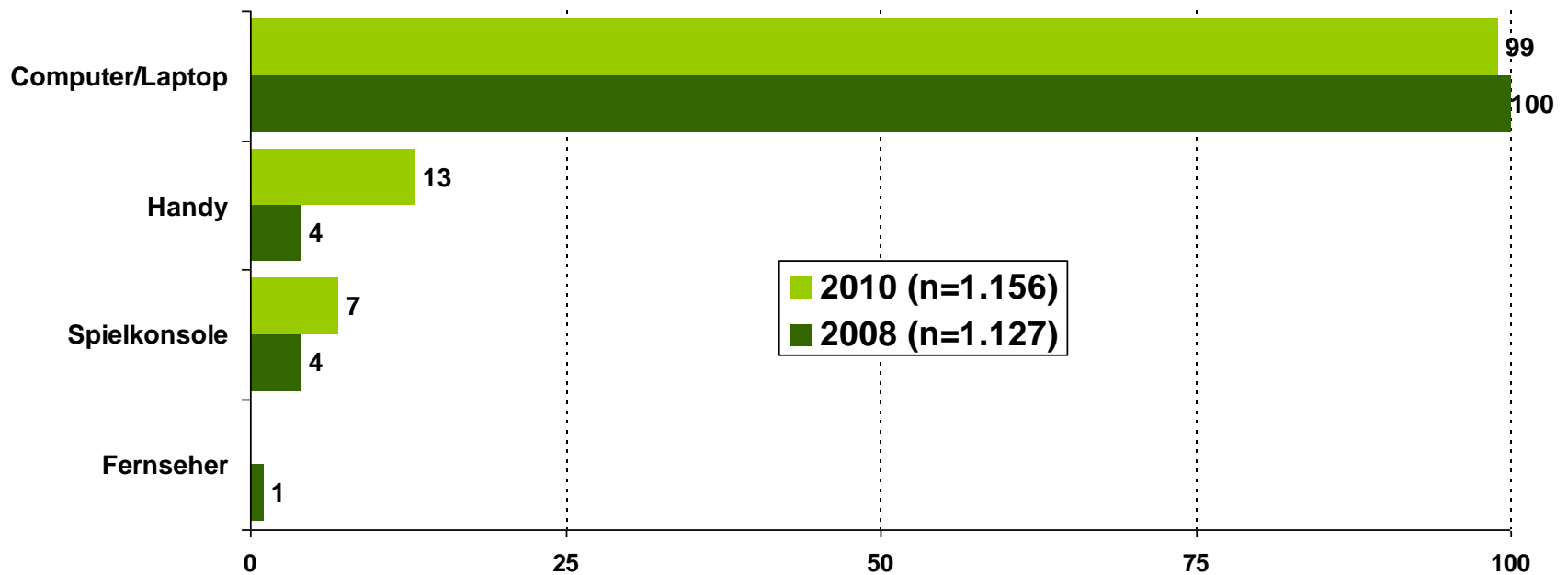
Computer- und Internetbesitz Jugendlicher 2010



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

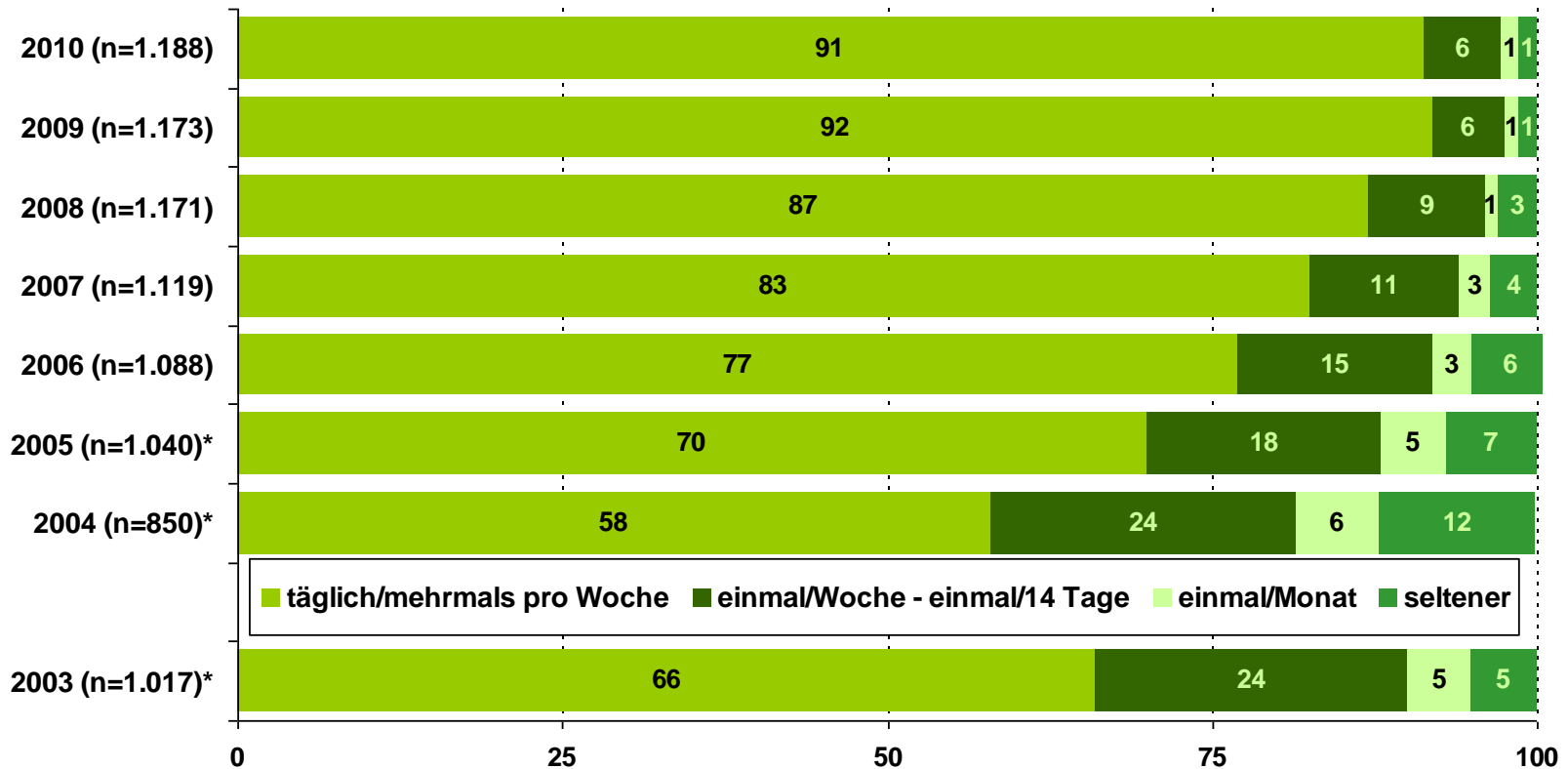
In den letzten 14 Tagen für Internet genutzte Medien:



Quelle: JIM 2010, JIM 2008, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die mind. einmal in den letzten 14 Tagen Internet nutzten

Internet: Nutzungsfrequenz 2003 - 2010



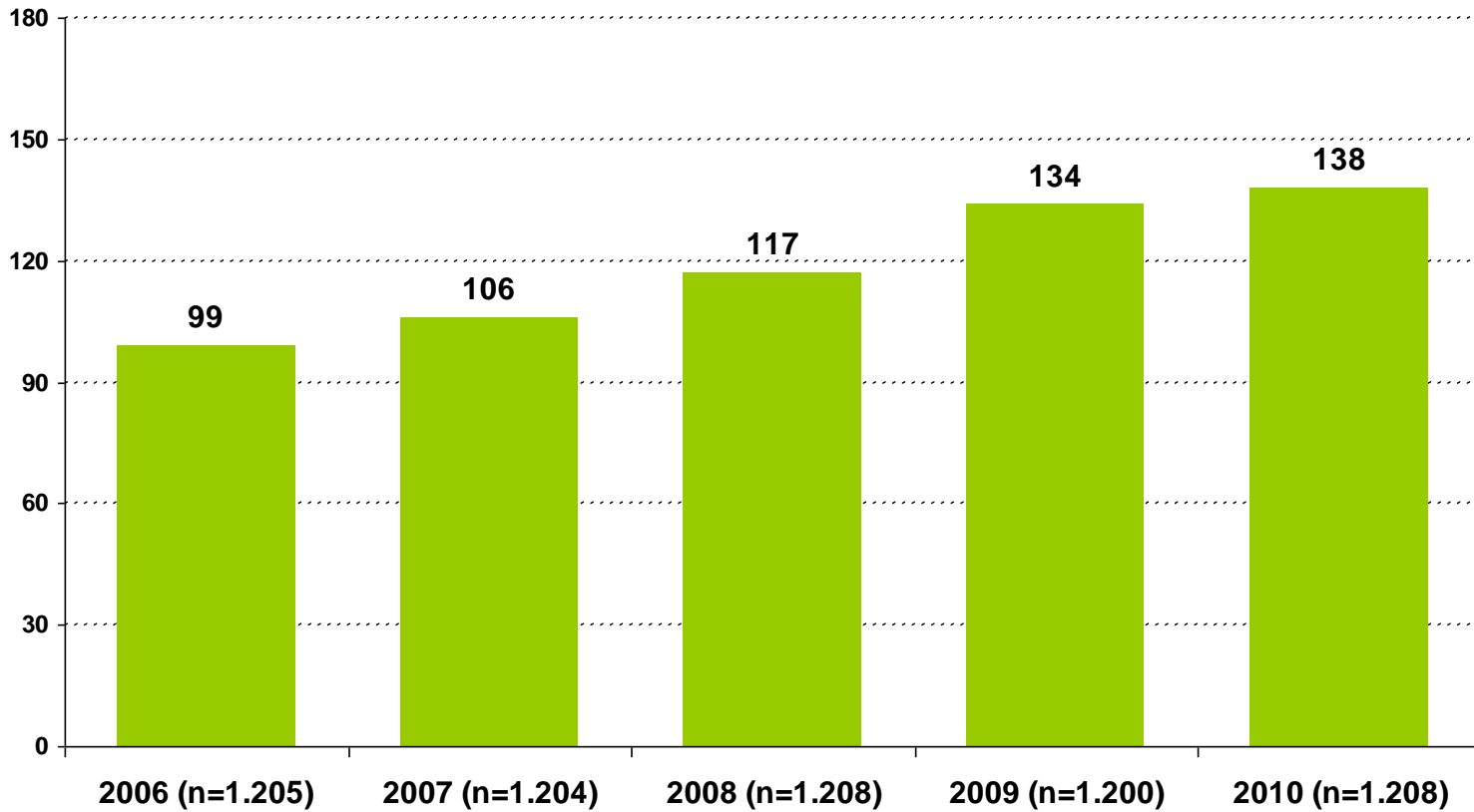
* bis 2005: einmal pro Woche/mehrmals im Monat

Basis: Internet-Nutzer

Quelle: JIM 2010 - JIM 2003, Angaben in Prozent

Entwicklung tägliche Onlinenutzung 2006 – 2010

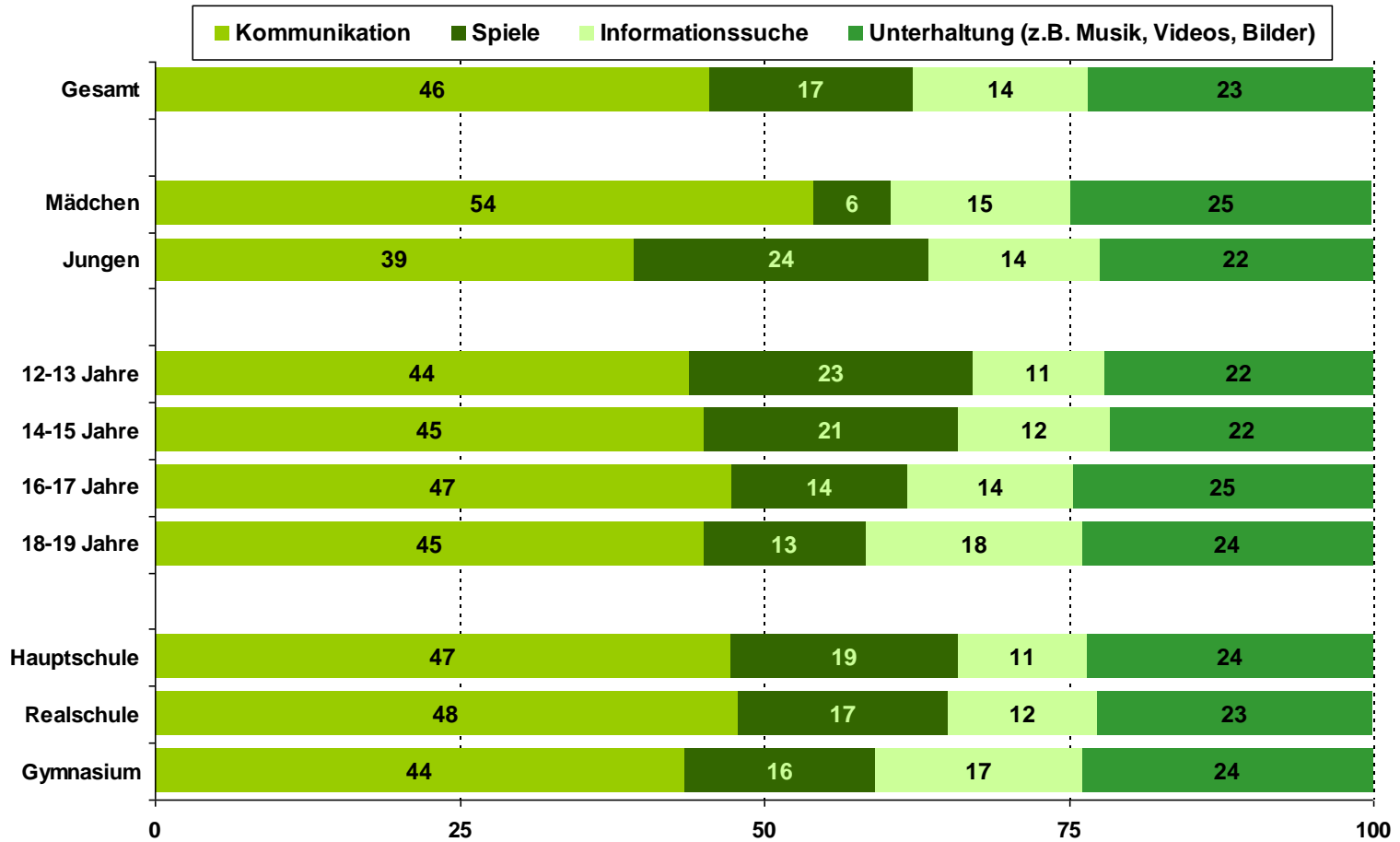
- Mo-Fr, Selbsteinschätzung in Minuten -



Quelle: JIM 2006 - JIM 2010

Basis: alle Befragten

Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung

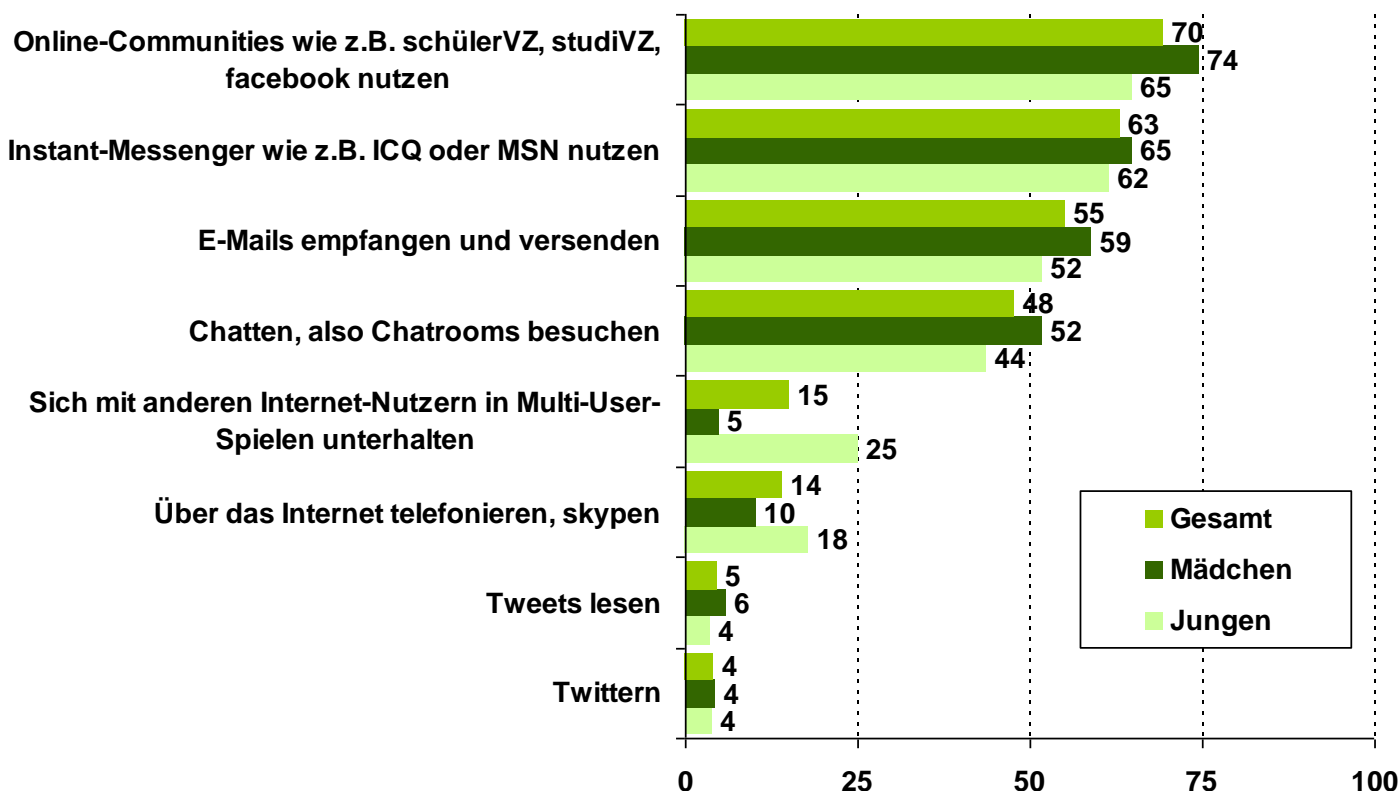


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt Kommunikation

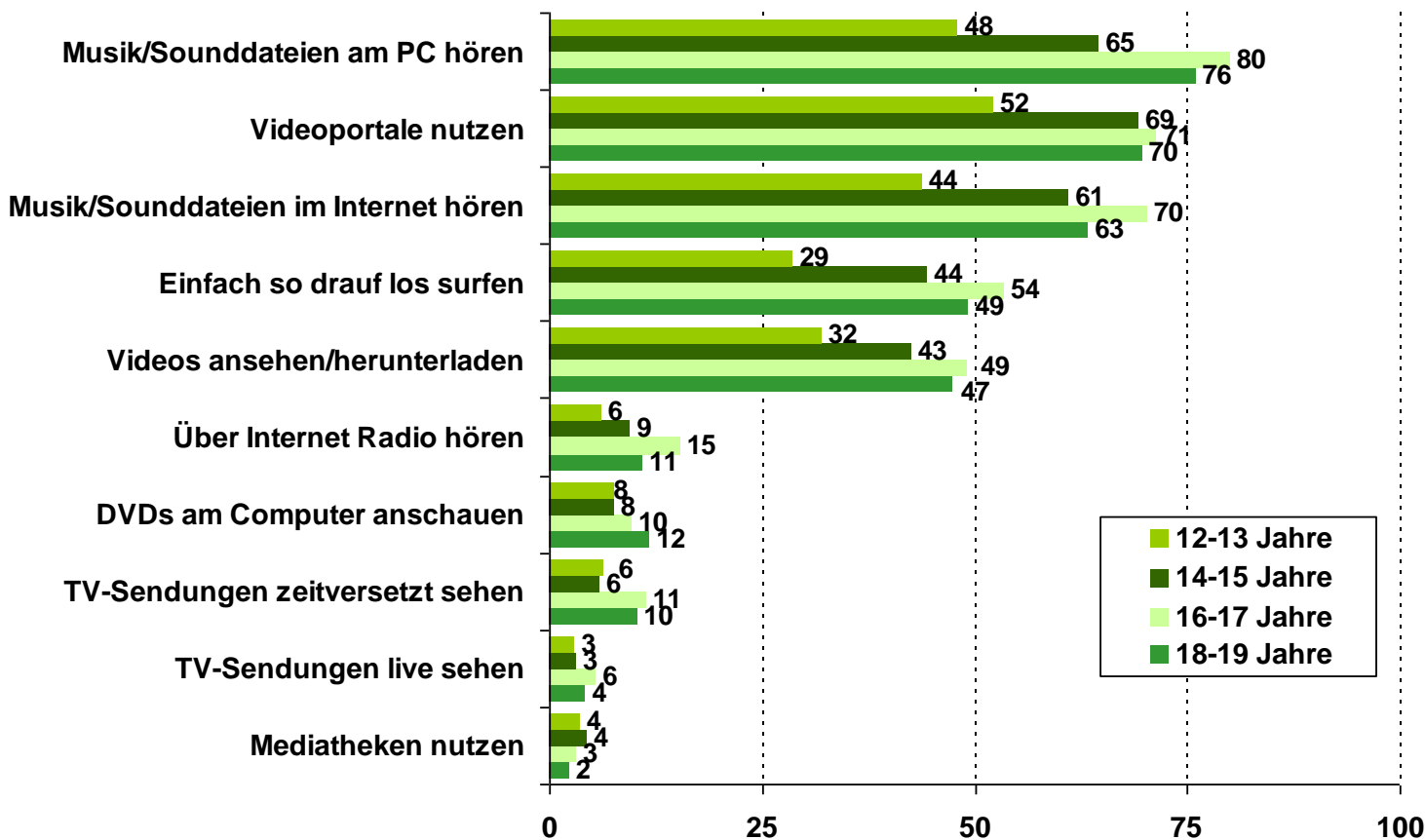
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

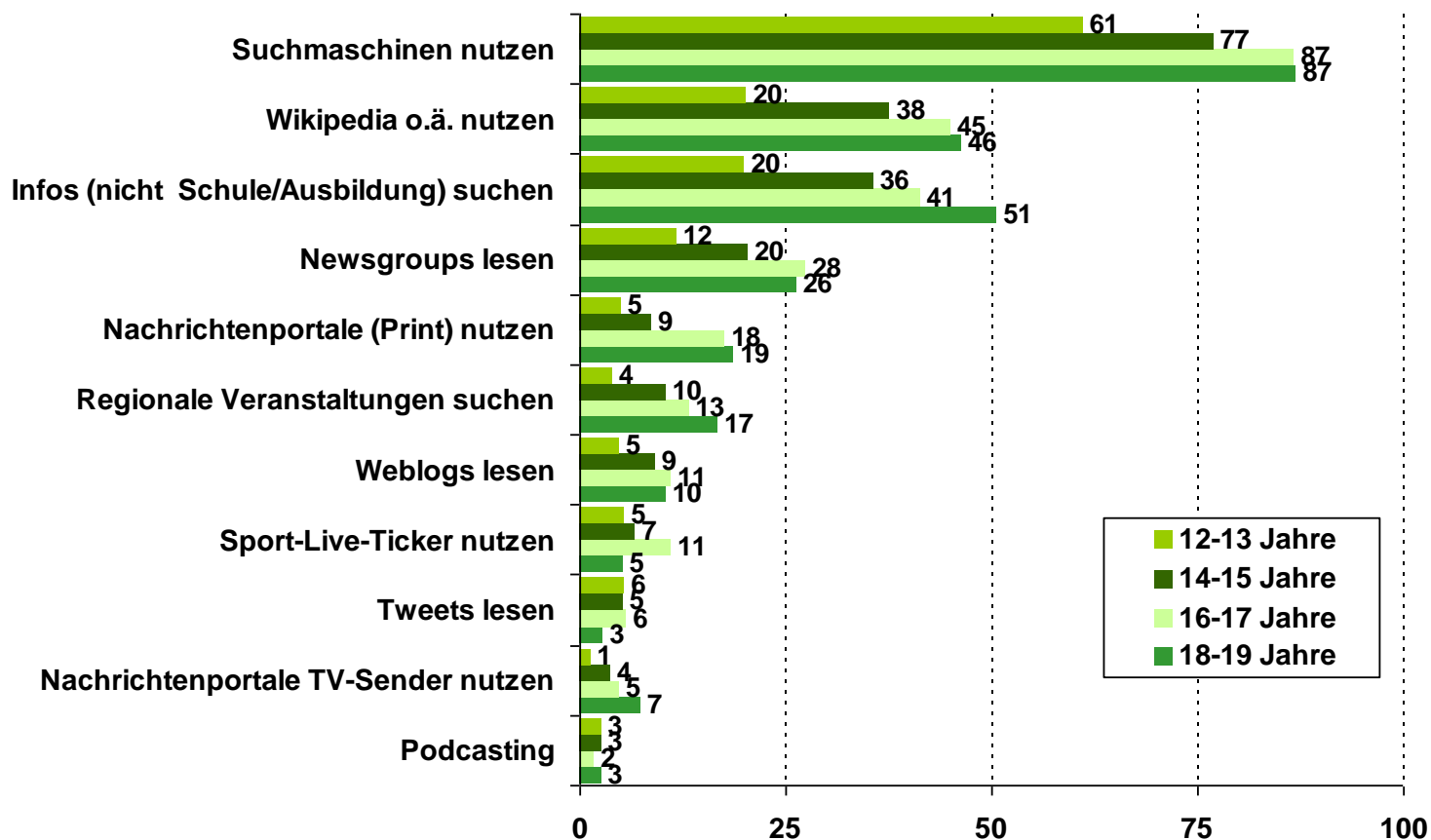
Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: Unterhaltung - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: sich informieren - täglich/mehrmals pro Woche -

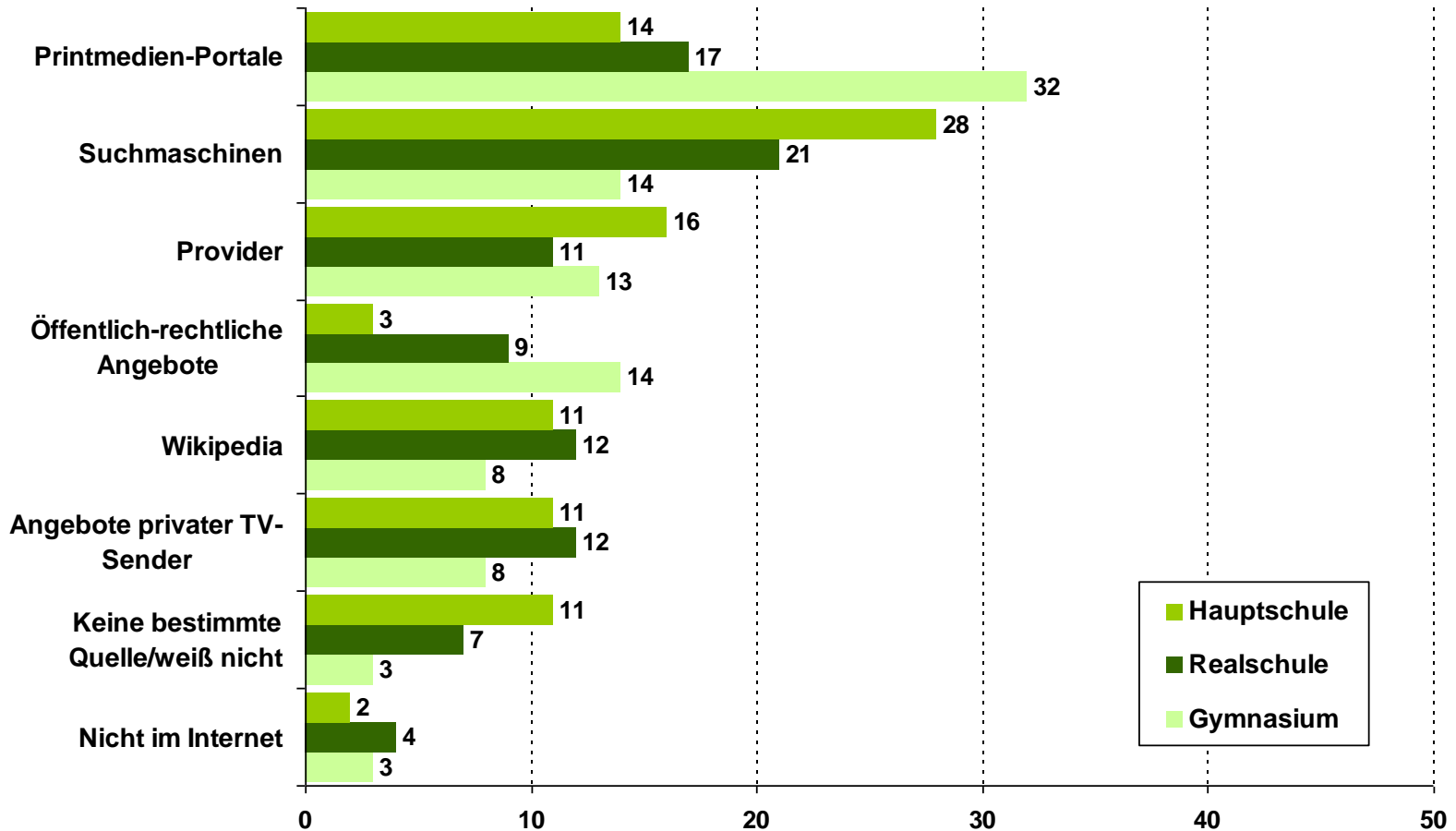


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

Nachrichten/Aktuelles im Internet

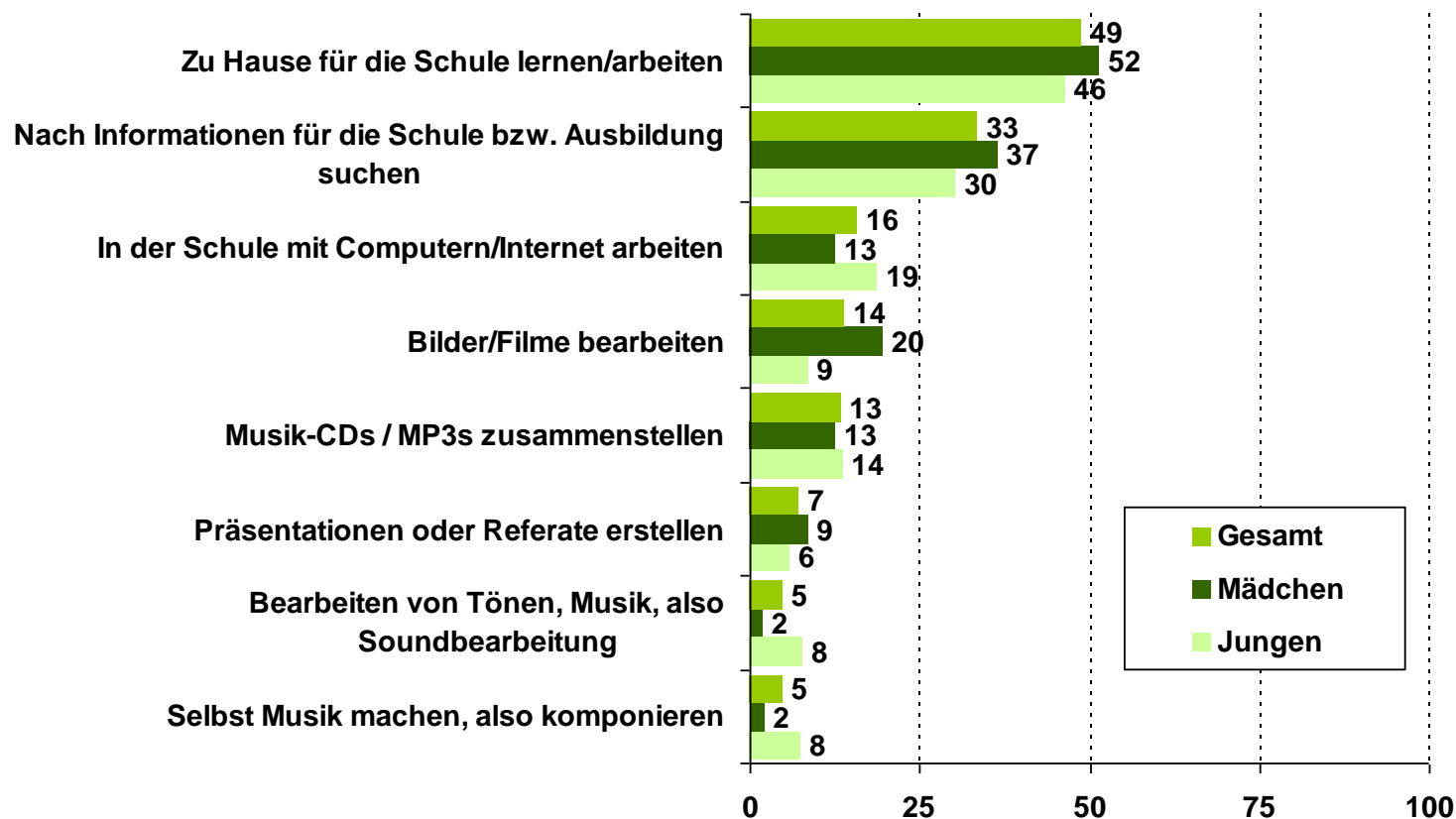
Würde widersprüchliche Meldung überprüfen bei:



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

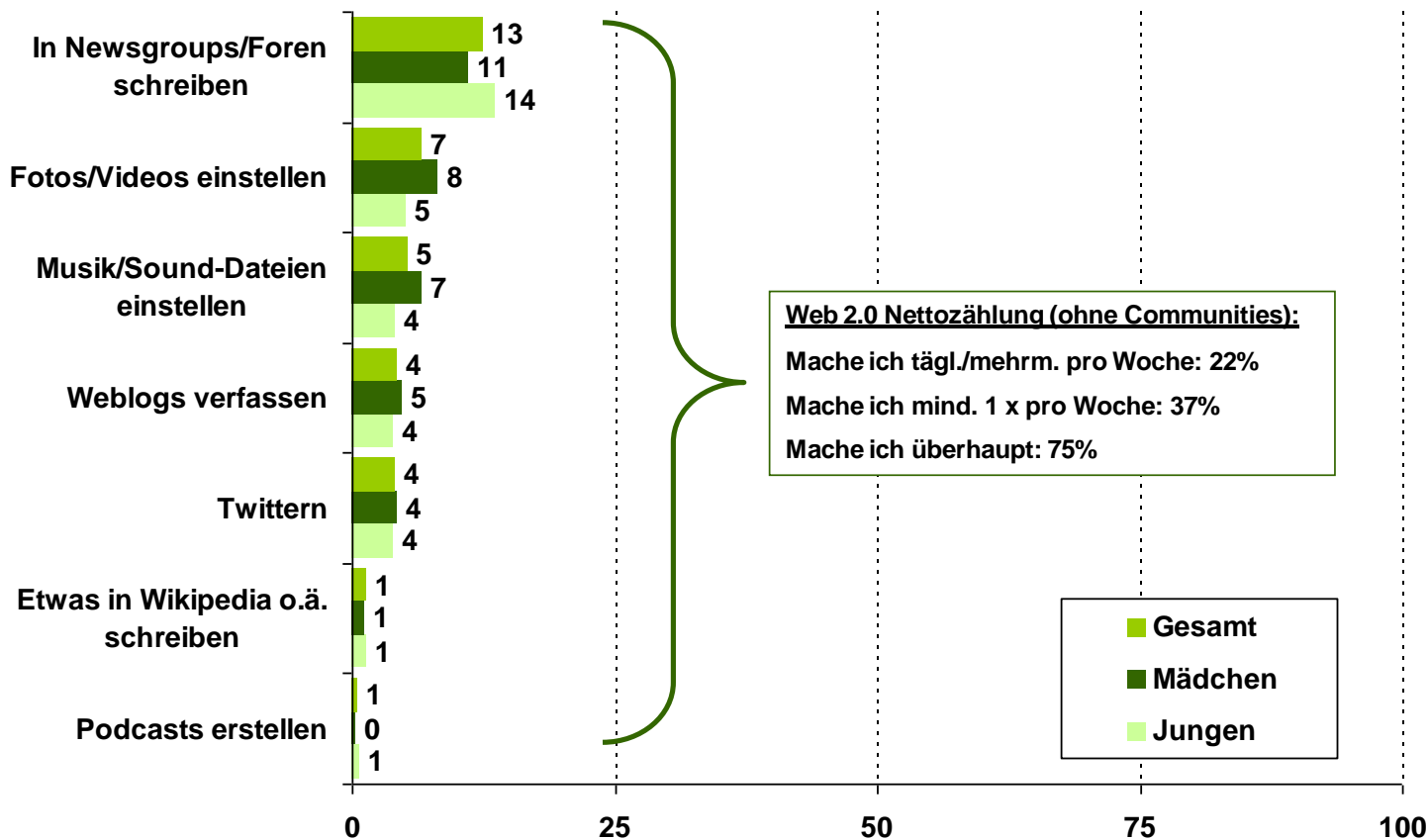
Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: Schule/Freizeit - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

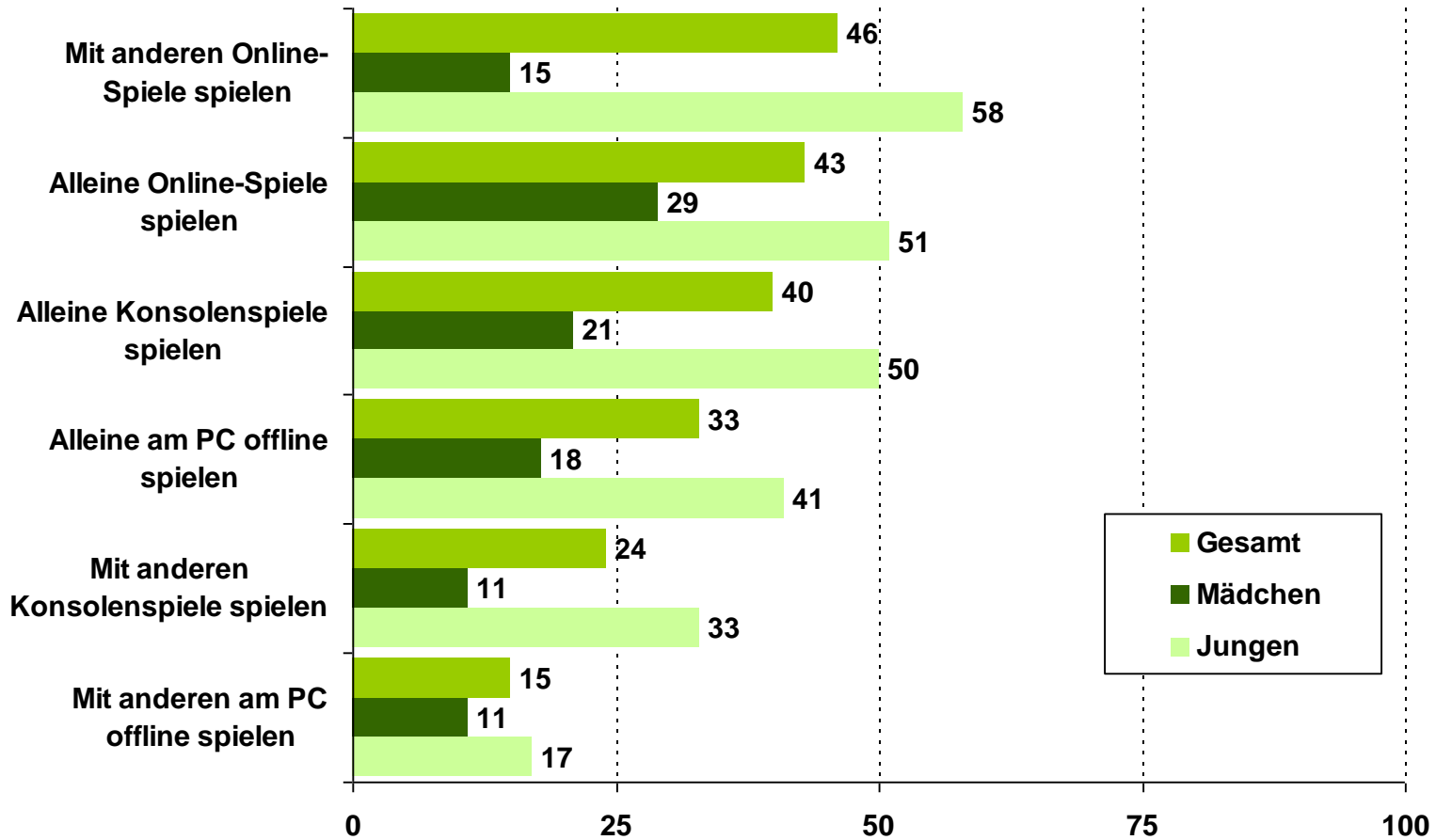
Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt Web 2.0 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

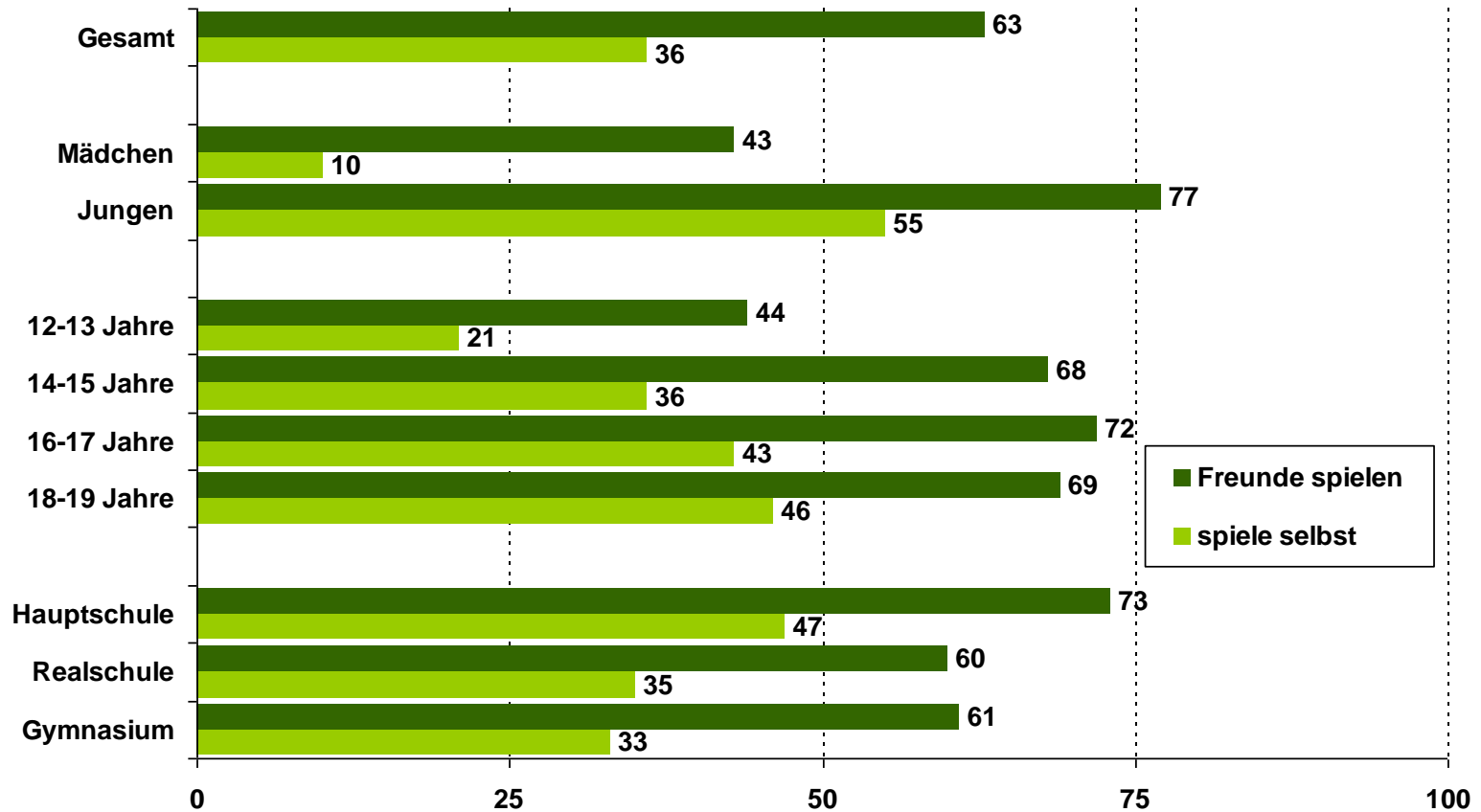
Spielen (Computer/Internet/Konsole) - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: jeweilige Nutzer

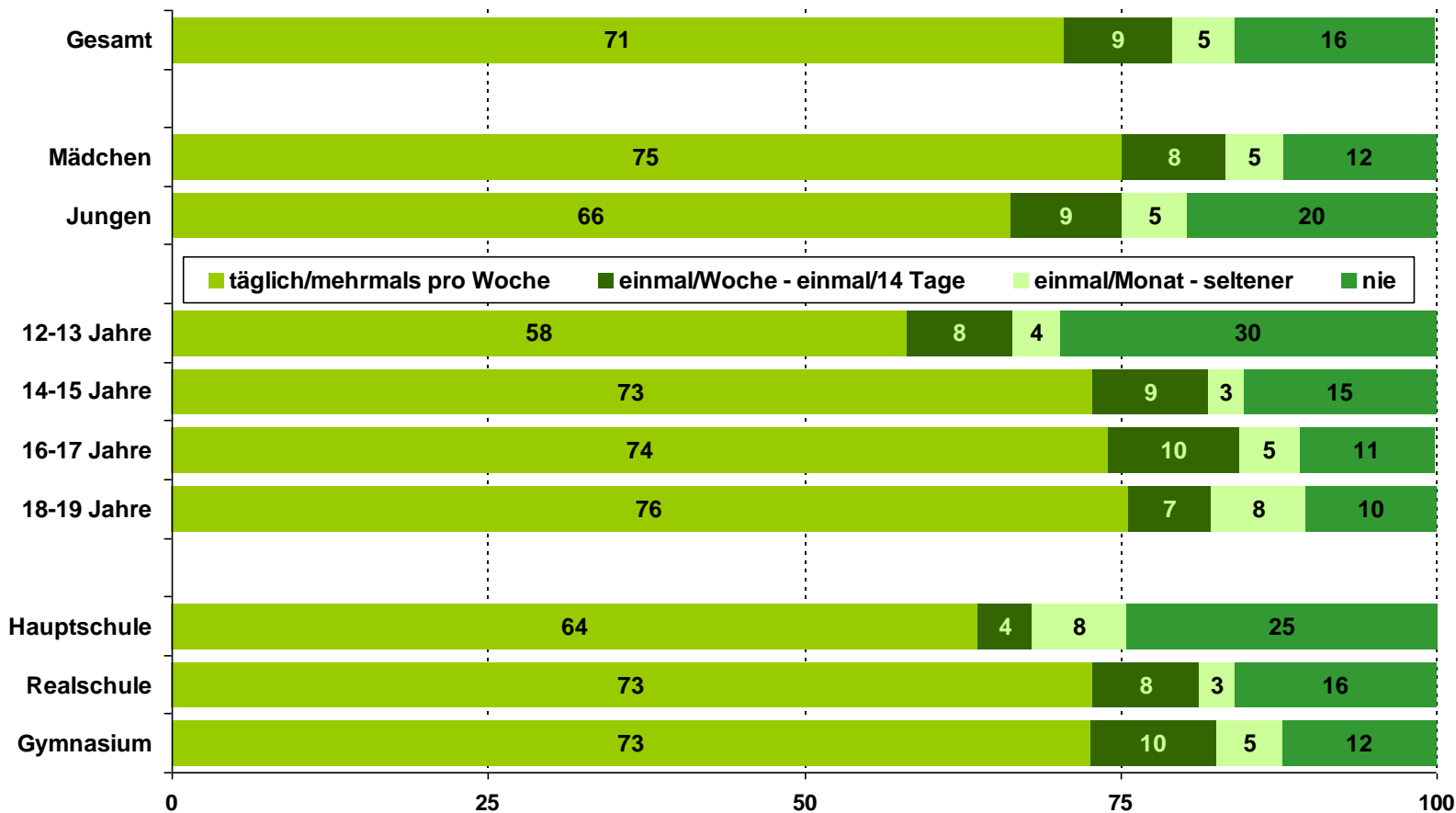
Nutzung von brutalen bzw. besonders gewalthaltigen Computer-, Konsolen oder Onlinespielen



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer PC-/Online-/Konsolenspiele, n=979

Online-Communities: Nutzungsfrequenz 2010

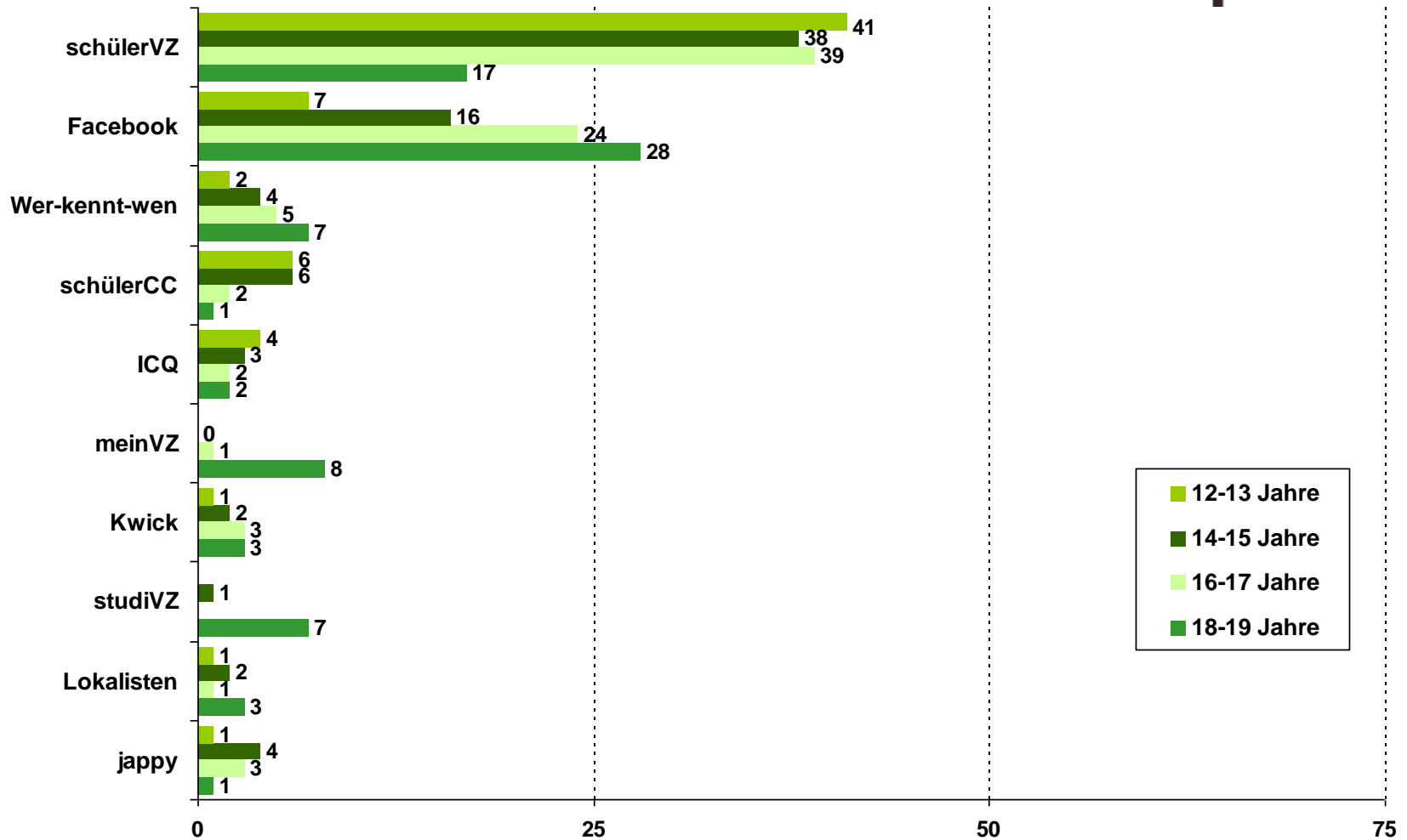


Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

Meistgenutzte Online Communities 2010

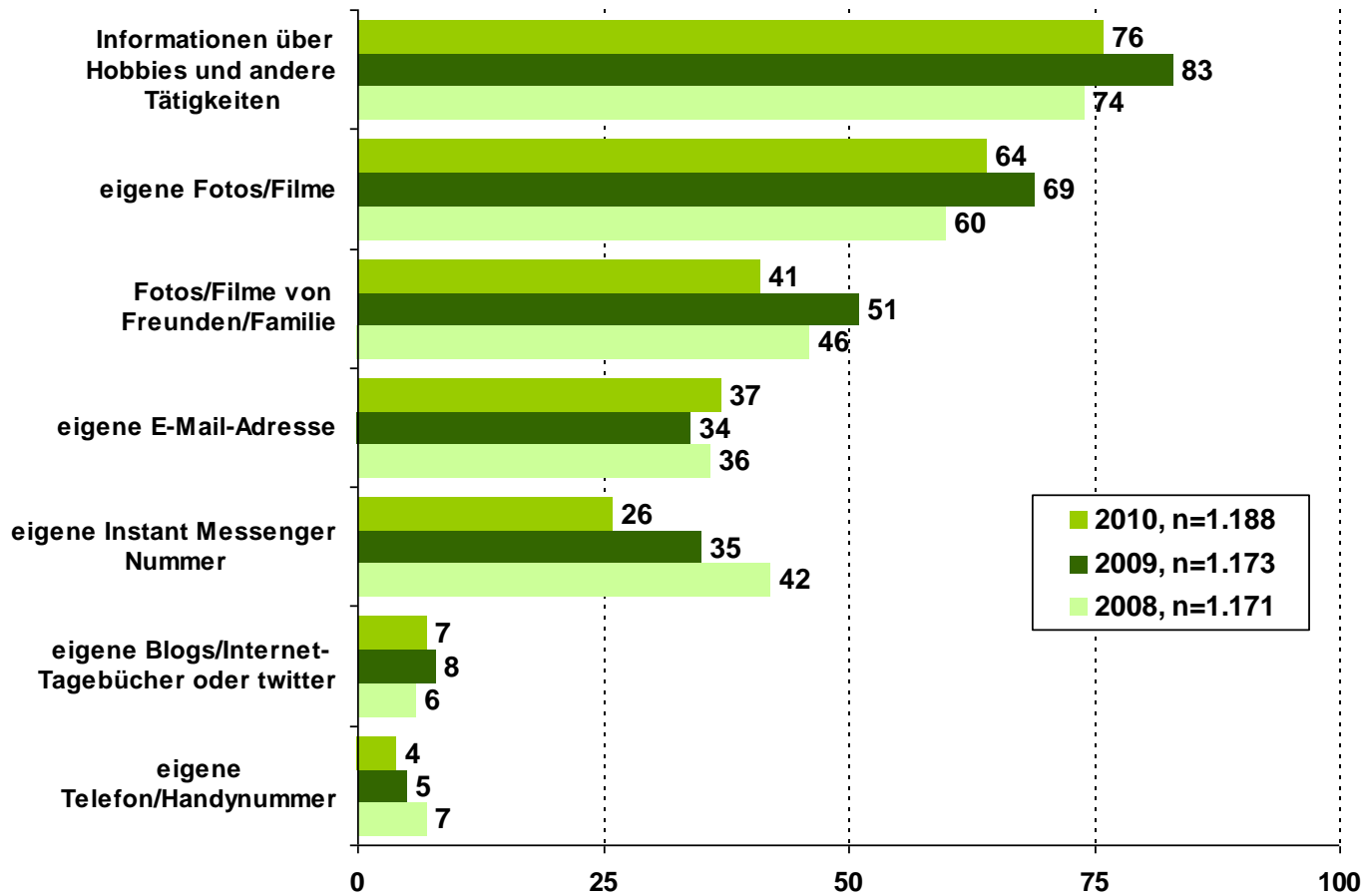
- offene Nennungen, Auswahl -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent, Nennungen ab 2 Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

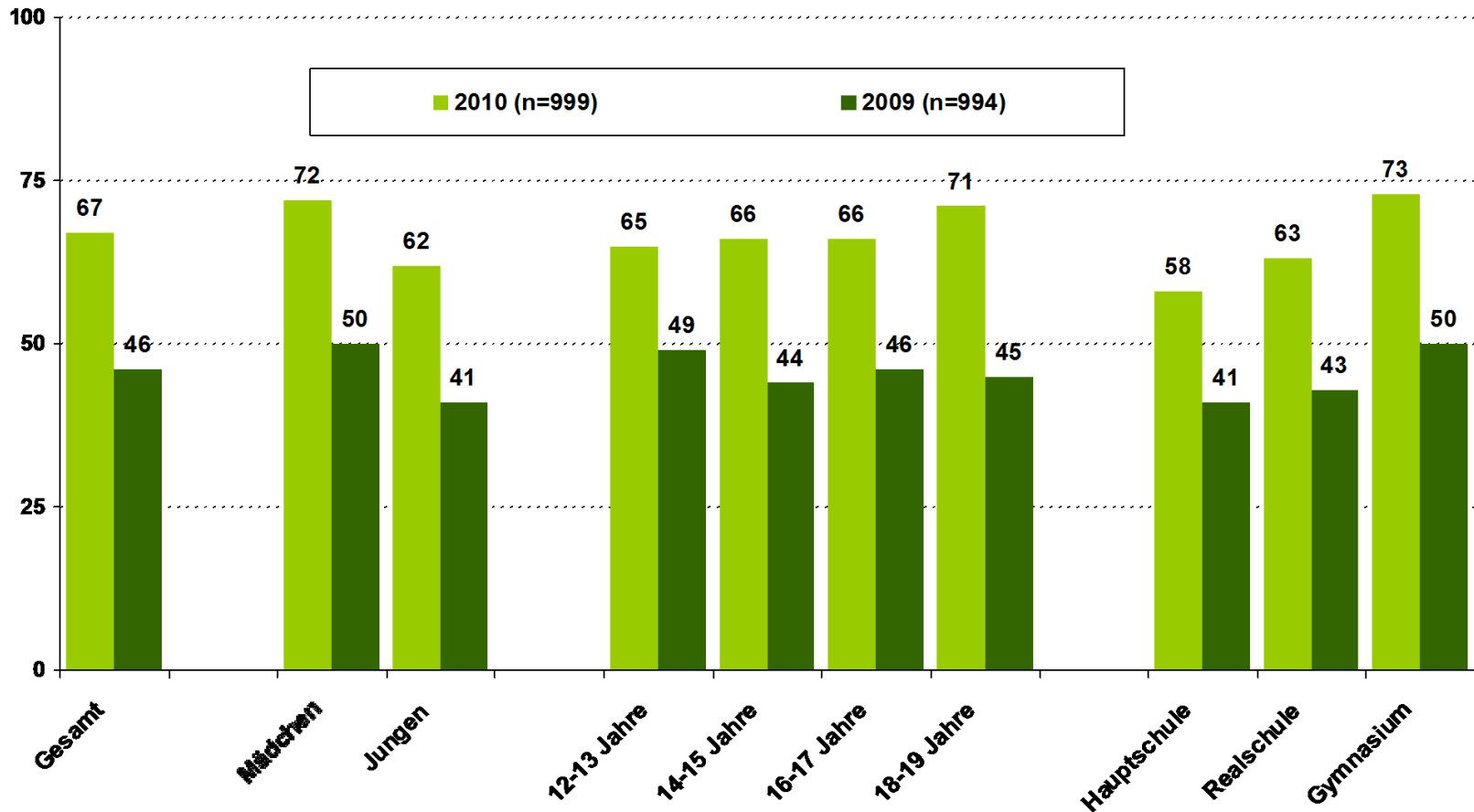
Hinterlegte persönliche Daten im Internet 2008 - 2010



Quelle: JIM 2008 - 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer

Online-Communities: Privacy-Option aktiviert

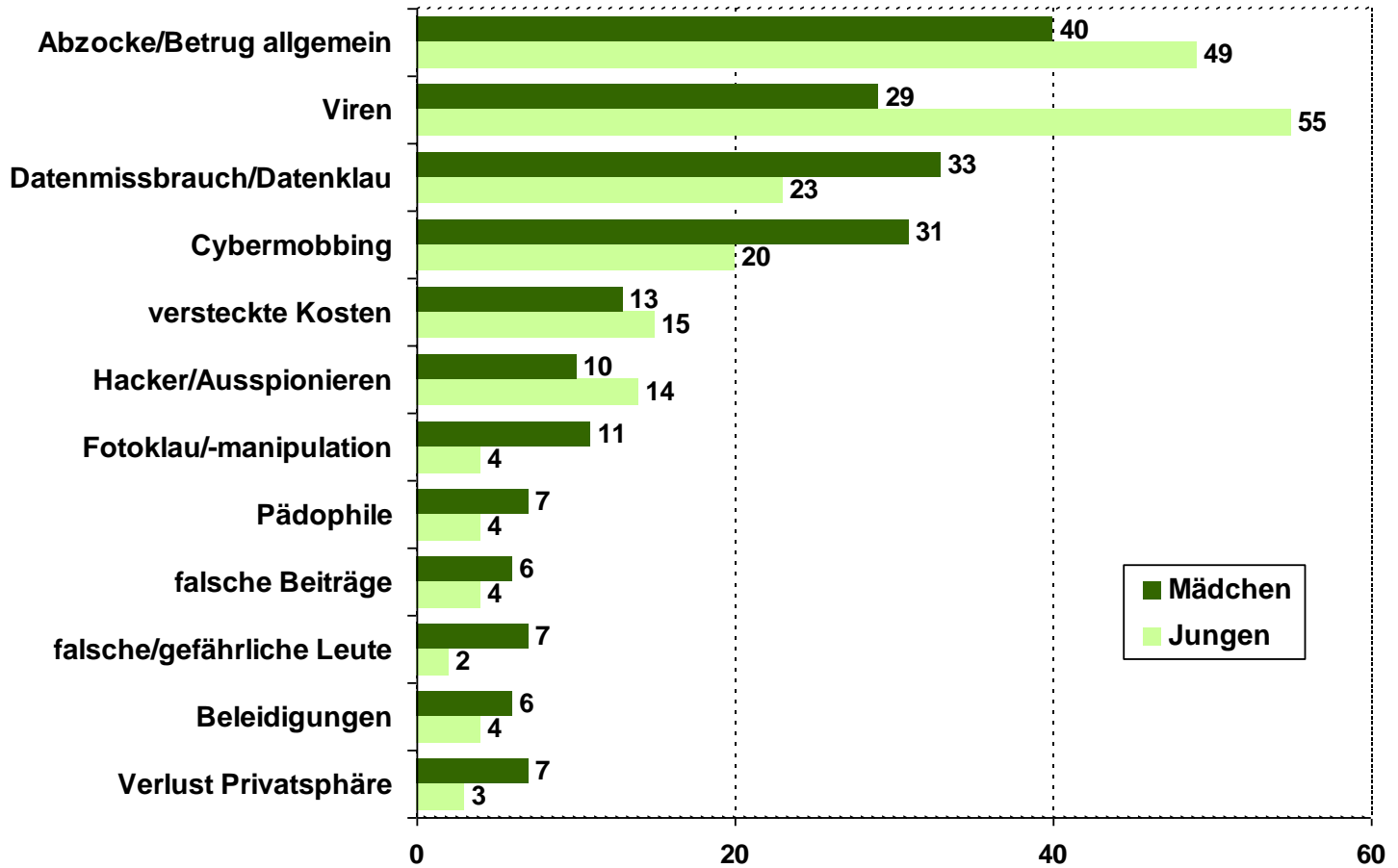


Quelle: JIM 2010, JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer Online-Communities

Gefahren im Internet

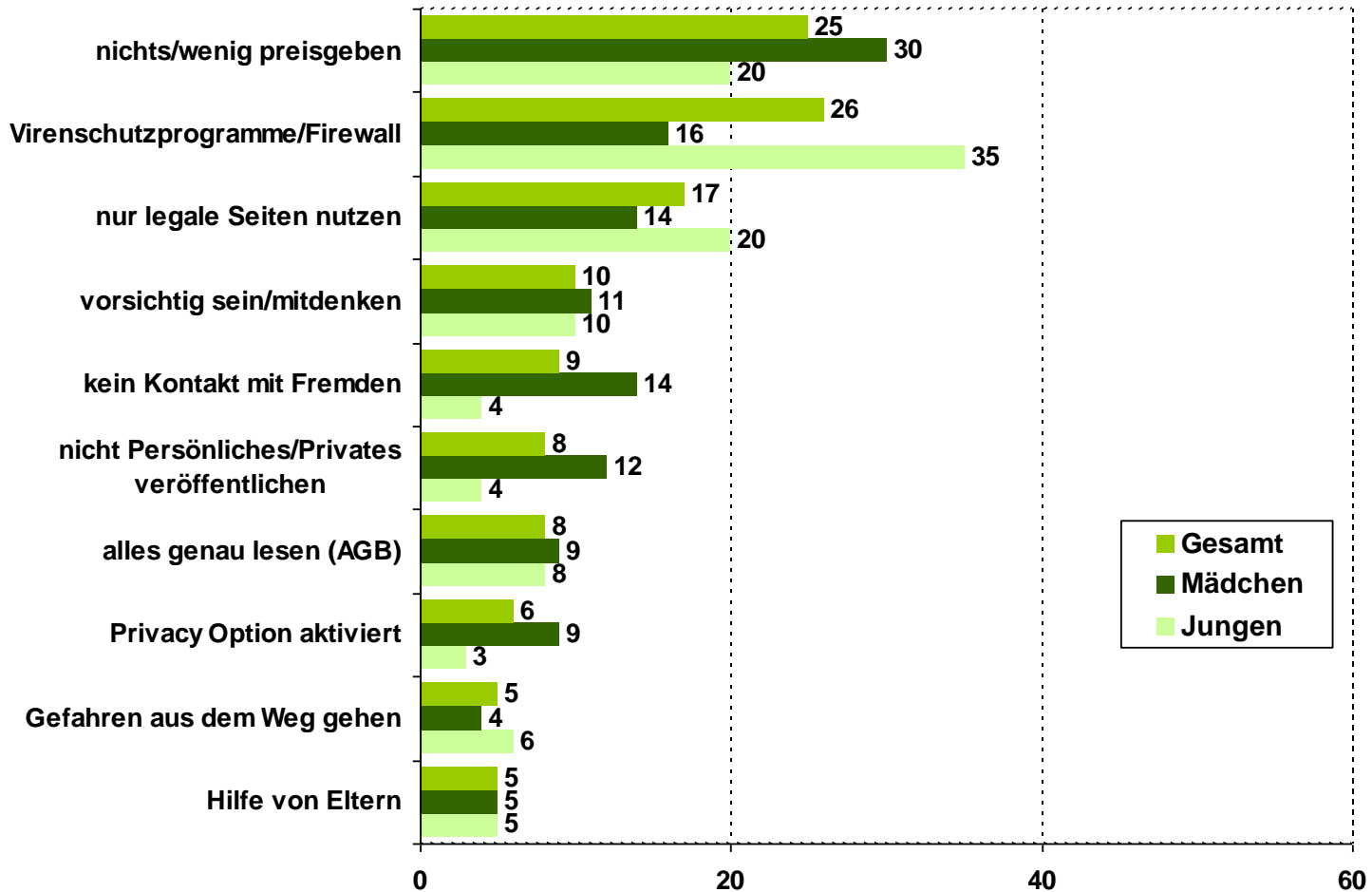
- bis zu drei Nennungen -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5%

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

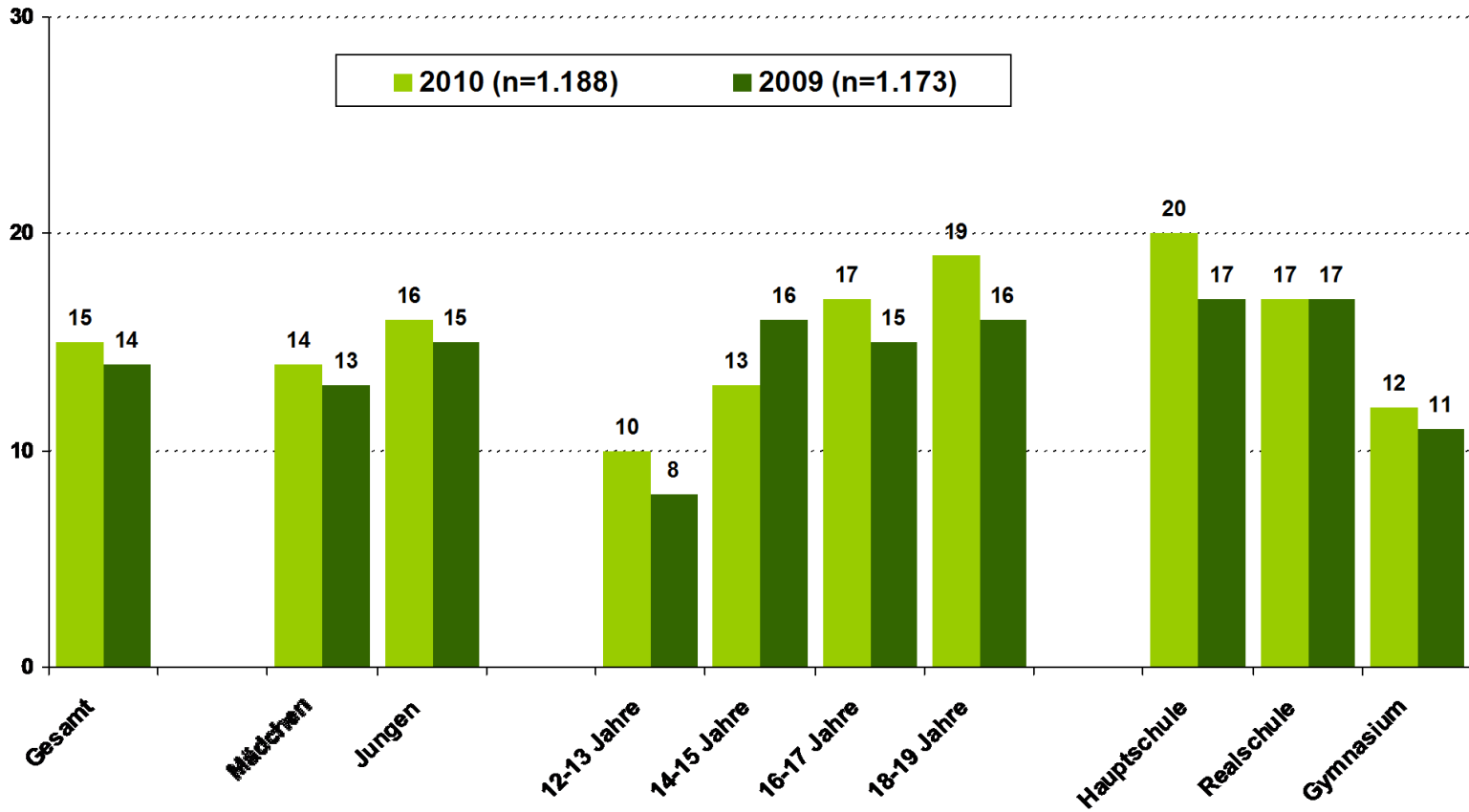
Schutz vor Gefahren im Internet



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent, Nennungen ab 5 %

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

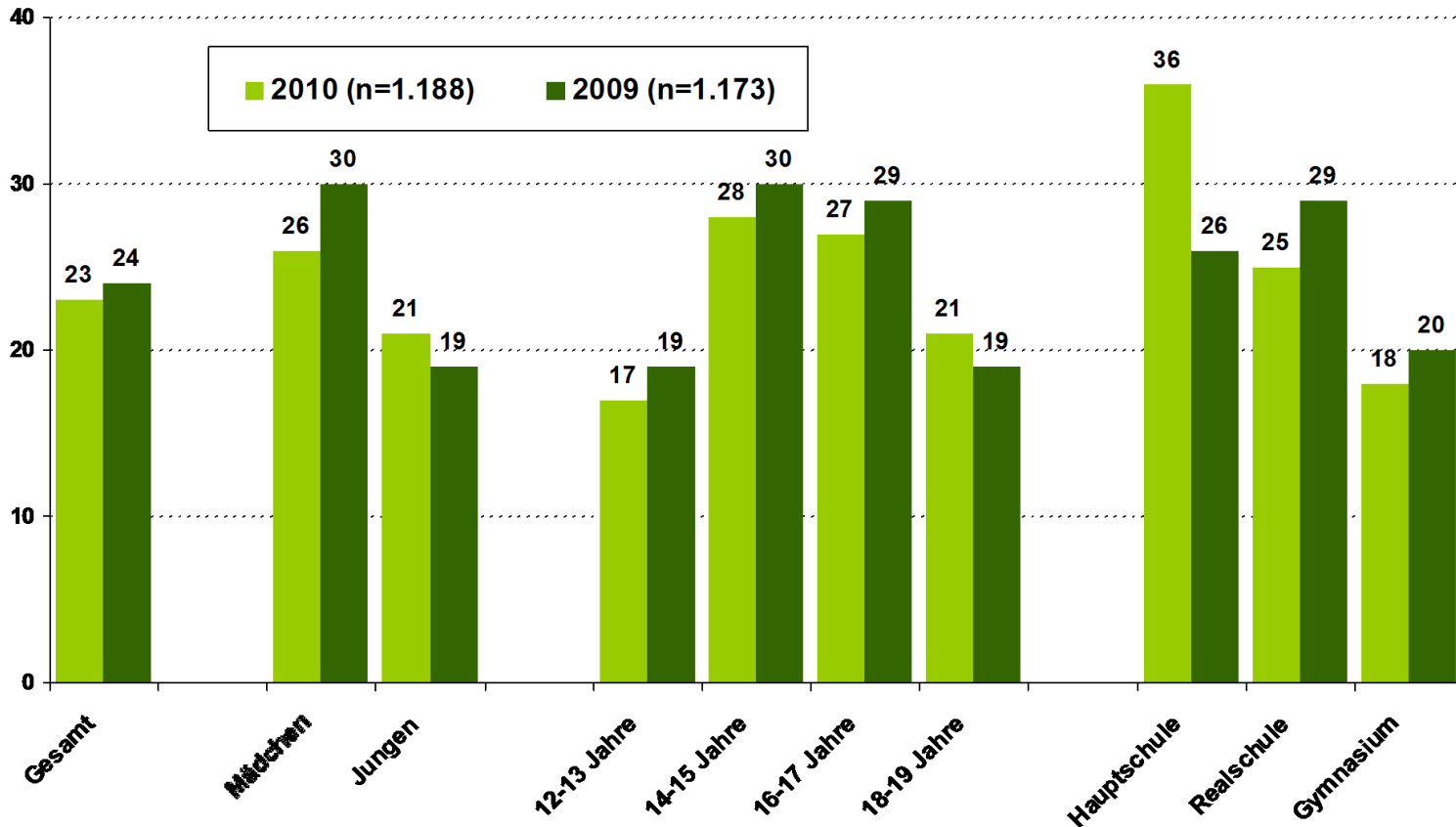
Es wurde Falsches oder Beleidigendes über mich im Internet verbreitet



Quelle: JIM 2010, JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer

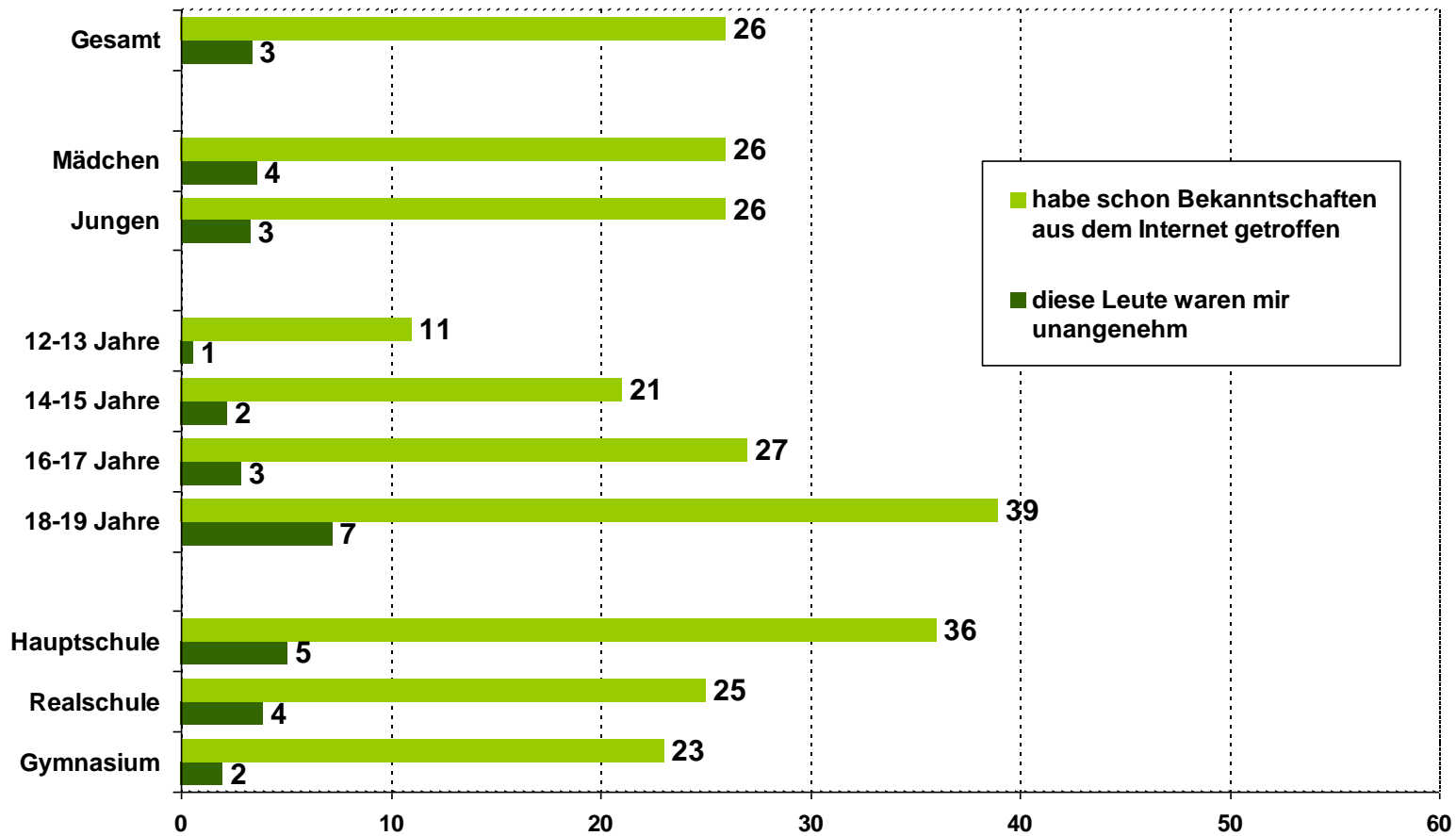
Gibt es jemanden in Deinem Bekanntenkreis, der schon mal im Internet fertig gemacht wurde?



Quelle: JIM 2010, JIM 2009, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer

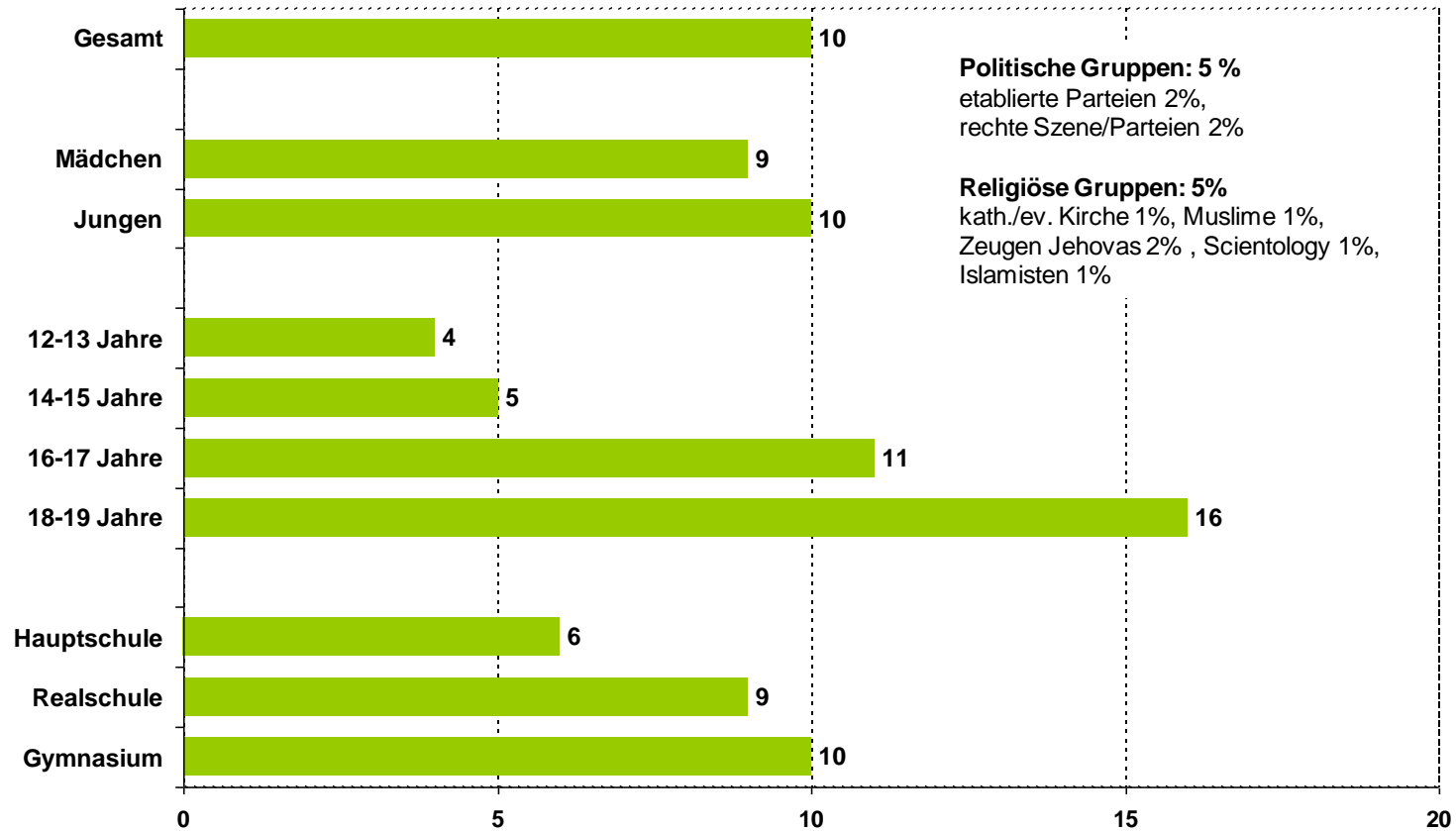
Persönliche Treffen mit Bekanntschaften aus dem Internet



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

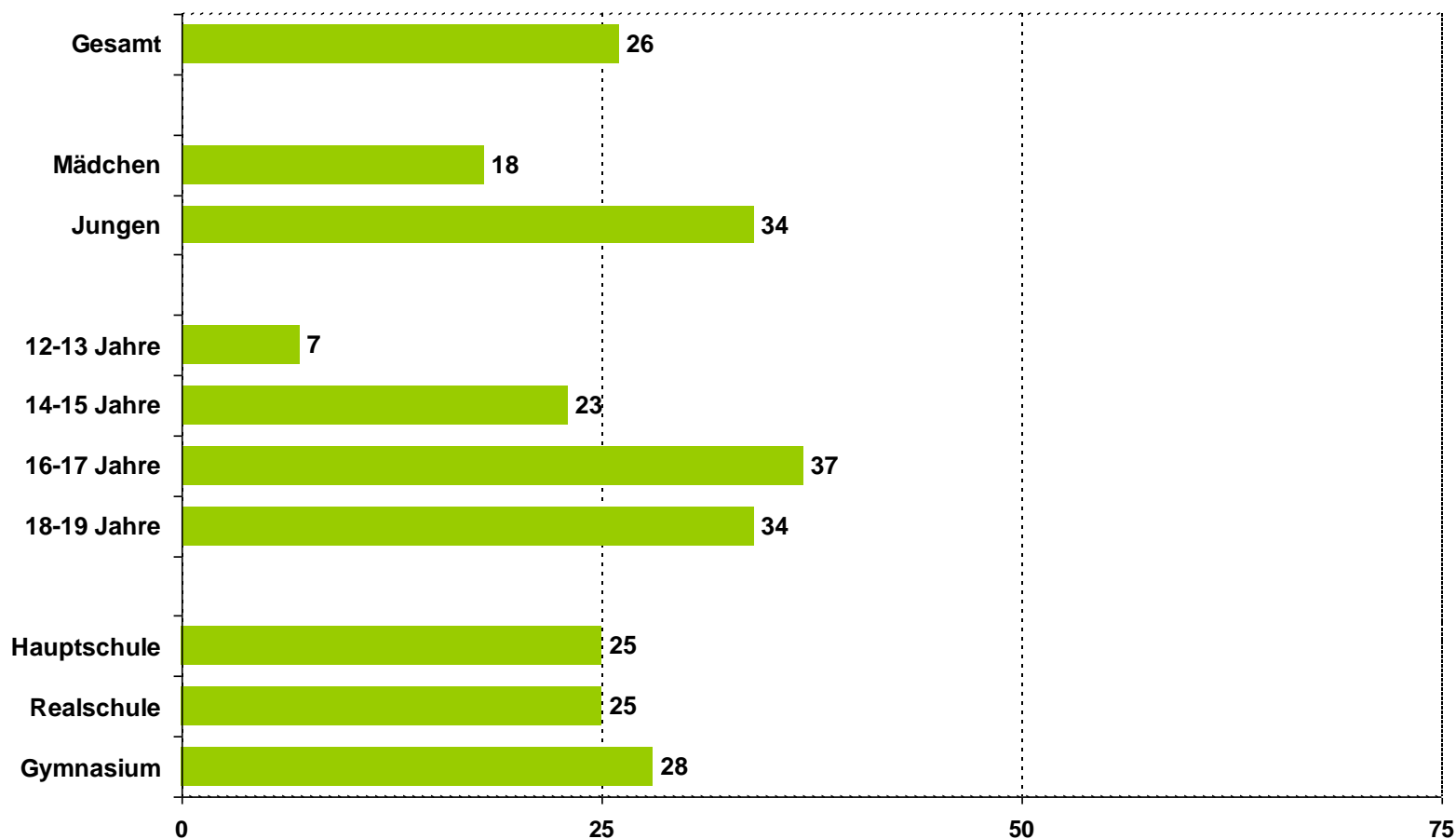
In der Community schon von politischen oder religiösen Gruppen angesprochen worden



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer Online-Communities, n=999

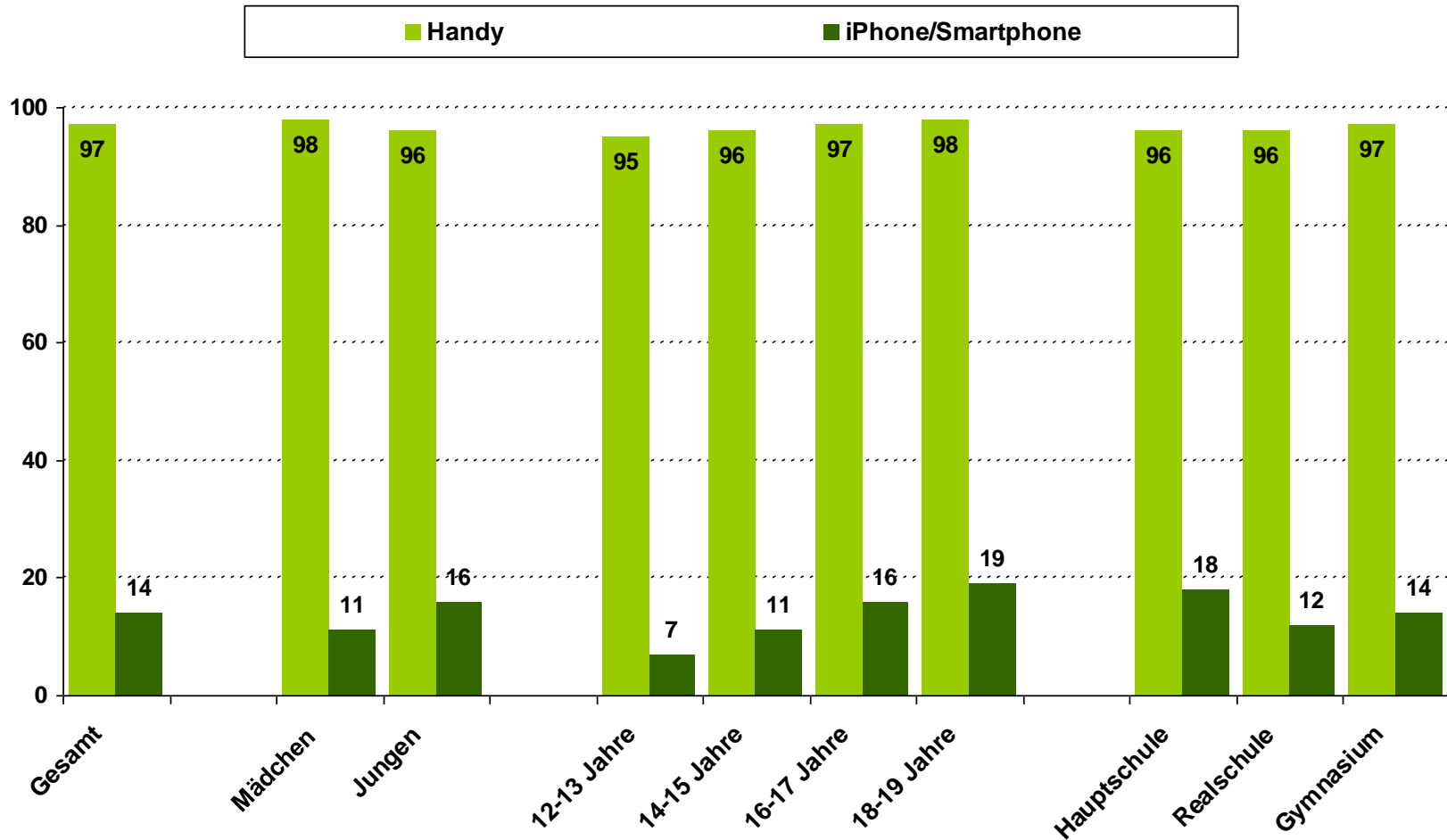
Im Internet schon rechtsextreme Seiten gesehen



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.188

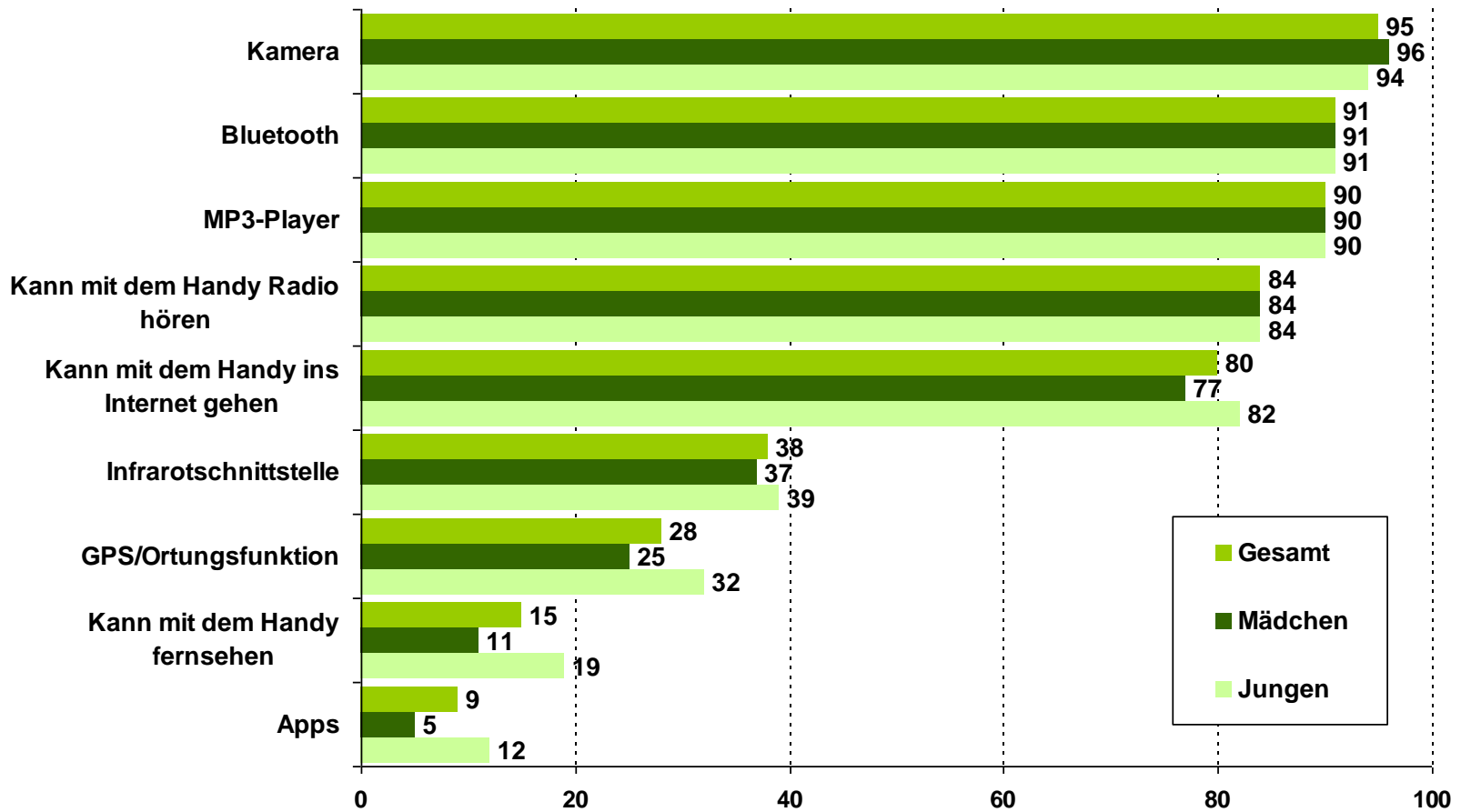
Handy-Besitzer 2010



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.208

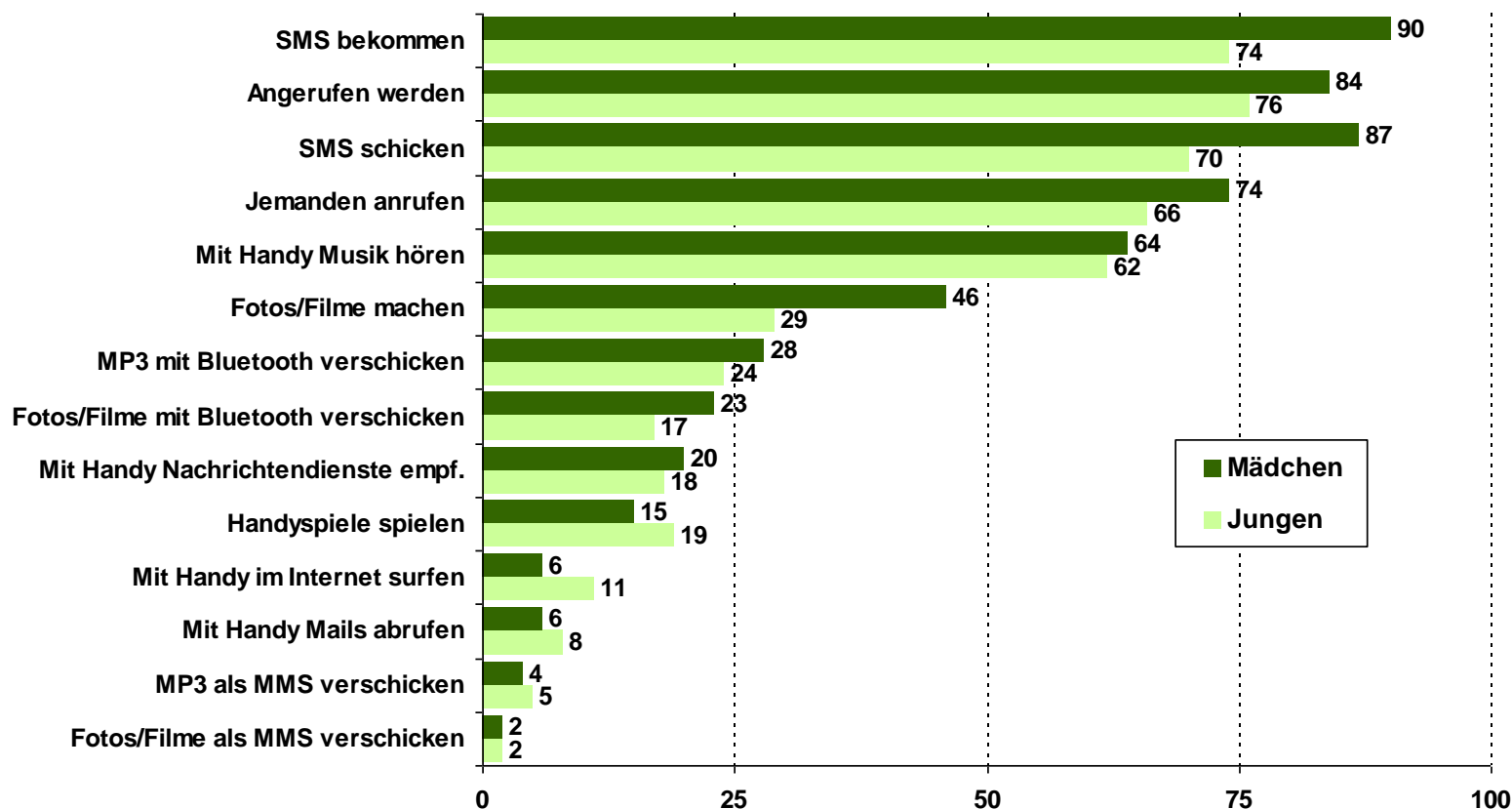
Ausstattung des eigenen Handys



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.170

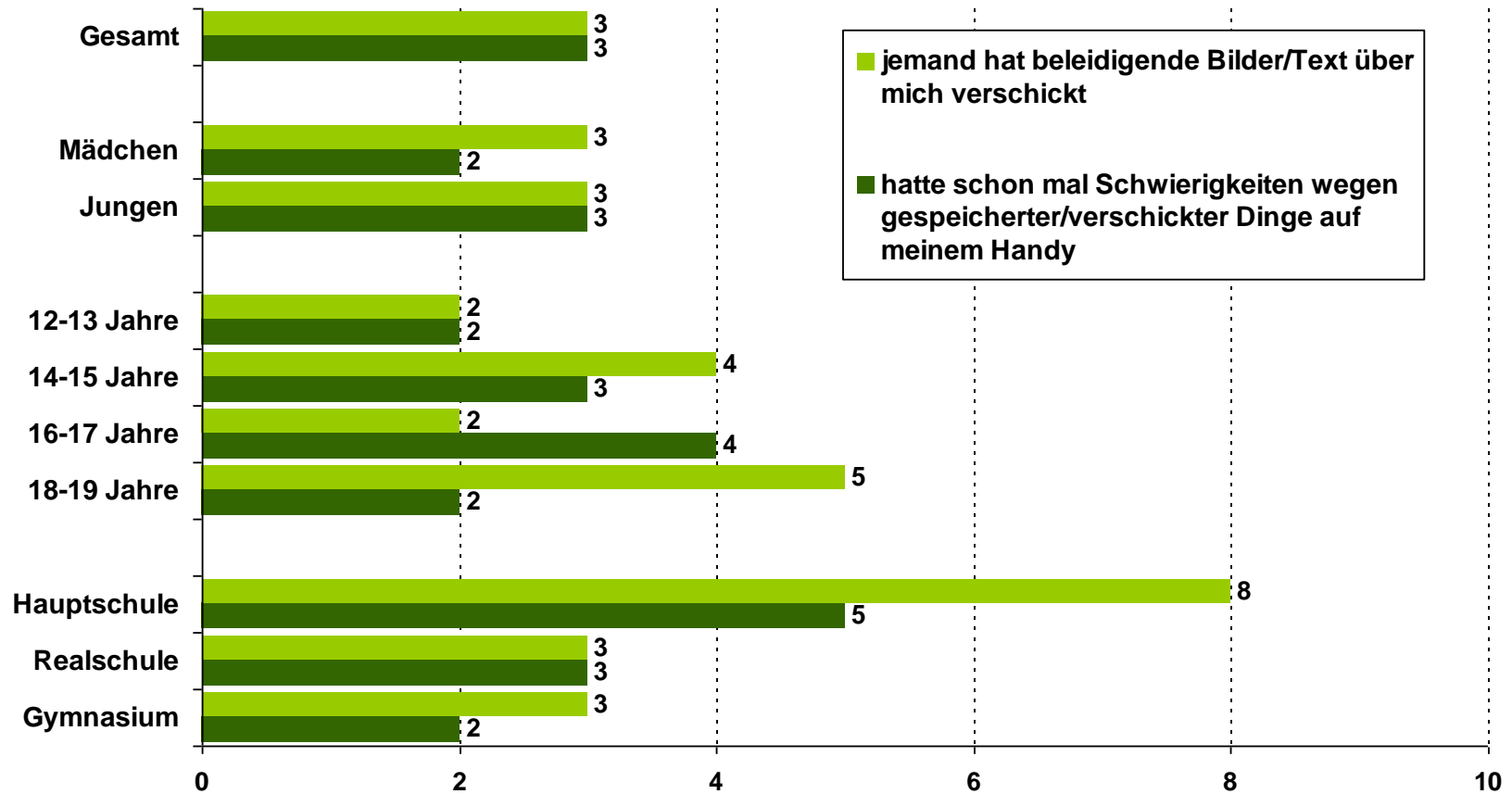
Nutzung verschiedener Handy-Funktionen - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.170

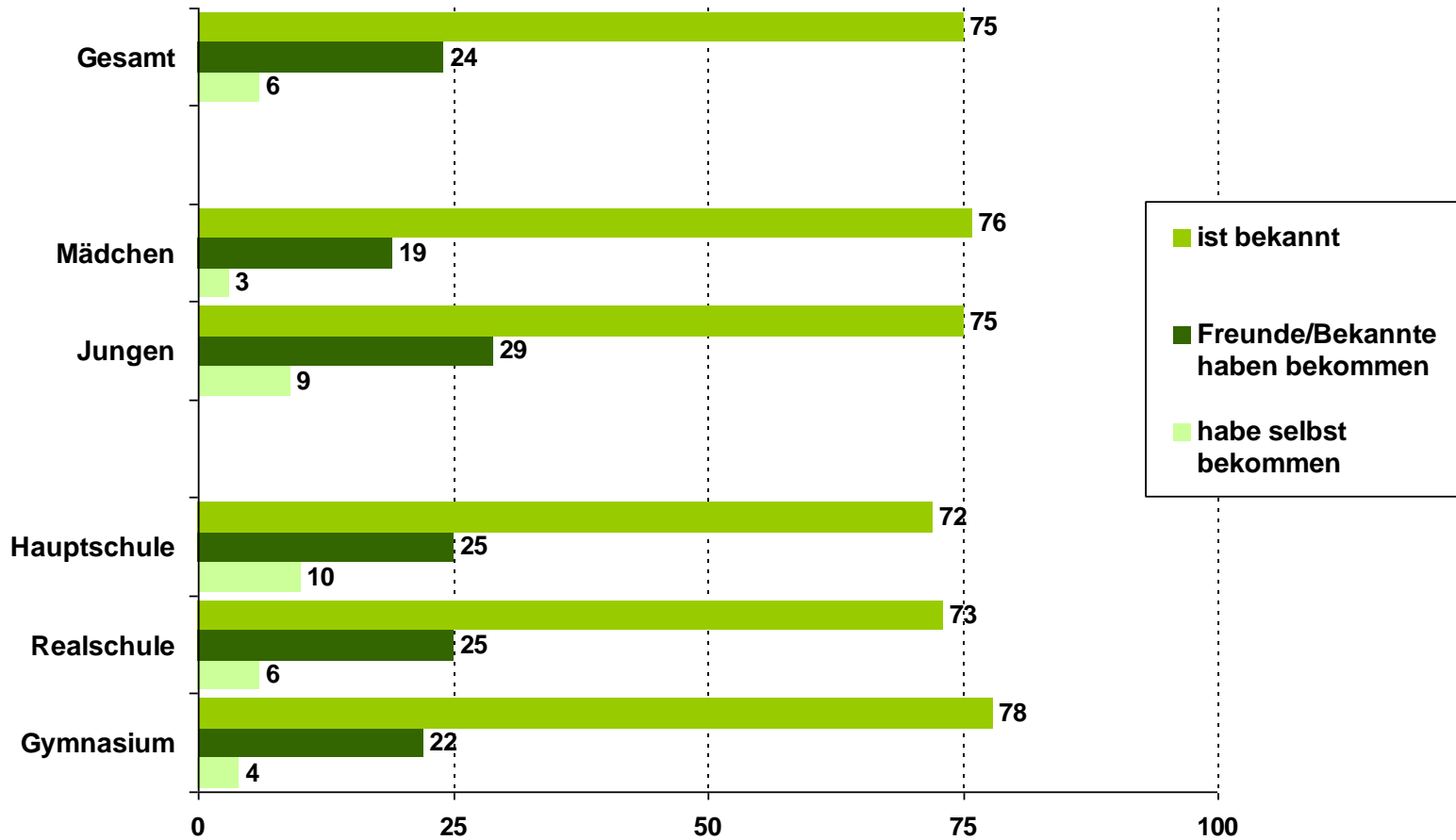
Probleme mit Handy



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.170

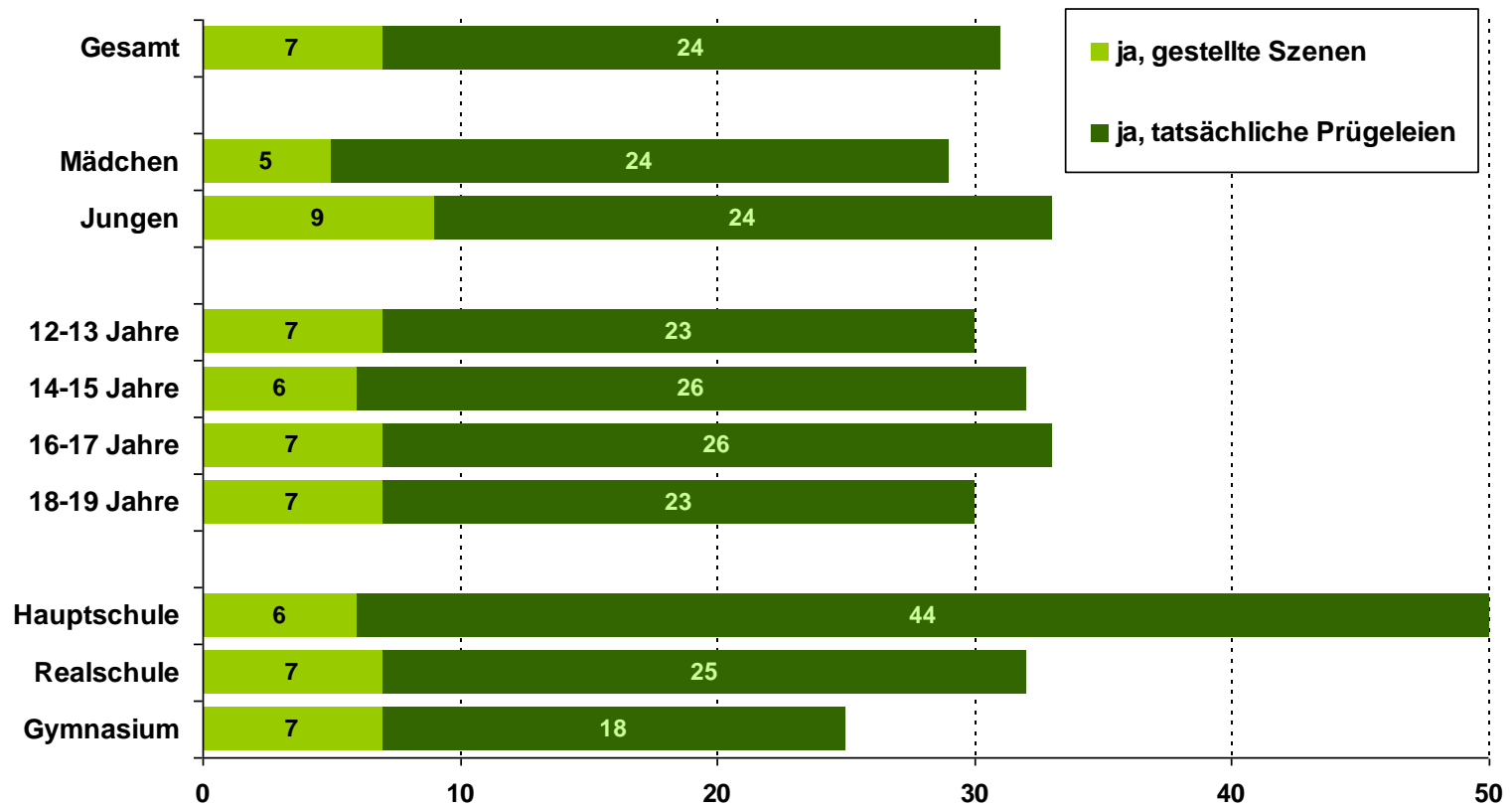
Kenntnis / Erhalt brutaler Videos oder Pornofilme aufs Handy



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.170

„Habe schon mal mitbekommen, dass eine Schlägerei mit dem Handy gefilmt wurde“



Quelle: JIM 2010, Angaben in Prozent

Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.170