



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

2006

E

I

D

U

S

T

-

M

I

J

# JIM-STUDIE 2006

Jugend, Information, (Multi-) Media

Basisuntersuchung zum  
Medienumgang 12- bis 19-jähriger

F o r s c h u n g s b e r i c h t e

# **JIM 2006**

## **Jugend, Information, (Multi-)Media**

**Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland**

**Herausgeber:**

**Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest**

**Geschäftsstelle:**

**c/o Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK)**

**Thomas Rathgeb**

**Rotebühlstr. 121**

**70178 Stuttgart**

Tel.: 0711 – 66 99 131

Fax.: 0711 – 66 99 111

E-Mail: [info@mpfs.de](mailto:info@mpfs.de)

<http://www.mpfs.de>

**Leitung:**

Albrecht Kutteroff (LFK)

Peter Behrens (LMK)

**Mitarbeit:**

Tina König (LFK)

Thomas Schmid (LMK)

Stuttgart, November 2006

**Redaktion:**

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>1. Einführung und Methode</b>	<b>3</b>
<b>2. Freizeitaktivitäten</b>	<b>6</b>
<b>3. Die Verfügbarkeit von Medien – Haushaltsausstattung und Medienbesitz</b>	<b>8</b>
<b>4. Medien und Freizeit</b>	<b>12</b>
<b>5. Medienbindung</b>	<b>16</b>
<b>6. Musiknutzung und MP3</b>	<b>18</b>
<b>7. Bücher</b>	<b>21</b>
<b>8. Fernseher</b>	<b>23</b>
<b>9. Radio</b>	<b>28</b>
<b>10. Computer und Computerspiele</b>	<b>31</b>
10.1 Generelle Nutzung und Nutzungsfrequenz	31
10.2 Offline-Tätigkeiten	34
10.3 Computerspiele	36
<b>11. Internet</b>	<b>38</b>
11.1 Nutzungsumfang und Tätigkeiten	38
11.2 Online-Kommunikation: E-Mail	42
11.3 Online-Kommunikation: Chat	43
11.4 Online-Kommunikation: Instant Messenger	46
<b>12. Mobile Kommunikation: Das Handy</b>	<b>48</b>
12.1 Nutzungsentgelt	48
12.2 Ausstattung und angewandte Funktionen	50
12.3 Gewaltdarstellungen und problematische Inhalte	53
<b>13. Zusammenfassung</b>	<b>56</b>



## 1. Einführung und Methode

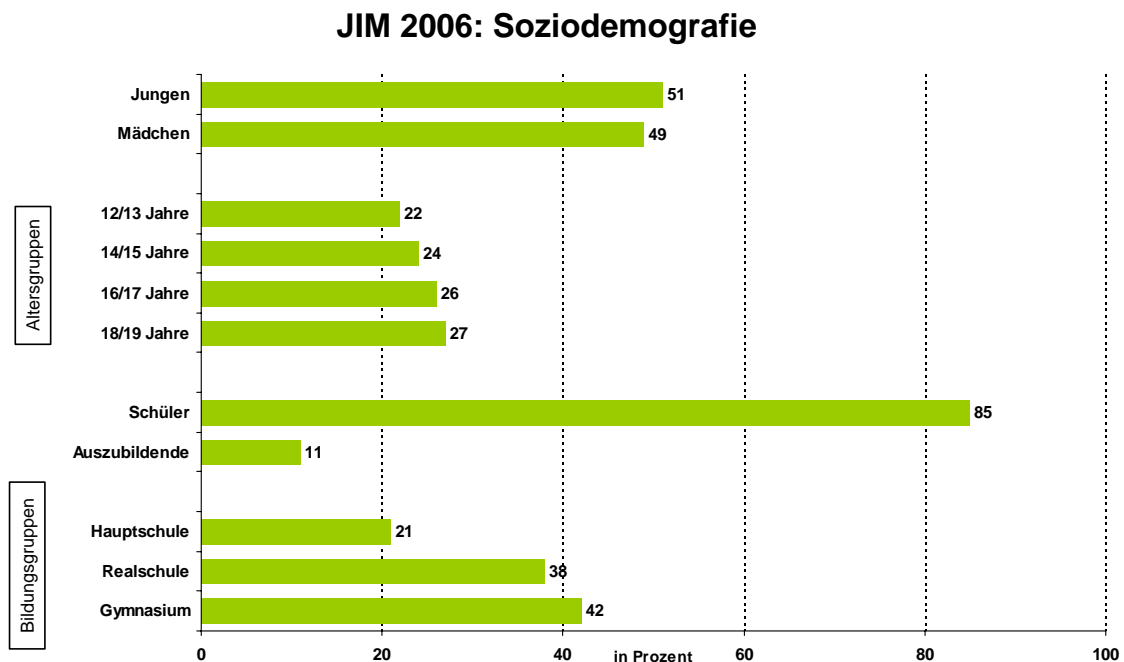
Jugend und Medien – ein immer wiederkehrendes Thema. In Politik und Gesellschaft ebenso wie in der Schule und dem familiären Umfeld steht dabei nicht nur die generelle Zuwendungszeit im Fokus, sondern auch die jeweils genutzten Inhalte geben Anlass zur Diskussion. Vor diesem Hintergrund beleuchtet der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) seit 1998 Entwicklungen und Perspektiven im Medienumgang junger Menschen in Deutschland. Mit den Basisuntersuchungen des mpfs „JIM - Jugend, Information, (Multi-)Media“ – für die 12- bis 19-Jährigen und „KIM - Kinder und Medien“ – für die 6- bis 13-Jährigen – steht seither kontinuierlich repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen zur Verfügung. Die 2006 zum neunten Mal in Folge aufgelegte JIM-Studie dokumentiert die Entwicklung der jugendlichen Medienwelt und zeichnet ein aktuelles Bild des Medienalltags 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Dies umfasst die Geräteausstattung Jugendlicher ebenso wie Freizeit- und Medienbeschäftigungen, Fragen der Medienbindung sowie Stellenwert und Funktionen von Fernseher, Radio, Computer und Internet sowie des Mobiltelefons.

Bei der Konzeption der aktuellen Untersuchung standen darüber hinaus Teilaspekte der Handynutzung sowie die medienvermittelte Kommunikation Jugendlicher im Mittelpunkt:

So wurde das Thema „Gewalt und Mobiltelefone“ aufgrund diverser Vorfälle, bei denen Bilder und Filme von Straf- und Gewalttaten per Handy ausgetauscht, verbreitet oder erstellt wurden, in der Öffentlichkeit heftig diskutiert. Hier steht die Frage im Mittelpunkt, ob es sich hierbei um bedenkliche Einzelercheinungen oder bereits um ein Alltagsphänomen auf bundesdeutschen Schulhöfen handelt.

Im Bereich des medienvermittelten Informationsaustauschs ist das Thema „Chat“ nach wie vor aktuell. Hier wurde neben den Nutzungsmotiven auch die Bedeutung der Chats für die Kommunikation der Gruppe untersucht. Problematische Aspekte der Nutzung anonymer Kommunikation in Chatrooms werden hierbei nicht ausgespart. Auch weitere Kommunikations-Formen der Jugendlichen untereinander wurden in der JIM-Studie 2006 erfragt. Ein weiterer Punkt widmet sich dem Instant Messaging, das unter Jugendlichen inzwischen die E-Mail-Kommunikation abgelöst hat.

Wie in den vergangenen Jahren umfasst die Grundgesamtheit der JIM-Studie 2006 die gut sieben Millionen Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren in Telefon-Haushalten der Bundesrepublik Deutschland. Aus dieser Grundgesamtheit wurde eine repräsentative Stichprobe von 1.205 Jugendlichen in der Zeit vom 11. Mai bis 18. Juni 2006 telefonisch befragt. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim Institut ENIGMA GfK in Wiesbaden. Geringe Abweichungen der Soll-Struktur wurden durch eine iterative Gewichtung der Merkmale „Geschlecht x Alter Insgesamt“, „Bundesland“ (Basis: Statistisches Bundesamt, Stand 31.12.2004) und „Schulbildung“ ausgeglichen, so dass die befragten Jugendlichen ein möglichst genaues Spiegelbild der Grundgesamtheit wiedergeben.



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Fragen zum Themenkomplex „Computer“ wurden nur sogenannten Computer-Nutzern gestellt, d.h. denjenigen Jugendlichen, die angeben, mindestens einmal pro Monat einen Computer in der Freizeit zu nutzen. Ähnlich wurde mit dem Themenbereich „Internet“ verfahren. Als Internet-Nutzer gelten im folgenden Jugendliche, die zumindest selten von Internet bzw. Online-Diensten Gebrauch machen. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Ergebnisse auf die Erhebungen des Jahres 2006.

Herausgeber der Studienreihe JIM ist:

- der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest, – der gemeinsam von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) getragen wird –

in Kooperation mit

- der SWR Medienforschung
- der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG)

in Zusammenarbeit mit:

- Bundeszentrale für politische Bildung
- Landeszentralen für politische Bildung Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz
- Stiftung Lesen

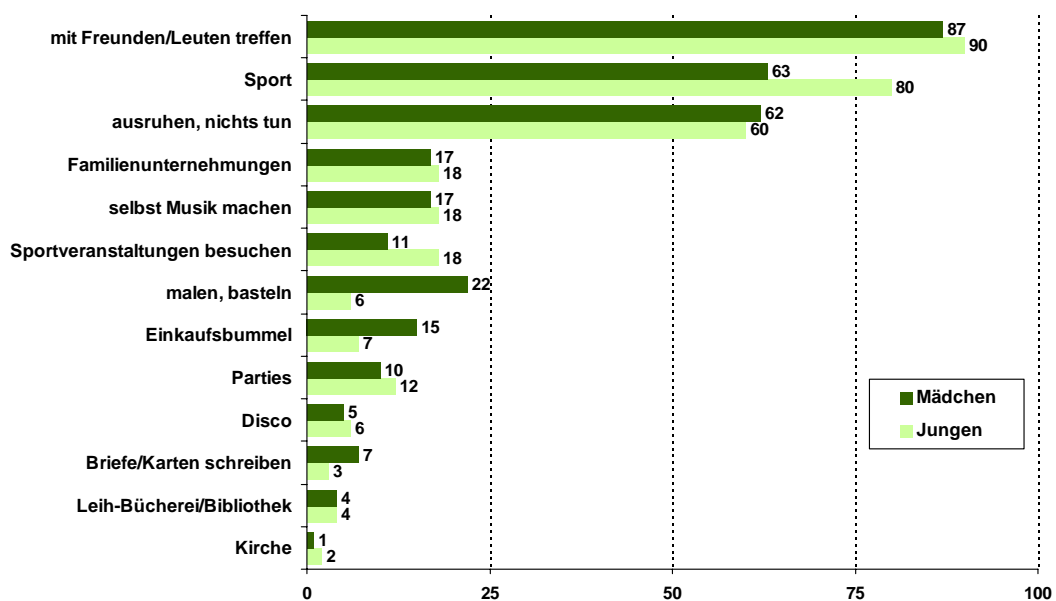
Aus Gründen der Lesbarkeit bedient sich der vorliegende Bericht meist männlicher Substantive, schließt die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich mit ein. Wenn beispielsweise von Nutzern die Rede ist, so sind stets Nutzerinnen und Nutzer gemeint, es sei denn, das Geschlecht wird explizit hervorgehoben.

## 2. Freizeitaktivitäten

Das Freizeitverhalten der 12- bis 19-Jährigen ist – lässt man die Mediennutzung außen vor – seit Jahren sehr stabil. Die häufigste nicht-mediale Freizeitaktivität ist der Kontakt mit anderen Jugendlichen: 88 Prozent treffen sich mindestens mehrmals pro Woche mit Gleichaltrigen. Fast drei Viertel der Jugendlichen treiben regelmäßig Sport, 61 Prozent faulenzten ebenso häufig. Knapp ein Fünftel (18 %) unternimmt regelmäßig etwas mit der Familie, 17 Prozent musizieren zumindest mehrmals die Woche. Sportveranstaltungen werden in dieser Häufigkeit von 15 Prozent besucht, ein geringer Anteil geht regelmäßig Shoppen (11 %), auf Parties (11 %) und in die Disco (6 %). Nur fünf Prozent schreiben regelmäßig Karten oder Briefe.

### Non-mediale-Freizeitaktivitäten 2006

- täglich/mehrmals pro Woche -



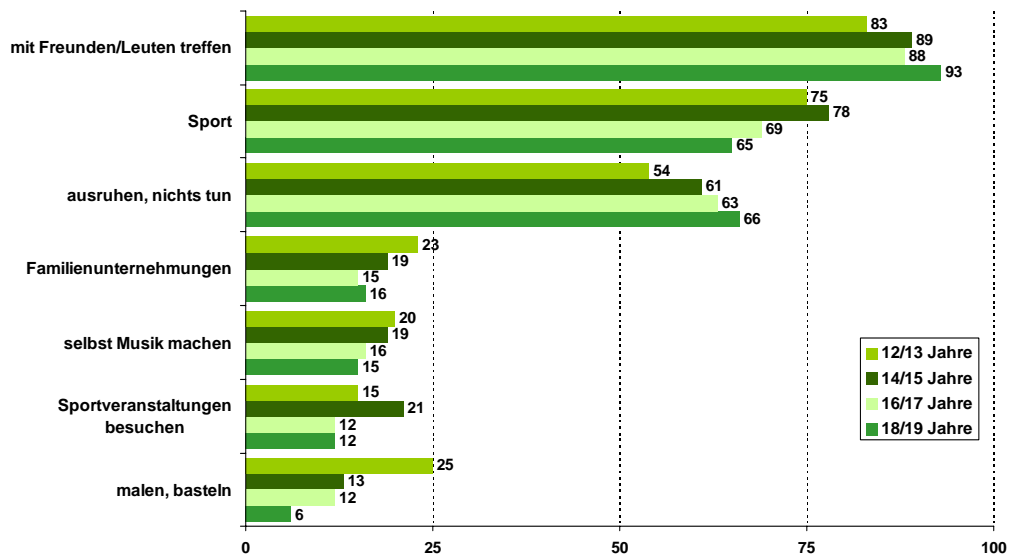
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

In ihrem Freizeitverhalten unterscheiden sich Jungen und Mädchen vor allem beim Sport, hier sind die Jungen sowohl beim Sport treiben als auch beim Besuch von Sportveranstaltungen aktiver. Mädchen hingegen beschäftigen sich häufiger mit kreativen Tätigkeiten, machen häufiger einen Einkaufsbummel und schreiben mehr Briefe und Karten. Hinsichtlich der anderen Tätigkeiten zeigen sich keine großen Unterschiede bei den Freizeitaktivitäten von Jungen und Mädchen.



### Non-mediale-Freizeitaktivitäten 2006 (1) - täglich/mehrmals pro Woche -

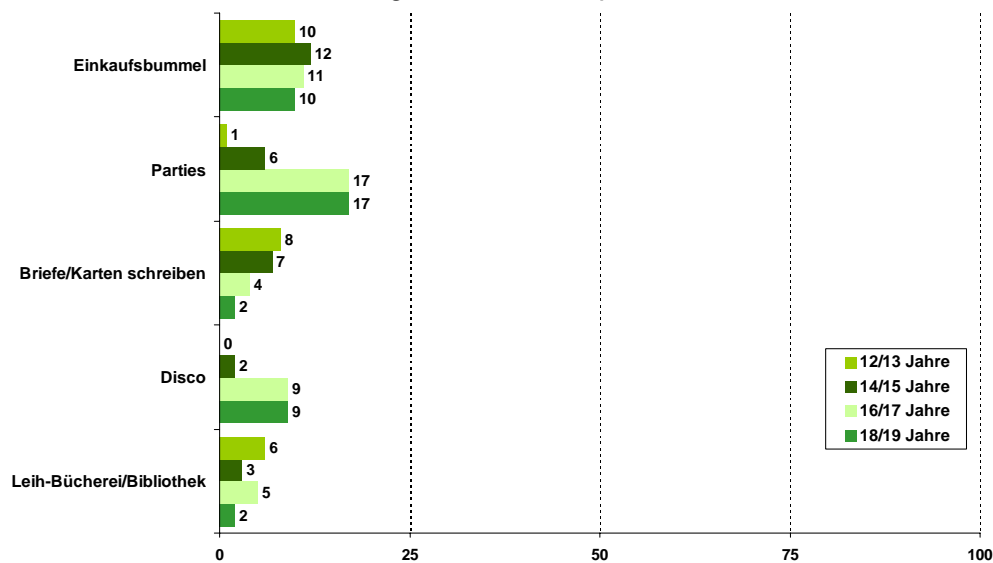


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen verändert sich auch die Freizeitgestaltung. Bei älteren Jugendlichen werden die Unternehmungen mit der Familie seltener, sportliche Aktivitäten gehen zurück und auch kreative Tätigkeiten, wie malen, basteln, Briefe schreiben oder musizieren verlieren an Bedeutung.

### Non-mediale-Freizeitaktivitäten 2006 (2) - täglich/mehrmals pro Woche -



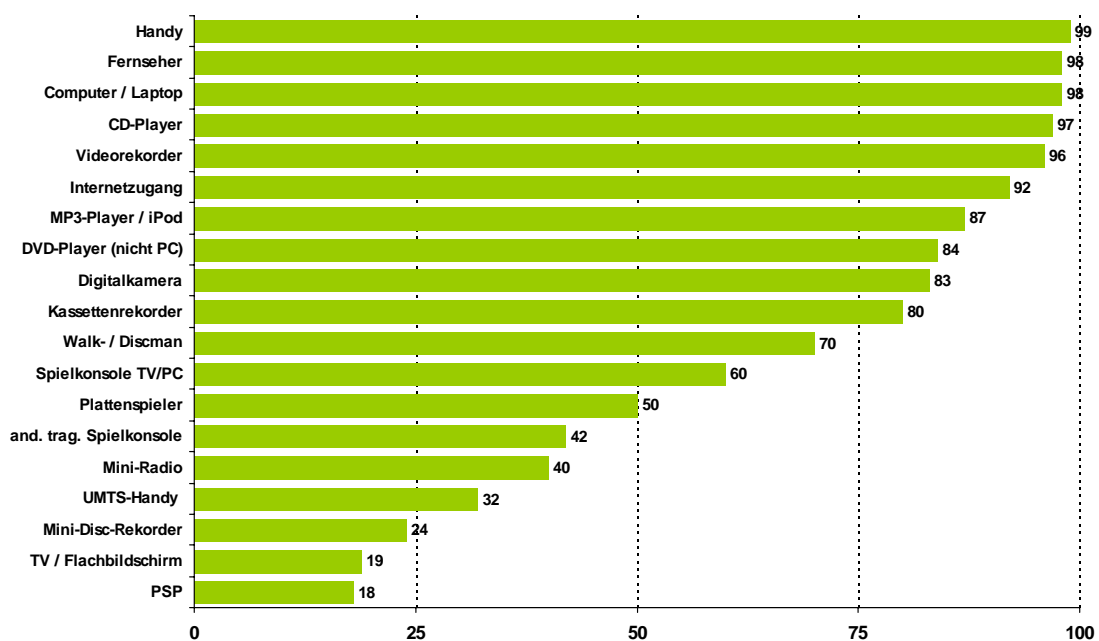
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

### 3. Die Verfügbarkeit von Medien – Haushaltsausstattung und Medienbesitz

Haushalte, in denen Jugendliche aufwachsen, sind bestens mit elektronischen Medien ausgestattet – fast jeder verfügt über Fernseher, Handy, CD-Player, Computer, Videorekorder und Internetzugang. Auch der MP3-Player hat sich innerhalb weniger Jahre rasch verbreitet und findet sich inzwischen in fast allen Haushalten. In über vier Fünftel der Haushalte stehen Digitalkamera und DVD-Player zur Verfügung. Ein UMTS-Handy findet sich in jedem dritten Haushalt. Auch Spielgeräte sind weit verbreitet, über die Hälfte der Haushalte mit Jugendlichen hat eine Videospielekonsole. Annähernd ein Fünftel der Haushalte besitzt 2006 eine PlayStation Portable (PSP), eine tragbare Konsole, die erst seit 2005 auf dem Markt ist. Insgesamt steht einem Großteil der Jugendlichen heute fast das gesamte Repertoire der Unterhaltungselektronik zur Verfügung.

**Geräte-Ausstattung im Haushalt 2006 (Auswahl)**



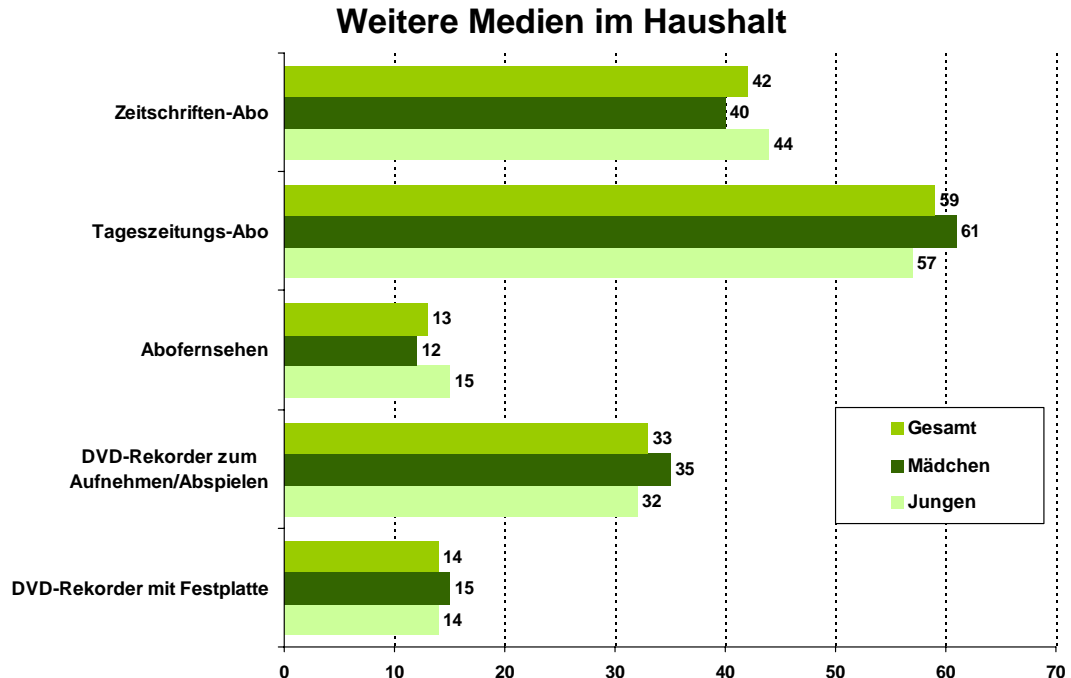
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Das am weitesten verbreitete Gerät ist das Handy. In einem Haushalt mit Jugendlichen befinden sich im Durchschnitt 3,7 Geräte. Viele andere Medien sind ebenfalls mehrfach im Haushalt vorhanden: Im Schnitt stehen 2,5 Fernseher, 2,1 Computer, 1,6 MP3-Player und 1,3 Digitalkameras sowie eine Spielkonsole zur Verfügung. Der Zugang

zum Internet ist ebenfalls alltäglich geworden, durchschnittlich sind 1,3 Internetanschlüsse pro Haushalt vorhanden. 69 Prozent der Internethaushalte haben mit einem DSL-Anschluss eine schnelle Verbindung ins Internet. Als Abrechnungsart setzt sich in den letzten Jahren zunehmend die Flatrate durch. Inzwischen rechnen 65 Prozent dieser Haushalte unabhängig von Nutzungszeit und Nutzungsdauer ab.

Ein Drittel der Haushalte verfügt über einen DVD-Rekorder, 14 Prozent haben durch einen DVD-Rekorder mit Festplatte die Möglichkeit, auch zeitversetzt fern zu sehen. Mit 13 Prozent ist ein vergleichsweise geringer Anteil der Haushalte mit Pay-TV ausgestattet. Neben elektronischen Medien sind weiterhin Printmedien stark vertreten: 59 Prozent haben eine Tageszeitung abonniert, 42 Prozent beziehen regelmäßig mindestens eine Zeitschrift. Hier zeigen sich allerdings deutliche Bildungsunterschiede. Während über zwei Drittel der Gymnasiasten angaben, im Haushalt eine Tageszeitung abonniert zu haben, bestätigen dies nicht einmal die Hälfte der Hauptschüler. Auch bei Zeitschriften stehen Hauptschülern zuhause seltener aktuelle Ausgaben zur Verfügung als Realschülern und Gymnasiasten.



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

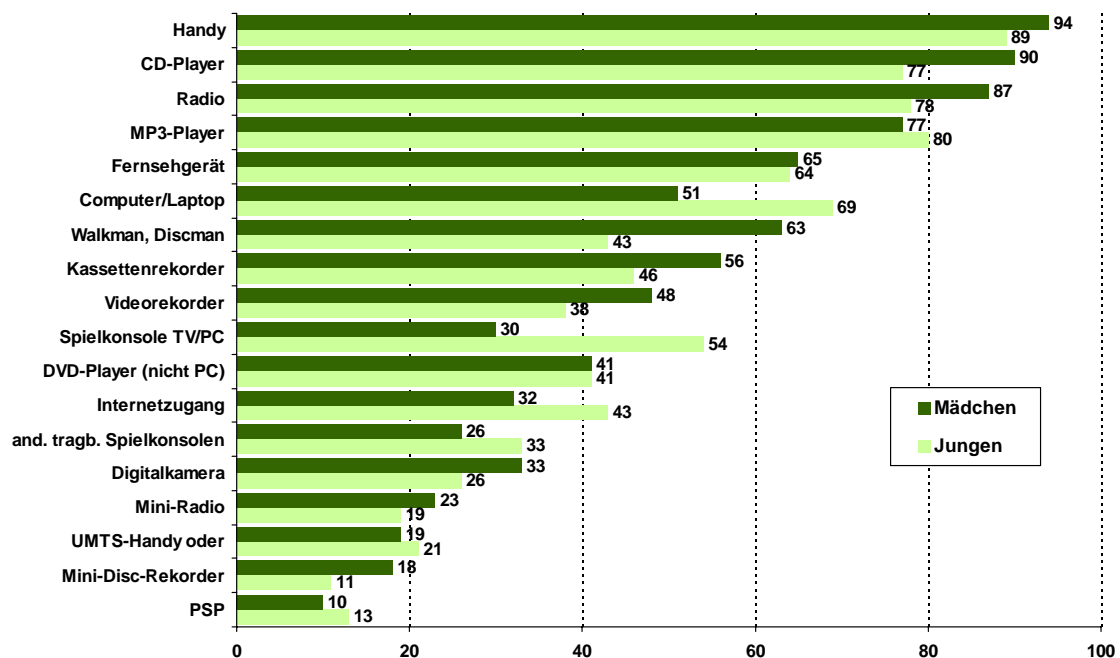
Basis: alle Befragten, n=1.205

Besondere Bedeutung für Jugendliche haben aber die Medien, die sich in ihrem Eigenbesitz befinden und über die sie dann weitgehend frei verfügen können. Am weitesten

ten verbreitet ist unter Jugendlichen das Handy: Mit 92 Prozent verfügen fast alle Jugendlichen über mindestens ein Mobiltelefon. Aber auch die Musikmedien wie CD-Player (84 %), Radio (82 %) und MP3-Player (79 %) haben etwa vier Fünftel der Jugendlichen im eigenen Besitz. Besonders die Verfügbarkeit von MP3-Playern boomt: Während im Jahr 2004 die Ausstattungsrate gerade bei 25 Prozent lag, ist er inzwischen Teil der Standardausrüstung geworden.

Knapp zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen haben einen eigenen Fernseher in ihrem Zimmer, ähnlich hoch ist die Besitzrate bei Computern oder Laptops (60 %). 38 Prozent der Jugendlichen haben einen eigenen Internetzugang. Weit verbreitet sind unterschiedliche Spielkonsolen: Hier wird unterschieden zwischen Spielkonsolen für den Fernseher (42 %) und tragbaren Spielkonsolen (30 %), allein die PlayStation Portable (PSP), ein Gerät dass auch Internetzugang, Chat-Applikationen und WLAN-Funktionen ermöglicht, ist bei 12 Prozent der Jugendlichen vorhanden. Auch die Fotografie scheint wieder größere Beachtung unter jungen Menschen zu finden, immerhin 29 Prozent besitzen eine eigene Digitalkamera.

### Gerätebesitz Jugendlicher 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

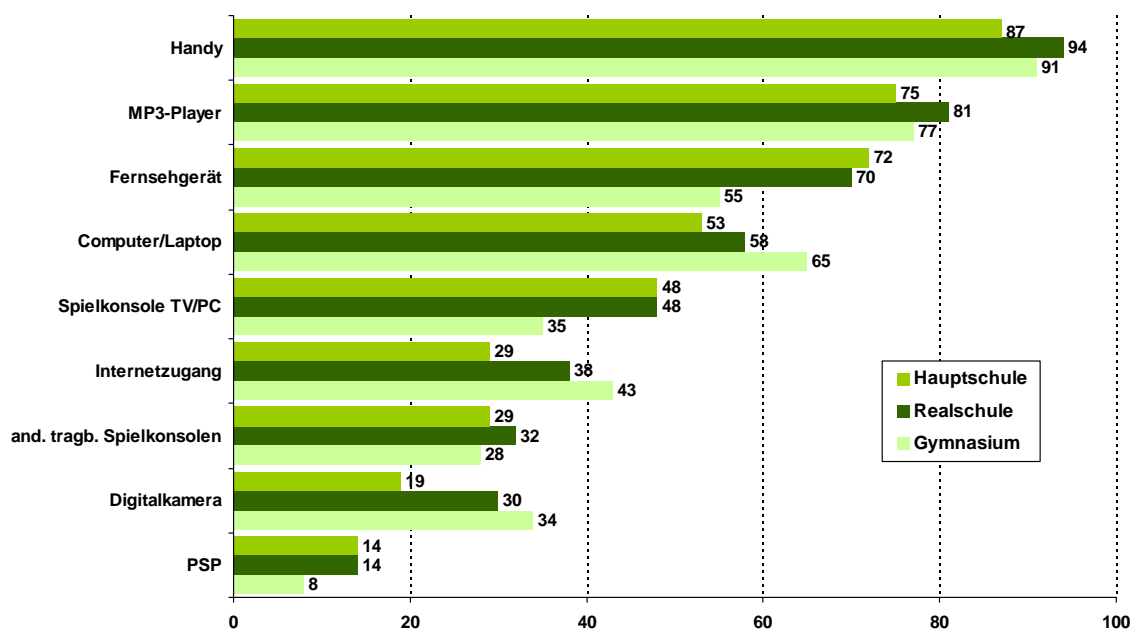
Basis: alle Befragten, n=1.205

Was den Eigenbesitz von Geräten betrifft, unterscheiden sich Jungen und Mädchen in mancher Hinsicht. Das Handy ist bei Mädchen weiter verbreitet, auch bei den Musik-

medien sind Mädchen besser ausgestattet. Ausnahme bildet hier der MP3-Player, der bei Jungen häufiger vorhanden ist. Eine bessere Ausstattungsrate weisen männliche Jugendliche auch bei Computer, Internetzugang und Spielkonsolen auf. Fernseher, DVD-Player und Digitalkamera hingegen sind bei Jungen und Mädchen gleichermaßen verfügbar.

Deutliche Unterschiede zeigt eine bildungsspezifische Betrachtung: Während fast drei Viertel der Hauptschüler einen eigenen Fernseher im Zimmer haben, sind es bei den Gymnasiasten nur gut die Hälfte (Realschüler 70 %). Dagegen haben Gymnasiasten häufiger einen eigenen Computer als Realschüler und Hauptschüler, gleiches gilt auch für die Ausstattung mit einem eigenen Internetanschluss. Bei den Spielmedien ergibt sich kein eindeutiges Bild – bei den tragbaren Spielkonsolen zeigt sich kaum ein Unterschied zwischen den Bildungsgruppen, feste Spielkonsolen für den Fernseher oder Computer hingegen sind bei fast der Hälfte der Haupt- und Realschüler, jedoch nur bei einem guten Drittel der Gymnasiasten vorhanden. Über eine Digitalkamera verfügt ein Fünftel der Hauptschüler, Realschüler und Gymnasiasten können hier deutlich häufiger mit einer eigenen Kamera fotografieren.

### Gerätebesitz Jugendlicher 2006 - Auswahl -

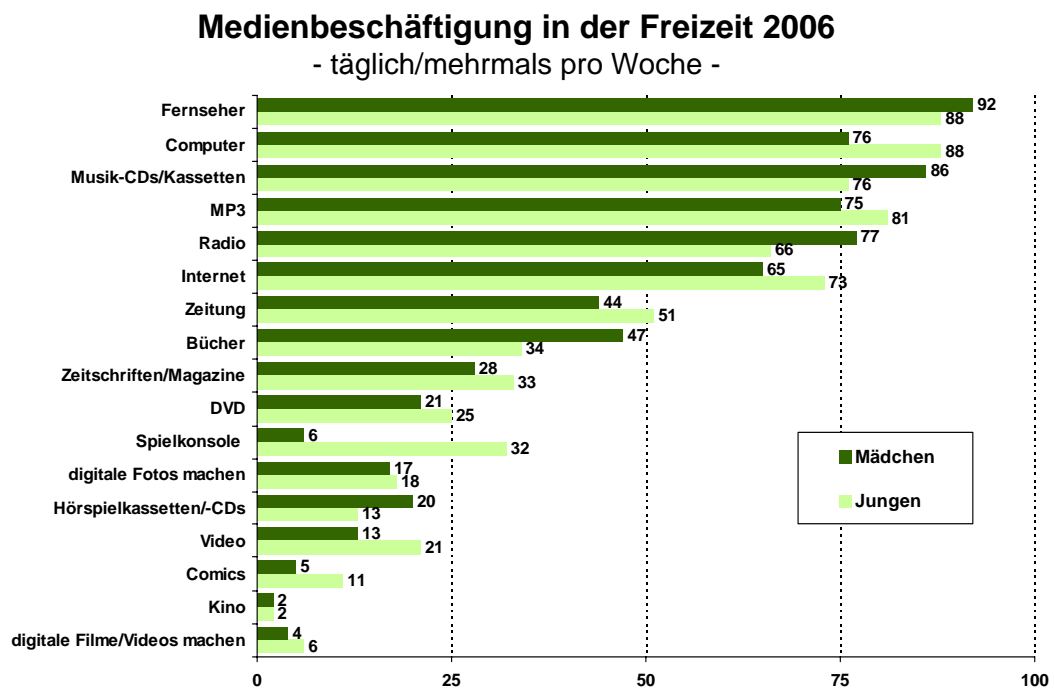


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

## 4. Medien und Freizeit

Das breite Medienrepertoire, über das die Jugendlichen verfügen, wird von diesen auch intensiv genutzt. Allen voran das Fernsehen: 90 Prozent der 12- bis 19-Jährigen sehen mindestens mehrmals pro Woche fern, es folgt dicht der Computer, den 83 Prozent mit dieser Häufigkeit nutzen. Bei Jugendlichen spielt Musik eine große Rolle: 81 Prozent nutzen regelmäßig Musik-CDs oder Kassetten, 78 Prozent einen MP3-Player und 72 Prozent das Radio. Gut zwei Drittel aller Jugendlichen (69 %) gehen mindestens mehrmals wöchentlich ins Internet. Fast die Hälfte (47 %) nutzt regelmäßig eine Zeitung, Bücher werden von 40 Prozent ebenso häufig gelesen. Knapp ein Viertel (23 %) schaut mehrmals in der Woche Filme auf DVD. Etwa ein Fünftel nutzt mit dieser Häufigkeit die Spielkonsole an Fernseher oder Computer (20 %), macht digitale Fotos (18 %), konsumiert Hörspiele (17 %) oder schaut Videos (17 %). Acht Prozent lesen regelmäßig Comics. Neu erhoben wurde das Aufnehmen digitaler Filme oder Videos, eine Tätigkeit, die von fünf Prozent regelmäßig ausgeübt wird.



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Auch bei der Mediennutzung unterscheiden sich die Präferenzen von Jungen und Mädchen zum Teil deutlich. Entsprechend der höheren Ausstattung nutzen Jungen und junge Männer Computer und auch das Internet häufiger, vor allem aber Computer- und Konsolenspiele, die eine Domäne der Jungen sind. Fünfmal soviel Jungen wie Mäd-

chen spielen regelmäßig mit der Spielkonsole am Fernseher oder am Computer. Mädchen bevorzugen dagegen Musikmedien, mit Ausnahme des MP3-Players, den Jungen häufiger nutzen. Ansonsten zeigen sich nur geringe Unterschiede: Mädchen sehen etwas häufiger fern, Jungen lesen öfter Zeitungen und Zeitschriften.

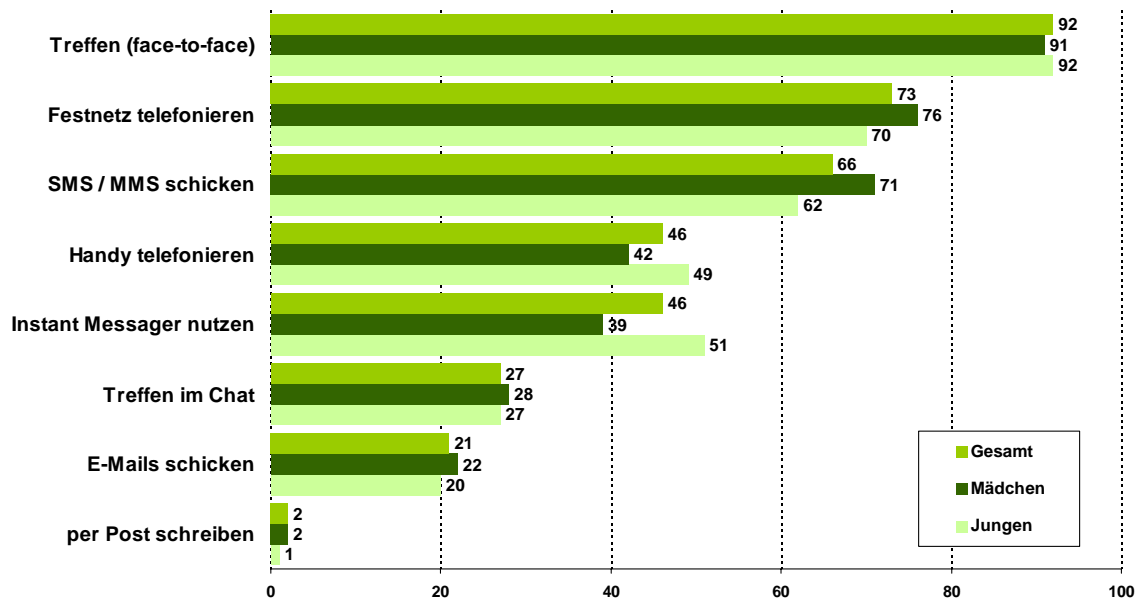
Im Altersverlauf zeigen sich – je nach Medientätigkeit – unterschiedliche Entwicklungen. Je älter die Jugendlichen werden, desto seltener nutzen sie Bücher, Comics, Hörspiele oder Spielkonsolen. Umgekehrt profitiert die Zeitung am stärksten vom Alterszuwachs, aber auch Computer und Radio werden von älteren Jugendlichen stärker genutzt als von jüngeren. Vom Alter unabhängig zeigt sich vor allem die Nutzung von Tonträgern, DVDs und Videos.

Im Vergleich zur JIM-Studie 2005 hat die Nutzung von Computer (von 76 auf 83 %) und Internet (von 60 auf 69 %) erneut zugelegt. Auch die Beschäftigung mit MP3 hat noch einmal um acht Prozentpunkte zugenommen. Die übrigen Werte sind weitgehend stabil, eine leicht geringere Zuwendung gibt es 2006 zum Fernsehen und Musik-CDs/-Kassetten.

Die häufigste Freizeitbeschäftigung der 12- bis 19-Jährigen ist nach wie vor das Treffen mit Freunden. Die JIM-Studie 2006 untersucht in diesem Zusammenhang, inwieweit diese Kontakte medienvermittelt oder „real“ stattfinden, welche Rolle die Medien in der Alltagskommunikation unter Gleichaltrigen spielen. Das persönliche Treffen bestimmt die Kontaktpflege junger Menschen, 92 Prozent geben an, sich mindestens mehrmals pro Woche von Angesicht zu Angesicht mit Freunden zu treffen. Die häufigste medienvermittelte Kontaktform ist das Telefonieren und dies trotz der immensen Handyverbreitung häufiger mit dem Festnetzanschluss als mit dem Mobiltelefon. Zwei Drittel der Jugendlichen kontaktieren sich mehrmals pro Woche per SMS oder MMS, Mädchen häufiger als Jungen. 46 Prozent stehen per Instant Messenger in Kontakt, eine Kommunikationsform die Jungen (51 %) deutlich häufiger als Mädchen (39 %) wählen. Etwas mehr als ein Viertel nutzt einen Chat, etwa ein Fünftel tauscht sich per Mail aus. Briefe auf dem Postweg schicken sich nur zwei Prozent.

## Kontakt zu Freunden 2006

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

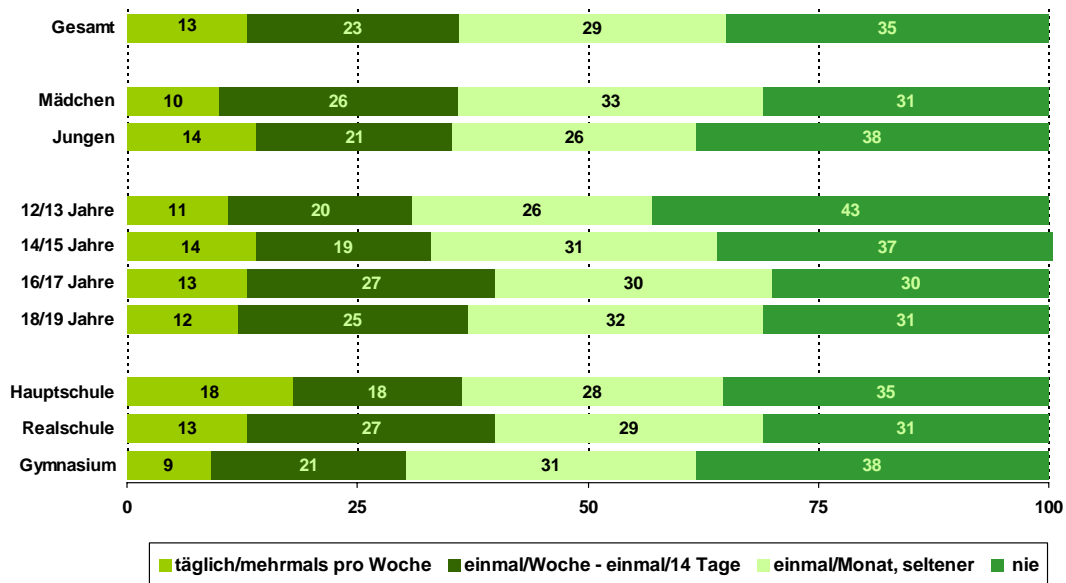
Basis: alle Befragten, n=1.205

Zwar steht der persönliche Kontakt zu Gleichaltrigen bei Jugendlichen an erster Stelle, aber in der öffentlichen Diskussion wird oft vermutet, dass diese Treffen mit gemeinsamer Mediennutzung z.B. des Fernsehers oder Spielen am Bildschirm, einhergehen. Am Beispiel Fernseher zeigt sich allerdings, dass gemeinsames Fernsehen im Freundeskreis eher die Ausnahme darstellt: Über ein Drittel (35 %) sieht nie mit Freunden fern, 29 Prozent höchstens einmal im Monat und 23 Prozent einmal in 14 Tagen bzw. einmal pro Woche. Nur 13 Prozent sitzen regelmäßig, also mehrmals pro Woche, gemeinsam mit Freunden vor der Flimmerkiste – Jungen etwas häufiger als Mädchen, und auch für Jugendliche mit geringerer formaler Bildung scheint das gemeinsame Fernseherlebnis eine größere Rolle zu spielen. Ähnlich sieht es bei Computerspielen aus, sie werden nur von etwa einem Zehntel der Jugendlichen (12 %), die zumindest selten am Computer spielen, regelmäßig gemeinsam mit Freunden genutzt. Etwas mehr (16 %) spielen einmal in der Woche bzw. einmal in 14 Tagen, 30 Prozent höchstens einmal im Monat und zwei Fünftel (42 %) spielen nie zusammen mit Freunden Computerspiele. Hierbei unterscheiden sich Jugendliche mit verschiedenem Bildungshintergrund kaum, sehr deutlich treten aber geschlechtsspezifische Unterschiede auf. Für Jungen ist das Computerspielen sehr viel stärker ein Gruppenerlebnis als für Mädchen. 40 Prozent der männlichen Jugendlichen spielen mindestens einmal in 14 Tagen Computerspiele, wenn sie mit Freunden zusammen sind – fast viermal häufiger, als



dies bei Mädchen der Fall ist. Und im Gegensatz zum gemeinsamen Fernsehen spielt hier auch das Alter der Jugendlichen eine Rolle. Während für Jüngere das gemeinsame Computerspiel häufiger eine Option für die Freizeitgestaltung mit Gleichaltrigen darstellt, gehen Ältere bei gemeinsamen Treffen mit Gleichaltrigen anderen Interessen nach.

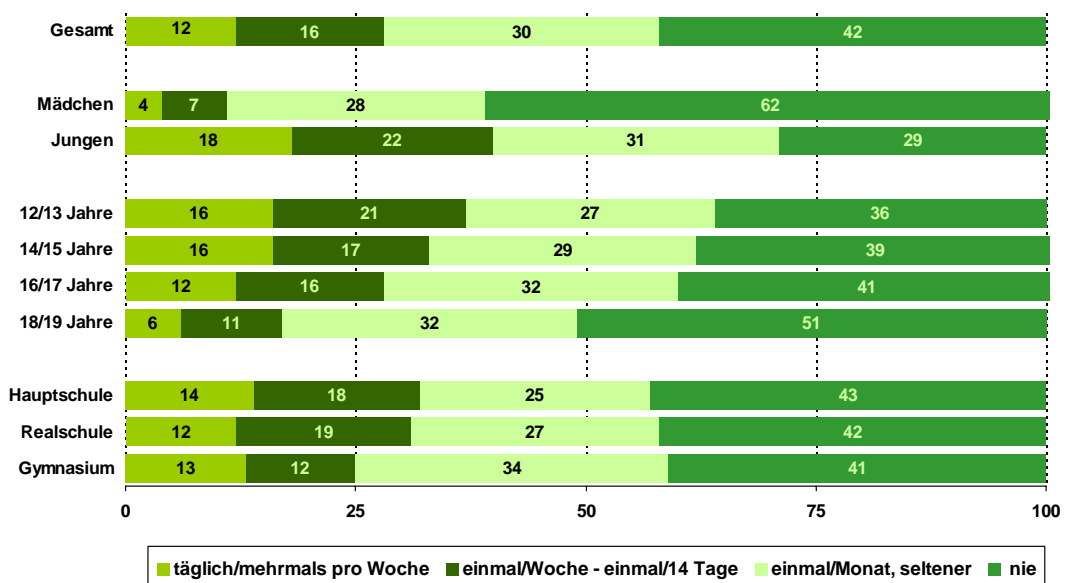
### Mediennutzung mit Freunden 2006: Fernsehen



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zum. selten fernsehen, n=1.186

### Mediennutzung mit Freunden 2006: Computerspiele



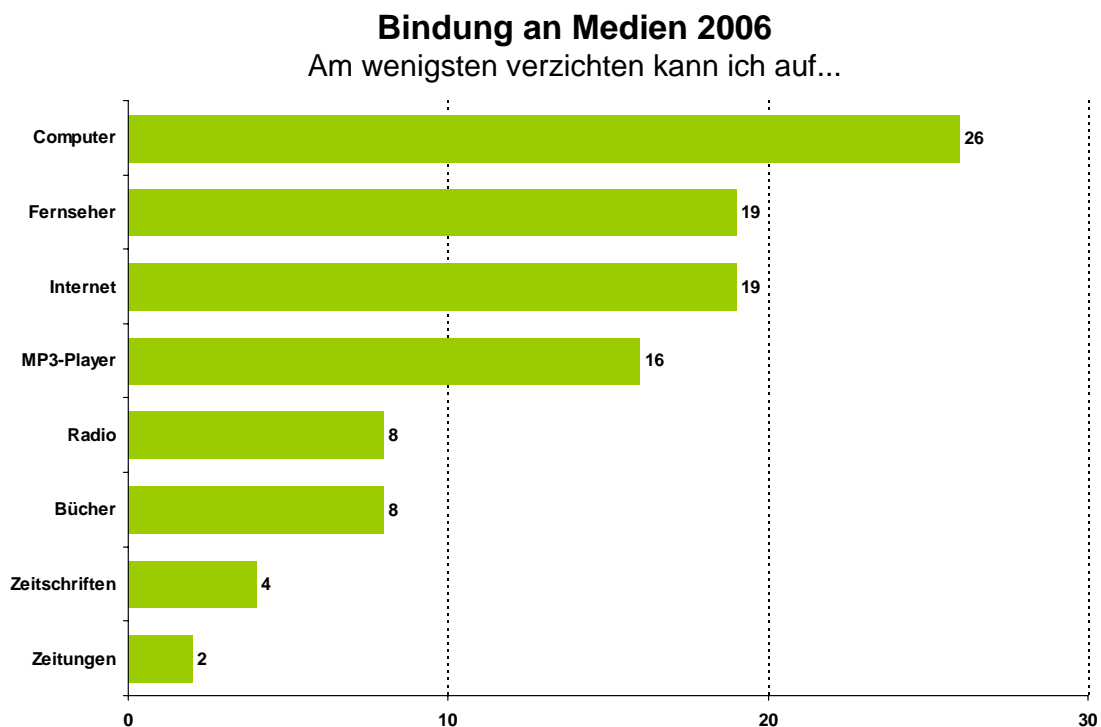
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zum. selten Computerspiele spielen, n=872

## 5. Medienbindung

Jenseits konkreter Nutzungsfrequenzen zeigt die Frage nach der Unverzichtbarkeit oder Bindung, welchen Stellenwert verschiedene Medien in der subjektiven Wichtigkeit Jugendlicher einnehmen. Auf die Frage, auf welches Medium sie am wenigsten verzichten könnten, mussten sich die 12- bis 19-Jährigen zwischen Radio, Fernseher, Bücher, Zeitschriften und Zeitungen, Computer, Internet und erstmals dem MP3-Player entscheiden.

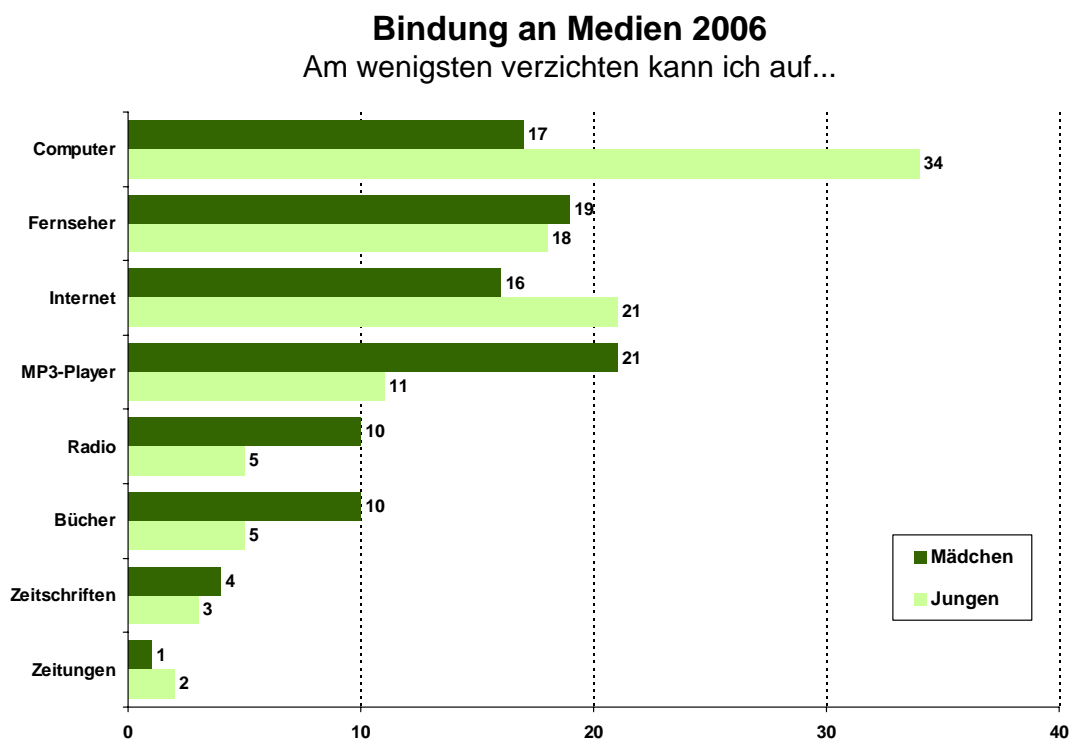
Vor diese Auswahl gestellt, wurde der Fernseher 2006 erstmals vom Computer als unentbehrlichstes Medium abgelöst. Während gut ein Viertel der Jugendlichen sich für den Computer entscheidet, kommt der Fernseher gemeinsam mit dem Internet auf den zweiten Rang (je 19 %). Der erstmalig abgefragte MP3-Player gelangt mit 16 Prozent direkt auf den dritten Platz und lässt traditionelle Medien wie Radio, Bücher, Zeitung und Zeitschriften in der Bindungsfrage weit hinter sich. Diese Einschätzung sieht im übrigen bei fast allen Altersgruppen ähnlich aus – mit einer Ausnahme: Bei den 12- bis 13-Jährigen haben 12 Prozent die höchste Bindung an das Internet, bei den 18- bis 19-Jährigen hat sich dieser Anteil dann bereits auf 24 Prozent verdoppelt.



Quelle: JIM 2006; Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Jungen und Mädchen unterscheiden sich aber auch hier recht deutlich. Bei Jungen steht der Computer für ein Drittel vergleichsweise unangefochten auf dem ersten Rang. Mit Abstand folgt das Internet, das ein Fünftel der männlichen Befragten als unverzichtbarstes Medium nennt. Ähnlich hoch ist die Bindung an das Fernsehen, der MP3-Player ist für jeden zehnten jungen Mann am wichtigsten. Bei Mädchen und jungen Frauen gibt es keinen eindeutigen Favoriten. Zwar sprechen sich die meisten für den MP3-Player aus, der Abstand zu Fernseher, Computer und auch Internet ist aber vergleichsweise gering ausgeprägt. Doppelt so häufig wie Jungen votieren Mädchen für Bücher und das Radio.



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Gesamt, n=1.205

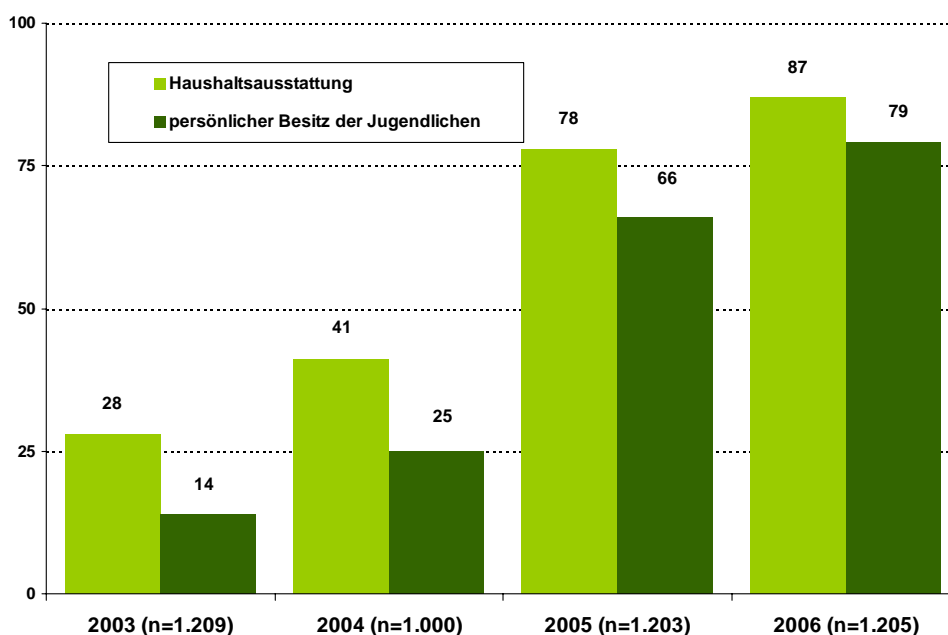
Betrachtet man die Jugendlichen vor ihrem Bildungshintergrund, so zeigen sich mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede. Allerdings weisen Hauptschüler zum Internet (12 %) eine deutlich geringere Bindung auf als Realschüler (18 %) oder Gymnasiasten (23 %). Umgekehrt sprechen sich etwas mehr Hauptschüler für Computer, Bücher und MP3-Player aus als Gymnasiasten dies tun.

Jugendliche, die über einen eigenen Internetanschluss (in ihrem Zimmer) verfügen, setzen Computer (32 %) und Internet (27 %) auf die ersten beiden Plätze, mit deutlichem Abstand folgt der Fernseher (15 %) und der MP3-Player (14 %).

## 6. Musikknutzung und MP3

Der MP3-Player hat sich innerhalb kürzester Zeit bei Jugendlichen etabliert. Während 2004 mit 41 Prozent knapp die Hälfte der Haushalte, in denen Jugendliche leben, einen MP3-Player zur Verfügung hatten, hat sich die Ausstattungsrate mittlerweile mehr als verdoppelt. Und fast vier Fünftel der Jugendlichen verfügen inzwischen über ein eigenes Gerät (2004: 25 %).

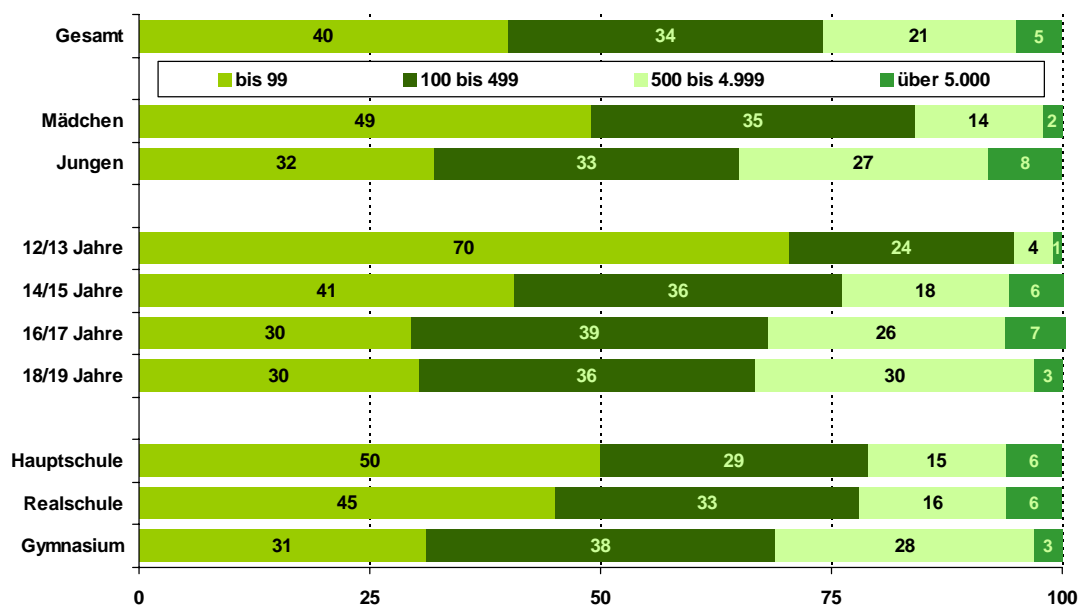
### MP3-Player – Haushaltsausstattung und persönlicher Besitz



Quelle: JIM 2003 – 2006, Angaben in Prozent

MP3-Dateien werden von den 12- bis 19-Jährigen auch sehr intensiv genutzt: 79 Prozent hören zumindest mehrmals die Woche auf ihrem MP3-Player Musik oder anderes. Nur ein Zehntel (9 %) hört nie MP3-Dateien an. 94 Prozent der MP3-Nutzer hören sich ausschließlich Musik an, sechs Prozent nutzen daneben auch andere, meist Wort-Inhalte. Im Durchschnitt steht den MP3-Nutzern mit 913 Titel ein beachtliches Musik-Repertoire zur Verfügung. Dabei bevorraten Jungen auf ihrem Player durchschnittlich dreimal mehr Titel als Mädchen. 40 Prozent der Jugendlichen haben weniger als 100 Musiktitel gespeichert, ein Drittel kann aus 100 bis unter 500 Titeln auswählen. Einem Fünftel steht zwischen 500 und 5000 Titel zur Verfügung und fünf Prozent haben mehr als 5000 Titel überspielt.

## Geschätzte Anzahl gespeicherter MP3-Musiktitel 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

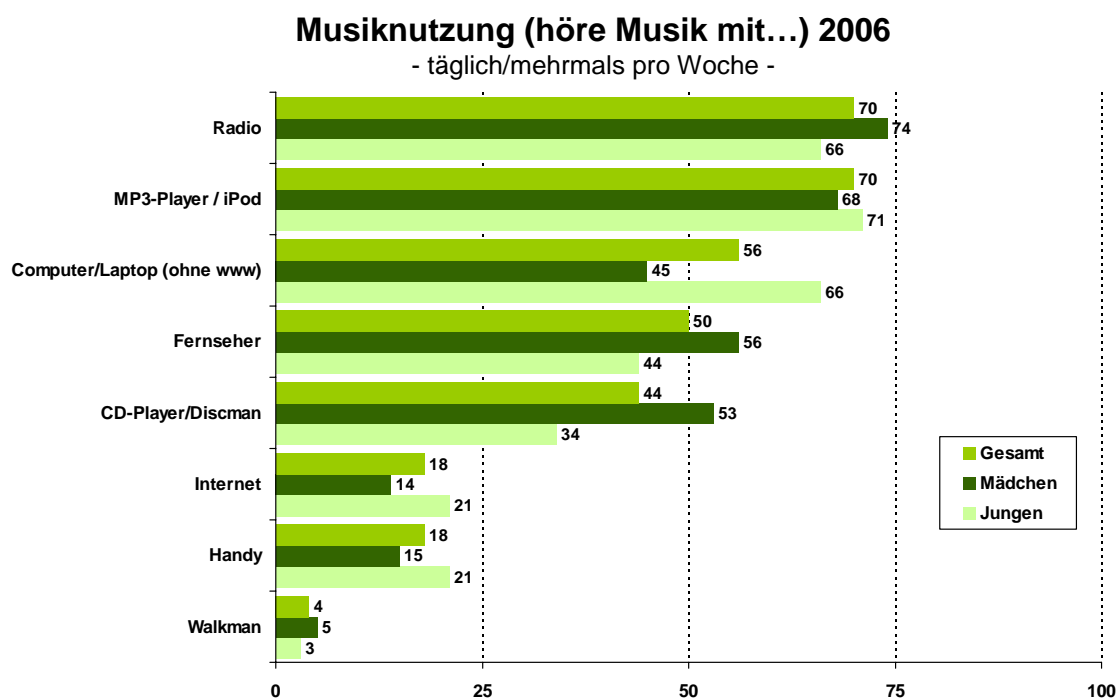
Basis: Befragte, die zumindest selten MP3 hören, n=1.098

Das am häufigsten verwendete Gerät zum Abspielen von MP3-Dateien ist der MP3-Player, den 83 Prozent der MP3-Hörer nutzen. Von 62 Prozent wird auch der Computer zum anhören von MP3s genutzt, ein Drittel spielt die Dateien auf einem CD-Player oder Discman ab. Während der MP3-Player von Jungen und Mädchen gleichermaßen genutzt wird, hören sich mehr Jungen (68 %) als Mädchen (55 %) MP3-Dateien auf dem Computer an. Umgekehrt nutzen Mädchen (40 %) häufiger einen CD-Player oder Discman als Jungen (26 %), um MP3-Files wiederzugeben.

Die vorliegenden Zahlen belegen erneut, welch großen Stellenwert das Thema „Musik“ bei den Jugendlichen einnimmt. Und um Musik zu hören, nutzen Jugendliche die gebotenen technischen Möglichkeiten intensiv. Denn angesichts der immer vielseitigeren Geräte in der digitalen Welt ist deren Nutzung mittlerweile nicht mehr zwangsläufig mit spezifischen Anwendungen oder Inhalten verbunden. So kann das Handy inzwischen auch als Radio, Musikabspielgerät oder Fernseher genutzt werden. Diese „Multifunktionalität“ gilt auch für den Computer und teilweise auch für Spielkonsolen.

Um Musik zu hören, nutzen Jugendliche die gebotenen technischen Möglichkeiten vielfältig. Am häufigsten wird Musik per Radio und MP3-Player konsumiert, jeweils 70 Prozent nutzen diese Medien regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche). Über die

Hälfte der Jugendlichen hört regelmäßig mit dem Computer Musik (offline), die Hälfte nutzt mit dieser Intensität das Fernsehgerät, etwas weniger greifen per CD-Player oder Discman auf Musik zu. Musiknutzung über das Internet ist deutlich weniger verbreitet, gleiches gilt für das Handy. Mädchen und junge Frauen hören Musik häufiger auf „traditionellem“ Weg per CD-Player oder Discman, auch nutzen sie das Radio und das Musikfernsehen intensiver als männliche Jugendliche. Für Jungen hingegen sind „neuere“ Verbreitungswege attraktiver, was vor allem für den Computer gilt. Aber auch im Internet oder per Handy hören sie häufiger Musik als Mädchen. So gut wie keine geschlechtsspezifischen Unterschiede gibt es bei der Musiknutzung per MP3-Player.



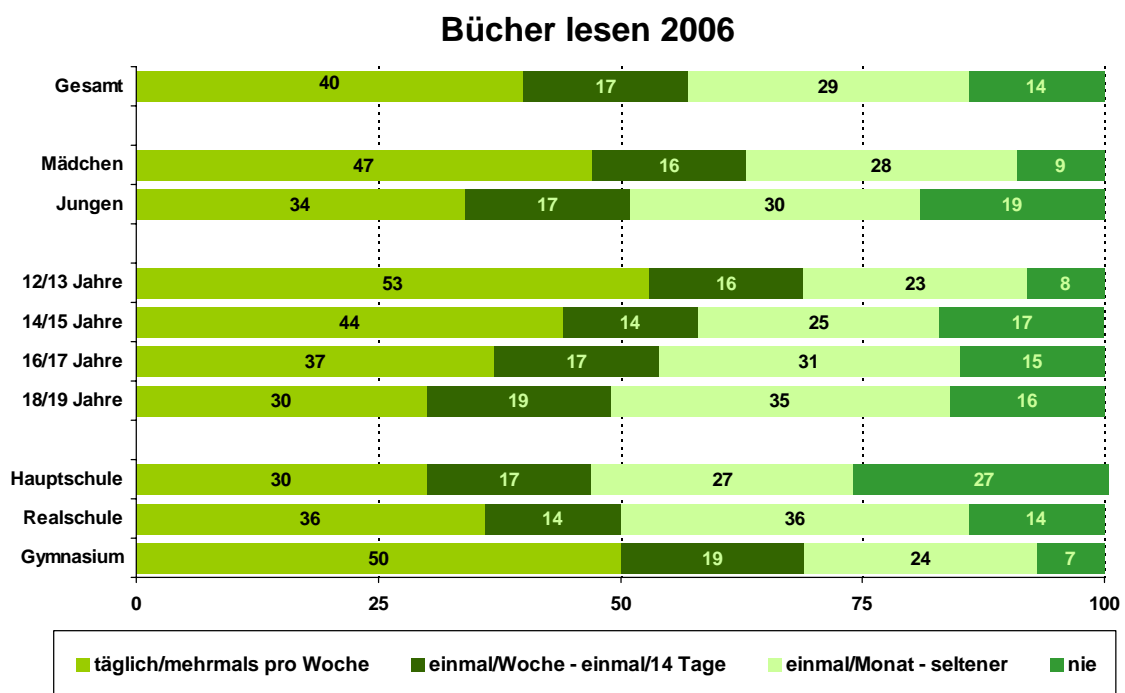
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Die bildungsspezifische Betrachtung zeigt die deutlichsten Unterschiede bei der Musiknutzung per Radio, Fernsehen und Handy. Während drei Viertel der Gymnasiasten mindestens mehrmals pro Woche Musik im Radio hören, geben dies nur 59 Prozent der Hauptschüler an. Bei diesen wiederum ist das Musikhören im Fernsehen (54 %) etwas weiter verbreitet als bei Realschülern (52 %) und Gymnasiasten (46 %). Mit dem Handy hört genau ein Viertel der Hauptschüler regelmäßig Musik, bei den Gymnasiasten geben dies mit 12 Prozent nur halb so viele an.

## 7. Bücher

Das Lesen von Büchern in der Freizeit ist bei Jugendlichen entgegen anderslautender Befürchtungen noch immer weit verbreitet. 40 Prozent geben an, täglich oder mehrmals pro Woche zum Buch<sup>1</sup> zu greifen – fast die Hälfte der Mädchen, aber nur ein Drittel der Jungen. Mit zunehmendem Alter geht die regelmäßige Buchlektüre zurück. Während bei den 12- bis 13-Jährigen noch über die Hälfte zu den regelmäßigen Lesern zählt, sind es bei den ab 18-Jährigen nur noch ein knappes Drittel. Es zeigt sich auch ein deutliches Bildungsgefälle, bei Gymnasiasten liegt der Anteil der regelmäßigen Buchleser deutlich höher als bei Real- und Hauptschülern. Umgekehrt ist unter den Hauptschülern der Anteil der expliziten Nicht-Leser mit 27 Prozent am höchsten, Gymnasiasten geben nur zu sieben Prozent an, nie in der Freizeit ein Buch zu lesen.



Zum Zeitpunkt der Befragung im Mai und Juni 2006 liest dann entsprechend über die Hälfte der Jugendlichen (55 %) gerade ein Buch, der Unterschied zwischen Mädchen (59 %) und Jungen (51 %) ist dabei weniger stark ausgeprägt, die bildungsspezifischen

<sup>1</sup> Dieser Wert ist in den letzten Jahren von großer Stabilität gekennzeichnet (2005: 40 %, 2004: 41 %, 2003: 38 %). Die Schulbuchnutzung ist hierbei im Übrigen ausgeklammert.

Unterschiede bleiben aber bestehen (Gymnasiasten 63 %, Realschüler 50 %, Hauptschüler 49 %).

Im ersten Halbjahr 2006 – also bis zum Zeitpunkt der Befragung – haben die jugendlichen Leser (Buchnutzung zumindest selten) nach eigener Schätzung im Durchschnitt 7,6 Bücher gelesen. Mädchen erweisen sich wenig überraschend mit 8,6 Büchern als die aktiveren Leser (Jungen: 6,4 Bücher). Die insgesamt geringere Buchnutzung älterer Jugendlicher schlägt sich entsprechend auf die Anzahl gelesener Bücher nieder. Während die 12- bis 13-Jährigen in der ersten Jahreshälfte annähernd 10 Bücher verschlungen haben, sind dies mit 5,5 Büchern bei den volljährigen Jugendlichen nur noch etwa die Hälfte. Allerdings berücksichtigt ein reiner Vergleich der Titellanzahl nicht den jeweiligen Buchumfang. Denn es ist sehr wahrscheinlich, dass mit zunehmendem Alter der Jugendlichen die Seitenzahl der Bücher steigt, Jüngere also eher dünnere und Ältere eher dickere Bücher lesen. Auch nivelliert sich der Unterschied bei den Schultypen deutlich: So haben Hauptschüler in den ersten sechs Monaten des Jahres 2006 durchschnittlich 7,2 Bücher gelesen, Gymnasiasten mit 8,4 Büchern nur unwesentlich mehr. Die wenigsten Bücher haben Realschüler gelesen (6,4 Bücher).

Die Bandbreite der gelesenen Titel – aktuell oder als letztes Buch – zeigt neben einer Vielzahl von Einzelnennungen zwei ganz deutliche Trends: Bei den – eher älteren – Jugendlichen sind einerseits die Action-Thriller von Dan Brown – vor allem „Sakrileg“, aber auch „Illuminati“ – sehr beliebt, für die Jüngeren bieten dagegen nach wie vor die Abenteuer von „Harry Potter“ großes Lesevergnügen. Ebenfalls recht beliebt sind die Fantasy-Bücher der „Eragon“-Reihe.



## 8. Fernseher

Der Fernseher bleibt für Jugendliche auch im Zeitalter von Computer und Internet ein wichtiges Medium. 63 Prozent geben an, täglich fern zu sehen – mehr Mädchen (66 %) als Jungen (60 %) –, weitere 27 Prozent mehrmals pro Woche. Fast zwei Dritteln der 12- bis 19-Jährigen steht ein eigenes Fernsehgerät zur Verfügung. Nach Selbsteinschätzung der Jugendlichen sehen sie von Montag bis Freitag etwa 135 Minuten täglich fern. Jungen und Mädchen schätzen sich hier ebenso wie die verschiedenen Altersgruppen sehr ähnlich ein. Nur die Bildungsgruppen weisen Unterschiede auf: So sehen Hauptschüler nach eigener Einschätzung etwa eine Viertelstunde länger als Realschüler und eine halbe Stunde länger als Gymnasiasten. Vergleicht man diese Eigeneinschätzung mit den kontinuierlichen Messungen der GfK-Fernsehforschung, so zeigt sich, dass die Jugendlichen ihre Fernsehnutzung um eine halbe Stunde überschätzen.<sup>2</sup>

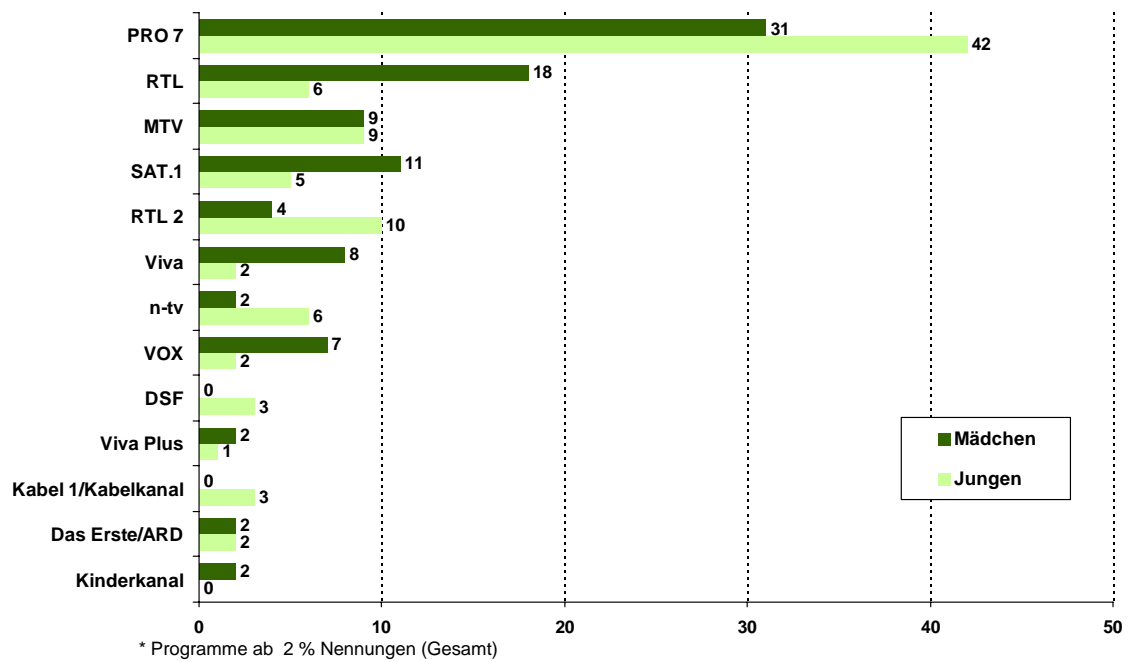
Bei den subjektiv empfundenen Programmpräferenzen der 12- bis 19-Jährigen – also die Frage nach dem Lieblingssender (ohne Antwortvorgabe) – hat sich in den letzten Jahren wenig geändert. Jugendliche bevorzugen vor allem private Programmanbieter. Das mit Abstand beliebteste Programm ist weiterhin PRO 7 (37 %), gefolgt von RTL (12 %), MTV (9 %), SAT.1 (8 %) und RTL2 (7 %). Allerdings unterscheidet sich die Fernsehwelt von Jungen und Mädchen doch erheblich. Für Jungen ist PRO 7 noch sehr viel deutlicher das Premiumangebot als für Mädchen, diese wiederum finden sich mit ihren Sehinteressen häufiger bei RTL wieder als Jungen. Auch die Sender SAT.1, Viva und Vox sind bei Mädchen beliebter als bei Jungen, letztgenannte präferieren häufiger RTL2, n-tv oder Sportangebote.

Mit zunehmendem Alter gewinnt PRO 7 deutlich hinzu, RTL2 und SAT.1 verlieren hingegen für ältere Jugendliche an Attraktivität. Die Musiksender erhalten von den 14- bis 15-Jährigen die höchsten Sympathiewerte, mit zunehmendem Alter nehmen diese aber ab. RTL erweist sich als vergleichsweise altersneutral. Betrachtet man schließlich die Bildungsgruppen, so stößt PRO 7 bei Gymnasiasten auf höheres Interesse als bei Hauptschülern, umgekehrt verlieren RTL, RTL2, MTV und auch VIVA bei den höher Gebildeten.

---

<sup>2</sup> So liegt die durchschnittliche Fernsehnutzung für einen durchschnittlichen Tag (Mo - Fr) des Jahres 2005 bei den 12- bis 19-Jährigen bei 106 Minuten. Quelle: AGF/GfK-Fernsehforschung.

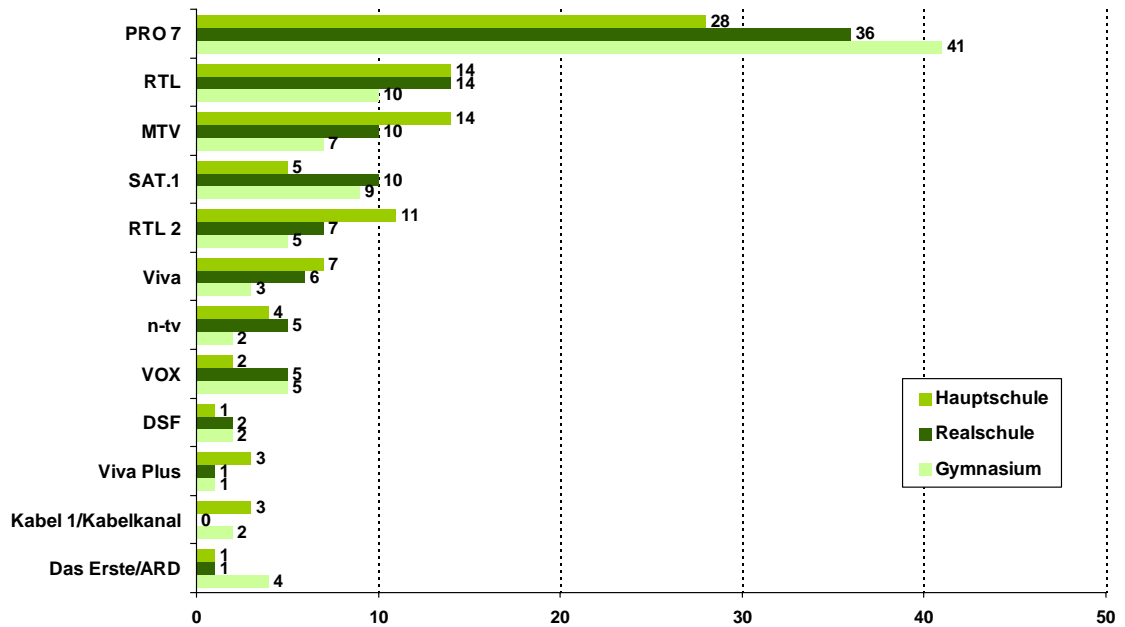
### Liebstes Fernsehprogramm\* 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

### Liebstes Fernsehprogramm 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

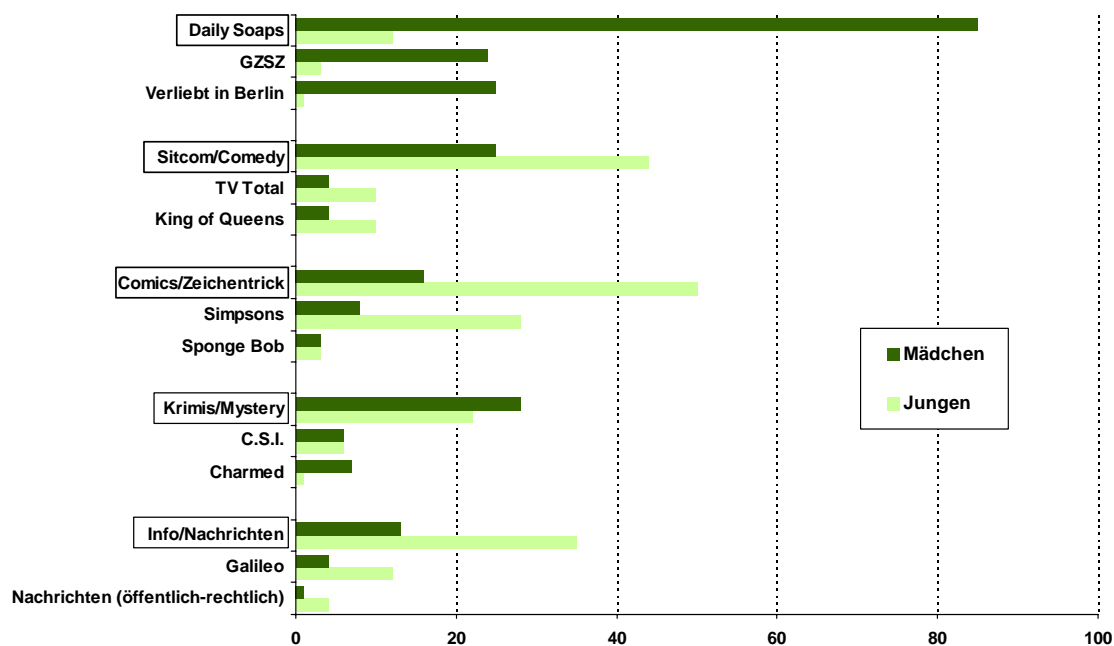
Die ohne Antwortvorgabe gestellte Frage nach der Lieblingssendung – hier konnten die Jugendlichen bis zu drei Antworten geben – zeigt, dass sich die Präferenzen der Jugendlichen breit verteilen. Die am häufigsten genannten Einzelsendungen sind „Die Simpsons“ (18 %), „Gute Zeiten – schlechte Zeiten“ und „Verliebt in Berlin“ (je 13 %).

Fasst man die Einzelnennungen nach Genres zusammen, so zeigt sich entsprechend, dass Daily Soaps das beliebteste Format der Jugendlichen sind. Fast die Hälfte der Jugendlichen (47 %) nennt ein entsprechendes Angebot. Allerdings sind die Fans dieser Sendungen überwiegend weiblich. Mit zunehmendem Alter und steigendem Bildungsgrad verlieren diese Sendungen an Attraktivität. Das an zweiter Stelle rangierende Genre sind Sitcoms bzw. Comedysendungen (35 %). Diese Formate sprechen deutlich mehr Jungen als Mädchen an und gewinnen mit dem Alter und dem Bildungsgrad der Jugendlichen an Beliebtheit hinzu. Die meistgenannten Sendungen hierbei sind „TV-Total“ mit Stefan Raab und „King of Queens“. Dicht darauf folgt Zeichentrick (33 %), eine Programmsparte, die Mädchen und junge Frauen nur sehr begrenzt zu ihren Fernsehfavoriten zählen. Vor allem für Jüngere zählen diese Angebote zu den Lieblingssendungen. Der Bildungshintergrund spielt hier keine so große Rolle, der Tendenz nach zählen aber mehr Hauptschüler als Gymnasiasten zu den Zeichentrickfans. Ausnahme bilden hier die „Die Simpsons“ – sie sind nicht nur generell das beliebteste Zeichentrickformat der 12- bis 19-Jährigen, sondern gewinnen mit zunehmendem Alter und Bildungsgrad an Fans hinzu. Sendungen aus den Bereichen Krimis und Mystery zählen für 25 Prozent der Jugendlichen zum liebsten Fernsehgenre, zu dem sich Mädchen stärker hingezogen fühlen. Dies gilt auch für die mittleren Altersgruppen (14-17 Jahre), hinsichtlich des Bildungsgrades zeigen sich keine Auffälligkeiten. Besonders beliebte Vertreter dieses Genres sind „C.S.I.“ und „Charmed – Zauberhafte Hexen“. Information und Nachrichten nennen 24 Prozent der Jugendlichen als liebste Fernsehformate, von denen sich Jungen häufiger angesprochen fühlen als Mädchen. Auch bei diesem Genre wirken sich zunehmendes Alter und steigender Bildungsgrad positiv aus. Am häufigsten nennen die Jugendlichen hier die Wissenssendung „Galileo“ und die Nachrichten der Öffentlich-Rechtlichen.

Die in der Öffentlichkeit auch unter Jugendschutzgesichtspunkten oft diskutierten Gerichts- und Talkshows oder Sendungen wie „Jackass“ zählen nicht zu den Favoriten der Jugendlichen.

## Lieblingssendung im Fernsehen 2006 (Auswahl)

- bis zu drei Angaben / Oberkategorie und Beispielsendungen -



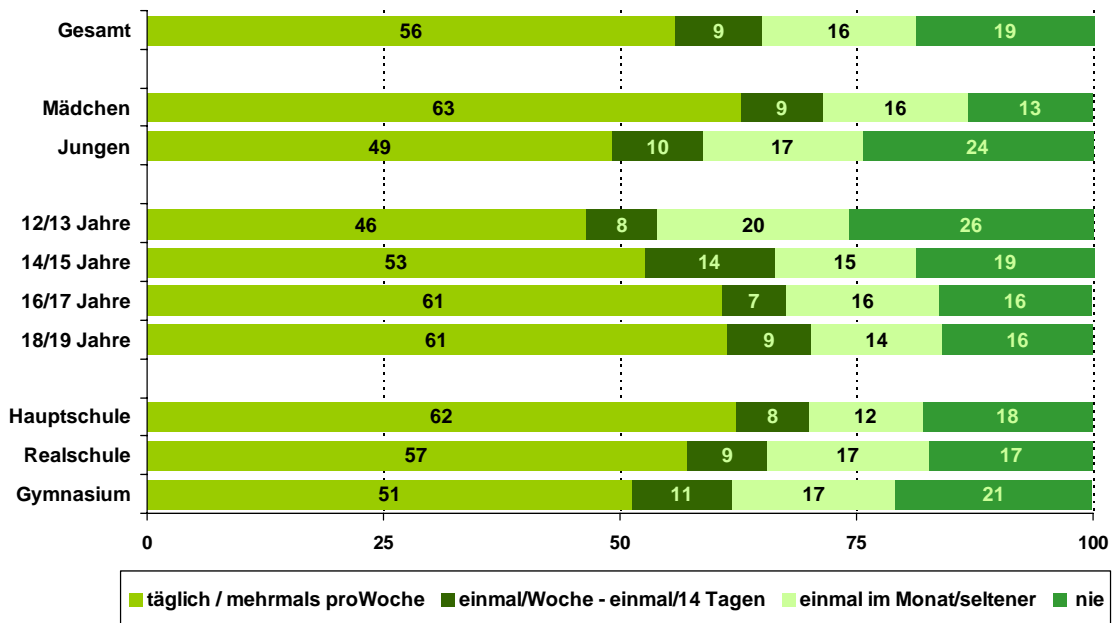
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Nicht nur angesichts des sich kontinuierlich erweiternden Medienangebots, das Jugendlichen heute zur Verfügung steht, stellt sich die Frage nach der Aufmerksamkeit, mit der die Fernsehangebote genutzt werden bzw. mit welchen Nebentätigkeiten das Fernsehen verbunden ist. Etwa ein Drittel der Jugendlichen (34 %) zählt zu den aufmerksamen Zuschauern, die so gut wie nie (seltener als einmal im Monat oder nie) andere Dinge tun, während der Fernseher läuft. 56 Prozent beschäftigen sich mindestens mehrmals pro Woche neben dem Fernsehen mit anderen Dingen, wobei Jungen konzentriertere Zuschauer sind als Mädchen. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen nehmen die Nebentätigkeiten zu. Auch beschäftigen sich bildungsfernere Jugendliche häufiger mit anderen Dingen, während sie fern sehen.

Um welche Tätigkeiten handelt es sich hierbei genau? Befragte, die mindestens einmal im Monat beim Fernsehen andere Dinge tun (n=786), wurden gebeten, dies näher zu spezifizieren. Demnach machen 42 Prozent der Jugendlichen ihre Hausaufgaben oder Lernen, während das Fernsehgerät läuft. Jeweils 32 Prozent geben als Nebentätigkeit Essen und Trinken oder die Beschäftigung mit dem Computer an. Fast ebenso viele Telefonieren (31 %), 25 Prozent erledigen Dinge im Haushalt bzw. räumen auf. Lesen (13 %) und Musik hören (8 %) ist hingegen weniger verbreitet.

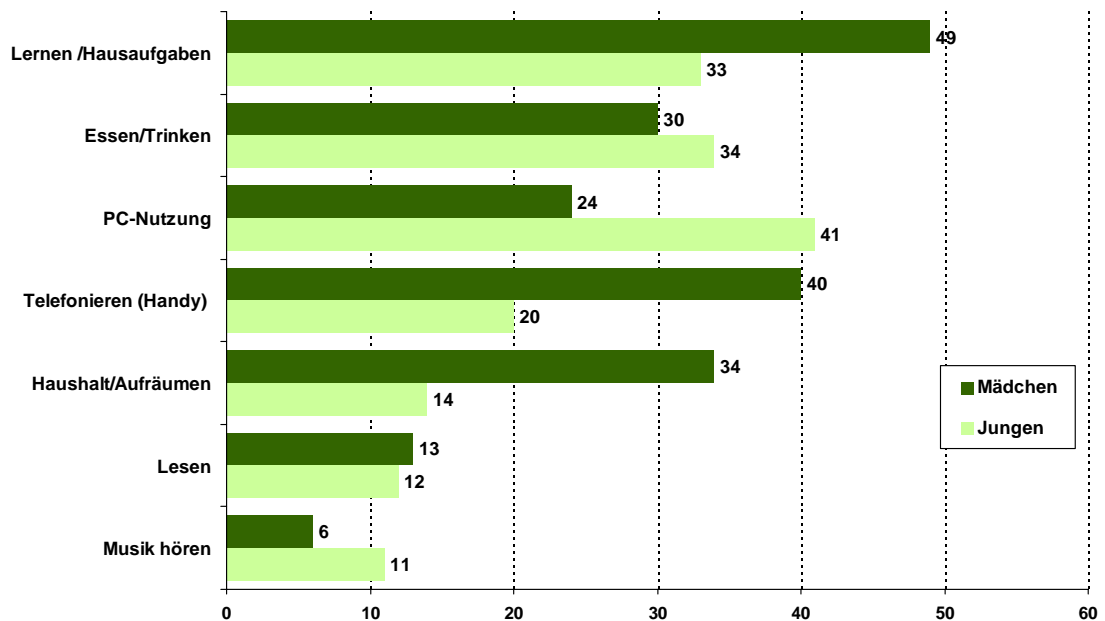
### Mache beim Fernsehen andere Dinge nebenbei... - Häufigkeit -



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte die zumindest selten fernsehen, n=1.186

### Mache während des Fernsehens nebenbei... - Tätigkeiten -



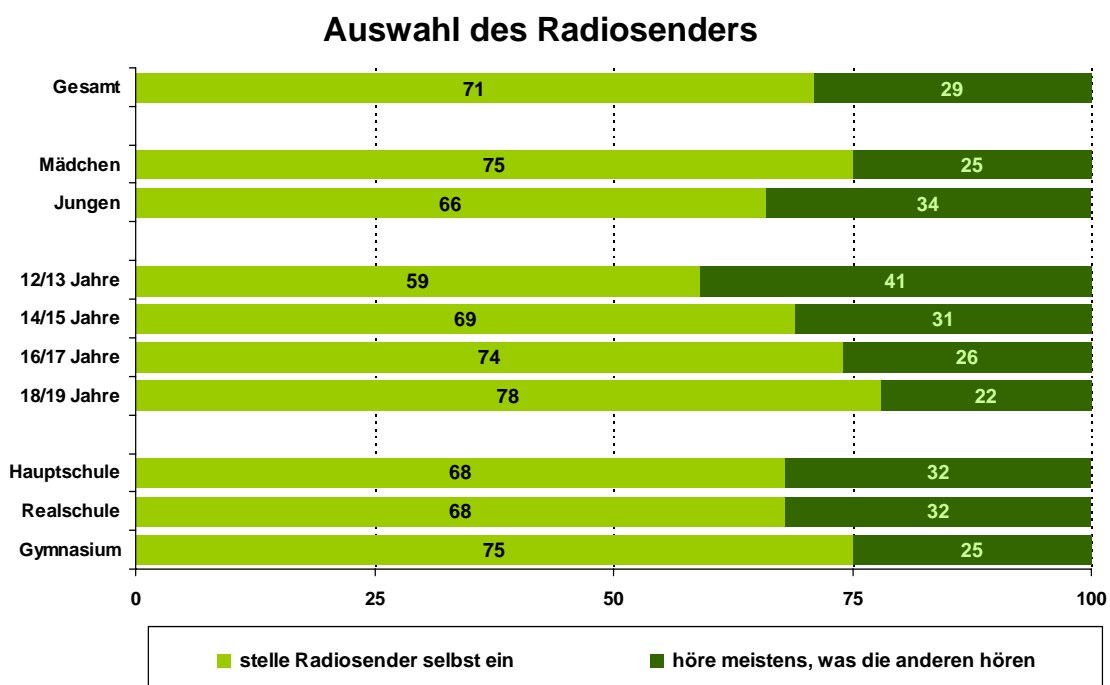
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte mit Nebentätigkeiten beim Fernsehen (mind. einmal im Monat), n=786

## 9. Radio

Das Radio spielt für Jugendliche trotz der weiten Verbreitung des MP3-Players als Musikmedium nach wie vor eine wichtige Rolle – 82 Prozent sind im Besitz (mindestens) eines eigenen Radiogeräts. Damit positioniert sich das Radio nach Handy und CD-Player hinsichtlich seiner Verfügbarkeit bei Jugendlichen auf den dritten Rang. 72 Prozent der 12- bis 19-Jährigen wenden sich täglich bzw. mehrmals pro Woche dem Hörfunk zu. Bei Mädchen (77 %) ist das Radio stärker in den Alltag implementiert als bei Jungen (66 %) und auch mit dem Alter der Jugendlichen steigt die Nutzung des Radios deutlich an. So hören 65 Prozent der 12- bis 13-Jährigen regelmäßig Radio, bei den ab 18-Jährigen sind es bereits 77 Prozent.

Dabei wählen die jugendlichen Radiohörer zum größten Teil aktiv ein Radioprogramm aus, nur 29 Prozent hören eher den Sender, den andere (z.B. in der Familie) bevorzugen. Mädchen zeigen sich hier erneut engagierter und gehen ihren eigenen Präferenzen häufiger nach als Jungen, auch bildet sich mit zunehmendem Alter der jugendlichen Radiohörer das favorisierte Hörfunkangebot stärker heraus.

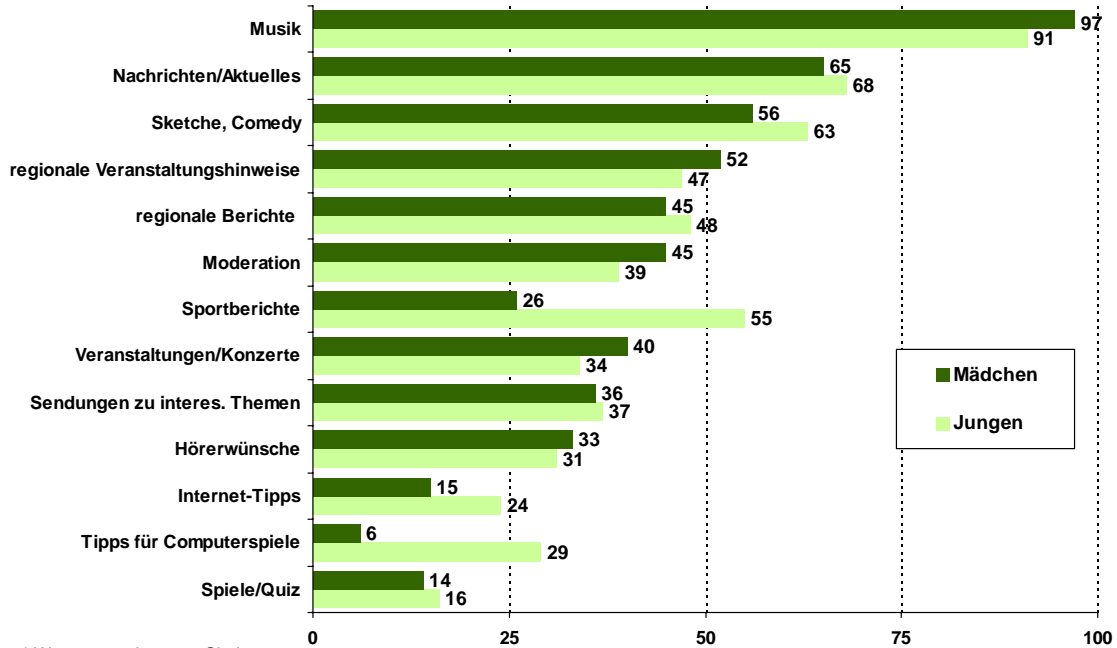


Bei der Frage nach dem liebsten Radioprogramm – hier konnten bis zu drei Angaben gemacht werden – nennen 87 Prozent ein privat-rechtliches, 71 Prozent ein öffentlich-rechtliches Radioprogramm. Die Nachfrage, was am liebsten Radiosender besonders gut gefällt, können 71 Prozent der jungen Radiohörer beantworten. Mit rund 80 Prozent begründen dann diese jungen Radiohörer ihre Präferenz mit der vom Radioprogramm präsentierten Musik. Mit weitem Abstand nennt ein knappes Viertel daneben den gesamten Programmauftritt (z.B. Aktionen, Wort-Musik-Anteil, wenig Werbung, Programm ist locker). Etwa 15 Prozent begründen ihre Auswahl mit den Wortbeiträgen ihres bevorzugten Programms, für jeden zehnten geben die Moderatoren oder auch das Comedyangebot den Ausschlag. Mit 81 Prozent sind die jugendlichen Hörer mit ihrem Lieblingssender meist ausnahmslos zufrieden. Persönliche Optimierungsvorschläge werden vor allem hinsichtlich der Musikauswahl und dem Musikumfang gemacht.

Um zu erfahren, welche Sendungselemente des Radios von besonderer Bedeutung sind, wurden diese von den Jugendlichen hinsichtlich ihrer subjektiven Wichtigkeit anhand einer 6er-Skala (1=ist für mich sehr wichtig bis 6=ist für mich überhaupt nicht wichtig) bewertet. Am wichtigsten (Skalenpunkte 1+2, „Top Boxes“) ist den Jugendlichen demnach die Musik (94 %), für zwei Drittel sind Nachrichten bzw. Aktuelles ein wichtigstes Radioelement. Aber Radio soll auch Spaß machen, Sketche und Comedy sind für 59 Prozent besonders bedeutsam. Etwa die Hälfte interessiert sich stark für Regionales, seien es Veranstaltungen (50 %) oder sonstige Berichte (46 %). Moderation (42 %), Sport (40 %) oder themenspezifischen Sendungen (37 %) sind für die Jugendlichen interessanter als Hörerwünsche (31 %), Tipps für das Internet (19 %) oder Computerspiele (17 %). Rätsel und Spiele im Radio begeistern nur 15 Prozent. Dass ein Radiosender darüber hinaus auch off-air Veranstaltungen und Konzerte organisiert, finden 37 Prozent bedeutsam.

Jungen und Mädchen weisen hier kaum Unterschiede auf – entsprechend ihrer generell höheren Affinität zu den Themen Sport, Internet und Computerspiele schreiben männliche Radiohörer diesen Elementen auch eine größere Bedeutung zu als Mädchen.

## Wichtigkeit Radio-Elemente 2006 - Top Boxes\* -



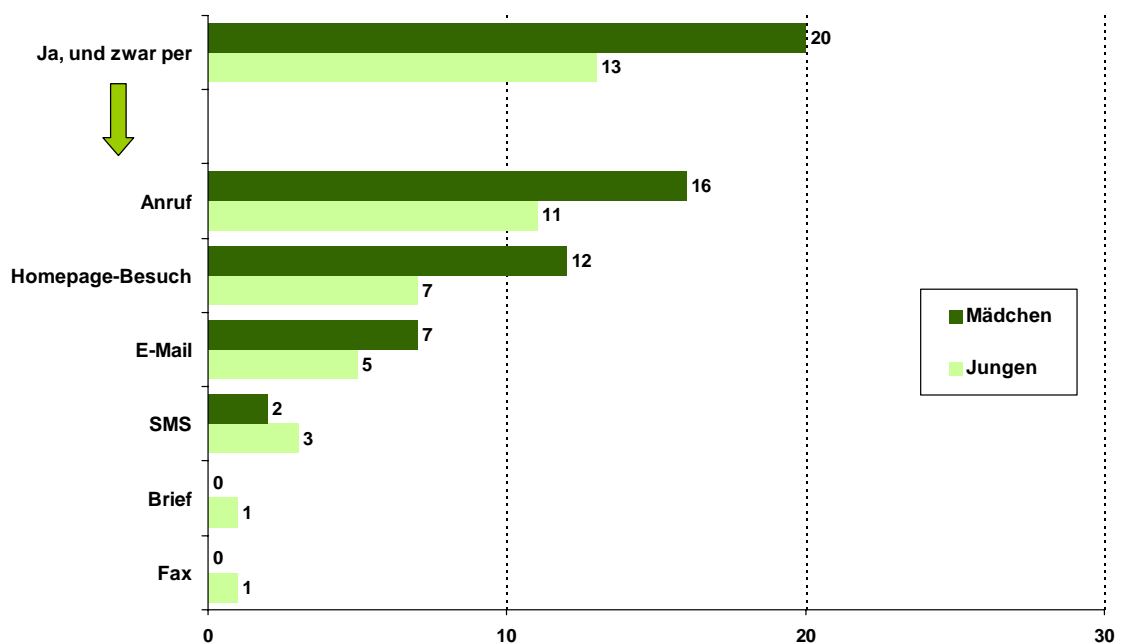
\* Werte 1+2 einer 6er-Skala

Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zumindest selten Radio hören, n=1.106

Interaktive Sendungselemente wie Gewinnspiele, Hörermeinungen und Abstimmungen haben bisher 17 Prozent der jungen Radiohörer als Form einer Programmbeteiligung genutzt – meist mittels Anruf oder durch den Besuch auf der Homepage des Senders.

## Kontaktaufnahme mit Radiosender 2006 - habe ich schon einmal gemacht oder versucht -



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zumindest selten Radio hören, n=1.106

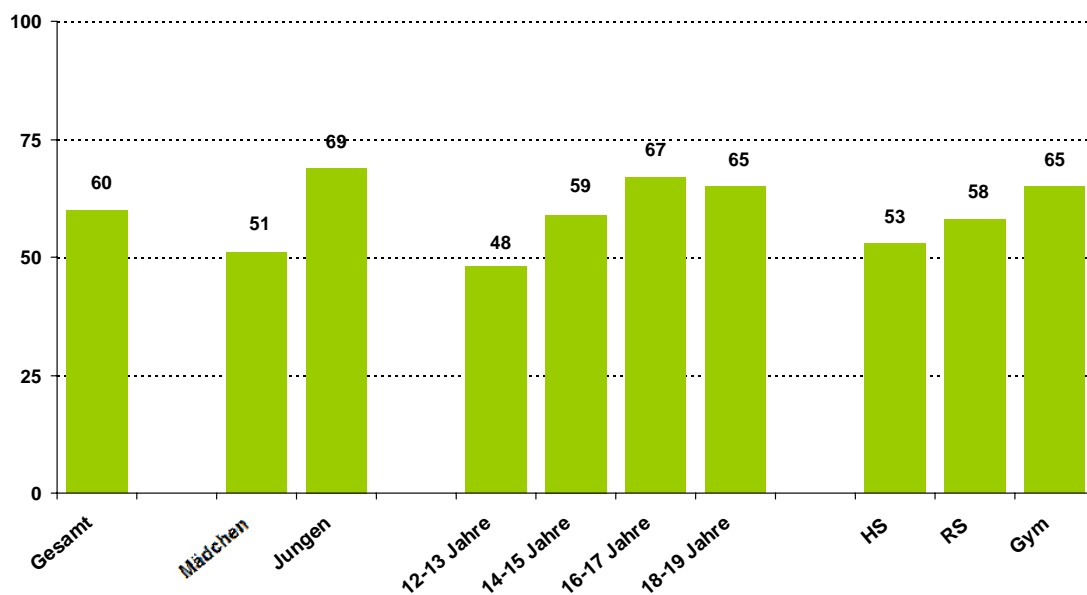


## 10. Computer und Computerspiele

### 10.1 Generelle Nutzung und Nutzungsfrequenz

Computer stehen mittlerweile nahezu allen Jugendlichen zur Verfügung: In 98 Prozent der Haushalte, in denen Jugendliche aufwachsen, ist ein Computer oder Laptop vorhanden, 60 Prozent der 12- bis 19-Jährigen besitzen sogar ein eigenes Gerät. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen steigt die Besitzrate an, bei den 12- bis 13-Jährigen liegt sie bereits bei 48 Prozent. Mädchen haben weitaus seltener einen eigenen Computer zur Verfügung, deutlich sichtbar ist auch ein Bildungsgefälle.

#### Habe einen eigenen Computer/Laptop 2006

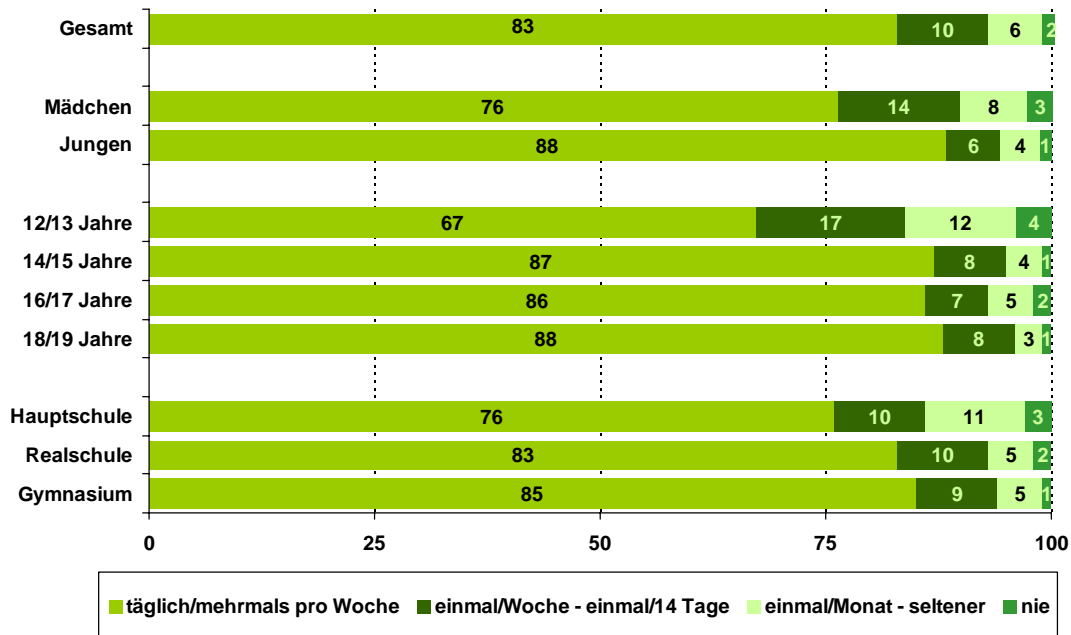


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Unabhängig vom persönlichen oder häuslichen Besitz zählen mit 97 Prozent nahezu alle 12- bis 19-Jährigen zu den Computernutzern (Nutzung mind. einmal im Monat). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies nur einen geringen Zuwachs von zwei Prozentpunkten. Nicht nur die Anzahl, sondern auch die Häufigkeit der Computernutzung hat sich in der Vergangenheit kontinuierlich ausgeweitet. Aktuell nutzen mehr als vier Fünftel der Jugendlichen den Computer mindestens mehrmals pro Woche – vor vier Jahren taten dies nur zwei Drittel mit dieser Intensität. Bei Jungen liegt der Anteil intensiver Nutzer etwas höher als bei Mädchen, hinsichtlich der Altersgruppen fallen nur die Jüngsten durch eine etwas geringere Zuwendung auf.

## Computer: Nutzungsfrequenz 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

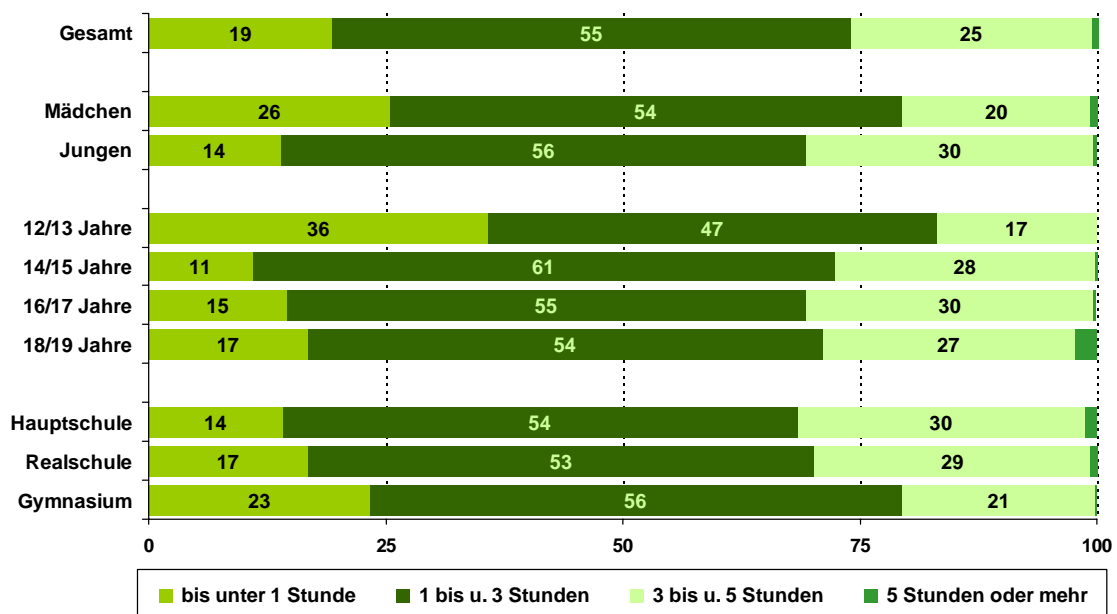
Lässt man die Computernutzer ihre zeitliche Zuwendung zu Computern an einem Durchschnittstag (Montag-Freitag) selbst schätzen, so ergibt sich hieraus eine Dauer von 134 Minuten. Jungen (147 Minuten) sitzen demnach länger an der Tastatur als Mädchen (120 Minuten), im Altersverlauf steigt die Zuwendung von durchschnittlich 94 Minuten bei den 12- bis 13-Jährigen auf 155 Minuten bei den 18- bis 19-Jährigen an. Auch was die Schulbildung betrifft, unterscheidet sich die Computernutzung deutlich. Gymnasiasten sitzen mit 111 Minuten deutlich kürzer vor dem Computer als Realschüler (149 Minuten) und Hauptschüler (155 Minuten). Dieses Ergebnis widerspricht nur auf den ersten Blick den Angaben zur Nutzungsfrequenz. Offenbar sitzen formal höher gebildete Jugendliche zwar häufiger vor dem Bildschirm, nutzen diesen aber dann zeitlich weniger intensiv.

Fasst man die von den Jugendlichen selbst geschätzten Angaben zur durchschnittlichen Nutzungsdauer zu Gruppen zusammen, so beschäftigen sich 18 Prozent weniger als eine Stunde am Tag mit dem Computer. Bei gut der Hälfte beträgt die Zuwendung zwischen einer und bis zu drei Stunden. Drei Stunden und mehr verbringen 28 Prozent der Jugendlichen vor dem Rechner, elf Prozent kommen gar auf fünf Stunden und mehr.

Wer hier nun jeden zehnten Computernutzer als sozial vernachlässigt, einsam oder gefährdet vor Augen hat, wird allerdings enttäuscht sein. Der Grund für die „exzessive“ Computernutzung liegt vielmehr darin, dass Jugendliche in Ausbildung oder Beruf täglich und dies auch über mehrere Stunden hinweg, mit dem Computer in Berührung kommen. Rechnet man dies heraus und betrachtet nur Jugendliche, die noch die Schulbank drücken, so reduziert sich die durchschnittliche Zuwendungsdauer auf 124 Minuten (Jungen 138 Minuten, Mädchen 110 Minuten) und der Anteil derer, die über 5 Stunden am Computer sitzen, geht auf etwa ein Prozent zurück.

### Computer: Nutzungsdauer bei Schülern 2006

- Montag bis Freitag -

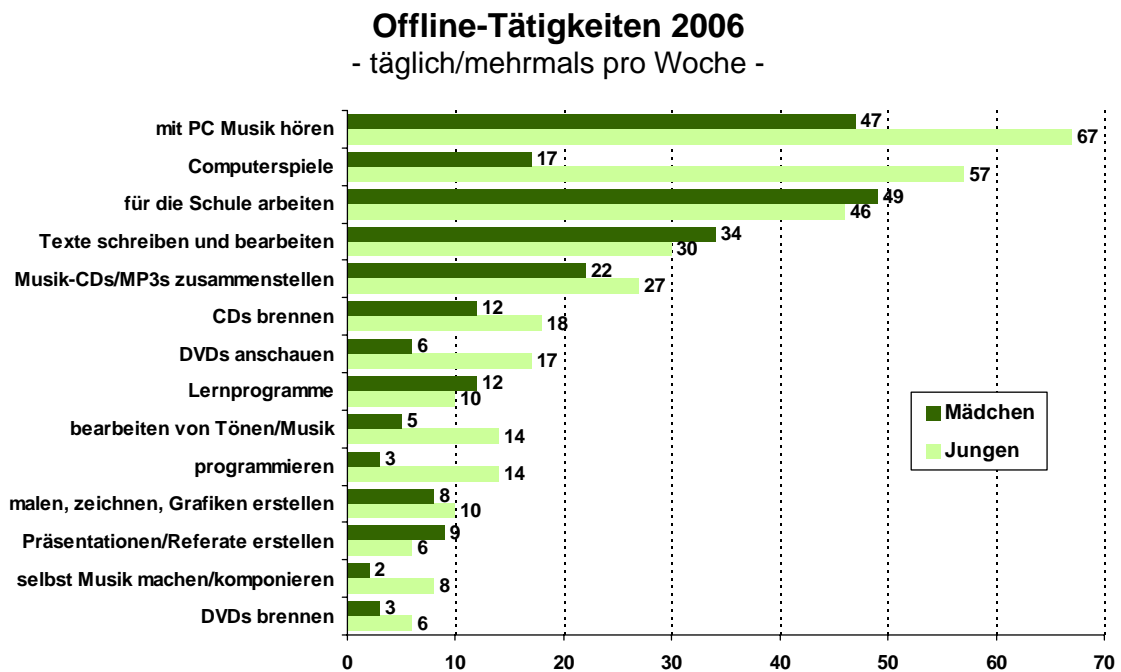


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: PC-Nutzer und Schüler, n=994

## 10.2 Offline-Tätigkeiten

Lässt man zunächst das Internet außen vor, so zählt das Musikhören am Computer zur häufigsten Offline-Tätigkeit der Computernutzer, 57 Prozent gebrauchen ihren Computer mindestens mehrmals pro Woche als Abspielstätte für Musik. Knapp die Hälfte der Computernutzer (47 %) arbeitet regelmäßig für die Schule, 38 Prozent nutzen mit dieser Frequenz Computerspiele, 32 Prozent schreiben Texte. Ein Viertel stellt regelmäßig am Computer Musik-CDs oder MP3-Dateien zusammen. 13 Prozent brennen CDs, 12 Prozent schauen regelmäßig am Computer DVDs an. Jeder zehnte Computernutzer beschäftigt sich regelmäßig mit Lernprogrammen.



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

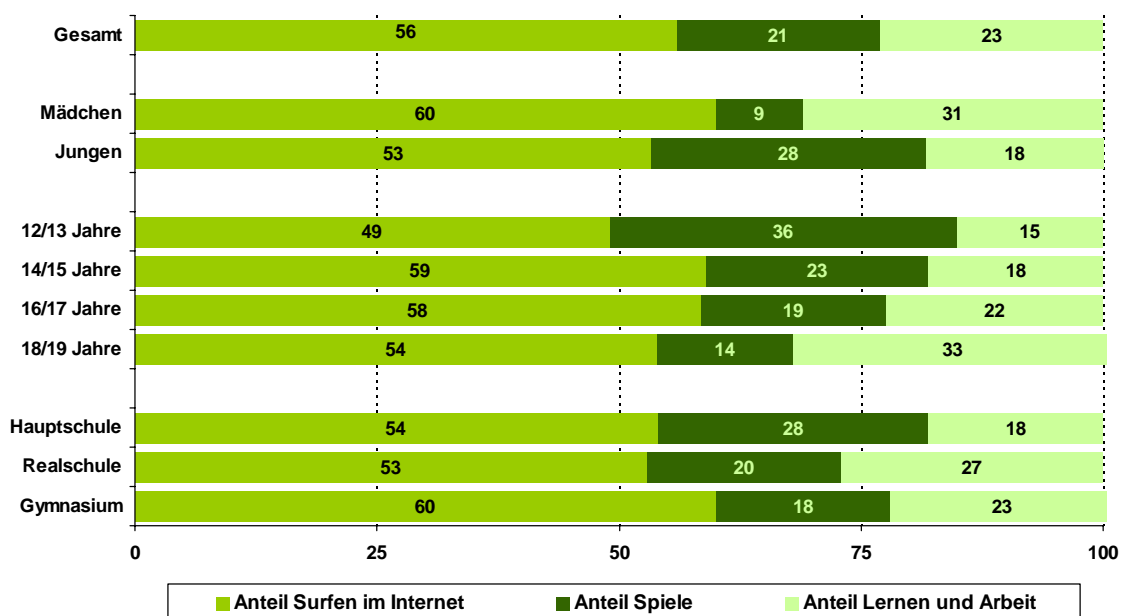
Basis: PC-Nutzer, n=1.168

Jungen nutzen – mit wenigen Ausnahmen – alle Anwendungsmöglichkeiten intensiver als weibliche Computernutzer, am deutlichsten wird dies bei Computerspielen. Mädchen wenden sich dem Computer regelmäßiger für das Schreiben von Texten, für schulische Belange oder für die Nutzung von Lernprogrammen zu.

Im Vergleich zur JIM-Studie 2005 wird deutlich mehr für die Schule gearbeitet (plus zehn Prozentpunkte), angestiegen ist auch das Zusammenstellen von Musik-CDs und -MP3s (plus neun Prozentpunkte). Das Spielen von Computerspielen bleibt ebenso wie die anderen Offline-Tätigkeiten auf Vorjahresniveau.

Insgesamt lassen sich die Tätigkeiten am Computer grob in drei Bereiche einteilen: Als Online-Tätigkeit die Nutzung des Internet, als Offline-Tätigkeiten Spiele sowie Lernen und Arbeiten. Weist man die Selbstauskünfte über die jeweilige zeitliche Zuwendung der Jugendlichen entsprechend zu, so entfällt bei den Computernutzern mehr als die Hälfte der Nutzungszeit auf das Surfen im Internet, jeweils ein Fünftel der Zeit wird mit Spielen bzw. Arbeiten und Lernen verbracht. Auch hier wird die Präferenz der Jungen für Computerspiele deutlich – nach eigenen Angaben verbringen Jungen und junge Männer 28 Prozent ihrer Zeit am Computer mit Spielen, bei den Mädchen sind es gerade neun Prozent. Mädchen nutzen prozentual einen größeren Teil ihrer Computerzeit für die Schule und für die Online-Nutzung. Betrachtet man die Altersgruppen, so bleibt der Anteil für das Internet vergleichsweise stabil, mit zunehmendem Alter geht die Nutzung von Spielen zu Gunsten von Lernen und Arbeiten zurück.

### Verteilung Computer-Nutzung auf Surfen im Internet/Spiele/Lernen und Arbeit



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

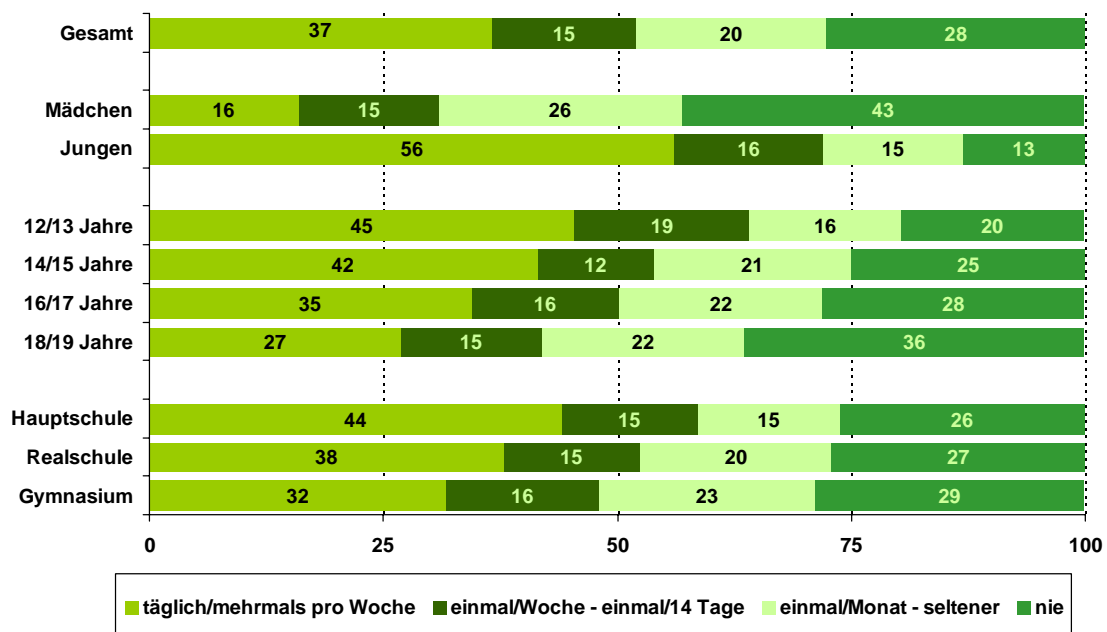
Basis: PC-Nutzer, n= 1.168

### 10.3 Computerspiele

Betrachtet man die neben dem Musikhören häufigste Tätigkeit am Computer, nämlich das Spielen, so stellt man überrascht fest, dass ein großer Teil der 12- bis 19-Jährigen hier wenig oder gar kein Interesse zeigt. Nimmt man alle Jugendlichen als Grundlage – unabhängig davon, ob sie Computernutzer sind (das sind 97 %) oder nicht – so zählen 37 Prozent zu den intensiven Spielern (täglich/mehrmals pro Woche), weitere 15 Prozent spielen einmal pro Woche bzw. einmal in 14 Tagen. Ein Fünftel kann als eher sporadische Spieler beschrieben werden (einmal im Monat oder seltener) und immerhin 28 Prozent spielen überhaupt nicht.

Die Differenzierung nach Geschlecht und Alter zeigt die bekannten Muster, mehr als die Hälfte der Jungen weisen eine starke Nutzung auf. Drängt sich in den aktuellen öffentlichen Debatten um die Folgen und Wirkungen von Computerspielen („dick“, „dumm“, „gewaltbereit“) oft der Eindruck auf, Jugendliche würden durch die Bank weg einen Großteil ihrer Freizeit mit Spielen verbringen, so überrascht es dann doch, dass selbst bei den Jungen 13 Prozent überhaupt nicht spielen und weitere 15 Prozent nur sporadisch. Zwei Fünftel der Mädchen sind Nicht-Spieler, für sie stellen Computerspiele keine adäquate Form der Freizeitgestaltung dar.

**Computerspiele: Nutzungsfrequenz 2006**

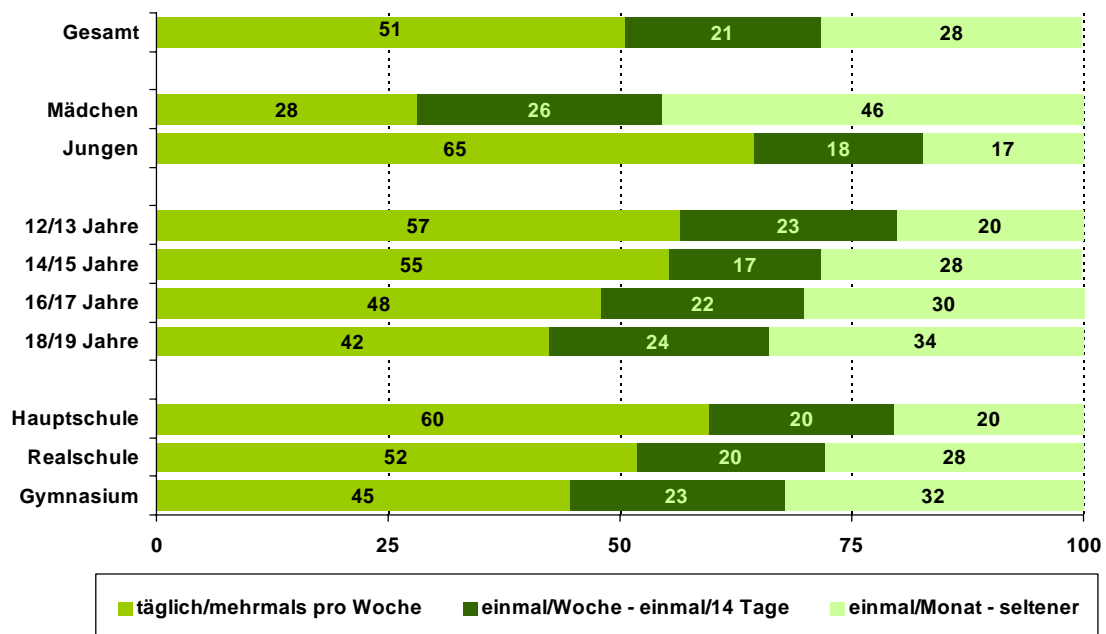


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Bezieht man nur die Jugendlichen in die Analyse mit ein, die tatsächlich zum Kreis der Computerspieler (zumindest selten) zählen, so zeigt sich natürlich ein anderes Bild. So findet insgesamt bei der Hälfte dieser Jugendlichen eine starke Einbettung in den Alltag statt, gespielt wird nahezu jeden Tag. Bei den Jungen ist diese Gruppe mehr als doppelt so groß wie bei den Mädchen. Auch zählen deutlich mehr Spieler mit Hauptschulhintergrund zu den intensiven Nutzern als Gymnasiasten. Mit zunehmendem Alter der Spieler geht die Spielfrequenz zurück. Der Anteil derjenigen, die nur einmal im Monat oder seltener spielen, liegt je nach Altersgruppe oder Bildungsgrad zwischen 20 und 34 Prozent.

### Computerspiele: Nutzungsfrequenz der Spieler 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

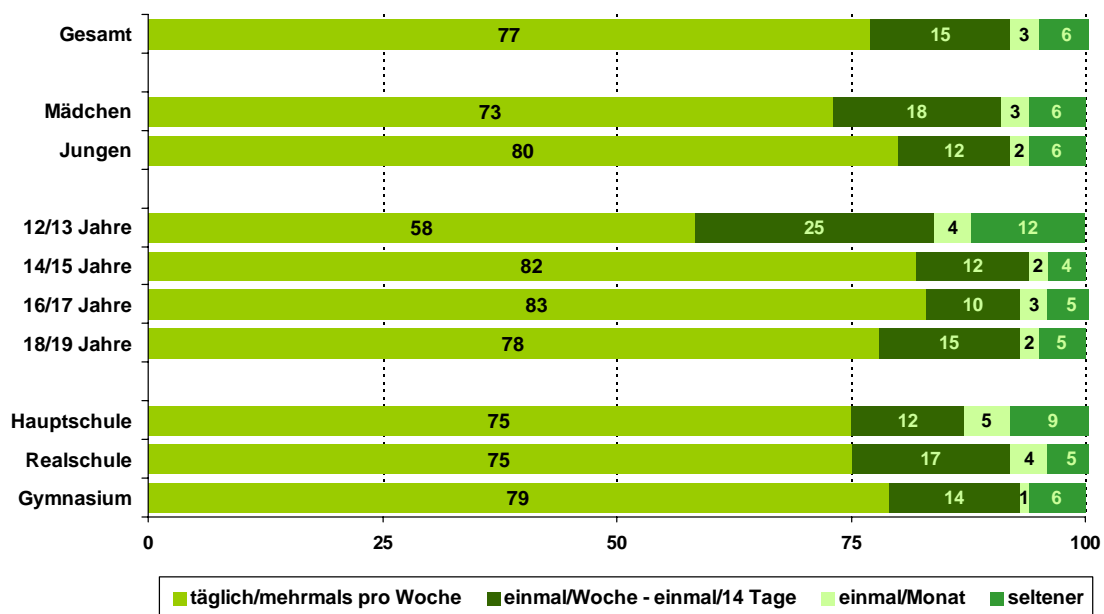
Basis: Nutzer von PC-Spielen, n=872

## 11. Internet

### 11.1 Nutzungsumfang und Tätigkeiten

Computer und Internet haben sich im Alltag der Kinder und Jugendlichen zu einer festen Größe etabliert. 97 Prozent der 12- bis 19-Jährigen nutzen zumindest einmal im Monat einen Computer, 90 Prozent haben bereits Erfahrung mit dem Internet gesammelt. Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier kaum, aber während bei den 12- bis 13-Jährigen der Anteil der Interneterfahrenen bei 77 Prozent liegt, wird die 90-Prozent-Marke bereits bei Jugendlichen ab 14 Jahren überschritten. Nach wie vor zeigt sich beim Thema „Internet“ ein recht deutliches Bildungsgefälle: So waren 83 Prozent der Hauptschülern schon einmal „online“, bei Realschülern (90 %) und Gymnasiasten (94 %) liegen die Werte deutlich höher.

**Internet: Nutzungsfrequenz 2006**



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.088

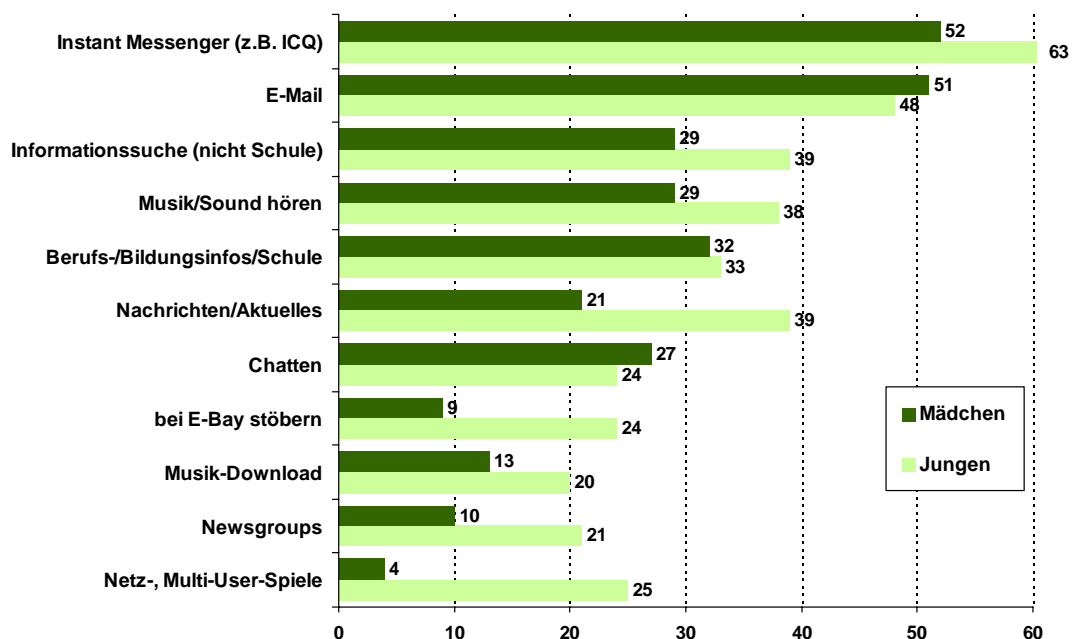
Insgesamt zeichnet sich die Nutzung des Internets durch eine zunehmende Alltagsintegration aus. So gehen inzwischen 77 Prozent der Internet-Nutzer mindestens mehrmals pro Woche online, ein deutlicher Anstieg im Vergleich zu den Vorjahren (2005: 70 %, 2004: 58 %). Bei den männlichen Internet-Nutzern sind die intensiven Nutzer (80 %) etwas stärker vertreten als bei den weiblichen (73 %) und nur bei den Jüngsten



liegt der Anteil der intensiven Nutzer unter 60 Prozent – bei den Älteren zählen bereits acht von zehn Nutzern dazu.

Die Jugendlichen verwenden das Internet vor allem als Kommunikationsmedium. Am häufigsten wird per Instant Messenger (z.B. ICQ oder MSN) kommuniziert, 58 Prozent wählen diese Form des Informationsaustauschs mindestens mehrmals pro Woche (2005: 41 %). Aber auch das Schicken und Empfangen von E-Mails zählt zu den häufigen Anwendungen (50 %). Jeweils 34 Prozent nutzen das Internet regelmäßig für den Erhalt von Informationen jenseits schulischer Belange oder um sich Musik anzuhören. Als Informations- oder Recherchemedium speziell für Schule und Beruf (32 %) oder aktuelle Nachrichten (30 %) steht das Internet bei den jungen Menschen ebenfalls hoch im Kurs, gleiches gilt für die Nutzung von Chats als weitere Form der Kommunikation (26 %). Weniger verbreitet ist das Stöbern bei E-Bay (17 %), das Herunterladen von Musik (16 %), die Nutzung von Newsgroups (16 %) oder das vernetzte Spielen mit anderen Nutzern (15 %). Andere Tätigkeiten wie Fernsehen oder Radiohören über das Internet, Weblogs oder Podcasting oder der Download von Filmen und Videos sind noch weniger verbreitet.

### Internet-Aktivitäten 2006 (1) - täglich/mehrmals pro Woche -

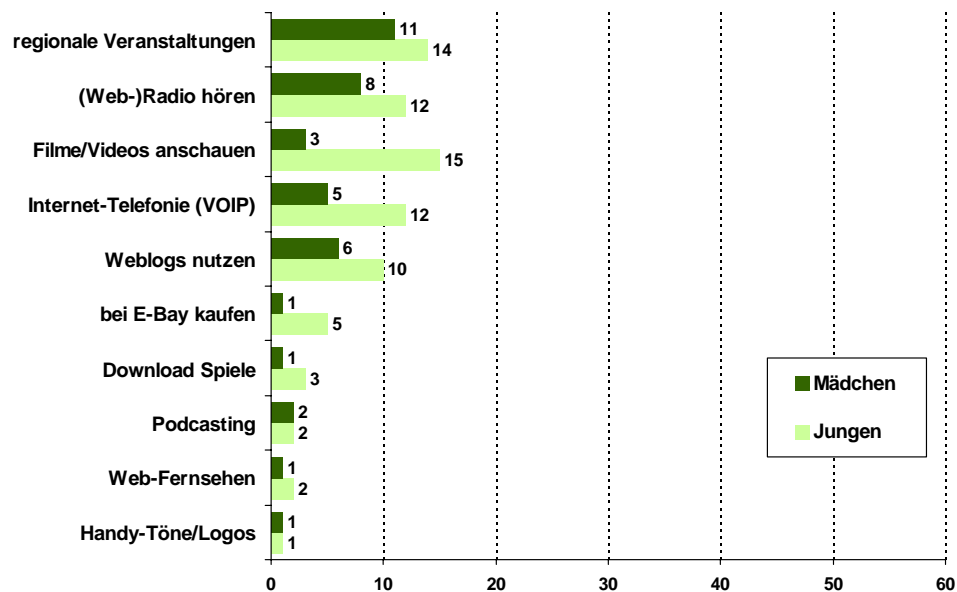


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.088

Nahezu alle Online-Aktivitäten werden von Jungen mit höherer Intensität ausgeübt, besonders gilt dies für das Abrufen aktueller Nachrichten, Netzspielen und dem Stöbern bei E-Bay. Mädchen liegen nur bei zwei kommunikativen Tätigkeiten vorn: Beim Chatten und der Nutzung von E-Mails. Betrachtet man die unterschiedlichen Altersgruppen, so finden die meisten Tätigkeiten ihre Anwender verstärkt erst bei den ab 14-Jährigen statt – jüngere Internet-Nutzer weisen ein sehr viel eingeschränkteres Nutzungsrepertoire auf. Betrachtet man die Internet-Aktivitäten hinsichtlich des Bildungshintergrunds der Nutzer, so fallen Gymnasiasten durch eine überdurchschnittliche Nutzung beim Instant Messaging und dem Austausch von E-Mails auf. Nutzer mit höherer formaler Bildung suchen im Internet auch häufiger Informationen für Schule und Beruf oder zu aktuellem Zeitgeschehen auf. Jugendliche mit geringer formaler Schulbildung chatten mehr und sind häufiger bei E-Bay zu Gast.

### Internet-Aktivitäten 2006 (2) - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

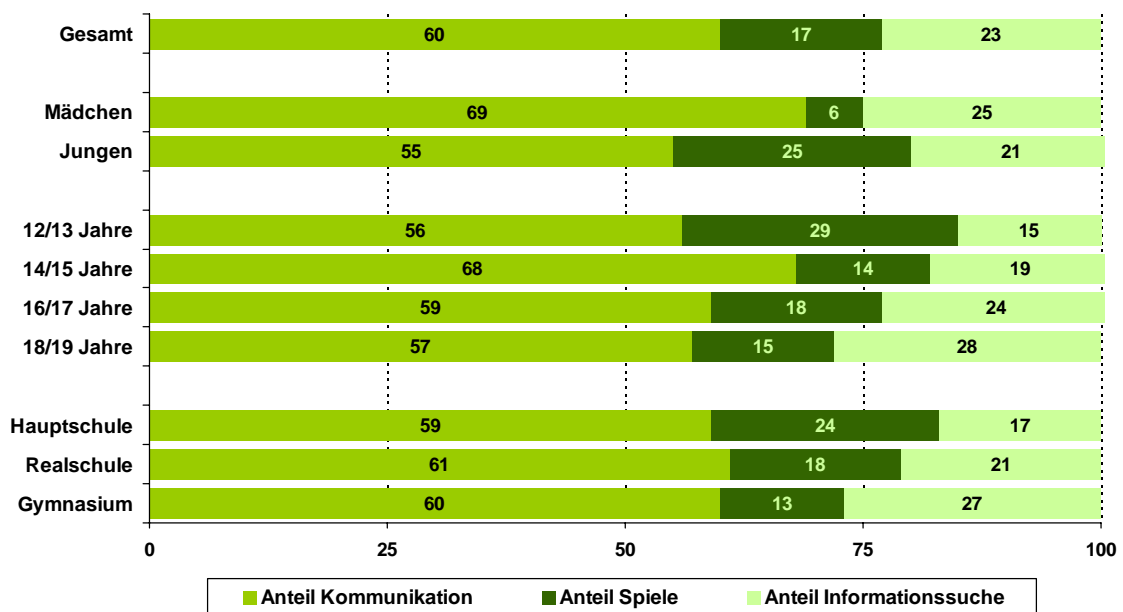
Basis: Internet-Nutzer, n=1.088

Die Frage nach der Lieblingsseite im Netz spiegelt die ganze Bandbreite der Angebote wieder, neben zahlreichen Einzelnennungen gibt es aber auch Angebote, die einen breiteren Konsens bei den Internet-Nutzern haben. So geben 23 Prozent eine Suchmaschine (Google: 12 %) bzw. einen Provider als liebste Webangebot an, sieben Prozent nennen E-Bay, fünf Prozent einen Radio- oder Fernsehanbieter. Daneben werden auch zahlreiche Chat-Angebote aufgezählt, allen voran „knuddels.de“ (5 %), das vor

allem bei jungen Mädchen (8 %, Jungen: 3 %) beliebt ist. Jungen geben dafür häufiger ein Angebot aus dem Sport- bzw. Fußballbereich an (6 %, Mädchen: 1 %).

Ähnlich wie bei der Computernutzung wurden die Internet-Nutzer gebeten, ihre Zeit im Netz den Bereichen Kommunikation (E-Mail, Instant Messenger oder Chat), Spiele und Informationssuche zuzuordnen. Auch diese Selbsteinschätzung der Jugendlichen zeigt, dass mit 60 Prozent der größte Teil der Online-Nutzung auf den Kommunikationsaspekt entfällt, mit 23 Prozent folgt die Suche nach Informationen und 17 Prozent werden für Spiele verwendet. Während Mädchen nur sechs Prozent ihrer Online-Nutzung für Spiele verwenden, ist es bei den Jungen ein Viertel der Nutzungszeit. Dafür kommunizieren Mädchen noch intensiver als Jungen, der Einsatz als Recherchemedium ist hingegen geschlechtsneutral. Im Altersverlauf zeigt sich auch hier der Bedeutungsrückgang bei den Spielen, der Faktor „Information“ nimmt hingegen deutlich zu. Bei allen Bildungsgruppen steht die Kommunikation deutlich im Vordergrund, bei Internet-Nutzern mit geringerem Bildungsniveau liegt aber die Spielefunktion auf dem zweiten Platz.

### Verteilung Internet-Nutzung auf Kommunikation / Spiele / Informationssuche



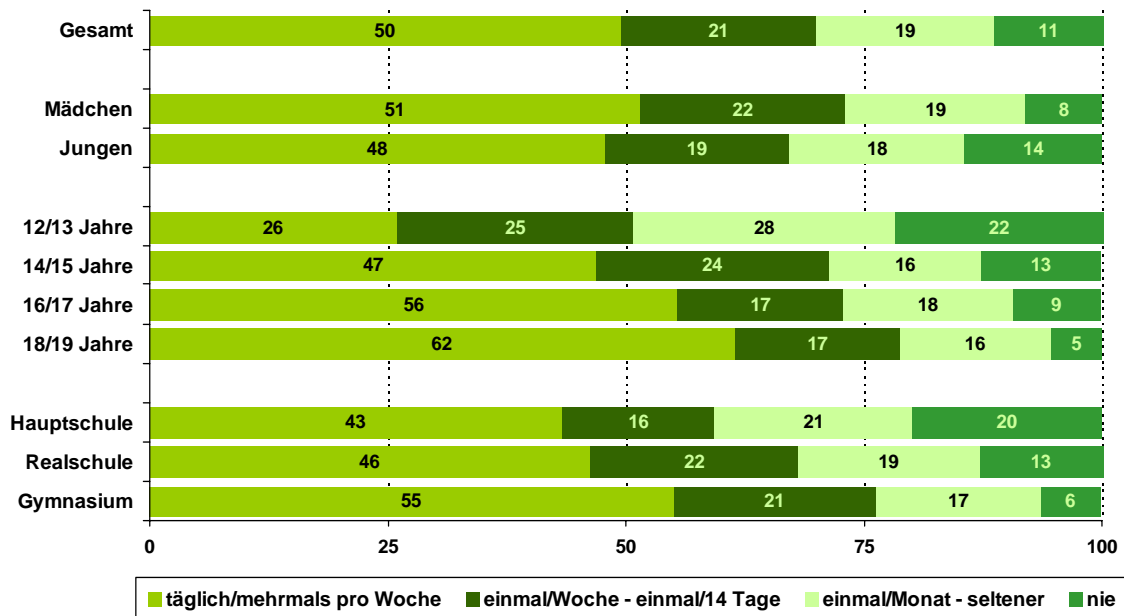
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n= 1.088

## 11.2 Online-Kommunikation: E-Mail

Neben der Nutzung von Instant Messengern ist der Austausch von E-Mails der wichtigste Bestandteil der Online-Nutzung Jugendlicher. 80 Prozent der Internet-Nutzer schicken oder empfangen mindestens alle 14 Tage eine elektronische Nachricht, 50 Prozent suchen ihr Postfach mehrmals pro Woche auf. Der Anteil der Nicht-Nutzer liegt bei elf Prozent, er ist bei Jungen etwas höher als bei Mädchen, bei den 12- bis 13-jährigen Onlinern fast fünfmal so hoch wie bei den 18- bis 19-Jährigen. Dreimal so viel Hauptschüler wie Gymnasiasten nutzen die E-Mail-Funktion nicht.

### E-Mail: Nutzungsfrequenz 2006



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Internet-Nutzer, n=1.088

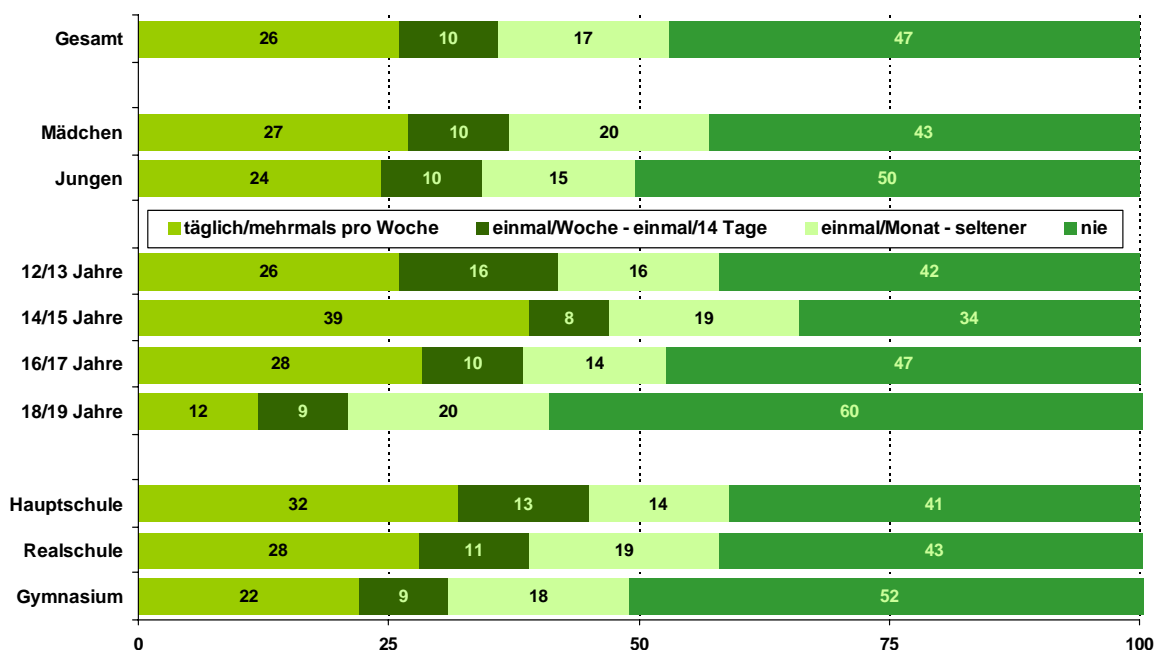
Die Anzahl eigener E-Mail-Adressen ist in den letzten Jahren kontinuierlich angestiegen. Aktuell verfügen 60 Prozent der Internet-Nutzer (2005: 56 %, 2000: 47 %) über eine eigene Adresse, ein weiteres Drittel kann unter mehreren Adressen auswählen (2005: 33 %, 2000: 21 %). Der Posteingang der Internet-Nutzer liegt mit durchschnittlich 13,3 Mails pro Woche fast doppelt so hoch wie der Versand (7,2).

### 11.3 Online-Kommunikation: Chat

Insgesamt chatten 53 Prozent der Internet-Nutzer zumindest selten, ein Viertel sucht mehrmals pro Woche „virtuelle Räume“ auf. Besonders aktiv sind die 14- bis 17-Jährigen, Jungen und Mädchen weisen hinsichtlich der Nutzungsfrequenz kaum Unterschiede auf. Die Kommunikationsform „Chat“ ist für Hauptschüler offensichtlich attraktiver als für Gymnasiasten.

Die meisten Kinder und Jugendlichen haben einen „Stamm-Chat“. Nur ein Viertel der Chatroom-Nutzer bewegt sich in mehreren Chats, drei Viertel geben an, überwiegend immer das gleiche Angebot aufzusuchen. Bei der konkreten Frage nach bereits besuchten Chatrooms nennen 33 Prozent der Nutzer „knuddels.de“, des weiteren werden Chats von Portalen oder Providern genannt (12 %), Chats von Rundfunkanbietern (8 %), regionale Chats (5 %) oder „Chat4free.de“ (6 %). Vier Prozent nennen explizit Flirt- oder Single-Chats.

**Chatrooms: Nutzungsfrequenz 2006**



Quelle: JIM 2006

Basis: Internet-Nutzer, n=1.088

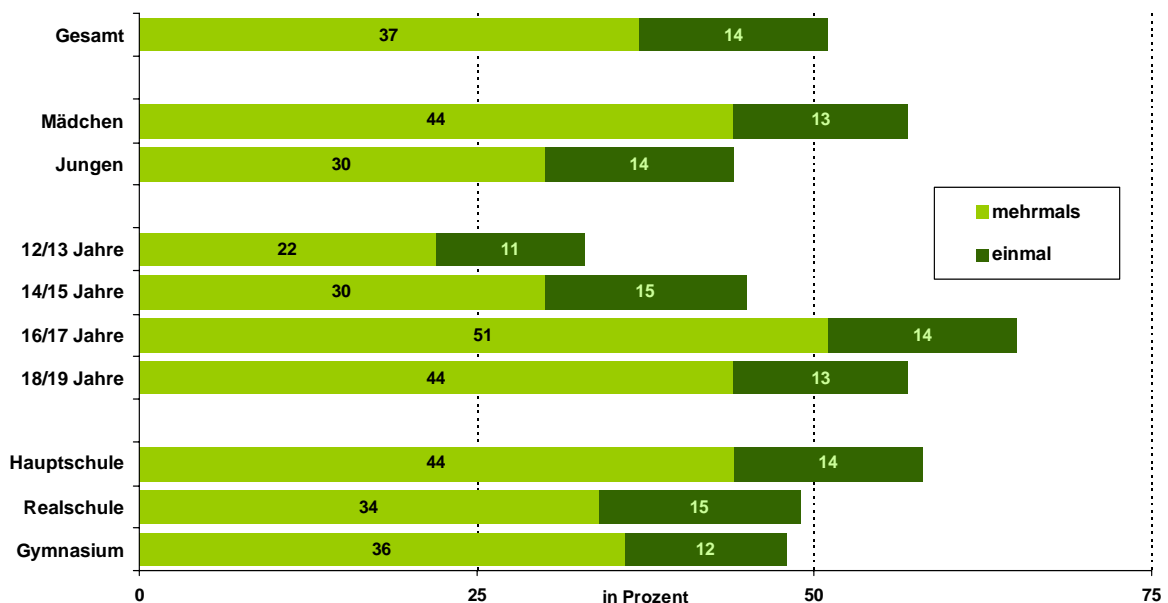
Das stärkste Motiv für die Nutzung von Chatrooms – hier konnten die Jugendlichen bis zu drei Angaben ohne Antwortvorgaben machen – ist das Knüpfen und Pflegen von Kontakten und Bekanntschaften. Die Frage, ob die Chatrooms eher besucht werden,

um neue Leute kennen zu lernen oder um Freunde und Bekannte zu treffen, beantworten die Jugendlichen recht eindeutig. So wollen vier von zehn Chatroom-Nutzern im Chat Bekannte treffen, für 27 Prozent besteht der Reiz vor allem darin, neuen Menschen zu begegnen und für ein Drittel sind beide Nutzungsmotive gleichwertig. Vor allem männliche (33 %) und volljährige (47 %) Chatroom-Nutzer sind auf der Suche nach neuen Kontakten.

Immer häufiger gibt es in Chat-Angeboten die Möglichkeit, den Kreis der Gesprächspartner regional einzugrenzen – vor allem im Bereich der Flirt- und Single-Chats erhöht dies unter Umständen die Wahrscheinlichkeit, Verabredungen im echten Leben, also außerhalb des Chat, zu realisieren. So machen 53 Prozent der jungen Chatroom-Nutzer von diesem Angebot auch Gebrauch, zwei Drittel finden es wichtig, dass ein Chat die Option der Regionalisierbarkeit bietet.

Einen persönlichen Kontakt zu Personen, die man im Chat kennengelernt hat, haben 38 Prozent zunächst telefonisch hergestellt. Ein Viertel hat sich mit Chat-Bekanntschäften von Angesicht zu Angesicht getroffen, hierbei hat dann jeder Zehnte eher unangenehme Erfahrungen (Belästigung, Aufdringlichkeit, Stellen unangenehmer Fragen) gemacht, vor allem Mädchen (16 %, Jungen 7 %).

### Im Chatroom unangenehme Leute getroffen

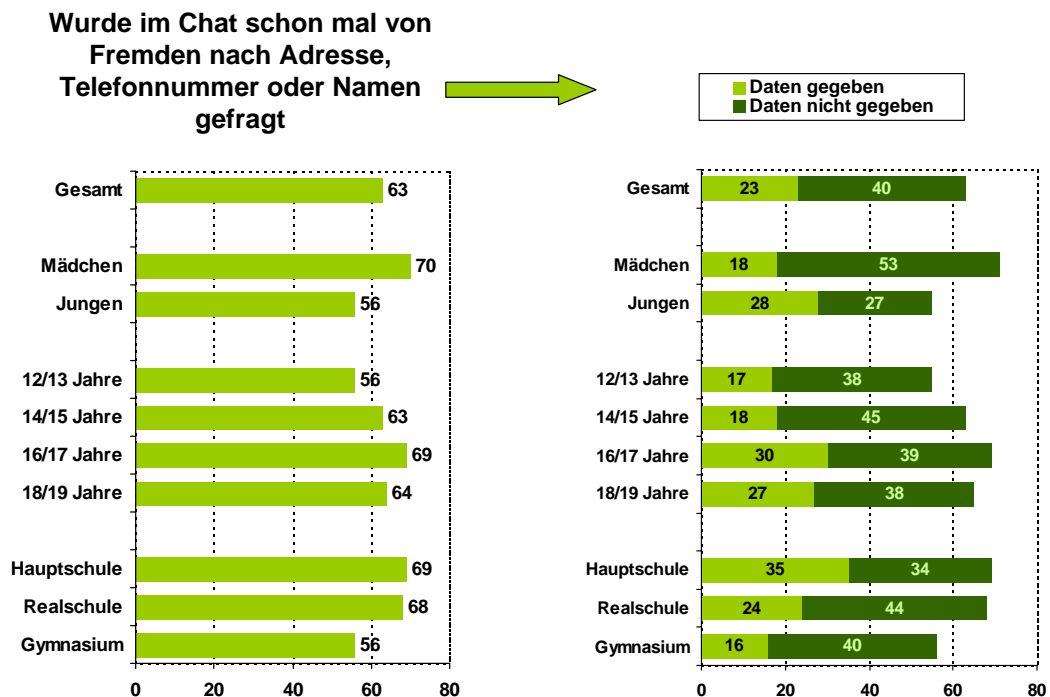


Quelle: JIM 2006

Basis: Chatroom-Nutzer, n=581

Die Hälfte der jugendlichen Chatroom-Nutzer bestätigt auf Nachfrage auch unliebsame Kontakte im Chat selbst (mehrmals: 37 %, einmal: 14 %). Stärker als Jungen (44 %) berichten Mädchen (57 %) von eher unangenehmen Erfahrungen, mit zunehmendem Alter nimmt auch die wahrgenommene Belästigung zu (12-13 Jahre: 33 %, 14-15 Jahre: 45 %, 16-17 Jahre: 65 %, 18-19 Jahre: 56 %). Um welche Form der Belästigung<sup>3</sup> es sich hierbei konkret handelt – die mögliche Bandbreite reicht hier von Kraftausdrücken über Beschimpfungen bis hin zu sexuellen Belästigungen – muss an dieser Stelle offen bleiben. Die Reaktionen der Jugendlichen auf Belästigungen reichen von Ignorieren (48 %) über Sperren oder wegklicken der entsprechenden Person (30 %) bis hin zum Verlassen des Chat (23 %). Nur jeder zehnte setzt sich mit der Belästigung direkt auseinander, indem er dem anderen die Meinung sagt oder zurück provoziert.

Im Vergleich zum Vorjahr hat die empfundene Belästigung auf recht hohem Niveau um fünf Prozentpunkte zugenommen, blickt man noch länger zurück, so ist insgesamt aber kein zunehmender Trend zu beobachten (2005: 45 %; 2004: 50 %, 2003: 48 %).



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Chatroom-Nutzer, n=581

Jenseits einer direkten Belästigung werden die Kinder und Jugendlichen in den Chats aber auch häufig nach persönlichen Daten gefragt: Fast zwei Drittel der Jugendlichen

<sup>3</sup> „In so einem Chatroom können ja die unterschiedlichsten Leute sein. Dabei kann es ja auch manchmal 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 mal passiert?“

mit Chat-Erfahrung wurden von Fremden bereits aufgefordert, Name, Adresse oder Telefonnummer preiszugeben, deutlich mehr Mädchen (70 %) als Jungen (56 %). Bedenklich muss es stimmen, dass fast ein Viertel dieser Aufforderung nachgekommen ist – wobei Jungen (28 %) anscheinend deutlich unvorsichtiger vorgehen als Mädchen (18 %). Auch nimmt mit zunehmendem Alter der Chatroom-Nutzer die Auskunftsbereitschaft zu. Jugendliche mit formal geringerer Bildung scheinen leichtfertiger persönliche Angaben an Dritte weiter zu geben.

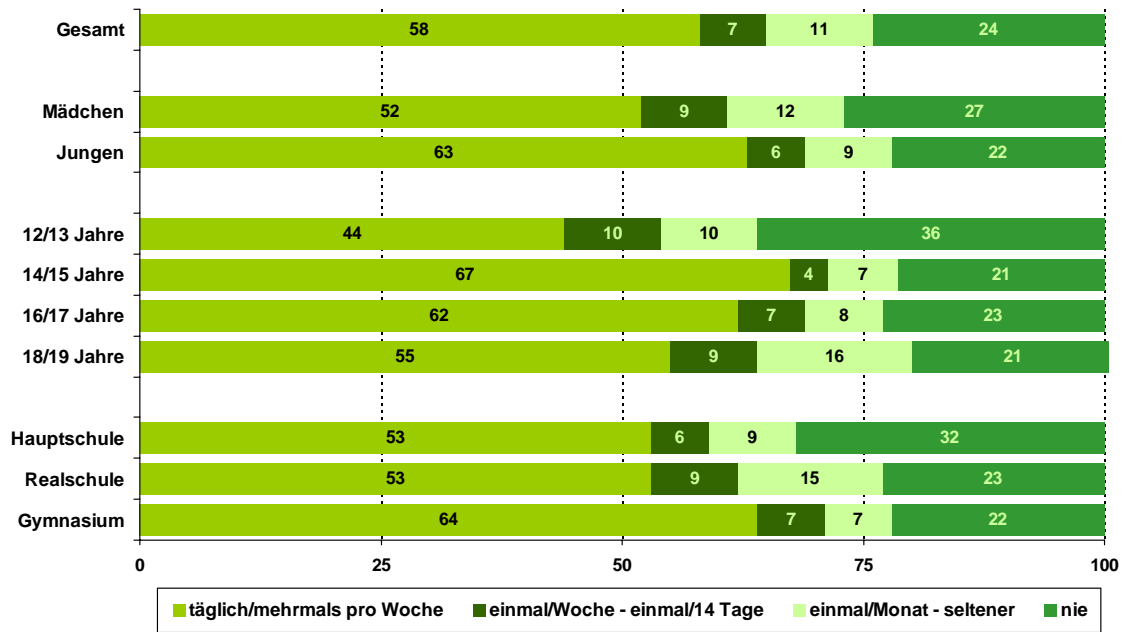
#### 11.4 Online-Kommunikation: Instant Messenger

Instant Messenger bieten neben Mail- und Chatfunktionen auch Möglichkeiten für den Austausch von Dateien und Fotos. Es können Webcams eingebunden werden und das Chatten mit mehreren Personen in Konferenzen organisiert oder die User mit aktuellen Informationen versorgt werden. Es besteht auch die Option, eigene Smileys und Hintergründe zu erstellen, einzubinden und zu tauschen. Der Informationsaustausch erfolgt meist in Echtzeit und die Nutzer können auf einen Blick sehen, welche Freunde und Bekannte ebenfalls online sind. 58 Prozent der Internet-Nutzer verwenden mindestens mehrmals pro Woche Instant Messenger Programme, Jungen und Jugendliche mit höherer formaler Bildung weisen ebenso wie die 14- bis 17-Jährigen eine überdurchschnittliche Nutzung auf.

Obwohl zahlreiche Instant Messenger am Markt erhältlich sind, hat sich bei den jugendlichen Nutzern (n=822) vor allem „ICQ“ (82 %) durchgesetzt, das System von Microsoft „MSN“ wird von 37 Prozent genutzt. Andere Anbieter wie „Skype“ (4 %), das System von AOL oder Xfire (je 2 %) sind kaum verbreitet. Als Begründung für die Verwendung des Instant Messengers geben die Nutzer in erster Linie kommunikative Aspekte (42 %) und die Verbreitung bei Freunden (41 %) an. Daneben werden die zusätzlichen Funktionen (29 %) wie Dateien versenden, Terminplanung, Tausch von Hausaufgaben, Spiele oder Webcam genannt. Auch Convenience-Aspekte (Geschwindigkeit, direkter Austausch, einfache Bedienung) werden von den Jugendlichen angeführt (26 %).



### Instant Messenger: Nutzungsfrequenz 2006



Quelle: JIM 2006

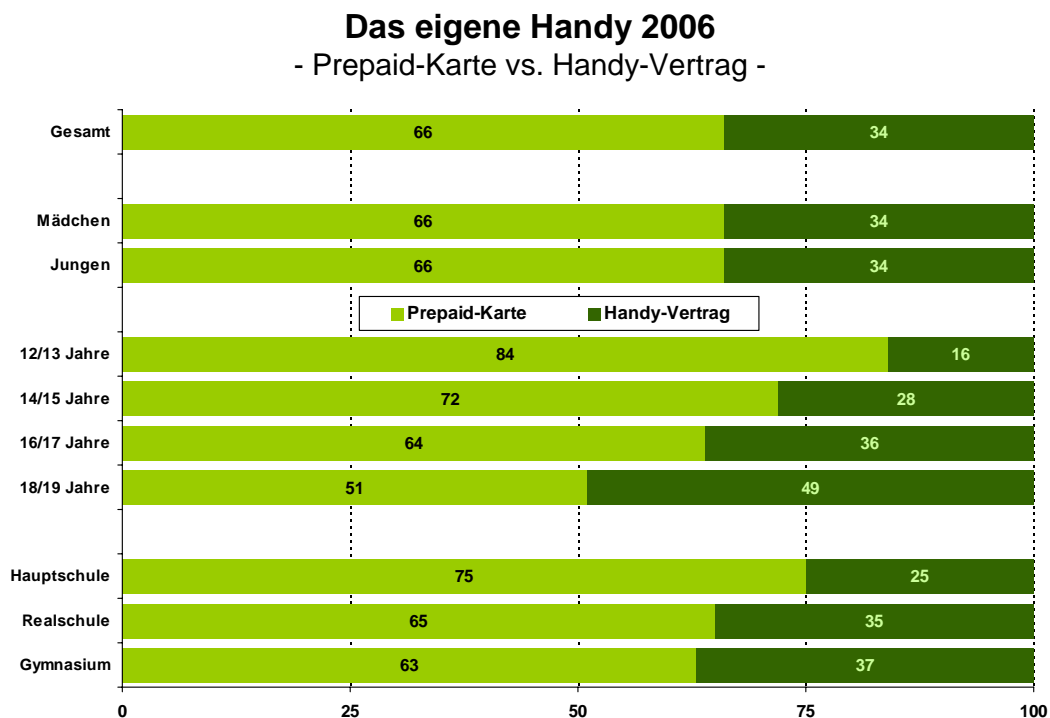
Basis: Internet-Nutzer, n=1.088

## 12. Mobile Kommunikation: Das Handy

### 12.1 Nutzungsentgelt

Kaum ein Medium hat in den letzten Jahren einen derartige Karriere gemacht wie das Mobiltelefon. In seinen Anfängen noch als Exot betrachtet, hat es sich mittlerweile als Teil der Mediengrundausrüstung in vielen Teilen der Bevölkerung und besonders bei den Jugendlichen etabliert. Im Jahr 1998 hatten gerade einmal acht Prozent der 12- bis 19-Jährigen ein eigenes Mobiltelefon, bereits drei Jahre später lag die Ausstattungsrate mit 74 Prozent fast zehnmal so hoch. Aktuell hat nahezu jeder Jugendliche mindestens ein Handy zur Verfügung (92 %).

Für die Nutzung des Mobiltelefons fallen pro Monat im Durchschnitt 20 Euro an – bei Mädchen (21 Euro) etwas mehr als bei Jungen (19 Euro), bei jüngeren weniger als bei älteren Jugendlichen (12-13 Jahre: 13 Euro, 14-15 Jahre: 19 Euro, 16-17 Jahre: 21 Euro, 18-19 Jahre: 27 Euro). Rund 90 Prozent dieser Kosten begleichen die Jugendlichen aus der eigenen Tasche. Während die Kosten für die Handynutzung im Vergleich zu den Vorjahren recht stabil bleiben, steigt der durch die Jugendlichen zu leistende Eigenanteil deutlich an – im Vorjahr lag er „nur“ bei 67 Prozent.



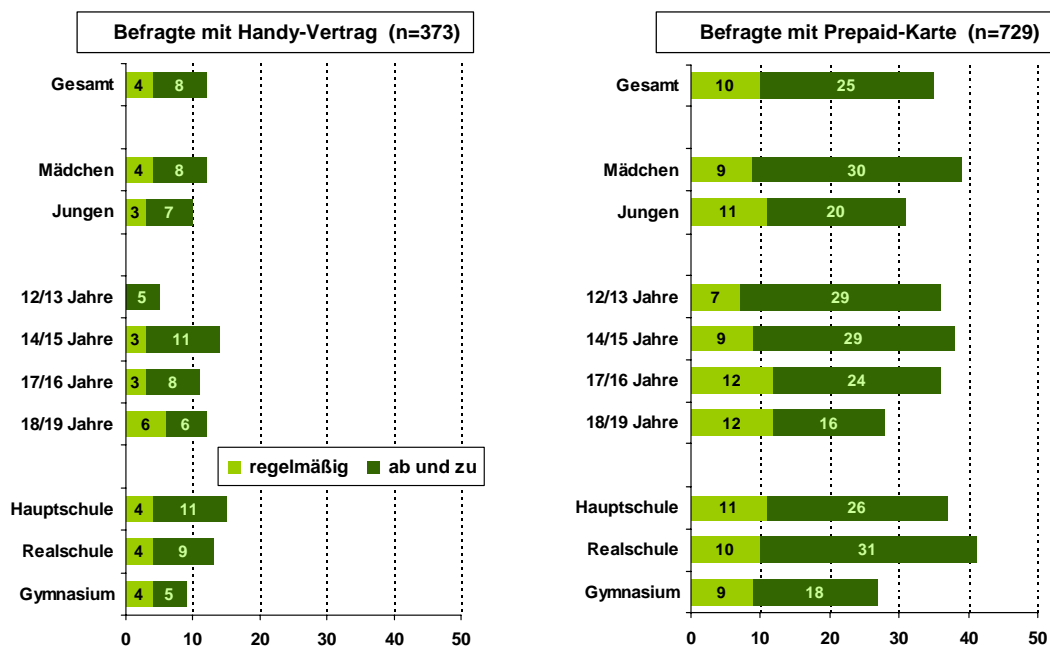
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

Insgesamt rechnen zwei Drittel der Jugendlichen ihre Handy-Nutzung über eine Prepaid-Karte ab, nur 34 Prozent haben einen Festvertrag. Mit zunehmendem Alter der Jugendlichen steigen aber immer mehr auf einen Vertrag um. Während bei den 12- bis 13-Jährigen nur 16 Prozent einen Handy-Vertrag haben, sind es bei den 18- bis 19-Jährigen mit 49 Prozent schon fast die Hälfte. Entsprechend der Altersstruktur unterscheiden sich die monatlichen Nutzungsentgelte deutlich: Jugendliche mit Prepaid-Karte geben im Schnitt 15 Euro aus, bei denen mit Festvertrag fallen mit rund 30 Euro doppelt so hohe Kosten an.

Probleme oder Schwierigkeiten bei der Zahlung der Handy-Kosten haben aktuell acht Prozent aller Handy-Besitzer regelmäßig, weitere 19 Prozent berichten, zumindest ab und zu die Kosten nicht selbst zahlen zu können. Hierbei gibt es kaum alters- oder geschlechtsspezifische Unterschiede.

### Wie häufig kommt es vor, dass du deine Handy-Rechnung / das Aufladen der Prepaid-Karte nicht selber bezahlen kannst ?



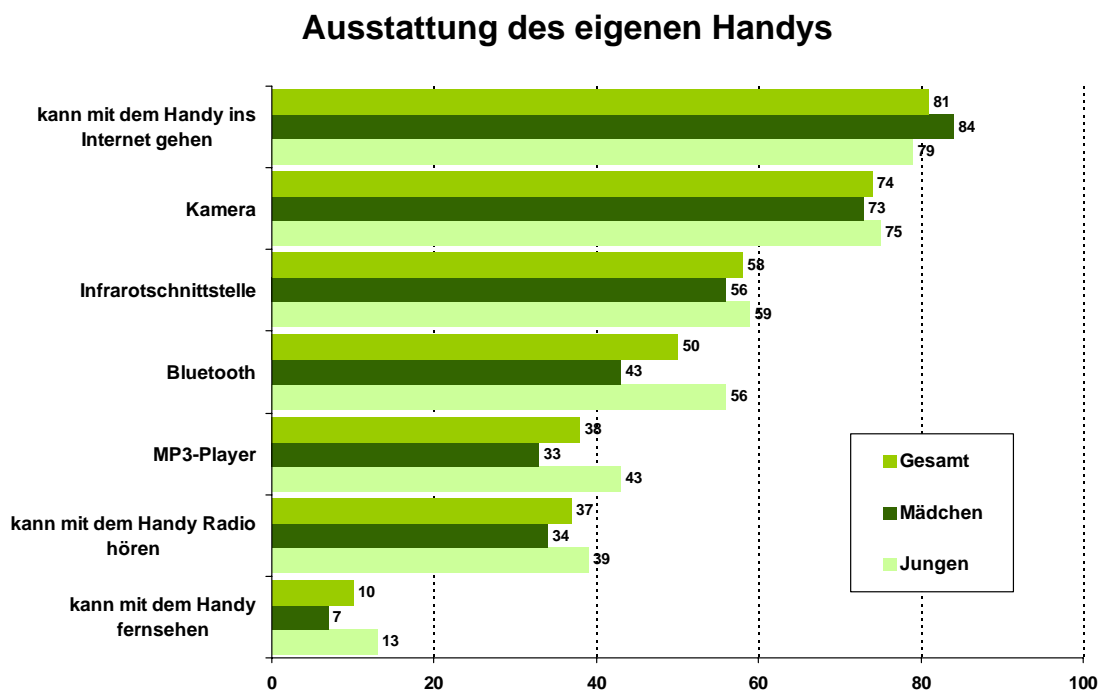
Quelle: JIM 2006, in Prozent

Differenziert man aber zwischen Jugendlichen mit Prepaid-Karte und solchen mit Festvertrag, so scheint es in der Wahrnehmung der jungen Menschen bei der Prepaid-Karte häufiger Schwierigkeiten mit der Bezahlung zu geben. Jugendliche mit Festvertrag berichten zu 12 Prozent, regelmäßig oder ab und zu Probleme mit der Handy-Rechnung zu haben, Nutzer eine Prepaid-Karte benennen zu 35 Prozent solche

Schwierigkeiten<sup>4</sup>. Für das Handy schon einmal Geld geliehen oder Schulden gemacht haben allerdings nur sechs Prozent der Handy-Besitzer. Neun Prozent berichten aber davon, am Handy schon einmal „abgezockt“ worden zu sein, sei es durch lange Wartezeiten beim Download oder kostspielige Service- oder Rückrufnummern.

## 12.2 Ausstattung und angewandte Funktionen

Die technische Ausstattung der Mobiltelefone erlaubt zumindest potentiell eine Vielzahl verschiedener Nutzungsmöglichkeiten. So sind die meisten Handys im jugendlichen Besitz internetfähig und verfügen über eine Kamera. Etwa die Hälfte der Handys ist mit einer Infrarotschnittstelle für den kabellosen Datenaustausch oder Bluetooth ausgestattet. Fast 40 Prozent können ihr Telefon auch als MP3-Player oder Radio nutzen, jeder zehnte kann mit dem Handy fernsehen. Betrachtet man die Altersgruppen, so zeigt sich, dass Mobiltelefone im Besitz 12- bis 13-Jähriger weniger häufig über die genannten Funktionen verfügen, die Ausstattungsraten aber auch hier schon beträchtlich sind.

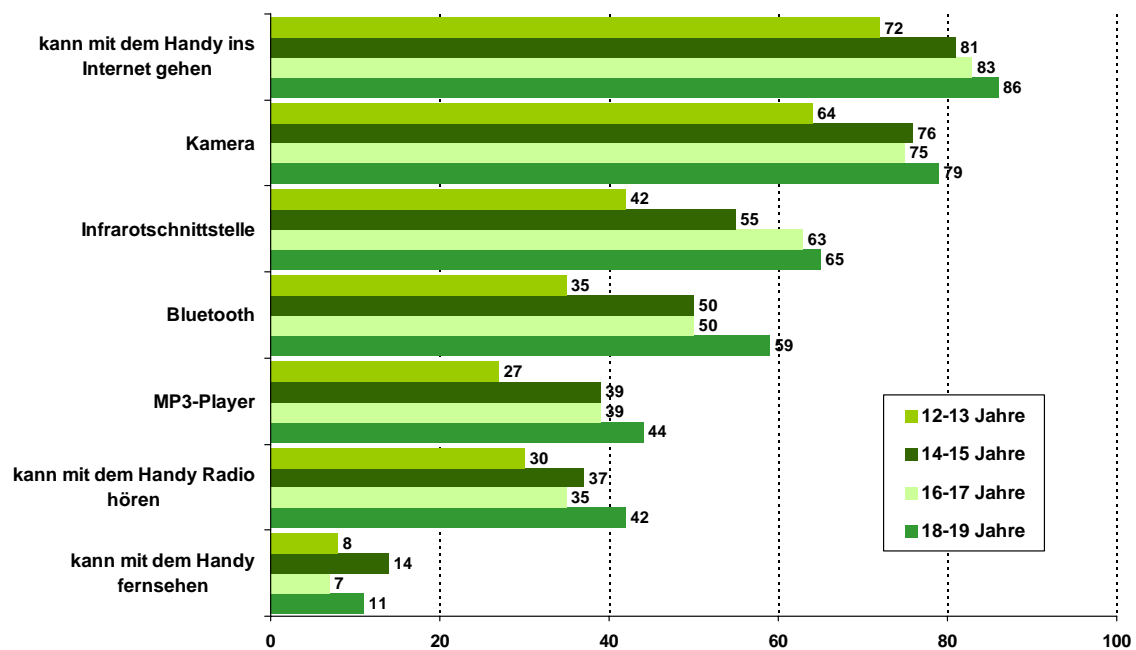


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

<sup>4</sup> „Wie häufig kommt es vor, dass du deine Handy-Rechnung (das Aufladen deiner Prepaid-Karte) nicht selber bezahlen kannst: regelmäßig, ab und zu oder nie oder zahlst du deine Handy-Rechnung (Prepaid-Karte) gar nicht selber?“

## Ausstattung des eigenen Handys

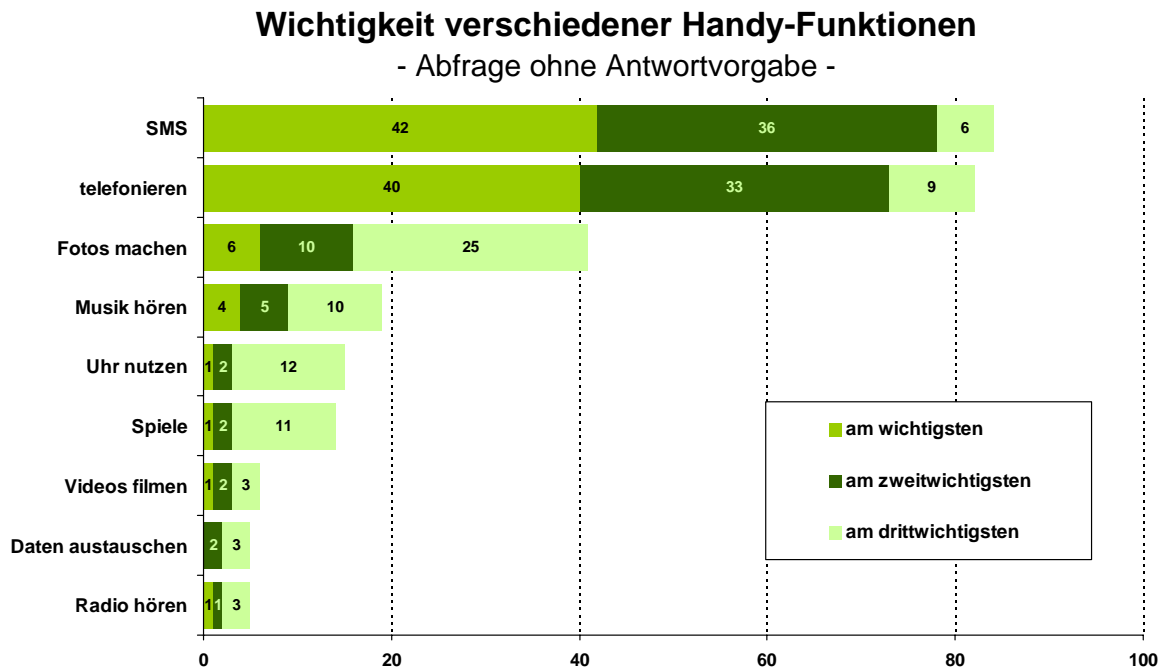


Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

In der ungestützten Abfrage nach der Wichtigkeit verschiedener Handy-Funktionen zeigt sich aber, dass für die Jugendlichen Applikationen jenseits von SMS, telefonieren und fotografieren vergleichsweise irrelevant sind. Als explizit unwichtigste Funktion wird von einem Drittel das Surfen im Internet genannt, für jeweils elf Prozent sind die Fernsehnutzung oder die Spiele verzichtbare Elemente.

Je nach Alter und Bildungsgrad der Handy-Besitzer variiert die Wichtigkeit der Funktionen. So haben Spiele für Jüngere (12-13 Jahre: 28 %, 14-15 Jahre: 15 %, 16-17 Jahre: 11 %, 18-19 Jahre: 10 %) eine größere Bedeutung. Die Fotofunktion ist für Mädchen (47 %) wichtiger als für Jungen (35 %) und wird mit zunehmendem Alter bedeutsamer. Mit dem Handy zu telefonieren zählt für 75 Prozent der 12- bis 13-Jährigen zu den drei wichtigsten Funktionen, bei den 18- bis 19-Jährigen steigt dieser Anteil auf 89 Prozent an.



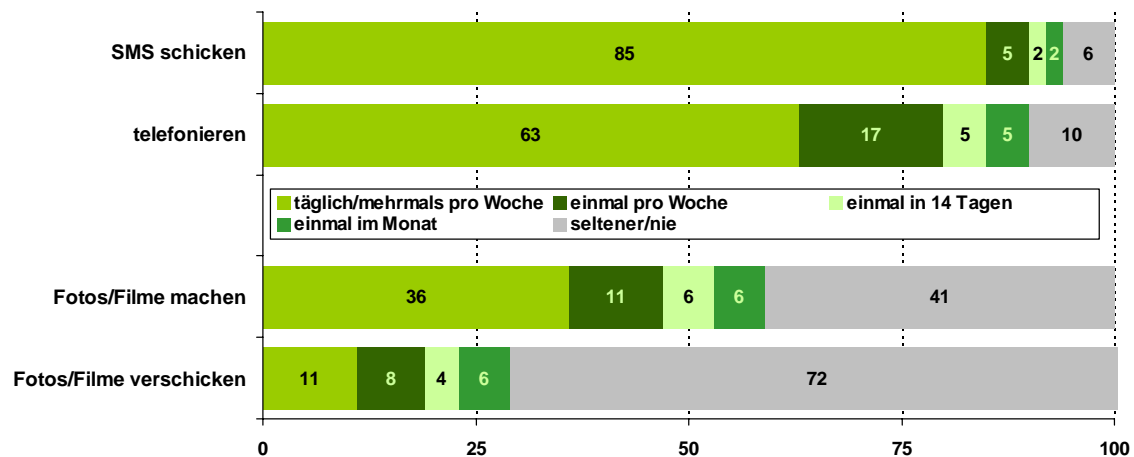
Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

Betrachtet man die tatsächliche Nutzung verschiedener Handyfunktionen, so landet dann auch das Versenden und Empfangen von Kurzmitteilungen (SMS) noch vor dem eigentlichen Telefonieren auf dem ersten Rang. 85 Prozent schicken mindestens mehrmals pro Woche eine SMS, „nur“ 63 Prozent telefonieren mit dieser Häufigkeit. Vor allem für die 12- bis 13-Jährigen hat das Telefonieren (40 %) einen deutlich geringeren Alltagswert als das Schicken von SMS (78 %), und selbst die 18- bis 19-Jährigen „simsen“ häufiger (88 %) als sie telefonieren (77 %).

Der Austausch von Fotos und Filmen hat im Vergleich eine deutlich geringere Bedeutung. Zwar nehmen mehr als ein Drittel der Handy-Besitzer mindestens mehrmals pro Woche Fotos oder Videos mit dem eigenen Handy auf, allerdings eher zu Zwecken der Archivierung. Denn von der Möglichkeit, diese Aufnahmen per Handy an Dritte weiterzuleiten, machen dann nur elf Prozent regelmäßig Gebrauch. Ob hierbei nur die vergleichsweise hohen Versandgebühren eine Rolle spielen, oder ob auch die Bildqualität oder die Attraktivität der Bilder für Dritte relevant ist, muss an dieser Stelle offen bleiben.

### Nutzung verschiedener Handy-Funktionen



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

### 12.3 Gewaltdarstellungen und problematische Inhalte

Im Zusammenhang mit dem Verschicken von Fotos oder Filmen sind in der jüngsten Vergangenheit neben pornografischen Inhalten vor allem sogenannte Snuff-Videos, in denen meist reale Gewalttaten festgehalten und per Handy weiterverbreitet werden, aufgetaucht und haben die öffentliche Diskussion über ein Handyverbot an Schulen erneut aufleben lassen. Um eine bessere Einschätzung über den Verbreitungsgrad solcher Gewalt- oder Pornofilme unter Jugendlichen zu erhalten, hat die JIM-Studie 2006 dieses Thema näher untersucht.

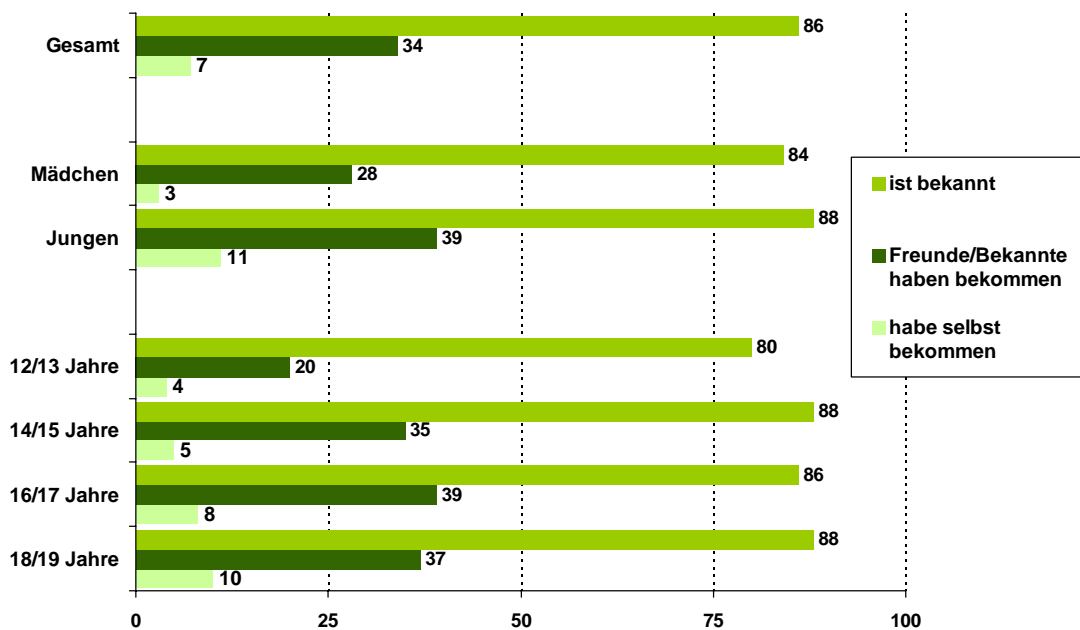
Dass per Handy auch brutale Videos oder Pornofilme verschickt werden, ist bei weiten Teilen der Jugendlichen bekannt. So haben 88 Prozent der Jungen und 84 Prozent der Mädchen mit eigenem Handy schon einmal davon gehört, bei den 12- bis 13-Jährigen sind es bereits 80 Prozent, bei den 18- bis 19-Jährigen liegt der Anteil bei 88 Prozent. Die Frage, in wie weit die Jugendlichen selbst schon einmal solche Filme auf ihr Mobiltelefon geschickt bekommen haben, wurde in zwei Stufen untersucht.

Zunächst wurde gefragt, ob die Jugendlichen denn schon einmal von Freunden oder anderen gehört haben, denen solche Filme zugeschickt wurden. Insgesamt bestätigen dies 34 Prozent der Handy-Besitzer – deutlich mehr Jungen (39 %) als Mädchen (28 %). Bei den 12- bis 13-Jährigen kennen 20 Prozent einen Freund oder Freundin,

die Gewalt- oder Pornofilme auf dem Handy empfangen haben, mit zunehmendem Alter steigt dieser Anteil an (14-15 Jahre: 35 %, 16-17 Jahre: 39 %, 18-19 Jahre: 37 %). Betrachtet man den Bildungsgrad der Jugendlichen, dann ist dieses Phänomen bei Hauptschülern (42 %) weiter verbreitet als bei Realschülern (36 %) und Gymnasiasten (28 %).

In einem zweiten Schritt sollten die Jugendlichen angeben, ob sie selbst schon einmal solche Videos bekommen haben. Bei dieser direkten Nachfrage gehen die Angaben dann erwartungsgemäß (Stichwort Soziale Erwünschtheit, Third-Person-Effekt) deutlich zurück. Nur noch sieben Prozent geben an, selbst schon einmal solche Filme auf dem Handy empfangen zu haben – fast dreimal so viel Jungen wie Mädchen, mehr Ältere als Jüngere und deutlich mehr Jugendliche mit geringerer formaler Bildung.

### Kenntnis / Erhalt brutaler Videos oder Pornofilme aufs Handy



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

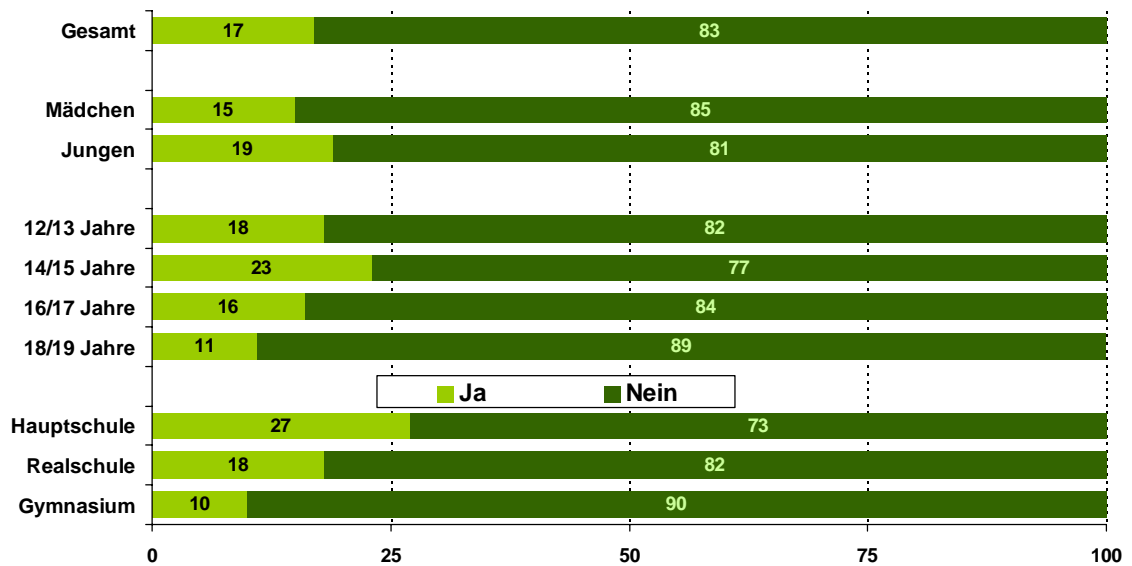
Die Erstellung<sup>5</sup> von Gewaltvideos bzw. Filmen von Prügeleien per Handy (z.B. an der Schule) selbst mitbekommen oder gesehen haben bereits 17 Prozent der Handy-Besitzer. Dies gilt für Jungen (19 %) und Mädchen (15 %) gleichermaßen, allerdings

<sup>5</sup> „Man hört auch immer wieder davon, dass Prügeleien mit dem Handy gefilmt werden. Ist das auch schon mal in Deiner Schule passiert bzw. hast Du schon mal mitbekommen, dass jemand so etwas gemacht hat?“



eher für jüngere als für ältere Jugendliche. Hinsichtlich der Bildungsgruppen zeigt sich auch hier, dass die Hauptschüler stärker betroffen sind als Gymnasiasten und Realschüler.

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



Quelle: JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Handy-Besitzer, n=1.103

### 13. Zusammenfassung

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest untersucht mit der JIM-Studie 2006 bereits zum neunten Mal das Medienverhalten der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren in Deutschland. Mit dieser seit 1998 durchgeführten Langzeitstudie steht somit eine einmalige Datenreihe zur Entwicklung der Mediennutzung und dem Freizeitverhalten von Jugendlichen zur Verfügung.

Trotz der weitreichenden Entwicklungen im Medienangebot für Jugendliche hat sich deren generelles Freizeitverhalten vergleichsweise wenig verändert. Das Treffen mit Freunden steht weiterhin an der Spitze der am häufigsten ausgeübten Tätigkeiten. Regelmäßiger Sport sowie Ausruhen und Nichtstun ist für viele Jugendliche Teil des Tagesablaufs. Unternehmungen mit der Familie stehen bei knapp einem Fünftel der Jugendlichen mehrmals pro Woche auf dem Programm.

Die Jugendlichen können nicht nur auf eine gute technische Ausstattung in der Familie zurückgreifen, sie sind auch selbst immer besser ausgerüstet. Am weitesten verbreitet ist das Handy, das fast alle Jugendlichen besitzen. Entsprechend dem großen Interesse der Heranwachsenden an Musik sind auditive Medien sehr verbreitet: Jeweils etwa vier Fünftel haben einen eigenen CD-Player, ein Radio oder einen MP3-Player. Dabei haben die kleinen Geräte zum Abspielen von MP3-Dateien eine rasante Entwicklung hinter sich. Während 2004 nur ein Viertel der Jugendlichen einen eigenen MP3-Player hatte, sind es inzwischen knapp 80 Prozent. Ein Fernsehgerät findet sich in zwei Dritteln der Jugendzimmer, ähnlich hoch ist die Besitzrate bei Computer oder Laptop. Vier von zehn Jugendlichen verfügen über einen eigenen Internetzugang im Zimmer. Spielkonsolen finden sich vor allem im Besitz von Jungen und jungen Männern.

Trotz des weit verbreiteten Zugangs zu Computer und Internet bleibt die Nutzung des Fernsehers die häufigste Medientätigkeit, allerdings ist der Abstand zum Computer gegenüber dem Vorjahr deutlich geringer geworden. Auch die Hörmedien bleiben in diesem Kontext bedeutsam: CDs, Radio und MP3-Dateien werden mit vergleichbarer Häufigkeit von etwa 70 bis 80 Prozent der Jugendlichen regelmäßig genutzt. Dabei erfolgt die Wiedergabe von MP3-Files mittels MP3-Player oder am Computer bereits mit einer höheren Frequenz als das Musikhören mit einem CD-Player. Gut zwei Drittel surfen regelmäßig im Internet, dennoch finden auch klassische, gedruckte Medien ihren Platz, fast die Hälfte der 12- bis 19-Jährigen liest regelmäßig eine Zeitung. Beim

Radio wählen fast drei Viertel selbst ihren Sender aus, ein Viertel hört meist das Programm mit, das andere (im Haushalt) nutzen. Am wichtigsten ist den Jugendlichen die Musik, den zweiten Platz wichtiger Radioelemente nehmen Informationen ein.

Wenn auch elektronische Medien und insbesondere digitale Geräte den Alltag Jugendlicher erobert haben, so wurde das Lesen in der Freizeit dadurch nicht verdrängt. Insgesamt lesen zwei Fünftel regelmäßig, also mehrmals pro Woche, in Büchern – ein Wert der seit Jahren stabil ist. Zum Zeitpunkt der Befragung 2006 gaben über die Hälfte der Befragten an, gerade ein Buch zu lesen. Allerdings ist das Lesen stark durch die Schulbildung bestimmt. Während die Hälfte der Gymnasiasten zu den regelmäßigen Lesern zählt, sind es bei den Hauptschülern nur 30 Prozent. Auch ist der Anteil der Nicht-Leser bei Hauptschülern am höchsten.

Hinsichtlich der Unverzichtbarkeit der Medien verliert das Fernsehen durch die Erweiterung der Abfrage um den MP3-Player erstmals seinen Spitzenplatz. Der Computer rückt mit 26 Prozent auf den ersten Platz vor, gefolgt von Fernseher und Internet (je 19 %) sowie dem MP3-Player (16 %). Bei Mädchen und jungen Frauen weist der MP3-Player knapp vor dem Fernseher die höchste Bindung auf, bei Jungen und jungen Männern liegt der Computer sehr deutlich vor Internet und Fernseher.

Mit der JIM-Studie 2006 wird ein weiterer Anstieg der Computer- und Internetnutzung bei Jugendlichen dokumentiert. Nahezu alle Jugendliche kann man zu den Computernutzern zählen, über vier Fünftel nutzen den Rechner täglich oder mehrmals pro Woche. Teilt man die Computernutzung in die Bereiche Spielen, Internet und Lernen/Arbeiten, so entfällt nach eigener Einschätzung der Jugendlichen über die Hälfte ihrer Nutzungszeit auf das Internet, der Rest verteilt sich zu etwa gleichen Teilen auf Spielen und Lernen /Arbeiten. Allerdings ist der Zeitanteil für Spiele bei den Jungen dreimal so hoch wie bei den Mädchen. Insgesamt betrachtet sind Computerspiele vor allem eine Sache der Jungen, hier zählen über die Hälfte zu den regelmäßigen Spielern. Bei den Mädchen hingegen spielt fast die Hälfte überhaupt nicht.

Auch die Nutzung des Internets gehört für die Jugendlichen inzwischen zum Alltag. Neun von zehn Jugendlichen haben bereits Interneterfahrung, über drei Viertel dieser Internet-Nutzer sind täglich oder mehrmals pro Woche im Netz unterwegs. Das Internet wird hauptsächlich zur Kommunikation genutzt, die häufigsten Tätigkeiten sind der Austausch über Instant Messenger und E-Mail. Daneben spielt für Jugendliche auch

der Bereich Information eine wichtige Rolle: Etwa ein Drittel der Nutzer ist regelmäßig auf der Suche nach Nachrichten, aktuellen Meldungen oder sonstigen Informationen – sei es privat, für Schule oder Beruf. Betrachtet man die Internetnutzung unter den Aspekten Kommunikation, Information und Spiele so entfallen nach Einschätzung der jugendlichen Internet-Nutzer 60 Prozent der Nutzungszeit auf den Bereich Kommunikation, 23 Prozent auf die Informationssuche und 17 Prozent wird für die Nutzung von Online-Spielen verwendet. Jungen schätzen ihre Spieldauer viermal höher ein als Mädchen, diese wiederum verwenden nach eigenen Angaben mehr Nutzungszeit für kommunikative Online-Tätigkeiten.

Eine Form der Online-Kommunikation ist der Besuch von Chatrooms. Ein Viertel der Internet-Nutzer chattet mindestens mehrmals pro Woche, über die Hälfte nutzt zumindest selten einen Chat. Anders als bei E-Mail oder Instant Messenger zählen hier Jugendliche mit geringerer formaler Bildung häufiger zu den regelmäßigen Nutzern. Chats werden vor allem zum Knüpfen von Kontakten und Bekanntschaften, aber auch als Kommunikationsform im Freundeskreis genutzt: Gut ein Viertel der Jugendlichen verabredet sich regelmäßig mit Freunden in einem Chat.

Doch es gibt auch eine problematische Seite: Bei der Nutzung von Chats berichtet die Hälfte der Nutzer von unliebsamen Erlebnissen wie Belästigungen, Aufdringlichkeiten oder unangenehmen Fragen. Noch häufiger kommt es vor, dass Kinder und Jugendliche im Chat nach persönlichen Daten – Adresse, Telefonnummer, Name – gefragt werden. Dabei gibt ein Viertel diese Informationen heraus, überdurchschnittlich Jungen und Jugendliche mit geringerer formaler Bildung. Vier von zehn Chatroom-Nutzern haben mit Chat-Bekanntschaften telefonischen Kontakt aufgenommen, ein Viertel berichtet von persönlichen Treffen. Bei der „realen“ Begegnung haben dann 12 Prozent schlechte Erfahrungen gemacht. Dieses Gefährdungspotential zeigt, dass alle Bemühungen, Kinder und Jugendliche auf mögliche Gefährdungen hinzuweisen und ihnen ein sicheres Chatten<sup>6</sup> zu ermöglichen, weiter intensiviert werden müssen.

---

<sup>6</sup> Weitere Informationen siehe unter [www.chatten-ohne-risiko.de](http://www.chatten-ohne-risiko.de)

Eine besondere Stellung im Alltag von Jugendlichen nimmt das Handy ein: Fast alle 12- bis 19-Jährigen haben ein eigenes Mobiltelefon, für das monatlich im Schnitt 20 Euro Nutzungsentgelt anfallen. Dabei ist die Prepaid-Karte das am weitesten verbreitete Abrechnungssystem. Bei den überwiegend älteren Jugendlichen mit Festvertrag ist die Handy-Rechnung mit durchschnittlich 30 Euro doppelt so hoch wie bei den Nutzern der Prepaid-Karte. Letztere berichten häufiger, dass sie das Aufladen regelmäßig bzw. ab und zu nicht selbst bezahlen können. Tatsächlich Schulden für das Handy haben nach eigenen Angaben bisher sechs Prozent der Jugendlichen gemacht.

Die Mobiltelefone der 12- bis 19-Jährigen sind sehr gut ausgestattet: Vier Fünftel haben die Möglichkeit, per Handy ins Internet zu gehen, drei Viertel haben eine Kamera integriert und die Hälfte der Handynutzer verfügt über eine Bluetooth-Schnittstelle. In diesem Zusammenhang werden auch unter Jugendschutzaspekten problematische Funktionen und Inhalte diskutiert.<sup>7</sup> Ein Thema ist der Austausch von Gewaltfilmen mit dem Handy, wobei es sich meist um Inhalte aus dem Internet handelt, die seit langem im Netz kursieren. Daneben wird die Video- und Fotofunktion der Mobiltelefone verwendet, um eigene (Gewalt-) Taten zu dokumentieren und diese im Freundeskreis zu präsentieren, von wo sie wiederum weitergereicht werden. Das Thema Gewalt- und Pornovideos ist den Jugendlichen nicht nur zu weiten Teilen geläufig, ein Drittel der Handy-Besitzer kann einen Freund oder eine Freundin benennen, die schon einmal solche Filme auf das Handy geschickt bekommen hat. Sieben Prozent geben an, selbst einmal Empfänger gewesen zu sein. Jeder sechste Jugendliche hat (z.B. an seiner Schule) schon einmal mitbekommen, dass Prügeleien mit dem Handy gefilmt wurden.

Ingesamt belegen die Ergebnisse der JIM-Studie 2006 wiederum, wie wichtig der Aspekt der Medienpädagogik und die Vermittlung von Medienkompetenz ist. Die vorliegende Studie bietet hierzu grundlegende Daten zur Versachlichung der Diskussion und für die Planung medienpädagogischer Maßnahmen und Projekte.

---

<sup>7</sup> Weitere Informationen siehe unter [www.handysektor.de](http://www.handysektor.de)



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

Geschäftsstelle Stuttgart, Thomas Rathgeb

[www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

Leitung:  
Albrecht Kutteroff (LFK)  
Peter Behrens (LMK)

**LFK**  
Landesanstalt für Kommunikation  
Baden-Württemberg

**LMK**  
Landeszentrale für  
Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz

**Kooperationspartner bei der JIM-Studie:**

SWR Medienforschung  
Zeitungs Marketing Gesellschaft

**In Zusammenarbeit mit:**

Bundeszentrale für politische Bildung  
Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg  
Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz  
Stiftung Lesen