

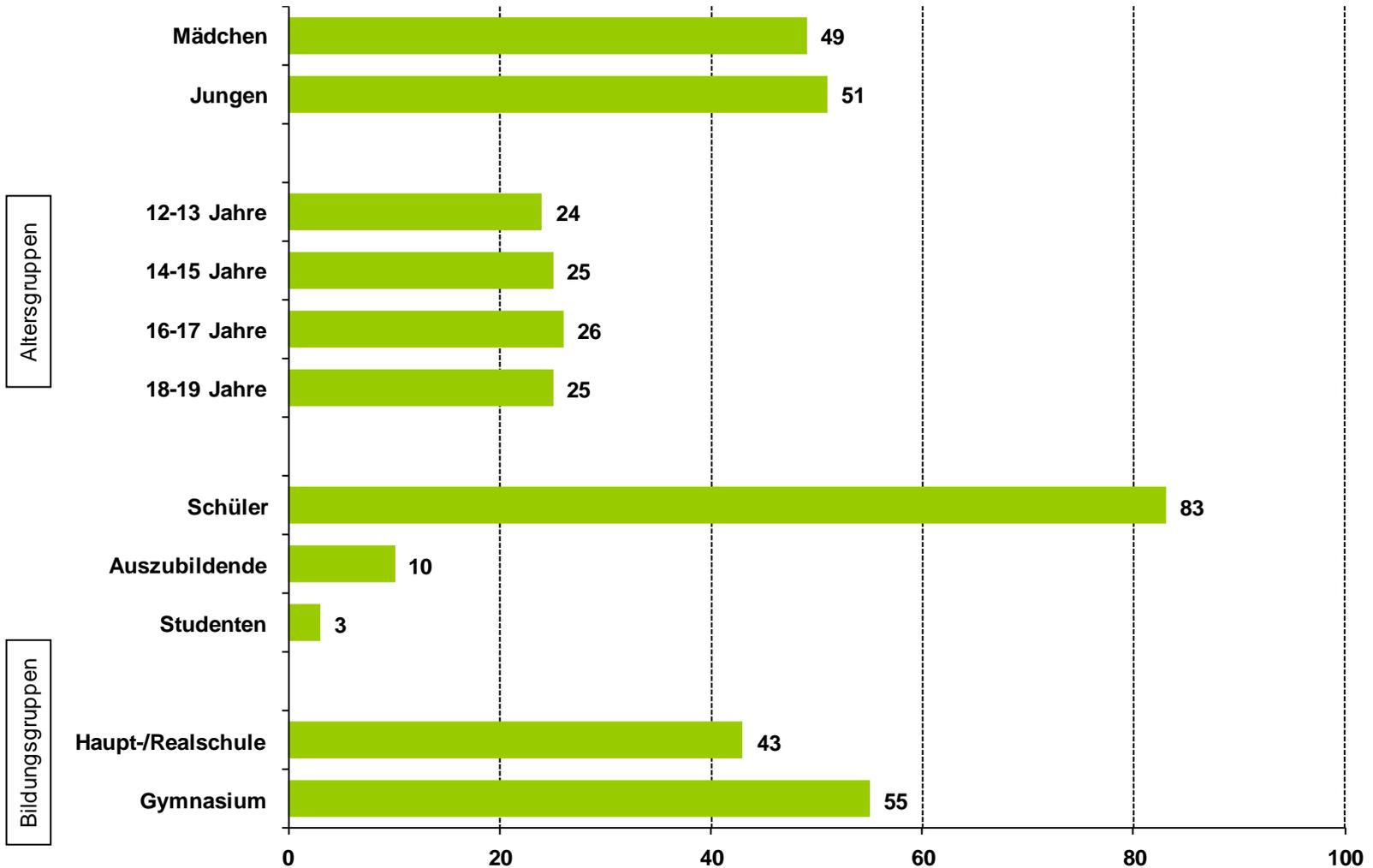
JIM-Studie 2015



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

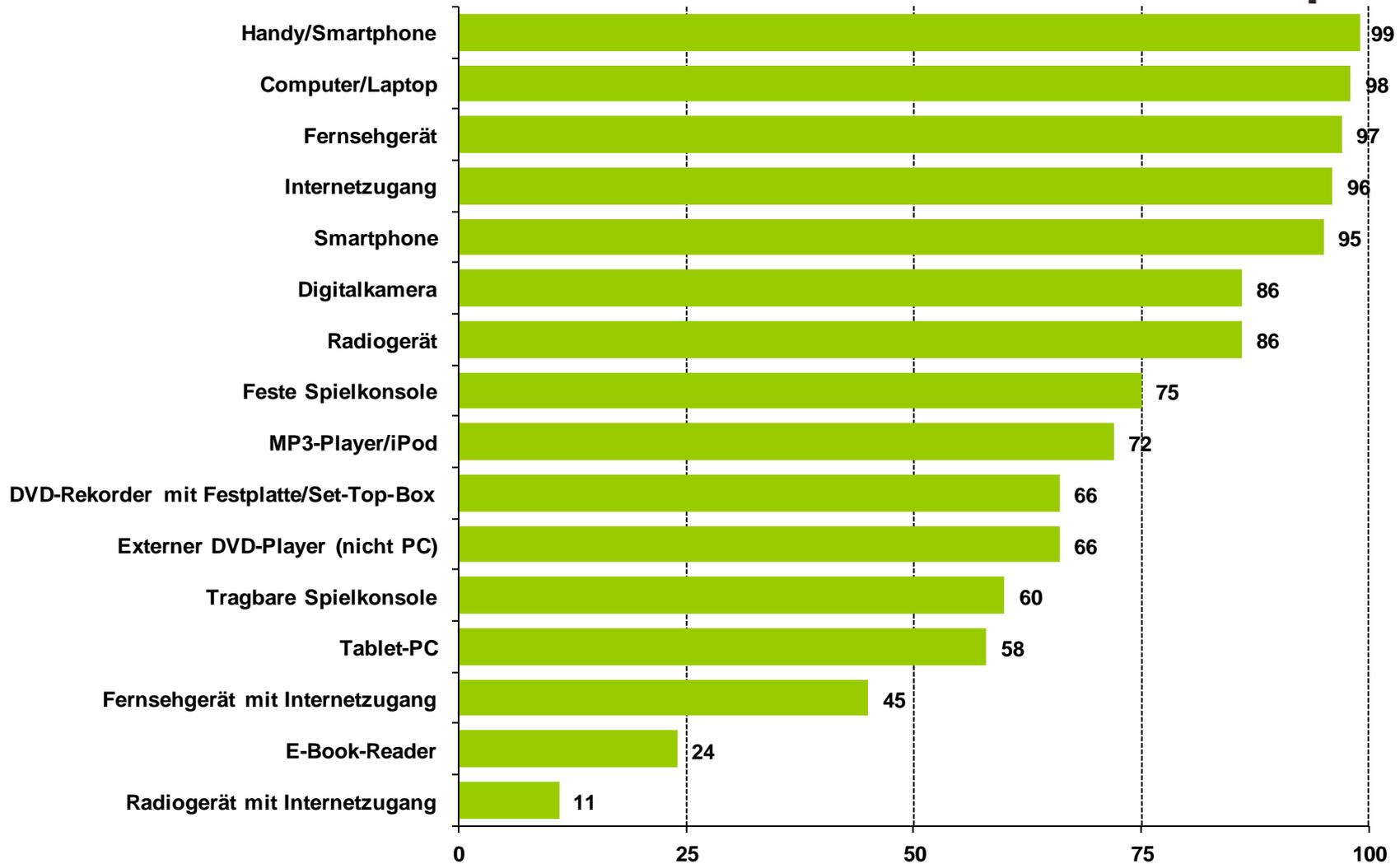
Kooperationspartner:
SWR Medienforschung

JIM 2015: Soziodemografie



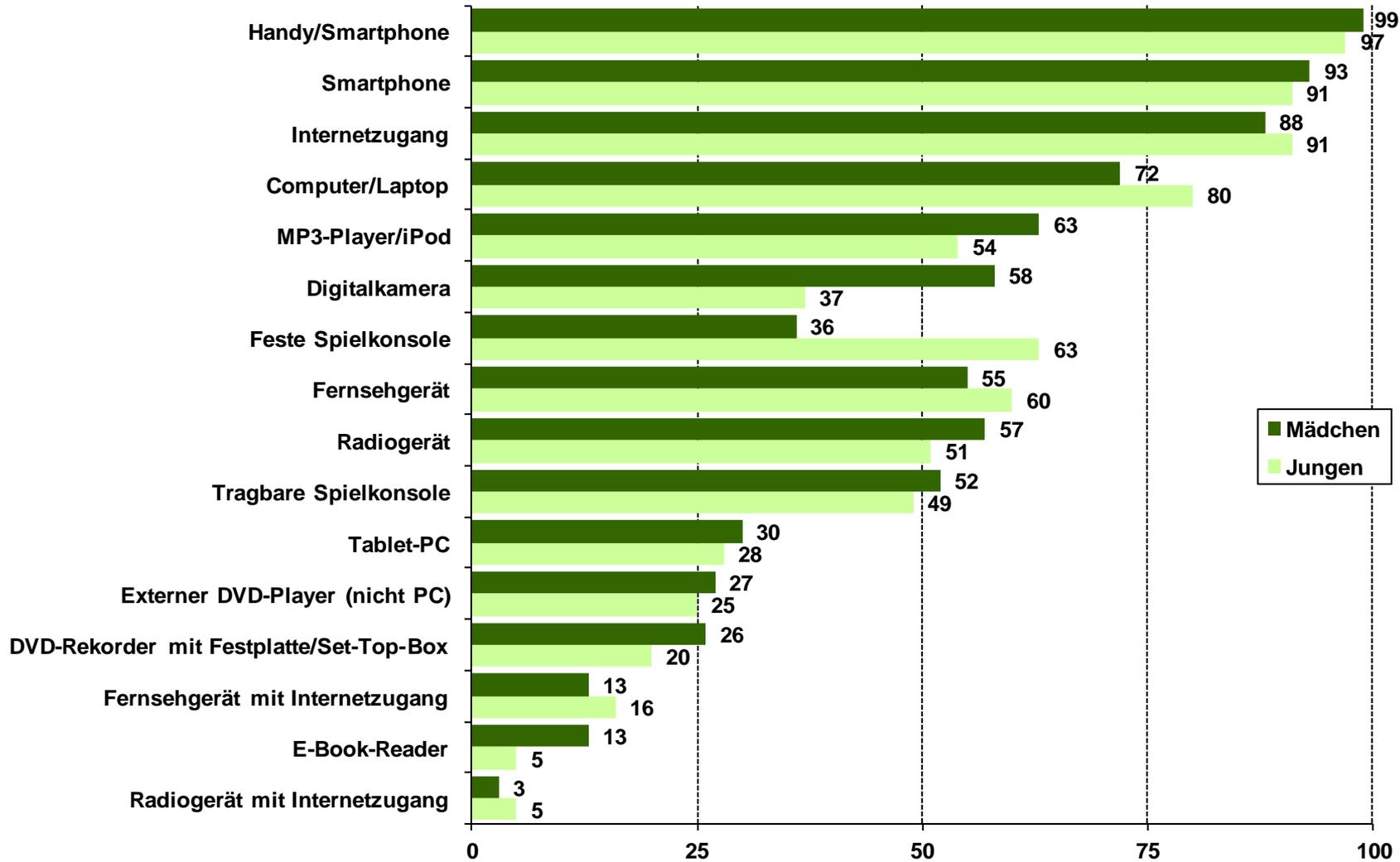
Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Geräte-Ausstattung im Haushalt 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

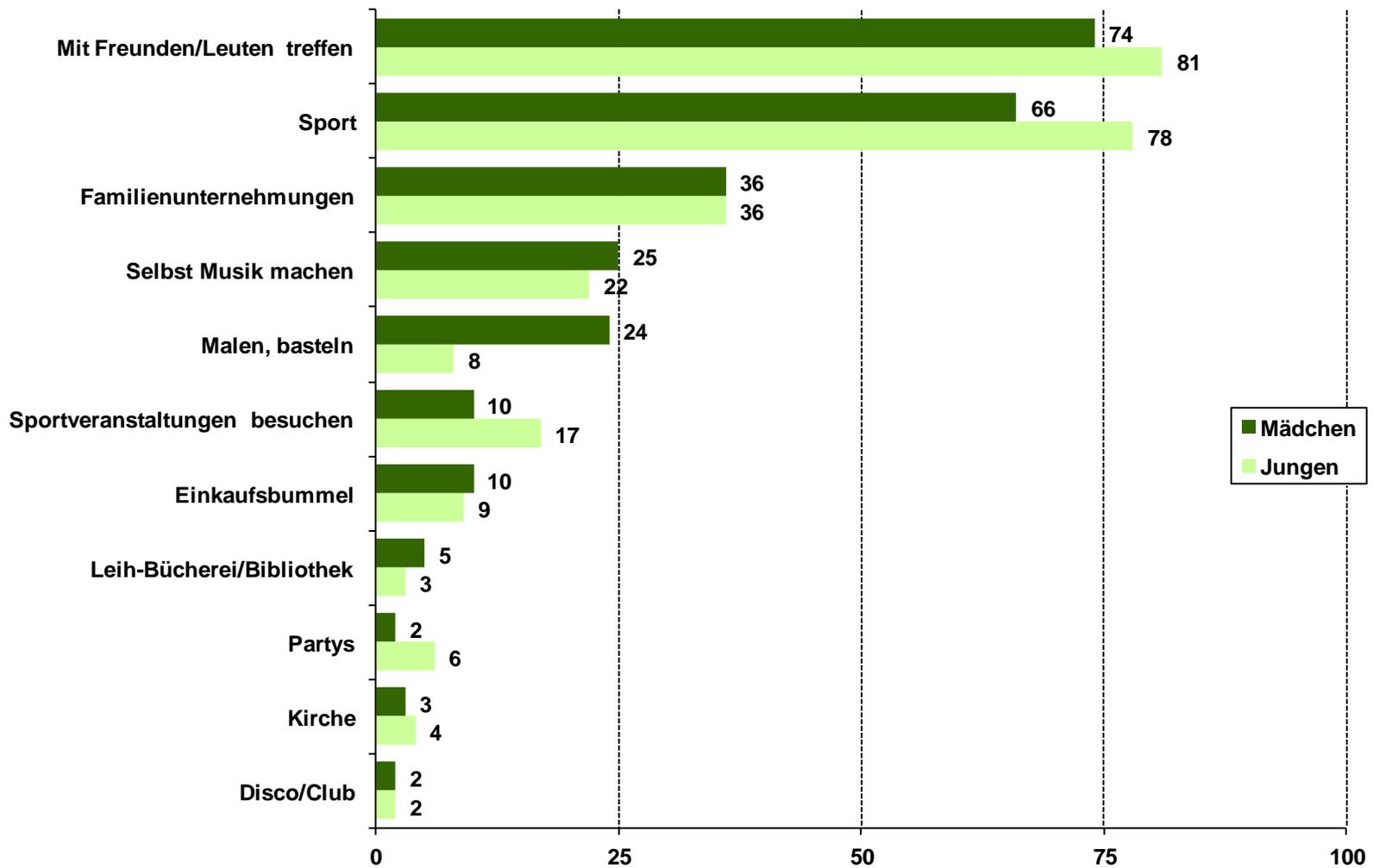
Gerätebesitz Jugendlicher 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Non-mediale Freizeitaktivitäten 2015

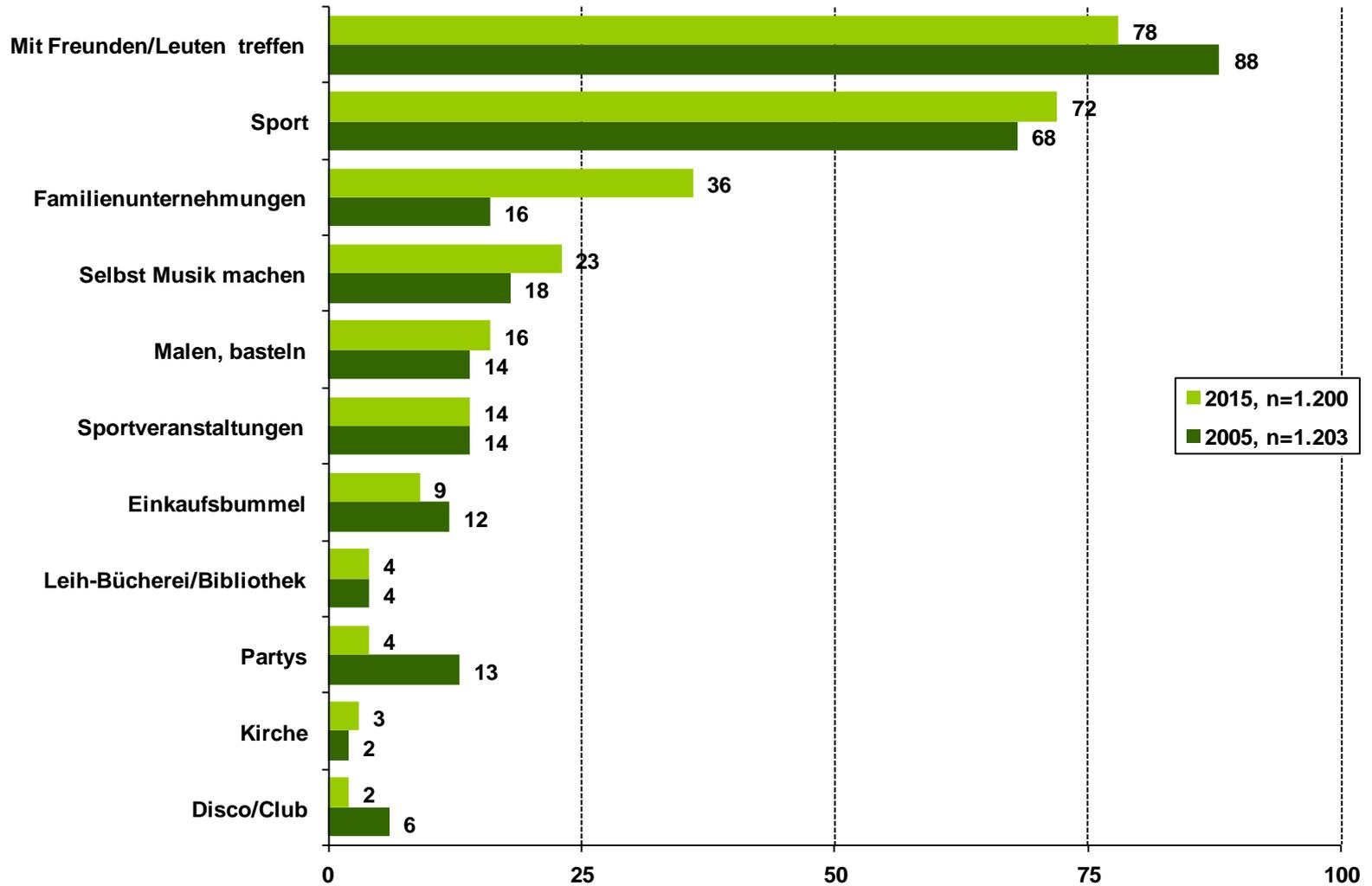
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Non-mediale Freizeitaktivitäten 2015/2005

- täglich/mehrmals pro Woche -

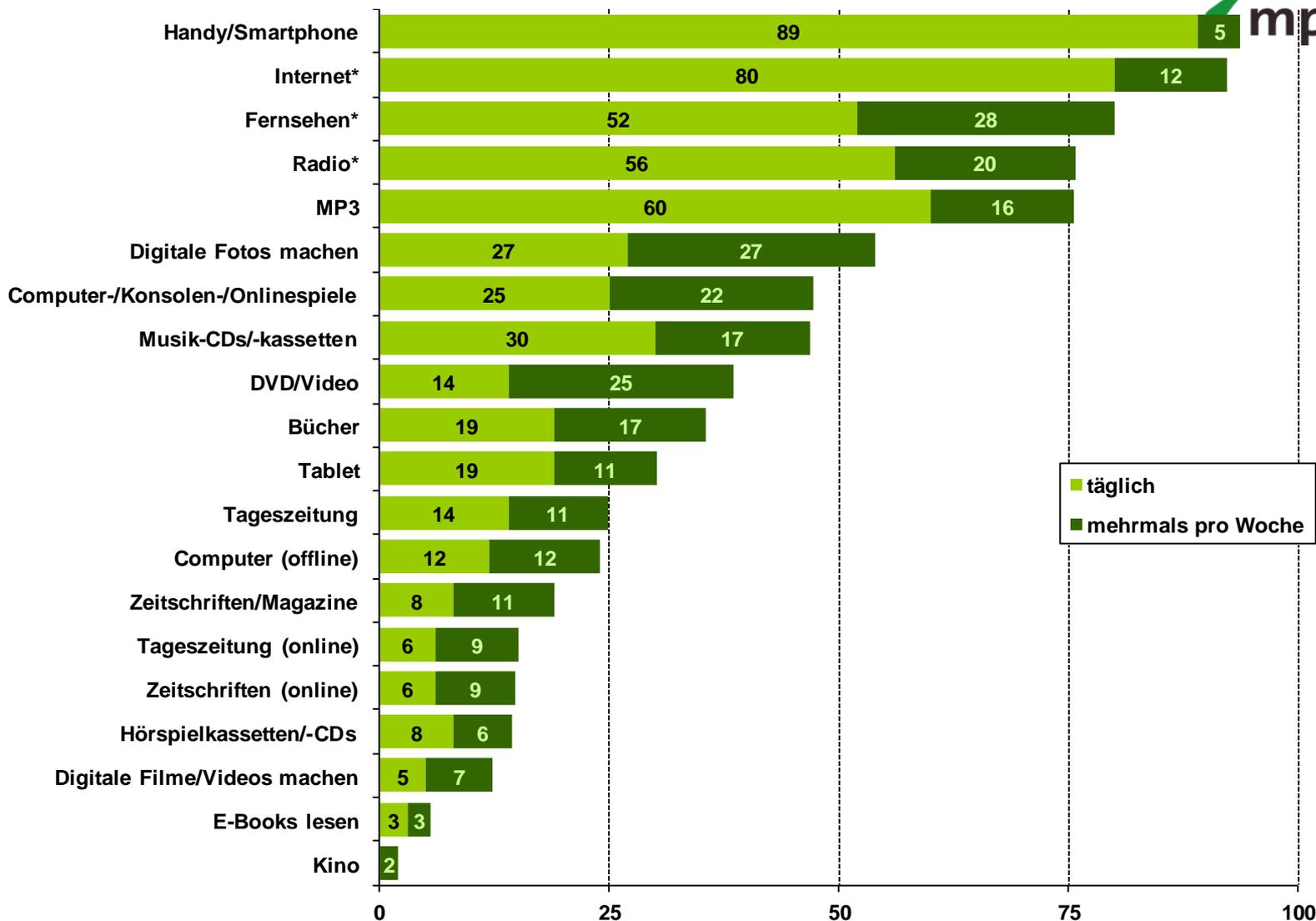


Quelle: JIM 2015, JIM 2005, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2015



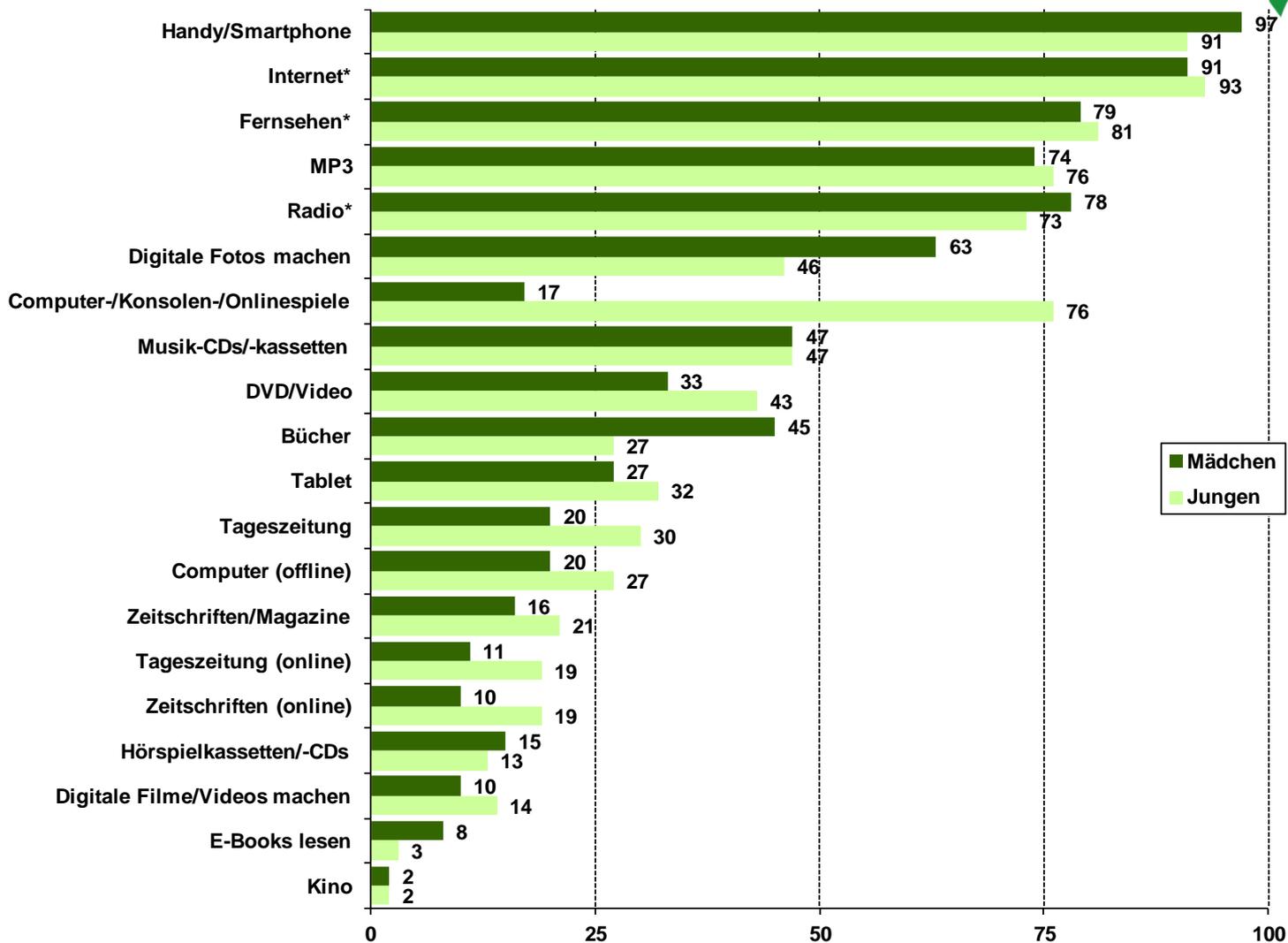
Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg
Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2015

- täglich/mehrmals pro Woche -



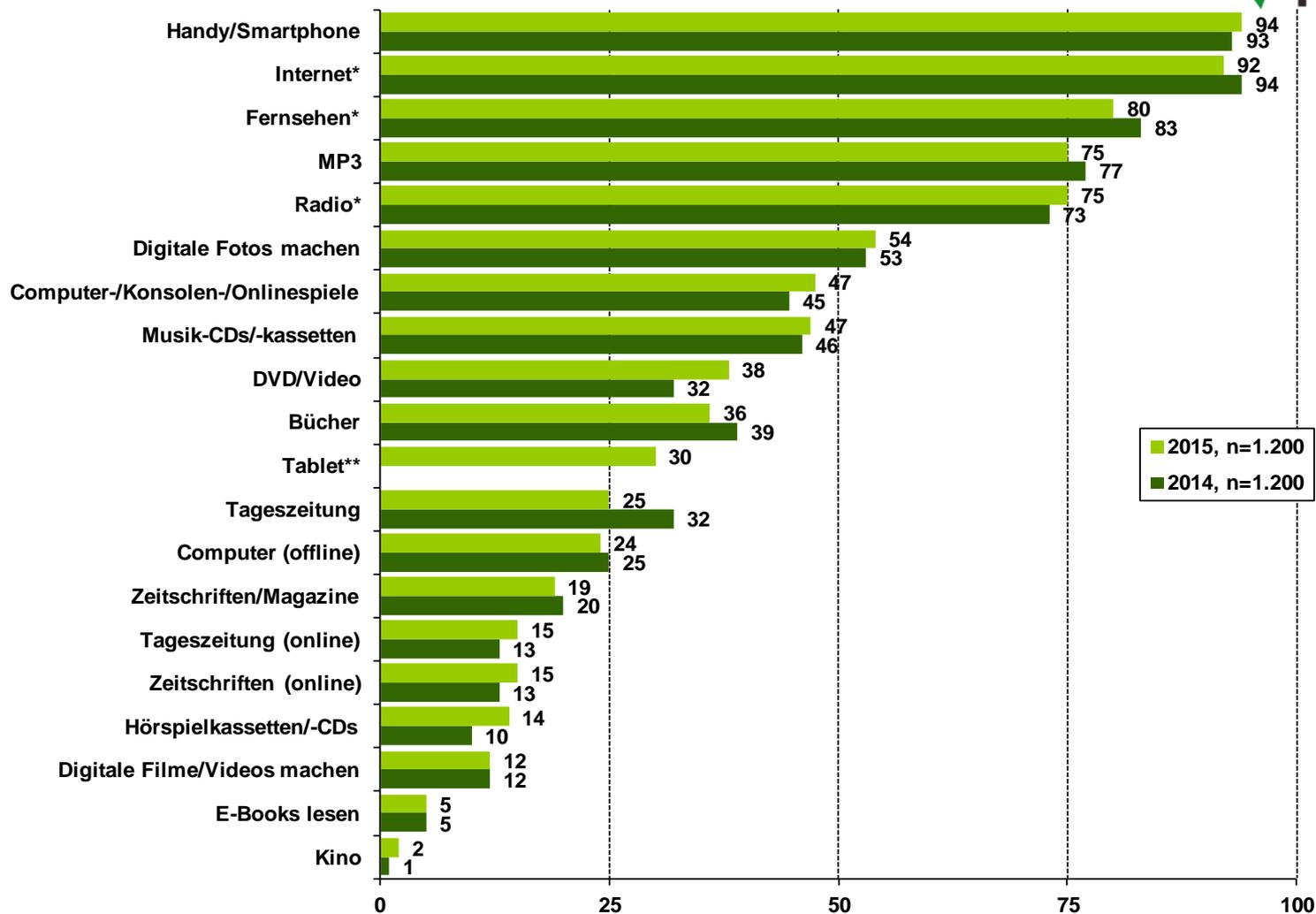
Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg
Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2015

- täglich/mehrmals pro Woche -



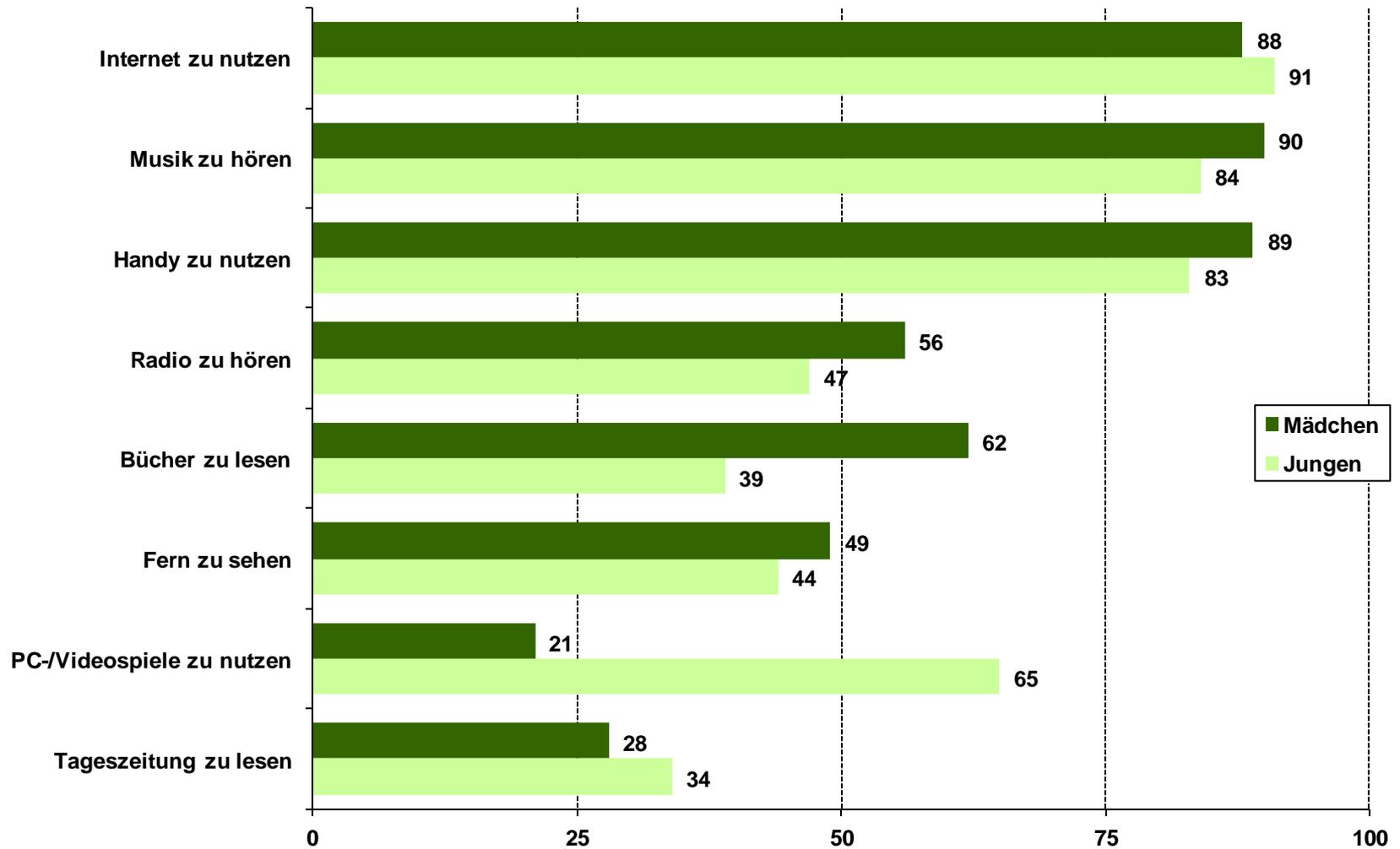
Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest



Quelle: JIM 2015, JIM 2014, Angaben in Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg, **2015 erstmals abgefragt
Basis: alle Befragten

Wichtigkeit der Medien* 2015

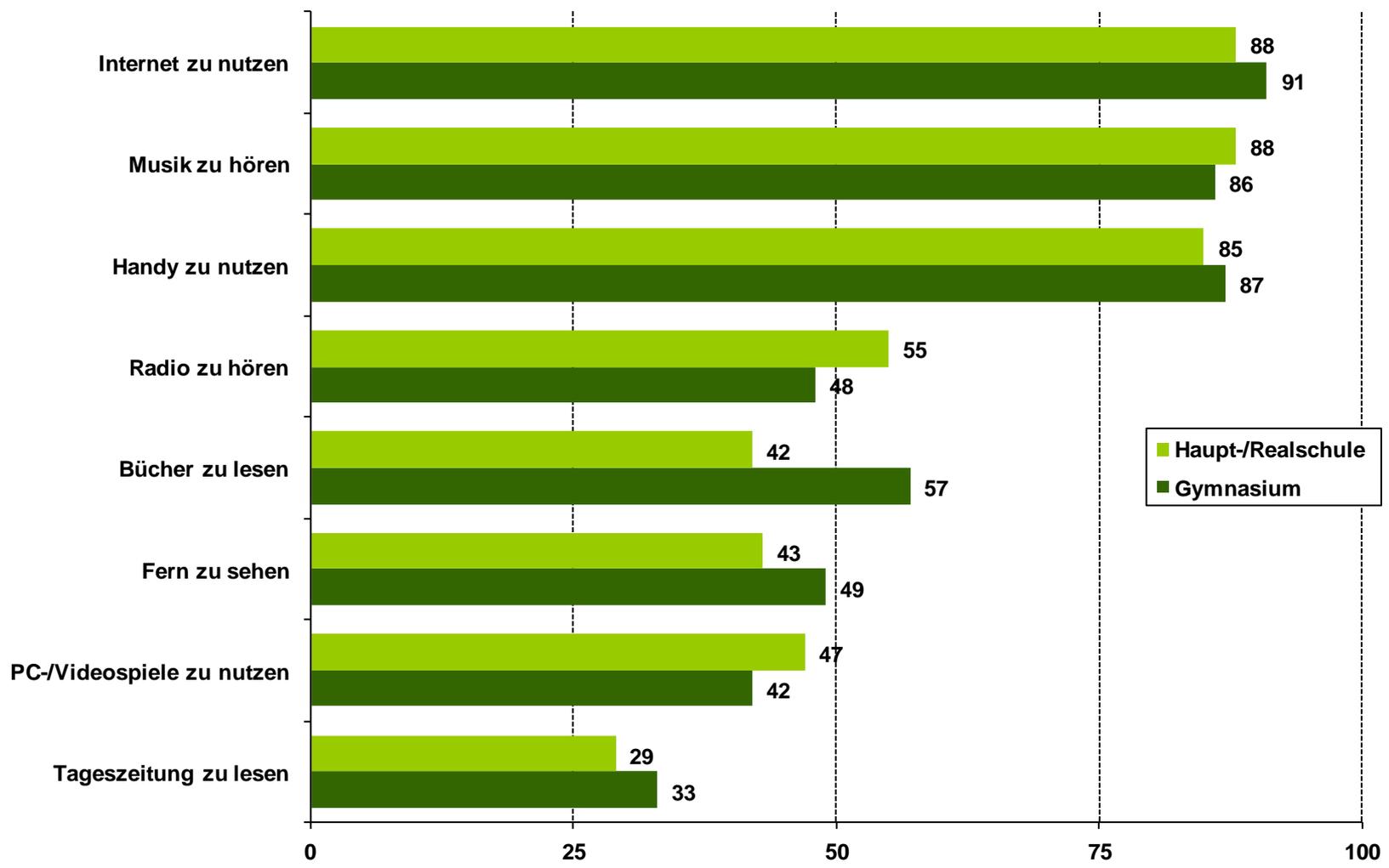
- sehr wichtig/wichtig -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg genutzt
Basis: alle Befragten, n=1.200

Wichtigkeit der Medien* 2015

- sehr wichtig/wichtig -



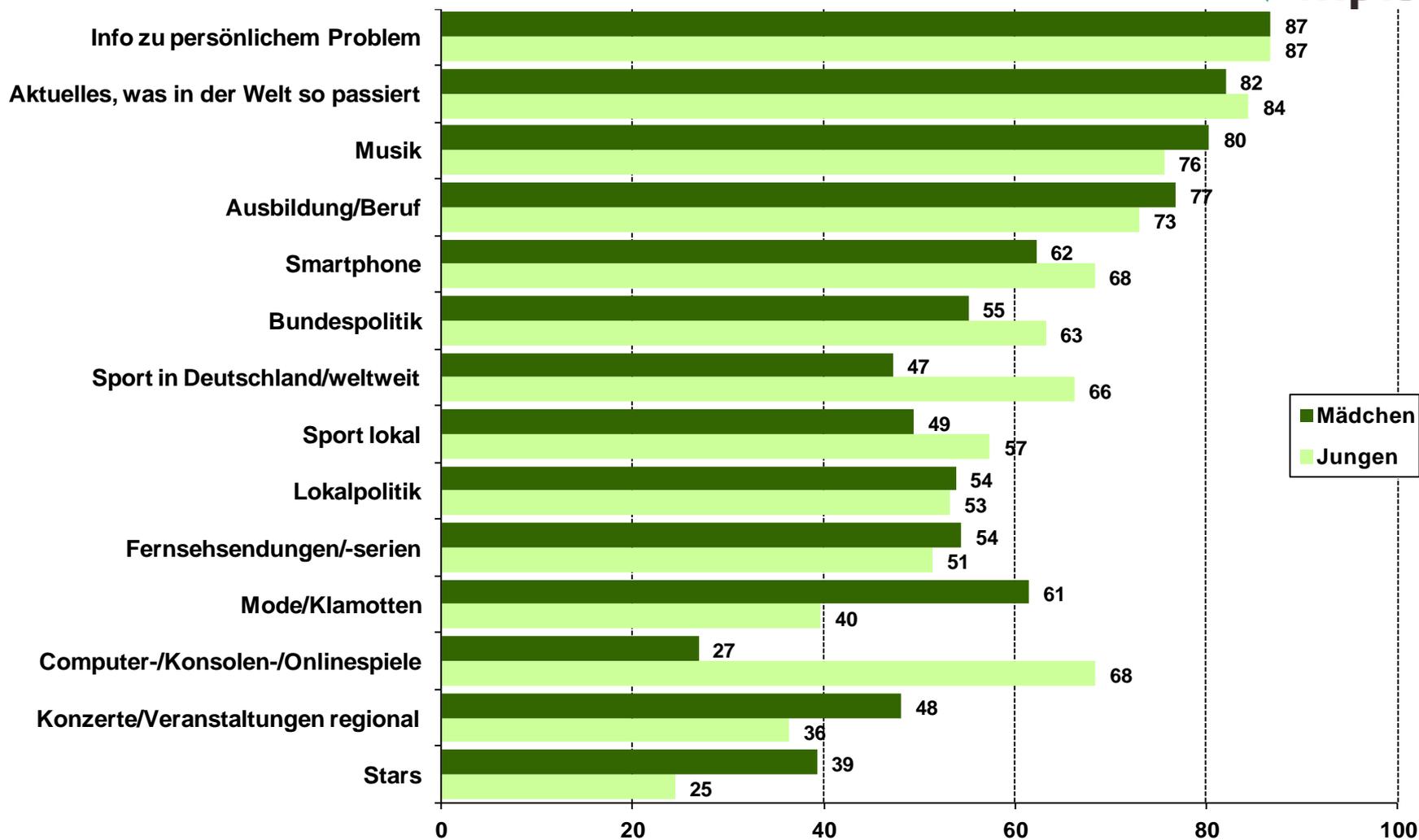
Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg genutzt
Basis: alle Befragten, n=1.200

Wichtigkeit, über neue Entwicklungen schnell Bescheid zu wissen

- sehr wichtig/wichtig -

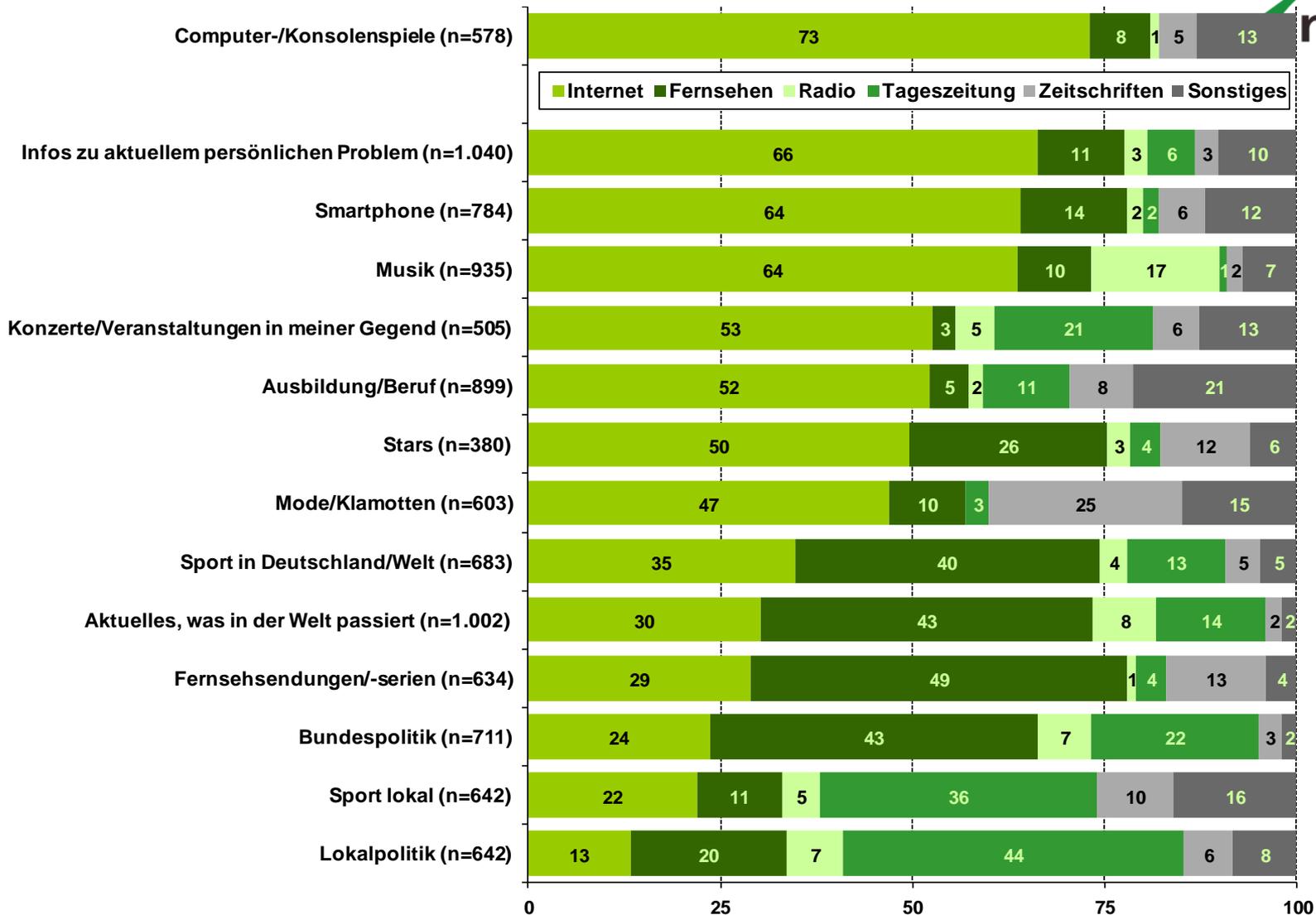


Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

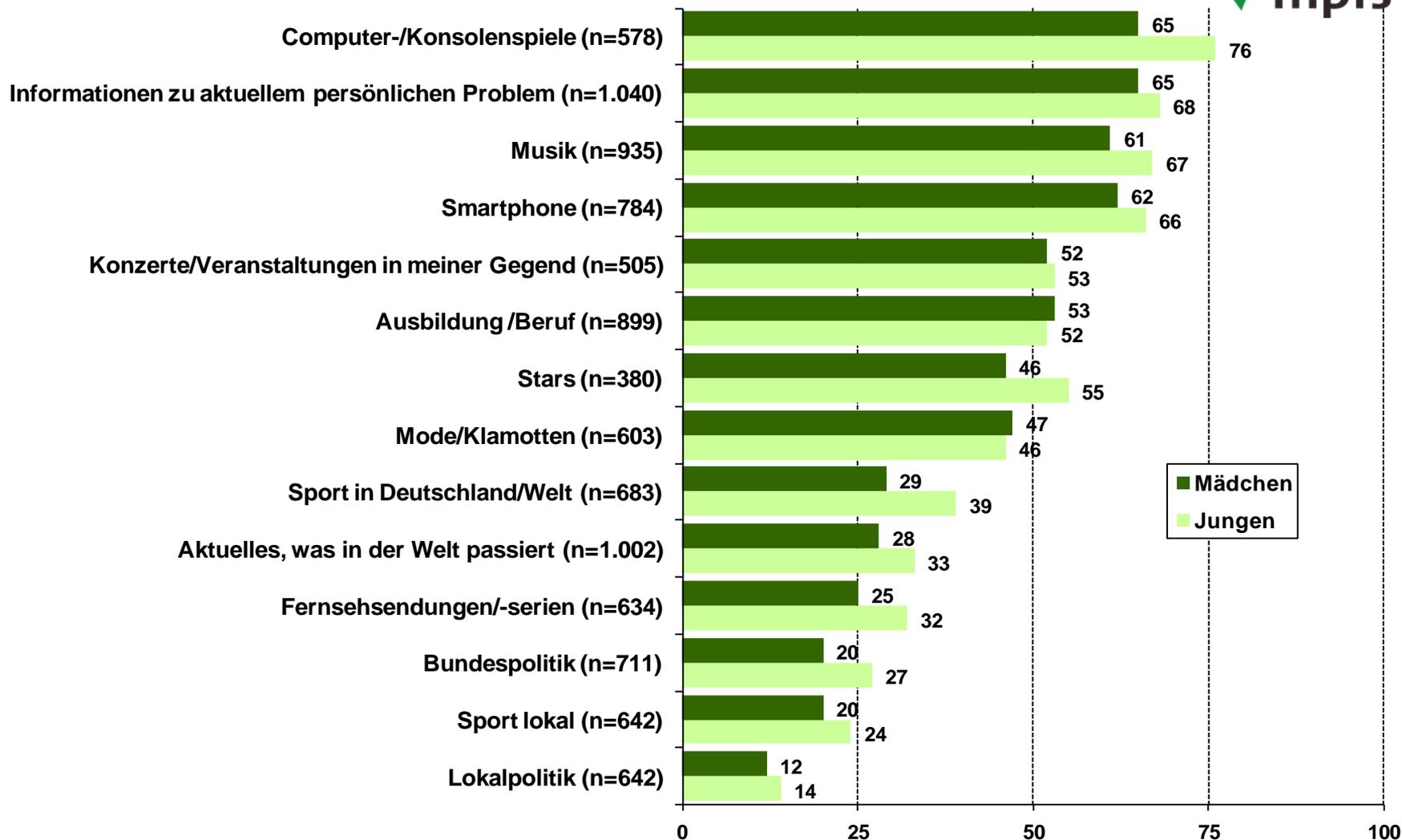
Ich informiere mich zum Thema... am häufigsten im...



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

Basis: Befragte denen es sehr wichtig/etwas wichtig ist, über neue Entwicklungen zum Themenbereich schnell Bescheid zu wissen

Ich informiere mich zum Thema... am häufigsten im Internet



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

Basis: Befragte denen es sehr wichtig/etwas wichtig ist, über neue Entwicklungen zum Themenbereich schnell Bescheid zu wissen

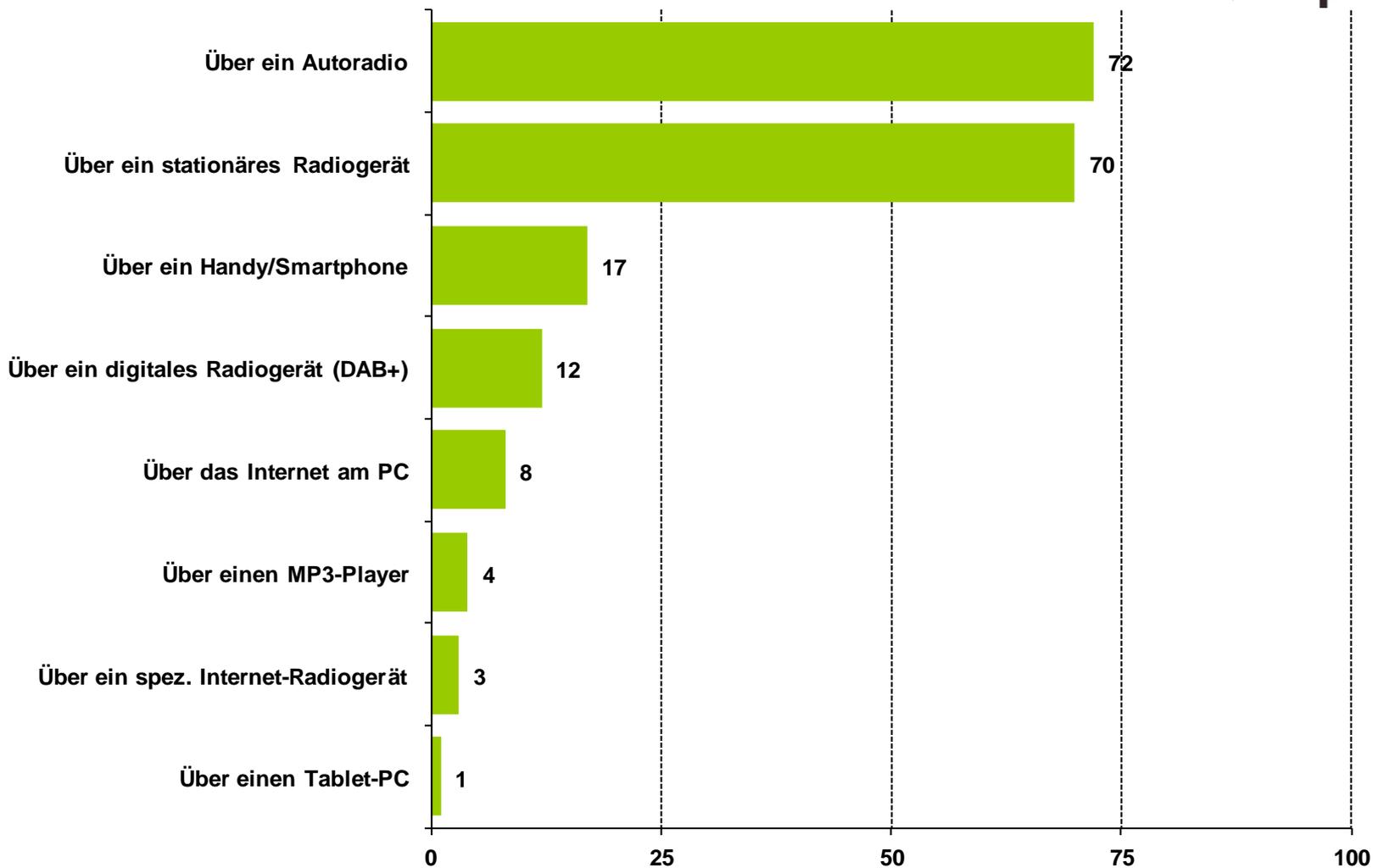
Radionutzung 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Wege der Radionutzung 2015

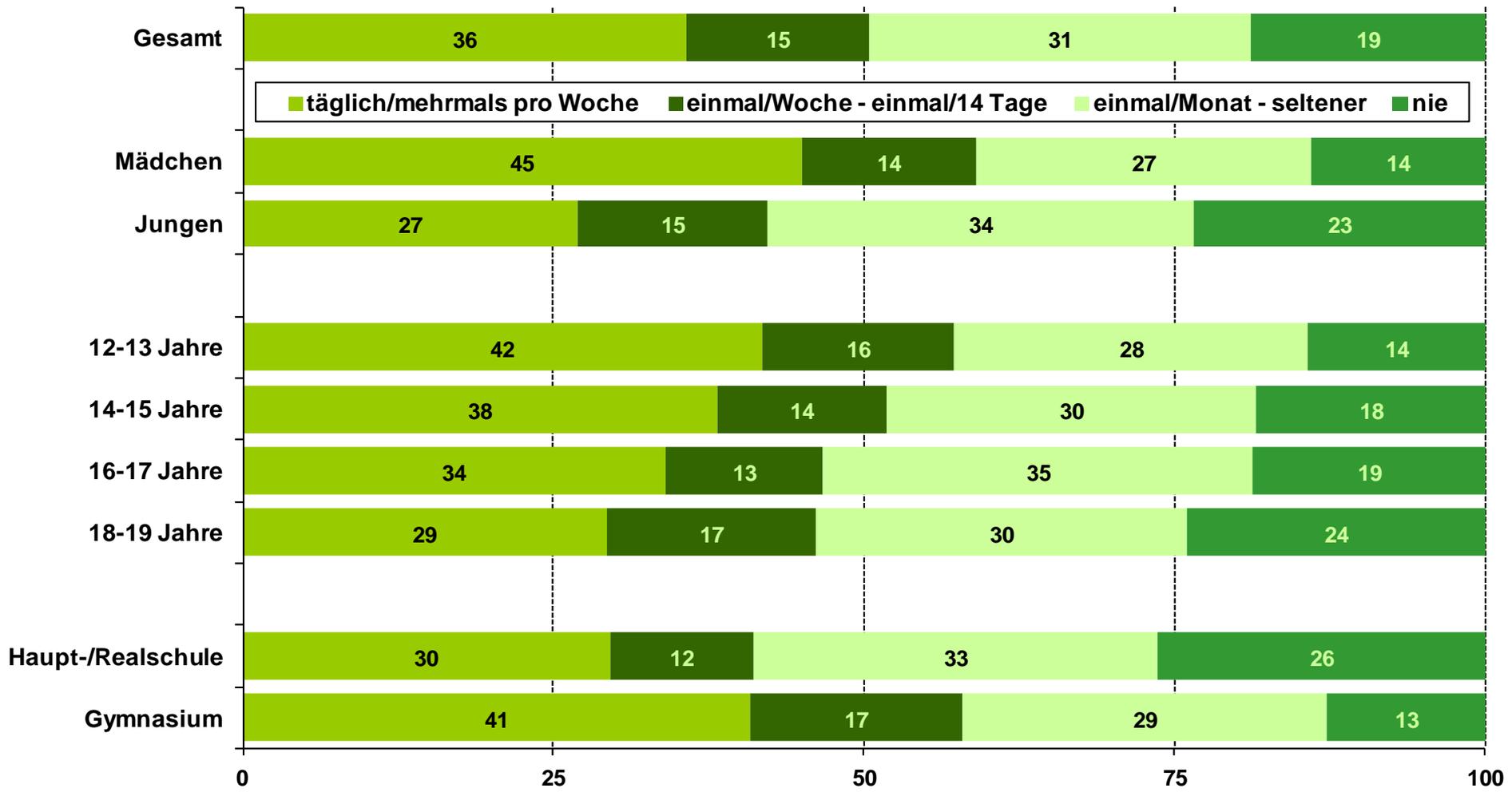
- innerhalb der letzten 14 Tage -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage Radio hören, n=1.000

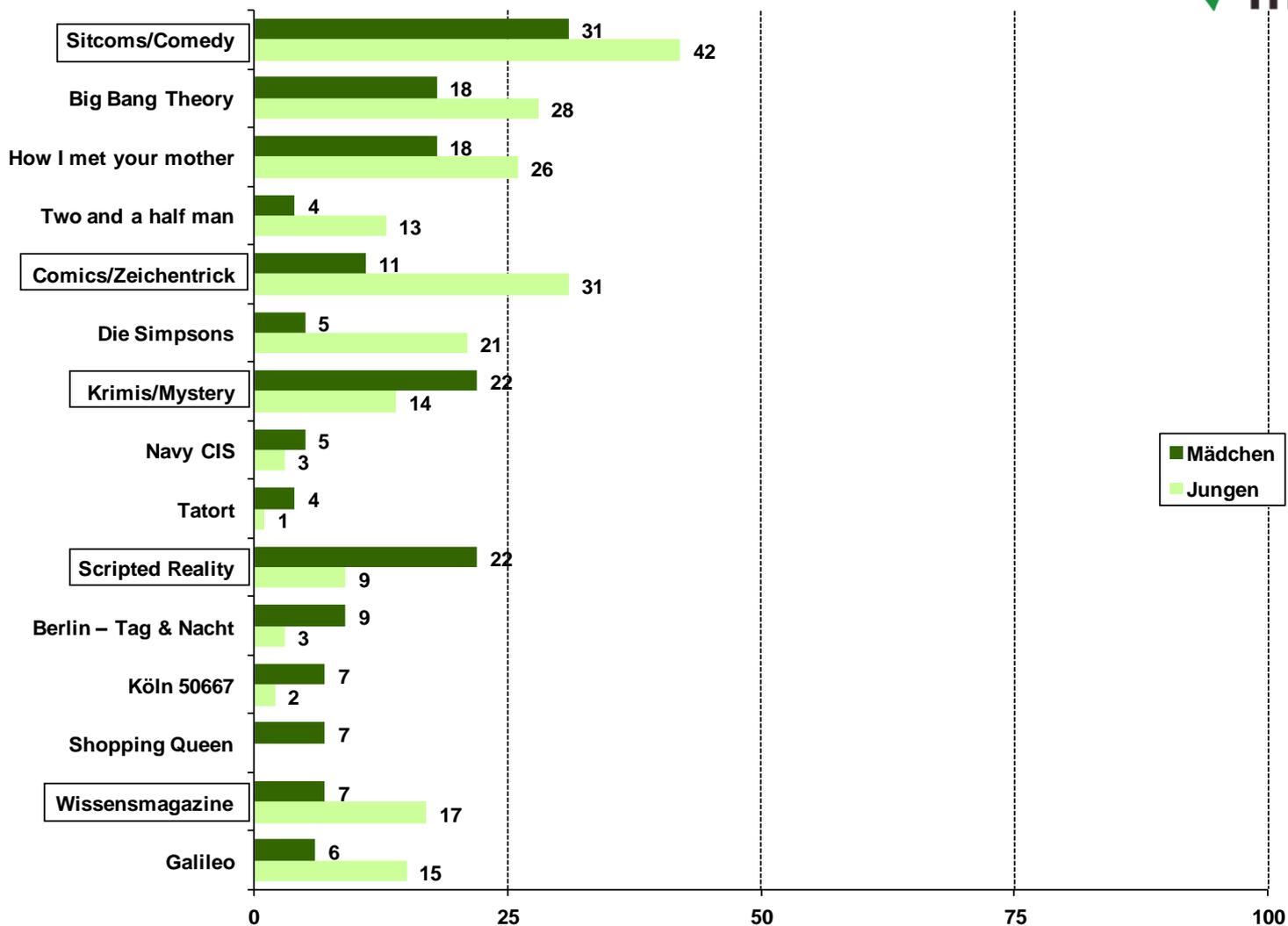
Bücher lesen* 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent, *nur gedruckte Bücher
Basis: alle Befragten, n=1.200

Lieblingssendung im Fernsehen 2015

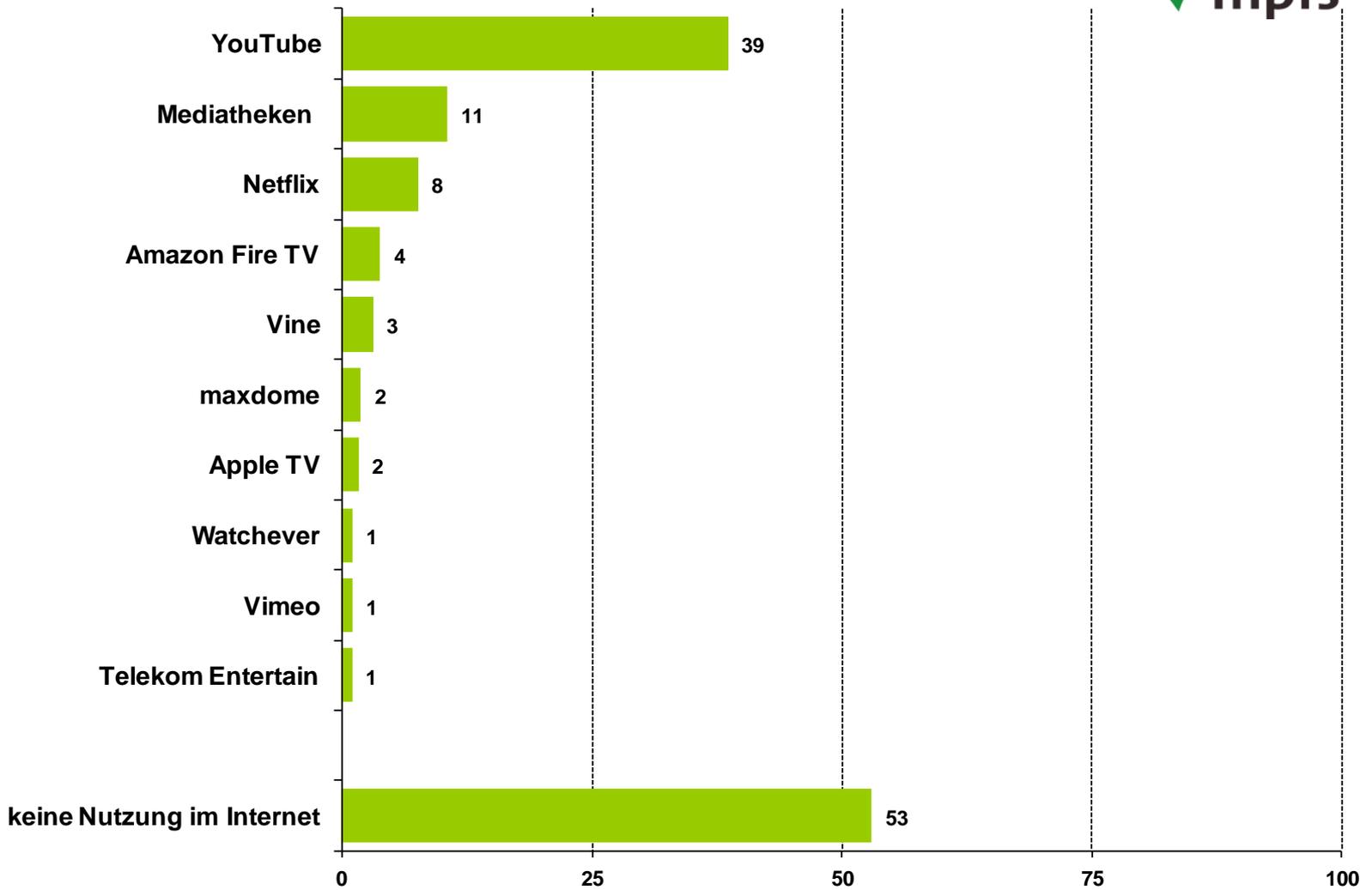
- bis zu drei Angaben/Oberkategorie und Beispielsendungen -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent, Nennungen ab 4 Prozent (Gesamt)
Basis: alle Befragten, n=1.200

Häufigkeit der Nutzung von Serien und Filmen 2015

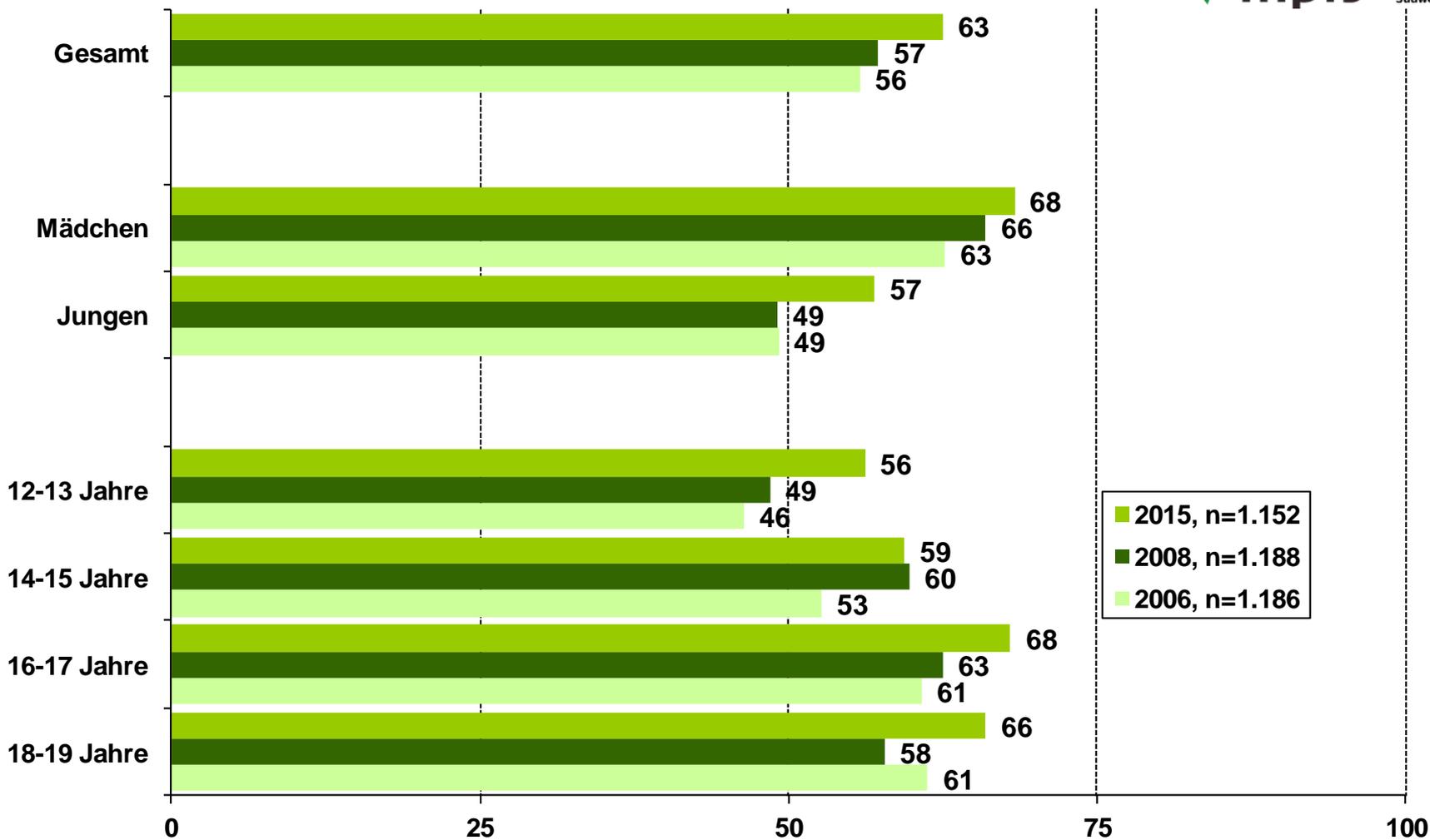
- mind. einmal pro Woche -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Befragte, die zum indetst selten fernsehen, n=1.152

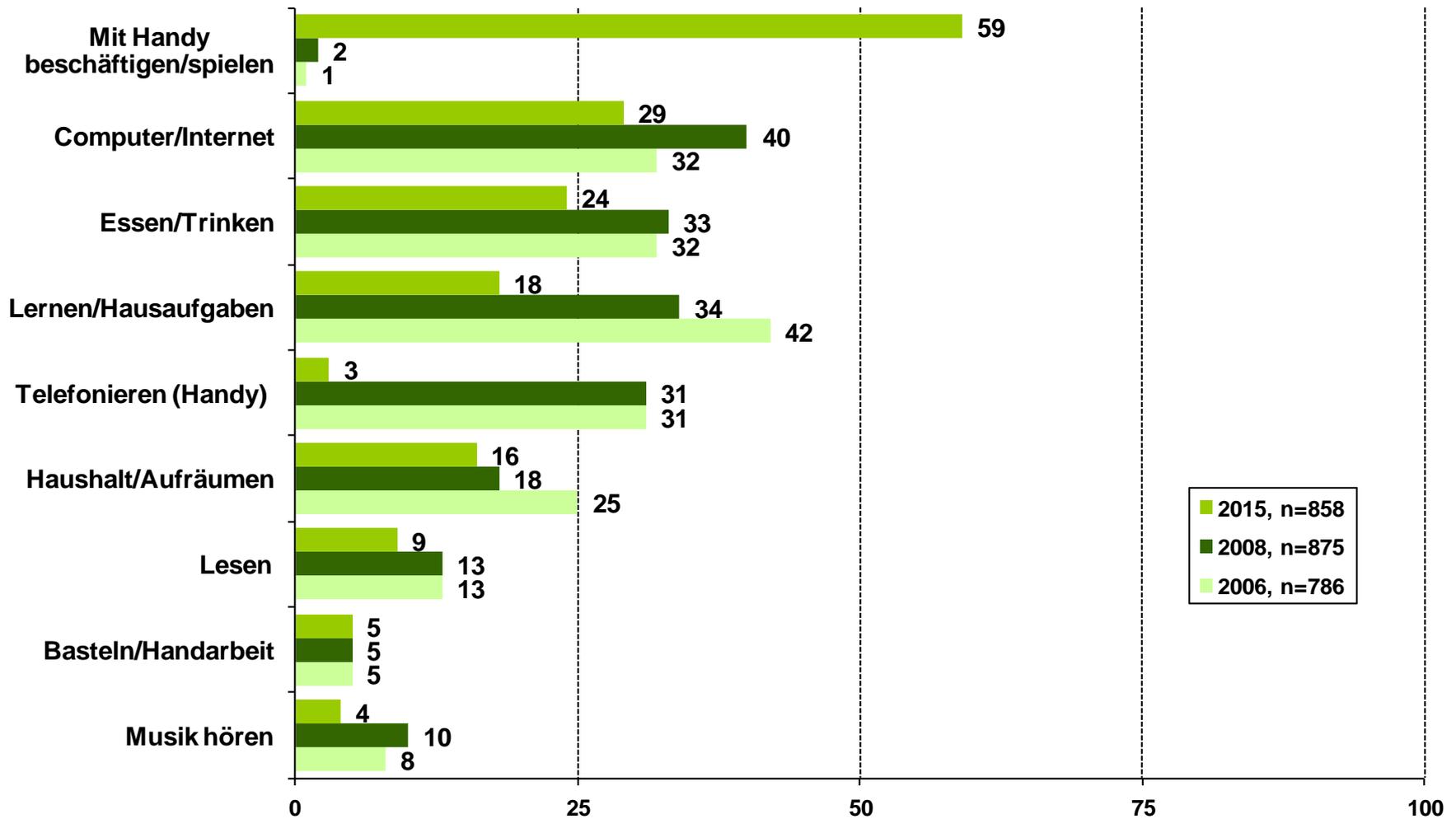
Mache beim Fernsehen andere Dinge nebenbei...

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2015, JIM 2008, JIM 2006, Angaben in Prozent
Basis: Befragte die zumindest selten fernsehen

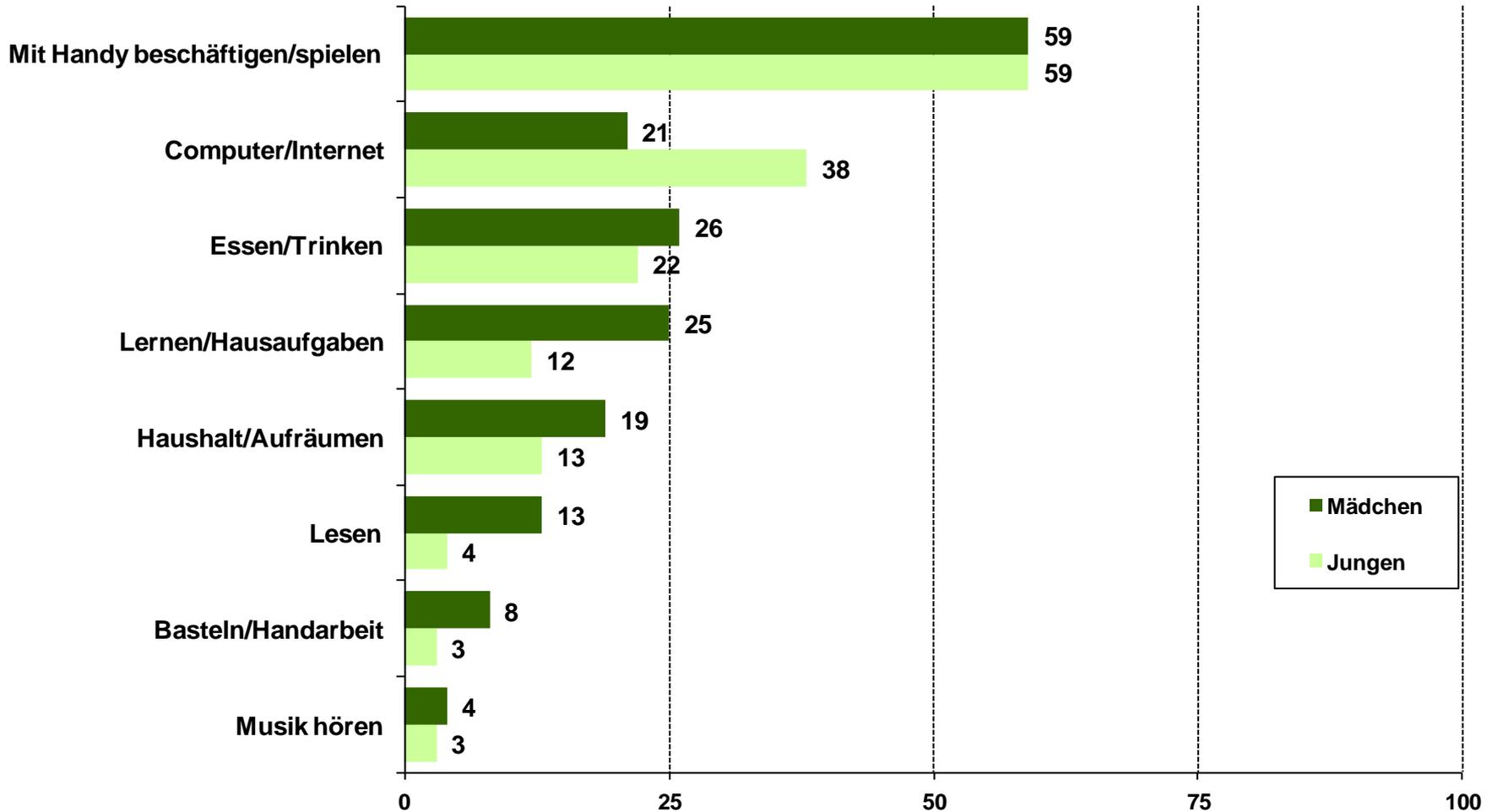
Mache während des Fernsehens nebenbei... - Tätigkeiten -



Quelle: JIM 2015, JIM 2008, JIM 2006, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zum mindesteinmal pro Monat nebenbei andere Dinge tun, während der Fernseher läuft

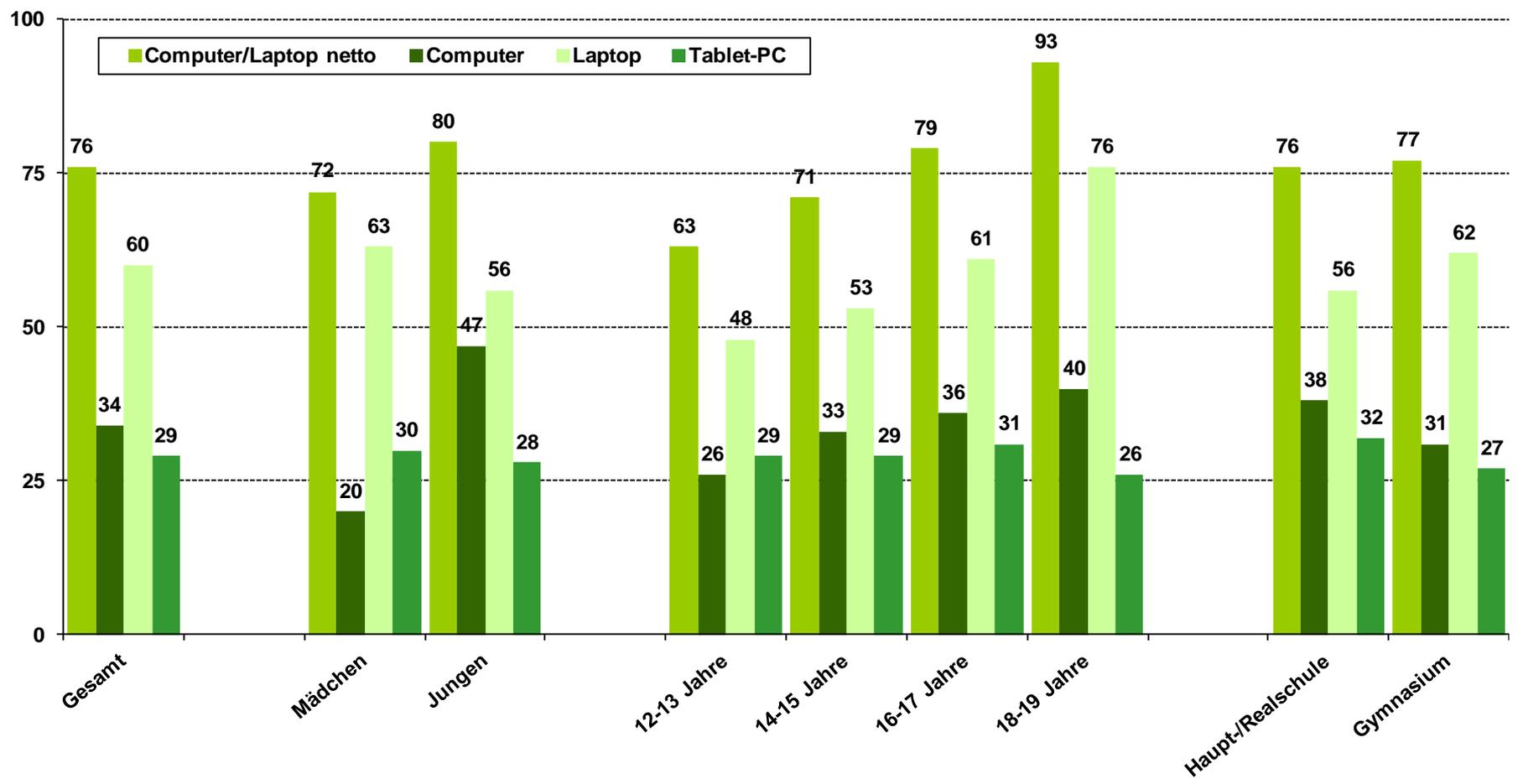
Mache während des Fernsehens nebenbei... - Tätigkeiten -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

Basis: Befragte, die zumindest einmal pro Monat nebenbei andere Dinge tun, während der Fernseher läuft, n=858

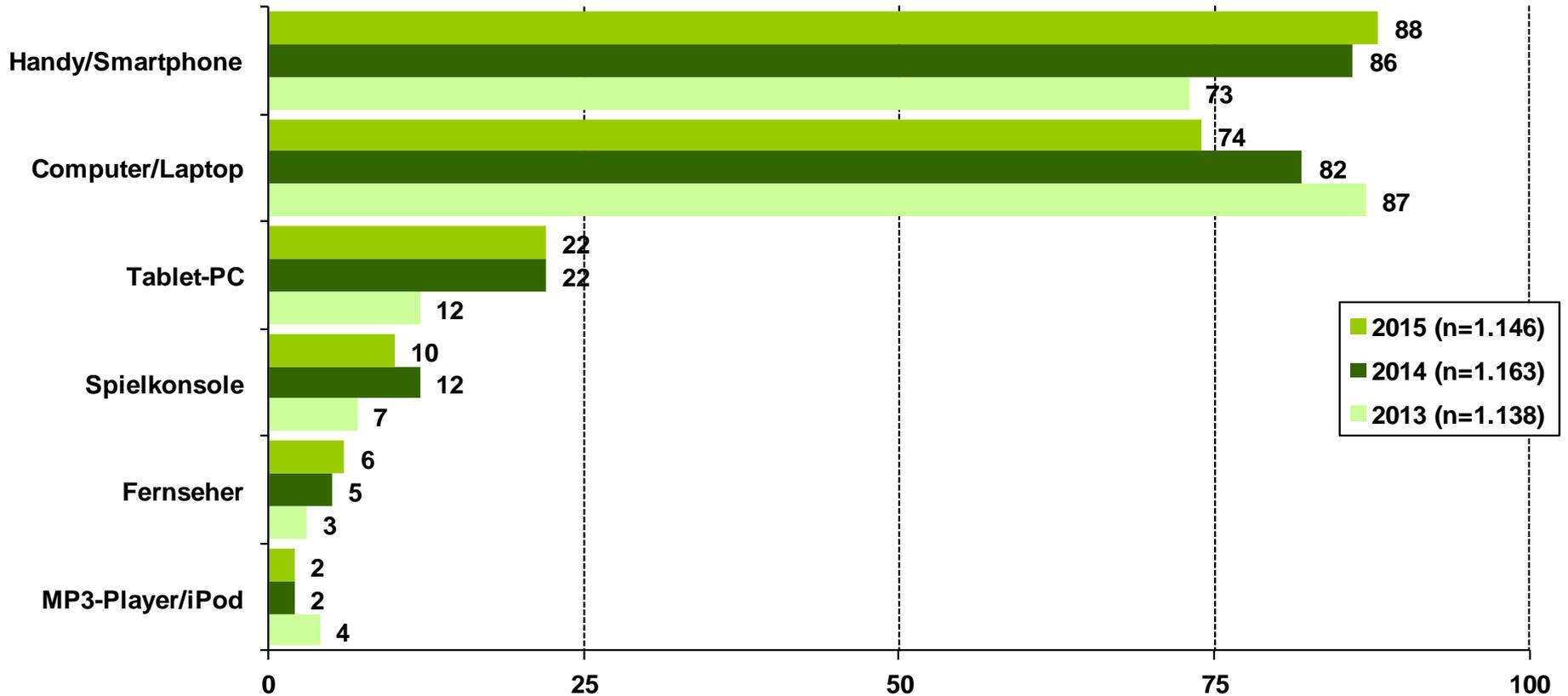
Computerbesitz Jugendlicher 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

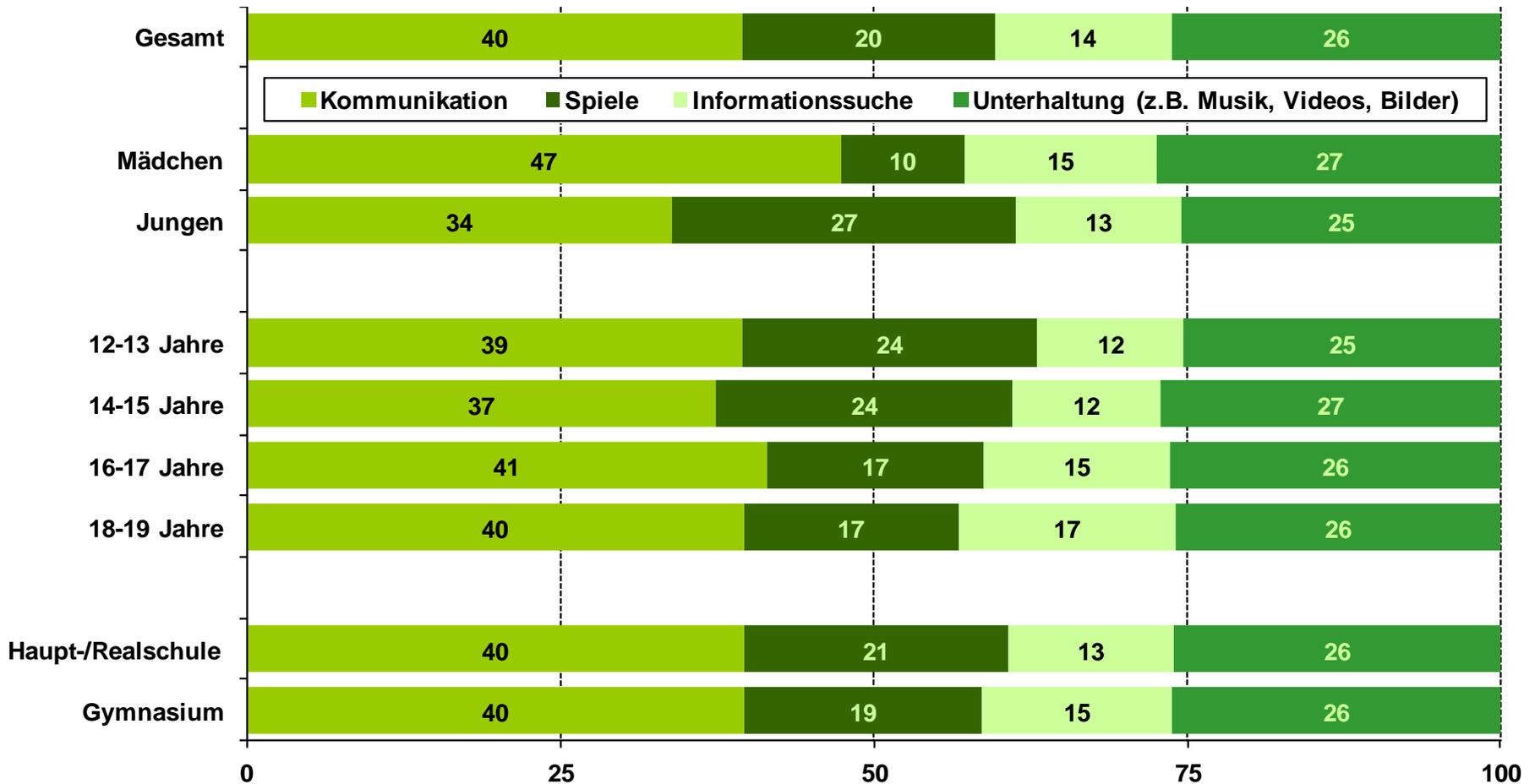
Wege der Internetnutzung 2013 - 2015

- in den letzten 14 Tagen -



Quelle: JIM 2013 - JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage das Internet nutzen

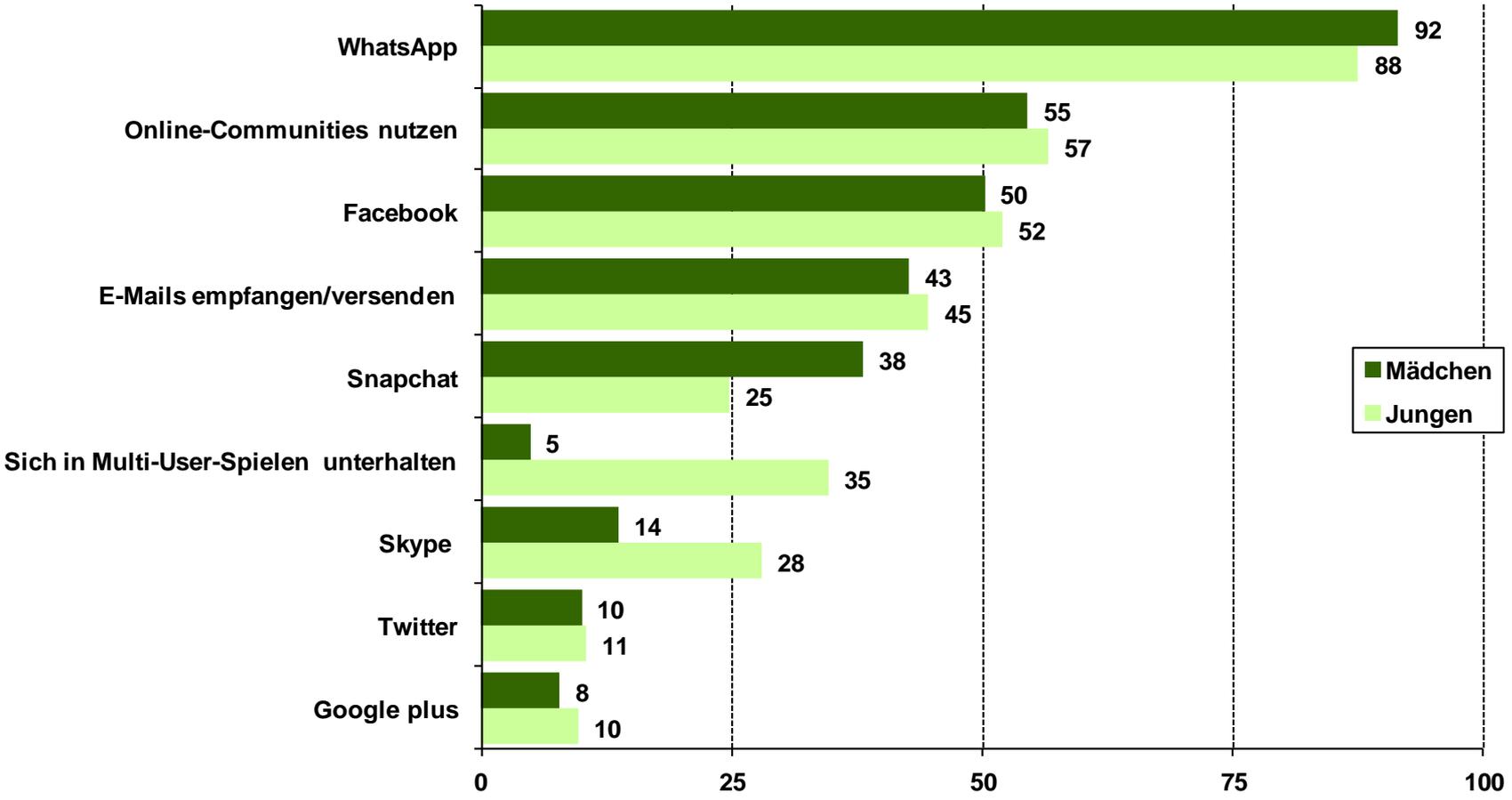
Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Internet-Nutzer, n=1.166

Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation 2015

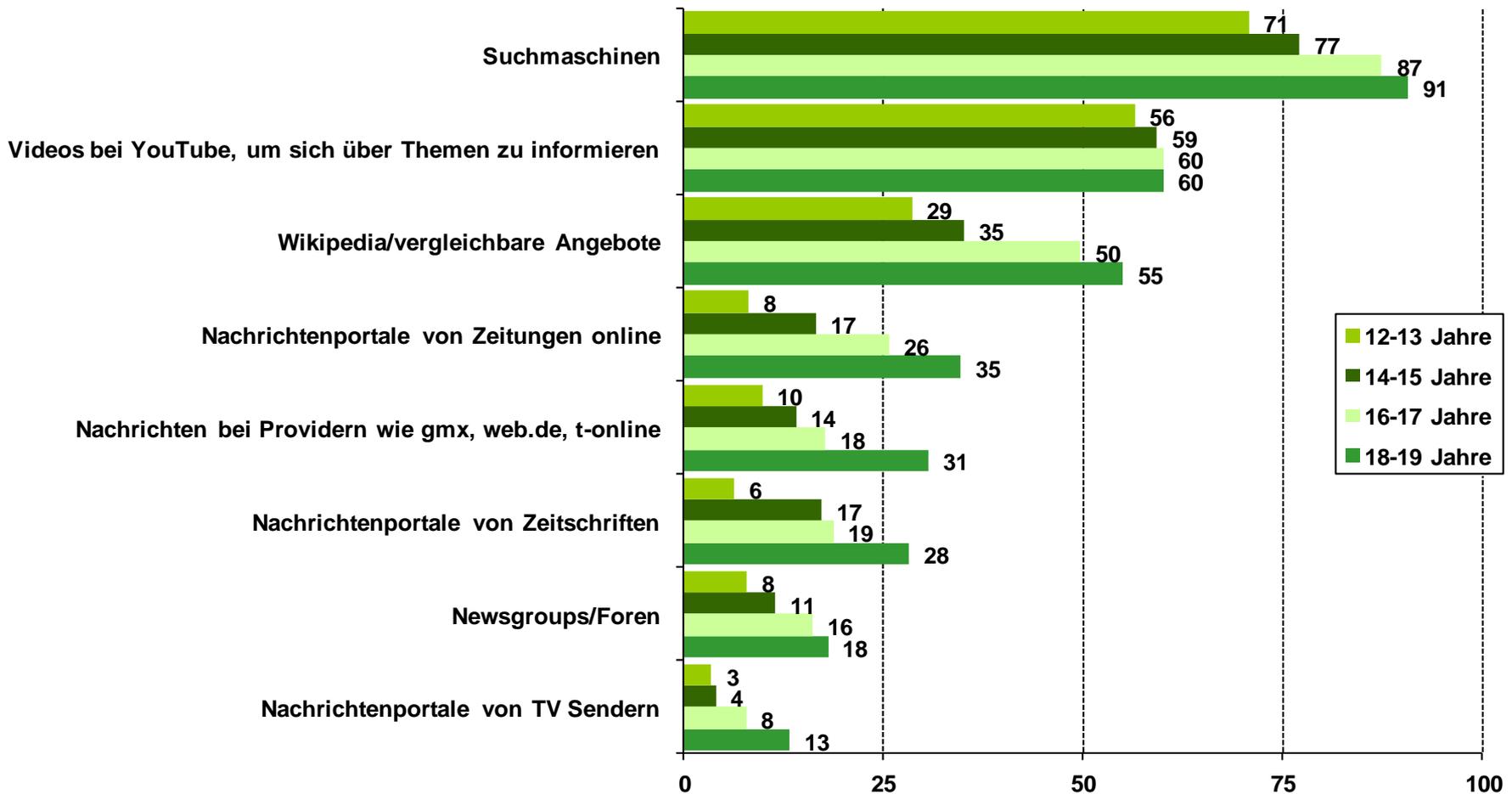
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: sich informieren 2015

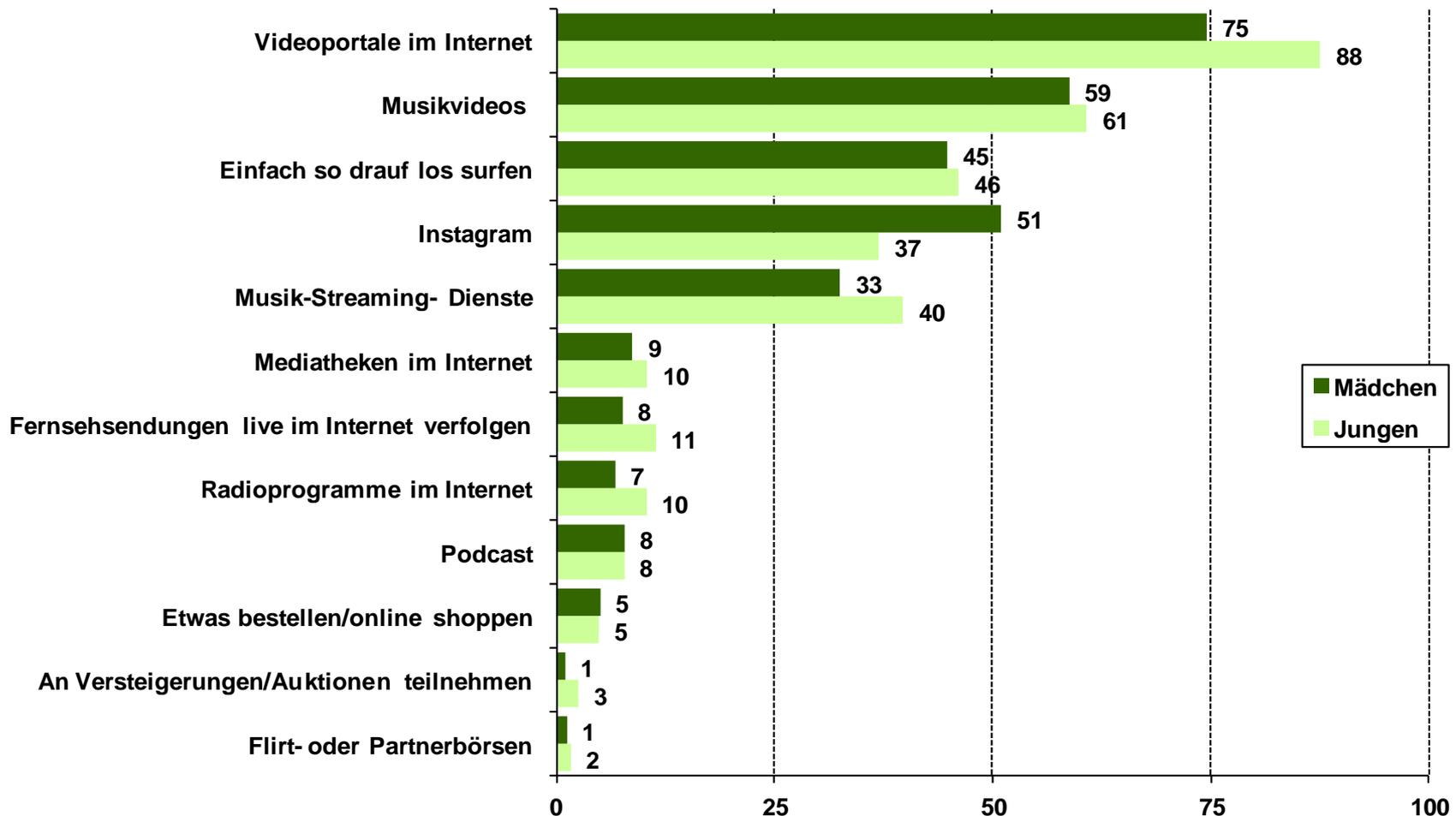
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Tätigkeiten im Internet – Schwerpunkt: Unterhaltung 2015

- täglich/mehrmals pro Woche -

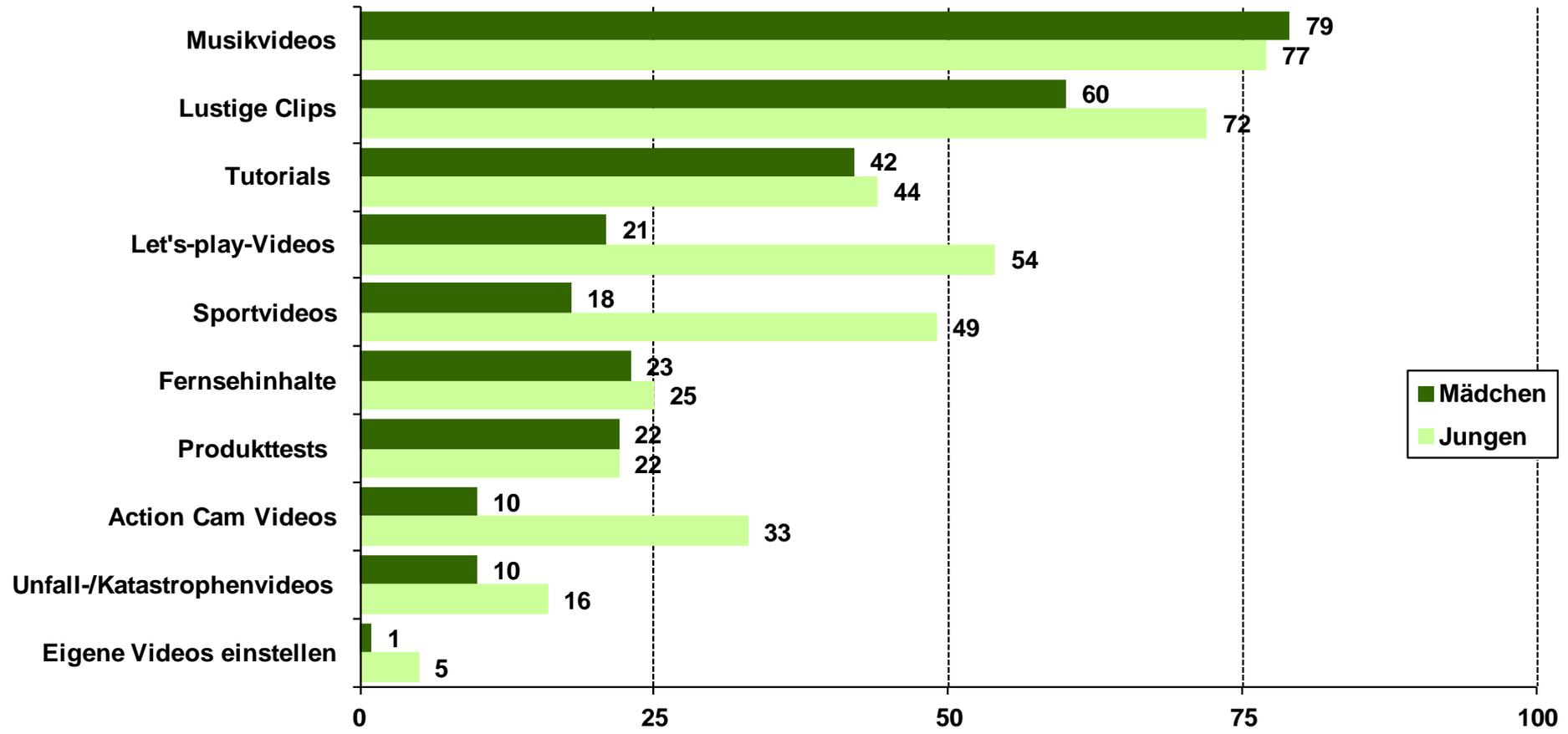


Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.200

YouTube: Nutzung 2015

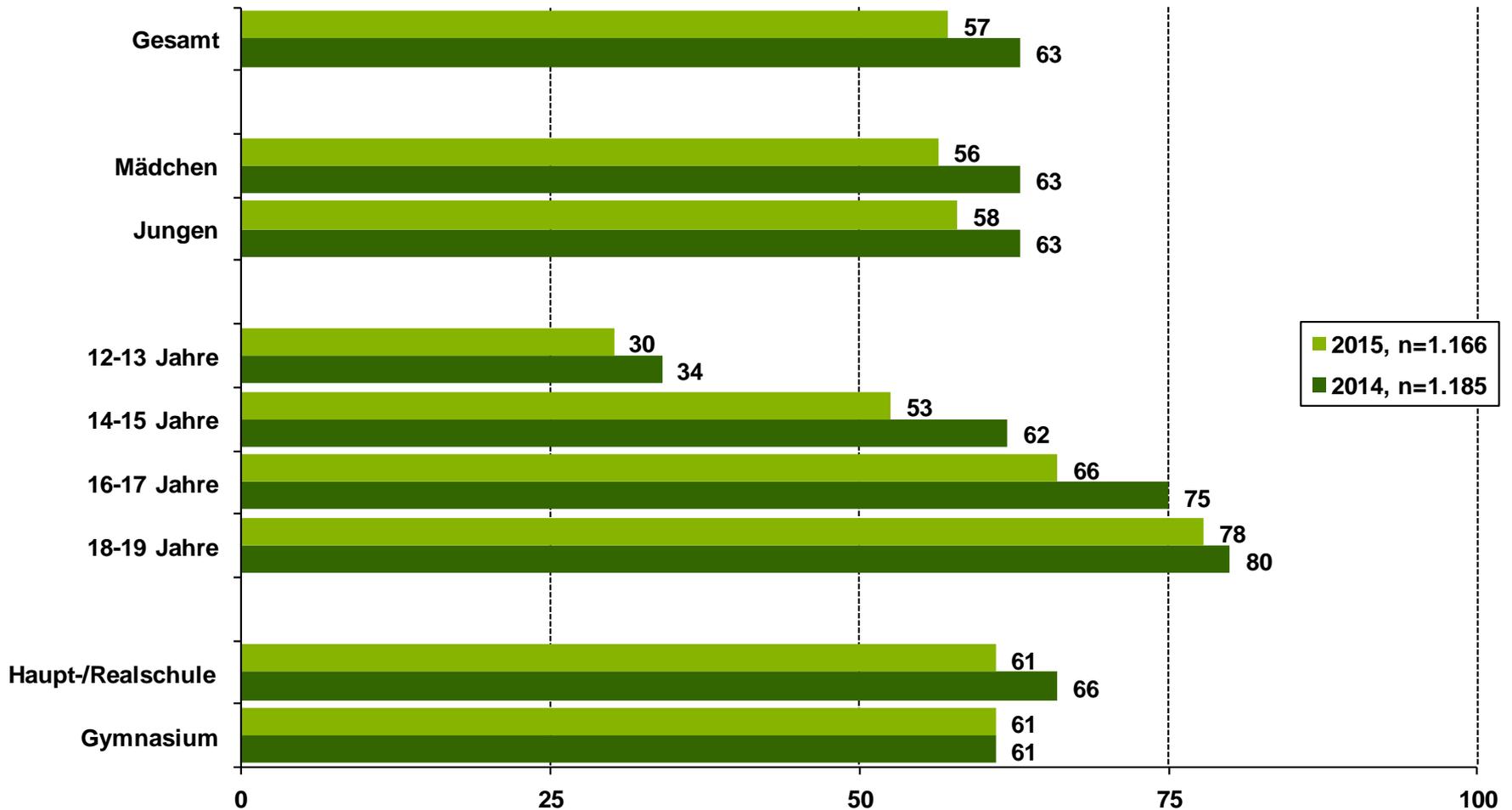
- mindestens einmal in 14 Tagen -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Befragte, die zumindest selten YouTube nutzen, n=1.127

Nutzung von Online-Communities 2015

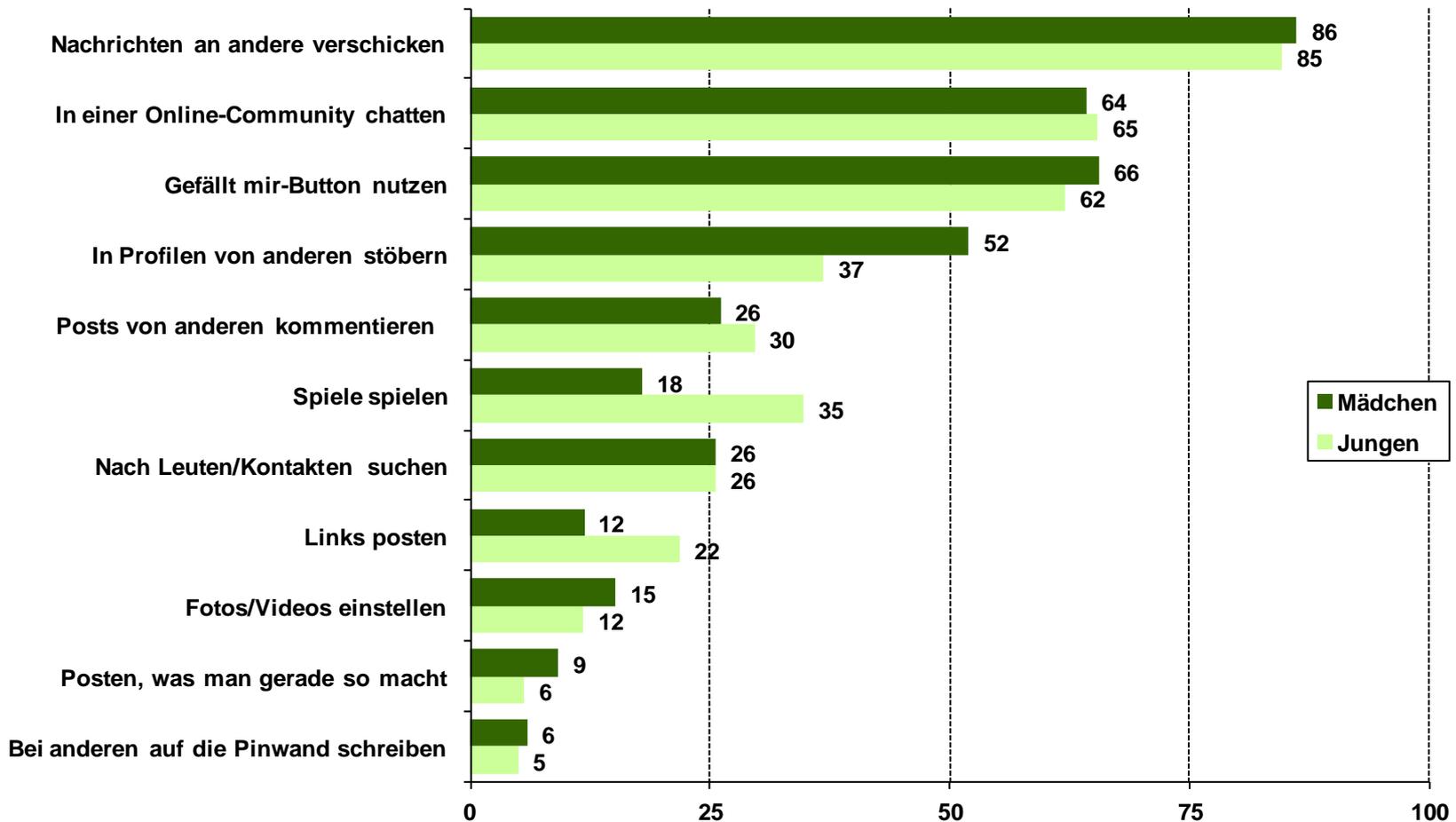
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2014, JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Internet-Nutzer

Online-Communities: Nutzung verschiedener Funktionen 2015

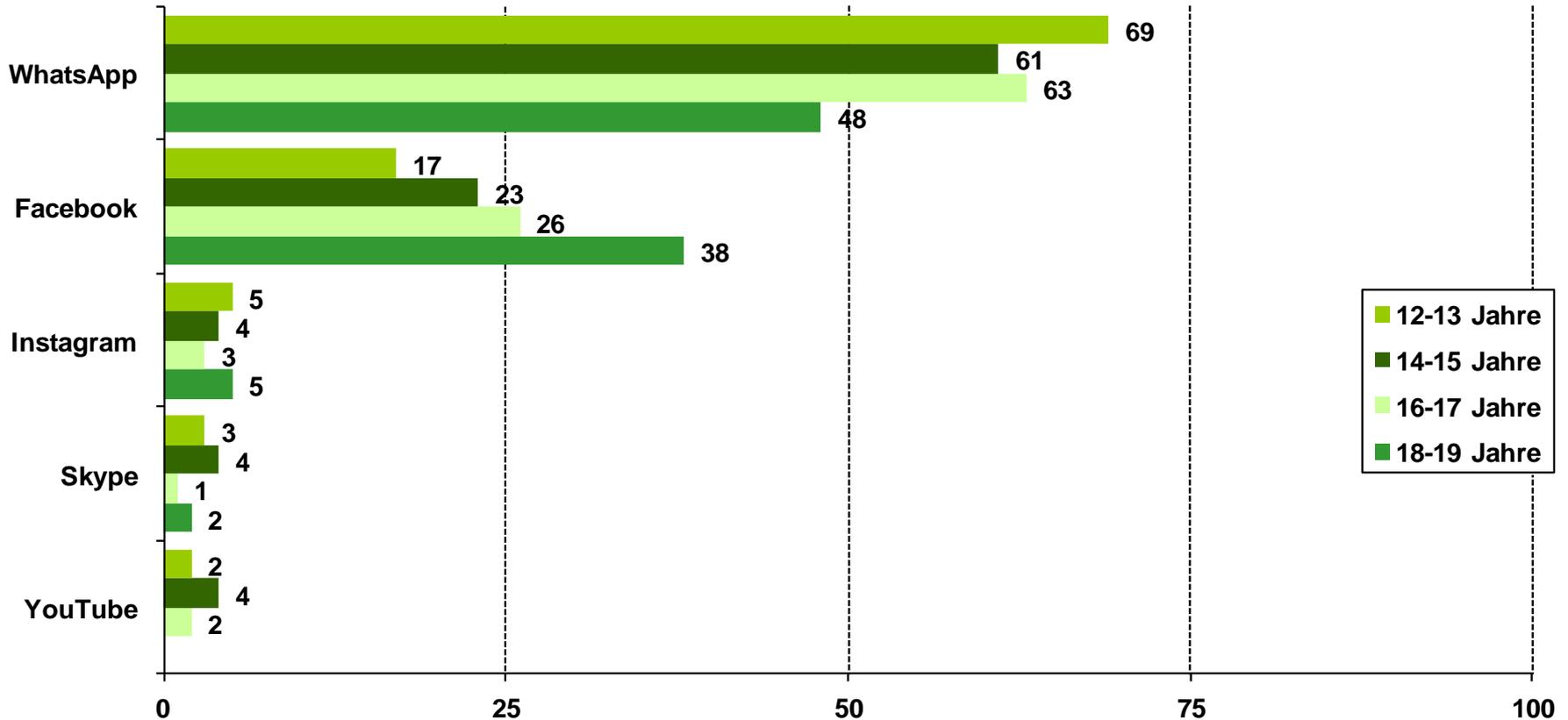
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=850

Wichtigste Online-Communities 2015

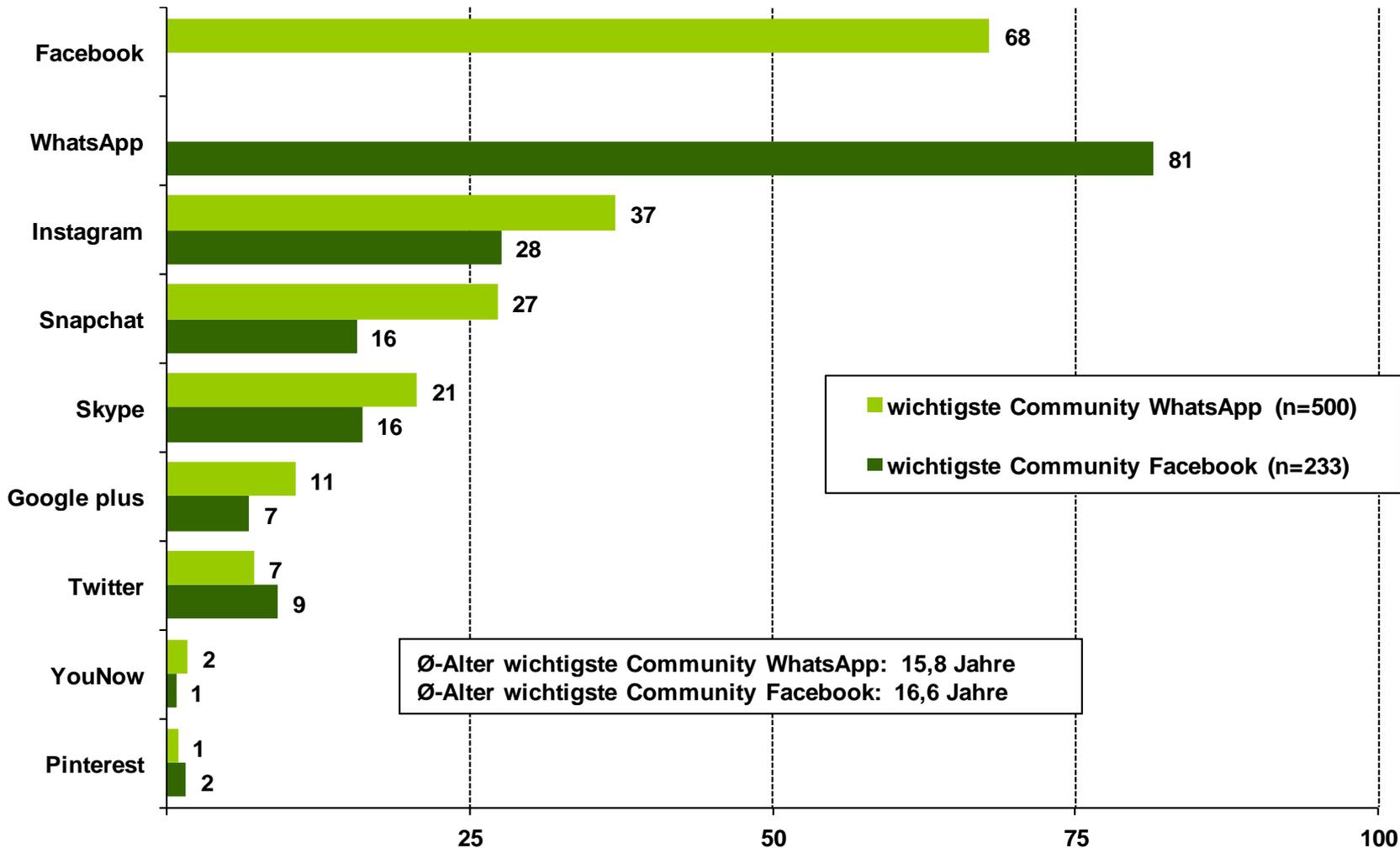
- offene Nennungen, Auswahl -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent, Nennungen ab 2 Prozent
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=850

Andere genutzte Online-Communities 2015

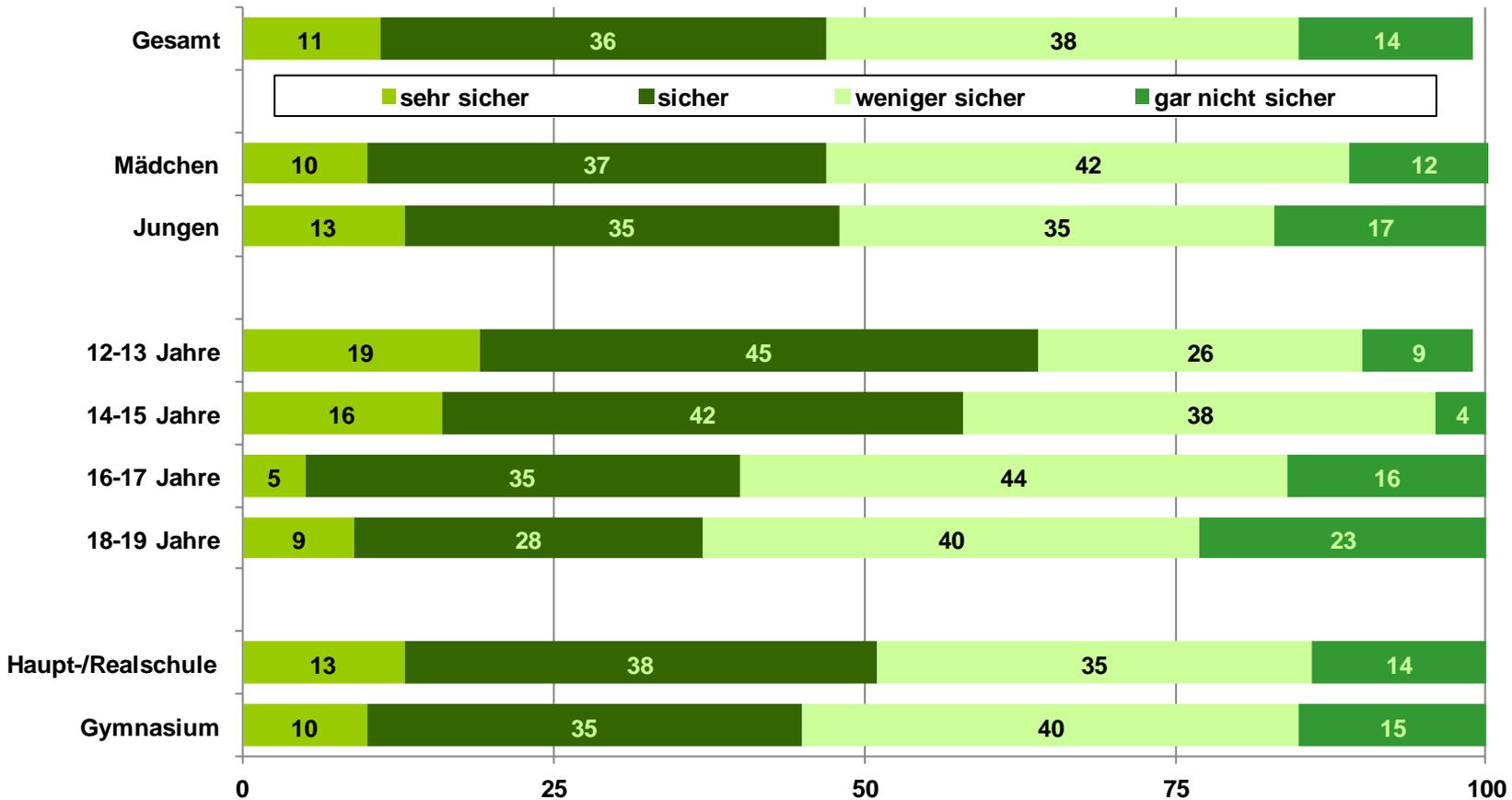
- offene Nennungen, Auswahl -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=850

Datensicherheit in Communities

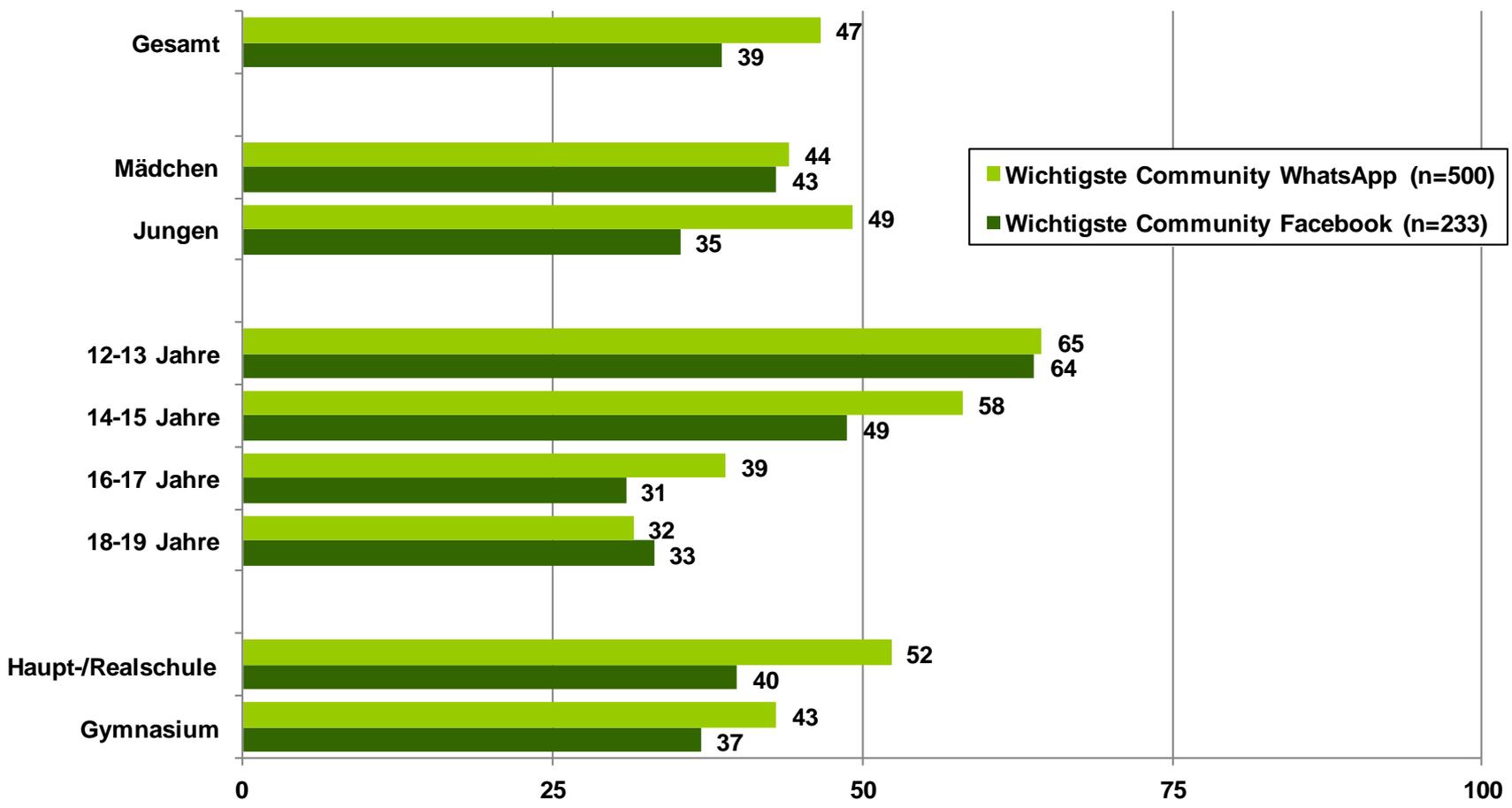
- In Bezug auf den Schutz meiner Daten fühle ich mich in meiner Community... -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=850

Datensicherheit bei WhatsApp und Facebook

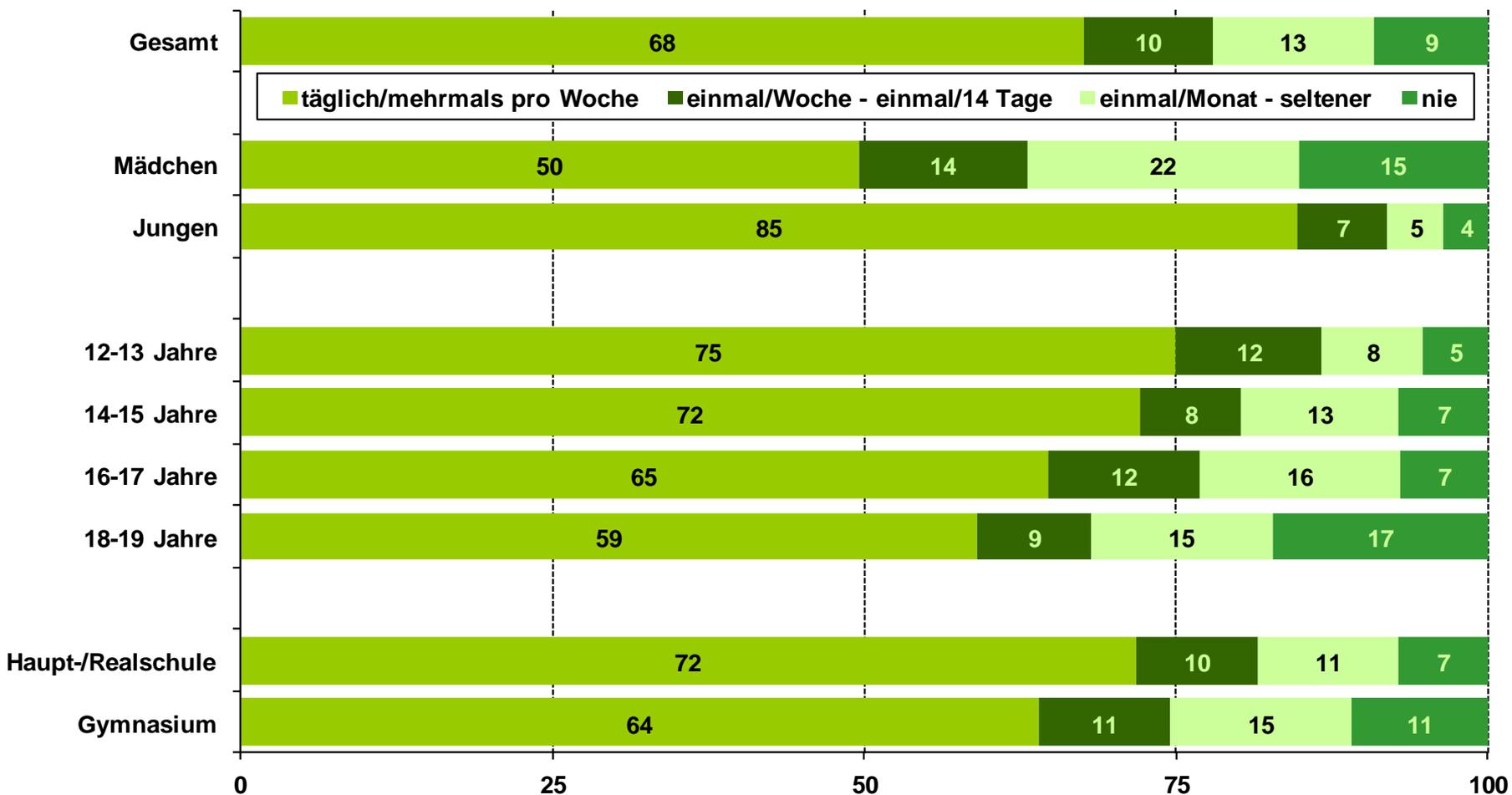
- In Bezug auf den Schutz meiner Daten fühle ich mich in meiner Community (sehr) sicher -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=850

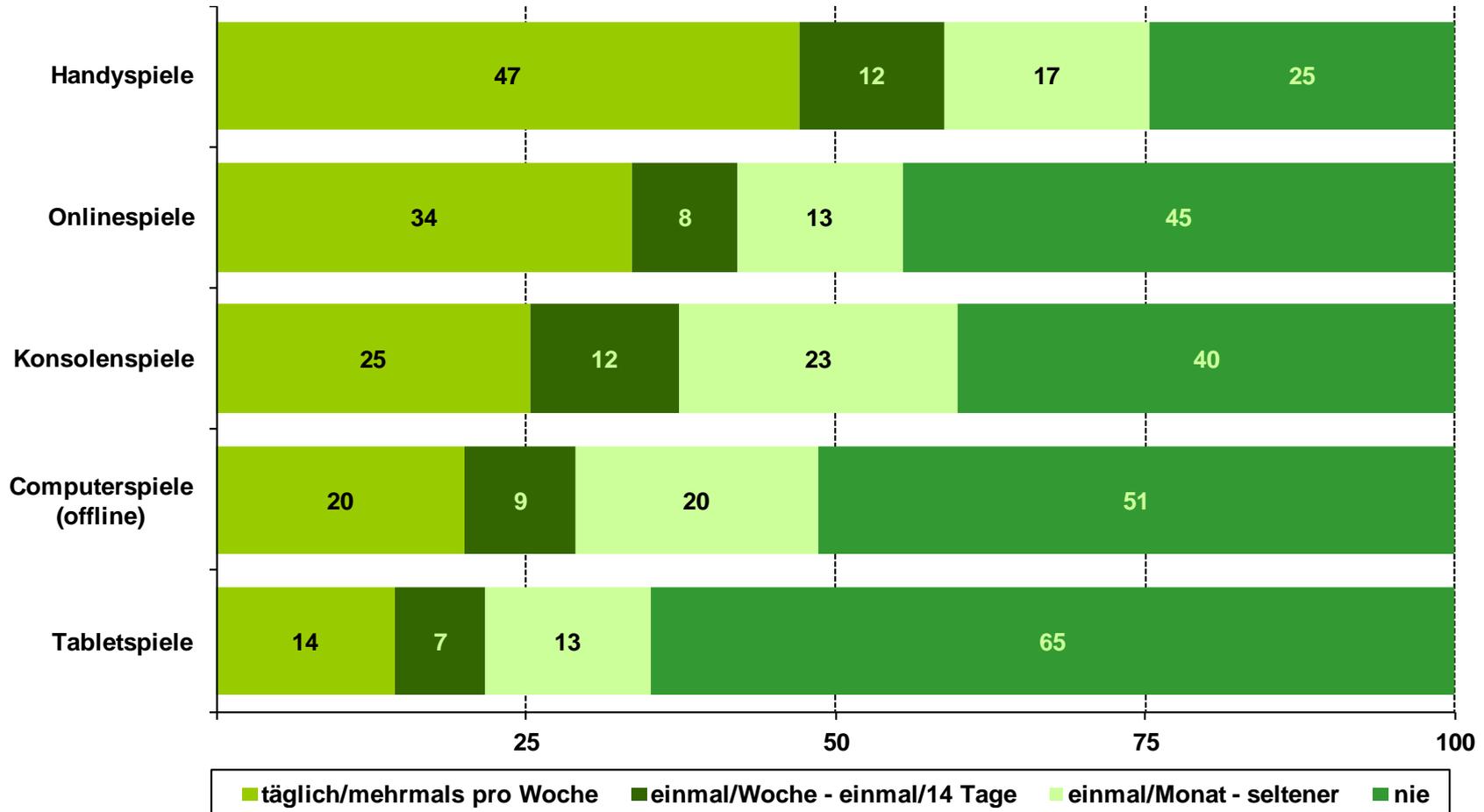
Digitale Spiele: Nutzungsfrequenz 2015

- Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet- und Handyspiele / Netto -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Digitale Spielformen im Vergleich: Nutzungsfrequenz 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Liebste Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet- und Handyspiele

Rang 1 - 3

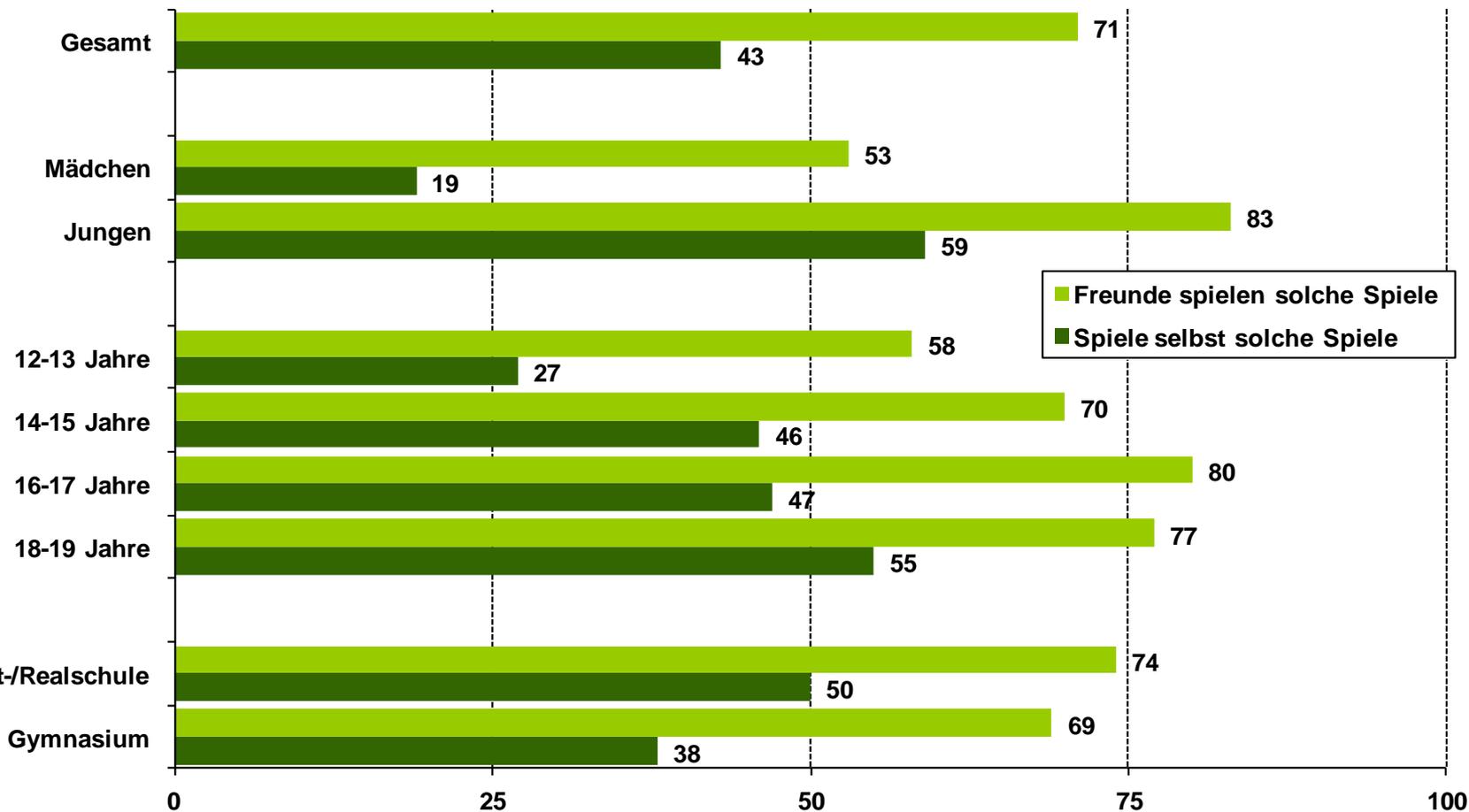
- bis zu drei Nennungen -

	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Rang 1	„Minecraft“ 31 %	„Minecraft“ 21 %	„Grand Theft Auto“ 14 %	„FIFA“ 17 %
Rang 2	„FIFA“ 14 %	„FIFA“ 13 %	„Call of Duty“ 13 %	„Grand Theft Auto“ 15 %
Rang 3	„Grand Theft Auto“ 10 %	„Grand Theft Auto“ 13 % „League of Legends“ 13 %	„FIFA“ 11 %	„League of Legends“ 13 %

	Haupt-/Realschule	Gymnasium
Rang 1	„Grand Theft Auto“ 17 %	„Minecraft“ 18 %
Rang 2	„Call of Duty“ 14 %	„FIFA“ 15 %
Rang 3	„FIFA“ 13 % „Minecraft“ 13 %	„Grand Theft Auto“ 10 % „League of Legends“ 10 %

Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet-, Handyspielen, n=1.090

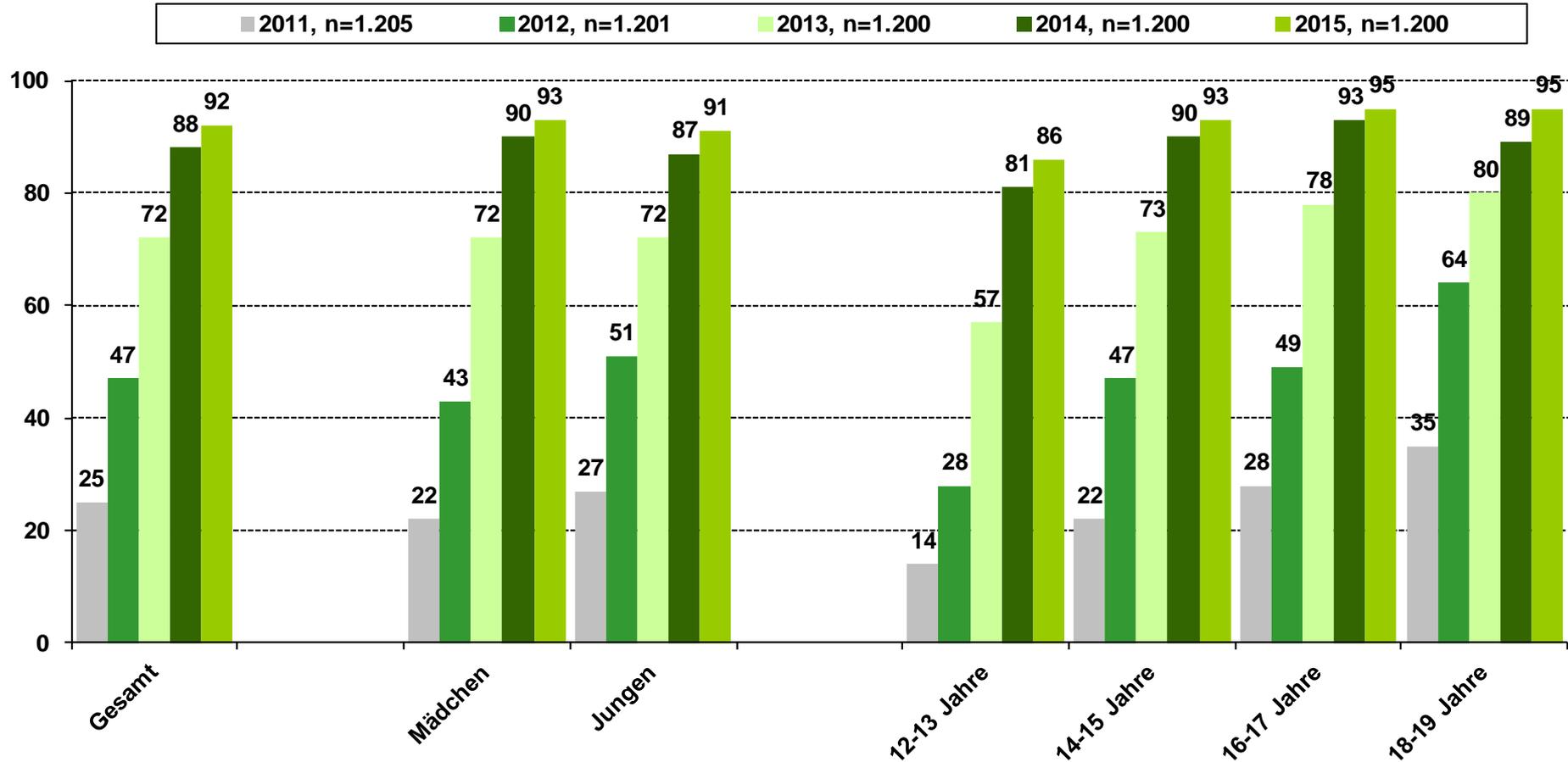
Nutzung von brutalen bzw. besonders gewalthaltigen Computer-, Konsolen-, Online-, Tabletspielen 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

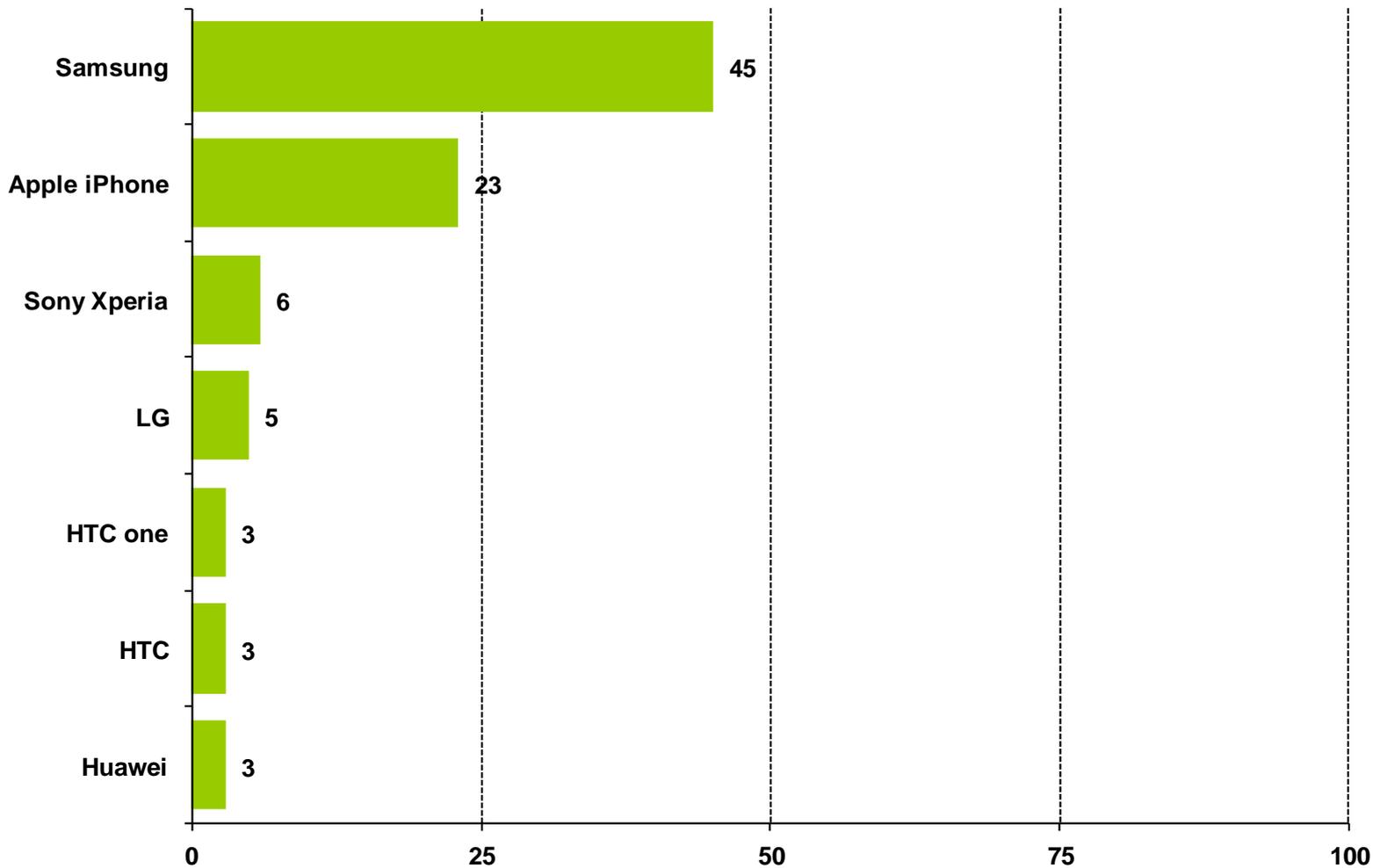
Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Online-, Tabletspielen, n=970

Smartphone-Besitzer 2011 - 2015



Quelle: JIM 2011 - JIM 2015, Angaben in Prozent,
Basis: alle Befragten

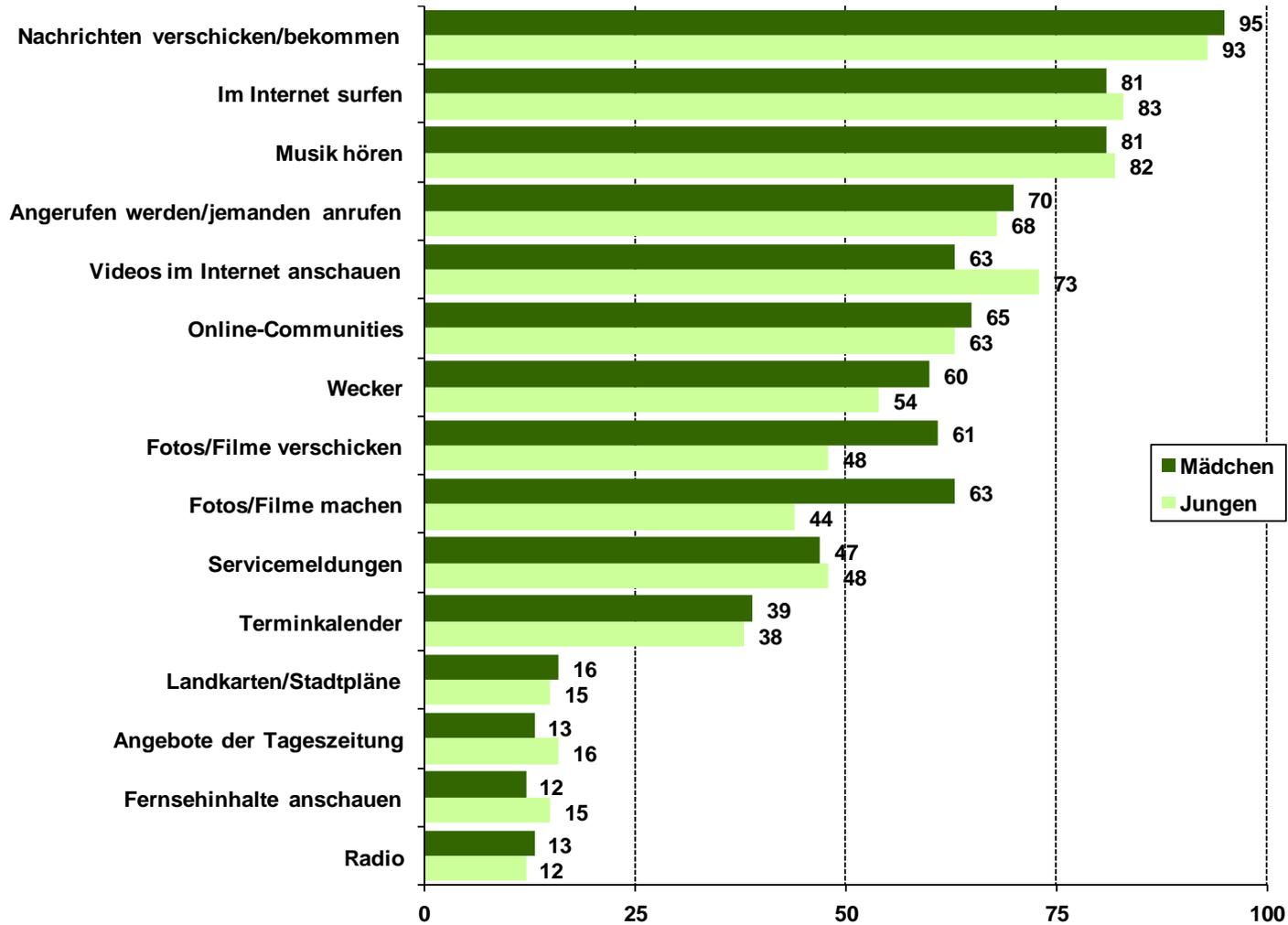
Handy bzw. Smartphone: Marke/Fabrikat 2015



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent, Nennungen ab 3 Prozent
Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.179

Nutzung verschiedener Handy-Funktionen 2015

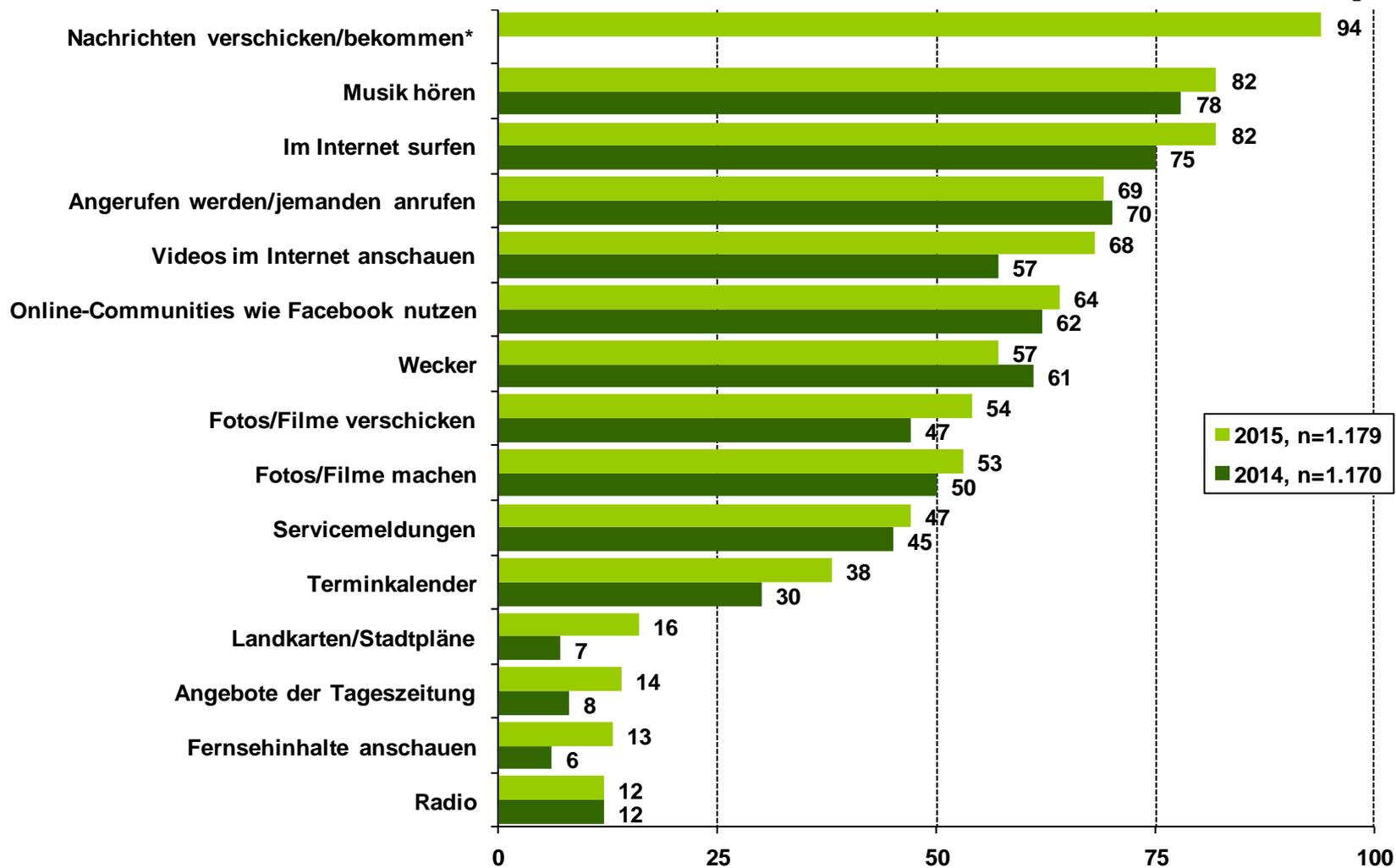
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.179

Nutzung verschiedener Handy-Funktionen 2015

- täglich/mehrmals pro Woche -



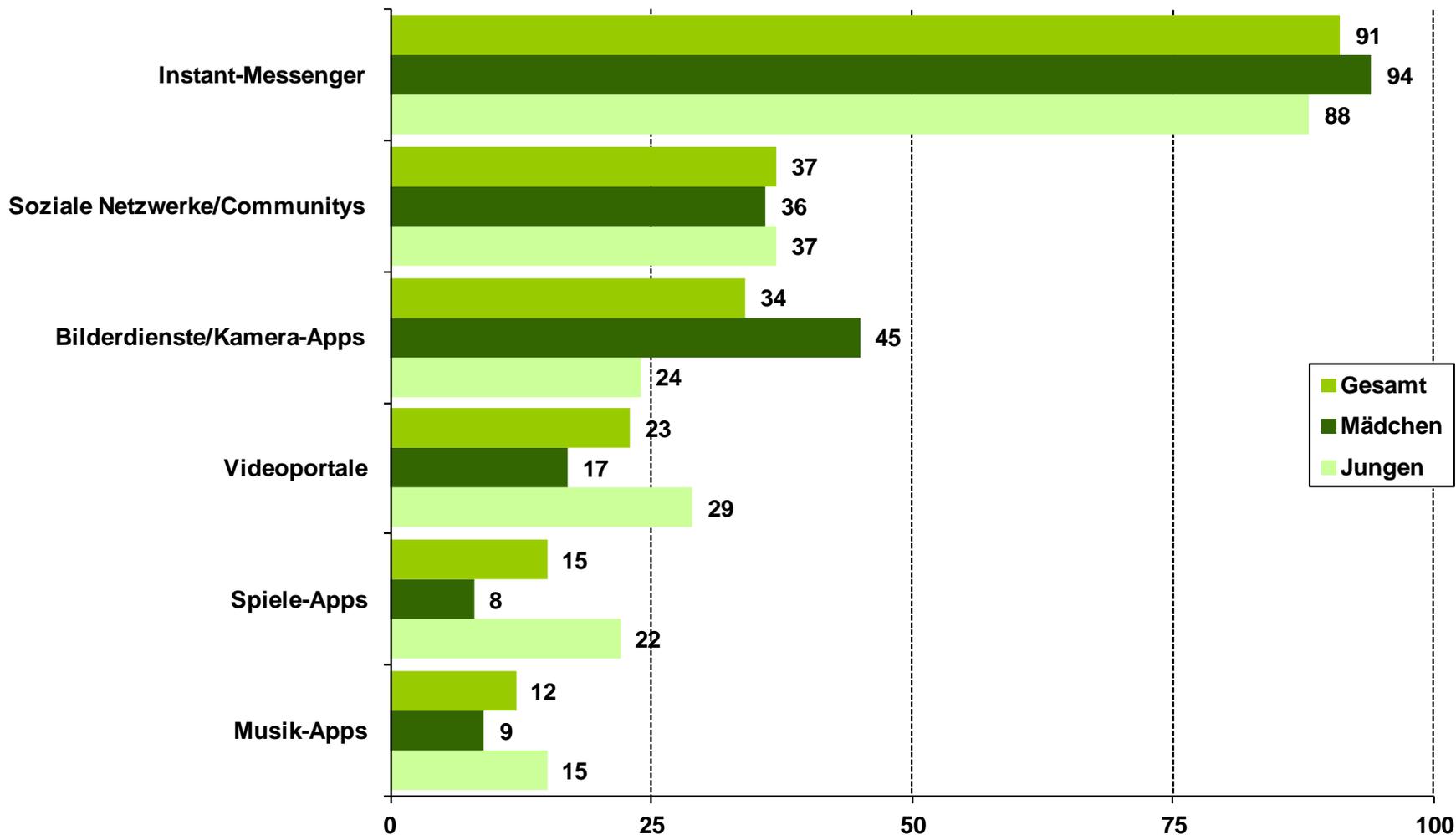
Quelle: JIM 2015, JIM 2014, Angaben in Prozent; *2014 anders erfasst
Basis: Besitzer Handy/Smartphone

Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone 2015

- bis zu drei Nennungen -



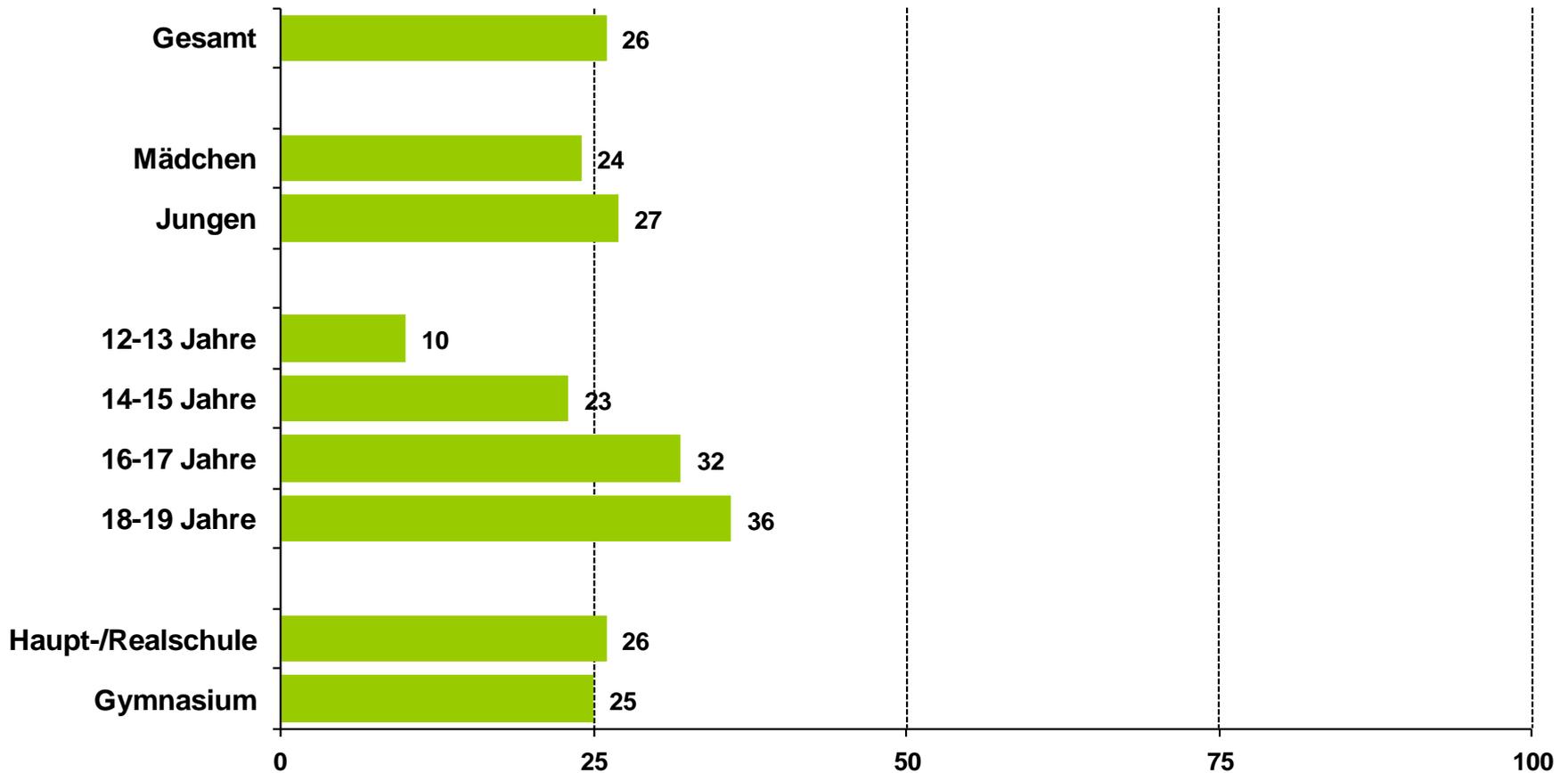
Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent

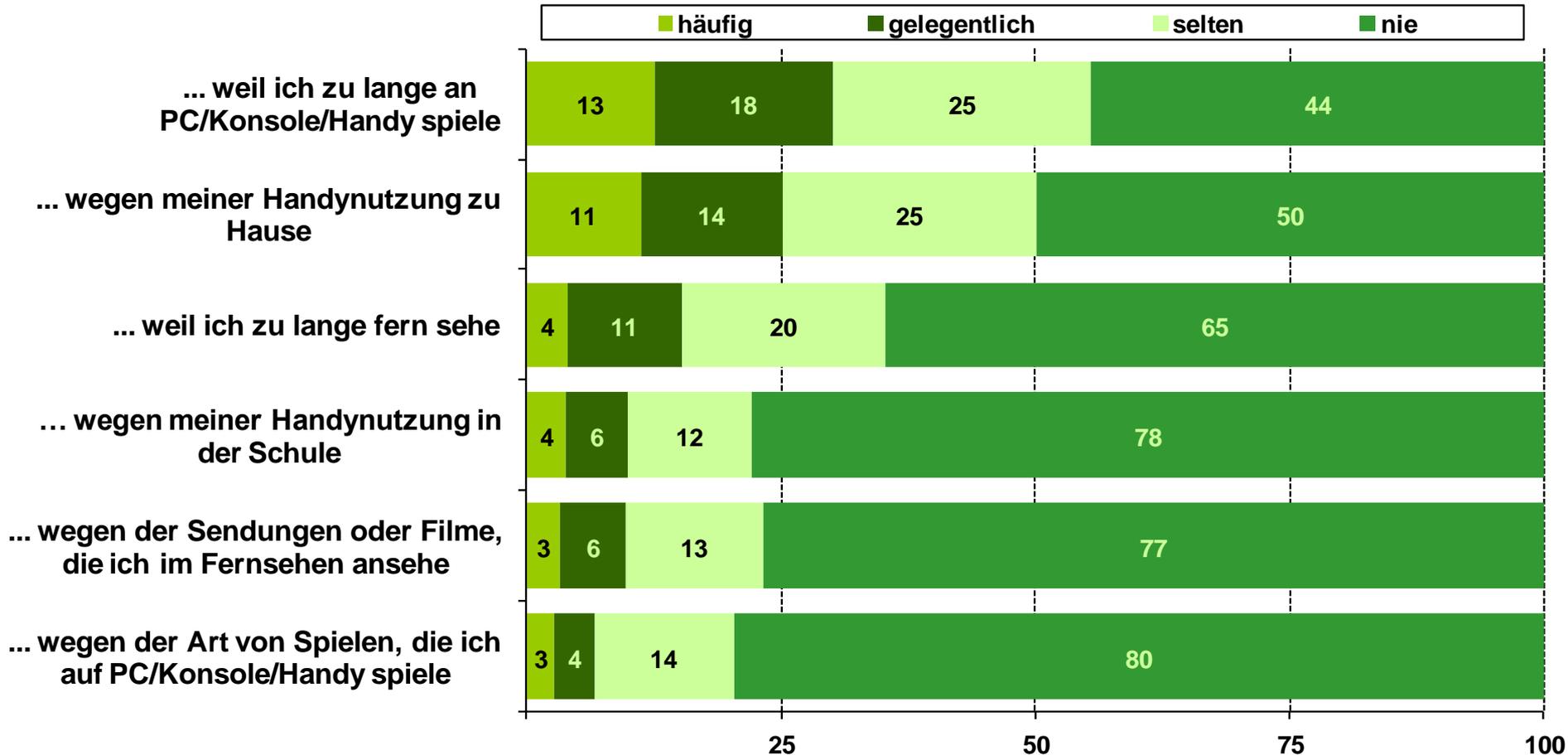
Basis: Befragte, die Apps auf dem Handy installiert haben, n=1.044

Im Bekanntenkreis hat jemand schon einmal erotische Fotos/Filme per Handy oder Internet verschickt



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.179

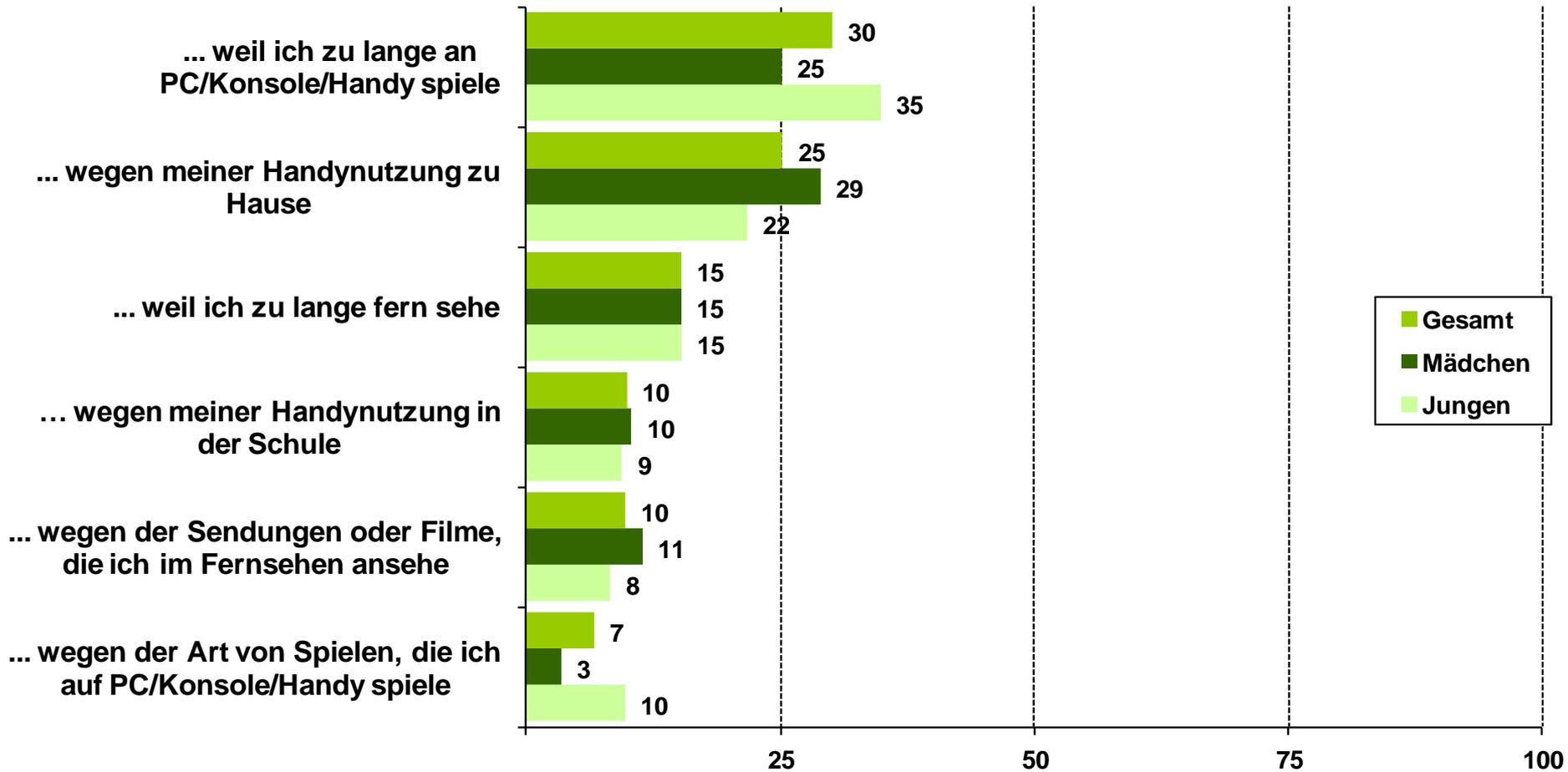
Ich habe Stress oder Ärger ...



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

Ich habe Stress oder Ärger ...

- häufig/gelegentlich -



Quelle: JIM 2015, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200