



Medienpädagogischer
Forschungsverbund
Südwest

15 JAHRE JIM-STUDIE

Jugend, Information, (Multi-) Media

STUDIENREIHE ZUM MEDIENUMGANG 12- BIS 19-JÄHRIGER

1998 - 2013

15 Jahre JIM-Studie

HERAUSGEBER

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Eine Kooperation von

LANDESANSTALT FÜR KOMMUNIKATION BADEN-WÜRTTEMBERG (LFK)

Verantwortlich: Thomas Rathgeb

LANDESZENTRALE FÜR MEDIEN UND KOMMUNIKATION RHEINLAND-PFALZ (LMK)

Verantwortlich: Peter Behrens

SÜDWESTRUNDFUNK (SWR)

Verantwortlich: Dr. Walter Klingler

GESCHÄFTSSTELLE

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

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

Reinsburgstr. 27

70178 Stuttgart

Tel.: 0711 - 66 99 131

Fax: 0711 - 66 99 111

E-Mail: info@mpfs.de

www.mpfs.de

AUTOREN

Sabine Feierabend (SWR)

Ulrike Karg (LFK)

Thomas Rathgeb (LFK)

GRAFIKKONZEPT UND UMSETZUNG

andreas_tesch_design

Breitscheidstraße 65

70176 Stuttgart

andreas.tesch@email.de

www.andreas_tesch_design.de

Stuttgart, Dezember 2013

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Inhaltsverzeichnis

KAPITEL	RUBRIK	SEITEN
01	EINLEITUNG UND METHODE	04-05
02	JUGEND 1998 - JUGEND 2013	06-07
03	RADIO UND MUSIK	08-11
04	BÜCHER UND LESEN	12-13
05	FERNSEHEN	14-17
06	DIGITALE SPIELE	18-21
07	COMPUTER UND INTERNET	22-27
08	HANDY	28-31
09	FAZIT UND AUSBLICK	32-33

„Eines allerdings unterscheidet die Jugendlichen von 12 bis 19 Jahren heute schon signifikant von den vor ihr aufgewachsenen Generationen: Sie ist die erste Generation – und in diesem Kontext ist die Bezeichnung Multimedia-Generation durchaus legitim –, die in erheblichem Umfang die Chance hat, den Umgang mit neuen Kommunikationstechnologien von Kind auf zu lernen, ein großer Vorteil gegenüber den heute Älteren.“

JIM-Studie 1998

„Die nächsten Jahre bleiben mit Sicherheit spannend – Stoff genug, um auch die JIM-Reihe fortzusetzen und weiter zu entwickeln.“

JIM-Studie 2002

„Daher steht bei der vorliegenden Studie im Vordergrund, den Medienumgang der heutigen Jugendlichen unvoreingenommen abzubilden, Entwicklungen aufzuzeigen und die komplexe Multimediawelt darzustellen.“

JIM-Studie 2005

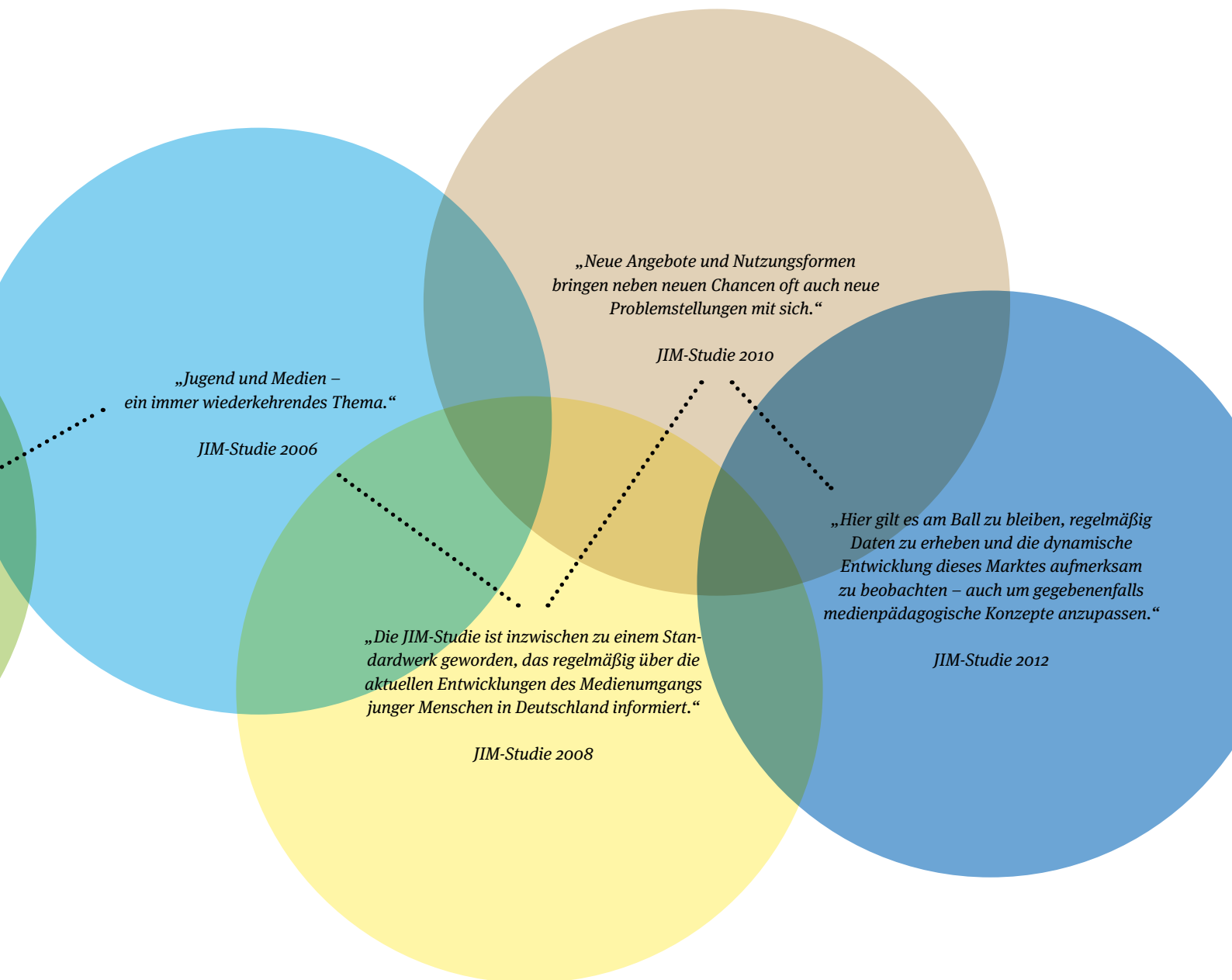
„Die öffentliche Bereitstellung der Daten [...] soll vor allem all diejenigen unterstützen, die unter dem Stichwort „Medienkompetenz“ neue Strategien und Konzepte entwickeln, um die junge Generation adäquat auf die Zukunft vorzubereiten.“

JIM-Studie 2000

15 Jahre JIM-Studie

Vor 15 Jahren sind LFK, LMK und SWR im Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest (mpfs) angetreten, um aktuelle und belastbare Daten zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland bereitzustellen. Die – oft emotional geführte – Diskussion um Medieninhalte, Mediengeräte und Mediennutzung sollte durch die Erhebung repräsentativer Basisdaten versachlicht und die Planung medienpädagogischer Projekte und Maßnahmen unterstützt werden. Die wiederholte Datenerhebung zeigte wichtige Entwicklungslinien, dynamische Veränderungen aber auch Konstanten der jugendlichen

Mediennutzung auf. Mit diesem Heft möchten wir die Entwicklungen der letzten Jahre Revue passieren lassen und dokumentieren, mit welcher Geschwindigkeit sich technische, inhaltliche und auch wirtschaftliche Veränderungen des Medienbereichs im Alltag Jugendlicher etabliert haben. So sind die unterschiedlichsten Mediengeräte und -anwendungen mittlerweile äußerst preiswert und jederzeit verfügbar. Die Themen und Diskussionspunkte rund um Chancen und Risiken von Medien ähneln aber denen von vor 15 Jahren. Aus der ehemaligen „Multimedia-Generation“ sind inzwischen „Digital Natives“ geworden.



Methode

Die Studienreihe JIM war von Anfang an als Langzeitprojekt mit einer kontinuierlichen, jährlichen, quantitativen Datenerhebung konzipiert. Durch die rasante Veränderung der Medienwelt – neue Geräte, neue Verbreitungswege, neue Inhalte – musste der Fragebogen der JIM-Studie sukzessive an die Gegebenheiten angepasst werden. Dabei sollte die Vergleichbarkeit der aktuellen Daten mit den Vorjahren gewährleistet und dennoch aktuelle Entwicklungen und Neuerungen in der Medienwelt abgebildet werden, ein Spagat der nicht immer zu 100 Prozent möglich war. Der vorliegende Bericht zeigt Zeitreihen für die grundlegenden Ergebnisse der JIM-Studien. Relevante Veränderungen bei der Formulierung von Fragestellungen bzw. Antwortitems

wurden jeweils in Fußnoten kenntlich gemacht. Die Grundgesamtheit der Stichprobe bildeten jeweils Jugendliche im Alter zwischen zwölf und 19 Jahren in Telefonhaushalten der Bundesrepublik Deutschland. Die Befragung der repräsentativen Stichprobe von ca. 1.200 Jugendlichen fand in der Regel im Frühsommer des entsprechenden Jahres per Telefon statt. Abweichungen von der Soll-Struktur wurden anhand der jeweiligen Daten des statistischen Bundesamtes durch eine Gewichtung ausgeglichen. Für die hervorragende, jahrelange Zusammenarbeit bei der Feldarbeit und Datenprüfung danken wir herzlich dem Institut GfK Enigma in Wiesbaden.

Stichprobengröße

1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
n=803	n=1204	n=1200	n=2018	n=1092	n=1209	n=1000	n=1203	n=1205	n=1204	n=1208	n=1200	n=1208	n=1205	n=1201	n=1200

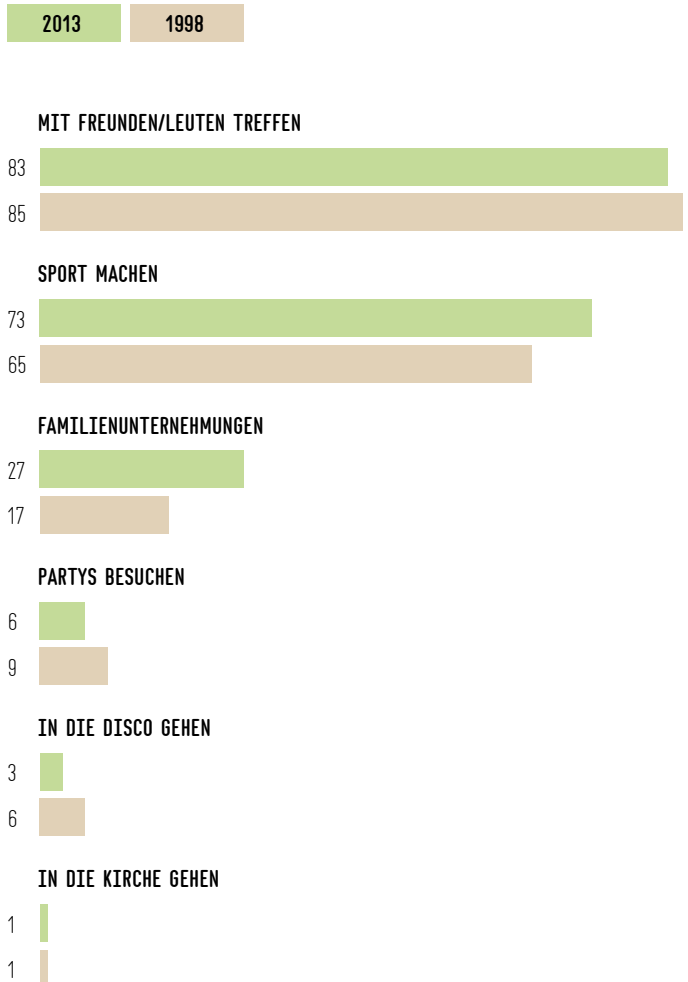
.....
*In der Zeit zwischen
 Kindheit und Erwachsensein
 sucht der Jugendliche
 seinen Platz im Leben,
 definiert eigene Ziele,
 Werte und Überzeugungen*

NON-MEDIALE FREIZEITAKTIVITÄTEN

Alle Befragten

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

Angaben in Prozent, Auszug der Jahre:



Jugendthemen

Die Jugend gilt als wichtige Phase der Orientierung, Identitätsbildung und Persönlichkeitsentwicklung. In der Zeit zwischen Kindheit und Erwachsensein sucht der Jugendliche seinen Platz im Leben, definiert eigene Ziele, Werte und Überzeugungen. Diese Entwicklungen bilden seit jeher den Kern des Erwachsenwerdens und dementsprechend gibt es viele Konstanten im Vergleich Jugend 1998 – Jugend 2013. Ein zentrales Thema für Jugendliche ist (früher wie heute) Liebe und Freundschaft. Der Kontakt zu und der Austausch mit Gleichaltrigen ist im Jugendalter von besonderer Bedeutung. Auch die Begeisterung für Musik und oft auch die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Musikszene war und ist für viele der Zwölf- bis 19-Jährigen wichtig. Weitere bedeutende Themen sind Ausbildung und Beruf (heute noch stärker als 1998), Sport und das aktuelle Weltgeschehen.

> 1998 – 2013

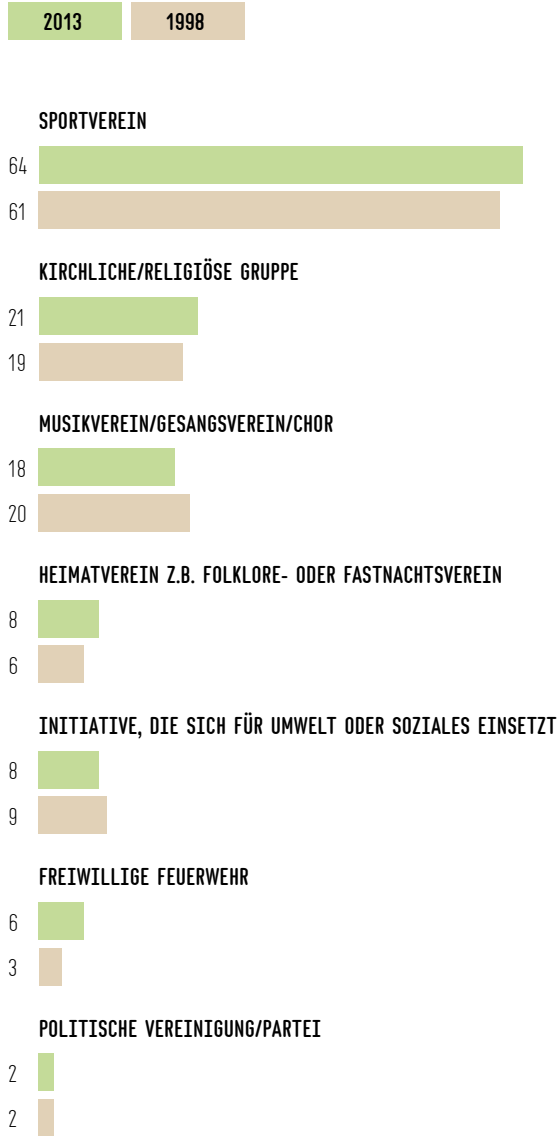
Jugendliche hatten 1998 durchschnittlich **175,- DM pro Monat** für sich selbst zur Verfügung – 2013 sind es durchschnittlich **109,- Euro**

VEREINE UND GRUPPEN

Alle Befragten

ZUGEHÖRIGKEIT ZU VEREINEN UND GRUPPEN

Angaben in Prozent, Auszug der Jahre:



› 1998 – 2013

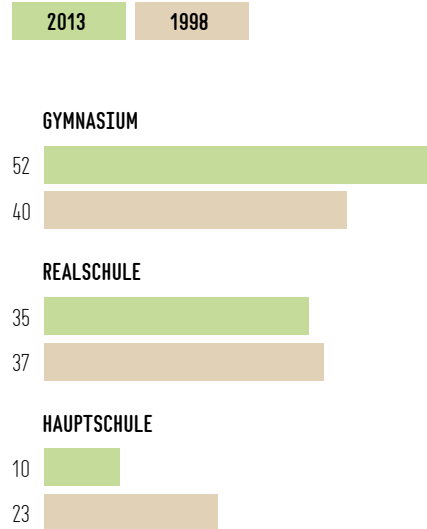
In den Haushalten mit Jugendlichen, lebten 1998 durchschnittlich **4,1 Personen** – 2013 sind es **4,0 Personen**

BILDUNGSGRUPPEN

Alle Befragten

BESUCHTER SCHULTYP/SCHULZWEIG

Angaben in Prozent, Auszug der Jahre:



Schulsysteme

Das föderal organisierte Schulsystem in Deutschland hat sich in den letzten 15 Jahren stark gewandelt. Die Bezeichnung der weiterführenden Schularten unterscheidet sich inzwischen je nach Bundesland und auch der Zugang zu Realschule und Gymnasium ist in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich geregelt. Im Hinblick auf das ursprüngliche, dreigliedrige Schulsystem zeigt sich eine Verschiebung hin zum Gymnasium bzw. äquivalenten Schulformen. Die (heute oft anders benannten) Hauptschulen werden deutlich seltener besucht.

Alltagsbegleiter Radio

Auch im heutigen Medienensemble ist das Radio für Jugendliche eine bedeutende Konstante. So sind zum Beispiel das Aufstehen und das Frühstück mit der Familie bei vielen mit Musik, Nachrichten und Serviceinformationen aus dem Radio assoziiert. Auch Autofahrten werden oft vom Radio untermalt. Es ist vertrauter Tagesbegleiter und dient dem „Mood Management“ – es verstärkt positive Stimmungen oder vertreibt die schlechte Laune. Jugendliche schätzen die Aktualität des Radios, die auf sie zugeschnittene Moderation, den Humor und sehen es als wichtigen Verbreitungsweg für Musik. Der hohe

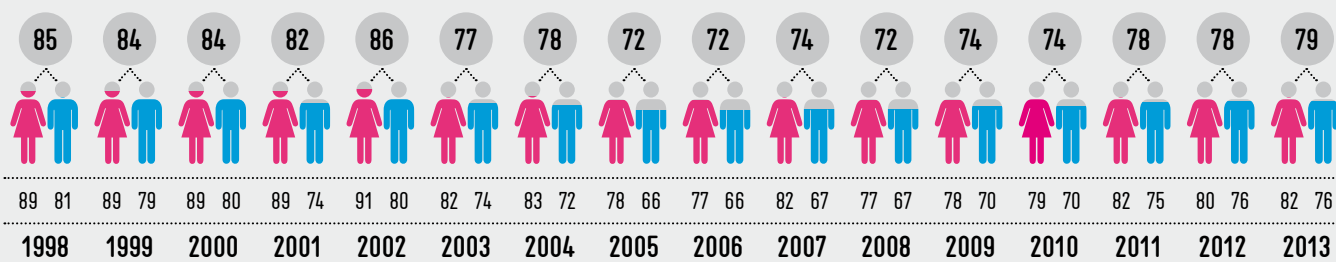
Stellenwert des Radios für Jugendliche zeigt sich auch in der inzwischen großen Anzahl an Jugendwellen in Deutschland.

Jugendliche schätzen die Aktualität des Radios, die auf sie zugeschnittene Moderation, den Humor, die Musik

RADIO HÖREN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH / MEHRMALS PRO WOCHE



Neue Wege

Im Internet sind unzählige Radioinhalte und Musikvideos verfügbar

Sowohl Radioprogramme als auch Musiktitel werden inzwischen nicht nur über traditionelle Geräte und Wege übertragen. Im Internet sind unzählige Radioinhalte sowohl live als auch auf Abruf verfügbar, Musikvideos finden sich auf vielen Videoportalen; Radiomacher und Musiker nutzen das Social Web um mit ihren Fans Kontakt zu halten. Die Erfindung des MP3-Formats hat zudem die mobile Musikkonsumtion revolutioniert – mittlerweile können Musiktitel auf diversen tragbaren Geräten gespeichert und abgespielt werden.



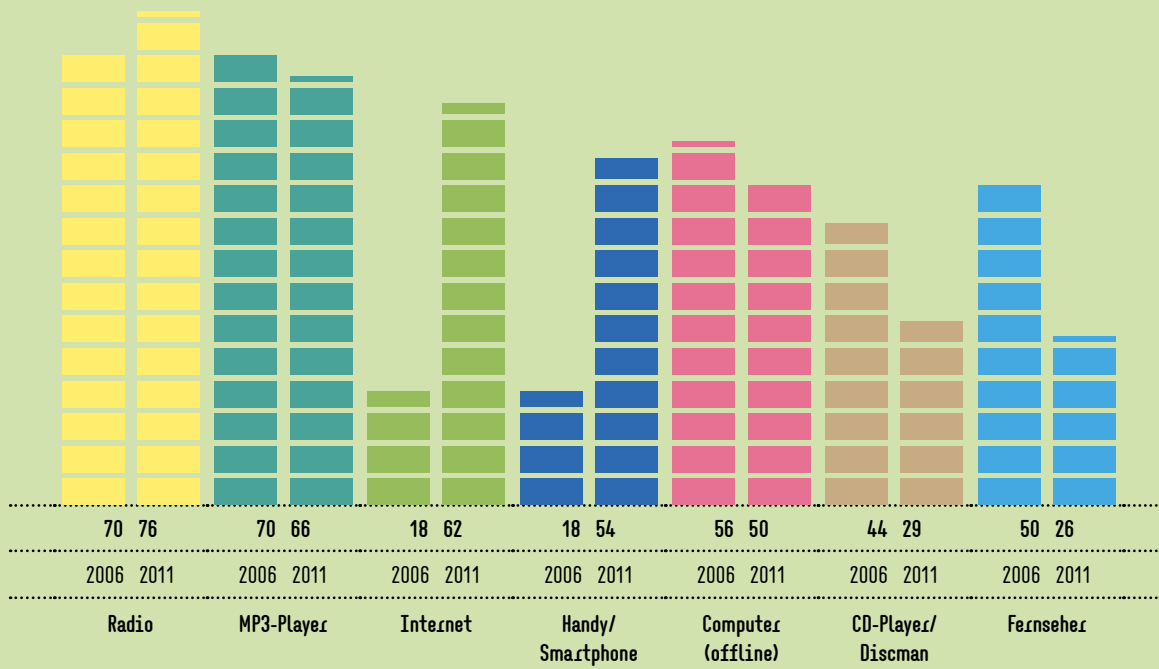


WEGE DES MUSIKHÖRENS

Alle Befragten

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

Angaben in Prozent





9 VON 10 JUGENDLICHEN FINDEN ES (SEHR) WICHTIG MUSIK ZU HÖREN

Alle Befragten

JAHR DER ERHEBUNG 2013



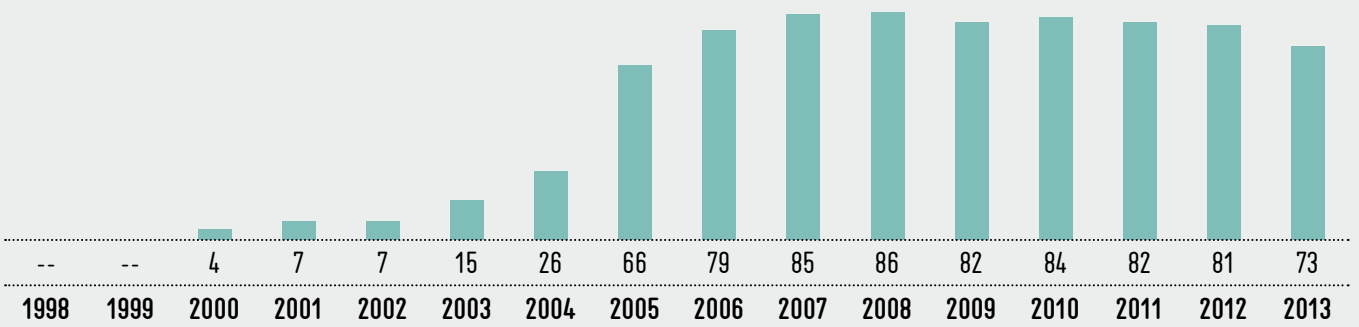
Musik steht an erster Stelle

Musik spielt in der Jugendkultur seit jeher eine zentrale Rolle, im Vergleich mit anderen Medien(inhalten) steht sie für viele Jugendliche an erster Stelle. Sie bietet über verschiedene Musikstile Identifikationspotential und dient der Persönlichkeitsentwicklung. Musik sorgt für Entspannung, Ablenkung und Unterhaltung. Das Radiogerät ist dabei immer noch der wichtigste Musikkieferant. Hier bekommen viele Jugendliche die neuesten Informationen zu Musiktiteln und Interpreten.

*Musik sorgt für
Entspannung, Ablenkung
und Unterhaltung*

EIGENE GERÄTE ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

BESITZ EINES EIGENEN MP3-PLAYERS



Rückblick: Musik & Radio



© Jared C. Benedict

2001
iPod

Apple führt den iPod als portablen MP3-Player ein



© MTV Networks

2003
MTV

Die bekannte Live Show MTV Total Request Live (TRL) wird zum ersten Mal auch in Deutschland produziert und ausgestrahlt



© Shazam Entertainment Limited

2008
Shazam

Die Musikerkennungs-App Shazam wird erstmals im App-Store angeboten



© Daniel Ogren

2008
Justin Bieber

Ein Musikproduzent entdeckt Justin Bieber auf YouTube – der Beginn einer erfolgreichen internationalen Karriere



© Deutscher Radiopreis GmbH

2010
Deutscher Radiopreis

Erstmals wird in Deutschland der Deutsche Radiopreis an herausragende Radiomacher verliehen



2013
Internetradio

Über 2800 deutsche Web-radios werden im Internet angeboten

Fantastische Buchwelten

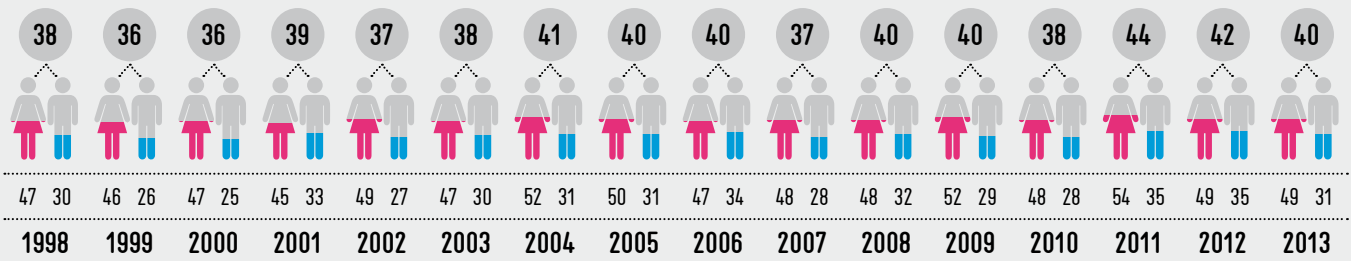
Das Buch als gedrucktes, analoges Medium könnte aus Perspektive der multimedial aufgewachsenen Jugendlichen heutzutage eher antiquiert erscheinen, dennoch ist die Zahl der jugendlichen Leser seit 1998 sehr stabil. Vor allem Mädchen begeistern sich für geschriebene Geschichten und tauchen gern in die fantastische Welt der Bücher ein. Die Be-

geisterung für diese Geschichten beschränkt sich dann auch nicht nur auf das Lesen der Bücher, sondern setzt sich im Alltag und in anderen Medien fort. Beliebte Jugendbücher werden in der Regel intensiv vermarktet: Sie werden oft erfolgreich verfilmt, erscheinen als Computerspiele und werden durch Fanartikel ergänzt.

BÜCHER LESEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE



Zeitungen und Zeitschriften

Die klassischen Printmedien Zeitung und Zeitschrift mussten in den letzten Jahren Auflagenverluste hinnehmen. In diesem Zeitraum ist auch bei Jugendlichen die Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften zurückgegangen. Angesichts der enormen Konkurrenz durch das Internet, das sich im letzten Jahrzehnt bei Jugendlichen als Alltagsmedium

etabliert hat, sind die Nutzungswerte aber immer noch beachtlich. Und auch im Internet spielen die Zeitungen und Zeitschriften mit ihren Onlineausgaben und Nachrichtensportalen eine immer größere Rolle. Das Image der Tageszeitung ist bei Jugendlichen sehr positiv – sie steht für Seriosität und professionellen Journalismus. So wür-

den die meisten Jugendlichen bei widersprüchlicher Berichterstattung auf die Angaben der Zeitung vertrauen. Das Internet hat hier trotz der intensiven Nutzung eine geringere Glaubwürdigkeit.

Rückblick: Bücher und Lesen



© CARLSEN Verlag GmbH

1998
Harry Potter

Der erste Band der Harry Potter Reihe erscheint auf deutsch



© Verlagsgruppe Oetinger

2003
Tintenherz

Start der deutschen Tintenwelt-Trilogie



© Bauer Media Group

2006
Bravo

Die Jugendzeitschrift Bravo feiert ihr 50-jähriges Jubiläum



© CARLSEN Verlag GmbH

2006
Twilight

„Bis(s) zum Morgenrauen“, der erste Teil der Twilight Reihe, wird veröffentlicht



© Amazon.de

2007
Kindle

Der E-Book-Reader Kindle kommt in den USA auf den Markt



© Bastei Lübbe AG

2012
Gregs Tagebuch

Der dritte Teil der erfolgreichen Comic-Roman-Reihe „Gregs Tagebuch“ kommt in die deutschen Kinos

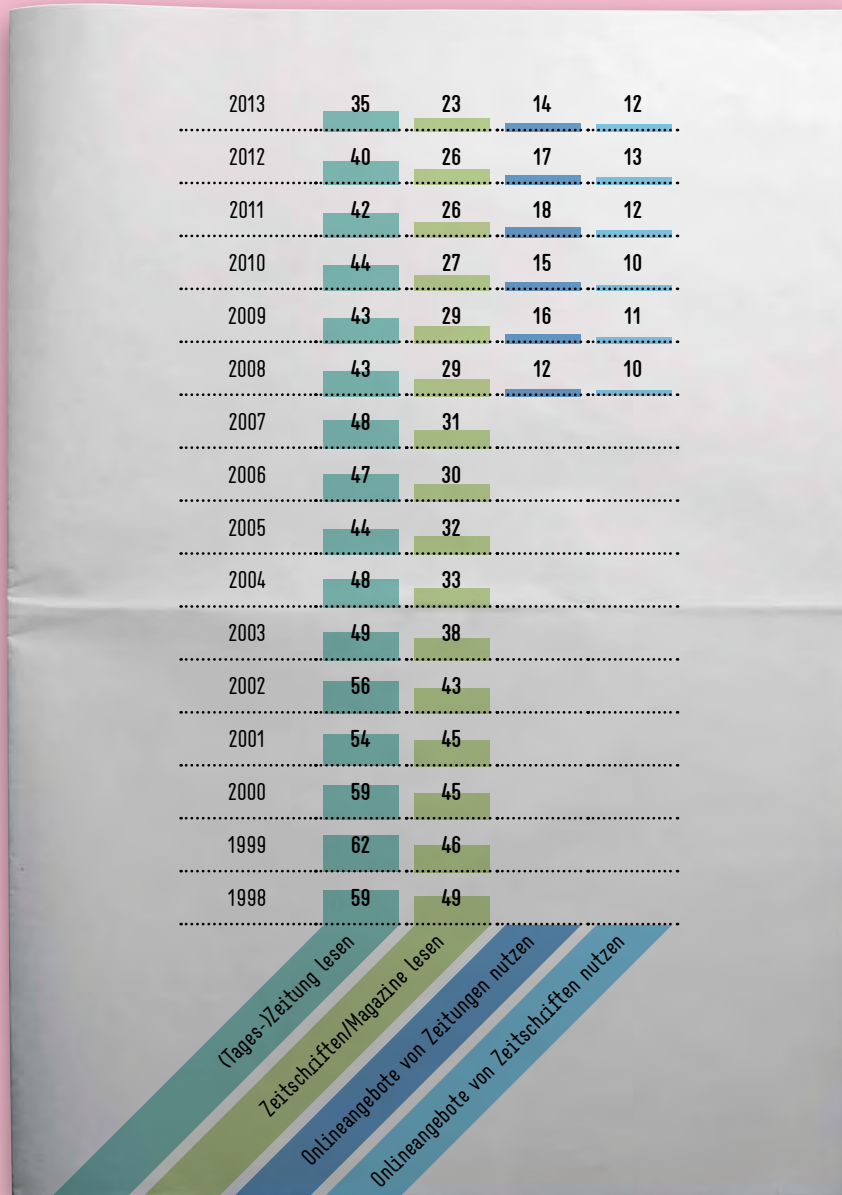


NUTZUNG VON PRINTINHALTEN

Alle Befragten

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

Angaben in Prozent



› 1998 – 2013

67 Prozent der Jugendlichen hatten 1998 zu Hause ein **Tageszeitungsabonnement** zur Verfügung – 2013 sind es 59 Prozent

› 2013

Die **Onlineangebote von Zeitungen** werden von 16 Prozent der Jungen regelmäßig gelesen – bei den Mädchen nutzen 12 Prozent diese Angebote

› 2013

Der Hälfte aller Jugendlichen ist es (sehr) **wichtig Bücher** zu lesen – bei den Mädchen sind es 59 Prozent, bei Jungen 44 Prozent

› 2013

Vier Prozent der Jugendlichen lesen regelmäßig **E-Books**

Massenmedium Fernsehen

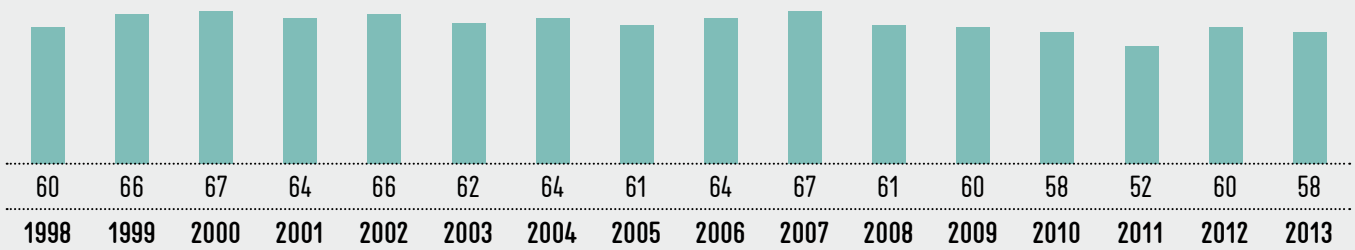
Seit über vierzig Jahren ist das Fernsehen ein selbstverständlicher Teil des Alltags in Familien. Mit großer Reichweite dient es allen Bevölkerungsschichten zur Information und Unterhaltung. Auch für Jugendliche ist der Fernseher ein fester Bestandteil des alltäglichen Lebens: Trotz steigender Konkurrenz durch andere Mediengeräte und Bewegtbildinhalte behauptet das Fernsehen seine Stellung im Medienrepertoire von Jugendlichen sehr gut. Neben großen Sportereignissen gehören vor allem Serien und Comedyformate zu den besonders beliebten Genres. So ist

auch heute das Fernsehen für viele Jugendliche ein Alltagsbegleiter, der zuverlässig Themen liefert, gemeinsame mediale Erlebnisse schafft und über das Weltgeschehen informiert.

Für Jugendliche ist der Fernseher ein fester Bestandteil des alltäglichen Lebens

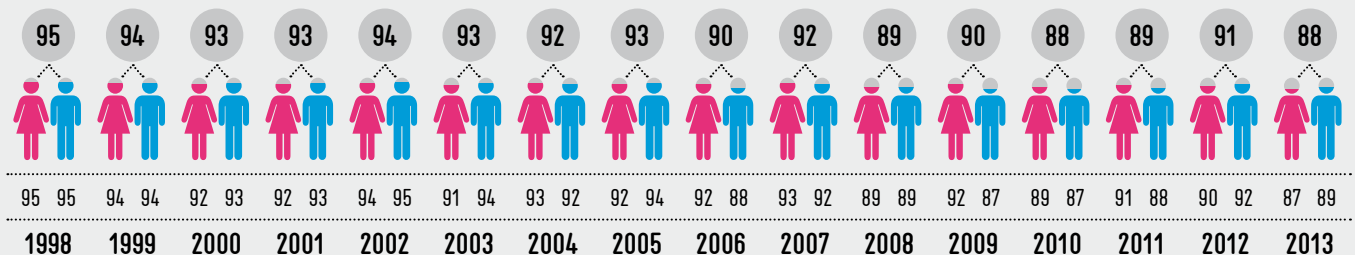
EIGENE GERÄTE ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

BESITZ EINES EIGENEN FERNSEHERS



FERNSEHEN ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE





LIEBSTE FERNSEHSENDER

Alle Befragten

RANG 1 BIS 3

Angaben in Prozent



› 2013

ProSieben ist bei Jungen deutlich beliebter als bei Mädchen – bei **RTL** ist es andersherum.



WEGE DER FERNSEHNUTZUNG

Befragte, die mind. alle 14 Tage fernsehen

IN DEN LETZTEN 14 TAGEN

Angaben in Prozent

2006	2013
n=1148	n=1129



Nonlinear, Crossmedial, Sozial

Seit einigen Jahren reagieren Sender und Fernsehproduzenten auf die Veränderungen der Medienlandschaft und bieten ihre Inhalte sowie Zusatzinformationen über neue Verbreitungsplattformen an. Außerdem nutzen neue Sendeformate den Rückkanal des

Internets um den Zuschauer interaktiv einzubeziehen, Geschichten weiterzuerzählen oder Inhalte crossmedial anzubieten. Vorerst bleibt das Fernsehgerät aber die wichtigste Plattform für die TV-Nutzung.

Vorerst bleibt das Fernsehgerät die wichtigste Plattform für die TV-Nutzung

Beliebteste Fernsehsendungen

*erhoben von 2000 bis 2007

„Die Simpsons“
war in den erfassten Jahren* immer die beliebteste Fernsehsendung der Jungen



2000-2007



„Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ belegte bei den Mädchen immer den ersten oder zweiten Rang der beliebtesten Sendungen im TV

JUNGEN

MÄDCHEN

Rückblick: Fernsehen



© RTL TELEVISION GmbH

1999
GZSZ

„Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ erhält einen Bambi als beste Serie



© RTL2 Fernsehen GmbH & Co. KG

2000
Popstars

Als erste Castingshow wird „Popstars“ in Deutschland ausgestrahlt



© 2002 FIFA TM

2006 FIFA
Fußball-Weltmeisterschaft™

Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland wird zum „Sommermärchen“ und vereint Millionen vor den Fernsehgeräten oder beim Public Viewing



© NRK/EBU

2010
Eurovision Song Contest

Lena Meyer-Landrut gewinnt als Vertreterin für Deutschland den internationalen Musikwettbewerb



© RTL2 Fernsehen GmbH & Co. KG

2011
Berlin - Tag & Nacht

Die ersten Episoden des Scripted-Reality-Formats „Berlin – Tag & Nacht“ starten



© Fox Broadcasting Company

2013
Die Simpsons

Die 500. Episode von „Die Simpsons“ wird in Deutschland ausgestrahlt

Revolution der Spieltechnik

Seit vielen Jahren sind Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene von digitalen Spielwelten fasziniert. In der letzten Zeit gab es vor allem im Bereich der Spieltechnik eine rasante Weiterentwicklung. Neben den althergebrachten Computerspielen, die mit Tastatur und Maus bedient werden, gibt es mittlerweile diverse Spielkonsolen, die teilweise auch über Gesten- und Spracheingaben gesteuert werden können. Neben der Hardware und den Bedienelementen hat sich auch die Software weiterentwickelt. Vor allem im Bereich der Grafik wurden in den letzten Jahren weitreichende Fortschritte erzielt, so dass die Spielinhalte immer realistischer und lebendiger wirken. Durch die Vernetzung übers Internet ist es heute sowohl

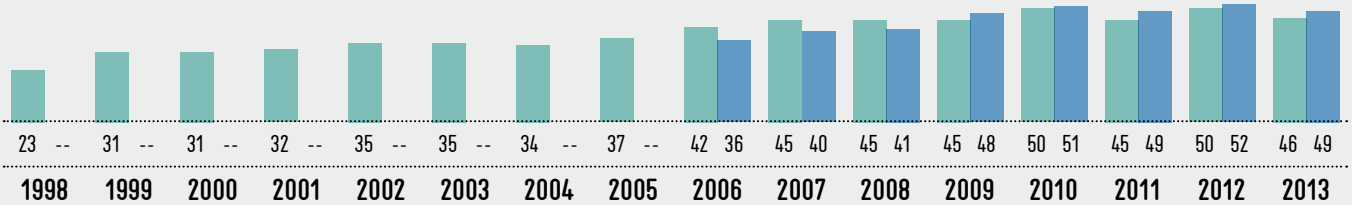
an der Konsole als auch am Computer möglich, gemeinsam mit Nutzern aus aller Welt zu spielen oder sich mit ihnen zu messen. Obwohl mit der Ausweitung der technischen Möglichkeiten und mit neuen Spielideen auch neue Nutzergruppen erschlossen wurden, ist das digitale Spielen bis heute eine Freizeitbeschäftigung, die eher Jungen und junge Männer anspricht.

Die Spielinhalte wirken immer realistischer und lebendiger

EIGENE GERÄTE

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

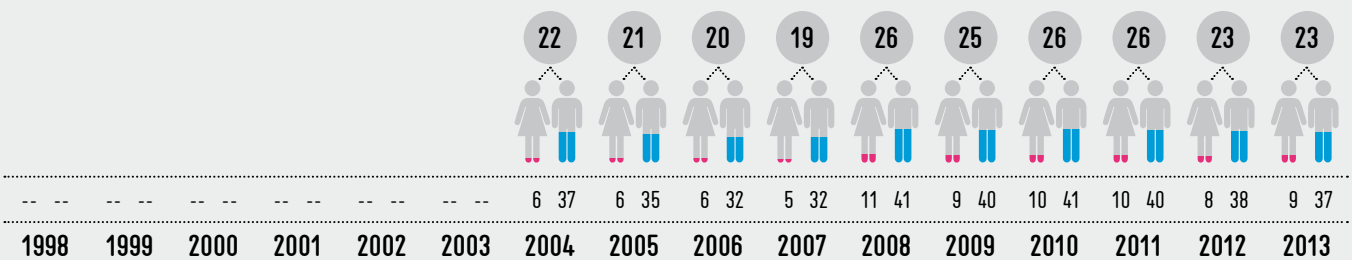
- BESITZ EINER FESTEN SPIELKONSOLE
- BESITZ EINER TRAGBAREN SPIELKONSOLE



MIT DER SPIELKONSOLE SPIELEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT // SEIT 2008 INKL. NUTZUNG TRAGBARER SPIELKONSOLEN

TÄGLICH / MEHRMALS PRO WOCHE



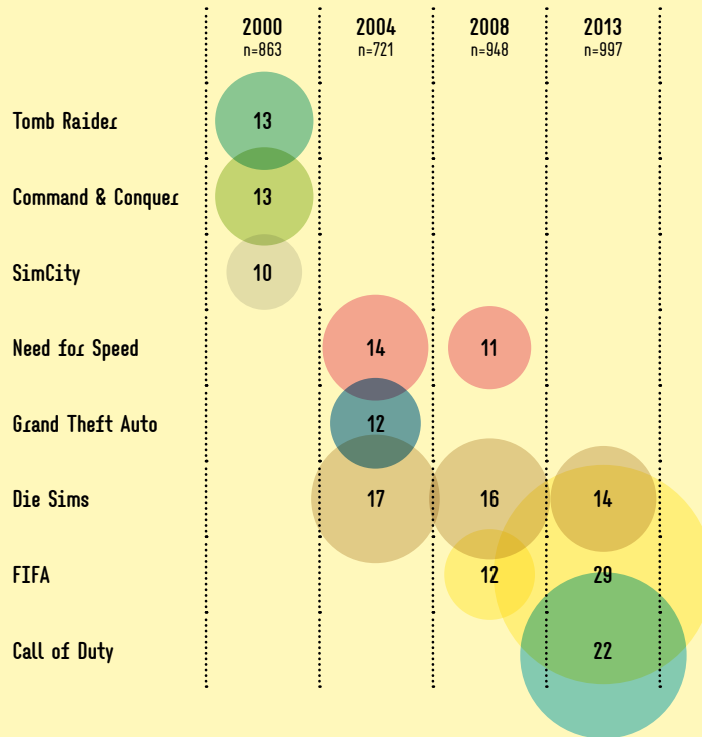


LIEBSTE SPIELE

Nutzer von digitalen Spielen

RANG 1 BIS 3

Angaben in Prozent; bis zu 3 Nennungen;
 2000/2004: Computerspiele;
 2008: Computer- und Konsolenspiele;
 2013: Computer-, Konsolen- und Onlinespiele





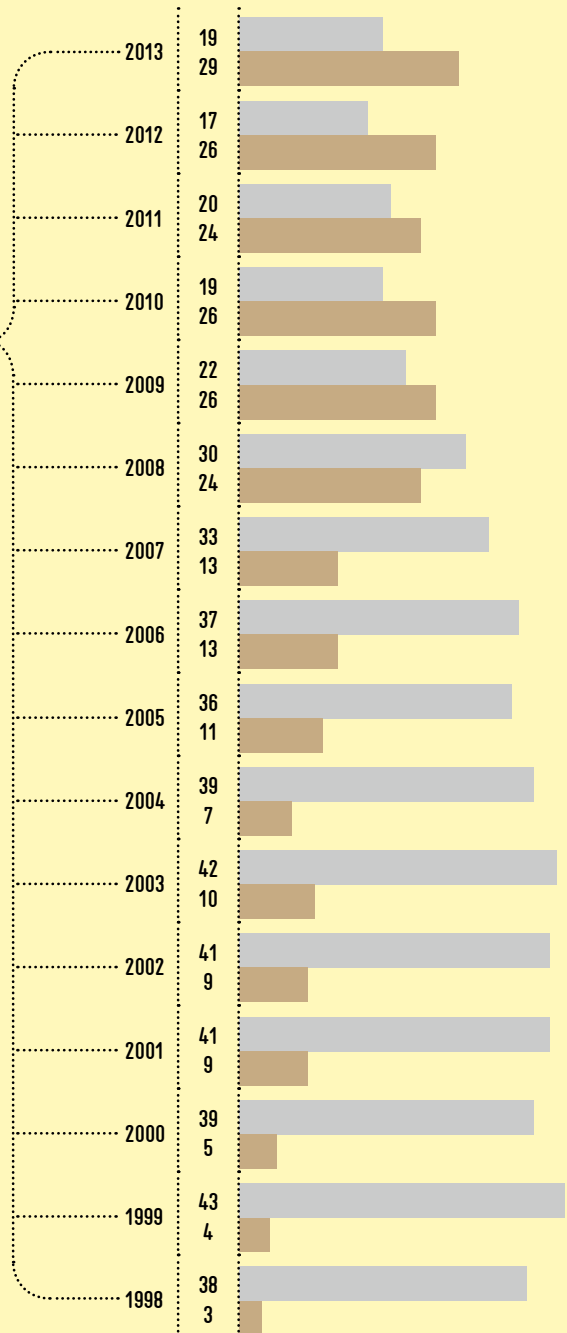
COMPUTERSPIELE SPIELEN

Alle Befragten

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

Angaben in Prozent; *seit 2009 nur offline

COMPUTERSPIELE*
ONLINESPIELE



Aggressor oder Kulturgut?

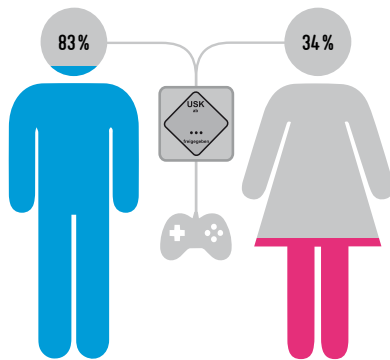
Digitale Spiele polarisieren häufig – sowohl in öffentlichen als auch in privaten Diskussionen und auch bei Jugendlichen selbst. Die Bandbreite der Einstellungen zu Games reicht von globaler Verteufelung als Ursache von Sucht und Aggressionen bis hin zur Wertschätzung als Kulturgut der modernen digitalen Gesellschaft. Dabei ist eine pauschale Bewertung von Computer-, Konsolen-

und Onlinespielen aufgrund der Vielfalt an Technik und Inhalten nicht angemessen. Die Auflistung der beliebtesten Spiele zeigt, dass jugendliche Gamer nicht nur (Ego-)Shooter und Kriegsspiele nutzen, sondern dass ein großes Spektrum an Genres und Themen auf Begeisterung stößt (z.B. Fußballspiele, Rennspiele, Simulationsspiele etc.).

Eine pauschale Bewertung von digitalen Spielen ist aufgrund der Vielfalt an Technik und Inhalten nicht angemessen

USK-Alterskennzeichnung

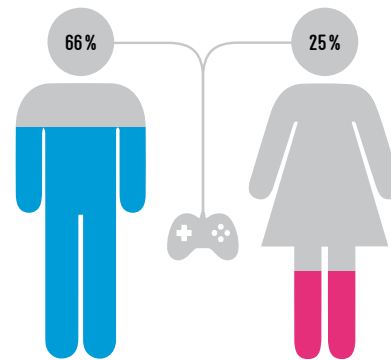
„habe schon mal ein Spiel gespielt, für das ich laut Alterskennzeichnung eigentlich zu jung war“



JUNGEN 2012 MÄDCHEN

Wichtigkeit digitaler Spiele

„finde es wichtig/sehr wichtig digitale Spiele zu spielen“



JUNGEN 2013 MÄDCHEN

Rückblick: Digitale Spiele



2000
Counter-Strike

Der umstrittene Ego-Shooter Counter-Strike wird zum ersten Mal in Deutschland verkauft



© Linden Lab

2003
Second Life

Die virtuelle Online-Welt Second Life geht online



© Blizzard Entertainment

2005
World of Warcraft

Das Online-Rollenspiel World of Warcraft ist in Deutschland verfügbar



© Microsoft Corporation

2010
Xbox Kinect

Mit der Erweiterung Kinect können Spieler erstmals die Konsole nur mit Körperbewegungen (ohne Controller) steuern



© Nintendo of Europe GmbH

2011
Nintendo 3DS

Die erste tragbare Spielkonsole, die 3D-Effekte ohne spezielle Brille darstellen kann, kommt in Europa auf den Markt



© Rockstar Games

2013
Grand Theft Auto V

Vom fünften Teil der GTA-Spieleserie werden in den ersten drei Tagen weltweit mehr als 15 Millionen Exemplare verkauft

Siegeszug des Internets

Der Computer bietet seit vielen Jahren die unterschiedlichsten Anwendungsmöglichkeiten. Durch das Internet wurden diese Potentiale um ein Vielfaches erweitert und ausgebaut. Als multimediale Plattform bietet der Computer verschiedenste Inhalte und Angebote zur Information, Unterhaltung und Kommunikation. In den letzten 15 Jahren wurde die Nutzung von Computer und Internet dabei immer alltäglicher und selbstverständlicher – auch die jüngeren Jugendlichen haben das Internet in ihren Alltag integriert, so dass es

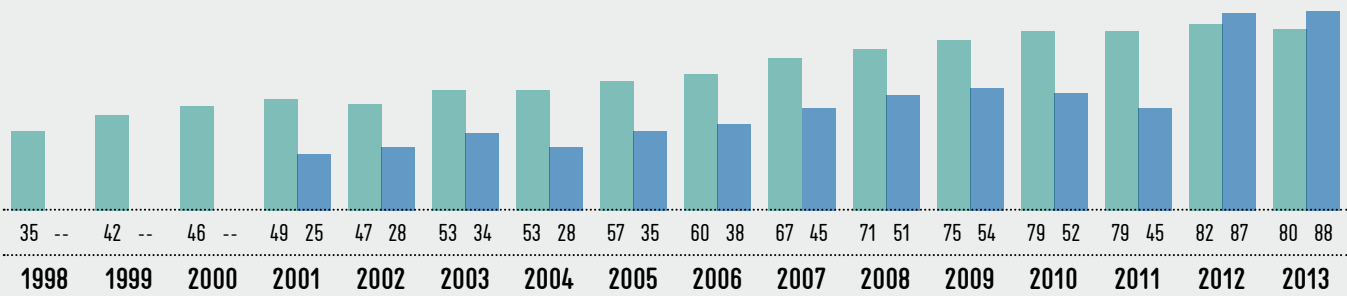
heute ein fester Bestandteil des Lebens ist. Durch die Verbreitung von Smartphones haben sich auch die Möglichkeiten der Nutzung erweitert, der Zugang zum Internet ist jederzeit gewährleistet.

Der Zugang zum Internet ist mittlerweile jederzeit gewährleistet

EIGENE GERÄTE

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT // *2012 ERWEITERUNG DER FRAGESTELLUNG

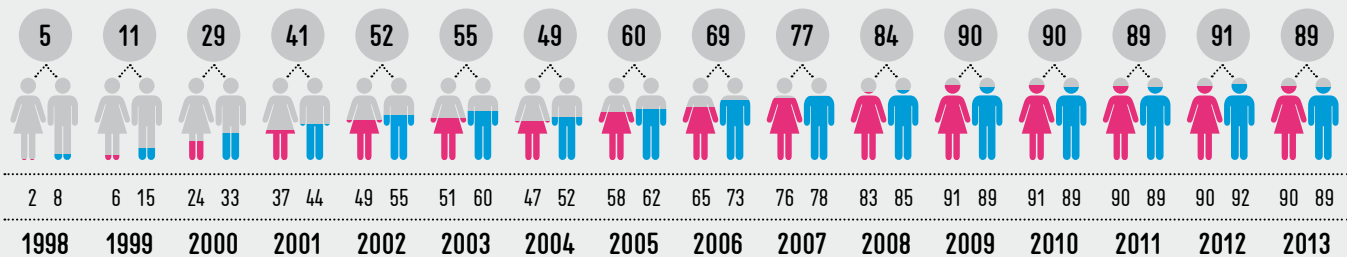
COMPUTER/LAPTOP
*INTERNETZUGANG



DAS INTERNET NUTZEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE





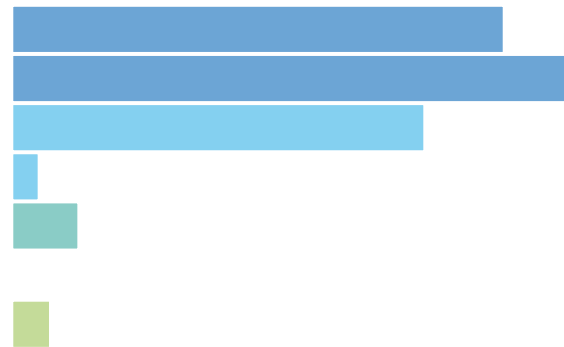
WEGE DER INTERNETNUTZUNG

Befragte, die mind. alle 14 Tage das Internet nutzen

IN DEN LETZTEN 14 TAGEN

Angaben in Prozent

ZUGANGSWEG	JAHR	%
Über einen Computer/Laptop	2013	87
	2006	99
Über ein Handy/Smartphone	2013	73
	2006	5
Über einen Tablet-PC	2013	12
	2006	--
Über eine Spielkonsole	2013	7
	2006	0



> 2013

Neun von zehn Jugendlichen ist es (sehr) **wichtig das Internet zu nutzen**

> 2013

14 Prozent aller Jugendlichen besitzen einen **eigenen Tablet-PC**

Kommunikation steht an erster Stelle

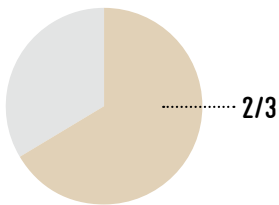
Das Internet ist in erster Linie ein Kommunikationsmedium. Die meiste Zeit im Internet verbringen Jugendliche mit dem Kontakt zu Freunden und Bekannten per E-Mail, Chat, Instant Messenger oder Community. Die Vernetzung mit der peer group ist im Laufe der Persönlichkeitsentwicklung und Identitätsfindung besonders wichtig und die Angebote des Internets bieten hierzu vielfältige Mög-

lichkeiten. Die Plattformen, die für diesen Austausch unter Gleichaltrigen genutzt werden, ändern sich von Zeit zu Zeit – der Zweck und die dahinter stehenden Bedürfnisse bleiben aber gleich.

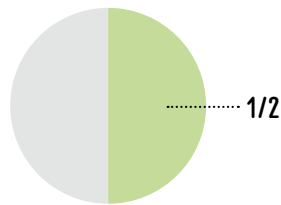
Das Internet bietet vielfältige Möglichkeiten für Jugendliche sich mit ihrer peer group zu vernetzen

1998: Einstellungen zu Computer und Internet

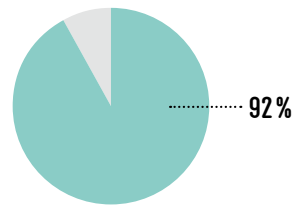
Stimme voll und ganz/weitgehend zu



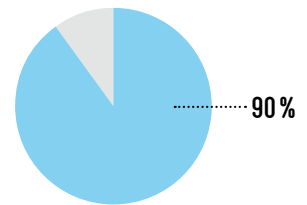
Zwei von drei Jugendlichen stimmen zu:
Ohne Computer geht heute nichts mehr



Die Hälfte der Computer-Nutzer stimmt zu:
Um das Internet wird viel zu viel Aufhebens gemacht



92 Prozent aller Jugendlichen meinen:
Computer sind für die Schule nützlich

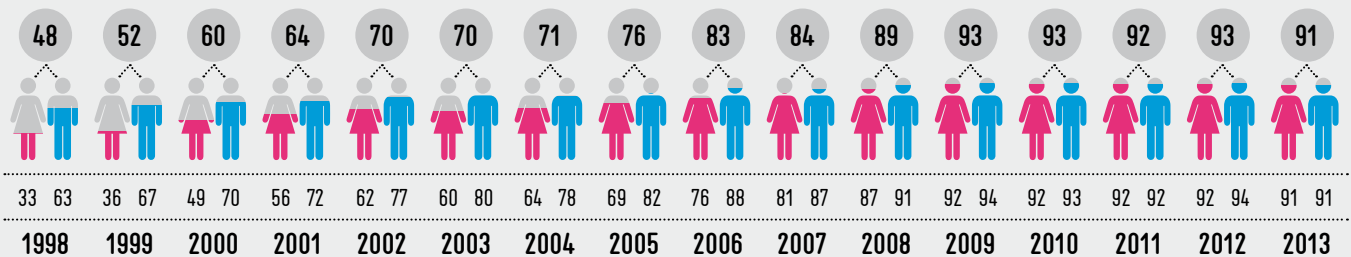


90 Prozent der Internet-Nutzer meinen:
Mit dem Internet kann ich schneller an Informationen gelangen als andere

DEN COMPUTER NUTZEN

ALLE BEFRAGTEN // ANGABEN IN PROZENT // INKLUSIVE INTERNETNUTZUNG

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE



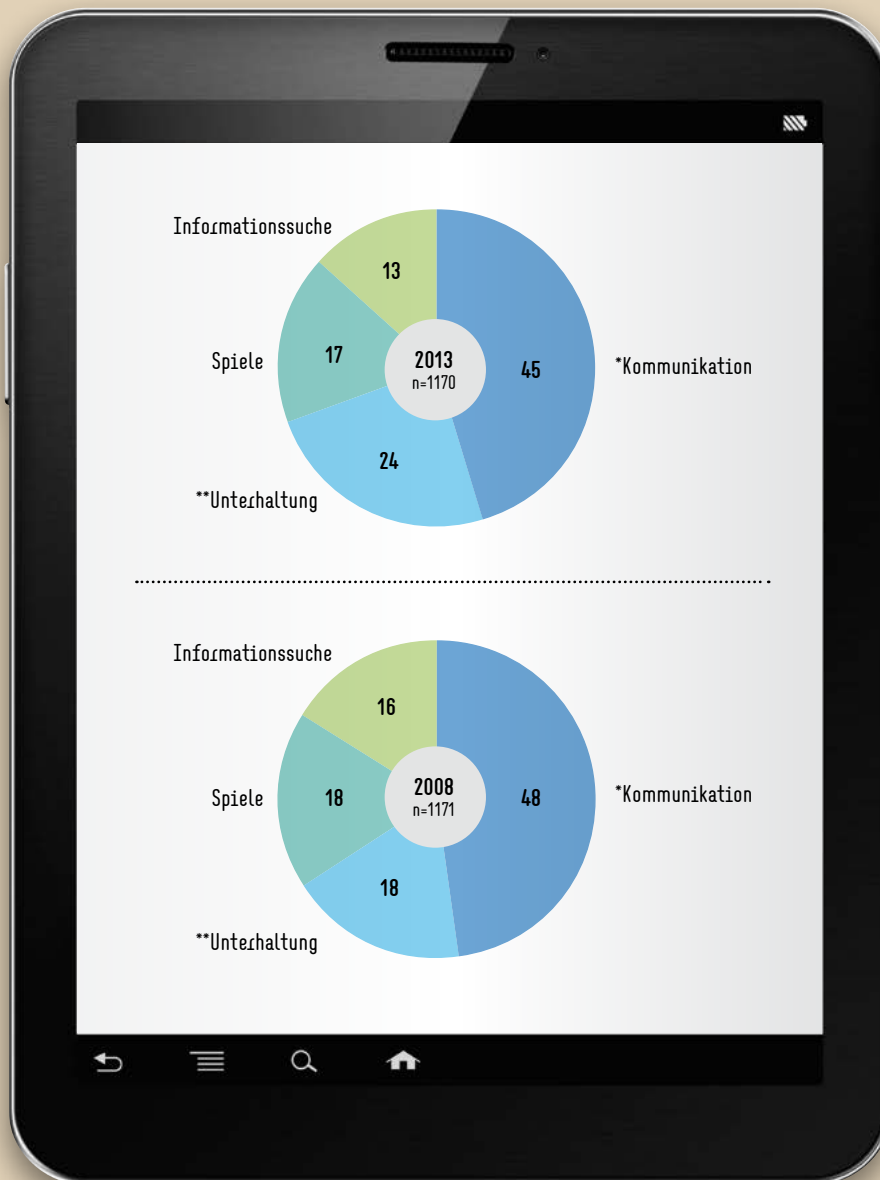


INHALTLICHE VERTEILUNG DER INTERNETNUTZUNG

Internet-Nutzer

VERTEILUNG DER ONLINEZEIT AUF VERSCHIEDENE BEREICHE

Angaben in Prozent



* Kommunikation: z. B. E-Mail, Chat, Instant-Messenger, Online-Communities
 **Unterhaltung: z.B. Musik, Videos, Bilder

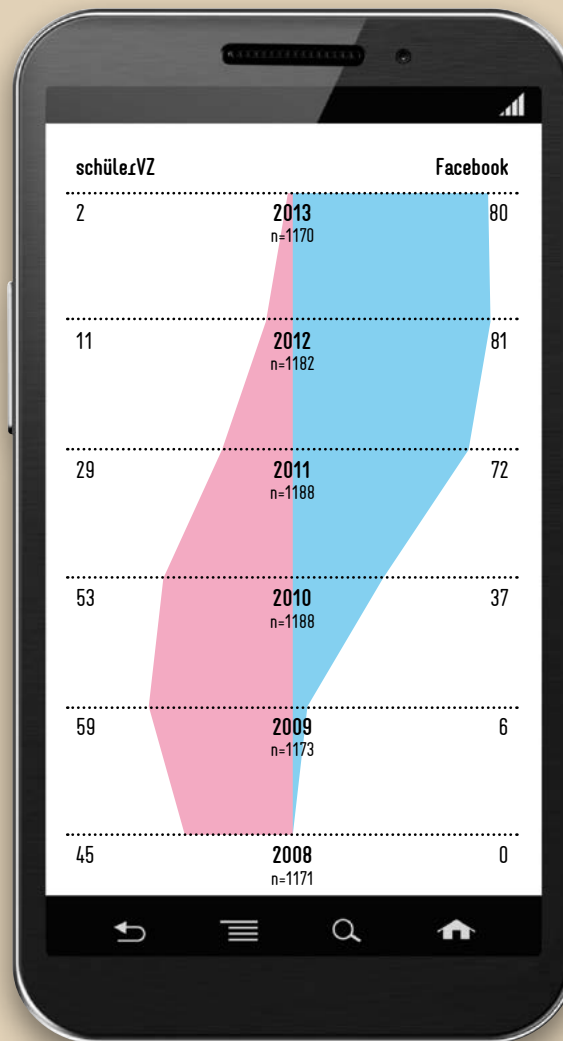


GENUTZTE ONLINE-COMMUNITIES

Internet-Nutzer

AUSWAHL

Angaben in Prozent



> 2013

Fast ein Drittel aller Jugendlichen kennt jemanden, der schon einmal im Internet oder übers Handy von anderen **fertig gemacht** wurde

> 2012

78 Prozent der Internet-Nutzer stimmen zu: Das Internet ist **gefährlich**, weil sich dort viele zwielichtige Gestalten rumtreiben bzw. angemeldet sind

Web 2.0

Mit der Einführung verschiedener Web 2.0 Angebote (z.B. Blogs, Wikis, Videoportale) wurde allen Internet-Nutzern die Möglichkeit gegeben, selbst Inhalte über das Internet zu verbreiten. Jeder kann mithilfe der neuen Technik Medieninhalte produzieren und unter Umständen weltweit ein breites Publikum finden. Jugendliche „konsumieren“ zwar gerne diese Angebote, jedoch ist es – mit Ausnahme der Aktivitäten in

Online-Communities – eher eine Minderheit, die sich regelmäßig selbst als „Produzent“ einbringt.

Jeder kann mithilfe der neuen Technik Medieninhalte produzieren

> 2013

69 Prozent der Jugendlichen haben in den letzten 14 Tagen bei **Wikipedia** einen Beitrag gelesen – 1 Prozent hat selbst einen Beitrag eingestellt

Rückblick: Computer und Internet

Google



© eBay Inc.



© Wikimedia Foundation



© Facebook Inc.

1998
Google

Die Suchmaschine BackRub wird in Google umbenannt

1999
eBay

Das Online-Auktionshaus eBay startet in Deutschland

2000
USB-Stick

USB-Speichersticks ermöglichen einen neuen unkomplizierten Weg des Transports und Austauschs von Dateien

2001
Wikipedia

Die deutsche Version des freien Onlinelexikons Wikipedia geht online

2003
Web 2.0

In einem Fachmagazin wird erstmals der Begriff Web 2.0 zitiert

2004
Facebook

Das soziale Netzwerk Facebook ist zum ersten Mal online verfügbar



© YouTube LLC



© poolworks (Germany) Ltd.



© Evan-Amos



2005
YouTube

Das Videoportal YouTube wird gegründet

2006
Google Maps

Zum ersten Mal werden detaillierte Karten und hochauflösende Satellitenbilder für Deutschland bereitgestellt

2007
schülerVZ

Offizieller Start der deutschen Community schülerVZ

2009
Smart-TV

Auf dem deutschen Markt werden erstmals TV-Geräte angeboten, die eine Verbindung zu Internetdiensten ermöglichen

2010
Tablet PC

Apple verkauft die erste Version des Tablet-PCs iPad in Deutschland

2013
20 Jahre Internet

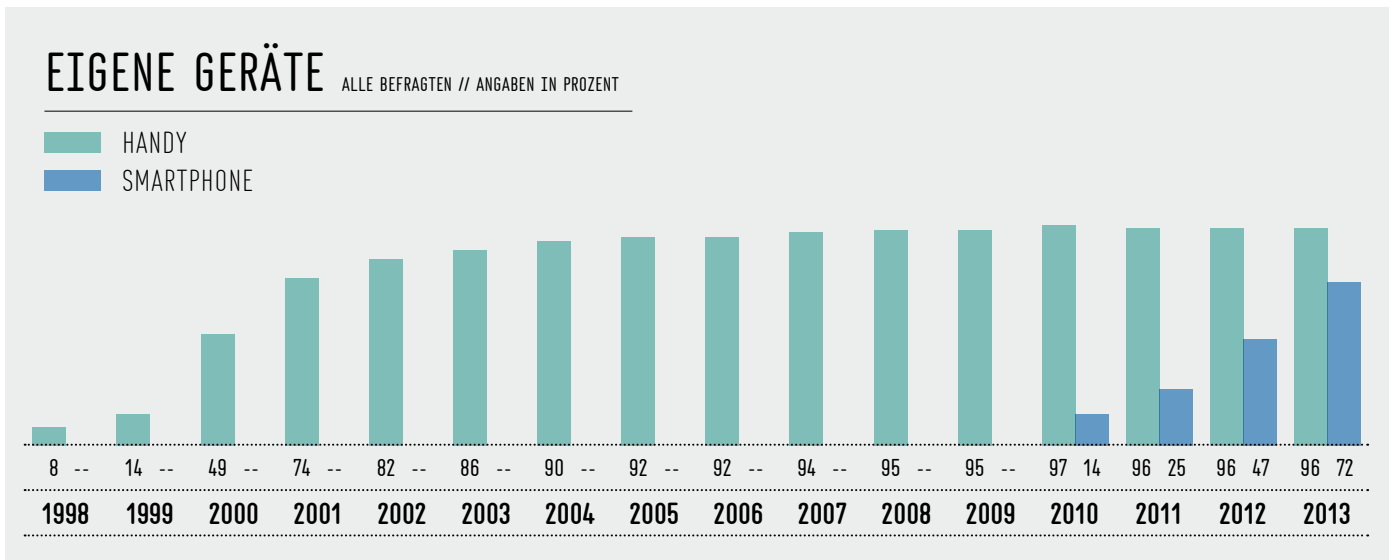
Vor 20 Jahren wurde die Technologie des Internets erstmals zur öffentlichen Nutzung freigegeben

Technische Innovationen

Während 1998 der Besitz eines eigenen Handys unter Jugendlichen eine Seltenheit war, ist das Handy seit etwa zehn Jahren ein fester Bestandteil der Jugendkultur und hat sogar zur Entwicklung eigener Sprachelemente beigetragen. In den letzten Jahren hat sich der Handy-Markt durch die Verbreitung von Smartphones grundlegend verändert: Inzwischen ist ein Großteil der Jugendlichen mit einem solchen Gerät ausgestattet und die damit einhergehende stärkere Vernetzung über die mobile Nutzung von sozialen Netzwerken und Messengern bestimmt heute das moderne Kommunikationsverhalten von Jugendlichen. Ebenso ist nun auch die Nutzung von Medieninhalten orts- und zeitun-

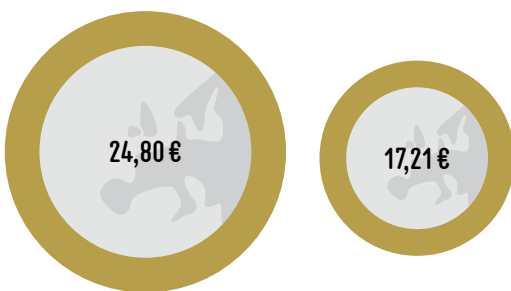
abhängig möglich. Diese neuen technischen Fortschritte (und die sinkenden Preise für diese Dienste) ermöglichen es zunehmend, jederzeit und überall auf Informationen und Unterhaltungsangebote zuzugreifen.

In den letzten Jahren hat sich der Handy-Markt durch die Verbreitung von Smartphones grundlegend verändert



Monatliche Handykosten

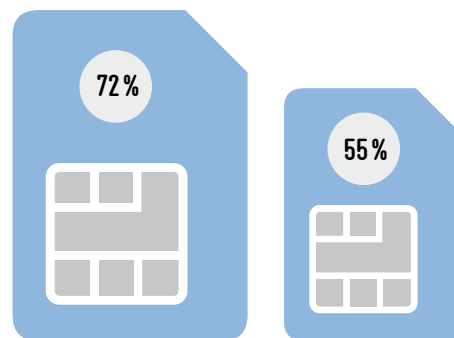
Durchschnittliche Kosten inkl. Grundgebühr



2002 KOSTEN 2013

Abrechnung der Handykosten

Nutzung von Prepaid-Karten



2001 PREPAID 2013



AUSSTATTUNG DES EIGENEN HANDYS

Handy-Besitzer

AUSWAHL

Angaben in Prozent



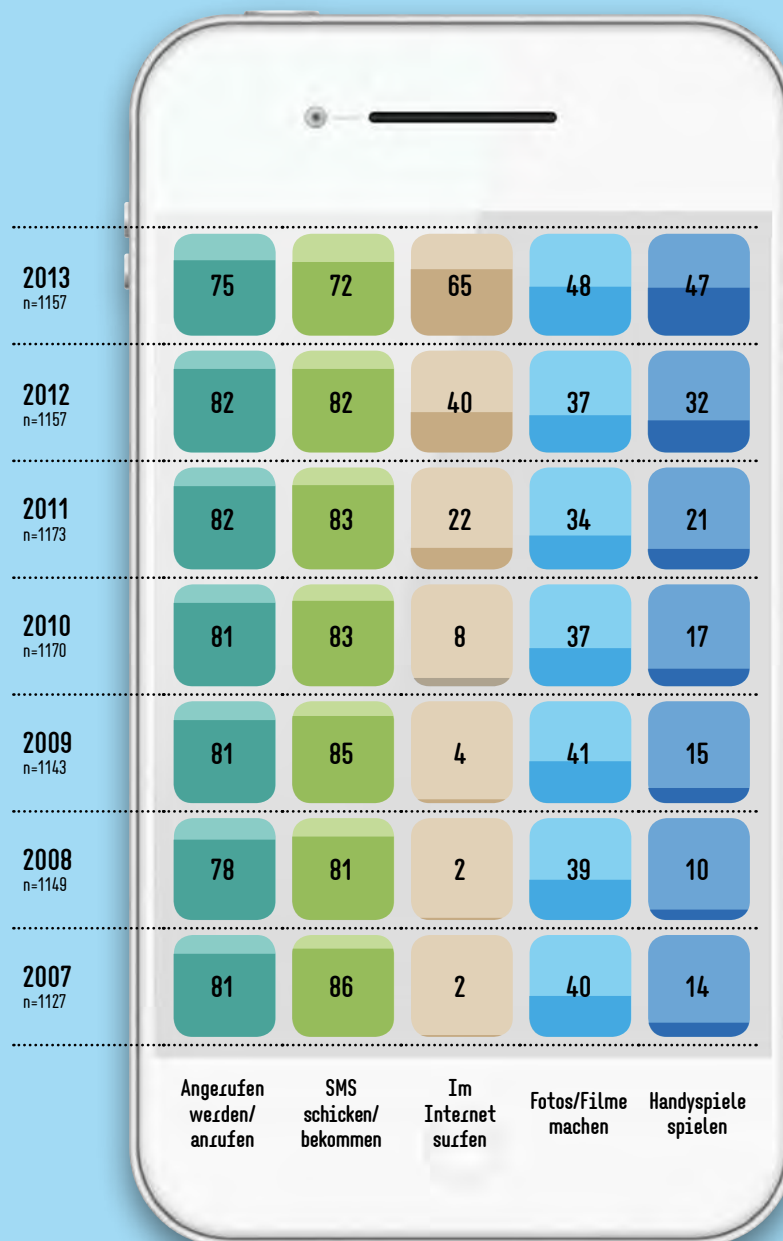


DAS HANDY NUTZEN

Handy-Besitzer

TÄGLICH/MEHRMALS PRO WOCHE

Angaben in Prozent



Smart und mobil

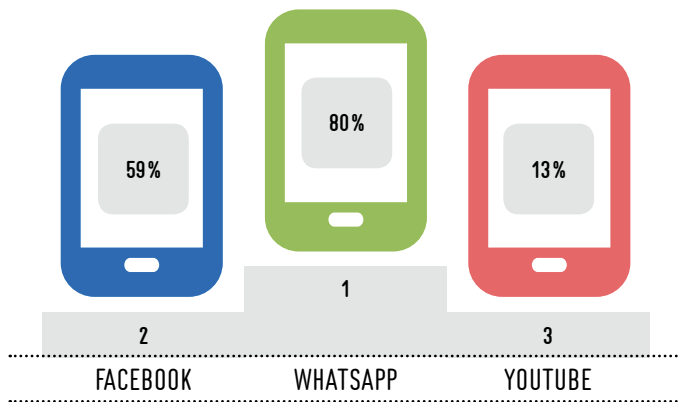
Die weit verbreitete Verfügbarkeit von Smartphones bereichert für viele das alltägliche Leben um praktische Werkzeuge, aber auch um vielfältige Möglichkeiten zum Zeitvertreib. Das Handy ist mittlerweile Speichermedium, Mediaplayer, Spielkonsole, Lexikon, Digitalkamera, Terminkalender, Nachrichtenportal

Navigationssystem, und nicht zu letzt eine wichtige Kommunikationsplattform. Diese Funktionen können spontan in verschiedensten Situationen genutzt werden – auch zuhause auf der Couch. Das Handy organisiert den Alltag von Jugendlichen, für viele ist daher ein Leben ohne Handy kaum vorstellbar.

Das Handy organisiert den Alltag von Jugendlichen

Die wichtigsten Apps 2013

bis zu drei Nennungen



> 2006

SMS schreiben und Telefonieren sind aus Sicht der Handy-Besitzer die wichtigsten Funktionen des Handys

> 2006

Ein Drittel der Handy-Besitzer findet es unwichtig, mit dem Handy ins Internet gehen zu können

Rückblick: Handy



1999
Nokia 3210

Das erste Handy in Deutschland mit T9 ermöglicht schnelles SMS-Schreiben



2002
MMS

Über den Multimedia Messaging Service ist es erstmals möglich Bilder und Dateien per Handy zu verschicken



© Evan-Amos

2007
iPhone

Vorstellung der ersten iPhone-Generation



© Google Inc.

2008
Android Market

Zum ersten Mal können Smartphone-Nutzer Apps für das Android Betriebssystem herunterladen



© WhatsApp Inc.

2009
WhatsApp

Die Messenger-App ermöglicht den unkomplizierten und kostenlosen Austausch von Texten und Bildern



© Sony Mobile Communications

2013
Smartwatch

Auf der IFA werden diverse neue Smartwatches vorgestellt, mit denen der Zugang zum Internet und die Installation von Apps möglich ist

Fazit

Jugend und Medien ist seit vielen Jahren ein wichtiges Thema in der öffentlichen Diskussion um Chancen und Risiken neuer Medienentwicklungen. Die Generation der Zwölf- bis 19-Jährigen zeichnet sich durch wenige Berührungsängste im Hinblick auf neue Medien aus und nutzt diese häufig mit einer Selbstverständlichkeit, die Erwachsene oft nicht nachempfinden können. Durch die starke Vernetzung mit der peer group verbreiten sich neue technische Entwicklungen unter Jugendlichen besonders schnell, zudem herrscht bei vielen auch der Anspruch bei neuen populären Anwendungen dabei zu sein, um alle Neuigkeiten unvermittelt zu erfahren und mitreden zu können. Neben den Neuerungen und technischen Innovationen finden

sich aber ebenso viele Konstanten in der Mediennutzung von Jugendlichen. So sind die „traditionellen Medien“ nach wie vor bei Jugendlichen beliebt und weisen in der Regel stabile Nutzungswerte auf. Des Weiteren sind die Motive und Bedürfnisse, die hinter den verschiedenen Anwendungen stehen, oftmals die gleichen: der Kontakt und Austausch mit Gleichaltrigen, die Suche nach Informationen und die Rezeption von unterhaltsamen Inhalten zum Zeitvertreib. Die Mediennutzung von Jugendlichen zeichnet sich durch eine Koexistenz von Stabilität und Wandel aus. Je nach Stimmung, Motivation und Situation nutzen Jugendliche das komplexe Angebot ihres Medienrepertoires flexibel und zielorientiert.

"Die heute Zwölf- bis 19-Jährigen wachsen wie keine zweite Generation zuvor in einer stark von Medien geprägten Welt auf. [...] Darum sind Untersuchungen wichtig, die sich mit den möglichen Veränderungen der Mediennutzung – sowohl der klassischen als auch der neuen Medien – unter den sich sehr dynamisch verändernden Rahmenbedingungen beschäftigen."

JIM-Studie 1998

„Oftmals wird allerdings die unverkrampfte Herangehensweise von Jugendlichen an moderne Medientechnik missverstanden als eine Art angeborene Medienkompetenz.“

JIM-Studie 2011

„In den nächsten Jahren wird das besondere Augenmerk auf der Frage liegen (müssen), wie sich „alte“ und „neue“ Medien längerfristig zueinander positionieren – insbesondere auch, inwieweit aus den neuen Konstellationen strategische Allianzen entstehen werden.“

JIM-Studie 2002

„Traditionelle Medien“

Die „alten, traditionellen Medien“ besitzen nach wie vor einen wichtigen Stellenwert im Alltag von Jugendlichen. Das Fernsehen begeistert Jugendliche mit großen Sportereignissen, Serien und Comedyformaten. Das Radio begleitet morgens viele beim Start in den Tag und liefert zuverlässig Nachrichten, Serviceinfos und Musik, veranstaltet Konzerte und ist Kommunikationspartner beispielsweise über Facebook. Die Zeitungen versorgen ihre Nut-

zer mit fundierten und seriösen Informationen und beim Lesen von Büchern können Jugendliche in fremde Welten eintauchen. Die Nutzung all dieser Medien basiert auf spezifischen Gewohnheiten und Bedürfnissen und hat sich durch die rasante Verbreitung des Internets nicht so verändert, wie zunächst prognostiziert wurde. Jugendliche nutzen fast alle traditionellen Medien in vergleichbarer Häufigkeit wie vor 15 Jahren.

„Eine kritische Begleitung junger Menschen auf diesem Weg durch medienpädagogisch geschulte Pädagogen und informierte Eltern kann hierbei die richtigen Rahmenbedingungen schaffen, um jungen Menschen zu ermöglichen, die Medienwelt für sich positiv zu nutzen.“

JIM-Studie 2011

Ausblick

Die vergangenen Medienentwicklungen zeigen, dass die vielfältigen technischen Möglichkeiten die Gesellschaft immer wieder vor neue Aufgaben stellen. Mit neuen Mediengeräten und Verbreitungswegen gehen unbestritten viele Vorteile einher. Der Zugang zu Unmengen an Wissen ist jederzeit und ortsunabhängig gewährleistet, Unterhaltungsangebote und Spiele können permanent abgerufen werden. Die mannigfaltigen Kommunikationsmöglichkeiten ermöglichen eine Vernetzung rund um die ganze Welt. Neben den vielen Vorteilen werden durch die neue Technik aber auch etablierte Werte und Verhaltenskonventionen in Frage gestellt. Der Anspruch auf ständige Erreichbarkeit stellt beispielsweise nicht nur im beruflichen Kontext für Manchen ein Problem dar. Die Themen Datenschutz und Privatsphäre werden auf Grundlage der neuen

Technik neu verhandelt und eventuell aufgeweicht. Mit immer neuen Geräten und deren großer Verbreitung entstehen auch immer wieder neue Fragestellungen zum Umgang mit dieser Technik. Unsere Mediengesellschaft muss dafür Sorge tragen, dass die Chancen der neuen technischen Möglichkeiten für alle Teile der Bevölkerung gelten. Die Risiken müssen erkannt und bewertet werden – Kinder und Jugendliche sind dabei besonders schutzbedürftig. Die Ergebnisse der JIM-Studie belegen seit vielen Jahren, wie wichtig der Aspekt der Medienpädagogik und die Vermittlung von Medienkompetenz sind. Gemeinsam müssen wir die kommenden Generationen auf die Medienwelt vorbereiten und sie befähigen, die Chancen der technischen Möglichkeiten positiv zu nutzen.

„Neue Medien“

Die technischen Neuerungen der letzten Jahre und die schnelle Verbreitung neuer Mediengeräte führten zu einer ständigen Erweiterung der Medienwelt. Computer, Internet, neue digitale Spiele und Handys haben extrem schnell Einzug in den Alltag von Jugendlichen gehalten. Neue Geräte und Anwendungen werden oftmals mit großer Selbstverständlichkeit angenommen und in die tägliche Routine überführt. Dabei ist seit einigen Jah-

ren das Stichwort Medienkonvergenz von zentraler Bedeutung. Verschiedenste Medieninhalte können über diverse Geräte abgerufen und verbreitet werden. Die Medien wachsen zusammen und der Nutzer kann den Übertragungsweg frei wählen. Der Gebrauch von „neuen Medien“ ersetzt jedoch keineswegs die Nutzung der „traditionellen“. Das Medienrepertoire von Jugendlichen wird vielmehr kontinuierlich ergänzt und erweitert.

„Die Medienwelt ist weiterhin dynamischen Veränderungen unterworfen: technische Innovationen, neue Produkte und vor allem neue Inhalte und Anwendungen machen das Medienangebot vielseitiger, aber auch unübersichtlicher.“

JIM-Studie 2010

HERAUSGEBER DER STUDIENREIHE JIM (JUGEND, INFORMATION, (MULTI-) MEDIA)



Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) ist ein Kooperationsprojekt der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg und der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz. Die Basisuntersuchungen JIM (Jugend, Infor-

mation, (Multi-) Media) und KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) bieten seit 1998 repräsentatives Datenmaterial zur Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen. Bei den Studienreihen kooperiert der mpfs mit der SWR Medienforschung.



Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg

Die Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) mit Sitz in Stuttgart ist eine von 14 Landesmedienanstalten in Deutschland und sorgt im Südwesten für Medienvielfalt. Zu ihren Aufgaben zählen u. a. die Zulassung und Aufsicht der privaten Radio- und Fernsehveranstalter, die Förderung der privaten Rundfunksender im Land, die

Kontrolle des Jugendschutzes im Rundfunk und im Internet sowie Medienpädagogik und Medienforschung. Die LFK leitet die Geschäftsstelle des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs) und ist außerdem auch Geschäftsstelle der Informationsplattform Mediendaten Südwest.



Landeszentrale für Medien und Kommunikation

Die Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) ist die Landesmedienanstalt des Landes Rheinland-Pfalz. Der LMK obliegt weitgehend der gleiche Aufgabenbereich wie ihrer Schwesternanstalt LFK. Ein besonderer Schwerpunkt liegt im Bereich der Medienkompetenz. Hier gibt es zahlreiche Projekte, Kooperationen und Initiativen der LMK auf

Landes-, Bundes- und EU-Ebene, um in den Bereichen Bildung, OK-TV und Medienvermittlung ein engmaschiges Netz an attraktiven Angeboten anzubieten und aufzubauen. Die LMK leitet die Geschäftsstelle der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest, die von LMK, LFK und SWR getragen wird.

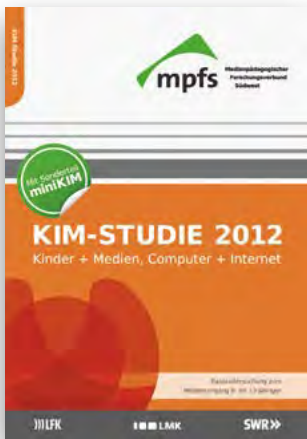


Südwestrundfunk

Der Südwestrundfunk (SWR) ist die gemeinsame Landesrundfunkanstalt der Länder Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. Er ist die zweitgrößte Rundfunkanstalt der ARD. Der SWR widmet sich sowohl inhaltlich als auch technisch den relevanten Themen und Ansprüchen der Zeit. Sein Programm dient der Information, der Bildung, der Beratung und der Unterhaltung und ist dem kulturel-

len Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunk verpflichtet. Der SWR fördert – alleine und mit Partnern – in vielfältiger Weise die Bildung und Vermittlung von Medienkompetenz. Im Bereich Forschung führt die SWR Medienforschung eine Reihe von Untersuchungen und Studien zum Wandel des Medienangebots und des Medienkonsums durch.

STUDIEN DES MEDIENPÄDAGOGISCHEN FORSCHUNGSVERBUNDES SÜDWEST (MPFS)

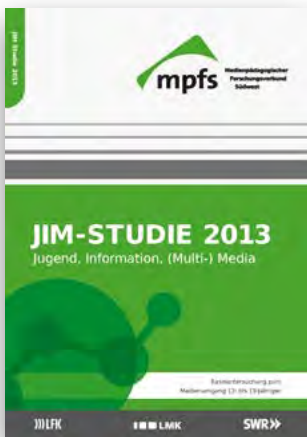


KIM-Studie

(Kinder + Medien, Computer + Internet)

Die Studienreihe KIM bildet seit 1999 das Medienverhalten der Sechs- bis 13-Jährigen ab. Für die repräsentative Studie werden alle zwei Jahre ca. 1.200 Kinder und deren Haupterzieher zu ihrem Mediennutzungsverhalten persönlich befragt. Die KIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt, um die sich im permanenten Wandel befindlichen Rahmenbedingungen des Medienangebots und die damit verbundenen Veränderungen adäquat abbilden zu können. Themenschwerpunkte der KIM-Studie sind: Themeninteressen der

Kinder, Medienbesitz, Freizeitaktivitäten und Medienbeschäftigung, Medienbindung, Vorbilder und Idole, Fernsehen und Radio-nutzung, Bücher und Lesen, Nutzung von digitalen Spielen, Computer und Schule, Internettätigkeiten, Medien in der Familie. Im Jahr 2012 wurde im Rahmen der „miniKIM“ zusätzlich die Altersgruppe der Zwei- bis Fünfjährigen erfasst. Mit dieser Erweiterung konnten erstmals repräsentative Daten zur Mediennutzung von Kleinkindern vorgelegt werden.



JIM-Studie

(Jugend, Information, (Multi-) Media)

Die repräsentative Studienreihe JIM zeigt seit 1998 jährlich den Medienumgang der Zwölf- bis 19-Jährigen in Deutschland. Auch die JIM-Studie ist als Langzeitprojekt angelegt. Es werden einerseits allgemeine Entwicklungen und Trends kontinuierlich abgebildet und dokumentiert, gleichzeitig werden in den einzelnen Untersuchungen spezifische Fragestellungen realisiert, um

aktuelle Medienentwicklungen aufzugreifen. Themenschwerpunkte der JIM-Studie sind: Medienausstattung, Freizeitaktivitäten, Mediennutzung, Wichtigkeit der Medien, Glaubwürdigkeit der Medien, Bücher und Lesen, Radionutzung, TV-Präferenzen, Aktivitäten im Internet, Computer- und Konsolenspiele, Handynutzung und Medienkompetenz.



FIM-Studie

(Familie, Interaktion & Medien)

Die Familienstudie FIM liefert neue Erkenntnisse zur Kommunikation und Interaktion in deutschen Familien sowie repräsentative Ergebnisse über die Mediennutzung im Familienkontext. Für die Untersuchung wurden alle Mitglieder von 260 Familien mit Kindern zwischen drei und 19 Jahren persönlich befragt. Im Fokus der Untersuchung standen die Fragenkomplexe: Qualität, Inhalte und Formen der innerfamiliären Kommunikation, das Vorhandensein von kommunikativen

Verhaltensmustern innerhalb der Familie, Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Generationen bei der Mediennutzung sowie die Bedeutung von Medientechnik und Medieninhalten im familiären Gefüge. Die FIM-Studie rundet die Daten der Studienreihen JIM und KIM ab, ergänzt sie um die familiäre Perspektive und erlaubt zusätzlich Einblicke in das bundesdeutsche Familienleben mit dem Schwerpunkt Medien und Mediennutzung.