



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

# JIM-STUDIE 2012

Jugend, Information, (Multi-) Media

Basisuntersuchung zum  
Medienumgang 12- bis 19-jähriger

# **JIM 2012**

## **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  
Reinsburgstr. 27  
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:

Peter Behrens (LMK)

Thomas Rathgeb (LFK)

Stuttgart, November 2012

Redaktion:

Sabine Feierabend (SWR Medienforschung)

Ulrike Karg (LFK)

Thomas Rathgeb (LFK)

© Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (LFK, LMK)

# Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>1. Einführung und Methode</b>	<b>3</b>
<b>2. Medienausstattung</b>	<b>6</b>
<b>3. Freizeitaktivitäten</b>	<b>9</b>
<b>4. Medienbeschäftigung in der Freizeit</b>	<b>12</b>
<b>5. Wichtigkeit der Medien</b>	<b>14</b>
<b>6. Glaubwürdigkeit der Medien</b>	<b>16</b>
<b>7. Bücher</b>	<b>18</b>
<b>8. Radio und Musik</b>	<b>21</b>
8.1    Radio	21
8.2    Musik und Musikvideos	22
<b>9. Fernsehen</b>	<b>25</b>
9.1    Fernsehnutzung und Lieblingssender	25
9.2    Scripted Reality Formate	26
<b>10. Computer und Internet</b>	<b>30</b>
10.1    Ausstattung und Nutzung	30
10.2    Aktivitäten im Internet	32
10.3    Probleme im Internet	38
<b>11. Online-Communities</b>	<b>40</b>
11.1    Nutzungshäufigkeit und Nutzungsmuster	40
11.2    Profileinstellungen und -informationen	43
11.3    Datenschutz	45
<b>12. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele</b>	<b>47</b>
12.1    Nutzung und Lieblingsspiele	47
12.2    Jugendschutz	49
<b>13. Handy</b>	<b>52</b>
13.1    Handybesitz und Smartphones	52
13.2    Mobiles Internet und Apps	53
13.3    Handynutzung	55
13.4    Problematische Handynutzung	56
<b>14. Medienkompetenz</b>	<b>59</b>
<b>15. Zusammenfassung</b>	<b>62</b>
<b>16. English Summary</b>	<b>66</b>



## 1. Einführung und Methode

Digitale Medien sind seit Jahren Bestandteil unserer Gesellschaft. Vier Fünftel der Bevölkerung in Deutschland hören täglich Radio, das Fernsehen ist ein wichtiger Teil unserer Freizeitgestaltung, das Handy organisiert Arbeit und Freizeit, das Internet ist allgegenwärtig für Unterhaltung und Information. Inzwischen nutzen eine Milliarde Menschen weltweit Facebook. In nahezu keinem Beruf kann man heutzutage auf den Computer verzichten. In unserem Alltag spielen die verschiedenen Medien unzweifelhaft eine bedeutende Rolle. Entsprechend gilt dies auch für Kinder und Jugendliche, die in dieser Medienwelt aufwachsen und für die all die medialen Möglichkeiten selbstverständlich sind.

Dass Jugendliche in Deutschland digitale Medien beinahe tagtäglich nutzen, privat wie für die Schule, steht schon seit einigen Jahren außer Frage. Wichtig ist hierbei nicht nur wie lange welches Medium genutzt wird, sondern was Jugendliche damit tun, welche Angebote genutzt werden und in welchem Kontext Medien konsumiert oder aber gezielt eingesetzt werden. Natürlich muss auch ein Augenmerk auf die Extreme gelegt werden, Datenmissbrauch, Cybermobbing, pathologische Spiel- bzw. Internetnutzung und ungeeignete Inhalte sind zum Beispiel Probleme, deren sich die Gesellschaft annehmen muss. Allerdings ist es unverhältnismäßig, die Medien auf diese Problemfelder zu reduzieren und darüber die Chancen zu verkennen, die die Möglichkeiten der Vernetzung, der Kommunikation und des Informationsaustausches bieten. Eine öffentliche Diskussion, die sich auf einen völligen Verzicht auf digitale Medien zuspitzt und nur die Schattenseiten in den Blick nimmt, geht an der Realität vorbei. Nimmt man die Gefahren und die Probleme wahr, ist es eben eine wichtige und notwendige Aufgabe, Kinder und Jugendliche hierauf vorzubereiten bzw. Rahmenbedingungen zu schaffen, die sie vor entsprechenden Inhalten und Problemen schützen. Ein Verzicht schiebt diese Probleme nur auf und lässt Jugendliche in der von Erwachsenen geschaffenen Medienwelt alleine.

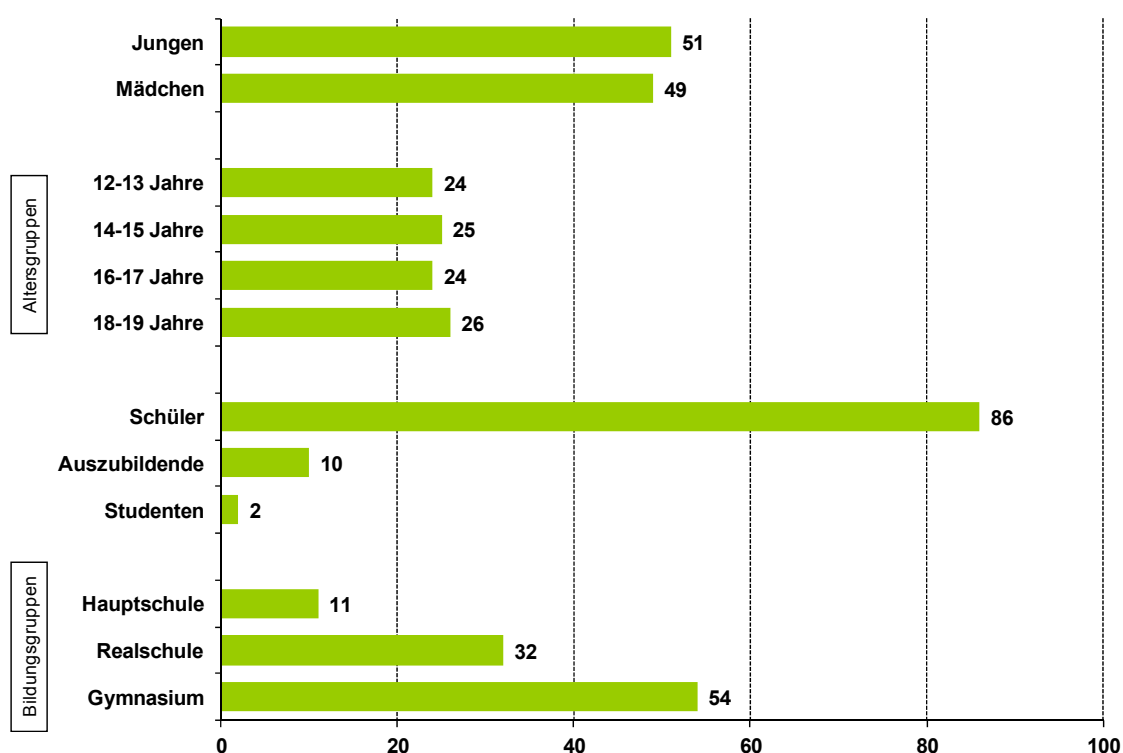
Um auf aktuelle Fragen des Medienumgangs antworten zu können, bietet die JIM-Studie repräsentative und objektive Daten und Fakten. Allein wenn man die Bandbreite der Nutzungsmöglichkeiten des Internets betrachtet, ist offensichtlich, dass es notwendig ist, hier aufmerksam hinzusehen und auf die konkreten Nutzungen und Inhalte zu achten. Um genauer zu wissen, welche Medien Jugendliche wie nutzen, ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest angetreten, den Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen mit der Langzeitstudie Jugend, Information, (Multi-) Media, kurz JIM-Studie, jährlich zu untersuchen. Mit dieser Dokumentation liegt nunmehr die 15. JIM-Studie vor, die die Medienentwicklung bei Jugendlichen in Deutschland kontinuierlich dokumentiert.

Neben den Basisdaten zu Medienausstattung, Freizeitverhalten und Mediennutzung – insbesondere dem Umgang mit Fernsehen, Radio, Handy, Computer und Internet – befasst

sich die JIM-Studie 2012 mit der Wichtigkeit und der Glaubwürdigkeit der Medien. Weitere Themen sind die Nutzung von Musikvideos, die Wahrnehmung von Scripted Reality Formaten im Fernsehen, Probleme im Umgang mit Sozialen Netzwerken und Aspekte der mobilen Internetnutzung.

Für die JIM-Studie 2012 wurden im Zeitraum vom 7. Mai bis 17. Juni 2012 aus der Grundgesamtheit der ca. sieben Millionen Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland eine repräsentative Stichprobe von 1.201 Zielpersonen telefonisch (CATI) befragt. Feldarbeit und Datenprüfung lagen beim Institut ENIGMA GfK in Wiesbaden. Abweichungen von der Soll-Struktur wurden durch eine iterative Gewichtung nach den Merkmalen: „Geschlecht x Alter Insgesamt“ und „Bundesland“ auf der Basis der Angaben des Statistischen Bundesamtes (Stand 31.12.2010) ausgeglichen, so dass die befragten Jugendlichen ein möglichst genaues Spiegelbild der Grundgesamtheit wiedergeben.

### JIM 2012: Soziodemografie



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Herausgeber der Studienreihe JIM ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs), gemeinsam getragen von

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

in Kooperation mit

- der SWR Medienforschung

in Zusammenarbeit mit

- der Bundeszentrale für politische Bildung
- den Landeszentralen für politische Bildung Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz
- der Stiftung Lesen
- der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft mbH & Co. KG.

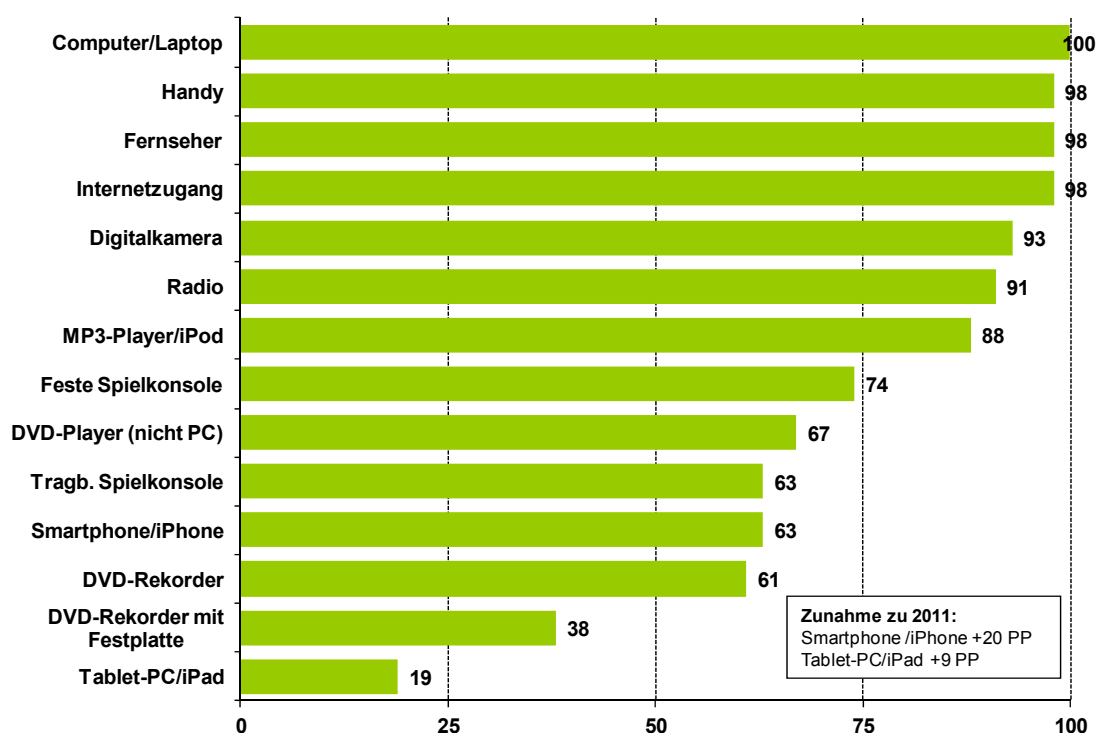
Aus Gründen der Lesbarkeit bedient sich der vorliegende Bericht meist männlicher Substantive, schließt die weibliche Form der Begriffe jedoch selbstverständlich mit ein. Wenn zum Beispiel von Nutzern die Rede ist, so sind stets Nutzerinnen und Nutzer gemeint. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Ergebnisse auf die Erhebungen des Jahres 2012. Gängigen Konventionen folgend, werden die Jugendlichen hinsichtlich ihres Bildungsniveaus nach dem noch immer in weiten Teilen Deutschlands vorherrschenden dreigliedrigen Schulsystems dargestellt – Haupt- und Realschule sowie Gymnasium. Jugendliche in Ausbildung werden gemäß ihrem höchsten Bildungsabschluss eingeordnet

## 2. Medienausstattung

Die technischen Entwicklungen der letzten Jahre im Bereich Medien werden häufig mit dem Schlagwort „Konvergenz“ beschrieben. Über das Internet kann man Fernsehinhalte live oder zeitversetzt abrufen, das Handy kann zum Radio hören genutzt werden und der MP3-Player bietet Zugang zum Internet – die Medien und die dazugehörigen Geräte nähern sich immer mehr an und verschmelzen miteinander. Die Multifunktionalität der Geräte und die Verbreitung spezifischer Inhalte über viele verschiedene Wege führen bisher jedoch zu keiner Reduzierung an Mediengeräten. Das Medienrepertoire in den Haushalten, in denen Jugendliche heutzutage leben, ist immer noch sehr vielschichtig und beinhaltet neben traditionellen Mediengeräten wie Fernseher und Radio teilweise auch neuere Geräte wie Smartphone und Tablet-PC.

Die Grundausstattung der Haushalte, in denen 12- bis 19-Jährige leben, besteht aus Computer/Laptop, Handy, Fernseher und Internetzugang. Diese Geräte bzw. Zugangsmöglichkeiten sind in allen Haushalten vorhanden.

### Geräte-Ausstattung im Haushalt 2012 (Auswahl)



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

In etwa neun von zehn Haushalten finden sich außerdem Digitalkamera, Radiogerät und MP3-Player. Bei den Spielkonsolen sind feste Geräte (74 %) etwas mehr verbreitet als die tragbaren Versionen (63 %). Ein DVD-Player ist in ca. zwei Drittel der Haushalte vorhan-



den. Im Vergleich zum letzten Jahr hat sich der Besitz von Smartphones und Tablet-PCs deutlich gesteigert: in 63 Prozent der Haushalte gibt es mindestens ein Smartphone, dies entspricht einem Zuwachs von 20 Prozentpunkten (PP). Die Ausstattung mit Tablet-PCs wie zum Beispiel dem iPad oder dem Samsung Galaxy Tab liegt nunmehr bei 19 Prozent (+ 9 PP).

Beim Zugang zu weiteren Medien(inhalten) ist das Abonnement einer Tageszeitung am weitesten verbreitet. 59 Prozent der Haushalte mit Jugendlichen verfügen über ein solches Abo und haben somit Zugang zu einem tagesaktuellen Printmedium. Weitere 43 Prozent haben eine Zeitschrift abonniert und 20 Prozent besitzen einen Zugang zum Abofernsehen von Sky oder ähnlichen Pay-TV-Anbietern.

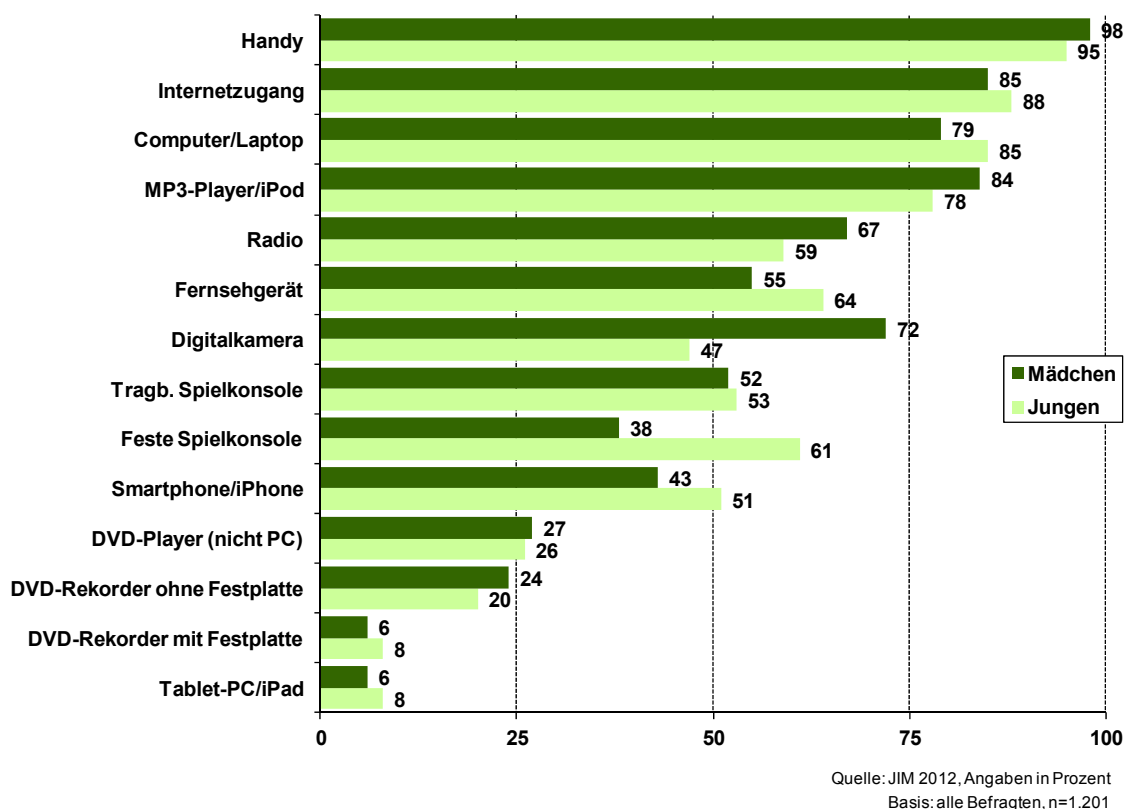
Für die Mediennutzung der Jugendlichen spielt neben der Haushaltsausstattung, die den potentiellen Zugang beschreibt, vor allem der Besitz von eigenen Mediengeräten eine wichtige Rolle. Über diese Geräte können Sie in der Regel frei verfügen und den Zeitpunkt sowie die Inhalte der Mediennutzung (zumindest innerhalb eines gewissen Rahmens) selbst bestimmen. Insgesamt besitzen 96 Prozent der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren ein eigenes Handy – davon entfallen 47 Prozent auf Smartphones wie z.B. das iPhone. Fast neun von zehn Jugendlichen (87 %) können von ihrem Zimmer aus über Laptop oder Desktop-PC auf das Internet zugreifen.<sup>1</sup> Etwa vier Fünftel haben einen eigenen Computer/Laptop (82 %)<sup>2</sup> und einen MP3-Player (81 %). Ein Radio- oder Fernsehgerät besitzen 63 bzw. 60 Prozent der Jugendlichen und auch die Ausstattung mit Digitalkameras befindet sich auf ähnlichem Niveau (59 %). Digitale Spielkonsolen, die es sowohl in stationären (50 %) als auch in tragbaren (52 %) Varianten gibt, erfreuen sich beständiger Beliebtheit und sind in etwa der Hälfte der Jugendzimmer vorhanden. Tablet-PCs sind mit sieben Prozent eher weniger verbreitet. Im Vergleich zur JIM-Studie 2011 lässt sich vor allem eine deutliche Steigerung bei der Ausstattung mit Smartphones feststellen (+22 PP). Die anderen Werte bewegen sich in etwa auf dem Vorjahresniveau.

---

<sup>1</sup> In der JIM-Studie 2012 wurde die Frage nach dem Internetzugang im eigenen Zimmer wesentlich verändert. Durch die Erweiterung um neue technische Möglichkeiten ergeben sich deutlich höhere Werte als im Jahr 2011 (vgl. Kapitel 10 Computer und Internet).

<sup>2</sup> Die Differenz zwischen der Ausstattung mit einem Internetzugang im eigenen Zimmer und dem Besitz eines eigenen PCs/Laptops ergibt sich durch die Jugendlichen, die zwar keinen eigenen Computer besitzen, aber mit dem „Familienlaptop“ (oder Tablet-PC) im eigenen Zimmer ins Internet gehen dürfen.

## Gerätebesitz Jugendlicher 2012

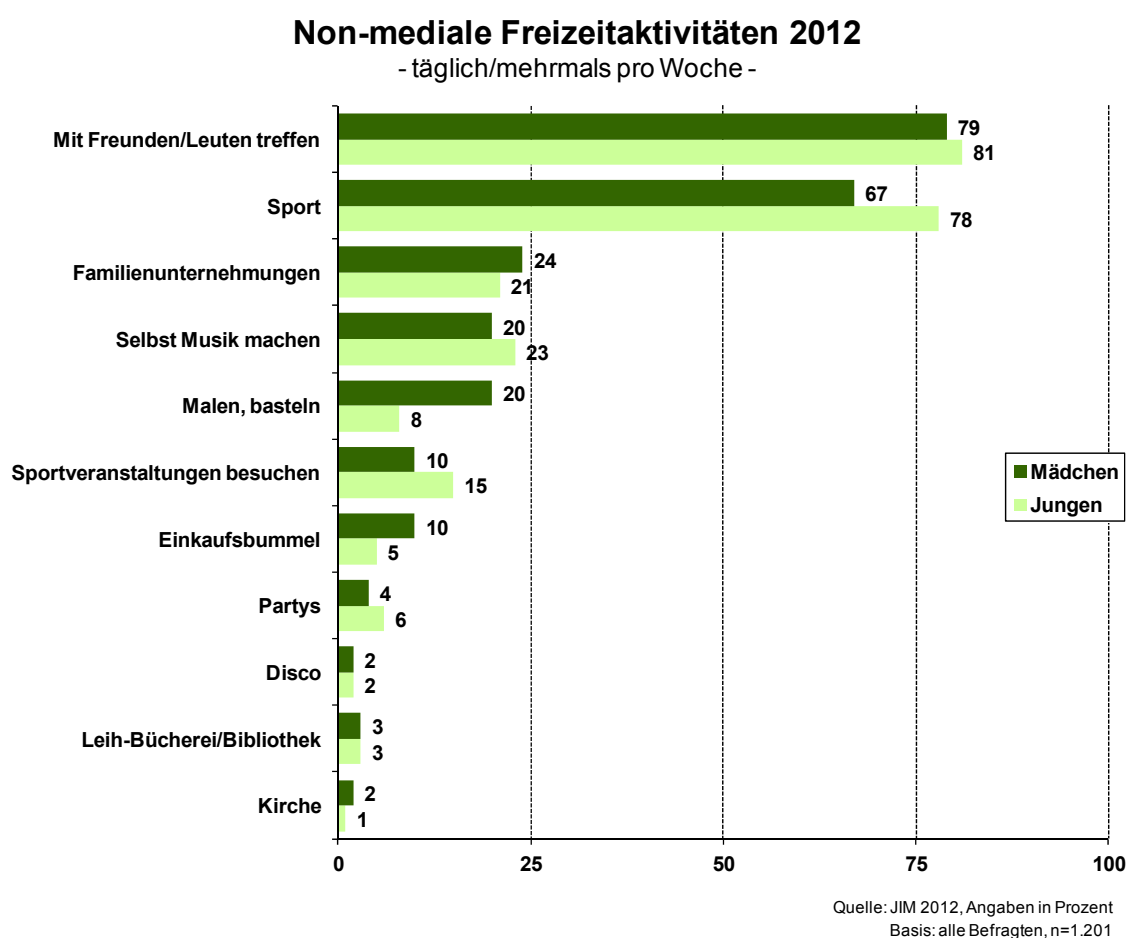


Der Vergleich zwischen Jungen und Mädchen zeigt – wie bereits in den vorherigen Jahren – bei den Mädchen eine besonders hohe Ausstattung mit Digitalkameras. Jungen besitzen häufiger einen eigenen Fernseher, eine feste Spielkonsole und ein Smartphone. Mit steigendem Alter nimmt die Geräteausstattung in der Regel deutlich zu. So ergibt sich zum Beispiel für die Ausstattung mit einem eigenen Fernsehgerät eine Steigerung von 43 Prozent bei den 12- bis 13-Jährigen auf 75 Prozent bei den 18- bis 19-Jährigen. Tragbare Spielkonsolen sind hingegen bei der jüngsten Altersgruppe am häufigsten zu finden (12-13 Jahre: 73 %, 18-19 Jahre: 32 %). Bezüglich der Ausstattung mit Radio, Digitalkamera, stationärer Spielkonsole, Festplattenrekorder und Tablet-PC zeigen sich keine eindeutigen Alterseffekte.

Auch für die verschiedenen Bildungsgruppen lassen sich Unterschiede in der persönlichen Ausstattung mit Mediengeräten feststellen. Die Ausstattung mit Fernseher, fester Spielkonsole und DVD-Player ist bei Jugendlichen, die eine Hauptschule besuchen bzw. einen entsprechenden Abschluss haben, am höchsten. Radio und Digitalkamera findet man hingegen öfter bei Gymnasiasten. Der Besitz von Handy, Internetzugang und Computer/Laptop ist in allen drei Gruppen auf sehr hohem Niveau.

### 3. Freizeitaktivitäten

In der Freizeit von Jugendlichen spielen Medien zwar eine wichtige Rolle, aber auch non-mediale Freizeitaktivitäten gemeinsam mit Freunden oder Familie sind für die meisten Jugendlichen ein bedeutender Bestandteil des Alltags. An erster Stelle steht dabei das Treffen mit Freunden: vier Fünftel aller 12- bis 19-Jährigen verabreden sich regelmäßig (täglich/mehrmals pro Woche) mit ihrer Clique oder Bekannten. Dies trifft gleichermaßen auf Jungen und Mädchen zu. Drei Viertel der Jugendlichen betätigen sich regelmäßig sportlich in ihrer Freizeit (73 %), hier sind Jungen (78 %) etwas aktiver als Mädchen (67 %). Familienunternehmungen (23 %) und Musizieren (21 %) sind für etwas mehr als ein Fünftel eine regelmäßige Beschäftigung. Vergleichsweise wenige Jugendliche gehen mindestens mehrmals pro Woche Tätigkeiten wie Malen und Basteln (14 %), dem Besuch von Sportveranstaltungen (13 %) oder einem Einkaufsbummel in der Stadt (7 %) nach.

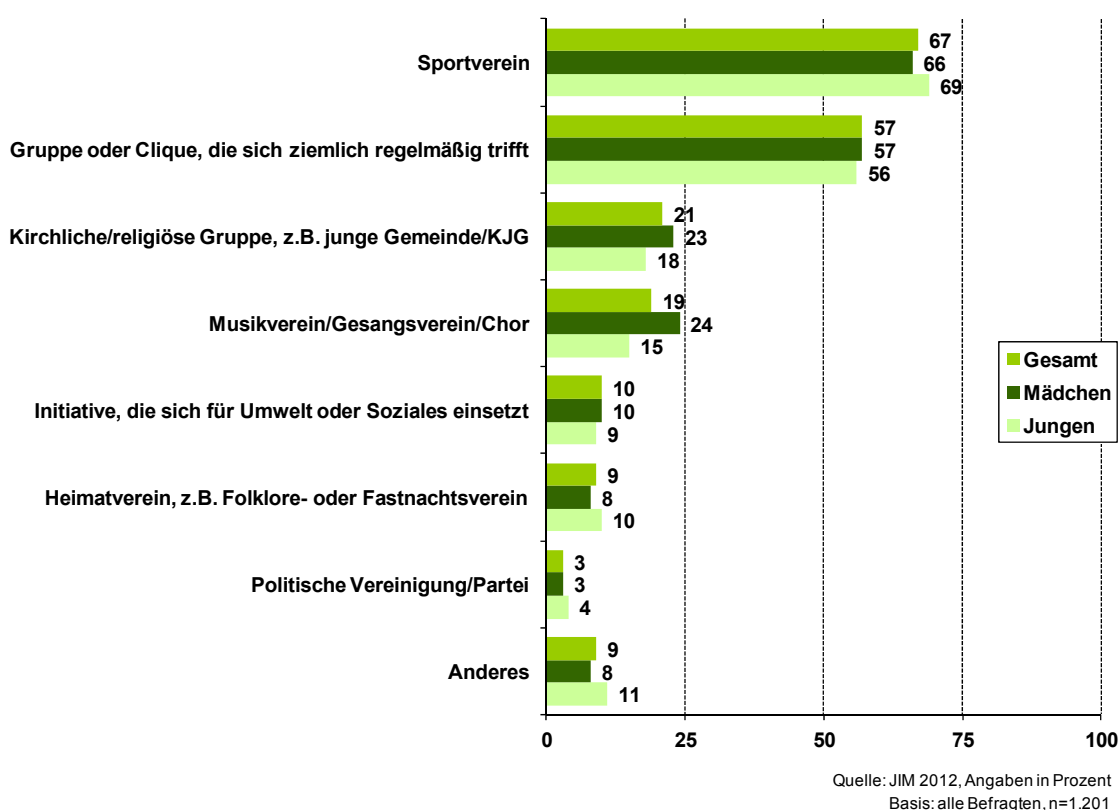


Aktivitäten wie das Besuchen von Partys oder der Gang in die Disco finden in der Regel seltener statt. Betrachtet man hier die Frequenz mindestens einmal in 14 Tagen, gehen insgesamt zwei Fünftel aller Jugendlichen auf Partys (41 %) und 29 Prozent besuchen eine Disco oder einen Club. 20 Prozent der 12- bis 19-Jährigen besuchen zumindest einmal in zwei Wochen einen Gottesdienst und 16 Prozent nutzen das Angebot einer Bibliothek. Bei

den Mädchen zeigt sich (auch) hier eine etwas größere Affinität zu Büchern und Lesen: bei ihnen nutzt ein Fünftel mindestens aller 14 Tage eine Leihbücherei, während es bei den Jungen zwölf Prozent sind.<sup>3</sup>

Betrachtet man die Freizeitaktivitäten der Jugendlichen im Altersverlauf, geht die Häufigkeit von sportlichen Aktivitäten und Familienunternehmungen etwas zurück. Auch Malen und Basteln sowie der Besuch von Sportveranstaltungen spielen mit steigendem Alter eine geringere Rolle, wohingegen das Treffen mit Freunden oder der Besuch von Partys und Diskotheken an Bedeutung zunimmt.

### Zugehörigkeit zu Vereinen und Gruppen 2012



Viele Jugendliche engagieren sich in ihrer Freizeit in Vereinen oder gehören anderen Gruppen an. Zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen sind Mitglied in einem Sportverein. Einer festen Clique oder Gruppe, die sich regelmäßig trifft, fühlen sich 57 Prozent zugehörig. Etwa ein Fünftel der Jugendlichen ist in einer religiösen Gruppe (z.B. einer jungen Gemeinde) engagiert oder ist Teil eines Musikvereins bzw. Chors. Außerdem engagiert sich etwa jeder Zehnte in Sozial- oder Umweltinitiativen sowie in irgendeiner Art von Heimatverein. Politische Parteizugehörigkeiten kommen bei Jugendlichen eher selten vor (3 %). Bei den weiteren Nennungen (Anderes) spielt zudem die Freiwillige Feuerwehr für ebenfalls

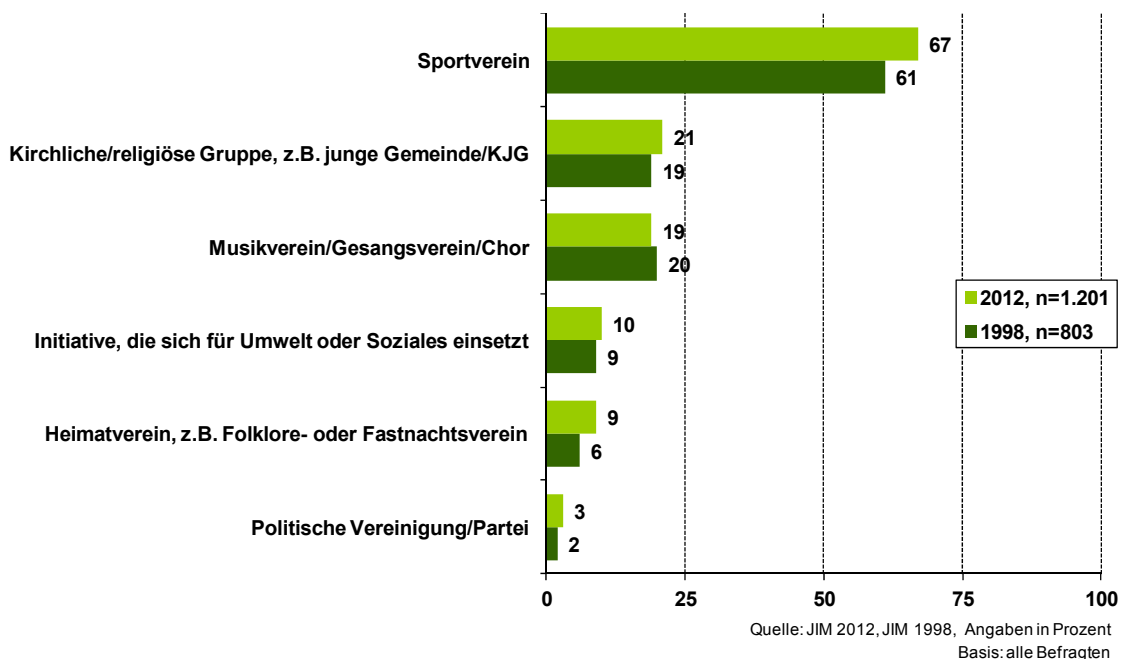
<sup>3</sup> Vgl. Kapitel 7 Bücher

drei Prozent eine Rolle. Hier werden auch vereinzelt Schul-AGs, Tanzvereine, Reitvereine oder Fitness-Clubs genannt.

Mit steigendem Alter nimmt das Engagement in Sportvereinen ab (12-13 Jahre: 75 %, 18-19 Jahre: 57 %), während Treffen mit der Clique/Gruppe immer häufiger werden (12-13 Jahre: 42 %, 18-19 Jahre: 63 %). Auch die Bereitschaft, sich in einer politischen Partei zu engagieren, steigt mit dem Alter deutlich an (12-13 Jahre: 1 %, 18-19 Jahre: 8 %). Die Mitgliedschaft in Musik- oder Gesangsvereinen ist bei älteren Jugendlichen etwas seltener als bei jüngeren (12-13 Jahre: 26 %, 18-19 Jahre: 14 %).

Die Zugehörigkeit zu Vereinen wurde bereits in der ersten JIM-Studie im Jahr 1998 abgefragt. Der Vergleich mit den aktuellen Daten zeigt, dass insgesamt nur leichte Veränderungen bei der Mitgliedschaft in Vereinen zu verzeichnen sind. Allein die Mitgliedschaft in Sportvereinen (+6 PP) erfuhr seitdem eine geringe Steigerung.

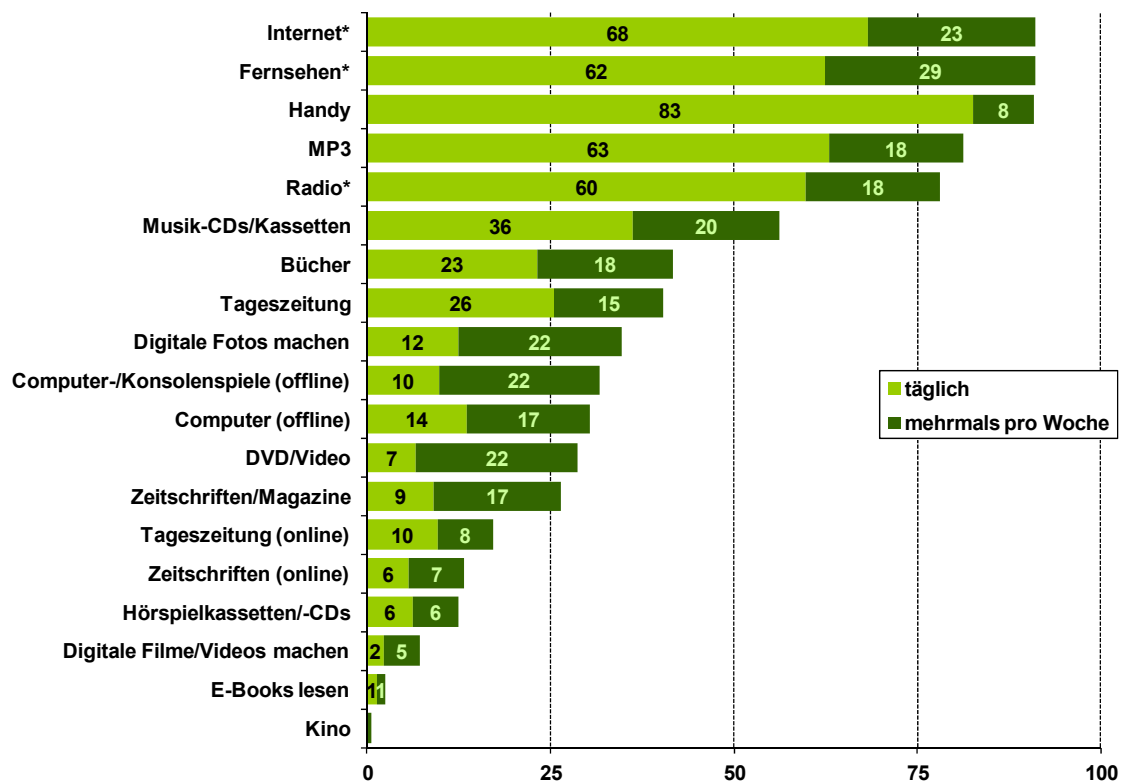
### Zugehörigkeit zu Vereinen und Gruppen 2012/1998 (Auswahl)



## 4. Medienbeschäftigung in der Freizeit

Für Jugendliche spielen Medien eine bedeutende Rolle in ihrem Alltag. Mediengeräte und Medieninhalte sind allgegenwärtig und werden für Information, Unterhaltung und Kommunikation genutzt. Analog zum breiten Repertoire bei der Ausstattung mit Mediengeräten ist auch die Mediennutzung bei den meisten Jugendlichen vielfältig und flexibel. Internet, Fernsehen und Handy werden insgesamt von jeweils 91 Prozent der 12- bis 19-Jährigen regelmäßig (täglich/mehrmals pro Woche) genutzt. Auch Musikmedien wie MP3-Dateien (81 %), das Radio (78 %) oder CDs und Kassetten (56 %) sind fest im Alltag vieler Jugendlicher verankert. Die Printmedien Buch und Tageszeitung werden von ca. zwei Fünfteln genutzt, während Zeitschriften und Magazine von 26 Prozent mindestens mehrmals pro Woche gelesen werden. Im Vergleich dazu spielen die Onlineangebote von Zeitungen (17 %) und Zeitschriften (13 %) immer noch eine eher untergeordnete Rolle. Computer- und Konsolenspiele (offline) werden von 32 Prozent aller Jugendlichen regelmäßig genutzt. Der Gang ins Kino findet in der Regel seltener statt: 22 Prozent gehen mindestens einmal in 14 Tagen ins Kino, 71 Prozent mindestens einmal im Monat.

### Medienbeschäftigung in der Freizeit 2012



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent; \*egal über welchen Weg  
Basis: alle Befragten, n=1.201

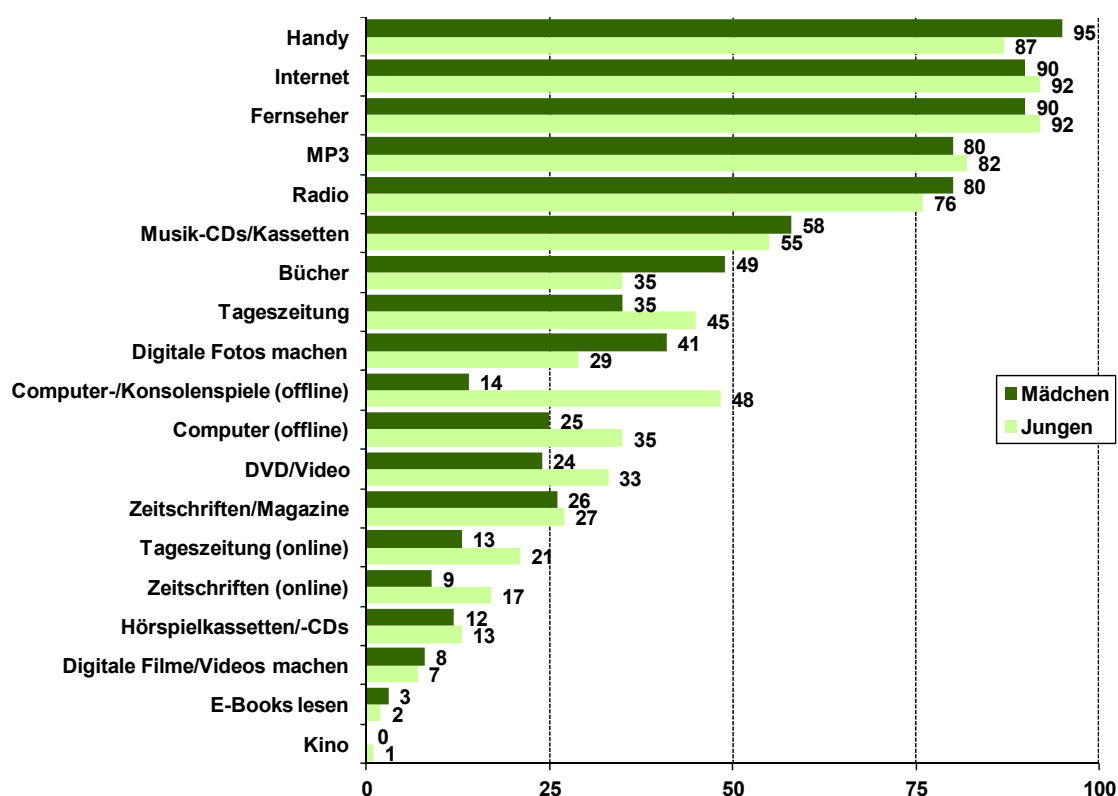
Gegenüber den Ergebnissen der letzten JIM-Studie lassen sich keine deutlichen Unterschiede feststellen. Sowohl die Nutzung der eher traditionellen Medien wie Radio und

Fernsehen als auch der Gebrauch der „neuen Medien“ wie Internet und Handy erweist sich (hinsichtlich der Zuwendung) als stabil.

Stellt man die Mediennutzung von Jungen und Mädchen gegenüber, findet man bei den Jungen und jungen Männern eine größere Präferenz für das Lesen der Tageszeitung (sowohl Print als auch online), das Spielen von Computer- und Konsolenspielen (offline) und die Computernutzung im Allgemeinen (ohne Internetnutzung). Außerdem schauen Jungen etwas häufiger DVDs oder Videos und lesen auch die Onlineangebote von Zeitschriften öfter als Mädchen. Für die Mädchen und jungen Frauen lässt sich eine Vorliebe für Handy, Bücher und das Fotografieren mit der Digitalkamera feststellen.

### Medienbeschäftigung in der Freizeit 2012

- täglich/mehrmals pro Woche -

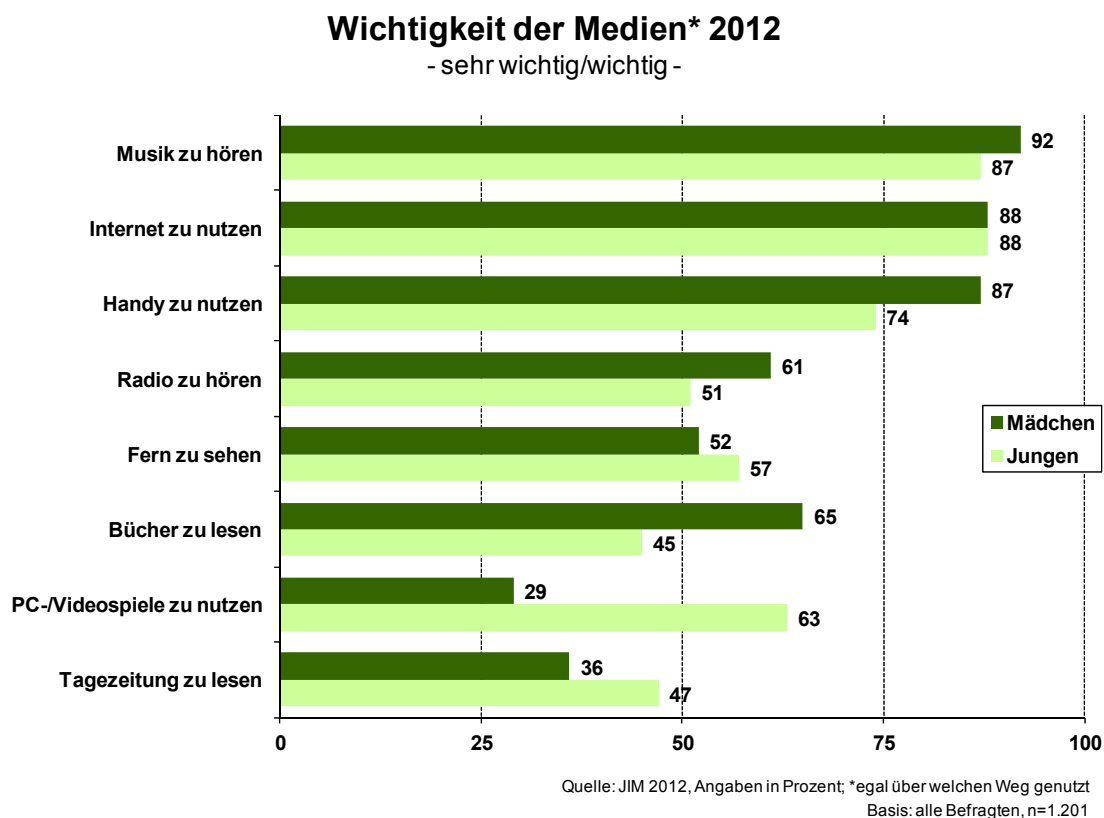


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Mit steigendem Alter nimmt die Häufigkeit der regelmäßigen Mediennutzung im Allgemeinen zu. Besonders deutlich ist dieser Effekt bei der Nutzung der Tageszeitung (12-13 Jahre: 25 %, 14-15 Jahre: 31 %, 16-17 Jahre: 47 %, 18-19 Jahre: 58 %). Die TV- und Radionutzung bleibt über alle Altersklassen hinweg auf hohem Niveau, während das regelmäßige Bücher lesen (12-13 Jahre: 51 %, 14-15 Jahre: 39 %, 16-17 Jahre: 42 %, 18-19 Jahre: 35 %) und das Spielen von Computer- und Konsolenspielen (offline: 12-13 Jahre: 44 %, 14-15 Jahre: 38 %, 16-17 Jahre: 25 %, 18-19 Jahre: 21 %) etwas zurück geht.

## 5. Wichtigkeit der Medien

Die persönliche Bewertung von Medien und die subjektive Wichtigkeit für den eigenen Alltag kann auch losgelöst von der Häufigkeit der Nutzung betrachtet werden. Hierfür wurde in der JIM-Studie 2012 die Wichtigkeit verschiedener Mediengattungen bzw. verschiedener Medieninhalte abgefragt, wobei die Jugendlichen die subjektive Relevanz auf einer vierstufigen Skala von „gar nicht wichtig“ bis „sehr wichtig“ abstufen konnten.

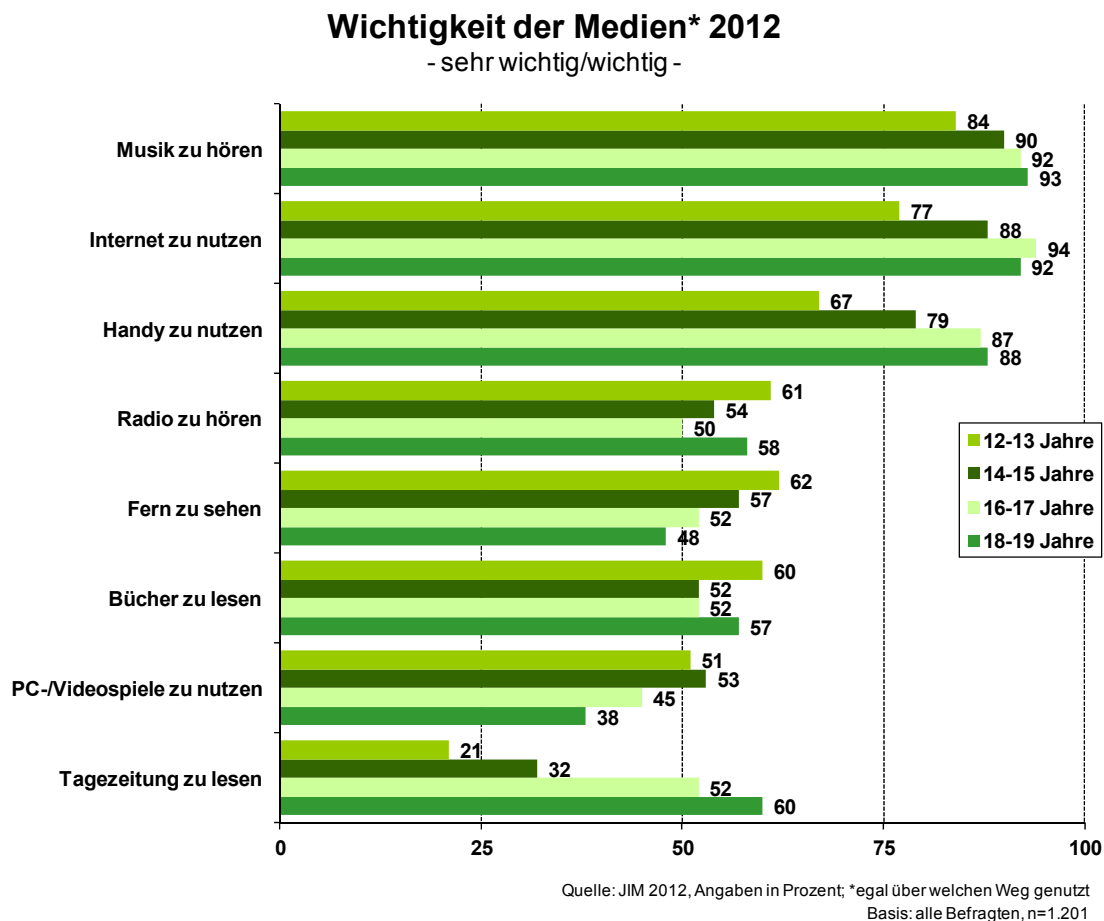


Musik zu hören – unabhängig davon über welches Medium man sie hört – ist für Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren die wichtigste Medientätigkeit: für neun von zehn ist sie sehr wichtig oder wichtig.<sup>4</sup> Auch das Internet hat einen besonders hohen Stellenwert (88 %). An dritter Stelle folgt das Handy (insgesamt 80 %), wobei dessen Bedeutung von Mädchen höher bewertet wird als von Jungen. Radio (56 %), Fernsehen (55 %) und Bücher (55 %) sind für mehr als jeden zweiten Jugendlichen (sehr) wichtige Medien. Die Wertigkeit von Computer- und Konsolenspielen (46 %) sowie der Tageszeitung (42 %) liegt etwas darunter. Neben ihrer Vorliebe für Handys schätzen Mädchen auch Radio und Bücher etwas mehr, während Jungen Computer- und Konsolenspiele und die Tageszeitung als wichtiger empfinden.

<sup>4</sup> Beispielhafte Begründungen der Wichtigkeit der Medien werden in der qualitativen Zusatzbefragung JIMplus *Nahaufnahmen* 2011 dargestellt, Download unter [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)



Mit steigendem Alter wächst die Bedeutung von Musik, Internet, Handy und Tageszeitung beständig. Der Stellenwert des Fernsehens sowie von Computer- und Konsolenspielen geht hingegen etwas zurück.



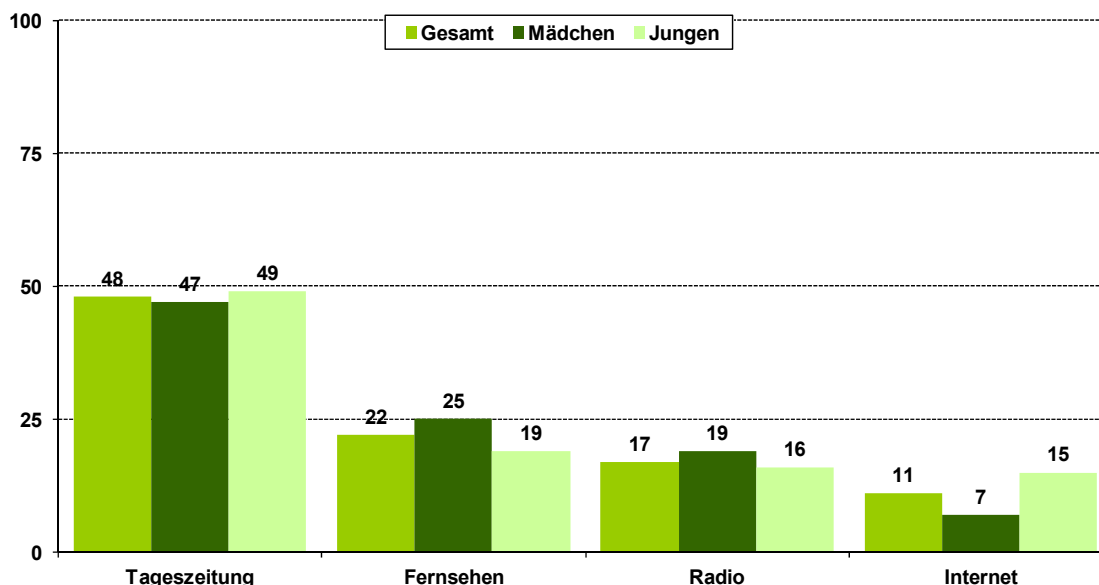
Für die unterschiedlichen Bildungsgruppen lassen sich deutliche Unterschiede vor allem im Bereich der Printmedien feststellen. Das Lesen von Büchern und der Tageszeitung wird von Jugendlichen mit formal höherer Bildung als deutlich wichtiger empfunden (Bücher lesen: Hauptschule: 32 %, Realschule: 45 %, Gymnasium: 66 %; Tageszeitung lesen: Hauptschule: 33 %, Realschule: 33 %, Gymnasium: 48 %). Darüber hinaus bewerten Gymnasiasten auch die Wichtigkeit des Internets etwas höher als die anderen Bildungsgruppen (Hauptschule: 83 %, Realschule: 84 %, Gymnasium: 92 %).

## 6. Glaubwürdigkeit der Medien

Die aktuelle Medienlandschaft geht mit einem großen Angebot an Informationsquellen und -kanälen einher. Im Web 2.0 kann jeder zum Autor werden, seine Einstellungen und Meinungen verbreiten und mitunter damit auch eine breite Öffentlichkeit erreichen. Die Qualität von Informationen und Seriosität der Quelle kann dabei nicht immer sofort eindeutig bestimmt werden. Das kritische Hinterfragen von Meldungen sowie die differenzierte Bewertung verschiedener Informationsmedien scheinen heute besonders wichtig. Um das subjektive Vertrauen zu verschiedenen Mediengattungen zu erfassen, wurden die Jugendlichen in der JIM-Studie 2012 gefragt, welchem Medium sie im Falle einer widersprüchlichen Berichterstattung am ehesten glauben würden.<sup>5</sup>

Es zeigt sich, dass die Tageszeitung für die Mehrheit der Jugendlichen im Alter von 12 bis 19 Jahren das vertrauenswürdigste Medium ist: knapp jeder Zweite würde diese bei widersprüchlichen Meldungen zu Rate ziehen. Mit deutlich geringeren Werten folgen Fernsehen und Radio. Dem Internet würden im Zweifelsfall nur elf Prozent der Jugendlichen vertrauen. Hier zeigt sich, dass obwohl die Tageszeitung im Vergleich zu den anderen Medien bei der (regelmäßigen) Nutzung den geringsten Wert erfährt, das Vertrauen der Jugendlichen bezüglich der Einhaltung journalistischer Standards in sie am größten ist.

### Würde bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen auf ...



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

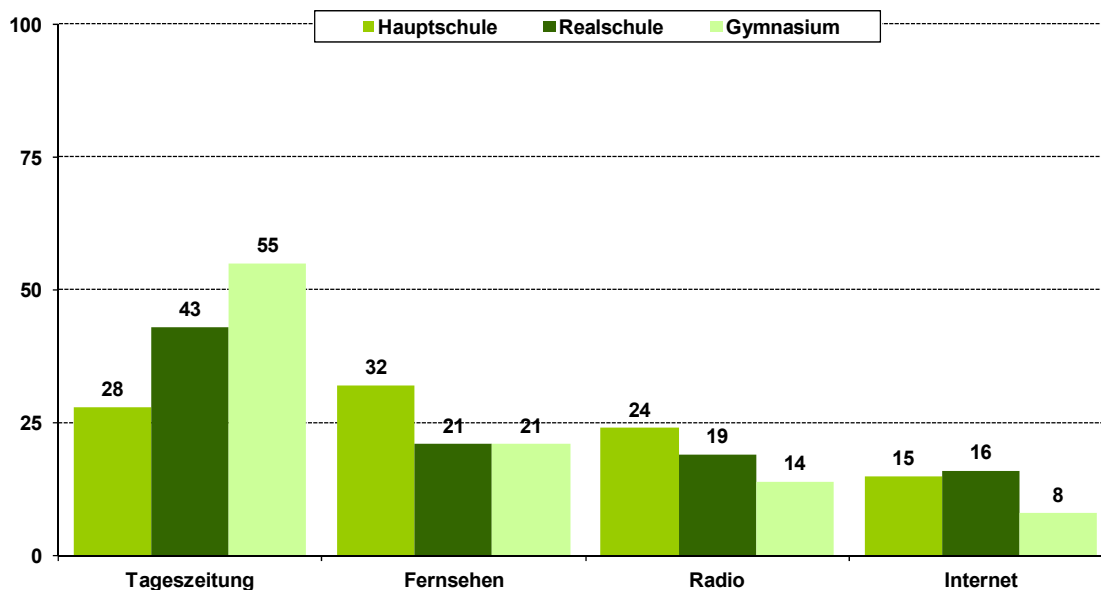
<sup>5</sup> Die Fragestellung lautete: „Stell Dir mal vor, Du wirst im Radio, im Fernsehen, in Tageszeitungen oder im Internet über ein und dasselbe Ereignis informiert, die Berichte widersprechen sich aber bzw. sind voneinander verschieden. Wem würdest Du am ehesten glauben: dem Radio, dem Fernsehen, dem Internet oder der Tageszeitung?“

Die Aussagen von Jungen und Mädchen unterscheiden sich hier vor allem beim Internet. Insgesamt 15 Prozent der Jungen aber nur sieben Prozent der Mädchen würden, wenn sie widersprüchliche Meldungen hören, am ehesten dem Internet vertrauen.

Betrachtet man die verschiedenen Altersgruppen, nimmt die Bedeutung der Tageszeitung (was ihre Glaubwürdigkeit angeht) mit steigendem Alter zu. Dies korrespondiert auch mit der Nutzungshäufigkeit dieses Mediums.

Auch bei den Bildungsgruppen gibt es Unterschiede in der Bewertung der Glaubwürdigkeit der Medien. Für Jugendliche mit formal niedrigerer Bildung ist das Fernsehen das vertrauenswürdigste Medium (32 %), dicht gefolgt von der Tageszeitung (28 %). Bei den Jugendlichen, die einen Gymnasialabschluss anstreben, ist die Tageszeitung eindeutig das glaubwürdigste Medium (55 %) – mit beträchtlichem Abstand zu den anderen Medien (Fernsehen: 21 %, Radio: 14 %, Internet: 8 %).

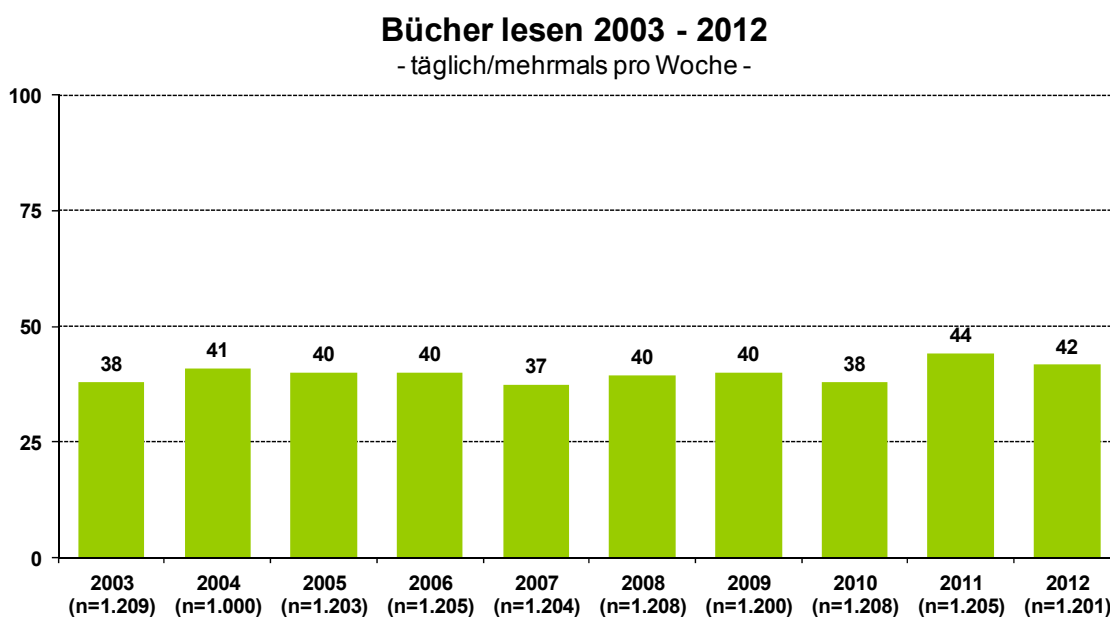
### Würde bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen auf ...



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

## 7. Bücher

Das Lesen von Büchern ist aus Sicht vieler Eltern und Pädagogen eine besonders wertvolle Medientätigkeit. Mit Verbreitung des Internets wurden in der Vergangenheit oft Stimmen laut, die vor einem Bedeutungsrückgang traditioneller Medien warnten und vor allem für Kinder und Jugendliche eine Abnahme der Lesehäufigkeit prognostizierten. Die Daten der JIM-Studie zeigen, dass der Anteil an Jugendlichen, die regelmäßig Bücher lesen, entgegen dieser Befürchtungen über die letzten zehn Jahre stabil geblieben ist.

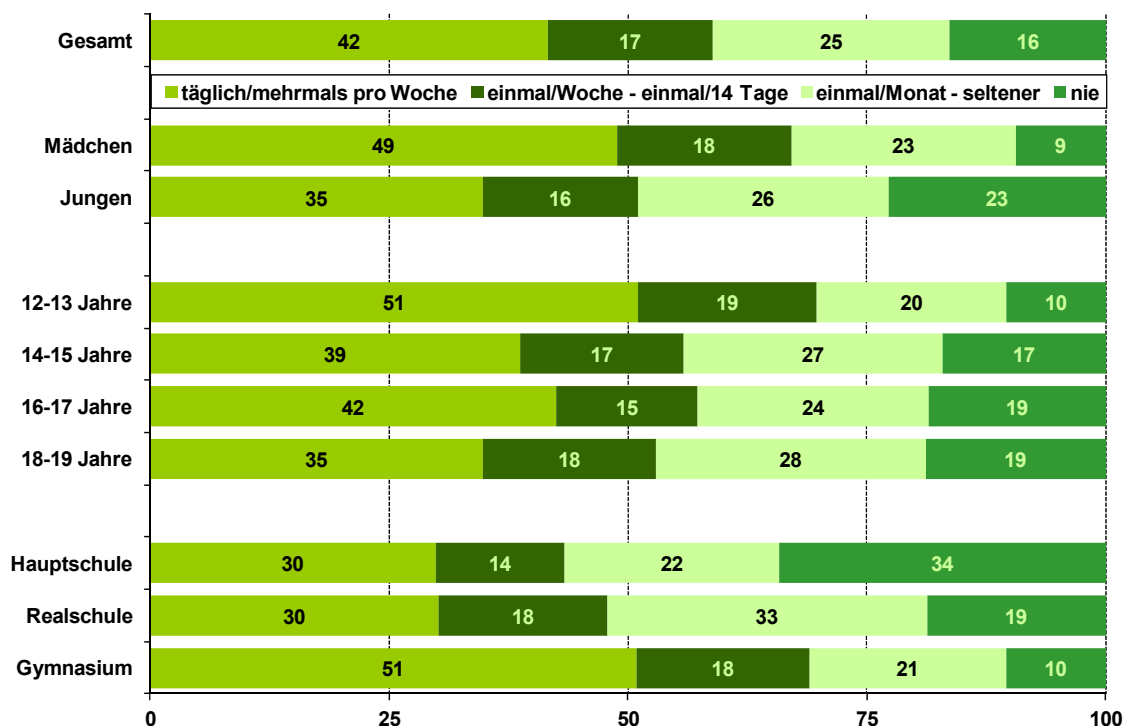


Quelle: JIM 2003 - JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten

Im Jahr 2012 zählen insgesamt 42 Prozent der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren zu den regelmäßigen (täglich/mehrmals pro Woche) Lesern von Büchern. Dabei zeigen Mädchen eine etwas größere Affinität zu Büchern als Jungen. Mit steigendem Alter nimmt der Anteil an Jugendlichen, die mindestens mehrmals pro Woche zu einem Buch greifen, etwas ab. Gymnasiasten lesen deutlich häufiger als Jugendliche mit Haupt- oder Real-schulhintergrund.

Die Nutzung von E-Books spielt im Moment bei Jugendlichen (noch) keine Rolle. Insgesamt nur zwei Prozent geben an, regelmäßig solche elektronischen Bücher zu lesen (Mädchen: 3 %, Jungen: 2 %). Betrachtet man einen größeren Nutzungszeitraum sind es 13 Prozent, die zumindest selten E-Books lesen.

## Bücher lesen 2012



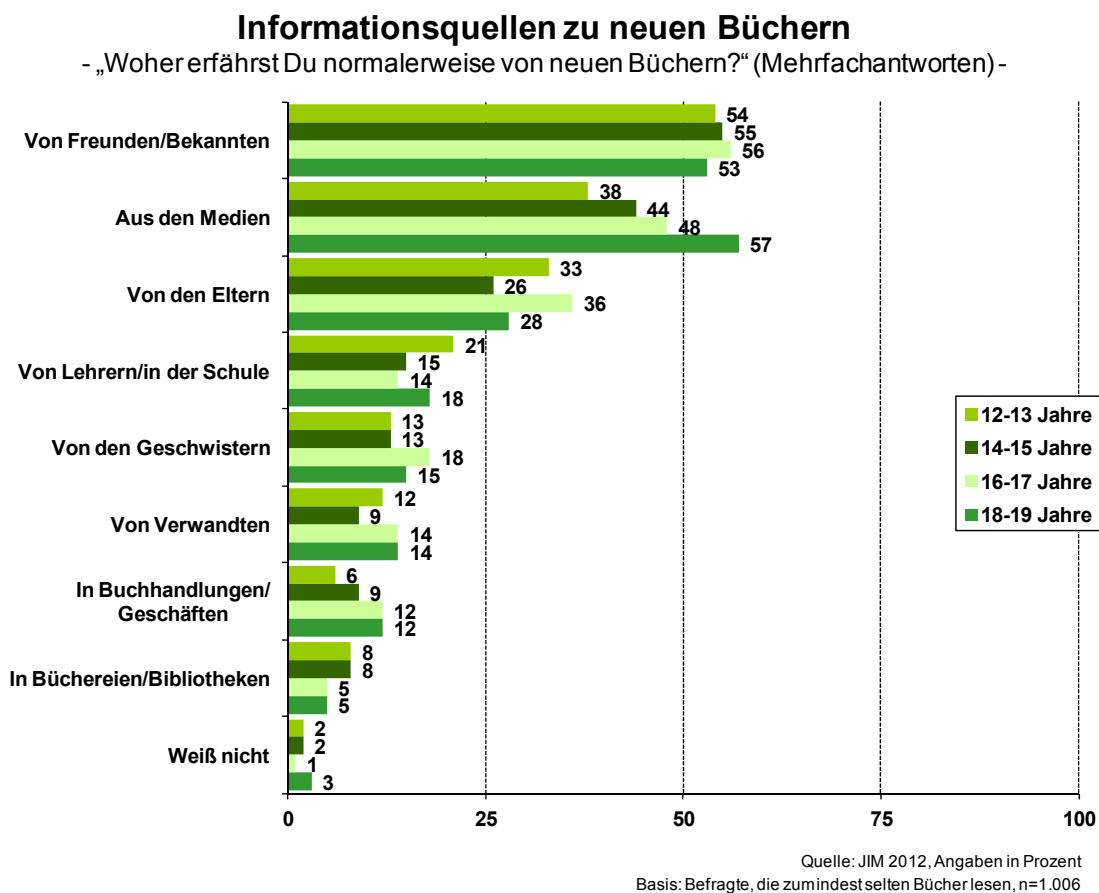
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Zum Zeitpunkt der Befragung gaben 63 Prozent der Jugendlichen (die zumindest selten ein Buch lesen) an, dass sie gerade ein Buch lesen. Bei den Mädchen (67 %) waren es zehn Prozent mehr als bei den Jungen (57 %). Die 12- bis 13-Jährigen erreichen einen etwas höheren Wert (69 %) als die anderen Altersgruppen (14-15 Jahre: 61 %, 16-17 Jahre: 61 %, 18-19 Jahre: 59 %) und auch die Gymnasiasten (67 %) lasen zum Zeitpunkt der Befragung häufiger ein Buch als die Schüler von Haupt- und Realschule (je 56 %).

Die Bandbreite an Büchern, die von Jugendlichen gelesen werden, ist sehr groß. Sie reicht von Klassikern wie Schillers „Wilhelm Tell“ bis hin zu umstrittener Gegenwartsliteratur wie „Schoßgebete“ von Charlotte Roche. Die meistgenannten Titel sind in diesem Jahr „Die Tribute von Panem“, „Harry Potter“, „Eragon“ und die Bücher der „Twilight“-Reihe. Insgesamt sind Bücher des Fantasy-Genres besonders häufig vertreten.

Informationen und Neuigkeiten zum Thema Bücher bekommen Jugendliche am häufigsten von Freunden und Bekannten (55 %). Auch die Medien wie z.B. Radio, Fernsehen und Internet spielen hier eine wichtige Rolle (47 %). Knapp ein Drittel der Jugendlichen (30 %) tauscht sich mit seinen Eltern über Neuerscheinungen aus und für 17 Prozent sind Lehrer hierbei Ansprechpartner. Geschwister (15 %) und andere Verwandte (12 %) dienen beim Thema Bücher nur selten als Informationsquelle und auch das Informationsangebot von

Buchhandlungen (10 %) oder Büchereien (6 %) wird nur von wenigen Jugendlichen genutzt.

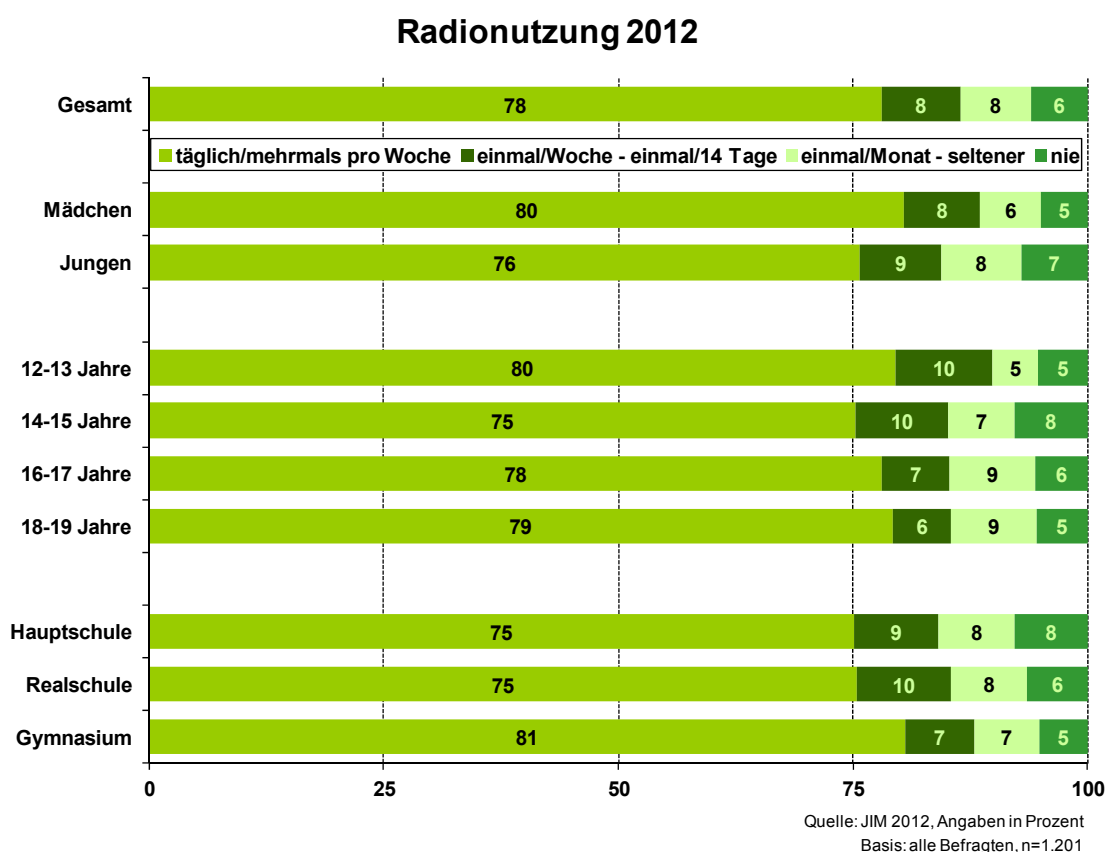


Mädchen informieren sich etwas häufiger als Jungen bei Freunden und Bekannten (Mädchen: 60 %, Jungen: 49 %), Geschwistern (Mädchen: 17 %, Jungen: 13 %) sowie Büchereien/Bibliotheken (Mädchen: 8 %, Jungen: 4 %) über aktuelle Neuerscheinungen. Mit steigendem Alter spielen die Medien als Informationsquelle zu diesem Bereich eine zunehmend wichtige Rolle. Jugendliche, die eine Hauptschule besuchen, informieren sich ebenfalls häufiger über die Medien (Hauptschule: 55 %, Realschule: 46 %, Gymnasium: 46 %) und bekommen auch von ihren Lehrern/in der Schule verstärkt Input (Hauptschule: 25 %, Realschule: 20 %, Gymnasium: 14 %). Gymnasiasten suchen häufiger Buchhandlungen (Hauptschule: 1 %, Realschule: 7 %, Gymnasium: 12 %) und Büchereien (Hauptschule: 3 %, Realschule: 6 %, Gymnasium: 7 %) auf.

## 8. Radio und Musik

### 8.1 Radio

Das Radio spielt im Leben von Jugendlichen nach wie vor eine wichtige Rolle. Mehr als drei Viertel der 12- bis 19-Jährigen schalten mindestens mehrmals pro Woche ein Radioprogramm ein, nur sechs Prozent hören nie Radio. In den verschiedenen Alters- und Bildungsgruppen zeigen sich nur geringfügige Nutzungsunterschiede: Radio wird unabhängig von Alter und Schulbildung vom Großteil der Jugendlichen regelmäßig genutzt.



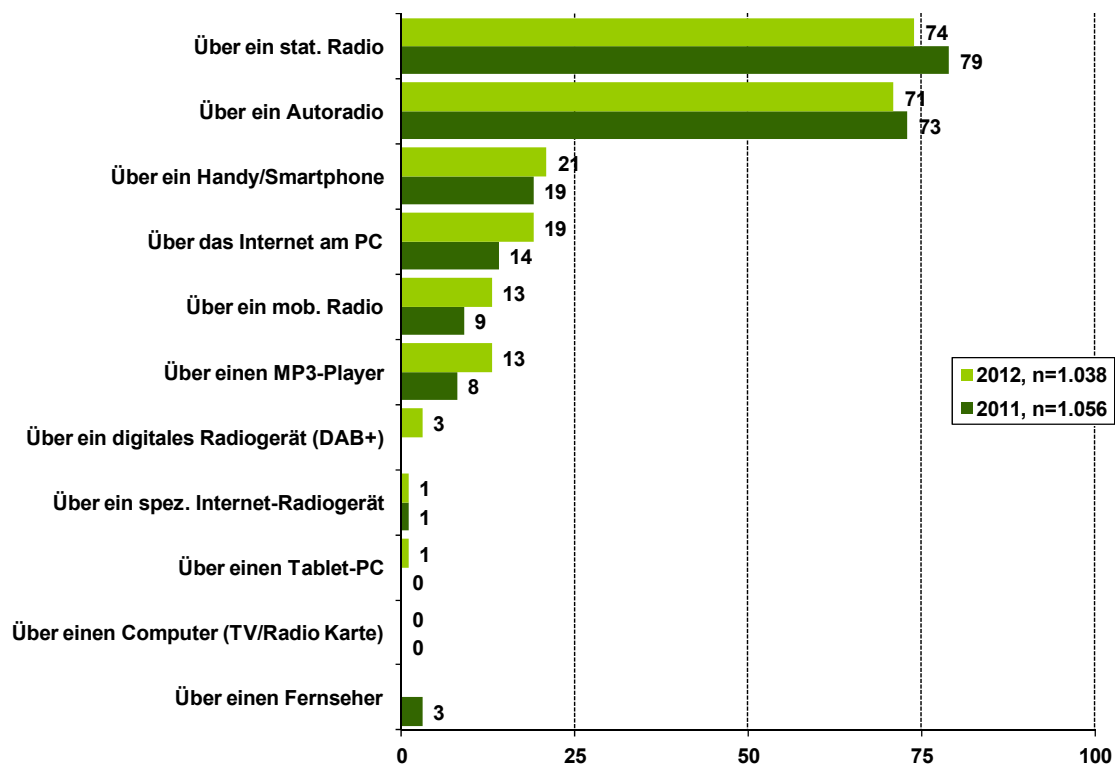
Radioprogramme sind heutzutage über viele verschiedene Geräte und Übertragungswege zu empfangen. Für die 12- bis 19-Jährigen sind, bezogen auf die Nutzung in den letzten 14 Tagen, immer noch das normale, stationäre Radiogerät (74 %) und das Autoradio (71 %) die häufigsten Empfangsgeräte. Etwa ein Fünftel nutzt mittlerweile auch das Handy (21 %) oder Internet (19 %) zum Radio hören. Tragbare Radiogeräte und MP3-Player werden von 13 Prozent für den Empfang von Radioprogrammen verwendet. Weitere Übertragungswege – so auch das erst kürzlich gestartete Digitalradio DAB+ – spielen im Moment (noch) keine Rolle.

Der Vergleich zum Vorjahr zeigt einen leichten Rückgang bei den klassischen Radiogeräten (stationäre Geräte, Autoradios) und eine leichte Steigerung bei neueren Geräten und

Übertragungswegen wie dem MP3-Player und dem Internet. Insgesamt fallen diese Änderungen allerdings sehr gering aus, so dass sich wohl erst in einiger Zeit zeigen wird, ob sich die neuen Empfangsmöglichkeiten und -geräte im Alltag etablieren werden.

## Wege der Radionutzung in den letzten 14 Tagen 2012/2011

- innerhalb der letzten 14 Tage -



Quelle: JIM 2012, JIM 2011, Angaben in Prozent  
Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage Radio hören

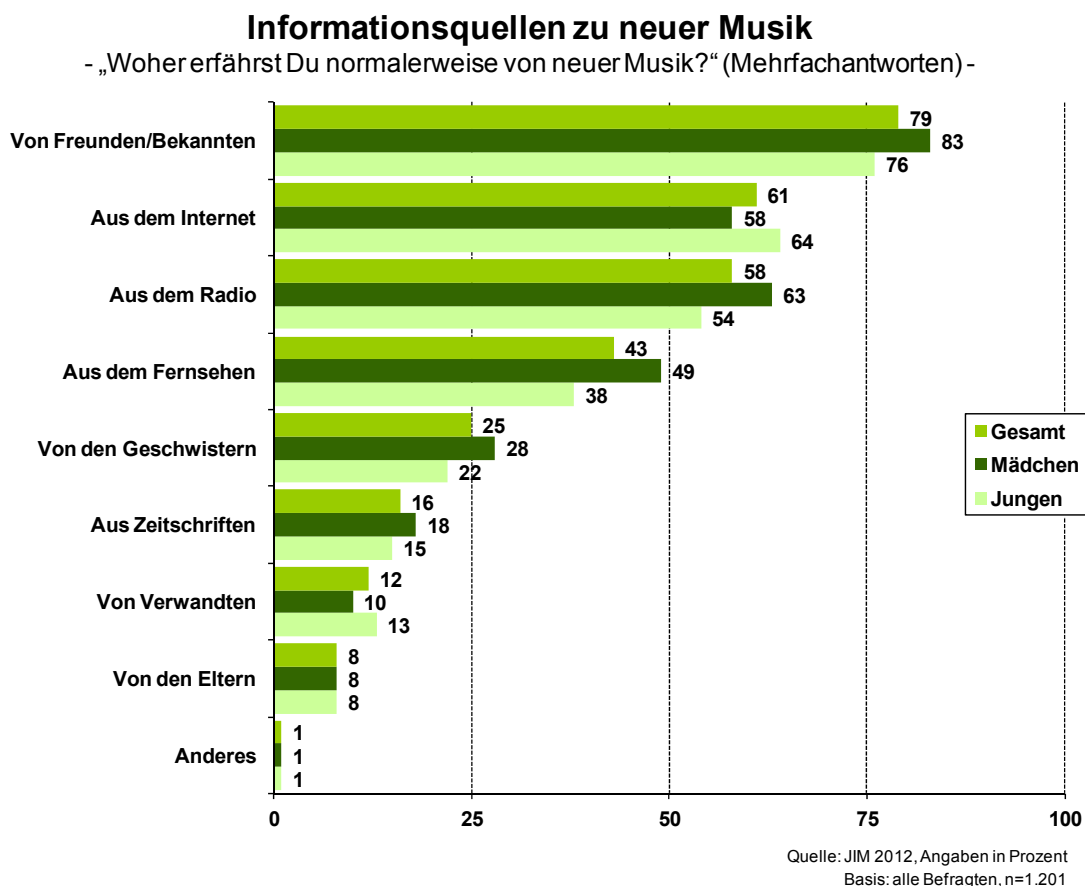
Jungen nutzen Handy und Internet etwas häufiger um Radio zu hören als Mädchen. Bei ihnen erfolgt die Nutzung etwas stärker über stationäre Geräte. Betrachtet man die verschiedenen Altersgruppen, nutzen volljährige Jugendliche etwas häufiger das Autoradio als die jüngeren. Das Internet hat als Übertragungsweg für Radioprogramme schon für die Ab-14-Jährigen eine gesteigerte Bedeutung (12-13 Jahre: 10 %, 14-15 Jahre: 21 %, 16-17 Jahre: 20 %, 18-19 Jahre: 23 %). Die Radionutzung über MP3-Player nimmt hingegen mit zunehmendem Alter etwas ab (12-13 Jahre: 19 %, 14-15 Jahre: 13 %, 16-17 Jahre: 9 %, 18-19 Jahre: 9 %). Jugendliche mit niedrigerer Schulbildung nutzen etwas häufiger mobile Endgeräte wie Handy und MP3-Player zum Radio hören als Jugendliche mit höherer Schulbildung.

## 8.2 Musik und Musikvideos

Musik zu hören ist für neun von zehn Jugendlichen (sehr) wichtig. Um bei diesem wichtigen Thema auf dem Laufenden zu bleiben und neue Titel und Interpreten kennenzulernen,



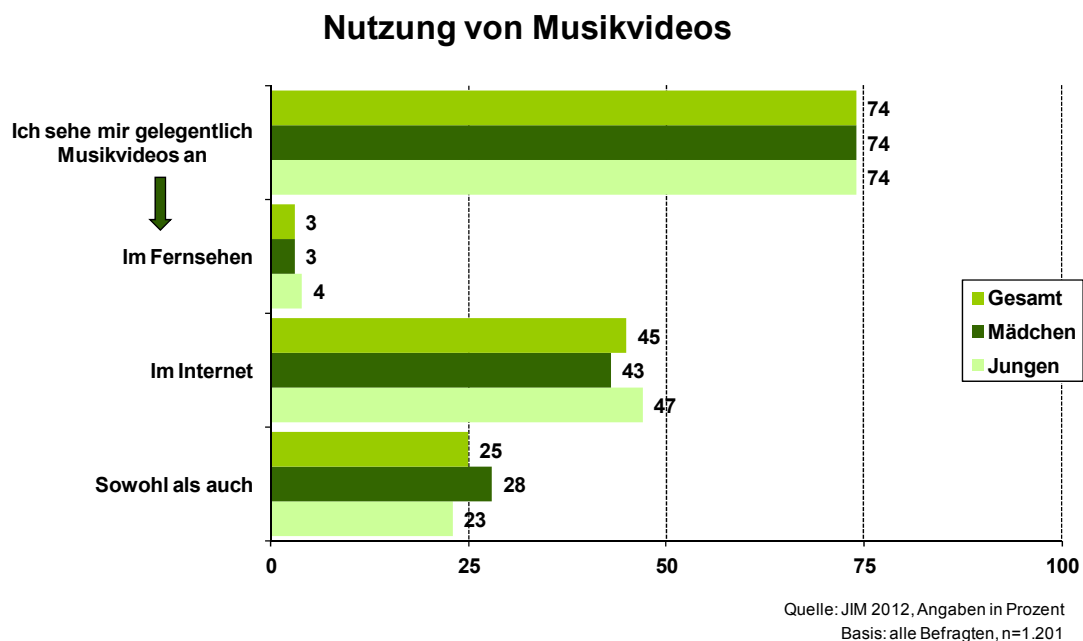
tauschen sich Jugendliche vor allem mit ihren Freunden und Bekannten aus (79 %). Weitere wichtige Informationsquellen sind das Internet (61 %) und das Radio (58 %). Über das Fernsehen erfahren ca. zwei Fünftel der 12- bis 19-Jährigen Neues zum Thema Musik. Geschwister, Eltern und andere Verwandte sowie Zeitschriften spielen in diesem Zusammenhang eine eher untergeordnete Rolle.



Jungen und junge Männer nutzen etwas häufiger das Internet, um sich im Bereich Musik zu informieren. Mädchen und junge Frauen vertrauen häufiger auf klassische Medien wie Radio und Fernsehen und auf das Gespräch mit Freunden und Bekannten. Mit steigendem Alter gewinnt das Internet als Informationsquelle beim Thema Musik stärker an Bedeutung, während das Radio etwas an Relevanz verliert. Und auch bei den Bildungsgruppen zeigen sich Unterschiede: das Fernsehen ist für Jugendliche mit Haupt- oder Realschulbildung etwas wichtiger als für Gymnasiasten, während jene sich häufiger im Radio über Musik informieren.

Auch das Anschauen von Musikvideos ist bei vielen Jugendlichen beliebt: 74 Prozent (sowohl bei den Mädchen als auch bei den Jungen) sehen sich zumindest gelegentlich solche musikalischen Kurzfilme an. Dabei nutzen viele Jugendliche mittlerweile ausschließlich das Internet (45 %). Ein Viertel aller Jugendlichen schaut sowohl im Fernsehen als

auch im Internet Musikvideos an und nur Wenige greifen ausschließlich auf das – sehr begrenzte – Angebot des Musikfernsehens zurück.



Bei der Nutzung von Musikvideos über das Internet ist das Videoportal YouTube mit großem Abstand die wichtigste Adresse, 68 Prozent aller Jugendlichen schauen sich dort Musikvideos an. Danach folgen mit großem Abstand die Portale MyVideo (welches einem Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1-Gruppe angehört; 16 %) und Clipfish (von einer Tochter der RTL-Gruppe betrieben; 4 %). Beim Ansehen von Musikvideos im Fernsehen ist der Musiksender Viva der meistgenutzte Sender (27 %). MTV ist seit Anfang 2011 nur noch über Pay-TV empfangbar und spielt somit nur noch eine untergeordnete Rolle (8 %).

## 9. Fernsehen

### 9.1 Fernsehnutzung und Lieblingssender

Das Fernsehen hat seinen Stellenwert bei Jugendlichen im Jahr 2012 sehr gut behauptet. Dies betrifft nicht nur die Verbreitung, sondern auch die Nutzungsdauer und die persönliche Ausstattung. Aktuell besitzen 60 Prozent der Jugendlichen ein eigenes Fernsehgerät bzw. haben eines im eigenen Zimmer – im Vergleich zum Vorjahr ein Zuwachs von acht Prozentpunkten. 91 Prozent der 12- bis 19-Jährigen nutzen das Fernsehen und seine Inhalte mindestens mehrmals pro Woche, nimmt man dies als Indikator für eine Reichweite, so liegt das Fernsehen hier mit Handy und Internet (jeweils 91 %) gleich auf. Konzentriert man sich nur auf die tägliche Nutzung, so liegt das Fernsehen mit 62 Prozent hinter Handy (83 %) und Internet (68 %). Hinsichtlich Geschlecht, Alter und Bildungshintergrund gibt es bei der Verbreitung des Fernsehens kaum Unterschiede.

Was schließlich die Nutzungsdauer anbelangt, so wenden die Jugendlichen nach eigener Einschätzung 111 Minuten pro Tag (Mo-Fr) für das Fernsehen auf, gerade einmal zwei Minuten weniger als im Vorjahr.<sup>6</sup> Differenziert man hier nach dem Bildungshintergrund der Jugendlichen, so weisen Hauptschüler mit durchschnittlich 137 Minuten eine deutlich höhere Nutzungsdauer auf als Gymnasiasten (96 Minuten).

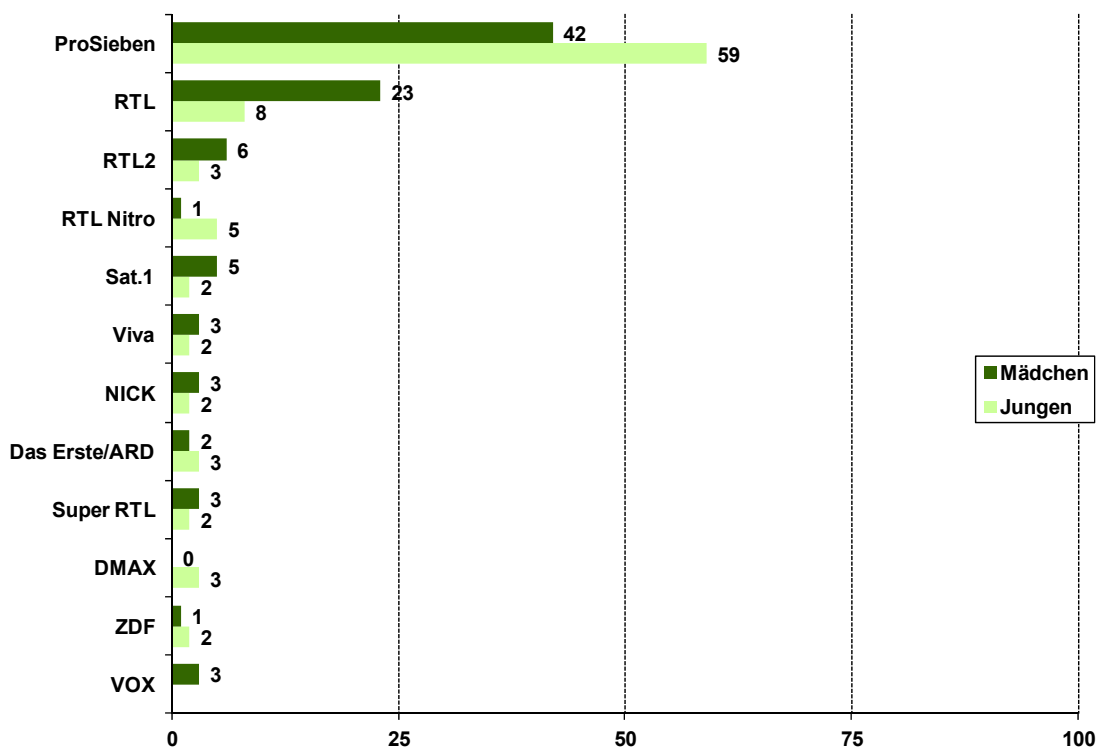
Bei der Wahl des Fernsehprogramms stehen bei den 12- bis 19-Jährigen nach wie vor die privatrechtlichen Anbieter im Vordergrund. ProSieben wird von mehr als der Hälfte der Jugendlichen (51 %) als Lieblingssender genannt und konnte seine Spitzenstellung im Vergleich zum Vorjahr sogar noch steigern (2011: 46 %). Mit weitem Abstand folgt RTL (15 %), andere Sender werden nur noch von maximal fünf Prozent der Befragten als liebste Fernsehprogramm genannt (RTL2: 5 %, RTL Nitro, Sat.1, Viva und NICK jeweils 3 %, Das Erste/ARD, Super RTL, DMAX, ZDF und VOX jeweils 2 %). Besonders hervorzuheben ist an dieser Stelle RTL Nitro: obwohl der Sender zum Zeitpunkt der Befragung gerade einmal wenige Monate auf Sendung war, wird er bereits von drei Prozent der Jugendlichen als Favorit benannt. Die geschlechtsspezifische Betrachtung zeigt, dass die Serien und Comedys bei ProSieben Jungen noch stärker ansprechen als Mädchen und junge Frauen, diese favorisieren dafür RTL. Auch RTL2 und Sat.1 wird von Mädchen überdurchschnittlich genannt, umgekehrt bekennen sich deutlich mehr Jungen und junge Männer als Fan von RTL Nitro und DMAX. Bei den 12- und 13-Jährigen liegt ProSieben zwar ebenfalls deutlich vorn (36 %), neben RTL (19 %) entfallen hier aber auch Nennungen auf Super RTL (8 %), NICK (7 %), Viva (6%), oder RTL2 (5%). Bei den anschließenden Altersgruppen erreicht

---

<sup>6</sup> Für das erste Halbjahr 2012 weist die GfK-Fernsehforschung bei den 12- bis 19-Jährigen eine durchschnittliche Sehdauer von 105 Minuten (Mo-So) aus.

ProSieben dann schon zwischen 55 und 57 Prozent, beim zweitplatzierten RTL gehen die Nennungen dann von 17 auf elf Prozent leicht zurück.

### Liebstes Fernsehprogramm\* 2012



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent; \*Programme ab 2% Nennungen (Gesamt)  
Basis: alle Befragten, n=1.201

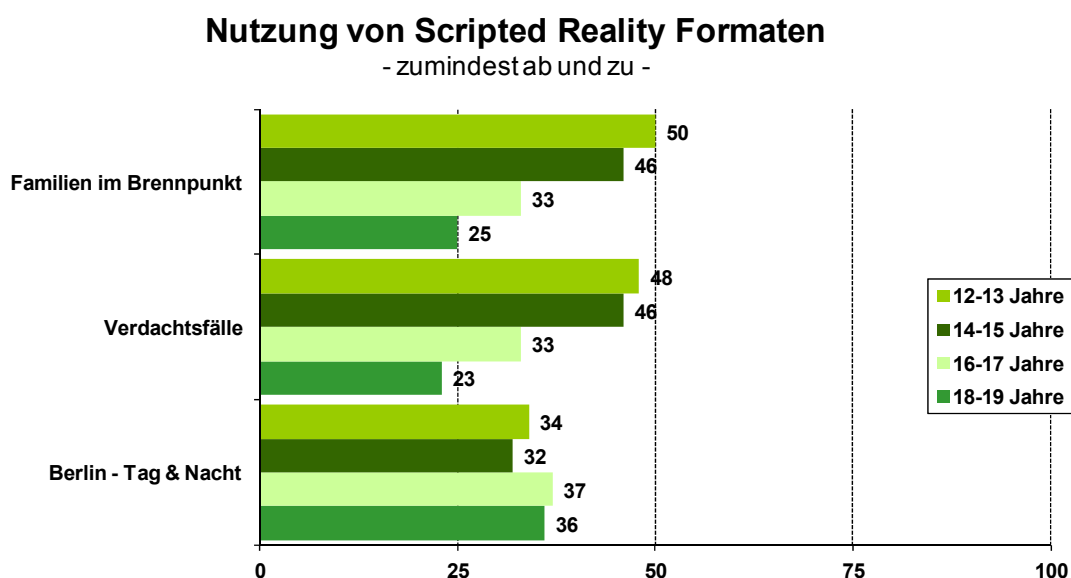
Die potentiellen Verbreitungs- bzw. Nutzungswege des Fernsehens entwickeln sich in technischer Hinsicht kontinuierlich weiter. Neue Übertragungswege bieten ebenso wie neue Endgeräte immer mehr Alternativen zum klassischen Fernsehgerät. Zumindest bei Jugendlichen erfahren diese Möglichkeiten jedoch kaum Zuspruch. Die Frage, auf welchem Weg innerhalb der letzten 14 Tage Fernsehnutzung erfolgte, beantworten 99 Prozent „mit einem stationären Fernsehgerät“. Über das Internet haben in diesem Zeitraum gerade einmal 15 Prozent fern gesehen (2011: 14 %), via Handy oder Smartphone sahen fünf Prozent Fernsehinhalte (2011: 3 %). Und auch über einen Tablet-PC (3 %) oder am Computer mittels TV-Karte (2 %) erfolgte so gut wie keine Nutzung.

## 9.2 Scripted Reality Formate

Der Markt der sogenannten Doku-Soaps ist in den letzten beiden Jahren um eine Facette „reicher“ geworden. Scripted Reality Formate zeigen erfundene Geschichten, die von Laiendarstellern nach einem vorgegebenen Drehbuch (Skript) relativ frei umgesetzt werden. Durch spezielle gestalterische Mittel, wie zum Beispiel eine dokumentarisch anmutende Kameraführung, soll beim Zuschauer ein möglichst authentischer Eindruck erweckt

werden. Die Machart dieses Genres und die große Popularität, die diese Formate jenseits der Ausstrahlung auch über Twitter und Facebook erfahren, schlagen sich auch in der öffentlichen Diskussion nieder.<sup>7</sup> Es wird befürchtet, dass Kinder und Jugendliche die Machart dieser Sendungen nicht durchschauen (können) und die dokumentarische Aufbereitung dazu führt, dass Fiktion als Realität (miss-)verstanden wird.

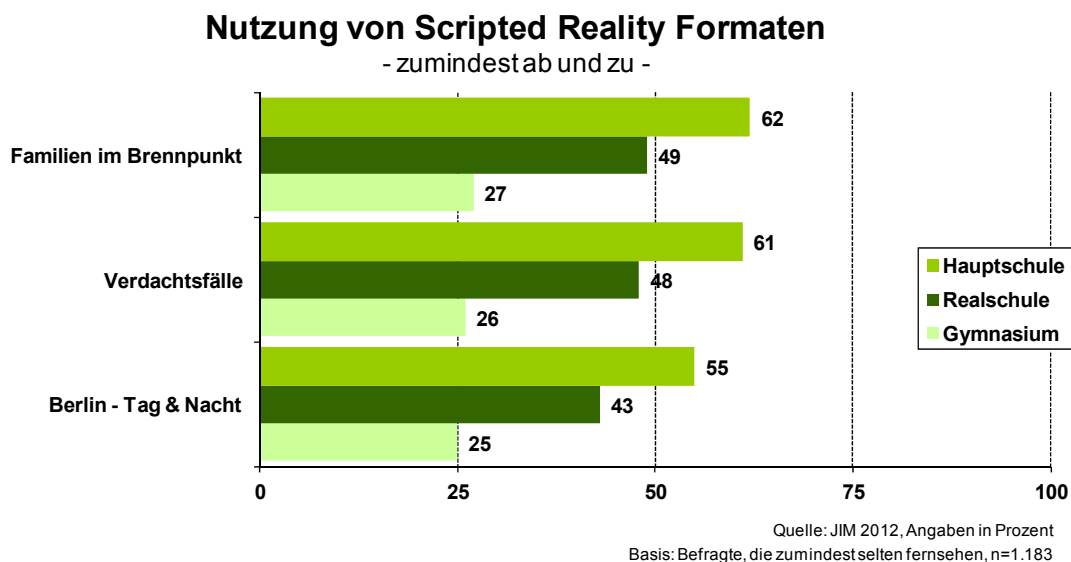
Um Auskunft darüber geben zu können, wie relevant dieses Sendeformat ist, wurde in der JIM-Studie 2012 zunächst einmal der Bekanntheitsgrad der drei quotenstärksten Scripted Reality Formate erhoben. Dabei zeigt sich, dass knapp zwei Fünftel der Jugendlichen zumindest ab und zu „Berlin – Tag & Nacht“ (BTN: 35 %), „Verdachtsfälle“ (VF: 38 %) oder „Familien im Brennpunkt“ (FiB: 38 %) sehen. Am bedeutsamsten erweisen sich die Geschichten rund um die Berliner Wohngemeinschaft, deren mehr oder weniger feste Fange- meinde (siehe jede/fast jede Folge) umfasst immerhin 16 Prozent der 12- bis 19-Jährigen. Bei den beiden anderen Formaten ist dieser Anteil nicht einmal halb so groß (VF: 7 %, FiB: 6 %). Mädchen und junge Frauen nutzen alle drei Formate zu einem höheren Anteil als Jungen (zumindest selten: BTN: 43 vs. 37 %, VF: 43 vs. 32 %, FiB: 44 vs. 32 %). Und während sich bei „Familien im Brennpunkt“ und „Verdachtsfälle“ der Anteil der zumindest seltenen Nutzer im Altersverlauf halbiert, bleibt „Berlin – Tag & Nacht“ bei allen Altersgruppen gleichermaßen relevant.



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Befragte, die zumindest selten fernsehen, n=1.183

<sup>7</sup> Vgl. Niggemeier, Stefan (2012): „Likes für Laien“, <http://www.spiegel.de/spiegel/rtl-2-berlin-tag-nacht-ist-auch-im-internet-ein-renner-a-864259.html> vom 08.11.2012. Auch die von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) herausgegebene Zeitschrift „TV Diskurs“ widmet sich mit der Ausgabe „Alles nur Theater? Zwischen Bühne und Realität“ diesem Phänomen (tv diskurs 61, 3/2012).

Vor dem Bildungshintergrund der Jugendlichen zeigt sich, dass die Verbreitung der Authentizität vorgaukelnden Sendungen bei Mädchen und Jungen mit Hauptschulhintergrund deutlich höher ist als bei Jugendlichen mit höherer Schulbildung.

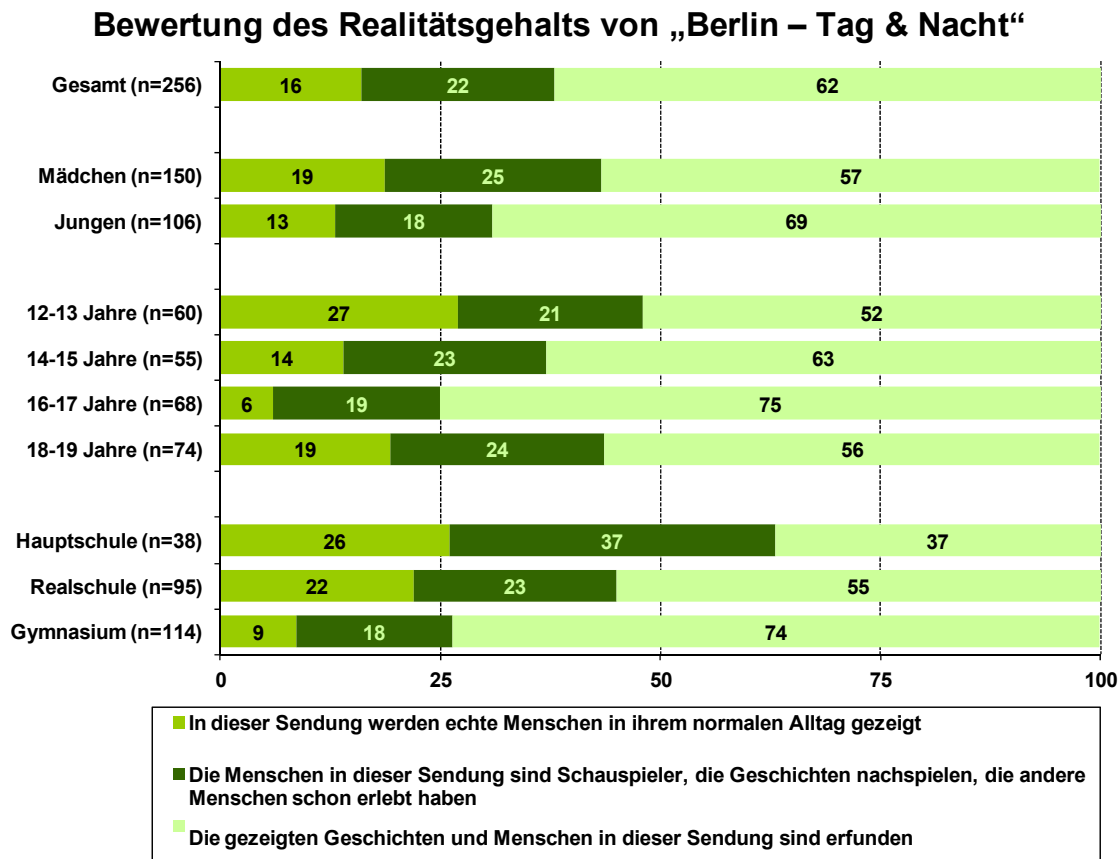


Die Frage nach dem Gefallen der jeweiligen Sendung bei den jeweiligen Nutzern (zumindest selten) zeigt, dass „Berlin – Tag & Nacht“ auch hier deutlich vorne liegt. Einem Drittel gefällt die Reihe sehr gut, weiteren 48 Prozent gefällt sie gut (gefällt weniger: 16 %, gefällt gar nicht: 2 %). „Verdachtsfälle“ gefällt nur acht Prozent sehr gut und 54 Prozent gut, fast genauso wird „Familien im Brennpunkt“ beurteilt (gefällt sehr gut: 7 %, gefällt gut: 52 %). Insgesamt unterscheiden sich Mädchen und Jungen hier kaum, allein bei „Berlin – Tag & Nacht“ fällt die Zustimmung (gefällt sehr gut/gut) bei den Mädchen (86 %) höher aus als bei den Jungen (76 %). Hinsichtlich des Alters erweist sich „Berlin – Tag & Nacht“ altersresistent, die beiden anderen Formate büßen hinsichtlich ihrer Attraktivität mit zunehmendem Alter der Jugendlichen deutlich ein.

In einem weiteren Schritt wurde neben Bekanntheit und Gefallen auch der Realitätsgehalt der drei Formate erfragt. Sahen Jugendliche nur eines der drei Formate zumindest ab und zu, dann wurde der Wahrheitsgehalt dieser einen Sendung erfragt, sahen sie zwei oder gar drei Formate, dann wurde die zu bewertende Sendung per Zufall ermittelt.<sup>8</sup> Es zeigt sich, dass sechs (FiB) bzw. vier (VF) Prozent glauben, dass dort real existierende Menschen in ihrem normalen Alltag gezeigt werden. Mit 44 (FiB) bzw. 45 Prozent (VF) sind weitaus mehr der Meinung, hier zwar Schauspieler präsentiert zu bekommen, diese würden aber reale Begebenheiten nachspielen. Jeweils die Hälfte ist der richtigen Annahme, dass Geschichten und Menschen frei erfunden sind. Besonders interessant ist hier die Beurteilung

<sup>8</sup> Dies ergibt folgende Fallzahlen: „Berlin – Tag & Nacht“ n=256, „Familien im Brennpunkt“ n= 236, „Verdachtsfälle“ n=199.

von „Berlin – Tag & Nacht“, das von den Themen her noch etwas dichter an der Lebenswelt junger Menschen anknüpft. So halten einerseits mit 16 Prozent der Urteilenden deutlich mehr das Gezeigte für real, gleichzeitig sind aber mit 62 Prozent deutlich mehr der Meinung, dass hier alles gestellt ist. Betrachtet man die soziodemografischen Merkmale, dann fallen im Gegensatz zu den beiden anderen Formaten bei „Berlin – Tag & Nacht“ anteilig mehr Mädchen und mehr Jugendliche mit Hauptschulhintergrund auf die realitätsnahe Darstellungsweise herein.



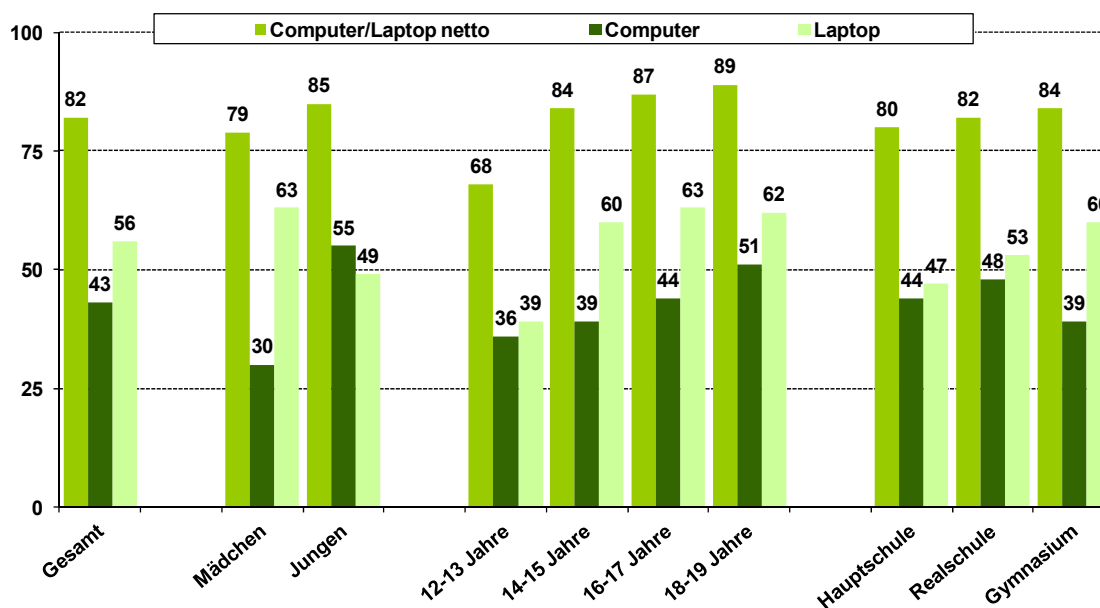
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Urteilende, n=256

## 10. Computer und Internet

### 10.1 Ausstattung und Nutzung

Die hohe Ausstattungsrate bei Jugendlichen mit Computer bzw. Laptop ist im Jahr 2012 noch einmal leicht angestiegen. Aktuell haben 82 Prozent der 12- bis 19-Jährigen einen eigenen Rechner zur Verfügung (2011: 79 %), wobei der eigene Computer/Laptop bei Jungen etwas häufiger vorhanden ist als bei Mädchen. Bei den 12- bis 13-Jährigen sind zwei Drittel mit einem Computer/Laptop ausgestattet, der Anteil steigt bei den Volljährigen auf 89 Prozent an. Laptops (56 %) sind inzwischen weiter verbreitet als Desktop-PCs (43 %), einige Jugendliche besitzen auch beide Gerätevarianten. Während bei Mädchen Laptops doppelt so häufig vorhanden sind wie klassische Computer, halten sich bei den Jungen beide Gerätetypen in etwa die Waage. Laptops sind bei den Ab-14-Jährigen überdurchschnittlich vertreten, in diesen Altersgruppen ist die Doppelversorgung mit Computer und Laptop auch am stärksten ausgeprägt.

**Computerbesitz Jugendlicher 2012**



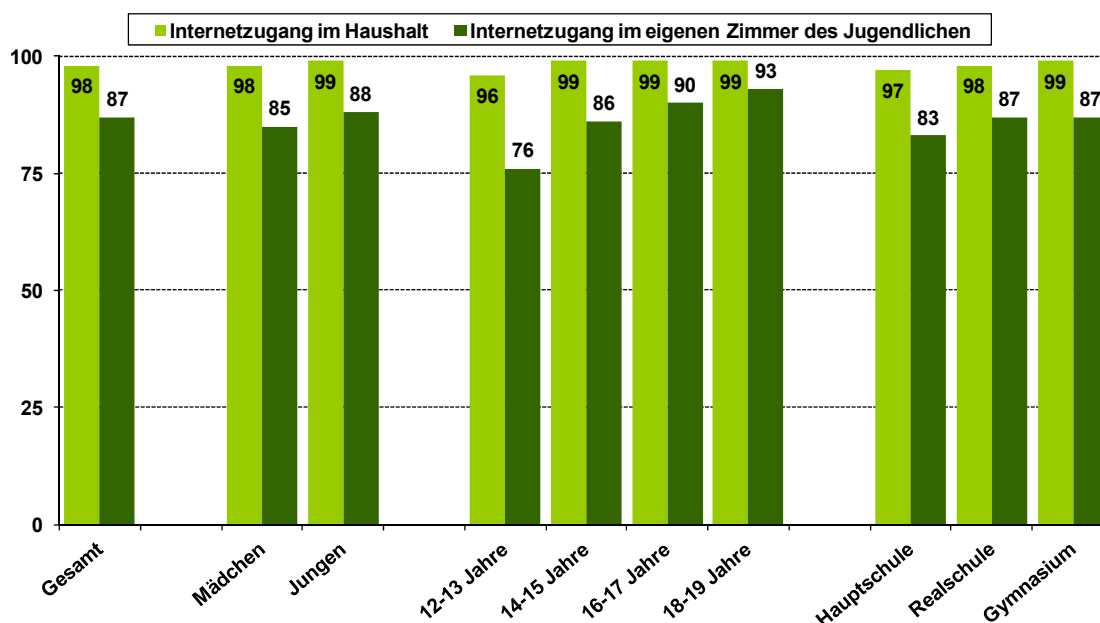
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Um die verschiedenen Varianten des Internetzugangs besser abzubilden, wurde in der JIM-Studie 2012 eine neue Frageformulierung aufgenommen. Die Frage nach dem Internetanschluss im eigenen Zimmer schließt nun neben einem stationären Internetzugang auch explizit die Internetnutzung über WLAN zum Beispiel mit Laptop oder Tablet-PC ein. Die Internetnutzung über das eigene Handy wurde allerdings ausdrücklich ausgeschlossen, da diese Möglichkeit gesondert beim Thema Handy erfasst wird.



Die Vollversorgung mit Computer/Laptop (100 %) in Haushalten, in denen Jugendliche aufwachsen, geht mit einer generellen Verfügbarkeit des Internets einher (98 %). Dabei verfügen fast alle Haushalte über WLAN (90 %), das Internet kann also in den meisten Räumen ohne Kabel per Funk angesteuert werden. Entsprechend können 87 Prozent der Jugendlichen (auch ohne Handy) von ihrem eigenen Zimmer aus mehr oder weniger unbeobachtet online gehen. 12- bis 13-Jährige geben zu drei Viertel an, dass sie vom eigenen Zimmer aus ins Internet gehen können, bei den 18- bis 19-Jährigen bestätigen dies dann schon mehr als 90 Prozent. Insgesamt müssen aber 14 Prozent erst um Erlaubnis fragen, wenn sie das Internet nutzen wollen. Das Einverständnis der Eltern brauchen noch 37 Prozent der 12- bis 13-Jährigen, schon bei den 14- bis 15-Jährigen geht dieser Anteil auf 15 Prozent zurück. Danach können Jugendliche nach eigenem Ermessen online gehen, nur vereinzelt sind noch Absprachen mit den Eltern nötig (16-17 Jahre: 4 %, 18-19 Jahre: 2 %). Ungefähr im Alter von 16 Jahren nutzen nahezu alle Jugendlichen das Internet selbstbestimmt und eigenständig.

### Internetzugang: HH-Ausstattung und persönlicher Besitz 2012



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

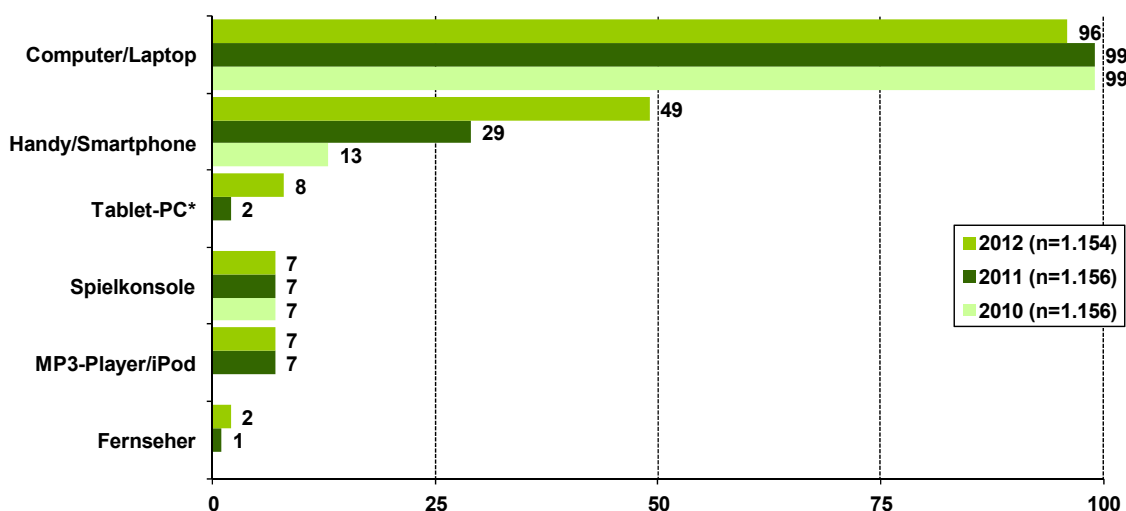
Die Nutzungsfrequenz des Internets zeigt dessen hohe Alltagsrelevanz: 68 Prozent der 12- bis 19-Jährigen sind täglich im Internet unterwegs, 91 Prozent mindestens mehrmals pro Woche. Hinsichtlich Geschlecht und Bildungshintergrund gibt es so gut wie keine Unterschiede, allerdings sind bei den Jüngsten nur knapp die Hälfte täglich im Netz aktiv, bei den Ältesten sind es vier Fünftel (12-13 Jahre: 48 %, 14-15 Jahre: 69 %, 16-17 Jahre: 77 %, 18-19 Jahre: 78 %). Ihre gesamte durchschnittliche Nutzungsdauer (Mo-Fr) schätzen

die Jugendlichen auf 131 Minuten am Tag (2011: 134 Min.), Mädchen (130 Min.) und Jungen (133 Min.) unterscheiden sich bei dieser Einschätzung kaum, allerdings liegen die 12- bis 13-Jährigen mit 95 Minuten deutlich unter den anderen Altersgruppen (14-15 Jahre: 125 Min., 16-17 Jahre: 148 Min., 18-19 Jahre: 156 Min.). Auch Jugendliche mit Hauptschulhintergrund weisen mit 157 Minuten eine deutlich höhere Nutzung auf als Realschüler (134 Min.) und Gymnasiasten (124 Min.).

Während Nutzungsfrequenz und -dauer im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil geblieben sind, haben die Zugangswege zum Internet eine Erweiterung erfahren. Bezogen auf die 14 Tage vor der Befragung, haben fast alle Jugendlichen das Internet stationär per Computer oder Laptop genutzt. Jeder zweite Jugendliche hat sich aber auch via Handy oder Smartphone im Internet bewegt – ein Anstieg um 20 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. (Noch) weniger weit verbreitet ist die Onlinenutzung über einen Tablet-PC, eine Spielkonsole, MP3-Player oder Fernseher. Der Zugang per Handy bzw. Smartphone findet bei Mädchen in gleichem Ausmaß statt wie bei Jungen, im Altersverlauf zeigt sich eine deutliche Zunahme (12-13 Jahre: 32 %, 18-19 Jahre: 59 %).

### Wege der Internetnutzung 2012 - 2010

- in den letzten 14 Tagen -



Quelle: JIM 2012 - JIM 2010, Angaben in Prozent, \*Tablet-PC seit 2011 abgefragt  
Basis: Befragte, die mind. alle 14 Tage das Internet nutzen

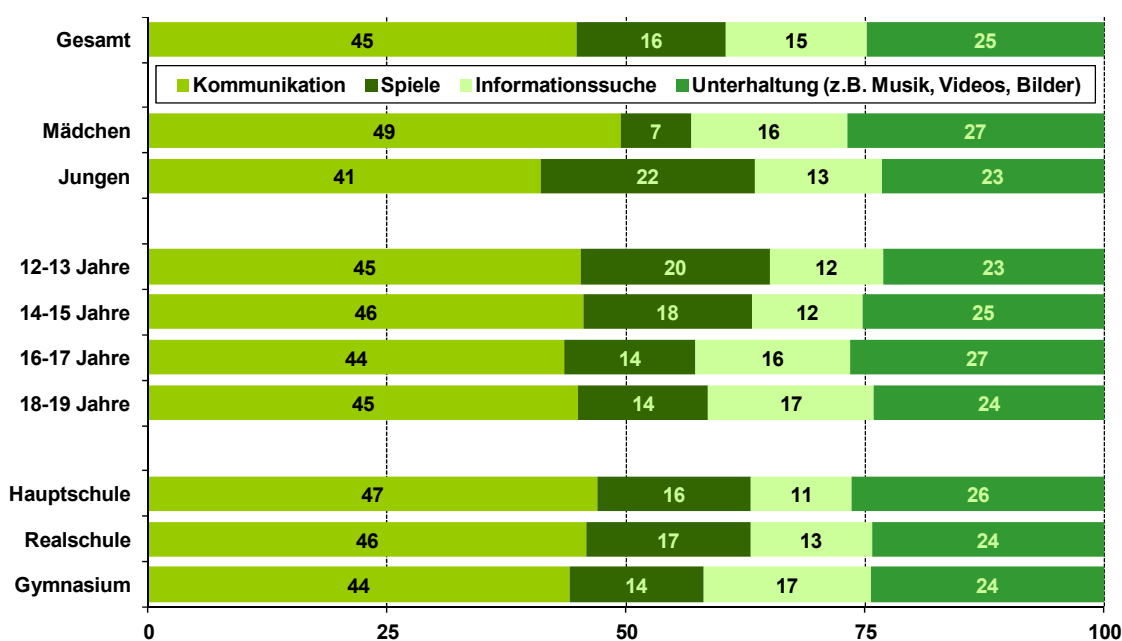
## 10.2 Aktivitäten im Internet

Um die Internetnutzung jenseits konkreter Anwendungen abzubilden, wurden die Jugendlichen gebeten, den zeitlichen Umfang ihrer Nutzung den Bereichen Kommunikation, Information, Spiele und Unterhaltung zuzuordnen. Mit 45 Prozent entfällt fast die Hälfte der Zeit, die die Jugendlichen im Internet verbringen, auf kommunikative Tätigkeiten wie Mailen, Chatten oder die Nutzung Sozialer Netzwerke. Genau ein Viertel der Nutzungszeit entfällt auf Aktivitäten, die im weitesten Sinne der Unterhaltung und Zerstreuung dienen – Musik

hören, Filme und Bilder ansehen. Etwa gleich groß ist der Anteil, den die 12- bis 19-Jährigen für Spielen (16 %) und der Suche nach Informationen (15 %) aufwenden. Am deutlichsten unterscheiden sich Jungen und Mädchen in Bezug auf das Spielen im Internet – bei Jungen entfallen 22 Prozent ihrer Nutzungszeit auf diesen Bereich, bei Mädchen sind es nur sieben Prozent. Bei Mädchen fallen die anderen Anteile – Kommunikation, Unterhaltung und Information – höher aus als bei Jungen. Über die Alters- und Bildungsgruppen bleiben die jeweiligen Nutzungsanteile allerdings recht stabil. Nur Spiele verlieren mit dem Alter etwas an Relevanz.

Die Langzeitbetrachtung der letzten fünf Jahre zeigt ebenfalls nur marginale Veränderungen. So hat sich der Unterhaltungsanteil von ehemals 18 Prozent (2008) um sieben Prozentpunkte erhöht, die Bereiche Kommunikation (- 3PP), Spiele (- 2PP) und Information (- 1PP) sind ganz leicht zurückgegangen.

### Inhaltliche Verteilung der Internetnutzung



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Internet-Nutzer, n=1.182

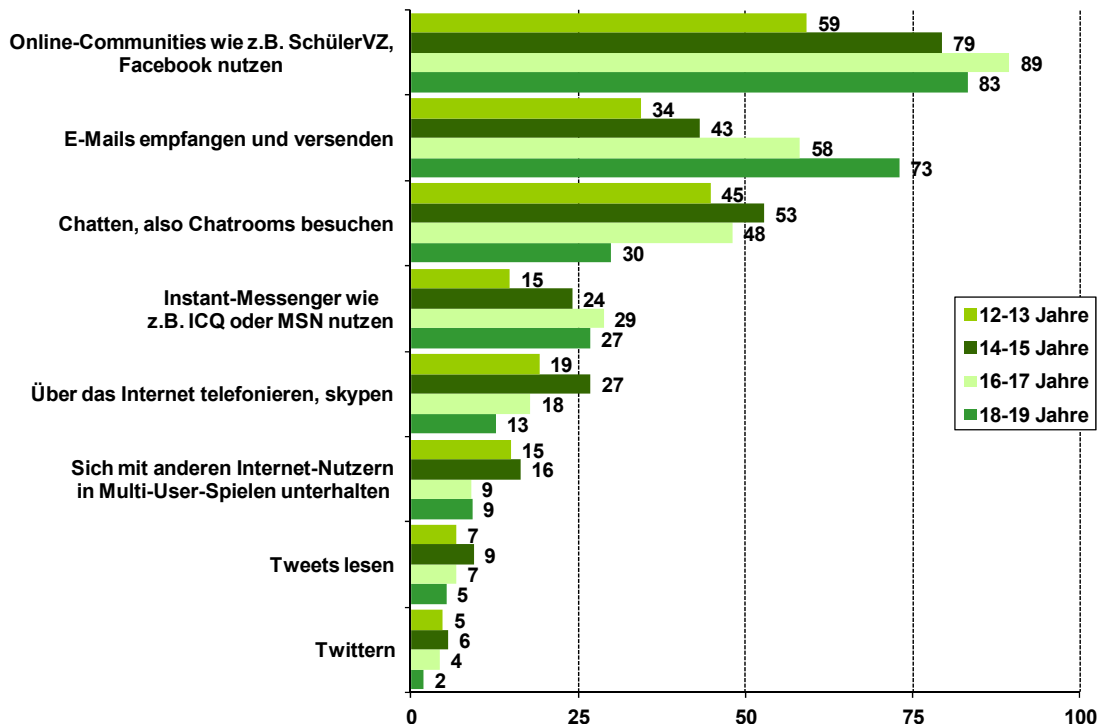
Bei den kommunikativen Aktivitäten im Internet stehen die Online-Communities an erster Stelle. 78 Prozent der Jugendlichen suchen Plattformen wie Facebook oder SchülerVZ regelmäßig auf (täglich/mehrmals pro Woche). Daneben sind das Lesen und Schreiben von E-Mails (53 %) und die Nutzung von Chatrooms (44 %) relevant, während Instant Messenger inzwischen deutlich an Attraktivität eingebüßt haben und nur noch bei 24 Prozent der 12- bis 19-Jährigen regelmäßig Anwendung finden (2011: 48 %). Jeder Fünfte telefoniert regelmäßig per Internet (19 %), etwas weniger tauschen sich mit dieser Häufigkeit im Rahmen von Spielen aus (12 %). Twitter ist für die meisten Jugendlichen eher ein

Randphänomen – nur wenige lesen (7 %) oder verfassen (4 %) regelmäßig solche kurzen Nachrichten, die maximal 140 Zeichen enthalten können.<sup>9</sup> Die Geschlechter unterscheiden sich hier nur punktuell: Jungen und junge Männer telefonieren zu einem größeren Anteil regelmäßig über das Internet (24 %, Mädchen: 14 %) und kommunizieren häufiger bei Onlinespielen (20 %, Mädchen: 5 %). Im Altersverlauf gewinnen die meisten dieser kommunikativen Aktivitäten an Bedeutung hinzu.

Über eine eigene E-Mail-Adresse sind 94 Prozent der Internet-Nutzer erreichbar, 48 Prozent begnügen sich hierbei mit einer Adresse (Mädchen: 53 %, Jungen: 43 %), 31 Prozent haben zwei und 15 Prozent zwischen drei und sechs unterschiedliche Accounts (Mädchen: 10 %, Jungen: 21 %). Nahezu zwei Drittel (62 %) sind anhand ihrer Mail-Adresse mit realem Vor- und Zunamen identifizierbar. Nur den Vornamen verwenden 15 Prozent, nur den Nachnamen sechs Prozent. Weniger Rückschlüsse auf die Identität oder das Geschlecht kann man bei 29 Prozent ziehen, die bei der Gestaltung ihrer Mail-Adresse auf andere Zeichen oder Begrifflichkeiten zurückgreifen.

### Aktivitäten im Internet – Schwerpunkt: Kommunikation

- täglich/mehrmals pro Woche -

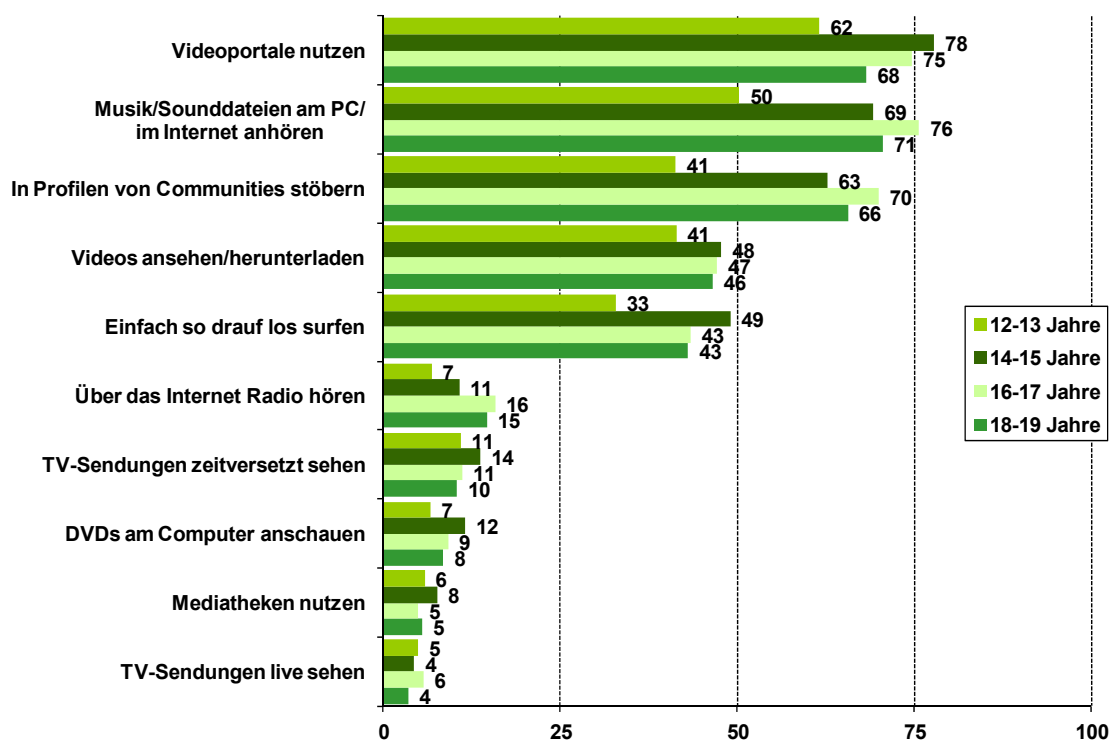


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

<sup>9</sup> Auch unabhängig von der regelmäßigen Nutzung ist das Phänomen Twitter nicht bei der breiten Masse der Jugendlichen angekommen. Nur 16 Prozent geben an, zumindest selten Tweets zu lesen, der Anteil derjenigen, die zumindest selten Twitter-Nachrichten verfassen, liegt bei 12 Prozent.

Unterhaltende Angebote wie die Videoportale von YouTube, MyVideo oder Clipfish werden von 71 Prozent der Jugendlichen regelmäßig genutzt – jeder Dritte hat sogar ein eigenes Konto, mit dessen Hilfe die Videos verwaltet und archiviert oder eigene Videos online gestellt werden können. Bei den Jungen haben 44 Prozent einen solchen Account, bei den Mädchen sind es genau halb so viele. 67 Prozent hören sich regelmäßig Musik am Computer bzw. im Internet an, 60 Prozent vertreiben sich die Zeit, indem sie in den Profilen der Communities stöbern. Knapp die Hälfte sieht sich regelmäßig (längere) Videos an oder lädt sie herunter (46 %), während 42 Prozent zur Unterhaltung einfach so drauf los surfen. Weniger häufig werden klassische mediale Unterhaltungsoptionen im Internet genutzt: über das Internet Radio hören zwölf Prozent, Fernsehsendungen werden ebenfalls nur von einem geringen Anteil regelmäßig zeitversetzt (11 %) oder live (5 %) angesehen. Gleiches gilt für die habituelle Nutzung der Mediatheken (6 %) oder das Sehen von DVDs am Computer (9 %). Jungen und junge Männer nutzen zu einem größeren Anteil regelmäßig Videoportale (76 %, Mädchen: 65 %) und laden sich häufiger Videos herunter bzw. sehen diese im Internet an (54 %, Mädchen: 37 %). Für Mädchen und junge Frauen gehört das Stöbern in den Profilen der Communities zu einem etwas höheren Anteil zu den regelmäßigen Anwendungen (64 %, Jungen: 56 %).

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

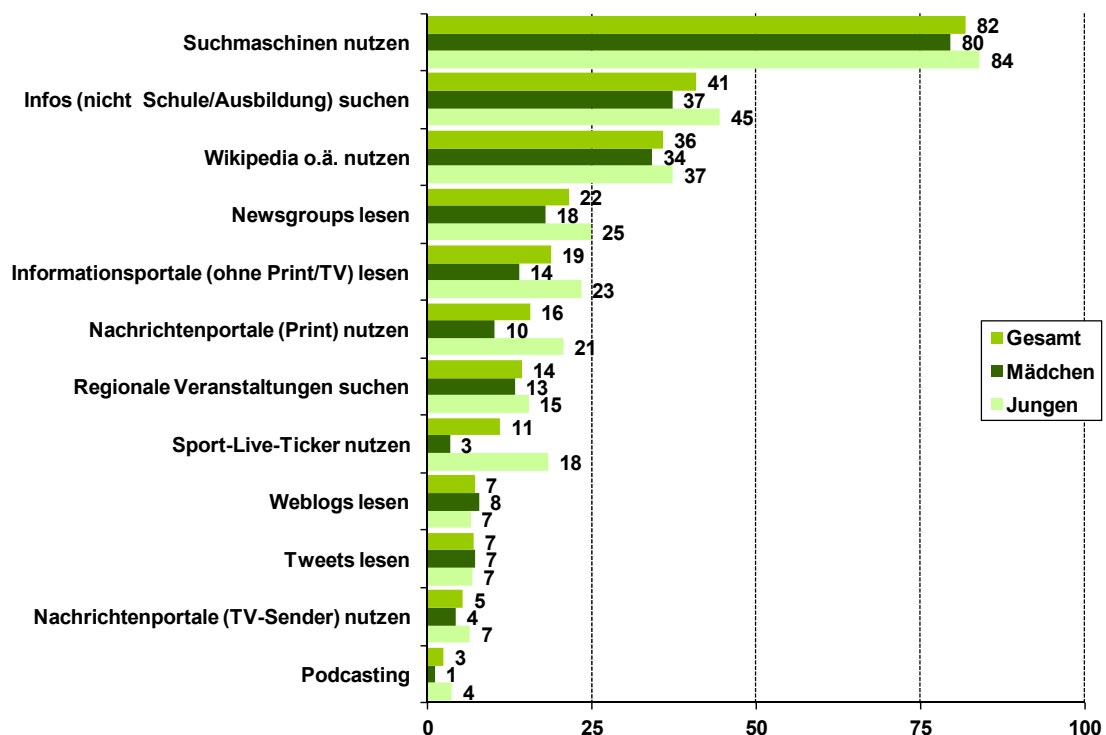


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Suchmaschinen sind auch für Jugendliche die gängigste Option, um im Internet an Informationen zu kommen, acht von zehn nutzen diese Recherchemöglichkeit regelmäßig (82 %). Jenseits von Schule und Ausbildung haben 41 Prozent regelmäßig Informationsbedarf, den sie im Internet zu stillen versuchen, 36 Prozent greifen hierbei auf Wikipedia oder andere Online-Enzyklopädien zurück. Newsgroups sind für 22 Prozent eine Informationsoption, 19 Prozent nutzen Nachrichten auf Webportalen, die nicht von den klassischen Anbietern aus Presse und Fernsehen angeboten werden. Spezielle Nachrichtenportale der Printmedien suchen 16 Prozent regelmäßig auf, die der TV-Sender fünf Prozent. Regionale Veranstaltungen recherchieren 14 Prozent regelmäßig, auf Sport-Live-Ticker greifen elf Prozent mindestens mehrmals pro Woche zu. Weblogs (7 %) oder Podcasts (3 %) spielen so gut wie keine Rolle. Die meisten der abgefragten Informationsoptionen werden von Jungen zu einem größeren Anteil genutzt – offenbar dann aber anteilig weniger zeitintensiv, wenden Jungen (13 %) doch einen geringeren Anteil ihrer Internetnutzung für die Informationssuche auf als Mädchen (16 %).

### Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: sich informieren

- täglich/mehrmals pro Woche -

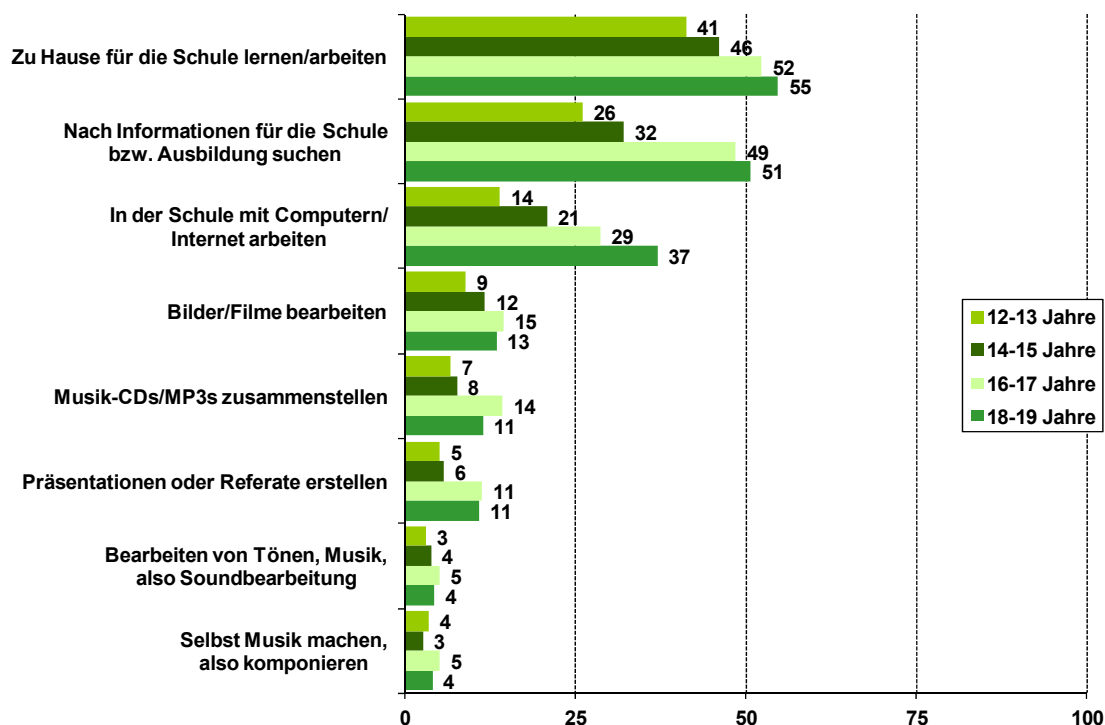


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Bei der Diskussion über den Umgang von Jugendlichen mit Computer und Internet steht meist die freizeitorientierte Nutzung im Vordergrund. Dabei wird oft übersehen, dass Computer und Internet inzwischen für viele ebenso selbstverständliche Werkzeuge für das schulische Lernen sind.

### Tätigkeiten im Internet/am Computer – Schwerpunkt: Schule/Freizeit

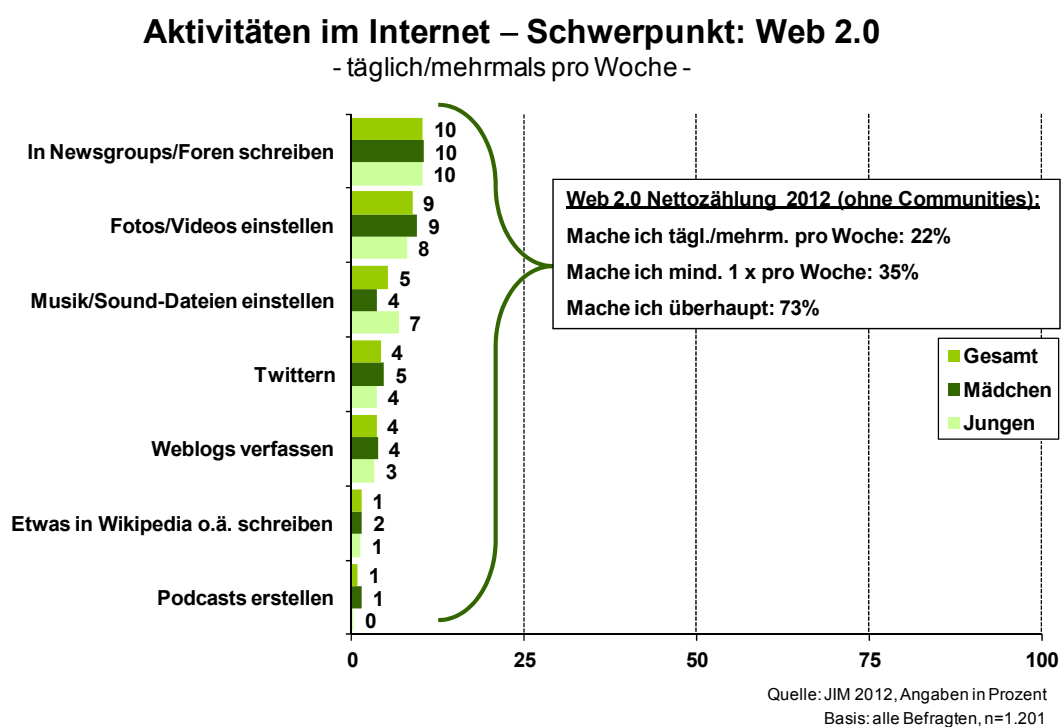
- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

49 Prozent der 12- bis 19-Jährigen nutzen Computer und Internet mindestens mehrmals pro Woche, um zu Hause für die Schule zu arbeiten bzw. zu lernen. 40 Prozent suchen im Internet regelmäßig nach Informationen für Schule und Ausbildung. In der Schule selbst ist die Arbeit mit Computer und Internet allerdings nach wie vor eher selten die Regel (25 %) und auch die Entwicklung der letzten Jahre fällt hier sehr bescheiden aus (2011: 22 %, 2010 und 2009: 16 %). Acht Prozent erstellen regelmäßig Präsentationen oder Referate am Computer. Etwa jeder zehnte Jugendliche bearbeitet Bilder bzw. Filme (12 %) oder stellt sich Musik zusammen (10 %). Wenig verbreitet ist das Bearbeiten oder Selbermachen von Tönen und Musik (jeweils 4 %). Mädchen suchen häufiger im Internet nach Informationen für die Schule (44 %, Jungen: 36 %) und arbeiten zu einem etwas größeren Anteil regelmäßig zuhause für die Schule (52 %, Jungen: 46 %). Auch beim Thema Bildbearbeitung sind Mädchen (16 %) engagierter als Jungen (9 %). Jungen treten hingegen bei der Zusammenstellung von Musik (13 %, Mädchen: 7 %) und der Soundbearbeitung (7 %, Mädchen: 2 %) stärker in Erscheinung. Die Altersdifferenzierung zeigt, dass mit zunehmendem Alter der Jugendlichen ein deutlicher Anstieg beim Einsatz von Computer und Internet für und in der Schule einhergeht, allerdings nutzen selbst die 18- bis 19-Jährigen nur zu 37 Prozent Computer und Internet regelmäßig in der Schule.

Dass sich das Internet für Jugendliche zu einem echten „Mitmach-Medium“ entwickelt hat, kann auch im Jahr 2012 nicht bestätigt werden. Eigene Inhalte werden nur von einem Fünftel regelmäßig erstellt (ohne Communities), wobei auch hier der Löwenanteil auf das Schreiben von Beiträgen in Foren und das Einstellen von Bildern und Videos entfällt. Keine der Alters- oder Bildungsgruppen tritt hier besonders in Erscheinung und auch die geschlechtsspezifische Betrachtung zeigt keine Besonderheiten.



### 10.3 Probleme im Internet

Auch wenn das Internet in erster Linie für Kommunikation, Information und Unterhaltung steht, hat es durchaus seine Schattenseiten. So finden sich zum Beispiel viele unseriöse Angebote, die auf die Leichtgläubigkeit der Nutzer setzen und ihnen – oftmals ohne gegen geltendes Recht zu verstoßen – Daten oder Geld aus der Tasche ziehen. Elf Prozent der jugendlichen Internet-Nutzer ist es schon einmal passiert, dass er oder sie im Internet abgezockt wurde, wenn z.B. angeblich kostenfreie Dinge im Nachhinein doch etwas gekostet haben.

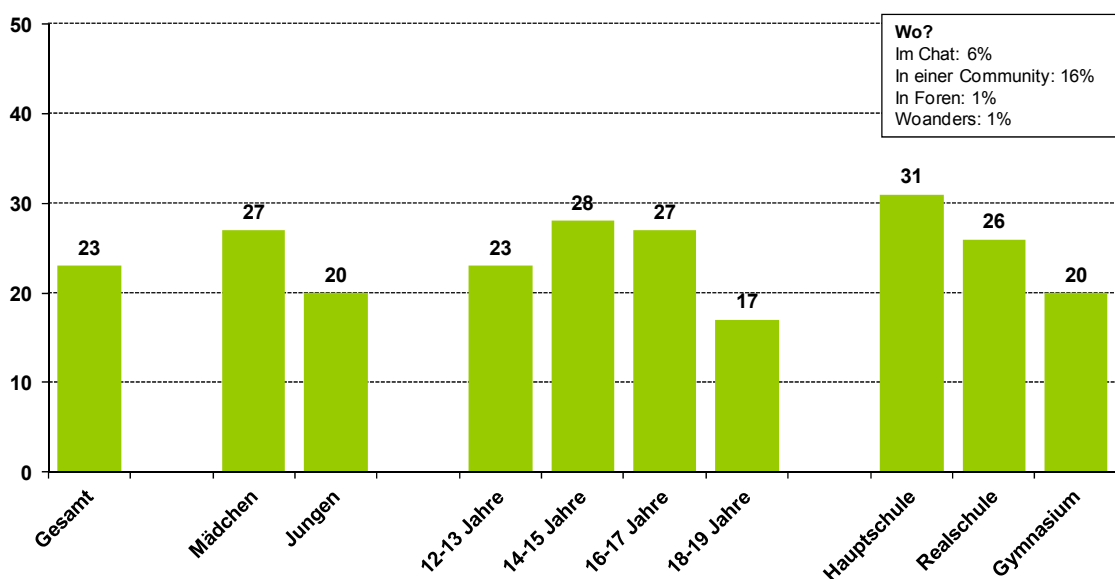
Ernster werden die Probleme, wenn Jugendliche im Internet Opfer von Verleumdungen werden. Texte, Bilder oder Videos können relativ leicht mit verschiedenen digitalen Endgeräten erstellt und in Sekundenschnelle unkontrollierbar weiter verbreitet werden. Die Opfer sehen sich mit peinlichen oder kompromittierenden Bildern, Unwahrheiten und Beleidigungen konfrontiert. 15 Prozent der 12- bis 19-jährigen Internet-Nutzer ist es schon passiert, dass im Internet Falsches oder Boshafes über ihre Person verbreitet wurde. Besonders



betroffen sind hier die mittleren Altersgruppen (14-15 Jahre: 19 %, 16-17 Jahre: 17 %) und Jugendliche mit Hauptschulhintergrund (22 %). Peinliche oder beleidigende Fotos und Videos wurden bei 16 Prozent ohne vorherige Erlaubnis ins Internet gestellt. Dass es ganz generell im Freundeskreis schon einmal Ärger wegen Einträgen im Internet gegeben hat, bestätigen insgesamt 28 Prozent der Internet-Nutzer, wobei jüngere hier weniger betroffen sind (12-13 Jahre: 14 %, 14-15 Jahre: 31 %, 16-17 Jahre: 35 %, 18-19 Jahre: 32 %).

Die Grenze zwischen Peinlichkeiten, Beleidigungen und Cybermobbing ist je nach individueller Konstitution von außen nur schwer nachvollziehbar. Allerdings bestätigen 23 Prozent der Internet-Nutzer, dass es in ihrem Bekanntenkreis eine Person gibt, die im Internet schon einmal fertig gemacht wurde. Sich selbst als Opfer sehen mit fünf Prozent zwar deutlich weniger, allerdings dürfte dieser Wert eher die untere Grenze markieren, da nicht davon auszugehen ist, dass die Jugendlichen in der Befragungssituation derart Persönliches und Verletzendes preis geben.

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



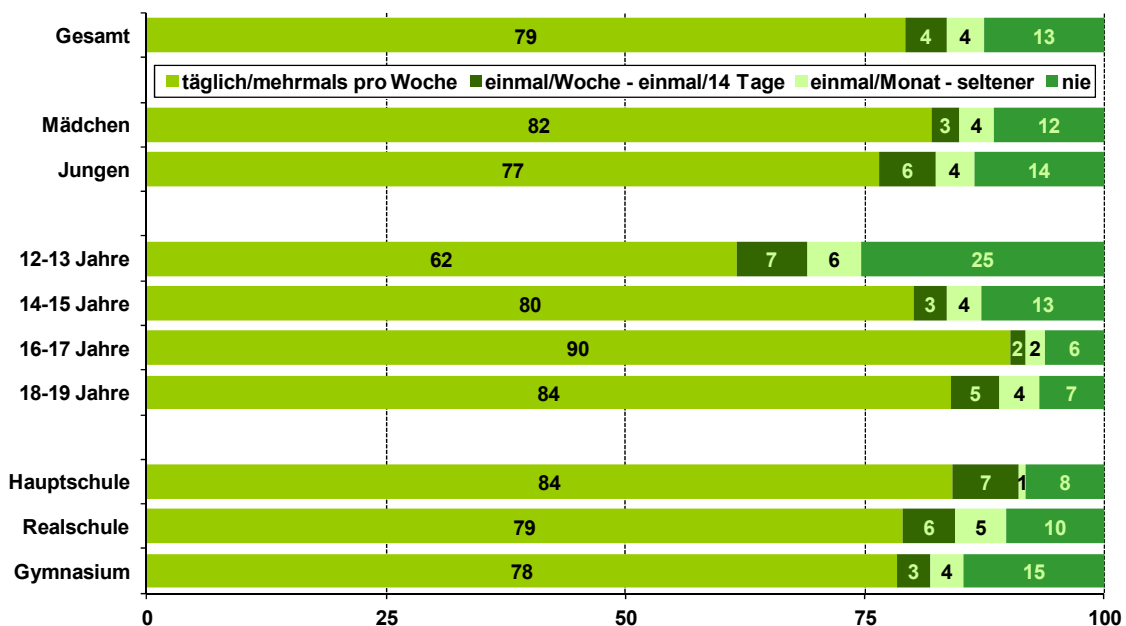
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
 Basis: Internet-Nutzer, n=1.182

## 11. Online-Communities

### 11.1 Nutzungshäufigkeit und Nutzungsmuster

Online-Communities zählen bei Jugendlichen zu den drei am häufigsten ausgeübten Anwendungen im Internet und werden von insgesamt 87 Prozent der Internet-Nutzer zumindest selten genutzt. 13 Prozent haben sich noch nicht für – oder gar gegen – einen Beitritt zu diesen Netzwerken entschieden, der Anteil der Nicht-Nutzer ist bei den 12- bis 13-Jährigen (25 %) und bei Gymnasiasten (15 %, Realschule: 10 %, Hauptschule: 8 %) besonders hoch. Hinsichtlich der Nutzungshäufigkeit zeigt sich inzwischen eine gewisse Sättigung. 79 Prozent der Internet-Nutzer loggen sich mindestens mehrmals pro Woche auf den Seiten eines Sozialen Netzwerks ein, genauso viele wie im Vorjahr (78 %, 2010: 71 %). Mädchen nutzen die Communities etwas häufiger als Jungen, hinsichtlich des Alters sind die 16- bis 17-Jährigen besonders stark bei den regelmäßigen Nutzern vertreten. Diejenigen, die eigene oder fremde Profile in den Netzwerken täglich besuchen (57 %), tun dies zu gut zwei Dritteln sogar mehrmals pro Tag. Der Service, sich per Handy über Neuigkeiten in der Community informieren zu lassen, hat sich stark entwickelt: Machten im Vorjahr 16 Prozent der täglichen Nutzer von dieser Möglichkeit Gebrauch, ist dieser Anteil aktuell auf 41 Prozent angestiegen. Dabei nehmen Jungen (45 %) diese Möglichkeit etwas häufiger in Anspruch als Mädchen (37 %) und selbst bei den Jüngsten sind es bereits 30 Prozent (14-15 Jahre: 46 %, 16-17 Jahre: 41 %, 18-19 Jahre: 43 %). Haupt- (50 %) und Realschüler (49%) lassen sich häufiger informieren als Gymnasiasten (35 %).

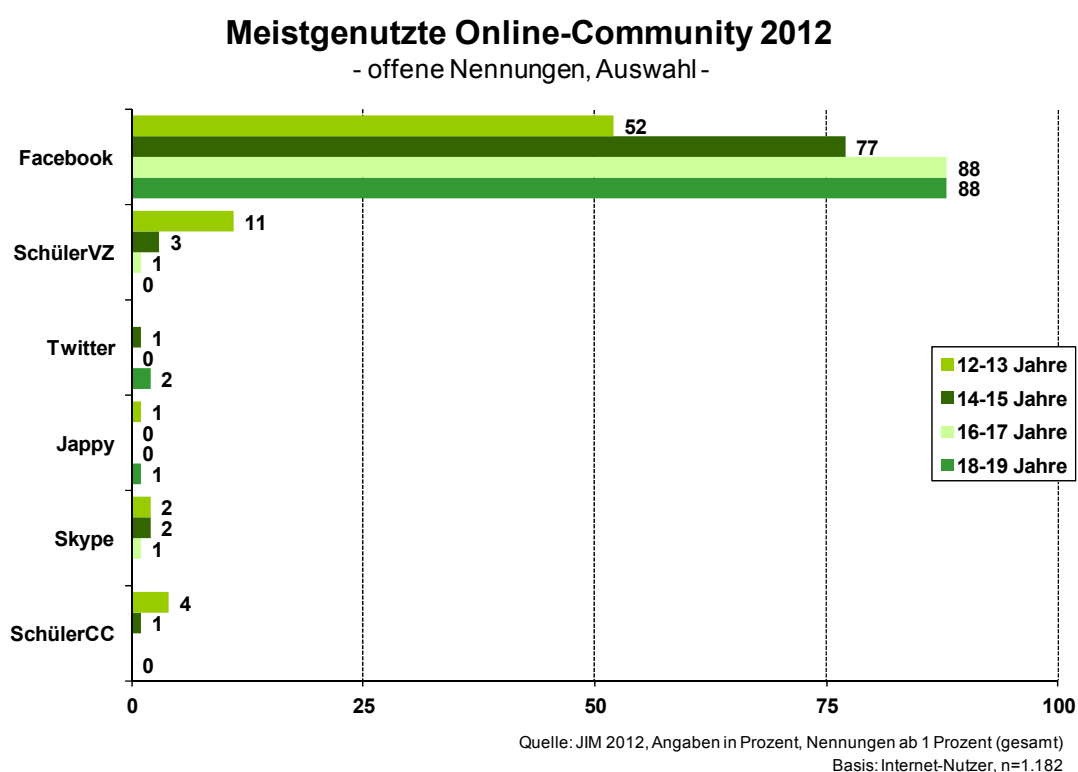
### Online-Communities: Nutzungsfrequenz 2012



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Internet-Nutzer, n=1.182

Wer heute über Online-Communities spricht, meint in der Regel das im Jahr 2004 in den USA von Mark Zuckerberg eröffnete Angebot Facebook, das derzeit weltweit rund eine Milliarde aktiver Nutzer pro Monat verzeichnet und in Deutschland die zweithäufigst aufgerufene Seite im Internet ist.<sup>10</sup> Fragt man jugendliche Internet-Nutzer ungestützt, welche Communities sie überhaupt nutzen, dann wird auch hier die Omnipräsenz von Facebook deutlich. Mit 81 Prozent der Nennungen hat Facebook seinen Spitzenplatz noch einmal deutlich ausgebaut (2011: 72 %, 2010: 37 %), und verweist den ehemaligen Marktführer SchülerVZ mit elf Prozent auf einen mageren zweiten Platz (2011: 29 %, 2010: 53 %). Der Internettelefondienst Skype wird hier von fünf Prozent genannt (2011: 1 %).

Grenzt man die Frage auf die meistgenutzte Community ein, dann steht Facebook mit 77 Prozent mehr oder weniger konkurrenzlos an der Spitze, SchülerVZ erhält vier Prozent der Stimmen und andere Mitbewerber wie Twitter, Jappy, Skype oder SchülerCC jeweils ein Prozent. Selbst bei den 12- bis 13-Jährigen liegt Facebook vorne, alleine hier erreicht SchülerVZ noch einen Achtungserfolg.

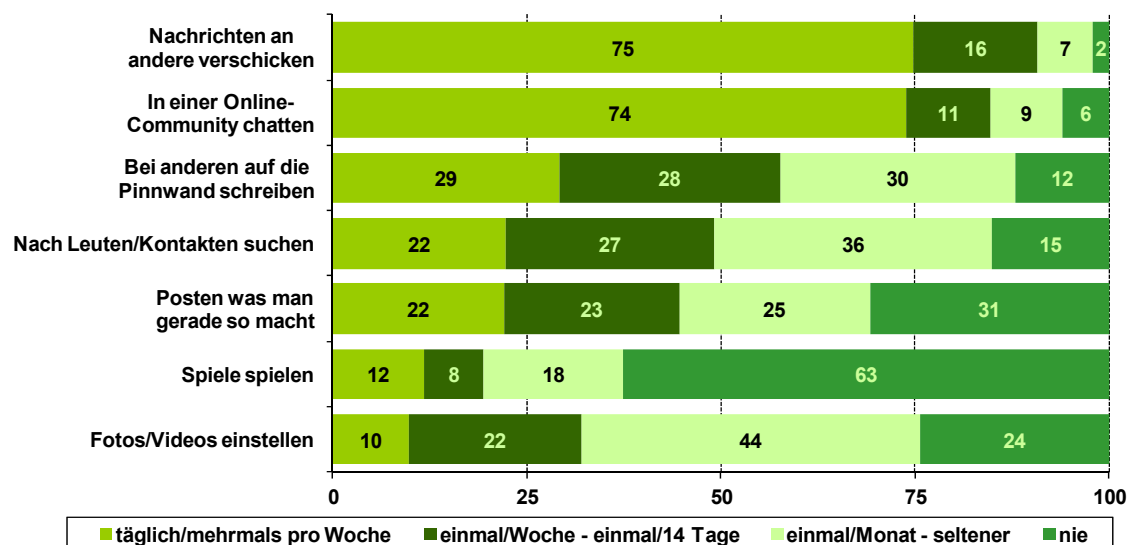


Nutzer von Online-Communities haben sich mit durchschnittlich 12,7 Jahren das erste Mal in einem Sozialen Netzwerk angemeldet. Wie die altersspezifische Betrachtung zeigt, werden die Jugendlichen dabei aber immer jünger. So geben 18- bis 19-Jährige an, sich mit durchschnittlich 14,1 Jahren das erste Mal angemeldet zu haben, die 12- bis 13-

<sup>10</sup> Unternehmensangaben Oktober 2012 und UrlSpion.de aufgerufen am 10.11.2012.

Jährigen waren im Schnitt bei der Anmeldung aber erst 11,1 Jahre alt (14-15 Jahre: 12,1 Jahre, 16-17 Jahre: 13,1 Jahre). Vor dem Hintergrund der Marktentwicklung ist dies doppelt bedenklich. So kann man davon ausgehen, dass die Älteren erste Erfahrungen mit Plattformen gesammelt haben, die speziell für Kinder und Jugendliche konzipiert wurden.<sup>11</sup> Jugendliche, die heute einer Community beitreten, tun dies zum größten Teil bei einer Plattform, die originär für erwachsene Nutzer gemacht wurde.

### Online-Communities: Funktionen Nutzungsfrequenz 2012



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=1.034

Wer eine Online-Community nutzt, hat eine Vielzahl verschiedener Anwendungsoptionen. Diese reichen von der Selbstdarstellung über den Nachrichtenaustausch, Terminkalender, Freizeitplanung und diverse Kontaktmöglichkeiten bis hin zu Spielen. Drei Viertel der Jugendlichen, die in Online-Communities aktiv sind, schicken bzw. hinterlassen regelmäßig (mindestens mehrmals pro Woche) Nachrichten an andere Mitglieder ihres Netzwerks. Genauso hoch ist der Anteil derer, die regelmäßig in der Community chatten – ist man selbst online, dann wird meist angezeigt, wer aus dem eigenen Freundeskreis ebenfalls online ist und man kann sich dann direkt mit dieser Person bzw. diesen Personen austauschen. Damit sind die hauptsächlichen Aktionen innerhalb der Communities bereits beschrieben. Mit 29 Prozent fällt der Anteil derer, die regelmäßig bei anderen Nachrichten auf der Pinnwand hinterlassen, dann schon deutlich geringer aus. Jeweils ein Fünftel sucht regelmäßig nach Leuten oder Kontakten bzw. postet seine aktuelle Befindlichkeit. An speziellen Spielen innerhalb der Community nehmen zwölf Prozent regelmäßig teil – für den Großteil der Nutzer (63 %) sind Spiele wie „Farmville“ oder „Cityville“ überhaupt keine Option und werden nie gespielt. Neue Fotos und Videos werden von zehn Prozent mehr-

<sup>11</sup> Zum damaligen Zeitpunkt war SchülerVZ Marktführer in Deutschland.

mals pro Woche eingestellt, ein weiteres Fünftel aktualisiert diese etwa im Wochentakt, weitere zwei Fünftel einmal im Monat und seltener. Ein Viertel der Anwender verzichtet allerdings auf jegliches Bildmaterial. Bei den regelmäßigen Anwendungen unterscheiden sich Mädchen und Jungen nur graduell, im Altersverlauf zeigen sich die mittleren Gruppen (14-17 Jahre) hinsichtlich Nachrichtenversand, Chatten und dem Schreiben auf Pinnwände besonders aktiv.

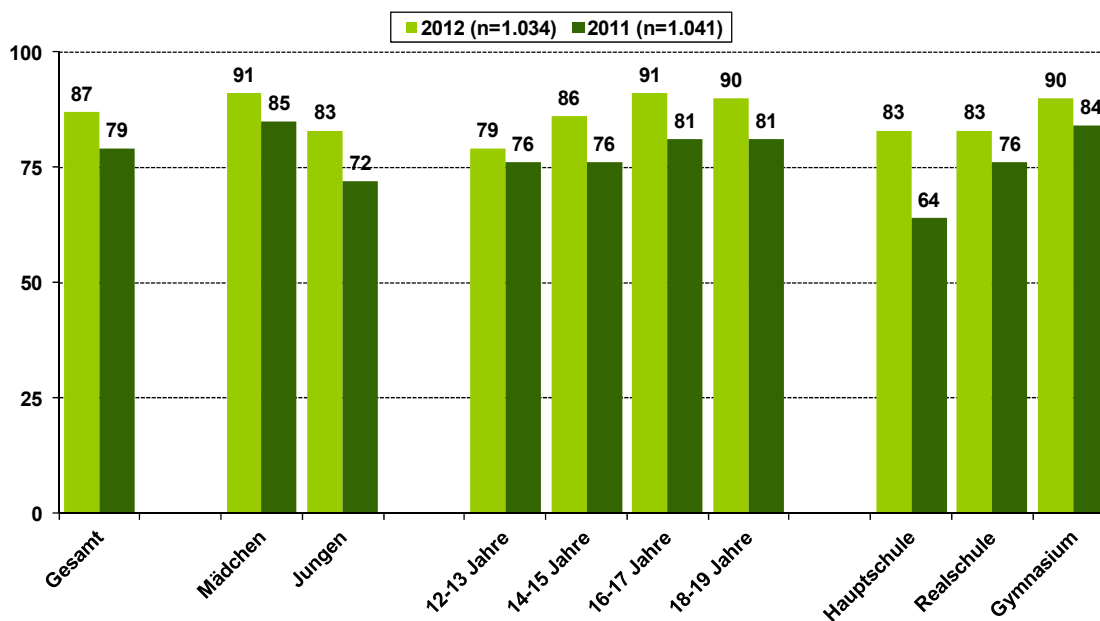
## **11.2 Profileinstellungen und -informationen**

Um an Sozialen Netzwerken teilzuhaben, muss man sich meist in Form eines Profils registrieren. Hier wird der Nutzer in der Regel aufgefordert, Name, Wohnort, Alter und E-Mail-Adresse anzugeben sowie Informationen über Hobbies, Beziehungsstatus und vieles mehr. Welche Informationen über den Profilnamen hinaus für wen ersichtlich sind, kann in den Profileinstellungen definiert werden. Daneben ist meist öffentlich eine Liste und/oder die Anzahl der Freunde oder Kontakte aufgeführt.

Zwei Drittel der Nutzer von Communities haben sich dort mit ihrem richtigen Vor- und Nachnamen angemeldet, 18 Prozent nur mit ihrem Vornamen, zwei Prozent nur mit Nachnamen und 15 Prozent wählten eine andere Form der Identifizierung. Mädchen haben sich zu einem größeren Anteil (23 %) nur mit dem Vornamen angemeldet als Jungen (13 %), überdurchschnittlich gilt dies auch für die Jüngsten (12-13 Jahre: 22 %) und Gymnasiasten (21 %). Auch nutzen die 12- bis 13-Jährigen (22 %) und Hauptschüler (21 %) etwas häufiger Benutzerangaben, die keinen Rückschluss auf den tatsächlichen Namen erlauben.

Unter Anwendung der sogenannten Privacy-Option kann der Nutzer eines Netzwerkes festlegen, wer die Informationen, Bilder und Nachrichten auf seinem Profil einsehen kann. Meist ist das nicht individuell regelbar, sondern man hat die Wahl ob alle Angaben öffentlich, also allen Internet-Nutzern, oder „nur“ Freunden bzw. bestimmten Gruppen zugänglich sind. Im Jahr 2012 ist der Anteil derer, die die Privacy-Option aktiviert haben, noch einmal auf nun 87 Prozent angestiegen. Noch immer liegen Mädchen hier vorne, der Abstand zu den Jungen hat sich aber auf acht Prozentpunkte verkürzt (2011: 13 PP). Der Anstieg ist vor allem auf die Ab-14-Jährigen zurückzuführen, die Jüngsten bilden im Altersvergleich nicht nur das Schlusslicht, sondern weisen auch den geringsten Zuwachs auf. Insgesamt zeigt sich aber, dass die intensive öffentliche Diskussion dieses Themas offenbar Früchte getragen hat: Als diese Frage in der JIM-Studie 2009 das erste Mal untersucht wurde, hatten mit 46 Prozent noch nicht einmal die Hälfte der in Communities Aktiven von dieser Schutzoption Gebrauch gemacht.

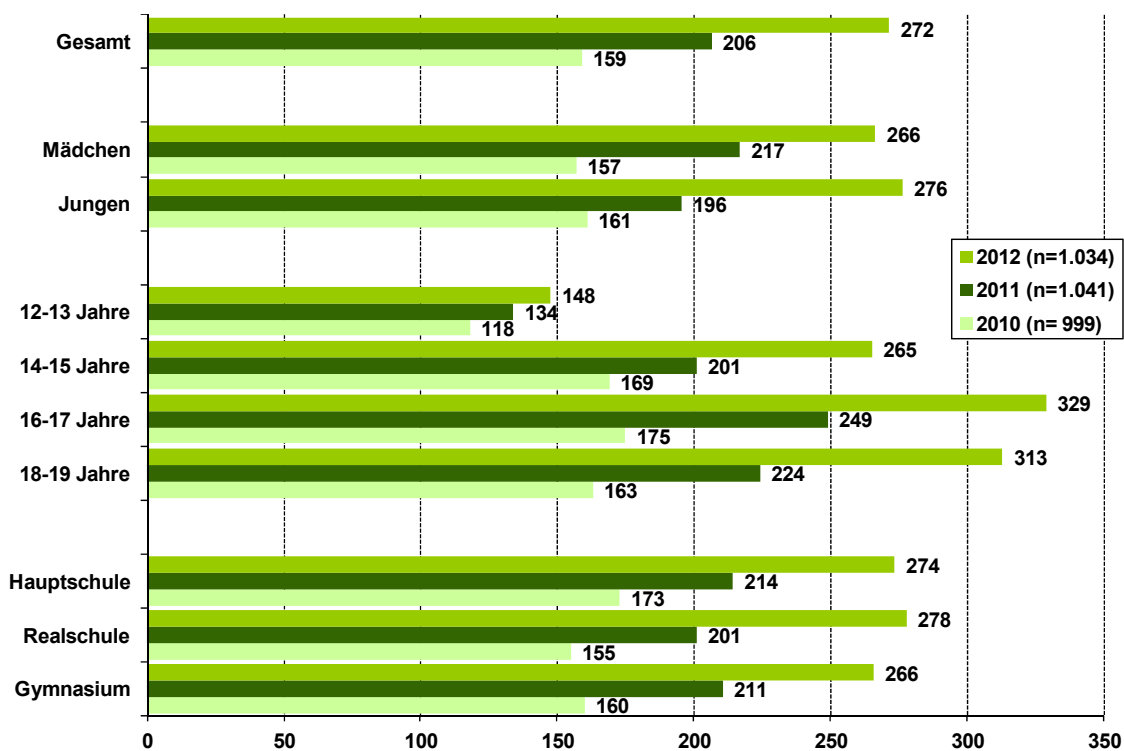
## Online-Communities: Privacy-Option aktiviert



Quelle: JIM 2012, JIM 2011, Angaben in Prozent  
Basis: Nutzer von Online-Communities

Ebenfalls deutlich angestiegen ist die Anzahl der Freunde, mit denen Nutzer einer Online-Community vernetzt sind. 2010 waren es im Durchschnitt 159 Freunde, 2011 dann schon 206 und mit aktuell 272 Freunden ist ein neuer Höhepunkt erreicht. Dass es sich hier um einen weiten Freundschaftsbegriff handelt liegt einerseits auf der Hand, ist aber vor dem Hintergrund der Privacy-Optionen (öffentlich vs. Freunde) nicht unkritisch. Schnell können so an eine Vielzahl weniger guter Freunde (und ggf. deren Freunde) Informationen gelangen, die mit dieser Verbreitung nicht mehr zurückgeholt werden können. Von den 272 Freunden sind den Jugendlichen nur etwa ein Drittel (95) durch regelmäßige persönliche Zusammenkünfte bzw. Treffen besonders vertraut. Und zu Freunden, denen man ein Geheimnis anvertrauen würde, zählen dann nur noch durchschnittlich 17.

### Online-Communities: Durchschnittliche Anzahl an Freunden im Profil 2012 - 2010



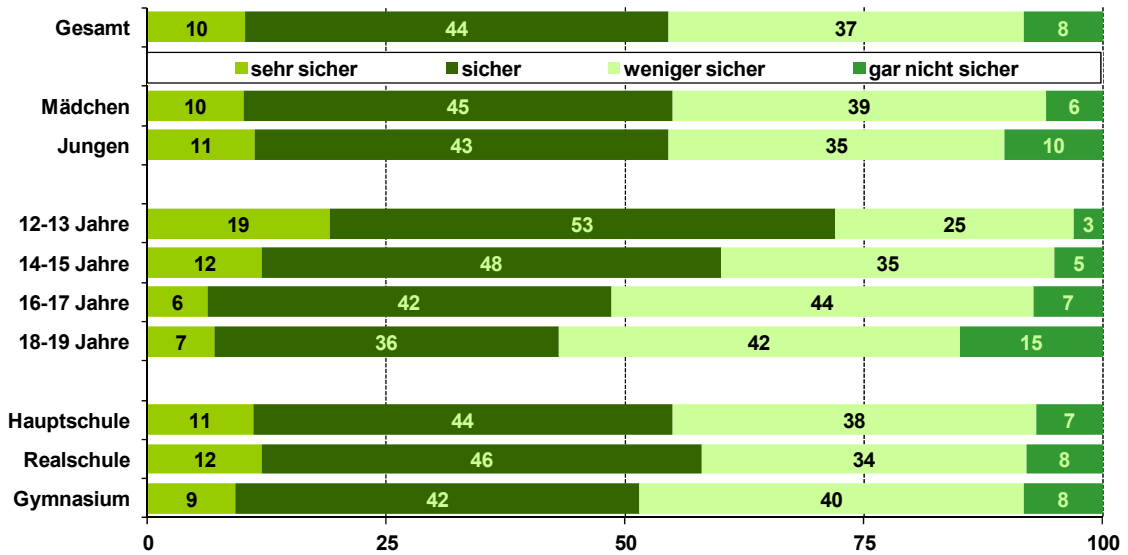
Quelle: JIM 2012 – JIM 2010  
Basis: Nutzer von Online-Communities

### 11.3 Datenschutz

Dass das Thema Datensicherheit bei den Jugendlichen zumindest auf einer ersten Stufe angekommen ist, belegt der hohe Anteil von inzwischen 87 Prozent, die im Profil ihrer Community die Privacy-Option aktiviert haben. Allerdings fühlt sich nur jeder Zehnte in Bezug auf den Schutz seiner Daten in der Community sehr sicher, weitere 44 Prozent fühlen sich sicher, 37 Prozent fühlen sich wenig und acht Prozent gar nicht sicher. Nach Geschlecht und Bildung sind die Angaben nahezu identisch, im Altersverlauf zeigen sich die Jüngsten unbedarft, sie sind am wenigsten verunsichert, obwohl sie besonders selten Gebrauch von der Privacy-Option machen. Im Vergleich zum Vorjahr hat das Vertrauen in die Communities bei den Jugendlichen abgenommen. 2011 hatten noch zwei Drittel ein sehr gutes bzw. gutes Gefühl, 2012 sind es nur noch 54 Prozent.

### Datensicherheit in Communities

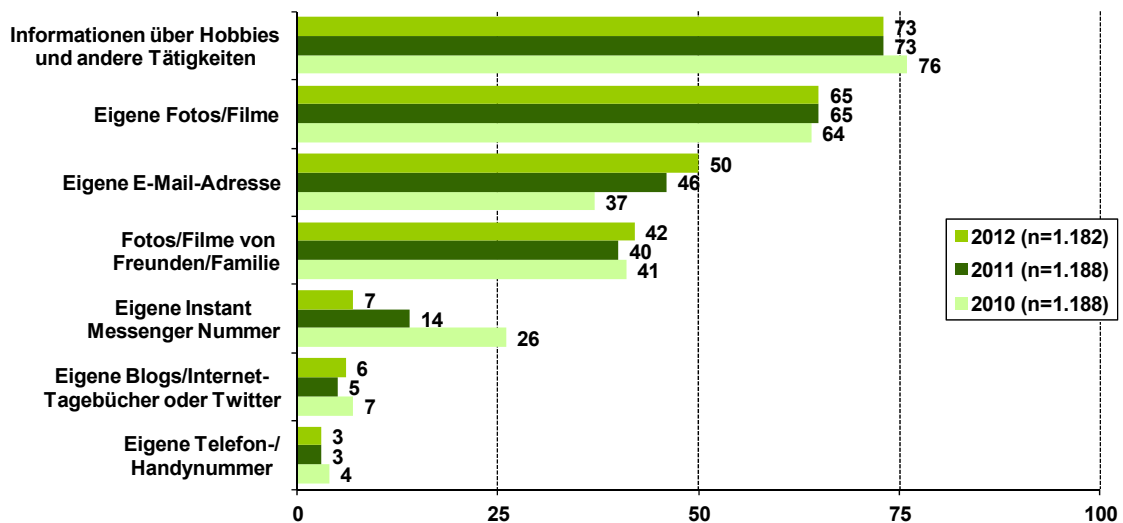
- In Bezug auf den Schutz meiner Daten fühle ich mich in meiner Community... -



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Nutzer von Online-Communities, n=1.034

Ein weniger gutes Gefühl zu haben, hat in der Praxis aber nicht dazu geführt, dass die Jugendlichen sparsamer mit ihren hinterlegten Informationen im Internet umgehen. Noch immer haben drei Viertel Informationen über sich und ihre Hobbies hinterlegt, zwei Drittel stellen eigene Fotos oder Filme ein und die Verbreitung der eigenen E-Mail-Adresse hat mit nun 50 Prozent im Vergleich zum Vorjahr sogar leicht zugenommen. Auch verbreiten vier von zehn Jugendlichen Fotos und Filme im Internet, auf denen Freunde und die Familie zu sehen sind. Deutlich zurück gegangen ist die Verbreitung der eigenen Instant Messenger Nummer – dies ist aber sicher weniger eine Vorsichtsmaßnahme, sondern diese Anwendung wird von vielen Jugendlichen schlichtweg nicht mehr in Anspruch genommen.

### Hinterlegte persönliche Daten im Internet 2012 - 2010



Quelle: JIM 2012 - JIM 2010, Angaben in Prozent  
Basis: Internet-Nutzer

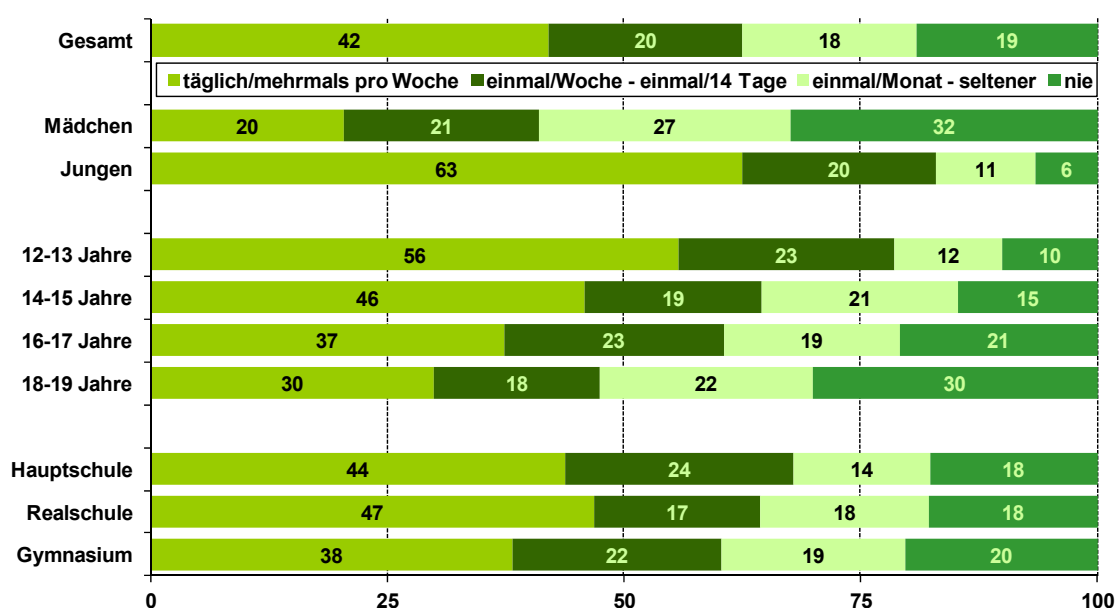


## 12. Computer-, Konsolen- und Onlinespiele

### 12.1 Nutzung und Lieblingsspiele

Die Beschäftigung mit digitalen Spielen über Computer, Konsole oder Internet ist für insgesamt 42 Prozent aller Jugendlichen im Alltag (täglich/mehrmals pro Woche) von Bedeutung. Dabei nutzen Jungen deutlich häufiger das große Angebot an Spielen und Spielgeräten als Mädchen. Mit steigendem Alter nimmt die Relevanz von Computer-, Konsolen- und Onlinespielen deutlich ab. Gymnasiasten beschäftigen sich etwas weniger mit digitalen Spielen als Real- und Hauptschüler.

### Computer-, Konsolen-, Onlinespiele (netto): Nutzungsfrequenz 2012

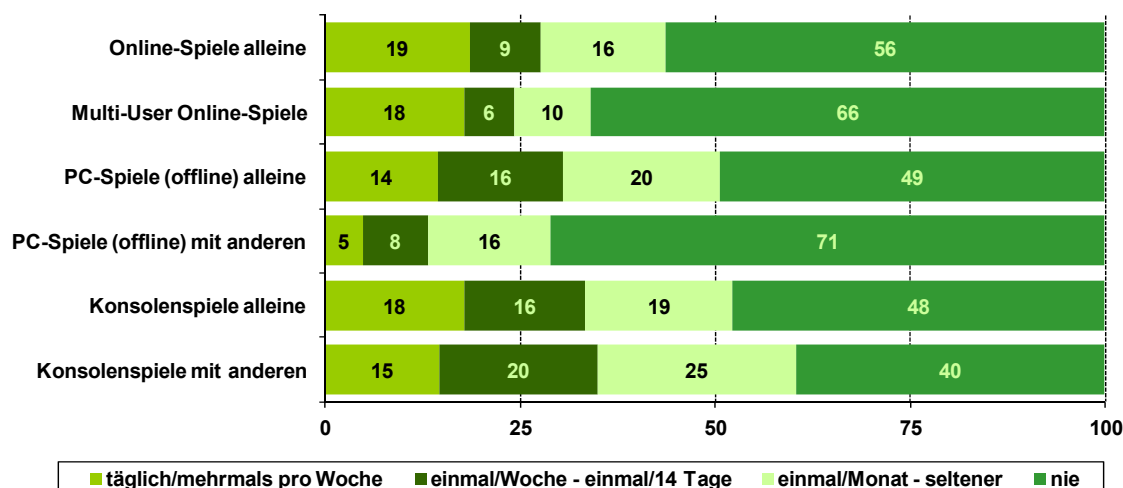


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Bei den verschiedenen Möglichkeiten des digitalen Spielens liegt die Nutzung von Online-spielen (allein: 19 %, gemeinsam mit anderen: 18 %) bei der regelmäßigen Nutzung etwa auf dem gleichen Niveau wie die Nutzung von Konsolenspielen (allein: 18 %, gemeinsam mit anderen: 15 %). PC-Spiele (ohne Internet) werden vor allem allein genutzt (14 %), die gemeinsame Nutzung mit anderen ist hier relativ selten (5 %).

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Nutzung von Computerspielen offline allein leicht reduziert (2012: 14 %, 2011: 19 %). Bei den weiteren Spielmöglichkeiten bewegen sich die Werte etwa auf Vorjahresniveau.

## Computer-, Konsolen-, Onlinespiele: Nutzungsfrequenz 2012



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Betrachtet man die Spielenutzung von Mädchen und jungen Frauen ist die Nutzung von Onlinespielen (allein: 11 %) die häufigste Art der Nutzung. Danach folgen PC-Spiele ohne Internet (allein: 7 %), Konsolenspiele (allein: 6 %) und Multi-User Online-Spiele (5 %). Die gemeinsame Nutzung von Konsolenspielen mit anderen (4 %) oder von Computerspielen (2 %) ist noch seltener. Bei den Jungen und jungen Männern stehen Multi-User Online-Spiele (30 %) und Konsolenspiele (allein: 29 %) an erster Stelle. Onlinespiele ohne Einbezug anderer Spieler oder das gemeinsame Spielen mit anderen über die Konsole sind etwas seltener (jeweils 25 %). PC-Spiele ohne Internetzugang werden vor allem allein gespielt (allein: 22 %, gemeinsam mit anderen: 7 %).

Beim Spielen am Computer zusammen mit anderen sind Freunde und Bekannte die wichtigsten Spielpartner: 73 Prozent der Jugendlichen, die zumindest selten gemeinsam mit anderen am Computer spielen, tun dies mit Freunden und Bekannten. Zusammen mit den eigenen Geschwistern spielen 27 Prozent der PC-Spieler. In Bezug auf die jugendlichen Spielkonsolen-Nutzer liegen die Werte für Freunde und Bekannte (56 %) und Geschwister (40 %) etwas näher zusammen. Das gemeinsame Spielen mit den eigenen Eltern findet sehr selten statt (Konsole: 4 %, PC: 0 %).

Die durchschnittliche Spieldauer beträgt bei den 12- bis 19-Jährigen 56 Minuten an Wochentagen und 77 Minuten am Wochenende. Jungen verzeichnen eine deutlich höhere Nutzung (Mo-Fr: 78 Min; Sa-So; 112 Min.) als Mädchen (Mo-Fr: 33 Min; Sa-So; 41 Min.). Die Verweildauer – also die Nutzungszeit der Spieler – liegt an Wochentagen bei 70 Minuten und am Wochenende bei 96 Minuten. Auch hier ergeben sich für die Jungen (Mo-Fr: 84 Min; Sa-So; 120 Min.) höhere Werte als für die Mädchen (Mo-Fr: 49 Min; Sa-So; 62 Min.).

Die Liste der liebsten Spiele (bis zu drei Nennungen) wird – genau wie in den letzten Jahren – von dem Fußballspiel „FIFA“ angeführt (22 %). Den Zweiten Platz teilen sich das Simulationsspiel „Die Sims“ und der Ego-Shooter „Call of Duty“ (je 14 %). Danach folgen mit je acht Prozent das relativ neue Open-World-Spiel „Minecraft“, bei dem man eine 3D-Landschaft erkunden und umbauen kann sowie das Rennspiel „Mario Kart“. Mit „Need for Speed“ (7 %) zählt ein weiteres Rennspiel zu den Top 10 der Computer- und Konsolenspiele. Auf „Super Mario“ und Battlefield entfallen jeweils weitere sechs Prozent und „SingStar“ und „Wii Sports“ wurden von fünf Prozent der jugendlichen Gamer als Lieblingsspiel genannt.

Jungen und Mädchen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Spielepräferenzen deutlich. Die Top 3 der Jungen sind „FIFA“ (34 %), „Call of Duty“ (22 %) und „Minecraft“ (12 %). Bei den Mädchen sind „Die Sims“ (30 %), „Mario Kart“ (16 %) und „Super Mario“ (11 %) sowie „SingStar“ (11 %) die beliebtesten Spiele.

### Liebste Computer-, Konsolen-, Onlinespiele Rang 1 - 3

- bis zu drei Nennungen -

	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
<b>Rang 1</b>	„FIFA“ 17 %	„FIFA“ 21%	„FIFA“ 28 %	„FIFA“ 22 %
<b>Rang 2</b>	„Die Sims“ 13 %	„Die Sims“ 16 %	„Call of Duty“ 20 %	„Call of Duty“ 19 %
<b>Rang 3</b>	„Minecraft“ 12 %	„Call of Duty“ 13 %	„Die Sims“ 10 %	„Die Sims“ 15 %

	Hauptschule	Realschule	Gymnasium
<b>Rang 1</b>	„Call of Duty“ 22 %	„FIFA“ 22 %	„FIFA“ 21 %
<b>Rang 2</b>	„FIFA“ 19 %	„Call of Duty“ 15 %	„Die Sims“ 15 %
<b>Rang 3</b>	„Die Sims“ 11 %	„Die Sims“ 13 %	„Call of Duty“ 12 %

Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Onlinespielen, n=972

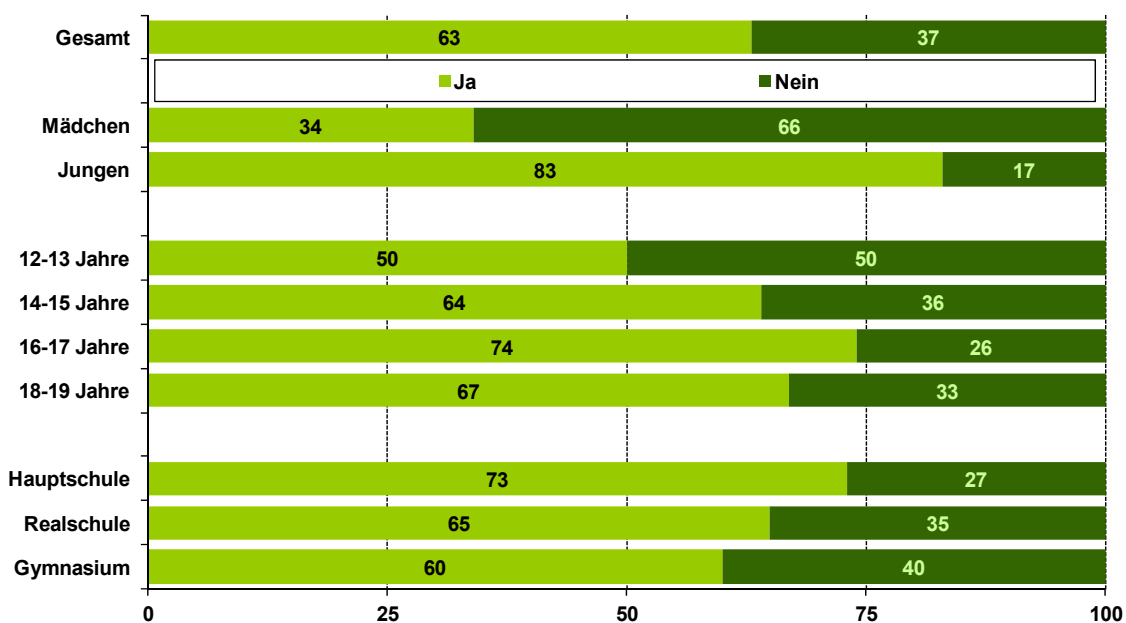
## 12.2 Jugendschutz

Für Eltern und Pädagogen ist die Alterskennzeichnung von Computer- und Konsolenspielen eine wichtige Orientierung, um Kinder und Jugendliche vor ungeeigneten Inhalten zu schützen. Inwiefern die Altersfreigaben auch von Jugendlichen wahrgenommen werden, wird in der JIM-Studie erfasst. Mehr als drei Viertel der Nutzer von Computer- oder Konsolenspielen (78 %) haben eine solche Kennzeichnung schon einmal gesehen. Weitere 19 Prozent wissen, dass es so etwas gibt und nur drei Prozent aller jugendlichen Gamer hörten im Rahmen der Befragung zum ersten Mal davon. Bei Jungen sind die Kennzeichnungen insgesamt etwas bekannter (schon gesehen: 87 %) als bei den Mädchen (schon gesehen: 66 %).

Ungeachtet der hohen Bekanntheit der Altersfreigaben haben fast zwei Drittel aller Nutzer von Computer-, Konsolen und Onlinespielen bereits Spiele gespielt, für die sie eigentlich noch zu jung waren. Der Wert der Jungen (83 %) liegt auch hier deutlich über dem der Mädchen (34 %). In den höheren Altersgruppen und niedrigeren Bildungsschichten werden häufiger Spiele gespielt, die nach Ansicht von Experten Älteren vorbehalten sein sollten.

### Computer-, Konsolen-, Onlinespiele: Altersfreigabe

- Schon Spiele genutzt, für die man eigentlich (lt. Altersfreigabe) zu jung war -

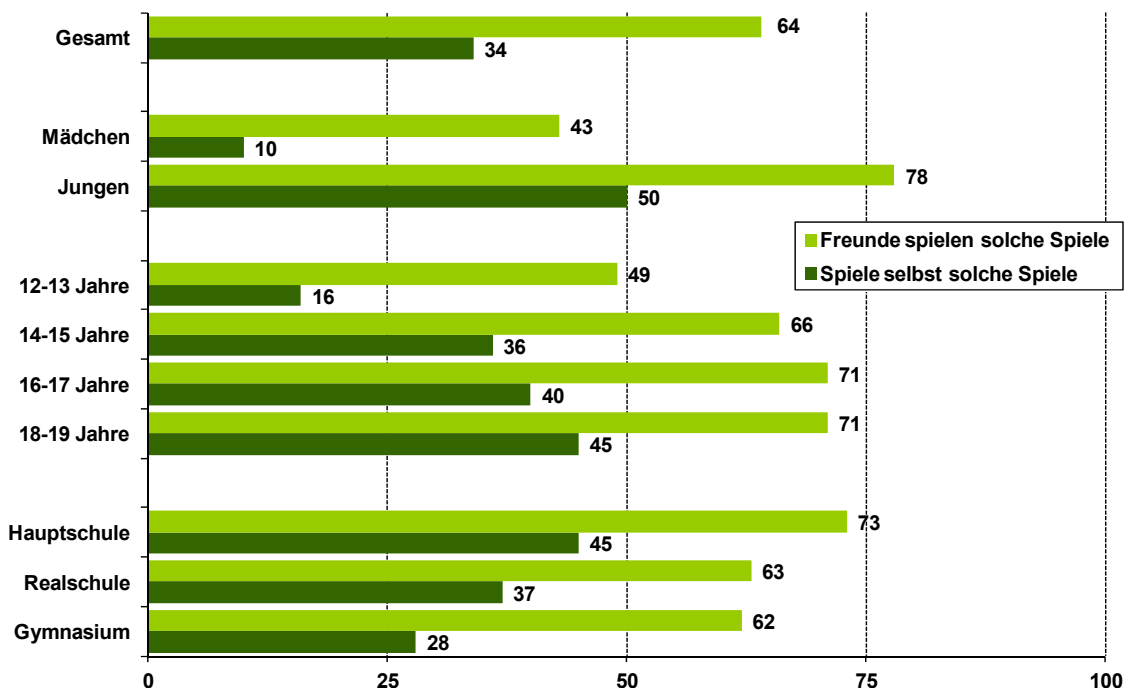


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent

Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Onlinespielen, denen Altersbegrenzungen bekannt sind, n=946

Die Nutzung von besonders brutalen bzw. gewalthaltigen Spielen ist nach Angaben der Jugendlichen relativ verbreitet. 64 Prozent der Gamer geben an, dass in ihrem Freundeskreis solche Spiele gespielt werden und 34 Prozent bestätigen, selbst solche Spiele zu spielen. Bei den Mädchen sind es erwartungsgemäß deutlich weniger (10 %) als bei den Jungen (50 %). Auch hier ergeben sich höhere Werte für die höheren Alters- und niedrigeren Bildungsgruppen.

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



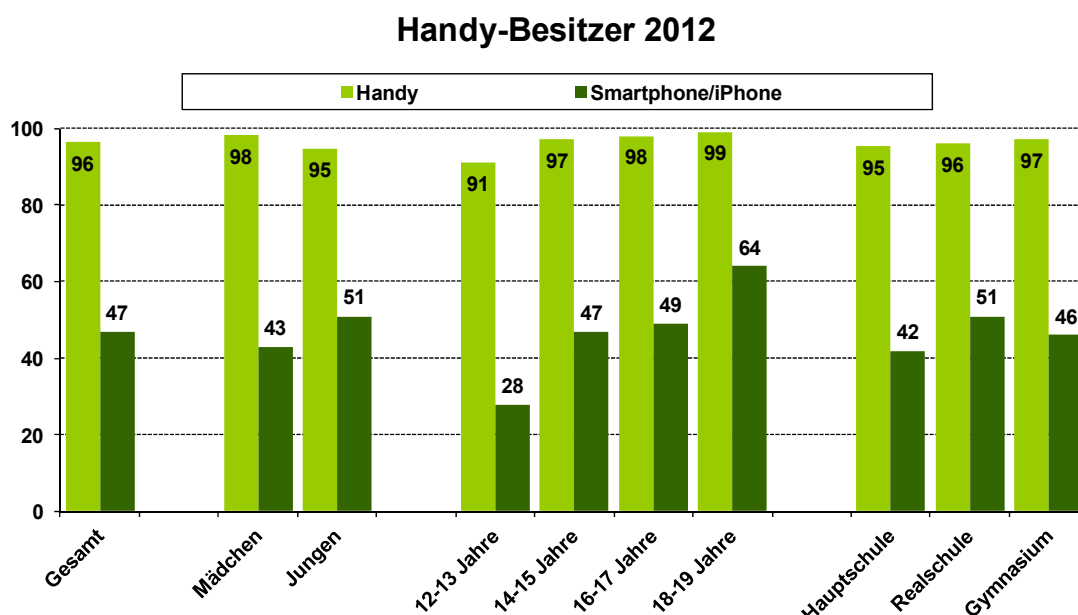
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
 Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Onlinespielen, n=972

Brutale bzw. besonders gewalthaltige Spiele sind aus Sicht der Jugendlichen (die selbst brutale Spiele nutzen), z.B. der Ego-Shooter „Call of Duty“, der von 39 Prozent und damit am häufigsten genannt wird. An zweiter Stelle folgt „Battlefield“ mit 18 Prozent der Nennungen. Auch „Grand Theft Auto (GTA)“ (8 %) und „Counter Strike“ (5 %) werden in diesem Zusammenhang angeführt.

## 13. Handy

### 13.1 Handybesitz und Smartphones

Das Handy ist bereits seit Jahren fester Bestandteil der jugendlichen Mediennutzung. Mit 96 Prozent besitzen fast alle Jugendlichen ein eigenes Handy, hier hat sich über die Jahre wenig getan. Neu ist allerdings der rasante Anstieg der Verbreitung von Smartphones, wie z.B. das iPhone oder das Samsung Galaxy. Inzwischen hat knapp jeder zweite Jugendliche ein solches Smartphone, also ein Mobiltelefon mit Internetzugang und erweiterten Funktionalitäten, ähnlich eines Computers. In den letzten beiden Jahren hat sich die Verbreitung dieser Geräte enorm gesteigert: während 2010 erst 14 Prozent ein Smartphone besaßen, waren es 2011 bereits 25 Prozent. Aktuell sind es nun 47 Prozent. Der Besitz eines Smartphones kommt bei Jungen etwas häufiger vor als bei Mädchen. Gut jeder vierte Jugendliche in Alter von 12 bis 13 Jahren hat ein eigenes Smartphone, in den mittleren Altersklassen (14 bis 17 Jahre) hat es jeder Zweite und bei den Volljährigen besitzen annähernd zwei Drittel ein Smartphone.



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Die im Besitz der Jugendlichen befindlichen Geräte sind relativ neu. Im Durchschnitt ist das Handy eines Jugendlichen 18 Monate alt. Auffällig ist, dass Jugendliche mit geringerem Bildungshintergrund aktuellere Geräte haben als Jugendliche mit formal höherer Bildung. So hat jeder zweite Handybesitzer an der Hauptschule, bzw. mit Hauptschulabschluss ein Handy, das weniger als ein Jahr alt ist, bei den Jugendlichen mit mittlerer Bildung sind es 44 Prozent und nur 30 Prozent der Jugendlichen mit höherer Bildung haben ein neues Handy (jünger als 12 Monate).

Die weite Verbreitung von Smartphones und die damit einhergehenden weiteren Nutzungsmöglichkeiten haben sich bislang nicht auf die Handycosten niedergeschlagen. Die monatliche Handyrechnung liegt mit durchschnittlich 17,10 Euro etwa auf dem Vorjahresniveau. Zwei Drittel der Jugendlichen bleiben mit ihrer Handyrechnung unter 20 Euro pro Monat, etwa jeder Vierte hat Ausgaben zwischen 20 und 50 Euro pro Monat. Allerdings steigen die Ausgaben mit zunehmendem Alter deutlich an, bei den volljährigen Jugendlichen bleibt nur jeder Zweite unter 20 Euro, hier hat jeder Vierte eine Rechnung zwischen 30 und 50 Euro. Allerdings müssen Jugendliche in der Regel nicht alleine für ihre Handycosten aufkommen. Je jünger die Jugendlichen sind, desto kleiner ist der Anteil, den sie selbst bezahlen müssen. Die 12- bis 13-Jährigen zahlen knapp ein Viertel der Kosten (12,12 €) selbst, die 14- bis 15-Jährigen zahlen an den Kosten in Höhe von 13,88 Euro knapp ein Drittel, die 16- bis 17-Jährigen müssen für knapp die Hälfte der Kosten in Höhe von durchschnittlich 18,55 Euro selbst aufkommen. Die Volljährigen finanzieren ihre Handycosten (22,99 €) zu 70 Prozent selbst. Insgesamt geben Jugendliche knapp ein Zehntel ihres verfügbaren monatlichen Budgets für ihr Handy aus. Knapp zwei Drittel (64 %) der Handybesitzer nutzen zur Abrechnung eine Prepaidkarte, gut jeder Dritte (36 %) hat einen eigenen Vertrag.

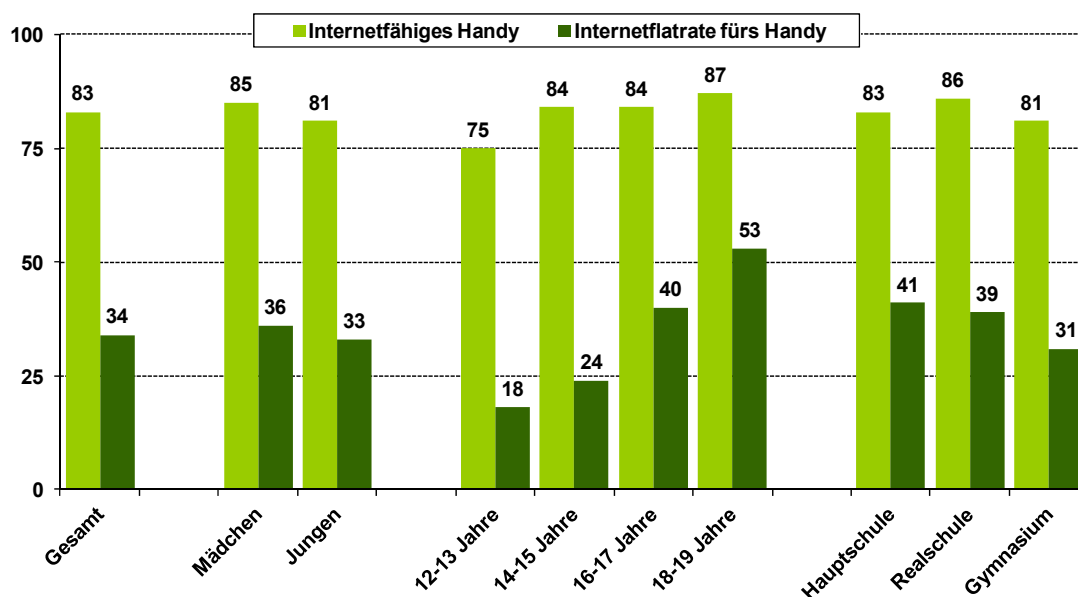
Entsprechend dem hohen Anteil an aktuellen Handymodellen und Smartphones ist die technische Ausstattung an Funktionen der Handys von Jugendlichen sehr hoch. 95 Prozent haben eine integrierte Kamera, etwa neun von zehn Handys haben MP3-Player (93 %), Bluetooth (92 %), und Radio (87 %). 83 Prozent der Handys sind internetfähig. Jedes zweite Handy hat Apps (52 %) installiert bzw. verfügt über Ortungsmöglichkeiten via GPS (51 %). Eine Infrarotschnittstelle spielt mit 17 Prozent inzwischen keine bedeutende Rolle mehr. Entsprechend der größeren Verbreitung von Smartphones bei älteren Jugendlichen sind alle Funktionalitäten mit zunehmendem Alter der Handynutzer etwas häufiger vorhanden.

### **13.2 Mobiles Internet und Apps**

Jugendliche haben internetfähige Handys schon seit einigen Jahren in den Händen, auch in der Handygeneration vor den aktuellen Smartphones war dies eine gängige Funktionalität. Allerdings war die Nutzung bislang wenig ausgeprägt. Dies hat sich 2012 geändert: 40 Prozent der Jugendlichen nutzen nun auch mobil regelmäßig das Internet (2010: 8 %, 2011: 22 %). Die zunehmende Attraktivität der mobilen Internetnutzung könnte einerseits am erleichterten Zugang und der einfacheren Handhabung mittels Apps liegen, auch das Angebot mobiler Anwendungen ist attraktiver geworden. Andererseits spielen auch die Kosten der Onlinenutzung eine Rolle. Jeder dritte Handybesitzer zwischen 12 und 19 Jahren hat eine Flatrate zur Internetnutzung, so dass die Kosten für eine mobile Nutzung kalkulierbar sind. Vor allem ältere Jugendliche haben häufiger eine Internetflatrate.

## Mobiles Internet 2012

- Ausstattung des eigenen Handys -



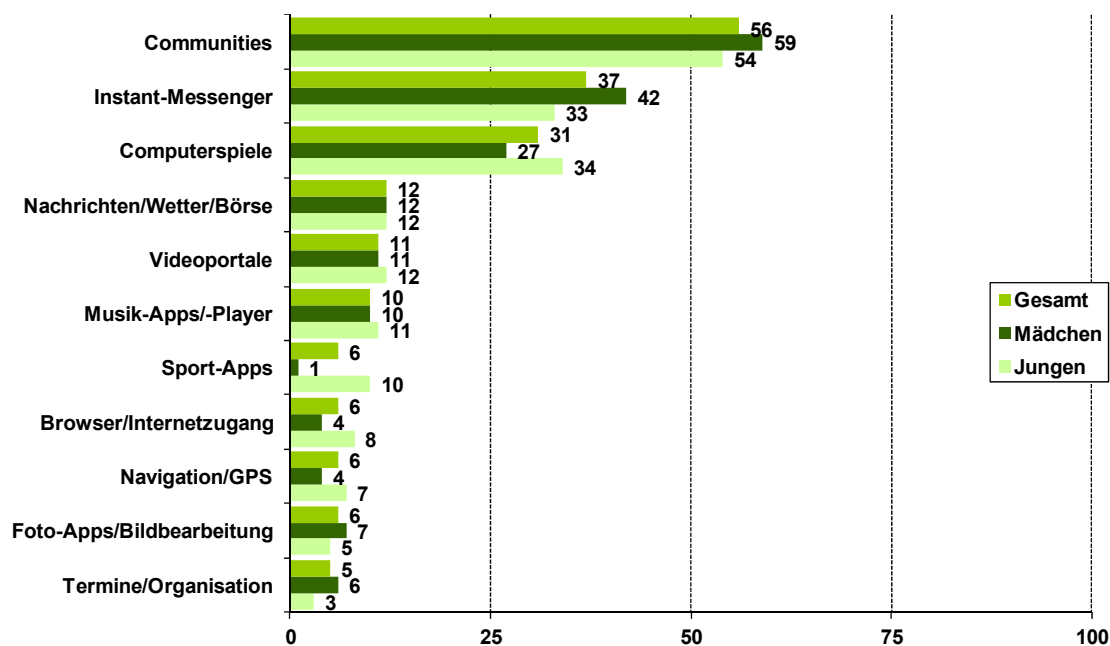
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.157

Eine wichtige Rolle in der Nutzung von Smartphones spielen Apps, also kleine Programme (Applikationen), die auf dem Handy installiert sind. Sie sind leicht zu nutzen und erlauben einen unkomplizierten und schnellen Zugang zu Inhalten und Diensten. Trotz einem riesigen Angebot unterschiedlichster Programme – allein im App-Store von Apple sind hunderte tausende Apps verfügbar – und dem Umstand, dass viele Angebote kostenlos sind, haben Jugendliche mit durchschnittlich 23 eine überschaubare Zahl an Apps auf ihrem Smartphone installiert. Jungen haben mit 29 Apps mehr Auswahl als Mädchen (16 Apps). Betrachtet man die inhaltlichen Vorlieben der Jugendlichen, sind die wichtigsten Apps der Zugang zu Communities (in erster Linie Facebook), über die Hälfte zählt entsprechende Kommunikationstools zu den Favoriten (hier waren bis zu drei Nennungen möglich). Weiter sind Instant Messenger wie ICQ, MSN oder Skype, und Computerspiele wie „Angry Birds“ oder „Doodle Jump“ beliebte Inhalte. Zwölf Prozent nennen Nachrichten, Börse und Wetterdienst als bedeutsam, elf Prozent greifen gerne auf Videoportale zurück. Für jeden zehnten Nutzer von Apps zählen Musik-Apps zu den drei wichtigsten Programmen, je sechs Prozent nennen Sport-Apps bzw. einen Internetzugang via App, Navigationsdienste und Bildbearbeitungsprogramme/Foto-Apps. Für jeden Zwanzigsten haben Termin- und Organisations-Apps einen besonderen Stellenwert. Mädchen nennen häufiger Apps aus dem Bereich der Kommunikation, also Communities und Instant Messenger, für Jungen haben Spiele- und Sport-Apps eine größere Bedeutung.



## Die wichtigsten Apps auf dem Smartphone\* 2012

- bis zu drei Nennungen -

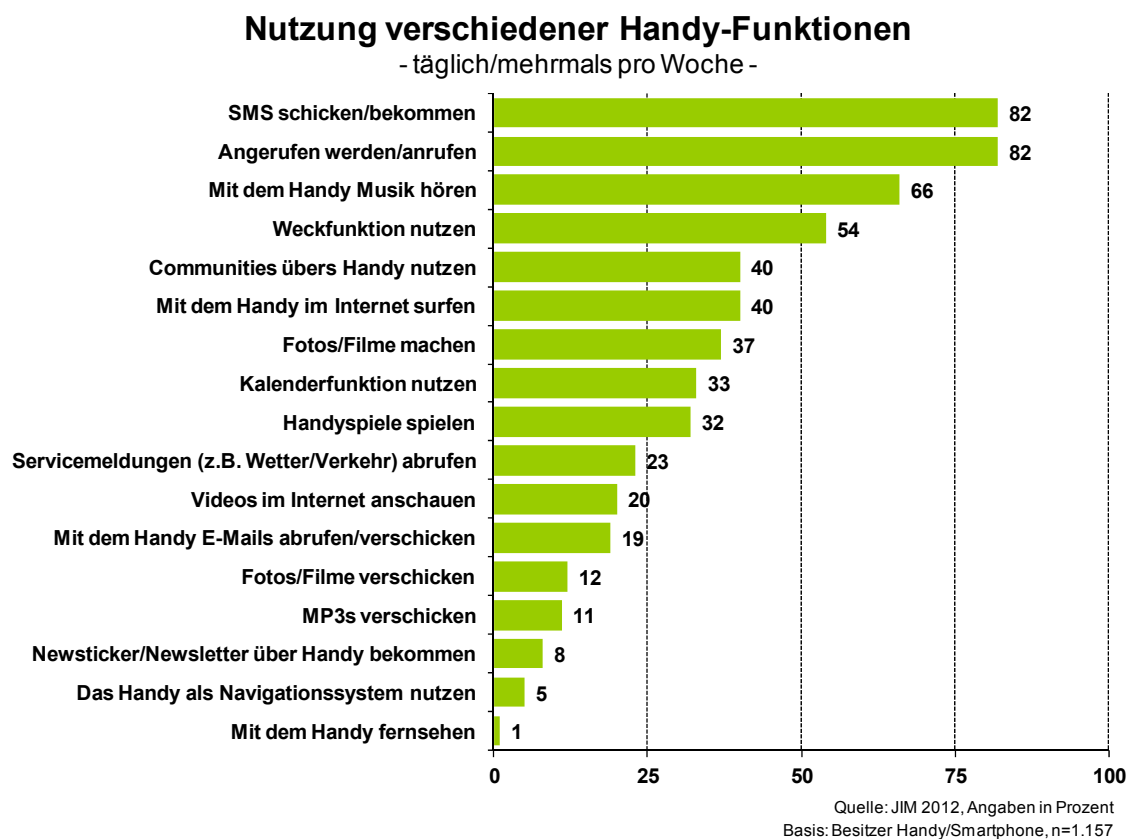


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent, \*Nennungen ab 5 Prozent (Gesamt)  
Basis: Besitzer von Apps, n=606

Apps rund um das Thema Kommunikation sowie Nachrichten werden mit zunehmendem Alter der Jugendlichen wichtiger, das Thema Navigation ist vor allem für 18- bis 19-Jährige relevant. Die Bedeutung von Spiele-Apps nimmt bei älteren Jugendlichen deutlich ab, während noch jeder zweite App-Nutzer (49 %) im Alter von 12 und 13 Jahren Computerspiele zu seinen drei wichtigsten Apps zählt, haben Spiele bei den volljährigen Jugendlichen gerade mal für jeden Fünften (21 %) eine besondere Wichtigkeit (14-15 Jahre: 36 %, 16-17 Jahre: 26 %). Bei den übrigen Themen zeigt sich keine eindeutige Tendenz in Relation zum Alter der Jugendlichen.

### 13.3 Handynutzung

Trotz der vielfältigen Funktionen, die Handys heute bieten, bleiben die häufigsten Nutzungsformen doch die Grundfunktionen des Mobiltelefons, nämlich das Anrufen und die Kommunikation via SMS. Vier Fünftel der Handynutzer verwenden diese Funktionen regelmäßig. Neu hinzugekommen ist in den letzten Jahren die Nutzung des Handys als Musikabspielgerät, dies wird von zwei Dritteln der Handynutzer mehrmals pro Woche genutzt. Gut die Hälfte lässt sich regelmäßig mit dem Handy wecken. Für je zwei Fünftel dient das Handy als Verbindung zur Community und als Zugang zum Internet. 37 Prozent nutzen das Handy regelmäßig als Digitalkamera, jeder Dritte verwendet die Kalenderfunktion oder spielt zumindest mehrmals pro Woche Computerspiele auf dem Handy.



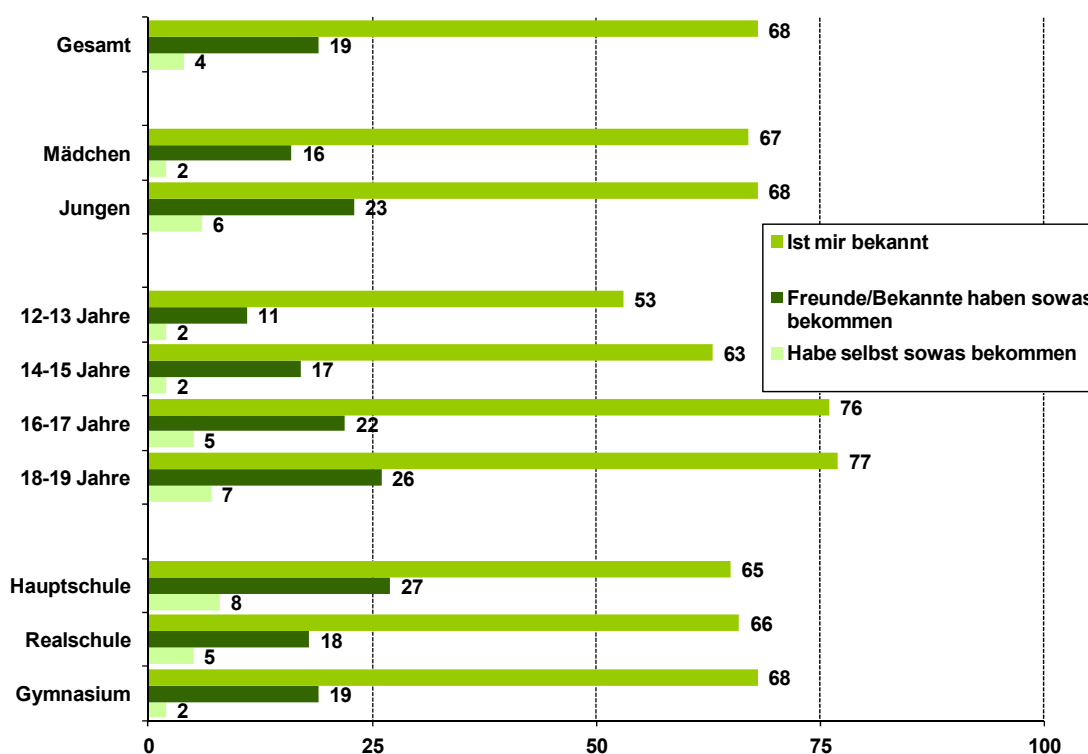
Mädchen nutzen die kommunikativen Aspekte des Handys wie Telefonieren und SMS häufiger als Jungen, weiter nutzen sie mehr die Weckfunktion und fotografieren/filmen mehr mit dem Handy. Jungen hingegen zeigen eine Vorliebe für die Nutzung von Handyspielen und das Anschauen von Videos, auch werden Newsletter vorwiegend von Jungen und jungen Männern genutzt.

### 13.4 Problematische Handynutzung

Gerade durch die vielen technischen Möglichkeiten des Handys ergeben sich auch Problemfelder. Einerseits entzieht sich die mobile Nutzung weitgehend der Kontrolle der Eltern, technische Hilfsmittel, die zumindest für jüngere Jugendliche auf einem Desktop-PC die Konfrontation mit ungeeigneten Inhalten einschränken können, sind bislang für das Handy kaum verfügbar. Allerdings ergeben sich die Probleme nicht immer von außen, auch Jugendliche selbst tragen durch die missbräuchliche Verwendung des Handys und der Kommunikationsmöglichkeiten dazu bei. Zum Beispiel werden über das Handy brutale Videos oder Pornofilme verschickt, via Bluetooth kann dies auch direkt von Handy zu Handy geschehen. Gut zwei Drittel der Handynutzer wissen, dass solche Inhalte via Handy kursieren. Etwa jeder Fünfte hat mitbekommen, dass dies auch in seinem Freundes- und Bekanntenkreis geschieht. Vier Prozent geben an, selbst schon einmal pornographische oder brutale Filme erhalten zu haben. Jungen sind hier stärker betroffen als Mädchen und der Austausch entsprechender Inhalte kommt bei älteren Jugendlichen häufiger vor. Auch sind

Jugendliche mit formal niedriger Bildung häufiger betroffen. Betrachtet man die Entwicklung über die vergangenen Jahre, so zeigt sich ein eher rückläufiger Trend (2010: 6 %, 2011: 4 %).

### Verschicken von brutalen Videos oder Pornofilmen aufs Handy



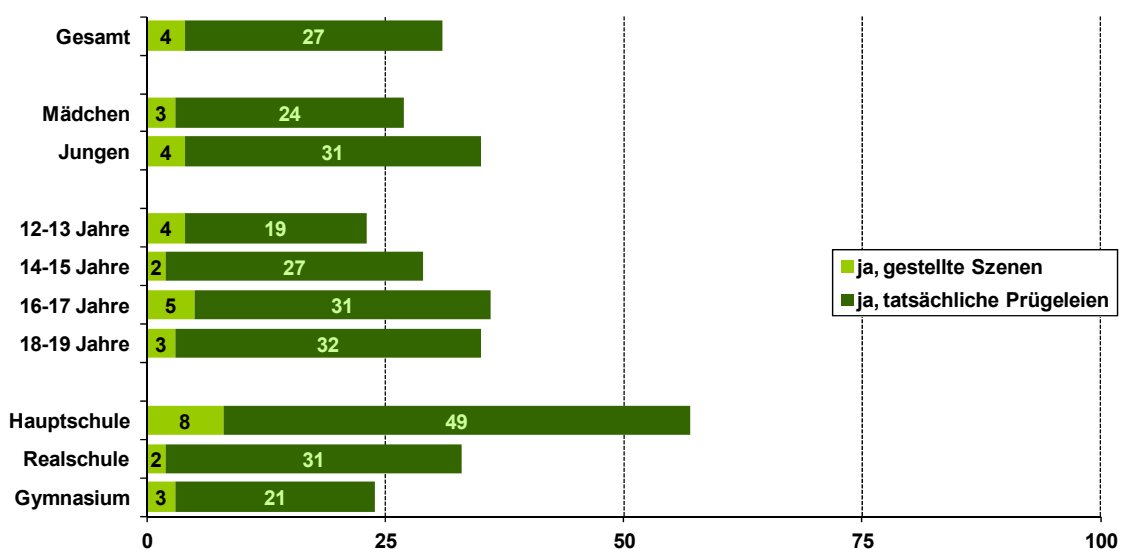
Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.157

Ein weiteres Problem ist das Aufzeichnen von Schlägereien, ggf. werden diese auch inszeniert bzw. provoziert („Happy Slapping“). Neben der Tatsache, dass hierbei reale Gewalt angewendet wird und Personen gefährdet sind, birgt die Aufzeichnung und die Weitergabe dieser Filme weitere Probleme. Aus einem singulären Ereignis wird möglicherweise eine dauerhaft reproduzierbare Demütigung. Die Verbreitungsmöglichkeiten sind enorm, eine Kontrolle ist kaum mehr möglich. Insofern spielt dieses Phänomen auch im Kontext von Mobbing eine Rolle. Knapp jeder dritte Handybesitzer hat schon einmal mitbekommen, dass eine Schlägerei mit dem Handy gefilmt wurde. Überwiegend handelt es sich dabei um reale Handgreiflichkeiten, nur vier Prozent geben an, dass die Szenen gestellt waren. Jungen und junge Männer berichten häufiger von diesem Problem als Mädchen und junge Frauen. Auch sind ältere Jugendliche hier stärker betroffen als jüngere.

Die deutlichsten Unterschiede zeigen sich hinsichtlich des Bildungsgrades: Jugendliche mit formal niedrigerer Bildung sind stärker betroffen. Betrachtet man nur die Aufzeichnungen realer Gewalt mit dem Handy, haben dies etwa ein Fünftel der Jugendlichen am Gymnasium, jeder Dritte an der Realschule/mit Realschulabschluss und jeder Zweite an der Haupt-

schule bzw. mit vergleichbarem Abschluss schon miterlebt. Vergleicht man die Ergebnisse mit den Vorjahren, hat sich hier wenig geändert: mit gewissen Schwankungen liegen die Zahlen insgesamt betrachtet auf gleichem Niveau, allerdings ergibt sich für Jugendliche mit formal geringerer Bildung ein häufigeres Auftreten.

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



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Besitzer Handy/Smartphone, n=1.157

Inwieweit Jugendliche direkt als Opfer von beleidigenden Inhalten betroffen waren, wird in der JIM-Studie mit der Frage geklärt, ob über einen selbst schon einmal entsprechende Inhalte (Bilder, Texte, etc.) im Umlauf waren.<sup>12</sup> Hiervon waren drei Prozent der Handybesitzer betroffen. Hinsichtlich Geschlecht und Alter sowie der Schulbildung zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede.

Ein weiterer problematischer Aspekt ist, inwieweit Jugendliche selbst in Schwierigkeiten geraten sind, weil sie problematische Inhalte auf dem Handy gespeichert oder verschickt hatten. Hier haben drei Prozent der Jugendlichen schon einmal schlechte Erfahrungen gemacht, zwei Prozent der Mädchen und fünf Prozent der Jungen. Auf Nachfrage was denn da passiert sei, reicht die Bandbreite der (wenigen) Nennungen von Lehrervideos, über peinliche, anstößige Bilder bis hin zu verbotenen Inhalten. Beschwerden kamen hierbei von der Schule bzw. den Eltern, allerdings werden am häufigsten Ärger im Freundeskreis und persönliche Aspekte genannt. Dies deutet darauf hin, dass diese Probleme meist untereinander aufkommen und gelöst werden.

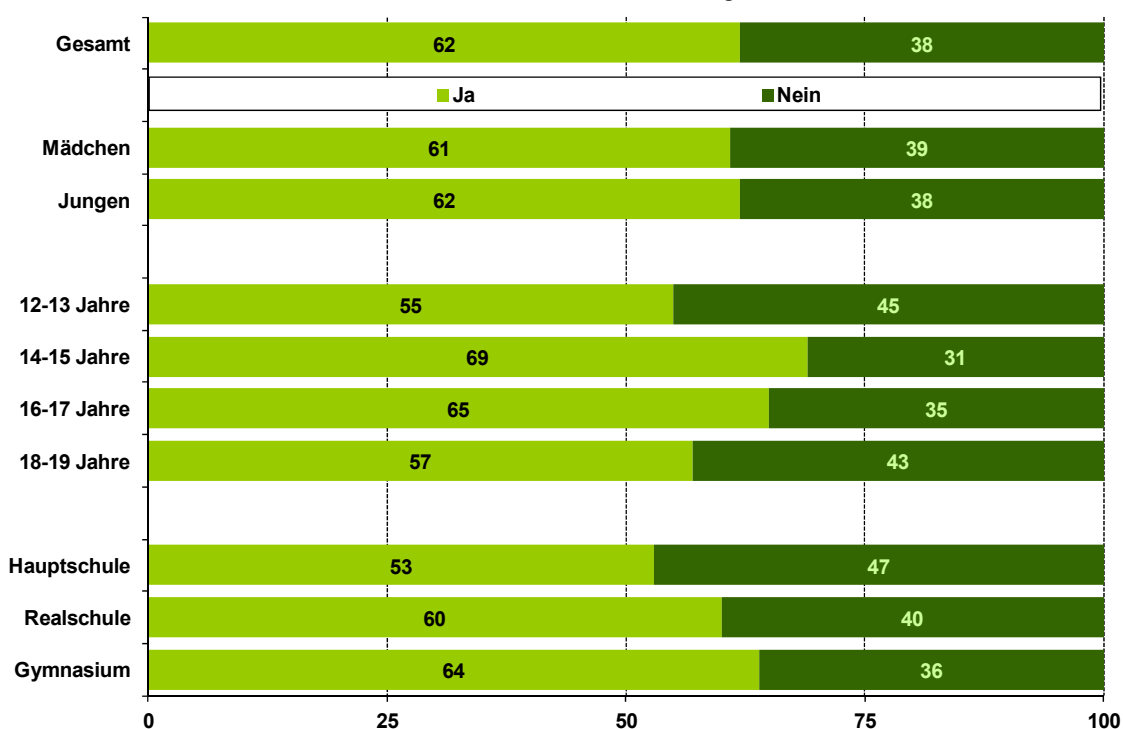
<sup>12</sup> Fragestellung: „Und ist es schon mal vorgekommen, dass jemand beleidigende Bilder oder Texte über Dich mit dem Handy verschickt hat?“

## 14. Medienkompetenz

Den richtigen Umgang mit Medien zu erlernen und sich sowohl der Chancen als auch der Risiken von Mediennutzung bewusst zu sein, ist für Kinder und Jugendliche besonders wichtig. Inwiefern Medienthemen auch in der Schule behandelt werden und wie die Jugendlichen diese Unterrichtseinheiten bewerten, zeigt die JIM-Studie 2012. Insgesamt 62 Prozent der Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren haben Themen wie z.B. Internet, Handy, Online-Communities und Datenschutz schon einmal in der Schule behandelt. Vor allem in den Altersstufen zwischen 14 und 17 Jahren berichten Jugendliche besonders häufig solche Medienthemen schon im Schulkontext besprochen zu haben. An Hauptschulen werden diese Themen im Mittel weniger häufig diskutiert als an Realschulen oder Gymnasien.

### Medienkompetenzvermittlung in der Schule 2012

- „Hast Du in der Schule im Unterricht oder in einer AG schon mal Themen wie Internet, Handy, Online-Communities, Datenschutz durchgenommen?“ -

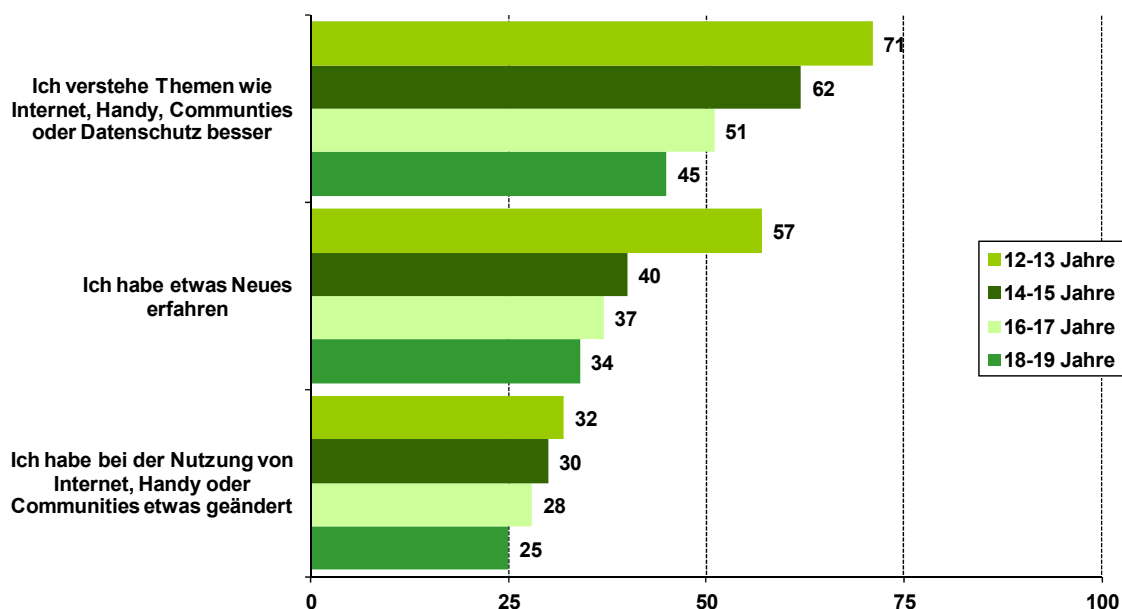


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Fragt man die Jugendlichen, die schon einmal Medienthemen in der Schule behandelt haben, wie sie das Ergebnis dieses Unterrichts bewerten, bestätigt mehr als die Hälfte der Jugendlichen (57 %), dass sie die behandelten Themen nun besser verstehen. Mädchen (61 %) stimmen hier noch etwas häufiger zu als Jungen (54 %). Insgesamt 42 Prozent berichten etwas Neues im Bereich Medien erfahren zu haben (Mädchen: 42 %, Jungen: 41 %). Für 28 Prozent war die Behandlung von Medienthemen im Unterricht sogar Anlass

zu einer Veränderung des eigenen Verhaltens. Auch hier war der Effekt bei den Mädchen (32 %) etwas größer als bei den Jungen (25 %).

## Ergebnisse der Medienkompetenzvermittlung in der Schule 2012

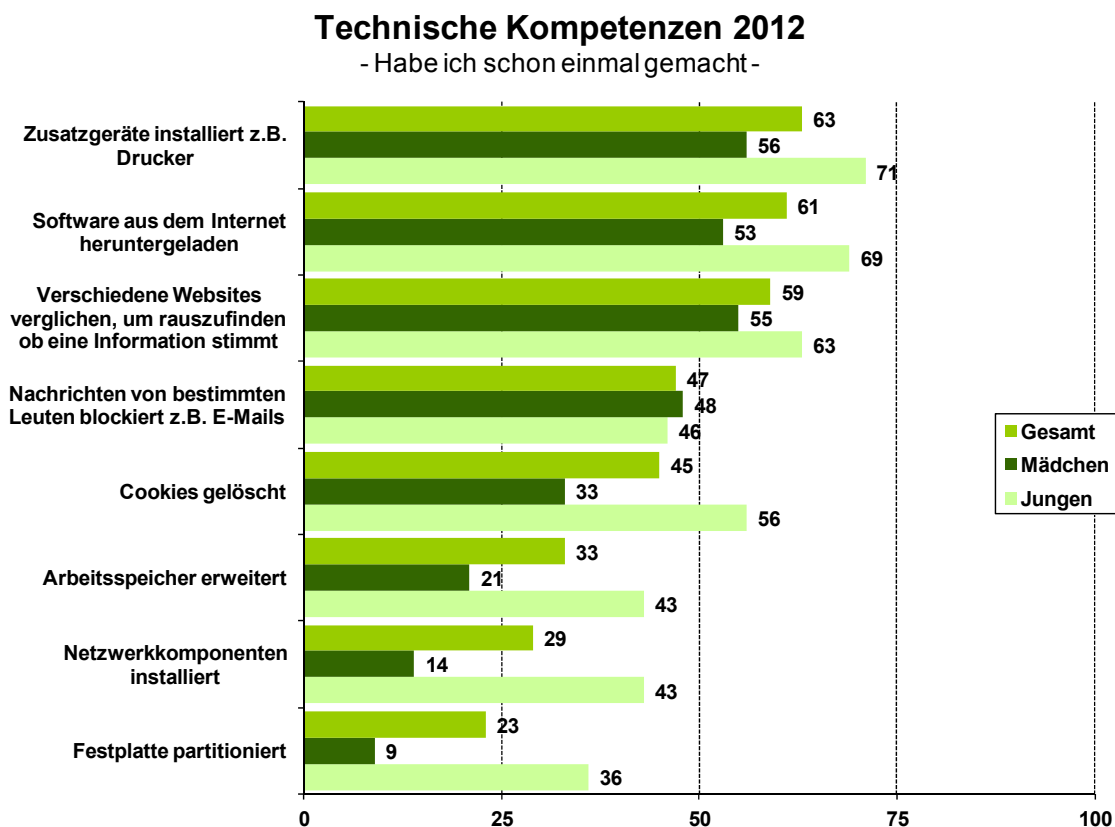


Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: Befragte, die in der Schule Medienkompetenzthemen behandelt haben, n=739

Die Jüngsten können durch die Medienkompetenzvermittlung in der Schule besonders stark profitieren. 71 Prozent der 12- bis 13-Jährigen berichten, die behandelten Medienthemen besser zu verstehen und 57 Prozent haben in diesem Bereich etwas Neues erfahren. Mit zunehmendem Alter nehmen diese Effekte deutlich ab. Ebenso ist der Einfluss auf das konkrete Mediennutzungsverhalten der Jugendlichen bei der jüngsten Altersgruppe am größten (32 %), allerdings kann auch noch ein Viertel der Volljährigen von Verhaltensänderungen beim Gebrauch von Medien berichten. Haupt- und Realschüler erreichen bei der Wissensvermittlung zum Thema Medienkompetenz etwas höhere Werte als Gymnasiasten (verbessertes Themenverständnis: Hauptschule: 61 %, Realschule: 64 %, Gymnasium: 54 %; Neues erfahren: Hauptschule: 45 %, Realschule: 43 %, Gymnasium: 41 %). Bei der Umsetzung der gelernten Inhalte im Alltag fallen Hauptschüler (23 %) jedoch etwas zurück (Realschule: 31 %, Gymnasium: 28 %). Die Ergebnisse zeigen, dass die Aufklärung im Bereich Medienkompetenz von Jugendlichen durchaus angenommen wird und sich sowohl in ihrem Medienwissen als auch im konkreten Nutzungsverhalten niederschlagen kann.

Die Frage nach der Medienkompetenz von Jugendlichen beinhaltet natürlich auch technische Kompetenzen, die den zielgerichteten und adäquaten Umgang mit Medien gewährleisten. Bei nahezu allen abgefragten Kompetenzen haben die Jungen mehr (praktische) Erfahrungen als die Mädchen. Vor allem bei sehr technischen Tätigkeiten wie dem Installie-

ren von Zusatzgeräten, dem Erweitern des Arbeitsspeichers oder der Partitionierung einer Festplatte haben die Jungen einen großen Vorsprung gegenüber den Mädchen. Bei Items, die eher Nutzungsstrategien oder praktische Anwendungsbeispiele widerspiegeln, nähern sich die Werte von Jungen und Mädchen an. So haben 55 Prozent der Mädchen und 63 Prozent der Jungen schon einmal verschiedene Websites verglichen, um den Wahrheitsgehalt einer Information zu prüfen. 48 Prozent der Mädchen und 46 Prozent der Jungen haben schon Nachrichten von bestimmten Personen blockiert.



Quelle: JIM 2012, Angaben in Prozent  
Basis: alle Befragten, n=1.201

Die Erfahrung bei allen abgefragten Kompetenzen steigt mit dem Alter deutlich an. Auch die Jugendlichen mit formal höherer Bildung können bei den meisten technischen Kompetenzen auf einen etwas größeren Erfahrungsschatz zurückgreifen. Nur beim Blockieren von unerwünschten Nachrichten (Hauptschule: 45 %, Realschule: 48 %, Gymnasium: 47 %) und Erweitern des Arbeitsspeichers (Hauptschule: 34 %, Realschule: 38 %, Gymnasium: 29 %) gibt es keinen eindeutigen Bildungseffekt.

## 15. Zusammenfassung

Mit der vorliegenden 15. Ausgabe der JIM-Studie (Jugend, Information, (Multi-) Media) dokumentiert der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) den Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland. Im mpfs haben sich die beiden Landesmedienanstalten von Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz, LFK und LMK, zusammengeschlossen, die Studienreihe JIM erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk.

Haushalte, in denen Jugendliche aufwachsen, weisen bezüglich Computer, Handy, Fernseher und Internetzugang eine Vollausrüstung aus, einen deutlichen Zuwachs dokumentiert die aktuelle Ausgabe der JIM-Studie für Smartphones (+20 Prozentpunkte, 63 %) und Tablet-PCs (+9 Prozentpunkte, 19 %). Neben digitalen Medien spielen nach wie vor auch analoge Medien eine Rolle, so haben etwa drei Fünftel der Haushalte ein Tageszeitungsabonnement. Auch Jugendliche selbst verfügen über ein breites Repertoire an Medien. Vier von fünf Jugendlichen haben einen eigenen Computer/Laptop und einen MP3-Player. Dank WLAN im Haushalt können 87 Prozent vom eigenen Zimmer aus ins Internet gehen. Ein eigenes Handy ist seit Jahren Standard, inzwischen besitzt aber fast jeder Zweite ein Smartphone. Einen eigenen Tablet-PC haben bislang aber nur sieben Prozent der 12- bis 19-Jährigen.

Jugendliche treffen sich regelmäßig in der Freizeit mit Freunden (80 %), etwa drei Viertel treiben regelmäßig Sport, jeder Vierte unternimmt mehrmals pro Woche Aktivitäten mit der Familie, ein Fünftel macht selbst Musik. Diese Interessen spiegeln sich auch in einer Vereinszugehörigkeit wieder. Zwei Drittel der Jugendlichen sind in einem Sportverein, 57 Prozent haben eine feste Clique, die sich regelmäßig trifft, etwa jeder Fünfte ist in einer kirchlichen Gruppe oder in einem Musikverein oder Chor organisiert. Jeder Zehnte engagiert sich für soziale Zwecke oder für die Umwelt.

Die häufigsten Medientätigkeiten der Jugendlichen sind mit je 91 Prozent regelmäßiger Nutzung Handy, Internet und Fernsehen. Etwa vier Fünftel nutzen zumindest mehrmals pro Woche Radio und MP3-Player. Zwei Fünftel lesen regelmäßig Bücher und Tageszeitungen, jeder dritte Jugendliche zählt zu den regelmäßigen Computer- und Konsolenspielern (offline). E-Books spielen derzeit bei Jugendlichen noch keine Rolle, nur zwei Prozent nutzen diese Möglichkeit regelmäßig. Nach der Wichtigkeit der jeweiligen Medien gefragt, hat die höchste Relevanz das Musik hören und die Nutzung des Internets, dies finden jeweils etwa neun von zehn Jugendlichen (sehr) wichtig. Für vier Fünftel ist das Handy von besonderer Bedeutung, je gut die Hälfte sprechen sich für Radio, Fernsehen und Bücher aus. Computerspiele haben für fast zwei Drittel der Jungen hohe Relevanz, bei den Mädchen liegt dieser Anteil nur bei 29 Prozent.



Nach der Glaubwürdigkeit der Medien gefragt, entscheidet sich etwa die Hälfte der Jugendlichen für die Tageszeitung, 22 Prozent schenken dem Fernsehen das meiste Vertrauen und 17 Prozent dem Radio. Elf Prozent würden bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten den Angaben im Internet trauen.

Musik spielt eine wichtige Rolle im Leben von Jugendlichen, dementsprechend hat auch das Radio einen hohen Stellenwert. 78 Prozent der 12- bis 19-Jährigen hören regelmäßig Radio, dies geschieht auch im digitalen Zeitalter überwiegend über ein stationäres (analoges) Radiogerät. Etwa jeder Fünfte nutzt innerhalb von 14 Tagen das Handy zum Radio hören bzw. hört über den Computer Webradio. Als Informationsquelle für Neuigkeiten aus dem Bereich Musik dient vier Fünfteln der Freundeskreis, an zweiter und dritter Stelle nennen etwa drei Fünftel das Internet und das Radio als Inspiration für neue Musik. Drei Viertel der Jugendlichen sehen sich zumindest gelegentlich Musikvideos an. 45 Prozent nutzen hierzu ausschließlich das Internet, jeder Vierte nutzt sowohl das Fernsehen als auch das Internet und drei Prozent sehen Musikvideos ausschließlich im Fernsehen.

Das Fernsehen ist weiterhin ein wichtiger Begleiter im Alltag von Jugendlichen. 60 Prozent der Jugendlichen haben einen eigenen Fernseher im Zimmer, die tägliche Nutzungsdauer liegt nach eigener Einschätzung bei durchschnittlich 111 Minuten. Das beliebteste Programm ist für mehr als die Hälfte der Jugendlichen ProSieben, an zweiter Stelle folgt mit 15 Prozent RTL. Auch beim Fernsehen dominiert die klassische Nutzung über ein Fernsehgerät, gerade mal 15 Prozent der Jugendlichen sehen innerhalb von 14 Tagen über das Internet fern. 2012 wurde in der JIM-Studie die Wahrnehmung von sogenannten Scripted Reality Formaten untersucht. Nach der Nutzung der zum Zeitpunkt der Befragung quotenstärksten drei Serien gefragt, geben etwa zwei Fünftel der Jugendlichen an, diese Sendungen zumindest gelegentlich zu sehen. Diese Formate finden vor allem bei Jugendlichen mit formal geringerem Bildungshintergrund Zuspruch. Dass die realitätsnahe Inszenierung durchaus Schwierigkeiten bei der Einordnung bereitet, zeigt das Beispiel „Berlin – Tag & Nacht“: hier sind 16 Prozent der Urteilenden der Ansicht, die Serie dokumentiere reale Ereignisse.

Auch das Internet hat für Jugendliche eine hohe Alltagsrelevanz: etwa zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen sind täglich online. Im Durchschnitt sind Jugendliche nach eigener Einschätzung pro Tag 131 Minuten im Internet. Was die Zugangsmöglichkeiten zum Internet betrifft, spielt inzwischen der mobile Zugang eine wichtige Rolle. Aktuell geht jeder zweite Jugendliche in einem Zeitraum von 14 Tagen per Handy bzw. mit einem Smartphone online. Knapp die Hälfte der Zeit, die Jugendliche im Netz verbringen, nutzen sie zur Kommunikation über Soziale Netzwerke, per Mail oder Chat. Der Anteil für Unterhaltung liegt

bei 25 Prozent. Informationssuche macht 15 Prozent und Online-Spiele 16 Prozent der Nutzungszeit aus.

Etwa die Hälfte der Jugendlichen nutzt den Computer oder das Internet regelmäßig, um zu Hause für die Schule zu lernen oder zu arbeiten. In der Schule arbeitet allerdings nur jeder Vierte regelmäßig mit Computer/Internet. Auch nutzen Jugendliche intensiv sogenannte Web 2.0-Angebote wie Wikipedia, doch es beteiligt sich – abgesehen von den Einträgen in Sozialen Netzwerken – nur etwa ein Fünftel der Jugendlichen mit eigenen Inhalten.

Was die Problemfelder des Internets betrifft, können leider 23 Prozent der Internet-Nutzer bestätigen, dass in ihrem Bekanntenkreis schon mal jemand im Internet fertig gemacht wurde. Dies geschah vor allem in einer Community, wobei hier Mädchen stärker betroffen sind als Jungen. Fünf Prozent geben an, dass sie selbst schon Ziel einer solchen Attacke waren.

Ein zentraler Aspekt der Internetnutzung von Jugendlichen ist die Nutzung Sozialer Netzwerke, 79 Prozent der 12- bis 19-Jährigen nutzen diese zumindest mehrmals pro Woche. Aktuell meint die Nutzung Sozialer Netzwerke fast ausschließlich die Nutzung von Facebook, hier sind 81 Prozent der Jugendlichen aktiv. Die erste Anmeldung bei einem solchen Netzwerk erfolgte durchschnittlich mit 12,7 Jahren. Die am häufigsten genutzten Funktionen innerhalb einer Community sind das Verschicken von Nachrichten und das Chatten mit anderen Mitgliedern des Netzwerks. Erfreulich ist, dass inzwischen 87 Prozent der Nutzer von Communities ihre Profildaten mit der Privacy-Option vor dem öffentlichen Zugriff schützen. Allerdings ist die durchschnittliche Anzahl der Freunde in der Community inzwischen auf 272 angestiegen, so dass die Privatheit hier relativ zu bewerten ist. So fühlen sich Jugendliche, bezogen auf ihre persönlichen Daten, bei ihrer Community nur zu einem Zehntel sehr sicher, knapp die Hälfte zeigt hier weniger Vertrauen und fühlt sich weniger oder gar nicht sicher.

Betrachtet man den gesamten Bereich der Computer-, Konsolen- und Onlinespiele, so zählen sich 42 Prozent zu den regelmäßigen Spielern. Allerdings sind digitale Spiele eindeutig ein Thema für Jungen und junge Männer, hier zählen 63 Prozent zu den regelmäßigen Spielern, bei den Mädchen sind es nur 20 Prozent. Die durchschnittliche Spieldauer beträgt bei den 12- bis 19-Jährigen 56 Minuten an Wochentagen und 77 Minuten am Wochenende. Jungen verzeichnen dabei deutlich höhere Zeiten als Mädchen. Die beliebtesten Spiele sind das Fußballspiel „FIFA“, das Simulationsspiel „Die Sims“ und der Ego-Shooter „Call of Duty“. Die Nutzung von (nach eigener Einschätzung) brutalen bzw. gewalthaltigen Spielen ist nach Angaben der Jugendlichen relativ verbreitet. 64 Prozent der Gamer geben

an, dass in ihrem Freundeskreis solche Spiele gespielt werden und 34 Prozent bestätigen dies für die eigene Person.

Das Handy als Alltagsbegleiter der Jugendlichen eröffnet nun auch eine relevante Option, das Internet zu nutzen. Durch die zunehmende Verbreitung von Smartphones (47 %) und Internetflatrates (34 %) hat diese Möglichkeit an Attraktivität gewonnen. Inzwischen nutzen zwei Fünftel das Handy regelmäßig, um ins Internet zu gehen. Der Zugang zu Sozialen Netzwerken zählt zu den wichtigsten Apps, die Jugendliche auf ihrem Smartphone haben, weiter haben noch Instant Messenger und Computerspiele-Apps eine hohe Relevanz. Durchschnittlich haben die App-Nutzer 23 solcher Programme auf ihrem Handy installiert.

Das Thema Medienkompetenz ist inzwischen auch in der Schule angekommen, immerhin 62 Prozent der Jugendlichen haben bereits Themen wie Handy, Internet, Online-Communities und Datenschutz in der Schule behandelt. Mehr als die Hälfte hat dabei nach eigener Einschätzung ein besseres Verständnis für diese Themen und 42 Prozent haben dabei auch etwas Neues erfahren. 28 Prozent haben sogar aufgrund der Beschäftigung mit Medien im Unterricht ihr Verhalten geändert. Dass Jugendliche mit der Bedienung von Computer und Internet im Allgemeinen ganz gut zurechtkommen, im Detail jedoch durchaus Lücken haben, zeigt zum Beispiel, dass 45 Prozent noch nie Cookies gelöscht haben. Nur etwa drei Fünftel haben schon einmal im Internet verschiedene Quellen genutzt, um den Wahrheitsgehalt einer Information zu prüfen.

Die Ergebnisse der JIM-Studie 2012 zeigen, dass die Medienwelt der Jugendlichen – trotz großer Kontinuität zum Beispiel bei der Nutzung von Fernsehen, Radio und Büchern – auch sehr dynamisch ist. Die aktuell stark ansteigende Nutzung von mobilem Internet macht deutlich, dass auch hier Rahmenbedingungen geschaffen werden müssen, die dem Jugendschutz und den Bedürfnissen von Jugendlichen gerecht werden. Während bei Computern technische Vorkehrungen, Jugendschutzprogramme und Filter zumindest einen gewissen Schutz vor ungeeigneten Inhalten gewährleisten, gilt es entsprechende Möglichkeiten für Smartphones und die mobile Internetnutzung noch zu entwickeln. Darüber hinaus bieten Smartphones mit (bisher nicht altersgeprüften) Onlinespielen, neuen Geschäftsmodellen (In-App-Käufe), Ortungsfunktionen, etc. neue Risiken, die Jugendlichen bewusst gemacht werden müssen. Hier gilt es am Ball zu bleiben, regelmäßig Daten zu erheben und die dynamische Entwicklung dieses Marktes aufmerksam zu beobachten – auch um gegebenenfalls medienpädagogische Konzepte anzupassen.

## 16. English summary

In the 15th edition of the JIM Study (youth, information, multimedia), Pedagogical Media Research Centre Southwest (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) documents the media behaviour of 12 to 19 year old youths in Germany. The study series JIM was made by the Media Authorities of Baden-Württemberg and Rhineland-Palatinate (LFK and LMK) joined within Media Research Centre Southwest (mpfs) and in cooperation with Südwestrundfunk.

Households in which youths reside are fully equipped with computer, mobile phone, TV set and internet access. In comparison to 2011 a remarkable raise in smartphone ownership (from 43 % to 63 %) and tablet PC (from 10 % to 19 %) is documented in the new edition of JIM Study. Apart from the digital media, analogue media still play a substantial role, for example three fifth of all households have a daily newspaper subscription. Adolescents often own their own media collection. Four out of five adolescents own their own computer/laptop and an MP3 player. Due to WiFi access in households 87 percent can access internet from their rooms. Almost one out of two owns a smartphone. However, only seven percent of 12 to 19 year old adolescents are in possession of their own tablet PC.

Adolescents regularly meet friends in their leisure time (80 %). Three quarter work out regularly, one out of four joins family activities on a regular basis, and a fifth makes music. Two thirds of adolescents are in a sports club, 57 percent are in a circle of friends meeting regularly, and one out of five is involved in a religious group, a musical society or a choir. One out of ten is involved in supporting good causes, or active in an environmental protection group.

The most frequent media activities among adolescents, with 91 percent each, are the use of mobile phone, internet and TV. Four fifth use radio and MP3 player at least several times a week. Two fifth read books and daily newspaper on a regular basis. One out of three uses computer games and play stations regularly. E- Books do not play a role among adolescents at the moment – a mere 2 percents use this digital media regularly. Our query as to the importance of digital media shows that listening to music and use of internet have top relevance: both are regarded as (very) important among nine out of ten adolescents. Mobile phones have a special significance in four out of five. Almost half of adolescents appreciate radio, TV and books. Computer games have a high relevance for almost two thirds of the boys (but for only 29 percent of girls).

In our study, fifty percent of adolescents regard daily newspapers as the most reliable source. 22 percent rely on TV, 17 percent on radio. Eleven percent would prefer internet reporting as the more reliable medium when confronted with contradictory reporting.

Music plays a substantial role in adolescents' lives and as a result radio enjoys high priority. 78 percent of 12 to 19 year old youngsters listen to radio on a regular basis, mostly on a fixed, analogue radio. Approximately one out of five youth uses his/her mobile phone as radio within a 2 weeks time, or listens to web radio on his/her computer. Information about music is gathered

through friends (among four fifth of the adolescents), followed by internet and radio (among three fifth of them). Three fourth of the youngsters watch at least occasionally music videos. 45 percent use solely internet for that. One in four uses TV as well as internet, and three percent watch music videos only on TV.

TV is as usual an important supplement in the adolescents' day to day life. 60 percent of youngsters have their own TV set in their rooms. The average daily TV use accounts for 111 minutes per day. The most favourite program among all is for 51 percent of the adolescents ProSieben, followed by RTL with 15 percent. Watching TV on a TV set – the classic method – is predominantly practiced. A mere 15 percent of the youngsters watch TV on the internet within a 2 weeks time. In 2012, JIM Study examined how the so called scripted reality was perceived. Adolescents were surveyed about three series with high TV ratings at the time of the survey. Two fifth of the adolescents indicated to have seen the programs at least occasionally. Such categories are favoured by youngsters with lower educational background. Difficulties to classify the realistic productions are often noticed. As an example, for "Berlin – Tag & Nacht" 16 percent of respondents are of the opinion that the stories document real events.

Internet has a high day to day relevance in adolescents' lives. Two thirds of the 12 to 19 year olds are online every day. Youngsters estimate to be online for about 131 minutes daily. Regarding the accessibility, mobile phones play an important role in the meanwhile. One in two youngsters goes online within a 14 day period per mobile and smart phone. Youngsters communicate almost half of their online-time, in social networks, per e-mail, or chat. Entertainment time accounts for 25 percent, information search for 15 percent, and online games for 16 percent of the time in the meanwhile.

Approximately half of the adolescents use the computer or the internet regularly to study at home for school. However, only one out of four works with the computer on a regular basis at school. Youngsters use Web 2.0 intensively, e.g. for the use of Wikipedia. Apart from normal contributions to the social networks, only one fifth of the adolescents contribute with their own content to the World Wide Web.

Regarding internet problems, 23 percent of internet users unfortunately confirm that among their circle of friends somebody has already been harassed and that it happened most of all in a community. Girls are more exposed to such problems than boys. Five percent indicate that they themselves have already been a victim of an attack.

A crucial aspect of the adolescents' internet usage is the use of social networks. 79 percent of 12 to 19 year old adolescents use social networks at least several times a week. 81 percent of these youngsters use Facebook. The first registration for use of these platforms starts at 12.7 years in average. The most frequently used features are sending news and chats within the community. It is delightful to hear that 87 percent of the users protect themselves from the public access by using the privacy option for their profiles. However, the average number of friends in the community – raised to 272 in the meanwhile – has put the privacy issue into

perspective. Regarding their personal data, only a tenth of the youths feel very secure. Almost half does not trust the community and feels little, or not at all secure.

Regarding computer/online games and play stations, 42 percent of the adolescents regard themselves as gamers. Hereby, the digital games are of big importance to young men. 63 percent are regarded as regular gamers – 20 percent among girls. The average playing time among the 12 to 19 year youths is 56 minutes on week days and 77 minutes on weekends. Boys spend much more time than girls. The most favourite games are the football game “FIFA”, the simulation game “Die Sims” and the Ego-Shooter “Call of Duty”. Youngsters estimate brutal and aggressive games as commonly used. 64 percent of the gamers indicate that such games are played by some of their friends. 34 percent acknowledge playing such games themselves.

Mobile phones have become relevant for internet access among the adolescents. This option has gained attraction due to high circulation of smartphones (47 %) and internet flat rates (34 %). Two fifth use mobile phones for internet access regularly. Social networks’ access is the most important app that adolescent own on their smartphones. Additionally, instant messenger and computer game apps have a high relevance. On average, 23 such programs are installed by the app users on their mobiles.

Media literacy has become a topic of relevance at schools in the meanwhile. 62 percent of the youngsters have already discussed topics such as mobile phones, internet, online communities and data protection at school. More than half regard themselves as more competent in these topics, 42 percent say to have learnt more about the issues. As a matter of fact, 28 percent changed their behaviour after having gotten involved in the topics. In general, adolescents seem to be able to handle computer and internet. However, in dealing with details they seem to have gaps. As an example 45 percent of youths have never deleted cookies. Only three fifth have at some point used different sources on internet to check the authenticity of different information gathered.

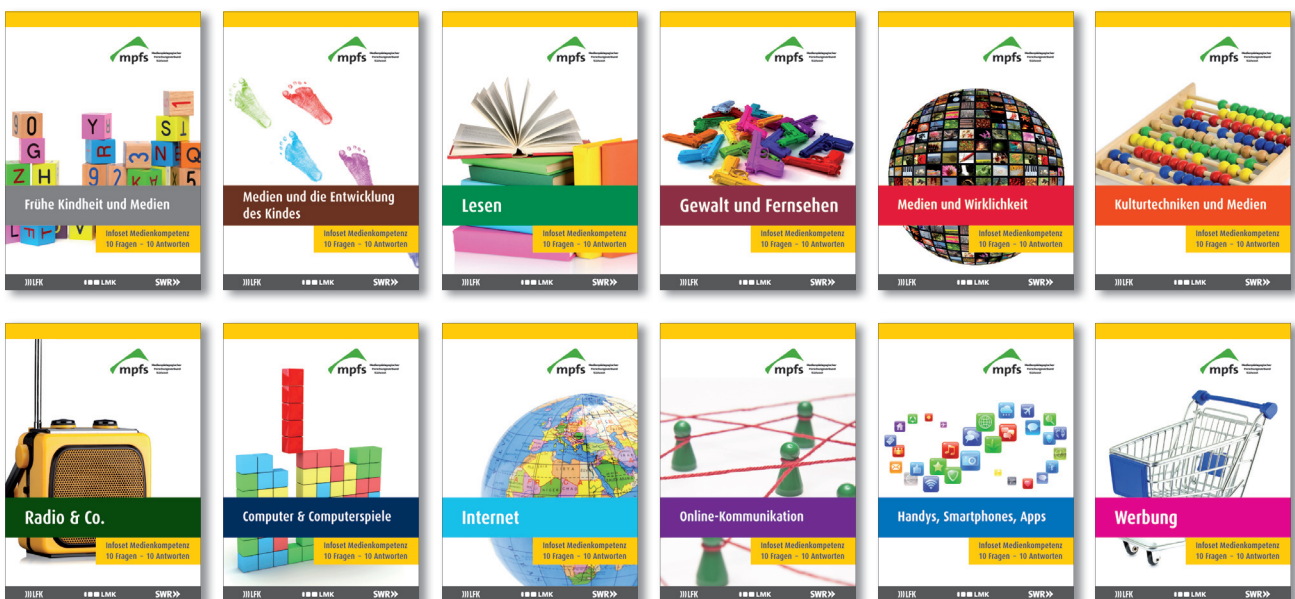
The results of JIM Study 2012 show that despite continuity in the use of TV, radio and books, media use has stayed dynamic. The current strong and ever raising use of mobile internet as an example shows how important the frameworks for youth protection and the fulfilment of their needs are. While technical measures, youth protection programs and filters offer a certain level of protection against improper contents on regular PCs, new possibilities have to be developed for smartphones, mobile internet use etc. Furthermore, smartphones offer new risks with online games (not age-rated to date), new business models (in-app purchase), location based services, etc. Adolescents have to be made conscious of these risks. In this context it is important to continue the efforts and to monitor the dynamic development of the market and to adapt pedagogic concepts.

# Infoset Medienkompetenz

## 10 Fragen – 10 Antworten

### 13 aktuelle Themenhefte zum Medienumgang von Kindern und Jugendlichen

- Frühe Kindheit und Medien
- Medien und die Entwicklung des Kindes
- Lesen
- Kinder und Fernsehen
- Gewalt und Fernsehen
- Medien und Wirklichkeit
- Kulturtechniken und Medien
- Radio & Co
- Computer & Computerspiele
- Internet
- Online Kommunikation
- Handys, Smartphones, Apps
- Werbung



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

Bestellung der aktualisierten Printexemplare ab Januar 2013



Medienpädagogischer  
Forschungsverbund  
Südwest

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

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest  
c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)  
Reinsburgstr. 27 | 70178 Stuttgart

**Leitung:** Peter Behrens (LMK) & Thomas Rathgeb (LFK)

**In Zusammenarbeit mit:**

Bundeszentrale für politische Bildung,  
Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg,  
Landeszentrale für politische Bildung Rheinland-Pfalz,  
Stiftung Lesen und ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft



Kooperationspartner: SWR Medienforschung **SWR** >>