

PM 1/2020

JIM Studie 2019 veröffentlicht

Stuttgart, 31.03.2020 – Die aktuelle Situation, bei der auch Jugendliche auf eine medienvermittelte Kommunikation angewiesen sind, zeigt, dass es wichtig ist, sich über die aktuelle Mediennutzung der Jugendlichen zu informieren, die verschiedenen Kommunikationsformen der unterschiedlichen Plattformen im Blick zu haben und insbesondere jüngeren Jugendlichen einen sicheren und positiven Umgang in den Medien zu vermitteln.

Das Medienrepertoire von Jugendlichen erweitert sich stetig. Aktuell haben etwa drei von vier Familien ein Abonnement für einen Video-Streaming-Dienst wie beispielsweise Netflix oder Amazon Prime Video abgeschlossen. Auch Musik-Streaming-Dienste sind in zwei von drei Familien vorhanden, etwas seltener sind digitale Sprachassistenten wie Alexa in 16 Prozent der Haushalte vertreten. Beim Musikhören steht die Nutzung über Musik-Streaming-Dienste wie z. B. Spotify an erster Stelle: Zwei Drittel der Jugendlichen hören mindestens mehrmals pro Woche über Streaming-Dienste Musik. Jeweils etwa jede/-r Zweite nutzt zum Musikhören YouTube oder das Liveprogramm bei Radiosendern. Jede/-r Zehnte nutzt hierzu Smartspeaker. Unabhängig von der Musikkonsumtion hören zwei von drei Jugendlichen regelmäßig Radio.

Dies sind Ergebnisse der Studienreihe Jugend, Information, Medien (JIM) die heute veröffentlicht wurden. Für die repräsentative Studie wurden im Frühsommer 2019 1.200 Jugendliche telefonisch befragt. Die Studienergebnisse sind unter www.mpfs.de abrufbar.

Bei der Frage nach dem liebsten Online-Angebot steht YouTube mit deutlichem Abstand auf Platz 1 und wird von knapp zwei Drittel in der spontanen Nennung als das Highlight im Netz genannt. Jeweils ein Drittel nominiert WhatsApp und Instagram, nur rund halb so häufig wird dann Google oder Netflix präferiert, Snapchat folgt knapp dahinter. Bezogen auf die Kommunikation ist eindeutig WhatsApp der bevorzugte Kommunikationskanal, 93 Prozent der 12- bis 19-Jährigen tauschen sich hierüber mindestens mehrmals pro Woche mit anderen aus, 86 Prozent sogar täglich. An zweiter Stelle steht Instagram, das jeder Zweite täglich nutzt (regelmäßig 64 %). Jugendliche, die Instagram nutzen, geben an, dass sie mit ihrem eigenen Account im Schnitt 299 Follower/-innen erreichen. Weitere Optionen zur regelmäßigen Kommunikation sind Snapchat (46 %) und deutlich seltener Facebook (15 %) und TikTok (14 %).

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, Medien) wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 jährlich in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR) durchgeführt. Die repräsentative Studie bildet das Medienverhalten der Jugendlichen in Deutschland ab. Alle Ausgaben der JIM-Studie von 1998 bis 2019 sind als PDF auf www.mpfs.de abrufbar.

Der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest ist eine Kooperation der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK) und der medienanstalt rlp (LMK). Die Durchführung der Studie erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR).

Bei Fragen steht Ihnen Thomas Rathgeb zur Verfügung unter:

Telefon: 0711 / 6699152 oder E-Mail: t.rathgeb@lfk.de