

Die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen

Ergebnisse der Studienreihen KIM und JIM

Die Medienwelt von Kindern und Jugendlichen ist immer wieder Gegenstand der öffentlichen Debatte. Das Medienangebot hat sich in den vergangenen zehn Jahren enorm verändert, Die Medienlandschaft ist noch bunter und vielseitiger und auch unübersichtlicher geworden, viele neue Geräte und Anwendungen haben sich etabliert, und das Internet ist inzwischen für viele Menschen Teil des täglichen Lebens geworden. Doch nicht nur das Internet war und ist Thema der Diskussion: Mal wurde der Fernsehkonsum thematisiert, mal die Fragen, ob Kinder heute überhaupt noch lesen, oder Verbraucherschutzfragen beim Handy, Spielsucht, Gewaltspiele und die Frage des Cybermobbings. Die Liste der Themen, die immer wieder medial präsentiert werden, ist lang. Häufig ist damit eine deutlich negative Konnotation verbunden. Doch oft basieren die Darstellungen auf Einzelfällen und individuellen Erfahrungen. Dies kann zwar anschaulich auf Problemfelder hinweisen, Eltern und Pädagogen auf neue Entwicklungen aufmerksam machen und für Gefahren sensibilisieren, jedoch gerät angesichts der bestehenden Befürchtungen und des berechtigten Interesses an Fehlentwicklungen häufig die Gesamtentwicklung aus dem Blick, und die differenzierte Betrachtung dieses komplexen Themas geht verloren. Es genügt beispielsweise eben nicht, nur zu wissen, ob und wie lange ein Gerät genutzt wird, sondern vor allem zu welchem Zweck und mit welchen Inhalten. Um für das gesellschaftlich wichtige Thema der Mediennutzung der Kinder repräsentative Fakten anzubieten und die Diskussion zu befördern, ist der Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest (mpfs) vor über zehn Jahren mit den Studienreihen KIM und JIM angetreten, die Diskussion zu versachlichen. Die KIM-Studie (Kinder + Medien, Computer + Internet)¹ erhebt seit 1999 etwa alle zwei Jahre das Medienverhalten der 6- bis 13-Jährigen und befragt dazu deren Haupterzieher. In der JIM-Studie (Jugend, Information, [Multi-] Media)² wird seit 1998 der Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen jährlich dokumentiert. Beide Befragungen sind mit jeweils

1 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): KIM-Studie 2010. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger, Stuttgart 2011, Download unter www.mpfs.de.

2 Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): JIM-Studie 2011. Jugend Information, (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger, Stuttgart 2011, Download unter www.mpfs.de.

etwa 1200 Befragten repräsentativ für die jeweilige Altersgruppe in Deutschland. Die folgenden Ausführungen beziehen sich – soweit nicht anders vermerkt – auf die aktuell vorliegende KIM-Studie 2010 und die JIM-Studie 2011.

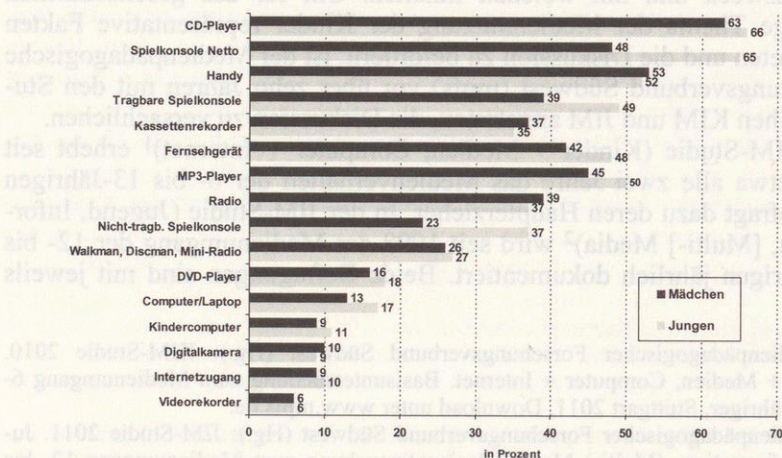
Die Medienwelt der Kinder – Ergebnisse der KIM-Studie 2010

Fernsehgerät, Handy, Festnetztelefon, DVD-Player, CD-Player und Radio sind heute in nahezu allen Haushalten vorhanden. Laut KIM-Studie stehen in neun von zehn Haushalten, in denen Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren aufwachsen, Computer und Internet zur Verfügung. Auch Digitalkameras (83 %) und Fernsehgeräte mit Flachbildschirm (71 %) sind mittlerweile in einem Großteil der Haushalte zu finden, ebenso wie Spielkonsolen (71 %) und MP3-Player (71 %).

Viele Kinder im Alter von sechs bis 13 Jahren verfügen bereits über eigene Geräte, die sie selbstbestimmt im eigenen Zimmer oder unterwegs nutzen können. An erster Stelle steht hier ein eigener CD-Player, über den 64 Prozent der Kinder frei verfügen können. Eine Spielkonsole (fest oder tragbar) besitzen 57 Prozent. Etwa die Hälfte der Sechs- bis 13-Jährigen hat ein eigenes Handy, genauso wie einen MP3-Player. Auch traditionelle Medien wie Fernseher (45 %) und Radio (38 %) sind in vielen Kinderzimmern vorhanden. Deutlich seltener sind Computer und Internetanschluss zu finden: 15 Prozent der Kinder haben einen Computer, und etwa eins von zehn Kindern hat einen eigenen Internetanschluss. Geschlechtsunterschiede hinsichtlich des Gerätebesitzes zeigen sich vor allem bei der Ausstattung mit Spielkonsolen: Jungen besitzen deutlich häufiger eine eigene Spielkonsole als Mädchen.

Gerätebesitz der Kinder 2010

- Angaben der Haupterzieher -



Quelle: KIM-Studie 2010

Basis: alle Haupterzieher, n=1.214

An erster Stelle der häufigen *Freizeitaktivitäten* steht Hausaufgaben machen und Lernen: insgesamt 97 Prozent der Kinder tun dies mindestens einmal pro Woche. Fernsehen ist ebenfalls für fast alle 6- bis 13-Jährigen (95 %) ein regelmäßiger Zeitvertreib. Das Treffen mit Freunden und Spielen, ob drinnen oder draußen, gehört für etwa vier Fünftel der Kinder zum alltäglichen Leben dazu. Bei den medialen Freizeitbeschäftigungen ist neben dem Fernsehen vor allem Musik hören für viele Befragte (81 %) eine regelmäßige Beschäftigung. Computer-, Konsolen- oder Onlinespiele werden von 62 Prozent mindestens einmal pro Woche genutzt, den Computer (offline) nutzen 55 Prozent regelmäßig. Auch Radio hören ist für über die Hälfte der Kinder im Alltag verankert. Jeder Zweite der 6- bis 13-Jährigen nutzt ein Handy, knapp die Hälfte der 6- bis 13-Jährigen liest regelmäßig Bücher und 43 Prozent der Kinder surfen regelmäßig im Internet.

Die größte *Bindung* haben Kinder zum Medium Fernsehen: Über die Hälfte der 6- bis 13-Jährigen möchte hierauf am wenigsten verzichten. Ein Viertel der Kinder wählt den Computer bzw. das Internet als wichtigstes Medium aus. Immerhin 8 Prozent möchten unter keinen Umständen auf Bücher verzichten. Vergleicht man die Antworten von Mädchen und Jungen, zeigen sich vor allem bezüglich Computer/Internet sowie der Bücher Unterschiede: Deutlich mehr Jungen möchten nicht auf Computer und Internet verzichten, während es bei den Büchern etwas mehr Mädchen sind.

Das *Fernsehen* ist also weiterhin das zentrale Medium für Kinder. Dies belegt auch die Häufigkeit der Nutzung: 95 Prozent der Kinder sehen mindestens einmal pro Woche fern, gut drei Viertel sehen jeden oder fast jeden Tag fern, Jungen gleichermaßen wie Mädchen. Bereits bei den 6- bis 7-Jährigen sitzen 74 Prozent jeden oder fast jeden Tag vor dem Fernseher. Nach Angaben der Haupterzieher sehen Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren im Durchschnitt 98 Minuten pro Tag fern, Jungen mit 100 Minuten unerheblich länger als Mädchen (97 Min.).³ Mit zunehmendem Alter der Kinder nimmt die Nutzungsdauer deutlich zu, von 84 Minuten bei den 6- bis 7-Jährigen bis zu 110 Minuten bei den 12- bis 13-Jährigen.

Gefragt nach der liebsten Sendung, wird am häufigsten in der KIM-Studie 2010 von acht Prozent die Sendung »Hannah Montana« genannt, für sieben Prozent ist »SpongeBob« die Sendung der ersten Wahl, sechs Prozent nennen »Die Simpsons« und vier Prozent die Daily Soap »Gute Zeiten, schlechte Zeiten« (GZSZ).

3 Diese Einschätzung entspricht weitgehend den Messungen der GfK-Fernsehforschung. Hier liegt die durchschnittliche Sehdauer der 6- bis 13-Jährigen für das Jahr 2010 bei 96 Minuten.

Zwei Drittel der Kinder (67 %) haben auch ein Lieblingsprogramm. An erster Stelle wird von 25 Prozent der öffentlich-rechtliche Kinderkanal KI.KA genannt, an zweiter Stelle folgt mit 24 Prozent das private auf Kinder ausgerichtete Programm Super RTL.

Im Medienrepertoire der Kinder spielt auch das *Radio* eine wichtige Rolle. Mehr als die Hälfte der Kinder nutzt regelmäßig das Radio, jeder Vierte sogar (fast) jeden Tag. Mädchen hören etwas häufiger als Jungen Radio. Die Alltagsrelevanz des Radios für Kinder zeigt sich auch in spezifischen Situationen: beim Aufstehen, beim Frühstück und beim Mittagessen ist aus Sicht der Kinder das Radio das wichtigste Medium.

Angesichts des großen Medienangebots muss sich das *Lesen* von Büchern bei Kindern gegenüber den elektronischen Medien behaupten. Bislang scheint dies zu gelingen: Jedes zweite Kind kann von sich sagen, dass es (sehr) gerne liest, jedes vierte Kind liest dagegen nicht so gerne. Allerdings gibt aktuell ein Fünftel der Kinder an, nie in der Freizeit zu lesen.

Bei der Betrachtung des Lesens zeigen sich deutliche Geschlechtsunterschiede: Jedes vierte Mädchen, aber nur jeder zehnte Junge liest sehr gerne in der Freizeit ein Buch, ein Drittel der Jungen liest nicht so gerne, und jeder vierte Junge liest nie in seiner Freizeit ein Buch. Der Anteil der Nichtleser liegt bei den Mädchen nur bei 15 Prozent. Diese geschlechtsspezifischen Unterschiede bestätigen sich bei der Häufigkeit der Nutzung: Drei Fünftel der Mädchen, aber nur zwei Fünftel der Jungen sind regelmäßige Leser.

Drei Viertel der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren sitzen zumindest selten am *Computer* (offline oder im Internet). Der Anteil der Jungen, die bereits Computererfahrung haben, ist mit 80 Prozent etwas höher als bei den Mädchen (71 %). Während bei den 6- bis 7-Jährigen nur jeder Zweite schon Kontakt mit dem Computer hatte, nutzt bei den ältesten der befragten Kinder fast jeder zumindest selten einen Computer.

Vier Fünftel dieser Computernutzer sitzen zumindest einmal pro Woche vor dem Bildschirm, 28 Prozent machen dies (fast) jeden Tag. Die häufigsten Tätigkeiten sind Computerspiele und das Arbeiten für die Schule. Hier zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede: Jungen spielen deutlich häufiger als Mädchen am Computer, Mädchen hingegen setzen den Computer mehr als Arbeitsgerät ein und machen häufiger Schularbeiten, schreiben Texte und Wörter und zeigen sich bei Malprogrammen kreativ. Kaum Unterschiede sind bei der Nutzung von Lernprogrammen ersichtlich.

Diejenigen Kinder, die zu Hause am Computer für die Schule arbeiten, nutzen an erster Stelle das Internet. 72 Prozent suchen mindestens einmal pro Woche dort nach Informationen und lesen etwas nach. Jeweils etwa zwei Drittel nutzen im Laufe einer Woche Lernprogramme und schrei-

ben Texte oder Wörter am Computer. Jeder Dritte lernt den Umgang mit Anwenderprogrammen wie Word oder PowerPoint.

Etwa knapp die Hälfte der Computernutzer (46 %) kommt in der Schule überhaupt mit Computern in Berührung. Überwiegend erfolgt dies dann im Computerunterricht, drei Viertel (73 %) haben den Computer in der Schule in diesem Rahmen genutzt. Knapp die Hälfte nutzt den Computer in Deutsch, an dritter Stelle folgt mit 38 Prozent Mathematik. Insgesamt lässt sich also feststellen, dass insgesamt betrachtet nur etwa jeder dritte Schüler im Alter von 6 bis 13 Jahren den Einsatz eines Computers im Unterricht erlebt hat. Die Verwendung von Computern im normalen Unterricht findet derzeit offensichtlich nur sporadisch statt.

Inwieweit das *Internet* auch im Leben der Kinder Einzug gehalten hat, zeigen einige Eckdaten aus der KIM-Studie. 89 Prozent der Kinder haben zu Hause einen Internetanschluss, etwa jedes zehnte Kind hat bereits einen eigenen Internetzugang im Zimmer. 57 Prozent der Kinder im Alter zwischen 6 und 13 Jahren nutzen zumindest selten das Internet, Jungen und Mädchen unterscheiden sich hierbei kaum, allerdings zeigen sich enorme Unterschiede bei der Betrachtung der Altersstufen. Nur jeder vierte 6- bis 7-Jährige aber 90 Prozent der 12- bis 13-Jährigen zählen zu den Internet-Nutzern.

An einem normalen Tag verbringen 28 Prozent der Internet-Nutzer bis zu einer halben Stunde im Netz, zwei Fünftel sind zwischen 30 und 60 Minuten online, und 28 Prozent sind normalerweise mehr als eine Stunde online.⁴

Fast zwei Drittel der Internet-Nutzer haben mindestens eine Lieblingsseite im Internet, die sie regelmäßig ansteuern. Dies sind vor allem Kommunikationsplattformen wie Communities, Chats und Messenger (32 %), die Seiten von Medienanbietern (27 %), Videoportale (15 %), Suchmaschinen (14 %), Spieleseiten (13 %), spezielle Kinderseiten (7 %), Lern- und Wissensangebote (6 %) und Sportangebote (6 %). Betrachtet man hier die Nennung einzelner Angebote, so führen die Liste der beliebtesten Seiten schülerVZ und YouTube an, gefolgt von TOGGO, dem Onlineangebot von Super RTL, der Kindersuchmaschine Blinde Kuh, dem Internetangebot des öffentlich-rechtlichen Kinderkanals KI.KA und der Spieleseite SpielAffe.

4 Nach Schätzung der Haupterzieher nutzen Kinder an einem Wochentag durchschnittlich 24 Minuten pro Tag das Internet.

Mediennutzung von Jugendlichen: die JIM-Studie

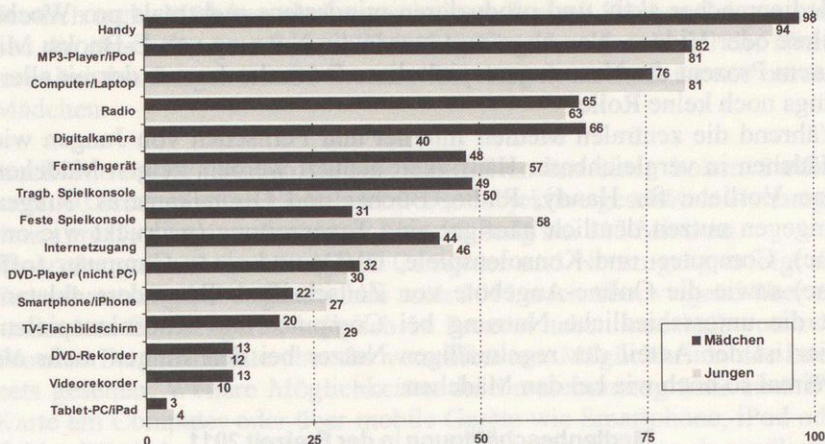
Betrachtet man die *Medienumgebung* von Jugendlichen anhand der Ergebnisse der JIM-Studie 2011 so sind die Haushalte, in denen junge Menschen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren aufwachsen, bestens versorgt. Nahezu alle Haushalte haben einen Computer, Internetzugang, Fernseher und ein Handy, in 43 Prozent der Haushalte ist ein Smartphone vorhanden, ein Tablet-PC befindet sich in jedem zehnten Haushalt.

Neben den Geräten und deren Verfügbarkeit im Haushalt stellt sich die Frage nach dem Zugang zu weiteren Medien. So haben 58 Prozent der Haushalte ein Abonnement einer Tageszeitung, 41 Prozent der Haushalte bekommen regelmäßig Zeitschriften ins Haus geliefert, und 18 Prozent haben neben den frei zugänglichen Fernsehprogrammen zusätzliche Pay-TV-Angebote.

Auch die Jugendlichen selbst haben ein bedeutendes Repertoire an *Mediengeräten* zur Verfügung. Mit 96 Prozent besitzt so gut wie jeder Jugendliche ein eigenes Handy. Etwa vier Fünftel besitzen einen MP3-Player und einen eigenen Computer, knapp zwei Drittel haben ein eigenes Radio. Etwa jeder Zweite zwischen 12 und 19 Jahren hat eine Digitalkamera, einen eigenen Fernseher oder eine tragbare Spielkonsole, wie beispielsweise PSP oder Nintendo DS, zur Verfügung. Eine feste Spielkonsole wie die PlayStation, Wii oder Xbox haben 45 Prozent, ebenso viele können vom eigenen Zimmer aus in das Internet gehen. Jeder dritte Jugendliche hat einen DVD-Player und jeder vierte ein Smartphone bzw. einen Flachbildfernseher. Erstmals erhoben wurden 2011 Tablet-PCs wie das iPad oder das Samsung Galaxy, drei Prozent der Jugendlichen können ein solches Gerät ihr Eigen nennen.

Die Besitzverhältnisse von Jungen und Mädchen sind durchaus unterschiedlich. So besitzen mehr Mädchen eine eigene Digitalkamera sowie ein eigenes Handy. Jungen steht dagegen häufiger ein eigenes Fernsehgerät, ein Flachbildfernseher oder ein Smartphone zur Verfügung. Besonders deutlich sind die Unterschiede bei festen Spielkonsolen, hier ist die Ausstattungsquote bei den Jungen fast doppelt so hoch wie bei den Mädchen.

Gerätebesitz Jugendlicher 2011



Quelle: JIM 2011, Angaben in Prozent

Basis: alle Befragten, n=1.205

Trotz der guten Ausstattung mit Medien sind für Jugendliche auch andere *Freizeitaktivitäten* bedeutsam. An erster Stelle steht die Zusammenkunft mit Freunden. 84 Prozent verabreden sich regelmäßig zu einem persönlichen Treffen. Knapp drei Viertel sind in ihrer Freizeit sportlich aktiv (72 %). Jeder Vierte macht selbst Musik (24 %), sei es durch das Spielen eines Instruments oder die Mitwirkung in einem Chor. Ein vergleichbarer Anteil unternimmt regelmäßig Aktivitäten mit der Familie (23 %). Der Besuch einer Bibliothek, Kinobesuche, Feiern und der Gang zur Kirche erfolgen üblicherweise nicht mehrmals pro Woche, hier ist ein Blick auf die Frequenz »einmal in 14 Tagen« sinnvoll: Innerhalb von zwei Wochen suchen dann 19 Prozent eine Bibliothek auf, jeder Fünfte geht ins Kino, 21 Prozent gehen in die Kirche zu einem Gottesdienst, 29 Prozent sind Discogänger bzw. feiern auf Parties (44 %).

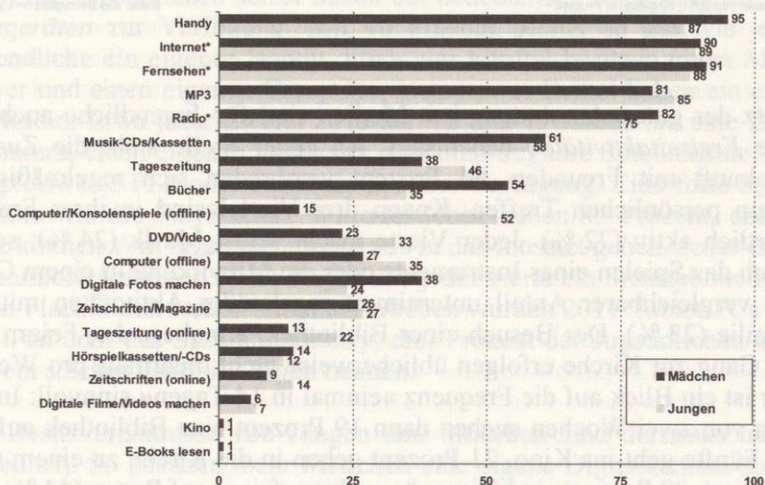
Medienaktivitäten sind allgegenwärtig und Teil des Alltags von Jugendlichen. Im Detail betrachtet bedeutet dies, dass neun von zehn Jugendlichen regelmäßig (täglich/mehrmals pro Woche) ein Handy, das Internet nutzen oder fernsehen (egal über welchen Weg). Etwa vier Fünftel beschäftigen sich zumindest mehrmals pro Woche mit einem MP3-Player (83 %) oder einem Radio (78 %), CDs (oder Kassetten) als weiteres auditives Medium werden hingegen mit 59 Prozent deutlich seltener genutzt. Das Lesen von Büchern (44 %) und Tageszeitungen (42 %) rangiert noch vor der Beschäftigung mit Computer- und Konsolenspielen (34 %). Knapp jeder dritte Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren beschäftigt sich regelmäßig mit Digitalfotografie. Das Onlineangebot von Tageszeitungen nutzen 18 Prozent bereits regelmäßig, zwölf Prozent nut-

zen die Internetseiten von Zeitschriften. Sechs Prozent werden selbst als Medienmacher aktiv und produzieren mindestens mehrmals pro Woche Filme oder Videos. Neu abgefragt wurde die Nutzung von E-Books: Mit einem Prozent der Nennungen spielt diese Form des Lesens derzeit allerdings noch keine Rolle.

Während die zentralen Medien Internet und Fernsehen von Jungen wie Mädchen in vergleichbarer Häufigkeit genutzt werden, zeigen Mädchen eine Vorliebe für Handy, Radio, Bücher und Digitalkameras. Jungen hingegen nutzen deutlich häufiger eine Tageszeitung (gedruckt wie online), Computer- und Konsolenspiele, DVDs und einen Computer (offline) sowie die Online-Angebote von Zeitschriften. Besonders eklatant ist die unterschiedliche Nutzung bei Computer und Konsolenspielen: Hier ist der Anteil der regelmäßigen Nutzer bei den Jungen mehr als dreimal so hoch wie bei den Mädchen.

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2011

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2011, Angaben in Prozent

*egal über welchen Weg

Basis: alle Befragten, n=1.205

Für mehr als die Hälfte der Jugendlichen ist es (sehr) wichtig, Bücher zu lesen. Das *Buch* bleibt auch im Internetzeitalter mit einer Vielzahl digitaler Angebote zur Information und Unterhaltung für Jugendliche eine bedeutende Freizeitbeschäftigung. Mehr als jedes zweite Mädchen und jeder dritte Junge zwischen 12 und 19 Jahren liest regelmäßig. Der Anteil der jugendlichen Leser ist über die Jahre sehr stabil, entgegen viel geäußerter Befürchtungen hat sich die Entwicklung des Internets nicht negativ auf die Buchnutzung ausgewirkt. Im Gegenteil, die Zuwendung zum Buch konnte sich sogar leicht steigern: Bei der JIM-Studie 1998 lag der Anteil der regelmäßigen Leser bei 38 Prozent, 2011 ist der Wert sogar auf 44 Prozent angestiegen. Unverändert blieb über Jahre auch die

deutliche Schiefelage zwischen Jungen und Mädchen. Nach wie vor lesen deutlich mehr Mädchen als Jungen in ihrer Freizeit Bücher. Jungen bleiben die eher selteneren Leser. Bedenklich ist, dass der Anteil der Nichtleser bei den Jungen mit 22 Prozent fast doppelt so hoch ist wie bei den Mädchen.

Auch unter Jugendlichen genießt das *Fernsehen* einen hohen Stellenwert. 60 Prozent sehen täglich fern. Die subjektive geschätzte Nutzungsdauer pro Tag liegt nach eigener Einschätzung bei 113 Minuten.

Trotz der guten Ausstattung mit Computer und Netzzugang erfolgt die Fernsehnutzung bei Jugendlichen auch 2011 noch überwiegend über ein stationäres Fernsehgerät. lediglich 14 Prozent haben innerhalb von zwei Wochen Fernsehhalte über die verschiedenen Möglichkeiten des Internets gesehen. Weitere Möglichkeiten der Fernsehnutzung über eine TV-Karte am Computer oder über mobile Geräte wie Smartphone, iPod oder Tablet-PC, haben noch keinen Einzug in den Alltag von Jugendlichen gefunden.

Was die inhaltlichen Vorlieben betrifft, ist das mit Abstand beliebteste Fernsehprogramm für knapp die Hälfte der jugendlichen Fernsehnutzer ProSieben. An zweiter Stelle folgt RTL, Allerdings unterscheidet sich die Fernsehwelt der Jungen und die der Mädchen sehr deutlich. Jungen favorisieren eindeutig ProSieben, während sich viel mehr Mädchen als Jungen für RTL aussprechen.

Knapp die Hälfte der Jugendlichen gibt an, sich im Fernsehen regelmäßige Nachrichten anzuschauen. Der bevorzugte Sender für Nachrichten ist hierbei für 19 Prozent Das Erste/ARD. An zweiter Stelle folgt RTL (12 %), dann ProSieben mit fünf Prozent und das ZDF mit zwei Prozent. Betrachtet man die konkreten Nachrichtenformate, dann zeigt sich, dass auch bei den Jugendlichen die »Tagesschau« eine Institution ist, jeder sechste Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren ist regelmäßiger Zuschauer der reichweitenstärksten deutschen Nachrichtensendung.

Computer und Internet sind für Jugendliche absolute Selbstverständlichkeiten. Jeder Haushalt, in dem junge Menschen zwischen 12 und 19 Jahren aufwachsen, ist mit einem Computer und einem Internetzugang ausgestattet. Vier Fünftel der Jugendlichen haben einen eigenen Computer. Bereits bei den Jüngsten (12–13 Jahre) haben drei von fünf einen eigenen Rechner. Ab 14 Jahren haben 80 Prozent der Jugendlichen einen Computer zur Verfügung. Die hohe Computerausstattung unterscheidet sich auch kaum mehr hinsichtlich des Bildungshintergrundes, der Zugang zu Computern ist für die meisten Jugendlichen gegeben. Knapp die Hälfte der Jugendlichen kann weitgehend selbstbestimmt vom eigenen Zimmer aus mit eigenem Internetzugang ins Netz gehen, unter den 12- bis 13-Jährigen trifft dies für jeden Dritten zu. Fast alle Jugendlichen (99 %) geben an, zumindest selten das Internet zu nutzen. Die Nicht-Nutzer finden sich lediglich in der jüngsten Altersgruppe, hier zählen

sich »nur« 95 Prozent zu den Internetnutzern, in den weiteren Altersgruppen sind es jeweils 100 Prozent.

Zwei Drittel der 12- bis 19-Jährigen gehen Tag für Tag ins Internet, jeder Vierte ist mehrmals pro Woche online. Zwischen Jungen und Mädchen gibt es hinsichtlich der *Nutzungshäufigkeit* keinerlei Unterschiede. Auch der Bildungshintergrund wirkt sich nur minimal auf die generelle Nutzung des Internets aus. Ein Faktor, der Einfluss auf die Nutzungsfrequenz hat, ist das Alter der Jugendlichen. Bei den 12- bis 13-Jährigen gehen 39 Prozent täglich online. Der Anteil der täglichen Nutzer steigt mit dem Alter deutlich an und beträgt bei den volljährigen Jugendlichen 81 Prozent.

Die Zeit, die Jugendliche nach eigener Einschätzung an einem durchschnittlichen Werktag (Montag bis Freitag) im Internet verbringen, ist mit 134 Minuten inzwischen deutlich höher als die tägliche Fernsehnutzung (113 Minuten). Jungen haben mit 140 Minuten eine um 13 Minuten längere Nutzungszeit als Mädchen (127 Min.).

Um angesichts der vielfältigen Onlineangebote die Präferenzen von Jugendlichen zu strukturieren, werden die Befragten gebeten, ihre Online-nutzungszeit den Kategorien Kommunikation, Spiele, Unterhaltung und Information zuzuordnen. Eindeutig die meiste Zeit wird online für Kommunikation, also die Nutzung von Communities, Messengern, Chat und E-Mail verwendet, diese zentralen Funktionen beanspruchen annähernd die Hälfte der Nutzungszeit (44 %). Ein Viertel der Zeit kommt der Unterhaltung zu, also der Nutzung von Musik, Videos oder Bildern. Etwa gleichauf liegen die Anteile für Onlinespiele (16 %) und Informationssuche (15 %). Mädchen verbringen einen deutlich größeren Teil ihrer Onlinezeit mit Kommunikation als Jungen, sie verwenden dagegen im Vergleich zu den Jungen nur wenig Zeit mit Spielen. Über das Internet zu spielen ist mehr Sache der Jungen und jungen Männer, sie verwenden hierfür fast ein Viertel der täglichen Zeit im Netz. Entsprechend ist dafür der Zeitaufwand für Kommunikation geringer.

Aus Sicht der Jugendlichen ist das Internet also vor allem eine Kommunikationsplattform. Sich online auszutauschen ist jedoch über verschiedenste Wege möglich. Am häufigsten werden Communities bzw. soziale Netzwerke genutzt – über Statuseinträge, dem Einstellen von Bildern und Kommentaren sowie im direkten Chat hat man hier diverse Möglichkeiten, mit seinem Freundeskreis in Kontakt zu bleiben, dank Smartphones zunehmend auch mobil.

Ein weiterer Bereich ist die Nutzung von Computer und Internet für unterhaltende Inhalte. Zum Zeitvertreib nutzen zwei Drittel der Jugendlichen regelmäßig Videoplattformen wie beispielsweise YouTube oder

sevenload (68 %), etwas weniger stöbern regelmäßig durch Profile in Communities (64 %) oder hören Musik am Rechner bzw. aus dem Internet (62 %). Knapp die Hälfte der 12- bis 19-Jährigen surft regelmäßig einfach so durch das Internet, schaut Videos an oder lädt diese herunter.

Informieren sich Jugendliche im Internet, so steht an erster Stelle die Nutzung von Suchmaschinen. Vier Fünftel erkunden regelmäßig die Informationsflut des Internets mit Hilfe von Angeboten wie Google oder Bing. Zwei Fünftel recherchieren in Online-Lexika wie Wikipedia, ebenso viele informieren sich über Themen wie Ausbildung und Beruf. Etwa jeder Vierte nutzt Newsgroups, um sich auf den neuesten Stand zu bringen. 16 Prozent informieren sich generell auf Informationsportalen im Internet, wie beispielsweise den Startseiten der Provider. Spezielle journalistische Angebote von Verlagshäusern wie spiegel-online.de, focus.de, sueddeutsche.de oder zeit.de nutzen 14 Prozent der Jugendlichen regelmäßig, entsprechende Portale von Fernsehanbietern sind für fünf Prozent relevant.

Bei der Verwendung von Computer und Internet für weitere Tätigkeiten in der Schule oder in der Freizeit zeigt sich bereits bei der Betrachtung der Mediennutzung von Kindern in der KIM-Studie, dass Computer wie Internet schon früh nicht nur als Spielgerät, sondern als Arbeitsmittel verstanden werden. Schon im Grundschulalter verwenden Kinder den Computer für die Recherche, und so ist der Computer auch Jugendlichen als Arbeitsmittel bereits vertraut. Jeder zweite Jugendliche arbeitet oder lernt regelmäßig zu Hause am Computer oder im Internet für die Schule, zwei Fünftel suchen Informationen für die Schule oder die Ausbildung. 22 Prozent arbeiten regelmäßig in der Schule mit Computer oder Internet, jeder Siebte nutzt den Computer mehrmals pro Woche, um Bilder und Filme zu bearbeiten. Jeder Zehnte stellt sich regelmäßig seine Musik am Rechner selbst zusammen. Deutlich seltener werden Referate und Präsentationen erstellt.

Die leichte Handhabung beim Überspielen von Inhalten von digitalen Geräten wie Kamera, Handy und Internet macht es sehr einfach, selbst Bilder und Filme ins Netz zu stellen. Viele Angebote bauen auf die Beteiligung der Nutzer mit eigenen Inhalten (Stichwort »Web 2.0«). Allerdings hat es auch Schattenseiten, dass es heute jedem möglich ist, Dinge online zu stellen. Texte, Bilder und Filme können schnell die Runde machen und unkontrolliert weiterverbreitet werden. Was normalerweise als Vorteil des Internets und der Netzwerke gesehen wird, wandelt sich zum Nachteil, wenn es sich dabei um Beleidigungen, falsche Aussagen, kompromittierende oder peinliche Bilder und Fotos handelt. Jeder siebte Jugendliche (14 %) musste bestätigen, dass über ihn schon einmal peinliche oder beleidigende Inhalte ins Internet gestellt wurden. Jungen sind hier mit 15 Prozent etwas stärker betroffen als Mädchen (13 %). Jeder

vierte Internetnutzer kann bestätigen, dass in seinem Freundeskreis schon einmal jemand im Internet regelrecht fertiggemacht wurde. Deutlich mehr Mädchen als Jungen und vor allem Jugendliche in den mittleren Altersstufen bestätigen diese Form des Mobbing in ihrem Umfeld.

Die Nutzung von *Online-Communities* ist inzwischen nicht nur ein Phänomen von Jugendlichen, die mit Schüler- und Studentennetzwerken hier Vorreiter waren. In der Berichterstattung und bei Veranstaltungen, in der Politik, in der Werbung – überall stößt man inzwischen auf soziale Netzwerke. Kaum ein Kinofilm, Musiker oder Markenartikelhersteller, der neben seiner »normalen« Onlinepräsenz nicht auch in sozialen Netzwerken präsent ist und dafür wirbt, sich Gruppen anzuschließen, Fan zu werden oder Dinge zu » liken« (mögen). Soziale Netzwerke sind inzwischen omnipräsent, und der derzeit größte Anbieter Facebook ist fast schon zum Synonym für Online-Communities geworden. Für Jugendliche stellen diese Angebote die meistgenutzte Kommunikationsform im Internet dar. Vier Fünftel nutzen diese Plattformen regelmäßig, nur 12 Prozent der Jugendlichen im Internet verzichten gänzlich auf diese Angebote. Für die Anderen haben Communities eine sehr hohe Alltagsrelevanz. Gut jeder zweite Jugendliche im Netz (57 %) loggt sich täglich in seine Community ein, zwei Drittel davon sogar mehrmals täglich.

Fast drei Viertel der Jugendlichen nutzen Facebook, an zweiter Stelle folgt SchülerVZ, das von 29 Prozent verwendet wird. SchülerVZ als explizite Schülerplattform, die ganz auf jugendliche Nutzer ausgerichtet ist, hat dann auch vor allem bei den jüngeren Nutzern Relevanz. Bereits bei Jugendlichen ab 14 Jahren ist jedoch eindeutig Facebook die derzeit angesagteste Plattform.

Die verschiedenen sozialen Netzwerke haben eine Vielzahl unterschiedlicher Funktionalitäten integriert. Sie sind Steckbrief, Fotoalbum, Pinnwand, Poesiealbum, Adressbuch, Chat, Foren und Nachrichtenzentrale in einem. Die häufigste Nutzung unter Jugendlichen ist das Chatten, fast drei Viertel nutzen diese Möglichkeit der Kommunikation regelmäßig. In der gleichen Größenordnung werden über soziale Netzwerke Nachrichten verschickt. Knapp die Hälfte nutzt die Pinnwand, um für andere Nachrichten und Kommentare zu hinterlassen. Jeder dritte Nutzer von Communities postet regelmäßig seinen Status, gibt also seinen Freunden bekannt, wo er sich befindet, was er gerade so macht oder wie er sich fühlt.

Im Schnitt haben die Nutzer von Communities 206 »Freunde«, also andere Community-Mitglieder, mit denen sie verlinkt sind. Mädchen können hierbei ein größeres Netzwerk (217 Freunde) vorweisen als Jungen (196 Freunde). Auch wenn bereits die große Anzahl der verlinkten Personen nahelegt, dass es sich bei den Freunden nicht um echte Freunde – im wahren Sinn dieses Wortes – handeln kann, so geben mit 96 Prozent fast alle Community-Nutzer an, die Freunde ihres Profil auch persönlich zu kennen. Bei den Jugendlichen handelt es sich in den Online-Netzwer-

ken also überwiegend um deren näheren und weiteren Bekanntenkreis. Die Community spiegelt hier weitgehend die Strukturen der realen Welt wider.

Resümee

Der Medienumgang von Kindern und Jugendlichen zeigt, welche hohe Alltagsrelevanz die Medien haben. Dies gilt für die Freizeit, aber – insbesondere bei der Betrachtung des Internets – auch für die Schule und die Organisation des täglichen Lebens. Dass Kinder und Jugendliche heute mit diesen medialen Möglichkeiten aufwachsen und diese selbstverständlich in ihr Leben integrieren, bedeutet nicht, dass sie auch den sachgerechten Umgang damit in die Wiege gelegt bekommen haben. Zwar haben sie wenig Probleme in der Bedienung, und sie erschließen sich viele Funktionen durch Ausprobieren. Medienkompetenz sollte jedoch nicht auf die Bedienkompetenz reduziert werden. Es gibt durchaus Bereiche, in denen Heranwachsende Unterstützung benötigen. Aspekte wie das Recht am eigenen Bild, Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte und Verbraucherschutzthemen zeigen Problemfelder auf, die Jugendlichen für einen kompetenten Umgang mit dem Internet vermittelt werden müssen. Auch der Umgang mit Fällen von Mobbing im Internet bedarf besonderer Kompetenzen. Wie in der Offline-Welt benötigt das Miteinander und die Kommunikation untereinander auch online Struktur und Orientierung. Die Vermittlung von Werten spielt hier eine bedeutende Rolle. Vieles, was in der Offline-Welt gilt, kann auf die Online-Welt übertragen werden. Kinder und Jugendliche gilt es auf ihrem Weg in die Medienwelt zu begleiten, um sie einerseits zu informieren und auf Gefahren hinzuweisen, und andererseits auch die Chancen, die die Medien bieten, sinnvoll für sich nutzbar zu machen.

Thomas Rathgeb ist Leiter der Abteilung »Medienkompetenz, Programm und Forschung« der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), Stuttgart.