

Eine Analyse auf Basis der Studienreihe **Jugend, Information und (Multi-)Media/JIM**

→ Jugendliche und ihre Mediennutzung 1998 bis 2008

Von Walter Klingler*

Medienwandel: Jugendliche adaptieren neue Entwicklungen besonders schnell

In den letzten zehn bis 15 Jahren fand ein dramatischer Medien- und Kommunikationswandel statt. Neben den Veränderungen in den klassischen Medien – beispielsweise der Digitalisierung, der Vielfachung der Angebote, der Veränderungen im Nutzungsverhalten (1) – haben PC, Internet und Handy die Landschaft massiv verändert. Dabei spielte sich der Medienwandel nie gleichzeitig in allen Bevölkerungsgruppen ab. Einige gehören regelmäßig zu den Innovatoren, zu den Early Adopters. Das sind – wenn es um technische und speziell kommunikationstechnische Entwicklungen geht – in der Regel jüngere Männer mit formal besserer Bildung und überdurchschnittlichem Einkommen.

(2)

Zu denjenigen Bevölkerungsgruppen, die neue Entwicklungen in der Regel überdurchschnittlich schnell adaptieren und ihren persönlichen Bedürfnisse anpassen, gehören auch die Jugendlichen. Sie lernen (dies gilt parallel auch für Kinder) schon früh in ihrer eigenen Biografie den Umgang mit Technologien, die sie in der Regel dann ein Leben lang begleiten – Aneignungsprozesse, die älteren Generationen in der Regel schwerer fallen oder nicht mehr gelingen.

Jugendliche als Zielgruppe von Studien

Das Medien- und Kommunikationsverhalten der Jugendlichen ist Gegenstand vieler Untersuchungen, nicht auch zuletzt der Standardstudien für den Hörfunk (ma Radio) (3), für das Fernsehen (GfK) (4) oder auch für die Printnutzung (Print-MA). (5) Für den langfristigen Vergleich ist zum Beispiel auch die Studienreihe Massenkommunikation (6) von zentraler Bedeutung. Daneben gibt es eine ganze Reihe von explizit sich mit Jugendlichen befassenden Untersuchungen. (7)

Studienreihe seit 1998: Jugendliche, Information und (Multi-)Media/JIM

Seit 1998 existiert eine Untersuchungsreihe, die den Namen „Jugendliche, Information und (Multi-)Media“, abgekürzt JIM, trägt. (8) Sie ist aus der Überlegung entstanden, ab einem möglichst frühen Zeitpunkt den sich abzeichnenden Prozess der Veränderungen des Medien- und Kommunikationsverhaltens der Jugendlichen kontinuierlich zu untersuchen und jährlich fortzuschreiben. Zum Zeitpunkt der ersten Untersuchung 1998 nutzten zum Beispiel nur 5 Prozent der Jugendlichen – hier als 12- bis 19-Jährige definiert – das Internet zumindest mehrmals in der Woche. Und nur 8 Prozent hatten ein eigenes Handy zu Verfügung.

Die Altersabgrenzung 12 bis 19 Jahre folgte und folgt dabei forschungspragmatischen Überlegungen. Zwar sind bereits manche 10- oder 11-Jährige von der psychologischen und der körperlichen Entwicklung her bereits zu den Jugendlichen zu rechnen. Und manch 20-Jähriger mag noch nicht in den Erwachsenenstatus übergegangen sein. Trotzdem bedarf es einer solchen pragmatischen Eingrenzung, um repräsentativ arbeiten zu können. Um Nutzungsentwicklungen jenseits des 19. Lebensjahrs abzubilden, werden im Rahmen der JIM-Studie im übrigen auch regelmäßig Befragungen der 20- bis 25-Jährigen realisiert. Dies erlaubt jeweils die Fortschreibung der Ergebnisse für bestimmte Altersgruppen über das 19. Lebensjahr hinaus.

Träger der Studienreihe sind gemeinschaftlich die Landesanstalt für Kommunikation/LFK, die Landeszentrale für Medien und Kommunikation/LMK und der Südwestrundfunk. Durchführendes Institut ist ENIGMA GfK. Jährlich werden im Rahmen der JIM-Studie mehr als 1 000 Jugendliche von 12 bis 19 Jahren telefonisch befragt. Grundgesamtheit sind dabei alle Deutschsprachigen (wg. Interviewsprache Deutsch) in der Altersgruppe, die in Privathaushalten leben. Im Fokus der Studie stehen dabei Fragen zur Mediennutzung, zum Kommunikationsverhalten, zu individuellen Einstellungen bis hin zu Vorbildern. Die jährliche Fortschreibung erlaubt vielfältige aktuelle Auswertungen, aber auch Aussagen über mittelfristige Trends von 1998 bis 2008, die im Folgenden im Mittelpunkt stehen.

Konstanten und Veränderungen 1998 bis 2008:

Ergebnisse zu ausgewählten Fragestellungen

Dabei geht es im Wesentlichen um folgende Themen und Fragestellungen: Wie hat sich die Ausstattung der Haushalte, in denen Jugendliche leben, in den Jahren von 1998 bis 2008 verändert? Parallel dazu ist zu analysieren, wie sich der persönliche Gerätebesitz entwickelt hat. Ferner wird untersucht, wie sich in diesem Kontext und auf Basis dieser neuen Techniken und Ausstattungen die alltägliche Mediennutzung verändert hat. Was bedeutet dies für die klassischen Medien, wie wurden neue Optionen wie PC, Internet und Handy integriert?

Darauf aufbauend werden aus medienbiografischer bzw. kohortenspezifischer Sicht zwei Fragestellungen analysiert: Wie haben sich die Biografien der 12- bis 13-Jährigen in den folgenden Jahren bis hin zu ihrem 18. bzw. 19. Lebensjahr in Bezug auf die Mediennutzung verändert? Und wie unterscheiden sich in dieser Zeit des raschen Umbruchs die unterschiedlichen „Generationen“ voneinander, hier konkret die 12- und 13-Jährigen des Jahres 1998 von den 12- bis 13-Jährigen der Jahre 2002 oder 2008?

Haushaltsausstattung mit Medien 1998 bis 2008

Der Blick auf die Haushaltsausstattung (inkl. des individuellen Gerätebesitzes Jugendlicher) im Bereich Radio und Tonträger zeigt: Die Radioausstattung in Haushalten mit Jugendlichen lag 1998 bereits bei 100 Prozent (vgl. Tabelle 1) und hat sich

Definition

Jugendliche: 12- bis 19-Jährige

Vollausstattung mit Radios schon 1998 gegeben, ältere Tonträgerarten durch moderne ersetzt

* Südwestrundfunk Medienforschung/Programmstrategie.

① **Geräteausstattung im Haushalt 1998 und 2008**

Haushalte, in denen Jugendliche leben, in %

	1998*	2008
Radio	100	100
Computer/Laptop	78	99
Handy	47	99
Fernseher	100	98
Internetzugang (2001)	65	96
CD-Player	48	94
MP3-Player/iPod (2000)	10	93
Digitalkamera (2003)	83	92
DVD-Player (nicht PC) (2003)	59	86
Videorecorder	89	75
Kassettenrecorder (2005)	80	70
feste Spielkonsole TV/PC	43	65
tragbare Spielkonsole (2006)	51	53
Walk-/Discman (2005)	82	48
Plattenspieler (2005)	51	47
DVD-Recorder (2005)	30	42
TV/Flachbildschirm (2005)	12	41
UMTS-Handy (2005)	15	33
Mini-Disc-Recorder (2000)	25	18

* Geräte teilweise erst später erhoben (Jahreszahl in Klammern).

Quelle: JIM 1998 (n=805), 2008 (n=1 208).

② **Geräteausstattung: Persönlicher Besitz von Jugendlichen 1998 und 2008**

12-19 Jahre, in %

	1998*	2008
Handy	8	95
MP3-Player/iPod	-	86
Radio	95	77
CD-Player	31	76
Computer/Laptop	35	71
Fernseher	60	61
Internetzugang	-	51
DVD-Player (nicht PC)	-	38
DVD-Recorder	-	32
Videorecorder	26	15
TV/Flachbildschirm	-	10

* Fehlende Werte: 1998 noch nicht in dieser Form erhoben.

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1 208).

bis 2008 im Prinzip nicht geändert. Die Ausstattung mit Kassettenrecorder, Walk-/Discman, aber auch mit Plattenspieler und Mini-Disc-Recorder ist jeweils (leicht) rückläufig. Dieser Rückgang wird aber durch die Etablierung von CD-Playern, MP3-Playern/iPods mehr als ausgeglichen. So ist beispielsweise auch die Zahl der im Haushalt verfügbaren CD-Player von durchschnittlich 0,6 1998 auf 2,6 2008 gestiegen

Klassisches TV-Gerät bleibt dominant, zeitversetzter TV- und Videokonsum erfolgt über neue Geräte

Im Bereich Fernsehen/Video zeigt sich eine vergleichbare Entwicklung: Das klassische Fernsehgerät bleibt als tragende Säule erhalten (1998 2,2 TV-Geräte pro Haushalt, 2008 2,5). Dabei gibt es 2008 bereits bei 41 Prozent aller Haushalte mit Jugendlichen Flachbildfernseher. Videorecorder sind zwar nach wie vor in großer Zahl in den Haushalten verfügbar, aber sie sind nicht mehr die zentralen Geräte zur zeitversetzten Fernsehnutzung oder zur Nutzung von Videos. Im Medienalltag der Jugendlichen wurden sie für diesen Einsatzzweck im starken Umfang von DVD-Playern, Festplattenrecordern und von Mediatheken und Videoportalen abgelöst.

Deutliche Entwicklungssprünge bei Computern und Internetzugängen

Die deutlichsten Entwicklungssprünge sind nicht in diesen traditionellen Segmenten zu verzeichnen, sondern im Bereich PC/Internet/Handy. Bei Computern und Laptops lag die Ausstattung nach den Angaben der Jugendlichen 1998 schon bei 78 Prozent und stieg bis 2008 (um 21 Punkte) auf 99 Prozent. Auffälliger noch ist die Tatsache, dass die Zahl der PCs pro Haushalt in diesem Zeitraum von

durchschnittlich 0,9 auf 2,3 stieg. Die Zahl der Internetzugänge bewegte sich 1998 noch auf sehr geringem Niveau. Erstmals abgefragt wurde sie 2001: Damals betrug sie 65 Prozent, bis 2008 stieg sie auf 96 Prozent. Im statistischen Mittel verfügt ein Haushalt derzeit über 1,6 Zugänge. Die Handyverbreitung erreichte 2008 bereits 99 Prozent.

Die Haushaltsausstattung ist unter Umständen mit einer aus der Perspektive der Jugendlichen nur eingeschränkten Verfügbarkeit der Hardware verbunden. Eltern oder Geschwister wollen diese Geräte vielleicht auch gerade nutzen. Anders ist dies in der Regel bei persönlichem Besitz oder bei dem, was man subjektiv zum persönlichen Besitz zählt. Der Vergleich der Angaben von 1998 und 2008 zeigt: Zwei Empfangsgerätearten verlieren zahlenmäßig an Bedeutung: klassische Radioapparate und Videorecorder (vgl. Tabelle 2). Konstant bleibt die Zahl der persönlich verfügbaren Fernsehempfänger. Der Hörfunkempfang wird dadurch allerdings nicht geschmälert, genau so wenig wie die Möglichkeit der Videonutzung. Für beides steht mittlerweile eine Vielzahl von technischen Alternativen zur Verfügung. Beim Hörfunk beispielsweise der Radioempfang über Internet, MP3/iPod oder über Handy. Gleiches gilt für Videos via eigenem DVD-Player oder über PC und/oder das Internet.

Die persönliche Verfügbarkeit des Internets erreicht 2008 51 Prozent, der Besitz von PCs/Laptops liegt 2008 – erstmals – mit 71 Prozent über dem des Fernsehgeräts (Fernsehempfang findet verstärkt über den Computer statt). Und 95 Prozent der Jugendlichen verfügen mittlerweile über ein eigenes Handy.

Mediennutzung 1998 bis 2008

Mit der Veränderung des verfügbaren technischen Inventars verbindet sich auch eine erkennbare Veränderung der Mediennutzung. Basis für die folgende Analyse sind die Angaben der Jugendlichen über die Häufigkeit der Nutzung eines Angebots/Mediums, wobei den Auswertungen die Angabe „mindestens mehrmals in der Woche genutzt“ zu-

Entwicklung des persönlichen Gerätebesitzes der Jugendlichen 1998 bis 2008

Analyse auf Basis der Nutzungshäufigkeit

grunde liegt. Diese Frequenzangabe drückt einerseits Alltagsnähe und andererseits Habitualisierung aus. Insofern ist sie gut als Maßstab für die Einbindung eines Mediums und/oder einer Anwendung in den Alltag und für die Messung diesbezüglicher Veränderungen geeignet.

Radionutzung sinkt, Tonträgernutzung steigt

Im 10-Jahres-Vergleich zwischen 1998 und 2008 ging die Radionutzung von 85 Prozent (täglich, fast täglich oder mehrmals in der Woche genutzt) auf 72 Prozent zurück. Die Tonträgernutzung blieb insgesamt konstant. Allerdings wurden MP3s wichtiger als der klassische Bereich der Musik-CDs oder -Kassetten. Innerhalb von zehn Jahren stieg die MP3-Nutzung von null auf 82 Prozent, die CD-/Kassetten-Nutzung ging von 94 auf 68 Prozent zurück (vgl. Tabelle 3).

Die Bedeutung der auditiven Medien – Hörfunk und Tonträger zusammengenommen – bleibt also bei erkennbaren Nejustierungen hinsichtlich der technischen Empfangswege auf einem nahezu unveränderten Gesamtniveau.

Klassisches Fernsehen kann sich nahezu behaupten, Videospeichermedien immer beliebter

Vergleicht man die Nutzung im Bereich Fernsehen/Video zwischen 1998 und 2008 (klassisches lineares Fernsehen sowie Video-Speichermedien), fällt zunächst auf, dass der Wert für das Medium Fernsehen auf sehr hohem Niveau geblieben ist. 1998 sahen 95 Prozent der Jugendlichen täglich oder mindestens mehrmals in der Woche fern, 2008 sind es immer noch 89 Prozent, also rund neun von zehn Jugendlichen. Bei den Bild-Speichermedien – hier ohne PC bzw. Internet betrachtet – geht der Trend weg von der Nutzung der klassischen Videorecorder hin zu DVD- bzw. Festplattenrecordern. In der Zusammenfassung bedeuten 21 Prozent Videorecordernutzung 2008 (1998 noch 23%) und 23 Prozent DVD-Nutzung einen deutlichen Zuwachs für diese Speichermedien.

Bis auf Bücher verlieren alle Printmedien deutlich an Nutzung

Im Bereich der Printnutzung zeigen sich in zwei von vier Segmenten deutliche Veränderungen. 1998 lag die Zahl derjenigen Jugendlichen, die Zeitungen zumindest mehrmals in der Woche lasen, bei 59 Prozent. Zehn Jahre später sind es nur noch 43 Prozent. Dies bedeutet ein Minus von 16 Prozentpunkten. Noch höher fällt der Rückgang sowohl absolut als auch prozentual bei Zeitschriften aus. 1998 gaben 49 Prozent an, zumindest mehrmals in der Woche Zeitschriften zu lesen, 2008 sind dies nur noch 29 Prozent. Demgegenüber ist der Rückgang, der für die Comicnutzung zu verzeichnen ist, relativ gering: von 12 Prozent auf 9 Prozent. Eine Ausnahme bilden bei den Printmedien die Bücher: 1998 gaben 38 Prozent aller Jugendlichen an, zumindest mehrmals in der Woche ein Buch oder mehrere Bücher zu lesen, 2008 sind es 40 Prozent, ein kleines Plus von 2 Prozentpunkten.

Computer- und Internetnutzung rasant gestiegen

Zu den Medien/Techniken, die die Medien- und Kommunikationslandschaft wesentlich verändert haben, gehören aus heutiger Sicht insbesondere Computer, das Internet, aber auch das Handy. Für Computer und Internet liegen Daten sowohl für 1998 als auch für 2008 vor. 48 Prozent der Jugend-

③ Mediennutzung der klassischen Medien 1998 und 2008

12–19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche, in %

	1998*	2008
Fernseher	95	89
MP3	–	82
Radio	85	72
Musik-CDs/Kassetten	94	68
Zeitung	59	43
Bücher	38	40
Zeitschriften/Magazine	49	29
DVD	–	23
Video	23	21
Comics	12	9

* Fehlende Werte: 1998 noch nicht in dieser Form erhoben.

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1208).

④ Mediennutzung der neuen Medien

12–19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche, in %

	1998*	2008
Computer	48	89
Internet	5	84
Handy	–	84
Spielkonsole	–	26

* Fehlende Werte: 1998 noch nicht in dieser Form erhoben.

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1208).

lichen nutzten 1998 einen Computer täglich oder zumindest mehrmals in der Woche (vgl. Tabelle 4). Zehn Jahre später hat sich dieser Anteil fast verdoppelt und liegt nun bei 89 Prozent. Noch spektakulärer war die Entwicklung der Internetnutzung. Vor zehn Jahren lag sie bei nur 5 Prozent. Seitdem hat sie sich in diesem Bevölkerungssegment auf 84 Prozent gesteigert.

Der heutige Medienalltag der Jugendlichen unterscheidet sich insbesondere in zwei Punkten von dem vor zehn Jahren, nämlich durch die Integration der neuen Technologien und Optionen ins Medienrepertoire und durch die deutlichen Verluste des klassischen Printsektors. Dies bedeutet allerdings nicht, dass nicht etwa auch die PC- und die Internetnutzung ihrerseits Entwicklungsprozessen oder Veränderungen unterliegen würden. Der wohl deutlichste Unterschied zwischen 1998 und 2008 liegt darin, dass mittlerweile rund 90 Prozent der mit PCs verbrachten Zeit auf die Internetnutzung inkl. Kommunikation entfällt und 10 Prozent auf andere Anwendungen – eine Relation, die sich 1998 noch umgekehrt dargestellt hat.

Dies lässt sich näher beleuchten. Die zwei häufigsten PC-Anwendungen (ohne Internet), die mindestens mehrmals in der Woche genutzt werden,

Art der PC- und Internetnutzung wandelt sich

⑤ **Tätigkeiten am Computer ohne Internet 1998 und 2008**

12–19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche, in %

	1998*	2008
arbeiten für die Schule bzw. Lernen	27	37
Texte schreiben und bearbeiten	30	27
Musik-CDs/MP3s zusammenst. (2005)	13	18
Bilder/Filme bearbeiten (2000)	10	13
DVDs anschauen (2005)	8	10
malen, zeichnen, Grafiken erstellen	18	9
arbeiten mit speziellen Lernprogrammen/Lernsoftware	13	8
Präsentationen oder Referate erstellen (2006)	7	8
CDs brennen (2003)	18	7
Musik-/Soundbearbeitung (2005)	8	6
programmieren	7	6
Musik machen (2005)	4	4
DVDs brennen (2003)	3	2

* Tätigkeiten teilweise erst später erhoben (Jahreszahl in Klammern).

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1208).

⑥ **Internetaktivitäten 1998 und 2008**

12–19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche, in %

	1998*	2008
Instant-Messenger wie z. B. ICQ oder MSN nutzen	–	71
E-Mails empfangen und versenden	4	47
Musik/Sounddateien anhören	4	46
nach Informationen für die Ausbildung suchen	–	38
nach Informationen suchen (nicht Schule)	5	38
Nachrichten bzw. aktuelle Informationen abrufen	–	32
chatten	3	28
Filme/Videos anschauen	2	25
Netzspiele, Multiuser-Spiele machen	3	19
Informationen über Veranstalt. am Ort abrufen	2	12
downloaden von Musikdateien	–	9
über Internet Radio hören	–	8
über Internet telefonieren	–	7
über Internet Fernsehen	–	2
downloaden von anderen Dateien/Daten	–	2

* Fehlende Angaben: Tätigkeiten in dieser Form erst später als 1998 erhoben.

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1208).

waren sowohl 1998 als auch 2008 „Arbeiten für die Schule und Lernen“ sowie „Texte schreiben und arbeiten“ (vgl. Tabelle 5). Leichte Veränderungen im Sinne einer zunehmenden Nutzung zeigen sich beispielsweise in den Bereichen „Musik-CDs/-MP3s zusammenstellen“, auch tendenziell bei „DVDs anschauen“. Auf Grund des Erfolgs des Standards MP3 und der damit veränderten Weitergabemöglichkeiten (z. B. über Datensticks) geht dagegen das „CD brennen“ deutlich zurück

Im Bereich der Onlinenutzung zeigen sich dagegen starke Veränderungen. 1998 empfangen oder versendeten 4 Prozent aller Jugendlichen zumindest mehrmals in der Woche E-Mails. 2008 sind es 47 Prozent (vgl. Tabelle 6). Musik-/Sounddateien hörten 1998 ebenfalls 4 Prozent der Jugendlichen

mindestens mehrmals in der Woche im Netz an, 2008 sind es 46 Prozent. Ähnlich fallen die Ergebnisse in anderen für die Internetnutzung zentralen Bereichen aus, so zum Beispiel – um die am häufigsten genutzten Optionen hervorzuheben – bei den Tätigkeiten „nach Informationen suchen“ (von 5 % auf 38 %), „Chatten“ (von 3 % auf 28 %), „Filme/Videos anschauen“ (von 2 % auf 25 %).

Neben PC und Internet gehören Handys zu den technischen Entwicklungen, die in den letzten zehn Jahren deutlich das Leben – nicht nur der Jugendlichen – verändert haben. Sie sind nicht nur Kommunikationsplattform, sondern bieten vielfältige weitere Optionen. So sind zum Beispiel 2008 89 Prozent der Handys, die Jugendliche besitzen/nutzen, mit der Möglichkeit ausgestattet, kurze Filme oder Fotos zu machen (vgl. Tabelle 7). 79 Prozent sind internettauglich, 74 Prozent haben einen integrierten MP3-Player. 61 Prozent bieten die Möglichkeit des Radioempfangs und mit 13 Prozent der Handys ist sogar Fernsehnutzung möglich.

In erster Linie bleibt das Handy ein Mittel der zwischenmenschlichen Kommunikation: SMS bekommen im Jahr 2008 79 Prozent der Jugendlichen täglich/fast täglich/mehrmals in der Woche; angerufen werden 75 Prozent, SMS schicken 73 Prozent, „jemanden anrufen“ nennen 60 Prozent (vgl. Tabelle 8). Fotos/Filme/MP3s sind dank der Handys nicht nur zur eigenen Beschäftigung geeignet, sie werden auch in vielfältiger Art und Weise in diese Kommunikation einbezogen.

Immerhin 12 Prozent der Jugendlichen hören im Jahr 2008 täglich/fast täglich oder mehrmals in der Woche über Handy Radio, Nachrichtendienste empfangen über das Handy 4 Prozent. Via Handy im Internet surfen zur Zeit 2 Prozent, 1 Prozent sieht mit dem Handy fern, Werte, die in den nächsten Jahren voraussichtlich deutlich steigen werden.

Medienbiografien und Kohortenvergleiche am Beispiel der Geräteausstattung

Bislang wurden Mediennutzung und Kommunikationsverhalten aller 12- bis 19- Jährigen des Jahres 1998 mit dem Medienumgang von altersgleichen Jugendlichen des Jahres 2008 verglichen. Im Folgenden wird am Beispiel der Medienausstattung und der Mediennutzungshäufigkeit analysiert, wie sich die Medienbiografie einer bestimmten Zielgruppe, nämlich der 12- bis 13-Jährigen, im Laufe des Heranwachsens bis zum 18. bzw. 19. Lebensjahr im Betrachtungszeitraum 1998 bis 2008 verändert hat. Dabei kann man erkennen, wie diese Altersgruppe früher und wie sie heute Medientechniken in ihr persönliches Leben integriert hat, was sich in ihrem Medienverhalten geändert und was konstant geblieben ist. (9)

1998 besaßen 41 Prozent der 12- bis 13- Jährigen nach eigenen Angaben ein eigenes Fernsehgerät oder hatten ein solches im Eigengebrauch. 33 Prozent verfügten über einen eigenen Computer oder Laptop. 27 Prozent hatten eine Spielekonsole zur eigenen Verfügung (vgl. Tabelle 9). Handys kamen auf 3 Prozent, ein persönlicher Internetzugang existierte

Handy als Kommunikationsmedium und als technische Plattform

Geräteausstattung dramatisch gestiegen

tierte damals – vor allerdings nur zehn Jahren – noch nicht. In den nächsten sechs Lebensjahren erfolgte eine dramatische Ausweitung des persönlichen Medienbesitzes bei dieser Personengruppe. 2004 verfügten 97 Prozent der dann 18- bis 19-Jährigen über ein eigenes Handy (das sind plus 94%-Punkte gegenüber der Ausstattung im Alter von 12-13 Jahren), ein eigenes Fernsehgerät besaßen nun 62 Prozent (plus 21%-Punkte), einen Computer/Laptop 59 Prozent (plus 26%-Punkte), der eigene Internetzugang kam auf 34 Prozent (plus 34%-Punkte). Videorecorderbesitz und Spielekonsolenausstattung stiegen mit zunehmendem Alter jeweils ebenfalls (leicht) an. Älterwerden bedeutete für die ganz jungen Jugendlichen des Jahres 1998 also die deutliche Ausweitung des technisch verfügbaren Repertoires.

Geräteausstattung bei 12- bis 13-Jährigen im Jahr 2002: deutlich breitere Basis

Die heute – also im Jahr 2008 – 18- bis 19-Jährigen waren im Jahr 2002 12 oder 13 Jahre alt. Zu diesem Zeitpunkt verfügten sie bereits über ein deutlich breiteres Medieninventar als ihre Altersgenossen nur sechs Jahre (1998) zuvor. Zum Beispiel hatten 2002 bereits 59 Prozent ein Handy oder persönlichen Zugang dazu, das sind 56 Prozentpunkte mehr als bei den 12- bis 13-Jährigen von 1998. Der Computerbesitz lag mit 42 Prozent um 11 Prozentpunkte höher als bei den 12- bis 13-Jährigen des Jahres 1998. Das Ausgangsniveau lag also für 12- bis 13-Jährige nur ganze vier Jahre nach Beginn der Erhebungen der JIM-Studie schon massiv höher als 1998.

Entwicklungsdynamik bei manchen Techniken auch gegenläufig

Dennoch bedeutete auch für diese Gruppe das Älterwerden noch einen beachtlichen Zuwachs beim Medieninventar. Mit 18 bis 19 Jahren, also im Jahr 2008, haben 98 Prozent ein Handy (plus 39%-Punkte), über Computer verfügen nun 78 Prozent (plus 36%-Punkte) persönlich, über einen eigenen Fernseher 66 Prozent (plus 10%-Punkte) und über einen eigenen Internetzugang 59 Prozent (40%-Punkte). Die Wachstumsdynamik bei Handy und Fernseher wird also geringer, bei Computer und Internet steigt sie dagegen noch einmal.

Die Befunde zeigen auch, dass die Attraktivität bestimmter Heimelektronikgeräte abnimmt. So verfügten beispielsweise die 12- bis 13-Jährigen 2002 noch zu 20 Prozent über einen eigenen Videorecorder, mit dem Älterwerden sinkt die Zahl auf 15 Prozent bei den 18- bis 19-Jährigen des Jahres 2008.

⑦ Technische Ausstattung der Handys 2005 und 2008
12-19 Jahre, in %

	1998*	2008
Kamera/Foto	57	89
Internet	69	79
MP3-Player	21	74
Radioempfang	27	61
Fernsehempfang	4	13

Basis: Handy-Besitzer (2005: n=1105, 2008: n=1149)

Quelle: JIM 2005 (n=1203), 2008 (n=1208).

⑧ Nutzung verschiedener Handy-Funktionen
12-19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche, in %

	2006	2007	2008
SMS bekommen	-	85	79
angerufen werden	-	79	75
SMS schicken	85	78	73
jemanden anrufen	-	63	60
telefonieren*	63	-	-
Fotos/Filme machen	36	40	39
Fotos/Filme verschicken*	11	-	-
Fotos/Filme mit Bluetooth verschicken	-	22	25
MP3 mit Bluetooth verschicken	-	23	24
mit Handy Radio hören	-	9	12
Handyspiele spielen	-	14	10
MP3 als MMS verschicken	-	7	6
mit Handy Nachrichtendienste empfangen	-	-	4
Fotos/Filme als MMS verschicken	-	3	2
mit Handy im Internet surfen	-	2	2
mit Handy Mails abrufen	-	-	2
mit Handy fernsehen	-	1	1

* Abweichende Fragestellung.

Basis: Handybesitzer (2006: n=1105, 2007: n=1127, 2008 n=1149).

Quelle: JIM 2006 (n=1205), 2007 (n=1204), 2008 (n=1208).

Dahinter stecken sowohl sinkende Attraktivitäten spezieller Heimelektronik als auch Substitutionseffekte. So ermöglicht der Computer ebenfalls Aufzeichnung und Wiedergabe von linearen Fernsehprogrammen oder auch DVDs. Videorecorder verlieren damit an Bedeutung und bringen auch deutlich weniger „Sozialprestige“ bei den Gleichaltrigen.

⑨ Medienbesitz in der Entwicklung
in %

	Jahrgang 1985/86		Jahrgang 1989/90		Jahrgang 1995/96
	12/13-Jährige 1998	18/19-Jährige 2004	12/13-Jährige 2002	18/19-Jährige 2008	12/13-Jährige 2008
Fernsehgerät	41	62	56	66	42
Computer/Laptop	33	59	42	78	57
Spielkonsole	27	30	40	39	45
Handy	3	97	59	98	90
Internet	-	34	19	59	40

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1208).

10 Mediennutzung in der Entwicklung

mindestens mehrmals pro Woche, in %

	Jahrgang 1985/86		Jahrgang 1989/90		Jahrgang 1995/96
	12/13-Jährige 1998	18/19-Jährige 2004	12/13-Jährige 2002	18/19-Jährige 2008	12/13-Jährige 2008
Fernsehen	97	85	95	86	91
Radio	79	81	82	75	69
Zeitung	38	62	39	60	22
Zeitschriften	51	35	40	30	33
Bücher	49	36	49	39	51
Computer	48	78	62	90	82
Internet	4	60	36	87	72

Quelle: JIM 1998 (n=803), 2008 (n=1 208).

Vermutbare Entwicklung bei den heute 12- bis 13-Jährigen

Für die im Jahr 2008 12- bis 13- Jährigen liegen naturgemäß lediglich die „Startdaten“ vor; wie das Ergebnis für sie im Jahr 2014 aussehen wird, wenn sie 18 Jahre oder 19 Jahre alt sind, darüber kann man aber begründet spekulieren. Beim Handy ist – mit 90 Prozent – schon jetzt beinahe Vollausstattung und damit kaum noch Wachstumspotenzial zu konstatieren. Zuwachs mit dem Älterwerden ist bei Computer/Laptops noch möglich. Im Jahr 2008 standen diese 57 Prozent der 12- bis 13-Jährigen zur Verfügung (gegenüber 33% 1998 bzw. 42% 2002). Das Gleiche gilt für den eigenen Internetzugang: 40 Prozent im Jahr 2008 gegenüber null 1998 bzw. 19 Prozent 2002. Beim Spielekonsolenbesitz wird es dagegen kaum Wachstum geben, und eigene Fernsehgeräte haben mit 42 Prozent in 2008 gegenüber 56 Prozent im Jahr 2002 (1998: 41%) schon an Bedeutung verloren. Dahinter dürfte aber die Substitutionsmöglichkeit durch PC/Internet stecken.

Medienbiografien und Kohortenvergleiche in Bezug auf Mediennutzung

Die Frage, inwieweit sich klassische Nutzungsmuster durch die Integration neuer Optionen/Techniken verändern, und wie stark die neuen Möglichkeiten in das alltägliche Medienbudget integriert werden, ist eingangs schon für die Gesamtheit der Jugendlichen skizziert worden. Dieses Bild soll nun in der medienbiografischen bzw. kohortenbezogenen Perspektive differenziert werden. Auch hier ist wieder diejenige Nutzungsfrequenz zugrunde gelegt, die Alltagsrelevanz und Habitualisierung am besten ausdrückt, nämlich die tägliche, fast tägliche oder mindestens mehrmals wöchentliche Nutzung.

Lineares Fernsehen in allen Vergleichsjahren bei 12- bis 13-Jährigen sehr beliebt

Das (lineare) Fernsehen wird von den 12- bis 13-Jährigen aller drei Vergleichsjahre (1998, 2002 und 2008) jeweils zu mehr als 90 Prozent mindestens mehrmals in der Woche genutzt (vgl. Tabelle 10). Dabei geht der Prozentsatz von 97 Prozent 1998 über 95 Prozent 2002 auf 91 Prozent 2008 leicht zurück, bleibt aber auf einem sehr hohen Niveau

Bei den beiden Gruppen, die sich mit Hilfe der JIM-Studie bis zum 18. bzw. 19. Lebensjahr verfolgen lassen, geht die Fernsehnutzung dann jeweils mit zunehmendem Alter zurück: bei den im Jahr 1998 12 bis 13 Jahre alten Personen von 97 Prozent auf 85 Prozent im Alter von 18 bzw. 19 Jahren (minus 12%-Punkte), bei der entsprechenden Alterskohorte von 2002 beträgt der Rückgang 9 Prozentpunkte. Fernsehnutzung bleibt also im Betrachtungszeitraum durchaus auf relativ hohem Niveau, verliert aber im Jugendalter medienbiografisch betrachtet an Bedeutung (um dann, wie die Daten der GfK dokumentieren, im weiteren Leben wieder anzusteigen).

Bei der Nutzung von Radioprogrammen (unabhängig von den Empfangswegen) zeigt sich folgendes Bild: 79 Prozent der im Jahr 1998 12- und 13-Jährigen nutzten mindestens mehrmals in der Woche Radioprogramme, bei den 2002 12- bis 13- Jährigen waren es 82 Prozent, 2008 sind dies bei dieser Altersgruppe noch 69 Prozent. Damit hat der Hörfunk bei den Jugendlichen in dieser Altersgruppe im 10-Jahres-Vergleich an Alltäglichkeit erkennbar verloren. Hinzu kommt: Während Radio in der Vergangenheit mit zunehmendem Alter typischerweise stärker genutzt wurde, gilt dies nach den JIM-Ergebnissen heute so nicht mehr. Bei den 1998 12- bis 13-Jährigen ließ sich noch ein knapper Zuwachs von 79 Prozent auf 81 Prozent im Alter von 18 bis 19 Jahren im Jahr 2002 feststellen. Bei 12- bis 13-Jährigen des Jahres 2002 zeigt sich aber ein Minus von 7 Prozentpunkten mit dem Älterwerden (von 82% auf 75% 2008).

Die sinkende Attraktivität von Printmedien, insbesondere von Tageszeitungen, bei Jugendlichen wird schon lange beklagt. Auf Basis der medienbiografischen und kohortenspezifischen Analyse der JIM-Ergebnisse zeigt sich dagegen: 1998 nutzten 38 Prozent der 12- bis 13-Jährigen täglich, fast täglich oder mehrmals in der Woche eine Tageszeitung (in der Printversion). 2002 lag der Wert bei dieser Altersgruppe mit 39 Prozent noch auf demselben Niveau. Erst danach brach die Zeitungsnutzung deutlich ein: 2008 geben nur noch 22 Prozent der 12- bis 13-Jährigen an, eine Tageszeitung zumindest mehrmals in der Woche zu nutzen.

Deutlicher Rückgang mit dem Älterwerden sichtbar

Radionutzung ebenfalls tendenziell rückläufig

Sinkende Attraktivität der Zeitungen erst seit wenigen Jahren feststellbar

Für Tageszeitungen typisch war früher – vergleichbar dem Effekt beim Hörfunk – eine verstärkte Alltagsintegration mit zunehmendem Alter. Dies galt auch für die 12- bis 13-Jährigen des Jahres 1998 und für die 12- bis 13-Jährigen von 2002. Jeweils mit dem Älterwerden nahm ihre Zeitungsnutzung massiv zu, auf 62 Prozent bzw. 60 Prozent im Alter von 18 bis 19 Jahren. Inwieweit sich dieser Effekt nun bei den 12- bis 13-Jährigen des Jahres 2008 wiederholt, muss abgewartet werden. Zwar ist auch bei ihnen ein Zuwachs mit dem Älterwerden sehr wahrscheinlich, das Ausgangsniveau liegt jetzt aber wesentlich niedriger als bei den früheren Alterskohorten.

Zeitschriftennutzung kontinuierlich rückläufig

Bei den Zeitschriften, die pauschal abgefragt wurden, kommen zwei negative Effekte zusammen. Insgesamt sinkt die Nutzungsbasis bei den 12- bis 13-Jährigen der Vergleichsjahre. 1998 lag die Zahl der 12- bis 13-Jährigen, die angaben, Zeitschriften mindestens wöchentlich zu nutzen, bei 51 Prozent, 2002 bei 40 Prozent und 2008 nur noch bei 33 Prozent. Hinzu kommt, dass Zeitschriften mit zunehmendem Alter der Jugendlichen an Zuwendungshäufigkeit verlieren. Von den 12- bis 13-Jährigen des Jahres 1998 lasen im Alter von 18 bzw. 19 Jahren noch 35 Prozent (minus 16%-Punkte) mindestens mehrmals in der Woche Zeitschriften. Und auch bei den 12- bis 13-Jährigen des Jahres 2002 ging der Wert, allerdings etwas weniger, von 40 auf 30 Prozent zurück.

Bücher können sich bei Jugendlichen gut behaupten

Rund die Hälfte der 12- und 13-Jährigen hat 1998 täglich oder zumindest mehrmals in der Woche ein oder mehrere Bücher gelesen. 2002 lag der Wert in derselben Altersgruppe ebenfalls bei 49 Prozent, 2008 bei 51 Prozent. Mit dem Älterwerden der Kohorten geht die Buchnutzung dann jeweils zurück, und zwar relativ gleichmäßig, was auf einen Alterseffekt und weniger auf veränderte mediale Rahmenbedingungen hinweist. Insgesamt kann sich das Buch in der Medienkonkurrenz also behaupten.

Computer heute schon im Alltag der Jüngsten angekommen

1998 lag die Computernutzung bei den 12- und 13-Jährigen bei 48 Prozent, wieder bezogen auf die Nutzung täglich, fast täglich oder mindestens mehrmals in der Woche. Vier Jahre später, 2002, waren es 62 Prozent – dies entspricht einem Plus von 14 Prozentpunkten. Weitere sechs Jahre später, 2008, sind es schließlich 82 Prozent, ein Plus von 20 Prozentpunkten. Von Alterskohorte zu Alterskohorte wird damit die Computernutzung immer „alltäglicher“, sie ist aus dem Alltag schon von sehr jungen Jugendlichen heute nicht mehr wegzudenken.

Sowohl für die 12- bis 13-Jährigen von 1998 als auch für die Gleichaltrigen von 2002 zeigt sich dann eine weitere deutliche Zunahme der Nutzung bis hin zum 18. oder 19. Lebensjahr. 2004 waren 78 Prozent der dann 18- bis 19-Jährigen häufig am Computer zu finden (plus 30%-Punkte). Bei den 12- bis 13-Jährigen von 2002 stieg der Wert mit zunehmendem Alter von 62 Prozent um 28 Prozentpunkte auf 90 Prozent. Da von den 2008 12- bis 13-Jährigen bereits 82 Prozent täglich, fast täglich oder mehrmals in der Woche Computer nutzen, ist

ein solcher Anstieg bei ihnen natürlich nicht mehr möglich. Das bedeutet, dass heute fast alle Jugendlichen über einen nahezu täglichen PC-Zugang verfügen, Veränderungen werden sich also in den nächsten Jahren eher im qualitativen Bereich (bei Übertragungsraten oder Eigenschaften der PCs/Laptops) ergeben.

Das Bild bei der Internetnutzung lässt sich in zwei Aussagen zusammenfassen: Erstens gab es eine massive Steigerung der Nutzung schon bei den 12- bis 13-Jährigen in kurzen Abständen. 1998 lag der Wert für mindestens mehrmals in der Woche genutzt in dieser Altersgruppe bei nur 4 Prozent, 2002 bei dann schon 36 Prozent und 2008 schließlich bei 72 Prozent. Zweitens: Obwohl 1998 für 12- oder 13-Jährige praktisch noch keine kontinuierliche Internetnutzung möglich war, war der Drang groß, dieses Defizit abzubauen. So waren 2004 schon 60 Prozent dieser Jugendlichen – dann 18 bis 19 Jahre alt – regelmäßig im Internet unterwegs (ein Plus von 54%-Punkten in nur sechs Lebensjahren). Aus den genannten 36 Prozent 12- bis 13-Jährigen im Jahr 2002 wurden mit zunehmendem Alter bis 2008 87 Prozent (plus 51%-Punkte). Wie bei der PC-Nutzung ist auch für die Internetnutzung der 12- bis 13-Jährigen des Jahres 2008 ein im Laufe ihres Lebens noch weiteres, aber angesichts der hohen Ausgangsbasis von 72 Prozent deutlich geringeres Wachstum zu erwarten.

Vom einzelnen Medium zum Gesamtrepertoire – Veränderungen 1998/2008

Die Analyse macht deutlich, dass sich das Bild der Medienausstattung und der Mediennutzung in den letzten Jahren (übrigens nicht nur bei den Jugendlichen) deutlich gewandelt hat. Und dies bedeutet auch: Die Betrachtung der Entwicklung der einzelnen Medien ist nach wie vor unersetzbar. Aber sie bildet – wie bereits mehrfach angemerkt – nur (noch) einen Teil der Dynamik ab. Radioprogrammnutzung zum Beispiel findet auf den unterschiedlichsten Wegen statt, die die Nutzer zum Teil gar nicht mehr dem Urheber zurechnen (z.B. heruntergeladene und weitergeschickte Comics). Die Nutzung von Fernsehprogrammen umfasst auch die zeitversetzte Fernsehnutzung über Festplattenrecorder (Timeshift) und/oder die Videonutzung über Mediatheken. Das Internet ist technische Basis für Texte, Audio, Video, Kommunikation und anderes mehr. Und auch das Handy spielt in diesem Kontext eine Rolle.

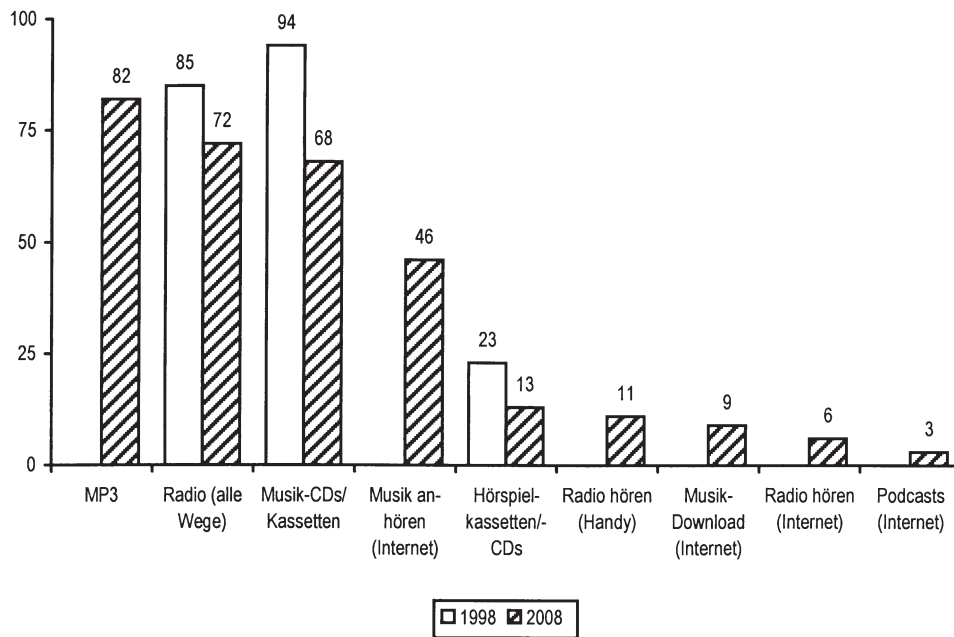
Eine Systematik für diese Veränderungen zu finden, ist schwierig. Man kann sich dabei aber an traditionellen Aspekten orientieren. Der klassische Audiobereich diversifiziert sich. Die MP3-Nutzung kommt bei Jugendlichen mit 82 Prozent täglich, fast täglich bzw. mehrmals in der Woche genutzt auf Platz eins gemessen an der Nutzungshäufigkeit, gefolgt vom Radio (über alle Empfangswege) mit 72 Prozent und Musik-CDs/-Kassetten mit

Internetnutzung mit enormen Zuwachsraten

Multiplizierung der Audiozugänge

Abb. 1 Diversifizierung der Audio-Zugänge

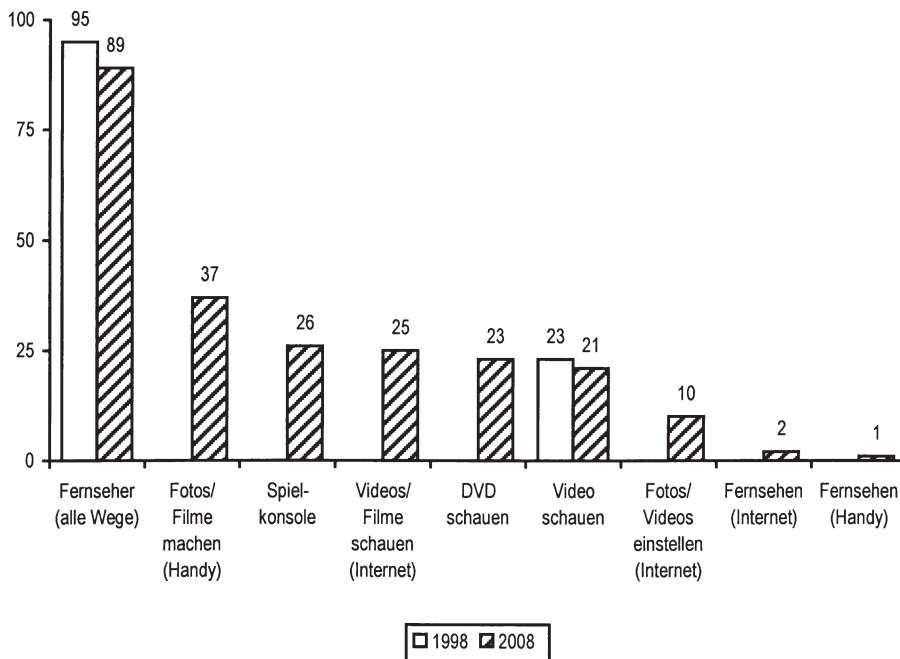
12-19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche genutzt, in %



Quelle: JIM 1998 (n = 803), 2008 (n= 1 208).

Abb. 2 Vom linearen Fernsehen bis zum eigenen Film

12-19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche genutzt, in %



Quelle: JIM 1998 (n = 803), 2008 (n= 1 208).

68 Prozent (vgl. Abbildung 1). Hinzu kommen nach den Ergebnissen der JIM-Studie 47 Prozent für „Musik über das Internet hören“ und 9 Prozent für „Musik-Downloads via Internet“. „Hören“ wird damit über die Grenzen einzelner Medien hinaus komplexer. Wie oben gezeigt wurde, ist dies eine Entwicklung der letzten zehn Jahre.

Auch im Fernseh- und Videosektor ändert sich das Bild. Die lineare Fernsehnutzung ist – wie oben beschrieben – nur wenig zurückgegangen, zur Videonutzung tritt die DVD-Nutzung hinzu. Auf ähnlichem Niveau wie die Videorecorder- oder DVD-Nutzung rangiert bei Jugendlichen mittlerweile die Video-/Filmenutzung via Internet – bei 25 Prozent mindestens mehrmals in der Woche (vgl. Abbildung 2). Hinzu kommt die Eigengestaltung in diesem Bereich: 37 Prozent machen regelmäßig Fotos/

Vom linearen Fernsehen bis zum eigenen Film

Filme, die dann zum Teil wiederum über das Hochladen ins Internet Bestandteile der Videonutzung im Netz werden.

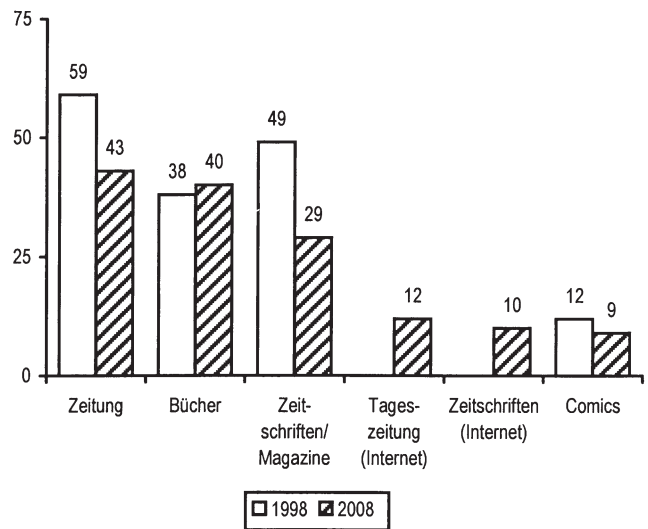
Von der klassischen Lektüre zum multimedialen Lesen

Der Rückgang der Printnutzung – mit Ausnahme der Bücher – wurde beschrieben. Reichweitenverluste beim klassischen Lesen werden aber durch die Nutzung der Tageszeitung online nicht ausgeglichen, wobei sich neben dem Vertriebsweg dann auch Gestaltung und Inhalte entsprechend ändern. Die JIM-Zahlen für 2008 belegen zwar, dass Lesen klassischer Printangebote im Netz zunimmt (vgl. Abbildung 3). Dennoch hat dies Einfluss auf die Nutzungsqualität (Lesedauer, Aufmerksamkeit usw.).

Vervielfältigung der Kommunikationswege

Grundsätzlich ist und bleibt die wichtigste Form der Kommunikation von Jugendlichen das Sich Treffen mit anderen. Der Wert hierfür lag für die 12- bis 19-Jährigen 1998 bei 85 Prozent täglich, fast täglich oder mindestens mehrmals in der Woche, 2008 bei 88 Prozent (vgl. Abbildung 4). Persönliche Kommunikation wird also nicht durch technische ersetzt, sondern eher ergänzt. Obwohl in der Welt technisch vermittelter Kommunikation das heimische Festnetztelefon nach wie eine große Rolle für Jugendliche spielt – insbesondere wenn es um dadurch ermöglichte persönliche Kostenreduzierung geht –, zeigen die Wachstumszahlen für die Bereiche der Kommunikation, die heute über Handy oder Internet laufen, dramatische Veränderungen. Beispielsweise sendeten/empfangen 1998 nur 4 Prozent der Jugendlichen täglich, fast täglich oder mindestens mehrmals in der Woche E-Mails, 2008 sind dies 47 Prozent. 71 Prozent nutzen 2008 ebenso häufig Instant Messenger (z.B. ICQ), 76 Prozent bekommen, 59 Prozent versenden SMS usw. Und mit Online-Communitys ist für die Jüngeren eine zusätzliche, völlig neue Qualität an Kommunikation und Netzwerken entstanden.

Abb. 3 Von der klassischen Lektüre zum multimedialen Lesen
12-19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche genutzt, in %



Quelle: JIM 1998 (n = 803), 2008 (n= 1 208).

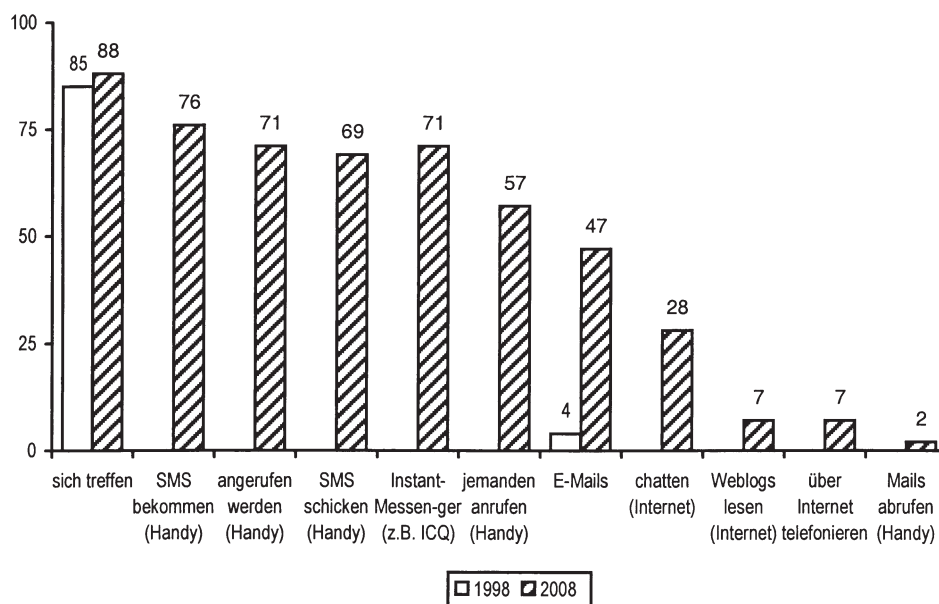
Fazit: Hören, Zuschauen, Lesen und Kommunizieren in einer neuen Medienwelt

In der Welt der Jugendlichen des Jahres 1998 ließen sich die Dinge noch relativ gut trennen: Für den Audibereich waren Hörfunk und Tonträger zuständig. Für die Welt des Bewegtbilds Fernsehgeräte und Videorecorder. Das gedruckte Medium wurde vor allem durch Zeitungen, Zeitschriften, Comics und Bücher repräsentiert. Und die Welt der Kommunikation lebte vom persönlichen Treffen, vom Telefon und – allerdings schon damals massiv abnehmend – von Postkarten und Briefen.

Seither gab es schon mehrere Entwicklungen, die bestehende Grenzen verwischt haben, wie etwa Radio/Musik über Fernsehgeräte hören. Verstärkt

Medienwelt wird komplexer

Abb. 4 Vervielfältigung der Kommunikationswege
12-19 Jahre, mindestens mehrmals pro Woche genutzt, in %



Quelle: JIM 1998 (n = 803), 2008 (n= 1 208).

lösen nun PC und Internet klassische Nutzungskontexte auf oder konstruieren sie neu, bieten multiple Zugänge. Das Internet steht gleichermaßen für lineares Fernsehen oder Radio hören, aber auch für Lesen, von klassischen Printprodukten wie von eigenständigen Angeboten (Wikipedia usw.) Mobile Endgeräte sorgen ihrerseits für Veränderungen in der bisherigen Mediennutzung, durch Radiohören unterwegs, durch selber filmen und direkt verschicken oder durch die ständige mobile Erreichbarkeit.

Jugendliche eignen sich neue Techniken an – Grundfunktionen der Medien bleiben aber bestehen

Die Befunde zu den letzten zehn Jahren der Medienentwicklung für Jugendliche machen deutlich, dass Jugendliche zu Recht als Innovatoren bzw. Early Adopters in der heutigen Medienwelt gelten. Mit der rasanten technischen Aneignung neuer Medienentwicklungen durch die Jugendlichen beschleunigt sich auch die Veränderung von Nutzungsmustern. In der konvergenten multimedialen Welt stehen heute die Inhalte im Mittelpunkt, die auf verschiedenen Wegen konsumiert werden. Allerdings: In der neuen Medienwelt sterben die traditionellen Funktionen wie Lesen, Hören, Zuschauen oder Kommunizieren nicht aus. Was kommt, aber auch schnell wieder gehen kann, sind die dafür eingesetzten Techniken, wie die Geschichte der Tonträ-

gerentwicklung von der Schallplatte über Kassetten bis hin zu CDs und MP3s oder auch das „Schicksal“ der Videorecorder belegen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Mediendaten Südwest (Hrsg.): Medienstandort Südwest. Der Sprung ins digitale Zeitalter. Berlin 2008.
- 2) Vgl. Fromm, Guido: Vergangene Zukunft – Die Neuen Medien der 'ersten Generation' in Deutschland. Ein Rückblick auf Prognosen und Entwicklungen der 70er und 80er Jahre. In: Media Perspektiven 6/2000, S. 258–265.
- 3) Vgl. Klingler, Walter/Dieter K. Müller: ma 2008 Radio II: Stabile Nutzungsmuster auch bei erweiterter Grundgesamtheit. Radionutzung erstmals inklusive EU-Ausländer und Kinder ab zehn Jahren. In: Media Perspektiven 10/2008, S. 502–515.
- 4) Vgl. Zubayr, Camille/Heinz Gerhard: Tendenzen im Zuschauerverhalten. Fernsehgewohnheiten und Fernsehreichweiten im Jahr 2007. In: Media Perspektiven 3/2008, S. 106–119.
- 5) Vgl. Print-MA: Wirtschaftstitel gewinnen, Jugendtitel mit Verlusten. http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Print-MA-Wirtschaftstitel-gewinnen,-Jugendtitel-mit-Verlusten_77774.html (8.12.2008).
- 6) Vgl. Reitze, Helmut/Christa-Maria Ridder (Hrsg.): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2005. Baden-Baden 2006.
- 7) Vgl. Egmont Ehapa Verlag (Hrsg.): Kompendium – Junge Zielgruppen 2007. Berlin 2007.
- 8) Alle JIM-Studien stehen als Studienbericht unter www.mpfs.de zum Download bereit. Siehe auch den Beitrag von Sabine Feierabend und Albrecht Kutteroff in diesem Heft.
- 9) Die JIM-Studie ist allerdings keine Panelstudie, sondern untersucht jedes Jahr eine neue Gruppe repräsentativ ausgewählter Jugendlicher im Alter von 12 bis 19 Jahren.

