



MEDIENNUTZUNG

ERGEBNISSE AUS DEN JIM STUDIEN
2017 BIS 2021

Elisabeth von Stechow



Jim-Studie „Jugend, Information, (Multi-)Media“ 2017-2021

http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf/

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf

[JIM_Charts_2021.pdf \(mpfs.de\)](#)

Grundsätzliches

- Erhebung des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998
- Fester Fragenblock, der über die Jahre weitgehend konstant bleibt und nur den medialen Entwicklungen angepasst wird.
- Ergänzend werden jedes Jahr aktuelle Aspekte der Mediennutzung aufgegriffen sowie Einstellungen den Medien gegenüber oder mediale Vorlieben abgefragt.

Fragestellung:

- Welche Medien bei Jugendlichen stehen gerade hoch im Kurs?
- Wie sieht der Medienalltag von jungen Menschen in Schule und Freizeit aktuell aus?

Jim-Studie 2019

Erhebungszeitraum: 28. Mai bis 17. August 2019 bundesweit.

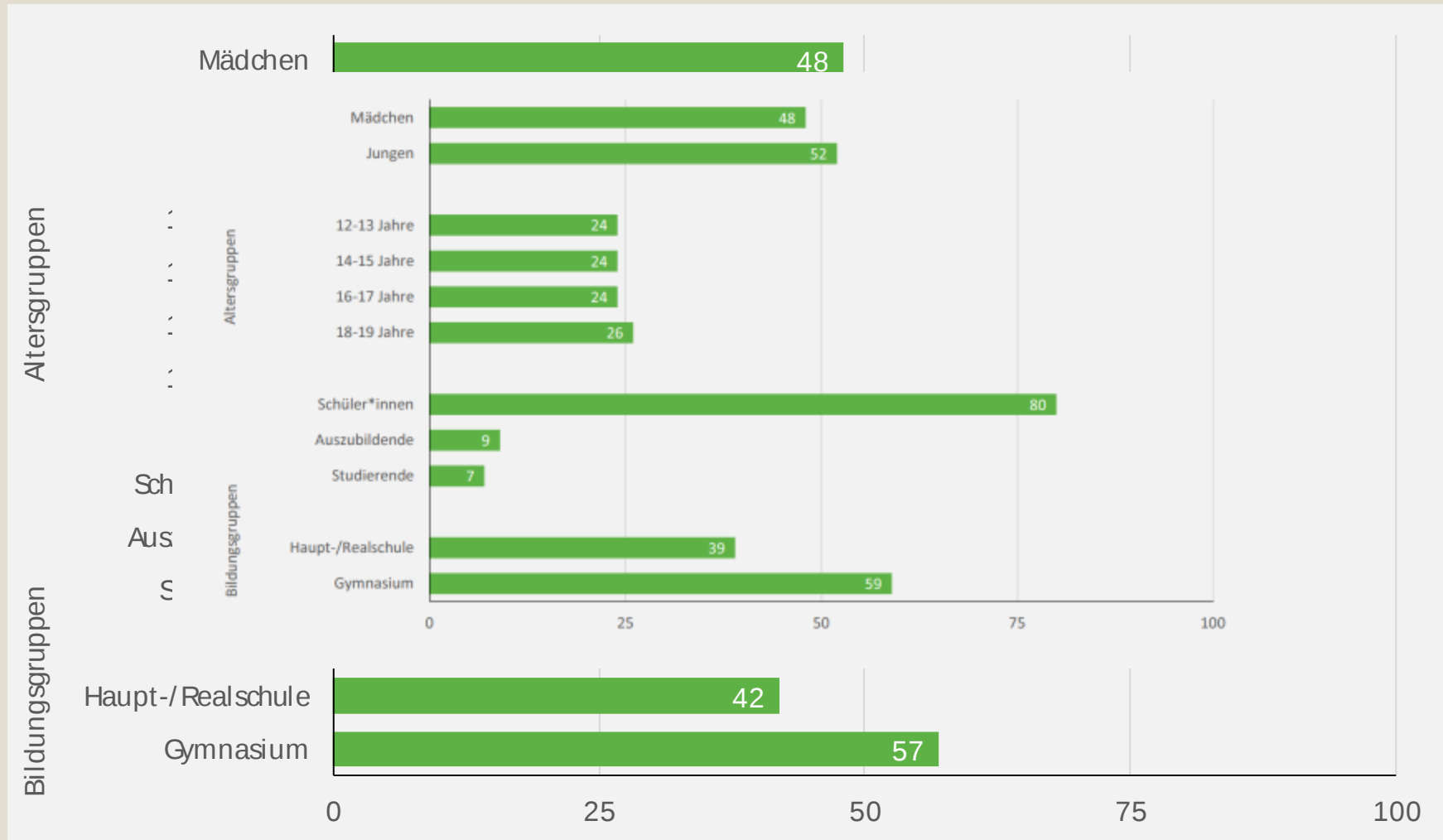
Stichprobe: 1.200 Jugendliche im Alter von zwölf bis 19 Jahren.

Erhebungsmethode: Telefon-Interviews mit Jugendlichen aus Haushalten mit einem Festnetzanschluss und über Mobilfunknummern.

Repräsentativ für ca. 6,3 Mio. deutschsprachigen Jugendlichen.

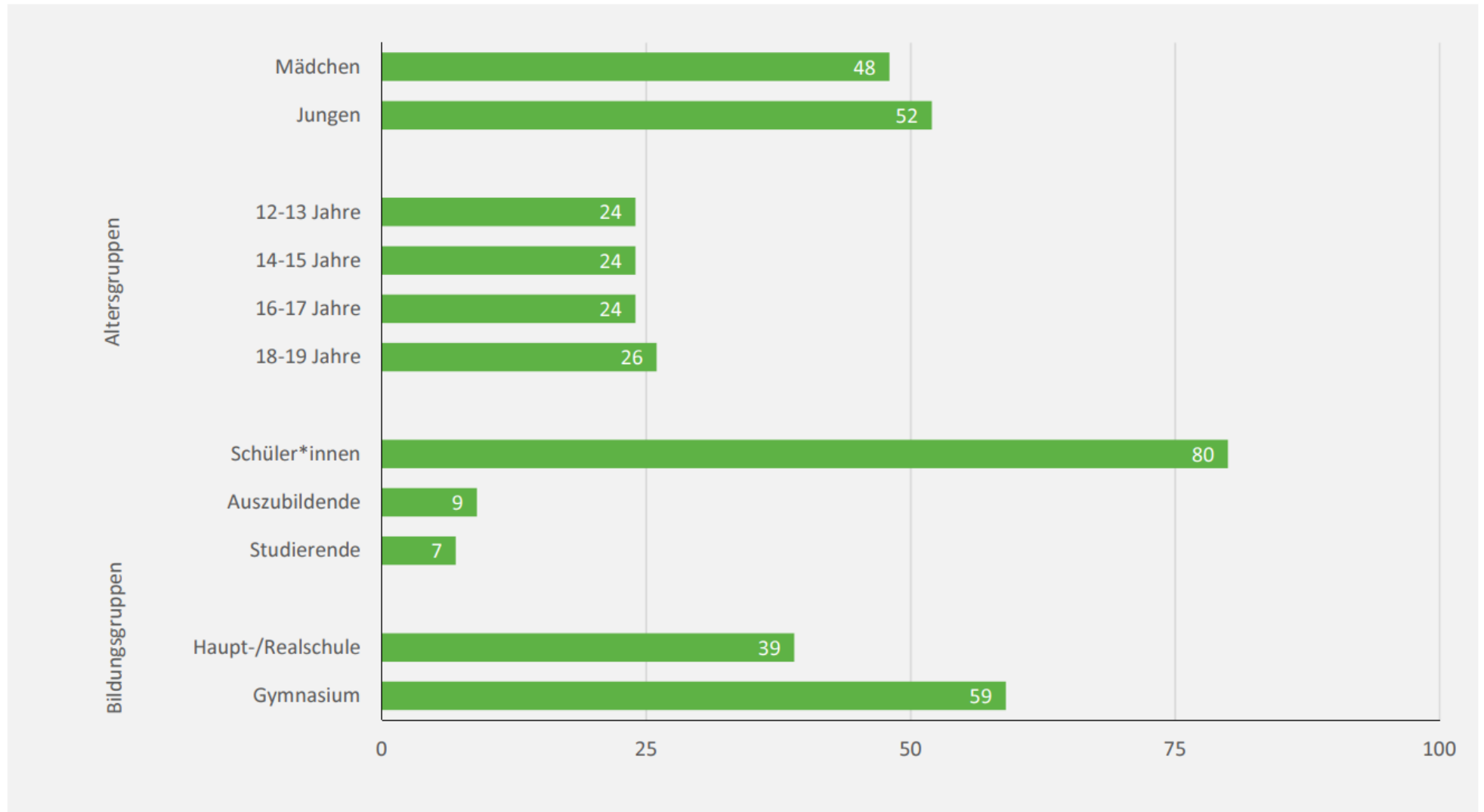
Feldarbeit und Datenprüfung: Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH (GIM) in Wiesbaden.

JIM 2019: Soziodemografie



Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

JIM 2021: Soziodemografie



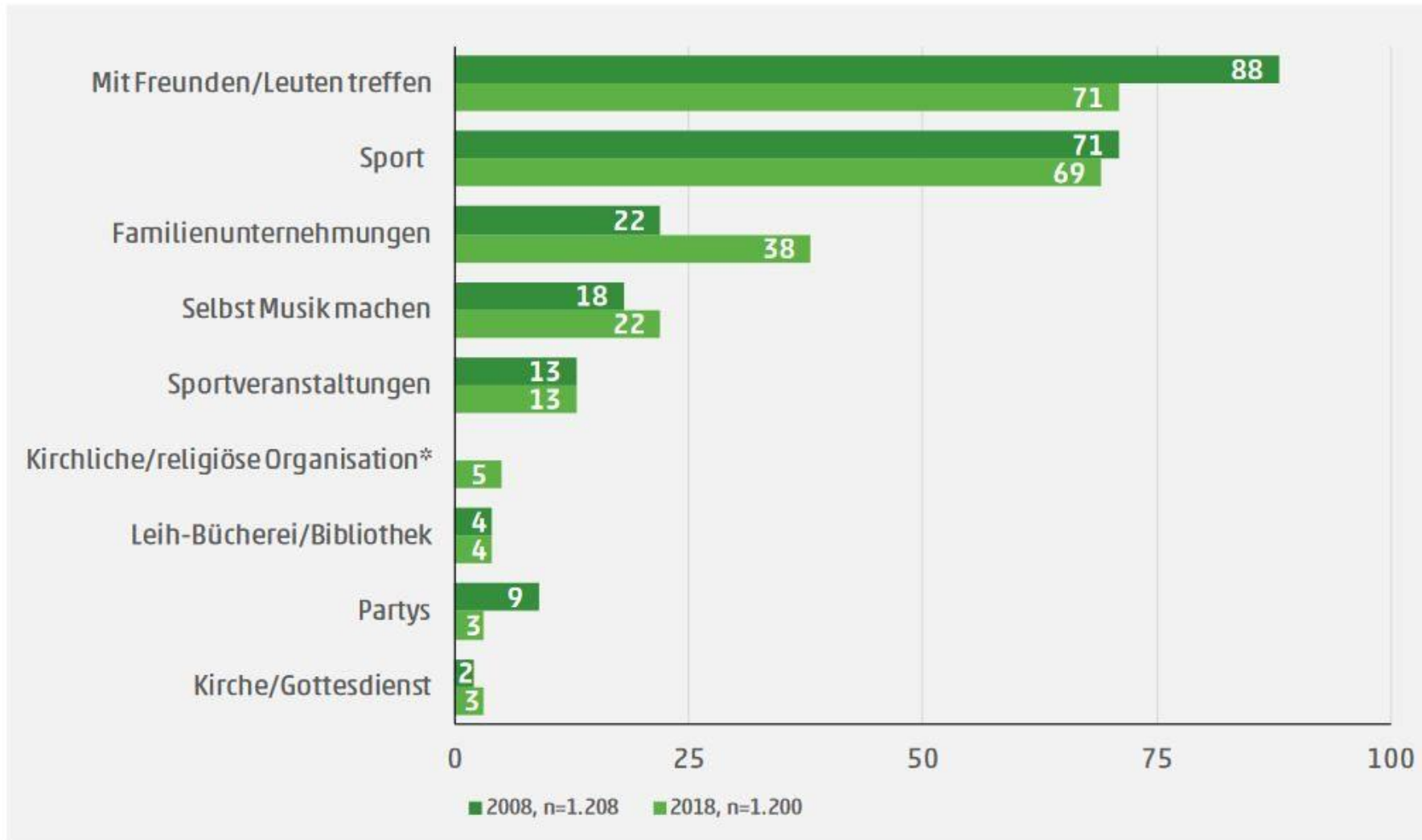
Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

FREIZEIT- UND MEDIENAKTIVITÄTEN INSGESAMT



Freizeitaktivitäten 2008/2018

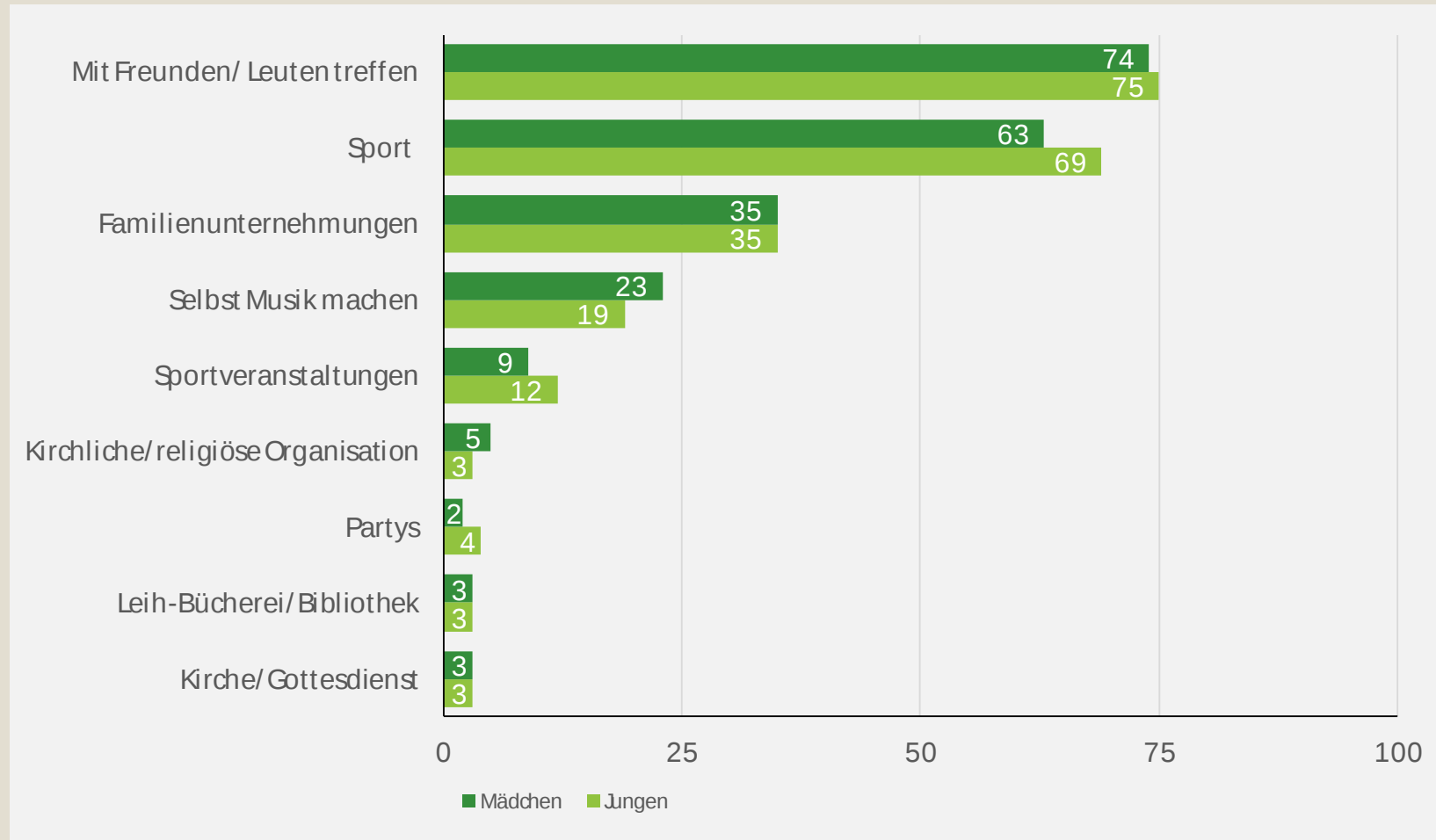
– täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM 2008, JIM 2018, Angaben in Prozent, *2008 nicht abgefragt, Basis: alle Befragten

Freizeitaktivitäten 2019

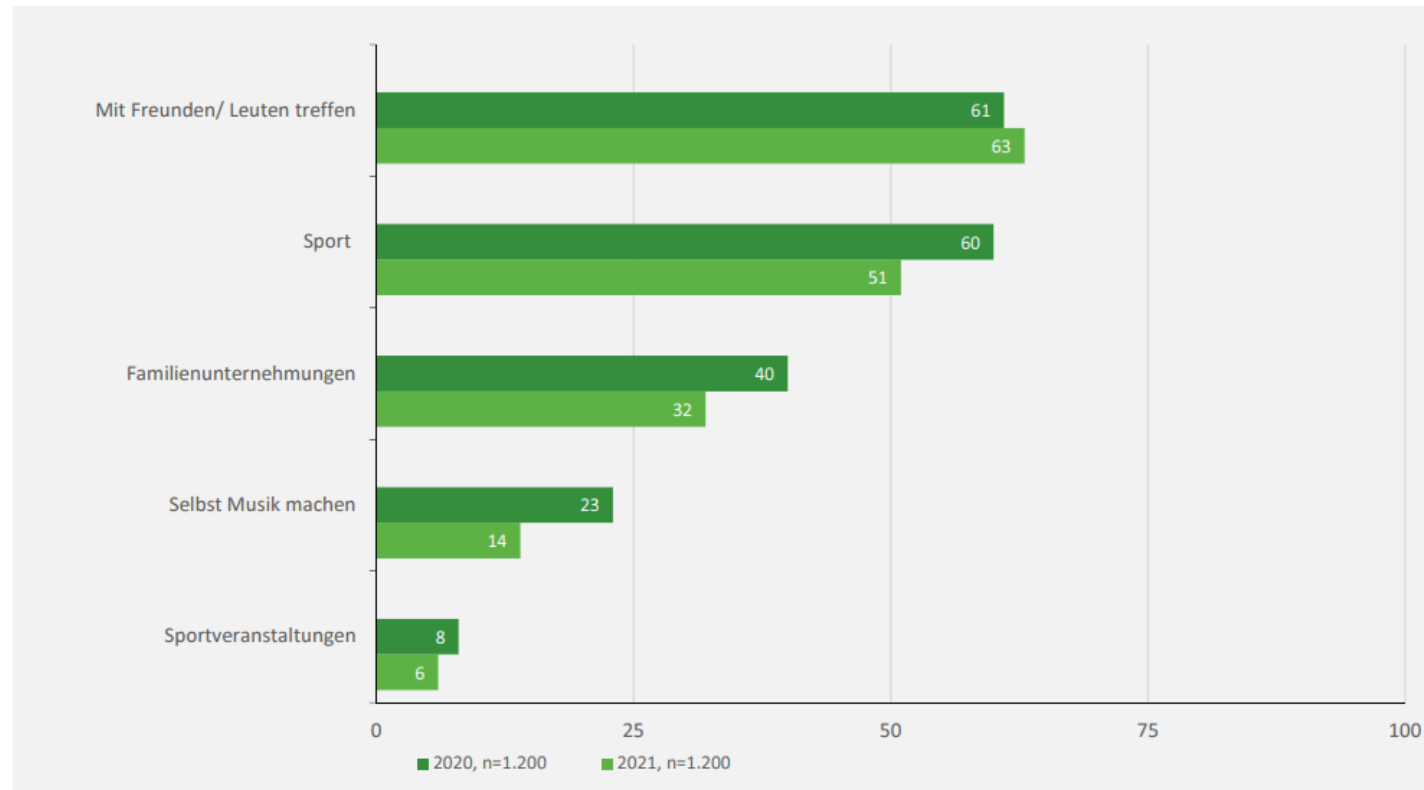
- täglich/ mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Freizeitaktivitäten 2020/21 Vergleich

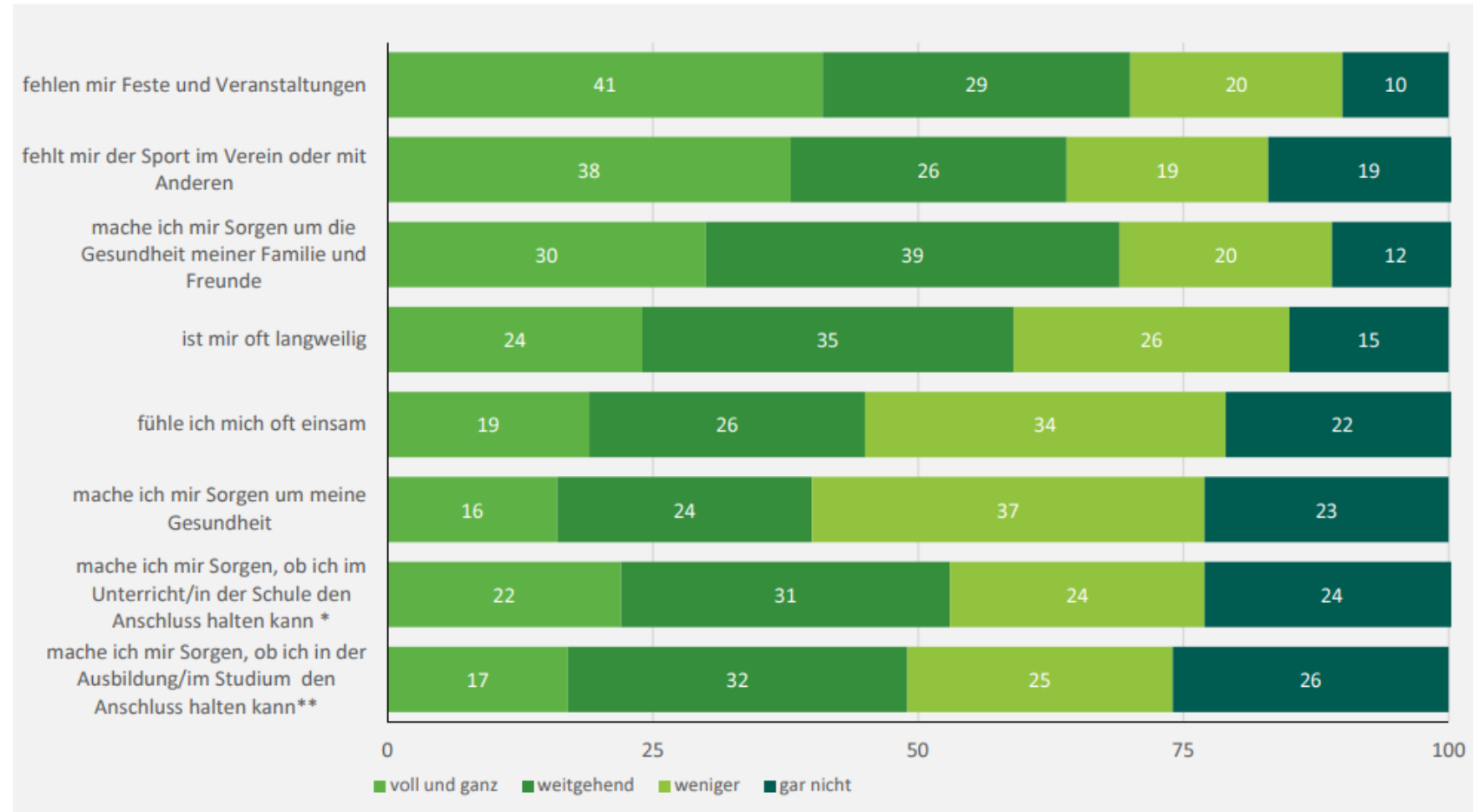
Freizeitaktivitäten 2021 – Vergleich 2020 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2020, JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten

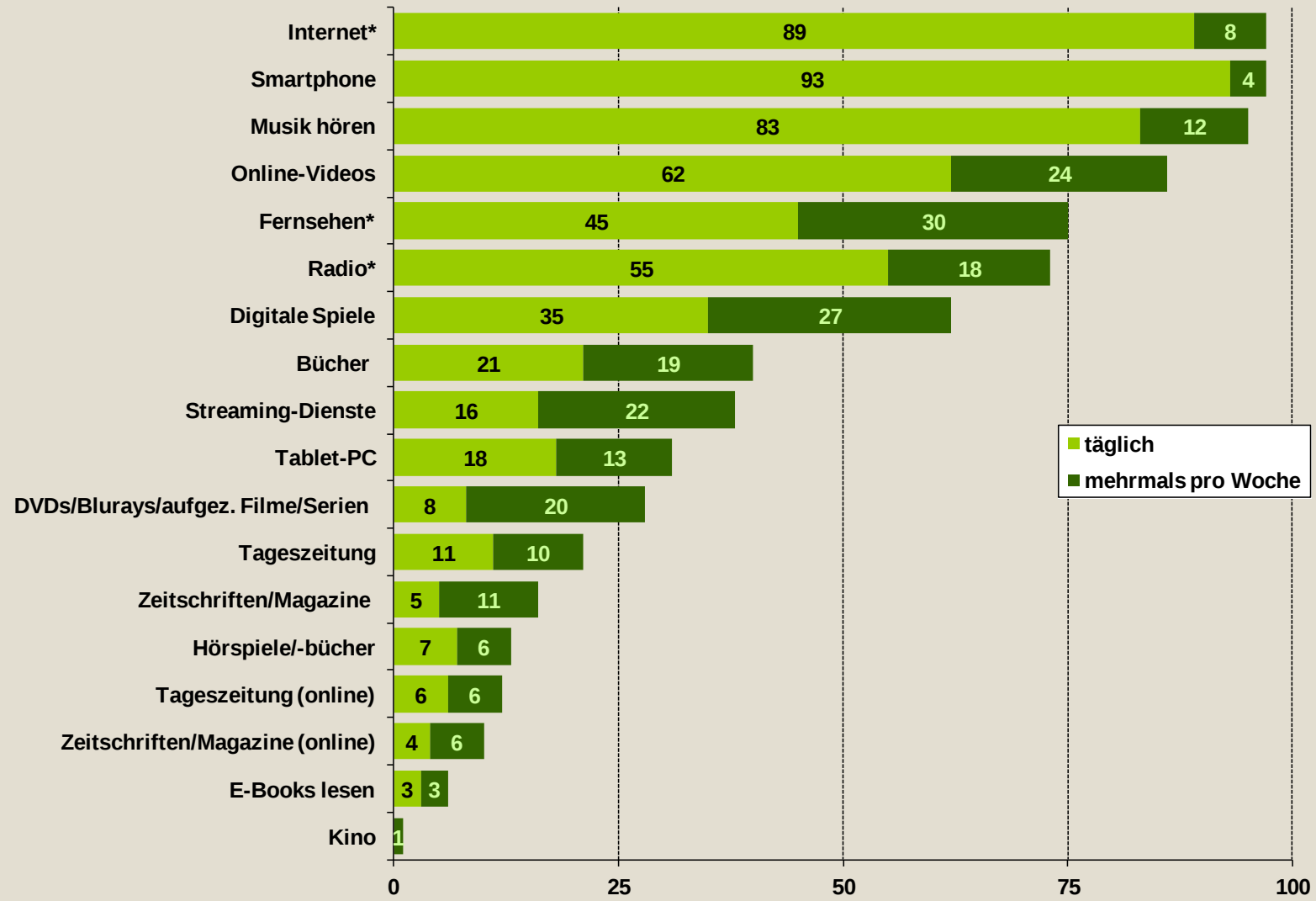
Aussagen im Zusammenhang mit Corona

- In Zeiten von Corona... -



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200, *Basis: Schüler*innen, n=962, **Basis: Studierende und Auszubildende n=187

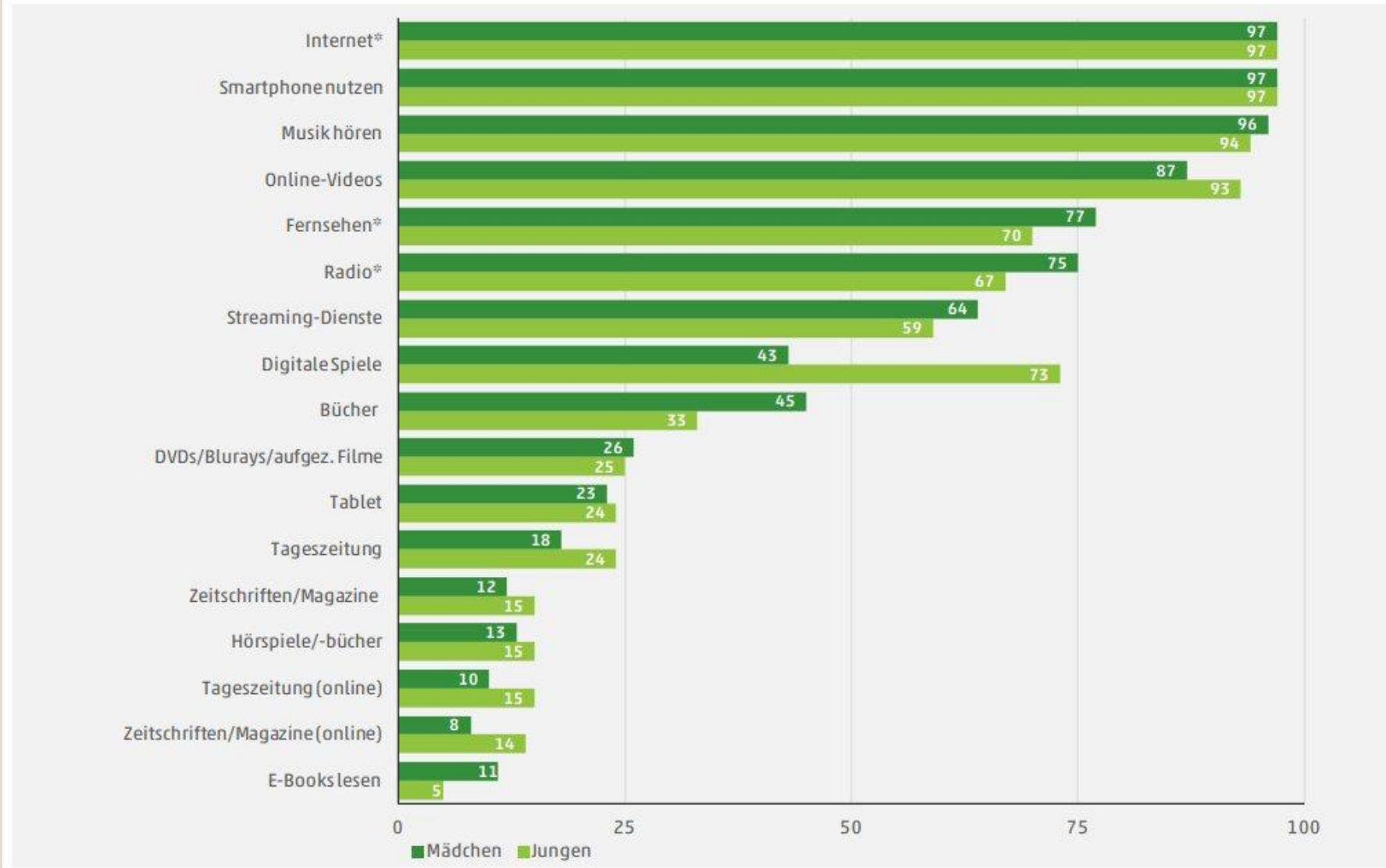
Medienbeschäftigung in der Freizeit 2017



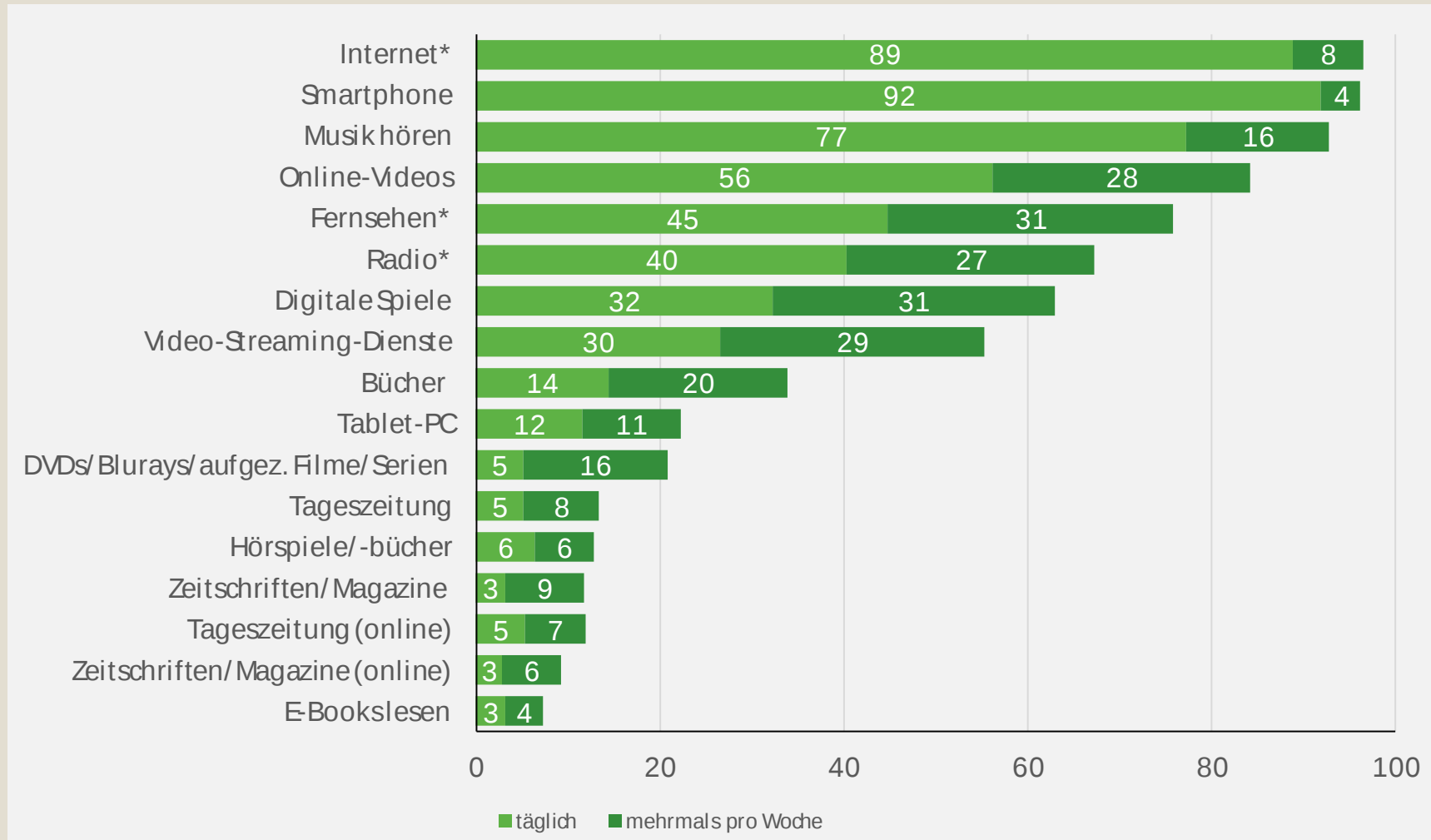
Quelle: JIM 2017, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg
Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2018

- täglich/mehrmals pro Woche -



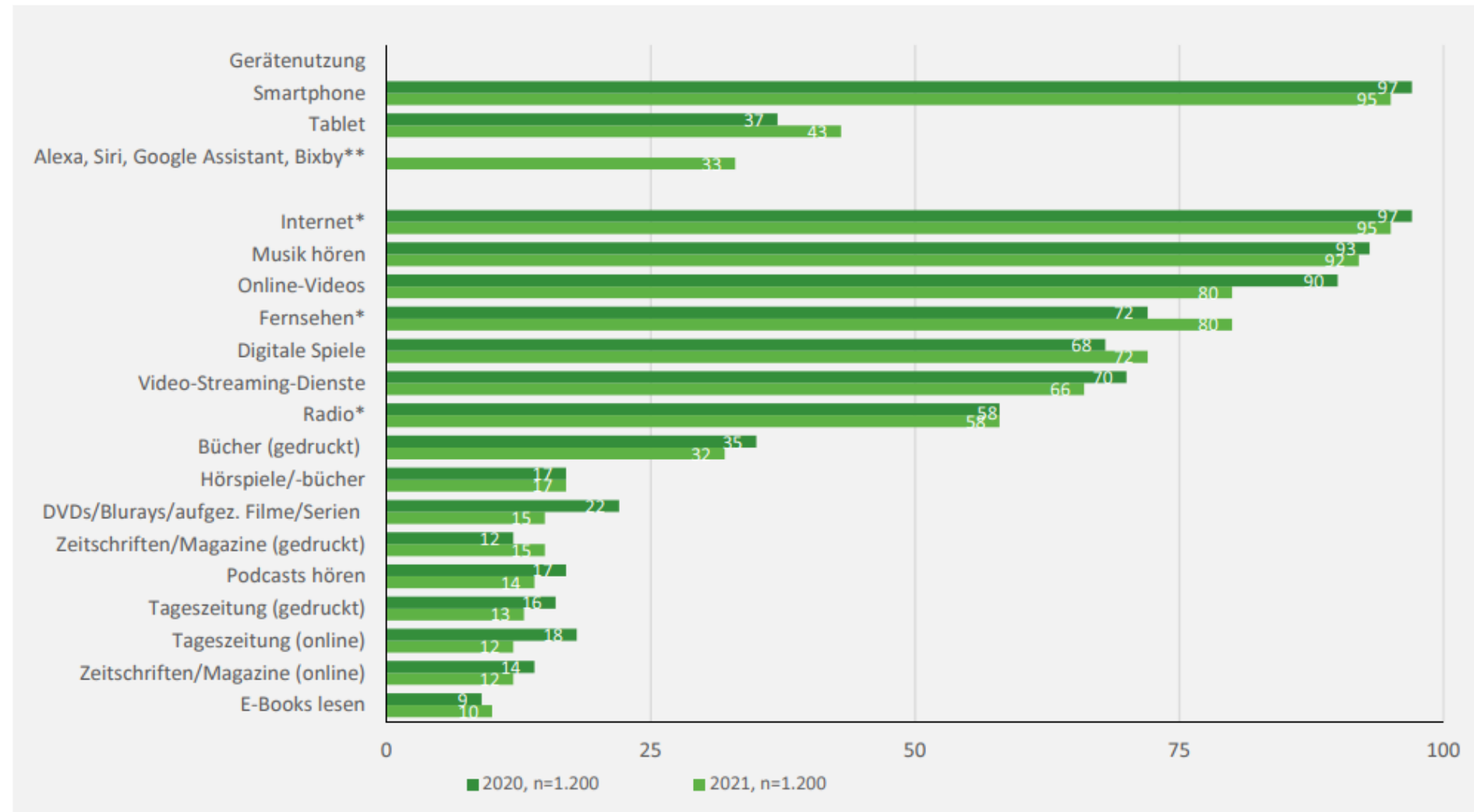
Medienbeschäftigung in der Freizeit 2019



Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent; *egal über welchen Verbreitungsweg, Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2021 – Vergleich 2020

- täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2020, JIM 2021, Angaben in Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg, **2020 nicht abgefragt, Basis: alle Befragten, n=1.200

GERÄTEBESITZ



Geräte im Haushalt

Nahezu alle Haushalte mit Kindern und Jugendlichen sind mit Computern oder Laptops ausgestattet

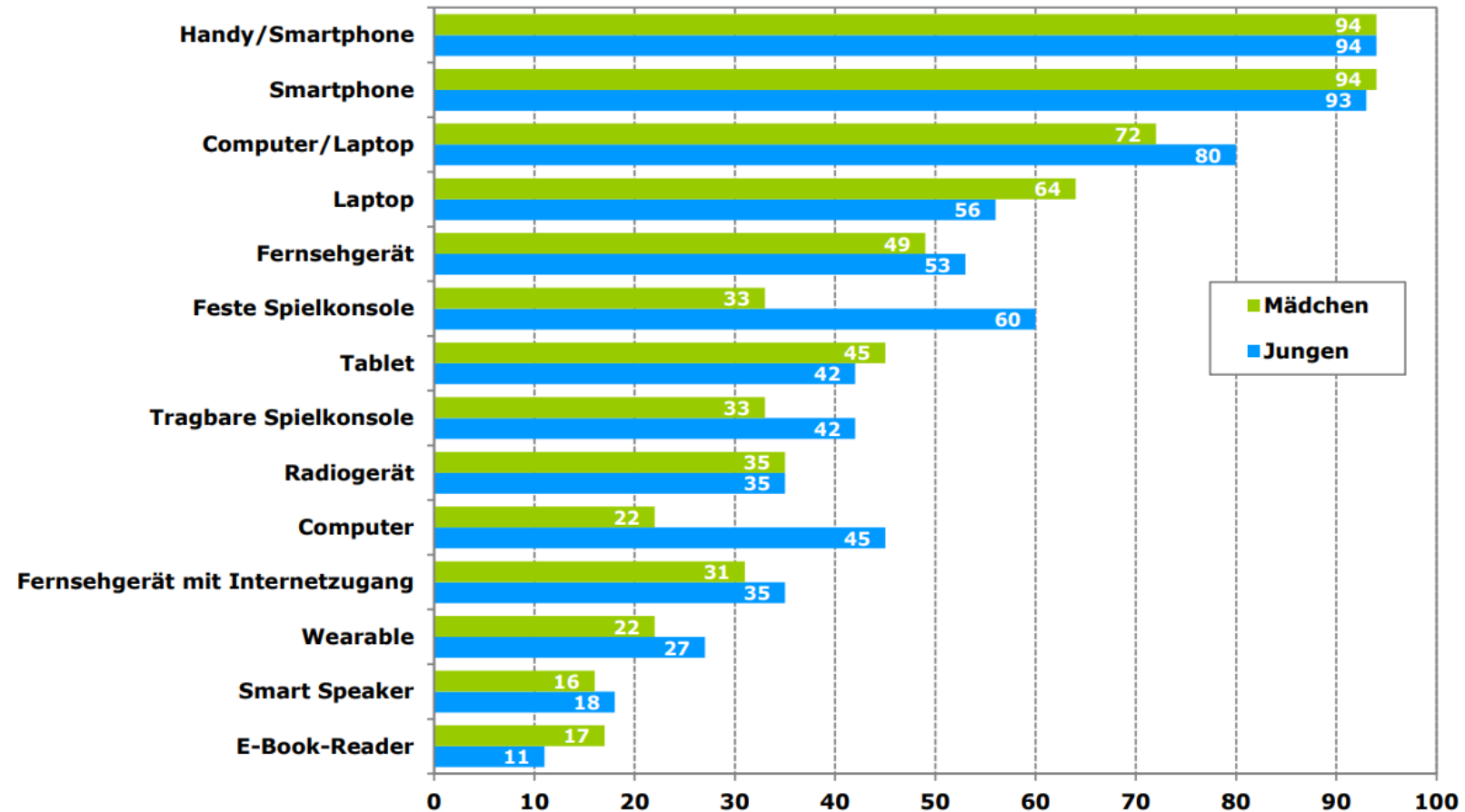
99 Prozent aller Haushalte haben ein Smartphone.

Streamingdienste nehmen stark zu.

Das Fernsehen ist nicht mehr auf "Platz 1".

Welche Medien besitzen Jugendliche selbst?

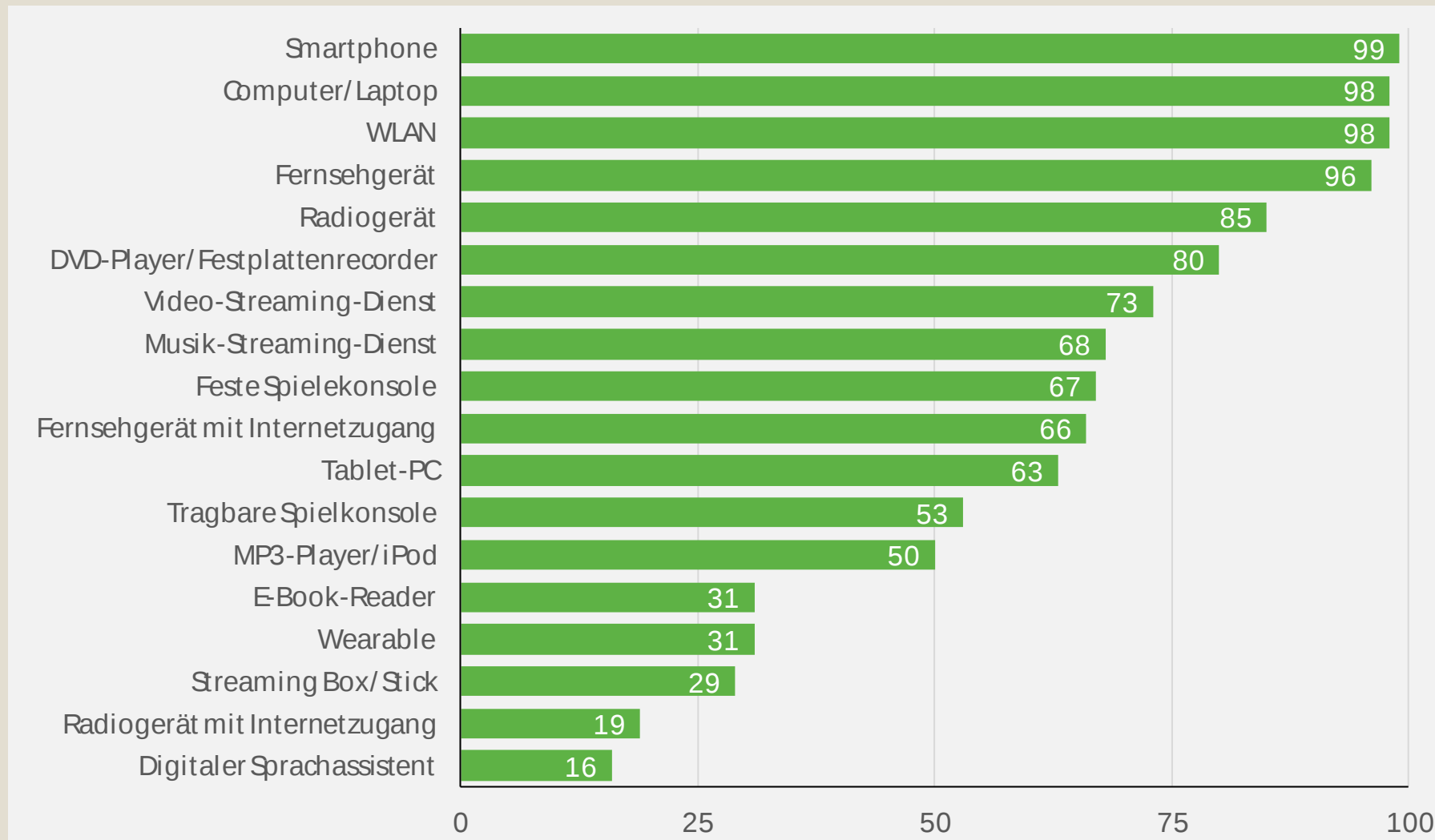
Gerätebesitz Jugendlicher, nach Geschlecht, 2021, Auswahl (Angaben in %)



Basis: n=1.200, 12-19 Jahre.

Quelle: JIM-Studie 2021, mpfs, S. 8.

Geräte-Ausstattung im Haushalt 2019



Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

FERNSEHEN



TV Jugendliche 2017

Durchschnittlich 52% aller Jugendlichen sind im Besitz eines Fernsehers, über 83 % schauen mehrmals pro Woche lineares Fernsehen.

Fernsehen rangiert hinter Internet (94%) und Handy/Smartphone auf Platz 3 der regelmäßigen Nutzung.

Nach Selbsteinschätzung sehen Jugendliche ca. 102 Minuten täglich fern.

Lieblingssender?

- Mit großem Abstand: Pro7 , danach folgen die RTL-Formate.

TV Jugendliche 2018

2017: 55 % sahen Fernsehsendungen regelmäßig „live“ und ohne Unterstützung des Internets an

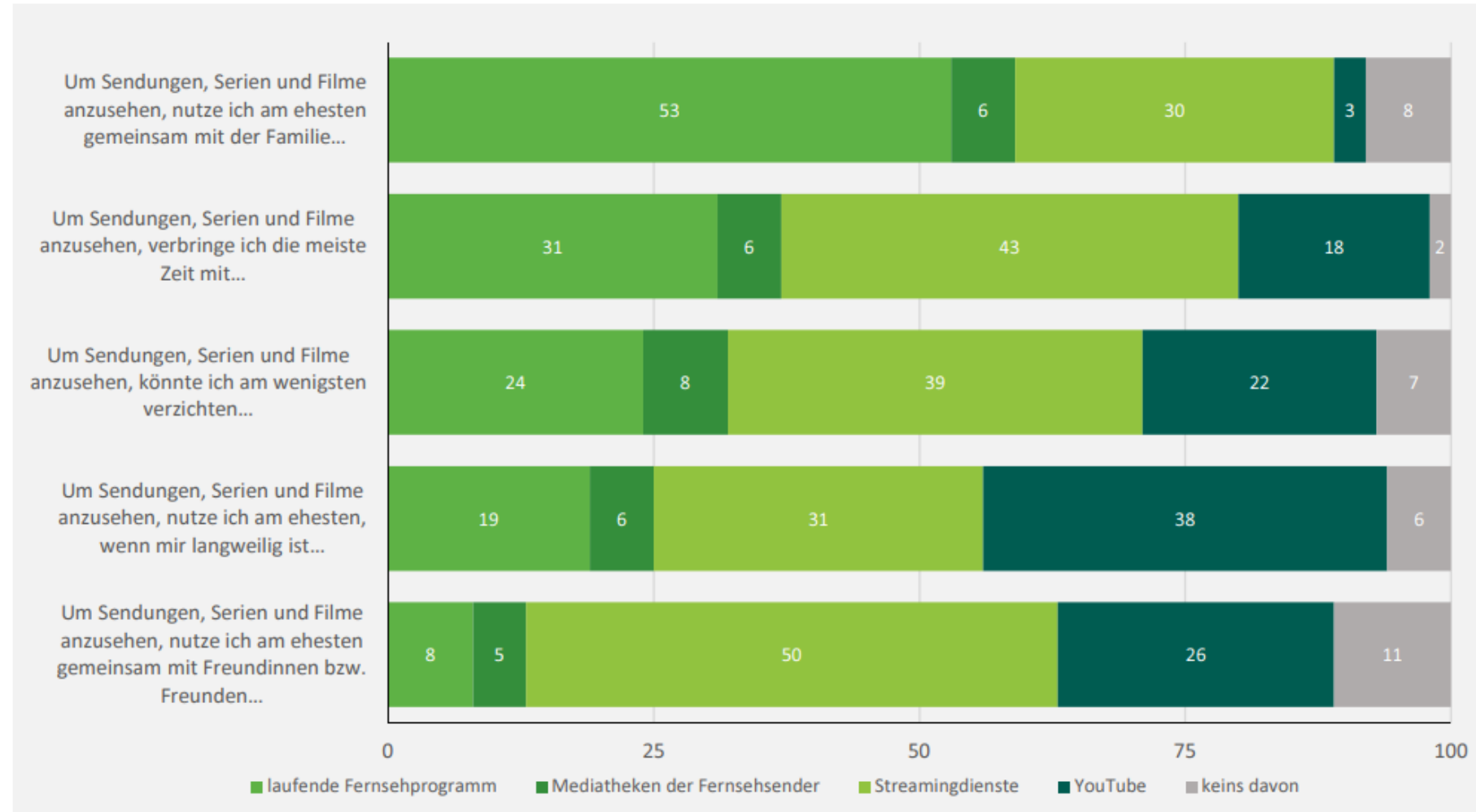
2018: 48 %

Beliebtester Sender: ProSieben. (2018: 33%, 2017: 38 %, 2016: 45 %).

Das Erste (9 %), ZDF und Sat.1 (je 6 %), DisneyChannel (4 %) Vox (3 %).

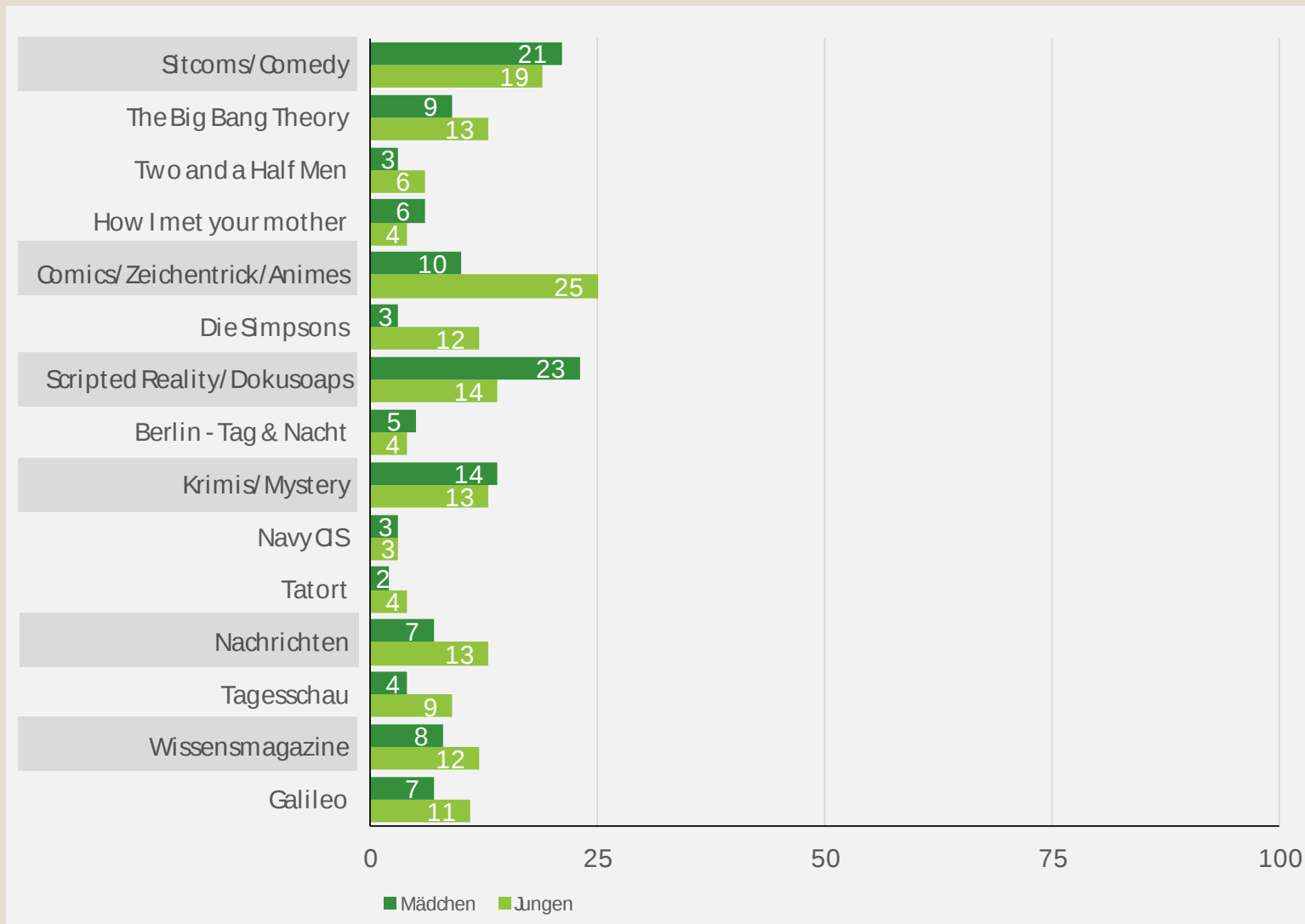
Nutzungsmöglichkeiten von Sendungen, Serien und Filmen 2021

- an 1. Stelle -



Lieblingssendung im Fernsehen 2019

- bis zu drei Angaben/ Oberkategorie und Beispielsendungen, Auswahl -



Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Nennungen ab 3 Prozent (Gesamt), Basis: alle Befragten, n=1.200

Binge-Watching 2018

In der JIM-Studie 2018 wurde nach Serien-„Binge-Watching“:

- 65 Prozent der Jugendlichen (Mädchen: 66 %, Jungen: 64 %).

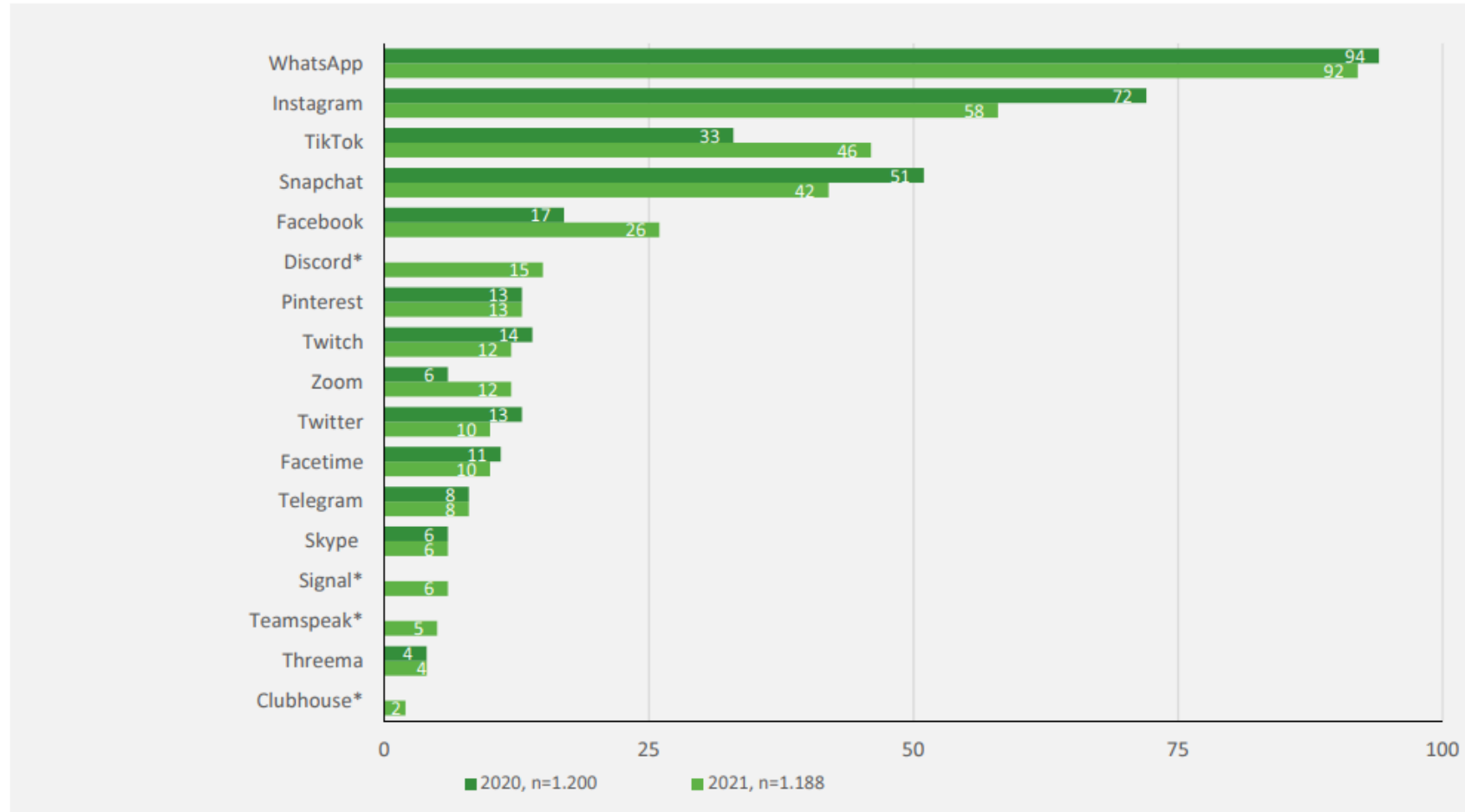
Um so älter die Jugendlichen sind, um so höher wird der Anteil derjenigen, die sich ganze Staffeln einer Serie komplett ansehen:

- 12-13 Jahre: 58 %
- 14-15 Jahre: 62 %
- 16-17 Jahre: 68 %,
- 18-19 Jahre: 71 %

INTERNETNUTZUNG



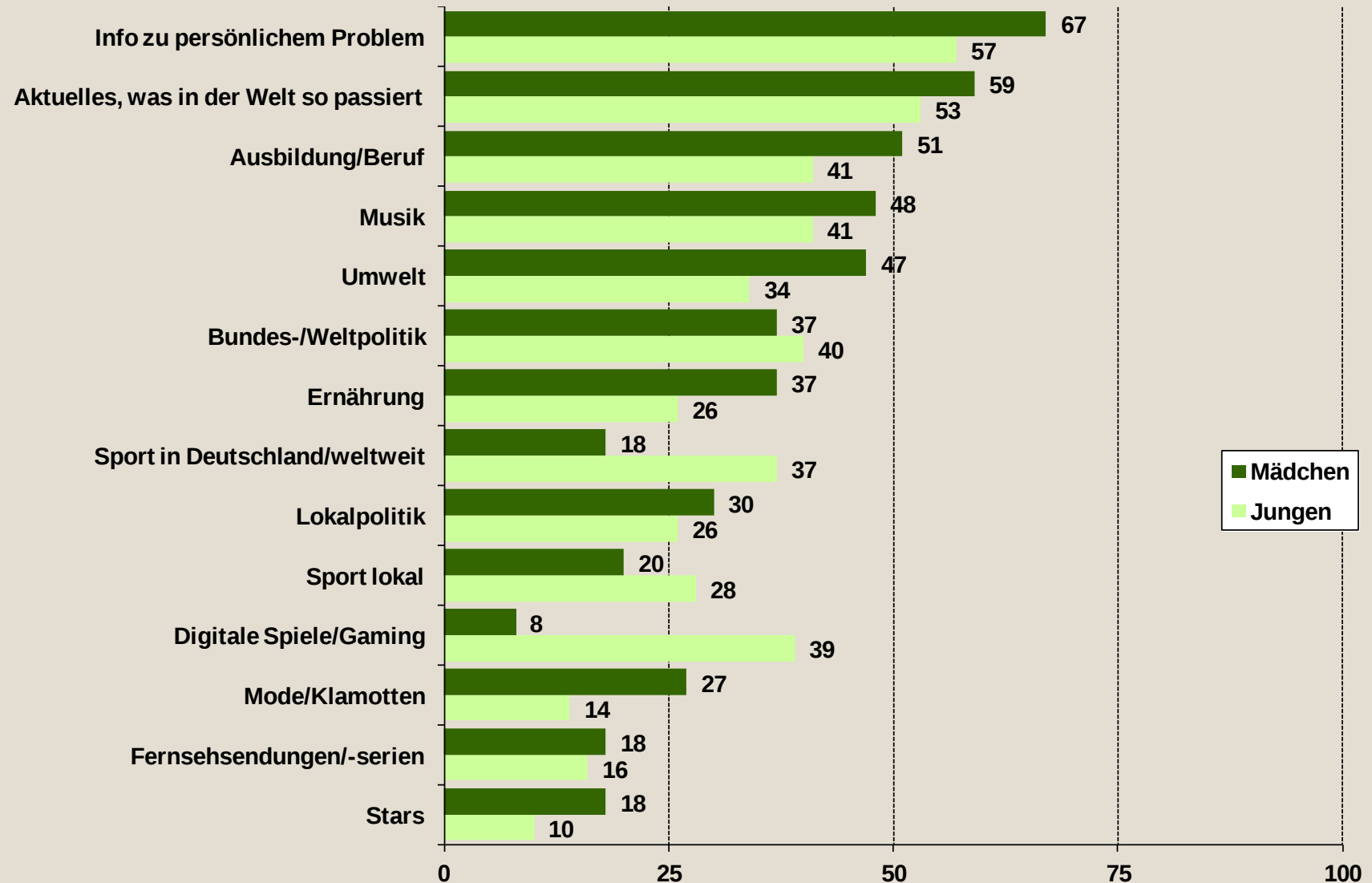
Genutzte Online-Angebote 2021 – Vergleich 2020 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2020, JIM 2021, Angaben in Prozent, *2020 nicht abgefragt, Basis: Internetnutzer*innen

Neueste Entwicklungen und Trends 2017

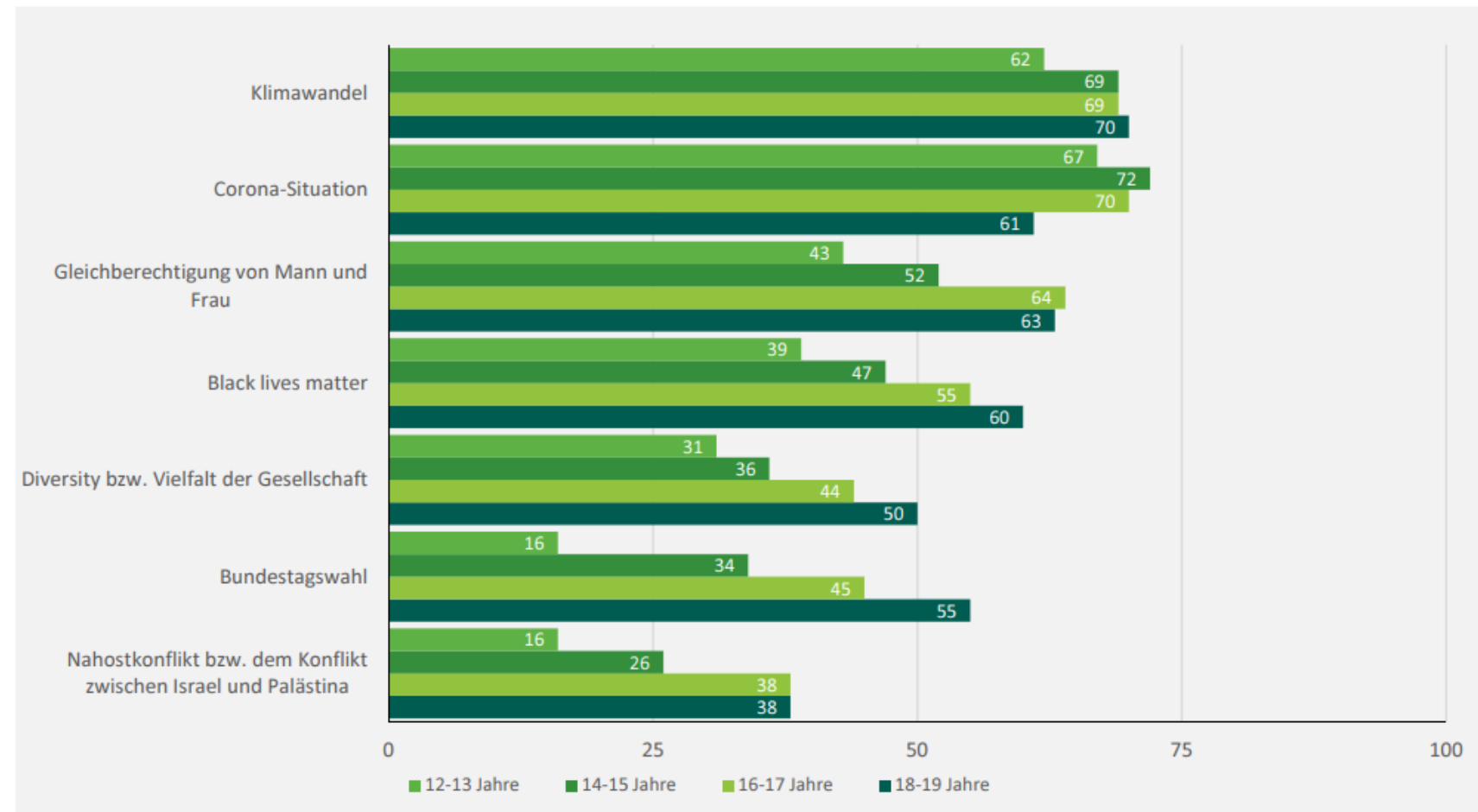
- sehr wichtig -



Quelle: JIM 2017, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

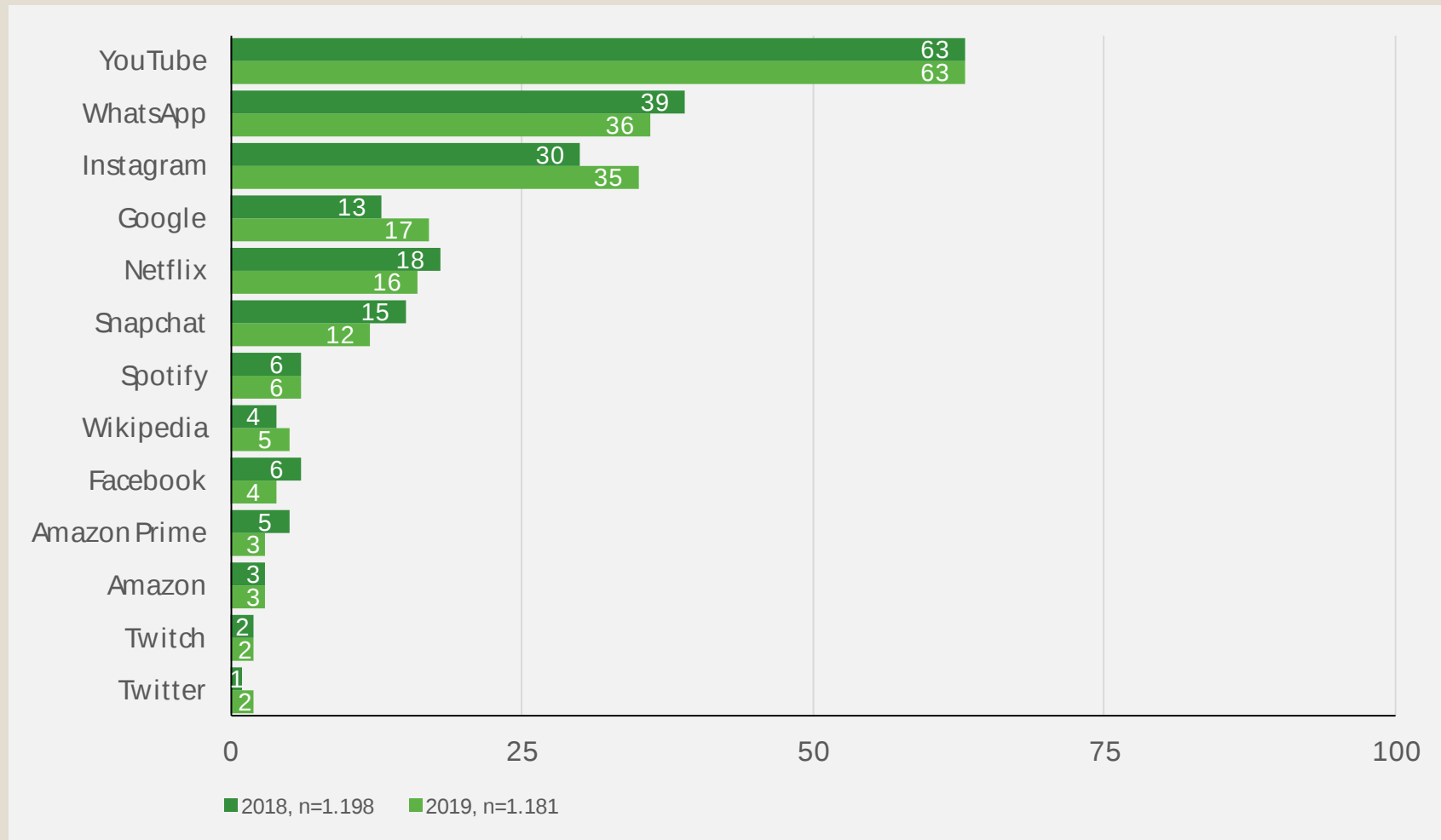
Interesse an aktuellen Themen 2021

- sehr interessiert/interessiert -



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Liebste Internetangebote 2019 - bis zu drei Nennungen -



Quelle: JIM 2018, JIM 2019, Angaben in Prozent, Nennung ab 2 Prozent (Gesamt), Basis: Internetnutzer

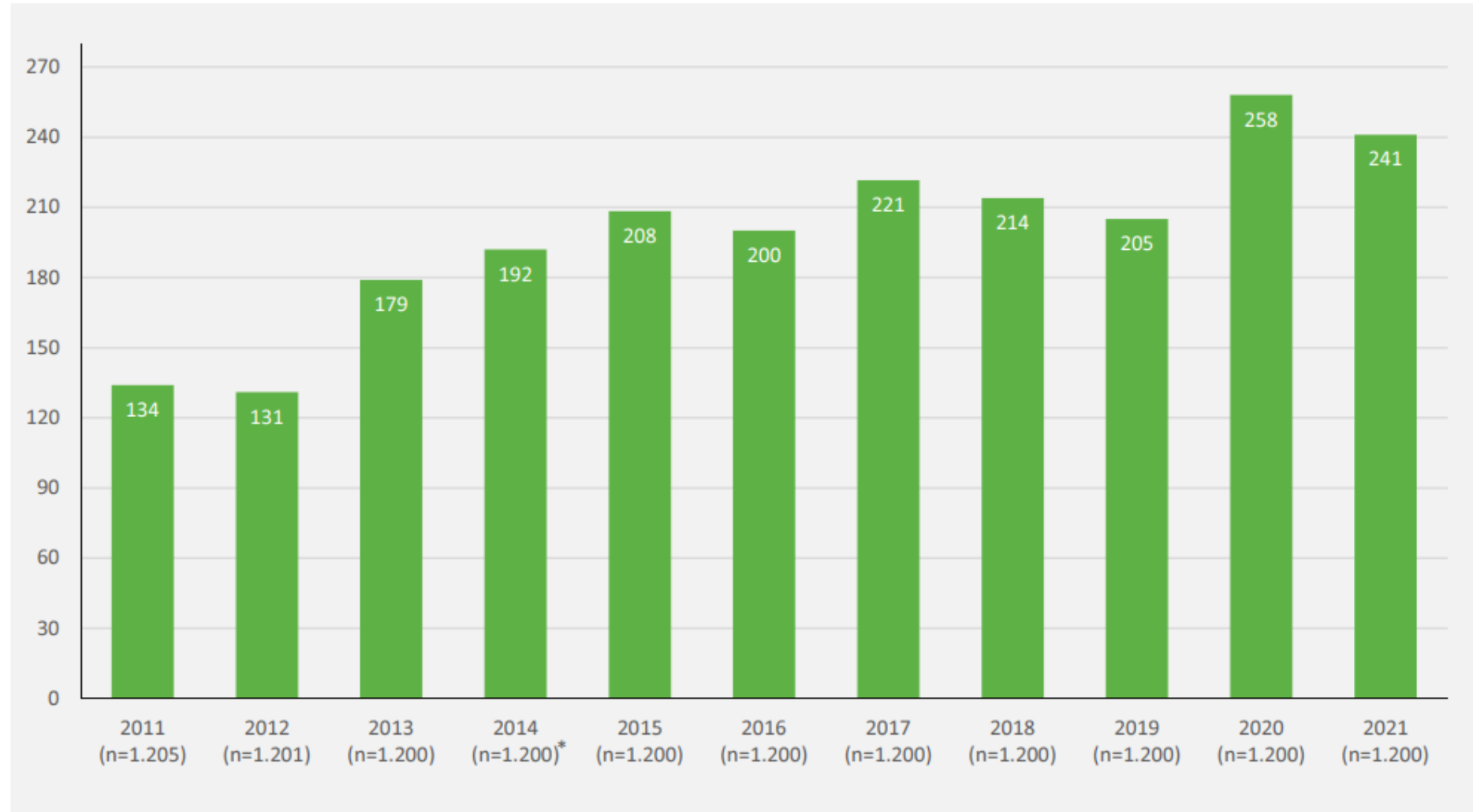
Youtube 2018

90 Prozent (2017: 88 %) der Jugendlichen nutzen YouTube mindestens mehrmals pro Woche (Mädchen: 87 %, Jungen: 93 %), davon 64 Prozent täglich (Mädchen: 53 %, Jungen: 73 %)

- Musikvideos (54 %)
- Lustige Clips (41 %) Comedy bzw. lustige Videos von YouTubern 35 %
- Let's-play-Videos (32 %)
- Videos, in denen YouTuber von ihrem Alltag erzählen 31%
- Sport-Videos 23 %
- Videos, in denen YouTuber aktuelle Nachrichten behandeln 23%
- Erklärvideos für Themen aus Schule und Ausbildung (20 %), sonstige Tutorials (19 %)
- Sendungen aus dem Fernsehen (18 %)
- Mode-/Beauty-Videos (18 %)
- Produkttests oder spektakuläre (Sport-)Videos, die mit der Action Cam gedreht wurden 11%

Entwicklung tägliche Onlinenutzung 2011-2021

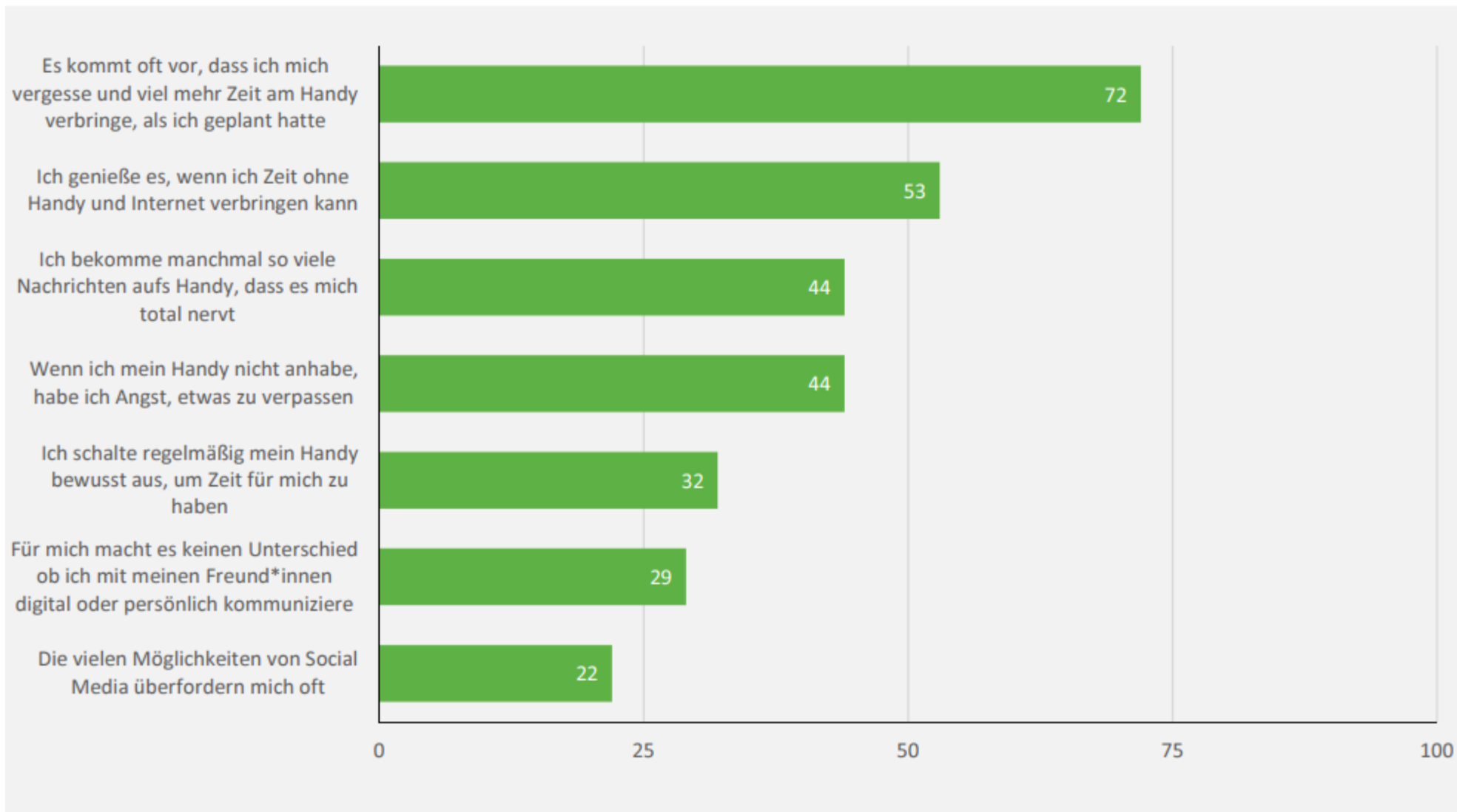
- Montag bis Freitag, Selbsteinschätzung in Minuten -



Quelle: JIM 2011-JIM 2021, Angaben in Minuten; *Änderung der Fragestellung, Basis: alle Befragten

Überdruss digitaler Kommunikation 2021

- stimme voll und ganz/weitgehend zu -



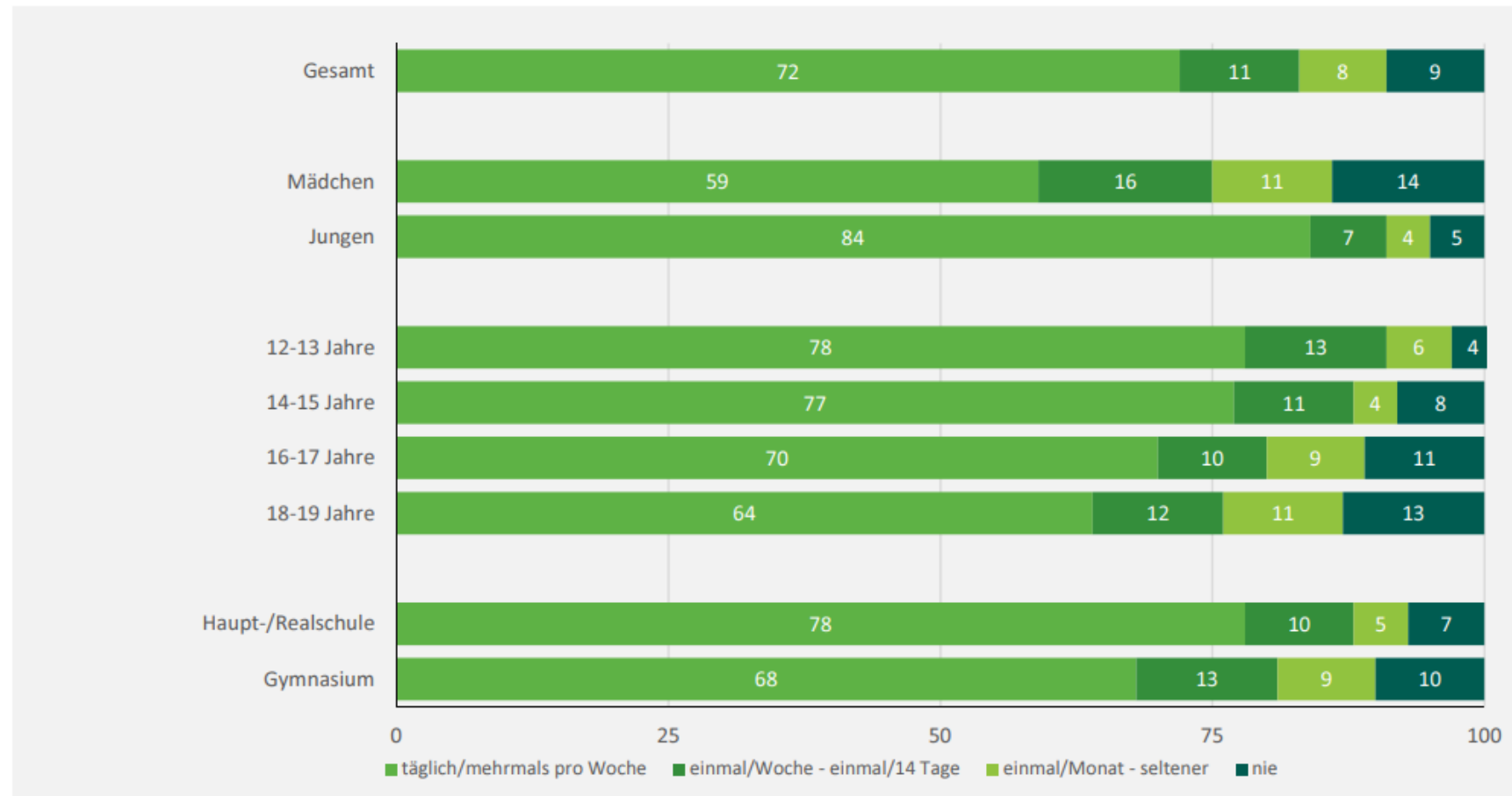
Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragte, n=1.200

DIGITALE SPIELE



Digitale Spiele: Nutzungsfrequenz 2021

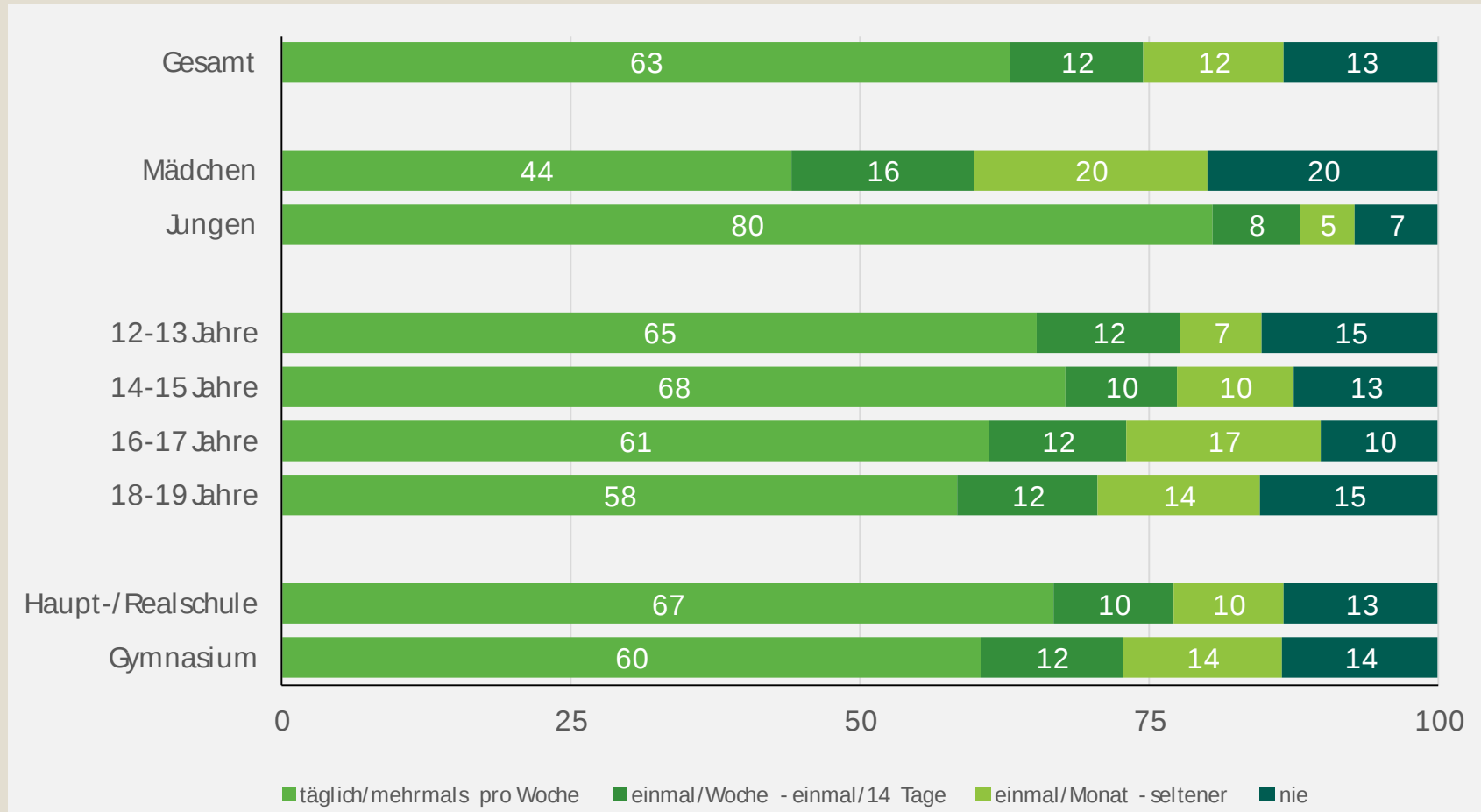
- Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele (netto)* -



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, *alle Spielformen zusammengefasst, Basis: alle Befragten, n=1.200

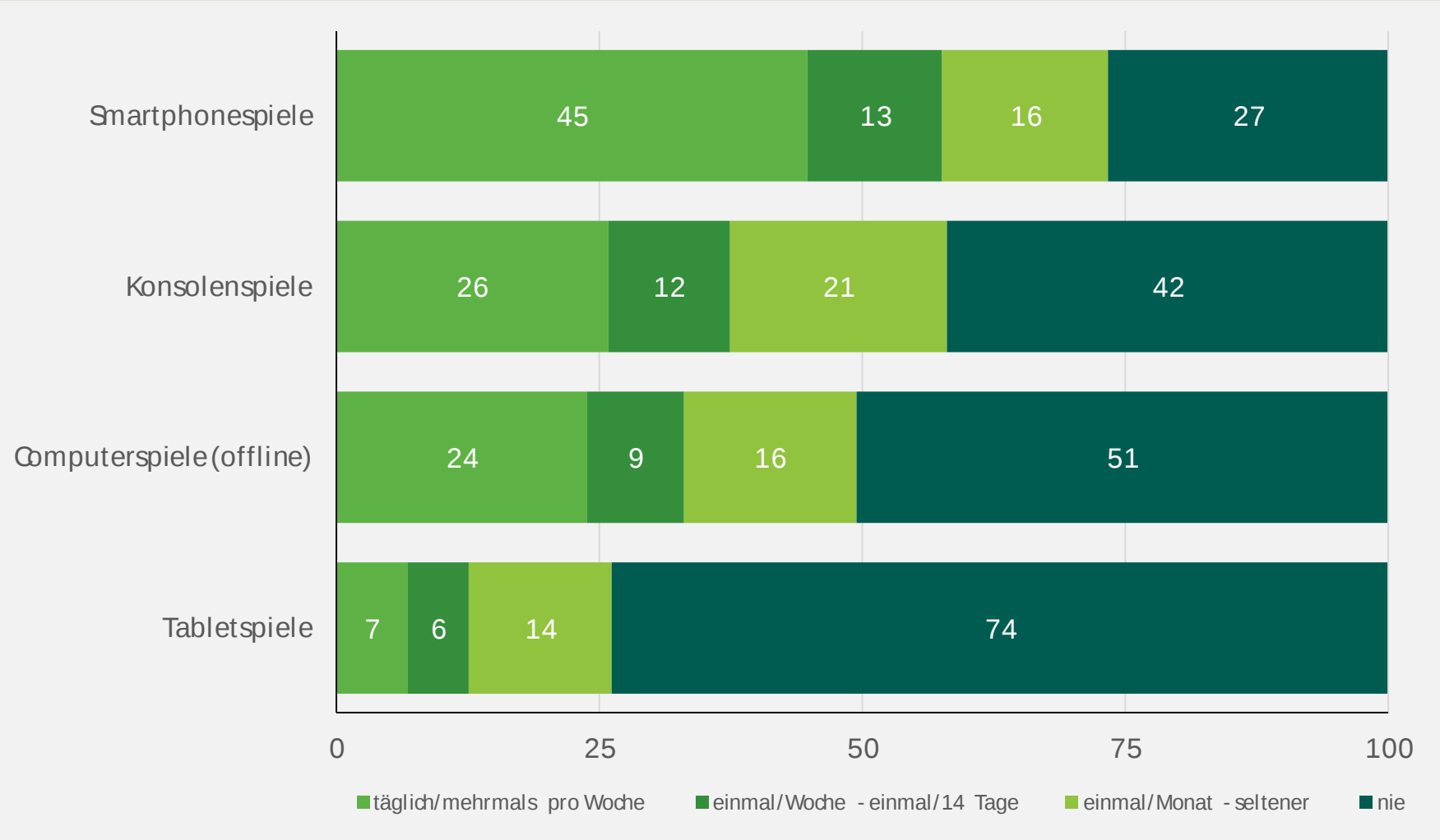
Digitale Spiele: Nutzungsfrequenz 2019

- Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele (netto) -



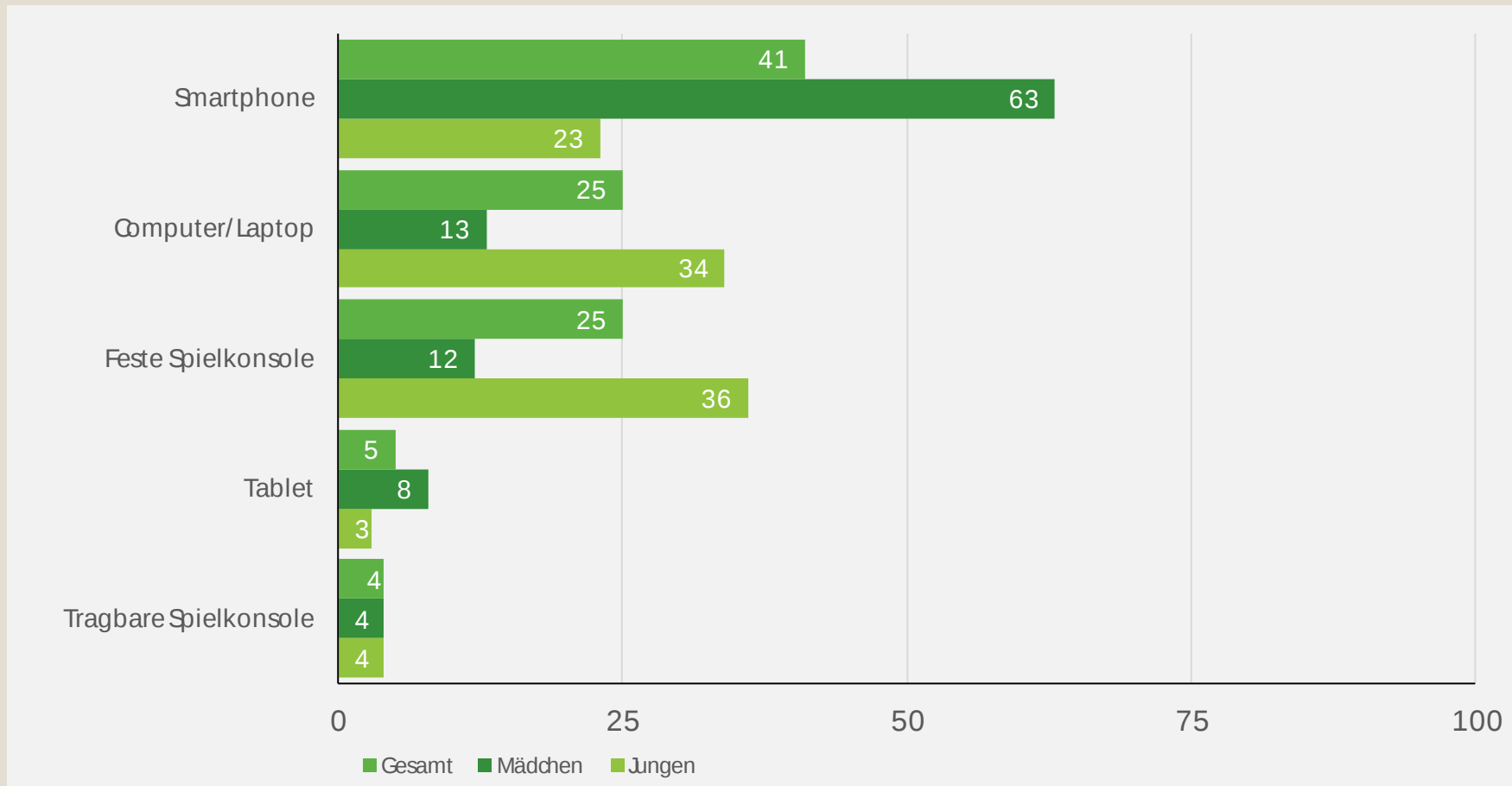
Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Digitale Spielformen im Vergleich: Nutzungsfrequenz 2019



Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Am häufigsten genutztes Gerät zum digitalen Spielen 2019



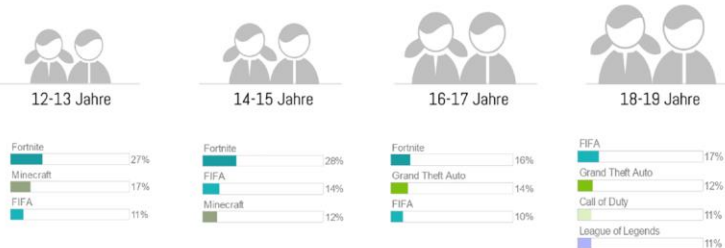
Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Tablet-, Smartphonespielen, n=1.039

Die beliebtesten digitalen Spiele 2018

bei Jugendlichen für Computer, Konsole, Tablet und Handy,
laut JIM 2018



bis zu drei Nennungen



Quelle: JIM Studie 2018 des mpfs, www.mpfs.de Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Online-, Tablet-, Handyspielen, n=1.200



klicksafe.de

Durchschnittliche Spieldauer der 12- bis 19-Jährigen nach eigener Schätzung unter der Woche 103 Minuten pro Tag (125 Minuten am Wochenende).

Jungen spielen mit 146 Minuten 2,5-mal so lange wie Mädchen (57 Min.).

Die Spieldauer der 16- bis 17-Jährigen ist am längstens (114 Min., 12-13 Jahre: 88 Min., 14-15 Jahre: 105 Min., 18-19 Jahre: 105 Min.).

Anstieg der Spieldauer um mehr als 20 Prozent (2017 Mo-Fr: 84 Min.). Beliebtheit von „Fortnite“.

Nutzer von Computer-, Konsolen-, Tablet- bzw. Smartphone-Spielen JIM-Studie 2018

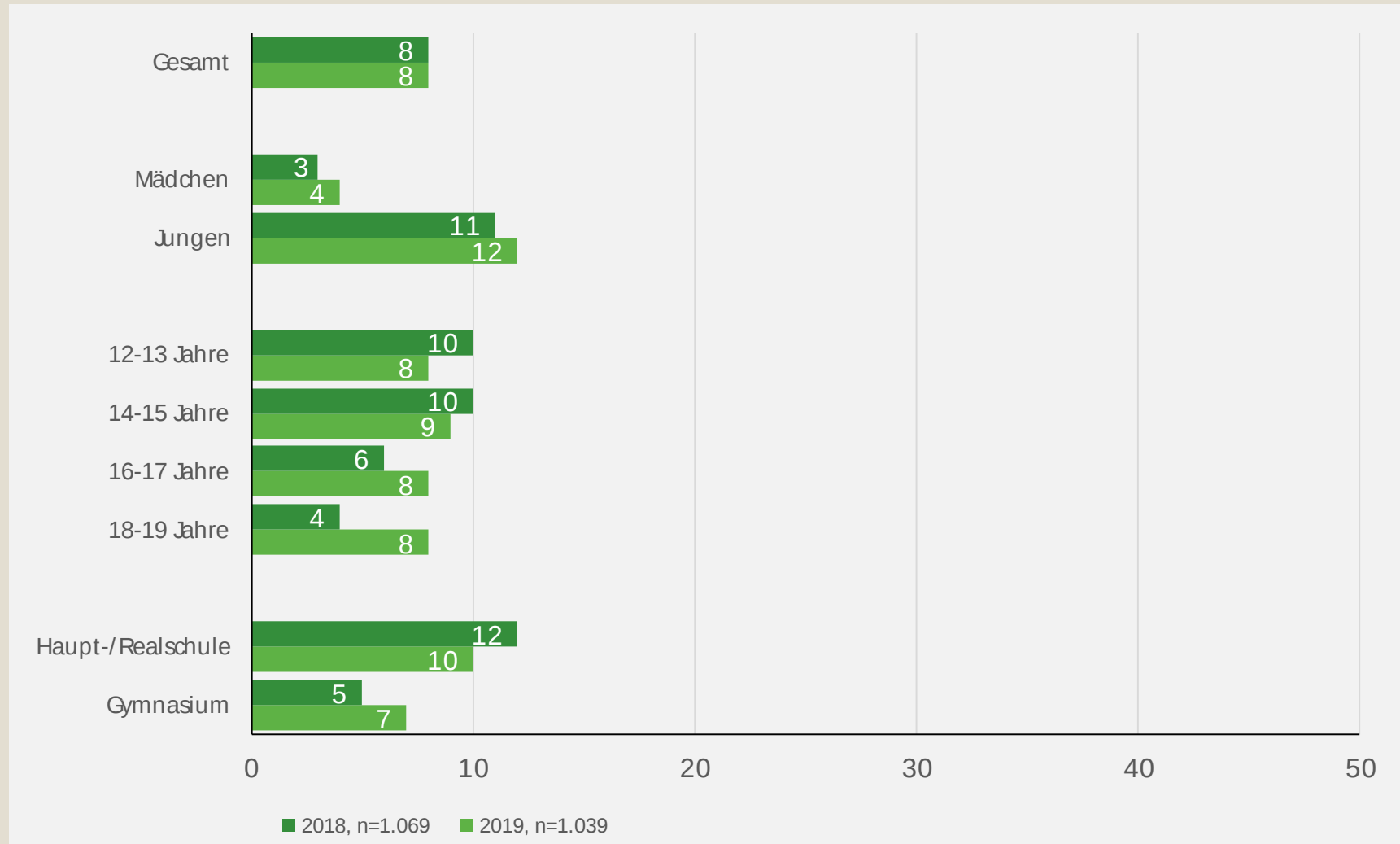
8 % der Spieler haben beim Spielen schon einmal aus Versehen etwas gekauft oder abonniert.

Jüngeren Spielern (12-15 Jahre: 10 %) passiert das häufiger, als älteren (16-17 Jahre: 6 %, 18-19 Jahre: 4 %).

Spieler mit formal niedrigerem Bildungsniveau haben eher etwas versehentlich gekauft oder abonniert (10 %) als Spieler mit formal höherem Bildungshintergrund (5 %).

Versehentlicher Kauf/ Abonnement in Spielen 2019

- Habe schon mal versehentlich etwas beim Spielen gekauft/ abonniert -



Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele 2019 - Rang 1 bis 3, bis zu drei Nennungen -

	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Rang 1	„Minecraft“ 24%	„Fortnite“ 22%	„FIFA“ 15%	„FIFA“ 10%
Rang 2	„Fortnite“ 23%	„Minecraft“ 20%	„Fortnite“ 10%	„Grand Theft Auto“ 9% „Minecraft“ 9%
Rang 3	„FIFA“ 17%	„FIFA“ 15%	„Call of Duty“ 8%	„Call of Duty“ 8% „League of Legends“ 8%

	Haupt-/ Realschule	Gymnasium
Rang 1	„Fortnite“ 17%	„Minecraft“ 14% „FIFA“ 14%
Rang 2	„Minecraft“ 15%	„Fortnite“ 13%
Rang 3	„FIFA“ 14%	„Die Sims“ 8%

Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer von Computer-, Konsolen-, Tablet-, Smartphonespielen, n=1.039

Liebste Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespiele 2021

- Rang 1 bis 3, bis zu drei Nennungen ohne Antwortvorgabe -

	12-13 Jahre	14-15 Jahre	16-17 Jahre	18-19 Jahre
Rang 1	„Minecraft“ 29%	„Minecraft“ 17%	„Minecraft“ 17%	„Minecraft“ 12%
Rang 2	„Fortnite“ 15%	„FIFA“ 15%	„Call of Duty“ 11%	„Call of Duty“ 11%
Rang 3	„FIFA“ 11%	„Fortnite“ 12%	„FIFA/GTA – Grand Theft Auto“ 10%	„FIFA“ 10%

	Haupt-/Realschule	Gymnasium
Rang 1	„Minecraft“ 19%	„Minecraft“ 20%
Rang 2	„FIFA“ 14%	„FIFA“ 11%
Rang 3	„GTA - Grand Theft Auto“ 11%	„Call of Duty“ 8%

Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: Nutzer*innen von Computer-, Konsolen-, Tablet-, Smartphonespielen, n=1.093

MUSIK-HÖREN



Musiknutzung Jim 2018

Bei der Musiknutzung stehen 2018 Streaming-Dienste wie Spotify an erster Stelle.

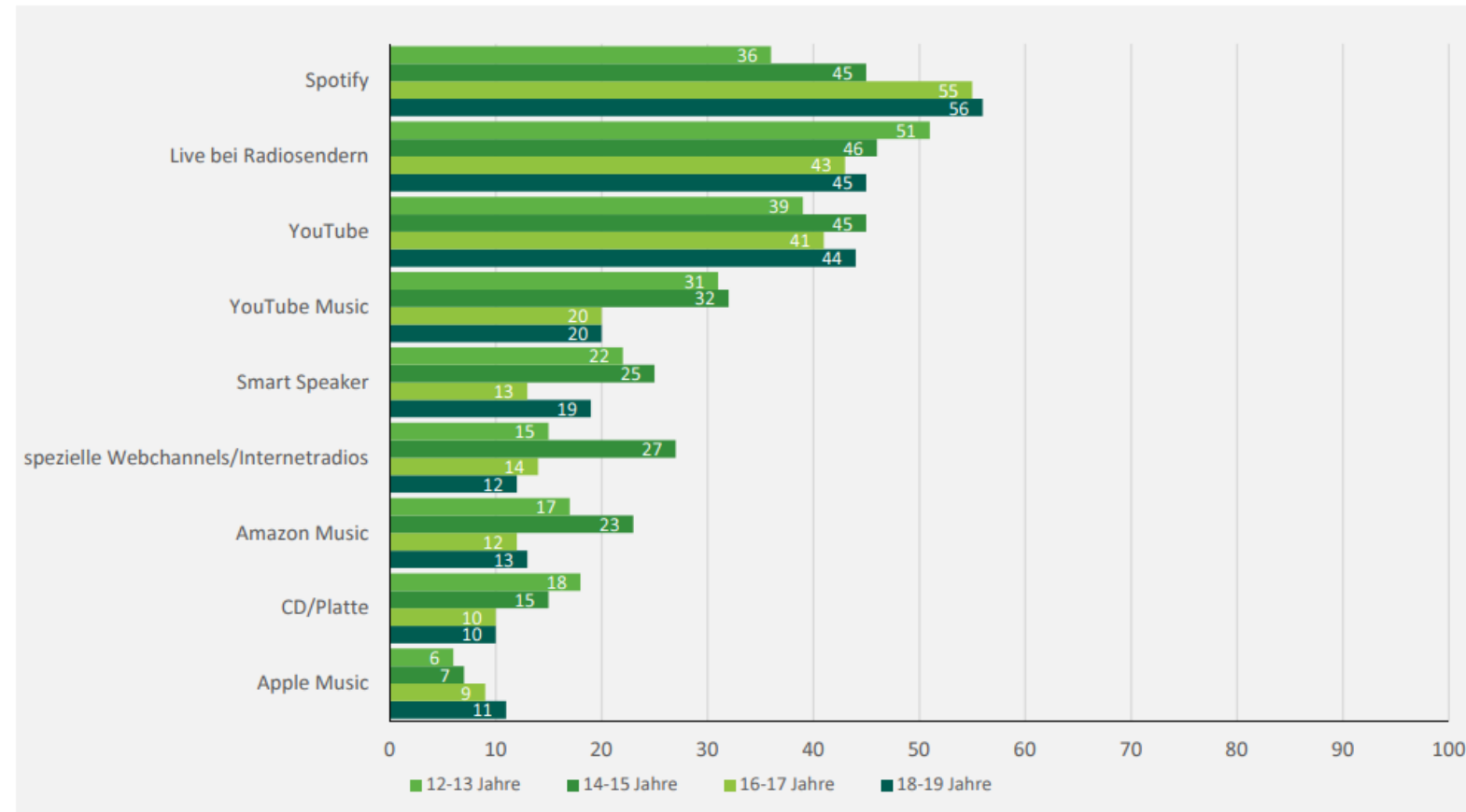
Radio ist weiterhin relevant und wird am zweithäufigsten zum Musikhören genutzt.

YouTube hat die Funktion des Musikfernsehens übernommen

Nur noch jeder Vierte nutzt Tonträger wie CDs, Kassetten und auch wieder Vinyl-Platten, um regelmäßig Musik zu hören.

Insgesamt betrachtet ist beim Musikhören das Smartphone inzwischen zum zentralen Medium geworden.

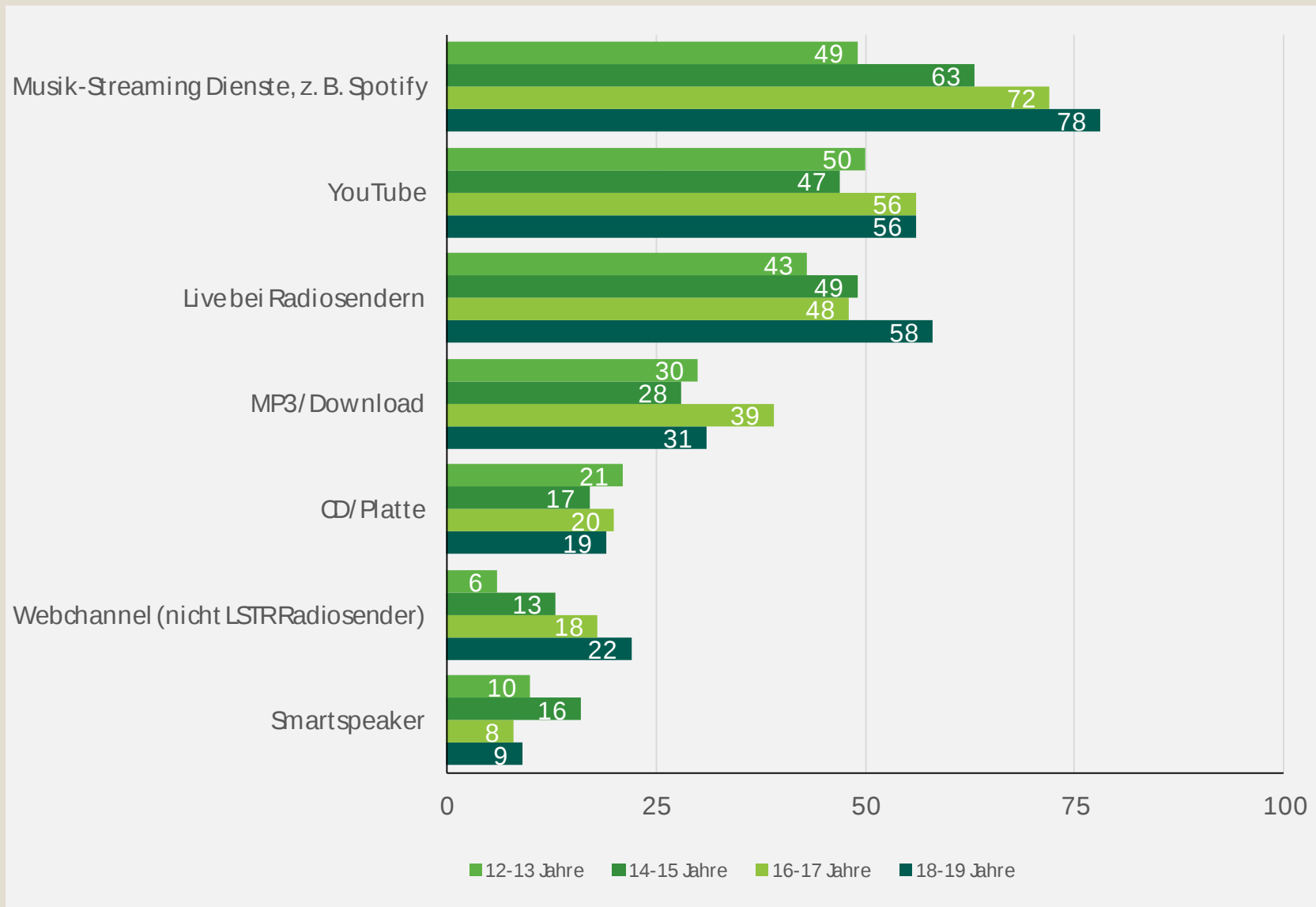
Nutzung verschiedener Wege zum Musikhören 2021 - täglich/mehrmals pro Woche -



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Nutzung verschiedener Wege zum Musikhören 2019

- täglich/mehrmalspro Woche -



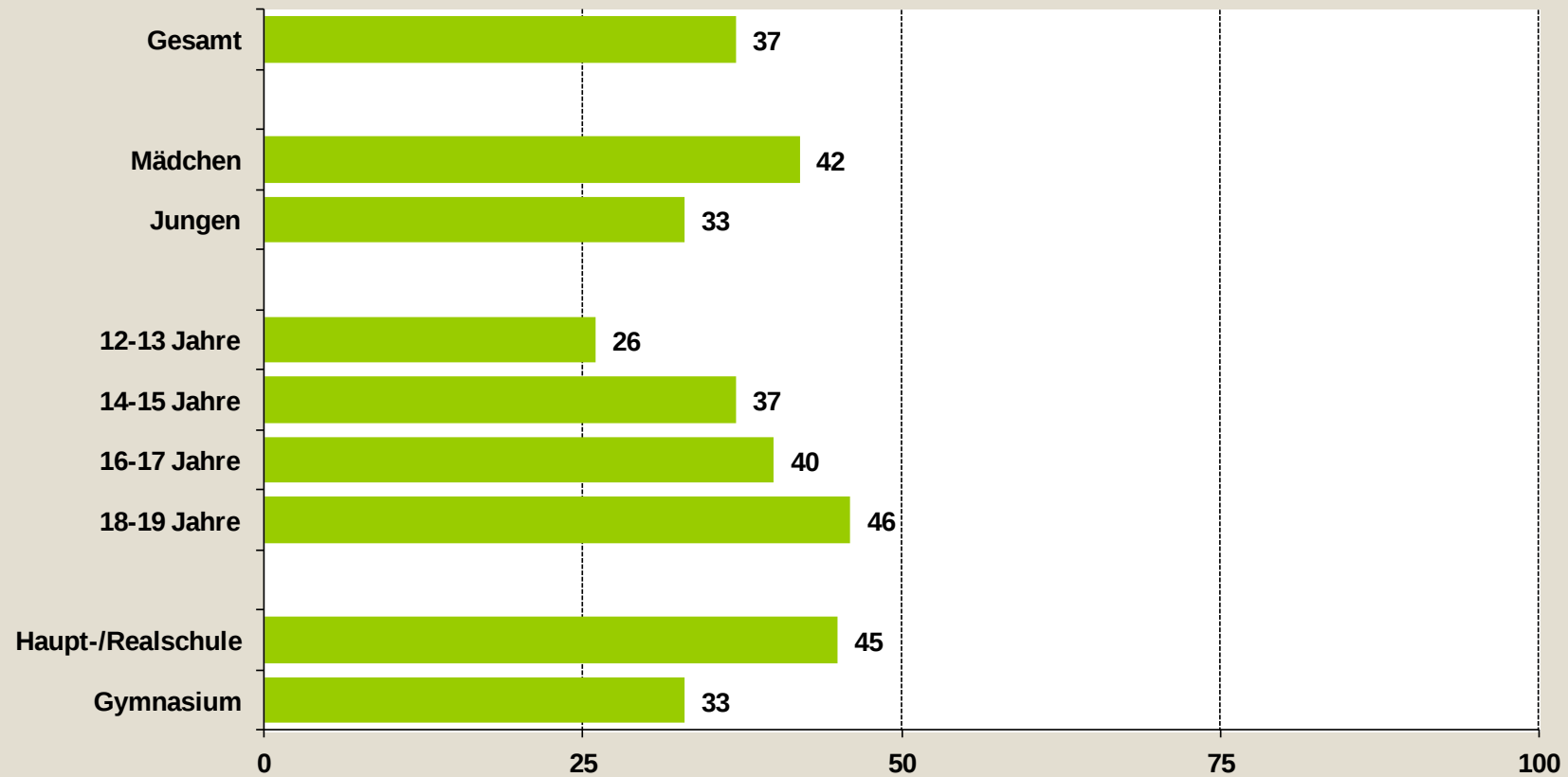
Quelle: JIM 2019, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

CYBERMOBBING, HASS UND FAKE IM NETZ

Cybermobbing

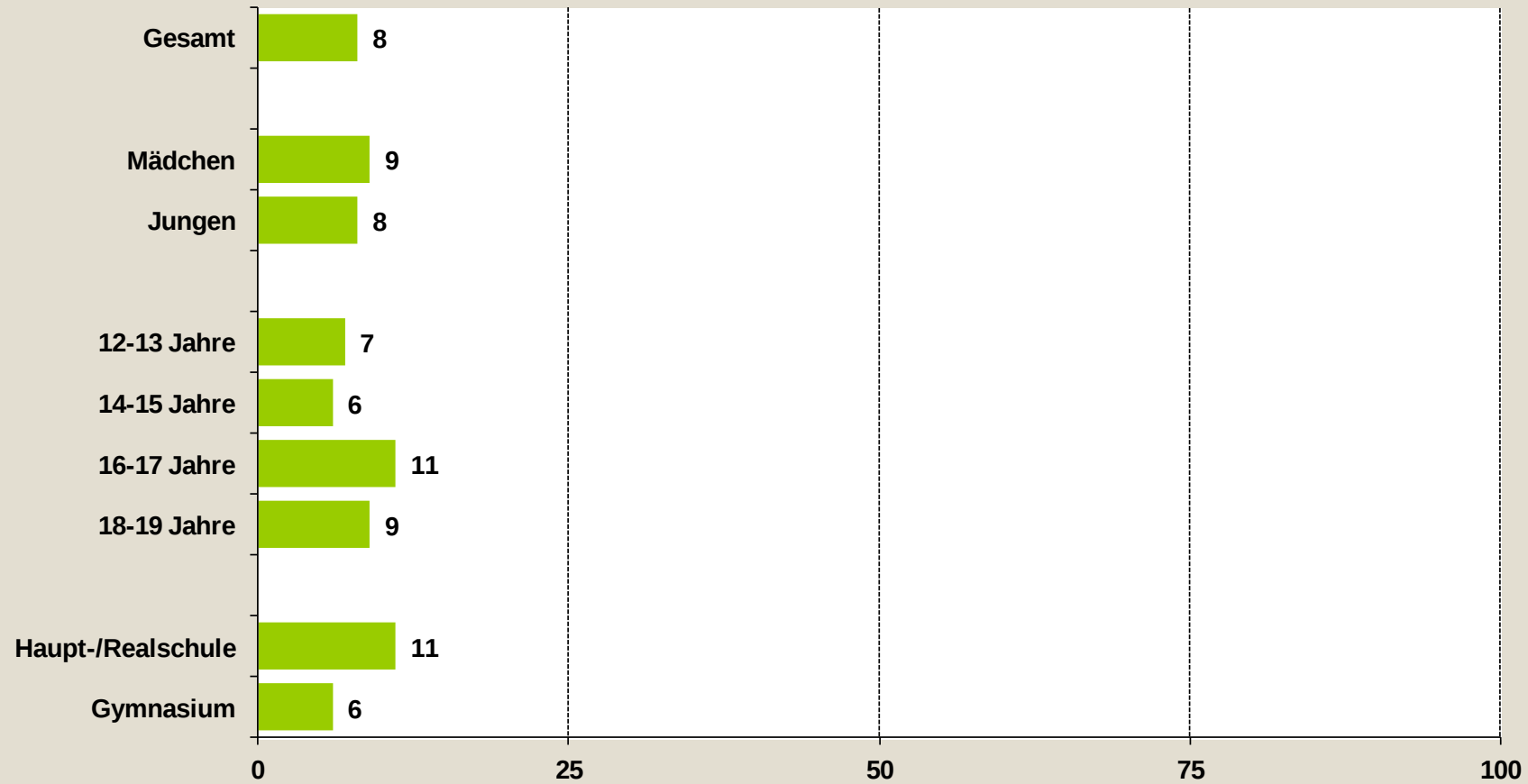
- „Konkret nach beleidigenden oder peinlichen Fotos oder Videos gefragt, die andere über einen verbreitet haben, ist der Anteil der Betroffenen dann nur noch etwa halb so groß (11 %): Jungen (12 %) mussten dies geringfügig häufiger erleben als Mädchen (9 %). Auch bei der Problematik beleidigender und peinlicher Bilder und Videos steigt der Anteil der Betroffenen mit zunehmendem Alter leicht an (12-13 Jahre: 8 %, 14-15 Jahre: 10 %, 16-17 Jahre: 13 %, 18-19 Jahre: 12 %). Mit 14 Prozent sind Jugendliche mit formal geringerer Bildung stärker betroffen als Jugendliche mit höherer Bildung (9 %).“ (Jim 2017)

Im Bekanntenkreis wurde schon mal jemand per Handy/ im Internet fertig gemacht



Quelle: JIM 2017, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

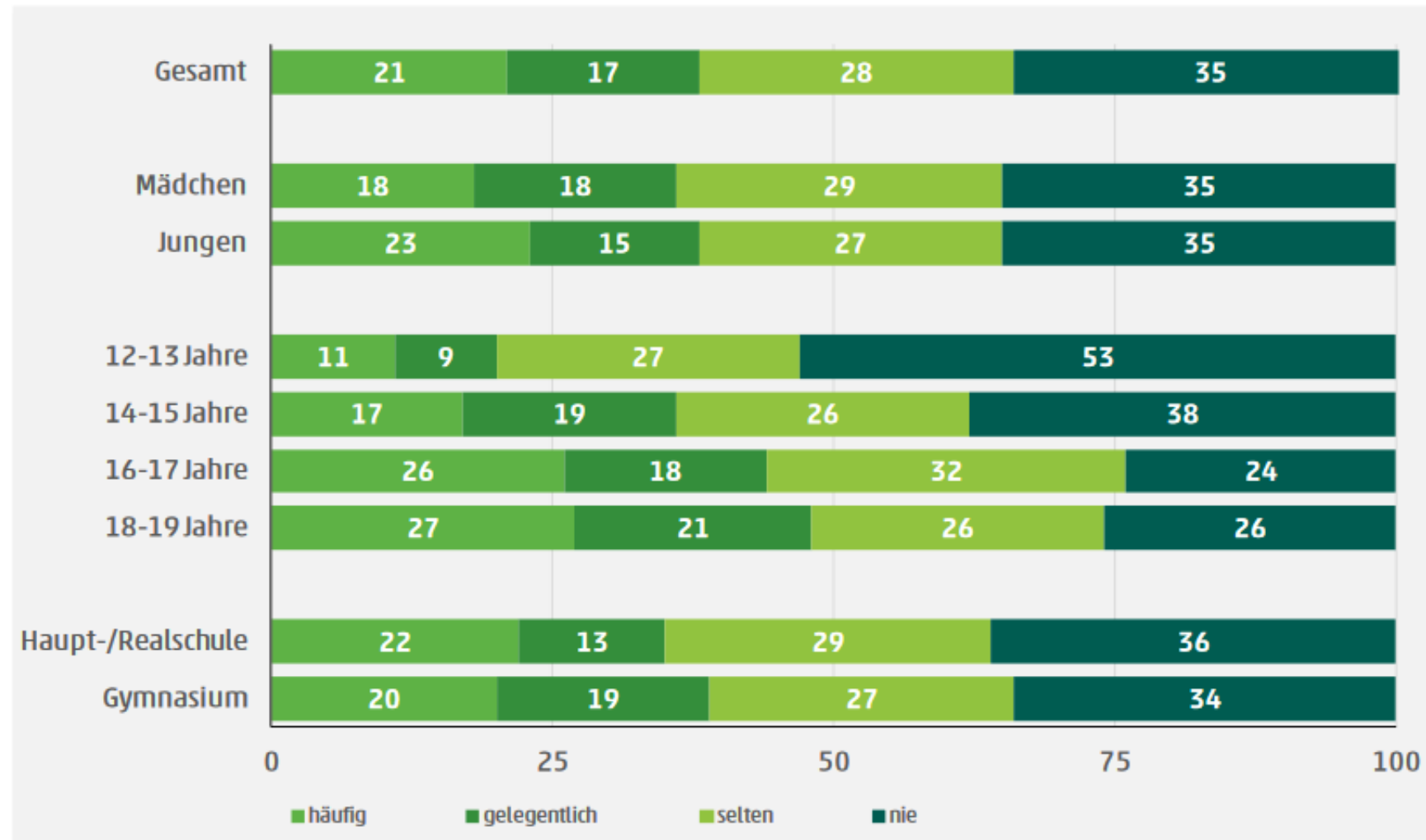
Ich wurde selbst schon mal von jemandem per Handy/im Internet fertig gemacht



Quelle: JIM 2017, Angaben in Prozent
Basis: alle Befragten, n=1.200

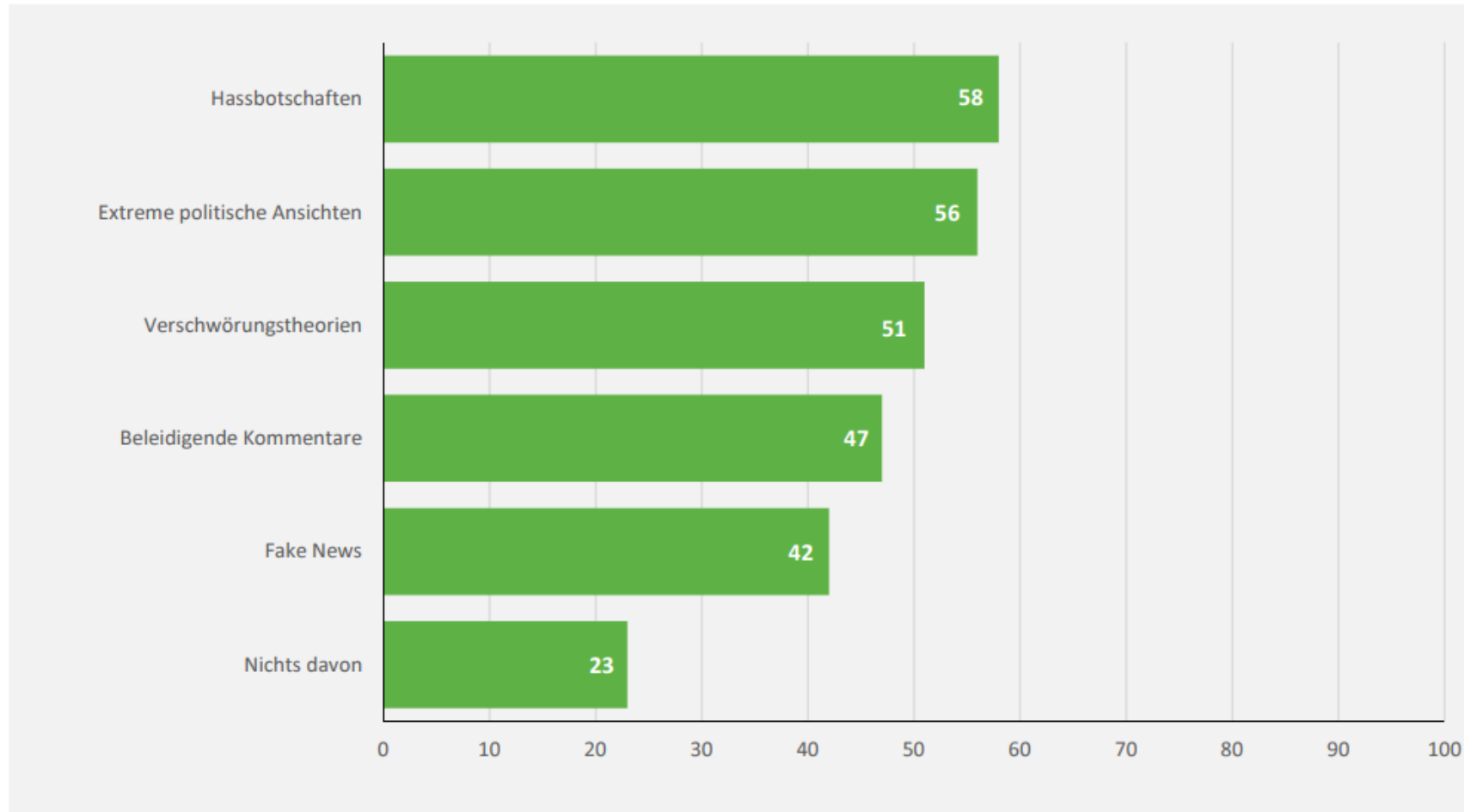
Kontakt mit Hassbotschaften 2018

– „Wie oft sind dir schon Hassbotschaften begegnet?“ –



Quelle: JIM 2018, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Mir sind im letzten Monat im Internet begegnet:



Quelle: JIM 2021, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

CORONA SPECIALS 2020



2020 Technische Ausstattung

Aufgrund der Corona-Pandemie verbesserte sich die **technische Ausstattung der Jugendlichen**:

- Fernsehgerät mit Internetzugang: 2020: 34 %, 2019: 20 %.
- Eigenen Tablets: 2020: 38%, 2019: 25 %
- Laptops 2020: 56%, 2019: 47 %).
- Wearables, wie z. B. Smartwatches oder Fitnessarmbänder 2020: 24 %, 2019: 13 %).
- <https://www.klicksafe.de/service/aktuelles/news/detail/erste-ergebnisse-zum-medienumgang-in-zeiten-von-covid-19-aus-der-jim-studie-2020/>

Mediennutzung Freizeit 2020

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf
die **Mediennutzung in der Freizeit:**
Erhöhter Konsum von **Videos, Filme und Serien:**

- **Netflix** (mehrmals in der Woche) 2020: 59 %; 2019: 46 %
- **YouTube** (2020: 58 % (2019: 49 %),
- **Amazon Prime Video** 2020: 26 %, 2019: 17 %.
- **Nutzung der Mediatheken der Fernsehsender** 2020:17 %, 2019: 8 %)

Literatur

http://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2017/JIM_2017.pdf/

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2018/Studie/JIM_2018_Gesamt.pdf

https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf

<https://www.klicksafe.de/service/aktuelles/news/detail/erste-ergebnisse-zum-medienumgang-in-zeiten-von-covid-19-aus-der-jim-studie-2020/>



VIELEN DANK FÜR
IHRE
AUFMERKSAMKEIT!