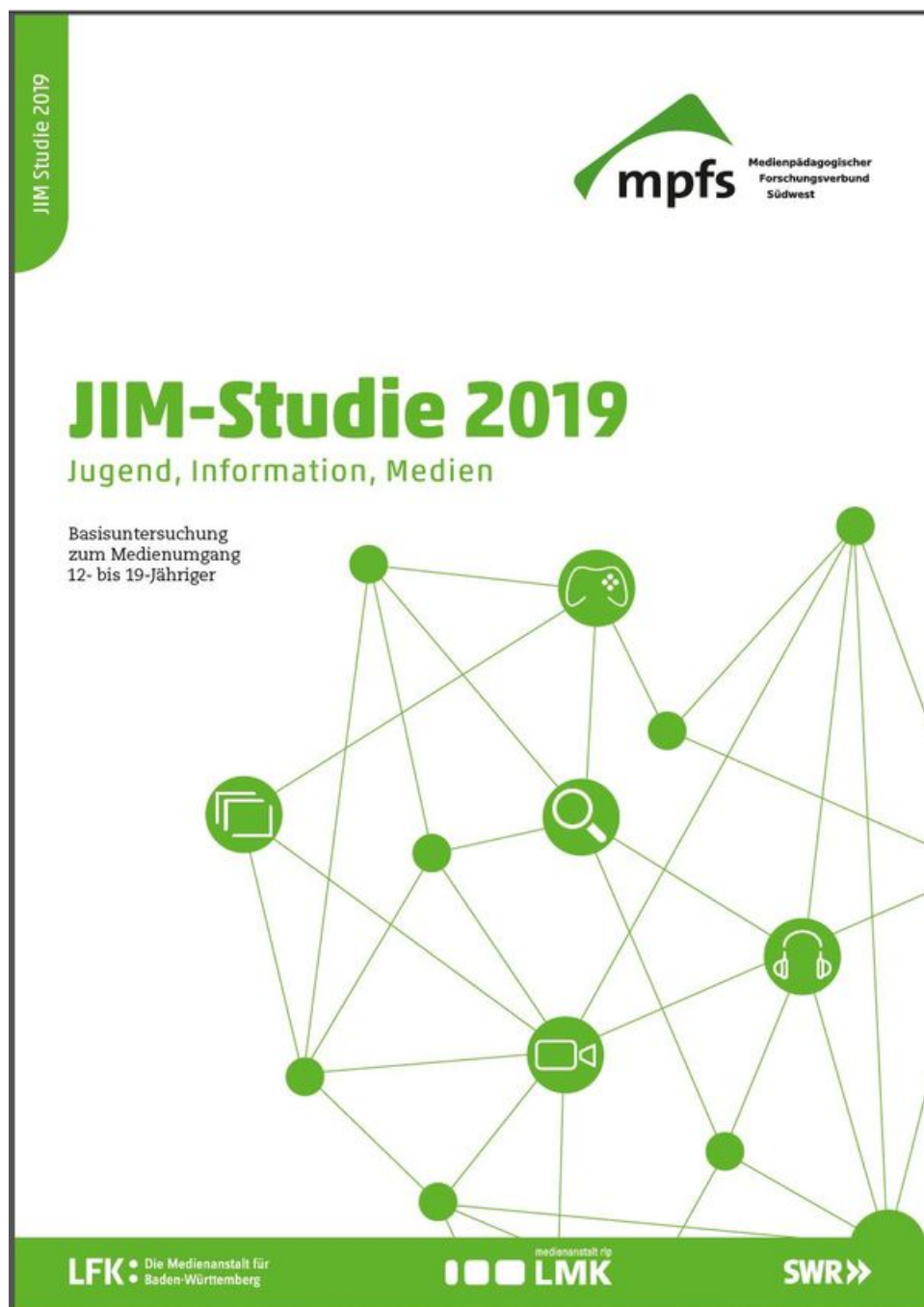


APD®-AGENTURMELDUNG

Nachrichtenagentur APD®

061/2020 - Zur sofortigen Veröffentlichung

Themen: Jugendliche, Medien, JIM-Studie 2019, MPFS, Mediennutzung, Medienverhalten



Cover JIM-Studie 2019

© Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest

JIM-Studie 2019 informiert über die Mediennutzung von Jugendlichen

Stuttgart | 06.04.2020 | APD | Durch die aktuelle Corona-Kontaktsperre sind auch Jugendliche auf eine medienvermittelte Kommunikation angewiesen. Deshalb sei es wichtig, sich über die aktuelle Mediennutzung der Jugendlichen zu informieren, die verschiedenen Kommunikationsformen der unterschiedlichen Plattformen im Blick zu haben und insbesondere jüngeren Jugendlichen einen sicheren und positiven Umgang in den Medien zu vermitteln. Hierzu könne, laut mpfs-Pressemitteilung, die gerade veröffentlichte Studienreihe Jugend, Information, Medien (JIM 2019) des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) hilfreich sein. Für die repräsentative Studie wurden im Frühsommer 2019 1.200 Jugendliche telefonisch befragt. Die Studienergebnisse sind unter www.mpfs.de abrufbar.

Laut Studie erweitere sich das Medienrepertoire von Jugendlichen. Aktuell hätten etwa drei von vier Familien ein Abonnement für einen Video-Streaming-Dienst wie beispielsweise *Netflix* oder *Amazon Prime Video* abgeschlossen. Auch Musik-Streaming-Dienste seien in zwei von drei Familien vorhanden, etwas seltener wären digitale Sprachassistenten wie *Alexa* in 16 Prozent der Haushalte vertreten. Beim Musikhören stehe die Nutzung über Musik-Streaming-Dienste wie beispielsweise *Spotify* an erster Stelle: Zwei Drittel der Jugendlichen hörten mindestens mehrmals pro Woche über Streaming-Dienste Musik. Jeweils etwa jeder Zweite nutze zum Musikhören *YouTube* oder das Liveprogramm bei Radiosendern. Jeder Zehnte greife auf *Smartspeaker* zurück. Unabhängig von der Musikknutzung hörten zwei von drei Jugendlichen regelmäßig Radio.

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

JIM-Studienreihe

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, Medien) wird vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest seit 1998 jährlich in Zusammenarbeit mit dem Südwestrundfunk (SWR) durchgeführt. Die repräsentative Studie bildet das Medienverhalten der Jugendlichen in Deutschland

ab. Alle Ausgaben der JIM-Studie von 1998 bis 2019 sind als PDF auf www.mpfs.de abrufbar.

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

Diese Agenturmeldung ist auch im Internet abrufbar unter: www.apd.info

IMPRESSUM:

Nachrichtenagentur APD®

Zentralredaktion Deutschland, Postfach 4260, 73745 Ostfildern

Tel: +49 511 97177-114

E-Mail: info@apd.info

Web: www.apd.info

Facebook: [AdventistischerPressdienstDeutschland](https://www.facebook.com/AdventistischerPressdienstDeutschland)

Twitter: https://twitter.com/apd_info

© Nachrichtenagentur APD Ostfildern (Deutschland) und Basel (Schweiz)

Kostenlose Text-Nutzung nur unter der Bedingung der eindeutigen Quellenangabe und klaren Zuordnung zur Quelle „**APD**“ gestattet.

Das © Copyright an den Agenturtexten verbleibt auch nach ihrer Veröffentlichung bei der Nachrichtenagentur APD.

APD® ist die rechtlich geschützte Abkürzung des Adventistischen Pressedienstes.