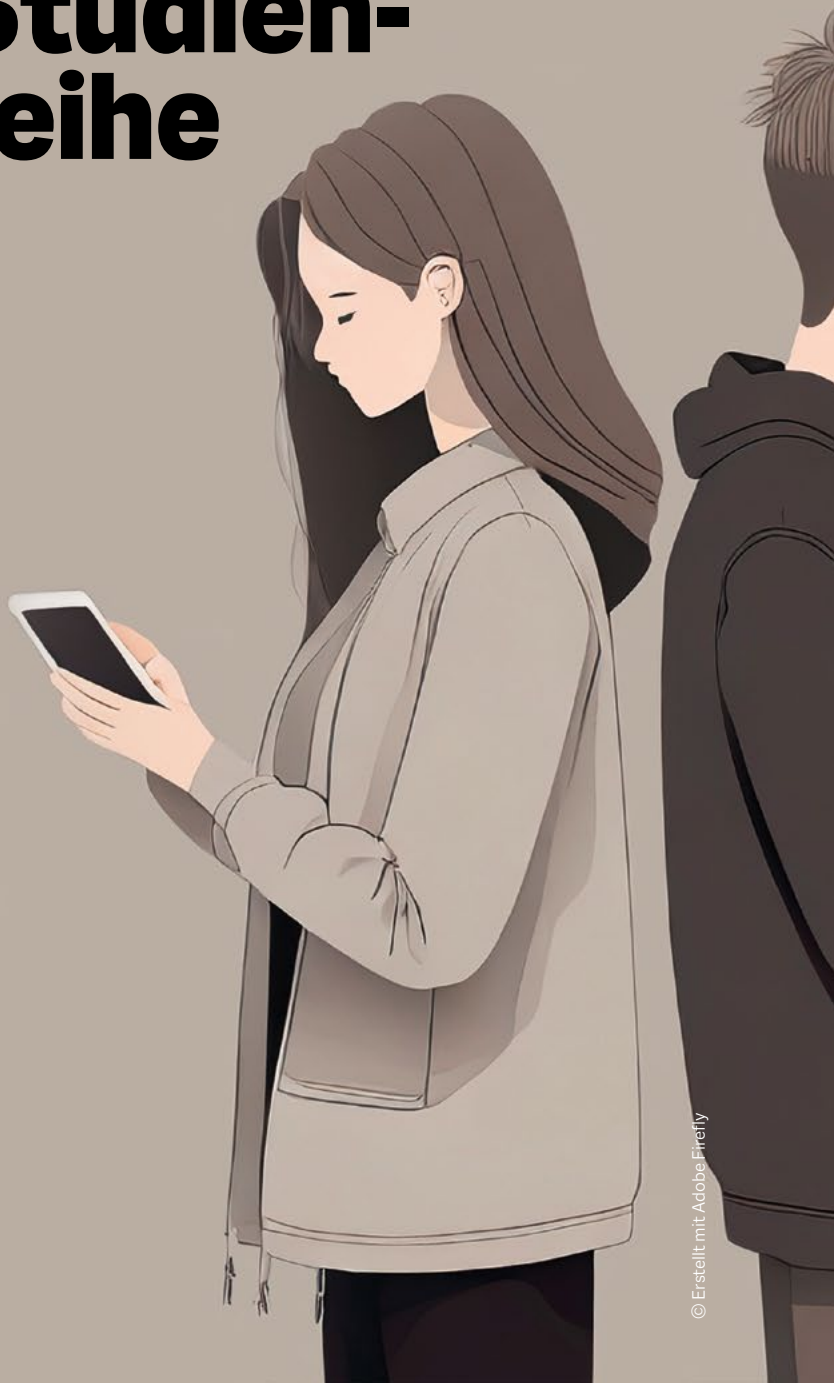


Kaum jemand erinnert sich noch an das ehrgeizige Vorhaben, das im November 1998 mit der ersten Ausgabe der *JIM-Studie* begann. Heute, nach 26 regulären *JIM*-Ausgaben, zwei *JIMplus*-Zusatzuntersuchungen (zu Corona und Fake News/Hatespeech) und der Jubiläumsausgabe *15 Jahre JIM*, wissen wir, dass die Trendstudie uns seit 25 Jahren jährlich einen repräsentativen Überblick über Medienausstattung, Freizeitgestaltung und Medienumgang von über 6 Mio. deutschsprachigen Jugendlichen im Alter zwischen 12 und 19 Jahren gibt. Der besondere Wert der Studienreihe liegt entsprechend auch im Aufzeigen von aktuellen und längerfristigen Entwicklungen im zunehmend mediatisierten Jugendalltag, weniger im Konstatieren von Zusammenhängen und differenzierten Betrachtungen abseits von Geschlecht, Alter und Bildungshintergrund der befragten Jugendlichen.

25 JAHRE *JIM-STUDIE*

Trends aus der bekanntesten Studien- reihe



TEXT:
DANIEL HAJOK



Vom zunehmend digitalen Jugendalltag

Man kann sich gar nicht mehr so recht daran erinnern, aber bis in die 2000er-Jahre hinein war die Freizeit der Jugendlichen im Wesentlichen von drei Dingen geprägt: dem Fernsehen, dem Musikhören sowie dem Treffen von Freunden. Mit dem Siegeszug zunächst von Computern und Internet, dann von Handys und Smartphones hat sich vieles verändert. Als „Klassiker“ des Jugendalltags hat nur das Musikhören, das in den 1990er-Jahren noch bevorzugt mit CDs und Kassetten, ab Mitte der 2000er-Jahre via MP3-Player und dann immer häufiger mit Streamingdiensten (vor allem Spotify) erfolgte, seinen exponierten Stellenwert behalten. So rangierte das Musikhören im Jahr 2023 mit 90 % (fast) täglichen Nutzer*innen hinter dem Smartphone und der Internetnutzung allgemein noch immer auf Rang drei der in der *JIM-Studie* abgefragten Freizeitbeschäftigungen.

Standen Ende der 1990er-Jahre mediale und nonmediale Aktivitäten mehr oder weniger gleichberechtigt nebeneinander, war der Alltag der 12- bis 19-Jährigen schon Ende der 2000er-Jahre entscheidend medial geprägt. Seit Ende der 2010er-Jahre sind unter den 15 häufigsten Freizeitbeschäftigungen Jugendlicher nur noch drei originär nonmediale Aktivitäten zu finden: das Treffen von Freunden/Leuten, Sporttreiben und – mit Abstand – die Familienunternehmungen. Bei näherer Betrachtung sind selbst diese oft digital „durchdrungen“. Man denke nur an die Smartphone-Nutzung in den Peer- und Familienbeziehungen oder an Sport mit Musik im Ohr.

Insgesamt lässt auch die *JIM*-Studienreihe keinen Zweifel daran, dass Jugendliche ihr Leben schon seit vielen Jahren immer mehr digital ausgestaltet haben – mit einem in Zeiten der Covid-19-Pandemie beschleunigten Digitalisierungsschub, der Spuren hinterlassen hat. Insbesondere die Nutzung von Messenger- und Streamingdiensten, Social-Media-Angeboten und digitalen Spielen hatte in dieser Zeit deutlich zugenommen und lag im Jahr 2023 noch immer über dem Vor-Corona-Niveau. Markant die zugenommene Bedeutung von TikTok, Snapchat, Pinterest, Discord, Telegram sowie von Netflix und YouTube.

Mit den neuen digitalen Möglichkeiten treffen sich Jugendliche schon seit vielen Jahren seltener „face to face“ mit Freunden/Leuten. Zwar hatten die Kontakte mit dem endgültigen Wegfall der Beschränkungen wieder zugenommen. Im Jahr 2023 trafen sich aber nur noch gut zwei Drittel der Heranwachsenden täglich oder mehrmals in der Woche mit Freunden/Leuten in ihrer Freizeit, im Jahr vor Corona waren es noch drei Viertel. Und auch die sportlichen Aktivitäten und Familienunternehmungen haben im direkten Vorher-nachher-Vergleich abgenommen.

Digitaler Austausch im Fokus

Die prägnantesten Veränderungen beim Medienumgang Jugendlicher sind eng mit den vielfältigen Möglichkeiten verbunden, die zuerst Handys, später die Smartphones geboten haben. Vor gut 20 Jahren hatten drei Viertel der 12- bis 19-Jährigen ein eigenes Handy. Vor zehn Jahren nannten dann drei Viertel ein Smartphone ihr Eigen. Aktuell haben fast alle ein eigenes und nutzen kein anderes Endgerät so häufig. Nach Aussagen der gut zwei Fünftel Heranwachsenden, die ihre Bildschirmzeit mit der Anzeigefunktion prüfen, sind die 12- bis 13-Jährigen täglich allein zwei Stunden mit dem Smartphone aktiv, die 14- bis 15-Jährigen fast dreieinhalb und die älteren Jugendlichen über vier Stunden.

Bereits mit der Nutzung von nur wenigen Apps ist das Smartphone seit einigen Jahren Dreh- und Angelpunkt quasi von allem. Im Zentrum stehen die Anwendungen für Austausch und Vernetzung: Die mit Abstand wichtigste App der Jugendlichen war auch im Jahr 2023 WhatsApp, gefolgt von Instagram und TikTok bei den weiblichen und von YouTube und Instagram bei den männlichen. Gerade im Hinblick auf die Nutzung von Social Media hat sich in den letzten Jahren der Trend weg von einer produktiven Nutzung durch das Einstellen eigener Inhalte hin zu einer rezeptiven Nutzung des zunehmend algorithmisiert in die eigenen Accounts „Gespülten“ weiter fortgesetzt.

Gegenüber neuen Entwicklungen zeigen sich die Jugendlichen noch immer weitgehend offen. Nur jede*r Siebte hatte bei der Befragung Mitte 2023 noch nicht von ChatGPT gehört. Zwei von fünf Heranwachsenden wissen demgegenüber vom KI-basierten Dienst und haben ihn bereits ausprobiert. Die meisten verspüren bei ihrer multifunktionalen Nutzung mittlerweile aber auch einen Überdruß, verbringen etwa mehr Zeit am Smartphone als ge-

plant und genießen es, wenn sie Zeit ohne Handy oder Internet verbringen können. Immerhin jede*r Dritte schaltet regelmäßig das Gerät bewusst aus, um (mehr) Zeit für sich zu haben.

In der längerfristigen Betrachtung haben sich nach den Angaben aller 1.200 Befragten auch die Onlinezeiten insgesamt weiter erhöht. Nach einem Allzeithoch von fast viereinhalb Stunden täglich im Jahr 2020 liegen sie aktuell mit deutlich unter vier Stunden noch immer über dem Vor-Corona-Niveau. Im Jahr 2023 kamen die meisten im Internet regelmäßig mit Fake News und beleidigenden Kommentaren in Kontakt. Jeweils zwei von drei Jugendlichen waren im Monat vor der Befragung auch extremen politischen Ansichten, Verschwörungstheorien und Hassbotschaften begegnet. Etwa jede*r Vierte kam zudem ungewollt mit pornografischen Inhalten oder – vor allem auf Instagram, TikTok und Snapchat – mit sexuellen Belästigungen in Kontakt.

Vom TV zu YouTube und Netflix

Das Fernsehen, bis weit in die 2000er-Jahre hinein die häufigste Freizeitbeschäftigung der Jugend, hat trotz neuer Verbreitungswege an Bedeutung verloren. Sahen im Jahr 2010 noch 88 % der 12- bis 19-Jährigen täglich oder mehrmals wöchentlich fern, waren es im Jahr 2023 wie im Vor-Corona-Jahr nur noch 76 %. Die durchschnittliche Nutzungsdauer liegt aber noch immer bei gut zwei Stunden täglich. Im Fokus hier weiterhin die Programme von ProSieben und RTL. *GZSZ* und *GNTM*, *Shopping Queen* und *DSDS* sind die beliebtesten Formate der weiblichen Heranwachsenden, bei den männlichen hat sich im Jahr 2023 interessanterweise die *Tagesschau* zum absoluten Highlight *Die Simpsons* gesellt, gefolgt von *Star Wars* und *The Big Bang Theory*.

Bei der Onlinenutzung von Sendungen, Serien und Filmen liegen YouTube und Netflix in allen Altersgruppen vorn. Es folgen mit einigem Abstand Amazon Prime Video, Disney+ und erst dann die Livestreams der Fernsehsender und Mediatheken der Öffentlich-Rechtlichen. Mit seinem breiten Spektrum als Plattform für Videos aller Art und den beliebten Kanälen von Julien Bam, Rezo & Co. hat die Bedeutung von YouTube vor allem bei den Jungen und jungen Männern wieder spürbar zugenommen. Insgesamt betrachtet waren im Jahr 2023 gut zwei Fünftel der Jugendlichen täglich auf YouTube unterwegs. Die durchschnittliche tägliche Nutzungszeit liegt mittlerweile bei eineinhalb Stunden.

In der *JIM-Studie 2014* erstmals das beliebteste Internetangebot überhaupt, hat der Dienst unter dem Dach der Google LLC längst den Sprung auf die Smartphones geschafft. Unter den Bedingungen von Homeschooling und Distanzunterricht haben vor allem die Lernvideos hinzugewonnen. Und auch als Quelle gesellschaftlich relevanter Information ist YouTube bedeutsamer geworden. Für das aktuelle Tages- bzw. Weltgeschehen präferieren Jugendliche zwar noch immer Gespräche in der Familie und unter den Peers sowie die Fernseh- und Radionachrichten. Dahinter reihte sich im Jahr 2023 aber schon YouTube ein: Vom Geschehen auf der Welt erfährt dort jede*r Dritte (fast) täglich.

Seit 2014 auch in Deutschland verfügbar, nutzten fünf Jahre später schon gut zwei Fünftel der Jugendlichen (fast) täglich auch den Streamingdienst Netflix. Nach einem weiteren Bedeutungsgewinn während der Covid-19-Pandemie wendet sich mit dieser Regelmäßigkeit im Jahr 2023 nunmehr jede*r zweite Jugendliche Netflix zu. Fast jede*r Dritte nutzte (fast) täglich Amazon Prime Video, jede*r fünfte Disney+ und jede*r neunte Sky. Ohne dass die Trennung zum Fernsehen noch klar gezogen wird – die seriellen

Formate und Krimis/Mystery haben für die Jugendlichen eine besondere Bedeutung. Abgesehen davon schauen sich die weiblichen Heranwachsenden gern Scripted-Reality-Formate/Dokusoaps, Daily Soaps/Telenovelas und Castingshows, die männlichen Gleichaltrigen Comics/Zeichentrick/Animes und Sitcoms/Comedys an.

Digitale Spiele weiter hoch im Kurs

Von den Video- und Computerspielen war die Jugend schon früh fasziniert. Nach den Daten der *JIM-Studie* tauchte schon Ende der 1990er-Jahre knapp die Hälfte der 12- bis 19-Jährigen (fast) täglich in die virtuellen Spielwelten ein. War zu Beginn der Computer der präferierte Zugang, hatten Ende der 2000er-Jahre die Onlinespiele den Markt für sich entschieden und den überwiegend männlichen Spielern neben immer faszinierenderen Spielwelten auch Möglichkeiten der Vernetzung und Kommunikation geboten. Im Jahr 2018 nutzten vier von fünf Onlinegamer*innen bereits eine Teamspeak-Funktion, wobei nur die wenigsten ihre Kommunikation auf das Spiel beschränkten.

In diesem Jahr tauchten 58 % der Jugendlichen in die Welten von Computer-, Konsolen-, Tablet- und Smartphonespielen ein. Mit dem Bedeutungsgewinn insbesondere der Spiele-App nutzten im Jahr 2023 bereits drei von vier Jugendlichen die digitalen Spiele (fast) täglich - im Gesamtdurchschnitt mit einer Dauer von über eineinhalb Stunden täglich, was sich angesichts des Allzeithochs von über zwei Stunden täglich im Coronajahr 2020 fast schon moderat liest.

Der Anteil der regelmäßigen Gamer*innen ist bei den männlichen Heranwachsenden noch immer deutlich höher als bei den weiblichen (86 zu 56 %), ebenso der Anteil exzessiver Spieler*innen mit täglich über vier Stunden Spielzeit (11 zu

3 %). Im Gesamtdurchschnitt verbleiben die Gamer fast doppelt so lange in den digitalen Spielen wie die Gamerinnen (61 zu 119 Minuten täglich). Hinsichtlich der Spielehäufigkeiten in den verschiedenen Altersgruppen und Bildungskontexten zeigen sich indes kaum noch größere Unterschiede.

Die beliebtesten digitalen Spiele der 12- bis 19-Jährigen waren zur Jahrtausendwende das Action-Adventure *Tomb Raider* und das Echtzeit-Strategiespiel *Command & Conquer*. Mitte der 2000er-Jahre etablierten sich bereits *Die Sims* als ein bis heute beliebtes Spiel, die bekannte Fußballsimulation *FIFA* folgte knapp zehn Jahre später. Mitte der 2010er-Jahre gelang auch dem 18er-Ego-Shooter *Call of Duty* der Sprung in die Hitliste Jugendlicher. Es folgte das ebenfalls vor allem bei männlichen Heranwachsenden beliebte 18er-Action-Game *Grand Theft Auto*. In den Ranglisten von 2023 ist interessanterweise nur noch *GTA* unter den Top Drei der älteren Jugendlichen, der 18- bis 19-Jährigen, zu finden. In den jüngeren Altersgruppen ist *Minecraft* die klare Nummer eins. Im Weiteren sind die Jungen bei *FIFA* und *Fortnite*, die Mädchen bei *Die Sims* und *Hay Day* aktiv.

Und sonst?

Hinsichtlich der klassischen Printmedien lässt sich in der Rückschau noch immer kurz und knapp sagen: Während Zeitungen und Zeitschriften in ihrer ursprünglichen Distributionsform (nicht mit ihren Onlineangeboten) stark an Bedeutung verloren haben, bleiben gedruckte Bücher eine der wenigen Konstanten des Medienalltags. Die *JIM-Studienreihe* belegt eindrucksvoll, dass die Jugend seit 25 Jahren in ihrer Freizeit unverändert oft Bücher liest und die weiblichen Heranwachsenden sowie die Gymnasiast*innen eine besondere Affinität für das Lesen zeigen - sowohl was die Häufigkeit

als auch die Lesedauer betrifft. Seit Ende der 1990er-Jahre nehmen ein Drittel bis zwei Fünftel der Jugendlichen (fast) täglich ein Buch zur Hand. Die durchschnittliche Lesedauer beziffern die 12- bis 19-Jährigen schon länger auf ca. eine Stunde täglich. Wie gehabt nimmt sie im Altersverlauf ab.

Auch das Radio war lange Zeit eine Konstante im Jugendalltag. Es hatte früh den Sprung in die digitale Welt geschafft und blieb nicht zuletzt über die Handys bzw. Smartphones präsent. Bereits in den Jahren vor Corona hatte das Radio mit seinem vorgegebenen Programm aber an Bedeutung verloren. Der Anteil der (fast) täglichen Nutzer*innen ist von 67 % im Jahr 2019 auf 58 % im Jahr 2023 weiter gesunken. Die Podcast-Nutzung erfreut sich demgegenüber zunehmender Beliebtheit: Hier stieg der Anteil der (fast) täglichen Nutzer*innen weitgehend unabhängig von Alter, Geschlecht und Bildung von 14 % in 2021 auf 19 % in 2022 und nunmehr 22 % im Jahr 2023.



Dr. Daniel Hajok ist Honorarprofessor am Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt und Gründungsmitglied der Arbeitsgemeinschaft Kindheit, Jugend und neue Medien (AKJM) in Berlin.