

### **Kommentar der Bürgerwelle Schweiz zum nachfolgenden Artikel:**

*Wo die bisherigen Warnungen vor dem Handygebrauch durch die Kinder im Interesse ihrer langfristigen Gesundheit noch kein klares „NEIN!“ der Eltern dem kindlichen Handywunsch gegenüber bewirken konnten, schafft das jetzt vielleicht die drohende Pornobilder-Überschwemmung. Der Sozialdruck auf die Schulkinder, ein Handy zu haben, ist kein Naturgesetz, dem man sich beugen muss. Und Aufrufe für eine Ausweitung des im Klassenzimmer üblichen Handyverbotes auf das **ganze Schulareal** können nicht mit dem Hinweis auf die drohenden Reklamationen einzelner „mobiler“ Eltern beiseite gewischt werden. – Die Auseinandersetzung um den Problembereich „Kind und Handy“ hat indessen eine noch viel grössere Dimension. Letztlich geht es um das Bewusstsein, dass Kindererziehung vor allem auch eine Sache der Selbstdisziplin und Vorbildwirkung der Eltern ist, und dass ein unwiderrufliches „NEIN“ zur rechten Zeit mehr wert ist als tausend weitschweifige Erklärungen, die an eine intellektuelle Einsichtsfähigkeit appellieren, welche das Kind zumindest im frühen Schulalter noch gar nicht haben kann.*  
03.12.06 P. Schlegel

### **Marktforscher: Pornos erobern Mobilgeräte**

Marktforschungsdirektor Bruce Gibson von Jupiter Research geht davon aus, dass Darstellungen nackter Haut und geschlechtlicher Handlungen zunehmend auch Mobilgeräte erobern werden. Nachdem sich die "Erwachseneninhalte"-Industrie bisher schon Medien wie Print, Kino, DVD und Pay-TV angeeignet hat, gebe es keinen Grund, warum sie die Mobilgeräte aussparen werden sollten. Aufgrund dieser Hypothese prognostiziert Jupiter laut Mitteilung ein Anwachsen des weltweiten Markts für Sexualinhalte von 1,6 Milliarden US-Dollar in diesem Jahr auf 3,3 Milliarden im Jahr 2011 aus.

In dem gesamten Zeitraum von 2006 bis 2011 würden mit dieser Art Inhalte 14,5 Milliarden US-Dollar Umsatz generiert. Europäische Mobilfunknutzer sollen daran nach den Prognosen 39 Prozent und asiatisch-pazifische 33 Prozent Anteil haben. In der frühen Entwicklungsphase sei der Markt noch von textbasierten Inhalten dominiert worden, mittlerweile würden sie durch Grafiken und Videos verdrängt. 2011 würden 70 Prozent der Umsätze dank zunehmender Verbreitung von Mobilfunktechnik der dritten Generation mit Videos generiert.

Gibson hat auch schon ein neues Zielpublikum für den neuen Verbreitungsweg der Erwachseneninhalte vor Augen. Er vermutet darunter vor allem Menschen am "bequemeren und weicheren Ende" des Marktes, da "Mobil" für "Spaß und sofortige Befriedigung" stehe: "Kerle, die sich nach ein paar Bieren in der Kneipe zusammen Videoclips anschauen und Leute mit wenig Zeit, die aber ein bisschen Spaß haben wollen – aber nicht mit Hardcore."

29.11.2006

Quelle: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/81763>