

Peter Zellmann / Sonja Mayrhofer
IFT Institut für Freizeit- und Tourismusforschung

Print oder Online? Die zukünftige Mediennutzung

- **(Noch) lesen mehr ÖsterreicherInnen regelmäßig Zeitungen und/oder Bücher als sie Onlinemedien nutzen.**
- **Bei den jüngeren Menschen haben sich die Nutzungsgewohnheiten allerdings schon in Richtung Onlinemedien verschoben.**
- **Für die Zukunft ist zu erwarten, dass Onlinemedien auch bei den Älteren an Bedeutung gewinnen.**
- **Frauen nutzen lieber Printmedien als Onlinemedien, Männer dagegen nutzen Online- und Printmedien bereits in ähnlichem Ausmaß**
- **Hohes Bildungs- und Einkommensniveau unterscheidet die Nutzung kaum, jeweils niedriges jedoch eindeutig zugunsten der Printmedien.**

Institutsleiter Prof. Peter Zellmann: „Wer mit und in der Welt ‚online‘ groß wird, der erledigt bald alles ‚im Netz‘: Information, Kommunikation, Unterhaltung und Einkauf. Die Zeitreihen zeigen ein eindeutiges Bild: Die Zukunft gehört der Computerwelt, die Printmedien werden aber noch lange nicht verschwinden. Überraschend die Bestätigung der traditionellen Rollenbilder: Die Männer bleiben auch in der digitalen Technologie ihrem Image als Vorreiter (noch) gerecht.“

Wir untersuchen kontinuierlich seit 30 Jahren das Freizeitverhalten der ÖsterreicherInnen. Der gesellschaftliche Wandel lässt sich am deutlichsten im Freizeitverhalten nachweisen. Diese Zeitreihen werden laufend aktualisiert und anhand einer auf unserem Fragemodell basierenden, im September 2011 von Spectra Marktforschung (Linz) durchgeführten Befragung von 1.032 ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung, fortgesetzt.

In diesem Forschungstelegramm möchten wir die Nutzung von Printmedien, wie Büchern und Zeitungen, Zeitschriften bzw. Illustrierten, mit der Nutzung von Onlinemedien (E-Mail, Internet, E-Commerce, Homebanking) bzw. der Computernutzung in der Freizeit vergleichen.

Zu diesem Zweck haben wir die Nutzungsgewohnheiten einerseits der regelmäßigen LeserInnen von Printmedien (Buch und Zeitung) und andererseits jene der regelmäßigen NutzerInnen von Onlinemedien (E-Mail, Internet, PC, E-Commerce, Homebanking) näher untersucht.

In dieser Detailanalyse widmen wir uns den **„regelmäßig“ ausgeübten Freizeitbeschäftigungen**. Was unter „regelmäßig“ zu verstehen ist, muss aus Gründen der Vergleichbarkeit für jede Freizeitaktivität gesondert definiert werden. Die Aktivitäten „Zeitung, Zeitschriften, Illustrierte lesen“, „Internet surfen“, „Sich mit dem eigenen

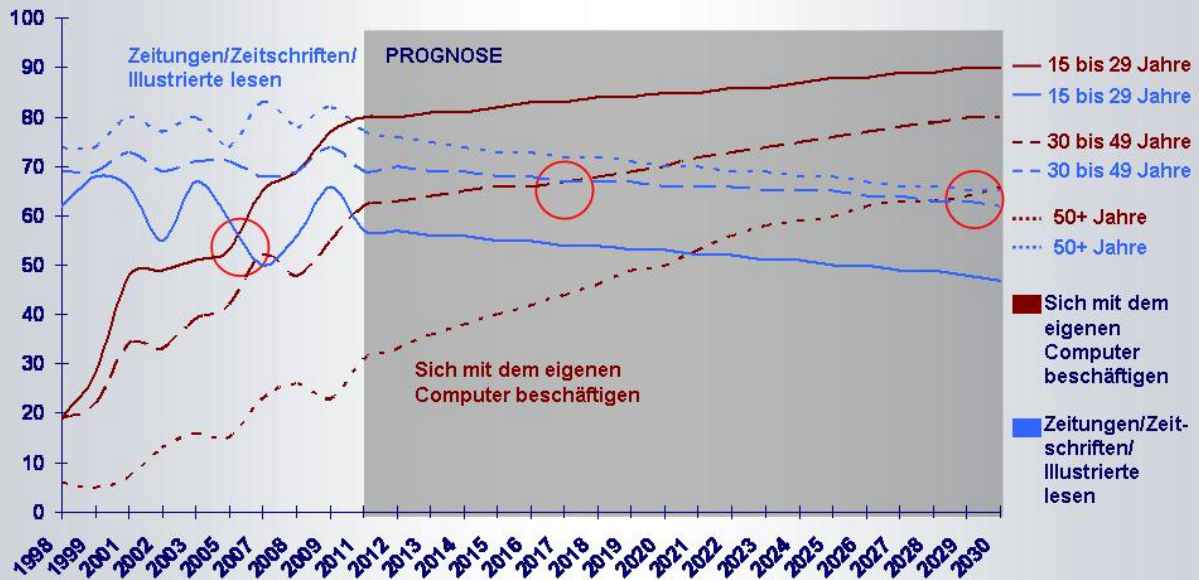
Computer beschäftigen“ und „E-Mail-Nutzung“ gelten als „regelmäßig“, wenn sie mindestens mehrmals pro Woche ausgeführt werden. „Homebanking“ und „E-Commerce“ ist als „regelmäßig“ definiert, wenn sie mindestens einmal pro Woche ausgeführt werden. „Bücher lesen“ gilt als regelmäßige Freizeitbeschäftigung, wenn mindestens mehrmals pro Monat gelesen wird.

1. Die Entwicklung von „Print“ und „Online“: Die Mediennutzung im Zeitvergleich

Der Zeitvergleich der regelmäßigen ZeitungslernerInnen mit den ComputernutzerInnen zeigt, dass die ComputernutzerInnen immer mehr werden, wohingegen die ZeitungslernerInnen in etwa gleich bleiben. Für die Zukunft ist allerdings eine Abnahme der ZeitungslernerInnen zu erwarten. Betrachtet man nämlich diese Entwicklung nach **Altersgruppen** zeigt sich, dass sich bei den 15- bis 29-Jährigen bereits jetzt schon mehr Personen in der Freizeit regelmäßig mit dem Computer beschäftigen als Zeitung lesen:

- Während **80 % der 15- bis 29-Jährigen** regelmäßig in der Freizeit ihren **Computer** nutzen (Ø 54 %), lesen **57 %** regelmäßig **Zeitung** (Ø 70 %). Bei den jüngeren ÖsterreicherInnen haben die **Computer-NutzerInnen die ZeitungslernerInnen bereits vor 5 Jahren überholt**.
- Bei den **30- bis 49-Jährigen** gibt es (noch) mehr ZeitungslernerInnen: **69 %** der 30- bis 49-Jährigen lesen regelmäßig **Zeitung** (Ø 70 %) – dagegen nutzen **62 %** regelmäßig ihren **Computer** in der Freizeit (Ø 54 %). Der Zeitvergleich zeigt, dass sich die **Kurven der regelmäßigen ZeitungslernerInnen und Computer-NutzerInnen einander annähern**, sich aber noch nicht gekreuzt haben. In den nächsten 10 Jahren ist mit der Kreuzung der Kurven der 30- bis 49-Jährigen zu rechnen.
- **77 %** der **Über-50-Jährigen** lesen regelmäßig **Zeitung** (Ø 70 %), **31 %** nutzen regelmäßig den **Computer** (Ø 54 %). Bei den Über-50-Jährigen wird es noch einige Zeit dauern, bis sich die Kurven kreuzen – nämlich dann, wenn die jetzt jüngeren Bevölkerungsgruppen älter werden und ihre Nutzungsgewohnheiten in die nächste Altersstufe mitnehmen. **Das Gleichziehen der Computer-NutzerInnen und ZeitungslernerInnen ist in ca. 20 Jahren zu erwarten**.

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitaktivität...



Repräsentativbefragung von ca. 11.000 Personen ab Jahren in Österreich in den Jahren 1998 bis 2011

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2012

Der Vergleich von ZeitungslernerInnen und Computer-NutzerInnen nach Altersgruppen macht eine Veränderung in der Gesellschaft deutlich: Zeitunglesen wird zukünftig weiter an Bedeutung verlieren, da schon bei den jüngeren Bevölkerungsgruppen eine Ablöse in Richtung Onlinemedien stattgefunden hat. Die jüngeren Menschen von heute werden ihr Nutzungsverhalten mit steigendem Alter fortsetzen und so wird **in einigen Jahren die Anzahl der Online-NutzerInnen die der ZeitungslernerInnen übersteigen.**

2. Aktuelle Gegenüberstellung von Print- und OnlinenutzerInnen

Die Nutzung von **Printmedien** teilt sich wie folgt auf (2011):

- Insgesamt lesen **83 %** der ÖsterreicherInnen regelmäßig Zeitungen und/oder Bücher.

Die Nutzung im Detail:

- **32 %** der ÖsterreicherInnen lesen regelmäßig **Bücher und Zeitungen, Zeitschriften bzw. Illustrierte** in ihrer Freizeit.

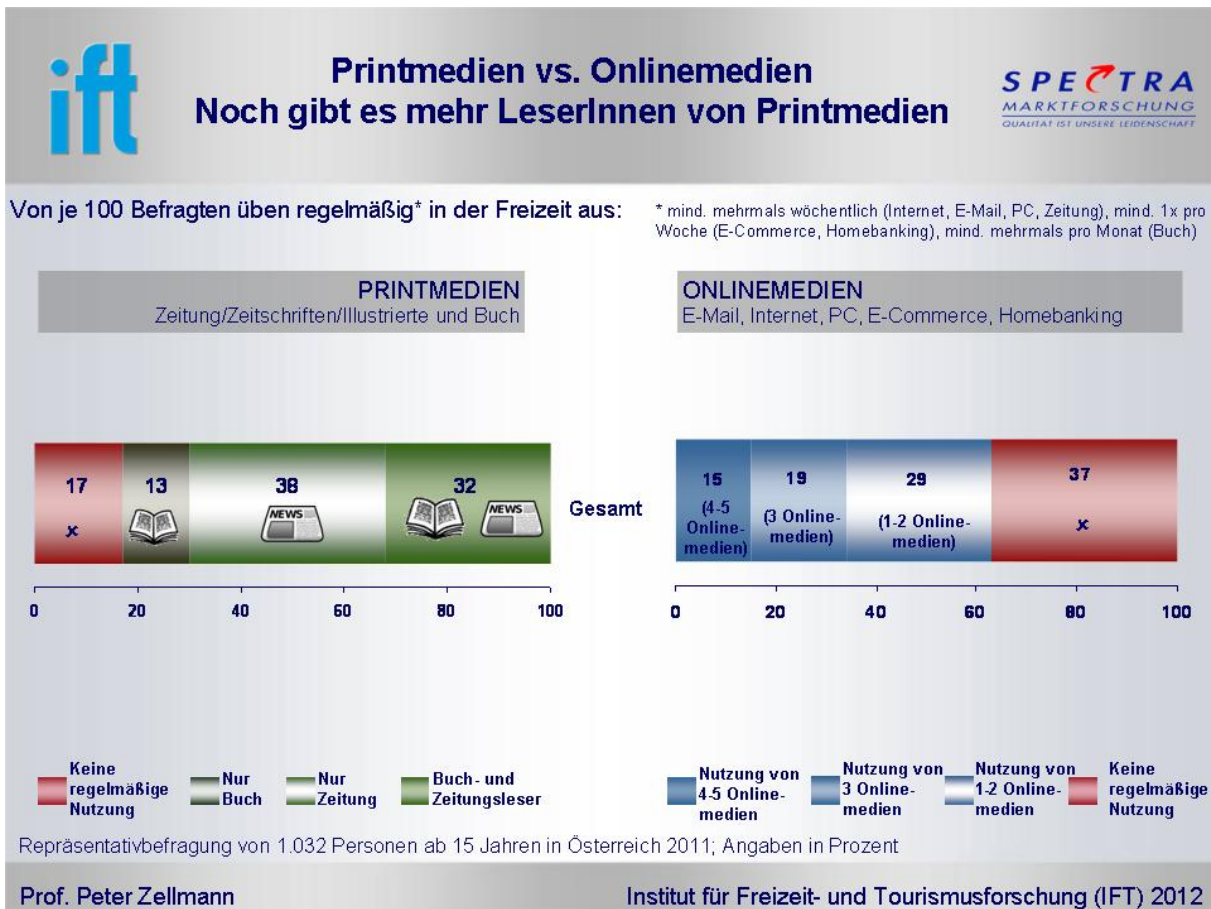
- Dazu kommen **38 %**, die regelmäßig nur Zeitungen, Zeitschriften oder Illustrierte lesen. Insgesamt lesen somit **70 %** der ÖsterreicherInnen regelmäßig Zeitung.
- Weitere **13 %** der ÖsterreicherInnen lesen regelmäßig nur Bücher. Insgesamt gibt es in Österreich somit **45 %** BuchleserInnen.

Onlinemedien (E-Mail, Internet, Computer-Nutzung, E-Commerce, Homebanking) werden wie folgt genutzt (2011):

- **63 %** der ÖsterreicherInnen nutzen **mindestens ein Onlinemedium** (E-Mail, Internet, PC, E-Commerce, Homebanking) regelmäßig.

Die Nutzung im Detail:

- **15 %** der ÖsterreicherInnen nutzen regelmäßig **4 bis 5 der angegebenen Onlinemedien**.
- **19 %** nutzen regelmäßig **3 der angegebenen Onlinemedien**. In den meisten Fällen handelt es sich um die Kombination E-Mail, Internet und PC.
- **29 %** nutzen regelmäßig **1 bis 2 der angegebenen Onlinemedien**. Hauptsächlich nutzt diese Personengruppe eines oder zwei aus „E-Mail“, „Internet“ und „PC“.

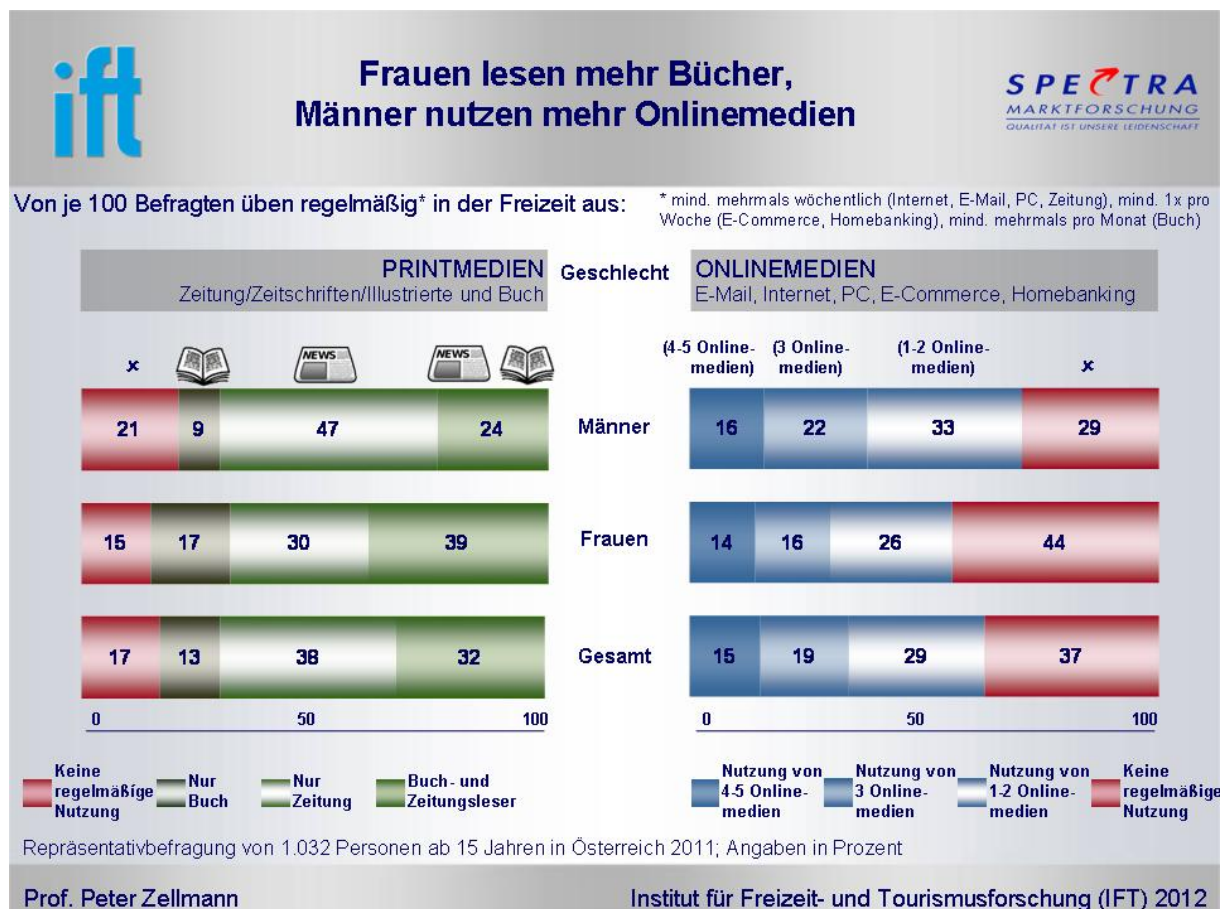


Der Vergleich zwischen Print- und Onlinenutzung zeigt, dass noch mehr Personen **Printmedien (83 %)** nutzen als **Onlinemedien (63 %)**. In weiterer Folge soll dieses Verhältnis nach einzelnen demographischen Gruppen betrachtet werden.

3. Frauen nutzen deutlich mehr Printmedien als Onlinemedien, bei den Männern sind die Unterschiede zwischen Print und Online gering

Frauen nutzen deutlich lieber Printmedien als Onlinemedien, bei den Männern ist das Verhältnis beinahe schon ausgeglichen:

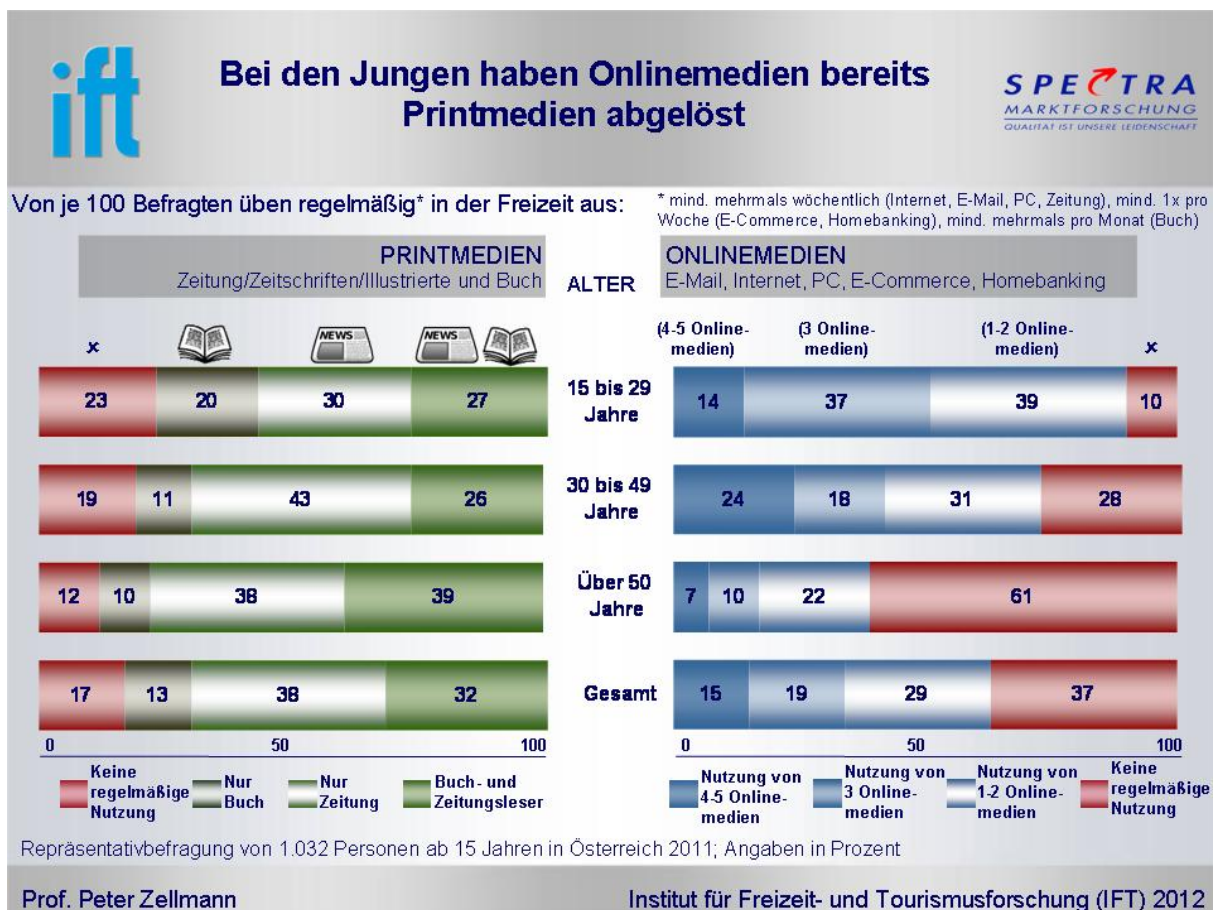
- Insgesamt lesen **85 % der Frauen** regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen, Zeitschriften bzw. Illustrierte** (Ø 83 %), aber nur 56 % nutzen regelmäßig ein oder mehrere **Online-Medien** in ihrer Freizeit (Ø 63 %).
- **79 % der Männer** regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen, Zeitschriften bzw. Illustrierte** (Ø 83 %) und **71 % der Männer** nutzen regelmäßig ein oder mehrere **Online-Medien** in ihrer Freizeit (Ø 63 %).
- Bei den **Männern** hat sich die Häufigkeit der Nutzung von Online- und Printmedien bereits angenähert. Es ist zu erwarten, dass die **Onlinemedien bei den Männern in den nächsten Jahren**, was die Nutzungshäufigkeit betrifft, die Printmedien überholen werden.
- Bei den **Frauen** wird diese Entwicklung noch längere Zeit in Anspruch nehmen.



4. Bei den Jüngeren haben Onlinemedien die Printmedien bereits überholt

Die Unterschiede in der Nutzung von Online- und Printmedien sind bei den Altersgruppen von der Tendenz her klar, bei der Online Nutzung sogar sehr groß:

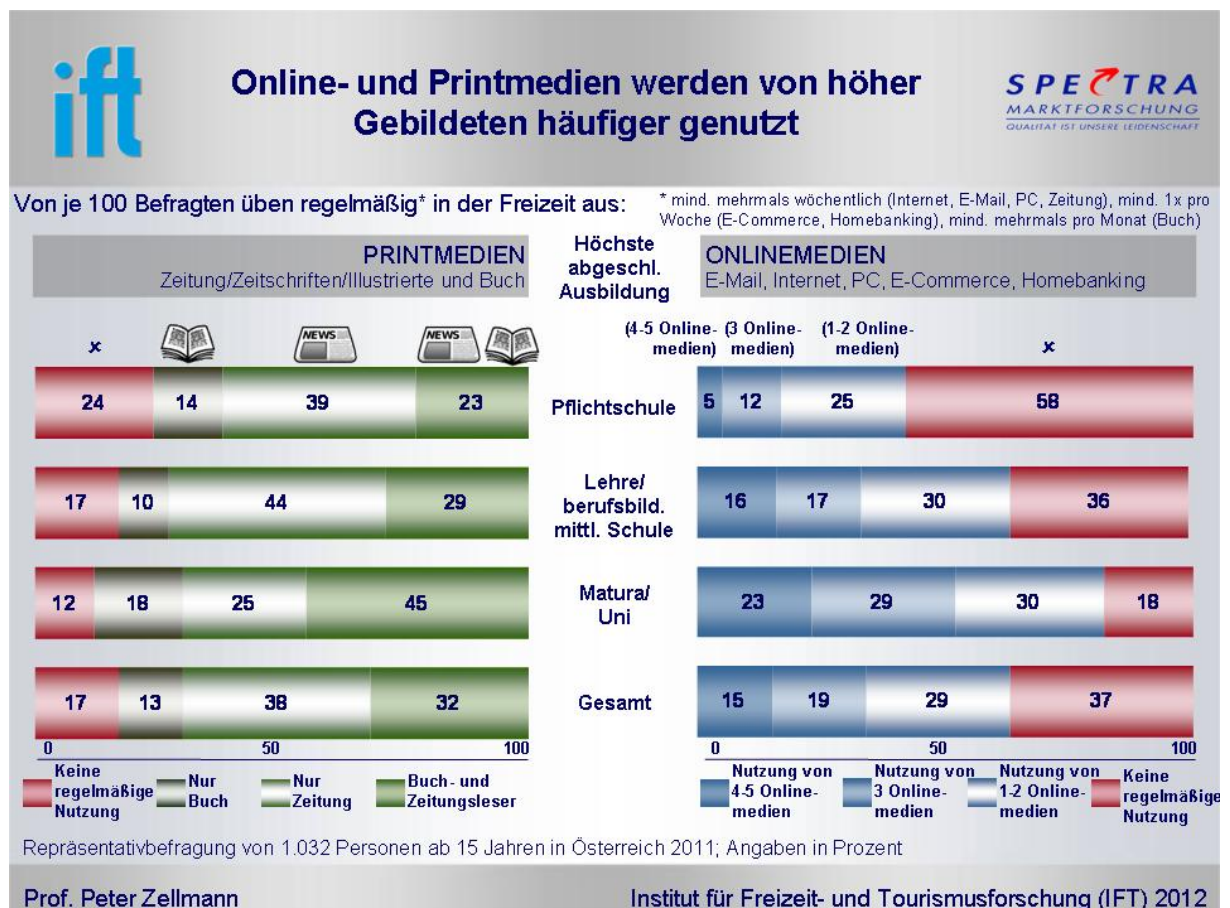
- **77 % der 15- bis 29-Jährigen** lesen regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen** (Ø 83 %), dagegen nutzen **90 % der 15- bis 29-Jährigen** mindestens ein **Onlinemedium** in ihrer Freizeit (Ø 63 %).
- **81 % der 30- bis 49-Jährigen** lesen regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen** (Ø 83 %), dagegen nutzen **72 % der 15- bis 29-Jährigen** mindestens ein **Onlinemedium** (Ø 63 %).
- **88 % der Über-50-Jährigen** lesen regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen** (Ø 83 %), dagegen nutzen nur **39 % der Über-50-Jährigen** mindestens ein **Onlinemedium** (Ø 63 %).



5. Bei höher Gebildeten ist der Unterschied zwischen Print und Online gering

Bei niedriger Gebildeten gibt es deutlich mehr PrintnutzerInnen als OnlinenutzerInnen, bei den höher Gebildeten sind es in etwa gleich viele:

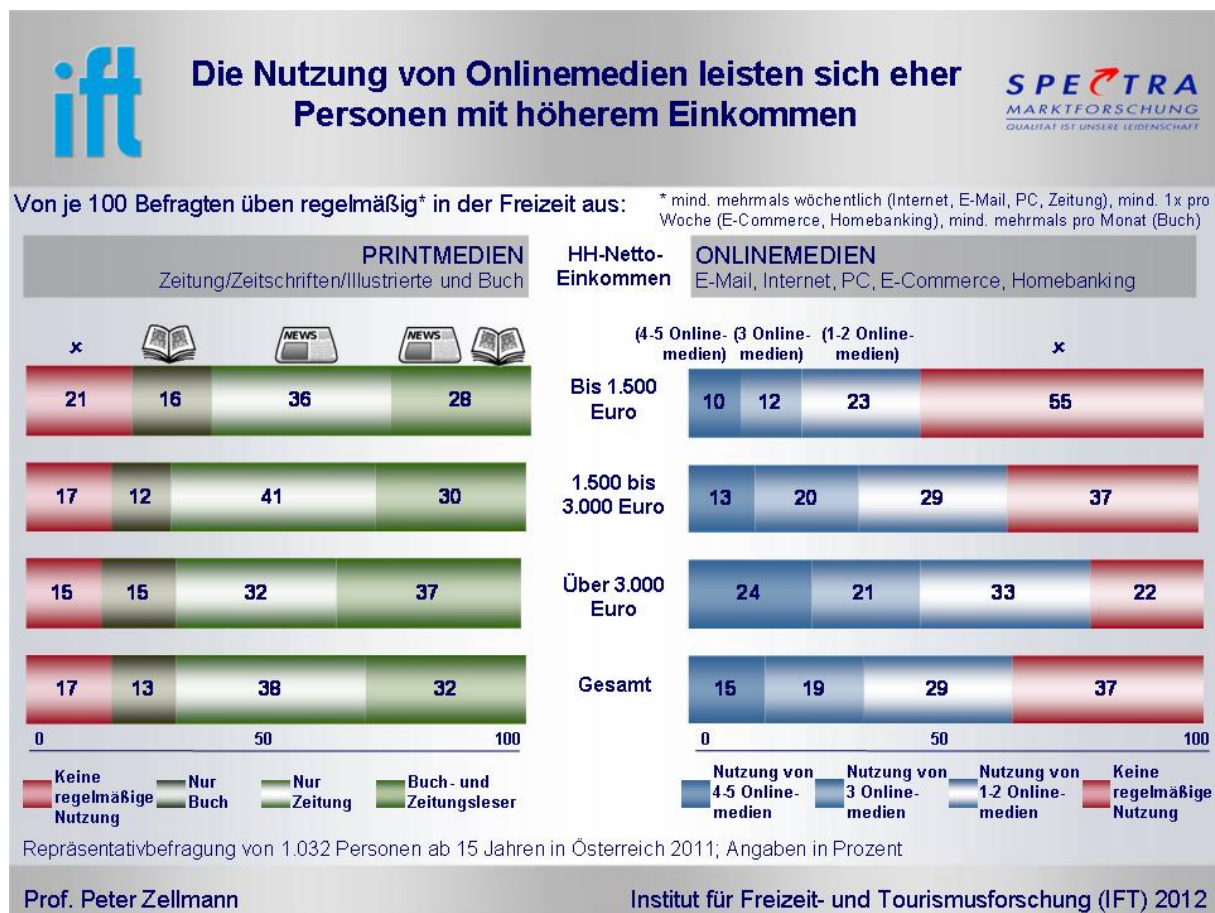
- **76 %** der Personen mit **Pflichtschulabschluss** lesen regelmäßig **Zeitungen und/oder Bücher** (Ø 83 %), aber nur **42 %** nutzen regelmäßig mindestens ein Onlinemedium (Ø 63 %)
- **83 %** der Personen mit abgeschlossener Lehre oder berufsbildender **mittlerer Schule** lesen regelmäßig **Zeitungen und/oder Bücher** (Ø 83 %) - dagegen nutzen **64 %** regelmäßig mindestens ein Onlinemedium (Ø 63 %).
- **88 %** der Personen mit Matura bzw. **Universitätsabschluss** lesen regelmäßig **Zeitungen und/oder Bücher** (Ø 83 %) und **82 %** der Personen mit Matura bzw. **Universitätsabschluss** nutzen regelmäßig mindestens ein Onlinemedium (Ø 63 %).



6. Großer Unterschied zugunsten der Printmedien bei Niedrigeinkommen

Personen mit niedrigerem Einkommen nutzen häufiger Print- als Onlinemedien, bei Personen mit höherem Einkommen sind die Unterschiede nicht stark ausgeprägt:

- **79 %** der Personen mit einem Haushalts-Netto-Einkommen **unter 1.500 Euro** lesen regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen** (Ø 83 %), 45 % nutzen regelmäßig mindestens ein Onlinemedium (Ø 63 %).
- **83 %** der Personen mit einem Haushalts-Netto-Einkommen **zwischen 1.500 und 3.000 Euro** lesen regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen** (Ø 83 %), 63 % nutzen regelmäßig mindestens ein Onlinemedium (Ø 63 %).
- **85 %** der Personen mit einem Haushalts-Netto-Einkommen **über 3.000 Euro** lesen regelmäßig **Bücher und/oder Zeitungen** (Ø 83 %), 78 % nutzen regelmäßig mindestens ein Onlinemedium (Ø 63 %).



7. Resümee

Es hat sich gezeigt, dass die Nutzung von Printmedien wie Buch oder Zeitung (noch) die Nutzung von Onlinemedien übersteigt. Ein Wandel der Gewohnheiten kündigt sich jedoch an: Die jüngeren Menschen nutzen die elektronischen Medien bereits jetzt mehr als traditionelle Printmedien.

Festzuhalten ist auch, dass es bei der Art der Mediennutzung nicht nur Unterschiede in Bezug auf die Altersgruppen gibt, sondern auch in Bezug auf Geschlecht, Einkommen und Bildung. Frauen interessieren sich mehr für Printmedien – Männer dagegen mehr für Onlinemedien. Bei den Männern und bei Personen mit höherem Einkommen und höherem Bildungsstand sind die Onlinemedien bereits fast gleich wichtig wie Printmedien.

TECHNISCHE DATEN FREIZEITMONITOR 2011

Aufgabenstellung

Die dieser Studie zugrunde liegenden Daten beruhen auf Erhebungen von SPECTRA Marktforschung – Linz. Auf Basis des Befragungsmodells des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) wird jährlich das Freizeitverhalten der österreichischen Bevölkerung erhoben (Freizeitmonitor).

Stichprobe/Methodik

Die Erhebung fand im Rahmen des SPECTRA-Bus statt und richtete sich an eine Stichprobe von **n=1.032** Personen repräsentativ für die österreichische Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren. Bei der Stichprobe handelte es sich um ein Quota-Sample. Die Durchführung der Interviews erfolgte **face-to-face** durch 138 Interviewer.

Timing

Die Feldarbeit fand in der Zeit vom 09. bis 30. September 2011 statt.

Grundgesamtheit der Erhebung

Österreich: 7,11 Mio. Personen ab 15 Jahren.

Ergibt eine Addition der Prozentwerte mehr als 100, so bedeutet dies, dass zu den einzelnen Erhebungspunkten mehr als eine Angabe gemacht wurde.