

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

Das Internet ist bei der Hälfte der Bevölkerung angekommen, aber noch kein Massenphänomen wie Fernsehen

- **Internet, PC und Handy erlangen im Zeitvergleich gesehen einen immer größeren Stellenwert.**
- **In der Prognose wurde diese Entwicklung allerdings oftmals stark überschätzt – das Internet ist noch kein Massenphänomen wie das Fernsehen.**
- **Die gegenwärtige Entwicklung gehört den „Social Media“.**

***Institutsleiter Prof. Peter Zellmann:** „Aller Boomerichterstattung zum Trotz haben in den vergangenen Jahren nur zwei Dinge unsere Lebensstile grundsätzlich verändert: die Mobiltelefonie und das Internet. Was die Trendforschung oft aber außer Acht lässt, ist die Tatsache, dass jede Aktivität ihre Zeit und oft auch Geld braucht. Über beides verfügen die Menschen nicht unbeschränkt. Eine Zunahme dort bedeutet eine Abnahme anderswo. Für die wissenschaftlich fundierte Zukunftsforschung war von Anfang an klar, dass die massenweise Verbreitung des Internets mehr Zeit brauchen wird als von manchen Experten vorausgesagt.“*

1. Die Nutzung moderner Medien nimmt weiter zu: Das Internet ist bei der Hälfte der Bevölkerung angekommen

Aus unseren langjährigen Vergleichen der Entwicklung der Freizeitaktivitäten der ÖsterreicherInnen stellt sich die deutliche Zunahme bei der Nutzung von Handy, PC, E-Mail und Internet wie folgt dar:

- Während 2002 **40 %** der ÖsterreicherInnen regelmäßig **unterwegs mit dem Handy telefonierten**, sind es aktuell bereits **74 %**.
- 1996 beschäftigten sich nur **14 %** der ÖsterreicherInnen regelmäßig mit dem eigenen **Computer**, aktuell ist es heute **jede/r Zweite**.
- Während 1998 nur **2 %** regelmäßig das **Internet** nutzten, tut dies aktuell etwa die **Hälfte** der ÖsterreicherInnen.
- 2002 gab ein **Fünftel** der ÖsterreicherInnen an, regelmäßig **E-Mails** zu schreiben – dieser Anteil hat sich auf **40 %** verdoppelt.

Von je 100 Befragten nennen als regelmäßige Freizeitaktivität...



Repräsentativbefragung von ca. 16.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich 1996-2013

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2014

1.1. Die gegenwärtige Entwicklung gehört den „Social Media“

In den letzten Jahren hat vor allem die Nutzung von **Sozialen Netzwerken** wie Facebook oder Twitter laut einer aktuellen Spectra-Erhebung deutlich zugenommen (vgl. Spectra aktuell 10/2014):

- Während 2010 noch **12 %** der ÖsterreicherInnen angaben, am Vortag in einem oder mehreren **Sozialen Netzwerken** aktiv gewesen zu sein, sind es aktuell bereits **28 %**.
- Vor allem die **Jüngeren** sind auf Sozialen Netzwerken aktiv (**62 %** der 15- bis 29-Jährigen).

Von je 100 Befragten der jeweiligen Gruppe (grün) waren **am Vortag** in einem oder mehreren Sozialen Netzwerken aktiv:



Quelle: Spectra aktuell 10/2014

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2014

2. Prognose-Vergleich: Die Verbreitung der Internetnutzung wurde in manchen Prognosen stark überschätzt

Der Jahresvergleich zeigt zwar die stetige Weiterverbreitung des Internets in der Bevölkerung, dabei handelt es sich aber um einen eher langsam-kontinuierlichen Prozess, **der vom seinem Einsetzen gerechnet mehr als eine Generation benötigt**, um tatsächlich die gesamte Bevölkerung zu erfassen.

Vergleicht man die Prognosen zur Internetentwicklung, wird der Unterschied zwischen Trendforschung und wissenschaftlich fundierter Zukunftsforschung deutlich: Während Prognosen aus der Trendforschung oft nicht unabhängig vom (Wunsch-)Denken des Auftragsgebers bzw. des Erstellers der Prognose sind, bezieht die Zukunftsforschung immer die tatsächliche Bedürfnislage der Bevölkerung und die politischen Rahmenbedingungen mit ein. Aus Sicht der Medienbranche (1999) wäre das Internet bereits jetzt ein Massenphänomen wie Fernsehen. Wenn nun das Internet nach zwanzig Jahren aber gerade erst bei der Hälfte der Bevölkerung angekommen ist, dann ist das Glas wohl erst halb voll (wenn auch nicht halb leer).

Im Sinne der Vergleichbarkeit haben wir die heute beruflich notwendige Nutzung (ca. 70 % der Bevölkerung) bewusst ausgeklammert, da auch der Konsum der übrigen Massenmedien im beruflichen Umfeld nur eingeschränkt möglich ist.

Aus Sicht der Medienbranche: Revolution

Prognose 1999 BERTELSMANN (Middlehoff):
„Internet in wenigen Jahren ein Massenmedium wie Fernsehen“



Aus Sicht der Zukunftsforschung: Evolution

Prognoseverlauf IFT 1999 bzw. 2003 (Zellmann / Opaschowski):
„Die Verbreitung des Internets benötigt einen Zeitraum von ein bis zwei Generationen“

Von je 100 Befragten surfen regelmäßig im Internet:
Prognoseverlauf blau dargestellt /
konkrete Datenerfassung der Verwendung rot dargestellt



Repräsentativbefragung von je 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich 1997 – 2013

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) 2014

3. Resümee

Internet und Social Media gehören aktuell etwa für die Hälfte der österreichischen Bevölkerung zu den regelmäßig ausgeübten Freizeitaktivitäten. Ende des letzten Jahrtausends war das Internet allerdings noch für eine sehr kleine Gruppe von Menschen eine wichtige Freizeitbeschäftigung. Die Geschwindigkeit der Verbreitung des Internets wurde damals in vielen Voraussagen der Trendforschung klar überschätzt: Ein Massenphänomen wie das Fernsehen ist das Internet auch heute noch nicht. Eine so grundlegende gesellschaftliche Veränderung benötigt etwa einen Zeitraum von ein bis zwei Generationen, um sich wirklich in allen Bevölkerungsschichten durchzusetzen.