

## British-American Tobacco stellt neue Medienstudie des Freizeit-Forschungsinstituts vor

NUR ZWEI PROZENT 'SURFEN' IM INTERNET: EIN BOOM IST VORERST LEGENDE

Unaufhaltsam soll sich das internationale Computer-Netzwerk Internet in aller Welt ausbreiten. Etwa 30 bis 40 Millionen Menschen haben weltweit Zugang zum globalen Datennetz. Wer angesichts dieser Zahlen einen Boom für die Zukunft erwartet, sieht sich zumindest in Deutschland vorerst enttäuscht. Lediglich zwei Prozent der Bundesbürger 'surfen' gelegentlich im Internet. Dies geht aus einer aktuellen Repräsentativerhebung des Freizeit-Forschungsinstituts der British-American Tobacco hervor, in der 3.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Medienkonsum befragt wurden. Die Untersuchung weist nach, daß es weit weniger Netz-Surfer in Deutschland gibt als allgemein angenommen oder vermutet. 20 Prozent der Deutschen besitzen einen Computer zu Hause, lediglich zwölf Prozent benutzen ihn auch regelmäßig und nur zwei Prozent loggen sich einmal pro Woche in das internationale Datennetz ein.

„Der Informations-Highway gleicht keiner Datenautobahn, sondern einem Trampelpfad, in dem sich ein paar elektronisch Gebildete geradezu verlieren“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des Freizeit-Forschungsinstituts. „Hauptursachen hierfür sind nicht nur Bequemlichkeit oder Mangel an Zeit, sondern vor allem Kompetenzdefizite: Der Cyberspace wird fast nur von Höhergebildeten bevölkert.“ Die problemlose Datensuche im Handumdrehen wird mehr von Gymnasial- (4%) und Universitätsabsolventen (8%) beherrscht, während der Anteil der Haupt- und Volksschulabsolventen bei unter 0,5 Prozent liegt. Die typischen Internet-User sind auch nicht die 14- bis 17jährigen Multimedia-Kids (1%), sondern eher die 30- bis 39jährigen im mittleren Lebensalter (4%).

### UMGANG MIT DEM PC NOCH WEITGEHEND „MÄNNERSACHE“

Die freizeitorientierten PC-Nutzer könnten zwar online in fünf Sekunden um die Welt reisen. Doch vom Klick in die Zukunft halten sie wenig. Die meisten nutzen ihren PC lediglich als Schreibmaschine für das Briefeschreiben (16%) oder vergnügen sich bei Spielprogrammen (11%). Programmieren und Datenbankanwendung (jeweils 4%) oder Video-, Bild- und Musikbearbeitung (jeweils

**Herausgeber**

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH  
Alsterufer 4  
20354 Hamburg

**Wissenschaftlicher Leiter**

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

**Kontakt**

Dr. Ulrich Reinhardt  
Telefon (040) 4151-2448  
www.bat.de  
freizeitforschung@bat.de

1%) stellen mehr die Ausnahme als die Regel dar. Für die Masse der Konsumenten sind Videospiele einfacher und Fernsehen bequemer. Nach dem Generationswechsel der Geräte läßt der Generationswechsel der Konsumenten auf sich warten.

Jeder fünfte Deutsche hat einen PC zu Hause, aber nur etwa jeder achte macht auch davon öfter Gebrauch. In konkreten Zahlen: Etwa 12,5 Millionen Bundesbürger ab 14 Jahren verfügen über einen eigenen Home-Computer und 7,5 Millionen beschäftigen sich regelmäßig damit. Fast die Hälfte der PC-Geräte steht relativ ungenutzt in den Haushalten herum. Und die PC-Welt von heute ist noch weitgehend männlich. Der Anteil der männlichen PC-Benutzer ist mehr als dreimal so hoch (19%) wie bei den Frauen (6%). Betrachten Männer den Umgang mit dem PC als Geduldsprobe und technologische Herausforderung, während Frauen eher dazu neigen, an der Technik und Bedienerfreundlichkeit des Gerätes zu zweifeln?

#### MULTIMEDIA: JUNGE GENERATION ALS HOFFNUNGSTRÄGER

Die Medienwelt von morgen ist gespalten: Die Kriegs- und Nachkriegszeit hat zur Ausprägung von zwei Technikgenerationen geführt. Die Älteren wehren und sperren sich mehrheitlich gegen das neue Multimedia-Angebot. Die Jüngeren hingegen schätzen die Multimedia-Möglichkeiten für die Privatsphäre deutlich positiver ein. Die Chancen des künftigen Multimedia-Zeitalters werden von der älteren Generation wohl gesehen, aber in ihrer Bedeutung relativ gering eingestuft.

Ganz anders die junge Generation der unter 30jährigen. In ihrer Einschätzung halten sich Chancen und Risiken des künftigen Multimedia-Zeitalters ungefähr die Waage. Auffallend ist dabei, daß die positive Einstellung deutlich zunimmt. Die junge Generation wird zum Hoffnungsträger. Etwa zwei von fünf Jugendlichen haben die Hoffnung, daß dadurch das private Leben „bereichert“ wird (39%), die neuen Technologien das Leben „angenehmer und leichter machen“ (39%) und auch neue Arbeitsplätze (38%) geschaffen werden. Knapp ein Drittel der Jugendlichen (31%) glaubt, daß die private Nutzung der neuen Medien auch berufliche Vorteile hat.



## GOETHE LEBT: MULTIMEDIA KÖNNEN DAS BUCH NICHT ERSETZEN

Im Jahre 1986 zählte jeder dritte Westdeutsche (32%) das Bücherlesen zu seinen regelmäßigen Freizeitaktivitäten. Ein Jahrzehnt später hat das Bücherlesen bei den Westdeutschen an Attraktivität und Bedeutung deutlich hinzugewonnen (1996: 44%). Die Verdrängung des Buches hat nicht stattgefunden, wozu insbesondere die Frauen beigetragen haben. Deutlich häufiger (48%) als Männer (39%) lesen Frauen mindestens einmal in der Woche ein Buch. Professor Opaschowski: „Die mehr weiblich geprägte Buchwelt könnte in Zukunft das größte Gegengewicht zur männlichen Multimedia-Domäne sein.“

Bücher und Multimedia schließen sich nicht gegenseitig aus. 38 Prozent der Bevölkerung vertreten die Auffassung: Multimedia können auch in Zukunft das Buch nicht ersetzen. Mit dem Bildungsgrad steigt die Zuversicht. Knapp ein Drittel der Haupt- und Volksschulabsolventen (31%) geben dem Buch eine Zukunftschance, während der Anteil der Hochschul- und Universitätsabsolventen fast doppelt so hoch ist (59%). Die gebildeten Leser sterben im 21. Jahrhundert nicht aus. Und das Lesen bleibt auch in Zukunft als lebensnotwendige Kulturtechnik erhalten.

## TELEARBEIT: INDIVIDUELLER, ABER EINSAMER

Die Hoffnung ist groß, daß „Teleworking“ bzw. „Telearbeit“ im 21. Jahrhundert für Texter und Kontakter, Buchhalter und Sekretäre neue Arbeitsmöglichkeiten schafft. Telearbeiten umfassen alle bildschirmorientierten Arbeiten, die unabhängig vom Sitz des Arbeitgebers geleistet werden können. Dabei sind die Telearbeiter mit PC, Telefon, Modem, ISDN-Anschluß und Drucker ausgestattet. Die Telearbeit erspart die Fahrzeiten zum Arbeitsplatz und erleichtert die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, fördert aber auch die Isolation.

Aus der Sicht der Bevölkerung halten sich die künftigen Chancen und Risiken der Telearbeit die Waage. Einerseits wird auf die Möglichkeit hingewiesen, beim Teleworking die Arbeitszeit individueller einteilen zu können (23%). Andererseits wird auch ein Problem darin gesehen, daß die Telearbeiter die sozialen Kontakte am Arbeitsplatz vermissen (22%). Berufstätige Frauen betonen eher die Risiken, berufstätige Männer mehr die Chancen von Telearbeit. Offensichtlich liegen noch zu wenig Erfahrungen in Deutschland vor. Können multimediale Kontakte zwischenmenschliche Beziehungen überhaupt ersetzen? Ist Telearbeit ohne soziale Kontakte verantwortbar? Telearbeit kann zur großen sozialen Herausforderung des 21. Jahrhunderts werden.



Die Studie „Die multimediale Zukunft. Analysen und Prognosen“ ist gegen eine Schutzgebühr von DM 28,- beim Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco (Germany) GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg, zu beziehen. Journalisten und Redaktionen stellen wir auf Wunsch ein Besprechungsexemplar kostenlos zur Verfügung.

