

B·A·T Medienanalyse 2001

COMPUTER ERSTMALS WICHTIGER ALS BÜCHER.
JUGEND ÄNDERT IHRE GEWOHNHEITEN

Die Medienrevolution entlässt ihre Kinder. Die Art, wie Jugendliche derzeit ihr Leben gestalten, kann zukunftsweisend werden. Die 14- bis 29-jährigen Jugendlichen von heute stellen die erste „Generation @“ dar, die ganz selbstverständlich mit elektronischen Medien wie TV und CD, Handy und PC aufwächst und umgeht. Der mediale Einfluss auf ihren Lebensstil ist nachhaltig. Grundlegende Änderungen ihrer Lebensgewohnheiten kündigen sich an: Erstmals in diesem Jahr können sich Jugendliche mehr für Computer (47%) als für Bücher (43%) begeistern. Noch vor fünf Jahren gab es unter den Jugendlichen doppelt so viele Buchleser (1996: 47%) wie PC-Nutzer (23%). Dies geht aus der aktuellen Medienanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts der British American Tobacco hervor, in der repräsentativ 2.000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland nach ihren Mediengewohnheiten gefragt wurden.

Das Buch stirbt dennoch nicht. Und auch ein Verfall der Lesekultur ist vorerst nicht zu befürchten. Im Zeitvergleich der letzten Jahre ist feststellbar, dass der Anteil der Jugendlichen, die Bücherlesen zu ihren alltäglichen Lieblingsbeschäftigungen zählen, stabil geblieben ist (1990: 40% - 2000: 42% - 2001: 43%). Zusätzlich aber kommt die PC-Nutzung mit beinahe exponentiellen Wachstumsraten hinzu (1999: 29% - 2000: 34% - 2001: 47%). Dazu Institutsleiter Prof. Dr. Horst W. Opaschowski: „Der Computer ergänzt, aber verdrängt nicht das Buch. Diese Entwicklung war vorhersehbar und ist auch nicht mehr umkehrbar. Die Faszination des neuen Mediums PC wird weiter wachsen, aber das Blättern und Lesen in einem echten Buch wird deshalb seinen Reiz nicht verlieren.“

Generation @: Ständig unter Strom!
Immer mehr in gleicher Zeit

Der Konkurrenzkampf der Medien um die knapp bemessene Zeit der Erlebniskonsumenten von heute wird härter. Das Zeitbudget ist für die junge Erlebnisgeneration genauso wichtig wie das Geldbudget geworden. Jugendliche leben zunehmend nach der Devise „Mehr tun in gleicher Zeit“.

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

Die 14- bis 29-Jährigen wollen alles sehen, hören und erleben und im Leben nichts verpassen. Sie nehmen sich genauso viel Zeit für das Fernsehen wie die übrige Bevölkerung auch (jeweils 96%). Zusätzlich und oft zeitgleich nutzen sie andere Medien in ihrer Freizeit: Sie sehen deutlich mehr Videofilme (51% - Gesamtbevölkerung: 28%) und nehmen sich auch mehr Zeit für das Hören von CD's und Musikkassetten (72% - Gesamtbevölkerung: 42%). Und dabei bleibt selbst für das Bücherlesen noch Zeit (43% - Gesamtbevölkerung: 43%).

Fast jeder zweite Jugendliche beschäftigt sich zudem mit dem Computer (47% - Gesamtbevölkerung: 25%) und knapp jeder vierte findet an Videospiele Gefallen (23% - Gesamtbevölkerung: 8%). Die Entwicklung neuer Technologien und die Verbreitung der elektronischen Medien haben viele Freizeitbeschäftigungen attraktiver gemacht, den Jugendlichen zugleich aber Stress und Hektik beschert: Die Frage "Was zuerst?" oder "Wie viel wovon?" beantwortet die gestresste Generation @ in ihrer Zeitnot mit Zeitmanagement: In genauso viel Zeit werden immer mehr Aktivitäten hineingepackt und untergebracht, schnell ausgeübt und vor allem zeitgleich erledigt.

Die digitale Spaltung in Deutschland verschärft sich.
Gymnasialschüler galoppieren Hauptschülern davon

Die von der Bundesregierung in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft gemeinsam entwickelte „Initiative 21“ gab im vergangenen Jahr die Warnung aus: „Deutschland droht die digitale Spaltung der Gesellschaft.“ Die digitale Spaltung ist inzwischen da und sie verschärft sich zusehends. Noch nie war die Kluft bei der Internet-Nutzung zwischen Hauptschülern und Gymnasiasten so groß wie heute. Befragte mit Hauptschulabschluss machen von Online-Diensten fast keinen Gebrauch (4%), während der Anteil der Surfer mit höherer Schulbildung mehr als sechsmal so hoch ist (25%). „Die Info-Elite schafft sich ein neues Wissensmonopol wie früher die Priester im alten Babylon oder die Mönche im Mittelalter durch ihre Bibliotheken in den Klöstern. Die alte Ständegesellschaft lebt in der neuen Zwei-Klassen-Gesellschaft des Informationszeitalters wieder auf“, so Professor Opaschowski. „Vorauswissen ist das Kapital, das neue Ungleichheiten schafft.“



Die digitale Spaltung ist vor allem ein Bildungsproblem und weniger eine Frage des Netzanschlusses oder der technischen Fertigkeiten. Mit dem Internet-Zugang lassen sich Bildungsmängel, also Defizite in Schule und Ausbildung nicht ausgleichen. Selbst wenn eines Tages alle „Schulen ans Netz“ angeschlossen sind, bleibt die digitale Spaltung weitgehend erhalten, so lange nicht gleichzeitig die Allgemeinbildung in Deutschland – von elementaren Kulturtechniken bis zu Englischkenntnissen – verbessert wird und allgemeine Lebenskompetenzen wie z.B. Selbstständigkeit, Vorstellungsvermögen, Auswahlfähigkeit und schnelle Auffassungsgabe eingeübt und stärker gefördert werden. Richtigerweise muss es eigentlich heißen: Nicht das Internet spaltet die Gesellschaft, sondern die vorhandene Bildungskluft innerhalb der Bevölkerung.

Internet wird zur Lebenshilfe.

Mehr Info- als Einkaufsbörse

Der virtuelle Hausarzt ist keine Utopie mehr: Medizinische Datenbanken in aller Welt werden in Zukunft Gesundheit professioneller managen können, weil Krankengeschichten, Impfpässe oder Allergien im Computer gespeichert sind. Mehr als ein Drittel der Bevölkerung (1999: 29% - 2001: 35%) in Deutschland hat ein großes Interesse daran, direkt am Computer eine „medizinische Stellungnahme“ zu erhalten – z.B. Erklärungen zu einem Röntgenbild oder einem Bluttest.

Groß ist allerdings das Bildungs- und Generationengefälle. Fast jeder zweite Hochschulabsolvent (49%) vertraut auf die neuen Informationsmöglichkeiten der Telemedizin, während Befragte mit Volks- oder Hauptschulabschluss relativ wenig (26%) davon halten. Insbesondere die junge Generation im Alter von 14 bis 29 Jahren findet zunehmend Gefallen an der „Cyber-Doc“-Idee (1999: 35% - 2001: 43%). Die ältere Generation kann sich hingegen mit einer solchen Möglichkeit kaum anfreunden: 83 Prozent der Befragten im Alter von über 65 Jahren lehnen solche medizinischen Fortschritte ab und wollen lieber am bewährten Arztbesuch festhalten (1999: 83% - 2001: 83%). „Patientenaufzeichnungen von der Wiege bis zur Bahre sind möglich“, so Professor Opaschowski. „Das Arzt-Patienten-Verhältnis könnte sich in Zukunft grundlegend ändern. Besser informierte Patienten würden dann bei der Umsetzung ärztlicher Theorieempfehlungen aktiver mitwirken können.“

Zukunftsperspektive.
TV behauptet sich gegen Internet

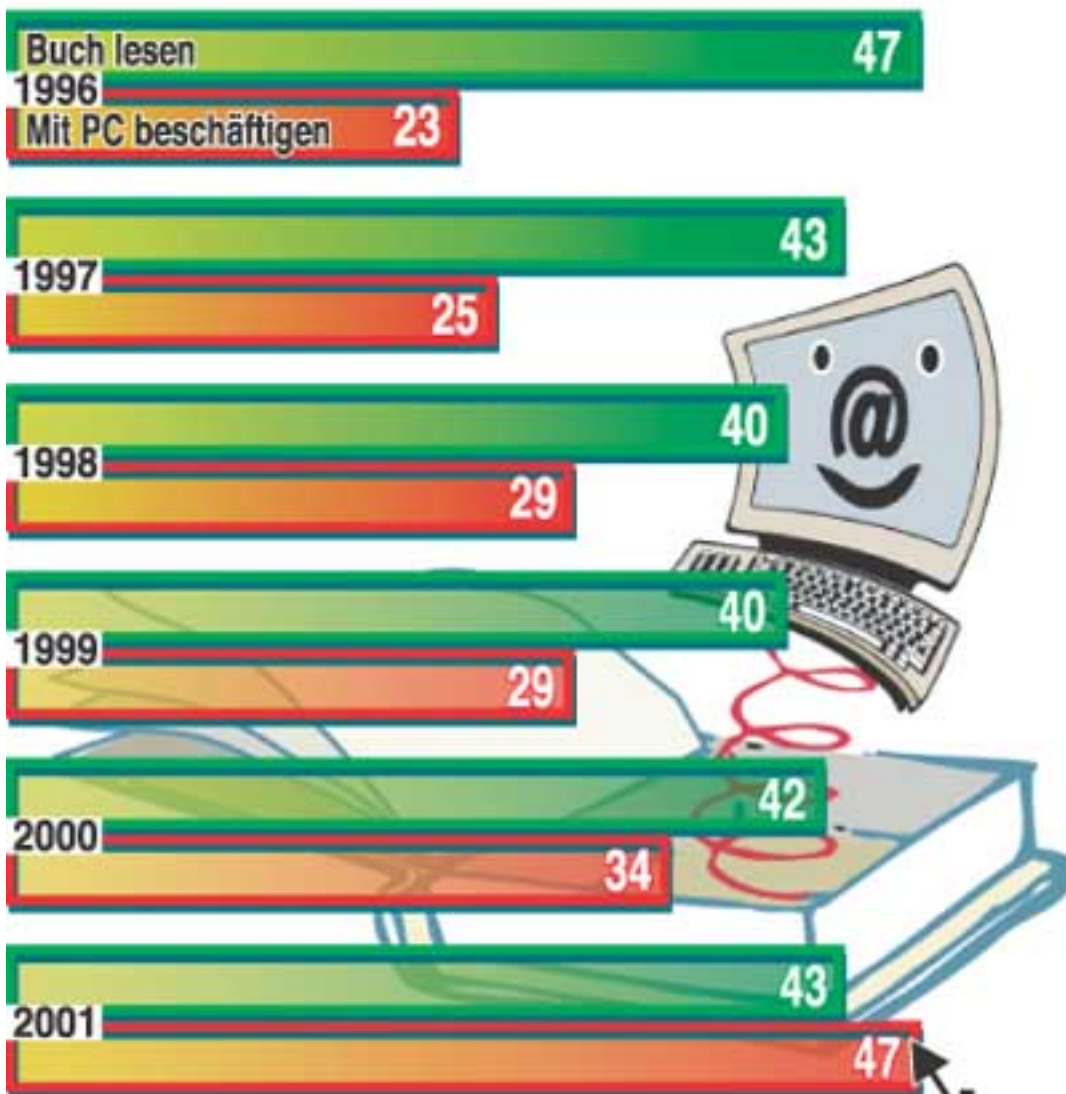
Die Prognose amerikanischer Computerwissenschaftler „Netz frisst Fernsehen“ erfüllt sich nicht. Ganz im Gegenteil: Wie in den USA hat sich auch in Deutschland in den letzten fünf Jahren seit der weltweiten Verbreitung des Internets die Lust am Fernsehen (1996: 94% - 2001: 94%) keineswegs verringert. Bei der jungen Generation der 14- bis 29-jährigen, die am meisten von den neuen Medien fasziniert ist, hat die TV-Intensität sogar noch zugenommen (1996: 92% - 2001: 96%). Der prognostizierte mediale Verdrängungswettbewerb „PC statt TV“ findet nicht statt. Für die neue Generation @ ist das elektronische Netz wie ein zusätzlicher Medienkanal: Zum TV-Programm gesellt sich das Web-Angebot. Allerdings wird es für neue Medienangebote immer schwieriger, sich einen Stammplatz im Zeitbudget der Konsumenten zu erobern, zumal nach wie vor Phlegma, Trägheit und Bequemlichkeit die Feierabendgewohnheiten der Bürger bestimmen. Nur 11 Prozent der Bundesbürger machen wenigstens einmal in der Woche von Internet und Online-Diensten Gebrauch. Die Hoffnungen der Computerbranche, Internet könne ein Massenmedium wie das Fernsehen werden, scheitern einfach an den Lebensgewohnheiten der Bevölkerung. Die Menschen ändern nur langsam ihre Gewohnheiten. Wirkliche Verhaltensänderungen wird es „erst mit einer neuen Generation“ (Bill Gates) geben.

Weitere Ausführungen (Langfassung) zum Thema finden Sie unter: www.bat.de – Freizeitforschung.
sowie in dem 1999 veröffentlichten Grundlagenwerk:
„Generation @. Leben im Informationszeitalter“
(Im Buchhandel erhältlich: Germa Press Hamburg. ISBN 3-616-06871-1).

Computer erstmals wichtiger als Bücher

Generation @ ändert ihre Gewohnheiten

Von je 100 Befragten im Alter von 14 bis 29 Jahren nennen als regelmäßige Beschäftigung (= wenigstens einmal in der Woche):



Basis: Repräsentativbefragungen von jeweils 2.000 Personen ab 14 Jahren 1996 bis 2001 in Deutschland
British American Tobacco / Freizeit-Forschungsinstitut 2001 · www.bat.de