Kohortenanalysen auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

→ Alter und Generation als Einflussfaktoren der Mediennutzung

Von Stefanie Best und Bernhard Engel**

Studie Massenkommunikation liefert Spiegelbild der Entwicklung der Mediengesellschaft

Mit ihrer im internationalen Vergleich einmaligen Analyse von Mediennutzung und -bewertung über den Zeitraum von 45 Jahren liefert die ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation ein wissenschaftliches Spiegelbild der Entwicklung unserer Mediengesellschaft. In der Retrospektive fügen sich die einzelnen Befunde der neun vorliegenden Analysezeitpunkte zu Aussagen über die zentralen Tendenzen im Medienverhalten der Bevölkerung zusammen. So konstatiert die aktuelle Welle 2010 mit 583 Minuten täglicher Mediennutzung (brutto) erstmals eine Stagnation des bisher stets zunehmenden Medienzeitbudgets und eine weiter wachsende Bedeutung des Mediums Internet trotz nach wie vor dominanter Stellung von Fernsehen und Radio. In der Regel dient die Analyse von statistischen Daten in der Zeitreihe nicht nur der Einordnung aktueller und vergangener Befunde, sondern wird auch zur Einschätzung zukünftiger Tendenzen genutzt. Fragt man sich, welche Verhaltensweisen in Bezug auf Medien in Zukunft bestimmend sein werden, ist es hilfreich, in den Nutzungsmustern aus der Vergangenheit stabile Elemente zu identifizieren. Während zahlreiche gesellschaftliche Entwicklungen, die aus aktivem Handeln in Politik und Wirtschaft resultieren, schwer vorhergesagt werden können, sind die Bedürfnisse der Menschen und die durch Sozialisation erworbenen Verhaltensmuster vergleichsweise stabil und bieten eine gewisse Kalkulierbarkeit.

Unterschiedliche Mediensozialisation je nach Geburtsjahr

Zu den ersteren Entwicklungen zählen in der Medienwelt vor allem Angebotsveränderungen, so in der Vergangenheit die Ausweitung des Programmangebots im Fernsehen durch die Einführung des kommerziellen Fernsehens sowie in technologischer Hinsicht die Entstehung von neuen Medien, Geräten oder Diensten. Zu den letzteren Entwicklungen, den erworbenen Verhaltensmustern, gehört im Medienbereich all das, was das Stichwort Mediensozialisation umreißt: Wie Menschen Medien nutzen, hängt auch maßgeblich von den bisherigen Erfahrungen mit Medien ab. Diese sind nicht nur individuell, sondern auch kollektiv, da bestimmte Ereignisse und Situationen für eine Vielzahl von Individuen prägend sind, vor allem in der Adoleszenz. Das bringt mit sich, dass je nach Geburtsjahr die Menschen unterschiedlichen prägenden Einflüssen in ihrer Mediensozialisation ausgesetzt sind. Während zum Beispiel die frühe Nachkriegsgeneration nur mit Radio und Zeitung als tagesaktuelle Medien aufgewachsen ist, bestanden für die Anfang der 1970er Jahre Geborenen die ersten Medienerfahrungen in pädagogischem Fernsehen im Sinne der „Sesamstraße". Wer nach der „Geburt" des Internets das Licht der Welt erblickt hat, jongliert von Kindheit an mit einer Vielzahl von Medieninhalten, Geräten und Plattformen: Fernsehen, Computer, Internet, Spielekonsole, Handy, Smartphone, Facebook und Twitter – für die jüngste Generation gehört das selbstverständlich zum Alltag, zeitlich und örtlich immer verfügbar.

Methode der Kohortenanalyse

Alters-, Kohorten- und Periodeneffekte sind zu unterscheiden

Geht man somit davon aus, dass Generationen durch einen gemeinsamen Erfahrungshintergrund langfristig prägende Verhaltensmuster erworben haben, kann man durch Identifikation dieser Muster auch einige zukünftige Entwicklungen abschätzen. Dieser Ansatz soll hier mit Hilfe von Kohortenanalysen verfolgt werden. Bei dieser Methode wird die Zugehörigkeit zu einer bestimmten Geburtskohorte – Menschen gleicher Geburtsjahrgänge bilden eine Geburtskohorte – als erklärende Variable einbezogen. Ziel ist es, in der Analyse von Zeitreihen kohortenspezifische Verhaltensmuster zu erkennen, da diese über die Zeit relativ stabil sind und somit eine gewisse Aussagekraft für die Zukunft besitzen. Verhaltensweisen sind kohortenspezifisch, wenn sich dauerhafte Unterschiede zwischen den Kohorten zeigen. Man spricht dann von einem Kohorteneffekt. In diesem Fall kann man von dem Verhalten der heute Jungen auf das Verhalten der zukünftigen Älteren schließen. Die Schwierigkeit, diesen Effekt zu identifizieren, liegt darin, ihn von anderen Effekten zu trennen, die ebenfalls das Verhalten im Lebensverlauf beeinflussen. Basierend auf einem Schema des deutschen Demografen Wilhelm Lexis (1) können bei Lebensverlaufsprozessen drei Effekte unterschieden werden: Alters-, Kohorten- und Periodeneffekte. (2)

Unter Periodeneffekten sind zeitgeschichtliche Ereignisse zu verstehen, für den Medienmarkt vor allem die bereits oben beschriebenen Angebotsausweitungen inhaltlicher und technologischer Art. Dieser Effekt liegt vor, wenn sich ein bestimmtes Verhalten zu einem bestimmten Zeitpunkt in allen Kohorten zeigt. Für die vorliegende Analyse werden die genannten Angebotsausweitungen als gegeben gesetzt, so dass die Identifikation von Periodeneffekten untergeordnete Bedeutung hat. Den eigentlichen Gegenspieler zum Kohorteneffekt stellt der Altereffekt dar. Dieser ist dadurch gekennzeichnet, dass sich das Verhalten in allen Kohorten mit dem Lebensalter in gleicher Tendenz und ähnlicher Stärke ändert. Ein Beispiel aus dem medizinischen Bereich ist die optische Weitsichtigkeit, die generell mit dem Alter zunimmt. Für den Medienbereich lässt sich in der Fernsehnutzung ein Altersеffekt erkennen: Mit zunehmendem Alter sehen die Menschen in (fast) allen Generationen mehr fern. Wie noch gezeigt wird, wirkt hier aller-

* *ZDF-Medienforschung, Mainz.*

dings nicht ausschließlich ein Alterseffekt. Diese Mischung von Einflüssen trifft auf die meisten hier untersuchten Entwicklungen zu. Die Fragestellung der folgenden Analysen lautet daher immer, welcher dieser Effekte überwiegenden Einfluss hat. Dabei sollen vor allem Alters- gegenüber Kohorteneffekten abgegrenzt werden, um daraus perspektivische Aussagen ableiten zu können: Liegt überwiegend ein Kohorteneffekt vor, ist davon auszugehen, dass die einzelnen Kohorten ihr Nutzungsverhalten auch in Zukunft grundlegend beibehalten werden, sich also die in Zukunft Älteren so verhalten werden wie die heute Jüngeren. In der Gesamtpopulation wird sich damit das Verhalten, zum Beispiel die Nutzungsdauer eines Mediums, ändern. Zeigt sich dagegen überwiegend ein Alterseffekt, ist zu erwarten, dass die zukünftigen Älteren sich so verhalten wie die heute Älteren. Bei letzterem Wirkungsmechanismus ergeben sich Veränderungen in der Gesamtbevölkerung de facto nur durch Veränderungen im Altersaufbau der Bevölkerung.

Bedeutung der Kohortenanalyse am Beispiel der Tageszeitung

Fragestellung und Schlussfolgerung der Kohortenanalyse seien hier kurz an der Tageszeitungsnutzung illustriert: Wie der aktuellen Welle der Studie Massenkommunikation zu entnehmen ist, lag die Zeitungslesedauer der 65-Jährigen im Jahre 2010 gut viermal so hoch (48 Min./Tag) wie die der 25-Jährigen (11 Min./Tag). Sollte die Analyse ergeben, dass hier ein Alterseffekt überwiegt, wäre davon auszugehen, dass die heute 25-Jährigen mit fortschreitendem Alter die Tageszeitung stärker nutzen werden. In Zukunft würde die Tageszeitungsnutzung in der Gesamtbevölkerung damit ungefähr stabil bleiben, da immer wieder Intensivnutzer „nachwachsen". Zeigt sich dagegen überwiegend ein Kohorteneffekt, wäre zu erwarten, dass die Kohorte 1985 – zu der die 25-Jährigen aus dem Jahr 2010 gehören – auch mit 40 oder 60 Jahren wenig Zeitung lesen wird und damit in der Gesamtbevölkerung die Zeitungsnutzung zurückgehen wird.

Konsolidierter Datensatz der Studie Massenkommunikation von 1970 bis 2010

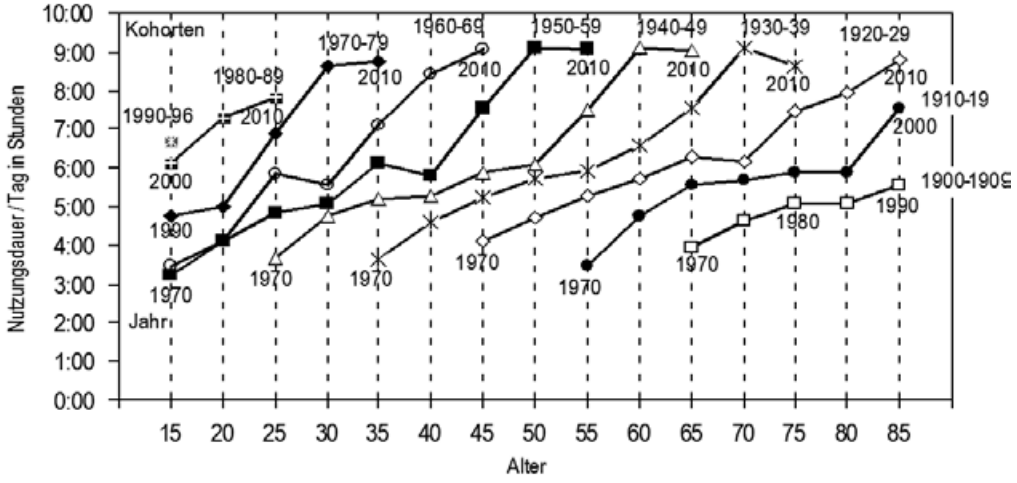
Für die hier vorzustellende Kohortenanalyse wurde aus den neun Einzelstudien zur Studie Massenkommunikation zwischen 1970 und 2010 ein konsolidierter Datensatz erstellt, (3) der eine zusätzliche Variable für die Geburtskohorte erhalten hat. (4) Die einzelnen Geburtsjahrgänge wurden – um ausreichende Fallzahlen zu generieren – zu Zehnjahreskohorten zusammengefasst, die von der Kohorte 1900 bis 1910 bis zur Kohorte 1990 bis 1996 reichen. (5) Die Datenanalyse verfolgt einen deskriptiven Ansatz, das heißt: Ob, in welcher Richtung und in welcher Stärke die einzelnen Effekte einen Einfluss auf das untersuchte Medienverhalten haben, wird nicht mit Hilfe schließender statistischer Verfahren berechnet. Stattdessen wird anhand der Darstellung der Kohortenverläufe in einem Kohortenraster die Möglichkeit gegeben, die Effekte zu identifizieren. Der Nachteil gegenüber statistischen Berechnungsverfahren liegt darin, dass allein die Plausibilität der Ergebnisse ausschlaggebend ist und kein statistischer „Beweis" für das Vorhandensein eines Effekts erbracht werden kann. Somit ist die Stärke der Effekte auch nicht durch einen Koeffizienten quantifizierbar. (6) Der Vorteil liegt andererseits darin, dass nicht nur die Effekte festgestellt werden können, sondern an den Kohortenverläufen auch die Nutzungsentwicklung in ihrem Volumen veranschaulicht wird. So hat die Feststellung eines Kohorteneffekts je nach Verlaufsmuster unterschiedliche Dramatik für Aussagen über zukünftige Entwicklungen. Liegt etwa das Nutzungsvolumen der jungen Kohorten auf einem Niveau, bei dem keine dauerhafte Bindung mehr erwartet werden kann, ist dies als besonders gravierend einzuschätzen.

Untersuchungsdesign

Im Untersuchungsdesign der vorliegenden Studie werden für jede Analyse die Verläufe der Kohorten, die in der Regel jeweils von 1970 bis 2010 reichen, (7) in einem Diagramm dargestellt, bei dem das Alter und nicht die Kalenderjahre in der x-Achse liegen. So ist es möglich, im Längsschnitt die Verläufe der Kohorten, aber auch im Querschnitt Gleichaltrige aus verschiedenen Kohorten – und damit auch zu verschiedenen Zeitpunkten – miteinander zu vergleichen. Anhand der Verlaufsmuster der Kohorten sollen Kohorten- und Alterseffekte identifiziert werden. Wie oben bereits erläutert, sind Kohorteneffekte an dauerhaften Unterschieden zwischen den Kohorten zu erkennen, während sich bei Alterseffekten das Verhalten aller Kohorten mit zunehmendem Alter in gleicher Tendenz und ähnlicher Stärke ändert. Über den Beobachtungszeitraum altern die Zehnjahreskohorten – vereinfacht nur noch „Kohorten" genannt – um 40 Jahre. (8) Dabei ergibt sich entsprechend dem Geburtsjahr für jede Kohorte ein spezifischer Altersbereich, der zur vereinfachten Darstellung nicht als Bereich, sondern als Durchschnitt angegeben wird. (9)

Nach dem beschriebenen Verfahren werden im Folgenden Nutzungsdauer und Bindung bezüglich der tagesaktuellen Medien sowie einige Freizeittätigkeiten analysiert. Hierbei wird in allen Wellen die erwachsene Gesamtbevölkerung (ab 14 Jahren) betrachtet. Bis 2005 war dies die deutsche Bevölkerung, 2010 die deutsch sprechende Bevölkerung. Ferner ist auch der jeweils gültige Gebietsstand verwendet worden, ab 1990 also einschließlich der neuen Bundesländer. Da die Entwicklung in den einzelnen Kohorten immer in Bezug zur Gesamtentwicklung zu setzen ist, wird zu Beginn jeder Analyse jeweils kurz die allgemeine Entwicklung skizziert. Für detailliertere Ausführungen sei hier auf die Buchpublikation „Massenkommunikation VIII" verwiesen. (10)

Abb. 1 Nutzung der tagesaktuellen Medien (brutto) im Kohortenverlauf



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Nutzung der tagesaktuellen Medien im Kohortenverlauf

Wie der Studie Massenkommunikation zu entnehmen ist, hat sich der Medienkonsum der Deutschen zwischen 1970 (219 Minuten täglich brutto) und 2005 (599 Minuten) (11) fast verdreifacht und sich im Jahr 2010 (583 Minuten) auf hohem Niveau konsolidiert. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass 1970 nur die drei tagesaktuellen Medien Fernsehen, Radio und Tageszeitung erfasst wurden, seit 1980 zusätzlich andere nichttagesaktuelle Medien sowie ab 2000 auch das Internet in die Erhebung einbezogen worden sind. Die Kohortenanalysen sollen an dieser Stelle Klärung bringen, inwiefern die Expansion der Mediennutzung von einzelnen Generationen vorangetrieben wurde – sich hier also Kohorteneffekte zeigen. Da dabei weniger die Erweiterung des Medienspektrums von Videorecorder bis MP3-Player als die primäre Informationsbeschaffung durch Medien im Fokus stehen soll, werden sich alle Kohortenanalysen auf die tagesaktuellen Medien beziehen – also auf Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet.

Deutliche Zunahme der Nutzungsdauer tagesaktueller Medien seit 1970

Im ersten Schritt wird die Nutzungsdauer der tagesaktuellen Medien als Bruttosumme betrachtet. Obwohl mit Ausnahme des Internets dieses „Set“ seit 1970 gleich geblieben ist, hat auch bei den tagesaktuellen Medien die Nutzungsdauer deutlich zugenommen (von 219 Min./Tag im Jahr 1970 auf 514 Min./Tag im Jahr 2010), wenn auch „nur“ auf nicht ganz das Zweieinhalbfache. Abbildung 1 veranschaulicht, wie sich die Nutzungsdauer der tagesaktuellen Medien in den einzelnen Geburtskohorten – in Zehnjahresschritten zusammengefasst – im Zeitverlauf von 1970 bis 2010 entwickelt hat. Entsprechend der zeitgeschichtlichen Entwicklung – bestimmt von einer Ausweitung des Programmangebots (vor allem Fernsehen) und des Medienangebots (Internet) mit einem gewissen Sättigungseffekt im Jahr 2010 – weisen alle Kohorten einen systematischen Anstieg des Medienkonsums auf, der seit 2005 überwiegend abflacht. Da diese grundlegende Tendenz alle Kohorten dominiert und zeitlich mit der Ausweitung des Angebots einhergeht, zeigt sich hier ein Periodeneffekt. Die Tendenz eines expandierenden Medienkonsums ist aber in einzelnen Generationen verschieden ausgeprägt, was auf Kohorteneffekte hinweist.

Generationenunterschiede

So fällt die Steigerung umso größer aus, je später die Menschen geboren sind. (12) Während die zwischen 1920 und 1929 Geborenen ihre Mediennutzung gut verdoppelten (+115 %), widmeten die in den 1950er Jahren Geborenen den tagesaktuellen Medien 2010 annähernd dreimal so viel (+180 %) Zeit wie vor 40 Jahren. Die 1970er-Generation steigerte in nur 20 Jahren Betrachtungszeit den Medienkonsum um mehr als zwei Drittel (+85 %). Bei den beiden noch jüngeren Kohorten (1980–89 und 1990–96) lag das Nutzungsniveau nochmals deutlich höher: Im Alter von 16 bis 20 Jahren (Alter 15 Jahre auf der Altersskala) beschäftigten sich die Jugendlichen aus der 1980er-Kohorte im Jahr 2000 bereits gut 6 Stunden täglich mit tagesaktuellen Medien, bei den Jugendlichen aus der 1990er-Kohorte waren es im Jahr 2010 sogar 6 Stunden und 40 Minuten. Bezüglich des im Jahr 2010 festzustellenden Sättigungseffektes treten deutliche Generationenunterschiede zu Tage, die auf unterschiedliche Entwicklungen bei einzelnen Medien zurückzuführen sind. So steigerten die jüngsten und ältesten Kohorten ihre Gesamtmediennutzung auch im Jahr 2010 – die Jüngsten aufgrund der zunehmenden Internetnutzung, die Ältesten aufgrund der wachsenden Fernsehnutzung –, während bei den in den 1930er, 1940er und 1950er Jahren Geborenen die Bruttomediennutzung der tagesaktuellen Medien von 2005 bis 2010 leicht zurückging.

Fernsehnutzung: Perioden-, Alters- und Kohorteneffekt

Gliedert man die Mediennutzung nach den einzelnen Medien auf, wird deutlich, dass die Ausweitung des gesamten Medienkonsums auf unterschiedliche Entwicklungen und Effekte in den einzelnen Medien zurückzuführen ist. Beim Fernsehen, dessen Nutzungsdauer sich von 1970 (113 Min./Tag) bis 2005 (220 Min./Tag) etwa verdoppelt hat und seitdem konstant geblieben ist, sind in der Kohortenbetrachtung alle oben beschriebenen Effekte in unterschiedlichem Ausmaß erkennbar (vgl. Abbildung 2). Erstens zeigt sich ein Periodeneffekt darin, dass in allen Kohorten die Fernsehdauer in den 1990er Jahren durch die Ausweitung des Programmangebots deutlich zunahm. Zweitens ist der für die Fernsehnutzung typische Alterseffekt erkennbar: Mit zunehmendem Alter, deutlich ab 45 bis 50 Jahren, schauen die Menschen mehr fern. So nimmt die Fernsehnutzung in allen Kohorten ab etwa dem 40. Lebensjahr immer stärker zu. Drittens weist die Fernsehnutzung auch Kohorteneffekte auf. So sind die 1930er-, 1940er- und 1950er-Kohorten besonders fernsehaffin. Sie haben ihre Fernsehdauer in den letzten 15 Jahren am stärksten gesteigert. (13)

1980er-Kohorte mit rückläufiger Fernsehnutzung – Substitution durch Internet?

Am deutlichsten zeigt sich ein Kohorteneffekt aber bei den in den 1980er Jahren Geborenen. Sie schauten zwar zu Beginn der Betrachtung im Jahr 2000 – im Alter von 14 bis 20 Jahren (Alter 15 Jahre auf der Altersskala) – mit gut 3 Stunden (197 Min.) täglich deutlich mehr fern als ältere Kohorten, in den folgenden Jahren sahen sie aber laut ihren Angaben in der Tagesablaufbefragung weniger fern. Besonders deutlich war der Rückgang zwischen 2005 und 2010. Damit weisen die in den 1980er Jahren Geborenen als einzige Kohorte eine rückläufige Fernsehnutzung auf. Für die 1990er-Kohorte liegt noch keine Tendenz vor – hier existiert erst ein Betrachtungszeitpunkt (Alter 15 Jahre) –, das Niveau (156 Min./Tag) lag 2010 aber etwas niedriger als in der 1980er-Kohorte. Für die 1980 und später Geborenen drängt sich die Frage nach Substitutionseffekten auf, denn laut Abbildung 1 hat die Nutzungsdauer tagesaktueller Medien insgesamt auch in der 1980er-Kohorte zugenommen. Wie unten noch ausgeführt wird, nahm dort die Mediennutzung allein aufgrund der steigenden Internetnutzung weiter zu. Zumindest auf Geräteebene könnte man hier also von einem Substitutionseffekt sprechen, bei dem das Internet (Gerät Computer) die zurückgehende Nutzung auf dem Fernsehgerät kompensiert. Berücksichtigt man aber auch den „Content“, also den eigentlichen Medieninhalt, wie es die Tagesablauferweiterung in der Studie Massenkommunikation 2010 ermöglicht, besteht ein Teil der Internetnutzung auch aus Fernsehnutzung via Internetstreams. Insgesamt fiel der Nutzungsanteil der Fernsehnutzung im Internet mit durchschnittlich einer Minute 2010 zwar noch sehr gering aus (14), in den jüngsten Kohorten war diese Tendenz aber (schon) stärker ausgeprägt: Die Kohorte 1980-89, also die 21- bis 30-Jährigen im Jahr 2010, schaute täglich 3 Minuten über das Internet fern (bei 143 Min./Tag Fernsehnutzung über das Fernsehgerät). Auch wenn damit nur ein kleiner Teil der zurückgehenden Fernsehnutzung in der 1980er-Kohorte erklärt werden kann, bleibt dennoch festzuhalten, dass nicht allein schwindende Relevanz, sondern auch zunehmende Konvergenz die Fernsehnutzung der jüngsten hier betrachteten Kohorten bestimmt.

Weitere Charakteristika der Fernsehnutzung in der langfristigen Betrachtung können nicht überwiegend einem Effekt zugeschrieben werden, so zum Beispiel die Generationenteilung zwischen der 1950er- und 1960er-Kohorte bezüglich der aktuellen Entwicklung in den letzten fünf Jahren. Während die 1950 und früher Geborenen auch im Jahr 2010 deutlich mehr fernsahen als in früheren Jahren, steigerten die 1960 und später Geborenen ihre Fernsehnutzung nur geringfügig bzw. sahen weniger fern (Kohorte 1980-89). Erst die zukünftige Entwicklung wird zeigen, ob die Fernsehnutzung in allen Kohorten mit dem Alter weiterhin steigt (Alterseffekt) oder hier bereits der Beginn kohortenspezifischer Nutzungsmuster erkennbar ist.

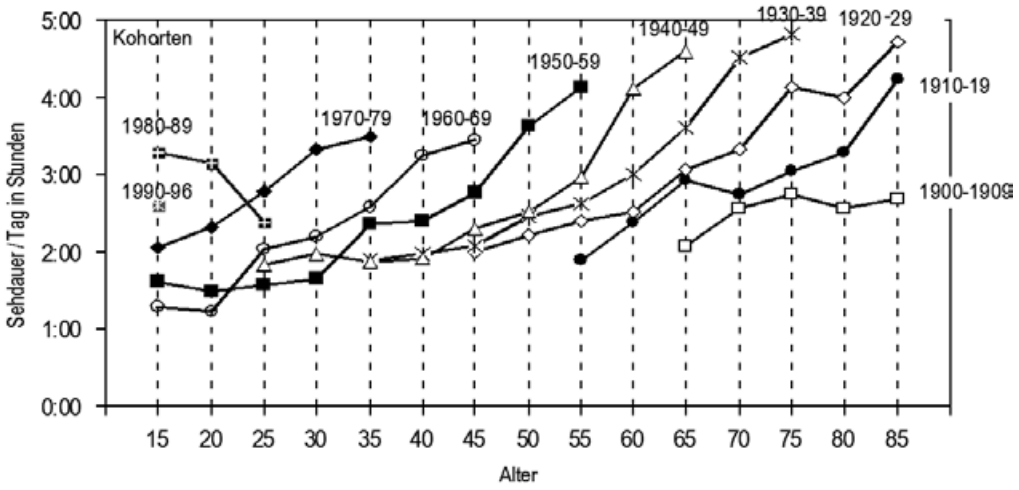
Hörfunknutzung: 1950er-Kohorte ist besonders radioaffin

Die Hörfunknutzungsdauer, die nach Verdreifachung zwischen 1970 (73 Min./Tag) und 2005 (221 Min./Tag) im Jahr 2010 (187 Min./Tag) deutlich zurückgegangen ist, weist neben einem Periodeneffekt – die grundlegende Tendenz zeigt sich in allen Kohorten – auch Kohorteneffekte auf (vgl. Abbildung 3). So unterscheidet sich hier das Generationenprofil der 1950 und früher Geborenen von dem der 1960 und später Geborenen. Während bei den Kohorten, die vor 1950 geboren sind, die Hörfunknutzung im Querschnitt, das heißt bei gleichem Alter, von den ältesten zu den jüngeren Kohorten zunahm, steigerte sich die Hörfunknutzung bei den ab 1960 Geborenen nicht mehr von Kohorte zu Kohorte. Die in den 1950er Jahren Geborenen erweisen sich damit als besonders radioaffin – allerdings bei deutlichem Nutzungsrückgang in der Welle 2010. Von den nachfolgenden Kohorten ist keine weitere Expansion der Radionutzung zu erwarten. So hörten die in den 1980er Jahren Geborenen im Alter von 20 Jahren täglich ungefähr genauso lange Radio (154 Min.) wie die in den 1970er (142 Min.) und 1960er Jahren (152 Min.) Geborenen mit 20 Jahren und nur geringfügig mehr als die 20-Jährigen aus der 1950er-Kohorte (127 Min.).

Zeitungslektüre wird von Generationenzugehörigkeit bestimmt

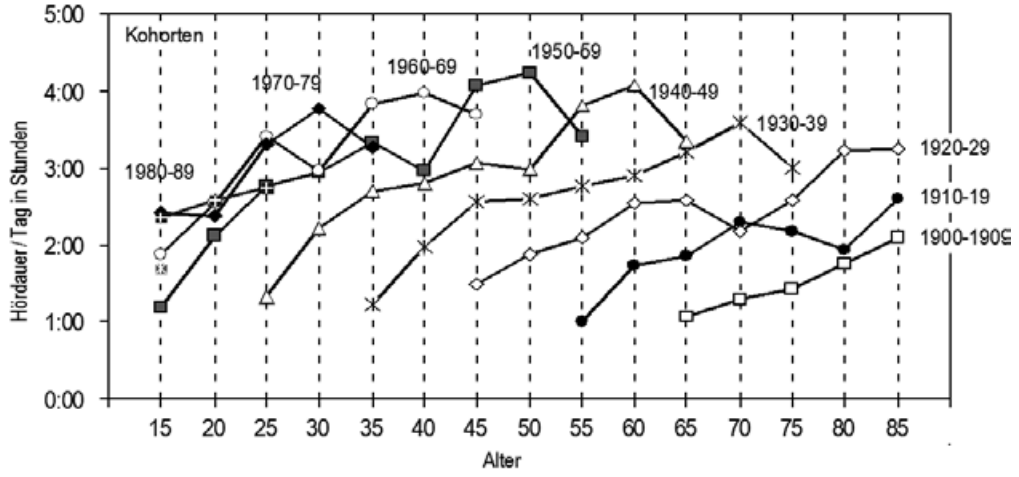
Die Nutzung des Mediums Tageszeitung als Printausgabe weist im Kohortenverlauf ein grundlegend anderes Muster als Fernseh- und Radionutzung auf: Erstens zeigt sich entsprechend der zeitgeschichtlichen Entwicklung (die Lesedauer nimmt nach 1985 nicht mehr zu) kein Nutzungsanstieg innerhalb der Kohorten (vgl. Abbildung 4). Zweitens nimmt bei der Tageszeitung die Nutzungsdauer von den älteren zu den jüngeren Generationen kontinuierlich ab. So liegt, wenn man im Quer-

Abb. 2 Fernsehnutzung im Kohortenverlauf



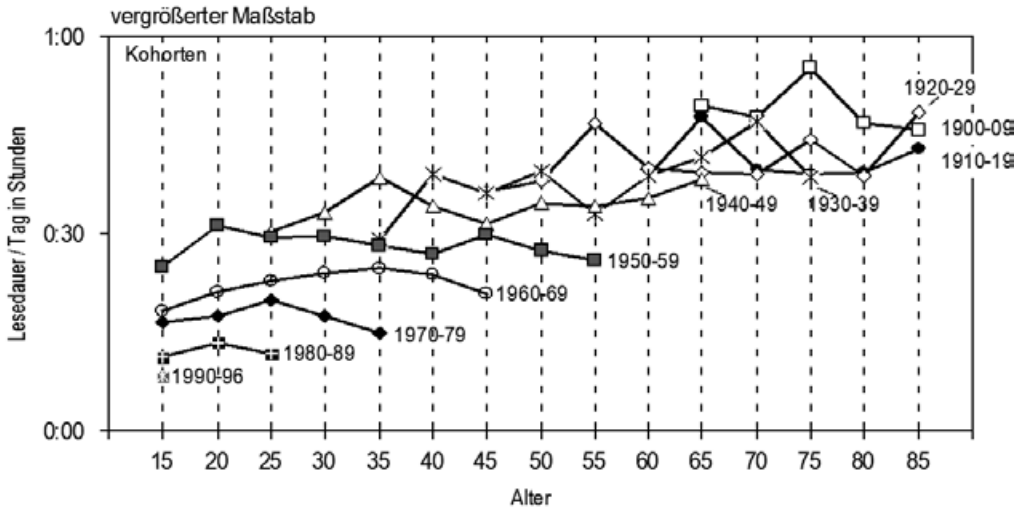
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 3 Radionutzung im Kohortenverlauf



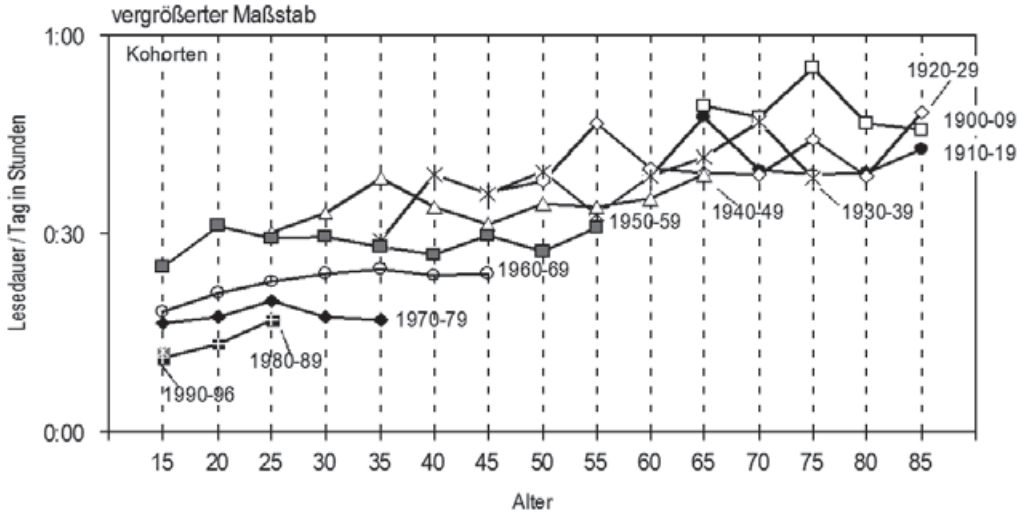
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 4 Nutzung der Tageszeitung im Kohortenverlauf



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 5 Tageszeitungsnutzung im Kohortenverlauf unter Berücksichtigung der Tageszeitungsnutzung im Internet*



* Tageszeitung (Print) und/oder aktuelle Nachrichten auf der Homepage einer Tageszeitung gelesen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

schnitt Menschen gleichen Alters betrachtet, die Lesedauer der jüngeren Kohorten in der Regel unter der der älteren. Innerhalb dieser grundlegenden Tendenz zeigt sich ein Generationenabriss zwischen den vor und nach 1950 Geborenen: Bei den vor 1950 Geborenen nahm die Zeitungslesedauer im Querschnitt nur geringfügig von den ältesten zu den nächst jüngeren Kohorten ab. Außerdem wurde hier in den letzten zehn Jahren teilweise auch mehr Zeitung gelesen als früher. Dagegen ging die Zeitungslesedauer bei den 1950 und später Geborenen von den älteren zu den jüngeren Kohorten immer deutlicher zurück, vor allem in den letzten fünf bis zehn Jahren. So lasen die 35-Jährigen aus der Kohorte 1970-79 täglich nur weniger als halb so viel Zeitung (15 Min.) wie die 35-Jährigen aus der Kohorte 1940-49 (39 Min.). Wie die kohortenspezifischen Nutzungsmuster bezüglich des Mediums Zeitung verdeutlichen, wird das Ausmaß der Zeitungslektüre vor allem von der Generationenzugehörigkeit bestimmt. Für die Zukunft ist daher nicht mit einem Anstieg der Zeitungsnutzung – zumindest als klassische Printausgabe – zu rechnen.

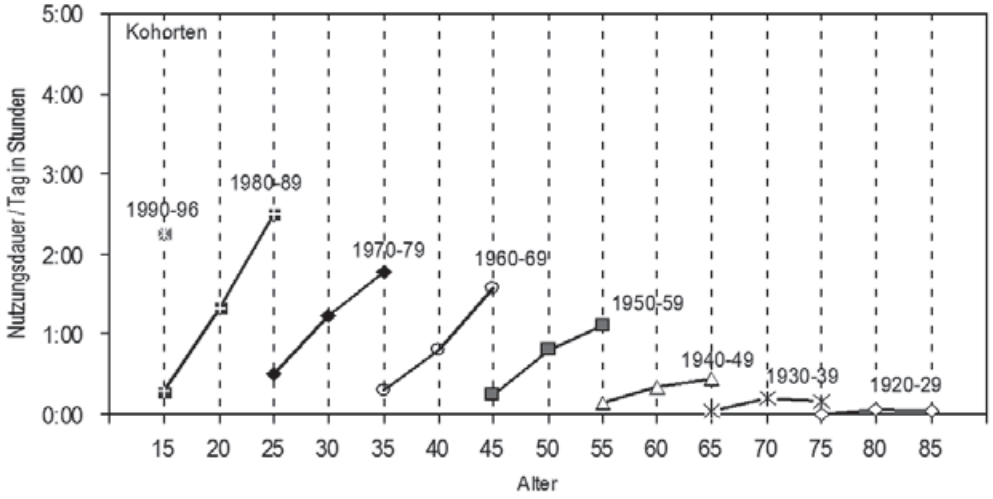
Jüngere Kohorten lesen Zeitung auch im Internet

Berücksichtigt man zusätzlich zur Nutzung der Zeitung als Printmedium das Lesen von Nachrichten auf der Homepage einer Tageszeitung, wird der Rückgang der Zeitungslektüre im Jahr 2010 bei den nach 1950 Geborenen komplett kompensiert (vgl. Abbildung 5). Bei der 1950er- und 1980er-Kohorte nahm die Zeitungsnutzung dann im Jahr 2010 sogar zu. Für das Medium Zeitung macht sich die konvergente Nutzung deutlich bemerkbar: 12 Prozent der Tageszeitungsnutzung insgesamt (Printausgabe zuzüglich Tageszeitungs-Homepage im Internet) im Jahr 2010 gingen auf die Internetnutzung zurück, bei den 14- bis 29-Jährigen waren es sogar gut 30 Prozent. Daher ist hier eine gesonderte Betrachtung der konvergenten Nutzung angebracht. Für das Fernsehen dagegen entfiel 2010 weniger als 1 Prozent auf die Nutzung im Internet (2 % bei den 14- bis 29-Jährigen). Beim Radio machte die Internetnutzung 2 Prozent der gesamten Radionutzung – Radiogerät zuzüglich Internetradio – aus (5 % für die 14- bis 29-Jährigen). Bezüglich der Kohortenverläufe ergeben sich bei Fernsehen und Radio kaum sichtbare Unterschiede zwischen der klassischen und der konvergenten Mediennutzung.

Internetnutzung: Alters- und Kohorteneffekt

Die Internetnutzung, die in der Studie Massenkommunikation erstmals im Jahr 2000 erfasst wurde, weist im Kohortenverlauf ein sehr stringentes Entwicklungsmuster auf: Je später die Menschen geboren sind, desto stärker steigt die Internetnutzung an, die in der gesamten Bevölkerung ab 14 Jahren von 13 Minuten täglich im Jahr 2000 auf 83 Minuten im Jahr 2010 – also um gut das Sechsfache – zugenommen hat. Wie Abbildung 6 zeigt, steigerten die in den 1980er Jahren Geborenen ihre Internetnutzung besonders deutlich, nämlich von 17 Minuten pro Tag im Jahr 2000 auf annähernd das Neunfache (150 Min.) im Jahr 2010. Dagegen nutzte die 1940er-Kohorte das Internet 2010 „nur“ gut dreimal so stark (26 Min./Tag) wie im Jahr 2000 (8 Min./Tag). Darin liegt sowohl ein Alters- als auch ein Kohorteneffekt. Das Internet als relativ neue Technologie kann generell bei Jüngeren stärker expandieren als bei Älteren (Alterseffekt). Die jüngeren Kohorten zeigen durch die ausgeprägten Nutzungssteigerungen aber auch eine besondere Affinität zu diesem Medium, was vor allem im Zusammenspiel mit den anderen Medien zum Tragen kommt (Kohorteneffekt).

Abb. 6 Internetnutzung im Kohortenverlauf



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Zusammensetzung des Medienzeitbudgets im Kohortenverlauf

Unterschiedliche Entwicklung des „Medienkosmos" in den einzelnen Generationen

Zur Identifikation generationenspezifischer Nutzungsmuster sind nicht nur die Entwicklungen in den einzelnen Medien, sondern vor allem auch die Zusammensetzung des Medienzeitbudgets von Interesse. Hier stellt sich die Frage, ob sich der „Medienkosmos" in einzelnen Generationen unterschiedlich entwickelt. Dass es hier verschiedene Nutzungsmuster geben muss, zeigen bereits die unterschiedlichen Nutzungsentwicklungen der einzelnen Medien bei Expansion des Medienkonsums insgesamt. In Zusammenschau der einzelnen Medien und einzelnen Kohorten lässt sich hier feststellen, dass für alle Kohorten, die 1950 und später geboren sind, das Internet ab dem Jahr 2000 zwar für zusätzliche Mediennutzungszeit sorgt – umso stärker, je später die Kohorten geboren sind. Die starke Expansion des Medienzeitbudgets in den Wellen 2000 und 2005 geht allerdings nur zu einem Teil auf die Internetnutzung zurück, zu einem anderem Teil aber auch auf Zuwächse beim Radio und vor allem beim Fernsehen – außer in der Kohorte 1980. Die im Jahr 2010 insgesamt festzustellende Stagnation in der Nutzungszeit der tagesaktuellen Medien ist vor allem auf einen Rückgang der Radionutzung zurückzuführen. Die jüngeren Kohorten (vor allem die 1980er- und 1960er-Kohorte) und ältesten Kohorten (1920er-Kohorte und älter) steigerten aber auch, wie oben erwähnt, in 2010 ihren Medienkonsum, da bei den jüngsten Kohorten die Radiorückgänge durch zunehmende Internetnutzung und bei den ältesten Kohorten durch zunehmende Fernsehnutzung mehr als ausgeglichen wurden.

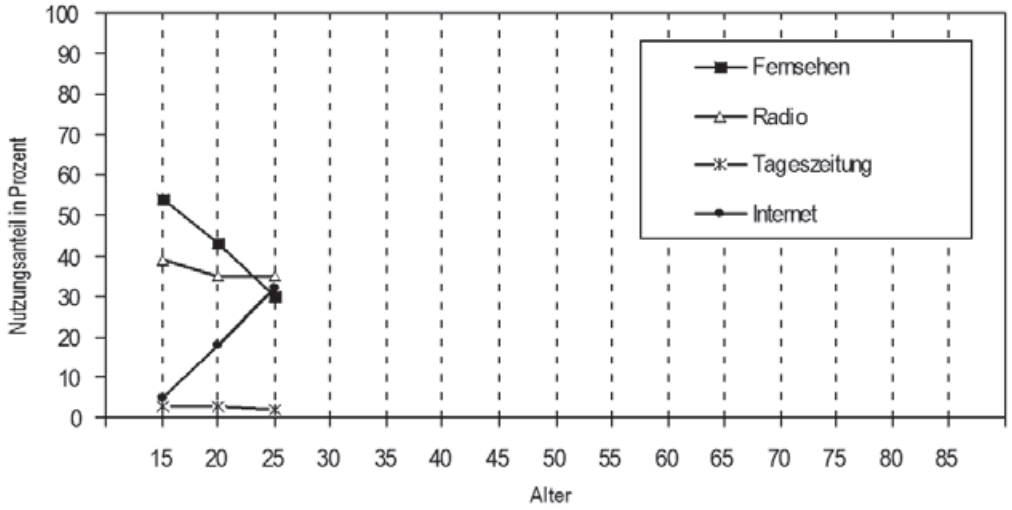
Medienportfolios der einzelnen Kohorten größtenteils stabil

Um den Stellenwert der einzelnen Medien für die Kohorten im Zeitverlauf einschätzen zu können, werden die Nutzungsdauern im Folgenden in einem Medienportfolio dargestellt. Hier wird jeweils die Nutzungsdauer für tagesaktuelle Medien auf 100 Prozent gesetzt und die anteilige Nutzungsdauer der Medien ausgewiesen. Wie die Abbildungen 7 bis 12 zeigen, sind mit Ausnahme der 1980er-Kohorte die Medienportfolios der einzelnen Kohorten trotz Hinzukommen des neuen Mediums Internet relativ stabil. Die größte Stabilität zeigt sich in der anteiligen Nutzungsdauer des Fernsehens: Dieses nimmt in der 1970er-Kohorte immer um die 40 Prozent der gesamten Nutzungsdauer tagesaktueller Medien ein, in der 1960er-Kohorte zwischen 30 und 40 Prozent und bei den früher geborenen Kohorten zwischen 35 und 55 Prozent, wobei sich auch hier der Alterseffekt – steigender Nutzungsanteil des Fernsehens mit dem Alter – zeigt. Fernsehen und Radio liegen – wieder mit Ausnahme der 1980er-Kohorte – meist Kopf an Kopf an der ersten bzw. zweiten Position der anteilig am stärksten genutzten Medien. Das Fernsehen positioniert sich um so besser gegenüber dem Radio, je früher die Kohorten geboren sind. Das Radio verlor in allen Kohorten zumindest in den letzten zehn Jahren an anteiliger Nutzungsdauer.

In 2010 Anteile von TV, Radio und Internet bei 1980er Kohorte gleichauf

Das Internet, das bei jüngeren Kohorten mehr, bei älteren weniger Nutzungsanteil gewann, überholte mit Ausnahme der 1940er-Kohorte die Tageszeitung, erreichte aber nur in der 1980er-Kohorte die Position von Fernsehen und Radio. Wie bereits erwähnt, unterscheidet sich auch beim Medienportfolio das Nutzungsmuster der 1980er-Kohorte deutlich von dem oben beschriebenen Muster der früher geborenen Kohorten: Nur bei dieser jüngsten hier betrachteten Kohorte ging der Anteil der Fernsehnutzung zurück, allerdings von einem sehr hohen Niveau (von 54 Prozent im Jahr 2000 bei den damals 15-Jährigen auf 30 Prozent im Jahr 2010 bei den nun 25-Jährigen), während die anteilige Internetnutzung von 5 auf 32 Prozent zunahm. Die anteilige Radionutzung nahm in geringerem Umfang ab (von 39% auf 35%). Im Jahr 2010

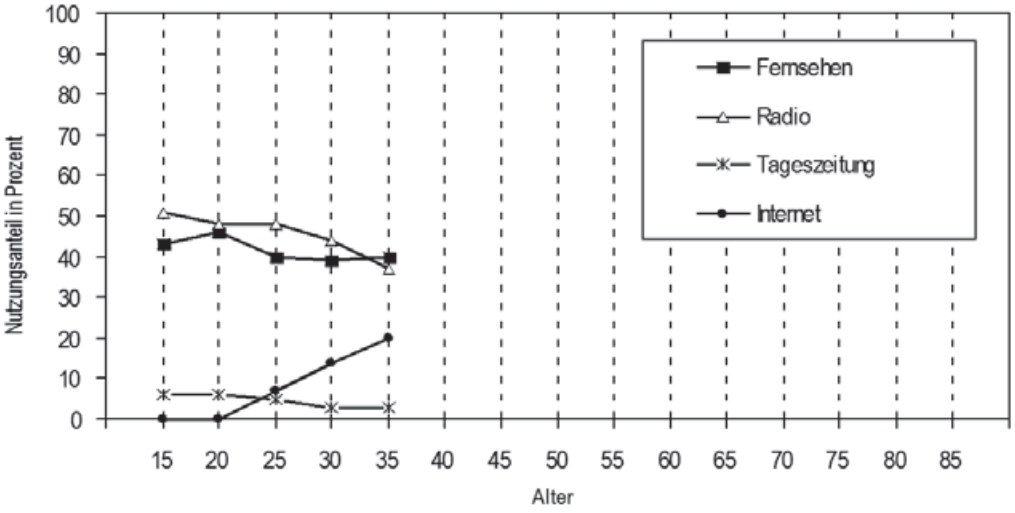
Abb. 7 Medienportfolio* Kohorte 1980–89



* Anteil der Nutzungsdauer an der Nutzungsdauer aller tagesaktueller Medien.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 8 Medienportfolio* Kohorte 1970–79



* Anteil der Nutzungsdauer an der Nutzungsdauer aller tagesaktueller Medien.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

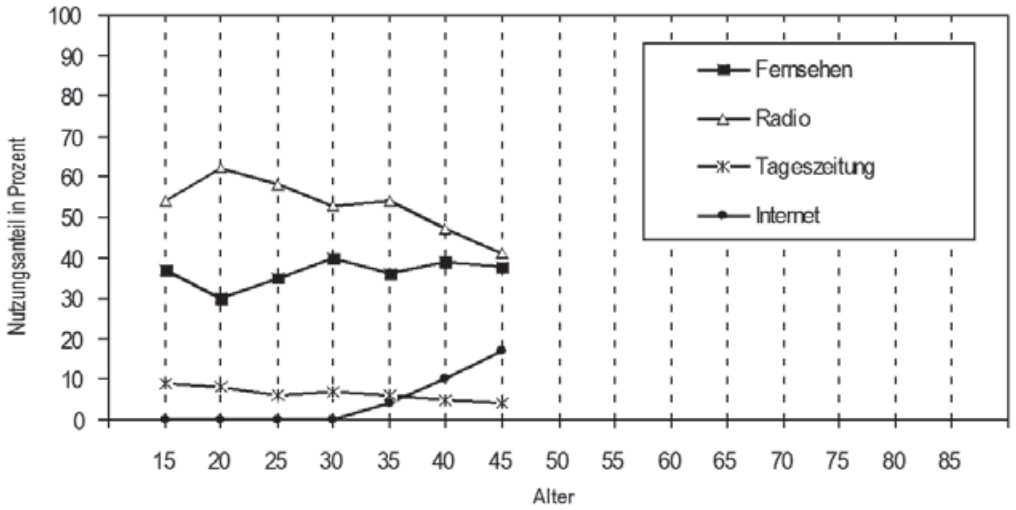
lagen Fernsehen, Radio und Internet in der 1980er-Kohorte dann in ihrem Nutzungsanteil ungefähr gleichauf bei je gut einem Drittel des täglichen Medienzeitbudgets. Die Tageszeitungsnutzung hat in dieser Kohorte nur marginale Bedeutung.

Parallele Nutzung der Medien im Kohortenverlauf

Wachsende Bedeutung der Parallelnutzung in jüngeren Kohorten

Auch wenn das Zeitbudget für die tagesaktuellen Medien im Jahr 2010 insgesamt nicht mehr anstieg, stellt sich die Frage, wie die einzelnen Generationen durchschnittlich achteineinhalb Stunden Nutzungszeit für Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet pro Tag „bewältigen". Die Vermutung liegt nahe, dass die Medien zunehmend parallel genutzt werden. Im Schnitt lag die Parallelnutzungsdauer der tagesaktuellen Medien im Jahr 2010 aber nur bei 37 Minuten täglich, das sind 7 Prozent der gesamten Nutzungszeit für tagesaktuelle Medien (514 Min./Tag). Im Jahr 1970 wurden diese Medien 6 Minuten täglich (3%) gleichzeitig genutzt. Von einem rasanten Anstieg der parallelen Mediennutzung kann also nicht die Rede sein. Der Blick auf die einzelnen Kohorten zeigt aber, dass Parallelnutzung wachsende Bedeutung im Medienalltag der jüngeren Kohorten besitzt, vor allem seit der Untersuchungswelle 2005 (vgl. Abbildung 13). Vorreiter sind hier die in den 1960er, 1970er und

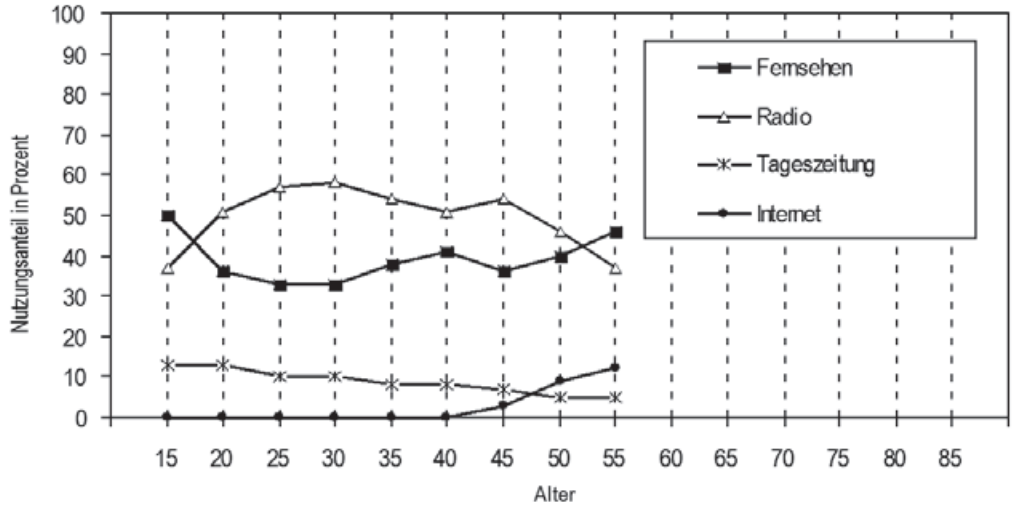
Abb. 9 Medienportfolio* Kohorte 1960–69



* Anteil der Nutzungsdauer an der Nutzungsdauer aller tagesaktueller Medien.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 10 Medienportfolio* Kohorte 1950–59



* Anteil der Nutzungsdauer an der Nutzungsdauer aller tagesaktueller Medien.

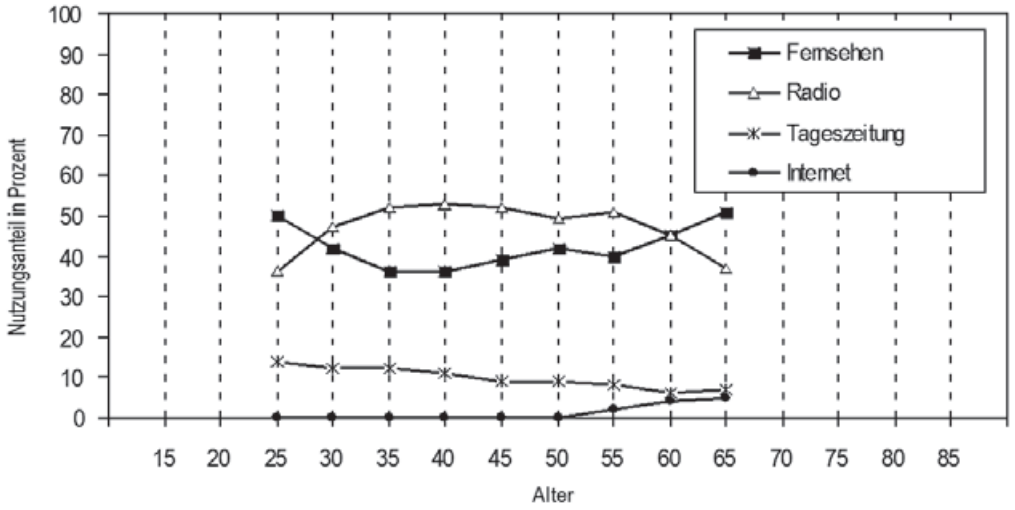
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

1980er Jahren Geborenen, also diejenigen, die im Jahr 2010 21 bis 50 Jahre alt waren. Sie steigerten ihre Parallelnutzung von wenigen Minuten bis auf maximal 50 Minuten täglich (1960er-Kohorte) im Jahr 2010. Die stärkste Parallelnutzung bei den tagesaktuellen Medien fand im Jahr 2010 zwischen Internet und Fernsehen statt (13 Min./Tag), gefolgt von Internet und Radio (10 Min./Tag) sowie Radio und Zeitung (7 Min./Tag). (15) So wird auch die deutliche Zunahme der Parallelnutzung in den 1960er-, 1970er- und 1980er-Kohorten am stärksten von der Parallelnutzung zwischen Fernsehen und Internet bestimmt (vgl. Abbildung 14). An zweiter Stelle steht hier die gleichzeitige Nutzung von Radio und Internet, wobei die 1960er-Kohorte das Nebeneinander von Radio und Internet gerade in 2010 deutlich ausweitete, während diese Parallelnutzung in der 1970er-Kohorte 2010 stagnierte (vgl. Abbildung 15).

Parallelnutzung ist nicht nur modernes Phänomen

Dass Parallelnutzung nicht nur ein modernes Phänomen ist, verdeutlicht die Analyse der gleichzeitigen Nutzung von Radio und Tageszeitung. Wenn auch auf niedrigerem Niveau, werden diese Medien vor allem bei den vor 1960 Geborenen schon seit 40 Jahren gemeinsam genutzt. Die höchsten

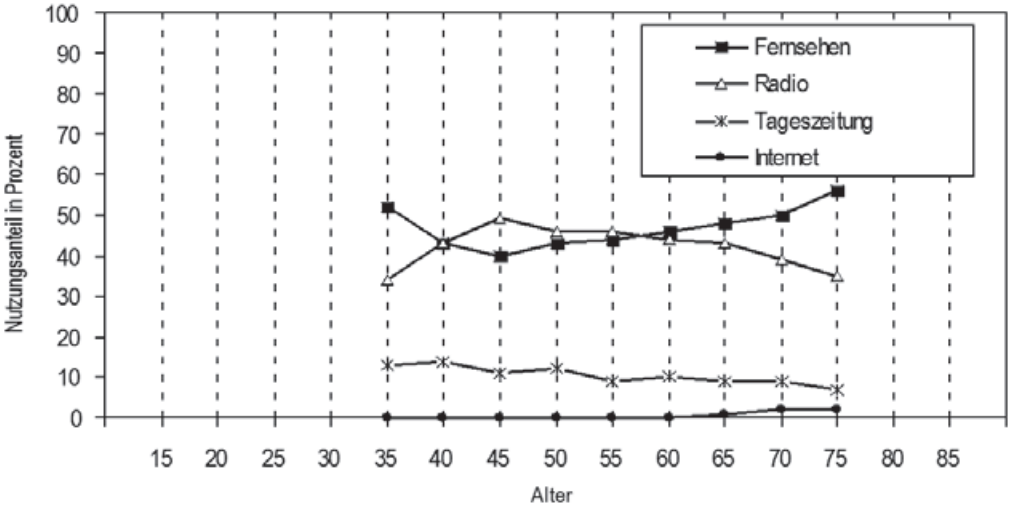
Abb. 11 Medienportfolio* Kohorte 1940–49



* Anteil der Nutzungsdauer an der Nutzungsdauer aller tagesaktueller Medien.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 12 Medienportfolio* Kohorte 1930–39



* Anteil der Nutzungsdauer an der Nutzungsdauer aller tagesaktueller Medien.

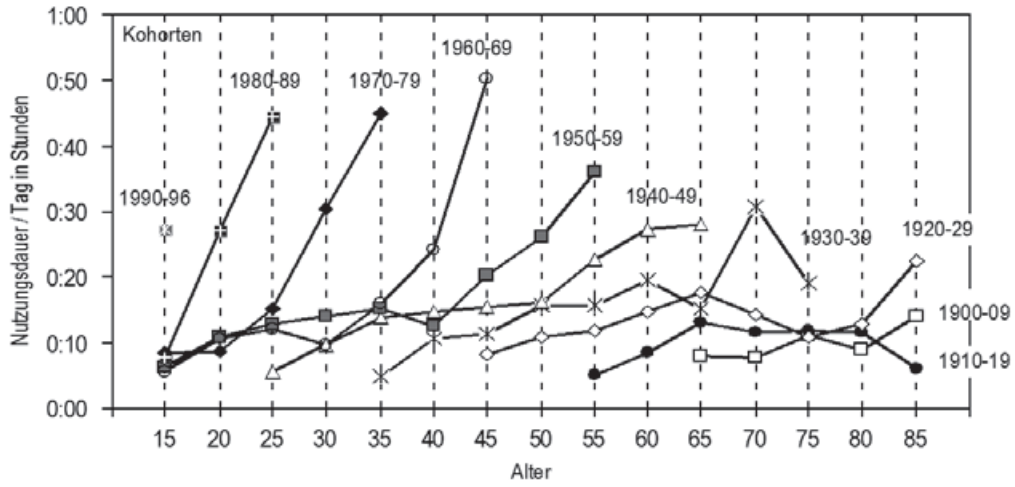
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Nutzungsdauern erreichen hier die in den 1940er und 1930er Jahren Geborenen, die auch insgesamt relativ viel Tageszeitung lesen. In der Gesamtbetrachtung weist die gleichzeitige Nutzung tagesaktueller Medien deutliche Kohorteneffekte auf. Sie zeigen sich in einer wachsenden Beliebtheit der gleichzeitigen Nutzung von Fernsehen und Internet sowie Radio und Internet bei den ab 1960 Geborenen sowie in einer Affinität zur gemeinsamen Nutzung von Radio und Tageszeitung bei den vor 1960 Geborenen. (16)

Medienbindung im Kohortenverlauf

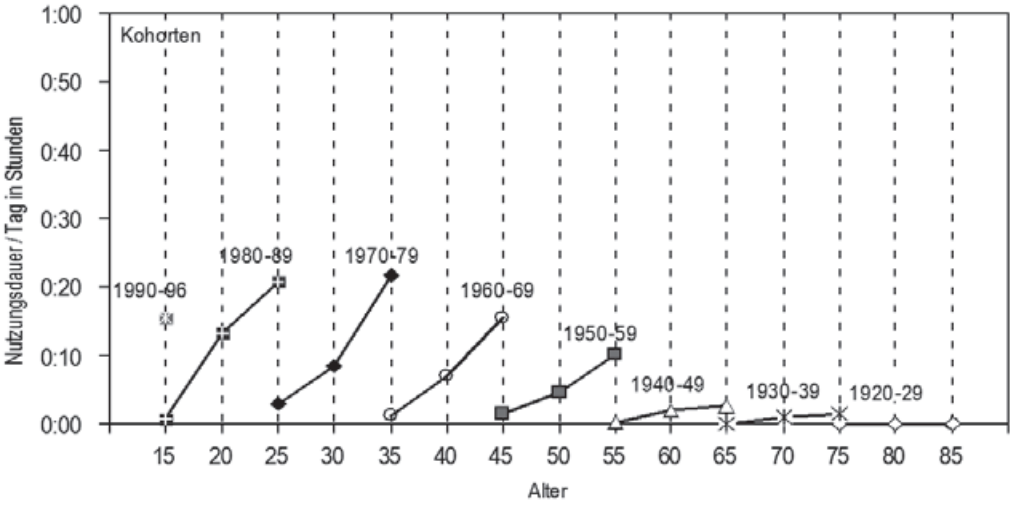
Der Stellenwert der einzelnen Medien in verschiedenen Generationen lässt sich mit der quantitativen Nutzung nur zum Teil beschreiben. Daneben spiegeln auch Medienbindung und -bewertung das Verhältnis der Generationen zu den Medien wider. Um die Kohortenmuster zu vervollständigen, wurden auch zwei Items zur Medienbindung in die Analyse einbezogen: zum einen die Frage, wie stark ein Medium vermisst würde, wenn es durch äußere Umstände wie technische Probleme oder einen Streik nicht genutzt werden könnte, und zum anderen die Frage nach dem Lieblingssender – öffentlich-rechtlich oder privat. Neben methodischen Erwägungen (17) ist die Auswahl dieser

Abb. 13 Parallelnutzungsdauer der tagesaktuellen Medien im Kohortenverlauf



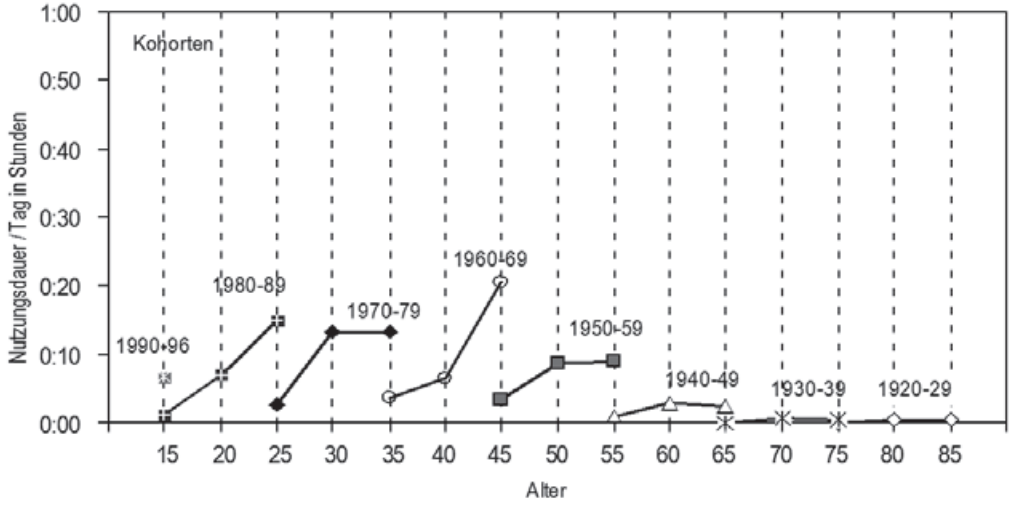
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 14 Parallelnutzungsdauer von Fernsehen und Internet im Kohortenverlauf



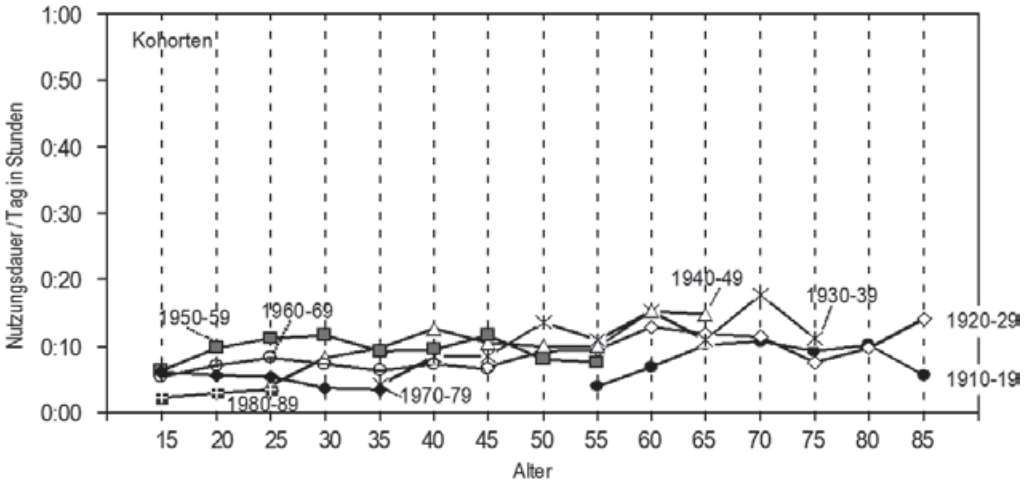
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 15 Parallelnutzungsdauer von Radio und Internet im Kohortenverlauf



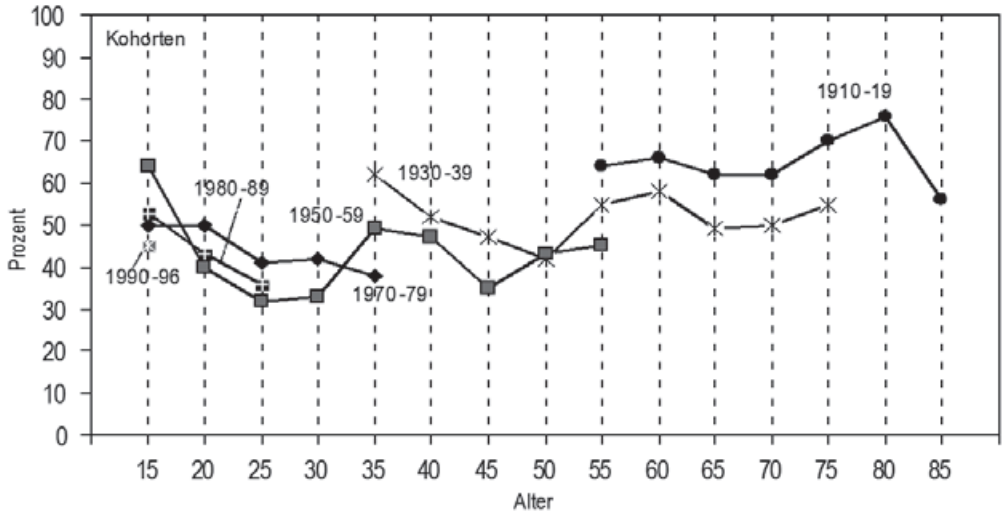
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 16 Parallelnutzungsdauer von Radio und Tageszeitung im Kohortenverlauf



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 17 Bindung an das Fernsehen* im Kohortenverlauf



* „Würde das Fernsehen sehr stark/stark vermissen."

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Items damit begründet, dass hieran relativ allgemein der Stellenwert der einzelnen Medien für die Generationen abgelesen werden kann.

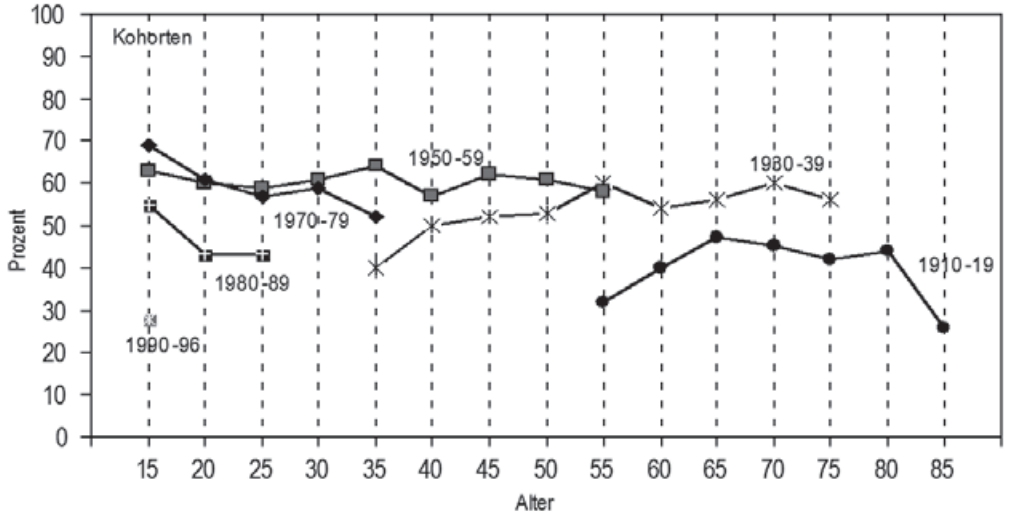
Radio avancierte zum am stärksten vermissten Medium

Insgesamt haben sich die Vermissenswerte sehr dynamisch entwickelt. Hier ist das Fernsehen im Zeitverlauf vom am meisten vermissten Medium (60 % vermissten es 1970 sehr stark oder stark) zunächst im Jahr 1995 auf Platz 3 (54 %) knapp hinter Radio (55 %) und Tageszeitung (58 %) zurückgefallen und hat seine Position 2010 wieder auf Rang 2 (45 %) gesteigert. Das Radio konnte sich über die Zeit gesehen verbessern – von 43 Prozent im Jahr 1970 auf 52 Prozent im Jahr 2010 – und damit zum am stärksten vermissten Medium avancieren, während die Tageszeitung nach leichten Bindungsgewinnen bis 1990 im Jahr 2010 mit 42 Prozent unter dem Niveau von 1970 (47 %) lag. Die Bindung an das Internet stieg bis auf 38 Prozent im Jahr 2010.

Kohorteneffekte für die einzelnen Medien – Fernsehen

Auch bei der Vermissensfrage zeigen sich für die einzelnen Medien Kohorteneffekte, die ähnliche Tendenzen wie das Nutzungsverhalten aufweisen: Das Fernsehen würde von älteren Generationen überwiegend stärker vermisst als von jüngeren (vgl. Abbildung 17, bei der aus optischen Gründen nur eine Auswahl der Kohorten dargestellt ist). Ab

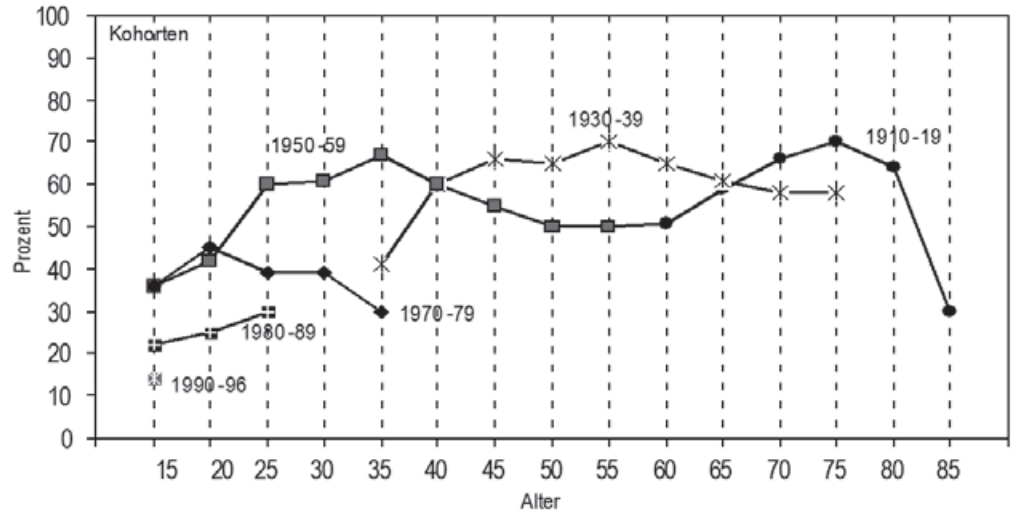
Abb. 18 Bindung an das Radio* im Kohortenverlauf



* „Würde das Radio sehr stark/stark vermissen."

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 19 Bindung an die Tageszeitung* im Kohortenverlauf



* „Würde die Tageszeitung sehr stark/stark vermissen".

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

der 1950er-Kohorte gibt es hier aber keine deutlichen Generationenunterschiede mehr. Zwar liegen die 1970er- und teilweise auch die 1980er-Kohorte in ihrer Bindung an das Fernsehen überwiegend etwas über der 1950er-Kohorte, dies steigert sich aber nicht weiter bei den nachfolgenden Kohorten. Das bedeutet, junge Menschen hätten das Fernsehen 2010 nur geringfügig stärker vermisst als junge Menschen vor 30 bis 40 Jahren.

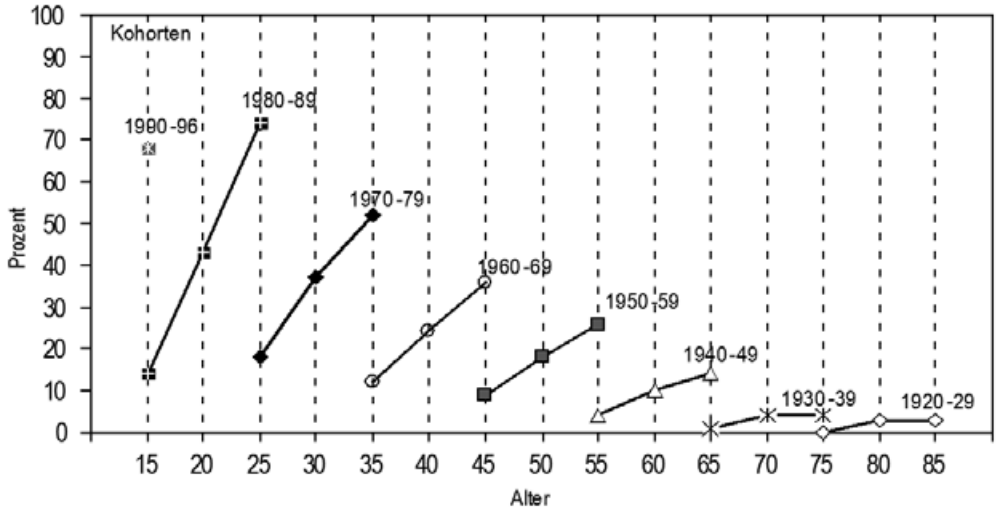
Bindung an das Radio

Beim Radio steigt ähnlich wie bei der Nutzung die Bindung von den ältesten bis zur 1970er-Kohorte von Kohorte zu Kohorte an. In der 1980er- und 1990er-Kohorte liegt die Bindung an das Radio dann deutlich niedriger (vgl. Abbildung 18).

Bindung an Tageszeitung und Internet

Bezüglich der Bindung an die Tageszeitung zeigt sich ähnlich wie beim Nutzungsvolumen ein Generationenabriss bei den vor und nach 1950 Geborenen: Von den 1950 und früher Geborenen würde meist mehr als die Hälfte der Befragten die Tageszeitung vermissen, bei den nachfolgenden Generationen findet diese Frage immer weniger Zustimmung (vgl. Abbildung 19). Für das Internet ist das Generationenmuster bezüglich Nutzung und Bindung fast deckungsgleich: Je später geboren, desto stärker wächst die Bindung an dieses Medium (vgl. Abbildung 20).

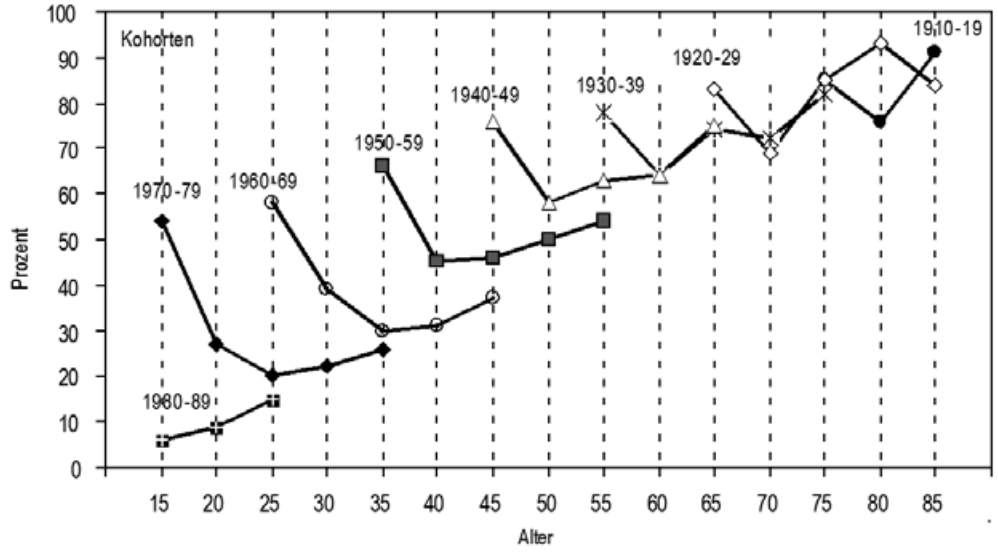
Abb. 20 Bindung an das Internet* im Kohortenverlauf



* „Würde das Internet sehr stark/stark vermissen."

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 21 Öffentlich-rechtlicher Fernseh-Lieblingssender* im Kohortenverlauf



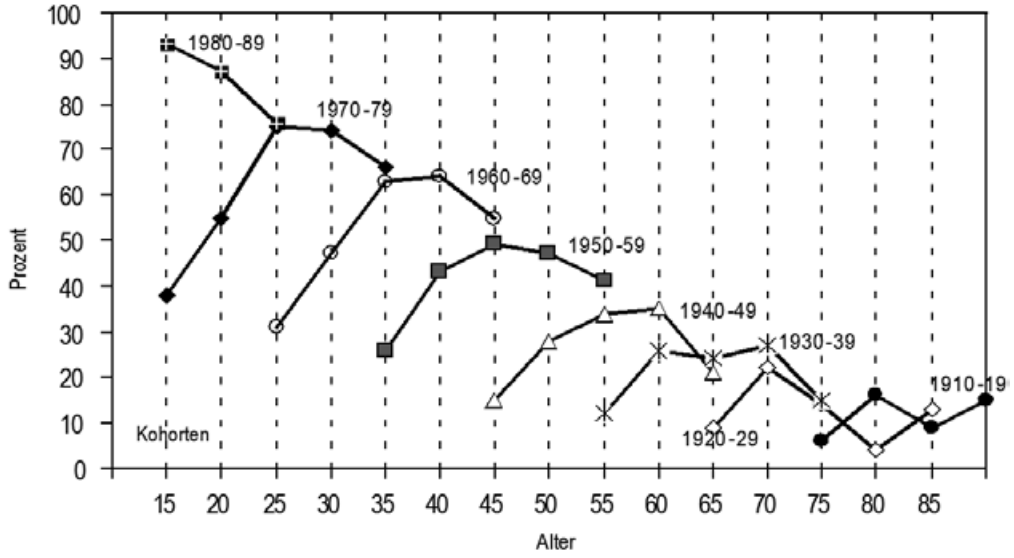
* 1990/1995: „Welches Fernsehprogramm würden Sie am liebsten behalten?"
ab 2000: „Welches Fernsehprogramm ist Ihr Lieblingsprogramm?"

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Kohorteneffekt bei Präferenz für ö.-r. oder privaten Lieblingssender

Zum Komplex Bindung gehört auch die Frage nach dem Lieblingssender. Für das Fernsehen wurde diese Frage ab 1990 erhoben, allerdings mit Variation in der Frageformulierung. (18) Die Lieblingssender sind hier nach je einer Gruppe öffentlich-rechtlicher und privater Sender zusammengefasst. Insgesamt verloren die öffentlich-rechtlichen Sender seit 1990 an Nennungen als Lieblingssender, vor allem zwischen 1990 und 1995, während die privaten Sender bis 2000 hinzugewannen und dann im Schnitt das Niveau hielten – bei leichtem Zuwachs im Jahr 2005 und leichtem Rückgang in 2010. Seit dem Jahr 2000 wurden etwas stärker private als öffentlich-rechtliche Sender als Lieblingssender angegeben. Analysiert man die Frage nach dem Lieblingssender im Kohortenverlauf, zeigt sich ein stringentes Muster, dem ein Kohorteneffekt zugrunde liegt: Je früher eine Kohorte geboren ist, desto stärker benennt sie öffentlich-rechtliche Sender als Lieblingssender, bei wachsendem Zustimmungsniveau bis zu 90 Prozent. Je später

Abb. 22 Privater Fernseh-Lieblingssender* im Kohortenverlauf



* 1990/1995: „Welches Fernsehprogramm würden Sie am liebsten behalten?"
ab 2000: „Welches Fernsehprogramm ist Ihr Lieblingsprogramm?"

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

eine Kohorte geboren ist, desto weniger zählen öffentlich-rechtliche Sender zu den Lieblingssendern und desto deutlicher fällt der Rückgang zwischen 1990 und 1995 aus (vgl. Abbildungen 21 und 22).

Allerdings steigt die Nennung von öffentlich-rechtlichen Lieblingssendern seit den letzten 15 Jahren in den meisten Kohorten wieder leicht an. Die Entwicklung bei der Nennung privater Lieblingssender verläuft spiegelbildlich: Bei jüngeren Kohorten ist das Zustimmungsniveau sehr hoch, bei älteren sehr niedrig. Ebenso fällt der Anstieg bis zum Jahr 2000 bei jüngeren Kohorten deutlicher aus. Im Jahr 2010 verloren die privaten Sender in den meisten Kohorten wieder an Beliebtheit, allerdings auf – für die jüngeren Kohorten – relativ hohem Niveau. So nannten im Jahr 2010 76 Prozent der Kohorte 1980-89 private Sender als Lieblingssender, aber nur 15 Prozent gaben öffentlich-rechtliche Lieblingssender an. Da hier Kohortenmuster im Sinne einer Präferenz öffentlich-rechtlicher Sender bei älteren Kohorten und privater Sender bei jüngeren Kohorten deutlich geworden sind und Kohorteneffekte eine gewisse Fortführung des vorhandenen Verhaltensmusters erwarten lassen, ist für die Zukunft trotz Konsolidierung bei den öffentlich-rechtlichen Sendern hinsichtlich der Beliebtheit nicht mit einer Trendwende zu rechnen.

Besonderheiten in der Kohorte der 1980 bis 1989 Geborenen

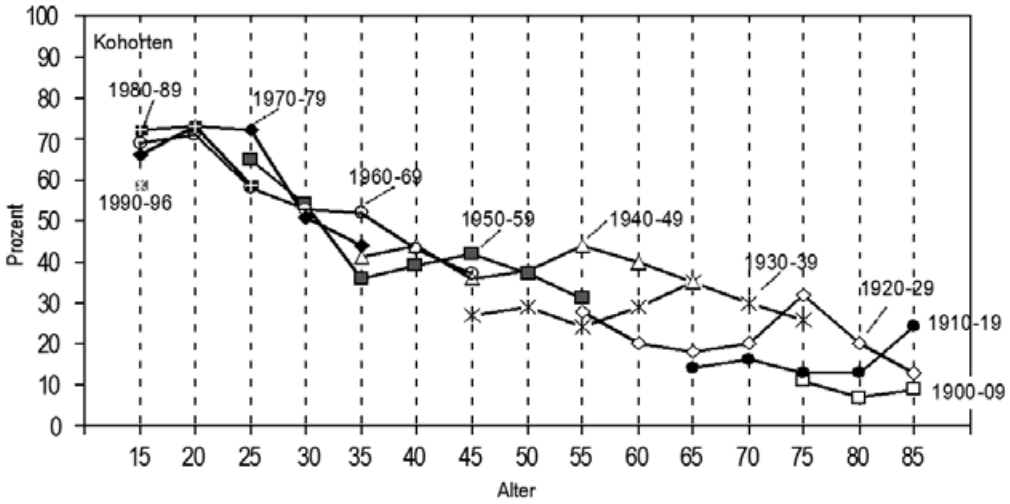
Wächst eine neue Generation von Mediennutzern heran?

Nachdem sich sowohl bezüglich der Mediennutzung als auch der Medienbindung insgesamt ähnliche Kohortenmuster gezeigt haben, soll abschließend das sehr spezielle Nutzungsmuster der Kohorte 1980-89 näher analysiert werden: Bei weiter steigendem Zeitbudget für die tagesaktuellen Medien zeichnet sich diese Kohorte durch eine deutlich wachsende Internetnutzung und zurückgehende Fernsehnutzung aus. Bezüglich der Bindung ist diese Tendenz auch feststellbar, setzt sich hier aber nicht so stark von der Entwicklung bei anderen Kohorten ab. Es stellt sich die Frage, ob hier eine Art „neue" Generation erwachsen wird, die sich durch ihre Sozialisation mit den rasanten Veränderungen der Medientechnologie grundlegend anders verhält. Für die Frage nach weiteren Verhaltensänderungen hilft erneut die Kohortenanalyse weiter. Sie wird im Folgenden auf einige Freizeittätigkeiten angewandt. Wenn die 1980er-Kohorte mit ihrer starken Internetaffinität den Beginn eines Generationenabrisses markieren sollte, wäre zu erwarten, dass sie sich auch bei anderen Freizeittätigkeiten besonders verhält, zum Beispiel sich weniger mit Freunden trifft oder weniger ausgeht. Als Datengrundlage dient hier eine Fragebatterie zu den Freizeittätigkeiten aus der Studie Massenkommunikation, die seit 1980 Teil der Studie ist. Dargestellt wird hier jeweils der Anteil von Personen, die die genannte Freizeittätigkeit mindestens mehrmals im Monat ausüben.

Kein verändertes Freizeitverhalten junger Generationen

Betrachtet man zunächst das Item „Ausgehen in Restaurants, Kneipen oder Diskotheken" im Kohortenverlauf, zeigt sich ein eindeutiger Alterseffekt: Alle Kohorten gehen in jungen Jahren öfter aus (vgl. Abbildung 23). So gaben stets etwa 70 Prozent der 20-Jährigen in den verschiedenen Wellen der Studie Massenkommunikation an, mindestens mehrmals im Monat auszugehen. Hier verhielt sich auch die 1980er-Kohorte „normal". Nur im Alter

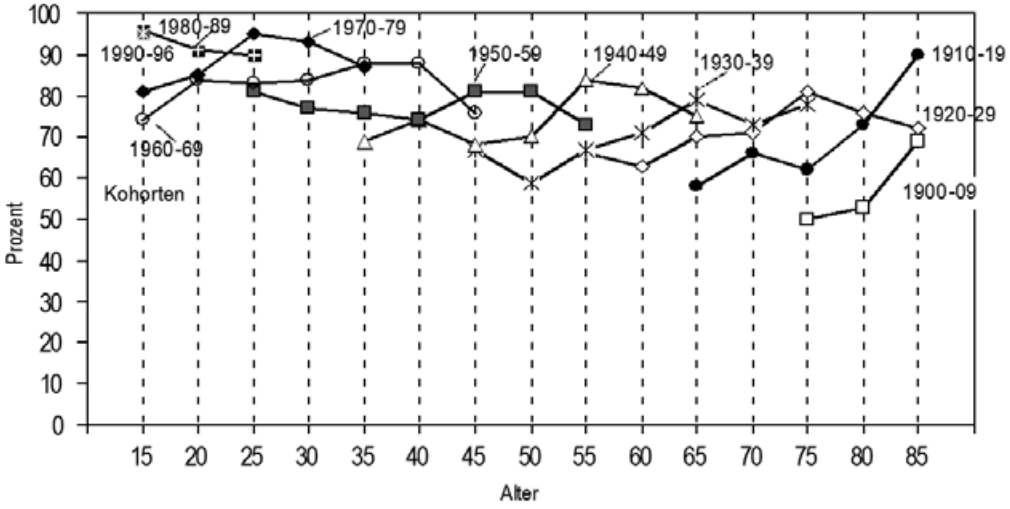
Abb. 23 Ausgehen (Restaurants, Kneipen, Diskotheken)* im Kohortenverlauf



* Mindestens mehrmals im Monat.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 24 Besuche machen oder bekommen* im Kohortenverlauf



* Mindestens mehrmals im Monat.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

von 25 Jahren, also im Jahr 2010, gingen die in den 1980er Jahren Geborenen etwas weniger aus als die 25-Jährigen aus der Kohorte 1960-69 und der Kohorte 1950-59. Da Schwankungen in diesem geringen Maße aber in allen Kohorten vorkommen, kann daraus noch kein Trend abgeleitet werden. Ein ähnliches Bild, mit einem weniger stark ausgeprägten Alterseffekt, zeigt sich beim Item „Besuche machen oder bekommen“ (vgl. Abbildung 24). In allen Generationen und zu allen Zeiten gehört das Besuchen von Freunden oder Empfangen von Gästen zu den oft ausgeübten Freizeittätigkeiten, wobei jüngere Kohorten hier etwas aktiver sind als ältere. Die 1980er-Kohorte als jüngste hier untersuchte Kohorte übertrifft dabei außer im Alter von 25 Jahren alle früher geborenen Kohorten. Auch bei der Frage, wie oft Fitness oder Sport getrieben wird, zeigt sich vor allem ein Alterseffekt hinsichtlich einer stärkeren Ausübung in jungen Jahren, so auch bei der 1980er-Kohorte. Beim Sport liegt die 1980er-Kohorte mehr als „im Soll“. Die 15-Jährigen aus der Kohorte 1980-89 trieben im Jahr 2000 so oft Sport wie sonst keine 15-Jährigen vor ihnen, mit 25 Jahren – das heißt im Jahr 2010 – lagen sie immer noch im oberen Bereich.

Die hier erfolgten Kohortenanalysen bezüglich einiger Freizeittätigkeiten weisen insgesamt keine Verhaltensmuster auf, die ein verändertes Freizeitverhalten junger Generationen im Gefolge teilweise auffälliger Mediennutzungsmuster (Kohorte 1980–89) anzeigen könnten. Auch die in der Mediennutzung auffällige 1980er-Kohorte ging ähnlich oft aus wie frühere Generationen, was ebenso auf Besuche und Sportaktivitäten zutrifft. Eine Kompensation von Medien- durch Freizeitaktivitäten ist nicht festzustellen.

Fazit

Geburtskohorten weisen spezifisches Medienverhalten auf

Die Analyse von Mediennutzung, Medienbindung und Freizeitverhalten im Kohortenverlauf hat gezeigt, dass Menschen, die im gleichen Jahrzehnt geboren sind, durchaus ein spezifisches Medienverhalten aufweisen. Daneben beeinflussen aber auch Lebensalter und zeitgeschichtliche Entwicklungen den Umgang mit Medien. Während die expandierende Nutzung der tagesaktuellen Medien insgesamt vor allem durch den zeitgeschichtlichen Effekt der Angebotsausweitung bestimmt ist, ergeben sich bei der Betrachtung der einzelnen Medien sowie beim Medienportfolio – der Zusammensetzung des Medienzeitbudgets – auch deutliche Kohorteneffekte.

Kohorteneffekte vor allem bei Tageszeitung, am wenigsten bei Fernsehnutzung

Bezüglich der Nutzungsentwicklung der einzelnen Medien machen sich Kohorteneffekte am stärksten bei der Tageszeitung bemerkbar. Da Kohorteneffekte eine Beibehaltung der Nutzungsmuster innerhalb der Kohorten nahelegen, ist für die Tageszeitung bestenfalls Stagnation zu erwarten. Allerdings weist die Tageszeitung als einziges der hier betrachteten Medien bereits eine nennenswerte konvergente Nutzung auf (Nutzung der Homepages von Tageszeitungen), die bei den jüngeren Kohorten deutlich sichtbar ist. Hier verschiebt sich ein Teil der Zeitungsnutzung von der Printausgabe auf Internetseiten von Tageszeitungen. Ein Trend in Richtung Internetnutzung ist für das Medium Zeitung damit empirisch belegt. Am wenigsten treten Kohorteneffekte bei der Fernsehnutzung zutage, weil hier nach wie vor ein deutlicher Altersseffekt wirkt – mit zunehmendem Alter sehen Menschen mehr fern. Da entsprechend dieses Altersseffekts auch bei den heute jüngeren Generationen ein Anstieg der Fernsehdauer im weiteren Lebensverlauf erwartet werden kann, ist hier für die Zukunft zumindest nicht mit einem Rückgang der Fernsehdauer in der Gesamtbevölkerung zu rechnen. Allerdings haben sich auch bei der Fernsehnutzung Kohorteneffekte gezeigt, besonders deutlich in der 1980er-Kohorte, die entgegen dem allgemeinen Trend eine rückläufige Fernsehnutzung aufweist. Ob diese Entwicklung anhält und auf nachfolgende Generationen übergreifen wird, so dass sich diese Tendenz auch in der Gesamtbevölkerung niederschlägt, bleibt abzuwarten.

Rückgang der Fernsehnutzung bei 1980er-Kohorte

Bei der Frage, wie viel Zeit einzelnen Medien im Vergleich zum gesamten Medienkonsum gewidmet wird, weist wiederum die 1980er-Kohorte ein besonders kohortenspezifisches Muster auf: Als einzige Kohorte ging bei ihr die Fernsehnutzung in den letzten zehn Jahren nicht nur zurück, sondern wurde zum Teil von der hier stark expandierenden Internetnutzung kompensiert. Bei den vor 1980 Geborenen dagegen ist der Anteil der Fernsehnutzung relativ stabil. Das Radio verlor – zumindest in den letzten zehn Jahren – in allen Kohorten Nutzungsanteile, ebenso die Tageszeitung. Das Internet gewann Nutzungsanteile hinzu, umso mehr, je später die Nutzer geboren sind.

Kohorteneffekte bei paralleler Mediennutzung und Medienbindung

Kohorteneffekte zeigen sich auch bei der parallelen Nutzung von Medien. Während die nach 1960 Geborenen vor allem in den letzten fünf bis zehn Jahren Fernsehen und Internet wie auch Radio und Internet verstärkt gleichzeitig nutzten, verbrachten ältere Generationen – dies allerdings auf niedrigerem Niveau – schon immer relativ viel Zeit mit der gleichzeitigen Nutzung von Radio und Tageszeitung.

Die Kohortenanalysen zur Medienbindung, ausgeführt an den Items „Medium vermissen“ und „Lieblingssender“, führen in der Grundtendenz zu ähnlichen Ergebnissen wie die Kohortenanalysen zur Mediennutzung. Die Frage, welches Medium am stärksten vermisst würde, wird von der 1980er-Kohorte mit einem deutlich steigenden Bekenntnis zum Internet bei Bedeutungsrückgang des Fernsehens beantwortet, was auch noch in der 1970er-Kohorte in schwächerer Form erkennbar ist. Die vor 1970 Geborenen geben bei diesem Item dagegen eine relativ stabile Bindung an Fernsehen und Radio trotz leichter Bindungsgewinne des Internets an. Bezüglich des Lieblingssenders sprechen die Generationen eine klare Sprache: Je später geboren, desto stärker wurden kommerzielle Sender als Lieblingssender genannt. Der Kohorteneffekt lässt hier keine Trendwende in Zukunft erwarten, trotz leichter Konsolidierung der öffentlich-rechtlichen Sender in den letzten zehn Jahren.

Neue Generation von Mediennutzern?

Erweitert man den Blick vom Umgang mit Medien auch auf andere Tätigkeiten, relativiert sich das zum Teil sehr kohortenspezifische Nutzungsmuster der jüngsten hier betrachteten Kohorte: Auch wenn die in den 1980er Jahren Geborenen besonders viel Zeit mit Medien verbringen und zunehmend dem Internet zugetan sind, verhalten sie sich in ihrer Freizeit im Vergleich zu früheren Generationen ähnlich: Alterseffekte bezüglich Ausgehen, Freunde treffen sowie Sport treiben belegen, dass die heute Jungen ihre Freizeit nicht wesentlich anders verbringen als junge Leute vor zehn, 20 oder 30 Jahren. Insofern bleibt abzuwarten, ob wirklich eine neue Generation von Mediennutzern heranwächst oder ob diese Generation nur in neuer Form, sprich mit veränderter Technologie, die klassischen Medieninhalte (weiter)nutzt.

Anmerkungen:

1) Vgl. Lexis, Wilhelm: Einleitung in die Theorie der Bevölkerungsstatistik. Straßburg 1875; Mayer, Karl Ulrich: Alters-, Perioden- und Kohorteneffekte in der Analyse von Lebensverläufen oder: Lexis ade? In: Ders. (Hrsg.): Lebensverläufe und sozialer Wandel. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 31. Opladen 1990.
2) In einem statistischen Modell sind die Variablen Alter, Kohorte und Periode nicht unabhängig voneinander, da jede dieser Variablen über ein Element der anderen definiert ist. Der Zusammenhang zwischen Alter, Variable und Kohorte wird in dem so genannten Lexis-Diagramm veranschaulicht (vgl. Anm. 1). Detailliertere Ausführungen zur Anwendung des Lexis-Diagramms auf die Daten der Studie Massenkommunikation in: Reitze, Helmut/Christa-Maria Ridder (Hrsg.): Massenkommunikation VIII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964–2010. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 21. Baden-Baden 2011, S. 164ff.
3) Für das Jahr 1964 liegen die Daten nicht in elektronisch verarbeitbarer Form vor und können für eine solche Datenanalyse daher nicht benutzt werden.
4) Die Konsolidierung betrifft die Vereinheitlichung von Antwortvorgaben. Für den Tagesablauf wurde als einheitlicher Zeithorizont 5.00 bis 24.00 Uhr festgelegt. Da die Welle 1974 eine Ausnahme vom Fünfjahresrhythmus bildet, wurde diese zur Vereinfachung auf das Jahr 1975 gesetzt.
5) Je nach Beobachtungsjahr enthalten die Zehnjahreskohorten nicht immer die kompletten zehn Geburtsjahrgänge, da die Beobachtungsjahre im Fünfjahresrhythmus laufen und so im unteren bzw. oberen Altersbereich nur Teile einer Zehnjahreskohorte erfasst werden. Betrachtet man beispielsweise die Kohorte 1980–89 im Jahr 2000, sind hier – da für die Studie Personen erst ab 14 Jahren befragt wurden – nur die Jahrgänge 1980 bis 1986 enthalten.
6) Zudem ist die Berechnung der Einflussfaktoren in einem statistischen Modell mit vielen methodischen Herausforderungen behaftet, die von der Kontrolle intervenierender Variablen bis hin zu Gewichtungsfragen reichen, so dass die Güte der Ergebnisse dieser statistischen Analyse je nach Handhabung Einschränkungen unterliegen kann. Zur Durchführung einer Kohortenanalyse mit statistischen Verfahren vgl. Peiser, Wolfram: Die Fernsehgeneration. Eine empirische Untersuchung ihrer Mediennutzung und Medienbewertung. Opladen 1996.
7) Für die jüngeren Zehnjahreskohorten fallen altersbedingt nur die letzten Untersuchungsjahre in den Betrachtungszeitraum, bei den älteren Kohorten sind durch die Begrenzung auf das Lebensalter 85 Jahre die letzten Untersuchungsjahre nicht dargestellt.
8) Es handelt sich dabei nicht um echtes Altern, da nicht die gleichen Personen in den verschiedenen Erhebungen befragt wurden. Anders als bei einer Panelerhebung ist eine Längsschnittanalyse hier nur durch eine Aggregation auf Geburtskohorten möglich. Dies hat gegenüber der Panelerhebung aber auch den Vorteil, dass es keine Paneleffekte durch wiederholte Befragung und Stichprobenprobleme infolge von Mortalität gibt.
9) Um „runde“ Durchschnittsalter verwenden zu können, wird hier auf die nächste Fünfer- oder Zehnerstelle gerundet. So ist die Kohorte 1980-89 im Jahr 2010 21 bis 30 Jahre alt, wofür das Durchschnittsalter 25 Jahre verwendet wird (mathematisch genau wären es 26 Jahre). Das jüngste hier dargestellte Durchschnittsalter – 15 Jahre – gibt den Altersbereich von 14 bis 20 Jahren an. Um die Altersachse in einheitlichen Abständen darstellen zu können, wurde hier der Fünfjahresabstand beibehalten und als Alter 15 Jahre ausgewiesen.
10) Vgl. Reitze/Ridder (Anm. 2).
11) Berechnungen unter Berücksichtigung aller Nachkommastellen, daher geringfügige Abweichungen zu den Daten in anderen Publikationen, bei denen die Berechnungen auf den gerundeten Werten basieren.
12) Bei den jüngeren Kohorten, die nur über einen kürzeren Zeitraum betrachtet werden können, steigt das Niveau zum Einstiegspunkt der Betrachtung (Durchschnittalter 15 Jahre) von den älteren zu den jüngeren Kohorten deutlich an.
13) Hierin liegt zwar auch ein Alterseffekt, weil der Altersbereich dieser Kohorten in den letzten 15 Jahren – 45 bis 75 Jahre – in den Bereich fällt, in dem die Fernsehnutzung deutlich mit dem Alter steigt. Aber die 1930er-, 1940er- und 1950er-Kohorten übertreffen bezüglich Niveau und Steigerung auch deutlich Gleichaltrige aus früheren Kohorten (Querschnittsperspektive).
14) Vgl. Reitze/Ridder (Anm. 2), S. 65.
15) Vgl. Best, Stefanie/Christian Breunig: Parallele und exklusive Mediennutzung. Ergebnisse auf Basis der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. In: Media Perspektiven 1/2011, S. 16–35.
16) Bei den hier genannten Parallelnutzungen mit dem Internet kann aber analog zur alleinigen Internetnutzung auch ein Alterseffekt darin gesehen werden, dass die Expansion dieser Parallelnutzungen durch eine größere Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Technologien bei Jüngeren bestimmt ist, zusätzlich auch durch eine größere Aufgeschlosssenheit Jüngerer gegenüber einer doppelten Medienzuwendung im Sinne von „Multitasking“.
17) Die methodischen Erwägungen beziehen sich darauf, dass viele Items zur Medienbewertung und Nutzungsmotivation nicht durchgängig oder nicht ohne gravierende Änderungen erhoben wurden. Im Vergleich zur so genannten Inselfrage („Welches Medium würden Sie am liebsten behalten, wenn Sie nur noch eines haben könnten?“) erscheint die Vermissensfrage für den Zeithorizont bis 2010 valider, weil die Inselfrage aktuell durch die aufkommenden hybriden Nutzungsformen an Realitätsnähe verliert.
18) Die Frage lautete 1990/95: „Welches Fernsehprogramm würden Sie am liebsten behalten?“ Ab 2000 war die Frage so formuliert: „Welches Fernsehprogramm ist Ihr Lieblingsprogramm?“