

informationsdienst

alter & forschung

Nachrichten zum demografischen Wandel

Mediennutzung ●

Für manche Ältere fängt mittags schon der Fernsehabend an 3

☞ Fast verdoppelt hat sich in den letzten 25 Jahren das Zeitbudget, das die Menschen für die Mediennutzung aufwenden. Nach den neuesten Zahlen sind es mittlerweile zehn Stunden täglich, die mit Fernsehen, Radio, Zeitung, Zeitschrift, Buch, Internet, CD oder MP3-Player verbracht werden. Und damit scheint sich erneut zu bestätigen, dass - Stichwort Internet - neue Medien die alten zwar verändern, aber nicht verdrängen können. In der Summe erhöhen sie damit den Medienkonsum. Der Faktor Zeit ist auch maßgebend für das Rezeptionsverhalten älterer Menschen: Denn mit dem Austritt aus dem Berufsleben wächst insgesamt das Kontingent an freier Zeit - und die wird mit intensiver Mediennutzung verbracht.

☞ Von dieser Entwicklung profitiert vor allem das Fernsehen: Mit jeder kalendarischen Lebensphase erhöht sich die durchschnittliche Sehdauer und kulminiert mit einem Höchstwert von 288 Minuten täglich bei den ab 70-Jährigen. Parallel dazu schleicht sich der „Fernsehabend“ peu à peu in den frühen Nachmittag hinein. Eingeschaltet werden dabei vorzugsweise informationshaltige Sendungen. Und so ist es nicht verwunderlich, dass die ARD mit ihrem ersten und besonders mit ihren dritten Programmen sowie das ZDF beim älteren Publikum am beliebtesten sind und mit weitem Abstand vor den Privaten liegen. Demgegenüber verliert - auf hohem Niveau - der Hörfunk im Medienset der älteren Generation; ganz deutlich ist das bei den über 70-Jährigen zu beobachten.

☞ Umgekehrt verhält es sich mit der Tageszeitung, deren Attraktivität trotz allgemein sinkender Reichweiten bei den ab 60-Jährigen am höchsten ist. Hier zeigt sich ein ähnliches Nutzungsmuster wie beim Fernsehen: Es sind vorwiegend Informationen aus dem gesellschaftlichen Nahbereich, die interessieren - folglich liegen die Regionalzeitungen mit ihren vielen lokalen Nachrichten und Berichten bei den Älteren ganz klar vorn. Unterdurchschnittlich gelesen werden Kaufzeitungen wie die „Bild“, aber auch Qualitätszeitungen wie die „Süddeutsche“ oder die „Frankfurter Allgemeine“.

☞ Gegenüber der intensiven Nutzung von Fernsehen, Zeitungen und - mit Abstrichen - dem Hörfunk fällt das Interesse der Älteren am Internet signifikant ab. Nach den aktuellen Zahlen der ARD/ZDF-Onlinestudie sind inzwischen 20,3 Prozent der ab 60-Jährigen im Netz, wobei das vorhandene Einkommen und die Bildung eine große Rolle spielen. Und: Die meisten Online-Verweigerer finden sich nach wie vor unter den älteren Frauen.