

AWA 2019

Zur Zukunft des Lesens

Dr. Johannes Schneller

Institut für Demoskopie Allensbach

Der tiefgreifende Wandel der Mediennutzung verändert die Lesepraxis

- Wir erleben einen andauernden dynamischen Veränderungsprozess der Nutzungsmuster und der Beziehungen zu den Medien.
- Das Internet gewinnt an Bedeutung als Nachrichtenmedium und als Medium der gezielten Information. Das bisher habituell geprägte Informationsverhalten wird zunehmend spontaner. Es ist heute stärker von Situation und Anlass geprägt.
- Die Dynamik der Veränderung ist vor allem in der jungen Generation außerordentlich hoch.
 - ➔ Dadurch sind generationsspezifische Informations- und Kommunikationskulturen entstanden.
- In diesem Zusammenhang ist wichtig zu klären: Inwieweit handelt es sich um Präferenzen und Verhaltensweisen der jungen Generation, die an das Alter gebunden sind und sich mit dem Älterwerden verlieren, und inwieweit um Veränderungen, die von der Jugend nur rascher und dynamischer aufgegriffen werden als von der übrigen Bevölkerung?

Generell Enthabitualisierung der Information

"Heutzutage muss man sich nicht mehr täglich über das aktuelle Geschehen informieren. Durch das Internet kann man Informationen jederzeit bekommen, wenn man sie gerade braucht oder sie einen interessieren."

Bevölkerung insgesamt

41 %

Altersgruppen

16- bis 29-Jährige

62

30- bis 44-Jährige

58

45- bis 59-Jährige

39

60-Jährige und Ältere

19

Mitglieder sozialer Netzwerke

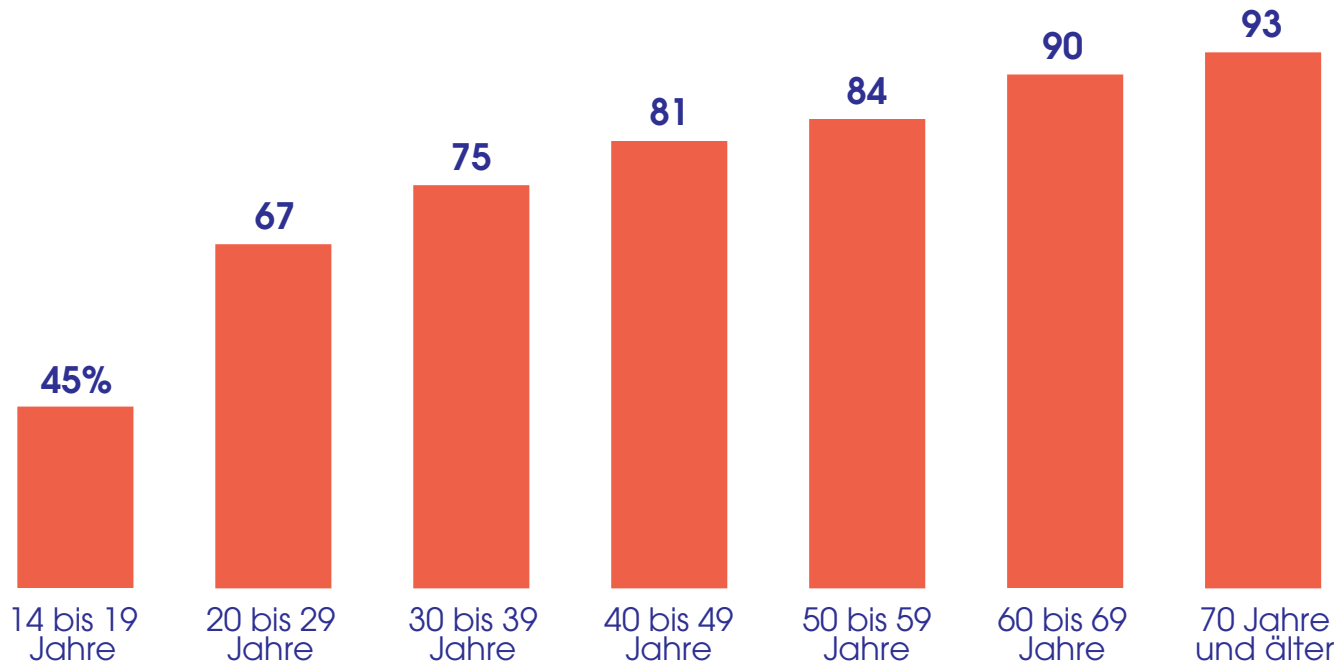
52

Intensive Nutzer sozialer Netzwerke zur Information

63

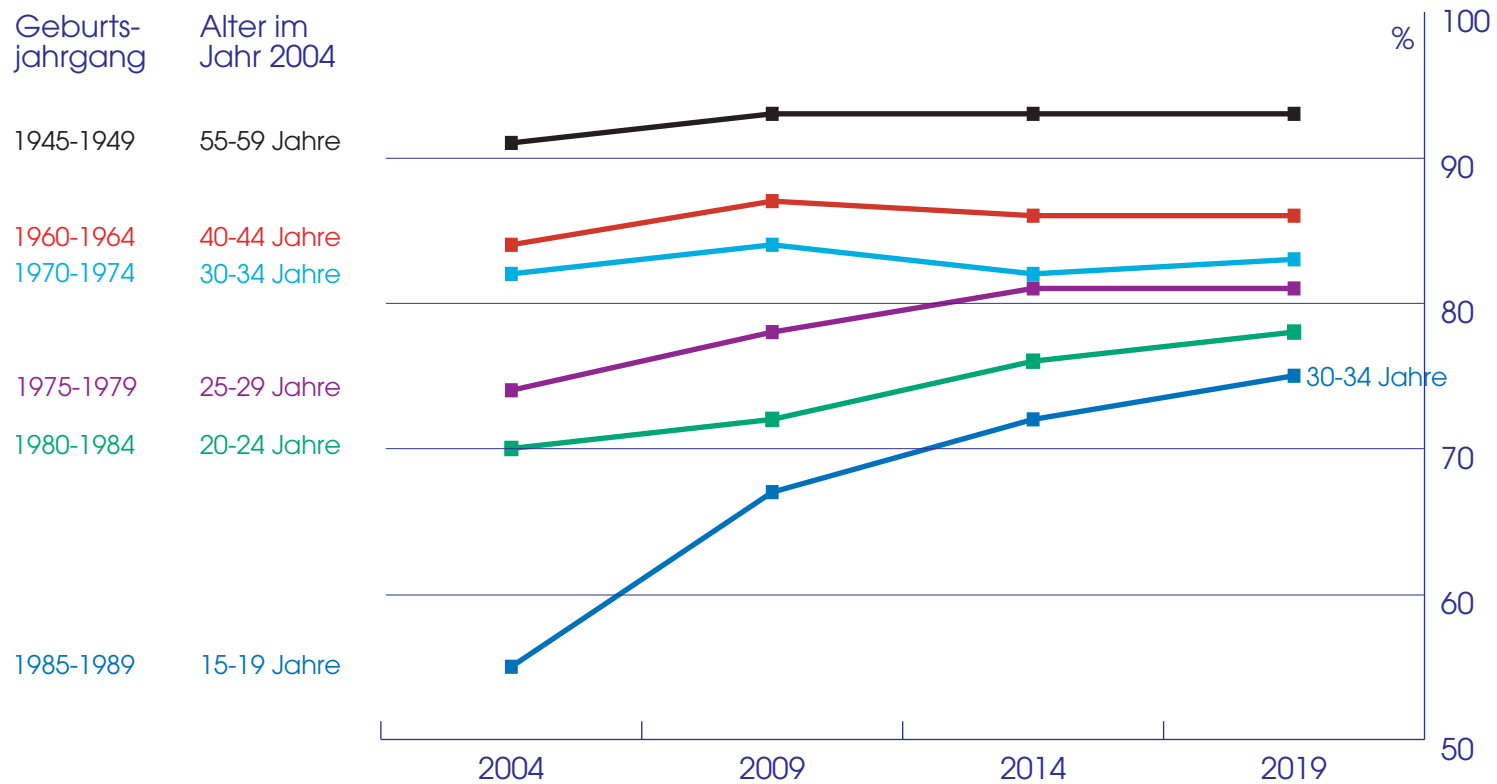
Die Folge: Für einen wachsenden Teil der Jüngeren ist der tägliche Nachrichtenkonsum nicht mehr die Regel

Es haben sich gestern über das aktuelle Geschehen informiert



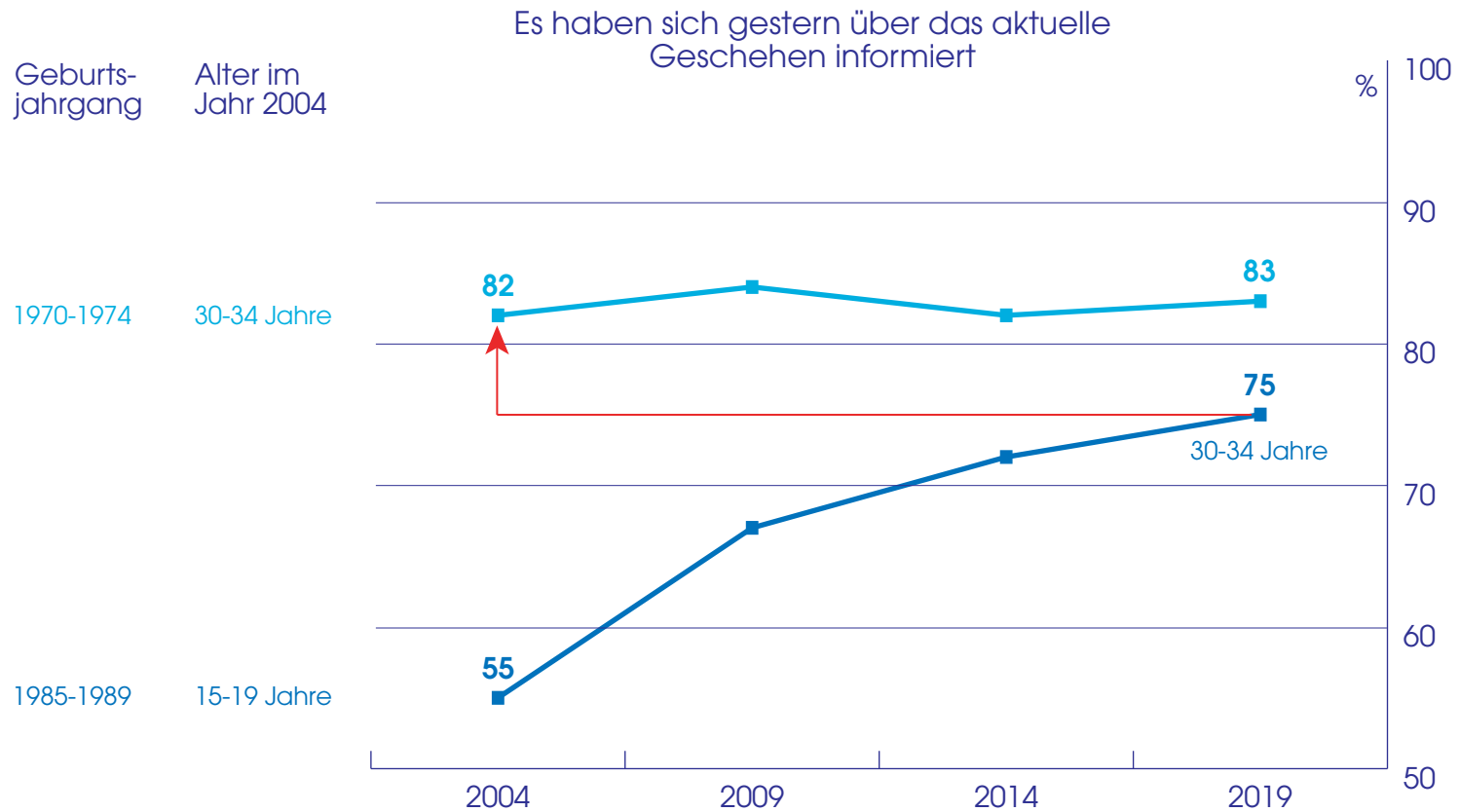
Tagesaktuelle Information bei verschiedenen Geburtskohorten

Es haben sich gestern über das aktuelle Geschehen informiert



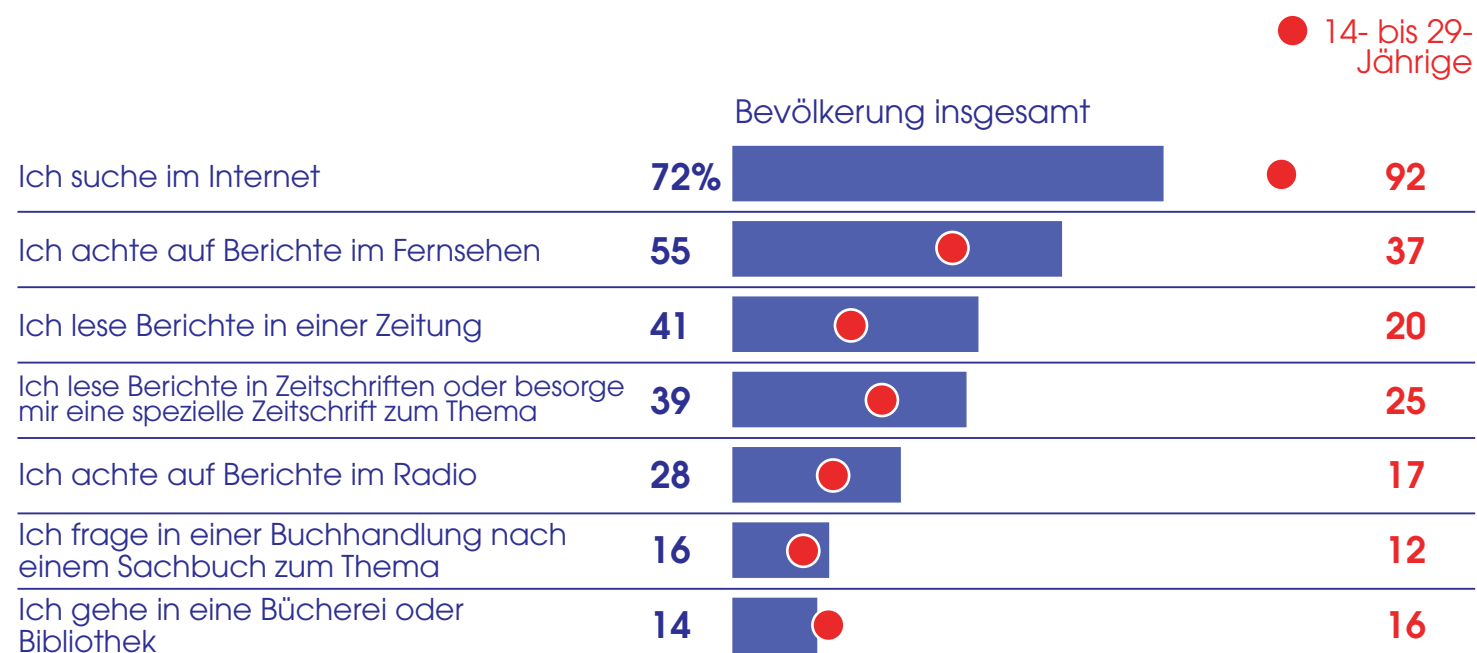
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2019

Lebensphasen- oder Kohorteneffekt?



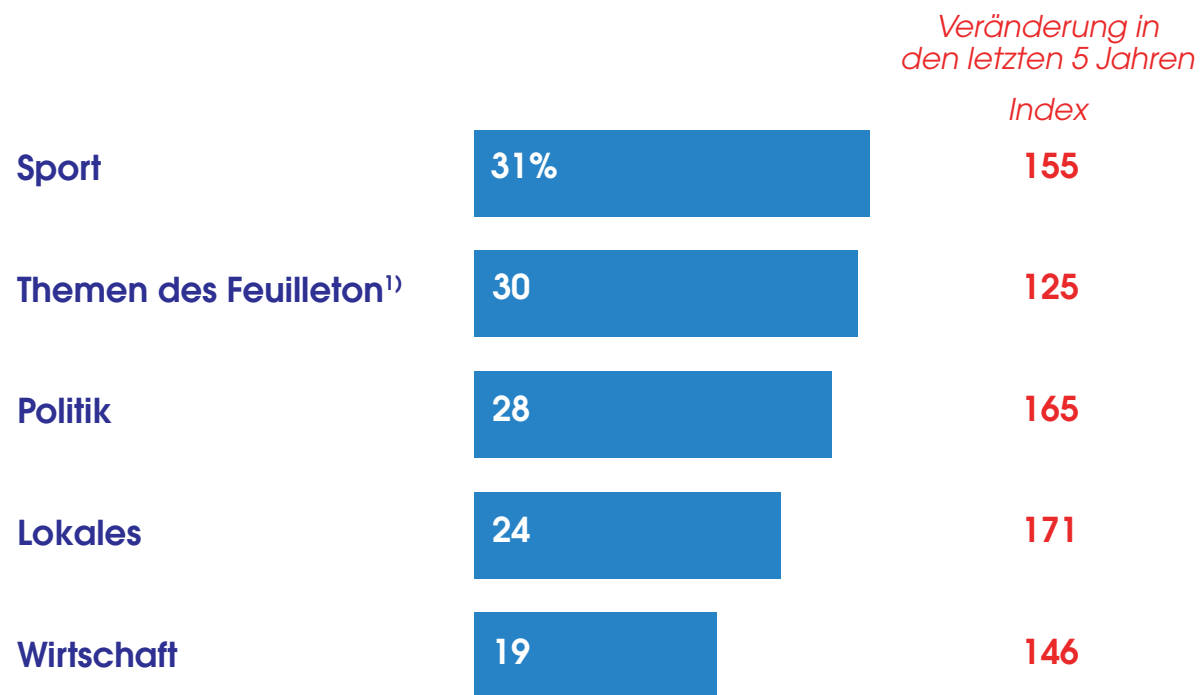
Generationspezifische Unterschiede auch bei der gezielten Informationssuche

Was man normalerweise macht, wenn man sich über etwas näher und umfangreicher informieren möchte



Information zu den persönlichen Interessen aus dem Internet

Anteile der Themen-Interessierten, die sich dazu häufiger im Internet informieren oder sich mit anderen dazu im Internet austauschen

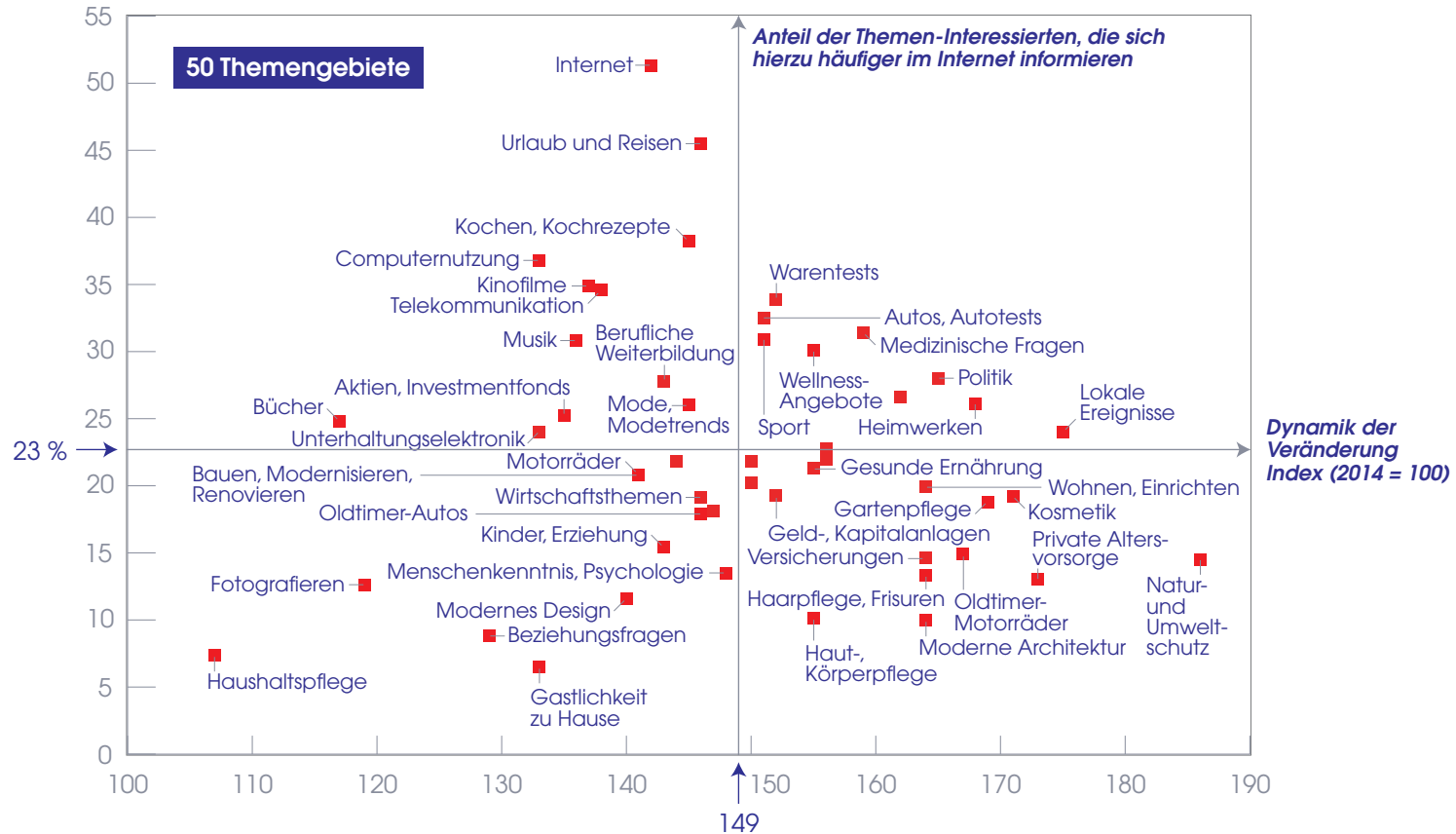


1) Bücher, Kunst- und Kulturszene, Modernes Design, Moderne Architektur

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 2014 und AWA 2019

4322/11.7.2019
© IfD-Allensbach

Für die Information zu allen Themen, die persönlich interessieren, gewinnt das Internet an Bedeutung



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2019

Nur für wenige der Jüngeren ist die Möglichkeit der ausführlichen Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften ein Grund zur Freude

Ich freue mich, ab und zu mal ganz in Ruhe und ausführlich eine Zeitung oder Zeitschrift zu lesen

Bevölkerung insgesamt

50%

Altersgruppen

16- bis 29-Jährige

17

30- bis 44-Jährige

40

45- bis 59-Jährige

57

60-Jährige und Ältere

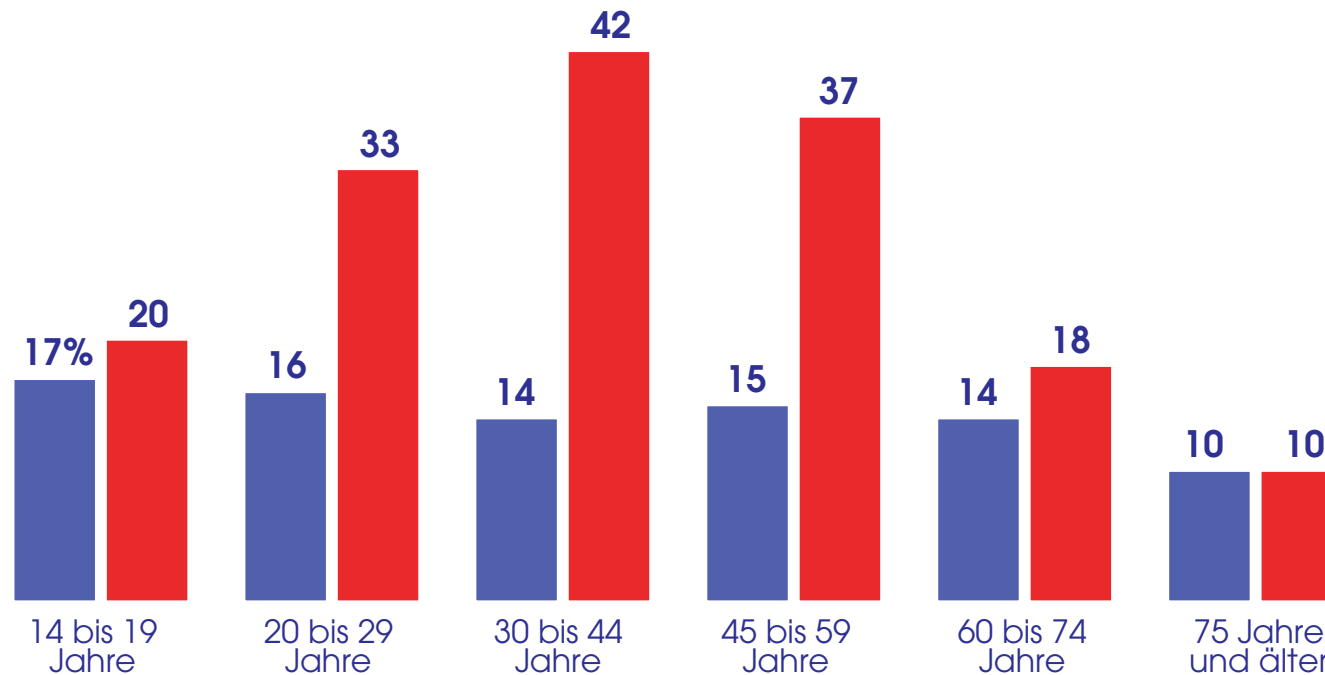
70

Heute fehlt vor allem der mittleren Generation die Zeit zum Lesen

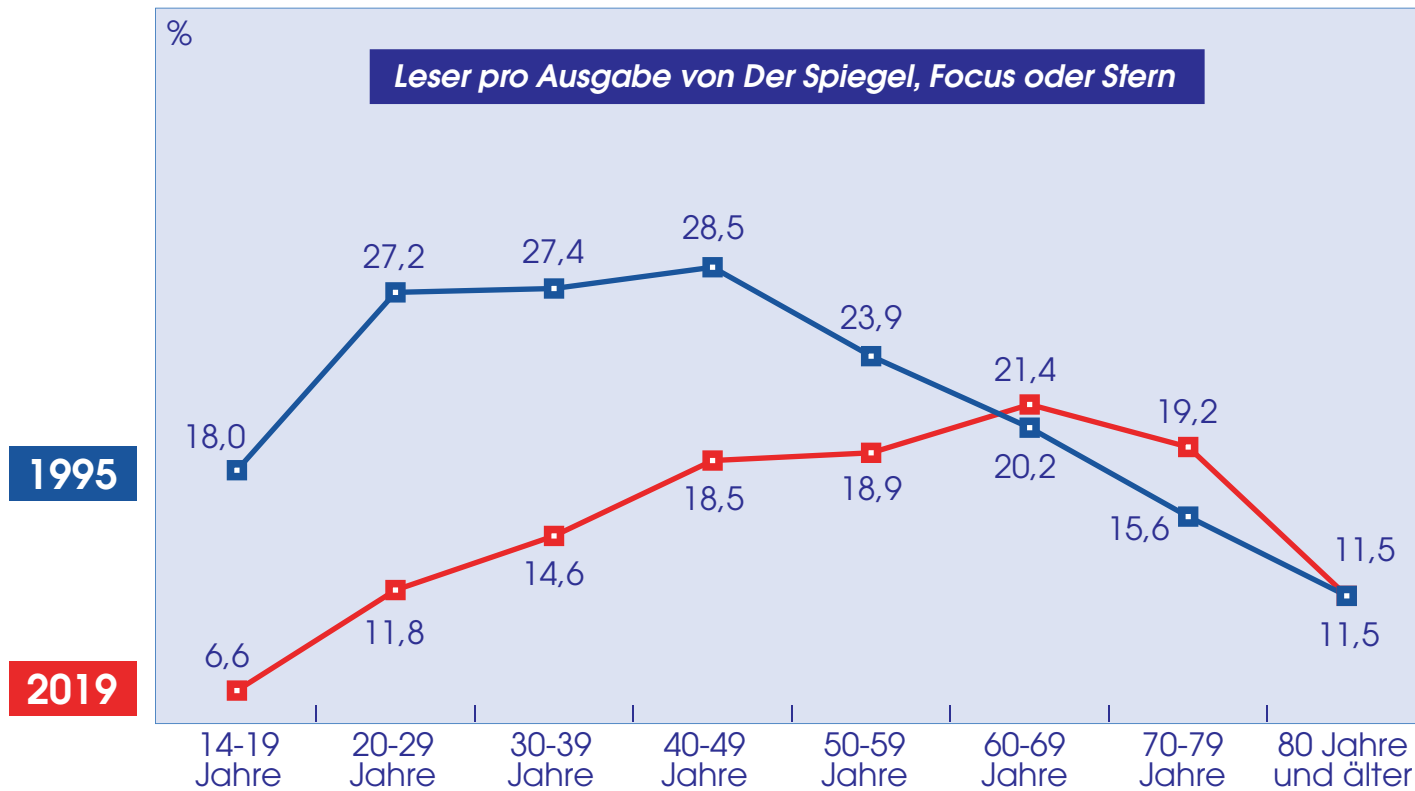
Es würden gerne mehr lesen, haben aber im Moment nicht genug Zeit dafür

2005

2019



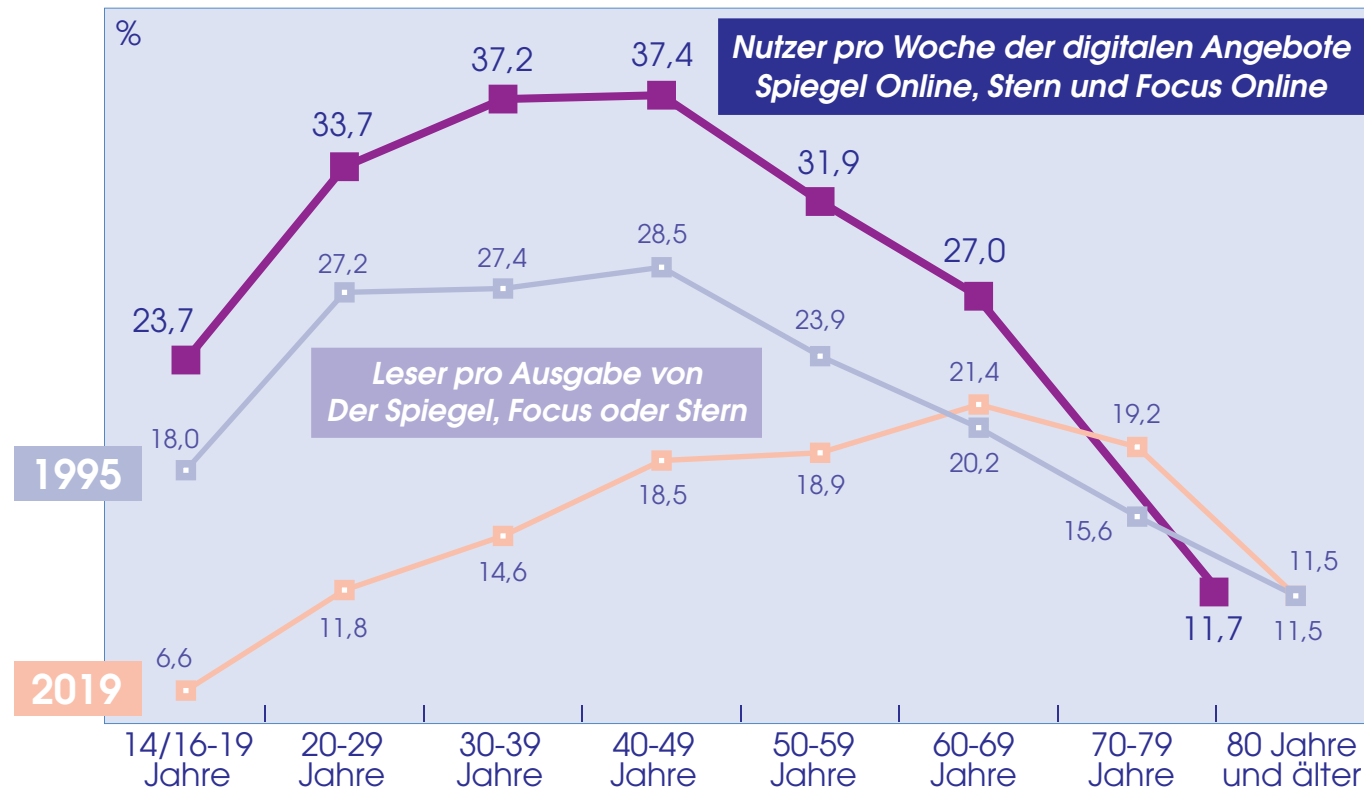
Lektüre der gedruckten Ausgaben der Wochenmagazine: deutliche Verschiebung der Altersschwellen



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 1995 und AWA 2019

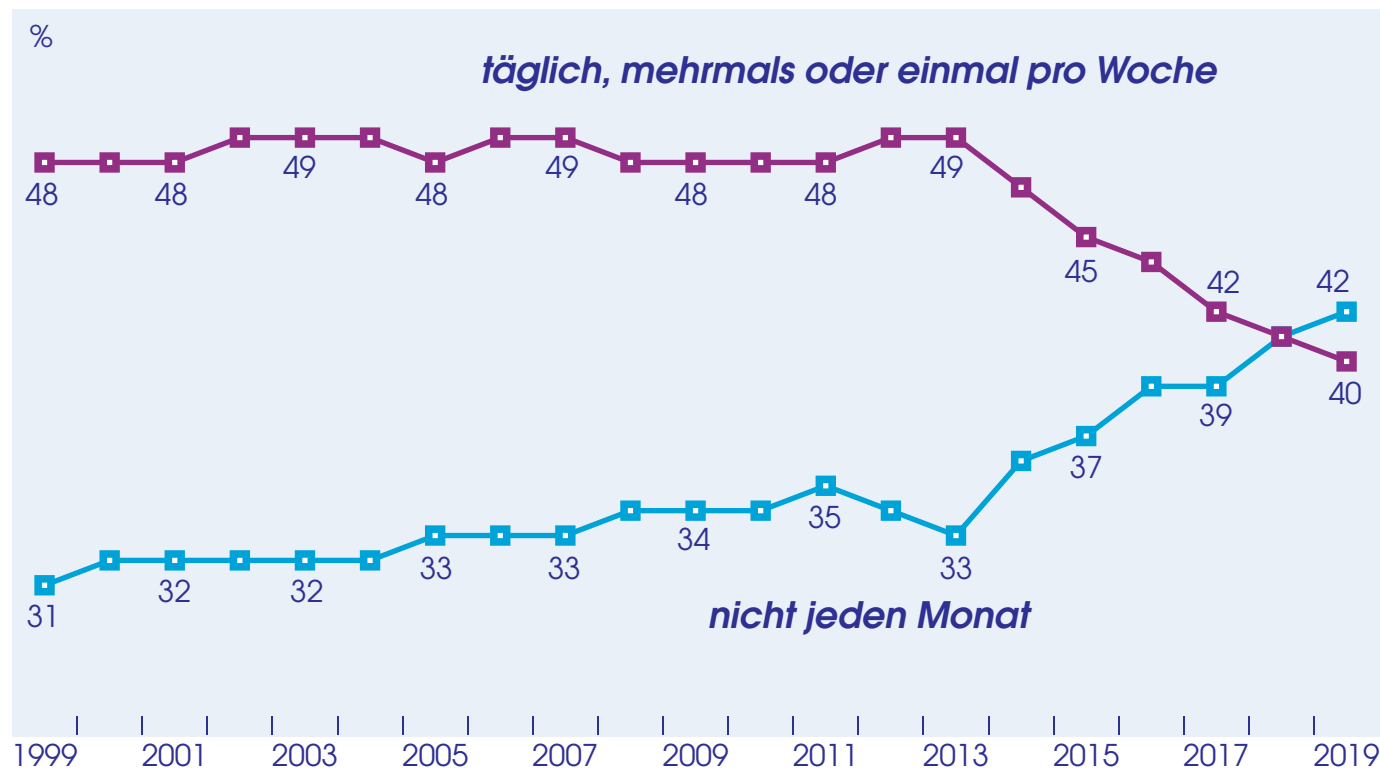
4303/11.7.2019
© IfD-Allensbach

Bei den unter 70-Jährigen ist die Wochenreichweite der digitalen Angebote heute deutlich größer als die Printreichweite



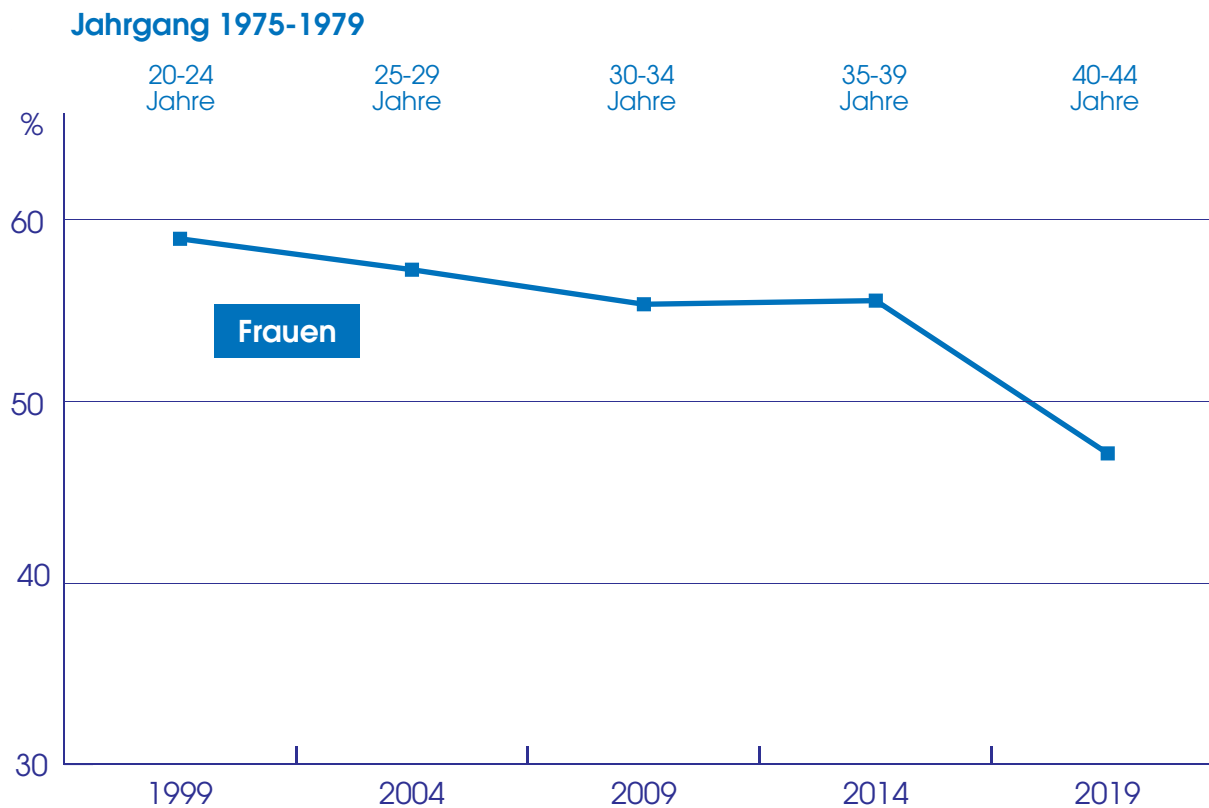
Nach 2013 deutlicher Rückgang der regelmäßigen Buchlektüre

Es kommen dazu, ein Buch zu lesen . . .



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2019

Rückgang der regelmäßigen Buchlektüre bei den 1975 bis 1979 Geborenen

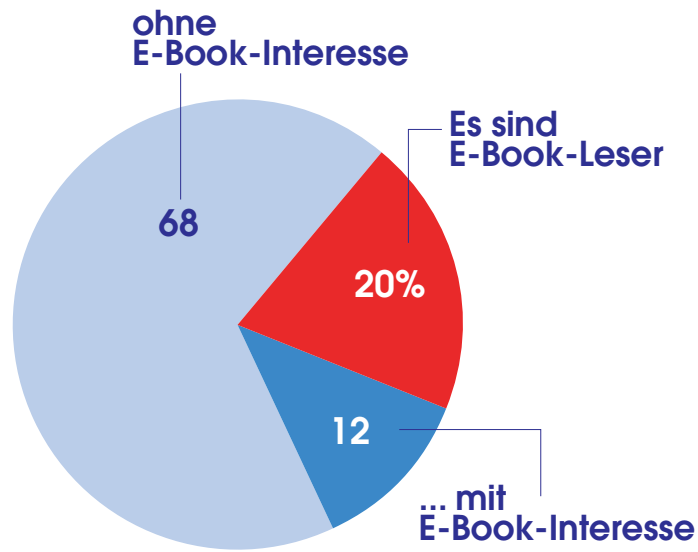


Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2019

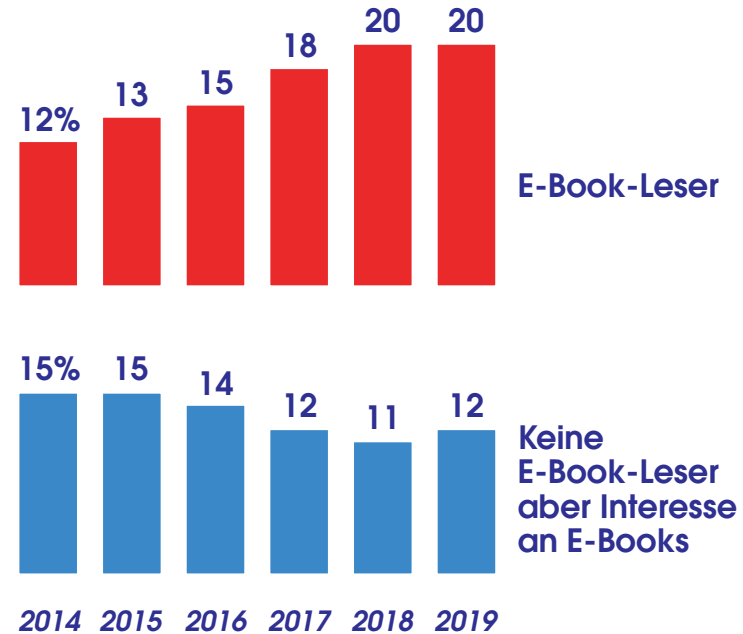
Keine Anzeichen für eine rasche Ausweitung der Lektüre von E-Books

Regelmäßige Buchleser

Es lesen keine E-Books...



2019



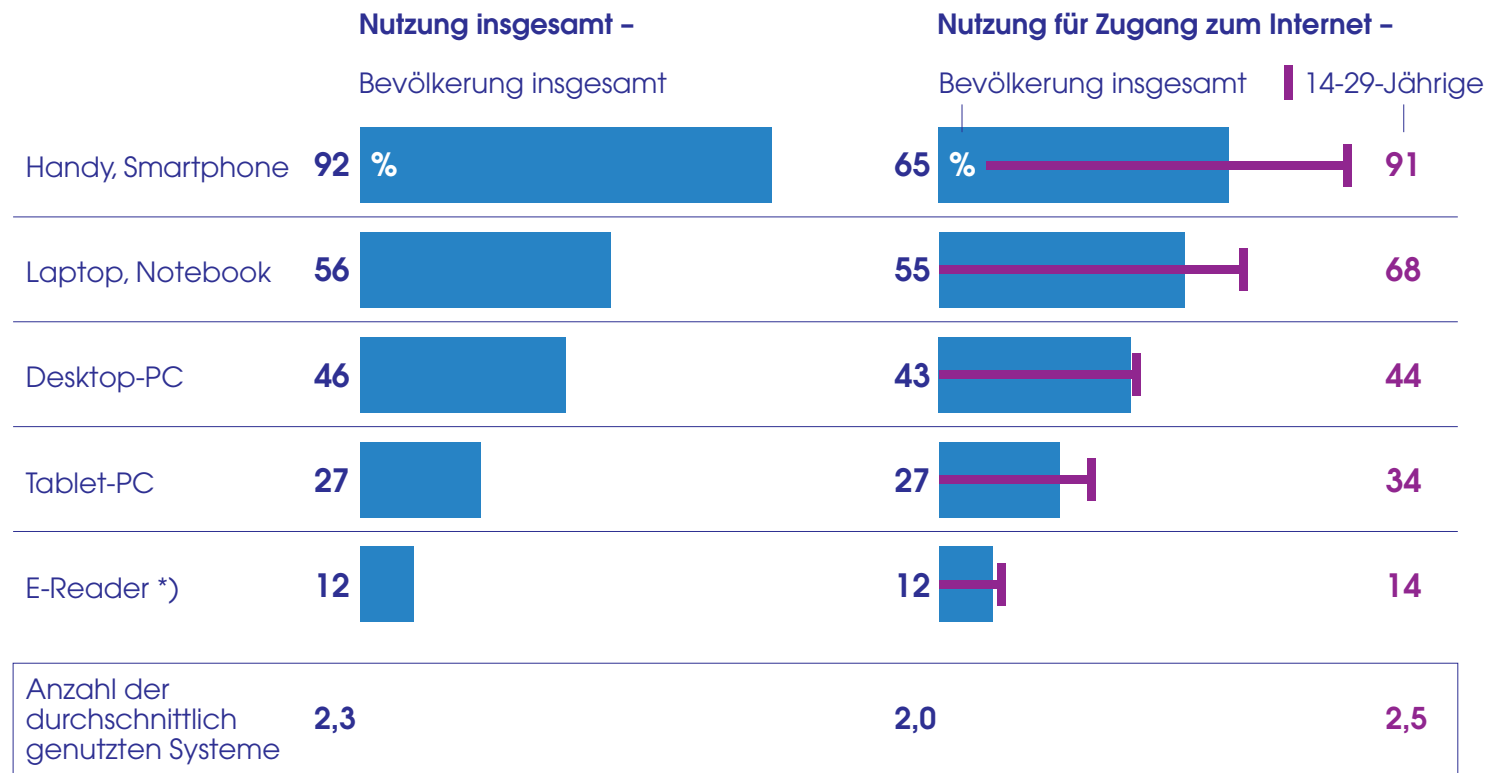
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre;
regelmäßige Buchleser (mindestens einmal pro Woche)
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 2014 bis AWA 2019

0920/11.7.2019
© IfD-Allensbach

Bildschirmlektüre - die Digitalisierung der Lesepraxis

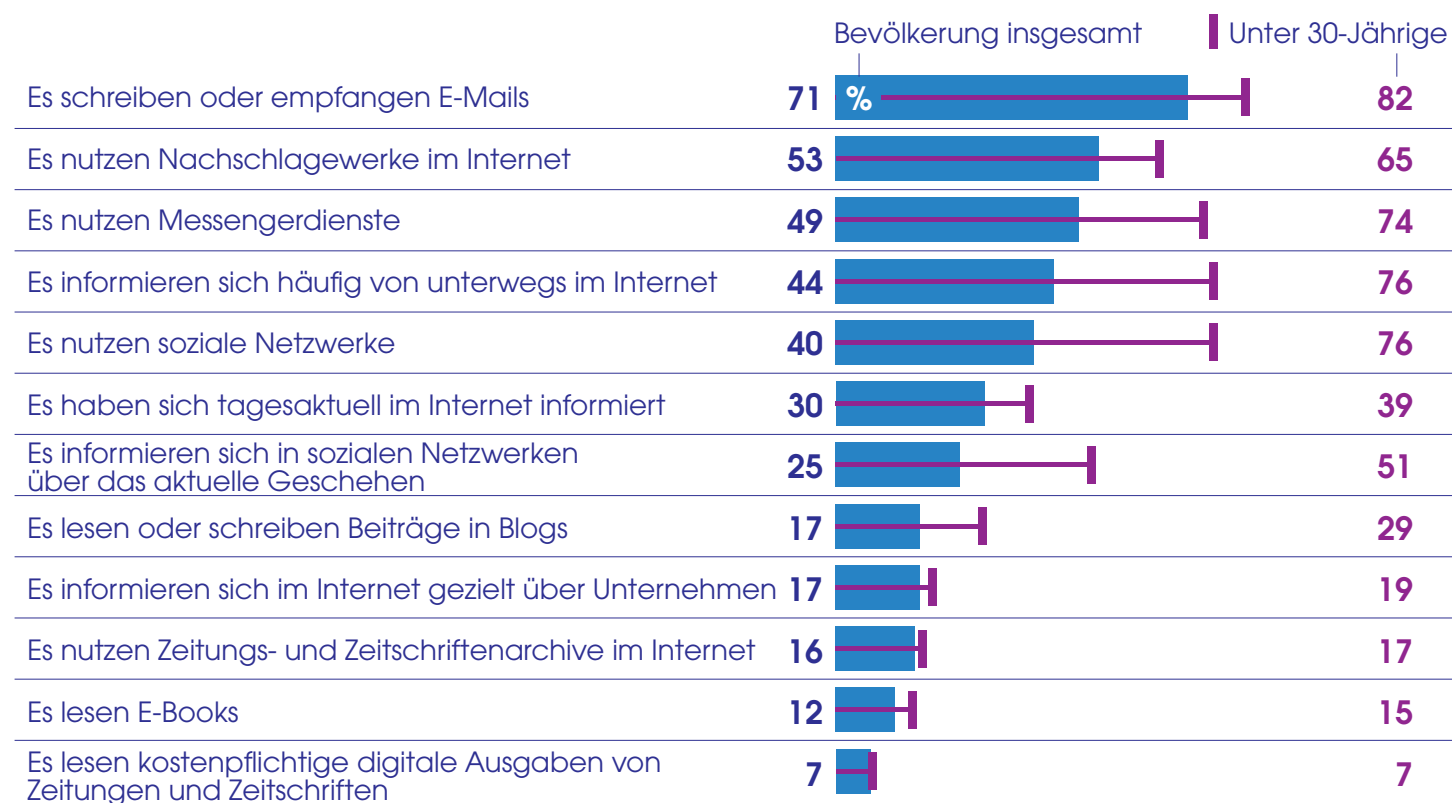
- Die Ausstattung mit Bildschirmsystemen für das digitale Lesen ist hoch. 94 Prozent der Bevölkerung nutzen ein textfähiges System, 83 Prozent ein System mit Internetverbindung.
- Die Bandbreite der digital genutzten Texte ist groß. Große Teile der Lektüre finden an Bildschirmen statt, mit steigender Tendenz.
- Die Mehrheit der Bevölkerung zieht bei längeren Texten die Printversion vor. Aber der Anteil derer, die sich mit dem Lesen am Bildschirm arrangieren, steigt.
- Bei dieser Entwicklung geht die junge Generation als Avantgarde voran; die mittleren Altersgruppen folgen rasch.
- Das Leseerlebnis am Bildschirm und auf Papier wird unterschiedlich beurteilt. Viele Erfahrungen und Einschätzungen der Leser spiegeln sich in den Ergebnissen der Forschung zur Veränderung des Lesens.

Welche Bildschirm-Systeme stehen zur Verfügung, welche werden auch für die Internetnutzung verwendet?



*) Besitz

Vielfältige Nutzung von Texten am Bildschirm



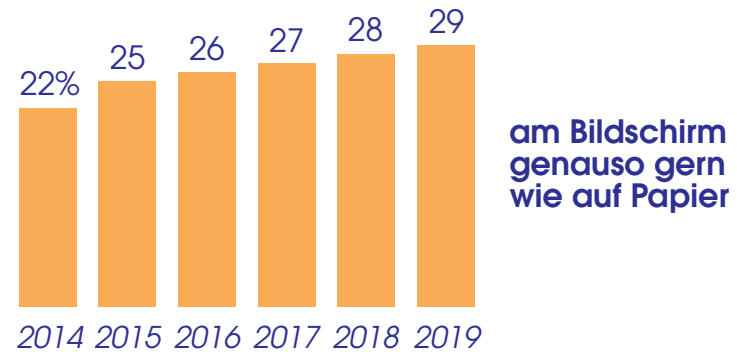
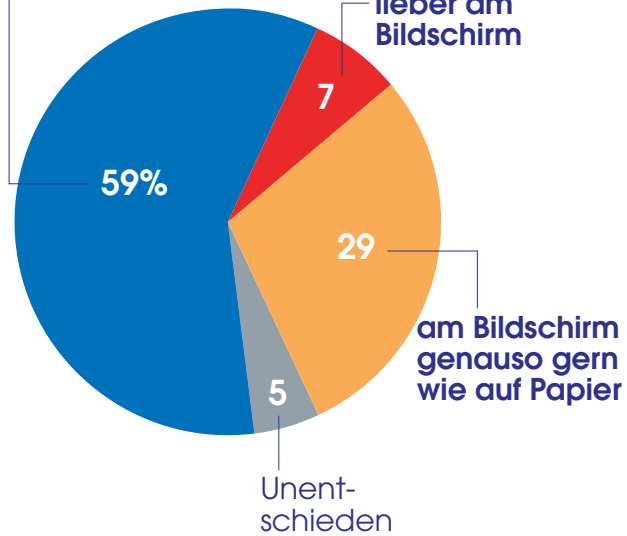
➔ Der Anteil der intensiven Internetnutzer (mehrmals täglich) hat in den letzten 5 Jahren von 36 auf 58 Prozent zugenommen, bei den unter 30-Jährigen von 62 auf 85 Prozent

Die Mehrheit der Bevölkerung zieht die Printversion vor

Frage: "Lesen Sie längere Texte lieber auf Papier, oder lieber am Bildschirm, oder macht das für Sie keinen Unterschied?"

Es lesen längere Texte -

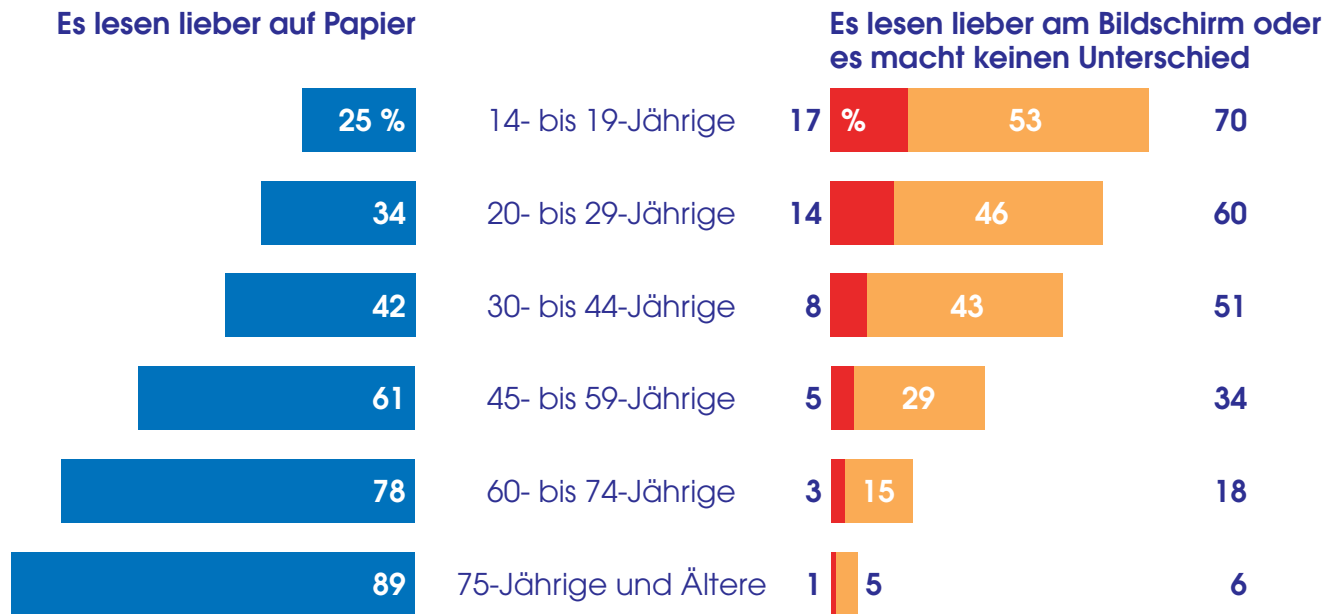
lieber auf Papier



Gegensätzliche Präferenzen der Jüngeren und Älteren

"Lesen Sie längere Texte lieber auf Papier, oder lieber am Bildschirm, oder macht das für Sie keinen Unterschied?"

■ Lieber am Bildschirm
■ Macht keinen Unterschied



Zu 100 fehlende Prozentpunkte: Unentschieden

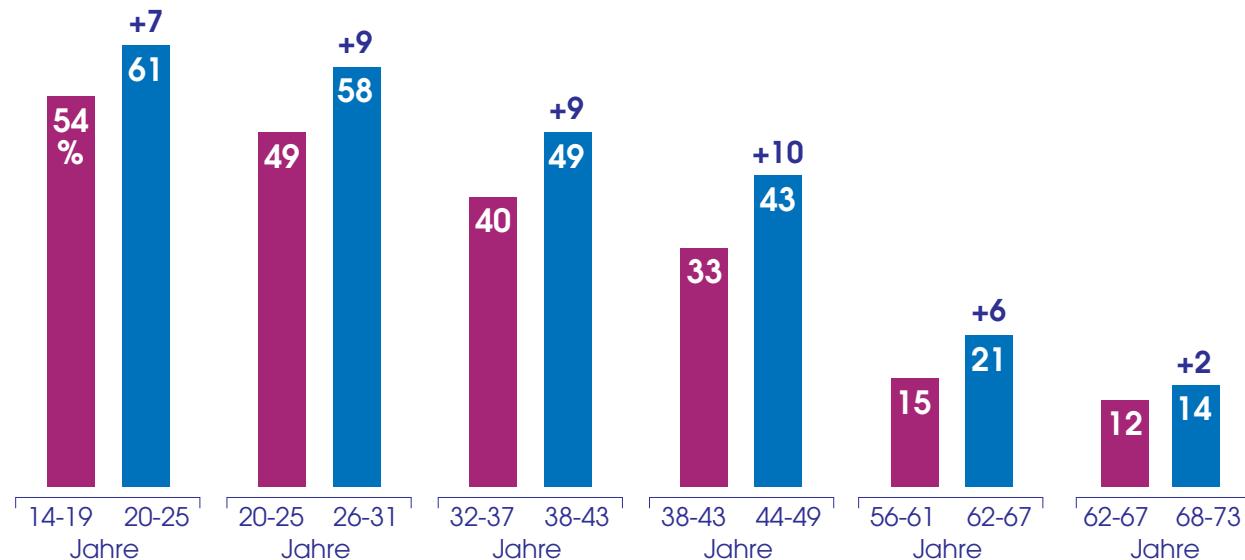
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2019

4301/11.7.2019
 © IfD-Allensbach

Die hohe Bereitschaft der Jüngeren, auch längere Texte am Bildschirm zu lesen, ist nicht an die Lebensphase gebunden

Es lesen längere Texte am Bildschirm lieber oder genau so gerne wie auf Papier

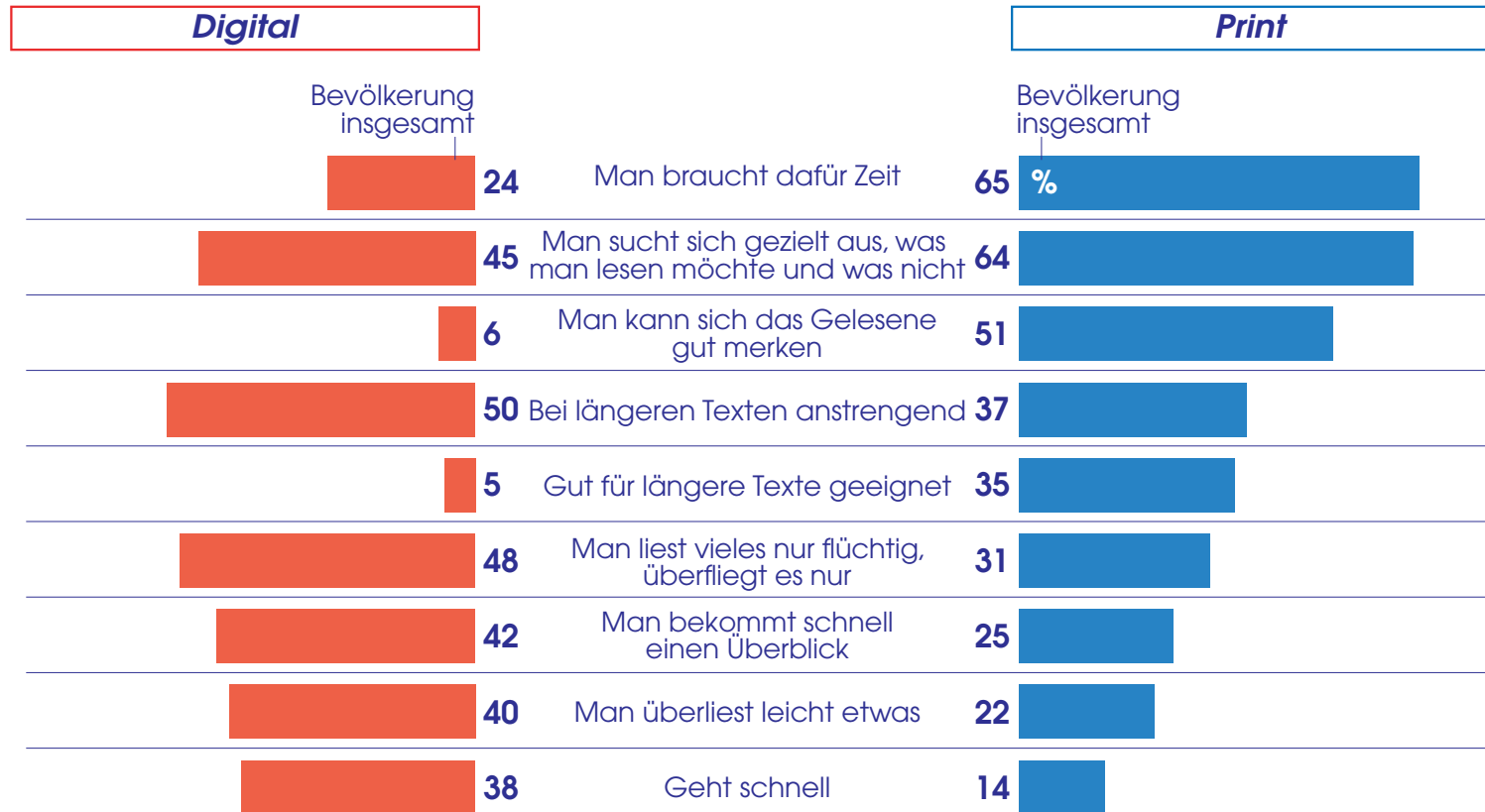
Geburtskohorte	1994-1999	1988-1993	1976-1981	1970-1975	1952-1957	1946-1951
Messzeitpunkt	2013 2019	2013 2019	2013 2019	2013 2019	2013 2019	2013 2019



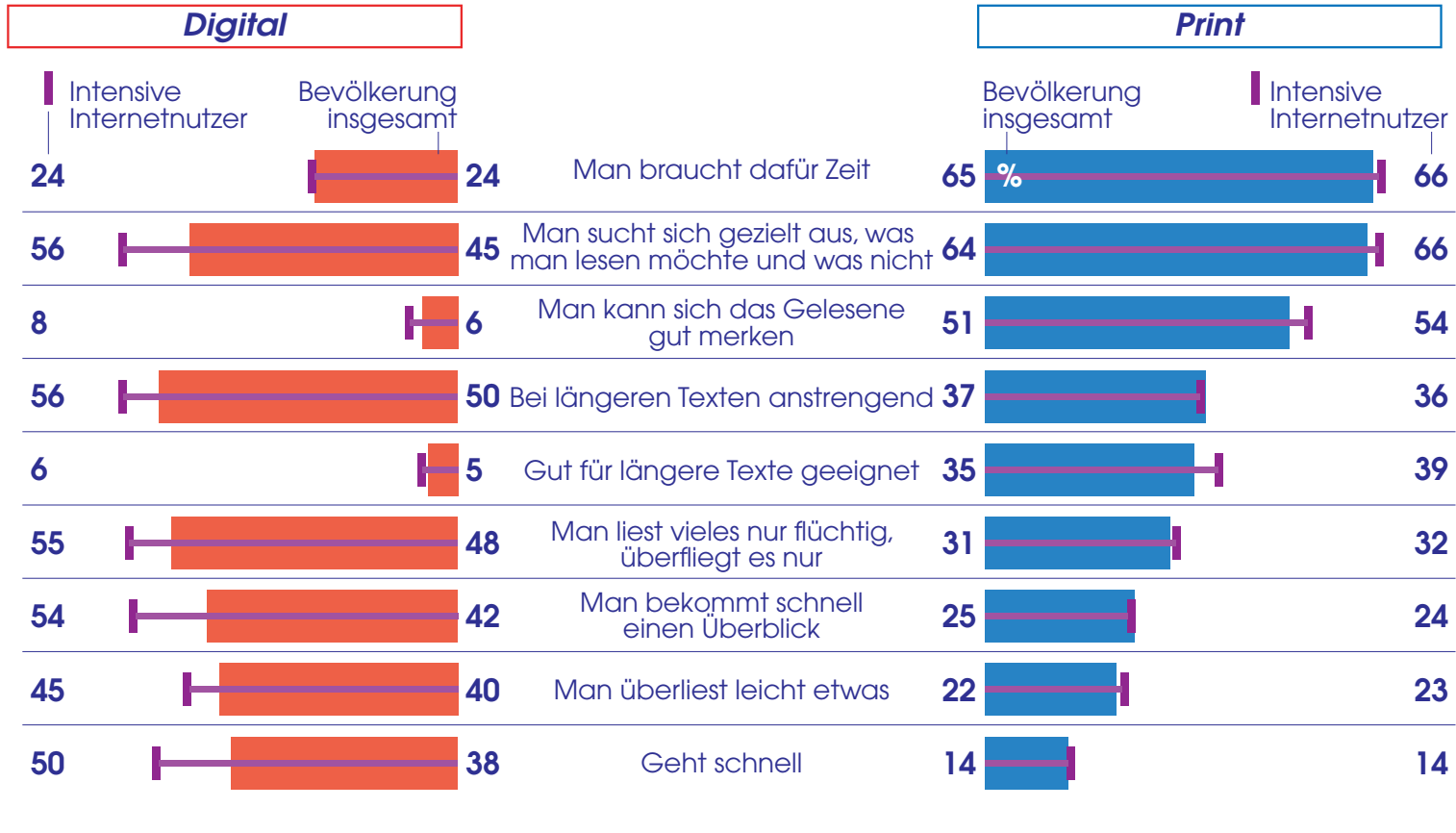
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre
 Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 2013 und AWA 2019

Unterschiedliches Leseerlebnis print und digital

Print wird als zeitintensiv, digitales Lesen als anstrengend empfunden

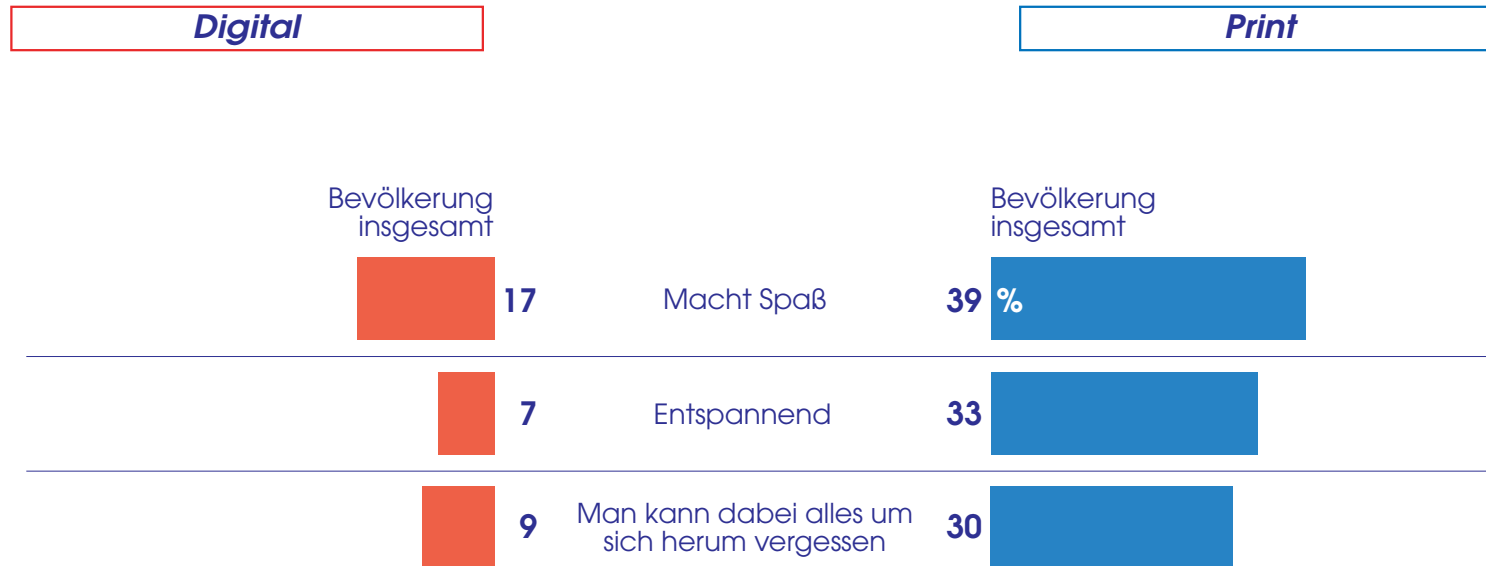


Intensive Internetnutzer beurteilen das Leseerlebnis von Print nicht anders als die Bevölkerung insgesamt

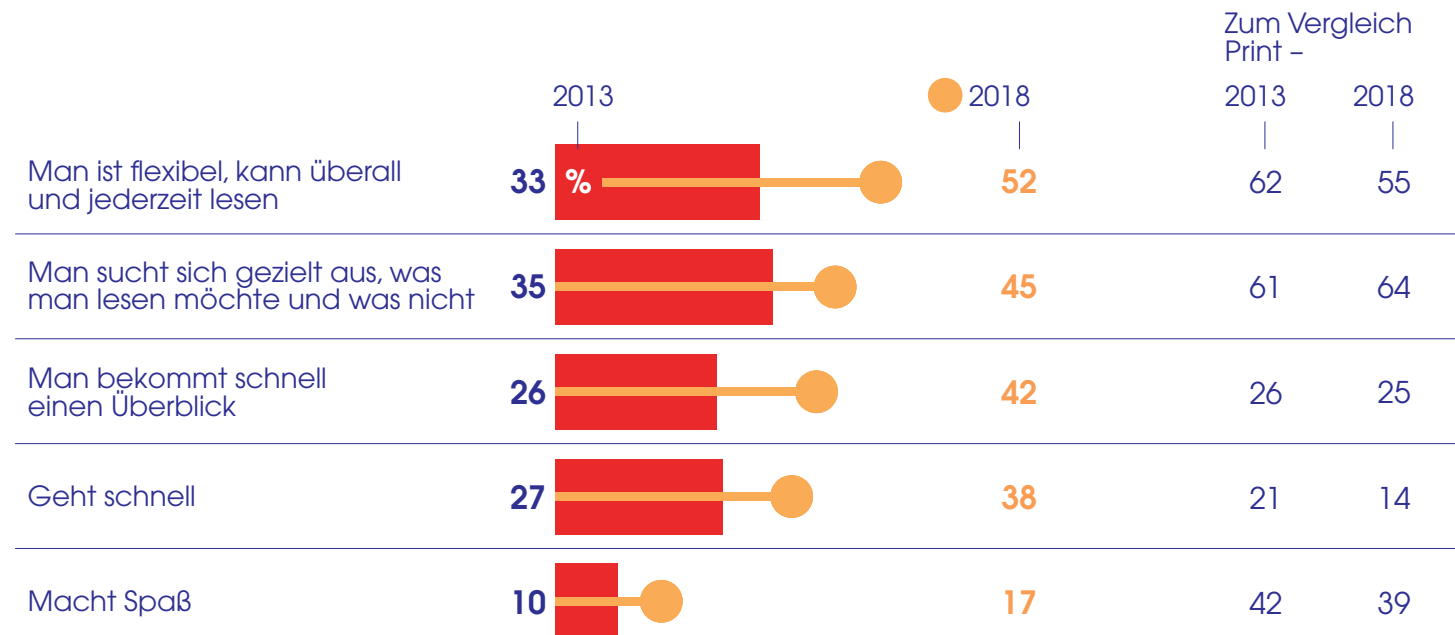


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 3453

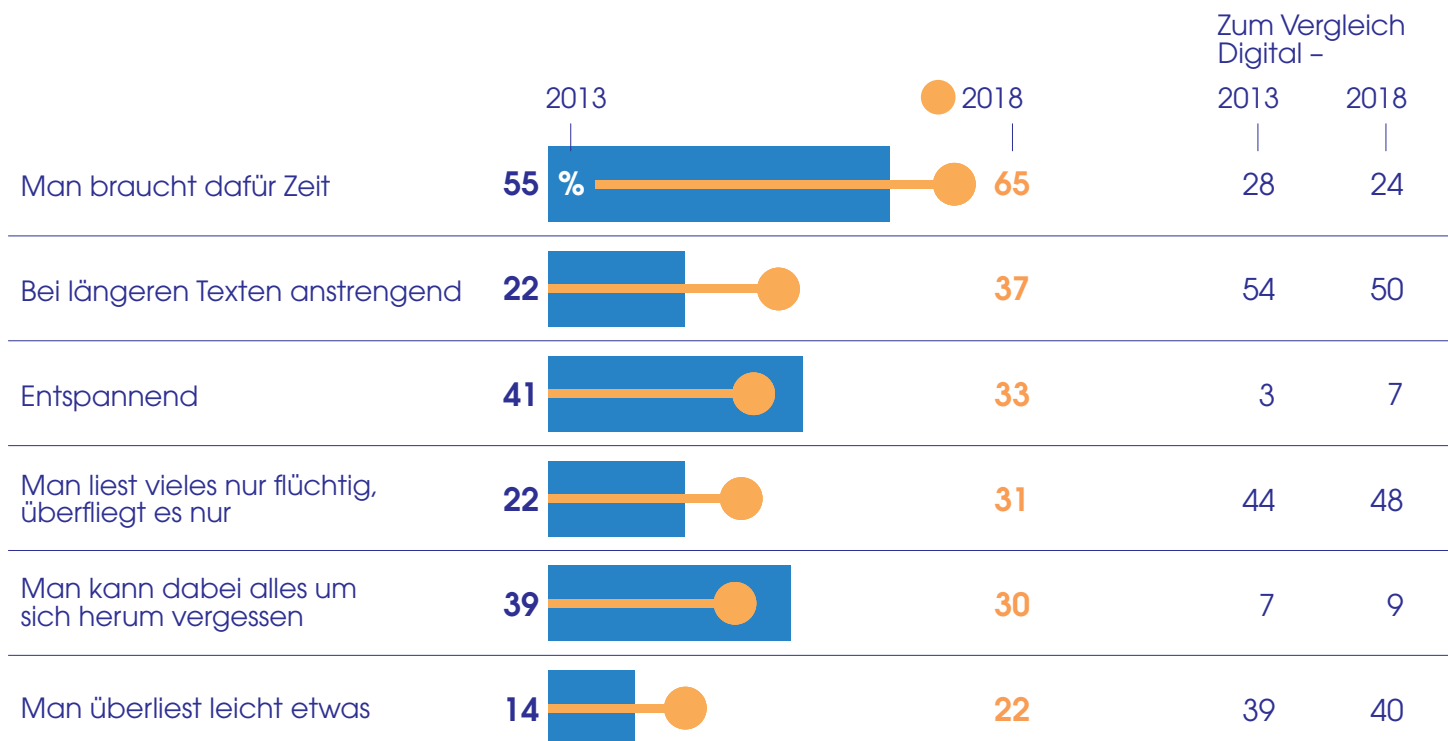
Stärkere Erlebnisse beim Lesen auf Papier



Veränderte Assoziationen zum digitalen Lesen



Veränderte Assoziationen zum Lesen auf Papier



Weitgehend unveränderte Wahrnehmung zentraler Vorteile des Lesens auf Papier

