

Kommunikationsverhalten verschiedener Altersgruppen

Alexander Bias, Daniel Güthle & Friedrich Hoermann

Universität Ulm

Theoretischer Hintergrund

Bisherige Befunde für genau unser Themengebiet konnten wir leider keine finden. Wir fanden aber die NONLINER-Studie (Untersuchung von TNS Emnid, herausgegeben in Zusammenarbeit mit der Initiative D21), welche die Internetnutzung in Deutschland jährlich untersucht und detailliert aufschlüsselt. Laut dieser Studie steigt das Durchschnittsalter der „Onliner“ in Deutschland (Personen, die regelmäßig online sind oder die Möglichkeit dazu haben) zwar ständig, nämlich auf 38,5 Jahre im Jahr 2004, es zeigt sich jedoch nach wie vor ein deutliches Gefälle beim Anteil der Onliner in den verschiedenen Altersschichten. D.h. junge Menschen sind überdurchschnittlich online, ältere Menschen dagegen unterdurchschnittlich im Internet unterwegs.

Wir fanden auch die JIM-Studie (herausgegeben vom Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest), welche im jährlichen Turnus eine Basisstudie zum Umgang von 12- bis 19-Jährigen mit Medien und Information durchgeführt. In der letztjährigen Ausgabe kann man lesen, dass inzwischen 90 Prozent der besagten Jugendlichen (mindestens) ein Handy haben und dass monatlichen Rechnungen bei Jungs 20,81 EUR, bei Mädchen 14,23 EUR betragen. Dies lässt auf eine rege Nutzung des Handys schließen. Da wir aber weder aus der NONLINER-Studie einen Rückschluss auf den Umfang der Nutzung des Internets herauslesen können, noch die JIM-Studie etwas über etwaige Präferenzen zwischen Handy und Telefon aussagt, führten wir diese Studie durch.

Hypothesen

- Bei einem Schnitt durch die heutige Gesellschaft nutzen ältere Personen (definiert durch das Alter) eher klassische Kommunikationsmittel (Brief, Festnetztelefon), jüngere Personen eher moderne Kommunikationsmittel (Mobiltelefon, SMS, E-Mail, Instant Messenger).
- Unabhängig vom Alter werden für persönliche Kontaktierungen (z.B. Glückwünsche) die klassischen Kommunikationsmittel gegenüber den modernen bevorzugt.

Methode

Überblick

Unsere Studie bezieht sich auf das gesamte Altersspektrum und will nach Möglichkeit auch eine Aussage über die Grundgesamtheit treffen. Dazu haben wir Personen aller Altersgruppen in die Befragung mit einbezogen. Die Untersuchung wurde als Fragebogenumfrage durchgeführt, welche sowohl in Papierform wie auch in identischer Form im Internet bereitgestellt wurde. Wir verwendeten beide Versionen um sowohl „Onliner“ wie auch „Offline“ zu erreichen.

Kommunikationsverhalten

Im Rahmen der Vorlesung Medienpsychologie und -pädagogik der Uni Ulm führen wir eine kleine Studie zur Nutzung von Kommunikationsmedien durch. Hierzu möchten wir Sie bitten, die folgenden Fragen zu Ihrem Kommunikationsverhalten zu beantworten. In diesem Fragebogen gibt es keine richtigen und falschen Antworten. Da Menschen sehr unterschiedlich sind und unterschiedliche Verhalten aufweisen, können auch die Antworten sehr unterschiedlich ausfallen. Wir möchten Sie bitten, alle Fragen vollständig und wahrheitsgemäß zu beantworten. Selbstverständlich werden Ihre Angaben nicht an Dritte weitergegeben und auch sonst völlig anonym behandelt.

Hinweise:

- Als Instant Messenger werden PC-Programme wie ICQ, AIM, Yahoo Messenger, IRC zusammengefasst.
- Bei den Angaben zur Briefpost berücksichtigen Sie bitte keine Werbestpost etc., sondern nur persönliche Briefe.

[Umfrage starten](#)

Abbildung 1: Erste Seite der Onlinebefragung

Stichprobe

Die Gesamtstichprobengröße betrug 326 Teilnehmer. Der Online-Teil beträgt 275 Personen, der Offline-Teil 51 Personen. Davon waren drei viertel männlich und ein viertel weiblich (Abbildung 3). Ebenfalls zeigt sich, dass das Alter ungleich verteilt ist. Der Umfang des Alters geht von 15 bis 75 Jahren, jedoch liegt der Median bei 22, der Mittelwert bei 25,8 (Abbildung 2). Beide Auffälligkeiten ließen sich durch den großen Erfolg der Online-Version des Studien-Fragebogens erklären, da diese überwiegend von jungen und männlichen Menschen ausgefüllt wurde.

Ergebnisse

Da es galt, das Alter der Menschen mit deren Kommunikationspräferenzen in Verbindung zu bringen, musste die Stichprobe nach dem Alter gesplittet werden. Wir wählten die Grenze bei 26 Jahren, da dieses Alter dem Mittelwert der Stichprobe entspricht. Die eigentlich logische Trennung beim Median (22 Jahre) kam für uns aus dem Grund nicht in Frage, da die Menschen mit 26 Jahren eher im Berufsleben stehen und damit einen anderen, erwachseneren Lebenswandel haben als mit 22 Jahren, wo viele noch studieren oder lernen.

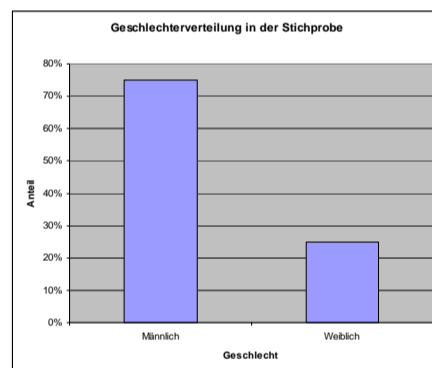


Abbildung 3: Geschlechterverteilung in der Stichprobe

Die Analyse der allgemeinen Nutzungszeiten der verschiedenen Kommunikationsmittel (Tabelle 1) zeigt, dass Festnetztelefon und E-Mail allgemein am häufigsten genutzt werden, sowohl in den einzelnen Gruppen als auch in der Gesamtstichprobe. Der Nutzungszeit des Instant Messengers liegt noch darüber, was sich allerdings relativiert da dieses Kommunikationsmittel auch oft inaktiv bzw. passiv genutzt wird. Auffällig ist, dass die Gruppe unter 26 Jahren bei den „modernen Kommunikationsmitteln“ höhere Nutzungszeiten hat als die Gruppe über 26, beim Festnetztelefon und beim Brief jedoch niedrigere. Diese Tatsache werden wir später in der Hypothesenprüfung verwenden. Zu beachten ist auch, dass die Standardabweichungen verhältnismäßig groß sind, was sich durch die Inhomogenität der Stichprobe erklären lässt.

Tabelle 1: Mittelwerte und Standardabweichungen der allgemeinen Nutzungszeiten

	Festnetztelefon	Mobiltelefon	SMS	Brief	E-Mail	Instant Messenger
Mittelwert (Gesamtstichprobe)	110,5	32,7	28,8	12,5	105,9	697,8
Mittelwert (Alter <= 26)	107,8	34,3	34,2	10,2	115,8	855,7
Mittelwert (Alter > 26)	121,6	26,2	8,1	21,6	66,2	63,9
Standardabweichung (Gesamtstichprobe)	211,5	89,8	88,7	34,3	219,9	1289,5
Standardabweichung (Alter <= 26)	226,0	95,5	98,1	32,5	238,7	1389,2
Standardabweichung (Alter > 26)	139,6	62,0	16,4	39,5	110,4	306,8

Anmerkungen: N=326. Die genannten Werte geben die Nutzungszeit in Minuten pro Woche an.

Die in der vorigen Tabelle auffälligen Werte lassen sich auch in den Scores wieder erkennen. Aus der Gegenüberstellung je zweier Kommunikationsmittel wurde ein eindeutiger Score für jedes schriftliche Kommunikationsmittel errechnet (Tabelle 2). Hier zeigt sich ebenfalls der große Unterschied der Nutzungspräferenzen bei Brief und bei Instant Messenger, wohingegen E-Mail und SMS nahezu keinen Unterschied zwischen den Altersgruppen aufweisen.

Tabelle 2: Mittelwerte und Standardabweichungen der Scores aus der Gegenüberstellung

	Brief	E-Mail	SMS	Instant Messenger
Mittelwert (Gesamtstichprobe)	2,0	3,4	3,1	3,5
Mittelwert (Alter <= 26)	1,7	3,4	3,2	3,7
Mittelwert (Alter > 26)	3,1	3,5	2,9	2,4
Standardabweichung (Gesamtstichprobe)	0,9	0,7	0,9	1,2
Standardabweichung (Alter <= 26)	0,7	0,7	1,0	1,1
Standardabweichung (Alter > 26)	1,1	0,8	0,7	0,9

Anmerkungen: N=326. Die genannten Werte geben die allgemeine Präferenz für das entsprechende Kommunikationsmittel auf einer Skala von 1 (nie) bis 5 (immer) an.

Neben den allgemeinen Nutzungszeiten wurden den Probanden zwei Szenarien gestellt:

- Vereinbarung eines Treffens mit Freunden.
 - Übermittlung eines Geburtstagsgrüßes.
- Hierbei sollten sie wieder die Nutzungspräferenz der Kommunikationsmittel angeben. Wie aus Abbildung 4 zu ersehen ist, lag, bezogen auf die Gesamtstichprobe, die Nutzungspräferenz bei Szenario 1 (Treffen mit Freunden) auf den modernen, bei Szenario 2 (Geburtstagsgruß) auf den klassischen Kommunikationsmitteln.

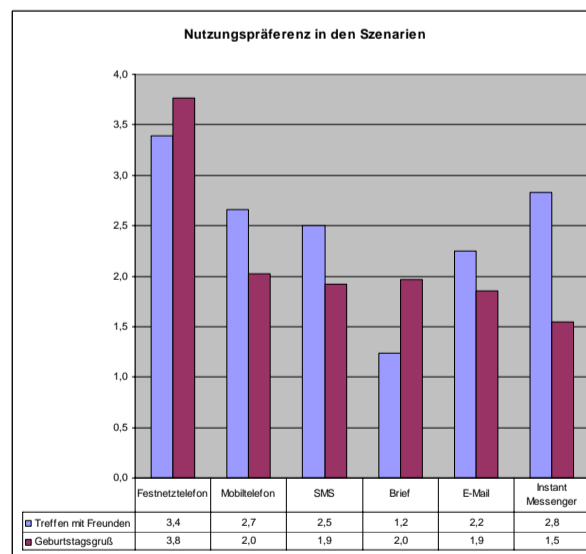


Abbildung 4: Nutzungspräferenz in den Szenarien

Tabelle 3: Mittelwertvergleiche und t-Tests über allgemeine Nutzungszeiten zur Hypothesenprüfung

Kommunikationsmittel	Alter <= 26		Alter > 26		Mittelwertvergleich	Differenz	t-Wert
	Mittelwert	Standardabweichung	Mittelwert	Standardabweichung			
Festnetztelefon	107,8	226,0	121,6	139,6	-13,9	0,318	
Mobiltelefon	34,3	95,5	26,2	62,0	8,1	0,259	
SMS	34,2	98,1	8,1	16,4	28,1	0,011**	
Brief	10,2	32,5	21,6	39,5	-11,4	0,008**	
E-Mail	115,8	238,7	66,2	110,4	49,6	0,052*	
Instant Messenger	855,7	1389,2	63,9	306,8	791,7	0,000**	

Anmerkungen: N=326. ** signifikant, * marginal signifikant

Hypothese 1 (Nutzungspräferenz und Alter):

In Tabelle 3 sind zusammenfassend die Mittelwerte und Standardabweichungen für die zwei Gruppen aufgeführt und dazu die Irrtumswahrscheinlichkeiten des durchgeführten t-Tests für ungepaarte Stichproben. Diesen Werten kann man entnehmen: Für Instant Messenger sind die Ergebniswerte hochgradig signifikant, für SMS und Brief sind sie signifikant, für E-Mail sind sie noch marginal signifikant, für Festnetztelefon und Mobiltelefon kann jedoch keine Aussage getroffen werden.

Zusammenfassend betrachtet kann die Hypothese durch die Ergebnisse gestützt werden. Bestätigt werden kann sie allerdings nur teilweise, da bei den mündlichen Kommunikationsmitteln (Festnetztelefon, Mobiltelefon) keine signifikanten sowie bei E-Mail nur marginal signifikanten Ergebnisse vorliegen. Es kann damit bestätigt werden, dass ältere Personen mehr Briefe nutzen als jüngere sowie jüngere Personen mehr SMS und Instant Messenger als ältere Personen. Jüngere Personen nutzen tendenziell mehr E-Mails als ältere Personen.

Hypothese 2 (Persönliche Kontaktierungen):

Wie Tabelle 4 zeigt, sind, bezogen auf die Gesamtstichprobe und damit im Sinne der Hypothese, sämtliche Ergebnisse der t-Tests für gepaarte Stichproben hochgradig signifikant. Die Hypothese kann damit bestätigt werden. Bei der Betrachtung der Gruppen wird ersichtlich, dass bei der Gruppe über 26 Jahren die Ergebnisse ebenfalls hochgradig signifikant sind, sich bei der Gruppe unter 26 Jahren aber folgende Auffälligkeiten ergeben: Das Festnetztelefon ist nicht mehr signifikant, SMS nur marginal signifikant. Dadurch könnte, bezogen auf die einzelnen Gruppen, die Hypothese nicht mehr komplett gestützt werden.

Tabelle 4: Mittelwerte und t-Tests der Szenarien zur Hypothesenprüfung

	Gesamtstichprobe			Alter <= 26			Alter > 26		
	MW	Sz1	t-Wert	MW	Sz2	t-Wert	MW	Sz2	t-Wert
Festnetz	3,4	3,8	0,000**	3,2	3,7	0,000**	4,2	4,1	0,322
Mobiltelefon	2,7	2,0	0,000**	2,8	2,1	0,000**	2,2	1,9	0,001**
SMS	2,5	1,9	0,000**	2,7	2,0	0,000**	1,7	1,6	0,092*
Brief	1,2	2,0	0,000**	1,1	1,8	0,000**	1,8	2,8	0,000**
E-Mail	2,2	1,9	0,000**	2,3	1,9	0,000**	2,2	1,8	0,000**
Instant Messenger	2,8	1,5	0,000**	3,2	1,7	0,000**	1,4	1,1	0,009**

Anmerkungen: N=326. ** signifikant, * marginal signifikant

Diskussion

Im Laufe der Untersuchung zeigten sich mehrere Probleme: Die Nutzungszeiten des Instant Messengers waren durch Passivnutzung schlecht vergleichbar, die abgegebenen Online-Bögen waren manchmal unlogisch ausgefüllt. Solche Probleme sollten in einer Folgeuntersuchung beachtet werden, in welcher man dann zum Beispiel auch folgende Aspekte ins Auge fassen könnte: Sind eventuelle Abweichungen von modernen Medien durch die teilweise höheren Kosten begründet (z.B. Mobilfunk - Festnetz)? Entstehen Änderungen im Nutzungsverhalten klassischer

Medien bei der Einführung neuer Medien?

Auch könnte unsere zweite Hypothese ausgebaut werden in die Richtung, ob sich ein Unterschied ergibt, welches Alter (Großmutter, Schwester, Tochter) oder Status (Verwandter, Vorgesetzter o.ä.) der potentielle Kommunikationspartner hat.

Alles in allem hat unsere Studie ein klares Ergebnis ergeben, welches aber nur die Grundlage für weitere Studien bildet.

Quellen

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM 2004, Stuttgart 2004
TNS Emnid, Initiative D21: NONLINER-Atlas 2004, Juni 2004