

Das Buch im Medienportfolio. Mediennutzungstypen unter Berücksichtigung des Buches in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Die repräsentative Studie „Das Buch im Medienportfolio“, herausgegeben vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels, vom Hauptverband des Österreichischen Buchhandels und vom Schweizer Verlegerverband, ist im Juni 2009 erschienen. Durchgeführt wurde sie von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mittels einer standardisierten Online-Umfrage. Für die Studie wurden 500 Personen aus Österreich, 504 Personen aus der deutschsprachigen Schweiz und 729 Personen aus Deutschland befragt.

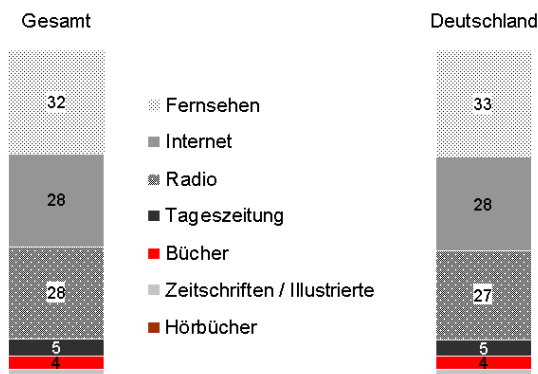
Erstmals wird mit der vorliegenden repräsentativen Studie das Nutzungsverhalten unterschiedlicher Medien länderübergreifend untersucht. Ziel ist es, Aussagen über Nutzungsdauer und Stellenwert der Medien Fernsehen, Radio, Internet, Buch, Tageszeitung, Zeitschrift und Hörbuch im deutschsprachigen Raum zu treffen. Der Medienklassiker Buch steht dabei im Mittelpunkt: Die Studie klärt, wie intensiv das Buch im Vergleich zu anderen Medien genutzt wird und welche Einstellungen dem Buch in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz entgegengebracht werden.

Anteile am Zeitbudget für Medien nach Ländern



zehn Stunden mit
adio hören und im
ersonen aus der

Bitte geben Sie an, wie viel Zeit Sie im Durchschnitt pro Tag während einer gewöhnlichen Woche mit den folgenden Medien verbringen? nach Ländern in % auf Minuten gesamt, Inklusive Personen, die ein oder mehrere Medien nie nutzen



Basis 2009: 1.733 Personen repräsentativ für 73,85 Mio. deutschsprachige

Durchschnittliche Minutenanzahl pro Land

Bitte geben Sie an, wie viel Zeit Sie im Durchschnitt pro Tag während einer gewöhnlichen Woche mit den folgenden Medien verbringen? nach Ländern
Die Ergebnisse basieren auf Selbstauskunft der Befragten

	Gesamt	Deutschland	Österreich	deutschsprachige Schweiz
Zeitbudget für Medien pro Tag*	610	606	673	585
Tageszeitung*	42	42	45	41
Zeitschriften / Illustrierte*	30	30	35	25
Fernsehen*	170	173	168	124
Radio*	173	167	207	214
Internet*	150	148	173	144
Bücher*	27	27	32	25
Hörbücher*	16	17	14	12

* in Minuten, ohne Personen, die das jeweilige Medium nie nutzen.

Deutliche Unterschiede zeigen sich auch in der Nutzungsdauer der einzelnen Medien. Während in Österreich und in der deutschsprachigen Schweiz das Radio mit 207 und 214 investierten Minuten das meistgenutzte Medium ist, verbringen die Deutschen die meiste Zeit mit dem Medium Fernsehen: Etwa 33 Prozent des Zeitbudgets für die Mediennutzung – 173 Minuten – entfallen in Deutschland auf das Fernsehen, in Österreich sind es 28 Prozent (168 Minuten), in der deutschsprachigen Schweiz nur 23 Prozent (124 Minuten). Das Internet belegt in allen drei Regionen den zweiten Platz in der Nutzungsstatistik. Dennoch verbringen die Österreicher mit 173 Minuten etwa eine halbe Stunde mehr im Netz als ihre Nachbarn.

Deutlich weniger Zeit verbringen die Menschen im deutschsprachigen Raum mit Tageszeitungen, Zeitschriften, Büchern und Hörbüchern: In diese Medien werden täglich 14 bis 45 Minuten investiert. Regional unterscheidet sich das Nutzungsverhalten kaum.

Die gesellschaftliche Bedeutung der Medien im Ländervergleich

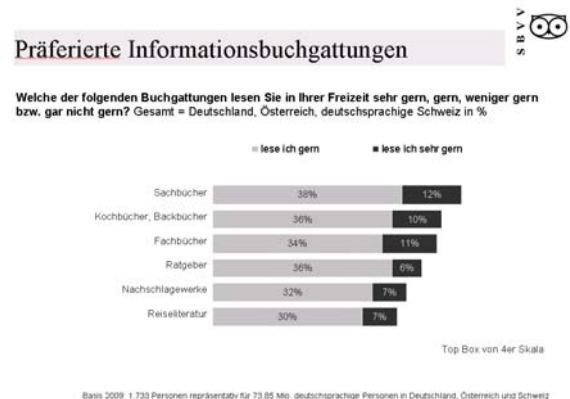
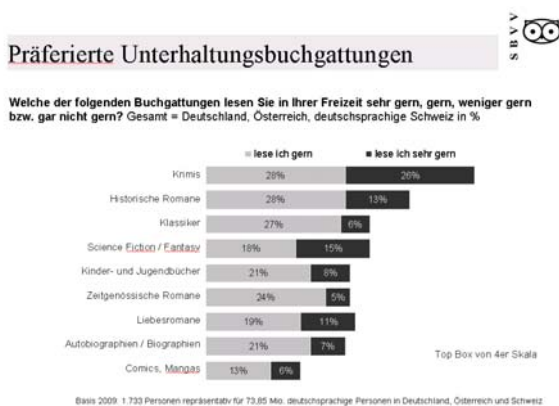
Das Internet ist das bedeutendste Medium im deutschsprachigen Raum: 31 Prozent der Befragten gab an, auf das Internet nicht mehr verzichten zu können. In Österreich waren es sogar 46 Prozent. Das Fernsehen möchten 25 Prozent nicht missen, es ist damit das zweitbedeutendste Medium.

Das Buch bleibt beliebt: Die Menschen lesen im deutschsprachigen Raum etwa eine halbe Stunde täglich Bücher, damit belegt das Buch im Ranking der Medienbedeutung den dritten Platz. 17 Prozent der Befragten gab an, am wenigsten auf Bücher verzichten zu können. Dabei ist die deutsche Bevölkerung mit 18 Prozent leicht überrepräsentiert, Österreich folgt mit 13 Prozent, die Schweiz mit 9 Prozent.

Beliebtheit von Büchern und E-Books

Am meisten wird in Österreich gelesen: Etwa elf Bücher lesen die Österreicher jährlich. In Deutschland sind es durchschnittlich neun, in der deutschsprachigen Schweiz acht Bücher.

Ganz oben in der Gunst der Leser stehen in allen drei Regionen **Kriminalromane**. 54 Prozent der Befragten greifen laut Studie gern oder sehr gern zum Krimi. Das **Sachbuch** ist das zweitbeliebteste Genre, die Hälfte aller deutschsprachigen Leser liest gern oder sehr gern ein Sachbuch. Den dritten Rang belegen **Backbücher** und **Kochbücher**.



In der Unterhaltungsliteratur sind die Genrevorlieben in Österreich, Schweiz und Deutschland ähnlich verteilt. Anders im Bereich der Informationsbücher: Während Österreicher zu 66 Prozent Sachbuchfans sind, lesen nur 57 Prozent der Schweizer und 49 Prozent der Deutschen gern Sachbücher.

Das Taschenbuch ist das beliebteste Buchformat: Mehr als zwei Drittel der Befragten entscheiden sich sowohl in Unterhaltungsgenres als auch im Sachbuchbereich für das Taschenbuch. Etwa ein Viertel der deutschsprachigen Leser bevorzugt zur Unterhaltung das Hardcover. Wird zur Information gelesen, wählen etwa ein Drittel der Befragten eine gebundene Ausgabe. Besonders beliebt ist das Hardcover in Österreich: 44 Prozent der Österreicher greifen laut Studie zum Hardcover, wenn sie sich informieren wollen.

Im deutschsprachigen Raum wird das E-Book vor allem als Informationsmedium betrachtet: Rund ein Drittel aller Befragten kann sich vorstellen, E-Books zu nutzen, um sich zu informieren. Am aufgeschlossenen gegenüber E-Books sind die Österreicher: 45 Prozent denken darüber nach, E-Books zu nutzen, wenn sie sich informieren möchten. In der deutschsprachigen Schweiz sind es 38 Prozent, in Deutschland 29 Prozent.

Medientypen im deutschsprachigen Raum

Auf der Grundlage von Medien- und Genrepräferenzen lassen sich sieben unterschiedliche Medientypen im deutschsprachigen Raum bilden:

- **Unterhaltungsorientierte Leseratten (9,7 Prozent):** Personen dieser Gruppe, überwiegend Frauen, lesen im Durchschnitt 26 Bücher jährlich. Ihr Leseinteresse richtet sich fast ausschließlich auf Bücher, Tageszeitungen und Zeitschriften sind nur wenig relevant. Zudem empfinden sie das Medium Fernsehen mehrheitlich als langweilig. Bücher sind für Personen dieser Gruppe eine Art Statussymbol, deshalb bevorzugen sie klassische Editionsformen, insbesondere das Hardcover.
- **E-Book-interessierte Internet-Freaks (14,7 Prozent):** Personen dieser Gruppen sind jünger als 50 Jahre und verbringen häufig mehr als fünf Stunden täglich im Internet. 69 Prozent von ihnen können auf das Internet nicht mehr verzichten. Sie lesen durchschnittlich neun Bücher im Jahr, dabei sind sie vor allem an Informationen interessiert. Für sie geht Inhalt vor Format, daher können sich 56 Prozent gut vorstellen, E-Books zu lesen, wenn sie sich informieren wollen.
- **Entspannungssuchende Vielseher (21 Prozent):** Für Personen dieses Medientyps, vor allem Frauen, ist das Fernsehen das zentrale Medium in ihrer Freizeit. Täglich verbringen sie etwa dreieinhalb Stunden vor dem Fernseher. Bücherlesen empfinden Personen dieser Gruppe häufig als anstrengend – wenn sie lesen, bevorzugen sie Liebesromane. Diese möchten sie in gedruckter Form lesen, gegenüber E-Books sind sie eher skeptisch eingestellt: 86 Prozent geben an, dass sie sich nicht vorstellen können, Unterhaltungsliteratur in Form von E-Books zu lesen.
- **Konservative Zeitungsleser (11,8 Prozent):** Diesem Medientyp gehören vor allem Männer im Alter zwischen 50 und 70 Jahren an. Sie lesen täglich etwa eine Stunde Zeitung und greifen überdurchschnittlich oft zu Zeitschriften. Mit zehn gelesenen Büchern im Jahr entsprechen sie dem Durchschnittsleser im deutschsprachigen Raum. Sie lesen insbesondere zur Information, mögen Sachbücher, Reiseführer und Nachschlagewerke. Gegenüber Hörbüchern und E-Books sind sie eher ablehnend eingestellt, sie schätzen das gedruckte Buch.

- **Fantasy-begeisterte Onlineleser (11,5 Prozent):** Zu dieser Gruppe gehören vor allem Männer unter 40 Jahren, die sich besonders für die Genres Comics / Mangas, Fiction und Fantasy interessieren. Sie sind stark inhaltsorientiert, deshalb ist ihnen die Editionsform von Büchern nicht wichtig. Gedruckte Bücher empfinden sie jedoch häufig als unpraktisch. Sie lesen gern online, mögen Hörbücher und stehen dem E-Book sehr aufgeschlossen gegenüber.
- **Regelmäßige Radiohörer (19 Prozent):** Personen dieser Gruppe, vor allem Frauen zwischen 40 und 60 Jahren, hören durchschnittlich sechs Stunden Radio am Tag. Sie lesen etwa neun Bücher jährlich, wobei sie klassische Editionsformen bevorzugen. Im Internet zu lesen, können sich Personen dieser Gruppe nicht vorstellen.
- **Leseaverse Fernsehfans (12,3 Prozent):** Zu diesem Medientyp zählen vor allem Männer. Sie lesen nur etwa eine Viertelstunde pro Woche in einem Buch (ein Buch pro Jahr) und nutzen auch Zeitschriften und Hörbücher unterdurchschnittlich. Während das Lesen von Personen dieser Gruppe als anstrengend empfunden wird, ist Fernsehen für sie ein aufregender und aktiver Zeitvertreib.

Medientypen im Ländervergleich

In Österreich gibt es besonders viele „E-Book-interessierte Internet-Freaks“ und „Fantasy-begeisterte Onlineleser“: Mehr als ein Drittel aller Österreicher gehören diesen Medientypen an. In Deutschland und in der deutschsprachigen Schweiz zählt hingegen nur etwa ein Viertel der Bevölkerung zu diesen Medientypen.

Mit 26,1 Prozent ist der „Regelmäßige Radiohörer“ der meistverbreitete Medientyp in der Schweiz. In Österreich gehören ihm 20,8 Prozent der Bevölkerung an, in Deutschland nur 18,4 Prozent.

Auffällig viele Deutsche, 22,3 Prozent, gehören dem Typ des „Entspannungssuchenden Vielsehers“ an. In der deutschsprachigen Schweiz und in Österreich ist dieser Medientyp mit 14,4 Prozent und 12,9 Prozent deutlich weniger verbreitet.

Die Verteilung der Segmente in den Ländern



	Gesamt	Deutschland	Österreich	deutschsprachige Schweiz
Unterhaltungsorientierte Leseratten	9,7%	9,9%	8,3%	8,8%
E-Book-interessierte Internet-Freaks	14,7%	14,4%	18,4%	13,0%
Entspannungssuchende Vielseher	21,0%	22,3%	12,9%	14,4%
Konservative Zeitungsleser	11,8%	12,0%	8,8%	13,1%
Fantasy-begeisterte Onlineleser	11,5%	10,7%	18,1%	13,4%
Regelmäßiger Radiohörer	19,0%	18,4%	20,8%	26,1%
Leseaverse Fernsehfans	12,3%	12,3%	12,7%	11,3%

Internetreichweiten:
Deutschland (ab 10 Jahren) = 71%, Österreich (10 bis 65 Jahre) = 86%, Schweiz (15 bis 74 Jahre) = 78%

Basis 2009, 1.733 Personen repräsentativ für 73,85 Mio. deutschsprachige Personen in Deutschland, Österreich und Schweiz