

DZA-Fact Sheet

**Fernsehen, Radio, Bücher, Zeitungen, Internet:
Welche Medien werden in der zweiten Lebens-
hälfte genutzt?**

Stefanie Hartmann & Lisa Klasen

Deutsches Zentrum für Altersfragen

13. Januar 2025

Einleitung

Medien sind selbstverständlicher Teil unseres Alltags. Dabei sind Medien sehr vielfältig: Klassische Medien wie Zeitung, Fernsehen und Buch konkurrieren mit einem modernen Medium wie dem Internet, das neue Formate hervorbringt als auch traditionelle Medien in neuer Form anbietet (E-Books, E-Zeitungen, Internetradio, Streamingdienste).

Medien können verschiedene Funktionen erfüllen. Sie dienen der Information über das politische Geschehen und ermöglichen so eine mündige Teilhabe an der Gesellschaft. Sie bieten Hilfe bei der Lösung von Problemen, beispielsweise

durch Service-Sendungen, Ratgeberseiten und Websites von Selbsthilfegruppen. Dokumentationen und Bücher zum Beispiel tragen zur Bildung bei. Und nicht zuletzt dienen Medien auch zur Zerstreuung und Gestaltung der Freizeit.

Doch wie steht es um die Mediennutzung in der zweiten Lebenshälfte? Wer nutzt welches Medium in welcher Häufigkeit? Und wie unterscheiden sich Menschen in der Lebensmitte in ihrem Nutzungsverhalten von den Älteren?

Diese Fragen will das vorliegende Fact Sheet beantworten.

Datengrundlage

Verwendet werden Daten des Deutschen Alterssurveys 2023. Im Zeitraum von Dezember 2022 bis Juni 2023 wurden insgesamt 4.992 Personen ab einem Alter von 42 Jahren befragt. Die Befragung wurde als persönliches oder telefonisches Interview durchgeführt. Im Anschluss an das Interview erhielten die Befragten zudem einen Fragebogen, der von 4.211 Personen schriftlich oder online beantwortet wurde.

Alle hier ausgewerteten Aspekte wurden anhand von Angaben, die im Fragebogen gemacht wurden, analysiert.

Der *Fernseh- und Radiokonsum* wurde mit den Fragen „Sehen Sie an einem Werktag für gewöhnlich fern? Bitte denken Sie auch an Fernsehsendungen im Internet (z. B. bei Mediatheken, Streamingdiensten) und Videos bzw. DVDs“ und „Hören Sie an einem Werktag für gewöhnlich Radio oder Internetradio?“ erhoben. Wurden die Fragen bejaht, wurde jemals nachgefragt, wie viele Stunden diese Medien jeweils an einem

durchschnittlichen Werktag genutzt wurden.

Die Zahl gelesener *Bücher* wurde mit der Frage „Haben Sie in Ihrer Freizeit in den letzten 12 Monaten Bücher oder E-Books gelesen?“ erhoben. Wenn die Frage bejaht wurde, schloss sich die Frage „Wenn ja, geben Sie bitte an, wie viele Bücher oder E-Books Sie in den letzten 12 Monaten ungefähr gelesen haben“ an.

Die Antwortkategorien auf die Frage „Wie häufig lesen Sie eine Tageszeitung in digitaler oder gedruckter Form?“ wurden für die Auswertung in drei Kategorien zusammengefasst: Häufig (täglich oder mehrmals in der Woche), manchmal (ein bis dreimal im Monat) und selten/nie (selten und nie).

Da die Erhebung der Nutzung von Fernsehen, Radio, Büchern und Zeitungen nicht differenziert nach analogem und digitalem Zugang erfolgt, lassen sich hier die Nutzung analoger und digitaler Medien nicht miteinander vergleichen.

Der Zugang zum *Internet* wurde erfasst mit „Haben Sie Zugang zum Internet?“,

die Antwortkategorien lauteten: Nein, Ja privat und Ja beruflich. Die beiden Ja-Kategorien wurden hier zusammengefasst.

Diejenigen, die über einen Internetzugang verfügten, wurden weiter gefragt: „Wie häufig nutzen Sie das Internet für folgende Zwecke?“ Es wurden zwölf verschiedene Zwecke abgefragt, wobei in der vorliegenden Auswertung nur die beiden Nutzungszwecke „Suche nach Informationen (z. B. Nachrichten, Ratgeber-Seiten, Wikipedia)“ und „Unterhaltung (z. B. Musik hören, Filme schauen, Spiele spielen, Fernsehen)“ dargestellt werden. Die Antwortkategorien wurden zu folgenden drei Kategorien zusammengefasst: Häufig (täglich, mehrmals in der Woche), manchmal (einmal in der Woche, ein bis dreimal im Monat) und selten/nie (selten, nie).

Für die nachfolgenden Analysen wurden drei Altersgruppen gebildet: 42- bis 60-Jährige (23,42 Prozent der Befragten), 61- bis 75-Jährige (47,37 Prozent der Befragten) sowie Personen zwischen 76 und 90 Jahren (29,21 Prozent der Befragten).

In den Analysen werden gewichtete Anteilswerte unter Verwendung von Methoden, die das Design der Stichprobe berücksichtigen, dargestellt. Im DEAS 2023 wurden die Gewichte erstmals auch nach Bildung poststratifiziert. Gruppenunterschiede werden auf statistische Signifikanz getestet. Verwendet wird ein Signifikanzniveau von $p < 0,05$. Ist ein Befund statistisch signifikant, so kann mit mindestens 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit davon ausgegangen werden, dass ein festgestellter Unterschied nicht nur in der vorliegenden Stichprobe, sondern auch in der Gesamtbevölkerung vorhanden ist. Ist ein Befund nicht statistisch signifikant, ist es möglich, dass beobachtete Unterschiede in der Stichprobe nur zufällig zustande kamen.

Der DEAS wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert. Weitere Informationen zum DEAS finden sich unter www.deutscher-alterssurvey.de

Mediennutzung in der zweiten Lebenshälfte

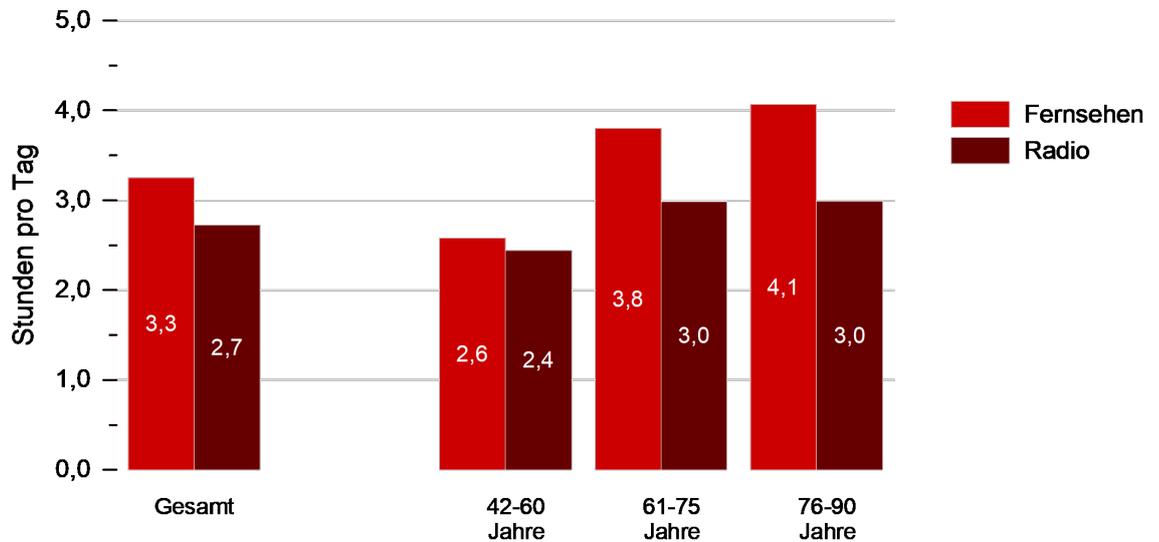
Fernsehen und Radio

Während bei den 42- bis 60-Jährigen der durchschnittliche tägliche Fernsehkonsum bei 2,6 Stunden liegt, sind es bei den Personen im Alter von 76 bis 90 Jahren durchschnittlich 4,1 Stunden pro Tag (Abbildung 1). Dies mag daran liegen, dass jüngere Personen im erwerbsfähigen Alter tendenziell weniger Freizeit und damit auch weniger Zeit für den Fernsehkonsum haben. Eine weitere mögliche Erklärung könnte auch sein, dass mit zunehmendem Alter Mobilitätseinschrän-

kungen auftreten können, die dazu führen, die Freizeit eher in der eigenen Wohnung zu verbringen. Auch Seh- oder kognitive Einschränkungen könnten es für ältere Menschen erschweren, Informationen und Unterhaltung in schriftlicher Form zu konsumieren, so dass der Fernsehkonsum in der Konsequenz steigt.

Die Zeit, die täglich mit Radiohören verbracht wird, ist bei den 61- bis 90-Jährigen mit 3 Stunden ebenso etwas höher als bei den 42- bis 60-Jährigen (2,4 Stunden).

Abbildung 1: Durchschnittliche tägliche Nutzungszeit von Fernsehen und (Internet)Radio bei den 42- bis 90-Jährigen, gesamt und nach Altersgruppen (in Stunden)



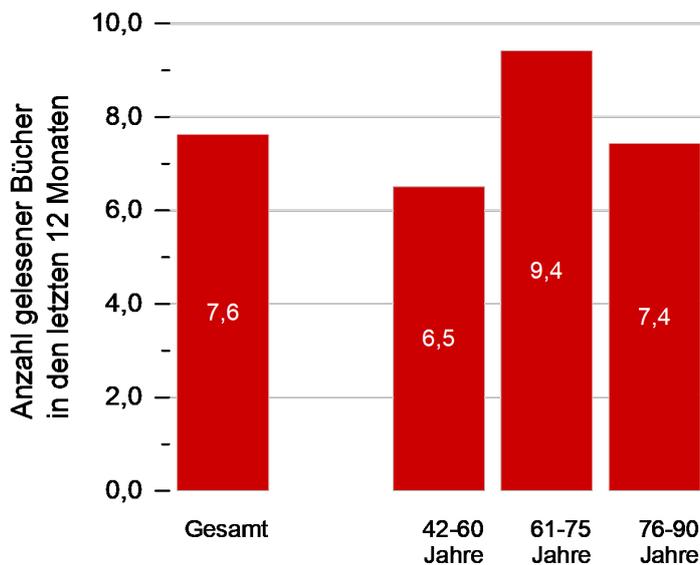
Quelle: DEAS 2023, unveröffentlichte Version, $n_{\text{Fernsehen}}=4.093$, $n_{\text{Radio}} = 4.115$, gerundete Angaben. Statistisch signifikant ($p < 0,05$): Unterschied der 42- bis 60-Jährigen zu den 61- bis 75-Jährigen sowie zu den 76- bis 90-Jährigen sowohl beim Fernseh- als auch Radiokonsum.

Lesen von Büchern und Zeitungen

Wie bereits in einer früheren Auswertung (Hartmann, Klasen, Keller, & Huxhold 2023) gezeigt werden konnte, kann – zumindest in der zweiten Lebenshälfte –, von einer Krise des Bücherlesens keine Rede sein. 2023 lag die in den letzten 12 Monaten durchschnittlich gelesene Anzahl von Büchern insgesamt bei 7,6 (Abbildung 2).

Bei den 61- bis 75-Jährigen ist im Jahr 2023 die Zahl gelesener Bücher mit 9,4 signifikant höher als bei den 42- bis 60-Jährigen (6,5 Bücher), was möglicherweise daran liegen könnte, dass die durch den Ruhestand gewonnene Freizeit auch für das Lesen von Büchern genutzt wird.

Abbildung 2: Anzahl gelesener Bücher und E-Books in den letzten 12 Monaten bei den 42- bis 90-Jährigen, gesamt und nach Altersgruppe

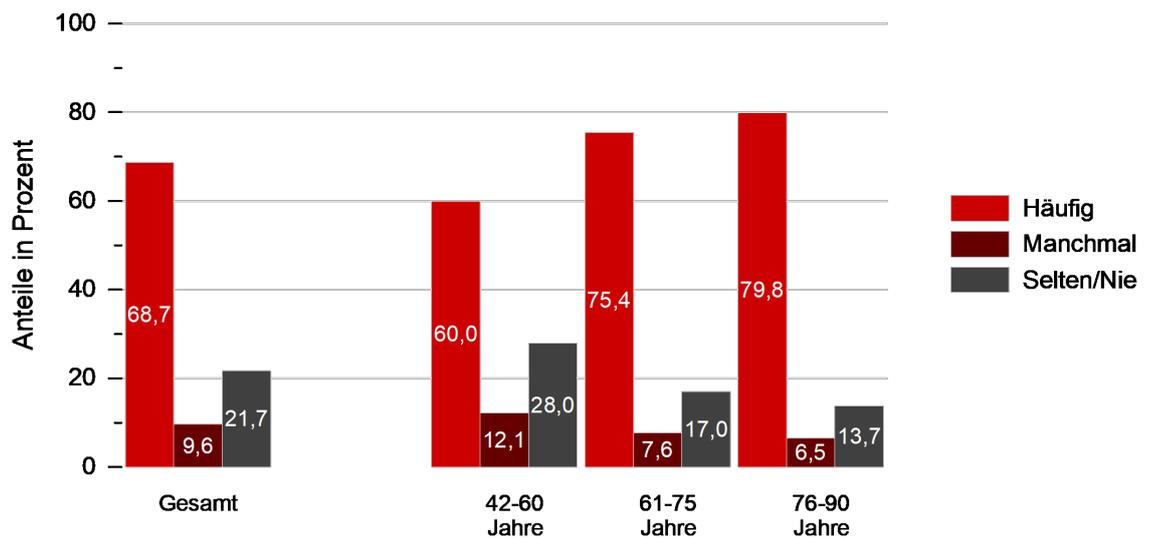


Quelle: DEAS 2023, unveröffentlichte Version, n= 4.116, gerundete Angaben. Statistisch signifikant ($p < 0,05$): Unterschied der 42- bis 60-Jährigen zu den 61- bis 75-Jährigen.

Mehr als zwei Drittel (68,7 %) der 42- bis 90-Jährigen lesen häufig, d. h. täglich oder mehrmals die Woche, eine Zeitung (Abbildung 3). Differenziert nach Altersgruppen ist zu erkennen, dass insbesondere bei den Ältesten das Medium Zeitung eine hohe Bedeutung hat: Bei den 76- bis 90-Jährigen greifen 79,8 Prozent häufig zur Zeitung, während es bei den 42- bis 60-Jährigen nur 59,9 Prozent

sind: Ein Unterschied, der möglicherweise auf ein sich deutlich veränderndes Nutzungsverhalten von Medien hindeutet. Dabei ist jedoch zu bedenken, dass auch Zeitungen in digitaler Form erfasst wurden. Der Unterschied zwischen den Altersgruppen liegt daher vermutlich nicht an der Art des Zugangs, sondern daran, dass das Medium Zeitung insgesamt bei den Älteren ein höheres Ansehen genießt.

Abbildung 3: Häufigkeit des Lesens von Zeitungen bei den 42- bis 90-Jährigen, gesamt und nach Altersgruppe



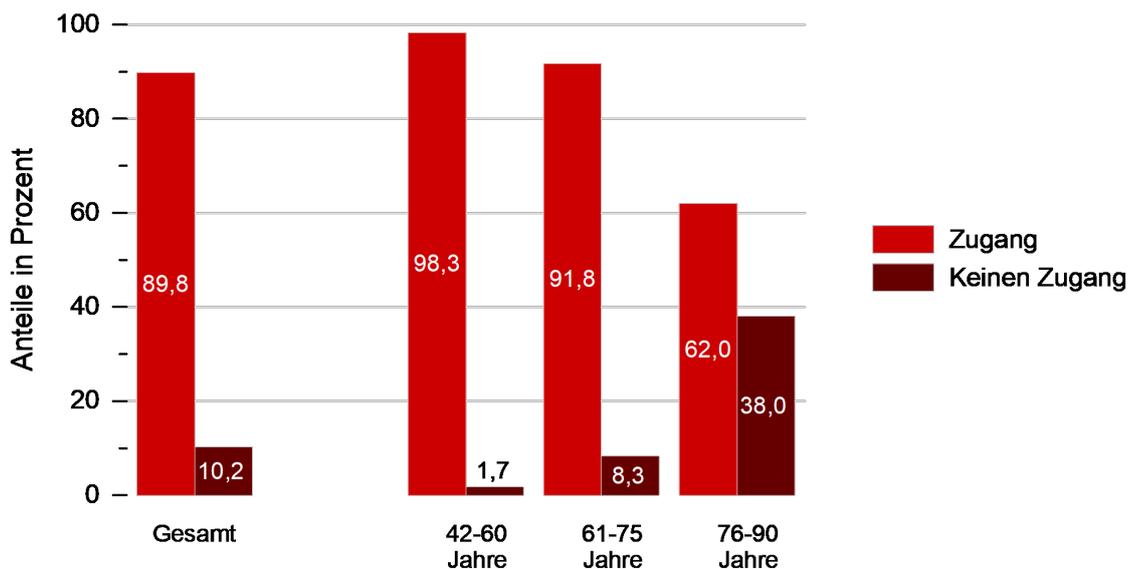
Quelle: DEAS 2023, unveröffentlichte Version, n= 4.133, gerundete Angaben. Statistisch signifikant ($p < 0,05$): Unterschied der 42- bis 60-Jährigen zu den 61- bis 75-Jährigen sowie zu den 76- bis 90-Jährigen in allen drei Kategorien.

Internetnutzung

Knapp 90 Prozent der Befragten in der zweiten Lebenshälfte haben Zugang zum Internet (Abbildung 4). Dieses an sich erfreuliche Ergebnis differenziert sich nach Alter jedoch deutlich aus. Während fast jede/r 42- bis 60-Jährige einen Internetanschluss hat, sind es bei den 61- bis 75-Jährigen 90 Prozent und bei den 76- bis 90-Jährigen nur noch 62 Prozent. Auch

wenn die Zahl der sogenannten Offlinern damit im Vergleich zu früheren Erhebungsjahren deutlich gesunken ist (Kortmann, Hagen, Endter, Riesch, & Tesch-Römer 2021), ist diese Zahl immer noch problematisch, weil vielen älteren Menschen damit der Ausschluss von Teilen des öffentlichen Leben droht.

Abbildung 4: Verfügbarkeit eines Internetanschlusses bei den 42- bis 90-Jährigen, gesamt und nach Altersgruppe



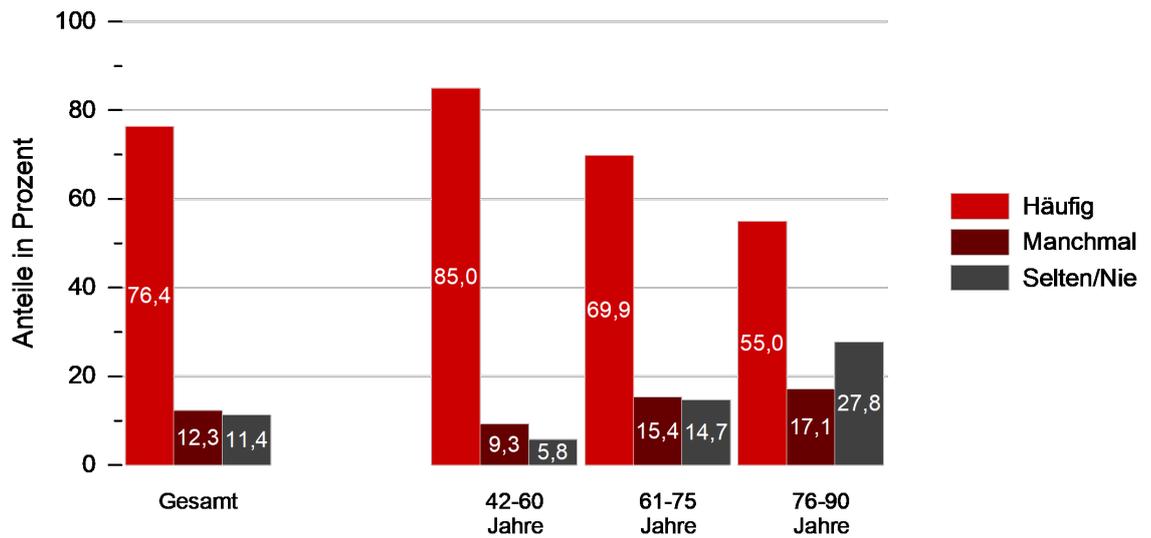
Quelle: DEAS 2023, unveröffentlichte Version, n= 4.043, gerundete Angaben. Statistisch signifikant ($p < 0,05$): Unterschied der 42- bis 60-Jährigen zu den 61- bis 75-Jährigen sowie zu den 76- bis 90-Jährigen, sowie der Unterschied zwischen 61- bis 75-Jährigen zu den 76- bis 90-Jährigen.

Der Zugang zum Internet ist Voraussetzung dazu, dieses auch zu nutzen. Die Befragten, die einen Zugang hatten, wurden weiter gefragt, zu welchen Zwecken sie das Internet jeweils in welcher Intensität nutzen. Insgesamt drei Viertel der Befragten in der zweiten Lebenshälfte nutzen das Internet häufig, um nach Informationen zu suchen, z. B. nach Nachrichten, Ratgeber-Seiten oder auf Wikipedia. Auch hier zeigen sich

deutliche Altersunterschiede: Während 85 Prozent der 42- bis 60-Jährigen das Internet häufig zu Informationszwecken nutzen, sind es bei den 76- bis 90-Jährigen nur 55 Prozent (Abbildung 5).

Und es wird sichtbar, dass verschiedene Altersgruppen sich über unterschiedliche Medien informieren: Greifen die Älteren eher zur Zeitung, nutzen die 42- bis 60-Jährigen dafür häufiger das Internet.

Abbildung 5: Häufigkeit der Nutzung des Internets zur Information bei den 42- bis 90-Jährigen, gesamt und nach Altersgruppe

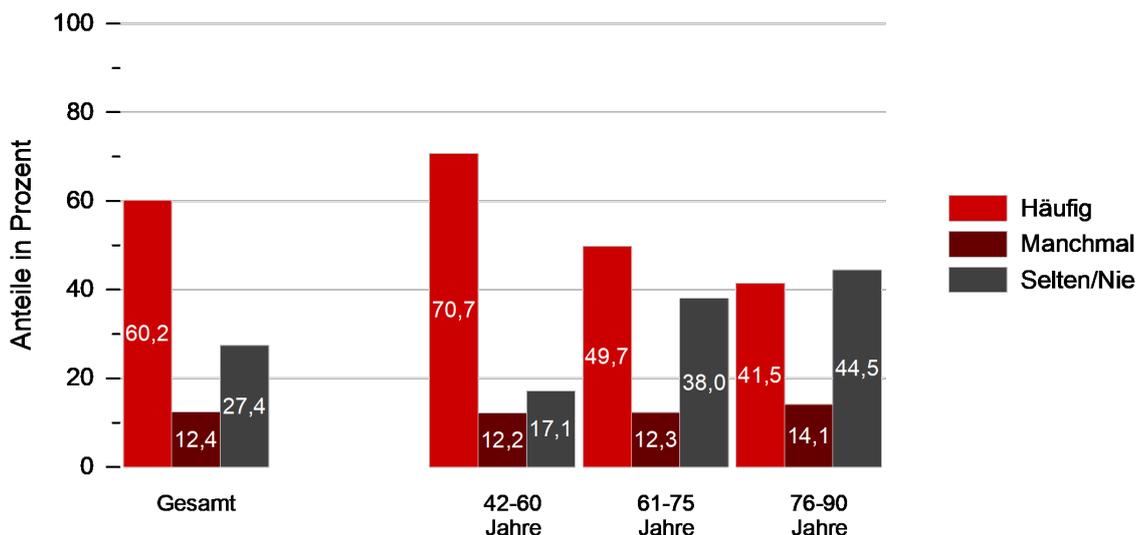


Quelle: DEAS 2023, unveröffentlichte Version, n= 3.617 (nur Personen, die über einen Internetzugang verfügen), gerundete Angaben. Statistisch signifikant ($p < 0,05$): Unterschied der 42- bis 60-Jährigen zu den 61- bis 75-Jährigen sowie zu den 76- bis 90-Jährigen in den Kategorien „Häufig“ und „Selten/nie“. Die Unterschiede in der Kategorie „Manchmal“ sind nur zwischen den 42- bis 60-Jährigen und den 61- bis 75-Jährigen statistisch signifikant.

Das Internet dient aber nicht nur der Information, sondern auch der Unterhaltung und ist damit wichtiger Bestandteil der Freizeitgestaltung. Tatsächlich nutzen 60 Prozent in der zweiten Lebenshälfte mehrmals in der Woche das Internet, um beispielsweise Musik zu hören, Filme zu schauen, Spiele zu spielen oder Fernzusehen (Abbildung 6). Auch hier sind die

Altersunterschiede deutlich: Während knapp 70 Prozent der 42- bis 60-Jährigen das Internet mehrmals die Woche zur Unterhaltung nutzen, sind es bei den 61- bis 75-Jährigen 49,6 Prozent und bei den 76- bis 90-Jährigen nur gute 41 Prozent. Es lässt sich vermuten, dass die Älteren überwiegend den traditionellen analogen Medien „treu bleiben“, mit denen sie sozialisiert wurden.

Abbildung 6: Häufigkeit der Nutzung des Internets zur Unterhaltung bei den 42- bis 90-Jährigen, gesamt und nach Altersgruppe



Quelle: DEAS 2023, unveröffentlichte Version, n= 3.615 (nur Personen, die über einen Internetzugang verfügen), gerundete Angaben. Statistisch signifikant ($p < 0,05$): Unterschied der 42- bis 60-Jährigen zu den 61- bis 75-Jährigen sowie zu den 76- bis 90-Jährigen in den Kategorien „Häufig“ und „Selten/nie“. Die Unterschiede in der Kategorie „Manchmal“ sind nicht statistisch signifikant.

Fazit

Der Zugang zu und die Nutzung von unterschiedlichen Medien sind unerlässlicher Teil unserer Gesellschaft. Medien vermitteln Wissen, befähigen, aktuelle Entwicklungen zu beurteilen, dienen der Zerstreuung – und verbinden uns auch dann mit der Welt, wenn wir unsere Wohnung nicht verlassen.

Die Ergebnisse zeigen, dass Fernsehen insbesondere im höheren Alter eine wichtige Rolle im Alltag spielt. Auch dem Radiohören werden im Schnitt drei Stunden täglich gewidmet. Beide Medien liefern sowohl wichtige Informationen (von Nachrichten bis Ratgeber) als auch Unterhaltung. Dies sollte auch in der aktuellen Diskussion um die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks mitgedacht werden. Er ist, gerade auch vor dem Hintergrund seines Bildungsauftrags, ein wichtiger Bestandteil des Medienangebots: Er bietet, mehr noch als private Anbieter, fundierte Nachrichten sowie Service- und Ratgebersendungen,

die eine Teilhabe an der Gesellschaft für viele Menschen erleichtert.

Dass Lesen den Erhalt kognitiver Fähigkeiten unterstützt, ist allgemein bekannt. Doch dass insbesondere das Lesen von Büchern auch eine emotionale Komponente hat, weil das so genannten Deep Reading empathisch mit der Welt verbindet, und diese Aspekte zusammen sogar die Lebenserwartung erhöhen können, wird erst seit einigen Jahren erforscht (z. B. Bavishi, Slade, & Levy 2016). Auch mit Daten des DEAS konnte ein Zusammenhang zwischen Bücherlesen und emotionalem Wohlbefinden, subjektiver Gesundheit und kognitiven Leistungen nachgewiesen werden (Hartmann et al. 2023). Ein guter Grund also, Lesen nicht nur bei den Jüngsten zu fördern. Zeitungen als Informationsquelle, so zeigen unsere Analysen, sind insbesondere bei den Älteren ein sehr wichtiges Medium und daher bedeutsam für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben.

Die vorgenannten Ergebnisse stehen in umgekehrten Verhältnis zur Internetnutzung: Dort ist es die jüngste Altersgruppe mit dem intensivsten Nutzungsverhalten und es ist zu vermuten, dass sie auf Informationen, die die Älteren aus der Zeitung beziehen eher im Internet zugreifen.

Internet gehört für die meisten Menschen ganz selbstverständlich zu ihrem Alltag. Doch unsere Analysen zeigen, dass fast 40 Prozent der 72- bis 90-Jährigen nicht einmal über einen Zugang zum Internet verfügen. Das ist ein immer noch hoher Anteil, auch wenn ein Vergleich mit vorangegangenen Auswertungen des DEAS zeigen, dass dieser Anteil stetig sinkt (Huxhold & Otte 2019; Endter, Hagen, & Berner 2020; Kortmann et al. 2021). Auf die Bedeutung des Internets für ältere Menschen hat ausführlich der Achte Altersbericht der Bundesregierung „Ältere Menschen und Digitalisierung“ hingewiesen (Bundestag 2020). Das Internet sei die „Basisinfrastruktur für Zugang und Nutzung digitaler Technologien“ (Bundestag 2020: 10), also auch für digitale Assistenzsysteme, die ein selbstständiges Leben in der eigenen Wohnung auch bei Pflegebedürftigkeit erleichtern können. Kritisch zu bemerken ist auch die Tendenz, Leistungen ausschließlich digital anzubieten, wie beispielsweise aktuell von der Deutschen Bahn angekündigt. Gegen den Ausschluss von Menschen,

die Bahntickets nicht online buchen wollen oder können, hat sich daher energisch die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen positioniert (BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen 2024). Das darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass immer mehr ältere Menschen das Internet sowohl zu Unterhaltungs- als auch Informationszwecken nutzen. Doch zeigen unsere Analysen immer noch deutliche Altersunterschiede in der Nutzung, die dafür sprechen, unterschiedliche Angebote auch weiterhin auf digitalem UND analogem Weg anzubieten.

Einschränkend ist zu sagen, dass bei der Erhebung des Fernseh-, Radio-, Bücher- und Zeitungskonsum sowohl analoge wie digitale Zugänge zusammen erhoben wurden. Beide Bereiche sind daher nicht miteinander zu vergleichen. Auch können die Ergebnisse zur Internetnutzung nur eingeschränkt mit den anderen Medien ins Verhältnis gesetzt werden: Wer das Internet zu Unterhaltungszwecken nutzt, tut dies eventuell nicht statt Fernzusehen oder Radiozuhören, sondern nutzt das Internet vielleicht gerade hierfür. Genauso sieht es beim Lesen von Zeitungen aus. Festzuhalten ist aber, dass insbesondere die 40 Prozent der 76- bis 90-Jährigen, die keinen Zugang zum Internet haben, definitiv nicht in der Lage sind, diese Medien digital zu nutzen.

Literatur

- BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen. (2024). Bahnfahren ohne Digitalzwang. Verbändebündnis fordert analogen Zugang zu BahnCard und Sparpreisen BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen.
- Bavishi, A., Slade, M. D., & Levy, B. R. (2016). A chapter a day: Association of book reading with longevity. *Social Science & Medicine*, 164, 44-48. <https://doi.org/10.1016/j.socsci-med.2016.07.014>.
- Bundestag, D. (2020). *Achter Bericht zur Lage der älteren Generation in der Bundesrepublik Deutschland: Ältere Menschen und Digitalisierung und Stellungnahme der Bundesregierung. Drucksache 19/21650 vom 13.08.2020*. Berlin: Deutscher Bundestag. Online: https://www.achter-altersbericht.de/fileadmin/altersbericht/pdf/aktive_PDF_Altersbericht_DT-Drucksache.pdf [Zuletzt abgerufen am 07.11.2024).

- Endter, C., Hagen, C., & Berner, F. (2020). *Ältere Menschen und ihre Nutzung des Internets. Folgerungen für die Corona-Krise [DZA-Fact Sheet]*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen. Online: https://www.dza.de/fileadmin/dza/Dokumente/Fact_Sheets/Fact_Sheet_Corona4_Digitalisierung.pdf (Zuletzt abgerufen am 07.11.2024).
- Hartmann, S., Klasen, L., Keller, N., & Huxhold, O. (2023). *Bücherlesen in der zweiten Lebenshälfte: Welche Zusammenhänge gibt es mit den Aspekten von Lebensqualität und Gesundheit? [DZA Aktuell [04/2024]*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen. Online: https://www.dza.de/fileadmin/dza/Dokumente/DZA_Aktuell/DZA-Aktuell_04_2023_Buecher_lesen_in_der_zweiten_Lebenshaelfte.pdf (Zuletzt abgerufen am 07.11.2024).
- Huxhold, O., & Otte, K. (2019). *Internetzugang und Internetnutzung in der zweiten Lebenshälfte [DZA Aktuell 01 /2019]*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen. Online: https://www.dza.de/fileadmin/dza/Dokumente/DZA_Aktuell/DZAAktuell_Internetnutzung_fin.pdf (Zuletzt abgerufen am 07.11.2024).
- Kortmann, L., Hagen, C., Endter, C., Riesch, J., & Tesch-Römer, C. (2021). *Internetnutzung von Menschen in der zweiten Lebenshälfte während der Corona-Pandemie: Soziale Ungleichheiten bleiben bestehen [DZA Aktuell 05/2021]*. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen. Online: https://www.dza.de/fileadmin/dza/Dokumente/DZA_Aktuell/DZA-Aktuell_05_2021_Internetnutzung.pdf (zuletzt abgerufen am 07.11.2024).

Impressum

Hartmann, S., & Klasen, L. (2025). Fernsehen, Radio, Bücher, Zeitungen, Internet: Welche Medien werden in der zweiten Lebenshälfte genutzt? [DZA-Fact Sheet]. Berlin: Deutsches Zentrum für Altersfragen. <https://doi.org/10.60922/3rk2-8588>

ISSN: 2944-1048

Creative Commons CC-BY-Share Alike 4.0

Erschienen im Januar 2025.

Das DZA-Fact Sheet ist ein Produkt der Wissenschaftlichen Informationssysteme im Deutschen Zentrum für Altersfragen (DZA), Berlin. Das DZA wird gefördert durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

www.dza.de