

Bücher unterm Weihnachtsbaum

Aktuelle generationlab-Studie des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt: Krimis boomen bei 55- bis 65-jährigen, die E-Book-Revolution bleibt aus

Bücher und E-Books zählen seit Jahren zu den beliebtesten Weihnachtsgeschenken – auch bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die ihre Eltern und Verwandten mit einem passenden Geschenk beschenken wollen. Das generationlab des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt in einer aktuellen Studie zum Medienverhalten 55- bis 65-jähriger, was junge Österreicherinnen und Österreicher beachten müssen, um mit ihren Buchgeschenken für die ältere Generation richtig zu liegen.

9 von 10 Lesern greifen zum gedruckten Buch

Die E-Book-Revolution ist in den Medienwelten der „neuen Alten“ noch nicht angekommen. 9 von 10 Österreicherinnen und Österreichern im Alter von 55 bis 65 Jahren bevorzugen das gedruckte Buch, und zwar unabhängig davon, ob sie sich in Romanlektüre oder aber in Sachbücher vertiefen. Mit E-Book-Geschenken liegt man in dieser Altersgruppe also meistens falsch.

Spannende Unterhaltung im Trend: Krimis sind das beliebteste Genre

Das beliebteste Genre der 55- bis 65-jährigen sind Krimis (36%), gefolgt von Kochbüchern (30%), Sachbüchern zu naturwissenschaftlichen und technischen Themen (26%), Ratgeberliteratur und Biographien bekannter Persönlichkeiten (jeweils 23%).

- Krimis sprechen das weibliche *und* das männliche Leserpublikum an: 41% der Frauen und immerhin 30% der Männer lesen Krimis. Das Erfolgsrezept der Krimis liegt im Spannungsmoment, das die Leserinnen und Leser in einen „Leseflow“ hineinzieht und sie für die Zeit der Lektüre die Welt um sich herum vergessen lässt.
- Die auf der Top-5-Liste den Krimis nachgereihten Genres differenzieren zum Teil deutlich aus: Kochbücher und Biographien sind ganz klar weibliches Metier, auch Ratgeber zu wichtigen Lebensthemen sind tendenziell weiblich. Sachbücher zu technischen und naturwissenschaftlichen Themen zeigen hingegen erwartungsgemäß eine stärker männliche Tendenz.

Anspruchsvolle Literatur (Romane, Theaterstücke oder Gedichte), aber auch Fortbildungslektüre bleibt, wie die aktuelle generationlab-Studie des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt, eine Sache der Bildungseliten.

16% Buch-Distanzierte in der Altersgruppe der 55- bis 65-jährigen, jeder 4. Mann ist ein Lesemuffel

Jeder vierte Mann im Alter von 55 bis 65 Jahren (26%) greift nie zur Buchlektüre. Bei den Frauen ist der Anteil der Büchermuffel mit knapp 7% deutlich kleiner.

„Diese größere weibliche Affinität zu Büchern zeigt sich auch beim ganz jungen Lesepublikum. Für viele Mädchen sind Bücher wichtige Pubertätsbegleiter. In diesem Alter ist der Anteil der Büchermuffel übrigens auch vergleichbar mit den 55- bis 65-jährigen. Im Alter von etwa 15 Jahren kommt es dann aber zu einem generellen Leseknick und die in der Jugendkultur populären Spielarten der digitalen Kommunikation gewinnen an Bedeutung: allem voran *Social Media* wie Snapchat oder Instagram“, sagt Studienleiterin Dr. Beate Großegger.

„Neue Alte“ finden an die Medienkulturen der digitalen Jugend kaum Anschluss

An die trendigen Web-Tools der Jugend finden 55- bis 65-jährige noch kaum Anschluss. Was bei den Jungen boomt, spielt bei den Älteren so gut wie keine Rolle:

- Lediglich 2% der 55- bis 65-jährigen Österreicherinnen und Österreicher nutzen regelmäßig Instagram, 1% nutzt regelmäßig Snapchat.
- Die populäre Videoplattform YouTube, die aus dem Kommunikationsmix der Jugend kaum mehr wegzudenken ist und für „Digital Natives“ mittlerweile so selbstverständlich zum modernen Leben gehört wie das Smartphone, der Fernseher oder die Waschmaschine, wird in der Gruppe der 55- bis 65-jährigen „Digital Immigrants“ nur von einem knappen Drittel regelmäßig genutzt.

Lediglich bei Facebook und WhatsApp holt die ältere Generation langsam auf:

- 57% der 55- bis 65-jährigen Österreicherinnen und Österreicher sind mittlerweile regelmäßig auf Facebook, 53% nutzen regelmäßig WhatsApp – vor allem, um mit den Kindern und Enkeln Kontakt zu halten und in einer für jüngere Generationen sympathischen Form im Austausch zu bleiben.

„Wir beobachten, dass Facebook und WhatsApp sich mehr und mehr zu *All-Age-Media* entwickeln und in den Familien eine für Jung und Alt wichtige Kommunikationsschnittstelle zwischen den Generationen schaffen. Der jugendkulturelle Trend geht hingegen ganz klar in Richtung Snapchat und Instagram. Und da bleiben die *neuen Alten* derzeit noch völlig außen vor“, so Dr. Beate Großegger.

Studiensteckbrief:

Forschungsschwerpunkt:	Medienkulturen im Generationenvergleich
Titel der Studie:	Mediennutzung 55- bis 65-jähriger
Repräsentativumfrage:	unter 300 ÖsterreicherInnen im Alter von 55 bis 65 Jahren
Themen:	Buchlektüre: beliebte Buch-Genres – gedrucktes Buch vs. E-Book – Social-Media-Nutzung – Markenorientierung
Durchführung:	Institut für Jugendkulturforschung/ <i>generationlab</i>
Studienleitung:	Dr. Beate Großegger
Statistik:	Matthias Rohrer

Das im Sommer 2016 vom Institut für Jugendkulturforschung ins Leben gerufene [generationlab](#) verknüpft Jugendforschung mit Fragen der Inter-Generationenanalyse.

Die aktuelle Studie ist Auftakt zum Forschungsschwerpunkt „Medienkulturen im Generationenvergleich“, mit dem das Institut für Jugendkulturforschung Bildungsinstitutionen, die Leseförderung, Medien und Verlagswesen, aber auch Zielgruppenkommunikatoren im Profit- wie auch Non-Profitsektor mit planungsrelevanten Daten unterstützen und bei der Entwicklung generationensensitiver Kommunikationskonzepte beratend begleiten will.

Rückfragenachweis:

Institut für Jugendkulturforschung/generationlab
Alserbachstr. 18, 1090 Wien
Tel. 01/532 67 95
Mail: generationlab@jugendkultur.at