

DDR. PAUL EISELSBERG

#SocialMedia Revolution

Die Auswirkungen der neuen Kommunikationswelten
auf die Gesellschaft und Wirtschaft in Österreich



© 2016 by IMAS International, Linz
Verlag und Vertrieb: TRAUNER Verlag + Buchservice GmbH, Linz

Lektorat: Karin Schuhmann
Gestaltung: Bettina Victor, Klara Jedinger
Bilder: fotolia.com; Hermann Wakolbinger, Linz (Umschlagrückseite)

Herstellung: TRAUNER Druck GmbH und Co KG, Linz
ISBN 978-3-99033-839-1



#SocialMediaRevolution

Die Auswirkungen der neuen Kommunikationswelten
auf die Gesellschaft und Wirtschaft in Österreich

Inhalt

Vorwort: Hilfe, die Zeitung ist kaputt

Die #SocialMediaRevolution „verschlingt“ ihre Nutzer 6

Einleitung: Revolution statt Evolution

Die Geschwindigkeit des Lebens nimmt durch das Internet zu 9

1 Die Echtzeit- und Livestream-Generation

Die digitale Spaltung prägt, die breite Kommunikations- und Informationsbasis geht durch stärkere Selektion verloren 14

2 Der virtuelle Einkauf

Von Beratungsdiebstahl, dem Einfluss der Onlinebewertungen und der Bedeutung von Shopingerlebnissen 28

3 Wer online sucht, bucht online

Case Study: Die Reiseentscheidung wird entweder durch die Online- oder die Offlinewelt geprägt 44

4 Das digitale Wartezimmer

Von der Onlinerecherche zum neuen Arzt-Patienten-Verhältnis 56



5 Von Voyeuren und Süchtigen

Facebook im Spannungsfeld zwischen Neugier und Selbstdarstellung, der virtuelle Raum als Tagesbegleiter

72

6 Wenn der Offlinestatus keine Option ist

Von Ein- und Ausstiegsmotiven und fehlender Sensibilität im Umgang mit Facebook

86

7 Friendship 2.0 – digitales Freundschaftsnetz statt Familienbande?

Wenn der Freundschaftskontakt aus „Null und Eins“ besteht

100

8 Politik wird kaum „geliked“

Von Shitstorms und der Glaubwürdigkeit von Politikerprofilen auf Facebook

116

9 Sieben Thesen für dieses neue, digitale Zeitalter

Weil nichts so bleibt, wie es ist – Ableitungen und Auswirkungen

134

Hilfe, die Zeitung ist kaputt

Die #SocialMediaRevolution „verschlingt“ ihre Nutzer

Als ich vor rund einem Jahr folgende Anekdote eines Politikers in einem Onlinekommentar las, kam ich für längere Zeit nicht mehr aus dem Schmunzeln heraus; diese Geschichte bewegte und sensibilisierte mich. Sie handelte von einem Familienfrühstück des besagten Politikers mit Töchtern, Söhnen und Enkeln. Die auf dem Frühstückstisch liegende Sonntagszeitung wurde kurz zum Mittelpunkt der Aufmerksamkeit für die dreijährige Enkelin. Sie wischte auf dem Titelfoto herum wie auf einem Smartphone und drückte mehrmals darauf, um auf tiefer liegende Inhalte zu gelangen. Alle diese Aktionen fruchteten naturgemäß nicht, Print-Zeitungen haben hier ihre eigenen statischen Gesetze. Kein neues Bild, keine Animation, kein Sound! Da konnte etwas nicht stimmen. Das kleine Mädchen erkannte dies, wandte sich mit großem Erstaunen und mit folgendem Hilferuf an ihren Opa: „Hilfe, die Zeitung ist kaputt!“

Ob sich diese Geschichte genauso abgespielt hat oder nicht, ist eigentlich nicht so wichtig. Sie könnte überall und jederzeit so stattfinden und Ähnliches passiert in abgewandelter Form wohl im Alltag vieler Familien mit Kindern, die mit Smartphone und Co aufwachsen. Beispielsweise kam unlängst mein vierjähriger Sohn, dem ich eine Frage nicht beantworten konnte, zu folgender Lösung: „Dann müssen wir eben im Internet nachschauen“. Ein andermal versuchte er plötzlich, mit einer leichten Wischbewegung am TV-Gerät das Bild und somit das Programm zu wechseln. Solche und ähnliche Erlebnisse können vermutlich die meisten Eltern aus eigener

Erfahrung erzählen. Sie sind ein Beleg für eine neue Zeit, man könnte sagen für einen Epochenwechsel, der in unserem Alltagsleben stattfindet. An solch einfachen Beispielen lässt sich dieser große Wandel am besten erkennen.



Sicher ist, dass sich aktuell vieles in unserem Leben dramatisch verändert. Österreich als die Insel der Seligen ist abgetaucht im Meer der Globalisierung und des demografischen Wandels. Als Meinungsforscher ist man nahe dran am Wandel, analysiert die unterschiedlichen Entwicklungen und versucht sie richtig einzuordnen. Empirische Untersuchungen mit mehr als 15 000 Interviews wurden für dieses Buch durchgeführt, um die Digitalisierung in den verschiedensten Lebensbereichen der österreichischen Bevölkerung näher dokumentieren zu können. Bei der Betrachtung aller Zahlen, Daten und Fakten zeigt sich eindeutig eines: Ein erster Schritt zum Umbruch war das Internet, mit den Social Media kam die Revolution. Die globalisierte und digitalisierte Gesellschaft unterscheidet sich deutlich von ihren Vorgängern. Sie informiert anders, kommuniziert anders und entscheidet anders.

Die Notwendigkeit, den aktuellen Umbruch für Unternehmer, Opinionleader aus den unterschiedlichsten Lebensbereichen, Medienfachleute und Wissenschaftler zu dokumentieren, hat mich dazu bewogen, unsere Erkenntnisse auch in Form eines Buches aufzulegen. Um den digitalen Entwicklungen Rechnung zu tragen, wird es auch als E-Book erhältlich sein. Dieses Buch soll einen gedanklichen Anstoß bieten, die #SocialMediaRevolution zu erkennen, richtig einzuordnen und mit Erfolg zu gestalten.

Ich möchte dieses Vorwort auch für drei persönliche Anliegen nutzen: Danken möchte ich meinen Kolleginnen und Kollegen vom IMAS-International-Forschungsstab für die Unterstützung und die zahlreichen Ideen für viele Studien und Analysen. Marktforschung ist „Teamsport“ und empirische Sozialforschung braucht viele kluge Köpfe.

Ich danke meinen Söhnen Sebastian und Oliver, die mir jeden Tag aufs Neue die Welt in einer neuen Perspektive erscheinen lassen und mir in jeder gemeinsamen Minute bewusst machen, dass Neugier wesentlich für die Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit ist.

Vor allem danke ich meiner Frau Heidi für ihre Gedanken, ihre Empathie, ihre Unterstützung und ihre Lebensfreude, die mich jeden Tag wieder neu beflügelt und neue Projekte starten lässt.

Linz, im April 2016

Paul Eiselsberg

Revolution statt Evolution

Die Geschwindigkeit des Lebens nimmt durch das Internet zu

Zahlreiche prominente Autoren und Wissenschaftler sind derzeit der digitalen Entwicklung und deren Auswirkungen auf der Spur: Vom (leider 2015 verstorbenen) ehemaligen Mitherausgeber der FAZ Frank Schirrmacher, der in seinem bahnbrechenden Buch „Payback“ die Auswirkungen des Internets auf die Gesellschaft beschrieb, über Manfred Spitzer, den wohl bekanntesten deutschen Psychiater und Hirnforscher, der eindringlich vor der „digitalen Demenz“ warnt, bis hin zu Primar Kurosch Yazdi, dem anerkannten österreichischen Spezialisten für Suchterkrankungen, der das Suchtpotenzial des virtuellen Raums in seinem Buch „Junkies wie wir“ klar aufzeigt.

Alle Autoren haben gemein, dass sie sich intensiv mit den Auswirkungen der digitalen Welt auseinandersetzen. Ihre Erkenntnisse sind hochwissenschaftlich, äußerst facettenreich und beleben die aktuelle Diskussion über eine Technologie, die – wie manche Wissenschaftler meinen – die Welt noch stärker beeinflussen und verändern wird, als es der Buchdruck vor rund 500 Jahren getan hat: nämlich die digitale Revolution.

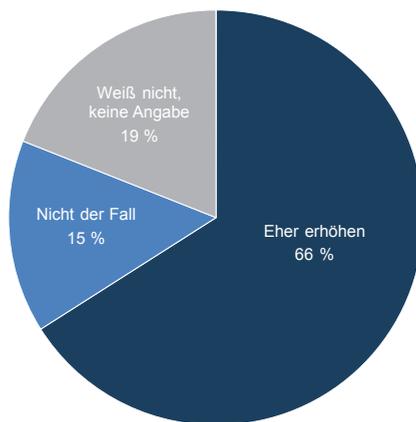
Vieles ist aktuell in Bewegung, die Gesellschaft ist im Umbruch, eine nachhaltige und grundlegende Veränderung zeichnet die aktuelle Zeit aus. In vielen Bereichen der Gesellschaft, der Wirtschaft, der Medien usw. stehen die Zeichen auf Wandel, verstärkt durch die Kraft des Internets und der damit verbundenen Social-Media-Generation. Die Flutwelle der Digitalisierung erreicht nicht nur den privaten Haushalt,

sondern revolutioniert auch den Wirtschaftsstandort und die Unternehmersituation. Alle menschlichen Bereiche sind betroffen: Beziehungen, Kontakte und das Verhalten.

Der Eindruck der Veränderungen ist demoskopisch betrachtet klar: Das Meinungsklima unter den Österreichern ist geprägt durch eine Diskrepanz zwischen gefühlter und gewünschter Geschwindigkeit. Dies hängt im Übrigen auch stark mit der digitalen Revolution zusammen. Zwei Drittel der Bevölkerung meinen, dass sich das Tempo der Gesellschaft durch die digitalen Medien erhöht.

AUSWIRKUNGEN DES INTERNETS AUF DAS GESELLSCHAFTLICHE TEMPO

Frage: „Haben Sie den Eindruck, dass das Internet und die digitalen Medien wie E-Mail usw. das Tempo in unserer Gesellschaft eher erhöhen, oder ist das nicht der Fall?“



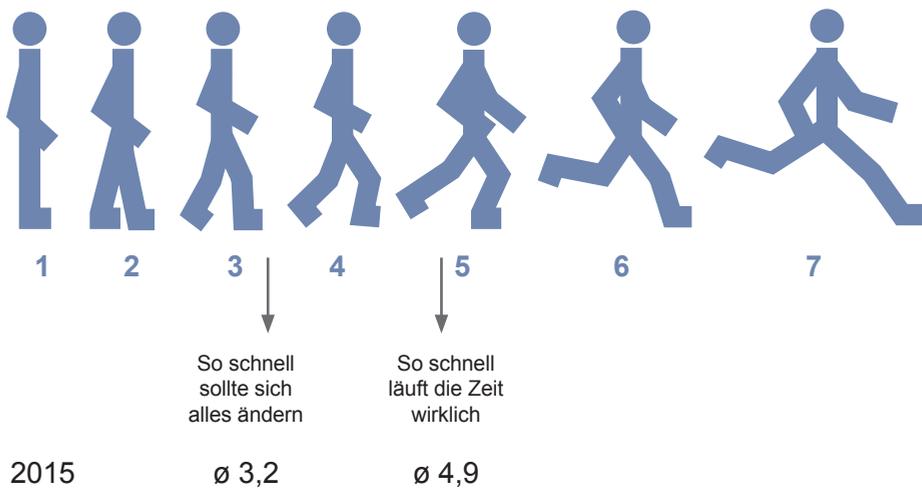
IMAS International n = 1015, österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, November/Dezember 2015 Archiv-Nr. 015111

Die Geschwindigkeit der Gesellschaft wurde wie folgt empirisch erhoben: Anhand der Vorlage eines Bildblattes, mit einer Skala von 1 bis 7, das die unterschiedlichen Tempi des gesellschaftlichen Lebens darstellt, sollten die Befragten das aktuelle Tempo der Veränderung der Gesellschaft – also den eigenen persönlichen Eindruck – ausweisen. Im Durchschnitt beziffern die Österreicher dabei die Geschwindigkeit der Veränderungen bei 4,9. Im Vergleich dazu liegt die gewünschte Änderungsgeschwindigkeit bei 3,2.

DER EINDRUCK VON VERÄNDERUNGEN

Frage: „Was würden Sie sagen, wie schnell läuft die Zeit – wie schnell oder wie langsam verändert sich alles? So kann man das natürlich nur schwer sagen, aber ich habe hier ein Bildblatt mitgebracht. Punkt eins auf diesem Bild würde bedeuten, die Zeit steht fast still und sieben, die Zeit ändert sich rasend schnell. Welche Nummer von eins bis sieben würden Sie für unsere heutige Zeit typisch finden?“

Frage: „Wenn Sie es bestimmen könnten: Mit welchem Tempo sollte sich alles ändern? Was wäre Ihnen am liebsten?“



IMAS International n = 1015, österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren, November/Dezember 2015 Archiv-Nr. 015111

Herr und Frau Österreicher erleben somit eine deutliche Diskrepanz zwischen gefühlter und gewünschter Geschwindigkeit der Veränderungen. Dies ist eindeutig und bestätigt den Trend zu den bisherigen durchgeführten Messungen.

Interessanterweise unterscheidet sich der aktuelle Befund aber grundlegend von anderen in der Vergangenheit durchgeführten Studien: Einerseits verschob sich der Eindruck der Geschwindigkeiten (in den gleichen Abständen) etwas nach links (also etwas langsamer) und zweitens zeigt sich, dass die junge Generation im Vergleich zu ihren Eltern und Großeltern den Unterschied nicht mehr gleich stark empfindet. Denn bisher ging man von der Faustregel aus, dass sich trotz der unterschiedlichsten Kommunikationsformen, -kanäle und Lebensstile gerade nach Alter betrachtet kaum

ein Unterschied in der Geschwindigkeitswahrnehmung ergibt. Vorsichtig interpretiert könnte dies bereits auf einen Gewöhnungseffekt bei der jüngeren Generation hindeuten. Die Echtzeit- und Live-Kommunikation hat bei ihnen schon Fahrt aufgenommen und eventuell das Bewusstsein verändert.

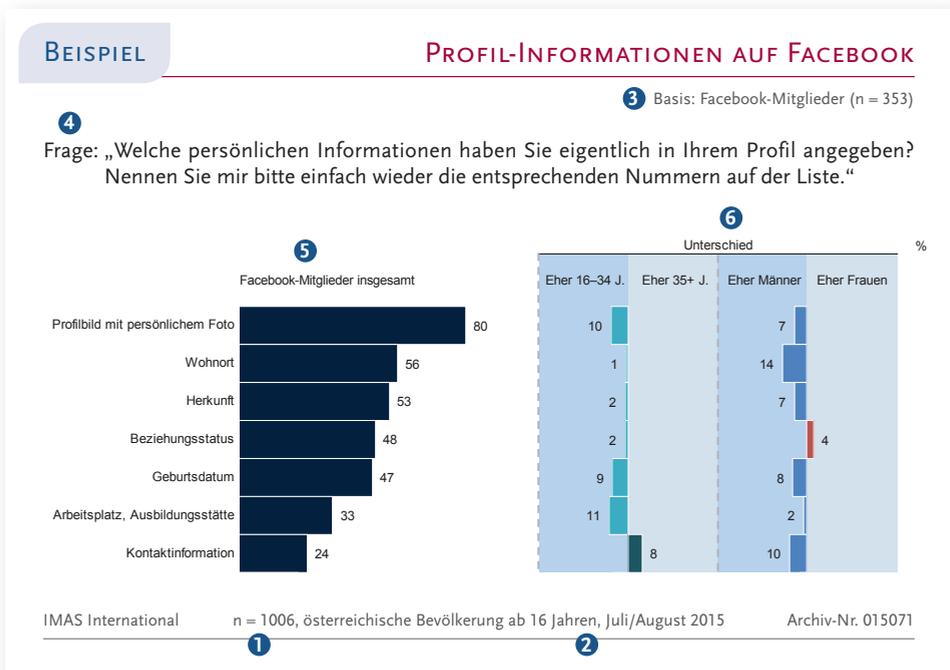
Dieses Buch soll nun die aktuelle Diskussion rund um die Digitalisierung erweitern und diese auf eine solide, empirische Basis für Österreich bringen und die eingangs erwähnte Literatur ergänzen.

Der IMAS International Forschungsstab führte in den letzten Jahren zahlreiche, große Eigenstudien durch, um sich dieser Revolution empirisch zu nähern. Diese Eigenstudien wurden zu einem Teil der Öffentlichkeit vorgestellt und werden nun in diesem Buch durch aktuelle empirische Befunde veredelt und deutlich erweitert.

Dieses Buch enthält neun Kapitel, die sich schwerpunktmäßig mit unterschiedlichen Kernthemen der Digitalisierung in Österreich beschäftigen. Auf die Veränderung der Mediennutzung und Kommunikationswelten in Kapitel 1 folgt das digitale Einkaufsverhalten in Kapitel 2. In Kapitel 3 wird eine Case Study rund um eine Touchpoint-Analyse zum Reiseverhalten eingebaut, um die Entscheidungslogik im Web-2.0-Zeitalter näher zu analysieren und darstellen zu können. Kapitel 4 beschäftigt sich mit dem neuen Arzt-Patienten-Verhältnis. Kapitel 5, 6 und 7 nähern sich dem Phänomen Facebook in seinen unterschiedlichen Auswirkungen, von der Nutzungsdauer bis hin zum neuen Freundschaftsbegriff. Die Politik 2.0 wird in Kapitel 8 näher beleuchtet und das Thema „Shitstorm“ auf die demoskopische Waagschale gelegt. Im letzten Kapitel werden die Auswirkungen dieser Revolution näher beleuchtet und aus der Vogelperspektive betrachtet.

Vor allem soll dieses Buch eines aufzeigen: Bei der Frage der Digitalisierung handelt es sich nicht um eine Evolution, sondern um eine Revolution, die sich auf alle gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche des Lebens dramatisch auswirken wird. Dazu kommt noch, dass sich die Digitalisierung selbst in einem unglaublichen Tempo verändert und man sich schon heute auf die Generation Web 3.0 einstellen sollte. Eines ist sicher: *Eine digitale Gesellschaft wird anders kommunizieren, anders arbeiten, anders entscheiden, das heißt: anders und vor allem schneller leben.*

Chart-Lesebeispiel für ein besseres Verständnis der Resultate



1 Anzahl der Befragten/Samplegröße:

Die **Samplegröße** gibt an, wie viele Personen insgesamt befragt wurden.

2 Zielgruppe und Datum (Zeitraum) der Befragung:

Die **Zielgruppe** gibt die Gruppe der Personen an, für die die Befragung vorgesehen war. Die Umfrage richtete sich in Form von Face-to-face-Interviews (persönlichen Interviews) an diese 1006 Personen (Sample), die in ihrer Zusammensetzung ein maßstabgetreues verkleinertes Modell der österreichischen Bevölkerung ab dem 16. Lebensjahr (Grundgesamtheit) verkörperten.

3 Der Teil der Befragten, dessen Ergebnisse dargestellt werden, bildet die Basis (nur angeben, wenn nicht die gesamte Samplegröße im Diagramm dargestellt wird):

Als **Basis** wurden in diesem Beispiel jene 353 Personen ausgewählt, die sich bei einer vorhergehenden Frage als Facebook-Mitglieder ausgegeben haben.

4 Verwendete Fragestellung und

5 Darstellung der gegebenen Antworten in Prozent:

Im **Diagramm links** wird nun dargestellt, wie diese ausgewählten Personen auf die **Frage** geantwortet haben. Beispielsweise gaben 80 Prozent an, ein persönliches Foto als Profilbild auf Facebook zu posten.

6 Unterschied der jeweiligen Subgruppen untereinander (z. B. Männer versus Frauen) in Prozent:

Im **Diagramm rechts** werden für eine genauere Analyse die Unterschiede in den Ergebnissen nach Alter und Geschlecht dargestellt. Beispielsweise tendieren jüngere Personen unter 35 Jahren und Männer deutlich stärker zum Posten eines Profilbilds als die sozialen Gegengruppen. Personen über 35 Jahre und Männer geben eher Kontaktinformationen an als ihre Gegengruppen und Frauen posten eher Inhalte über ihren Beziehungsstatus als Männer. Bei Auskünften über Arbeitsplatz oder Ausbildungsstätte gibt es Unterschiede zwischen Jüngeren und Älteren, aber kaum zwischen Männern und Frauen.

1 Die Echtzeit- und Livestream-Generation

Die digitale Spaltung prägt,
die breite Kommunikations- und Informationsbasis
geht durch stärkere Selektion verloren



KERNPUNKTE DER ANALYSE

-  Vom akademischen Nischenkanal zum neuen Massenmedium. Die Zahl der täglich in der virtuellen Welt Aktiven hat sich in den letzten 16 Jahren mehr als verdreifacht, die Zahl der intensiven Social-Media-Nutzer seit 2008 versiebenfacht. Die junge Generation zwischen 14 und 29 Jahren bildet einen relativ ausgeglichenen Kommunikations-Dreischritt: TV + Internet + Radio. Die Mediennutzung ist im Wandel.
-  Digitale Spaltung durch den virtuellen Raum: Jüngere, urbanere und höher gebildete Menschen nutzen das Internet häufiger und intensiver. Die Kommunikation unter den Generationen wird durch die Vielzahl der Kommunikationskanäle erschwert.
-  Die Bevölkerung hat sich somit in vier Kommunikationswelten geteilt: Neben den Internetasketen vollziehen die weiteren drei Gruppen der Internetnutzer eine konsequente Anpassung an die breitgefächerten Möglichkeiten des digitalen Informationstransfers in unterschiedlichen Intensitäten.
-  Kommunikation und Informationssuche sind im Zentrum der Internetnutzung, stärkere Selektion entsteht. Neben der multimedialen Nutzung verändert Social-Media-Konsum das tägliche, klassische Informationsverhalten: Weniger TV und weniger Print sind die Konsequenz.