



Medienfreizeit in der Pandemie

Kurzexpertise von Dr. Beate Großegger

Wien, 2021

Foto-Credits: Daniel Wisniewski, Fenja Eisenhauer, Freyja Schimkus, Tobias Mittmann / www.jugendfotos.at

Institut für Jugendkulturforschung
Alserbachstraße 18 / 7. OG / 1090 Wien
Tel. +43 / (0)1 / 532 67 95
E-Mail: studien@jugendkultur.at

© Sämtliche Inhalte unterliegen dem Urheberrecht.

Wir freuen uns, wenn Sie aus dem Fachbeitrag von Dr. Beate Großegger zitieren, ersuchen jedoch um korrekte Zitation bzw. Quellenangabe.

Für auszugsweise Wiederveröffentlichung wenden Sie sich bitte an studien@jugendkultur.at oder direkt an Beate Großegger – bgrossegger@jugendkultur.at

Medienfreizeit in der Pandemie

Beate Großegger

Die Tage werden kürzer, die Nächte länger, die vierte Pandemiewelle rollt. Das Freizeitgeschehen Jugendlicher und junger Erwachsener verlagert sich wieder stärker „indoor“. Die Zeichen stehen auf „Cocooning“. Rekreative Mediennutzung wird wichtiger. Das gilt für junge Frauen und junge Männer gleichermaßen. Wie die jungen ÖsterreicherInnen ihre Medienfreizeit am liebsten verbringen, unterscheidet sich aber nach Geschlecht.

I. Die Medienfreizeit 16- bis 29-jähriger ÖsterreicherInnen ist vielfältig

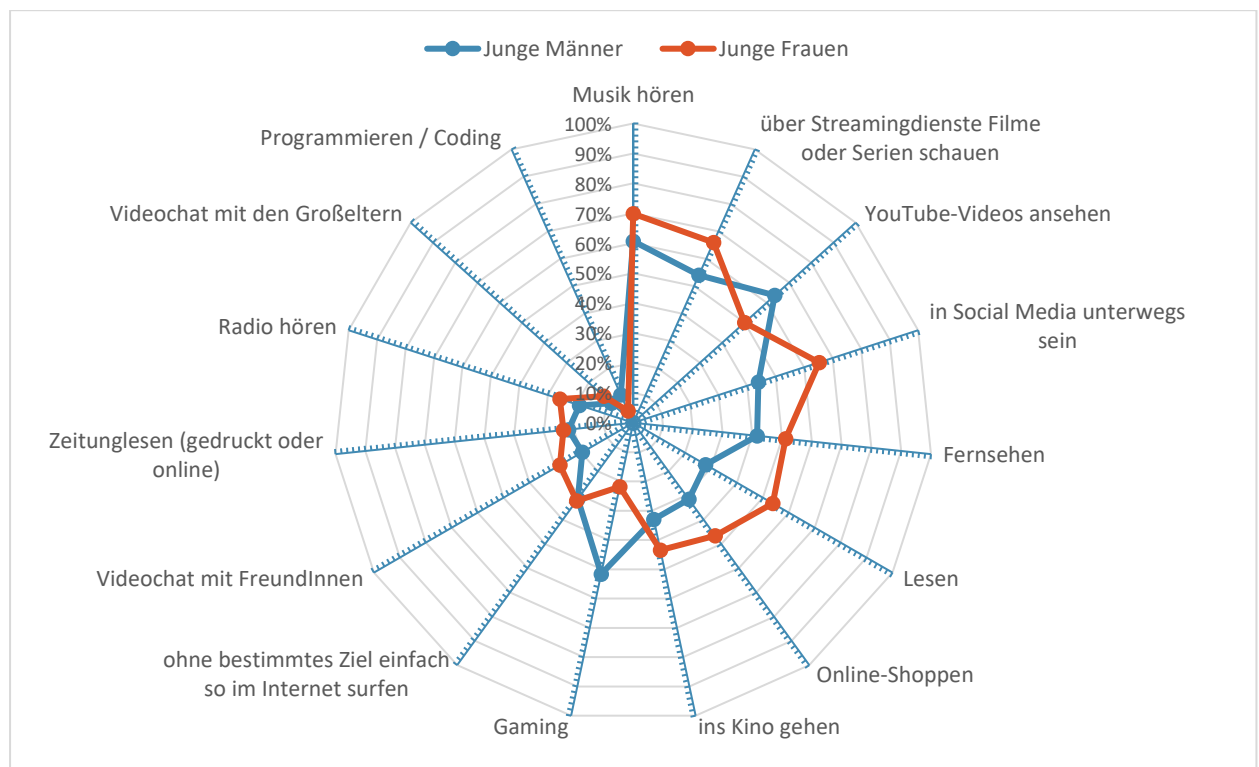
Jugendliche und junge Erwachsene nutzen Medien und digitale Tools in ihrer Freizeit aus unterschiedlichen Motiven: zum Chillen, um Spaß zu haben und sich zu unterhalten, aber oft auch aus purer Gewohnheit und in reizarmer Umgebung als akustische Kulisse, um mit der für sie ungewohnten Stille umzugehen und dem „horror vacui“ zu entgehen. Freizeitorientierte Mediennutzung im Jugend- und Jungerwachsenenalter ist allerdings nicht primär etwas, das allein im stillen Kämmerlein passiert. Mediale Freizeitgestaltung wird von Jugendlichen und jungen Erwachsenen vielmehr sozial eingebettet. Gemeinsames Binge-Watching und Gaming-Sessions sind nur zwei Beispiele von vielen, die zeigen, wie gemeinsam erlebte Medienfreizeit im Jugendalter funktioniert. Und: Soziale Einbettung der individuellen Medienerfahrung passiert auch über soziale Anschlusskommunikation. So sorgen beispielsweise populäre Netflix-Serien für Gesprächsstoff im Freundeskreis. Wer etwas auf sich hält, wird daher dranbleiben und schaut die Trend-Serie nicht nur, um auf chillige Weise Unterhaltung zu finden, sondern auch, um im Peersumfeld mitreden zu können.

Junge Menschen integrieren Medien und digitale Tools darüber hinaus auch ganz selbstverständlich in ihre jugendkulturelle Praxis. Freizeitorientierte Mediennutzung im Jugendalter hat im Kontext frei wählbarer jugendkultureller Lifestyles seit jeher Bedeutung. Rund um Gaming und Social Media formieren sich heute eigenständige Jugendszenen, in denen die digital sozialisierte Jugend spielerisch mit neuen und sich ständig weiterentwickelnden Möglichkeiten der digitalen Welt interagiert und durch ihr Medienhandeln neue digitale Trends setzt oder diese zumindest in Umlauf bringt. Aber auch in jenen Zonen der Jugendkultur, in denen sich das Szenethema nicht primär um digitale Erlebniswelten dreht, sei es die Fitnessszene oder sei es Fridays For Future, wäre das Szenen-Leben ohne digitale Plattformen und Tools kaum denkbar. Hier sind es vor

allem Social-Media-Aktivitäten, in denen jugendkulturelles Style-Marking und kommunikative Vernetzung passieren und die für marktförmige oder auch politische Interessen eine interessante Andockmöglichkeit bieten.

Der Freizeitkosmos der jungen ÖsterreicherInnen ist mit einer bunten Vielfalt an medialen Angeboten durchsetzt. Medien, die wir aus der prä-digitalen Ära kennen, wie Fernsehen oder Radio, sowie Buchlektüre haben an Bedeutung verloren, sind aus der Medienfreizeit der jungen ÖsterreicherInnen aber dennoch nicht gänzlich verschwunden. Vor allem punkten jedoch neue digitaltechnologievermittelte Angebotsformen, und zwar unabhängig vom Geschlecht. In der konkreten Medien- und Technologienutzung setzen junge Frauen, wie die Studie „Leisure is Pleasure 2021“ zeigt, allerdings zum Teil andere Akzente als junge Männer, d.h. sie entwickeln in der bunten Angebotsvielfalt andere Medien-repertoires und sie suchen und finden in anderen medialen Freizeitbeschäftigungen Ausgleich in der Pandemie.

Wie junge ÖsterreicherInnen ihre Medienfreizeit gestalten: Vergleich nach Geschlecht
 „mache ich besonders gerne“



Institut für Jugendkulturforschung (2021): *Leisure is Pleasure – die Jugendstudie*, rep. für 16- bis 29-Jährige, n=1.000

II. Freizeitorientierte Mediennutzung: Worauf junge Frauen und worauf junge Männer setzen

Junge Frauen sind begeisterte MediennutzerInnen und sie haben ein sehr breites Medienrepertoire. Ihre freizeitorientierte Mediennutzung ruht dabei auf drei Säulen:

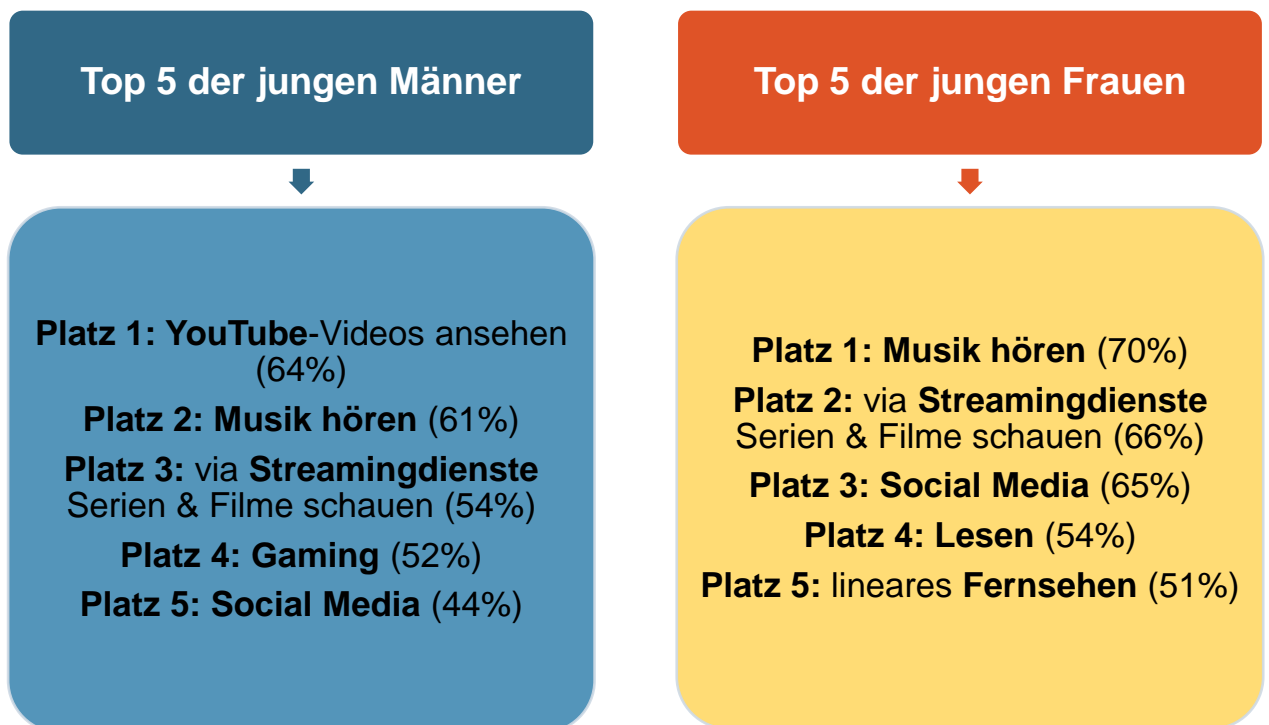
- Säule 1 – Musik: 70% der 16- bis 29-jährigen jungen Frauen nennen Musik hören als mediale Freizeitaktivität, der sie besonders gerne nachgehen. Musik hören belegt im Ranking der beliebtesten Formen medialer Freizeitgestaltung bei jungen Frauen damit Platz 1. Warum das so ist, ist leicht erklärt: Zum einen dient Musik der Stimmungsregulation und unterstützt junge Frauen demnach in ihrem persönlichen Stimmungsmanagement – in Zeiten der Pandemie, die, wie die Jugendforschung zeigt, von weiblichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen stärker belastend erlebt wird als von jungen Männern, ist dies ein Trumpf. Wenn Musik via Ohrstöpsel und Smartphone gehört wird, ist Musik hören andererseits aber auch eine Möglichkeit, sich aus der familiären Kommunikation bzw. familiären Beziehungsarbeit zurückzuziehen und im herausfordernden häuslichen Pandemiealltag für sich selbst zu sein – insbesondere für junge Frauen, die, wie Lockdown-Erfahrungen lehren, in der Pandemie hier stärker drankommen als junge Männer, ist dies wichtig.
- Säule 2 – fiktionale Unterhaltung, die mit hohem Lean-back-Faktor punktet: Junge Frauen zeigen im Bereich der fiktionalen Unterhaltung bemerkenswerterweise ein breites Medienrepertoire aus alten und neuen Medien. Sie nutzen Serien und Filme via Streamingdienste (66%), aber auch lineares TV (51%), haben das gute alte „Patschenkino“ also nicht völlig ausrangiert. Und immerhin 54% greifen in ihrer Freizeit auch besonders gerne zu Buchlektüre.
- Säule 3 – Kommunikation & Lifestyle: Hier stehen insbesondere Social-Media-Aktivitäten am Programm. Zwei von drei jungen Österreicherinnen im Alter von 16 bis 29 Jahren (65%) sind in ihrer Freizeit gerne in Social Media bzw. Social Communities unterwegs, im Ranking der bei jungen Frauen beliebtesten medialen Freizeitbeschäftigungen belegen Social Media damit Platz 3.

Junge Männer sind, wie die Studie „Leisure is Pleasure 2021“ zeigt, bezüglich ihrer medialen Freizeitpräferenzen anders aufgestellt:

- Sie nutzen Technik als Spielzeug, Stichwort: Gaming, und generieren Freizeit- und Erlebniswert aus der Tatsache, dass Video- und Computerspiele „Action“ bieten, indem sie visuelle Dynamik mit einer aktiven Teilnehmerrolle kombinieren.
- Sie schätzen jugendkulturelle Tonalität des Medienangebotes.
- Und sie zeigen insgesamt eine klare Orientierung an jugendkulturelevanten digitalen Angeboten, dies machen die bei jungen Männern 5 beliebtesten

medialen Freizeitaktivitäten sehr deutlich: YouTube-Videos liegen mit 64% Nennungen auf Platz 1, gefolgt von Musik hören (61%), das in aller Regel über Musik-Streaming oder „YouTube-Musikhörsehen“ erfolgt, Serien und Filmen via Netflix, Amazon Prime Video und Co. (54%) sowie Video- und Computerspielen (52%). Social Media belegen Platz 5, kommen aber lediglich auf 44% Nennungen und spielen in der Medienfreizeit der jungen Männer damit eine deutlich geringere Rolle als bei den jungen Frauen.

Die Top-5-Medienbeschäftigungen 16- bis 29-Jähriger in der Freizeit: Popularitätsranking nach Geschlecht



Institut für Jugendkulturforschung (2021): [Leisure is Pleasure – die Jugendstudie](#), rep. für 16- bis 29-Jährige, n=1.000

III. Social Media: eine Domäne junger Frauen?

Junge Frauen sind freizeitmedial also breiter aufgestellt als junge Männer und sie tendieren darüber hinaus auch stärker zu Social Media. Oder anders herum: Junge Männer haben bei YouTube, Gaming wie auch Coding die Nase vorne, zeigen gegenüber anderen Formen kommunikativer Digitaltechnologienutzung hingegen tendenziell größere Distanz: Social-Media-Aktivitäten wie auch Video-Chats sind bei den jungen Männern weniger populär.

Interessant zu beobachten ist, dass sich bei jungen Männern zum Teil sogar so etwas wie Social-Media-Müdigkeit formiert: Immerhin rund jeder zehnte männliche Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 29 Jahren sagt: „Ich bin über Social Media mit so vielen Leuten verbunden: Es ist schon fast zu viel.“ Bei den Mädchen und jungen Frauen sagen das hingegen nur 3%.

Und auch in der Hinwendung zu digitalen Ausdrucksformen der Jugendkultur spiegelt sich die bei jungen Männern im Vergleich zu jungen Frauen stärker ausgeprägte Social-Media-Distanz. Konkret gesprochen: Auch hier weist der Trendpfeil bei den jungen Männern in Richtung Gaming statt Social Media. Die Gamer-Szene, die gemessen an der von 16- bis 29-Jährigen deklarierten Szenezugehörigkeit die derzeit größte Jugendszene in Österreich darstellt, ist so etwa nach wie vor klar männlich dominiert. In der TikTok-/Instagram-Social-Media-Trend-Szene, die im Ranking der populären Jugendszenen in Österreich derzeit Platz 5 belegt, sind hingegen junge Frauen stärker vertreten.

Zudem zeigen die Daten, dass Social Communities für junge Männer in der Pandemie weniger wichtig waren, um gut durch den Distanzmodus der Lockdowns zu kommen (wobei man hier korrekter Weise festhalten muss, dass in schwierigen Phasen der Pandemie beide Geschlechter anderen Themen als Social Media im persönlichen Lebensvollzug Bedeutung beimessen).

IV. Digitales Leben wird neu bewertet

In der freizeitorientierten Mediennutzung 16- bis 29-Jähriger tut sich zwischen den Geschlechtern demnach so manche Bruchlinie auf. In einigen Punkten sind sich junge Frauen und junge Männer aber auch einig. Etwa darin, dass man nach den langen Monaten der Pandemie das Videochatten schon eher satt hat; vor allem Videochats mit den Großeltern machen keine große Freude, aber auch, was Videochats mit FreundInnen betrifft, wissen sich viele Besseres. Ungezielt zu surfen, ist ebenfalls kein Renner. Und doch tut man es ab und an, um sich die Zeit zu vertreiben, wenn sich keine attraktive Alternative der Freizeitgestaltung anbietet, aber auch, um durch alle nur erdenklichen, online verfügbaren Themenwelten zu flanieren und so trotz Pandemie an das pulsierende Leben der digital globalisierten Welt angehängt zu sein. Cooler, als *digital connected* zu sein, ist freilich – dies haben die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Pandemiephasen, die sie Lockdown-bedingt in den digitalen Distanzmodus brachten, gelernt – , außerhalb der eigenen vier Wände und in Peerkulturen eingebunden unterwegs zu sein.

Kurzum: Das Internet mit all seinen Möglichkeiten der medialen Freizeitgestaltung war und ist für junge Menschen ein wichtiger Begleiter durch die Pandemie. Das in den Lockdowns erlebte Gefühl des Zurückgeworfenseins auf den Digitalmodus hat bei vielen aber zu einer Neubewertung des Digitalen geführt – auch und gerade im Hinblick auf hohe Lebensqualität. Eine neue Sicht auf Möglichkeiten und Risiken der digitalen Welt macht sich bei jungen Menschen breit. Wie diese neue Sicht unser Leben im digitalen Zeitalter verändern wird, daran scheint sich die digital sozialisierte „Generation Corona“ derzeit noch abzuarbeiten. Dass es die Jungen sein werden, die die Richtmarken für die digitale Gesellschaft der Zukunft festlegen, scheint indessen bereits gewiss.

Zur Autorin:

Dr. Beate Großegger ist Mitbegründerin und wissenschaftliche Leiterin des Instituts für Jugendkulturforschung und zudem als externe Lehrende an der Universität Wien sowie der FH des BFI Wien tätig. Sie ist seit 1996 in der angewandten Sozialforschung und gilt über die Grenzen Österreichs hinaus als Expertin für Jugend und Generationen.

Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Jugend im digitalen Zeitalter, Jugend im Kontext der Covid-19-Pandemie, Werte und Engagement, Arbeitswelt im Wandel, Generationenforschung sowie qualitative Methoden der Motivanalyse; weitere Informationen unter: <https://jugendkultur.at/institut/team/beate-grossegger/>

Mehr über die Studie lesen Sie hier: [Leisure is Pleasure: Freizeitkulturen Jugendlicher in der Pandemie 2021](#)

„Leisure is Pleasure“ ist eine Eigenstudie des Instituts für Jugendkulturforschung und im freien Verkauf erhältlich:

- **Studienband „Leisure is Pleasure 2021“** (Charts mit ausführlicher grafischer Darstellung inkl. Zeitreihenanalyse und Tabellen mit folgenden Breaks: 16 bis 29 Jahre gesamt, Geschlecht: weiblich/männlich, Alter: 16-19/20-24/25-29 Jahre, Bildung: niedrige & mittlere Bildung/höhere Bildung, Region: Ost/Mitte/West/Süd, Migrationshintergrund: ohne/mit Migrationshintergrund, Introvertierte/Extrovertierte) zum Preis von Euro 990,00 exkl. USt. – zum [Bestellformular](#)
- **NEU: Studie Leisure is Pleasure 2021 plus Jugendszene-Lifestyle-Report 2021 zum Kombi-Paketpreis** von Euro 1.430,00 exkl. USt. (statt 1.590,00 exkl. USt.) – **Bestellung Kombi-Paket per Mail an:** studien@jugendkultur.at

Für Vertiefungsangebote im Rahmen von Fachexpertisen, Fortbildung und Beratung stehen wir Ihnen jederzeit sehr gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Ihre Anfragen unter studien@jugendkultur.at

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung. Seit 2016 betreibt das Institut darüber hinaus das generationlab mit Forschung, Fortbildung und Beratung zu Generationenfragen.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die Alltagskulturen optimal erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Sozialforschung auf hohem Niveau. Das Leitungsteam des Instituts ist seit mehr als zwei Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Sozialforschung tätig.

Wir sind spezialisiert auf:

- Repräsentativumfragen → face-to-face, telefonisch sowie online
- qualitative Jugend- und Intergenerationenstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugend- und Generationenforschung
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Trendmonitoring
- Generationenanalyse und -beratung
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung: Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Phone: +43 (1) 532 67 95
Web: <http://www.jugendkultur.at>
E-mail: studien@jugendkultur.at
E-Mail: generationlab@jugendkultur.at