

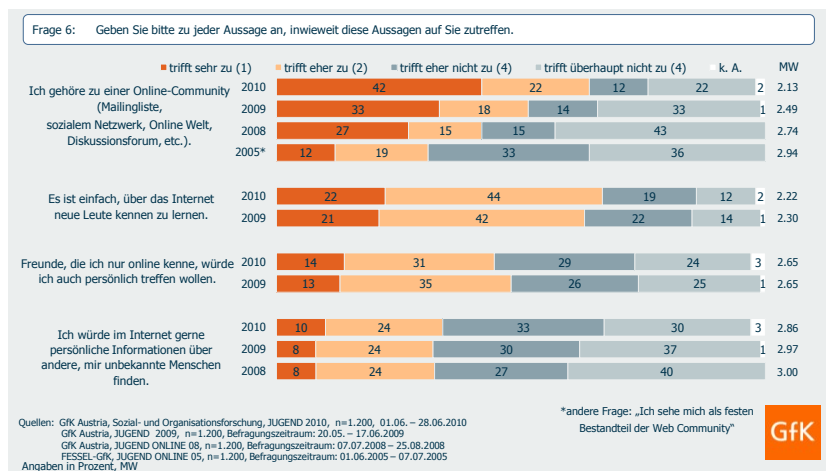
## Online Communities: Der Trend ist ungebrochen

„Virtual Socializing“ heißt das Buzz-Word der jungen Generation. Die virtuelle Parallelwelt dient den 12 bis 24-Jährigen als Drehscheibe für die Interaktion mit Freunden und Bekannten und somit für das Pflegen der sozialen Kontakte. Dabei nutzen die 12 bis 16-Jährigen zunehmend mehr Chat-Seiten und die ÖsterreicherInnen ab 17 Jahren vor allem Online Communities wie Facebook.

### Facebook & Co. – ein „Must“ für die Jungen

Die Vielzahl an Kommunikationsservices im Internet ermöglicht einerseits den Austausch mit Freunden, andererseits das Knüpfen von neuen Kontakten im virtuellen Raum. Ca. ein Viertel der 12 bis 16-Jährigen greift dabei fast täglich auf Chat-Seiten zurück. Die Teens ab 17 Jahren bewegen sich vor allem in Online Communities wie Facebook oder StudiVZ – 57 % der jungen ÖsterreicherInnen fast täglich und 33 % sogar mehrmals täglich, was den „In-Faktor“ noch mehr hervorhebt.

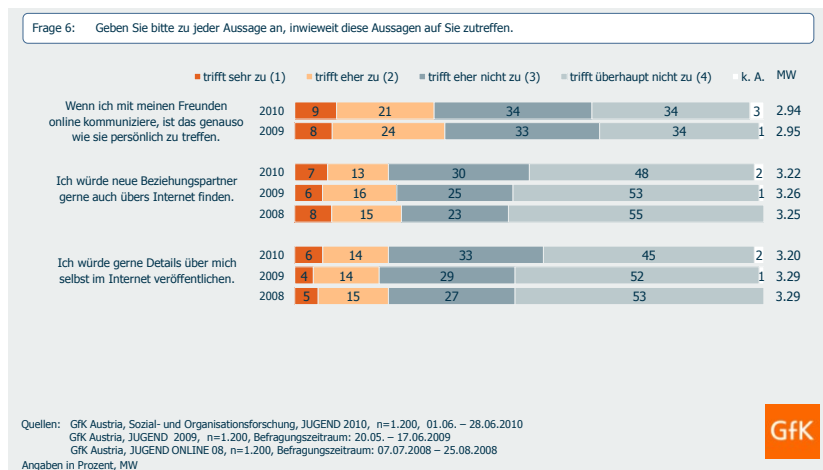
### Allgemeine Einstellungen – online mit anderen – Trend I



### Online Communities vs. persönliche Kommunikation

Trotz der deutlichen Beliebtheit von Online Communities und der Einfachheit neue Kontakte zu knüpfen, meint nur etwa ein Drittel der befragten 12 bis 24-Jährigen, dass ein Online-Treffen mit Freunden genauso wäre wie sich persönlich mit ihnen zu unterhalten. In punkto Kennenlernen neuer Beziehungspartner über das Internet, ist das Interesse bei 20 bis 24-Jährigen Männern ausgeprägter als bei gleichaltrigen Frauen. Weitaus beliebter ist auch die Möglichkeit persönliche Informationen über andere Menschen im Internet zu finden – 34 % der jungen Generation denkt so – als persönliche Details über sich selbst im Internet zu veröffentlichen.

## Allgemeine Einstellungen – online mit anderen – Trend II

**Die „Alten“ wollen den Zug nicht verpassen**

Die mittlerweile gar nicht mehr so neuen Neuen Medien haben ihren Abdruck in der Gesellschaft längst hinterlassen und gelten als junge Kommunikationsformen. Lässt sich die Generationenkluft mit den Hochbetagten vielleicht auch nicht mehr schließen, so sieht man doch in jährlichen Trendstudien, dass die Generationen aufrücken. Ist es unter den ÖsterreicherInnen ab 60 Jahren erst ein Zehntel, das meint, dass das Internet ihr persönliches Leben „sehr“ verändert hat, sind es unter den 50 bis 59-Jährigen schon ein knappes Fünftel (18 %), also fast doppelt so viele. Der Trend zur Mitgliedschaft bei Social Networks lässt, vorläufig noch, einen vergleichsweise großen Teil der ab 40-Jährigen unberührt. Bei den unter 30-Jährigen nutzt sie schon etwa ein Drittel „mehrmals täglich“, was nur 7 % der 40-49-Jährigen oder gar nur 1 % der ab 70-Jährigen nachvollziehen kann.

**Demnächst: Sondererhebung Social Networks 2011**

Wie unumgänglich und wie zukunftsweisend sind die Social Networks nun wirklich? Aus einer aktuell laufenden Studie der GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung werden im Sommer 2011 dazu ausführliche Daten, für die Altersgruppen von 12-99 Jahren vorliegen, die an die soeben ausgeführten Ergebnisse anknüpfen und neue Erkenntnisse zu Online Communities, deren Nutzungsformen und Bedeutung liefern.

*Quelle*

GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung, Jugend-Studie 2010, n=1.200 Befragte, repräsentativ für junge ÖsterreicherInnen von 12 bis 24 Jahren mit Internetzugang.

GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung, Lifestly-Studie 2010, n=4.600 Befragte, repräsentativ für die ÖsterreicherInnen ab 15 Jahren.

*Mehr Informationen:*

Mag. Ulrike Lavrencic, Account Manager GfK Austria Sozial- und Organisationsforschung  
 Mail [ulrike.lavrencic@gfk.com](mailto:ulrike.lavrencic@gfk.com), Telefon 01-71710-163