

Zeitschrift: Studies in Communication Sciences : journal of the Swiss Association of Communication and Media Research

Herausgeber: Swiss Association of Communication and Media Research; Università della Svizzera italiana, Faculty of Communication Sciences

Band: 11 (2011)

Heft: 1

Artikel: Massenmedien im Alltag älterer Menschen in der Schweiz

Autor: Unternährer, Lea / Schönhagen, Philomen

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-791193>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

General Section

Studies in Communication Sciences 11/1 (2011) 195–224

LEA UNTERNÄHRER & PHILOMEN SCHÖNHAGEN*

Massenmedien im Alltag älterer Menschen in der Schweiz *Explorative Untersuchung einer wachsenden Nutzergruppe*

Given the fact that there is scarce research on elderly people's mass media use in Switzerland up to now, this article wants to provide some primary insights into the role of mass media in the everyday life of this population group. The theoretical framework combines approaches of mass media and communication studies on the one hand and of gerontology on the other hand. The explorative study was conducted by means of 45 guided interviews with German-speaking elderly people living in Switzerland. They were asked about their habits in media use and their personal living situation. The results shed light on the significance and functions of different mass media in the daily routine of the elderly as well as on their expectations. Although habits and motives of media use differ widely within this group, the study identifies some typical trends and gives initial indications of their relationship with specific factors of elderly people's living conditions. These explorative results should be deepened by further research.

Keywords: media use, elderly people, living situation, motives of media use, guided interview.

* Universität Freiburg, lea.unternaehrer@unifr.ch; philomen.schoenhagen@unifr.ch

1. Einleitung

Westliche Gesellschaften unterliegen seit geraumer Zeit einem demographischen Wandel: Die Menschen leben immer länger und die Geburtenraten sinken, so dass der Anteil älterer Menschen wächst (Blödorn 2009). Dies bringt vielfältige soziale und politische Herausforderungen mit sich, auch einen erhöhten Bedarf an Informationen über bzw. Forschung zu dieser Bevölkerungsgruppe. Ältere Menschen wurden inzwischen als wichtige Zielgruppe für die Werbung entdeckt (Blödorn 2009; Doh & Gonser 2007), die kommunikationswissenschaftliche Forschung dagegen hat sich bislang noch eher wenig mit dieser Bevölkerungsgruppe befasst (vgl. Gonser & Scherer 2006; Scherer et al. 2006; Beck et al. 2007; Schroll et al. 2008). Dabei wurden hauptsächlich quantitativ Nutzungsmuster erhoben (Hartung 2009). Untersuchungen darüber, *warum* ältere Menschen Medien und insbesondere das Fernsehen intensiver nutzen als Jüngere, «welche Funktionen die Medien für sie erfüllen und mit welchen Erwartungen sie an das Medienangebot herantreten» (Zoch 2009:9), sind erst in den letzten Jahren verstärkt zu beobachten.

Bezüglich der Schweiz ist diese Forschungslücke noch ausgeprägter. Hier liegen unserer Kenntnis nach bislang nur drei publizierte Studien vor (Aregger 1992; Hättenschwiler 1992; Schelling & Seifert 2010),¹ die sich speziell mit dem Mediennutzungsverhalten älterer Menschen beschäftigen. Es handelt sich vorwiegend um quantitative Erhebungen, wobei Schelling & Seifert (2010) zwar aktuelle Daten bieten, allerdings nur zur Internetnutzung und ohne kommunikationswissenschaftlichen Hintergrund. Es liegen bislang so gut wie keine vertiefenden Erkenntnisse dazu vor, welche Bedeutung Massenmedien im Alltag älterer Menschen in der Schweiz zukommt – wobei durchaus Parallelen zu aus Deutschland vorliegenden Befunden zu vermuten sind. Die im Folgenden vorzustellende, eher explorativ angelegte Untersuchung soll einen ersten Beitrag zur Schliessung dieser Forschungslücke leisten. Dazu wurden insgesamt 45 Leitfadeninterviews mit in der Schweiz lebenden, deutschsprachigen Personen zwischen 57 und 93 Jahren

¹ Nicht berücksichtigt sind hier unveröffentlichte Abschlussarbeiten wie die von Lucrezia Gilli (2008) zur Kinonutzung älterer Menschen in der Schweiz.

durchgeführt.² Im Folgenden werden zunächst der theoretische Hintergrund und der Forschungsstand zur Bedeutung der Medien im Alltag älterer Menschen dargelegt, wobei Erklärungsansätze aus der Gerontologie und der Kommunikationswissenschaft herangezogen werden. Es folgen Erläuterungen zu Konzeption und Methodik der Studie, bevor die Ergebnisse präsentiert und diskutiert werden.

2. Ältere Menschen und Massenmedien: theoretischer Hintergrund und Forschungsstand

2.1. *Alter und Altern – gerontologischer Hintergrund*

Eingangs stellt sich die Frage, inwiefern «ältere Menschen» als spezifische Gruppe von Mediennutzern verstanden werden können. In der Literatur werden Menschen ab 55, manchmal auch schon ab 50 oder erst ab 60 oder 65 Jahren zu dieser Gruppe gezählt (Zoch 2009; Beck et al. 2007; Gehrke 2010). Die Einteilung orientiert sich demnach am «chronologischen» oder «kalendarischen» Alter³ und umfasst nicht nur eine grosse Altersspanne, sondern auch Personen in ganz unterschiedlichen Lebenssituationen: pensioniert oder noch berufstätig, mehr oder weniger mobil und aktiv, mit unterschiedlichsten Gesundheitszuständen etc. Somit sollte zumindest hinterfragt werden, ob das (chronologische) «Alter» tatsächlich als grundlegende Gemeinsamkeit betrachtet werden kann, die u. a. die Mediennutzung auf spezifische Weise bestimmt, oder ob nicht die individuellen Lebensumstände dafür stärker ausschlaggebend sind.

Die Gerontologie versteht unter dem Altern einen mehrdimensionalen Prozess. So bringt das *körperliche und psychische Altern* durchaus Defizite mit sich, die nicht rückgängig gemacht werden können, wie etwa den

² Die Interviews wurden im Jahre 2009 im Rahmen eines Forschungsseminars von Studierenden an der Universität Freiburg durchgeführt (vgl. auch den Abschnitt zum Vorgehen). Wir danken an dieser Stelle Julia Bangerter, Caroline Brühlhart, Aline Dietrich, Carole Gauch, Marco Groth, Evelyn Hausheer, Matthias Höfliger, Anna-Lena Huber, Silvana Jecker, Marinella Jenal, Martina Leder, Barbara Lüthi und Petra Mäder.

³ Mit dem «chronologischen» (vgl. Gehrke 2010: 159) oder «kalendarischen Alter» (Zoch 2009: 15) sind die Lebensjahre eines Menschen seit seiner Geburt gemeint.

Verlust von Hör-, Seh- oder Gedächtnisleistungen. Diese können zu einem sozialen Rückzug führen, ebenso wie der Wandel oder Verlust von Rollen, beispielsweise beim Berufsaustritt durch die Pensionierung. Hierbei wird auch vom *sozialen und gesellschaftlichen Altern* gesprochen (Scherer et al. 2006). Demnach wären es vor allem gesundheitliche Einschränkungen und der Verlust an sozialen Bindungen, die das Alter prägen. Aus heutiger Sicht greifen solche Defizit- oder Disengagement-Ansätze aus der Gerontologie, die den sozialen Rückzug fokussieren, jedoch zu kurz: So können auch ältere Menschen noch sehr aktiv sein, neue Kompetenzen erlernen bzw. neue Rollen übernehmen oder gewohnte beibehalten (Zoch 2009), wie in der Aktivitäts- und Kontinuitätstheorie betont wird.⁴ Dazu kann auch das sogenannte *subjektive Altern* beitragen, also die Tatsache, dass sich Menschen «jünger fühlen, als sie nach Lebensjahren tatsächlich sind» (Scherer et al. 2006: 335). Somit ist der Prozess des Alterns «durch ein hohes Maß an Heterogenität und Komplexität gekennzeichnet» (ebd.: 336), wobei auch die individuelle biographische Entwicklung berücksichtigt werden muss. Altern kann als eine lebenslange Entwicklungsaufgabe aufgefasst werden, für welche die Menschen bewährte Alltagspraktiken und Techniken der Lebensbewältigung einsetzen (Beck et al. 2009).

Somit liegt nahe, dass die Gruppe «älterer Menschen» Individuen mit ganz unterschiedlichen Lebenssituationen und -stilen umfasst (Blödorn 2009; Egger & van Eimeren 2008), die auch die Massenmedien auf unterschiedliche Art und Weise in ihren Alltag einbeziehen. Andererseits wird in der Literatur die *Pensionierung* als einschneidendes Ereignis aufgefasst, das zu einem Verlust des gewohnten Alltags und einer Zunahme der Freizeit führt (Zoch 2009). Damit geht meist eine «stärkere Hinwendung zu innerhäuslichen Aktivitäten» einher (Rogge 1991: 86). Nach Rogge muss jedoch daraus nicht zwingend «eine erhöhte Medienrezeption bei gleichzeitigem Verzicht auf produktive Fähigkeiten und Tätigkeiten» (ebd.) resultieren. Vielmehr sei die Qualität und Quantität des Freizeitverhaltens vor allem abhängig von der Bildung, nach anderen Autoren auch von weiteren Faktoren wie insbesondere Einkommen, Geschlecht, Wohnform

⁴ Für weitere Ausführungen zu den genannten und weiteren theoretischen Ansätzen aus der Gerontologie vgl. eine kurze Übersicht im erwähnten Aufsatz von Scherer et al. (2006) sowie Fabian (1990) und Moll (1997).

und -ort (Stadt oder Land) sowie dem gesundheitlichen Zustand und der damit verbundenen Mobilität (vgl. auch Tews 1994). Zoch (2009) stellt eine Verbindung zwischen der Wohnform und dem Grad der Aktivität bzw. dem Gesundheitszustand her: Der Aktivitätsgrad einer Person hänge meist mit ihrem Gesundheitszustand zusammen. Zudem zögen kranke Menschen eher in ein Alters- oder Pflegeheim.⁵ Damit wären wiederum die individuellen Lebensumstände wichtiger als das chronologische Alter. Darüber hinaus scheinen ältere Menschen heute aktiver bzw. «unternehmungslustiger» sowie aufgeschlossener gegenüber moderner Technik und damit auch neuen Medien zu sein als in früheren Zeiten, was Honegger (2000: 13) als Entwicklung vom «Beschaulichkeits- zum Event-Senior» bezeichnet. Auch das dürfte einen Einfluss auf den Umgang mit Medien haben (vgl. Zoch 2009), der im folgenden Abschnitt näher beleuchtet wird.

2.2. Massenmedien im Alltag älterer Menschen – kommunikationswissenschaftlicher Hintergrund und Forschungsstand

Verschiedene quantitative Erhebungen des Mediennutzungsverhaltens zeigen nach Doh & Gonser (2007) übereinstimmend, dass sich die Nutzungsmuster älterer Menschen von jenen jüngerer Altersgruppen unterscheiden. So sind sie mehrheitlich «Vielnutzer insbesondere des (öffentlich-rechtlichen) Fernsehens» (Beck et al. 2007: 8), daneben spielen die Tageszeitung sowie Zeitschriften und Bücher eine grössere Rolle als bei der Gesamtbevölkerung, wogegen der Hörfunk (insbesondere im Alter ab 70 Jahren) weniger genutzt wird (vgl. Blödorn 2009; Egger & van Eimeren 2008; Beck et al. 2007; Scherer et al. 2006; Aregger 1992). Nach Doh & Gonser (2007) sehen dabei diejenigen besonders viel fern, die allein leben, ein niedriges Einkommen und/oder eine niedrige Bildung haben – was erneut auf den Einfluss der individuellen Lebensumstände verweist. Daneben werden alten Menschen sehr allgemein Nutzungsmotive wie die Überwindung von Einsamkeitsgefühlen und die Strukturierung des Alltags zugeschrieben (Beck et al. 2007; Egger & van

⁵ Im Jahre 2008 lebten in der Schweiz 10,2 Prozent der über 65-jährigen Schweizer Gesamtbevölkerung in einem Alters- oder Pflegeheim (vgl. Bundesamt für Statistik 2008).

Eimeren 2008). Es ist jedoch fraglich, ob dies so pauschal – und nur für ältere Menschen – gelten kann: «Für den Umgang mit Medien, die mit ihnen verbundenen Einstellungen, Gewohnheiten und Präferenzen ist der soziale Lebenskontext in den unterschiedlichen Lebensabschnitten von zentraler Bedeutung» (Hartung 2010: 98). Daher weisen verschiedene Autoren darauf hin, dass die Mediennutzung älterer Menschen differenzierter betrachtet werden müsse, und dass dabei die individuelle Lebenssituation sowie die während des ganzen Lebens erfolgte Mediensozialisation zu berücksichtigen seien (vgl. etwa Gehrke 2010; Beck et al. 2007).

Mittlerweile liegen einige solche vertiefte Betrachtungen vor, jedenfalls bezogen auf Deutschland. Dabei werden gerontologische und kommunikationswissenschaftliche Ansätze kombiniert und der Lebens- bzw. Alltagskontext der Mediennutzer wird verstärkt berücksichtigt (Zoch 2009; Scherer et al. 2006; Hartung 2007; Moll 1997; Fabian 1990). Neben «klassischen» Ansätzen der Mediennutzungsforschung wie dem Uses-and-Gratifications-Approach, kommen darin verstärkt kontextorientierte Ansätze wie z. B. das Lebensstil-Konzept (Rosengren 1996), die Strukturanalytische Rezeptionsforschung (Neumann-Braun 2005), das Konzept der Aneignung (Schorb & Theunert 2000; Hepp 1999) und der medienbiographische Ansatz (Rogge 1989; Hirzinger 1991) zum Einsatz (vgl. zum Überblick auch Meyen 2004 sowie Zoch 2009). Gemeinsam ist allen diesen theoretischen Ansätzen, dass sie – neben Bedürfnissen und Erwartungen an die Medien(inhalte) sowie deren Bewertung – die Lebensumstände bzw. -kontexte sowie die alltäglichen Strategien der «Lebensbewältigung und Identitätsbehauptung» (Neumann-Braun 2005: 58) der Mediennutzer mit berücksichtigen.

Die entsprechenden, meist qualitativ angelegten Studien (Zoch 2009; Hartung 2007; Moll 1997) zeigen, dass vor allem folgende *Faktoren der individuellen Lebenssituation* einen *Einfluss auf die Mediennutzung* haben: Die (frühere) Berufstätigkeit bzw. der Berufsausstieg, wobei letzterer von Männern offenbar krisenhafter erlebt wird als von Frauen (Zoch 2009), womit zugleich ein Hinweis auf die Bedeutung des Geschlechts vorliegt; die Aktivität, die wiederum direkt zusammenhängt mit der sozialen Integration bzw. Einsamkeit, dem Gesundheitszustand und der damit verbundenen Mobilität, der Bildung sowie (in geringerem Masse) der

Wohnform und -umgebung; schliesslich die biografischen Erfahrungen bzw. die Mediensozialisation.

So steigt oder sinkt nach Zochs Erkenntnissen z. B. «mit dem Grad der Aktivität die Informationsorientierung» bei der Mediennutzung, im Sinne einer regelmässigen «Beschäftigung mit politischen und gesellschaftlichen Hintergründen aus dem In- und Ausland» (Zoch 2009: 185). Weniger aktive Senioren – häufig solche mit schlechterem Gesundheitszustand – wenden sich stärker Unterhaltungsformaten zu. Sie suchen darin, im Gegensatz zu den Aktiven, weniger Gesprächsstoff, sondern kompensieren fehlende Sozialkontakte und Freizeitaktivitäten. Dabei hängt die stärker informations- und bildungsorientierte Mediennutzung (wie auch die höhere Aktivität) zugleich von einem höheren Bildungsstand ab. Um inhaltliche Radio- und Fernsehpräferenzen zu klassifizieren, wendet Blödnorn (2009) drei im Rahmen der Lebensstilforschung von Schulze (2005) entwickelte alters- und bildungsabhängige Schemata an: Bei älteren und niedriger gebildeten Menschen finde sich häufig das *Trivialschema*, mit einem besonderen Interesse für Volkstümliches wie Heimatfilme, Volksmusik und Volkstheater. Eher für Jüngere typisch sei das *Spannungsschema* mit einer Vorliebe für Krimiserien, Rock- und Popmusik. Das bei höher Gebildeten häufigere *Hochkulturschema* schliesslich umfasst Präferenzen für klassische Musik und Fernsehdokumentationen.

Grundsätzlich unterscheiden sich die oben bereits angesprochenen *Funktionen*, welche die verschiedenen Medien(inhalte) für ältere Menschen erfüllen bzw. die sie diesen zuweisen, nicht von jenen, die man auch bei jüngeren Menschen findet. Aber ihre Bedeutung oder Gewichtung kann sich unterscheiden. «Ältere Menschen suchen im Fernsehen Informationen und Wissen, Entspannung und Unterhaltung, Reflexion und Verarbeitung persönlicher Lebenserfahrungen, Auseinandersetzung mit gesellschaftlich tabuisierten Themen, Identifikationsfiguren und Bezugspersonen wie auch Anregungen zur Bewältigung aktueller Problemlagen» (Hartung 2007: 69 f.). Auch Scherer et al. (2006) sowie Doh & Gonser (2007) bemerken, dass das Fernsehen von älteren Menschen wegen seiner funktionalen Vielfalt geschätzt werde. Das gilt vermutlich auch für andere Altersgruppen. Dagegen hängt die gegenüber Jüngeren verstärkte TV-Nutzung nach Hartung mit typischen Zäsuren dieser Lebensphase zusammen, insbesondere dem Berufsaustritt und dem Verlust des

Partners sowie der Mobilität. Das Fernsehen helfe dann, den Alltag (neu) zu strukturieren und «durch Kontinuität Verluste und/oder Veränderungen zu kompensieren und bislang gewohnte Rhythmen beizubehalten» (Hartung 2007: 67; vgl. auch Aregger 1992). Moll (1997: 43) hält fest, dass es auch dazu dient, die vermehrt vorhandene «Zeit totzuschlagen». Beides wird durch die Untersuchung von Zoch (2009: 129) bestätigt, wobei das Fernsehen bzw. allgemein Massenmedien nach ihren Ergebnissen für «Senioren mit einem stabilen Sozialnetz und einer aktiven Freizeitgestaltung» eine weniger wichtige Rolle einnehmen als für solche, die sehr isoliert leben. «Alleinlebende Menschen benötigen die Medien stärker als «Geräuschkulisse» und zum Vertreiben von Einsamkeitsgefühlen und nutzen sie zum Teil auch intensiver als Menschen mit Partner» (ebd.: 185; vgl. ähnlich auch Moll 1997) – auch dies dürfte nicht nur für ältere Menschen gelten. Bei älteren Paaren kommt es häufig zu einer getrennten Fernsehnutzung während des Tages, während der gewohnte und häufig ritualisierte gemeinsame TV-Abend beibehalten wird (Hartung 2007). Tagsüber wird jedoch auch das Radio genutzt, und zwar eher als Nebenbeimedium (Aregger 1992; Moll 1997). Zoch (2009) stellt fest, dass dagegen das Fernsehen selten nebenbei genutzt wird, was im Zusammenhang mit der Medienbiografie stehen könnte: Fernsehen wurde als etwas Besonderes erlebt und wird offenbar immer noch ähnlich wahrgenommen.

Nachrichten bzw. Informationssendungen werden von älteren Personen offenbar häufig ritualisiert oder habitualisiert genutzt, bisweilen gar als «Pflichtakt» aufgefasst (Hartung 2007: 70). Damit korrespondiert, dass nach Egger & van Eimeren (2008) auch die Nutzung der Tageszeitung stark habitualisiert erfolgt. Nach Moll (1997) ist die morgendliche Zeitungslektüre bei niedriger Gebildeten eher ein Ritual, bei höher Gebildeten werde sie intensiver und interessierter gelesen. Auch sei die Zeitungslektüre «eher eine männliche Domäne» (ebd.: 283). Nicht klar ist, ob hier auch ein Zusammenhang mit der Mediensozialisation bestehen könnte (Zoch 2009). Die Tageszeitung ist gemäss verschiedener Studien die «zweitwichtigste Informationsquelle nach dem Fernsehen und noch vor dem Radio» (ebd.: 61). Informationssendungen dienen nach Hartung (2007: 71) – bildungsunabhängig – als Gesprächsstoff und ermöglichen es den älteren Personen «auf dem Laufenden» zu bleiben und «die Lebens-

stile jüngerer Generationen» zu verstehen. Dies gilt offenbar besonders dann, wenn ein Kontakt mit Kindern und Enkeln besteht. Scherer et al. (2006) stellen einen Zusammenhang zwischen der Nutzung von Informationsinhalten und höherer Bildung sowie zwischen vermehrter Unterhaltungsnutzung und niedrigerer Bildung fest (vgl. auch Zoch 2009). Zudem scheinen ältere Frauen eine tendenziell stärker unterhaltungsorientierte Mediennutzung aufzuweisen als ältere Männer, bei denen sich eine etwas stärkere, an ihrem früheren Beruf orientierte Informationsnutzung findet (Zoch 2009; Moll 1997). Bei «Personen mit höherer formaler Bildung oder aktivem Berufsleben» hat Moll ein breiteres inhaltliches Spektrum bei der Fernsehnutzung ermittelt: «Sie sehen zwar auch reine Unterhaltungssendungen, interessieren sich jedoch darüber hinaus für politische und gesellschaftliche Themen und schauen sich z. B. Talkshows und Magazinsendungen an» (Moll 1997: 279). Weiter scheint es für alte Menschen typisch zu sein, sich mittels älterer Filme «in nostalgische Stimmung zu versetzen» sowie zurückliegende Lebenserfahrungen zu reflektieren und zu verarbeiten – dabei ermittelte Hartung (2007) vor allem bei Männern eine Vorliebe für historische Dokumentationen.

Das Internet spielt bei vielen älteren Menschen, insbesondere bei Frauen, eine eher geringe Rolle. Laut Doh & Kaspar (2006) waren im Herbst 2001 in Deutschland nur acht Prozent der älteren Frauen online gegenüber 18 Prozent der älteren Männer. Schelling & Seifert (2010) zeigen in ihrer aktuellen Studie für die Schweiz bereits ein etwas anderes Bild: 48 Prozent der Männer und 30 Prozent der Frauen ab 65 Jahren gingen im Spätsommer 2009 mindestens einmal im Monat online. Neben dem Geschlecht scheinen Erfahrungen aus dem Beruf (vgl. Blödorn 2009; Egger & van Eimeren 2008) sowie der Kinder oder Enkel bzw. des sozialen Umfelds einen wichtigen Einfluss darauf zu haben, ob das Internet genutzt wird. Ebenso scheint das Alter bedeutsam zu sein, da jüngere Alte häufiger Nutzer sind (vgl. Schelling & Seifert 2010). Das Internet wird gemäss verschiedenen Studien vor allem für die Informationssuche, E-Mails und Homebanking genutzt, weniger zu Unterhaltungszwecken (vgl. Schelling & Seifert 2010; Zoch 2009; Grajczyk et al. 2001).

Aus dem oben dargestellten Forschungsstand wird deutlich, dass die Mediennutzung älterer Menschen zwar spezifische Charakteristika oder Muster, wie etwa einen insgesamt höheren TV-Konsum als bei anderen

Altersgruppen, aufweist. Zugleich zeigt sich aber auch, dass Aspekte der individuellen Lebenssituation wie der Berufsausstieg, die Aktivität, Mobilität und Bildung sowie das Geschlecht einen grossen Einfluss auf die Mediennutzung haben. Nur einige dieser Faktoren hängen spezifisch mit dem Alter(n) zusammen. Auch die Funktionen, die den verschiedenen Medien und ihren Inhalten zugeschrieben werden, unterscheiden sich offensichtlich nicht grundsätzlich von jenen jüngerer Menschen. Beispielsweise wurde oben deutlich, dass das Fernsehen sozial isolierten und/oder in ihrer Mobilität eingeschränkten älteren Personen häufig als Geräuschkulisse oder auch zum Vertreiben von Einsamkeitsgefühlen dient – das könnte ebenso für jüngere Menschen gelten, die wenig mobil und/oder sozial isoliert sind.

3. Explorative Studie: Zur Rolle der Massenmedien im Alltag älterer Menschen in der Schweiz

3.1. Konzeption und Vorgehen

Angesichts des Forschungsstandes ist es das Ziel dieser Studie, erste Erkenntnisse zur Rolle und Bedeutung der Massenmedien im Alltag älterer Menschen in der Schweiz zu liefern. Da bislang nur quantitative Nutzungsdaten zur Schweiz vorliegen, handelt es sich um eine Pilotstudie mit stark explorativem Charakter, die sich jedoch an den vorliegenden Ergebnissen der oben angeführten deutschen Studien orientiert. Nach Zoch (2009: 55) muss die «Lebenssituation der Senioren [...] so umfassend wie möglich erfasst werden, um ihre Mediennutzung erklären zu können.» Und natürlich muss auch berücksichtigt werden, welche Medien überhaupt zur Verfügung stehen. Neben den individuellen Lebensumständen sollten jedoch auch die eigenen Einschätzungen und Erfahrungen älterer Personen zur Geltung kommen: Welche Rolle und Bedeutung weisen sie den (verschiedenen) Medien in ihrem Alltag zu? Wie erleben sie in diesem Zusammenhang Veränderungen wie etwa durch den Berufsaustritt oder den Tod des Partners? Berücksichtigt werden sollten dabei auch die den einzelnen Medien bzw. bestimmten Inhalten zugeschriebenen Funktionen und die Medienbiografie. Um diesen Punkten Rechnung zu tragen, erschien ein qualitatives Vorgehen angemessen. Die hier präsentierte

Analyse der durchgeführten Interviews zielt dabei weniger darauf ab, die Einzelfälle detailliert zu betrachten (was aufgrund des eingeschränkten Umfangs ohnehin kaum möglich wäre), sondern soll eher personenübergreifende Nutzungsmuster ermitteln und klären, inwiefern diese von bestimmten Aspekten der Lebensumstände abhängen.

Als geeignete Erhebungsmethode bot sich das Leitfadeninterview an, das eine intensive Erfassung der einzelnen Fälle sowie der Sichtweisen der Befragten ermöglicht (Flick 2004). Folglich wird mit den Ergebnissen kein Anspruch auf Repräsentativität und Generalisierbarkeit erhoben, es können vielmehr Hypothesen für die weitere Forschung generiert werden. Auf der Basis des oben dargelegten theoretischen Hintergrunds und Forschungsstands wurde ein Leitfaden erarbeitet, «eine Anzahl von Fragen und Stichworten also, die eine Vergleichbarkeit der Interviews gewährleisten sollen. Zudem hat der Leitfaden die Funktion, Anregungen bei stockendem Gesprächsfluss zu liefern und er dient als Orientierungsrahmen und Gedächtnisstütze für den Interviewer» (Nawratil 2009: 325). Der Leitfaden stellt sicher, dass die zentralen Themen bzw. Aspekte, die Antworten auf die Forschungsfrage liefern sollen, in allen Interviews zur Sprache kommen. Zugleich ist der Leitfaden jedoch flexibel zu handhaben, Formulierung und Reihenfolge der Fragen sind der jeweiligen Gesprächssituation anzupassen: Es soll ein offenes Gespräch zustande kommen, das der befragten Person hinreichend Raum gibt, ihre Sichtweisen, Erfahrungen etc. darzulegen und auch eigene Aspekte einzubringen (Lamnek 2005).⁶ Im vorliegenden Fall enthielt der Leitfaden als zu thematisierende Aspekte die jeweilige Lebenssituation (wobei möglichst die unterschiedlichen, oben erwähnten Einflussfaktoren wie Aktivität, Mobilität, Gesundheit, Berufsausstieg etc. zur Sprache kommen sollten), Lebenslauf und Medienbiographie, aktuelle Mediennutzungsmuster und -gewohnheiten, die Bedeutung und Rolle der Medien im Alltag, inhaltliche Vorlieben sowie Nutzungsmotive und Funktionen der Medien(inhalte).

⁶ Wie eingangs erwähnt, wurde die vorliegende Studie an der Universität Freiburg im Rahmen eines Forschungsseminars durchgeführt, wobei die Teilnehmer/-innen die Interviews führten. Grösstenteils arbeiteten die Studierenden zum ersten Mal mit qualitativen Interviews, daher erfolgten zunächst eine Schulung sowie Probeinterviews (Pretests).

Aufgrund der Durchführung der Untersuchung im Seminarrahmen wiesen nicht alle Interviews die erforderliche Qualität auf, weshalb für den vorliegenden Beitrag 45 Interviews von insgesamt 13 Studierenden für die Analyse ausgewählt wurden.⁷ Diese wurden zwischen April und Juli 2009 mit 21 Frauen und 24 Männern im Alter zwischen 57 und 93 Jahren durchgeführt. Wie in der Methodenliteratur gefordert, wurden bei der Rekrutierung der Befragten möglichst grosse Unterschiede in Bezug auf Aspekte der Lebenssituation wie die soziale Integration, Gesundheit, Mobilität, Wohnform sowie Berufstätigkeit bzw. -ausstieg (neben Geschlecht, Alter, Bildungsgrad) angestrebt (theoretical sampling; Flick 2004; Merrens 2000), um «Heterogenität und Varianz im Untersuchungsfeld abzubilden» (Lamnek 2005: 191). Weiter wurde darauf geachtet, entsprechend den Empfehlungen der Methodenliteratur (Lamnek 2005) keine den Interviewer/-innen nahe stehenden Personen zu befragen. Die Interviews dauerten zwischen 30 Minuten und eineinhalb Stunden und wurden anschliessend von den Studierenden transkribiert. Für den vorliegenden Beitrag wurden die Transkripte der erwähnten 45 Interviews von den Autorinnen mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse erneut ausgewertet. Das zugrunde gelegte Kategorienraster, mit dessen Hilfe die Aussagen strukturiert und verdichtet wurden (Nawratil & Schönhagen 2009; Mayring 2000), orientiert sich an den oben dargelegten inhaltlichen Aspekten des Leitfadens und den Untersuchungszielen.

3.2. Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse

3.2.1. Bedeutung der verschiedenen Medien im Alltag und Nutzungsmuster

Die *Tageszeitung* gehört auch für die ältere Generation in der Schweiz offensichtlich fest zum Alltag, fast alle Befragten lesen regelmässig Zeitung, viele ebenso Bücher. Eine recht typische Aussage machte ein 87-jähriger ehemaliger Mikrobiologe: «Die NZZ muss man schon haben, sonst ist man nicht im Bild, habe ich das Gefühl. Das hatten wir schon zu Hause.» Die einzige Ausnahme ist eine 77-jährige ehemalige Gastronomieangestellte, die im

⁷ Insgesamt wurden von den Studierenden 60 Interviews geführt. Nicht in die vorliegende Untersuchung einbezogen wurden auch einige Interviews, die mit Personen in Deutschland durchgeführt wurden.

Altersheim lebt und für die offenbar das Fernsehen eine besondere Rolle spielt. Die meisten Befragten lesen jeweils am Vormittag Zeitung (während des Frühstücks oder danach), nur zwei berufstätige Männer kommen erst am Abend dazu. Für den Grossteil der älteren Menschen sind dabei regionale oder lokale Informationen sehr wichtig, einigen ausdrücklich auch Todesanzeigen: «Schauen, wer gestorben ist, das ist wichtig bei uns alten Leuten» (75-jähriger pensionierter Metallbautechniker). Laut Forschungsstand orientiert sich die Zeitungsnutzung häufig am (ehemaligen) Beruf, insbesondere bei Pensionierten aus angesehenen und hoch qualifizierten Berufen (Zoch 2009). Dies ist hier kaum der Fall. Eine starke derartige Orientierung ist nur bei zwei Pensionierten (einem ehemaligen Metallbautechniker und einem früheren Weihbischof) sowie bei zwei noch berufstätigen Personen (58-jähriger ETH-Ingenieur, 59-jährige Pflegedienstleiterin) festzustellen. Bei den Männern zeichnet sich eine etwas stärker informationsorientierte Zeitungsnutzung ab, die zudem auch etwas häufiger als bei den befragten Frauen fest in die Tagesstruktur (meistens vormittags) integriert zu sein scheint. Auch erwähnten die befragten Männer etwas häufiger die Zeitung als besonders wichtiges Medium.

Zeitschriften werden dagegen nur von knapp der Hälfte der Befragten, Männern wie Frauen, regelmässig gelesen. Dabei halten sich einerseits Special Interest- oder auch Fachzeitschriften, z. B. zu Gesundheitsthemen oder dem Kochen, und andererseits thematisch breiter angelegte Magazine wie die *Weltwoche*, der *Beobachter* oder die *Schweizer Illustrierte* etwa die Waage. Zeitschriften mit überwiegender Unterhaltungsorientierung (z. B. *Yellow Press*) wurden eher selten genannt, dabei aber deutlich häufiger von Frauen als von Männern. Dies ähnelt dem Befund bezüglich der etwas stärker informationsorientierten Zeitungsnutzung der Männer, der Trend ist aber auch hier eher schwach ausgeprägt. Festzuhalten ist weiter, dass Zeitschriften nur von einer einzigen Person als besonders wichtig bezeichnet wurden.

Das *Radio* dagegen spielt, ähnlich wie die Zeitung, im Alltag so gut wie aller Befragten eine bedeutende Rolle, nur drei Männer erwähnten es gar nicht in Bezug auf ihre aktuelle Nutzung. Ein gutes Drittel der Befragten nutzt das Radio vorwiegend oder ausschliesslich als *Hintergrundmedium* bei unterschiedlichsten Beschäftigungen, wobei es dann meistens (fast) den ganzen Tag läuft. Eine geschiedene 76-Jährige, die früher als

Coiffeuse tätig war, beschrieb dies so: «Ja, am Morgen, wenn ich aufstehe, stelle ich den Radio an und dann höre ich immer SWR4, weil ich sehr gerne Musik höre [...]. Da gibt es Musik bis abends. [...] Aber sie bringen auch Neuigkeiten bis St. Gallen. Das ist so die Bodenseeregion [...] Ich höre eigentlich Radio, bis ich das Haus verlasse.» Und eine 75-jährige ehemalige Lehrerin, die mit ihrem Mann lebt, berichtete: «Ja, wie gesagt, wir wachen mit dem Radio auf und hören etwas zu, da kommt zum Beispiel das Wetter. Beim Frühstück läuft auch das Radio und danach, wenn ich meine Hausarbeiten mache, läuft Musik. [...] Nachrichten hören wir mehr als einmal am Tag und gewöhnlich am Abend nochmals. [...] Weil es einfach bequem ist und es einfach läuft.» Daneben gibt es eine ganze Reihe individueller Varianten des Nebenbeihörens, so nutzt z. B. ein 91-Jähriger manchmal gleichzeitig Radio und Fernsehen, ein 75-Jähriger hört Radio, während er am Computer arbeitet, und eine berufstätige 59-Jährige liest morgens im Bett Zeitung und hört zugleich Radio. Eine 87-jährige Heimbewohnerin mit Sehbehinderung hört morgens Radio über den – auch sonst viel genutzten – Fernseher. Nur wenige Personen begründeten das Nebenbeihören explizit damit, dass sie sich dann weniger allein fühlten. Dazu gehört ein 71-jähriger blinder ehemaliger Uhrenmacher, der Witwer ist und im Altersheim lebt. Er meinte, mit dem Radio «geht immer etwas und ich bin nicht alleine. Wenn ich in der Wohnung herumgehe, höre ich immer etwas.» Auch eine 63-jährige ehemalige Sachbearbeiterin, die allein lebt, bestätigte dies: «Das Radio ist sehr unterhaltsam und ich habe das Gefühl, ich bin dann nicht alleine. Wenn ich tags durch manchmal alleine bin und das Radio läuft, dann ist es, als ob noch jemand in der Wohnung wäre.» Etwa die Hälfte der befragten Personen berichtete von einer eher *gezielten Radionutzung*, wobei vor allem *Nachrichten und Musik* gefragt sind. Relativ häufig dient das Radio offenbar auch als *Einstieg in den Tag*, d. h. es wird von vielen am Morgen, bei einigen bereits zum Aufwachen und häufig zum Frühstück gehört. Nur bei einem 69-jährigen pensionierten Betriebspsychologen ist auch abends eine besonders intensive Nutzung (Nachrichten) auszumachen: «Vor allem was die politische Information betrifft, ist es besser als im Fernsehen.» Aber auch er hört abends nicht ausschliesslich Radio, sondern sieht ebenso fern (Information, Spielfilme, Sport). Drei Befragte erwähnten ausdrücklich, dass für sie (am Abend) das Radio vom Fernsehen abgelöst worden sei. So habe

man früher z. B. Hörspiele verfolgt, und «heute schaut man stattdessen fern» (84-jährige verheiratete Hausfrau). Auch ein früherer Geschäftsleiter (76 Jahre) meinte, dass er Vieles, das er früher am Radio gehört habe, «heute im Fernsehen» sieht.

Bei der Radionutzung sind keine deutlichen Unterschiede zwischen Frauen und Männern ersichtlich. Allerdings sprachen einige Männer, aber keine Frau, explizit die Informationssendung *Echo der Zeit* als regelmässig gehörte und wichtige Sendung an. Dagegen erwähnten einige Frauen, jedoch kein Mann, die Funktion des Radios als Ratgeber, und zwei Frauen hören regelmässig ein Radioquiz. Dies könnte ein weiterer Hinweis auf eine etwas stärker informationsorientierte Nutzung bei den Männern sein. Dem müsste jedoch vertiefend nachgegangen werden. Dies gilt auch für die Tatsache, dass das Radio nur von vier Frauen explizit als wichtigstes Medium bezeichnet wurde.

Das *Fernsehen* spielt für fast alle Befragten offensichtlich eine zentrale Rolle, vor allem am Abend. Nur drei Personen sehen kein oder sehr wenig fern. Dabei handelt es sich um eine alleinstehende 84-jährige Theologin, die gar kein Fernsehgerät besitzt, einen 86-jährigen Chemieingenieur, der mit seiner Frau zusammen lebt, sowie um einen 66-jährigen verheirateten Primarlehrer in Pension. Allen dreien sind dagegen die Zeitung sowie teilweise das Radio sehr wichtig. Die deutliche Mehrheit der übrigen Befragten nutzt das Fernsehen regelmässig am Abend, etwa die Hälfte zusätzlich tagsüber. Die seltenere Nutzung während des Tages erklärt sich zum Teil damit, dass einige Befragte noch berufstätig sind, vor allem aber beschäftigen sich viele tagsüber anderweitig. So gehen sie ihren Hobbies nach oder verbringen Zeit draussen: «Am Nachmittag gehen wir meistens spazieren oder wir gehen [...] Kinder hüten, und dann spielen wir oder machen Hausaufgaben und reden sehr viel und dann gibt es keinen Fernseher und kein Radio», berichtete eine 75-jährige ehemalige Lehrerin. Und eine 77-jährige ehemalige Gastronomieangestellte erzählte: «Aber sonst [ausser am Abend] schau ich nicht so viel fern. Am Vormittag sowieso nicht und am Nachmittag, wenn das Wetter gut ist, geh ich spazieren.» Auch für eine 78-jährige alleinstehende ehemalige Damenschneiderin ist das Fernsehen untertags die Ausnahme: «Am Sonntag um elf die Sternstunde, das schaue ich sehr gerne. Obwohl ich tagsüber aus Prinzip eigentlich nie Fernsehen schaue.» Dabei nutzt die Hälfte der in einer

Partnerschaft lebenden Befragten abends gemeinsam den Fernseher, wie dies auch in den erwähnten deutschen Studien bereits festgestellt wurde. Die andere Hälfte schaut je nach Programm getrennt oder gemeinsam. Wenn überhaupt tagsüber ferngesehen wird, dann tendenziell eher allein: «Meine Frau schaut eher Spielfilme und Serien. Die kommen zum Glück am Nachmittag, dann kann sie sich die in Ruhe anschauen und wir stören uns nicht» (79-jähriger früherer Schreiner). Hier kommt auch eine Tendenz zu geschlechtsspezifischen Programmpräferenzen zum Ausdruck, die im Folgenden noch verdeutlicht wird.

Zum festen Abendprogramm gehört für die meisten Befragten eine Nachrichten- oder Informationssendung des Schweizer Fernsehens (SRG). Dabei äussert sich erneut ein leichter Trend zu einer stärkeren Informationsnutzung der Männer. Auch gaben mehr Männer als Frauen an, das Fernsehen nur zu Informationszwecken zu nutzen. Insgesamt handelt es sich dabei jedoch nur um wenige Personen, die meist noch berufstätig sind. So meinte eine 57-jährige leitende Sekretärin: «Die Vermittlung von Informationen ist schon das wichtigste. Es kommt mir so vor wie ein Fenster, wo du so rausschauen kannst.» Besonders häufig erwähnt wurde die Nachrichtensendung *Tagesschau*: «*Tagesschau* schaue ich natürlich gern, immer. Um 19.30 darf mich niemand stören. Da gehe ich nicht mal ans Telefon, wenn die kommen» (73-jähriger ehemaliger Papiertechnologe). Und ein 63-jähriger ehemaliger Diplomat bekannte: «Abends schaue ich vielleicht noch gerne die *Tagesschau* um halb acht. Und da kann es manchmal schon sein, dass wir gerade dann essen. Da sitze ich schon manchmal mit dem Teller vor den Fernseher hin, wenn man so will. Damit ich die *Tagesschau* sehen kann.» Aber auch die TV-Unterhaltung am Abend spielt eine wichtige Rolle, sowohl für allein lebende Personen als auch für solche, die mit Partner oder Familie zusammenleben. Für ein Viertel der Befragten gehören dabei Kriminalfilme oder -serien zum gewohnten Abendprogramm, für ein gutes Fünftel auch Talkformate, vor allem die Sendung *Arena* (SF1). Dabei zeigt sich erneut die leichte Tendenz zu einer stärkeren Informationsnutzung der Männer, welche diese Diskussionssendung etwas häufiger nannten als Frauen. Ansonsten sind wenige personenübergreifende Muster bei den Programmvorlieben zu beobachten, etwas mehr Frauen als Männer sehen gerne Natur- und Tierdokumentationen sowie Quizsendungen, und etwas mehr Männer als Frauen interessieren

sich für Sport. Auch hier handelt es sich wieder um eher schwache Tendenzen, die überprüft werden müssten.

Klar zeigen die Interviews, dass das Fernsehen eine grosse *Funktionsvielfalt* erfüllt. Neben Information, um «auf dem Laufenden» zu sein sowie «mitreden zu können» (63-jährige pensionierte Sachbearbeiterin), wurden auch Unterhaltung bzw. Ablenkung (auch von den eigenen Gedanken) oder Zeitvertreib häufig genannt: «Es ist einfach bequem sich hinzusetzen, nichts denken zu müssen und einfach nur zuhören und zuschauen zu können», wie dieselbe Befragte beschrieb. «Und wenn man in ein gewisses Alter kommt, ist das Fernsehen schon noch gut. Da kann man sich ein wenig ausruhen, zu Hause bleiben und fernsehen» (76-jährige Bäuerin). Ein 70-jähriger Pensionär meinte, ohne Fernseher hätte er «eine tote Zeit; dann wüsste ich nicht was anfangen mit der Zeit.» Und auch eine 77-jährige pensionierte Gastronomieangestellte nannte solche Motive: «Und Kitschfilme sehe ich mir gerne an. Einfach etwas, wo man nicht viel denken muss und nur zuschauen kann. Am Abend bin ich immer alleine, dann schau ich halt gerne.» Als weitere Funktion wurden auch Erinnerungen an früher angeführt: «Und dann schaue ich gerne alte Filme von früher, so von 1956. [...] Nicht unbedingt, um zu wissen wie der Film ausgeht. Aber man erkennt sich selber in diesen Filmen wieder. Die Musik war damals so und nicht anders. [...] Wir konnten uns ja damals nicht selber filmen, nicht einmal Fotoapparate hatten wir» (75-jähriger pensionierter Metallbautechniker). Eine 76-jährige Bäuerin erwähnte weiter die Möglichkeit, Neues zu lernen bzw. «geistig fit zu bleiben». Einige Personen, besonders Frauen, umschreiben auch die Funktion der Stimmungsregulierung: So schaut z. B. eine verwitwete 80-Jährige, die früher Damenschneiderin war, Volksmusiksendungen und Ähnliches, weil sie das «fröhlich macht». Und eine andere ältere Dame, ebenfalls ehemals Damenschneiderin (78 Jahre), geniesst «schöne Schnulzen» wie Rosamunde-Pilcher-Filme, da diese «herzerfrischend» seien. Schliesslich erwähnten einige Personen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, dass das Fernsehen auch einen Ersatz für eigene Aktivitäten darstelle: «Ich kann ganz gut auf Reisen verzichten. Ich bin zufrieden, wenn ich hier etwas sehe und das ist interessant. Man kann ja hier um die halbe, ja um die ganze Welt reisen», meinte ein 81-jähriger früherer Sachbearbeiter, der unter Gleichgewichtsstörungen leidet und zudem wegen seiner erkrankten Frau stark ans Haus gebunden ist.

Eine 79-Jährige, die aufgrund zweier Hirnschläge gesundheitlich eingeschränkt ist und im Altersheim lebt, berichtet, dass sie die Kochsendung *al dente* (SF1) gern sehe: «Hier kann man ja nichts mehr machen und bei *al dente* hat man wenigstens das Gefühl, man sei am Kochen.» Dies entspricht den Erkenntnissen deutscher Studien bezüglich der «Kompensation altersbedingter Defizite» (Zoch 2009: 94 ff.).

Bezüglich der Nutzung des *Internets* können wir, entsprechend dem Forschungsstand, einen deutlichen Einfluss des Geschlechts sowie der beruflichen Sozialisation feststellen: Die befragten Männer (jüngere wie ältere) nutzen deutlich häufiger das Internet als die Frauen. Bei letzteren sind es fast nur jüngere und besser gebildete, die zudem im Beruf mit dem Internet Kontakt haben bzw. in einem Fall hatten. Sie nutzen es zudem alle nicht besonders intensiv, insbesondere für E-Mails und die gezielte Suche bzw. als «Nachschlagewerk», wie mehrere Befragte sagten. Ältere Frauen lehnen das Internet eher ab und sehen keinen Nutzen darin, wie z. B. eine 77-jährige ledige Dame (früher Gastronomieangestellte): «Alle sagen, das würde ich doch noch lernen, aber für was denn? Ich brauche das doch nicht. Da gehe ich lieber spazieren. Und sowieso habe ich schlechte Augen.» Und eine ehemalige Damenschneiderin (78 Jahre) meinte: «Aber für Computer und Internet habe ich keinen grünen Daumen. [...] Das ist für mich einfach wie eine schwarze Wand.» Einige Frauen überlassen Computer und Internet ganz ihrem Mann oder nutzen Letzteres mit seiner Hilfe, wie eine 75-jährige pensionierte Lehrerin berichtete: «Den Computer braucht nur mein Mann, ich kann das gar nicht. [...] Ich schaue mir höchstens Fotos an oder mache ein Spiel [...]. Meine Freundinnen mailen meinem Mann und ich schreibe Briefe [per Post].» Die älteren Männer dagegen nutzen häufiger das Internet, manche auch sehr intensiv, und einige bezeichneten es sogar als ihr wichtigstes Medium. Dabei sind viele ebenfalls über den Beruf damit in Kontakt gekommen, wie z. B. ein 75-jähriger pensionierter Metallbautechniker, der schon früh Kollegen am Computer geschult hat. Für ihn «ist schon das Internet zuoberst». Auch der ehemalige Inhaber eines Möbelgeschäfts (75 Jahre) erläuterte, wie er über seine Arbeit mit Computer und Internet vertraut wurde und dann selbst «Interneteinführungen gemacht [hat]. [...] Wir waren hier die ersten damit.» Heute sitzt er bei schlechtem Wetter «am Nachmittag am Computer und [stellt] das Internet an», dabei nutzt er Informati-

onsseiten, E-Mail und Skype. Wie bereits im Forschungsstand deutlich wurde, hat auch das soziale Umfeld, besonders Kinder und Enkelkinder, einen grossen Einfluss: «Ich hab mir erst vor zwei Jahren einen Computer zugelegt; eigentlich auf Drängen meiner Kinder» (79-jähriger ehemaliger Elektrofachmann). Eine verwitwete 76-Jährige, die früher als Sekretärin gearbeitet hat, berichtete: «Neu habe ich noch Internet. Mein Enkel hat mir einen Computer sehr praktisch eingerichtet.» Sie nutzt es vor allem für E-Mails. Einige empfinden auch einen gewissen sozialen Druck, den Umgang mit Computer und Internet noch lernen zu müssen. So erzählte eine 76-jährige ehemalige Kauffrau, sie und ihr Mann würden «belacht, das ist klar», weil sie «den Moment verpasst [hätten], um mit Computer und Internet einzusteigen. [...] Weil man manchmal nicht weiss, was im Internet wieder war.»

Insbesondere diejenigen, für die das Internet das wichtigste Medium ist, betonten auch ausdrücklich seine *Funktionsvielfalt*. Ein 63-jähriger ehemaliger Diplomat brachte dies so auf den Punkt: «[...] Aber wenn man Medien als Informationsplattform nimmt, kann ich in der NZZ nicht lesen, wann mein Zug von Schmiten nach Basel fährt. Von dem her gesehen, ist das Internet einfach das umfassendste Medium. Und wenn ich jetzt eins wählen müsste, das mir am meisten bringt, dann ist das schon das Internet. Ich will nicht sagen, dass es das interessanteste Medium ist, aber es ist einfach das vielfältigste. Wenn ich fernsehe, dann gibt es einfach das Programm und da kommt der und der Film und fertig. Im Internet kann ich wirklich schauen, was heute in der Welt passiert ist. Und auch alles andere, was immer mich interessiert.» Aber nicht nur die Vielfalt der Informationen ist dabei wichtig, sondern auch die der Dienste. So nutzen, wie an einem Beispiel oben bereits deutlich wurde, einige (wenige) Männer z. B. auch den Dienst Skype und ein anderer betonte, er könne «im Internet natürlich auch Radio hören» (75-jähriger pensionierter Metallbautechniker). Insgesamt betrachtet suchen die Befragten, die sich mit dem Internet beschäftigen, dort vor allem diverse Informationen und nutzen E-Mail.

Betrachtet man die *Funktionen der Mediennutzung* bei den älteren Menschen, die wir interviewt haben, nochmals *allgemein*, so ist festzustellen, dass für die meisten Information und Orientierung zentral zu sein scheinen. Dabei dienen Informationsinhalte aber auch – etwa ein Drittel

der Befragten betonte dies ausdrücklich – der Befriedigung «interaktiver Bedürfnisse» (Kunczik & Zipfel 2005: 345). Sie ermöglichen es ihnen, z. B. am Stammtisch, mit den Kindern, Enkeln oder Freunden mitreden zu können: Ein 73-jähriger ehemaliger Papiertechnologe schaut z. B. Sport und Nachrichten, damit «ich weiss, was alles läuft auf der Welt [...]». Damit ich auch mal mitdiskutieren kann [...] mit den Turnkameraden oder so und auch mit den Jungen, wenn sie da sind». Betrachtet man die Hauptnutzungszeiten der Medien, so scheinen diese vielfach durchaus zur Strukturierung des Tages beizutragen, wie es auch der Forschungsstand zu Deutschland zeigt. Meist wird morgens oder vormittags die Zeitung gelesen, tagsüber am ehesten Radio (nebenbei) gehört, und der Abend gehört dem (gemeinsamen) Fernsehen. Weiter erfüllen die Medien eine unterhaltende Funktion und dienen bisweilen auch dem Zeitvertreib: «Das füllt einen schon etwas aus, wenn man alleine ist. Das füllt einem den Tag aus», sagte eine 84-jährige Hausfrau, die allein wohnt, da ihr Mann im Altersheim lebt. Und ein 65-jähriger ehemaliger Sekundarlehrer, dessen Ehefrau noch berufstätig ist, räumte ein: «Ich habe so viel Zeit. Manchmal ist mir fast ein wenig langweilig, aber das darf man ja nicht zugeben.» Besonders hier wird deutlich, dass die Mediennutzung – wie auch der Forschungsstand zu Deutschland nahe legt – stark vom Grad der Aktivität der älteren Menschen beeinflusst wird. Letzterer hängt wiederum vom Gesundheitszustand sowie der sozialen Integration ab (siehe folgenden Abschnitt) – und natürlich auch davon, ob noch eine Berufstätigkeit besteht oder nicht.

3.2.2. Einflüsse auf die Mediennutzung im Alter

Wie oben bereits angedeutet, scheint die Mediennutzung der älteren Menschen insbesondere in einem direkten Zusammenhang mit deren *Aktivität* zu stehen: So fällt auf, dass solche Personen Medien besonders intensiv nutzen, die nicht nur in ihrer Mobilität (stark) eingeschränkt sind, sondern zudem nur über ein kleines soziales Umfeld verfügen. Beides zusammen führt offenbar dazu, dass diese sehr wenige andere Aktivitäten verfolgen. Die Grösse des sozialen Umfelds allein zeigt, ebenso wie eingeschränkte Mobilität allein, in den von uns untersuchten Fällen keine eindeutigen Auswirkungen auf die Intensität der Mediennutzung. Dass die Aktivität offenbar entscheidend ist, verdeutlicht auch die geringere Bedeutung

der Medien im Alltag besonders aktiver sowie noch berufstätiger Senioren. Ähnliches zeigt sich im Kontext der Jahreszeiten: Mehrfach wurde berichtet, dass verstärkte Aktivitäten ausserhalb des Hauses im Sommer ebenfalls zu einer Abnahme der Mediennutzung führen. Besonders aktive Senioren nutzen Medien ausserdem eher gezielt und stärker zur Information, während bei weniger aktiven Personen Nutzungsmotive wie Unterhaltung, Ablenkung und Zeitvertreib eine grössere Rolle spielen. Letzteres entspricht Ergebnissen von Zoch (2009). Bezüglich der Nutzungsmotive ist ein eindeutiger Zusammenhang mit eingeschränkter Mobilität erkennbar: Nur Befragte mit solchen Einschränkungen erwähnten eine Kompensationsfunktion des Fernsehens, z. B. für Reisen, die nicht mehr durchgeführt werden können.

Einschneidende Veränderungen wie die Pensionierung, der Verlust des Partners oder der Umzug in ein Altersheim wirken sich gemäss der eingangs vorgestellten deutschen Studien stark auf die Mediennutzung aus; insbesondere wurde eine verstärkte TV-Nutzung beobachtet (Hartung 2007). Auch unsere Ergebnisse zeigen einen Einfluss solcher Zäsuren, allerdings nicht per se im Sinne einer Zunahme des Medien- oder TV-Konsums. Etwa ein Drittel der Befragten, die derartige Veränderungen als bedeutsam erlebt haben, berichteten vielmehr von einer verringerten Mediennutzung. Sie begründeten dies teilweise mit einem abnehmenden Informationsbedürfnis: So meinte ein 87-Jähriger, der früher als Makrobiologe in der Pharmaforschung tätig war, dass für ihn heute Informationen weniger wichtig seien, «besonders jetzt, seit ich nicht mehr im Berufsleben bin, ist das nicht mehr überlebenswichtig». Einige Frauen berichteten auch, dass sie seit der Pensionierung ihrer Ehemänner weniger Zeit für die Mediennutzung zur Verfügung hätten, da sie nun zusammen mit diesen andere Aktivitäten verfolgten. Neben der Zu- und Abnahme lassen sich auch Veränderungen wie z. B. die Verlagerung der Nutzung auf andere Medien oder andere Inhalte beobachten. Eine verwitwete ehemalige Coiffeuse z. B. erzählte: «Seit mein Mann gestorben ist, kann ich keine Krimis mehr sehen. Das macht mich einfach traurig.» Ausserdem las sie früher die Zeitschriften, die in ihrem Salon auflagen. Manche begründeten die Veränderungen damit, dass sie vorher manche Medieninhalte eher auf Initiative des Partners gemeinsam genutzt hätten: «[...] weil wenn man zu zweit ist, dann möchte einer gerne das

schauen und der andere gerne das und dann schaust du trotzdem mit» (80-jährige Witwe).

Die Interviews mit Schweizer Senioren verweisen ausserdem auf einen möglichen Einfluss der *Bildung* und/oder des *Geschlechts* auf die Mediennutzung, insbesondere auf die inhaltlichen Vorlieben. In den vorliegenden Fällen lässt sich beides nicht trennen: Bei hoch gebildeten Befragten ist eine klare Tendenz zu einer verstärkten Informationsnutzung zu finden, dabei handelt es sich zugleich um deutlich mehr Männer als Frauen. Bei niedriger oder fehlender Ausbildung lässt sich dagegen eine stärkere Unterhaltungsorientierung feststellen, wobei hier deutlich mehr Frauen vertreten sind. Dies könnte die leichte Tendenz zu einer verstärkten Informationsorientierung der Männer, die wir mehrfach feststellen konnten, unterstreichen. Ebenso entspricht dies dem Ergebnis der deutschen Studie von Zoch (2009) bezüglich einer grösseren Bedeutung von Unterhaltungsinhalten bei Frauen. Es könnte aber auch ein Zusammenhang mit dem Bildungsniveau bestehen, wie dies etwa Scherer et al. (2006) sowie Zoch (2009) ermitteln. Auf einen Einfluss der Bildung (vor allem bezüglich der Radio- und TV-Nutzung) verweist auch Blödorn (2009). Demnach findet man bei älteren und niedriger gebildeten Personen in Deutschland eher das «Trivialschema» mit einer Präferenz für volkstümliche Inhalte, bei höher gebildeten eher das «Hochkulturschema» mit Vorlieben für klassische Musik und Dokumentarfilme. Dem könnte zwar die von uns festgestellte Tendenz zu einer verstärkten Unterhaltungsnutzung niedriger Gebildeter (Frauen) entsprechen. Das «Spannungsschema» mit einer Vorliebe für Krimis sowie Rock- und Popmusik schreibt Blödorn dagegen eher Jüngeren zu. Im Gegensatz dazu sehen jedoch die von uns befragten älteren Menschen in der Schweiz – im Übrigen mit verschiedenster Bildung – häufig Kriminalfilme oder -serien, und dies zudem in Verbindung mit individuell ganz unterschiedlichen weiteren Vorlieben. Insgesamt bestätigen sich also hier die von Blödorn postulierten altersspezifischen Vorlieben nicht, im Gegenteil scheinen diese sehr individuell zu sein.

Bezüglich der *Medienbiografie* bzw. *-sozialisation* lässt sich ein klarer Zusammenhang nur hinsichtlich des Internets feststellen, indem hier der Kontakt im Rahmen des Berufs offensichtlich entscheidend für eine spätere Nutzung ist. Wie oben erwähnt, vermutet Zoch (2009) einen Zusammenhang zwischen der Medienbiografie der älteren Generation

und der besonderen Stellung des Fernsehens, das – wie auch bei unseren Befragten – häufig ritualisiert und besonders am Abend genutzt wird. Denn dieses wurde von vielen Personen in der Kindheit oder Jugend als besonders herausragend erlebt. Dies trifft auch für eine Reihe unserer Befragten zu, z. B. einen 60-jährigen Mechaniker: «Aber dann das Fernsehen, das Bild, welches in jede Stube gekommen ist. Das war eigentlich *die* Revolution. Das war eigentlich das entscheidende Ding in meiner Generation. Das Fernsehen, Fern-Sehen.» Interessant ist hierbei auch, dass die drei Befragten, die aktuell kein oder sehr wenig fernsehen, alle das Fernsehen im Rahmen ihrer Mediensozialisation nicht erwähnen; das Radio hatte dagegen auch in ihrer Kindheit und Jugend schon einen wichtigen Stellenwert. Bezüglich der übrigen Massenmedien konnten wir keine eindeutigen Zusammenhänge mit der Medienbiografie beobachten. Zeitungslesen in der Kindheit oder Jugend wurde deutlich seltener angesprochen als Radiohören, wobei einige Befragte darauf hinwiesen, dass Zeitungen zwar im Elternhaus vorhanden waren, sie sich aber dafür nicht interessierten. Das könnte natürlich auch bei anderen Personen ein Grund dafür sein, dass die Zeitung nicht erwähnt wurde. Möglicherweise war sie aber auch – anders als das Radio und vor allem das Fernsehen – so selbstverständlich, dass sie nicht besonders erinnert wurde. Zeitschriften wurden sogar nur von zwei Männern und einer Frau erwähnt. Auffällig ist, dass bei fast allen Befragten das Radio in Kindheit und Jugend eine grosse Rolle gespielt hat bzw. lange selbstverständlich war: Insbesondere die gezielte Nutzung von Nachrichten und Hörspielen im Kreise der Familie wurde häufig angesprochen. Systematische Zusammenhänge mit den heutigen Nutzungsgewohnheiten können jedoch nicht ausgemacht werden. So erzählte etwa ein 79-jähriger ehemaliger Elektrofachmann, dass das Radio in seiner Jugend nicht nur sehr wichtig gewesen sei, sondern er auch selbst eines gebaut habe – in seiner heutigen Mediennutzung hat es dagegen keine Bedeutung mehr.

4. Diskussion und Fazit

Der Anteil älterer Menschen an der Bevölkerung wächst – und damit widmet sich auch die Medienforschung zunehmend dieser Altersgruppe. Zur Schweiz liegen bislang jedoch nur wenige Erkenntnisse zur Rolle

der Medien im Alltag älterer Menschen vor, wohingegen in Deutschland in den letzten Jahren vermehrt diesbezügliche Studien durchgeführt wurden. Dabei wurde deutlich, dass der Umgang mit Medien wohl weniger vom chronologischen Alter als von der individuellen Lebenssituation beeinflusst wird, insbesondere von der Aktivität und Mobilität sowie von Berufstätigkeit oder Pensionierung. Dies wird durch die vorliegende Studie auch in Bezug auf die Schweiz unterstrichen: Man findet, in Abhängigkeit von verschiedenen Aspekten der Lebenssituation, vielfältige und zum Teil sehr individuelle Nutzungsgewohnheiten und Bedeutungszuschreibungen zu den verschiedenen Medien. Dabei lassen sich jedoch einige Tendenzen erkennen, die zumindest für eine grössere Zahl älterer Mediennutzer typisch zu sein scheinen und die, allerdings nicht durchgängig, auch dem deutschen Forschungsstand entsprechen.

Dem Radio wird von fast allen Befragten eine grössere Bedeutung beigemessen, als dies aufgrund der Ergebnisse quantitativer Erhebungen zu erwarten gewesen wäre. Sie hören regelmässig, insbesondere tagsüber Radio, wobei es ca. einem Drittel der Befragten als Hintergrundmedium dient. Nur wenige – wie in den deutschen Studien meist allein lebende – Personen erklären dies selbst damit, dass sie sich dann weniger einsam fühlen. Ungefähr die Hälfte der Befragten nutzt das Radio gezielt, hauptsächlich für Informationen und Musik. Mit Ausnahme dreier Befragter zeigt sich auch in unserer Studie deutlich der hohe Stellenwert des Fernsehens, insbesondere am Abend. Die Bedeutung des Fernsehens hängt offensichtlich mit dessen Funktionsvielfalt zusammen. Die inhaltlichen Präferenzen sind dagegen recht unterschiedlich, Nachrichten- oder Informationssendungen sind jedoch bei fast allen Befragten fest im Abendprogramm verankert. Damit bestätigt sich die wichtige Rolle von Nachrichten bzw. Information, die auch in den angeführten deutschen Studien ermittelt wurde. Sehr beliebt sind zudem bei den Schweizer Befragten Kriminalfilme und -serien, die mit ganz unterschiedlichen weiteren Vorlieben wie z. B. Volksmusiksendungen, Dokumentar- und Tierfilmen oder Sport kombiniert werden. Somit liegen die Vorlieben der von uns Befragten quer zu den von Blödorn (2009) in Deutschland ermittelten Nutzungsschemata. Dies legt nahe, dass sich zwar bei der Betrachtung aggregierter Daten bezüglich der Gruppe älterer Mediennutzer spezifische Trends, wie etwa ein (vermutlich vor allem aufgrund der meist

grösseren Freizeit) erhöhter Fernsehkonsum feststellen lassen, bei näherer Betrachtung jedoch grosse individuelle Unterschiede zutage treten. Diese hängen offensichtlich mehr von der jeweiligen Lebenssituation und dem Lebensstil ab als vom kalendarischen Alter, wobei vor allem der Aktivitätsgrad einen grossen Einfluss zu haben scheint, wie unsere Ergebnisse ebenso wie jene von Zoch (2009) nahe legen. Insbesondere die Kombination von starker Einschränkung in der Mobilität mit einem kleinen sozialen Umfeld führt nach unseren Erkenntnissen zu einer intensiveren Mediennutzung. Dies wird zwar bei älteren Menschen häufiger der Fall sein als bei jüngeren, ist aber nicht unbedingt typisch für sie.

Der Berufsausstieg führte zwar bei einigen unserer Befragten zu einem geringeren Aktivitätsgrad und veränderter Mediennutzung, nicht aber per se zu einer Zunahme der Mediennutzung, wie sie Hartung (2007) in Deutschland feststellte. Im Gegenteil sprechen einige Befragte von einer Abnahme der mit Medien verbrachten Zeit und vermehrten anderen Aktivitäten, was besonders auf Frauen nach der Pensionierung der Ehemänner zutrifft. Ein Befragter erwähnte auch einen Zusammenhang zwischen sinkendem Medienkonsum und einem abnehmenden Informationsbedürfnis im Alter – was damit einher geht, dass die noch berufstätigen Personen tendenziell von einer stärker informationsorientierten Mediennutzung berichteten. Insbesondere können wir aber veränderte Präferenzen für einzelne Medien und Inhalte feststellen. Eine Parallele zum deutschen Forschungsstand besteht insofern, als unsere Studie somit ebenfalls einen deutlichen – wenn auch weniger gleichförmigen – Einfluss von Zäsuren wie der Pensionierung oder dem Verlust des Partners auf die Mediennutzungsgewohnheiten zeigt. Nicht zu klären ist, ob sich in den Unterschieden gegenüber Hartungs Ergebnissen bereits Auswirkungen eines veränderten, aktiveren Lebensstils der Senioren bemerkbar machen, oder ob dies auf die jeweilige Zusammensetzung der Stichproben zurückzuführen ist.

Spezifische inhaltliche Vorlieben der älteren Generation sind offenbar Filme aus der Jugendzeit sowie Todesanzeigen; beides wurde von unseren Befragten wie auch in den deutschen Studien häufiger angesprochen. Die inhaltlichen Präferenzen scheinen im Übrigen stark von Bildung und/oder Geschlecht beeinflusst zu sein; unsere Ergebnisse lassen diesbezüglich jedoch keine eindeutigen Schlüsse zu, da die weiblichen

Befragten zugleich meist niedriger und die männlichen meist höher gebildet waren. Wir können jedoch insgesamt eine leichte Tendenz zu einer ausgeprägteren Unterhaltungsorientierung der Frauen sowie einer stärkeren Informationsnutzung der Männer feststellen. Dies entspricht den Ergebnissen deutscher Untersuchungen. Eine spezifische Orientierung der Mediennutzung bzw. der bevorzugten Inhalte am früheren Beruf, wie sie etwa Zoch (2009) und Moll (1997) vor allem bei Männern feststellten, ist dagegen bei unseren Befragten nicht zu ermitteln. Anders als bei den «klassischen» Massenmedien zeigt sich bezüglich des Internets, entsprechend dem deutschen Forschungsstand, ein deutlicher Einfluss des Geschlechts sowie der beruflichen Sozialisation. So nutzen die befragten älteren Männer das Internet häufiger und intensiver als die Frauen. Die weniger zahlreichen Internetnutzerinnen sind zudem meist jüngere und besser gebildete Damen und haben im Beruf Erfahrungen mit Computer und Internet gemacht. Das Spektrum der von den Männern genutzten Inhalte und Dienste ist grösser als das der meisten weiblichen Befragten: Es reicht von Informationsseiten, E-Mail, E-Banking, Radio hören und Zeitung lesen bis hin zu Diensten wie Skype. Daher betonten einige dieser älteren Herren auch die Funktionsvielfalt des Internets in ähnlicher Weise, wie dies sonst für das Fernsehen der Fall ist. Es ist somit davon auszugehen, dass das Internet bei älteren Menschen an Bedeutung gewinnen wird, da die «zukünftigen Alten» häufiger mit dem Internet (im Beruf) sozialisiert sein werden.

Dem Forschungsstand entsprechend wurde weiter ersichtlich, dass Medien für ältere Menschen eine Strukturierungsfunktion besitzen: Morgens oder vormittags wird von vielen die Zeitung gelesen, einige starten auch mit dem Radio(wecker) in den Tag. Während des Tages hören viele, häufig neben anderen Aktivitäten, Radio, und der Abend wird (gemeinsam) vor dem Fernseher verbracht. Anzumerken ist allerdings, dass dies keineswegs spezifisch nur für ältere Menschen ist, sondern ein genereller Trend in der Bevölkerung, sowohl in Deutschland (Engel & Ridder 2010) als auch in der Schweiz (Mediapulse AG 2009). Somit stellt sich abschliessend die Frage, inwieweit personenübergreifende Tendenzen in der Mediennutzung älterer Menschen, wie sie sowohl für Deutschland als auch in dieser Studie sichtbar wurden, einerseits auf das Alter oder die Zugehörigkeit zu einer Altersgruppe, und inwieweit sie andererseits

auf Aspekte der Lebenssituation, wie vor allem Aktivität, Mobilität und soziale Integration, zurückzuführen sind. Eingeschränkte Mobilität, geringere Aktivität oder abnehmende soziale Bindungen mögen zwar bei älteren Menschen bzw. mit steigendem Alter häufiger vorkommen, sind aber nicht spezifisch für die Gruppe älterer Menschen, sondern können ebenso auf jüngere Menschen zutreffen, die z. B. gesundheitlich und in ihrer Mobilität eingeschränkt, wenig aktiv oder arbeitslos sind. Folglich wäre es spannend, in einer umfassenden quantitativen Studie zu ermitteln, wie gross tatsächlich jeweils der Einfluss der oben angesprochenen unterschiedlichen Aspekte der Lebenssituation, von Bildung und Geschlecht sowie des kalendarischen Alters auf die Nutzung sowie die Rolle und Bedeutung der Medien im Alltag älterer Menschen sind.

Literatur

- AREGGER, J. (1992). Ältere Menschen als Radio- und Fernsehpublikum. *Medienwissenschaft Schweiz* 2/1: 39–42.
- BECK, K.; ROSENSTOCK, R. & SCHUBERT C. (2007). Medien im Lebenslauf. In: R. ROSENSTOCK; K. BECK & C. SCHUBERT (Hrsg.). *Medien im Lebenslauf. Demographischer Wandel und Mediennutzung*. München: Kopaed: 7–16.
- BLÖDORN, S. (2009). Die Bedeutung der Massenmedien für ältere Menschen. In: B. SCHORB; A. HARTUNG & W. REISSMANN (Hrsg.). *Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag: 157–170.
- BUNDESAMT FÜR STATISTIK (2008). Sozialmedizinische Institutionen – Daten, Indikatoren (zuletzt abgerufen am 16.07.2010 von: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/14/04/02/key/01.html>).
- DOH, M. & GONSER, N. (2007). Das Medienverhalten älterer Menschen. Eine Sekundäranalyse anhand der Studie «Massenkommunikation 2000». In: R. ROSENSTOCK; K. BECK & C. SCHUBERT (Hrsg.). *Medien im Lebenslauf. Demographischer Wandel und Mediennutzung*. München: Kopaed: 39–64.
- DOH, M. & KASPAR, R. (2006). Entwicklung und Determinanten der Internetdiffusion bei älteren Menschen. In: J. HAGENAH & H. MEULEMANN (Hrsg.). *Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Lit Verlag: 139–156.
- EGGER, A. & VAN EIMEREN, B. (2008). Die Generation 60plus und die Medien. Zwischen traditionellen Nutzungsmustern und Teilhabe an der digitalen (R)evolution. *Media Perspektiven* 11/12: 577–588.
- ENGEL, B. & RIDDER, CH.-M. (2010). Massenkommunikation 2010 (zuletzt abgerufen am 11.11.2010 von: http://www.media-perspektiven.de/fileadmin/downloads/media_perspektiven/PDF-Dateien/ARD_ZDF_Medienkommission_-_Handout.pdf).

- FABIAN, T. (1990). Fernsehnutzung und Alltagsbewältigung älterer Menschen. Ergebnisse einer qualitativen Studie. In: G.A. STRAKA; T. FABIAN & J. WILL (Hrsg.). *Aktive Mediennutzung im Alter*. Heidelberg: Roland Asanger Verlag: 65–75.
- FLICK, U. (2004, 2. Aufl.). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt.
- GEHRKE, G. (2010). Medien im späten Erwachsenenalter. In: R. VOLLBRECHT & C. WEGENER (Hrsg.). *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden: VS Verlag: 159–167.
- GILLI, L. (2008). Warum gehen Senioren nicht ins Kino? Eine qualitativ-explorative Analyse der Nutzungsmotive und -bedürfnisse. Unveröffentlichte Lizentiatsarbeit an der Universität Fribourg.
- GONSER, N. & SCHERER, H. (2006). Die vielfältige Mediennutzung älterer Menschen. Eine Auswertung der Media-Analysen im Hinblick auf Menschen ab 50 Jahren. In: J. HAGENAH & H. MEULEMANN (Hrsg.). *Sozialer Wandel und Mediennutzung in der Bundesrepublik Deutschland*. Berlin: Lit Verlag: 122–138.
- GRAJCZYK, A.; KLINGLER, W. & SCHMITT, S. (2001). Mediennutzung, Freizeit- und Themeninteressen der ab 50-Jährigen. Ergebnisse der SWR-Studie «50+» und weiterer Studien. *Media Perspektiven* 5/4: 189–201.
- HÄTTENSCHWILER, W. (1992). Medien im Leben der Senioren. *Medienwissenschaft Schweiz* 2/1: 43–48.
- HARTUNG, A. (2010). Biographischer Ansatz. In: R. VOLLBRECHT & C. WEGENER (Hrsg.). *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden: VS Verlag: 92–105.
- HARTUNG, A. (2009). «Mit den eigenen Augen sehen» – Zur selbst- und weltkonstitutiven Bedeutung des Fernsehens im höheren Lebensalter. Forschungsstand und Perspektiven. In: B. SCHORB; A. HARTUNG & W. REISSMANN (Hrsg.). *Medien und höheres Lebensalter. Theorie – Forschung – Praxis*. Wiesbaden: VS Verlag: 224–242.
- HARTUNG, A. (2007). Das Fernsehen in der Lebenswelt älterer Menschen. Ergebnisse einer explorativen, qualitativen Befragung. In: R. ROSENSTOCK; K. BECK & C. SCHUBERT (Hrsg.). *Medien im Lebenslauf. Demographischer Wandel und Mediennutzung*. München: Kopaed: 65–81.
- HEPP, A. (1999). *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Opladen/Wiesbaden: VS Verlag.
- HIRZINGER, M. (1991). *Biographische Medienforschung*. Wien: Böhlau.
- HONEGGER, J. (2000): Senioren (2000). Eine neue Generation auf dem Weg zur Selbstverwirklichung. Eine Repräsentativumfrage unter 900 Personen von 50 bis 80 Jahren. Ernest Dichter AG Zürich (zuletzt abgerufen am 24.06.2010 von: http://www.dichter.ch/downloads/04-04_seniorenbrochuere.pdf).
- KUNCZIK, M. & ZIPFEL, A. (2005, 2. Aufl.). *Publizistik. Ein Studienhandbuch*. Köln et al.: Böhlau Verlag.
- LAMNEK, S. (2005, 4. Aufl.). *Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch*. Weinheim/Basel: Beltz/PVU.
- MAYRING, PH. (2000, 7. Aufl.). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.

- MEDIAPULSE AG (2009): Jahresbericht 2009. Band 1: Allgemeine Daten (zuletzt abgerufen am 10.11.2010 von: http://www.mediapulse.ch/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&file=/uploads/tx_frpsimpledown-loads/mediapulse_jahresbericht_rapportannuel_rapportoannuale_2009_06.pdf&t=1289484769&hash=6cb7bb6b2f6e9cb6a1d1ff821b01d79c).
- MERKENS, H. (2000). Auswahlverfahren, Sampling, Fallkonstruktion. In: U. FLICK; E. VON KARDORFF & I. STEINKE (Hrsg.). Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt: 286–299.
- MEYEN, M. (2004, 2. Aufl.). Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz: UVK.
- MOLL, H. (1997). Alte Menschen und Medien. Eine qualitative Studie zu Funktionen von Medien für alte Menschen. Schwäbisch Gmünd: Dissertation an der Pädagogischen Hochschule.
- NAWRATIL, U. (2009). Das qualitative Interview: Die Darstellung von Erfahrungen. In: H. WAGNER (Hrsg.). Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Ein Lehr- und Studienhandbuch. Baden-Baden: Nomos: 319–332.
- NAWRATIL, U. & SCHÖNHAGEN, PH. (2009). Die qualitative Inhaltsanalyse. Rekonstruktion der Kommunikationswirklichkeit. In: H. WAGNER (Hrsg.). Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Ein Lehr- und Studienhandbuch. Baden-Baden: Nomos: 333–345.
- NEUMANN-BRAUN, K. (2005). Strukturanalytische Rezeptionsforschung. In: L. MIKOS & C. WEGENER (Hrsg.). Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK: 58–66.
- ROGGE, J.-U. (1991). Medien und Alter – eine Sichtung der Forschungsliteratur. *Medien + Erziehung* 35/2: 81–87.
- ROGGE, J.-U. (1989). Ältere Menschen, Altern und die subjektive Bedeutung von Medien – Schlaglichter auf ein komplexes Beziehungsgeflecht. In: E. GOTTWALD; R. HIBBELN & J. LAUFFER (Hrsg.). Alte Gesellschaft – Neue Medien. Opladen: Leske + Budrich: 147–167.
- ROSENGREN, K.E. (1996). Inhaltliche Theorien und formale Modelle in der Forschung über individuelle Mediennutzung. In: U. HASEBRINK & F. KROTZ (Hrsg.). Die Zuschauer als Fernsehregisseure? Zum Verständnis individueller Nutzungs- und Rezeptionsmuster. Symposien des Hans-Bredow-Instituts. Baden-Baden/Hamburg: Nomos: 13–36.
- SCHELLING, H.R. & SEIFERT, A. (2010). Internet-Nutzung im Alter. Gründe für die (Nicht-) Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz. *Zürcher Schriften zur Gerontologie* 7 (zuletzt abgerufen am 16.07.2010 von: https://www.pro-senectute.ch/uploads/media/Gesamtbericht_Internet-Nutzung_im_Alter_deutsch_01.pdf).
- SCHERER, H.; SCHNEIDER, B. & GONSER, N. (2006). «Am Tag schaue ich nicht fern!» Determinanten der Mediennutzung älterer Menschen. *Publizistik – Vierteljahrshefte für Kommunikationsforschung* 51/3: 333–348.

- SCHORB, B. & THEUNERT, H. (2000). Kontextuelles Verstehen der Medienaneignung. In: I. PAUS-HAASE & B. SCHORB (Hrsg.). Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden: ein Arbeitsbuch. München: KoPäd Verlag: 33–57.
- SCHROLL, T.; GONSER, N. & SCHERER, H. (2008). «Generation Volksempfänger» – Radionutzung älterer Hörer längsschnittlich betrachtet. In: J. HAGENAH & H. MEULEMANN (Hrsg.). Alte und neue Medien. Zum Wandel der Medienpublika in Deutschland seit den 1950er Jahren. Berlin: LIT Verlag: 181–200.
- SCHULZE, G. (2005, 2. Aufl.). Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/New York: Campus Verlag.
- TEWS, H.P. (1994, 3. Aufl.). Alter und Altern in unserer Gesellschaft. In: R. REIMANN & H. REIMANN (Hrsg.). Einführung in die Gerontologie. Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag: 30–74.
- ZOCH, A. (2009). Mediennutzung von Senioren. Eine qualitative Untersuchung zu Medienfunktionen, Nutzungsmustern und Nutzungsmotiven. Berlin: Lit Verlag.

Submitted 24 November 2010. Resubmitted: 17 March 2011. Accepted: 6 April 2011. Refereed anonymously.