Sprachliche Kommunikation in der digitalen Welt

Eine repräsentative Umfrage, durchgeführt von forsa

Herausgegeben von
Prof. Dr. Peter Schlobinski und Dr. Torsten Siever
(Gesellschaft für deutsche Sprache/mediensprache.net an der Leibniz Universität Hannover)

[GfdS] mediensprache forsa.

Sprachliche Kommunikation in der digitalen Welt

Eine repräsentative Umfrage, durchgeführt von forsa

Herausgegeben von
Prof. Dr. Peter Schlobinski und Dr. Torsten Siever
(Gesellschaft für deutsche Sprache/mediensprache.net)

12. Februar 2018
n7546/35918 De, Le, Sh

forsa.
forsa Politik- und Sozialforschung GmbH
Büro Berlin
Schreiberhauer Straße 30
10317 Berlin
Telefon: +49 (0)30 6 28 82-0

GfdS
Gesellschaft für deutsche Sprache e. V.
Geschäftsstelle
Spiegelgasse 7
65183 Wiesbaden
Telefon: +49 (0)611 9 99 55-0
Telefax: +49 (0)611 9 99 55-30
www.gfds.de

mediensprache
mediensprache.net
Leibniz Universität Hannover
Königsworther Platz 1
30167 Hannover
www.mediensprache.net

Alle Rechte vorbehalten.
Satz: Torsten Siever, correctura.com
Bildnachweis: Gerd Altmann, Torsten Siever

Inhalt

01 Vorbemerkung

02 Formen privater Kommunikation

02 Nutzungshäufigkeit verschiedener Kommunikationsformen

03 Kommunikation mit verschiedenen Personengruppen

06 Versand von Sprachnachrichten

07 Versand von Selfies

08 Gewohnheiten in der schriftlichen digitalen Kommunikation

08 Nutzung von Emoticons und Emojis

10 Beachtung von Schreib- und Sprachnormen

11 Nutzung von Begrüßungs- und Verabschiedungsformen

12 Bevorzugte Verwendung verschiedener Wörter

13 Meinungen zu Anglizismen

14 Bekanntheit von Abkürzungen

15 Einfluss der digitalen Kommunikation auf die deutsche Schriftsprache

17 Zusammenfassung

Vorbemerkung

Im Auftrag der Gesellschaft für deutsche Sprache e. V. und des Wissenschaftsportals mediensprache.net an der Leibniz Universität Hannover hat forsa Politik- und Sozialforschung GmbH eine repräsentative Befragung zum Thema »Kommunikation in der digitalen Welt« durchgeführt. Im Rahmen der Untersuchung sollte u. a. ermittelt werden, wie häufig die Befragten verschiedene Kommunikationsformen nutzen, mit welchen Kommunikationsformen sie überwiegend mit unterschiedlichen Personengruppen kommunizieren, welche Gewohnheiten sie in der schriftlichen digitalen Kommunikation haben und ob bzw. wie häufig sie Sprachnachrichten oder Selfies an andere Personen verschicken.

Im Rahmen der Untersuchung wurden insgesamt 2 001, nach einem systematischen Zufallsverfahren ausgewählte, Internetnutzer im Alter von 14 bis 60 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland befragt.

Die Erhebung wurde vom 8. bis 29. Januar 2018 mithilfe des repräsentativen Panels forsa.omninet durchgeführt. Die Untersuchungsbefunde werden im nachfolgenden Ergebnisbericht vorgestellt.

Die ermittelten Ergebnisse können lediglich mit den bei allen Stichprobenerhebungen möglichen Fehlertoleranzen (im vorliegenden Fall +/- 2,5 Prozentpunkte) auf die Gesamtheit der Internetnutzer im Alter von 14 bis 60 Jahren in Deutschland übertragen werden.

1 Formen privater Kommunikation

1.1 Nutzungshäufigkeit verschiedener Kommunikationsformen

Danach gefragt, welche Kommunikationsform sie wie häufig privat nutzen, gibt die überwiegende Mehrheit der Befragten (89 %) an, Messenger-Dienste wie WhatsApp, den Facebook-Messenger oder Threema täglich (77 %) oder zumindest mehrmals pro Woche (12 %) zu nutzen.

Telefonate führen 81 Prozent, E-Mails schreiben 74 Prozent täglich oder mehrmals pro Woche.

Facebook nutzen 36 Prozent täglich oder mehrmals wöchentlich.

Dass sie SMS mindestens mehrmals pro Woche nutzen, geben 18 Prozent an. Instagram und Twitter werden von der großen Mehrheit der Befragten überhaupt nicht genutzt.

Es nutzen privat	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	einmal pro Monat	seltener	gar nicht
	%	%	%	%	%	%	%
Messenger-Dienste	77	12	2	2	0	1	6
Telefonat	44	37	9	6	2	2	0
E-Mail	41	33	9	8	3	5	0
Facebook	23	13	5	6	4	11	38
SMS	7	11	8	14	11	36	13
Instagram	7	4	1	3	2	5	78
Twitter	2	2	1	1	1	6	86

Tab. 1: Nutzungshäufigkeit (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht« bzw. »kenne ich auch vom Namen her nicht«

Jüngere Personen unter 35 Jahren nutzen noch häufiger als ältere Befragte täglich oder mehrmals pro Woche Messenger-Dienste sowie Facebook. Instagram wird am ehesten von den unter 25-Jährigen mindestens mehrmals wöchentlich genutzt.

Dass sie täglich oder mehrmals pro Woche telefonieren bzw. E-Mails schreiben, geben die 14- bis 24-Jährigen seltener an als ältere Personen.

Es nutzen die Kommunikationsform täglich/ mehrmals die Woche	insgesamt	Männer	Frauen	14- bis 24-Jährige	25- bis 34-Jährige	35- bis 44-Jährige	45- bis 54-Jährige	55- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%	%	%
Messenger-Dienste	89	87	91	96	95	88	85	83
Telefonat	81	81	83	55	76	88	88	93
E-Mail	74	78	70	62	73	77	78	77
Facebook	36	33	38	48	44	31	29	25
SMS	18	17	18	14	18	18	19	17
Instagram	11	8	12	37	14	7	3	2
Twitter	4	5	3	8	6	4	2	1

Tab. 2: Häufigkeit der privaten Nutzung verschiedener Kommunikationsformen II

1.2 Kommunikation mit verschiedenen Personengruppen

Die Befragten wurden gebeten, anzugeben, wie sie mit verschiedenen Personengruppen – abgesehen von persönlichen Treffen – am häufigsten kommunizieren.

Bei den meisten Personengruppen werden bei der Kommunikation Telefonate oder Messenger-Dienste bevorzugt. Telefoniert wird vor allem mit Eltern und Großeltern sowie mit beruflichen Kontakten. Mit Geschwistern oder dem Partner wird in ähnlichem Maße telefoniert bzw. über Messenger-Dienste geschrieben.

Mit Freunden treten die Befragten noch häufiger über Messenger-Dienste in Kontakt als über das Telefon.

Abgesehen von persönlichen Treffen kommunizieren mit den Personengruppen am häufigsten per	Messenger-Dienste	Telefonat	E-Mail	SMS	Facebook	Twitter	Instagram
	%	%	%	%	%	%	%
Freunde	87	56	18	13	17	1	5
Geschwister	63	57	11	9	6	0	1
Partner/-in	59	62	7	10	3	0	1
Eltern	41	80	8	8	1	0	0
berufliche Kontakte	27	73	70	7	2	1	0
Großeltern	6	40	1	2	0	0	0

Tab. 3: Kommunikation mit verschiedenen Personengruppen (an 100 Prozent fehlende Angaben = »Personengruppe trifft nicht zu« bzw. »weiß nicht«)

Dass sie mit ihren Freunden am häufigsten über Messenger-Dienste kommunizieren, geben die unter 35-Jährigen noch etwas häufiger an als ältere Befragte.

Bei den über 35- bzw. insbesondere bei den über 45-Jährigen spielt das Telefon bei der Kommunikation mit Freunden eine deutlich größere Rolle als bei den jüngeren Befragten.

Mit ihren Freunden kommunizieren am häufigsten per	Messenger-Dienste	Telefonat	E-Mail	Facebook	SMS	sonstige	Personengruppe trifft nicht zu
	%	%	%	%	%	%	%
insgesamt	87	56	18	17	13	6	0
Männer	85	58	21	17	14	6	0
Frauen	90	54	15	17	12	6	1
14- bis 24-Jährige	98	27	8	22	12	23	0
25- bis 34-Jährige	94	40	11	22	14	8	1
35- bis 44-Jährige	85	60	22	13	15	2	1
45- bis 54-Jährige	83	70	22	14	12	1	0
55- bis 60-Jährige	77	78	27	14	12	0	0

*Tab. 4: Kommunikation mit **Freunden** (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«; unter »sonstige« wurden »Twitter« und »Instagram« zusammengefasst)*

Auch mit ihrer Partnerin bzw. ihrem Partner treten die über 45-Jährigen häufiger als der Durchschnitt aller Befragten per Telefonat in Kontakt.

Bei den unter 35-Jährigen haben die Messenger-Dienste bei der Kommunikation mit ihrem Partner eine größere Bedeutung als das Telefon.

Mit ihrer Partnerin/ihrem Partner kommunizieren am häufigsten per	Telefonat	Messenger-Dienste	SMS	E-Mail	Facebook	sonstige	Personengruppe trifft nicht zu
	%	%	%	%	%	%	%
insgesamt	62	59	10	7	3	1	18
Männer	61	59	12	8	4	2	20
Frauen	63	59	9	5	2	1	16
14- bis 24-Jährige	38	59	5	2	7	7	35
25- bis 34-Jährige	53	67	13	4	3	2	20
35- bis 44-Jährige	68	57	14	9	2	1	16
45- bis 54-Jährige	72	57	9	7	1	0	11
55- bis 60-Jährige	73	49	9	9	2	0	16

*Tab. 5: Kommunikation mit **der Partnerin/dem Partner** (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«; unter »sonstige« wurden »Twitter« und »Instagram« zusammengefasst)*

Mit ihren beruflichen Kontakten kommunizieren die Befragten vor allem über das Telefon bzw. E-Mails. Messenger-Dienste werden bei der Kommunikation mit beruflichen Kontakten deutlich seltener genutzt.

Mit ihren beruflichen Kontakten kommunizieren am häufigsten per	Telefonat	E-Mail	Messenger-Dienste	SMS	sonstige	Personengruppe trifft nicht zu
	%	%	%	%	%	%
insgesamt	73	70	27	7	3	5
Männer	76	73	28	8	3	5
Frauen	70	66	27	6	3	6
14- bis 24-Jährige	55	66	33	8	5	10
25- bis 34-Jährige	67	71	30	7	5	3
35- bis 44-Jährige	82	72	24	5	2	3
45- bis 54-Jährige	77	68	27	7	2	6
55- bis 60-Jährige	80	69	24	7	3	8

Tab. 6: Kommunikation mit beruflichen Kontakten (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«; unter »sonstige« wurden »Facebook«, »Twitter« und »Instagram« zusammengefasst)

Personen unter 25 Jahren kommunizieren mit ihren Eltern in ähnlichem Maße über das Telefon bzw. Messenger-Dienste.

Vor allem die über 45-Jährigen nutzen bei der Kommunikation mit ihren Eltern deutlich häufiger das Telefon als Messenger-Dienste.

Mit ihren Eltern kommunizieren am häufigsten per	Telefonat	Messenger-Dienste	SMS	E-Mail	sonstige	Personengruppe trifft nicht zu
	%	%	%	%	%	%
insgesamt	80	41	8	8	1	12
Männer	77	41	8	8	1	12
Frauen	82	41	8	8	1	11
14- bis 24-Jährige	77	75	21	11	2	3
25- bis 34-Jährige	88	65	12	10	2	1
35- bis 44-Jährige	87	44	8	11	1	6
45- bis 54-Jährige	80	17	3	4	0	16
55- bis 60-Jährige	56	9	1	3	1	38

Tab. 7: Kommunikation mit Eltern (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«; unter »sonstige« wurden »Facebook«, »Twitter« und »Instagram« zusammengefasst)

Die unter 35-Jährigen kommunizieren mit ihren Geschwistern deutlich häufiger über Messenger-Dienste als über das Telefon.

Bei den über 35- bzw. insbesondere den über 45-Jährigen hat das Telefon bei der Kommunikation mit ihren Geschwistern eine größere Bedeutung als bei den jüngeren Befragten.

Mit ihren Geschwistern kommunizieren am häufigsten per	Messenger-Dienste	Telefonat	E-Mail	SMS	Facebook	sonstige	Personengruppe trifft nicht zu
	%	%	%	%	%	%	%
insgesamt	63	57	11	9	6	1	17
Männer	62	57	13	10	5	1	17
Frauen	65	56	9	8	8	2	17
14- bis 24-Jährige	71	39	5	11	7	7	19
25- bis 34-Jährige	76	47	7	9	9	2	16
35- bis 44-Jährige	64	59	13	9	5	1	16
45- bis 54-Jährige	54	66	12	9	4	0	16
55- bis 60-Jährige	52	69	18	9	5	0	19

*Tab. 8: Kommunikation mit **Geschwistern** (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«; unter »sonstige« wurden »Twitter« und »Instagram« zusammengefasst)*

Mit ihren Großeltern treten die Befragten am ehesten per Telefonat in Kontakt. Dass sie hierfür Messenger-Dienste und andere Kommunikationsformen verwenden, geben in allen Bevölkerungsgruppen nur wenige Befragte an.

Mit ihren Großeltern kommunizieren am häufigsten per	Telefonat	Messenger-Dienste	sonstige	Personengruppe trifft nicht zu
	%	%	%	%
insgesamt	40	6	3	53
Männer	40	5	3	53
Frauen	40	6	2	53
14- bis 24-Jährige	77	16	10	18
25- bis 34-Jährige	61	9	5	33
35- bis 44-Jährige	37	4	2	58
45- bis 54-Jährige	19	1	1	72
55- bis 60-Jährige	13	2	0	79

*Tab. 9: Kommunikation mit **Großeltern** (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«; unter »sonstige« wurden »E-Mail«, »Facebook«, »Twitter« und »Instagram« zusammengefasst)*

1.3 Versand von Sprachnachrichten

Diejenigen Befragten, die Messenger-Dienste nutzen, wurden gebeten anzugeben, wie häufig sie Sprachnachrichten verschicken.

11 Prozent der Nutzer von Messenger-Diensten verschicken täglich, 13 Prozent mehrmals pro Woche, 5 Prozent einmal pro Woche, 10 Prozent mehrmals pro Monat und 6 Prozent einmal pro Monat Sprachnachrichten.

Die Mehrheit gibt jedoch an, Sprachnachrichten seltener als einmal pro Monat (24 %) bzw. gar nicht (31 %) zu verschicken.

Die jüngeren Befragten unter 24 Jahren verschicken häufiger als der Durchschnitt aller Befragten mindestens mehrmals pro Woche Sprachnachrichten.

Es verschicken Sprachnachrichten	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	einmal pro Monat	seltener	gar nicht
	%	%	%	%	%	%	%
insgesamt	11	13	5	10	6	24	31
Männer	10	12	5	8	6	24	35
Frauen	12	15	6	11	6	25	25
14- bis 24-Jährige	14	26	9	11	6	17	17
25- bis 34-Jährige	10	12	5	12	8	22	31
35- bis 44-Jährige	8	9	5	9	4	27	38
45- bis 54-Jährige	12	13	4	9	7	25	30
55- bis 60-Jährige	14	11	5	7	5	30	28

Tab. 10: Versand von Sprachnachrichten (Basis: Befragte, die Messenger-Dienste nutzen)

Auf die offen, ohne jede Antwortvorgabe gestellte Frage, was die Vorteile von Sprachnachrichten sind, nennen 54 Prozent derjenigen Befragten, die Sprachnachrichten verschicken, die damit verbundene Zeitersparnis bzw. Schnelligkeit.

Weitere Vorteile, z. B. dass man durch Sprachnachrichten Gefühle bzw. Emotionen ausdrücken kann (13 %), der geringe Aufwand bzw. die Einfachheit (13 %) oder dass man sich das Tippen spart (12 %), werden jeweils nur von wenigen Befragten genannt.

Frauen schätzen noch häufiger als Männer die Zeitersparnis bzw. Schnelligkeit durch Sprachnachrichten.

	insgesamt*	Männer	Frauen	14- bis 29-Jährige	30- bis 44-Jährige	45- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%
Zeitersparnis/Schnelligkeit	54	46	61	59	55	50
Gefühle/Emotionen ausdrücken	13	12	15	17	12	11
geringer Aufwand/Einfachheit	13	12	13	14	10	13
Tippen sparen	12	14	10	15	13	8
persönliche Kommunikation	7	6	7	6	3	9
Alternative zum Telefonat	6	4	7	7	5	5
während alternativer Beschäftigung möglich, z. B. Autofahren	5	4	5	6	7	3
sonstige	4	4	3	4	3	4
keine konkreten Vorteile/weiß nicht	16	21	13	10	19	20

Tab. 11: Vorteile von Sprachnachrichten (Basis: Befragte, die Sprachnachrichten verschicken; offene Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)

1.4 Versand von Selfies

Nur wenige Befragte (7 %) machen regelmäßig, also mindestens einmal pro Woche ein Selfie, also ein fotografisches Selbstporträt von sich und schicken es anderen Personen, z. B. ihrer Familie oder Freunden. 17 Prozent versenden ein- oder mehrmals im Monat Selfies.

43 Prozent machen und verschicken seltener als einmal pro Monat Selfies, 33 Prozent gar nicht.

Dass sie zumindest einmal pro Monat Selfies machen und z. B. ihrer Familie oder Freunden schicken, geben überdurchschnittlich häufig Personen unter 35 Jahren an.

Es machen ein Selfie und schicken es anderen Personen	täglich	mehrmals pro Woche	einmal pro Woche	mehrmals pro Monat	einmal pro Monat	seltener	gar nicht
	%	%	%	%	%	%	%
insgesamt	1	3	3	8	9	43	33
Männer	2	2	3	6	9	42	36
Frauen	1	3	4	9	10	44	29
14- bis 24-Jährige	6	8	8	14	12	34	18
25- bis 34-Jährige	1	4	5	10	13	42	25
35- bis 44-Jährige	0	2	2	4	8	50	34
45- bis 54-Jährige	0	1	1	7	6	43	42
55- bis 60-Jährige	0	0	1	4	6	44	45

Tab. 12: Versand von Selfies

2 Gewohnheiten in der schriftlichen digitalen Kommunikation

2.1 Nutzung von Emoticons und Emojis

Beim Schreiben digitaler Textnachrichten verwendet jeder fünfte Befragte immer (3 %) oder meistens (17 %) sogenannte Emoticons, also Kombinationen aus Satzzeichen, Buchstaben und Sonderzeichen.

34 Prozent nutzen ab und zu, 29 Prozent selten und 17 Prozent nie Emoticons.

Vor allem die unter 25-Jährigen nutzen zumindest ab und zu Emoticons in digitalen Textnachrichten.

Beim Verfassen von Textnachrichten werden Emoticons verwendet	immer	meistens	ab und zu	selten	nie
	%	%	%	%	%
insgesamt	3	17	34	29	17
Männer	3	16	35	29	17
Frauen	4	17	33	29	17
14- bis 24-Jährige	5	22	41	20	12
25- bis 34-Jährige	4	20	33	32	11
35- bis 44-Jährige	4	17	35	28	16
45- bis 54-Jährige	2	13	33	30	22
55- bis 60-Jährige	2	12	30	30	26

Tab. 13: Verwendung von Emoticons (Basis: Befragte, die digitale Textnachrichten versenden)

Deutlich häufiger als Emoticons werden Emojis, also fertige, kleine Bilder genutzt. 16 Prozent verwenden immer, 47 Prozent meistens Emojis in ihren digitalen Textnachrichten.

26 Prozent verwenden ab und zu, 7 Prozent selten und 4 Prozent nie Emojis.

In allen Bevölkerungsgruppen nutzt die Mehrheit der Befragten Emojis in ihren digitalen Textnachrichten; die unter 35-Jährigen verwenden die kleinen, bunten Bilder noch häufiger als die älteren Befragten bzw. Frauen noch häufiger als Männer.

Beim Verfassen von Textnachrichten werden Emojis verwendet	immer	meistens	ab und zu	selten	nie
	%	%	%	%	%
insgesamt	16	47	26	7	4
Männer	10	41	32	11	6
Frauen	21	52	20	4	3
14- bis 24-Jährige	26	48	21	4	1
25- bis 34-Jährige	20	49	22	5	4
35- bis 44-Jährige	13	47	26	8	6
45- bis 54-Jährige	12	45	30	9	4
55- bis 60-Jährige	10	42	30	11	7

Tab. 14: Verwendung von Emojis (Basis: Befragte, die digitale Textnachrichten versenden)

73 Prozent derjenigen Befragten, die Emojis bzw. Emoticons in ihren digitalen Textnachrichten nutzen, begründen dies damit, dass dadurch die Kommunikation aufgelockert wird.

53 Prozent geben an, dass sie durch die Verwendung von Emoticons bzw. Emojis Gefühle besser ausdrücken können, 45 Prozent finden Emoticons bzw. Emojis lustig oder niedlich und 35 Prozent meinen, dass sich durch deren Verwendung Missverständnisse vermeiden lassen.

24 Prozent nutzen Emoticons bzw. Emojis, weil es ihr Gesprächspartner auch tut und 17 Prozent, weil dadurch Zeit gespart wird.

Dass sie Emoticons bzw. Emojis nutzen, weil sie damit Gefühle besser ausdrücken können bzw. weil sie sie lustig oder niedlich finden, geben Frauen etwas häufiger an als Männer.

Es verwenden Emojis bzw. Emoticons in digitalen Textnachrichten, weil …	insgesamt	Männer	Frauen
	%	%	%
… sie die Kommunikation auflockern	73	72	74
… sie damit Gefühle besser ausdrücken können	53	47	59
… sie sie lustig oder niedlich finden	45	38	52
… sich Missverständnisse vermeiden lassen	35	34	35
… es der Gesprächspartner auch tut	24	28	20
… es Zeit spart	17	18	16

Tab. 15: Gründe für die Verwendung von Emoticons bzw. Emojis I (Basis: Befragte, die Emoticons bzw. Emojis in digitalen Textnachrichten nutzen; Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich)

Vor allem die unter 35-Jährigen verwenden Emoticons bzw. Emojis, weil sie damit Gefühle besser ausdrücken können, sich Missverständnisse vermeiden lassen bzw. weil es ihr Gesprächspartner auch tut.

Es verwenden Emojis bzw. Emoticons in digitalen Textnachrichten, weil …	insgesamt	4- bis 24-Jährige	25- bis 34-Jährige	35- bis 44-Jährige	45- bis 54-Jährige	55- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%
… sie die Kommunikation auflockern	73	80	74	72	71	60
… sie damit Gefühle besser ausdrücken können	53	73	66	47	43	37
… sie sie lustig oder niedlich finden	45	37	43	47	48	46
… sich Missverständnisse vermeiden lassen	35	59	48	32	23	14
… es mein Gesprächspartner auch tut	24	32	28	20	20	25
… es Zeit spart	17	18	22	18	14	12

Tab. 16: Gründe für die Verwendung von Emoticons bzw. Emojis II (Basis: Befragte, die Emoticons bzw. Emojis in digitalen Textnachrichten nutzen; Prozentsumme größer 100, da Mehrfachnennungen möglich)

2.2 Beachtung von Schreib- und Sprachnormen

Fast alle Nutzer digitaler schriftlicher Kommunikationsformen achten, wenn sie digitale Textnachrichten schreiben oder Beiträge in sozialen Medien verfassen, immer oder meistens darauf, keine Tippfehler zu machen (93 %) bzw. auf einen grammatikalisch korrekten Satzbau (92 %).

Dass sie immer oder meistens auf die korrekte Groß- und Kleinschreibung (82 %) bzw. auf die korrekte Setzung von Satzzeichen (81 %) achten, gibt ebenfalls eine große Mehrheit der Nutzer digitaler schriftlicher Kommunikationsformen an.

Wenn Sie digitale Textnachrichten schreiben oder Beiträge in sozialen Medien verfassen, dann achten Sie	immer	meistens	ab und zu	selten	nie
	%	%	%	%	%
… darauf, keine Tippfehler zu machen	57	36	5	2	0
… auf einen grammatikalisch korrekten Satzbau	55	38	5	2	0
… auf korrekte Groß- und Kleinschreibung	45	37	11	5	2
… auf die korrekte Setzung von Satzzeichen	43	38	12	6	1

Tab. 17: Beachtung von Rechtschreibnormen I

In allen Altersgruppen beachtet die überwiegende Mehrheit der Befragten die jeweiligen Rechtschreibnormen. Personen unter 35 Jahren beachten diese jedoch etwas seltener als ältere Befragte.

Wenn Sie digitale Textnachrichten schreiben oder Beiträge in sozialen Medien verfassen, dann achten Sie immer/meistens …	insgesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 34-Jährige	35- bis 44-Jährige	45- bis 54-Jährige	55- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%
… darauf, keine Tippfehler zu machen	93	83	88	96	96	98
… auf einen grammatikalisch korrekten Satzbau	92	87	89	95	94	94
… auf korrekte Groß- und Kleinschreibung	82	69	69	85	92	90
… auf die korrekte Setzung von Satzzeichen	81	70	72	85	89	88

Tab. 18: Beachtung von Rechtschreibnormen II

2.3 Nutzung von Begrüßungs- und Verabschiedungsformen

Fast jeder Befragte (91 %), der E-Mails schreibt, nutzt in diesen immer oder meistens Begrüßungs- oder Verabschiedungsformen.

49 Prozent der SMS-Nutzer verwenden fast immer oder meistens Begrüßungs- und Verabschiedungsformen in ihren SMS. Dass sie zumindest meistens Begrüßungs- und Verabschiedungsformen in Messenger-Diensten verwenden, geben 42 Prozent der Nutzer dieser Kommunikationsform an.

Es nutzen Begrüßungs- und Verabschiedungsformen in	privaten E-Mails	SMS	Messenger-Diensten
	%	%	%
immer	70	18	13
meistens	21	31	29
ab und zu	4	19	26
selten	3	19	23
nie	1	9	8

Tab. 19: Beachtung von Rechtschreibnormen I (Basis: Nutzer der jeweiligen Kommunikationsform; an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«)

Dass sie Begrüßungs- und Verabschiedungsformen in SMS bzw. Messenger-Diensten immer oder meistens nutzen, geben weibliche Nutzer dieser Kommunikationsformen häufiger an als männliche Nutzer.

Ebenfalls nutzen mehrheitlich die 45- bis 60-Jährigen Begrüßungs- und Verabschiedungsformen zumindest meistens in SMS oder Messenger-Diensten.

Es nutzen Begrüßungs- und Verabschiedungsformen immer/meistens in	privaten E-Mails	SMS	Messenger-Diensten
	%	%	%
insgesamt	91	49	42
Männer	91	42	38
Frauen	92	57	46
14- bis 29-Jährige	87	32	20
30- bis 34-Jährige	90	44	25
45- bis 60-Jährige	92	50	49
45- bis 54-Jährige	93	56	54
55- bis 60-Jährige	93	60	62

Tab. 20: Beachtung von Rechtschreibnormen II (Basis: Nutzer der jeweiligen Kommunikationsform)

2.4 Bevorzugte Verwendung verschiedener Wörter

Den Befragten wurde eine Liste von englischen Wörtern mit der dazugehörigen deutschen Übersetzung vorgelegt, mit der Bitte anzugeben, welche dieser Wörter sie privat eher gebrauchen.

In den meisten Fällen geben die Befragten an, die englischen Wörter eher zu gebrauchen als die deutschen. So verwenden sie *Update* (76 %) deutlich häufiger als *Aktualisierung* (11 %), *Selfie* (76 %) deutlich häufiger als *Selbstporträt* (2 %), *Shitstorm* (54 %) deutlich häufiger als *Entrüstungssturm* (3 %), *posten* (54 %) deutlich häufiger als *mitteilen* (27 %) und *Fake News* (38 %) etwas häufiger als *Falschmeldung* (27 %).

Nahezu keine Unterschiede zeigen sich bei der Gegenüberstellung der Wörter *downloaden* (34 %) bzw. *runterladen* (39 %), wobei das deutsche Wort etwas häufiger gebraucht wird (vgl. hierzu auch den Beitrag von Krome in Muttersprache 2/2018, S. 105). Lediglich bei der Gegenüberstellung von *Social Media* (21 %) und *Soziale Medien* (44 %) geben die Befragten deutlich häufiger an, das deutsche Wort zu verwenden.

Dass sie die englischen Wörter privat eher gebrauchen als die deutschen Wörter, geben Personen unter 25 Jahren tendenziell überdurchschnittlich häufig an, wobei dies auch die Gruppe ist, die die Wörter am ehesten überhaupt gebraucht.

Folgende Wörter gebrauchen privat eher	insgesamt	Männer	Frauen	14- bis 24-Jährige	25- bis 34-Jährige	35- bis 44-Jährige	45- bis 54-Jährige	55- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%	%	%
Update	76	76	76	86	78	80	71	68
Aktualisierung	11	10	12	5	8	9	14	16
beide gleich/weder noch	13	14	12	9	14	11	15	16
Selfie	76	69	84	90	80	76	72	67
Selbstporträt	2	4	1	0	2	1	3	6
beide gleich/weder noch	22	27	15	10	18	23	25	27
Shitstorm	54	55	54	71	65	52	47	39
Entrüstungssturm	3	3	3	0	0	2	5	6
beide gleich/weder noch	43	42	43	29	35	46	48	55
posten	54	52	57	77	72	51	41	32
mitteilen	27	29	25	9	12	30	37	47
beide gleich/weder noch	19	19	18	13	16	19	22	21
liken	54	50	58	83	71	51	40	29
positiv bewerten	17	19	14	4	9	15	22	32
beide gleich/weder noch	29	31	28	13	20	34	38	39
Fake News	38	38	37	49	37	37	37	33
Falschmeldung	27	27	27	15	24	29	30	36
beide gleich/weder noch	35	35	36	36	39	34	33	31
downloaden	34	39	28	36	36	32	32	32
runterladen	39	35	44	35	39	40	41	39
beide gleich/weder noch	27	26	28	29	25	28	27	29
Social Media	21	22	21	33	26	20	17	13
Soziale Medien	44	43	44	34	39	44	46	55
beide gleich/weder noch	35	35	35	33	35	36	37	32

Tab. 21: Bevorzugte Verwendung verschiedener Wörter

2.5 Meinungen zu Anglizismen

Fast die Hälfte der Befragten stört es sehr (11 %) oder eher (35 %), dass viele Menschen durch die digitale Kommunikation auch im normalen Sprachgebrauch immer häufiger sogenannte Anglizismen nutzen, also z. B. Wörter wie *Apps*, *posten* oder *User*.

Eine knappe Mehrheit stört sich weniger (33 %) oder überhaupt nicht (21 %) daran. Dass sie sich durch den häufigen Gebrauch von Anglizismen sehr oder etwas gestört fühlen, geben die über 45-Jährigen deutlich häufiger an als die jüngeren Befragten.

Anglizismen immer häufiger auch im normalen Sprachgebrauch stört	sehr	etwas	weniger	überhaupt nicht
	%	%	%	%
insgesamt	11	35	33	21
Männer	13	35	30	22
Frauen	9	35	35	21
14- bis 24-Jährige	5	21	31	43
25- bis 34-Jährige	8	29	36	27
35- bis 44-Jährige	9	36	38	17
45- bis 54-Jährige	14	43	30	13
55- bis 60-Jährige	19	42	27	12

Tab. 21: Meinungen zu Anglizismen

Diejenigen Befragten, die der Gebrauch von Anglizismen sehr oder etwas stört, wurden gebeten anzugeben, weshalb sie sich davon gestört fühlen.

Hierbei fürchtet jeder Vierte (26 %) den Verfall der deutschen Sprache. Jeweils 15 Prozent geben an, dass sie der Gebrauch von Anglizismen stört, weil Deutsch die Muttersprache ist und wir in Deutschland leben bzw. weil es zu den Wörtern auch deutsche Alternativen gibt. Verständnisschwierigkeiten durch den Gebrauch von Anglizismen nennen 13 Prozent.

	insgesamt	Männer	Frauen	14- bis 29-Jährige	30- bis 44-Jährige	45- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%
Verfall der deutschen Sprache	26	23	31	22	30	26
Deutsch ist Muttersprache, wir leben in Deutschland	15	16	14	10	12	19
Deutsche Wort-Alternativen	15	14	16	18	18	12
Verständnisschwierigkeiten	13	9	17	8	11	16
allgemein nervig, soll cool wirken	6	7	6	9	5	6
Kunstwörter	4	5	3	2	6	4
zu häufige Verwendung von Anglizismen	3	3	4	6	3	2
Vermischung von Sprachen	3	3	3	5	2	3
sonstige	7	8	6	9	5	6
weiß nicht	19	20	17	24	17	17

Tab. 22: Gründe, weshalb Anglizismen stören (Basis: Befragte, die der Gebrauch von Anglizismen sehr/etwas stört; offene Abfrage, Mehrfachnennungen möglich)

2.6 Bekanntheit von Abkürzungen

Den Befragten wurde eine Liste von verschiedenen Abkürzungen vorgelegt, die häufig in der digitalen Kommunikation verwendet werden, mit der Bitte anzugeben, was diese bedeuten.

Die überwiegende Mehrheit kennt die Bedeutung der Abkürzungen *LG* (95 %), *HDL* (83 %), *vllt* (76 %) sowie *LOL* (68 %).

52 Prozent können angeben, wofür *iwie* steht, 47 Prozent kennen die Bedeutung von *BFF* und 46 Prozent wissen, was *asap* bedeutet.

Seltener kennen die Befragten die Bedeutung von *ev* (29 %), *g* (26 %), *i* (16 %), *I-I!1f3* (8 %) sowie *D* (4 %).

Frauen können etwas häufiger als Männer die korrekte Bedeutung der Abkürzungen *vllt* und *BFF* angeben.

Personen mit formal höherer Bildung kennen tendenziell häufiger als Personen mit formal niedrigerer Bildung die korrekte Bedeutung der verschiedenen Abkürzungen.

Es kennen die Bedeutung der jeweiligen Abkürzungen	insgesamt	Männer	Frauen	Hauptschule	mittlerer Abschluss	Abitur, Studium
	%	%	%	%	%	%
LG (Lieben Gruß/Liebe Grüße)	95	92	98	86	94	97
HDL (hab dich lieb)	83	80	87	67	82	85
vllt (vielleicht)	76	71	81	51	72	83
LOL (laughing out loud/lautes Lachen	68	66	69	47	58	80
iwie (irgendwie)	52	49	54	28	46	55
BFF (best friends forever)	47	42	52	22	37	55
asap (as soon as possible)	46	50	42	20	36	61
ev (eventuell)	29	28	30	11	22	37
g (grinsen/schmunzeln)	26	26	26	22	20	33
i (ich)	16	18	15	11	13	20
I-I!1f3 (Hilfe)	8	10	5	1	5	11
D (lachen/grinsen)*	4	4	4	3	4	4

* Weitere 3 Prozent der Befragten haben ›Deutschland‹ als Bedeutung der Abkürzung *D* angegeben.

Tab. 23: Bekanntheit von Abkürzungen in der digitalen Kommunikation I

Personen unter 35 Jahren wissen tendenziell häufiger als ältere Befragte, was die verschiedenen Abkürzungen bedeuten.

Es kennen die Bedeutung der jeweiligen Abkürzungen	insgesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 34-Jährige	35- bis 44-Jährige	45- bis 54-Jährige	55- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%
LG (Lieben Gruß/Liebe Grüße)	95	97	98	97	92	89
HDL (hab dich lieb)	83	96	97	87	73	60
vllt (vielleicht)	76	96	94	77	63	51
LOL (laughing out loud/lautes Lachen	68	82	87	71	59	34
iwie (irgendwie)	52	92	82	41	30	19
BFF (best friends forever)	47	88	72	45	25	9
asap (as soon as possible)	46	55	62	49	35	24
ev (eventuell)	29	36	40	29	22	15
g (grinsen/schmunzeln)	26	18	43	29	17	11
i (ich)	16	22	25	16	10	8
I-I!1f3 (Hilfe)	8	13	15	8	2	1
D (lachen/grinsen)*	4	1	4	3	4	6

Tab. 24: Bekanntheit von Abkürzungen in der digitalen Kommunikation II

3 Einfluss der digitalen Kommunikation auf die deutsche Schriftsprache

Lediglich 11 Prozent der Befragten meinen, dass die zunehmende digitale Kommunikation auf die deutsche Schriftsprache einen sehr oder eher positiven Einfluss hat. Die große Mehrheit geht hingegen von einem eher (62 %) oder sehr (20 %) negativen Einfluss aus.

Nur 3 Prozent glauben, dass die zunehmende digitale Kommunikation gar keinen Einfluss auf die deutsche Schriftsprache hat.

In allen Bevölkerungsgruppen geht die überwiegende Mehrheit von einem eher oder sehr negativen Einfluss auf die deutsche Schriftsprache durch die digitale Kommunikation aus.

Die zunehmende digitale Kommunikation hat auf die deutsche Schriftsprache einen	sehr/eher positiven Einfluss	eher negativen Einfluss	sehr negativen Einfluss	gar keinen Einfluss
	%	%	%	%
insgesamt	11	62	20	3
Männer	13	60	21	3
Frauen	9	65	20	3
14- bis 24-Jährige	20	55	19	4
25- bis 34-Jährige	12	63	18	3
35- bis 44-Jährige	11	61	21	3
45- bis 54-Jährige	8	64	22	3
55- bis 60-Jährige	7	67	22	2

Tab. 25: Einfluss der digitalen Kommunikation auf die deutsche Schriftsprache (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«)

Den Befragten wurden verschiedene Aussagen zur digitalen Kommunikation vorgegeben, mit der Bitte anzugeben, inwieweit sie dieser Aussage zustimmen.

Die Mehrheit meint, dass Schülern im Schulunterricht beigebracht werden sollte, dass man auch im Internet korrekt schreiben muss (59 %) und dass durch die digitale Kommunikation grammatikalische Regeln weniger beachtet (55 %) bzw. durch diese vermehrt Abkürzungen genutzt werden (51 %).

48 Prozent stimmen der Aussage voll und ganz zu, dass durch die digitale Kommunikation in der Schriftsprache weniger auf eine gute Ausdrucksweise geachtet wird, 45 Prozent, dass sich durch diese Kommunikationsart das Sprachvermögen von Kindern und Jugendlichen verschlechtert und 39 Prozent, dass es zu einer Vermischung von gesprochener und geschriebener Sprache kommt.

Es stimmen der Aussage zu:	voll und ganz	eher	eher nicht/überhaupt nicht
	%	%	%
Schülern sollte im Schulunterricht beigebracht werden, dass man auch im Internet korrekt schreiben muss	59	28	10
Durch die digitale Kommunikation werden grammatikalische Regeln weniger beachtet	55	39	6
Durch die digitale Kommunikation werden in der Schriftsprache vermehrt Abkürzungen genutzt	51	40	8
Durch die digitale Kommunikation wird in der Schriftsprache weniger auf eine gute Ausdrucksweise geachtet	48	44	7
Durch die digitale Kommunikation verschlechtert sich das Sprachvermögen von Kindern und Jugendlichen	45	34	15
Durch die digitale Kommunikation kommt es zu einer Vermischung von gesprochener und geschriebener Sprache	39	53	6

Tab. 26: Veränderung der Sprache durch die digitale Kommunikation I (an 100 Prozent fehlende Angaben = »weiß nicht«)

Die unter 25-Jährigen meinen etwas seltener als der Durchschnitt aller Befragten, dass Schülern im Schulunterricht beigebracht werden sollte, dass man auch im Internet korrekt schreiben muss bzw. dass durch die digitale Kommunikation weniger auf eine gute Ausdrucksweise geachtet wird, sich das Sprachvermögen von Kindern und Jugendlichen verschlechtert bzw. grammatikalische Regeln weniger beachtet werden.

Es stimmen der Aussage voll und ganz zu:	insgesamt	14- bis 24-Jährige	25- bis 34-Jährige	35- bis 44-Jährige	45- bis 54-Jährige	55- bis 60-Jährige
	%	%	%	%	%	%
Schülern sollte im Schulunterricht beigebracht werden, dass man auch im Internet korrekt schreiben muss	59	35	51	63	69	72
Durch die digitale Kommunikation werden grammatikalische Regeln weniger beachtet	55	44	51	58	57	59
Durch die digitale Kommunikation werden in der Schriftsprache vermehrt Abkürzungen genutzt	51	45	49	51	54	56
Durch die digitale Kommunikation wird in der Schriftsprache weniger auf eine gute Ausdrucksweise geachtet	48	38	51	49	50	50
Durch die digitale Kommunikation verschlechtert sich das Sprachvermögen von Kindern und Jugendlichen	45	32	42	42	51	55
Durch die digitale Kommunikation kommt es zu einer Vermischung von gesprochener und geschriebener Sprache	39	43	41	35	39	35

Tab. 27: Veränderung der Sprache durch die digitale Kommunikation II

4 Zusammenfassung

Die Untersuchung zeigt, dass Messenger-Dienste, das Telefon sowie E-Mails die Kommunikationsformen sind, die am häufigsten genutzt werden. Zudem zeigen sich in den Kommunikationsgewohnheiten mitunter deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. So nutzt bei den unter 35-Jährigen beispielsweise fast jeder Befragte fast täglich Messenger-Dienste wie WhatsApp, den Facebook-Messenger oder Threema, während Telefonate in dieser Altersgruppe seltener geführt werden. Die Befragten ab 35 Jahren nutzen noch deutlich häufiger als die jüngeren Befragten das Telefon.

Während bei der Kommunikation mit den Eltern, Großeltern sowie den beruflichen Kontakten am ehesten das Telefon genutzt wird, haben die Messenger-Dienste bei der Kommunikation mit Freunden die größte Bedeutung. Mit ihrem Partner bzw. Geschwistern treten die Befragten in gleichem Maße über das Telefon bzw. Messenger-Dienste in Kontakt. Auch hier zeigen sich Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Während die Personen unter 25 Jahren mit verschiedenen Personengruppen häufig über Messenger-Dienste kommunizieren, hat das Telefon bei den älteren Befragten eine größere Bedeutung.

Wenn sie digitale Textnachrichten schreiben, verwendet die Mehrheit in allen Bevölkerungsgruppen als Ergänzung zum geschriebenen Text meistens Emojis, wobei diese von Frauen und unter 35-Jährigen noch häufiger verwendet werden als von Männern und älteren Befragten. Emoticons werden seltener als Emojis, aber trotzdem von einer Mehrheit der Befragten zumindest ab und zu genutzt. Drei Viertel der Nutzer von Emoticons bzw. Emojis verwenden diese in ihren Textnachrichten, weil die Kommunikation ihrer Meinung nach aufgelockert wird.

Die große Mehrheit der Befragten in sämtlichen Bevölkerungsgruppen hält sich in ihren digitalen Textnachrichten an die gängigen Rechtschreibnormen und achtet u. a. auf einen grammatikalisch korrekten Satzbau oder auf die korrekte Setzung von Satzzeichen, wobei die unter 25-Jährigen jene Rechtschreibnormen etwas seltener beachten als die älteren Befragten.

Dennoch glauben vier von fünf Befragten, dass die digitale Kommunikation die deutsche Schriftsprache negativ beeinflusst. Hierbei wird z. B. befürchtet, dass gängige Rechtschreibnormen weniger beachtet werden und sich das Sprachvermögen von Kindern und Jugendlichen verschlechtert. Gleichzeitig spricht sich eine deutliche Mehrheit dafür aus, dass Schüler im Schulunterricht lernen sollten, auch im Internet korrekt zu schreiben.

Wenn sie die jeweiligen Wörter gebrauchen, werden von den Befragten in den meisten Fällen die englischen Wörter bzw. Anglizismen und nicht die deutschen Übersetzungen verwendet. So bevorzugen die Befragten z. B. das Wort *Update* im Vergleich zu *Aktualisierung* oder *Selfie* im Vergleich zu *Selbstporträt*. Vor allem die unter 25-Jährigen bevorzugen am ehesten die englischen Wörter, wobei sie die jeweiligen Wörter generell häufiger überhaupt nutzen als die älteren Befragten.