



# Sprachliche Kommunikation in der digitalen Welt

Eine repräsentative Umfrage, durchgeführt von forsa

Zusammenfassung

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

[GfdS]



mediensprache

forsa.

# Inhalt

- 01 Vorbemerkung
- 02 Formen privater Kommunikation
- 02 Emojis schlagen Emoticons bei Weitem
- 03 Voll im Trend: Sprachnachrichten
- 03 Meinungen zu Anglizismen unentschieden
- 04 Orientierung an Rechtschreibnormen ja, aber dennoch Verfall der Normen befürchtet
- 05 Literatur

## Vorbemerkung

Im Auftrag der Gesellschaft für deutsche Sprache e. V. und des Wissenschaftsportals [mediensprache.net](http://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 2001, 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 [fora.omninet](http://fora.omninet) durchgeführt.

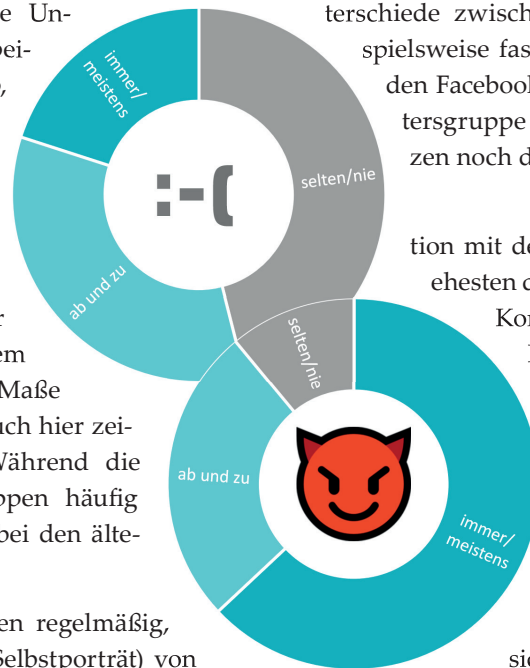
Die vollständige Studie ist kostenlos erhältlich auf der Website der Gfds ([www.gfds.de](http://www.gfds.de)) sowie unter [www.mediensprache.net/998](http://www.mediensprache.net/998).

## Formen privater Kommunikation

Die Untersuchung zeigt, dass Messenger-Dienste, das Telefon sowie E-Mails diejenigen 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 bei Messenger-Dienste wie WhatsApp, 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 beruflichen Kontakten am besten die Messenger-Dienste bei der die größte Bedeutung. Mit ihnen treten die Befragten in gleichem Maße Messenger-Dienste in Kontakt. Auch hier zeigen sich Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Während die mit verschiedenen Personengruppen häufig kommunizieren, hat das Telefon bei den älteren Befragten eine größere Bedeutung.

Nur wenige Befragte (7%) machen regelmäßig, Woche ein Selfie (fotografisches Selbstporträt) von Personen, z. B. ihrer Familie oder Freunden. 17 Prozent machen und verschicken seltener als einmal pro Monat Selfies, 33 Prozent gar nicht.



Zudem zeigen sich in den Kommunikationsgewohnheiten mitunter deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen. So spielt fast jeder Befragte fast täglich 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 beruflichen Kontakten am besten die Messenger-Dienste bei der die größte Bedeutung. Mit ihnen treten die Befragten in gleichem Maße Messenger-Dienste in Kontakt. Auch hier zeigen sich Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Während die mit verschiedenen Personengruppen häufig kommunizieren, hat das Telefon bei den älteren Befragten eine größere Bedeutung.

also mindestens einmal pro sich und schicken es anderen versenden ein- oder mehrmals im Monat Selfies, 33 Prozent gar nicht.

## Emojis schlagen Emoticons bei Weitem

Die Mehrheit in allen Bevölkerungsgruppen verwendet 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 (s. Tab. 1), aber trotzdem von einer Mehrheit der Befragten zumindest ab und zu genutzt.

Beim Verfassen von Textnachrichten werden verwendet ...	immer	meistens	ab und zu	seltener	nie
	%	%	%	%	%
Emoticons	3	17	34	29	17
Emojis	16	47	26	7	4

Tab. 1: Verwendung von Emoticon vs. Emojis bei allen Befragten

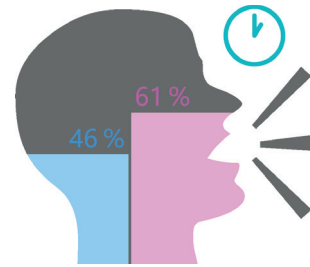
Drei Viertel der Nutzer von Emoticons bzw. Emojis verwenden diese in ihren Textnachrichten, weil die Kommunikation ihrer Meinung nach aufgelockert wird, der Aspekt der Sprachökonomie ist demgegenüber nachgeordnet (vgl. Tab. 2).

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. 2: Gründe für die Verwendung von Emoticons bzw. Emojis

## Voll im Trend: Sprachnachrichten

Wenn auch die Mehrheit der Nutzer angibt, Sprachnachrichten seltener als einmal pro Monat (24%) bzw. gar nicht (31%) zu verschicken, erstaunt doch der relativ hohe Anteil derjenigen, die 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 (im Einzelnen s. Tab. 3).



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

Auf die offen, ohne jede Antwortvorgabe gestellte Frage, welche Vorteile Sprachnachrichten aufweisen, nennen 54 Prozent derjenigen Befragten die damit verbundene Zeitersparnis bzw. Schnelligkeit (Aspekt der Sprachökonomie). 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.

## Meinungen zu Anglizismen unentschieden

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. Diese Spaltung im Bereich der digitalen Kommunikation entspricht dem allgemeinen Trend, demnach 39 Prozent der deutschen Bevölkerung die Verwendung von englischen Ausdrücken stört und 40 Prozent nicht (Hoberg/Eichhoff-Cyrus/Schulz 2008: 37).

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 (vgl. im Einzelnen Tab. 4).

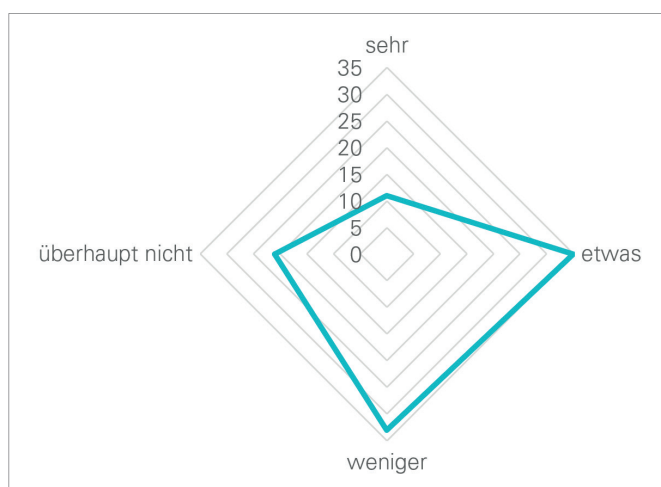


Abb. links: Bewertung von Anglizismen über die Frage, ob sie als störend empfunden werden (Angaben in %)

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. 4: Meinungen zu Anglizismen

## Orientierung an Rechtschreibnormen ja, aber dennoch Verfall der Normen befürchtet

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

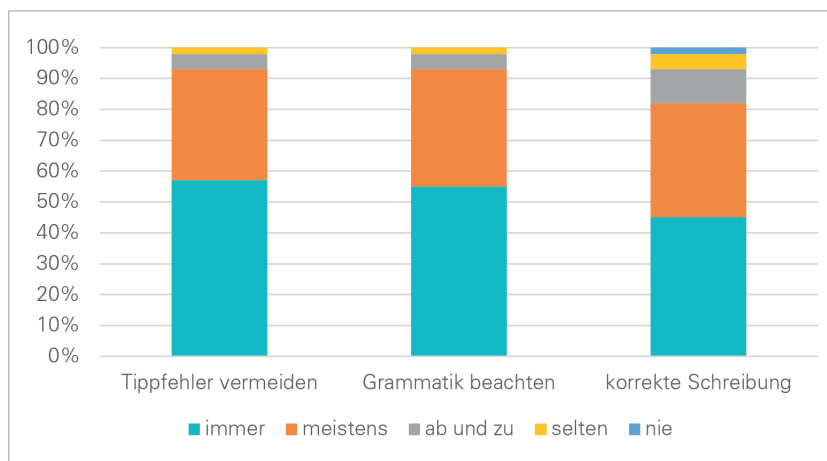
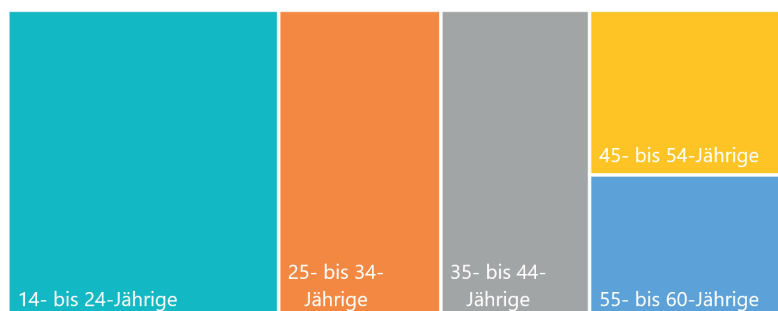


Abb. links: Einschätzung hinsichtlich der Beachtung sprachlicher Korrektheit

Abb. rechts: Überzeugung, dass die zunehmende digitale Kommunikation einen **positiven** Einfluss auf die Schriftsprache hat (nach Altersgruppe)



selten beachten als die älteren Befragten (s. Tab. 5). Damit bestätigt sich für die digitale Kommunikation, was allgemein gilt: Nach einer repräsentativen IDS-Umfrage aus dem Jahr 2009 halten über 90 Prozent der Befragten Sorgfalt beim Sprechen und Schreiben für wichtig (Eichinger et al. 2009: 44).

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. 5: Beachtung von Rechtschreibnormen

Dennoch glauben vier von fünf Befragten, dass die digitale Kommunikation die deutsche Schriftsprache negativ beeinflusst (s. Tab. 6). 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.

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

Der Trend zu einer zunehmend negativen Sicht auf den Einfluss der digitalen Kommunikation auf die (Schrift-)Sprache scheint in den letzten 10 Jahren und aufgrund der rasanten Digitalisierung der Kommunikation zugenommen zu haben. Im Jahre 2008 gaben die Deutschen als Gründe dafür, warum die deutsche Sprache immer mehr zu verkommen drohe, u. a. zu 48 Prozent an, dass beim Austausch von SMS-Mitteilungen oder E-Mails wenig auf eine gute Ausdrucksweise geachtet wird (Hoberg/Eichhoff-Cyrus/Schulz 2008: 11), als negativer Einfluss wurde zu 33 Prozent das Internet und andere Medien angegeben.

## Literatur

Eichinger, Ludwig M./Gärtig, Anne-Kathrin/Plewnia, Albrecht/Roessel, Janin/Rothe, Astrid/Rudert, Selma/Schoel, Christiane/Stahlberg, Dagmar/Stickel, Gerhard (2009): *Aktuelle Spracheinstellungen in Deutschland. Erste Ergebnisse einer bundesweiten Repräsentativumfrage*. Mannheim: Institut für deutsche Sprache und Universität Mannheim.

Hoberg, Rudolf, Eichhoff-Cyrus, Karin/Schulz, Rüdiger (2008): *Wie denken die Deutschen über ihre Muttersprache und über Fremdsprache? Eine repräsentative Studie der Gesellschaft für deutsche Sprache*. Wiesbaden: Gesellschaft für deutsche Sprache. <https://gfdS.de/wp-content/uploads/2018/02/GfdS-Umfrage-Muttersprache-und-%C3%BCber-Fremdsprachen.pdf>.

## Pressekontakt

Prof. Dr. Peter Schlobinski  
 Vorsitzender der Gesellschaft für deutsche Sprache  
 Telefon: +49 (0)611 99955-0  
 E-Mail: pschlobi@uos.de

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](http://www.gfds.de)

## **mediensprache**

[mediensprache.net](http://mediensprache.net)  
Leibniz Universität Hannover  
Königsworther Platz 1  
30167 Hannover  
[www.mediensprache.net](http://www.mediensprache.net)

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