

<b>TV Today - de</b>		Print	
Medientyp:	Zeitschrift	Gedr. Auflage:	693333
Erscheinungsdatum:	24.07.2009	Verk. Auflage:	513948
Seite:	18-19	Verbr. Auflage:	517381
		Reichweite:	2280000

# Frauen, Männer und Technik

Was Studien und Umfragen über das unterschiedliche Technikverständnis der Geschlechter festgestellt haben

**D**iamonds are a girls best friend“, sang Marilyn Monroe einst und füngerte ihren millionenschweren Verehrern das Collier aus der Tasche. Wie sich die Zeiten ändern: Heute wünschen sich drei von vier Frauen lieber einen Plasmafernseher anstatt Diamanten. Sogar Schuhe verschmählt die Damenwelt, wenn eine Digitalkamera winkt (1). Drum aufgepasst, meine Herren: Bei Ihrer Liebsten kommen iPods, das iPhone, eine Spielekonsole oder ein Laptop doppelt so gut an wie Mode und sogar viermal so gut wie Glitzerkram (2).

Solche Erkenntnisse verdanken wir Studien und Umfragen, die etwas über das Technikverständnis der Geschlechter herausgefunden haben. Sie sind bisweilen nicht repräsentativ, spaßig aber sind sie immer. Die meisten stellen fest: Frauen unterliegen der Faszination Technik heute genau so wie die Männer, von denen wir das sowieso schon immer wussten. Mit einem Unterschied: Frauen wollen Technik bedienen, Männer sie dagegen besiegen und beherrschen (3).

## Lieber Internet als Sex

Was Männer in Studien offenbaren, wäre für die Gattinnen ein Scheidungsgrund. So behauptet jeder achte Brite allen Ernstes: Ich würde meine Frau gegen einen iPod, Flachbildfernseher oder eine moderne Tiefkühltruhe (!) eintauschen (4).

In den USA verzichten 30 Prozent der Männer lieber zwei Wochen lang auf Sex als auf ihren Internetzugang. Von den Frauen sind sogar 46 Prozent lieber keusch als offline (5). Kein Wunder, dass bei jedem vierten Amerikaner – Frauen wie

Männer – das Internet eine Liebesbeziehung ersetzt (6).

Spätere Heirat nicht ausgeschlossen: Jede achte deutsche Frau lernte ihren Mann/Freund im Internet kennen (7). Vielleicht sucht deshalb jeder zweite Single im Netz nach einem Partner. Wobei sich Frauen

offener zeigen als Männer (8). Sie setzen zudem stärker auf „Qualität“, während Männer effizient denken und vor allem schnell fündig werden wollen (9).

Schneller sind die Herren auch bei der Akzeptanz neuer Technik. Während das Tempo der technischen Entwicklung jeder zweiten Frau Angst bereitet, halten zwei von drei Männern locker mit ihr Schritt (10). Zumindest glauben sie dies. Denn oft ist es eher das größere Selbstvertrauen als tatsächliches Können, das ihnen ein Expertenlächeln ins Gesicht zaubert. So behaupten 26 Prozent der Männer, die digitale Technik „voll im Griff“ zu haben, was sich nur 6 Prozent der Frauen zutrauen (11).

Komisch, dass dennoch mehr Frauen als Männer die Tastaturkombination kennen, die beim abgestürzten PC den Notausgang öffnet (12). Überhaupt verfolgen Frauen eine intelligentere Strategie der Problemlösung: Während die Männer immer erst versuchen, das Problem selbst zu beseitigen – schließlich wollen sie ja die Technik beherrschen – suchen sich Frauen lieber jemanden, der sich wirklich damit auskennt (13).

## Männer wollen siegen

Die Zeiten, in denen sich die technische Kompetenz der Frauen auf die

Bedienung der Haushaltsgeräte beschränkte, sind also vorbei. Vor allem an der Spielekonsole zeigt Sie ihm immer häufiger, dass Er doch nicht alles besser beherrscht, was an einem Kabel hängt.

Schon jede dritte Frau findet heute Spaß am Computerspiel (14). In den USA sind bereits 40 Prozent der Gamer weiblich (15). Spielen auf dem Handy ist sowieso Frauensache: Drücken bei uns in jedem zweiten Fall zarte Hände die Knöpfchen (16), werden in den USA schon 65 Prozent der Handyspiele von Frauen heruntergeladen (17). Vor allem reizt Frauen die soziale

Seite des Gamings, die besonders bei Onlinespielen ausgeprägt ist, während die Männer vor allem siegen möchten (18). Spielende Frauen ticken in fast allem anders: Sie sitzen länger vorm Bildschirm – und unter den Hardcore-Gamern sind sie sogar schon in der Mehrheit (19). Trotzdem bleiben Männer anfälliger für die Spielsucht – weil ihr Belohnungssystem im Hirn stärker angeregt wird (20). Besonders bei Spielen, in denen es um Eroberung geht. Das alte Lied: Männer wollen triumphieren.

## Frauen zu sorglos

Nicht immer entsprechen Studien- und Umfrage-Ergebnisse so schön den Rollenklischees, die da lauten: Frauen können sich nicht orientieren und sind kommunikativer. Von wegen. Es verirren sich mehr Männer als Frauen beim Online-Shopping und finden nicht den Weg zur Kasse (21). Männer hängen auch länger am Handy – nur 7 Prozent der Vieltelefonierer sind Frauen (22).

Beim SMS-Schreiben erweisen sich Frauen als ausdrucksstärker. Ihre Handy-Kurznachrichten sind einfalls- und abwechslungsreicher formuliert als die der Männer (23).

In einem Punkt offenbart das vermeintlich schwache Geschlecht aber tatsächlich Schwächen: Frauen sind im Umgang mit dem Computer und dem Internet zu sorglos. Sie nutzen zum Beispiel deutlich seltener Schutzprogramme als Männer (24). Sie gehen auch leichtfertiger mit Passwörtern um: In einem Test verrieten 45 Prozent der weiblichen, aber nur 10 Prozent der männlichen Büroangestellten Fremden ihr Passwort (25).

Zudem werden Frauen häufiger Opfer von Internetkriminalität (26). Vielleicht geben die Männer den Datenklau aber auch nur seltener zu. Denn von der Technik besiegt worden zu sein, das kratzt schmerzhaft am männlichen Ego.

*Hartmut Krafczyk*

## WOHER DIE ERKENNTNISSE STAMMEN: DIE STUDIEN

- 1 ergab 2006 eine **Marktanalyse des Fernsehsenders „Oxyen“** mit 1400 befragten Frauen
- 2 verrieten im vergangenen Jahr die Leserinnen der **Webseite [www.erdbeerlounge.de](http://www.erdbeerlounge.de)**
- 3 laut einer Broschüre des **Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg** „haben das Studien ergeben“.
- 4 Studie des **britischen Marktforschungsinstituts GfK NOP** aus dem Jahr 2007
- 5 Die US-Marktforschungsfirma „**Harris Interactive**“ befragte Ende 2008 dazu 2000 Erwachsene
- 6 fand das **US-Marktforschungsinstitut Zogby** im Jahr 2007 heraus
- 7 **Emnid-Umfrage** von 2003 unter 1000 Personen
- 8 Aktuelle Umfrage der Plattform **[www.parship.de](http://www.parship.de)**
- 9 **Parship-Studie mit 1500 Befragten** (2007)
- 10 **TNS-Emnid-Erhebung** aus dem Jahr 2003
- 11 Umfrage von **Infratest dimap** Ende 2007 im Auftrag der „**Stuttgarter Zeitung**“
- 12 13 **Umfrage** des Service-Unternehmens „**PC-Feuerwehr**“ 05
- 14 16 belegte vor einem Jahr ein **Bericht** des Bundesverbandes **Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU)**
- 15 Studie der **Entertainment Software Association**
- 17 Ergebnis einer Studie des **US-Marktforschungsinstituts Telephia** aus dem Jahr 2007
- 18 19 ergab 2008 eine **University-of-Delaware-Studie**
- 20 beobachteten 2008 Forscher der **Stanford-University (USA)**
- 21 Ergebnis der Studie „**Kundenkompass Onlineshopping**“ des **F.A.Z.-Instituts** und der **novomind AG** (2004)
- 22 **Aris-Umfrage** im Auftrag des Branchenverbandes **BITKOM** (2008)
- 23 ergab 2009 eine Studie der **Indiana University**
- 24 stellte 2008 der Branchenverband **BITKOM** fest
- 25 Test der **britischen Firma Infosecurity Europe** 2008
- 26 beweist eine aktuelle Untersuchung des **US-Sicherheitsunternehmens „Affinion Security Center“**



**FRAUEN**

sind exzessivere Gamer als Männer - und lieben Computerspiele inzwischen genauso sehr wie die Herren

**MÄNNER**

sind anfälliger für Spielsucht als Frauen - weil ihre Gehirne beim Spielen voneinander anders funktionieren