merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Dana Neuleitner: ARD/ZDF Onlinestudie 2019

Beitrag aus Heft »2020/01 Wie analog ist digitale Gewalt?«

Die mobile Internetnutzung ist weiterhin auf einem hohen Niveau: 90 Prozent der Unter- 50-Jährigen nutzen das Internet zumindest gelegentlich von unterwegs, 37 Prozent davon täglich. Das sind Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2019. Der Anteil der 14- bis 29-Jährigen liegt mit 69 Prozent dabei deutlich über dem Durchschnitt. Insgesamt nutzen 71 Prozent der Befragten das Internet jeden Tag, wobei dessen mediale Inhalte durchschnittlich 87 Minuten lang konsumiert werden. Die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen hält sich nahezu geschlossen (98 %) täglich im World Wide Web auf. Die Zahl der Onlinerinnen und Onliner ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Mit 89 Prozent bzw. 62,9 Millionen der Deutschsprachigen ab 14 Jahren hält sich das Niveau allerdings weiterhin hoch. Mit fünf Prozentpunkten verzeichnet insbesondere die Gruppe der 60- bis 69-Jährigen den größten Zuwachs (54 %), in den anderen Altersgruppen treten nur leichte Schwankungen auf. Vor allem Kommunikation (47 %) und Medienkonsum (41 %) sind beliebt. Für den Aufwärtstrend der medialen Internetnutzung sind Video- und Musik-Streamingdienste verantwortlich. Netflix wird von 13 Prozent der Befragten wöchentlich genutzt, dicht gefolgt von Amazon Prime (12 %). Dazu kommen Videos in Mediatheken, auf Social-Media-Plattformen oder Nachrichtenportalen. Welches Angebot bevorzugt wird, ist altersabhängig: Video-on-Demand- Angebote werden besonders von 14- bis 29-Jährigen genutzt, während die Älteren Mediatheken den Vorrang geben. Lineares Fernsehen war dennoch auch 2019 noch beliebter als die Online-Variante. Auch bei den Sozialen Medien bleibt der Spitzenreiter unverändert: Trotz negativer Schlagzeilen unter anderem zu Datenpannen sicherte sich Facebook wieder den ersten Platz. Die jüngere Generation bevorzugt jedoch Instagram, die dieses Jahr mit vier Prozentpunkten (13 %) den stärksten Zuwachs an täglichen Nutzenden erreicht hat. Für die Studie wurden von Januar bis April 2019 insgesamt 1.500 Deutschsprachige ab 14 Jahren in computergestützten Telefoninterviews befragt. Durch eine Fusionierung mit den Kerndaten der Massenkommunikation Trends 2019 entstanden insgesamt 2.000 Fälle als Daten basis. Durchgeführt wurde die Studie erstmals vom Institut Kantar.

www.ardzdfonlinestudie.de

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de