

Saskia Eilers: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017

In den letzten zwei Jahrzehnten haben sich die Bedingungen und Formen der Internetnutzung stetig weiterentwickelt. Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet nicht nur eine Vielzahl an Potenzialen, sondern hält der empirischen Forschung auch Begrenzungen vor Augen. Die ARD/ ZDF-Onlinestudie erfasst jährlich verschiedene Aspekte der Internetnutzung. Zum 20-jährigen Bestehen hat die repräsentative Bevölkerungsstudie jetzt eine zeitgemäße Anpassung ihrer Operationalisierung erfahren. Während in den Jahren zuvor pauschal nach der Internetnutzung im Gesamtkontext gefragt wurde, gestaltet sich diese Herangehensweise heutzutage zunehmend als problematisch. Die Nutzung des Internets ist mittlerweile durch die Fülle an (mobilen) Angeboten, Diensten und Apps nicht mehr als bewusster Entscheidungsakt zu verstehen, sondern tritt in den Hintergrund der jeweiligen Handlung.

In der Studie wurde daher nach Nutzungsdimensionen für die Datenerfassung differenziert: Insgesamt wird von den durchschnittlich 149 Minuten der täglichen Internetnutzung eine Dreiviertelstunde mit medialer Internetnutzung verbracht. Darunter fallen alle audiovisuellen und textbasierten Onlineanwendungen, die den Rezeptionsakt in den Vordergrund stellen, wie Videoportale, Musikstreaming-Dienste oder das Internetradio. An zweiter Stelle mit rund einer Stunde Nutzungszeit stehen Online-Angebote zur Individualkommunikation wie Instant-Messaging- Dienste, E- Mail-Dienste und Videotelefonie. Die restlichen 71 Minuten lassen sich der sonstigen Internetnutzung zuordnen. Hierunter fallen alle Online- Anwendungen, die sich auf das Shoppen, Suchen und Spielen im Netz beziehen.

Eine zusätzliche Neuerung kann innerhalb der medialen Internetnutzung beobachtet werden. Hier wird nicht länger nach Mediengattungen differenziert, sondern die Ebenen Bewegtbild, Text und Audio getrennt erfasst. Das ermöglicht eine präzisere und zeitgemäße Erfassung der Nutzungsdaten von Online Anwendungen. Im Hinblick auf soziale Netzwerke lässt sich allerdings eine Unschärfe erkennen, da Angebote wie Facebook und Co. durch ihr vielfältiges Handlungsspektrum nur schwer einer Nutzungsdimension zugeordnet werden können. Vielleicht überrascht die Studie im nächsten Jahr mit einer noch trennschärferen Anpassung an diese Problematik. Die ARD/ ZDF-Onlinestudie wird auf Basis von Telefoninterviews mit deutschen Bürgerinnen und Bürgern ab 14 Jahren durchgeführt. Im Jahr 2017 umfasste die Stichprobe rund 2.000 Befragte.

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>