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

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Swenja Wütscher: ARD/ZDF Onlinestudie 2014

Beitrag aus Heft »2014/05: Digitale Heimat«

Die Internetnutzung steigt weiter an, jede zweite Onlinerin bzw. jeder zweite Onliner greift auch von unterwegs auf Netzinhalte zu, diese mobile Nutzung wird durch mobile Endgeräte und die steigende Nachfrage nach Fernsehinhalten im Netz angetrieben – das sind die zentralen Ergebnisse der mittlerweile 18. ARD/ZDFOnlinestudie 2014. Zwar ist das Fernsehen bei den Älteren mit einer Sehdauer von stolzen 244 Minuten am Tag nach wie vor Leitmedium, das Internet holt aber – in allen Altersschichten – auf; wenn auch mittlerweile eher moderat: 55,6 Millionen Deutsche ab 14 Jahre sind heutzutage online und damit (nur) 1,4 Millionen mehr als im Jahr 2013. Für Dynamik sorgen der Erhebung zufolge vor allem die Seniorinnen und Senioren. Fast jede bzw. jeder Zweite der Generation 60plus ist mittlerweile online. Im Vergleich zu anderen Staaten der Europäischen Union, in denen zum Teil mehr als zwei Drittel der Senioren online sind, liegt Deutschland damit im Mittelfeld.

Generell ist auch weiterhin nicht davon auszugehen, dass die Internetdurchdringung in Deutschland sehr schnell ein ‚skandinavisches Niveau' mit 95 Prozent Internetnutzerinnen und -nutzern in der Bevölkerung erreichen wird. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist das Internet mit 233 Minuten Nutzungsdauer pro Tag bereits auf Platz 1. Fernsehen liegt mit 128 Minuten (134 Minuten im Jahr 2013) deutlich dahinter.Unterwegs geht inzwischen jede zweite Internetnutzerin bzw. jeder zweite Internetnutzer mittels Smartphone oder Tablet online. 2012 waren es gerade einmal 23 Prozent, im vergangenen Jahr 41 Prozent. Durchschnittlich verbringen Internetnutzende in Deutschland täglich 166 Minuten im Netz, wobei die mobile Nutzung mit 195 Minuten über dem Durchschnitt liegen. Auch wächst die Beliebtheit des TV-Konsums via Internet: 32 Prozent der deutschen Erwachsenen nutzen 2014 die Mediatheken der Fernsehsender, 2013 waren es 28 Prozent. Unter den 14- bis 29-Jährigen, ist vor allem das zeitversetzte Fernsehen beliebt (53 Prozent). Von ihnen nutzt fast jeder zweite die TV-Mediatheken (42 Prozent). Insgesamt machen TV-Online-Angebote zwar nur rund acht der 248 Minuten durchschnittlicher Internet-Nutzung aus, trotzdem ist ein Wachstum erkennbar; waren es nur fünf Minuten im Vorjahr. Demnächst werden etablierte Fernsehsender damit gegen Online-Medien bestehen müssen. Zwar verwenden nur 13 Prozent der deutschen Internetnutzenden Video- Streamingangebote, in der Gruppe der 14- bis 29-Jährigen sind es aber bereits 26 Prozent; fünf Prozent mehr als noch 2013.

Mit anderen Worten: Nur noch für jeden zweiten Jugendlichen zählt das lineare Fernsehen über Kabel, Satellit oder Terrestrik zum täglichen Ritual. Gerade das Nutzungsverhalten der Jugendlichen ist damit ein Indikator für den fortschreitenden Wandel des Mediennutzungsverhaltens – und die damit einhergehende Bedeutung für Fernseh- und Radioanbieter, ihre Inhalte als Marken zu etablieren.Für die Studie wurden im März und April bundesweit repräsentativ 1.814 Erwachsene befragt.

www.ard-zdf-onlinestudie.de

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