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

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Rebekka Leimig: ARD/ZDF-Onlinestudie 2013

Beitrag aus Heft »2013/05: E-Learning«

Die Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer wächst zwar nur noch moderat – doch mit durchschnittlich 169 Minuten am Tag wird deutlich mehr Zeit im Netz verbracht als früher. Dabei ist die Ausweitung des Internetkonsums auf die zunehmende Bedeutung der mobilen Nutzung zurückzuführen. Das zeigte die ARD/ZDF-Onlinestudie 2013. In Zusammenarbeit mit dem Institut Enigma GfK Medien- und Marketingforschung wurden rund 1.800 Bürgerinnen und Bürger ab 14 Jahren per Telefon-Interview befragt. Die Studie zeigt, dass der Anteil derer, die das Internet nutzen, nur mäßig von 75,9 Prozent (2012) auf 77,2 Prozent (2013) stieg. Der Zuwachs geht vor allem von der Gruppe der ab 60-Jährigen aus, von denen inzwischen 42,9 Prozent im Internet aktiv sind. Deutlich gestiegen hingegen ist die durchschnittliche Nutzungsdauer. 2013 verbrachten Internetnutzende durchschnittlich 169 Minuten im Internet, ein Zuwachs von 36 Minuten verglichen mit dem Vorjahr. Besonders stark ist die Internutzungsdauer bei den 14- bis 29-Jährigen gestiegen. Diese verbringen inzwischen durchschnittlich 237 Minuten im Internet (2012: 132 Minuten). Die Ausweitung des Internetkonsums ist auf die zunehmende Bedeutung der mobilen Nutzung (2012: 23 %, 2013: 41 %) zurückzuführen. Personen, die mobile Geräte verwenden, sind häufiger und länger im Netz als Personen, die nicht über Smartphones, Tablets, MP3-Player oder E-Book-Reader ins Internet gehen. Diese Entwicklung geht einher mit der steigenden Verfügbarkeit mobiler Endgeräte in den deutschen Haushalten. Im Schnitt stehen in jedem Onlinehaushalt 5,3 internetfähige Geräte zur Verfügung. Dabei ist die Nutzung der mobilen Endgeräte von Seiten der Nutzenden spezialisiert und der Wunsch nach ‚Überall- Internet' wird wohl noch zunehmen. Die Studie zeigt auch, dass sich trotz einer weiten Ausdifferenzierung des Internets die Rangfolge der am meisten genutzten Internetanwendungen in den letzten Jahren kaum geändert hat.

Noch immer stehen die mehr oder weniger zielgerichtete Suche nach Angeboten und Informationen sowie die Kommunikation per E-Mail ganz oben in der Rangliste. Mehr Interesse gewannen vor allem Online-Communitys und multimediale Anwendungen. Hier zeigen sich auch altersspezifische Differenzen: So werden Online-Communitys, allen voran Facebook, von 39 Prozent aller Internetnutzenden aufgesucht. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind es mit 76 Prozent, die mindestens einmal wöchentlich in ihrem Netzwerk aktiv sind, deutlich mehr. Aber auch andere Web 2.0 Anwendungen gewannen an Attraktivität, darunter vor allem Twitter. In Deutschland twittern rund 3,9 Millionen Menschen, wobei allerdings knapp zwei Drittel die Anwendung eher passiv nutzen. Trotz der zeitlichen Ausdehnung des Internetkonsums kam es noch nicht zu einer größeren Umschichtung im Medienbudget. Fernsehen und Hörfunk erfahren noch immer die größte Zuwendung. Vielmehr ist eine Integration des Internets in den Fernseh- und Radioalltag zu beobachten. Ein Großteil des Internetkonsums entfällt auf Kommunikation und andere Tätigkeiten, die früher offline erledigt wurden. Darüberhinaus gehört aber Crossmedialität heute in den Alltag der Mediennutzung. Kein Medienangebot steht mehr ausschließlich für sich. Der Medienwandel macht sich vor allem bei der jüngeren Generation bemerkbar: Mit 218 Minuten Nutzungsdauer täglich ist das Internet das Medium, dem die 14- bis 29-Jäh¬rigen mit Abstand am meisten Aufmerksamkeit widmen. www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=439

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