

Ergebnisse aus der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ (MiP)

ARD/ZDF-Onlinestudie 2018:

Erstmals sind über 90 Prozent der Deutschen online. Deutlicher Zuwachs bei der Nutzung von Medien und Kommunikation via Internet.

Im Vergleich zum vorherigen Jahr sind noch einmal knapp eine Million Internetnutzer hinzugekommen. Auch die Nutzungszeit nimmt weiter zu. Der größte Zuwachs entfällt dabei auf das Sehen, Hören und Lesen von Inhalten sowie auf die Kommunikation im Netz. Zu diesen zentralen Ergebnissen kommt die ARD/ZDF-Onlinestudie 2018, die im zweiten Jahr im Rahmen der Studienreihe „Medien und ihr Publikum (MiP)“ im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführt wurde.

In diesem Jahr sind demnach 63,3 Millionen Menschen in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren online, dies entspricht einem Anteil von 90,3 Prozent. Die Steigerung liegt bei 0,9 Millionen bzw. 1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Besonders deutlich ist die Zahl der Menschen gestiegen, die das Internet täglich nutzen, das Plus liegt hier bei 3,8 Millionen. Seit 2015 hat sich dieser Personenkreis um knapp 10 Millionen Menschen, von 44,5 auf 54,0 Millionen, erhöht und liegt aktuell bei 77 Prozent. Zum Medienkonsum wird das Internet von 39 Prozent täglich genutzt. Der Rest verteilt sich auf die Individual-Kommunikation wie zum Beispiel dem Schreiben von Nachrichten mit Messenger-Diensten sowie das Surfen, Shoppen, Suchen und Spielen.

Auch die tägliche Nutzungszeit im Internet steigt weiter. Sie liegt jetzt bei 196 Minuten (3:16 Stunden), das sind im Vergleich zum Vorjahr 47 Minuten mehr. Bei den unter 30-Jährigen beträgt sie knapp sechs Stunden, während die ab 70-Jährigen nicht einmal eine Stunde pro Tag online sind. Differenziert nach den Feldern Sehen, Hören und Lesen von Inhalten, werden 82 Minuten (1:22 Std.) für Mediennutzung aufgewendet. Rund anderthalb Stunden (87 Minuten) werden mit Individualkommunikation verbracht, die in vielen Fällen auf Chatdiensten wie WhatsApp basiert.

Wird die gesamte Nutzungsdauer (brutto) für Bewegtbild inkl. linearem Fernsehen zugrunde gelegt, verbringt eine Person ab 14 Jahren täglich 202 Minuten (3:22 Std.) mit dem Ansehen von Fernsehsendungen oder Videos. Der Anteil der „live“-Nutzung – also dem Schauen der Sendung zum Zeitpunkt der Ausstrahlung, unabhängig vom Empfangsweg – beträgt dabei 163 Minuten, während der „On-Demand-Anteil“ bei 39 Minuten liegt. Dies entspricht einem Verhältnis von 81 zu 19 Prozent. In der Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen liegt das Verhältnis von „live“- zu „On-Demand“-Nutzung bei 46 zu 54 Prozent, bei den 30- bis 49-Jährigen bei 75 zu 25 Prozent.

Der ZDF-Intendant und Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Dr. Thomas Bellut: „Die aktuellen Ergebnisse dokumentieren die hohe Relevanz, unsere Inhalte auf Abruf verfügbar zu machen. Wir stehen die nächsten Jahre vor der Herausforderung, unsere vielfältigen Informations- und Unterhaltungsangebote dem jüngeren Publikum bekannt und auffindbar zu machen – dabei werden wir unser Nachrichtenangebot passgenau für das Netz konfektionieren.“

Der Intendant des Hessischen Rundfunks und stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Manfred Krupp ordnet die Ergebnisse ein: „Wir sehen dank der ARD/ZDF-Onlinestudie, dass die Mediennutzung zunehmend zeit- und ortssouverän über das Internet erfolgt, jetzt auch in den mittleren Altersgruppen. Neben der weiterhin eminenten strategischen Bedeutung der linearen Nutzung unserer Fernseh- und Radioprogramme, hat daher die Weiterentwicklung der ARD-Mediathek für uns höchste Priorität.“

Neben der Nutzungszeit, die naturgemäß begrenzt und deshalb ein guter Indikator für die Verteilung von Aufmerksamkeiten ist, hat auch die Nutzungsfrequenz von Audio- und Videoinhalten weiter zugenommen. Die zumindest wöchentliche Nutzung von Video online-Angeboten liegt bei 60 Prozent, im Vorjahr lag sie noch bei 52 Prozent. Der Zuwachs basiert auf Nutzungssteigerungen bei Videoportalen (39 Prozent nutzen sie mindestens einmal wöchentlich, plus 8 Prozentpunkte), bei Video-Streamingdiensten (31 Prozent, plus 8 Prozentpunkte) sowie bei Sendungen in den Onlineangeboten der Fernsehsender (24 Prozent, plus 6 Prozentpunkte). Auch die wöchentliche Audionutzung hat weiter zugenommen: Mit 49 Prozent (plus 3 Prozentpunkte) hört rund die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung einmal in der Woche oder häufiger Audioformate im Internet. Dabei werden Musik-Streamingdienste wie Spotify, Apple Music oder Amazon Music mit dynamischem Wachstum von 27 Prozent wöchentlich oder öfter genutzt. Konstant 14 Prozent hören Radioprogramme live über das im Internet, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 20 Prozent. Die On-demand-Nutzung von Radiosendungen und Audio-Podcasts liegt in etwa auf dem Niveau des Vorjahres: 4 bzw. 3 Prozent der Menschen nutzen diese Angebote mindestens einmal pro Woche.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2018 wurde im Rahmen der „Studienreihe Medien und ihr Publikum (MiP)“ realisiert. Die Ergebnisse beruhen auf dem fusionierten Datensatz der Gesamtkonzeption, wobei der Kerndatenbestand im Jahr 2018 auf einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe von insgesamt 2.009 deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren in Deutschland basiert. Die Feldarbeit wurde vom Institut GfK MCR durchgeführt und dauerte von Ende Januar bis Mitte April 2018. Eine ausführliche Analyse der Daten ist in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 9/2018) dokumentiert und unter www.ard-zdf-onlinestudie.de abrufbar.

Hessischer Rundfunk

ZDF

Pressestelle

Pressestelle

Telefon: 069/155-2482

Telefon: 06131/70-12120

E-Mail: presse@hr.de

E-Mail: presse@zdf.de

Frankfurt / Mainz 10. Oktober 2018