

ARD/ZDF-Online-Studie 2004

Über 55 Prozent der Deutschen im Netz

Seit 2000 hat sich die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland verdoppelt: 35,7 Millionen Erwachsene, das sind 55,3 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren, sind online. Besonders hohe Zuwachsraten sind in den neuen Bundesländern festzustellen. Mit einer Internetverbreitung von 52,3 Prozent hat sich die Nutzung dort nahezu an das Niveau der alten Bundesländer (56,1 %) angeglichen. Nach wie vor wird das Internet am häufigsten von 14- bis 19-Jährigen (94,7 %) und Berufstätigen (73,4 %) genutzt, am wenigsten von Über-60-Jährigen (14,5 %) und Nicht-Berufstätigen (22,9 %). Dies ermittelt die ARD/ZDF-Online-Studie 2004, über die die neueste Ausgabe der Fachzeitschrift "Media Perspektiven" berichtet.

Der Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission und Intendant des Hessischen Rundfunks, Dr. Helmut Reitze, sieht in den Ergebnissen der Studie die Online-Strategie der ARD bestätigt: "Die Online-Angebote der ARD sind zentrale Koordinaten im Internet. So selbstverständlich die Menschen heute mit dem Internet umgehen, so selbstverständlich übertragen sie die Kompetenz und Glaubwürdigkeit der ARD auf deren Internet-Angebote. Die hohe Nachfrage nach unseren Angeboten bestätigt dies. Und diese Angebote sind kostenfrei. In einer Zeit, in der kaum noch Archivmaterialien kostenfrei zu recherchieren sind, stellen ARD und ZDF einen breiten Fundus an Information frei zur Verfügung."

ZDF-Intendant Markus Schächter, stellvertretender Vorsitzender der ARD/ZDF-Medienkommission: "Das Internet ist das zentrale Komplementär-Medium zum Fernsehen. Die ZDF-Zuschauer erwarten von uns ein eigenständiges, begleitendes Onlineangebot, das unabhängig von Zeit und Ort verfügbar ist. Das gilt insbesondere für unsere Nachrichten-Marke 'heute'. Diese Erwartung erfüllen wir mit umfangreichen Informations- und Serviceangeboten auf unterschiedlichen technischen Plattformen, die für die jüngere, mobile Generation von Mediennutzern noch an Bedeutung gewinnen werden".

Die Zeit, die die Deutschen dem Netz widmen, ist 2004 erstmals gesunken. Im Schnitt verbringt jeder Erwachsene täglich 43 Minuten (2003: 45 Minuten) im Internet. Umgekehrt steigt der Fernsehkonsum weiter an (von 221 Minuten im ersten Halbjahr 2003 auf 230 Minuten im ersten Halbjahr 2004), die Radionutzung bleibt mit 196 Minuten täglich stabil. Eine Verdrängung der klassischen Medien durch das Internet findet also nicht statt.

Trend zu den Informationsspezialisten

Für den größten Teil der Internetnutzer steht die Kommunikation und die Informationsbeschaffung im Vordergrund. Deutlich zugelegt hat in den letzten Jahren der Zugang zu Märkten und Produkten sowie zu internetspezifischen Serviceleistungen. Unterhaltungsangebote spielen weiterhin eine geringe Rolle. Insgesamt sind die Nutzer heute weniger bereit, für Online-Angebote zu zahlen. Die Zahlungsbereitschaft für kostenpflichtige Angebote sank von 27 Prozent (2001) auf 18 Prozent (2004).

Der Trend geht eindeutig zu den Spezialisten für bestimmte Themenbereiche. Dies gilt insbesondere für Nachrichtenanbieter und Ratgeber-/Verbrauchersites. Hier werden vor allem jene Angebote nachgefragt, die in den originären Medien Print, Fernsehen und Hörfunk hohe Akzeptanz aufweisen. Für ARD und ZDF bedeutet dieser Markentransfer, dass die Nutzer die mit den Marken ARD und ZDF verbundene Kompetenz und Seriosität auf deren Internet-Angebote übertragen.

Bedeutung von "Lieblingsadressen"

Die meisten Nutzer steuern gezielt ihre Lieblingsadressen an. Entsprechend ist die Anzahl der je Sitzung aufgerufenen Seiten in den letzten Jahren kontinuierlich gesunken (2000: 7,1 Seiten; 2004: 5,5 Seiten). Dies resultiert auch aus der Struktur der heutigen Inter-

net-Klientel: Über die Hälfte der Online-Nutzer weist nur geringe Erfahrung mit den Web-Angeboten auf.

Auftraggeber der ARD/ZDF-Online-Studie 2004 ist die ARD/ZDF-Medienkommission. Die Untersuchung zur Verbreitung und Nutzung des Internet in Deutschland wird seit 1997 vom Institut ENIGMA GfK für Medien- und Marktforschung, Wiesbaden, durchgeführt. Die Reprä-sentativerhebung erfasst das Verhalten von Online-Nutzern ab 14 Jahren in Deutschland. Eine ausführliche Darstellung der wichtigsten Ergebnisse der ARD-/ZDF-Online-Studie 2004 ist in Ausgabe 8/2004 der Zeitschrift "Media Perspektiven" erschienen, zu beziehen über Fax-Nr. 069/155-2857. Außerdem steht die Studie unter www.br-online.de/medienforschung sowie unter www.zdf.de zum Abruf bereit. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Birgit van Eimeren, BR (Tel. 089/5900-2044), oder Beate Frees, ZDF (06131/705257).