

ARD/ZDF-Online-Studie 2001

Knapp 25 Millionen Deutsche sind im Netz

- zweckgebundene und zielgerichtete Nutzung des Internets dominiert

24,8 Millionen Erwachsene in Deutschland nutzen inzwischen das Internet, das sind 38,8 Prozent der Deutsch sprechenden Bevölkerung ab 14 Jahren. Dies ermittelte die ARD/ZDF-Online-Studie 2001, über die die neueste Ausgabe der Fachzeitschrift "Media Perspektiven" berichtet. Im Vergleich zum Vorjahr nutzen damit 36 % mehr Menschen das Internet. Die Online-Studie 2000 hatte ergeben, dass 18,25 Millionen oder 28,6 % der Deutsch sprechenden Bevölkerung zu den Internet-Nutzern gehören.

Nach den Befunden der Studie haben mittlerweile auch bislang internetferne Bevölkerungskreise in deutlich stärkerem Maße als früher einen Onlinezugang. Die absolut größten Zuwächse kommen aber immer noch aus der Stammklientel des Internets, die vor allem aus jungen, formal hoch gebildeten Männern besteht.

Die ARD/ZDF-Online-Studie wurde im Auftrag der ARD-/ZDF-Medienkommission zum fünften Mal seit 1997 vom Wiesbadener Institut für Markt und Sozialforschung ENIGMA durchgeführt.

Deutliche Verschiebungen konstatiert die Studie hinsichtlich des Nutzungsortes: Wurde 1997 noch überwiegend am Arbeitsplatz oder am Ausbildungsort auf das Internet zugegriffen, so dominiert heute die Nutzung zu Hause. 78 Prozent der User haben 2001 eine Onlinezugangsmöglichkeit in ihrer häuslichen Umgebung. Die mit dieser starken Verbreitung der privaten Onlineanschlüsse einhergehende Ausdehnung der Internetnutzung auf das private Umfeld hat dazu geführt, dass die heutigen Nutzer einen anderen Umgang mit den Webangeboten pflegen. Probierten die "früheren" Internetanwender noch mehrheitlich alle technischen Möglichkeiten des Netzes aus, so ist heute die Nutzung weitaus zweckgebundener. An erster Stelle steht die E-Mail-Kommunikation (80 %), gefolgt von der zielgerichteten Suche nach interessanten Informationen (59 %). Unterhaltungsangebote im Netz rangieren im unteren Mittelfeld. Sie werden nur von einem Fünftel der Befragten über 14 Jahren genutzt (20 %) und spielen lediglich für die 14-19-Jährigen eine größere Rolle (42 %).

Die stärkere Verbreitung des Internets und die nochmals gestiegene Verweildauer im Netz gehen nicht zu Lasten der Nutzung klassischer Medien. Der ohnehin geringe Anteil der Onliner, die angeben, wegen ihrer Internetnutzung weniger fernzusehen, Radio zu hören oder Zeitung zu lesen, ist noch zurückgegangen. Erneut bestätigt die Studie die Komplementärbeziehung zwischen Internet und klassischen Medien, die jeweils unterschiedliche Bedürfnisse befriedigen.

Von den Webauftritten der Fernseh- und Hörfunksender werden insbesondere (speziell aufbereitete) Nachrichten, aktuelle Informationen sowie Ratgeber- und Serviceangebote erwartet, während das Interesse an Video-, Audio- und Livestreams noch sehr verhalten ist. Offenbar gibt es auch die angestrebten Synergien zwischen programmbegleitenden Internetangeboten und Hörfunk und Fernsehen: 55 Prozent der Internetanwender geben an, mehr von einer Sendung nach vertiefender Onlineinformation zu haben. Zugleich erhöht sich das Interesse am gesamten Programm durch die Onlinekontakte. Etwa gleich viele Onlineuser sind schon einmal auf den Seiten der öffentlich-rechtlichen bzw. der privaten Sender gewesen. Jeweils 86 Prozent der Besucher der Websites von ARD und ZDF bewerten diese Angebote als gut oder sehr gut. Diese Ergebnisse sind repräsentativ für die Deutsch sprechenden Internet-Nutzer ab 14 Jahren.

Der Vorsitzende der ARD-/ZDF-Medienkommission und Intendant des Hessischen Rundfunks, Prof. Klaus Berg, verweist darauf, dass es im Internet nur wenige "Marken" gibt, die für verlässliche und seriöse Information stehen: "Die ARD Online-Angebote ARD.de, tagesschau.de und das-erste.de sind solche Marken, die den Menschen eine Orientierung

in der unüberschaubaren Informationsflut bieten. So selbstverständlich für viele Menschen das Internet bereits heute ist, so selbstverständlich ist für sie, auch in unseren umfassenden und vielfältigen Onlineangeboten die Qualität zu finden, die sie seit Jahrzehnten von unseren Fernseh- und Radioprogrammen kennen."

ZDF-Intendant Prof. Dieter Stolte, stellvertretender Vorsitzender der ARD-/ZDF-Medienkommission, sieht in den Ergebnissen der neuen Studie den ZDF-Kurs bestätigt: "Viele Menschen beziehen heute ihre Informationen von neuen technischen Plattformen wie dem Internet, unabhängig von Zeit und Ort. Darauf haben wir uns rechtzeitig eingestellt. Mit dem neuen Dienst "heute.t-online" bietet das ZDF ein maßgeschneidertes Angebot fundierter Information, die kompetent aufbereitet und verlässlich rund um die Uhr abrufbar ist - ein ideale Ergänzung und Vertiefung der ZDF-Fernsehnachrichten für die Computergeneration".

Die Ergebnisse der ARD-/ZDF-Online-Studie 2001 sind in Ausgabe 8/2001 der Zeitschrift Media Perspektiven ausführlich dokumentiert, zu beziehen über Fax (069/155-2857).