



ARD/ZDF-Onlinestudie 2015: Knapp 80 Prozent der Deutschen sind online - User nutzen Internet häufiger und vielfältiger

ARD/ZDF-Onlinestudie 2015: Knapp 80 Prozent der Deutschen sind online - User nutzen Internet häufiger und vielfältiger
Die Deutschen nutzen das Internet intensiver und flexibler. Die Anzahl der täglichen Internetnutzer und derjenigen, die unterwegs ins Netz gehen, hat 2015 zugenommen. Auch die Anzahl der Nutzer von Video-, und Fernsehinhalten sowie von Audioangeboten steigt an. Dagegen nimmt die gesamte Internetverbreitung nur noch minimal zu. Zu diesen zentralen Ergebnissen kommt die diesjährige ARD/ZDF-Onlinestudie, die im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführt wurde.
Die Anzahl derer, die das Internet täglich nutzen, ist 2015 um 3,5 auf 44,5 Millionen (63%) gestiegen. Zugenommen hat auch die Unterwegsnutzung: mittlerweile greifen 30,7 Millionen (55%) unterwegs auf Netzinhalte zu, das sind 3,2 Millionen (+5%-Punkte) mehr als im Vorjahr. Auch die Nutzung von Videoinhalten und Fernsehsendungen sowie von Audioinhalten ist angestiegen: 53 Prozent sehen sich inzwischen mindestens einmal pro Woche Bewegtbildinhalte im Netz an, 33 Prozent nutzen Audioinhalte. Die Internetverbreitung in Deutschland wächst allerdings nur noch langsam: 2015 verfügen 79,5% der Deutschen über einen Internetzugang, das sind 56,1 Millionen Personen ab 14 Jahren. Gegenüber dem Vorjahr beträgt die Zunahme nur noch 0,4 Prozentpunkte.
Der ZDF-Intendant und Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Dr. Thomas Bellut: "Wir stellen uns auf die zunehmende Flexibilität des Publikums ein. Unsere Inhalte können zeitunabhängig und mobil genutzt werden. Am nächsten Relaunch unserer Mediathek wird bereits gearbeitet."
Der Intendant des Hessischen Rundfunks und stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Dr. Helmut Reitze ergänzt "Die Onlinestudie weist erneut nach, wie wichtig das Internet für öffentlich-rechtliche Medienanbieter ist. Wir haben in der ARD unsere Websites für mobile Geräte optimiert und bieten zahlreiche Apps an, damit die User immer den besten Zugang zu unseren trimedialen Informations- und Unterhaltungsangeboten haben, mit Laptop, PC oder Tablet und unterwegs mit dem Smartphone."
Die seit 1997 jährlich durchgeführte ARD/ZDF-Onlinestudie stellt 2015 nur noch einen minimalen Zuwachs der Internetverbreitung fest. Während bei den jüngeren Zielgruppen bereits seit Jahren eine Sättigung festzustellen ist, gehen die Zuwachsraten vor allem von den Über-60-Jährigen aus, von denen inzwischen die Hälfte das Internet nutzt. So ist das Alter der Internetnutzer von durchschnittlich 43 Jahren im Jahr 2014 auf 44 Jahre im Jahr 2015 angestiegen. Auch bei der täglichen Internetnutzung gibt es Altersunterschiede. Während bei den 14-49-Jährigen 85 Prozent täglich das Internet nutzen, sind es bei den Über-60-Jährigen nur 30 Prozent.
Weiter angestiegen ist die Internetnutzung unterwegs, so greifen 55 Prozent der Onliner (+5%-Punkte) auf mobile Netzinhalte zu. Dabei weisen Anwender mit mobilem Internetzugang die höchste Nutzungsintensität auf. Während die Gesamtbevölkerung dem Internet durchschnittlich 108 Minuten pro Tag widmet, sind es bei den Nutzern mobiler Endgeräte, wie Smartphones und Tablets, mit insgesamt 158 Minuten zurzeit 50 Minuten mehr. Gleiches gilt für die Nutzungsfrequenz: So liegt die tägliche Internetnutzung bei den mobilen Anwendern mit rund 90 Prozent unverkennbar höher als bei den stationären Anwendern mit 59 Prozent.
Während die Anzahl der Internetnutzer in vielen Altersgruppen eine Sättigungsgrenze erreicht hat, steigt der Kreis der Online-Bewegtbildnutzer 2015 weiter an. 49% der Onliner (+4%-Punkte) sehen sich im Netz mindestens einmal pro Woche Videos oder Fernsehsendungen an, sei es auf Videoportalen, Mediatheken oder Streamingdiensten. Inklusiv der Videos/Fernsehsendungen auf Communities wie Facebook sind es 53%. Die Zuwächse zeigen sich dabei in allen Altersgruppen. Auch die Nutzungsfrequenz erhöht sich, wenngleich die tägliche Nutzung in den meisten Altersgruppen immer noch die Ausnahme bleibt. Eine Habitualisierung in der Bewegtbildnutzung über das Internet zeigt sich bislang nur bei den 14- bis 29-Jährigen. Ein Drittel der Onliner nutzt wöchentlich eine oder mehrere Audio-Anwendungen (+3%-Punkte). Dabei steht das Hören von Radioprogrammen live und von Musik über Streamingdienste im Vordergrund.
Das Internet ist eine Universalplattform, die es dem Anwender ermöglicht, zu kommunizieren, Medieninhalte zu nutzen, zu spielen oder Transaktionen zu tätigen. Entsprechend verteilt sich die tägliche Zeit, die im Internet verbracht wird, auf unterschiedliche Tätigkeitsfelder. Dabei entfällt 34% und damit der größte Anteil an der täglichen Nutzungszeit in der Gesamtbevölkerung auf Kommunikation. Jeweils knapp eine halbe Stunde bzw. 22% entfallen auf Informationssuche und Mediennutzung.
Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2015, für die im März und April dieses Jahres bundesweit repräsentativ 1.800 Erwachsene in Deutschland befragt wurden, sind in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift "Media Perspektiven" (Heft 9/2015) dokumentiert und unter www.ard-zdf-onlinestudie.de abrufbar.
ZDF
Pressestelle
Telefon: 06131/701-2120
E-Mail: presse@zdf.de
Hessischer Rundfunk
Pressestelle
Telefon: 069/155-2482
E-Mail: presse@hr.de
Rückfragen an:
Brigitte Schulz
hr-Pressestelle
Telefon: 069 / 155 4549
 brigitte.schulz@hr.de
 

Pressekontakt

ARD

80335 München

Firmenkontakt

ARD

80335 München

Die ARD ist die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. Zehn selbständige, staatsunabhängige Landesrundfunkanstalten bilden diese Gemeinschaft. Elftes ARD-Mitglied ist die Auslandsrundfunkanstalt Deutsche Welle (DW). Das Fernsehangebot der ARD reicht von den Dritten Programmen über das Erste Deutsche Fernsehen bis zu den Kulturprogrammen 3sat und ARTE. Hinzu kommen die Spartenprogramme Der Kinderkanal und Phoenix, sowie das digitale Bouquet ARD Digital. Außerdem verfügt die ARD über mehr als 50 Radioprogramme: je mindestens vier der einzelnen Landesrundfunkanstalten und zwei bundesweite Hörfunkprogramme.