



Pressemitteilung

11. Oktober 2017

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

ARD/ZDF-Onlinestudie 2017:

Neun von zehn Deutschen sind online. Bewegtbild insgesamt stagniert, während Streamingdienste zunehmen - im Vergleich zu klassischem Fernsehen jedoch eine geringe Rolle spielen.

Die Internetnutzung nimmt weiter zu: sowohl nach Personen als auch nach Nutzungszeit. Nicht zuletzt, weil die Internetnutzer im Jahr 2017 erstmals über konkrete Tätigkeiten und nicht mittels einer pauschalen Abfrage ermittelt werden. Darüber hinaus wurde nach Sehen, Hören und Lesen von Inhalten differenziert, um auch zukünftige Erhebungen methodisch stabil zu gewährleisten. Die Gesamtreichweite für Onlinevideos stagniert, während vor allem die Streamingdienste steigende Nutzung verzeichnen. Zu diesen zentralen Ergebnissen kommt die ARD/ZDF-Onlinestudie 2017, die erstmals im Rahmen der Studienreihe „Medien und ihr Publikum (MiP)“ im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführt wurde.

In diesem Jahr sind 62,4 Millionen Menschen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren online, dies entspricht einem Anteil von 89,8 Prozent. Die Steigerung liegt bei 4,4 Millionen bzw. sechs Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr, was unter anderem auf die geänderte Abfrage zurückzuführen ist: Ein WhatsApp-Nutzer versteht sich nicht unbedingt als Internetnutzer. Durch das gezielte Fragen nach Tätigkeiten wird die präzise Zuordnung erleichtert. Täglich sind rund 72 Prozent bzw. 50,2 Millionen Menschen online.

Das Internet als Verbreitungs- und Contentplattform macht eine Unterscheidung nach Mediengattungen wie Radio, Fernsehen, Print und Internet zunehmend unmöglich. Aus diesem Grund wurde 2017 die Nutzungsdauer auf Basis des Tagesablaufs erstmals nach der konkreten Mediennutzung in den Feldern Sehen, Hören und Lesen von Inhalten differenziert. Von insgesamt 149 Minuten (knapp 2,5 Stunden) täglicher Internetnutzung wird eine dreiviertel Stunde für Mediennutzung aufgewendet. Rund eine Stunde Zeit wird mit Individualkommunikation, die meiste

Zeit jedoch mit sonstiger Internetnutzung verbracht. Bei den 14- bis 29-Jährigen entfällt 2017 die meiste Zeit auf mediale Inhalte.

Der Intendant des Hessischen Rundfunks und Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Manfred Krupp ordnet die Ergebnisse ein: „Die jüngste Altersgruppe nutzt täglich fast zwei Stunden lang mediale Inhalte im Netz, die 30 bis 49-Jährigen immerhin fast eine Stunde. Wer für diese Generationen relevant bleiben will, muss ihnen attraktive Informations- und Unterhaltungsangebote auf ihren Plattformen machen - und dabei inhaltlich und gestalterisch mit den Erwartungen des Publikums und den Standards des Marktes Schritt halten.“

Der ZDF-Intendant und stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Dr. Thomas Bellut: „Die Nutzung der ZDF-Mediathek nimmt kontinuierlich zu, seit unserem Relaunch vor einem Jahr noch deutlicher. Auch wenn die Zuschauerzahlen des klassischen Fernsehprogramms derzeit noch klar vorne liegen, ist die Mediathek essenziell wichtig, um die ganze Gesellschaft auch in Zukunft zu erreichen. Dies bestätigen die aktuellen Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie.“

Nach Nutzungshäufigkeit, die sich in der wöchentlichen Reichweite in Prozent ausdrückt, konnte sich die Audionutzung im Internet um 13 Prozentpunkte auf 46 Prozent steigern. Dies ist vor allem auf die Musik-Streamingdienste zurückzuführen, die alleine um neun Prozentpunkte auf 19 Prozent zulegt. Gleichzeitig erfährt aber auch das Radiohören online (Simulcast) einen Zuwachs.

Die Reichweite für das Online-Bewegtbild stagniert, wenn man alle Ausspielwege zusammennimmt. Die meisten Anwendungen, wie Videoportale, allen voran YouTube, Mediatheken der Fernsehsender oder Facebook, können ihre Bedeutung gegenüber dem Vorjahr nicht weiter steigern. Trotzdem werden Fernsehsendungen im Netz beliebter, und die Reichweite der kostenpflichtigen Video-Streamingdienste steigt deutlich an. Bei 14- bis 29-Jährigen sind bei amerikanischen oder internationalen Filmen und Serien leichte Verschiebungen hin zu Streamingdiensten wie Amazon Prime und Netflix festzustellen, die vor allem mit den privaten Fernsehanbietern im Bereich Fiktion konkurrieren. Im Vergleich zum klassischen Fernsehen spielen jedoch die Streamingdienste in der Gesamtbevölkerung eine geringe Rolle.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2017 wurde erstmals im Rahmen der „Studienreihe Medien und ihr Publikum (MiP)“ realisiert. Die Ergebnisse basieren auf dem fusionierten Datensatz der Neukonzeption, wobei der Kerndatenbestand im Jahr 2017 auf einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe von insgesamt 2.017 deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren in Deutschland basiert. Die Feldarbeit wurde vom Institut GfK MCR durchgeführt und dauerte von Ende Januar bis Mitte April 2017. Eine ausführliche Analyse der Daten ist in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 9/2017) dokumentiert und unter www.ard-zdf-onlinestudie.de abrufbar.

Hessischer Rundfunk

Pressestelle

Telefon: 069/155-2482

E-Mail: presse@hr.de

ZDF

Pressestelle

Telefon: 06131/70-12120

E-Mail: presse@zdf.de

Frankfurt / Mainz 11. Oktober 2017