



Internetnutzung in Deutschland

Seminar: Medienpsychologie
Prof. Dr. Sabine Trepte

Referentin: Clara Geisler

Quelle: Media Perspektiven Heft
8/2007, S 362

- 
-
- Quantitative Nutzung des Internets
 - Qualitative Nutzung des Internets
 - Verhältnis zwischen Internet und den klassische Massenmedien



Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland

- Existiert seit 1993
- Heute: 45 Millionen registrierte Domains
- Anfangs von junger Elite zum Verschicken von Emails benutzt
- Später Onlineauktionen und Onlineshopping, Serviceseiten, Video- und Audioportale → schnelle Verbreitung in der Bevölkerung

Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland

- 1997 erster Versuch Internet auf repräsentativer Basis darzustellen durch ARD/ZDF-Online-/Offline-Studie
- Ab dann jährliche Datenerhebungen für Langzeituntersuchung (26. März bis 30 April 2007)
- Telefonstichprobe, Tagesstichprobe („gestrige“ Nutzungsverhalten wird erfragt)

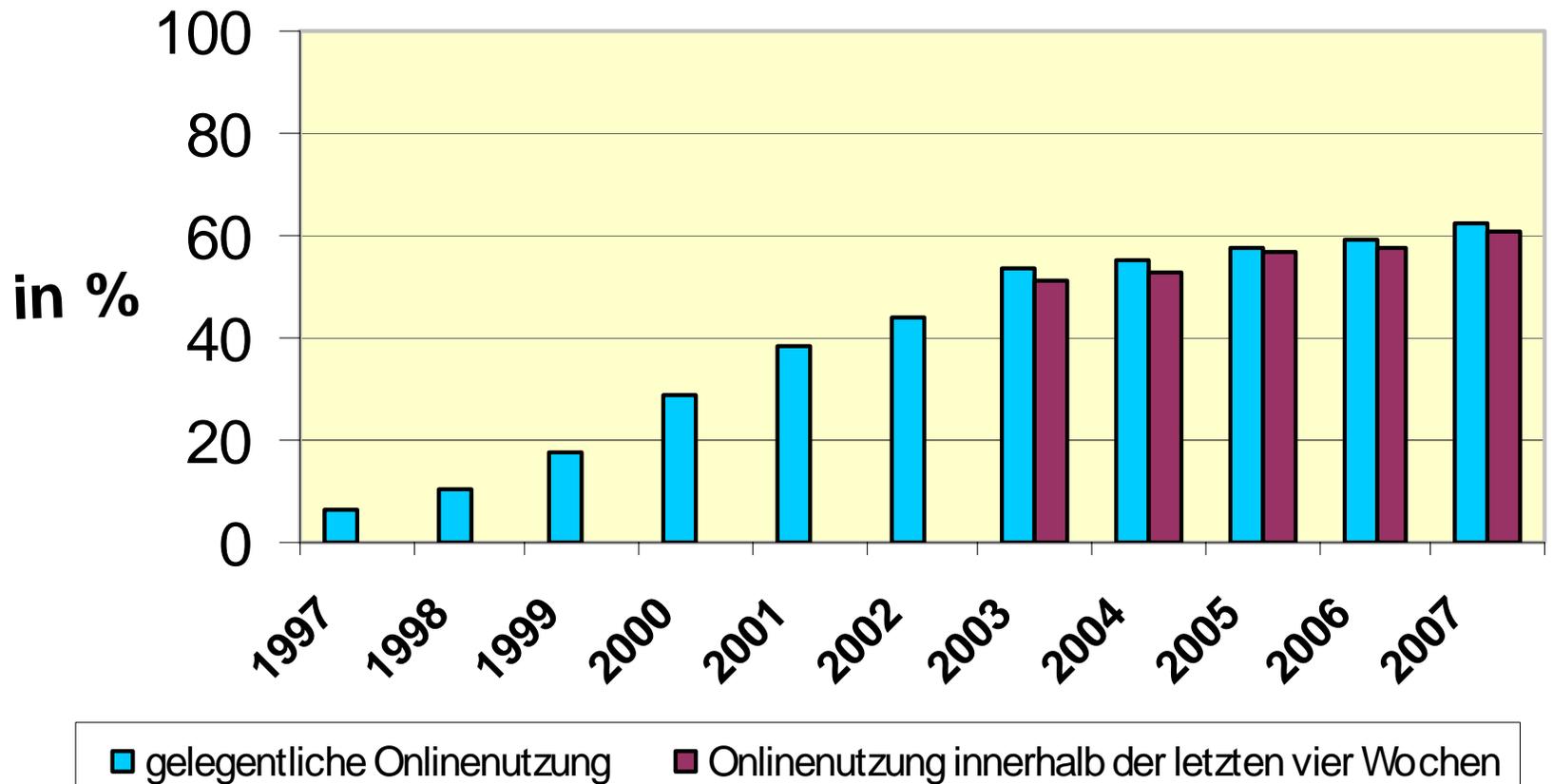
Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland

Gelegentliche Internetnutzung:

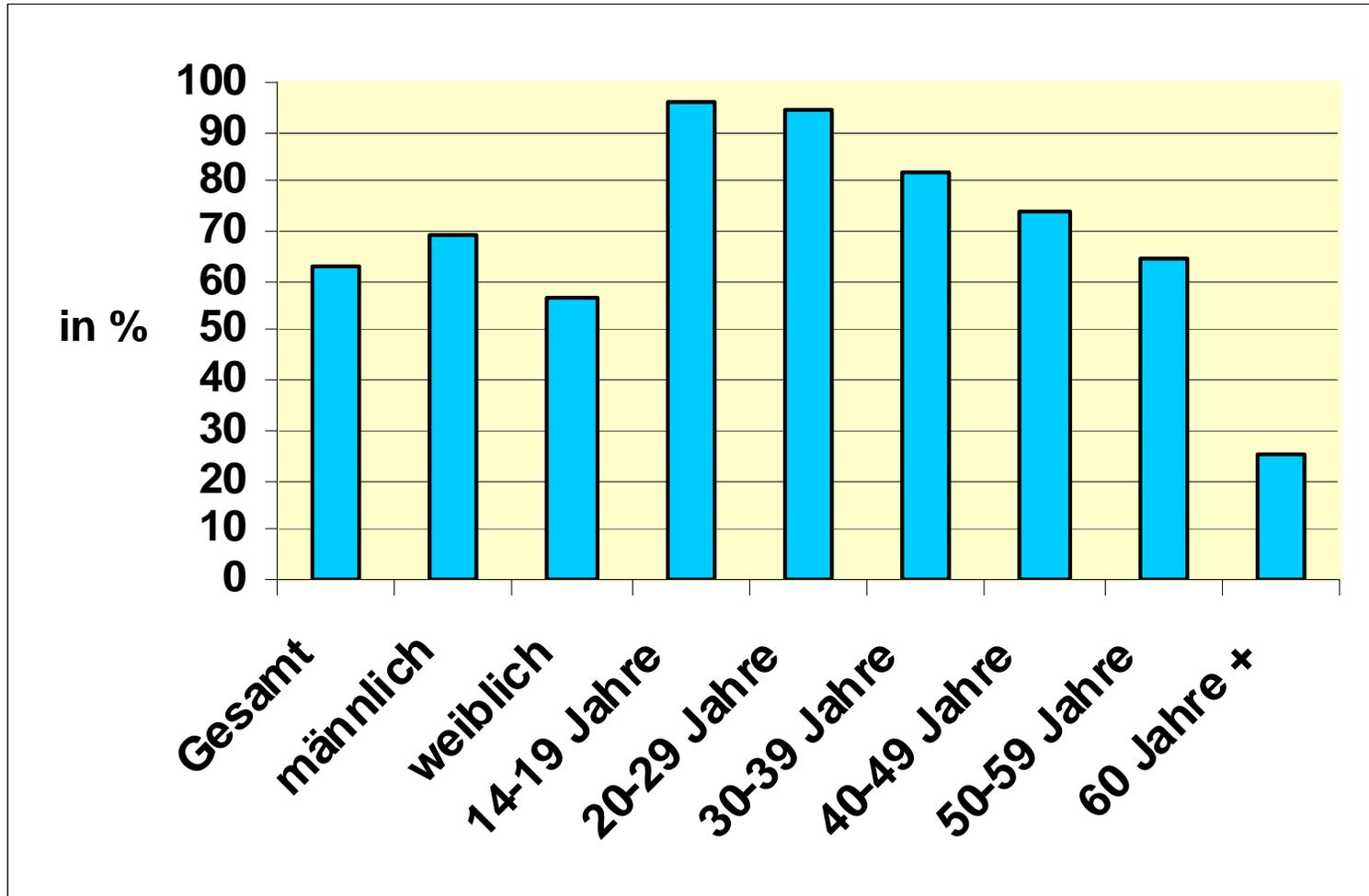
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
In %	6,5	10,4	17,7	28,6	38,8	44,1	53,5	55,3	57,9	59,5	62,7
In Mio	4,1	6,6	11,2	18,3	24,8	28,3	34,4	35,7	37,5	38,6	40,8

Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland

Onlinenutzung der Bevölkerung (in %)



Internetnutzer in Deutschland



Wie wird das Internet genutzt?

<u>Internetnutzer</u>	
50 % aktiv – dynamische Nutzer	50 % selektiv – zurückhaltende Nutzer
<ul style="list-style-type: none">- Intensiver und stark habitualisierter Umgang mit Internet- dient u. a. Information, Kommunikation, Shopping, virtueller Lebenswelt	<ul style="list-style-type: none">- Internet ist nicht in (Medien-)Alltag integriert- nur wenige (bekannte) Angebote werden genutzt

Motive der Internetnutzung

- Internetnutzer zunehmend konservativ:

	2002	2007
Das Angebot meines Providers genügt mir, weitere Angebote interessieren mich nicht.	59 %	71%

- Informationsbeschaffung (91%), Spaß (72%) und Denkanstöße (49%) sind Hauptmotive der Internetnutzung
- Entspannung, Gewohnheit und Hilfe im Alltag ebenfalls Nutzmotive

Genutzte Onlineinhalte

- Top 3 der genutzten Onlineinhalte:
 - 1.) aktuelle Nachrichten (Geschehen in Deutschland, Ausland) → 46%
 - 2.) Informationen aus Wissenschaft, Forschung und Bildung → 46%
 - 3.) Freizeitinformationen/Veranstaltungstipps → 45%

Genutzte Onlineinhalte

- Alterunabhängig viel benutzt: regionale Veranstaltungskalender, Freizeitangebote und Bürgerinformationen (z.B. Öffnungszeiten ect.), sowie E-Mails und Suchmaschinen
- Je älter Nutzer, desto Informationsorientierter, je jünger desto mehr steht Unterhaltung im Vordergrund
- Teenager surfen eher einfach nur im Netz, während Onliner ab 20 Jahre eher zielgerichtet im Internet arbeiten

Nutzungsdauer

- Zugriffshäufigkeit 1997 : 3,3 Tage
(pro Woche) 2007 : 5,1 Tage

	1997	2007
Verweildauer Mo –So in Min./Tag	76	118

→ Wer ins Internet geht, verbringt dort durchschnittlich 2 Stunden mit Internetangeboten

Nutzungsdauer

- Besonders lang im Internet : Gruppe der 14 –29jährigen (155 Minuten pro Tag)
- Ab 50-Jährige sind zwar nicht wesentlich seltener im Internet (4,9 Tage pro Woche) aber dafür wesentlich kürzer

Auswirkung der Internetnutzung auf Nutzung anderer Medien

In %	2007
Sehe weniger fern	29
Lese weniger Zeitschriften oder Zeitungen	23
Höre weniger Radio	22

→ Schwierig, da Selbsteinschätzungen oft wenig mit tatsächlichen Nutzungsbedingungen zu tun haben

Auswirkung der Internetnutzung auf Nutzung anderer Medien

- Tatsächlich: Onlinenutzer liegen leicht über dem bundesdeutschen Durchschnitt der Fernsehnutzung
 - Internet ist zwar nach wie vor stark im Kommen und erlangt als drittes großes Medium immer mehr Bedeutung
- traditionelle Medien Fernsehen und Hörfunk dominieren aber nach wie vor bundesdeutschen Alltag

Auswirkung der Internetnutzung auf Nutzung anderer Medien

Nutzungsdauer von (in Min./Tag)	2007
Fernsehen	225
Hörfunk	185
Internet (Offliner und Onliner)	54

→ Für Jugendliche hat das Internet inzwischen den gleichen Stellenwert wie Fernsehen und Radio!