

# MINDMINUTES

## Ohne Online geht nichts mehr

Veröffentlicht am: 15th February 2011 / Kategorie [News](#)

Verzichten auf das Internet? Zumindest knapp über die Hälfte der Befragten (51 Prozent) kann sich das nicht vorstellen, wie aus der aktuellen Momentaufnahmen-Studie „MindMinutes“ hervorgeht. Dabei gibt es erwartungsgemäß große Unterschiede in den Altersgruppen. Unter den bis zu 29-Jährigen sind es sogar 65 Prozent. Für sie ist Internet die „eierlegende Wollmilchsau“ und erfüllt ihnen alle erdenklichen Medienfunktionen wie Information, Kommunikation und Unterhaltung. Zugleich dient es ihnen als Ersatz für andere Medien wie TV, Radio oder Zeitung.

- Für rund ein Fünftel ist TV noch immer das wichtigste Medium, da es informiert, unterhält und entspannt. Weiters werden abschalten, passives „Berieseln-Lassen“ und Alltagsflucht genannt. Wie nicht anders zu erwarten steigt mit zunehmenden Alter der Anteil jener, die TV als nicht entbehrlich sehen.
- Es wird noch immer gerne gelesen, denn auf Platz 3 landen Bücher mit 13 Prozent, weil sie die Fantasie anregen und für Weiterbildung, Spannung, Unterhaltung und Erholung sorgen. Das gute Abschneiden der Bücher birgt auch Chancen für die eBook-Nutzung.
- Radio folgt mit Platz 4. Für 8 Prozent spielt die „Nebenbei-Nutzung“ die Hauptrolle.
- Die Zeitung wird auf den fünften Platz verwiesen. Knappe vier Prozent möchten keinesfalls auf sie verzichten, da diese Information und Aktualität auf sachlicher und vertrauenswürdiger Basis liefert.

Medientrennungen heben sich auf

Durch die Medienkonvergenz werden die Übergänge zwischen den einzelnen Medien zunehmend fließender. Radio und TV migriert ins Internet, eBooks werden per Download mit Inhalten versorgt oder Apps machen aus Mobiltelefonen Alleskönner. Die Fakten aus der MindMinutes-Befragung bestätigen, dass die „Generation Internet“ das Kommunikationsruder übernommen hat, so Mindshare CEO Friederike Müller-Wernhart. Für erfolgreiche Markenführung und wirksame Mediaplanung bedeutet dies, dass Online im Mediamix fixer Bestandteil ist.

Momentaufnahmen neu 14-tägig mit Mindshare MindMinutes

Praktisch alle 14 Tage neu liefert die Momentaufnahmen-Studie MindMinutes Stimmungen und Zahlen für aufkommende Trends, die für die Mediaplanung von Bedeutung sind. Dafür werden 200 Österreicher im Alter von 15 – 49 Jahren online befragt.

### FILTERS

---

› [News](#)

### TEILEN

---

