

ÖVA 2018: DIE NEUEN KOMMUNIKATIONSWELTEN – LIVE KOMMUNIKATION NIMMT DEUTLICH ZU

Der Trend ist eindeutig: Seit 2000 hat sich die Zahl der täglichen Internet-Nutzer vervierfacht, die Anzahl der intensiven Social Media-Nutzer hat sich in den letzten elf Jahren mehr als versiebenfacht. Insgesamt ist bereits mehr als die Hälfte der Österreicher im Web 2.0 aktiv, die Gruppe der Internet-Asketen nimmt weiter ab. Durch die virtuelle Welt kommt es zu einer Spaltung der österreichischen Gesellschaft in vier Kommunikationstypen, die Spalte zieht sich vor allem entlang der Alterssegmente. Grundsätzlich unterscheiden sich die 14- bis 20-Jährigen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung in drei Bereichen des Internets deutlich: Instant Messaging, Soziale Netzwerke und Chats. Alle drei Nutzungskategorien sind in dieser jungen Altersgruppe um mehr als 20 Prozentpunkte höher ausgeprägt. Auch das Spielen von Onlinespielen ist in der jungen Bevölkerung merklich beliebter. Intensive Social Media-Nutzer zwischen 14 und 20 Jahren nutzen das Internet im Durchschnitt 148 Minuten täglich.

Die Zahl der täglich in der virtuellen Welt Aktiven hat sich in den letzten 19 Jahren vervierfacht. Genau genommen geben 56 Prozent der Österreicher dem IMAS in der ÖVA 2018 (Österreichische Verbraucheranalyse) zu Protokoll, das Internet

nahezu täglich zu nutzen – 76 Prozent der Bevölkerung sind zumindest mehrmals monatlich im Netz.

Der Anteil der Internet-Asketen, also der Menschen, die das Internet kaum oder gar nicht nutzen, hat sich seit dem Jahr 2000 um 45 Prozentpunkte vermindert. Nur noch jeder Vierte bleibt dem virtuellen Raum konsequent fern.

Auch die Zahl der Social Media-Nutzer erhöhte sich rapide: Seit 2008 ist der Anteil der intensiven Nutzer von Web 2.0 Applikationen von drei Prozent auf 22 Prozent angestiegen und im erweiterten Kreis inklusive der „Ab und zu“-Nutzer von neun Prozent auf 54 Prozent. Social Media durchdringt nun die Gesellschaft, schafft aber auch unter den Internet-Nutzern verschiedene Anwendungsbereiche, ein verändertes Nutzungsverhalten und unterschiedliche Nutzungsgeschwindigkeiten.

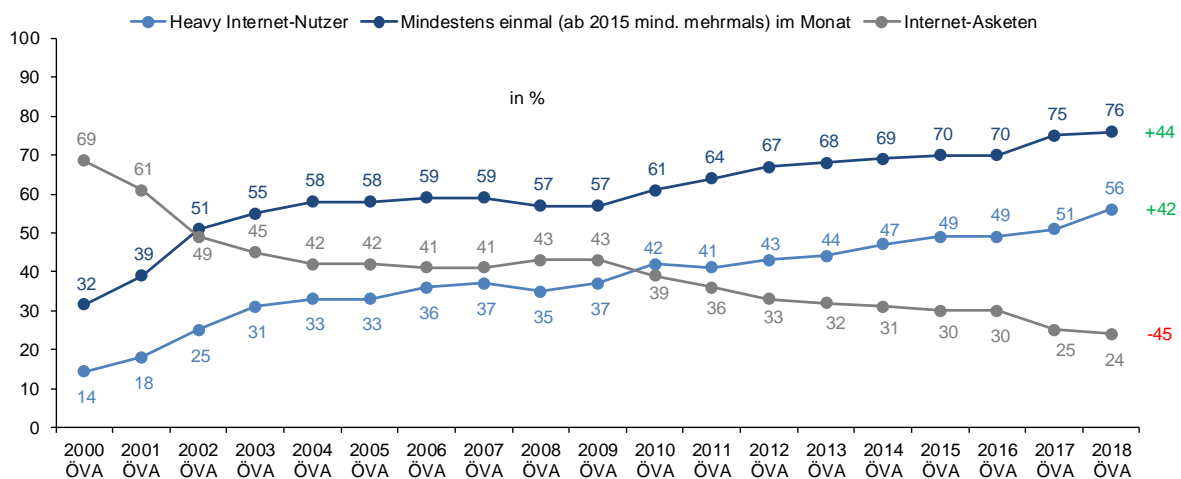
ÖVA Verbraucheranalyse 2018

IMAS Markt- und Mediastudie

Betrachtet man die insgesamt zur Verfügung stehende Medienlandschaft genauer, teilen sich die Österreicher im Jahre 2018 in vier zentrale Mediennutzergruppen.

Tägliche Internet-Nutzung hat sich in 19 Jahren vervierfacht

Frage: "Wie oft benutzen Sie das Internet?"



Die österreichische Kommunikationswelt ist somit nicht nur – wie noch vor einigen Jahren – zweigeteilt, sondern die digitale Spaltung spiegelt sich, wie in den letzten Jahren zuvor, nach wie vor in vier Gruppen wider: Grundsätzlich zeigt sich, dass nur eine absolute Minderheit der Österreicher überhaupt keine Medien nutzt. Daher kann man die österreichische Gesellschaft in unterschiedliche Mediennutzertypen nach Art der Nutzung des Internets unterteilen.

Die Bevölkerung hat sich in vier Kommunikationswelten geteilt: In einer – der Welt der Internet-Asketen – machen die Menschen wie bisher in einer sozusagen konventionellen Form von den Medien Gebrauch. Ähnlich wie im letzten Jahr sind nur vier Prozent der Internet-Asketen unter 30 Jahre. In den weiteren drei Gruppen (Internet-Nutzer) vollzieht sich eine konsequente Anpassung an die breitgefächerten Möglichkeiten des digitalen Informationstransfers und damit auch eine gravierende Veränderung des Kommunikationsverhaltens. Der Unterschied dieser Gruppen liegt aber in der Intensität und konkreten Nutzung des Internets bzw. sozialer Medien. Im Vergleich zum letzten Jahr zeigt sich ein Zugewinn bei den moderaten Social Media Nutzern. Die sozialen Medien scheinen nun auch die Generation 50+ zu erreichen. Genau genommen sind nun 54 Prozent der Österreicher zumindest ab und zu in sozialen Netzwerken unterwegs.

Durch die dargestellte Typologie kann man vor allem ein Altersgefälle erkennen. Mehr als zwei Fünftel der intensiven Social Media Nutzer (Typ D) sind unter 30 Jahre, während sich die generellen Basis-Internet-Nutzer (Typ B) eigentlich relativ gleichverteilt über alle Altersgruppen hinweg erstrecken.

Intensive Social Media-Nutzer (Typ D) verbringen im Durchschnitt bereits 106 Minuten pro Tag im Internet.

Betrachtet man nun unabhängig von dieser Typologie die Gruppe der 14- bis 20-Jährigen, zeigt sich, dass es in dieser Gruppe – nicht mehr wie in den letzten Jahren – zu einem Dreiklang der Medien Internet, Fernsehen und Radio kommt, sondern, dass TV und Internet beinahe gleichauf voran liegen und das Radio erst mit deutlichem Abstand dahinter folgt.

In drei Bereichen des Internets unterscheiden sich die 14- bis 20-Jährigen deutlich von der Gesamtbevölkerung: Instant Messaging, Soziale Netzwerke und Chats. Alle drei Nutzungskategorien sind in dieser jungen Altersgruppe um mehr als 20 Prozentpunkte höher ausgeprägt. Auch das Spielen von Onlinespielen ist in der jungen Bevölkerung merklich beliebter.

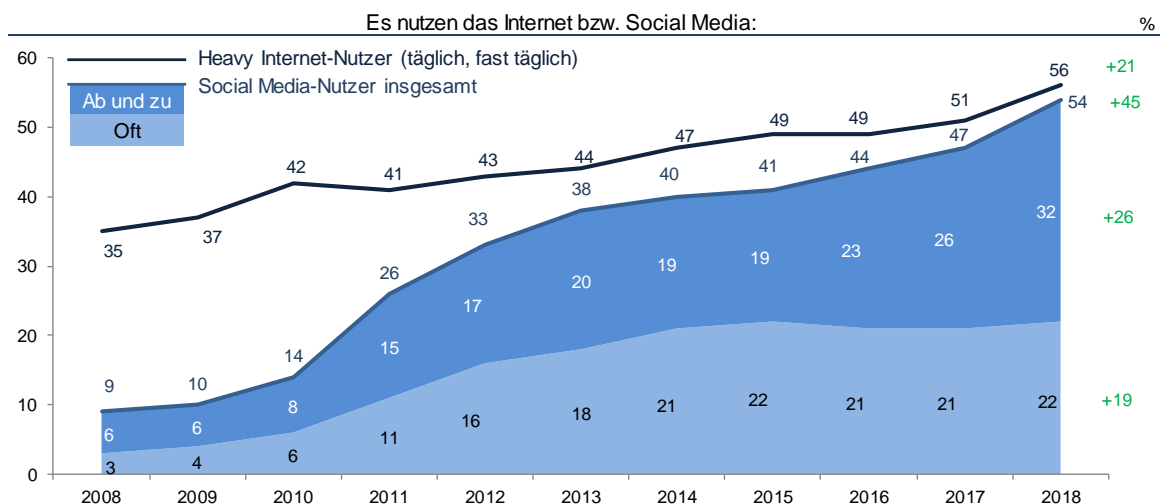
Dokumentation

Zeitraum der Umfrage: September 2017 – Juni 2018

Sample: n~8.000 Personen, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahre, Quotaauswahl, face-to-face

Archiv-Nummer der Umfrage: 918001

Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 11 Jahren mehr als versiebenfacht

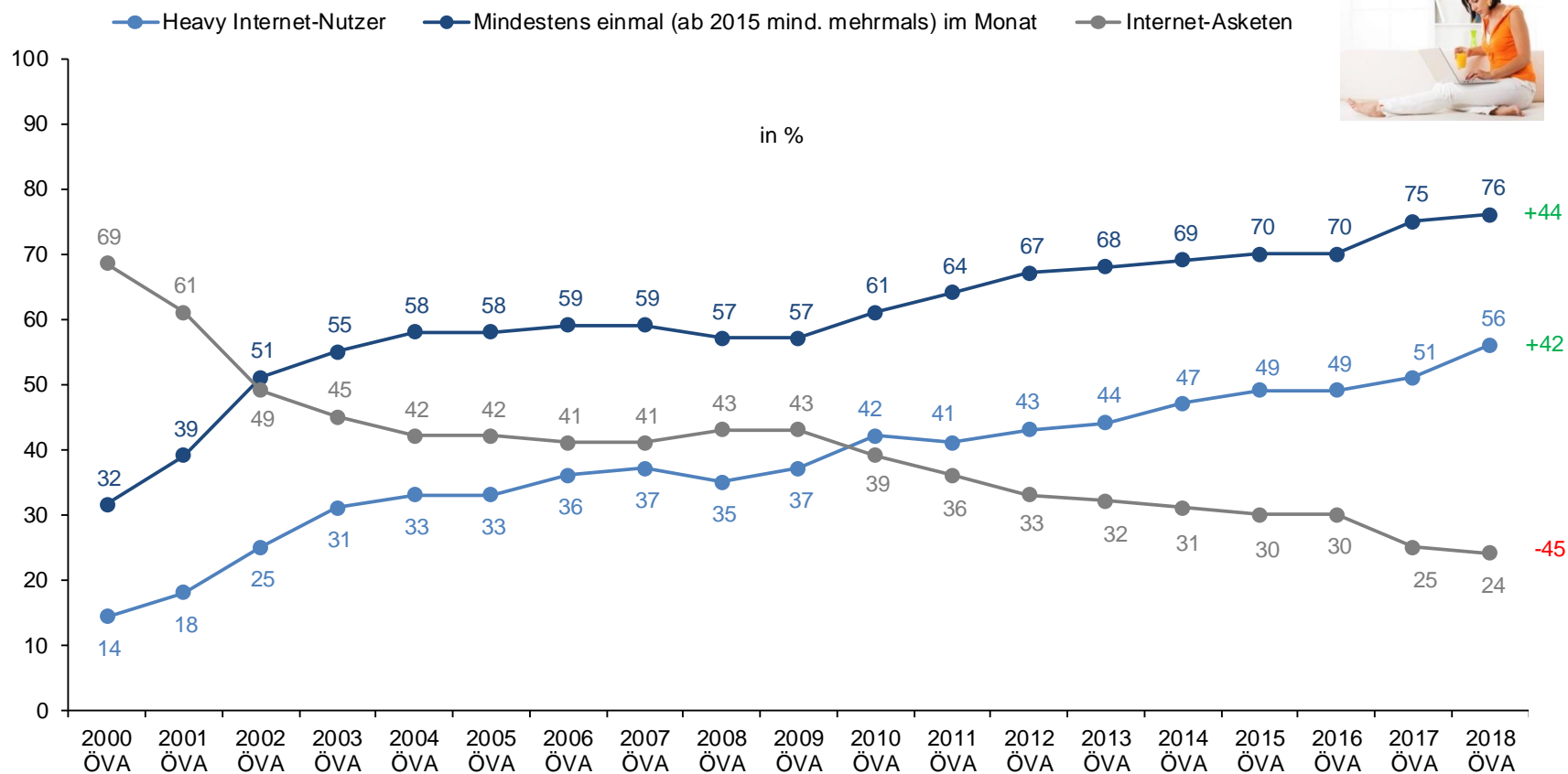


Tägliche Internet-Nutzung hat sich in 19 Jahren vervierfacht

ÖVA Verbraucheranalyse
IMAS Markt- und Mediastudie

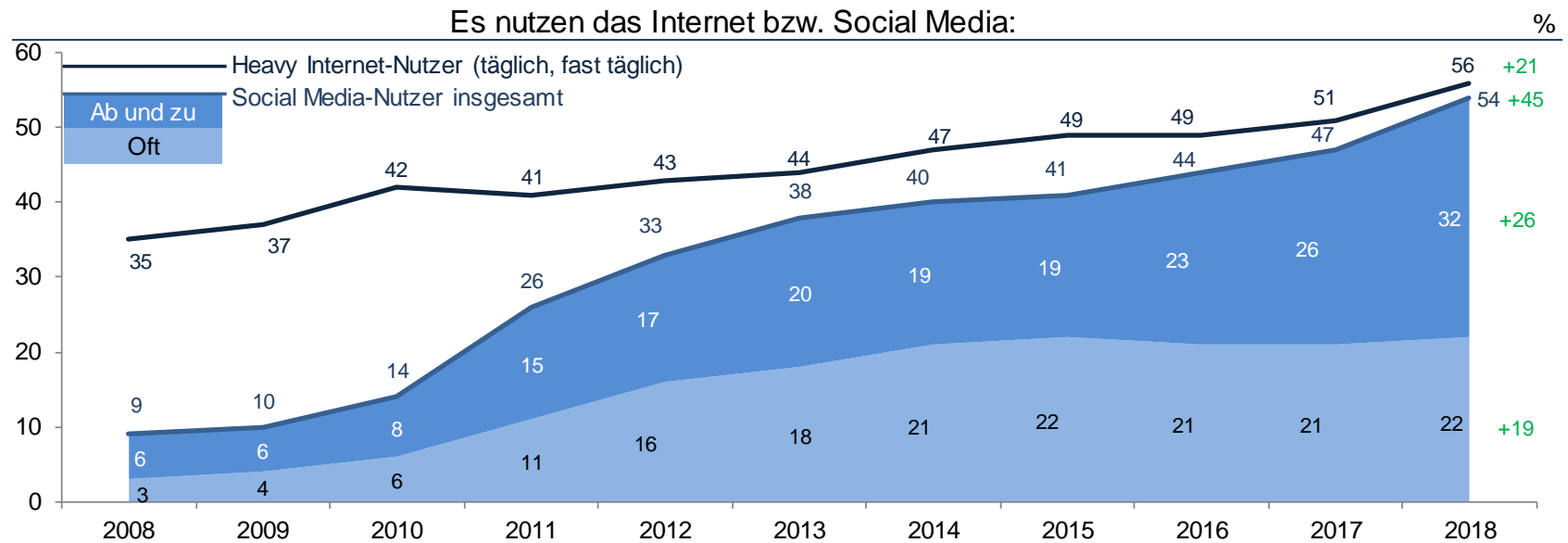
Basis: Österreichische Bevölkerung

Frage: "Wie oft benutzen Sie das Internet? Würden Sie sagen –"



Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 11 Jahren mehr als versiebenfacht

Basis: Österreichische Bevölkerung



Die vier neuen Kommunikationswelten

TYP A: 24% (-1 Pp.)
Internet-Asketen
 Mediennutzung ohne
 Internet



TYP B: 23% (-5 Pp.)
Basis-Internet-Nutzer
 Mediennutzung, Internet
 Aber kein Web 2.0



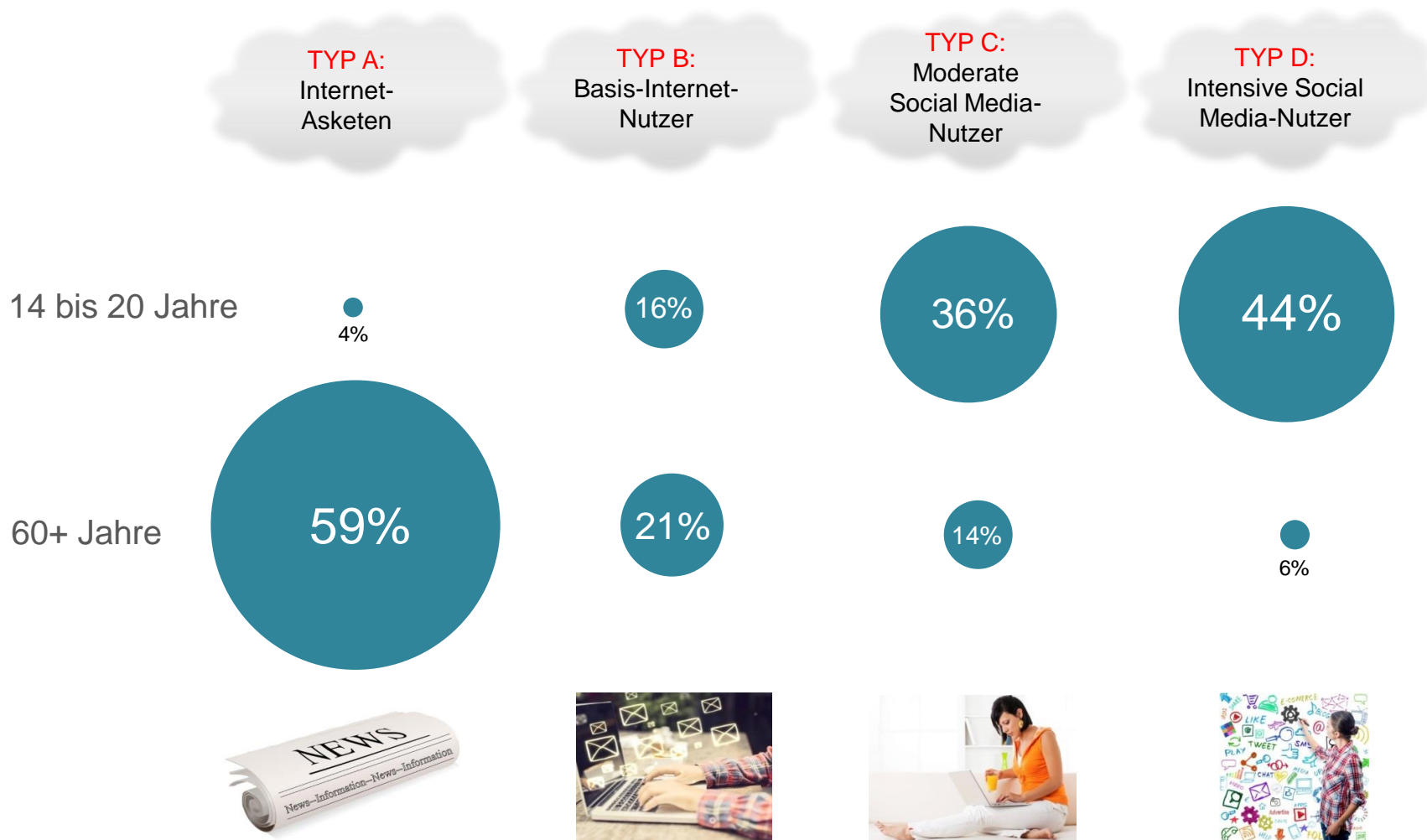
TYP C: 31% (+6 Pp.)
**Moderate Social
 Media-Nutzer**
 Mediennutzung, Internet
 Web 2.0 ab und zu



TYP D: 22% (+1 Pp.)
**Intensive Social
 Media-Nutzer**
 Mediennutzung, Internet
 Web 2.0 oft

Die vier neuen Kommunikationswelten der 14- bis 20-Jährigen im Vergleich zu den über 60-Jährigen

ÖVA Verbraucheranalyse
IMAS Markt- und Mediastudie



Die neuen Kommunikationswelten in der Alterszusammensetzung

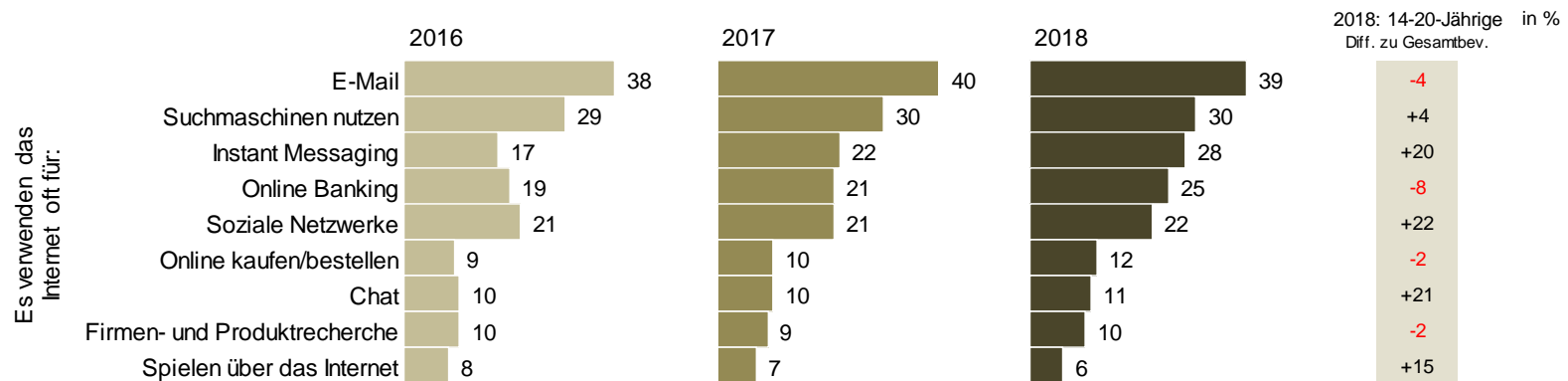
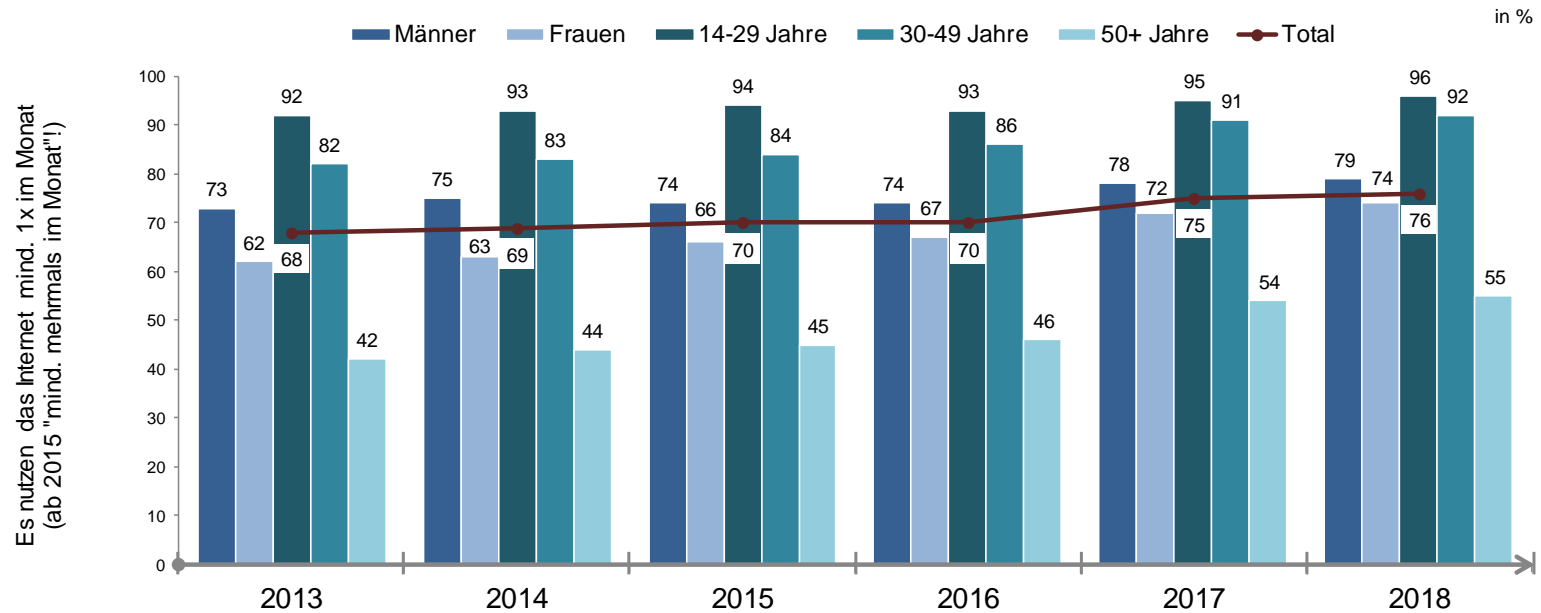


Das Internet in Österreich: Nutzung und Anwendungsgebiete

Basis: Österreichische Bevölkerung

Frage: "Wie oft benutzen Sie das Internet? Würden Sie sagen –"

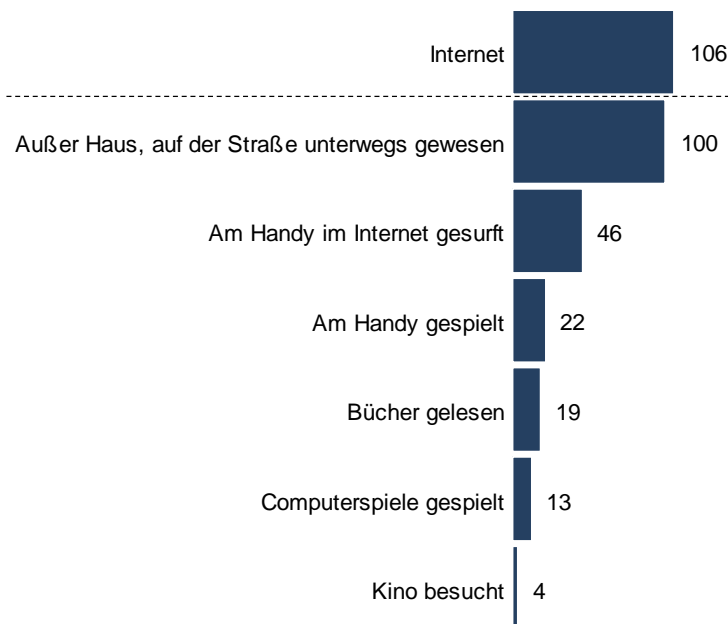
Frage: "Wofür nutzen Sie das Internet? Ich lese Ihnen einige Möglichkeiten vor, und Sie sagen mir bitte immer, ob Sie das oft, ab und zu oder nie machen."



Intensive Social Media-Nutzer – Ausgewählte Aktivitäten

TYP D: 22% Intensive Social Media-Nutzer

Minuten
im Ø



TYP D: 4% Intensive Social Media-Nutzer (14-20 Jahre)

Minuten
im Ø

