

ARD/ZDF-Langzeitstudie
Massenkommunikation 2015

▶ Stream, Audio, Text – Nutzungsoptionen in einer konvergierenden Medienwelt

Von Bernhard Engel*

**Aus Nutzersicht ist
Wettbewerb zwischen
Angebotsplattformen
oder Endgeräten
nachrangig**

Zu Beginn der 2000er Jahre gab es – insbesondere von Seiten der werbungstreibenden Wirtschaft – Kritik am Konzept der sogenannten Mediensilos, also der jeweils auf eine Mediengattung bzw. einen Werbeträger konzentrierten Betrachtung von Mediennutzung und Medienwirkung. In Untersuchungen wurde der Frage nachgegangen, ob die Medien im Verbund mehr bewirken als Einzelmedien, oder – um es mit einem bekannten aristotelischen Zitat zu sagen – „das Ganze mehr als die Summe seiner Teile“ ist. Bezüglich der Werbewirkung ist dieser Effekt belegt und soll auch in diesem Beitrag nicht erneut aufgegriffen werden. Hier geht es um die Analyse von Nutzungsdauern und Reichweiten. Die dahinterstehende Überlegung ist, dass aus Nutzersicht der Wettbewerb zwischen Angebotsplattformen oder Endgeräten – also zum Beispiel zwischen Kabel-TV, IPTV, Laptops, Smartphones, Tablets etc. – für die Inhaltnutzung nachrangig ist. Für die Betrachtung des Contentwettbewerbs soll im Folgenden der Vergleich zwischen Stream, Audio und Text im Fokus der Untersuchung stehen.

**Grenzen zwischen
„Mediensilos“ und
Stream/Audio/Text
lösen sich auf**

Auch wenn der Ansatz eine aus Sicht des Nutzers klarere Abgrenzung der Rezeptionsmöglichkeiten bietet, scheint die technologische Entwicklung und der Trend zur Medienkonvergenz dazu zu führen, dass sich die idealtypische Abgrenzung von Stream, Audio und Text bereits jetzt erkennbar auflöst: Virtuelle und erweiterte Realität (Augmented Reality), Dokumentationen als virtuelle Rundgänge (wie z. B. Googles Streetview) bringen Bilder in die Nähe von Videos; sogenannte Picture Videos werden integraler Bestandteil elektronischer Ausgaben von Zeitungen. Die Beispiele zeigen, dass es weder eine eindeutige technische Definition – etwa anhand von Dateitypen –, noch eine klare Unterscheidung für die Nutzer gibt: Die Grenzen lösen sich nicht nur entlang der „Mediensilos“ auf, sondern auch entlang der Kategorien Stream, Audio und Text. Für den Ist-Zustand des Jahres 2015 sind diese Unschärfen an den Rändern quantitativ noch nicht bedeutend, sollen aber am Beginn dieses Beitrags nicht unerwähnt bleiben.

Mit der Differenzierung des Internets im Erhebungsprogramm der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2010 ergab sich erstmals die Möglichkeit, die Entkopplung von Content- und Distributionsplattformen im täglichen Gebrauch der Medien zu untersuchen. Somit konnte man der Eigenschaft des Internets als „Allround-Medium“, das heißt als Träger für Radio-, Fernseh- und Zeitungsinhalte sowie als Träger für nicht-mediale Anwendungen, gerecht werden. (1)

Nutzungswege der Mediengattungen und Differenzierung der Internetanwendungen

Für die Erfassung von Nutzungsdauern bzw. den daraus abgeleiteten Reichweiten im Tagesablauf ist seitdem ein differenziertes Erhebungskonzept im Einsatz. Ein wichtiger Eckpunkt besteht darin, dass Zeitreihen zur Nutzung der tagesaktuellen Medien durch methodische Veränderungen keinen Bruch erfahren. Der Einstieg zur Erhebung der Medien im Tagesablauf erfolgt über die Items Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet. Dies erfolgt ohne detaillierte Interviewer-Hinweise und liegt damit im Ermessen der Teilnehmer der Befragung. Die Differenzierung erfolgt im ersten Schritt nach Geräten, die für das jeweilige Medium genutzt worden sind. Sofern nur ein Gerät genutzt wurde, ist keine weitere Differenzierung innerhalb der 15-Minuten-Zeitintervalle des Tagesablaufschemas erforderlich. Bei mehreren Geräten werden die betroffenen Zeitintervalle im Interview eingeblendet und per Nachfrage je Intervall ein Gerät ermittelt. Das Verfahren hält damit die Belastung der Befragten möglichst gering, indem nur Multi-Gerätenutzer für ausgewählte Zeitintervalle zusätzliche Angaben machen müssen. Für das Internet ist eine weitere Differenzierung nach unterschiedlichen Anwendungen Bestandteil der Befragung. Erfasst werden hierbei insgesamt zehn benannte plus eine offene Kategorie. Für die medialen Internetanwendungen Stream, Audio und Text findet eine weitere Differenzierung nach Nutzungsoptionen (z. B. TV live oder TV zeitversetzt etc.) statt. Auf dieser Granularität werden die in der Eingangsfrage zur Internetnutzung belegten Zeitintervalle differenziert nacherhoben. Der Ablauf der Erhebung ist in den Abbildungen 1 und 2 schematisch dargestellt.

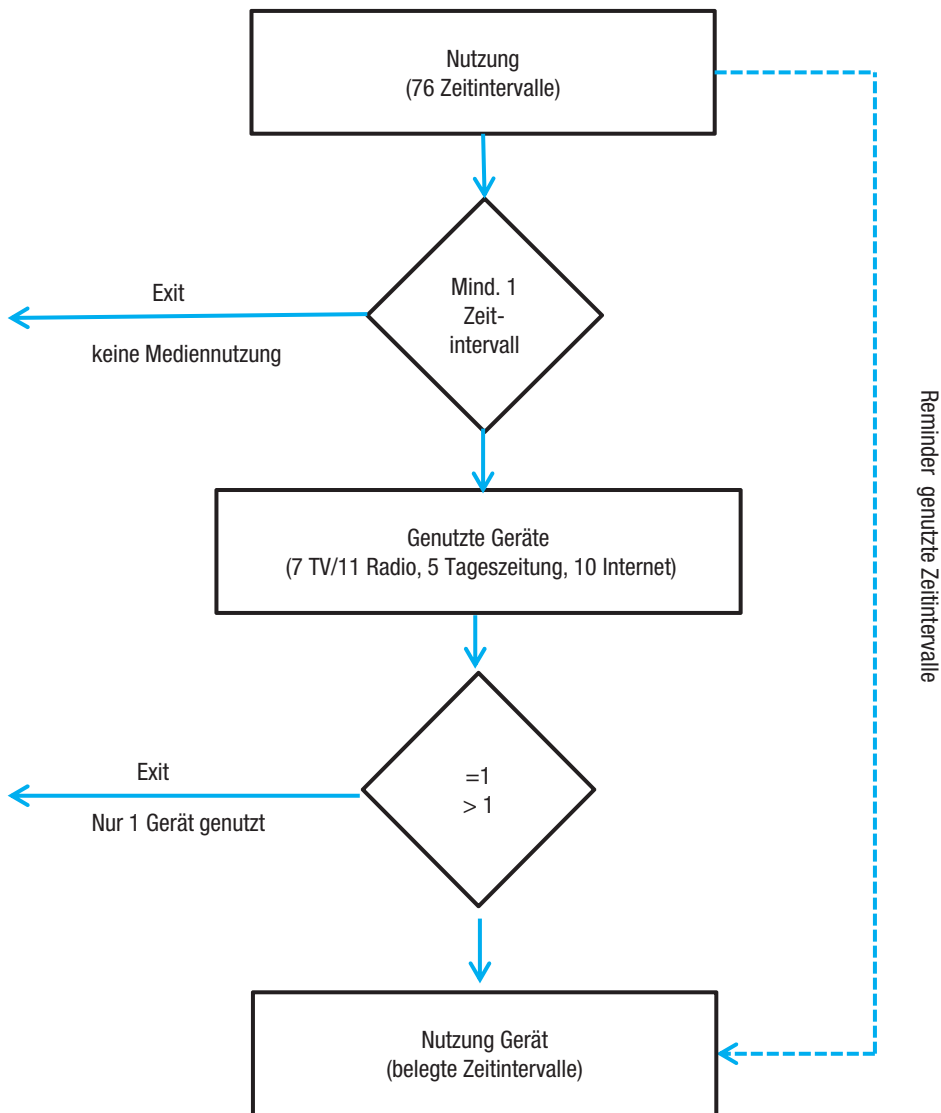
Innerhalb dieses Ablaufs werden insgesamt 29 unterschiedliche, explizit benannte Nutzungswege (6 Kategorien TV, 10 Radio, 4 Tageszeitungen, 9 Internet), je eine nicht näher qualifizierte Restkategorie je Mediengattung sowie für das Internet 17 unterschiedliche Anwendungen (6 Anwendungen aktuelle Nachrichten, 6 TV, 5 Radio) in 76 Zeitintervallen erhoben, insgesamt also mehr als 3000 Datenpunkte für die Tagesablaufferhebung im 15-Minuten-Intervall). Die Einzelkategorien sind erforderlich, um den Gerätegebrauch zu erheben und für das Internet eine Differenzierung der Anwendungen in 15-Minuten-Intervallen vornehmen zu können. Für die Restkategorien der Nutzungswege und die nicht-medialen Internetanwendungen wer-

**Differenzierung der
Internetnutzung in
Studie Massen-
kommunikation**

**Seit MK 2010
differenziertes
Erhebungskonzept
im Einsatz**

* ZDF Medienforschung, ARD/ZDF-Projektgruppe
Massenkommunikation.

Abb. 1 Befragungsschema: Nutzungswege der Mediengattungen in der Studie Massenkommunikation 2015



Quelle: Eigene Darstellung.

den die Nutzungsdauern aus Zeitgründen nicht erhoben, sie sind jedoch in der Gesamtnutzung des jeweiligen Mediums enthalten. Die Einzelergebnisse dieses „atomisierten“ Tagesablaufs sind vielfach marginal und erst in Aggregationen aussagekräftig.

Mediennutzung differenziert nach Distributions- und Contentplattformen

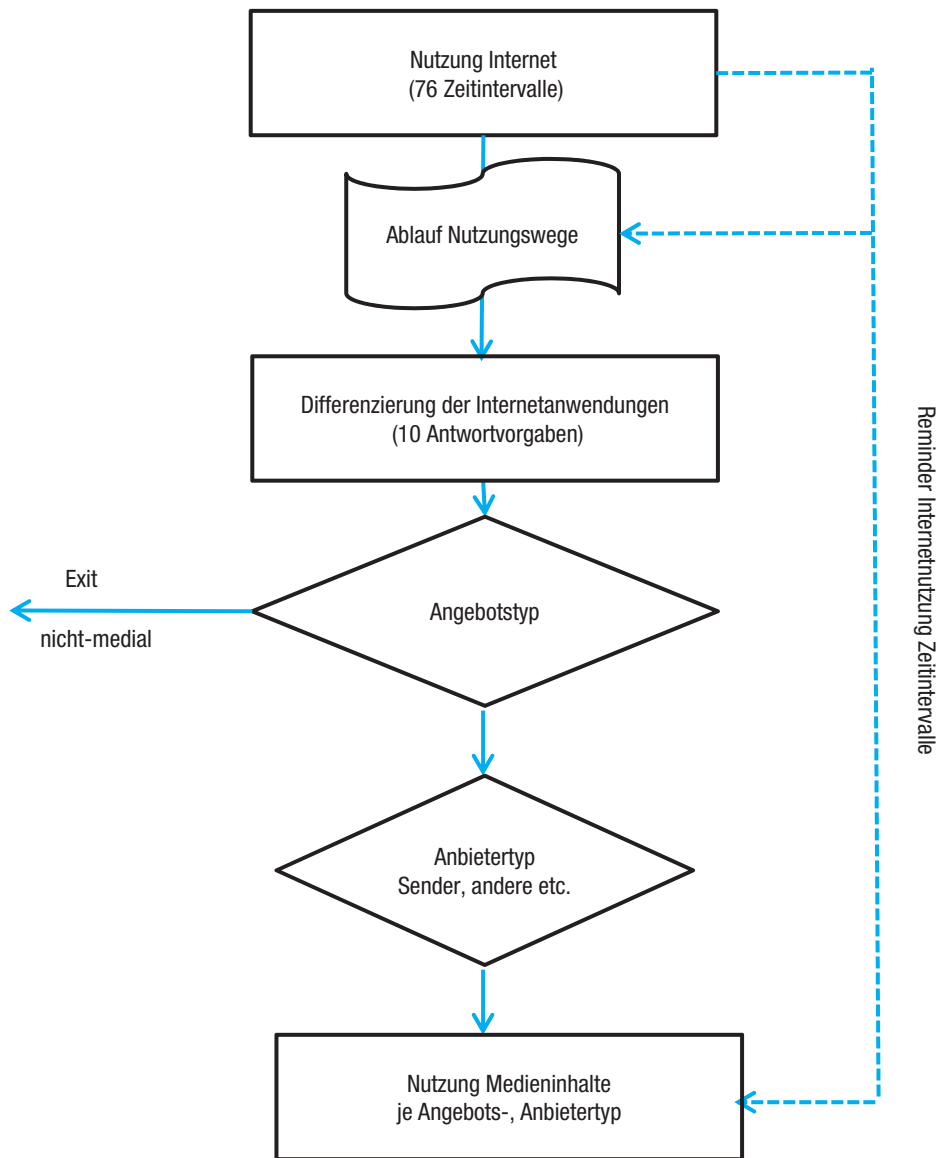
Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Mediennutzung differenziert nach Distributions- und Contentformen. Bei den Distributionsplattformen ist eine Einteilung der Geräte nach „Altgeräten“ („Legacy Devices“) und neuen digitalen Geräten („Digital Devices“) vorgenommen worden. Auch wenn das Gegensatzpaar von „legacy“ und „digital“ technisch und logisch nicht präzise ist, wird es häufig verwendet und beschreibt zutreffend den Unterschied zwischen Geräten, die sich im Kern funktional an der „Hinterlassenschaft“ (2) eines Gerätetyps orientieren, also beispielsweise das stationäre, mit 220

Volt betriebene Fernsehgerät, obwohl diese Geräte inzwischen fertigungstechnisch voll digital sind. Der Begriff „digitale Geräte“ ist funktional zu interpretieren im Sinne einer Nutzungsoption für „neue Medien“. Die digitalen Geräte sind weiter untergliedert nach stationären und mobilen Endgeräten. (3)

Die Nutzung von Inhalten (Content) gliedert sich nach Stream/Fernsehen, Audio/Radio und Text/aktuelle Nachrichten. Innerhalb dieser Contentnutzung wird unterschieden nach linearer und nonlinearer Nutzung. Daneben ist auch die nicht-mediale Internetausnutzung ausgewiesen, aber nicht in der Gesamtsumme der Mediennutzung enthalten.

Um die Zusammenfassungen der einzelnen Datenpunkte besser nachvollziehen zu können, sind die Ergebnisse detailliert mit einer Nachkomma-

Abb. 2 Befragungsschema: Internetdifferenzierung in der Studie Massenkommunikation 2015



Quelle: Eigene Darstellung.

stelle mehr ausgewiesen als sonst für die Studie Massenkommunikation üblich. Auswertungstechnisch sind die Zellen der Tabelle mit der größten Gliederungstiefe (also z. B. Fernsehen, live, digitales Gerät, mobil) netto berechnet, die darüber liegenden, in der Tabelle sichtbaren Zusammenfassungen brutto. Bruttowerte können innerhalb der Tabelle berechnet werden.

an digitalen Geräte liegen stationäre und mobile Endgeräte bezüglich der Nutzungsdauer nicht weit auseinander (27 Minuten stationär, 24 Minuten mobil). Der größte Teil ist nach wie vor linear, was vor allem auf den hohen Gebrauch klassischer Geräte zurückzuführen ist. Bei den klassischen Geräten sind weniger als 2 Prozent der Nutzung nonlinear, bei den digitalen Geräten sind es 16 Prozent.

Größter Teil der Mediennutzung ist nach wie vor linear

Entsprechend diesen für die speziellen Auswertungen hier vorgenommenen Auswertungskonventionen ergibt sich eine Nutzung von Stream, Audio und Text von täglich 449 Minuten, knapp 400 Minuten entfallen auf klassische Geräte. Von den 52 Minuten

Bewegtbild (Stream) und Audio sind bezüglich der Nutzungsoptionen an digitalen Geräten sehr unterschiedlich: Videoinhalte werden linear und nonlinear fast gleichermaßen lange genutzt. Für Audio zeigt sich ein anderes Bild: Hier spielt die nonlineare Nutzung eine untergeordnete Rolle. Obwohl durch das vergleichsweise geringe Speichervolumen bzw. Abrufvolumen Audio „einfacher“ nonlinear nutzbar ist als Video, hat das Radio als Tages-

Besonderer Wert des Radios durch lineares Angebot

Tab. 1 Systematik der Mediennutzung 2015
Personen ab 14. J., Nutzungsdauer in Min./Tag (brutto)

Contentnutzung	Distribution		digitale Geräte		
	alle Geräte	Legacy Devices ¹⁾	gesamt	stationär	mobil
alle Medien ²⁾					
gesamt	449,5	397,7	51,8	27,5	24,4
linear	433,8	390,3	43,5	21,9	21,6
nonlinear	15,7	7,4	8,3	5,6	2,8
Stream/Fernsehen					
gesamt	220,6	211,2	9,4	6,8	2,6
linear	209,7	205,4	4,3	3,3	1,1
nonlinear	10,9	5,8	5,0	3,5	1,5
Audio/Radio					
gesamt	192,2	164,0	28,3	11,4	16,8
linear	187,4	162,4	25,0	9,4	15,6
nonlinear	4,8	1,6	3,3	2,1	1,2
Text/aktuelle Nachrichten					
gesamt	36,6	22,5	14,2	9,3	4,9
linear	36,6	22,5	14,2	9,3	4,9
nonlinear	–	–	–	–	–
generischer Internetcontent/ Internetanwendungen					
gesamt	87,8	–	87,8	61,6	26,2

Durch größere Gliederungstiefe und spezifische Brutto- und Nettoberechnungen weichen die Ergebnisse in geringem Umfang von den Standardausweisen für die Studie Massenkommunikation ab.

Für die Zellen auf der granularsten Ebene sind jeweils Nettoberechnungen durchgeführt worden, die zusammenfassenden Randverteilungen der Tabelle sind Bruttoberechnungen. So geht beispielsweise die Nutzung eines Smartphones und eines Tablets (beides Mobilgeräte) im gleichen Zeitintervall nur einmal in die Nutzungsdauer ein, während die Nutzung eines stationären PCs und eines Smartphones mehrfach berücksichtigt wird.

1) Legacy Devices = Geräte, die im Funktionskern traditionellen (analogen) Empfangsgeräten entsprechen, auch wenn sie technisch digitale Technologien verwenden (z. B. digitales Fernsehen).

2) Alle Medien abzüglich nicht-medialer Internetanwendungen, die unten ausgewiesen, aber nicht in der Gesamtsumme der Mediennutzung enthalten sind.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

begleitet seinen besonderen Wert durch ein linear strukturiertes Angebot. Festzuhalten ist, dass bezüglich Contentnutzung und Distribution medialer Inhalte der „Altbestand“ eine hohe Wirkung auf das Gesamtergebnis hat. Gleichzeitig ist festzustellen, dass sich die Mediennutzung an digitalen Geräten bezüglich linearer und nonlinearer Nutzung signifikant unterscheidet.

Unterschiedliche Entwicklung der Mediennutzung in demografischen Gruppen

Tabelle 2 zeigt die in der Studie Massenkommunikation erhobene Differenzierung der Mediennutzung. Da die Hauptzielsetzung der Studie contentorientiert ist, wurde in der Tabelle die Internetnutzung den Kategorien Stream, Audio und Text zugeordnet. Die im Tagesablauf für die tagesaktuellen Medien Fernsehen, Radio und Tageszeitung ebenfalls erhobene Gerätedifferenzierung wird nicht getrennt ausgewiesen. Beispielsweise sind im Wert „Fernsehen aus Tagesablauf“ alle genutzten Geräte enthalten, die die Befragten nach Selbstauskunft als Fernsehen eingestuft haben. Insgesamt zeigen die Ergebnisse einige bemerkenswerte Ergebnisse in verschiedenen demografischen Gruppen. Neue Rezeptionsformen, die mit der Nutzung neuer Medientechnologien, vor allem des Internets, verbun-

den sind, spielen bei Männern eine größere Rolle als bei Frauen. In der Differenzierung aller Rezeptionsformen ist es ausschließlich das Lesen von Büchern, das von Frauen signifikant mehr genutzt wird als von Männern. Insgesamt zeigt sich auch, dass bei Personen ab 65 Jahren die Möglichkeiten der Mediennutzung über das Internet faktisch kaum genutzt werden. In der Gruppe der 50- bis 64-Jährigen ist die Nutzung textbasierter Medieninhalte (z. B. Homepage von Nachrichtenmagazinen) bereits nahe am durchschnittlichen Verhalten der Gesamtbevölkerung.

Rezeptionsformen der digitalen Medien sind vor allem bei den 14- bis 29-Jährigen und teilweise auch in der mittleren Altersgruppe (30 bis 49 Jahre) zu finden. 12 Prozent der Nutzung von Stream, 29 Prozent von Audio und 26 Prozent von Text finden in der jungen Altersgruppe nicht mehr über klassische Geräte, sondern über das Internet statt. Beliebter als das Live-Fernsehen im Internet

Etablierte Medienmarken sprechen über Internet jüngere Zielgruppen an

Tab. 2 Mediennutzungsdauer nach Rezeptionsformen 2015
Mo-So, 5.00 - 24.00 Uhr, in Min./Tag

	Gesamt		Geschlecht				Alter										Bildung					
			männlich		weiblich		14-29 J.		30-49 J.		ab 50 J.		50-64 J.		ab 65 J.		VS/HS ¹⁾		WF ²⁾		mind. Abitur	
	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %	in Min.	in %
Stream gesamt (netto)	219	-	213	-	224	-	164	-	193	-	259	-	247	-	272	-	253	-	218	-	167	-
Fernsehen aus Tagesablauf	208	95	201	94	216	96	144	88	181	94	254	98	240	97	268	99	246	97	206	94	153	92
Video	6	3	6	3	5	2	9	6	6	3	4	2	5	2	3	1	4	2	8	4	6	4
Bewegtbild im Internet (netto)	6	3	7	3	4	2	14	9	7	3	2	1	3	1	1	0	4	2	5	2	9	6
Fernsehsendungen live	1	0	1	1	1	0	3	2	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	2	1
Fernsehsendungen zeitversetzt	2	1	2	1	2	1	3	2	2	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	3	2
Videos	3	1	4	2	2	1	7	4	3	1	1	0	1	0	0	0	2	1	3	1	4	2
anderes	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Audio gesamt (netto)	199	-	208	-	191	-	194	-	210	-	194	-	205	-	183	-	195	-	221	-	178	-
Radio aus Tagesablauf	173	87	176	85	171	89	137	71	183	87	182	94	191	93	173	95	178	92	189	85	146	82
MP3/CD/MC	24	12	29	14	19	10	51	26	25	12	11	6	13	6	10	5	16	8	30	13	29	16
Audio im Internet	5	2	7	4	3	1	12	6	5	2	2	1	3	1	1	1	3	2	5	2	8	5
Homepage Radiosender	2	1	3	2	1	0	4	2	2	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	4	2
Onlineplattform																						
Rundfunksender	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Internetportal für Radiosender	2	1	3	2	2	1	7	4	2	1	1	0	1	1	0	0	2	1	2	1	3	2
Musikportale z.B. Spotify	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PC mit speziellem Programm z.B. clipnic	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Text gesamt (netto)	55	-	56	-	55	-	44	-	44	-	68	-	59	-	78	-	55	-	47	-	67	-
Tageszeitung	23	42	26	47	20	37	9	20	14	32	35	52	28	48	43	56	25	46	21	44	23	35
Zeitschrift	6	10	6	11	5	9	1	3	4	9	9	13	7	12	10	13	8	15	3	7	5	7
Buch	19	34	12	21	26	47	22	51	14	33	21	30	18	31	23	30	17	31	17	37	24	36
Text/aktuelle Nachrichten im Internet	9	16	13	23	5	9	12	28	13	29	5	7	8	13	2	3	6	11	6	14	17	25
Homepage Tageszeitung	4	8	6	12	2	4	6	13	7	16	2	2	2	4	1	1	3	5	3	6	9	13
Homepage Nachrichtenmagazin	3	5	4	8	2	3	3	8	4	10	2	3	3	5	1	1	1	3	2	4	6	10
TV-Sender	1	2	2	3	1	2	2	5	2	4	1	1	1	2	0	0	1	2	1	2	3	4
Internet-Serviceprovider	2	3	2	4	1	2	2	4	1	3	2	3	3	5	1	1	1	2	2	3	3	4
Suchmaschine	2	4	3	5	2	4	3	7	3	6	2	3	4	6	0	0	2	4	1	3	4	6
anderes	2	4	3	5	1	3	6	13	2	4	1	1	1	1	0	0	2	4	1	2	3	4

1) Volks-/Hauptschule.
2) Weiterführende Schule.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

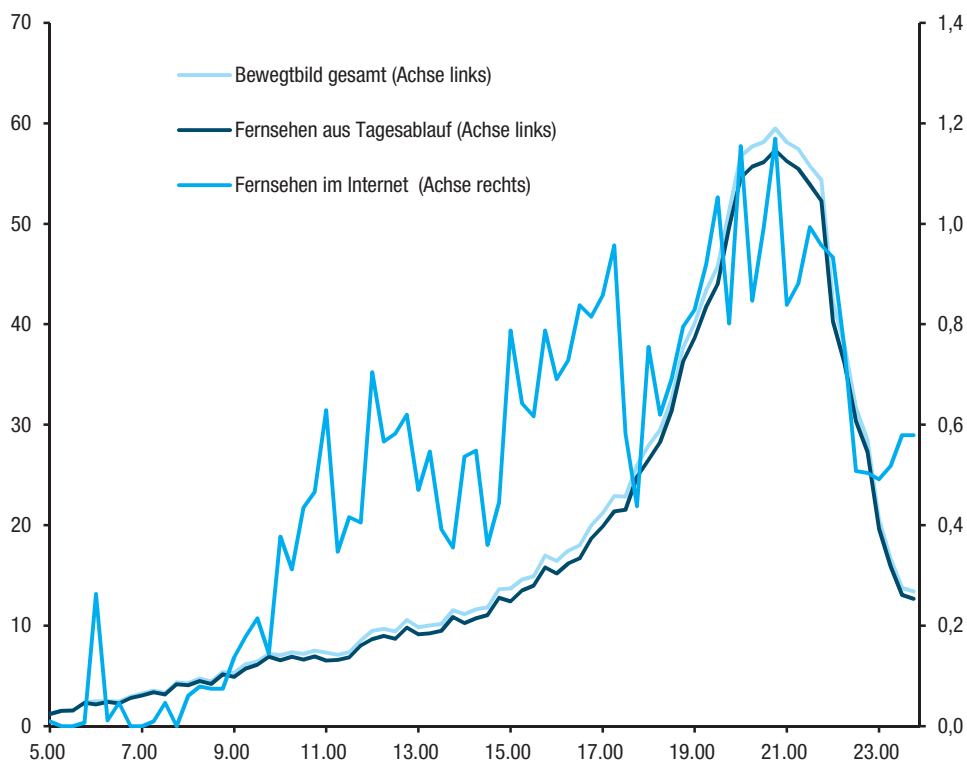
sind bei jungen Leuten vor allem Videos. Besonders hervorzuheben ist bei den Befunden der hohe Nutzungsanteil von Text auf der Homepage einer Tageszeitung oder eines Nachrichtenmagazins sowohl bei der jungen wie bei der mittleren Altersgruppe sowie der überdurchschnittliche Nutzungsanteil von Fernsehsendern. Selbst wenn hierzu keine detaillierteren Informationen erhoben wurden, liegt die Schlussfolgerung nahe, dass es den etablierten Medienmarken aus der klassischen Mediendistri-

bution gelingt, über den Transportweg des Internets auch jüngere Zielgruppen anzusprechen.

Die neuen digitalen Medien ermöglichen Mediennutzung auch ohne die Restriktionen der Zeit- und Ortsgebundenheit der klassischen Medien. Die folgenden Auswertungen (Abbildungen 3 bis 8) analysieren die strukturellen Unterschiede in der Nutzung über das Internet und über herkömmliche Geräte. Da das Niveau der Internetnutzung im Vergleich zur herkömmlichen Nutzung gering ist, sind die entsprechenden Reichweiten auf der rechten Seite extra skaliert. Die Skalierungen für Stream, Audio und Text sind ebenfalls unterschiedlich ge-

Strukturelle Unterschiede der Mediennutzung über herkömmliche Geräte und Internet

Abb. 3 Stream (Bewegtbild): Reichweite im Tagesverlauf 2015
Mo-So, 5.00 - 24.00 Uhr, Personen ab 14 J., in %



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

wählt, um einen möglichst starken Lupeneffekt zu erreichen.

Stream: Nutzung über Internet unterscheidet sich im Tagesverlauf deutlich vom klassischen TV

Die Darstellung für Stream zeigt deutlich sichtbare strukturelle Unterschiede: Die Streamingnutzung über das Internet ist im Tagesverlauf vom Morgen bis zum frühen Abend absolut gesehen auf wesentlich geringerem Niveau, aber relativ höher als beim klassischen Fernsehen (vgl. Abbildung 3). Trotzdem ist ein Höhepunkt in der Primetime sichtbar. Die geringe Nutzung in der Zeit von 6.15 Uhr bis ca. 9.00 Uhr und 17.15 Uhr bis 18.15 Uhr ist möglicherweise auf Fahrten von und zur Arbeitsstätte zurückzuführen.

Radionutzung im Internet: Kontinuierlicher Anstieg im Laufe des Tages

Der typische Tagesverlauf beim Radio zeichnet sich durch eine hohe Nutzung am Vormittag aus, wobei ab ca. 9.30 Uhr die Reichweite allmählich sinkt (vgl. Abbildung 4). Die Audionutzung über das Internet zeigt einen sehr unterschiedlichen Verlauf, der (ebenfalls absolut gesehen auf einem sehr viel niedrigeren Niveau) im Tagesverlauf kontinuierlich steigt und um 20.45 Uhr sein Maximum erreicht.

Lesen im Internet läuft nicht synchron mit klassischer Textnutzung

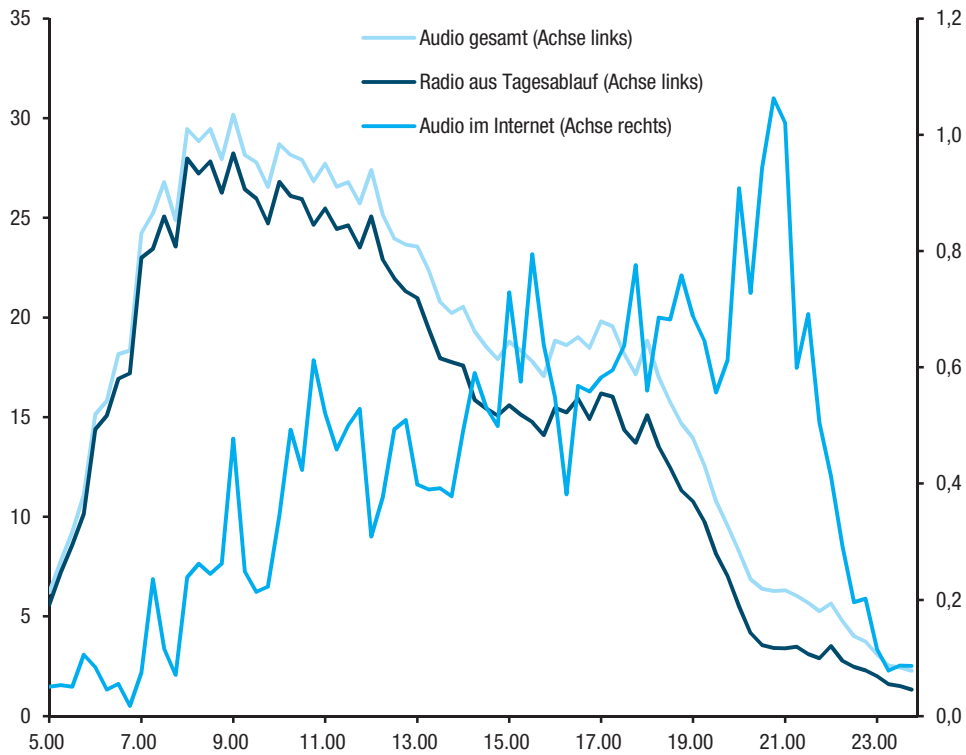
Die Rezeptionsform Text setzt sich im klassischen Bereich aus dem Lesen von Tageszeitungen, Zeitschriften und Büchern zusammen. Im Internet sind diese Kategorien schwieriger abzugrenzen. Neben den Angeboten der Print-Medienanbieter können auch Angebote von Internet Providern, Fernsehsendern oder Suchmaschinenanbietern funktionsgleich

als textliche Information für aktuelle Nachrichten genutzt werden. Der zusammenfassende Tagesverlauf über alle Formen der Textnutzung ist gekennzeichnet durch eine von der Zeitung bestimmte Spitze am früheren Morgen (vgl. Abbildung 5). Der Peak am Nachmittag ist das Zusammenspiel verschiedener Rezeptionsformen, insbesondere Buch und Zeitschriften liegen hier auf einem etwas höheren Niveau. Die Nutzung textlicher Informationen aus dem Internet verläuft (auf niedrigerem Niveau) nicht synchron mit den klassischen Angeboten für textliche Information. Die Spitzen liegen zeitlich etwa ein bis zwei Stunden später.

Zwar sind die Überlegungen zur Analyse der Medienutzung nach den Rezeptionsformen Stream, Audio und Text stark mit der Entkopplung von Verbreitungs- und Contentplattform in Zusammenhang mit dem Internet entstanden. Es gab aber auch bereits vor dieser Zeit unterschiedliche Optionen, Video, Audio und Text zu nutzen. Dies erfolgte auf sogenannten Tonträgern (z. B. Tonband, Musikkassetten, CDs, Minidiscs) oder Bildträgern (z. B. das Video-Home-System VHS), die teilweise mit Aufnahme-funktion oder nur mit Wiedergabefunktion betrieben werden konnten. Für die folgenden Darstellungen im langfristigen Vergleich wird die Gesamt-

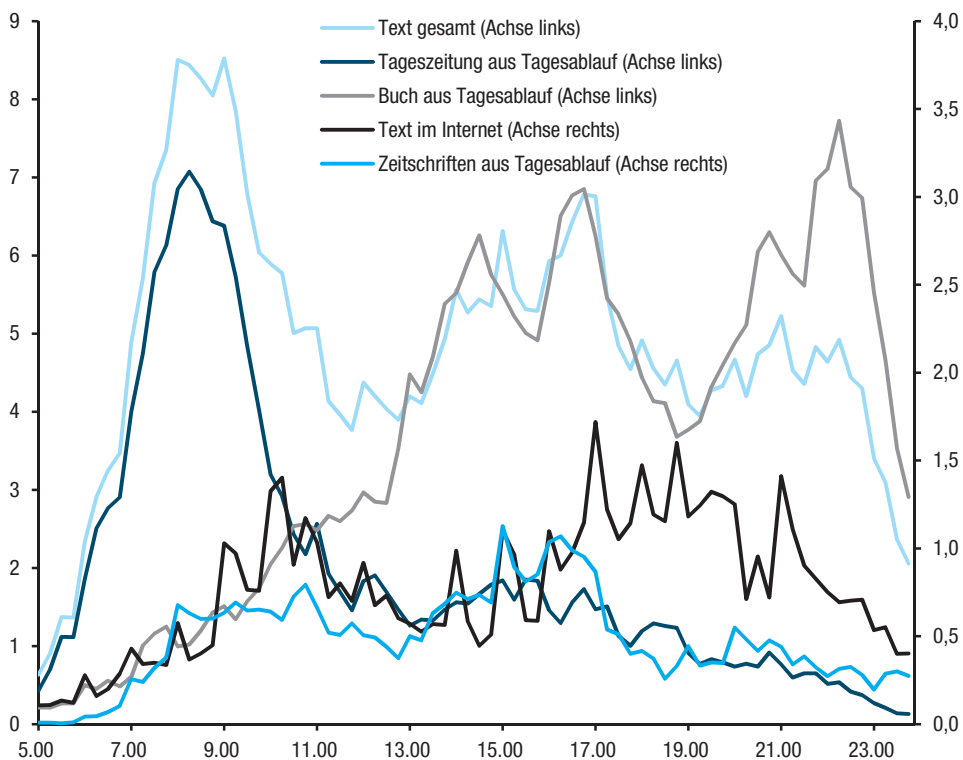
Klassische Mediennutzung und ihre Ergänzung zu Audio, Stream und Text

Abb. 4 Audio: Reichweite im Tagesverlauf 2015
 Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, Personen ab 14 J., in %



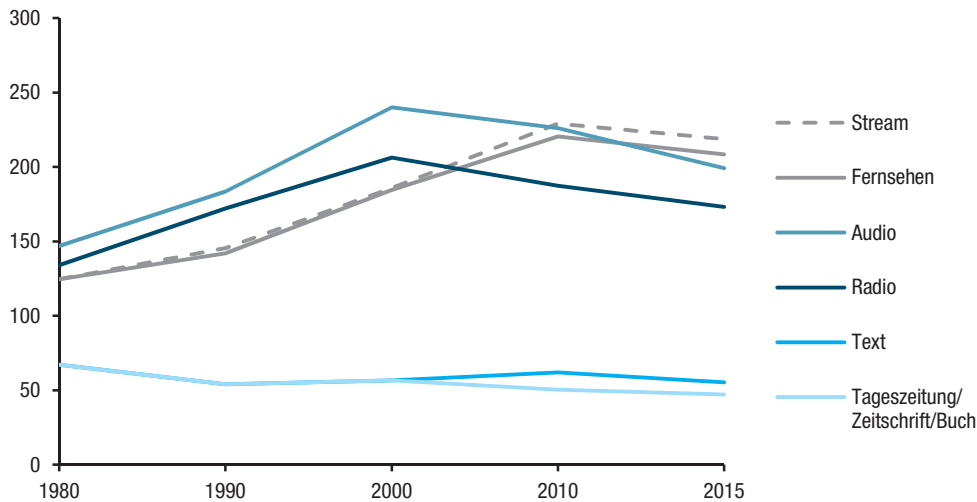
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 5 Text: Reichweite im Tagesverlauf 2015
 Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, Personen ab 14 J., in %



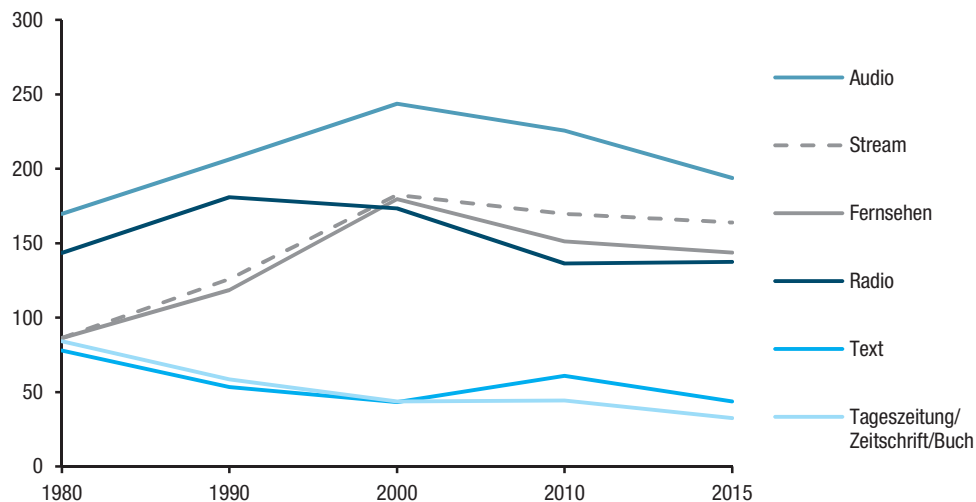
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 6 Nutzungsdauer aller Medien im Zeitverlauf bei der Gesamtbevölkerung
Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, Personen ab 14 J., in Min./Tag



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Abb. 7 Nutzungsdauer aller Medien im Zeitverlauf bei 14- bis 29-Jährigen
Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, Personen 14 bis 29 J., in Min./Tag



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

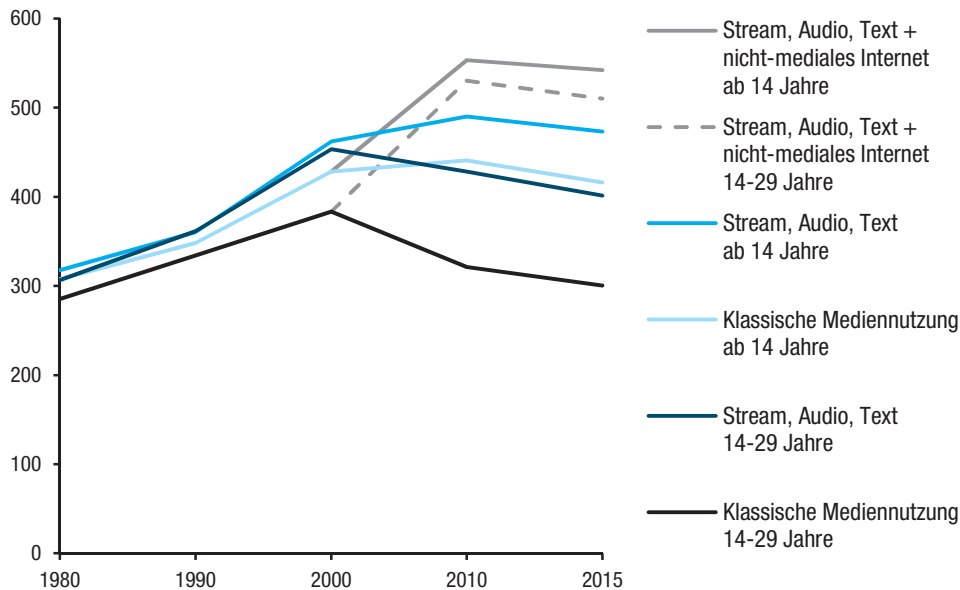
nutzung von Stream, Audio und Text dem enger abgegrenzten Fernsehen, Radio und Zeitung/Zeitschrift/Buch gegenübergestellt. Hierbei zeigt sich in der Gesamtbevölkerung, dass nur bei Audio eine nennenswerte Differenz zwischen der Nutzung von Audio gesamt und Radio erkennbar ist, die sich in den vergangenen Jahren aber verringert hat (vgl. Abbildung 6). Die Ursachen im Detail sind in der Studie Massenkommunikation nicht erhoben worden, möglicherweise haben die Tonträger an Bedeutung verloren. Beim Vergleich von Stream und Fernsehen sind die Unterschiede nicht allzu groß, haben aber im Zeitverlauf der letzten zehn Jahre etwas zugenommen. Gleiches gilt auch für die Re-

zeptionsform Text. Die grundlegende Charakteristik der Entwicklung ist auch bei den 14- bis 29-Jährigen zu sehen (vgl. Abbildung 7). Trotz eines Rückgangs in den vergangenen zehn Jahren liegt Audio in dieser Zielgruppe nach wie vor auf Platz 1 der Mediennutzung vor Stream.

Auf den ersten Blick mögen diese Befunde in Zusammenhang mit der Verbreitung und Nutzung des Internets in einem Widerspruch stehen. Differenziert man jedoch nach medialer und nicht-medialer

Anstieg der Internet-Nutzungsdauer vor allem bei nicht-medialen Anwendungen

Abb. 8 Nutzungsdauer von Stream, Audio und Text im Zeitverlauf bei der Gesamtbevölkerung und bei jungen Menschen
Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in Min./Tag



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation.

Internetnutzung, so ist die Entwicklung nachvollziehbar. Der Anstieg der Nutzungsdauer des Internets fand zu einem Großteil im nicht-medialen Bereich (4) statt, der aber – insbesondere Social Media – in einem Wettbewerb zu den hier behandelten Rezeptionsformen steht. Abbildung 8 verdeutlicht diesen Sachverhalt. Vergleicht man die Summe der Nutzung von Stream, Audio, Text mit und ohne nicht-mediales Internet, so ist bei den Onlinern ein Rückgang der klassischen Mediennutzung insgesamt und in der jungen Zielgruppe zu konstatieren, der auch durch das mediale Internet nicht ausgeglichen wird. Die Differenz zwischen den Kurven mit und ohne Internet ist sehr deutlich.

Fazit

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass bei den Streamingangeboten die am meisten genutzte Rezeptionsform Audio ist. Die neuen Optionen zur Nutzung von Stream, Audio und Text (stationär bzw. portabler/mobiler Computer) sind mit einer Ausstattung von 83 Prozent (5) bereits sehr stark verbreitet. Das Nutzungsvolumen ist allerdings noch nicht sehr hoch. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Handhabung bzw. der Komfort der Geräte und der erforderlichen Software („Apps“) verbessern und die Nutzung zunehmen wird.

Neue Optionen für Stream, Audio und Text sind weit verbreitet

Schwierig zu beurteilen ist, wie sich der Wettbewerb zwischen Stream, Audio und Text im Verhältnis zu Social Media entwickeln wird. Es ist jedoch wahrscheinlich – so jedenfalls die abschließende Prognose –, dass je mehr die technologischen Restriktionen bei der Mediennutzung entfallen – also Bandbreiten, Netzkosten, Gerätekosten, Restriktionen durch Stromverbrauch etc. – sich ein Gleichgewicht einstellen wird, bei dem es keine vollständige Verdrängung von Angeboten geben wird.

Wettbewerb mit Social Media ist offen

Anmerkungen:

- 1) Für eine allgemeine Beschreibung des Studiendesigns wird verwiesen auf Engel, Bernhard: Massenkommunikation 2015 – Vorüberlegungen und Methode. ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven 7-8/2015, S. 342-351.
- 2) Wörtliche Übersetzung: Legacy = Hinterlassenschaft (vgl. www.leo.org).
- 3) Die Unterscheidung zwischen stationär und mobil beschreibt zwei unterschiedliche Sachverhalte. Zum einen unterschiedliche Arten der Nutzung, wobei hier „stationär“ häufig synonym zu „in der eigenen Wohnung“ verwendet wird und „mobil“ synonym für „Unterwegsnutzung“. Der andere Sachverhalt typisiert Endgeräte: Stationär in diesem Sinne sind Geräte, die einen festen Platz in der Wohnung haben, meist mit dem Stromnetz verbunden sein müssen, während mobile Geräte leicht und tragbar sind und unabhängig vom Stromnetz betrieben werden. In den Auswertungen ist für Stream und Audio die Zuordnung über das genutzte Gerät vorgenommen worden; für die Tageszeitung wurde ersatzweise der Nutzungskontext „im Haus“ versus „außer Haus“ verwendet.
- 4) Vgl. hierzu auch die Ausführungen bei Engel, Bernhard/Christian Breunig: Massenkommunikation 2015: Mediennutzung im Intermediavergleich. Ergebnisse der ARD/ZDF-Langzeitstudie. In: Media Perspektiven 7-8/2015, S. 310-322.
- 5) Vgl. ebd., S. 311 (Tabelle 1).

