

## ARD/ZDF-Online-Studie 2003

Mehr als die Hälfte der Deutschen nutzt das Internet

Die Zahl der Internet-Nutzer in Deutschland ist 2003 nach einem schwachen Zuwachs im Vorjahr wieder deutlich angestiegen. 34,4 Millionen Erwachsene, das sind 53,5 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren, sind inzwischen online. Gegenüber 2002 stieg die Online-Nutzung um 22 Prozent. Am häufigsten wird das Internet von den 14- bis 19-Jährigen (92,1 Prozent) genutzt, am wenigsten von Menschen über 60 Jahren (13,3 Prozent). In dieser Altersgruppe sind die Zuwachsraten allerdings besonders hoch. Zu diesen Ergebnissen kommt die ARD/ZDF-Online-Studie 2003, über die die neueste Ausgabe der Fachzeitschrift "Media Perspektiven" berichtet.

Der Studie zufolge fanden im letzten Jahr Bevölkerungskreise zum Internet, die dem neuen Medium bisher relativ distanziert gegenüberstanden. Maßgeblicher Anreiz für den Neuzugang waren neben der Kommunikation mit anderen Internet-Nutzern und schneller Informationsbeschaffung vor allem der Zugang zu Märkten und Produkten sowie zu internet-spezifischen Serviceleistungen. Damit bleibt das Internet für die meisten Anwender vornehmlich ein Kommunikations- und Informationsmedium. Unterhaltungsangebote spielen weiterhin nur eine geringe Rolle. Der Umgang mit den Webangeboten erfolgt rational und zweckorientiert. Die meisten Nutzer steuern gezielt ihre Lieblingsadressen an, die sie immer wieder aufsuchen. Im Schnitt werden je Internet-Sitzung fünf Seiten aufgerufen. Zu diesen Favoriten zählen vor allem Angebote, die bereits aus der Offline-Welt vertraut sind. Das Markenimage der etablierten Anbieter überträgt sich auf deren Internet-Auftritte.

Das Internet hat sich inzwischen als wichtiges Medium für tagesaktuelle Informationen etabliert. Neben den Newsportalen von Suchmaschinen und Providern sind es vor allem die Online-Auftritte der etablierten Informationsmedien, die auf hohes Interesse stoßen. Für ARD und ZDF bedeutet dies, dass die Nutzer die mit den Marken ARD und ZDF verbundene Kompetenz und Seriosität auf deren Internet-Angebote übertragen. Dabei erwarten sie, dass die Online-Angebote von ARD und ZDF die Fernseh- und Hörfunksendungen ergänzen und erweitern.

Erneut bestätigt die Studie die Komplementärbeziehung zwischen Internet und den klassischen Medien: Parallel zur Zunahme der Internetnutzung ist die Fernseh- und Radio-nutzung in den letzten Jahren angestiegen. Eine Verdrängung von Fernsehen und Hörfunk durch das Internet findet nicht statt. Im Gegenteil: Das Internet ergänzt die klassischen Medien. Die Mediennutzung steigt weiter an. Die Ursache ist in den unterschiedlichen Funktionen der Medien zu sehen. Während Fernsehen und Hörfunk Information und Unterhaltung gleichermaßen bieten, steht beim Internet die Kommunikation und der schnelle Informationsabruf im Mittelpunkt.

ZDF-Intendant Markus Schächter, Vorsitzender der ARD/ZDF-Medienkommission: "Das Internet hat sich neben dem Fernsehen, dem Radio und den Printmedien als viertes tagesaktuelles Medium etabliert. Die Medien befriedigen unterschiedliche Bedürfnisse und werden komplementär genutzt."

Der stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission und Intendant des Hessischen Rundfunks, Dr. Helmut Reitze, sieht in den Ergebnissen der Studie die Online-Strategie der ARD bestätigt: "Gerade in einer Zeit, in der das Interesse der Menschen am aktuellen Geschehen besonders hoch ist, brauchen und schätzen die Menschen mehr denn je die Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit der ARD - und dies sowohl in unseren Hörfunk- und Fernsehprogrammen wie auch in unseren Online-Angeboten."

Auftraggeber der ARD/ZDF-Online-Studie 2003 ist die ARD/ZDF-Medienkommission. Die Untersuchung zur Verbreitung und Nutzung des Internet in Deutschland wird seit 1997 vom Institut ENIGMA GfK für Medien- und Marktforschung, Wiesbaden, durchgeführt. Die

Repräsentativerhebung erfasst das Verhalten von Online-Nutzern ab 14 Jahren in Deutschland.

Eine ausführliche Darstellung der wichtigsten Ergebnisse der ARD-/ZDF-Online-Studie 2003 ist in Ausgabe 8/2003 der Zeitschrift "Media Perspektiven" erschienen, zu beziehen über Fax-Nr. 069/155-2857. Außerdem steht die Studie auch unter [www.zdf.de](http://www.zdf.de) zum Abruf bereit. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Birgit van Eimeren, BR (089/5900-2044) oder Beate Frees, ZDF (06131/705483).