

ARD/ZDF-Onlinestudie: 53,4 Mio. Internetnutzer in Deutschland**Mobiles Netz und Web-TV boomen**

Die neueste Ausgabe der ARD/ZDF-Onlinestudie zeigt vor allem zwei große Trends auf: Die mobile Internetnetzung wächst enorm - und TV-Inhalte werden immer mehr im Netz konsumiert - und das sowohl live als auch zeitversetzt. Insgesamt ermittelte die Studie inzwischen 53,4 Mio. deutschsprachige Internetsnutzer ab 14 Jahren - damit sind recht eindrucksvolle 75,9% der Bevölkerung online. Interessanterweise ist die Verweildauer dabei aber weiter gesunken - auf den tiefsten Wert seit 2008.

133 Minuten sind die 53,4 Mio. Nutzer im Durchschnitt pro Tag online - 2011 waren es noch 137 Minuten und auch 2009 und 2010 lag der Wert über dem aktuellen. Während die jungen Nutzer (168 Minuten) weiter unverändert lang im Netz unterwegs sind und bei den Über-50-Jährigen die Zahl von 103 Minuten auf 105 leicht anstieg, verbringen die 30- bis 49-Jährigen weniger Zeit online: 132 Minuten und damit sechs weniger als 2011.

Interessante Veränderungen gibt es auch beim Thema Internetzugang: Die Zahl derjenigen, die über einen stationären PC ins Netz gehen, sank auch 2012 - von 75% auf 73%. 2007 lag diese Zahl noch bei 91%. Dafür kletterte das Laptop von 53% auf nun 58%. Die höchsten Zuwachsraten gibt es aber bei den mobilen Geräten: 22% gehen inzwischen mit Smartphones ins Netz, davon 9% mit einem iPhone. Noch vor zwei Jahren gingen insgesamt nur 8% der Onlinenutzer mit einem Telefon ins Netz. Tablets spielen noch keine allzu große Rolle - sie liegen mit 4% auf dem Niveau von Spielkonsolen.

Deutliche Zuwachsraten verzeichnen TV-Inhalte im Netz: Inzwischen schauen 30% Fernsehsendungen zeitversetzt im Internet, immerhin 23% schauen zumindest gelegentlich auch live fernsehen im Web. Damit hat sich der On-Demand-Wert in fünf Jahren von 10% auf 30% verdreifacht, der Live-Wert kletterte im selben Zeitraum von 8% auf 23%. Auf Videoportalen sind Fernsehsendungen weiterhin nicht der beliebteste Content: 72% der Onliner schauen dort Musikvideos, 42% selbstgedrehte Videos, 36% Trailer, 26% Tutorials und 25% TV-Sendungen und Filme.

Ihr Potenzial ausgeschöpft haben offenbar allmählich die sozialen Netzwerke. Nach klaren Zuwachsraten in den vergangenen Jahren ging es für private Netzwerke und Communities in diesem Jahr nur von 42% auf 43% hinauf. Berufliche Netzwerke nutzen 8% (2011: 6%), das getrennt abgefragte Twitter 4% (2011: 3%).

Die kompletten Ergebnisse der Studie finden Sie unter ard-zdf-onlinestudie.de.

Jens Schröder 20.08.2012