

ÖVA 2020: DIE NEUEN KOMMUNIKATIONSWELTEN – LIVE-KOMMUNIKATION NIMMT DEUTLICH ZU

Der Trend ist eindeutig: Seit 2000 hat sich die Zahl der täglichen Internet-Nutzer mehr als vervierfacht, die Anzahl der intensiven Social Media-Nutzer hat sich in den letzten 13 Jahren mehr als versiebenfacht. Insgesamt ist bereits mehr als die Hälfte der Österreicher ab 14 Jahren 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 Spalten verlaufen 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 im Vergleich zur österreichischen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Intensive Social Media-Nutzer zwischen 14 und 20 Jahren nutzen das Internet im Durchschnitt 192 Minuten täglich.

Die Zahl der täglich in der virtuellen Welt Aktiven hat sich in den letzten 21 Jahren mehr als vervierfacht. Genau genommen geben 61 Prozent der Österreicher ab 14 Jahren dem IMAS in der ÖVA 2020 (Österreichische Verbraucheranalyse) zu Protokoll,

das Internet täglich oder nahezu täglich zu nutzen – 77 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren 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 46 Prozentpunkte vermindert. Nur noch knapp jeder Vierte bleibt dem virtuellen Raum konsequent fern.

Zudem erhöhte sich die Zahl der Social Media-Nutzer rapide: Seit 2008 ist der Anteil der intensiven Nutzer von Web 2.0 Applikationen von drei Prozent auf 23 Prozent angestiegen und im erweiterten Kreis inklusive der "Ab und zu"-Nutzer von neun Prozent auf 53 Prozent. Social Media durchdringt nun die Gesellschaft, schafft aber auch unter den Internet-Nutzern verschiedene Anwendungsbereiche und ein verändertes Nutzungsverhalten.

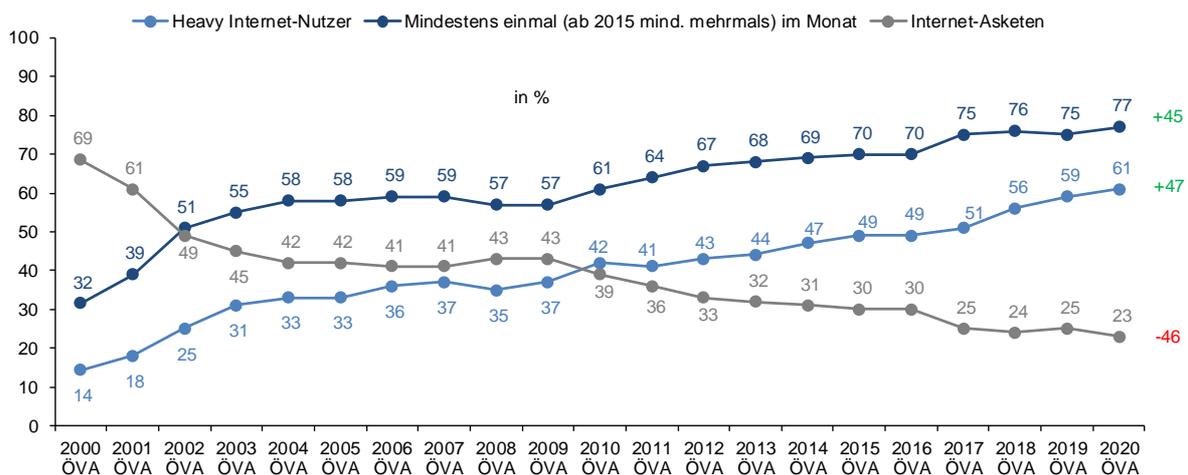
ÖVA Verbraucheranalyse 2020

IMAS Markt- und Mediastudie

Betrachtet man die insgesamt zur Verfügung stehende Medienlandschaft genauer, so teilen sich im Jahre 2020 die Österreicher ab 14 Jahren in vier zentrale Mediennutzergruppen auf.

Tägliche Internet-Nutzung hat sich in 21 Jahren mehr als vervierfacht

Frage: "Wie oft benutzen Sie das Internet?"



Die österreichische Kommunikationswelt ist somit nicht nur – wie noch vor rund zehn Jahren – zweigeteilt, sondern die digitale Spaltung spiegelt sich, wie in den letzten Jahren, 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 sieben Prozent der Internet-Asketen unter 30 Jahre alt. 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. der sozialen Medien. Im Vergleich zum letzten Jahr zeigt sich eine stabile Entwicklung bei den moderaten Social Media-Nutzern. Die sozialen Medien scheinen seit 2018 auch die Generation 50+ zu erreichen. Genau genommen sind nun 53 Prozent der Österreicher ab 14 Jahren zumindest ab und zu in sozialen Netzwerken unterwegs.

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

Intensive Social Media-Nutzer (Typ D) verbringen im Durchschnitt bereits 139 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 Internet eindeutig am häufigsten ausgewählt wird. Beinahe gleichauf liegen dann TV und Radio, aber erst mit deutlichem Abstand dahinter.

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 im Vergleich zur österreichischen Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren.

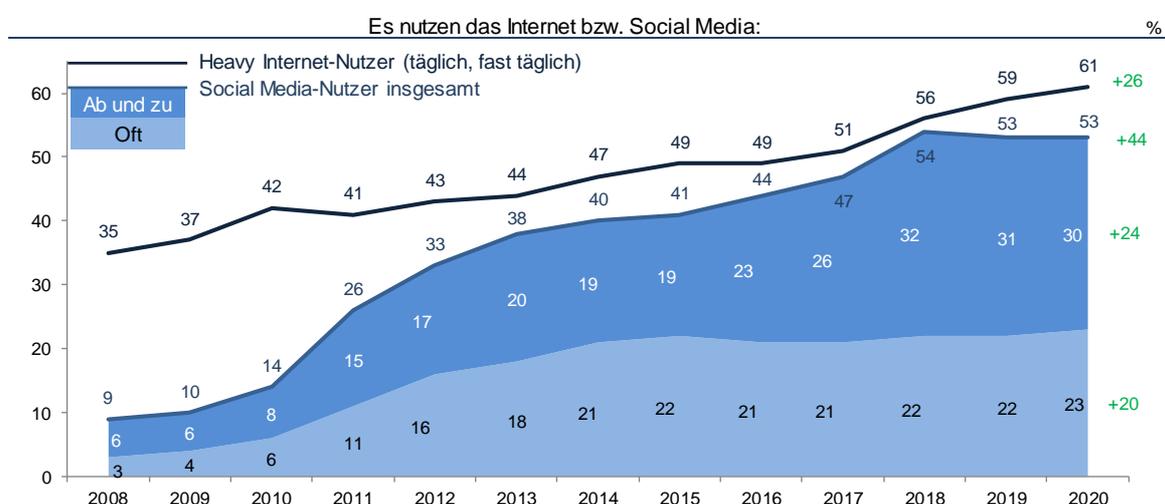
Dokumentation

Zeitraum der Umfrage: August 2019 – Juni 2020

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

Archiv-Nummer der Umfrage: 920001

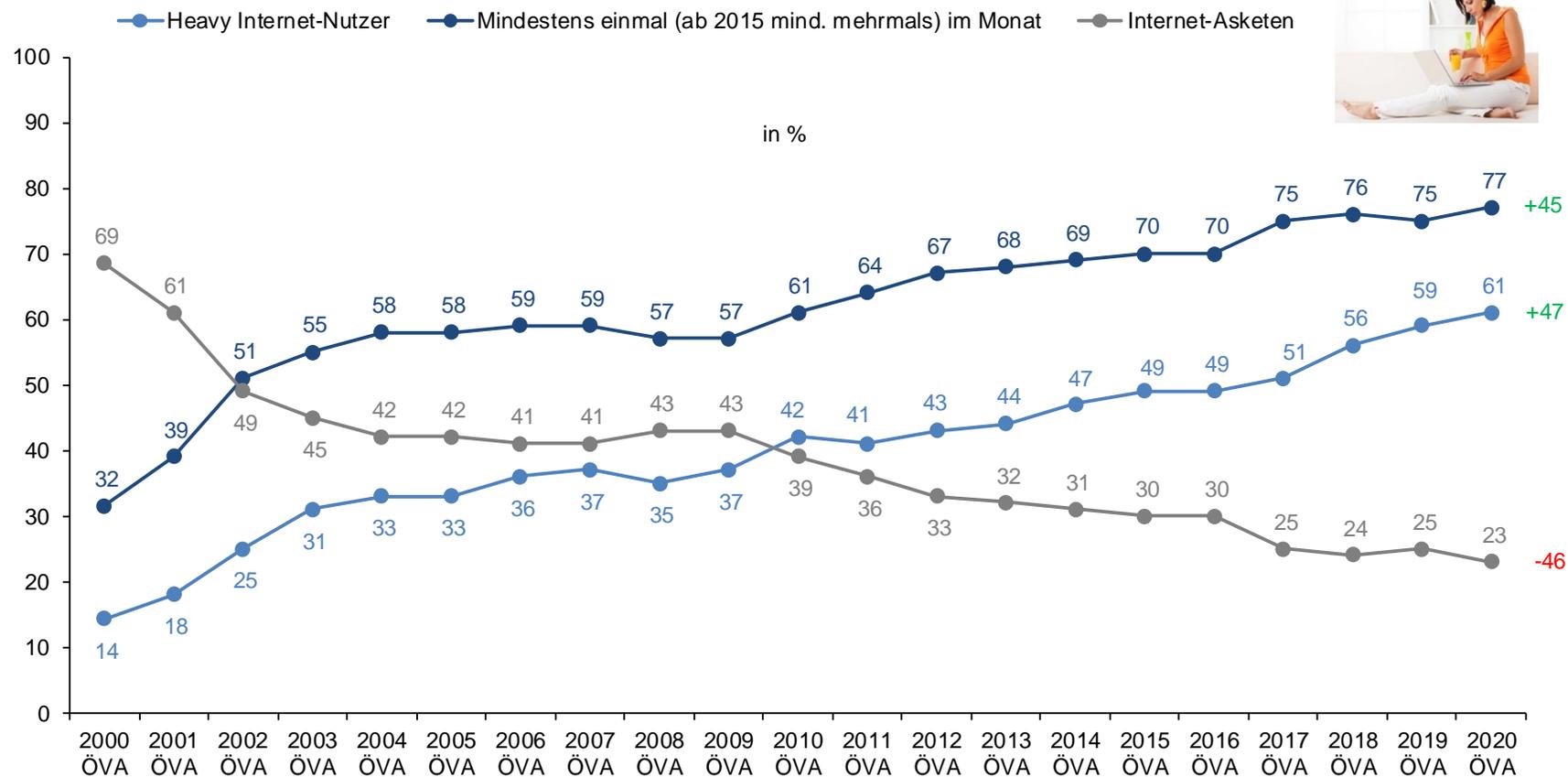
Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 13 Jahren mehr als versiebenfacht



► Tägliche Internet-Nutzung hat sich in 21 Jahren mehr als vervierfacht

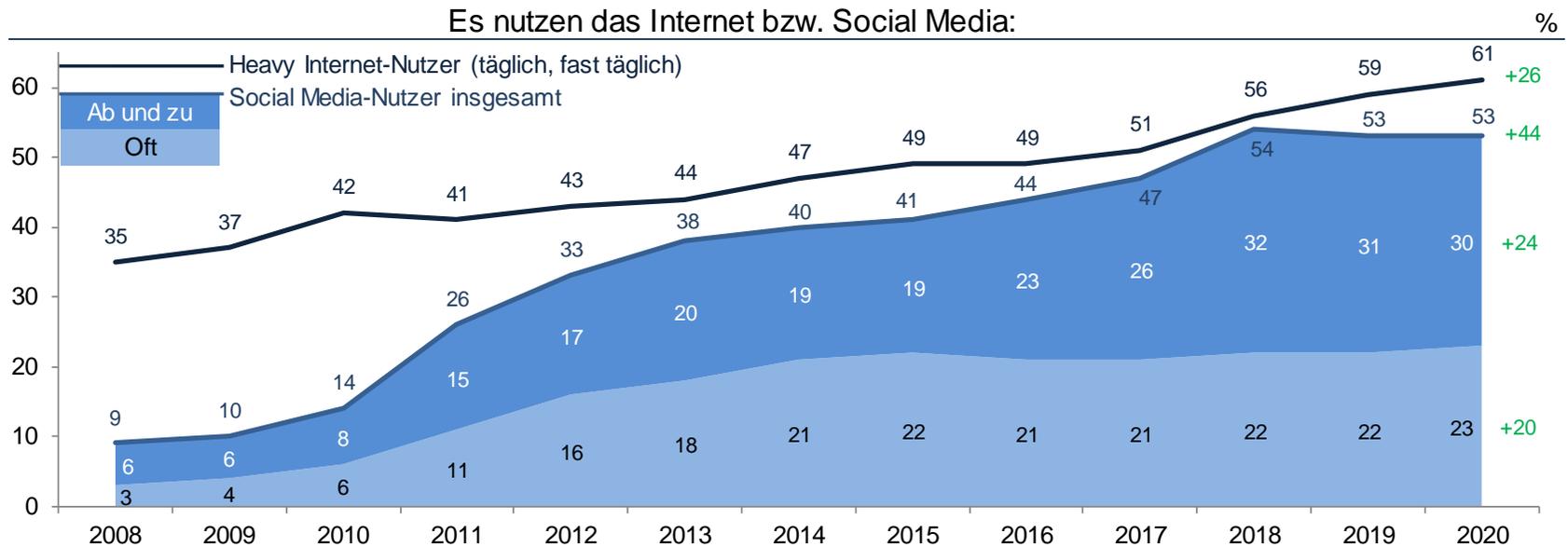
Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren

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



Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 13 Jahren mehr als versiebenfacht

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren



Die vier neuen Kommunikationswelten

TYP A: 23% (-2 Pp.)

Internet-Asketen

Mediennutzung ohne
Internet



TYP B: 25% (+2 Pp.)

Basis-Internet-Nutzer

Mediennutzung, Internet
Aber kein Web 2.0



TYP C: 29% (-1 Pp.)

**Moderate Social
Media-Nutzer**

Mediennutzung, Internet
Web 2.0 ab und zu



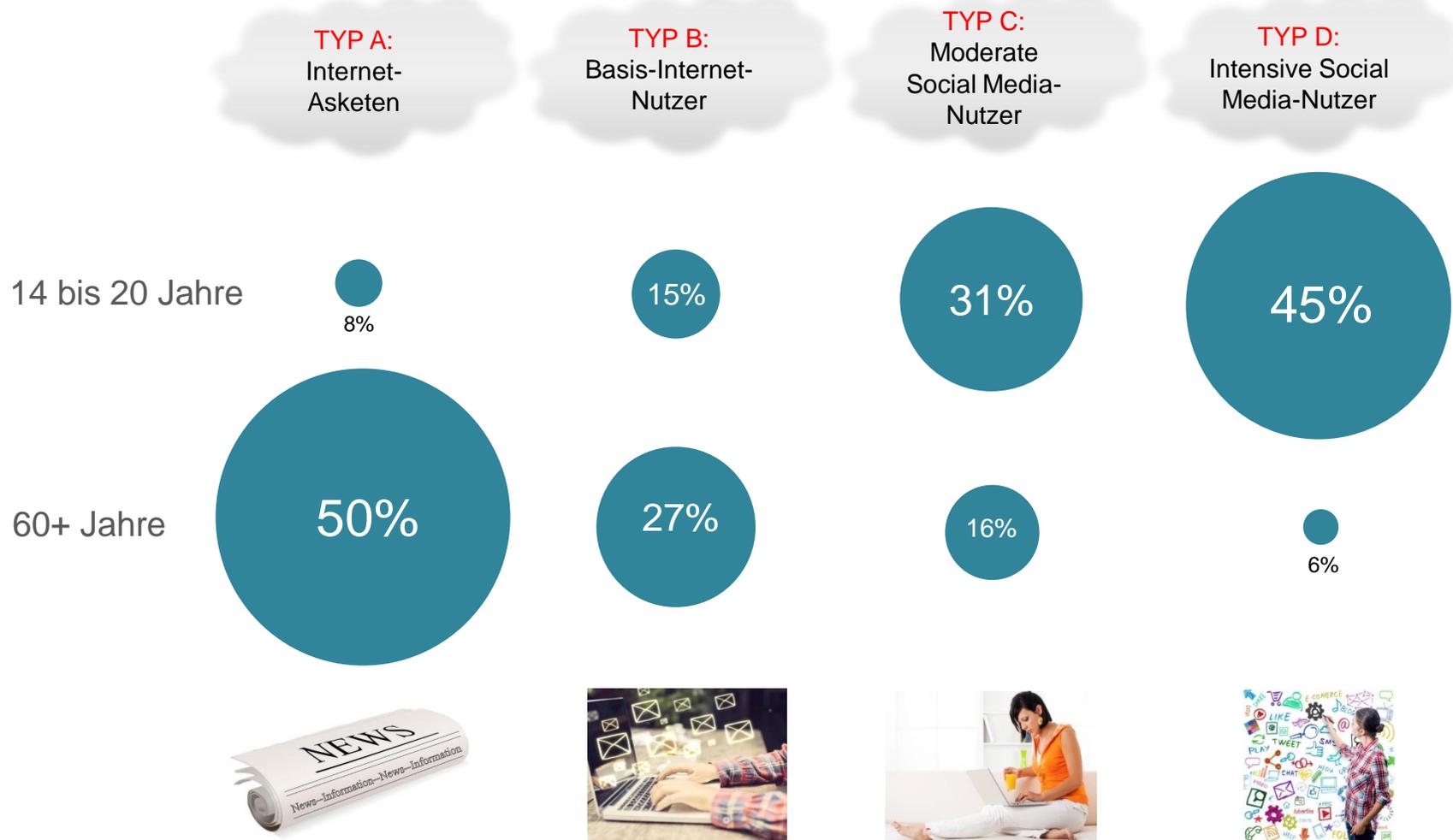
TYP D: 23% (+1 Pp.)

**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

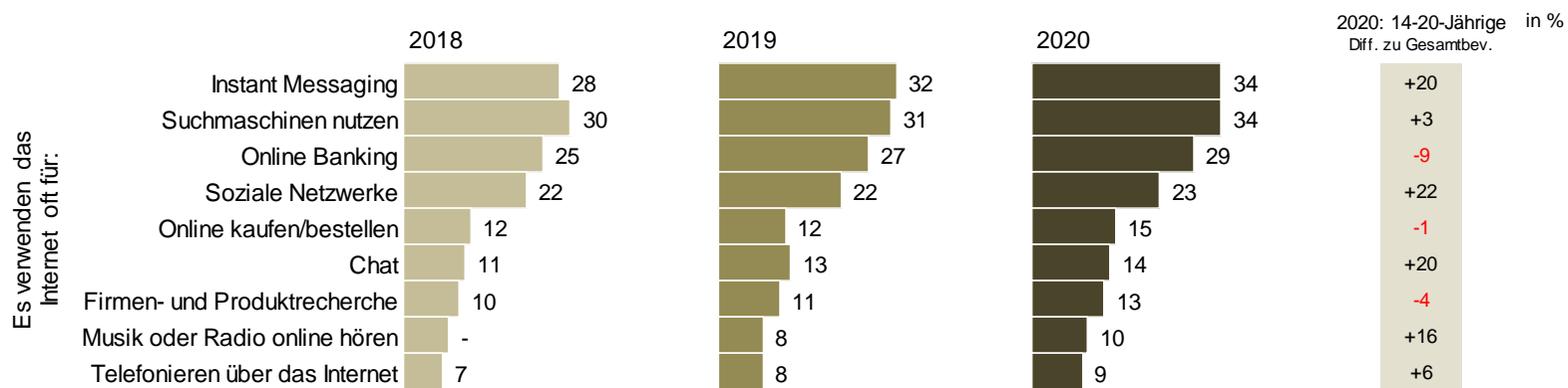
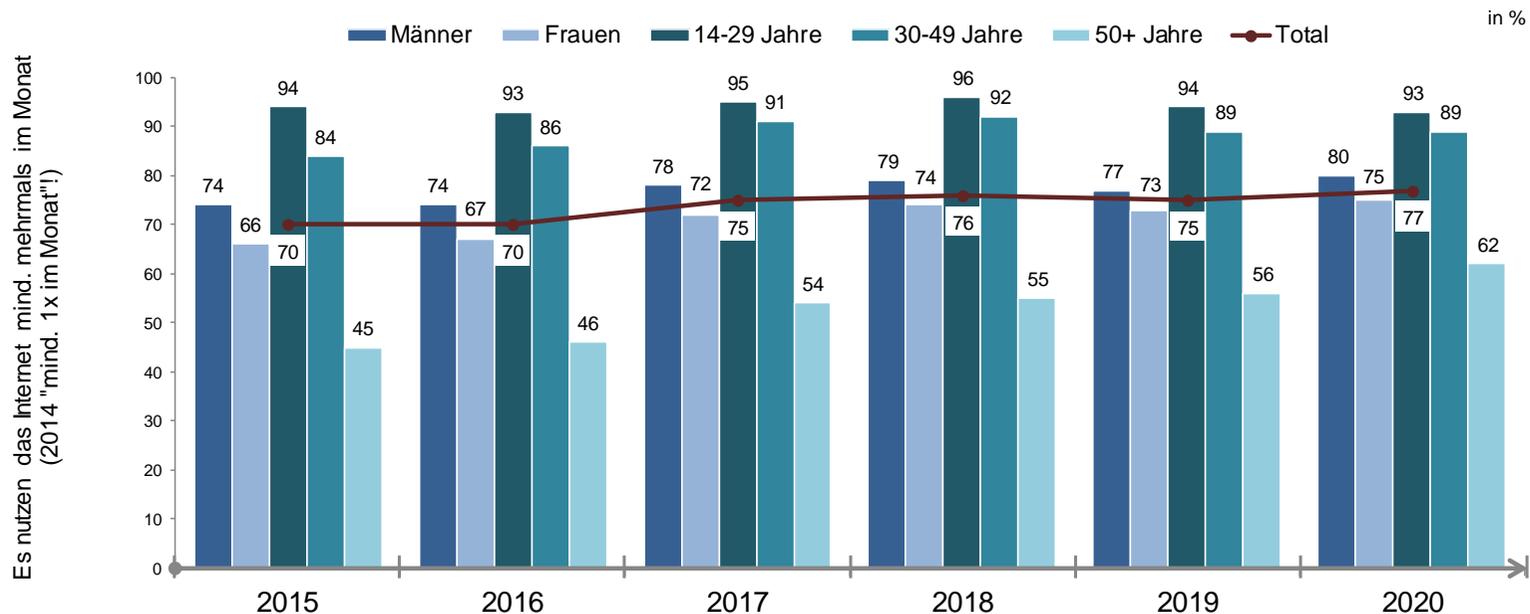


Das Internet in Österreich: Nutzung und Anwendungsgebiete

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren

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

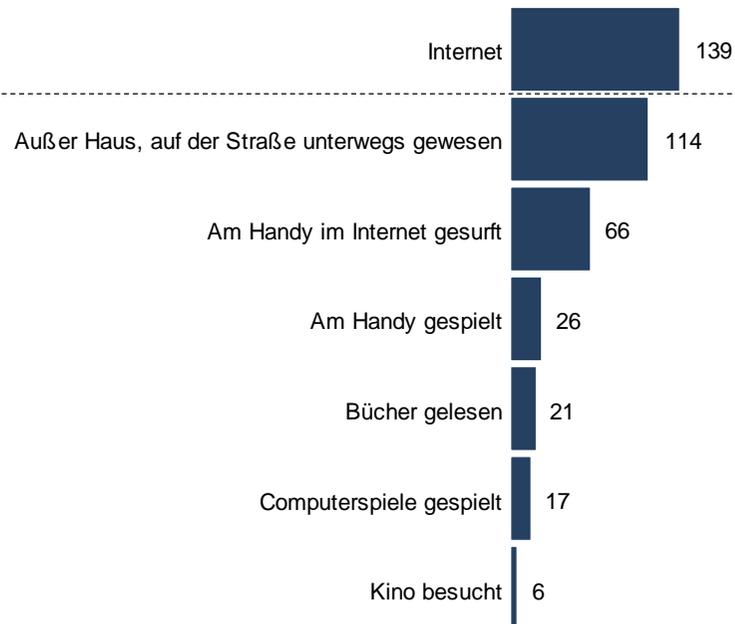
Frage: "Wofür nutzen Sie das Internet? Ich lese Ihnen einige Möglichkeiten vor, und Sie sagen mir bitte immer, ob Sie das oft, ab und zu oder nie machen."



Intensive Social Media-Nutzer – Ausgewählte Aktivitäten

TYP D: 23% Intensive Social Media-Nutzer

Minuten
im Ø



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

Minuten
im Ø

