

ÖVA 2022: TÄGLICHE INTERNET-NUTZUNG IN 22 JAHREN MEHR ALS VERVIERFACHT – SIEGESZUG VON SOCIAL MEDIA GEHT WEITER: IN 14 JAHREN VERACHTFACHT – 14- BIS 20-JÄHRIGE VERÄNDERTEN IHR MEDIENVERHALTEN DEUTLICH

Der Trend ist eindeutig: Seit 2000 hat sich die Zahl der täglichen Internet-Nutzer:innen vervierfacht, die Anzahl der intensiven Social Media-Nutzer:innen hat sich in den letzten 14 Jahren mehr als verachtfacht. Insgesamt ist bereits mehr als die Hälfte der Österreicher:innen im Web 2.0 aktiv, die Gruppe der Internet-Asket:innen 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 zwei Bereichen des Internets deutlich: Instant Messaging und Soziale Netzwerke. Beide Nutzungskategorien sind in dieser jungen Altersgruppe um mehr als 20 Prozentpunkte höher ausgeprägt.

Wichtig ist in Bezug auf diese Altersgruppe folgende Entwicklung: Seit 2017 zeigt sich ein deutlicher Rückgang beim linearen TV-Konsum und Radiokonsum, dafür steigt die Nutzung von Internet und Pay-TV-Angeboten.

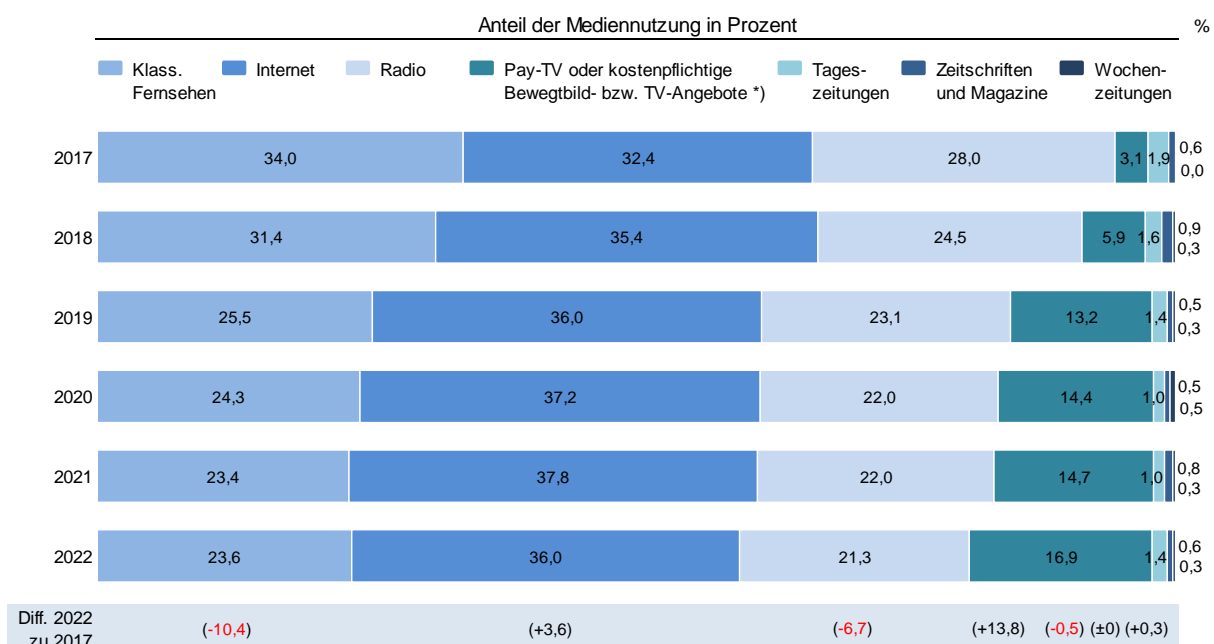
ÖVA Verbraucheranalyse 2022

IMAS Markt- und Mediastudie

Die Zahl der täglich in der virtuellen Welt Aktiven hat sich in den letzten 22 Jahren vervierfacht. Genau genommen geben 61 Prozent der Österreicher:innen dem IMAS in der ÖVA 2022 (Österreichische Verbraucheranalyse) zu Protokoll, das Internet täglich oder nahezu täglich zu nutzen – 78 Prozent der Bevölkerung sind zumindest mehrmals monatlich im Netz.

Mediennutzung und Informationsverhalten der 14- bis 20-jährigen Österreicher:innen – Trend

Frage: "Wie lange haben Sie (jedes gestern genutzte Medium abfragen) gestern insgesamt genutzt, wenn Sie alles zusammenrechnen?"



*) 2017 & 2018: "(zeitversetztes) Fernsehen, z.B. TVthek, Streaming...."

Der Anteil der Internet-Asket:innen, also der Menschen, die das Internet kaum oder gar nicht nutzen, hat sich seit dem Jahr 2000 um 47 Prozentpunkte vermindert. Nur noch jeder Fünfte bleibt dem virtuellen Raum konsequent fern.

Auch die Zahl der Social Media-Nutzer:innen erhöhte sich rapide: Seit 2008 ist der Anteil der intensiven Nutzer:innen von Web 2.0 Applikationen von drei Prozent auf 25 Prozent angestiegen und im erweiterten Kreis inklusive der "Ab und zu"-Nutzer:innen von neun Prozent auf 53 Prozent. Social Media durchdringt die Gesellschaft, schafft aber auch unter den Internet-Nutzer:innen verschiedene Anwendungsbereiche, ein verändertes Nutzungsverhalten und unterschiedliche Nutzungsgeschwindigkeiten.

Betrachtet man die insgesamt zur Verfügung stehende Medienlandschaft genauer, teilen sich die Österreicher:innen im Jahre 2022 in vier zentrale Mediennutzer:innengruppen.

Die österreichische Kommunikationswelt ist somit nicht nur – wie noch in früheren Zeiten – zweigeteilt, sondern die digitale Spaltung spiegelt sich, wie schon in den letzten Jahren zuvor, erneut in vier Gruppen wider: Grundsätzlich zeigt sich, dass nur eine absolute Minderheit der Österreicher:innen überhaupt keine Medien nutzt. Daher kann man die österreichische Gesellschaft in unterschiedliche Mediennutzer:innentypen nach Art der Nutzung des Internets (vier Kommunikationswelten) unterteilen.

In einer – der Welt der Internet-Asket:innen – 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-Asket:innen unter 30 Jahre. In den weiteren drei Gruppen (Internet-Nutzer:innen) 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 intensiven Social Media-Nutzer:innen. Die sozialen Medien scheinen nun auch die Generation 50+ zu erreichen. Genau genommen sind nun 53 Prozent der Österreicher:innen ab 14 Jahren zumindest ab und zu in sozialen Netzwerken unterwegs.

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 das Internet voran liegt und TV und Radio erst mit deutlichem Abstand dahinter folgen. Seit 2017 zeigt sich ein signifikanter Rückgang beim linearen TV-Konsum und Radiokonsum, dafür steigt die Nutzung von Internet und Pay-TV-Angeboten deutlich. War 2017 nur ein Anteil von 3,1 Prozent im Bereich Pay-TV verortet, ist es nun ein Anteil von 16,9 Prozent. Auch Internet nimmt im Jahresvergleich zu 2017 um 3,6 Punkte zu.

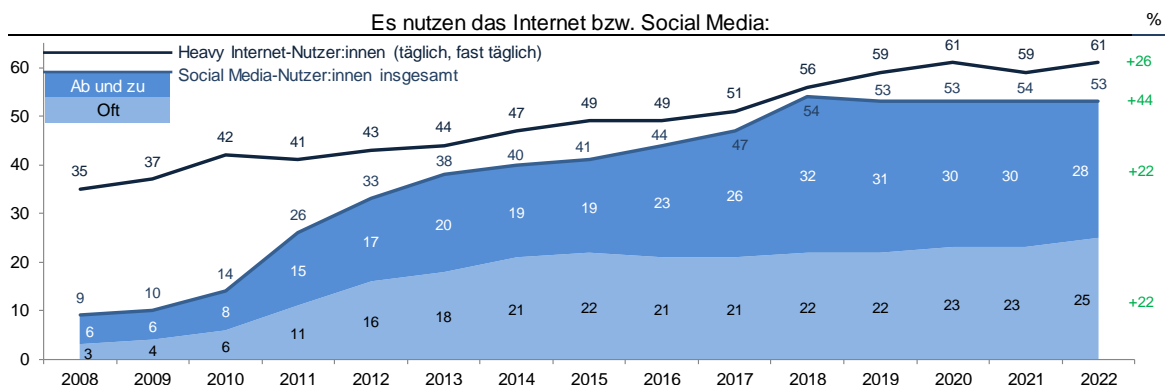
Dokumentation

Zeitraum der Umfrage: August 2021 – Juni 2022

Sample: n=8.000 Personen, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, Quotaauswahl, face-to-face, IMAS International Eigenstudie, ÖVA 2022

Archiv-Nummer der Umfrage: 922001

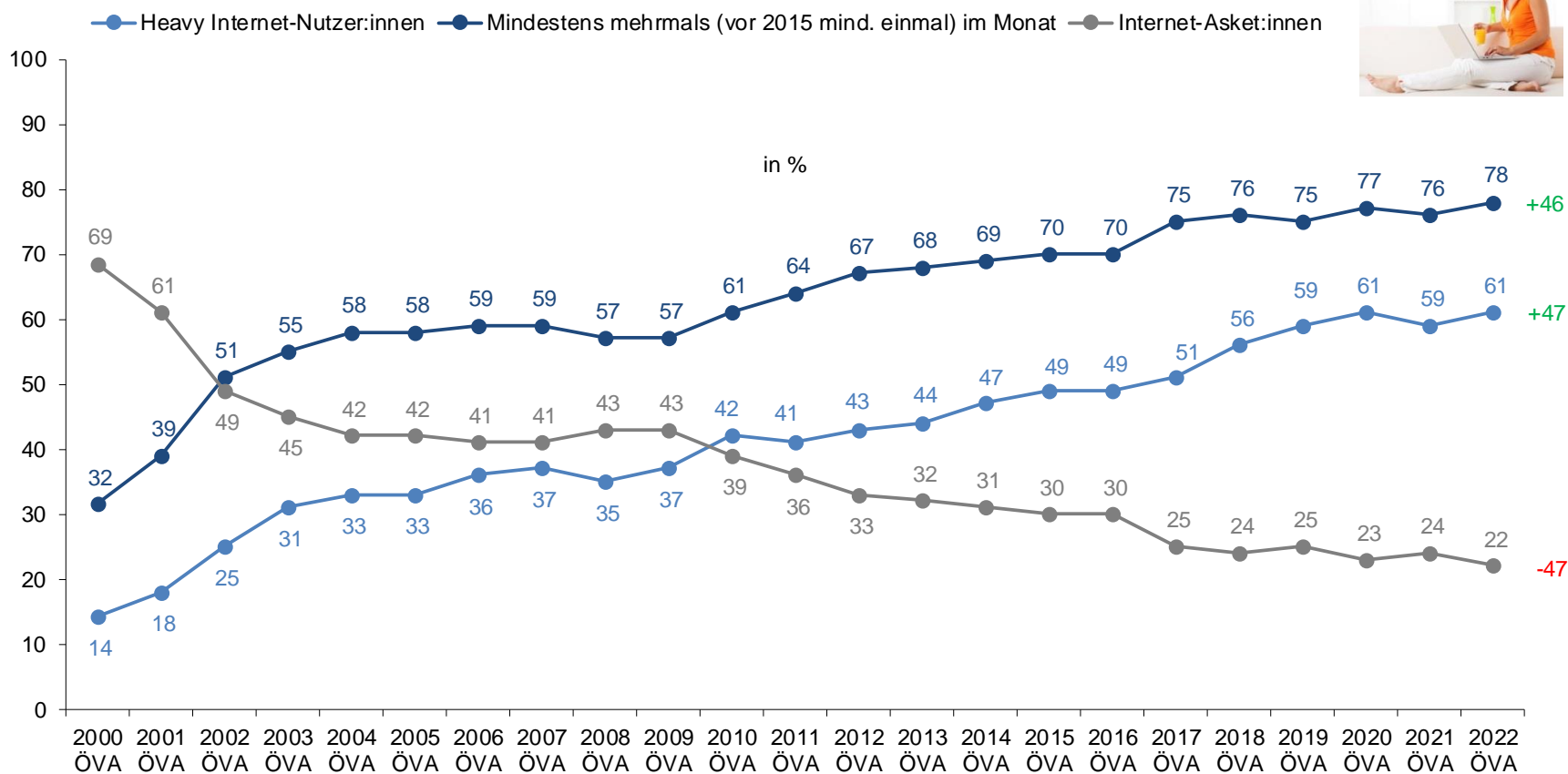
Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 14 Jahren mehr als verachtfacht



Tägliche Internet-Nutzung hat sich in 22 Jahren mehr als vervierfacht

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren

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



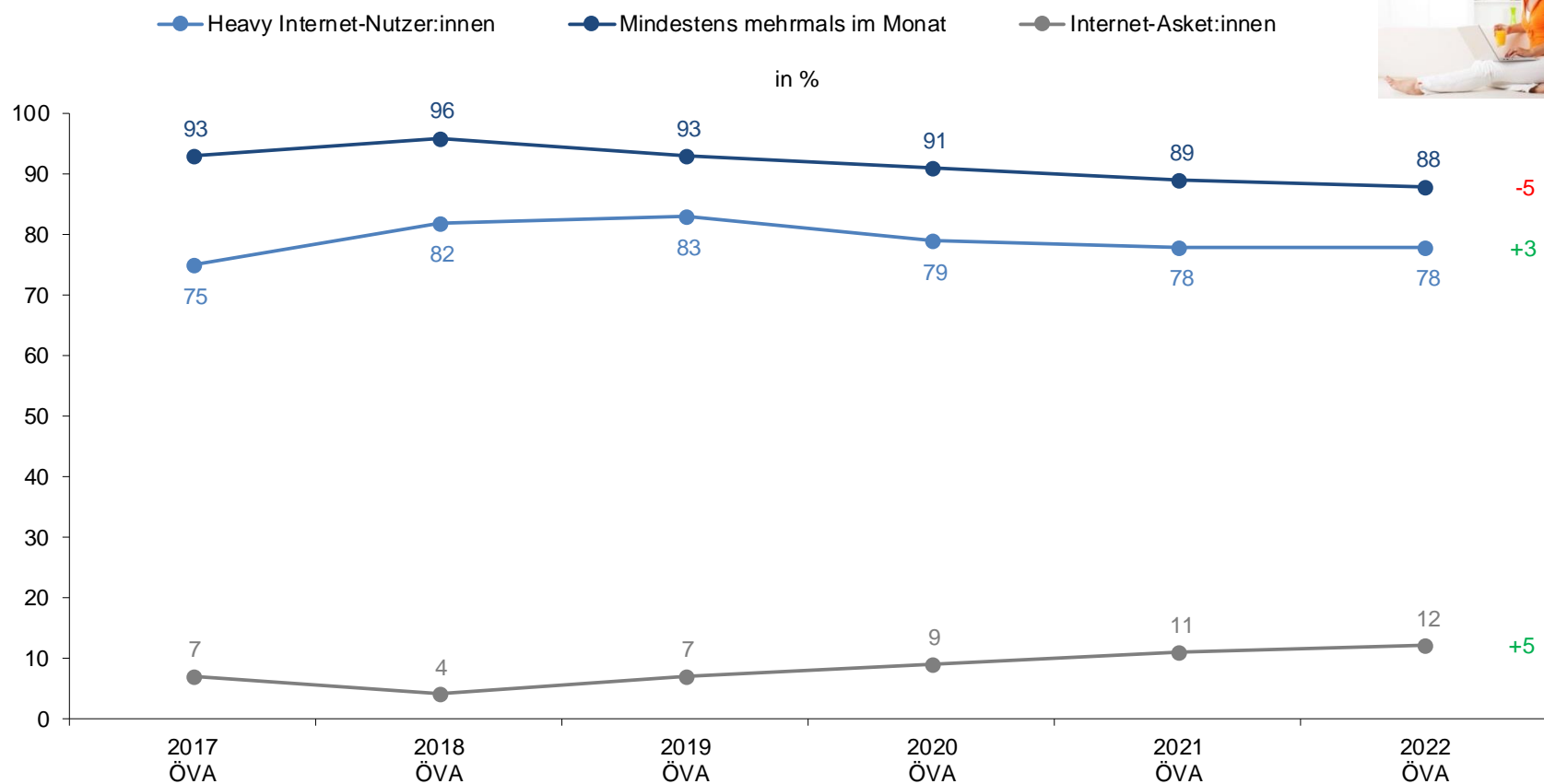
n=ca. 8.000 pro Jahr, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, ÖVA 2000-2022



Internet-Nutzung der 14- bis 20-Jährigen im Trend

Basis: Österreichische Bevölkerung im Alter von 14 bis 20 Jahren

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



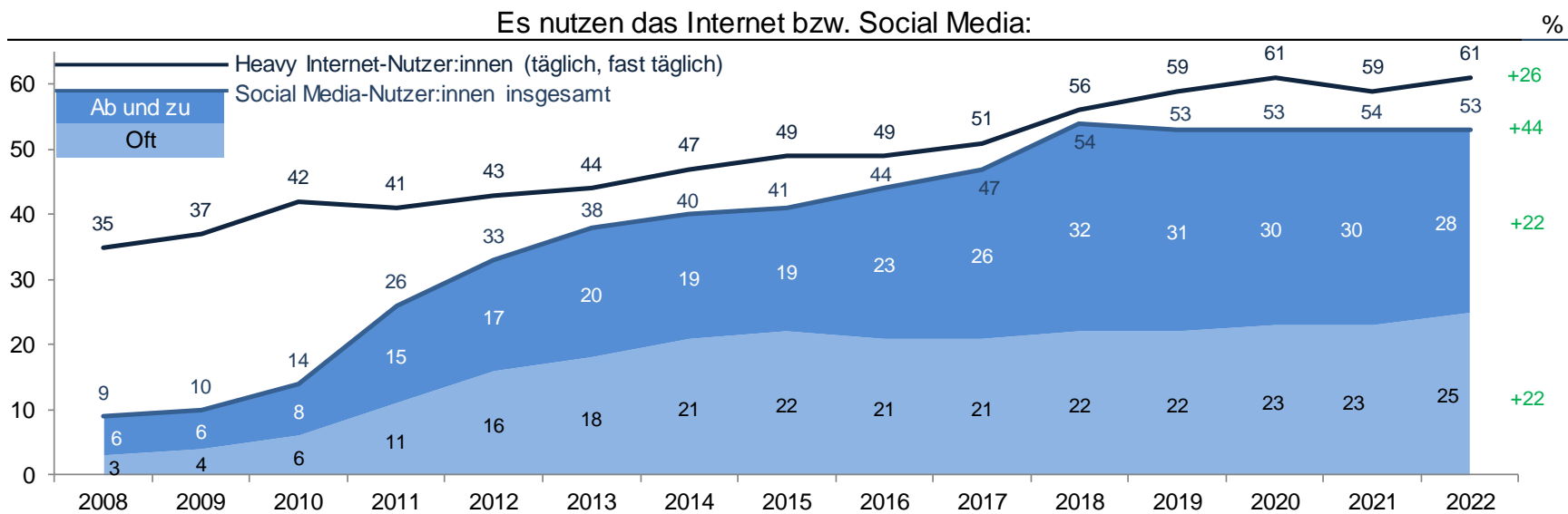
n=ca. 8.000 pro Jahr, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, ÖVA 2017-2022

Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 14 Jahren mehr als verachtfacht

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren



Es nutzen das Internet bzw. Social Media:



n=ca. 8.000 pro Jahr, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, ÖVA 2008-2022

Intensive Social Media-Nutzung der 14- bis 20-Jährigen im Trend

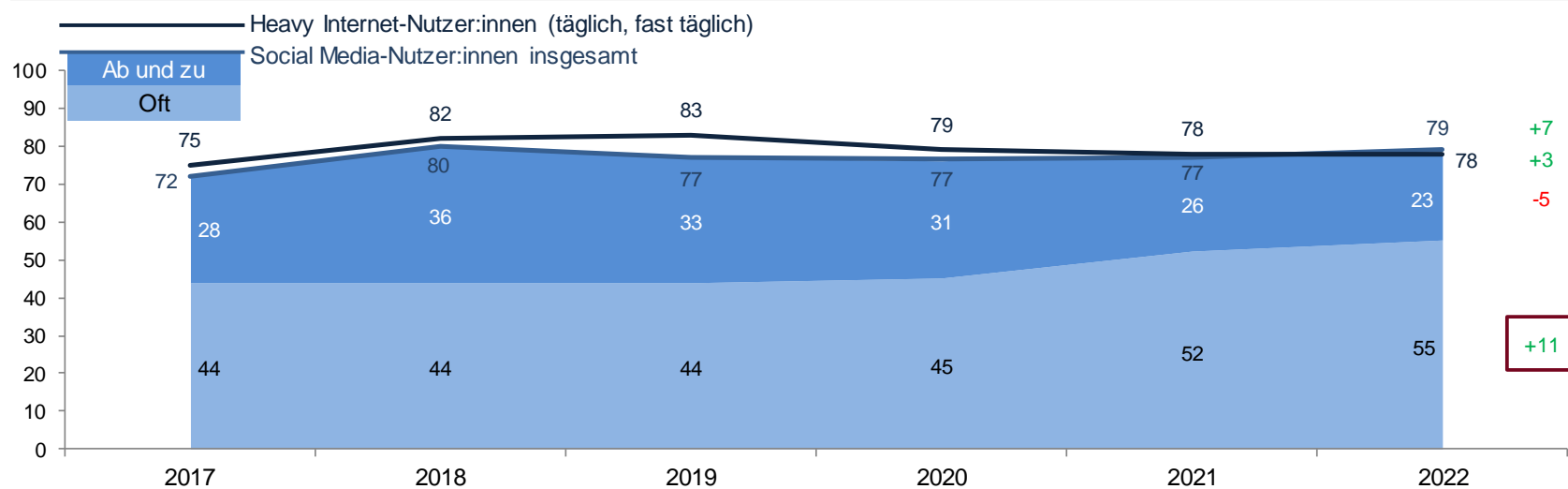
ÖVA Verbraucheranalyse
IMAS Markt- und Mediaplanung

Basis: Österreichische Bevölkerung im Alter von 14 bis 20 Jahren



Es nutzen das Internet bzw. Social Media:

%



n=ca. 8.000 pro Jahr, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, ÖVA 2017-2022

Die vier neuen Kommunikationswelten

TYP A: 21% (-2 Pp.)
Internet-Asket:innen
 Mediennutzung ohne
 Internet



TYP B: 26% (+3 Pp.)
**Basis-Internet-
 Nutzer:innen**
 Mediennutzung, Internet
 Aber kein Web 2.0



TYP C: 28% (-2 Pp.)
**Moderate Social
 Media-Nutzer:innen**
 Mediennutzung, Internet
 Web 2.0 ab und zu



TYP D: 25% (+2 Pp.)
**Intensive Social
 Media-Nutzer:innen**
 Mediennutzung, Internet
 Web 2.0 oft

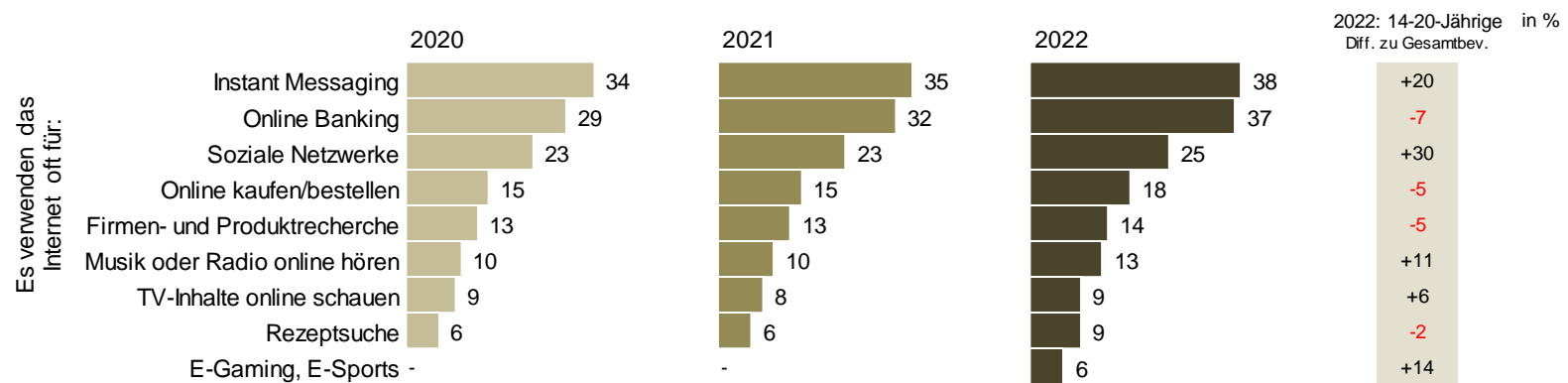
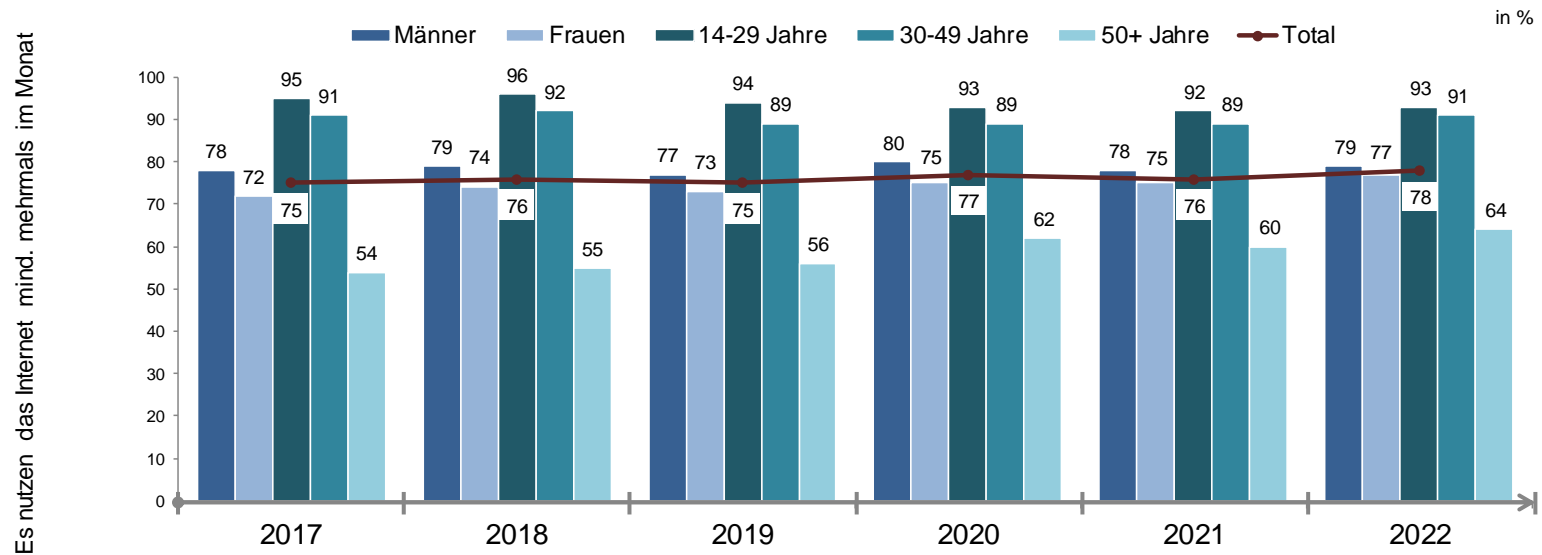
Das Internet in Österreich: Nutzung und Anwendungsgebiete

ÖVA Verbraucheranalyse
IMAS Markt- und Mediastudie

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."

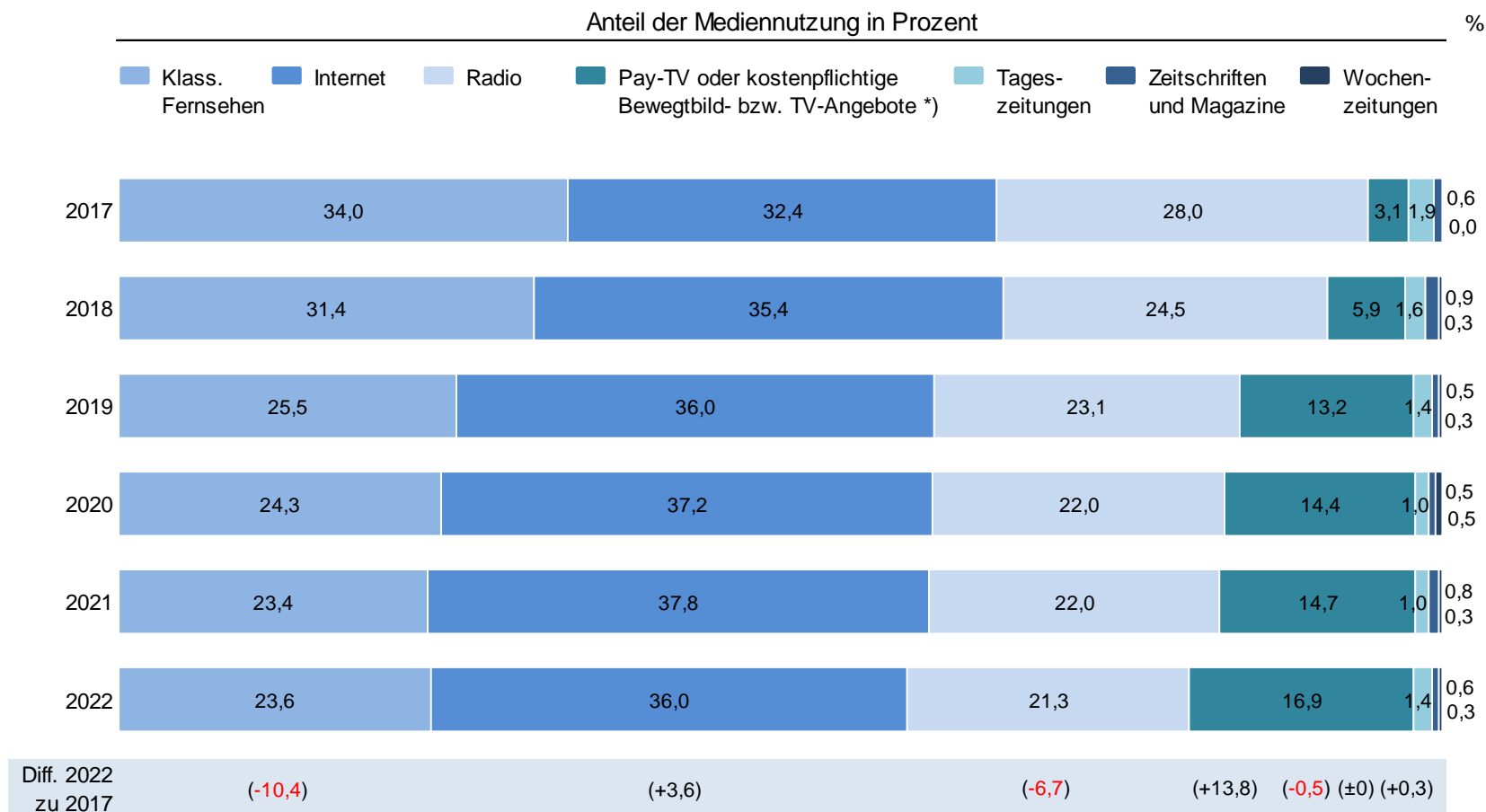


n=ca. 8.000 pro Jahr, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, ÖVA 2017-2022

Mediennutzung und Informationsverhalten der jungen Österreicher:innen – Trend

Basis: Österreichische Bevölkerung im Alter von 14 bis 20 Jahren

Frage: "Wie lange haben Sie (jedes gestern genutzte Medium abfragen) gestern insgesamt genutzt, wenn Sie alles zusammenrechnen?"



*) 2017 & 2018: "(zeitversetztes) Fernsehen, z.B. TVthek, Streaming,..."

n=ca. 8.000 pro Jahr, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, ÖVA 2017-2022