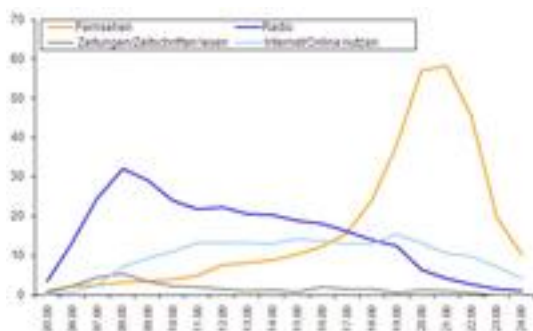


In Deutschland sind mittlerweile 49 Millionen Menschen im Alter ab 14 Jahren online, heißt es in der [ARD/ZDF-Onlinestudie](#), die die Sender am Donnerstag vorstellten. Das entspricht 69,4 Prozent der Bevölkerung. Im Vergleich zum Vorjahr seien 5,5 Millionen Nutzer hinzugekommen. Der Zuwachs geht zum einen darauf zurück, dass mehr ältere Menschen ins Netz gehen. Zum anderen berücksichtigten die Forscher erstmals Menschen ohne deutschen Pass. Für die Studie wurden 1804 Menschen befragt.

76 Prozent der Befragten waren täglich im Netz. 84 Prozent hatten mindestens einmal wöchentlich eine E-Mail verschickt oder empfangen und 83 Prozent eine Suchmaschine benutzt. 47 Prozent hatten in dem Zeitraum wenigstens einmal zielgerichtet ein bestimmtes Angebot aufgesucht, 44 Prozent ließen sich auch einmal ziellos im Web treiben.

65 Prozent der Web-Nutzer schauten zumindest gelegentlich Videos im Netz; 58 Prozent auf Videoportalen, 23 Prozent zeitversetzte Fernsehsendungen in Mediatheken. 15 Prozent schauten Fernsehen live im Internet. 52 Prozent der Web-Nutzer riefen gelegentlich Audio-Dateien ab und 27 Prozent hörten zumindest selten live Radio im Internet. Der Anteil derjenigen, die zumindest täglich Radio im Web hörten, beträgt 3,6 Prozent. 8 Prozent nutzen diese Möglichkeit zumindest einmal die Woche.



Mediennutzung der Onliner im Tagesverlauf 2010 (Bild: ARD/ZDF-Onlinestudie)

Die durchschnittliche tägliche Dauer der Fernsehnutzung ist gegenüber 2009 von 228 auf 244 Minuten angestiegen, beim Hörfunk von 182 auf 187 und beim Internet von 70 auf 77 Minuten. Helmut Reitz, stellvertretender Vorsitzender der ARD/ZDF-Medienkommission, sieht die Studie als Beleg dafür, "dass es keinen Verdrängungswettbewerb zwischen Fernsehen und Hörfunk einerseits und Internet andererseits gibt". Die Grenzen zwischen TV, Radio und Internet seien für Anbieter und Nutzer fließend.

73 Prozent der Web-Nutzer schauten zumindest selten in die Online-Enzyklopädie Wikipedia, 58 Prozent besuchten Videoportale wie YouTube, und 39 Prozent gingen in private Social Networks, in denen sie auch ein eigenes Profil führen. Die Studie hat weiter ergeben, dass 19 Prozent Foto-Communities besuchten, 7 Prozent berufliche Netzwerke und 3 Prozent Twitter nutzten

Quelle Heise