

Österreich ist online

ÖVA 2018: Die neuen Kommunikationswelten:
Live-Kommunikation nimmt deutlich zu.

WIEN. Das Internet löste die größte Veränderung des Informationswesens seit der Erfindung des Buchdrucks aus – und die Entwicklung nimmt weiterhin Tempo auf: Allein in den letzten 19 Jahren hat sich in Österreich die Zahl der täglich in der virtuellen Welt Aktiven vervierfacht. Konkret geben inzwischen 56% der Österreicher in der Befragung von Imas International zur ÖVA 2018 (Österreichische Verbraucheranalyse) zu Protokoll, das Internet nahezu täglich zu nutzen. 76% der Bevölkerung sind zumindest mehrmals monatlich im Netz. Der Anteil der Internet-Asketen, jener Menschen, die das Internet kaum oder gar nicht nutzen, hat sich seit dem Jahr 2000 um 45 Prozentpunkte vermindert – und nur noch jeder Vierte bleibt dem virtuellen Raum konsequent fern.

Vier Kommunikationstypen

Auch die Zahl der Social Media-Nutzer erhöhte sich rapide: Seit 2008 ist der Anteil der intensiven Nutzer von Web 2.0-Applikationen von drei Prozent auf 22% angestiegen und im erweiterten Kreis inklusive der „Ab und zu“-Nutzer von neun Prozent auf 54%. Die digitale Spaltung der Medienlandschaft spiegelt sich inzwischen in vier Gruppen wider: In der Welt der sogenannten Internet-Asketen (Typ A innerhalb der Typologie A-D) machen die Menschen weiterhin in „konventioneller“ Form von den Medien Gebrauch. Innerhalb dieser Gruppe sind allerdings nur vier Prozent jünger als 30. In den weiteren drei Gruppen der Internet-Nutzer vollzieht sich eine Anpassung an die Möglichkeiten digitalen Informationstransfers – und infolgedessen auch eine gravierende Veränderung des Kommunikationsverhaltens. Der Unterschied zwischen diesen Gruppen liegt in der Intensität



© APX/Georg Hochmuth

Allüberall

Don't be evil! Faktisch betrachtet, sind Google, Facebook & Co längst nicht mehr gut oder böse, sondern in der Lebenswelt der Menschen allgegenwärtig.

und konkreten Nutzung des Internets bzw. Sozialer Medien. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der moderaten Social Media-Nutzer. Und: Die Sozialen Medien erreichen jetzt auch die Generation 50+.

Radionutzung bei Jungen fällt
Vorrangig ist innerhalb der Typologie ein Altersgefälle erkennbar. Mehr als zwei Fünftel der

**-45
Prozentpunkte**

Nichtnutzer

Der Anteil der Kaum-/Nicht-Internetnutzer ist seit 2000 radikal geschrumpft.

intensiven Social Media-Nutzer (Typ D) sind jünger als 30 Jahre, während sich die Basis-Internet-Nutzer (B) relativ gleich verteilt über alle Altersgruppen hinweg erstrecken. Intensive Social Media-Nutzer (D) verbringen im Durchschnitt bereits 106 min pro Tag im Internet.

Betrachtet man unabhängig davon die Gruppe der 14- bis 20-Jährigen, zeigt sich, dass es hier nicht mehr wie in den vergangenen Jahren zu einem Dreiklang der Medien Internet, Fernsehen und Radio kommt: TV und Internet liegen beinahe gleichauf voran und das Radio mit deutlichem Abstand dahinter. Und: Die Nutzungskategorien Instant Messaging, Soziale Netzwerke und Chats sowie Online-Spiele sind in dieser jungen Altersgruppe deutlich höher ausgeprägt als bei den älteren. (sb)

Zeitraum der Umfrage: September 2017–Juni 2018; Sample: n~8.000 Personen, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahre, Quotaauswahl, face-to-face.

www.imas.at

Social Media-Nutzung

Wandel in Information und Kommunikation

Intensive Social Media-Nutzung hat sich in 11 Jahren mehr als versiebenfacht; Angaben in %

● Heavy Internet-Nutzer (täglich, fast täglich)

● Social Media-Nutzer insgesamt

● ab und zu

● oft

