

IMAS Report

Marktforschung | Research | Demoskopie
Aktuelle Umfragen zu Wirtschaft und Gesellschaft

Die Social-Media Generation

Basis: Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahre

Nr. 11

2013

Der Trend ist eindeutig: Seit 2000 kam es zu einer Verdreifachung der täglichen Internet-Nutzer, die Anzahl der Social Media Nutzer hat sich in den letzten fünf Jahren verfünffacht: Insgesamt ist ein Drittel der Österreicher im Web 2.0 aktiv. Durch die virtuelle Welt kommt es zu einer Spaltung der österreichischen Gesellschaft in vier Kommunikationstypen, die Spalte zieht sich vor allem entlang der Alterssegmente. „Intensive Social Media Nutzer“ nutzen im Durchschnitt täglich 118 Minuten das Internet – die 14-20-Jährigen in dieser Gruppe sogar 131 Minuten am Tag. Insgesamt wird das Internet zwar als Lebensbeschleuniger empfunden, aber es ist kaum Sensibilität im Umgang mit den neuen Medien spürbar.

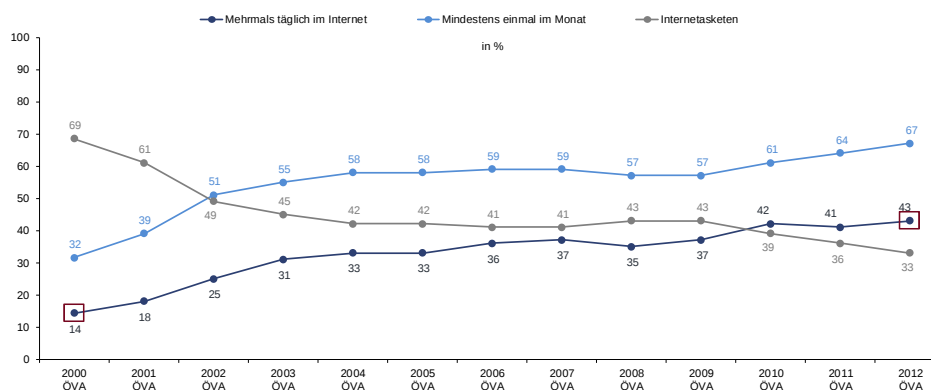
Die Zahl der täglich in der virtuellen Welt Aktiven hat sich in den letzten 13 Jahren mehr als verdreifacht. Mehr als zwei Fünftel (genau genommen 43 Prozent) der Österreicher gaben dem IMAS in der ÖVA (Österreichische Verbraucheranalyse) 2012 zu Protokoll, das Internet nahezu täglich zu nutzen – mehr als zwei Drittel der Bevölkerung sind zumindest monatlich

Tägliche Internetnutzung hat sich in 13 Jahren verdreifacht

1

Quelle: Österreichische Verbraucheranalyse 2012

„Wie oft benutzen Sie das Internet? Würden Sie sagen –“



IMAS International ÖVA 2012, Österreichische Bevölkerung ab 14 Jahre, n=ca.8.000

der intensiven Nutzer von Web 2.0 Applikationen von drei Prozent auf 16 Prozent angestiegen, im erweiterten Kreis der „Ab und zu“-Nutzer von neun Prozent auf 33 Prozent. Social Media durchdringt nun die Gesellschaft, schafft aber auch unter den Internetnutzern unterschiedliche Anwendungsbereiche, verändertes Nutzungsverhalten und unterschiedliche Nutzungsgeschwindigkeiten.

im Netz. Der Anteil der Internet-Abstinenten, also der Menschen, die das Internet kaum oder gar nicht nutzen, hat sich seit dem Jahr 2000 um 36 Prozentpunkte vermindert. Das Internet verweigern jetzt nur mehr 33 Prozent der Österreicher. Hingegen erhöhte sich die Zahl der Social Media Nutzer rapide, seit 2008 ist der Anteil

Betrachtet man die insgesamt zur Verfügung stehende Medienlandschaft genauer, teilen sich die Österreicher im Jahre 2012 in vier zentrale Mediennutzergruppen. Die österreichische Kommunikationswelt ist somit nicht nur – wie noch vor einigen Jahren – zweigeteilt, sondern die digitale Spaltung spiegelt sich in vier Gruppen wider: Grundsätzlich zeigt sich, dass nur eine absolute Minderheit der Österreicher überhaupt keine Medien nutzen. Daher kann man die österreichische Gesellschaft in folgenden Mediennutzertypen nach Art der Nutzung des Internets unterteilen (Siehe beilegende Grafik)

Die Bevölkerung hat sich somit in vier Kommunikationswelten geteilt: In einer - der Internet-Asketen - machen die Menschen wie bisher in einer sozusagen konventionellen Form von den Medien Gebrauch. Nur vier Prozent der Internetasketen sind unter 30 Jahre. In den weiteren drei Gruppen der Internetnutzer 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 konkreten Nutzung und der Intensität.

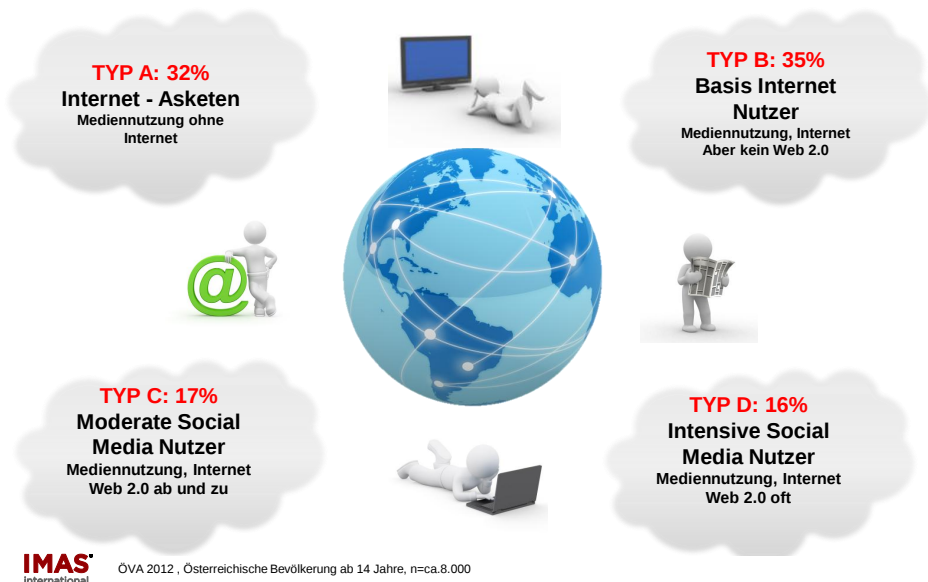
Hinter dieser in der Grafik dargestellten Typologie kann man vor allem ein Altersgefälle erkennen, knapp drei Fünftel der Intensivnutzer (Typ D) sind unter 30 Jahre, während sich die generellen Basis-Internetanwender (Typ B) eigentlich relativ gleichförmig über alle Altersgruppen (ausgenommen 60+) verteilen.

Das Aktivitäten-Profil der Intensive Social Media Nutzer (Typ D) ist stark durch das Internet geprägt, im Durchschnitt verbringen Menschen dieser Gruppe 118 Minuten im Internet pro Tag. Dies wird nur noch knapp von der Dauer der Fernsehnutzung übertroffen (123 Minuten). Dahinter folgen erst "sich mit Freunden treffen" (73 Minuten) und "die Entspannung" mit einer knappen Stunde. Für die Sportausübung werden beispielsweise 19 Minuten veranschlagt. Betrachtet man nun die jüngere Untergruppe der Intensiven Social Media Nutzer (Typ D) im Alter von 14 bis 20 Jahren (=5 % der Bevölkerung), erhöht sich die durchschnittliche Dauer auf 131 Minuten. Ein Drittel dieser Gruppe ist länger als 3 Stunden im virtuellen Raum unterwegs.

Insgesamt wird das Internet wird zwar als Lebensbeschleuniger empfunden, aber es ist kaum Sensibilität im Umgang mit den neuen Medien spürbar¹. Mehr als drei Viertel der Bevölkerung ist der Meinung, dass sich die digitalen Medien verstärkend auf das Schrittempo auswirken, nur jeder Zehnte ist vom Gegenteil überzeugt. Interessanterweise sind vor allem ältere Personen dieser Meinung, weiters teilen auch diejenigen, die sich nur sehr gering in der virtuellen Welt bewegen diese Meinung.

Die vier neuen Kommunikationswelten

3



¹ IMAS-Report | Nr. 9 | 2013 | Österreichische Bevölkerung 16+, n=1.046, face to face

Ein solches Ergebnis ist insofern bemerkenswert, da sich ja bislang die öffentliche Meinung² durch ein sehr positives Bild über die Entwicklung des Internets auszeichnete. Die Internetnutzer sind nämlich von den Vorzügen der elektronischen Revolution überzeugt. 61 Prozent empfinden das Leben dadurch einfacher und leichter, nur eine Minderheit von sechs Prozent behauptet das Gegenteil. Dem Internet wird somit eine große Bedeutung zugeschrieben. 47 Prozent sind sogar der Überzeugung, dass Computer und Internet für die eigene tägliche Information unverzichtbar geworden sind. Weitere 72 Prozent sind der Meinung, dass sie eigentlich nicht zu viel Zeit im Internet verbringen.

Dokumentation	
Zeitraum der Umfrage:	September 2011 bis Juni 2012
Sample:	n=8.500 Personen, statistisch repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren, Quotaauswahl, face-to-face
Archiv-Nummer der Umfrage:	ÖVA 2012 (Österreichische Verbraucher Analyse)

IMPRESSUM:

Informationsdienst der Markt- und Meinungsforschung. Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: IMAS-International – Institut für Markt- und Sozialanalysen GmbH, A-4020 Linz, Gruberstraße 2-6, Tel.: 0732/77 22 55-0, Fax: 0732/77 22 55-5, E-Mail: office@imas.at

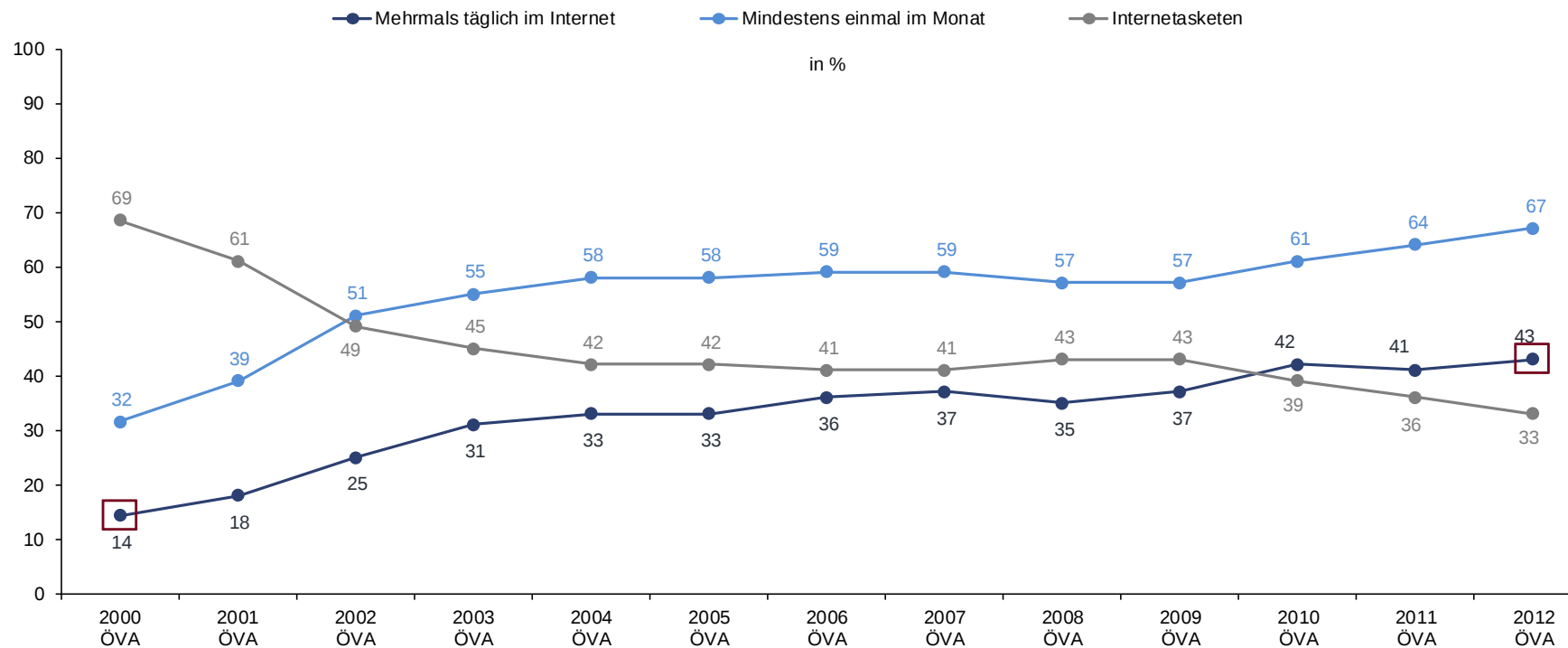
² IMAS-Report | Nr. 28 | 2010 | Österreichische Bevölkerung 16+, n=1.000, face to face

Tägliche Internetnutzung hat sich in 13 Jahren verdreifacht

1

Quelle: Österreichische Verbraucheranalyse 2012

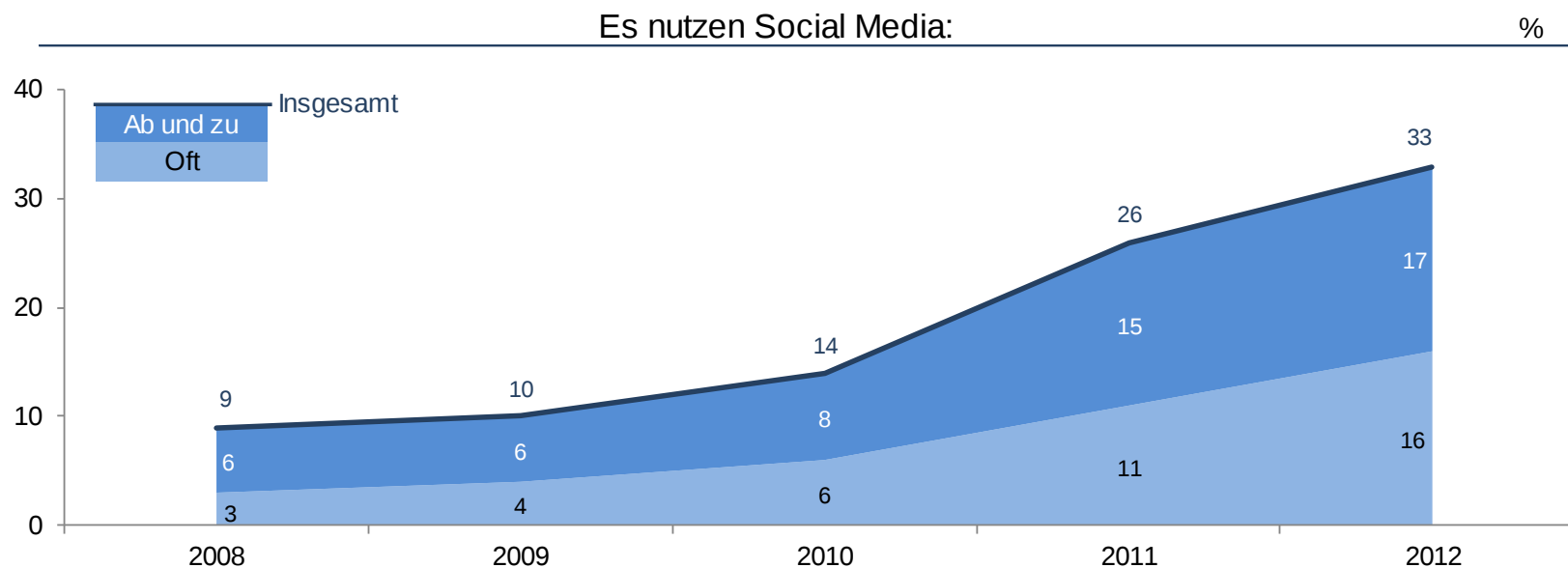
"Wie oft benutzen Sie das Internet? Würden Sie sagen –"



Intensive Social Media Nutzung hat sich in 5 Jahren verfünffacht

2

Quelle: Österreichische Verbraucheranalyse 2012



Die vier neuen Kommunikationswelten

3

TYP A: 32%
Internet - Asketen
Mediennutzung ohne
Internet



TYP B: 35%
**Basis Internet
Nutzer**
Mediennutzung, Internet
Aber kein Web 2.0



TYP C: 17%
**Moderate Social
Media Nutzer**
Mediennutzung, Internet
Web 2.0 ab und zu



TYP D: 16%
**Intensive Social
Media Nutzer**
Mediennutzung, Internet
Web 2.0 oft

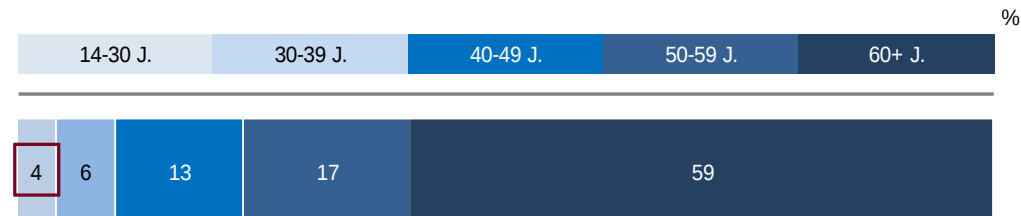


Die neuen Kommunikationswelten in der Alterszusammensetzung

4

TYP A: 32%

Internet -
Asketen



TYP B: 35%

Basis Internet
Nutzer



TYP C: 17%

Moderate
Social Media
Nutzer



TYP D: 16%

Intensive
Social Media
Nutzer

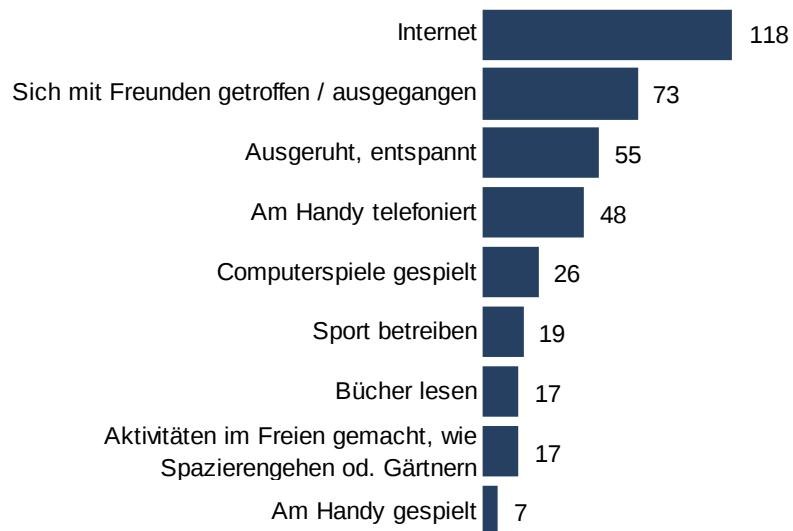


Intensive Social Media Nutzer – Ausgewählte Aktivitäten

5

TYP D: 16% Intensive Social Media Nutzer

Minuten
im Ø



TYP D: 5% Intensive Social Media Nutzer (14-20 Jahre)

Minuten
im Ø

