

1. ARD/ZDF Online Studie

- 2006 insgesamt 2606 Personen befragt, von denen 59,5% Onliner waren
- mehr Männer (67,3 %) als Frauen (52,4 %)
- mit zunehmendem Alter immer geringerer Anteil von Onlinern (14-19 Jahre: 97,3 %, >60 Jahre: 20%)
- Vor allem in Auszubildende und Studenten (98,6 % besitzen Internetzugang)
- Durchschnittlich 2 Stunden online täglich
- Hauptsächlich werden Emails (78 %) und Suchmaschinen (75%) genutzt, zielgerichtete Angebotssuche (50 %) und surfen (45 %) folgen
- Multimediaanwendungen meist nur von Jungen genutzt
- Ausstattung mit neuester Technik nimmt zu (DSL: 48 %, Flatrate 50%, USB-TV Karte: 25 %, TV-Karte: 21 %)
- 1/3 nutzt online und TV parallel, 1/4 hat bereits über Webradio Musik gehört
- Trend geht bei der Mediennutzung stärker zum individualisierten und interaktiven Umgang der Videocommunities und zukünftig zum „all-in-one-Gerät“ welches Internet, Telefon, Fernsehen, Radio und Zeitung vereint

2. Das Internet als Konkurrenz zu den Klassischen Medien:

- Tendenzieller Rückgang in der Nutzung der klassischen Medien ist zu verzeichnen
- Der Tageszeitungskonsum und die Nutzung des Radio ist seit Jahren rückläufig, hingegen erhöhte Internetnutzung (Zuwachs seit 2003 von 7%)
- Fernsehen und Radio verlieren zunehmend an Status als Informationsmedium
- Zeitungen verlieren an Auflagen, gewinnen jedoch an „Online-Lesern“
- Das „alte“ Lean-back-Medium mit seinen linear verbreiteten Programmangeboten dominiert trotzdem weiterhin den Medienalltag
- Das Internet hat sich als drittstärkstes Element des Medienkonsums etabliert, ohne dass Fernsehen und Hörfunk in ihrer Bedeutung im Medienalltag – zumindest in der zeitlichen Zuwendung – davon tangiert wurden

3. Selbstbeschränkung der ARD / ZDF:

- Der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) reichten Beschwerde bei der EU-Kommission ein, wegen einer möglichen „Wettbewerbsverzerrung“ durch die Internetpräsenz der Öffentlich-Rechtlichen
- Kernfrage war, ob die öffentlich-rechtlichen Sender mit ihren Internet-Auftritten über ihren Kulturauftrag hinausgehen
- Anordnung zur Selbstbeschränkung von ARD/ZDF nur noch auf „Programmbegleitung“ im Internet. (0,75% des Gesamtbudgets für Internetpräsenz)

4. Internetpräsenz:

- Insgesamt können die Streaming-Angebote der großen Privatsender mit denen der Öffentlich-Rechtlichen nicht mithalten - weder qualitativ und quantitativ
- Grund: Privatsender sind in erster Linie Wirtschaftsunternehmen - auch die Web-Auftritte müssen daher profitabel sein. "Streaming-Angebote“ verursacht hohe Kosten
- Eine weitere Einschränkung bei der Verbreitung von TV-Sendungen über das Internet sind die fehlenden Rechte (häufig fehlen Lizenzen)
- Bei ProSieben.Sat1 wird auch künftig nur ein kleiner Teil kostenlos im Internet abrufbar sein, der Rest ist kostenpflichtig, wie z.B. das Video-on-demand-Portal „Maxdome“

Quellenangabe:

EIMEREN, B. & FREES, B. (2006): Schnelle Zugänge, neue Anwendungen, neue Nutzer? <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/onlinenutzung/onlinestudie/> (18.11.2006)

FISCH, M.. (2006): Zwischen Breitband und Web 2.0 – Ausstattung und Nutzungsinnovation. <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/onlinenutzung/onlinestudie/> (18.11.2006)

GOLEM.DE (2004): Öffentlich-Rechtliche sollen Online-Angebote einschränken. <http://www.golem.de/0403/30503.html> (25.12.2006)

HEISE ONLINE (2006): Zeitungen verlieren weiter an Auflage. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/80258> (23.11.2006)

HEISE ONLINE (2006): Bei "Welt" und "Berliner Morgenpost" kommt nun das Internet zuerst. <http://www.heise.de/newsticker/meldung/81221> (23.11.2006)

KAFSACK, H. (2005): ARD und ZDF online. Trommeln reicht nicht. <http://www.faz.net/s/Rub8A25A66CA9514B9892E0074EDE4E5AFA/Doc~E6A8EFB51EF084B1AAD4C9F4A6C9DE398~ATpl~Ecommon~Scontent.html> (19.12.2006)

OEHMICHEN E. (2006): Internet im Medienalltag: Verzögerte Aneignung des Angebots. <http://www.br-online.de/br-intern/medienforschung/onlinenutzung/onlinestudie/> (18.11.2006)