

Medienkonsum | 16.10.2020 | Lesezeit 3 Min.

Wenn ein Bildschirm nicht mehr reicht

Die Art des Zugriffs auf Medieninhalte verändert sich – Online-Angebote wie Streamingdienste sind auf dem Vormarsch, das lineare Fernsehprogramm verliert an Bedeutung. Immer beliebter wird auch die gleichzeitige Nutzung mehrerer medialer Angebote.

So gut wie jeder Bundesbürger kommt täglich mit Medien in Kontakt, sei es in Video-, Audio- oder Textform. Zwischen 8 und 23 Uhr nutzen zu jedem Zeitpunkt mindestens 30 Prozent der deutschen Bevölkerung gerade ein Medium. Insgesamt konsumieren in der Bundesrepublik laut einer repräsentativen Umfrage von ARD und ZDF 99 Prozent der über 14-Jährigen jeden Tag in irgendeiner Form Medieninhalte.

Die Art des Zugriffs auf mediale Angebote hat sich in den vergangenen 20 Jahren allerdings stark verändert. Bis zur Jahrtausendwende bestimmten die drei klar getrennten Leitmedien Fernsehen, Radio und Tageszeitung den Alltag. Die Entwicklung des Internets führte aber zu neuen Nutzungswegen, welche die Grenzen zwischen den heutigen Medienangeboten zunehmend verschwimmen lassen.

Fast jeder besitzt heute ein Smartphone

Auch das Smartphone rückt immer stärker in den Fokus: Während 2015 erst knapp mehr als die Hälfte der Bundesbürger ab 14 Jahren ein iPhone oder etwas Vergleichbares besaß, nutzen heute bereits rund neun von zehn Deutschen ihr eigenes Smartphone – in der Altersgruppe der 14- bis 21-Jährigen sind es sogar 99 Prozent, 11

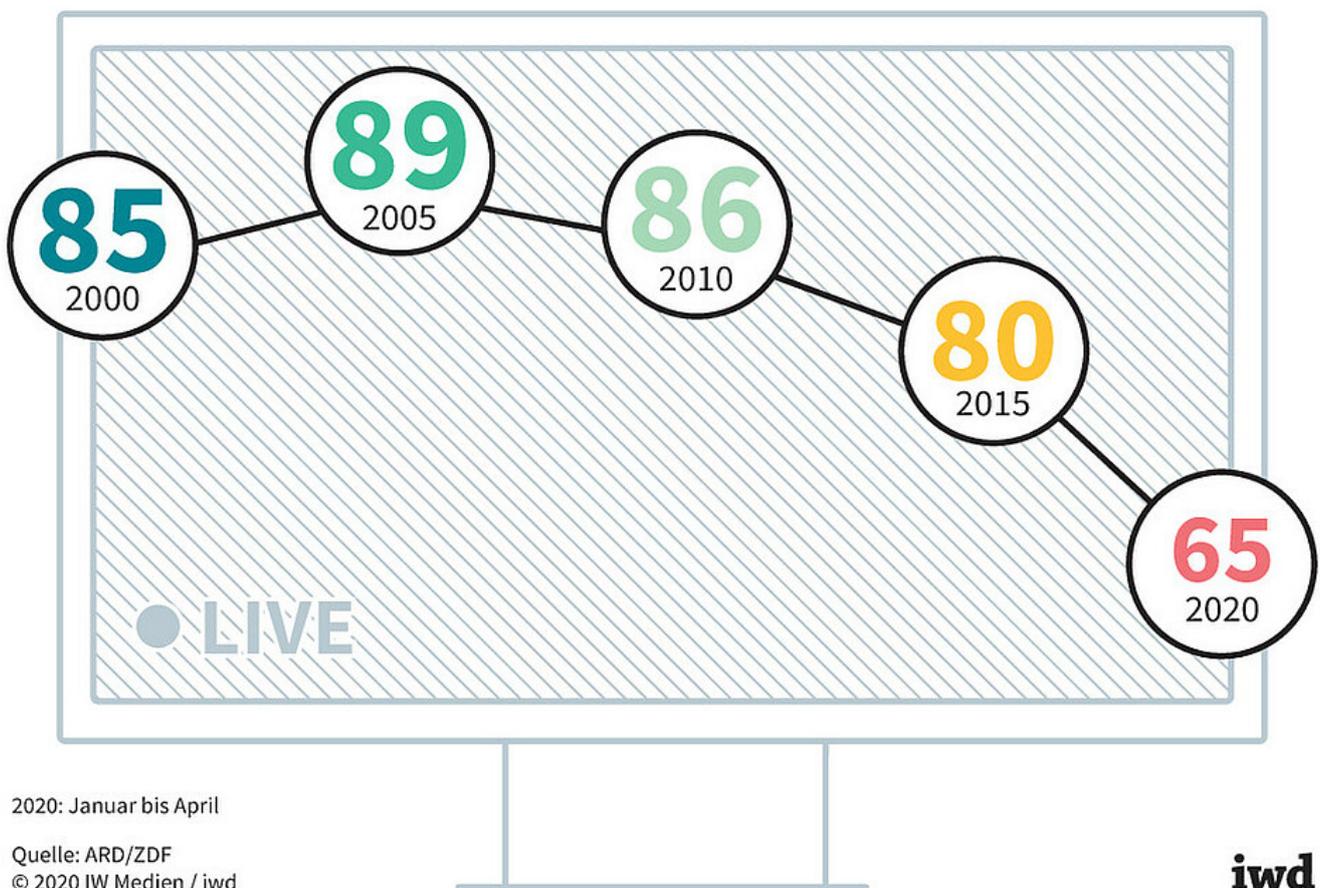
Prozentpunkte mehr als vor fünf Jahren.

Mit den neuen technischen Möglichkeiten etablierte sich auch immer stärker die nicht lineare Nutzung von Medieninhalten. Mittlerweile gehört es zum Alltag, Sendungen außerhalb des festen Programms auf Abruf zeitversetzt gucken, online konsumieren oder streamen zu können (siehe: [„Immer mehr Streaming-Fans“](#)). Das wirkt sich entsprechend auf den Fernsehmarkt aus (Grafik):

Auf seinem Höhepunkt im Jahr 2005 erreichte das lineare Fernsehen täglich 89 Prozent der Bundesbürger ab 14 Jahren, seitdem sinkt der Anteil kontinuierlich.

TV: Immer weniger schalten live ein

So viel Prozent der Bundesbürger ab 14 Jahren schauten täglich Fernsehsendungen zum Ausstrahlungszeitpunkt



Während vor fünf Jahren immerhin noch vier von fünf Bundesbürgern jeden Tag

fernsehen, erreichen lineare Fernsehinhalte täglich mittlerweile nur noch 65 Prozent der Bevölkerung. Auch die Nutzungsdauer wird zunehmend geringer: Inzwischen sitzt die deutsche Bevölkerung pro Tag lediglich zwei Stunden und 44 Minuten vor dem TV – der niedrigste Wert seit 1995.

Die Konzentration auf ein Medium reicht vielen Bundesbürgern nicht mehr: Während der Fernseher läuft, kommt immer häufiger das Smartphone zum Einsatz.

Die Zahl der Fernseher und Radios in deutschen Haushalten ist seit einigen Jahren ebenfalls leicht rückläufig. Das liegt aber daran, dass die Inhalte der Sender durch Streaming-Angebote auf vielen verschiedenen Geräten abgerufen werden können. Bezieht man internetfähige Computer und Smartphones in die Betrachtung mit ein, besitzt mittlerweile jeder Deutsche ab 14 Jahren ein TV-fähiges Gerät.

Etablierte Medienunternehmen haben ihre Angebote entsprechend angepasst und verfügen über eigene digitale Mediatheken oder Streamingdienste, stellen ausgewählte Inhalte auf Online-Plattformen wie YouTube zur Verfügung und bieten die Möglichkeit, Fernsehsendungen wie die Tagesschau auch im Radio zu hören.

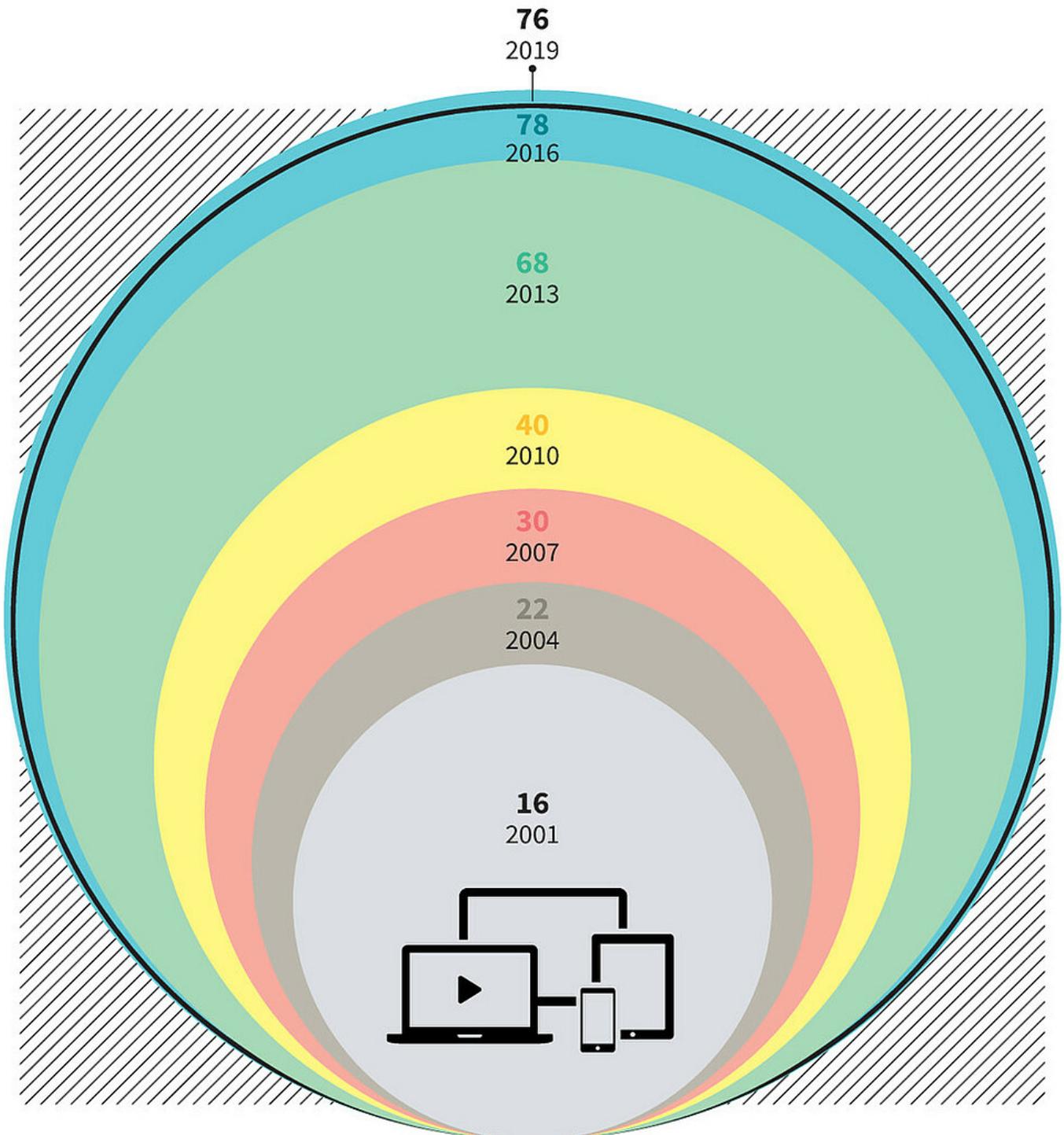
Medien werden parallel genutzt

Die Möglichkeit, Inhalte immer und überall streamen zu können, verbunden mit der Verdichtung verschiedener medialer Angebote auf einzelne Endgeräte, führt dazu, dass sich die Menschen zunehmend nicht mehr mit nur einem Medium beschäftigen. Stattdessen werden vermehrt mehrere mediale Angebote gleichzeitig genutzt (Grafik):

Rund drei Viertel der Bundesbürger im Alter zwischen 14 und 49 Jahren nutzten 2019 zumindest gelegentlich zwei Medienangebote parallel.

Ein Medium reicht nicht mehr aus

So viel Prozent der 14- bis 49-jährigen Bundesbürger nutzten zumindest gelegentlich zwei Medienangebote gleichzeitig



Quelle: SevenOne Media
© 2020 IW Medien / iwd

iwd

Die Konzentration auf ein Medium reicht vor allem der jüngeren Altersgruppe nicht mehr: Die Nutzung eines sogenannten Second Screens hat sich bei den 14- bis 29-

Jährigen mit zwei Stunden pro Tag in den vergangenen fünf Jahren fast verdoppelt. Am häufigsten kommt vor dem Fernseher ein zweites Gerät zum Einsatz. Dabei greifen 92 Prozent der Parallelnutzer zum Smartphone, während sie fernsehen, Laptop und Tablet werden von fast jedem Zweiten parallel zum TV genutzt.

Das Fernsehprogramm ist übrigens oft der Auslöser dafür, ein zweites Gerät zur Hand zu nehmen: So wird beispielsweise im Internet nach weiteren Informationen zur aktuellen Sendung oder nach Produkten aus der Werbung gesucht. Auch das Hören von Musik oder Podcasts erfreut sich großer Beliebtheit als mediale Zweitbeschäftigung, etwa beim Surfen am PC oder dem Spielen an einer Gaming-Konsole.

Kernaussagen in Kürze:

- Die Mediennutzung hat sich stark verändert: Laut einer Umfrage von ARD und ZDF nutzen mittlerweile 99 Prozent der über 14-Jährigen jeden Tag in irgendeiner Form Medieninhalte.
- Dabei werden Streamingdienste immer beliebter und verdrängen zunehmend das lineare Fernsehprogramm.
- Der Trend geht außerdem zur parallelen Mediennutzung: So kommt zum Beispiel das Handy immer häufiger zum Einsatz während der Fernseher läuft.