

Demographischer Wandel, Kohorten- und Alterseffekte als Treiber der Mediennutzung

Analysen auf Basis der
ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation

24.11.2016

Stefanie Best
ZDF Medienforschung



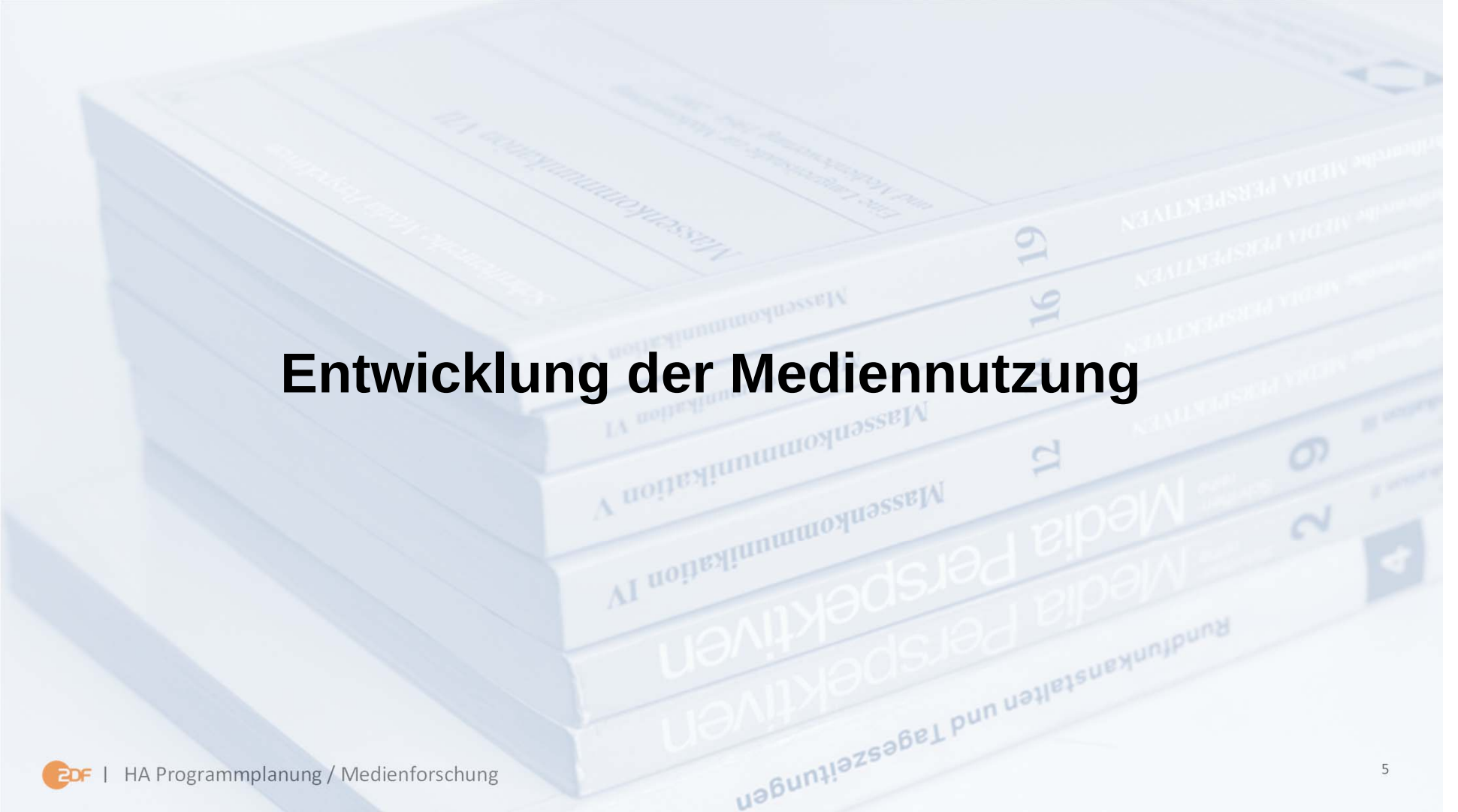
zur ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation

50 Jahre ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation

- Mediennutzung und Medienbewertung im Intermedia-Vergleich
 - Untersuchungswellen im Fünf-Jahres-Rhythmus seit 1964
 - Nutzung der Medien an einem repräsentativen Tag durch eine Tagesablauserhebung („Day-after-recall“)
 - 1964: „Abwehrstudie“: Verleger beklagen Verdrängung durch TV
 - 1990: „Nullmessung“ von Mediennutzung und Medienbewertung in Ost und West
 - 2000: Einbezug des Internet in die Intermediabetrachtung
 - Aktuelle Welle 2015: 4.300 repräsentative Interviews, deutsch-sprechende Bevölkerung ab 14 Jahren, Feldzeit 14.01.2015 - 03.05.2015

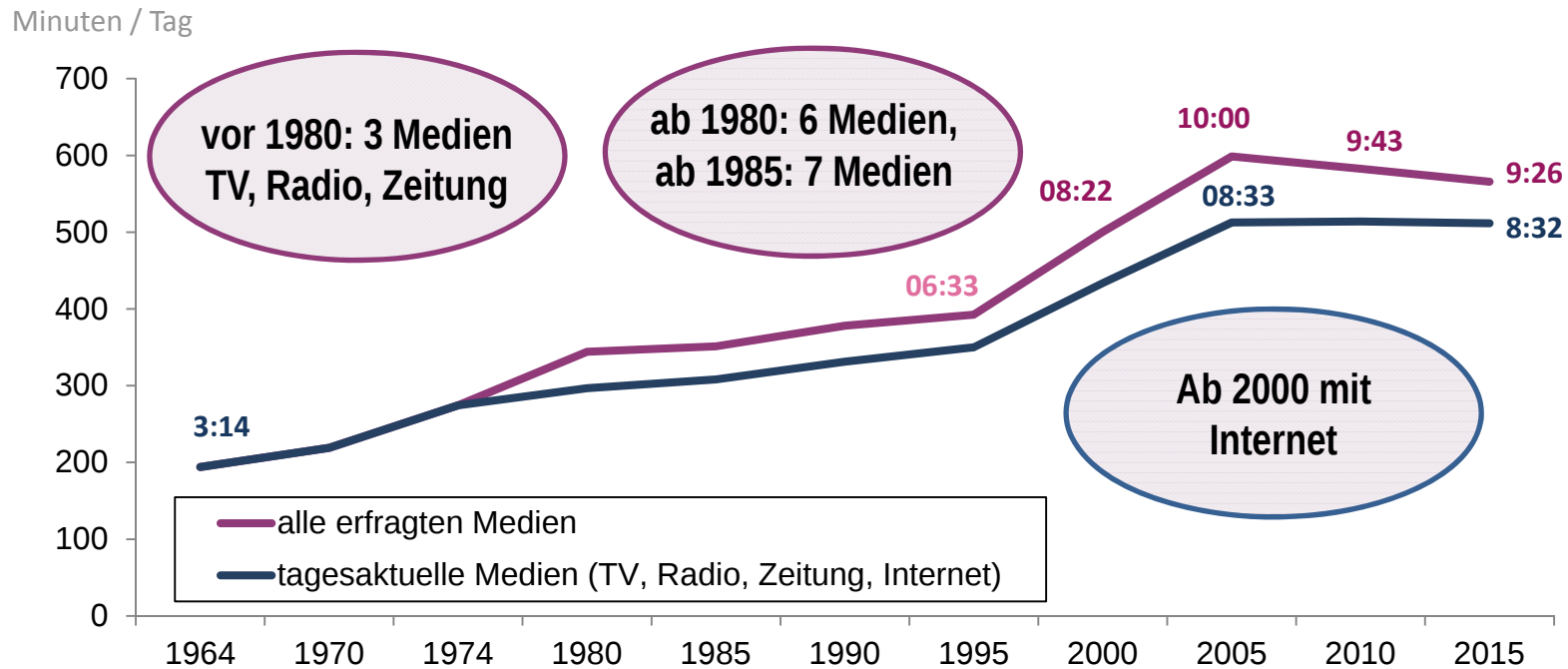
Tagesablauf „Herzstück“ der Studie

	Tätigkeiten im Haus					Tätigkeiten außer Haus								Mediennutzung							
	schlafen	essen	Hausarbeit	Berufsarbeit zu Hause	Sonstiges im Haus	unterwegs im Auto	unterwegs in Bahn / Bus	einkaufen	Berufsarbeit außer Haus	Schule /Studium	Freunde/Bekannte/Verwandte	Kneipe/Gaststätte/Restaurant	Sonstiges außer Haus	fernsehen	Radio hören	Tageszeitung lesen	Internet nutzen	Bücher lesen	Zeitschriften lesen	CD/LP/Kassette/MP3 hören	Videos sehen
05.00-05.15																					
05.15-05.30																					
05.30-05.45																					
05.45-06.00																					
06.00-06.15																					
06.15-06.30																					
06.30-06.45																					
06.45-07.00																					
07.00-07.15																					
07.15-07.30																					
07.30-07.45																					
07.45-08.00																					



Entwicklung der Mediennutzung

Nutzungsdauer tagesaktuelle und alle Medien (brutto): 14+ Jahre
mit Medien verbrachte Zeit seit 2005 relativ stabil



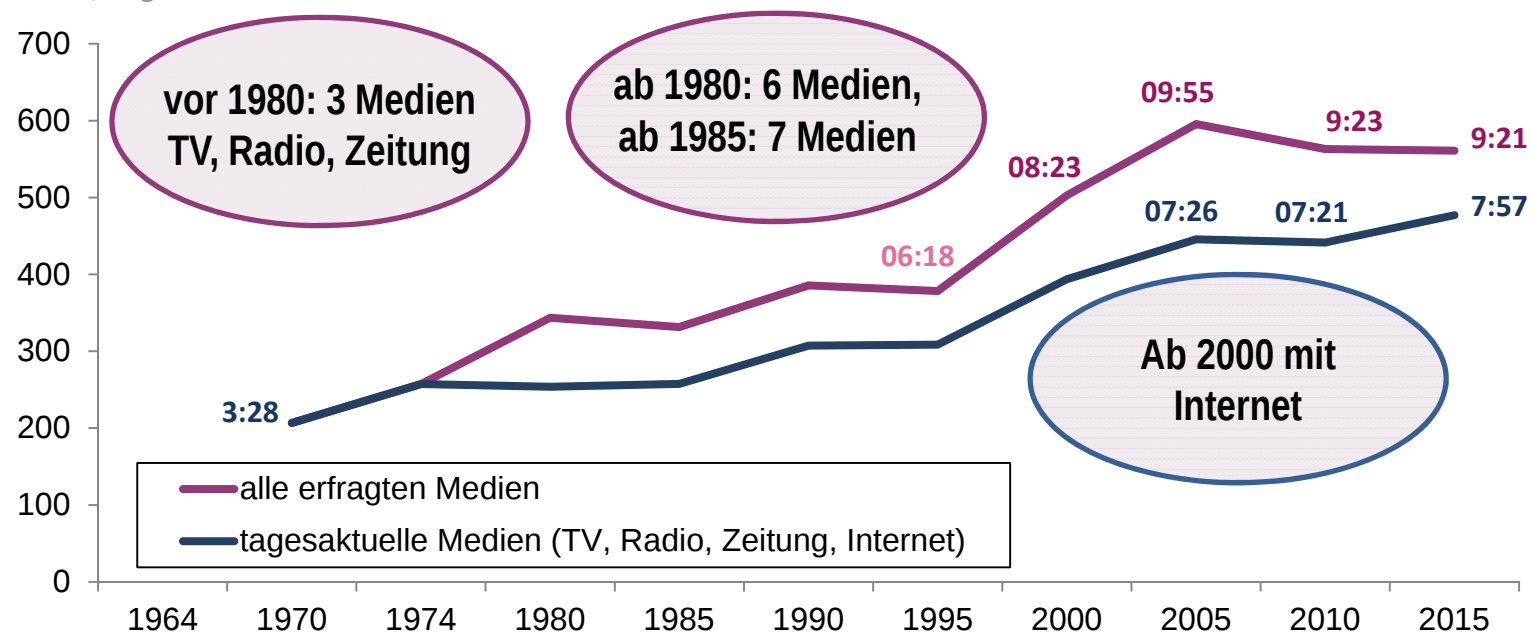
Basis: BRD Gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14+ Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschspr. Bev.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1964-2015

Nutzungsdauer tagesaktuelle und alle Medien (brutto): 14-29 Jahre

Entwicklung für alle Medien bei Jüngeren ähnlich wie bei gesamt

Minuten / Tag



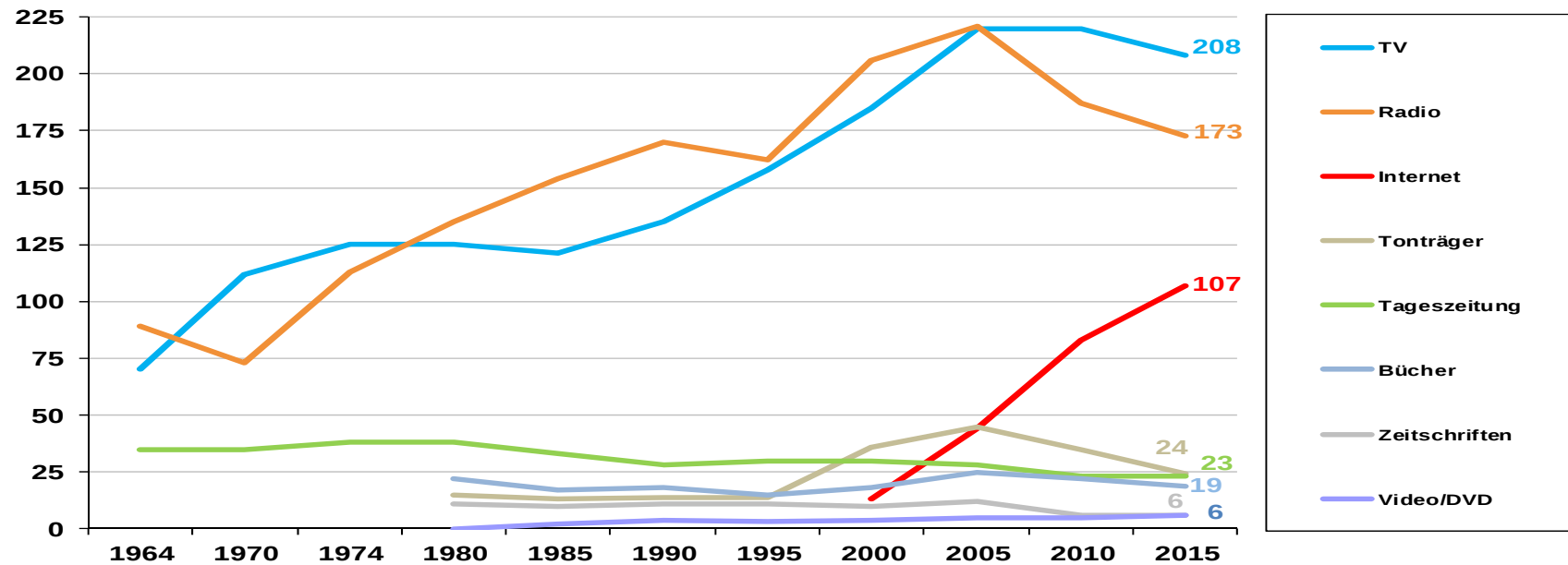
Basis: BRD Gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14-29 Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschspr. Bev.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1964-2015

Nutzungsdauer der einzelnen Medien: 14+ Jahre

Fernsehen und Radio bleiben nutzungsstärkste Medien

Minuten / Tag



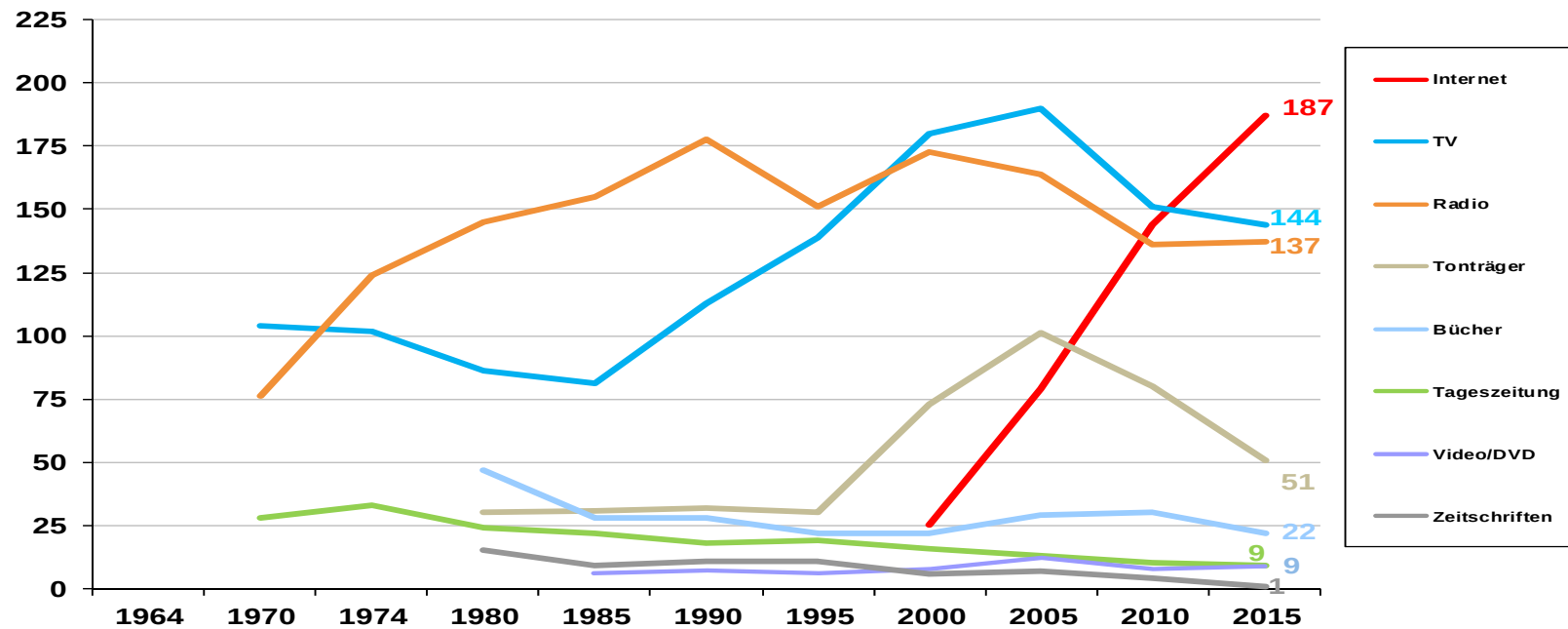
Basis: BRD Gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14+ Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschspr. Bev.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1964-2015

Nutzungsdauer der einzelnen Medien: 14-29 Jahre

Bei den Jüngeren Internet inzwischen an der Spitze

Minuten / Tag



Basis: BRD Gesamt (bis 1990 nur alte Bundesländer), Mo-So (bis 1990 Mo-Sa), 5-24 Uhr, 14-29 Jahre, bis 2005 Deutsche, ab 2010 deutschspr. Bev.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 1970-2015

Alter und Generation als Einflussfaktoren der Mediennutzung: Kohortenanalysen

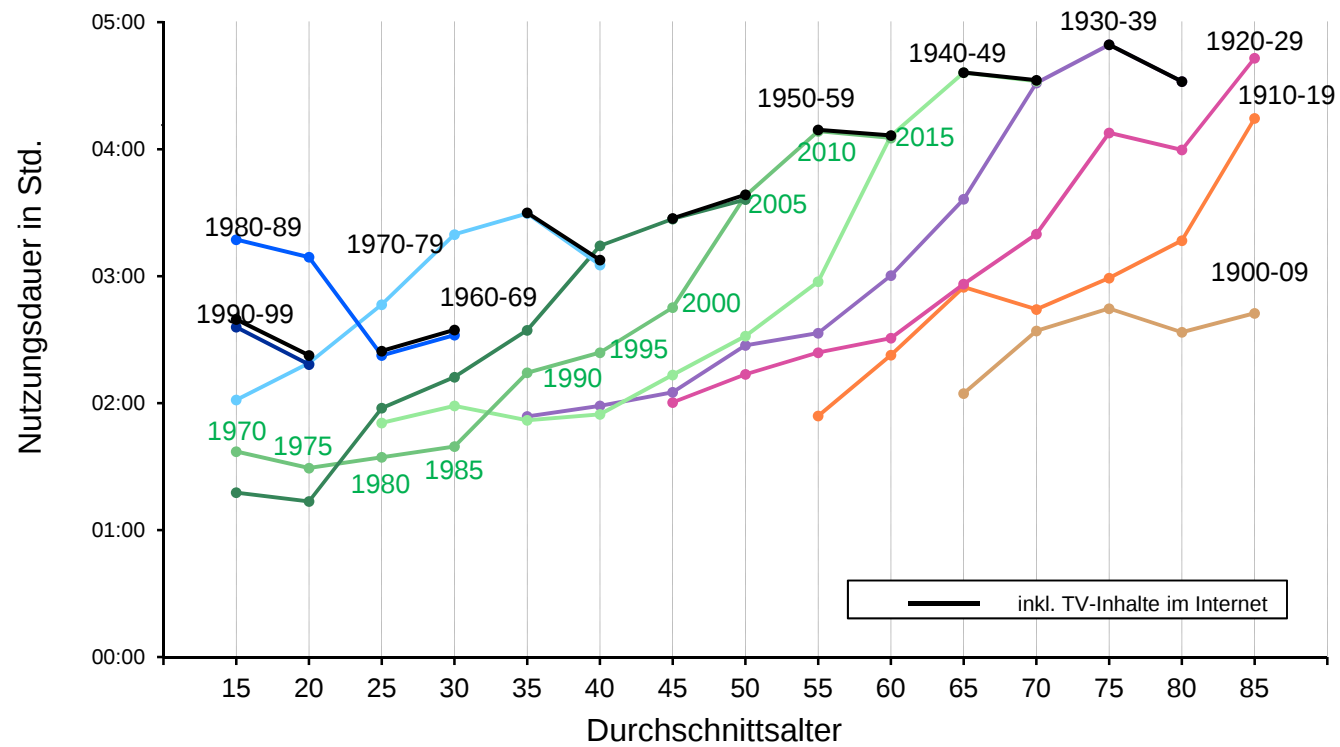
Kohortenanalysen:

Wird die Entwicklung der Mediennutzung stärker von Alter oder von Sozialisation (Kohorte) bestimmt?

- Alterseffekt: Mediennutzung verändert sich mit Alter, bleibt in Gesamtbevölkerung stabil
- Kohorteneffekt: Mediennutzung an Generation gebunden, verändert sich mit Generationenwechsel

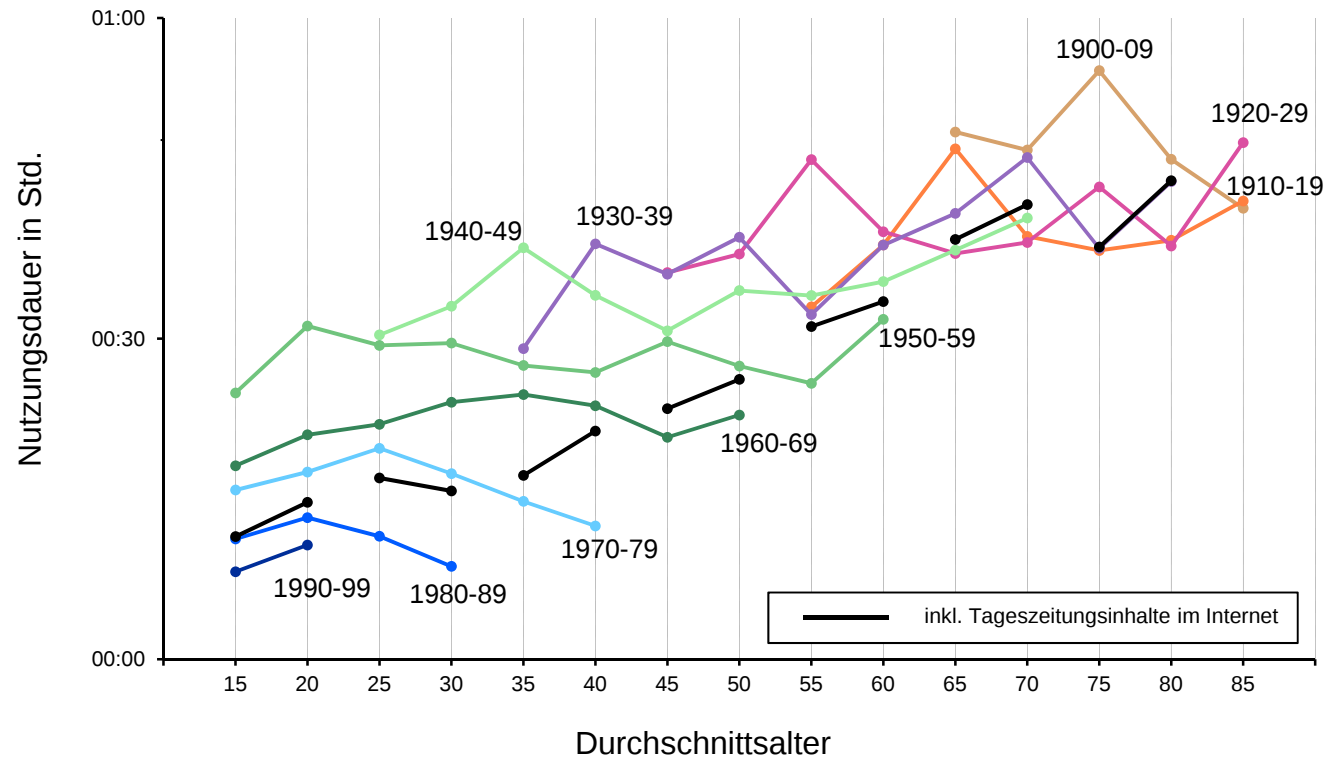
Massenkommunikation 1970-2015: Fernsehnutzung im Kohortenverlauf

Fernsehnutzung von Alters- und Kohorteneffekten bestimmt



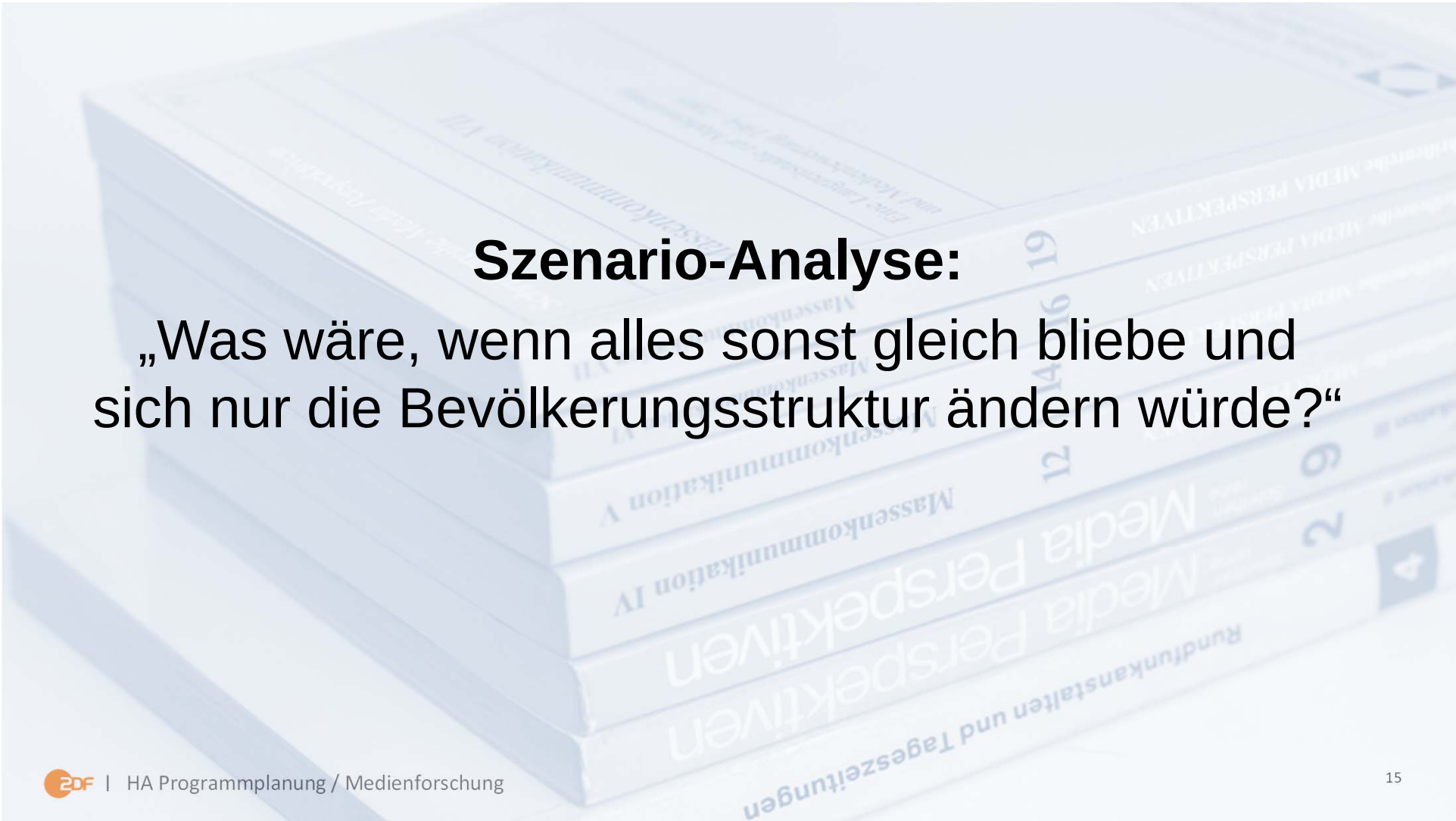
Quelle: Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, Basis: ab 1990 BRD gesamt

Massenkommunikation 1970-2015: Tageszeitungsnutzung im Kohortenverlauf starker Kohorteneffekt bei Tageszeitung



Quelle: Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation, Basis: ab 1990 BRD gesamt

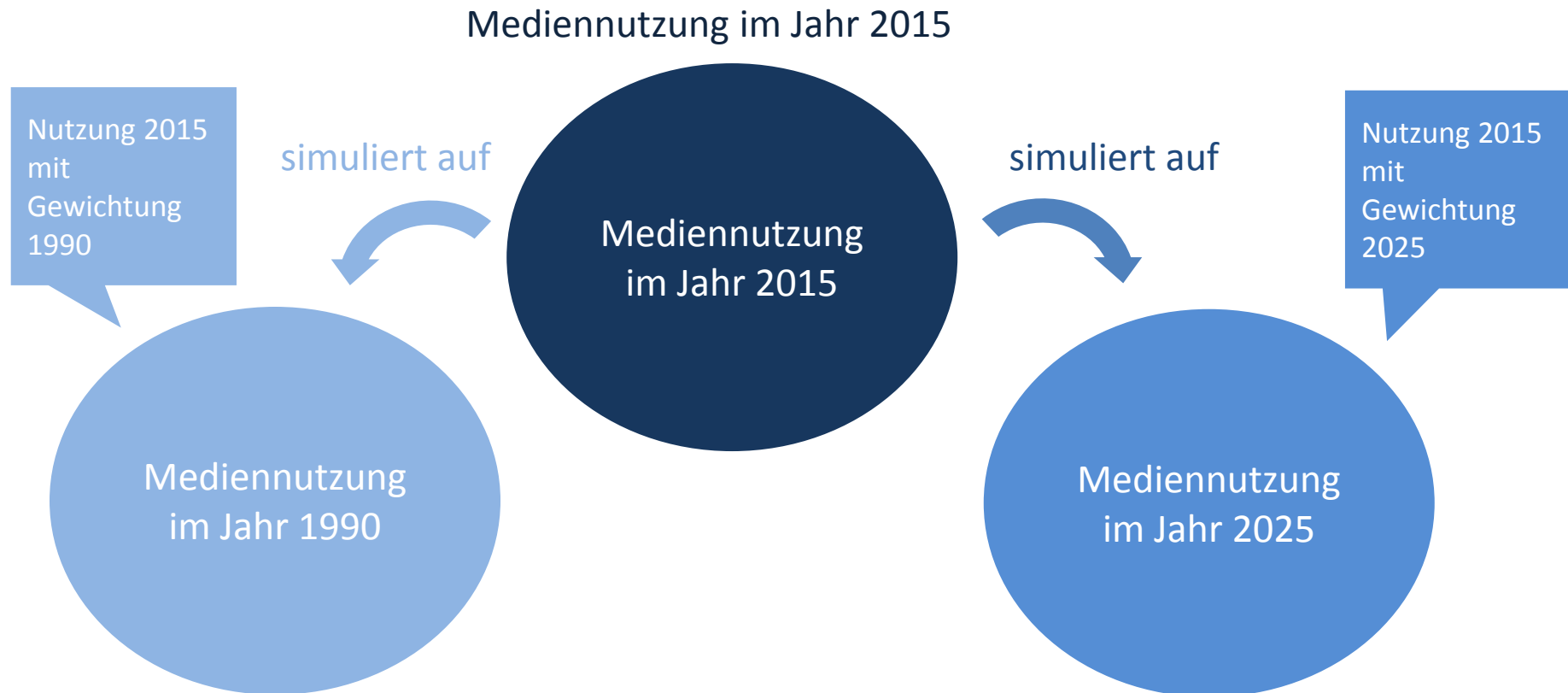
Mediennutzung im demographischen Wandel



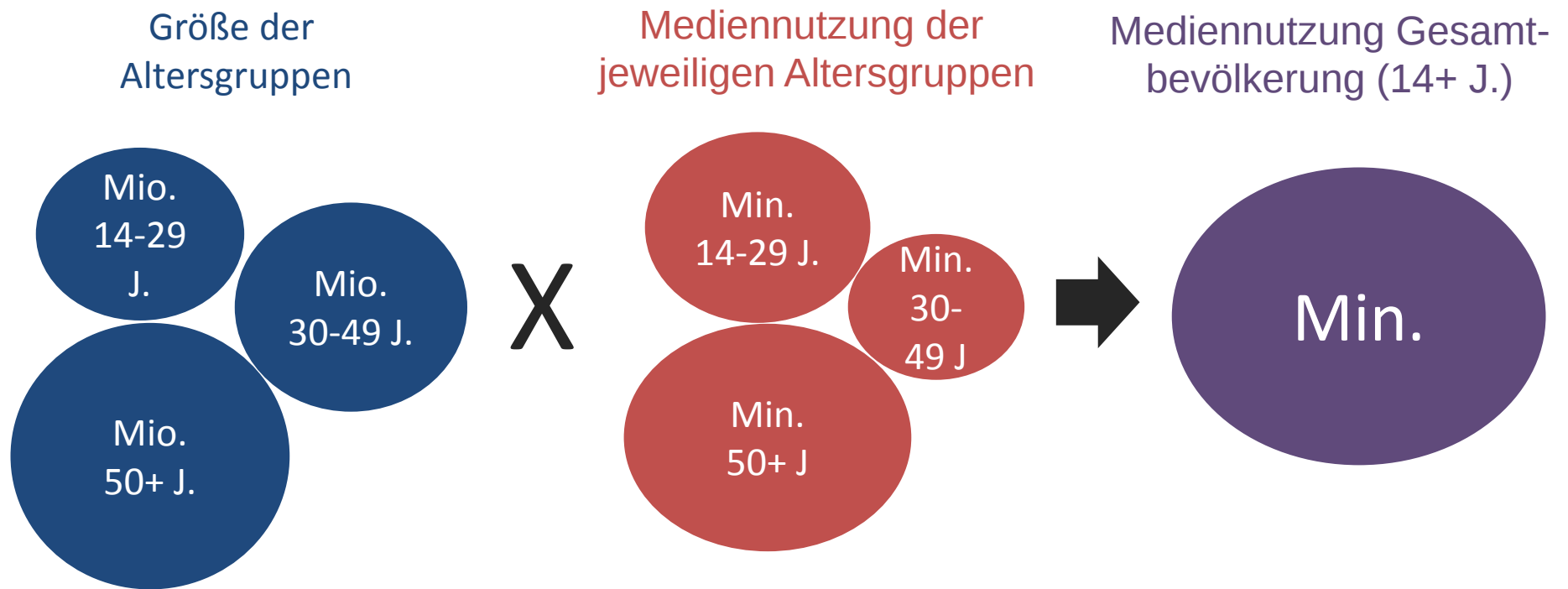
Szenario-Analyse:

„Was wäre, wenn alles sonst gleich bliebe und sich nur die Bevölkerungsstruktur ändern würde?“

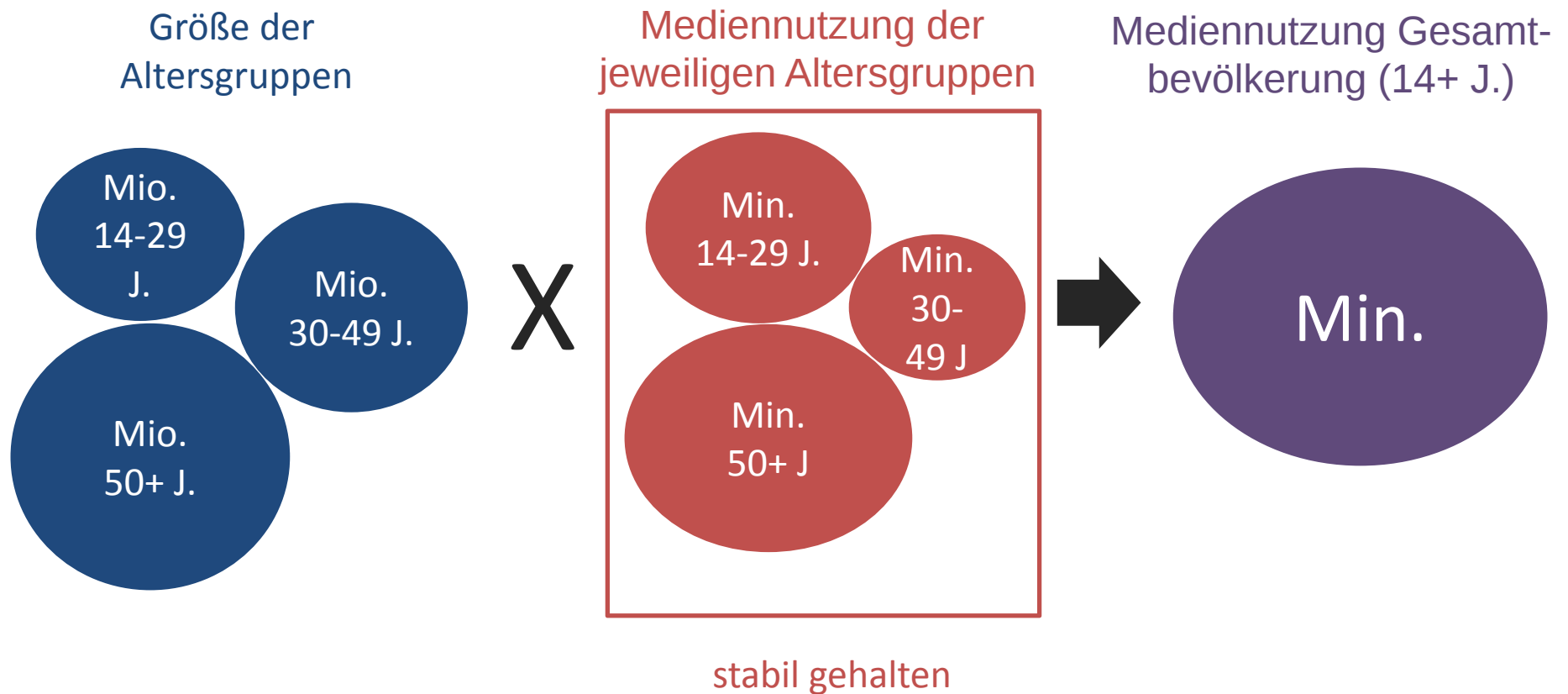
Mikrosimulation



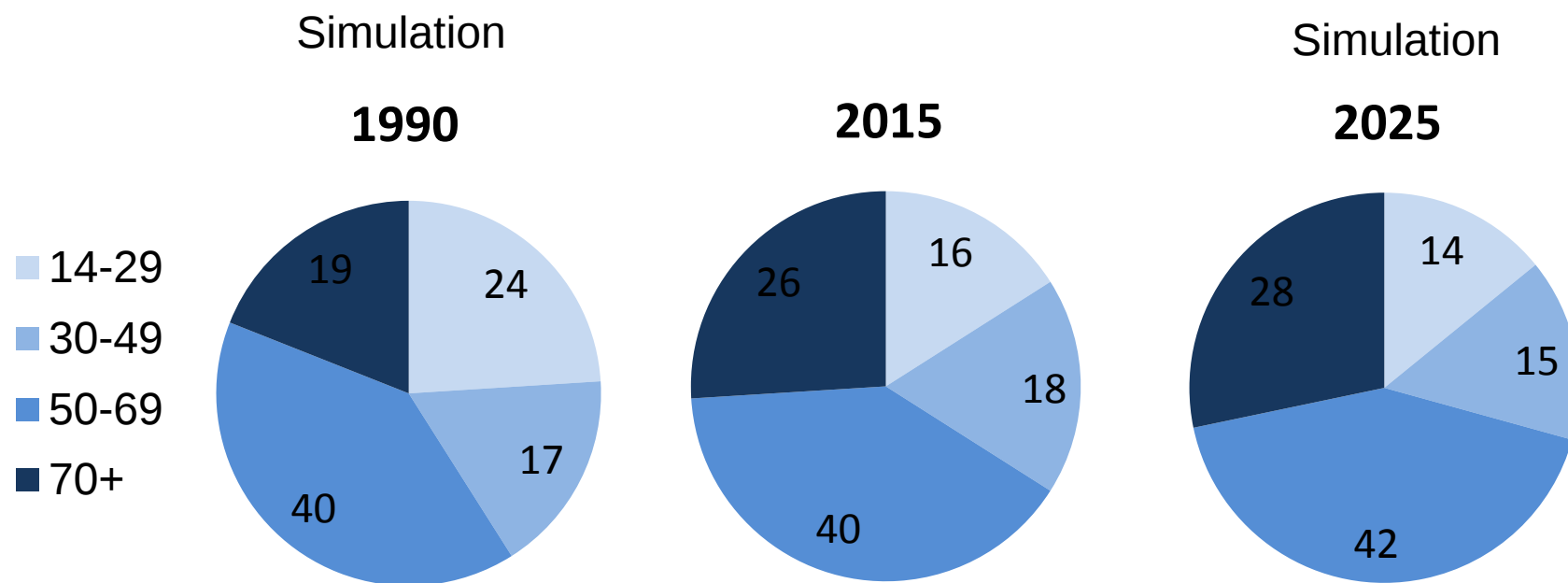
Bevölkerungs- und Verhaltenseffekt



Bevölkerungs- und Verhaltenseffekt

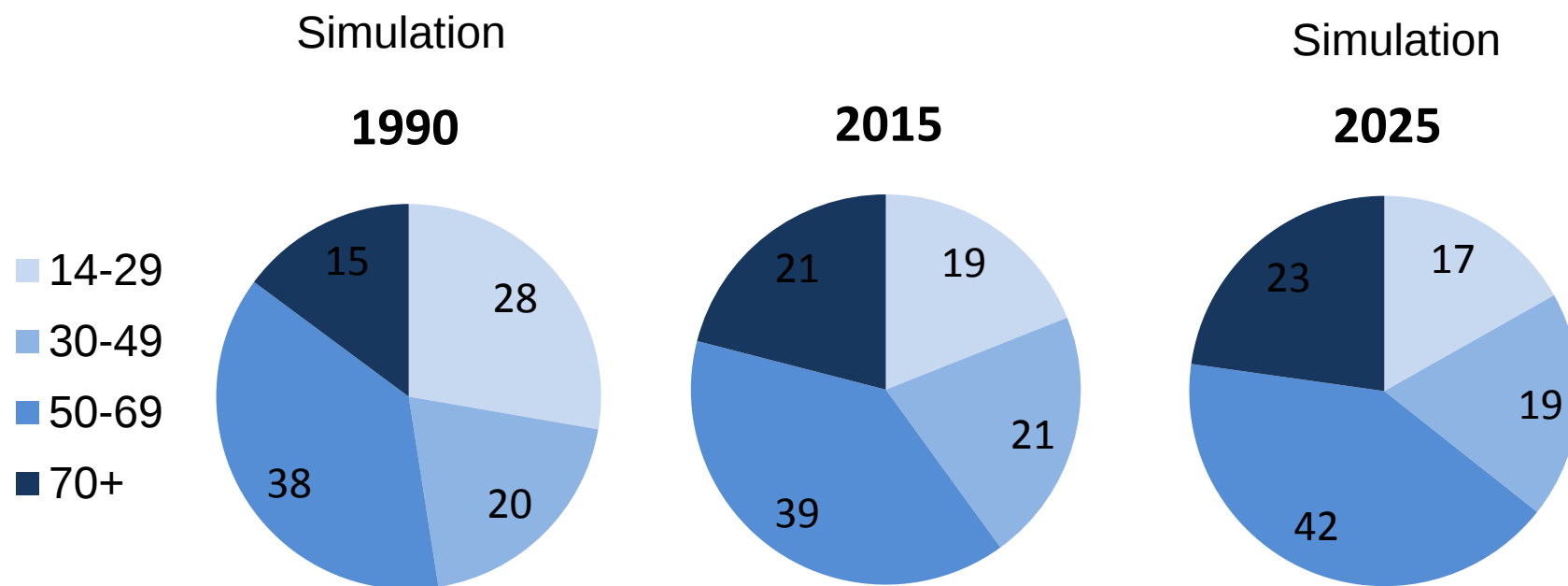


Mikrosimulation: Nutzungsanteile TV



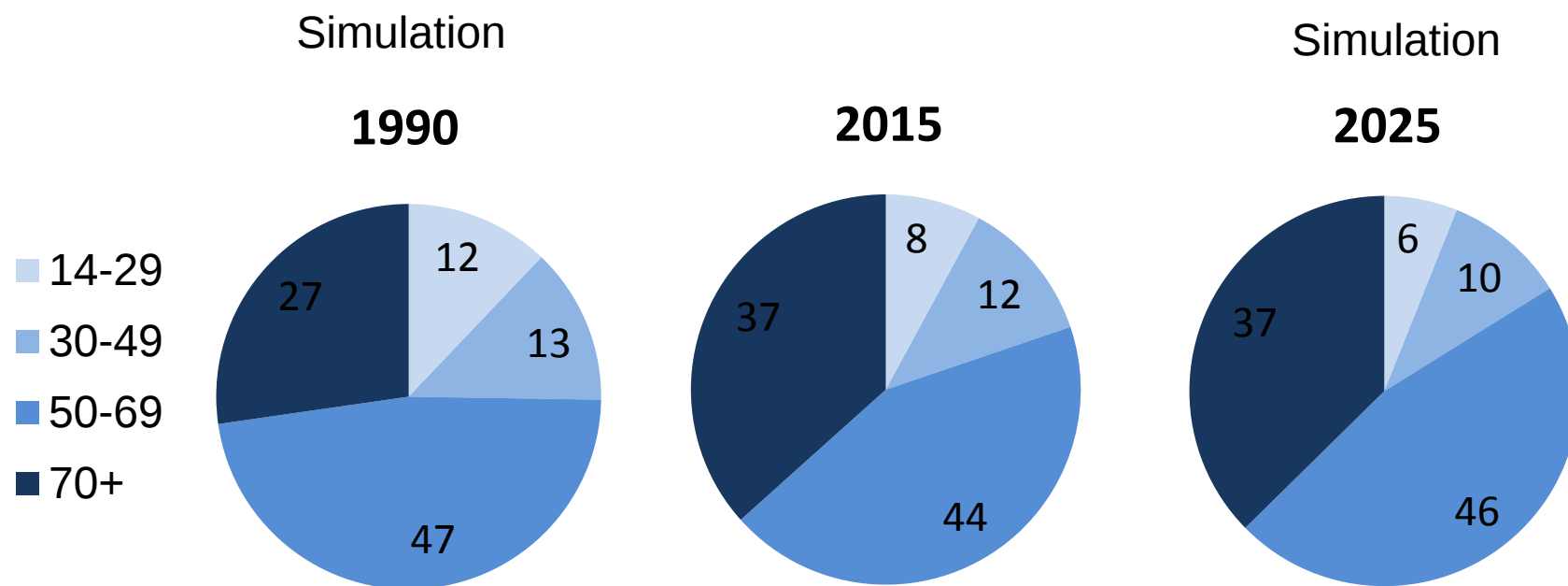
Quelle: Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation (Mikrosimulationsgewichtung).

Mikrosimulation: Nutzungsanteile Radio



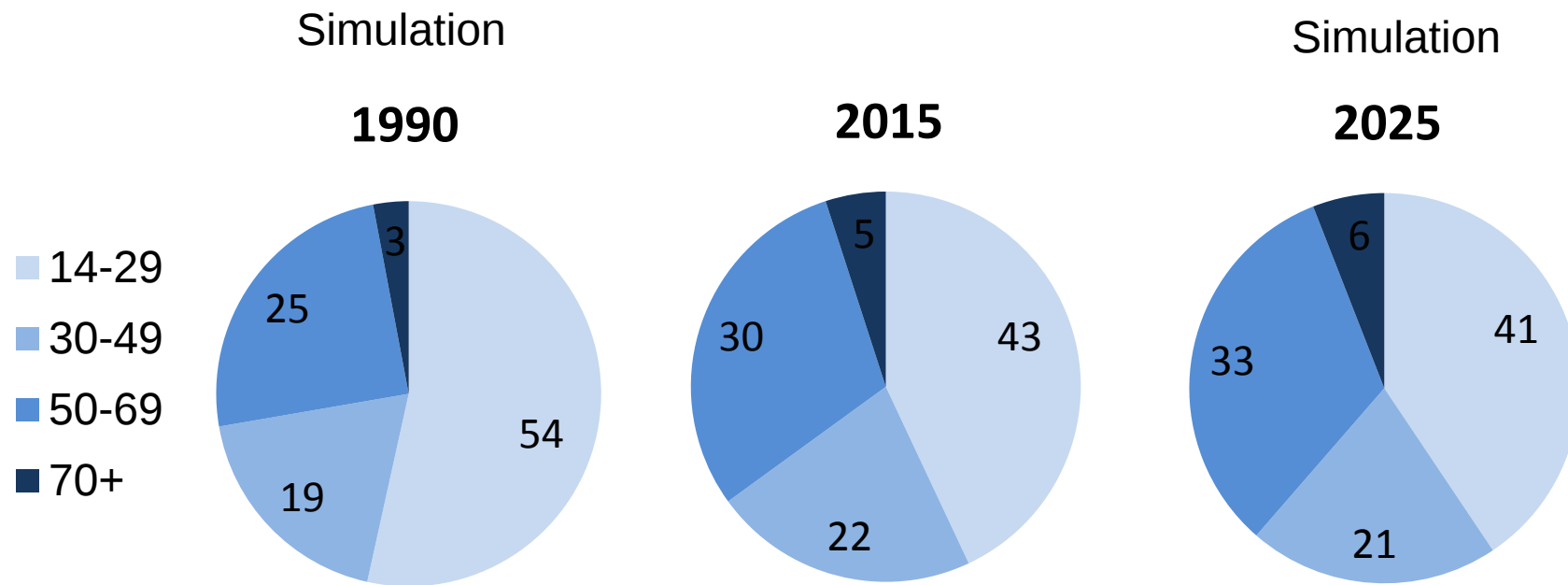
Quelle: Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation (Mikrosimulationsgewichtung).

Mikrosimulation: Nutzungsanteile Tageszeitung



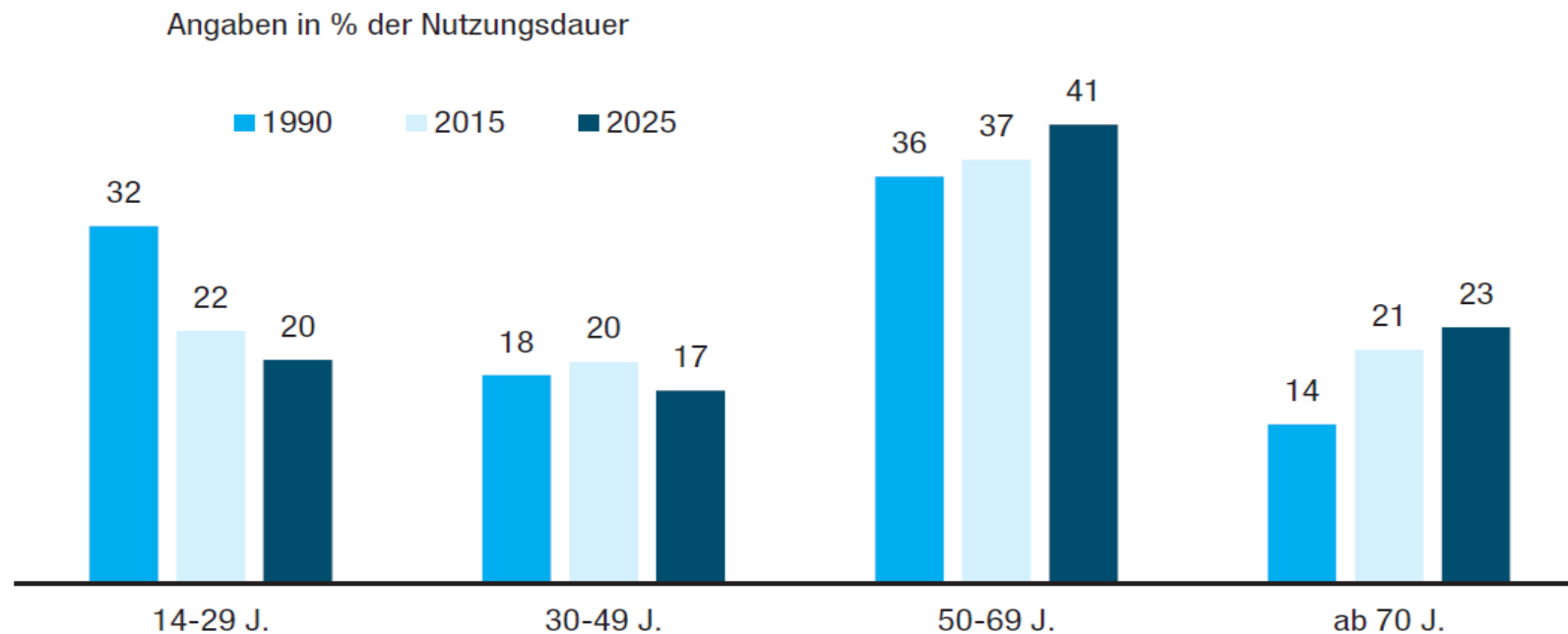
Quelle: Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation (Mikrosimulationsgewichtung).

Mikrosimulation: Nutzungsanteile Internet



Quelle: Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation (Mikrosimulationsgewichtung).

Nutzungsanteile der tagesaktuellen Medien in der Mikrosimulation



* Fernsehen, Radio, Tageszeitung und Internet.

Bevölkerungsdaten: Statistisches Bundesamt, Bevölkerungsfortschreibung 1990 bzw. Bevölkerungsvorausschätzung 2015 und 2025. Variante Kontinuität bei schwächerer Zuwanderung (G1-L1-W1).

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation (Mikrosimulationsgewichtung).

Fazit

- Der demographische Effekt einer älter werdenden Gesellschaft trifft im Medienbereich teilweise mit einem bereits vorhandenen Nutzungsschwerpunkt in älteren Bevölkerungsgruppen zusammen.
- TV profitiert besonders von älter werdender Gesellschaft (hohe Nutzung bei Älteren + Alterseffekt + wachsender Bevölkerungsanteil der Älteren)
- Damit sich Nutzungsentwicklungen jüngerer Bevölkerungsgruppen in der Gesamtmediennutzung niederschlagen, müssen sie den demographischen Effekt überkompensieren.
- Internet kann mit Nutzungsschwerpunkt bei Jüngeren demographischen Effekt kompensieren, ist aber auch besonders von weiteren Effekten betroffen (allgemeiner Technologietrend, Entwicklungszyklen)