

# AWA 2014

---

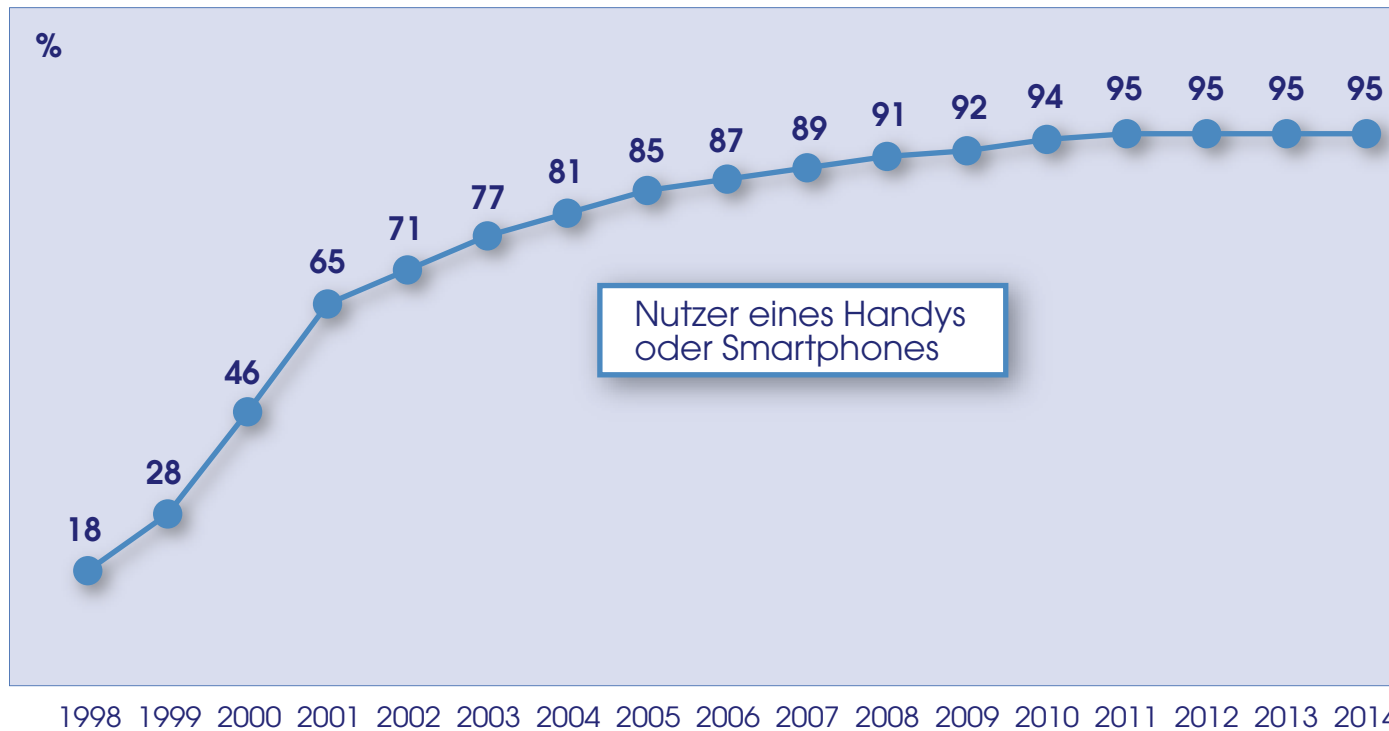
## Die vernetzte Gesellschaft

---

*Dr. Oliver Bruttel*

Institut für Demoskopie Allensbach

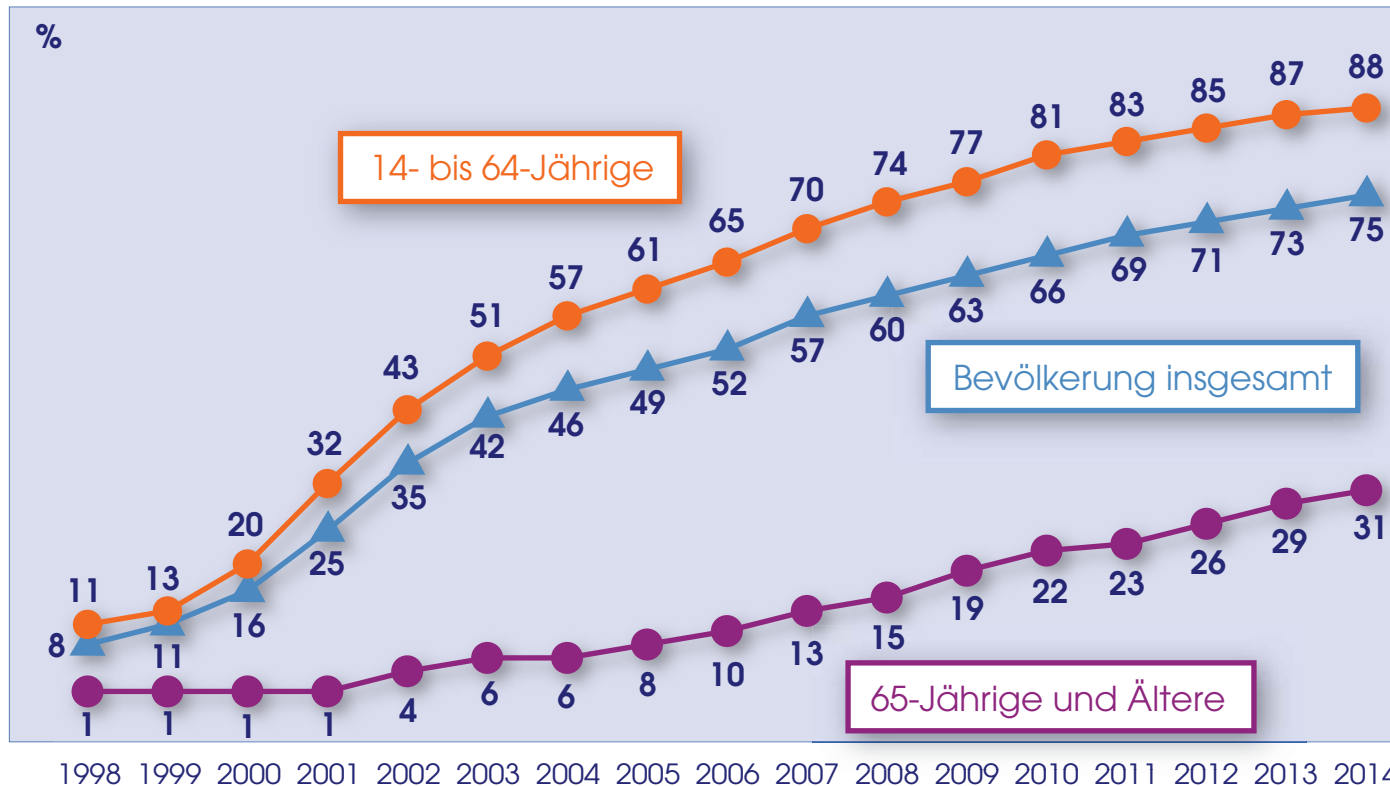
## Ausgangspunkt für die Verdichtung der Kommunikation: Das Mobiltelefon gehört seit gut zehn Jahren zur technischen Grundausstattung der Bevölkerung



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2013;  
für 2014: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2014

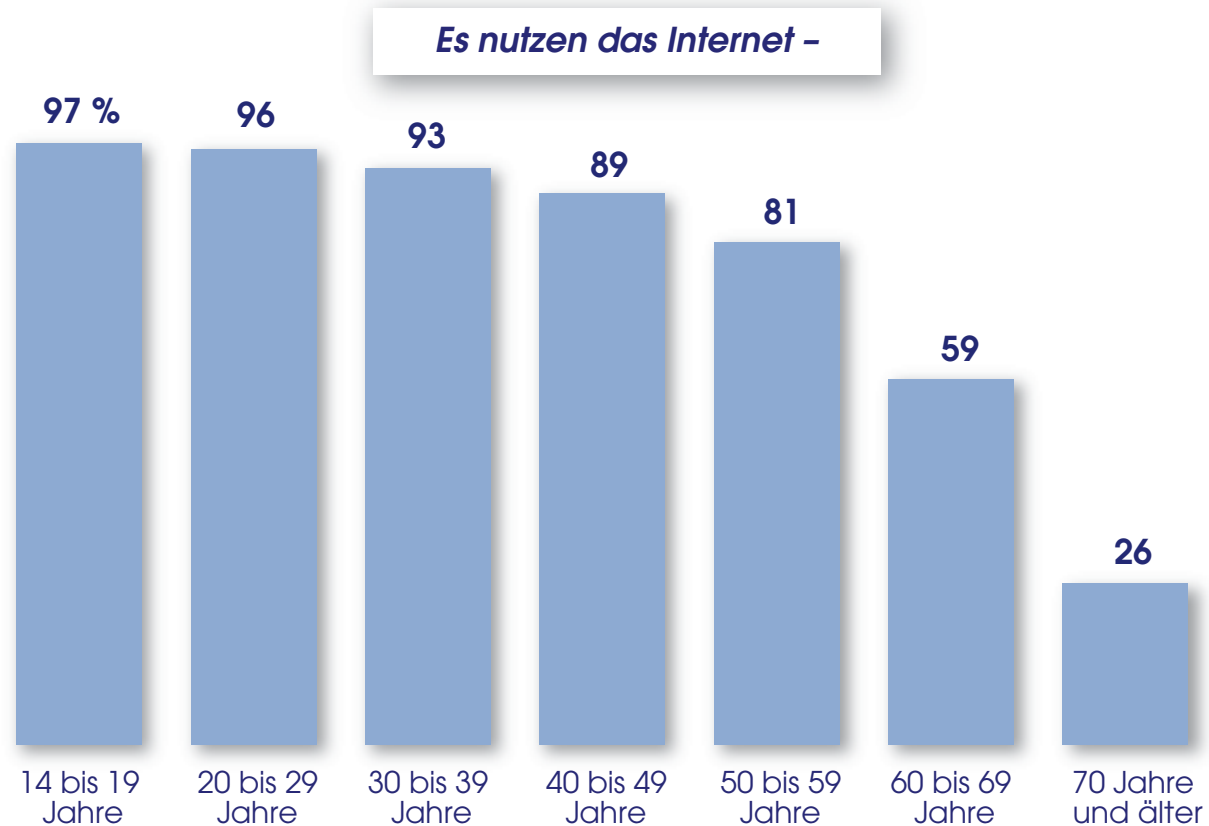
# Ausgangspunkt für die vernetzte Gesellschaft: das Internet

*Es nutzen das Internet -*



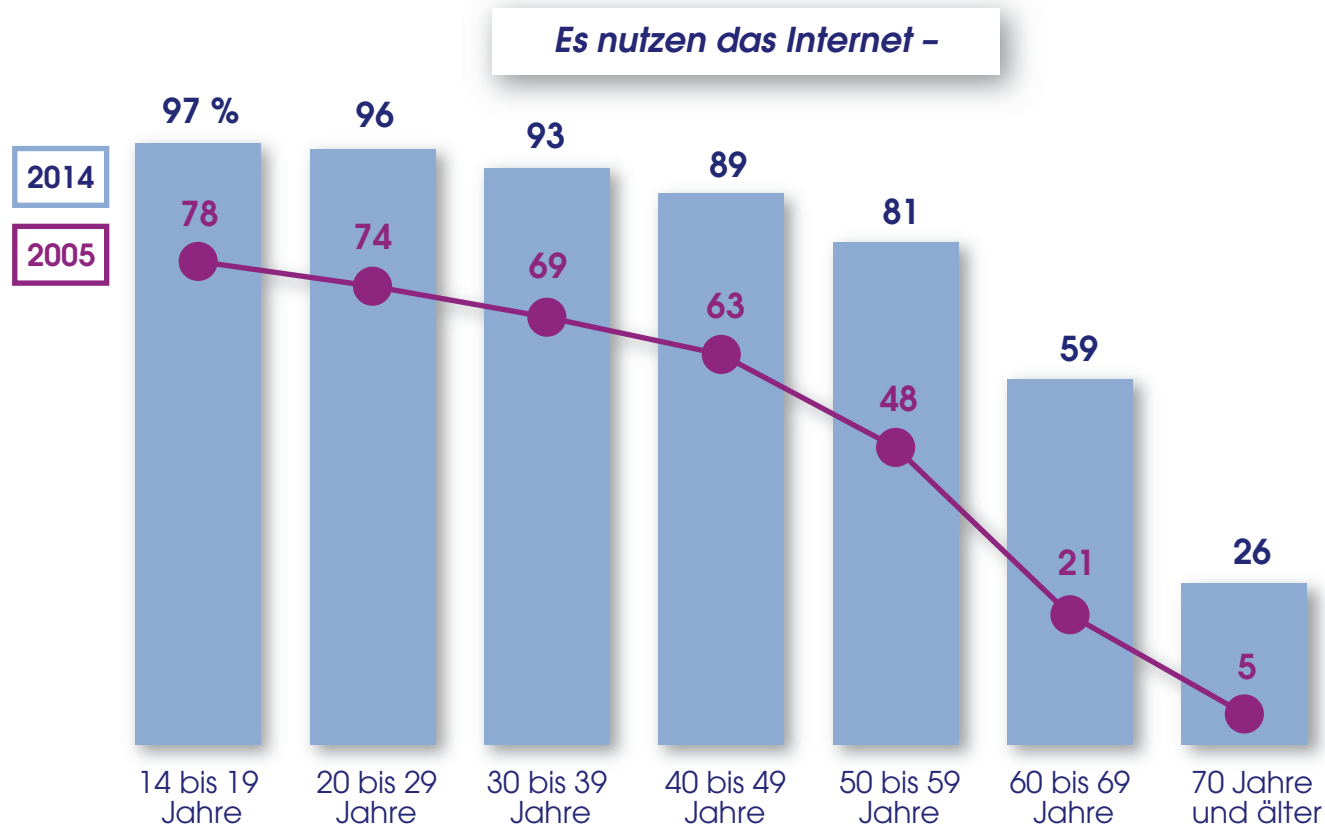
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre, ab 2013: deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2014

## Erst jenseits der 70 Jahre ist das Internet kein Massenmedium mehr



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2014

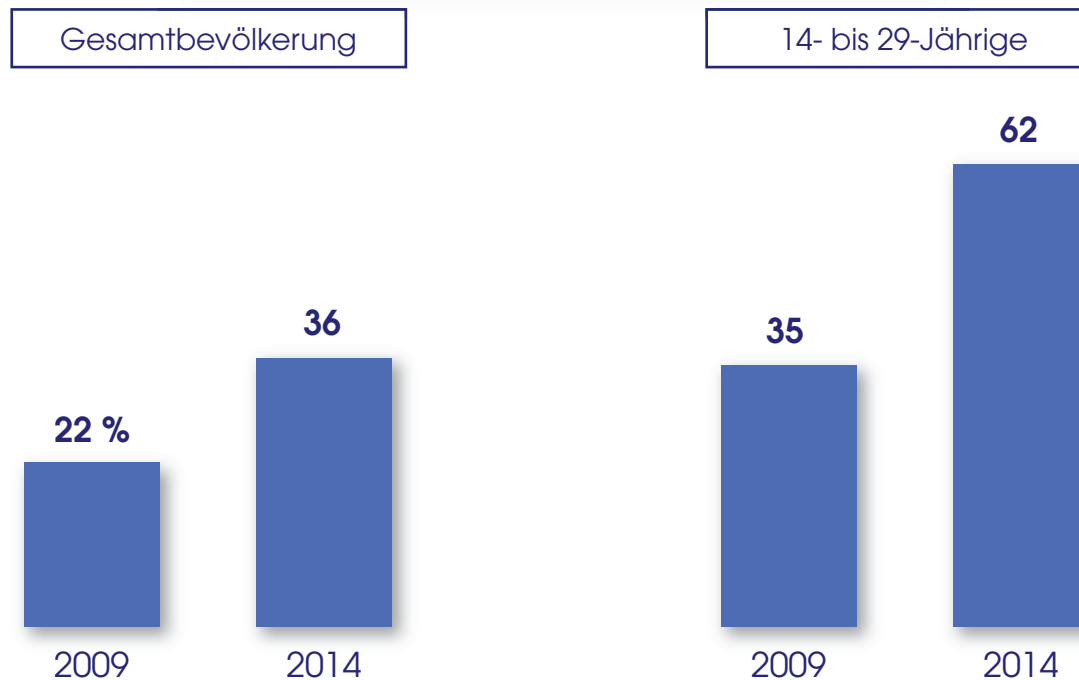
## 2005 war das Internet nur bei den Unter-50-Jährigen ein Massenmedium



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige (2005: deutsche) Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, AWA 2005 und AWA 2014

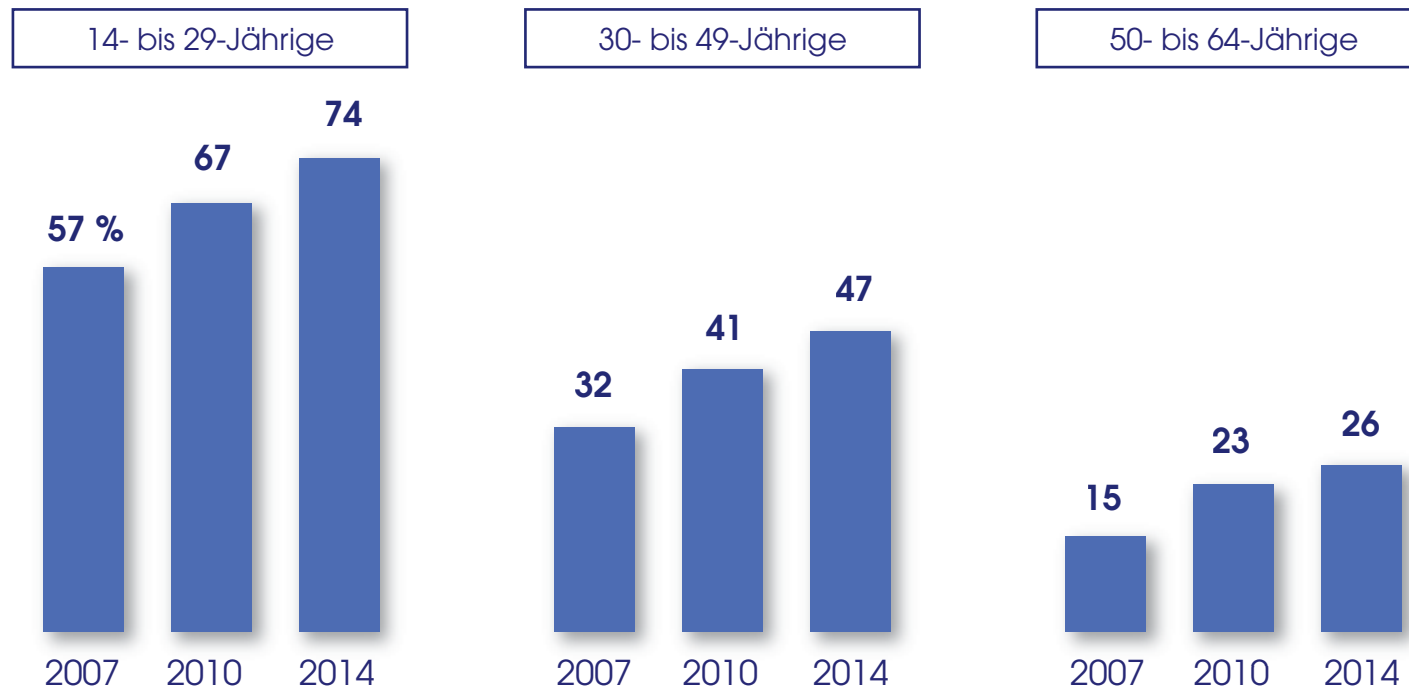
## Deutlicher Anstieg auch der intensiven Internetnutzung

*Es nutzen das Internet mehrmals täglich -*



## Zunehmende Kontaktdichte

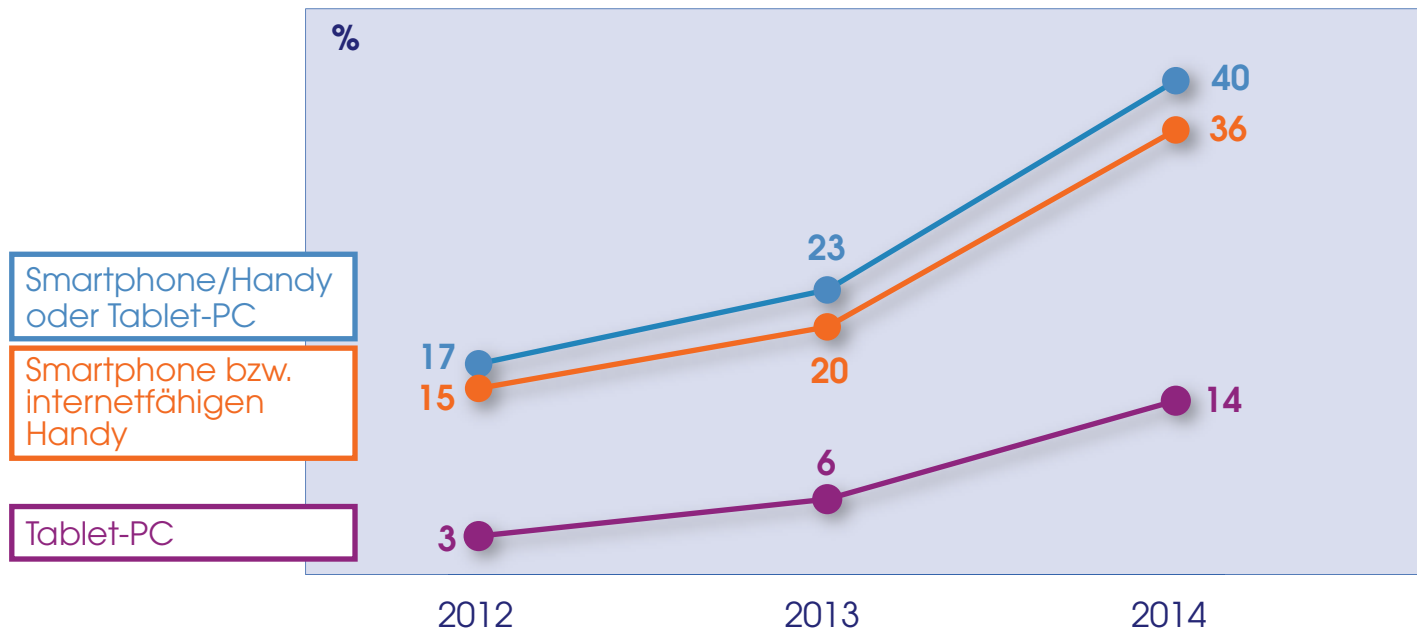
*"Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals am Tag über Handy oder im Internet in Kontakt bin"*



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: 2007 und 2010: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen,  
2014: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2014, Frühjahrswelle

## Treiber einer vernetzten Gesellschaft: starker Anstieg der Internetnutzung mit Handheld-Geräten

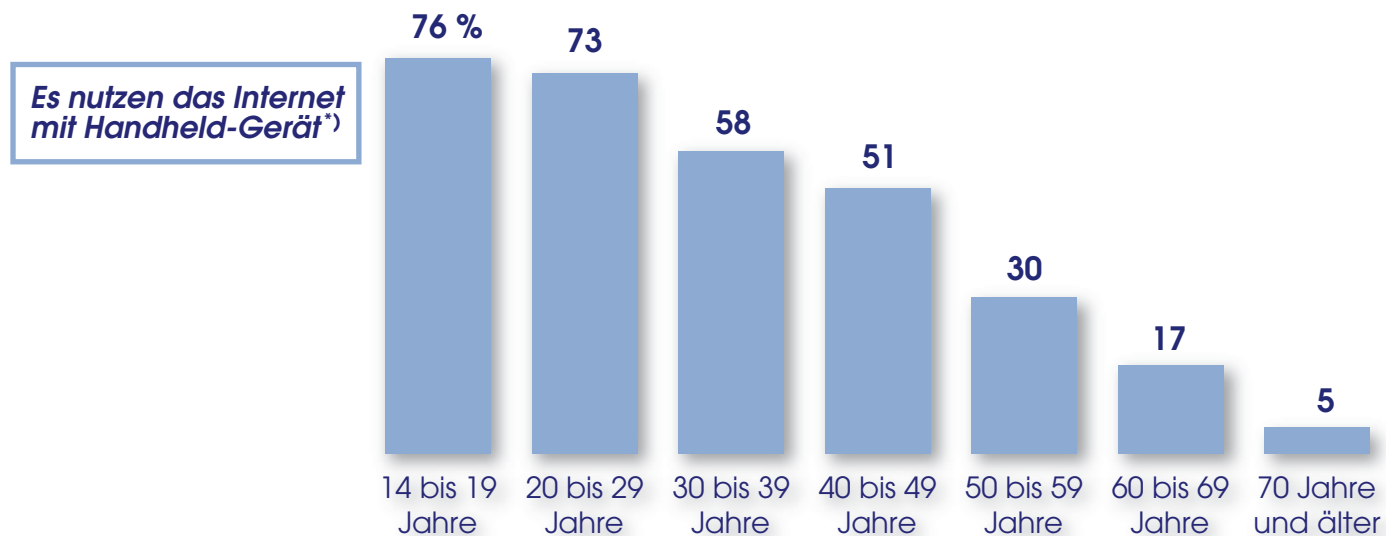
*Es nutzen das Internet mit einem -*



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2014, Frühjahrswelle



## Mobile Internetnutzung deutlich stärker altersgebunden als die Internetnutzung insgesamt



\*) Smartphone bzw. internetfähiges Handy, Tablet-PC, internetfähiger MP3-Player, E-Reader

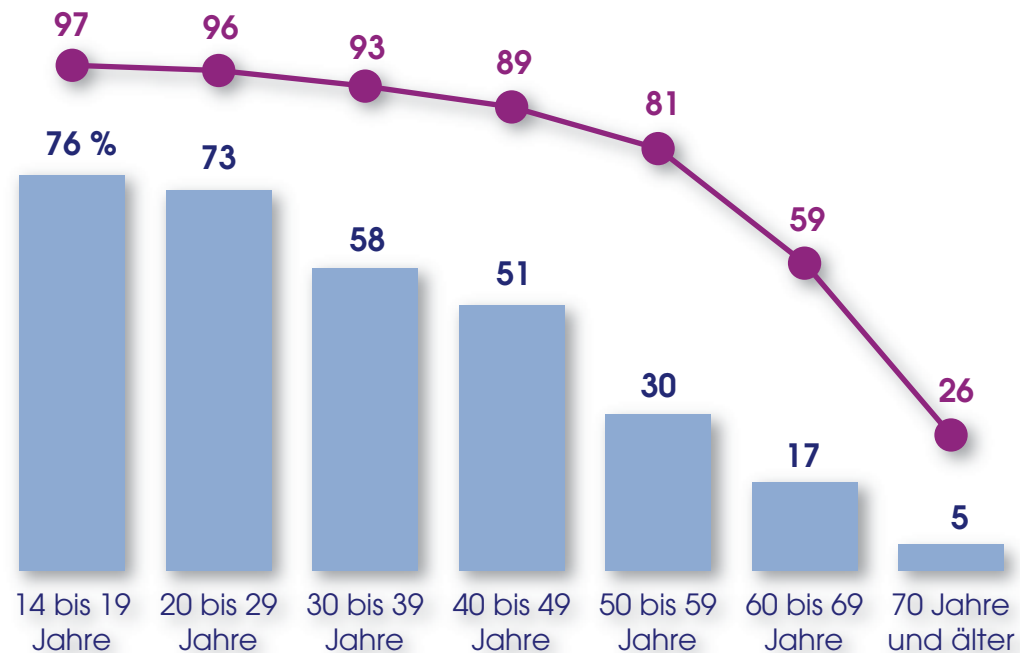
Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2014, Frühjahrswelle

## Mobile Internetnutzung deutlich stärker altersgebunden als die Internetnutzung insgesamt

Es nutzen das Internet -

insgesamt

mit Handheld-Gerät<sup>\*)</sup>

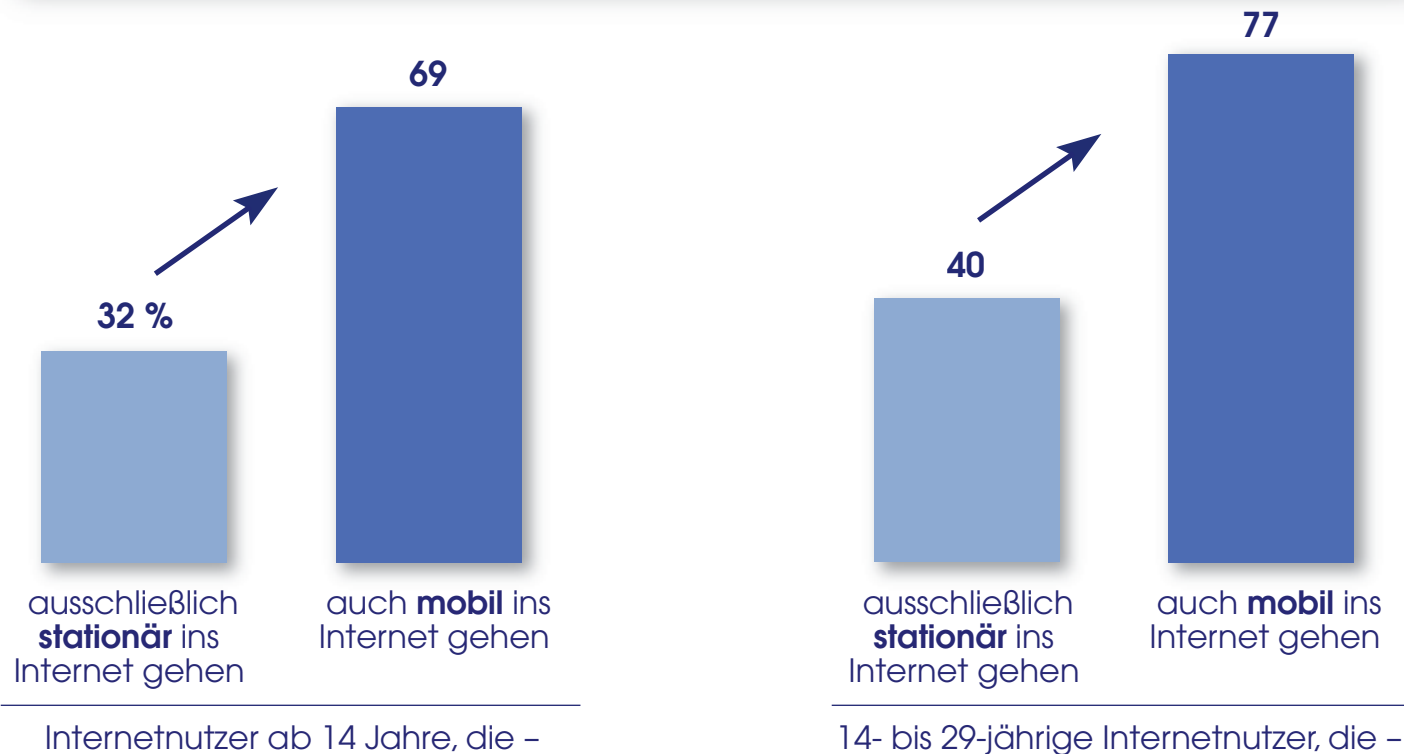


<sup>\*)</sup> inklusive Smartphone bzw. internetfähiges Handy, Tablet-PC, internetfähigem MP3-Player, E-Reader

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, AWA 2014, Frühjahrswelle

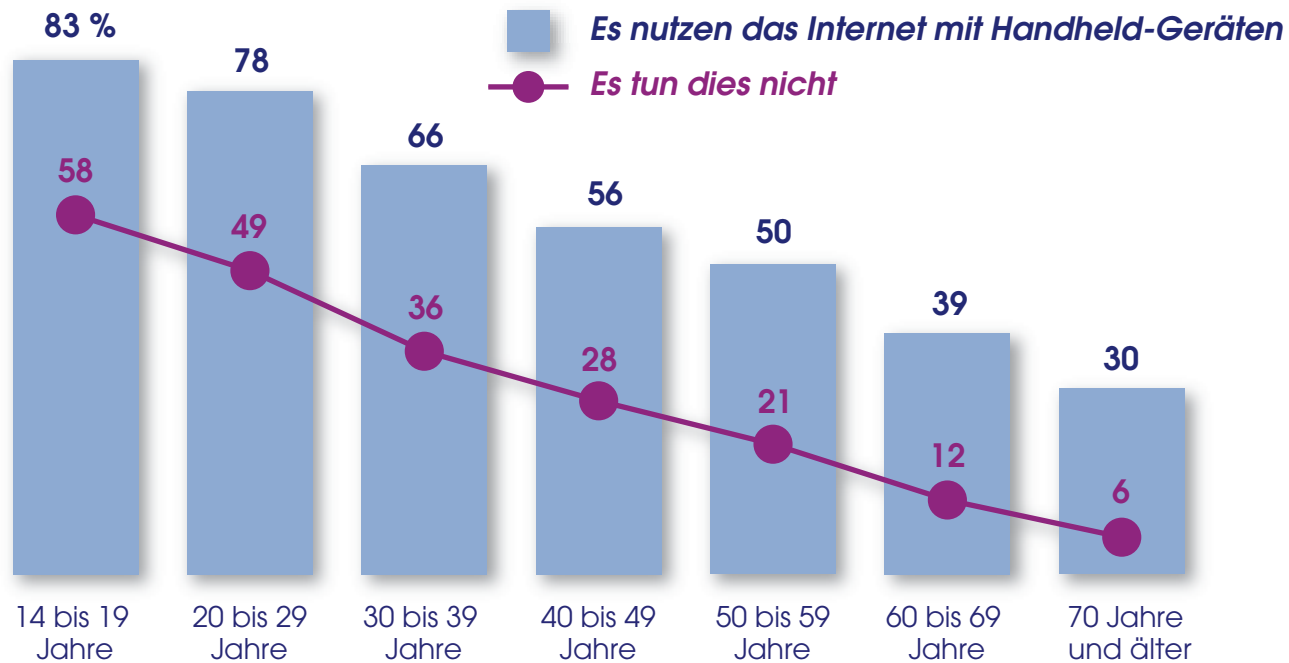
# Handheldgeräte erhöhen die Frequenz der Internetnutzung

Es sind mehrmals täglich online -



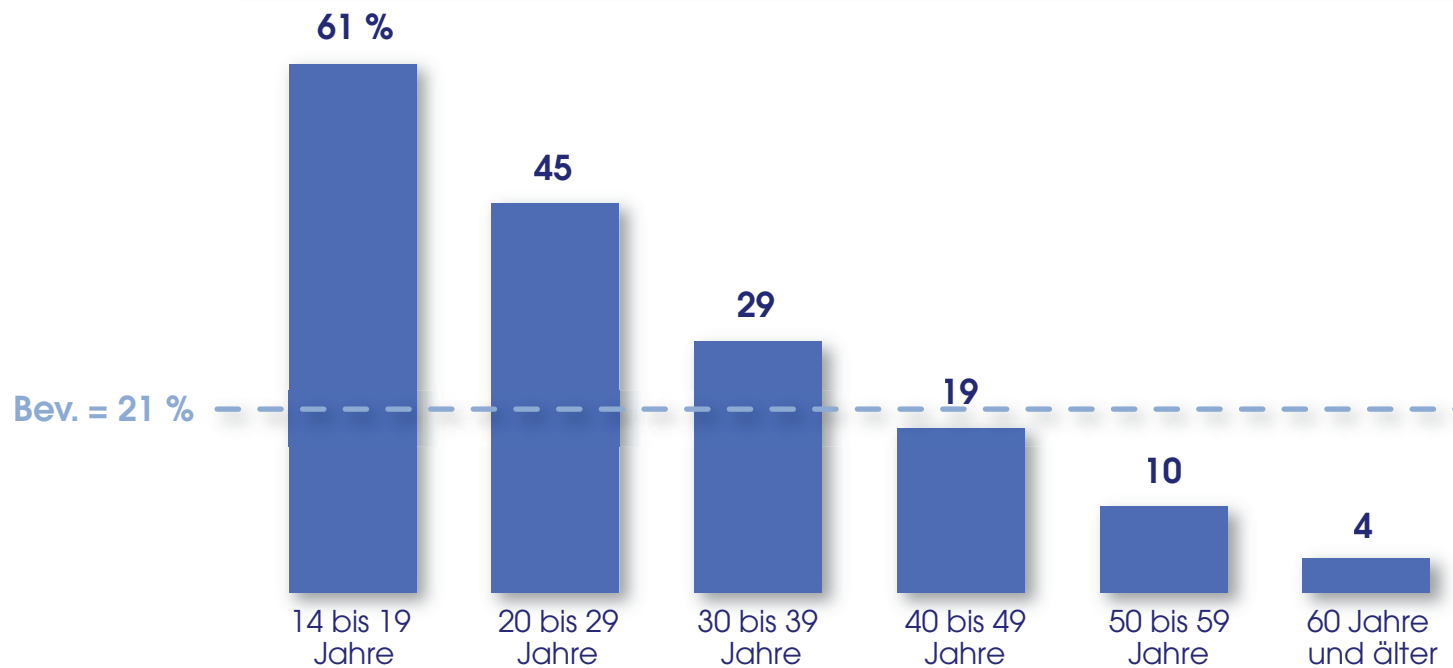
## Mobiles Internet forciert eine hohe Kontaktfrequenz

*"Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals täglich über Handy oder im Internet in Kontakt bin"*



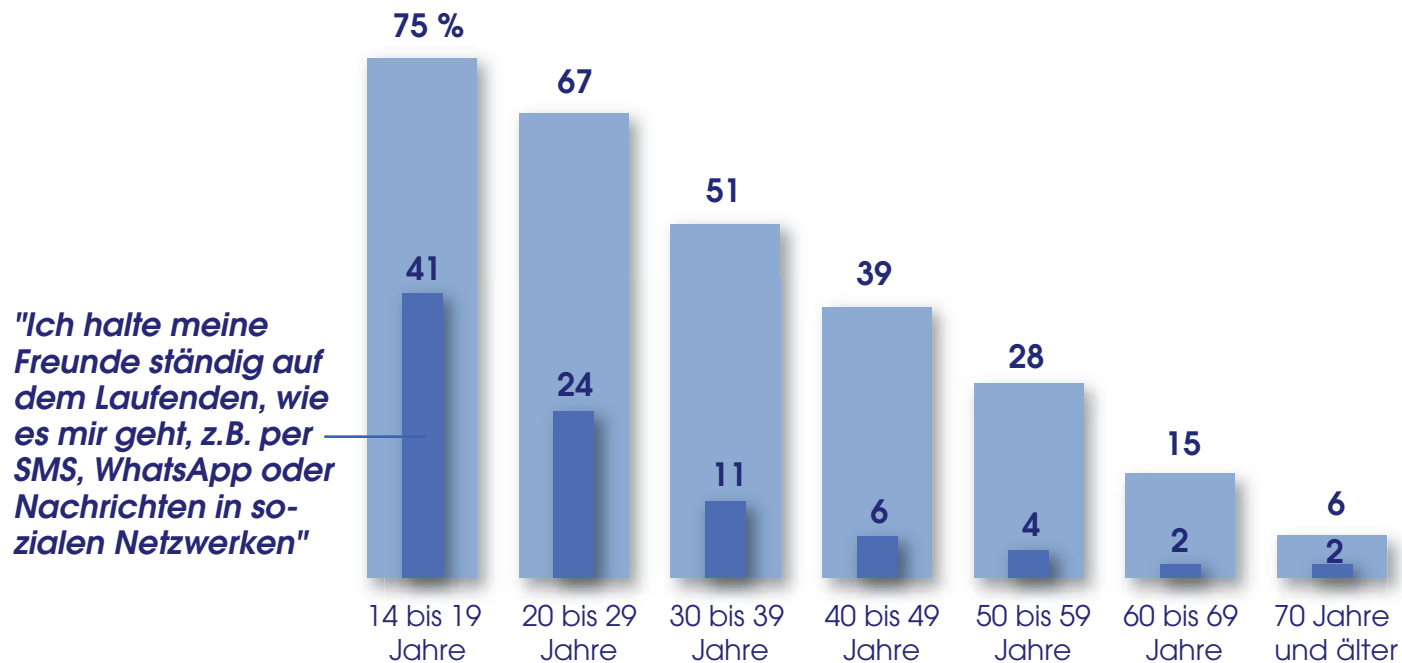
## Lieber Kurznachricht als Telefonieren?

*"Ich schicke lieber eine SMS oder WhatsApp-Nachricht als zu telefonieren"*

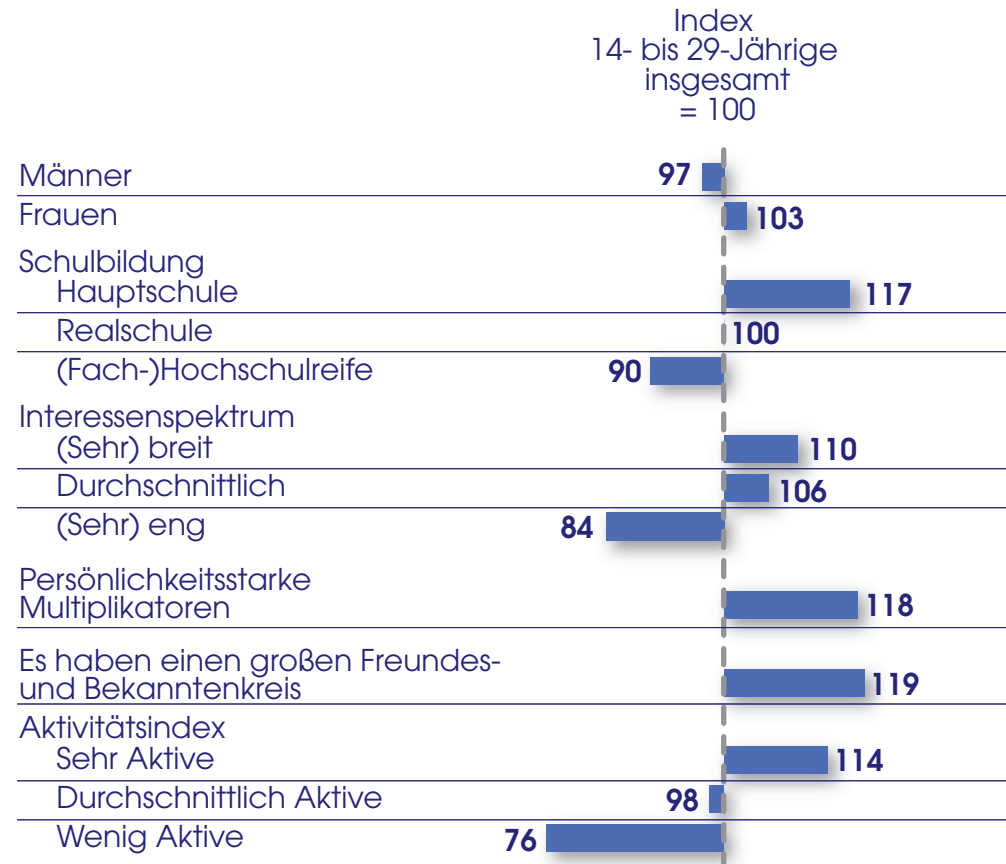


## Häufig reine Status-Updates – vor allem unter den Jugendlichen

*"Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals täglich über Handy oder Internet in Kontakt bin"*



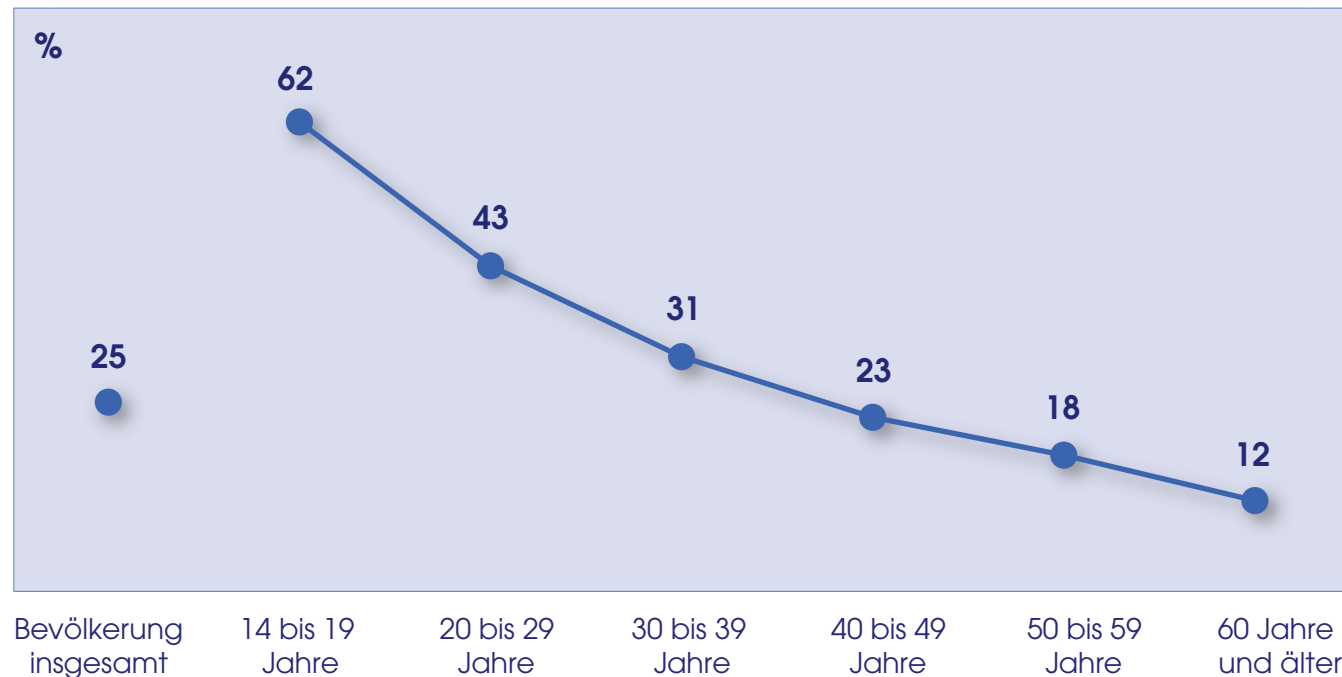
## Profil der "Status-Updater"



# Bescheid wissen, wo die Freunde sind

## Anwendungsinteresse ITK-Techniken:

*"Man kann, wenn man unterwegs ist, auf seinem Handy erkennen, ob Freunde oder Bekannte gerade in der Nähe sind"*

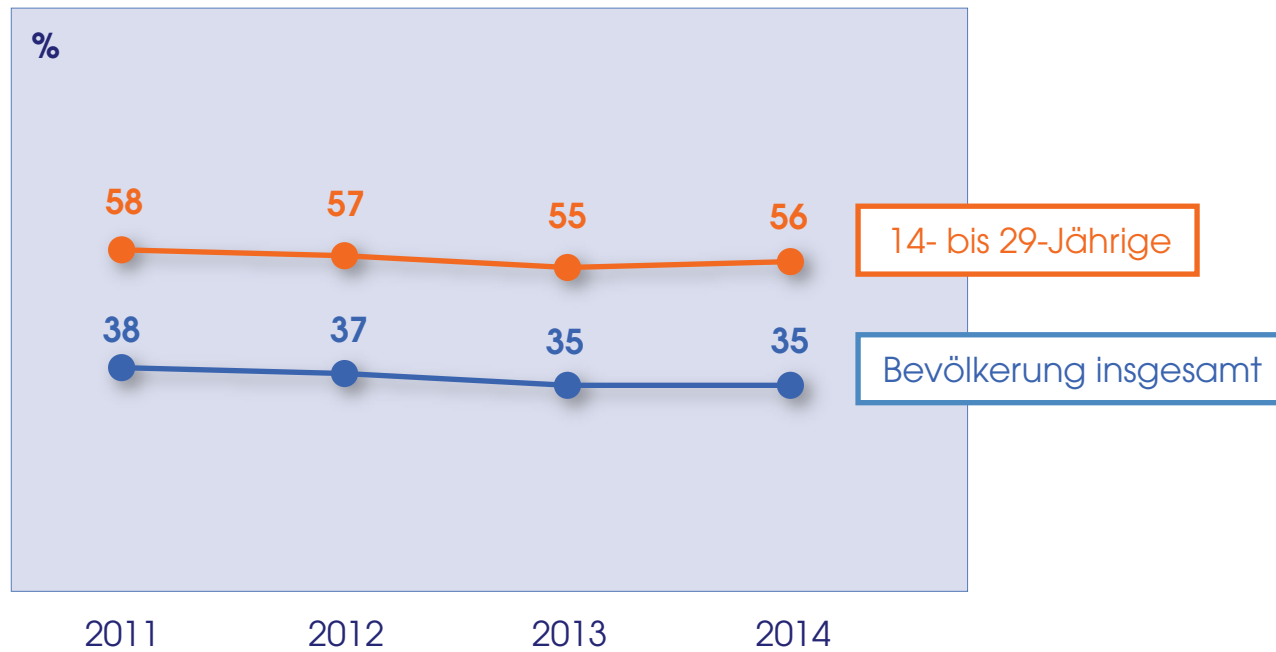


Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2013



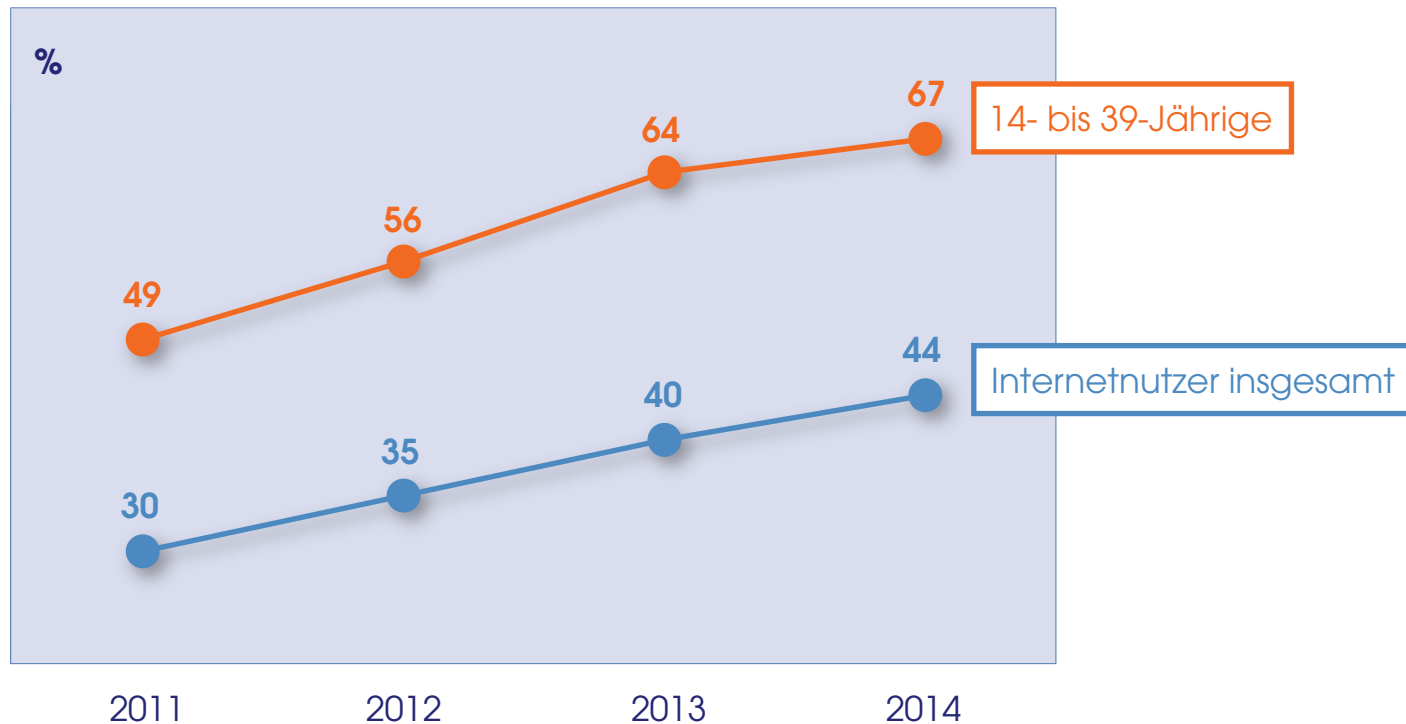
# Immer erreichbar sein?

*"Ich finde es wichtig, immer erreichbar zu sein"*



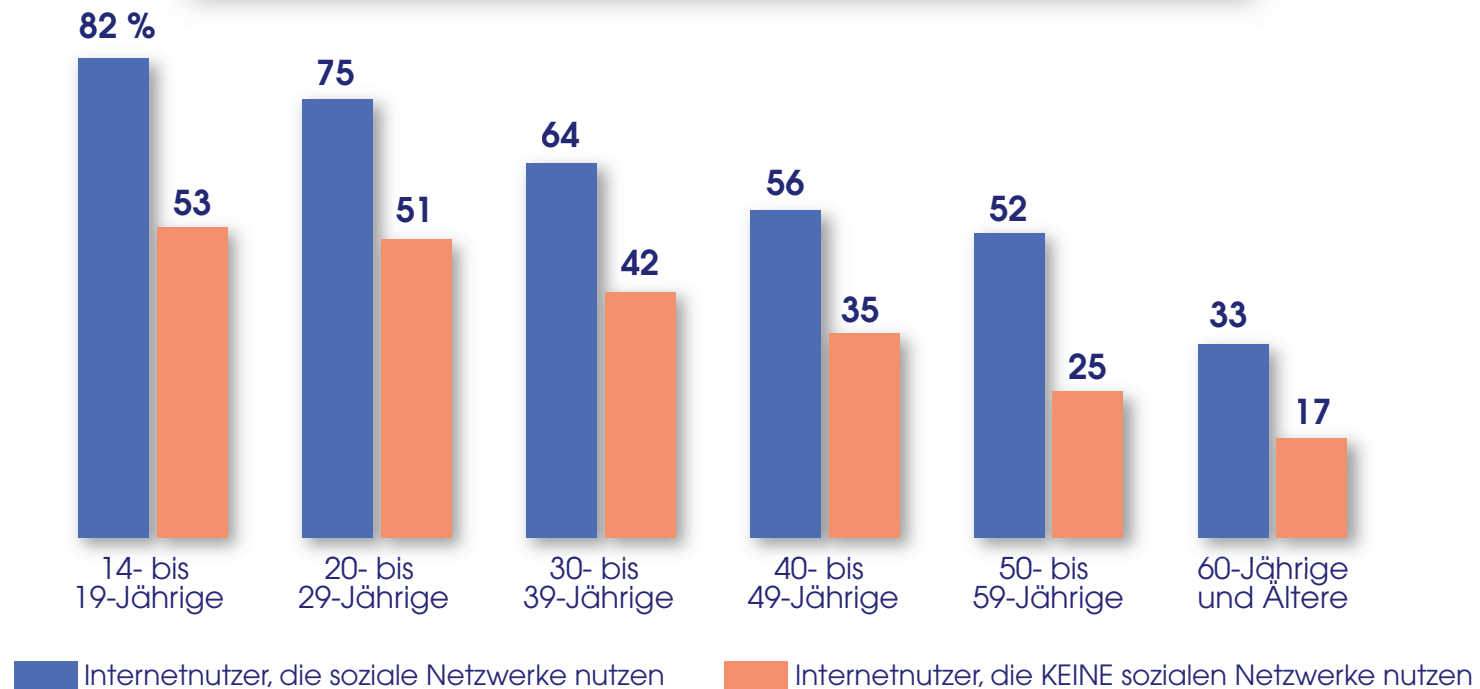
## Fast die Hälfte der Internetnutzer ist inzwischen Mitglied in einem sozialen Netzwerk

### Zweck der Internetnutzung: soziale Netzwerke



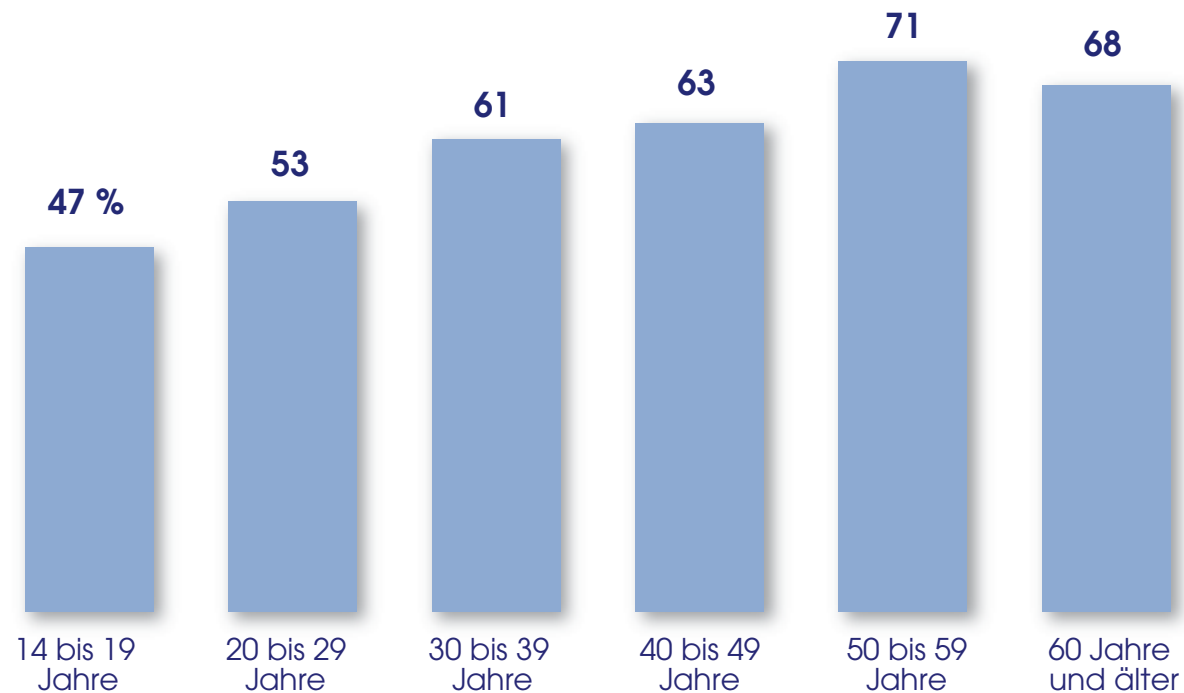
## Mitglieder sozialer Netzwerke haben eine besonders hohe Kontaktdichte

*"Es gibt Personen, mit denen ich täglich oder sogar mehrmals täglich über Handy oder im Internet in Kontakt bin"*



# Datenschutz in einer vernetzten Gesellschaft

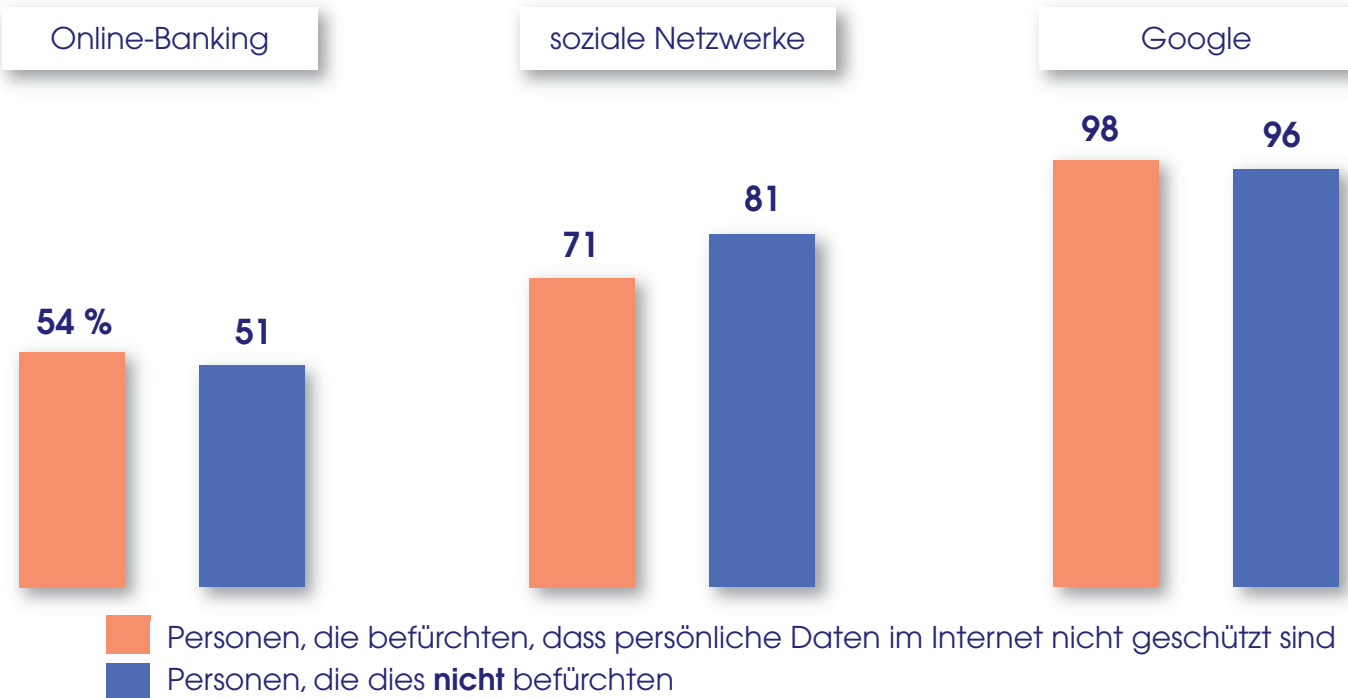
*Ich befürchte, dass persönliche Daten im Internet nicht geschützt sind -*



# Bedenken um die Datensicherheit hat kaum Auswirkungen auf die Nutzung von Internetangeboten

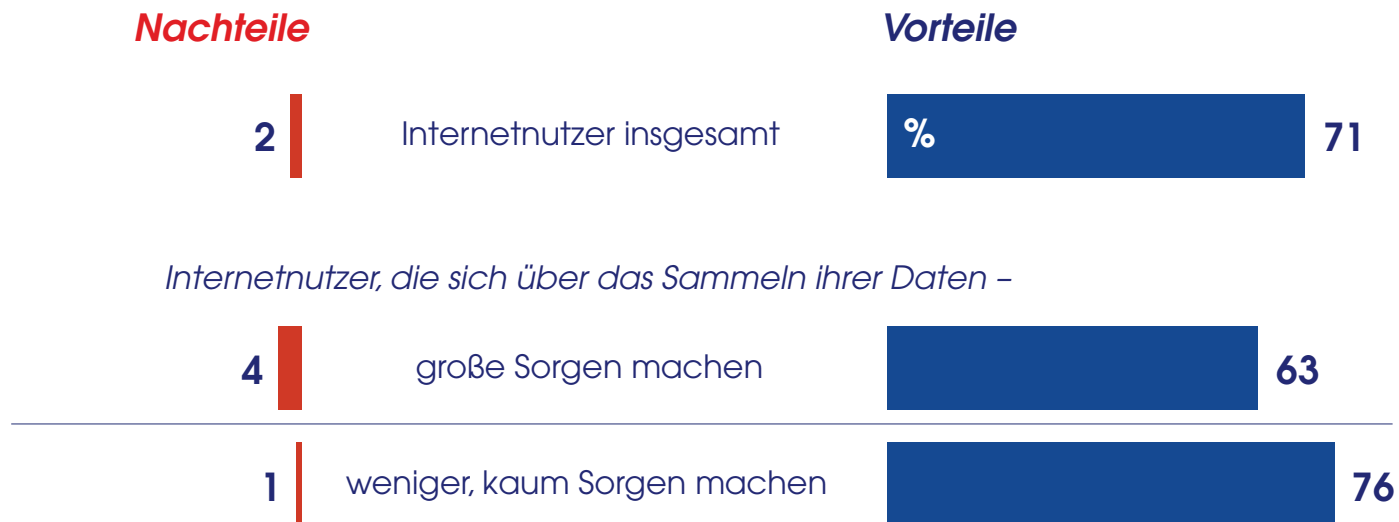
14- bis 39-jährige Internetnutzer

*Es nutzen -*



# Google: Mehr Vorteile als Nachteile

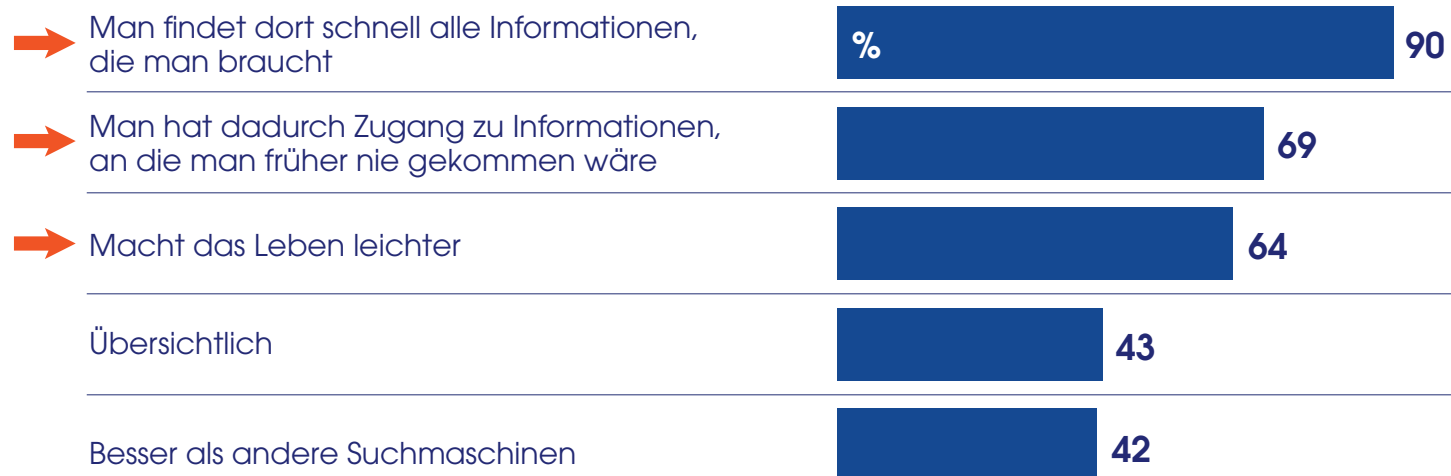
Frage: "Wie sehen Sie das, wenn Sie persönlich im Internet Suchmaschinen wie Google nutzen:  
Überwiegen da für Sie die Vorteile oder die Nachteile?"



# Einschätzung der Gratifikationen von Google

Frage: "Hier ist einiges aufgeschrieben, was man über Google sagen kann. Was davon würden auch Sie sagen?"

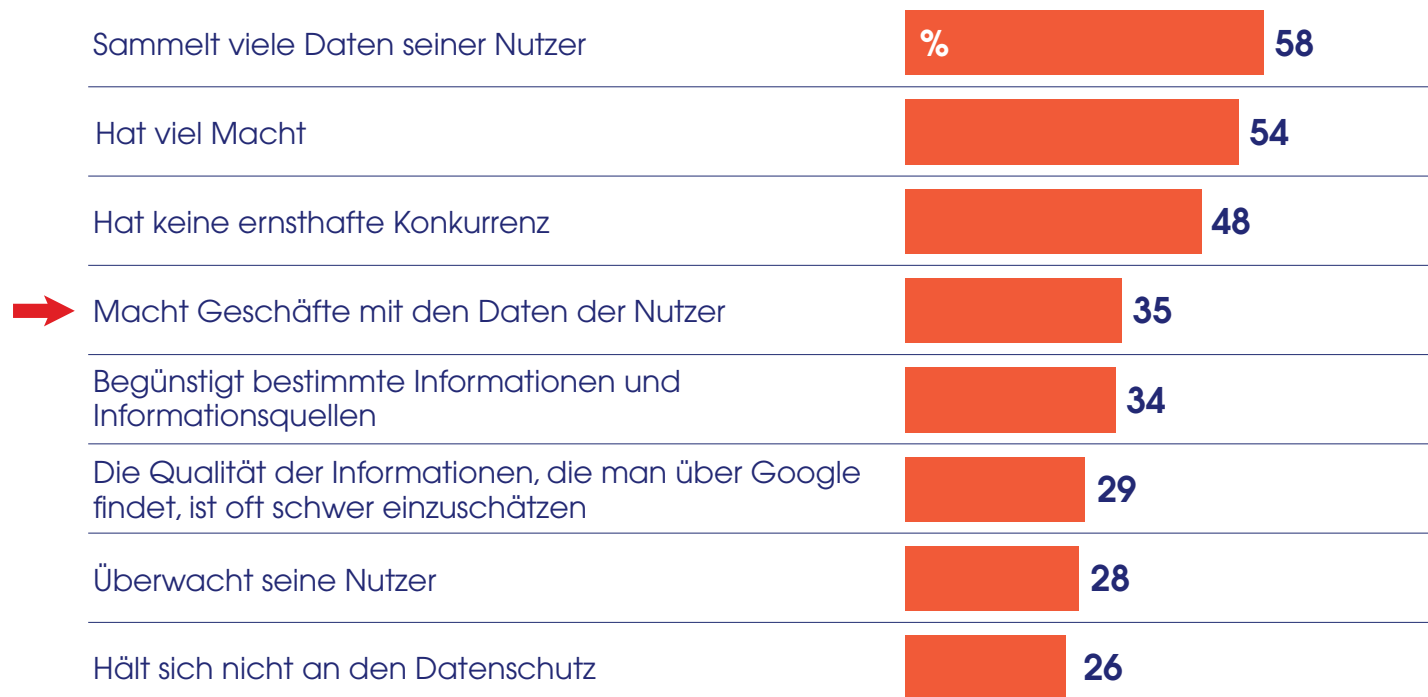
## - Top-Nennungen -



# Einschätzung der Risiken und Nachteile von Google

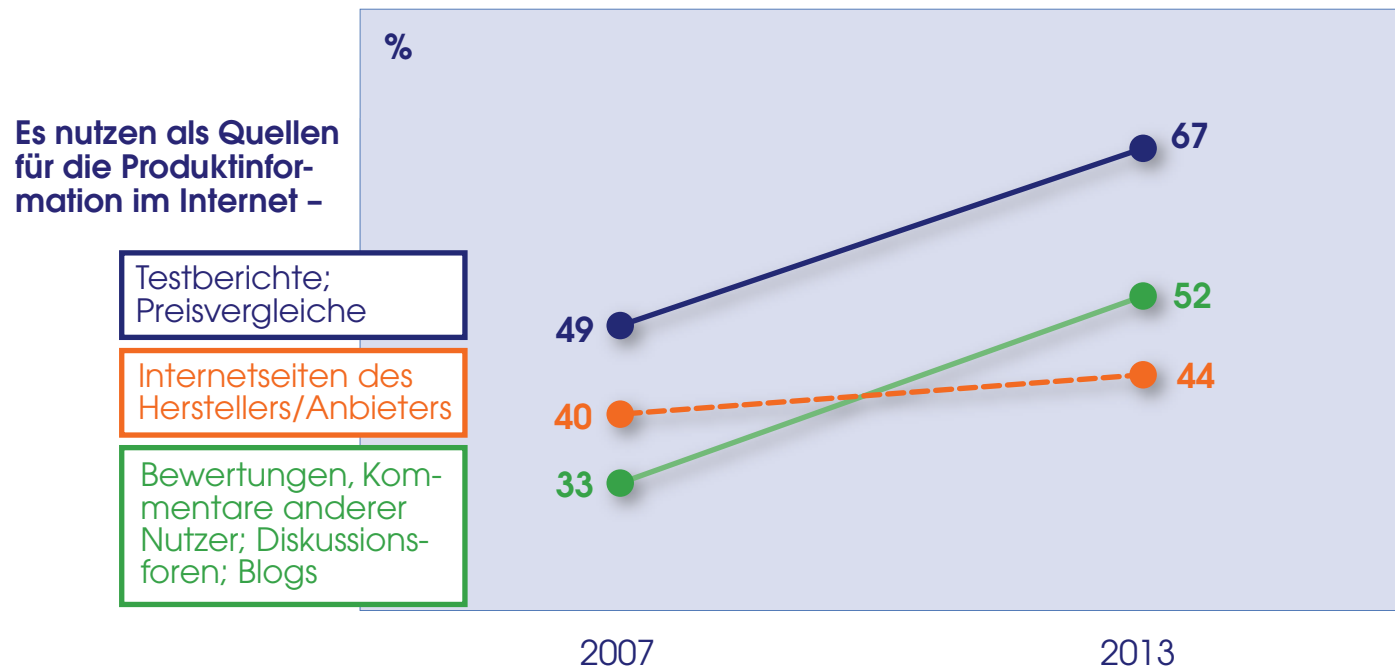
Frage: "Hier ist einiges aufgeschrieben, was man über Google sagen kann. Was davon würden auch Sie sagen?"

**- Auswahl -**



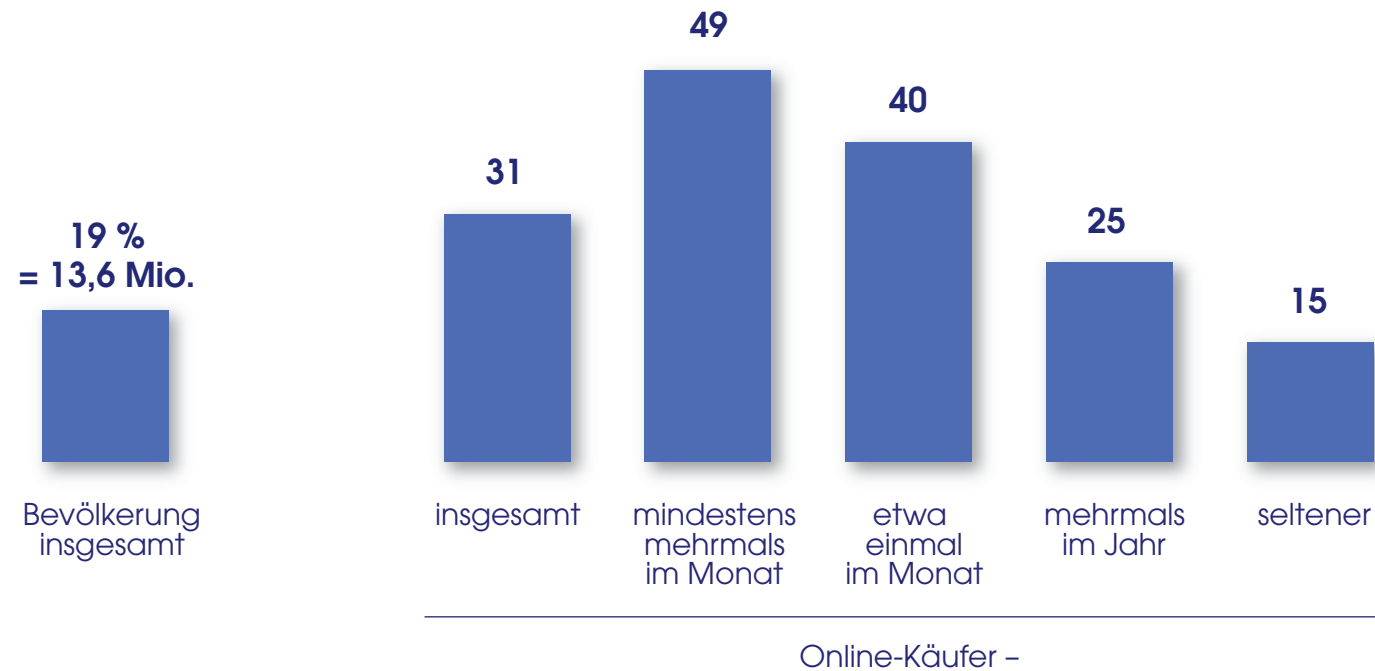


## Vernetzung bei der Information über Produkte und Dienstleistungen: hohes Maß an Transparenz durch das Internet

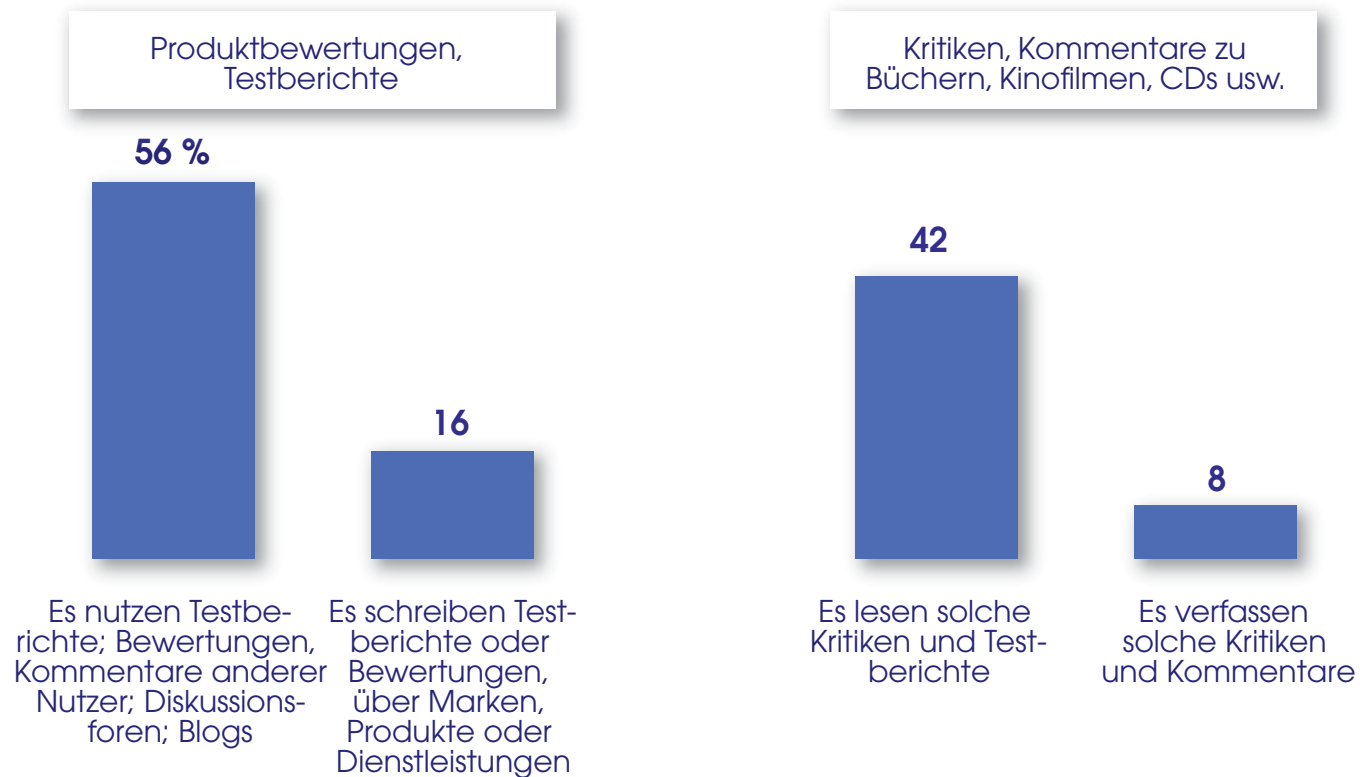


## Die Meinung anderer Nutzer als Kauforientierung

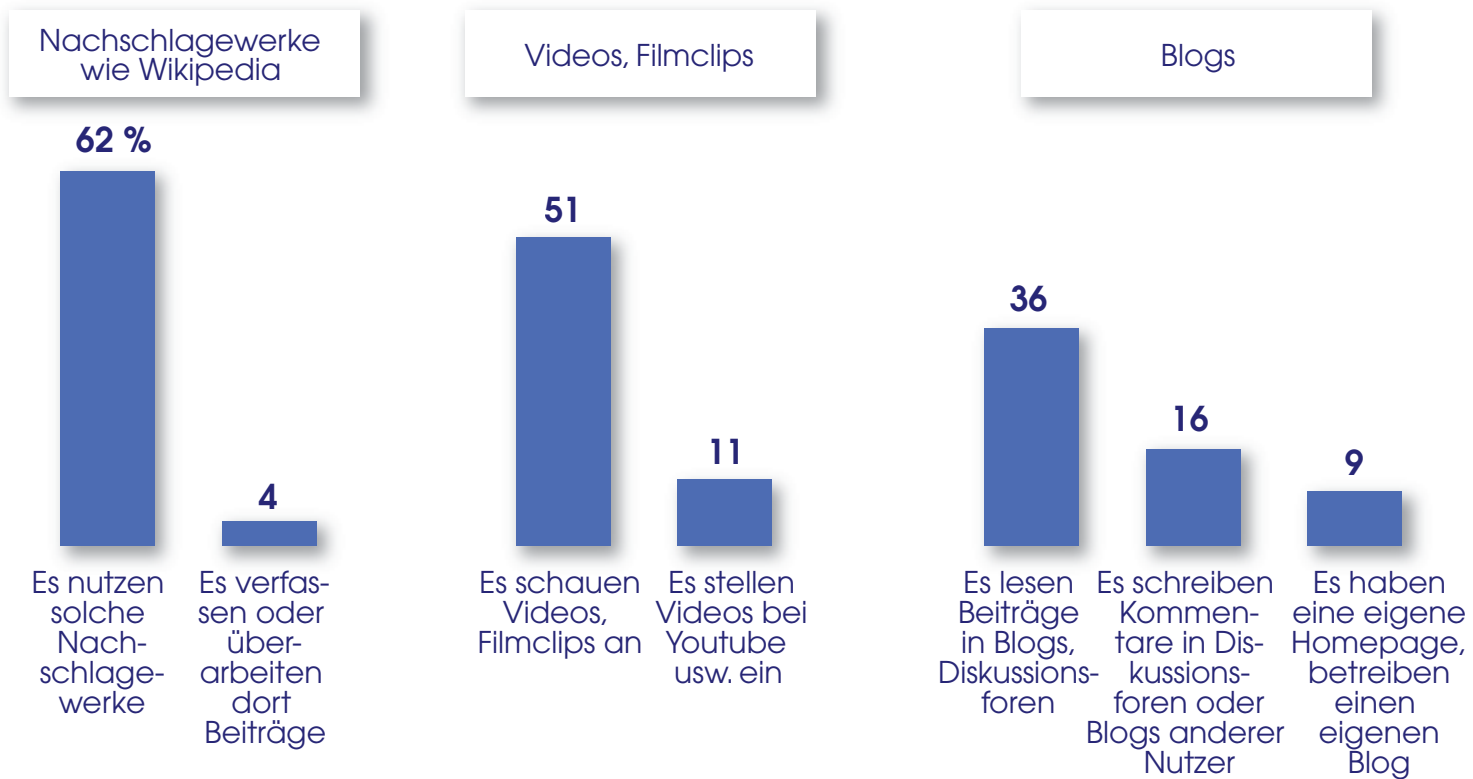
*"Ich orientiere mich beim Kauf von neuen Produkten an Bewertungen anderer Internetnutzer"*



## Produktinformation im Netz: Asymmetrie zwischen Produzenten und Konsumenten solcher Informationen



## Information im Netz: Asymmetrie zwischen Produzenten und Konsumenten solcher Informationen

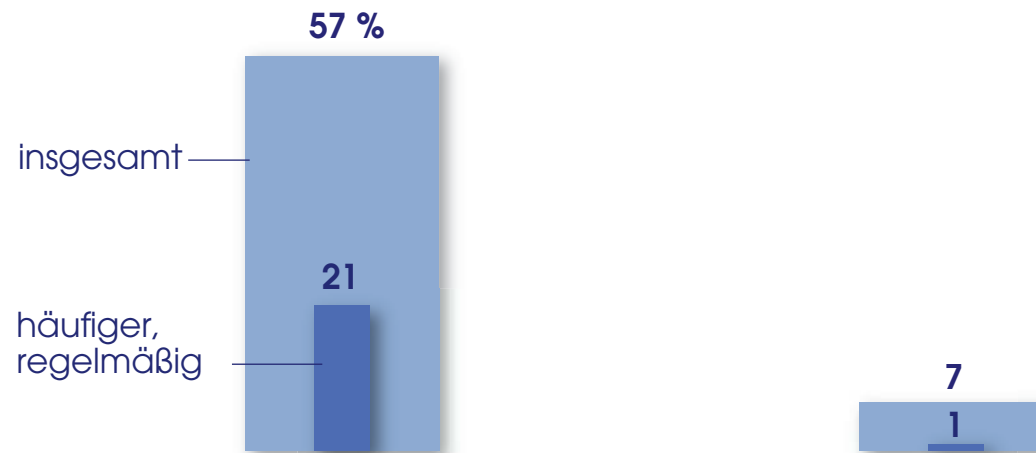


Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2013

## Rezeption und Kommentierung journalistischer Inhalte

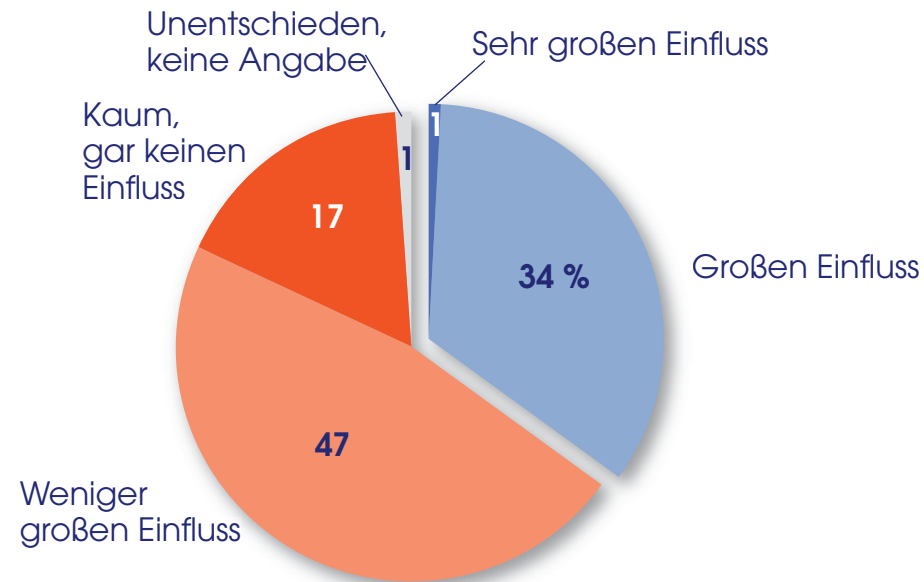
*Es nutzen das Internet für  
aktuelle Nachrichten zur  
Politik oder Wirtschaft –*

*Es schreiben Kommentare zu Artikeln  
von Journalisten, z.B. auf der Internet-  
seite einer Zeitung oder Zeitschrift  
oder im Blog eines Journalisten –*



## Einfluss sozialer Medien auf die journalistische Themenauswahl

Frage: "Welchen Einfluss haben soziale Medien wie Twitter, Facebook oder Blogs auf die Auswahl der Themen, über die geschrieben werden soll?"



**Zeitungsjournalisten aus den Ressorts  
Politik, Wirtschaft und Lokales**

## Weiterempfehlung von Zeitungsartikeln im Internet

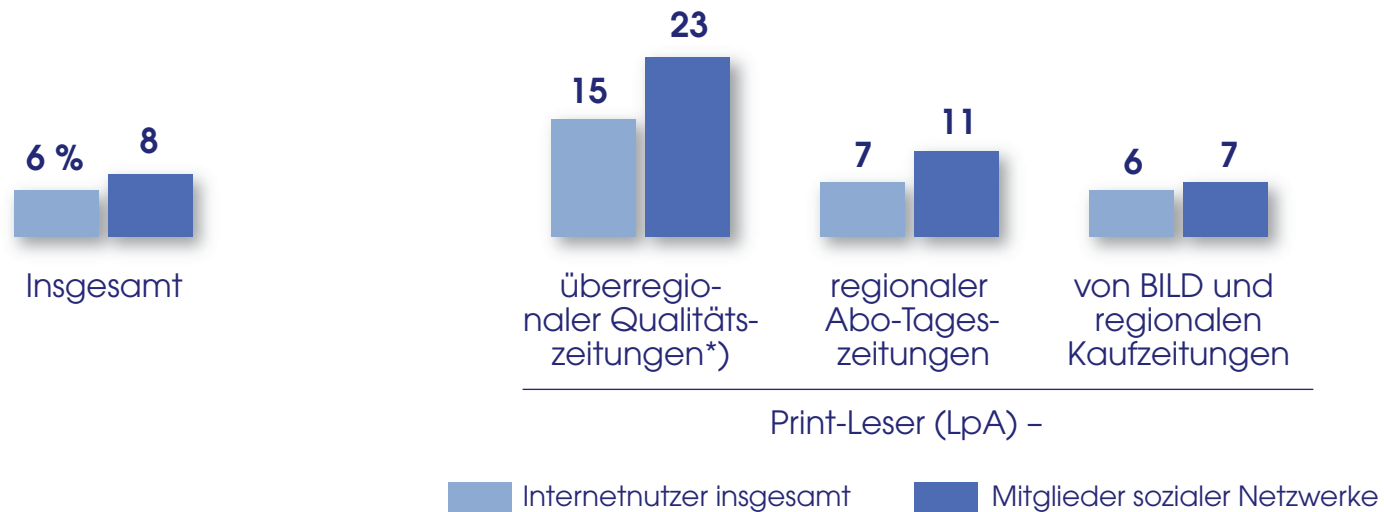
Es empfehlen Freunden und Bekannten häufiger  
Zeitungsartikel im Internet, z.B. per Mail -



\*) Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Handelsblatt

## Weiterempfehlung von Zeitungsartikeln im Internet

Es empfehlen Freunden und Bekannten häufiger Zeitungsartikel im Internet, z.B. per Mail –

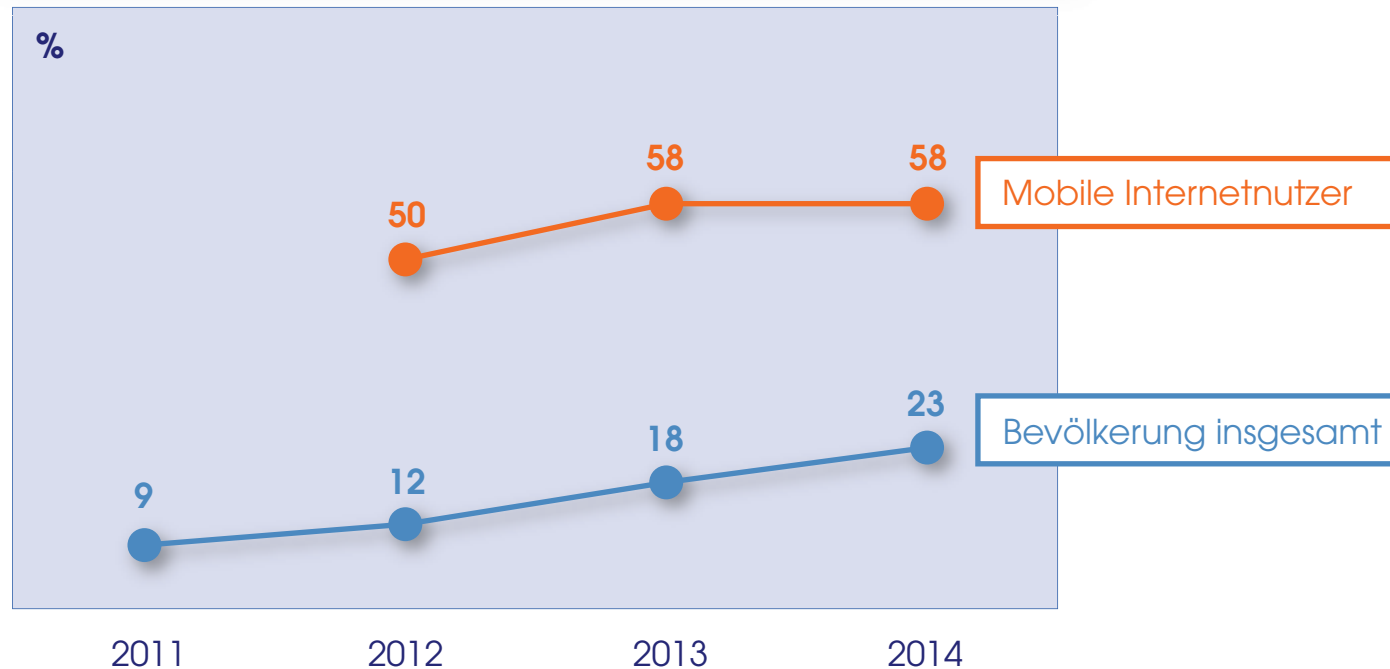


\*) Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Die Welt, Handelsblatt



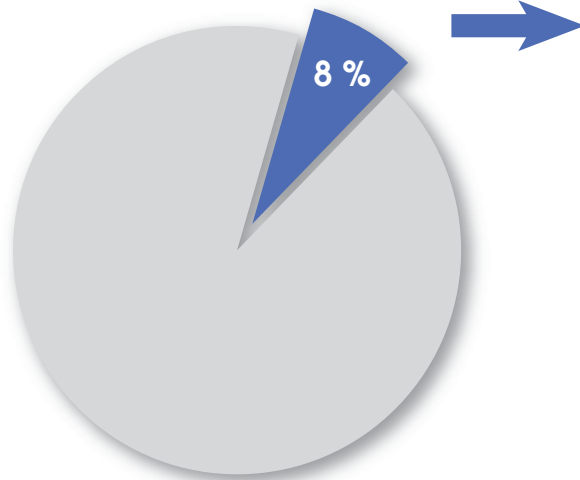
## Mobile Vernetzung wird auch bei der Informationsbeschaffung immer wichtiger

*Es informieren sich häufig von unterwegs aus im Internet,  
z.B. über ein Handy, Smartphone oder Notebook*



# Vernetztes Auto – (noch) kein Bedürfnis für Autofahrer

*"Mir ist es wichtig, dass ich über mein Auto vernetzt bin, also z.B. mein Smartphone mit dem Auto verbinden kann oder auch über das Auto ins Internet gehen kann"*



## Angebotsinduzierte ITK-Anwendungsinteressen

**Das interessiert mich, das könnte ich gut gebrauchen -**

Mit mobilen Geräten wie Smartphone, Tablet-PC oder Laptop überall ins Internet gehen

Technische Geräte sind so aufeinander abgestimmt, dass z.B. Dateien automatisch auf allen Geräten gleichzeitig aktualisiert werden

Eigene Dateien im Internet speichern und mit verschiedenen Geräten von überall zugreifen



# Außenseiter: Wer nicht Teil der vernetzten Gesellschaft ist

