**Medienwandel im 21. Jahrhundert, eine Bestandsaufnahme**

**Die Veränderung der Mediennutzung**

1. **Einleitung (Überblick):**

1. Einleitung (Überblick):

Das Angebot ist groß, die Nachfrage danach noch größer. Der Markt ist momentan überschwemmt von Tablets, Smartphones, Konsolen und vielen anderen technologischen Errungenschaften der Neuzeit.

Allein 2013 gaben bei der Langzeitstudie 41 % aller Jugendlichen ab dem Alter von 14 Jahren an, mit ihrem Smartphone täglich aktiv zu sein. Eine Zahl, die vor gar nicht allzu langer Zeit schier unmöglich erschien.

Mobil im Internet zu sein ist momentan ein großer Trend bei der Jugend. Smartphones sind bereits das zweitstärkste Internet Gerät. Desktop PCs liegen hingegen bereits dahinter.

Bei den 14- bis 29-Jährigen nutzen bereits 84% das Web mit Smartphone und/oder Tablet. 2012 waren es ganze 35%. Ein unglaublicher Boom in kurzer Zeit.

Die Vorteile dieser Entwicklung liegen auf der Hand, unterwegs nachdem Fahrplan gucken – kein Problem. Schnell das nächste Café aufsuchen – kein Problem. Die Busfahrkarte, das Bahn – und Flugticket alles direkt in der Hosentasche.

Die moderne Technik heutzutage setzt sich zum Ziel, uns das Leben unkomplizierter zu gestalten.

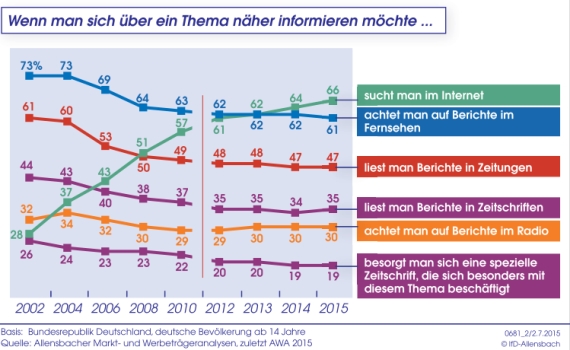
Diese aktuellen Trends bergen aber auch große Gefahren. Die Probleme der Tageszeitungen werden in den kommenden Jahren riesig - Stichwort Zeitungssterben. Darüber hinaus interessieren sich junge Menschen weniger für gesellschaftliche und Tagesaktuelle Themen.

Unter dem rückläufigen Interesse leiden vor allem die Printmendien und das Fernsehen, auch Bücher haben es heutzutage schwerer.

Dabei stellt sich uns als Gruppe die Frage: Wie sieht die aktuelle Lage der Mediennutzung aus? Was erwartet uns für die Zukunft und wohin führt uns die rasche Entwicklung der Medien?

1. **Mediennutzung aktuell**

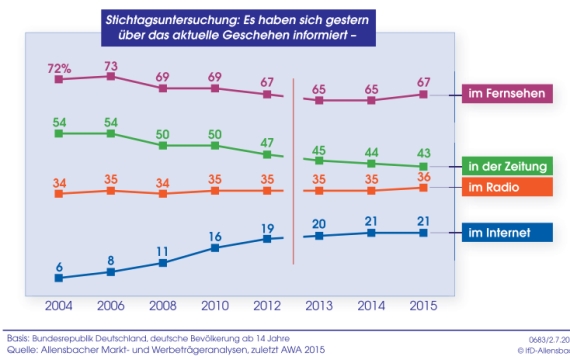
**Zeitung, Fernsehen, Radio 🡪 Internet**



Das Internet ist heutzutage das Informatiosmedium Nummer 1.

Kaum eine andere Statistik zeigt, dass das Internet innerhalb von 13 Jahren, alle möglichen anderen Informationsmedien/quellen überholt hat

Die Gründe liegen auf der Hand, der Griff zum PC bzw.Smartphone oder das Tablet ist unkomplizierter/schneller und aktueller als sich z.B. Zeitschriften, die sich besonders mit diesem Thema beschäftigt, zuzulegen.



Das Fernsehen ist heutzutage, bezogen auf das Tagesaktuelle Geschehen immer noch das Wahlmedium schlechthin. Auffallend ist, dass das Internet in dieser Hinsicht noch so zurück hängt. Grund dafür ist, laut Aussagen der Befragten, dass sich die meisten im Web einen Überblick verschaffen und diese in Tageszeitungen etc. vertiefen.

**Nutzungsdauer (Minuten) und Nutzeranteil (Prozent) des Internets**

Die folgenden Statistiken zeigen die Entwicklungen der Nutzungsdauer und der Anteil der Nutzer des Internets in Deutschland von 2000 bis 2015

**Jahr** **Nutzung in Minuten pro Tag**

2000 17

2002 3

2004 43

2006 48

2008 58

2010 77

2012 83

2014 111

2015 108

**Jahr**  **Anteil der Nutzer** %

2001 37

2002 41,7

2004 52,7

2006 58,2

2008 65,1

2010 72

2012 75,6

2014 76,8

2015 77,6

Quelle:Statista2016:<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1388/umfrage/taegliche-nutzung-des-internets-in-minuten/> (aufgerufen am 02.Oktober 2016)

## Entwicklung der verkauften Auflage der Tageszeitungen in Deutschland in ausgewählten Jahren von 1991 bis 2015 (in Millionen Exemplaren)

Quelle: Statista 2016: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/72084/umfrage/verkaufte-auflage-von-tageszeitungen-in-deutschland/> (aufgerufen am 02.Oktober 201

**Durchschnittliche Nutzungsdauer von Fernsehen, Radio und Internet 2000 bis 2014**  
in Min./Tag

**2000 2003 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014**

Nutzungsdauer Fernsehen (Mo-So) 203 221 235 225 225 228 244 229 242 242 240

Nutzungsdauer Hörfunk (Mo-So) 205 195 186 185 186 182 187 192 191 191 192

Nutzungsdauer Internet (Mo-So) 17 45 48 54 58 70 77 80 83 108 111

<http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=483>

**Telefon, SMS, Briefe 🡪 Whatsapp Facebook**

**Bücher 🡪 E-books**

**Eine Umfrage der Deutschen zum Thema gedruckte Bücher oder E-books ergab folgendes:**

Die Ergebnisse einer Umfrage zur Präferenz für gedrückte Bücher oder E-Books in Deutschland im Jahr 2016. Insgesamt 43 Prozent der Befragten gaben an, nur gedruckte Bücher zu lesen

**Nur E-Books = 2%**

**Eher E-Books = 9%**

**Beides gleich oft = 12%**

**Eher gedruckte Bücher = 24%**

**Nur gedruckte Bücher = 43%**

**Weiß nicht = 9%**

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/254618/umfrage/praeferenz-fuer-normale-buecher-oder-e-books-in-deutschland/>

Rund 27 Millionen E-Books konnten 2015 im Publikumsmarkt abgesetzt werden. Der Anteil von E-Books an den Gesamtumsätzen im Buchmarkt ist mit 5,4 Prozent aber nach wie vor relativ gering (Stand: 1. Halbjahr 2016). Noch bevorzugen die Verbraucher einer Studie des Börsenverein des deutschen Buchhandels zufolge beim Buchkauf meistens gedruckte Exemplare. Jedoch hat sich die Anzahl der Käufer von E-Books seit 2010 mehr als verfünffacht: 2015 wurden rund 3,9 Millionen E-Book-Käufer in Deutschland gezählt.

**CD´s, DVD´s 🡪 On Demand streaming (Youtube, Netflix, Spotify)**

**DVDs und Blu Rays**

Die Einführung der Blu-ray als physisches Speichermedium für Filme wurde von großen Erwartungen der Produzenten und vollmundigen Versprechen begleitet. Blu-rays sollten die DVDs langfristig nicht nur ersetzen, sondern deren bis zum Jahr 2004 ohnehin sehr guten Verkaufszahlen sogar deutlich übertreffen. Tatsächlich ist festzustellen, dass die Verkaufszahlen von Blu-rays kontinuierlich steigen. So wurde 2011 343 Millionen Euro Umsatz mit dem "neuen" Medium erwirtschaftet, ein Plus von 28 Prozent zum Vorjahr. Diese Zuwächse können die Verluste beim Verkauf von DVDs jedoch kaum ausgleichen, deren Umsatz im gleichen Zeitraum um 9 Prozent auf eine knappe Milliarde Euro sank. Analysten gehen davon aus, dass sich dieser Trend in Zukunft fortsetzen und sogar verstärken wird. Insgesamt ist langfristig also ein deutlich sinkender Umsatz mit Filmen auf optischen Speichermedien zu erwarten.

**VOD – Streaming**

m Jahr 2004 und 2005 verhielten sich die Umsätze der Video-on-Demand-Anbieter konstant und befanden sich mit 1 Mio. € Umsatz noch auf einem geringen Niveau. Der Boom in der Branche setzt im Jahr 2006 ein und der Umsatz stieg um 100 %. Von 2006 bis 2008 vervierfachte sich der Umsatz auf 8 Mio. €, mit einer durchschnittlich Zuwachsrate von 139 %.

 Deutschland belief sich der Umsatz mit Video-on-Demand-Angeboten im Jahr 2015 auf rund 580 Millionen Euro. Nach einer Goldmedia-Prognose sollen die Umsätze mit Video-on-Demand-Angeboten in Deutschland bis zum Jahr 2019 auf 750 Millionen Euro steigen.

Weltweit ist der Anteil der täglichen Video-on-Demand-Nutzer unter den 15- bis 20-Jährigen mit 49 Prozent am größten.

http://de.ign.com/film/102585/news/haben-dvd-und-blu-ray-neben-video-on-demand-eine-zukunft

**https://de.wikipedia.org/wiki/Video-on-Demand**

Quellen

<http://medienpraxis.kooperative-berlin.de/2013/12/06/mediale-mobilitaet-die-medien-im-umbruch-des-21-jahrhunderts/>

<http://meedia.de/2015/07/02/vier-spannende-trends-bei-der-mediennutzung-in-deutschland/>