



Bildquelle: oculusfocus | 123rf.com

## MEDIENKONSUM PRO TAG VIER STUNDEN BEWEGTBILD

Der Medienkonsum verändert sich weiterhin. Fernsehen und Video gewinnen, doch bleiben Zeitschriften und Zeitungen trotz digitaler Angebote stabile Grössen im Medienkonsum der Deutschen. Das Lesen von Büchern erfreut sich dabei weiter grosser Beliebtheit.

Drei Stunden und 59 Minuten verbringen deutsche Medienkonsumenten täglich mit der Nutzung von bewegten Bildern. Den grössten Anteil davon nimmt mit 87% noch immer TV mit knapp 210 Minuten ein. Europaweit liegt die Nutzungsdauer bei 4 Stunden und 5 Minuten. Sie hat damit im Verlauf der vergangenen 25 Jahre um 56 Minuten zugelegt, wie aus den TV Key Facts hervorgeht, die *RTL Ad Connect* vorgestellt hat. Dabei gehe der Trend zum Video über andere Kanäle als TV.

### **Deloitte-Studie 2018: Print bleibt stabil**

Weit interessanter erscheint aber der Media Consumer Survey, den der Wirtschaftsprüfer *Deloitte* alle zwei Jahre vorlegt. Danach bleiben Zeitschriften und Zeitungen trotz digitaler Angebote eine stabile Grösse im Medien-

konsum der Deutschen. Die Beliebtheit von Büchern wächst sogar. Das Fazit der Analyse: Digitale Angebote wachsen, aber Print bleibt stabil.

Nach der *Deloitte*-Studie 2018, in der 2.000 Konsumenten im Alter zwischen 14 und 75 Jahren befragt wurden, lesen 34% der Deutschen altersübergreifend täglich eine gedruckte Zeitung – vor zwei Jahren lag der Anteil bei 33%. Digitale Nachrichten werden überwiegend werbefinanziert (also kostenlos) oder als E-Paper gelesen. Inzwischen seien aber mehr Nutzer bereit, für einzelne Artikel im Internet zu zahlen.

Auch bei Zeitschriften ist die Popularität seit 2016 unverändert. Für Wachstum sorgen aber laut *Deloitte* die digitalen Angebote: E-Paper und digitale Flatrate-Angebote gewinnen an Bedeutung. Besonders in den mittleren Alters-

gruppen sei die Verbreitung der E-Papers beachtlich. Die Studie will herausgefunden haben, dass 48% der zwischen 25 und 34 Jahre alten Konsumenten inzwischen mindestens einmal pro Woche das E-Paper einer Zeitschrift lesen.

Wachstum verzeichnete gegenüber der Studie aus dem Jahr 2016 das Segment der gedruckten Bücher. Eine «digitale Disruption» sei im Buchmarkt nicht ansatzweise erkennbar. 47% der Befragten griffen mindestens einmal pro Woche zum gedruckten Buch, ein Anstieg von 4% gegenüber 2016. 20% der Deutschen würden sogar täglich Bücher in Papierform lesen. E-Books entwickelten sich komplementär zu gedruckten Büchern ebenfalls positiv, etwa als handliche Alternative für unterwegs oder im Urlaub. Die meisten E-Book-Leser gibt es in den mittleren Alterssegmenten. Doch nicht für alle klassischen Medien geben die Studienergebnisse Entwarnung. So habe das lineare Fernsehen in den vergangenen beiden Jahren in fast allen Altersgruppen Zuschauer verloren. Und auch das Radio verzeichne signifikante Rückgänge unter jungen Hörern.

