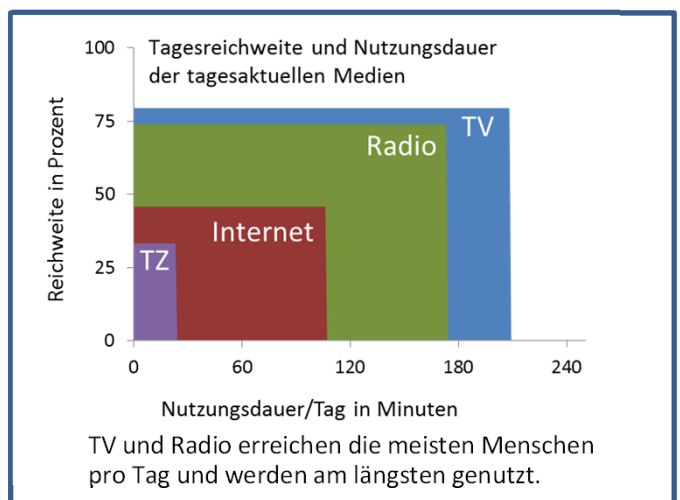
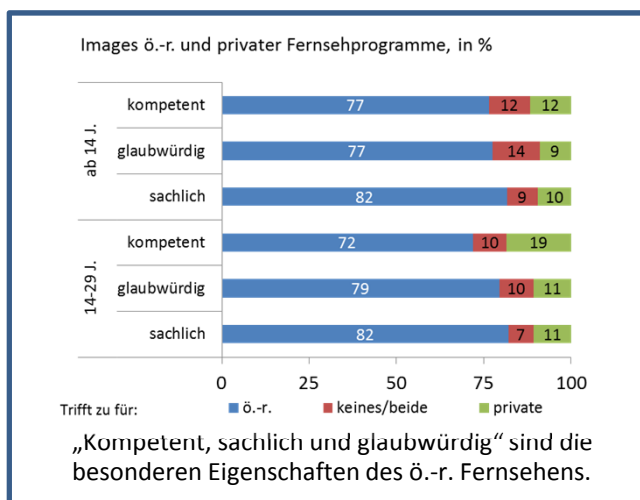
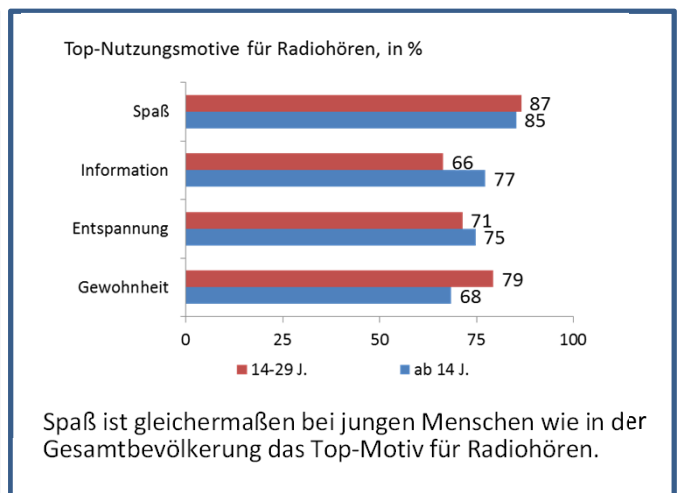
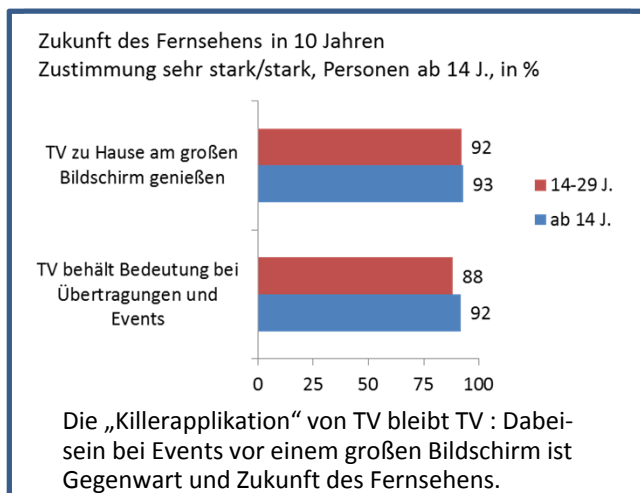
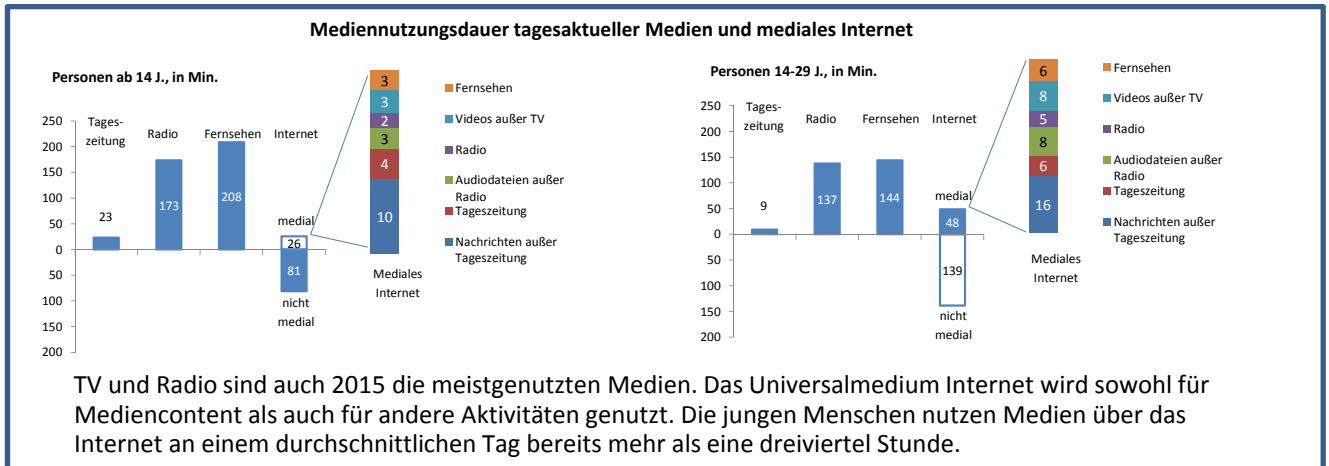


Studie Massenkommunikation 2015

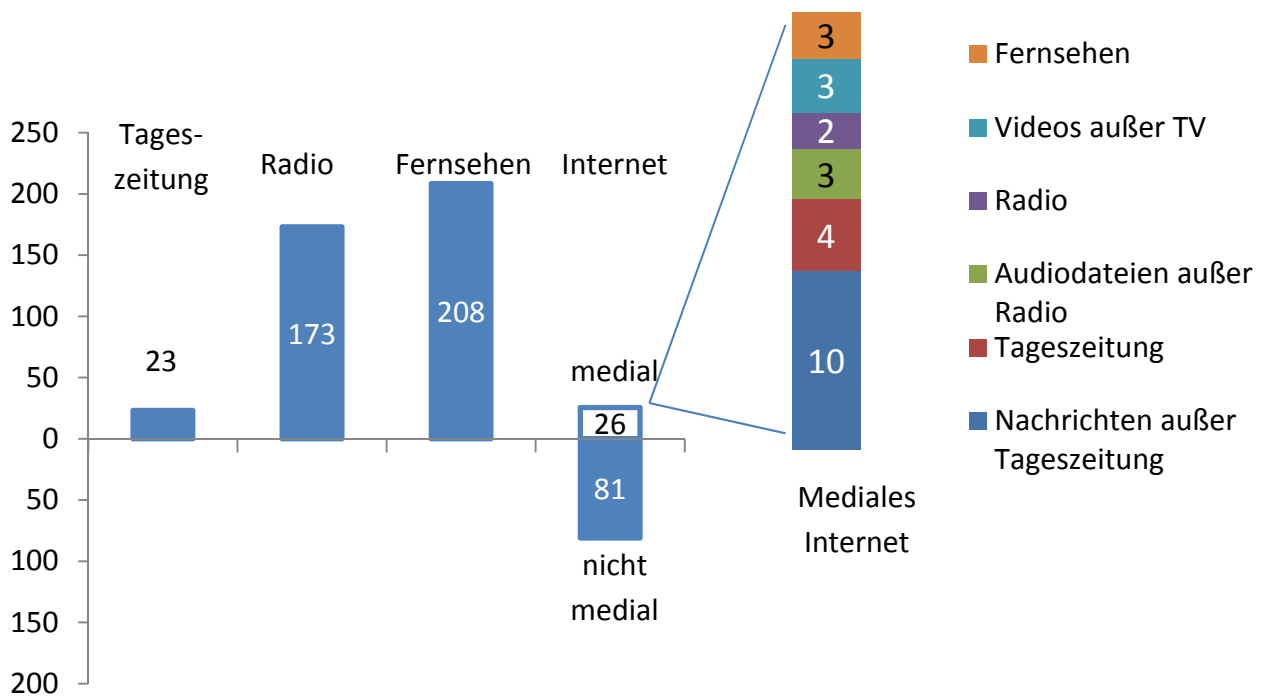
- ✓ Fernsehen und Radio behaupten sich als meistgenutzte Medien.
- ✓ Das Internet verteilt Fernsehen, Radio und aktuelle Textnachrichten, besonders bei den Jüngeren.
- ✓ Events und große Ereignisse bleiben auch in Zukunft die Domäne des Fernsehens.
- ✓ Großer Bildschirm, gute Qualität: Fernsehen zu Hause genießen ist „in“ – für alle.
- ✓ Radio macht Spaß, bietet Information, Entspannung und gehört aus Gewohnheit einfach dazu.
- ✓ Das öffentlich-rechtliche Fernsehen ist gut aufgestellt: sachlich, kompetent und glaubwürdig.



ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation: 4 300 Personen haben in Telefoninterviews im Zeitraum Januar bis Mai 2015 Auskunft über ihrer Mediennutzung und zur Einschätzung der Medien gegeben. Die Studie ist repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren. Die Studie wird seit 1964 in jeweils fünfjährigem Abstand durchgeführt. Mehr Infos: www.media-perspektiven.de

Fernsehen und Radio meistgenutzte Medien Internet wird nur zum Teil medial genutzt

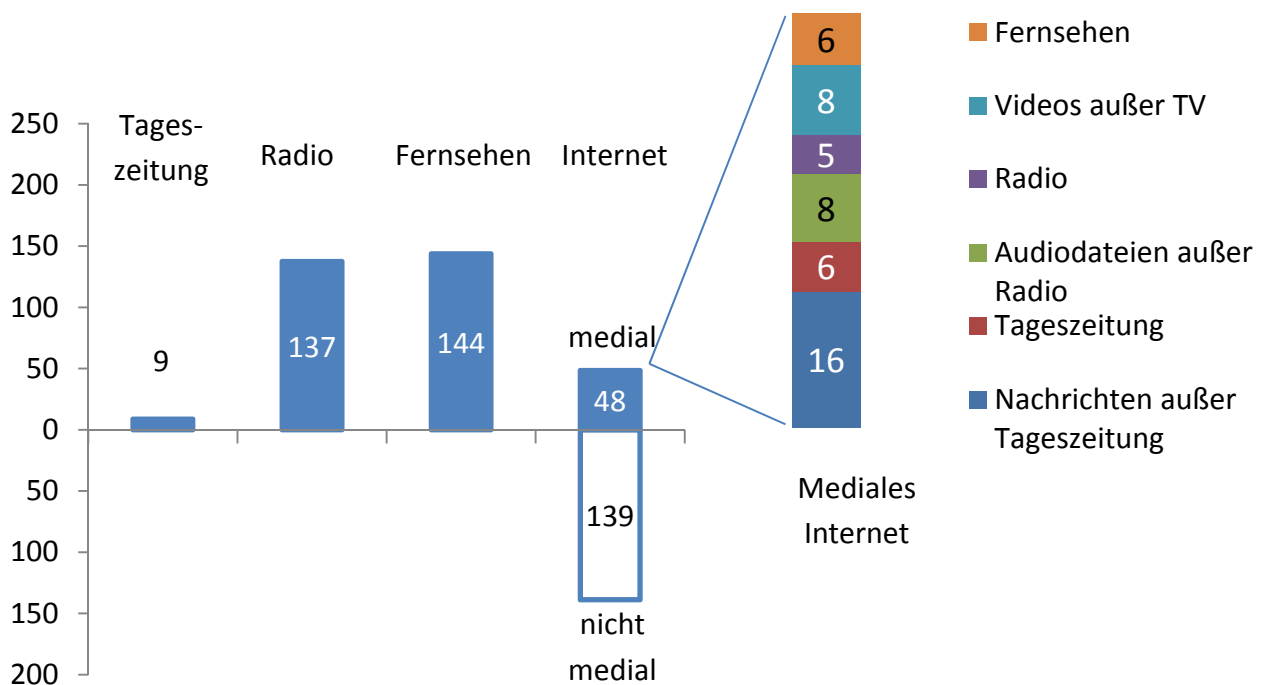
Mediennutzungsdauer tagesaktueller Medien und mediales Internet
Personen ab 14 J., in Min.



Quelle: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015/www.media-perspektiven.de

Junge Menschen nutzen Medien über das Internet bereits mehr als eine Dreiviertelstunde pro Tag

Mediennutzungsdauer tagesaktueller Medien und mediales Internet
Personen 14-29 J., in Min.

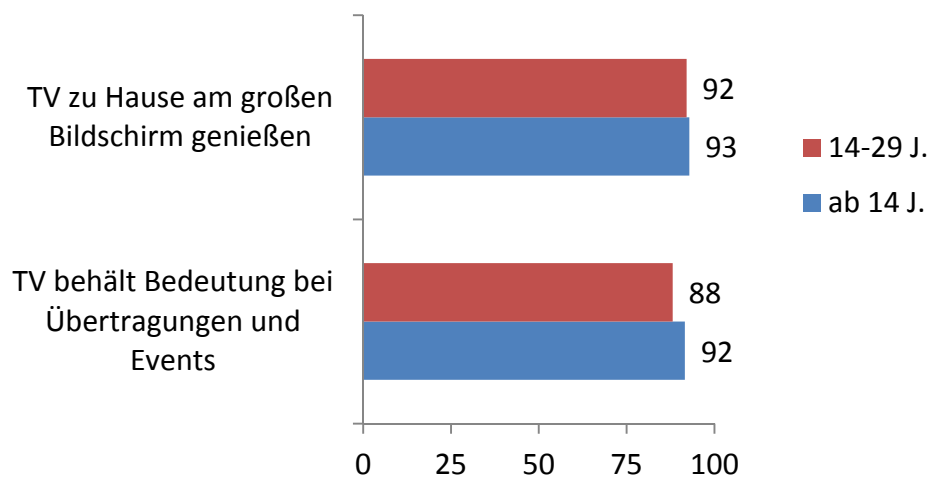


Quelle: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015/www.media-perspektiven.de

Die „Killerapplikation“ von TV bleibt TV: Dabeisein bei Events vor einem großen Bildschirm ist Gegenwart und Zukunft des Fernsehens

Zukunft des Fernsehens in 10 Jahren

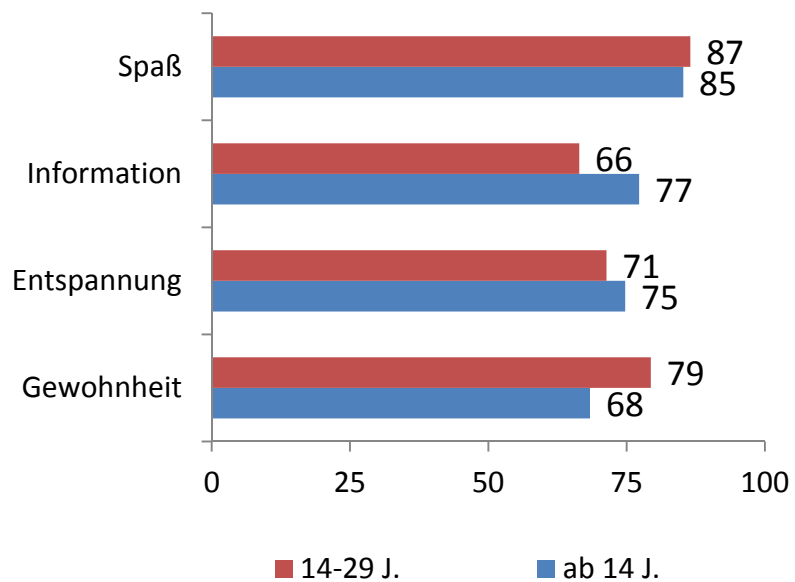
Zustimmung sehr stark/stark, Personen ab 14 J., in %



Quelle: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015/www.media-perspektiven.de

Spaß ist gleichermaßen bei jungen Menschen wie in der Gesamtbevölkerung das Top-Motiv für Radiohören

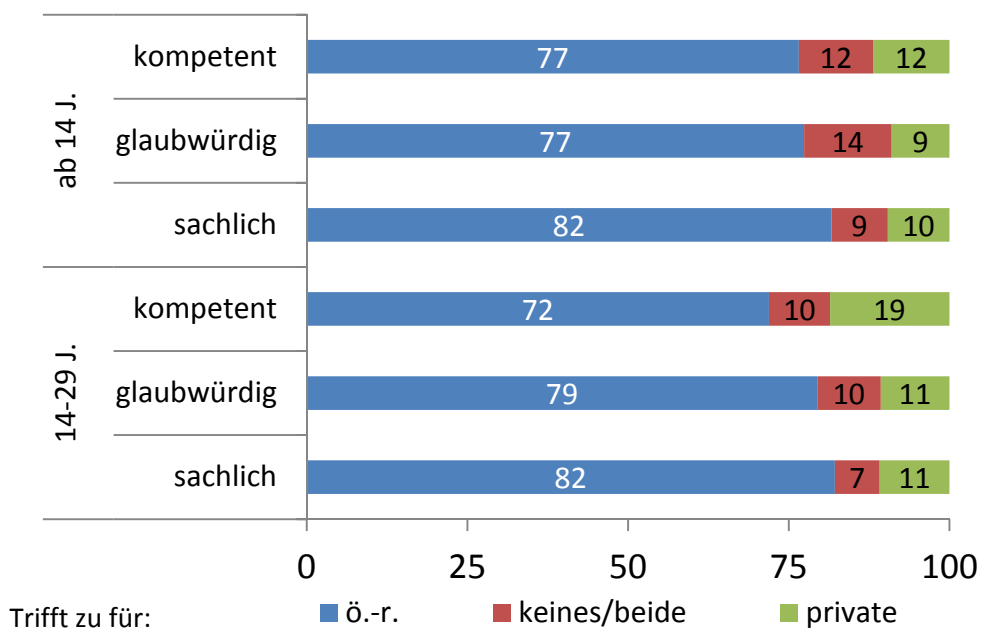
Top-Nutzungsmotive für Radiohören, in %



Quelle: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015/www.media-perspektiven.de

Kompetent, glaubwürdig und sachlich: Die Kernkompetenzen des ö.-r. Fernsehens

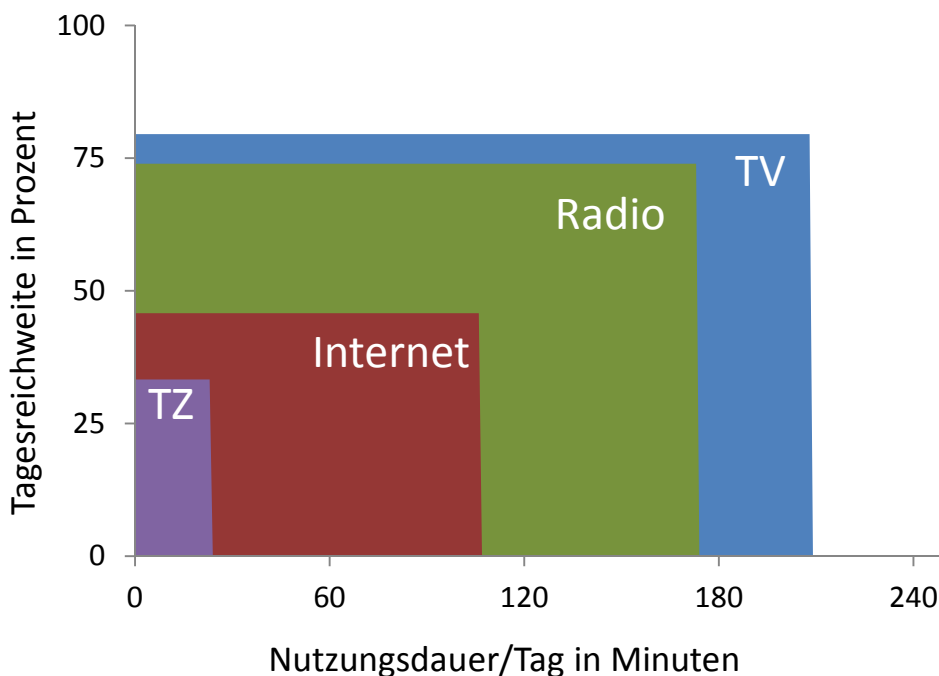
Images ö.-r. und privater Fernsehprogramme, in %



Quelle: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015/www.media-perspektiven.de

Fernsehen und Radio bleiben bei Dauer und Reichweite die stärksten Medien

Nutzungsdauer und Tagesreichweite der tagesaktuellen Medien



Die Tagesreichweite gibt an, wieviel Prozent der Erwachsenen ab 14 Jahren überhaupt ein Medium genutzt haben; die Nutzungsdauer gibt an, wie lange ein Medium pro Tag genutzt wurde. Die gemeinsame Darstellung verdeutlicht die Nutzungsstärke der einzelnen Medien.

Quelle: ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015/www.media-perspektiven.de