

Ergebnisse der ARD/ZDF-Studie  
Massenkommunikation 2015

## ► Nutzung von Online- medien in den alten und den neuen Bundes- ländern

Von Gerlinde Frey-Vor\* und Inge Mohr\*\*

**Wiedervereinigung  
hat Transformations-  
prozess in Gang  
gesetzt**

Gibt es auch heute noch – 26 Jahre nach der deutschen Wiedervereinigung – relevante Unterschiede in der Mediennutzung zwischen West- und Ostdeutschen und wie sieht es speziell bei der Nutzung von Onlinemedien wie Computer, Internet, Handy und Social Media aus? Die deutsche Wiedervereinigung im Jahre 1990 war einer der großen gesellschaftspolitischen Umbrüche der letzten Jahrzehnte und hat insbesondere in Ostdeutschland einen Transformationsprozess in allen gesellschaftlichen Bereichen – das Mediensystem eingeschlossen – in Gang gesetzt, der bis heute andauert.

**Untersuchungen zur  
Mediennutzung in  
den neuen  
Bundesländern**

Um die genannten Forschungsfragen zu beantworten, lohnt sich ein Blick in die Daten der ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation. Bereits die Erhebung im Jahr 1990, deren Feldphase kurz nach der Wiedervereinigung im Herbst 1990 lag, widmete sich einer vergleichenden Betrachtung der neuen und der alten Bundesländer ebenso wie nachfolgende Befragungswellen im Fünfjahresrhythmus. (1) In den Jahren 1994/95 beschäftigte sich erstmals eine eigene Schwerpunktstudie der ARD/ZDF-Medienkommission, die sogenannte Ost-Studie, mit Unterschieden in der Mediennutzung in den alten und in den neuen Bundesländern. Die Studie suchte nach Gründen vor allem für die abweichende Fernsehnutzung in den neuen Bundesländern und stellte unterschiedliche Bedürfnislagen fest. (2) In den Folgejahren wurde in mehreren Studien das Nutzungs- und Rezeptionsverhalten in den neuen Bundesländern untersucht und mit dem in den alten Bundesländern verglichen. (3) Der Hauptfokus lag dabei auf dem Fernsehen, Hörfunk- und Printmedien wurden aber ergänzend einbezogen.

Nachdem ein Beitrag der Media Perspektiven in der Oktoberausgabe 2015 überprüfte, inwieweit die in den 1990er Jahren und danach mehrfach festgestellten Kernbefunde vor allem bezogen auf das Fernsehen auch heute noch Gültigkeit haben (4) und ein weiterer Beitrag im vorliegenden Heft sich der Nutzung von Radio und Tageszeitung im Ost-West-Vergleich widmet, soll im Folgenden, ebenfalls auf Basis der Daten der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation 2015, der Schwerpunkt

auf Computer, Handy, Internet und Social Media gelegt werden.

### Kurz und knapp

- Das Internet ist in Ostdeutschland etwas weniger verbreitet als in Westdeutschland (strukturelle Gründe).
- Die Verweildauer der Internetnutzer ist im Osten etwas höher als im Westen.
- In West und Ost werden im Internet am stärksten Suchmaschinen und Kommunikationsplattformen bzw. E-Mails genutzt.
- Das in Ostdeutschland mit Abstand wichtigste Nutzungsmotiv für das Internet ist Information, in Westdeutschland spielen auch Unterhaltungs- und Entspannungsmotive eine wichtige Rolle.

Der politische Umbruch in Ostdeutschland und in der Folge die Umgestaltung des ostdeutschen Mediensystems vor mehr als 25 Jahren ereignete sich zu einem Zeitpunkt, als das Internet in Deutschland West und Ost so gut wie keine Bedeutung hatte. Quasi parallel zum Prozess der Transformation des Mediensystems in Ostdeutschland in Folge der Wiedervereinigung vollzog sich in Deutschland und international der Prozess der Digitalisierung und der Verbreitung neuer medialer Plattformen und Empfangsgeräte.

**Politischer Umbruch  
und Digitalisierung  
verliefen parallel**

### Bevölkerungsstruktur in West- und Ostdeutschland

Analysiert man zunächst die Bevölkerungsstruktur nach einschlägigen demografischen Merkmalen (Ortsgrößen, Alter, Bildung, Berufsabschlüssen sowie Einkommen), lassen sich vor allem folgende Unterschiede zwischen Ost und West feststellen (vgl. Tabelle 1): Ostdeutsche leben zu einem größeren Anteil als Westdeutsche in Dörfern sowie kleinen und mittelgroßen Städten unter 100 000 Einwohnern. Ostdeutschland besteht in einem größeren Maße als Westdeutschland aus Flächegebieten. Aufgrund der geringeren Freizeitangebote in diesen Gebieten ist eine Tendenz zu einer höheren Mediennutzung zu beobachten. (5) Dies trifft aber gleichermaßen auch auf ländlich und kleinstädtisch geprägte Regionen in Westdeutschland zu.

**Höhere Medien-  
nutzung in  
Flächegebieten**

Außerdem hat Ostdeutschland aktuell eine ältere Altersstruktur als Westdeutschland. Auch die Daten der Studie Massenkommunikation spiegeln dies wider. Die Anteile der Altersgruppen bis 39 Jahren sind in den neuen Bundesländern geringer vertreten, die Altersgruppen ab 50 Jahren dagegen stärker (vgl. Tabelle 2). Die Ursache dafür ist die Abwanderung von jüngeren, berufsaktiven Menschen aus den neuen Bundesländern in den vergangenen Jahrzehnten. Dies hat in der Folge auch zu niedri-

**Ältere Altersstruktur  
in Ostdeutschland**

\* MDR Medienforschung.

\*\* RBB Medienforschung.

**Tab. 1 Stadtgrößen in West- und Ostdeutschland**  
Personen ab 14 Jahren, BIK Stadtregionen, Angaben in %

	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
bis unter 5 Tsd. Einwohner	5	4	7	-3
5 bis unter 20 Tsd. Einwohner	9	8	16	-8
20 bis unter 100 Tsd. Einwohner	21	19	32	-13
100 bis unter 500 Tsd. Einwohner	30	31	24	7
500 Tsd. oder mehr Einwohner	36	39	21	18
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

**Tab. 2 Altersstruktur in West- und Ostdeutschland**  
Personen ab 14 Jahren, in %

	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
14-19 J.	8	9	4	5
20-29 J.	12	13	10	3
30-39 J.	14	14	12	1
40-49 J.	18	18	17	0
50-59 J.	18	17	22	-5
60-69 J.	13	13	13	-1
ab 70 J.	18	17	21	-4
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

geren Geburtenraten geführt, was sich in dem geringeren Anteil an Personen zwischen 14 und 19 Jahren und dem geringeren Anteil an Menschen, die noch in Ausbildung sind (ca. 8% zu 12,7%), widerspiegelt. Zuwanderung bzw. Rückwanderung stellen die statistischen Landesämter erst in den letzten Jahren in einige ostdeutsche Ballungsräume wie Berlin und Leipzig fest. (6)

#### Homogenere Bildungsstruktur und höheres Bildungs- niveau im Osten

Ein Strukturvergleich der erworbenen Bildungsabschlüsse zeigt, dass Ostdeutschland zwar aktuell – wahrscheinlich ebenfalls in Folge der Abwanderung – einen leicht geringeren Anteil an Abiturienten hat, aber einen gleich hohen Anteil an Personen mit Fachhochschulreife wie im Westen. Deutlich geringer ist dagegen in Ostdeutschland der Anteil an Personen mit geringer Schulbildung (kein Schulabschluss oder Haupt-/Volksschulabschluss) und deutlich höher der Anteil an Menschen mit mittleren Bildungsabschlüssen. Die ostdeutsche Bildungsstruktur ist also homogener als die westdeutsche und zeigt in Summe sogar ein höheres Niveau. Diese Merkmale spiegeln sich auch in den Berufsabschlüssen wider. In Ostdeutschland haben höhere Anteile der Bevölkerung als im Westen gewerblich/technische Abschlüsse (Lehre mit Abschluss, Ab-

schluss einer Fachschule/Meisterbrief, Fachhochschulabschluss und Ingenieurschulabschluss) bei einem ebenso hohen bzw. sogar leicht höheren Anteil an Personen mit Hochschulabschluss wie im Westen, aber geringeren Anteilen an Personen ohne Lehre und ohne Berufsausbildung (vgl. Tabelle 3).

Die finanzielle Ausstattung der ostdeutschen Haushalte ist jedoch im Durchschnitt immer noch geringer als die der westdeutschen Haushalte (vgl. Tabelle 4). Die Anteile in den unteren Einkommensklassen sind in Ostdeutschland um einiges höher als in Westdeutschland, und insgesamt 10 Prozent mehr leben in Haushalten mit einem Haushaltsnettoeinkommen von unter 2 000 Euro als in Westdeutschland. In Westdeutschland ist dagegen der Anteil der Haushalte mit einem Nettoeinkommen von mindestens 3 000 Euro über 6 Prozentpunkte höher.

#### Geräteausstattung und Nutzungswege für das Internet

Die Voraussetzung, um die internetbasierten neuen Plattformen zu nutzen, sind ein stationärer bzw. mobiler Computer, ein Smartphone oder andere internetfähige Geräte wie zum Beispiel Spielekonsolen. Tabelle 5 zeigt die Ausstattung west- und ostdeutscher Haushalte mit multimedia-fähigen Geräten. Gefragt wurde nach Geräten, die entweder vom Befragten selbst oder jemand anderem im Haushalt genutzt wurden.

<b>Tab. 3 Formale Bildung in West- und Ostdeutschland</b>				
Personen ab 14 Jahren, in %				
	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
kein allgemeiner Schulabschluss	5	6	3	3
Haupt- bzw. Volksschulabschluss	35	37	25	12
Abschluss allgemeinbildenen polytechnischen Oberschule der DDR	3	1	14	-13
Realschule, also Mittlere Reife oder ein gleichwertiger Abschluss	29	29	33	-4
Fachhochschulreife	7	7	7	0
Allgemeine Hochschulreife, also Abitur	20	20	19	1
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

<b>Tab. 4 Haushalts-Nettoeinkommen in West- und Ostdeutschland</b>				
Personen ab 14 Jahren, in %				
	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
unter EUR 500	1	1	1	0
EUR 500 bis unter 1 000	5	5	7	-2
EUR 1 000 bis unter 1 500	10	9	15	-5
EUR 1 500 bis unter 2 000	14	14	17	-3
EUR 2 000 bis unter 2 500	11	11	11	0
EUR 2 500 bis unter 3 000	12	12	15	-3
EUR 3 000 bis unter 3 500	7	7	6	1
EUR 3 500 bis unter 4 000	7	8	5	3
EUR 4 000 bis unter 4 500	4	4	4	0
EUR 4 500 bis unter 5 000	4	4	3	1
EUR 5 000 oder mehr	5	5	4	1
Keine Angabe	19	20	14	6
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

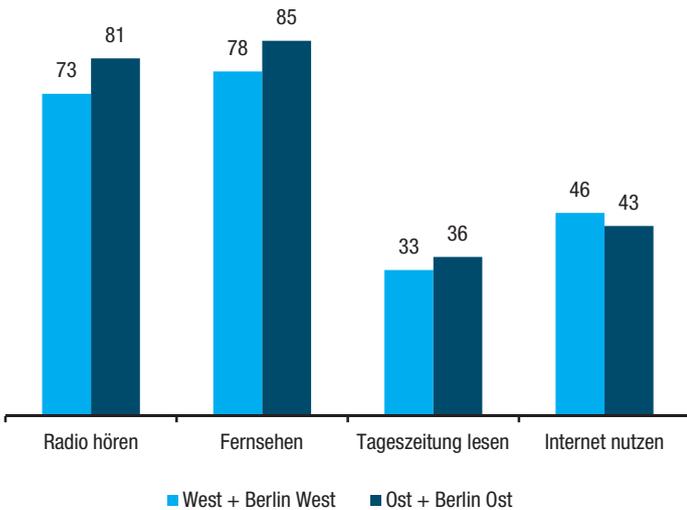
Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

<b>Tab. 5 Geräteausstattung in West- und Ostdeutschland</b>				
Geräte selbst oder von jemand anderem im Haushalt genutzt, Personen ab 14 Jahren, in %				
	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
stationärer Computer	58	59	56	2
Notebook, Laptop oder Netbook	64	65	58	7
DSL oder VDSL Internetanschluss	67	68	63	5
Internetzugang über ein Fernsehgerät	19	19	18	2
mobiler Internetzugang für unterwegs	48	49	42	8
stationäre Spielekonsole, wie z.B. Wii, Xbox, Playstation	29	30	23	7
Smartphone wie iPhone oder Samsung Galaxy	61	62	54	9
Tablet-PC wie iPad oder Samsung Galaxy Tab	35	35	32	3
E-Book-Reader, also ein elektronisches Lesegerät, für E-Books	15	16	12	3
SmartWatch	2	2	2	1

Basis: Alle Befragten; n=4 300 (gewichtet).

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

**Abb. 1 Tagesreichweite der Medien in West- und Ostdeutschland**  
 Personen ab 14 Jahren, in %



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

**Weniger internet-fähige Geräte in Ostdeutschland**

Alle aufgeführten Geräte sind in ostdeutschen Haushalten weniger vorhanden als in westdeutschen Haushalten. Ein Laptop oder Netbook ist zwar in Ost und West das am häufigsten im Haushalt vorhandene internetfähige Gerät. Aber in Ostdeutschland verfügen 7 Prozentpunkte der Befragten weniger über ein solches Gerät, ebenso hoch beläuft sich der Minusanteil der Ostdeutschen bei Spielekonsolen. Einen stationären Internetanschluss haben knapp 5 Prozentpunkte weniger Ostdeutsche als Westdeutsche, noch größer ist der Abstand beim mobilen Internetzugang mit knapp 8 Prozentpunkten. Beim Smartphone beläuft sich der Vorsprung des Westens auf fast 9 Prozentpunkte. Am geringsten ist der Rückstand der Ostdeutschen noch beim stationären Computer (2,4 %-Punkte) und beim internetfähigen Fernseher (1,5 %-Punkte), wobei zu Letzterem 2015 nur knapp ein Fünftel der Befragten in Deutschland Zugang hatte. Ein Tablet-PC ist in etwas mehr als ein Drittel der Haushalte in Deutschland vorhanden. Der Abstand zwischen Ost und West beim Tablet beträgt gut 3 Prozentpunkte, ähnlich wie beim E-Book-Reader, wobei ein solcher nur in 15 Prozent der Haushalte in ganz Deutschland überhaupt vorhanden ist.

Als Fazit ergibt sich hier, dass sowohl Internetanschlüsse als auch internetfähige Geräte in ostdeutschen Haushalten weniger vorhanden sind. Ursachen dürften unter anderem die geringere finanzielle Ausstattung und das höhere Altersniveau der Bevölkerung sein, da jüngere Menschen mehr zum Internet tendieren als ältere. Wahrschein-

lich ist, dass auch schlechtere Internetverbindungen, zum Beispiel aufgrund von mehr ländlichen Flächengebieten, aus denen Ostdeutschland überdurchschnittlich besteht, zu den Ursachen gehören. Dies kann aber anhand der vorliegenden Daten nicht überprüft werden.

Die geringere Ausstattung mit internetfähigen Geräten in ostdeutschen Haushalten wirkt sich offensichtlich auf die Mediennutzung aus. In Ostdeutschland ist der Anteil der Menschen, die Computer oder Smartphones in ihrer Freizeit nutzen und die Anteile, die über eine Internetplattform mit Bekannten, Freunden oder Verwandten kommunizieren, geringer. (7) Nimmt man die private und berufliche Nutzung zusammen, so nutzen in Ostdeutschland knapp 75 Prozent, in Westdeutschland 80 Prozent das Internet mindestens selten.

Wie im Westen liegt das Internet beim Ranking der täglichen Mediennutzung nach dem Fernsehen und Radio auf Platz 3, hinter Radio und Fernsehen und vor der Tageszeitung (vgl. Abbildung 1). Ostdeutsche nutzen in höherem Umfang als Westdeutsche täglich Radio und Fernsehen und etwas mehr die Tageszeitung, aber weniger das Internet.

Analysiert man auf Basis der Tagesablaufdaten (Tagesablauf gestern an einem durchschnittlichen Wochentag von Montag bis Sonntag), mit welchen Geräten das Internet jeweils genutzt wird, ergibt sich folgendes Bild (vgl. Tabelle 6). Sowohl die Befragten in den alten Bundesländern als auch die in den neuen Bundesländern haben am gestrigen Tag vor allem einen stationären PC genutzt, um ins Internet zu gehen. Danach folgen mit Abstand das Handy und der Laptop sowie mit deutlichem Abstand der Tablet-PC. In Ostdeutschland werden alle Geräte – mit Ausnahme des stationären Computers und des Tablets – weniger genutzt. Bezogen auf die Internetnutzungsdauer pro Gerätetyp, wird der stationäre PC in Ostdeutschland im Schnitt länger für Internetanwendungen genutzt als im Westen der Republik (knapp 55 Min.), während Laptop und Handy im Westen im Schnitt einige Minuten pro Tag länger genutzt werden. Relativ zu der für den Gerätetyp insgesamt deutlich geringeren Internet-Nutzungsdauer wird auch der Tablet-PC im Osten etwas länger genutzt.

Die Besitzer eines Fernsehers mit Internetzugang, also von Smart-TV-Geräten (19,2% im Westen und 17,7% im Osten) nutzen diese Funktionalität im Osten etwas häufiger als im Westen.

**Internetnutzung in West- und Ostdeutschland**

Die jeweilige durchschnittliche Internetnutzungsdauer pro Tag (5.00-24.00 Uhr), in die aber auch die Nichtnutzer (deren Anteil im Osten höher ist) eingerechnet sind, ähneln sich (Westen: 107 Min., Osten: 105 Min.). Berechnet man die durchschnittliche Nutzungsdauer nur der Internetnutzer, also die Verweildauer im Internet, so zeigt sich ein Nutzungsüberhang bei den Ostdeutschen von 14 Minuten (231 Min. zu 245 Min.).

**Auswirkungen auf die Mediennutzung**

**Zugangswege zum Internet**

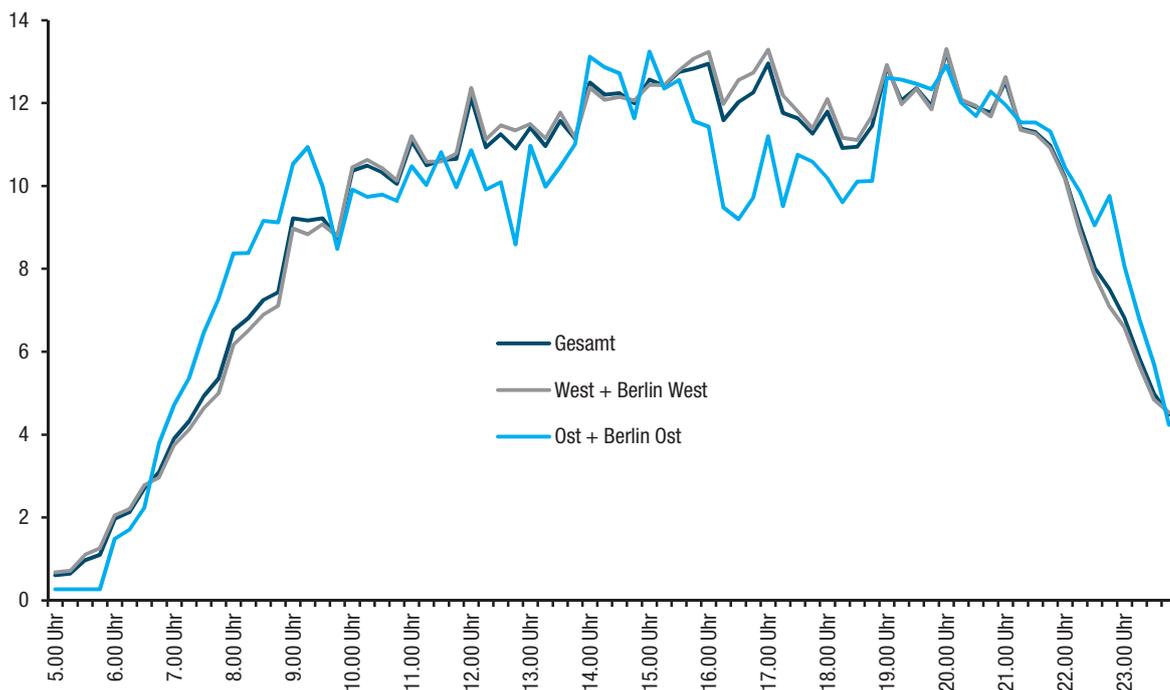
**Ostdeutsche verweilen länger im Internet**

**Tab. 6 Nutzungswege des Internets in West- und Ostdeutschland**  
Personen ab 14 Jahren, in %

	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
einen stationären Computer	21	20	23	-2
ein Laptop, Notebook, Netbook	14	15	11	4
ein Handy, Smartphone, wie z.B. iPhone oder Samsung Galaxy	15	16	13	3
ein Fernsehgerät mit Internetanschluss	0	0	0	0
einen MP3-Player	-	0	-	0
eine Spielekonsole	0	0	-	1
einen Tablet-PC, wie z.B. iPad oder Samsung Galaxy Tab	7	6	7	-1
einen E-Book-Reader	-	-	-	0
ein anderes Gerät	-	-	-	0
gestern nicht Internet genutzt	54	54	57	-3
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

**Abb. 2 Internetnutzung im Tagesverlauf in West- und Ostdeutschland**  
Personen ab 14 Jahren, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in %



Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

**Ähnliche Tagesverlaufskurven mit einigen Spezifika**

Die Tagesverlaufskurve der Internetnutzung ist bei West- und Ostdeutschen ähnlich (vgl. Abbildung 2), dennoch gibt es einige Spezifika. So haben Ostdeutsche eine etwas höhere Onlinenutzung an den Tagesrändern, das heißt vor 9.00 Uhr und nach 22.00 Uhr. Ähnlich wie beim Radio beginnt die Internetnutzung der Ostdeutschen also früher als bei den Westdeutschen. In der Mittagszeit und am Nachmittag sowie am frühen Abend zwischen 16.00 und 20.00 Uhr, den klassischen Nutzungszeiten vor allem für Radio, aber auch Fernsehen,

findet in Ostdeutschland weniger Internetnutzung statt.

Auch die Motivation für die Internetnutzung ist in der Rangfolge der Motive in Ost- und Westdeutschland ähnlich. Im Detail gibt es aber auch hier einige Unterschiede. An der Spitze steht für die Menschen in beiden Landesteilen das Informationsmotiv, im

**Information ist vor allem im Osten wichtigstes Nutzungsmotiv für Internet**

**Tab. 7 Nutzungsmotive für das Internet in West- und Ostdeutschland**

Personen ab 14 Jahren, „trifft voll und ganz/weitgehend zu“, in %

	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
damit ich mitreden kann	47	47	48	-1
weil ich Denkanstöße bekomme	60	60	66	-6
weil ich mich informieren möchte	90	89	92	-3
weil ich dabei entspannen kann	36	37	35	1
weil es mir Spaß macht	75	75	72	3
weil ich mich dann nicht alleine fühle	14	14	12	2
weil ich mich ablenken möchte	38	39	32	7
weil es aus Gewohnheit dazugehört	45	46	38	9
weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind	82	81	88	-7
Ungewichtete Basis	3 261	2 806	455	
Gewichtete Basis	3 257	2 783	474	

Basis: Personen, die mindestens mehrmals pro Monat das Internet nutzen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

Osten ist dieses aber stärker ausgeprägt als im Westen (vgl. Tabelle 7). Dass häufig auch Informationen gesucht werden, die einen Alltagsnutzen haben, zeigt das Motiv auf Rang 2 „weil ich dort Dinge erfahre, die für meinen Alltag nützlich sind“. Für die Menschen im Osten ist Letzteres sogar noch deutlich wichtiger als für die Menschen in den alten Bundesländern. Im Osten deutlich wichtiger ist auch das Motiv der Anregung bzw. „Denkanstöße zu bekommen“, welches in beiden Landesteilen auf Platz 4 steht. An dritter Stelle platziert sich das Motiv „weil es Spaß macht“, welches im Westen für einen etwas höheren Anteil an Menschen von Bedeutung ist als im Osten. Im Westen deutlich ausgeprägter als im Osten – wenn auch insgesamt auf geringerem Niveau – ist auch das Motiv des Eskapismus („weil ich mich ablenken möchte“) sowie die habitualisierte Internetnutzung („weil es aus Gewohnheit dazugehört“). Obwohl das Internet nicht als bevorzugtes Entspannungsmedium gilt, ist dieses Motiv im Westen etwas ausgeprägter. Gleiches gilt für das Motiv, sich nicht alleine zu fühlen.

Es lässt sich folgende Schlussfolgerung ziehen: Für noch mehr Menschen im Osten als im Westen steht die Informationsfunktion des Internets im Vordergrund, das heißt vor allem alltagstaugliche Informationen zu bekommen, aber auch Denkanstöße zu erhalten. Im Westen ist Spaß, Ablenkung und Habitualisierung im Zusammenhang mit dem Internet etwas ausgeprägter als im Osten und könnte darauf hinweisen, dass das Internet schon etwas mehr zum Alltagsmedium geworden ist.

Messaging oder E-Mail), nur so herumsurfen und aktuelle Nachrichten lesen (beide Tätigkeiten liegen in Ostdeutschland mit 22,7 % gleichauf) (vgl. Tabelle 8). Mit Abstand folgen danach Bewegtbild im Internet sehen und Onlinespiele spielen. Die meisten Tätigkeiten werden im Osten von einem etwas geringeren Anteil an Personen ausgeführt als im Westen, mit Ausnahme der Bewegtbildnutzung, bei der beide Gebiete in etwa gleichauf liegen, und Onlinespielen, die von einem höheren Anteil im Osten gespielt werden. Auch beim Einkaufen im Netz liegen West und Ost gleichauf, wobei die Tagesreichweiten mit zwischen 6 und 7 Prozent nicht so hoch sind.

Diejenigen Befragten, die angaben, gestern aktuelle Nachrichten im Internet gelesen zu haben, wurden auch nach den Nachrichtenquellen befragt. An der Spitze stehen in Ost und West die Homepages von Tageszeitungen (vgl. Tabelle 9), wobei die Anteile hier im Osten geringer als im Westen sind. Auf Platz 2 folgen im Westen Websites von Nachrichtenmagazinen (wie z. B. Spiegel oder Focus), während im Osten die Nachrichtenquellen Internet- oder E-Mail-Provider (z. B. t-online, web.de, gmx.de) und Suchmaschinen (z. B. google, yahoo) etwas höhere Werte erreichen.

Detailliert wurde außerdem erstmals in der Studie Massenkommunikation nach der Informationskompetenz von Radio, Zeitung, Fernsehen und Internet gefragt. Abgefragt wurden sieben Themenfelder, antworten konnten jeweils Befragte, die mindestens zwei der tagesaktuellen Medien mehrmals pro Monat nutzen, also einen Vergleich haben. In Tabelle 10 werden vor allem die Werte für das Fernsehen, bei dem die Ostdeutschen durchgehend eine deutlich höhere Informationskompetenz als die Westdeutschen sehen, den Werten für das Internet gegenübergestellt. Die Werte für Radio und Tageszeitung werden nur für jeweils

**Nachrichtenquellen im Internet**

**Informationskompetenz der Medien**

**Suchmaschinen und Kommunikation sind häufigste Anwendungen**

Welche Internetanwendungen werden täglich genutzt? An der Spitze steht in Ost und West jeweils die Benutzung von Suchmaschinen, gefolgt von kommunikativen Anwendungen (Facebook, Instant

<b>Tab. 8 Tagesreichweite verschiedener Internetanwendungen in West- und Ostdeutschland</b>				
Personen ab 14 Jahren, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in %				
	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
Kommunikation: Onlinecommunitys wie Facebook, Instant Messaging wie WhatsApp, per E-Mail usw.	29	30	25	4
aktuelle Nachrichten gelesen	24	24	23	1
Videos jeglicher Art, Fernsehsendungen (Bewegbilde Dateien)	12	12	11	0
Audiodateien, Musik, Podcasts und Radiosendungen angehört (Tondateien ohne Bild)	8	8	6	2
selbst Texte, Bilder, Musik, Videos ins Internet gestellt, z. B. in Blogs, Twitter, auf Foto- oder Videoportalen	4	4	3	2
Transaktionen: etwas bestellt, gekauft oder verkauft	6	6	7	-1
Suchmaschinen genutzt, gegoogelt	35	36	34	2
Onlinespiele gespielt	11	10	12	-1
nur so rumgesurft	24	25	23	2
gestern nicht Internet genutzt	54	54	57	-3
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

<b>Tab. 9 Tagesreichweite aktueller Nachrichten im Internet in West- und Ostdeutschland</b>				
genutzte Anbieter gestern, Personen ab 14 Jahren, in %				
	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
auf einer Homepage einer Tageszeitung, wie z. B. FAZ, Süddeutsche oder einer regionalen Tageszeitung	8	9	6	2
bei einem Nachrichtenmagazin, wie z. B. Spiegel-Online, Focus-Online	6	6	4	2
bei einem TV-Sender, z. B. ARD, ZDF, RTL, Sat.1	2	2	2	0
bei einem Internet- oder E-Mail-Provider, z. B. t-online, web.de, gmx.de	5	4	6	-1
bei einer Suchmaschine, z. B. google, yahoo	3	3	5	-2
woanders	2	2	3	-1
weiß nicht mehr	1	1	1	0
gestern Angebot im Internet nicht genutzt	22	22	20	2
gestern nicht Internet genutzt	54	54	57	-3
Ungewichtete Basis	4 300	3 639	661	
Gewichtete Basis	4 300	3 620	680	

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

das Kompetenzfeld (Kultur und Musik sowie Regionales) aufgeführt, bei dem sie im Vergleich der vier Mediengattungen auf dem ersten Platz stehen.

Demnach sind sich Ost- und Westdeutsche in den wesentlichen Richtungen ihrer Kompetenzzuweisungen einig. In vier von sieben Themengebieten (Politik/Wirtschaft, Sport, Wissenschaft/Forschung und Prominente) weisen sie dem Fernsehen die höchste Informationskompetenz zu. Tageszeitung, Radio und Internet werden in Ost und West jeweils nur ein Kompetenzfeld am meisten zugewiesen: der Tageszeitung die Berichterstattung über die eigene Region, dem Internet das Gebiet der persönlichen Interessen und dem Radio das Gebiet der Kultur und Musik. Zu vermerken ist,

dass in Ostdeutschland – anders als in Westdeutschland – der Kompetenzvorsprung des Radios auf dem Gebiet Kultur und Musik vor dem Fernsehen nur sehr gering ist. Auch bei den übrigen sechs Kompetenzfeldern ist jeweils ein noch höherer Anteil der Ostdeutschen als der Westdeutschen der Meinung, dass das Fernsehen auf diesen Gebieten die beste Berichterstattung biete. Die Westdeutschen dagegen weisen durchgehend in allen sieben Themenfeldern der Tageszeitung und in sechs

**Tab. 10 Einschätzung der Informationskompetenz im Medienvergleich - West- und Ostdeutschland**  
 „informiert am besten ...“, Personen ab 14 Jahren, in %

	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
<b>Aktuelles aus Politik und Wirtschaft in Deutschland und der Welt</b>				
Fernsehen	48	48	52	-5
Internet	18	17	19	-2
<b>Aktuelles Sportgeschehen</b>				
Fernsehen	52	51	62	-12
Internet	20	21	16	4
<b>Informationen über Kultur und Musik</b>				
Fernsehen	24	23	30	-7
Radio	30	30	30	0
Internet	23	23	23	1
<b>Aktuelles aus der Region</b>				
Fernsehen	14	13	17	-4
Tageszeitung	50	50	49	1
Internet	12	12	8	4
<b>Wissenswertes aus Forschung, Technik, Geschichte, Natur</b>				
Fernsehen	50	49	55	-6
Internet	34	35	29	6
<b>Persönliche Interessengebiete</b>				
Fernsehen	29	28	33	-5
Internet	50	51	46	5
<b>Infos über Prominente</b>				
Fernsehen	58	57	63	-6
Internet	25	25	21	4

Basis: Befragte, die mindestens 2 Medien mehrmals pro Monat nutzen.

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

Themenfeldern dem Internet höhere Werte zu als die Ostdeutschen relativ zum Gesamt-Ranking. Lediglich auf dem Feld „Aktuelles aus Politik und Wirtschaft in Deutschland und der Welt“ sehen die Ostdeutschen beim Internet eine etwas höhere Informationskompetenz als die Westdeutschen.

#### Images und Bindung an das Internet

Neben den Kompetenzzuschreibungen wurden die Befragten gebeten, den vier Mediengattungen jeweils 14 Image-Eigenschaften zuzuordnen. Zwischen Ost und West gibt es bei dieser Frage zum Teil voneinander abweichende Rankings. Zunächst zu den Gemeinsamkeiten: Das Internet wird – vor anderen Medien – in Ost und West als besonders modern, vielseitig, aktuell, unabhängig und informativ eingeschätzt (vgl. Tabelle 11).

Die Westdeutschen schreiben dem Internet noch ein wenig mehr als anderen Medien die Eigenschaften „locker und ungezwungen“ zu, allerdings dicht gefolgt vom Fernsehen. Die Ostdeutschen sehen diese Eigenschaften vor allem beim Radio, dicht danach auf Platz 2 folgt aber auch bei ihnen

das Fernsehen. Obwohl – wie oben dargestellt – das Fernsehen in fünf von sieben Kompetenzfeldern der Information einen Vorsprung vor den anderen Medien hat, sehen Ost- und Westdeutsche das Fernsehen nach Imageeigenschaften vor allem als unterhaltsam und sympathisch an. Bei der Eigenschaft „sympathisch“ steht das Radio in beiden Landesteilen auf Platz 2, insbesondere im Westen folgt es dicht hinter dem Fernsehen. Die Ostdeutschen finden das Fernsehen in noch höherem Maße sympathisch als die Westdeutschen. Das Imageprofil des Fernsehens im Osten ist aber ansonsten deutlich breiter als im Westen. Die Menschen in Ostdeutschland sehen – mehr als die Westdeutschen – noch folgende Eigenschaften vor allen anderen Medien beim Fernsehen: „anspruchsvoll“, „glaubwürdig“, „sachlich“, „kompetent“, „objektiv“ und „kritisch“. Die Westdeutschen sehen diese sechs Eigenschaften dagegen vor allem bei der Tageszeitung. Anzumerken ist aber, dass bei der Eigenschaft „objektiv“ Tageszeitung und Fernsehen im Westen ungefähr gleichauf liegen und der Vorsprung der Tageszeitung hinsichtlich ihrer Kompetenz und kritischen Berichterstattung geringer ist als bezüglich ihrer Sachlichkeit und Glaubwürdigkeit wie auch ihrem Image als anspruchsvolles Medium.

**Internet gilt als besonders modern, vielseitig, aktuell etc.**

**Tab. 11 Images der Medien im Direktvergleich - West- und Ostdeutschland**  
 „trifft am ehesten zu auf ...“, Personen ab 14 Jahren, in %

	Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West		Gesamt	West + Berlin West	Ost + Berlin Ost	Differenz Ost/West
anspruchsvoll					glaubwürdig				
Fernsehen	31	30	37	-7	Fernsehen	31	30	35	-4
Radio	13	13	14	-1	Radio	19	19	19	0
Tageszeitung	36	38	24	14	Tageszeitung	35	37	25	12
Internet	20	19	25	-6	Internet	15	14	22	-8
modern					kompetent				
Fernsehen	26	25	31	-6	Fernsehen	32	32	34	-2
Radio	9	10	8	1	Radio	16	15	18	-3
Tageszeitung	5	5	4	0	Tageszeitung	33	34	25	10
Internet	60	61	56	5	Internet	19	18	23	-5
objektiv					sachlich				
Fernsehen	32	32	34	-2	Fernsehen	30	30	34	-5
Radio	17	17	20	-3	Radio	14	13	19	-6
Tageszeitung	31	32	23	9	Tageszeitung	40	42	28	13
Internet	20	19	24	-5	Internet	16	15	18	-3
vielseitig					kritisch				
Fernsehen	31	31	33	-2	Fernsehen	33	32	33	-1
Radio	10	10	9	0	Radio	12	11	13	-2
Tageszeitung	10	11	9	1	Tageszeitung	33	35	27	8
Internet	49	49	48	1	Internet	22	22	27	-5
unterhaltsam					unabhängig				
Fernsehen	61	62	60	1	Fernsehen	26	25	27	-2
Radio	18	18	19	-1	Radio	17	17	16	1
Tageszeitung	4	4	3	1	Tageszeitung	25	26	18	8
Internet	17	17	18	-1	Internet	33	32	38	-6
aktuell					locker und ungezwungen				
Fernsehen	31	31	29	2	Fernsehen	32	32	33	-1
Radio	17	17	19	-2	Radio	29	28	34	-6
Tageszeitung	15	16	13	3	Tageszeitung	7	8	5	3
Internet	37	36	38	-2	Internet	32	32	28	4
informativ					sympathisch				
Fernsehen	29	29	28	1	Fernsehen	35	34	40	-6
Radio	14	14	18	-5	Radio	31	31	31	0
Tageszeitung	25	26	21	5	Tageszeitung	14	15	10	6
Internet	32	32	32	-1	Internet	19	19	19	0

Quelle: ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation 2015.

**Besonderheit  
des Internets als  
All-in-one-Medium**

Als Zwischenfazit kann festgehalten werden, dass das Internet in Ost- und Westdeutschland inzwischen bereits fünf wichtige Imageeigenschaften vorrangig besetzt hat, die vorher in erster Linie anderen Medien zugeordnet wurden. Das Fernsehen vereint aus Sicht der Menschen im Westen nur noch zwei bis drei Eigenschaften vorrangig auf sich. Allerdings zeigt eine Differenzierung in öffentlich-rechtliche und private Fernsehsender, dass öffentlich-rechtliche Sender bei vielen der hier besprochenen Eigenschaften ein höheres Bewertungsniveau erreichen. (8) Außerdem ist zu berücksichtigen, dass das Internet nicht nur die Nutzung journalistischer Medieninhalte erlaubt, sondern die Internetnutzung zu ca. drei Viertel andere Aktivitäten, wie zum Beispiel interpersonale Kom-

munikation, Einkaufen oder Onlinebanking, umfasst.

Auch die Frage, wie sehr das Internet im Falle technischer Probleme oder eines Streiks vermisst würde, zeigt, dass die Bindung an diese mediale Plattform in Ost und West gewachsen ist. Im Osten sagten gut 38 Prozent der Bevölkerung und fast 55 Prozent der Internetnutzer (Nutzung mindestens mehrmals im Monat), dass sie das Internet sehr stark bzw. stark vermissen würden, im Westen mit

**Bindung an  
das Internet ist  
gewachsen**

seinem höheren Onlineranteil sagten dies fast 41 Prozent der Bevölkerung und 53 Prozent der Internetnutzer. Der Grad der Bindung an das Internet ist also in Ost- und Westdeutschland ungefähr gleich.

**Was würde im Internet am meisten vermisst?**

Ebenfalls zum ersten Mal wurde in der Studie Massenkommunikation danach differenziert, welche spezifischen Bereiche jeweils im Internet vermisst würden. So antworteten in West und Ost mehr als drei Viertel der Befragten, dass sie ganz besonders die internetbasierte personale Kommunikation, sei es über E-Mail, Instant Messaging wie WhatsApp oder soziale Netzwerke wie Facebook, vermissen würden. Einige Unterschiede gibt es jedoch bezüglich weiterer Internetinhalte. Ostdeutsche würden deutlich stärker als Westdeutsche vermissen, „einfach so im Internet zu surfen“. Gemäß der vorher analysierten Nutzungspräferenzen, würden Ostdeutsche auch mehr als Westdeutsche auf der einen Seite das Lesen von News bei Suchmaschinenanbietern und Internet Providern vermissen, auf der anderen Seite aber Angebote mit Bezug zum Fernsehen oder Radio. Aufgrund der größeren Affinität zu Printmedien würden es Westdeutsche mehr als Ostdeutsche vermissen, Nachrichten auf der Homepage von Tageszeitungen oder auch von Nachrichtenmagazinen zu lesen. Mehr Westdeutsche als Ostdeutsche würden es vermissen, Radioprogramme live im Internet zu hören und in noch deutlich höherem Maße andere Musikangebote, die keinen direkten Bezug zu Radiosendern haben, im Internet zu hören. Gleiches gilt auch für das Anschauen von anderen Videos ohne direkten Bezug zu Fernsehsendern.

**Fazit**

Das Internet ist in Ostdeutschland bisher etwas weniger verbreitet als in Westdeutschland, vor allem als täglich genutztes Medium. Die klassischen Medien Fernsehen und Radio haben in Ostdeutschland eine noch etwas höhere Bedeutung. Es gibt im Osten weniger stationäre und mobile Internetanschlüsse und weniger internetfähige Geräte in den Haushalten, was wahrscheinlich in strukturellen Ursachen begründet ist, vor allem in der geringeren Finanzausstattung der ostdeutschen Haushalte. Das Gerät, mit dem Ost- und Westdeutsche am häufigsten (am gestrigen Tag) ins Internet gehen, ist der stationäre PC, gefolgt mit Abstand, von Handy und Laptop, weit dahinter steht das Tablet. In Ostdeutschland werden alle Geräte – mit Ausnahme des stationären PCs und Tablets – weniger genutzt als in Westdeutschland.

**Internetnutzer sind im Osten länger online**

Die Nutzungskurven in Ost und West für das Internet ähneln sich aber und weisen nur wenige Unterschiede auf. So nutzen die Menschen in Ostdeutschland das Internet etwas mehr als Westdeutsche an den Tagesrändern, am frühen Morgen

und späteren Abend und etwas weniger am Nachmittag und frühen Abend, also in klassischen Zeiten für die Radio- und Fernsehnutzung. Bei geringerer Internetreichweite ist aber die Verweildauer der Internetnutzer im Osten höher als im Westen.

An der Spitze der im Internet genutzten Anwendungen bzw. Inhalte stehen in Ost und West die Nutzung von Suchmaschinen und die Kommunikation, zum Beispiel über E-Mail und Social Media. Auf weiteren Plätzen folgen dann das Surfen ohne festes Ziel und gezieltes Nachrichtenlesen. Gefragt, wo denn Nachrichten gelesen werden, geben weniger Ost- als Westdeutsche die Webseiten von Printmedien an, während etwas mehr Menschen in den neuen Bundesländern auch Nachrichten auf den Seiten von Internet Providern und Suchmaschinen lesen. Die Bindung derjenigen, die das Internet nutzen, an diese multimediale Plattform ist in Ost und West ähnlich hoch. Der am meisten vermisste Bereich – könnte das Internet zum Beispiel aufgrund technischer Umstände nicht genutzt werden – wäre jeweils die personale Kommunikation.

In der Skala der Motive für die Internetnutzung steht in Ostdeutschland das Informationsmotiv, vor allem die Suche nach im Alltag verwendbarer Information und nach Anregungen, im Vordergrund, während im Westen – wahrscheinlich aufgrund seiner etwas breiteren Verankerung im Alltag – die Motivstruktur etwas breiter gefächert ist und stärker auch Unterhaltungs- und Entspannungsmotive enthält. In der Imageabfrage sind die Top-Eigenschaften für das Internet in Ost und West – vor anderen Medien – „modern“, „vielseitig“, „aktuell“, „unabhängig“ und „informativ“. Mehr als das Internet belegt im Osten das Fernsehen bei einer Reihe von Motiven den ersten Platz, von 14 Eigenschaften insgesamt acht. Im Westen werden dagegen sechs dieser acht Image-Eigenschaften mehr als beim Fernsehen bei der Tageszeitung, zu der Westdeutsche eine höhere Affinität als die Ostdeutschen haben, gesehen. Das Fernsehen ist aus Sicht der Westdeutschen vor allem unterhaltsam und sympathisch, wobei aber ein deutlicher Unterschied zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern gemacht wird.

In der Abfrage von sieben Feldern der Informationskompetenz steht aber trotzdem das Fernsehen bei vier Kompetenzfeldern in Ost und West an der Spitze (Politik/Wirtschaft, Sport, Wissenschaft/Forschung und Prominente), wobei die Werte im Osten höher sind als im Westen. Im Westen wird neben dem Fernsehen die Informationskompetenz wieder stärker bei der Tageszeitung und auch beim Internet gesehen. Außerdem gilt das Radio in Ost und West als führendes Infomedium für Kultur und Musik.

Die Ostdeutschen geben lediglich im Kompetenzfeld Politik/Wirtschaft dem Internet höhere Kompetenzwerte als die Westdeutschen. Das Kompetenzfeld des Internets wird in West und Ost aber vor allem auch bei der Information zu „Persönlichen Interessen“ der Nutzer gesehen.

**Kommunikation ist wichtigste Onlineanwendung**

**Information und Alltagsnutzen des Internets im Osten noch stärker geschätzt**

**Dennoch höhere Infokompetenz der klassischen Medien in speziellen Bereichen**

## Anmerkungen:

- 1) Vgl. Berg, Klaus/Marie-Luise Kiefer (Hrsg.): Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1990. Baden-Baden 1992.
- 2) Vgl. Spielhagen, Edith u. a.: Ergebnisse der Ost-Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Zuschauererwartungen und -reaktionen auf die Programmangebote von ARD und ZDF in den neuen Bundesländern. In: Media Perspektiven 8/1995, S. 362-392.
- 3) Vgl. Darschin, Wolfgang/Camille Zubayr: Warum sehen die Ostdeutschen anders fern als die Westdeutschen? Demoskopische Erklärungsversuche aus den Ergebnissen des ARD/ZDF-Trends und der GfK-Fernsehforschung. In: Media Perspektiven 6/2000, S. 249-257; Frey-Vor, Gerlinde/Heinz Gerhard/Inge Mohr: Mehr Unterschiede als Annäherung? Informationsnutzung von Ostdeutschen und Westdeutschen: Erwartungen und Einstellungen. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 70-76; Frey-Vor, Gerlinde/Heinz Gerhard/Annette Mende: Daten der Mediennutzung in Ost- und Westdeutschland. Ergebnisse von 1992 bis 2001 im Vergleich. In: Media Perspektiven 2/2002, S. 54-69.
- 4) Vgl. Frey-Vor, Gerlinde/Inge Mohr: 25 Jahre Deutsche Einheit – Fernsehnutzung in Ost und West. Angleichungen und Unterschiede. In: Media Perspektiven 10/2015, S. 453-469.
- 5) Vgl. Frey-Vor/Mohr (Anm. 4).
- 6) Vgl. ebd.
- 7) Vgl. ebd.
- 8) Vgl. ebd.

