

## Multimedia auf Siegeszug

### ***Austrian Internet Monitor-Consumer: Filme und Videos im Web immer beliebter***

***74% der Bevölkerung nutzen bereits das Internet. Das Medium steht in hohem Ausmaß für Kommunikation und Information. Doch der Aspekt Unterhaltung gewinnt zunehmend an Bedeutung. Eine tragende Rolle spielt hier die Nutzung von Multimedia-Inhalten wie Filme, Musikvideos und Clips. Der Austrian Internet Monitor beobachtet diese Entwicklung im Detail.***

Fast jeder zweite Internetnutzer hat in den letzten vier Wochen Multimedia-Inhalte online genutzt. Das ist gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um mehr als ein Viertel. Damit übernimmt das Internet zunehmend die Unterhaltungsfunktion, die in früheren Zeiten vom Fernsehen ausgefüllt wurde. Wenngleich Kommunikation und Information im Zentrum der Internetnutzung stehen, gewinnt Online-Entertainment immer stärker an Bedeutung.

Während das Wachstum der multimedialen Internetnutzung in der Vergangenheit durch zunehmend verbesserte Internetzugänge unterstützt wurde, sind mittlerweile das nahezu unendliche Angebot an Inhalten sowie die immer stärkere Vernetzung der Internetnutzer die Treiber. Täglich tauchen neue Verlinkungen zu Videos in Netzwerkplattformen wie etwa Facebook auf und erschließen damit neue Nutzerkreise.

Männer nutzen Filme und Videos im Netz etwas stärker als Frauen. Die intensivsten Multimedia-Nutzer sind Teenager; acht von zehn 14-19jährigen Internetnutzern sehen sich Bewegtbilder online an. Bei den Twens sind es immerhin noch zwei Drittel, mit zunehmendem Alter sinkt der Nutzeranteil. So verwendet nur noch jeder siebente über 60jährige Onliner Videos im Netz.

Multimedia wird damit zu einem immer selbstverständlicheren Bestandteil der Internetnutzung. Hier gibt es eine hohe Wachstumsdynamik, was insbesondere der Online-Werbung neue Möglichkeiten verschafft.

Diese und weitere Informationen finden sich in der aktuellen Ausgabe des Austrian Internet Monitor-Consumer (AIM-C). Der AIM-C wird von INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung auf Basis von insgesamt 12.000 telefonischen Interviews pro Jahr (3.000 pro Quartal) durchgeführt - repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren. Der INTEGRAL AIM-Consumer liefert seit 1996 kontinuierlich Informationen über Nutzung und Entwicklungsperspektiven von Internet und anderen neuen Kommunikationstechnologien.

*Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- u. Meinungsforschung, zur Verfügung.*

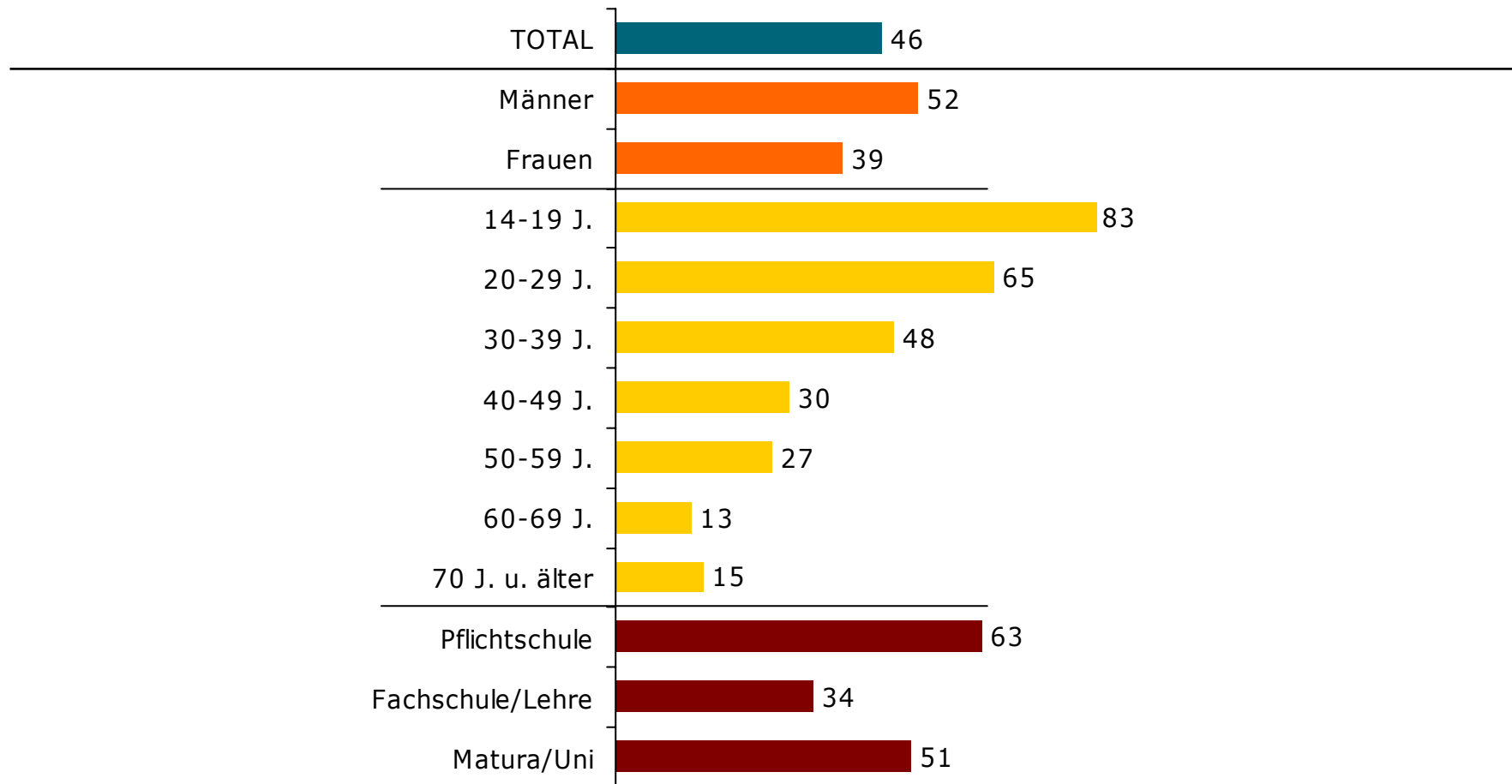
[www.integral.co.at](http://www.integral.co.at); *Anfragen an [aim@integral.co.at](mailto:aim@integral.co.at) , Tel.Nr.:+43-(0)1-799 19 94*

# Nutzung von Multimedia-Inhalten

Ich lese Ihnen nun ein paar Dinge vor, die man im Internet machen kann. Was davon haben Sie in den letzten vier Wochen gemacht?

Frage 50

Basis: Internetnutzer (Zufallsauswahl: pro Respondent 15 Items)



Haben in den letzten vier Wochen Multimedia-Inhalte genutzt

Angaben in Prozent (%)