

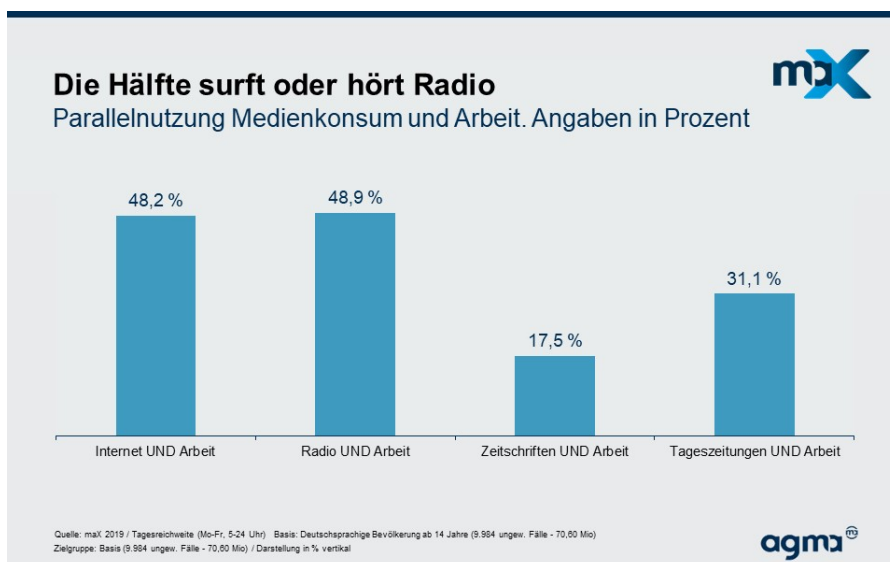


So nutzen die Deutschen Medien während der Arbeit

In vielen deutschen Büros findet eine hohe Mediennutzung statt. Dies zeigt eine Analyse der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) zum Tag der Arbeit.

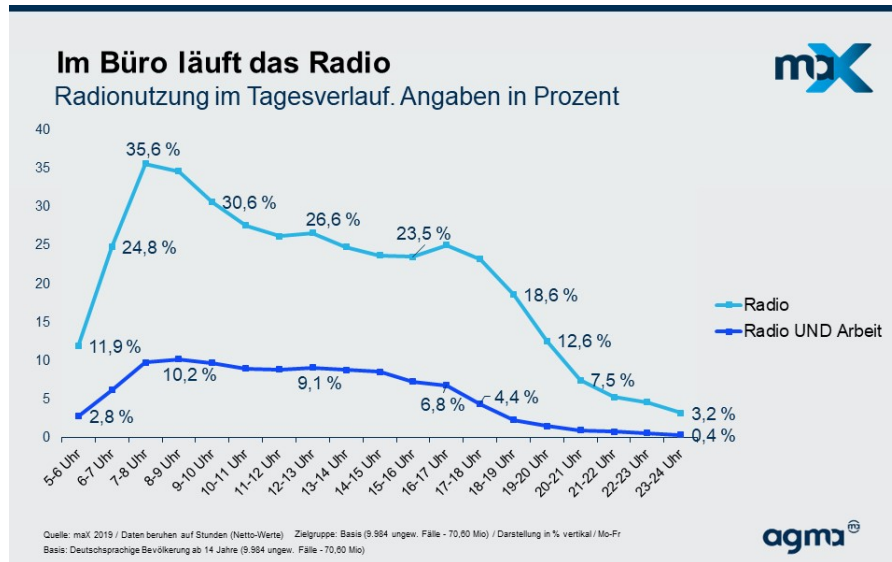
Arbeitszeit ist auch Medienzeit. Dies zeigt eine Analyse des maX CrossMedia Tools der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) zum Tag der Arbeit. In der Mehrzahl der deutschen Büros und Firmen läuft nebenher auch ein Informations- oder Unterhaltungskanal.

Online und Radio sind dabei die bevorzugten Arbeits-Begleiter. Etwa die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung nutzt werktags diese Medien parallel zur Arbeit. Etwa ein Drittel liest am Arbeitsplatz Tageszeitungen, 17,5 Prozent greifen auch zu einer Zeitschrift.



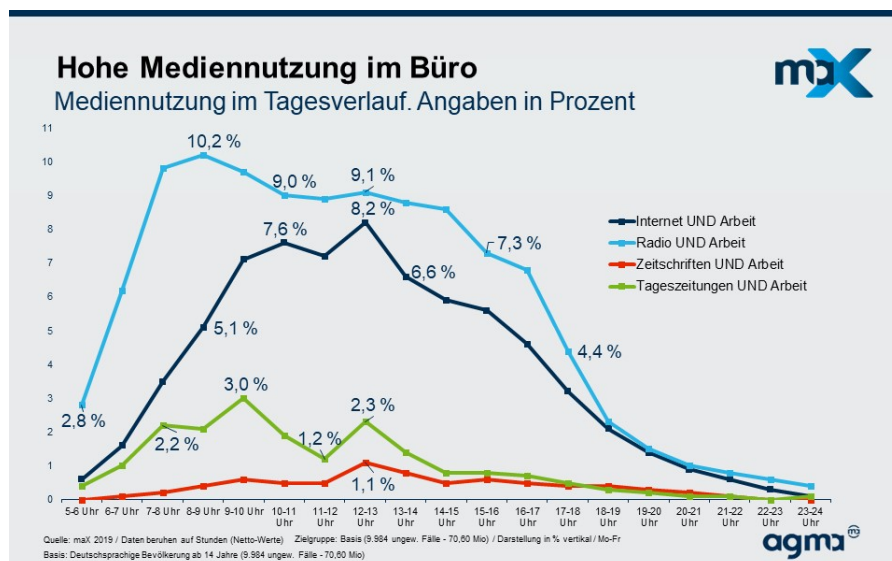
Ein Teil dieser Mediennutzung findet allerdings vor und nach der Arbeit statt. Das maX CrossMedia Tool weist eine Parallelnutzung immer dann aus, wenn innerhalb einer Stunde beide Tätigkeiten wie etwa Arbeiten und Zeitunglesen ausgeübt werden. Das schließt auch die Stunde vor und nach dem Arbeitsbeginn ein.

Im Fall der Radio-Hörer und Online-Surfer dürfte aber ein Großteil der Nutzung tatsächlich während der Arbeitszeit stattfinden. Dies zeigt ein Blick auf die Mediennutzung im Tagesverlauf. Primetime für das Radio ist demnach die Zeit zwischen sechs und neun Uhr morgens – also die Phase vor der Arbeit oder des Arbeitswegs. Hier schalten bis zu 35 Prozent ein. Die Radionutzung bleibt aber bis 17:00 Uhr auf einem kontinuierlich hohen Niveau. Die Parallelnutzung Radio und Arbeit liegt in diesem Zeitraum zwischen zehn und sieben Prozent. Das ist der höchste Wert aller Mediengattungen.

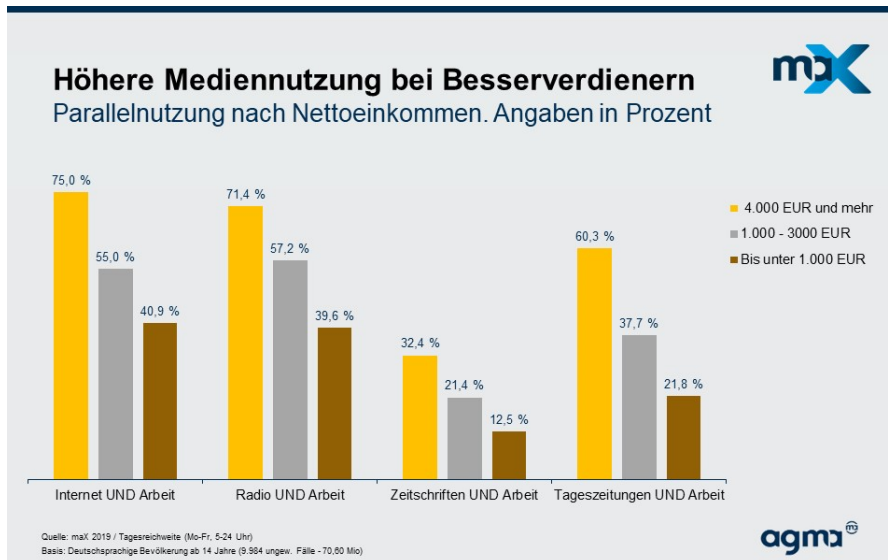


Viele Arbeitnehmer starten ihren Arbeitstag offenbar mit einem Surftrip durchs Netz. Morgens und vormittags ist die Parallelnutzung Online und Arbeiten am höchsten. Ihren Höhepunkt erreicht sie mittags zwischen zwölf und 13:00 Uhr mit 8,2 Prozent.

Ein Großteil der Zeitungslektüre dürfte ebenfalls in der Stunde vor Arbeitsbeginn stattfinden. Bis zehn Uhr morgens steigt hier die Parallelnutzung kontinuierlich an. Einiges davon dürfte also auch auf Menschen entfallen, die ihren Arbeitstag mit dem Blick in die Zeitung beginnen. Viele nutzen zudem die Mittagspause zwischen 12:00 und 13:00 Uhr zum Zeitunglesen. Ähnlich ist auch der Nutzungsverlauf bei Zeitschriften.



Besserverdiener nutzen während der Arbeitszeit häufiger Medien als Menschen mit geringem Einkommen. Laut maX-Auswertung hören etwa zwei Drittel während der Arbeitszeit Radio oder sind im Internet unterwegs. Bei den Geringverdienern sind es nur rund 40 Prozent. Ein Indiz dafür, dass die Mediennutzung während der Arbeitszeit mit einem besser bezahlten Bürojob leichter fällt.



Mit dem maX CrossMedia Tool können Auswertungen zur Mediennutzung von Zielgruppen im Tagesverlauf vorgenommen und mit deren Konsum- und Freizeitverhalten in Beziehung gesetzt werden. Das Instrument wird von Werbungtreibenden und Agenturen in der strategischen Mediaplanung eingesetzt.

Die Nutzung aller Mediengattungen im Tagesverlauf wird mit dem maX CrossMedia Tool erstmals währungskonform abgebildet. Herzstück der Studie ist eine Tagebuch-Erhebung, in der rund 10.000 Personen ihre der Mediennutzung und weiterer Tätigkeiten per Smartphone dokumentieren. Diese in ihrer Datentiefe einmalige Single-Source-Studie ist auch ein wichtiger Baustein für die Erstellung der ma Intermedia PLuS.

Weitere Informationen zum maX-Tool finden Sie hier: <https://www.agma-mmc.de/max/>