

TRANSFORMEDIA



25 Jahre Medienwandel
in 25 Grafiken

Bei diesem Magazin handelt es sich um ein Mixed-Media-Produkt

Um unser Magazin in vollem Umfang erleben zu können, kannst du den unten abgebildeten QR-Code scannen und dir die dafür benötigte App im Google Play Store oder im App Store herunterladen.

Jedes Mal, wenn du das hier abgebildete AR-Symbol siehst, kannst du dein Smartphone zücken und die Seite scannen.



Augmented Reality, kurz AR, ist das Erweitern der Realität mit digitalen Inhalten.



Schritt 1: Über den QR-Code wirst du in den jeweiligen App Store verlinkt.

Schritt 2: Scanne die Seiten, auf denen sich das AR-Symbol befindet.

Schritt 3: Halte dein Handy so, dass die gesamte Seite im Kamerabild zu sehen ist. Unsere Augmented-Reality-Inhalte zeigen dir dann Zusatzinformationen und visuelle "Schmankerl" zum jeweiligen Thema an. Bei einigen Grafiken kannst du auch durch Berühren der Objekte mit diesen interagieren.

Viel Spaß beim Stöbern!

Vorwort

Was ist Zeit? Woran machen wir fest, wie schnell sie vergeht? Tun wir das anhand von Zahlen, Daten, Fakten? Oder sagt uns unser Gefühl, wie schnell sich die Welt weiterdreht?

Wir leben in einer medialisierten Welt. Einer Welt, die wir durch Medien beschreiben. Einer Welt, die uns durch ebendiese Medien beschrieben wird. Sie lassen uns fühlen, wo die Welt gerade steht, geben uns Einblicke in das, was war, und Ausblicke auf das, was sein kann. Wir werden unterhalten, informiert und wir kommunizieren über diese Medien. Dabei verändern sie sich mit uns mit – Produktionen, Technologien, Rezeption, Trägermedium und inhaltliche Ausgestaltung. Wir sind es auch, die diese Medien verändern – mit unseren Trends, unserem Mobilitätsverhalten, unseren Vorlieben, unserer Politik, unserem Medienmanagement, unserer Forschung, unserer Ausbildung. Wir fragen uns: 25 years change in media – wie haben sich Medien in den letzten 25 Jahren gewandelt? 25 years changing media – wie haben wir diesen Wandel beeinflusst? Und wie wollen wir „unsere“ Medien weiter formen?

Dies ist unser Versuch einer Antwort – basierend auf Zahlen, Daten, Fakten, aber auch auf unserem Gefühl und unserer Erinnerung. Ein herzliches Dankeschön an die Studierenden des Masterstudiengangs Digital Design, die mit den Workshop-leiter:innen Katrin Nussmayr, Stefanie Mayrwöger und Alexander Schlager diesen Versuch im Rahmen der Creative Media Summer School 2021 unternommen haben.



Franz Fidler,
Departmentleiter Medien & Digitale Technologien
der Fachhochschule St. Pölten

Impressum

Medieninhaberin:

Fachhochschule St. Pölten GmbH
c/o Medien und Digitale Technologien
Campus-Platz 1
A-3100 St. Pölten
www.fhstp.ac.at

Gestaltung: Juliane Freudenstein, Melanie Graf, Lisa Maria Graff, Mathias Hradecski, Christina Karall, Tim Peham, Nina Pils, Annika Schweighofer, Katja Seitz, Hanna Stachl, Aniko Steinböck, Sandra Szeliga, Alexander Tousek, Miriam Widhalm

Fachliche Leitung: Katrin Nussmayr (Redaktion), Stefanie Mayrwöger (Grafik), Alexander Schlager (Augmented Reality).

25 years media@fhstp \ 25 years mediatechnology@fhstp / 20 years mediamanagement@fhstp

06 UNTERHALTUNG

- 08 / 09 Medienlandschaft im Wandel
- 10 / 11 TV / Kino
- 12 / 13 Video-Streaming / Audio-Streaming
- 14 / 15 Bücher / Gaming
- 16 / 17 Apps / Internetnutzung
- 18 / 19 Tagesablauf im digitalen Zeitalter
- 20 / 21 Interview mit Hannes Raffaseder

22 INFORMATION

- 24 / 25 Funfacts
- 26 / 27 Radio / TV
- 28 / 29 Zeitungssterben / Nachrichten online
- 30 / 31 Pressefreiheit
- 32 / 33 Interview mit Alois Frotschnig

34 KOMMUNIKATION

- 36 / 37 Mündlich – schriftlich – mündlich
- 38 / 39 Social-Media-Nutzung in Österreich
- 40 / 41 Chatbots / Online-Dating
- 42 / 43 Persönlichkeitstest
- 44 / 45 Interview mit Johanna Grüblbauer

UNTERHALTUNG

Eine kleine Zeitreise durch die Medienlandschaft

1996 kam das erste Smartphone (Nokia) auf den Markt. Es wog vier Mal so viel wie das iPhone und kostete umgerechnet fast 1.400€.



Ende des Jahres 1998 erschien der erste deutsche MP3-Player. Er hatte eine Kapazität von 16MB und somit Platz für 5 Songs.

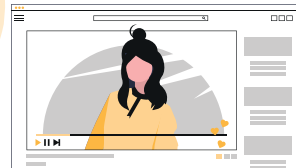


„Findet Nemo“ war 2010 die meistverkaufte DVD in den USA.

2016 hatte Netflix seinen weltweiten Durchbruch.

Das Videospiel „Die Sims“ wurde erstmalig im Jahr 2000 vorgestellt.

2004 brachte Sony den ersten E-Book-Reader, den „Sony Librié“, auf den Markt.

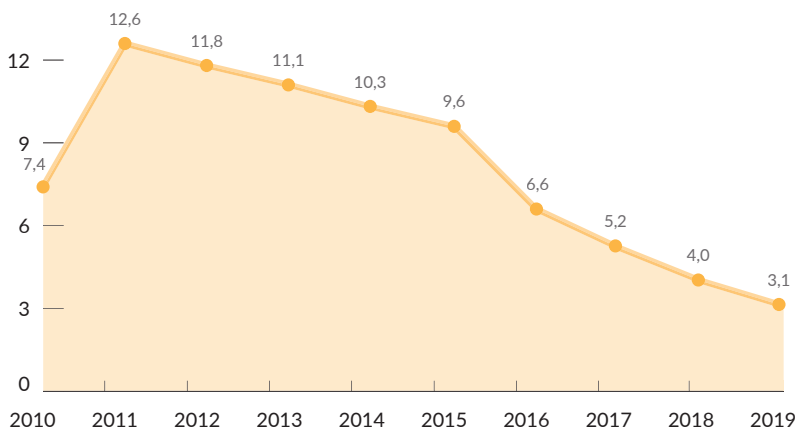


Das erste YouTube-Video wurde von Gründer Jawed Karim am 23. April 2005 mit dem Titel „Me at the zoo“ hochgeladen.

WhatsApp war 2020 die meistgenutzte App weltweit.

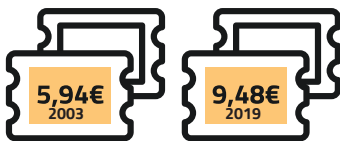
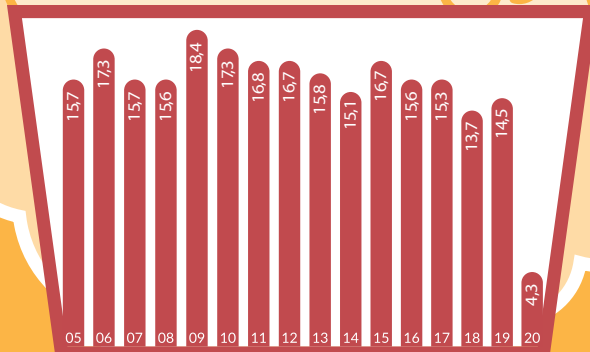


Wie viele DVDs kauften die Österreicher:innen (in Mio.)?



Netflix wurde bereits 1997 als DVD Service gegründet.

Anzahl der Kinobesuche in Österreich (in Mio.)



Durchschnittlicher
Eintrittspreis für ein
Kinoticket in Österreich



14- bis 29-Jährige verbringen fast 2 Stunden pro Tag auf Videoplattformen



Netflix gibt es seit September 2014 in Österreich



Man bräuchte 236,5 Tage, um
das gesamte Netflix-Programm
durchzuschauen.

Popsongs werden immer kürzer

Länge der Top-50-Hits in den österreichischen Jahrescharts

1995

▶ Wiedergabe

- 1** **Wish You Were Here**
Rednex
237 Sekunden
- 2** **Lass uns schmutzig Lieb ...**
Die Schröders
245 Sekunden
- 3** **Old Pop in An Oak**
Rednex
216 Sekunden

Songlänge im Median: 249 Sekunden

2020

▶ Wiedergabe

- 1** **Blinding Lights**
The Weeknd
200 Sekunden
- 2** **Roses**
SAINT JHN
173 Sekunden
- 3** **Dance Monkey**
Tones And I
209 Sekunden

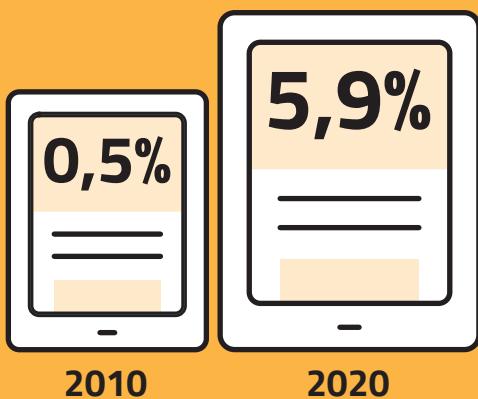
Songlänge im Median: 186 Sekunden



„Shape of You“ von Ed Sheeran hatte bis Mai 2021 2,81 Milliarden Aufrufe auf Spotify. Will man den Song so oft hintereinander abspielen, würde das ca. 21.000 Jahre dauern.

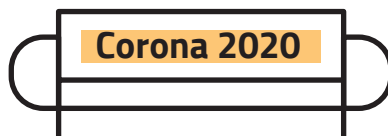
Der Aufstieg der E-Books

Seit 2013 ist die Anzahl der Buchkäufer:innen um ca. 22% gesunken.



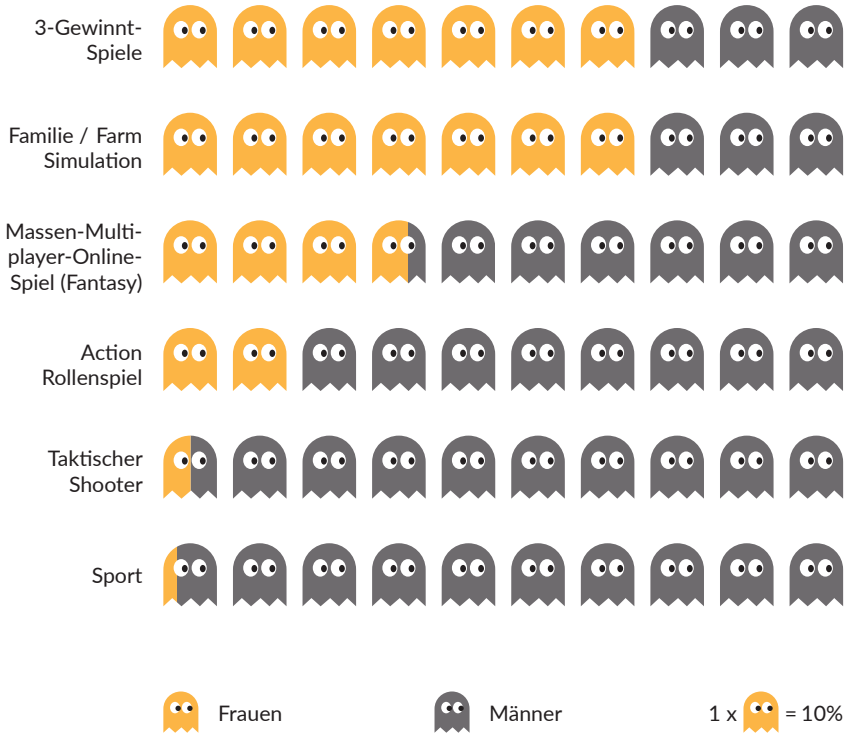
Umsatzanteil von E-Books im Publikumsmarkt

Fast ein Drittel der 10- bis 29-Jährigen liest seit der Pandemie mehr Bücher als davor.



Was spielen Frauen, was Männer?

Obwohl schon fast die Hälfte aller Videospiele:innen weiblich sind, unterscheiden sich die gespielten Genres je nach Geschlecht sehr stark.



Unterhaltung

Österreichs beliebteste Apps

1

Kommunikation & Social Media

2

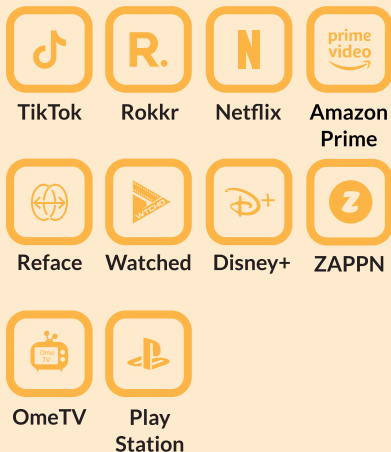
Auskunft (Fahrplan, Maps, Wetter, Übersetzer)

3

Banking, digitale Signatur

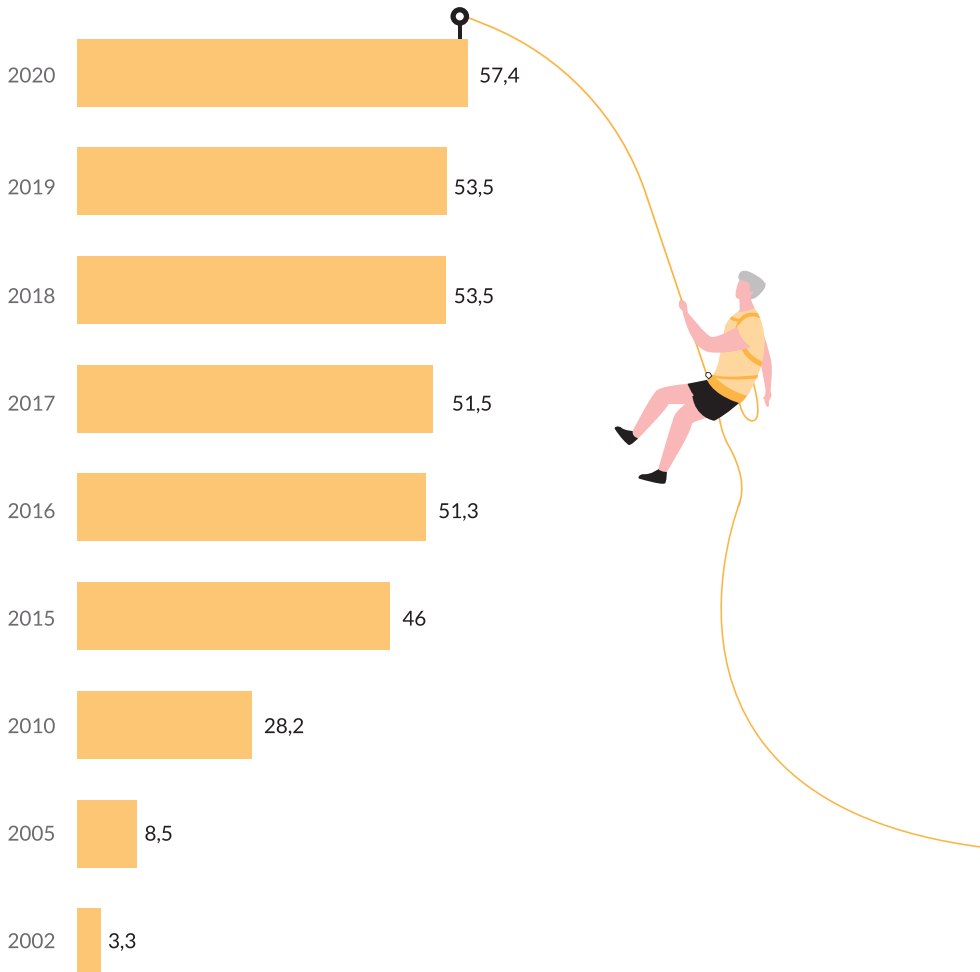
Die Top Downloads der Unterhaltungs-Apps auf iPhones im Jänner 2021

Zum Zeitpunkt der Erhebung führte TikTok das Ranking der beliebtesten Unterhaltungs-Apps für iPhones in Österreich an - mit rund 25.420 Downloads!



Die ältere Generation holt auf

Anteil der 65- bis 75-jährigen Österreicher:innen, die das Internet nutzen



Wie ist dein Tagesablauf?

Im Jahr 2017 wurden weltweit zum ersten Mal mehr Umsätze durch Streaming als durch physische Musikträger verzeichnet.

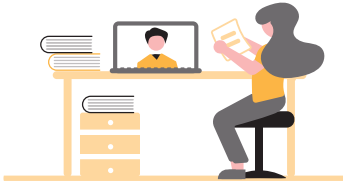
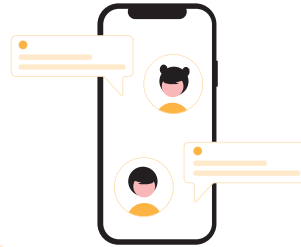


Bereits 1995 hatten 96% der österreichischen Haushalte einen Fernseher.



Wish war im Januar 2021 die meist heruntergeladene Shopping-App auf Android-Geräten in Österreich. Auf iOS-Geräten war es Amazon.

Während die Zahl der aktiven Nutzer:innen von WhatsApp weltweit auf Android- Geräten laufend abnimmt, werden es auf iOS-Geräten immer mehr.





**„Niemand würde heutzutage
daran denken, Projektarbeiten
auf CD zu verlangen.“**

Hannes Raffaseder



Hannes Raffaseder ist seit über 20 Jahren an der FH St. Pölten als Lehrbeauftragter und mittlerweile als Geschäftsführer tätig. In dieser Zeit konnte er den Wandel der Medien sowohl mitverfolgen als auch mitgestalten.

Drei Fragen an Hannes Raffaseder

Können Sie sich an Ihren ersten Kontakt mit der FH erinnern?

Das war vor ziemlich genau 20 Jahren. Damals habe ich als nebenberuflicher Lehrbeauftragter begonnen. Die FH war noch in einem kleinen Gebäude, mit – im Vergleich zu heute – sehr improvisierten Laboren. Es gab zwar schon ein Audio-Labor und auch ein ganz kleines Video-Studio, aber mit dem, was es heute gibt, ist das in keiner Weise vergleichbar. Damals war das Thema Radio und Community-Radio völlig neu in Österreich. Hier haben wir wirklich Pionierarbeit geleistet, auch bei der Entwicklung des C-TV und Campus-Fernsehens. Meines Wissens gibt's im gesamten deutschsprachigen Raum kein anderes Ausbildungsfernsehen, das so lange Bestand hat.

Hat sich die Ausbildung durch die Entwicklung der Medien verändert?

Laufend. Ich würde sogar hoffen, dass wir mit unserer Ausbildung einen kleinen Beitrag zur Weiterentwicklung der Medien leisten konnten. Am deutlichsten sieht man das anhand unserer Infrastruktur. Der Medienverleih war anfangs sehr überschaubar, mittlerweile bekommt man eine Vielzahl an Geräten. Wir übersiedeln gerade in unseren Neubau und mir sind dabei unzählige Compact Discs mit Abgaben von Projektarbeiten von Studierenden in die Hände gefallen. Da war ich dann leicht verzweifelt: Was mache ich jetzt mit diesen Dingen? Nochmal übersiedeln oder wegwerfen? Wenn wegwerfen – wohin eigentlich? Niemand würde heutzutage daran denken, Projektarbeiten auf CD zu verlangen. Was sich aus meiner Sicht am wenigsten weiterentwickelt hat, sind die Projekte selbst. Da beschäftigen uns auf der inhaltlichen oder gestalterischen Ebene immer noch sehr ähnliche Fragen, auch wenn wir diese jetzt mit anderen Werkzeugen angehen.

Stellen Sie sich vor, Sie steigen in eine Zeitmaschine und 25 Jahre später wieder aus. Was hat sich verändert?

Zunächst stellt sich die Frage, ob es Hochschulen, wie wir sie heute kennen, dann überhaupt noch gibt. Und gibt's noch Bachelor- und Masterstudiengänge? Benötigt man das dann überhaupt noch? Auf der einen Seite glaube ich, dass sich noch viel mehr in virtuellen Welten abspielen wird. Auf der anderen Seite wird es genau diese physischen Begegnungsräume, die Hochschulen im Idealfall sind, noch dringender benötigen. Meine Vision wäre, dass die FH St. Pölten ein zentraler Begegnungsraum wird, den man gerne aufsucht – Studierende genauso wie Alumni und Expert:innen aus der Praxis und Wissenschaft aus ganz Europa. Hier trifft man sich, denkt gemeinsam über Dinge kritisch nach und entwickelt Sachen weiter.

Die Veränderung der Medienkultur hat auch die Art beeinflusst, wie sich Menschen über aktuelle Themen informieren. Die Auswahl an Informationsquellen steigt immer weiter, was bei den Rezipient:innen zu einer zunehmenden Informationsüberflutung führt. Mit unseren Grafiken wollen wir dich in die Welt der Informationsmedien entführen: Vom Rundfunk bis zum Zeitungssterben, von Online-Medien bis zum Zustand der Pressefreiheit.

INFORMATION

Wusstest du schon, dass...

1.



... die österreichischen Nachrichten-
seiten 2020 insgesamt 1,3 Milliarden
Mal besucht wurden?

2.



...es seit der Legalisierung von Privat-
sendern im Jahr 1995 in Österreich mit
Stand 2020 45 analoge Radiosender gibt?

3.



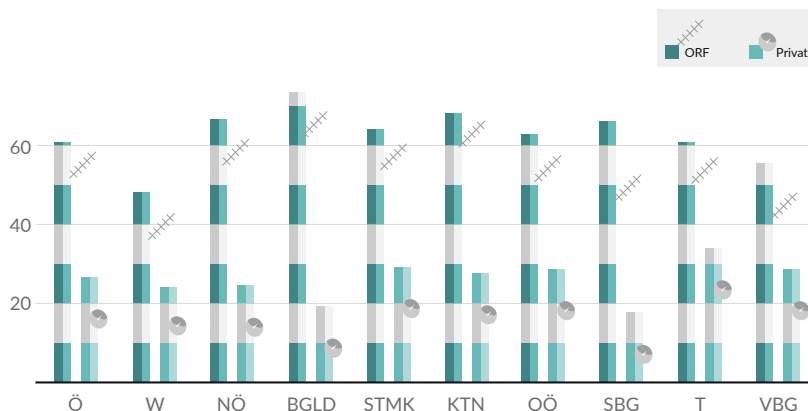
...am 15. März 2020, einen Tag vor dem ersten Corona-Lockdown, 38% der Bevölkerung über 12 Jahren die „Zeit im Bild“ im ORF angesehen haben? Damit war sie die reichweitenstärkste Sendung dieses Jahres.

4.



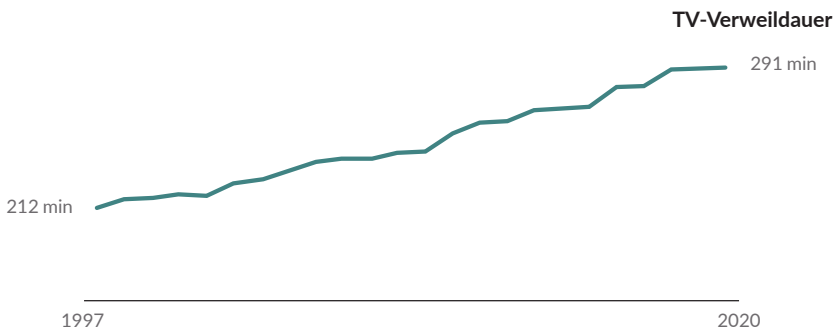
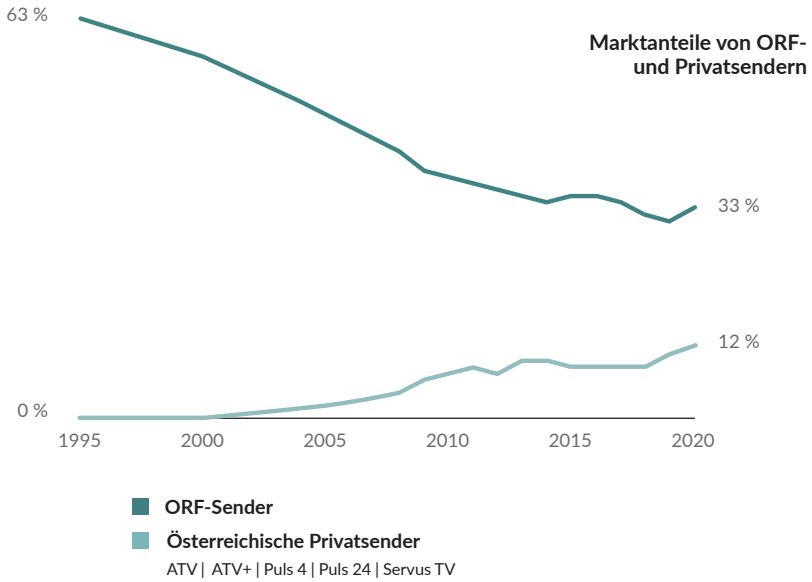
...der Konsum von Tageszeitungen stark vom Alter abhängt? Während circa 79% der Generation 70+ Zeitungen konsumieren, sind es bei den 14- bis 19-Jährigen nur circa 38%.

Wem lauschen die Österreicher:innen?



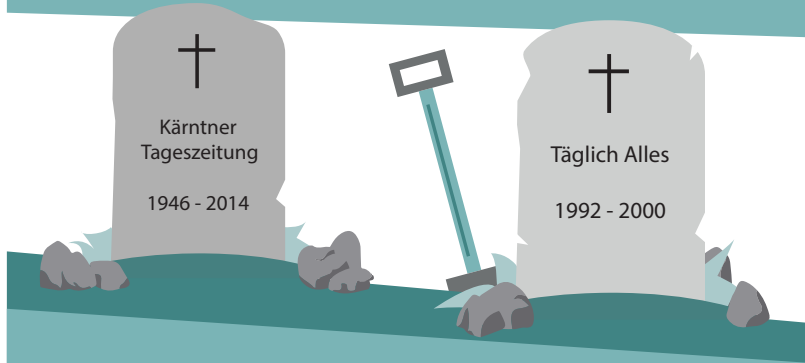
Tagesreichweiten öffentlich-rechtlicher vs. privater Radiosender im Jahr 2019
 Österreich – ein Land des ORF? 1995 ging mit Antenne Steiermark das erste Privatradio Österreichs on air. Die Dominanz des öffentlich-rechtlichen Radios ist aber auch 25 Jahre später ungebrochen. 2019 erreichten die ORF-Radios 63,2% der über 10-Jährigen, die Privatsender kamen auf 28,3%.

Die TV-Welt im Wandel



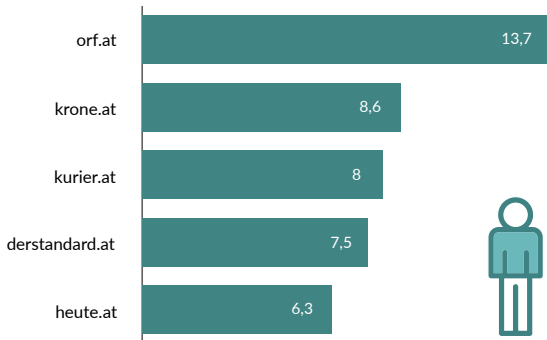
25 Jahre Zeitungssterben

Das Zeitungssterben ist ein globales Phänomen. In den USA schrumpfte die Zahl der Tageszeitungen zwischen 2004 und 2020 von 1472 auf 1260. Auch in Österreich ist die Print-Krise spürbar. Wir gedenken der Tageszeitungen, die in den vergangenen 25 Jahren zum letzten Mal erschienen sind – ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

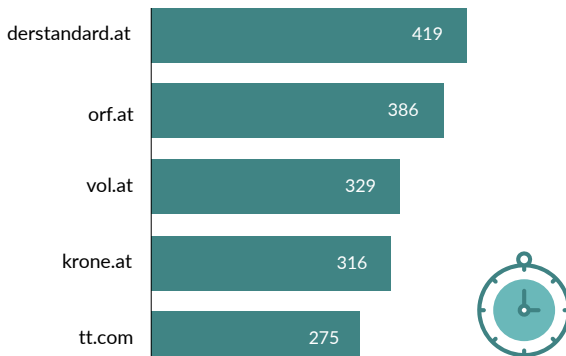


Erfolgreiche Nachrichtenwebsites in Österreich 2020

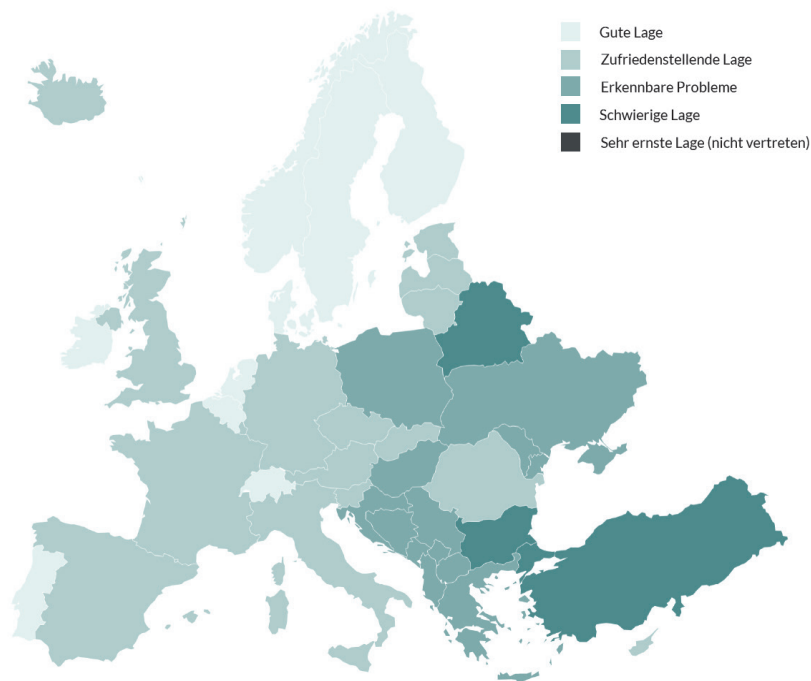
Diese Nachrichtenseiten hatten 2020 die meisten
Besucher:innen (Unique Clients) pro Monat (in Millionen)



Auf diesen Nachrichtenseiten haben Nutzer:innen 2020
pro Besuch die meiste Zeit verbracht (in Sekunden)



Wie steht es um die Pressefreiheit in Europa?



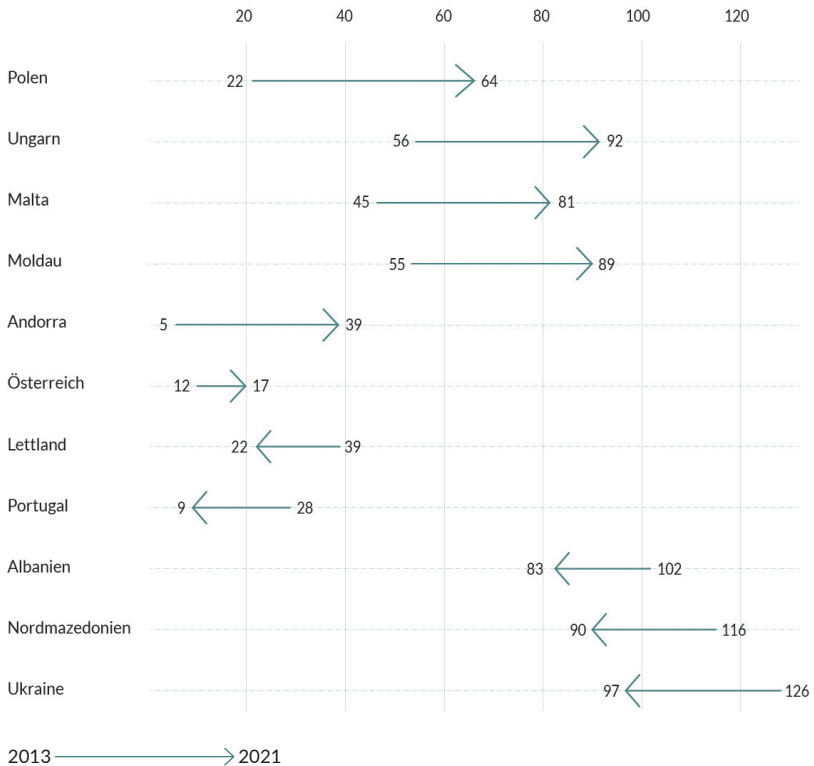
Reporter ohne Grenzen

Die jährliche Rangliste von Reporter ohne Grenzen bewertet die weltweite Lage der Presse- und Informationsfreiheit in 180 Ländern. Sie versucht den Grad der Freiheit wiederzugeben, die Journalist:innen, Blogger:innen und Medien in den einzelnen Ländern erfahren.



Die Auf- und Absteiger im Ranking der Pressefreiheit

Das Ranking (Platz 1 bis 130)
 Von Platz 12 auf Platz 17: Österreich hat sich zwischen 2013 und 2021 in Sachen Pressefreiheit verschlechtert. Welche europäischen Länder sind am weitesten auf- oder abgestiegen? Als Grundlage für die Ranglisten wurde ein Fragebogen an hunderte Expert:innen auf allen Kontinenten versandt.





**"Die FH war früher viel technischer
und mathematischer orientiert,
noch gar nicht kreativ."**

Alois Frotschnig



Alois Frotschnig ist Kollegiumsleiter der FH St. Pölten und war davor Studiengangsleiter des Bachelorstudiengangs Medientechnik. Als er 2003 zur FH St. Pölten kam, gab es nur drei Studiengänge. 18 Jahre lang hat er den Wandel zu einer modernen und praxisorientierten Hochschule mitbegleitet.

Drei Fragen an Alois Frotschnig

Können Sie sich an Ihren ersten Kontakt mit der FH erinnern?

Meine erste Begegnung mit der FH war vor 18 Jahren, als ich zum Interview gekommen bin, weil die Stelle als Studiengangsleitung ausgeschrieben war. Damals war die FH noch in der Herzogenburger Straße. Es gab drei Studiengänge, alles war noch sehr familiär und wirkte durch das alte Gebäude alles andere als modern. Es war weit weg von dem, was ich bis dahin von einer Hochschule gekannt hatte. In vielen Bereichen war damals erst der Schritt zur Digitalisierung gemacht worden. Es gab noch viel Analoges, sowohl vom Equipment her, als auch in den Laboren. Insgesamt war es viel technischer und mathematischer orientiert, noch gar nicht kreativ. Das Equipment war noch viel teurer im Verhältnis. Dadurch konnten wir natürlich noch nicht die Mittel zur Verfügung stellen, wie wir es heute kennen.

Was hat sich seit Ihrer letzten Begegnung mit der FH an der Lehre verändert?

Was es früher gab, war sehr viel Pioniergeist. Es gab viele Einzelpersonen, die Ideen hatten und etwas gemacht haben, gemeinsam mit den Studierenden. Heute ist die FH ganz anders. Wir haben jetzt acht Departments mit ganz unterschiedlichen Kulturen, die aber auch zusammenarbeiten. Dadurch ist alles viel vernetzter und vielfältiger, in der inhaltlichen Ausrichtung wie auch in der Didaktik. Es kommen sehr viele innovative Ideen dazu, die das Leben aus Studierendensicht, aber auch aus Lehrendensicht bereichern.

Stellen Sie sich vor, Sie steigen in eine Zeitmaschine und 25 Jahre später wieder aus. Was hat sich verändert?

Wir haben durch Corona einen großen Schritt in Richtung Flexibilität gemacht. Jetzt geht es darum, das weiterzuentwickeln. Wann ist es wirklich sinnvoll, physisch an der FH zu sein? Wann ist es überhaupt nicht nötig und wie kann man in Gruppen unabhängig von Präsenz zusammenarbeiten? Flexibilisierung heißt auch, dass man sich nicht mehr nur für einen bestimmten Studiengang inskribiert, sondern viel mehr Flexibilität in der Auswahl der Lehrveranstaltungen und Themen hat. Im Bachelor Medientechnik gibt es jetzt zum zweiten Mal mit dem Studiengang Physiotherapie ein Projekt, bei dem Gesundheitsvideos mit Übungen für Mitarbeiter:innen der FH gemacht werden. Durch Corona musste hier alles Planerische ins Virtuelle verlagert werden, während das Praktische vor Ort stattfand. Hier könnte man in Zukunft mit Formaten wie Augmented Reality in neue Dimensionen hineingehen.

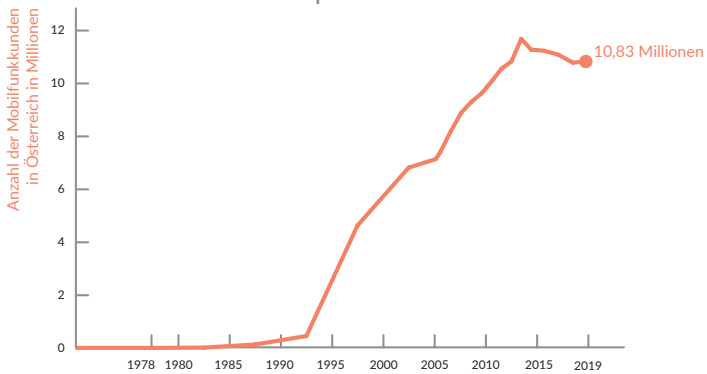
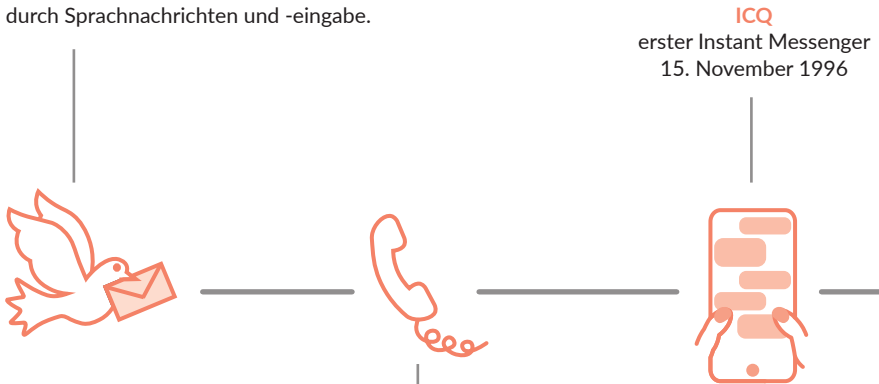
Schneller, visueller und manchmal sogar automatisiert – in diesem Kapitel siehst du, wie sich unsere Kommunikation in den letzten 25 Jahren gewandelt hat. Kommunizieren wir mehr schriftlich oder mehr mündlich? Wie hat sich der Social-Media-Konsum entwickelt, wie lernen wir heute Partner:innen kennen? Finde auch heraus, welchem Alter dein Medienkonsum entspricht.

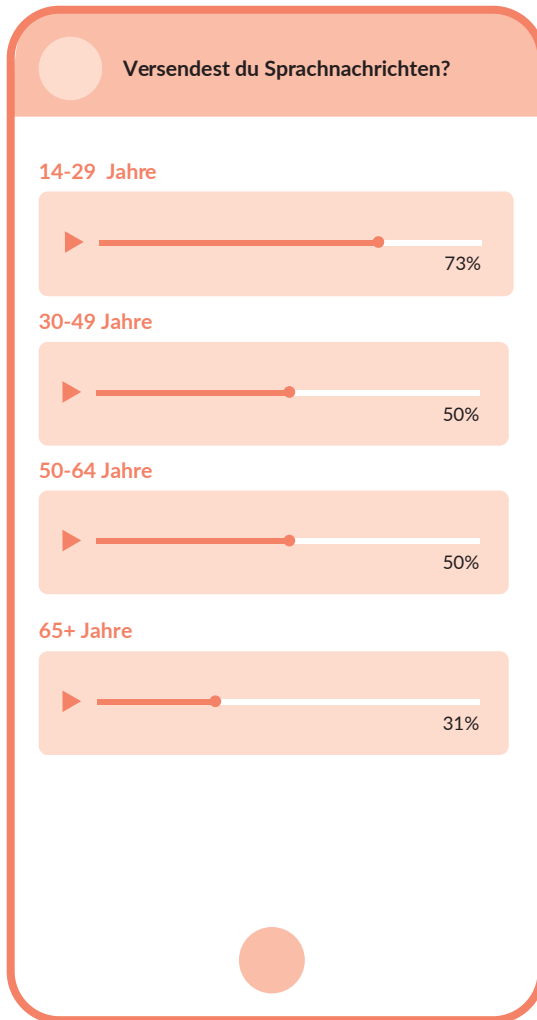
KOMMUNIKATION

Kommunikation

Von mündlich zu schriftlich zu mündlich.

Wie teilen wir uns im Alltag mit, wie pflegen wir Freundschaften? Zuerst haben wir Briefe geschrieben, die dann aber schnell vom Telefon abgelöst wurden. Als mit Plattformen wie ICQ das Instant Messaging populär wurde, wechselten wir von der mündlichen Kommunikation untereinander wieder zur schriftlichen. Mittlerweile wandelt sich der Trend aber erneut zur mündlichen Kommunikation, durch Sprachnachrichten und -eingabe.



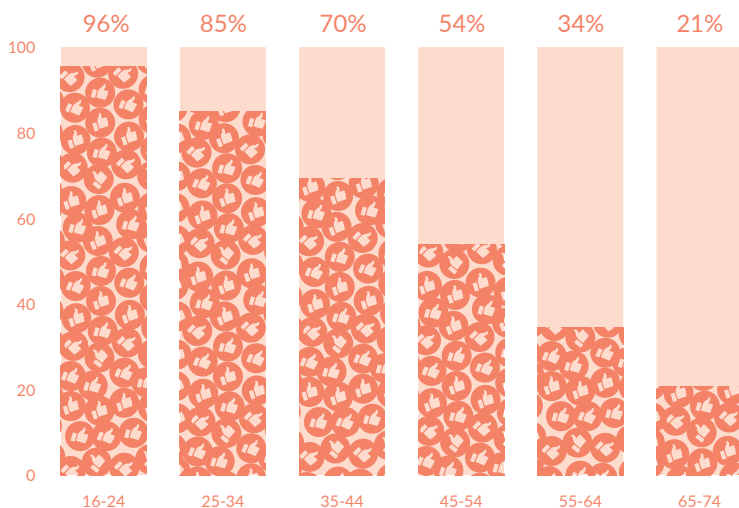


22% der Smartphone-Nutzer:innen nutzen die Spracheingaben, um WhatsApp-Sprachnachrichten zu versenden. Bei den 18- bis 29-Jährigen sind es sogar 31%.

Social Media Konsum

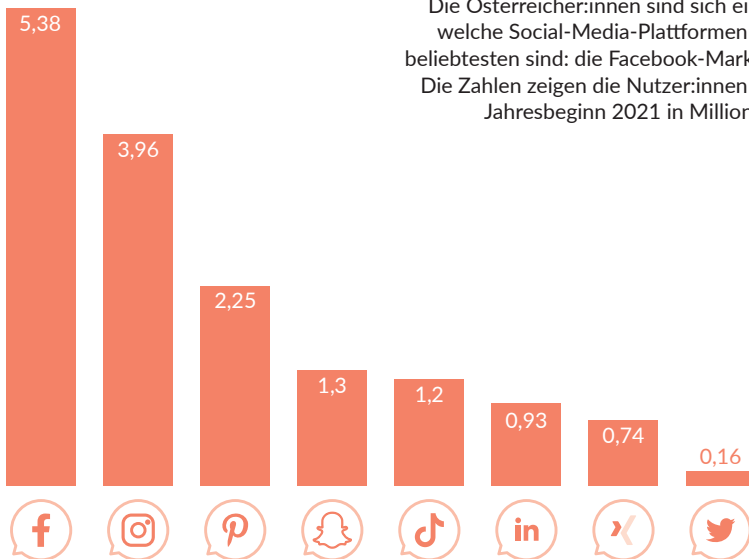
Welche Österreicher:innen sind auf sozialen Netzwerken aktiv?

Im Frühjahr 2020 wurden rund 4.500 Österreicher:innen befragt, ob sie in den letzten drei Monaten soziale Netzwerke genutzt haben. Die Ergebnisse zeigen, welcher Anteil der befragten Gruppe die Frage bejaht hat.



Europäischer Spitzenreiter bei der Social-Media-Nutzung war 2020 Island, mit 94% an Nutzer:innen. Die Italiener:innen bildeten das Schlusslicht, da nur 48% davon auf sozialen Plattformen unterwegs sind.

Die beliebteste soziale Plattform
Die Österreicher:innen sind sich einig, welche Social-Media-Plattformen am beliebtesten sind: die Facebook-Marken. Die Zahlen zeigen die Nutzer:innen am Jahresbeginn 2021 in Millionen.



Kommunikation mit Chatbots

Hallo! Herzlich Willkommen in unserem Magazin, wie kann ich dir helfen?

Hallo, wer ist da?

Ich bin ein Chatbot. Ich werde oft im Kundenservice eingesetzt. 74% aller über 55-Jährigen können sich zwar nicht vorstellen, mit mir zu kommunizieren, aber vielleicht bemerken sie es auch nicht. Die meisten der unter 55-Jährigen finden mich jedoch praktisch.

Aha, warum finden sie dich praktisch?

32% finden es zum Beispiel gut, dass sie keine Zeit in Warteschleifen verbringen müssen und 28% sehen einen Vorteil darin, dass sie über mich unabhängig von Öffnungszeiten ein Unternehmen kontaktieren können.

Ok, danke für die Info!

Freut mich, wenn ich dir helfen konnte. Einen angenehmen Tag noch!

Was sind Chatbots?

Chatbots sind automatisierte Roboter, die eine direkte Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kund:innen ermöglichen. Durch das sogenannte NLP (Natural Language Processing) und künstliche Intelligenz sind Chatbots in der Lage, Spracheingaben zu verstehen und den Nutzer:innen die richtigen Antworten zu geben.

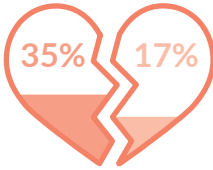


Der Turing-Test wurde bereits 1950 von dem Informatiker Alan Turing erfunden, um überprüfbar zu machen, ob ein Programm menschliche Intelligenz vortäuschen kann.

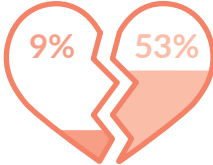
Online-Dating

Abschreckungen bei Online-Flirts
Weshalb würden Männer oder Frauen einen Online-Flirt abbrechen?

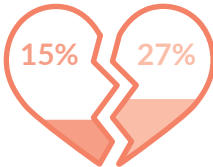
Männer 
Frauen 



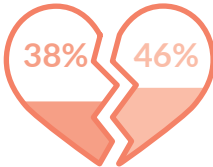
Wenn Angaben im Profil offensichtlich geschönt sind



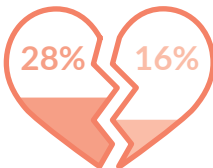
Bei sexuellen Anspielungen



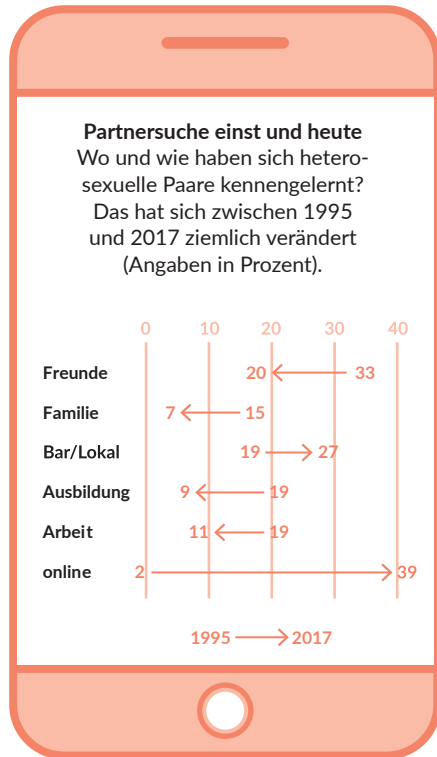
Bei peinlichen oder unangemessenen Profilfotos



Bei zu vielen Rechtschreib- & Grammatikfehlern





Wenn mein Kontakt sich länger Zeit lässt, bevor er/sie antwortet.



Erzähl mir von deinem Medienkonsum...

Fülle diesen Test über deinen Medienkonsum aus und addiere deine Punkte in Klammer.

- | | | |
|---|--|--|
| Verschickst du Sprachnachrichten? | <input type="checkbox"/> Ja (0) | <input type="checkbox"/> Nein (1) |
| Hast du schon einmal ein Wählscheibentelefon benutzt? | <input type="checkbox"/> Nein (0) | <input type="checkbox"/> Ja (2) |
| Verwendest du dieses Emoji 😂? | <input type="checkbox"/> Ja (1) | <input type="checkbox"/> Nein (0) |
| Hast du schon einmal ein Fax verschickt? | <input type="checkbox"/> Nein (0) | <input type="checkbox"/> Ja (2) |
| Welche dieser Plattformen verwendest du am meisten? | <input type="checkbox"/> TikTok (0) | <input type="checkbox"/> Facebook (2) |
| Hattest du schon einmal einen Online-Flirt? | <input type="checkbox"/> Nein (1) | <input type="checkbox"/> Ja (0) |
| Wie kontaktierst du den Kundenservice? | <input type="checkbox"/> Telefon (2) | <input type="checkbox"/> Chat (0) |
| Benutzt du die Sprachaufnahme-Funktion für Google-Suchen? | <input type="checkbox"/> Ja (0) | <input type="checkbox"/> Nein (1) |
| Kennst du die zwei Bedeutungen von diesem Emoji 🤔? | <input type="checkbox"/> Ja (0) | <input type="checkbox"/> Nein (2) |
| Hast du schon einmal ein E-Mail zum Lesen ausgedruckt? | <input type="checkbox"/> Nein (0) | <input type="checkbox"/> Ja (2) |
| Auf welcher Plattform verteilt man Superlikes? | <input type="checkbox"/> Facebook (2) | <input type="checkbox"/> Tinder (0) |
| Hattest du einen Brieffreund oder eine -freundin? | <input type="checkbox"/> Ja (1) | <input type="checkbox"/> Nein (0) |
| Wie stellst du pantomimisch dar, dass du telefonierst? | <input type="checkbox"/>  (0) | <input type="checkbox"/>  (1) |

...und ich sag dir, wie alt du bist.

0–5 Punkte

Ehrenmensch



6–10 Punkte

Hello Quarterlifecrisis!



11–15 Punkte


Ok, Boomer



16–20 Punkte

Dinosaurier





**"Wir Studierende
haben uns früher über
ICQ ausgetauscht."**

Johanna Grüblbauer



Johanna Grüblbauer ist Studiengangsleiterin des Bachelorstudiengangs Medienmanagement und Alumna des ersten Jahrgangs Medienmanagement, damals noch ein Diplomstudiengang. Sie konnte in den letzten 20 Jahren einen großen Wandel in der Kommunikation beobachten und hat interessante Wünsche und Visionen für die Zukunft.

Drei Fragen an Johanna Grüblbauer

Können Sie sich an Ihren ersten Kontakt mit der FH erinnern?

Der erste Kontakt, an den ich mich konkret erinnere, war wahrscheinlich der Aufnahmetag 2001. Damals mussten wir einen englischen Aufsatz über die Medienszene schreiben.

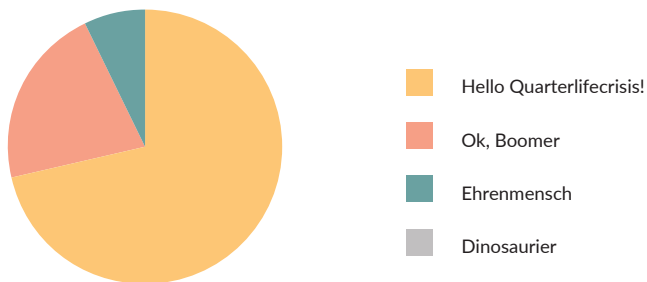
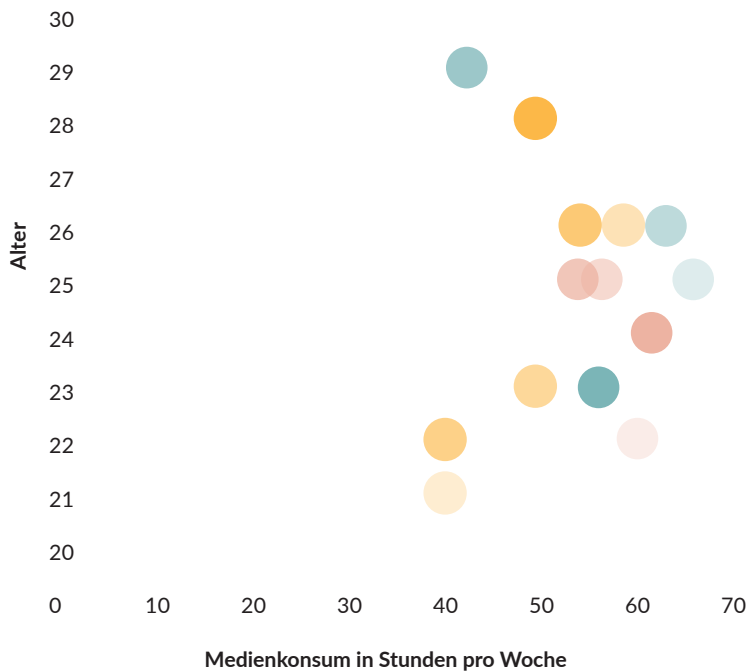
Wenn Sie zurückdenken: Was hat sich in den letzten 25 Jahren verändert?

Sehr, sehr viel! Wir bilden ja für den wirtschaftlichen Bereich in Medien aus, das war schon 2001 so. Das Ausbildungsziel ist gleichgeblieben, aber die dafür notwendigen Ausbildungsinhalte haben sich wesentlich verändert. Damals ist gerade das Internet aufgekommen, wurde aber an der FH schon sehr fortschrittlich gelehrt. Man hat sich nach dem Studium dann gewundert, wie traditionell es in der Wirtschaft noch zugeht: Wir als Studierende waren schon ganz anders in diesen „Neuen Medien“ unterwegs! Das Internet hat also generell an Bedeutung gewonnen, das technische Equipment ist nicht mehr so teuer und man muss keine Dateien mehr auf CD-Rohlingen abspeichern, was alles einfacher macht. Mit dem Smartphone hat sich wohl die größte Revolution eingestellt, die viel anderes mit sich gezogen hat: im Bereich Fotografie, Kommunikation, Mediennutzung, Recherche usw. Wir Studierende haben uns früher über ICQ ausgetauscht und ich weiß gar nicht mehr, ob wir einen eCampus hatten. Mails gab es auf jeden Fall schon und viel mehr Papier.

Stellen Sie sich vor, Sie steigen in eine Zeitmaschine und 25 Jahre später wieder aus. Was hat sich verändert?

Ich hoffe, dass wir dann endlich eine einzige Plattform gefunden haben, auf der die gesamte digitale Kommunikation abläuft, das wünsche ich mir schon länger. Mails werden wir wohl seltener nutzen, die Kommunikation wird intelligenter aufbereitet sein. Das kollaborative Arbeiten wird noch stärker kommen. Vielleicht kann man auch unstrukturierte Daten besser codieren und handschriftliche Notizen besser übertragen. Ich glaube, es kommen mehr Smartboards. Die Hybrid-Lehre wird zunehmen und besser werden. KI wird uns wohl viel Routine-Arbeit abnehmen können. Und ich erwarte, dass Speech-to-Text und vice versa besser funktionieren wird.

Die Autor:innen



UNTERHALTUNG

Nina Pils

Du nicht nehmen Kerze!



Hanna Stachl

Klein aber oho



Annika Schweighofer

I'm shy, please say hi.



Sandra Szeliga

Weniger To-Dos, mehr Ta-Daas



Melanie Graf

Motto: prokrastinieren



Miriam Widhalm

Das M steht für Machichmorgen



KOMMUNIKATION

Lisa Maria Graff

laut, falsch, aber mit Begeisterung



Juliane Freudenstein

Sommer, Sonne, Sonnenschein



Aniko Steinböck

nach müde kommt depert



Christina Karall

ja nein aber meistens vielleicht



INFORMATION

Katja Seitz

Kunst ist, wenn man trotzdem lacht.



Tim Peham

Ich bin taubes Nüsschen.



Alexander Tousek

Der Drops ist gelutscht!



Mathias Hradecni

Statistisch gesehen könnte ich schlafen.



Unterhaltung

S. 10: DVD Umsatz in Österreich 2010-2017. Quelle: GfK Entertainment GmbH.

Die beliebtesten DVD Genres der Österreicher:innen. Quelle: GfK Entertainment GmbH, media control GfK INTERNATIONAL.

S. 11: Anzahl der Kinobesucher:innen in Österreich 2005-2020. Quelle: AKM Dezember 2020, Wirtschaftskammer Österreich (Fachverband der Kino-, Kultur und Vergnügungsbetriebe), Dezember 2020.

Durchschnittlicher Eintrittspreis für einen Kinobesuch in Österreich von 2003 bis 2019. Quelle: Wirtschaftskammer Österreich (Fachverband der Kino-, Kultur und Vergnügungsbetriebe), erhoben von Wirtschaftskammer Österreich (Fachverband der Kino-, Kultur und Vergnügungsbetriebe), comScore, Dezember 2020.

S. 12: Wie lange streamen 14-29 Jährige pro Tag auf Videoplattformen? Quelle: GfK Entertainment GmbH 2021.

Wie lange braucht man, um alle Netflix Inhalte zu konsumieren? Quelle: Kinnari Naik, Journal of Interdisciplinary Science Topics: The Netflix Obsession, The Centre for Interdisciplinary Science - University of Leicester, April 2018.

S. 13: Songlängen/Audio-Streaming. Quelle: eigene Berechnungen von Melanie Graf und Sandra Szeliga, 2021. Basierend auf den Daten von Spotify und Chartsurfer.

S. 14: Der steigende Umsatzanteil von E-Books im Publikumsmarkt Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, erhoben durch GfK (GfK Consumer Panel Media*Scope Buch) März 2021.

Die Anzahl der Buchkäufer sinkt Quelle: GfK, erhoben durch GfK (GfK Consumer Panel Media*Scope Buch), Juli 2020.

Veränderung des Leseverhaltens während COVID-19 Quelle: GfK Consumer Panel Media*Scope Buch, n= 15.584 Befragte, repräsentativ für 66,7 Mio. Personen (deutsche Wohnbevölkerung ab 10 Jahren), hier Buch Nutzer: n= 13.172, Juli 2020.

S. 15: Geschlechterverteilung der Videospiele in Österreich im Jahr 2019. Quelle: GfK Austria. Grundgesamtheit: österreichische Personen in Internethaushalten.

Als regelmäßige Gamer gelten Personen, welche mehrfach pro Monat oder öfter Videospiele spielen.

Geschlechterverteilung bei Videospiele-Genres weltweit im Jahr 2017. Quelle: Quantic Foundry. Grundgesamtheit: 270.000 Antworten von Spielern weltweit.

S.16.: Beliebteste Unterhaltungs-Apps für iPhones nach Downloads in Österreich 2021. Quelle:

Airnow2021: Die Statistik zeigt die beliebtesten iPhone-Apps in der Kategorie Unterhaltung nach der Anzahl der Downloads in Österreich im Januar 2021.

Welche Apps benutzen App User:Innen in Österreich am meisten? Quelle: SPECTRA Marktforschungsgesellschaft 2020, n = 759 Smartphonebesitzer/innen, die Apps benutzen, ab 15 Jahre; repräsentativ; Computergestützte persönliche Interviews (CAPI).

S. 17: Internetnutzer:innen zwischen 65 und 74 Jahren von 2002 bis 2020 in Prozent. Quelle: STATISTIK AUSTRIA, Erhebung über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2020. Grundgesamtheit: Personen, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben.

S. 18: Weltweiter Umsatz der Musikindustrie bis 2020 (nach Segmenten). Quelle: IFPI. 1999 bis 2020.

Beliebteste Shopping-Apps für Android und iOS nach Downloads in Österreich 2021. Quelle: Airnow. Januar 2021.

Entwicklung der Anteile an österreichischen Haushalten mit TV-Gerät. Quelle: TELETEST-Monitoring, n=3.129 Haushalte. 1995 bis 2020.

S. 19: Anzahl der monatlich aktiven WhatsApp-Nutzer über iOS und Android weltweit. Quelle: Airnow. 2017 bis 2020.

Information

S. 24/25: Zugriffszahlen österreichischer Onlinemedien. Quelle: ÖWA; Online Angebote; Messung der Visitors von österreichischen Websites im Jahr 2020. **Radiosender in Österreich.** Quelle: GfK Austria; Radiotest; Erhebungszeitraum: 2020; Grundgesamtheit: Personen ab 10 Jahre = 7.868.000 Personen, Personen 14-49 Jahre = 3.996.000 Personen; Telefonische Befragung.

TV-Quoten 2020. Quelle: AGTT / GfK: TELETEST; Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 12 Jahren in TV-Haushalten; Das TV-Angebot mit der höchsten Reichweite im Jahr 2020 war die auf ORF 1 und 2 durchgeschaltete Zeit im Bild (19.30h) am 15. März. Die Sendung hatte bei der österreichischen TV-Bevölkerung ab 12 Jahren eine durchschnittliche Reichweite von 36,1 %, das entspricht 2.719.000 Seher/innen. 67 % der gesamten Fernsehnutzung zu dieser Zeit (Marktanteil) entfielen auf die Nachrichtensendung.

Zeitungsleser in Österreich. Quelle: Media Analyse 2020; Leser pro Ausgabe; Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren.

S. 26: Tagesreichweiten öffentlich rechtlich vs. privater Radiosender. Quelle: RMS, Radiotest. 2010/2019, Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 10 Jahren. Tagesreichweite: Personen, die gestern zumindest 1 Viertelstunde lang Radio bzw. einen bestimmten Sender gehört haben. Dabei ist es unerheblich, wann und wie lange insgesamt Radio bzw. der bestimmte Sender gehört wurde.

S. 27: Marktanteile der österreichischen Fernsehsender seit 1995. Quelle: ORF, Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT), GfK Austria. Der Marktanteil drückt den prozentualen Anteil der einzelnen TV-Kanäle an der gesamten Fernsehnutzungszeit aus. Grundgesamtheit: österreichische Wohnbevölkerung in TV-Haushalten ab dem Alter von 12 Jahren. Gemessen wird mithilfe eines elektronischen Zuschauermess-Systems, das an die Fernsehgeräte von repräsentativ ausgewählten Fern-

sehhaushalten (2020: 1.659 Haushalte) angeschlossen ist, die Ergebnisse werden dann hochgerechnet. 2020 wurde bekannt, dass aufgrund eines Programmierfehlers die Daten seit 2015 fehlerhaft sind, wodurch für alle Sender zu hohe Reichweiten ausgewiesen wurden. Die Marktanteilsdaten waren laut AGTT kaum betroffen.

TV-Verweildauer der österreichischen Bevölkerung von 1997 bis 2020. Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius. Grundgesamtheit: österreichische Bevölkerung ab 12 Jahren in TV-Haushalten.

S. 28: Tägliche Verkaufsauflage im letzten Erscheinungsjahr von diversen eingestellten Tageszeitungen. Quelle: ÖAK (Österreichische Auflagenkontrolle).

S. 29: Zugriffszahlen österreichischer Onlinemedien. Quelle ÖWA; Online Angebote; Messung der Unique Clients und Usetime von österreichischen Websites im Jahr 2020.

S. 30/31: Ranglisten der Pressefreiheit. Quelle: Reporter ohne Grenzen: Archiv. Region: Weltweit. Art der Befragung: Die jährliche Rangliste von Reporter ohne Grenzen bewertet die Lage der Presse- und Informationsfreiheit in 180 Ländern. Grundlage ist ein Fragebogen zu allen Aspekten unabhängiger journalistischer Arbeit, den Reporter ohne Grenzen an Hunderte Journalist*innen, Wissenschaftler*innen, Jurist*innen und Menschenrechtsverteidiger*innen weltweit sowie an ein eigenes Korrespondentennetzwerk verschickt. **Icons und Illustrationen.** Quelle: Freepik.com. Die Seiten wurden mit Icons und Illustrationen von Freepik.com gestaltet.

Kommunikation

S. 36: Mobilfunkkunden in Österreich bis 2019. Anzahl der Mobilfunkkunden (mit und ohne Kundenverträge) in Österreich von 1978 bis 2019 (in Millionen). Quelle: BAKOM. Erhebungszeitraum: 1978 bis 2019 in der Region Österreich. Veröffentlicht: September 2020. Die Werte wurden zum besseren Verständnis der Statistik gerundet. Bei den Werten im Jahr 2019 handelt es sich um provisorische Werte.

S. 37: Wofür wird die Spracheingabe auf Smartphones genutzt? Quelle: otago Trendreport 2020: Das digitale Konsumverhalten, durchgeführt von Integral. Zielsetzung: Befragung von Österreicher:innen zum digitalen Konsumverhalten, Grundgesamtheit: Österreicher:innen zwischen 18 und 65 Jahren, Sample n=1000. Erhebungszeitraum: Herbst 2020. Befragungsmethode: Online Interviews (CAWI). Aufgrund von Rundungsdifferenzen ist die Summe von 99% oder 101% mit 100% gleichzusetzen.

Wer verschickt Sprachnachrichten? Quelle: Bitkom Research 2018. Basis: 1.212 Internetnutzer ab 14 Jahren in Deutschland, darunter 1.074 Messenger-Nutzer ab 14 Jahren in Deutschland. Die Fragestellung lautete: „Haben Sie in den vergangenen drei Monaten in Ihren Kurznachrichten-Diensten bzw. Messenger-Apps Sprachnachrichten verschickt?“

S. 38: Soziale Medien nach Nutzerzahl in Österreich im Jahr 2021 (in Millionen). Quelle: IAB Austria, IAB Europe, Erhebung durch Reppublika; Die Befragung wurde von Jänner bis März 2021 durchgeführt und im März 2021 in der MOMENTUM Spendingstudie 2020 und Prognose 2021 auf Seite 10 veröffentlicht.

S. 39: Nutzung von sozialen Netzwerken in Österreich nach Altersgruppen 2020. Quelle: Statistik Austria. Die Telefonische Befragung wurde von April bis Juni 2020 durchgeführt und im Oktober 2020 veröffentlicht. Zu beachten ist, dass genau in diesem Zeitraum auch der erste Corona-Frühling mit Lockdowns stattgefunden hat. Es wurden rund 3.500 Haushalte und rund 4.500 Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren befragt. Diese Frage wurde bei der Befragung in folgendem Wortlaut

gestellt: "Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihre private Internetnutzung in den letzten drei Monaten. Bitte sagen Sie mir jeweils, was auf Sie zutrifft: Haben Sie soziale Netzwerke genutzt (z.B. Facebook, Instagram, Snapchat oder Twitter)?" Es ist egal, wo das Internet genutzt wurde.

Einzelpersonen - Internet-Aktivitäten. Internet-Nutzung: Nutzen von sozialen Netzwerken. Quelle: Eurostat, Zeitraum: 2020, Befragung von Haushalten, Maßeinheit in Prozent.

S. 40: Können Sie sich ganz allgemein vorstellen, mit einem „Chatbot“ zu kommunizieren? Quelle: YouGov. Region: Deutschland. Erhebungszeitraum: 18.06.2018. Anzahl der Befragten: 1.164 Befragte. Altersgruppe: ab 18 Jahre. Art der Befragung: Online-Umfrage.

Welchen Mehrwert sehen Sie bei einem Kundenservice über Messenger-Dienste, wie z. B. WhatsApp?

Quelle: MessengerPeople; YouGov. Region: Deutschland. Erhebungszeitraum: 19.10.2018 bis 22.10.2018. Anzahl der Befragten: 2.041 Befragte. Altersgruppe: ab 18 Jahre. Art der Befragung: Online-Umfrage.

Chatbots. Historische sowie technische Entwicklung und Zukunftsperspektiven Quelle: Seminararbeit, Autor: Valentina Weiss, 2017.

3 Gründe warum Chatbots den Kundenservice revolutionieren werden Quelle: Blog-Post, e-bot-7, o.J.

S. 41: Abschreckungen bei Online-Flirts. Quelle: Partnership, Erhebung durch Innofact. Anzahl der Befragten: 1.860. Altersgruppe: 18–69 Jahre. Erhebungszeitraum: Juli 2016. Diese Frage wurde bei der Befragung in folgendem Wortlaut gestellt: „Was schreckt Sie bei einem Online-Flirt sofort ab? Wann brechen Sie den Kontakt lieber ab?“ Es waren bis zu drei Antworten möglich.

Veränderung des Kennenlernens. Quelle: Stanford University, Erhebung durch Stanford University mit Rosenfeld und Thomas. Anzahl der Befragten: 5.421 erwachsene Personen, die in einer heterosexuellen Beziehung leben. Region: USA. Erhebungszeitraum: 2017.

Fortsetzung folgt...



