



Pressemitteilung

Frankfurt / Mainz, 10. November 2022

**Sperrfrist: 10. November, 11 Uhr!**

## **ARD/ZDF-Onlinestudie 2022:**

### **Mediale Inhalte verstärken Internetnutzung**

**Vier von fünf Menschen in Deutschland nutzen pro Tag das Internet, dabei werden mediale Inhalte häufiger und länger genutzt als früher. Streamingdienste legen weiter zu, ebenso die Nutzung der Mediatheken von ARD und ZDF. Die Social-Media-Apps des Meta-Konzerns bleiben führend in der Nutzung, auch bei den unter 30-Jährigen – das sind nur einige Ergebnisse der ARD/ZDF Onlinestudie 2022.**

Es gibt sie noch, die Menschen, die das Internet überhaupt nicht nutzen – aber sie werden immer weniger. 2022 umfasst die Gruppe der Offliner in Deutschland nur noch 3,6 Prozent – größtenteils ab 70-Jährige und mehrheitlich Frauen. Täglich genutzt wird das Internet mittlerweile von 80 Prozent der Menschen ab 14 Jahren. Mit einem Plus von vier Prozentpunkten ist das der höchste jemals in der ARD/ZDF-Onlinestudie erhobene Wert. Acht von zehn Menschen nutzen also das Internet jeden Tag, sei es für Videos, Mediatheken, Nachrichten, Musikstreaming, Podcasts, Social Media, Chats oder ähnliches – das entspricht annähernd 57 Millionen Personen in Deutschland. Zumindest gelegentlich nutzen 95 Prozent das Internet, also 67 Millionen Menschen. Bei den Personen ab 70 Jahren fällt besonders die große Dynamik auf: 2018 nutzten 29 Prozent das Internet täglich, 2022 sind es 51 Prozent.

Nachdem bereits 2021 die mobile Internetnutzung nach dem Rückgang im ersten Coronajahr 2020 wieder leicht angestiegen war, wird 2022 mit 69 Prozent ein neuer Höchstwert bei der regelmäßigen Unterwegsnutzung im Sinne einer Nutzung von mindestens einmal pro Woche erreicht (+9 Prozentpunkte).

### **Erneut erheblicher Zuwachs bei Mediennutzung im Internet**

2022 nutzt die Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland Medien-Inhalte oder Streams im Internet mit durchschnittlich 160 Minuten pro Tag noch intensiver als in den vergangenen Jahren (+24 Minuten). Jüngere verbringen fast fünf Stunden mit medialen Internetinhalten, ab 70-Jährige nur eine gute dreiviertel Stunde.

Auf Video inklusive YouTube, Mediatheken und Streamingdienste entfallen mittlerweile 76 Minuten (+12 Minuten). Im Bereich Audio (Streamingdienste, Live-Radio, Podcasts und so weiter) ist es eine gute Stunde (63 Minuten, +6 Minuten).

Es steigt nicht nur die Nutzungsintensität, sondern auch die Zahl der Menschen, die überhaupt Medien über das Internet nutzen. Die Tagesreichweite für die mediale Internetnutzung steigt erstmals auf 72 Prozent (+17 Prozentpunkte). Für Videos im Internet steigt sie deutlich auf 51 Prozent (+15 Prozentpunkte). Bei den 14- bis 29-Jährigen sehen sich 88 Prozent an einem normalen Tag Videos im Internet an, bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 61 Prozent. Ebenfalls dynamisch entwickeln sich die Tagesreichweiten von Audio (42 Prozent) und Text (45 Prozent) im Internet. Im Audibereich ist Musikstreaming die weitverbreitetste Anwendung (41 Prozent nutzen dieses Angebot täglich oder wöchentlich), gefolgt vom Radiohören über das Internet (30 Prozent) sowie dem Hören von Podcasts oder Radiobeiträgen auf Abruf (30 Prozent).

Die Mediatheken von ARD und ZDF erzielen einen neuen Reichweitenpeak: Erstmals erreichen sie mit jeweils 52 Prozent mehr als die Hälfte der Bevölkerung. Regelmäßig sehen jeweils 22 Prozent Sendungen und Filme in den Mediatheken von ARD und ZDF – auch dies sind Bestwerte.

Bei den Videostreaming-Diensten führen Netflix und Prime Video den Markt deutlich an: 35 Prozent der Menschen nutzen das Angebot von Netflix mindestens einmal in der Woche. Amazon Prime Video liegt bei 26 Prozent und positioniert sich vor Disney+ (12 Prozent) und den Angeboten von Sky (11 Prozent).

**ZDF-Planungschef Dr. Florian Kumb zu den Ergebnissen der ARD/ZDF-Onlinestudie:** „Nun sind (fast) alle in Deutschland online. Daher spielen die digitalen Kontaktpunkte zum ZDF eine entscheidende Rolle bei unserer Strategie ‚Ein ZDF für alle‘. Wir wollen insbesondere die Menschen über digitale Wege stärker ansprechen, deren linearer Fernsehkonsum stark zurückgeht.“

**Benjamin Fischer, Leiter von ARD Online und des ARD Digitalboards:** „Unsere digitalen Angebote sind im Alltag der Menschen angekommen und werden hoch geschätzt, das zeigt besonders die gestiegene Nutzung der ARD Mediathek. Die konsequente Fokussierung auf die Interessen der Nutzerinnen und Nutzer und der dafür notwendige Ausbau unserer digitalen Plattformen sind erfolgreich. Als föderaler Medienverbund machen wir den Menschen damit ein breites, regional verankertes und journalistisch hochwertiges Angebot für die heutige Medienwelt.“

### **Social Media und Messenger: Facebook nach wie vor mit hoher Nutzung**

Jede oder jeder Zweite nutzt in einer normalen Woche Social Media. In der jüngsten Altersgruppe greifen neun von zehn Personen mindestens einmal in der Woche auf Social-Media-Angebote zurück, ab 70 Jahren nur eine von zehn.

Bei mindestens wöchentlicher Nutzung liegt Facebook mit 35 Prozent vor Instagram mit 31 Prozent. Mit Abstand folgen TikTok (14 Prozent) und Snapchat (13 Prozent). Bei unter 30-Jährigen liegt Instagram mit 74 Prozent deutlich vor Snapchat (47 Prozent), TikTok (44 Prozent) und Facebook (42 Prozent). In der mittleren Altersgruppe (30-49 Jahre) behält Facebook seine führende Position vor Instagram,

TikTok, Twitter, Pinterest und Snapchat. Ab 50 Jahre wird Social Media signifikant weniger genutzt.

## **Messenger und andere Anwendungen mit hoher Nutzung**

72 Prozent nutzen täglich Messenger-Dienste, bei den Jüngeren sind es 90 Prozent. Zu WhatsApp gibt es weiterhin keine quantitativ relevante Konkurrenz (68 Prozent tägliche Nutzung).

Mehr als 75 Prozent greifen auf Internet-Suchmaschinen zurück. Fast genauso viele schreiben und lesen mindestens einmal pro Woche private E-Mails. Die jüngste Altersgruppe interessanterweise mehr als die Zielgruppen ab 50 Jahren. Ein Drittel liest Newsletter und knapp vier von zehn Personen nutzen Online-Nachschlagewerke wie zum Beispiel Wikipedia.

## **Digitale Auszeit verbreitet**

Die ARD/ZDF-Onlinestudie wollte in diesem Jahr außerdem wissen, inwieweit digitale Auszeiten ein Thema sind. Das Ergebnis: 15 Prozent schränken ihre Nutzung digitaler Geräte oder Medien regelmäßig ein, 17 Prozent haben es immerhin schon mehrmals gemacht. Vor allem bei den unter 30-Jährigen ist die digitale Auszeit verbreitet. In dieser Altersgruppe haben zwei Drittel bisher mindestens einmal ihre Medienzeit bewusst eingeschränkt. Fast genauso viele haben vor, das in Zukunft zu tun.

## **Methode**

Bei der Interpretation der diesjährigen Ergebnisse sind die methodischen Anpassungen der Studie zu beachten. Vor allem jüngere Menschen sind immer schwerer über Telefonbefragungen zu erreichen. Um weiterhin repräsentative Daten für die gesamte Bevölkerung erheben zu können, wurde daher ein Teil der Studienteilnehmer über ein repräsentatives Onlinepanel rekrutiert und befragt. Durch diesen sogenannten „Mixed Mode“-Ansatz wird die Validität der Daten weiter verbessert – beim Vergleich mit den Daten der Vorjahre ist dieser Methodenwechsel zu beachten.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2022 wurde im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt. Die Ergebnisse beruhen auf dem fusionierten Datensatz mit den Kerndaten der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation Trends 2022. Im Jahr 2022 wurden 1.500 repräsentativ ausgewählte deutschsprachige Personen ab 14 Jahren zwischen dem 7. März und dem 10. April befragt: 70 Prozent davon per Telefon auf Basis einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe (Festnetz und Mobilfunk), weitere 30 Prozent über ein repräsentatives Onlinepanel. Die Erhebung des Tagesablaufs als Kernelement der Studie erfolgte sowohl bei den Telefon-Interviews als auch bei den Befragten im Onlinepanel über eine einheitliche Eingabe-Oberfläche. Vor allem kürzere Nutzungsvorgänge, die bisher seltener oder gar nicht erinnert wurden, werden nun valider abgebildet. Die Analysen basieren nach der Fusion mit den Daten der ARD/ZDF-Studie Massenkommunikation Trends auf insgesamt 2.007 Fällen. Die Feldarbeit wurde von GIM Wiesbaden durchgeführt, die Datenfusion von ANKORDATA geleistet.

Eine ausführliche Analyse der Daten ist in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 10/2022) dokumentiert. Die Fachartikel sowie eine Infografik und ein Dokument mit den wichtigsten Ergebnissen sind abrufbar unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>.

Ansprechpartner:

Hessischer Rundfunk: Desk Kommunikation, Telefon: 069 – 155-3500,  
kommunikation@hr.de;

ZDF: Presse-Desk, Telefon: 06131 – 70-12108, pressedesk@zdf.de