



Pressemitteilung

Frankfurt / Mainz, 10. September 2020

## **ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie 2020: Fernsehen und Radio bleiben dominant, Nutzung von Streamingdiensten nimmt weiter zu, Bewegtbild gewinnt an Bedeutung**

Die Menschen in Deutschland nutzen im Schnitt mehr als sieben Stunden pro Tag Medien. In der Corona-Pandemie ist die Nachfrage nach vertrauenswürdigen Inhalten gestiegen. Die Verschiebung der Nutzung vom Linearen ins Netz setzt sich weiter fort. Das sind die zentralen Ergebnisse der aktuellen ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie 2020.

Bezogen auf die Gesamtbevölkerung erzielen die Fernsehsender und Radioprogramme immer noch die höchsten Reichweiten und längsten Nutzungsdauern. Die immer stärkere Rezeption von Video- und Audio-Inhalten sowie von Artikeln über das Internet gehört jedoch für immer mehr Menschen zum Alltag.

Die Reichweitenverschiebungen vom linearen Fernsehen zu Video-Streamingdiensten und YouTube fallen, bezogen auf die Gesamtbevölkerung, im Vergleich zum Vorjahr nur leicht aus. Je jünger die Nutzerinnen und Nutzer, desto stärker ist jedoch der Trend zur überwiegend unterhaltungsorientierten Videonutzung im Internet. Die Mediatheken der Sender profitieren vom allgemeinen Trend und gewinnen in allen Altersgruppen an Zuspruch.

An der Spitze der Audio-Angebote liegt insgesamt das lineare Radioprogramm. Musik-Streamingdienste und YouTube haben die Radiosender bei den unter 30-Jährigen bei Reichweite und Nutzungsdauer allerdings hinter sich gelassen.

Die Corona-Pandemie, die mitten in die Befragungszeit der Studie fiel, hat als herausragendes Nachrichtenereignis zu einer gesteigerten Nachfrage der als glaubwürdig wahrgenommenen redaktionellen Informationsangebote, wie den öffentlich-rechtlichen TV- und Radiosendern, geführt. Auch dies zeigt sich deutlich in den Ergebnissen der 12. Welle der ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie.

Das Sehen von Fernsehinhalten im TV oder von Videos in den Sendermediatheken, auf Plattformen wie YouTube oder bei Video-Streamingdiensten ist die am weitesten verbreitete Rezeptionsform: Mit einer Gesamt-Tagesreichweite von 86 Prozent liegt Bewegtbild knapp vor Radio oder sonstigen Audioinhalten (82 Prozent). Artikel und Berichte – sei es in Zeitungen, Zeitschriften, auf Webseiten oder in sozialen Medien – oder Bücher lesen im Durchschnitt 47 Prozent der Bevölkerung pro Tag.

Knapp die Hälfte der gesamten Mediennutzungszeit (424 Minuten) entfällt auf Bewegtbildinhalte mit netto 213 Minuten (+ 9 Minuten im Vergleich zu 2019), gefolgt von Audio (179 Minuten, - 7 Minuten) und Artikeln (53 Minuten, - 1 Minute). Fernsehen und Radio sind nach wie vor die reichweitenstärksten und nutzungsintensivsten Medienangebote.

Während des Corona-Lockdowns ist die Bewegtbildnutzung am stärksten angestiegen, die Audionutzung ist durch den Wegfall des Arbeitsweges wegen Kurzarbeit und des Arbeitens von zu Hause gerade in der „Drivetime“ etwas zurückgegangen.

### **Treiber für Bewegtbild sind zeitsouveräne Nutzungsmöglichkeiten**

Mit 72 Prozent der täglichen Videonutzung entfällt im Gesamtpublikum weiterhin die meiste Zeit auf lineares TV. 28 Prozent der Nutzung sind zeitsouveräne Nutzungsformen, wie Sendermediatheken, Video-Streamingdienste, YouTube, DVDs etc. Bei den 14- bis 29-Jährigen ist das Verhältnis dagegen umgekehrt: 28 Prozent der Videonutzung entfällt hier auf lineares Fernsehen, die restlichen 72 Prozent auf die weiteren Verbreitungswege für Bewegtbild mit Video-Streamingdiensten wie Netflix und Amazon Prime Video (39 Prozent) sowie Videos oder Fernsehsendungen auf YouTube (19 Prozent). Erstmals in der Geschichte der Studie seit 1964 ist Bewegtbild nicht nur in der Gesamtbevölkerung, sondern auch bei den 14- bis 29-Jährigen die Mediennutzungsform, auf die das größte Zeitbudget entfällt. Bislang haben die Jüngeren die meiste Zeit mit der Rezeption von Audio-Inhalten verbracht.

### **Radio dominiert die Audionutzung in fast allen Altersgruppen**

Mehr als 80 Prozent der Bevölkerung in Deutschland nutzen täglich Audio-Inhalte. Die meisten Menschen werden nach wie vor mit linearem Radio erreicht: Mit 70 Prozent liegt der Wert stabil auf dem Vorjahresniveau.

Musik aus dem Internet – egal ob über Streamingdienste oder YouTube – gewinnt weiter an Bedeutung. Jeder Fünfte ab 14 Jahren wird damit an einem Durchschnittstag erreicht. Bei den intensivsten Audio-Nutzern, den 14- bis 29-Jährigen, hat Musik aus dem Netz das Radio bei Reichweite (58 Prozent gegenüber 51 Prozent) und Nutzungsdauer (102 gegenüber 66 Minuten) überholt.

Podcasts bzw. Radiosendungen auf Abruf werden pro Tag von etwa drei Prozent der Menschen genutzt. Die Zahl derer, die Podcasts zumindest hin und wieder hören, wächst jedoch: Aktuell hören 20 Prozent mindestens einmal pro Woche Podcasts.

### **Internet wird vermehrt zur Nutzung medialer Inhalte verwendet**

Die Zeit, die im Internet mit medialen Angeboten verbracht wird, steigt immer mehr an. In der Gesamtbevölkerung sind es inzwischen 126 Minuten medialer Internetnutzung, denen 114 Minuten nicht-medialer Internetnutzung – also Kommunikation, Gaming, Shopping etc. – gegenüberstehen. Bei den 14- bis 29-Jährigen übersteigt die Nutzung medialer Inhalte mit 275 Minuten die Mediennutzung über klassische Ausspielwege mit 145 Minuten inzwischen sogar sehr deutlich.

### **TV, Radio und Videoportale werden zur Information und Unterhaltung genutzt**

Fernsehen und Radio bedienen sowohl live als auch on demand ein breites Motivspektrum. Die Inhalte werden genutzt, um sich zu informieren, damit man mitreden kann, aus Spaß, um Denkanstöße und Anregungen zu bekommen oder um sich einfach entspannt

zurückzulehnen. Die globalen Streamingplattformen werden dagegen vor allem dann konsumiert, wenn es um Spaß und Entspannung geht.

Der Intendant des Hessischen Rundfunks und Vorsitzende der ARD/ZDF-Forschungskommission Manfred Krupp: „Corona hat gezeigt: Die Menschen verlassen sich auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, insbesondere in Krisenzeiten. Das macht unseren besonderen Wert aus. Und dies spornt uns auch an, unsere Angebote im Fernsehen, Radio und im Netz stetig weiter zu entwickeln. Besonders im Fokus stehen dabei die ARD-Audiothek und die ARD-Mediathek.“

Der Intendant des ZDF und stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Forschungskommission Dr. Thomas Bellut: „Die Studie unterstreicht, wie wichtig die öffentlich-rechtlichen Sender für die Zuschauerinnen und Zuschauer sind, um zuverlässige Informationen zu erhalten – insbesondere während der derzeitigen Corona-Pandemie. Auch als gemeinschaftsstiftendes Medium hat sich das Fernsehen gerade in Zeiten des „Lockdowns“ bewährt. Gleichwohl wird die nonlineare Nutzung von Videoinhalten besonders bei den Jüngeren immer wichtiger. Hier sind wir mit der ZDFmediathek auf einem guten Weg.“

### **Öffentlich-rechtliche Angebote sind glaubwürdig und bringen gesellschaftlich wichtige Themen**

Im wettbewerbsintensiven Medienmarkt punkten öffentlich-rechtliche Angebote in TV und Radio mit einem vielseitigen Eigenschaftsprofil und entsprechend positiven Leistungsbewertungen durch die Nutzerinnen und Nutzer. Zudem sind die öffentlich-rechtlichen Angebote nach Einschätzung der Befragten sowohl für den Einzelnen als auch für die Gesellschaft wichtig.

Auch in der Corona-Krise konnten die redaktionellen Angebote der öffentlich-rechtlichen Fernseh- und Radioanbieter mit glaubwürdigen, kompetenten und unterhaltsamen Inhalten punkten. Ebenfalls stieg der Zustimmungswert bei Themen, die für die Gesellschaft wichtig sind, und beim Beitrag zum gesellschaftlichen Zusammenhalt.

### **Öffentlich-rechtlicher Rundfunk bleibt auch in Zukunft von großer Bedeutung**

Mehr als 80 Prozent der Bevölkerung informieren sich über Politik und das aktuelle Geschehen am ehesten im öffentlich-rechtlichen Radio und Fernsehen. So verwundert die Meinung eines Großteils der Befragten nicht, dass Fernsehen und Radio im Allgemeinen sowie der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Besonderen auch in Zukunft bedeutsam bleiben werden. Denn verlässliche Informationsquellen werden in den Augen vieler Menschen in Zukunft an Bedeutung noch zulegen, und dass hier eine Kernkompetenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liegt, bestätigt sich in der Corona-Zeit.

### **Methode**

Die Daten der ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie 2020 basieren auf einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe von insgesamt 3.003 deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren in Deutschland. Die Studie wurde vom Institut GIM durchgeführt und dauerte von Ende Januar bis Ende April 2020. Ausführliche Analysen werden in der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ ([www.media-perspektiven.de](http://www.media-perspektiven.de)) veröffentlicht. Die Website [www.ard-zdf-massenkommunikation.de](http://www.ard-zdf-massenkommunikation.de) hält Daten und ergänzende Informationen bereit.

Ansprechpartner:

Hessischer Rundfunk: Desk Kommunikation, Telefon: 069 – 155-3527,  
kommunikation@hr.de;

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