



# ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021

Grundlagenstudie im Auftrag der



**FORSCHUNGS  
KOMMISSION**



**MASSEN  
KOMMUNIKATION  
TRENDS 2021**

# Inhalt

1. Kernergebnisse und Methode
2. Mediennutzung Bewegtbild, Audio und Text
3. Mediales Internet und nicht-mediales Internet
4. Gerätenutzung
5. Leistungsvergleich öffentlich-rechtlicher vs. privater Rundfunk
6. Erwartungen an die Zukunft der Medien

Fotos: iStock | Getty Images (4), Fotolia (3) bzw. Rawpixel | Fotolia

# Kernergebnisse und Methode



# Zusammenfassung der Kernergebnisse (1)

## Aktuelle Entwicklung der Mediennutzung

- Fast alle Menschen in Deutschland (99%) nutzen täglich Medien – im Schnitt mehr als sieben Stunden pro Tag (429 Minuten netto).
- Die Tagesreichweiten von Bewegtbild (89%) und Audio (85%) sind deutlich höher als die von Textmedien (45%). Auch bei den Nutzungsdauern liegen Video/Fernsehen und Audio/Radio vorn, bei weiter leichter Verschiebung zu Bewegtbild.
- 71% der Videonutzungszeit pro Tag entfällt auf lineares Fernsehen und aufgenommene Sendungen, 29% erfolgt zeitsouverän im Internet. Inklusive der Angebote von TV-Sendern in Mediatheken und bei YouTube entfällt drei Viertel der Nutzungszeit auf TV-Inhalte.
- Kostenpflichtige Video-Streamingdienste sind weiter auf dem Vormarsch, aber auch die Nutzung von TV-Inhalten in Mediatheken und bei YouTube steigt. YouTube insgesamt stagniert.
- Im Audibereich liegt das lineare Radio mit 75% Anteil an der Gesamthördauer deutlich an der Spitze, bei gestiegener Tagesreichweite in allen Altersgruppen. Bei den 14- bis 29-Jährigen übertrifft Radio 2021 auch bei der Hördauer wieder knapp die Musik-Streamingdienste.
- Podcasts sowie Radiosendungen und -beiträge auf Abruf erhöhen ihre Reichweiten gegenüber dem Vorjahr deutlich. Trotz Zuwächsen bleiben die Nutzungsdauern auf eher niedrigem Niveau.



# Zusammenfassung der Kernergebnisse (2)

## Aktuelle Entwicklung der Mediennutzung und Leistungsprofile im dualen Rundfunksystem

- Texte verlieren weiter an Tagesreichweite und kommen auf 45 Prozent. Artikel im Internet erreichen dabei pro Tag 20 Prozent der Menschen, etwa genauso viele wie gedruckte Zeitungen und Zeitschriften mit 19 Prozent.
- Im Erhebungszeitraum während der „dritten Welle“ der Corona-Pandemie verbrachten die Menschen weiterhin viel Zeit zu Hause. Dies stützt insbesondere abends die Bewegtbildnutzung, weil Alternativen zur Freizeitgestaltung fehlten.
- Die 30- bis 49-Jährigen weiten nach einem Rückgang 2020 in diesem Jahr ihre Mediennutzungsdauern stark aus. Davon profitieren in erster Linie zeitsouverän abrufbare Video- und Audioinhalte.
- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk punktet aus Sicht der Bevölkerung bei journalistischen Qualitätskriterien sowie der gesellschaftlichen und persönlichen Relevanz der Themen. Nur bei der Unterhaltung liegen private Sender knapp vorne.
- Junge Menschen sehen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei Qualität und gesellschaftlicher Relevanz noch stärker vorne als die Gesamtbevölkerung.
- Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bleibt für die Menschen auch in Zukunft unverzichtbar, ebenso wie regionale Inhalte und verlässliche Information.

# Methode

## Studiendurchführung

### Massenkommunikation Trends 2021

n = 2.001 Befragte

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren

Computergestützte telefonische Befragung (CATI),  
Dual-Frame (40% Mobilfunkanteil in der Stichprobe)

Ø Befragungsdauer: 24 Min. (Festnetz-Interviews)  
bzw. 25 Min. (Mobilfunk-Interviews)

13 Wochen Feldzeit (26.01.-26.04.2021)

Gewichtung nach Strukturvorgaben der ma Radio

Durchführung: GIM, Wiesbaden

## Studienkonzept

Mediennutzung wird in dieser Grundlagenstudie über die **Wahrnehmungsdimensionen** Audio, Bewegtbild, Text und nicht-mediales Internet operationalisiert und gemeinsam mit Informationen zu Nutzungsoptionen (z.B. live vs. zeitversetzt) und Nutzungssituationen erfasst.

Dies geschieht durch einen **Day-After-Recall** (= Tagesablauf „gestern“) mit 15-Minuten-Zeitraster, um auch kurze und nur „nebenbei“ erfolgte Nutzungsvorgänge valide zu messen.

# Zentrale Kennwerte

	<b>Nutzung mind. 1x pro Woche</b>	<b>Tagesreichweite (Nutzung „gestern“/pro Tag)</b>	<b>Nutzungsdauer („gestern“/pro Tag)</b>
<b>Kennwert für...</b>	<u>regelmäßige Nutzung</u> von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten	<u>Alltagsintegration</u> der Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten	<u>Intensität</u> der Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten
<b>Erhebung über...</b>	Abfrage der Nutzungshäufigkeit ( <u>täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche</u> , mehrmals pro Monat, einmal pro Monat, seltener, nie)	Abfrage des Tagesablaufs „gestern“ (Day-After-Recall) von 5:00 Uhr bis 24:00 Uhr	Abfrage des Tagesablaufs „gestern“ (Day-After-Recall) von 5:00 Uhr bis 24:00 Uhr
<b>Ausweisung in ...</b>	in Prozent (Anteil in der Bevölkerung ab 14 Jahren) und Mio. (Hochrechnung)	in Prozent (Anteil in der Bevölkerung ab 14 Jahren) und Mio. (Hochrechnung)	in Minuten und Prozent (prozentualer Anteil von Einzelanwendungen an der täglichen Nutzungsdauer einer gesamten Angebotsklasse)



## Mediennutzung Bewegtbild, Audio und Text

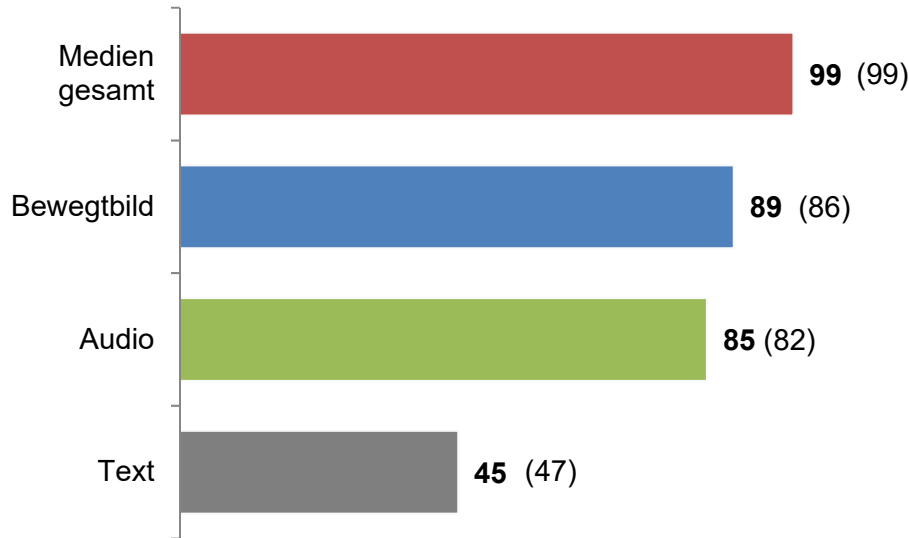
Zentrale Kennwerte im Überblick 2021  
und in der Entwicklung der letzten Jahre



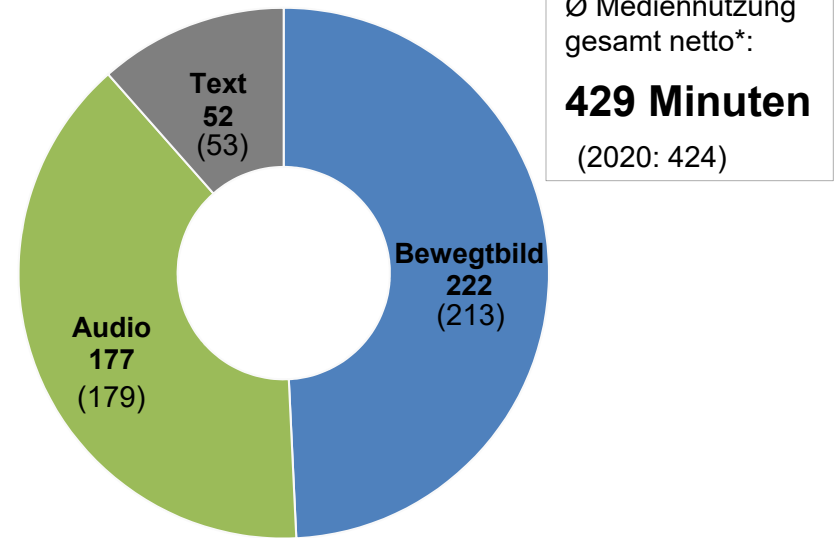
# Medien werden in Deutschland von nahezu 100% täglich genutzt. Während die Tagesreichweiten von Bewegtbild und Audio steigen, gibt Text etwas nach.

Tagesreichweite und Nutzungsdauern | 2021 (vs. 2020)

Tagesreichweite in Prozent

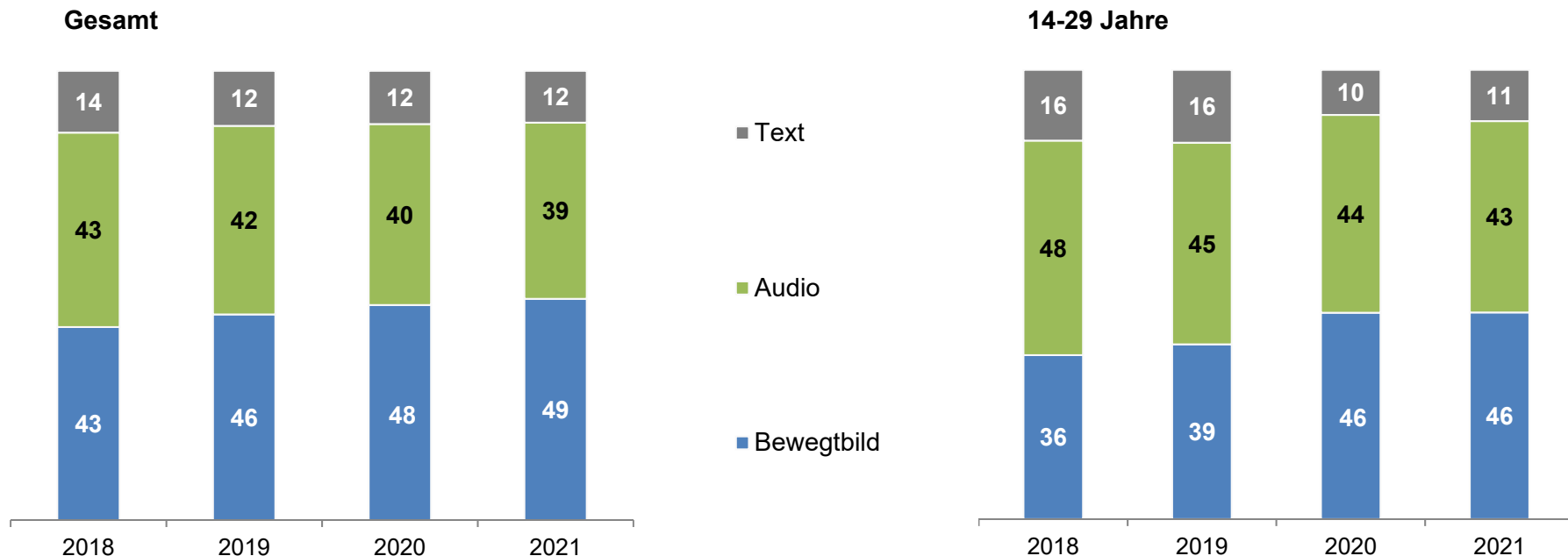


Nutzungsdauer in Minuten



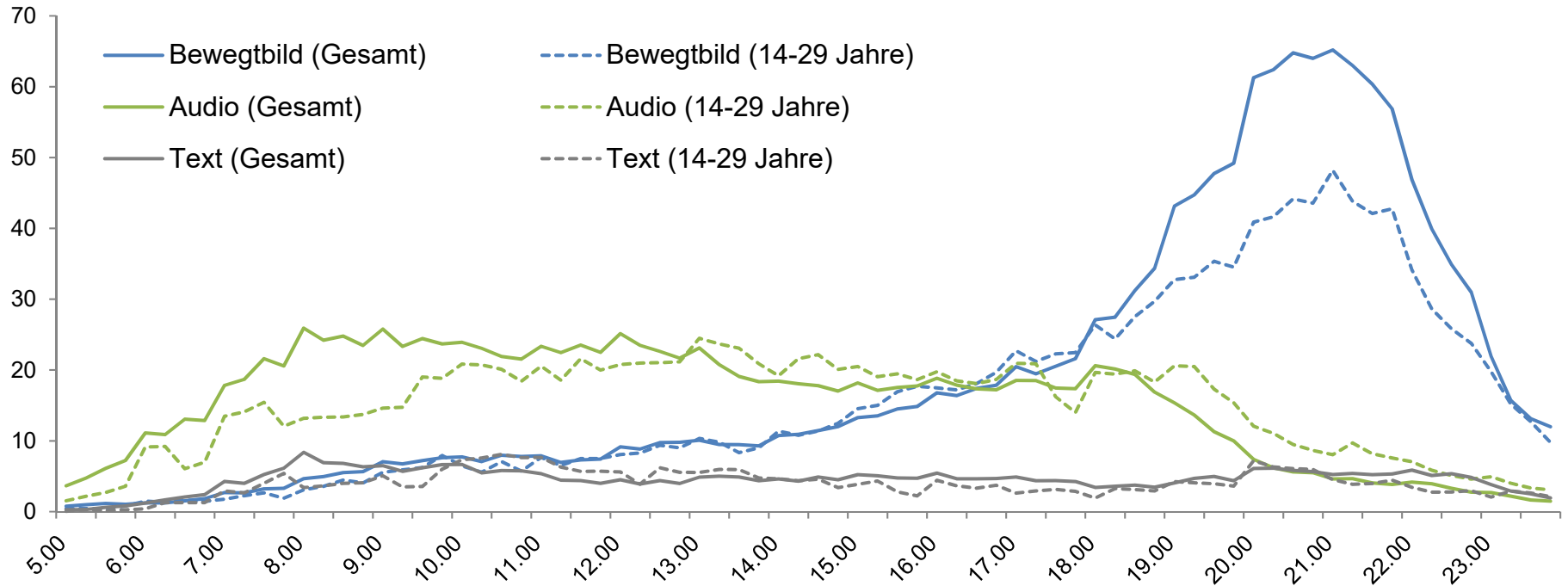
# Der Anteil von Bewegtbild an der täglichen Medienzeit steigt über die letzten Jahre zulasten von Audio. Bei jüngeren Menschen sinkt das Zeitbudget für Text.

Medien – Anteilige Nutzungsdauern an Mediennutzung Gesamt (brutto) in Prozent | 2018 bis 2021



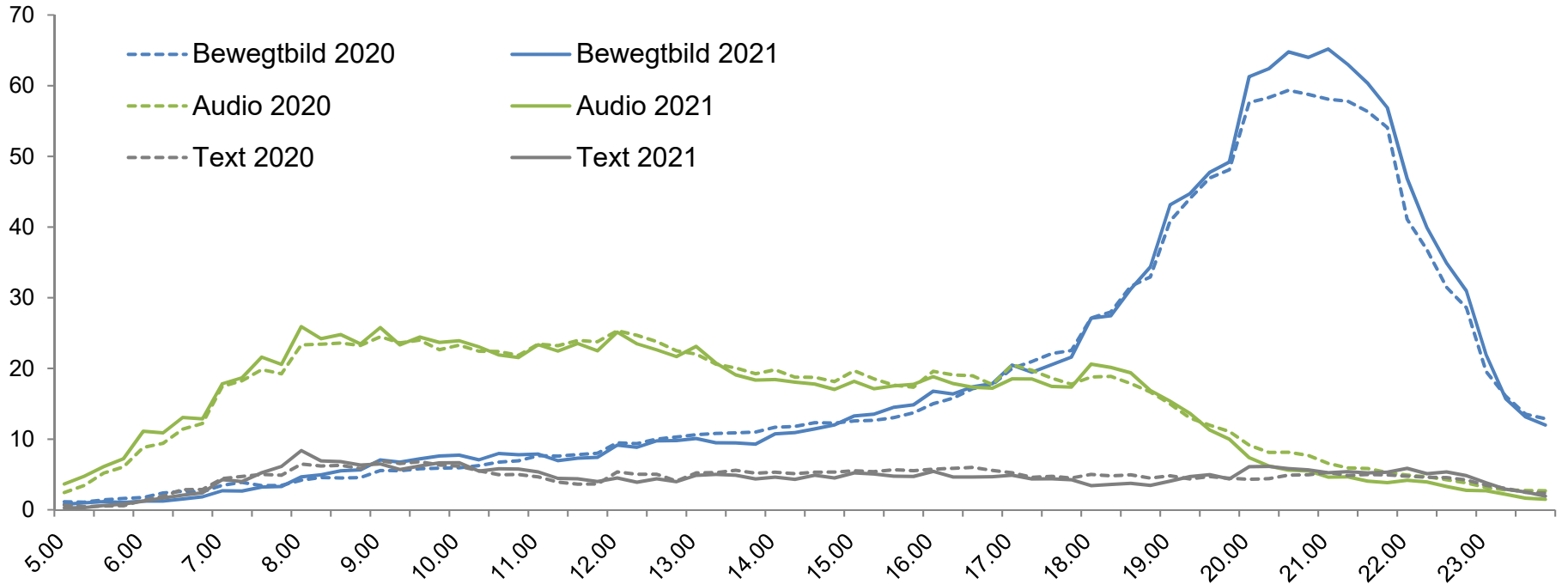
# Audio dominiert in der ersten, Video in der zweiten Tageshälfte. Abends schauen junge Leute weniger, aber hören mehr als der Bevölkerungsschnitt.

Medien – Viertelstunden-Reichweiten (nach Alter) in Prozent | 2021



# In der Corona-Pandemie hat sich die Bewegtbildnutzung in den Abendstunden, insbesondere in der Primetime von 20 bis 22 Uhr, stark ausgeweitet.

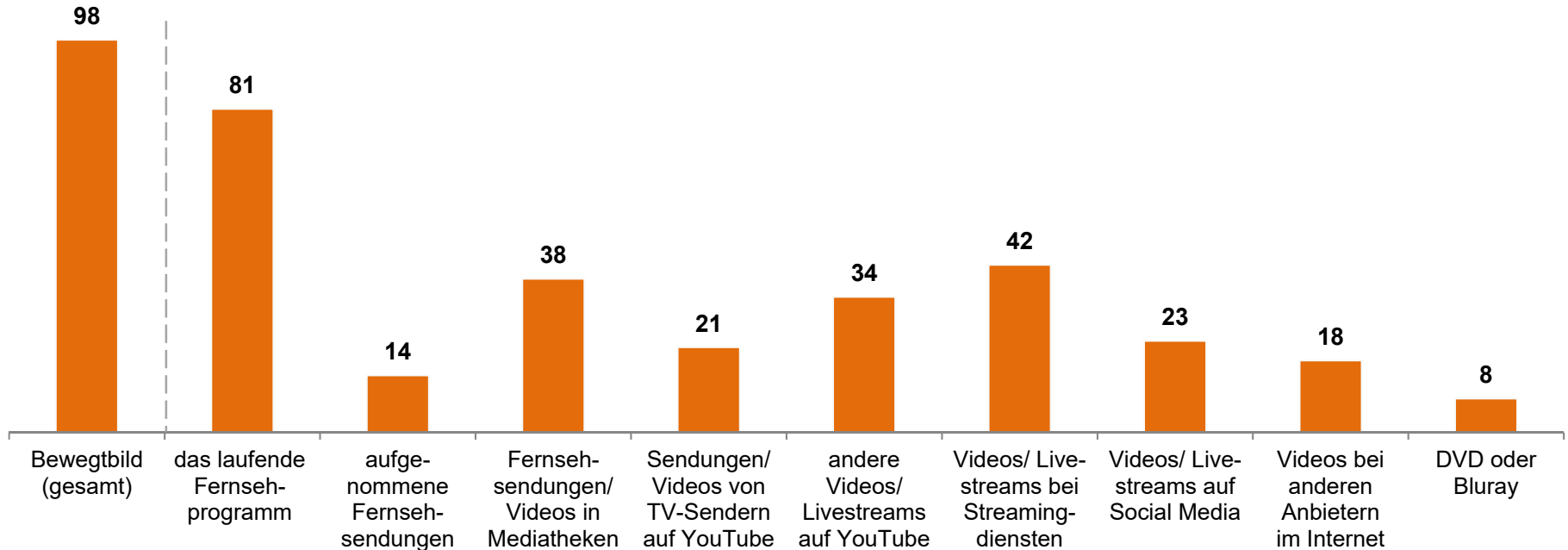
Medien – Viertelstunden-Reichweiten in Prozent | 2020\* vs. 2021





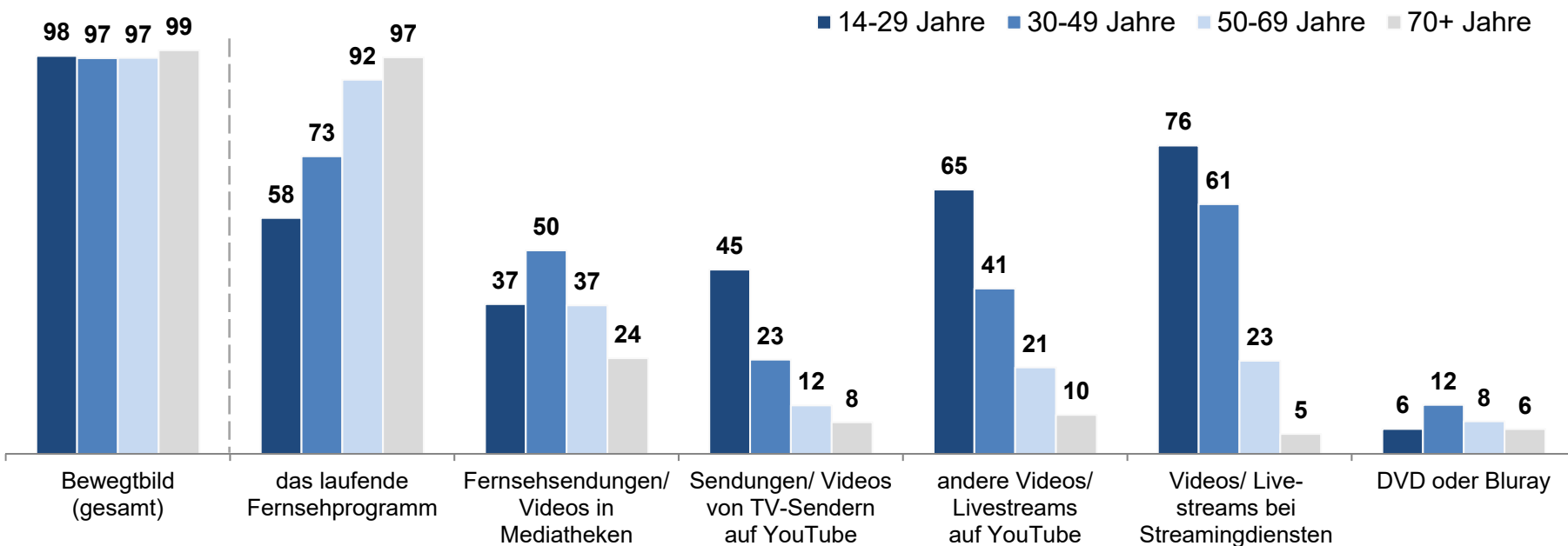
# Lineares Fernsehen bleibt das mit Abstand am häufigsten genutzte Bewegtbildangebot. Streamingdienste liegen bei den Internetquellen vorne.

Bewegtbild – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2021



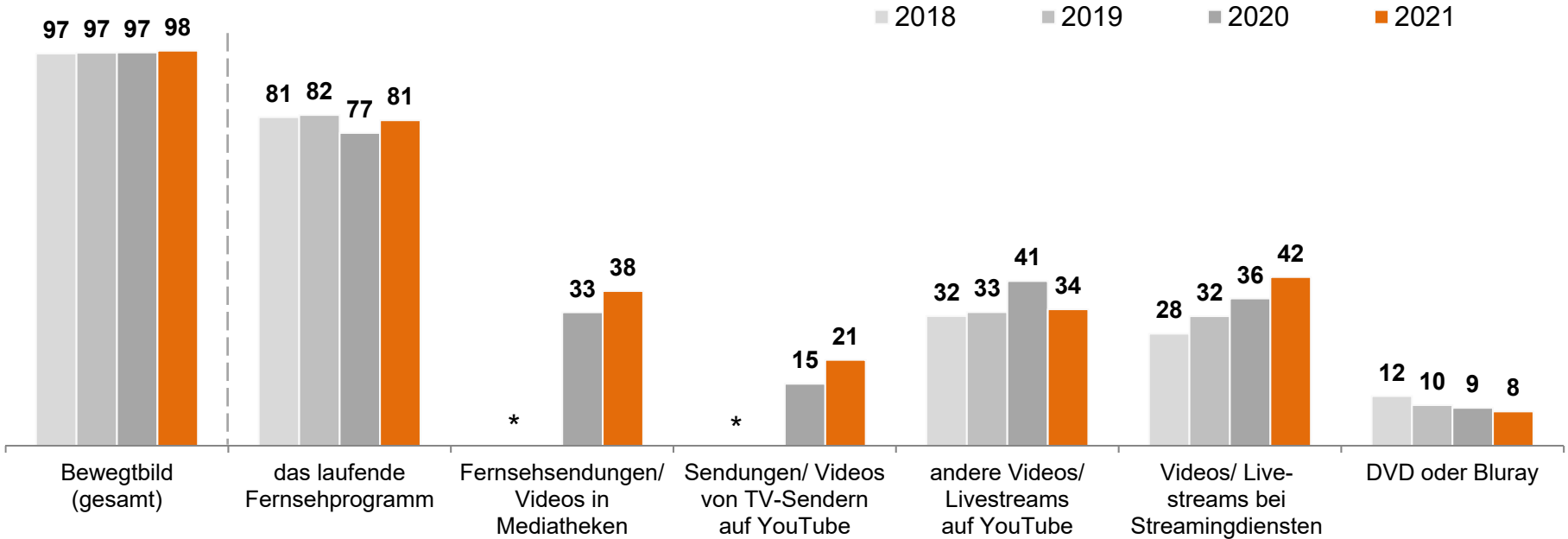
# Alle Altersgruppen nutzen regelmäßig Video – das Publikum ab 50 Jahren vor allem im TV, die Jüngeren stärker bei digitalen Plattformen und Mediatheken.

Bewegtbild – Nutzung ausgewählter Anwendungen mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2021



# Die regelmäßige TV-Nutzung hat sich in der Corona-Lage stabilisiert. Neben Streamingdiensten steigt das Publikumspotenzial von Fernseh-Content im Netz.

Bewegtbild – Nutzung ausgewählter Anwendungen mind. 1x pro Woche in Prozent | 2018 bis 2021

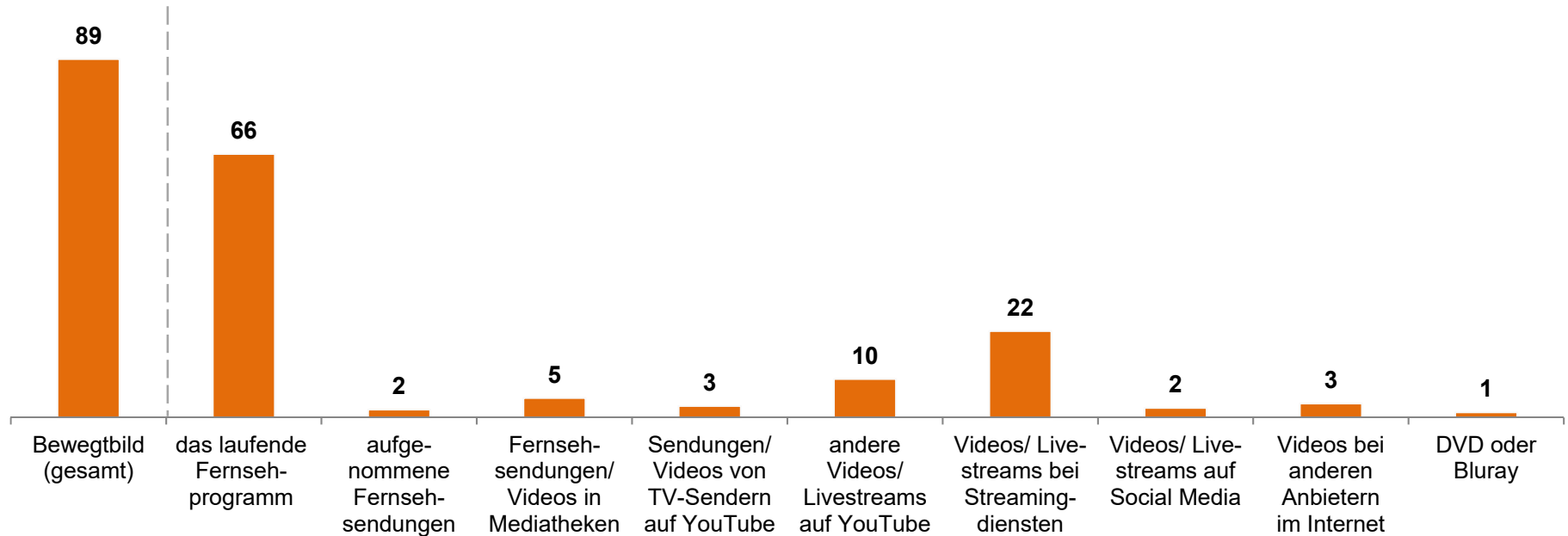


\* 2018 und 2019 nicht separat abgefragt

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,67 Mio., n=2.001

# Fernsehen bleibt in der Bevölkerungsmehrheit *das* Alltagsmedium im Video- bereich. Netflix & Co. erreichen pro Tag doppelt so viele Menschen wie YouTube.

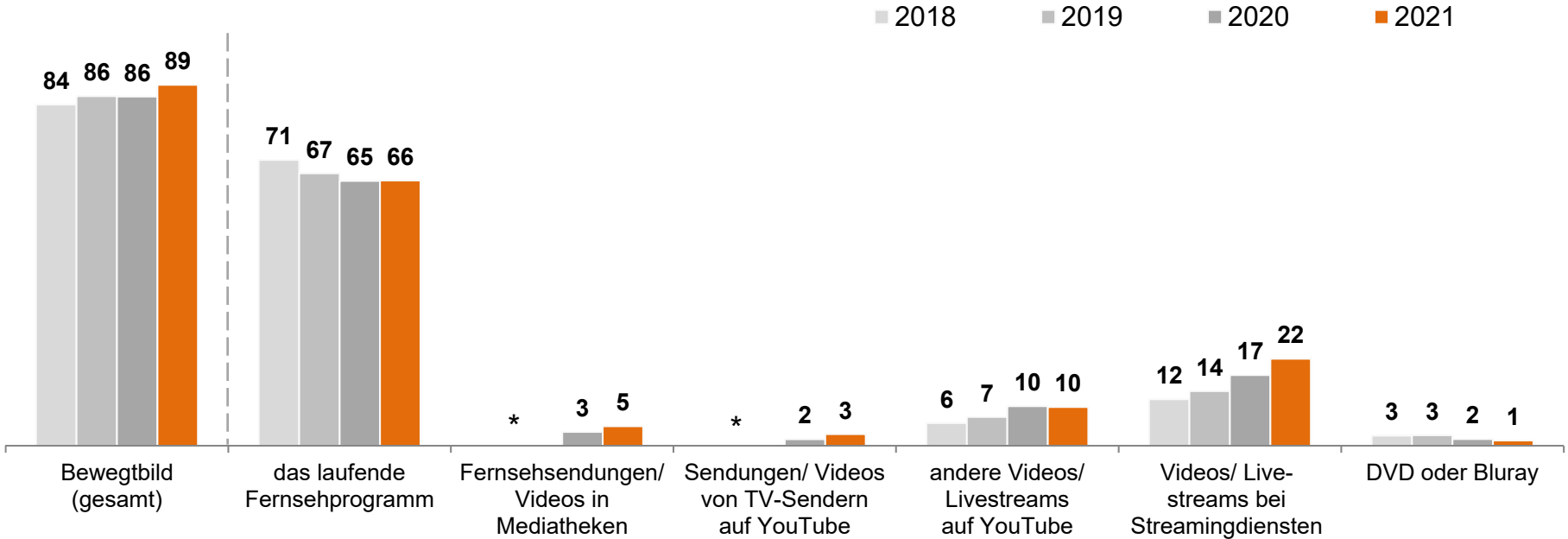
Bewegtbild – Tagesreichweite in Prozent | 2021





# Die Tagesreichweite von Video-on-Demand-Angeboten wächst weiter, bei TV stabilisiert sie sich 2021. Höchster Zuwachs bei Streamingdiensten.

Bewegtbild – Tagesreichweite ausgewählter Anwendungen in Prozent | 2020 vs. 2021



\* 2018 und 2019 nicht separat abgefragt

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,67 Mio., n=2.001

# Drei Viertel der täglichen Videonutzungszeit entfällt auf TV-Inhalte. Junge Leute widmen Streamingdiensten die meiste Zeit, beim Publikum 30+ liegt TV vorne.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 2021

## Gesamt

222 Min.

- das laufende Fernsehprogramm
- Fernsehsendungen/ Videos in Mediatheken
- Videos/ Livestreams bei Streamingdiensten
- Videos/ Livestreams auf Social Media
- DVD oder Bluray
- aufgenommene Fernsehsendungen
- Sendungen/ Videos von TV-Sendern auf YouTube
- andere Videos/ Livestreams auf YouTube
- Videos bei anderen Anbietern im Internet

## 14-29 Jahre

182 Min.

## 30-49 Jahre

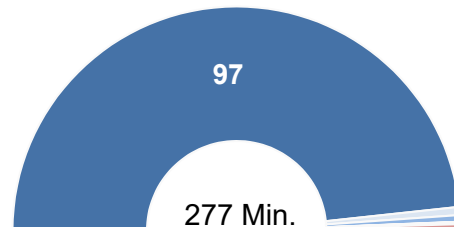
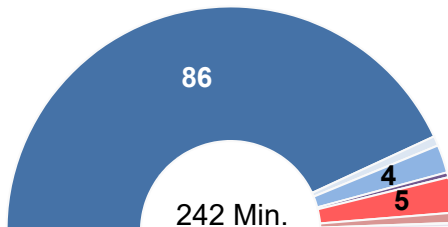
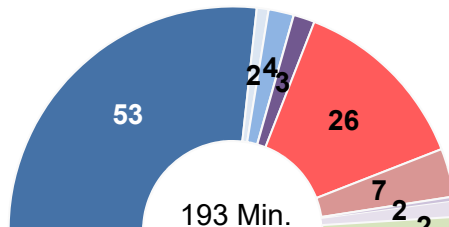
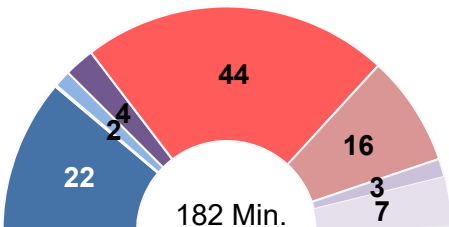
193 Min.

## 50-69 Jahre

242 Min.

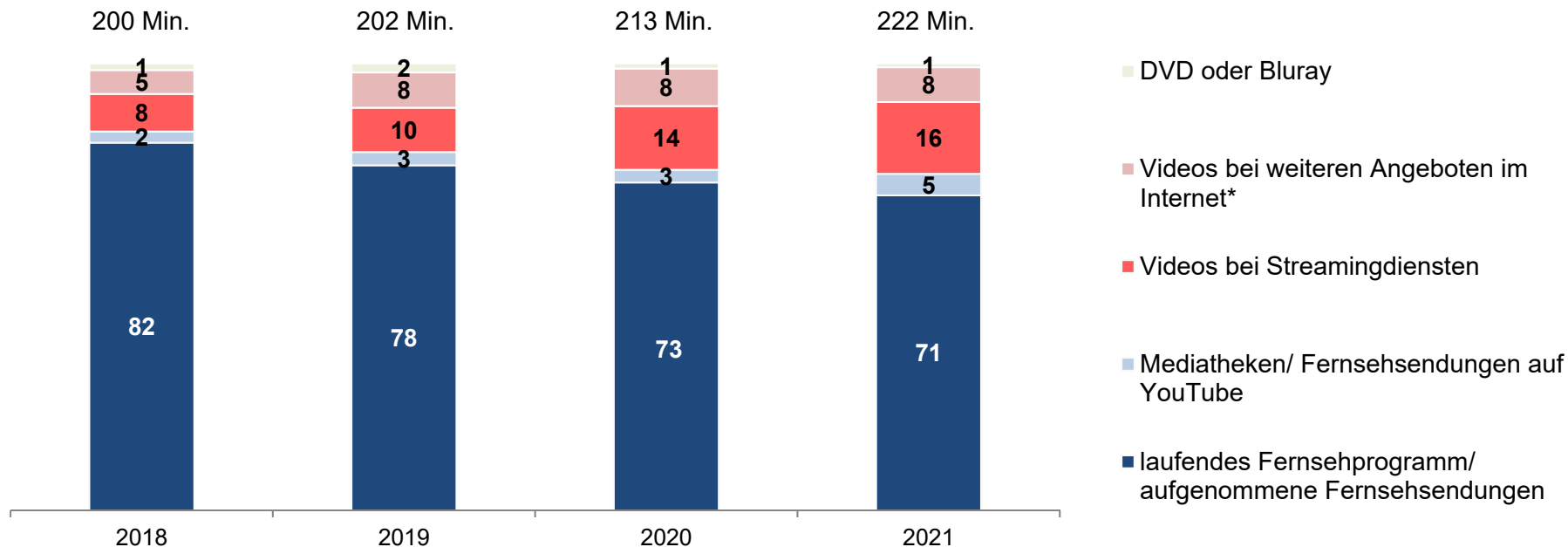
## 70+ Jahre

277 Min.



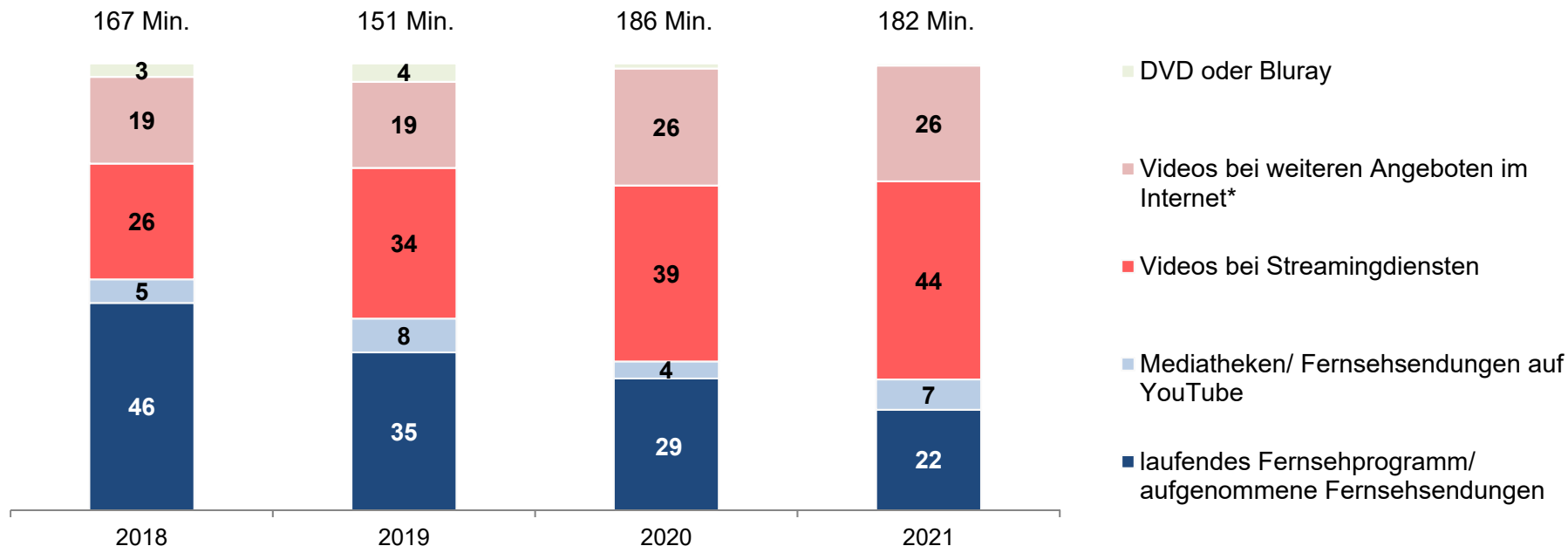
# Der Anteil von Fernsehen an der insgesamt wachsenden Videonutzung geht zulasten der verschiedenen Bewegtbildangebote im Internet zurück.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | Gesamt | 2018 bis 2021



# Bei den 14- bis 29-Jährigen hat sich die Videonutzung seit 2018 deutlich von Fernsehen zu Streamingdiensten und anderen digitalen Angeboten verschoben.

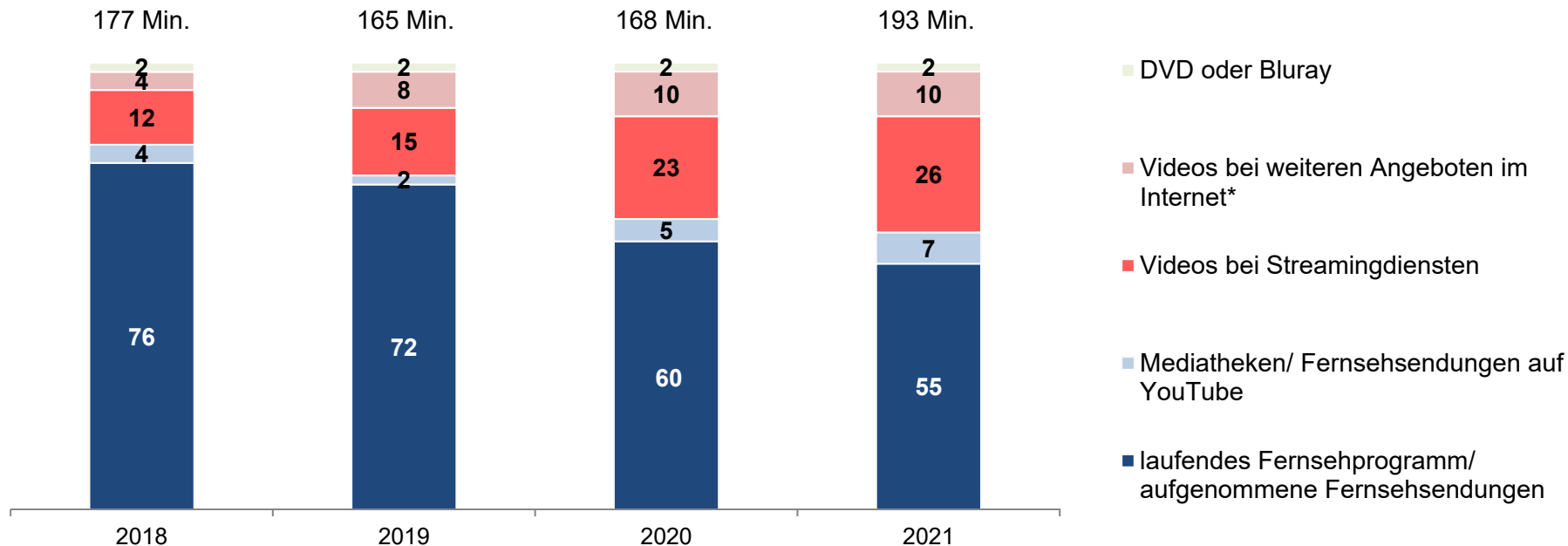
Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 14-29 Jahre | 2018 bis 2021





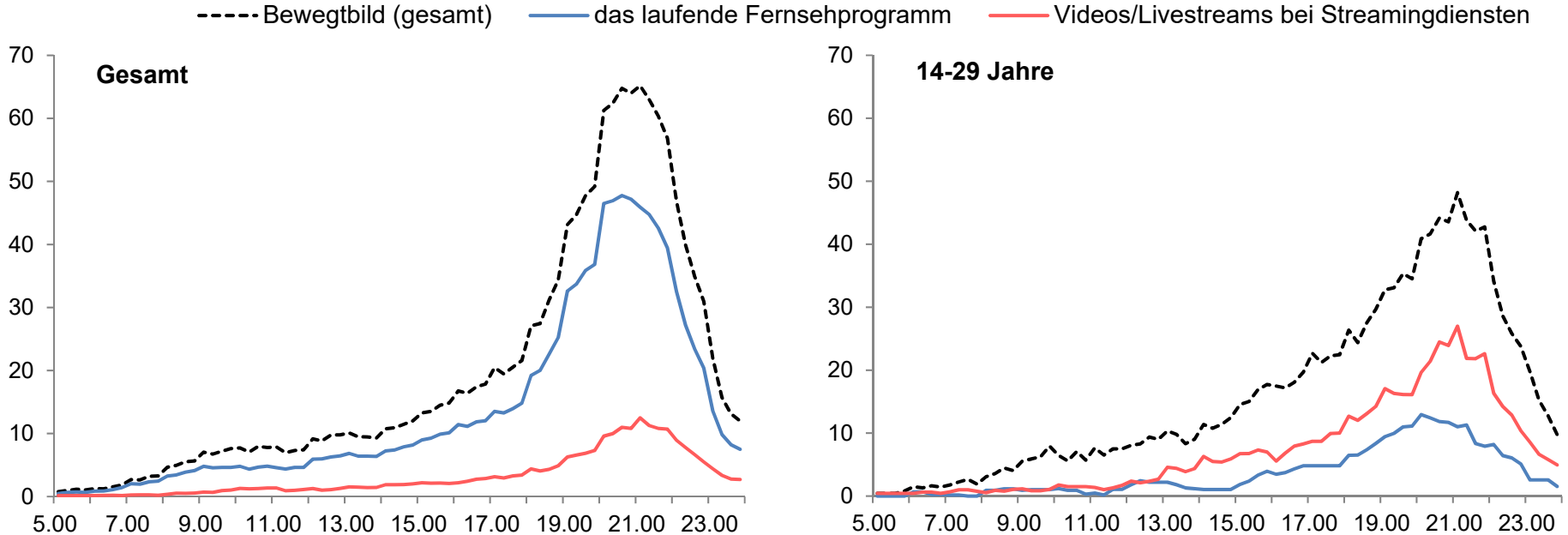
# Die Videonutzungsdauer der 30- bis 49-Jährigen steigt 2021 stark an. Der Trend zu zeitsouveräner Nutzung setzt sich fort, v.a. zugunsten der Streamingdienste.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 30-49 Jahre | 2018 bis 2021



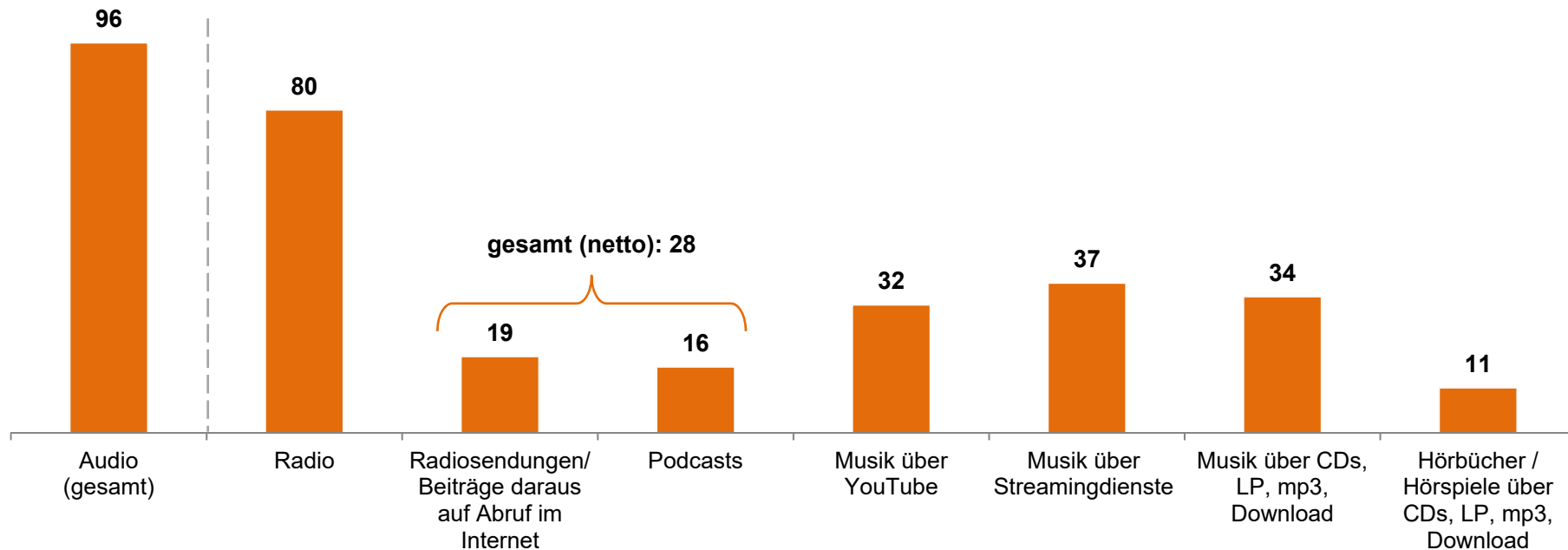
# Fernsehen wie Streaming haben ihre Nutzungspeaks am Abend. Jüngere nutzen Streamingdienste über den ganzen Tag stärker als das lineare Angebot.

Bewegtbild – Viertelstunden-Reichweiten (Gesamt vs. 14-29 Jahre) in Prozent | 2021



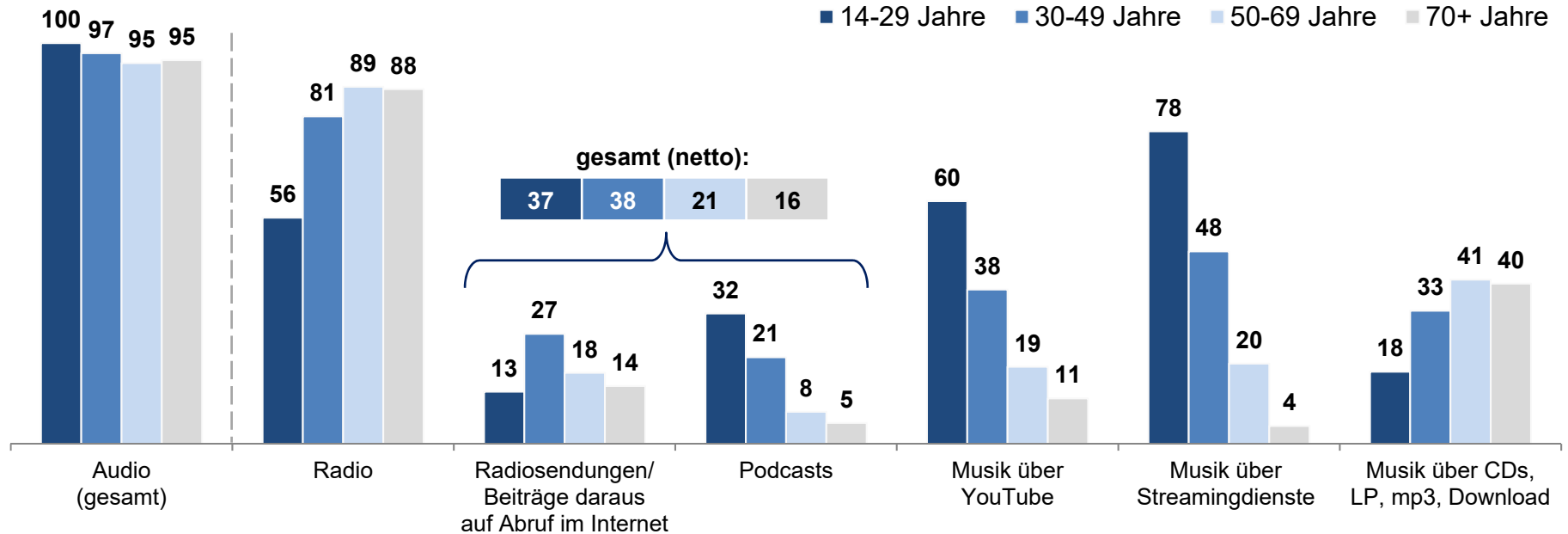
# Radio liegt bei der regelmäßigen Audio-Nutzung klar an der Spitze. Unter den digitalen Angeboten dominiert Musik, Podcasts hören bereits über ein Viertel.

Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2021



# Alle Altersgruppen nutzen regelmäßig Audio: Radio ist beim Publikum ab 30 Jahren stark verankert, bei 14- bis 29-Jährigen dominiert Musik-Streaming.

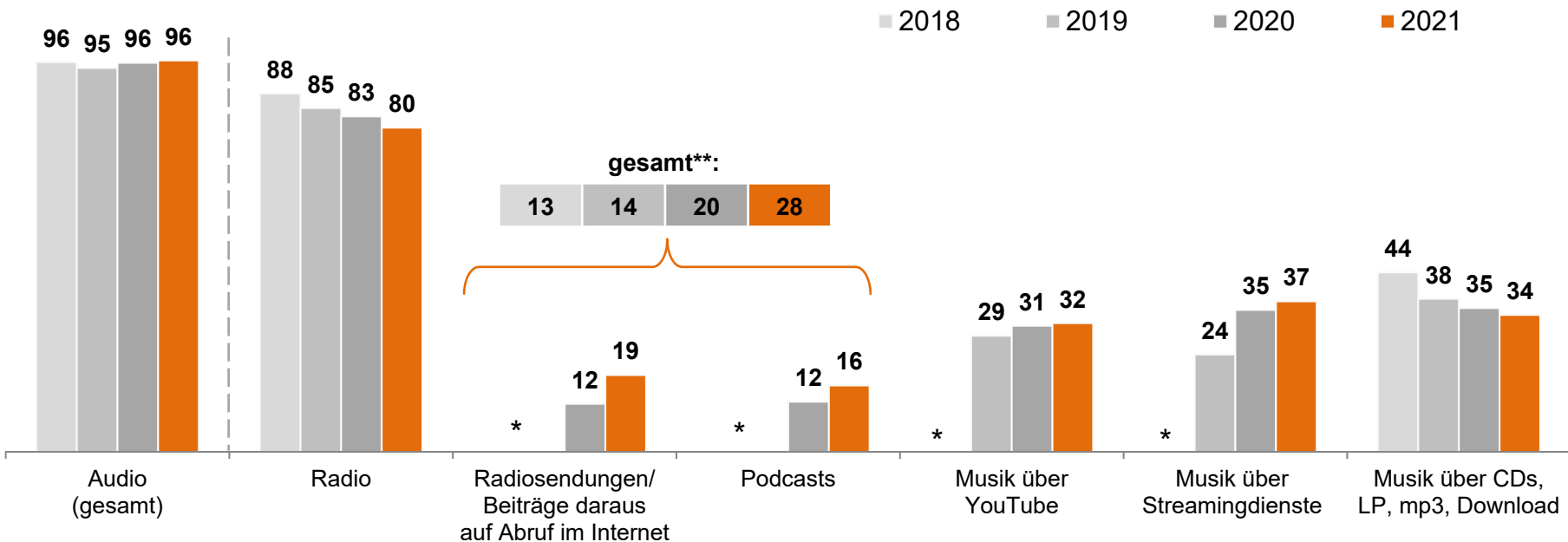
Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2021





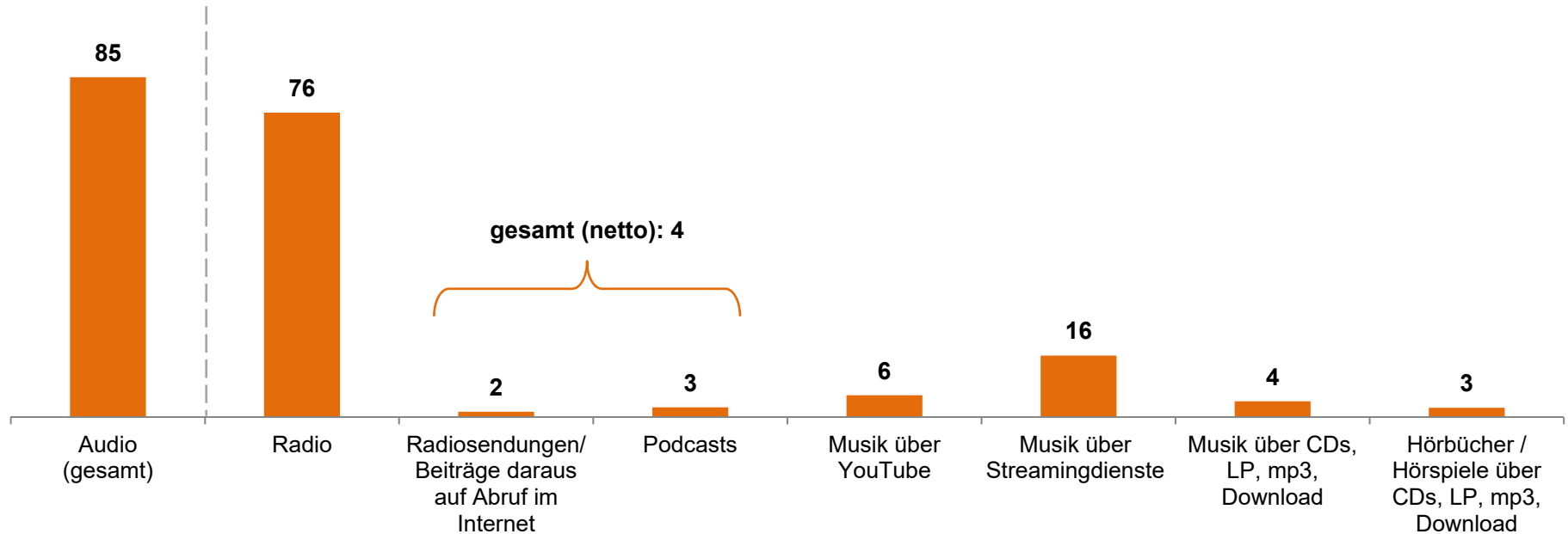
# Die regelmäßige Audionutzung bleibt stabil. Schrumpfendes Nutzungspotenzial für Radio und Tonträger, Verdoppelung seit 2019 bei Podcast / Radio auf Abruf.

Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2018 bis 2021



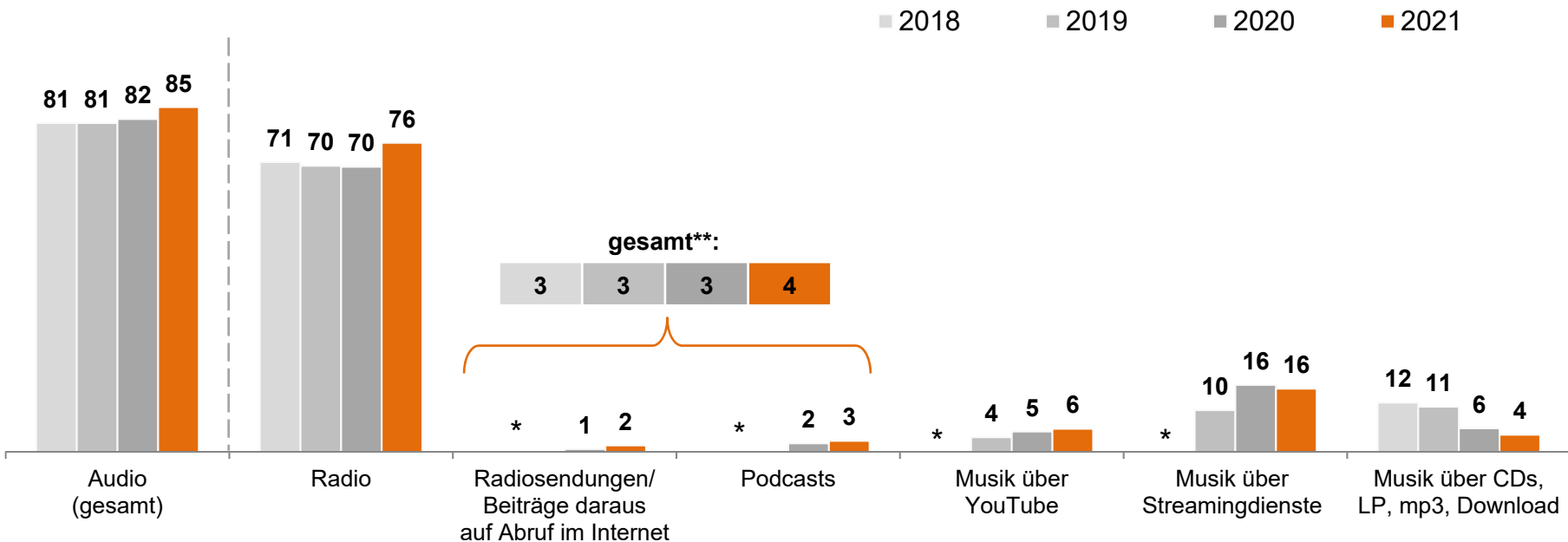
# Im Alltag ist weiterhin Radio mit Abstand stärkste Säule der Audionutzung. Musik-Streaming liegt klar vor anderen Audio-on-Demand-Angeboten.

Audio – Tagesreichweite in Prozent | 2021



# Die Tagesreichweite von Audio steigt. Vor allem Radio legt 2021 wieder zu, auf niedrigerem Niveau wachsen auch Podcasts und Musik auf YouTube.

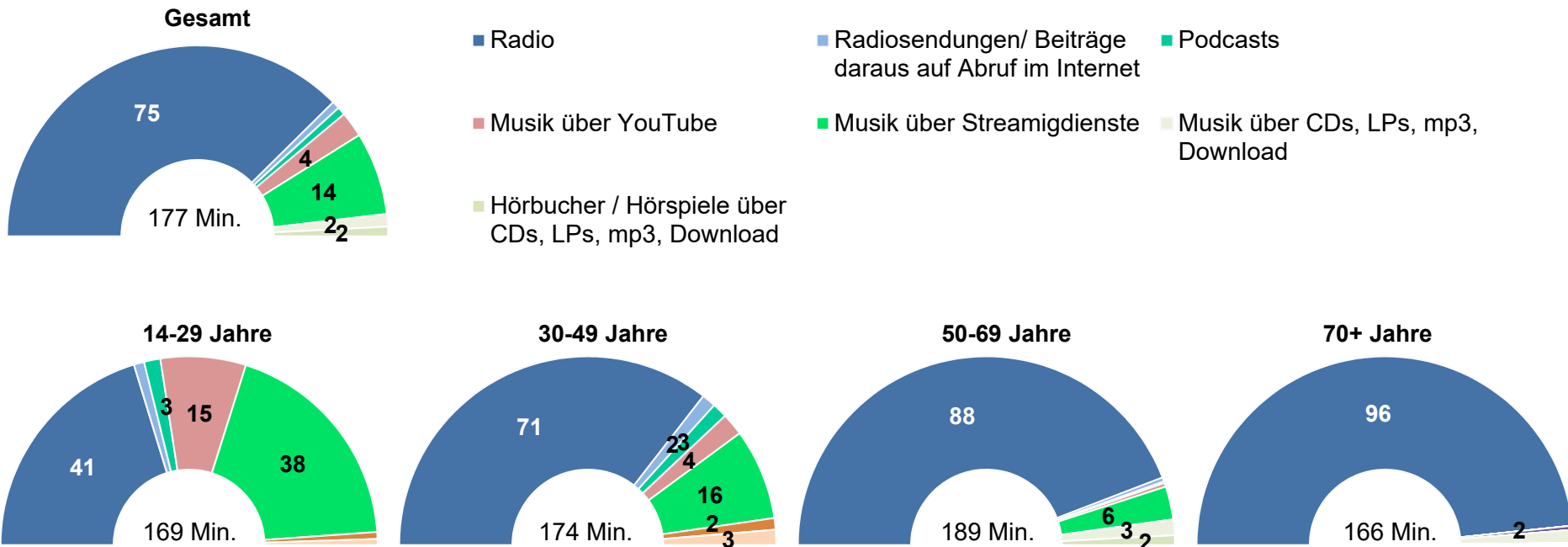
Audio – Tagesreichweite in Prozent | 2018 bis 2021



Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | \* nicht separat abgefragt | \*\* 2018/2019: Abfrage mit einer Antwortkategorie; 2020/2021: Netto-Wert aus getrennter Abfrage  
Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,67 Mio., n=2.001

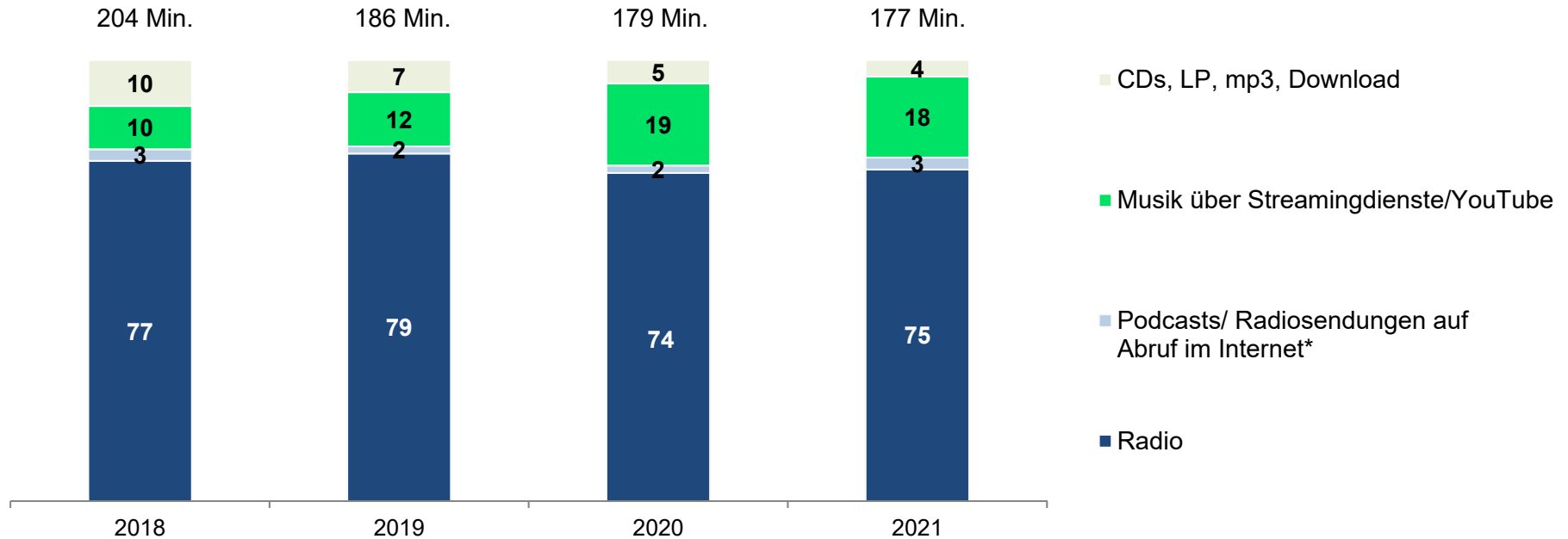
# Drei Viertel der täglichen Audionutzung entfällt auf Radio. Hörfunk dominiert in allen Gruppen ab 30 Jahren, die 14- bis 29-Jährigen hören mehr im Internet.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 2021



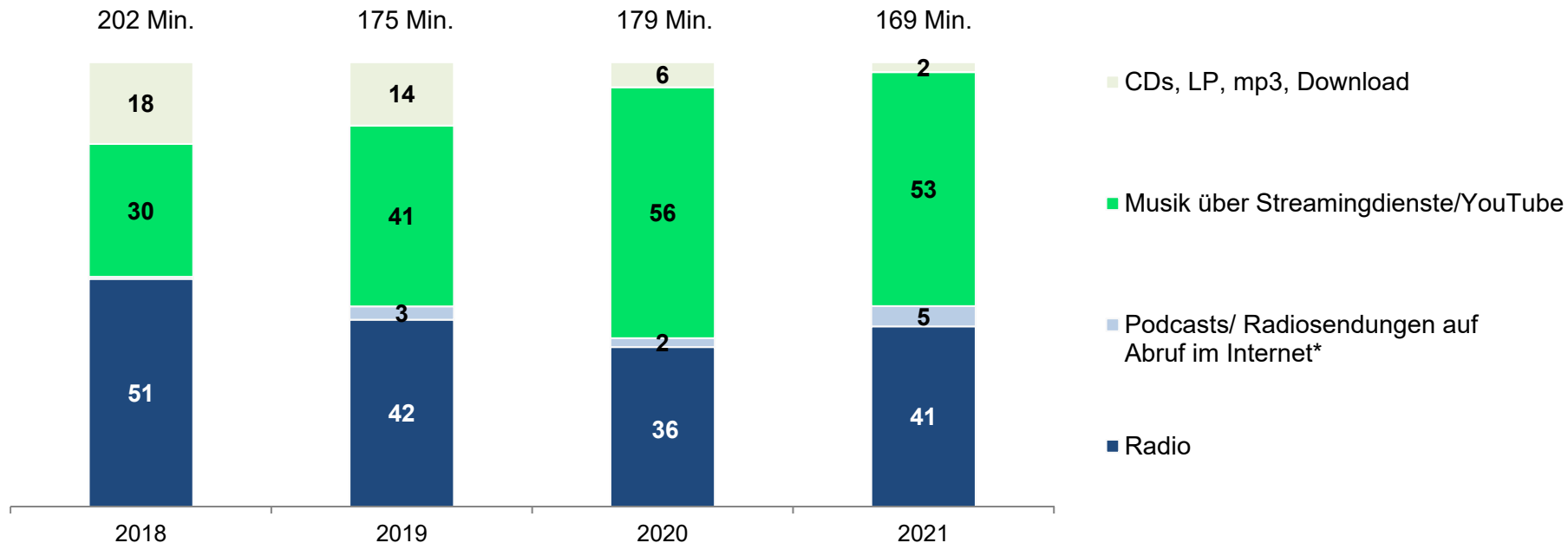
# Die Verteilung des seit 2018 abgenommenen täglichen Audiozeitbudgets verschiebt sich zu den Streamingdiensten – v.a. zulasten von Speichermedien.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | Gesamt | 2018 bis 2021



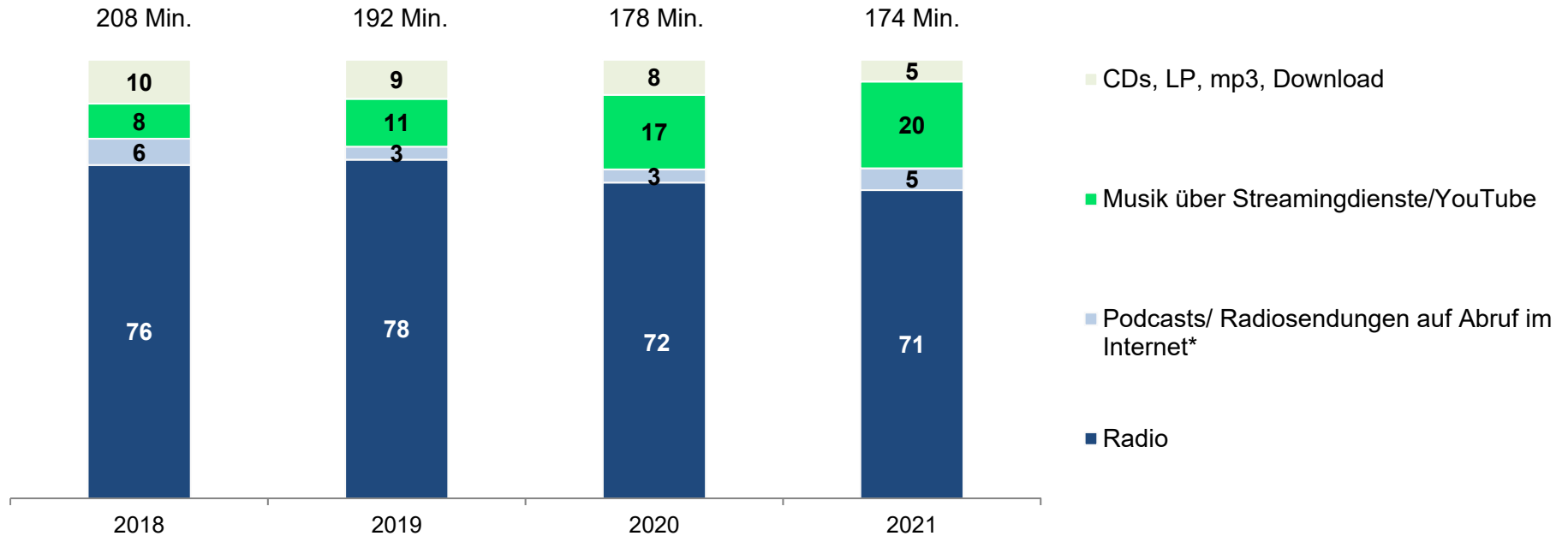
# Jüngere investieren immer mehr Zeit in Streamingdienste und hören kaum noch über Tonträger. Rückgang beim Radio 2020 war vermutlich ein Corona-Effekt.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 14-29 Jahre | 2018 bis 2021



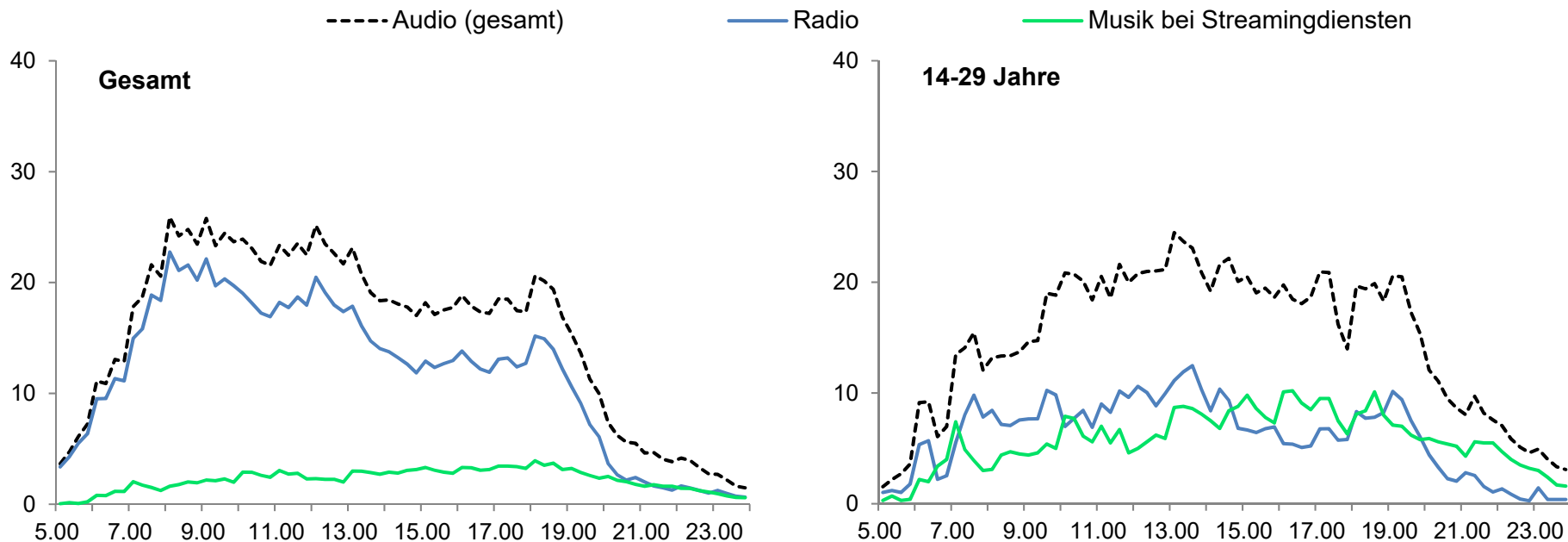
# Seit 2018 nimmt die Audiohördauer bei den 30- bis 49-Jährigen ab. Die Nutzungsverteilung verschiebt sich in Richtung Musik-Streamingangeboten.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 30-49 Jahre | 2018 bis 2021



# Radio prägt die Audionutzungskurve im Tagesverlauf, Musik-Streaming ohne Nutzungsspitzen. Bei Jüngeren liegt Radio bis nachmittags vor Spotify & Co.

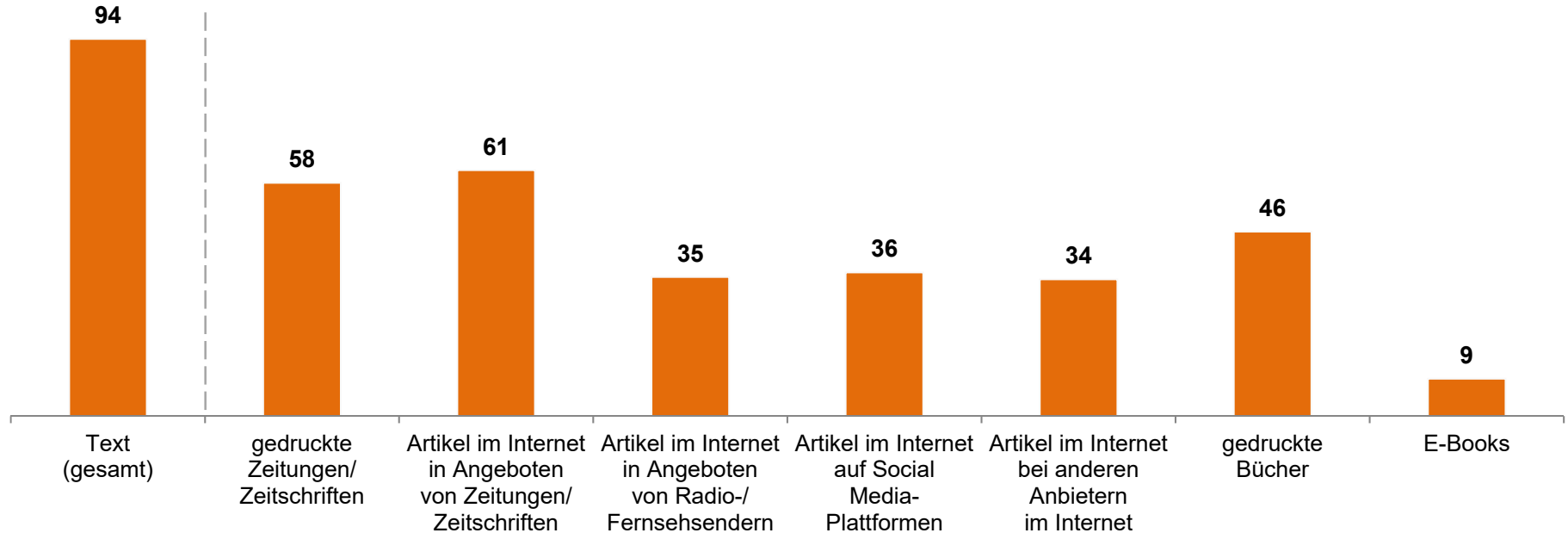
Audio – Viertelstunden-Reichweiten (Gesamt vs. 14-29 Jahre) in Prozent | 2021





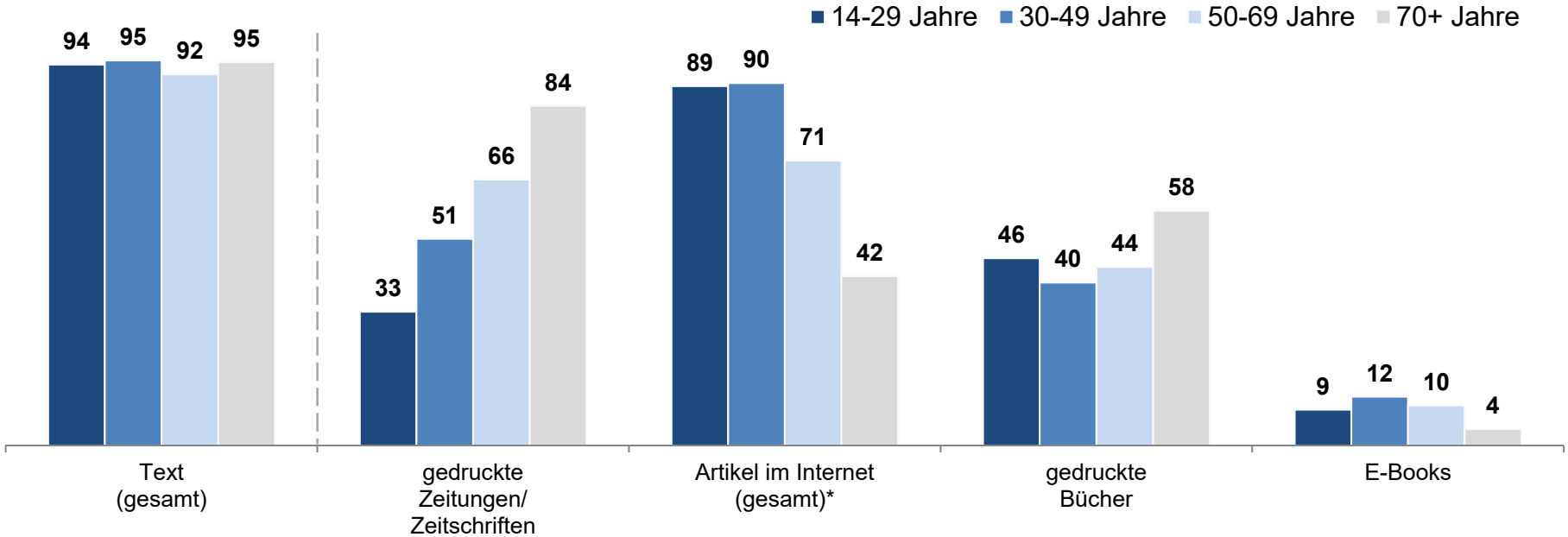
# Etwas mehr Menschen nutzen regelmäßig Zeitungen und Zeitschriften im Internet als auf Papier, E-Books liegen noch klar hinter gedruckten Büchern.

Text – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2021



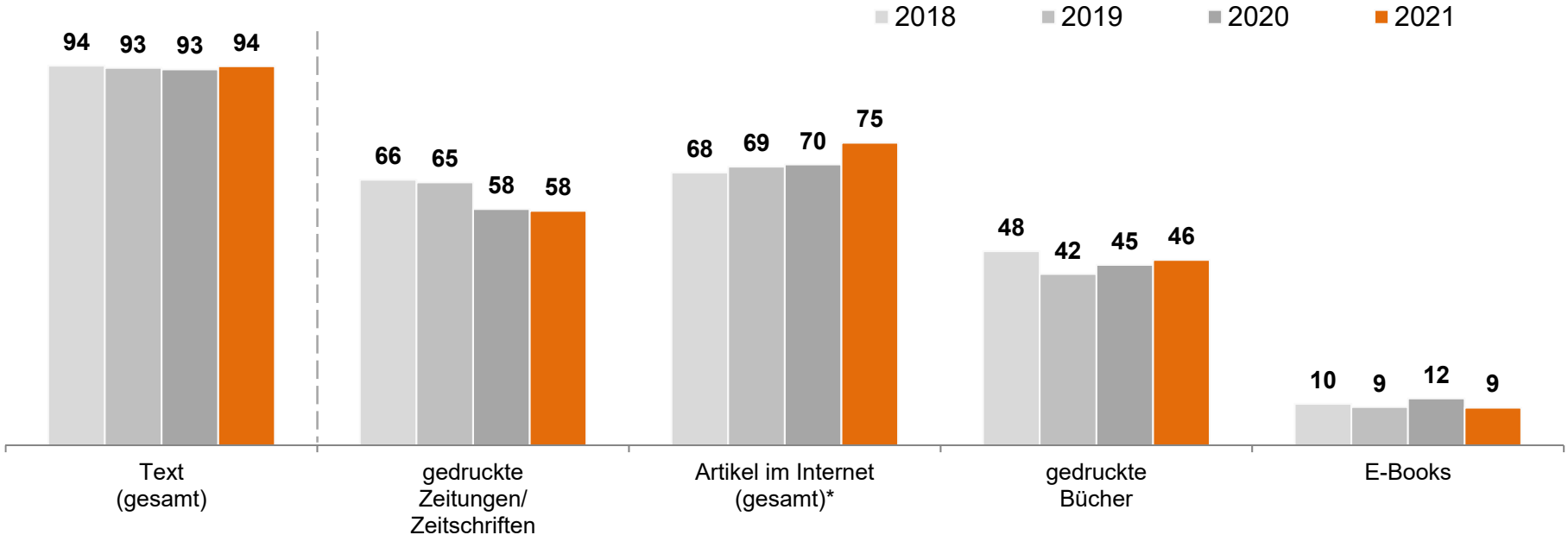
# Alle Generationen lesen regelmäßig. Nur die Ab-70-Jährigen nutzen noch stärker die gedruckte Presse, jüngere Gruppen lesen aktuelle Texte v.a. im Internet.

Text – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2021



# Die regelmäßige Nutzung gedruckter Zeitungen und Zeitschriften geht seit 2018 etwas zurück, während Internet-Quellen ihren Nutzerkreis erweitern können.

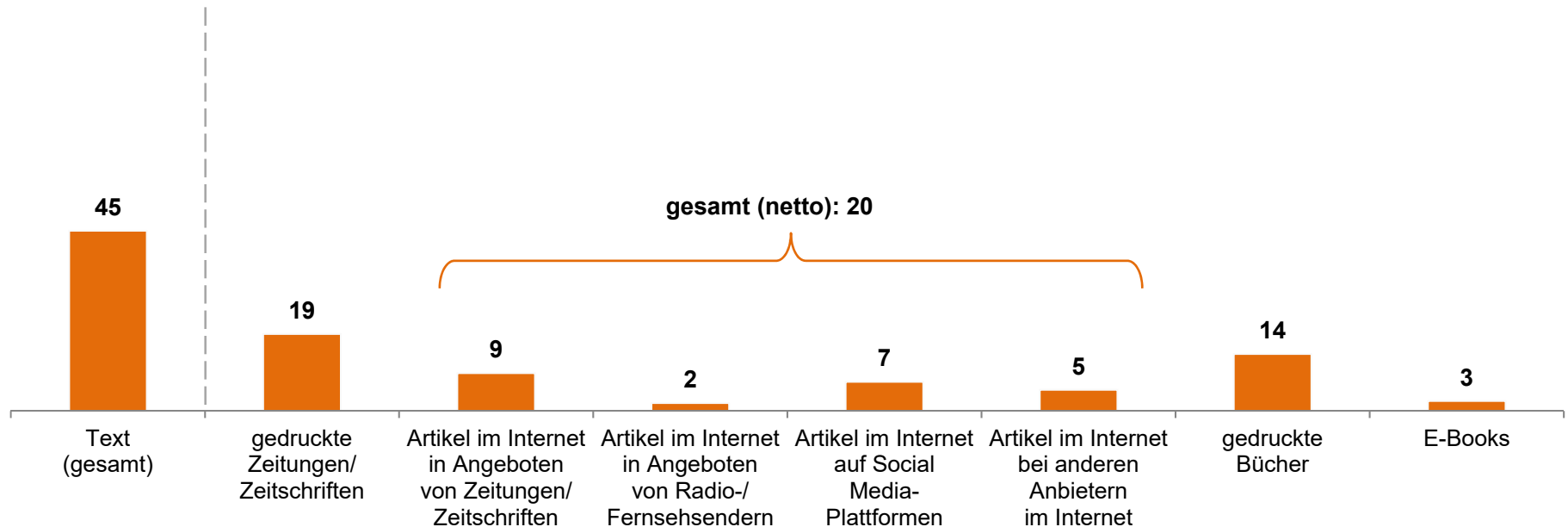
Text – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2018 bis 2021



\* Netto-Wert aus Artikeln: in Angeboten von Zeitungen und Zeitschriften, in Angeboten von Radio-/Fernsehsendern, auf Social Media-Plattformen, bei anderen Anbietern im Internet  
Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,67 Mio., n=2.001

# Weniger als die Hälfte der potenziellen Leserschaft wird je Durchschnittstag erreicht. Texte im Netz und gedruckte Presseerzeugnisse liegen etwa gleichauf.

Text – Tagesreichweite in Prozent | 2021



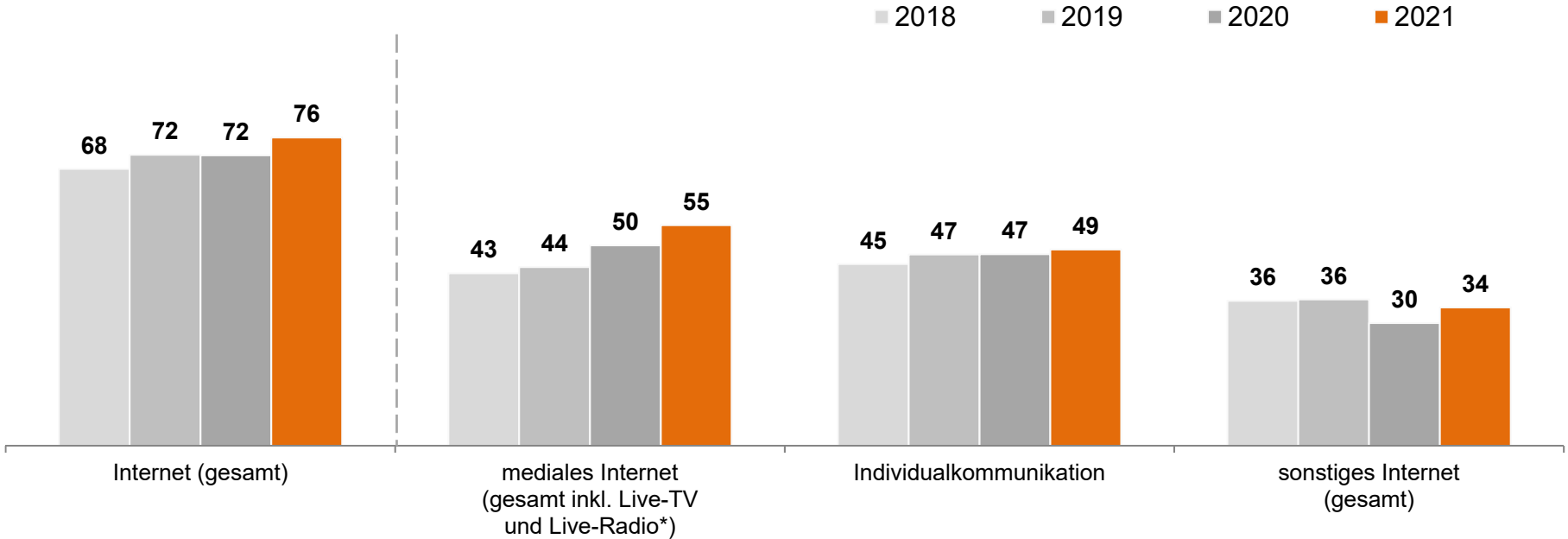
# Mediales Internet und nicht-mediales Internet

Tagesreichweiten in der Entwicklung seit 2018



# Die Internet-Tagesreichweite steigt 2021 spürbar an. Vor allem mediale Angebote im Netz werden bei immer mehr Menschen Teil der täglichen Nutzungsroutinen.

Internet – Tagesreichweite in Prozent | 2018 bis 2021



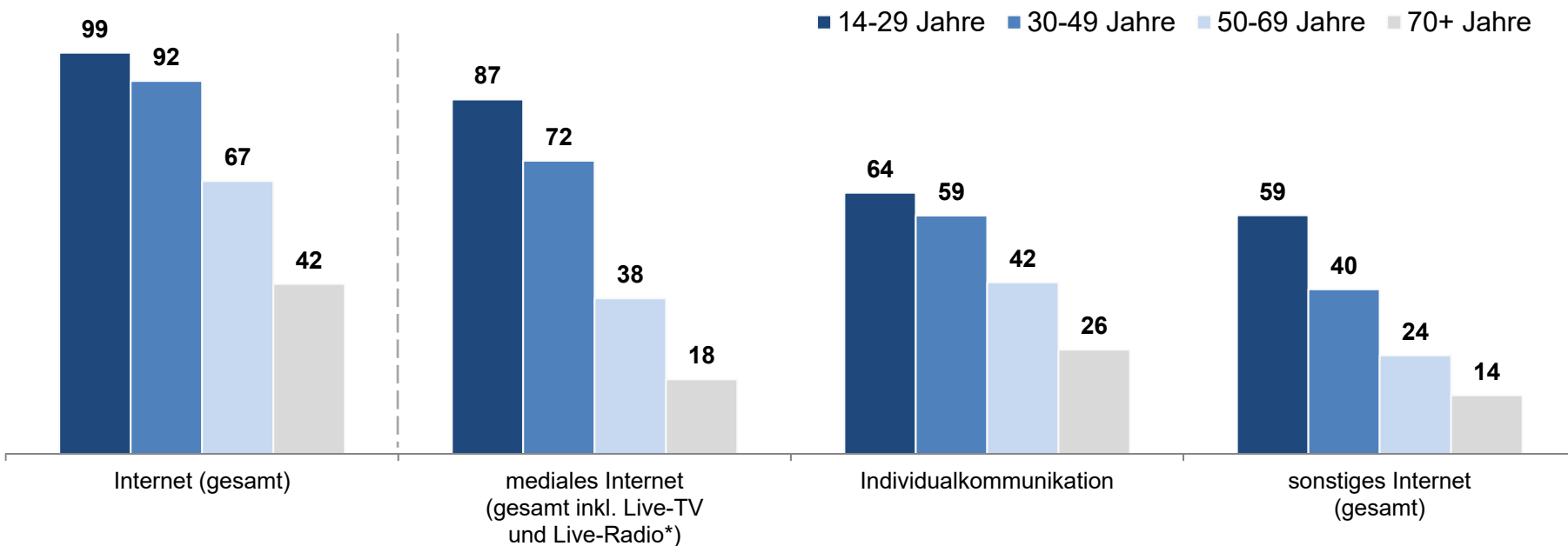
Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Individualkommunikation: Einzelabfrage; andere Kategorien: Netto-Werte |

\* Zuordnung von TV- bzw. Radio-Livestreams im Internet über Geräte-Abfrage

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,67 Mio., n=2.001

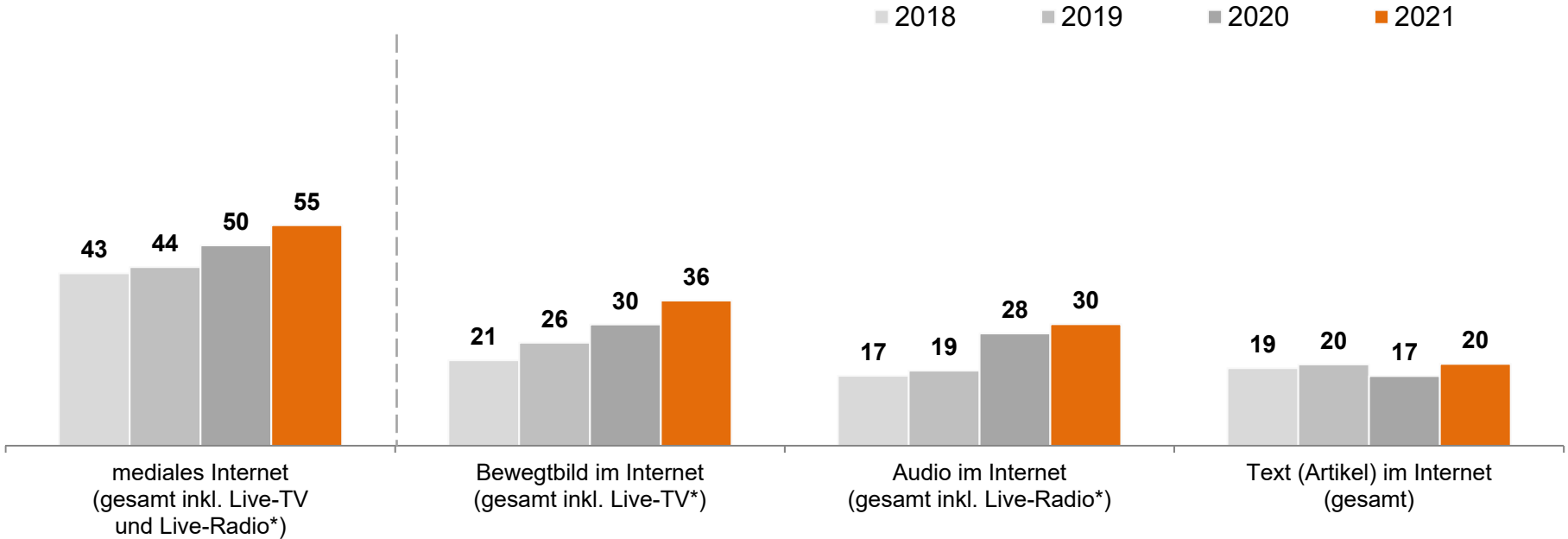
# Bei jüngeren Menschen unter 50 Jahren sind mediale Anwendungen die reichweitenstärkste Nutzungsform, bei den Älteren Individualkommunikation.

Internet – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2021



# Audio und vor allem Bewegtbild treiben das Reichweitenwachstum des medialen Internets an. Die Tagesreichweite von Text im Internet ist eher stabil.

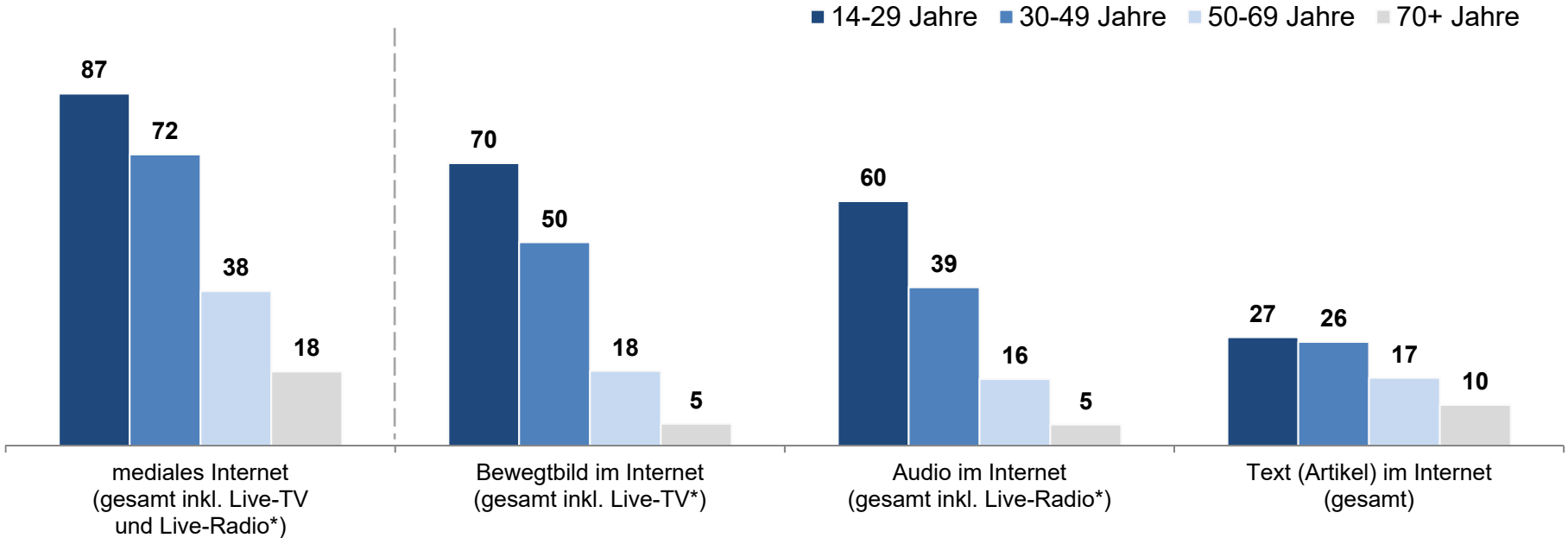
Internet – Tagesreichweite in Prozent | 2018 bis 2021





# Die 14- bis 49-Jährigen nutzen deutlich stärker Audio- und Videoinhalte im Internet als ältere Menschen. Bei der Textnutzung sind die Unterschiede geringer.

Mediales Internet – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2021



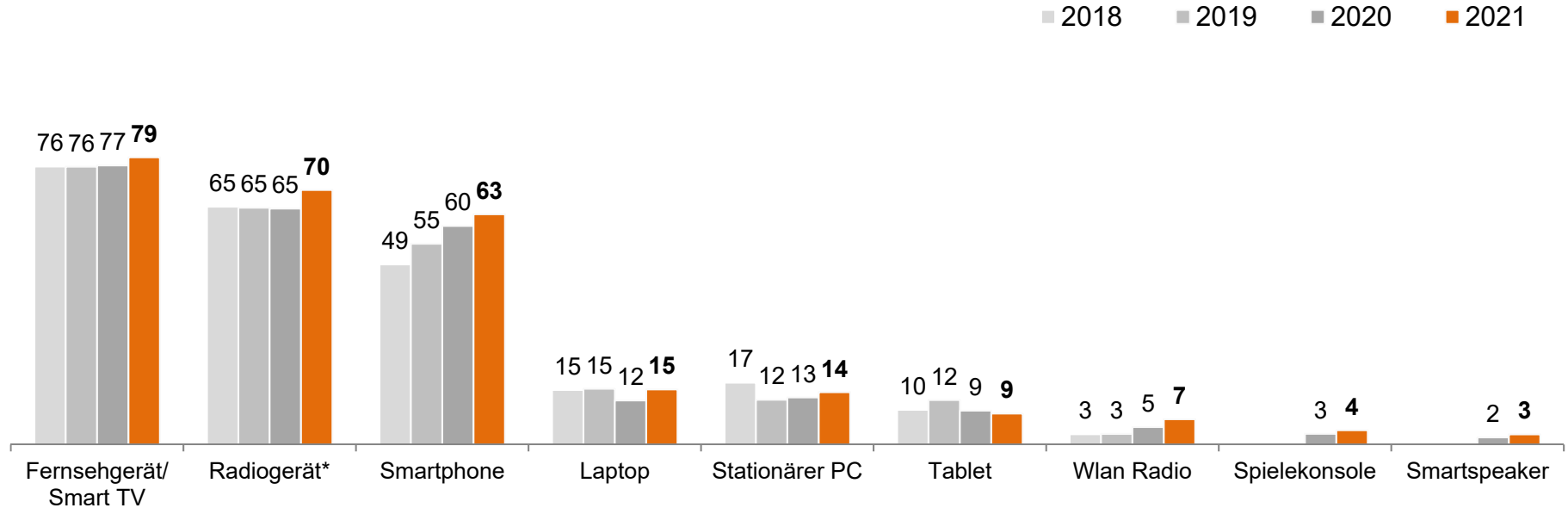
# Gerätenutzung

Tagesreichweiten in der Entwicklung seit 2018



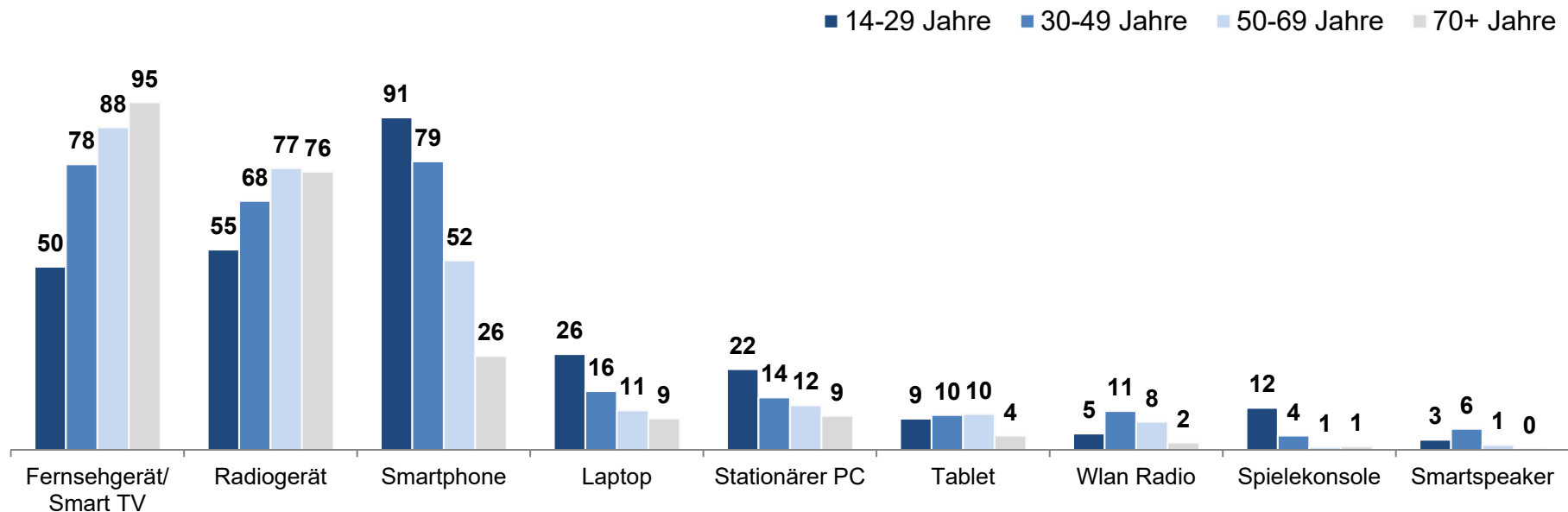
# Fernseh- und Radiogeräte behaupten ihre zentrale Rolle im Alltag der Menschen. Die Tagesreichweite von Smartphones wächst dynamisch.

Geräte – Tagesreichweite in Prozent | 2018 bis 2021



# Der Fernseher ist bei den Ab-50-Jährigen das wichtigste Alltagsgerät. Bei den 14- bis 49-Jährigen steht das Smartphone an erster Stelle.

Geräte – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2021



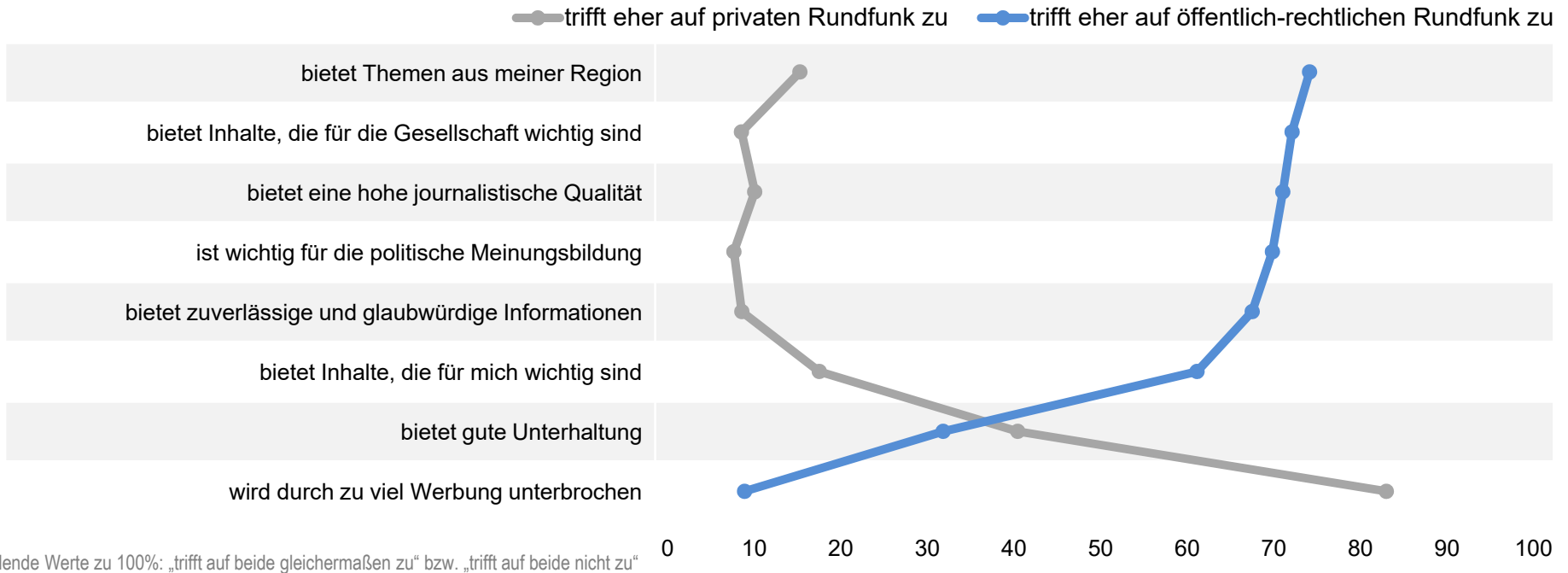


# Leistungsprofile öffentlich-rechtlicher vs. privater Rundfunk

Leistungsvergleich im dualen Rundfunksystem 2021

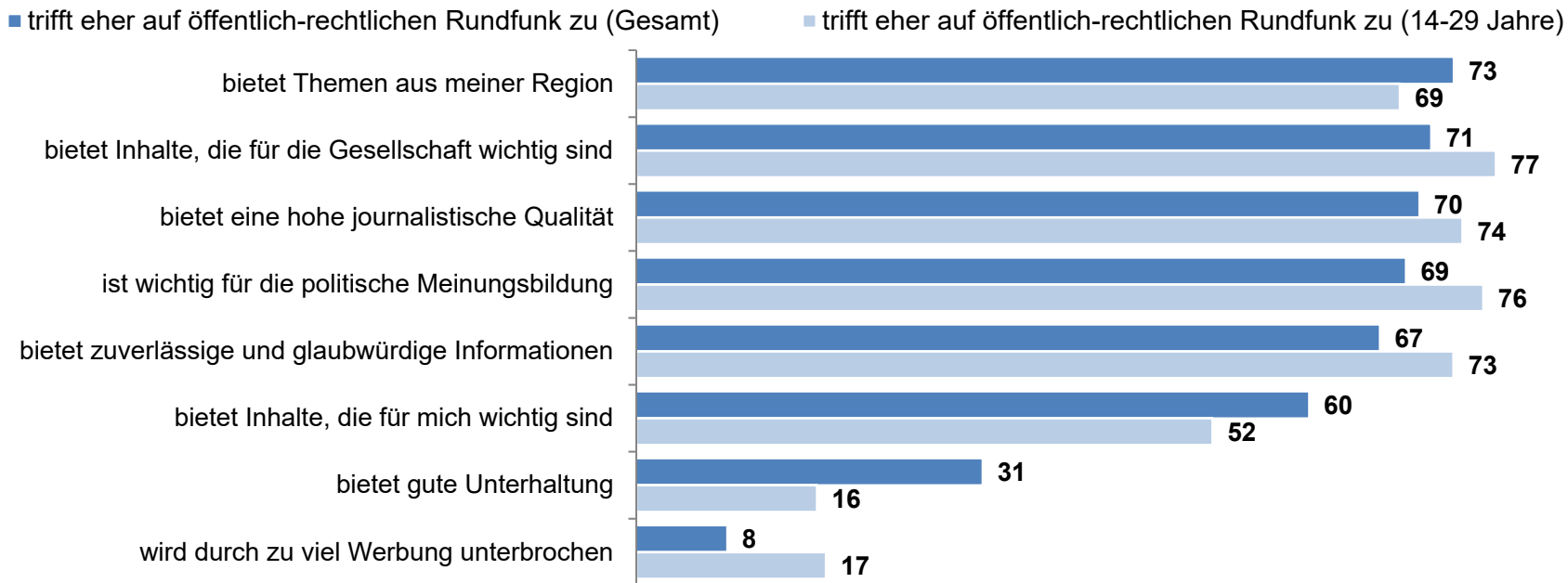
# Der öffentlich-rechtliche Rundfunk punktet aus Sicht der Bevölkerung bei journalistischen Qualitätskriterien, die Privaten liegen bei Unterhaltung vorne.

Rundfunk-Anbieter – Leistungsbewertung medienübergreifend\* (Angaben in Prozent) | 2021



# Junge Menschen sehen den öffentlich-rechtlichen Rundfunk bei Qualität und gesellschaftlicher Relevanz noch stärker vorn als die Gesamtbevölkerung.

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk – Leistungsbewertung medienübergreifend\* (Angaben in Prozent) | 2021





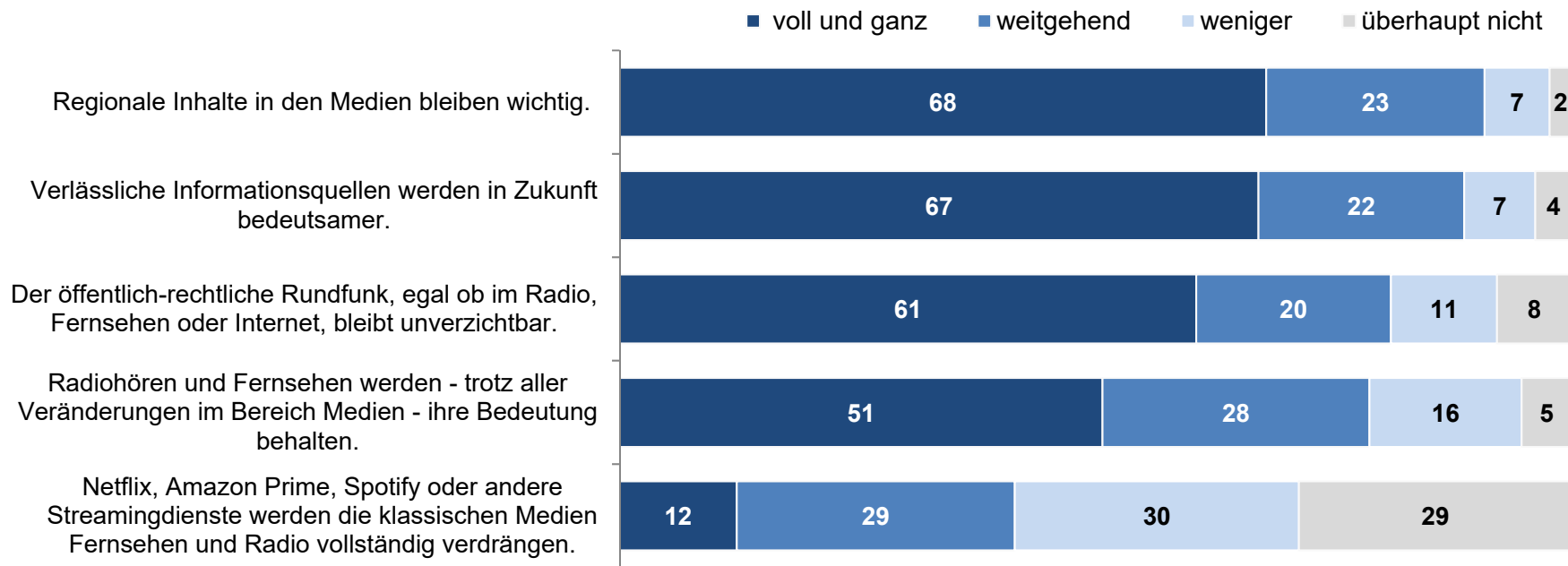


## Erwartungen an die Zukunft der Medien



# Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bleibt für die Menschen auch in Zukunft unverzichtbar, ebenso wie regionale Inhalte und verlässliche Information.

Medienentwicklung – Zustimmung zu Aussagen\* (Angaben in Prozent) | 2021



\*„Hier nun noch einige Aussagen zur allgemeinen Medienentwicklung. Bitte sagen Sie uns inwieweit Sie zustimmen: voll und ganz, weitgehend, weniger oder gar nicht.“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,67 Mio., n=2.001



# Impressum

Die Studie ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends wird im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt.

Verantwortlich: Manfred Krupp (Intendant hr, Vorsitzender ARD/ZDF-Forschungskommission), Dr. Thomas Bellut (Intendant ZDF, stv. Vorsitzender ARD/ZDF-Forschungskommission).

Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends werden in der Fachzeitschrift [Media Perspektiven](#) und auf [ard-zdf-massenkommunikation.de](http://ard-zdf-massenkommunikation.de) veröffentlicht.