



Pressemitteilung

12. Oktober 2016

## **ARD/ZDF-Onlinestudie 2016:**

### **84 Prozent der Deutschen sind online – mobile Geräte sowie Audios und Videos mit steigender Nutzung**

**Dynamische Entwicklung in vielen Feldern: So haben die Nutzung über mobile Geräte als auch die Nutzung unterwegs 2016 deutlich zugenommen. Angestiegen ist auch die Anzahl der Nutzer von Video-, und Fernsehinhalten sowie von Audioangeboten. Nachdem die Internetverbreitung insgesamt in den vergangenen Jahren nur noch leicht zugenommen hat, erfährt sie 2016 wieder einen deutlichen Zuwachs. Zu diesen zentralen Ergebnissen kommt die ARD/ZDF-Onlinestudie 2016, die im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission durchgeführt wurde.**

Die Anzahl der Internetnutzer steigt 2016 um zwei Millionen auf 58 Millionen, dies entspricht 84 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung und einem Zuwachs von vier Prozentpunkten (im Vorjahr waren es nur 0,4 Prozentpunkte). Täglich rufen 65 Prozent bzw. 45 Millionen Menschen Netzinhalte ab.

Das Smartphone ist 2016 das meistgenutzte Gerät für den Internetzugang: Zwei Drittel der Bevölkerung und nahezu jeder 14- bis 29-Jährige geht darüber ins Netz. Einen enormen Schub gibt es bei der Unterwegsnutzung: So gehen 28 Prozent der Bevölkerung (19 Millionen) täglich unterwegs ins Internet, sei es in der Bahn, im Café oder bei Freunden – das sind zehn Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. In der Altersgruppe der unter 30-Jährigen sind es bereits 64 Prozent, die täglich unterwegs auf Netzinhalte zugreifen.

Neben der unverändert großen Relevanz des klassischen Fernsehens gewinnt Bewegtbildnutzung über andere Plattformen und Geräte an Bedeutung – dies trifft vor allem auf die Jüngeren zu.

Der Intendant des Hessischen Rundfunks und Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Manfred Krupp ordnet die Ergebnisse ein: „Das mobile Internet gibt dem seit Jahren zu beobachtenden Medienwandel einen weiteren Schub. Neben handybegeisterten Jugendlichen sind inzwischen auch immer mehr ältere Nutzer

'always on'. Die absehbaren Konsequenzen für die Medienmärkte und das Nutzungsverhalten sind eine große technische und inhaltliche Herausforderung für alle Anbieter. Es wird darauf ankommen, die eigenen Stärken von den noch dominanten klassischen Verbreitungswegen auf die neuen Plattformen zu übertragen.“

Der ZDF-Intendant und stellvertretende Vorsitzende der ARD/ZDF-Medienkommission Dr. Thomas Bellut: „Nach wie vor erfährt das konventionelle Fernsehen trotz steigender TV- und Videoangebote im Internet die meiste Aufmerksamkeit. Auch bei Jüngeren, wenngleich sich hier der Medienwandel erkennen lässt. Dem begegnen wir mit dem Relaunch unserer ZDF-Mediathek noch in diesem Jahr, indem wir unsere Inhalte nutzerfreundlich, zeitunabhängig und auf allen Plattformen, also auch mobil, verfügbar machen.“

### **Smartphones sind Treiber der Internetnutzung**

Während 2016 nahezu jeder der 14- bis 49-Jährigen online ist sowie 82 Prozent der 50- bis 69-Jährigen, nutzen mit 45 Prozent weniger als die Hälfte der ab 70-Jährigen das Internet.

Erstmals ist das Smartphone mit 66 Prozent und einem Zuwachs von 14 Prozentpunkten das meistgenutzte Gerät für den Internetzugang, noch vor dem Laptop mit 57 Prozent.

Täglich verbringen die Deutschen 2:08 Stunden online. Dies ist ein Zuwachs von 20 Minuten gegenüber dem Vorjahr. Dabei verbringen Nutzer, die auch mit mobilen Geräten online gehen, täglich 2:43 Stunden und damit 35 Minuten mehr im Internet.

### **Hauptsächliche Netzaktivitäten sind Kommunikation und Mediennutzung**

Der größte Teil der Internet-Tätigkeiten wird mit Kommunikation (39 Prozent) und Medien (25 Prozent) verbracht. Dabei entfallen auf die Mediennutzung, also TV oder Videos sehen, Audios oder Radio hören bzw. Nachrichten oder Artikel im Netz lesen, täglich rund 34 Minuten, wobei nur rund elf Minuten pro Tag mit dem Ansehen von Fernsehsendungen bzw. -beiträgen oder Videos verbracht werden. Im Vergleich zu 2014 ist hier keine Entwicklung festzustellen. Insbesondere bei der Nutzungsdauer besteht nach wie vor ein enormer Abstand zwischen der herkömmlichen Fernsehnutzung und der Online-Bewegt看Bild-Nutzung. In der jüngeren Zielgruppe, 14 bis 29 Jahre, hat Online-Bewegt看Bild allerdings eine höhere Relevanz und liegt bei 30 Minuten. Treiber sind hier vor allem die YouTube-Stars der 14- bis 19-Jährigen.

## **Bewegtbild und Audios entwickeln sich weiter dynamisch**

Unabhängig von der Nutzungsdauer und bezogen auf die Zahl der Menschen, die täglich Videos und Audios im Internet nutzen, ist ein deutlicher Anstieg im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen: 26 Prozent der Gesamtbevölkerung nutzen täglich Bewegtbild (+6 Prozentpunkte), bei 14- bis 29-Jährigen sind es 58 Prozent (+4 Prozentpunkte), bei den über 60-Jährigen acht Prozent (+6 Prozentpunkte).

Ähnlich verhält es sich bei Audioinhalten: 16 Prozent der Bevölkerung hören täglich über das Internet Radio, Musik bspw. bei Streaming-Dienstleistern oder Podcasts (+2 Prozentpunkte). Wöchentlich sind es 33 Prozent (+7 Prozentpunkte).

## **Höchst erfolgreich: Facebook und WhatsApp**

Facebook und WhatsApp gehören zu den meistgenutzten Diensten in Deutschland. Mit Zuwächsen gegenüber 2015 ist gut jeder Fünfte (22 Prozent) täglich auf Facebook, und sogar fast die Hälfte der deutschsprachigen Bevölkerung nutzt täglich WhatsApp (49 Prozent). Snapchat, insbesondere bei Teenagern beliebt, erreicht aktuell vier Prozent tägliche Reichweite, noch hinter Instagram mit sieben Prozent.

Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016, für die vom 21. März bis 8. Mai 2016 bundesweit repräsentativ 1.508 deutschsprachige Erwachsene in Deutschland durch das Institut GfK MCR befragt wurden, sind in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 9/2016) dokumentiert und unter [www.ard-zdf-onlinestudie.de](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de) abrufbar. Erstmals wurde die Festnetzstichprobe im sogenannten Dual-Frame-Verfahren um eine Stichprobe auf Basis von Mobilfunknummern im Verhältnis 60:40 ergänzt.

Hessischer Rundfunk

Pressestelle

Telefon: 069/155-2482

E-Mail: [presse@hr.de](mailto:presse@hr.de)

ZDF

Pressestelle

Telefon: 06131/70-12120

E-Mail: [presse@zdf.de](mailto:presse@zdf.de)

Frankfurt / Mainz 12. Oktober 2016