

## **Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland**

### **ARD/ZDF-Onlinestudie 2019**

#### **Weiter zunehmende Mediennutzung im Internet**

**Über viele Jahre hinweg hat die Internetnutzung in Deutschland stetig zugenommen. Mittlerweile ist in vielen Bereichen eine Kontinuität festzustellen. Weiter gestiegen ist dagegen die mediale Internetnutzung. Zu diesen zentralen Ergebnissen kommt die ARD/ZDF-Onlinestudie, die im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt wird und seit 1997 jährlich Basisdaten zur Internetnutzung in Deutschland bereitstellt.**

2019 nutzen – wie auch im vergangenen Jahr – rund 90 Prozent der Bevölkerung das Internet zumindest gelegentlich. Hingegen steigt im Vergleich zum Vorjahr die Tagesreichweite des Internets: Demnach gaben - bezogen auf die Gesamtbevölkerung - 71 Prozent der Befragten an, an einem normalen Tag online gewesen zu sein, 2018 waren es 67 Prozent. Bei den 14- bis 29-Jährigen beträgt diese sogenannte Tagesreichweite 98 Prozent.

Die Unterwegsnutzung des Internets ist in weiten Teilen der Bevölkerung auch 2019 auf konstant hohem Niveau – mit Tendenz nach oben. Bei den unter 50-Jährigen nutzen etwas über 90 Prozent das Internet zumindest gelegentlich unterwegs, bei über 70-Jährigen ist es nur knapp jeder Dritte.

Mit Blick auf die Nutzung des Internets zum Anschauen von Videos, Hören von Audios oder Lesen von Texten lässt sich festhalten, dass an einem normalen Tag 41 Prozent das Internet für diese medialen Tätigkeiten nutzen. Bewegtbild liegt dabei mit 25 Prozent etwas vor Text (22 Prozent) und Audio (19 Prozent).

Insgesamt 87 Minuten verbringt die Bevölkerung im Durchschnitt pro Tag mit medialen Inhalten im Internet. Das sind fünf Minuten mehr als 2018. Insbesondere die Streamingdienste im Bereich Video (Netflix, Amazon Prime Video, usw.) und im Bereich Musik (Spotify, YouTube, usw.) sind Treiber dieser Entwicklung. Aber auch Mediatheken und Videos auf Social-Media-Plattformen sowie Nachrichtenportalen sind wie Radio- und Textnutzung relevante Bestandteile der Mediennutzung online.

ARD<sup>1</sup>



ONLINESTUDIE

Mediatheken werden von mehr als einem Drittel mindestens einmal pro Monat genutzt. Mit Abstand am beliebtesten sind die Angebote von ARD und ZDF mit 25, bzw. 26 Prozent, dabei weisen die 30- bis 49-Jährigen die stärkste Nutzung auf. Video-on-Demand-Angebote hingegen werden am stärksten von 14- bis 29-Jährigen genutzt. Auch bei der Audionutzung im Internet zeigt sich, dass Jüngere stärker auf Streamingangebote setzen, Ältere eher auf das Livehören von Radio über das Internet. Podcasts werden konstant von jedem Fünften mindestens monatlich genutzt.

„Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie zeigen, dass wir mit unserer Strategie der Fokussierung und Stärkung der digitalen Angebote der ARD richtig liegen. Die Konzentration des digitalen Portfolios entspricht dem, was die Menschen erwarten und nutzen. Der Trend zu noch stärkerer On-Demand-Nutzung bei Nachrichten wie auch im Audio- und Videobereich zeigen die großen Chancen für unsere starken Marken wie die Tagesschau sowie für die neue ARD Mediathek und die ARD Audiothek und deren Weiterentwicklung“, so die Einschätzung von Benjamin Fischer, Leiter von ARD Online und des ARD Digitalboards, zu den Ergebnissen der Studie.

Martin Berthoud, Leiter der Hauptabteilung ZDF-Programmplanung ergänzt: „Die weiter zunehmende Bedeutung non-linearer Videonutzung erfordert, die ZDFmediathek noch stärker als bislang als eigenständigen Ausspielkanal in die Planungsstrategie der ZDF-Senderfamilie einzubauen. Nachrichten, Dokumentationen, Comedys, Serien, Filme, Kinder- und Kulturprogramme umfangreich, schnell und in eigenen Publikationsrhythmen zu präsentieren, non-lineare mit linearer Planung zu verzahnen und dadurch die Zugänglichkeit der ZDF-Programm-Marken für die Zuschauer zu erhöhen, steht im Mittelpunkt integrierter linearer/non-linearer Planung.“

Wie auch 2018 hat das Fernsehgerät in der Bevölkerung die höchste Verbreitung, 95 Prozent nutzen es zumindest gelegentlich. Das Smartphone liegt mit 83 Prozent auf Platz zwei. Bei jungen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren ist die Reihenfolge umgekehrt: 100 Prozent nutzen ein Smartphone, 87 Prozent ein Fernsehgerät.

Im Bereich Social Media sind nach wie vor WhatsApp, Facebook und Instagram am relevantesten. Drei Viertel der Bevölkerung (76 Prozent) kommunizieren täglich über WhatsApp, 21 Prozent nutzen Facebook und 13 Prozent Instagram. Dabei weist Instagram unter allen Social-Media-Angeboten die höchste Nutzungssteigerung auf und wird vor allem von unter 30-Jährigen genutzt. Snapchat, Twitch, Xing, LinkedIn

ARD<sup>1</sup>



ONLINESTUDIE

und Twitter folgen mit großem Abstand. TikTok erreicht täglich 5 Prozent der 14- bis 29-Jährigen.

Weiteres Ergebnis der Studie: Jeder dritte Deutsche hat schon mal einen Sprachassistenten verwendet. 29 Prozent der Bevölkerung nutzt sie über das Smartphone, 10 Prozent über einen smarten Lautsprecher. Siri auf dem iPhone und Alexa auf dem Amazon Echo sind am weitesten verbreitet.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2019 wurde im Rahmen der „Studienreihe Medien und ihr Publikum (MiP)“ und im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt. Die Ergebnisse beruhen auf dem fusionierten Datensatz mit den Kerndaten der Massenkommunikation Trends 2019. Im Jahr 2019 wurden in einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe insgesamt 2000 deutschsprachige Personen ab 14 Jahren befragt. Die Feldarbeit wurde erstmals vom Institut Kantar durchgeführt und dauerte von Ende Januar bis Mitte April 2019. Eine ausführliche Analyse der Daten ist in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 9/2019) dokumentiert. Außerdem werden mit dieser Pressemitteilung eine Infografik und ein 16-seitiges PDF mit den wichtigsten Ergebnissen veröffentlicht, die wie die Fachartikel auf der Website <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de> bereitgestellt werden.

Ansprechpartner:

Hessischer Rundfunk

ZDF

Pressestelle

Presse und Information

Telefon: 069/155-2482

Telefon: 06131/70-12120

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

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

Frankfurt / Mainz, 10. Oktober 2019