



ARD/ZDF-Onlinestudie 2023

Grundlagenstudie im Auftrag der



**FORSCHUNGS
KOMMISSION**



**ONLINESTUDIE
2023**

Kernergebnisse und Methode



Methode und Vorgehen



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland



Erhebungsverfahren: Zufallsstichprobe nach ADM-Grundlagen, Telefon-Stichprobe mit Dual-Frame (60:40) plus Online-Stichprobe



Fallzahl: N = 2.000 nach Fusion / N = 1.501 für das Modul Onlinestudie (n = 630 Festnetz-, n = 420 Mobilfunk-, n=451 Online-Stichprobe)



Befragungsdauer: 22,7 Minuten (Festnetz 24,5 Minuten; Mobilfunk 24,6 Minuten; Online 18,3 Minuten)



Erhebungszeitraum: 5 Wochen Feldzeit: 6. März bis 9. April 2023



Gewichtung: nach Strukturvorgaben der ma Audio



Durchführung: GIM (Wiesbaden); ANKORDATA (Frankfurt am Main)

Zusammenfassung der Ergebnisse der Onlinestudie 2023

Allgemeine Internetnutzung

2023 nutzen 95 Prozent der Bevölkerung das Internet. Die Internet-Tagesreichweite bestätigt den Vorjahreswert von 80 Prozent. Annähernd alle unter 50 Jahren sind täglich online, bei den über 70-Jährigen ist es knapp die Hälfte (46%).

Mediale Internetnutzung

An einem Durchschnittstag nutzen 65 Prozent der Deutschen das mediale Internet. Bewegtbild liegt dabei mit 50 Prozent vorn, Audio (37%) und Text (36%) liegen fast gleichauf. Die Nutzungsdauer des medialen Internets geht auf 139 Minuten zurück.

Video online: Mediatheken und Streamingdienste

Die Sender-Mediatheken werden bei breitem Altersspektrum von 71 Prozent der Bevölkerung zumindest selten genutzt. Bei den Video-Streamingdiensten sind es 60 Prozent. Während 93 Prozent der jüngsten Altersgruppe mindestens selten streamen, liegt die Nutzung der 30- bis 49-jährigen bei 81 Prozent. Fast ein Viertel ruft mindestens wöchentlich Bewegtbild-Inhalte von ARD (22%) oder ZDF (21%) auf. Damit liegen sie hinter Netflix (36%) und Amazon Prime Video (26%).

Audio online: Musikstreaming, Liveradio und Podcasts

Die Audio-Nutzung im Internet hat eine Plateau-Phase erreicht. Sowohl Podcasts als auch Livestreams von Radioprogrammen werden täglich oder wöchentlich von jeweils rund 30 Prozent genutzt, Musikstreaming-Dienste von 41 Prozent. Eindeutiger Marktführer ist hier Spotify (30% regelmäßige Nutzung).

Social Media: Instagram und Facebook weiter an der Spitze

Instagram hat in diesem Jahr mit 35 Prozent täglicher oder wöchentlicher Nutzung Facebook (32%) von der Spitze abgelöst. Mit deutlichem Abstand werden die nächsten Plätze in der Rangfolge von TikTok (15%), Snapchat (13%) und Pinterest (11%) belegt.

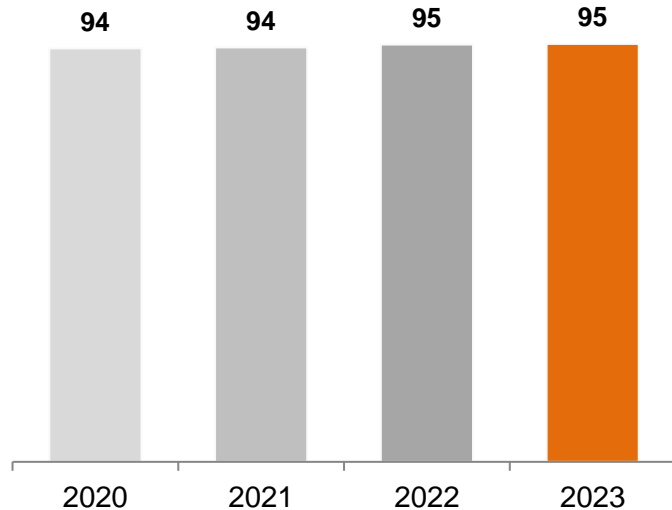


Internetnutzung allgemein, Internet-Anwendungen, Unterwegsnutzung

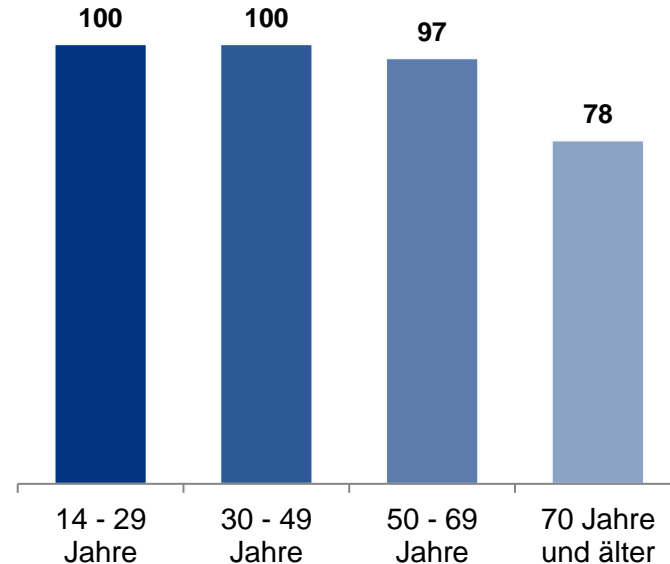
Die allgemeine Internetnutzung bleibt auf einem konstant hohen Niveau. In der Gruppe ab 70 Jahren nutzt knapp ein Viertel das Internet überhaupt nicht.

Internetnutzung, Angaben in Prozent

Internetnutzung Gesamt



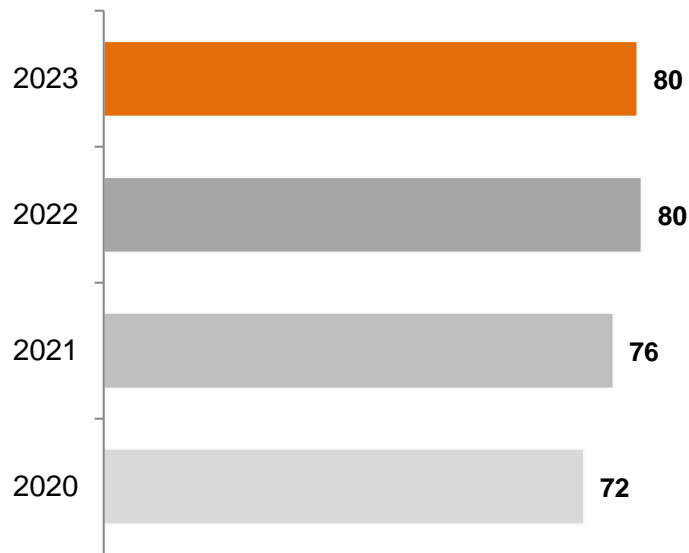
Internetnutzung Gesamt 2023 nach Alter



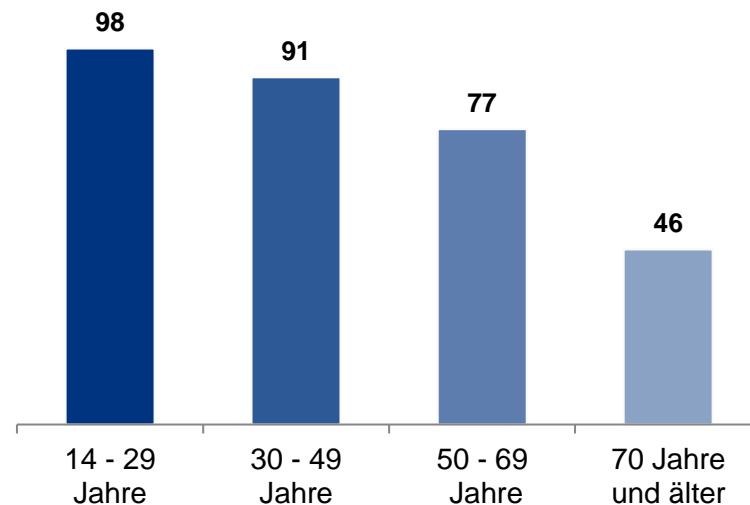
Unverändert vier von fünf Menschen in Deutschland nutzen pro Tag das Internet. In den Altersgruppen gibt es deutliche Unterschiede.

Internetnutzung, Angaben in Prozent

Tagesreichweite Internet



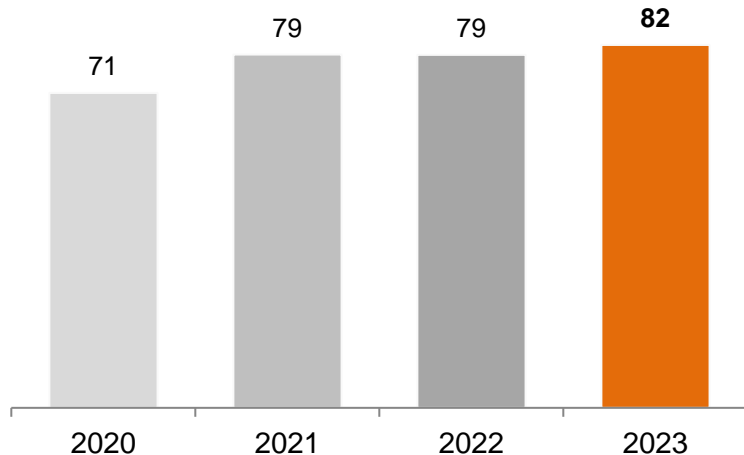
Tagesreichweite 2023 Internet nach Alter



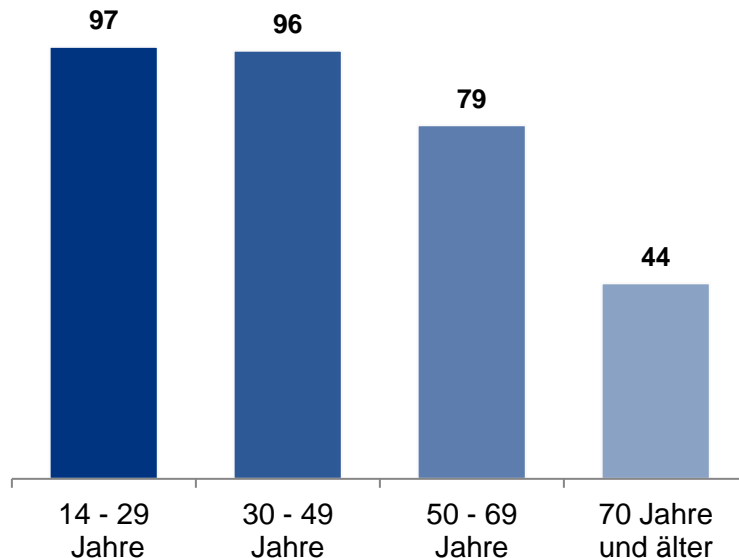
Die mobile Internetnutzung erreicht – nach der Pandemie – einen neuen Höchstwert. Bis 49 Jahre sind nahezu alle mobil im Internet.

Internetnutzung unterwegs (zumindest selten), Angaben in Prozent

Internet-Nutzung unterwegs

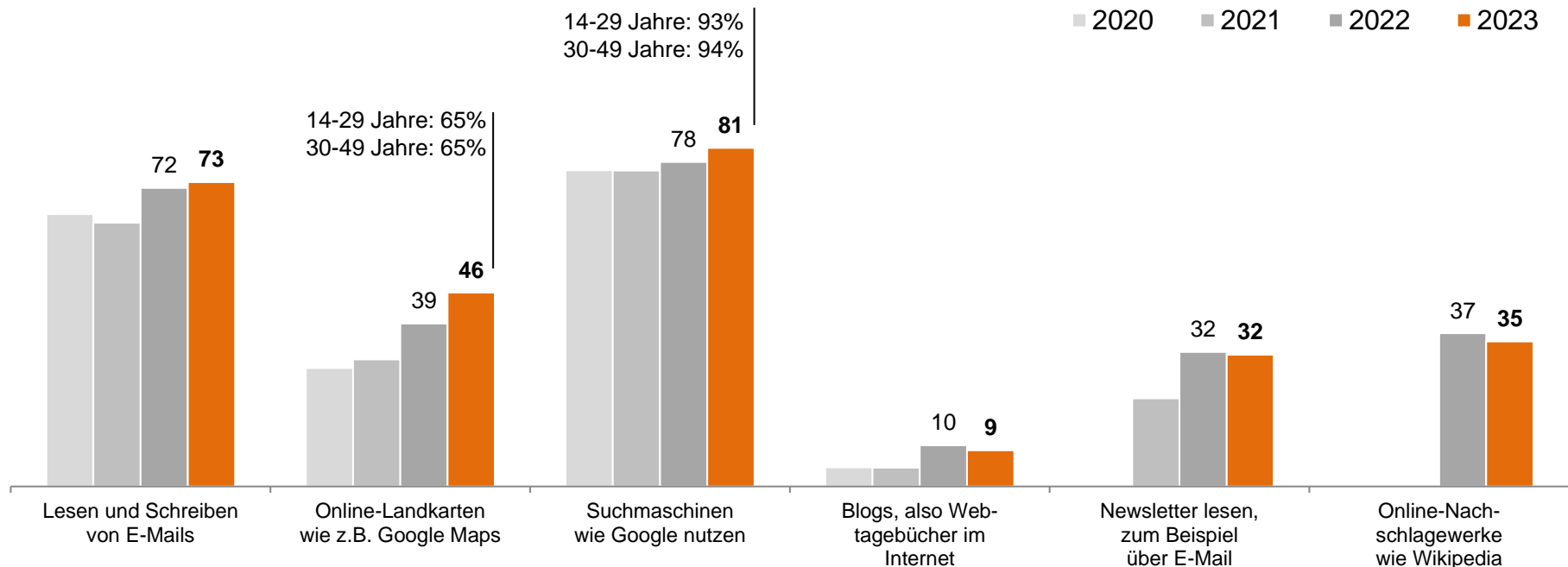


Internet-Nutzung unterwegs nach Alter



Suchmaschinen und E-Mails werden von einer großen Mehrheit genutzt. Die Nutzung von Online-Landkarten nimmt deutlich zu.

Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent

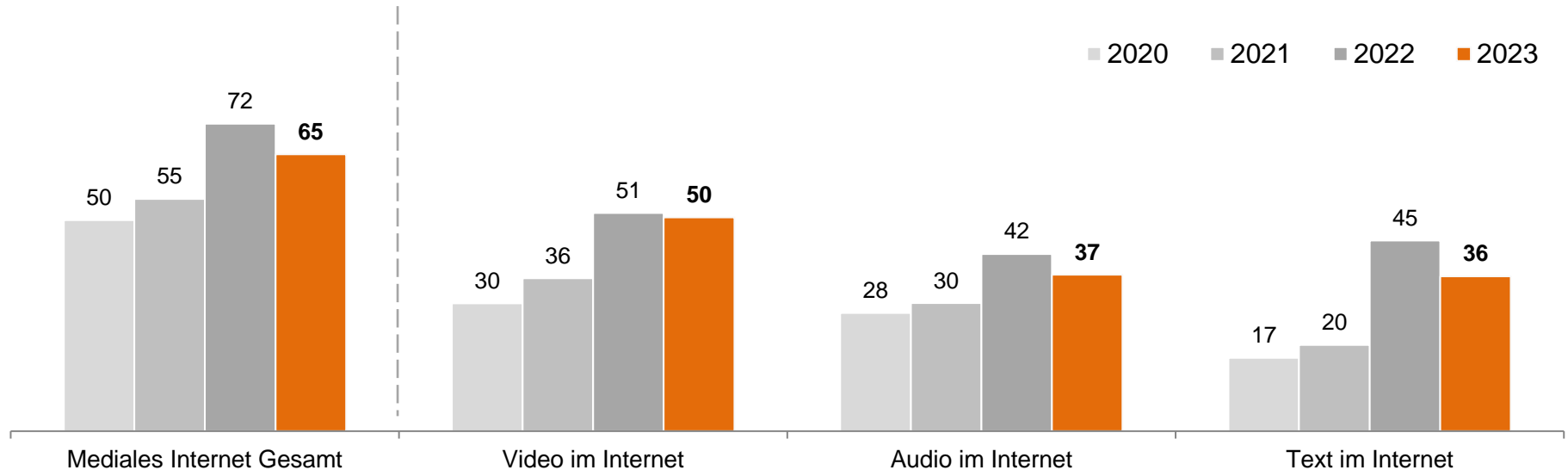


A young couple is sitting on a dark blue sofa in a bright, modern living room. The woman, on the left, has long blonde hair and is wearing a brown knitted sweater. She is smiling broadly and resting her chin on her hand. The man, on the right, has dark hair and a beard, wearing a grey sweater over a white t-shirt. He is holding a smartphone and looking at it with a smile. The background is softly blurred, showing a white wall and a patterned cushion on the sofa.

Mediale Internetnutzung

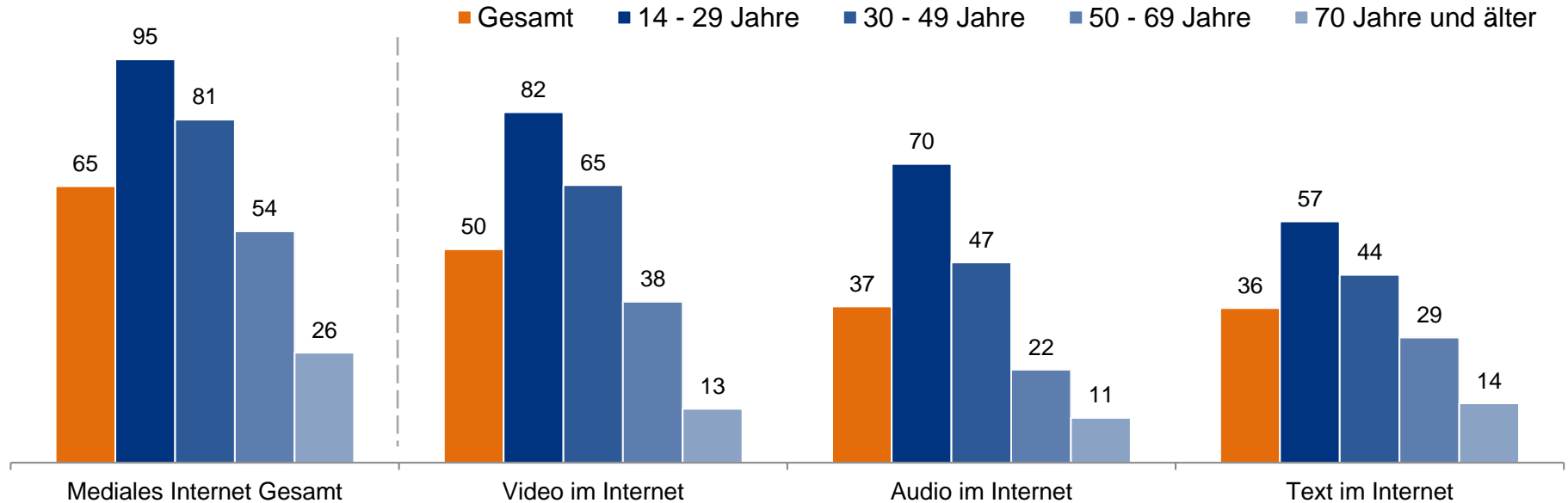
Die tägliche mediale Internetnutzung geht allgemein auf hohem Niveau leicht zurück, am stärksten bei digitalen Texten.

Nutzung mediales Internet, Tagesreichweite in Prozent



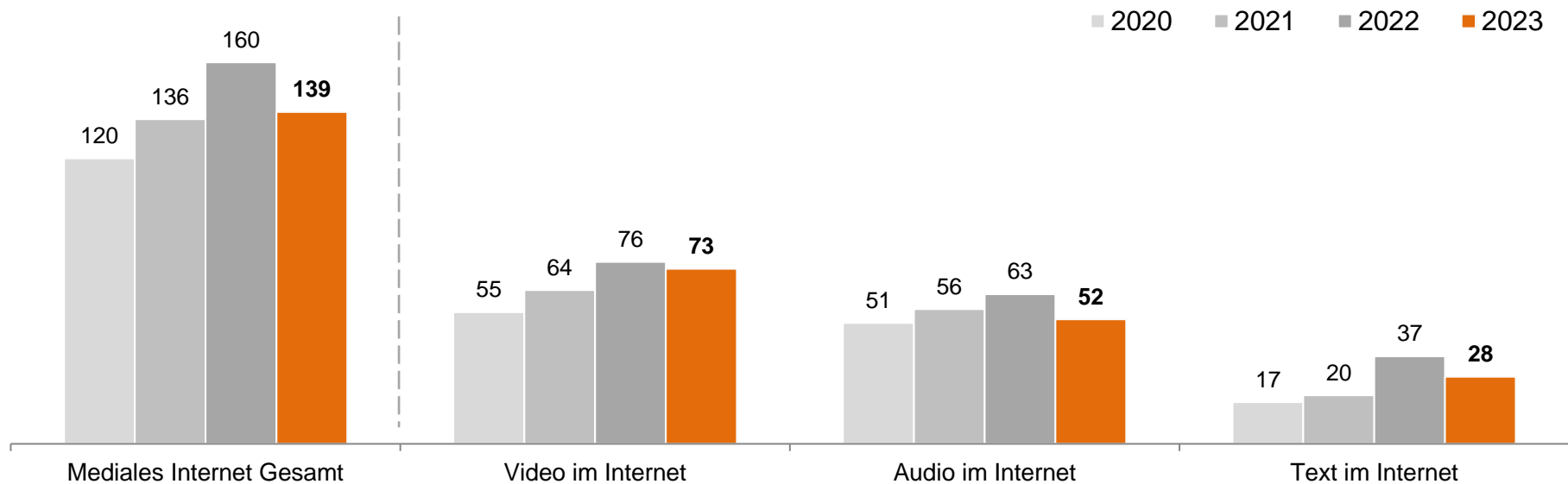
Je jünger, desto weiter verbreitet ist die tägliche Nutzung von Medien im Internet. Über 70-Jährige weisen die mit Abstand geringste Tagesreichweite auf.

Nutzung mediales Internet 2023, Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent



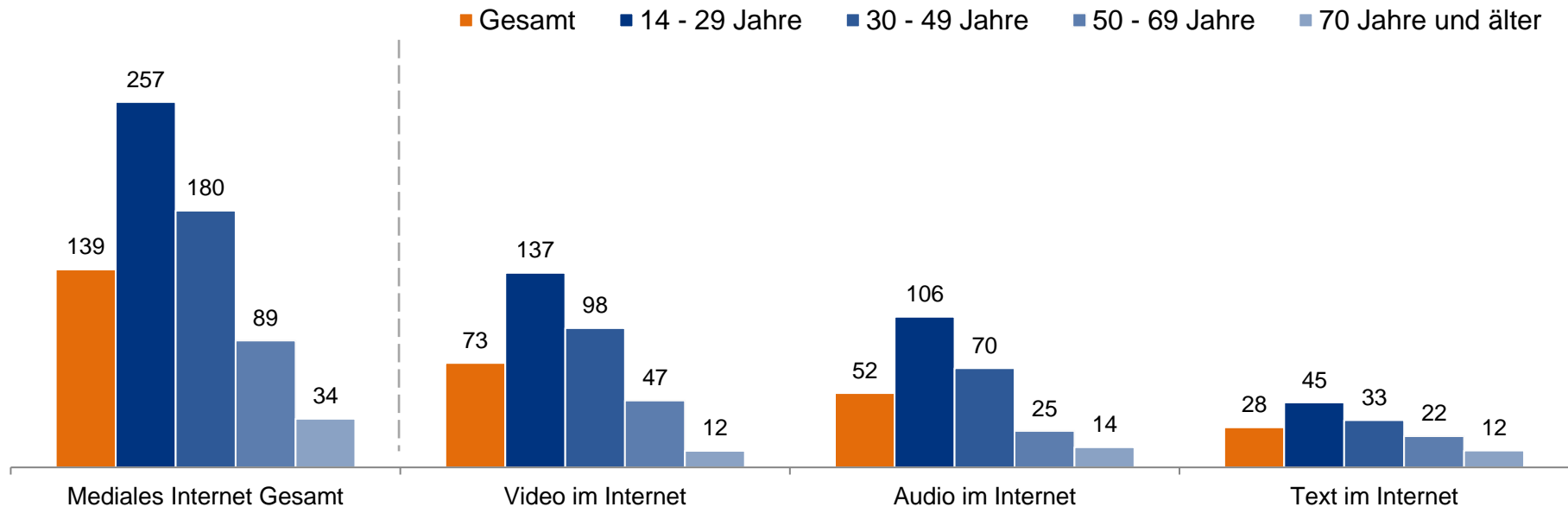
Nach einem Nutzungshoch im Jahr 2022 gehen die Nutzungsvolumina beim medialen Internet im Zuge der weitergehenden Normalisierung etwas zurück.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag in Minuten



Bei der Nutzungsdauer zeigen sich die Alters-Unterschiede noch deutlicher: Unter 50 Jahre werden Medien um ein Vielfaches mehr genutzt als darüber.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag und nach Alter in Minuten

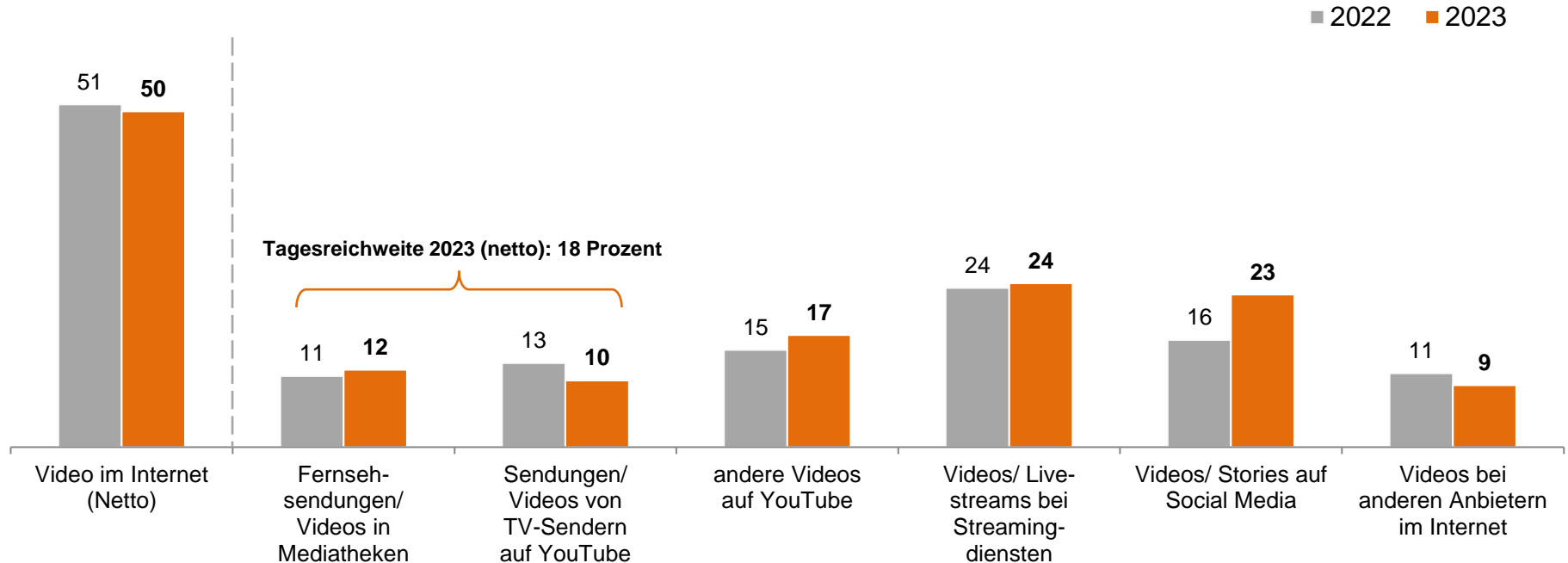




Mediale Internetnutzung: Video

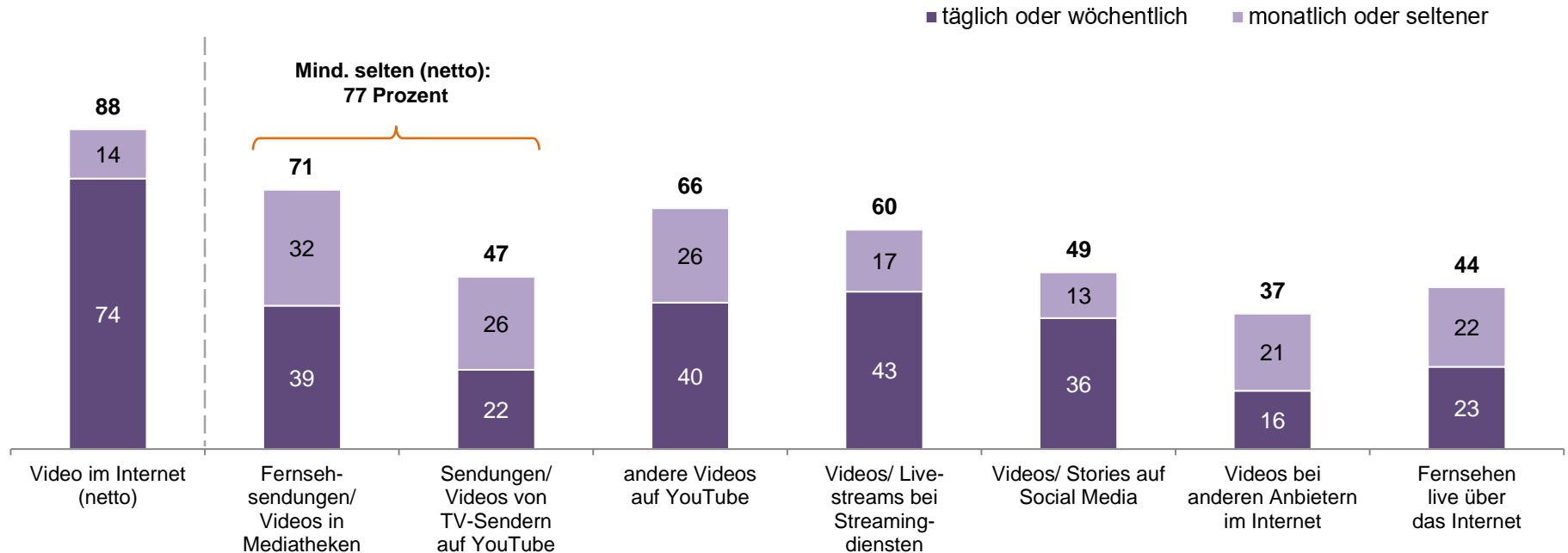
Online-Videos werden von 50 Prozent täglich genutzt. Videos auf Social Media legen spürbar zu. Streamingdienste erreichen täglich 24 Prozent.

Video im Internet, Tagesreichweite in Prozent



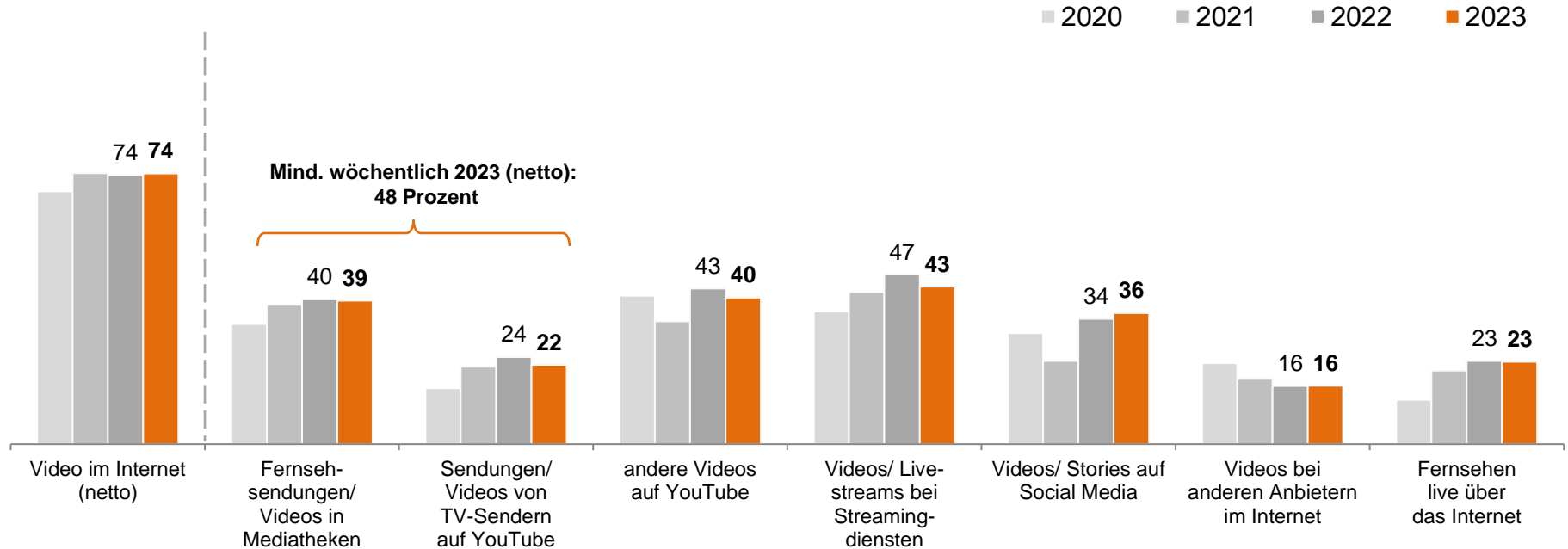
Fast neun von zehn Personen nutzen mindestens selten Videos im Netz. Über drei Viertel nutzen TV-Content non-linear, 60% Streamingdienste.

Nutzung Video über das Internet 2023, Angaben in Prozent



In der Wochenreichweite ist erstmals eine Plateauphase erkennbar: Mediatheken und Streamingdienste ohne weitere Zuwächse.

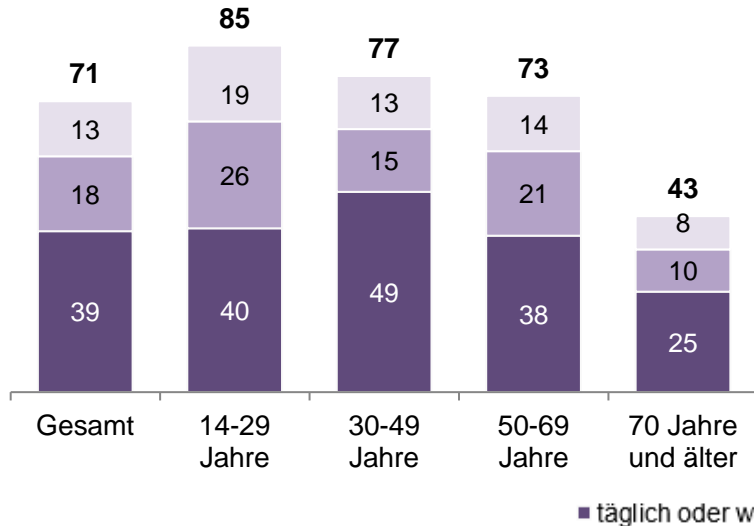
Nutzung Video über das Internet, Nutzungshäufigkeit mind. 1x pro Woche in Prozent



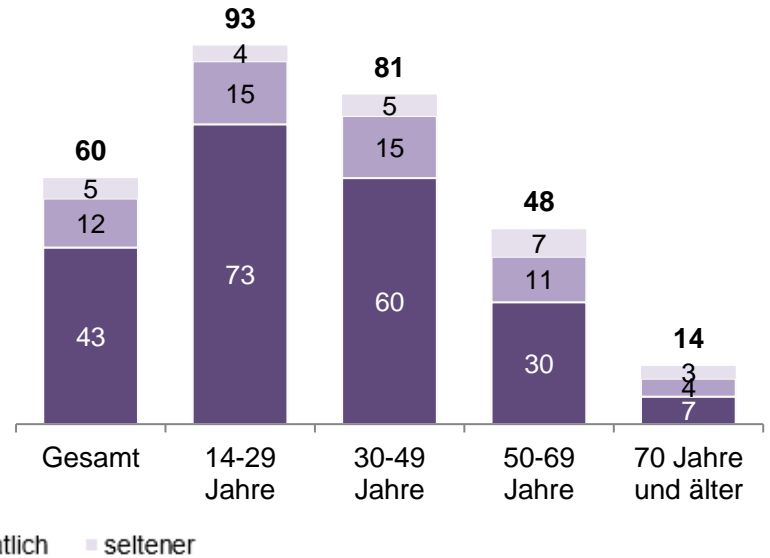
Während Mediatheken breite Bevölkerungsschichten in großer Zahl erreichen, sind Streamingdienste vor allem bei unter 50-Jährigen erfolgreich.

Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent

Mediatheken allgemein

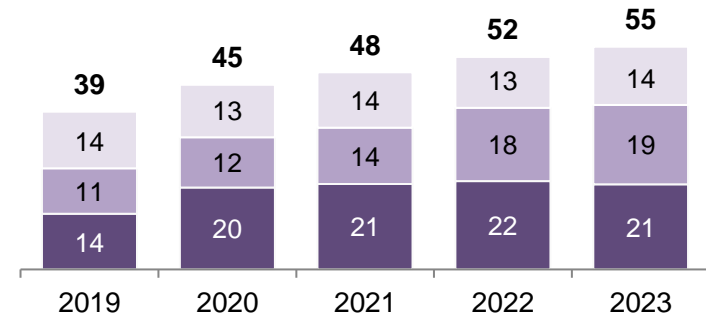
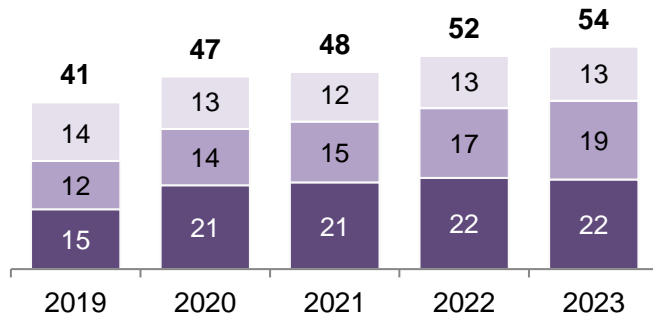


Videostreaming-Dienste



Die Mediatheken von ARD und ZDF erreichen über die Hälfte der Bevölkerung. Das Wachstum findet derzeit in der monatlichen und seltenen Nutzung statt.

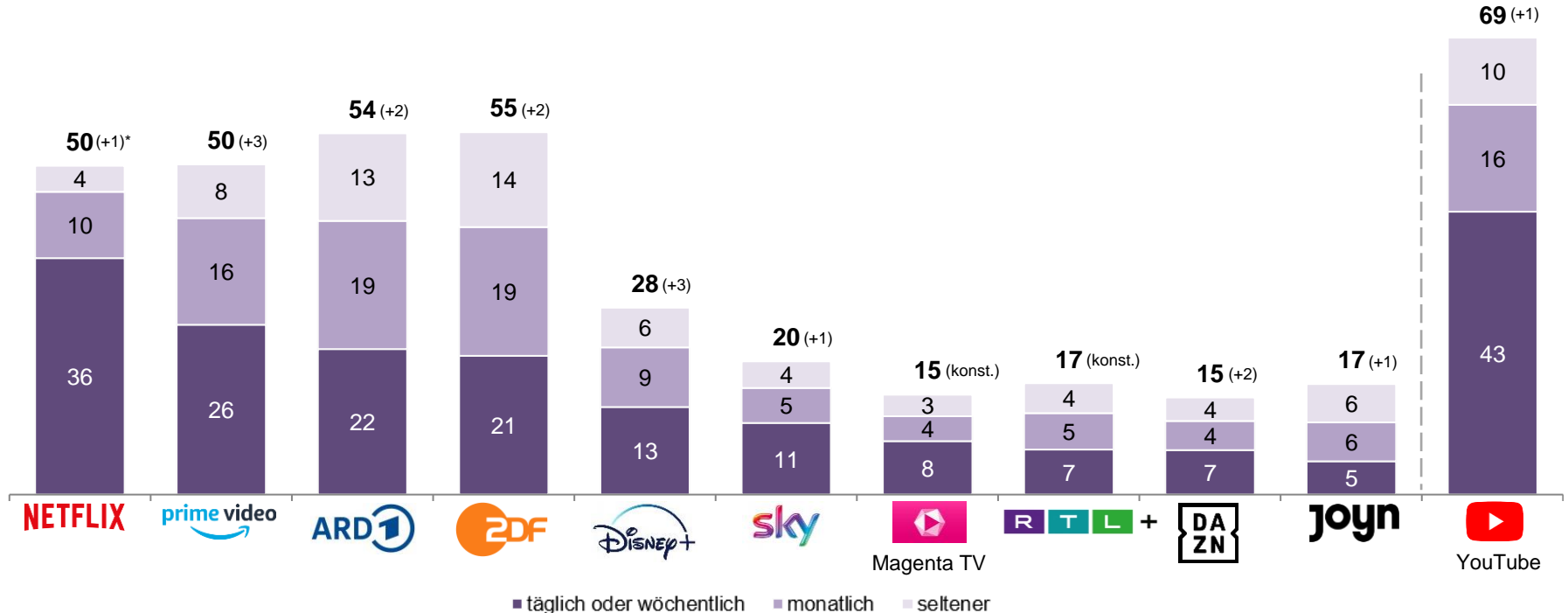
Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent



■ täglich oder wöchentlich ■ monatlich ■ seltener

Netflix liegt bei der regelmäßigen Nutzung auf Platz 1. ARD und ZDF erreichen jeweils mehr als die Hälfte der Bevölkerung. YouTube mit Sonderstellung.

Nutzung Videostreaming, Angaben in Prozent, sortiert nach täglich oder wöchentlich

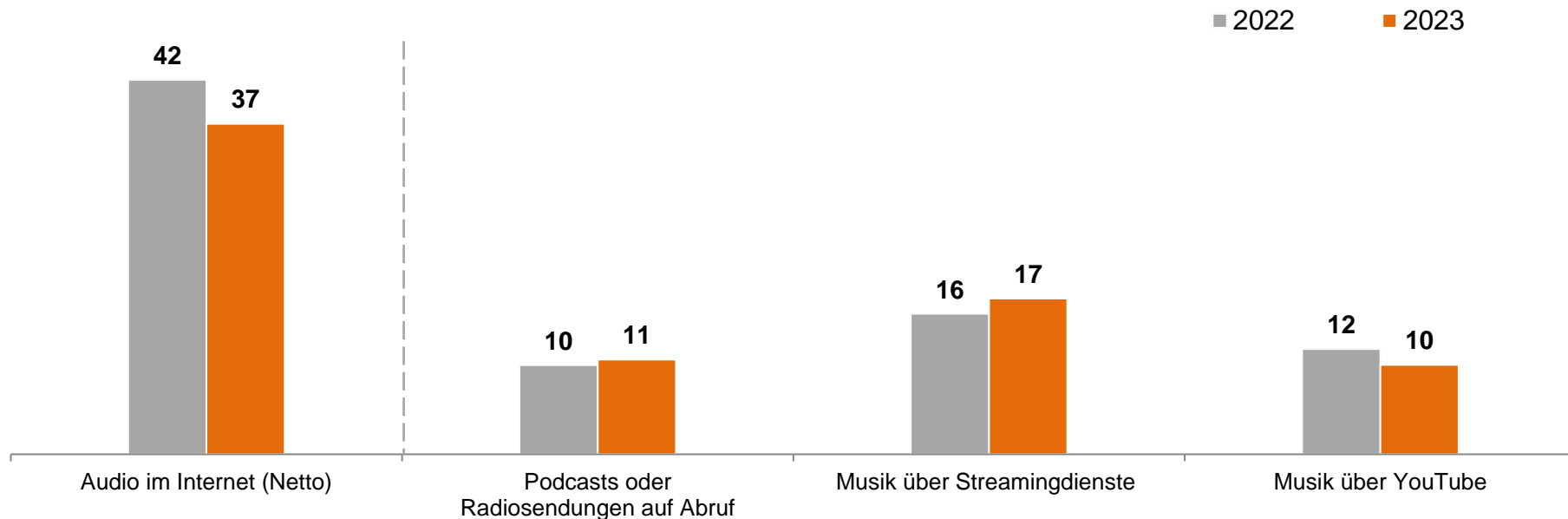


Mediale Internetnutzung: Audio



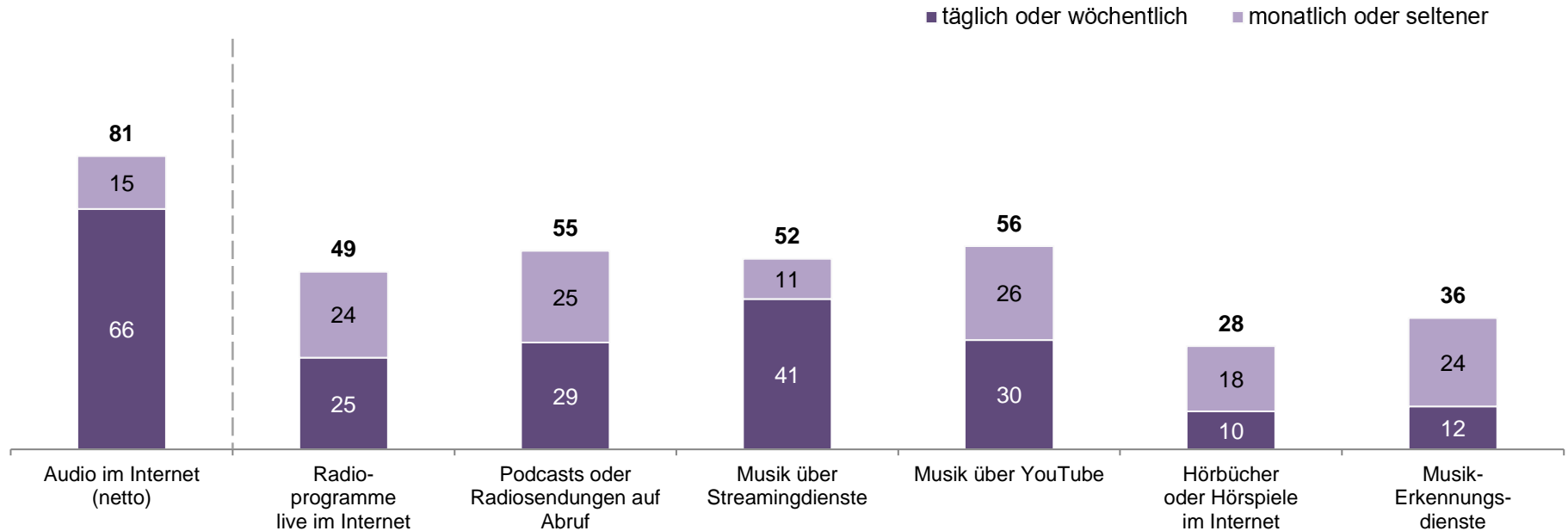
Die Tagesreichweite von Audio online geht in Summe zurück. Podcasts und Streamingdienste quasi konstant; zunehmende Nutzungsüberschneidungen.

Audio im Internet, Tagesreichweite in Prozent



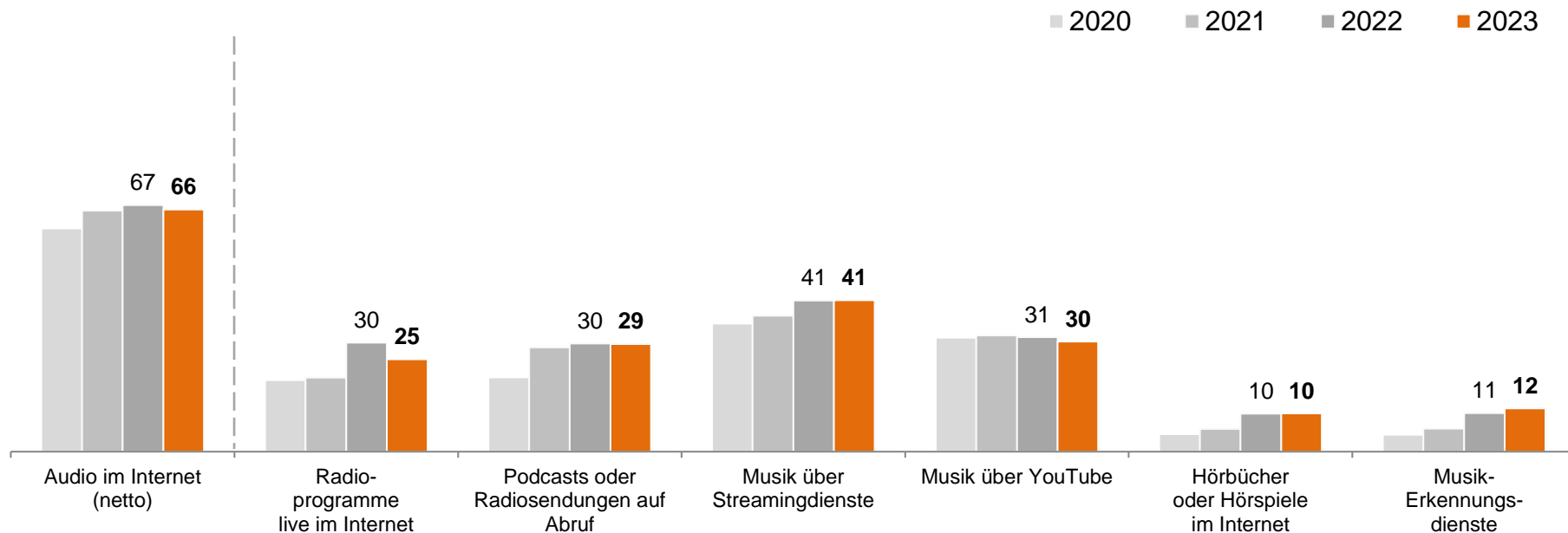
Vier von fünf Personen nutzen Audio-Angebote im Internet. Musik über Streamingdienste oder YouTube, Podcasts und Radio live am beliebtesten.

Nutzung Audio über das Internet 2023, Angaben in Prozent



Die Audio-Wochenreichweite online bleibt stabil bei zwei Drittel der Personen. Radio im Livestream nach starkem Anstieg im Vorjahr wieder leicht rückläufig.

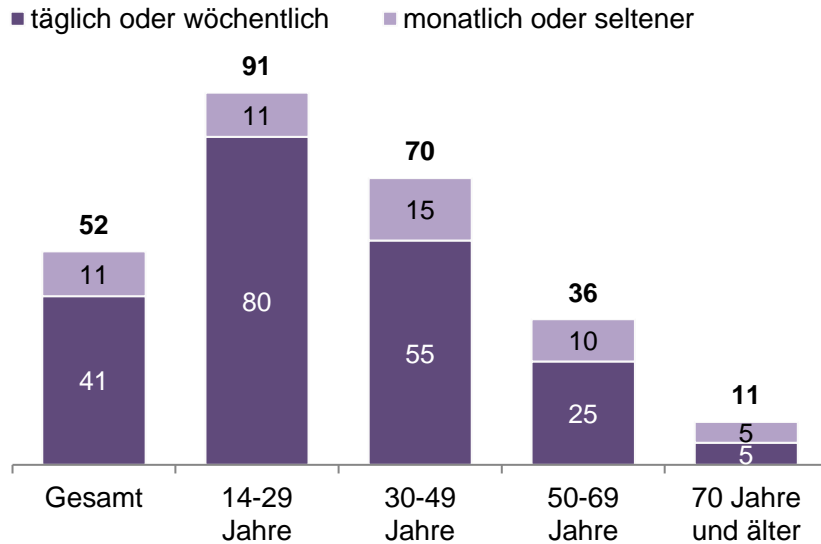
Nutzung Audio über das Internet, Nutzungshäufigkeit mind. 1x pro Woche in Prozent



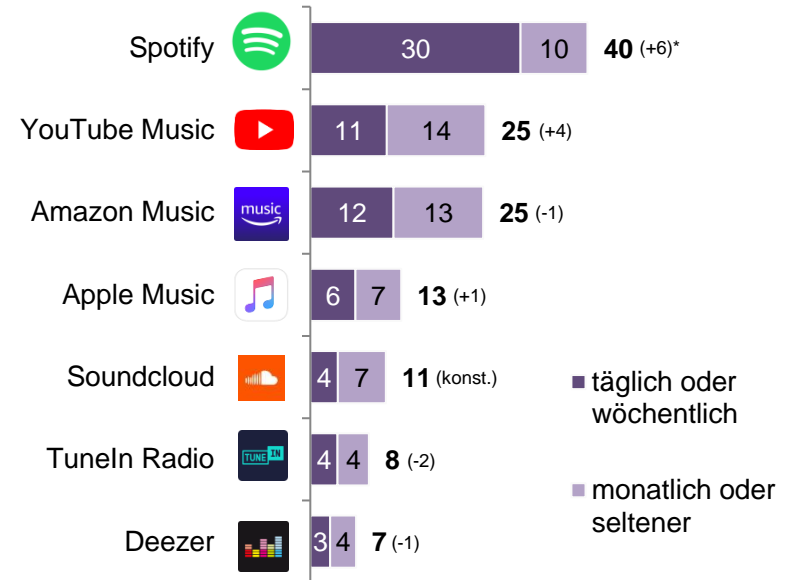
Spotify kann seine dominante Marktstellung ausbauen. YouTube Music überholt Amazon Music erstmals. Beide werden nun von jeder/jedem Vierten genutzt.

Nutzung Musikstreaming, Angaben in Prozent

Musikstreaming-Dienste



Anbieter für Musikstreaming

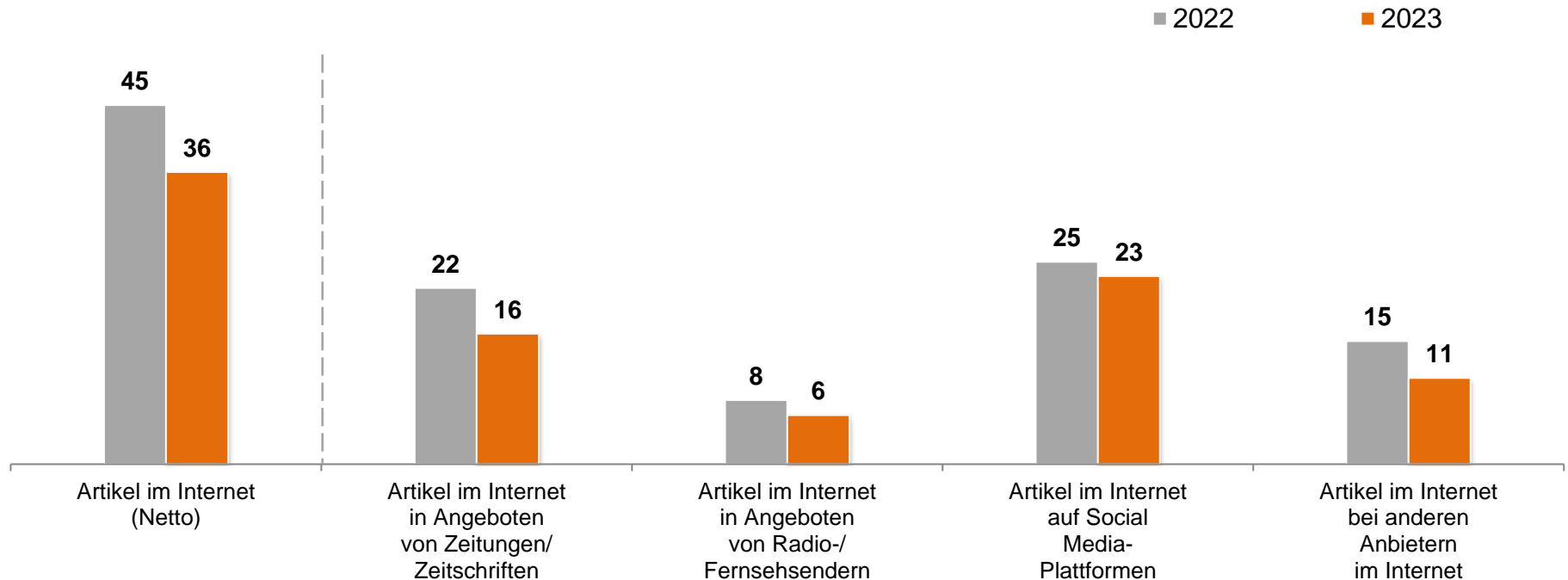


Mediale Internetnutzung: Text



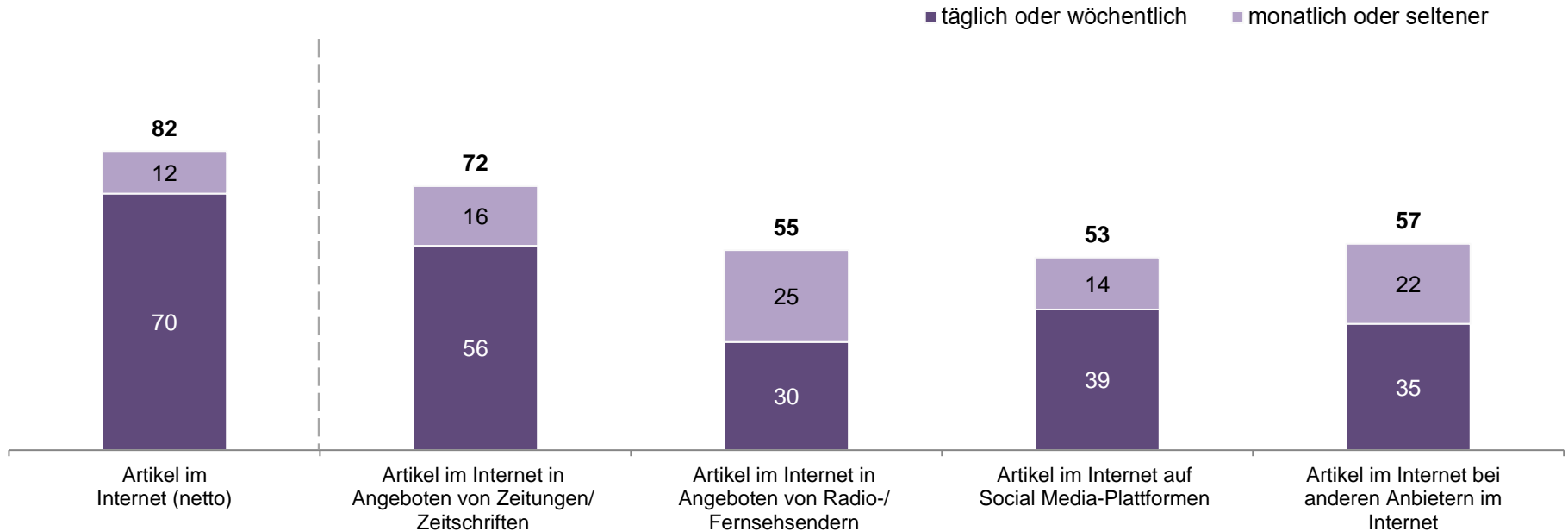
Die tägliche Artikelnutzung online sinkt spürbar. Alle Teil-Angebote sind rückläufig.

Text im Internet, Tagesreichweite in Prozent



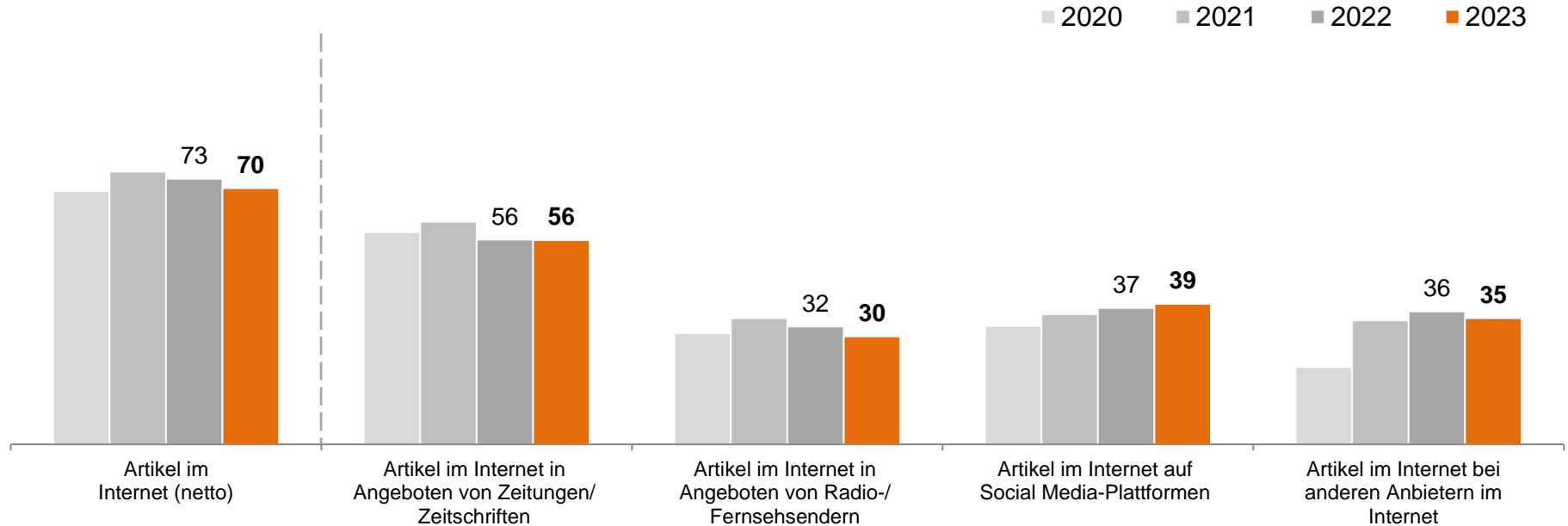
Über 80% nutzen allgemein Text im Netz. Digitale Angebote von Zeitungen und Zeitschriften erzielen dabei die höchsten Reichweiten.

Nutzung Text über das Internet 2023, Angaben in Prozent



Die wöchentliche Nutzung von Online-Texten nimmt weiter leicht ab. Ein gegenläufiger Trend ist allein bei Artikeln auf Social Media sichtbar.

Nutzung Text über das Internet, Nutzungshäufigkeit mind. 1x pro Woche in Prozent





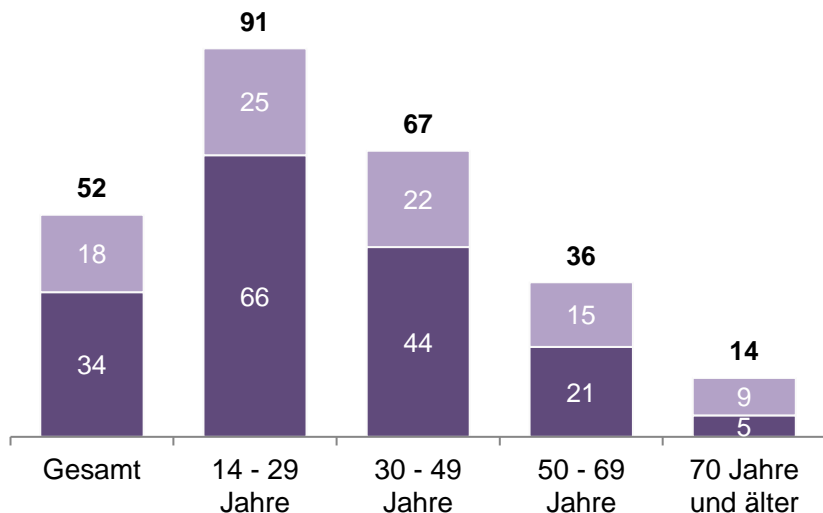
Social Media- Nutzung

Instagram baut seine Führung vor Facebook aus, TikTok hat sich auf Platz 3 etabliert, gefolgt von Snapchat. Twitter (X) mit weniger Reichweite.

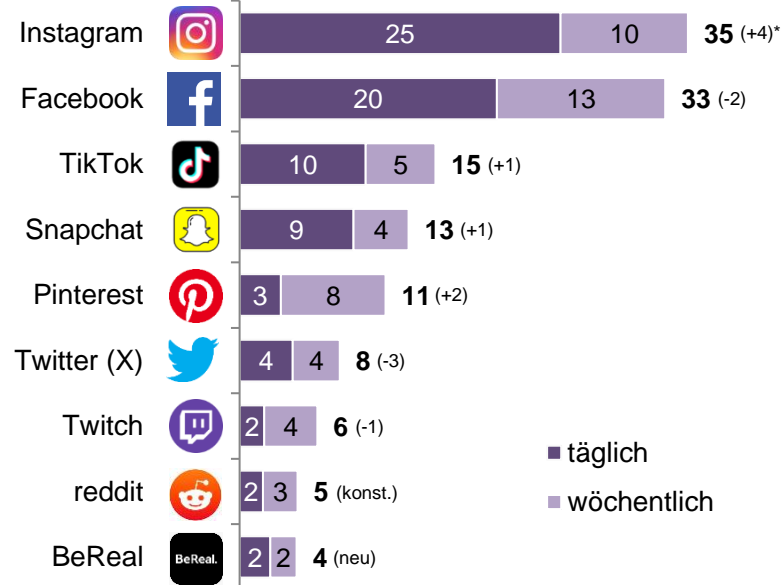
Social Media-Angebote, Angaben in Prozent

Nutzung Social Media (Nettowert)

■ täglich ■ wöchentlich



Social Media-Angebote





Impressum

Die ARD/ZDF-Onlinestudie wird im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt.

Verantwortlich: Dr. Norbert Himmler (Intendant ZDF, Vorsitzender ARD/ZDF-Forschungskommission),
Florian Hager (Intendant hr, stv. Vorsitzender ARD/ZDF-Forschungskommission)

Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie werden auf der Online-Plattform [Media Perspektiven](#)
und auf ard-zdf-onlinestudie.de veröffentlicht.