



ARD/ZDF-Onlinestudie 2021

Grundlagenstudie im Auftrag der



**FORSCHUNGS
KOMMISSION**



ONLINESTUDIE
2021

Kernergebnisse und Methode



Methode und Vorgehen



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland



Erhebungsverfahren: Computergestützte Telefon-Interviews (CATI), 40% Mobilfunkanteil in der Stichprobe (Dual-Frame)



Fallzahl: N = 2.001 nach Fusion / N = 1.502 für das Modul Onlinestudie



Befragungsdauer: Ø ca. 25 Min. Befragungsdauer



Erhebungszeitraum: 7 Wochen Feldzeit: 9. März bis 24. April 2021



Gewichtung: nach Strukturvorgaben der ma Radio



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

Zusammenfassung der Ergebnisse der Onlinestudie 2021

Allgemeine Internetnutzung

2021 nutzen – wie bereits im Vorjahr – 94 Prozent der Bevölkerung das Internet. Im Vergleich zu 2019 und 2020 steigt die Internet-Tagesreichweite um vier Prozentpunkte auf nun 76 Prozent an. Bei den 14- bis 29-Jährigen beträgt sie 99 Prozent, bei den über 70-Jährigen 42 Prozent.

Mediale Internetnutzung

An einem Durchschnittstag nutzen 55 Prozent das mediale Internet. Bewegtbild liegt dabei mit 36 Prozent vor Audio (30 %) und Text (20 %). Die Nutzungsdauer des medialen Internets steigt auf 136 Minuten (+16).

Präferenz Mediatheken und Streamingdienste altersabhängig

Die Sender-Mediatheken werden bei breitem Altersspektrum von zwei Dritteln der Bevölkerung zumindest selten genutzt (66 %). Bei den Video-Streamingdiensten sind es 53 Prozent; sie haben ihren Nutzungsschwerpunkt bei unter 30-Jährigen. Jede*r Fünfte ruft mindestens wöchentlich Bewegtbild-Inhalte von ARD (21 %) oder ZDF (21 %) auf. Damit liegen sie vor Amazon Prime Video (18 %), aber hinter Netflix (32 %).

Audio online: Musikstreaming, Liveradio und Podcasts

Die Audio-Nutzung im Internet steigt weiter an. Musikstreaming, Liveradio und zeitversetzte Audio-Formate (z.B. Podcasts) gewinnen an Reichweite. Musikstreaming ist am weitesten verbreitet: 45 Prozent nutzen es zumindest selten. Spotify ist mit 23 Prozent mindestens wöchentlicher Nutzung eindeutig Marktführer. Podcasts und Radiosendungen auf Abruf im Internet werden täglich oder wöchentlich von 28 Prozent genutzt, Livestreams von Radioprogrammen von 20 Prozent.

Social Media: Facebook und Instagram an der Spitze

Facebook ist mit 28 Prozent täglicher oder wöchentlicher Nutzung die Social-Media-Plattform Nummer 1. Instagram wächst zurzeit jedoch schneller und kommt auf 26 Prozent (+ 6 Prozentpunkte). Bei 14- bis 29-Jährigen ist Instagram mit 73 Prozent deutlich vorne (Facebook 35 %). Pinterest, TikTok, Snapchat und Twitter folgen mit Abstand.

Messenger-Dienste mit hoher täglicher Nutzung

71 Prozent nutzen täglich Messenger, bei unter 30-Jährigen sind es sogar 93 Prozent. Marktführer WhatsApp kommt auf 70 Prozent tägliche Nutzung. Andere Messenger haben deutlich geringere Nutzungswerte.

Zentrale Kennwerte

	Nutzung mind. 1x pro Woche	Tagesreichweite (Nutzung „gestern“/pro Tag)	Nutzungsdauer („gestern“/pro Tag)
Kennwert für...	<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
Erhebung über...	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
Ausweisung in ...	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)

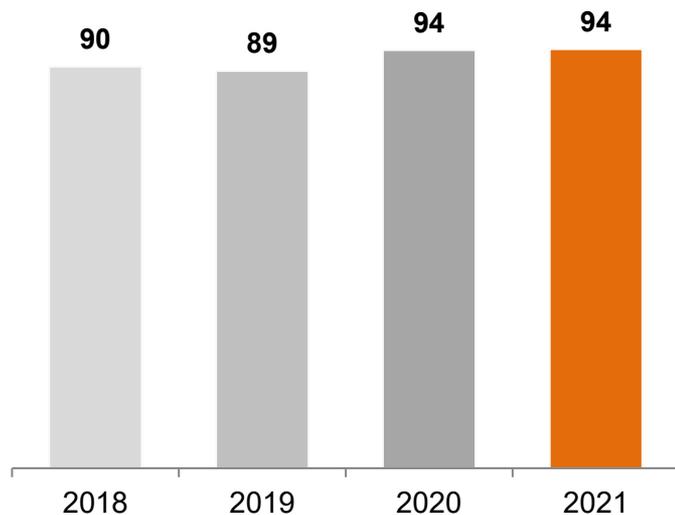


**Internetnutzung allgemein,
Online-Anwendungen,
Unterwegsnutzung,
Sonderfragen Corona**

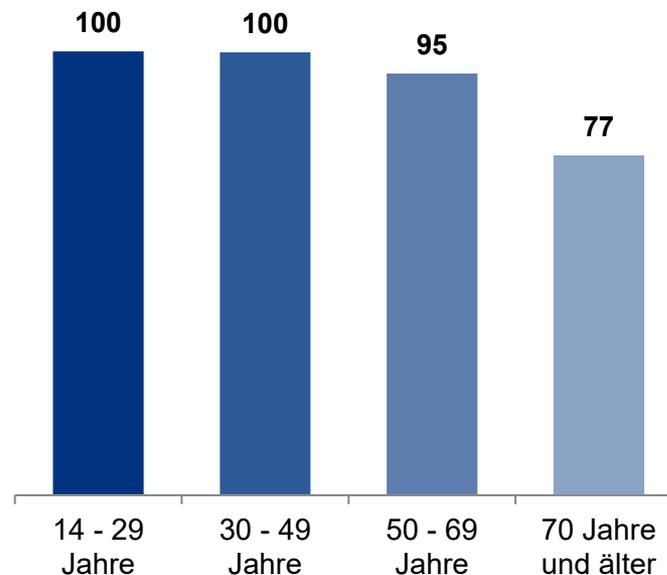
94 Prozent der Bevölkerung nutzen das Internet. 2021 sind alle Menschen unter 50 Jahren online.

Internetnutzung, Angaben in Prozent

Internetnutzung allgemein



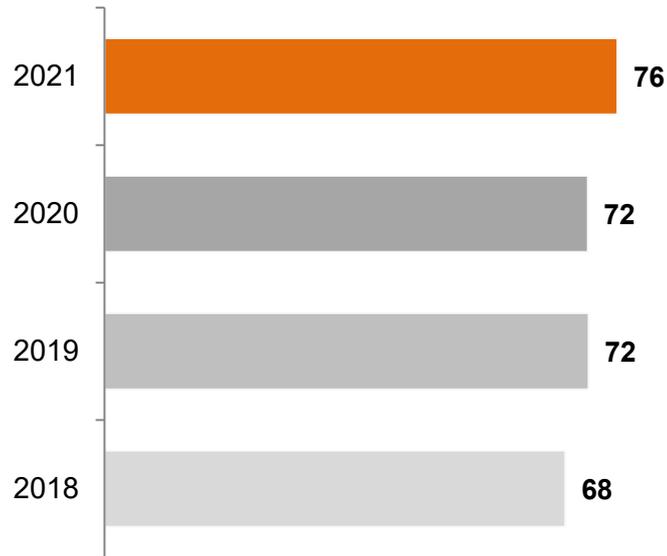
Internetnutzung 2021 allgemein nach Alter



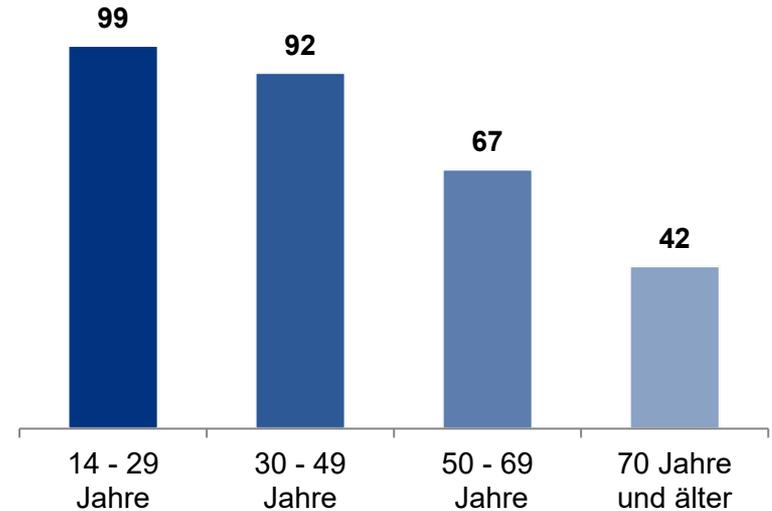
Die Internet-Tagesreichweite steigt weiter an. Insbesondere für die jungen Altersgruppen ist das Internet zum täglichen Begleiter avanciert.

Internetnutzung, Angaben in Prozent

Tagesreichweite Internet

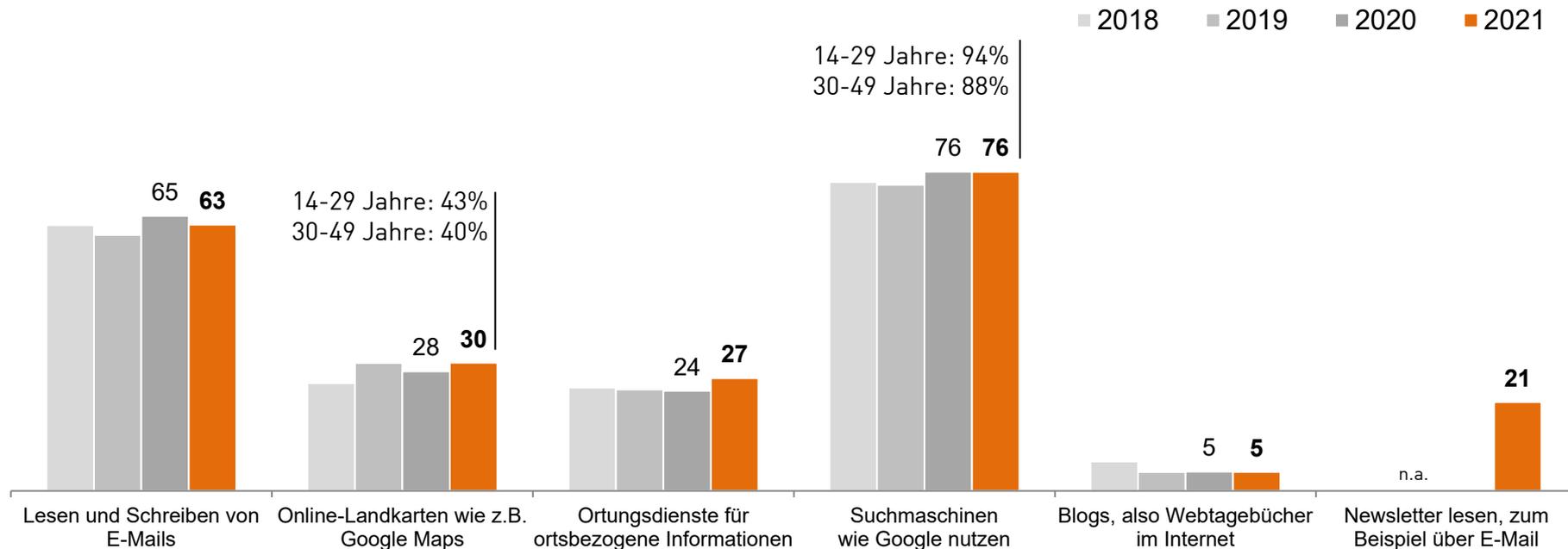


Tagesreichweite 2021 Internet nach Alter



E-Mails, Online-Karten, Ortungsdienste und Suchmaschinen sind Internet-Anwendungen mit hohen Reichweiten.

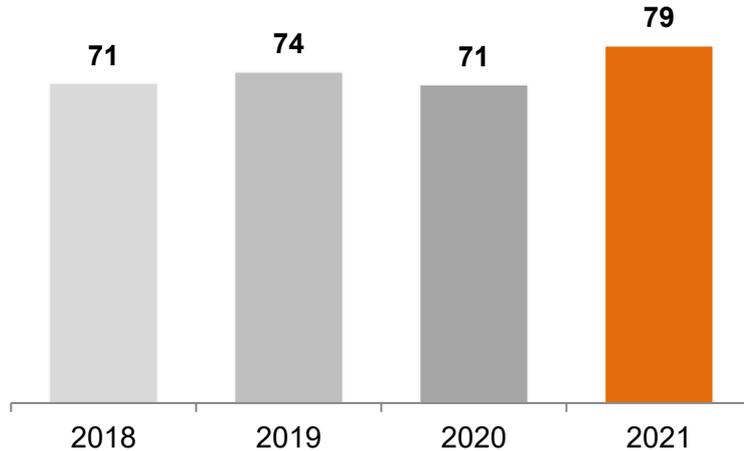
Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent



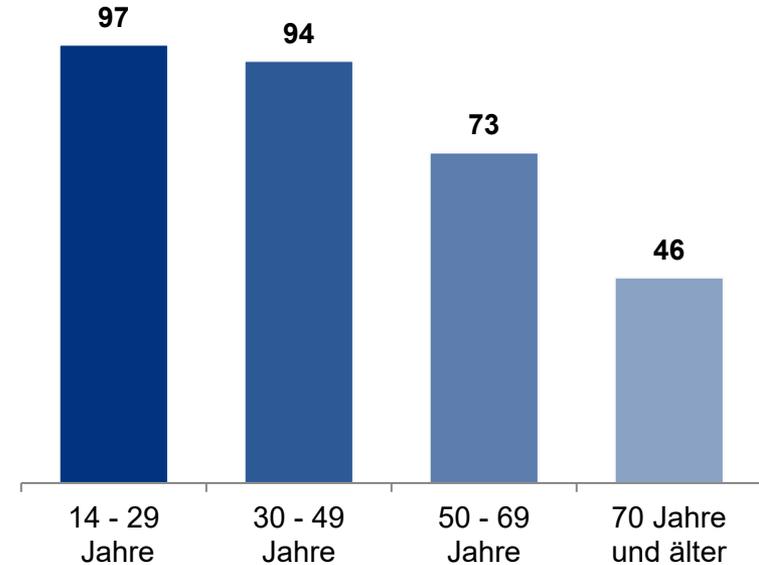
79 Prozent der Bevölkerung nutzen das Internet unterwegs – insbesondere die jüngeren Altersgruppen unter 50 Jahre.

Internetnutzung unterwegs, Angaben in Prozent

Internet-Nutzung unterwegs zumindest gelegentlich

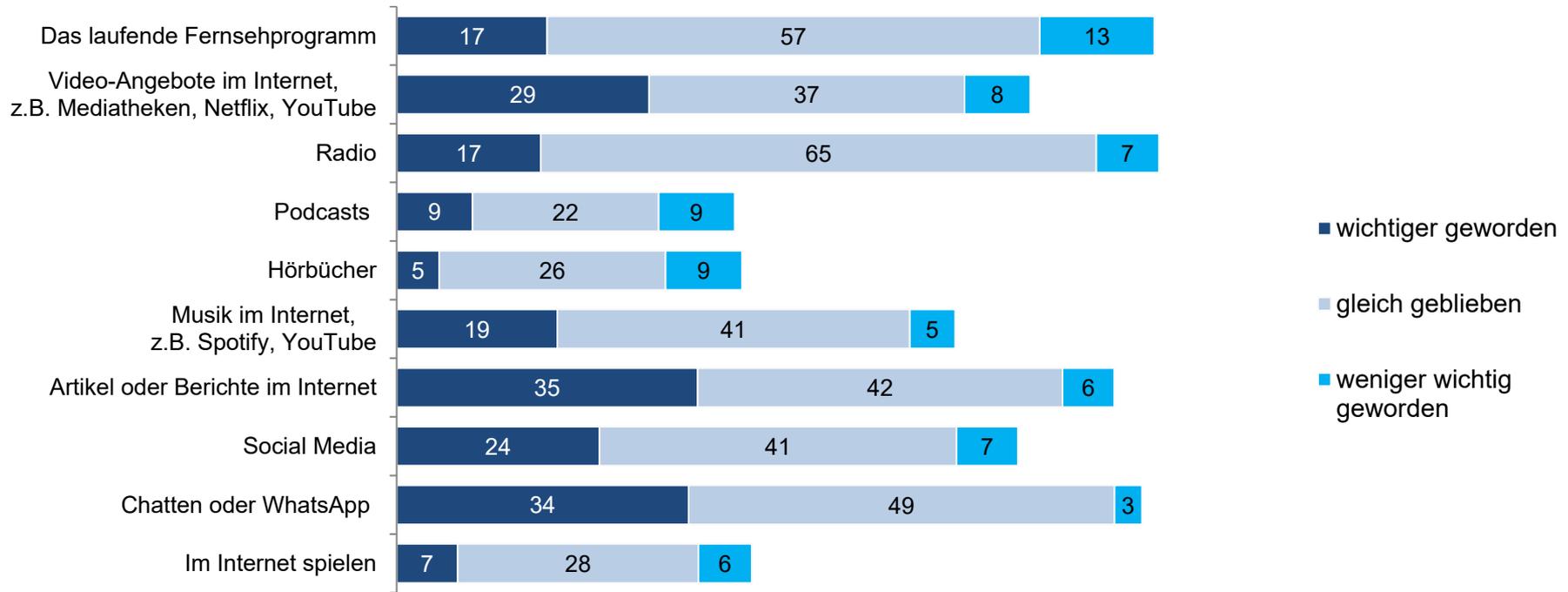


Internet-Nutzung unterwegs zumindest gelegentlich nach Alter



Medienangebote haben in der Corona-Krise an Bedeutung gewonnen – insbesondere Online-Videoangebote, Online-Artikel und Messenger.

Bedeutung von Medienangeboten in der Corona-Krise (letzte 12 Monate), Angaben in Prozent

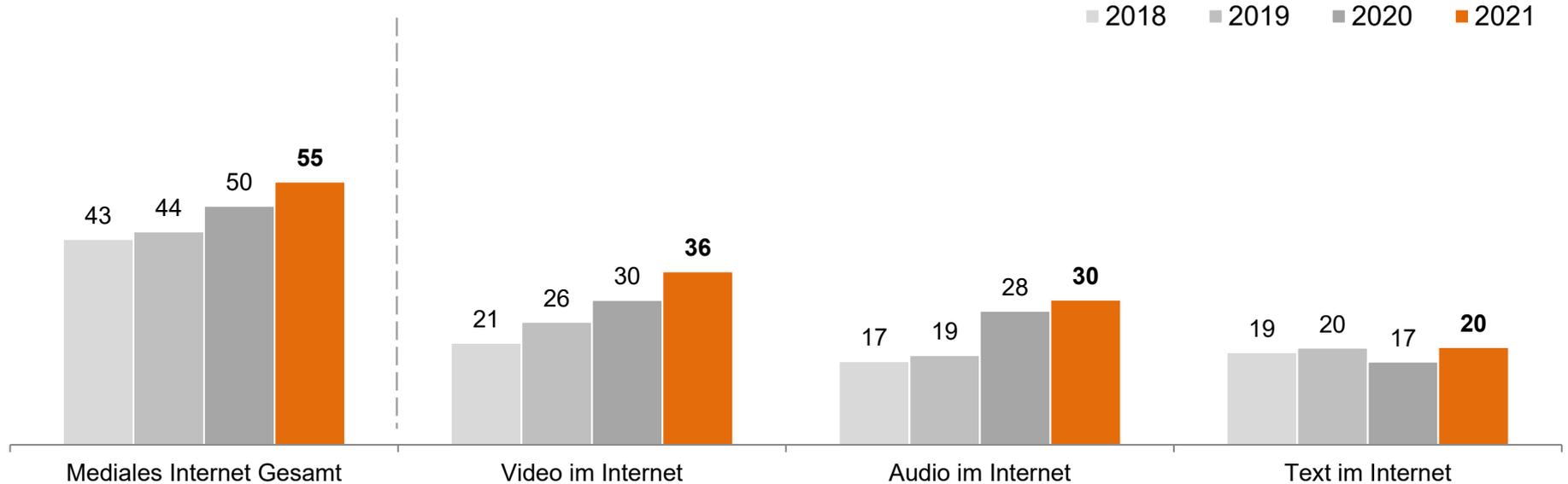




Mediale Internetnutzung

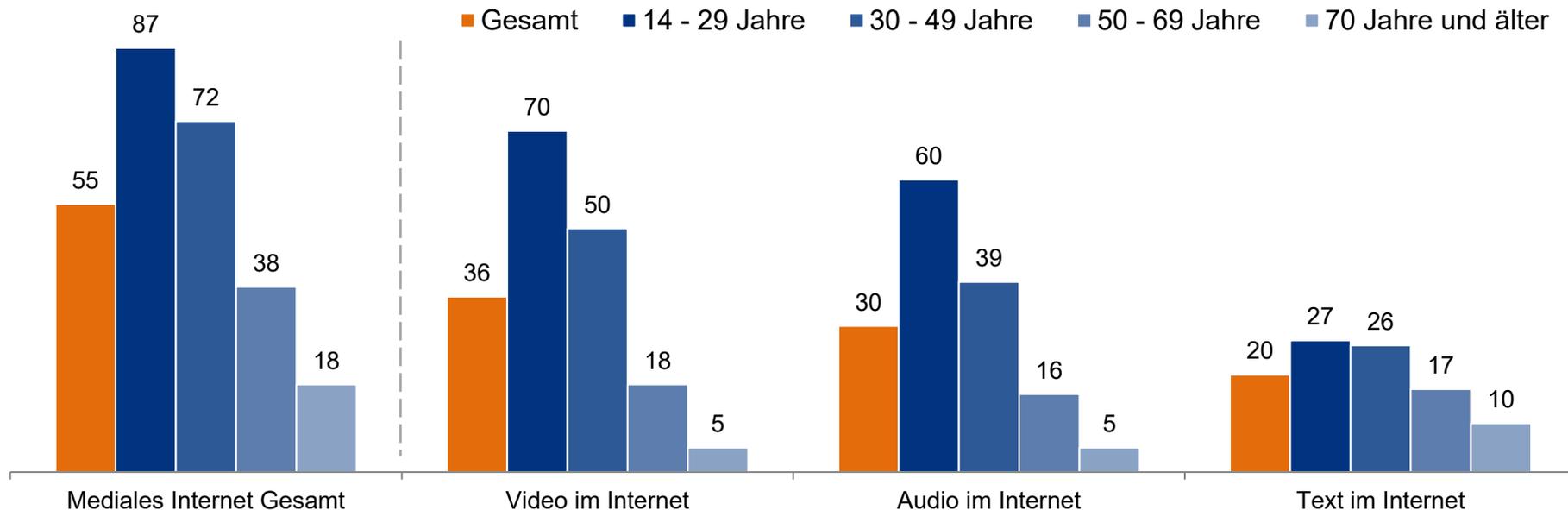
Die Tagesreichweite für Video im Internet steigt erneut deutlich, für Online-Audio leicht. Für Online-Text liegen sie seit 2018 bei rund 20 Prozent.

Nutzung mediales Internet, Tagesreichweite in Prozent



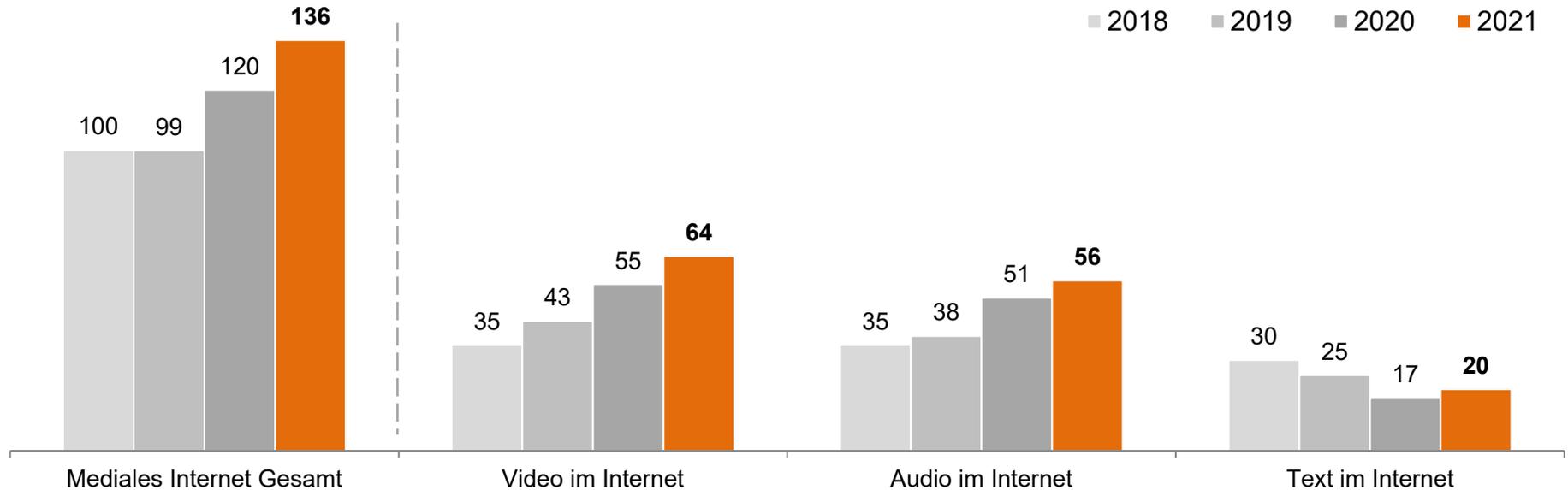
Die Nutzung des medialen Internets ist bei den Jüngeren am stärksten verbreitet. 87 Prozent der 14- bis 29-Jährigen nutzen es täglich.

Nutzung mediales Internet 2021, Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent



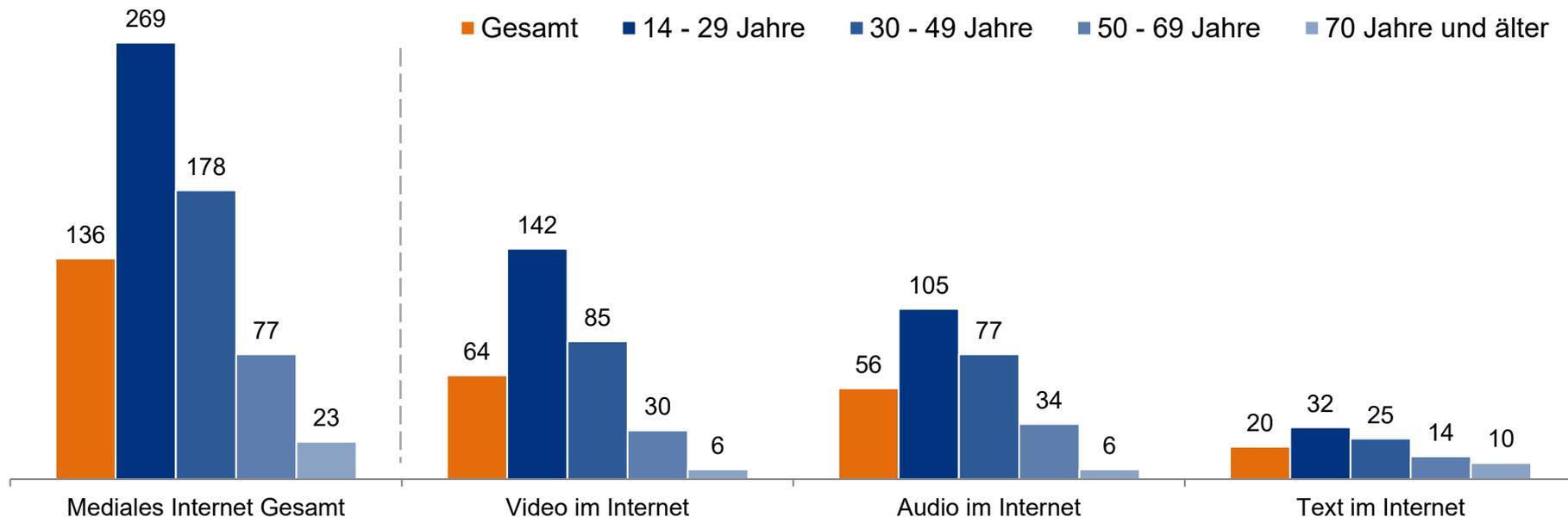
Das mediale Internet wird durchschnittlich 136 Minuten pro Tag genutzt. Vor allem die Nutzungsdauern von Video und Audio im Internet steigen an.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag in Minuten



Junge Altersgruppen nutzen das mediale Internet deutlich länger – bei 14- bis 29-Jährigen sind es 4,5 Stunden täglich, bei 30- bis 49-Jährigen 3 Stunden.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag und nach Alter in Minuten

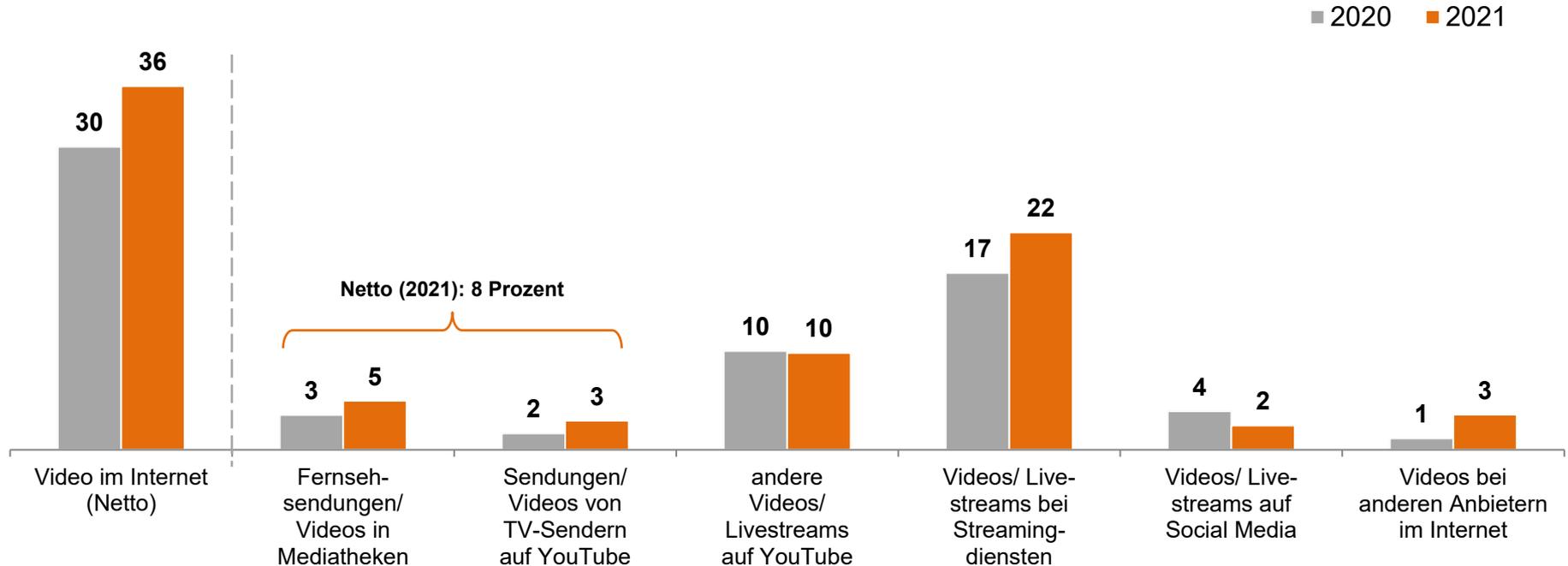




Mediale Internetnutzung: Video

Die Tagesreichweite der Video-Streamingdienste steigt auf 22 Prozent. TV-Sendungen in Mediatheken oder auf YouTube erreichen zusammen 8 Prozent.

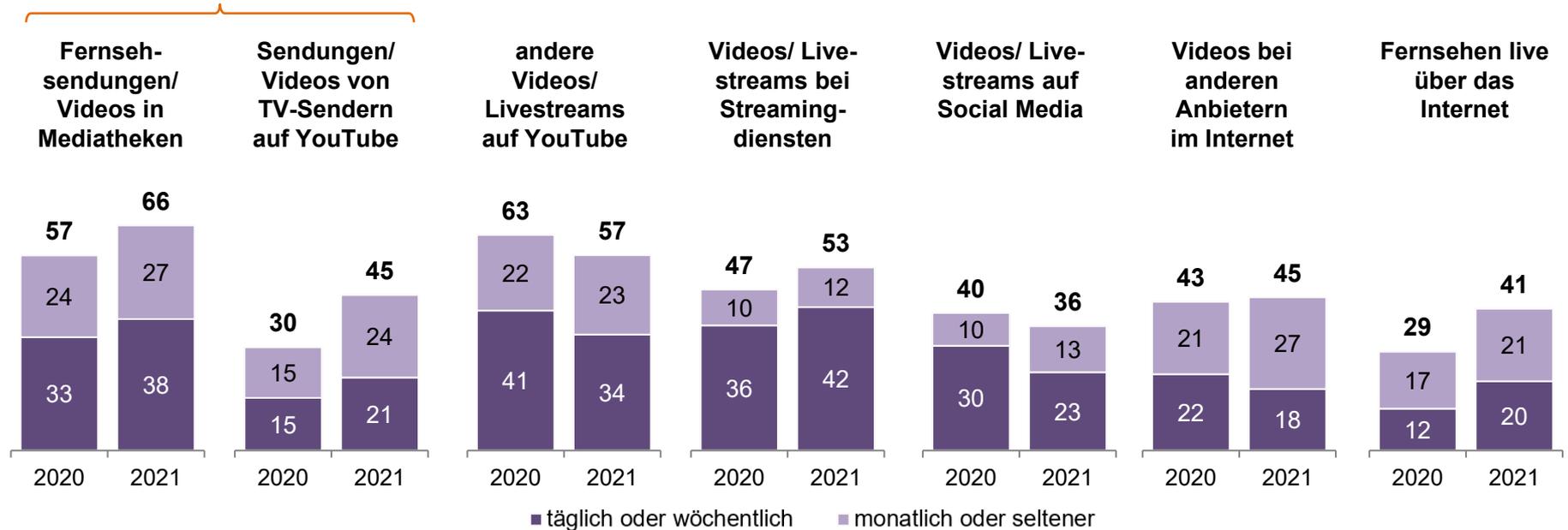
Video im Internet, Tagesreichweite in Prozent



Im Plus: TV-Sendungen in Mediatheken oder auf YouTube, Live-TV und Streamingdienste. Im Minus: Social Media und andere Plattformen.

Nutzung Video über das Internet, Angaben in Prozent

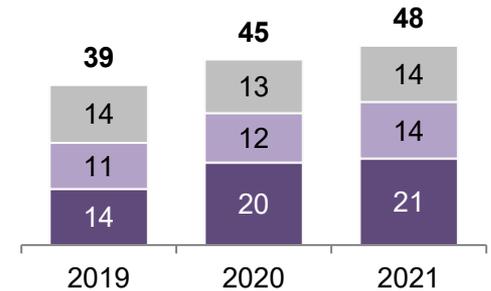
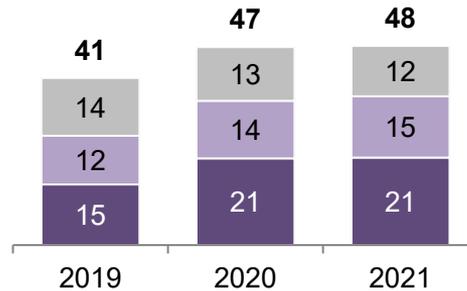
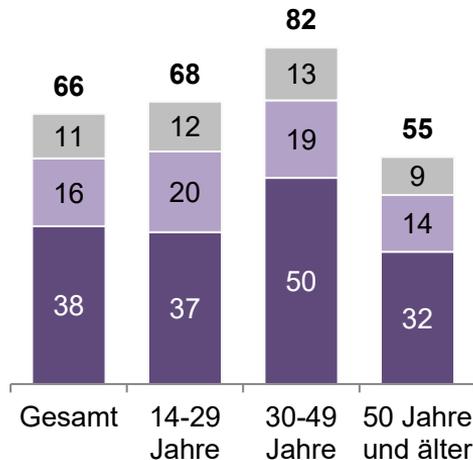
Netto (2021, mind. seltener): 74 Prozent



Zwei Drittel nutzen Mediatheken generell. Ein Fünftel nutzen die Mediatheken von ARD und ZDF mindestens wöchentlich.

Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent

Mediatheken allgemein

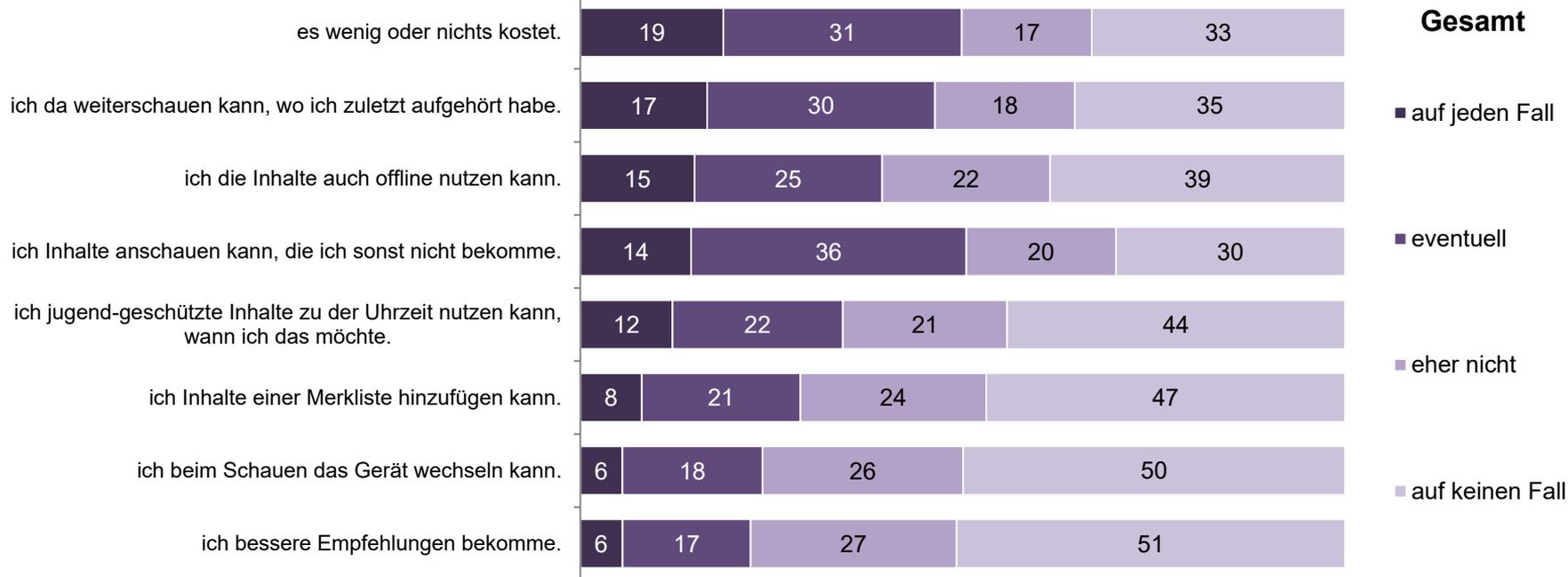


■ täglich oder wöchentlich ■ monatlich ■ seltener

Kostenfreiheit, Weiterschauen und Offline-Nutzung wären die wichtigsten Gründe für eine Registrierung in den ARD/ZDF-Mediatheken.

Mediatheken: Registrierungsabsicht bei ARD- oder ZDF-Mediathek, Angaben in Prozent

Ein Grund für eine Registrierung wäre für mich, dass...

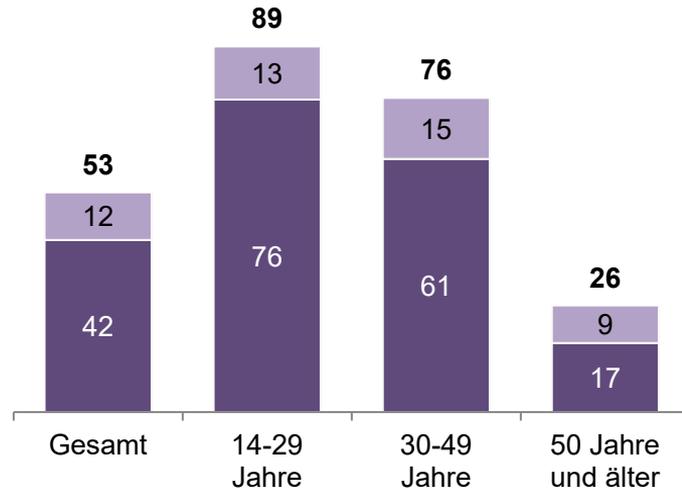


53 Prozent nutzen Video-Streaming-Dienste, bei den Jüngeren sind es 89 Prozent. Netflix bleibt weiterhin Marktführer.

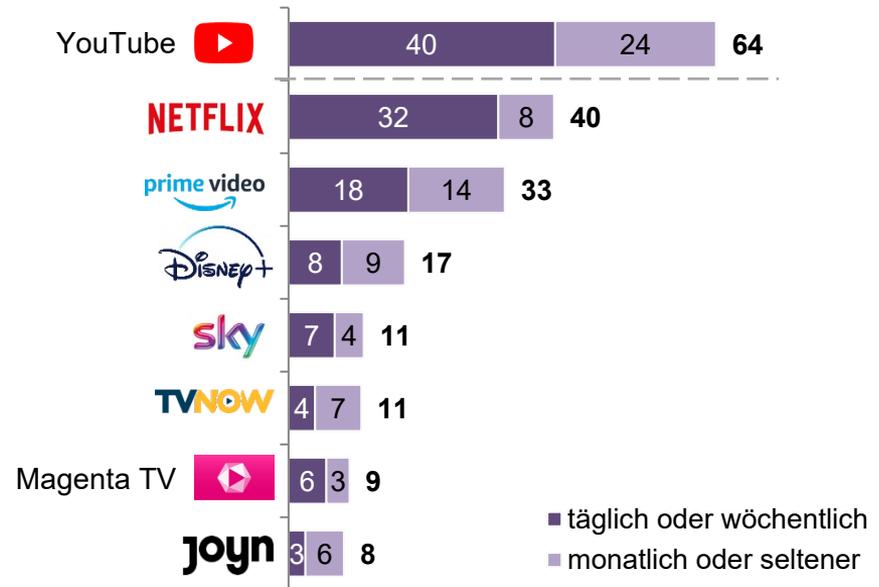
Nutzung Videostreaming, Angaben in Prozent

Videostreaming-Dienste

■ täglich oder wöchentlich ■ monatlich oder seltener

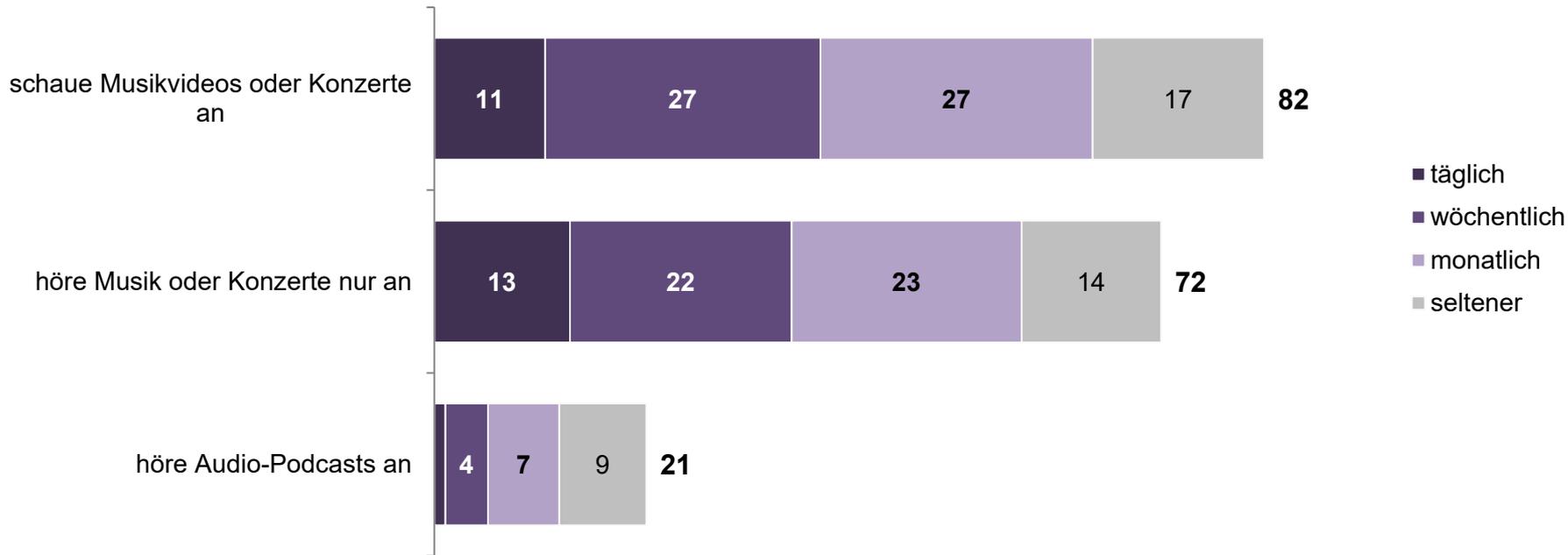


Anbieter für Videostreaming



Bei YouTube ist neben dem Anschauen von Musikinhalten auch das reine Musikhören relevant. In geringem Maß werden auch Audio-Podcasts genutzt.

Nutzungs-Details YouTube, Nutzungshäufigkeit in Prozent, YouTube-Nutzer*innen

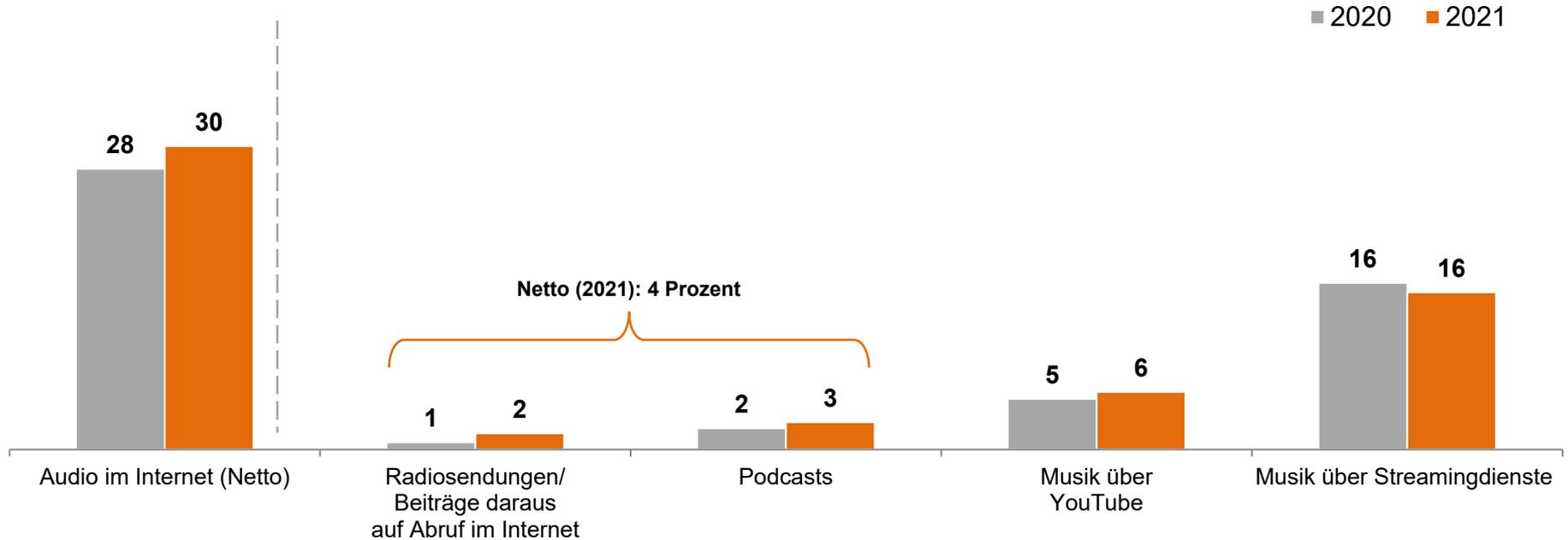


Mediale Internetnutzung: Audio



Musik über Streamingdienste kommt auf 16 Prozent pro Durchschnittstag, Podcasts oder Radiosendungen auf Abruf mit leichtem Plus auf 4 Prozent.

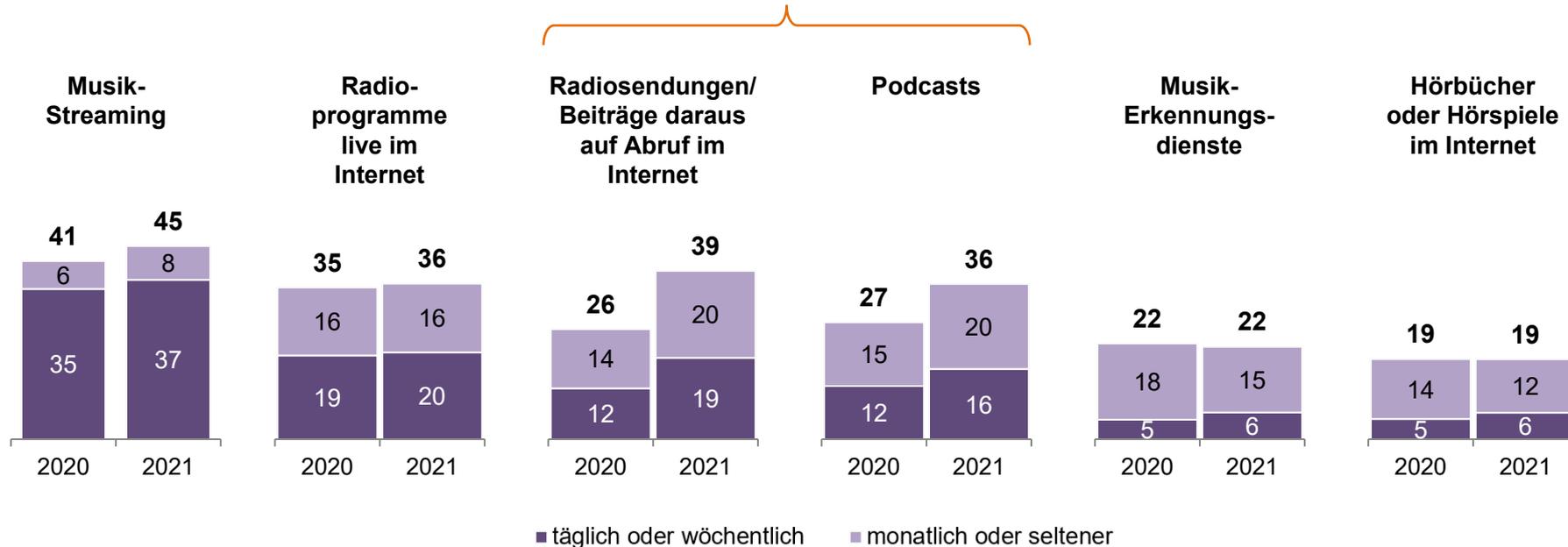
Audio im Internet, Tagesreichweite in Prozent



Die Audio-Nutzung im Internet steigt weiter an. Musikstreaming ist am weitesten verbreitet. Die Podcast-Nutzung wächst 2021 stark.

Nutzung Audio über das Internet, Angaben in Prozent

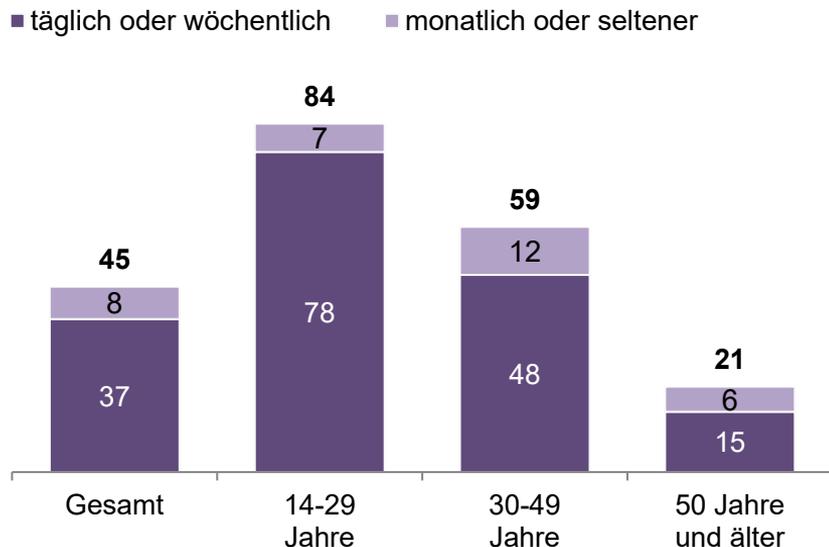
Netto (2021, tägl. oder wöch.): 28 Prozent



45 Prozent nutzen Musik-Streaming-Dienste, bei den Jüngeren sind es 84 Prozent. Spotify bleibt weiterhin Marktführer.

Nutzung Musikstreaming, Angaben in Prozent

Musikstreaming-Dienste

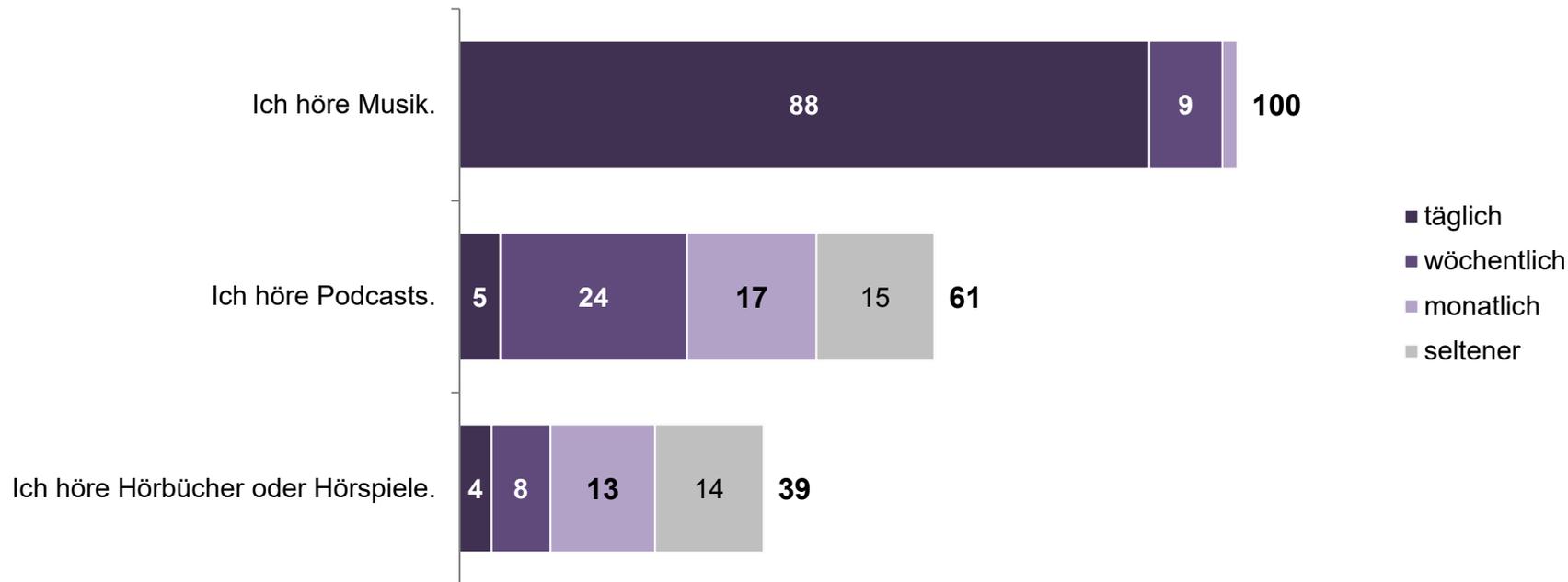


Anbieter für Musikstreaming



Bei Spotify werden neben der Musik auch Podcasts und Hörbücher und Hörspiele gehört – jedoch in weit geringerem Maß.

Nutzung-Details Spotify, Nutzungshäufigkeit in Prozent; Spotify-Nutzer*innen

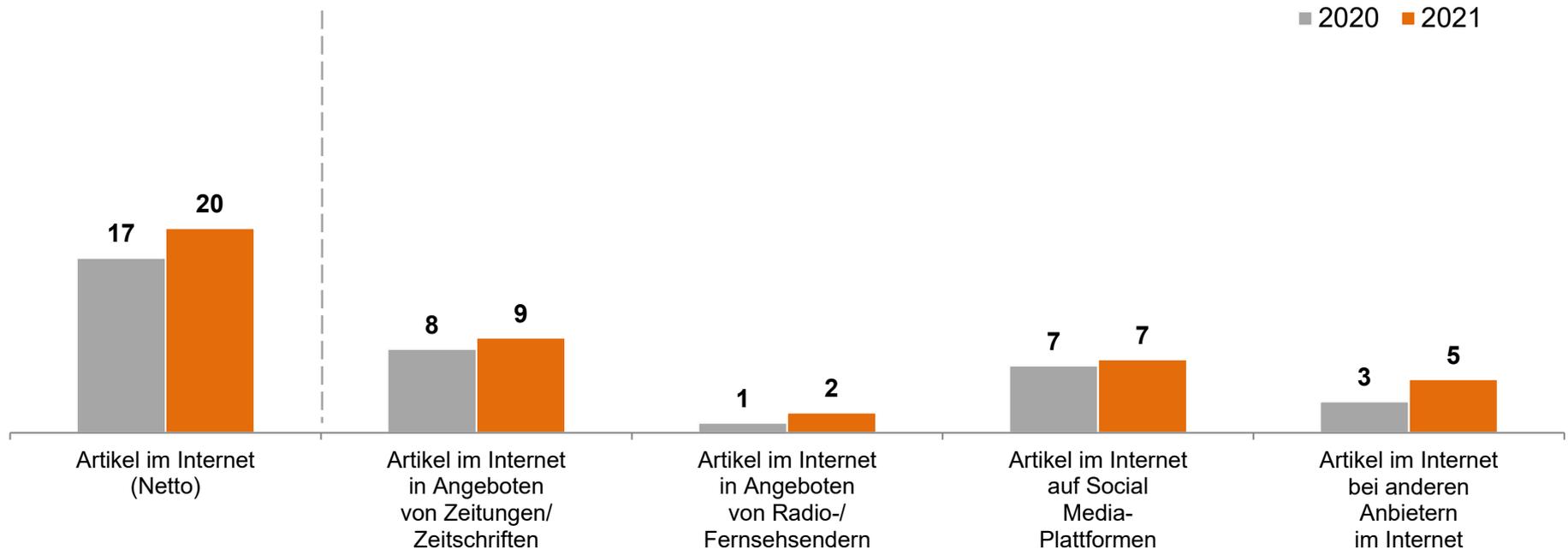


Mediale Internetnutzung: Text



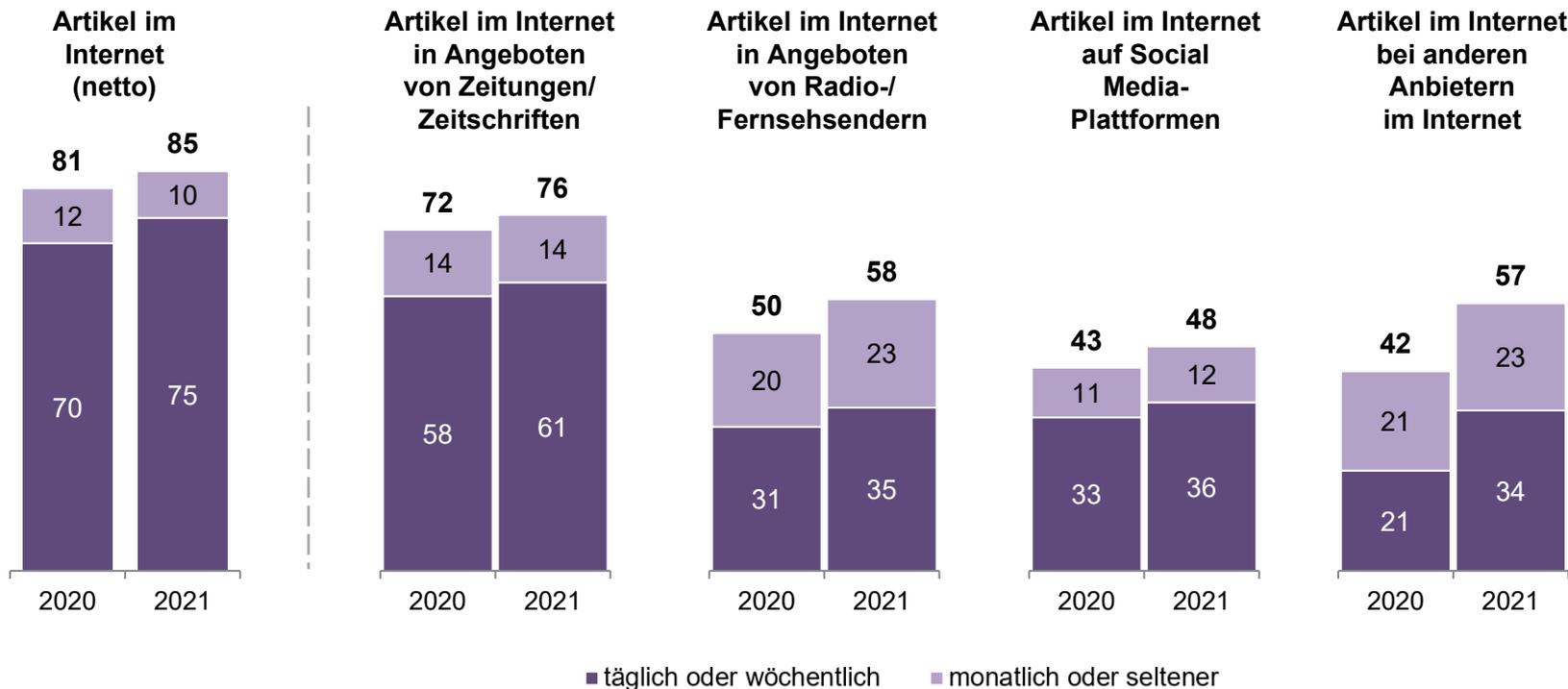
Jede*r Fünfte nutzt an einem Durchschnittstag Artikel im Internet. Die Online-Ausgaben von Zeitungen/Zeitschriften haben die höchste Tagesreichweite.

Text im Internet, Tagesreichweite in Prozent



Mehr als Dreiviertel der Bevölkerung nutzen täglich oder wöchentlich Texte im Internet. Die Nutzung steigt in allen Teil-Bereichen an.

Nutzung Text über das Internet, Angaben in Prozent



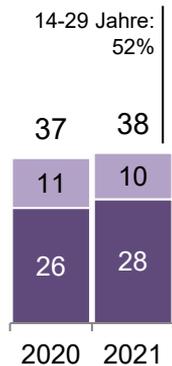


Social Media- und Messenger-Nutzung

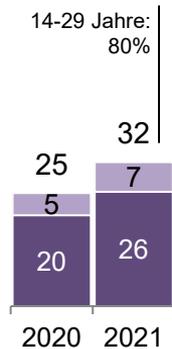
Facebook ist die meistgenutzte Social-Media-Anwendung. Instagram wächst zurzeit schneller und ist bei den Jüngeren bereits die Nummer 1.

Social Media-Angebote, Angaben in Prozent

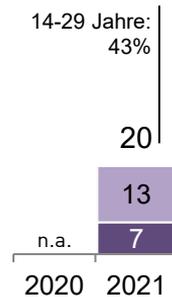
Facebook



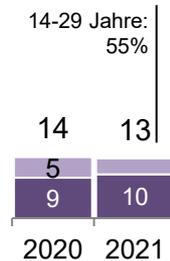
Instagram



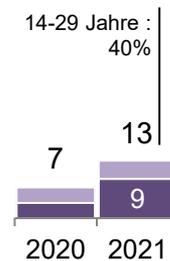
Pinterest



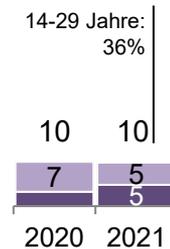
Snapchat



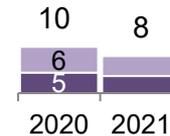
TikTok



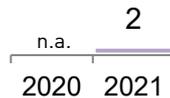
Twitch



Twitter



Clubhouse



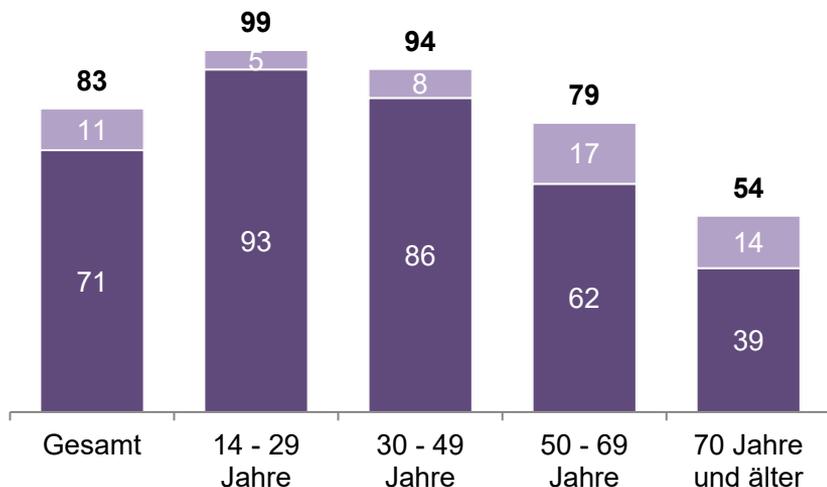
■ täglich oder wöchentlich ■ monatlich oder seltener

71 Prozent nutzen täglich Messenger, bei den Jüngeren 93 Prozent. WhatsApp ist der mit Abstand meistgenutzte Messenger-Dienst.

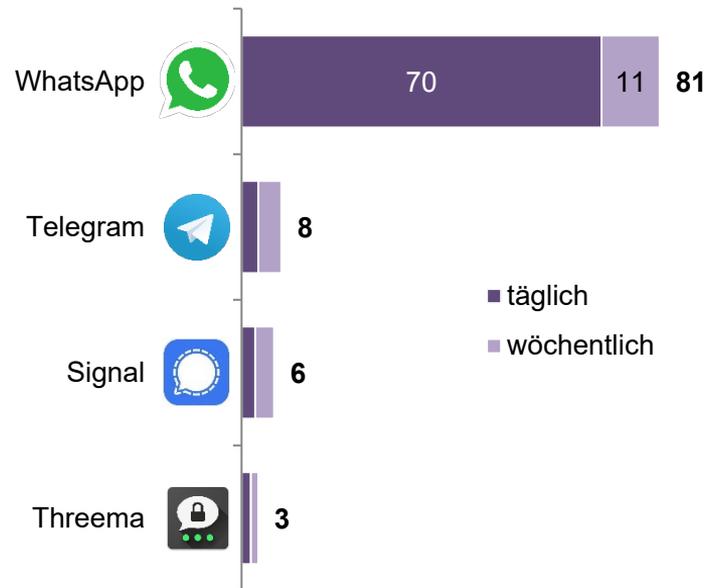
Nutzung Messenger, Angaben in Prozent

Nutzung Messenger

■ täglich ■ wöchentlich



Messenger-Dienste





Impressum

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