



ARD/ZDF-Onlinestudie 2020:

Zahl der Internetnutzer wächst um 3,5 Millionen / Deutlicher Zuwachs für Mediatheken von ARD und ZDF

Die Zahl der Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland steigt erneut an, davon profitieren vor allem mediale Angebote. Das Internet wird im Mittel jeden Tag fast 3,5 Stunden genutzt. Instagram löst Facebook als beliebtestes Netzwerk ab. 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.

Deutlicher Zuwachs der Internetnutzung

Auch wenn die Internetnutzung in Deutschland auf einem hohen Niveau liegt, steigt sie weiter. Aktuell nutzen 94 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet zumindest gelegentlich. Dies entspricht 66,4 Millionen der insgesamt 70,6 Millionen Personen ab 14 Jahren in Deutschland, was einen Zuwachs von 3,5 Millionen bedeutet. Vor allem die älteren Zielgruppen ab 60 Jahren tragen dazu bei.

Tagesreichweiten und Nutzungsdauer des medialen Internets steigen

Die Tagesreichweite des medialen Internets hat sich im Vergleich zum vergangenen Jahr weiter gesteigert. Mit einem Plus von 6 Prozentpunkten gibt die Hälfte der Befragten an, am Tag mindestens ein mediales Onlineangebot - das heißt Videos, Audioinhalte oder Artikel - zu nutzen. Bei den 14- bis 29-Jährigen nutzen neun von zehn Befragten das Internet täglich für mediale Angebote, was einem Plus von 10 Prozentpunkten im Vergleich zu 2019 entspricht.

Die tägliche Zeit, die die Menschen im Internet verbringen, wird auf Basis eines Tagesablauf-Modells berechnet und liegt in diesem Jahr mit einem Plus von 11 Minuten bei 204 Minuten. 120 Minuten entfallen auf das mediale Internet (plus 21 Minuten). Insbesondere in der Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen (Internetnutzung gesamt: 388 Minuten, plus 18 Minuten) hat sich die Nutzungsdauer von Online-Angeboten aus dem Bereich des medialen Internets

um fast eine Stunde auf über 4 Stunden (257 Minuten, plus 50 Minuten) erhöht. Die restliche Zeit entfällt zum Beispiel auf Chatten, Spielen oder Shoppen im Internet.

Online-Videonutzung

65 Prozent der Befragten nutzen die Videoangebote der Fernsehsender, die über Mediatheken und bei YouTube abrufbar sind, zumindest selten, bei den Streamingdiensten sind dies 47 Prozent. Die tägliche Nutzung ist hier jedoch mit 14 Prozent doppelt so hoch wie bei den Online-Videoangeboten der TV-Sender, und die mindestens wöchentliche Nutzung hat mit 36 Prozent ein vergleichbares Niveau (40 Prozent). Nur in der Altersgruppe der unter 30-Jährigen liegen Netflix und andere Streamingdienste bei der zumindest wöchentlichen Nutzung deutlich vor den TV-Inhalten in den Mediatheken oder auf YouTube. Die Werte der mittleren Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen befinden sich bei TV-Inhalten und Streamingdiensten auf ähnlichem Niveau.

Die ARD Mediathek und die ZDFmediathek verzeichnen mit jeweils plus 6 Prozentpunkten einen deutlichen Zuwachs: Mittlerweile ruft jeder Fünfte mindestens wöchentlich Bewegtbild-Inhalte von ARD (21 Prozent) und ZDF (20 Prozent) auf. Damit liegen die beiden führenden Mediatheken vor Amazon Prime Video (18 Prozent, plus 2 Prozentpunkte), aber hinter Netflix (28 Prozent, plus 6 Prozentpunkte).

Online-Audionutzung

Musik steht bei der Online-Audionutzung im Vordergrund. Musikstreamingdienste (von 35 Prozent mindestens wöchentlich genutzt) und Musik über YouTube (31 Prozent) stehen im Ranking der genutzten Angebote vorn. Radiosendungen live nutzen 19 Prozent mindestens einmal in der Woche, bei den Podcasts sind es 12 Prozent. Fast ein Viertel der 14- bis 29-Jährigen (24 Prozent) hört mindestens einmal in der Woche Podcasts. Bei den 30- bis 49-Jährigen sind es 14 Prozent.

ZDF-Planungschef Dr. Florian Kumb zu den Ergebnissen der ARD/ZDF-Onlinestudie: „Internetnutzung ist nun auch für die ältere Bevölkerung der Standard. Medienangebote zeitsouverän nutzen zu können, ist weiterhin ein zentraler Wachstumstreiber. Ich freue mich, dass die öffentlich-rechtlichen Angebote von dieser Dynamik besonders stark profitieren und gegenüber Streamingdiensten das größere Nutzungspotential aufweisen. Dies bestärkt uns darin, die 2016 begonnene Digitalstrategie des ZDF mit Nachdruck weiterzuverfolgen. In der bestmöglichen Vernetzung aller Ausspielwege sehen wir den Schlüssel, um zukünftig alle Menschen in Deutschland mit den Angeboten des ZDF zu erreichen.“

Benjamin Fischer, Leiter von ARD Online und des ARD Digitalboards, ordnet die aktuellen Ergebnisse so ein: „Der digitale Wandel verändert grundlegend, wie Menschen Medien

nutzen. Die ARD gestaltet diesen Wandel aktiv mit. Dafür haben wir eine umfangreiche Digitaloffensive gestartet, die den Weg der Fokussierung und Stärkung der gemeinsamen ARD-Plattformen konsequent weitergeht. Wie erfolgreich dieser Weg für uns ist, zeigen jetzt die Ergebnisse: Die ARD Mediathek verbucht deutliche Zuwächse in der Nutzung. Darauf sind wir stolz – wir nehmen diesen Schwung mit für die ambitionierten nächsten Schritte, um noch mehr Menschen im Netz zu erreichen und ihnen dort ein exzellentes Nutzungserlebnis zu bieten.“

Social Media

Facebook wird bei der täglichen Nutzung in diesem Jahr erstmals von Instagram überholt. 15 Prozent der Bevölkerung nutzen täglich Instagram (2019: 13 Prozent), Facebook hingegen kommt nur noch auf 14 Prozent und verliert damit deutlich im Vorjahresvergleich (2019: 21 Prozent). Beim Blick auf die Nutzung innerhalb einer Woche kann Facebook (26 Prozent) seine Position vor Instagram (20 Prozent) behaupten, verliert aber auch hier (minus 5 Prozentpunkte). Die anderen Social-Media-Plattformen bleiben auf deutlich niedrigerem Niveau stabil.

Die ARD/ZDF-Onlinestudie 2020 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 Langzeitstudie Massenkommunikation 2020.

Im Jahr 2020 wurden 1.504 repräsentativ ausgewählte deutschsprachige Personen ab 14 Jahren zwischen dem 9. März und dem 27. April per Telefon-Interview (Dual-Frame-Stichprobe) befragt. Die Analysen basieren nach der Fusion mit den Daten der ARD/ZDF Langzeitstudie Massenkommunikation im Rahmen der „Studienreihe Medien und ihr Publikum“ auf insgesamt 3.003 Fällen. Eine ausführliche Analyse der Daten ist in der neuesten Ausgabe der Fachzeitschrift „Media Perspektiven“ (Heft 9/2020) dokumentiert. Die Fachartikel sowie eine Infografik und ein Dokument mit den wichtigsten Ergebnissen sind abrufbar unter <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de>.

Ansprechpartner:

Hessischer Rundfunk: Desk Kommunikation, Telefon: 069 – 155-3527,
kommunikation@hr.de

ZDF: Presse-Desk, Telefon: 06131 – 70-12108, pressedesk@zdf.de

Frankfurt / Mainz, 8. Oktober 2020