



ARD/ZDF-Onlinestudie 2022

Grundlagenstudie im Auftrag der



**FORSCHUNGS
KOMMISSION**



**ONLINESTUDIE
2022**

Kernergebnisse und Methode



Methode und Vorgehen



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland



Erhebungsverfahren: Computergestützte Telefon-Interviews (CATI) mit Dual-Frame (60:40) plus Online-Befragung (CAWI)



Fallzahl: N = 2.007 nach Fusion / N = 1.500 für das Modul Onlinestudie
(n = 630 Festnetz-, n = 420 Mobilfunk-, n=450 Online-Stichprobe)



Befragungsdauer: Ø ca. 23 Min



Erhebungszeitraum: 5 Wochen Feldzeit: 7. März bis 10. April 2022



Gewichtung: nach Strukturvorgaben der ma Radio



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

Methodischer Hinweis

Anpassung der Erhebungsmethode durch „Mixed Mode“-Ansatz

- In der aktuellen Erhebung wurde die Methodik gegenüber den Vorjahren angepasst: 70 Prozent der Fälle wurden per Telefon-Befragung (CATI) realisiert – 30 Prozent waren Befragte aus einem Online-Access-Panel (CAWI).
- Der sogenannte „Mixed-Mode“-Ansatz ist eine Weiterentwicklung der reinen Telefonbefragung und wurde gewählt, um auch telefonisch schwer erreichbare Zielgruppen in der Befragung adäquat zu berücksichtigen.
- Vor allem kürzere Nutzungsvorgänge, die bisher seltener oder gar nicht erinnert wurden, werden nun valider abgebildet.
- Dies kann bei Tagesreichweiten und Nutzungsdauern zu methodisch bedingten größeren Veränderungen gegenüber den Vorjahren führen. Dieser Umstand ist bei der Interpretation der Daten zu beachten.

Zusammenfassung der Ergebnisse der Onlinestudie 2022

Allgemeine Internetnutzung

2022 nutzen 95 Prozent der Bevölkerung das Internet. Die Internet-Tagesreichweite steigert sich wie im Vorjahr um vier Prozentpunkte auf nun 80 Prozent. Annähernd alle 14- bis 29-Jährigen sind täglich online, bei den über 70-Jährigen sind es erstmals mehr als die Hälfte (51%).

Mediale Internetnutzung

An einem Durchschnittstag nutzen 72 Prozent das mediale Internet. Bewegtbild liegt dabei mit 51 Prozent vorn, Audio (42%) und Text (45%) liegen fast gleichauf. Die Nutzungsdauer des medialen Internets steigt auf 160 Minuten (+24).

Video online: Mediatheken und Streamingdienste

Die Sender-Mediatheken werden bei breitem Altersspektrum von 70 Prozent der Bevölkerung zumindest selten genutzt. Bei den Video-Streamingdiensten sind es 61 Prozent. Während 94 Prozent der jüngsten Altersgruppe mindestens selten streamen, liegt die Nutzung der 30- bis 49-jährigen bei 79 Prozent. Fast ein Viertel ruft mindestens wöchentlich Bewegtbild-Inhalte von ARD (22%) oder ZDF (22%) auf. Damit liegen sie hinter Netflix (35%) und Amazon Prime Video (26%).

Audio online: Musikstreaming, Liveradio und Podcasts

Die Audio-Nutzung im Internet steigt weiter an. Sowohl Podcasts als auch Livestreams von Radioprogrammen werden täglich oder wöchentlich von jeweils 30 Prozent genutzt, Musikstreaming-Dienste von 41 Prozent. Eindeutiger Marktführer ist hier Spotify (26% regelmäßige Nutzung).

Social Media: Facebook und Instagram weiter an der Spitze

Facebook ist mit 35 Prozent täglicher oder wöchentlicher Nutzung weiterhin die Social-Media-Plattform Nummer 1. Instagram kommt auf 31 Prozent. Mit deutlichem Abstand werden die nächsten Plätze in der Rangfolge von TikTok (14%), Snapchat (13%) und Twitter (10%) belegt.

Digital Detox weit verbreitet

Knapp die Hälfte hat schon einmal eine digitale Auszeit genommen, mehr als jede oder jeder Dritte plant es für die Zukunft.

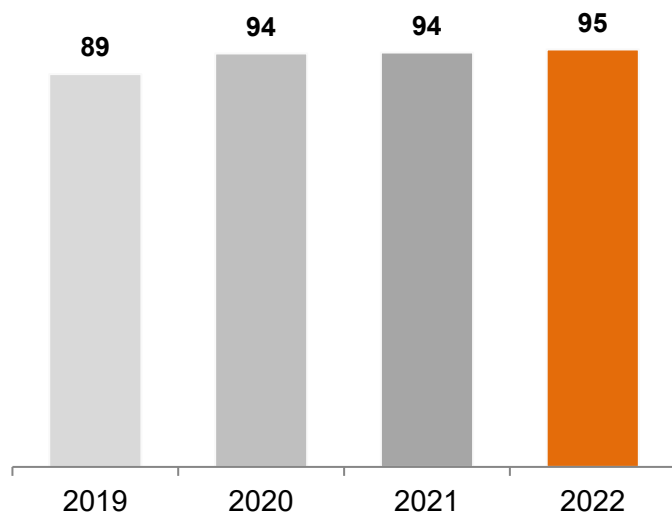


Internetnutzung allgemein, Internet-Anwendungen, Unterwegsnutzung

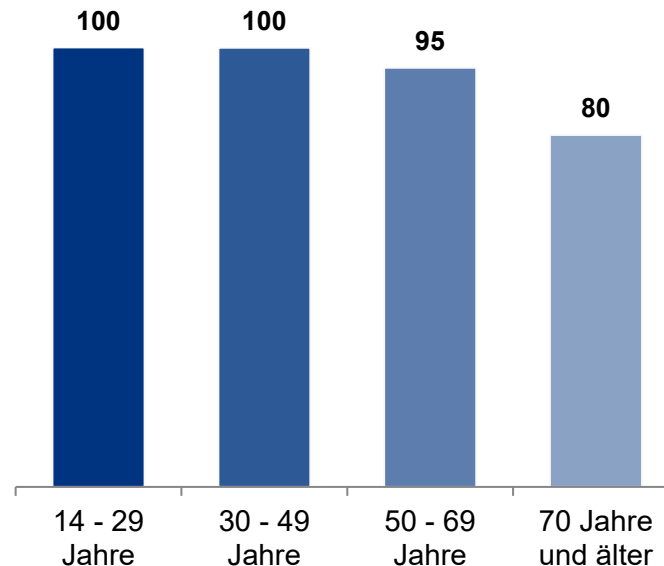
Bis 69 Jahre nutzen so gut wie alle das Internet. Ab 70 Jahre sind es 80% – in dieser Altersgruppe nutzen 20% das Internet nicht.

Internetnutzung, Angaben in Prozent

Internetnutzung Gesamt



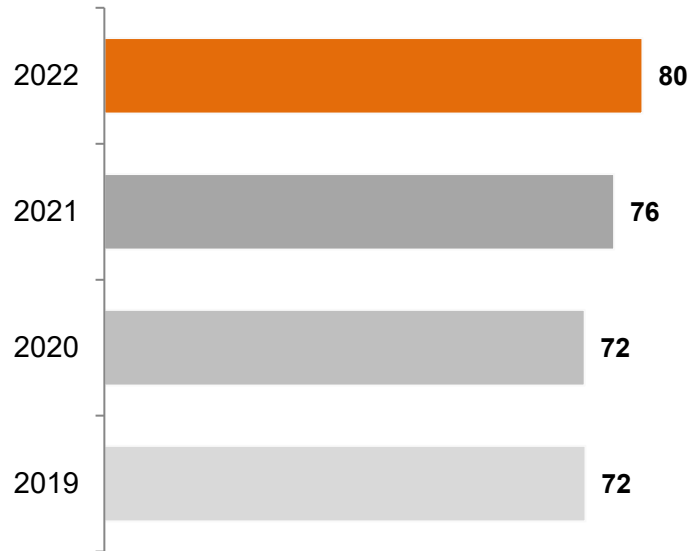
Internetnutzung Gesamt 2022 nach Alter



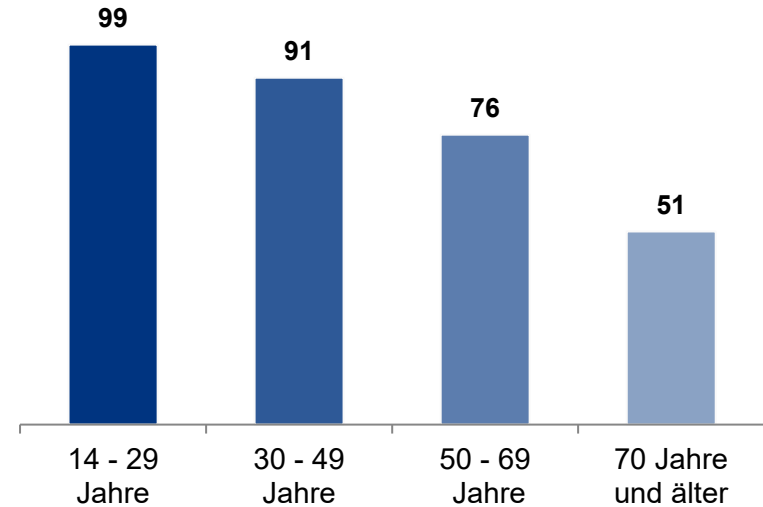
Vier von fünf Menschen in Deutschland nutzen pro Tag das Internet.

Internetnutzung, Angaben in Prozent

Tagesreichweite Internet

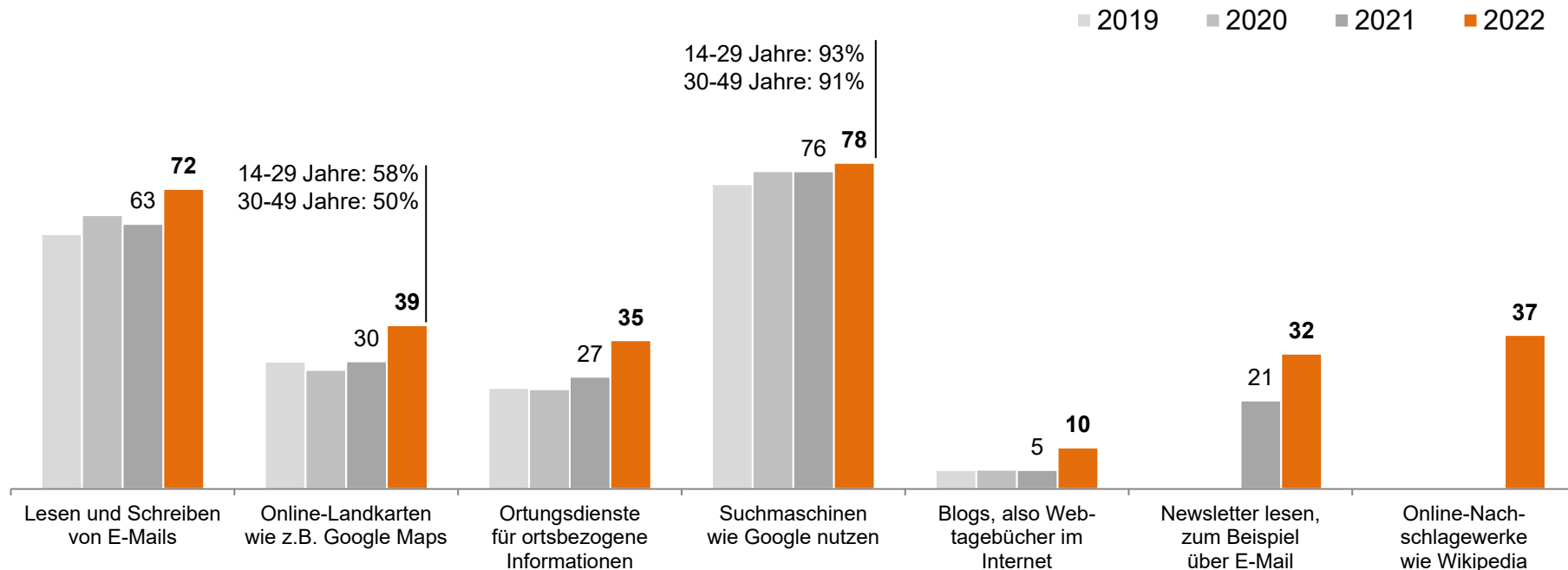


Tagesreichweite 2022 Internet nach Alter



Rund Dreiviertel nutzen regelmäßig Suchmaschinen und E-Mails. Landkarten, Ortungsdienste, Wikipedia und Newsletter kommen auf etwa ein Drittel.

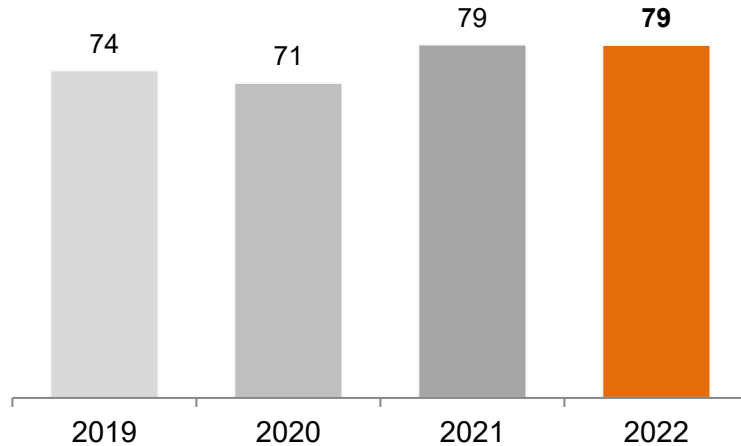
Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent



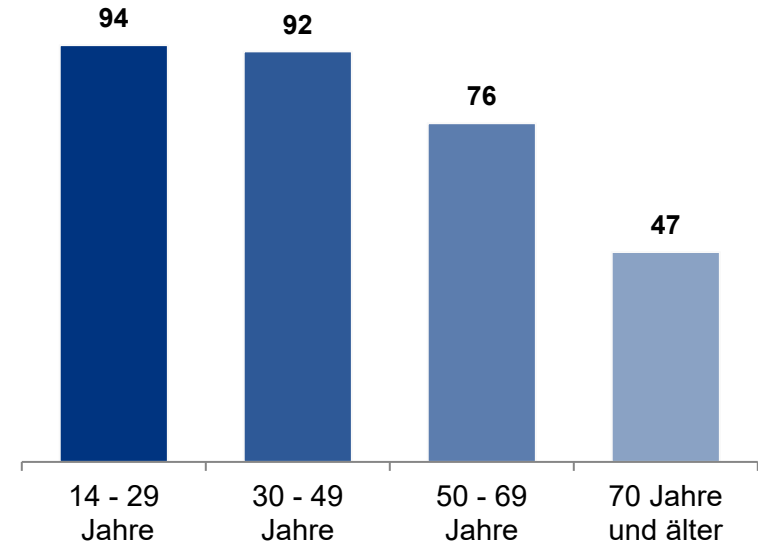
Nach der Corona-Delle im Jahr 2020 liegt die mobile Internet-Nutzung 2022 im zweiten Jahr in Folge auf hohem Niveau.

Internetnutzung unterwegs (zumindest selten), Angaben in Prozent

Internet-Nutzung unterwegs



Internet-Nutzung unterwegs nach Alter

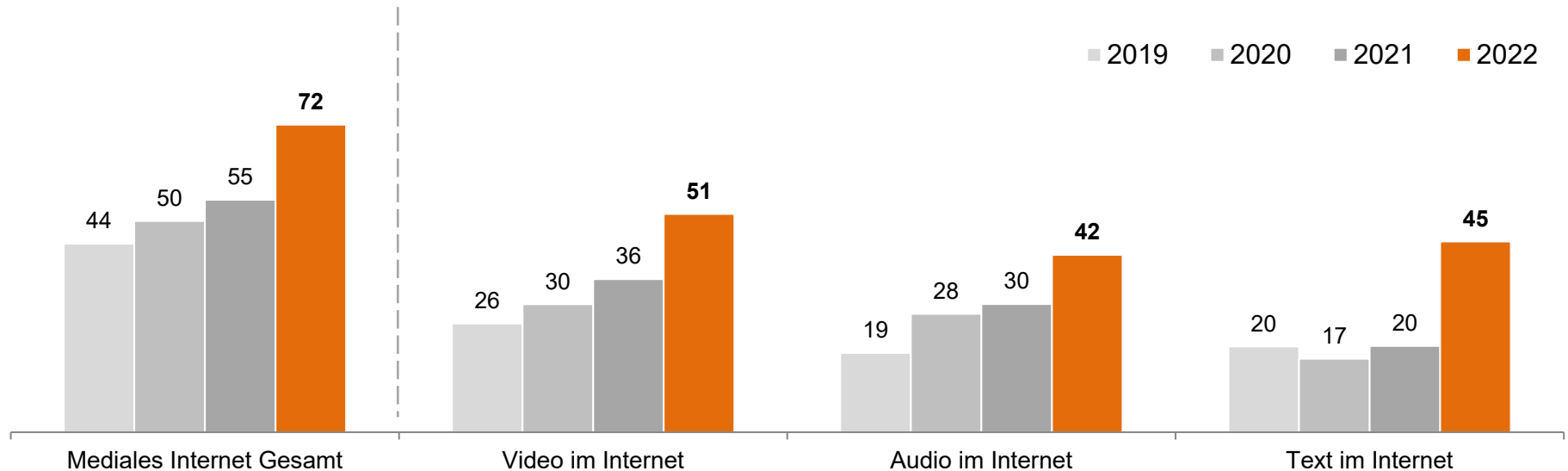


A young couple is sitting on a couch in a living room. The woman on the left has long blonde hair and is wearing a brown knitted sweater, smiling with her hand near her face. The man on the right has dark hair and a beard, wearing a grey cardigan over a white t-shirt, and is holding a smartphone. They appear to be watching something together. The background shows a blue sofa and a patterned blanket.

Mediale Internetnutzung

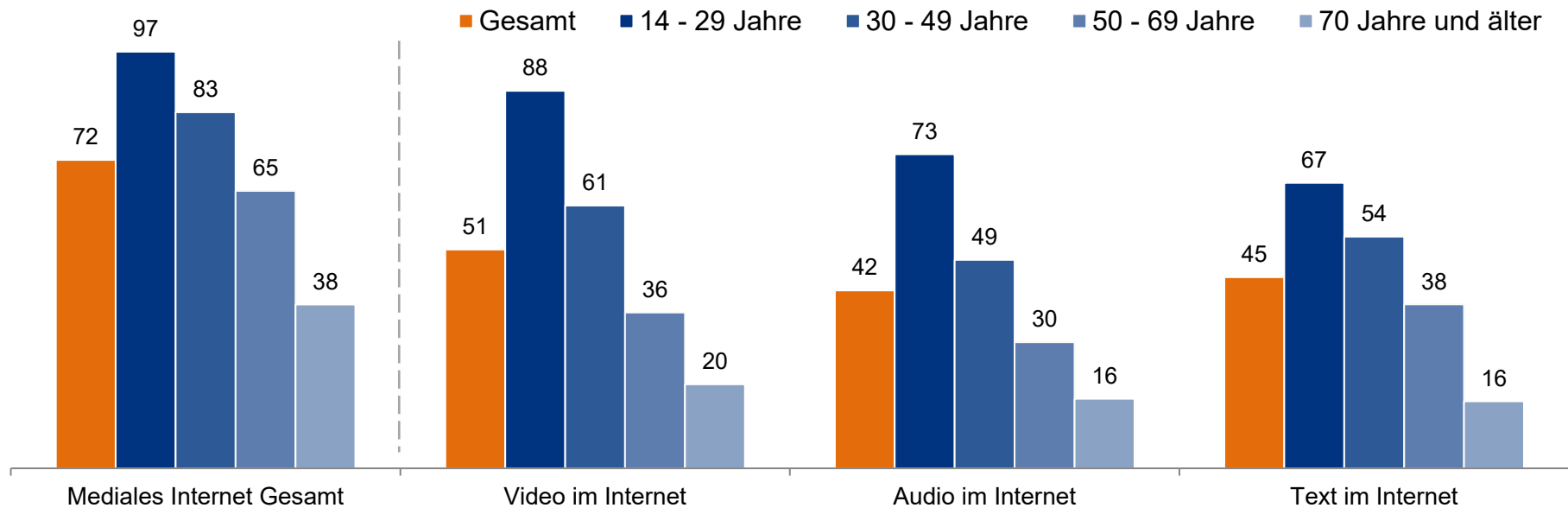
Die mediale Internetnutzung steigt – auch methodenbedingt – sichtbar an, sowohl in der Gesamtbetrachtung als auch bei Video, Audio und Text.

Nutzung mediales Internet, Tagesreichweite in Prozent



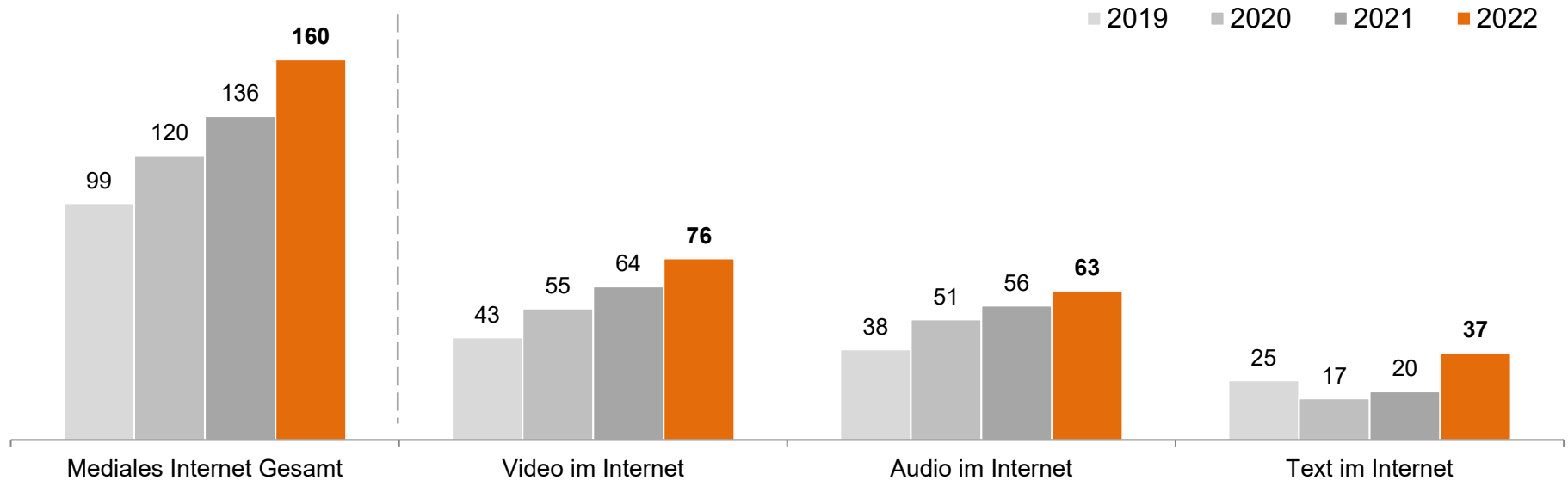
Bei der medialen Internetnutzung erzielt die Altersgruppe 14-29 die höchsten Werte. Ab 70-Jährige nutzen mediale Inhalte im Internet verhalten.

Nutzung mediales Internet 2022, Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent



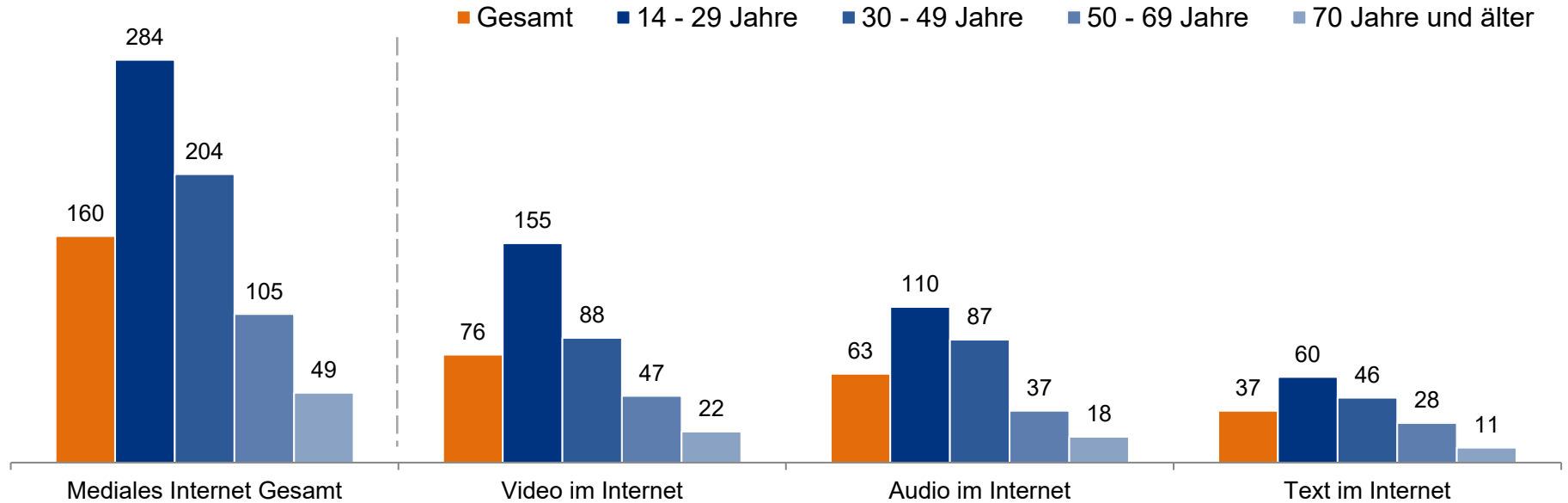
Zwei Stunden und 40 Minuten täglich entfallen im Bevölkerungsschnitt auf die mediale Internetnutzung – dies sind 24 Minuten mehr als im Vorjahr.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag in Minuten



Die jüngste Gruppe nutzt fast 6-mal so lang mediales Internet wie die älteste – 4 Stunden 44 Minuten stehen 49 Minuten gegenüber.

Mediales Internet, Nutzungsdauer pro Tag und nach Alter in Minuten

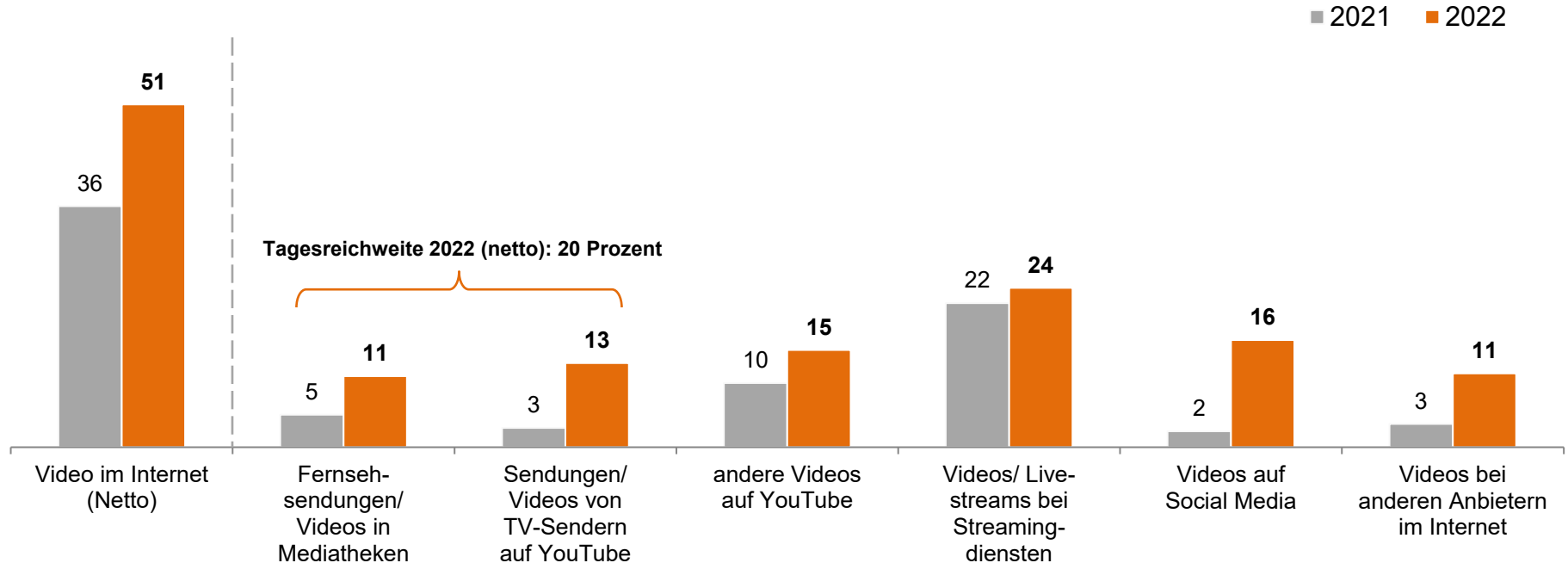




Mediale Internetnutzung: Video

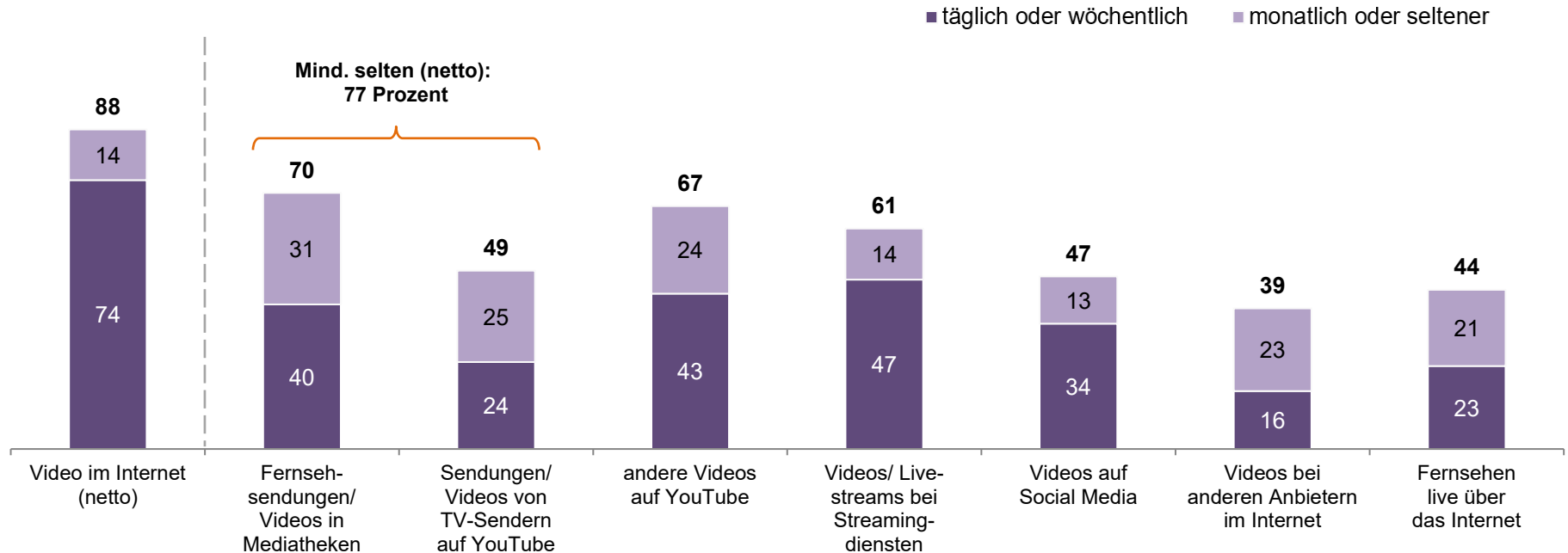
51% nutzen täglich Video im Internet. Streamingdienste erreichen ein Viertel der Bevölkerung täglich, TV-Content in Mediatheken und auf YouTube ein Fünftel.

Video im Internet, Tagesreichweite in Prozent



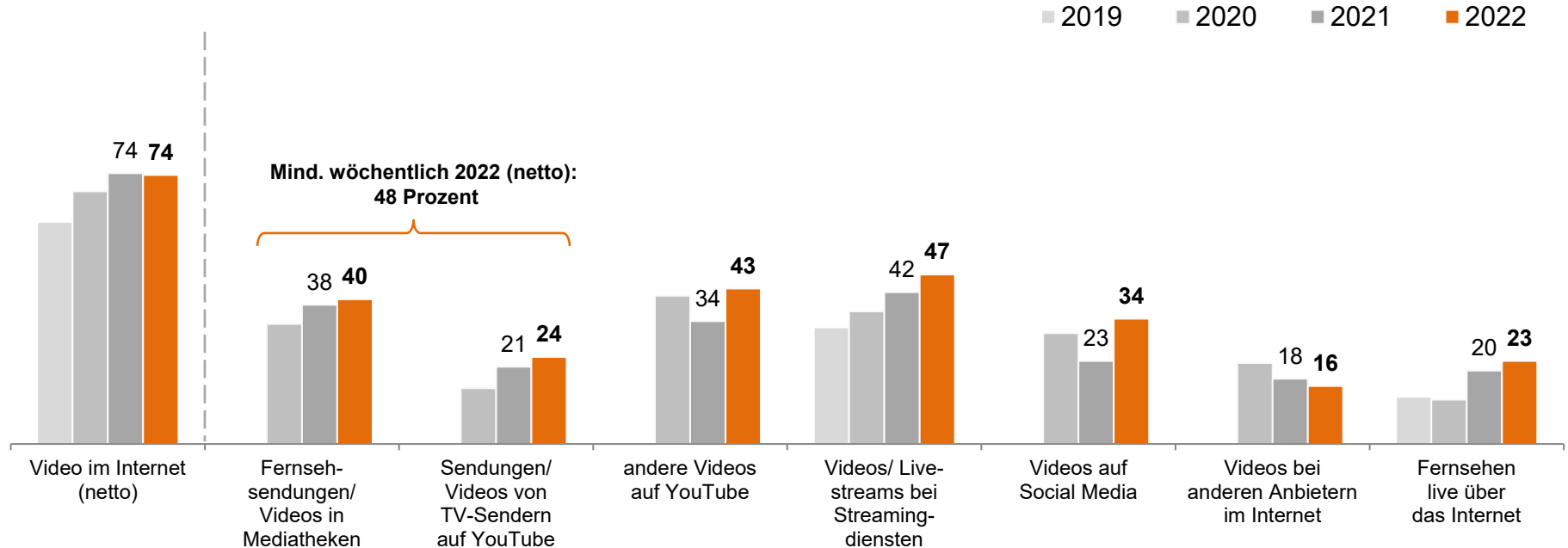
Bei der Video-Nutzung zeigen sich hohe Werte sowohl für TV-Content als auch für YouTube und Streamingdienste.

Nutzung Video über das Internet 2022, Angaben in Prozent



Im Vergleich zum Vorjahr findet sich die größte Dynamik bei Streamingdiensten, YouTube-Videos und Videos auf Social Media.

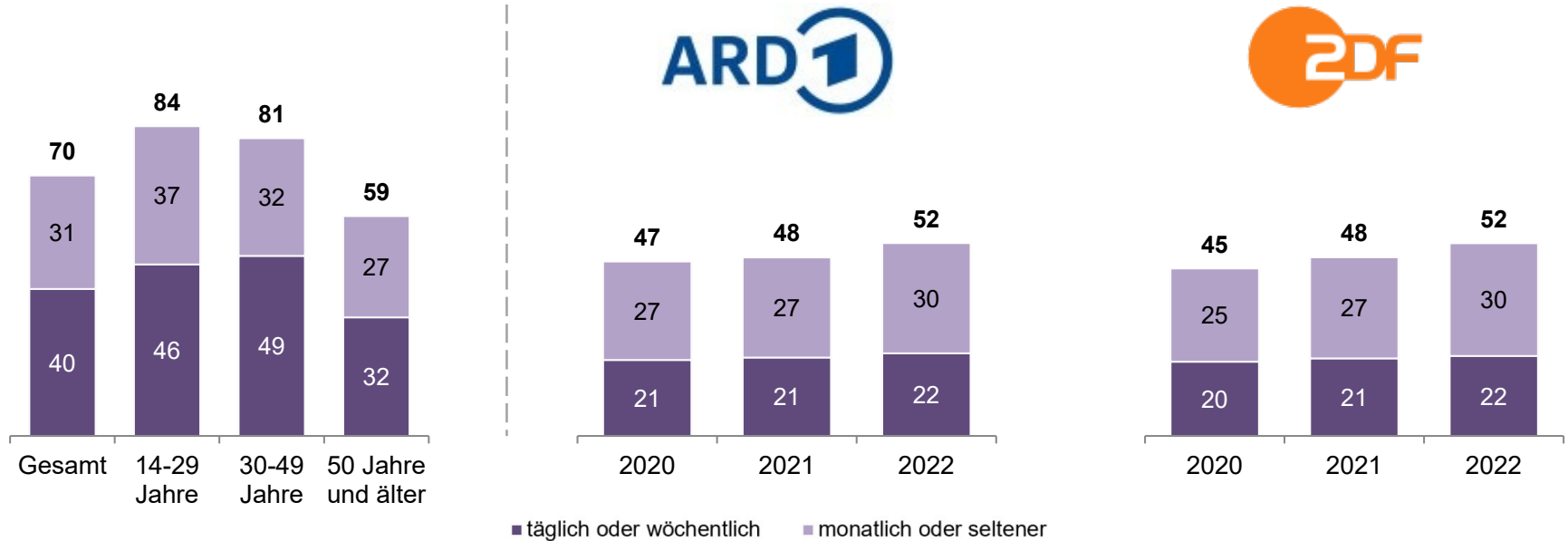
Nutzung Video über das Internet, Nutzungshäufigkeit mind. 1x pro Woche in Prozent



70 Prozent nutzen Sendermediatheken. Die Mediatheken von ARD und ZDF erreichen neue Reichweitenpeaks. Mehr als die Hälfte nutzt sie.

Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent

Mediatheken allgemein

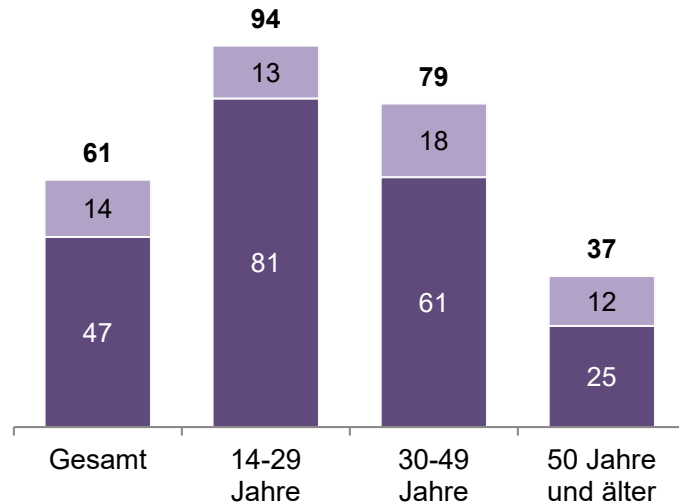


Netflix und Prime Video führen den Streaming-Markt deutlich an, Disney+ folgt mit Abstand auf Platz 3.

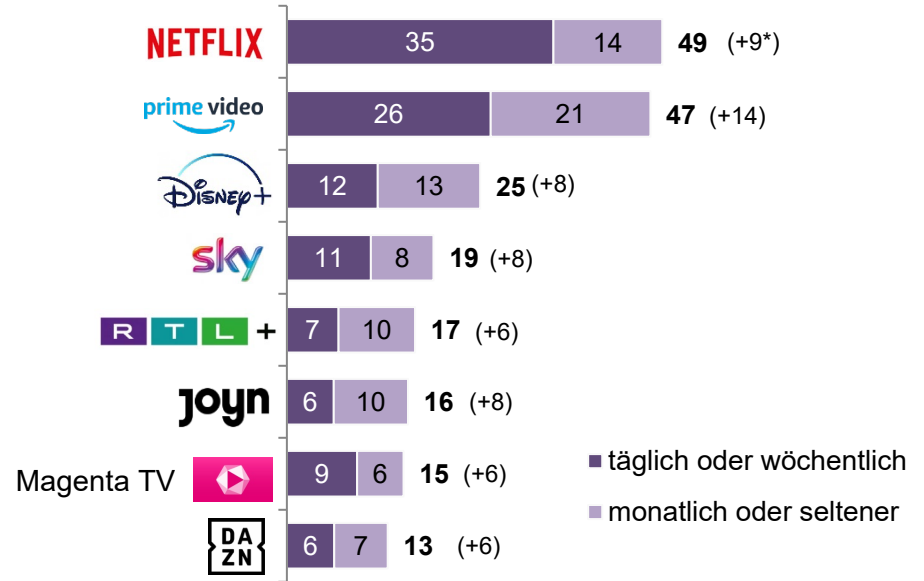
Nutzung Videostreaming, Angaben in Prozent

Videostreaming-Dienste

■ täglich oder wöchentlich ■ monatlich oder seltener



Anbieter für Videostreaming

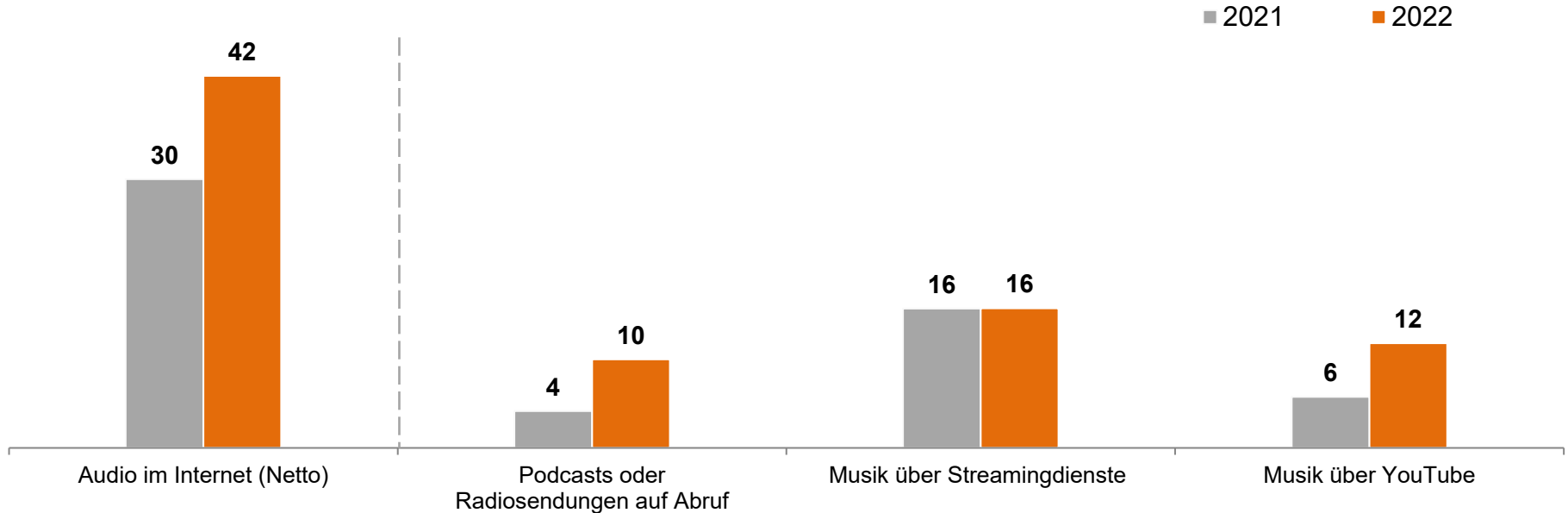


Mediale Internetnutzung: Audio



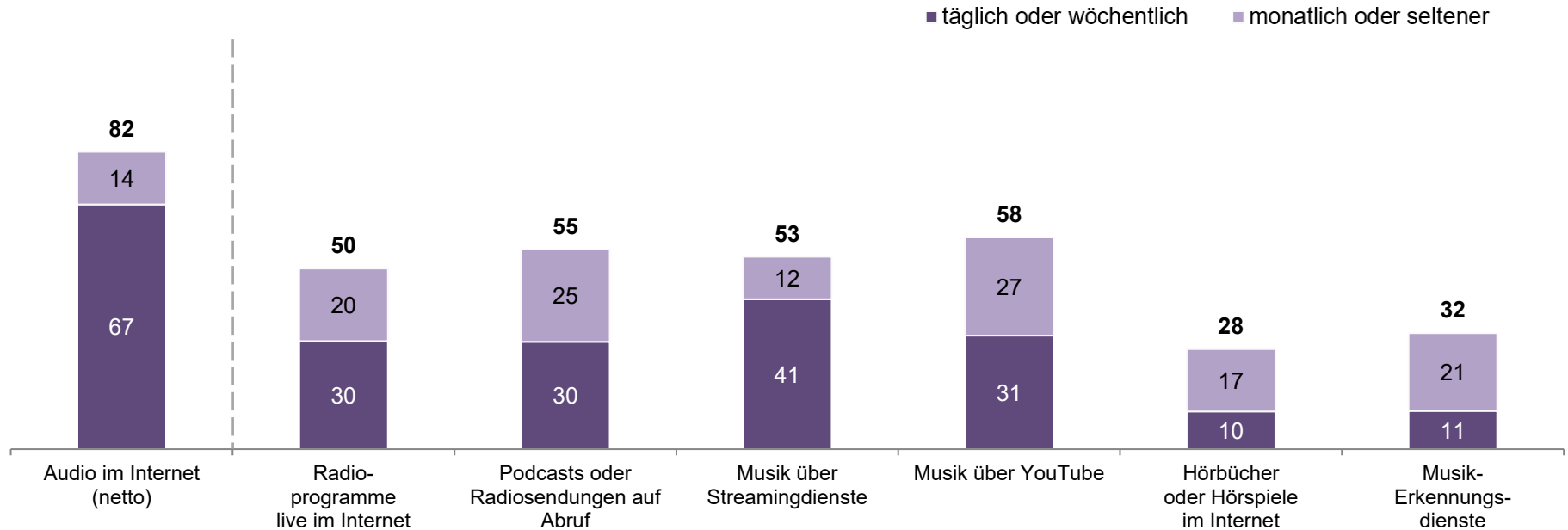
Vier von Zehn nutzen täglich Audio im Internet. Starker Zuwachs bei Podcasts/Radiosendungen auf Abruf und bei Musik über YouTube.

Audio im Internet, Tagesreichweite in Prozent



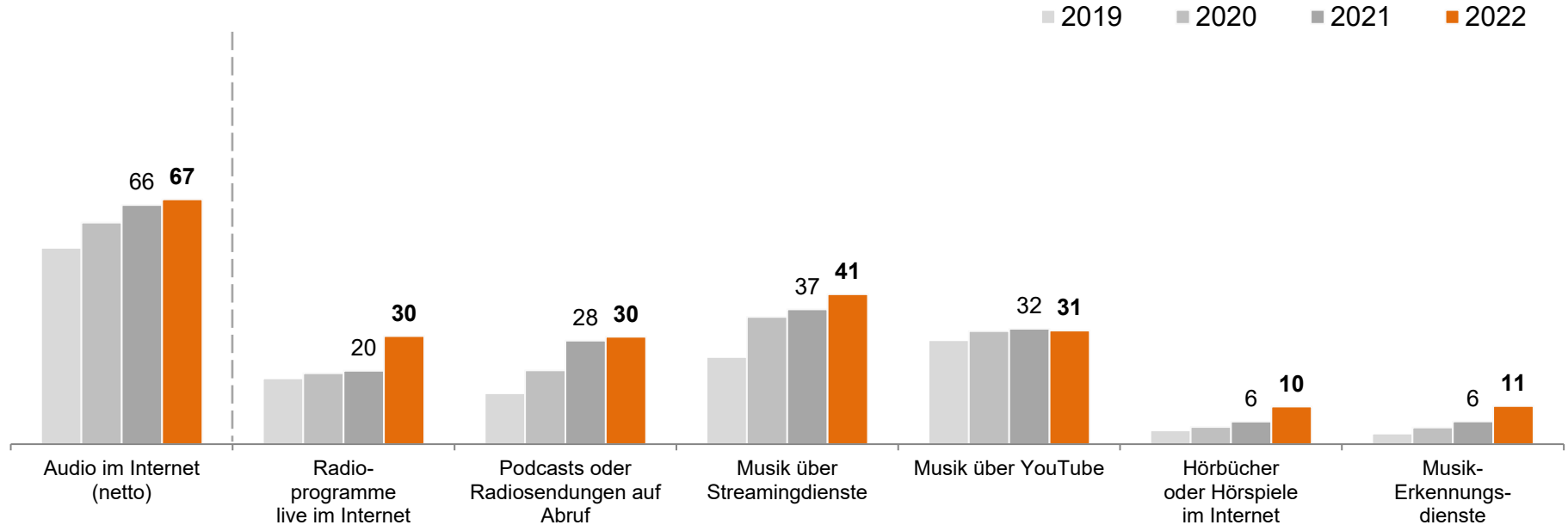
Rund jede:r Zweite nutzt Musikstreaming, Radio im Livestream oder Podcasts. Bei der regelmäßigen Nutzung liegt Musikstreaming vorn.

Nutzung Audio über das Internet 2022, Angaben in Prozent



Zweidrittel hören regelmäßig Audio online. Die größte Dynamik ist im Vergleich zum Vorjahr bei den Radio-Livestreams.

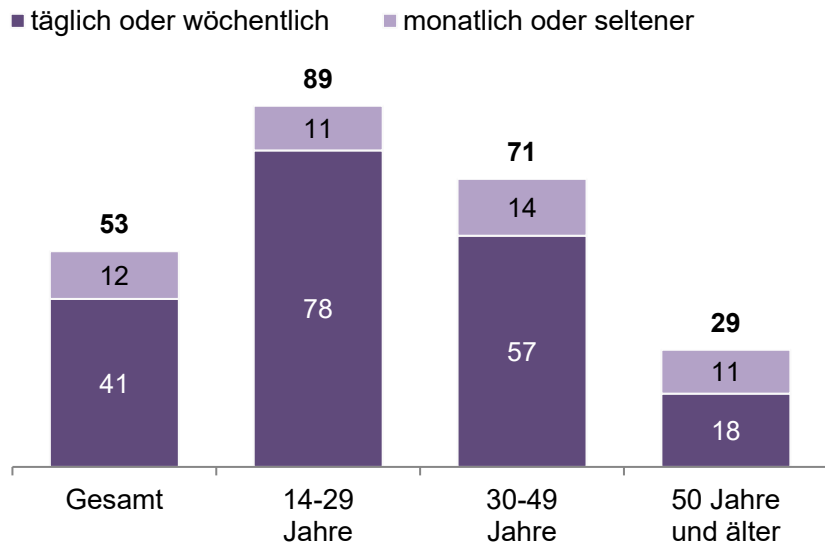
Nutzung Audio über das Internet, Nutzungshäufigkeit mind. 1x pro Woche in Prozent



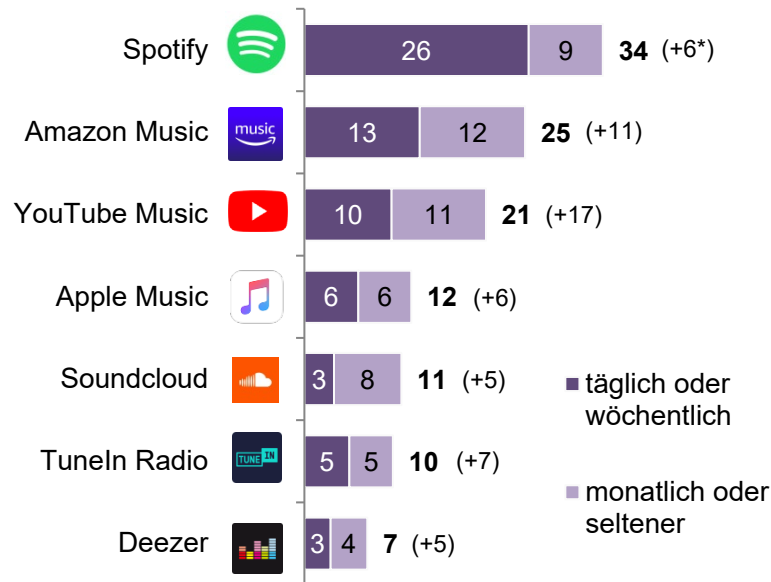
Nur jeder zehnte junge Mensch nutzt kein Musikstreaming. Jede oder jeder Dritte ist bei Spotify, Amazon Music mit 25 Prozent Nutzung.

Nutzung Musikstreaming, Angaben in Prozent

Musikstreaming-Dienste



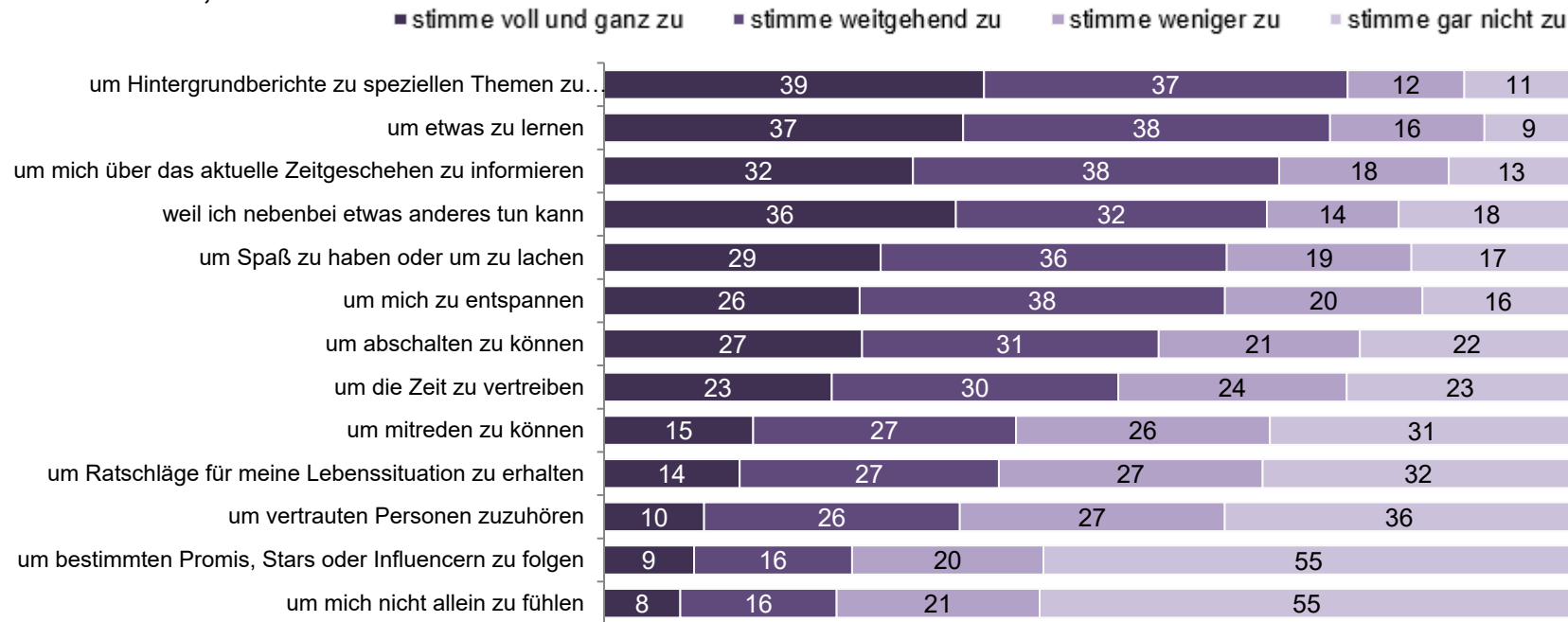
Anbieter für Musikstreaming



Motive beim Podcasthören: Hintergründe, Lernen, Information, Unterhaltung. Außerdem weil man nebenbei etwas anderes tun kann.

Nutzungsmotive Podcast, Angaben in Prozent

Ich höre Podcasts, ...

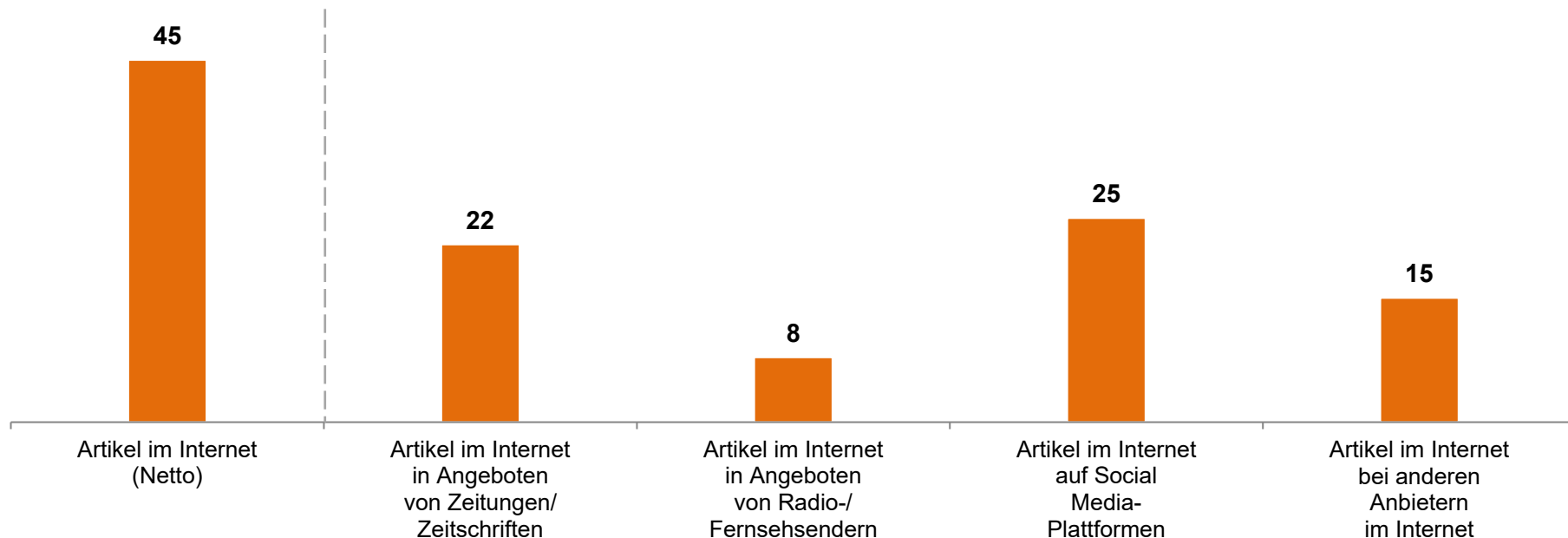


Mediale Internetnutzung: Text



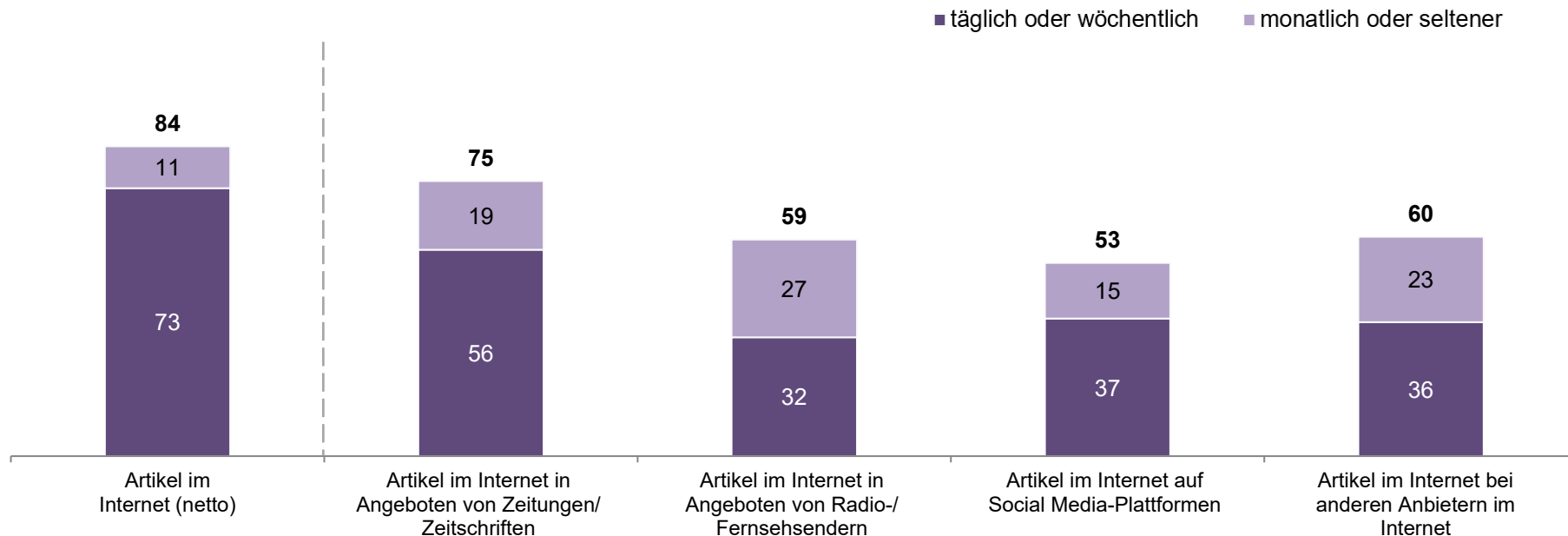
Artikel im Internet werden von 45 Prozent täglich genutzt. Social Media und digitale Artikel von Print-Angeboten sind etwa gleichauf.

Text im Internet 2022, Tagesreichweite in Prozent



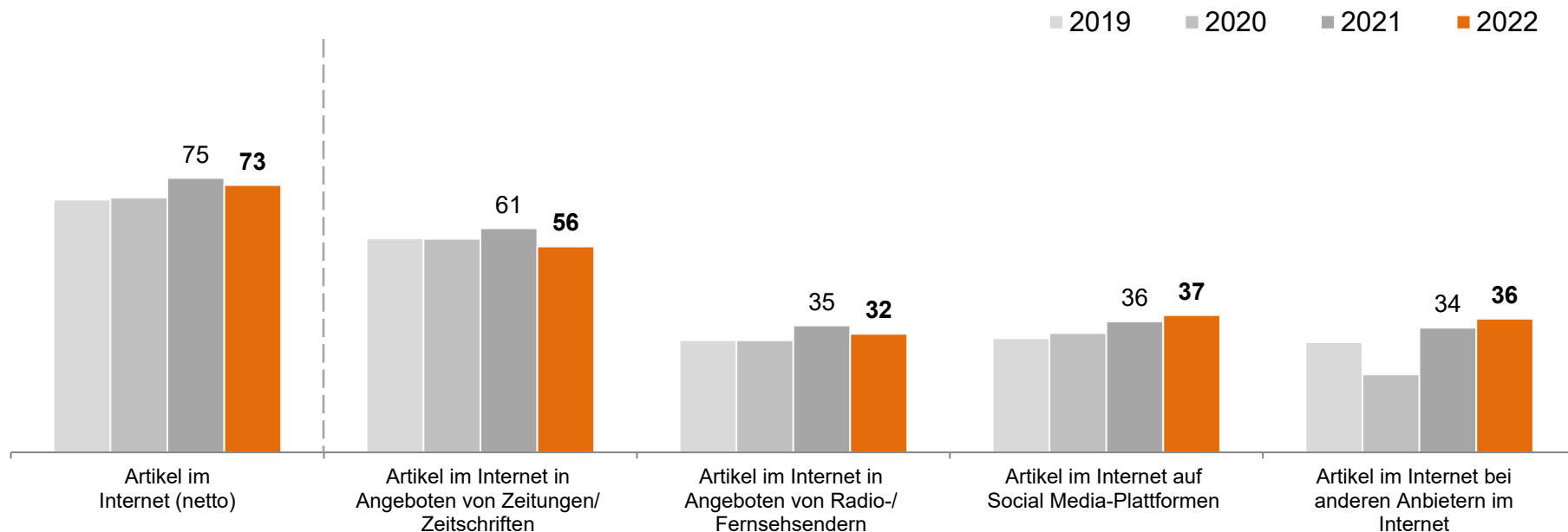
Bei der generellen Nutzung liegen die Angebote von originären Printmarken vor denen der Radio- und TV-Sender.

Nutzung Text über das Internet 2022, Angaben in Prozent



Die wöchentlichen Reichweiten sind bei der Textnutzung weitgehend stabil.

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





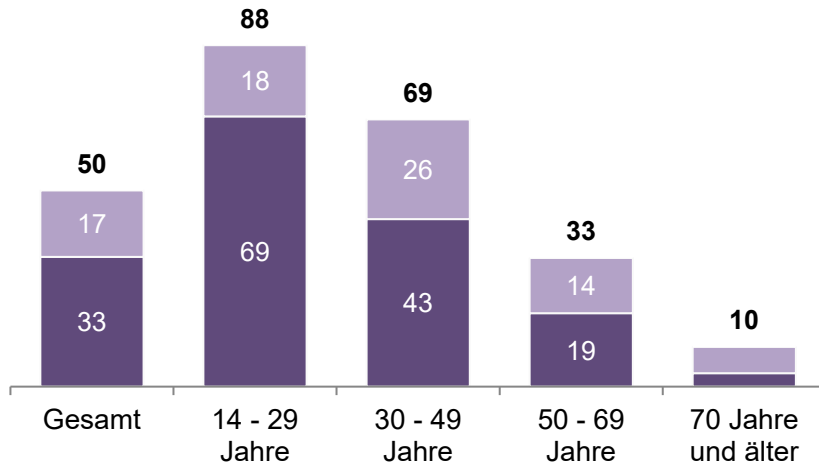
Social Media- und Messenger-Nutzung

Die Hälfte nutzt Social Media regelmäßig. Facebook und Instagram sind weiter führend, TikTok bereits auf Rang 3, knapp vor Snapchat.

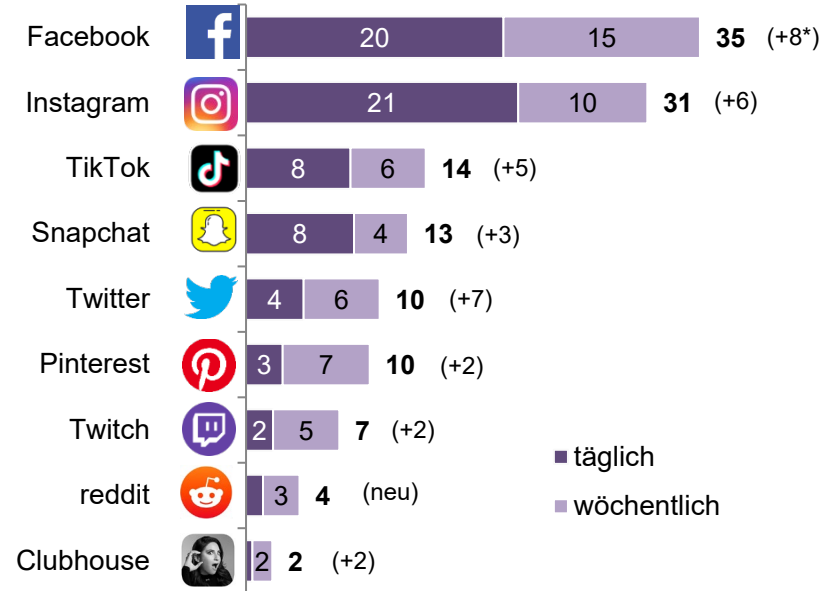
Social Media-Angebote, Angaben in Prozent

Nutzung Social Media (Nettowert)

■ täglich ■ wöchentlich



Social Media-Angebote

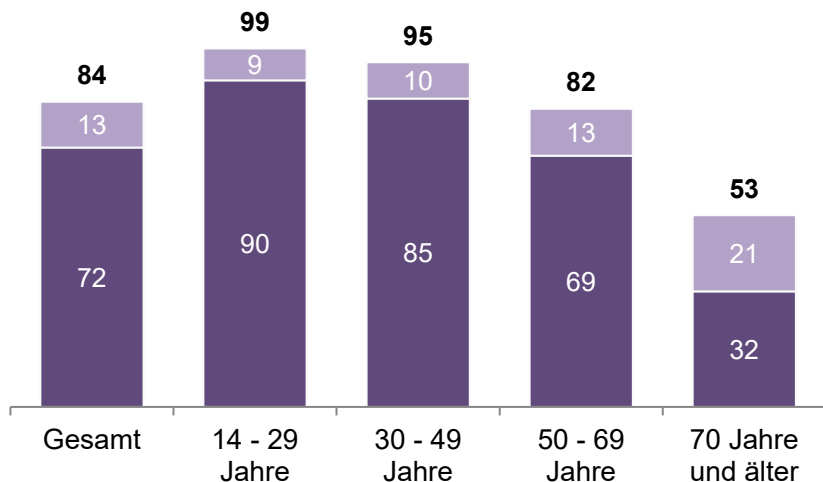


Messengerdienste sind sehr stark verbreitet. WhatsApp dominiert mit großem Abstand den Markt.

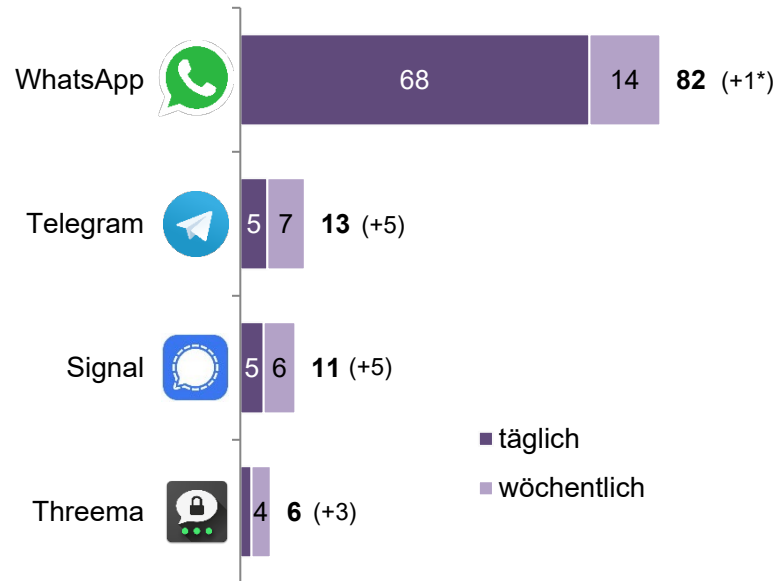
Nutzung Messenger, Angaben in Prozent

Nutzung Messenger

■ täglich ■ wöchentlich



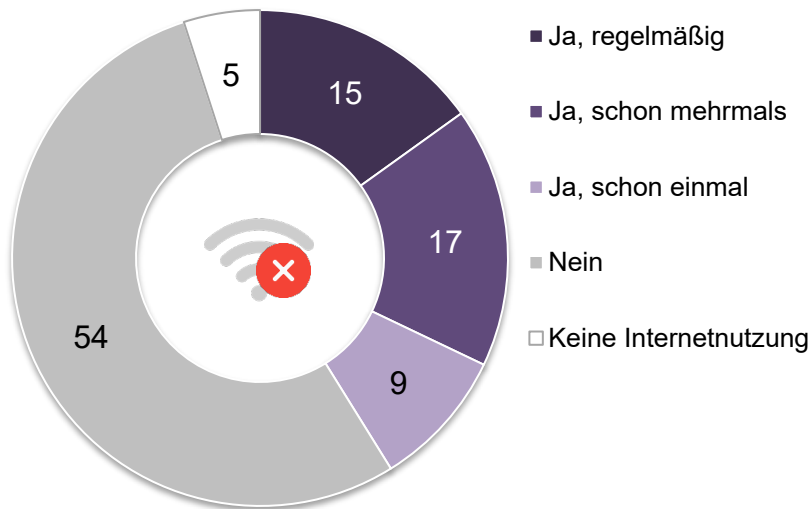
Messenger-Dienste



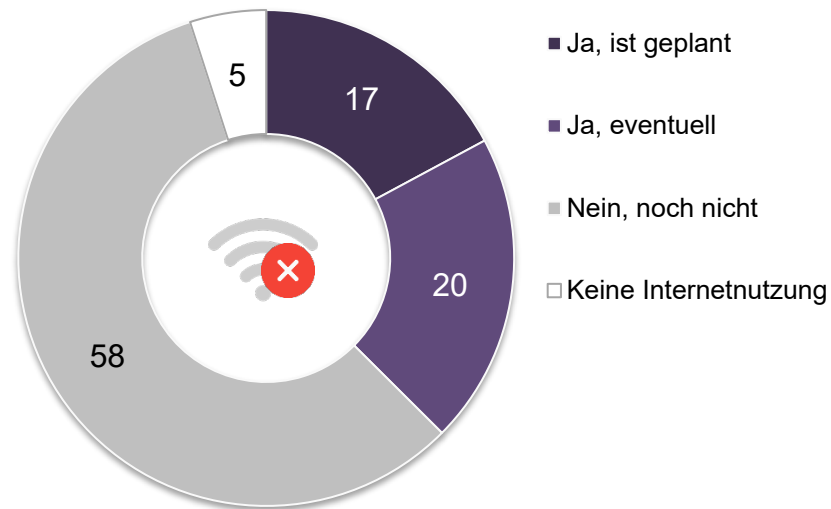
Knapp die Hälfte hat schon mal eine digitale Auszeit genommen, mehr als jede oder jeder Dritte plant es für die Zukunft.

Digital Detox, Angaben in Prozent

Haben Sie schon einmal Digital Detox gemacht?



Haben Sie die Absicht, Digital Detox zu machen?





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 in der Fachzeitschrift [Media Perspektiven](#) und auf ard-zdf-onlinestudie.de veröffentlicht.