



Onlinestudie 2017

Kern-Ergebnisse

Projektgruppe ARD/ZDF-Multimedia

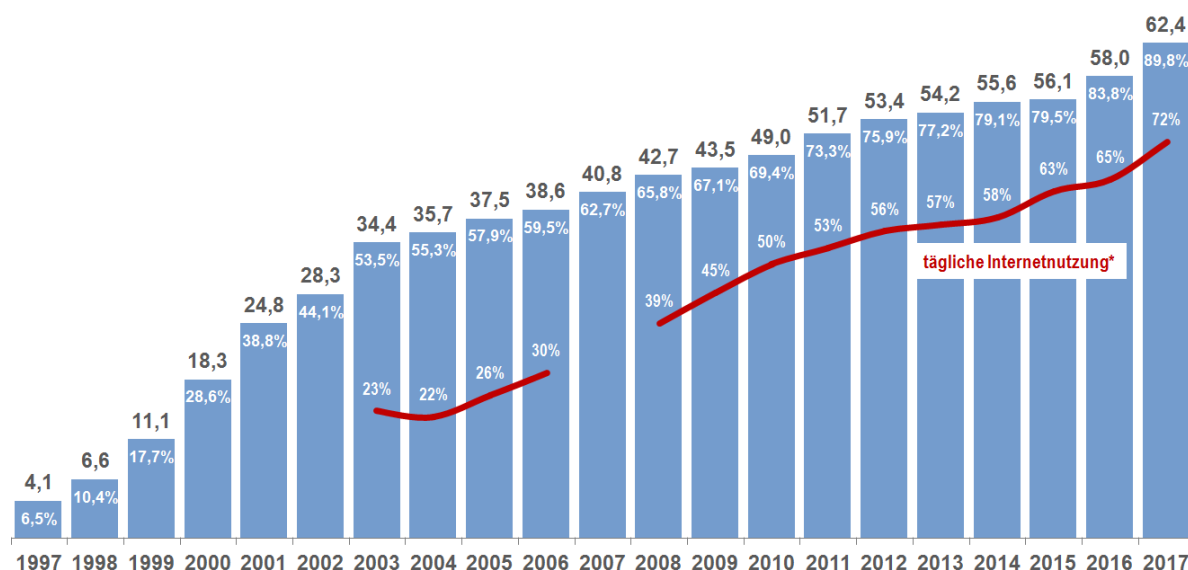
11. Oktober 2017

Kern-Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2017

Die ARD/ZDF-Onlinestudie ermittelt im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission seit 1997 jährlich Daten zur Internetnutzung in Deutschland. Vom 6. März bis 13. April 2017 wurden gut 2.000 Personen ab 14 Jahren befragt. Die Studie ist für die deutschsprachige Bevölkerung repräsentativ. Im 20. Jahr ihres Bestehens wurde sie 2017 zum ersten Mal im Rahmen der neuen ARD/ZDF-Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ durchgeführt. Eine der wichtigsten Neuerungen ist dabei, dass die Zahl der deutschen Internetnutzer über konkrete Tätigkeiten erfasst wird, bspw. der WhatsApp-Nutzung und nicht mittels einer pauschalen Abfrage der Internetnutzung.

Entwicklung der Onlinenutzung

Anteil Online-Nutzer, tägliche Onlinenutzung in Prozent /
Online-Nutzer in Millionen



Fragen: Bis 2016: Nutzen Sie zumindest gelegentlich das Internet...? / 2017: Berechneter Nettowert aus 15 Online-Tätigkeiten
Wie häufig nutzen Sie das Internet? (* 2007 nicht erhoben)
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2017: n=2.017).
Quellen: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 1998-2017 (bis 2009: D,14+; ab 2010 Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 1

Im Jahr 2017 sind 62,4 Millionen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren **Internetnutzer**. Das entspricht einem Anteil von **90 Prozent**. Der deutliche Anstieg um 4,4 Millionen resp. 6 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr ist zu einem Teil auf die geänderte Abfrage zurückzuführen. 72 Prozent der ab 14-Jährigen, respektive 50 Millionen Personen nutzen das Internet täglich. Der Zuwachs beträgt hier 11 Prozent gegenüber 2016.

Tägliche Nutzungsdauer Internet

Basis: alle Befragten; in Minuten

	In Minuten	In Std:Min	Veränderung zu 2016 in Min
Gesamt	149	2:29	+ 21
Männer	175	2:55	+ 22
Frauen	125	2:05	+ 21
14 - 29 Jahre	274	4:34	+ 29
30 - 49 Jahre	183	3:03	+ 35
50 - 69 Jahre	98	1:38	+ 13
ab 70 Jahre	36	0:36	+ 8

2016: pauschale Abfrage. 2017: Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-after-recall: Alle Onlinetätigkeiten werden in 15-Minuten-Intervallen aufsummiert. Berechnung 2016 und 2017: Alle Befragten gehen in die Berechnung ein; diejenigen, die am Tag vor der Befragung das Internet nicht genutzt haben, mit dem Wert Null.

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2017: n=2.017).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 und 2017

Abbildung 2

Die **Nutzungsdauer des Internets** beträgt durchschnittlich 149 Minuten täglich, also knapp zweieinhalb Stunden. Das sind 21 Minuten mehr als im letzten Jahr. Männer liegen bei knapp drei Stunden, Frauen bei gut zwei Stunden. 14- bis 29-Jährige nutzen das Internet mehr als viereinhalb Stunden pro Tag, 30- bis 49-Jährige rund drei Stunden. Ein deutlich niedrigeres Niveau erreichen die beiden Altersgruppen darüber: 50- bis 69 Jahre gut anderthalb Stunden, über 70 Jahre etwas mehr als eine halbe Stunde.

Nutzungsdauer nach Arten der Internet-Nutzung

Basis: alle Befragten; in Minuten

	Internet Gesamt	Mediale Internet-Nutzung	Individual-Kommunikation	Sonstige Internet-nutzung
Gesamt	2:29	0:45	0:59	1:11
Männer	2:55	0:54	0:59	1:27
Frauen	2:05	0:36	0:59	0:56
14 - 29 Jahre	4:34	1:56	1:42	1:43
30 - 49 Jahre	3:03	0:51	1:17	1:33
50 - 69 Jahre	1:38	0:11	0:40	0:58
ab 70 Jahre	0:36	0:09	0:12	0:18

2016: pauschale Abfrage. 2017: Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-after-recall: Alle Onlinetätigkeiten werden in 15-Minuten-Intervallen aufsummiert. Berechnung 2016 und 2017: Alle Befragten gehen in die Berechnung ein; diejenigen, die am Tag vor der Befragung das Internet nicht genutzt haben, mit dem Wert Null.
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2017: n=2.017).
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 und 2017

Abbildung 3

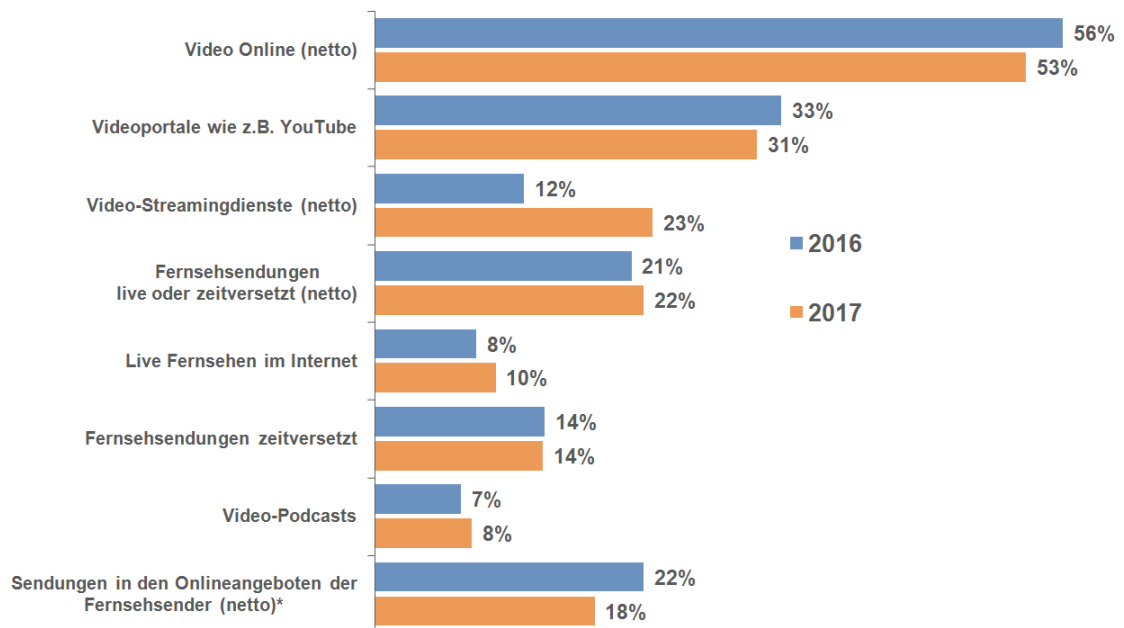
Die Nutzungsdimensionen des Internets werden in **drei Cluster** unterteilt:

- a) mediale Internetnutzung
- b) Individual-Kommunikation
- c) sonstige Internetnutzung (Surfen, Shoppen, Spielen).

Von insgesamt 149 Minuten (knapp 2,5 Stunden) täglicher Internetnutzung, wird eine dreiviertel Stunde für Mediennutzung aufgewendet. Rund eine Stunde Zeit entfällt auf die Individualkommunikation. Von den drei Clustern nimmt die sonstige Internetnutzung die meiste Zeit in Anspruch. Bei den 14- bis 29-Jährigen entfällt 2017 die meiste Zeit auf mediale Inhalte.

Nutzung von Video-Anwendungen

2016 und 2017 im Vergleich
mindestens wöchentlich genutzt, Angaben in Prozent



* Konkret wurde für die sechs wichtigsten Fernsehsender gefragt: "Wie häufig schauen Sie sich in den Onlineangeboten von XY Sendungen an?" und daraus ein zusammengefasster Nettowert berechnet.

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508; 2017: n=2.017). Hochrechnung: Erw. 14+ 69,56 Mio

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016 und 2017 (Dspr.Bev., 14+)

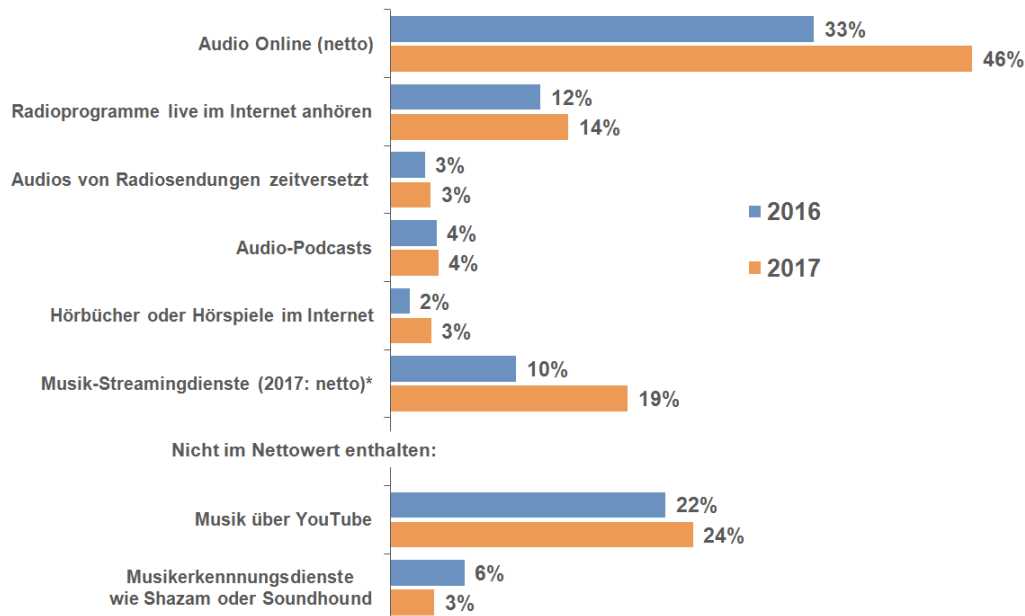
Abbildung 4

53 Prozent der Bevölkerung nutzen mindestens einmal pro Woche eine der **Bewegtbildformen** im Internet, dies sind 3 Prozentpunkte weniger als im letzten Jahr. Dieser Rückgang lässt sich auf leichte Verluste bzw. auf Stagnation bei der Bewegtbildnutzung auf Videoportalen, in Communitys wie Facebook und sendereigenen Mediatheken zurückführen. Während vor allem die **Video-Streamingdienste** wie Netflix, Amazon Prime und Maxdome in einem Jahr um 11 Prozentpunkte auf 23 Prozent angestiegen sind. **Fernsehinhalte** werden von 22 Prozent der Gesamtbevölkerung mindestens einmal in der Woche online gesehen.

Nutzung von Audio-Anwendungen

2016 und 2017 im Vergleich

mindestens wöchentlich genutzt, Angaben in Prozent



* 2016 wurde pauschal nach der Nutzung von Musik-Streamingdiensten gefragt; 2017 wurde die Nutzung von acht konkreten Diensten erfasst. Hier wird der zusammengefasste Nettowert dargestellt.

Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508; 2017: n=2.017). Hochrechnung: Erw. 14+ 69,56 Mio

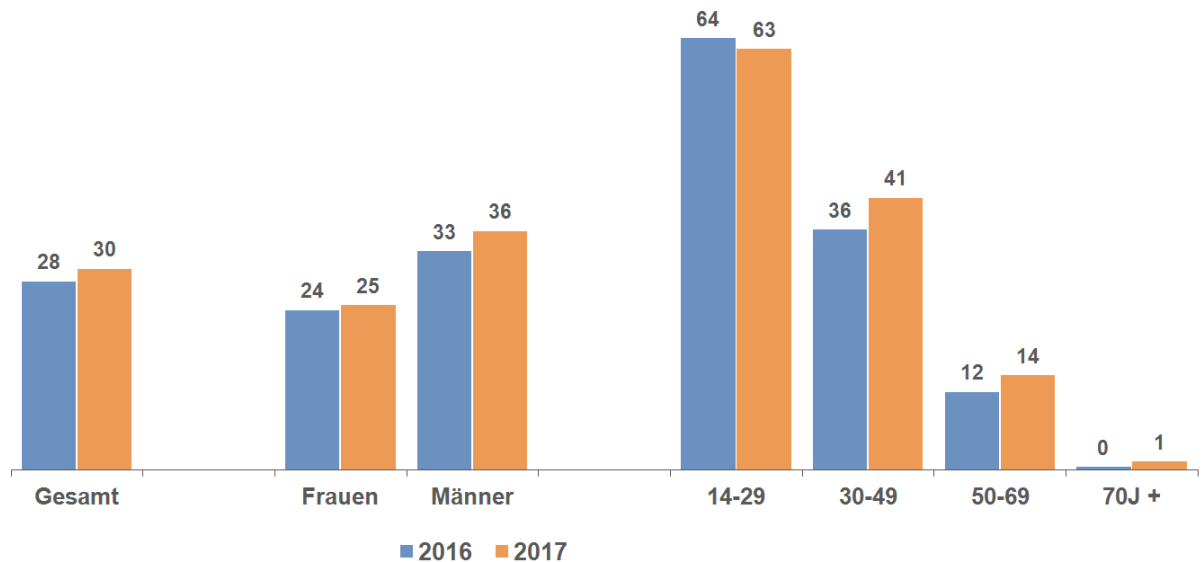
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016 und 2017 (Dspr.Bev., 14+)

Abbildung 5

In Summe addieren sich alle **Audionutzungsformen** zu einem Audionettowert von 46 Prozent (mindestens einmal in der Woche). **Musik-Streamingdienste** legen von 2016 auf 2017 um 9 Prozentpunkte zu und werden nun von 19 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung mindestens einmal in der Woche genutzt. Gleichzeitig hat auch das Hören von **Radio-Livestreams** im Internet eine ansteigende Tendenz: 14 Prozent, das entspricht einem Plus von 2 Punkten. Die **zeitversetzte Nutzung von Radiosendungen** sowie das Anhören von Hörbüchern und Hörspielen über das Internet rangieren mit 3 bis 4 Prozent deutlich dahinter, haben aber eine konstante Bedeutung für kleinere Zielgruppen.

Tägliche Online-Nutzung unterwegs

Häufigkeit (Angaben in Prozent)



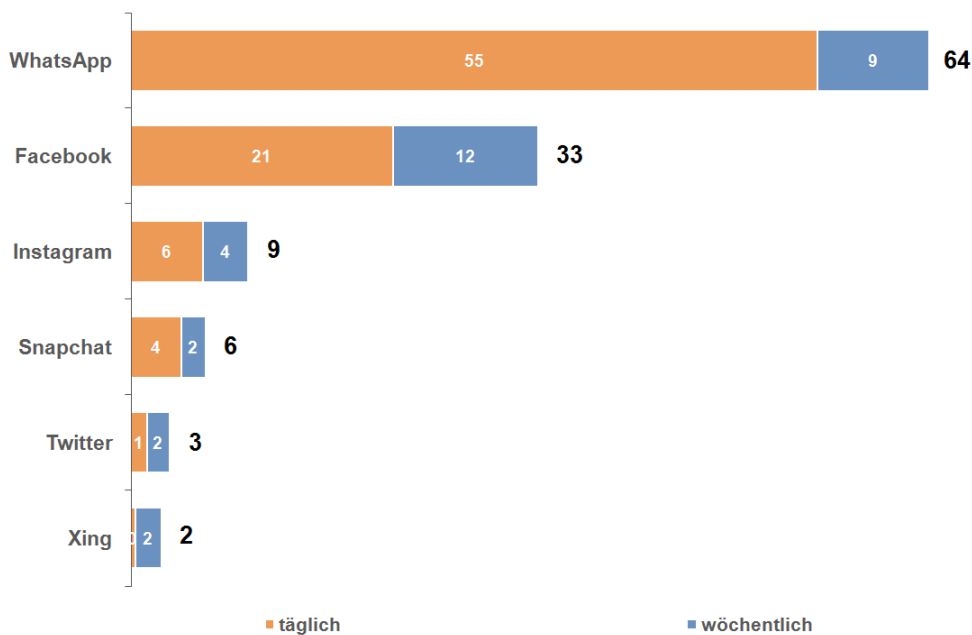
Frage 7b: Wie häufig gehen Sie unterwegs ins Internet?
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2017: n=2.017). Hochrechnung: Erw. 14+ 69,56 Mio
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2016 bis 2017 (Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 6

Lag die tägliche **Unterwegsnutzung** des Internets 2015 noch bei 18 Prozent, so liegt sie 2017 bei 30 Prozent, gegenüber dem Vorjahr kamen noch einmal 2 Prozentpunkte hinzu. Der Zuwachs geht vor allem von Männern (+ 3 %-Punkte auf 36 %) und den 30- bis 49-Jährigen (+5 %-Punkte auf 41 %) aus -- auch die Unterwegsnutzung der 50- bis 69-Jährigen ist um 2 Prozentpunkte auf 14 Prozent angewachsen. Bei den 14- bis 29-Jährigen sind stabil 63 Prozent täglicher Internetnutzung unterwegs zu verzeichnen (2016: 64 %).

WhatsApp und Social Media

tägliche und wöchentliche Nutzung in Prozent



Frage 19 Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Online Communities und Social Media-Angebote aus dem Internet. Sagen Sie mir bitte, wie häufig Sie das jeweilige Angebot nutzen: täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, mehrmals pro Monat, einmal pro Monat, seltener oder nie?
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2017: n=2.017). Hochrechnung: Erw. 14+ 69,56 Mio
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017 (Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 7

Bei **Facebook** ist eine Stagnation in der Reichweite zu verzeichnen. 2017 wird Facebook von 33 Prozent der Deutschen mindestens einmal in der Woche und von 21 Prozent täglich aufgesucht, 2016 waren es 34 und 22 Prozent. Ähnliches gilt für **Twitter**, dessen Reichweiten stagnieren weiterhin auf niedrigem Niveau und liegen bei 3 Prozent wöchentlicher und 1 Prozent täglicher Nutzung (2016: 4 bzw. 1 %). Auch die anderen Communities verzeichnen kaum eine Entwicklung in ihren Reichweiten: **Instagram** liegt bei 9 Prozent und **Snapchat** bei 6 Prozent wöchentlicher Nutzung. **WhatsApp**, das als Instant-Messagingdienst startete und zunehmend Community-Eigenschaften bietet, steigert seine Reichweite kontinuierlich: im Vergleich zum Vorjahr um 6 Prozentpunkte auf 64 Prozent Nutzung mindestens einmal pro Woche und 55 Prozent täglich.

In folgenden **Fachartikeln** der Zeitschrift **Media Perspektiven** finden sich weitere Informationen zur diesjährigen ARD/ZDF-Onlinestudie im Rahmen der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“:

Wolfgang Koch/Beate Frees: ARD/ZDF-Onlinestudie 2017: Neun von zehn Deutschen online,
in: MP 9/2017 S. 434-446

Thomas Kupferschmitt: Onlinevideo: Gesamtreichweite stagniert, aber Streamingdienste punkten mit Fiction bei Jüngeren, in: MP 9/2017, S. 447-462

Christian Schröter: Audiowelten im Wachstum: Zur Radio-, Audio- und Streamingnutzung im Internet,
in: MP 9/2017 S. 463-471

Die Fachartikel sind auch online verfügbar:

www.ard-zdf-onlinestudie.de

oder www.media-perspektiven.de

Die Untersuchungsreihe erfolgt im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission, die die Forschungs-Abteilungen des BR, hr, SWR und ZDF mit der Durchführung der ARD/ZDF-Onlinestudie im Rahmen der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“ betraut.

Kontakt:

Wolfgang Koch, hr-Medienforschung und Leiter ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia,

Wolfgang.Koch@hr.de

Beate Frees, ZDF-Medienforschung und stellvertretende Leiterin ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia,

Frees.B@zdf.de