



Onlinestudie 2016

Kern-Ergebnisse

Projektgruppe ARD/ZDF-Multimedia

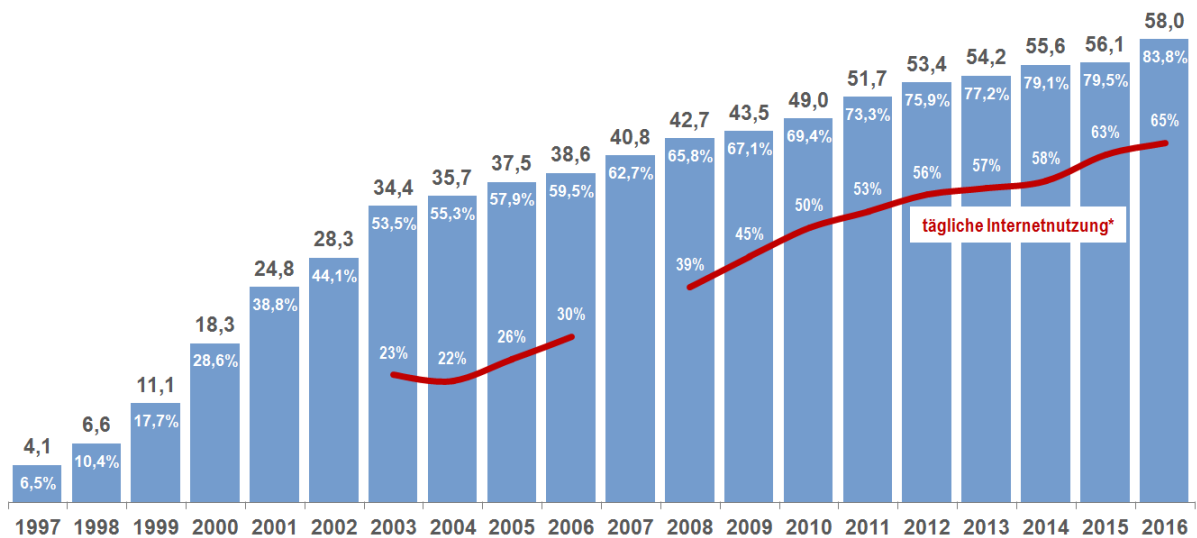
12. Oktober 2016

Kern-Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016

Die ARD/ZDF-Onlinestudie ermittelt im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission seit 1997 jährlich Daten zur Internetnutzung in Deutschland. Vom 21. März bis 8. Mai 2016 wurden 1.508 Personen ab 14 Jahren befragt. Die Studie ist für die deutschsprachige Bevölkerung repräsentativ. 2016 wurde sie zum ersten Mal als kombinierte CATI-Festnetz- und Mobilfunkstichprobe durchgeführt, das heißt 60 Prozent der Befragten hatten Festnetzanschluss und 40 Prozent Mobilfunk.

2016: Größter Zuwachs bei der Internetnutzung seit langem

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



Frage: Nutzen Sie zumindest gelegentlich das Internet...? / Wie häufig nutzen Sie das Internet? (* 2007 nicht erhoben)
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508).
Quellen: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 1998-2016 (bis 2009: D,14+; ab 2010 Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 1

Die **Zahl der Onlinenutzerinnen und -nutzer** steigt im Jahr 2016 auf insgesamt 58 Millionen. Das entspricht einem Anteil von 83,8 Prozent an der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland. Gegenüber 2015 ist das ein Zuwachs von fast 2 Millionen Menschen. Rund zwei Drittel nutzen 2016 das Internet täglich, das sind über 45 Millionen Personen in Deutschland.

Erstmals mehr als 2 Stunden Internetnutzung pro Tag

Nutzungsdauer gestern aller Befragten in Minuten

	In Minuten	In Std:Min	Veränderung zu 2015 in Min
Gesamt	128	2:08	+20
Frauen	104	1:44	+13
Männer	153	2:33	+26
14 - 29 Jahre	245	4:05	+32
30 - 49 Jahre	148	2:28	+21
50 - 69 Jahre	85	1:25	+9
ab 70 Jahre	28	0:28	+8

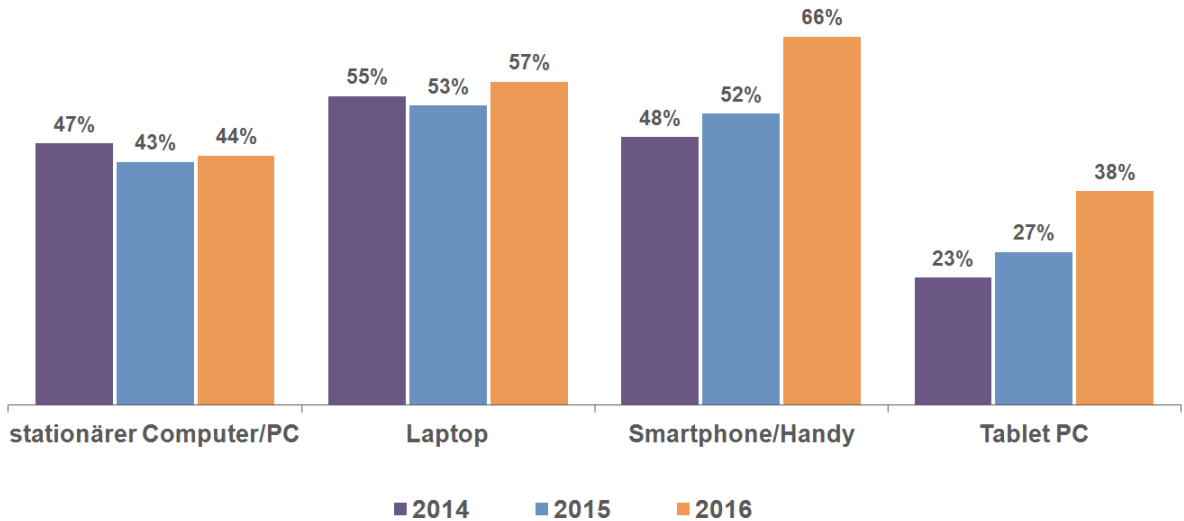
Frage: Wie lange – ich meine in Stunden und Minuten - haben Sie gestern das Internet genutzt?
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508).
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016

Abbildung 2

Mit 2:08 Stunden **Nutzungsdauer des Internets** ist ein Zuwachs von 20 Minuten gegenüber 2015 zu verzeichnen. Je jünger die Befragungsteilnehmer der Onlinestudie, desto stärker steigt ihre Nutzungsdauer. Bei den 14- bis 29-Jährigen um eine gute halbe Stunde auf 4:05 Stunden pro Tag, bei den 30- bis 49-Jährigen um etwa 20 Minuten auf 2:28 Stunden, bei den 50-69-Jährigen um 10 Minuten auf 1:25 Stunden und bei den ab 70-Jährigen auf 0:28 Stunden, rund 8 Minuten mehr.

Smartphone überholt Laptop als häufigstes Internet-Gerät

Zumindest seltene Nutzung in Prozent

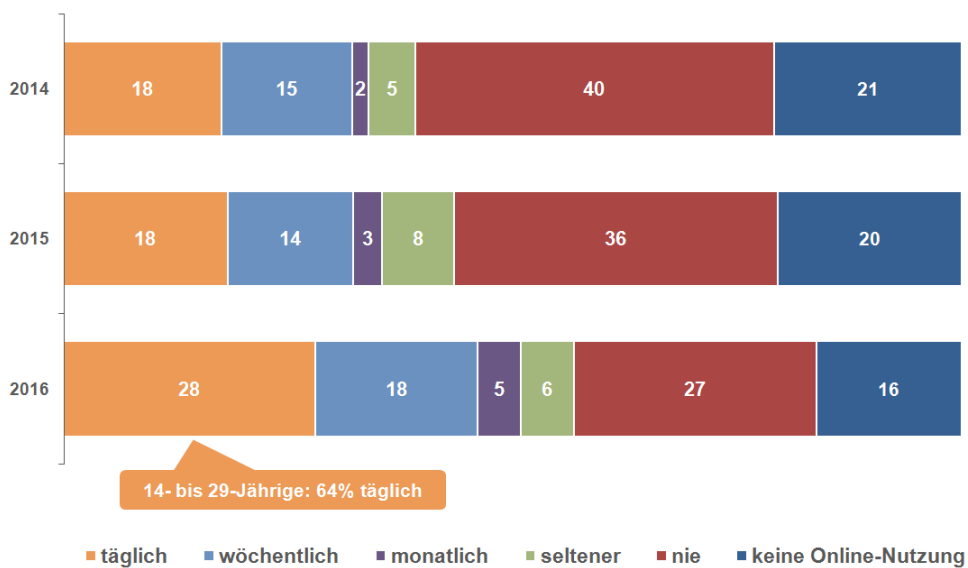


Frage: Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Geräten, wie häufig Sie persönlich damit ins Internet gehen. (Mehrfachnennungen möglich)
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508)
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2014 bis 2016 (Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 3

57% nutzen das Internet unterwegs, mehr als jeder Vierte sogar täglich

Häufigkeit in Prozent



Frage: Wie häufig gehen Sie unterwegs ins Internet?
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508)
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2014 bis 2016 (Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 4

Kommunikation und Mediennutzung rangieren in der Nutzungsdauer vorne

Basis: Alle Befragten, Angaben in Prozent

Nutzungsdauern gestern	Gesamt	Frauen	Männer	14 - 29 Jahre	30 - 49 Jahre	50 - 69 Jahre	ab 70 Jahre
Kommunikation im Internet	39%	45%	35%	41%	42%	38%	17%
Mediennutzung im Internet	24%	20%	28%	29%	23%	21%	15%
Informationssuche im Internet	17%	17%	17%	14%	19%	22%	22%
Spielen im Internet	14%	12%	14%	13%	11%	11%	30%
Transaktionen im Internet	6%	5%	5%	4%	5%	8%	15%

Frage: Jetzt geht es darum, was Sie gestern im Internet gemacht haben und wie viel Zeit Sie damit verbracht haben...
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508).
Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 (Dspr.Bev., 14+)

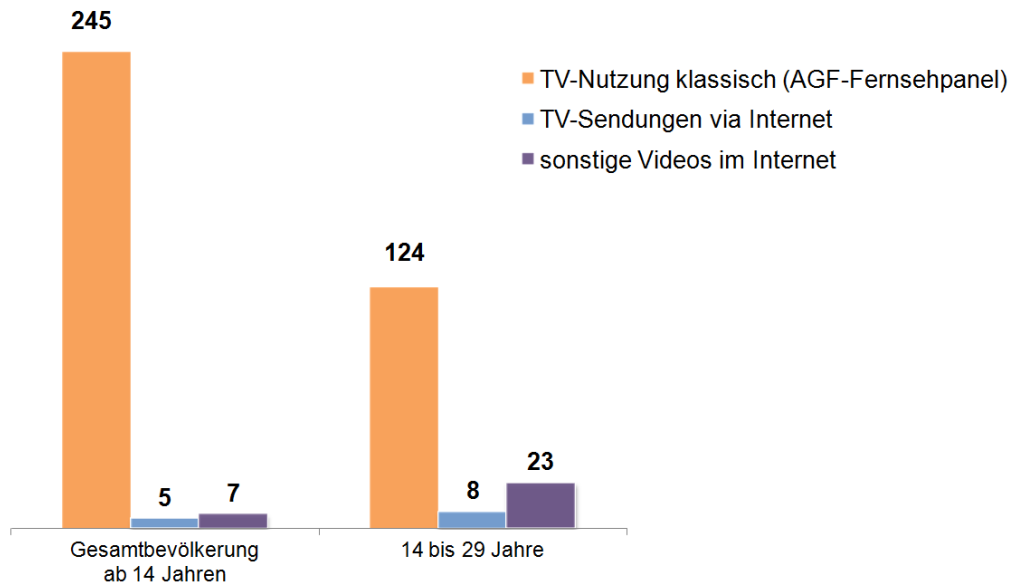
Abbildung 5

Die deutschsprachige Bevölkerung nutzt täglich eine gute halbe Stunde **Medien im Internet**, dies entspricht 24 Prozent der Online-Zeit. Bei den unter 30-Jährigen sind es 86 Minuten (29% Nutzungszeit), also knapp anderthalb Stunden täglich. **Kommunikation im Internet**, also E-Mails, Chatten oder Interaktion in Social Media-Angeboten nimmt 39 Prozent der Online-Zeit ein. Die Kategorie **Informationssuche** kommt auf 24 Minuten und anteilig 17 Prozent. **Spielen im Internet** nimmt 19 Minuten in Anspruch (Anteil: 14 Prozent), der aktuelle Zuwachs ist vor allem auf Männer und ab 70-Jährige zurückzuführen. Die wenigste Zeit wird für **Transaktionen** im Sinne von Stöbern nach Produkten, für Onlineshopping und Onlinebanking aufgewendet. Darüber hinaus gilt durchgängig für alle Tätigkeiten im Netz: Je jünger die Personen sind, desto mehr Zeit verbringen sie im Internet.

Nur wenig TV-Nutzung findet über das Internet statt

TV-Nutzung (AGF-Fernsehpanel) und Internet-Nutzung (Onlinestudie) im Vergleich

in Minuten / Tag



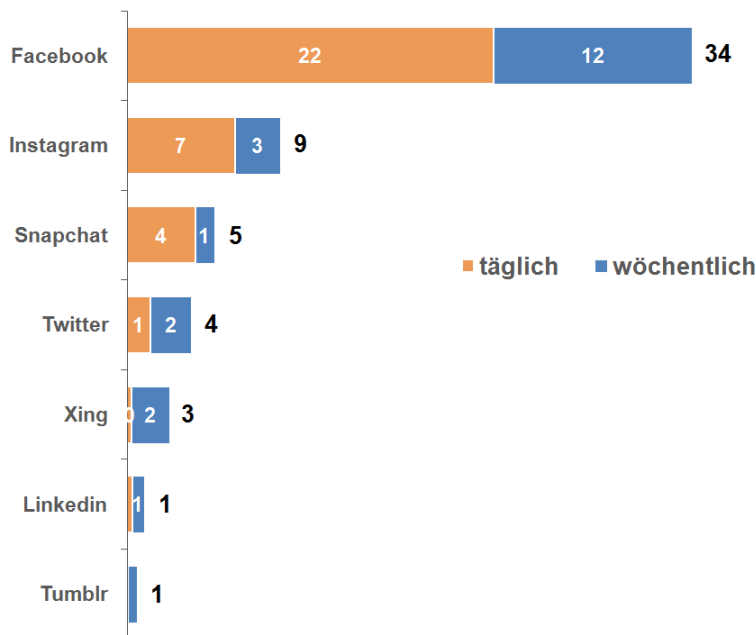
Quelle TV: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, DAP TV Scope (Messung), 1. Halbjahr 2016
Quelle Internet: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 (Befragung)

Abbildung 6

Täglich werden 11 Minuten (Nettowert) Fernsehsendungen oder sonstige Videos über das Internet geschaut. Dies entspricht einem Anteil von 4 Prozent an der Gesamtnutzung. Bei den 14- bis 29-Jährigen beträgt der Anteil der Bewegtbildnutzung via Internet bereits 30 Minuten netto und 19 Prozent. Treiber bei der Nutzung sonstiger Videos sind vor allem die YouTube Stars der 14- bis 19-Jährigen (31 Minuten sonstige Videos). Über die Hälfte in dieser Altersgruppe schaut täglich Videos auf Videoportalen wie YouTube.

Social Media: Facebook mit den meisten Nutzern, Instagram auf Platz 2

Nutzungshäufigkeit in Prozent



Frage: 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
 Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508).
 Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2016 (Dspr.Bev., 14+)

Abbildung 7

Unter den **Social Media**-Angeboten rangiert Facebook vorne: **Facebook** verzeichnet 34 Prozent mindestens wöchentliche Nutzung – mit einem Plus von sieben Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. **Instagram** steigert sich auf 9 Prozent wöchentliche Nutzung. Es sind vor allem die ganz Jungen, die das Netzwerk erreicht: 55 Prozent der 14- bis 19-Jährigen sind wöchentlich oder öfter auf Instagram, 27 Prozent der 20- bis 29-Jährigen. **Snapchat** liegt mit 5 Prozent wöchentlicher Nutzung auf Platz 3 in Deutschland. Das Besondere bei Snapchat ist, dass von den 14- bis 19-Jährigen jeder Zweite den Dienst auf wöchentlicher Basis nutzt (49 Prozent). Von den 20- bis 29-Jährigen sind es nur 9 Prozent und in älteren Zielgruppen fast niemand. **Twitter** stagniert mit 4 Prozent wöchentlicher Nutzung auf niedrigem Niveau.

In folgenden **Fachartikeln** der Zeitschrift **Media Perspektiven** finden sich weitere Informationen zur diesjährigen ARD/ZDF-Onlinestudie:

Wolfgang Koch/Beate Frees: Dynamische Entwicklung bei mobiler Internetnutzung sowie Audios und Videos. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: MP 9/2016 S. 418–437.

Christian Schröter: Audionutzung im Kontext ausdifferenzierter Onlineangebote. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: MP 9/2016, S. 438–447.

Thomas Kupferschmitt: Online-Vidoreichweite steigt bei weiter geringer Nutzungsdauer. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2016. In: MP 9/2016, S. 448–459.

Die Fachartikel sind auch online verfügbar unter:

www.ard-zdf-onlinestudie.de oder www.media-perspektiven.de

Die Untersuchungsreihe erfolgt im Auftrag der ARD/ZDF-Medienkommission, die die Forschungsabteilungen des BR, hr, SWR und ZDF mit der Durchführung betraut.

Kontakt:

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

Beate Frees, ZDF-Medienforschung und stellvertretende Leiterin der PG Multimedia,
Frees.B@zdf.de