

Aktuelle Aspekte der Internetnutzung in Deutschland

ARD/ZDF-Onlinestudie: Vier von fünf Personen in Deutschland nutzen täglich das Internet

Von Natalie Beisch* und Wolfgang Koch**

Über zweieinhalb Stunden tägliche Onlinenutzung von Medieninhalten

Die aktuelle Ausgabe ist die 26. der ARD/ZDF-Onlinestudie. Zu Beginn der regelmäßigen Erhebungen war der „Mehrheit der Deutschen [...] das Internet noch fremd, der Nutzen im Alltag abseits von Kommunikation per E-Mail und der Suche nach akademischer Fachinformation nicht erkennbar.“ (1) Das hat sich in den letzten 25 Jahren so stark verändert, dass heute nur noch einer kleinen Minderheit in Deutschland das Internet fremd ist. Grundsätzlich nutzen 95 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet, 80 Prozent sogar täglich. Im Mittel werden jeden Tag von uns allen mehr als zweieinhalb Stunden Medieninhalte über das Internet genutzt. Diese und weitere Ergebnisse der aktuellen ARD/ZDF-Onlinestudie werden in diesem Beitrag beschrieben und erläutert.

Corona hat geringeren Einfluss auf den (Medien-)Alltag der Menschen

Während an dieser Stelle in den letzten beiden Jahren der Einfluss der Corona-Pandemie auf das Verhalten im Allgemeinen und auf die Internetnutzung im Besonderen thematisiert wurde, hat sich in diesem Jahr die Lage bezüglich der Corona-Pandemie beruhigt. Es gibt, wenngleich die Infektionszahlen zum Erhebungszeitraum noch hoch waren, kaum noch gesetzliche Verhaltens- und Bewegungseinschränkungen. (2) Die immer noch relevante Anzahl an Menschen, die im Homeoffice arbeiten, schlägt sich in den Daten der ARD/ZDF-Onlinestudie prinzipiell kaum nieder, weil sie nur die private Internetnutzung thematisiert. Die durch den Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine veränderte Nachrichtensituation hätte einen weiteren potenziellen Einflussfaktor auf eine veränderte Internetnutzung darstellen können. Aber die Daten der aktuellen Studie weisen nicht darauf hin. Vielmehr zeigen Nutzungsdaten der Nachrichtenportale eher, dass es nur zu Beginn des Krieges im Februar und im März eine deutlich veränderte Medien- und Internetnutzung gab. (3)

Zur Methode der ARD/ZDF-Onlinestudie

Ergänzung einer Onlinestichprobe: Größere Validität bei jüngeren Nutzergruppen

Die Daten für die neue Ausgabe der seit 1997 jährlich durchgeführten ARD/ZDF-Onlinestudie wurden von Anfang März bis Mitte April 2022 in fünf Wochen Feldzeit vom Institut „GIM – Gesellschaft für Innovative Marktforschung“ erhoben. (4) Dabei wurden erstmals die beiden Stichprobensäulen Festnetz und

Mobilfunk (5) durch eine Onlinestichprobe ergänzt, was unter anderem wegen der besseren Erreichbarkeit jüngerer Zielgruppen unter 40 Jahren eine validere Beschreibung der Realität ermöglicht. (6) Wie auch in den letzten Jahren wurden die gewichteten Daten der ARD/ZDF-Onlinestudie mit den Daten der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022 durch den Dienstleister Ankordata fusioniert, um einen gemeinsamen Datenbestand von n = 2007 Fällen herzustellen. (7) Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren.

Kurz und knapp

- 80 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren nutzen das Internet täglich.
- Die Tagesreichweite der medialen Internetnutzung ist weiter angestiegen.
- Durchschnittlich werden pro Tag mehr als zweieinhalb Stunden Medieninhalte über das Internet genutzt.
- Bewegtbildangebote bleiben der meistgenutzte Bereich im Internet, gefolgt von Audio und Text.
- Zwei von drei befragten jungen Menschen haben schon einmal oder häufiger ihren Onlinekonsum bewusst reduziert (Digital Detox).

Der vorliegende Beitrag beschreibt die allgemeinen Daten zur Internetnutzung, bricht sie auf die Nutzung von Medien im Internet im Vergleich zu anderen Online-Nutzungsformen herunter und beinhaltet Erkenntnisse zur Unterwegsnutzung sowie zum Phänomen „Digital Detox“. Darin wird ausgeleuchtet, in welchem Maß es Bedürfnisse gibt, sich Auszeiten vom digitalen Medienkonsum zu nehmen.

Ergebnisse

2022 steigt die tägliche Reichweite des Internets bei Personen ab 14 Jahren auf 80 Prozent. Mit einem Plus von 4 Prozentpunkten ist das der höchste jemals in der ARD/ZDF-Onlinestudie erhobene Wert. Hochgerechnet wird das Internet täglich von 57 Millionen Menschen in Deutschland genutzt (vgl. Tabelle 1). Werden diejenigen einbezogen, die das Internet nur wöchentlich oder seltener nutzen, liegt die Quote bei 95 Prozent bzw. 67 Millionen Personen.

Tägliche Reichweite des Internets liegt bei 80 Prozent

Während die tägliche Nutzung des Internets in allen Altersgruppen bis 69 Jahren zwischen 75 und 100 Prozent liegt, sind es bei den ab 70-Jährigen mit deutlichem Abstand nur 51 Prozent (vgl. Tabelle 2).

Ab 70-Jährige: Onlinenutzung wächst enorm

* ZDF-Medienforschung und Leiterin der ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia.

** hr-Medienforschung und stellvertretender Leiter der ARD/ZDF-Projektgruppe Multimedia.

Tabelle 1
Entwicklung der Onlinenutzung* in Deutschland 1997 bis 2022

Gesamtbevölkerung

	mindestens selten genutzt												Tagesreichweite Internet**					
	1997	2000	2003	2006	2009	2012	2015	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
in %	7	29	54	60	67	76	80	90	90	89	94	94	95	68	72	72	76	80
in Mio	4	18	34	39	44	53	56	62	63	63	66	67	67	48	51	51	54	57

* Seit 2017 wird die Internetnutzung als berechneter Wert aus mehreren Internettätigkeiten erfasst; davor: pauschale Abfrage „Internet genutzt“.

** Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr: Die Tagesreichweite umfasst alle Personen, die in mindestens einem Viertelstunden-Intervall eine Tätigkeit ausüben.

Basis: bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1 806, 2006: n=1 820, 2003: n=2 633, 2000: n=1 005, 1997: n=1 003). Ab 2010: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009; 2017: n=2 017; 2015: n=1 800; 2012: n=1 800).

Quellen: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 2000-2022.

Tabelle 2
Onlinenutzung* in Deutschland 1997 bis 2022 - Soziodemografie

in %

	mindestens selten genutzt												Tagesreichweite Internet**				
	1997	2000	2003	2006	2009	2012	2015	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Gesamt	7	29	54	60	67	76	80	90	89	94	94	95	68	72	72	76	80
Frauen	3	21	45	52	60	71	76	89	88	92	93	94	66	72	71	75	79
Männer	10	37	63	67	75	82	83	92	91	96	96	96	72	72	72	77	82
14-19 Jahre	6	49	92	97	98	100	100	100	100	100	100	100	95	100	97	100	100
20-29 Jahre	13	55	82	87	95	99	98	100	100	100	100	100	94	97	97	98	99
30-39 Jahre	12	41	73	81	89	98	94	99	99	100	100	100	89	87	89	93	93
40-49 Jahre	8	32	67	72	80	89	92	98	98	100	100	100	75	80	83	91	88
50-59 Jahre	3	22	49	60	67	77	83	97	95	96	97	95	69	70	67	71	77
60-69 Jahre	1	8	20	29	39	63	67	82	85	93	93	95	50	56	57	62	75
ab 70 Jahren	0	1	5	11	16	20	38	65	58	75	77	80	29	35	34	42	51

* Seit 2017 wird die Internetnutzung als berechneter Wert aus mehreren Internettätigkeiten erfasst; davor: pauschale Abfrage „Internet genutzt“.

** Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr: Die Tagesreichweite umfasst alle Personen, die in mindestens einem Viertelstunden-Intervall eine Tätigkeit ausüben.

Basis: bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1 806, 2006: n=1 820, 2003: n=2 633, 2000: n=1 005, 1997: n=1 003).

Ab 2010: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009; 2015: n=1 800; 2012: n=1 800).

Quellen: ARD-Onlinestudie 1997, ARD/ZDF-Onlinestudien 1998-2022.

Die Dynamik in der ältesten Gruppe ist jedoch groß: Noch 2018 lag die Tagesreichweite des Internets bei den ab 70-Jährigen bei 29 Prozent, während es vier Jahre später bereits etwas mehr als die Hälfte ist. Ähnlich stark hat sich die Quote der allgemeinen Internetnutzung (mindestens seltene Internetnutzung) in dieser Altersgruppe entwickelt: Von 65 Prozent im Jahr 2018 auf nunmehr 80 Prozent. Die verbleibenden 20 Prozent der ab 70-Jährigen nutzen das Internet allerdings nach wie vor nicht.

Die 3,6 Millionen sogenannten Offliner sind in den meisten Fällen ab 70 Jahre alt (2,4 von 3,6 Millionen) und zu ca. 60 Prozent weiblich (2,2 Millionen; vgl. Tabelle 3).

Zusammen mit der Schwesterstudie ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends differenziert die ARD/ZDF-Onlinestudie die Internetnutzung in die medialen Nutzungsaspekte, in die Individualkommunikation und die sonstige Internetnutzung aus. (8) Die Daten dazu werden über die Tagesablaufferhebung ermittelt, in der die Befragungspersonen Stunde für Stunde des gestrigen Tags durchgehen – als Selbstausfüller im Onlinepanel oder am Telefon gestützt durch professionelle Interviewerinnen und Interviewer. Dabei werden für jedes Viertelstundenintervall innerhalb einer Stunde die Geräte und die konkreten Tätigkeiten erfasst. (9)

Daraus ergibt sich die Möglichkeit, Nutzungsdauern und Tagesreichweiten zu berechnen. Die Tagesreichweite ist so definiert, dass alle Personen, die eine

Differenzierte Erfassung in der Tagesablaufferhebung

Tabelle 3
Onlinenutzung* in Deutschland 2018 bis 2022 - Soziodemografie

Hochrechnung in Mio

	keine Internetnutzung	zumindest selten genutzt					Tagesreichweite Internet**				
	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Gesamt	3,6	63,3	62,9	66,4	66,6	67,0	48,1	50,7	50,7	53,9	56,8
Frauen	2,2	31,7	31,3	33,0	33,0	33,5	23,5	25,9	25,5	26,7	28,1
Männer	1,4	31,7	31,6	33,3	33,4	33,4	24,6	24,8	25,2	26,9	28,5
14-19 Jahre	0,0	4,9	4,9	4,8	4,7	4,7	4,7	4,9	4,7	4,7	4,7
20-29 Jahre	0,0	9,6	9,7	9,7	9,6	9,5	9,1	9,4	9,4	9,4	9,4
30-39 Jahre	0,0	9,7	9,9	10,2	10,4	10,6	8,7	8,7	9,1	9,6	9,8
40-49 Jahre	0,0	11,0	11,1	10,6	10,2	10,0	8,5	9,1	8,8	9,3	8,8
50-59 Jahre	0,6	12,3	12,2	12,7	12,9	12,6	8,8	9,0	8,8	9,4	10,1
60-69 Jahre	0,5	7,7	8,0	9,3	9,4	9,9	4,6	5,3	5,7	6,3	7,8
ab 70 Jahren	2,4	8,0	7,1	9,1	9,4	9,8	3,6	4,3	4,2	5,1	6,2

* Seit 2017 wird die Internetnutzung als berechneter Wert aus mehreren Internettätigkeiten erfasst; davor: pauschale Abfrage „Internet genutzt“.

** Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr: Die Tagesreichweite umfasst alle Personen, die in mindestens einem Viertelstunden-Intervall eine Tätigkeit ausüben.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2007; 2021: n=2001; 2020: n=3003; 2019: n=2000; 2018: n=2009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2022.

Tätigkeit mindestens für eine Viertelstunde am Vortag ausgeübt haben, zusammengezählt werden. Die Nutzungsdauer wird berechnet, indem die Viertelstunden-Intervalle pro Person aufaddiert werden. In die Mittelwerte einer Gruppe oder der gesamten Stichprobe geht jede Befragungsperson mit ihrem Wert ein, auch diejenigen, die die jeweilige Tätigkeit nicht ausüben; diese dann mit einer Nutzungsdauer von null Minuten.

Neuer Höchstwert bei der medialen Internetnutzung zum Teil methodisch erklärbar

Laut Tabelle 4 beträgt die Tagesreichweite der medialen Internetnutzung 2022 erstmals 72 Prozent, ein kräftiger Anstieg von 55 Prozent im Jahr 2021. Das Internet wird also an jedem Tag von rund sieben von zehn Menschen für mediale Zwecke genutzt, von jungen Menschen deutlich mehr als von älteren (14-29 Jahre: 97%; 70 Jahre oder älter: 38%). Der starke Anstieg ist zum Teil auch methodisch bedingt.

Leicht rückläufige Tagesreichweite bei Messengerdiensten und Co.

Die Individualkommunikation bildet eine eigene Kategorie der Internetnutzung. Hierunter firmiert vor allem die Nutzung von Messengerdiensten wie WhatsApp, E-Mails, etc. In den letzten Jahren lag sie mit wenigen Schwankungen bei etwas unter 50 Prozent Tagesreichweite. Das aktuell niedrige Niveau von 45 Prozent im Vergleich zu 49 Prozent im Vorjahr könnte mit den Lockerungen der Corona-Maßnahmen in Zusammenhang stehen: Wenn sich die Menschen ohne oder mit wenigen Einschränkungen unmittelbar treffen können, wird vielleicht etwas weniger digital kommuniziert. (10)

Die Tätigkeiten „Onlinebanking, einkaufen oder etwas im Internet erledigen“ werden mit leicht steigender Tendenz von 8 Prozent täglich ausgeübt. Onlinespiele erreichen einen deutlich stärkeren Wert als zuletzt: Jeden Tag spielen 17 Prozent der Bevölkerung online, mehr als ein Drittel der unter 30-Jährigen und 19 Prozent der 30- bis 49-Jährigen.

Starker Anstieg bei der Nutzung von Onlinespielen

28 Prozent surfen an einem normalen Tag oder suchen schnell etwas im Internet. In allen Altersgruppen ist dies (nach der Individualkommunikation) die zweithäufigste Tätigkeit im Spektrum der nicht-medialen Internetnutzung. Jeden Tag schaut jede bzw. jeder Sechste die Timeline in einer Social-Media-Plattform wie Facebook, Instagram oder anderen an, liket, kommentiert oder postet in sozialen Medien. (11) Diese vier Dimensionen zusammengenommen (Transaktionen, spielen, surfen, Social-Media-Timeline) (12) bilden die Kategorie der sonstigen Internetnutzung. Alle Personen, die eine dieser Tätigkeiten an einem normalen Tag ausüben, werden zusammengezählt. Wenn eine Person mehrere ausübt, wird sie trotzdem nur einmal gezählt. Daraus ergibt sich der sogenannte Nettowert für die sonstige Internetnutzung: Er liegt 2022 bei 42 Prozent, bei der jüngsten Altersgruppe mit 70 Prozent deutlich darüber.

Online-Bewegtbild, -Audio und -Text

In der differenzierten Analyse der medialen Internetnutzung nach Tagesreichweiten (vgl. Tabelle 5) erweist sich die Online-Bewegtbildnutzung mit nunmehr 51 Prozent erneut als der stärkste Teilbereich. Die Nutzung von Sendermediatheken, Videoporta-

Bewegtbild bleibt stärkste Säule der medialen Internetnutzung

Tabelle 4
Tagesreichweiten konkreter Tätigkeiten* im Internet 2018 bis 2022 im Vergleich
in %

	Gesamt					2022		2022			
	2018	2019	2020	2021	2022	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
mediale Internetnutzung (netto)	43	44	50	55	72	70	74	97	83	65	38
Individualkommunikation											
Chatten, E-Mail, Messenger, WhatsApp	45	47	47	49	45	47	43	62	53	39	22
sonstige Internetnutzung (netto)	36	36	30	34	42	39	44	70	48	33	16
Onlinebanking, einkaufen oder etwas im Internet erledigen	6	4	5	6	8	8	7	16	10	3	2
Onlinespiele	9	8	11	10	17	15	19	36	19	11	5
schnell etwas suchen oder im Internet surfen (2018-20: netto)	28	28	19	15	28	26	30	46	31	23	11
in sozialen Medien etwas liken, teilen, posten, Feed anschauen	(neu ab 2021)			11	16	17	16	39	18	10	1

* Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr: Die Tagesreichweite umfasst alle Personen, die in mindestens einem Viertelstunden-Intervall eine Tätigkeit ausüben.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2022.

Tabelle 5
Mediale Internetnutzung 2018 bis 2022 - Tagesreichweiten*
in %

	Gesamt					2022		2022			
	2018	2019	2020	2021	2022	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
Mediales Internet gesamt inkl. Live-TV & -Radio (netto)	43	44	50	55	72	70	74	97	83	65	38
Bewegtbild im Internet inkl. Live-TV	21	26	30	36	51	49	54	88	61	36	20
Audio im Internet inkl. Live-Radio	17	19	28	30	42	40	44	73	49	30	16
Artikel im Internet	19	20	17	20	45	42	47	67	54	38	16

* Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr: Die Tagesreichweite umfasst alle Personen, die in mindestens einem Viertelstunden-Intervall eine Tätigkeit ausüben.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018 bis 2022.

len, Streamingdiensten und Videos in Social Media steigt – sicherlich auch methodisch bedingt – deutlich an. (13) Ebenfalls sehr dynamisch entwickeln sich die Tagesreichweiten von Audio und Text im Internet, auf aktuell 42 bzw. 45 Prozent. Durchgängig sind die täglichen Nutzungsdaten höher, je jünger die Menschen sind, und es zeigen sich leicht höhere Werte bei Männern im Vergleich zu Frauen.

Jüngere verbringen fast fünf Stunden mit medialem Internet, ab 70-Jährige nur 49 Minuten

Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer wird prinzipiell auf die Gesamtbevölkerung bezogen berechnet, Befragungspersonen ohne Nutzung gehen also mit null Minuten in die Berechnung ein. Die Nutzungsdauer für das mediale Internet liegt im Jahr 2022 bei 160 Minuten (vgl. Tabelle 6). Im Vorjahr lag sie bei 136 Minuten, das Plus entspricht also 24 Minuten. Während unter 30-Jährige mehr als 280 Mi-

nuten pro Tag Medieninhalte im Internet nutzen (4 Std. 44 Min.), kommen ab 70-Jährige nur auf 49 Minuten.

Wie die Tagesreichweite der privaten Individualkommunikation über das Internet, also WhatsApp, E-Mail etc., fällt auch ihre Nutzungsdauer mit aktuell 59 Minuten ebenfalls etwas niedriger aus als zuletzt. Sowohl die Corona-Pandemie mit ihren unterschiedlichen Intensitäten in den drei Erhebungswellen seit 2020 als auch die angepasste Stichproben- und Erhebungsmethodik der Studie erschweren eine Interpretation dieser Daten im Langzeitvergleich. Es wird hier spannend sein, wie sich die Daten im nächsten Jahr bei gleicher Methodik darstellen.

Tabelle 6
Nutzungsdauern konkreter Tätigkeiten* im Internet 2018 bis 2022 im Vergleich
in Minuten pro Tag

	Gesamt					2022		2022			
	2018	2019	2020	2021	2022	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
mediale Internetnutzung (netto)	100	99	120	136	160	148	172	284	204	105	49
Individualkommunikation											
Chatten, E-Mail, Messenger, WhatsApp	87	78	63	63	59	62	56	100	73	41	24
sonstige Internetnutzung (netto)	76	53	51	53	62	58	66	133	65	41	13
Onlinebanking, einkaufen oder etwas im Internet erledigen	9	4	5	5	6	6	6	16	8	2	2
Onlinespiele	16	13	21	19	25	20	30	55	24	18	4
schnell etwas suchen oder im Internet surfen (2018-20: netto)	54	37	26	21	24	22	26	43	26	19	7
in sozialen Medien etwas liken, teilen, posten, Feed anschauen	(neu ab 2021)			11	16	18	13	39	16	9	1

* Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr. Alle Onlinetätigkeiten werden in 15-Minuten-Intervallen aufsummiert und zu Mittelwerten verrechnet. Alle Befragten gehen in die Berechnung ein; diejenigen, die am Tag vor der Befragung das Internet nicht genutzt haben, mit dem Wert Null. Berechnung der medialen Internet-Nutzungsdauer inkl. Live-Nutzung über Geräte.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2022.

Tabelle 7
Mediales Internet: tägliche Nutzungsdauer 2018 bis 2022*
in Min.

	mediale Internetnutzung					Differenz 2022 vs. 2021
	2018	2019	2020	2021	2022	
Gesamt	100	99	120	136	160	24
Frauen	86	95	111	126	148	21
Männer	114	104	128	144	172	28
14-29 Jahre	210	207	257	269	284	15
30-49 Jahre	119	107	138	178	204	25
50-69 Jahre	52	60	68	77	105	28
ab 70 Jahren	20	29	23	23	49	27

* Daten aus dem Tagesablauf-Schema, Day-After-Recall 5.00 bis 24.00 Uhr. Alle Onlinetätigkeiten werden in 15-Minuten-Intervallen aufsummiert und zu Mittelwerten verrechnet. Alle Befragten gehen in die Berechnung ein; diejenigen, die am Tag vor der Befragung das Internet nicht genutzt haben, mit dem Wert Null. Berechnung der Nutzungsdauer inkl. Live-Nutzung über Geräte.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2022.

Mit sonstiger Internetnutzung und Individualkommunikation wird ähnlich viel Zeit verbracht

Der zusammenfassende Nettowert für die sonstige Internetnutzung liegt im Jahr 2022 mit 62 Minuten quasi gleichauf mit der Individualkommunikation. Er setzt sich zusammen aus 25 Minuten online spielen, 24 Minuten schnell etwas suchen/im Internet surfen und 16 Minuten nicht-mediale Social-Media-Nutzung (Timeline, liken, teilen, kommentieren, etc.). Transaktionen wie Onlinebanking und -shopping spielen mit nur 6 Minuten bei der Betrachtung der täglichen Dauer eine untergeordnete Rolle.

Die Internet-Nutzungsdauer gesamt beträgt in der Verrechnung von medialer Nutzung, Individualkom-

munikation und sonstigem Internet in der Summe aktuell 234 Minuten netto, also etwas weniger als vier Stunden, ein leichter Anstieg gegenüber dem letzten Jahr.

In der Analyse der Zuwächse bei der Nutzungsdauer des medialen Internets zeigt sich in Tabelle 7, dass die 24 Minuten, die für die Gesamtstichprobe erhoben wurden, in etwa in allen Geschlechts- und Altersgruppen zu finden sind. Auch dieses Ergebnis dürfte auf eine Mischung aus der allgemeinen Dynamik und der verbesserten Methodik zurückzuführen sein. Einzig die unter 30-Jährigen steigern ihre –

Jüngere Altersgruppe trotz schwächerer Dynamik weiterhin mit höchster Nutzungsdauer

Tabelle 8
Nutzung von Internetanwendungen 2018 bis 2022 – mindestens einmal wöchentlich genutzt
in %

	Gesamt					2022		2022			
	2018	2019	2020	2021	2022	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
Suchmaschinen wie Google	73	73	76	76	78	73	83	93	91	73	48
Lesen und Schreiben von E-Mails	63	61	65	63	72	68	75	77	84	68	52
Online-Landkarten wie z. B. Google Maps	26	30	28	30	39	32	46	58	50	31	14
Online-Nachschlagewerke wie Wikipedia**	–	–	–	–	37	31	42	56	42	30	20
Ortungsfunktion über Handy/ Smartphone aktivieren, um unterschiedliche Informationen und Funktionen in der Umgebung zu nutzen	25	24	24	27	35	32	38	55	40	28	20
Newsletter lesen, z. B. über E-Mail*	–	–	–	21	32	29	35	33	39	32	21
Blogs, also Webtagebücher im Internet	7	4	5	5	10	8	12	25	13	3	1

* 2019 und 2020 nicht erfasst. / ** neu ab 2022.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2 007; 2021: n=2 001; 2020: n= 3 003; 2019: n= 2 000; 2018: n=2 009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2022.

ohnehin schon hohe – Nutzungsdauer aus dem letzten Jahr nur um 15 Minuten. Bei der medialen Internet-Nutzungsdauer scheint in der jungen Zielgruppe mit rund fünf Stunden ein Plateau erreicht zu sein. Gleiches gilt für die gesamte Internetnutzung in dieser Zielgruppe: Wie im Vorjahr werden annähernd sieben Stunden am Tag mit den unterschiedlichen Angeboten des Internets verbracht.

Regelmäßige Nutzung weiterer Internetanwendungen

Erstmals Wissensportale wie Wikipedia abgefragt

Weitere Internetanwendungen jenseits der Nutzung von Audio, Video, Text und Social Media werden in der ARD/ZDF-Onlinestudie in einem eigenen Block abgefragt. In der regelmäßigen Nutzungsfrequenz (mind. einmal pro Woche) weisen sie eine auf hohem Niveau steigende Nutzung auf (vgl. Tabelle 8).

Suchmaschinen sind mit 78 Prozent regelmäßiger Nutzung die meistgenutzte Anwendung der sieben abgefragten. Rund 7 von 10 Personen schreiben und lesen in einer normalen Woche private E-Mails, die ganz Jungen interessanterweise mehr als die Zielgruppen ab 50 Jahren. Die 14- bis 29-Jährigen sind im Übrigen auch die einzige Altersgruppe mit stetig steigender E-Mailnutzung in den vergangenen Jahren.

Wissensportale wie Wikipedia wurden erstmals abgefragt und erreichen 37 Prozent regelmäßige Nutzung. Ortungsdienste oder Karten werden von rund einem Drittel der Bevölkerung regelmäßig verwendet. Newsletter erreichen 32 Prozent. Mit Reichwei-

ten zwischen 32 und 39 Prozent haben Newsletter ähnliche Nutzungsfrequenzen in den drei Altersgruppe zwischen 14 und 69 Jahren. Blogs kommen über alle Altersgruppen hinweg auf 10 Prozent.

Wenngleich die durch das Coronavirus verursachten Infektionszahlen im Erhebungszeitraum noch vergleichsweise hoch waren, wurden die gesetzlichen Verhaltens- und Bewegungseinschränkungen durch Politik und Gesetzgeber deutlich reduziert. Die regelmäßige Online-Unterwegsnutzung, definiert als einmal in der Woche oder häufiger, erfährt in diesem Jahr einen deutlichen Schub. Nachdem die mobile Internetnutzung bereits 2021 – nach einem Rückgang im ersten Coronajahr 2020 – wieder leicht angestiegen ist, wird 2022 mit 69 Prozent ein neuer Höchstwert erreicht (vgl. Tabelle 9). Dieser Anstieg resultiert aus einer verstärkten Unterwegsnutzung in allen Altersgruppen, insbesondere jedoch bei den 30- bis 49-Jährigen (+ 14 %-Punkte). Diese Gruppe erreicht 2022 nun fast das ohnehin schon hohe Nutzungsniveau der 14- bis 29-Jährigen.

Digital Detox – Ein Bedürfnis nach Einschränkung der digitalen Nutzung?

Wie in jedem Jahr beschäftigt sich die ARD/ZDF-Onlinestudie neben der Fortschreibung der Daten zur allgemeinen Internetnutzung mit aktuellen Trends. Im Jahr 2022 wurde das Thema Digital Detox beleuchtet. Vor dem Hintergrund des aktuellen Digital News Reports des Reuters Instituts (14) sinkt offenbar das Interesse an den Nachrichten deutlich, bei

Regelmäßige Unterwegsnutzung nimmt deutlich zu

Tabelle 9

Internetnutzung unterwegs 2018 bis 2022 - mindestens wöchentlich genutzt

in %

	Gesamt	Frauen	Männer	14-29 J.	30-49 J.	50-69 J.	ab 70 J.
2018	57	56	58	88	74	41	19
2019	58	54	62	89	76	45	13
2020	55	52	58	85	69	44	15
2021	60	53	67	88	73	50	22
2022	69	64	74	91	87	60	29

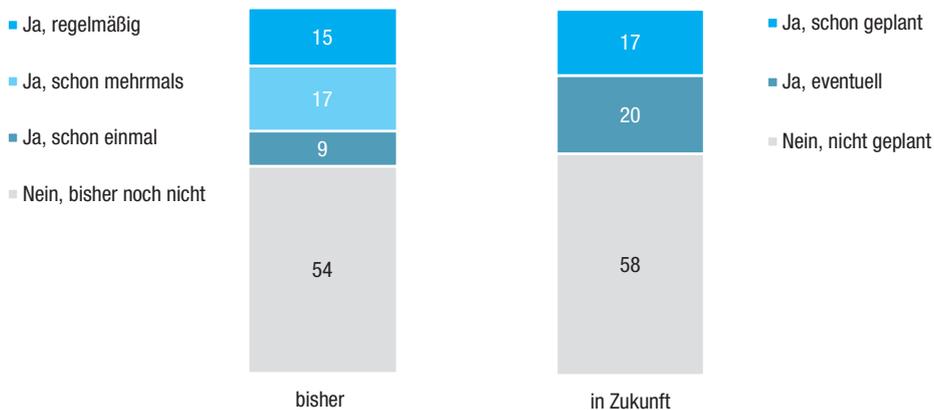
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (2022: n=2007; 2021: 2 001; 2020: n=3 003; 2019: n=2 000; 2018: n=2 009).

Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2018-2022.

Abbildung 1

Einstellungen zu Digital Detox in der Bevölkerung

Gesamt ab 14 Jahren, in %



Frage 1: "Es gibt Menschen, die bewusst die Zeit einschränken, die sie mit digitalen Medien und Geräten in ihrer Freizeit verbringen. Wie ist das bei Ihnen: Haben Sie schon einmal bewusst die Zeit eingeschränkt, die Sie im Alltag mit digitalen Medien oder Geräten verbringen?"

Frage 2: "Und wie ist es in Bezug auf die Zukunft? Haben Sie die Absicht, in den kommenden Monaten die Zeit einzuschränken, die Sie mit digitalen Medien oder Geräten im Alltag verbringen?"

Rest zu 100 % = keine Internetnutzung.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2022: n= 2 007).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2022.

allerdings unverändert hoher Nachrichtennutzung. Dies deutet auf eine routinierte Nachrichtennutzung hin, von der man – aus vielschichtigen Gründen – nicht mehr so überzeugt ist wie zuvor. Gleichzeitig steigt die Neigung, Nachrichten zumindest gelegentlich zu vermeiden, stark an, auf aktuell etwa zwei Drittel der Bevölkerung.

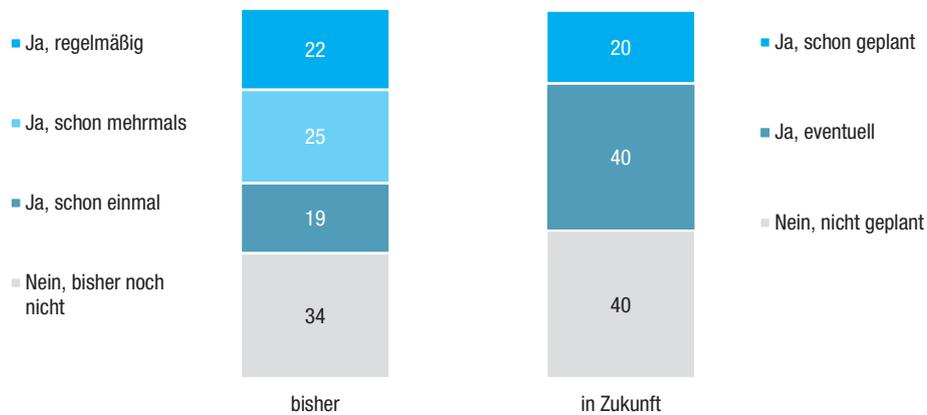
Für die ARD/ZDF-Onlinestudie wurde ein allgemeinerer Zugang gewählt, um herauszufinden, ob es eine belegbare Tendenz zu einem Überdruß am Digitalen gibt und danach gefragt, ob die Teilnehmenden schon einmal bewusst ihre Zeit eingeschränkt haben, die sie im Alltag bzw. in ihrer Freizeit mit digitalen Medien oder Geräten verbringen. (15) Im Er-

gebnis geben insgesamt 41 Prozent an, dies zumindest schon einmal oder häufiger gemacht zu haben (vgl. Abbildung 1). 15 Prozent schränken ihre Nutzungszeit „regelmäßig“ ein, 17 Prozent haben das „schon mehrmals gemacht“ und 9 Prozent haben ihre Nutzung „schon einmal“ reduziert.

Mit steigendem Alter sinkt der Anteil derer, die ihre Nutzung digitaler Medien oder Geräte schon einmal eingeschränkt haben. Sind es bei den 14- bis 29-Jährigen zwei Drittel, die bisher mindestens einmal ihre Medienzeit bewusst eingeschränkt haben, sind es bei 30- bis 49-Jährigen 44 Prozent, bei 50- bis 69-Jährigen ein Drittel und bei ab 70-Jährigen nur ein gutes Viertel (vgl. Abbildungen 2 bis 5).

Gelegentliche Offlinezeit für Jüngste am bedeutsamsten, Zustimmung nimmt mit dem Alter ab

Abbildung 2
Einstellungen zu Digital Detox - 14 bis 29 Jahre
in %



Frage 1: "Es gibt Menschen, die bewusst die Zeit einschränken, die sie mit digitalen Medien und Geräten in ihrer Freizeit verbringen. Wie ist das bei Ihnen: Haben Sie schon einmal bewusst die Zeit eingeschränkt, die Sie im Alltag mit digitalen Medien oder Geräten verbringen?"

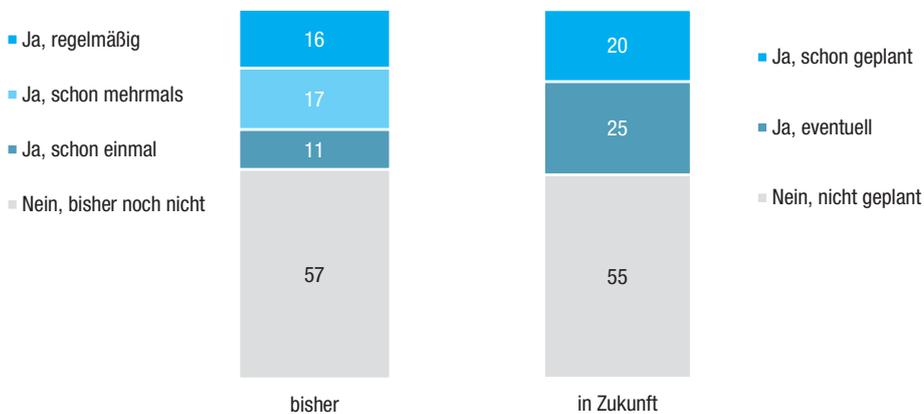
Frage 2: "Und wie ist es in Bezug auf die Zukunft? Haben Sie die Absicht, in den kommenden Monaten die Zeit einzuschränken, die Sie mit digitalen Medien oder Geräten im Alltag verbringen?"

Rest zu 100 % = keine Internetnutzung.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2022: n= 2 007).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2022.

Abbildung 3
Einstellungen zu Digital Detox - 30 bis 49 Jahre
in %



Frage 1: "Es gibt Menschen, die bewusst die Zeit einschränken, die sie mit digitalen Medien und Geräten in ihrer Freizeit verbringen. Wie ist das bei Ihnen: Haben Sie schon einmal bewusst die Zeit eingeschränkt, die Sie im Alltag mit digitalen Medien oder Geräten verbringen?"

Frage 2: "Und wie ist es in Bezug auf die Zukunft? Haben Sie die Absicht, in den kommenden Monaten die Zeit einzuschränken, die Sie mit digitalen Medien oder Geräten im Alltag verbringen?"

Rest zu 100 % = keine Internetnutzung.

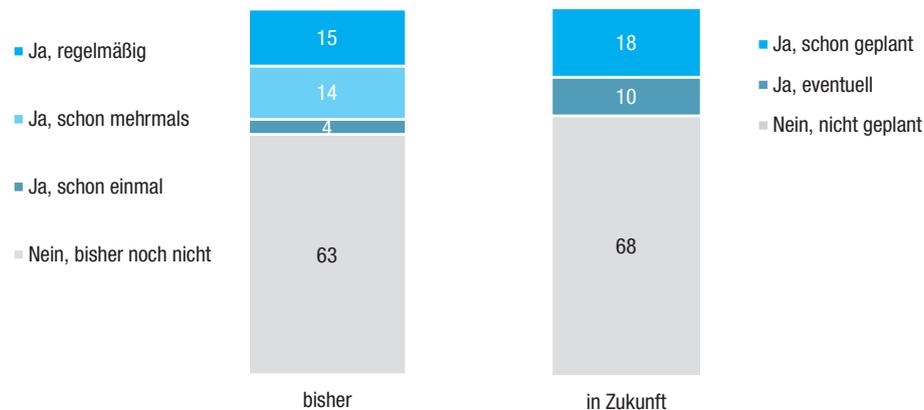
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2022: n= 2 007).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2022.

Gefragt wurde auch nach der Absicht, künftig die digitale Medien- und Gerätenutzung im Alltag einzuschränken. 37 Prozent der ab 14-Jährigen geben an, dies vorzuhaben. Etwa je ein Fünftel hat das

„schon geplant“ oder hat es „eventuell“ vor. Fast zwei Drittel der jüngsten Altersgruppe haben die Absicht, ihre Nutzungszeit künftig einzuschränken. Und auch hier zeigt sich: Mit zunehmendem Alter

Abbildung 4
Einstellungen zu Digital Detox - 50 bis 69 Jahre
in %



Frage 1: "Es gibt Menschen, die bewusst die Zeit einschränken, die sie mit digitalen Medien und Geräten in ihrer Freizeit verbringen. Wie ist das bei Ihnen: Haben Sie schon einmal bewusst die Zeit eingeschränkt, die Sie im Alltag mit digitalen Medien oder Geräten verbringen?"

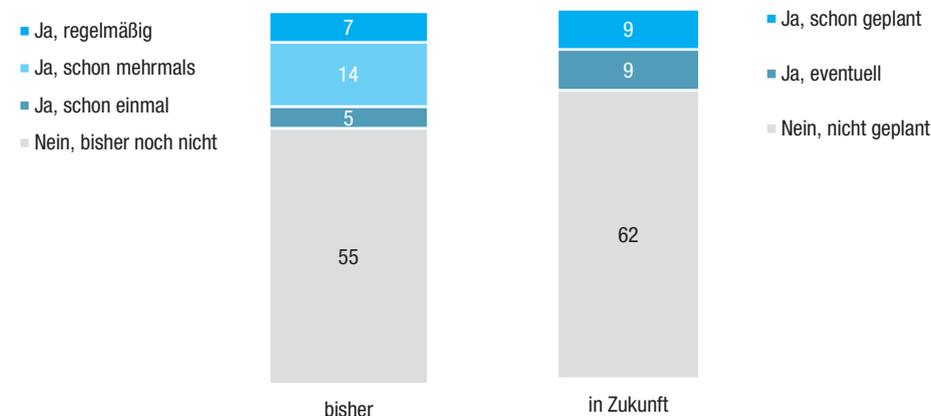
Frage 2: "Und wie ist es in Bezug auf die Zukunft? Haben Sie die Absicht, in den kommenden Monaten die Zeit einzuschränken, die Sie mit digitalen Medien oder Geräten im Alltag verbringen?"

Rest zu 100 % = keine Internetnutzung.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2022: n= 2 007).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2022.

Abbildung 5
Einstellungen zu Digital Detox - ab 70 Jahren



Frage 1: "Es gibt Menschen, die bewusst die Zeit einschränken, die sie mit digitalen Medien und Geräten in ihrer Freizeit verbringen. Wie ist das bei Ihnen: Haben Sie schon einmal bewusst die Zeit eingeschränkt, die Sie im Alltag mit digitalen Medien oder Geräten verbringen?"

Frage 2: "Und wie ist es in Bezug auf die Zukunft? Haben Sie die Absicht, in den kommenden Monaten die Zeit einzuschränken, die Sie mit digitalen Medien oder Geräten im Alltag verbringen?"

Rest zu 100 % = keine Internetnutzung.

Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland (2022: n= 2 007).

Quelle: ARD/ZDF-Onlinestudie 2022.

sinkt diese Absicht – von 60 Prozent bei den Jungen auf 18 Prozent bei der ältesten Gruppe der Befragten.

Offensichtlich sind es also gerade die jungen Menschen, für die Digital Detox ein Thema ist. Dass die Zustimmungswerte mit zunehmendem Alter sinken, legt den Schluss nahe, dass eigentlich die intensive-

Intensive Online-nutzung fördert auch den Wunsch nach Digital Detox

re Nutzung die entscheidendere Einflussgröße ist. Diejenigen, die Digital Detox schon einmal praktiziert haben oder es planen, nutzen ausweislich der vorliegenden Daten der ARD/ZDF-Onlinestudie Social Media, Musikstreaming, Onlineartikel, allgemeines Surfen und Individualkommunikation zum Teil deutlich überdurchschnittlich.

Fazit

Kombination aus Festnetz-, Mobil- und Onlinestichprobe bildet Onlinenutzung noch besser ab

Die Ergebnisse der diesjährigen ARD/ZDF-Onlinestudie zeigen an verschiedenen Stellen unterschiedlich ausgeprägte Dynamiken der Internetnutzung, auch jenseits der methodischen Anpassungen, die dabei helfen, die Nutzungsrealität vor allem jüngerer Menschen besser zu erfassen und abzubilden.

Obwohl schon seit Jahren ein hohes Niveau der allgemeinen Internetnutzung erreicht ist, zeigt die aktuelle Studie, dass der Anteil der Nutzenden ab 14 Jahren in Deutschland weiterhin stetig ansteigt, was unter anderem die Rekordwerte bei der täglichen Internetreichweite deutlich machen. Insbesondere der Teilbereich „mediales Internet“ erfährt dabei ein deutliches Wachstum.

Online-Bewegtbild nach wie vor für den Alltag der Menschen am bedeutsamsten

Wenngleich bei der medialen Internetnutzung die Tagesreichweite von Audio und Text im Internet ansteigt, bleibt die Nutzung von Videos bzw. Bewegtbildangeboten im Internet der Teilbereich mit der höchsten Tagesreichweite und wird 2022 noch stärker nachgefragt als 2021.

2022 werden nicht nur mehr Menschen von Onlinenutzung erreicht, sondern sie verbringen auch mehr Zeit im Internet als in den vergangenen Jahren. Die jüngste Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ist mit Abstand am häufigsten und längsten online. Dabei entfällt die meiste Zeit auf mediale Content. Sonstige Internetnutzung und Individualkommunikation liegen im Nutzungsniveau nahezu gleichauf, aber mit Abstand hinter der medialen Nutzung. Die insgesamt gestiegene und intensivere Internetnutzung spiegelt sich auch in der Unterwegsnutzung wider.

Schließlich zeigen die Daten, dass es gleichzeitig zur dynamischen Ausweitung der Onlinenutzung, insbesondere bei der Nutzung von medialem Content, bei einem Großteil der Bevölkerung das Bedürfnis gibt, die Zeit zu reduzieren, die im Alltag mit digitalen Geräten und Diensten verbracht wird. Gerade jüngere Zielgruppen mit hoher Nutzung vieler Dienste haben eine besondere Affinität zum Digital-Detox-Ansatz.

Pandemie und Methodik sind beim Vergleich mit früheren Daten zu beachten

Die Daten zeigen wie in den letzten Jahren eine überwiegend dynamische Entwicklung in unterschiedlichen Facetten der Medien- und Onlinenutzung. In welchem Ausmaß die noch immer anhaltende Corona-Pandemie nachhaltig Einfluss darauf

hat und als Katalysator wirkt, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden. (16) Nichtsdestotrotz scheint sich die während der ersten beiden Pandemiejahre beschleunigte Dynamik der Onlinenutzung weiter zu verstetigen. (17)

Nach der Stichprobenoptimierung der aktuellen Befragungswelle, die die Aussagekraft zwar erhöht, aber den Vergleich mit früheren Daten einschränkt, werden die Ergebnisse des kommenden Jahres bei gleichbleibender Methodik besonders interessant sein. Die Kernaufgabe der ARD/ZDF-Onlinestudie besteht weiterhin darin, valide Rahmendaten zur Internetnutzung bereitzustellen und die digitale Transformation im Mediensektor gleichzeitig zu beschreiben und zu unterstützen.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Eimeren, Birgit van/Beate Frees: Drei von vier Deutschen im Netz – ein Ende des digitalen Grabens in Sicht? Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2011. In: Media Perspektiven 7-8/2011, S. 334-349, hier S. 334.
- 2) Vgl. <https://www.bundesgesundheitsministerium.de/coronavirus/chronik-coronavirus.html> (abgerufen am 7.9.2022).
- 3) Vgl. z. B. <http://ausweisung.ivw-online.de/index.php?i=116>; <https://meedia.de/2022/05/09/ivw-nachrichtenangebote-verlieren-daten-ab-sofort-transparenter/> (abgerufen am 16.9.2022).
- 4) Genaue Feldzeit: 7. März bis 10. April 2022.
- 5) Dual-Frame-Ansatz: 60 Prozent Festnetz (n=630) / 40 Prozent Mobilfunk (n=420); Onlinestichprobe (n=450).
- 6) Für eine ausführliche Methodenbeschreibung der veränderten Stichprobe vgl. Hess, Claudia/Thorsten Müller: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2022: Medienutzung im Intermediavergleich. Aktuelle Ergebnisse der repräsentativen Langzeitstudie. In: Media Perspektiven 9/2022, S. 414-424.
- 7) Für die methodischen Details vgl. Engel, Bernhard/Eva Holtmannspötter: Studienreihe: Medien und ihr Publikum. Neue Wege für die Erhebung der intermedialen Medienutzung. In: Media Perspektiven 2/2017, S. 91-100; Engel, Bernhard/Lothar Mai/Thorsten Müller: Massenkommunikation Trends 2017: Intermediale Nutzungsportfolios. Ergebnisse aus der Studienreihe „Medien und ihr Publikum“. In: Media Perspektiven 7-8/2017, S. 358-374.
- 8) Die mediale Internetnutzung beinhaltet die Nutzung von Videos, Audios oder Texten im Internet, so zum Beispiel das (zeitversetzte) Ansehen von Videos, etwa über Mediatheken, Videoportale wie YouTube oder Streamingdienste, das Hören von Audios, Podcasts, Radiosendungen oder Musik zum Beispiel über Musik-Streamingdienste wie Spotify oder YouTube sowie das Onlinelesen von Zeitungen oder Zeitschriften, von Texten auf diversen Onlineangeboten der Fernsehsender sowie über verschiedene Social-Media-Angebote. Vgl. ebd. sowie Frees, Beate/Thomas Kupferschmitt/Thorsten Müller: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2019: Non-lineare Mediennutzung nimmt zu. Ergebnisse der repräsentativen Studie im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven 8/2019, S. 314-333. Weitere Teilbereiche des Internets sind „Individualkommunikation“ und „sonstiges Internet“. Vgl. hierzu Hierarchie-Definitionen in Kupferschmitt, Thomas/Thorsten Müller: ARD/ZDF-Massenkommunikation 2020: Mediennutzung im Intermediavergleich. Aktuelle Ergebnisse der repräsentativen Langzeitstudie. In: Media Perspektiven 7-8/2020, S. 390-409.
- 9) Vgl. Anm. 6.

- 10) Vgl. zum Thema Einfluss der Corona-Krise auf die Individualkommunikation Beisch, Natalie/Carmen Schäfer: ARD/ZDF-Onlinestudie 2020: Internetnutzung mit großer Dynamik – Medien, Kommunikation, Social Media. In: Media Perspektiven 9/2020, S. 462-481, hier S. 464; Eimeren, Birgit van/Bernhard Kessler/Thomas Kupferschmitt: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Medienutzung, Motive und Bewertungen. Sonderauswertungen der ARD/ZDF-Massenkommunikation Langzeitstudie. In: Media Perspektiven 10-11/2020, S. 526-555, hier S. 537.
- 11) Vgl. zur vertiefenden Analyse den Beitrag von Wolfgang Koch zum Thema Nutzung von Social Media in dieser Ausgabe von Media Perspektiven.
- 12) Anmerkung zu Social Media Timeline: Die Video- und Textnutzung in Social Media wird an anderer Stelle separat erfasst, deshalb geht es bei der Abfrage „in Sozialen Medien etwas liken, teilen, posten, Feed anschauen“ tatsächlich explizit um die nicht-mediale Nutzung von Social Media.
- 13) Vgl. Anm. 6.
- 14) Vgl. dazu: Reuters Institute Digital News Report 2022 – Ergebnisse für Deutschland. <https://leibniz-hbi.de/de/publikationen/reuters-institute-digital-news-report-2022-ergebnisse-fuer-deutschland> (zuletzt abgerufen am 9.9.2022)
- 15) Vgl. zum Thema auch u.a. „Diesen Nutzer abmelden“. In: Süddeutsche Zeitung vom 29.7.2022.
- 16) Vgl. dazu auch Beisch /Schäfer (Anm. 10), S. 480.
- 17) Vgl. auch Hess, /Müller (Anm. 6).