



Pressemitteilung

Frankfurt / Mainz, 9. September 2021

ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021

Im Corona-Alltag: Fernsehen bleibt stabil, Radio legt wieder zu; Trend zur nicht-linearen Nutzung setzt sich weiter fort.

Die Corona-Pandemie dominiert weiterhin den Alltag der Menschen. Fernsehen und Radio bleiben für sie bei der Mediennutzung feste Orientierungspunkte, so das Ergebnis der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021. Auch die Streaming-Dienste und Mediatheken bauen ihre Reichweite weiter aus, vor allem im mittleren Alterssegment. Aber auch die Zahl der älteren Nutzerinnen und Nutzer wächst. Podcasts legen innerhalb eines Jahres in der Reichweite deutlich zu. Insgesamt nutzen die Deutschen im Schnitt mehr als sieben Stunden pro Tag Medien – am häufigsten Bewegtbild vor Audio und deutlich vor Text. Ein weiteres zentrales Ergebnis der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2021: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bleibt nach Einschätzung der großen Mehrheit der Befragten auch in Zukunft unverzichtbar.

Praktisch alle Menschen ab 14 Jahren in Deutschland (99 Prozent) nutzen täglich Medien. Die Gesamtreichweite von Bewegtbild legt auf 89 Prozent täglich zu. **Fernsehen bleibt** – trotz zunehmender zeitsouveräner Nutzung – in der Gesamtbevölkerung stabil und mit **66 Prozent** das **zentrale Alltagsmedium im Video-Bereich**.

Die täglichen **Audio**-Reichweiten steigen im gleichen Maße und liegen mit 85 Prozent nur knapp hinter dem Bewegtbild. Das **Radio** ist hier **unangefochtener Spitzenreiter** und erreicht mit **76 Prozent täglich** mehr Menschen denn je. **Texte** verlieren weiter etwas an Tagesreichweite und kommen auf 45 Prozent. **Artikel** im Internet erreichen dabei pro Tag 20 Prozent der Menschen und damit etwa genauso viele wie gedruckte Zeitungen und Zeitschriften (19 Prozent).

Um fünf Minuten auf **429 Minuten** steigt die **Mediennutzungsdauer** im Corona-Alltag. Mit mehr als dreieinhalb Stunden entfällt gut die Hälfte dieser Zeit auf Bewegtbild-Angebote (222 Minuten, plus 9 Minuten). Radio, Musik, Podcasts und Hörspiele werden pro Tag knapp drei Stunden lang genutzt (177 Minuten, minus zwei Minuten.) Weniger als eine Stunde pro Tag wird gelesen – ein Rückgang um eine Minute auf 52 Minuten.

Vor allem **die 30- bis 49-Jährigen steigern** nach Rückgängen 2020 in diesem Jahr ihre **Mediennutzungsdauer deutlich** um fast eine halbe Stunde auf 396 Minuten pro Tag. Davon profitieren in erster Linie zeitsouverän nutzbare Video- und Audioinhalte.

29 Prozent der Videonutzungszeit pro Tag erfolgt bereits **zeitsouverän** über das Internet – zwei Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. 71 Prozent entfallen auf das lineare Fernsehen und selbst aufgenommene Sendungen. Bei den Zuschauerinnen und Zuschauern unter 30 Jahren ist

selbstbestimmte Videonutzung bereits der Normalfall: Der Anteil der non-linearen Nutzungsdauer steigt hier auf 78 Prozent weiter an (plus 7 Prozentpunkte), die auf Streamingdienste und YouTube gefolgt von Mediatheken entfällt.

Die TV-Sender sind dabei gleichermaßen Profiteure und Verstärker des Trends zum Zeitsouveränen: Die **Mediatheken** erreichen innerhalb **einer Woche mittlerweile 38 Prozent der Bevölkerung – ein Zugewinn von fünf Prozentpunkten**. Neben den 30- bis 49-Jährigen (Anstieg der Wochenreichweite von 42 auf 50 Prozent) entdecken auch immer mehr Ältere die Vorzüge von TV-Sendungen und Filmen auf Abruf (50- bis 69-Jährige: 37 Prozent Wochenreichweite, plus neun Prozentpunkte).

Befragt nach ihren Erwartungen an die Zukunft der Medien sagen 81 Prozent der Menschen, dass der **öffentlich-rechtliche Rundfunk** auch in Zukunft **unverzichtbar bleibe**. 91 Prozent denken, dass regionale Inhalte in den Medien wichtig blieben. Verlässliche Informationen würden in Zukunft wichtiger werden, sagen 89 Prozent der Menschen. Im Leistungsvergleich mit dem privaten Rundfunk liegen die **Stärken** des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus Sicht der Bevölkerung insbesondere bei **journalistischen Qualitätskriterien** (70 Prozent) und der gesellschaftlichen (71 Prozent) Relevanz der **Inhalte**. Besonders hoch sind die Zustimmungswerte hier bei den jüngeren Befragten.

Der Intendant des Hessischen Rundfunks und Vorsitzende der ARD/ZDF-Forschungskommission Manfred Krupp: „Die Zahlen zeigen: Wir sind weiterhin unverzichtbar. Für die Menschen besonders wichtig sind die regionalen Inhalte – ein Teil des Markenkerns der ARD. Das ist ein tolles Ergebnis und ein großer Ansporn für uns. Die Studie zeigt auch, dass wir in der ARD mit unserer Digitalstrategie auf dem richtigen Weg sind: Wir verlieren die linearen Programme nicht aus dem Blick und setzen gleichzeitig auf Mediathek und Audiothek, die vom Publikum immer stärker genutzt werden.“

Der ZDF-Intendant Dr. Thomas Bellut: „Die Studie zeigt, dass unsere Inhalte, egal ob linear oder zeitunabhängig verbreitet, für die meisten Menschen in Deutschland relevant und unverzichtbar sind. Das bestärkt uns in unserer Arbeit. Mit gut recherchierten, glaubwürdigen Informationen aber auch mit hochwertiger Unterhaltung wollen wir die ganze Gesellschaft erreichen. Dafür entwickeln wir das Programm und die ZDFmediathek kontinuierlich weiter.“

Das **Radio** ist als Alltagsbegleiter in Krisenzeiten für die Menschen wichtiger denn je: In allen Altersgruppen erzielt es **höhere Tagesreichweiten als 2020** – sie rangieren zwischen 60 Prozent (unter 30-Jährige, plus neun Prozentpunkte) und 82 Prozent (50- bis 69-Jährige, plus drei Prozentpunkte).

Mit **75 Prozent** entfällt auch der größte Teil der **Hördauer** auf das **lineare Radioprogramm**, selbst bei den 14- bis 29-Jährigen liegt es 2021 mit 70 Minuten wieder knapp vor den Musik-Streaming-Diensten. Die **Tendenz zum Zeitsouveränen** setzt sich aber auch bei Audio kontinuierlich fort: Die **unter 30-Jährigen** verbringen bereits **59 Prozent ihrer Audio-Zeit** auf diese Art und Weise – vor allem mit Musik über Streaming-Dienste oder YouTube. In der Gesamtbevölkerung liegt der Anteil der zeitsouveränen Nutzung bei 25 Prozent.

Podcasts und **zeitversetzte Radiosendungen steigern die Zahl** ihrer regelmäßigen **Nutzerinnen und Nutzer deutlich**. Innerhalb eines Jahres steigt die mindestens **wöchentliche** Nutzung **von 20 auf 28 Prozent**. Dynamische Reichweitzuwächse gibt es – auch hier – vor allem bei den 30- bis 49-Jährigen: 38 Prozent von ihnen hören mindestens einmal pro Woche

Podcasts oder zeitversetzte Radiobeiträge oder -sendungen – 16 Prozentpunkte mehr als noch ein Jahr zuvor.

Nur noch **58 Prozent** der Bevölkerung nutzen mindestens einmal **wöchentlich** eine **gedruckte Zeitung** oder **Zeitschrift**, aber inzwischen **lesen 75 Prozent Artikel in digitaler Form**.

Methode

Die Daten der ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends basieren auf einer repräsentativen Dual-Frame-Stichprobe von insgesamt 2.001 deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren in Deutschland. Die Studie wurde vom Institut GIM durchgeführt und dauerte von Ende Januar bis Ende April 2021. Ausführliche Analysen werden in der Fachzeitschrift "Media Perspektiven" (www.media-perspektiven.de) veröffentlicht. Die Website www.ard-zdf-massenkommunikation.de hält Daten und ergänzende Informationen bereit.

Ansprechpartner:

Hessischer Rundfunk: Desk Kommunikation, Telefon: 069 – 155-3500, kommunikation@hr.de;

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