ARD/ZDF-Medienstudie 2026

Grundlagenstudie im Auftrag der

ARD ZDF FORSCHUNGS KOMMISSION

Inhalt

1. Kernergebnisse und Methode
2. Mediennutzung allgemein
3. Mediennutzung Video
4. Mediennutzung Audio
5. Mediennutzung Text
6. Internetnutzung, Social Media und Gaming
7. Gerätenutzung



Kernergebnisse und Methode

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026



Kernergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2026

Mediennutzung allgemein

Insgesamt zeigt sich die Mediennutzung 2026 stabil, insbesondere bei den Reichweiten. Pro Kopf nutzt die Bevölkerung knapp sechseinhalb Stunden Medien, wobei Video auf Kosten von Audio Anteile gewinnt.

Video

71 % der Bevölkerung sieht mindestens einmal wöchentlich lineares TV, 46 % nutzen Streamingdienste. Dabei verliert das Fernsehen gegenüber dem Vorjahr etwas, die anderen Angebote bleiben weitgehend stabil.

Mehr als die Hälfte der Sehdauer entfällt auf Live-TV, doch die unter 50-Jährigen nutzen überwiegend non-lineare Angebote. Gegenüber 2025 verändert sich die Verteilung der Video-Sehdauer nur geringfügig.

Die ARD-Mediathek erreicht insgesamt 56 % der Bevölkerung und führt bei der Reichweite vor Amazon, ZDF-Streaming und Netflix (je 51 %). Viele Plattformen verlieren oder stagnieren, nur Joyn wächst moderat.

Audio

76 % hören mindestens wöchentlich Radio, 46 % nutzen Musik über Streamingdienste. In Altersgruppen über 30 Jahren führt Radio bei der wöchentlichen Nutzung. Bei 14- bis 29-Jährigen liegt Musikstreaming vorn. Die meisten Audio-Angebote weisen ähnliche Reichweiten wie im Vorjahr aus, Radio und Tonträger verlieren leicht.

Bei über 30-Jährigen entfällt die Hördauer vorwiegend auf Radio, Jüngere verbringen die meiste Zeit mit Musikstreaming. In allen Altersgruppen kann das Radio seinen Anteil an der Hördauer aufgrund leichter Verluste bei non-linearen Audioanwendungen gegenüber 2025 steigern. Gleichwohl streamt die große Mehrheit der unter 50-Jährigen regelmäßig Musik – Spotify ist meistgenutzter Anbieter vor YouTube Music.

Text

90 % lesen wöchentlich mediale Texte. Dabei liegen Artikel im Internet weiterhin vorn, während Print vor allem bei ab 50-Jährigen relevant bleibt. Gegenüber dem Vorjahr zeigen sich kaum Veränderungen.

Internetnutzung, Social Media und Gaming

97 % der Bevölkerung nutzt mindestens selten das Internet, nur bei ab 70-Jährigen sind 15 % noch komplett offline. Der wichtigste Grund für die Internetnutzung bleiben Medieninhalte, vor Kommunikation und sonstigen Anwendungen.

KI-Tools wachsen dynamisch: Inzwischen verwenden sie 37 % regelmäßig, wobei hier ein extremes Altersgefälle zwischen 14- bis 29-Jährigen (68 %) und ab 70-Jährigen (8 %) vorherrscht.

Bei den Social-Media-Plattformen fällt Facebook weiter hinter Instagram zurück, das stabil an der Spitze liegt. TikTok bleibt auf Rang drei, verliert aber wie viele andere Plattformen leicht an Reichweite.

Methode und Vorgehen

Grundgesamtheit:	Deutschsprechende Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland
Erhebungsverfahren:	Zufallsstichprobe nach ADM-Grundlagen 70 % Telefon-Stichprobe mit Dual-Frame (60:40); 30 % Online-Stichprobe
Fallzahl:	N = 2.462 (n = 1.741 Telefon-Stichprobe, n = 721 Online-Stichprobe)
Befragungsdauer:	30 Minuten (Telefon) / 25 Minuten (Online)
Erhebungszeitraum:	27. Januar bis 19. April 2026 (11 Wochen)
Gewichtung:	nach Strukturvorgaben der ma Audio
Durchführung:	GIM (Wiesbaden)

Icons: flaticon.com (9)

Zentrale Kennwerte

	Nutzung mind. 1x pro Woche	Tagesreichweite (Nutzung „gestern“/pro Tag)	Nutzungsdauer („gestern“/pro Tag)
Kennwert für…	regelmäßige Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten	Alltagsintegration der Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten	Intensität der Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten
Erhebung über…	Abfrage der Nutzungshäufigkeit (täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, mehrmals pro Monat, einmal pro Monat, seltener, nie)	Abfrage des Tagesablaufs „gestern“ (Day-After-Recall) von 5.00 Uhr bis 24.00 Uhr	Abfrage des Tagesablaufs „gestern“ (Day-After-Recall) von 5.00 Uhr bis 24.00 Uhr
Ausweisung in ...	in Prozent (Anteil in der Bevölkerung ab 14 Jahren) und Mio. (Hochrechnung)	in Prozent (Anteil in der Bevölkerung ab 14 Jahren) und Mio. (Hochrechnung)	in Minuten und Prozent (prozentualer Anteil von Einzelanwendungen an der täglichen Nutzungsdauer einer gesamten Angebotsklasse)



Mediennutzung allgemein (Video, Audio, Text)

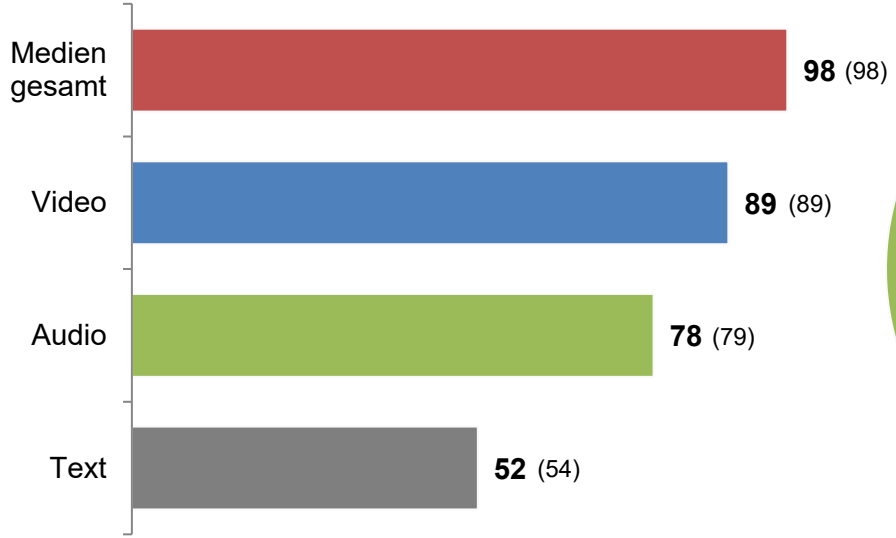
Zentrale Kennwerte 2026 im Überblick
und in der Entwicklung der letzten Jahre

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026

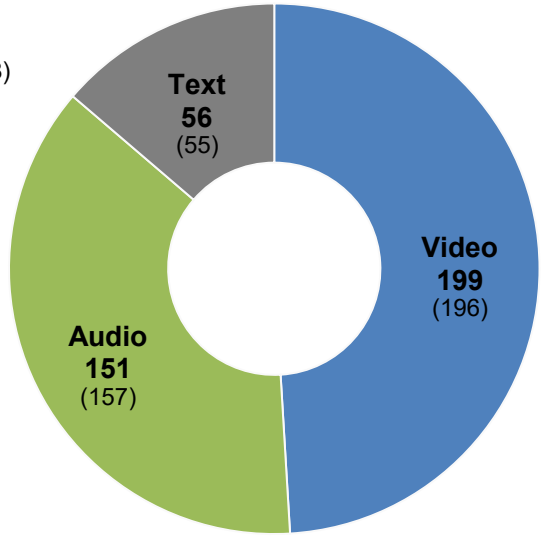
Stabile Tagesreichweiten bei Video, leichte Rückgänge bei Text. Nutzungsdauern konstant bei knapp 6,5 Stunden

Tagesreichweite und Nutzungsdauern | 2026 (vs. 2025)

Tagesreichweite in Prozent



Nutzungsdauer in Minuten



Ø Mediennutzung gesamt netto*:

385 Minuten

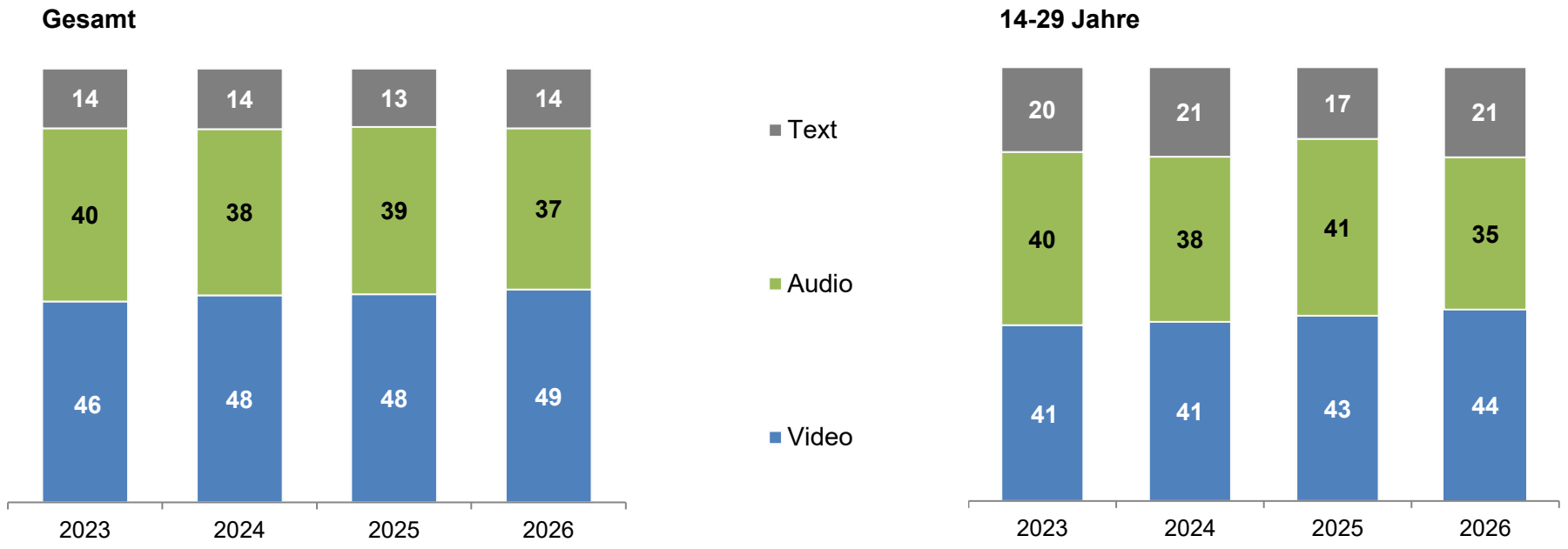
(2025: 387)

Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | (…) = Werte für 2024 | * Überschneidungen in der Nutzung medialer Anwendungsmöglichkeiten herausgerechnet

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Nutzungsanteile verschieben sich in den letzten Jahren leicht von Audio zu Video. Bei U30 ist dieser Trend stärkeren Schwankungen unterworfen.

Medien – Anteilige Nutzungsdauern an Mediennutzung Gesamt (brutto) in Prozent | 2023 bis 2026

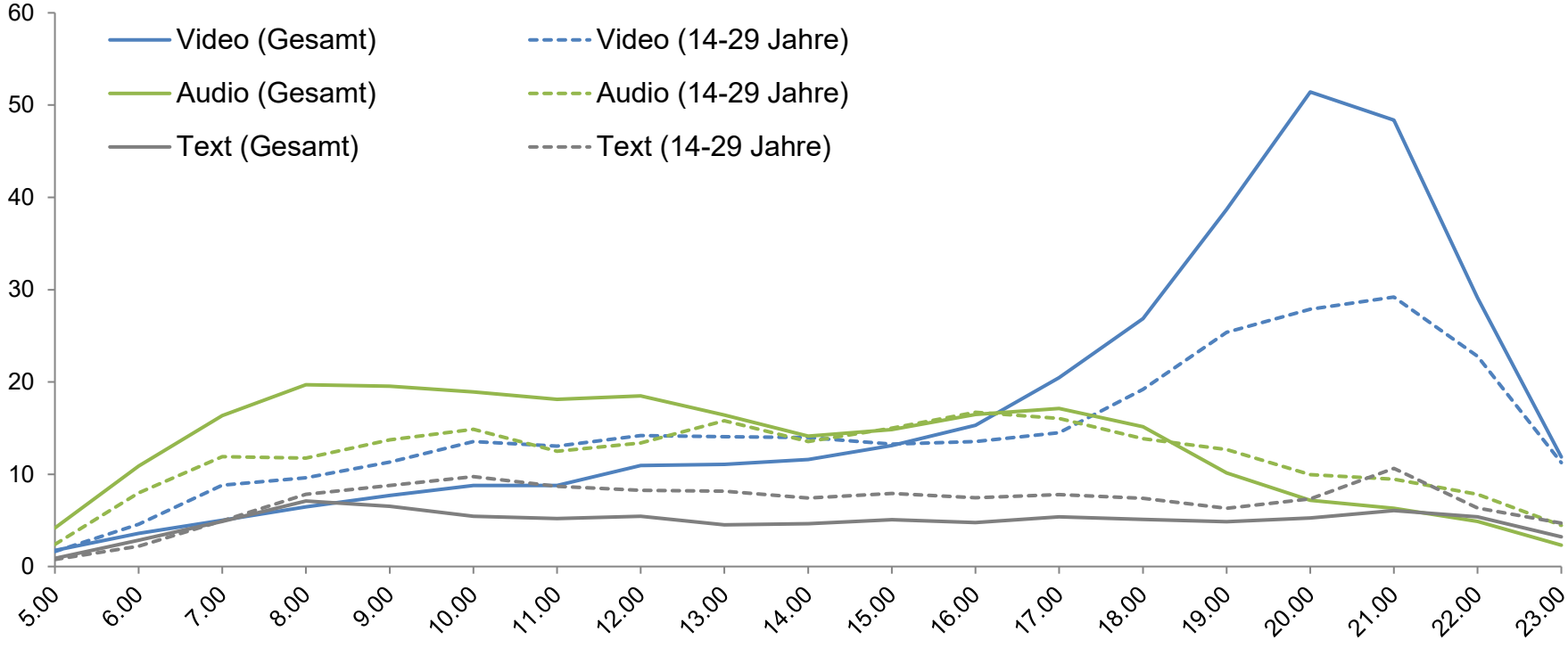


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Verlaufskurven bei 14- bis 29-Jährigen unterscheiden sich teils deutlich von der Gesamtbevölkerung – insbesondere weniger Video am Abend.

Medien gesamt (Nettowerte) – Stundendurchschnittsreichweiten (nach Alter) in Prozent | 2026

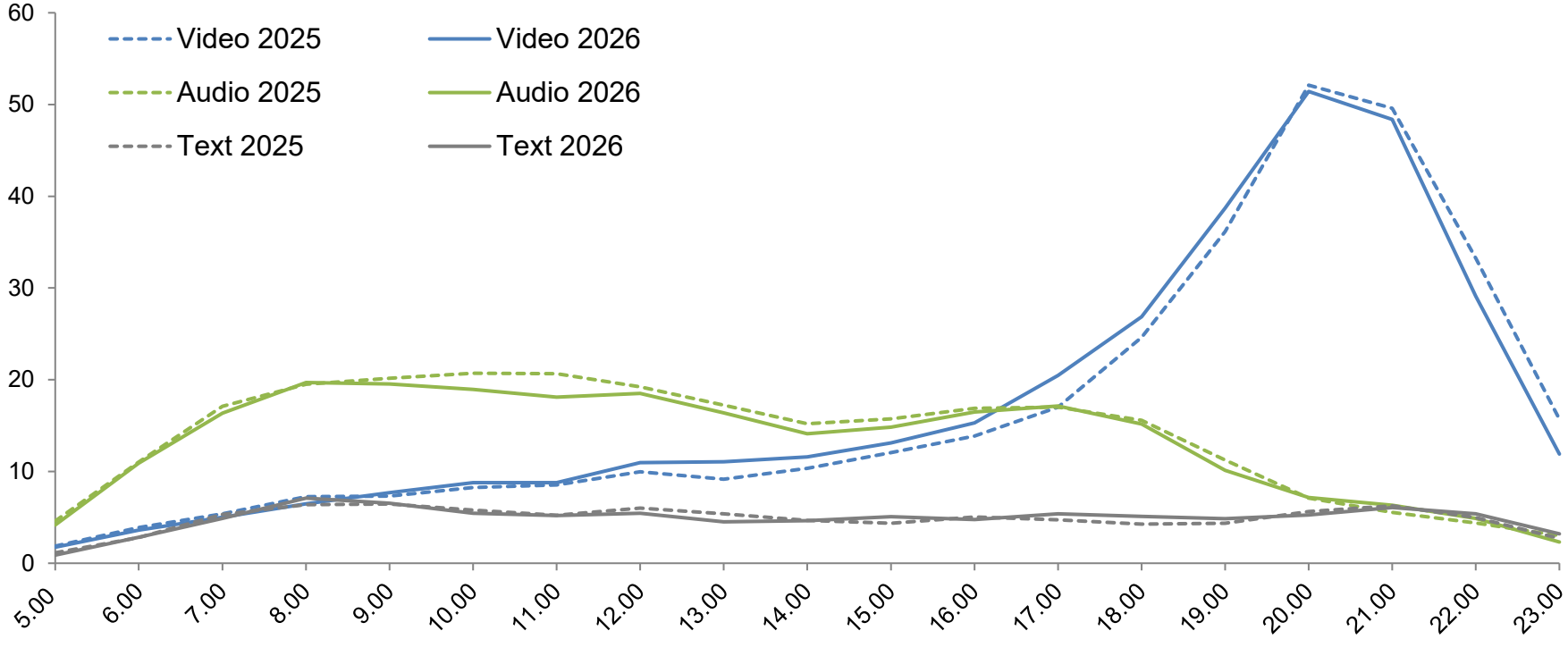


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Nutzung von Video nachmittags und am Vorabend leicht über Vorjahres-niveau, am Abend darunter. Audio mit Verlusten am Vor- und Nachmittag

Medien gesamt (Nettowerte) – Stundendurchschnittsreichweiten in Prozent, 2025 vs. 2026



Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462



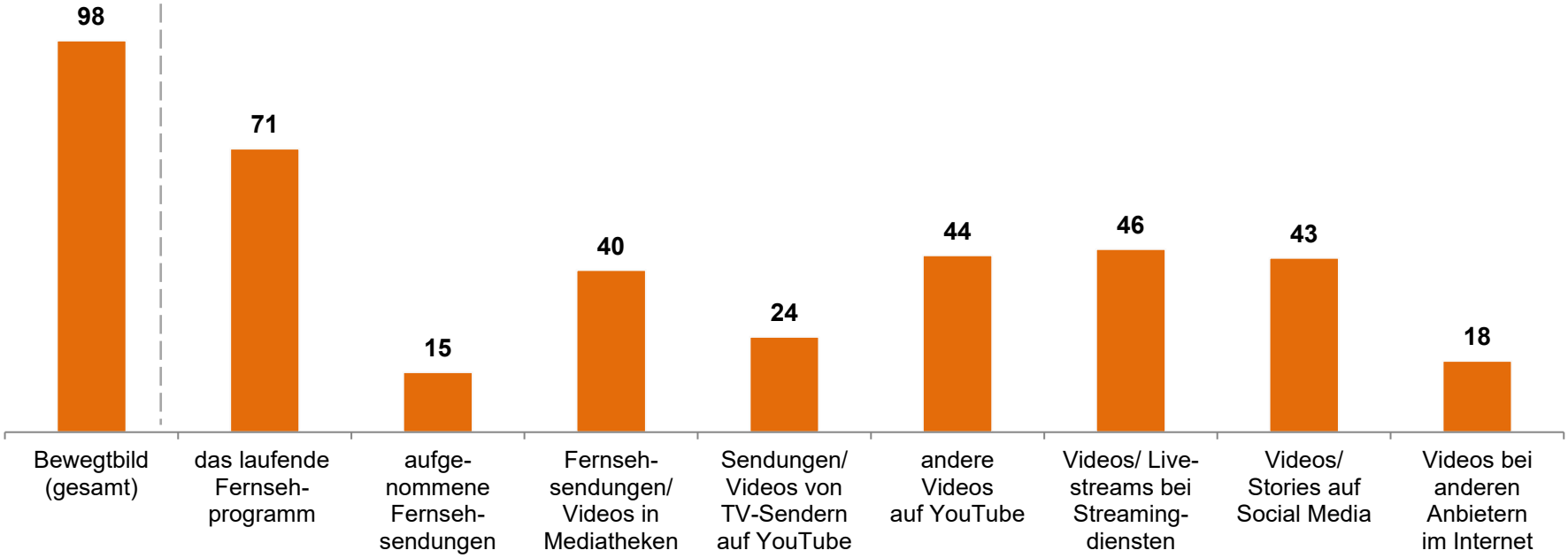
Mediennutzung Video/Bewegtbild

Zentrale Kennwerte 2026 im Überblick
und in der Entwicklung der letzten Jahre

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026

Fast jede/r nutzt mindestens wöchentlich Videoinhalte – 71 % das lineare TV-Programm, 46 % Streamingdienste.

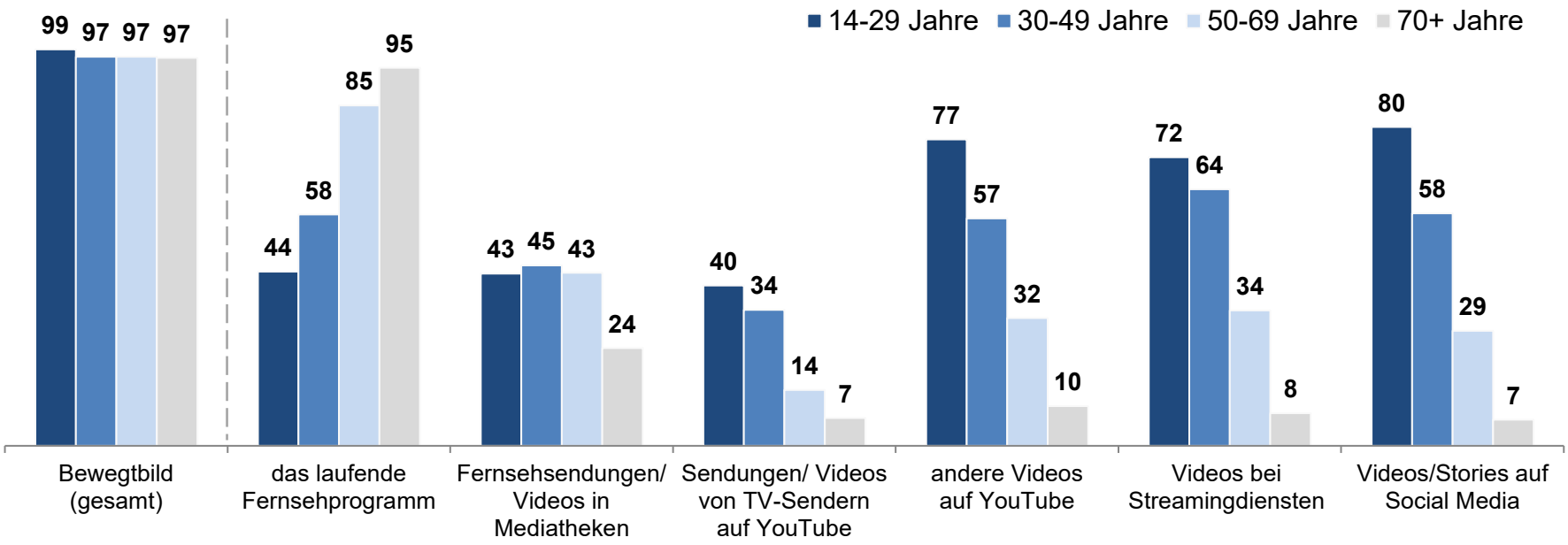
Bewegtbild – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Weniger als die Hälfte der unter 30-Jährigen sieht noch wöchentlich fern. Höhere Anteile für YouTube, Streamingdienste und Social Media

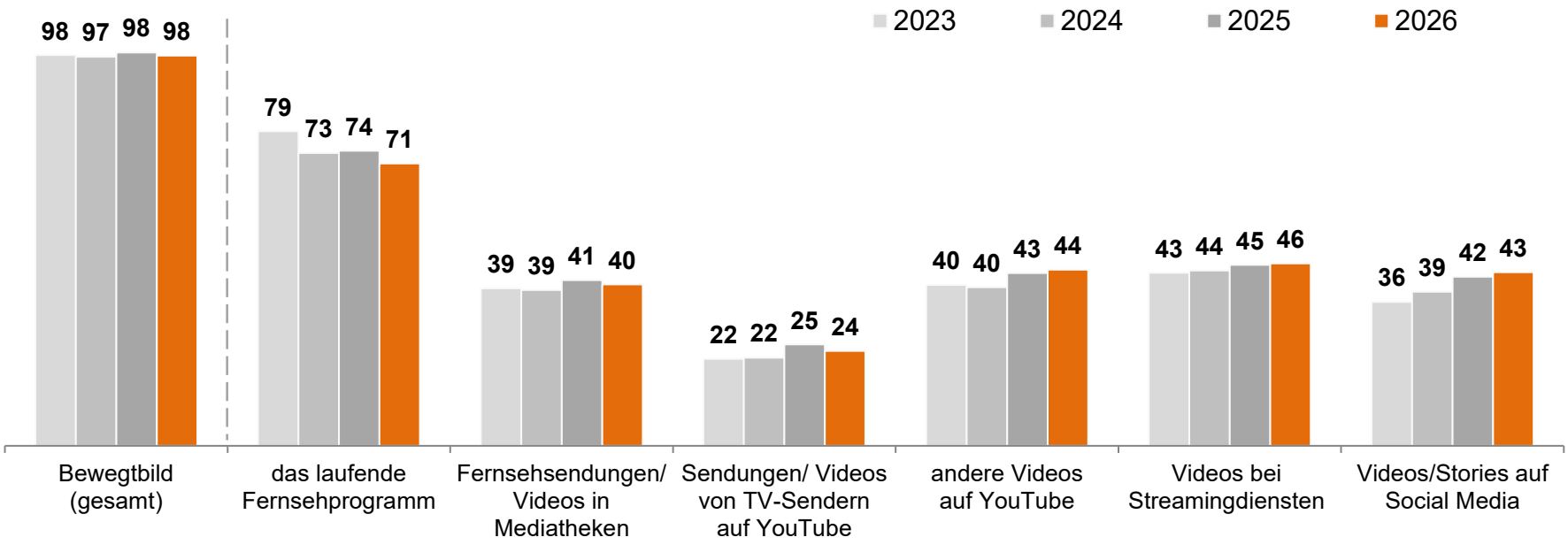
Bewegtbild – Nutzung ausgewählter Anwendungen mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Regelmäßige Nutzung fast aller Bewegtbildangebote 2026 stabil bis leicht steigend. In den letzten Jahren stetiges Wachstum für Social Media-Videos

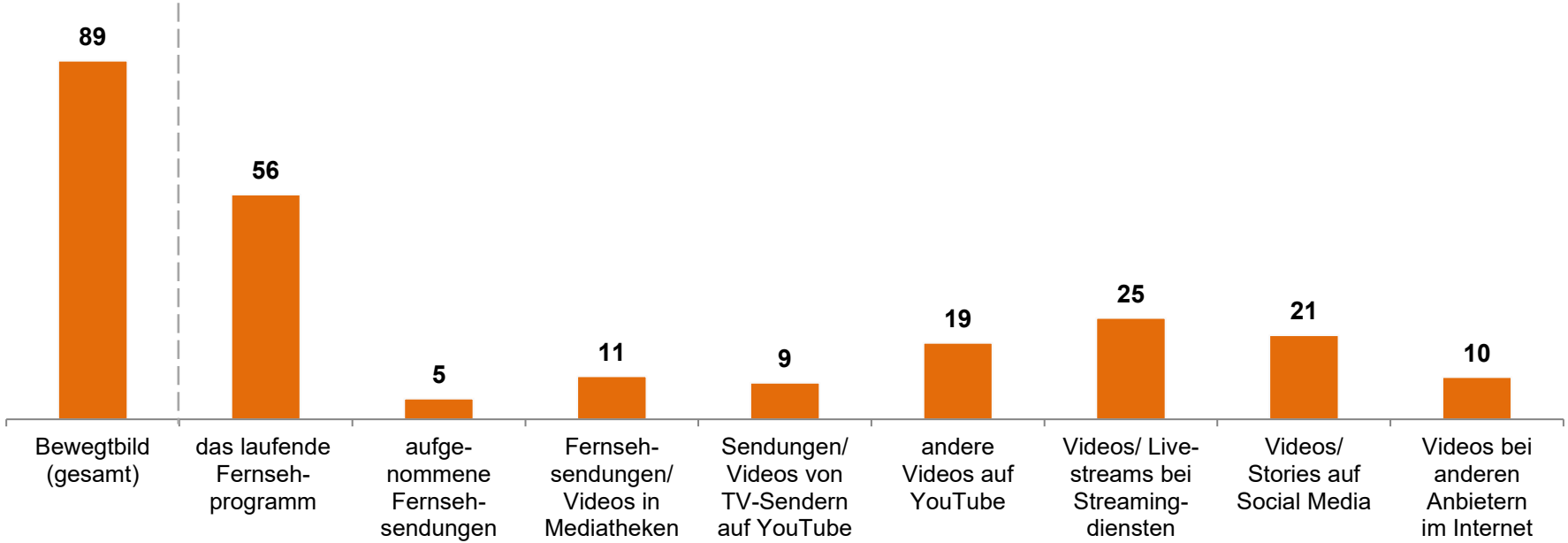
Bewegtbild – Nutzung ausgewählter Anwendungen mind. 1x pro Woche in Prozent | 2023 bis 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Tagesreichweite für TV weiter am höchsten. Keine Streaming-Gattung erreicht mehr als ein Viertel der Bevölkerung.

Bewegtbild – Tagesreichweite in Prozent | 2026

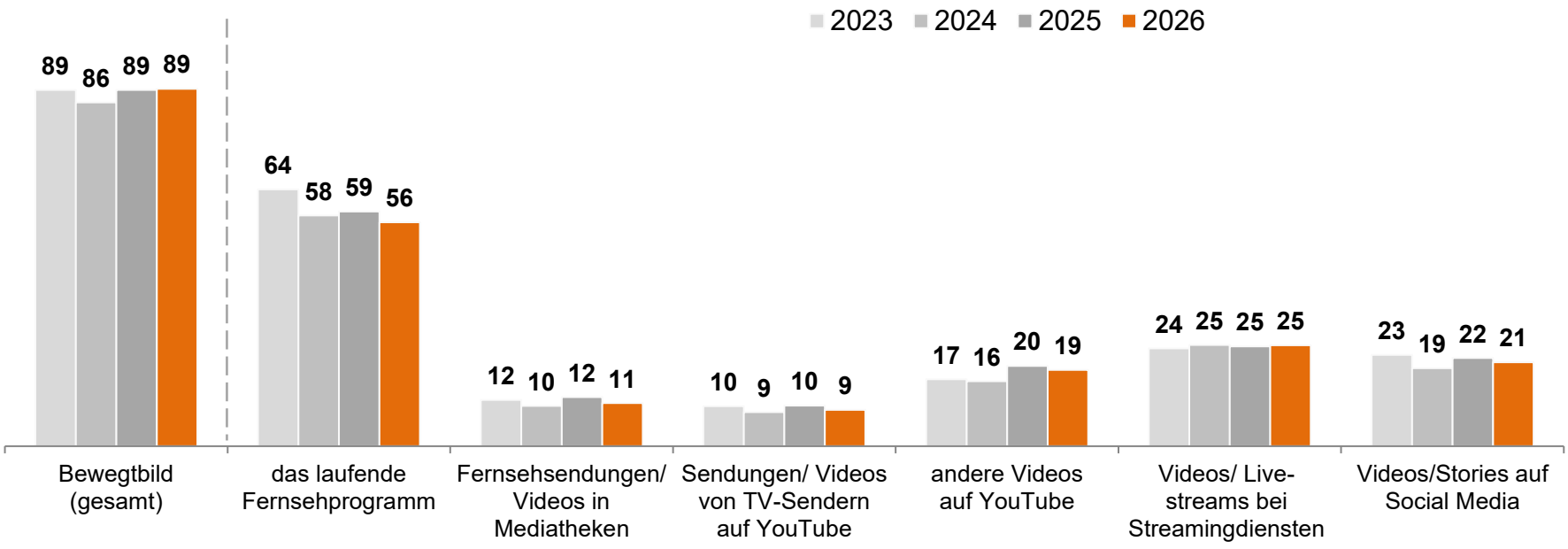


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

TV-Tagesreichweite geht zurück – aber kein Wachstum bei anderen Angeboten.

Bewegtbild – Tagesreichweite ausgewählter Anwendungen in Prozent | 2023 bis 2026

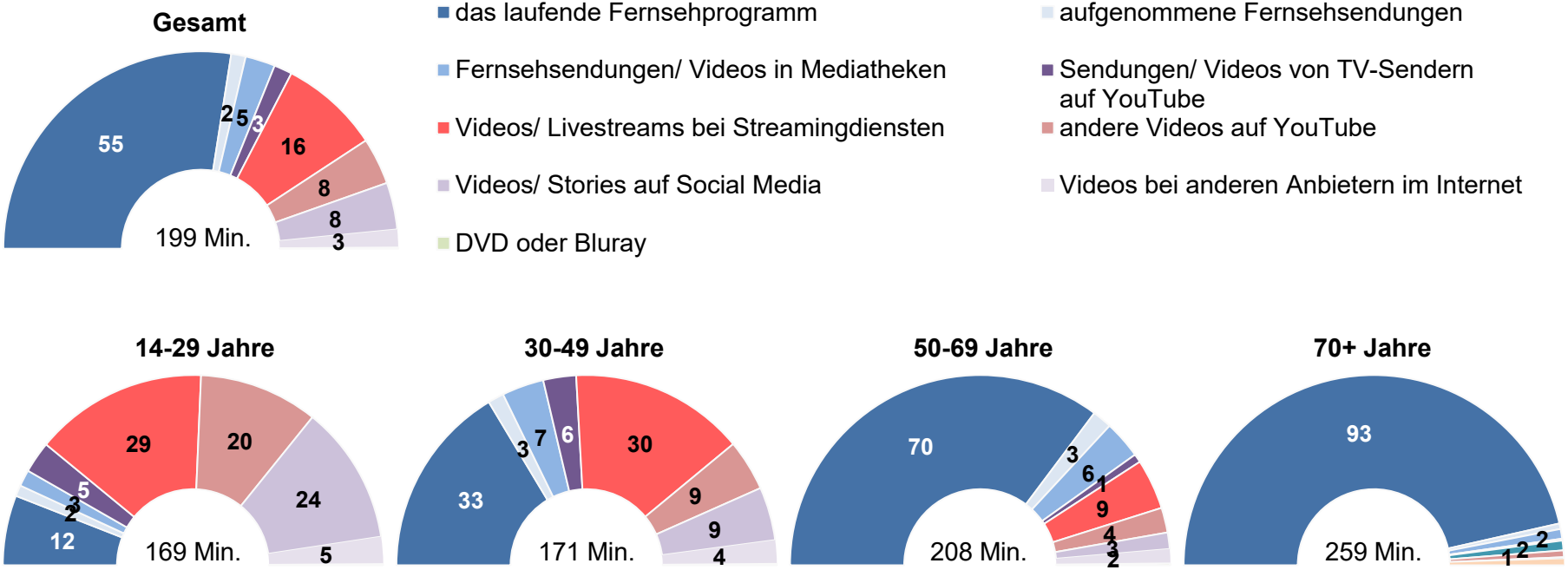


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Mehr als die Hälfte des Bewegtbildkonsums entfällt auf Live-TV, bei starkem Altersgefälle: U 50 nutzt weit überwiegend non-linear.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 2026

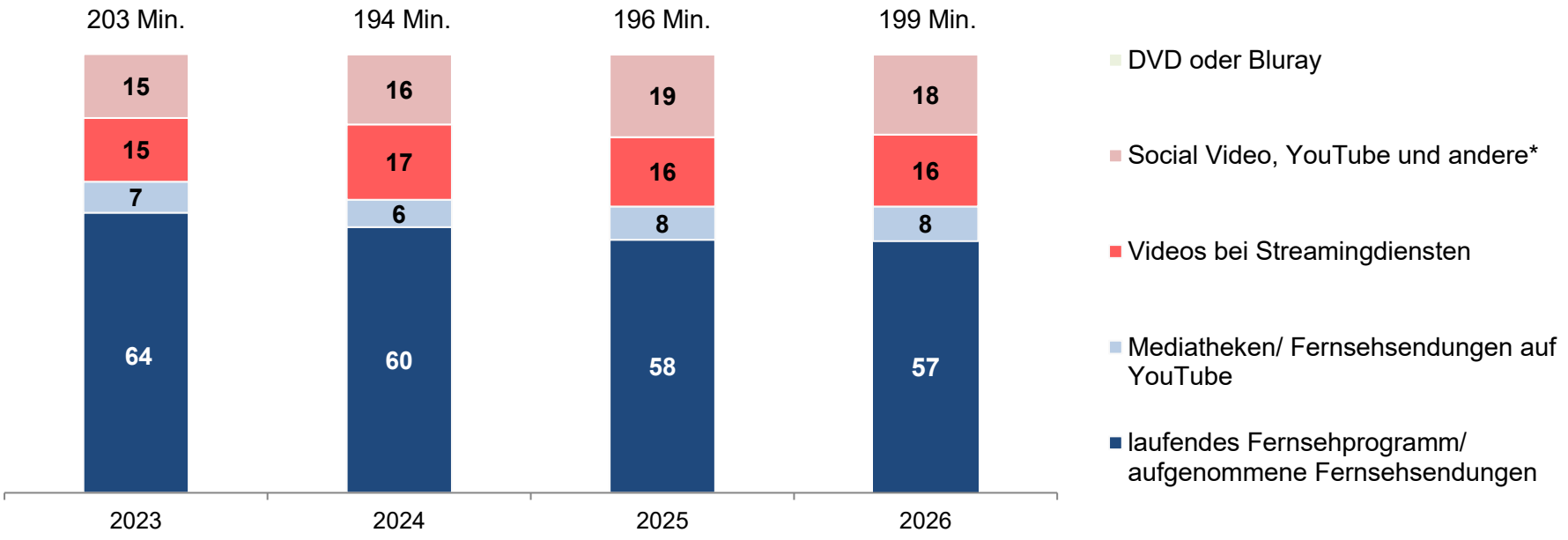


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme.

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

TV-Inhalte inklusive Timeshift und VoD anteilig stabil – denn Streaming-dienste, YouTube- und SoMe-Videos wachsen ggü. Vorjahr kaum.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | Gesamt | 2023 bis 2026

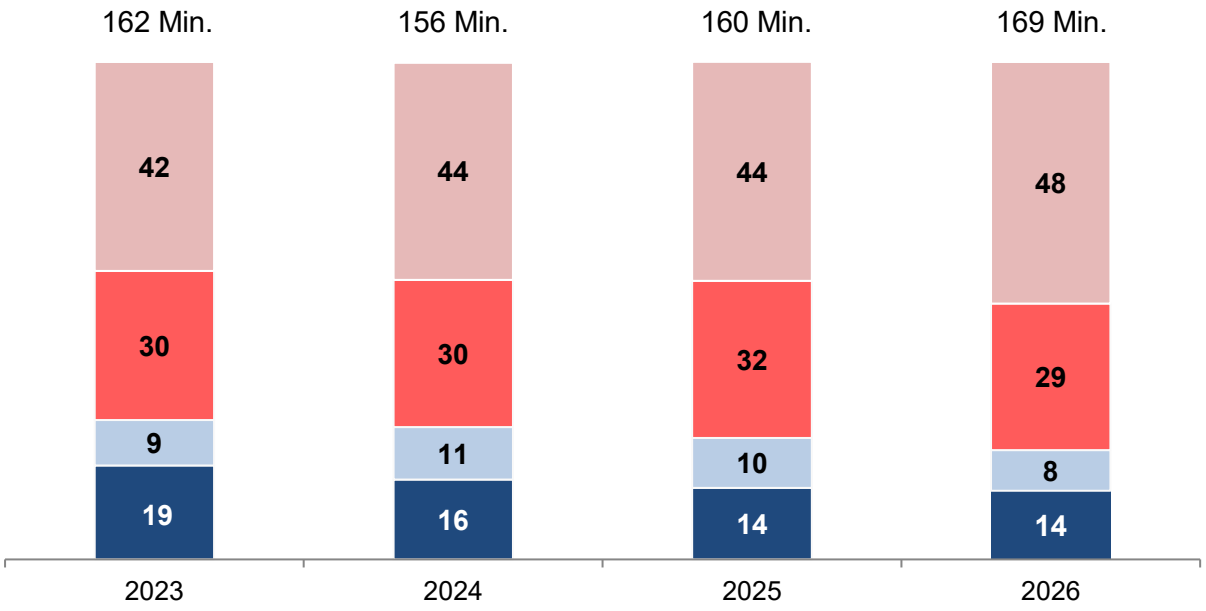


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * andere Videos auf YouTube, Videos auf Social Media, Videos bei anderen Anbietern im Internet

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei 14- bis 29-Jährigen steigt der Anteil von Social Media- und YouTube-Videos am Nutzungsbudget deutlich und erreicht fast 50 Prozent.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 14-29 Jahre | 2023 bis 2026

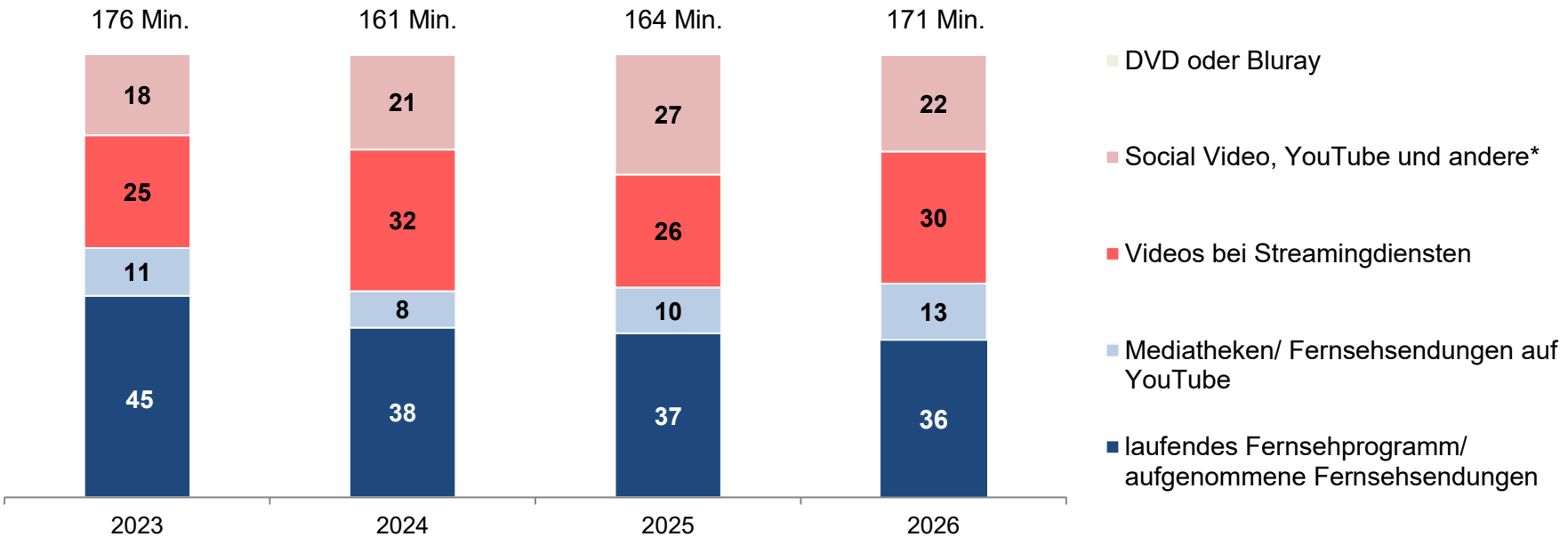


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * andere Videos auf YouTube, Videos auf Social Media, Videos bei anderen Anbietern im Internet

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

TV-Inhalte bei 30- bis 49-Jährigen dank VoD mit leichtem Wachstum. Streamingdienste erholen sich nach Rückgang im Vorjahr.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 30-49 Jahre | 2023 bis 2026

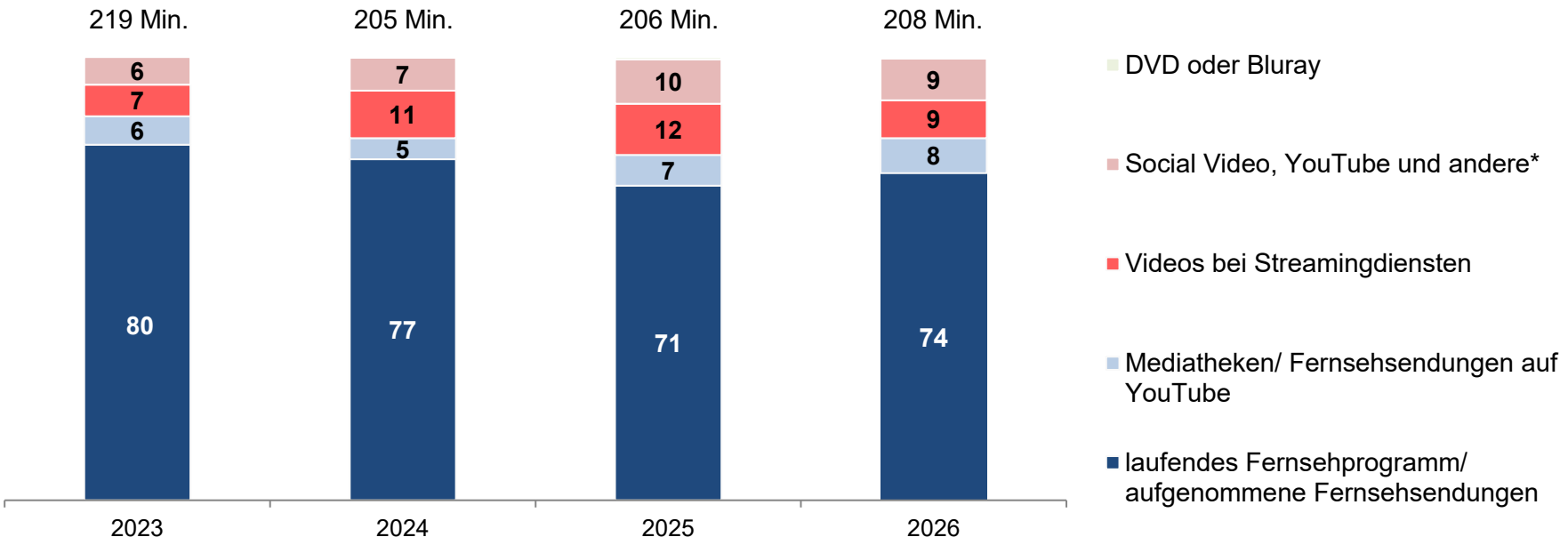


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * andere Videos auf YouTube, Videos auf Social Media, Videos bei anderen Anbietern im Internet

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

50- bis 69-Jährige: TV-Nutzung mittelfristig rückläufig. Gegenüber 2025 aber leichter Anstieg, während Streamingdienste unter Vorjahresniveau liegen.

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 50-69 Jahre | 2023 bis 2026

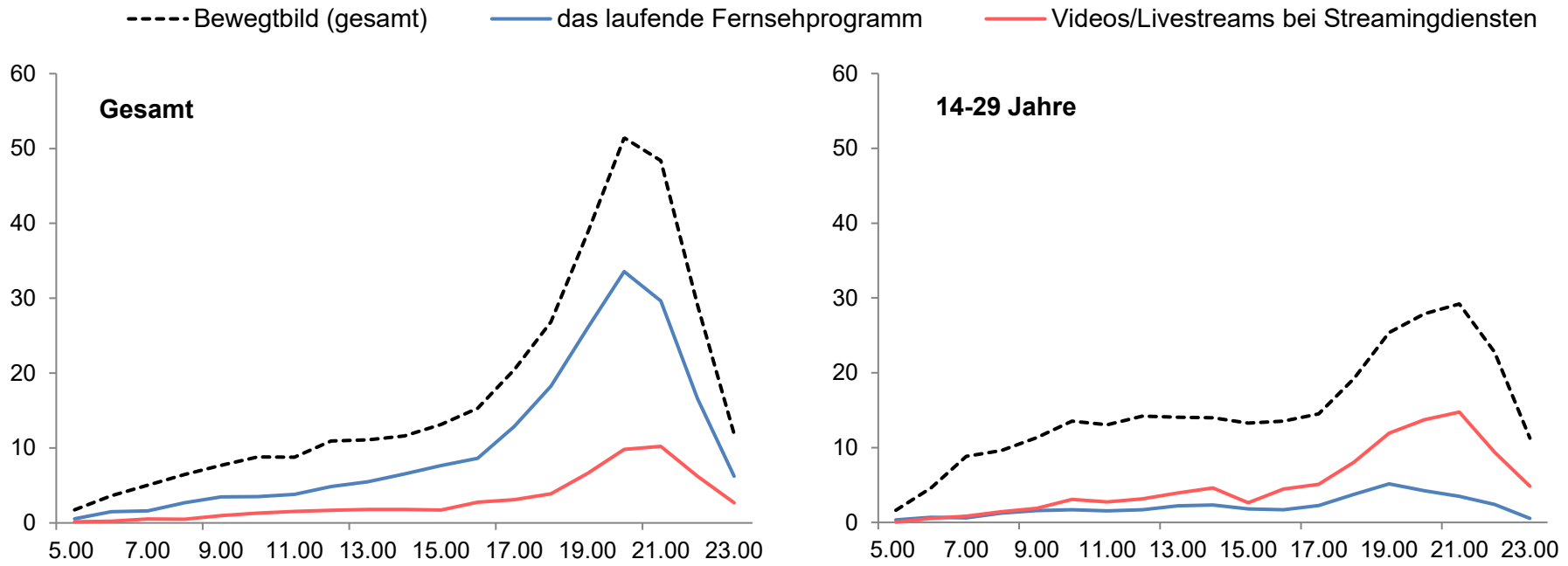


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * inkl. andere Videos auf YouTube, Videos auf Social Media, Videos bei anderen Anbietern im Internet

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Video-Nutzungskurve bei U 30 deutlich flacher, Streamingdienste über den ganzen Tag hinweg vor Live-TV

Bewegtbild – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 14-29 Jahre) in Prozent | 2026

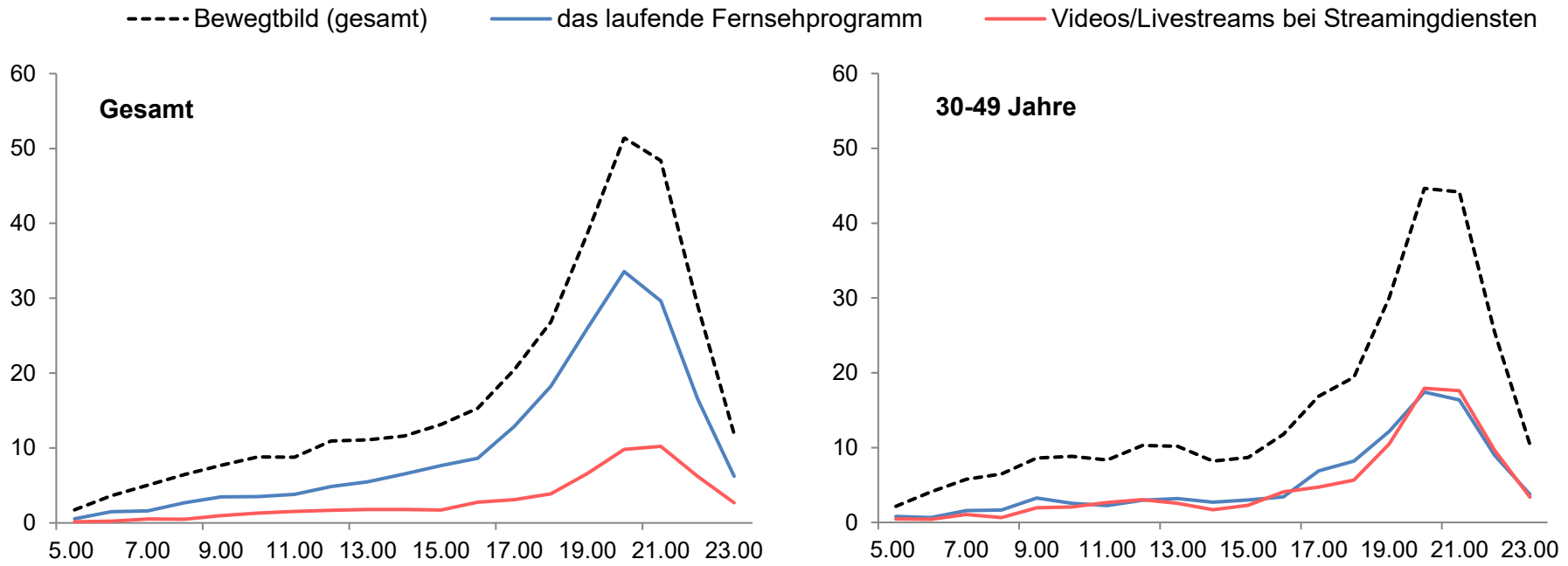


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei 30- bis 49-Jährigen Nutzungspeak am Abend bei TV und Streamingdiensten ähnlich ausgeprägt

Bewegtbild – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 30-49 Jahre) in Prozent | 2026

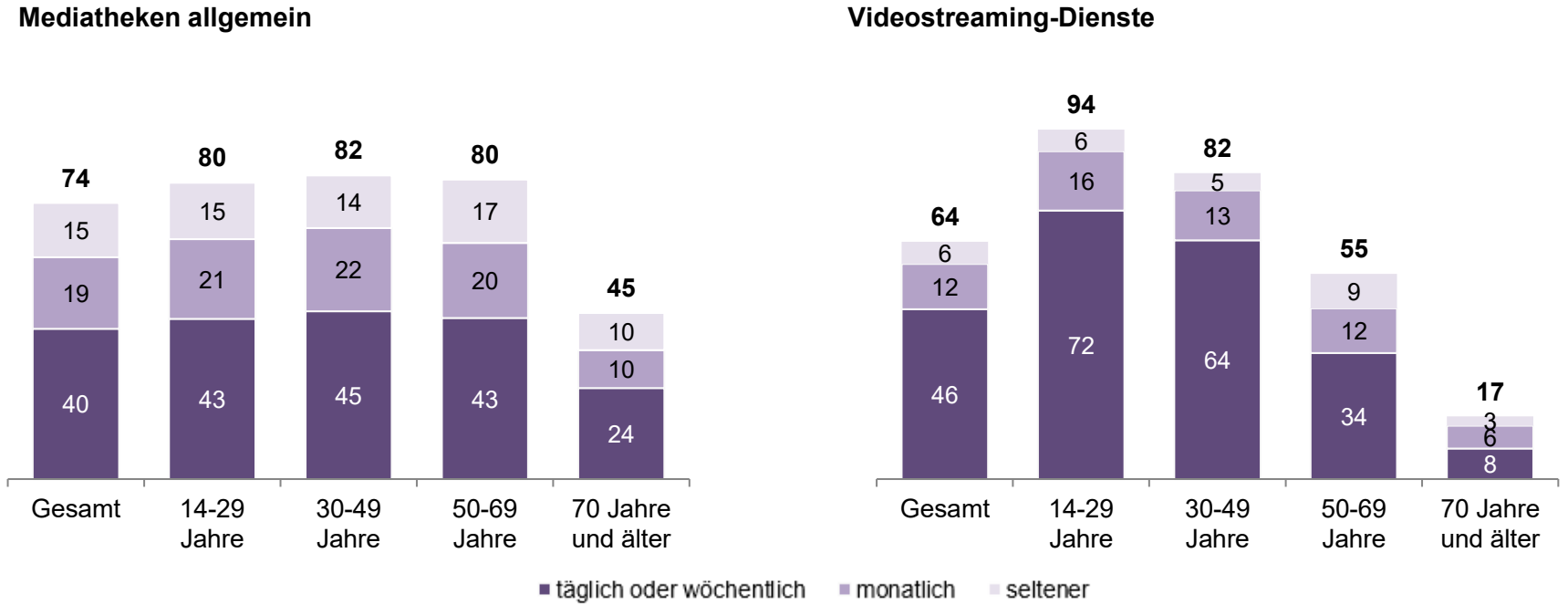


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Mediatheken erreichen jüngere und mittlere Altersgruppen gleichermaßen. Streamingdienste mit deutlichem Schwerpunkt bei unter 50-Jährigen

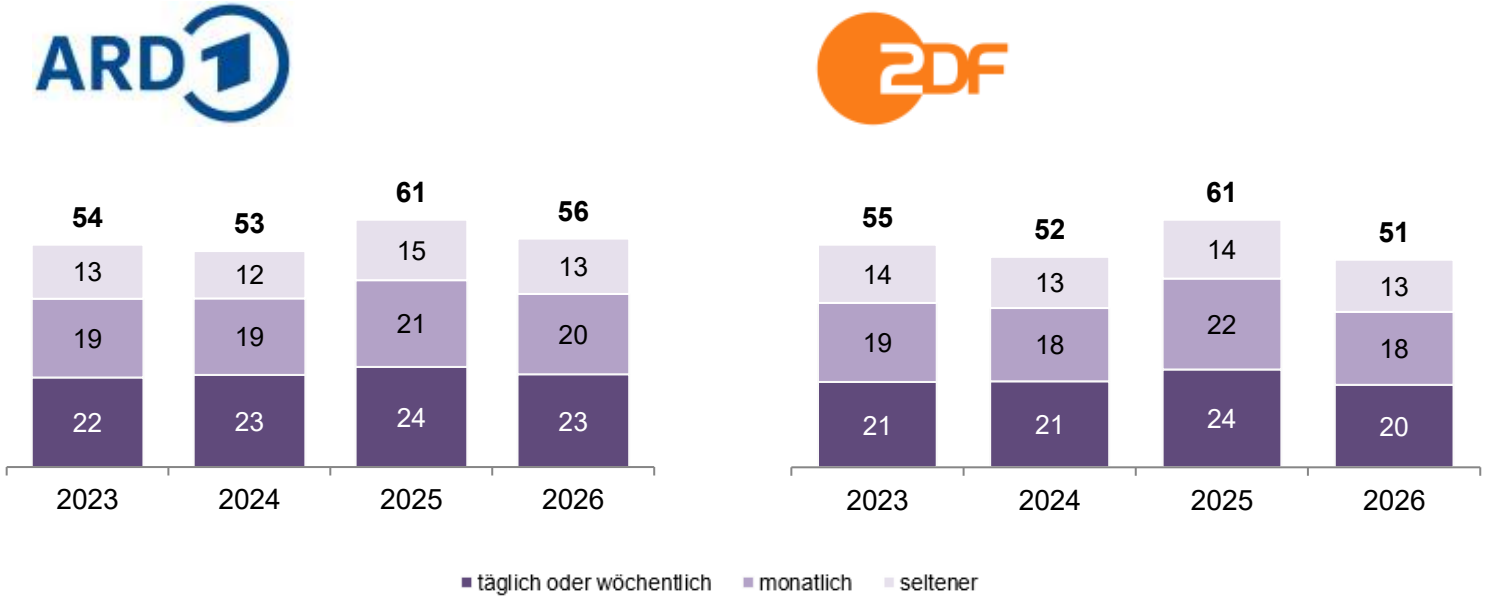
Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Die Mediatheken / Streamingportale der Öffentlich-Rechtlichen können die deutlichen Gewinne aus dem Vorjahr nicht halten.

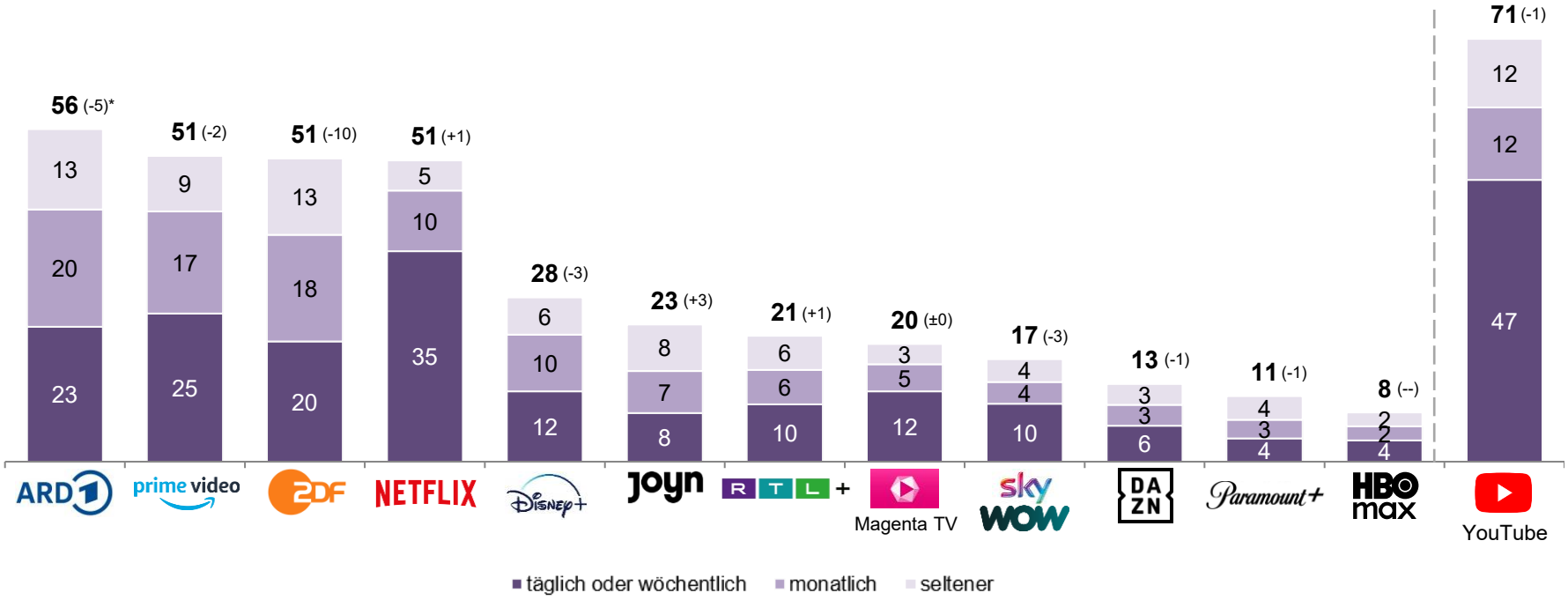
Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent | Gesamt | 2023 bis 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

ARD-Mediathek führt bei Gesamtreichweite vor Prime Video, ZDF-Streaming und Netflix. Viele Plattformen verlieren/stagnieren, nur Joyn wächst moderat

Nutzung Videostreaming (zum Vergleich: Nutzung YouTube), Angaben in Prozent | 2026



* Differenz zum Vorjahr in Prozentpunkten

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462



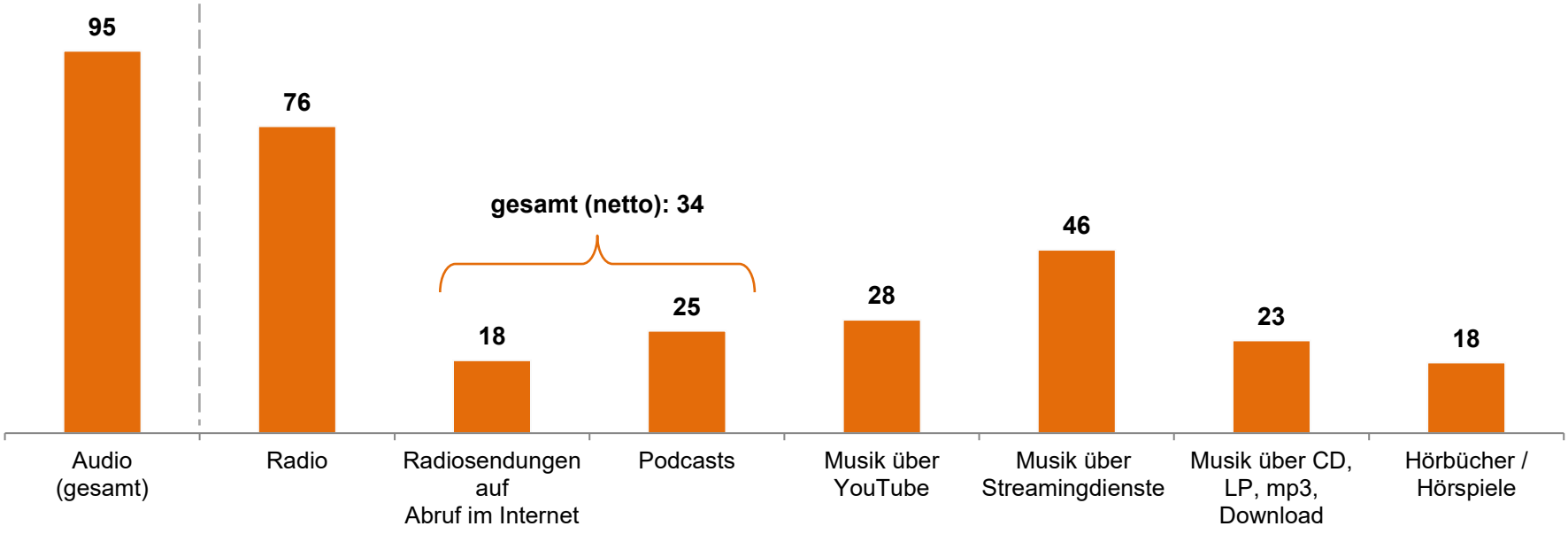
Mediennutzung Audio

Zentrale Kennwerte 2026 im Überblick
und in der Entwicklung der letzten Jahre

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026

Drei Viertel hören wöchentlich Radio, mit Abstand folgen Musikstreaming und Podcasts.

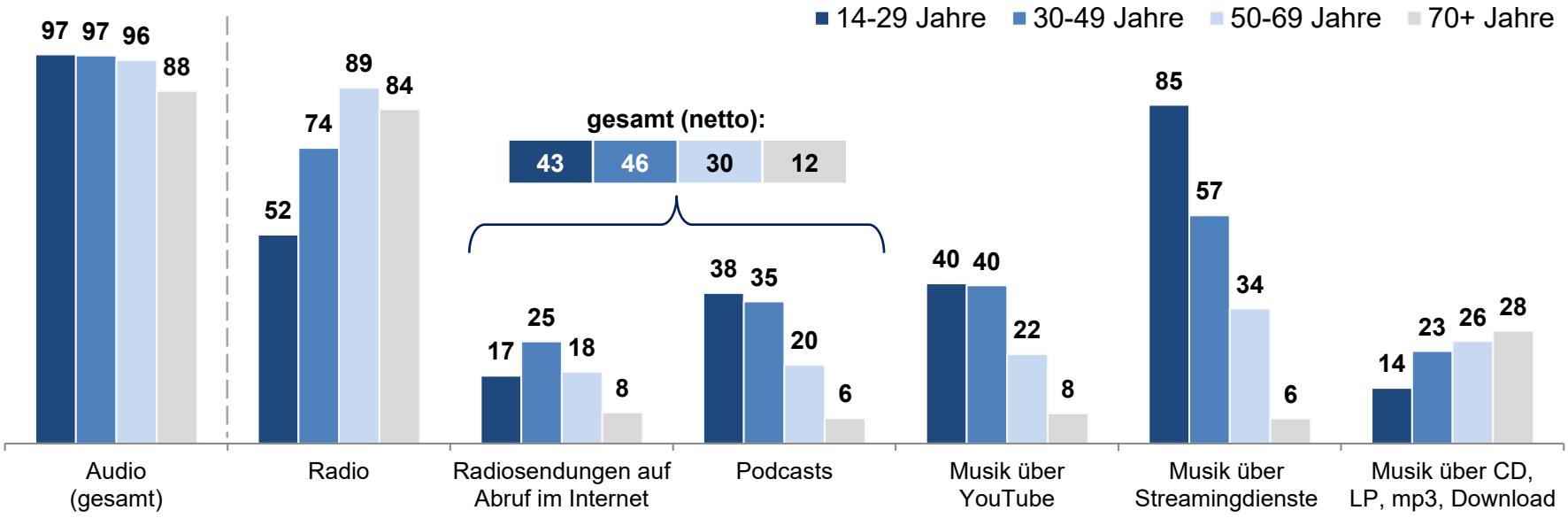
Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

In Altersgruppen über 30 Jahren führt Radio bei der wöchentlichen Nutzung. Bei 14- bis 29-Jährigen liegt Musikstreaming vorn.

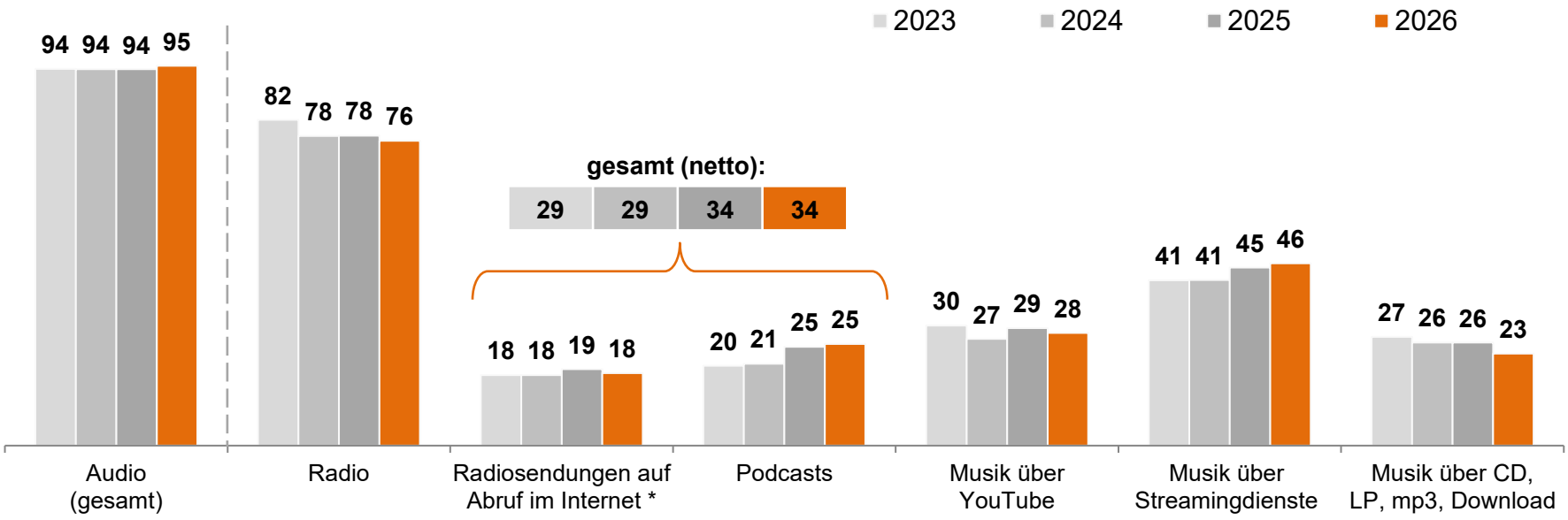
Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

76 % hören wöchentlich Radio, 46 % nutzen Musik über Streamingdienste. Die meisten Reichweiten bleiben konstant, Radio und Tonträger verlieren.

Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2023 bis 2026

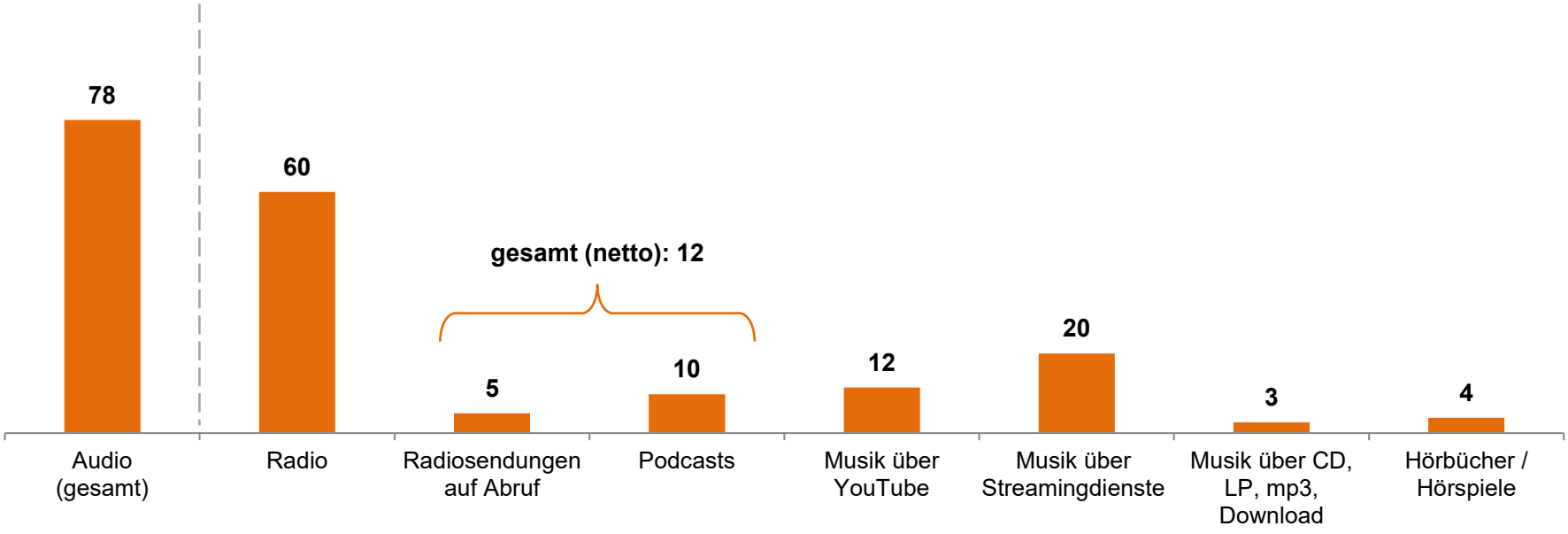


* Bis 2025: „Radiosendungen/ Beiträge daraus auf Abruf im Internet“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei der Tagesreichweite führt das Radio deutlich, Streamingdienste folgen mit Abstand auf Rang zwei.

Audio – Tagesreichweite in Prozent | 2026

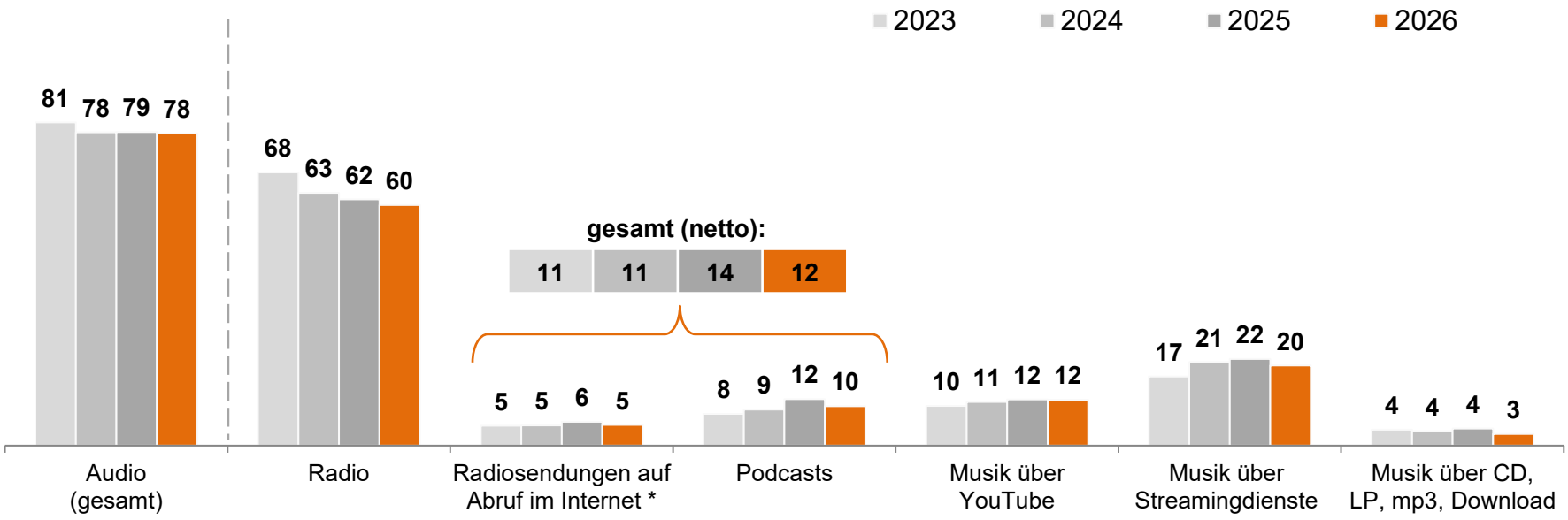


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Gegenüber dem Vorjahr sinken viele Audio-Reichweiten leicht. Radiosendungen auf Abruf / Podcasts können die Vorjahres-Gewinne nicht halten.

Audio – Tagesreichweite in Prozent | 2023 bis 2026

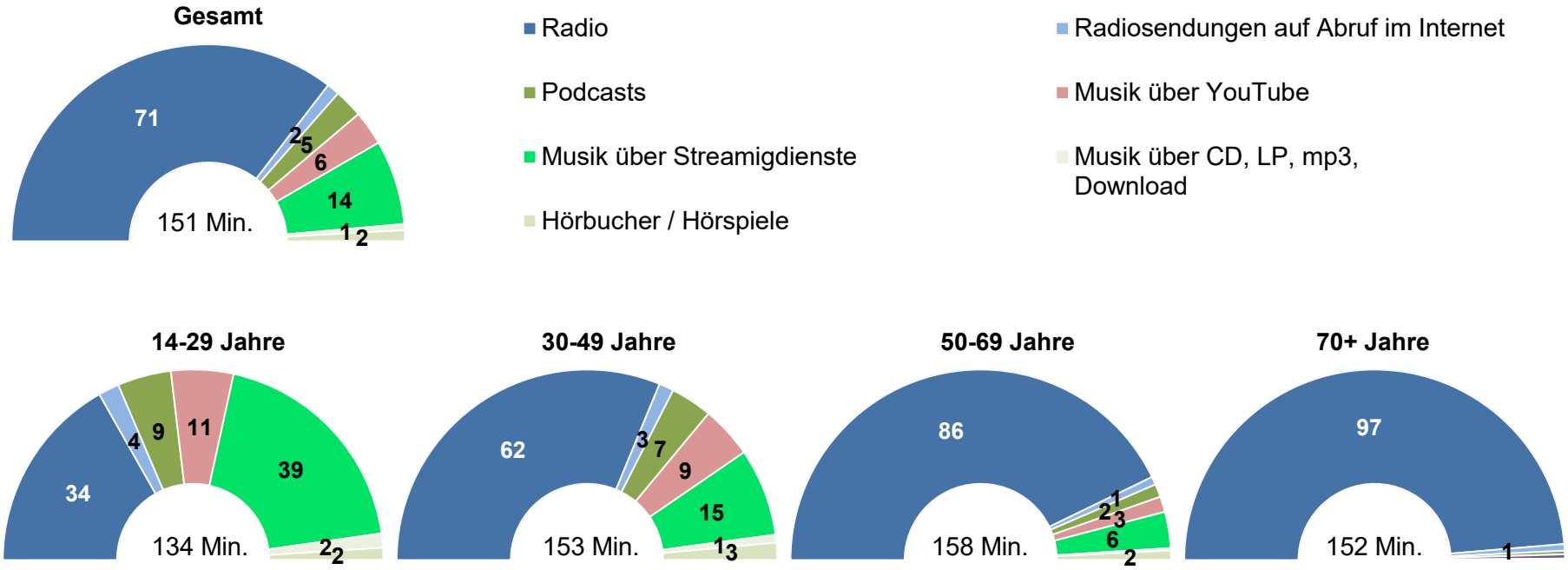


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | * Bis 2025: „Radiosendungen/ Beiträge daraus auf Abruf im Internet“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei allen Altersgruppen über 30 überwiegt die Radio-Nutzungsdauer. Bei unter 30-Jährigen liegen hingegen Streamingdienste vorn.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 2026

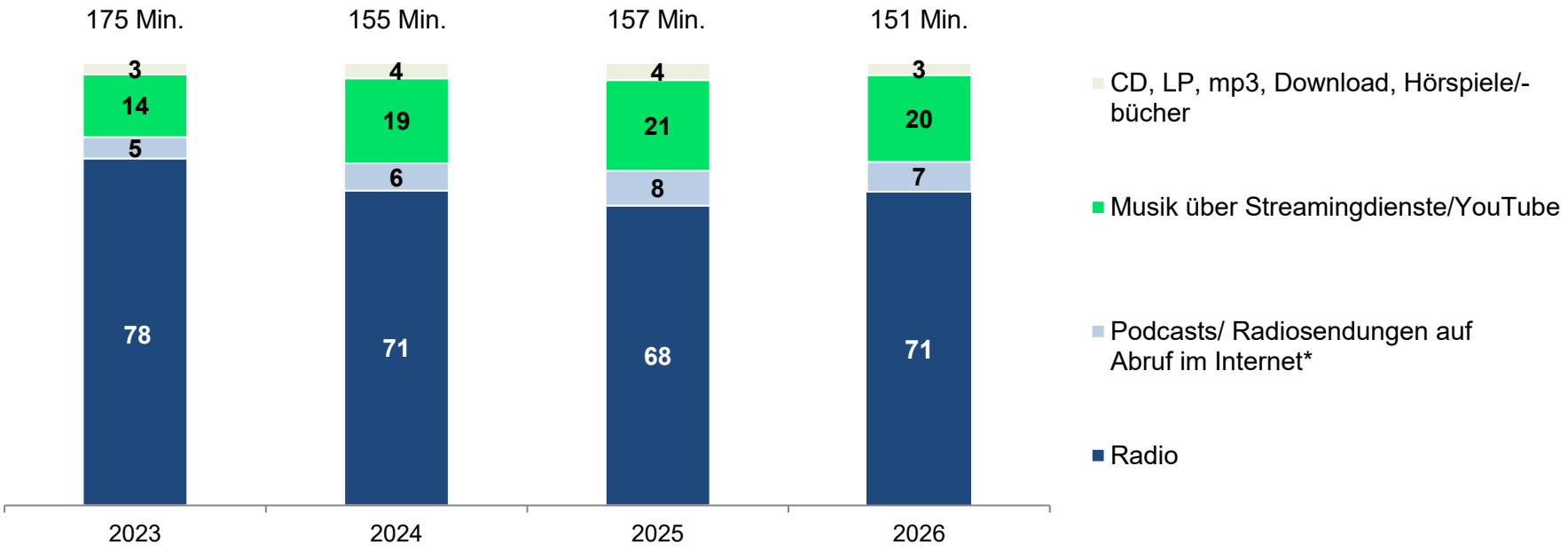


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme.

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Nach Nutzungsanteilen kann das Radio seinen Negativtrend aktuell stoppen und erreicht wieder das Niveau von 2024.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | Gesamt | 2023 bis 2026

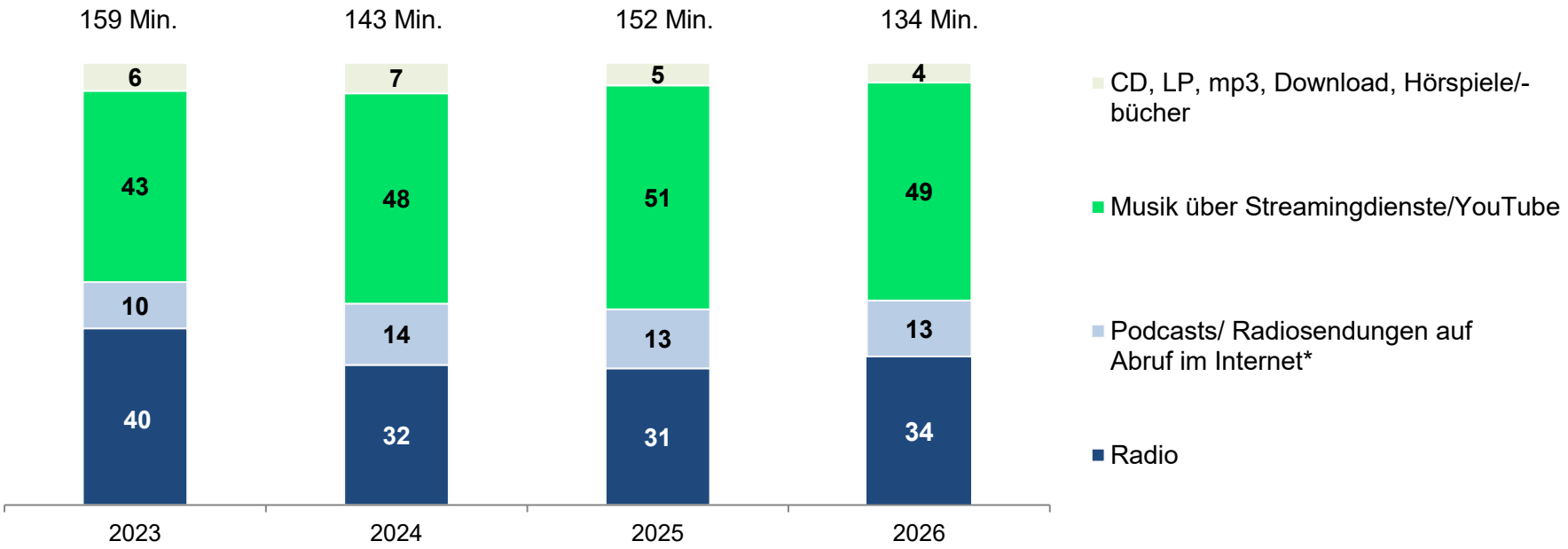


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * Bis 2025: „Radiosendungen/ Beiträge daraus auf Abruf im Internet“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

14-29: Musikstreaming macht weiterhin etwa die Hälfte der Nutzungsdauer aus. Radio verbessert sich leicht.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 14-29 Jahre | 2023 bis 2026

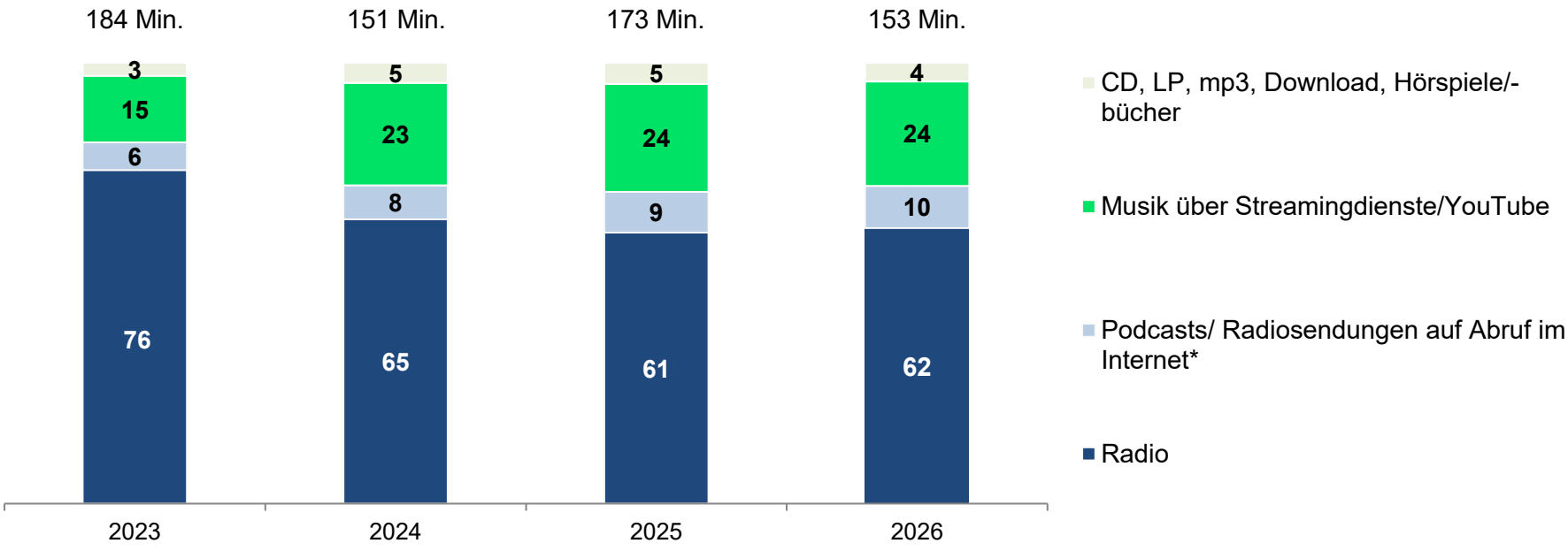


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * Bis 2025: „Radiosendungen/ Beiträge daraus auf Abruf im Internet“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei 30- bis 49-Jährigen sinkt die Hördauer in diesem Jahr insgesamt, die Verteilung auf die Nutzungswege verändert sich aber kaum.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 30-49 Jahre | 2023 bis 2026

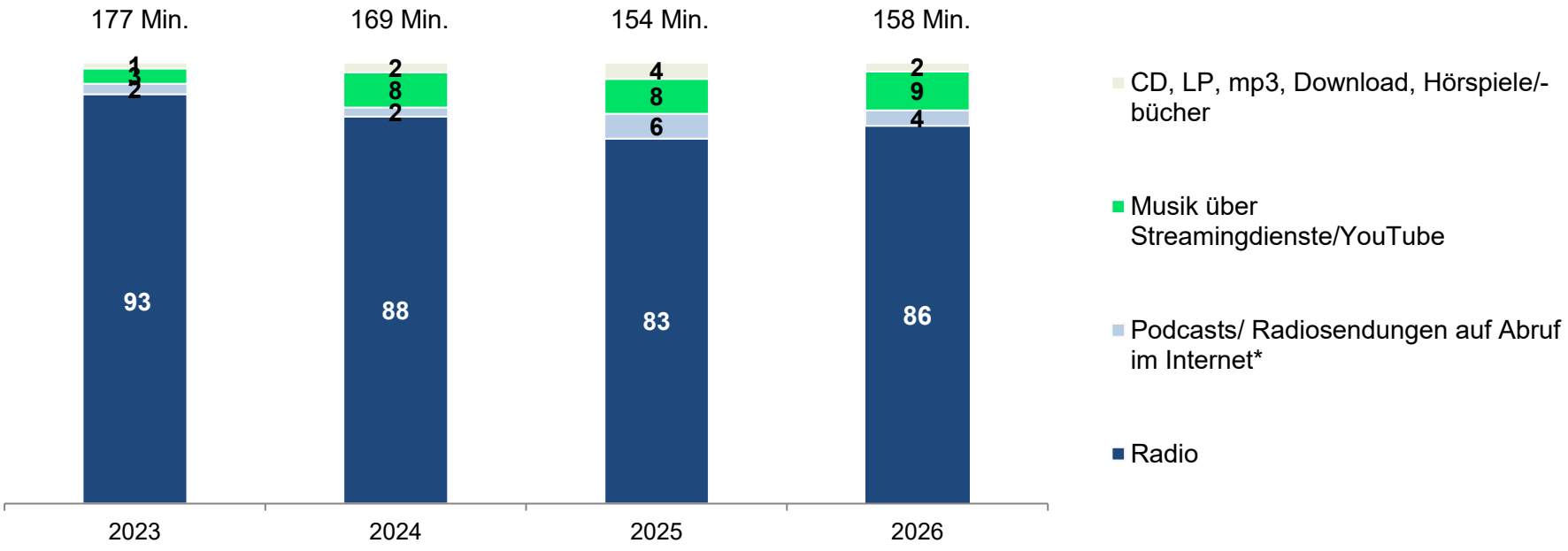


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * Bis 2025: „Radiosendungen/ Beiträge daraus auf Abruf im Internet“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei 50- bis 69-Jährigen sind Musikstreaming und Podcasts noch Randphänomene. Radio steht für deutlich über 80 Prozent der Hördauer.

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 50-69 Jahre | 2023 bis 2026

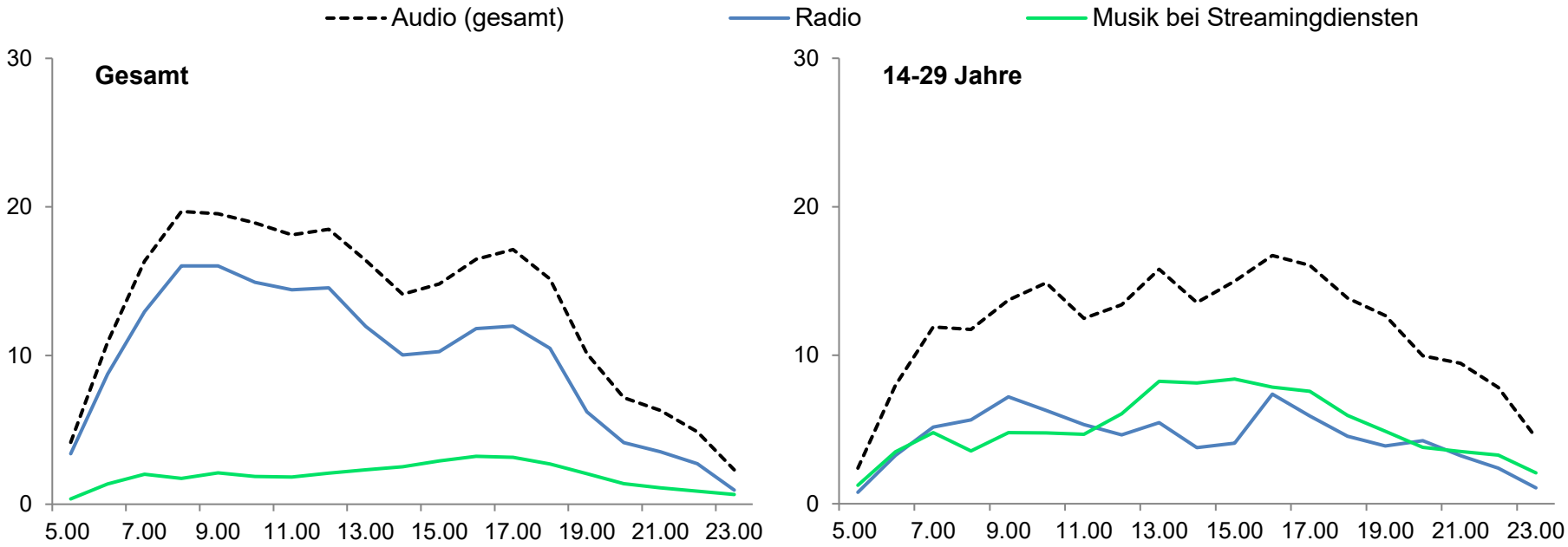


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme | * Bis 2025: „Radiosendungen/ Beiträge daraus auf Abruf im Internet“

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Radio insgesamt mit Nutzungsspitzen am Morgen, auch bei Unter 30-Jährigen. Am Nachmittag liegen bei den Jüngsten Streamingdienste vorn.

Audio – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 14-29 Jahre) in Prozent | 2026

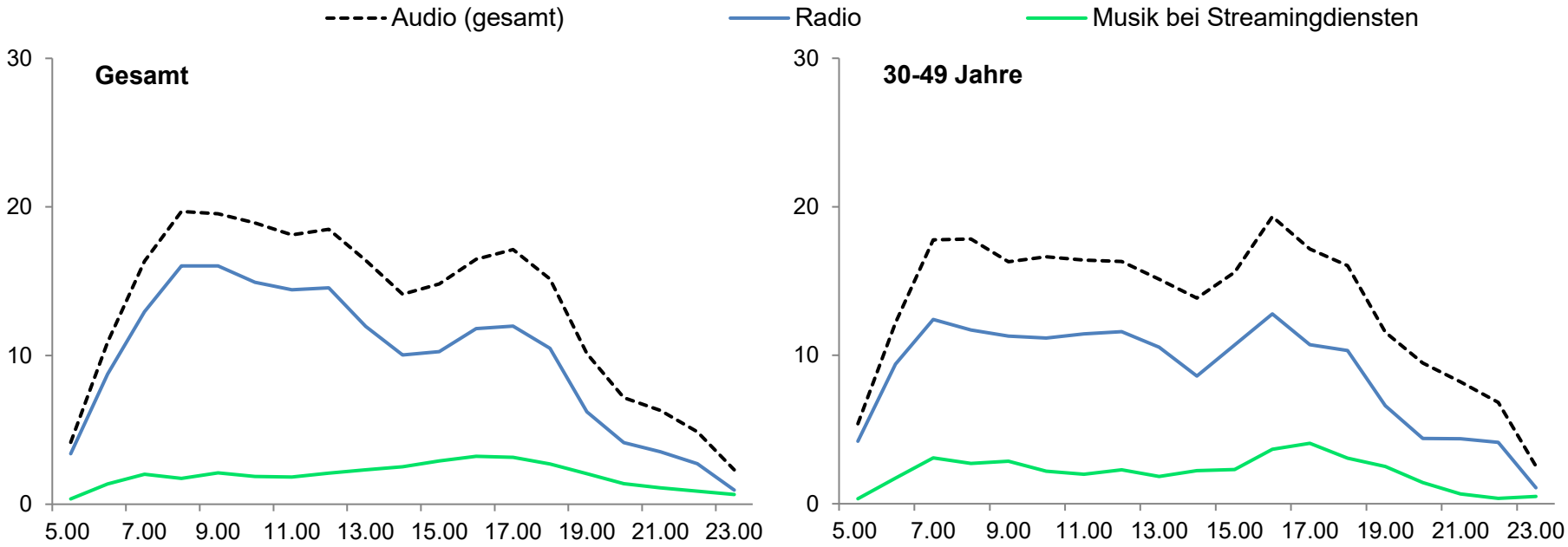


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

30- bis 49-Jährige mit gleichmäßig über den Tag verteilter Radionutzung – Musikstreaming mit Höhepunkt am Vorabend

Audio – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 30-49 Jahre) in Prozent | 2026



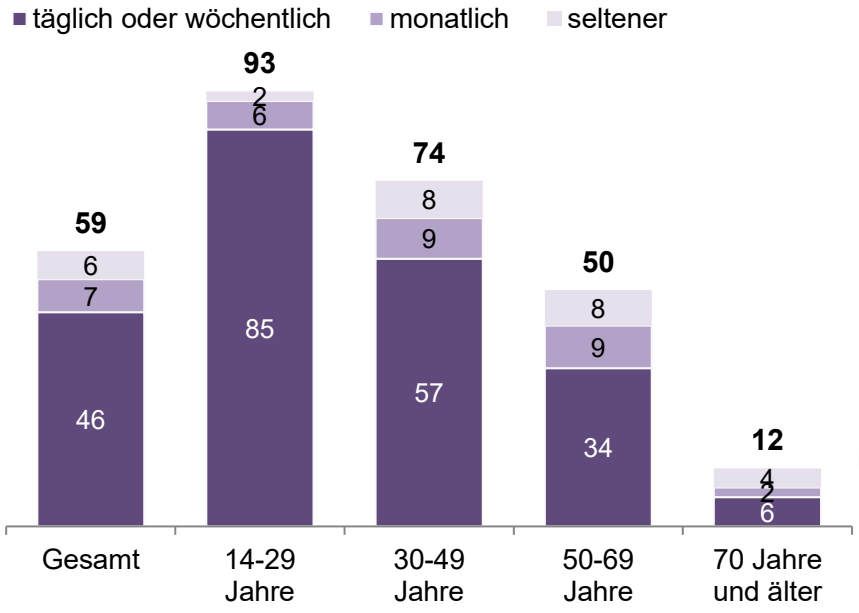
Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

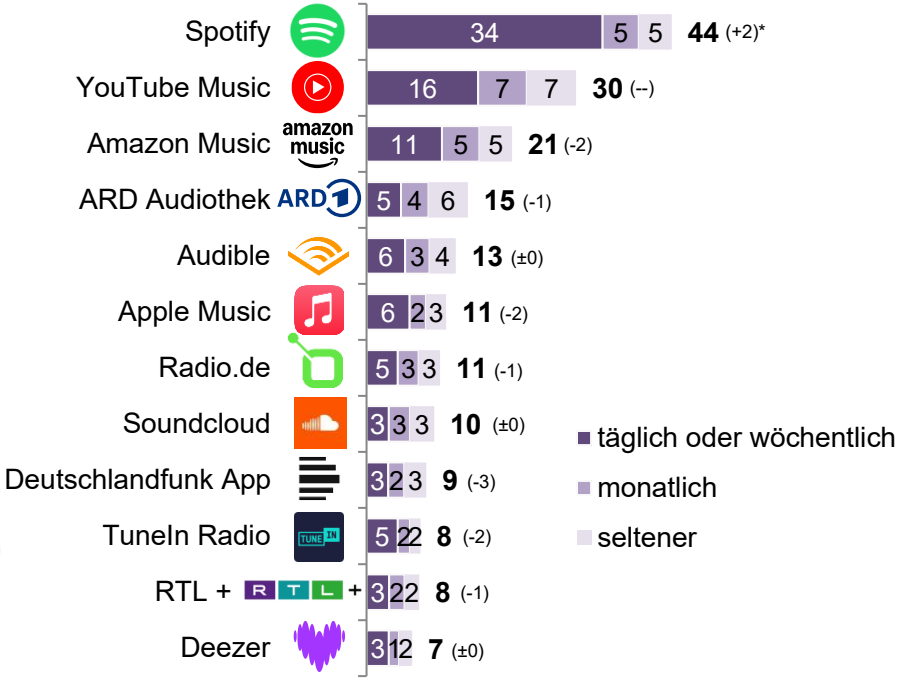
Musikstreaming mit häufiger Nutzung vor allem bei Unter-50-Jährigen. Im Ranking führt Spotify vor YouTube Music (erstmals abgefragt).

Nutzung Musik- und Audiostreaming, Angaben in Prozent | 2026

Nutzung Musik- und Audiostreaming

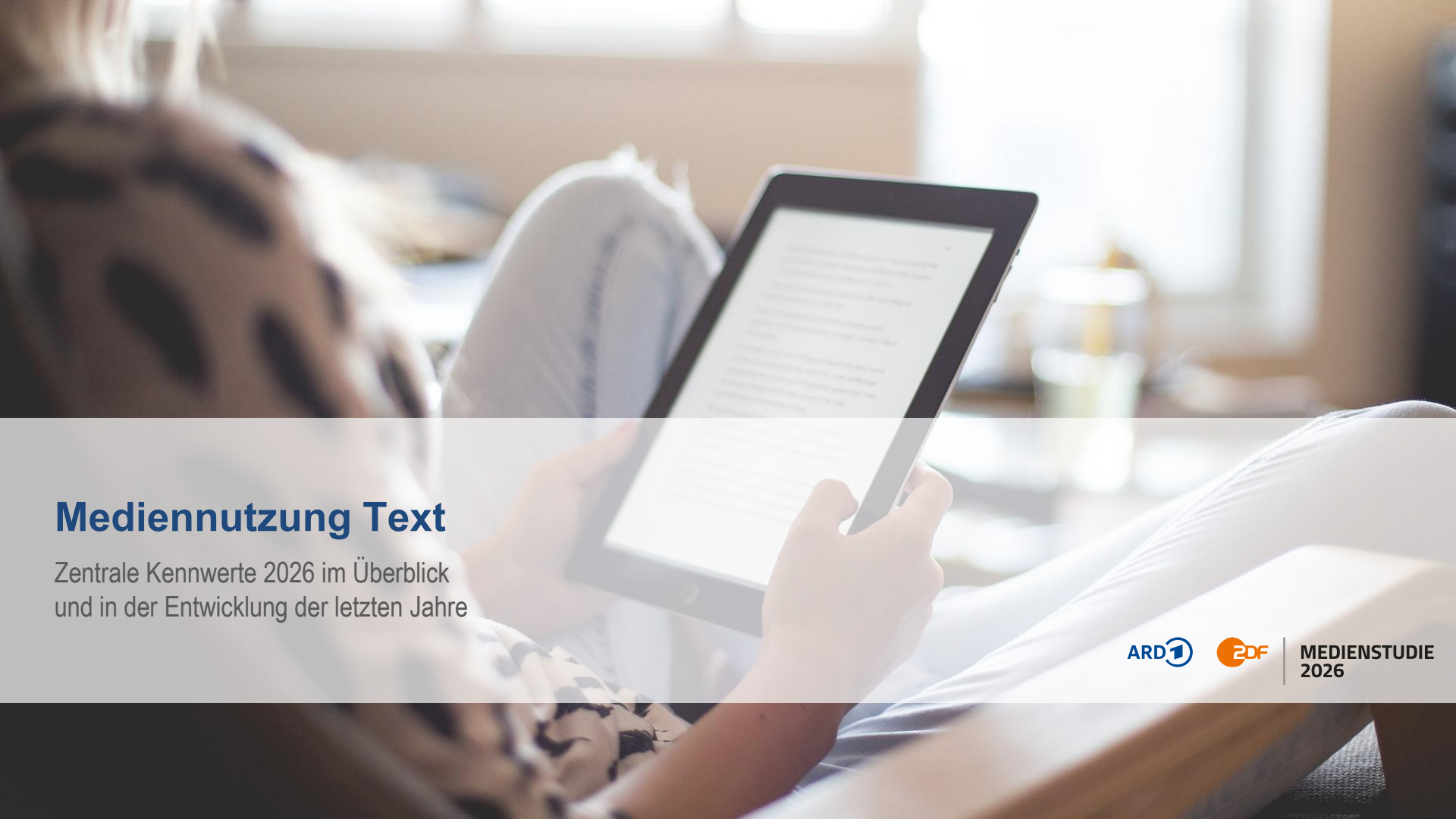


Anbieter für Musik- oder Audiostreaming



* Differenz zum Vorjahr in Prozentpunkten

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462



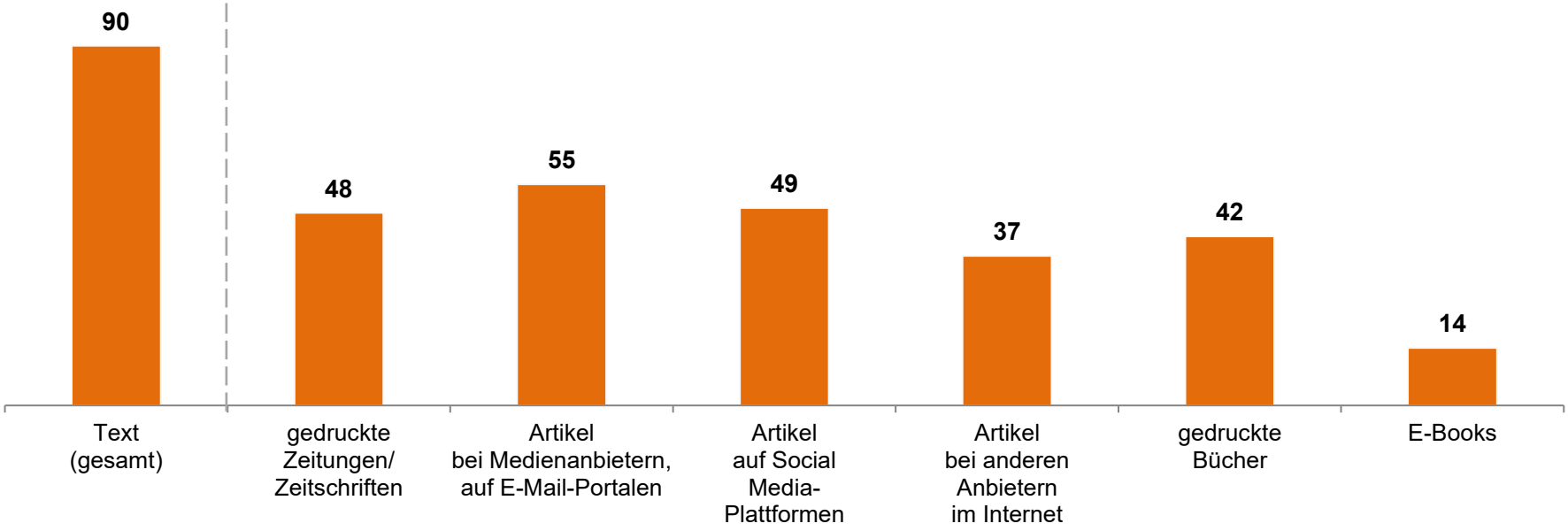
Mediennutzung Text

Zentrale Kennwerte 2026 im Überblick
und in der Entwicklung der letzten Jahre

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026

9 von 10 nutzen Textangebote wöchentlich – mehr als die Hälfte liest Artikel auf Portalen, knapp 50 % gedruckt oder auf Social Media.

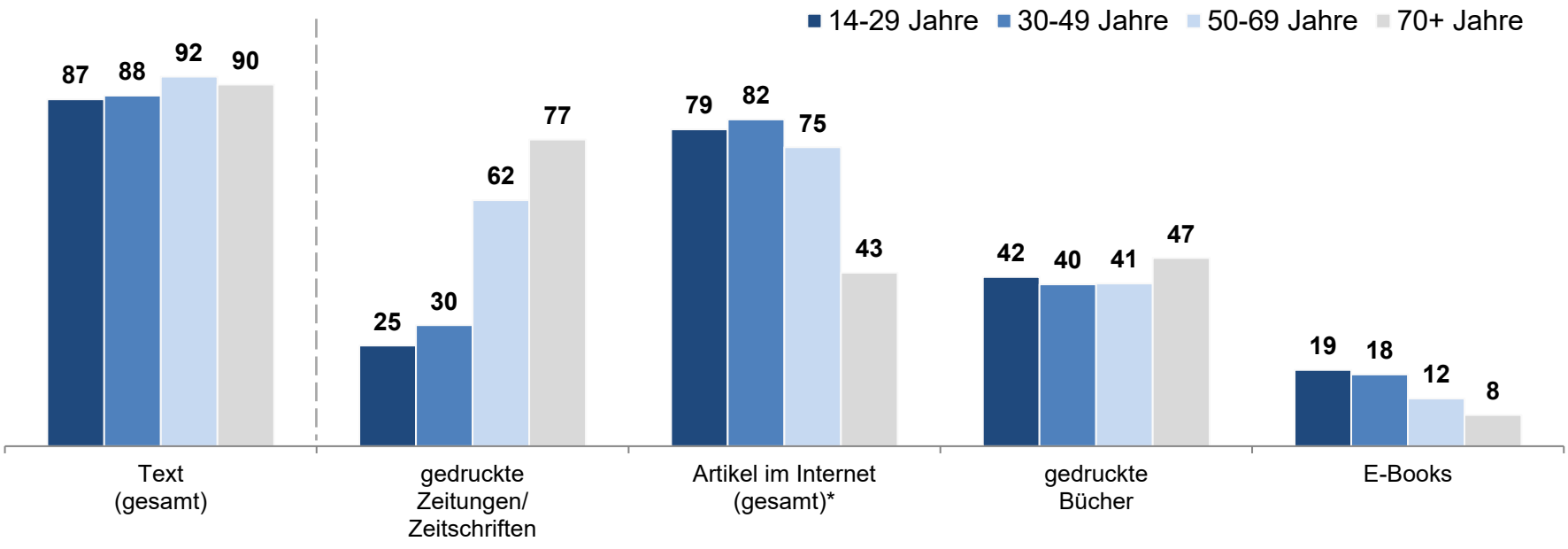
Text – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Printmedien stark von über 50-Jährigen genutzt, Onlineartikel von jungen und mittleren Altersgruppen. Bücher mit ausgeglichenem Altersspektrum

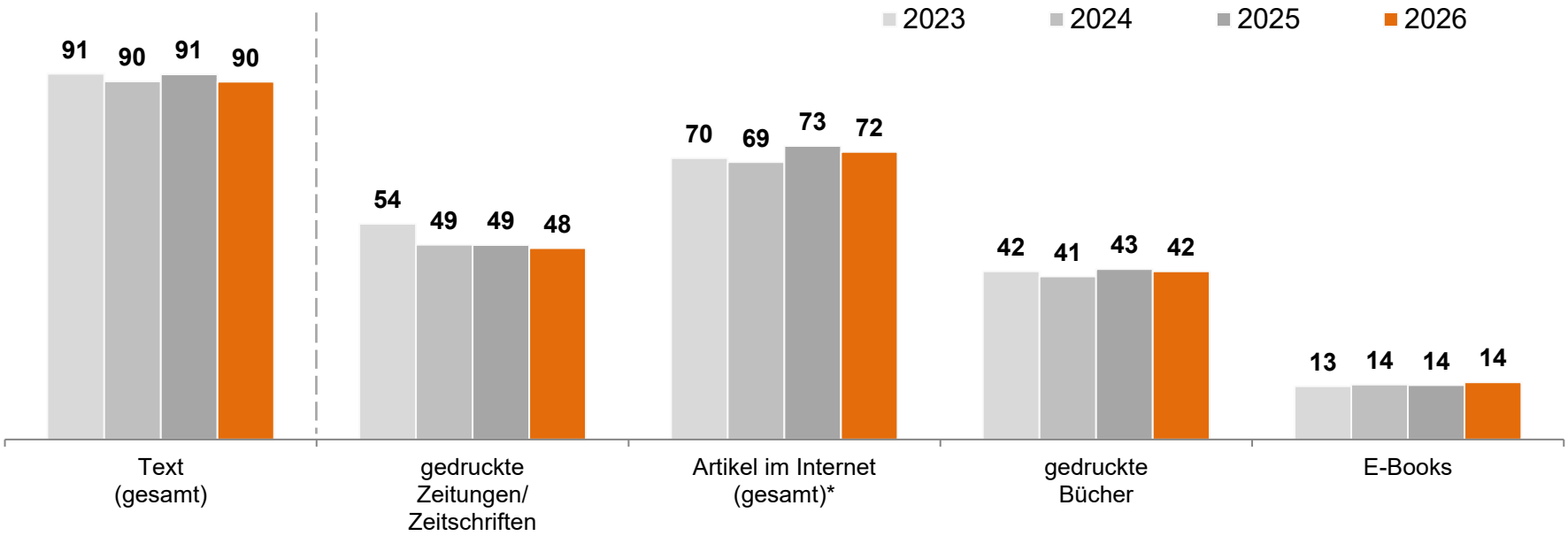
Text – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Text-Wochenreichweiten im Vergleich zu den Vorjahren stabil

Text – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2023 bis 2026

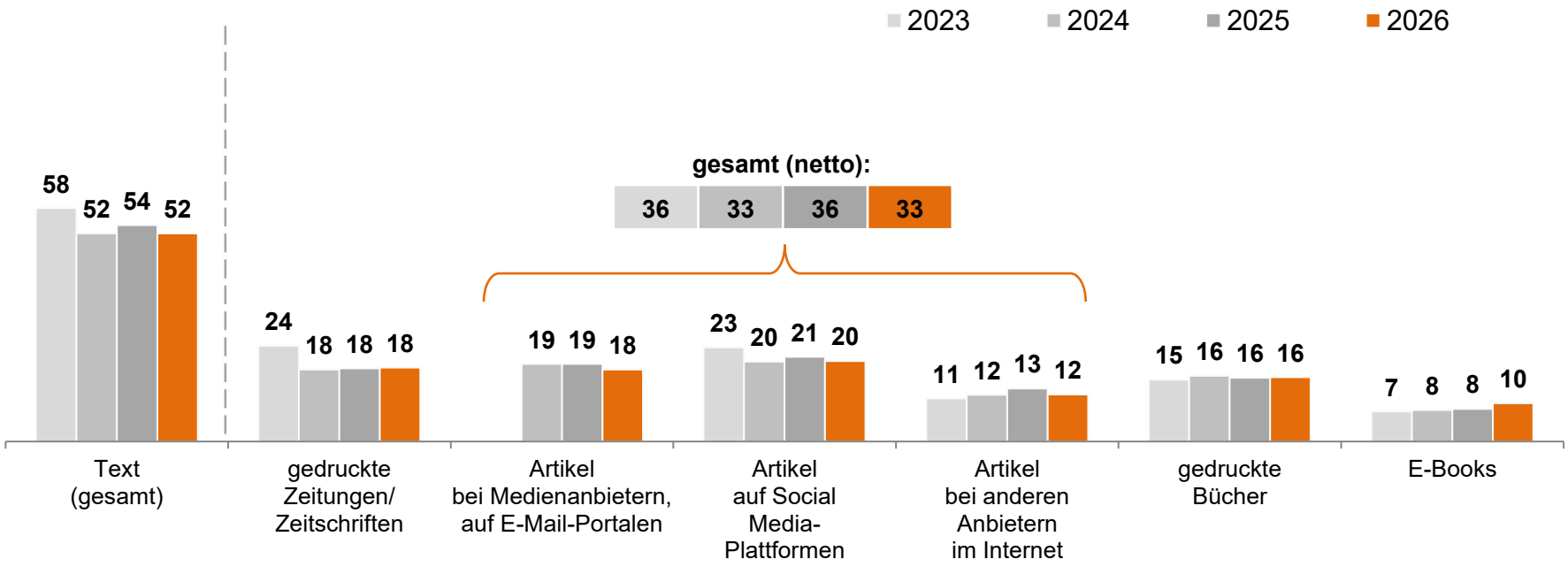


* Bis 2023 Netto-Wert aus Artikeln in Angeboten von Zeitungen und Zeitschriften, in Angeboten von Radio-/Fernsehsendern, auf Social Media-Plattformen, bei anderen Anbietern im Internet.
Ab 2024 Nettowert aus Artikel auf Social Media-Plattformen, auf E-Mail-Portalen oder von Medienanbietern aus den Bereichen Nachrichten, Sport, Wirtschaft, Verbraucher, Kultur, bei anderen Anbietern im Internet.

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Tagesreichweite von Artikeln auf Onlineangeboten insgesamt leicht rückläufig

Text – Tagesreichweite in Prozent | 2023 bis 2026



Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr).

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462



Internetnutzung, Social Media und Gaming

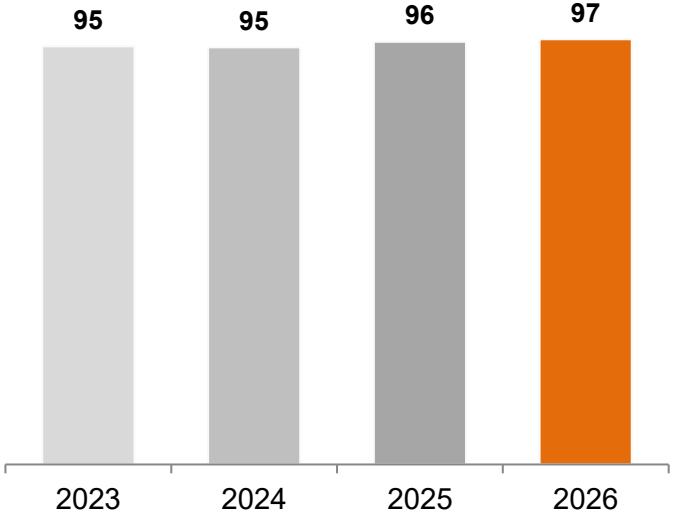
Zentrale Kennwerte 2026 im Überblick
und in der Entwicklung der letzten Jahre

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026

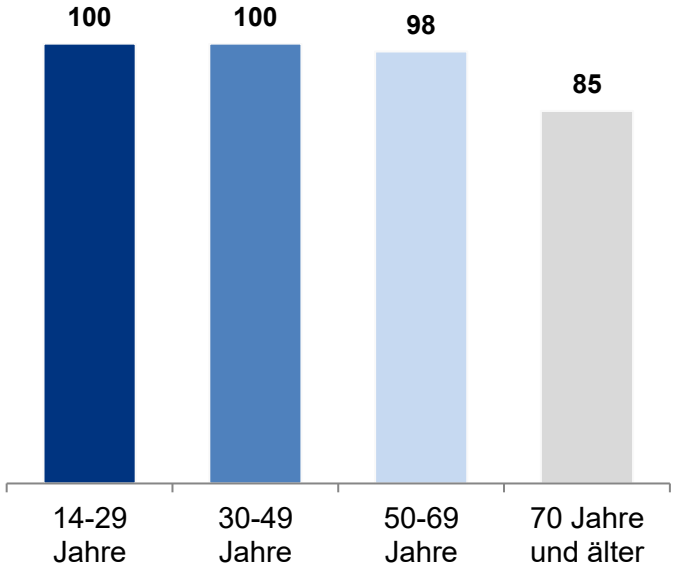
Fast jede/r nutzt inzwischen das Internet – nur noch knapp 15 % der ab 70-Jährigen leben komplett offline.

Internetnutzung mindestens selten, Angaben in Prozent | 2023 bis 2026

Internetnutzung Gesamt



Internetnutzung Gesamt 2026 nach Alter



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Onlinenutzung in Deutschland

Internetnutzung, Angaben in Prozent | 1997 bis 2026

	mindestens selten genutzt*										Tagesreichweite			
	1997	2003	2009	2015	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026
Gesamt	7	54	67	80	94	95	95	95	96	97	80	79	83	82
Frauen	3	45	60	76	93	94	94	93	95	96	80	77	81	81
Männer	10	63	75	83	96	96	96	96	98	98	80	80	85	83
14-19 Jahre	6	92	98	100	100	100	100	100	100	100	99	100	99	100
20-29 Jahre	13	82	95	98	100	100	100	100	100	100	98	98	98	99
30-39 Jahre	12	73	89	94	100	100	100	100	100	100	94	95	96	97
40-49 Jahre	8	67	80	92	100	100	100	100	100	100	87	92	93	91
50-59 Jahre	3	49	67	83	97	95	98	99	99	100	80	78	89	86
60-60 Jahre	1	20	39	67	93	95	96	96	97	97	74	68	72	77
ab 70 Jahre	0	5	16	38	77	80	78	76	81	85	46	42	53	47

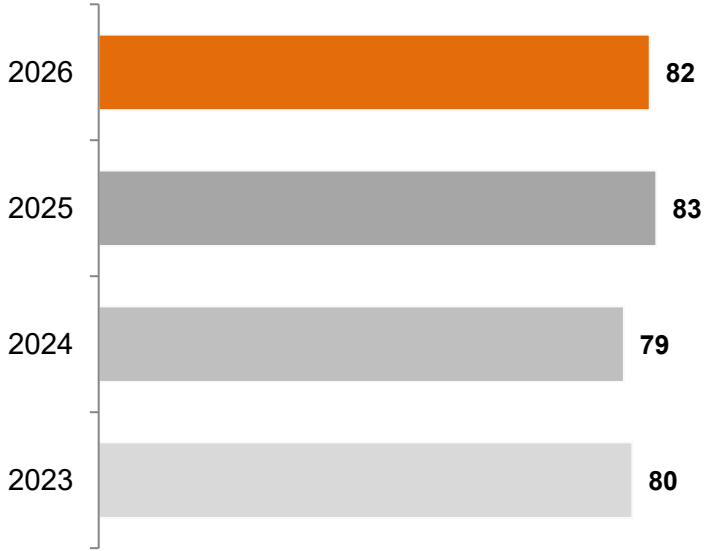
*Seit 2017 wird die Internetnutzung als berechneter Wert aus mehreren Internettätigkeiten erfasst; davor: pauschale Abfrage „Internet genutzt“.

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

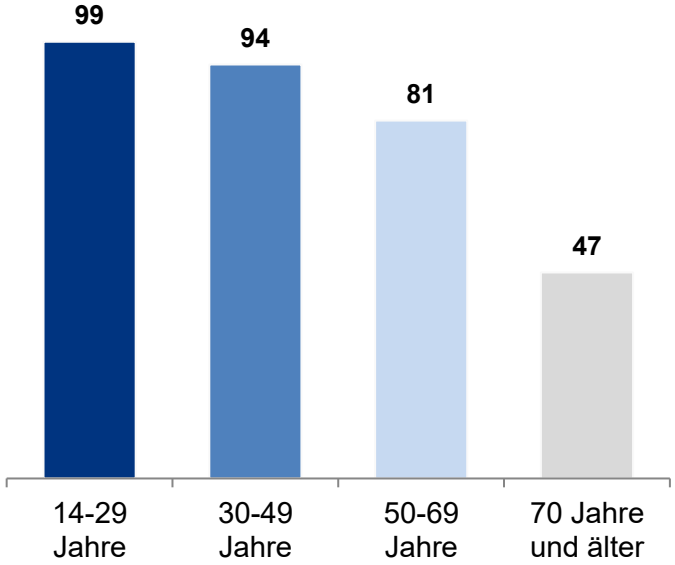
Internet-Tagesreichweite liegt bei 82 %, aber weniger als die Hälfte der ab 70-Jährigen ist an einem durchschnittlichen Tag online.

Internetnutzung, Angaben in Prozent | 2023 bis 2026

Tagesreichweite Internet



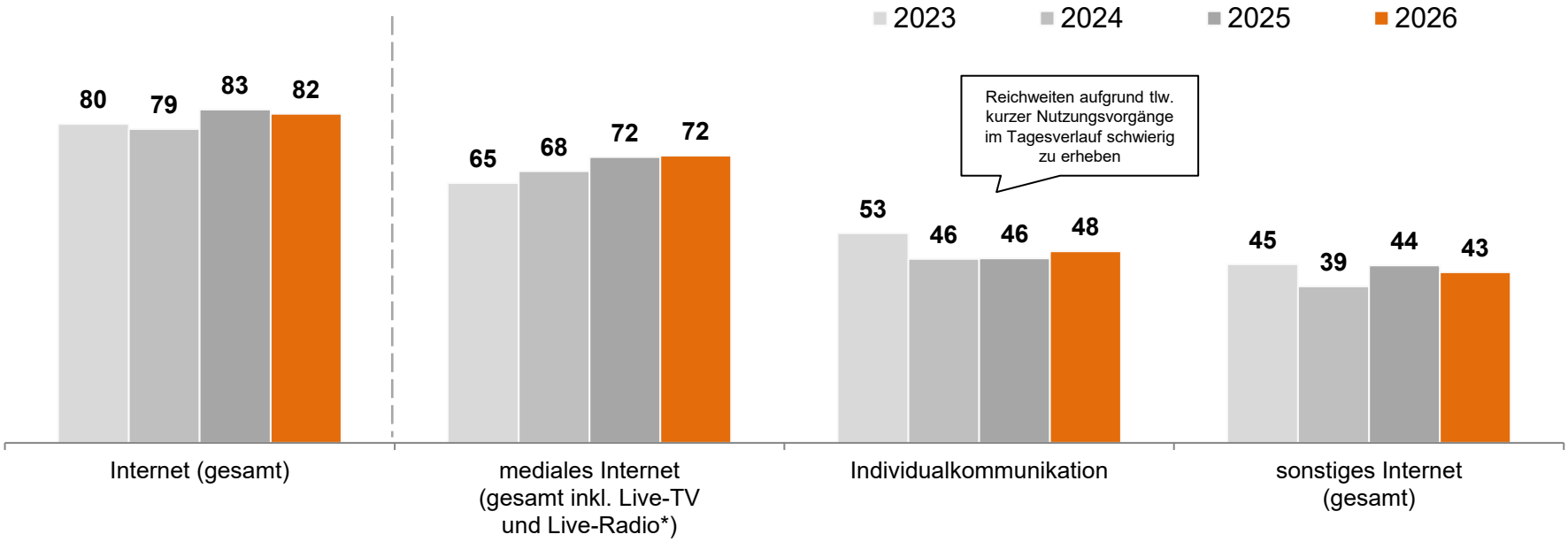
Tagesreichweite Internet 2026 nach Alter



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Medieninhalte bleiben der wichtigste Grund für die Internetnutzung.

Internet – Tagesreichweite in Prozent | 2023 bis 2026

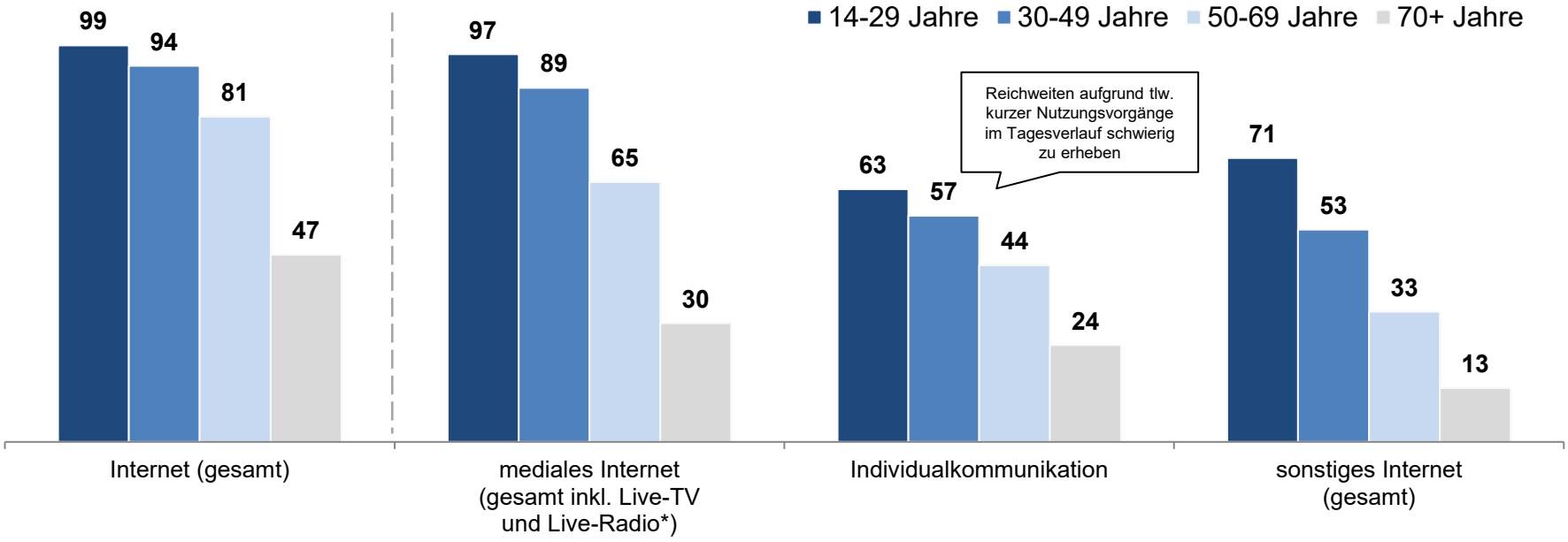


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Individualkommunikation: Einzelabfrage; andere Kategorien: Netto-Werte |
* Zuordnung von TV- bzw. Radio-Livestreams im Internet über Geräte-Abfrage

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Mediale Internetnutzung in jeder Altersgruppe am bedeutsamsten – je jünger, desto größer ist der Abstand zu den anderen beiden Kategorien.

Internet – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2026

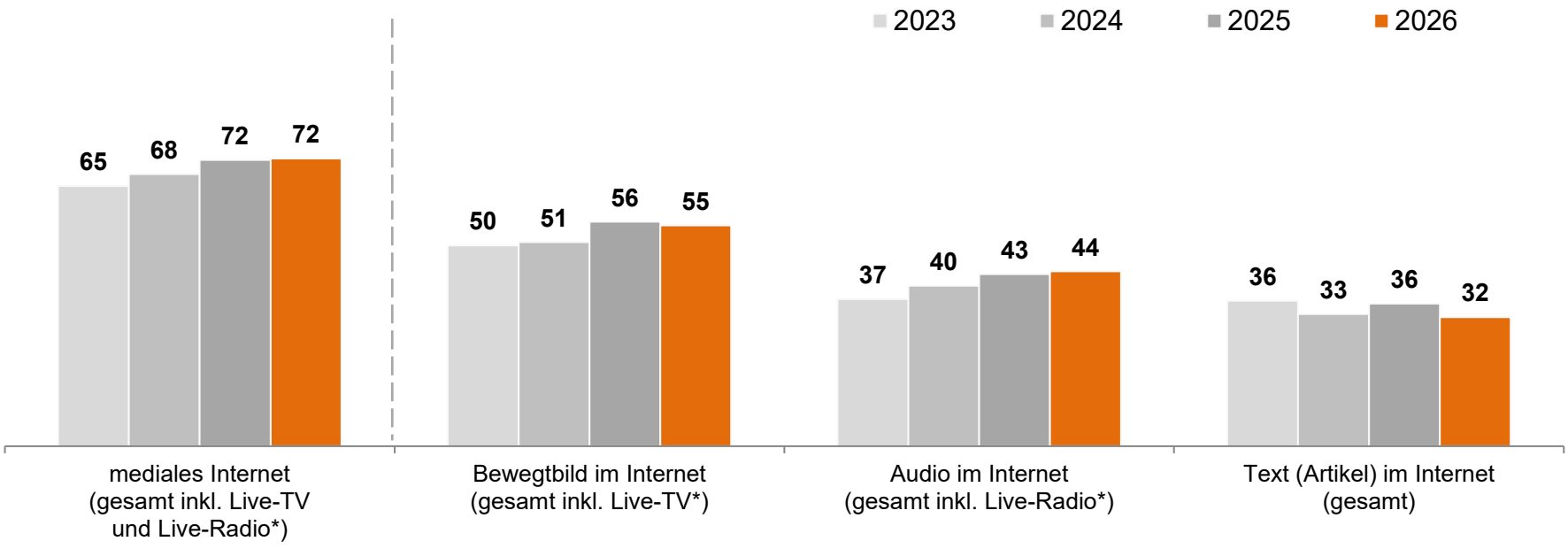


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Individualkommunikation: Einzelabfrage; andere Kategorien: Netto-Werte |
* Zuordnung von TV- bzw. Radio-Livestreams im Internet über Geräte-Abfrage

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Bei Mediennutzung über das Internet erzielt Video die höchste Tagesreichweite. Bei Texten zeigen sich leichte Verluste.

Internet – Tagesreichweite in Prozent | 2023 bis 2026

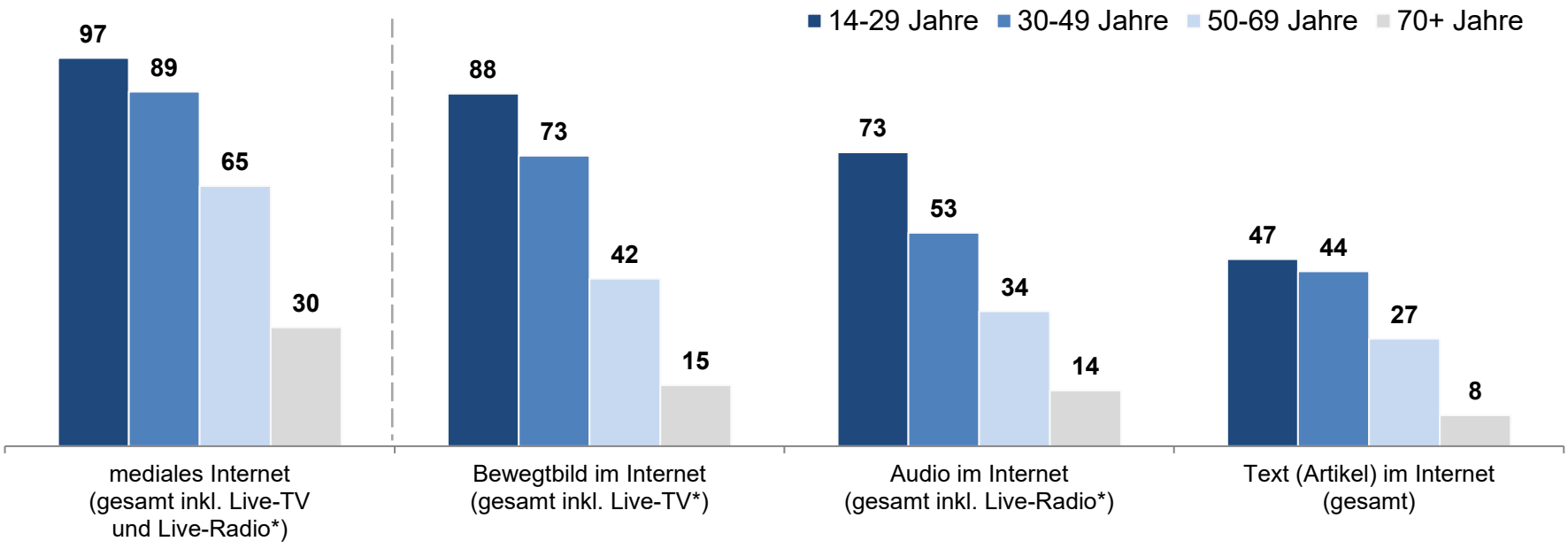


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Netto-Werte | * Zuordnung von TV- bzw. Radio-Livestreams im Internet über Geräte-Abfrage

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Altersgefälle bei Online-Video und -Audio besonders ausgeprägt. Bei Artikeln im Internet sind 14- bis 29-Jährige und 30- bis 49-Jährige gleichauf.

Mediales Internet – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2026

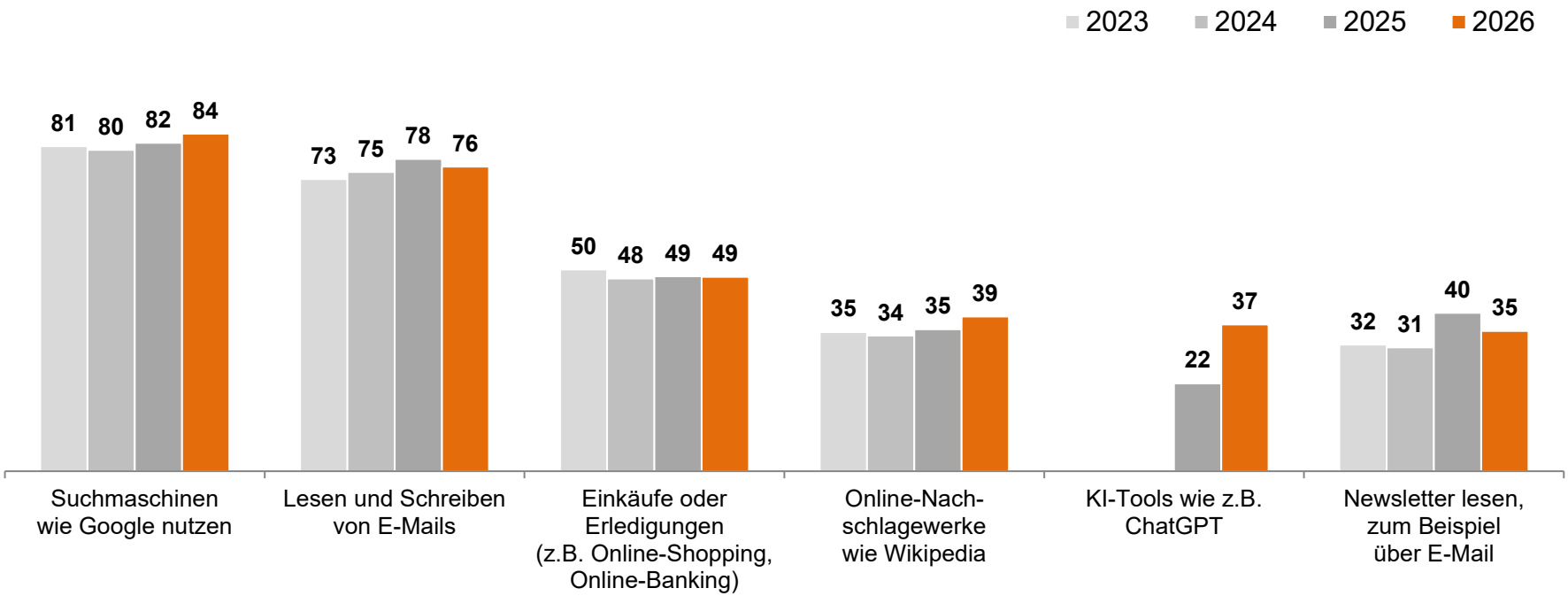


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Netto-Werte | * Zuordnung von TV- bzw. Radio-Livestreams im Internet über Geräte-Abfrage

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Suchmaschinen und Emails bleiben die häufigsten Internetanwendungen. Online-Nachschlagewerke leiden bislang nicht unter Wachstum der KI-Tools.

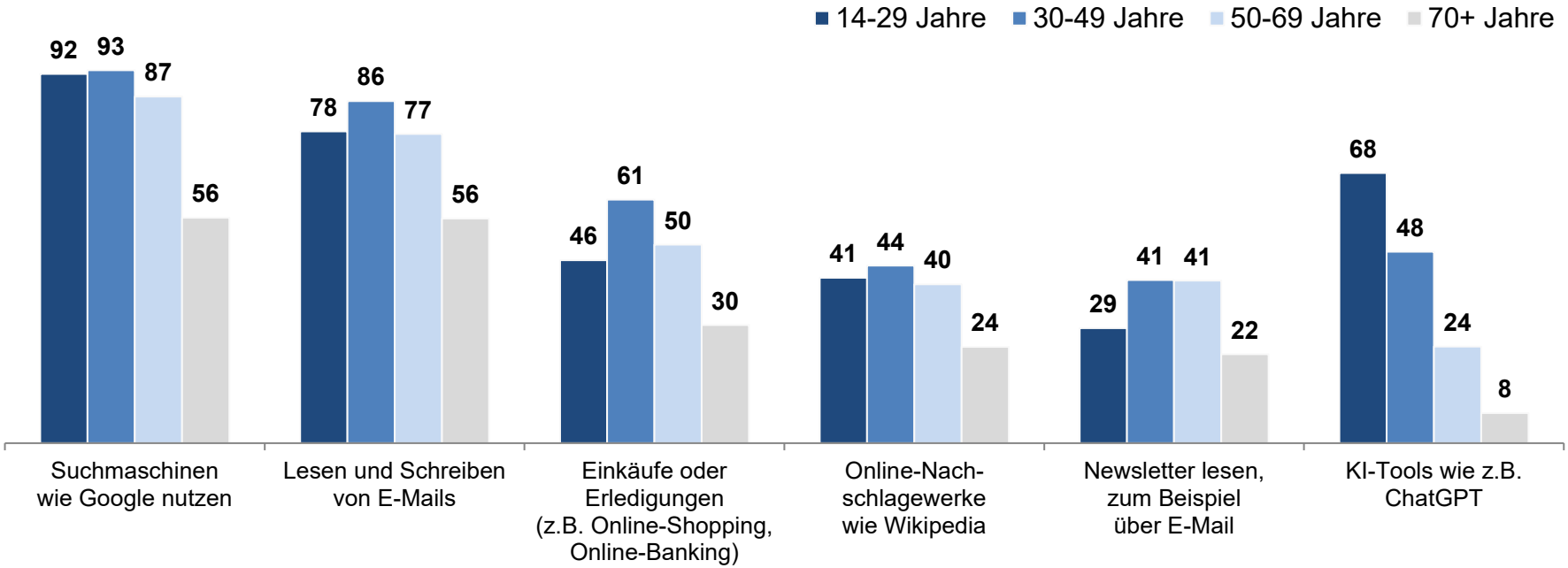
Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

KI-Tools wie ChatGPT gehören bei unter 50-Jährigen bereits zum Alltag, auch bei 50-69-Jährigen nutzt sie immerhin ein Viertel.

Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2026

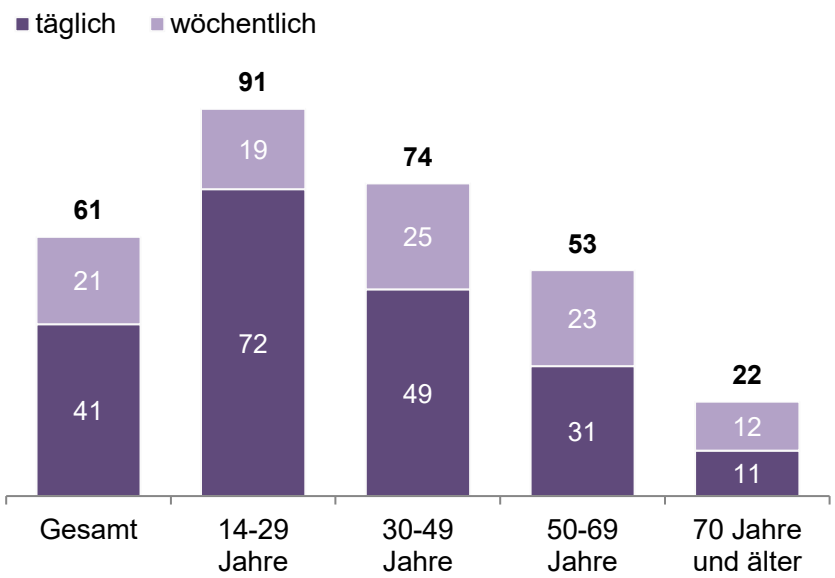


Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

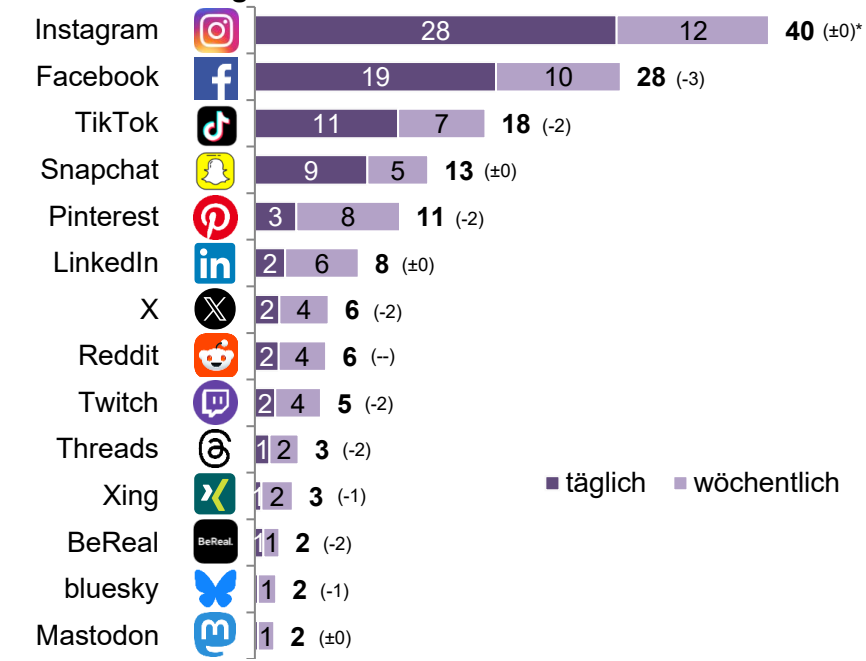
Intensive Social Media-Nutzung vor allem bei unter 50-Jährigen. Instagram bleibt konstant an der Spitze, aber viele andere Plattformen verlieren.

Social Media-Angebote, Angaben in Prozent | 2026

Nutzung Social Media (Nettowert)



Social Media-Angebote

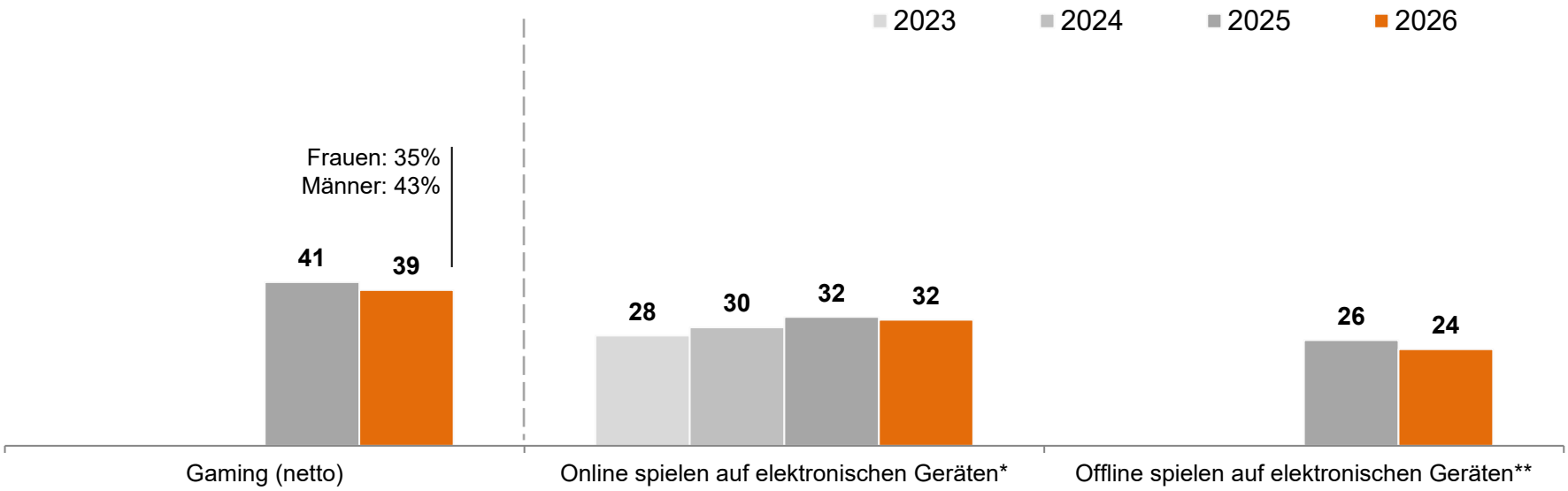


* Differenz zum Vorjahr in Prozentpunkten

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Gaming verliert gegenüber 2025 etwas, wobei der Gender Gap schrumpft. Vor allem Offline-Gaming ist leicht rückläufig.

(Online-)Gaming – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2023 bis 2026

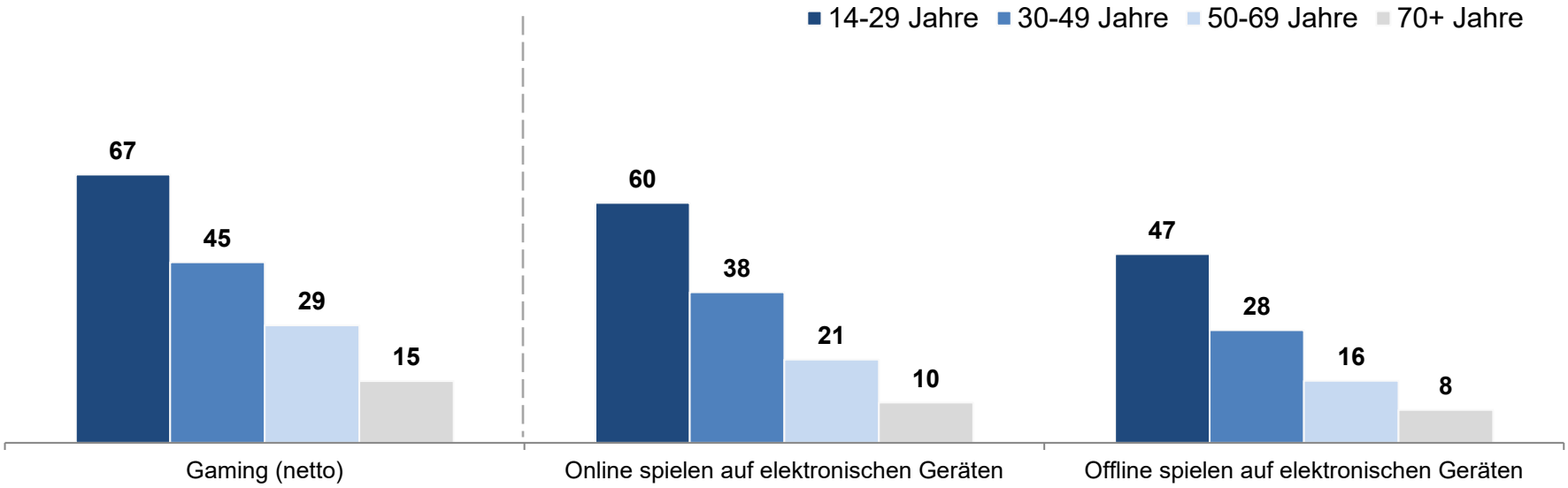


* Abfrage bis 2024: „Online-Spiele“
** 2025 erstmals erhoben

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Zwei Drittel der unter 30-Jährigen gamen regelmäßig, bei 50- bis 69-Jährigen noch ein knappes Drittel. In allen Altersgruppen überwiegt Online-Gaming.

Gaming – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2026



Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462



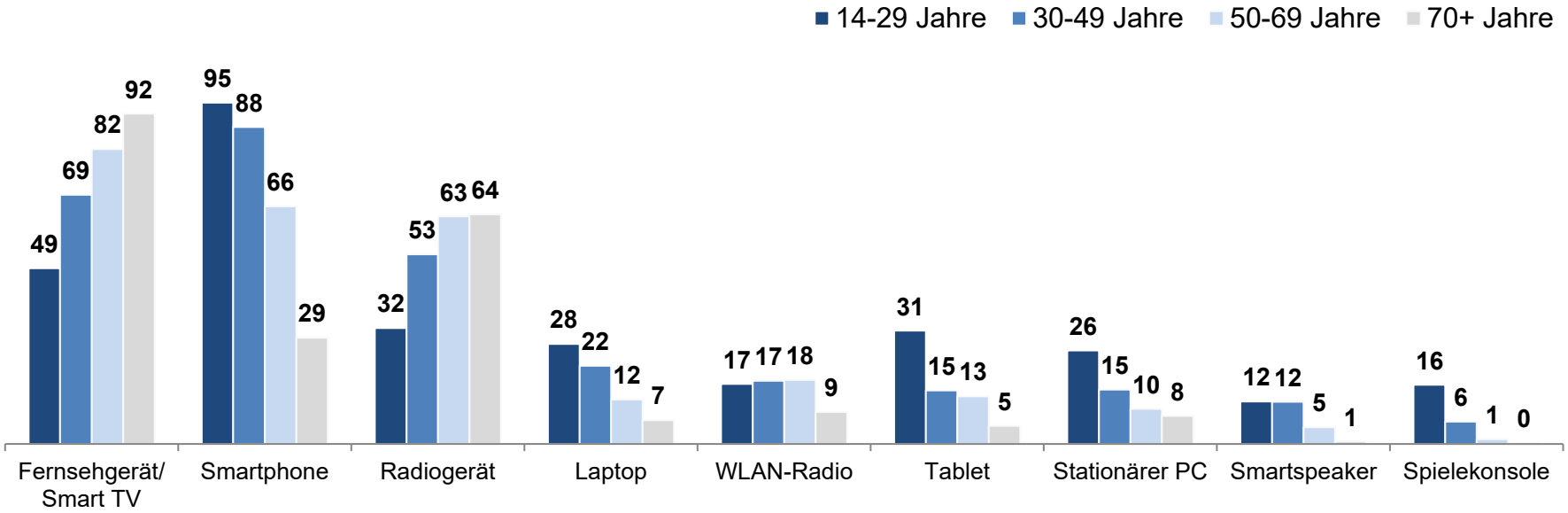
Gerätenutzung

Zentrale Kennwerte 2026 im Überblick
und in der Entwicklung der letzten Jahre

ARD ZDF MEDIENSTUDIE 2026

Tagesreichweite für TV- und Radiogeräte bei 14- bis 29-Jährigen deutlich kleiner als bei Älteren – Ü 70 mit geringer Tagesreichweite für Smartphones

Geräte – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2026

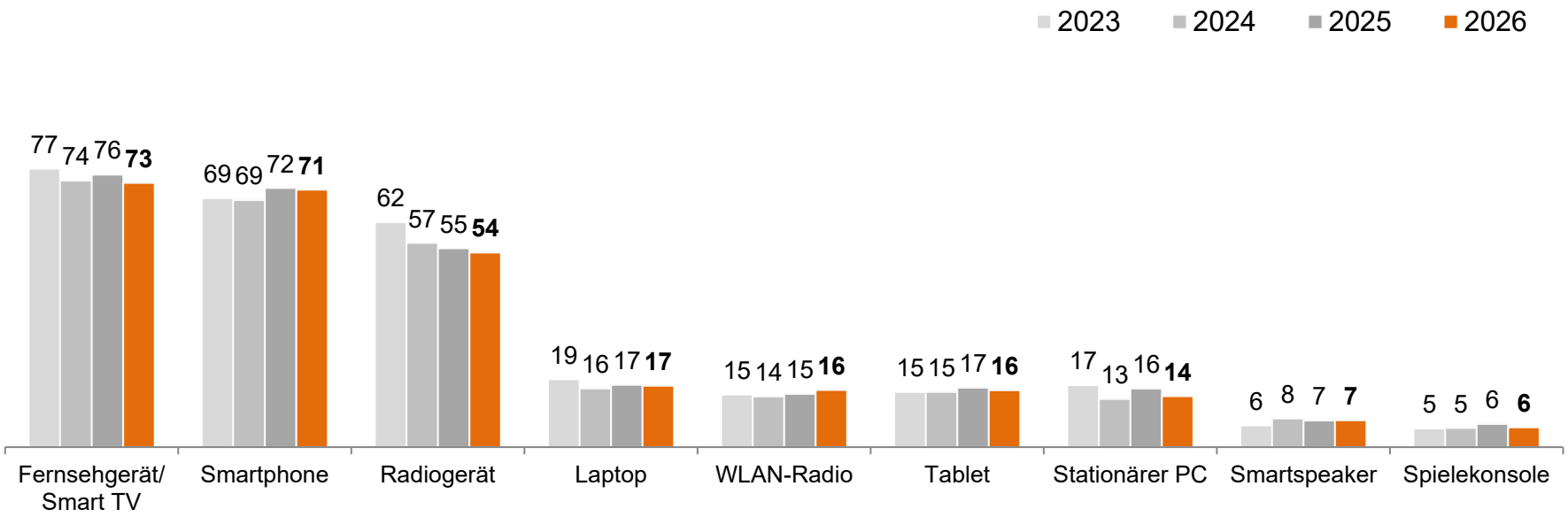


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Smartphone- und TV-Geräte mit Schwankungen auf hohem Niveau. Klassische Radios werden in den letzten Jahren etwas seltener genutzt.

Geräte – Tagesreichweite in Prozent | 2023 bis 2026



Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr)

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 71,00 Mio., n=2.462

Impressum

Die ARD/ZDF-Medienstudie wird im Auftrag der ARD/ZDF-Forschungskommission durchgeführt.

Verantwortlich: Florian Hager (Intendant Hessischer Rundfunk, Vorsitzender ARD/ZDF-Forschungskommission), Dr. Norbert Himmler (Intendant ZDF, stv. Vorsitzender ARD/ZDF-Forschungskommission).

Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie werden bei Media Perspektiven und auf ard-zdf-medienstudie.de veröffentlicht. Hier können Daten auch selbst analysiert werden.

ARD ZDF FORSCHUNGS KOMMISSION