

# ARD/ZDF-Medienstudie 2025

Grundlagenstudie im Auftrag der



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



MEDIENSTUDIE  
2025

# Kernergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2025

## Mediennutzung allgemein

Nach einem Rückgang im Vorjahr ist die Mediennutzung 2025 insgesamt stabil. Vor allem Reichweiten steigen wieder etwas an. Pro Kopf nutzt die Bevölkerung täglich etwas über sechseinhalb Stunden Medien.

## Video

74 % der Bevölkerung sieht mindestens einmal wöchentlich lineares TV, 45 % nutzen Streamingdienste. Die meisten Angebote bleiben gegenüber dem Vorjahr stabil, YouTube und Social-Media-Plattformen legen zu.

Mehr als die Hälfte der Sehdauer entfällt auf Live-TV, doch die unter 50-Jährigen nutzen überwiegend non-lineare Angebote. Auch bei der Sehdauer gewinnen insbesondere Videos auf Social Media und YouTube.

Die Streamingangebote von ARD und ZDF bauen ihre Reichweiten aus und liegen insgesamt vor den kommerziellen Anbietern. Bei der regelmäßigen Nutzung führt Netflix vor Amazon Prime Video.

## Audio

Wie im Vorjahr hören 78 % mindestens wöchentlich Radio, mit Abstand folgen Streamingangebote. In Altersgruppen über 30 Jahre erreicht Radio vier von fünf Menschen, bei 14- bis 29-Jährigen liegt Musikstreaming vorn. Gegenüber dem Vorjahr können insbesondere Podcasts ihre Reichweite ausbauen.

Bei über 30-Jährigen entfällt die Hördauer vorwiegend auf Radio, Jüngere verbringen die meiste Zeit mit Musikstreaming. Gegenüber dem Vorjahr sinkt der Nutzungsanteil von Radio in den mittleren Altersgruppen.

Die große Mehrheit der unter 50-Jährigen streamt regelmäßig Musik – Spotify bleibt der mit Abstand meistgenutzte Anbieter.

## Text

90 % lesen wöchentlich mediale Texte. Dabei steigt die Nutzung digitaler Angebote, während Print den Abwärtstrend stoppen kann. Die Buchlektüre erweist sich – gerade bei Jüngeren – als stabil.

## Internetnutzung, Social Media und Gaming

96 % der Bevölkerung nutzt mindestens selten das Internet, nur bei ab 70-Jährigen ist noch ein Fünftel offline. Die meisten nutzen über das Internet Medien, vor Kommunikation und sonstigen Anwendungen. 22 % verwenden regelmäßig KI-Tools – bei 14- bis 29-Jährigen sogar 57 %.

Bei den Social-Media-Plattformen fällt Facebook weiter hinter Instagram zurück, das seine Reichweite ausbaut. Auch TikTok auf Rang drei legt zu.

Gaming gehört für 41 % zum Alltag, dabei klares Gefälle zwischen Männern und Frauen. Online-Gaming überwiegt leicht gegenüber Offline-Varianten.

# Methode und Vorgehen



<b>Grundgesamtheit:</b>	Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland
<b>Erhebungsverfahren:</b>	Zufallsstichprobe nach ADM-Grundlagen 70% Telefon-Stichprobe mit Dual-Frame (60:40); 30% Online-Stichprobe
<b>Fallzahl:</b>	N = 2.512 (n = 1.748 Telefon-Stichprobe, n = 764 Online-Stichprobe)
<b>Befragungsdauer:</b>	32 Minuten (Telefon) / 26 Minuten (Online)
<b>Erhebungszeitraum:</b>	28. Januar bis 18. April 2025 (11 Wochen)
<b>Gewichtung:</b>	nach Strukturvorgaben der ma Audio
<b>Durchführung:</b>	G.I.M. (Wiesbaden)

## Zentrale Kennwerte

	Nutzung mind. 1x pro Woche	Tagesreichweite (Nutzung „gestern“/pro Tag)	Nutzungsdauer („gestern“/pro Tag)
<b>Kennwert für...</b>	<u>regelmäßige Nutzung</u> von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten	<u>Alltagsintegration</u> der Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten	<u>Intensität</u> der Nutzung von Medien, nicht-medialen Anwendungen und Geräten
<b>Erhebung über...</b>	Abfrage der Nutzungshäufigkeit ( <u>täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche</u> , 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
<b>Ausweisung in ...</b>	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 2025 im Überblick  
und in der Entwicklung der letzten Jahre

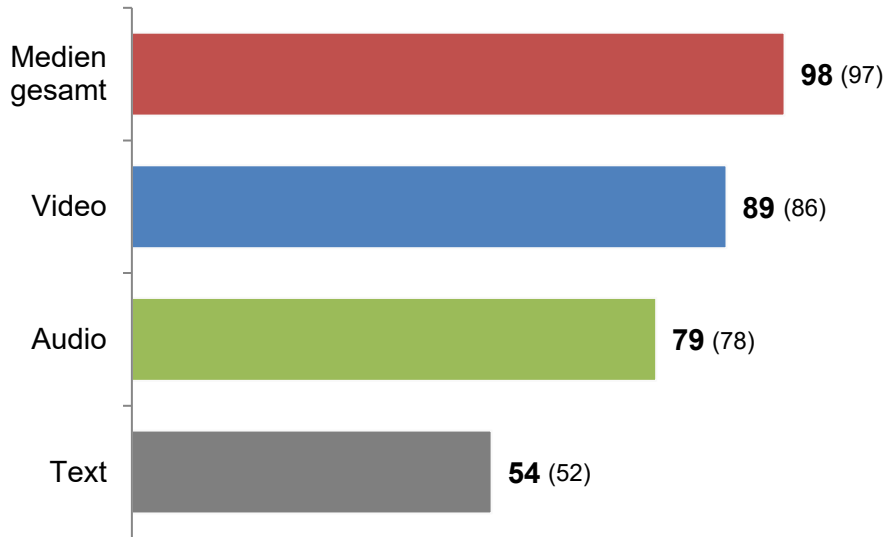


MEDIENSTUDIE  
2025

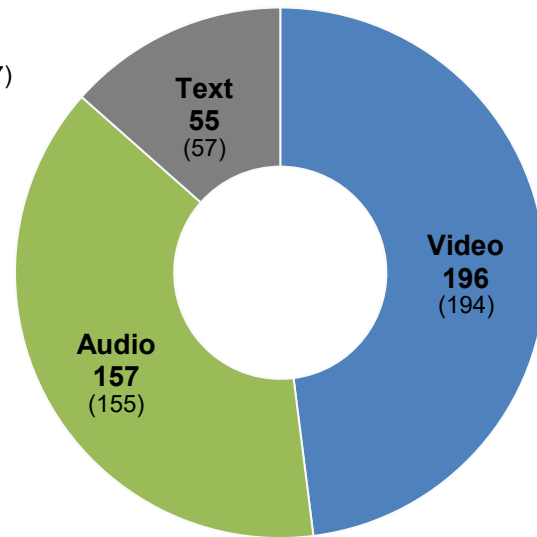
# Leicht steigende Tagesreichweiten, vor allem bei Video. Nutzungsdauern stabil bei knapp über 6,5 Stunden

Tagesreichweite und Nutzungsdauern | 2025 (vs. 2024)

Tagesreichweite in Prozent



Nutzungsdauer in Minuten



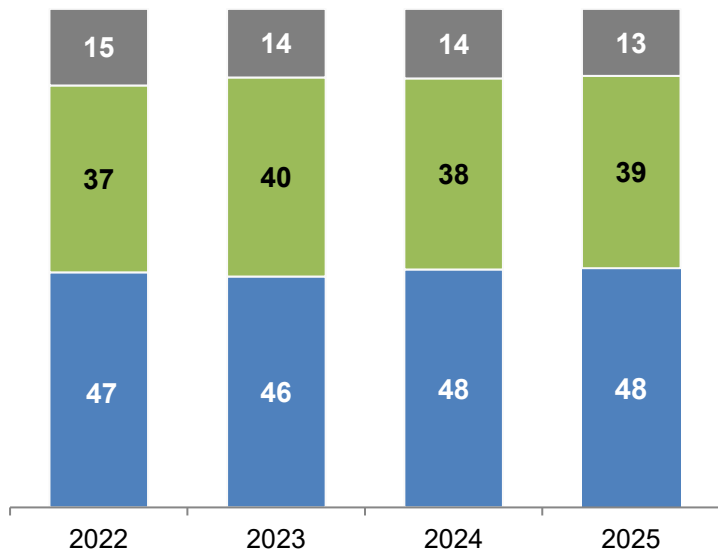
Ø Mediennutzung  
gesamt netto\*:

**387 Minuten**  
(2024: 384)

# Anteile an den Nutzungsdauern verschieben sich geringfügig Richtung Video – zulasten von Texten

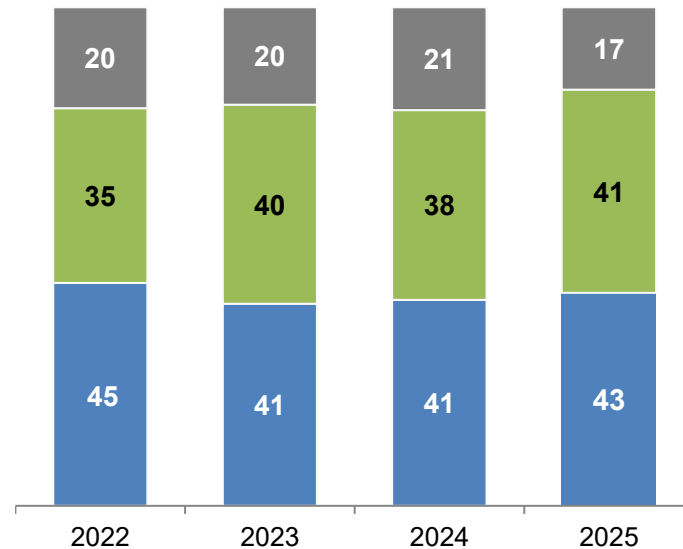
Medien – Anteilige Nutzungsdauern an Mediennutzung Gesamt (brutto) in Prozent | 2022 bis 2025

Gesamt



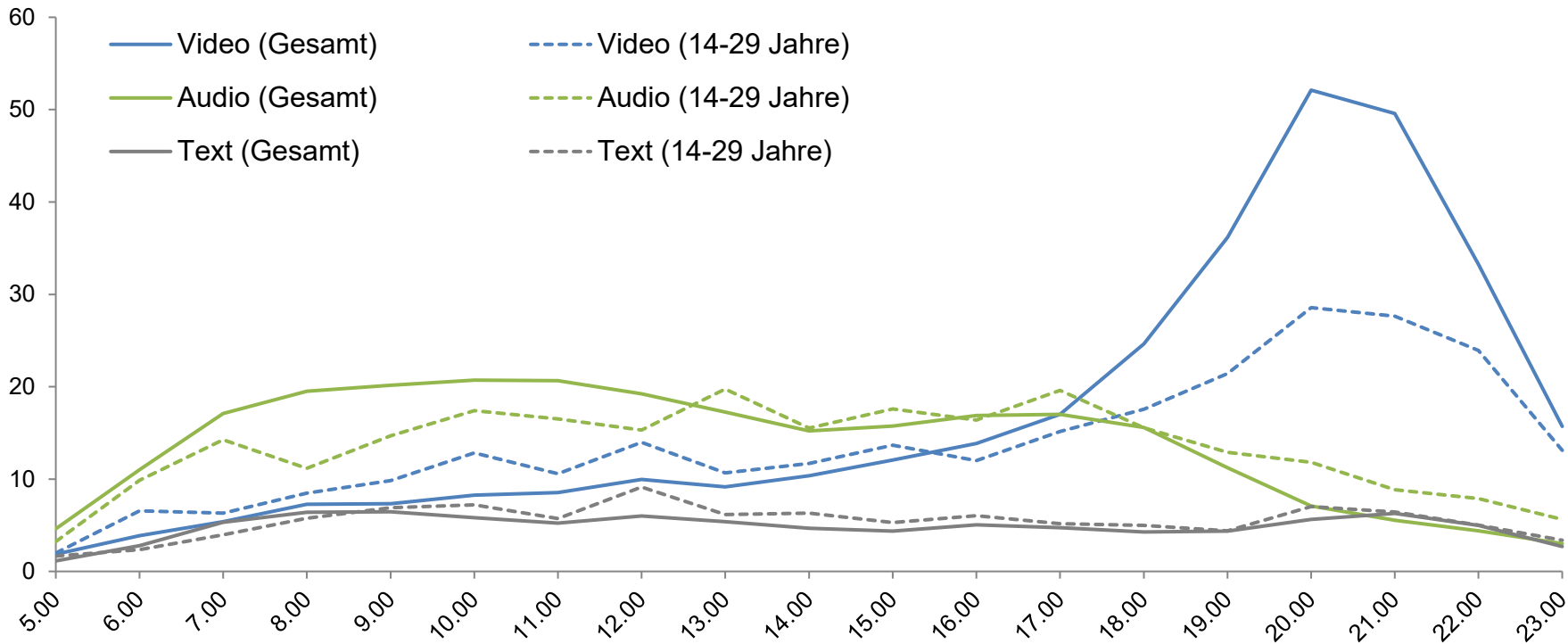
14-29 Jahre

- Text
- Audio
- Video



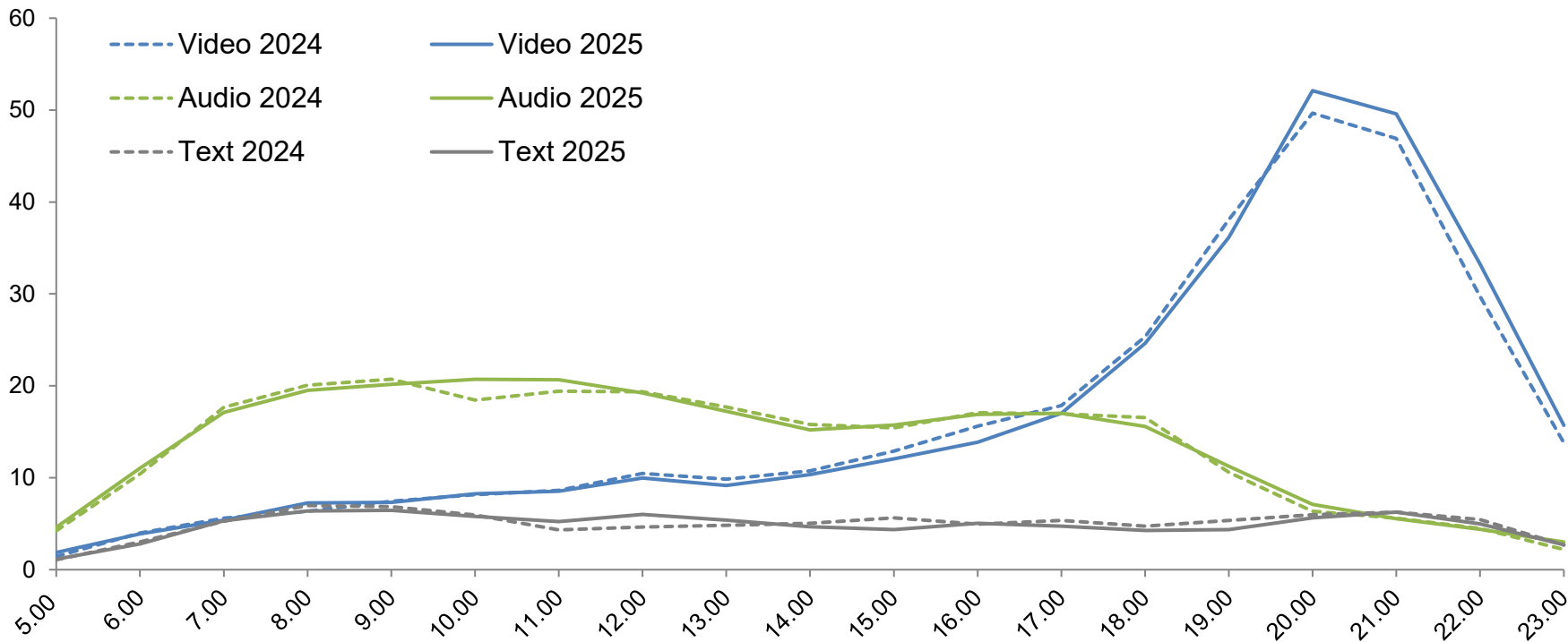
# Verlaufskurven bei 14- bis 29-Jährigen unterscheiden sich teils deutlich von der Gesamtbevölkerung – insbesondere weniger Video am Abend


Medien gesamt (Nettowerte) – Stundendurchschnittsreichweiten (nach Alter) in Prozent | 2025



# Nutzungsniveau bei Video abends leicht über Vorjahresniveau, am Vorabend darunter. Bei Audio und Text nur geringe Schwankungen

Medien gesamt (Nettowerte) – Stundendurchschnittsreichweiten in Prozent, 2024 vs. 2025





## Mediennutzung Video/Bewegtbild

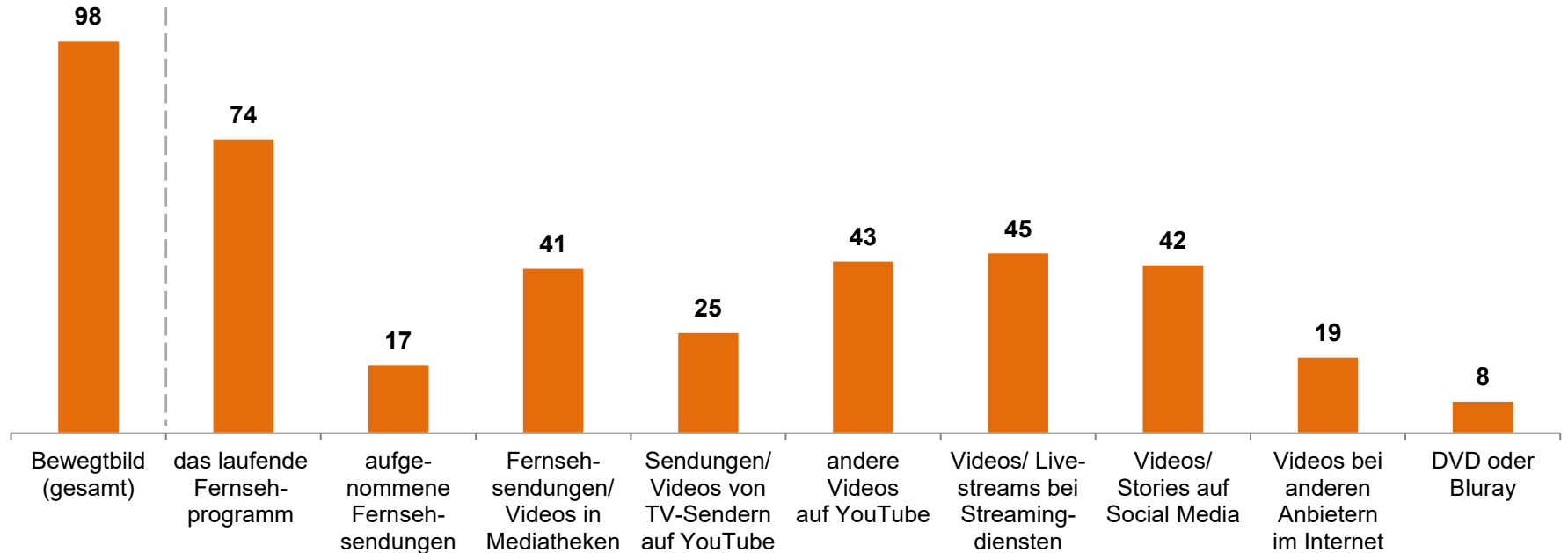
Zentrale Kennwerte 2025 im Überblick  
und in der Entwicklung der letzten Jahre



MEDIENSTUDIE  
2025

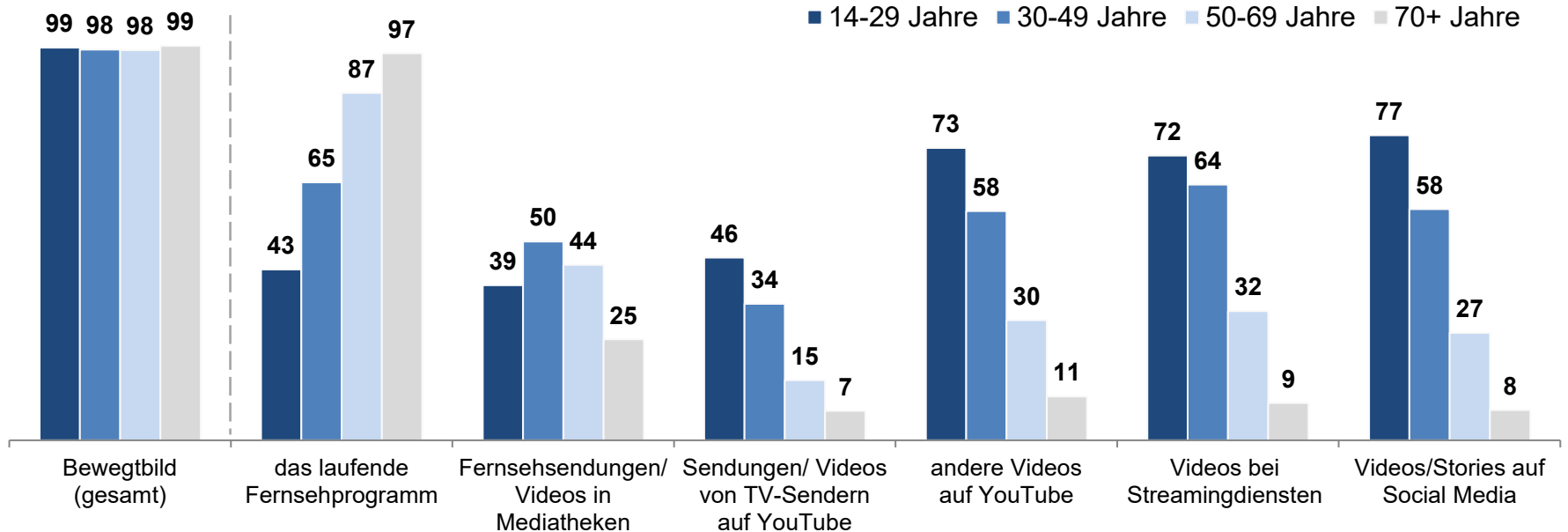
# Fast jede/r nutzt in mindestens wöchentlich Videoinhalte – drei Viertel das lineare TV-Programm, 45 % Streamingdienste

Bewegtbild – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2025



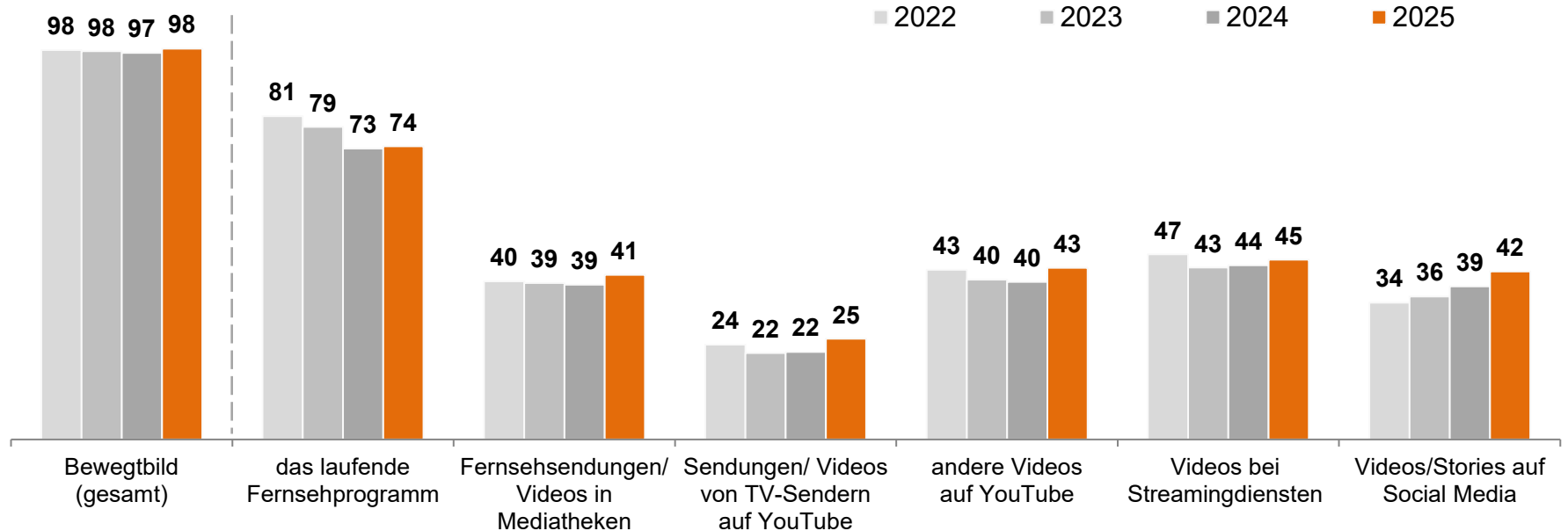
# Weniger als die Hälfte der unter 30-Jährigen sieht noch wöchentlich fern – höhere Anteile für YouTube, Streamingdienste und Social Media

Bewegtbild – Nutzung ausgewählter Anwendungen mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2025



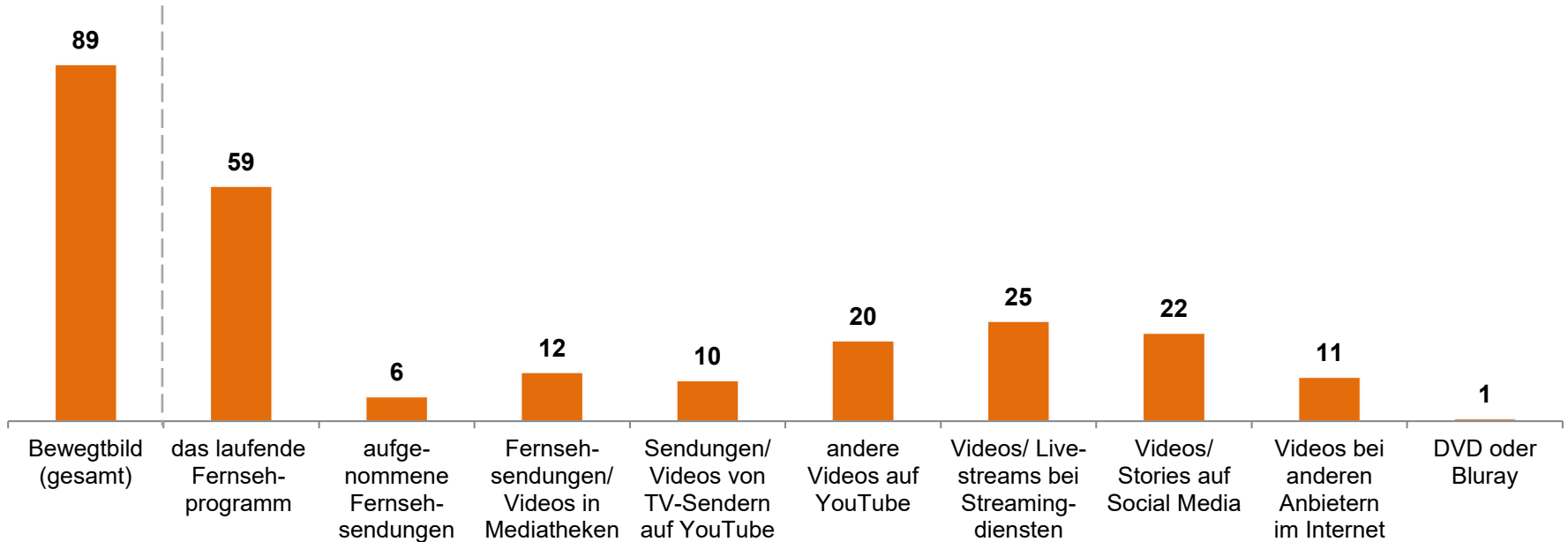
# Regelmäßige Nutzung fast aller Bewegtbildangebote 2025 stabil bis leicht steigend. In den letzten Jahren stetiges Wachstum für Social Media-Videos

Bewegtbild – Nutzung ausgewählter Anwendungen mind. 1x pro Woche in Prozent | 2022 bis 2025



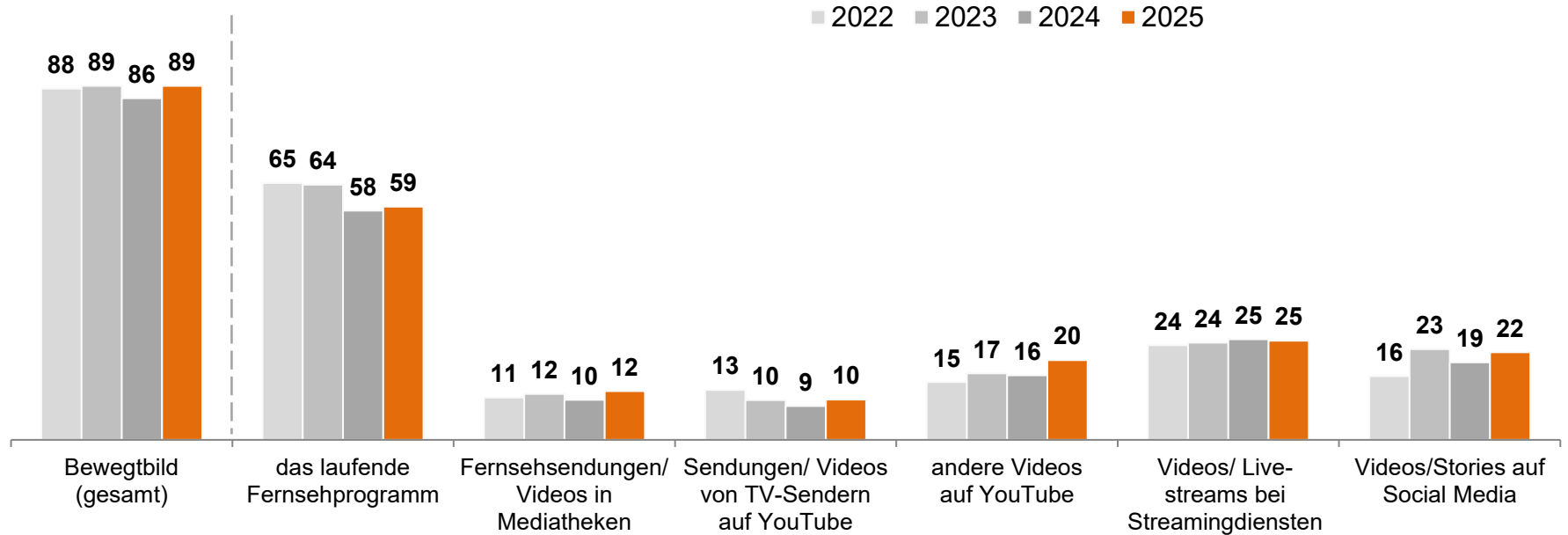
# Tagesreichweite für TV weiter am höchsten – kein Streamingangebot erreicht mehr als ein Viertel der Bevölkerung

Bewegtbild – Tagesreichweite in Prozent | 2025



# Rückgang für TV-Tagesreichweite vorerst gestoppt. Wachstum bei YouTube und Videos auf Social Media

Bewegtbild – Tagesreichweite ausgewählter Anwendungen in Prozent | 2022 bis 2025

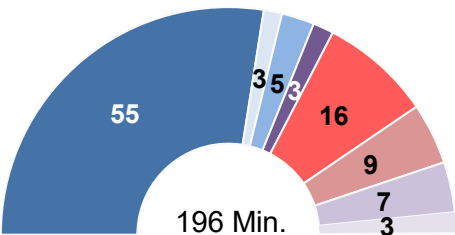


# Mehr als die Hälfte des Bewegtbildkonsums entfällt auf Live-TV – aber starkes Altersgefälle: U 50 nutzt vorwiegend non-linear

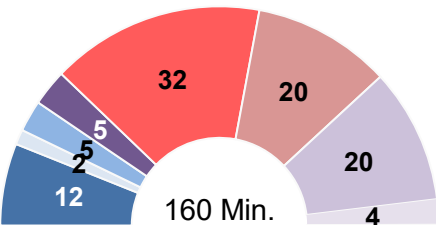
Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 2025

**Gesamt**

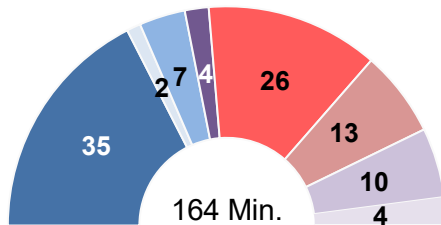
- das laufende Fernsehprogramm
- aufgenommene Fernsehsendungen
- Fernsehsendungen/ Videos in Mediatheken
- Sendungen/ Videos von TV-Sendern auf YouTube
- Videos/ Livestreams bei Streamingdiensten
- andere Videos auf YouTube
- Videos/ Stories auf Social Media
- Videos bei anderen Anbietern im Internet
- DVD oder Bluray



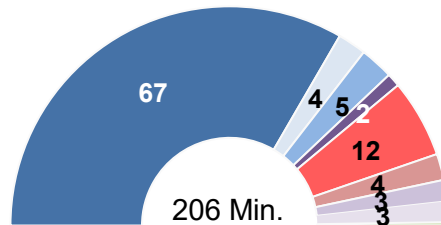
**14-29 Jahre**



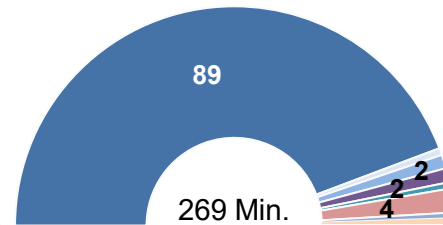
**30-49 Jahre**



**50-69 Jahre**



**70+ Jahre**

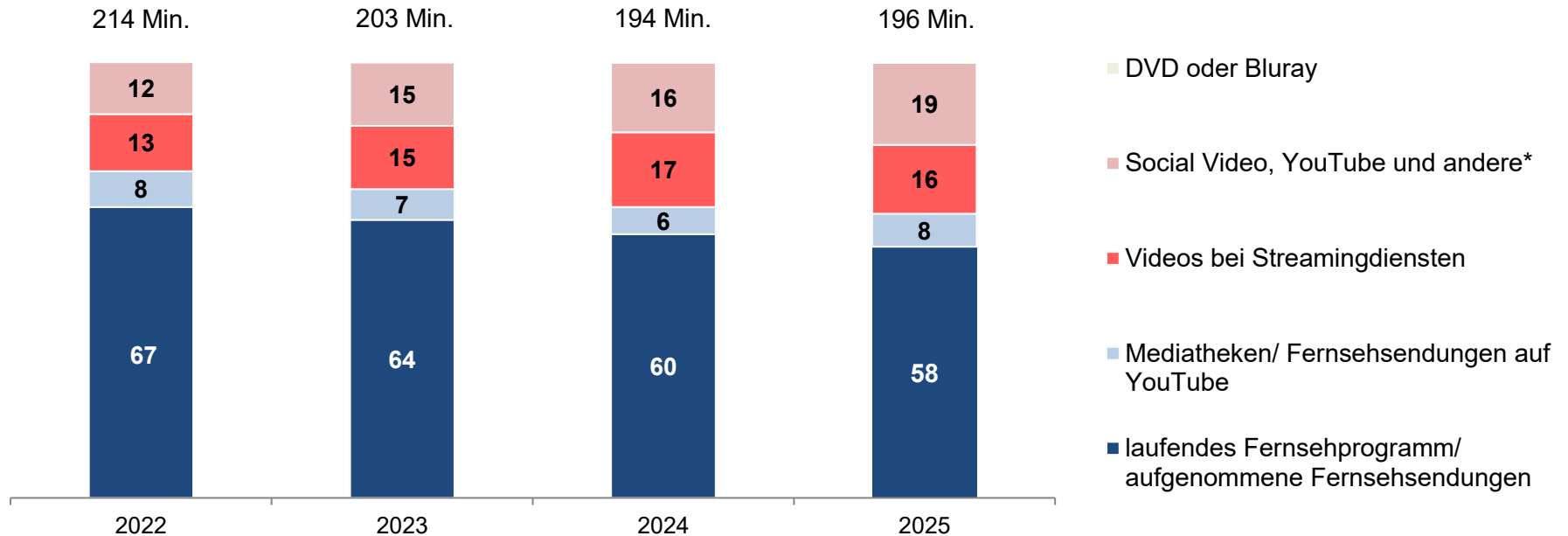


Erhebung über Abfrage im Tagesablauf (5-24 Uhr) | Angaben zur Nutzungsdauer in Minuten sind Netto-Werte | Angaben zu Nutzungsdaueranteilen in Prozent berechnet auf Basis der Bruttosumme.

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,48 Mio., n=2.512

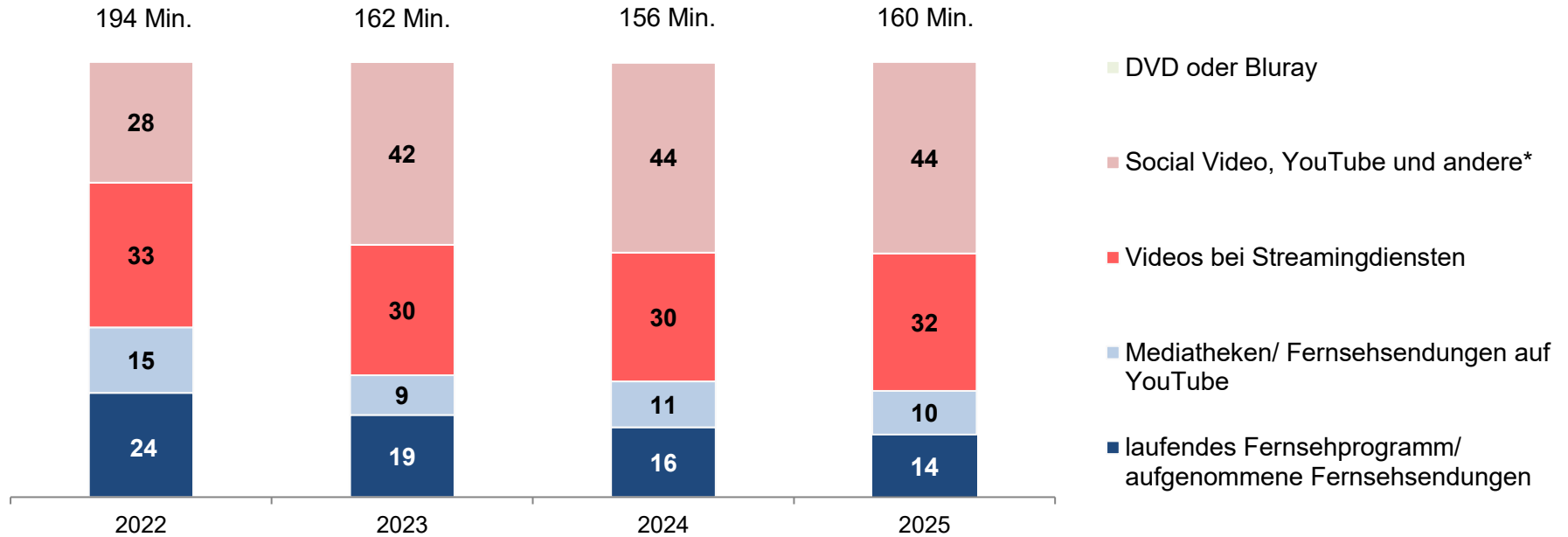
# TV-Inhalte auch unter Einrechnung von Timeshift und VoD rückläufig. Social Media und generische YouTube-Inhalte überholen Streamingdienste

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | Gesamt | 2022 bis 2025



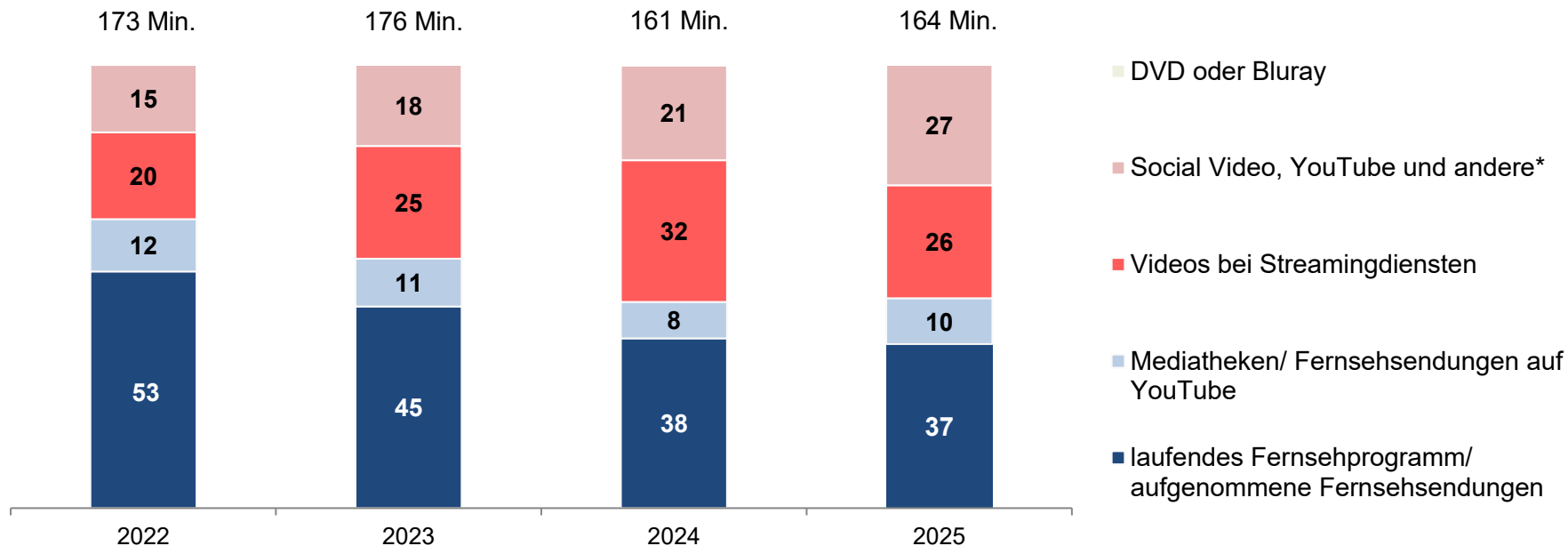
# TV-Inhalte machen bei unter 30-Jährigen nur noch ein knappes Viertel der Videonutzung aus

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 14-29 Jahre | 2022 bis 2025



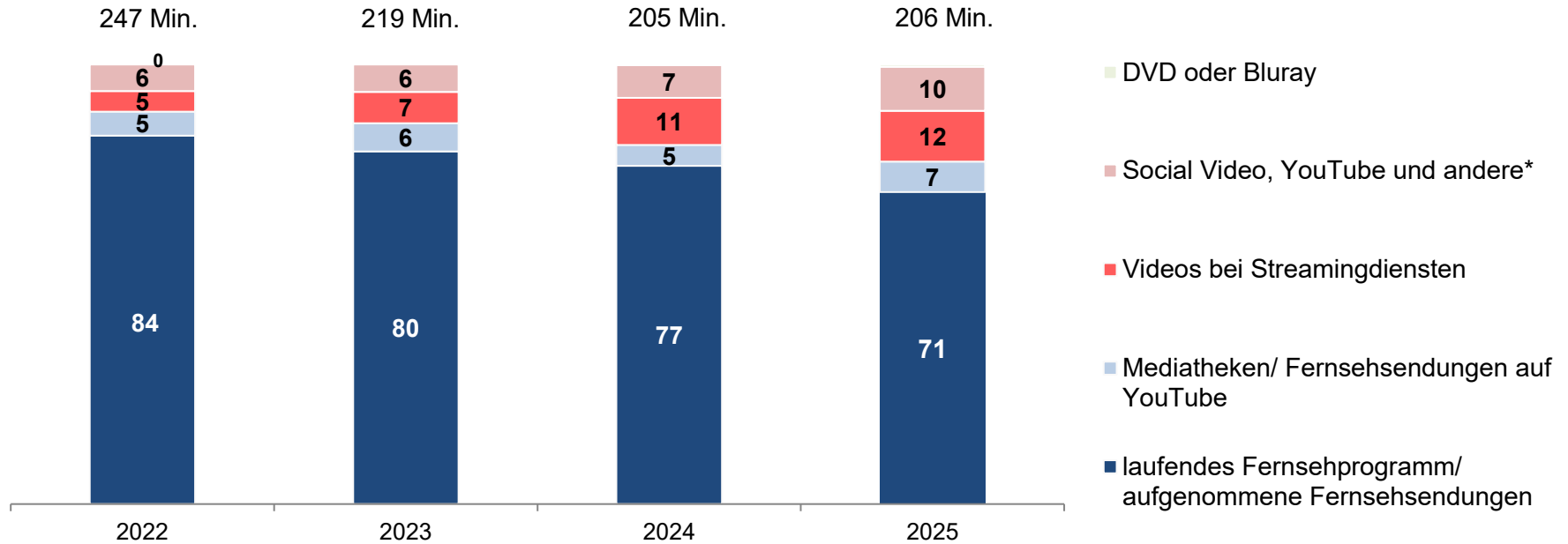
# TV-Inhalte bei 30- bis 49-Jährigen dank Mediatheken und YouTube stabil. Rückgänge bei Streamingdiensten, Wachstum für Social Video

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 30-49 Jahre | 2022 bis 2025



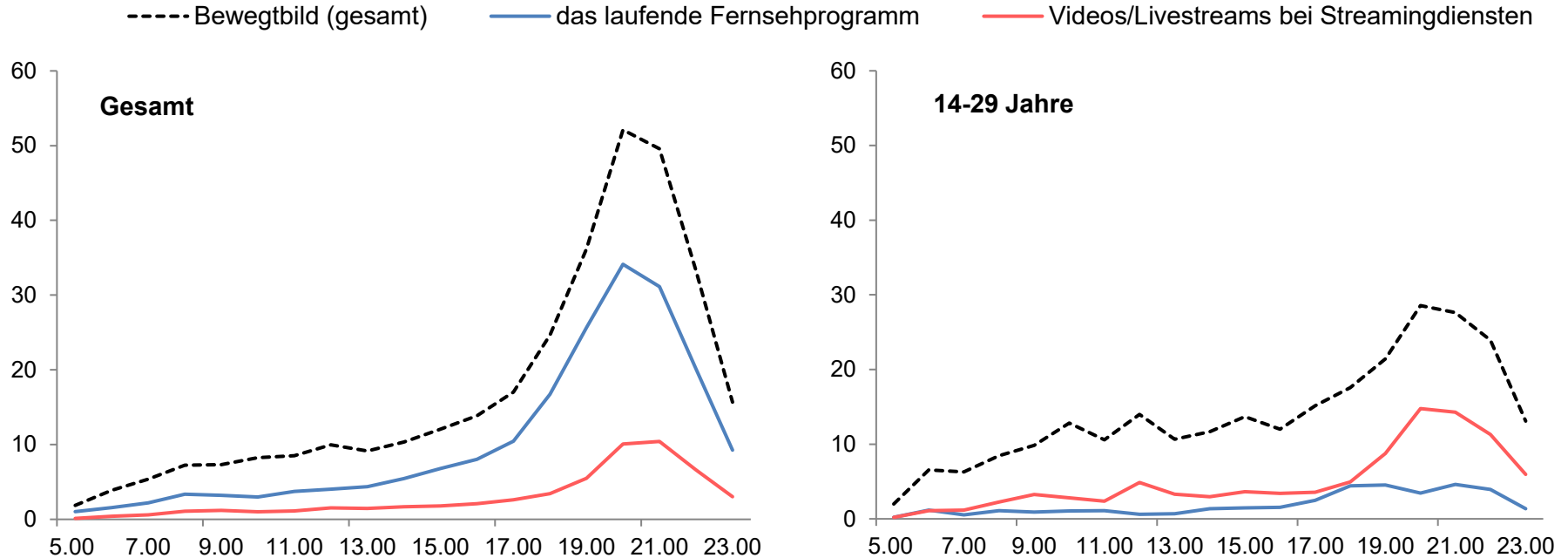
# 50 bis 69-Jährige: rückläufige TV-Nutzung inzwischen deutlich sichtbar, Nutzungsdauer aller Abruf-Inhalte wächst an

Bewegtbild – Anteilige Nutzungsdauern an Bewegtbild Gesamt (brutto) in Prozent | 50-69 Jahre | 2022 bis 2025



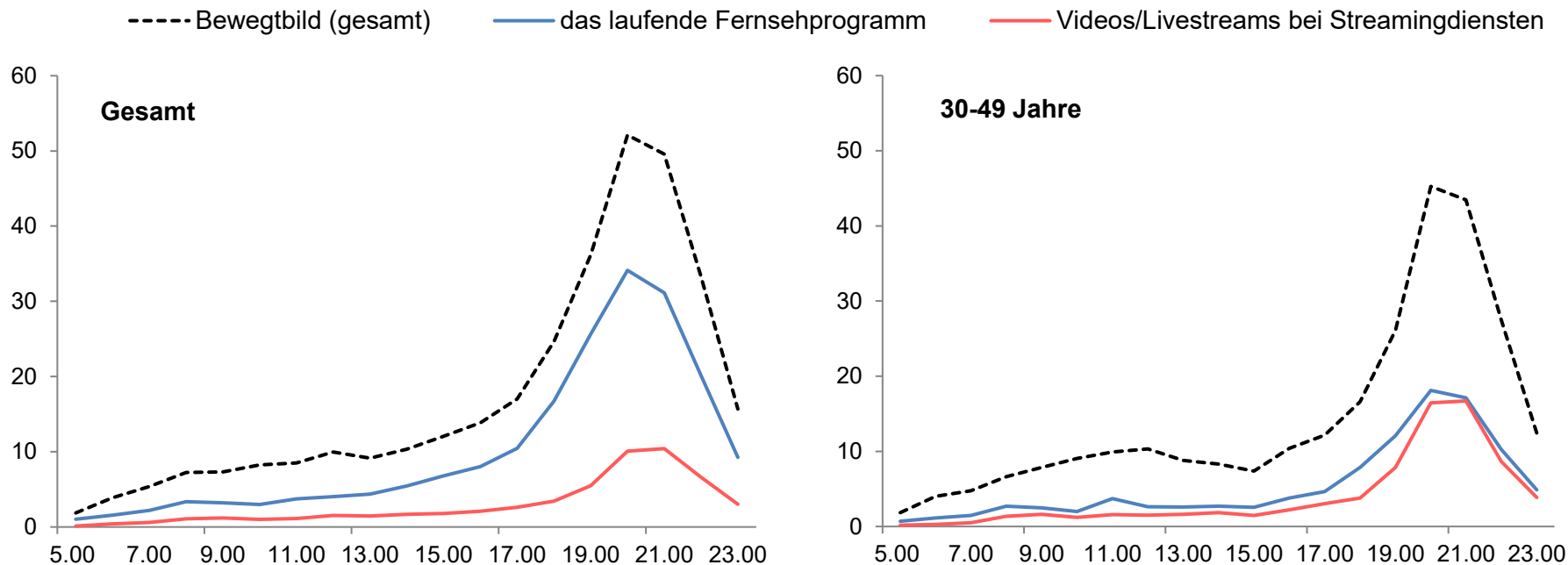
# Video-Nutzungskurve bei U 30 deutlich flacher, Streamingdienste über den ganzen Tag hinweg vor Live-TV

Bewegtbild – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 14-29 Jahre) in Prozent | 2025



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

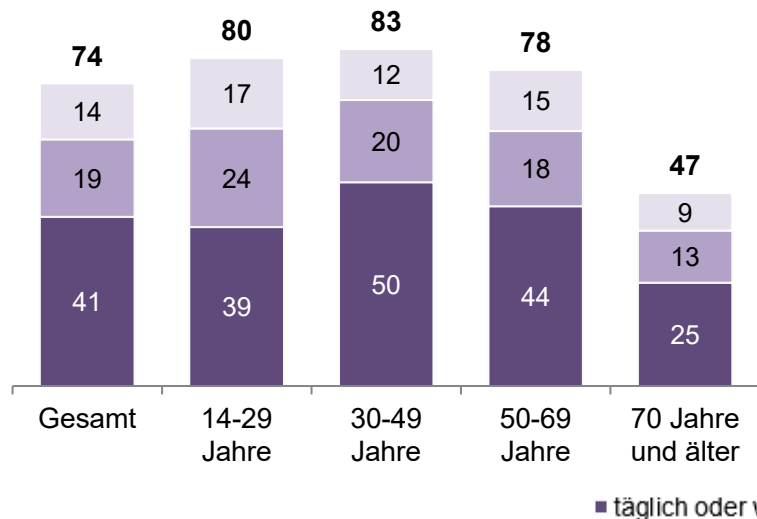
Bewegtbild – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 30-49 Jahre) in Prozent | 2025



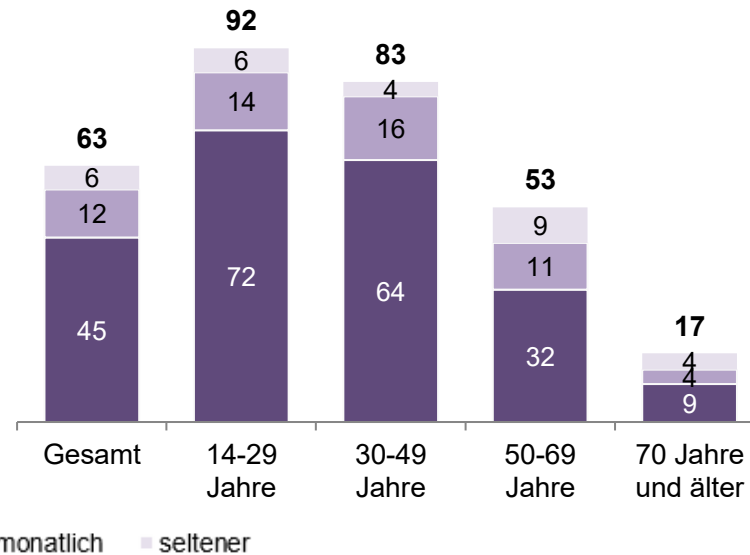
# Mediatheken erreichen jüngere und mittlere Altersgruppen gleichermaßen. Streamingdienste mit deutlichem Schwerpunkt bei unter 50-Jährigen

Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent | 2025

## Mediatheken allgemein

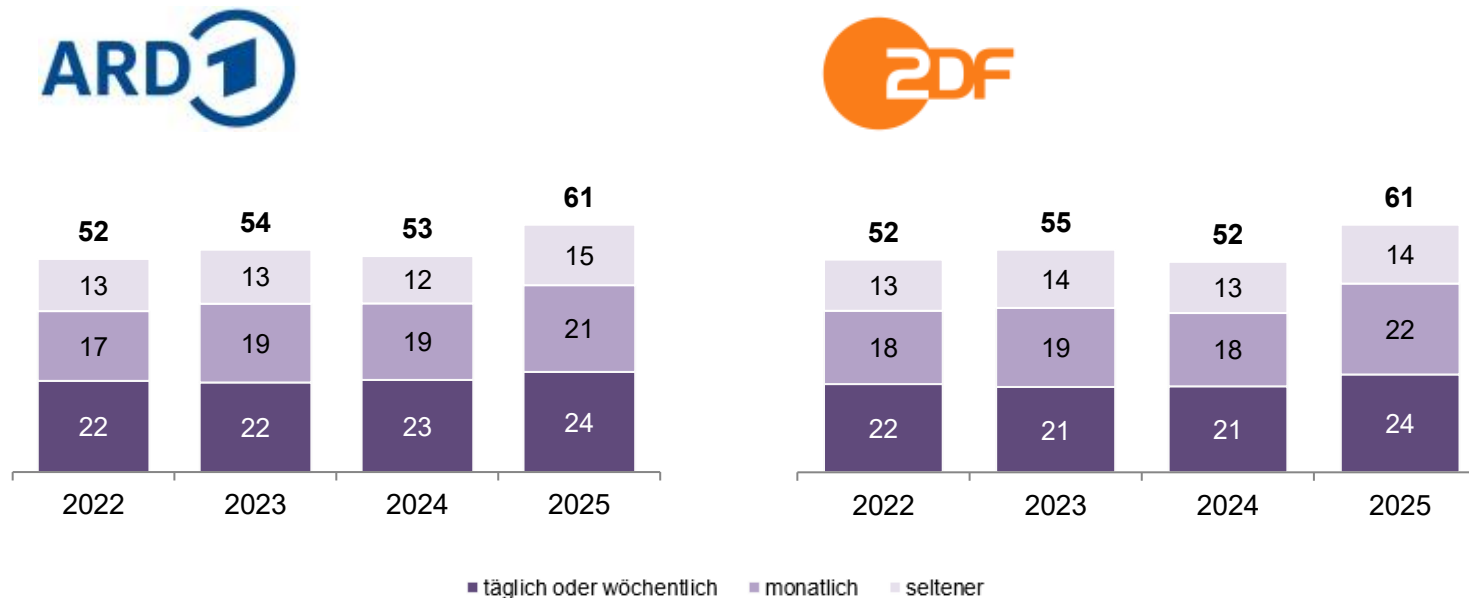


## Videostreaming-Dienste



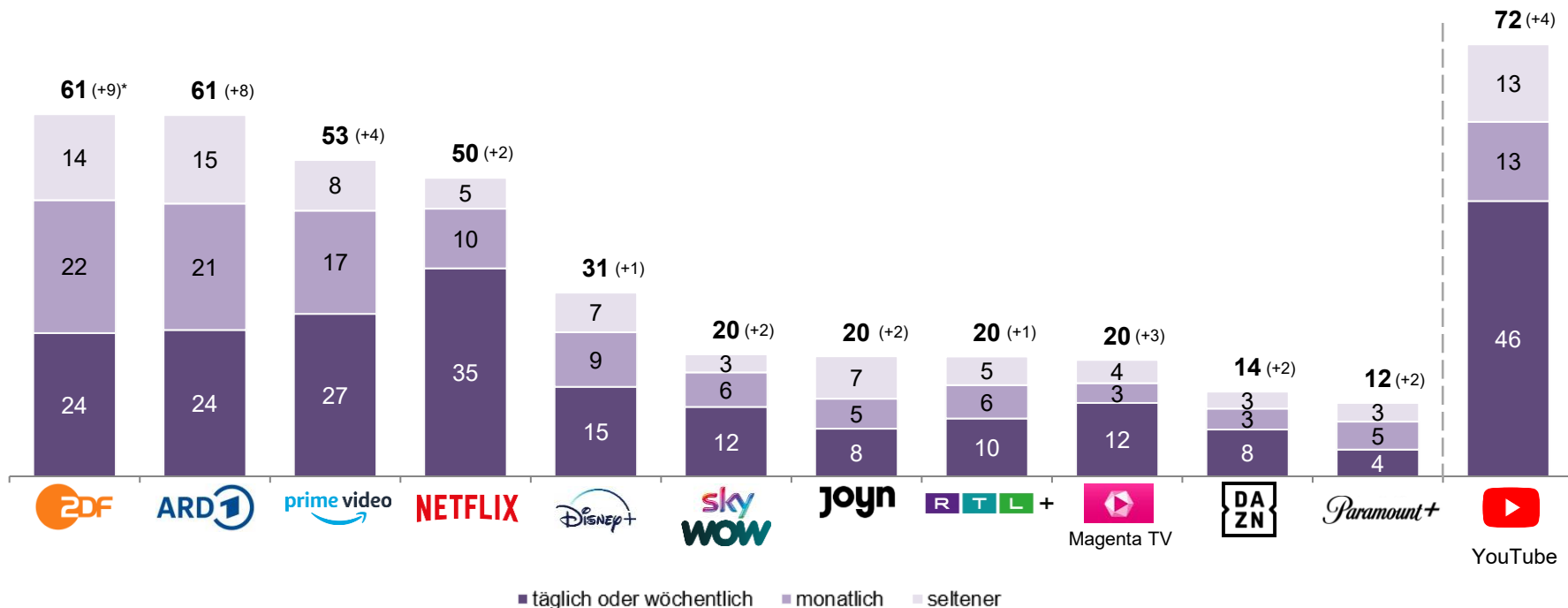
# Mediatheken von ARD und ZDF erleben 2025 einen deutlichen Wachstumsschub

Nutzung Mediatheken, Angaben in Prozent | 2025



# ARD und ZDF-Mediatheken erreichen insgesamt die meisten Menschen. Bei der regelmäßigen Nutzung liegt Netflix vorn, gefolgt von Prime Video

Nutzung Videostreaming (zum Vergleich: Nutzung YouTube), Angaben in Prozent | 2025



\* Differenz zum Vorjahr in Prozentpunkten

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,48 Mio., n=2.512



## Mediennutzung Audio

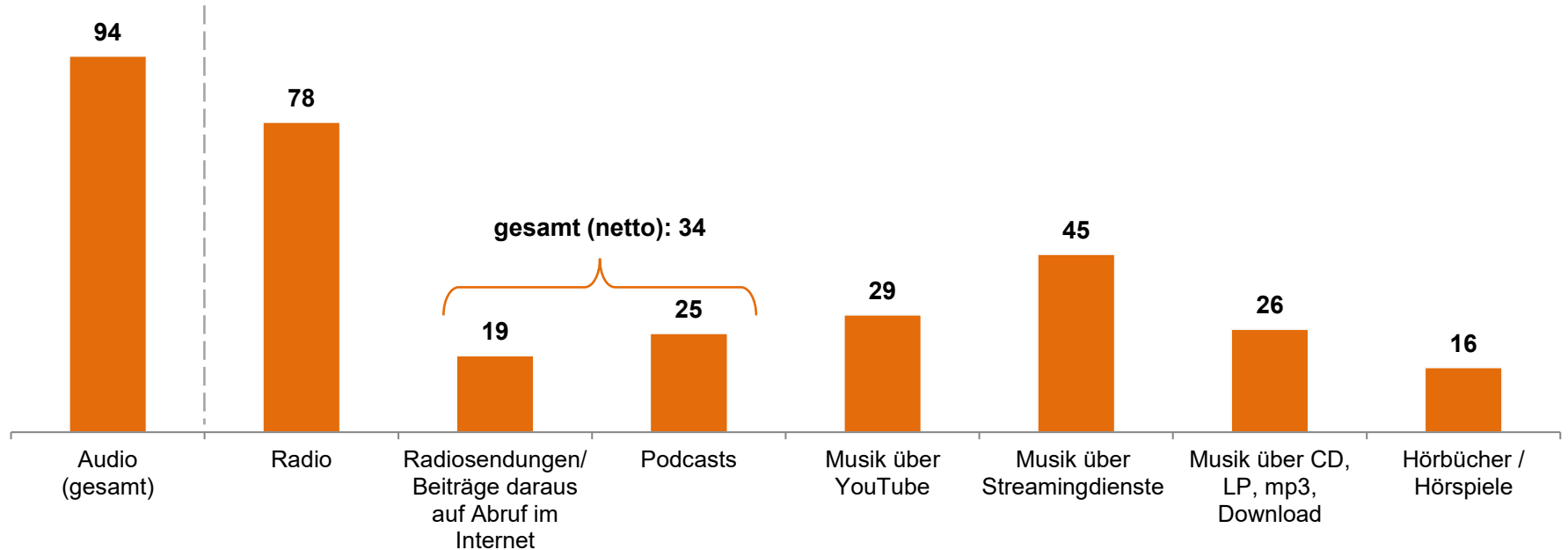
Zentrale Kennwerte 2025 im Überblick  
und in der Entwicklung der letzten Jahre



MEDIENSTUDIE  
2025

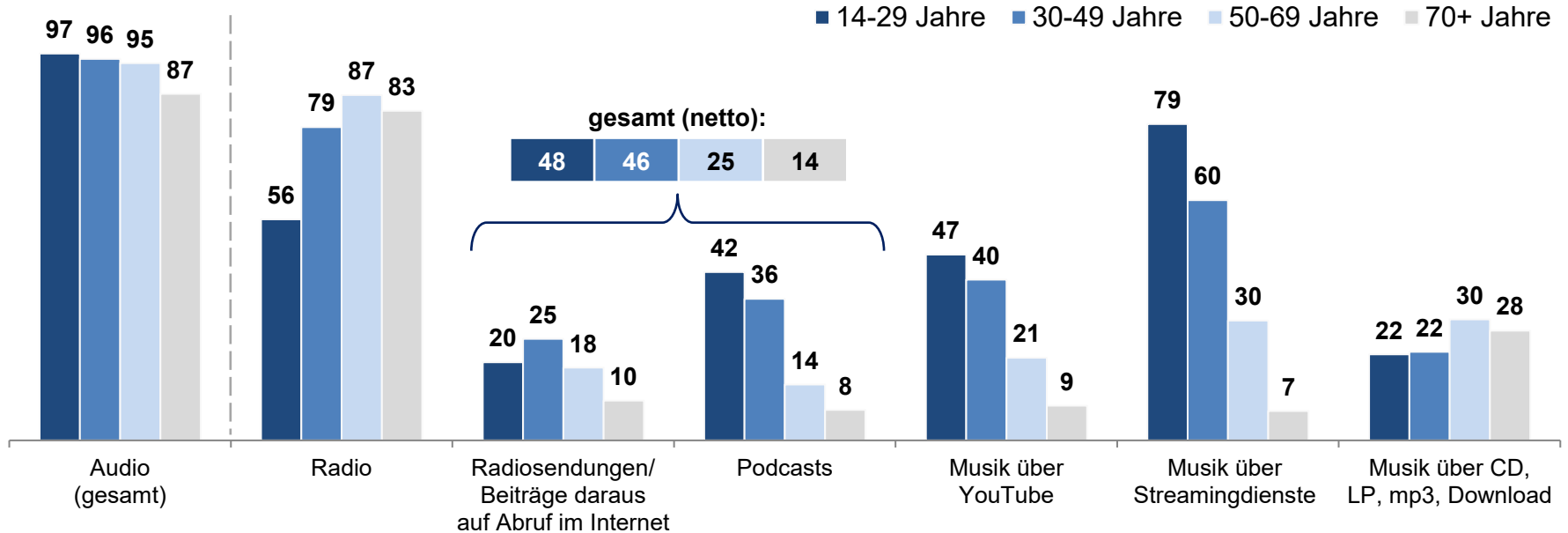
# Über drei Viertel hören wöchentlich Radio, mit Abstand folgen Musikstreaming und Podcasts

Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2025



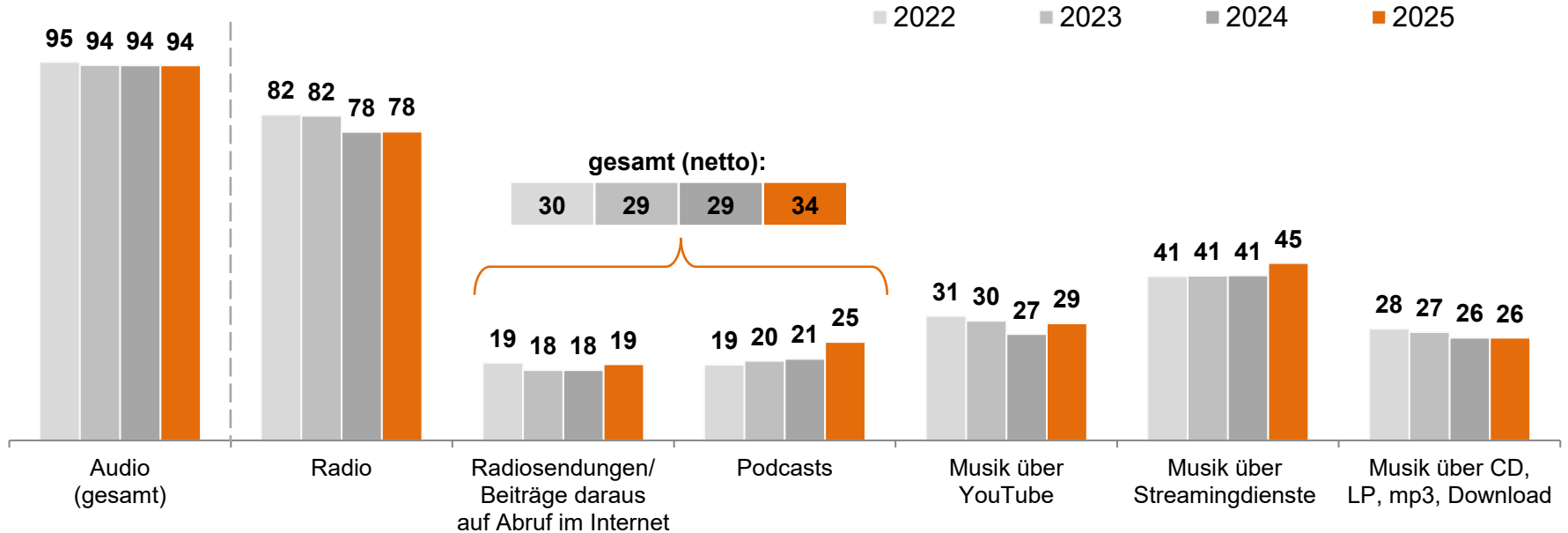
# In Altersgruppen über 30 Jahren erreicht Radio rund vier von fünf Menschen. Bei 14- bis 29-Jährigen ist Musikstreaming häufigste Audio-Nutzung

Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2025



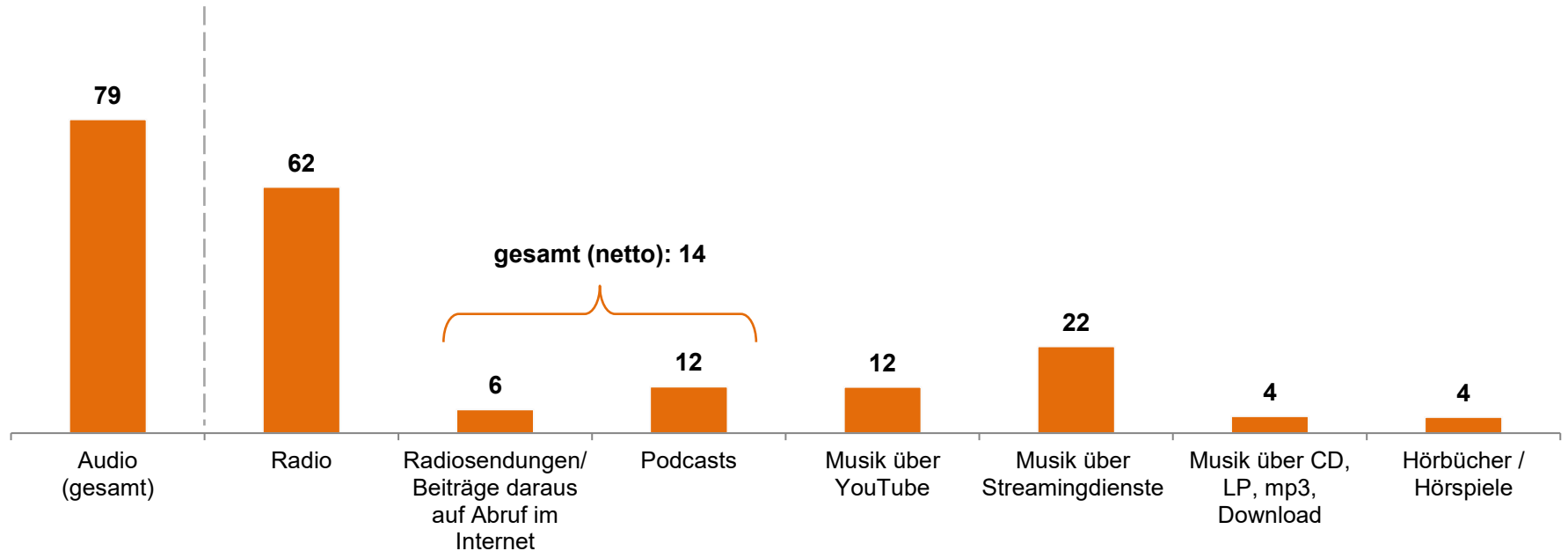
# Vor allem Podcasts, aber auch Musik über Streamingdienste und YouTube mit steigenden Wochenreichweiten. Radio gegenüber Vorjahr stabil

Audio – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2022 bis 2025



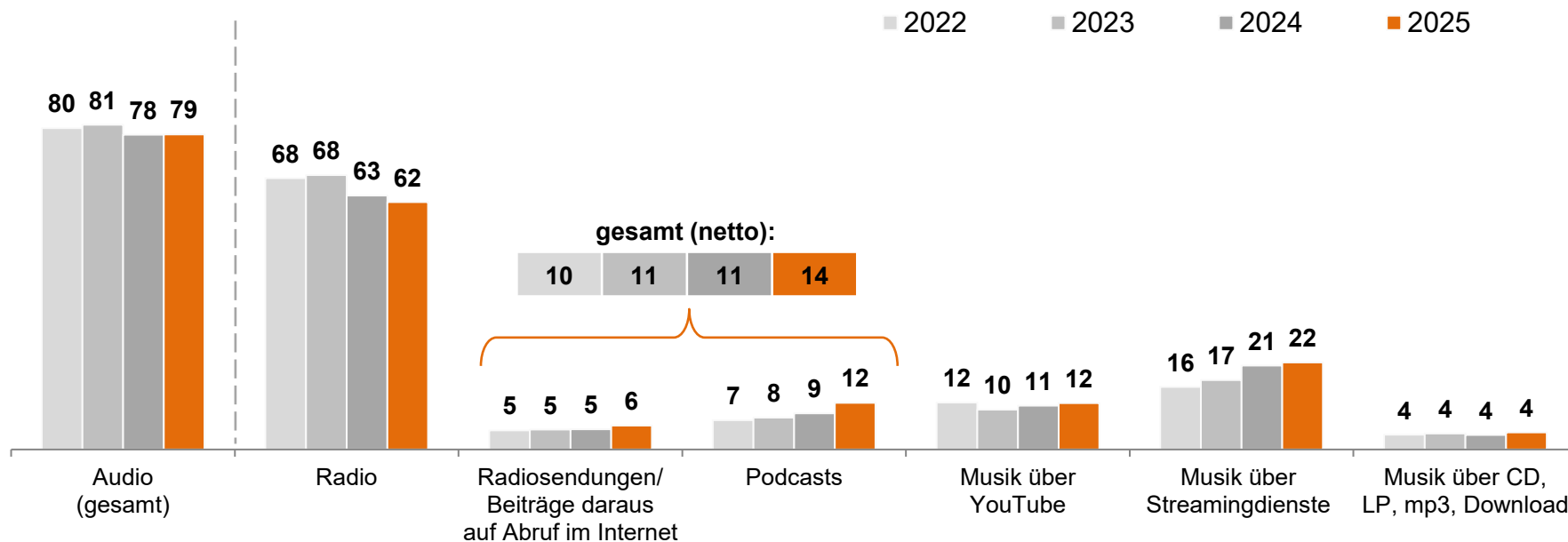
# Bei der Tagesreichweite führt das Radio deutlich. Streamingdienste folgen mit Abstand auf Rang zwei

Audio – Tagesreichweite in Prozent | 2025



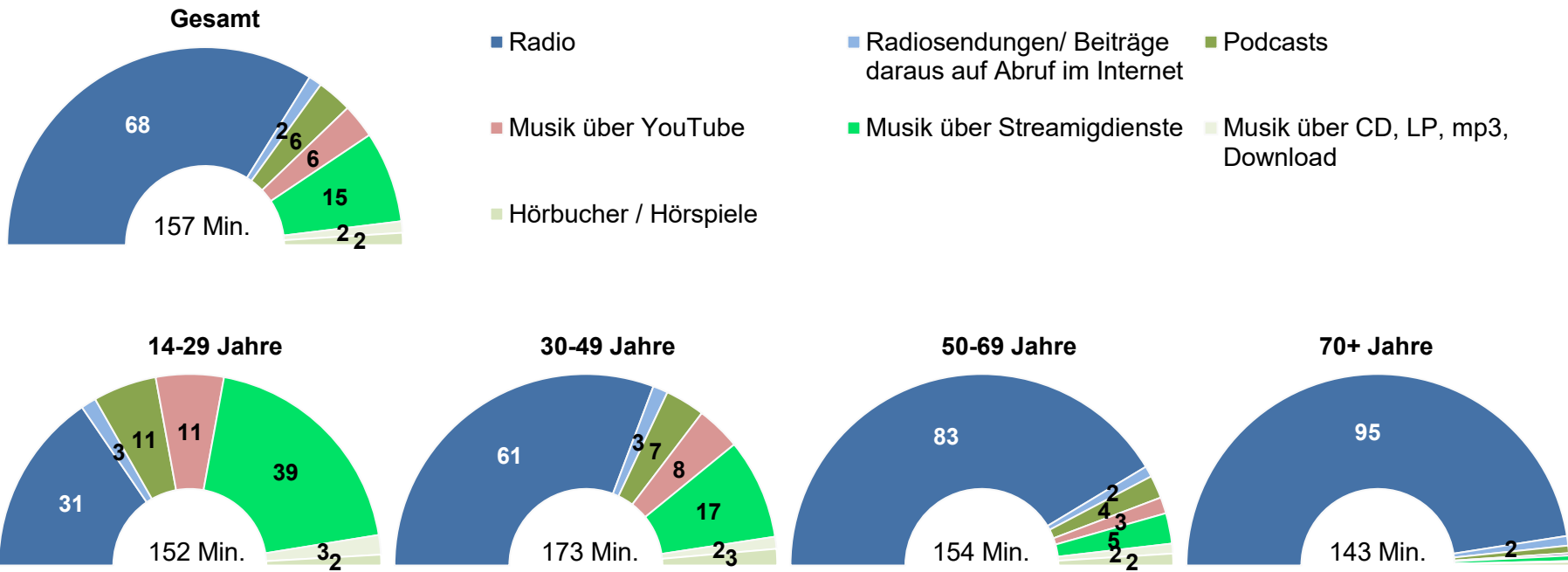
# Podcasts und Radiosendungen auf Abruf steigern ihre Tagesreichweite unter allen Audio-Anwendungen am deutlichsten

Audio – Tagesreichweite in Prozent | 2022 bis 2025



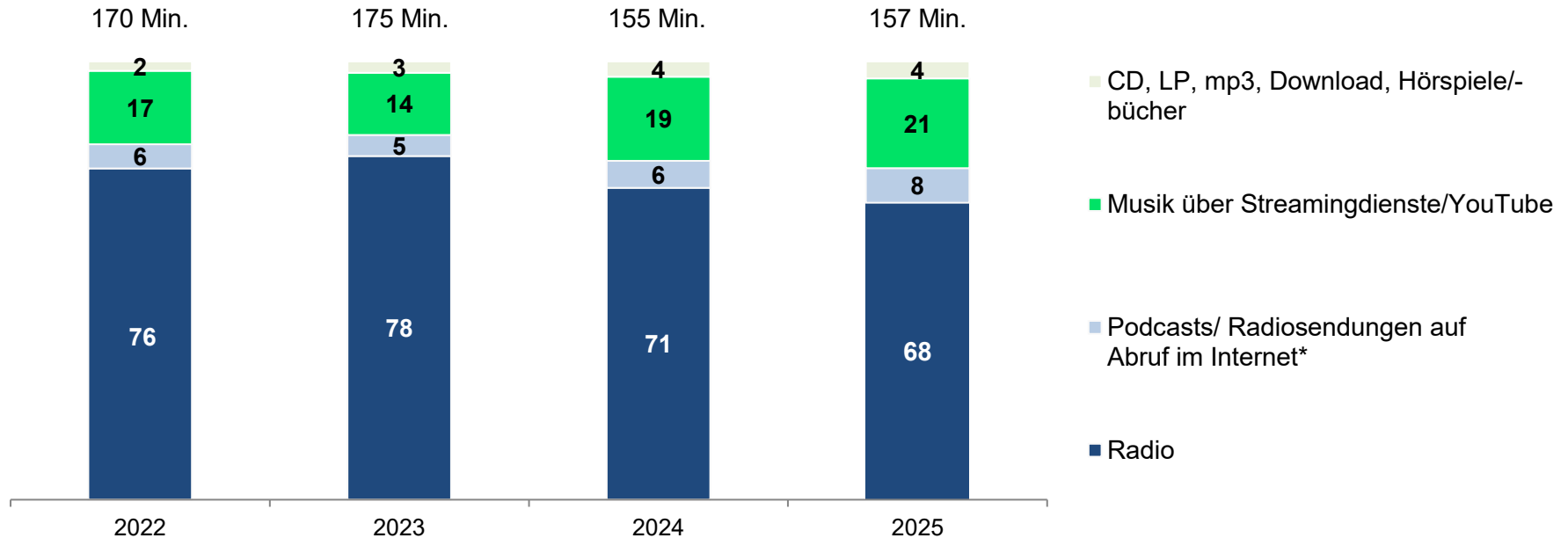
# Bei allen Altersgruppen über 30 überwiegt die Radio-Nutzungsdauer, bei unter 30-Jährigen zweitwichtigstes Angebot nach Streamingdiensten

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 2025



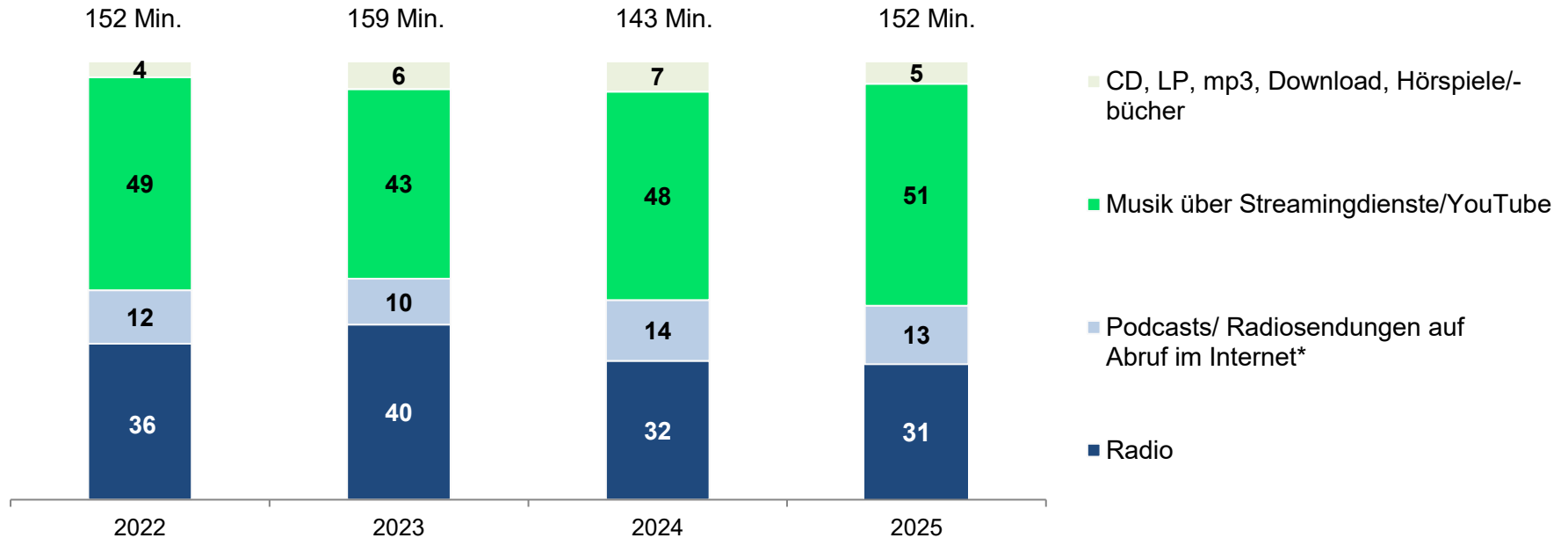
# Im Vergleich mit den Vorjahren wird deutlich, dass Radio Nutzungsanteile verliert. Steigende Relevanz von Podcasts und Musikstreaming

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | Gesamt | 2022 bis 2025



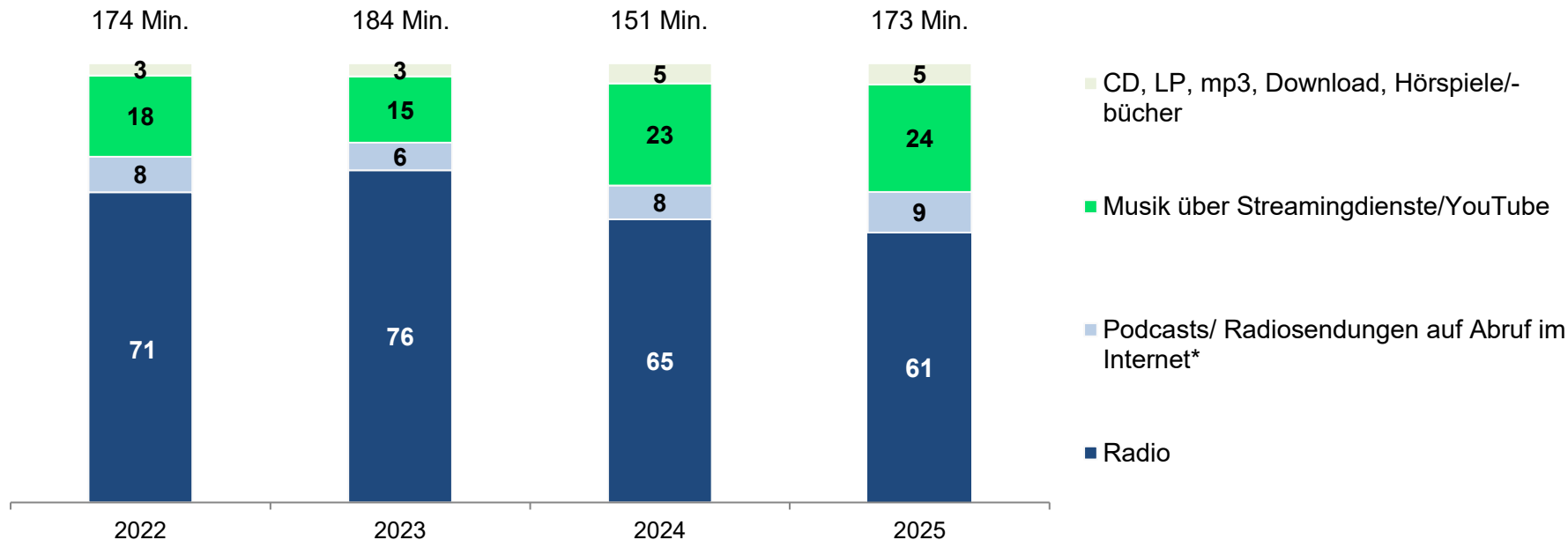
# 14-29: Musikstreaming mit über 50 % der Nutzungsdauer (näht sich Niveau aus Corona-Zeit). Radio bleibt nach Verlusten im Vorjahr nun stabil

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 14-29 Jahre | 2022 bis 2025



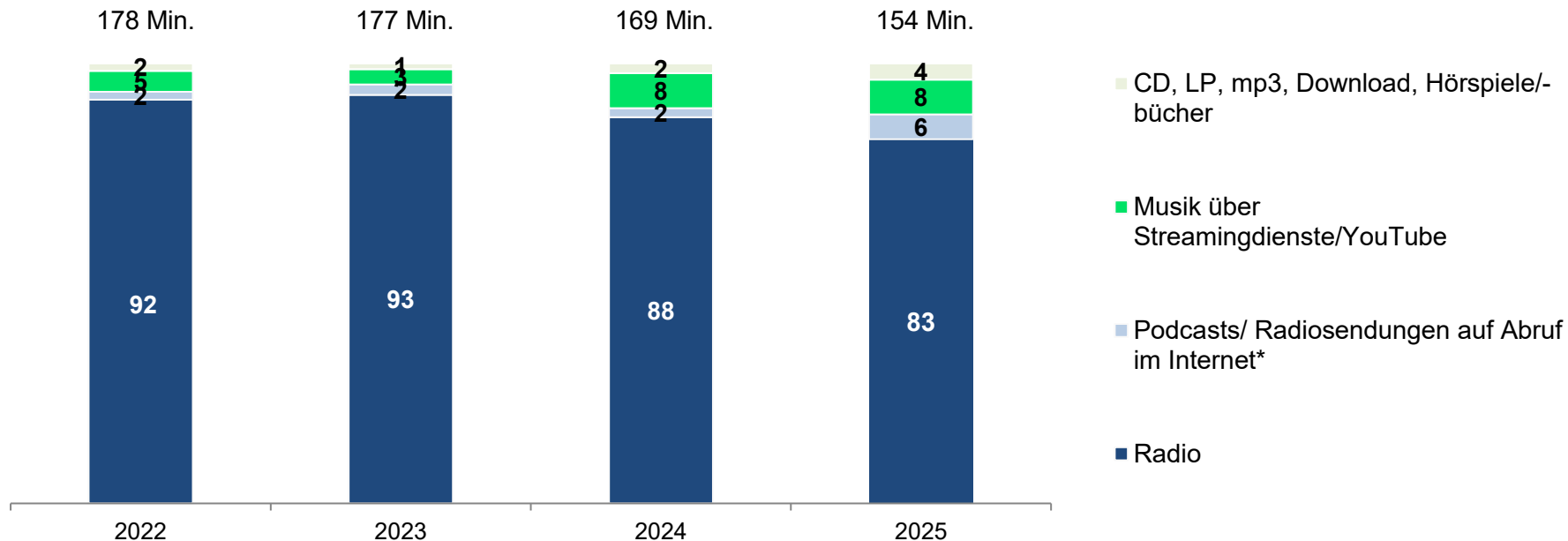
# 30- bis 49-Jährige verschieben ihre Nutzung deutlich in den non-linearen Bereich – zulasten von Radio

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 30-49 Jahre | 2022 bis 2025



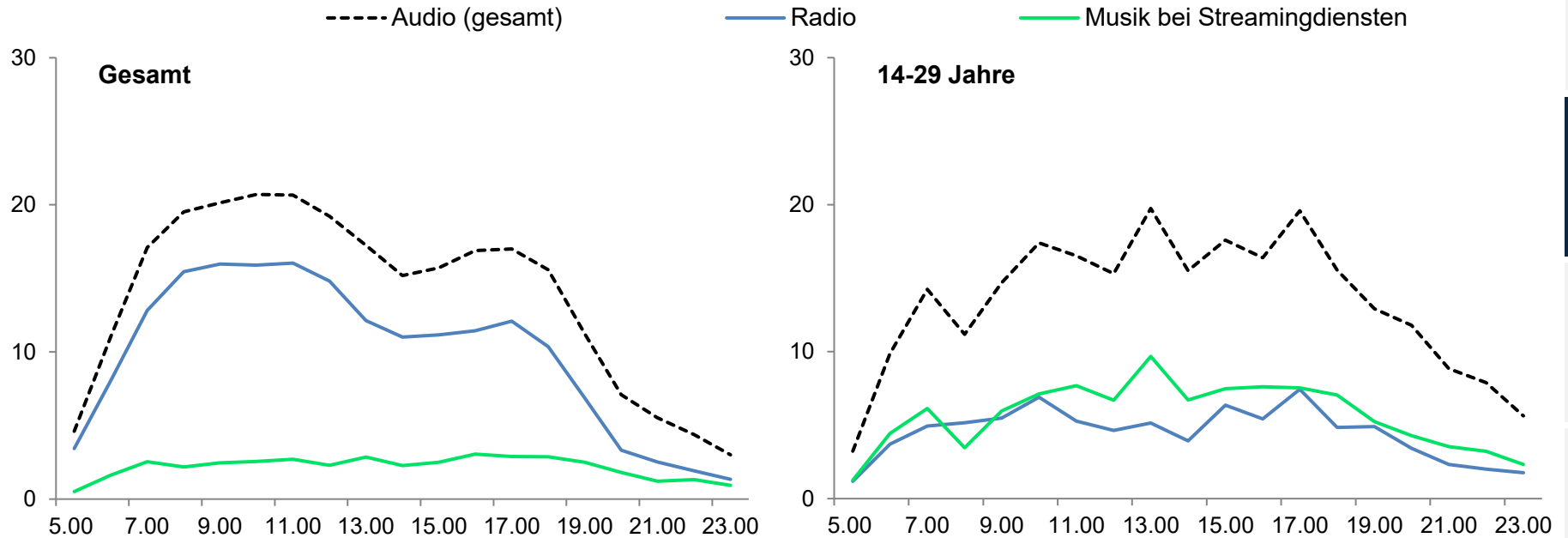
# Bei 50- bis 69-Jährigen erstmals steigende Anteile für Podcasts, Radio auch hier mit Verlusten

Audio – Anteilige Nutzungsdauern an Audio Gesamt (brutto) in Prozent | 50-69 Jahre | 2022 bis 2025



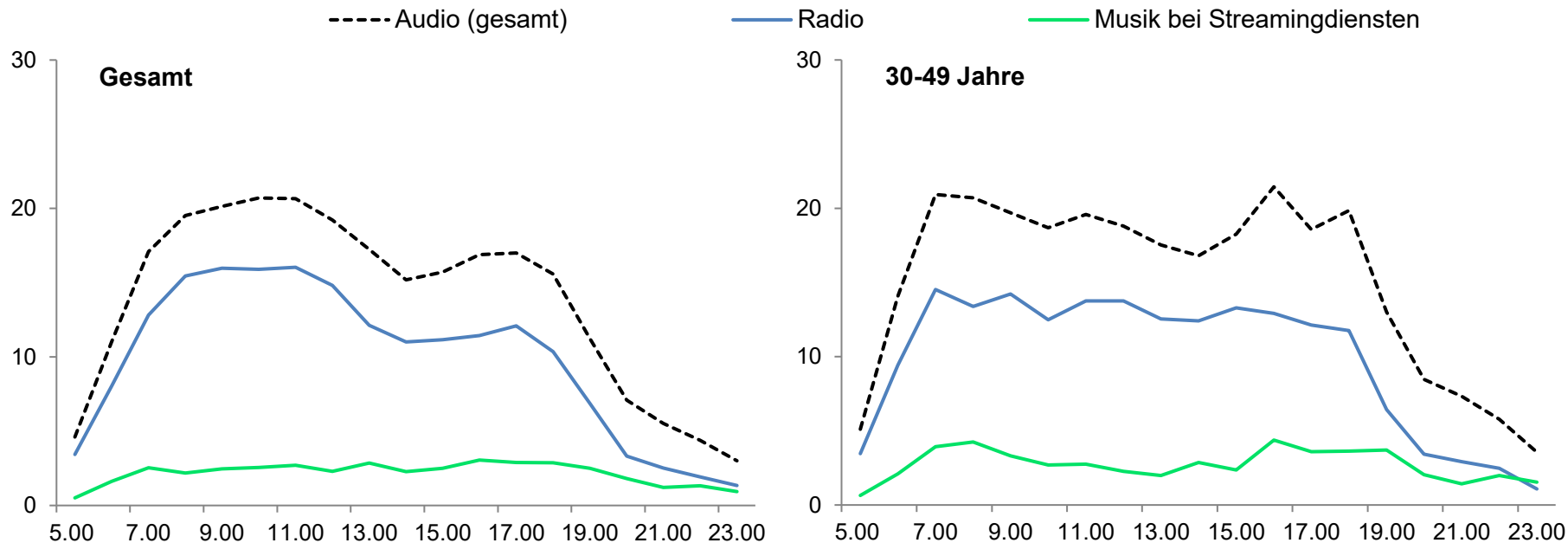
# Radio insgesamt mit Nutzungsspitzen am Morgen – aber U 30 nutzen Radio und Streamingdienste gleichermaßen verteilt über den Tag

Audio – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 14-29 Jahre) in Prozent | 2025



# 30- bis 49-Jährige mit gleichmäßig über den Tag verteilter Radionutzung – Musikstreaming mit Schwächen in der Daytime

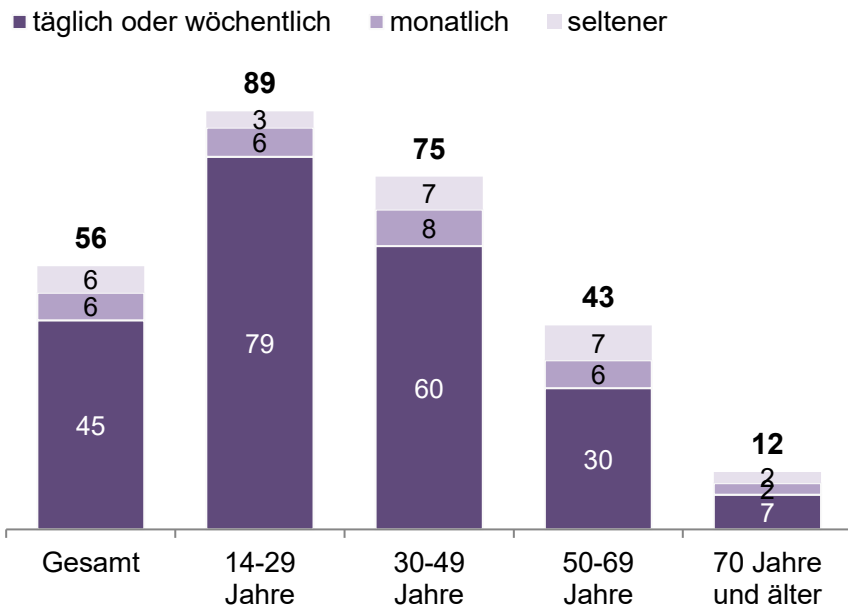
Audio – Stundendurchschnittsreichweiten (Gesamt vs. 30-49 Jahre) in Prozent | 2025



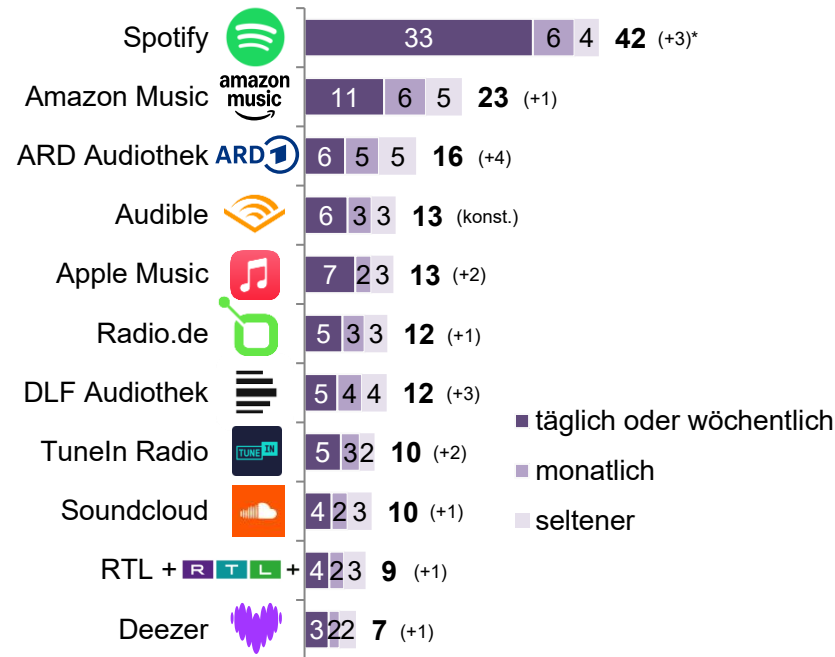
# Musikstreaming mit häufiger Nutzung vor allem bei über 50-Jährigen. Im Ranking verteidigt Spotify seinen Vorsprung vor Amazon Music

Nutzung Musik- und Audiostreaming, Angaben in Prozent | 2025

## Nutzung Musik- und Audiostreaming



## Anbieter für Musik- oder Audiostreaming





## Mediennutzung Text

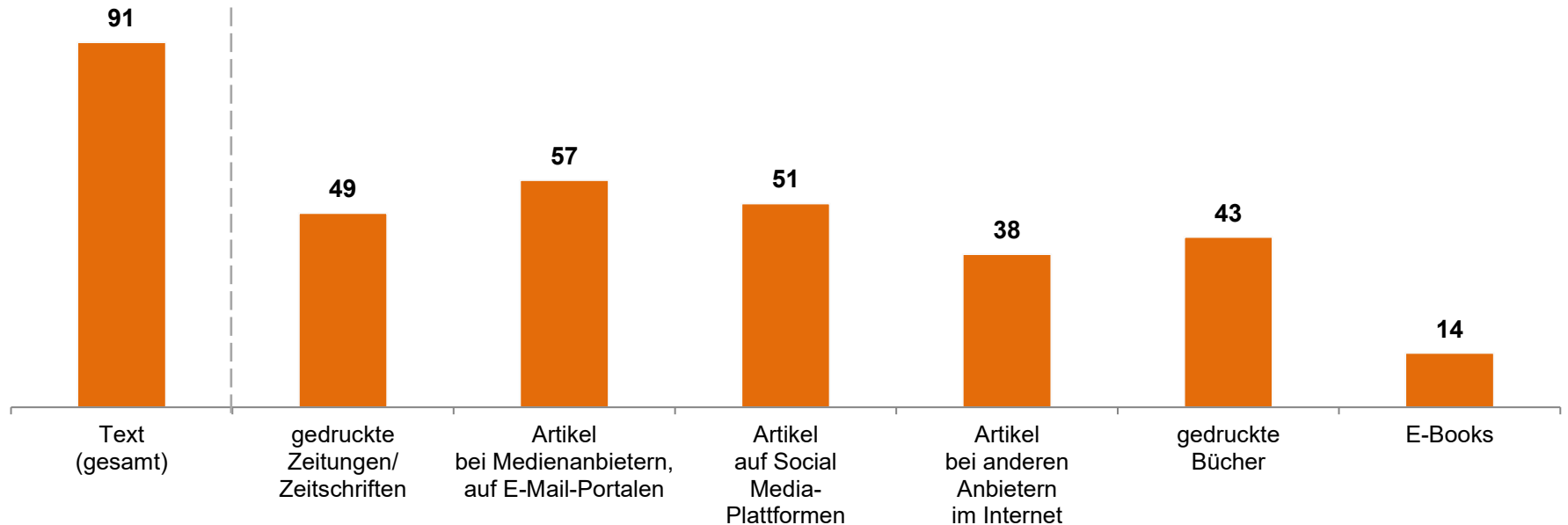
Zentrale Kennwerte 2025 im Überblick  
und in der Entwicklung der letzten Jahre



MEDIENSTUDIE  
2025

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

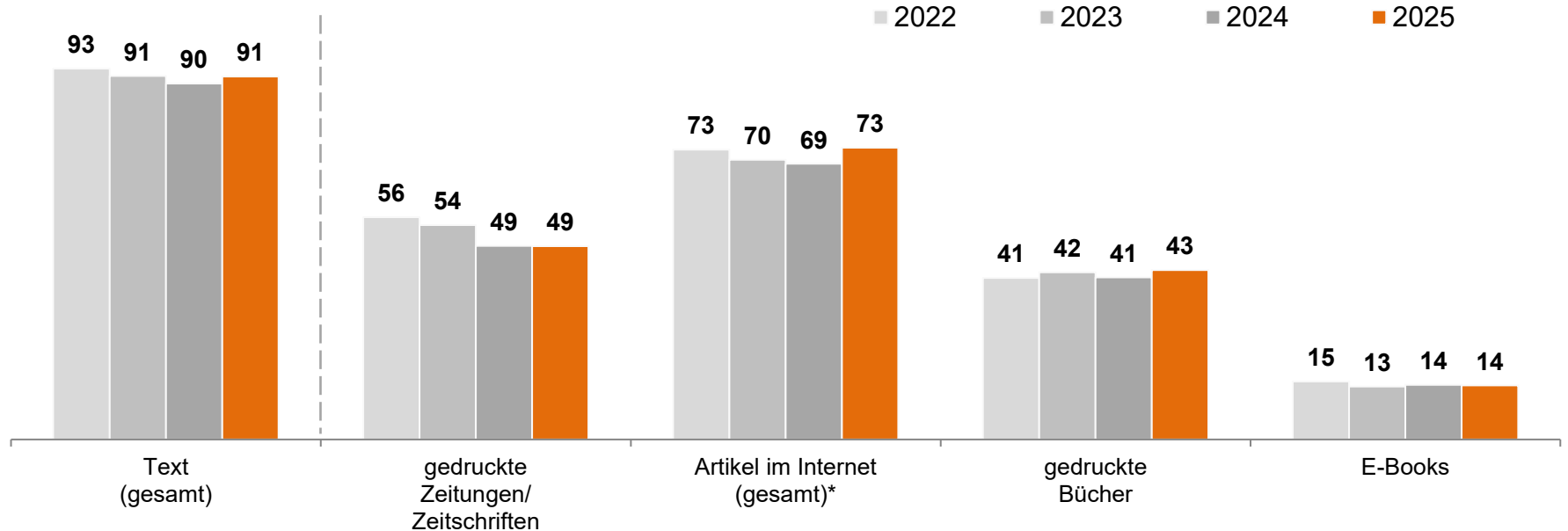
Text – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2025





# Text-Wochenreichweiten überwiegend stabil. Artikel im Internet legen insgesamt zu

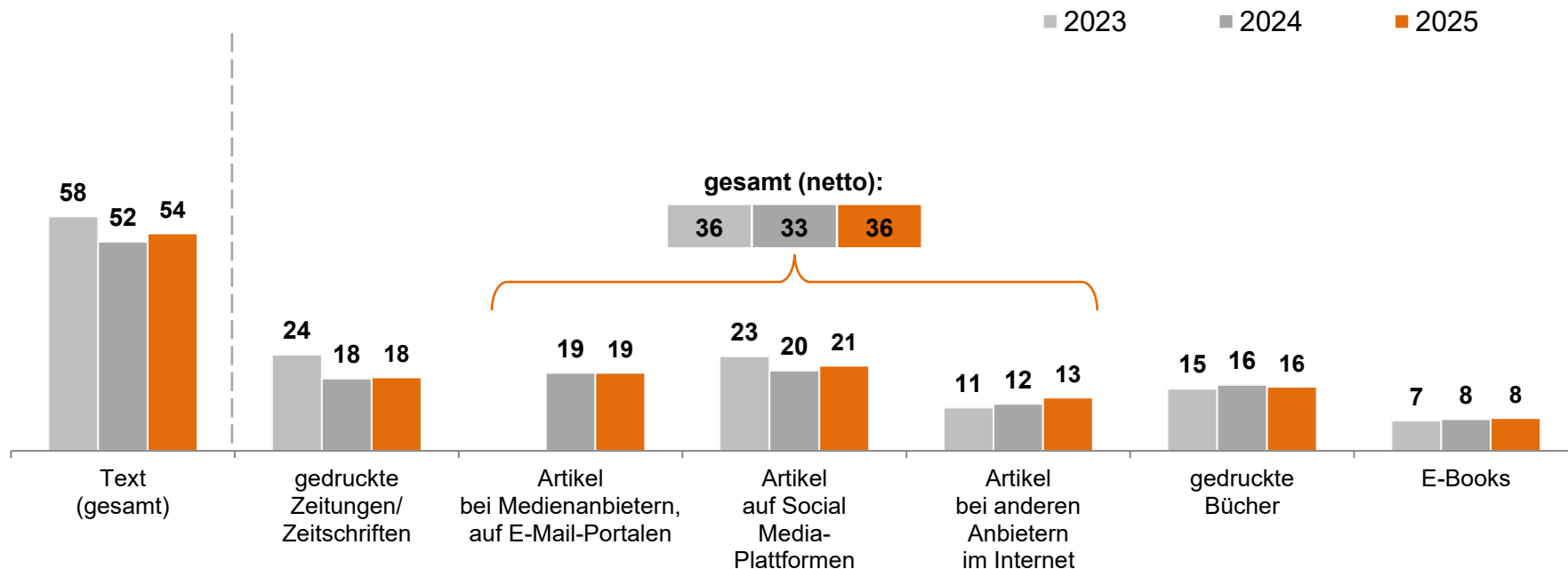
Text – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2022 bis 2025



\* 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.

# Auch bei der Tagesreichweite zeigen sich Anstiege bei Texten auf Onlineangeboten

Text – Tagesreichweite in Prozent | 2023 bis 2025





# Internetnutzung, Social Media und Gaming

Zentrale Kennwerte 2025 im Überblick  
und in der Entwicklung der letzten Jahre

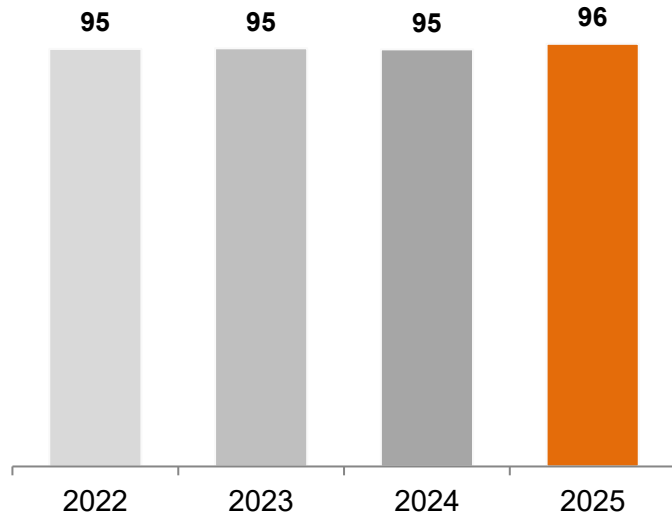


MEDIENSTUDIE  
2025

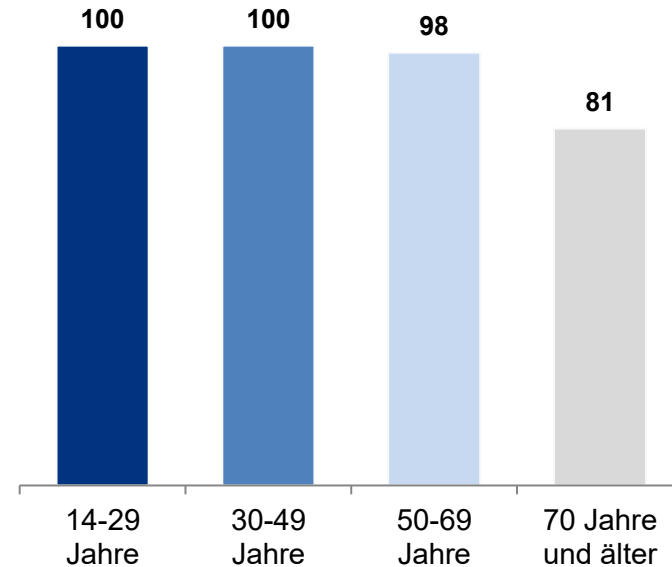
# Fast jede/r nutzt inzwischen das Internet – aber noch knapp 20 % der ab 70-Jährigen sind offline

Internetnutzung mindestens selten, Angaben in Prozent | 2022 bis 2025

## Internetnutzung Gesamt



## Internetnutzung Gesamt 2025 nach Alter



# Onlinenutzung in Deutschland

Internetnutzung, Angaben in Prozent | 1997 bis 2025

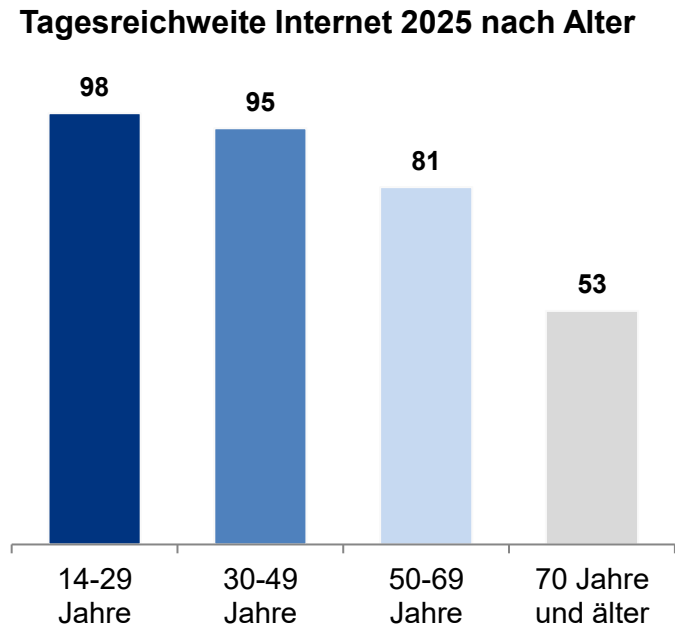
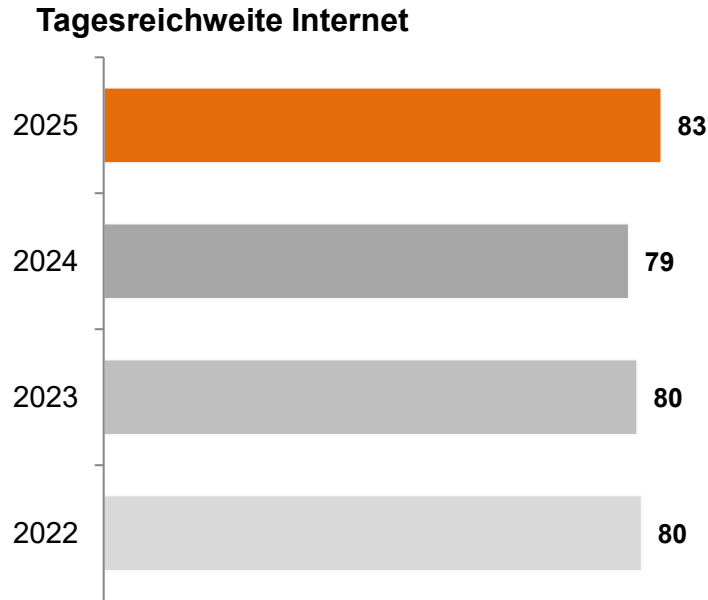
	mindestens selten genutzt*									Tagesreichweite			
	1997	2003	2009	2015	2021	2022	2023	2024	2025	2022	2023	2024	2025
Gesamt	7	54	67	80	94	95	95	95	96	80	80	79	83
Frauen	3	45	60	76	93	94	94	93	95	79	80	77	81
Männer	10	63	75	83	96	96	96	96	98	82	80	80	85
14-19 Jahre	6	92	98	100	100	100	100	100	100	100	99	100	99
20-29 Jahre	13	82	95	98	100	100	100	100	100	99	98	98	98
30-39 Jahre	12	73	89	94	100	100	100	100	100	93	94	95	96
40-49 Jahre	8	67	80	92	100	100	100	100	100	88	87	92	93
50-59 Jahre	3	49	67	83	97	95	98	99	99	77	80	78	89
60-60 Jahre	1	20	39	67	93	95	96	96	97	75	74	68	72
ab 70 Jahre	0	5	16	38	77	80	78	76	81	51	46	42	53

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

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,48 Mio., n=2.512

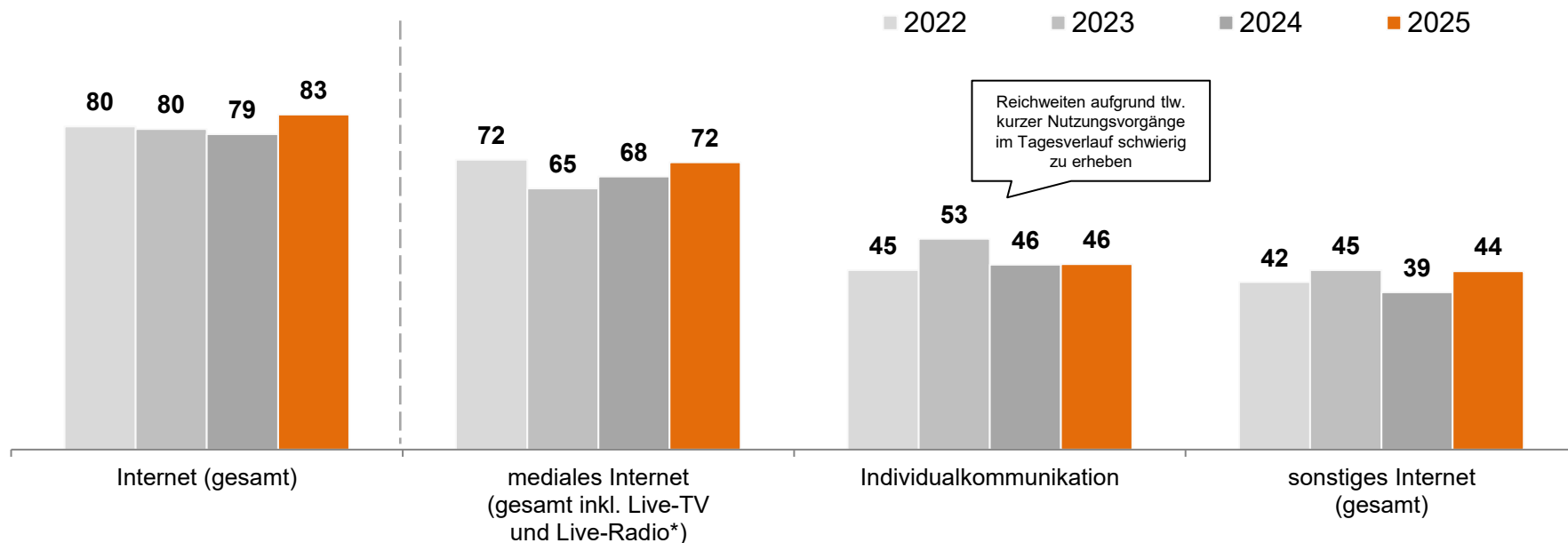
# Internet-Tagesreichweite wächst auf 83 %, auch bei ab 70-Jährigen inzwischen über 50 %

Internetnutzung, Angaben in Prozent | 2022 bis 2025



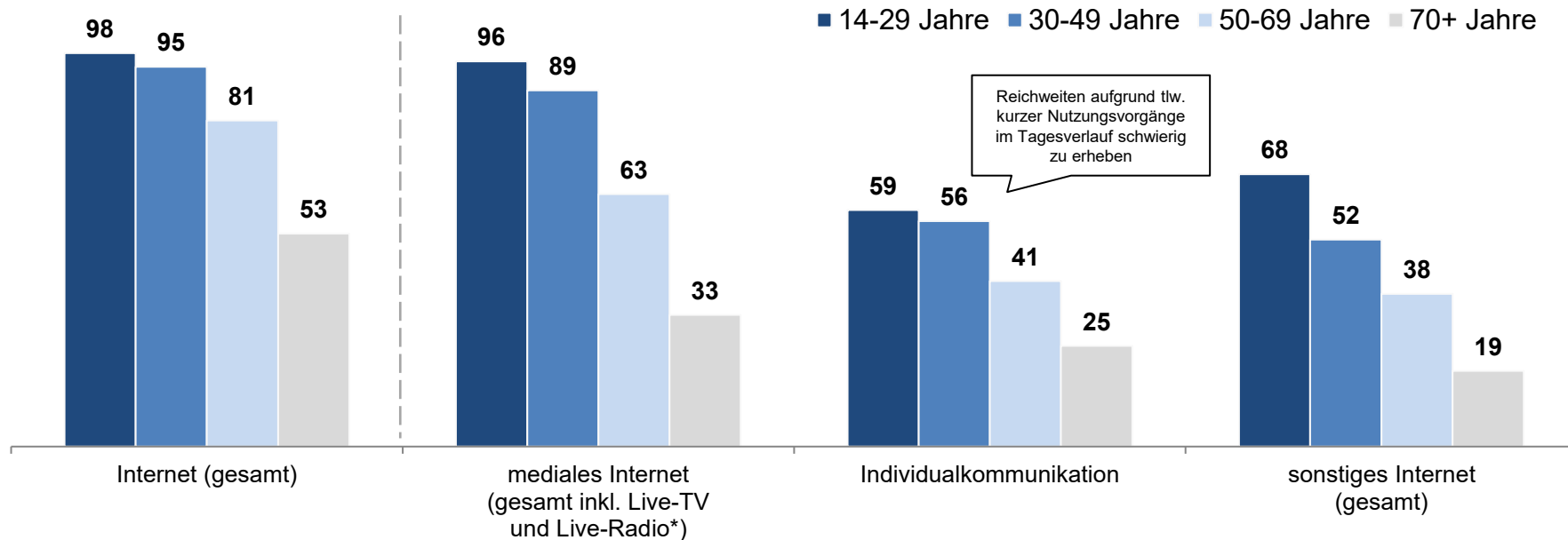
# Anstieg der Internetnutzung sowohl von Medieninhalten als auch generischen Internetanwendungen getrieben

Internet – Tagesreichweite in Prozent | 2022 bis 2025



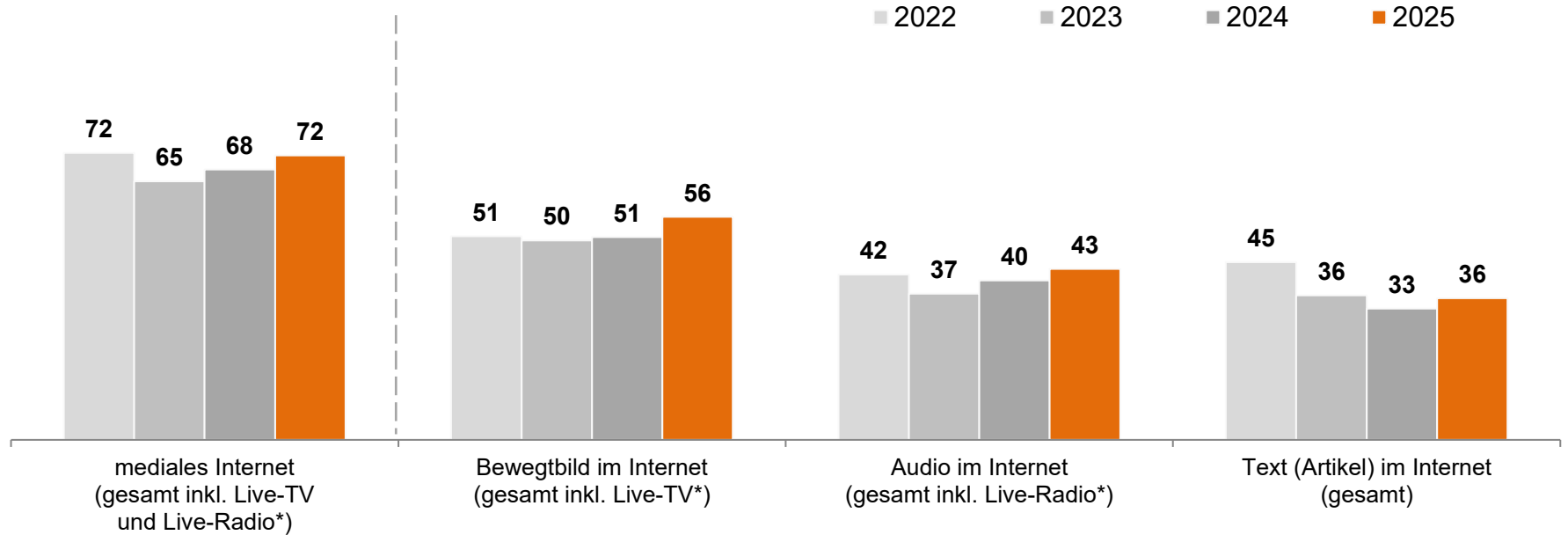
# Mediale Internetnutzung in jeder Altersgruppe am bedeutsamsten – je jünger, desto größer ist der Abstand zu den anderen beiden Kategorien

Internet – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2025



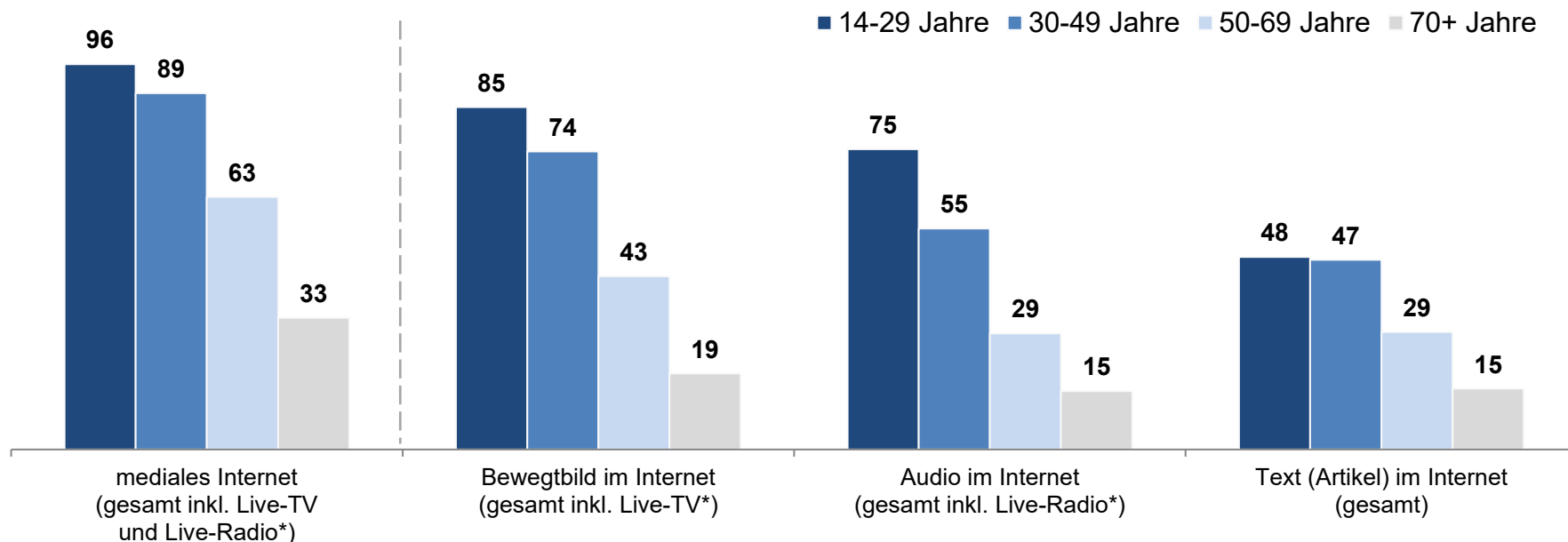
# Bei Mediennutzung über das Internet erzielt Video die höchste Tagesreichweite. Alle Wahrnehmungsdimensionen steigern sich 2025

## Internet – Tagesreichweite in Prozent | 2022 bis 2025



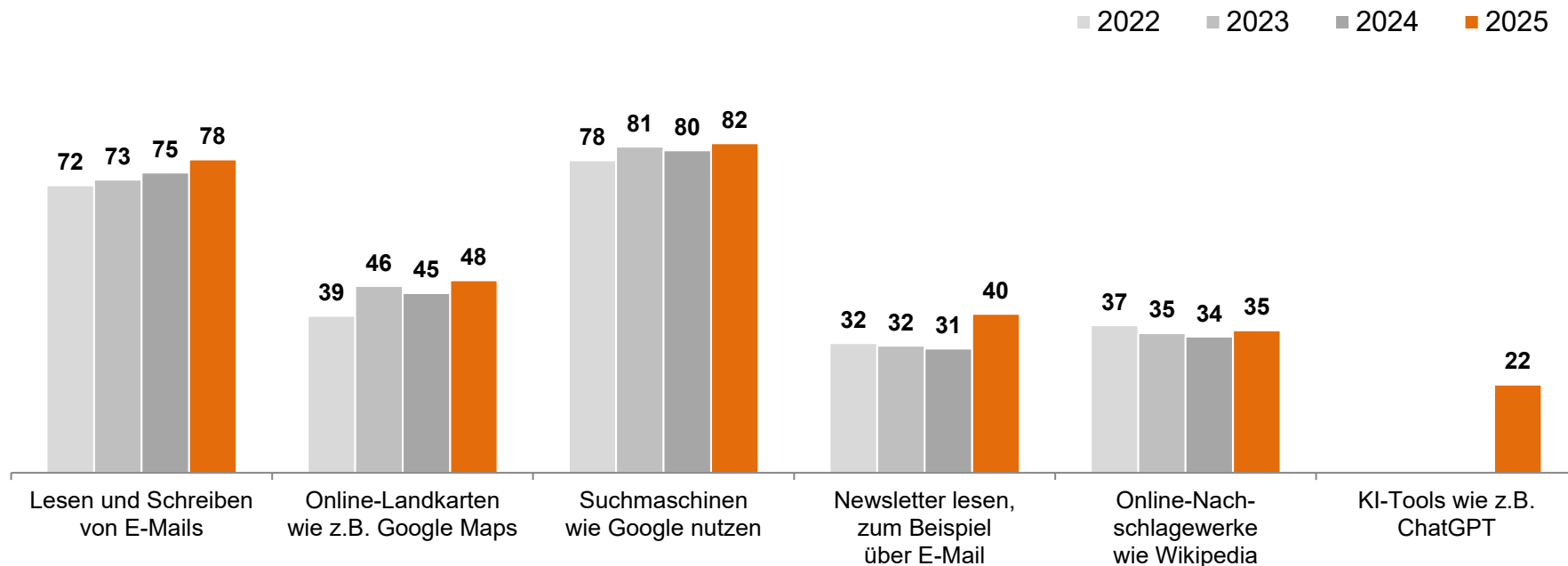
# Altersgefälle bei Online-Video und -Audio besonders ausgeprägt. Bei Artikeln im Internet sind 14- bis 29-Jährige und 30- bis 49-Jährige gleichauf

Mediales Internet – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2025



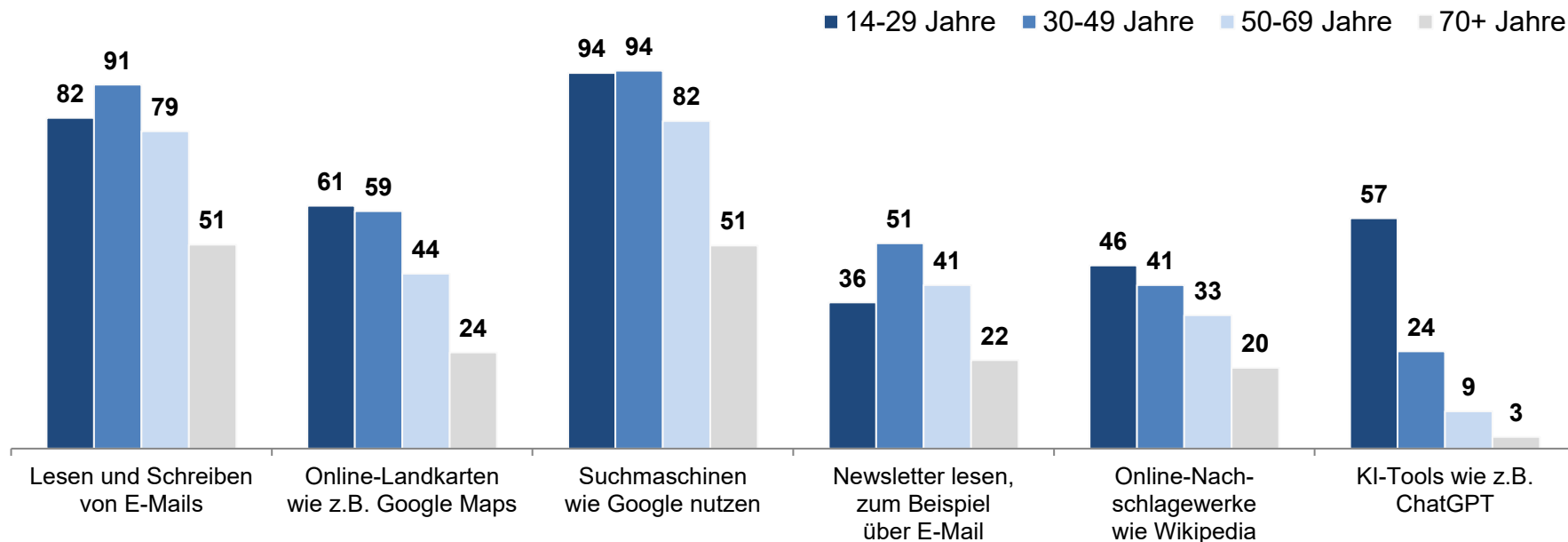
# Fast alle Internet-Anwendungen wachsen gegenüber dem Vorjahr. KI-Tools werden von 22 % regelmäßig genutzt (erstmalig abgefragt)

Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2025



# KI-Tools wie ChatGPT gehören bei den Jüngsten bereits zum Alltag, über 50-Jährige nutzen sie hingegen kaum

Internet-Anwendungen – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2025

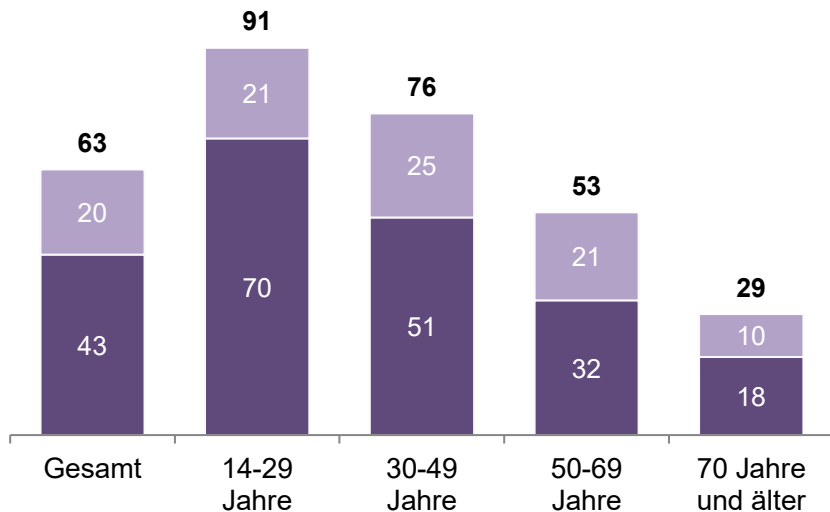


# Mit Ausnahme der ab 70-Jährigen nutzt über die Hälfte regelmäßig Social Media. Instagram setzt sich von Facebook ab, auch TikTok gewinnt leicht

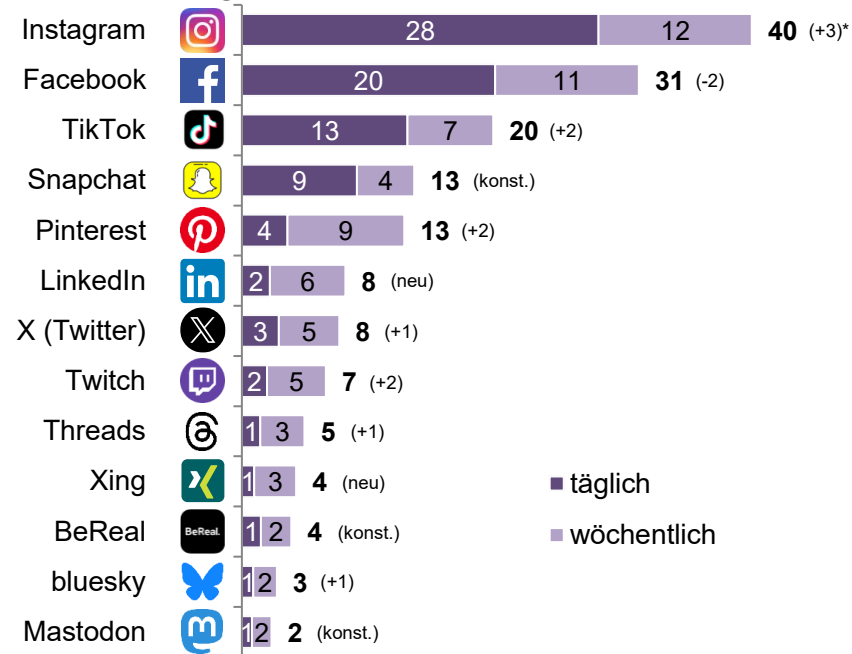
Social Media-Angebote, Angaben in Prozent | 2025

## Nutzung Social Media (Nettowert)

■ täglich ■ wöchentlich



## Social Media-Angebote

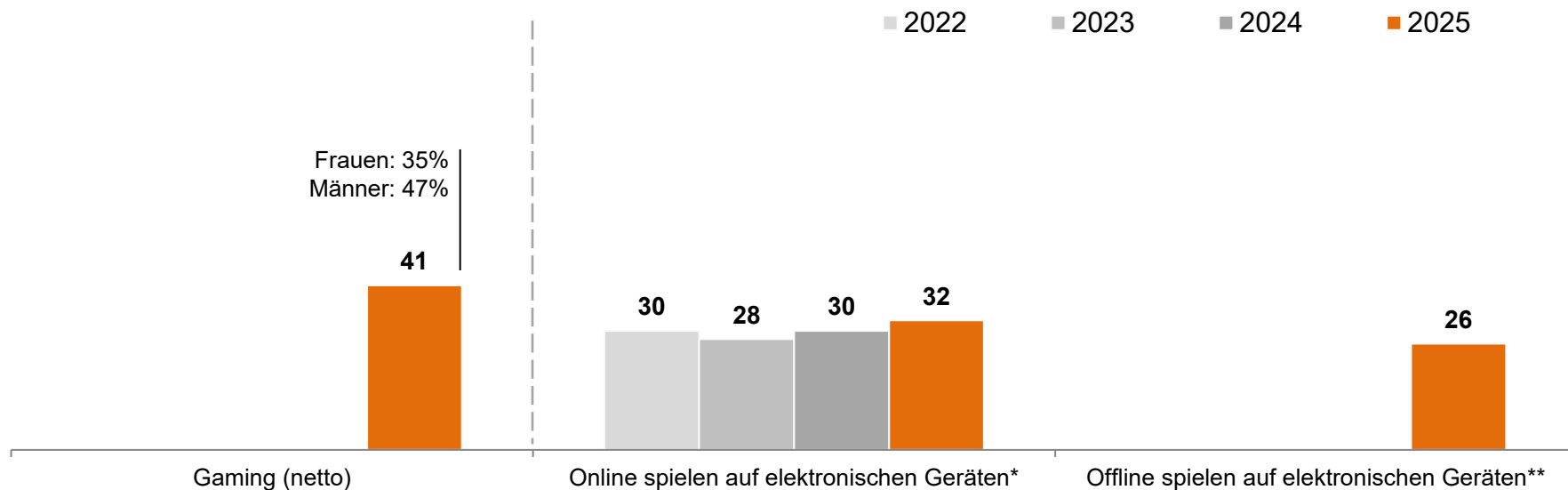


\* Differenz zum Vorjahr in Prozentpunkten

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, 70,48 Mio., n=2.512

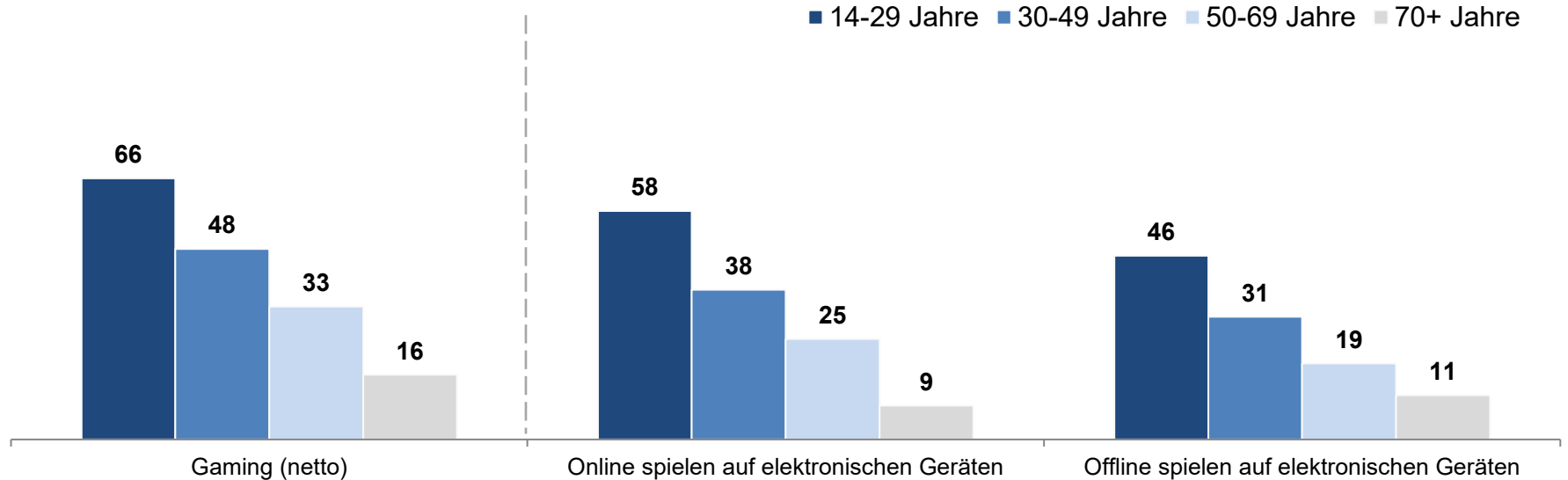
# Gaming gehört für 41 % zum Alltag, dabei klares Gefälle zwischen Männern und Frauen. Online-Gaming überwiegt leicht gegenüber Offline-Varianten

(Online-)Gaming – Nutzung mind. 1x pro Woche in Prozent | 2022 bis 2025



# Zwei Drittel der unter 30-Jährigen gamen regelmäßig, bei 50- bis 69-Jährigen noch ein Drittel. Altersgefälle bei Online-Games etwas stärker ausgeprägt

Gaming – Nutzung mind. 1x pro Woche (nach Alter) in Prozent | 2025



A close-up photograph of a person's hands holding a silver smartphone. The person has pink nail polish and is wearing a ring on their left hand. The background is slightly blurred, showing a laptop keyboard and a wooden desk. The overall lighting is warm and soft.

## Gerätenutzung

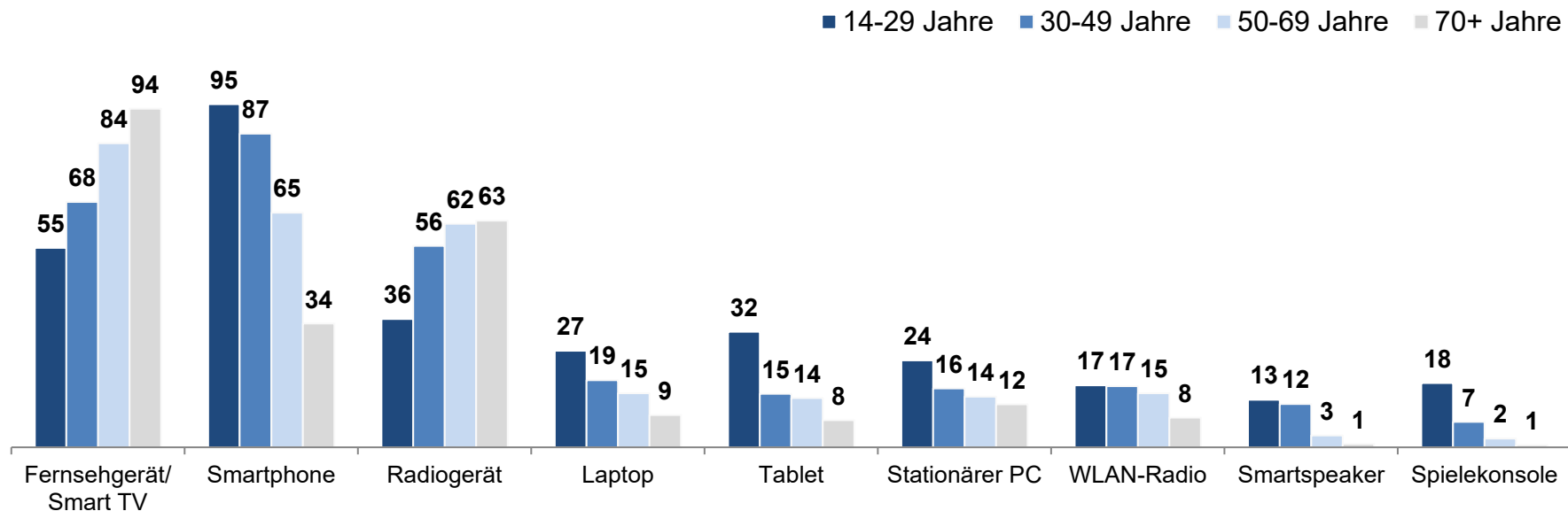
Zentrale Kennwerte 2025 im Überblick  
und in der Entwicklung der letzten Jahre



MEDIENSTUDIE  
2025

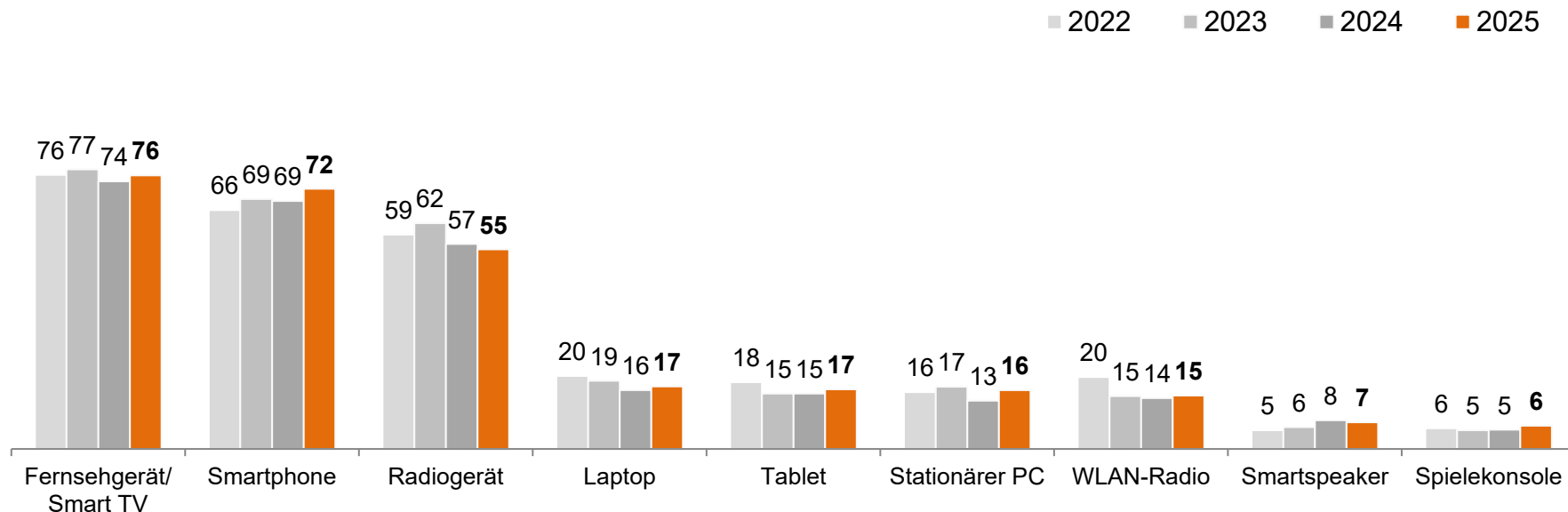
# Tagesreichweite für TV- und Radiogeräte bei 14- bis 29-Jährigen deutlich kleiner als bei Älteren – Ü 70 mit geringer Tagesreichweite für Smartphones

Geräte – Tagesreichweite (nach Alter) in Prozent | 2025



# Smartphone-Nutzung wächst weiter, Radios werden seltener genutzt als in den Vorjahren. TV-Geräte/Smart TVs insgesamt stabil.

Geräte – Tagesreichweite in Prozent | 2022 bis 2025



VIDEO

AUDIO

TEXT

INTERNET

# 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](http://ard-zdf-medienstudie.de) veröffentlicht. Hier können Daten auch selbst analysiert werden.



FORSCHUNG  
KOMMISSION