

VERBRAUCHERBEFRAGUNG 2023

# *Bericht*

---

Nutzung von Online-  
Kommunikationsdiensten  
in Deutschland

*Kurzfassung*



Bundesnetzagentur



# **Nutzung von Online- Kommunikationsdiensten in Deutschland**

Ergebnisse der Verbraucherbefragung 2023

Kurzfassung

**Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas,  
Telekommunikation, Post und Eisenbahnen**

Referat 121 – Digitalisierung und Vernetzung, Internetplattformen

Tulpenfeld 4

53113 Bonn

Tel.: +49 228 14-0

E-Mail: [121-Postfach@bnetza.de](mailto:121-Postfach@bnetza.de)

# 1. Hintergrund

Online-Kommunikationsdienste haben den Telekommunikationssektor in den vergangenen Jahren stark verändert. Messenger-, Internet- und Videotelefoniedienste sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Infolge der Pandemie haben zuletzt auch Videokonferenzdienste umfassend an Bedeutung gewonnen. Insgesamt hat der Bedeutungszuwachs von Online-Kommunikationsdiensten das Kommunikationsverhalten der Verbraucher nachhaltig verändert, sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich. Daneben resultieren aus ihrer Verbreitung auch Auswirkungen auf die regulierten Telekommunikationsmärkte, beispielsweise hinsichtlich der Nachfrage nach klassischen Kommunikationsdiensten.

Vor diesem Hintergrund ist aus Sicht der Bundesnetzagentur die Erfassung umfassender Daten zur Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland von hoher Bedeutung, um Entwicklungen und Veränderungen in allen Telekommunikationsmärkten einordnen und bewerten zu können. Verbraucherbefragungen können diesbezüglich wertvolle Erkenntnisse liefern und damit einen bedeutenden Beitrag für die Wahrnehmung regulatorischer Aufgaben leisten, etwa in den Bereichen Marktbeobachtung, öffentliche Sicherheit und Verbraucherschutz.

Dementsprechend hat die Bundesnetzagentur Anfang des Jahres 2023 eine umfassende, repräsentative Befragung zum Nutzungsverhalten und zur Nutzungsintensität in Bezug auf Online-Kommunikationsdienste in Deutschland durchgeführt. Die Befragung ist die Fortsetzung entsprechender Erhebungen der Jahre 2019<sup>1</sup> / 2021<sup>2</sup> und erfolgte in Zusammenarbeit mit der INFO GmbH Markt- und Meinungsforschung (Berlin). Die praktische Befragung der Verbraucher erfolgte im Mixed-Mode-Design, d. h. einem Mischansatz aus telefonischer und online-basierter Befragung, und richtete sich an die Wohnbevölkerung in Deutschland ab 16 Jahren. Insgesamt haben 2.200 Personen an der Verbraucherbefragung deutschlandweit teilgenommen (Feldzeit: Januar 2023).

Im Fokus standen Aspekte, wie die Verbreitung der Dienste, die Häufigkeit und Art ihrer Nutzung, die verwendeten Funktionen und Endgeräte sowie die Gründe für die Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten. Dabei wurde auch die berufliche Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten einbezogen. Zudem erfolgte eine nähere Betrachtung hinsichtlich der Nutzungsintensität über alle elektronischen Kommunikationsdienste.

# 2. Kernergebnisse

## Verbreitung von Online-Kommunikationsdiensten weiterhin ansteigend

- In Deutschland nutzen rund 90 % (2021: 88 %) der Wohnbevölkerung ab 16 Jahren regelmäßig Online-Kommunikationsdienste (mindestens einmal monatlich), hauptsächlich über Smartphones. Damit hat sich die grundsätzliche Inanspruchnahme dieser Dienste auf einem vergleichbaren Niveau wie die Nutzung von klassischen Telekommunikationsdiensten etabliert.

---

<sup>1</sup> Vgl. Bundesnetzagentur (2020), Nutzung von OTT-Kommunikationsdiensten in Deutschland – Bericht 2020.

<sup>2</sup> Vgl. Bundesnetzagentur (2022): Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland – Ergebnisse der Verbraucherbefragung 2021.

- Am beliebtesten sind Online-Kommunikationsdienste weiterhin in jüngeren Altersgruppen. So liegt der Nutzungsanteil in der Gruppe der 16- bis 44-Jährigen bei mindestens 96 % und erreicht damit nahezu eine Vollabdeckung. Altersspezifische Unterschiede hinsichtlich der Verbreitung bestehen weiterhin. Diese werden aber zunehmend geringer. Beispielsweise ist der Nutzungsanteil bei den 65- bis 74-Jährigen seit dem Jahr 2019 von 69 % auf 86 % angestiegen.

### **Meta-Dienste mit herausragender Marktstellung**

- Die Dienste des Konzerns *Meta Platforms Inc.* besitzen weiterhin eine herausragende Marktstellung in Deutschland, auch wenn ihre Nutzung seit 2019 teilweise schwächer ausfällt.
- Die fünf beliebtesten Online-Kommunikationsdienste in Deutschland erreichen folgende Nutzungsanteile: 92 % *WhatsApp* (2021: 93 %), 36 % *Facebook Messenger* (2021: 39 %), 27 % *Instagram Direct Messages* (2021: 25 %), 20 % *Microsoft Teams* (2021: 14 %) und 19 % *Zoom* (2021: 18 %).
- Insgesamt geben 75 % (2021: 78 %) aller Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten *WhatsApp* als ihren „Hauptdienst“ an.
- Netzwerkeffekte sind weiterhin der wesentliche Grund für die Auswahl des Hauptdienstes. 91 % (2021: 93 %) nennen als Begründung für die Wahl ihres hauptsächlich genutzten Dienstes, dass sie über diesen einen Großteil ihrer Kommunikationspartner erreichen können.

### **Wettbewerbsumfeld ist vielfältig**

- In Deutschland werden zahlreiche Online-Kommunikationsdienste genutzt, die relevante Nutzungsanteile verzeichnen können. Dabei erreichen insgesamt zwölf Dienste Nutzungsanteile von jeweils über 10 % (*Mehrfachnennungen möglich*).
- Im Vergleich zur Erhebung des Jahres 2021 haben verschiedene Konkurrenzdienste des *Meta* Konzerns weitere Nutzungsanteile hinzugewinnen können. Bedeutende Zuwächse konnten dabei vor allem Dienste von *Microsoft*, *Google* und *Apple* erzielen: *Microsoft Teams* (+ 6 Prozentpunkte), *Google Meet* (+ 5 Prozentpunkte), (*Google*) *Messages* (+ 4 Prozentpunkte), (*Apple*) *FaceTime* (+ 4 Prozentpunkte).
- Die steigende Nachfrage nach Online-Kommunikationsdiensten im Zuge der COVID-19-Pandemie, insbesondere im Bereich Videotelefonie, hat zu einer scheinbar dauerhaften Veränderung des Nachfrageverhaltens geführt. Videokonferenzdienste, wie *Microsoft Teams*, *Zoom* oder *Skype* konnten ihre Nutzungsanteile im Bereich von jeweils ca. 20 % verstetigen.

### **Mehr als drei Viertel der Nutzer verwenden parallel mehrere Dienste**

- Mehr als drei Viertel der Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten (77 %) verwenden mindestens zwei verschiedenen Dienste parallel und betreiben damit sogenanntes Multihoming. Dies entspricht einem weiteren Zuwachs von 4 Prozentpunkten im Vergleich zur Erhebung des Jahres 2021. Mehr als ein Drittel aller Nutzer (36 %) verwendet sogar vier oder mehr Dienste parallel.
- Im Durchschnitt werden 3,2 Online-Kommunikationsdienste pro Nutzer verwendet (2021: 3,1 Dienste).
- Die Nutzungsschwelle für Multihoming ist normalerweise gering, insbesondere da die Diensteanbieter häufig kein klassisches monetäres Entgelt von ihren Nutzern verlangen, sondern auf andere Formen der Finanzierung zurückgreifen. Zudem unterscheiden sich die Dienste teilweise in ihren spezifischen Eigenschaften, wodurch die Anreize für eine parallele Dienstenutzung zusätzlich steigen.

### Überwiegende Mehrheit versendet täglich Text- oder Sprachnachrichten

- Grundsätzlich versenden 92 % (2021: 95 %) der Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten Text- und Bildnachrichten; 80 % (2021: 84 %) hiervon auf täglicher Basis.
- 66 % (2019: 67 %) der Nutzer versenden Sprachnachrichten; davon 47 % (2021: 49 %) täglich.
- 58 % der Nutzer verwenden die Videotelefoniefunktion (2021: 54 %); 56 % verwenden die Internettelefoniefunktion (2021: 54 %). Die Nutzung dieser beiden Funktionen erfolgt weiterhin überwiegend auf wöchentlicher oder monatlicher Basis.
- Die Nutzer von Videotelefonie geben an, dass sie hierfür vorrangig den Dienst *WhatsApp* (58 %) nutzen. Mit deutlichem Abstand werden die Videokonferenzdienste *Microsoft Teams* (11 %) und (*Apple*) *FaceTime* (8 %) hauptsächlich für diesen Zweck verwendet.

### Online-Kommunikationsdienste auch aus Unternehmenssicht von hoher Bedeutung

- Die nachfolgenden Erkenntnisse resultieren aus einer repräsentativen Unternehmensbefragung, die im Auftrag der Bundesnetzagentur im Zeitraum 2022/2023 durchgeführt wurde.<sup>3</sup>
- Insgesamt zeigt sich, dass 78 % der befragten Unternehmen ihren Mitarbeitern die Verwendung bestimmter Online-Kommunikationsdienste empfehlen bzw. diese zur Verfügung stellen. Die Verwendung von Online-Kommunikationsdiensten nimmt dabei grundsätzlich mit der Größe der Unternehmen (gemessen an der Mitarbeiterzahl) sukzessive zu. Folgende Dienste sind bei den Unternehmen am weitesten verbreitet: *Microsoft Teams* (70 %), *WhatsApp* (62 %), und *Zoom* (49 %).
- 70 % der Unternehmen nutzen Online-Kommunikationsdienste für den Austausch innerhalb des Unternehmens (u. a. Besprechungen und Terminabsprachen), 66 % für die Kommunikation mit externen Gesprächspartnern und 64 % für die Kommunikation mit Kunden.
- Ausschlaggebend für die Verwendung von Online-Kommunikationsdiensten ist vor allem die Erreichbarkeit von Geschäftspartnern und Kunden. 87 % der Unternehmen können Geschäftspartner und Kunden auf diesem Weg besser bzw. schneller erreichen. Daneben ist der erweiterte Funktionsumfang im Vergleich zu klassischen Möglichkeiten der Kommunikation für 73 % der Unternehmen von hoher Bedeutung.

### Nutzung von E-Mail-Diensten weiterhin stark verbreitet

- In Deutschland nutzen 88 % (2021: 89 %) der Bevölkerung ab 16 Jahren regelmäßig E-Mail-Dienste (mindestens einmal monatlich).
- E-Mail-Dienste finden grundsätzlich in allen Altersgruppen eine hohe Akzeptanz. Bei den 16- bis 54-Jährigen erreichen die Nutzungsanteile durchgehend 90 % und mehr. In der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter liegt ihr Anteil bei 78 %. Die Anzahl der Nichtnutzer ist damit auch in älteren Nutzergruppen vergleichsweise gering.
- Folgende E-Mail-Dienste werden von den Nutzern in Deutschland verwendet: 38 % *Gmail* (2021: 36 %), 24 % *Web.de* (2021: 24 %), 23 % *GMX* (2021: 24 %), 13 % *T-Online* (2021: 13 %) und 10 % *Outlook.com* (2021: 9 %).

---

<sup>3</sup> Vgl. Bundesnetzagentur (2023): Digitalisierung und ökologische Nachhaltigkeit in Unternehmen (einschl. Feld- und Methodenbericht). Die Bundesnetzagentur hat im Zeitraum 2022/23 eine repräsentative Befragung von 1.014 Unternehmen aus zehn Wirtschaftszweigen in Deutschland durchgeführt, u. a. zur beruflichen Nutzung von Online Kommunikationsdiensten.

### E-Mails, Messaging und Mobilfunktelefonie im Alltag bevorzugt genutzt

- Der Gesamtvergleich in Bezug auf die Nutzung von klassischen Telekommunikationsdiensten sowie von E-Mail-Diensten und Online-Kommunikationsdiensten zeigt, dass im Alltag der Nutzer vor allem E-Mails und Messaging (über Online-Kommunikationsdienste) die textbasierte Kommunikation prägen. Im Bereich der sprachbasierten Kommunikation wird die klassische Mobilfunktelefonie am häufigsten genutzt.
- Online-Kommunikationsdienste sind im Bereich der textbasierten Kommunikation besonders beliebt. 69 % aller Befragten versenden oder empfangen täglich E-Mails, 59 % Text-, Bild- und Sprachnachrichten über Messengerdienste.
- Im Bereich der sprachbasierten Kommunikation wird die klassische Telefonie im Alltag häufiger verwendet als die Internettelefonie über Online-Kommunikationsdienste. 52 % aller Befragten telefonieren täglich über ihren Mobilfunkanschluss, 35 % über ihren Festnetzanschluss. Online-Kommunikationsdienste (Internet- und Videotelefonie) werden von 25 % der Befragten hierzu auf täglicher Basis genutzt.
- Nur 18 % aller befragten Mobilfunk-Nutzer können sich vorstellen, zukünftig auf die Nutzung dieser Kommunikationsform zu verzichten.

## 3. Fazit

Die Ergebnisse zeigen, dass in Deutschland bereits 90 % der Bevölkerung (> 16 Jahre) Online-Kommunikationsdienste nutzen. Damit haben diese Dienste eine vergleichbare Verbreitung wie klassische Telekommunikationsdienste und E-Mail-Dienste. Die Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten ist insbesondere unter jüngeren Nutzern stark verbreitet und damit auch eine Frage des Alters. Die Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt allerdings, dass ihre Nutzung auch bei Älteren immer beliebter wird.

Hinsichtlich ihrer Verbreitung dominieren weiterhin die Dienste des *Meta*-Konzerns. Vor allem *WhatsApp* erreicht nach wie vor die bei weitem größte Abdeckung aller Dienste und ist auch mit Abstand der am häufigsten genutzte Dienst. Daneben existiert allerdings eine vielfältige Landschaft weiterer Dienste mit unterschiedlichen funktionalen Schwerpunkten, die ebenfalls eine relevante Nutzermasse erreichen. In den letzten Jahren konnten sich insbesondere Videokonferenzdienste bei den Nutzern dauerhaft etablieren. Auch im beruflichen Kontext nimmt die Bedeutung von Online-Kommunikationsdiensten weiter zu, die zu verschiedenen Zwecken eingesetzt werden, sowohl in der unternehmensinternen Kommunikation als auch in der Kommunikation mit Geschäftspartnern und Kunden.

Seit dem Jahr 2021 sind sogenannte nummernunabhängige interpersonelle Telekommunikationsdienste in Teile der Regulierung auf Basis des TKG einbezogen, insbesondere in den Bereichen Marktbeobachtung, öffentliche Sicherheit und Verbraucherschutz. Damit einher geht beispielsweise auch eine Auskunftspflicht gegenüber der Bundesnetzagentur in Bezug auf bestimmte Nutzungsdaten für Zwecke der Marktbeobachtung.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Anfang des Jahres 2023 hat die Bundesnetzagentur erstmalig ein verpflichtendes Auskunftersuchen an die Anbieter von NI-ICS mit der größten Marktrelevanz in Deutschland gerichtet. Vgl. hierzu *Bundesnetzagentur* (2023): Jahresbericht Telekommunikation, S. 27ff.



# Impressum

## **Herausgeber**

Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen  
Tulpenfeld 4  
53113 Bonn

## **Bezugsquelle | Ansprechpartner**

Bundesnetzagentur  
Referat 121 – Digitalisierung und Vernetzung, Internetplattformen  
Tulpenfeld 4  
53113 Bonn  
121-Postfach@bnetza.de  
www.bundesnetzagentur.de  
Tel. +49 228 14-0

## **Stand**

November 2023

## **Druck**

Bundesnetzagentur




## **Text**

Referat 121





**[www.bundesnetzagentur.de](http://www.bundesnetzagentur.de)**

-  [x.com/BNetzA](https://x.com/BNetzA)
-  [social.bund.de/@bnetza](https://social.bund.de/@bnetza)
-  [youtube.com/BNetzA](https://youtube.com/BNetzA)