

# ARD/ZDF-MEDIENSTUDIE 2026: DER EINFLUSS VON BILDUNG AUF DIE MEDIENNUTZUNG

Aktuelle Ergebnisse der repräsentativen Studie

Von Claudia Hess\*

## Kurz und knapp

- Auf Basis der ARD/ZDF-Medienstudie wurden Mediennutzungstrends auf Besonderheiten in Bezug auf formale Bildung überprüft.
- Beim Fernsehen geht die lineare Nutzung bei den formal niedrigen und mittleren Bildungskategorien stärker zurück, beim Radio eher bei Personen mit formal niedrigerer Bildung.
- Diese nutzen auch Soziale Medien täglich etwas länger als Personen mit höherem Bildungsabschluss und sind im Publikum von TikTok überdurchschnittlich vertreten.
- Bei der Podcastnutzung hat neben dem Alter auch die formale Bildung einen starken Einfluss: Je jünger und je höher gebildet, umso mehr Personen hören regelmäßig Podcasts.
- KI-Anwendungen werden aktuell stärker von Personen mit formal höherer Bildung genutzt. Alle Bildungsgruppen haben im Laufe des vergangenen Jahres bei der Nutzung von KI aber deutlich zugelegt, vor allem die mittlere Bildungsgruppe.

## ARD/ZDF-Medienstudie betrachtet den Einfluss der Kategorie „Bildung“ auf die Mediennutzung

Bei der Betrachtung von Veränderungen in der Mediennutzung ist in der Regel das Alter die Variable mit der größten Erklärungskraft für Veränderungen. Der Fokus der Detailbetrachtung der Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie<sup>1</sup> liegt daher hauptsächlich auf den Unterschieden zwischen älteren und jüngeren Nutzenden der verschiedenen Medien.

Im vorliegenden Beitrag soll nun der Blickwinkel auf die Ergebnisse in eine Richtung erweitert werden, die bisher eher wenig Aufmerksamkeit erhalten hat: Die Kategorie „Bildung“ löst bei Medienforschenden oft spontane Thesen aus, von denen einige in der nachfolgenden Betrachtung überprüft werden sollen. Außerdem sollen einige der allgemeinen Mediennutzungstrends der letzten Jahre auf Besonderheiten in Bezug auf formale Bildung überprüft werden.

Hierbei wird gleichzeitig die Kategorie „Alter“ berücksichtigt. Die Verteilung von Bildungsabschlüssen in der Gesamtbevölkerung gestaltet sich, wie in der nachfolgenden Abbildung 1 sichtbar, in verschiedenen Alterskohorten in Deutschland ungleich.

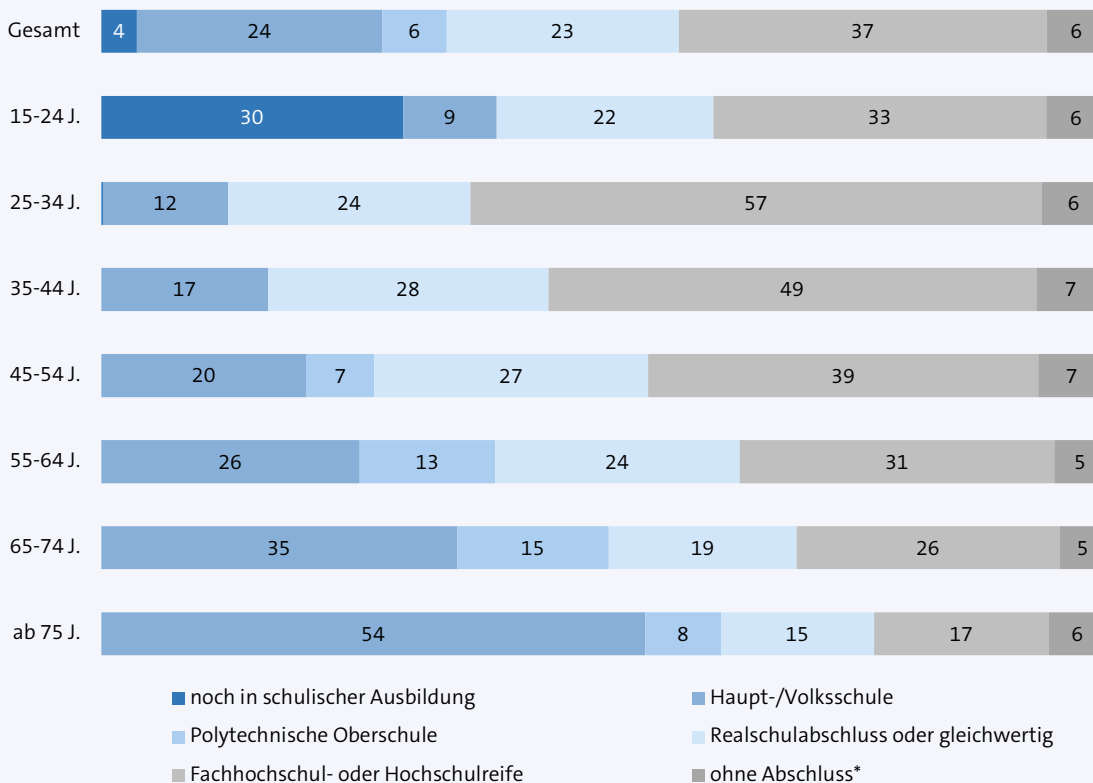
## Bildungskategorien in der ARD/ZDF-Medienstudie

Im Jahr 2024 hatten bei den Personen zwischen 25 und 34 Jahren 57 Prozent die Schule mit dem Abitur oder Fachabitur abgeschlossen, 12 Prozent fielen in die Kategorie Haupt- oder Volksschulabschluss. Mit zunehmendem Alter nimmt die formale Schulbildung in den jeweiligen Alterskohorten ab. Bei den Personen über 75 Jahren ist das Verhältnis so gut wie gedreht: 17 Prozent haben das Abitur oder Fachabitur und 54 Prozent weisen einen Haupt- oder Volksschulabschluss nach. Die Gründe für diese ungleiche Verteilung sind vielfältig, zum Beispiel war es Kindern lange Zeit aus wirtschaftlichen und sozialen Gründen nicht möglich, eine höhere Schule zu besuchen. Auch die Bildungschancen von

<sup>1</sup> Alle Beiträge zur ARD/ZDF-Medienstudie 2026 können unter <https://www.media-perspektiven.de/studien/ard/zdf-medienstudie> abgerufen werden.

**Abbildung 1**  
**Verteilung der Bevölkerung in Deutschland nach Altersgruppen und höchstem Schulabschluss im Jahr 2024**

Personen ab 15 Jahren, in %



\* einschließlich Personen mit Abschluss nach höchstens sieben Jahren Schulbesuch.

Basis: eigene Berechnungen auf Basis von: Statistisches Bundesamt (Destatis), Mikrozensus, Tabelle 197269 „Bevölkerung nach Alter und höchstem allgemeinen Schulabschluss“

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis)

Mädchen und Frauen lagen lange weit hinter denen von Jungen und Männern zurück.

Bei der Betrachtung des Mediennutzungsverhaltens ist es daher wichtig, Bildungskategorien nicht nur auf Gesamtebene auszuwerten, sondern in den meisten Fällen auch eine Differenzierung nach Altersgruppen vorzunehmen.

Im Fragebogen der ARD/ZDF-Medienstudie wird formale Bildung (mit Ausnahme von Schülerinnen und Schülern) in folgenden Kategorien abgefragt:

- Kein Abschluss (1)
- Volks-/Hauptschule ohne abgeschlossene Lehre (2)
- Volks-/Hauptschule mit abgeschlossener Lehre (3)
- Weiterführende Schule ohne Abitur (4)
- Abitur /Fachhochschulreife (5)
- Fach- /Hochschulstudium (6)
- anderer Schulabschluss (7)

**Verdichtung auf die drei  
Haupt-Bildungskate-  
gorien niedrige, mittlere  
und höhere formale  
Bildung**

Diese Zusammenfassung von schulischer und akademischer Bildung in einer Fragestellung ist aus forschungsökonomischen Gründen absichtlich gewählt. In der vorliegenden Auswertung der ARD/ZDF-Medienstudie 2026 werden die Kategorien weiter verdichtet, um sich nicht in kleinen Subgruppen mit geringerer Fallzahl zu bewegen. Nachfolgend werden daher folgende Kategorien verwendet:

- Niedrige formale Bildung: Kein Abschluss, Volks-/Hauptschule (Codes 1, 2, 3 im Fragebogen)
- Mittlere formale Bildung: Weiterführende Schule, (Fach-)Abitur (Codes 4, 5 im Fragebogen)
- Höhere formale Bildung: Hochschulabschluss (Code 6 im Fragebogen)

Der nachfolgende Ergebnisbericht ist nach den fünf zu überprüfenden Thesen und Mediennutzungstrends strukturiert und bietet dadurch einen breiten Überblick über die Themenvielfalt der ARD/ZDF-Medienstudie.

## **1. These: Lineare Mediennutzung geht unabhängig von Bildung zurück**

**Lineare Fernseh-  
nutzung nimmt  
mit steigendem  
Bildungsgrad ab**

Zunächst sollen die beiden wichtigsten Entwicklungen der letzten Jahre in der Mediennutzung vor dem Hintergrund der Variable „Bildung“ betrachtet werden: Der Rückgang der linearen Nutzung von Bewegtbild sowie von Radio. Hier zunächst ein Blick auf die aktuellen Zahlen der regelmäßigen (mindestens wöchentlichen) Nutzung für 2026 (vgl. Abbildung 2): Bei der Nutzung des laufenden Fernsehprogramms sind die Werte der formal niedrigen Bildungsgruppe leicht über dem Durchschnitt. Dies ist sicherlich auf den hohen Anteil der älteren Altersgruppen in dieser Subgruppe zurückzuführen. Mit steigendem formalem Bildungsgrad nimmt die lineare Fernsehnutzung leicht ab.

**Radionutzung der  
formal niedrigsten  
Bildungsgruppe leicht  
unterdurchschnittlich**

Beim linearen Radio zeigt sich ein leicht anderes Bild: Hier zeigt die formal niedrigste Bildungsgruppe eine leicht unterdurchschnittliche mindestens wöchentliche Nutzung, während die formal mittlere und höhere Bildungsgruppe mit knapp 79 Prozent bzw. über 80 Prozent über dem Durchschnitt liegen.

**Stagnierender  
Rückgang der linearen  
TV- und Radionutzung  
bei formal  
höher Gebildeten**

Wenn man sich den Zeitverlauf über die letzten vier Jahre anschaut, stellt man fest, dass diese Verhältnismäßigkeiten, die für das Jahr 2026 zu beobachten sind, sich über die letzten Jahre stabil verhalten haben. Der Rückgang der Nutzung des linearen Fernsehens, der sich auf Gesamtebene in diesem Jahr im Vergleich zu den beiden Vorjahren wieder deutlich zeigt, ist in der formal niedrigen und mittleren Bildungsgruppe gut zu erkennen. Bei den formal höher Gebildeten scheint der Trend zu stagnieren.

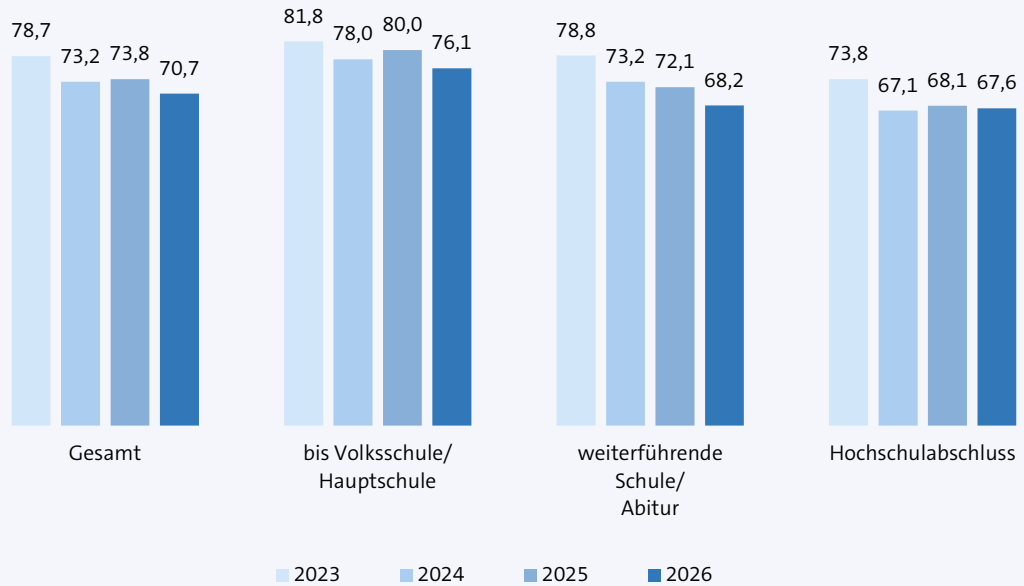
Beim linearen Radio hat sich der Rückgang in der mindestens wöchentlichen Nutzung in den letzten drei Jahren etwas abgebremst. Auch in der formal mittleren und höheren Bildungsgruppe stagniert der Rückgang, während er bei der formal niedrigeren Bildungsgruppe etwas deutlicher zu erkennen ist (– 4 %-P. gegenüber 2024).

## **2. These: Formal niedrig gebildete Menschen nutzen stärker Soziale Medien**

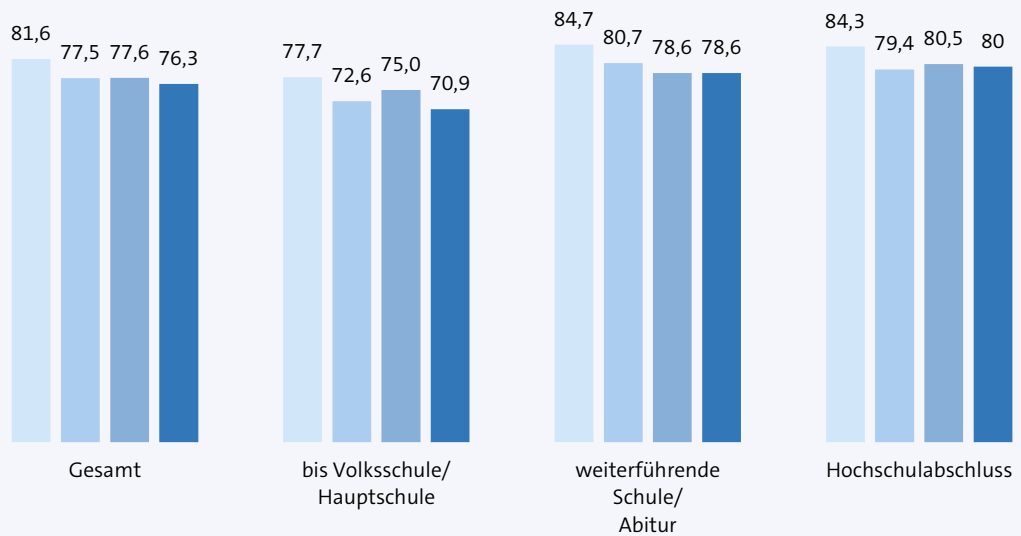
Die nächste These, die hier überprüft werden soll, beschäftigt sich mit Unterschieden in der formalen Bildung bei der Nutzung von Sozialen Medien. In

Abbildung 2  
**Lineare TV- und Radionutzung nach Bildungsgruppen 2023 bis 2026**  
mindestens einmal pro Woche, in %

laufendes Fernsehprogramm



Radio hören



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

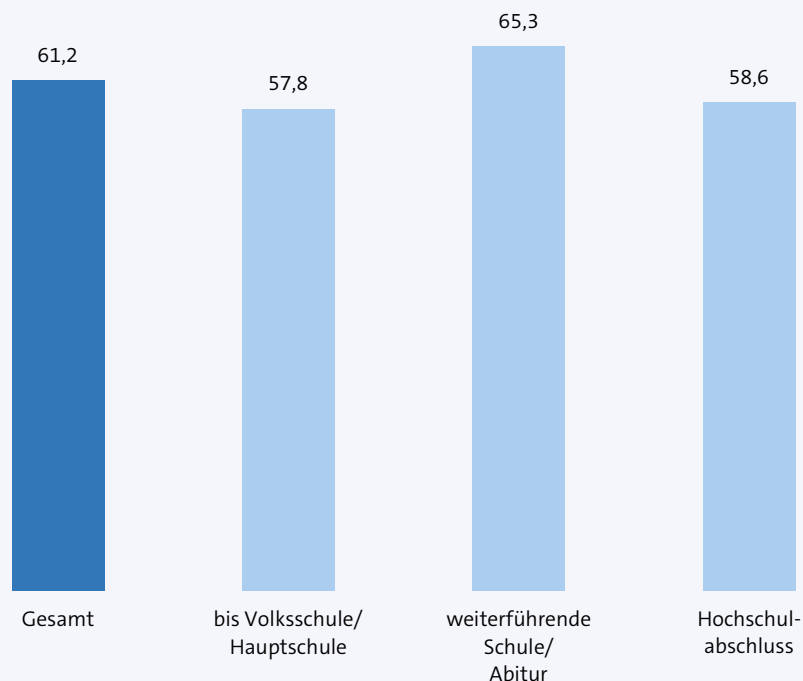
Quellen: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2023, ARD/ZDF-Medienstudien 2024 bis 2026

Abbildung 3 sind die regelmäßigen Nutzerinnen und Nutzer (also mindestens wöchentliche Nutzung) von Sozialen Medien allgemein dargestellt. Hier sind keine deutlichen Abweichungen vom Mittelwert für die Gesamtbevölkerung

Abbildung 3

**Social-Media-Nutzung nach Bildungsgruppen 2026**

mindestens einmal pro Woche, in %



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

(61 %) zu erkennen. Die Gruppe der Personen in der formal mittleren Bildungskategorie ist mit 65 Prozent etwas größer als die in der formal niedrigeren (58 %) oder höheren Bildungskategorie (59 %). Um die Betrachtung der Nutzenden etwas enger zu ziehen, zeigt Abbildung 4 die Tagesreichweite, also die Personen, die täglich Soziale Medien nutzen. Hieraus geht hervor, dass es kaum Unterschiede in den verschiedenen Bildungskategorien gibt. Quer durch die Bildungsgruppen sind circa ein Drittel der Menschen täglich in Sozialen Medien unterwegs.

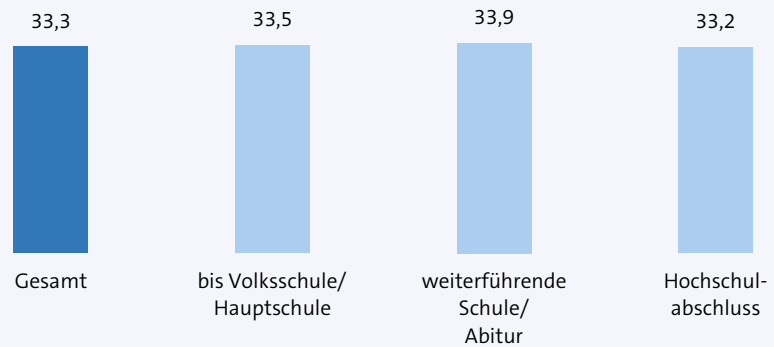
**Soziale Medien:  
Tägliche Nutzungsdauer in der Gruppe  
mit formal niedrigster  
Bildung am höchsten**

Nun bleibt noch ein Merkmal übrig, nach dem man in der ARD/ZDF-Medienstudie differenzieren kann, und das ist die (tägliche) Nutzungsdauer. Diese wird in der Studie im Rahmen einer Tagesablaufsbefragung erhoben. Wie in Abbildung 5 zu erkennen ist, machen sich hier nun tatsächlich Unterschiede nach formaler Bildung bemerkbar: Während die Personen in der formal niedrigsten Bildungskategorie durchschnittlich 37 Minuten am Tag Soziale Medien nutzen, sind es in der formal mittleren Bildungskategorie 31 Minuten und in der höchsten Kategorie nur 27 Minuten. Da wir aus Abbildung 1 wissen, dass sich die Bildungsabschlüsse in der Bevölkerungsstruktur ungleich verteilen, soll ein Blick in die Nutzungsdauern der Altersgruppen (siehe Abbildung 6) zusätzlich Aufschluss bieten. Tatsächlich wird gut sichtbar, dass in allen Altersgruppen (außer in der über 70-Jährigen, die noch keine relevante Nutzung zu verzeichnen

Abbildung 4

**Social-Media-Tagesreichweite nach Bildungsgruppen 2026**

Nutzung gestern, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in %



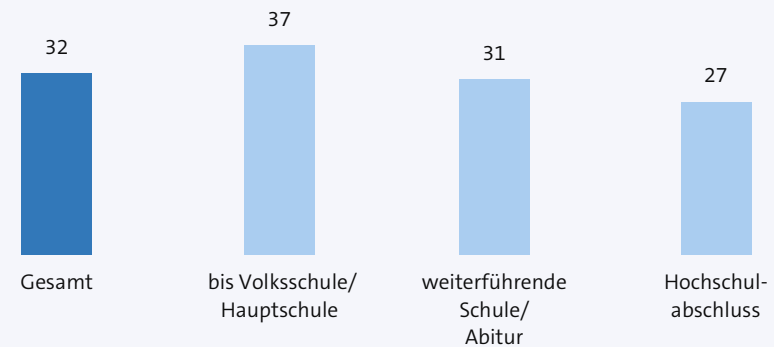
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

Abbildung 5

**Social-Media-Nutzungsdauer nach Bildungsgruppen 2026**

Nutzung gestern, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in %



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

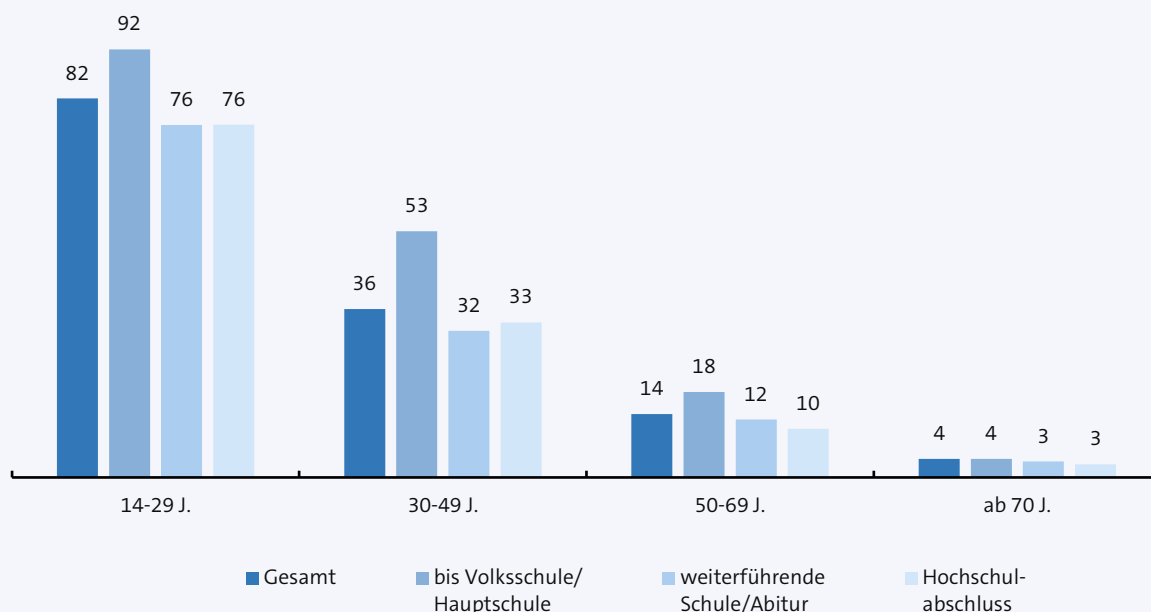
Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

haben) die Personen in der formal niedrigsten Bildungskategorie die längste Nutzung am Tag verbuchen. Insbesondere die Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen, die einen verhältnismäßig großen Anteil an der Stichprobe hat, ist zwar durchschnittlich mit 36 Minuten eher auf der Ebene des bundesdeutschen Mittelwerts. Die 30- bis 49-Jährigen mit formal niedriger Bildung verbringen allerdings bereits 53 Minuten am Tag in Sozialen Netzwerken. Auch die 14- bis

Abbildung 6

**Social Media: Nutzungsdauer nach Alters- und Bildungsgruppen 2026**

Nutzung gestern, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in %



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), 14-29 J. (n=484), 30-49 J. (n=722), 50-69 J. (n=813), ab 70 J. (n=443)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

29-Jährigen mit formal niedriger Bildung nutzen Soziale Netzwerke mit 92 Minuten durchschnittlich zehn Minuten länger als der Durchschnitt in dieser Altersgruppe.

**TikTok weist höhere Nutzung durch formal niedrig Gebildete auf**

Zuletzt soll ein Blick darauf geworfen werden, auf welchen Plattformen diese überdurchschnittliche Nutzung bei der Gruppe mit formal niedriger Bildung tendenziell entsteht.<sup>2</sup> Hierfür ist in Abbildung 7 die mindestens wöchentliche Nutzung auf den drei Plattformen mit der größten Reichweite, Instagram, Facebook und TikTok, pro formaler Bildungskategorie erfasst. Bei Instagram und Facebook lassen sich keine wesentlichen Unterschiede nach formalem Bildungsgrad erkennen. Bei Instagram ist die Gruppe mit formal niedriger Bildung eher unterdurchschnittlich vertreten. Ein deutlicher Vorsprung in der Nutzung zeigt sich jedoch bei TikTok. Hier ist die Gruppe mit formal niedriger Bildung mit 23 Prozent den anderen Bildungsgruppen deutlich voraus und umfasst anteilig fast doppelt so viele Personen wie die der Gruppe mit formal hoher Bildung (12 %). In den Altersgruppen derjenigen, die TikTok mindestens wöchentlich nutzen, findet man ebenfalls Unterschiede (vgl. Tabelle 1): In allen Altersgruppen unter 70 Jahren sind die Personen mit formal niedriger Bildung am stärksten vertre-

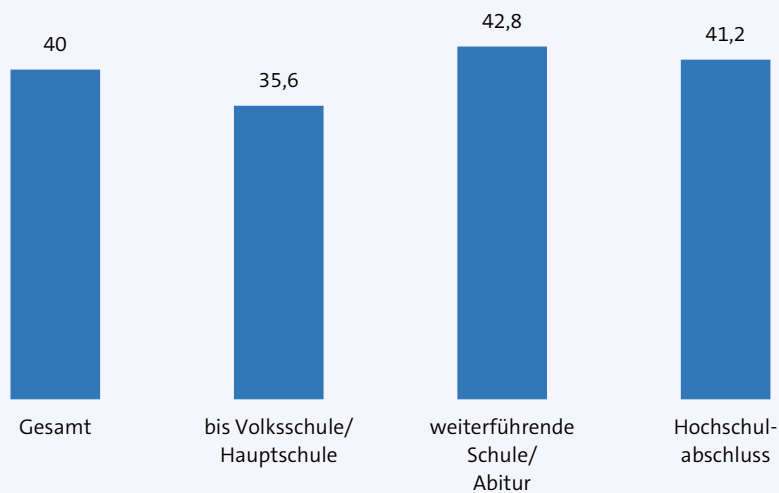
<sup>2</sup> Vgl. Rhody, André: ARD/ZDF-Medienstudie 2026: Video, Audio und Social Media. Status quo der Plattformnutzung. Media Perspektiven 24/2026; <https://www.media-perspektiven.de/publikationsarchiv/2026/mp-24/2026-ard/zdf-medienstudie-2026-video-audio-und-social-media-status-quo-der-plattformnutzungen> (abgerufen am 17.9.2026).

Abbildung 7

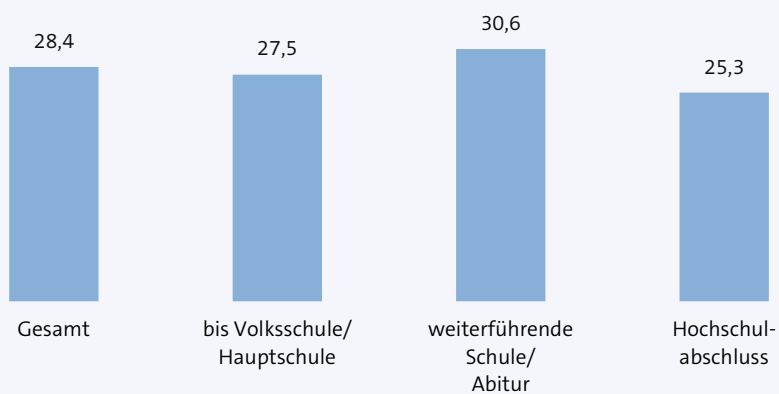
**Social-Media-Nutzung (Instagram, Facebook, TikTok) 2026**

mindestens einmal pro Woche, in %

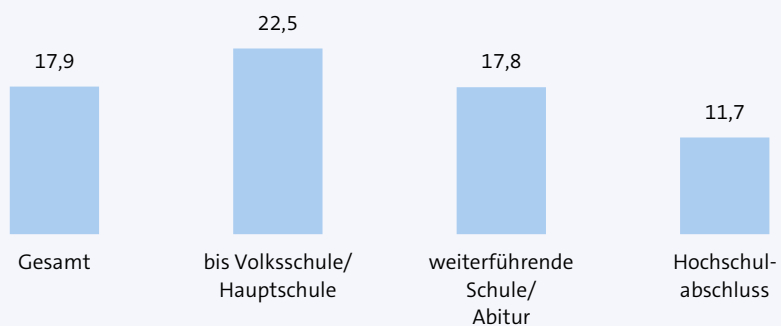
Instagram



Facebook



TikTok



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

Tabelle 1  
**TikTok-Nutzung nach Alter und Bildung**  
mind. einmal pro Woche, in %

|            | bis Volksschule/<br>Hauptschule | weiterführende<br>Schule/Abitur | Hochschul-<br>abschluss | Gesamt (Ø) |
|------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------|------------|
| 14 – 29 J. | 59                              | 51                              | 34                      | 48         |
| 30 – 49 J. | 29                              | 15                              | 15                      | 20         |
| 50 – 69 J. | 12                              | 6                               | 3                       | 7          |
| ab 70 J.   | 1                               | 1                               | 2                       | 1          |
| Gesamt (Ø) | 25                              | 18                              | 14                      | 19         |

Lesehinweis: dunklere Zellenfarbe = höhere Nutzung. Gesamtspalte zeigt Alter gesamt; Gesamtzeile zeigt Bildung gesamt.  
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

ten. Am deutlichsten fällt hier auch wieder die Gruppe der 30- bis 49-Jährigen auf, die zwar im Vergleich zur jüngsten Altersgruppe kleiner ausfällt. Dafür nutzen hier mit 29 Prozent fast doppelt so viele Personen mit formal niedriger Bildung TikTok als die in den anderen beiden Bildungskategorien (je 15 %).

Die zugrundeliegende These dieses Abschnitts, dass sich Unterschiede bei der formalen Bildung feststellen lassen, wenn es um die Nutzung von Sozialen Medien geht, kann also bestätigt werden.

### 3. These: Podcasts werden vor allem von formal höher Gebildeten und Jüngeren genutzt

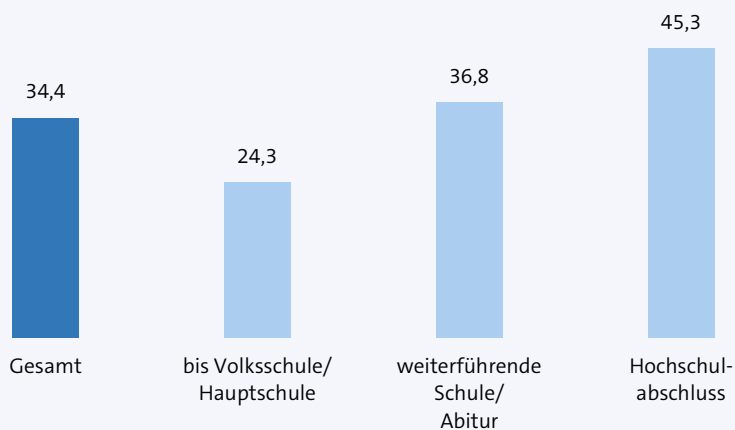
Wenn man die mindestens wöchentliche Nutzung von Podcasts auf Basis von formaler Bildung betrachtet, wird tatsächlich ein starkes Nutzungsgefälle sichtbar: Während insgesamt gut ein Drittel der Bevölkerung regelmäßig Podcasts nutzt, fällt der Anteil bei den Menschen mit formal niedriger Bildung deutlich geringer aus (24 %). Bei den Personen mit hoher formaler Bildung sind es bereits 45 Prozent, die regelmäßig Podcasts hören (vgl. Abbildung 8).

Da es sich bei Podcasts um ein relativ neues Medium handelt und es unklar ist, in welchen Teilen der Bevölkerung es schon im Alltag angekommen ist, lohnt es sich, einen Blick in die Altersgruppen, getrennt nach formaler Bildung, zu werfen (vgl. Tabelle 2).

#### Überdurchschnittliche Podcastnutzung von Menschen mit formal höherer Bildung

Alter und formale Bildung scheinen hier gleichermaßen die Nutzung zu beeinflussen. Personen mit höherer formaler Bildung hören in allen Altersgruppen deutlich regelmäßiger Podcasts. Am geringsten ist der Bildungsunterschied in der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen. Hier hören bereits 37 Prozent der formal niedrig Gebildeten Podcasts – mehr als der Durchschnitt durch die Gesamtbevölkerung. Bei den 14- bis 29-Jährigen dagegen sind diejenigen mit niedriger formaler Bildung stark abgehängt im Vergleich zu ihren Gleichaltrigen in den anderen Bildungsgruppen. Der Mittelwert in der Nutzung in der Gesamtbevölkerung wird insgesamt vor allem von den über 70-Jährigen nach unten gezogen, die quer durch alle Bildungskategorien deutlich unterdurchschnittlich Podcasts nutzen.

Abbildung 8  
**Podcastnutzung nach Bildungsgruppen 2026**  
mindestens einmal pro Woche (netto\*), in %



\* Nettowert bestehend aus „Podcasts“ und „Radiosendungen auf Abruf im Internet“  
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462),  
bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098),  
Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

Tabelle 2  
**Podcastnutzung nach Alters- und Bildungsgruppen 2026**  
mind. einmal pro Woche (netto\*), in %

|            | bis Volksschule/<br>Hauptschule | weiterführende<br>Schule/Abitur | Hochschul-<br>abschluss | Gesamt (Ø) |
|------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------|------------|
| 14 – 29 J. | 30,4                            | 50,2                            | 57,8                    | 43,4       |
| 30 – 49 J. | 36,7                            | 45,2                            | 54,1                    | 46,5       |
| 50 – 69 J. | 26,5                            | 29,8                            | 39,9                    | 30,2       |
| ab 70 J.   | 8,2                             | 13,4                            | 20,4                    | 12,3       |
| Gesamt (Ø) | 24,3                            | 36,8                            | 45,3                    | 34,4       |

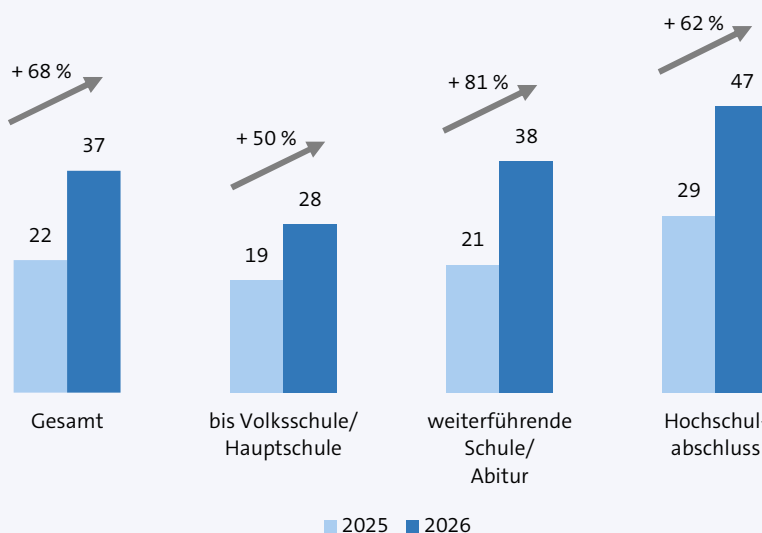
\* Nettowert bestehend aus „Podcasts“ und „Radiosendungen auf Abruf im Internet“  
Lesehinweis: dunklere Zellen = höhere Nutzung. Gesamtspalte zeigt Alter gesamt; Gesamtzeile zeigt Bildung gesamt.  
Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur  
(n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

#### 4. These: Künstliche Intelligenz wird (derzeit noch) stärker von höher Gebildeten genutzt

Die ARD/ZDF-Medienstudie erhebt seit 2025 die Nutzung von KI-Tools wie zum Beispiel ChatGPT. Die Gesamtnutzung ist im Jahr 2026 erwartungsgemäß deutlich angestiegen, von knapp 22 Prozent (2025) auf rund 37 Prozent (2026)

Abbildung 9  
Nutzung von KI-Tools wie z.B. ChatGPT nach Bildungsgruppen 2025 und 2026  
mindestens einmal pro Woche, in %



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

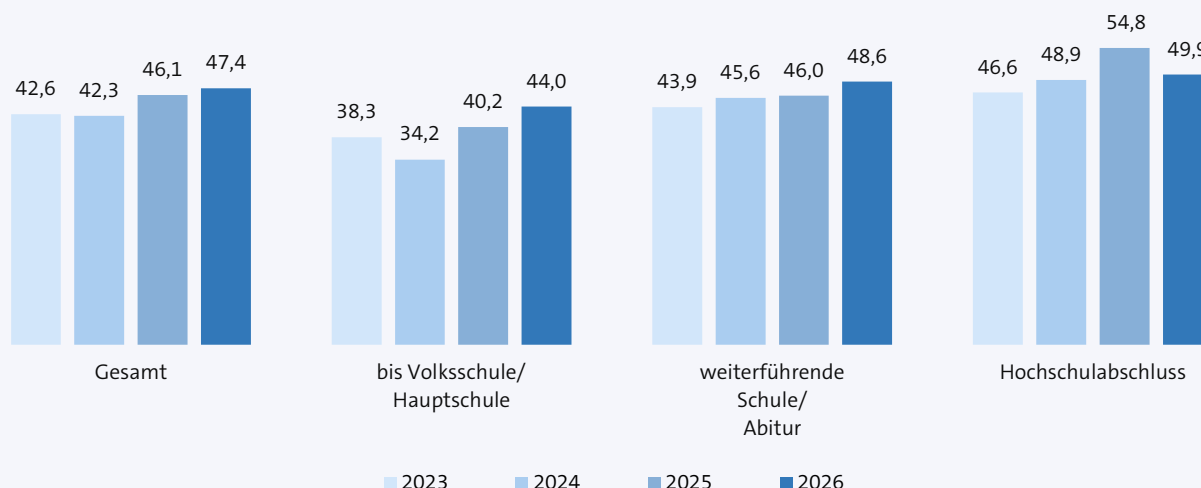
mindestens wöchentliche Nutzung (siehe Abbildung 9).<sup>3</sup> Beim Blick auf die Bildungskategorien wird ein deutliches Gefälle sichtbar, das sich 2026 nochmal verstärkt hat: Während sich die Gruppe der formal mittleren Bildungskategorie mit 38 Prozent sehr in der Nähe des gesamtdeutschen Durchschnitts (37 %) bewegt, nutzt bei den Personen mit formal höherer Bildung bereits fast die Hälfte (47 %) KI-Tools. Interessant ist hier weiterhin der Vorjahresvergleich: Bei der formal niedrigen Bildungskategorie, die vom geringsten Ausgangsniveau kam, steigerte sich die Nutzung im Vergleich zu 2025 um satte 50 Prozent auf 28 Prozent. In der höheren Bildungskategorie betrug der Anstieg im Vorjahresvergleich bereits 62 Prozent, in der mittleren Bildungskategorie sogar 81 Prozent. Es wird spannend bleiben, anhand von Steigerungsraten in den nächsten Jahren zu beurteilen, ob sich hier eine Schere zwischen den Bildungskategorien auftut.

## 5. These: Bildung beeinflusst die YouTube-Nutzung

Bei der Betrachtung der YouTube-Nutzung erkennt man im aktuellen Erhe-

<sup>3</sup> Vgl. Kupferschmitt, Thomas: Nutzung und Wahrnehmung von KI-Tools. Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2026. Media Perspektiven 25/2026; <https://www.media-perspektiven.de/publikationsarchiv/2026/mp-25/2026-ard/zdf-medienstudie-2026-nutzung-und-wahrnehmung-von-ki-tools> (aufgerufen am 17.9.2026).

Abbildung 10  
**YouTube-Nutzung nach Bildungsgruppen 2023 bis 2026**  
mindestens einmal pro Woche, in %



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quellen: ARD/ZDF-Massenkommunikation Trends 2023, ARD/ZDF-Medienstudien 2024 bis 2026

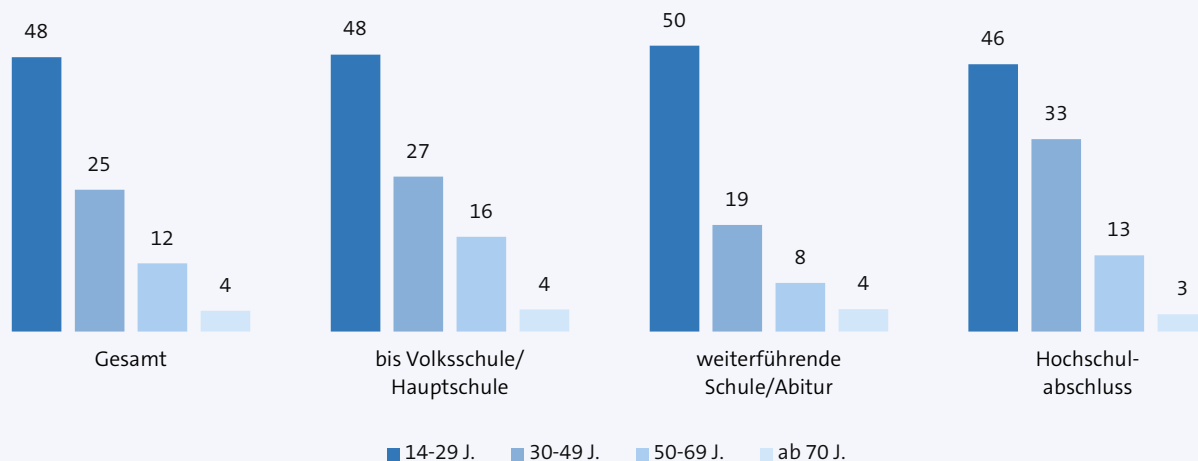
bungsjahr auf den ersten Blick keine relevanten Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen. Die Gruppe mit formal niedriger Bildung landet mit 44 Prozent leicht unter dem gesamtdeutschen Durchschnitt von 47 Prozent (vgl. Abbildung 10). Bei Personen mit formal höherer Bildung sind es 50 Prozent, die mindestens wöchentlich YouTube schauen.

Zur weiteren Differenzierung der YouTube-Nutzung soll nun das Kriterium der täglichen Nutzungsdauer betrachtet werden, und zwar für die verschiedenen Altersgruppen (vgl. Abbildung 11): In der jüngsten Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen ist erwartungsgemäß die Nutzungsdauer mit durchschnittlich 48 Minuten am Tag am höchsten und die unterschiedlichen Bildungskategorien scheinen dabei keinerlei relevanten Unterschiede zu verursachen. Auf deutlich niedrigerem Niveau fällt bei den beiden Altersgruppen 30 bis 49 Jahre und 50 bis 69 Jahre auf, dass die mittlere Bildungskategorie, im Vergleich zur höheren oder niedrigeren Gruppe, eher unterdurchschnittlich lange YouTube nutzt.

**YouTube-Nutzung  
wird insgesamt nicht  
wesentlich durch  
den Faktor Bildung  
beeinflusst**

Wenn man schließlich einen Blick auf die Entwicklung der letzten Jahre wirft, so ist zu beobachten, dass die Gruppe mit formal niedriger Bildung im Zeitverlauf einen deutlichen Anstieg zu verzeichnen hatte, während die Gruppe mit formal höherer Bildung zuletzt leicht rückläufig war. Insgesamt scheint sich die Nutzung von YouTube also nicht wesentlich durch den Faktor Bildung zu unterscheiden. Ob die Nutzung in der formal niedrigen Bildungskategorie weiter steigt und in der formal höheren Bildungskategorie ein Plateau erreicht hat, werden die Erhebungen der nächsten Jahre zeigen.

Abbildung 11  
**Tägliche Nutzungsdauer von YouTube nach Alters- und Bildungsgruppen 2026**  
Nutzung gestern, Mo-So, 5.00-24.00 Uhr, in %



Basis: Deutschspr. Bevölkerung ab 14 Jahren (n=2.462), bis Volksschule/Hauptschule (n=805), weiterführende Schule/Abitur (n=1.098), Hochschulabschluss (n=504)

Quelle: ARD/ZDF-Medienstudie 2026

## Fazit

### Betrachtung der Mediennutzung nach Bildung liefert interessante Einblicke

Die Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie 2026 auf Basis der Variable „Bildung“ zu betrachten, hat einige interessante Erkenntnisse zutage gefördert. Die Variable „Bildung“ ist in der empirischen Sozialwissenschaft als schwierig bekannt, da sowohl eine trennscharfe und gleichzeitig präzise Kategorisierung von Bildung herausfordernd ist als auch die Bildungsgruppen in der Altersstruktur Deutschlands sehr ungleich verteilt sind.

### Rückgang im Linearen spiegelt sich teilweise in Bildungsgruppen wider

Der allgemeine Rückgang der linearen Nutzung von TV und Radio spiegelt sich teilweise in den verschiedenen Bildungsgruppen wider. Beim Fernsehen geht die Nutzung bei den formal niedrigen und mittleren Bildungskategorien zurück, beim Radio nur bei der formal niedrigen Bildung.

Bei der Podcastnutzung hat die formale Bildung einen ebenso starken Einfluss wie das Alter. Je jünger und je höher gebildet, umso mehr Personen hören regelmäßig Podcasts.

### Soziale Medien: TikTok wird überdurchschnittlich von Menschen mit formal niedriger Bildung genutzt

Auch bei der Nutzung Sozialer Medien kann man einen Einfluss der Variable „formale Bildung“ beobachten: Bei der Betrachtung der regelmäßigen Nutzung sind zwar keine nennenswerten Unterschiede zu verzeichnen. Bei der Nutzungsdauer sieht man allerdings eine deutliche Mehrnutzung durch die Personen mit formal niedriger Bildung. Inhaltlich fällt auf, dass die Nutzung von TikTok überdurchschnittlich von vielen Personen mit formal niedriger Bildung stammt, insbesondere von der bevölkerungsstarken Gruppe der 30- bis 49-Jährigen.

**KI-Tools: Stärkere  
Nutzung bei Menschen  
mit formal  
höherer Bildung**

Die Nutzung von KI-Tools wird aktuell stark von Personen mit formal höherer Bildung ausgeübt. Alle Bildungsgruppen haben aber im Laufe des vergangenen Jahres bei der Nutzung deutlich zugelegt. Die mittlere Bildungsgruppe hatte den größten Zuwachs zu verzeichnen.

Bei der YouTube-Nutzung konnten kaum bildungsbedingte Unterschiede festgestellt werden. Von allen überprüften Bereichen der Mediennutzung scheint die Variable „formale Bildung“ hier den geringsten Einfluss zu haben.

Abschließend lässt sich feststellen, dass es bei verschiedenen Variablen der Mediennutzung durchaus zu Unterschieden bei den Bildungskategorien kommen kann. Eine ursächliche Begründung der Entwicklungen durch den Faktor formale Bildung kann auf Basis der Ergebnisse der ARD/ZDF-Medienstudie zwar nicht nachgewiesen werden, die Studie kann jedoch auf Zusammenhänge hinweisen, die durch diese Befragung zutage getreten sind.