



Bundesnetzagentur

# Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland

## Ergebnisse der Verbraucherbefragung 2021

Kurzfassung





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

Ergebnisse der Verbraucherbefragung 2021

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: [ott-marktbeobachtung@bnetza.de](mailto:ott-marktbeobachtung@bnetza.de)

# 1 Hintergrund

Online-Kommunikationsdienste haben den Telekommunikationssektor in den vergangenen Jahren stark verändert. Im Fokus der Betrachtung stehen insbesondere Messenger-, Internet- und Videotelefoniedienste, die im Gegensatz zu klassischen Telekommunikationsdiensten wie Telefonie oder SMS ausschließlich über das Internet, und damit „*over-the-top*“ (OTT) erbracht werden. Der zunehmende Bedeutungszuwachs von Online-Kommunikationsdiensten hat Auswirkungen auf die regulierten Telekommunikationsmärkte. Ein wichtiger Baustein für die Einordnung und Bewertung solcher Veränderungen ist aus Sicht der Bundesnetzagentur die Erfassung valider Daten zur Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland. Für diesen Zweck können Verbraucherbefragungen wertvolle Erkenntnisse liefern und damit einen bedeutenden Beitrag für die Wahrnehmung regulatorischer Aufgaben leisten, etwa in den Bereichen Marktbeobachtung und Marktanalyseverfahren, Verbraucherschutz oder Öffentliche Sicherheit.

Die Bundesnetzagentur hat Mitte des Jahres 2021 eine umfassende, repräsentative Befragung zum Nutzungsverhalten und zur Nutzungsintensität in Bezug auf Online-Kommunikationsdienste in Deutschland durchgeführt. Die Befragung ist die Fortsetzung der entsprechenden Erhebung des Jahres 2019<sup>1</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 2.141 Personen an der Verbraucherbefragung deutschlandweit teilgenommen (Feldzeit: August 2021).

Ziel war es, umfassende, empirische Informationen über die tatsächliche Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland zu gewinnen. Hierzu wurden Erkenntnisse über die Verbreitung und Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten in Deutschland erfasst, insbesondere die Häufigkeit der Nutzung, die verwendeten Funktionen und Endgeräte sowie die Gründe für die Nutzung bzw. Nichtnutzung von Online-Kommunikationsdiensten. Zusätzlich wurden erstmalig auch Videokonferenzdienste und E-Mail-Dienste erfasst. Außerdem erfolgte eine nähere Betrachtung des wettbewerblichen Verhältnisses von Online-Kommunikationsdiensten zu klassischen Telekommunikationsdiensten. Ein Schwerpunkt lag hier auf der Beobachtung von Veränderungen des Kommunikationsverhaltens, insbesondere hinsichtlich der Nutzungsintensität, der Entwicklung des Kommunikationsvolumens und der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie.

## 2 Kernergebnisse

### 1. Verbreitung von Online-Kommunikationsdiensten nimmt weiter zu

- In Deutschland nutzen rund 88 % (2019: 83 %) der Wohnbevölkerung ab 16 Jahren regelmäßig Online-Kommunikationsdienste (mindestens einmal monatlich), hauptsächlich über Smartphones.
- Am beliebtesten sind Online-Kommunikationsdienste in jüngeren Altersgruppen. So liegt der Nutzeranteil in der Gruppe der 16- bis 34-Jährigen bei 99 % und erreicht damit nahezu eine Vollabdeckung. In der Altersgruppe der 75-Jährigen und älter nutzt noch gut die Hälfte (53 %) solche internetbasierten Dienste.

---

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

## 2. WhatsApp ist der dominierende Dienst

- Die fünf beliebtesten Online-Kommunikationsdienste in Deutschland erreichen folgende Nutzungsanteile: 93 % *WhatsApp* (2019: 96 %), 39 % *Facebook Messenger* (2019: 42 %), 25 % *Instagram Direct Messages* (2019: 30 %), 20 % *Skype/Skype for Business* (2019: 18 %) und 18 % *Zoom* (2019: k. A.).
- Demnach haben die Dienste des Konzerns *Meta Platforms Inc.* (ehemals *Facebook*) weiterhin eine starke Marktposition inne. Allerdings verlieren alle drei Dienste im Vergleich zur Erhebung des Jahres 2019 jeweils relative Nutzungsanteile.
- Insgesamt verwenden 78 % (2019: 85 %) aller Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten *WhatsApp* als ihren „Hauptdienst“.

## 3. Kleinere Diensteanbieter gewinnen Nutzungsanteile hinzu

- Im Vergleich zur Erhebung des Jahres 2019 haben zahlreiche Konkurrenzdienste des *Meta* Konzerns Nutzungsanteile hinzugewonnen. Bedeutende Zuwächse konnten die Messengerdienste *Signal* mit 9 Prozentpunkten (auf 13 %), *Discord* mit 8 Prozentpunkten (auf 8 %) und *Telegram* mit 6 Prozentpunkten (auf 16 %) verzeichnen.
- Noch stärkere Wachstumsraten verzeichnen die Videokonferenzdienste *Zoom* (18 %) und *Microsoft Teams* (14 %), die bei der Erhebung des Jahres 2019 aus Verbrauchersicht noch keine erkennbare Rolle spielten.

## 4. Multihoming entwickelt sich zum Standardfall

- Fast drei Viertel der Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten (73 %) verwenden mindestens zwei verschiedenen Dienste parallel und betreiben damit sogenanntes *Multihoming*. Dies entspricht einem Zuwachs von 8 Prozentpunkten im Vergleich zur Erhebung des Jahres 2019.
- Die Nutzungsschwelle für Multihoming ist gering, weil Online-Kommunikationsdienste häufig entgeltlos angeboten werden. Zudem unterscheiden sich die Dienste teilweise in ihren spezifischen Eigenschaften, wodurch die Anreize für eine breitere Nutzung zusätzlich steigen.
- Im Durchschnitt werden 3,1 Online-Kommunikationsdienste pro Nutzer verwendet

## 5. Netzwerkeffekte weiterhin von überragender Bedeutung

- 93 % (2019: unverändert) nennen als Begründung für die Wahl des hauptsächlich genutzten Dienstes, dass sie über diesen einen Großteil ihrer Kommunikationspartner erreichen können.
- Netzwerkeffekte sind damit weiterhin der wesentliche Grund für die Auswahl des Hauptdienstes. Das bedeutet, es besteht ein hohes Interesse möglichst viele Nutzer über diesen Dienst erreichen zu können.
- Eine einfache bzw. intuitive Bedienung des entsprechenden Dienstes ist für 86 % (2019: 85 %) der Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten von hoher Relevanz.

## 6. Versand von Text- und Bildnachrichten beliebteste Funktion

- 95 % (2019: unverändert) der Nutzer setzen Online-Kommunikationsdienste zum Versenden von Text- und Bildnachrichten ein; 84 % (2019: 81 %) hiervon auf täglicher Basis.
- 67 % (2019: 65 %) der Nutzer versenden Sprachnachrichten; davon 49 % (2019: 45 %) täglich.
- Jeweils 54 % der Nutzer verwenden die Internettelefoniefunktion (2019: 48 %) bzw. die Videotelefoniefunktion (2019: 40 %). Die Nutzung dieser beiden Funktionen erfolgt jedoch überwiegend auf wöchentlicher oder monatlicher Basis, wenngleich die tägliche Nutzung ebenfalls zugenommen hat.

## 7. Verbraucher hinsichtlich Interoperabilität zurückhaltend

- Nutzer von Online-Kommunikationsdiensten zeigen keine eindeutige Präferenz für oder gegen die Schaffung diensteübergreifender Kommunikationsmöglichkeiten (sog. *Interoperabilität*).
- 60 % der Nutzer möchten auf gar keinen Fall von Nutzern anderer Dienste kontaktiert werden können. Zudem sehen 51 % keinen Bedarf darin, Nachrichten an Nutzer anderer Online-Kommunikationsdienste versenden zu können.
- Im Falle einer fehlenden Erreichbarkeit setzen 84 % der Nutzer auf klassische Telekommunikationsdienste wie Telefonie oder SMS als Rückfalloption.
- An die Frage rund um die mögliche Einführung von Interoperabilität knüpft sich eine komplexe Debatte, mit möglichen Auswirkungen auf Wettbewerb und Innovation sowie auf Datenschutz und Datensicherheit. Letztlich sollten alle relevanten Effekte gegeneinander abgewogen und gemeinsam gedacht werden, um unerwünschte Auswirkungen zu vermeiden.<sup>2</sup>

## 8. Nutzung von E-Mail-Diensten weit verbreitet

- In Deutschland nutzen 89 % der Bevölkerung ab 16 Jahren regelmäßig E-Mail-Dienste (mindestens einmal monatlich).
- Ihre Nutzung hängt ebenfalls mit dem Alter zusammen. Bei den 16- bis 54-Jährigen liegen die jeweiligen Nutzungsanteile durchgehend bei über 90 %. In der Altersgruppe der 65-Jährigen sinkt der entsprechende Anteil auf 78 %.
- Folgende E-Mail-Dienste werden von den Nutzern in Deutschland verwendet: 36 % *Gmail (Google Mail)*, 24 % *GMX*, 24 % *Web.de*, 13 % *T-Online* und 9 % *Outlook.com*.

## 9. Bedeutung klassischer Telefoniedienste weiterhin hoch

- Insbesondere die Nutzung der klassischen Telefonie ist weiterhin deutlich beliebter als die Internettelefonie über einen Online-Kommunikationsdienst. 52 % aller Befragten telefonieren täglich über ihren Mobilfunkanschluss, 39 % über ihren Festnetzanschluss. Online-Kommunikationsdienste (Internet- und Videotelefonie) werden nur von 22 % der Befragten für entsprechende Zwecke auf täglicher Basis genutzt.
- Demnach nimmt insbesondere die Mobilfunktelefonie weiterhin eine sehr hohe Bedeutung bei den Befragten ein. 80 % aller befragten Mobilfunk-Nutzer kann sich entsprechend auch nicht vorstellen, zukünftig auf die Nutzung dieses Dienstes zu verzichten.
- Online-Kommunikationsdienste sind hingegen im Bereich der textbasierten Kommunikation besonders beliebt. 68 % aller Befragten versenden oder empfangen täglich E-Mails, 61 % Text-, Bild- und Sprachnachrichten über Messengerdienste. Die SMS wird nur von 16 % der Befragten auf täglicher Basis genutzt.

## 10. Zunahme des Kommunikationsvolumens infolge der COVID-19-Pandemie

- Seit März 2020, also seit Einführung der ersten COVID-19-Eindämmungsmaßnahmen, hat die Nutzung von Kommunikationsdiensten insgesamt spürbar zugenommen. 39 % aller Befragten kommunizieren seither häufiger, 58 % etwa gleich häufig und nur 2 % weniger.

---

<sup>2</sup> Vgl. hierzu u. a. *Bundesnetzagentur* (2021): Interoperabilität zwischen Messengerdiensten – Überblick der Potenziale und Herausforderungen.

- Insbesondere die Nutzung von Online-Kommunikationsdiensten hat deutlich zugenommen. Insgesamt geben 45 % der Nutzer dieser Dienste an, dass sie pandemiebedingt häufiger über entsprechende Dienste kommunizieren. 30 % der befragten E-Mail-Nutzer greifen häufiger auf diesen Dienst zurück. Bei der Mobilfunktelefonie beträgt der entsprechende Anteil 29 %, im Bereich Festnetztelefonie 19 %. Nur 8 % der SMS-Nutzer geben an, seither intensiver auf die SMS zurückzugreifen.
- Insgesamt konnte der Bereich der internetbasierten Videotelefonie besonders von der Marktdynamik und dem veränderten Nutzungsverhalten infolge der Pandemie profitieren. Diesbezüglich gibt mehr als die Hälfte (51 %) der Nutzer dieser spezifischen Funktion an, dass sie diese pandemiebedingt häufiger verwenden.

### 3 Fazit

Die Ergebnisse der Verbraucherbefragung zeigen, dass in Deutschland rund 88 % der Bevölkerung Online-Kommunikationsdienste wie *WhatsApp* oder *Skype* nutzen. Damit sind Online-Kommunikationsdienste mittlerweile ähnlich stark verbreitet wie klassische Telekommunikationsdienste oder E-Mail-Dienste. Gleichwohl sind klassische Telekommunikationsdienste aus Verbrauchersicht weiterhin von hoher Bedeutung. Insbesondere die Nutzung klassischer Telefoniedienste ist nach wie vor deutlich beliebter als die Internettelefonie über Online-Kommunikationsdienste. Demgegenüber sind internetbasierte Kommunikationsdienste vorrangig im Bereich der textbasierten Kommunikation beliebt. Zudem hat sich das Kommunikationsverhalten seit Pandemiebeginn spürbar verändert. Dabei konnte der Mobilfunk im Bereich der klassischen Dienste sowie die Videotelefonie im Bereich der Online-Kommunikationsdienste in besonderer Weise von der Marktdynamik und dem veränderten Nutzungsverhalten infolge der COVID-19-Pandemie profitieren.

Mit der Umsetzung des Europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation durch Novellierung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) werden bestimmte Online-Kommunikationsdienste, wie Messaging-, Internet- und Videotelefoniedienste, seit dem 1. Dezember 2021 in Teile des Regulierungsregimes einbezogen, unter Berücksichtigung ihrer technischen und ökonomischen Eigenschaften. Mit der Einbeziehung der sogenannten nummernunabhängigen interpersonellen Telekommunikationsdienste, insbesondere in den Bereichen Verbraucherschutz, öffentliche Sicherheit und Datenschutz (siehe hierzu Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz, TTDSG) wird beabsichtigt, chancengleiche Wettbewerbsbedingungen (Level-Playing-Field) zwischen internetbasierten und klassischen Telekommunikationsdiensten zu schaffen.

## **Impressum**

### **Herausgeber**

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

### **Bezugsquelle | Ansprechpartner**

Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen  
Referat 121 – Digitalisierung und Vernetzung; Internetplattformen  
Tulpenfeld 4  
53113 Bonn  
ott-marktbeobachtung@bnetza.de  
www.bundesnetzagentur.de  
Tel. +49 228 14-0

### **Stand**

Januar 2022

### **Druck**

Bundesnetzagentur

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

Tulpenfeld 4

53113 Bonn

Telefon: +49 228 14-0

Telefax: +49 228 14-8872

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

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