

Video Trends 2022

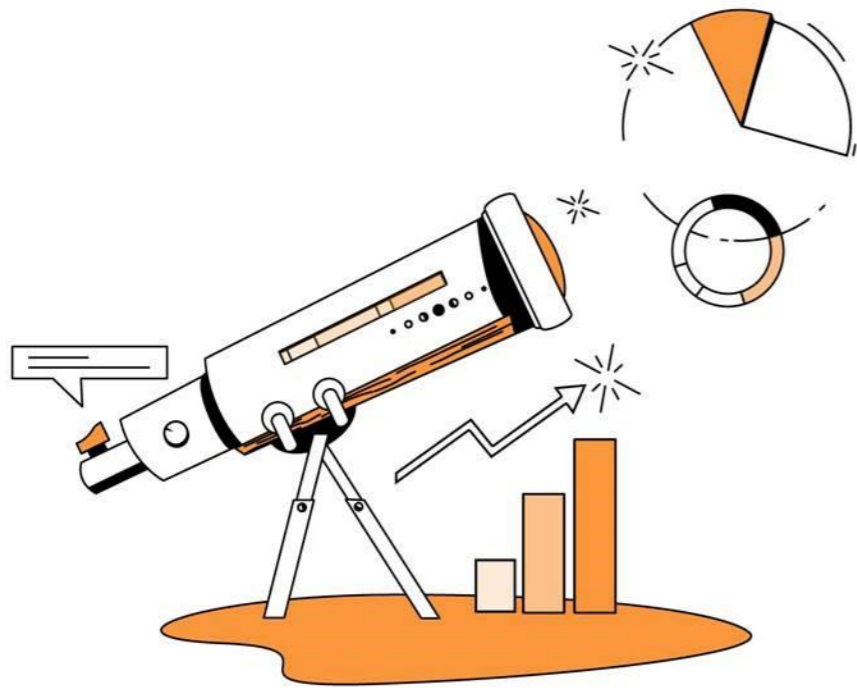
Ergebnisse des Digitalisierungsbericht Video

Oktober 2022



Inhaltsverzeichnis

1	Methodensteckbrief	3
2	TV-Haushalte: Verteilung der TV-Empfangswege	6
2.1	Fokus HDTV – Ausstattung mit HDTV- / UHD-TV-Geräten	12
2.2	Fokus HDTV – Empfang in HD	21
3	Connected TV – Haushaltsausstattung	26
4	Benutzeroberflächen: Aufrufen von OTT-Angeboten am TV-Gerät	37
5	Zugang zu Bildschirmgeräten / Möglichkeiten zur Fernseh- und OTT-Nutzung	45
6	Fernseh- und Videonutzung in Deutschland	59
6.1	Nutzung klassisches Fernsehen und OTT im Vergleich	60
6.2	Fokus OTT-Nutzung	79
6.2.1	Fokus OTT-Nutzung: Angebote	80
6.2.2	Fokus OTT-Nutzung: Geräte und Wahrnehmung	101
7	Methode im Detail	108
8	Anhang: Ausgewählte Ergebnisse in den Bundesländern im Vergleich	113



1

Methodensteckbrief

Methodensteckbrief

Erhebungsmethode: Telefonische Befragung mit Berücksichtigung von Mobilnummern
ergänzt um eine Online-Befragung im Online Access Panel,
Verhältnis: 75% CATI, 25% CAWI

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
70,542 Mio. Personen in 40,868 Mio. Haushalten



Anzahl Interviews: 6.763 Interviews, mindestens 200 pro Bundesland

Erhebungszeitraum: 25. April bis 21. Juni 2022

Eine detaillierte Beschreibung der Erhebungsmethode finden Sie am Ende des Berichts.

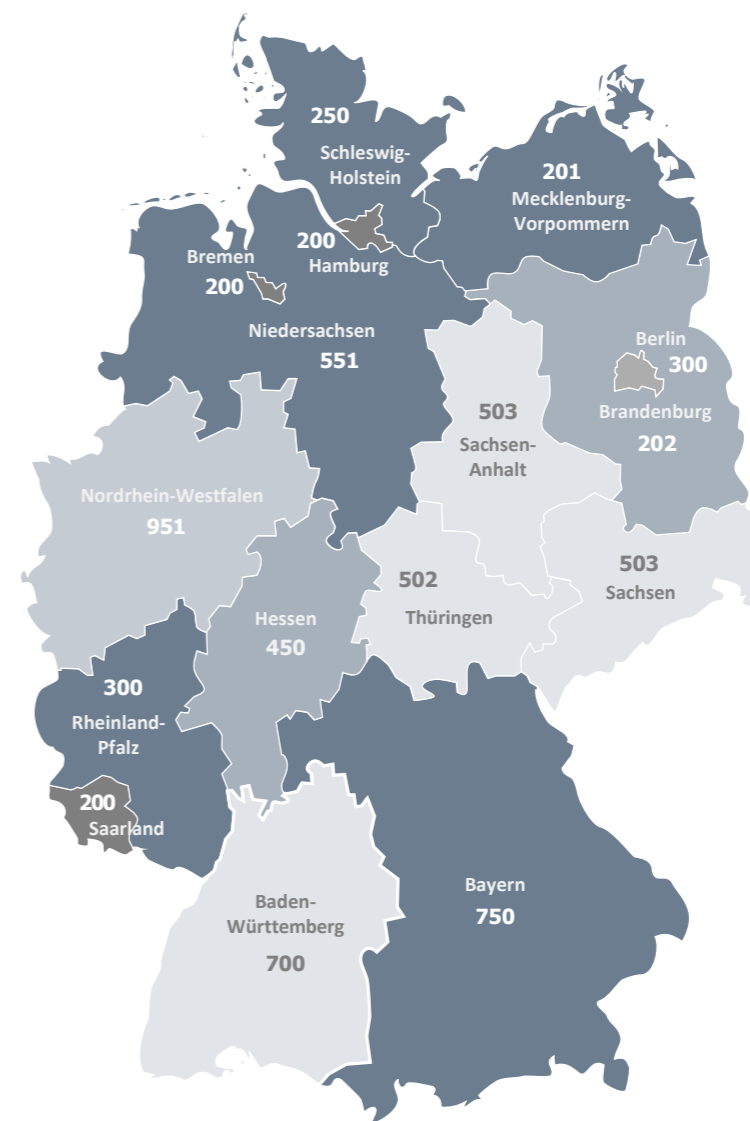
Verteilung der Fallzahlen

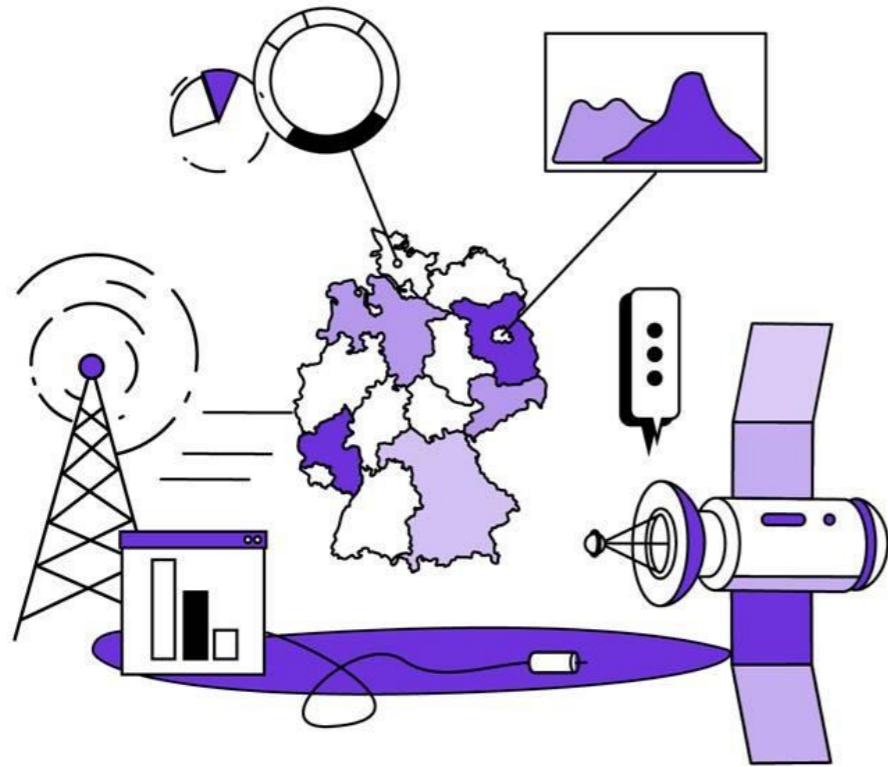
Anzahl Interviews:

Proportionaler Ansatz in Abhängigkeit von der Einwohner- /
Haushaltszahl unter Berücksichtigung einer Mindestfallzahl pro
Bundesland: 200

+ Aufstockungen in einigen Bundesländern auf Mindestfallzahl 500

Fallzahl gesamt: 6.763 Interviews





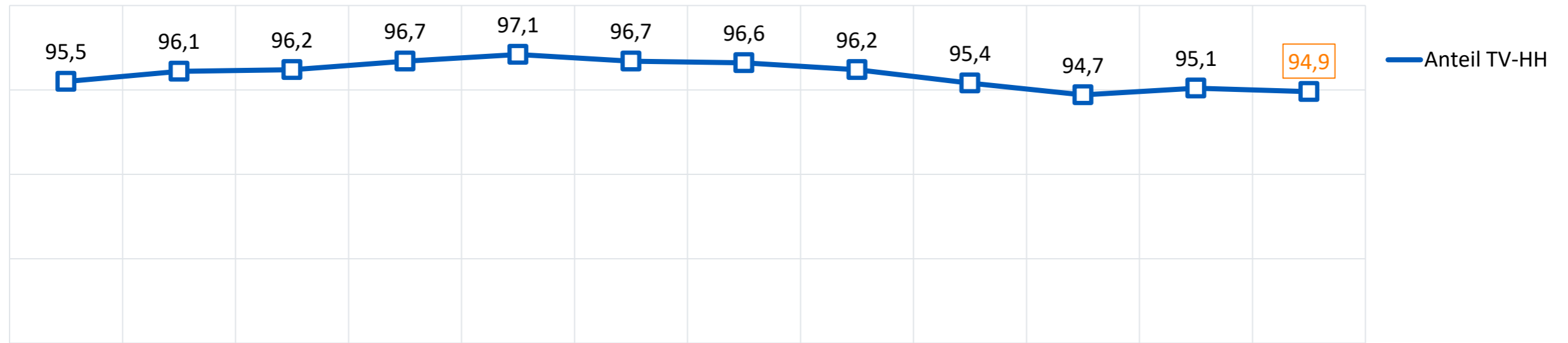
2

TV-Haushalte: Verteilung der TV-Empfangswege



TV-Haushalte in Deutschland

Im Vergleich zum Vorjahr stabile Verhältnisse: Etwa 38,8 Mio. Haushalte verfügen über mindestens ein Fernsehgerät.



2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
39,429	39,520	39,676	39,866	40,072	39,372	39,672	40,219	40,350	40,684	40,768	40,868	HH gesamt
37,668	37,977	38,157	38,557	38,899	38,076	38,306	38,697	38,491	38,520	38,753	38,773	TV-HH
1,761	1,543	1,519	1,309	1,173	1,296	1,365	1,522	1,859	2,164	2,015	2,095	Nicht TV-HH

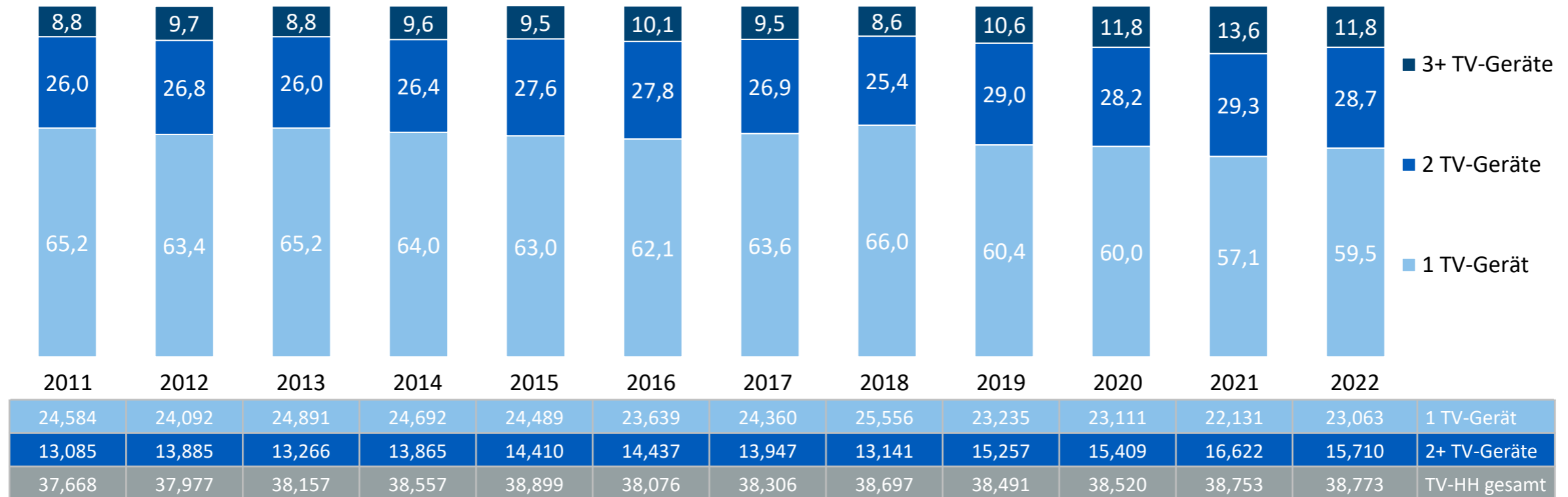
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 39,429 / 39,520 / 39,676 / 39,866 / 40,072 / 39,372 / 39,672 / 40,219 / 40,350 / 40,684 / 40,768 / 40,868 Mio. HH in Deutschland (n=6.763)



TV-HH nach Anzahl TV-Geräte

Es gibt wieder etwas mehr Haushalte, die nur ein Fernsehgerät besitzen. Entsprechend geht die Mehrfach-Ausstattung leicht zurück.



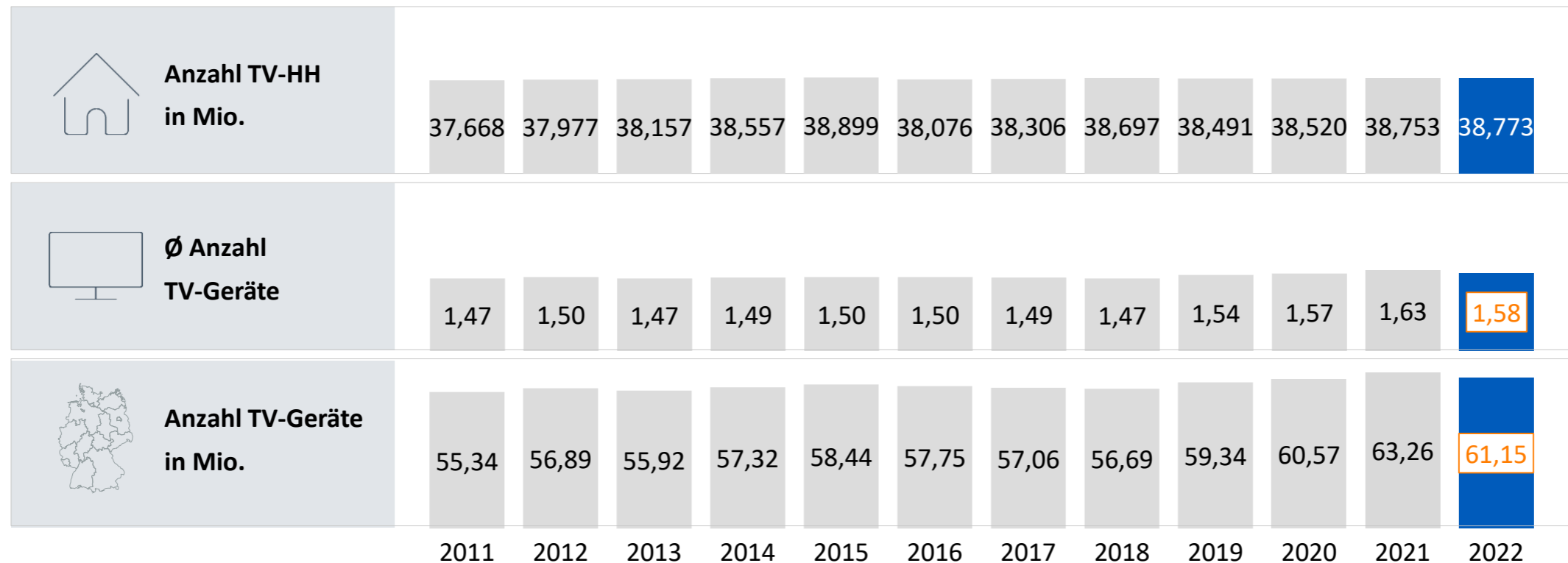
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387)



Anzahl TV-Geräte in TV-HH

Der Durchschnitt sinkt auf 1,58 TV-Geräte pro Haushalt und liegt damit in etwa auf dem Niveau von 2020. Insgesamt befinden sich rund 61 Mio. TV-Geräte in den Haushalten.

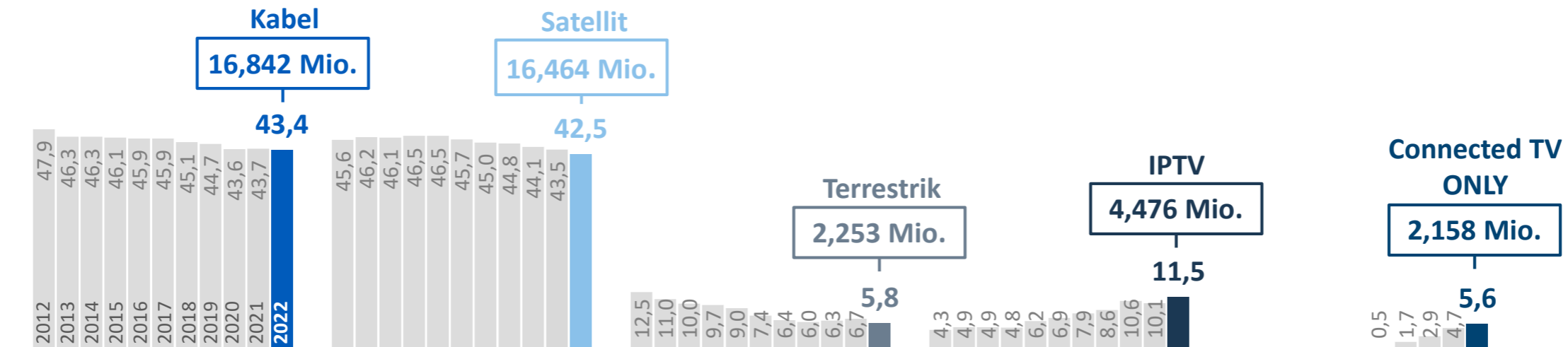


Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387)



Verteilung der Übertragungswege

Der Online-Empfang nimmt weiter zu: Etwa jeder zwanzigste TV-Haushalt ist „Connected TV only“, zudem steigt IPTV an. Kabel, Satellit und terrestrischer Empfang rückläufig.



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter.

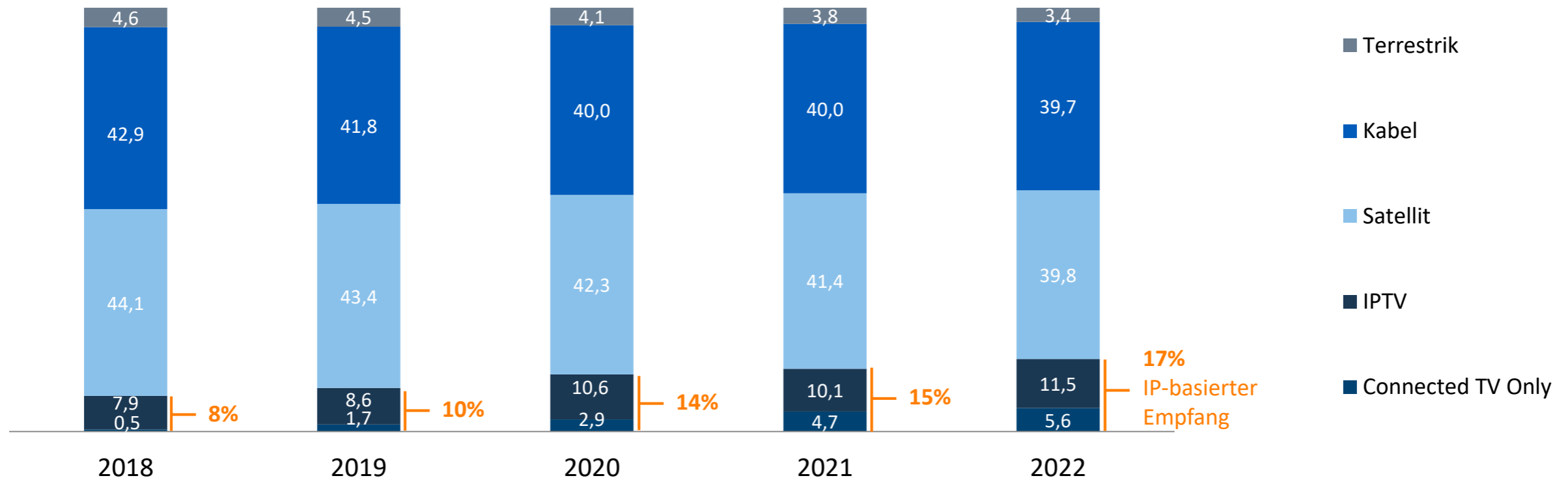
Connected TV: TV-Gerät direkt oder über ein anderes Gerät mit dem Internet verbunden (nicht zwingend permanente Verbindung)

Basis: 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387)



Verteilung der Übertragungswege – Priorisierung

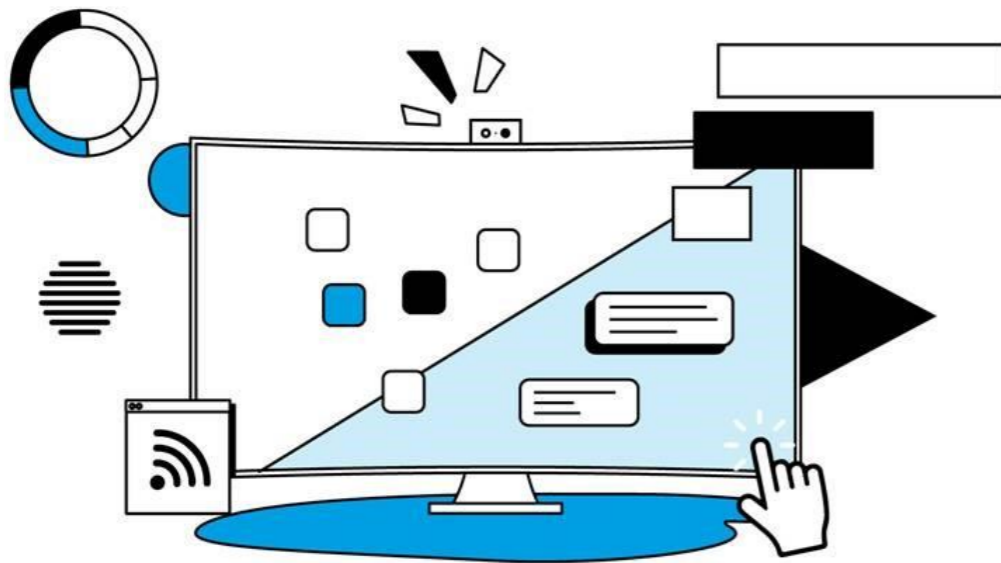
In der priorisierten Darstellung bestätigen sich die Trends: Satellit, Kabel und der terrestrische TV-Empfang nehmen zugunsten von IPTV und „OTT Only“ ab.



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter.

Connected TV: TV-Gerät direkt oder über ein anderes Gerät mit dem Internet verbunden (nicht zwingend permanente Verbindung); TV-Empfang wie folgt priorisiert : IPTV > Sat > Kabel > DVB-T2 HD > Connected TV Only

Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387)



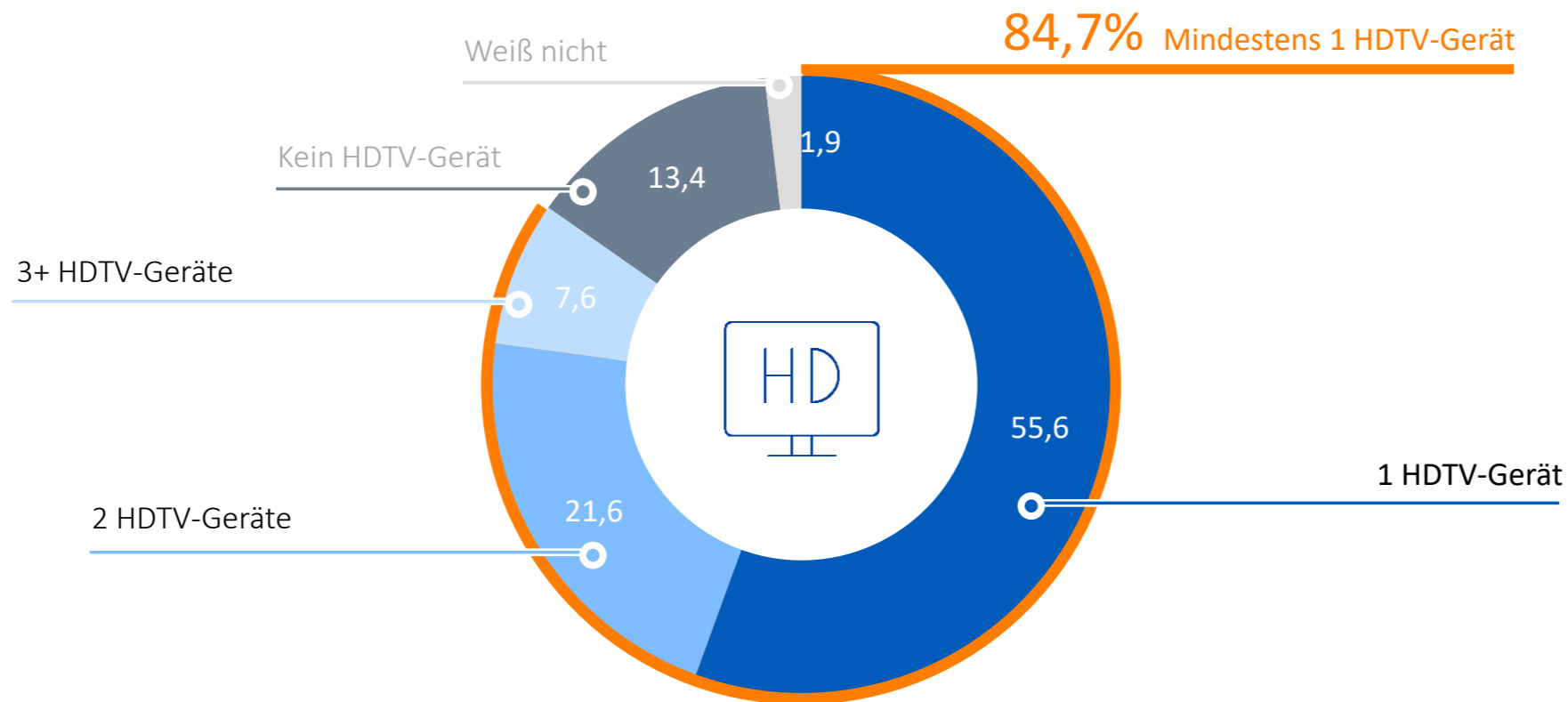
2.1

Fokus HDTV – Ausstattung mit HDTV- /
UHD-TV-Geräten



HDTV: Ausstattung mit HDTV-Geräten

Die überwiegende Mehrheit der TV-Haushalte verfügt über mindestens 1 HDTV-Gerät. Gut die Hälfte besitzt ein Gerät, drei von zehn Haushalten zwei HDTV-Geräte oder mehr.

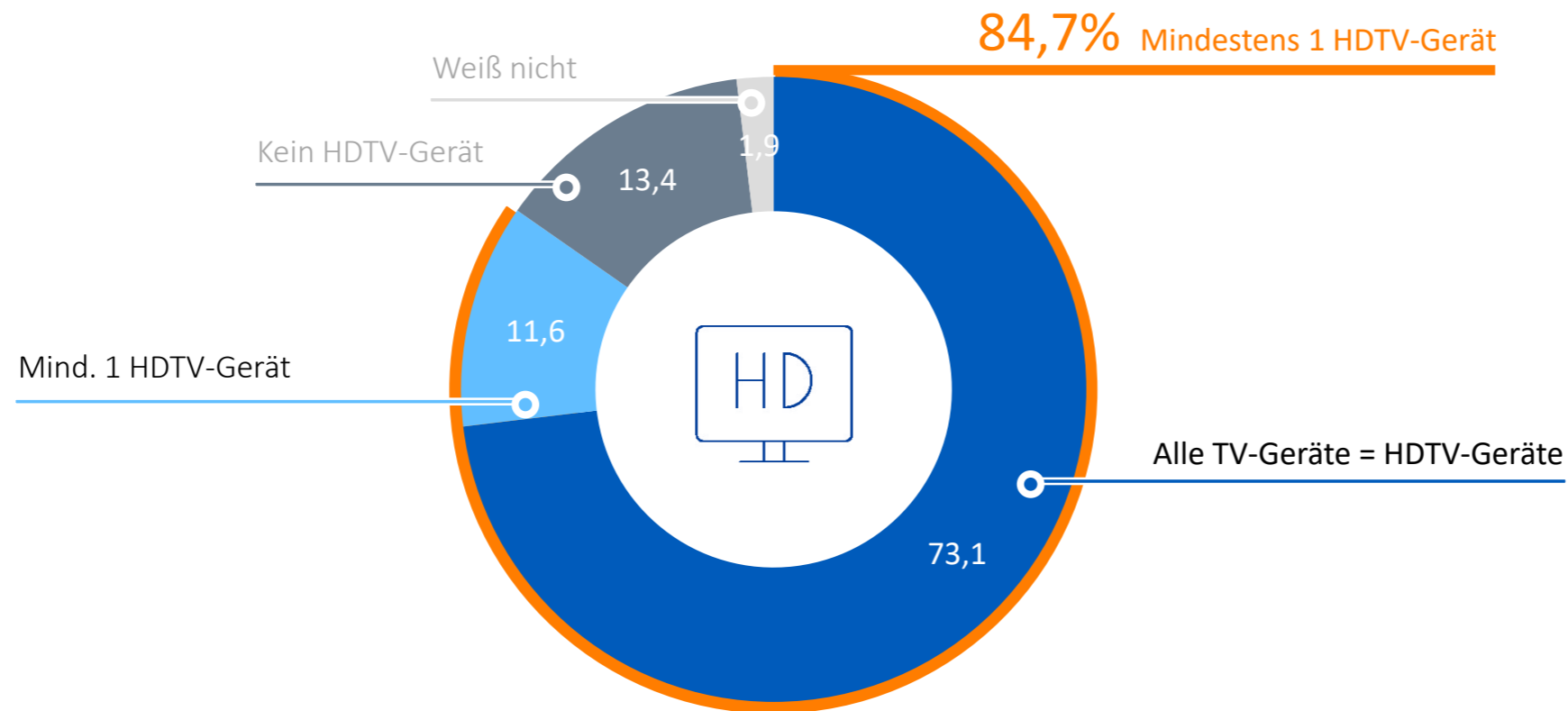


Angaben in Prozent
Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



HDTV: Anteil TV-Haushalte mit ausschließlich HDTV-Geräten

Fast drei Viertel der TV-Haushalte besitzen ausschließlich HD-fähige Fernsehgeräte.

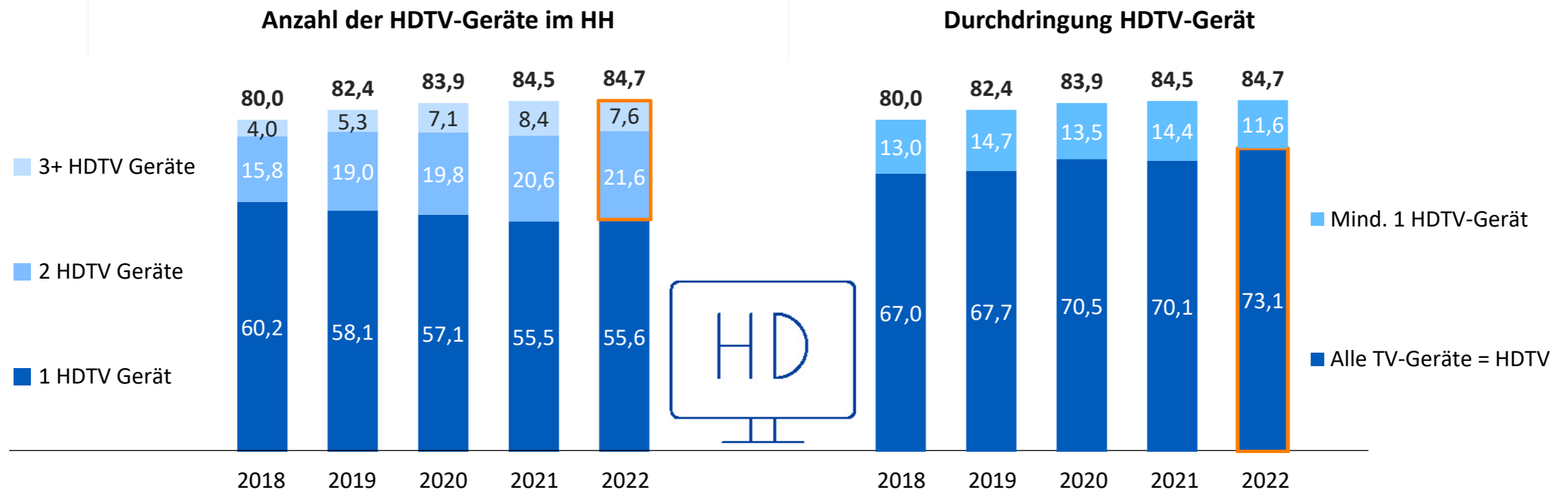


Angaben in Prozent
Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



HDTV: Ausstattung mit HDTV-Geräten im Trend

Während die Mehrfachausstattung mit HDTV-Geräten in den TV-Haushalten stabil bleibt, nimmt die Durchdringung an HD-fähigen Geräten sichtbar zu.



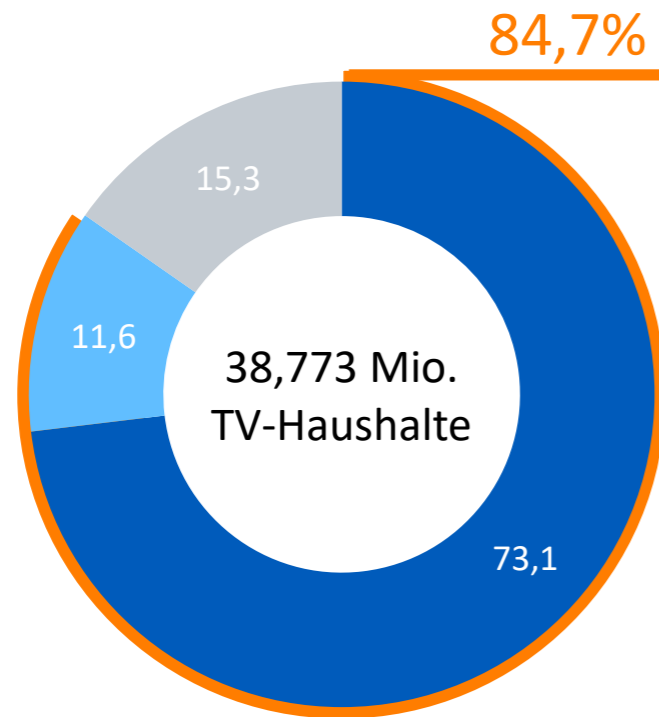
Angaben in Prozent

Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)

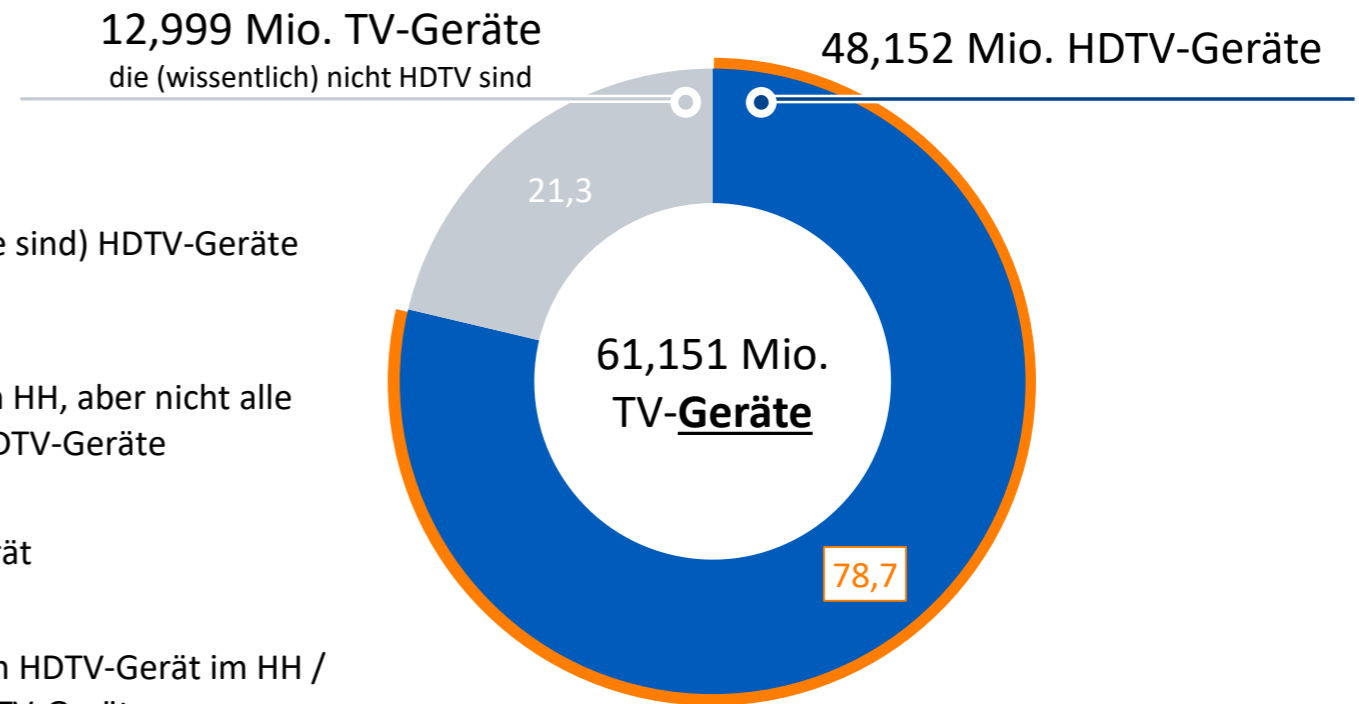


HDTV: TV-Haushalte mit HDTV-Geräten vs. HDTV-Geräte

Mehr als drei von vier der insgesamt rund 61 Mio. TV-Geräte in deutschen Haushalten sind HD-fähig.



- (Alle TV-Geräte sind) HDTV-Geräte
- HDTV-Gerät im HH, aber nicht alle TV-Geräte = HDTV-Geräte
- Kein HDTV-Gerät
- Mindestens ein HDTV-Gerät im HH / TV-Gerät = HDTV-Gerät

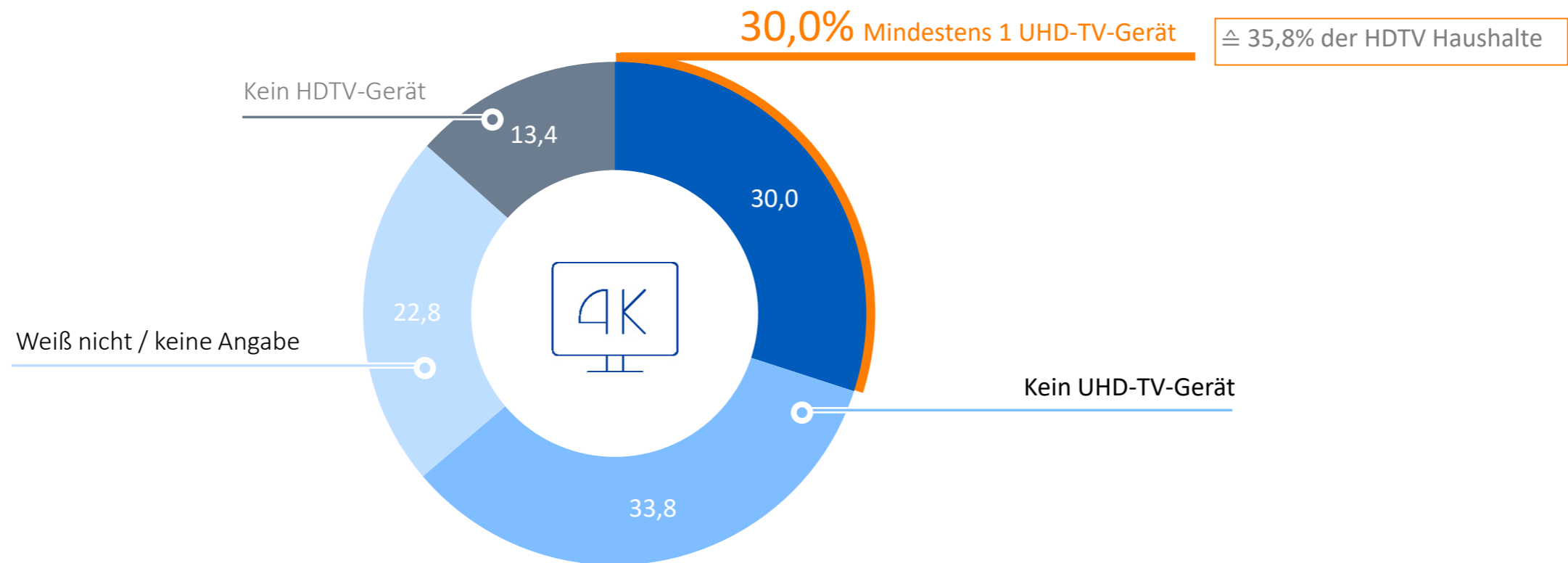


Angaben in Prozent
Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Ultra HD / 4K: Ausstattung mit UHD / 4K-TV-Geräten

Drei von zehn TV-Haushalten sind mit mindestens einem UHD TV-Gerät ausgestattet.

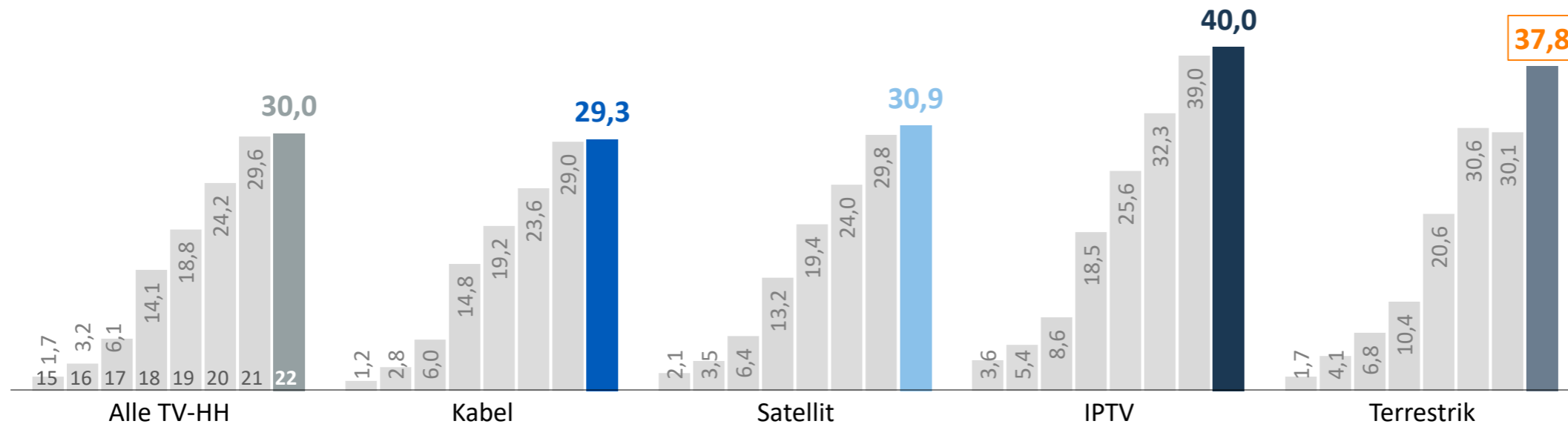


Angaben in Prozent
Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Ultra HD / 4K: Ausstattung nach Empfangsart im Trend

Die Verbreitung von UHD Fernsehern bleibt im Vergleich zum Vorjahr auf stabilem Niveau. Einzig in Terrestrik-Haushalten ist ein deutlicher Zuwachs erkennbar.



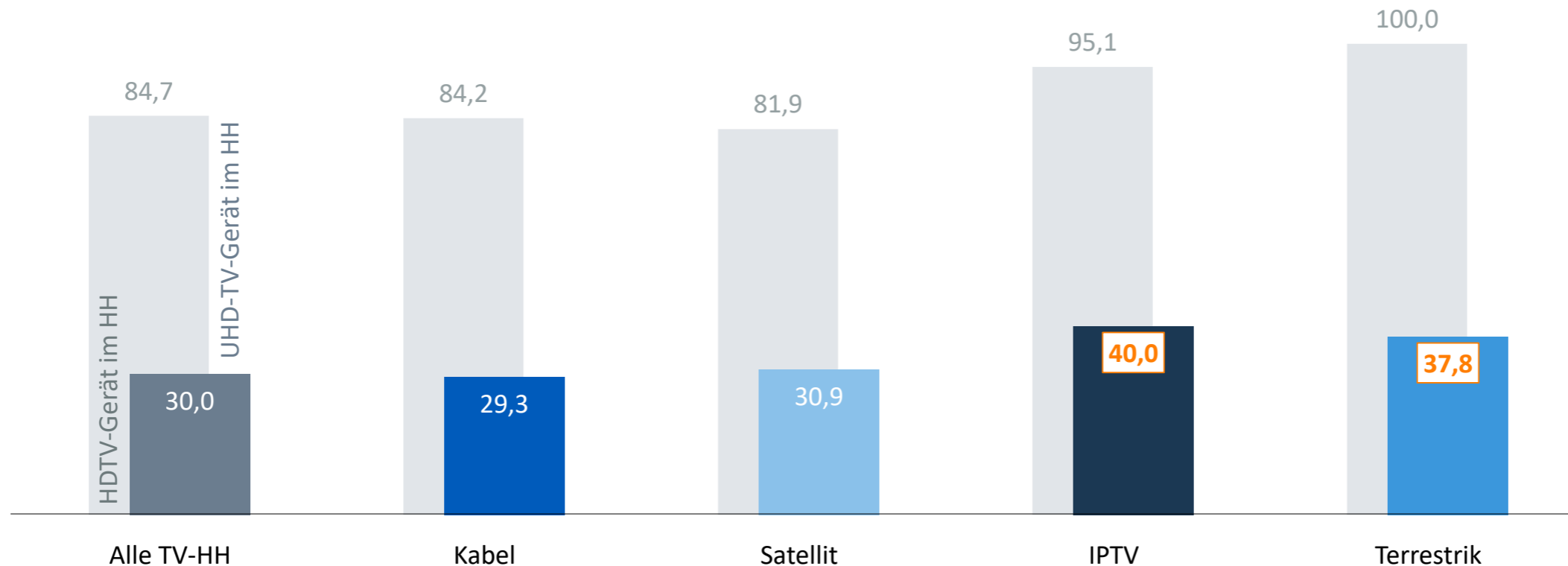
Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter. / Gesamtdurchschnitt in 2021 liegt unterhalb der Werte für die einzelnen Empfangswege aufgrund von Überschneidungen (UHD-Geräte überproportional in TV-HH mit mehreren Empfangswegen vertreten).

Basis: 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387); 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 / 16,802 / 16,933 / 16,842 Mio. Kabel-HH (n=2.573); 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 / 16,983 / 16,867 / 16,464 Mio. SAT-HH (n=3.005); 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 / 4,093 / 3,910 / 4,476 Mio. IPTV-HH (n=786); 3,764 / 3,433 / 2,840 / 2,479 / 2,298 / 2,410 / 2,615 / 2,253 Mio. Terrestrik-HH (n=367)



Ultra HD / 4K: Ausstattung mit HDTV- / UHD-TV-Geräten nach Empfangsart

Neben IPTV- sind nun auch Terrestrik-Haushalte anteilig am häufigsten mit den hochauflösenden Geräten ausgestattet.



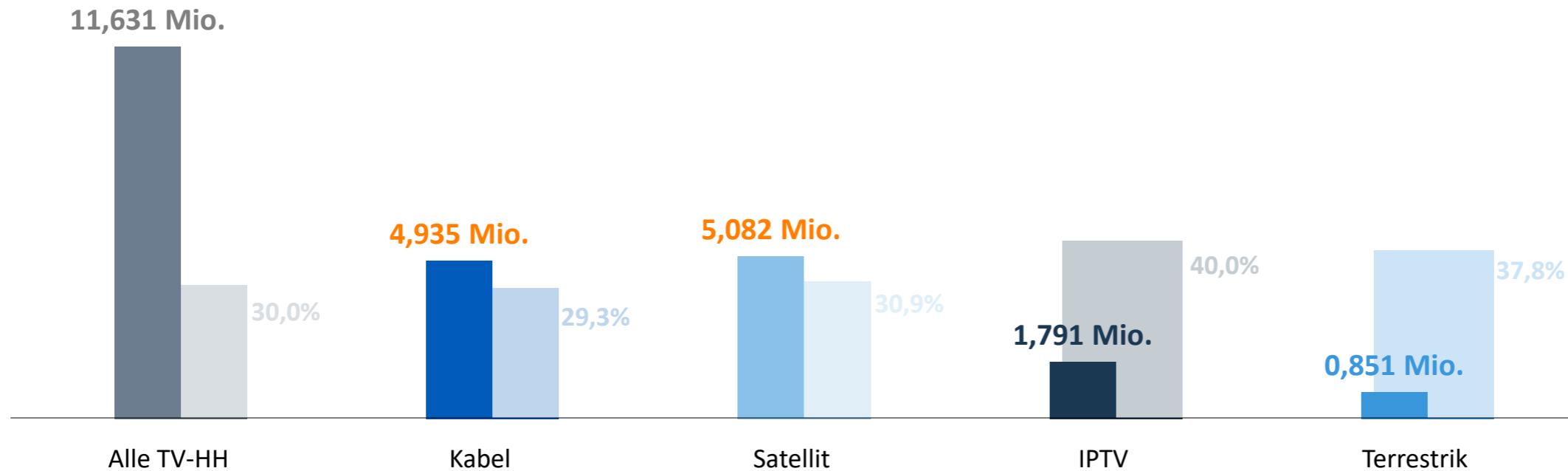
Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter.

Basis: 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387); 16,842 Mio. Kabel-HH (n=2.573); 16,464 Mio. SAT-HH (n=3.005); 4,476 Mio. IPTV-HH (n=786); 2,253 Mio. Terrestrik-HH (n=367)



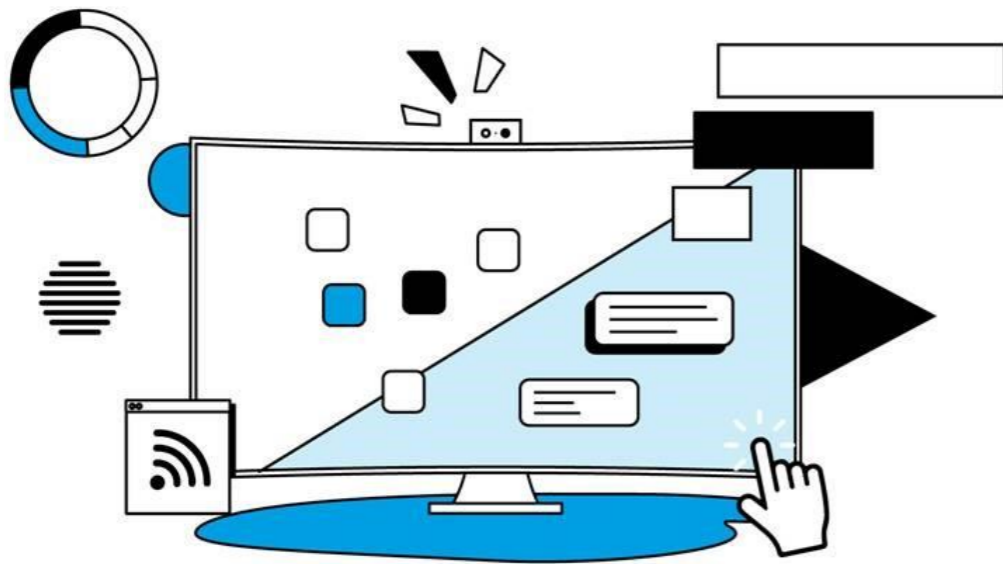
Ultra HD / 4K: Ausstattung mit HDTV- / UHD-TV-Geräten nach Empfangsart

Absolut betrachtet stehen in Haushalten mit Kabel- oder Sat-Empfang die meisten UHD Geräte.



Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter.

Basis: 38,773 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.387); 16,842 Mio. Kabel-HH (n=2.573); 16,464 Mio. SAT-HH (n=3.005); 4,476 Mio. IPTV-HH (n=786); 2,253 Mio. Terrestrik-HH (n=367)



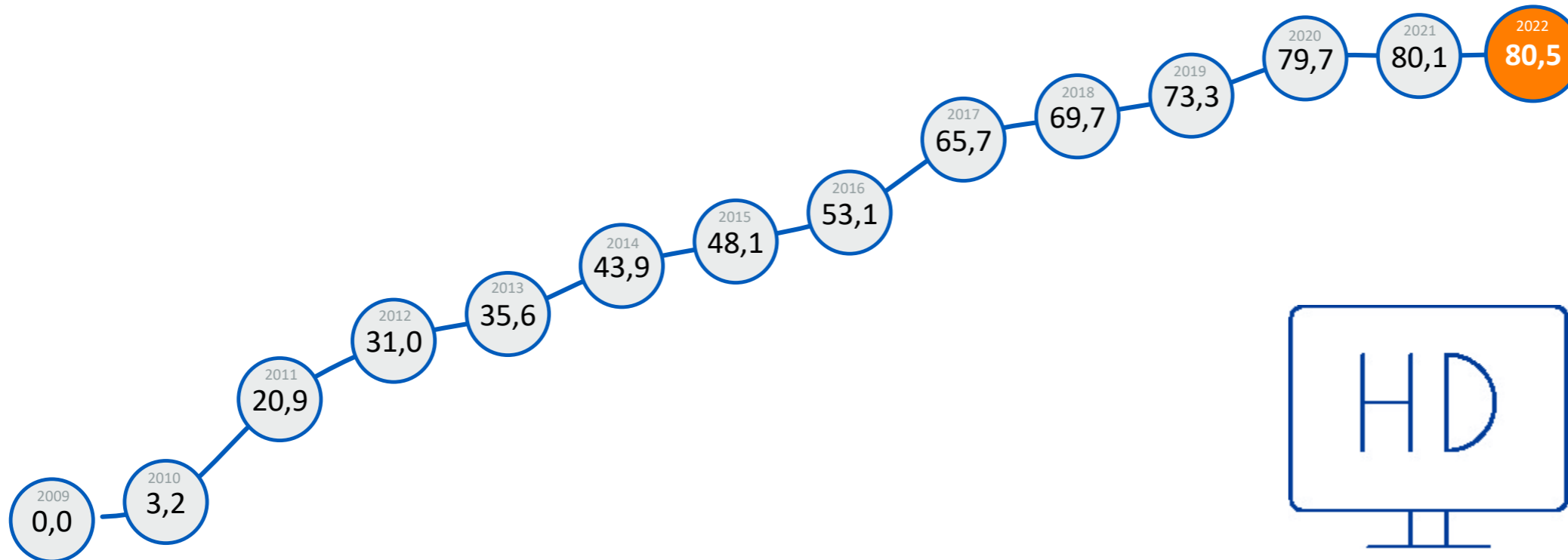
2.2

Fokus HDTV – Empfang in HD



TV-Empfang in HD im Trend

Der HD-Empfang hat ein Plateau erreicht: Erneut geben etwa acht von zehn TV-Haushalten an, ihr Programm in HD-Qualität zu empfangen.

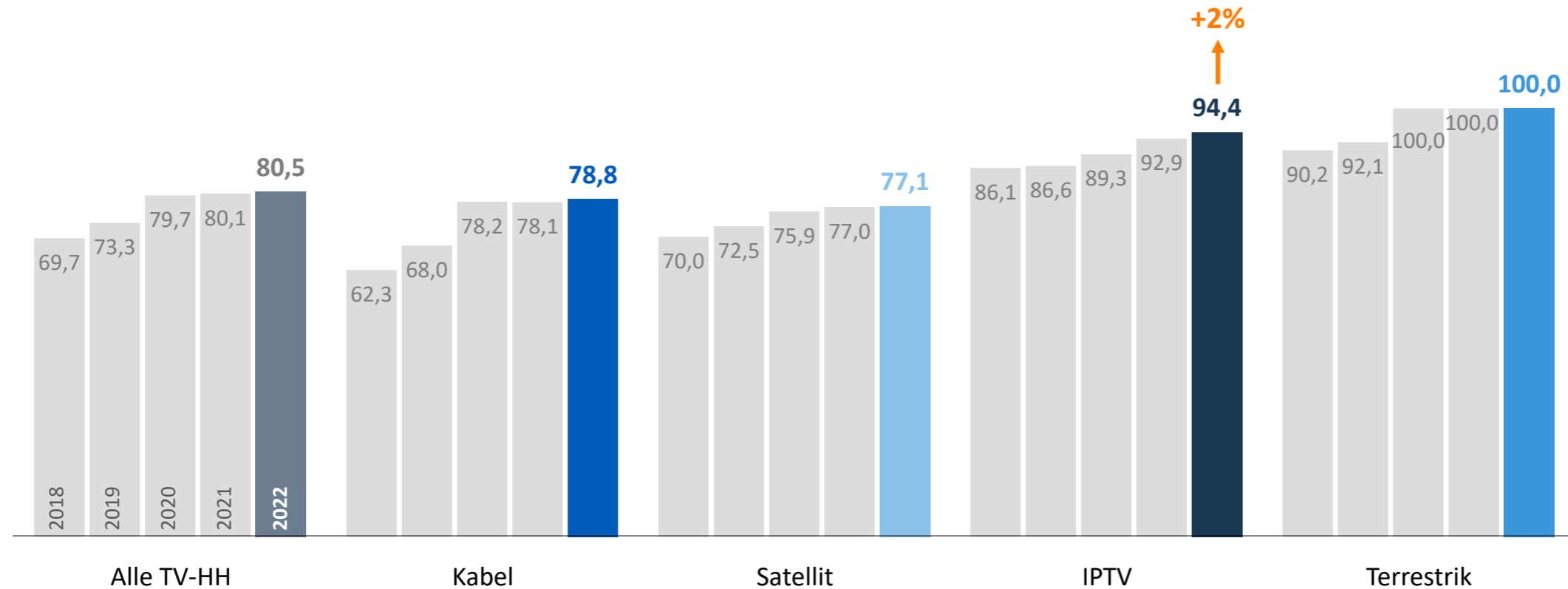


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt.
Basis: 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,510 / 37,839 / 37,416 / 36,915 / 36,615 Mio. TV-Haushalte in Deutschland mit klassischem TV-Empfang (n=6.129)



TV-Empfang in HD im Trend nach Empfangsweg

Einzig bei IPTV zeigt sich ein nennenswerter Anstieg des HD-Empfangs.

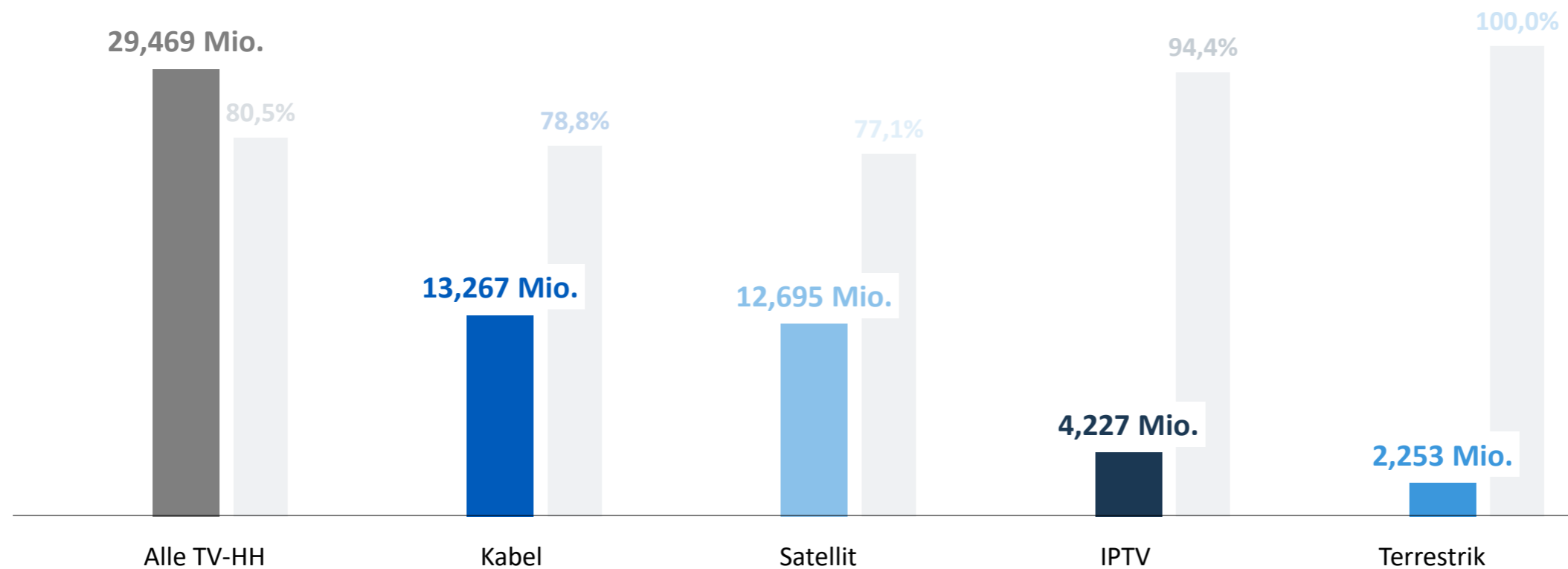


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt;
IPTV berücksichtigt ab 2022 HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter
Basis: 38,510 / 37,839 / 37,416 / 36,915 / 36,615 Mio. TV-HH mit klassischem TV-Empfang (n=6.129); 17,467 / 17,218 / 16,802 / 16,933 / 16,842 Mio. Kabel-HH (n=2.573); 17,409 / 17,256 / 16,983 / 16,867 / 16,464 Mio. SAT-HH (n=3.005); 3,060 / 3,309 / 4,093 / 3,910 / 4,476 Mio. IPTV-HH (n=786); 2,479 / 2,298 / 2,410 / 2,615 / 2,253 Mio. Terrestrik-HH (n=367)



TV-Empfang in HD in absoluten Zahlen

In absoluten Zahlen liegen Kabel-Haushalte knapp vor Satelliten-Haushalten.



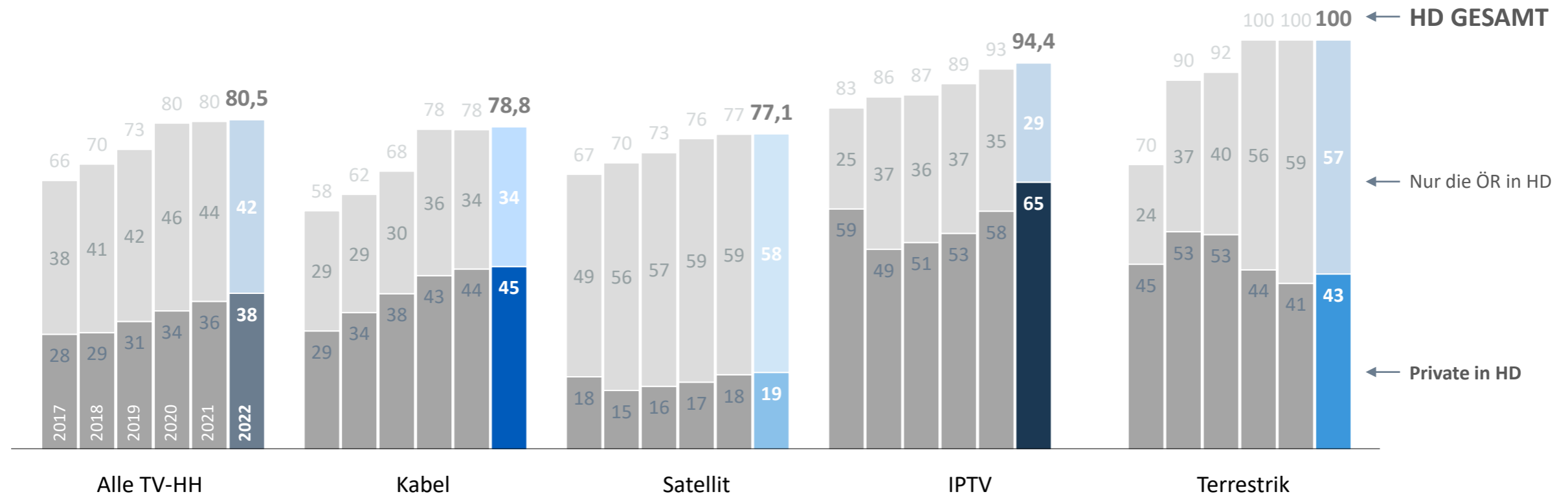
Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt; IPTV berücksichtigt ab 2022 HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter.

Basis: 36,615 Mio. TV-HH mit klassischem TV-Empfang (n=6.129); 16,842 Mio. Kabel-HH (n= 2.573); 16,464 Mio. SAT-HH (n=3.005); 4,476 Mio. IPTV-HH (n=786); 2,253 Mio. Terrestrik-HH (n= 367)



TV-Empfang in HD: Private Programme in HD

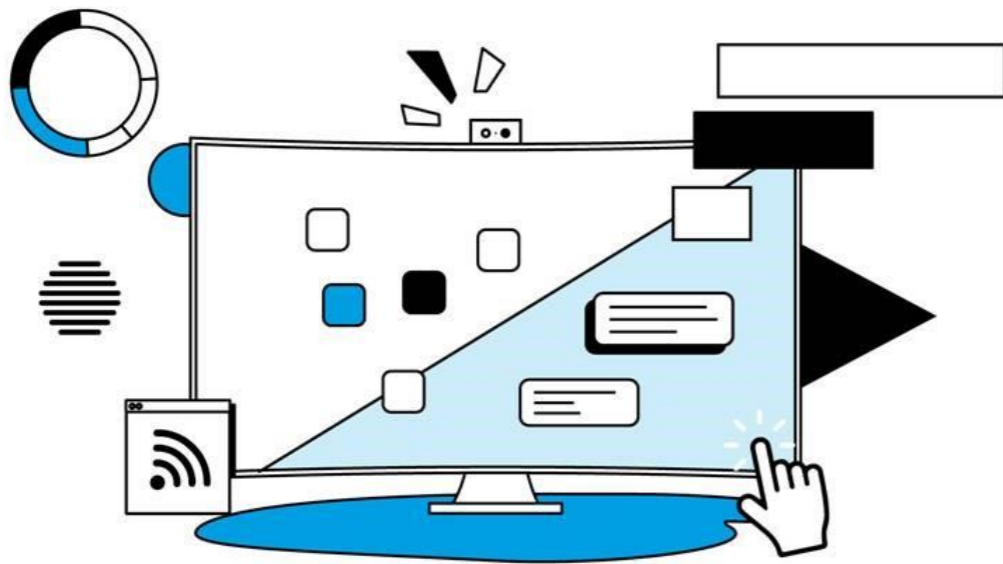
Der Empfang der Privaten in HD nimmt wieder etwas zu, vor allem bei IPTV-Haushalten.



Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt;

IPTV berücksichtigt ab 2022 HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter

Basis: 38,510 / 37,839 / 37,416 / 36,915 / 36,615 Mio. TV-HH mit klassischem TV-Empfang (n=6.129); 17,467 / 17,218 / 16,802 / 16,933 / 16,842 Mio. Kabel-HH (n=2.573); 17,409 / 17,256 / 16,983 / 16,867 / 16,464 Mio. SAT-HH (n=3.005); 3,060 / 3,309 / 4,093 / 3,910 / 4,476 Mio. IPTV-HH (n=786); 2,479 / 2,298 / 2,410 / 2,615 / 2,253 Mio. Terrestrik-HH (n=367)



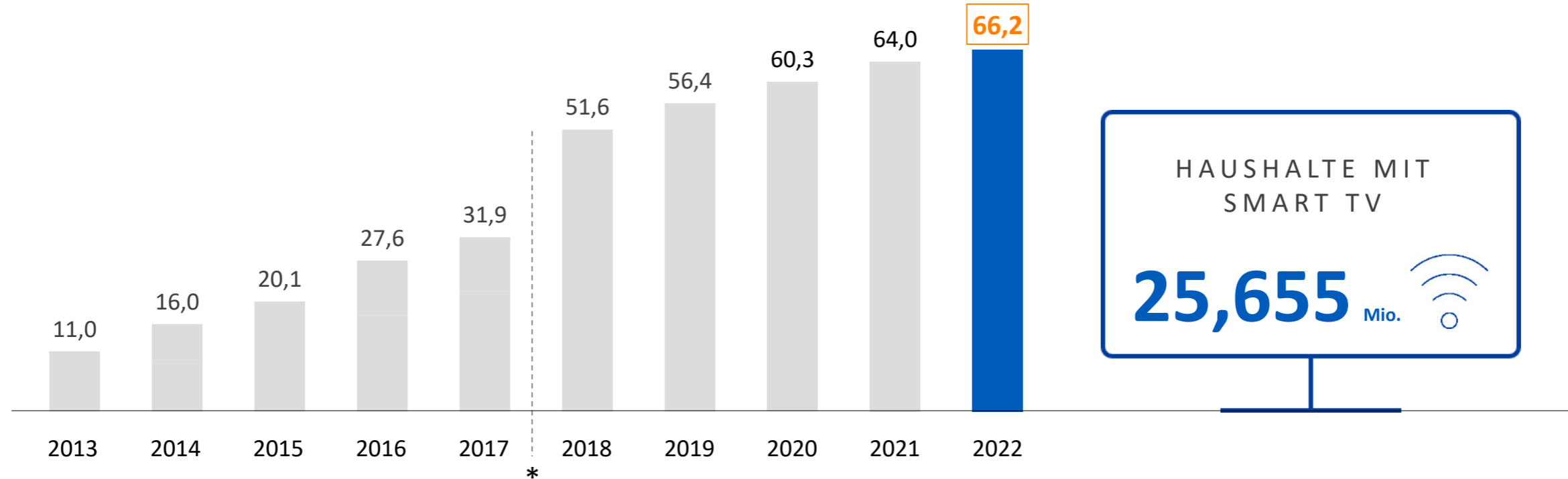
3

Connected TV - Haushaltsausstattung



Smart TV – Ausstattung

Nach erneutem Anstieg sind nun zwei Drittel der deutschen TV-Haushalte im Besitz von mindestens einem Smart TV-Gerät.



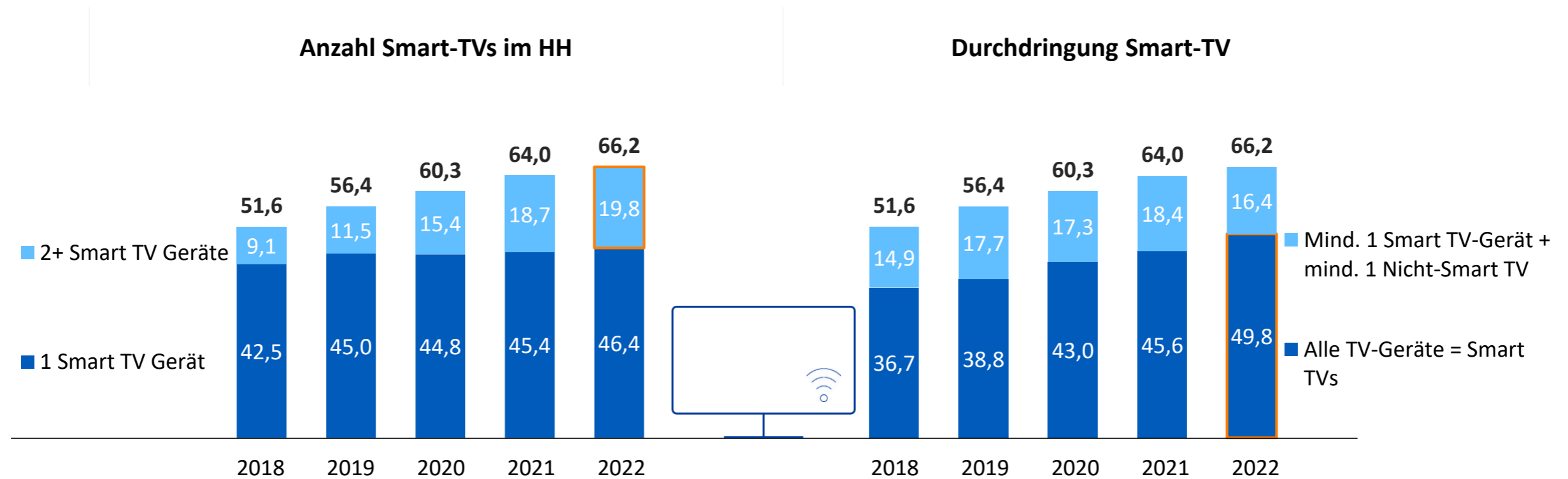
Angaben in Prozent / * Ab 2018: Geänderte Fragestellung: Handelt es sich bei Ihrem Fernsehgerät / Ihren Fernsehgeräten um ein Smart TV-Gerät, also ein internetfähiges TV-Gerät? (Alte Frage vor 2018: Haben Sie die Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf dem Fernseher anzusehen, z.B. mit einem Smart TV, also einem internetfähigen Fernsehgerät?)

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Smart TV – Ausstattung im Detail im Trend

Auch die Mehrfachausstattung mit smarten TV-Geräten nimmt erneut zu. In knapp der Hälfte aller TV-Haushalte sind bereits alle Fernsehgeräte „smart“.



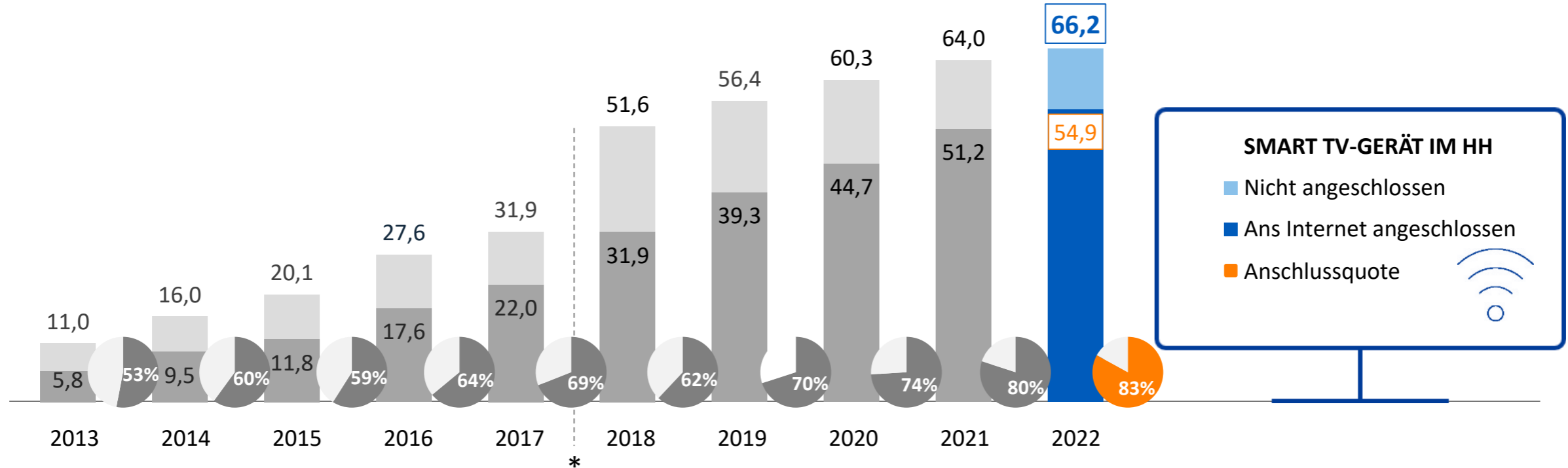
Angaben in Prozent

Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Smart TV – Anschlussquote

Der Großteil aller Smart TVs in deutschen Haushalten ist auch an das Internet angeschlossen. Mittlerweile sind somit in mehr als 8 von 10 Smart TV-Haushalten Geräte „connected“.

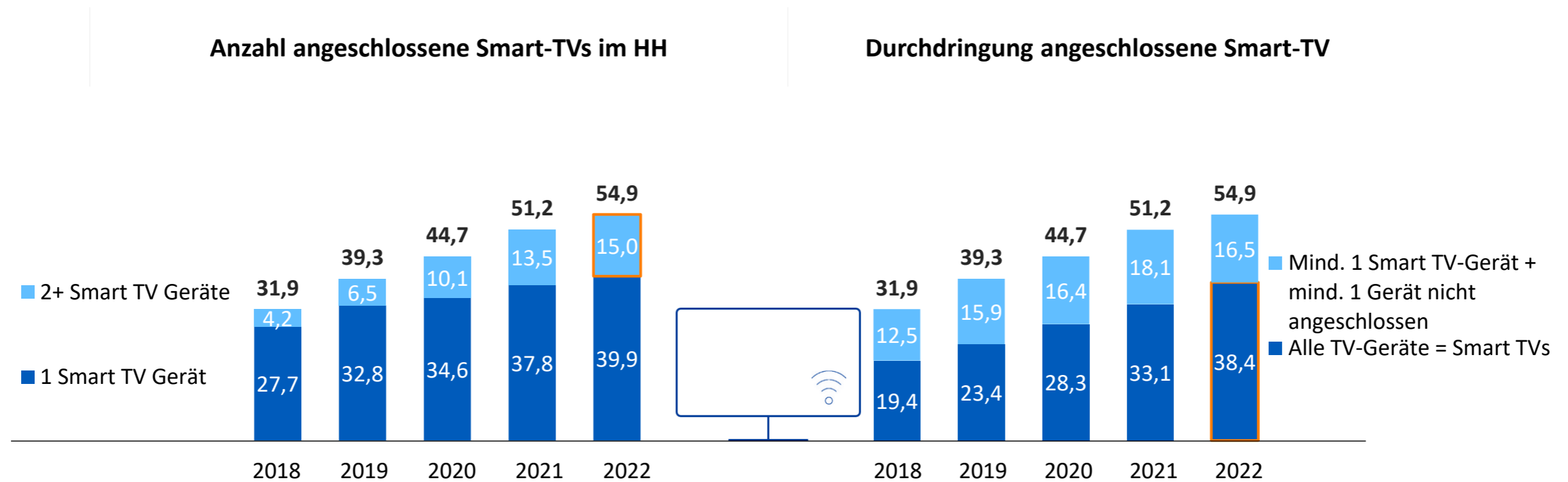


Angaben in Prozent / * Ab 2018: Geänderte Fragestellung: Handelt es sich bei Ihrem Fernsehgerät / Ihren Fernsehgeräten um ein Smart TV-Gerät, also ein internetfähiges TV-Gerät? (Alte Frage vor 2018: Haben Sie die Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf dem Fernseher anzusehen, z.B. mit einem Smart TV, also einem internetfähigen Fernsehgerät?)
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Smart TV – angeschlossen: Ausstattung im Detail im Trend

Es gibt erneut einen Anstieg der Haushalte, die mehrere angeschlossene Smart-TVs haben. In fast 4 von 10 TV-Haushalten sind bereits alle smarten TV-Geräte connected.

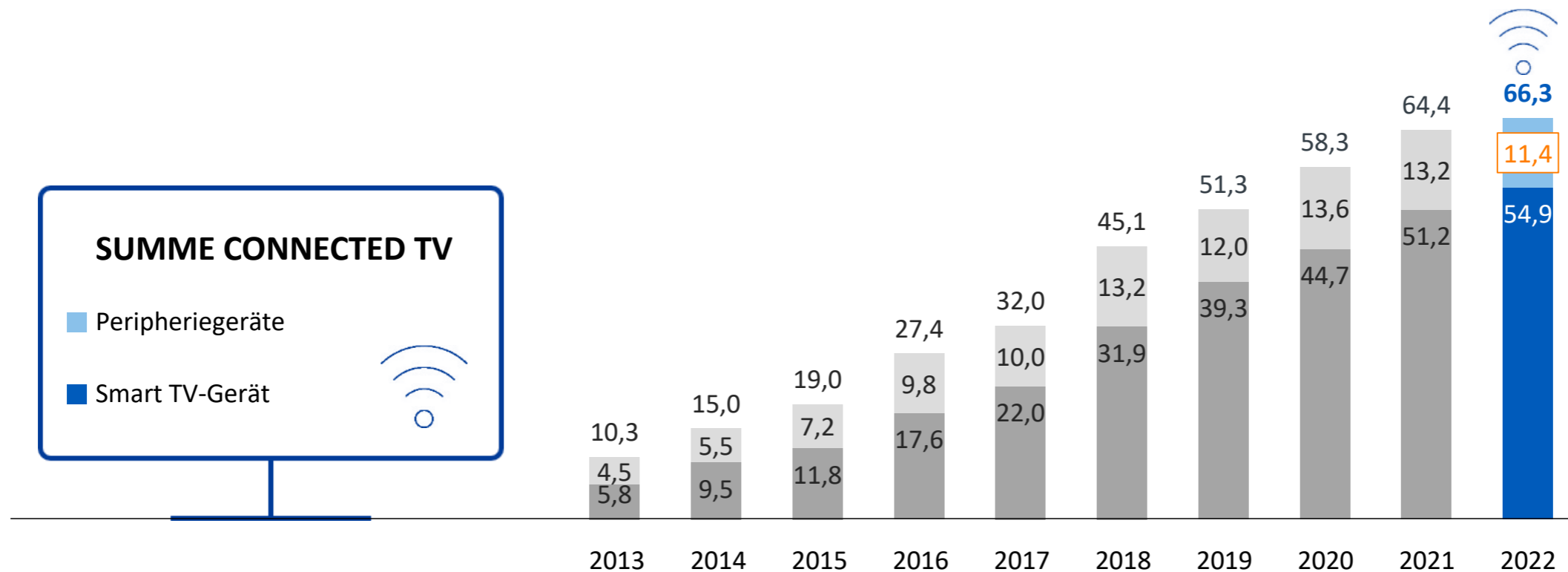


Angaben in Prozent
Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Connected TV – Smart TV-Gerät oder über Peripheriegerät connected

Da Smart TVs zunehmend direkt mit dem Internet verbunden werden, sinkt die Relevanz von Peripheriegeräten wie Streaming-Boxen und –Sticks.

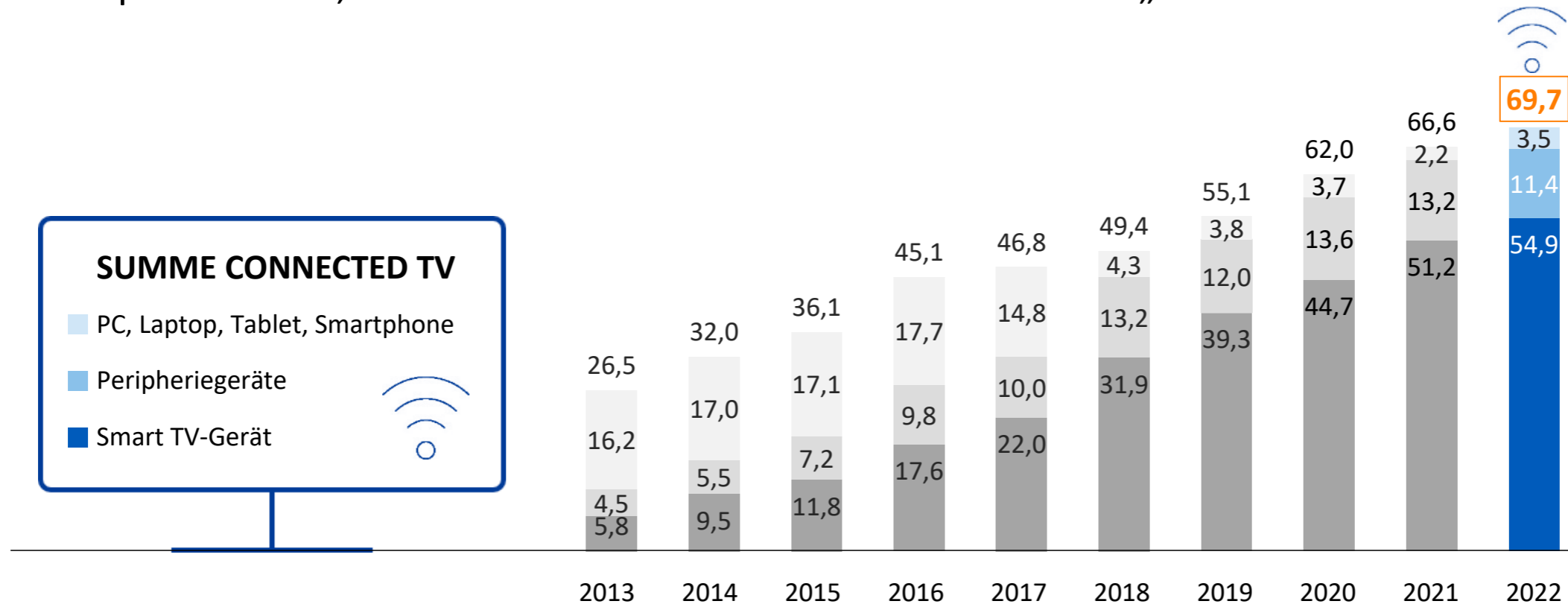


Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfähige Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Connected TV – inkl. über PC, Laptop, Tablet, Smartphone

Nimmt man die Kopplung des TV-Gerätes mit weiteren Geräten wie Laptop oder Smartphone hinzu, sind bereits sieben von zehn TV-Haushalten „connected“.

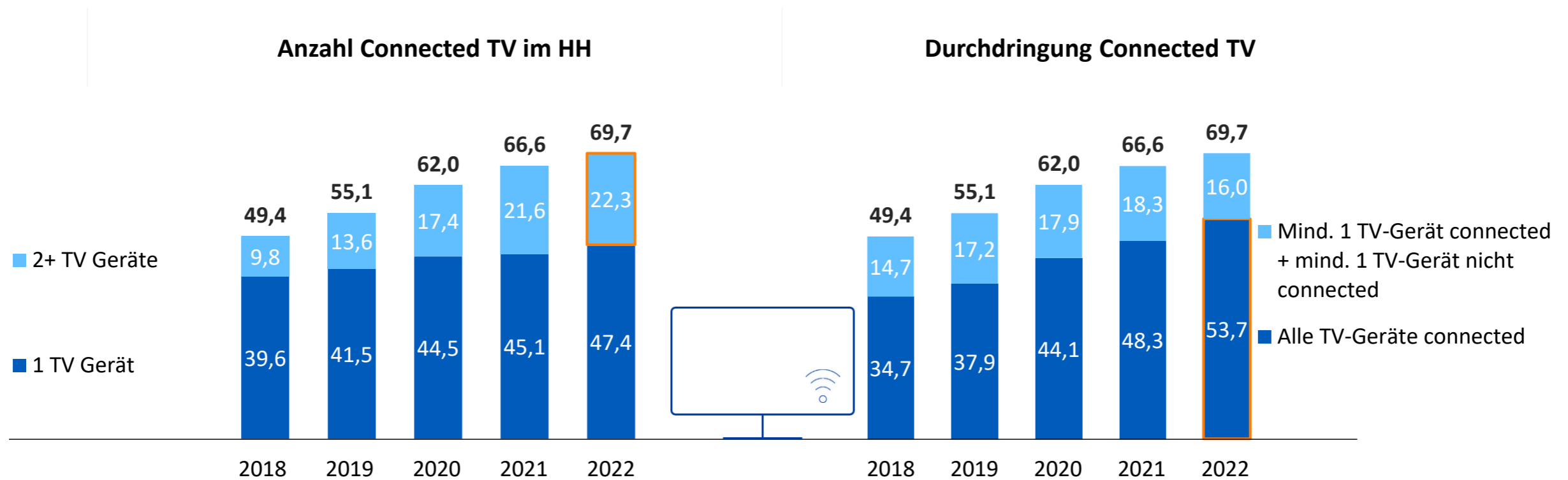


Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfäh. Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV
TV-Gerät über PC, Laptop, Tablet, Smartphone (neu seit 2016) an das Internet angeschlossen; falls nicht Smart TV- oder Peripheriegerät
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Connected TV total: Ausstattung im Detail im Trend

Mehr als die Hälfte aller TV-Haushalte hat bereits sämtliche TV-Geräte ans Internet angeschlossen.



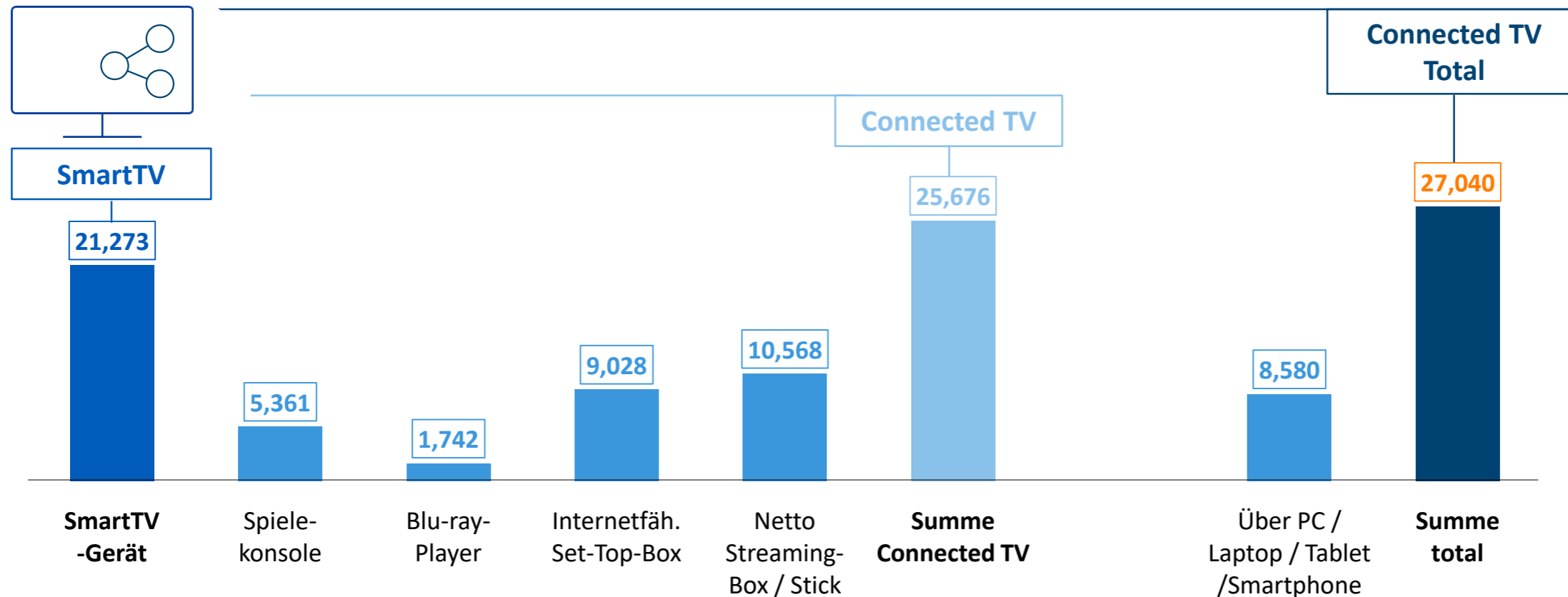
Angaben in Prozent

Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Connected TV – Anzahl Haushalte 2022

Absolut betrachtet verfügen 27 Mio. Haushalte über ein angeschlossenes Smart TV oder ein über Peripheriegeräte mit dem Internet verbundenes TV-Gerät.

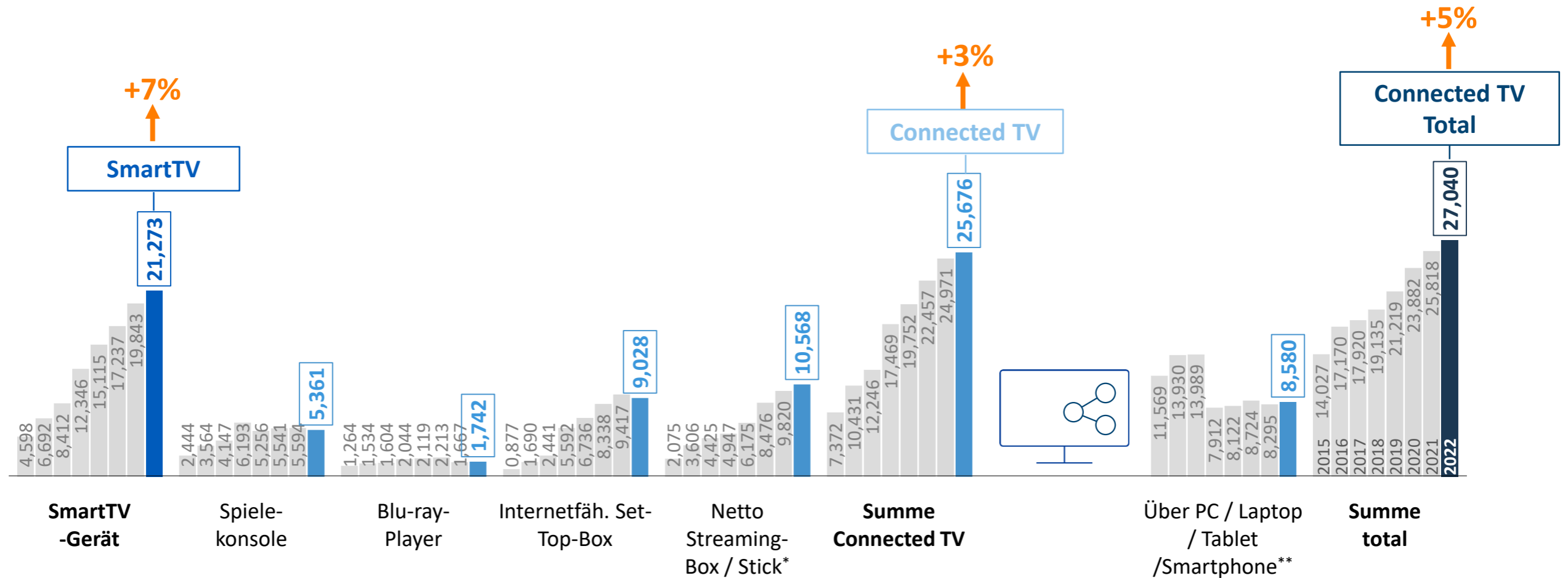


Angaben in Mio.
Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Connected TV – Anzahl Haushalte 2015 – 2022

Connected TV wächst weiter, vor allem bedingt durch mehr direkte Anschlüsse via Smart TV.

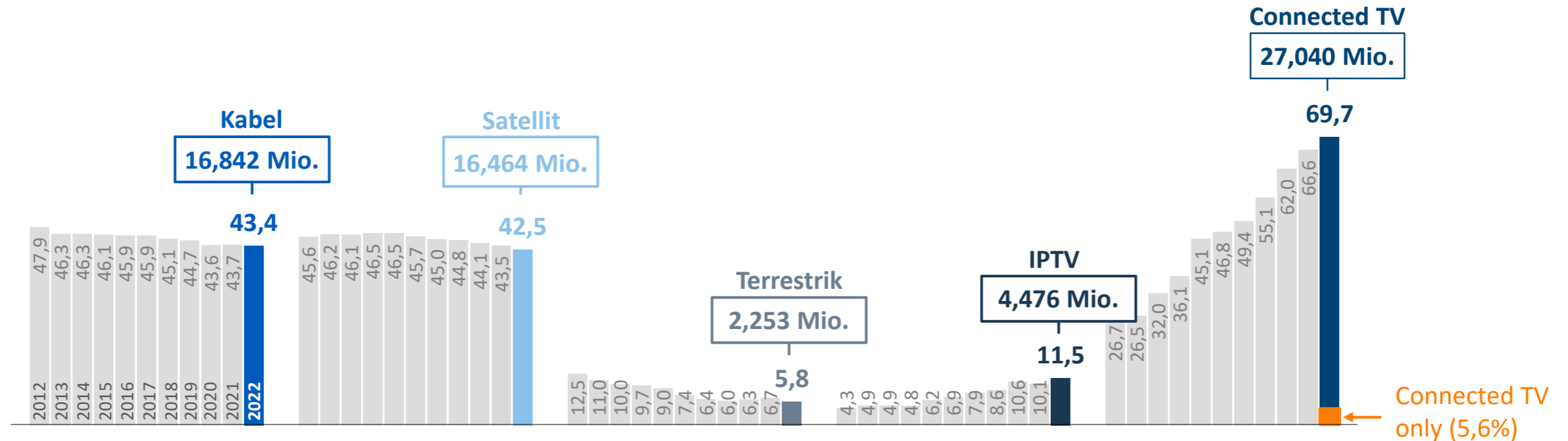


Angaben in Mio. / * Streaming-Box/Stick ab 2015 abgefragt / **Smartphone ab 2016 abgefragt
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Verteilung der Übertragungswege

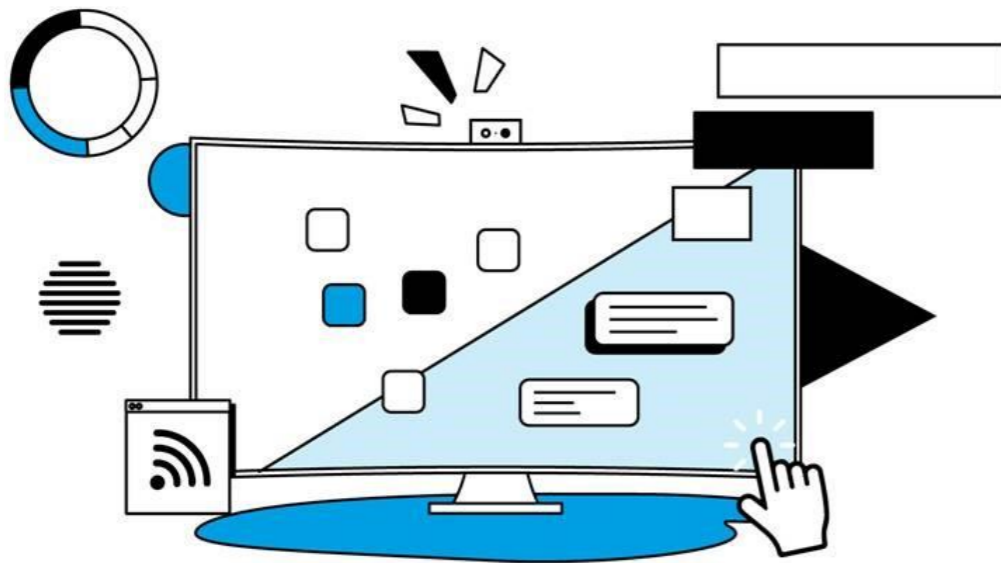
Knapp sieben von zehn TV-Haushalten haben die Möglichkeit, TV-Inhalte aus dem Internet anzuschauen. Damit ist Connected TV mit Abstand die häufigste Empfangsmöglichkeit.



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter; TV-HH, die ihre TV-Programme ausschließlich über das Internet empfangen (1,7%) zählen hier zu Connected TV.

Connected TV: TV-Gerät direkt oder über ein anderes Gerät mit dem Internet verbunden (nicht zwingend permanente Verbindung)

Basis: 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



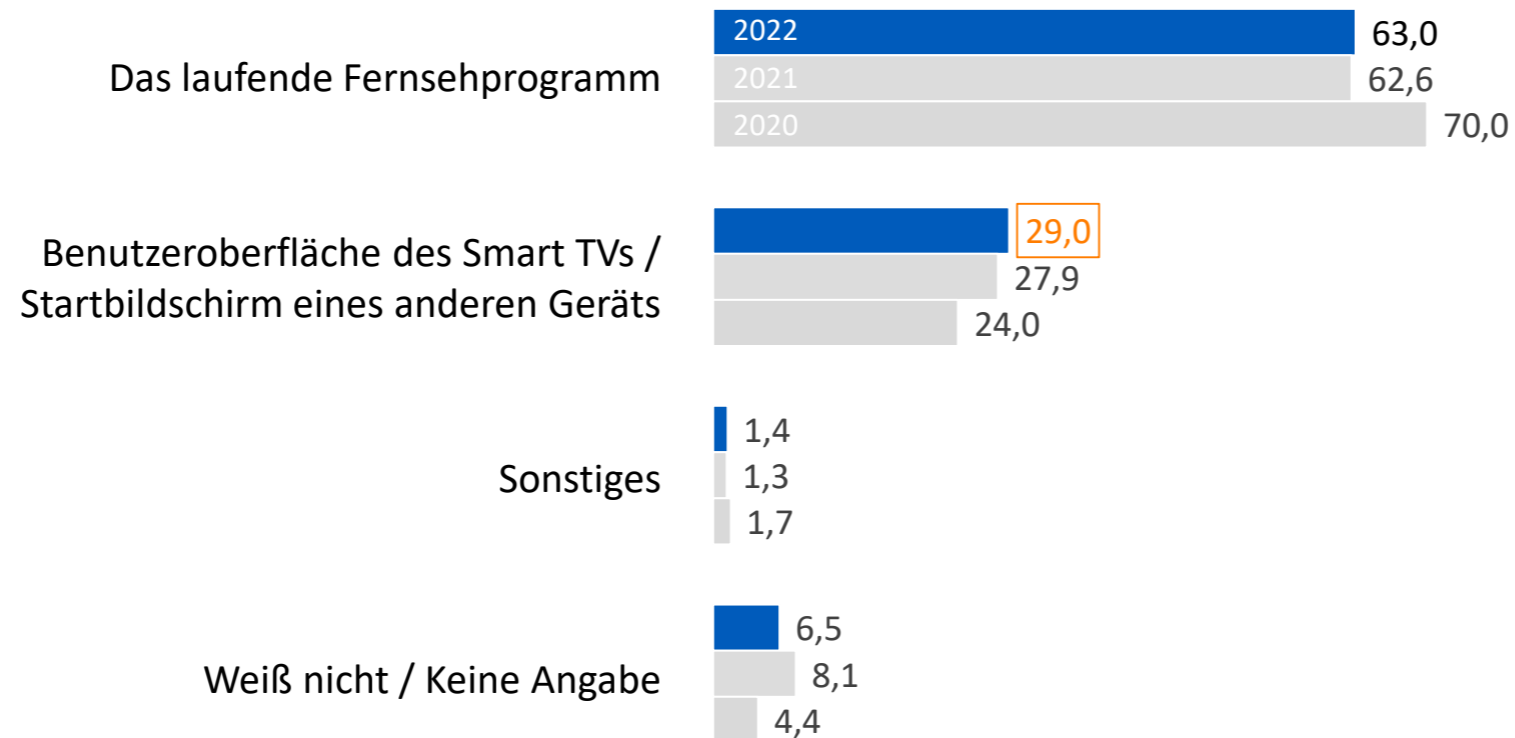
4

Benutzeroberflächen: Aufrufen von OTT-Angeboten am TV-Gerät



Erster Bildschirm nach Einschalten des TV Gerätes im Trend

Der Anteil an Zuschauenden, die als ersten Bildschirm das laufende TV-Programm sehen, bleibt bei etwa zwei Drittel. Etwas mehr als zuletzt starten auf einer Benutzeroberfläche.



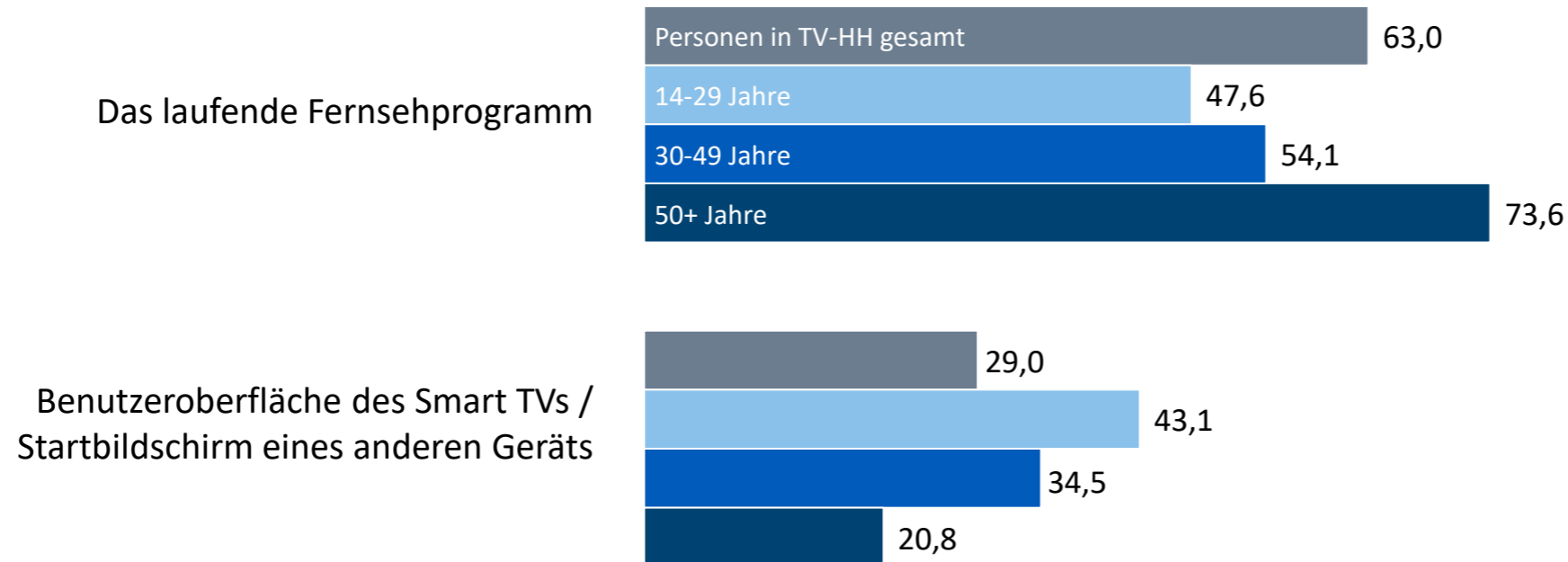
Angaben in Prozent;

Basis: 67,650 / 67,796 / 67,677 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Deutschland (n=6.387)



Erster Bildschirm nach Einschalten des TV Gerätes – nach Alter

Die Mehrheit in der Altersgruppe 30+ sieht beim Start das laufende Programm. Bei den Unter-30-Jährigen landen überdurchschnittlich viele auf einer Benutzeroberfläche.



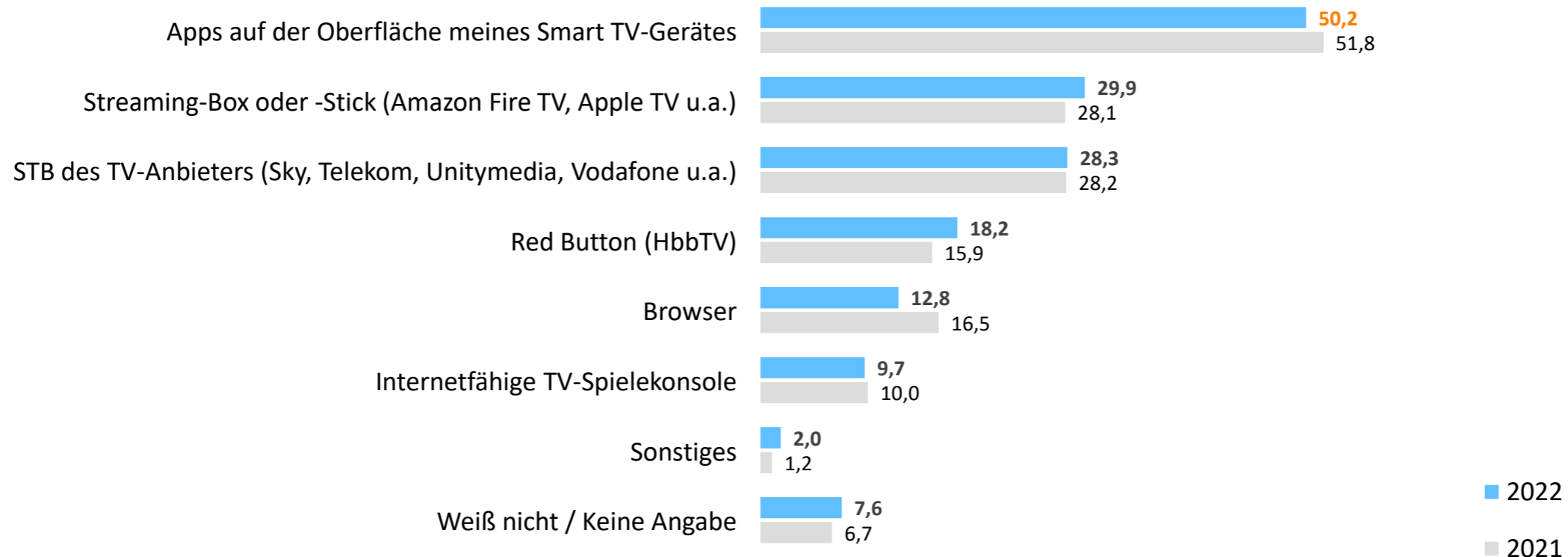
Angaben in Prozent

Basis: 67,650 / 67,677 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Deutschland (n=6.387), 14-29 Jahre n=1.030, 30-49 Jahre n=1.695, 50+ Jahre n=3.662



Aufrufen der OTT-Angebote am TV-Gerät: Monatl. Nutzende Connected TV*

Am häufigsten werden OTT-Inhalte direkt über die Smart TV Oberfläche aufgerufen. Etwa 3 von 10 nutzen dazu auch internetfähige Set-Top-Boxen und Streaming-Sticks.

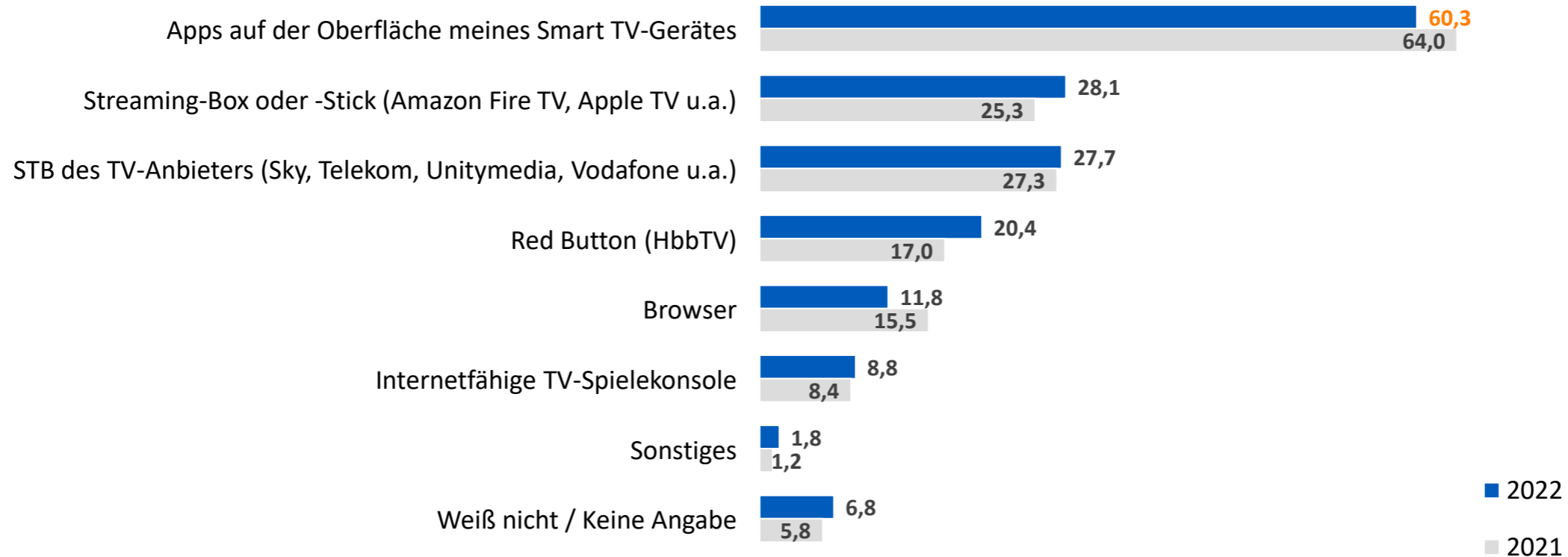


Angaben in Prozent; *am Smart TV-Gerät oder am TV-Gerät, das über ein Peripheriegerät mit dem Internet verbunden ist
Basis: 32,367 / 32,163 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=3.126)



Aufrufen der OTT-Angebote am TV-Gerät: Monatl. OTT-Nutzende Smart TV

Auch Personen, die OTT regelmäßig am Smart TV nutzen, rufen die Angebote mehrheitlich über die Apps der Benutzeroberfläche auf.



Angaben in Prozent

Basis: 24,783 / 28,755 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=2.460)

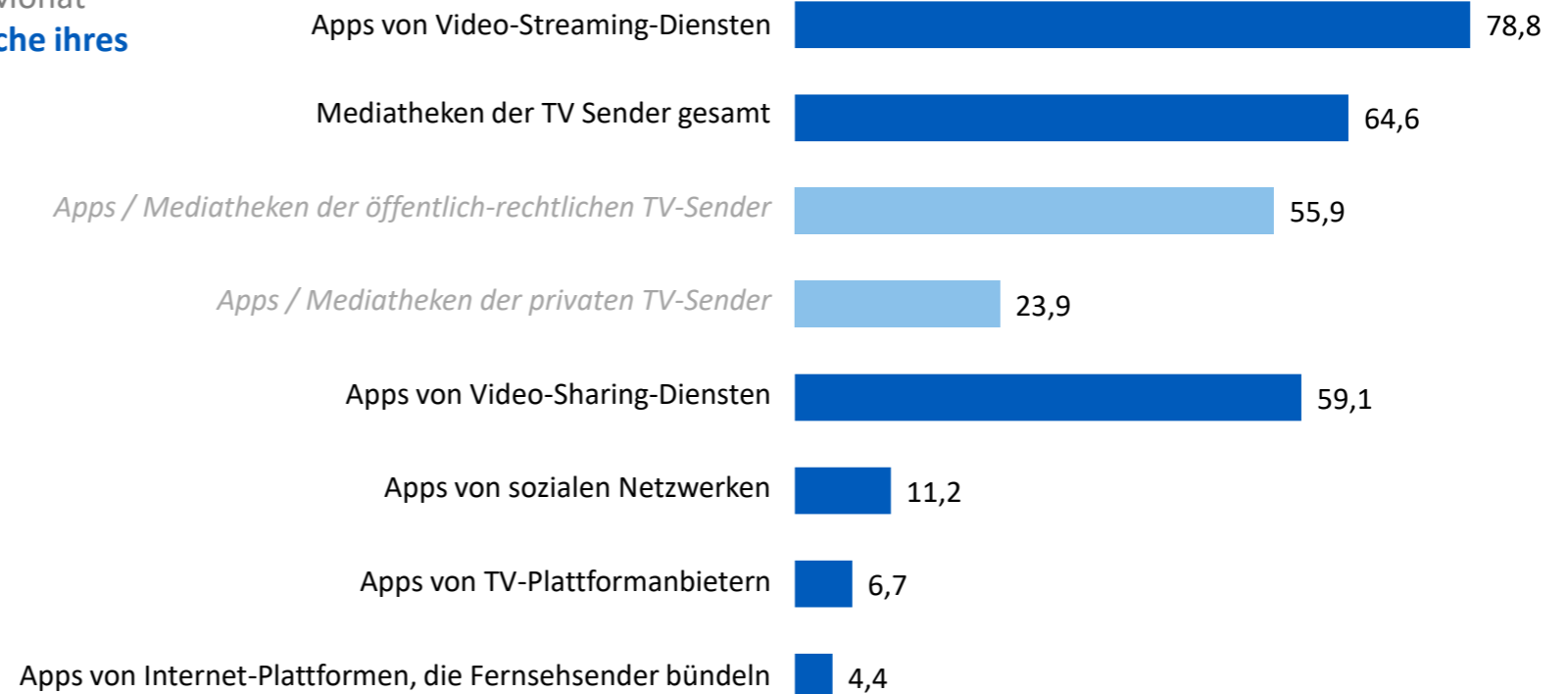


Herstellerdefinierte Oberfläche – Nutzung von Apps

Über die Smart TV-Oberfläche werden am häufigsten die Apps von Video-Streaming-Diensten aufgerufen, gefolgt von den Apps der Mediatheken und Video-Sharing-Diensten.



Genutzte Apps über die Smart TV Oberfläche



Angaben in Prozent

Basis: 28,755 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=2.764)

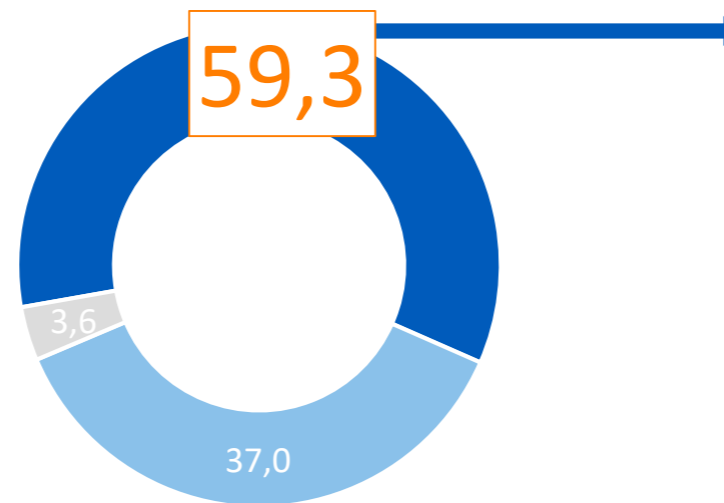


Aufrufen der OTT-Angebote am TV-Gerät über Oberfläche des Smart TVs

Die meisten regelmäßigen Nutzenden von OTT-Inhalten am Smart TV haben die Oberfläche ihres Geräts im Originalzustand gelassen.

60,3% derer, die mindestens einmal im Monat OTT-Inhalte auch am Smart TV-Gerät nutzen, rufen diese über die **Oberfläche ihres Smart TV-Gerätes** auf

- Im Originalzustand / unverändert
- Oberfläche verändert, z.B. Apps verschoben / installiert
- Weiß nicht / Keine Angabe



Im Originalzustand / unverändert

Ich komme mit der Oberfläche / den Apps zurecht



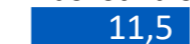
Das ist mir zu aufwändig



Wusste gar nicht, dass das geht



Das ist zu schwierig / ist mir zu kompliziert



Lohnt nicht, nutze es zu wenig



Sonstige Gründe



Weiß nicht / Keine Angabe



Angaben in Prozent

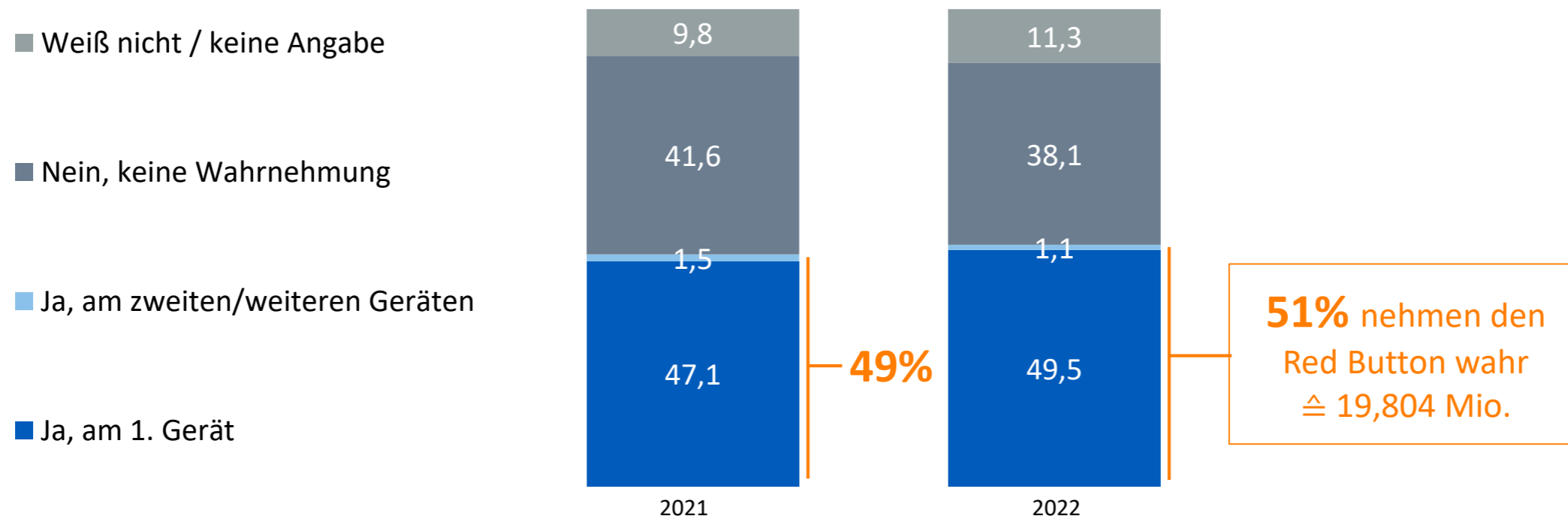
Basis: 28,755 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=2.764)



Wahrnehmung Red Button / HbbTV

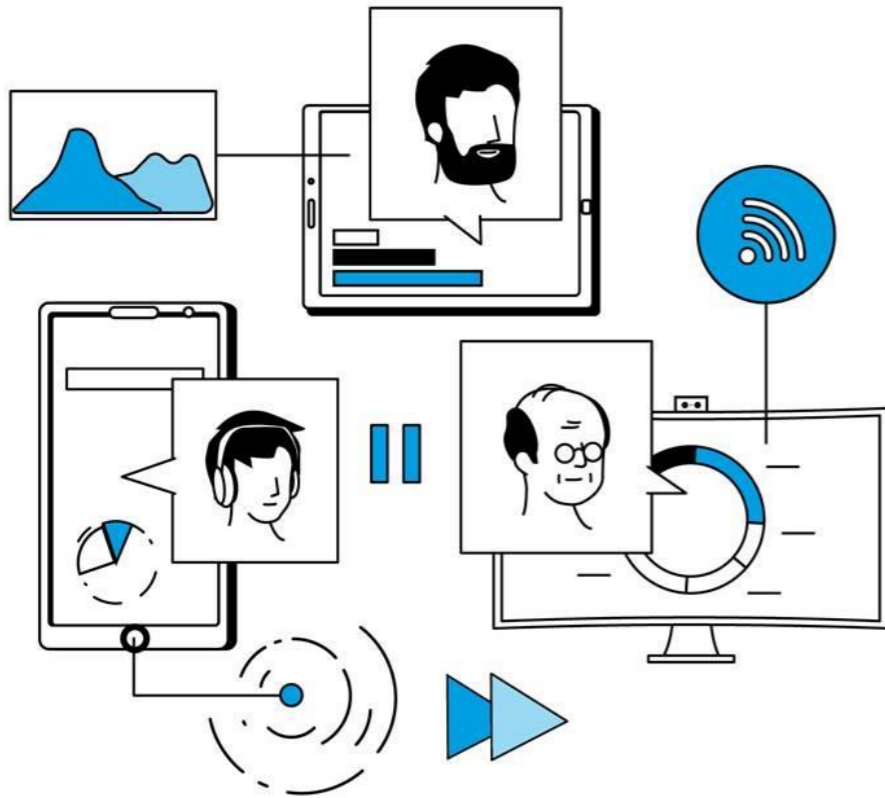
Etwa jede:r Zweite mit Zugang zu einem „connected“ Smart TV bemerkt hin und wieder den Red Button.

55,4% haben Zugang zu mind. einem mit dem Internet verbundenen Smart TV-Gerät: **39,101 Mio.**



Angaben in Prozent

Basis: 37,052 / 39,101 Mio. Personen ab 14 Jahre in Haushalten, in denen mind. ein Smart TV-Gerät mit dem Internet verbunden ist (n=3.743)



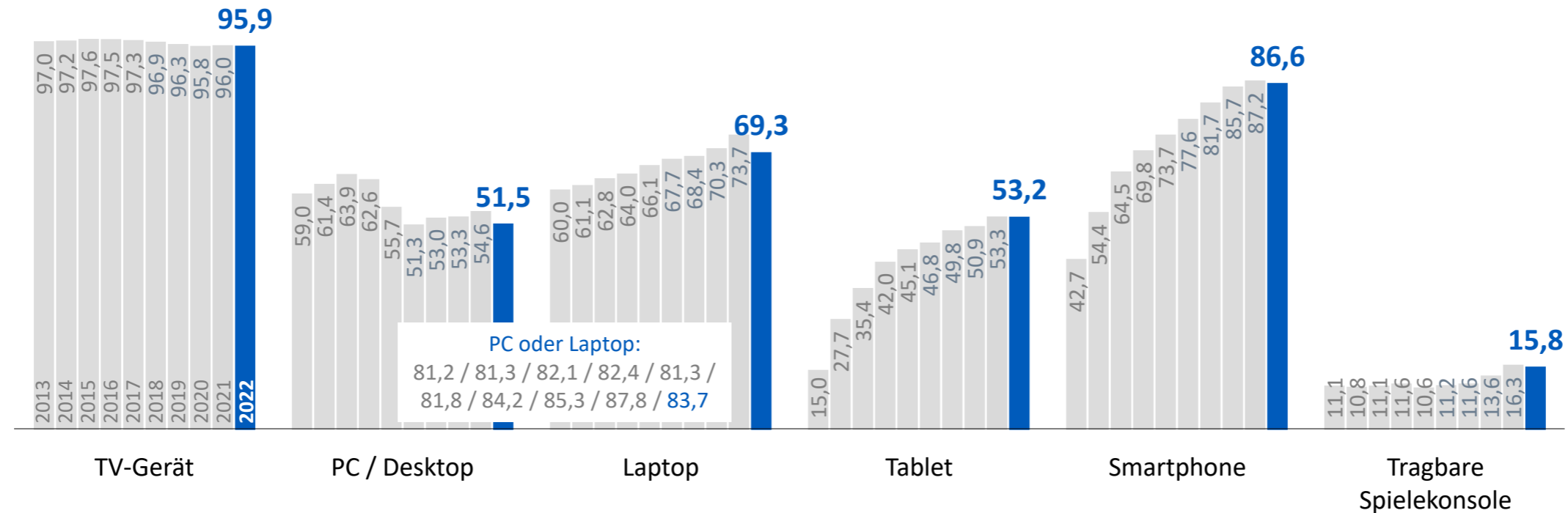
5

Zugang zu Bildschirmgeräten /
Möglichkeiten zur Fernseh- und OTT-Nutzung



Zugang zu Bildschirmgeräten – Alle Personen

Der Zugang zu Tablets und Smartphones hat eine Sättigungsgrenze erreicht, während weniger Personen auf PC oder Laptop zugreifen können.



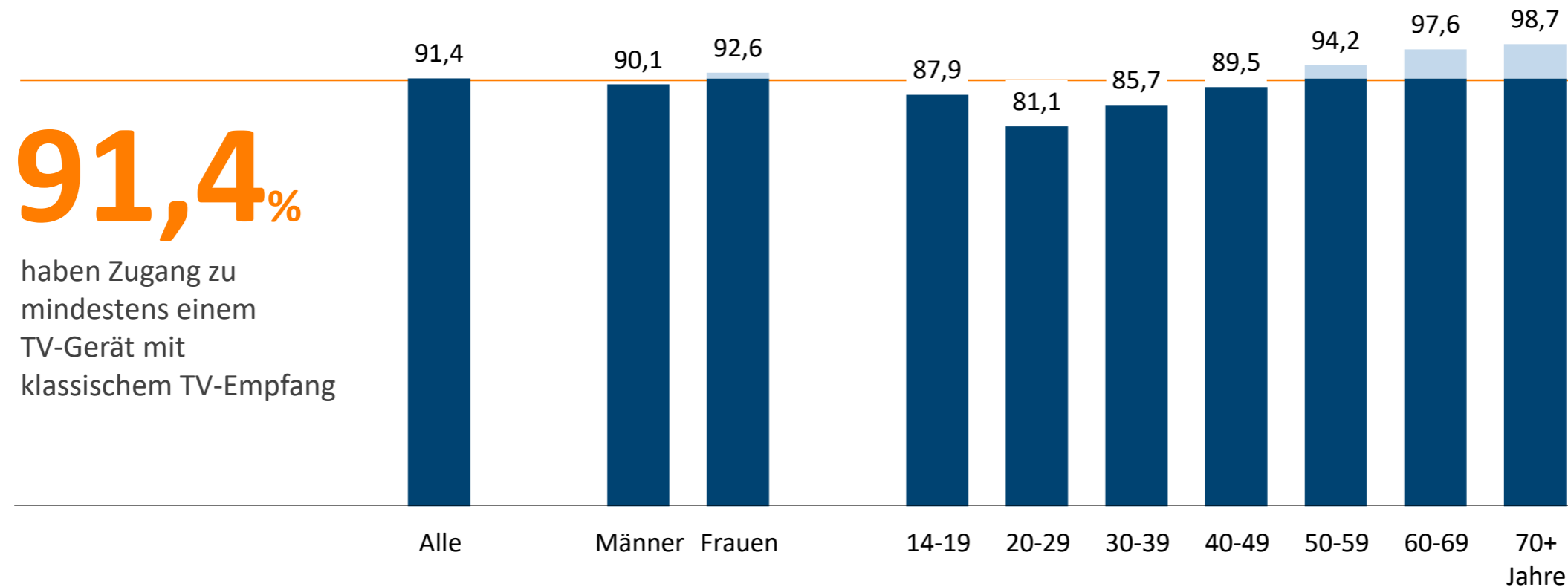
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Zugang zu TV-Gerät mit klassischem TV-Empfang

Etwa 9 von 10 Personen haben nach wie vor Zugang zu klassischem Fernsehen am TV-Gerät. Unter-50-Jährige liegen unter dem Durchschnitt.

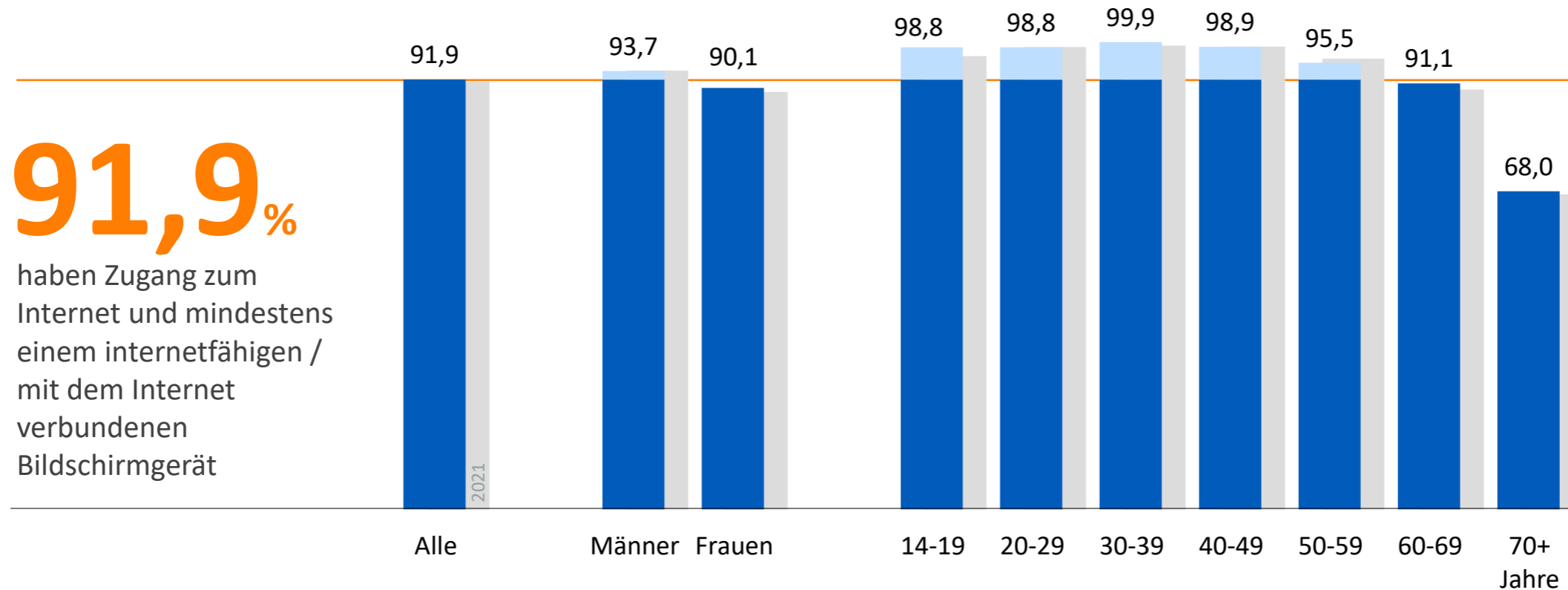


Angaben in Prozent
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Möglichkeit zur Videonutzung aus dem Internet gesamt – alle Geräte

Eine ähnlich große Personengruppe kann TV- und Videoinhalte aus dem Netz nutzen.

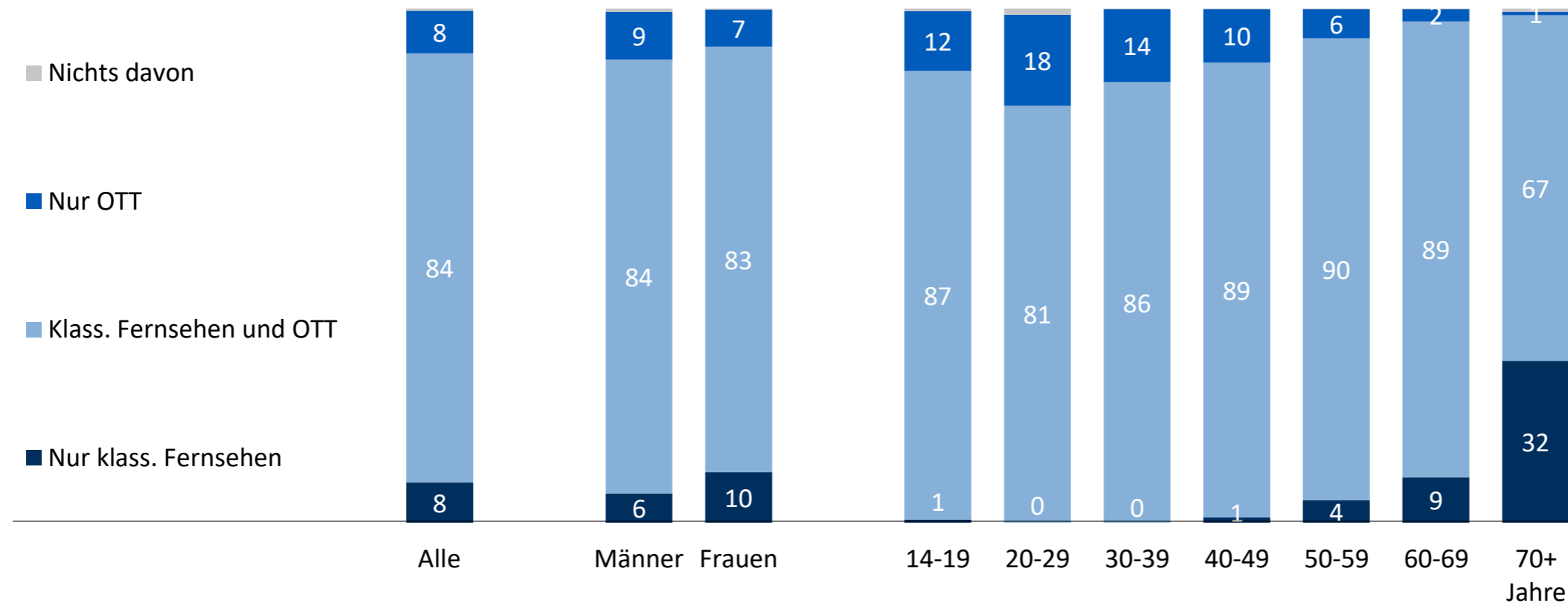


Angaben in Prozent
Basis: 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Nutzungsmöglichkeit klassisches Fernsehen vs. OTT

Fast jede:r Fünfte im Alter von 20-29 Jahren hat ausschließlich Zugang zu OTT, während ein Drittel der Über-70-Jährigen nur klassisches Fernsehen nutzen kann.

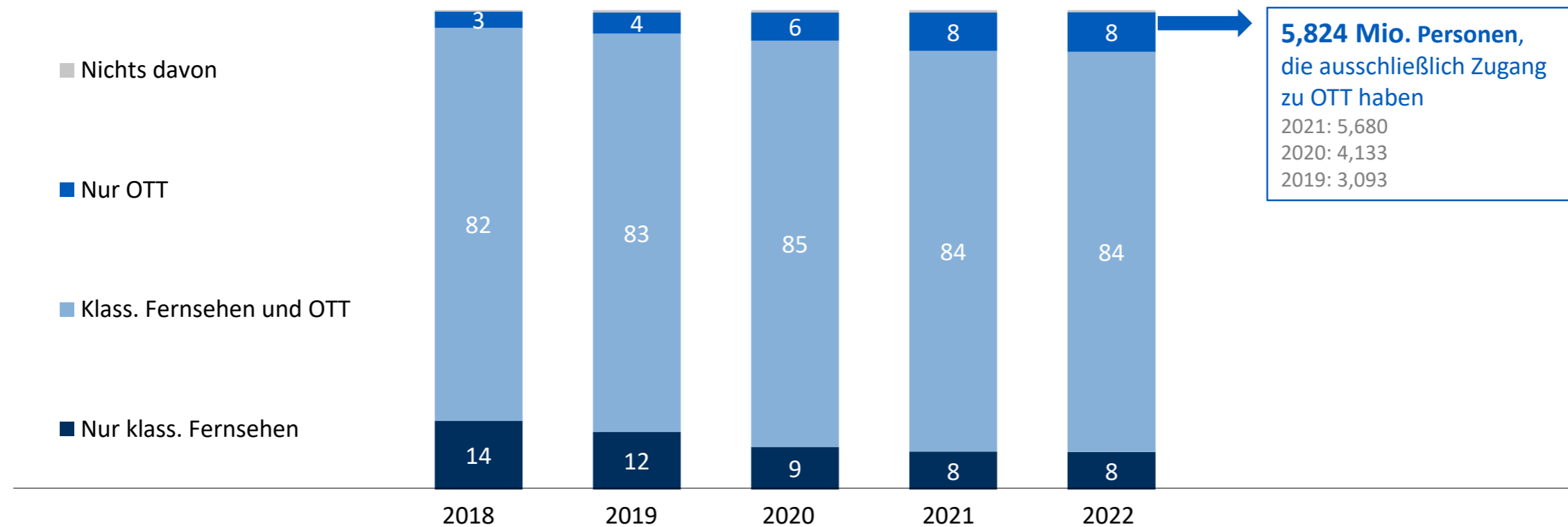


Angaben in Prozent
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Nutzungsmöglichkeit Fernsehen vs. OTT – im Trend

Der Anteil derer, die an allen Geräten ausschließlich Zugang zu OTT haben, bleibt stabil und liegt nun bei circa 5,8 Millionen Personen.



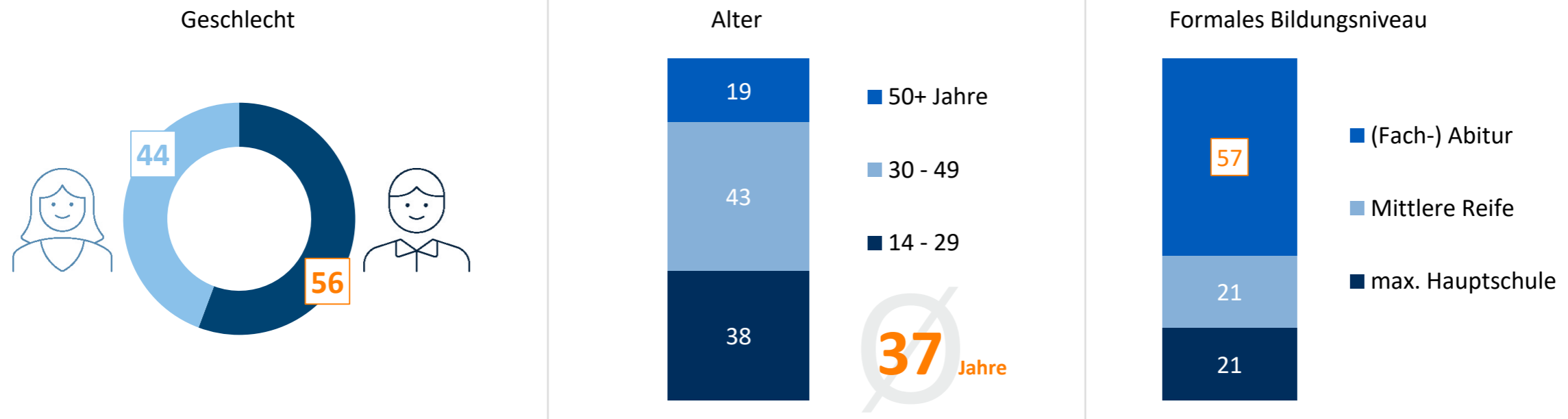
Angaben in Prozent
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Demographie der OTT onlys

Die „OTT onlys“ sind mehrheitlich männlich mit formal hohem Bildungsgrad. Das Durchschnittsalter liegt bei 37 Jahren.

5,824 Mio. Personen, die ausschließlich Zugang zu OTT haben

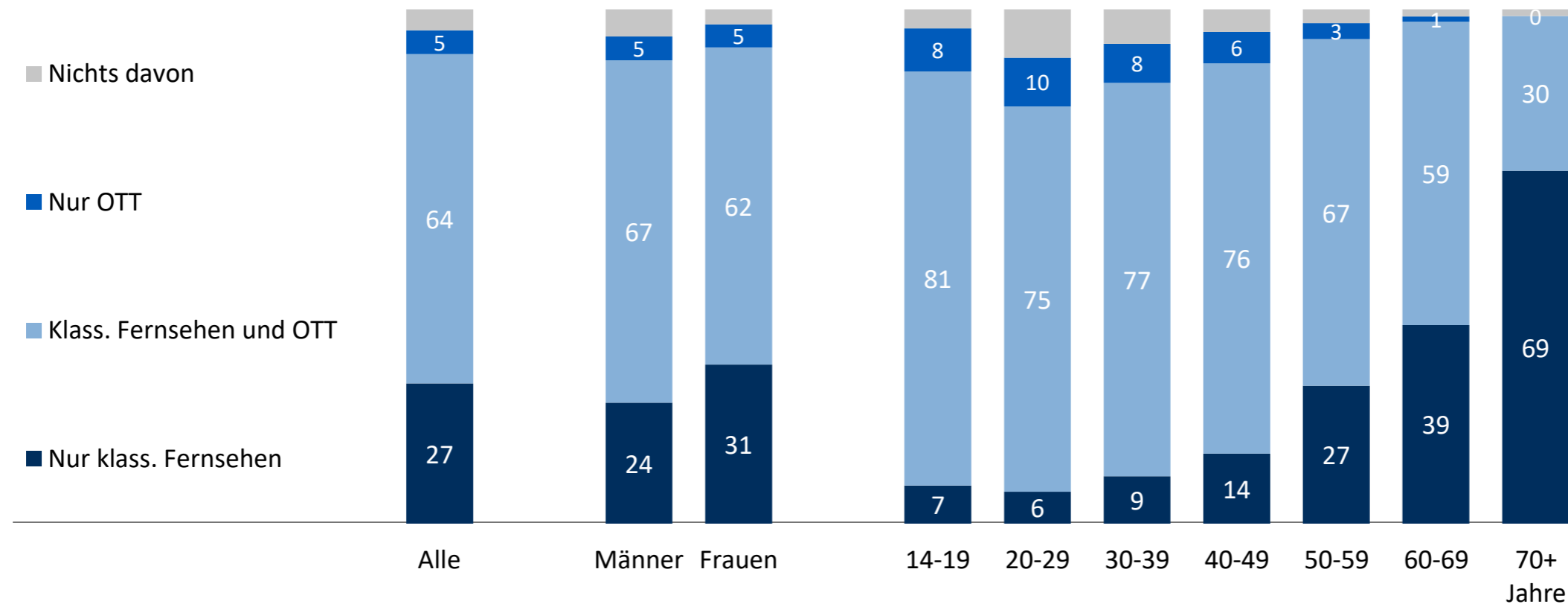


Angaben in Prozent
Basis: 5,824 Mio. Personen, die ausschließlich Zugang zu OTT haben (n=612)



TV-Gerät: Nutzungsmöglichkeit klassisches Fernsehen vs. OTT

Auch am „Big Screen“ hat eine Mehrheit sowohl Zugang zu OTT als auch klassischem TV. Die Mehrzahl der Über-70-Jährigen kann nur klassisches Fernsehen am TV-Gerät nutzen.

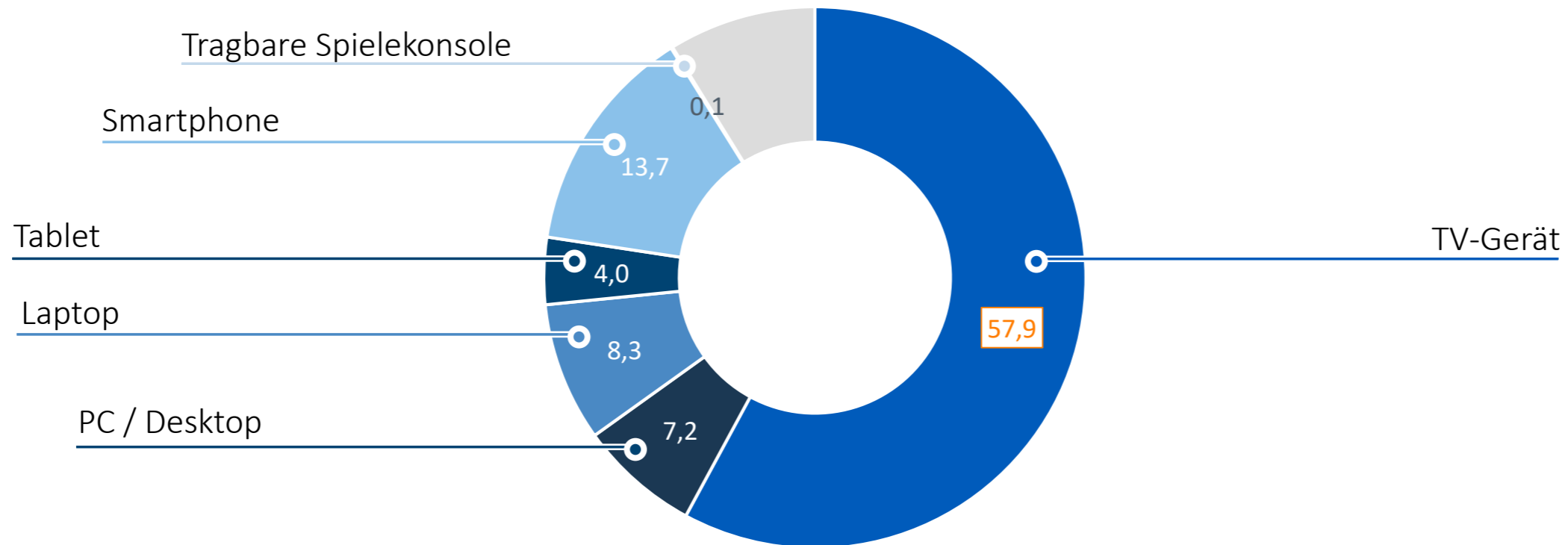


Angaben in Prozent
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung

Der Fernseher ist für die meisten das wichtigste Gerät zur Bewegtbildnutzung. Jede:r Siebte bevorzugt das Smartphone.

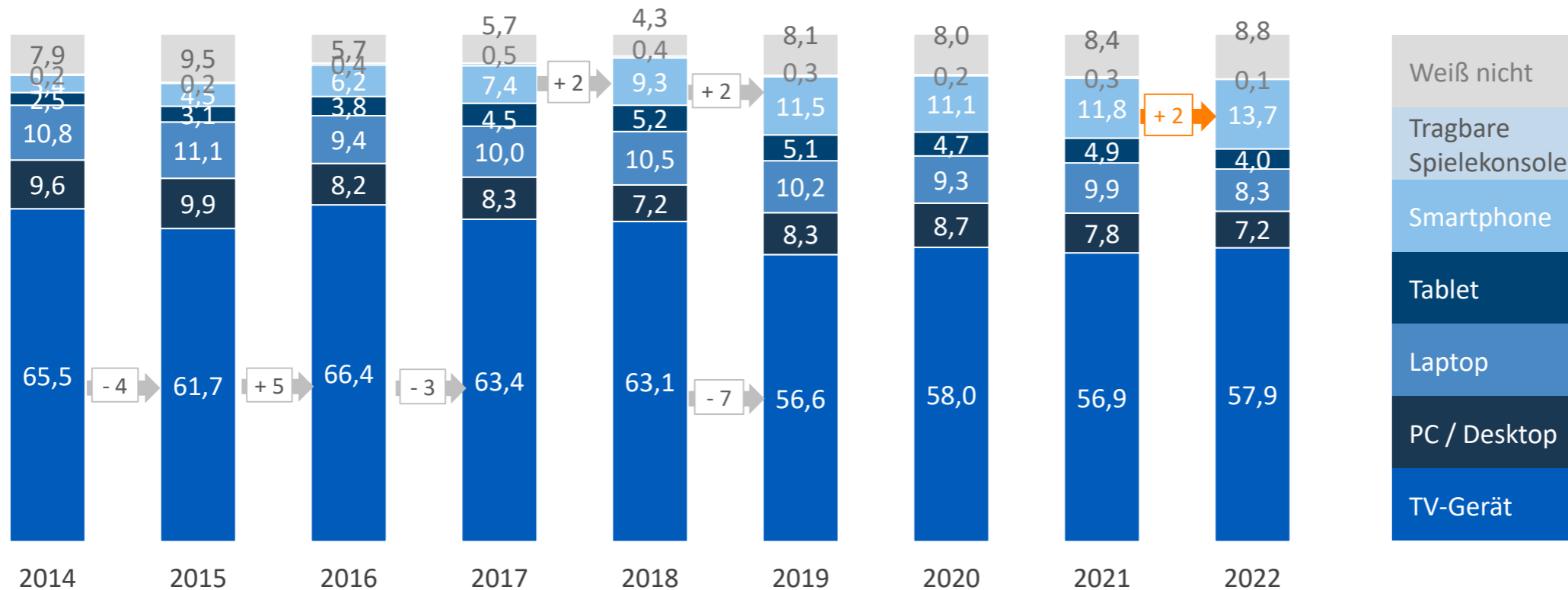


Angaben in Prozent
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung im Trend

Das Smartphone gewinnt an subjektiver Relevanz für die Nutzung von Bewegtbildinhalten.



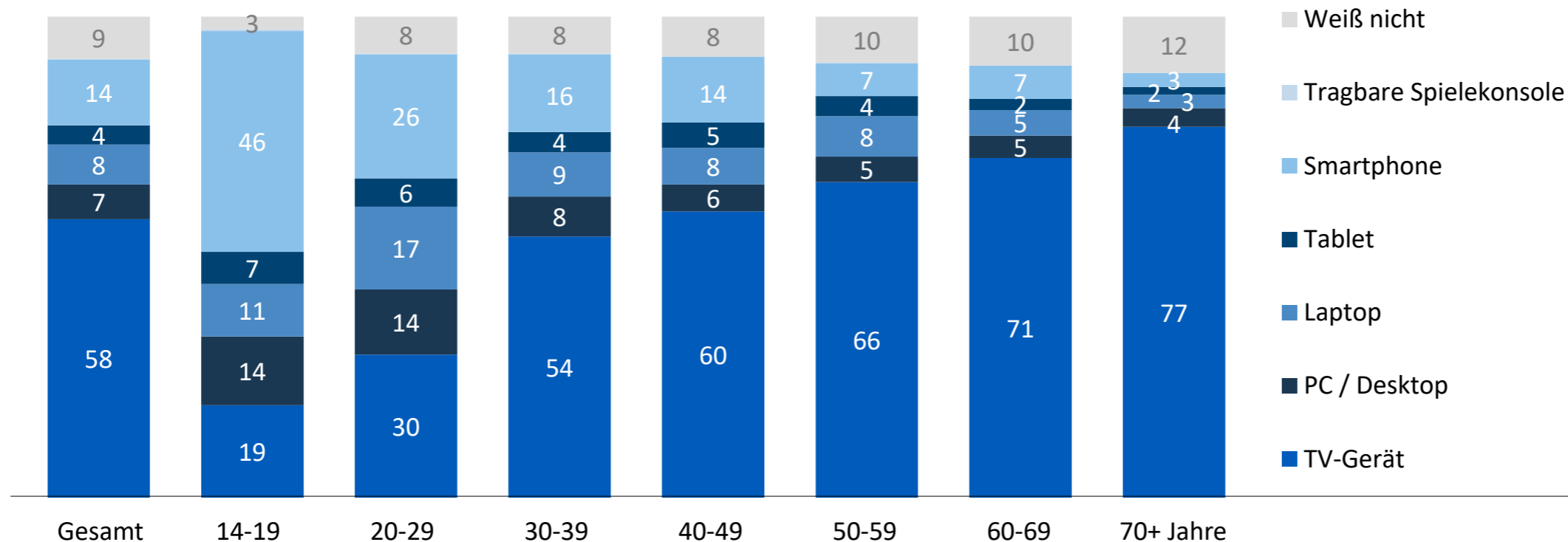
Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung nach Alter

In der jüngsten Altersgruppe hat das Smartphone dem TV-Gerät bereits den Rang abgelaufen. Je älter, desto relevanter ist das Fernsehgerät.



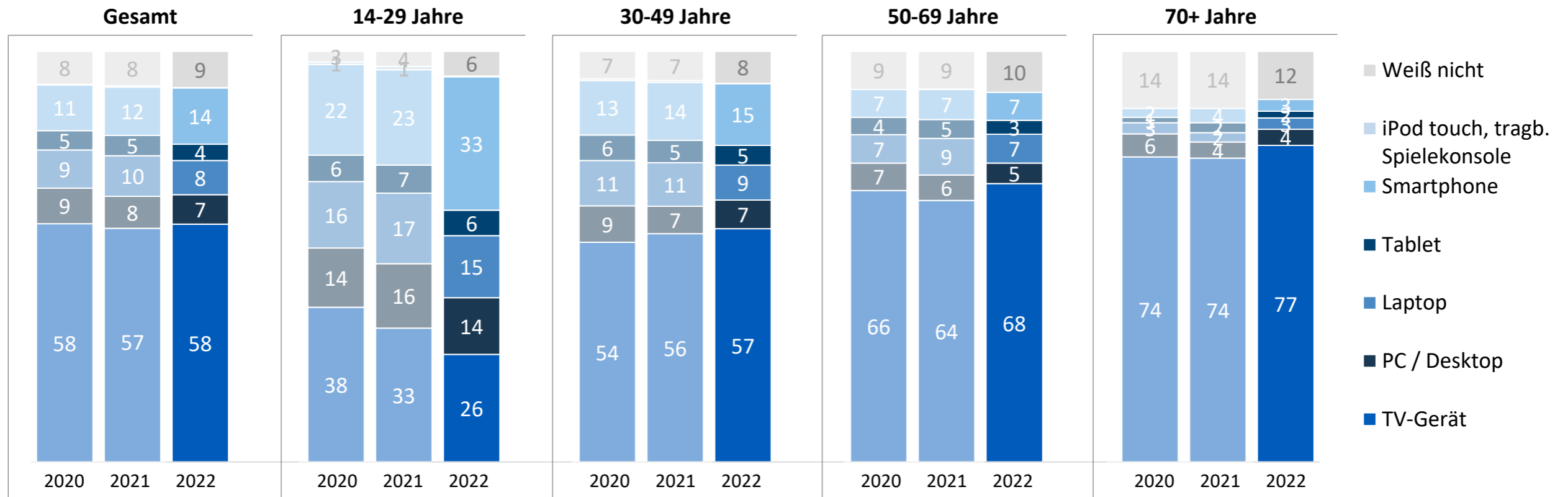
Angaben in Prozent

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung nach Alter im Trend

Das TV-Gerät verliert bei Unter-30-Jährigen klar an Bedeutung, während es bei Personen 30+ nach wie vor eine (sehr) hohe Relevanz hat.



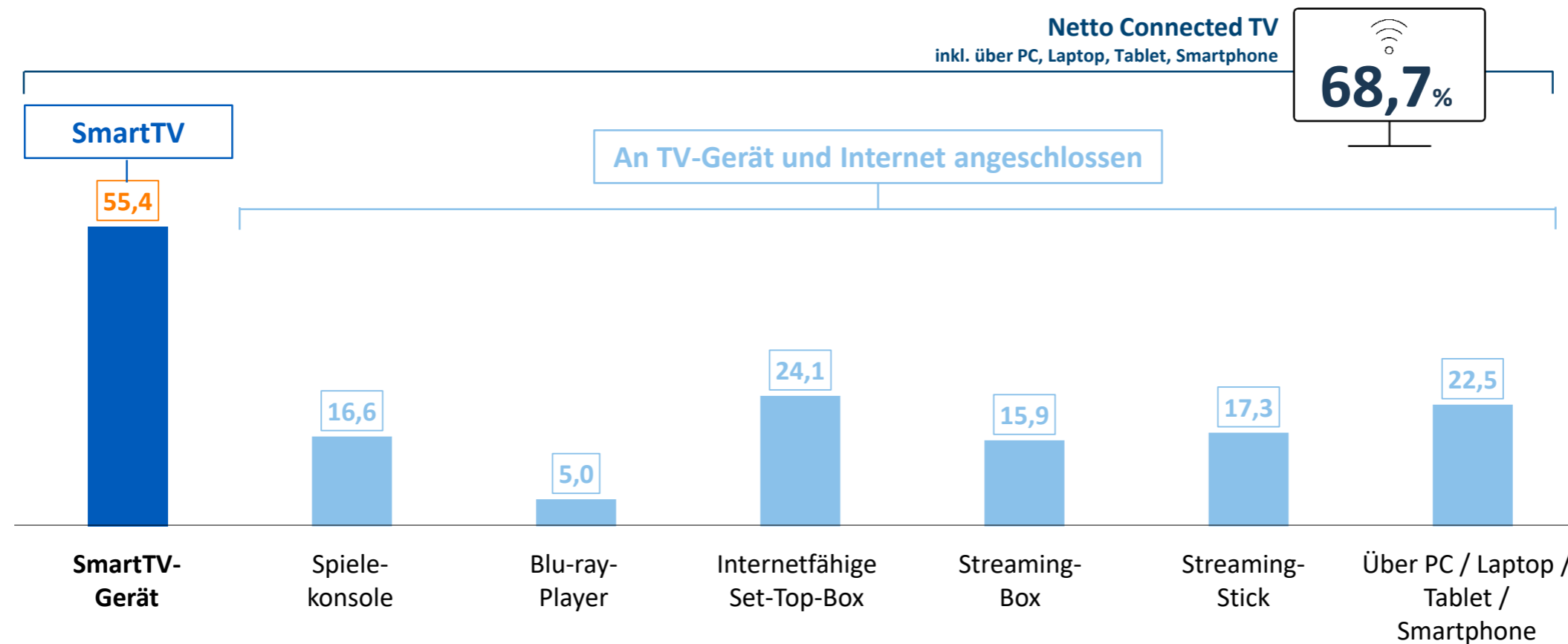
Angaben in Prozent

Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Zugang zu Connected TV

Mehr als zwei Drittel haben Zugang zu Videoinhalten aus dem Internet und mehr als jede:r Zweite hat Zugang zu einem Smart TV.



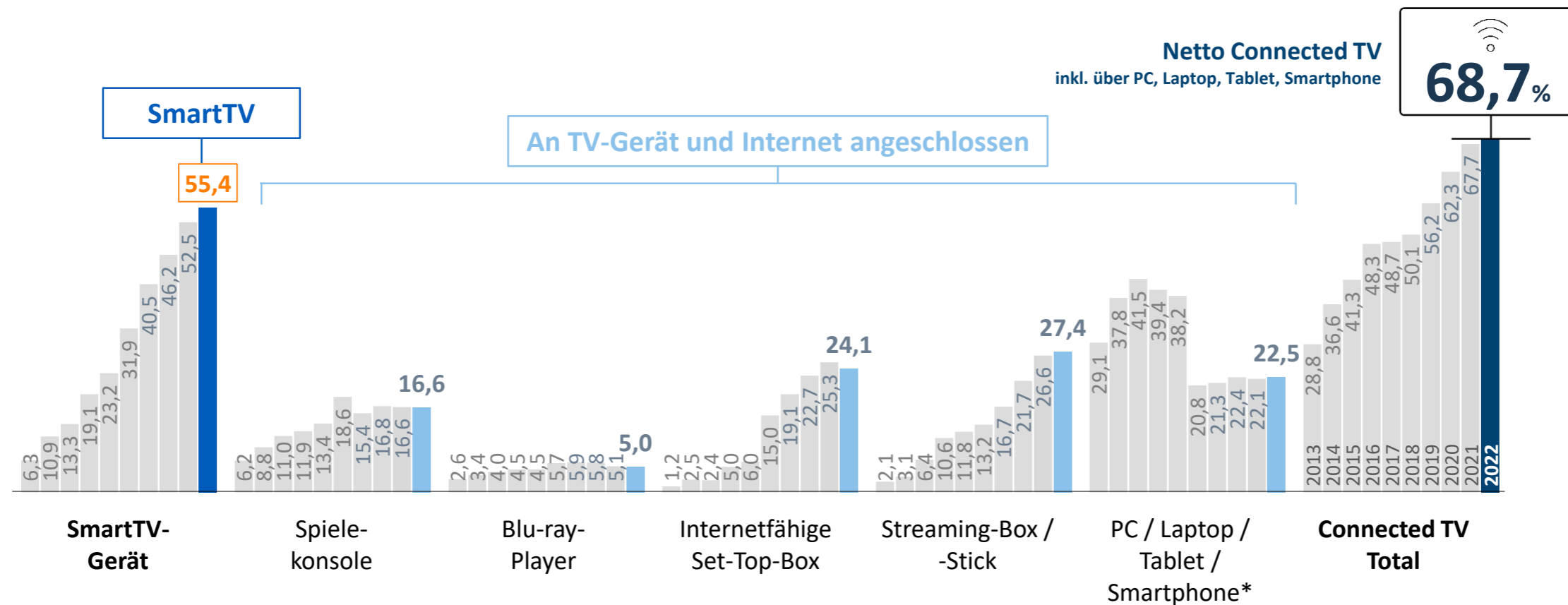
Angaben in Prozent

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



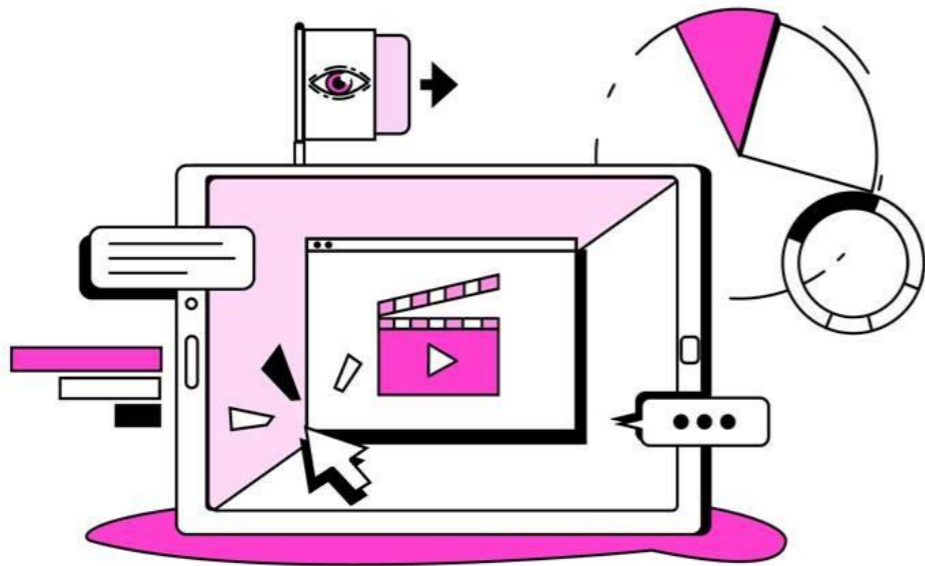
Zugang zu Connected TV im Trend

Erneut leichter Anstieg beim Zugang zu Connected TV, insbesondere aufgrund des Zuwachses bei Smart TVs.



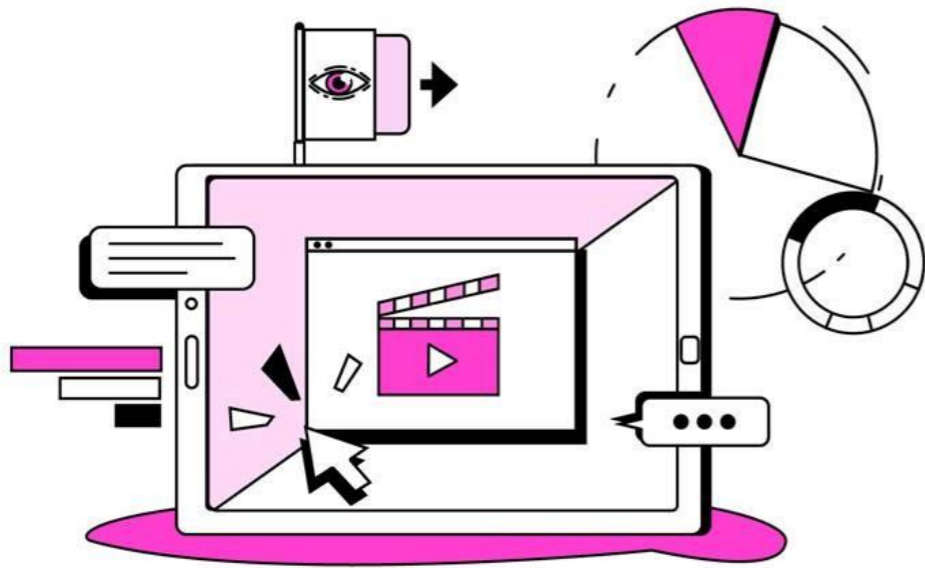
Angaben in Prozent; *Smartphone erst seit 2016 berücksichtigt

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



6

Fernseh- und Videonutzung in Deutschland



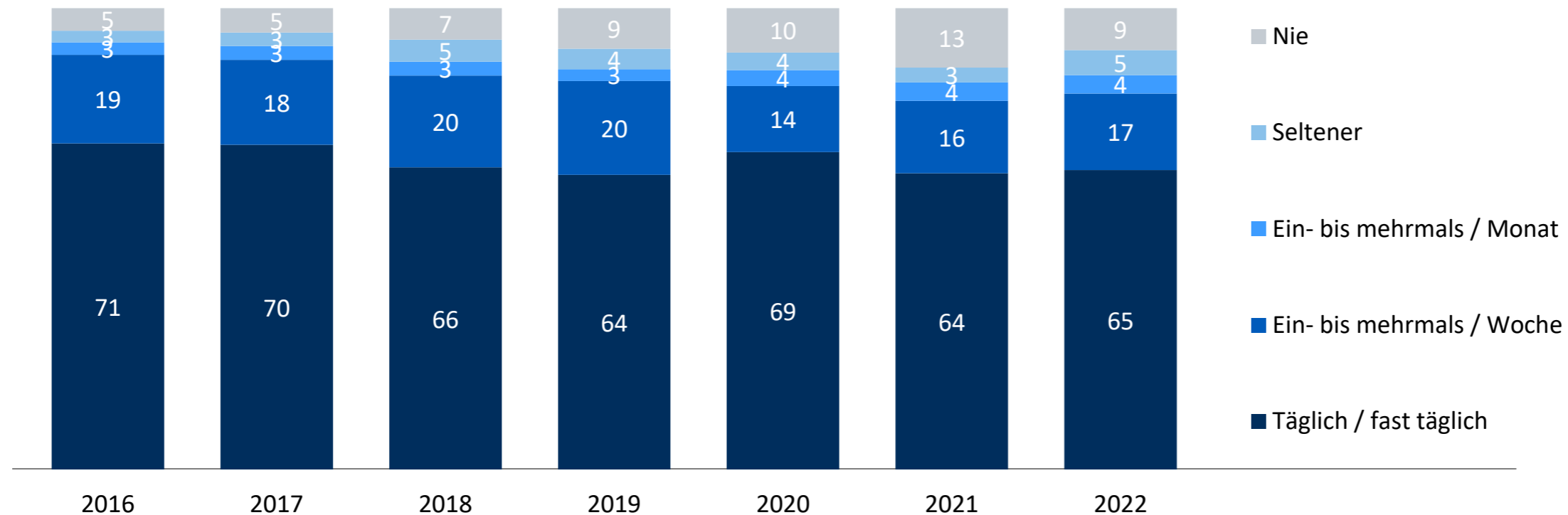
6.1

Nutzung klassisches Fernsehen und OTT im Vergleich



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen im Trend

Die Anteile verschieben sich im Vergleich zum Vorjahr nur leicht. Knapp zwei Drittel nutzen klassisches Fernsehen (fast) täglich.



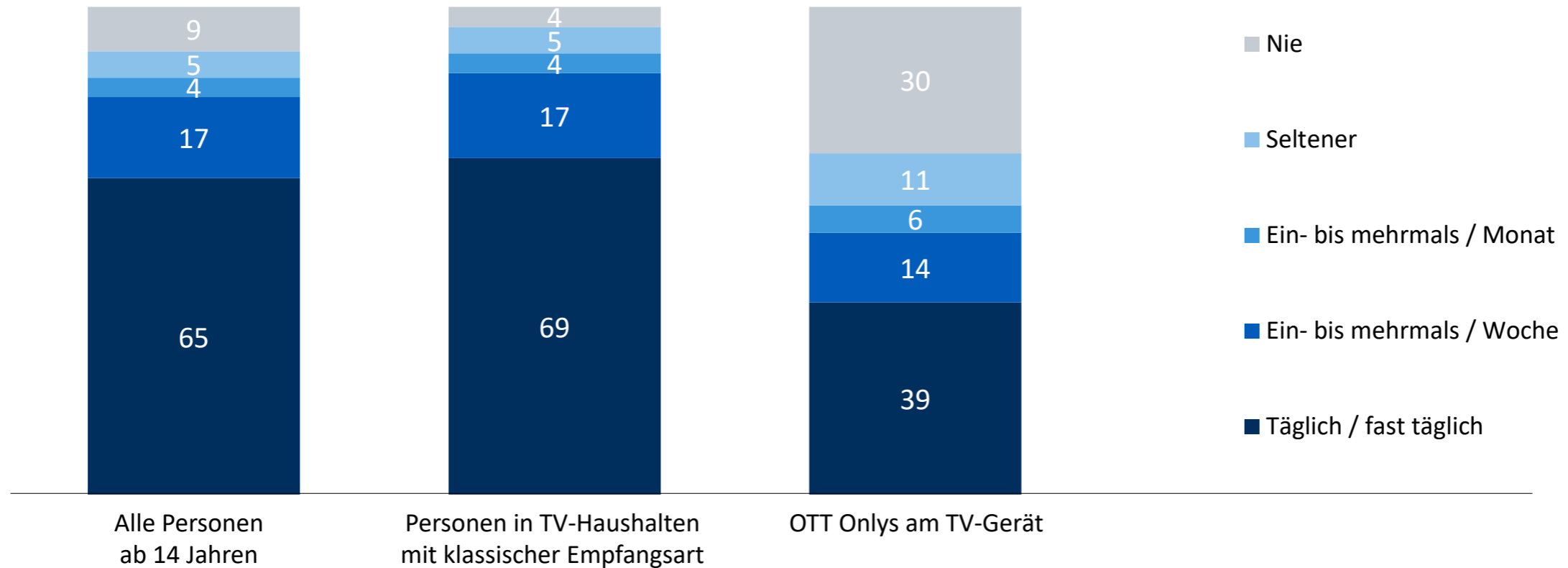
Angaben in Prozent

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Empfangsart

Unter den OTT Onlys gibt es deutlich weniger Personen, die (fast) täglich über das TV-Gerät fernsehen. Fast ein Drittel schaut sogar nie klassisches Fernsehen am großen Bildschirm.



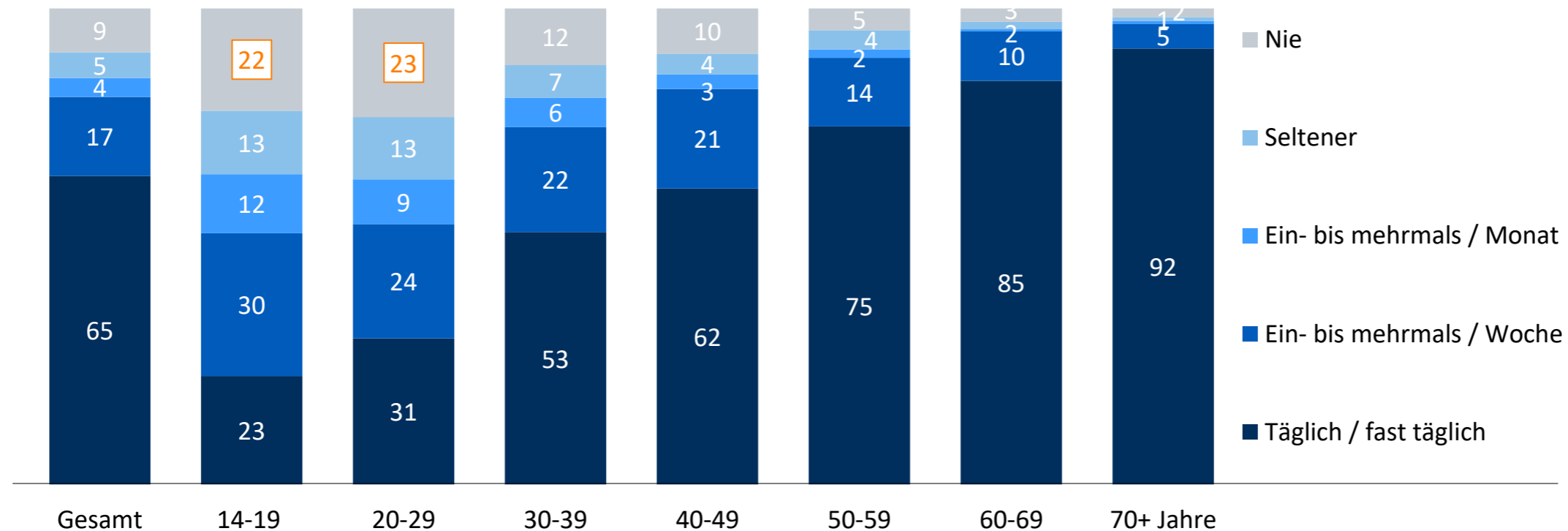
Angaben in Prozent

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763) / 64,463 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland mit mind. einer klassischen Fernsehempfangsart (n=6.129); 3,214 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die ausschließlich über das Internet fernsehen können (n=258)



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Alter

Auch altersbedingt gibt es Unterschiede: Fast jede:r Vierte unter 30 schaut nie klassisches TV. Bei Über-50-Jährigen schaut die überwiegende Mehrheit täglich.



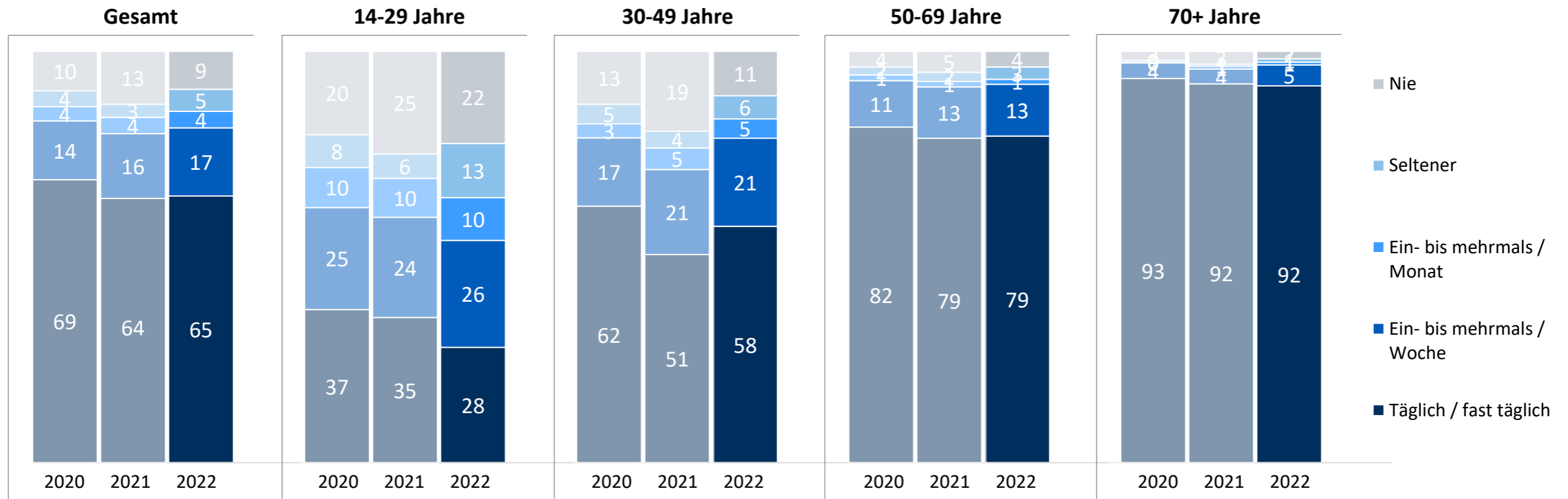
Angaben in Prozent

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Alter im Trend

Die tägliche TV-Nutzung geht bei den 14-29-Jährigen erneut zurück.



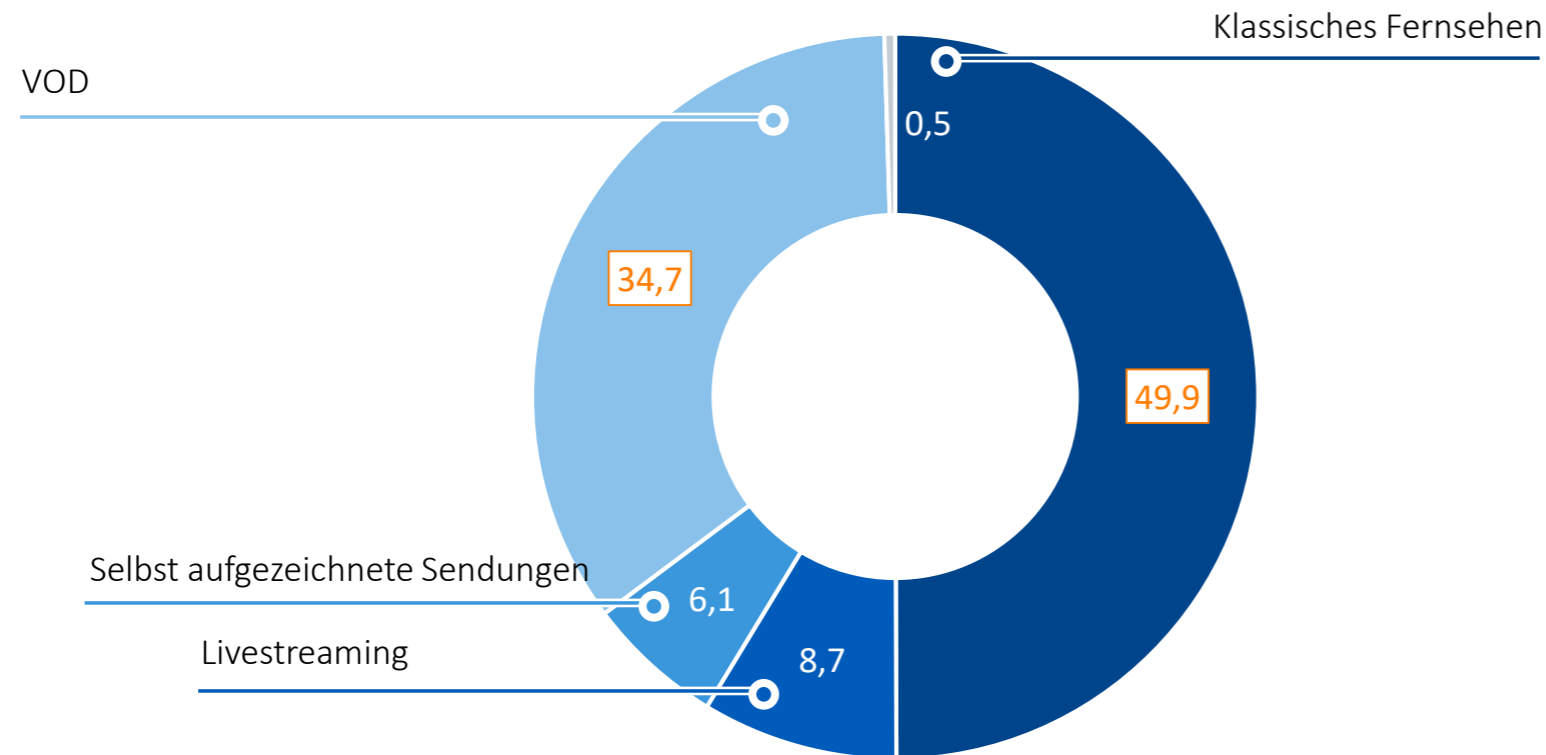
Angaben in Prozent

Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Nutzungsanteile

Über alle Geräte hinweg entfällt etwa die Hälfte der Bildschirmzeit auf klassisches Fernsehen, während mehr als ein Drittel der Nutzung auf Streaming-Diensten stattfindet.



FRAGETEXT

Denken Sie jetzt bitte mal an die gesamte Zeit, die Sie in einer durchschnittlichen Woche mit Fernsehen und Videoschauen verbringen, und zwar unabhängig davon, welche Geräte oder Angebote Sie dafür nutzen. Was schätzen Sie:

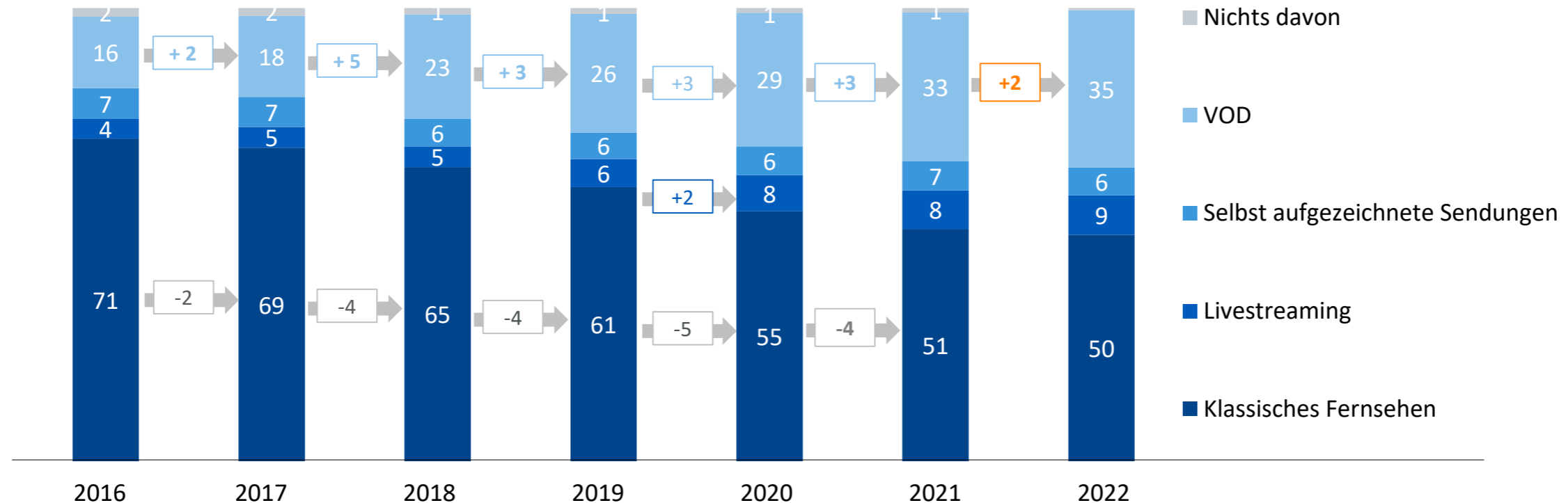
Wie viel Prozent dieser Zeit schauen Sie „normales“ Fernsehen bzw. Livestreams aus dem Internet? Wie viel Prozent entfallen auf selbst aufgezeichnete Sendungen? Und wie viel Prozent verbringen Sie mit Sendungen oder Videos, die Sie aus dem Internet abrufen?

Angaben in Prozent
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Nutzungsanteile im Trend

Die Nutzungsanteile verschieben sich weiter zugunsten von Live-Streams und vor allem Video-On-Demand.



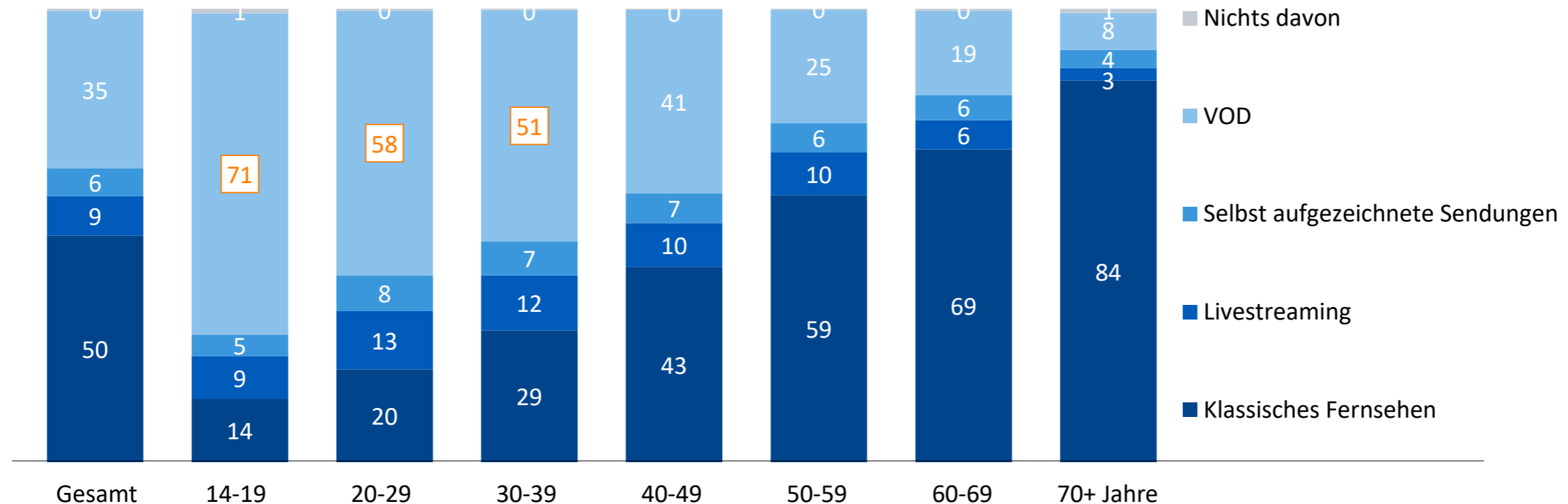
Angaben in Prozent

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile nach Alter

Es gibt ein klares Altersgefälle: Je älter, desto mehr Zeit entfällt auf das klassische Fernsehen. Umgekehrt verbringen Jüngere bis 40 J. bereits deutlich mehr Zeit mit VOD.

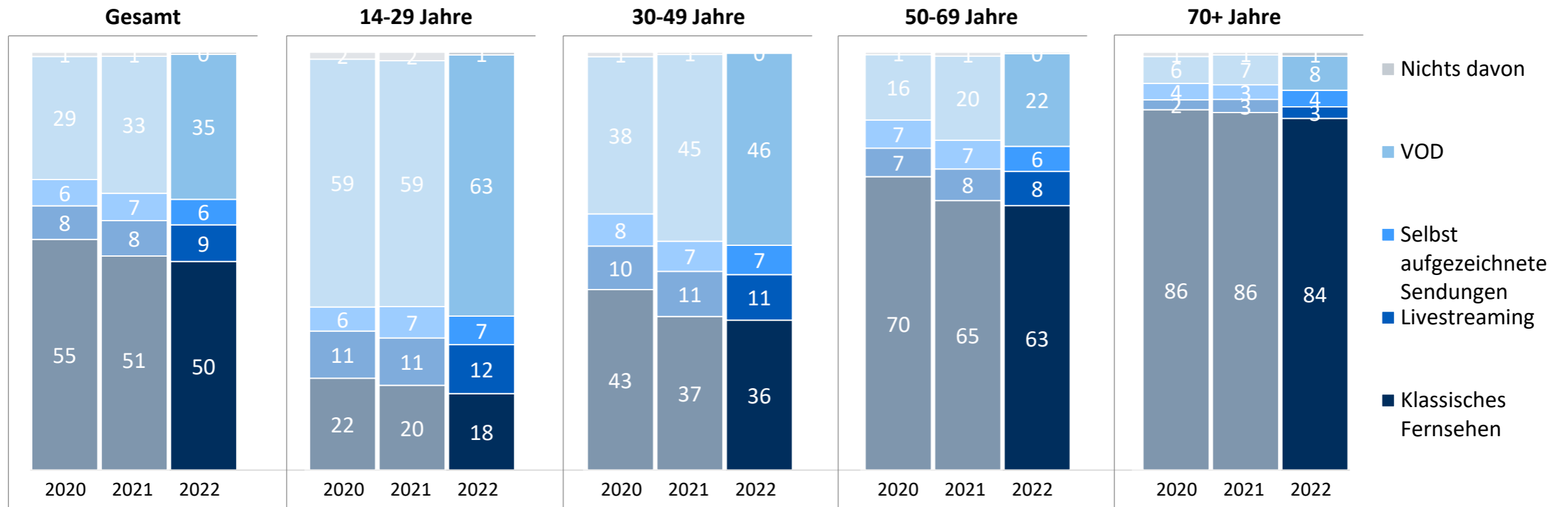


Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile nach Alter im Trend

In allen Altersgruppen sinken die Nutzungsanteile des klassischen Fernsehens im Vergleich zum Vorjahr leicht.



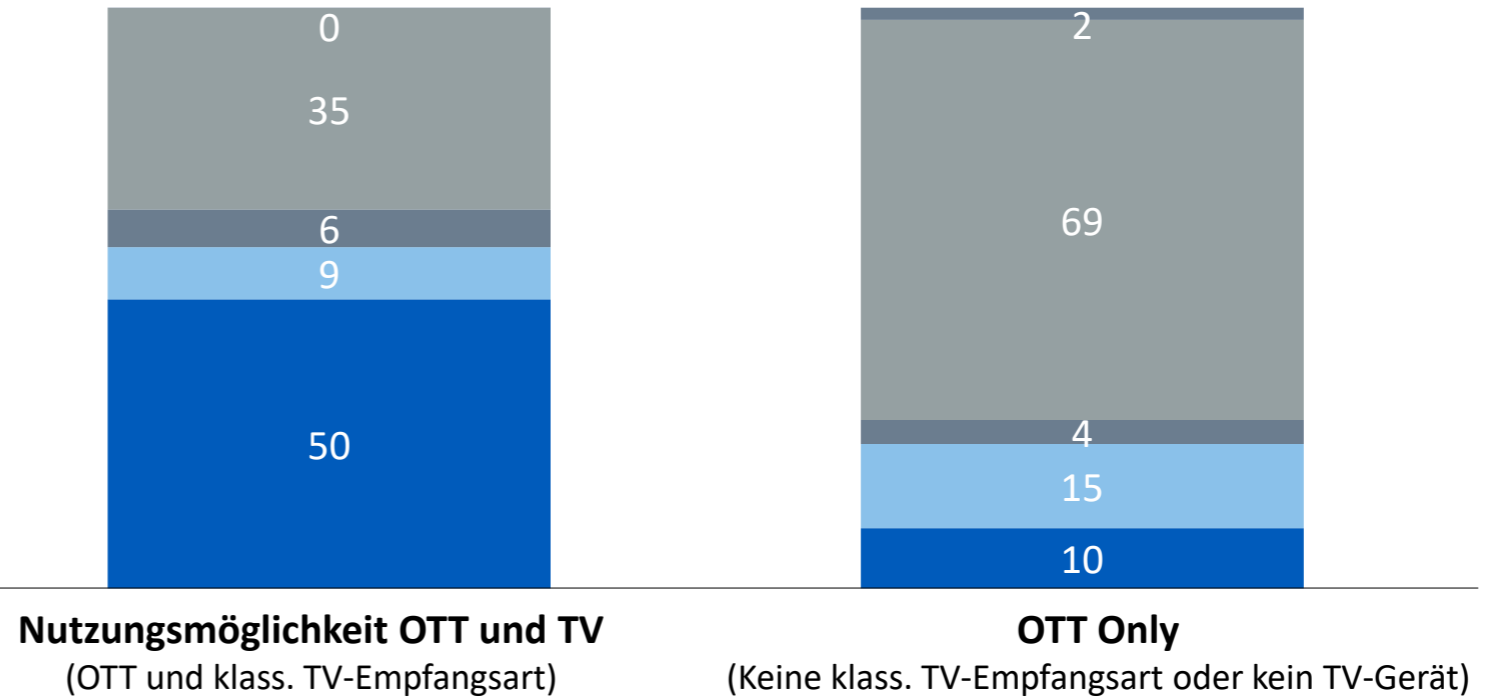
Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)
Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Nutzungsanteile OTT und TV vs. OTT Only

Bei Personen, die ausschließlich OTT Inhalte nutzen können, entfallen knapp zwei Drittel der Bildschirmzeit auf Video-On-Demand. Rund 15% sind durch Live-Content besetzt.

- Nichts davon
- VOD/ managed VOD
- Selbst aufgezeichnete Sendungen
- Livestreaming
- Klassisches Fernsehen



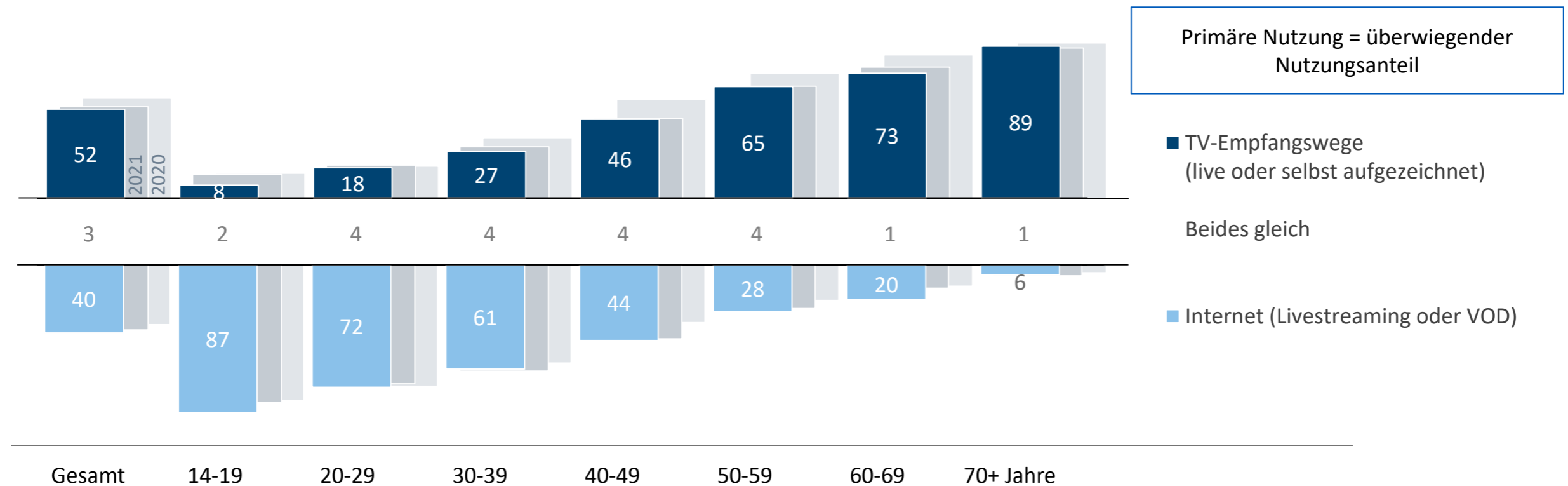
Angaben in Prozent

Basis: 58,973 / 5,824 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die OTT und TV / nur OTT als Videonutzungsmöglichkeit haben; alle Geräte (n=612)



Alle Geräte: Primär genutzte „Bezugsquelle“: TV-Empfangswege vs. OTT

Noch immer überwiegt insgesamt der Anteil derer, die primär TV-Empfangswege für Videoinhalte nutzen. Auf Personen unter 40 Jahren trifft dies nicht mehr zu.

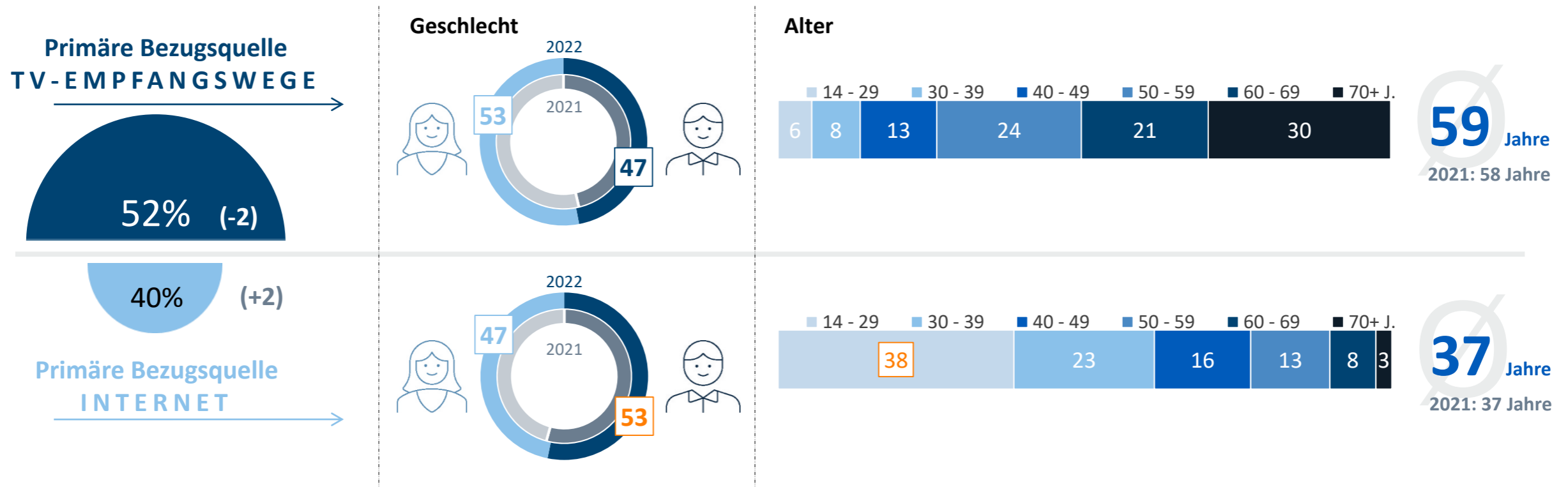


Angaben in Prozent
Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Primär TV- vs. OTT-Nutzende nach Alter und Geschlecht

Männer und Unter-40-Jährige sind häufiger bei denen vertreten, die primär Video-Content aus dem Netz nutzen. Bei primären TV-Nutzenden umgekehrtes Verhältnis.

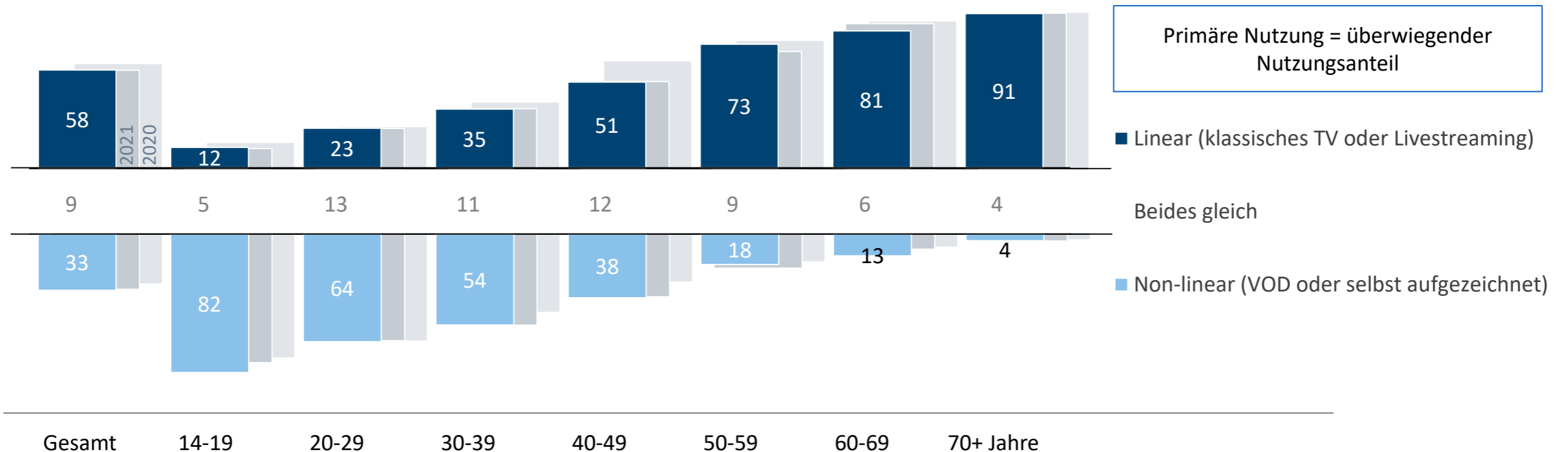


Angaben in Prozent
Basis: 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 6.763) // 38,036 / 36,677 Mio. Personen, die überwiegend TV-Empfangswege (n=3.685) // 26,889 / 28,178 Mio. Personen, die überwiegend das Internet als Bezugsquelle nutzen (n=2.589)



Alle Geräte: Primär genutzt: Linear vs. non-linear

Abhängig vom Alter zeigen sich unterschiedliche Nutzungsmuster: Jüngere setzen überwiegend auf non-lineare Inhalte, Ältere konsumieren in hohem Maße linear.

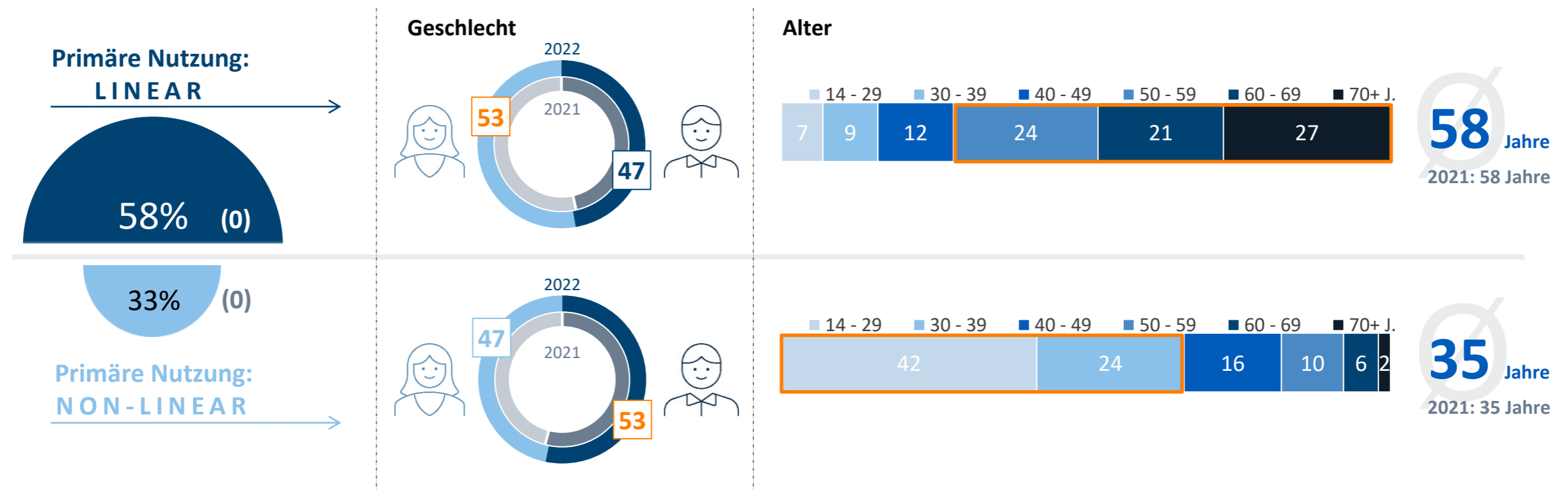


Angaben in Prozent
Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Primär lineare vs. non-lineare Nutzende nach Alter u. Geschlecht

Primär lineare Nutzende sind mehrheitlich weiblich und im Schnitt 58 Jahre alt. Dem gegenüber stehen überwiegend männliche non-lineare Nutzende mit einem Durchschnittsalter von 35.



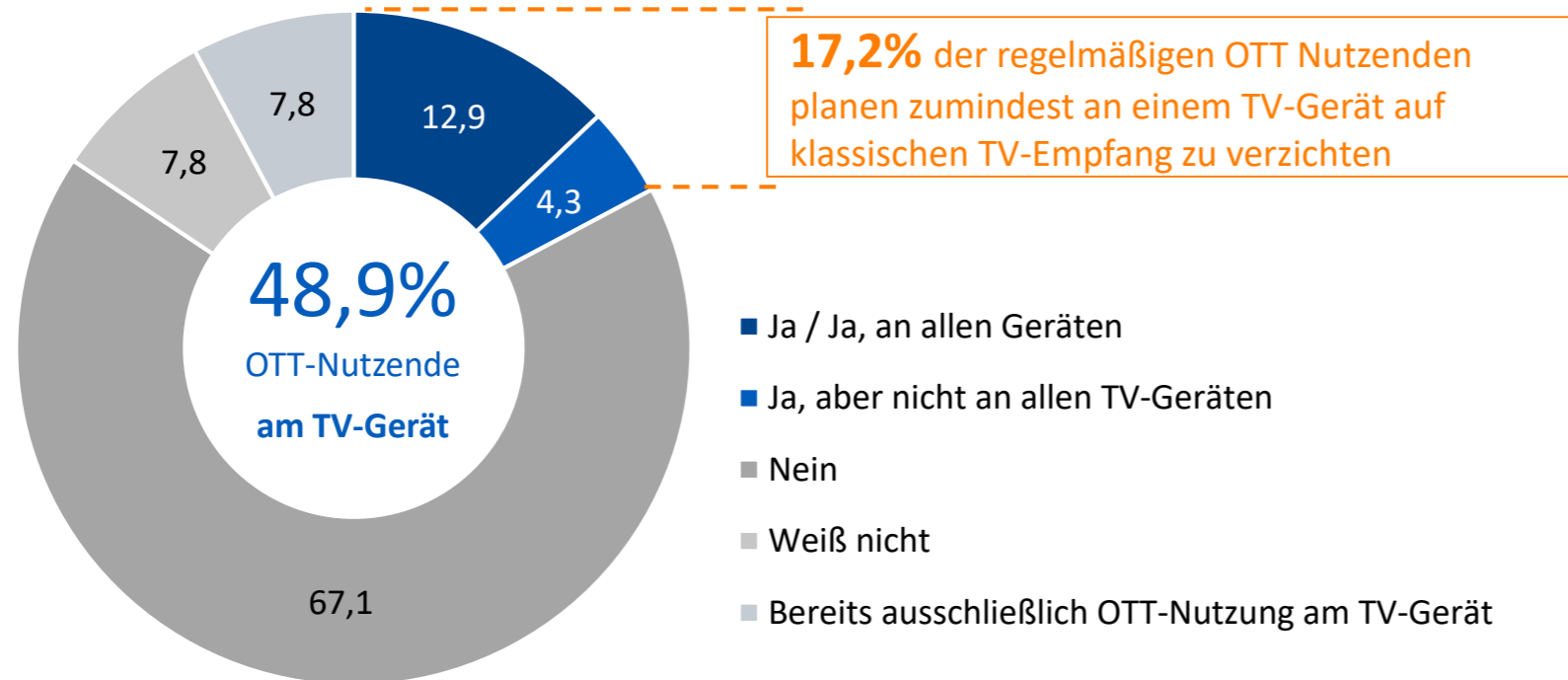
Angaben in Prozent

Basis 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n= 6.763) // 41,005 / 40,769 Mio. Personen mit primär linearer Nutzung (n=4.018) // 23,024 / 23,467 Mio. Personen mit primär non-linearer Nutzung (n=2.150)



TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY?

Unter denen, die regelmäßig OTT am TV-Gerät nutzen, plant mehr als jede:r sechste, in den nächsten zwei Jahren komplett auf einen herkömmlichen Fernsehanschluss zu verzichten.



FRAGETEXT

Planen Sie in den nächsten zwei Jahren komplett auf Ihren TV-Empfang über <Kabel / Satellit / IPTV / DVB-T2 HD...> zu verzichten und nur noch über das Internet fernzusehen?

Angaben in Prozent

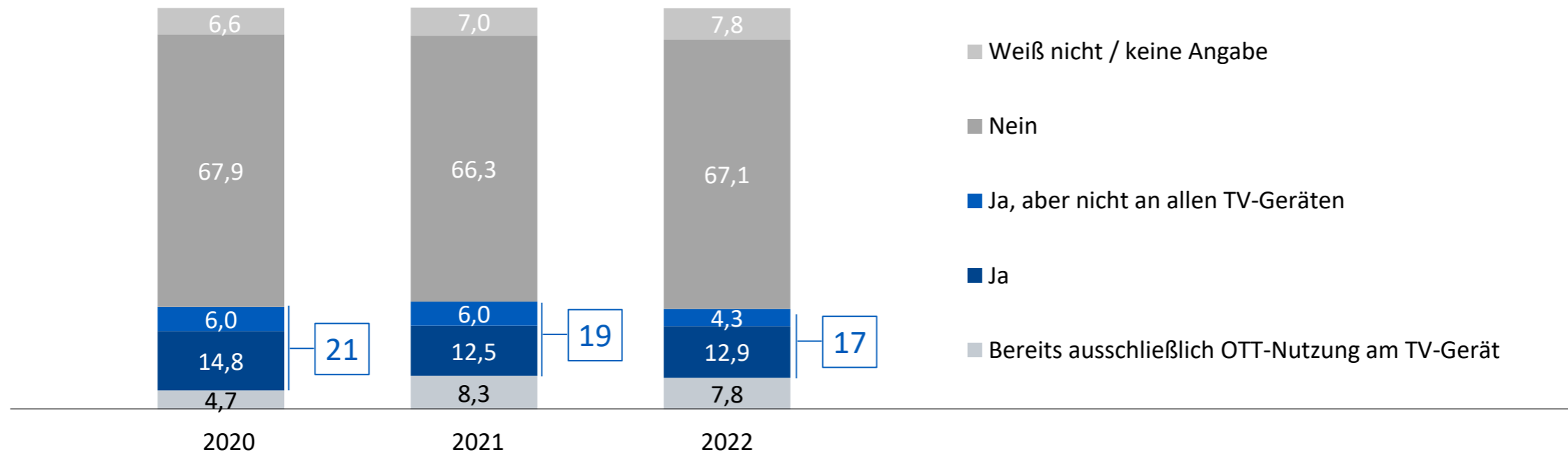
Basis: 34,521 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=3.365)



TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? im Trend

Die Absicht, zukünftig ausschließlich über das Internet fernzusehen, geht etwas zurück.

48,9% nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **34,521 Mio.**



Angaben in Prozent

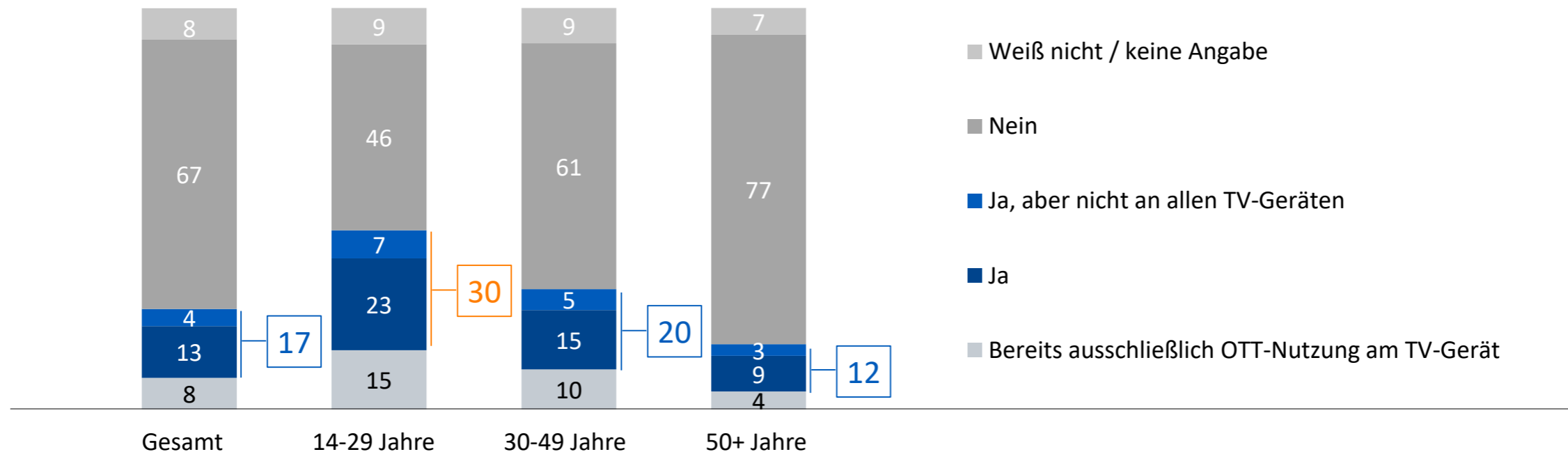
Basis: 34,521 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=3.365)



TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? nach Alter

Das Interesse an einem zumindest teilweisen Umstieg ist bei Personen unter 30 Jahren am höchsten. Auch jede:r fünfte 30-49-Jährige plant den Verzicht auf klassischen Fernsehempfang.

48,9% nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **34,521 Mio.**



Angaben in Prozent

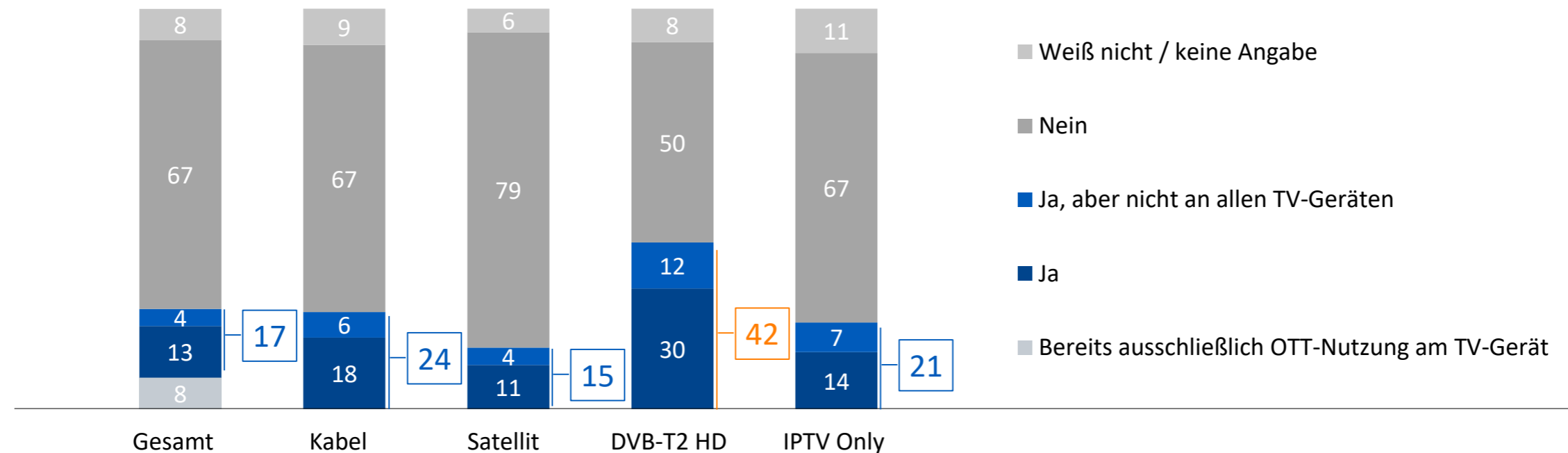
Basis: 34,521 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=3.365)



TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? nach Empfangsart

Die Bereitschaft für einen Umstieg auf „OTT only“ ist bei Personen in Terrestrik-Haushalten besonders groß. Unter den Kabel-Kunden hegt immerhin fast jede:r Vierte eine Wechselabsicht.

48,9% nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **34,521 Mio.**

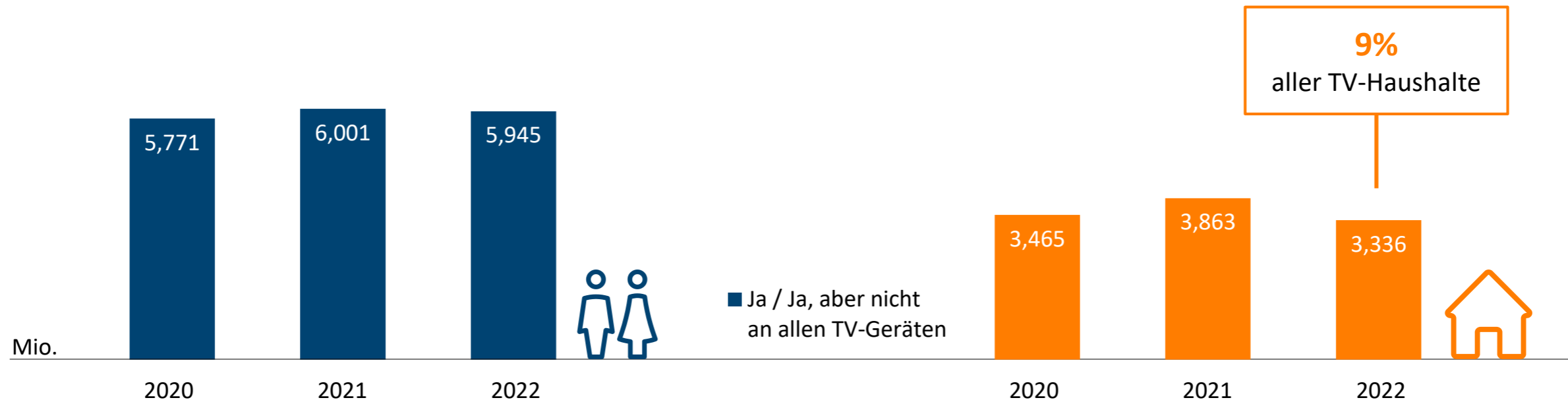


Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, 1&1 oder einem regionalen Glasfaseranbieter.
Basis: 34,521 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=3.365)



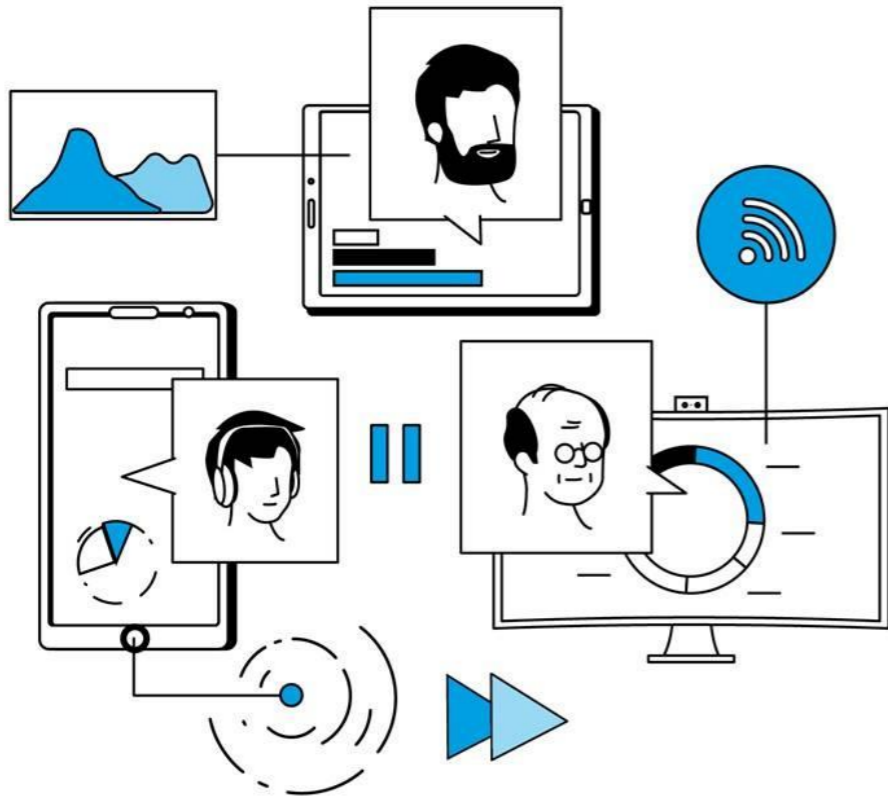
TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY?

Bezogen auf alle TV-Haushalte kann sich fast jeder zehnte Haushalt vorstellen, zumindest teilweise auf Fernsehen über das Internet umzusteigen.



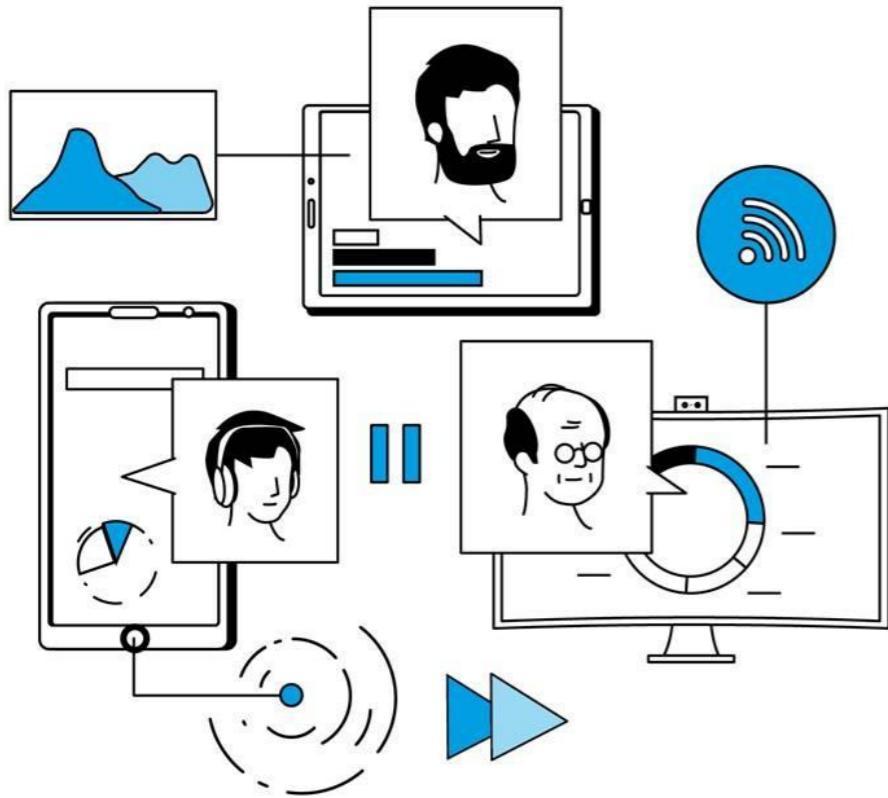
Angaben in Prozent

Basis: 34,521 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (Befragt wurden n=3.365)



6.2

Fokus OTT-Nutzung



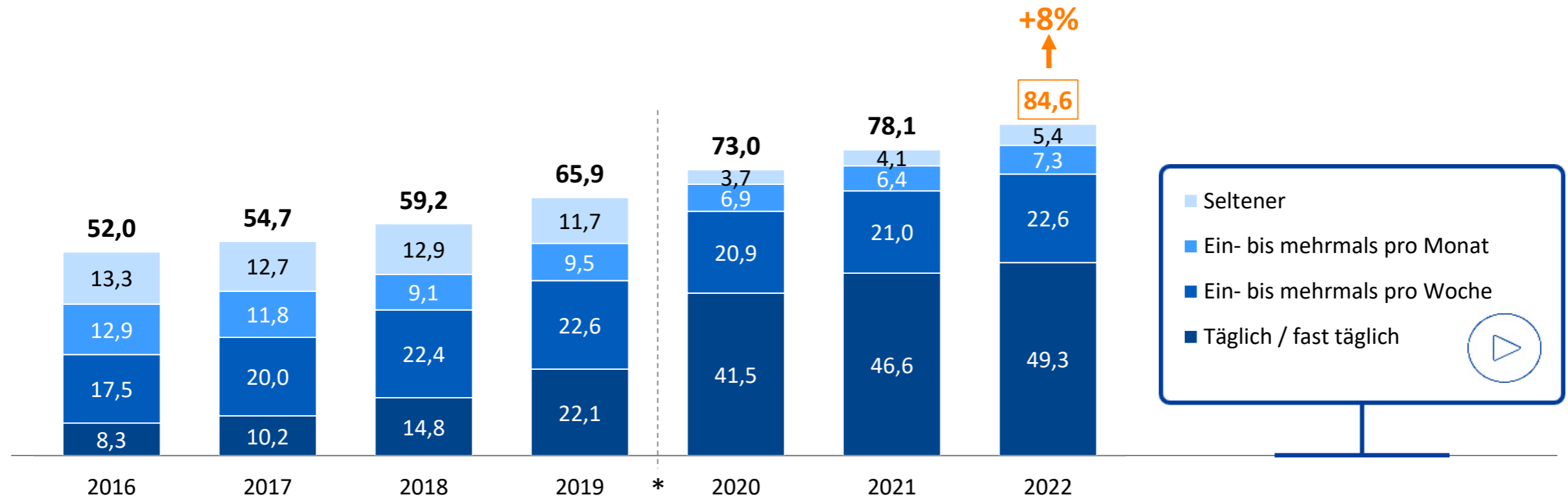
6.2.1

Fokus OTT-Nutzung: Angebote



Alle Geräte: Nutzung von Videoinhalten aus dem Internet (OTT)

Die Nutzung von Online-Videoinhalten steigt auf über 80% an. Knapp die Hälfte nutzt OTT-Videoinhalte sogar (fast) täglich.



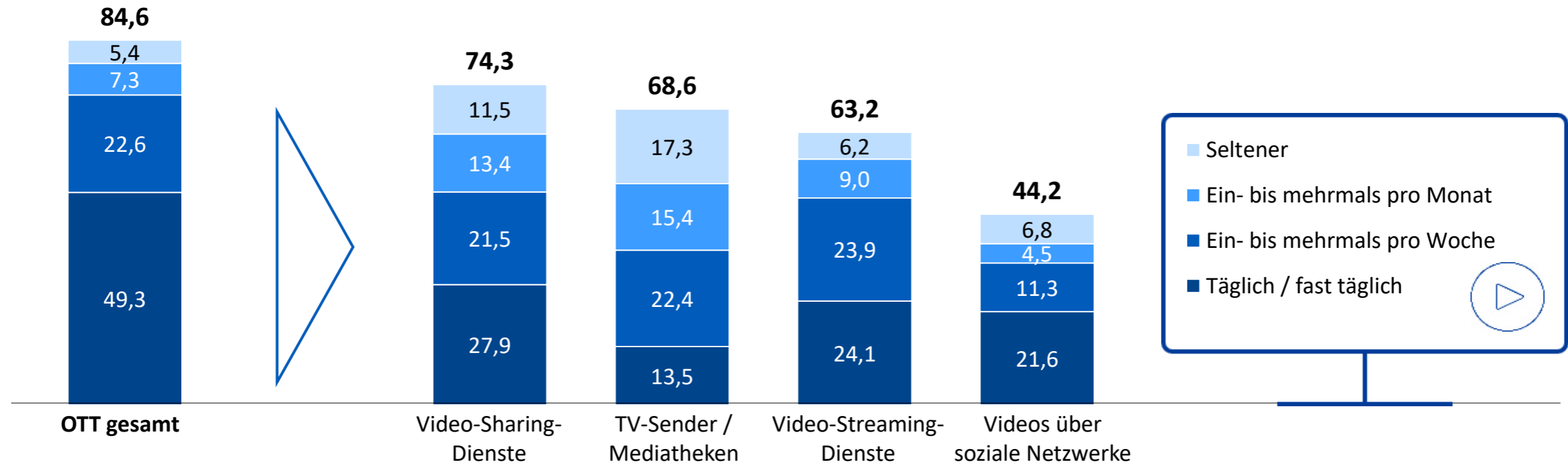
Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens selten * Ab 2020 geänderte Abfrage der OTT-Nutzung: Es wird nicht mehr zwischen Livestreaming und VOD unterschieden und Reihenfolgen sowie Filterführungen in der Abfrage wurden geändert.

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Nutzung von Videoinhalten aus dem Internet (OTT)

Drei Viertel nutzen Video-Sharing-Dienste, sie liegen damit insgesamt vor den Diensten von TV-Sendern und Video-Streaming-Anbietern sowie Videos in sozialen Netzwerken.

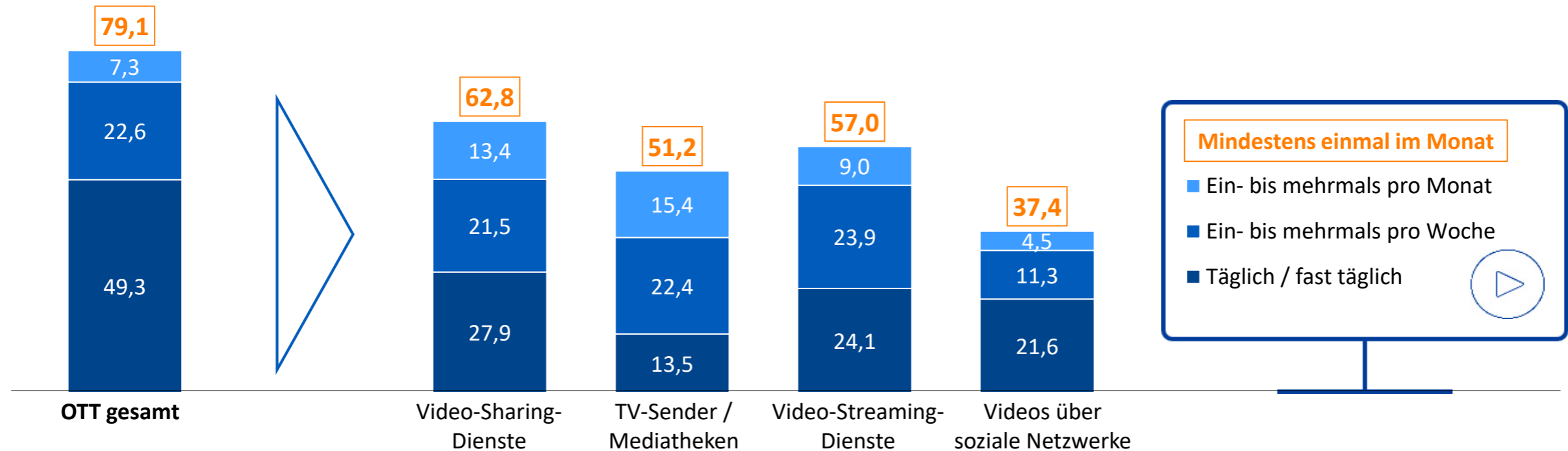


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens selten
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung

Knapp acht von zehn Personen nutzen OTT-Inhalte auch regelmäßig, d.h. mindestens einmal pro Monat. Video-Sharing- und -Streaming-Dienste vor den Angeboten von TV-Sendern.

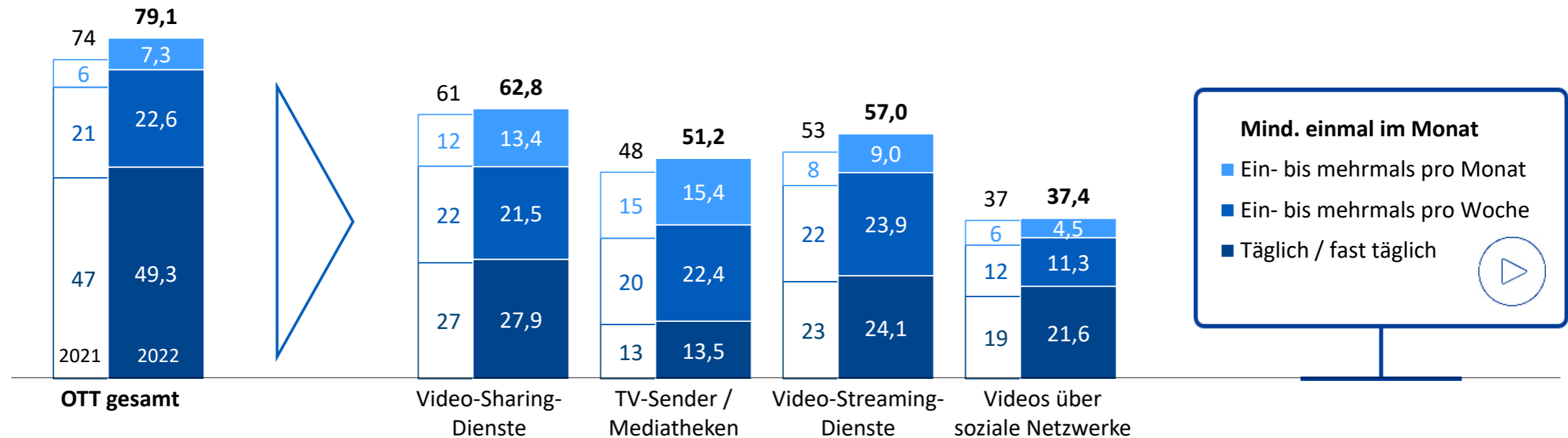


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens einmal pro Monat
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung im Trend

Die regelmäßige OTT-Nutzung steigt 2022 weiter an. Größter Anstieg bei Video-Streaming-Diensten.

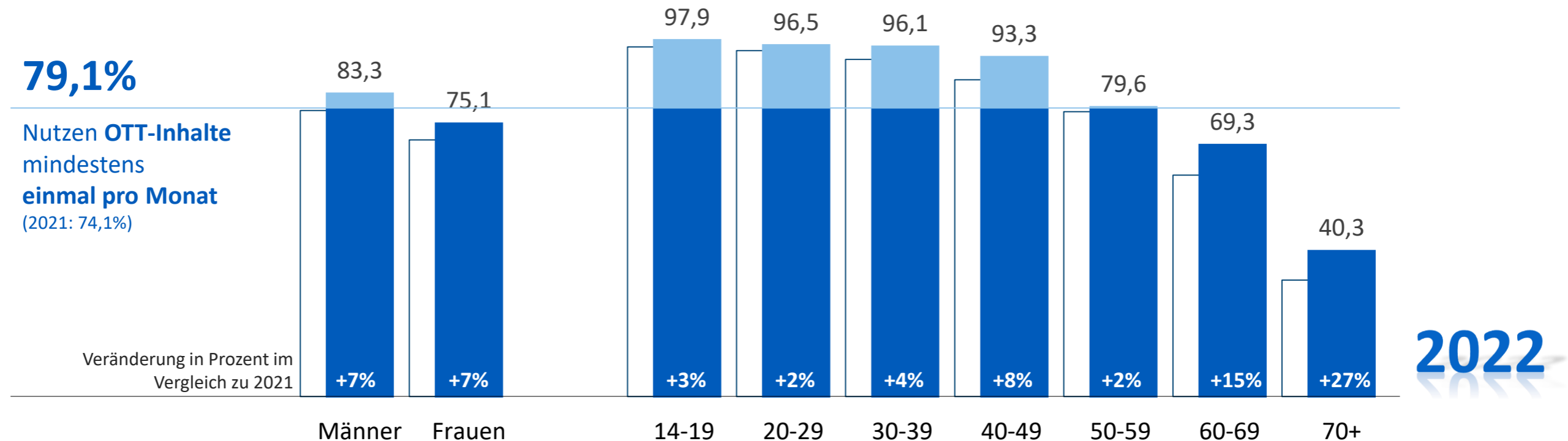


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens einmal pro Monat
Basis: 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung nach Alter

Unter-50-Jährige klar überdurchschnittlich bei der regelmäßigen OTT-Nutzung. Den größten Zuwachs verzeichnen Personen ab 60 Jahren, die aktuell noch unter dem Durchschnitt liegen.

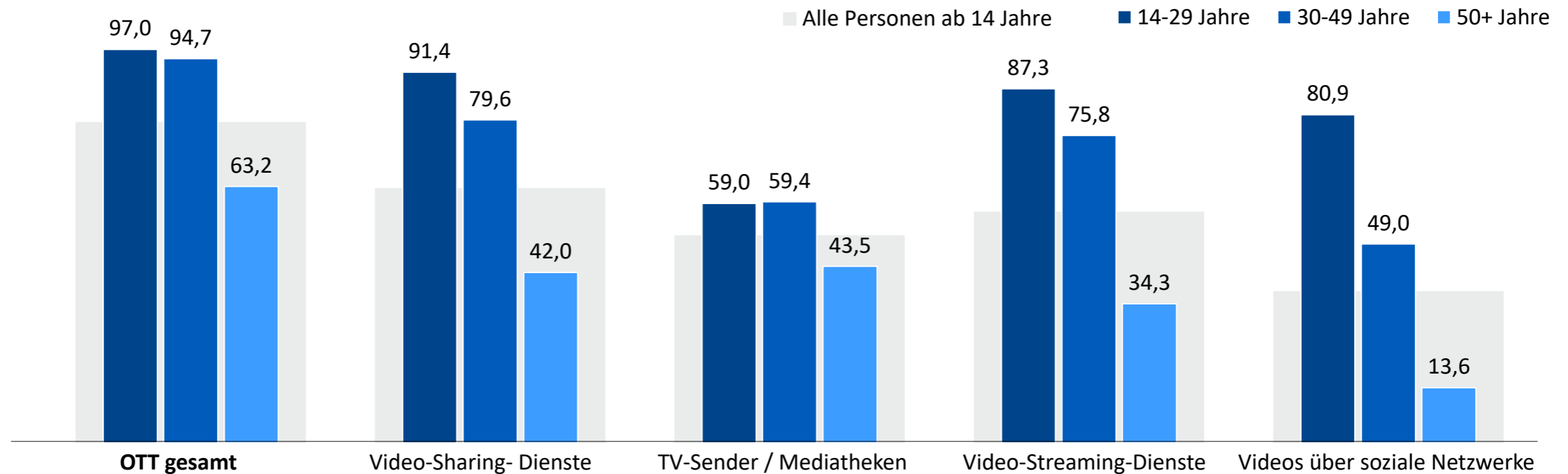


Angaben in Prozent; nutzt OTT mindestens einmal pro Monat
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung nach Alter

Die Altersgruppe über 50 Jahren liegt in allen Kategorien unter dem Durchschnitt. Das größte Altersgefälle gibt es bei der Videonutzung über soziale Netzwerke.



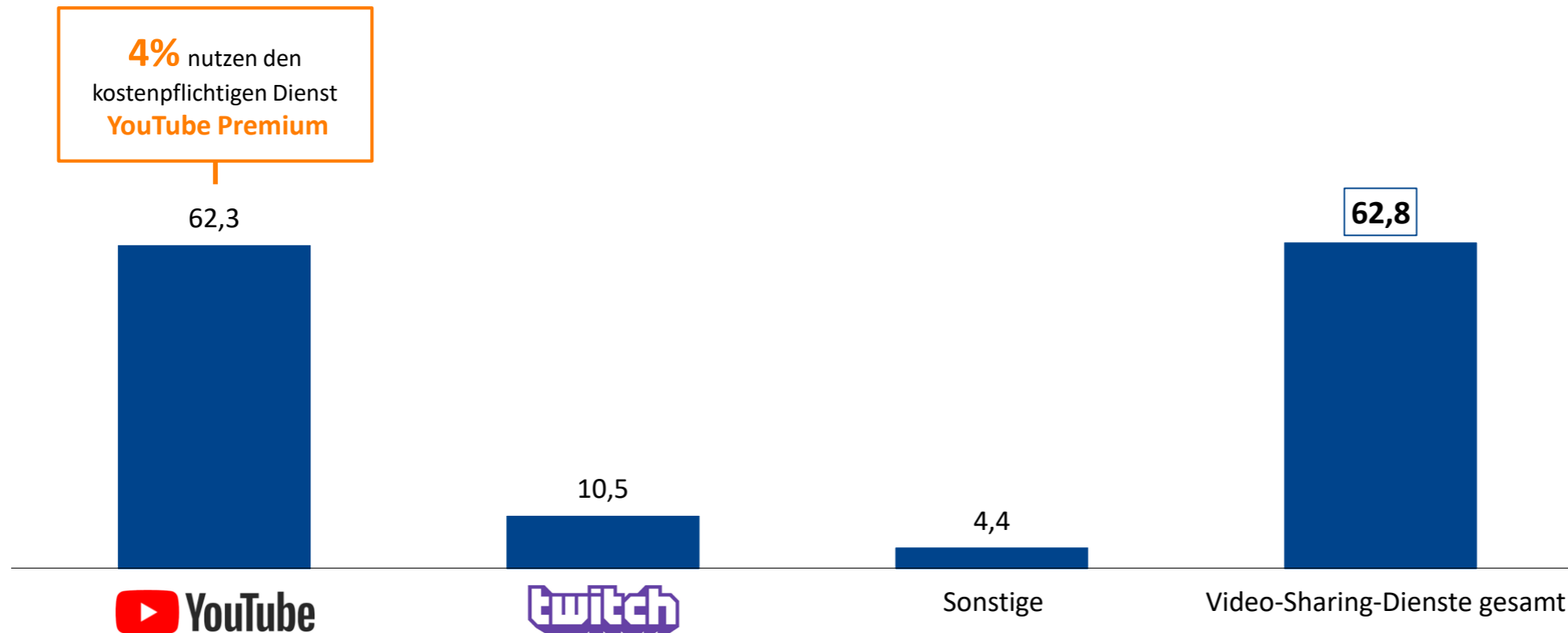
Angaben in Prozent nutzt OTT mindestens einmal pro Monat

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763); 14,115 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.135); 20,535 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.827); 35,892 Mio. Personen 50+ Jahre (n=3.801)



Regelmäßige Nutzung von Video-Sharing-Diensten

Fast jede:r, der Video-Sharing-Diensten nutzt, ist ein YouTube-Nutzender. Nur ein geringer Anteil zahlt für die werbefreie Nutzung des Video-Dienstes.

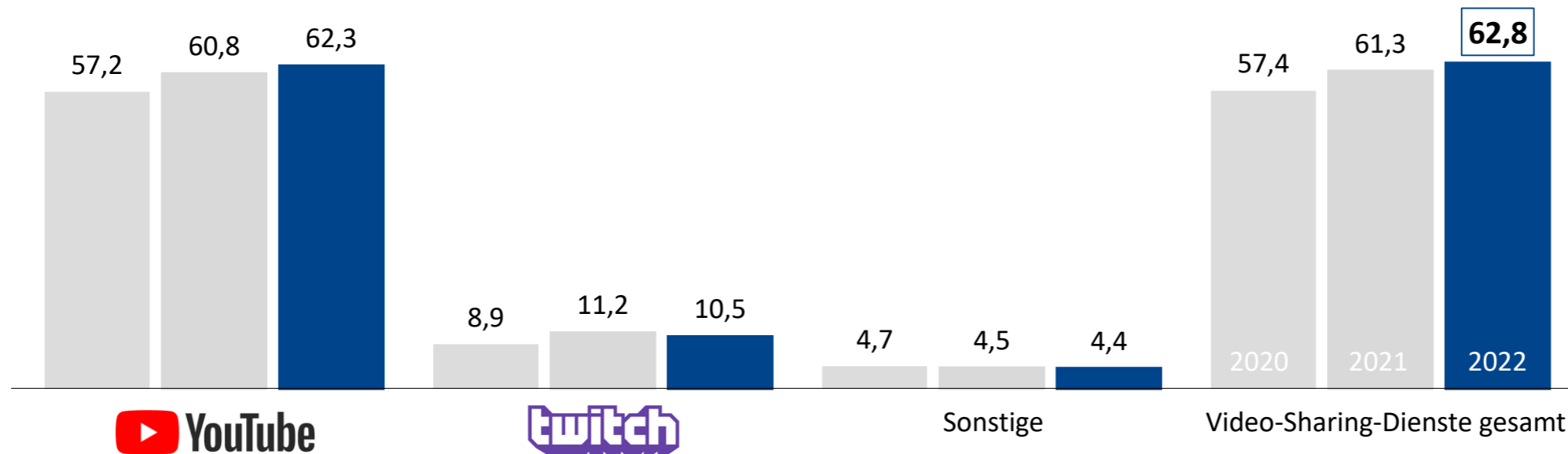


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelmäßige Nutzung von Video-Sharing-Diensten im Trend

Die regelmäßige YouTube-Nutzung steigt im Vorjahresvergleich erneut an. Leichter Rückgang bei twitch, sonstige Anbieter bewegen sich stabil auf niedrigem Niveau.

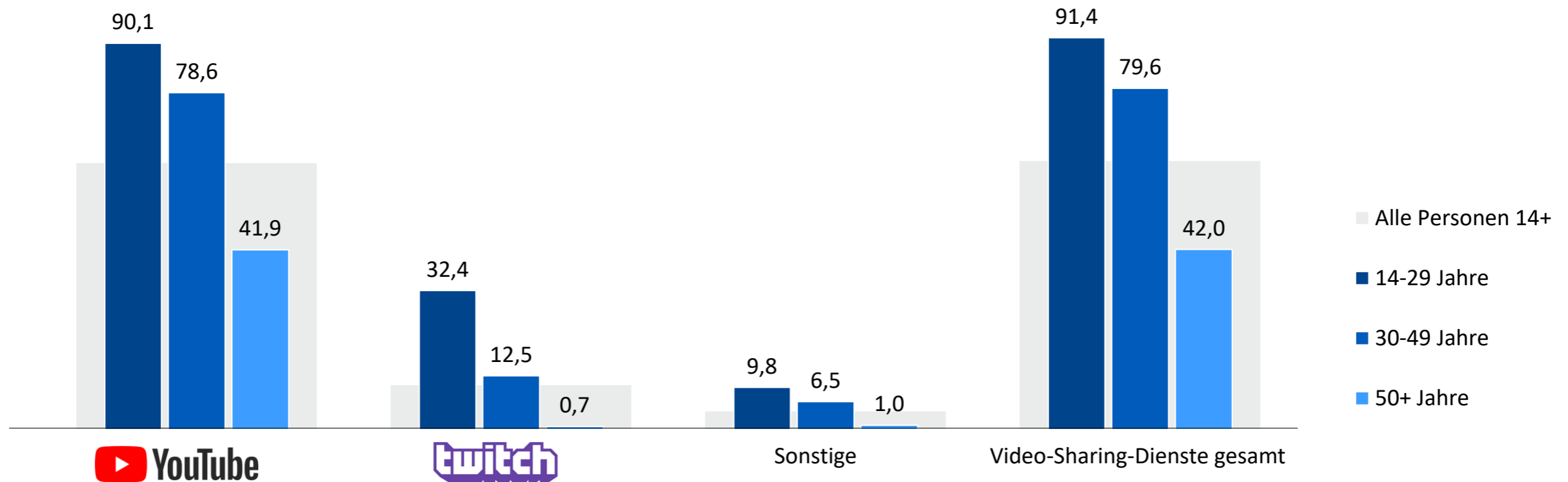


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelmäßige Nutzung von Video-Sharing-Diensten – nach Alter

Die jüngste Alterskohorte weist die höchste regelmäßige Nutzung auf, allen voran YouTube. Auch gut drei Viertel der 30-49-Jährigen schauen hier regelmäßig Videos.



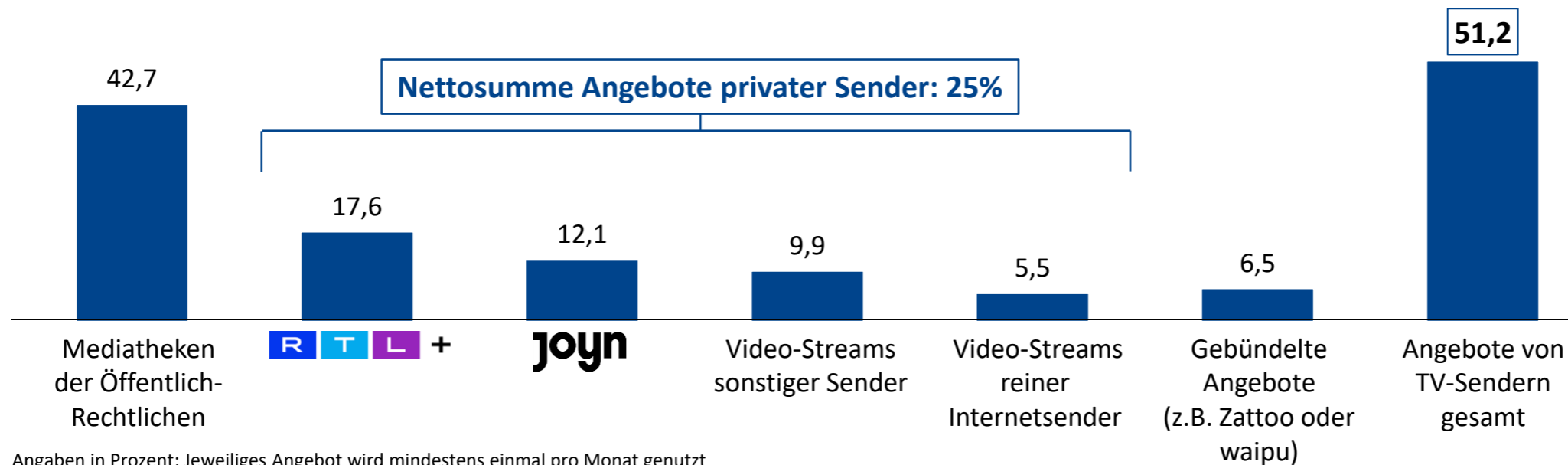
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763); 14,115 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.135); 20,535 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.827); 35,892 Mio. Personen 50+ Jahre (n=3.801)



Regelmäßige Nutzung von Online Video-Angeboten von TV-Sendern

Jede:r Zweite ab 14 Jahren in Deutschland nutzt mindestens einmal im Monat Online-Angebote von TV-Sendern. In Summe konsumiert ein Viertel Angebote privater Sender.

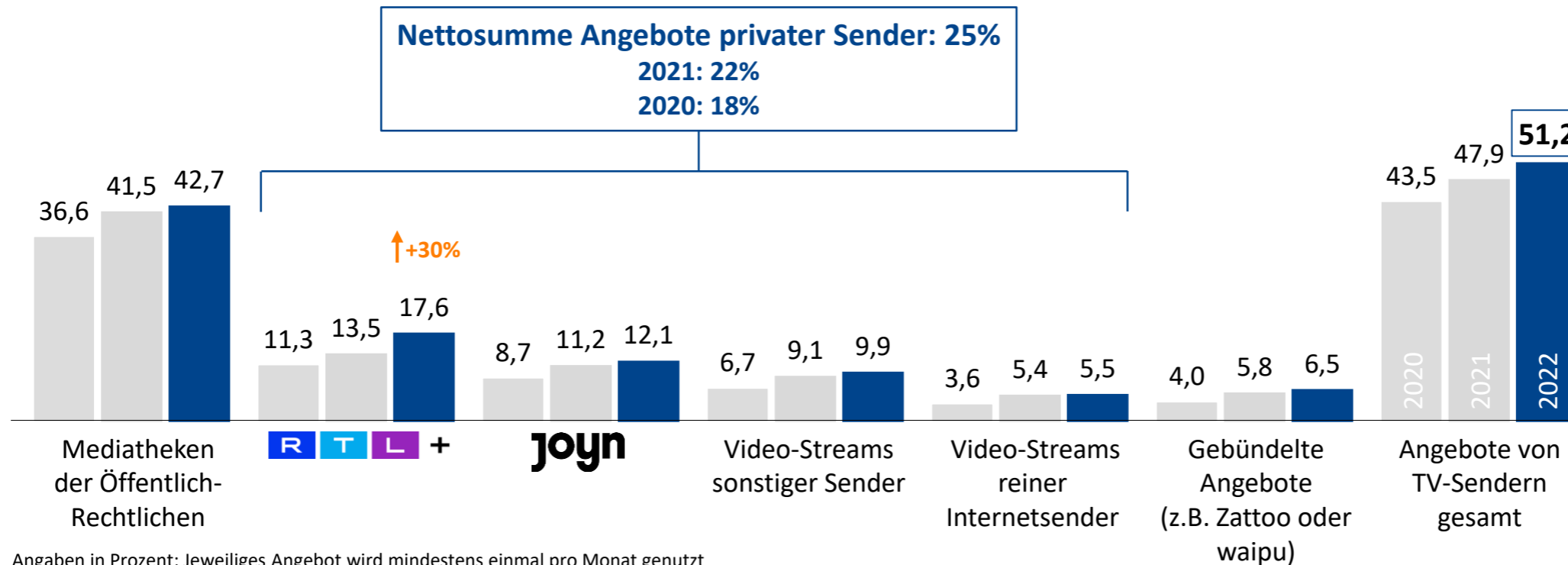


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelmäßige Nutzung von Online Video-Angeboten von TV-Sendern im Trend

Die regelmäßige Nutzung steigt über fast alle Angebote hinweg. Am größten ist der Zuwachs bei RTL+: Im Vergleich zu 2021 gibt es ein relatives Wachstum von rund 30%.

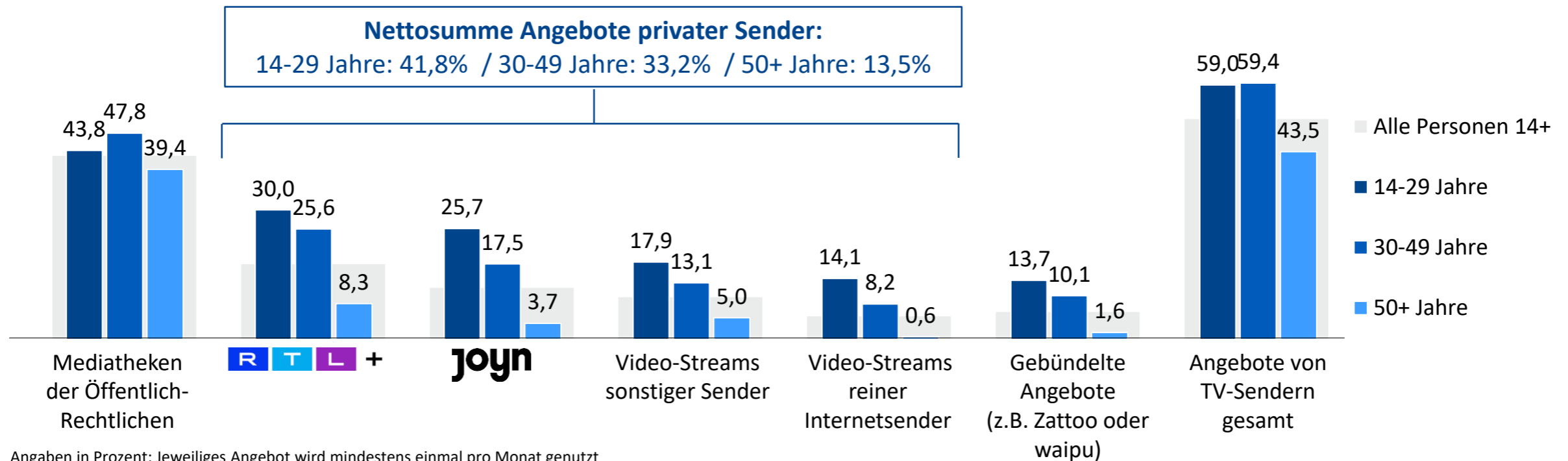


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,593 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelm. Nutzung von Online Video-Angeboten von TV-Sendern – nach Alter

Tendenziell gilt: Je jünger, desto häufiger werden die Angebote regelmäßig genutzt.
30-49-Jährige nutzen die öffentlich-rechtlichen Angebote am intensivsten.



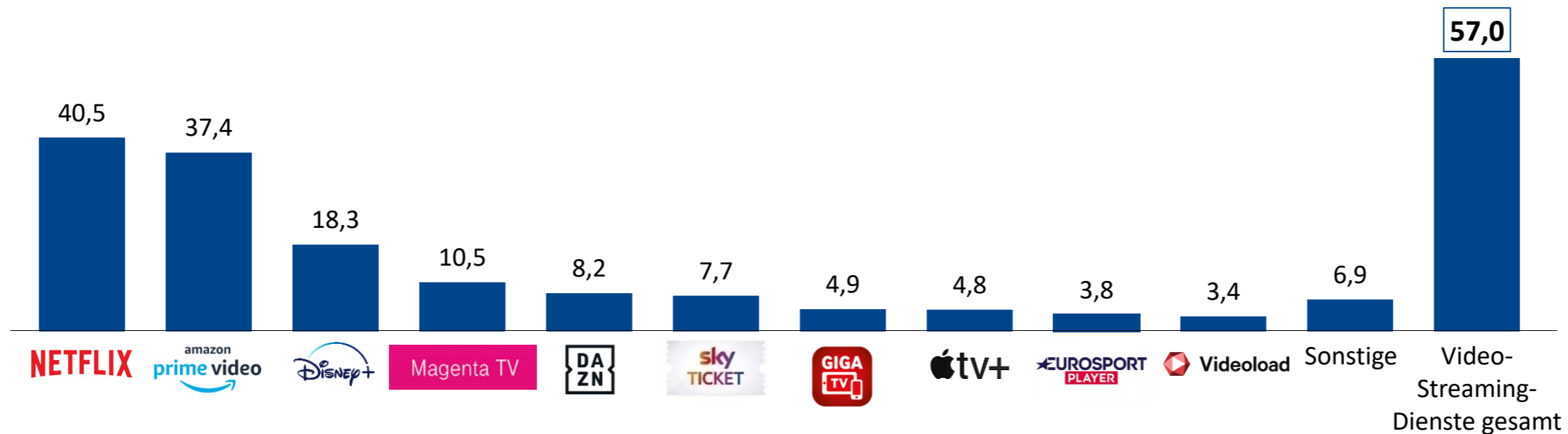
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763); 14,115 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.135); 20,535 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.827); 35,892 Mio. Personen 50+ Jahre (n=3.801)



Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten

Mehr als die Hälfte nutzt regelmäßig Video-Streaming-Dienste. Netflix liegt vorne, dicht gefolgt von Amazon Prime Video.

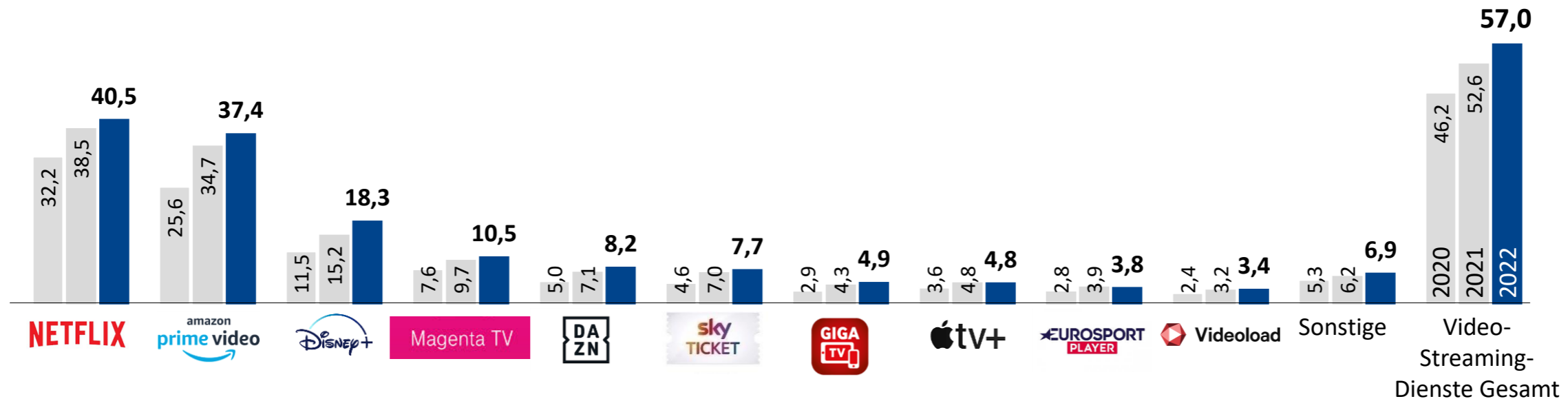


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten im Trend

Bei den meisten Angeboten setzt sich der Positivtrend fort. Die größte Steigerung verzeichnet Disney+.

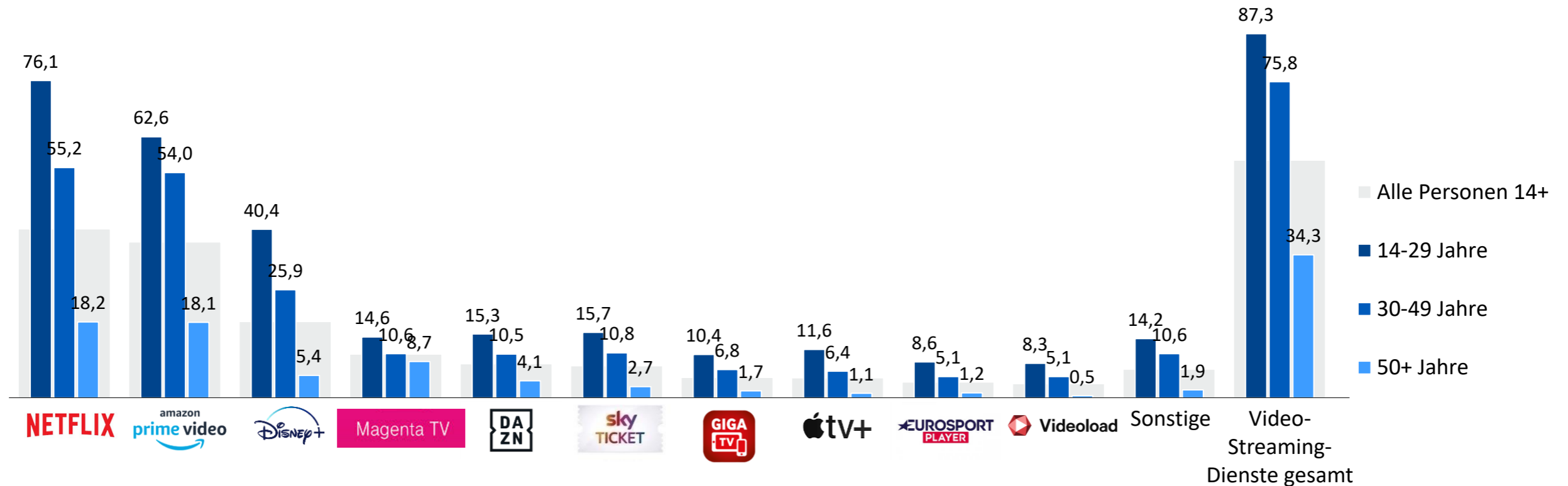


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten – nach Alter

Während ein Drittel der ab 50-Jährigen regelmäßig Video-Streaming nutzt, sind es bei Personen 30-49 bereits drei Viertel. Am intensivsten fällt die Nutzung bei den Jüngsten aus.



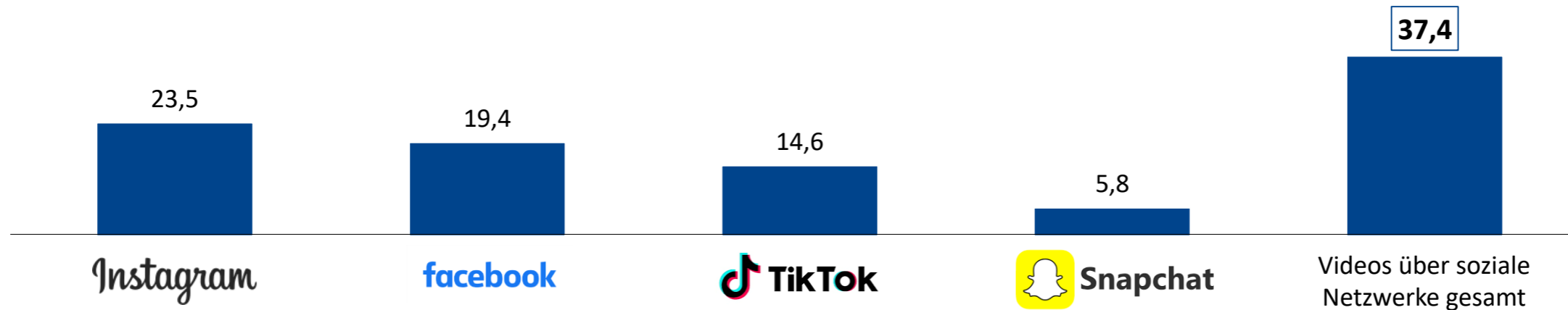
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763); 14,115 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.135); 20,535 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.827); 35,892 Mio. Personen 50+ Jahre (n=3.801)



Regelm. Nutzung von Videos über soziale Netzwerke – Genutzte Angebote

Etwa jede:r Vierte nutzt Videos über Instagram regelmäßig. Jede:r Fünfte schaut Videos auf Facebook, jede:r Siebte auf TikTok.

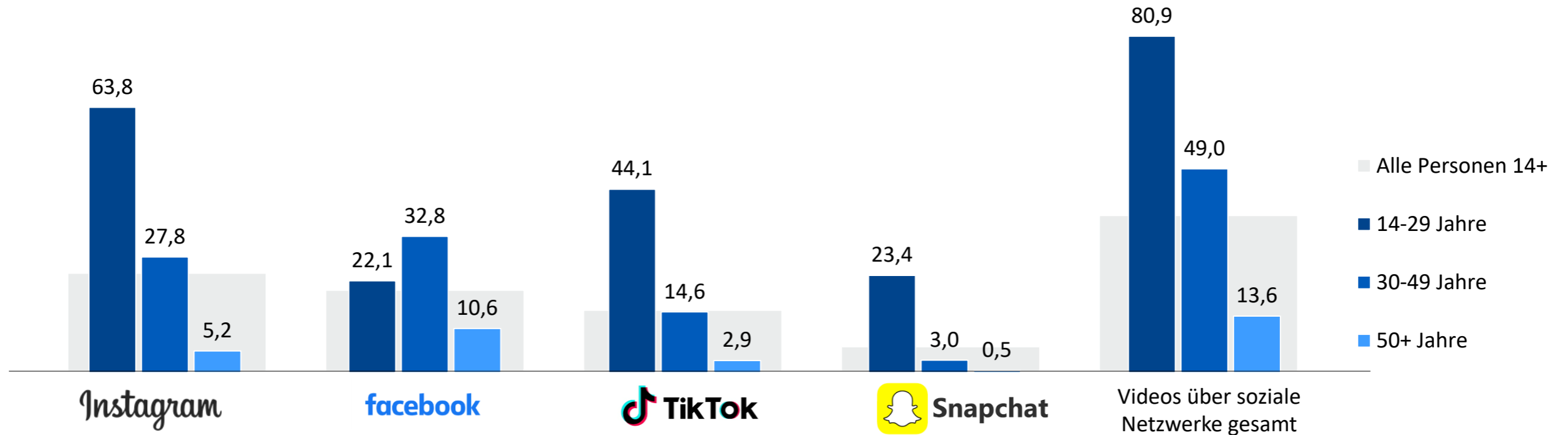


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt
Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelm. Nutzung von Videos über soziale Netzwerke – nach Alter

Es gibt große Unterschiede nach Alter: Instagram, TikTok und Snapchat werden vornehmlich von U30-Jährigen genutzt, Facebook steht vor allem bei Personen mittleren Alters hoch im Kurs.



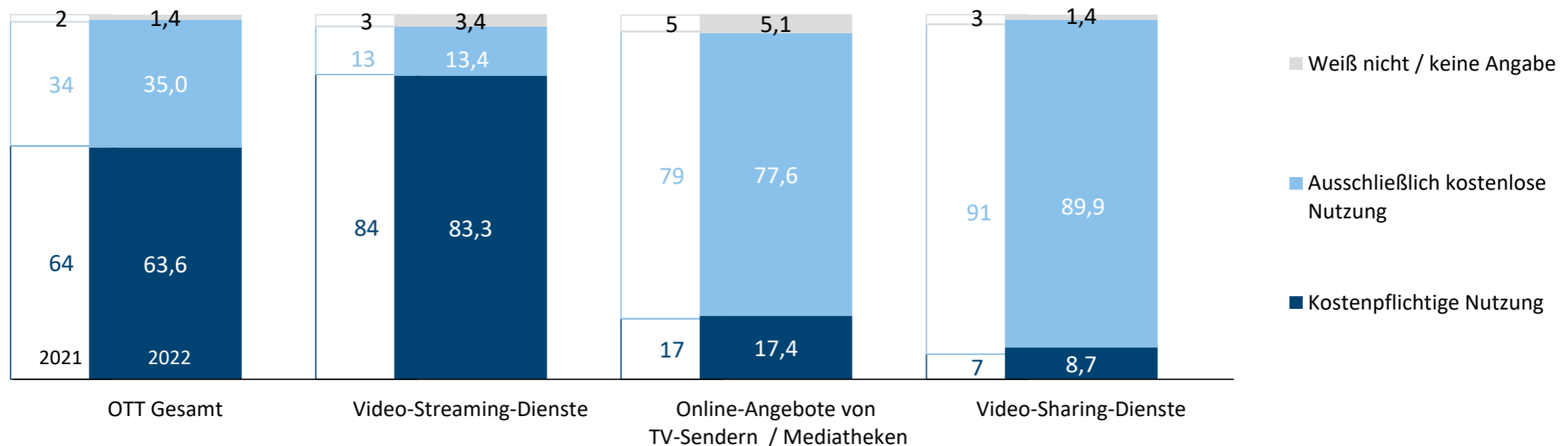
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt

Basis: 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763); 14,115 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.135); 20,535 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.827); 35,892 Mio. Personen 50+ Jahre (n=3.801)



Nutzung OTT-Angebote: Kostenfrei vs. kostenpflichtig

Zwei Drittel der OTT-Nutzenden zahlen auch für mind. ein Angebot. Insbesondere Streaming-Dienste werden überwiegend kostenpflichtig genutzt. Kaum Veränderungen ggü. 2021.



Angaben in Prozent;

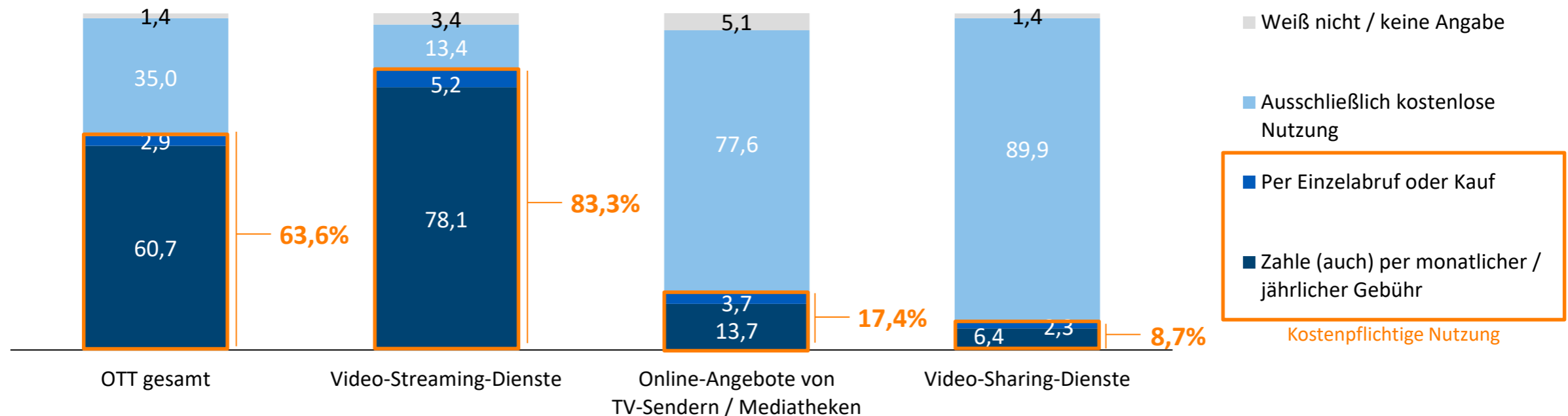
Basis: 55,199 / 59,670 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. selten OTT-Angebote nutzen (n=5.907); 50,350 / 52,431 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Sharing-Dienste nutzen (n=5.180); 41,124 / 44,571 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Streaming-Dienste nutzen (n=4.209); 44,320 / 48,367 Mio. Personen 14+, die mind. selten Online-Angebote von TV-Sendern nutzen (n=5.041)



Nutzung OTT-Angebote: Kostenpflichtige Nutzung im Detail

Die Zahlung per Einzelabruf oder Kauf spielt eine untergeordnete Rolle. Die meisten kostenpflichtigen Nutzenden beziehen ihre Inhalte gegen eine regelmäßige Gebühr.

84,6% der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens selten OTT Content: 59,670 Mio.



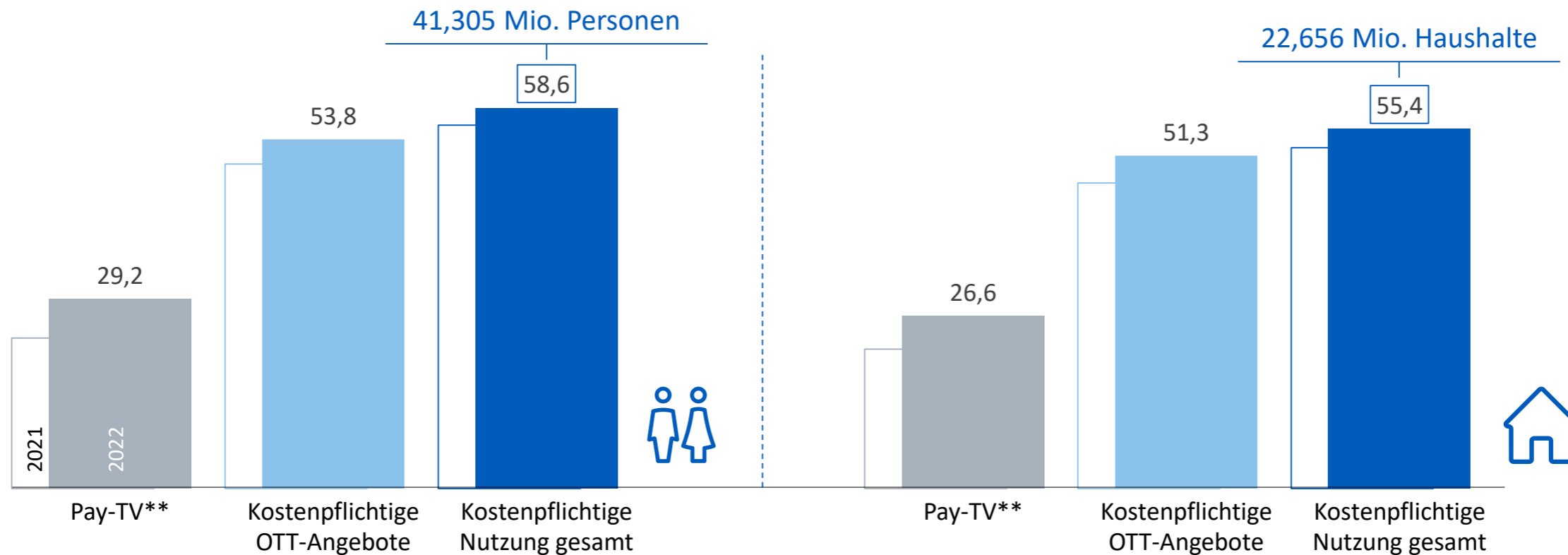
Angaben in Prozent;

Basis: 59,670 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. selten OTT-Angebote nutzen (n=5.907); 52,431 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Sharing-Dienste nutzen (n=5.180); 44,571 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Streaming-Dienste nutzen (n=4.209); 48,367 Mio. Personen 14+, die mind. selten Online-Angebote von TV-Sendern nutzen (n=5.041)

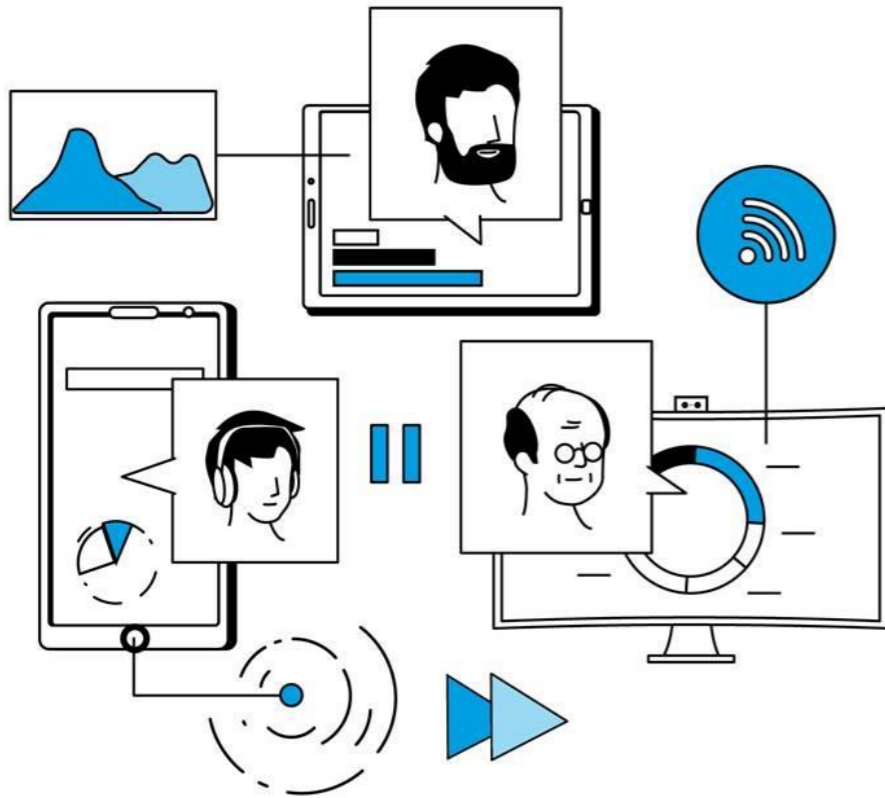


Überblick kostenpflichtige Nutzung*

Fast 6 von 10 Personen nutzen 2022 mindestens ein kostenpflichtiges OTT- oder Pay-TV-Angebot.



Angaben in Prozent; *Eine Definitionsübersicht befindet sich in Kapitel 7; **Ab 2022 Amazon Prime Video Live Sport berücksichtigt.
Basis: 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre / 40,768 / 40,868 Mio. Haushalte in Deutschland (n= 6.763)



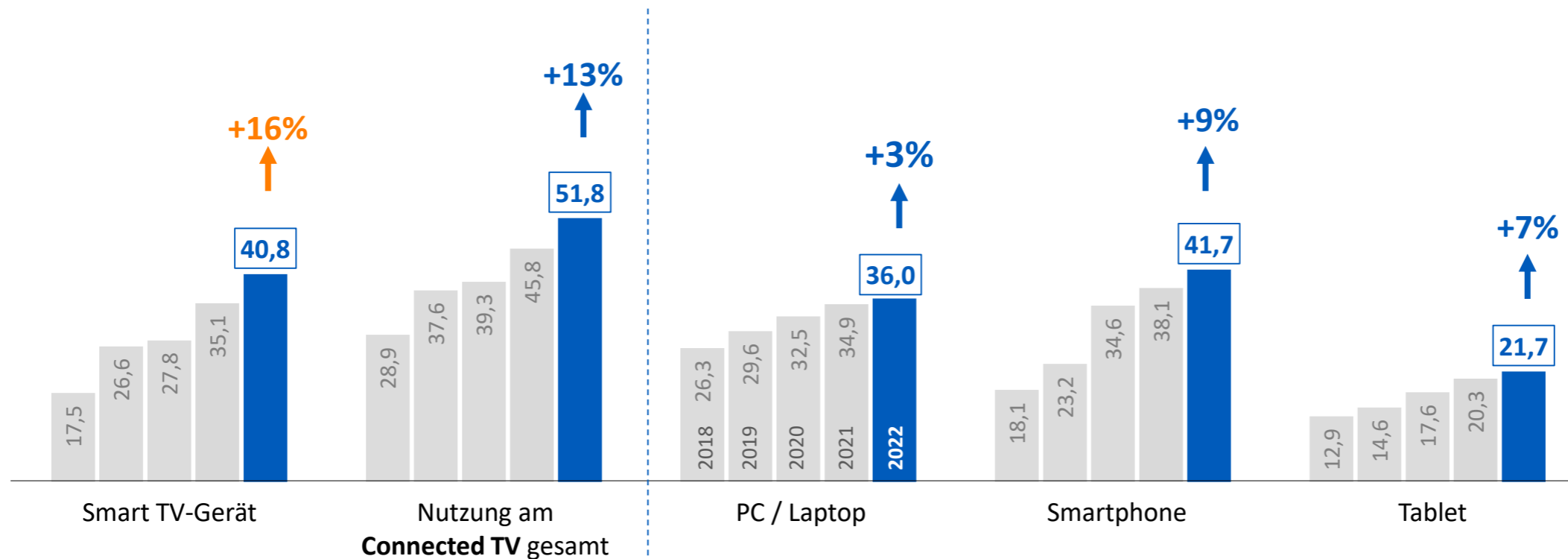
6.2.2

Fokus OTT-Nutzung:
Geräte und Empfehlungen



Regelmäßige OTT-Nutzung: Genutzte Geräte

Am stärksten nimmt die regelmäßige Nutzung von OTT-Inhalten am Smart TV zu. Auch die Nutzung am Smartphone steigt sichtbar an.

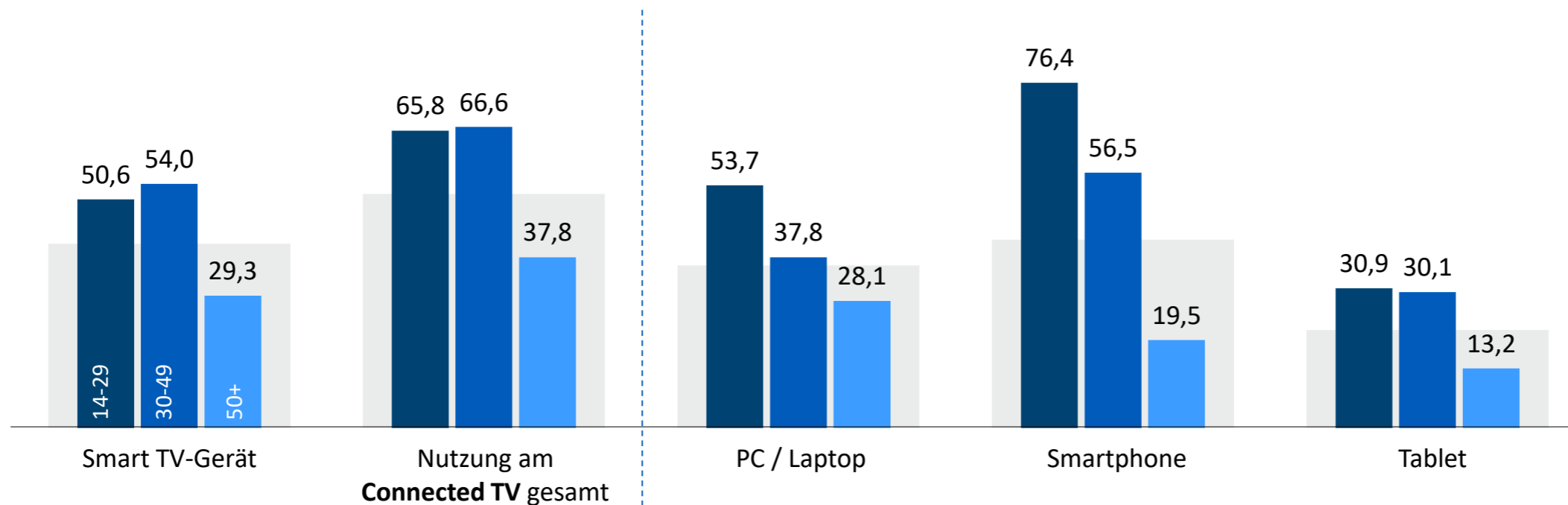


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens einmal im Monat
Basis: 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



Regelmäßige OTT-Nutzung: Genutzte Geräte nach Alter

Das (Smart) TV-Gerät sowie Tablets werden von Unter-50-Jährigen in ähnlich hohem Maße genutzt. Bei PC/Laptop und Smartphones liegen die Jüngsten klar vorne.

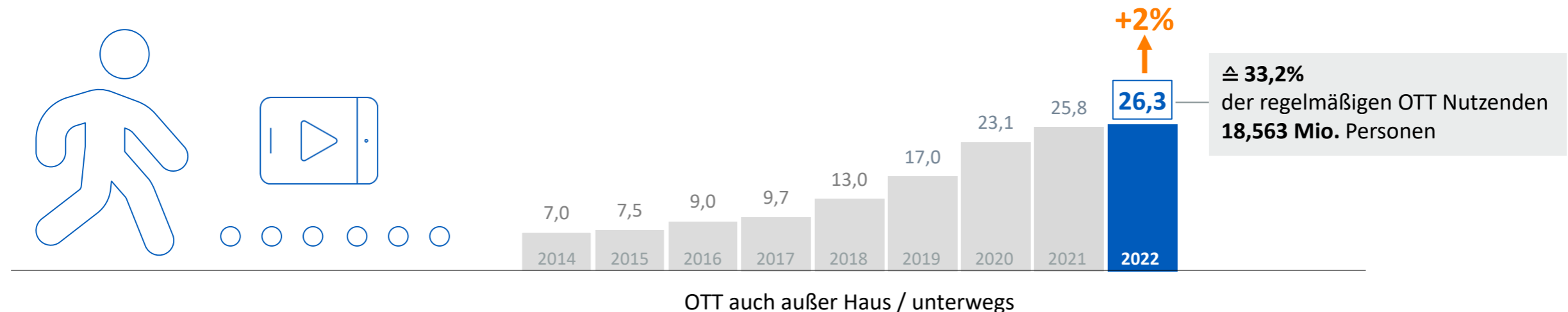


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens einmal im Monat
Basis: 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



OTT-Nutzung unterwegs im Trend

Immer mehr schauen sich OTT-Inhalte auch von unterwegs auf ihren mobilen Geräten an. Ihr Anteil liegt bei gut einem Viertel. Das entspricht ca. 18,5 Millionen Personen.

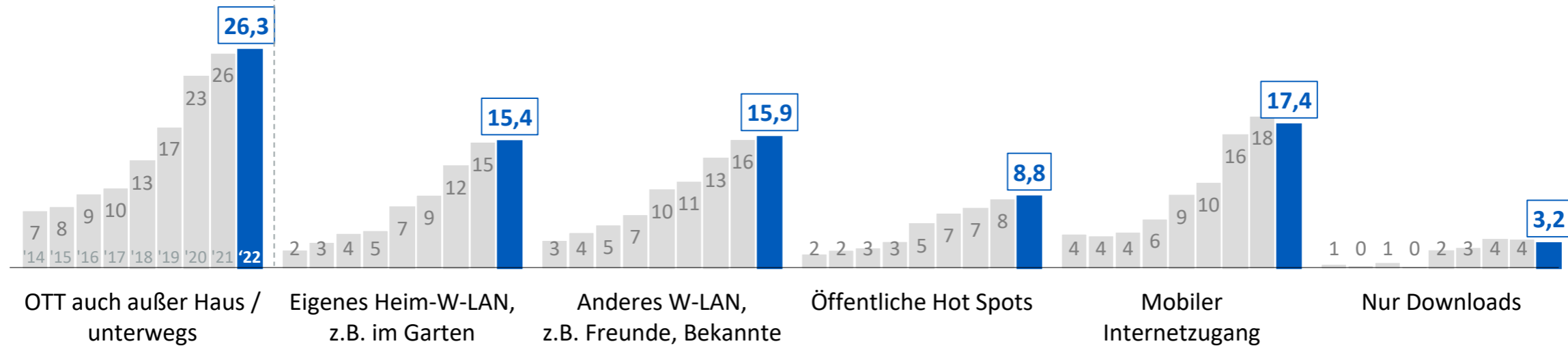
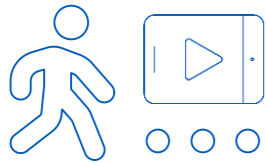


Angaben in Prozent; nutzt OTT mindestens einmal pro Monat; nutzt OTT auch außer Haus / unterwegs
Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



OTT-Nutzung unterwegs im Trend im Detail

In diesem Jahr insgesamt stabile Verhältnisse bzgl. der verschiedenen Möglichkeiten, unterwegs Video-Inhalte zu schauen.



Angaben in Prozent; nutzt VOD auch außer Haus / unterwegs

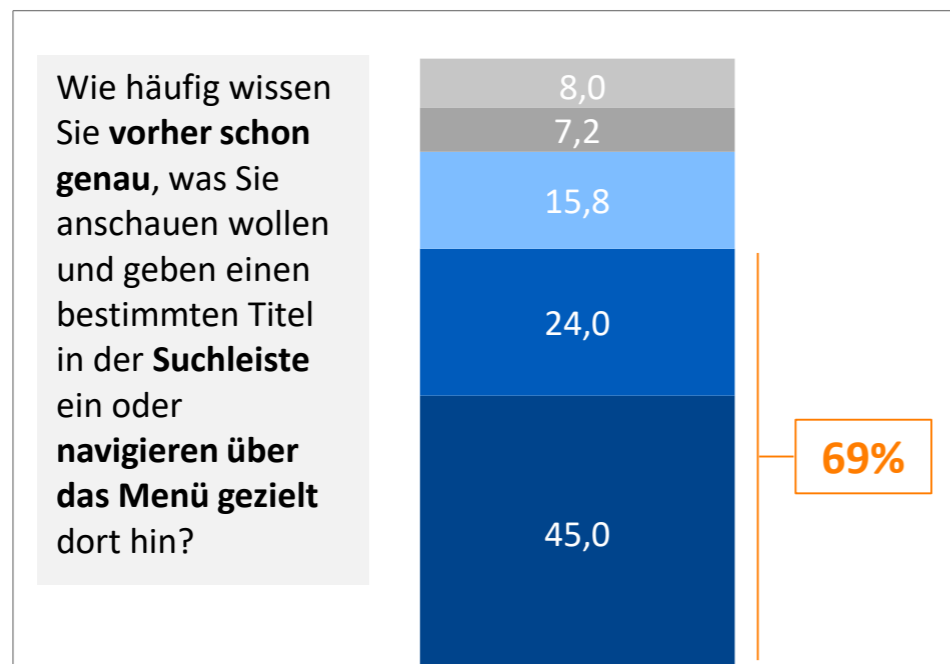
Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 / 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=6.763)



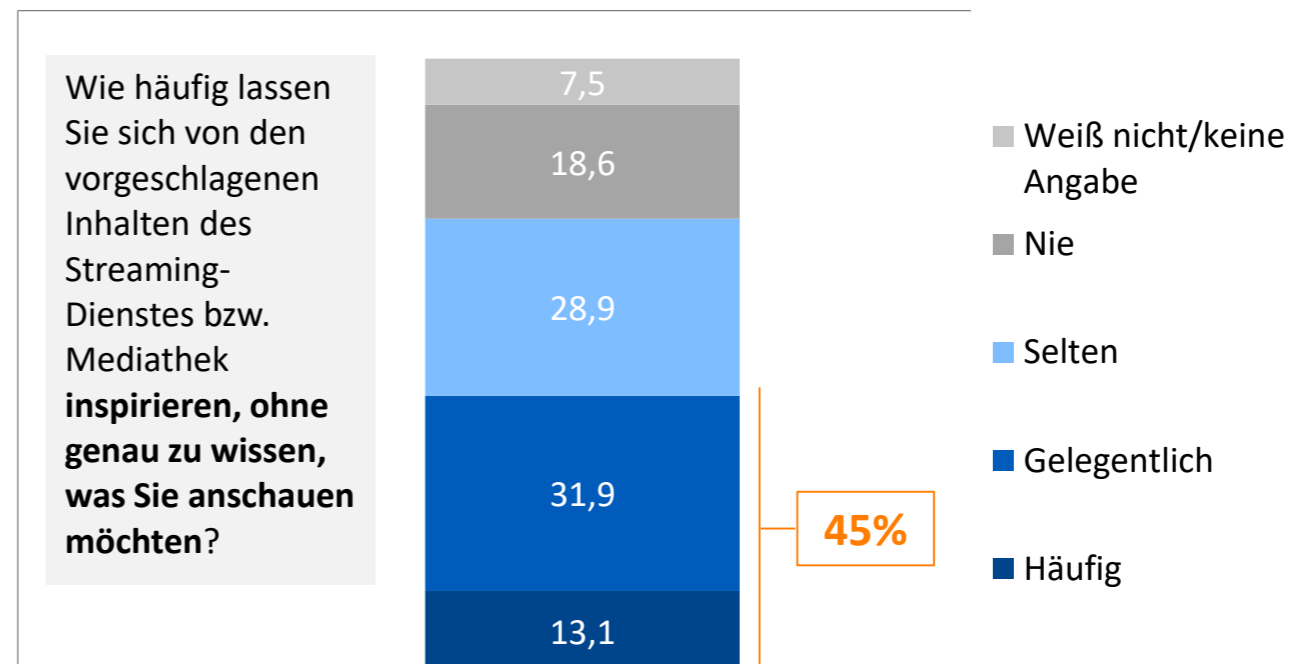
Monatliche OTT-Nutzende: Auswahl von Inhalten

Die Mehrheit der OTT-Nutzenden navigiert oder sucht gezielt, um bestimmte Inhalte zu finden. Etwas weniger als jede:r Zweite lässt sich zumindest gelegentlich auch inspirieren.

Gezielte Suche bzw. Navigation



Inspiration



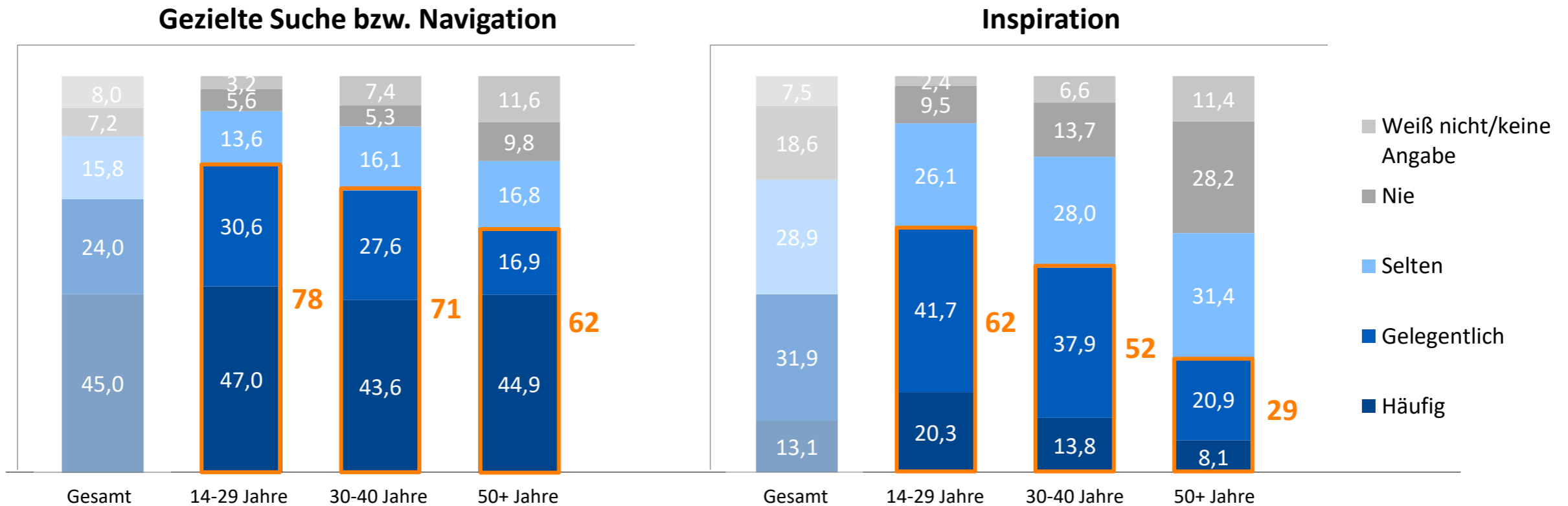
Angaben in Prozent

Basis: 55,831 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat OTT-Angebote nutzen (n=5.541)

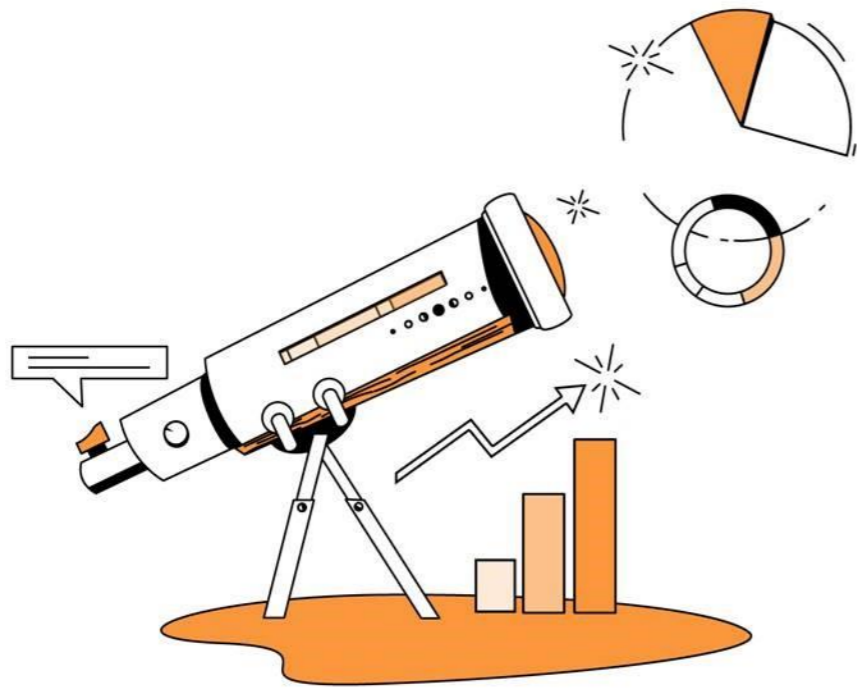


Monatliche OTT-Nutzende: Auswahl von Inhalten nach Alter

Ältere OTT-Nutzende sind nicht so offen für Vorschläge von OTT-Diensten wie junge Konsument:innen. Bei der gezielten Suche sind die Altersunterschiede geringer.



Angaben in Prozent; Basis: 55,831 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat OTT-Angebote nutzen (n=5.541); 13,687 Mio. 14-29 Jahre (n=1.112), 19,453 Mio. 30-49 Jahre (n=1.724), 22,691 Mio. 50+ Jahre (n=2.705)



7

Methode im Detail

Methodische Hinweise

Video Trends 2022

Auftraggeber:	Die Medienanstalten unter Beteiligung von SES, Astra Deutschland, HD+, Media Broadcast, Vodafone und Amazon
Institut:	Kantar
Methode:	Methodenmix: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) + Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,542 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,868 Mio. Haushalten, davon 67,677 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in 38,773 Mio. TV-Haushalten.
Stichprobe / Zielperson:	<p>Telefonische Befragung (CATI)</p> <p>Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 30% in der Gesamtstichprobe Basis + Altersklassen + Aufstockung). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>Die telefonische Erreichbarkeit der jüngeren Bevölkerung, insbesondere 14-29-Jährigen, ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurden in einer Teilstichprobe gezielt Personen der Altersgruppe 14-29 Jahre befragt, um deren Anteil in der Nettostichprobe zu erhöhen. In Haushalten mit mehr als einer Person in dieser Altersgruppe wurde eine dieser 14-29-jährigen Personen per Zufall ausgewählt. Es wurde der gleiche Fragebogen verwendet wie bei der Stichprobe der ab 14-Jährigen.</p> <p>Die beiden Sampling-Frames (Festnetz und Mobil) sowie die „Altersklassen-Interviews 14-29“ wurden mittels Designgewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.</p> <p>Online-Befragung (CAWI)</p> <p>Die Grundgesamtheit bildet die deutschsprachige Online-Bevölkerung. Da ältere Personen ab 70 Jahren über Online Panels nur sehr schwer erreichbar sind, wurde die Online-Stichprobe auf die Altersspanne 16-69 Jahre eingeschränkt. Die Teilnehmer wurden über ein Online Access Panel rekrutiert.</p> <p>Die CATI- und Online-Stichprobe wurden mittels Designgewichtung zusammengeführt, damit sie ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit geben.</p>

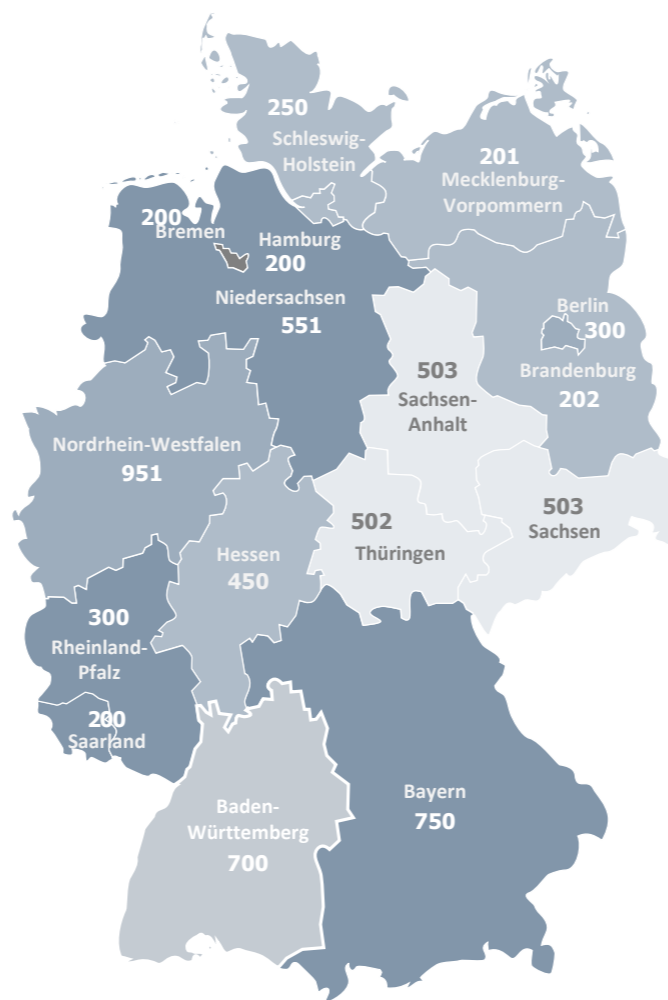
Methodische Hinweise

Video Trends 2022

Stichprobengröße Basisstichprobe:	Befragt wurden zunächst 6.000 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Die 6.000 Interviews – einschließlich 500 Altersklassen-Interviews – wurden proportional auf die Bundesländer verteilt mit Berücksichtigung einer Mindestfallzahl von 200 pro Bundesland.
Aufstockungs-Interviews:	Zusätzlich wurden 763 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen realisiert. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Stichprobengröße gesamt:	Insgesamt wurden n=6.763 Interviews durchgeführt, davon n=5.069 Interviews telefonisch und n=1.694 online.
Erhebungszeitraum:	25.04. – 21.06.2022
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<ul style="list-style-type: none">▪ Erhebung der Fernsehempfangsarten Kabel, Satellit, IPTV, DVB-T2 HD, OTT inkl. Bestimmung des Digitalisierungsgrades▪ Ausstattung der TV-HH mit HDTV-Geräten, Empfang HDTV, Pay-TV▪ Ausstattung der TV-HH mit Smart TV-Geräten / Connected TV und anderen (Bildschirm-) Geräten▪ OTT-Nutzung am Connected TV und an anderen Bildschirmgeräten▪ Nutzung bestimmter OTT-Angebote, z.B. Mediatheken und Video-Streaming-Dienste▪ Lineare vs. zeitversetzte Videonutzung▪ Demografie / Haushaltsstatistik
Bestimmung der TV-Empfangsart:	Die Bestimmung der Empfangsarten basiert grundsätzlich auf den Angaben der Befragten.

Stichprobe Video Trends 2022

Realisierte Interviews 2022	Gesamt	In TV-HH
Baden-Württemberg	700	646
Bayern	750	705
Berlin	300	260
Brandenburg	202	190
Bremen	200	193
Hamburg	200	191
Hessen	450	428
Mecklenburg-Vorpommern	201	196
Niedersachsen	551	525
Nordrhein-Westfalen	951	907
Rheinland-Pfalz	300	287
Saarland	200	191
Sachsen	503	469
Sachsen-Anhalt	503	489
Schleswig-Holstein	250	234
Thüringen	502	476
Summe	6.763	6.387



Wie in den Vorjahren wurde eine Basisstichprobe von 6.000 Interviews proportional auf die Bundesländer verteilt, mindestens 200 pro Bundesland.

Als Untergrenze für eine separate Berichterstattung wurden 500 Interviews festgelegt. Einige Landesmedienanstalten haben daher ihre Länder mit zusätzlichen Interviews aufgestockt.

Bundesländer mit einer Fallzahl deutlich unter 500 können nur zusammengefasst berichtet werden. Dies gilt in diesem Jahr für:

- Berlin und Brandenburg (werden nur zusammengefasst betrachtet)
- Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Hamburg (werden nur zusammengefasst betrachtet)
- Bremen (mit Niedersachsen zusammengefasst)
- Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland (zusammengefasst)



Kostenpflichtige Nutzung: Definitionen

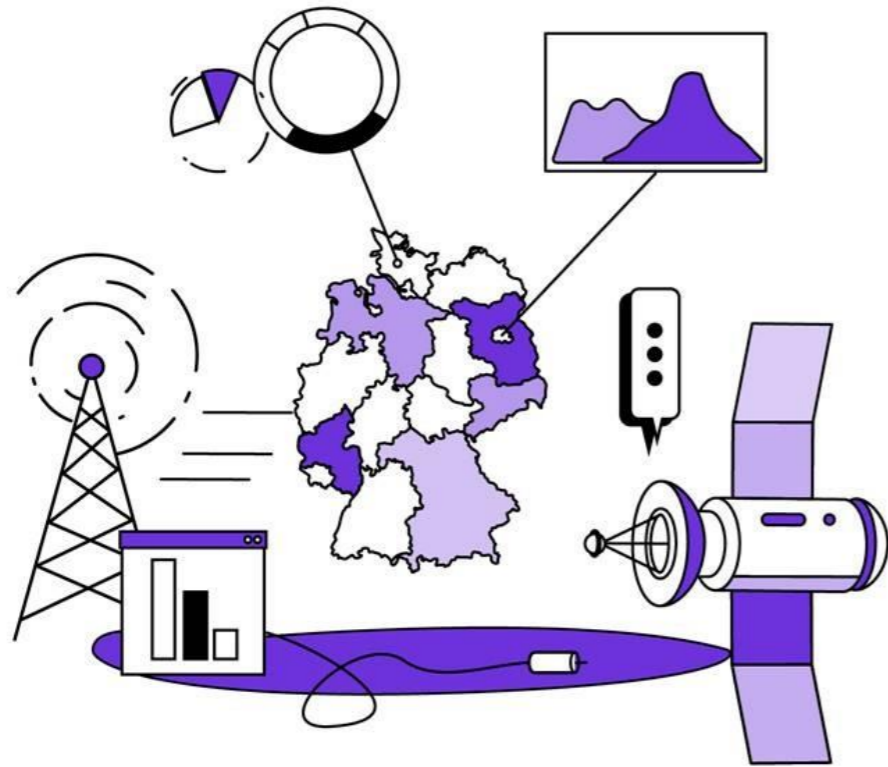
Neben dem prominenten Anbieter Sky fließen auch Magenta, Vodafone und Unitymedia in die Pay TV Definition ein. Seit 2021 werden zudem Angebote von Amazon berücksichtigt.

Pay TV

- **Sky** (über Kabel, Satellit, IPTV)
- Pay TV über **Magenta** (Satellit, IPTV)
- Pay TV über **Vodafone, Unitymedia** oder einen **anderen Anbieter** (Kabel)
- Amazon Prime Video **Channels** (ab 2021)
- Amazon Prime Video **Live Sport** (ab 2022)

Kostenpflichtige OTT Angebote

- Online Angebote **von TV-Sendern bzw. Mediatheken**: RTL+, Joyn, Zattoo, waipu.tv
- **Video-Streaming-Dienste**: Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, DAZN, Sky Ticket, Eurosport Player, Apple TV Plus, Magenta TV, Giga TV, Videoload, andere Streaming-Anbieter
- **Video-Sharing-Dienste**: YouTube, Twitch.tv, andere kostenpflichtige Video-Sharing-Dienste oder soziale Medien



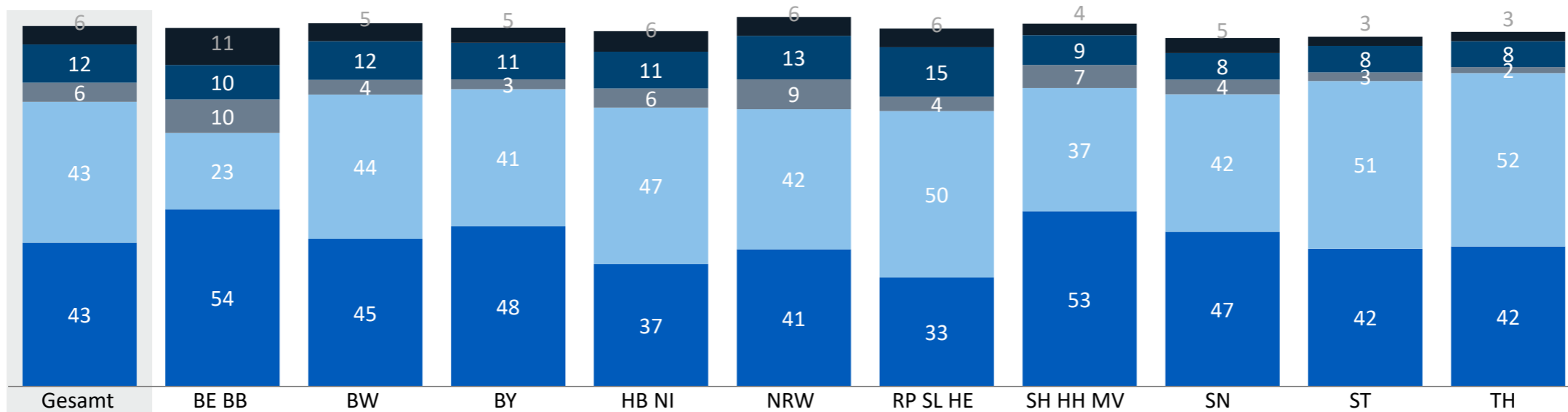
8

Anhang: Ausgewählte Ergebnisse in den Bundesländern im Vergleich



Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

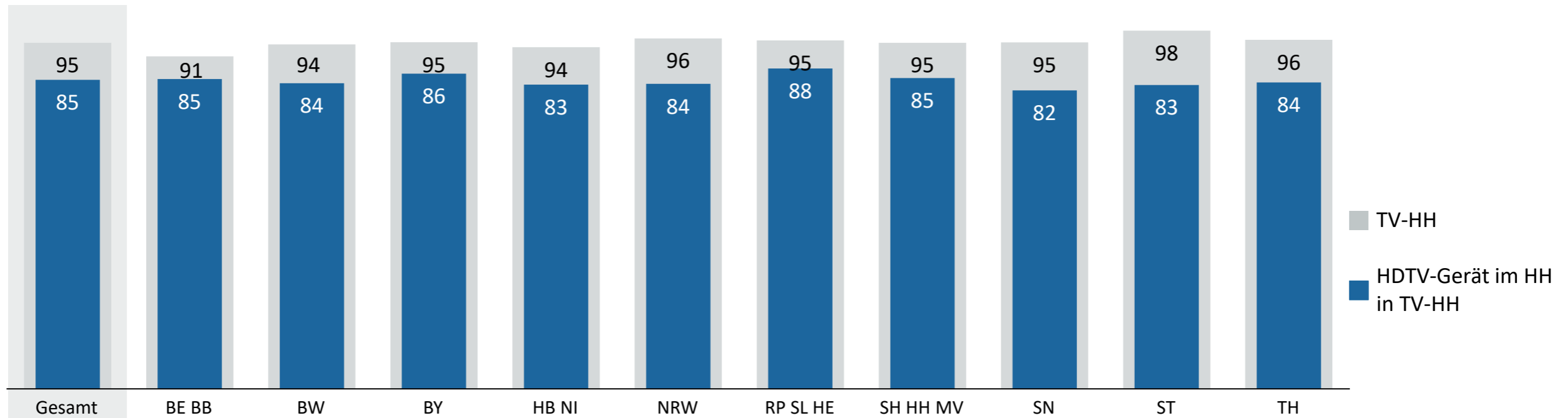
38,773	2,976	4,949	5,994	4,007	8,357	5,209	3,080	2,028	1,125	1,047	Mio. TV-HH
2,158	0,334	0,266	0,278	0,247	0,479	0,292	0,107	0,094	0,030	0,030	OTT only
4,476	0,308	0,580	0,658	0,445	1,098	0,774	0,279	0,162	0,091	0,081	IPTV
2,253	0,302	0,220	0,177	0,228	0,749	0,230	0,211	0,088	0,030	0,018	DVB-T2 HD / DVB-T
16,464	0,685	2,155	2,474	1,893	3,538	2,614	1,146	0,842	0,569	0,548	Satellit
16,842	1,594	2,206	2,901	1,483	3,459	1,713	1,629	0,947	0,468	0,443	Kabel

Angaben in Prozent / Millionen;
Summe > 100% wegen Mehrfachempfangsart / Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Ausstattung der TV-Haushalte mit HDTV-Geräten in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,773	2,976	4,949	5,994	4,007	8,357	5,209	3,080	2,028	1,125	1,047	Mio. TV-HH
32,849	2,528	4,146	5,177	3,341	6,985	4,571	2,625	1,659	0,937	0,880	HDTV-Gerät im HH

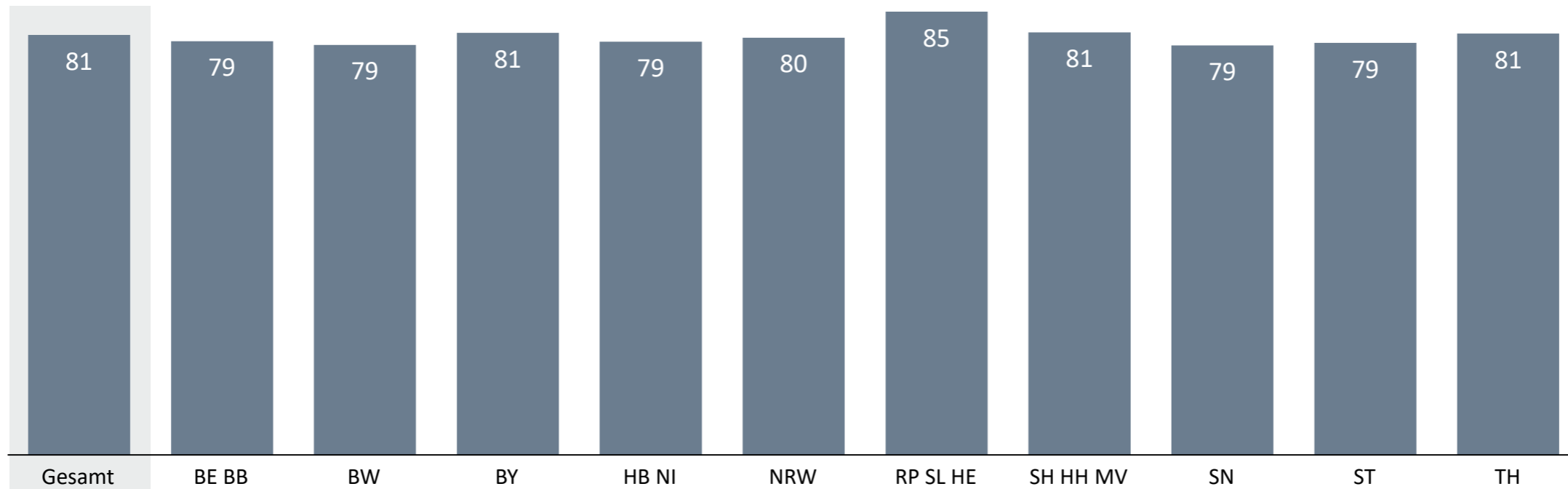
Angaben in Prozent / in Mio.

Basis: 40,868 Mio. Haushalte / 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



HDTV-Empfang in den Bundesländern – gesamt

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte mit mindestens einer klassischen Empfangsart in Millionen

36,615	2,642	4,684	5,717	3,760	7,878	4,917	2,973	1,934	1,095	1,017
29,469	2,095	3,680	4,623	2,978	6,300	4,180	2,407	1,517	0,865	0,822

Mio. TV-HH mit klassischer Empfangsart
 ■ HDTV-HH

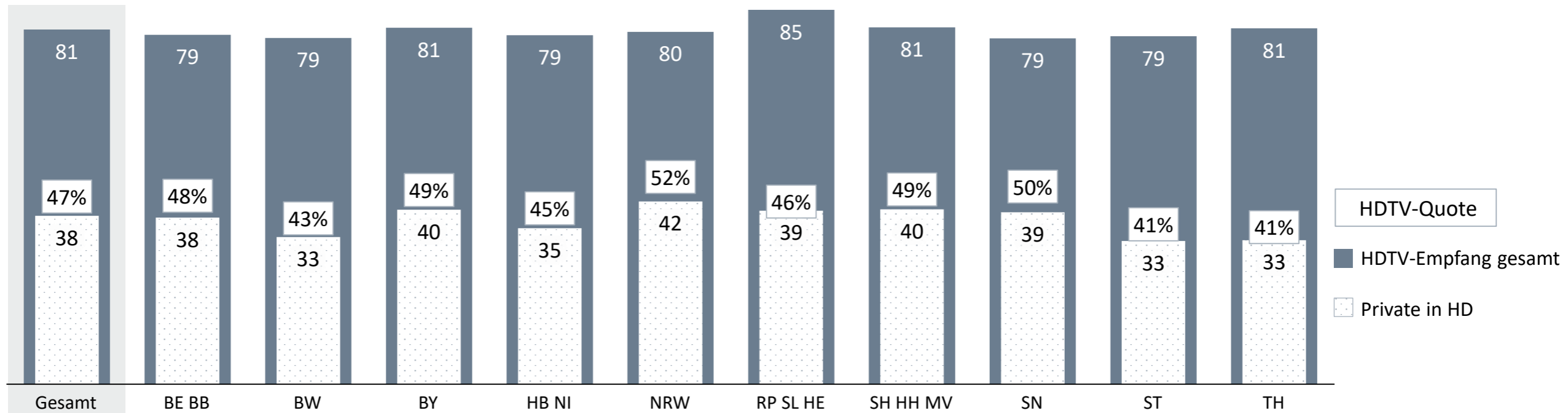
Angaben in Prozent / in Mio.

Basis: 36,615 Mio. TV-Haushalte in Deutschland mit klassischem TV-Empfang (n=6.129)



HDTV-Empfang: Private in HD in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte mit mindestens einer klassischen Empfangsart in Millionen

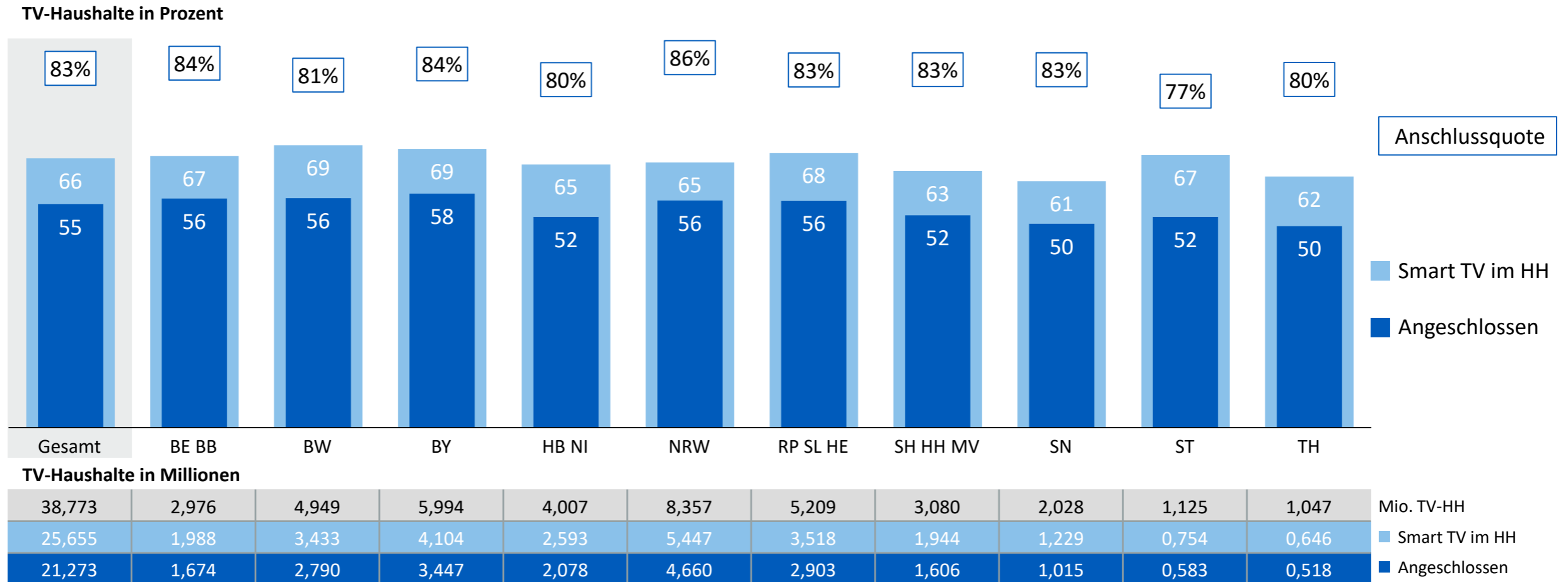
Region	Mio. TV-HH mit klassischer Empfangsart	HDTV-HH	HDTV-HH: Private in HD
Gesamt	36,615	29,469	13,984
BE BB	2,642	2,095	0,998
BW	4,684	3,680	1,564
BY	5,717	4,623	2,262
HB NI	3,760	2,978	1,333
NRW	7,878	6,300	3,269
RP SL HE	4,917	4,180	1,936
SH HH MV	2,973	2,407	1,181
SN	1,934	1,517	0,754
ST	1,095	0,865	0,356
TH	1,017	0,822	0,333

Angaben in Prozent / in Mio.

Basis: 36,615 Mio. TV-Haushalte in Deutschland mit klassischem TV-Empfang (n=6.129)



Smart TV – Ausstattung und Anschlussquote in den Bundesländern

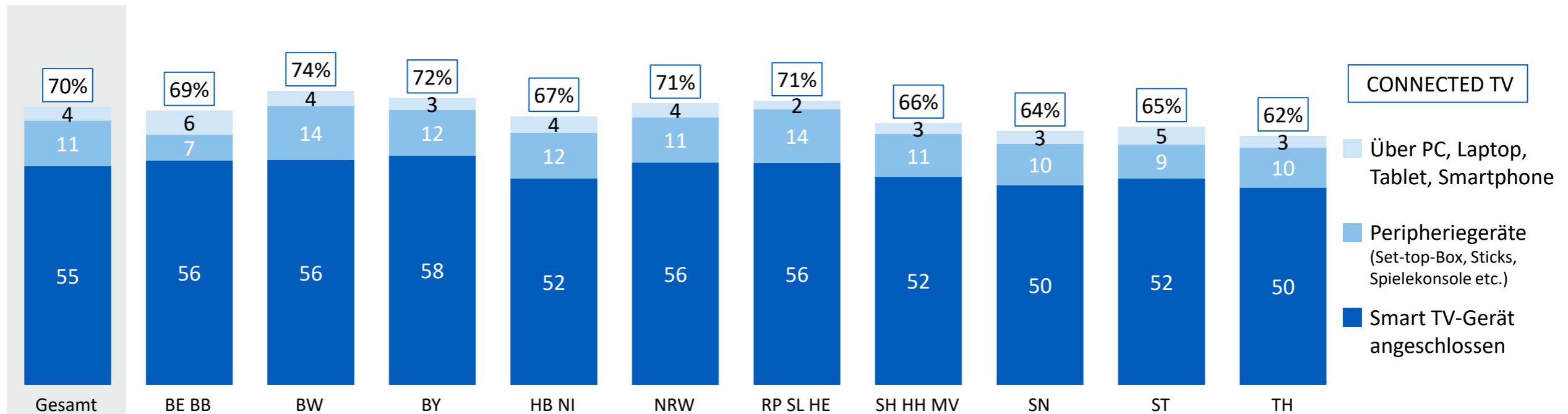


Angaben in Prozent / in Mio.
 Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)



Connected TV nach „Anschlussart“ in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,773	2,976	4,949	5,994	4,007	8,357	5,209	3,080	2,028	1,125	1,047	Mio. TV-HH
25,676	1,868	3,459	4,138	2,539	5,603	3,608	1,934	1,226	0,678	0,622	Smart TV/Peripheriegeräte
27,040	2,049	3,654	4,318	2,701	5,903	3,718	2,022	1,291	0,729	0,653	Connected TV total

Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfäh. Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV; TV-Gerät über PC, Laptop, Tablet, Smartphone an das Internet angeschlossen; falls nicht Smart TV- oder Peripheriegerät; Summe der Einzelwerte kann aufgrund von Rundungen von der Summe gesamt abweichen.
Basis: 38,773 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.387)

Abkürzungsverzeichnis

Bundesländer

BB	Brandenburg	NI	Niedersachsen
BE	Berlin	NRW	Nordrhein-Westfalen
BW	Baden-Württemberg	RP	Rheinland-Pfalz
BY	Bayern	SH	Schleswig-Holstein
HB	Bremen	SL	Saarland
HE	Hessen	SN	Sachsen
HH	Hamburg	ST	Sachsen-Anhalt
MV	Mecklenburg-Vorpommern	TH	Thüringen