

VIDEO Digitalisierungsbericht 2019

Oktober 2019

die
medienanstalten



Kantar

Illustrationen: Rosendahl Berlin

Inhaltsverzeichnis

1	Methodensteckbrief	3
2	TV-Haushalte: Stand der Digitalisierung und Verteilung der TV-Empfangswege	6
2.1	Fokus HDTV – Ausstattung mit HDTV- / UHD-TV-Geräten	12
2.2	Fokus HDTV – Empfang in HD	23
3	Connected TV – Haushaltsausstattung	31
4	Benutzeroberflächen: Auffindbarkeit und Aufrufen von Fernseh- und Videoinhalten	43
5	Zugang zu Bildschirmgeräten / Möglichkeiten zur Fernseh- und OTT-Nutzung	58
6	Fernseh- und Videonutzung in Deutschland	74
6.1	Nutzung klassisches Fernsehen und OTT im Vergleich	75
6.2	Fokus OTT-Nutzung: Livestreaming und VOD	95
6.3	Fokus Livestream-Angebote	112
6.4	Fokus VOD-Angebote	119
6.5	Fokus Streamingdienste / SVOD-Abos	140
6.6	Fokus Empfehlungssysteme	149
7	Methode im Detail	155
8	Anhang: Ausgewählte Ergebnisse in den Bundesländern im Vergleich	159

Methodensteckbrief



Erhebungsmethode:

Telefonische Befragung mit Berücksichtigung von Mobilnummern
ergänzt um eine Online-Befragung im Online Access Panel



Grundgesamtheit:

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
70,445 Mio. Personen in 40,350 Mio. Haushalten



Anzahl Interviews:

7.083 Interviews, mindestens 200 pro Bundesland



Erhebungszeitraum:

09. Mai bis 15. Juli 2019

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

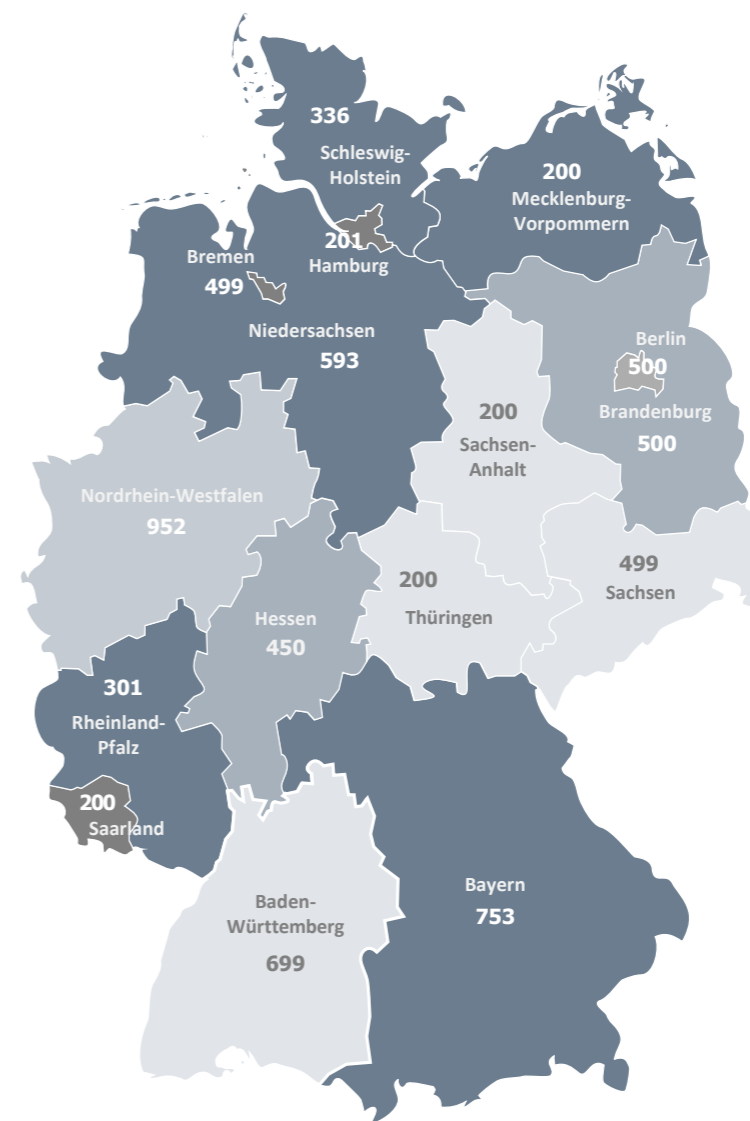
Verteilung der Fallzahlen

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: 7.083 Interviews





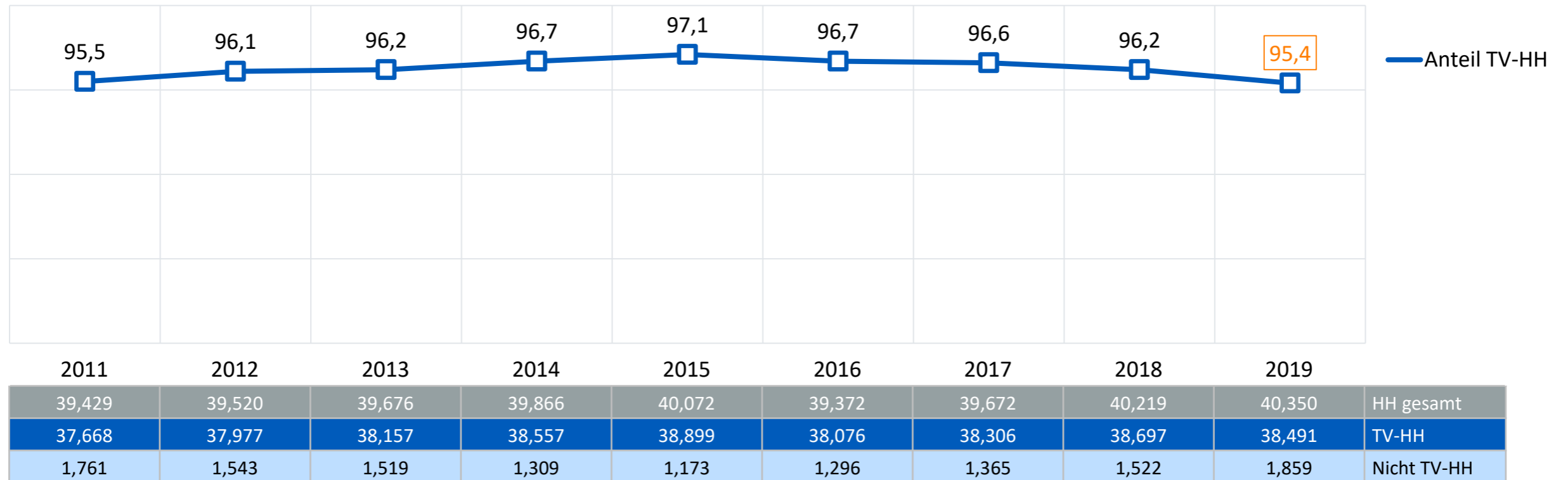
2

TV-Haushalte: Stand der Digitalisierung und Verteilung der TV-Empfangswege



TV-Haushalte in Deutschland

Der Anteil der TV-Haushalte geht zum vierten Mal in Folge zurück. Auch absolut rund 200 TSD TV-Haushalte weniger als noch im Vorjahr.



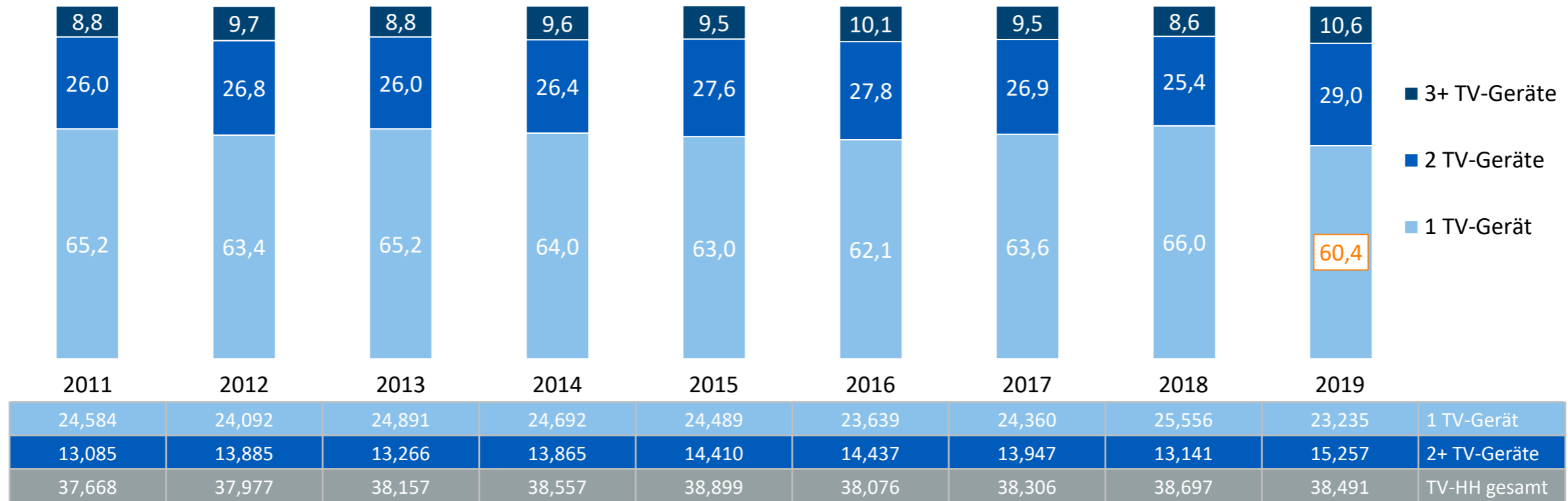
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 39,429 / 39,520 / 39,676 / 39,866 / 40,072 / 39,372 / 39,672 / 40,219 / 40,350 Mio. HH in Deutschland (n=7.083)



TV-HH nach Anzahl TV-Geräte

Aktuell wieder mehr TV-Haushalte mit zwei oder mehr TV-Geräten zuhause.



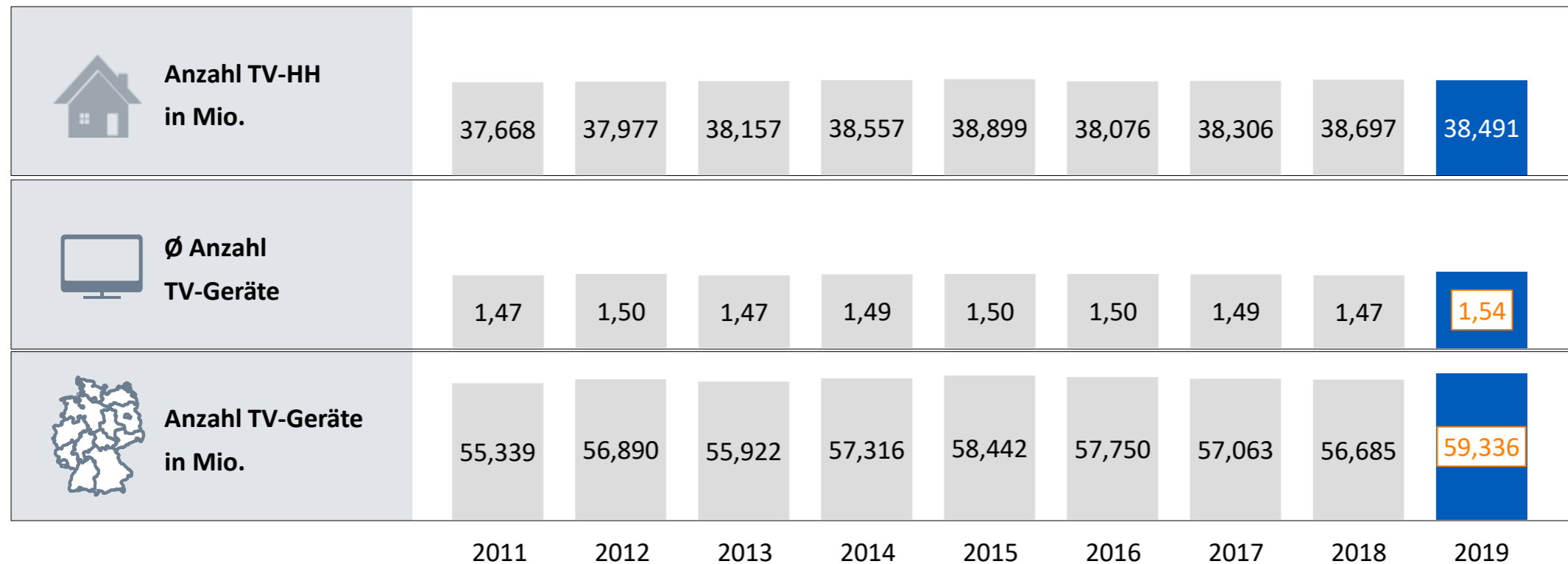
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Anzahl TV-Geräte in TV-HH

Der Durchschnitt steigt folglich auf 1,54 TV-Geräte pro Haushalt. In Summe sind rund 59,3 Mio. TV-Geräte in Gebrauch.

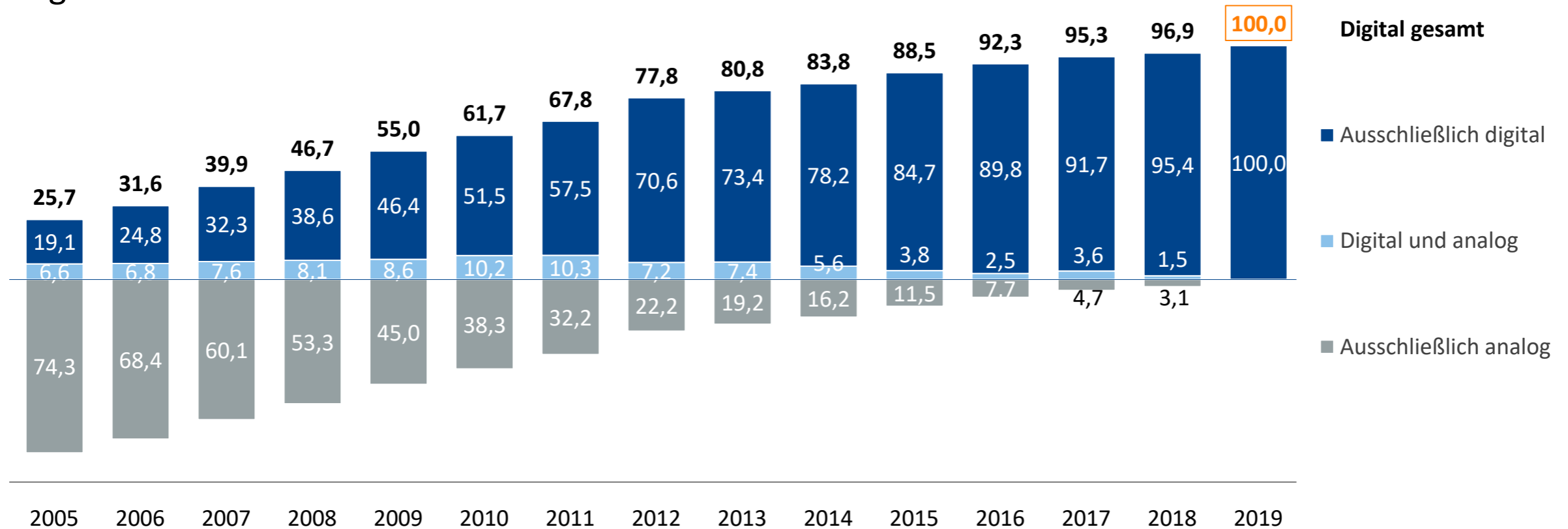


Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Digitalisierung in den TV-HH 2005-2019

Mit den letzten Umstellungen im Kabel ist die Digitalisierung der TV-Haushalte nun abgeschlossen.



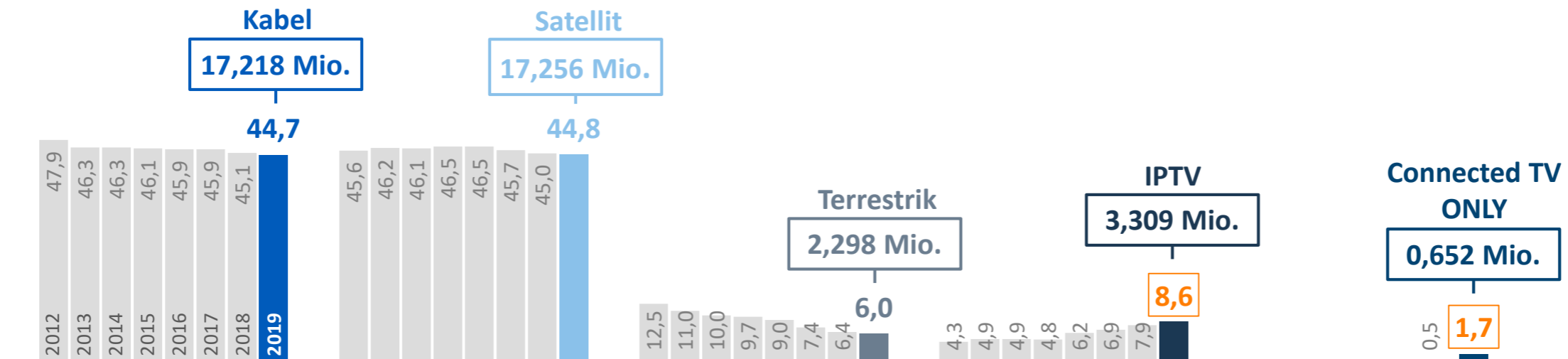
Angaben in Prozent; ausschließlich digital = alle TV-Geräte im HH digital / Einige lokale Kabelanlagen mit wenigen angeschlossenen Wohneinheiten verbreiten noch analoge TV-Signale. Diese sind aufgrund ihrer sehr geringen Anzahl statistisch nicht sinnvoll abbildbar.

Basis: 33,904 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Verteilung der Übertragungswege inkl. Differenzierung IPTV

IP-basierte Übertragungswege legen deutlich zu – sowohl IPTV als auch der Empfang über das „offene“ Netz am Connected TV, der sich mehr als verdreifacht.



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang;

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 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



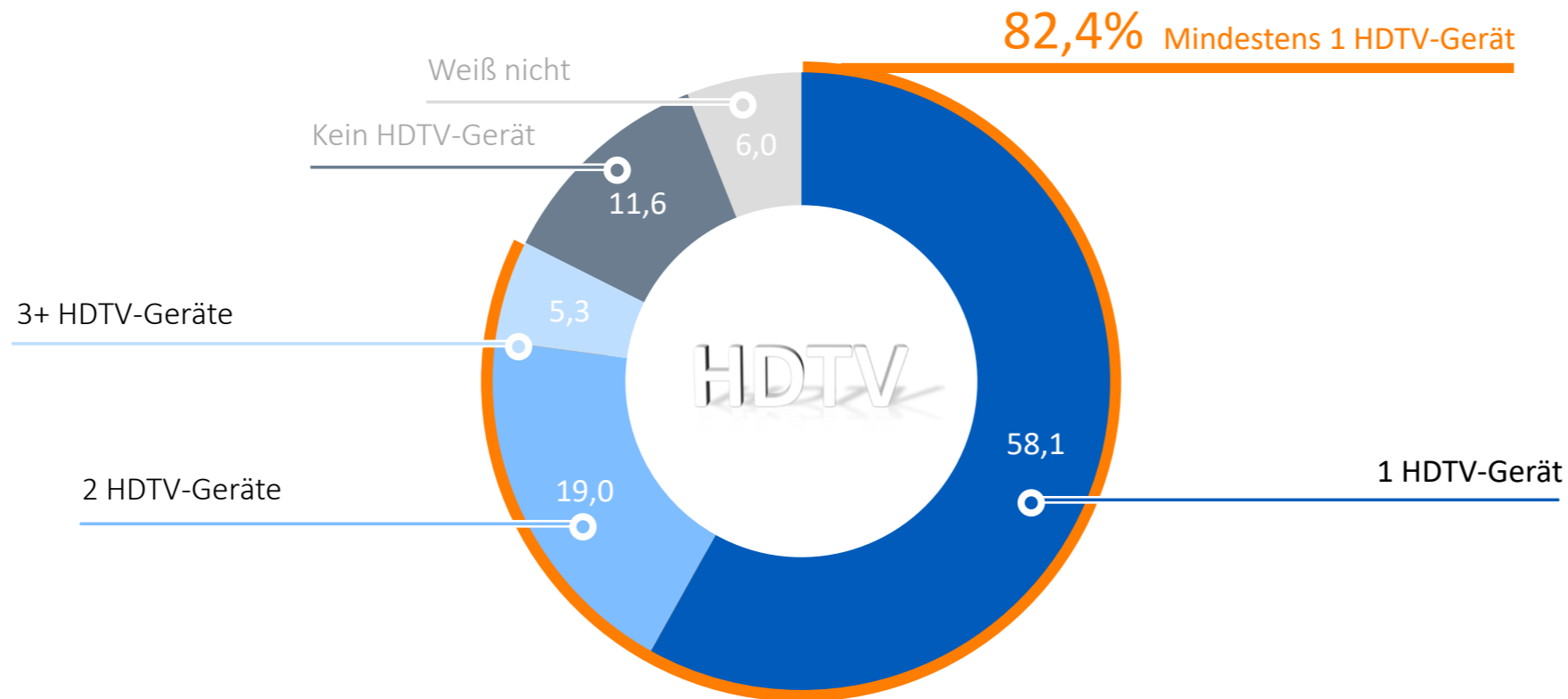
2.1

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



HDTV: Ausstattung mit HDTV-Geräten

In mehr als vier von fünf TV-Haushalten steht mindestens 1 HDTV-Gerät und in mittlerweile fast jedem vierten sogar zwei oder mehr.



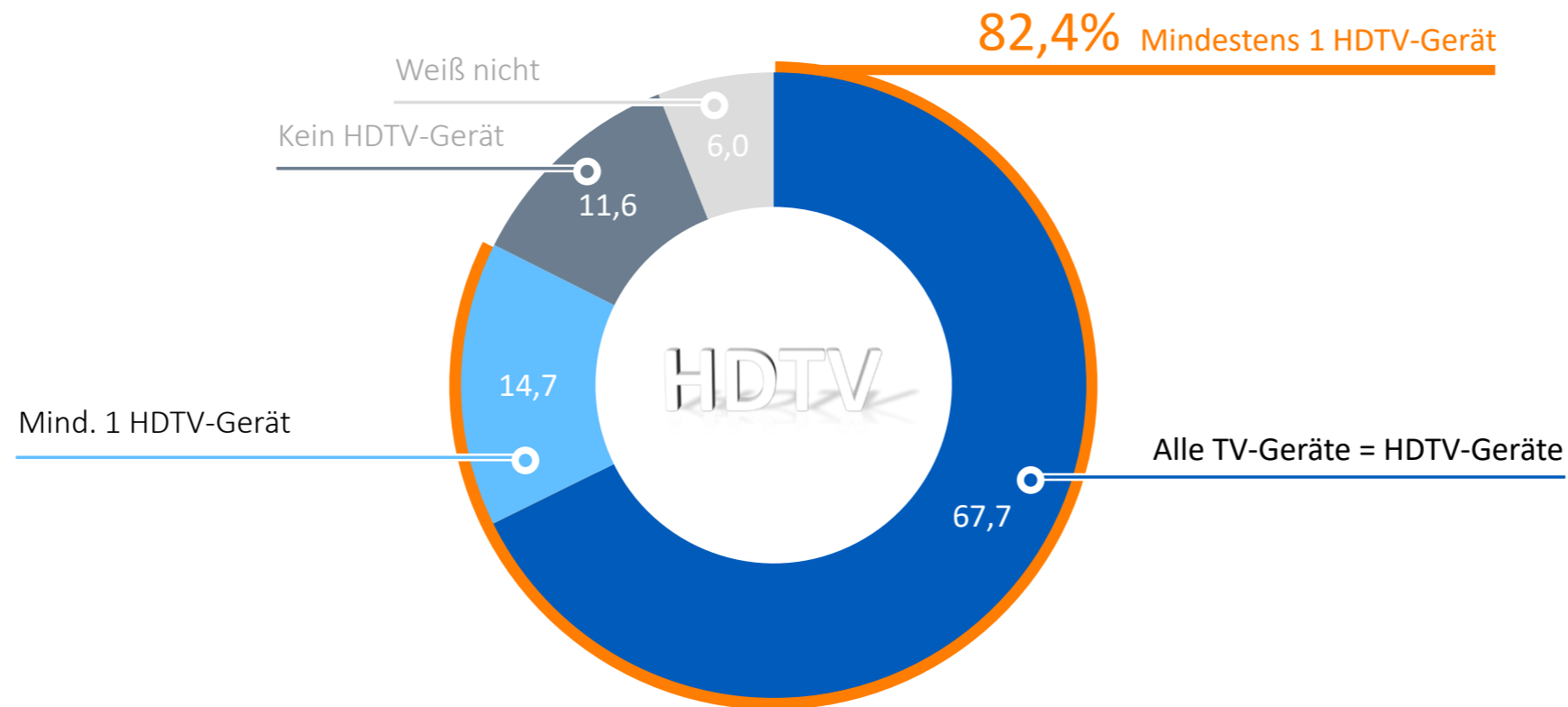
2019

Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



HDTV: Anteil TV-Haushalte mit ausschließlich HDTV-Geräten

In etwa zwei Drittel der TV-Haushalte sind alle TV-Geräte HD-fähig. In weiteren 15% ist mindestens eines von mehreren TV-Geräten HD-fähig.



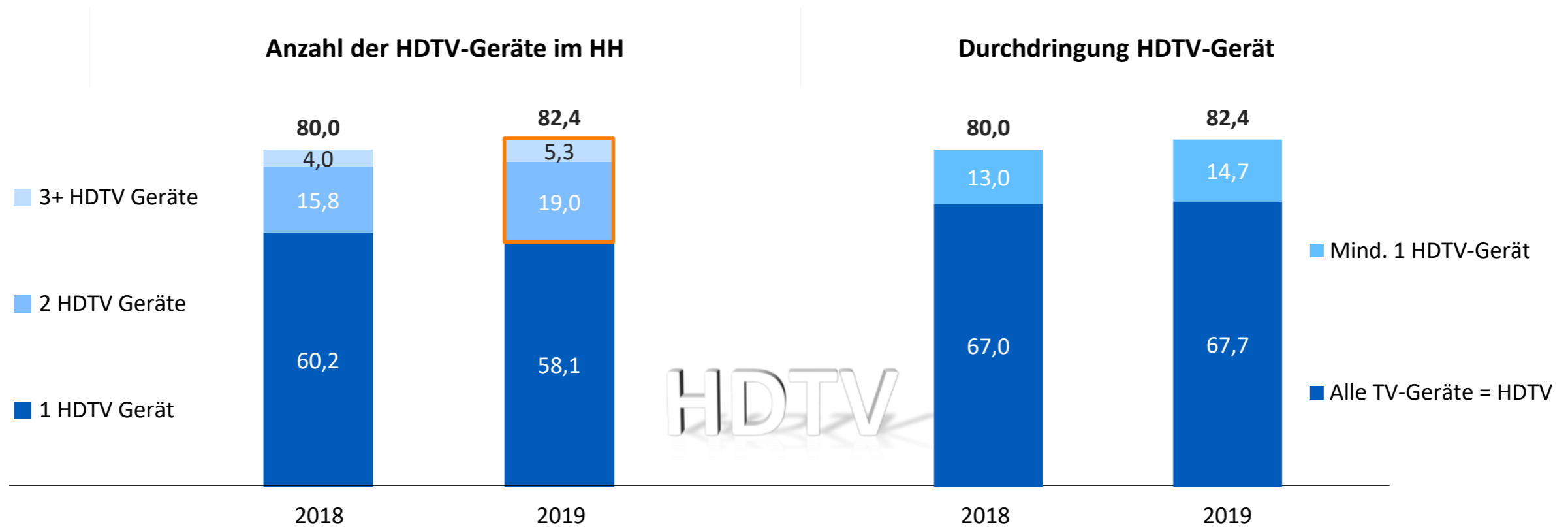
2019

Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



HDTV: Ausstattung mit HDTV-Geräten im Trend

Die Mehrfachausstattung mit HDTV-Geräten in den TV-Haushalten nimmt zu.

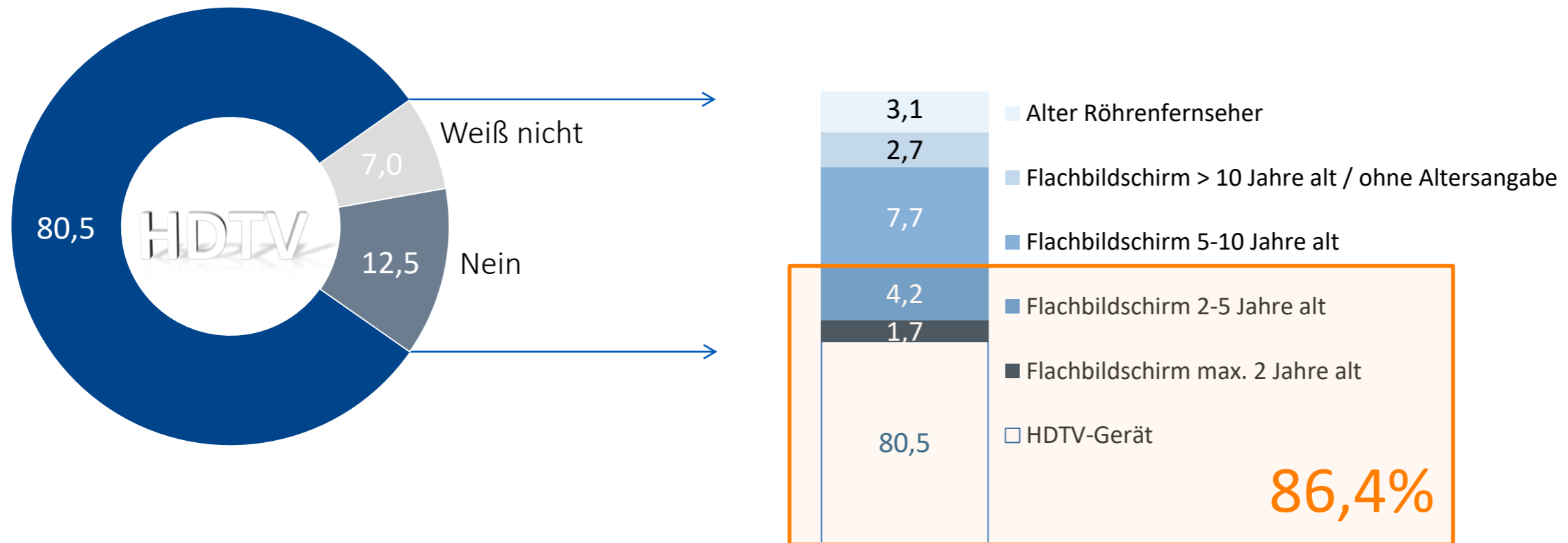


Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



HDTV: 1. / einziges TV-Gerät ist HDTV-Gerät

In rund 80% der TV-HH ist das einzige oder meistgenutzte TV-Gerät ein HDTV-Gerät – vielleicht auch etwas mehr, wie Art und Alter der Geräte vermuten lassen.

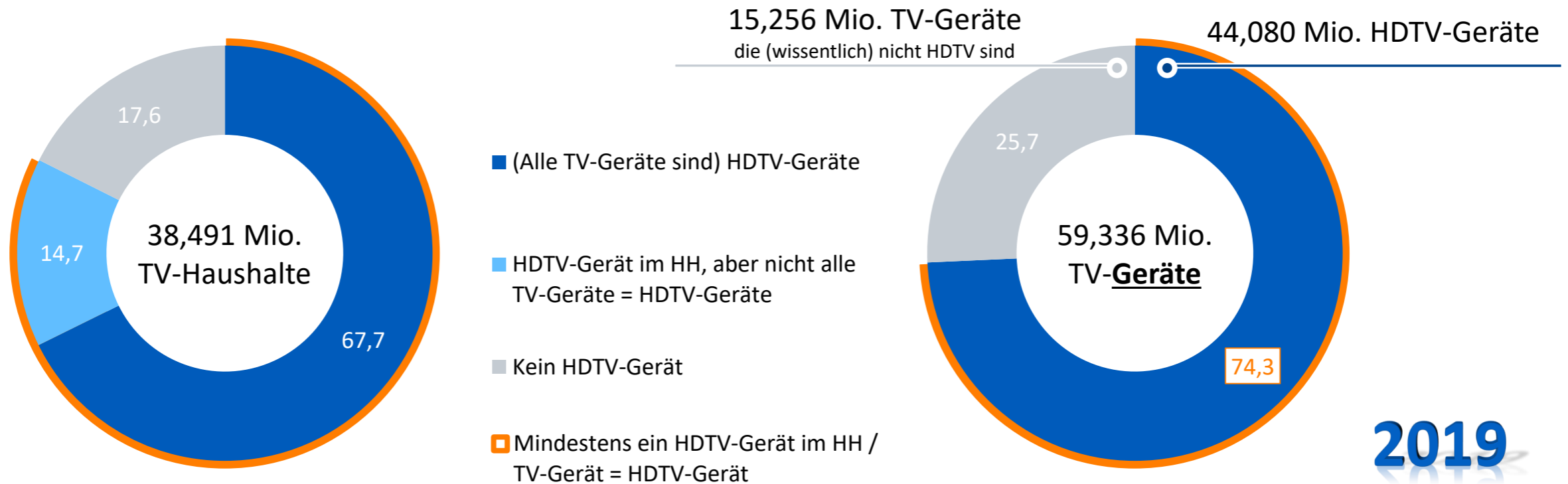


Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



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

In 82% der TV-HH steht mindestens 1 HDTV-Gerät. Bezogen auf die rund 59 Mio. TV-Geräte sind nahezu drei von vier HD-fähig.



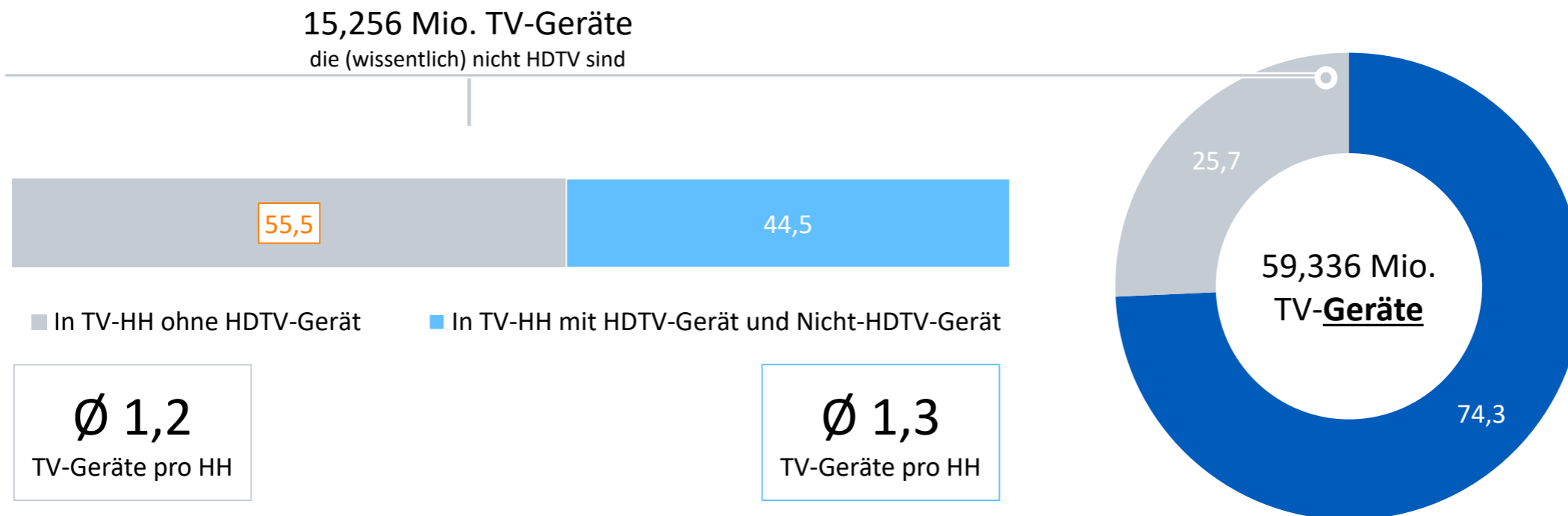
2019

Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



HDTV: Nicht-HDTV-Geräte

Etwa die Hälfte der Nicht-HD-Geräte stehen in Haushalten, in denen es auch sonst noch kein HDTV Gerät gibt.



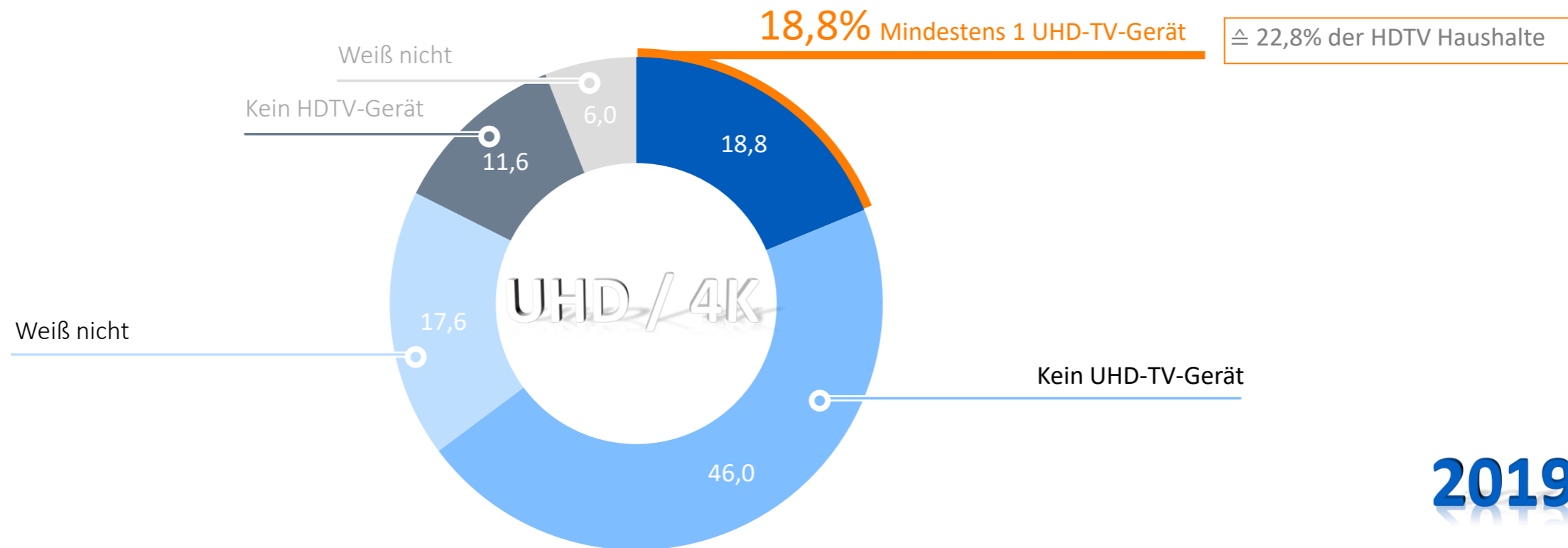
2019

Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



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

In mehr als 18% der TV-Haushalte – und damit mehr als jedem fünften HDTV-Haushalt – steht mittlerweile ein UHD-TV-Gerät.

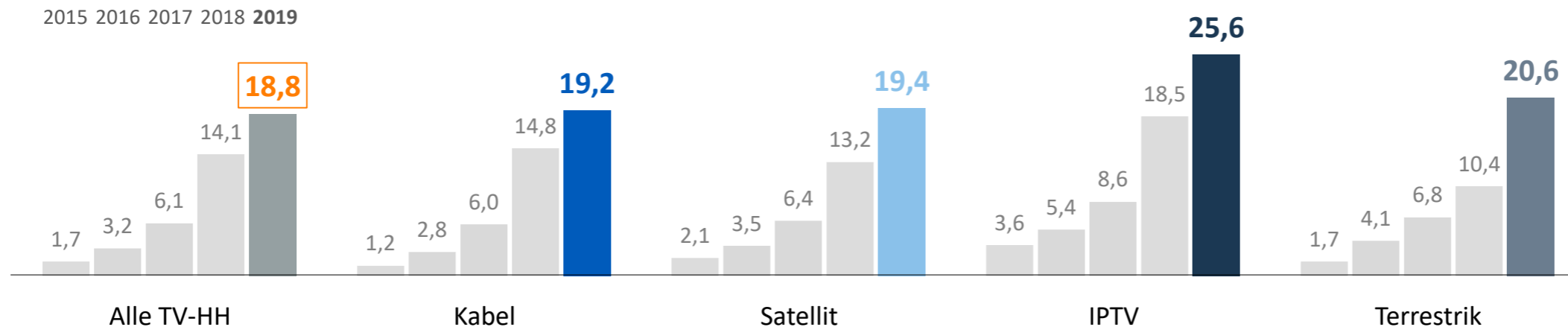


Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



Ultra HD / 4K: Ausstattung nach Empfangsart im Trend

Die Ausstattung der TV-Haushalte mit UHD-Geräten steigt erneut über alle Empfangswege hinweg sichtbar an.



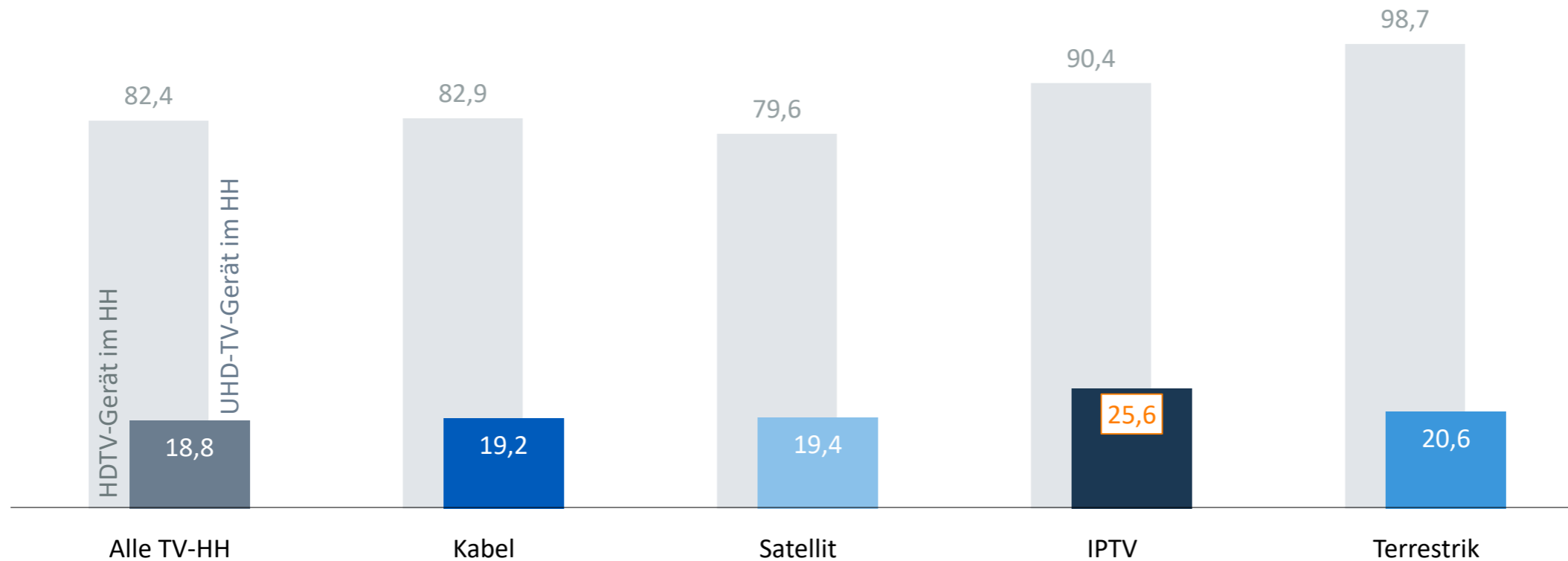
Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1. / Gesamtdurchschnitt in 2019 liegt unterhalb der Werte für die einzelnen Empfangswegen aufgrund von Überschneidungen (UHD-Geräte überproportional in TV-HH mit mehreren Empfangswegen vertreten).

Basis: 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670); 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 3,764 / 3,433 / 2,840 / 2,479 / 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



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

Bereits in gut jedem vierten IPTV Haushalt steht ein UHD TV-Gerät. In den Haushalten mit Kabel, Sat oder Terrestrik ist es in etwa jeder fünfte Haushalt.



2019

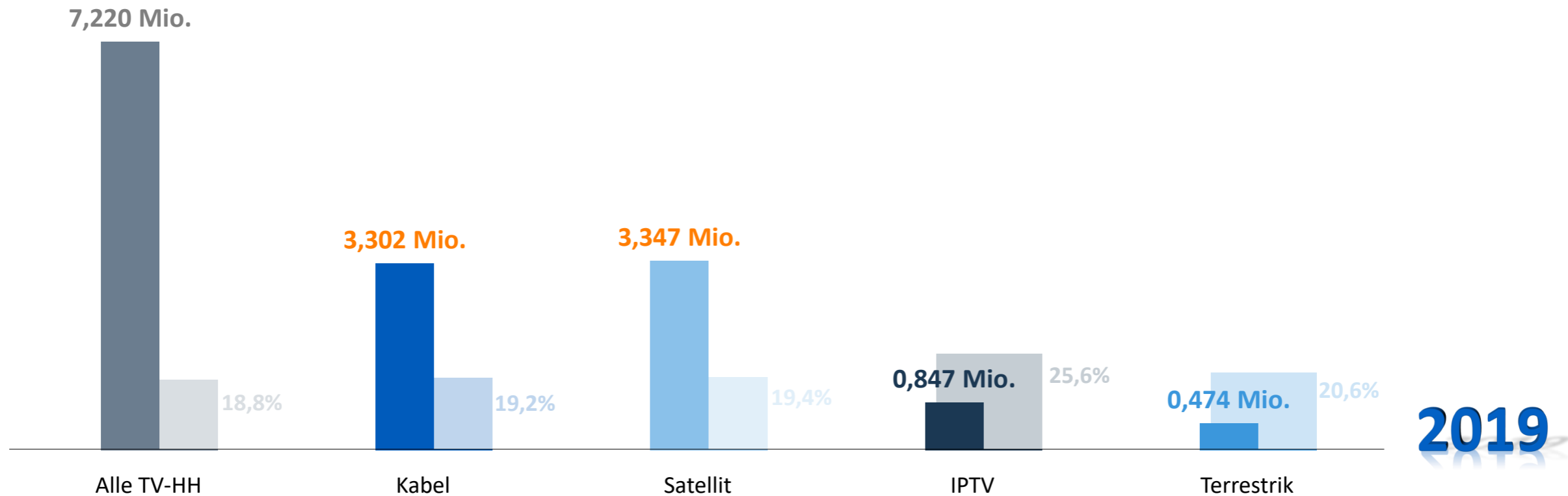
Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670); 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



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

In absoluten Zahlen liegen Kabel und Sat in etwa gleich auf.



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

Basis: 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670); 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



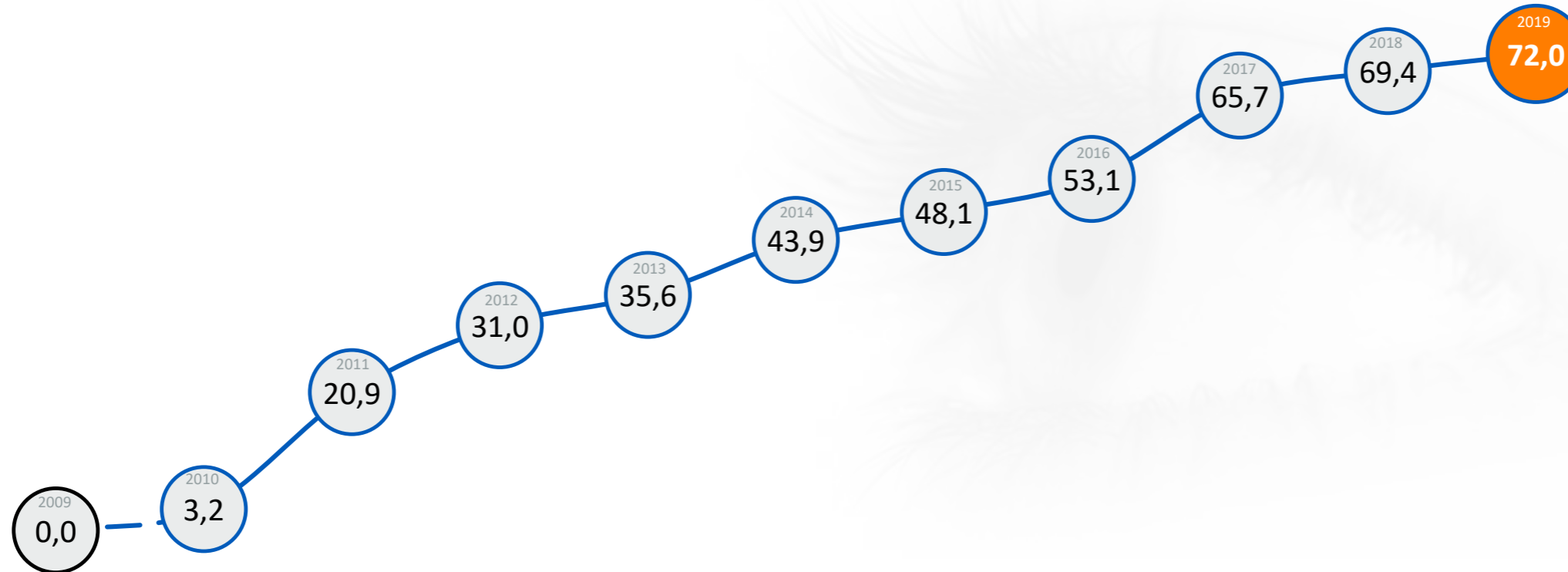
2.2

Fokus HDTV – Empfang in HD



TV-Empfang in HD im Trend

Mehr als 70% der TV-Haushalte empfangen mittlerweile TV-Programme in HD.

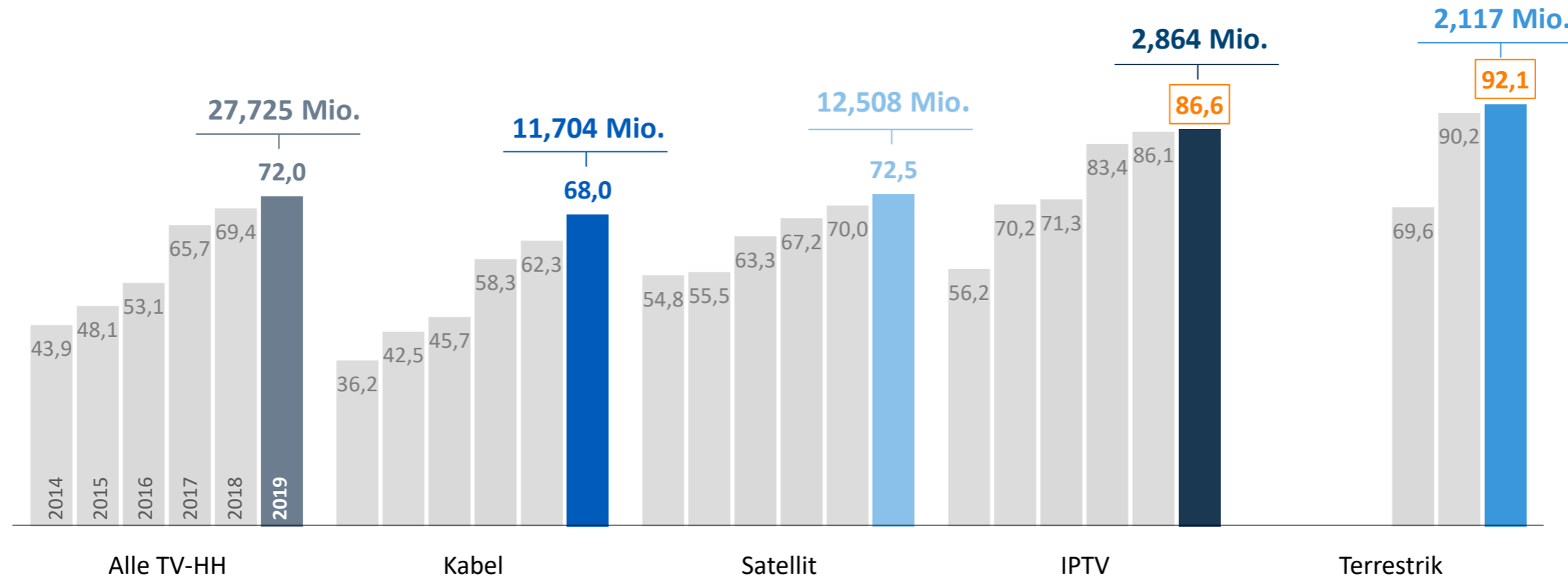


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt.
Basis: 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



TV-Empfang in HD im Trend nach Empfangsweg

Der HD-Empfang steigt bei allen Empfangswegen an. Höchster Anteil bei Terrestrik und IPTV.



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;

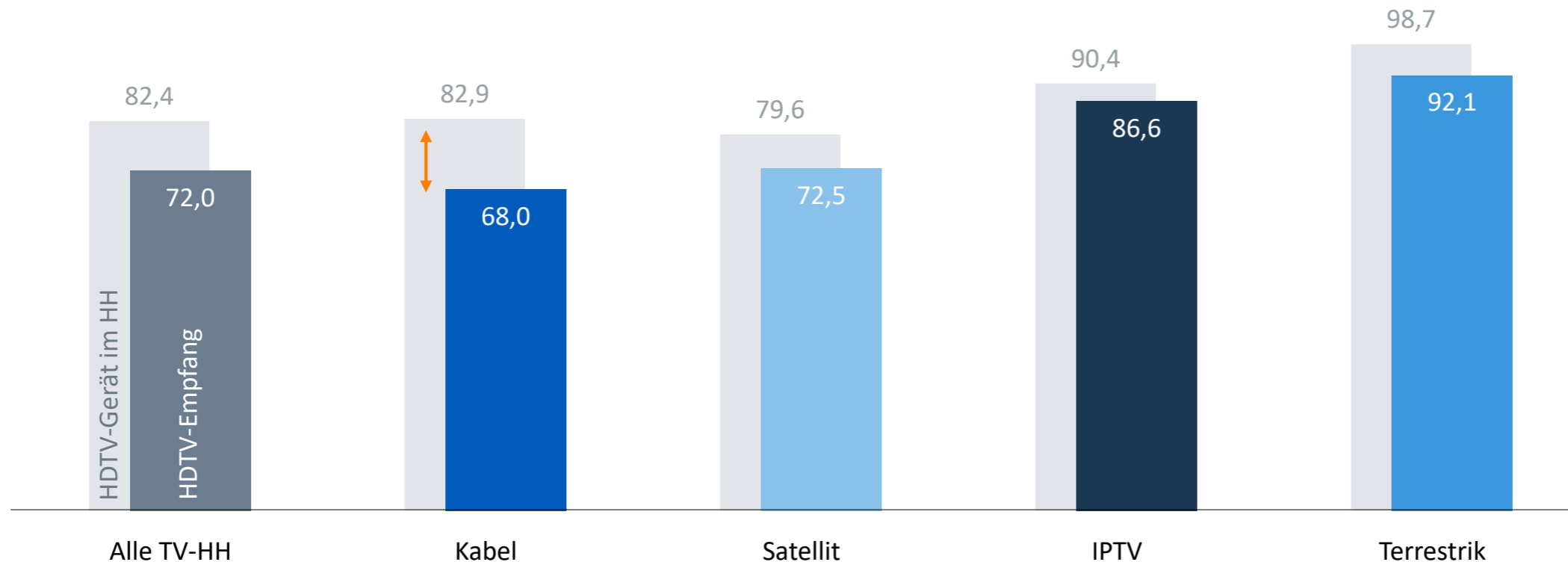
IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670); 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 1,899 / 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,840 / 2,479 / 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



HDTV: Ausstattung mit HDTV-Gerät und HDTV-Empfang nach Empfangsweg

Die Lücke zwischen Ausstattung mit HD-fähigen TV-Geräten und HD-Empfang ist in Kabel-Haushalten am größten, bei IPTV am geringsten.



2019

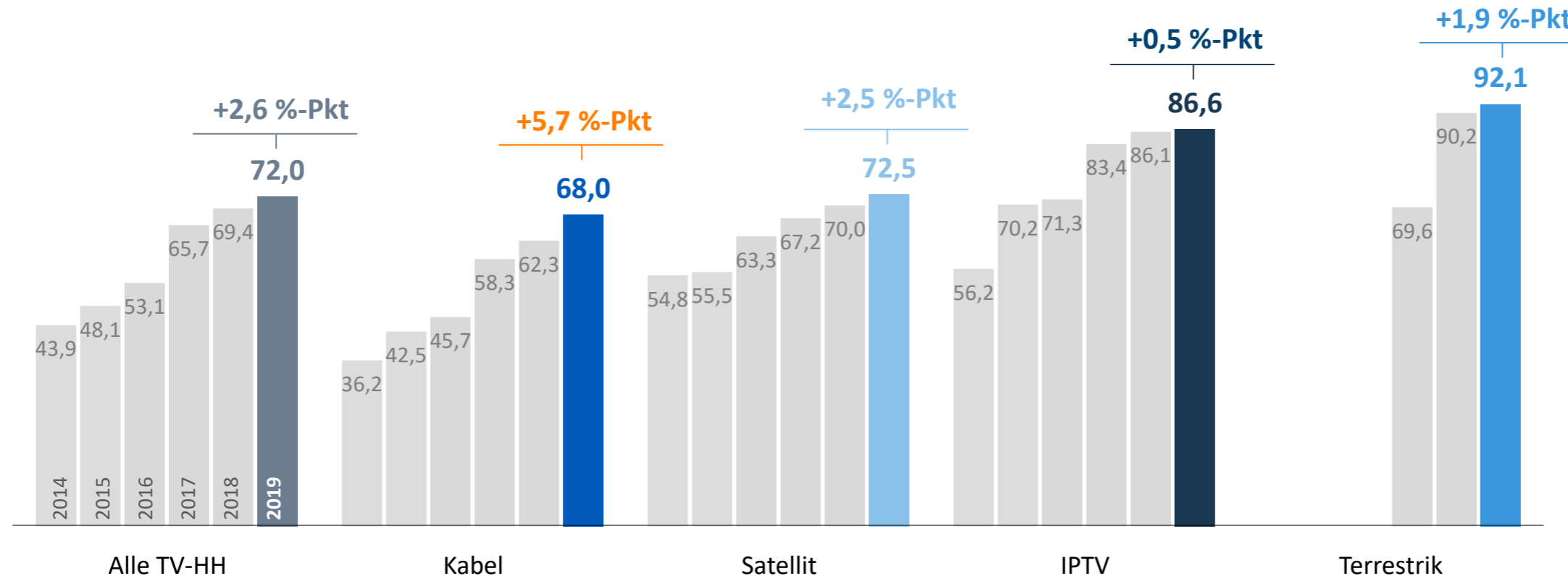
Angaben in Prozent; Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt; IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670); 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 3,309 Mio. IPTV-HH (Abo von Magenta TV, Vodafone oder 1&1; n=711); 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



TV-Empfang in HD im Trend nach Empfangsweg

Größter Zuwachs bei Kabel: Hier können nun mehr als zwei Drittel HD empfangen. Bei den anderen Empfangsarten fallen die Steigerungen moderat aus.



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;

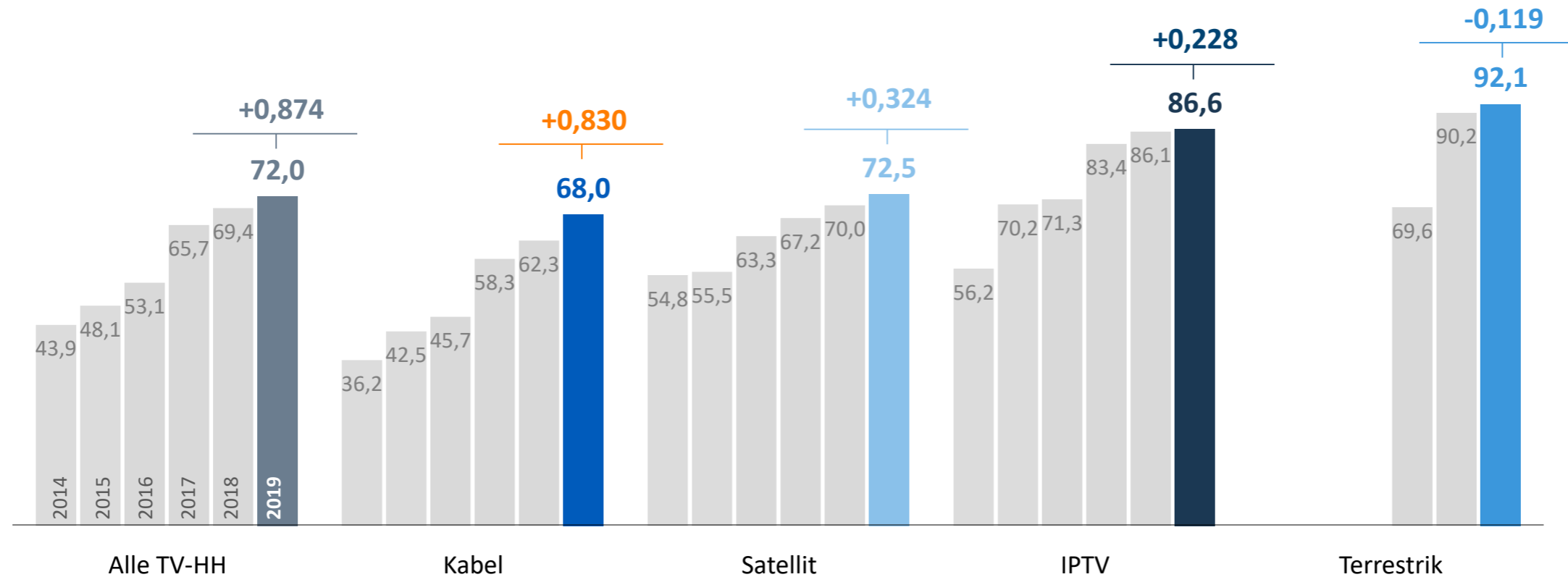
IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670); 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 1,899 / 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,840 / 2,479 / 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



TV-Empfang in HD im Trend nach Empfangsweg – absolut

Absolut betrachtet größter Anstieg im Kabel mit plus 830 TSD.



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;

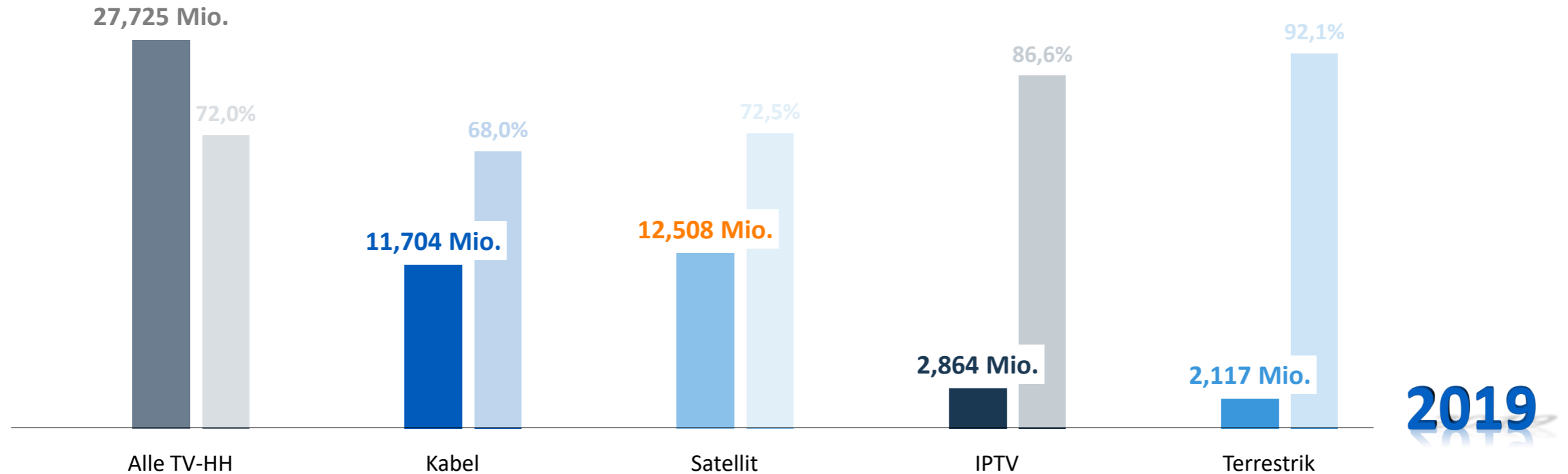
IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670); 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 1,899 / 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,840 / 2,479 / 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



TV-Empfang in HD in absoluten Zahlen

Insgesamt bleibt SAT mit rund 12,5 Mio. Haushalten vorne, gefolgt von Kabel.



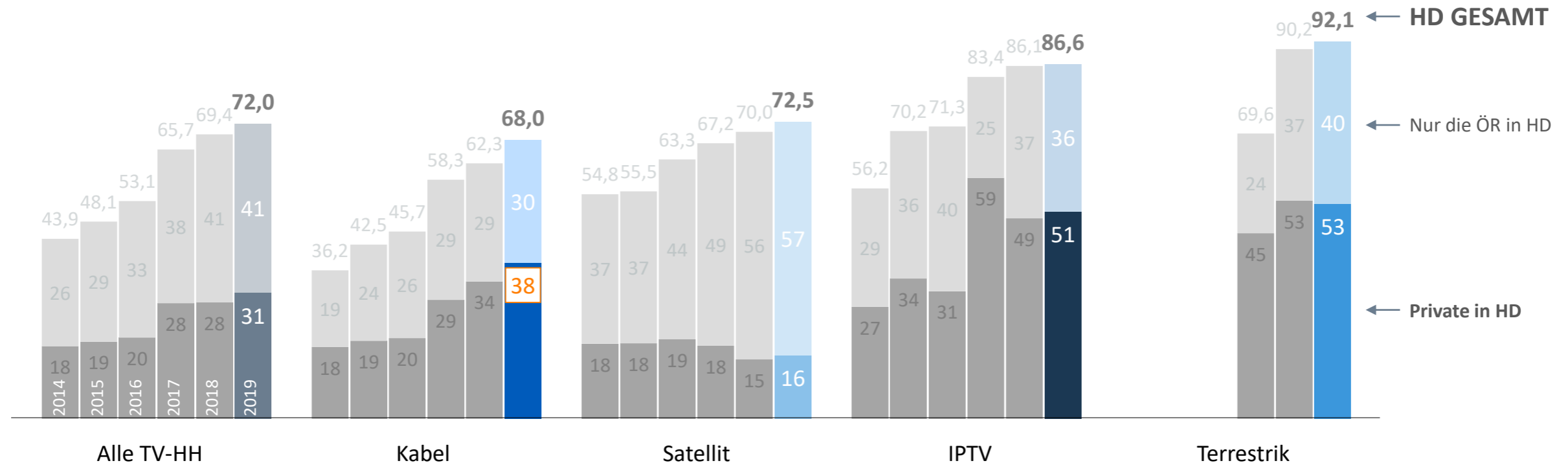
Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD lt. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplattenrecorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät; IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670); 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



TV-Empfang in HD: Private Programme in HD

Der Empfang der Privaten in HD steigt bei Kabel-Haushalten sichtbar an. Bei allen anderen Empfangswegen jedoch stagniert der Empfang der privaten Sender in HD.



Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD lt. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplattenrecorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät; IPTV berücksichtigt hier nur HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV, Vodafone oder 1&1.

Basis: 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670); 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 Mio. Kabel-HH (n=2.886); 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 Mio. SAT-HH (n=3.019); 1,899 / 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 Mio. IPTV-HH (n=711); 2,840 / 2,479 / 2,298 Mio. Terrestrik-HH (n=496)



3

Connected TV - Haushaltsausstattung

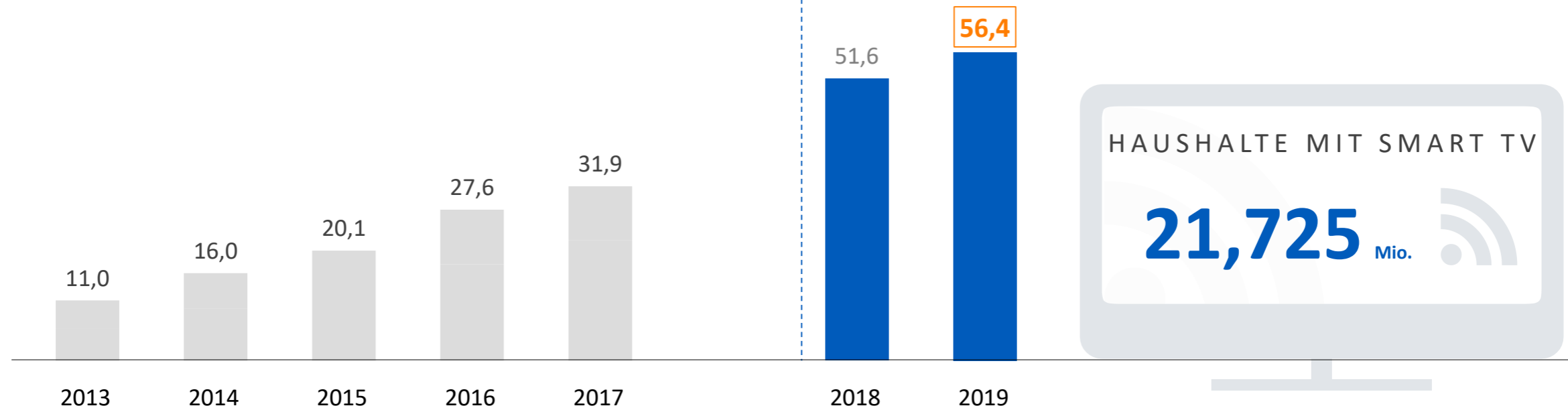


Smart TV – Ausstattung

Die Ausstattung mit Smart TVs steigt deutlich: In nahezu 22 Mio. TV-HH – und damit deutlich mehr als der Hälfte – steht mindestens ein Smart TV.

Alte Frage: Haben Sie die Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf dem Fernseher anzusehen, z.B. mit einem Smart TV, also einem internetfähigen Fernsehgerät?

Neue Frage: Handelt es sich bei Ihrem Fernsehgerät um ein Smart TV-Gerät, also ein internetfähiges TV-Gerät?



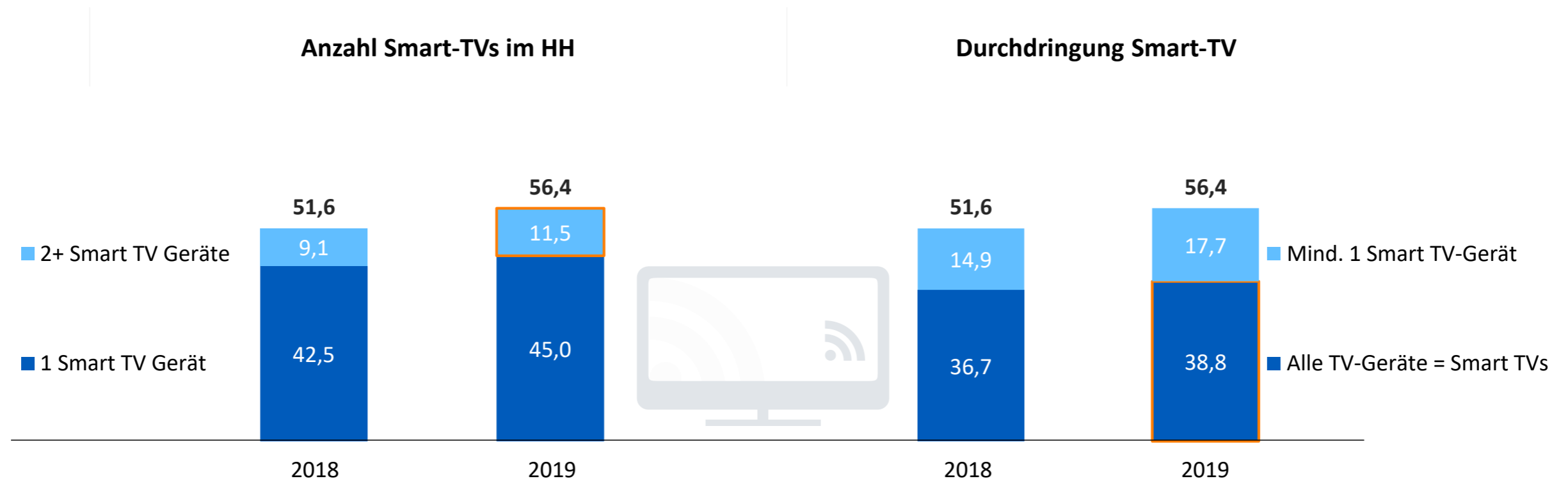
Angaben in Prozent

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Smart TV – Ausstattung im Detail im Trend

Mehrfachausstattung steigt leicht, ebenso wie der Anteil der Haushalte, in denen alle TV-Geräte smart sind.

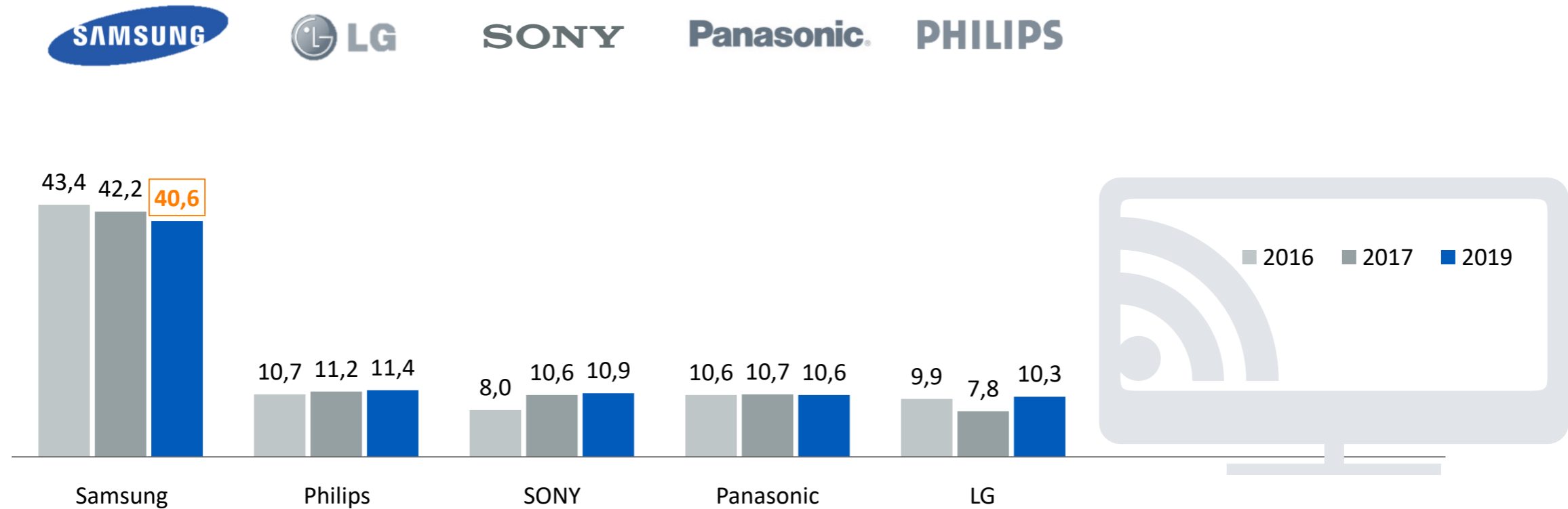


Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Smart TV: Marke

Samsung bleibt eindeutig Marktführer. In vier von zehn Haushalten mit einem Smart TV steht mindestens ein Samsung Gerät.



Angaben in Prozent
Basis: 21,725 Mio. TV-HH mit Smart-TV (n=4.089)

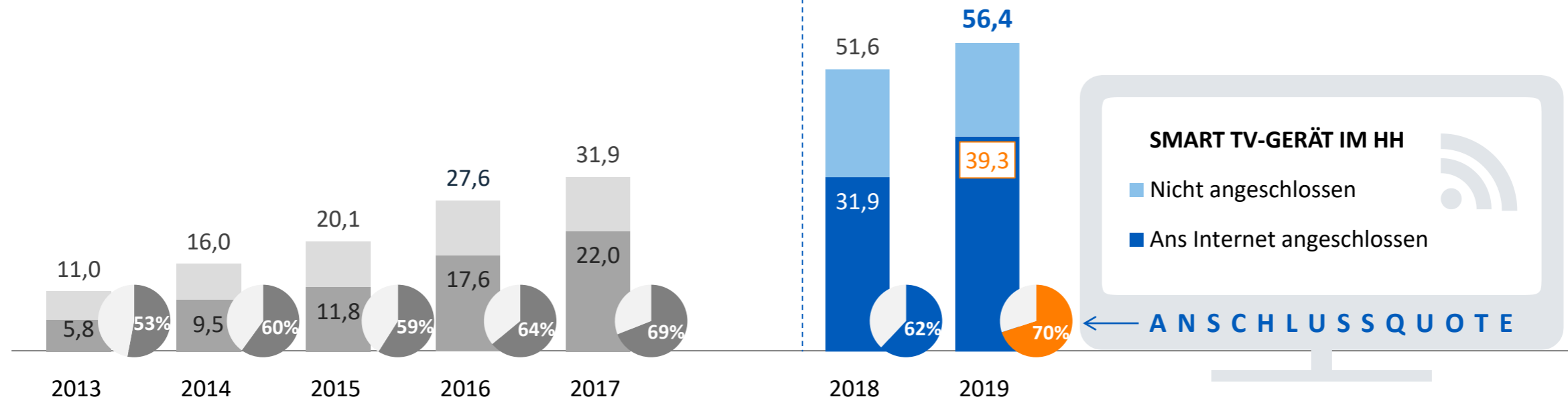


Smart TV – Anschlussquote

In etwa vier von zehn TV-Haushalten ist mindestens ein Smart TV connected. Die Anschlussquote steigt auf 70%.

Alte Frage: Haben Sie die Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf dem Fernseher anzusehen, z.B. mit einem Smart TV, also einem internetfähigen Fernsehgerät?

Neue Frage: Handelt es sich bei Ihrem Fernsehgerät um ein Smart TV-Gerät, also ein internetfähiges TV-Gerät?



Angaben in Prozent

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Smart TV – angeschlossen: Ausstattung im Detail im Trend

Die Zahl der TV-Haushalte mit zwei oder mehr an das Internet angeschlossenen Smart-TVs steigt. In etwa jedem vierten sind bereits alle TV-Geräte smart und connected.

Anzahl angeschlossene Smart-TVs im HH

Durchdringung angeschlossene Smart-TV

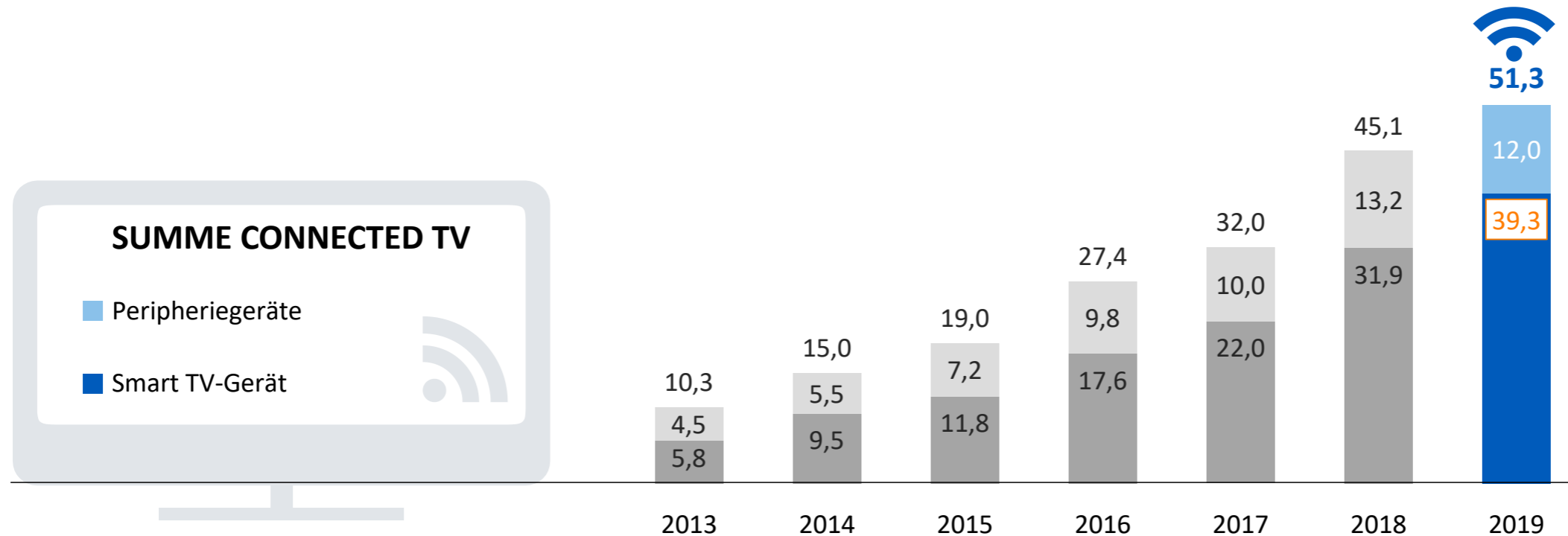


Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Connected TV – Smart TV-Gerät oder über Peripheriegerät connected

Peripheriegeräte wie Sticks, Boxen oder Spielekonsolen verlieren etwas an Bedeutung. Dafür steigt der Anteil der angeschlossenen Smart TVs deutlich an.

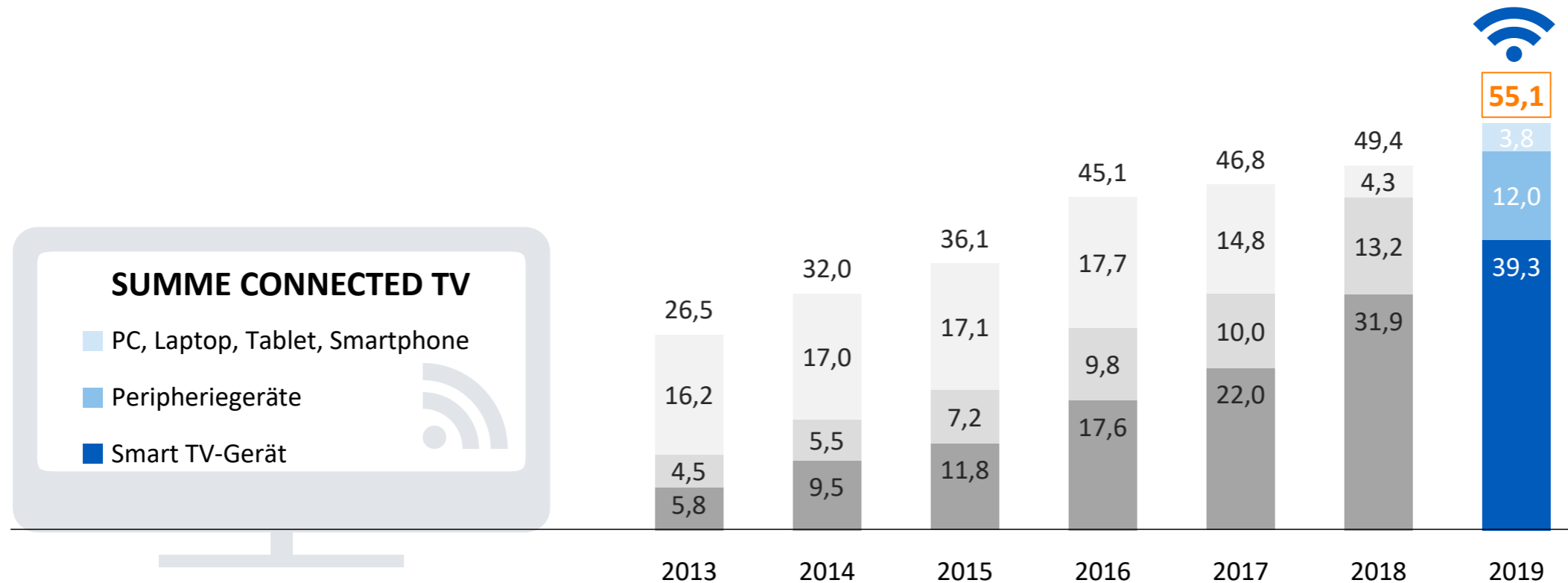


Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfähige Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



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

Berücksichtigt man den „Workaround“ über PC, Laptop, Tablet und Smartphone zusätzlich, summiert sich Connected TV insgesamt auf 55%.

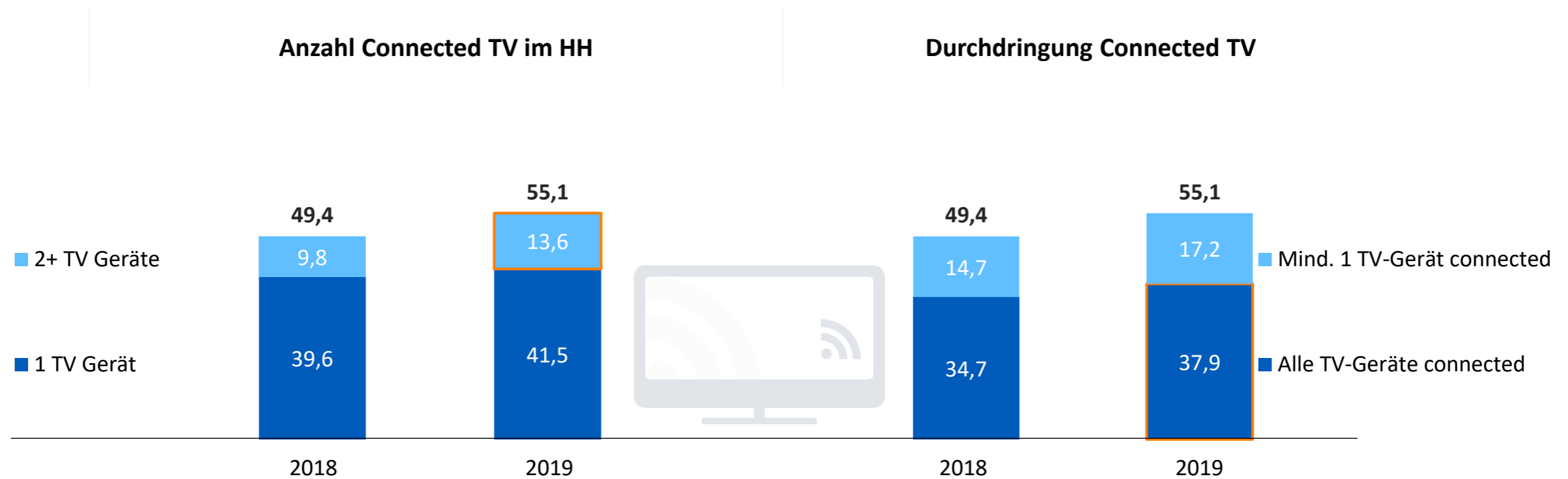


Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfäh. Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV
TV-Gerät über PC, Laptop, Tablet, Smartphone (neu seit 2016) an das Internet angeschlossen; falls nicht Smart TV- oder Peripheriegerät
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Connected TV total: Ausstattung im Detail im Trend

In mehr als jedem achten TV-Haushalt gibt es bereits zwei oder mehr Connected TVs.
Bei mehr als einem Drittel sind alle TV-Geräte im Haushalt mit dem Internet verbunden.

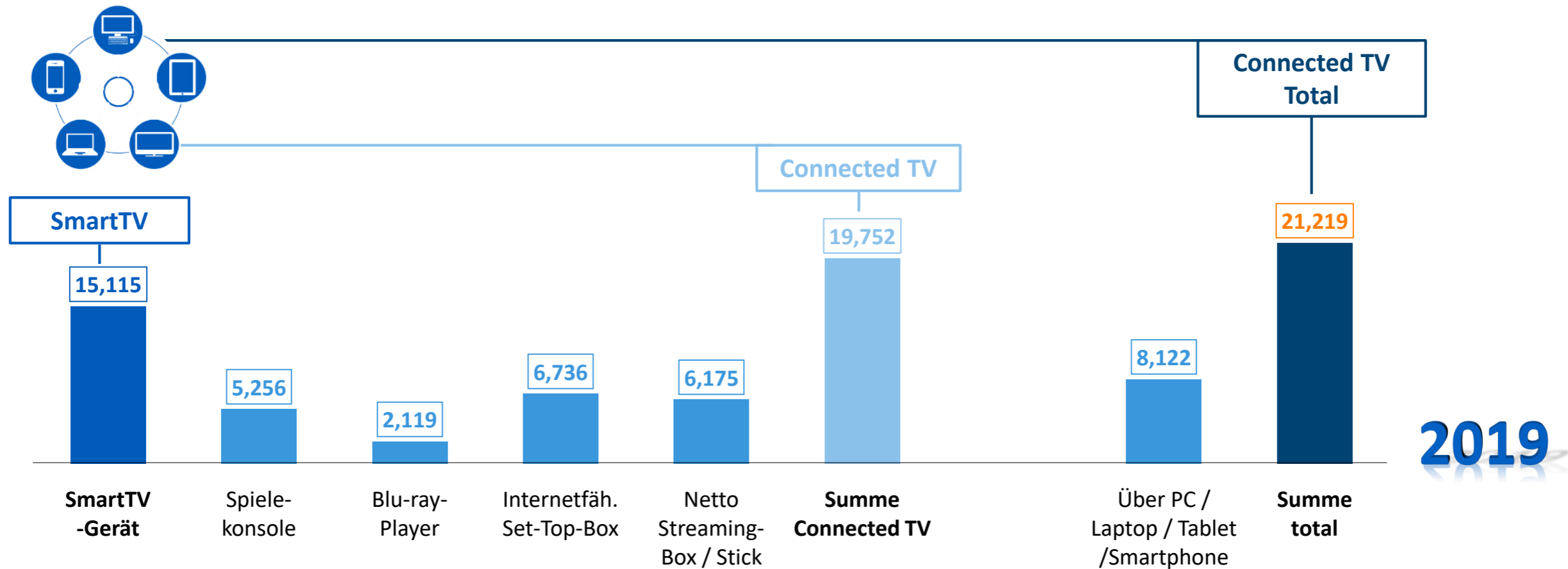


Angaben in Prozent
Basis: 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Connected TV – Anzahl Haushalte 2019

Absolut betrachtet: In etwa 21 Mio. Haushalten ist mindestens ein TV-Gerät „connected“.

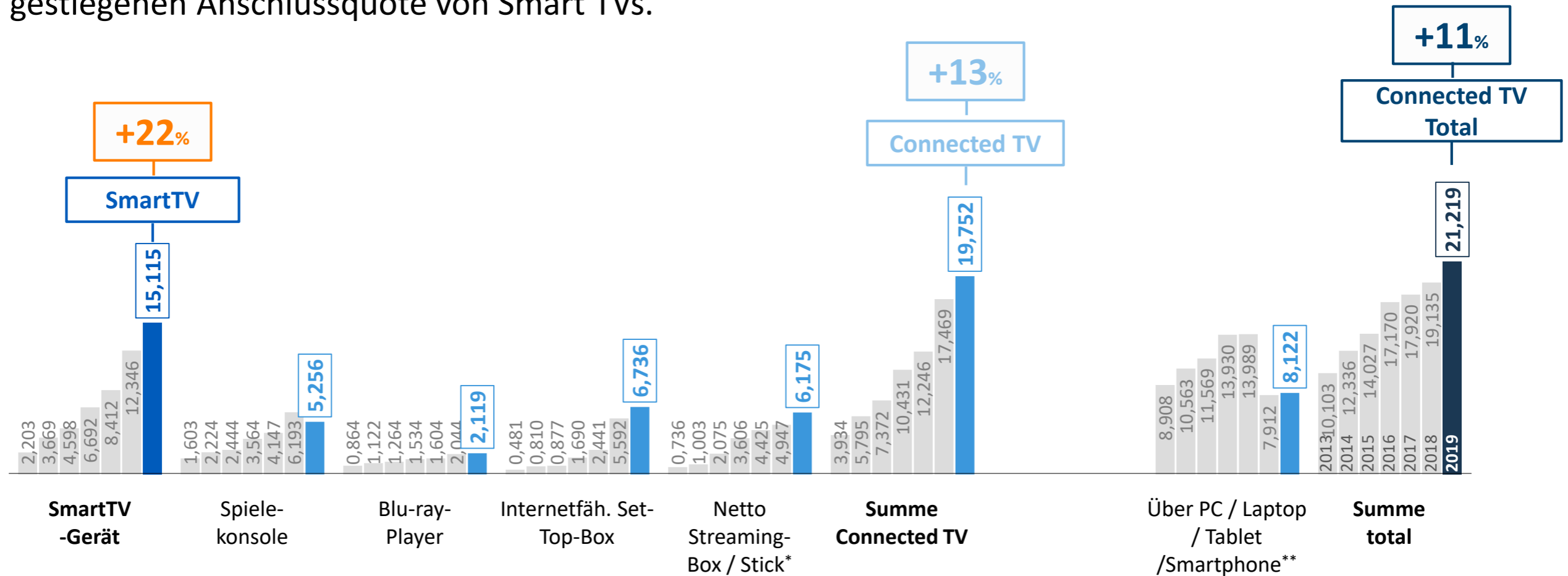


Angaben in Mio.
Basis: 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Connected TV – Anzahl Haushalte 2013 – 2019

Connected TV legt insgesamt erneut ein sichtbares Wachstum hin – vor allem aufgrund der gestiegenen Anschlussquote von Smart TVs.

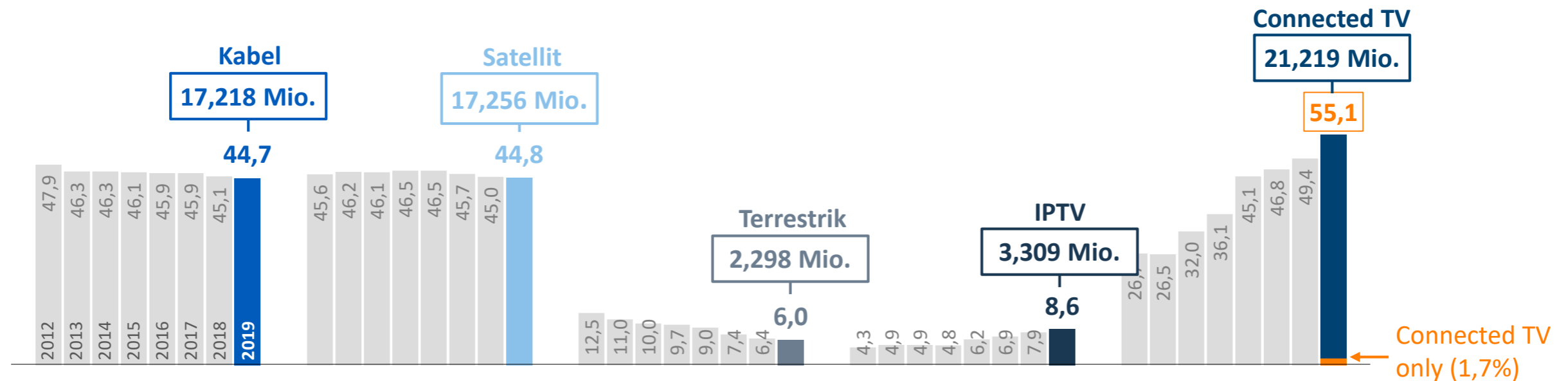


Angaben in Mio. / * Streaming-Box/Stick ab 2015 abgefragt / **Smartphone ab 2016 abgefragt
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



Verteilung der Übertragungswege

Mehr als jeder zweite TV-HH verbindet mindestens ein TV-Gerät zumindest gelegentlich mit dem Internet. Connected TV baut damit erneut seine Führung aus.



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang; 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 Mio. TV-HH in Deutschland (n=6.670)



4

Benutzeroberflächen: Auffindbarkeit und Aufrufen von Fernseh- und Videoinhalten



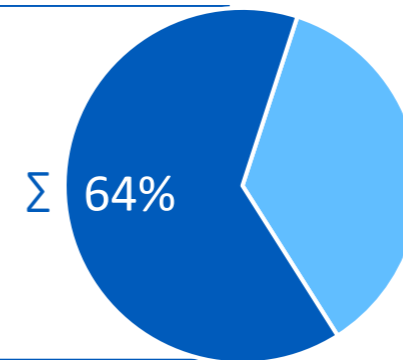
Voreingestellte Senderliste sortiert / Favoritenliste erstellt

Die Mehrheit der TV-Zuschauer hat die vorgegebene Senderliste umsortiert oder eine Favoritenliste erstellt. Etwas mehr als ein Drittel hat nichts individuell umgestellt.

Voreingestellte Senderliste umsortiert



Eigene Favoritenliste erstellt



36,0%

Weder Senderliste umsortiert
noch Favoritenliste erstellt:

24,426 Mio.

2019

Angaben in Prozent
Basis: 67,897 Mio. Personen in TV-HH (n=6.670)



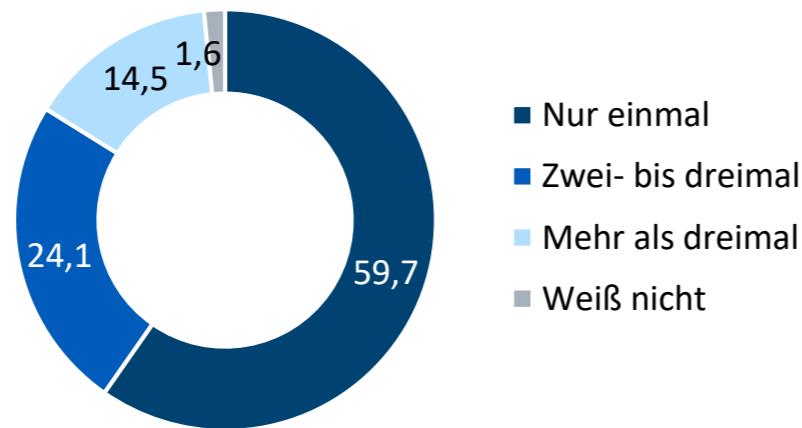
Voreingestellte Senderliste angefasst – Wie oft?

Die Mehrheit hat die voreingestellte Liste nur einmal angefasst. Etwa jeder Vierte hat sie zwei- bis dreimal verändert, jeder Siebte mehr als dreimal.

TV-HH



Und haben Sie die Senderliste schon häufiger umsortiert oder nur einmalig?








Angaben in Prozent; 5,5% haben nur eine Favoritenliste erstellt, aber nicht die voreingestellte Senderliste umsortiert
Basis: 67,897 Mio. Personen in TV-HH (n=6.670) / 39,700 Mio. Personen in TV-HH, die die voreingestellte Senderliste umsortiert haben (n=4.349)

2019



Senderliste / Favoritenliste nach Smart TV Hersteller

Weitgehend ähnliches Nutzungsverhalten unabhängig vom Hersteller. Nutzer eines LG Smart TVs haben etwas seltener Favoritenlisten erstellt.

	Alle TV-Haushalte mit mind. 1 Smart TV					
Voreingestellte Senderliste umsortiert	61,8	61,7	59,6	67,5	68,5	66,1
Eigene Favoritenliste erstellt	31,4	34,1	25,6	35,1	32,1	39,9
Σ	68,5	70,5	65,1	74,7	73,3	73,3

Angaben in Prozent
Basis: 21,725 Mio. TV-HH mit Smart-TV (n=4.089)



Voreingestellte Senderliste nicht angefasst – Warum?

Top-Grund, die Senderliste nicht zu verändern, ist mangelnder Bedarf. Etwa ein Viertel scheut den Aufwand. Personen über 50 Jahre finden es häufiger zu kompliziert.

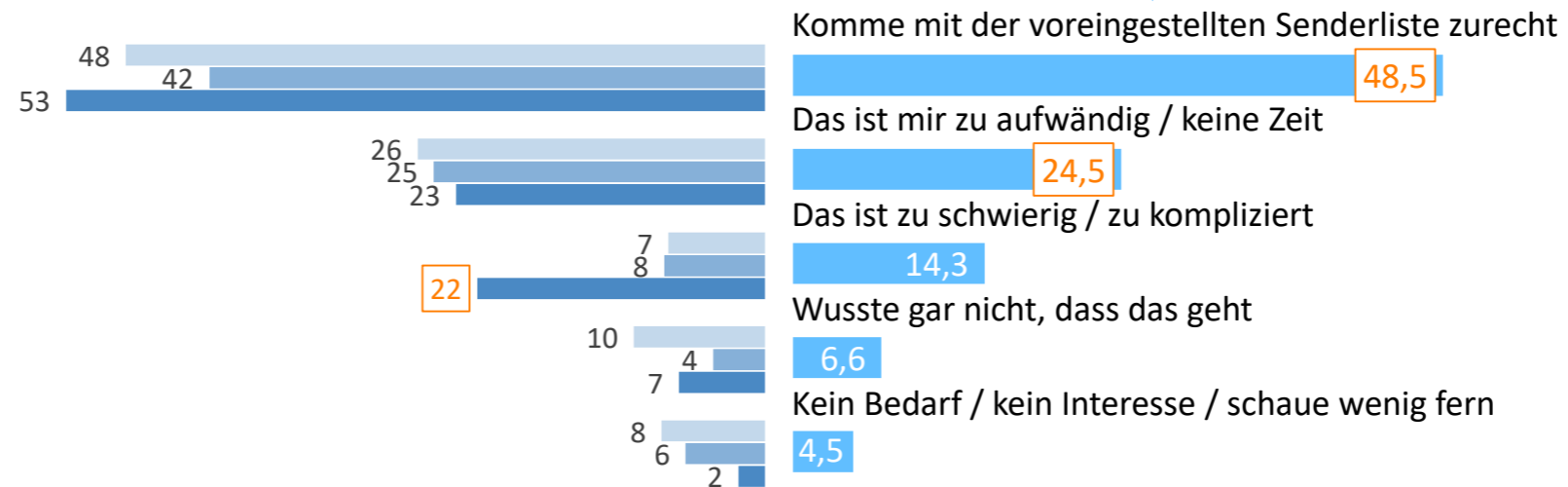
TV-HH

64,0 Senderliste umsortiert / / Favoritenliste erstellt

Senderliste nicht angefasst 36,0

Warum haben Sie die voreingestellte Senderliste nicht umsortiert und auch keine Favoritenliste erstellt?

- 14-29 Jahre
- 30-49 Jahre
- 50+ Jahre



2019

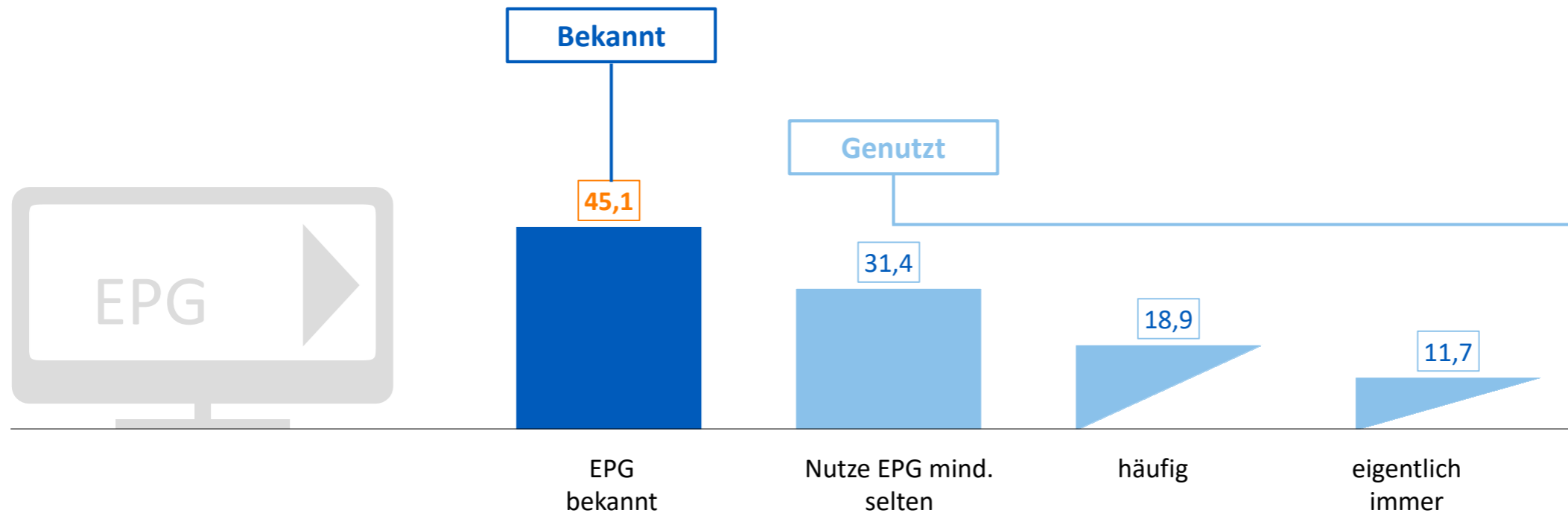
Angaben in Prozent

Basis: 67,897 Mio. Personen in TV-HH (n=6.670) / 24,426 Mio. Personen in TV-HH, die weder die voreingestellte Senderliste umsortiert, noch eine Favoritenliste erstellt haben (n=2.045)



EPG – Verfügbarkeit und Nutzung

Mehr als zwei von fünf Zuschauern ist EPG ein Begriff. Nahezu ein Drittel nutzt die Funktion, etwas weniger als jeder Fünfte häufig.



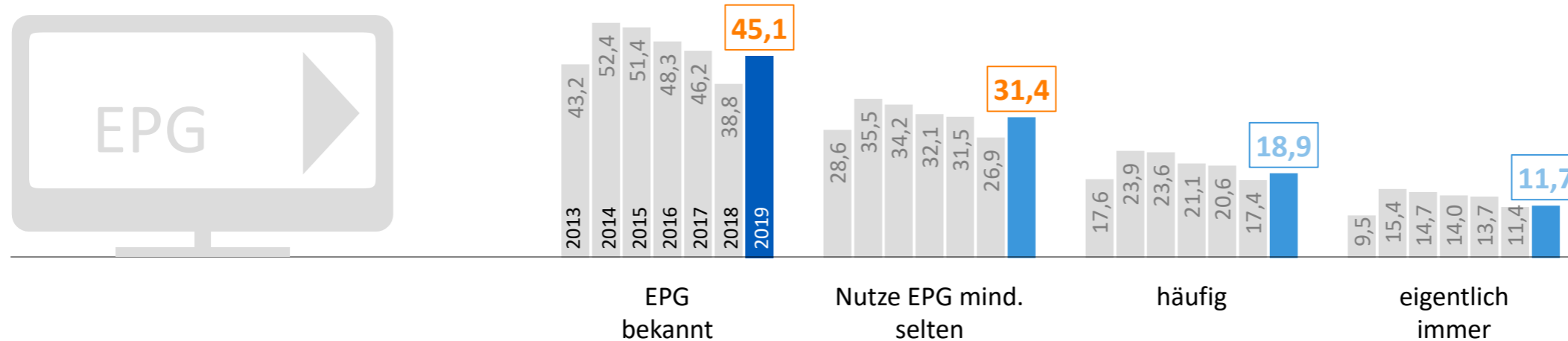
2019

Angaben in Prozent; EPG = Electronic Programme Guide / Elektronischer Programmführer
Basis: 67,897 Mio. Personen in 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670)



EPG – Verfügbarkeit und Nutzung

Die Bekanntheit und Nutzung von EPG steigt wieder an, die regelmäßige Nutzung jedoch weniger stark als die Nutzung insgesamt.



Angaben in Prozent

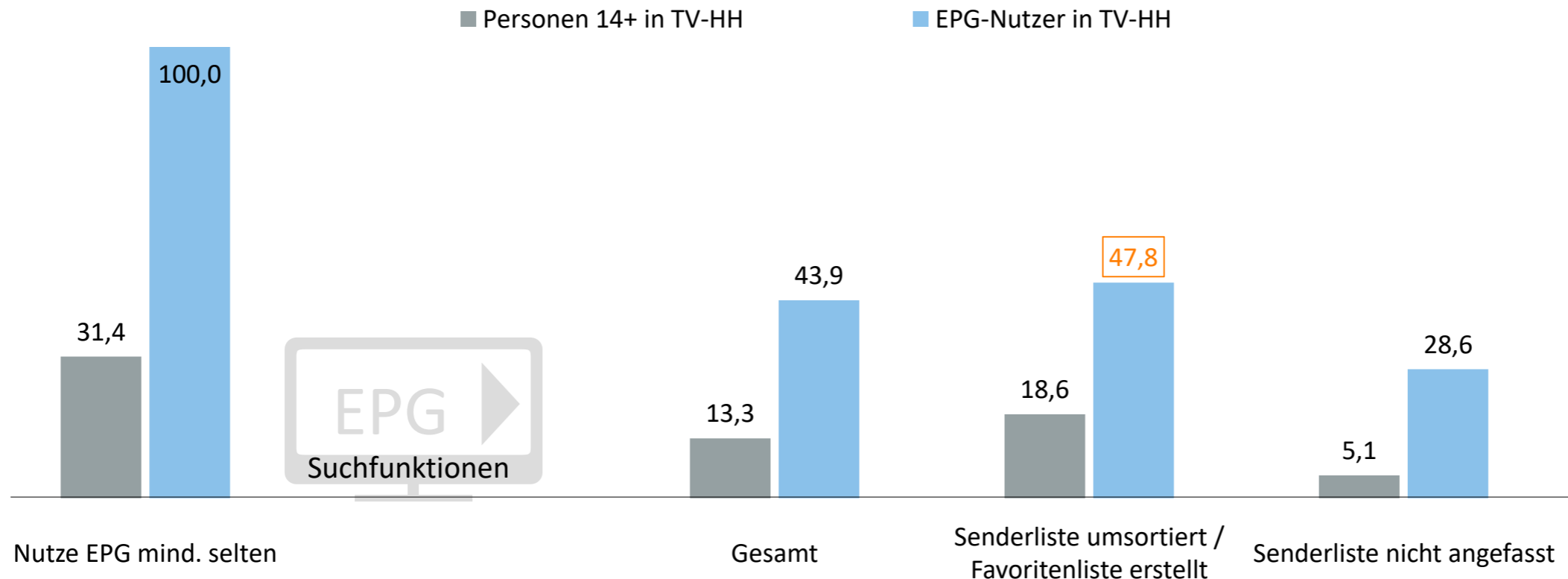
Basis: 56,283 / 58,967 / 62,331 / 63,290 / 65,152 / 66,119 / 67,897 Mio. Personen in 30,830 / 32,324 / 34,415 / 35,136 / 36,524 / 37,481 / 38,491 Mio. TV-HH (n=6.670)

Bis 2018: Basis = Personen in digitalen TV-HH



EPG – Verfügbarkeit und Nutzung

Mehr als zwei von fünf EPG-Nutzern haben auch die Sendersuchfunktionen genutzt. Das kommt deutlich häufiger unter denen vor, die auch die Senderliste individualisieren.



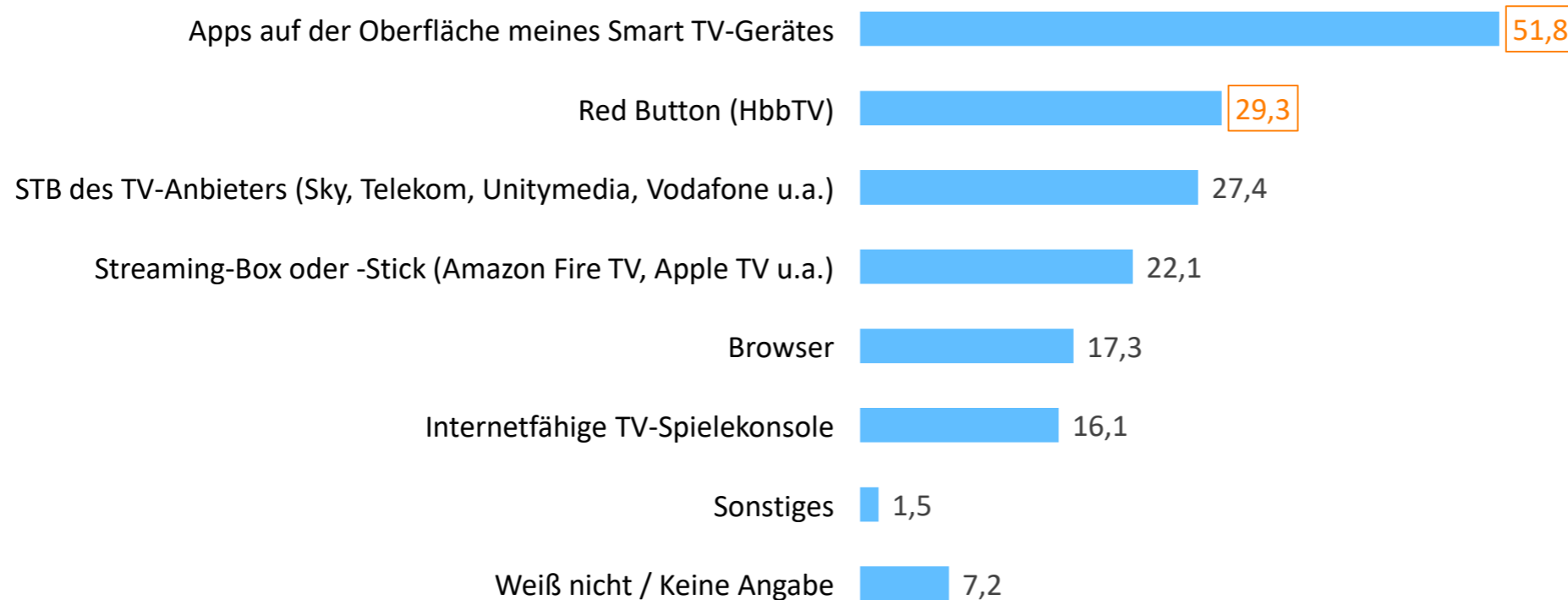
2019

Angaben in Prozent
Basis: 67,897 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-HH (n=6.670)



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

Etwa die Hälfte ruft OTT über Apps auf der Oberfläche des TVs auf, nahezu jeder Dritte nutzt den Red Button. Danach folgen internetfähige Set-Top-Boxen und Streaming-Sticks.



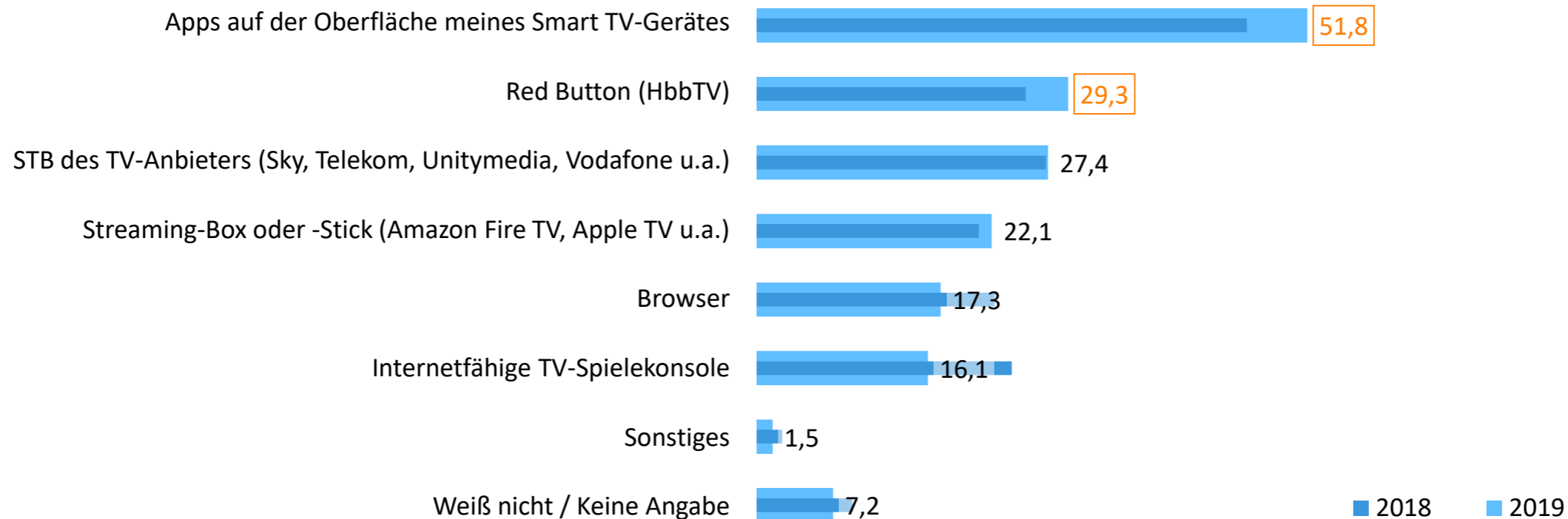
2019

Angaben in Prozent; *am Smart TV-Gerät oder am TV-Gerät, das über ein Peripheriegerät mit dem Internet verbunden ist
Basis: 25,104 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am TV-Gerät nutzen (n=2.494)



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

Im Vergleich zum Vorjahr werden die Oberflächen-Apps sowie der Red Button häufiger, der Browser oder Spielekonsolen hingegen seltener verwendet.

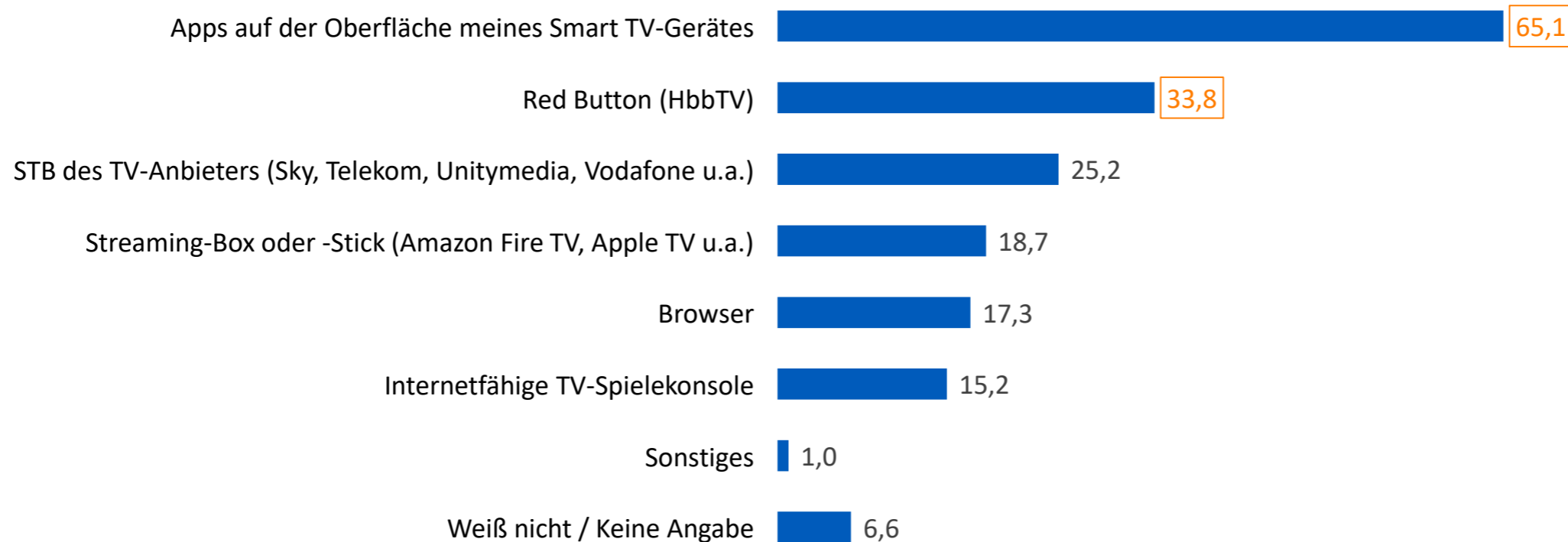


Angaben in Prozent; *am Smart TV-Gerät oder am TV-Gerät, das über ein Peripheriegerät mit dem Internet verbunden ist
Basis: 18,982 / 25,104 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am TV-Gerät nutzen (n=2.494)



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

Bei OTT-Nutzern am Smart TV überwiegt der Zugang über die Oberfläche deutlich, jeder Dritte nutzt auch HbbTV.



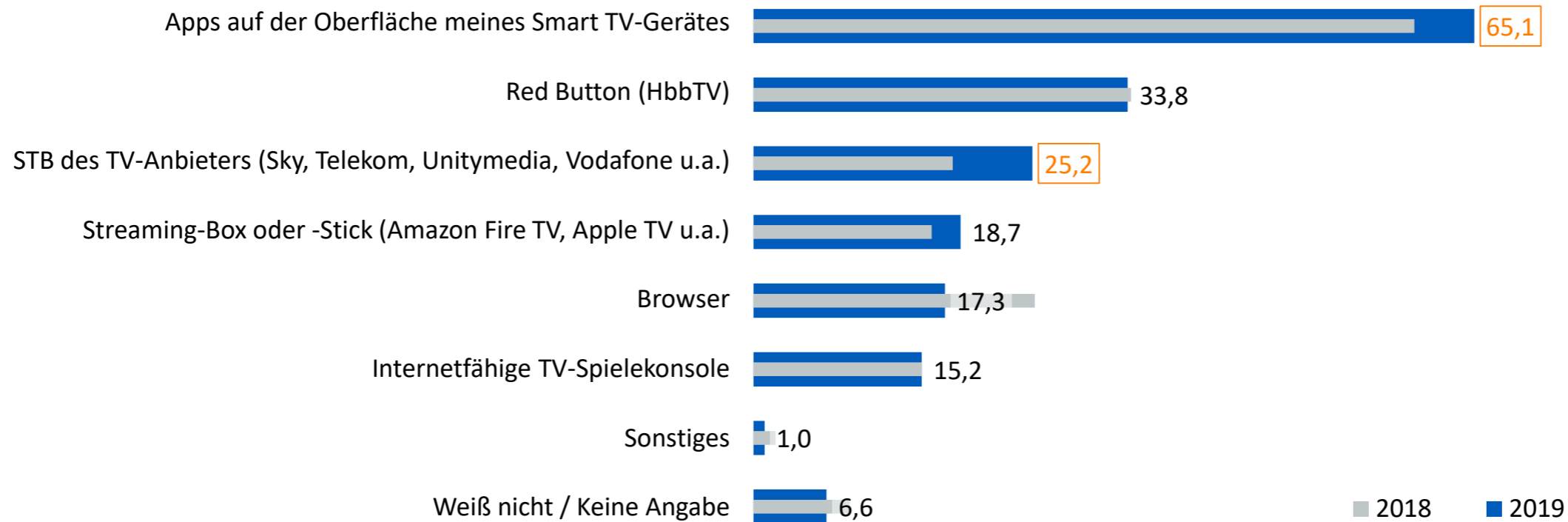
Angaben in Prozent

Basis: 18,724 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=1.860)



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

Am Smart TV werden neben den Apps auf der Oberfläche auch internetfähige Set-Top-Boxen der TV-Anbieter in diesem Jahr häufiger genutzt.



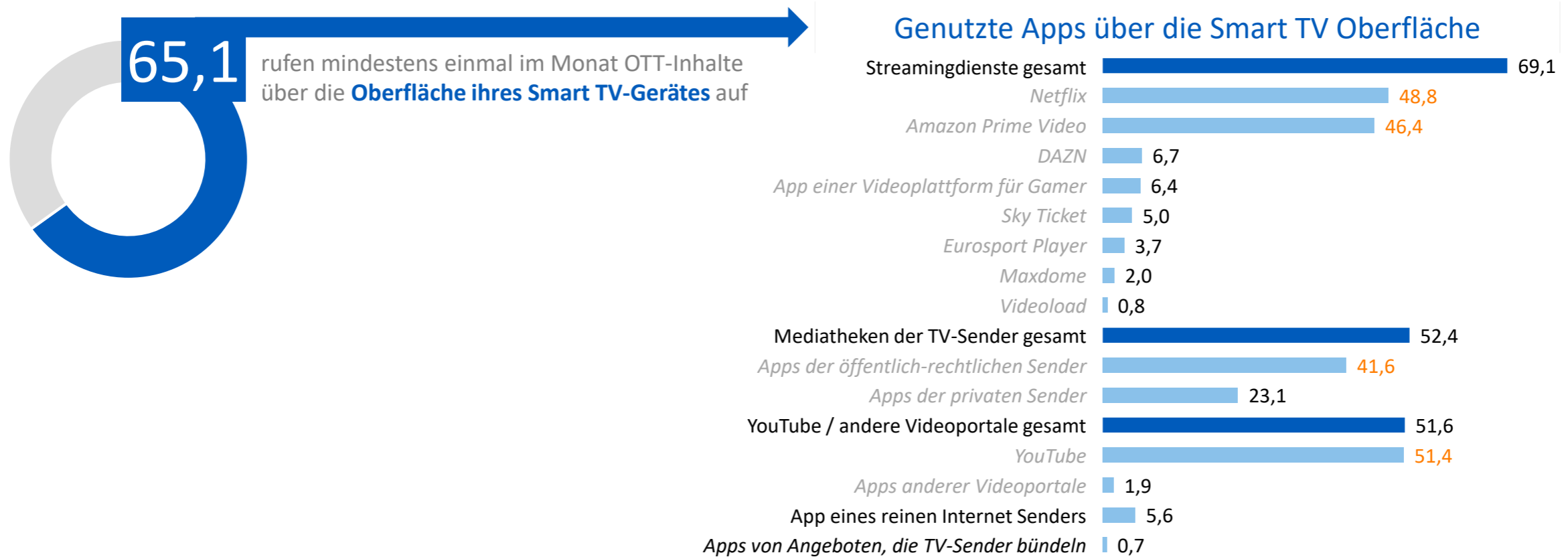
Angaben in Prozent

Basis: 12,268 / 18,724 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=1.860)



Herstellerdefinierte Oberfläche – Nutzung von Apps

Der OTT-Zugriff über die Smart TV Oberfläche erfolgt am häufigsten über die Apps von YouTube, Netflix, Amazon und die Apps der Mediatheken.



Angaben in Prozent

Basis: 18,724 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=1.860)



Genutzte Apps über die Smart TV Oberfläche nach Alter

Insbesondere die Apps von Streaming-Diensten und YouTube häufiger von unter 30-Jährigen verwendet. Die Mediatheken der ÖR-Sender werden häufiger von älteren Personen genutzt.

	Personen, die OTT per Smart TV Oberfläche nutzen	14-29 Jahre	30-49 Jahre	50+ Jahre
Streamingdienste gesamt	69,1	79,1	67,7	54,0
Netflix	48,8	65,4	44,2	28,7
Amazon Prime Video	46,4	49,0	47,9	39,1
DAZN	6,7	7,8	4,1	10,0
App einer Videoplattform für Gamer	6,4	11,3	5,2	0,0
Sky Ticket	5,0	7,7	3,9	2,5
Eurosport Player	3,7	2,1	4,4	5,2
Maxdome	2,0	2,3	2,0	1,5
Videoload	0,8	0,6	1,2	0,3
Mediatheken der TV-Sender gesamt	52,4	52,2	49,9	57,9
Apps der öffentlich-rechtlichen Sender	41,6	35,5	43,1	49,3
Apps der privaten Sender	23,1	30,6	18,8	18,6
YouTube / andere Videoportale gesamt	51,6	66,3	44,7	39,5
YouTube	51,4	65,9	44,5	39,5
Apps anderer Videoportale	1,9	2,8	0,6	2,7
App eines reinen Internet Senders	5,6	7,8	4,1	4,7
Apps von Angeboten, die TV-Sender bündeln	0,7	1,2	0,2	0,9

Angaben in Prozent

Basis: 18,724 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=1.860)

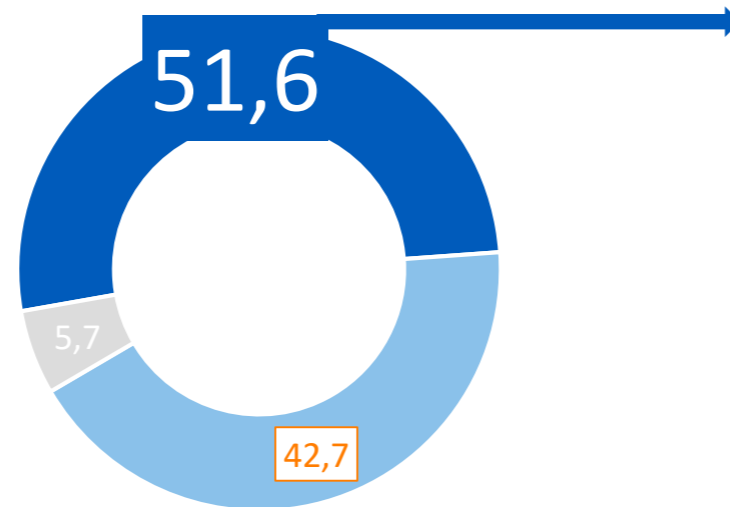


Aufrufen der OTT-Angebote am TV-Gerät über Oberfläche des Smart TVs

Etwa zwei von fünf, die OTT Content über die Oberfläche eines Smart TVs aufrufen, haben diese verändert. Die Mehrzahl kommt mit der vorgegebenen Oberfläche zurecht.

65,1% 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



Weiß nicht / Keine Angabe



2019

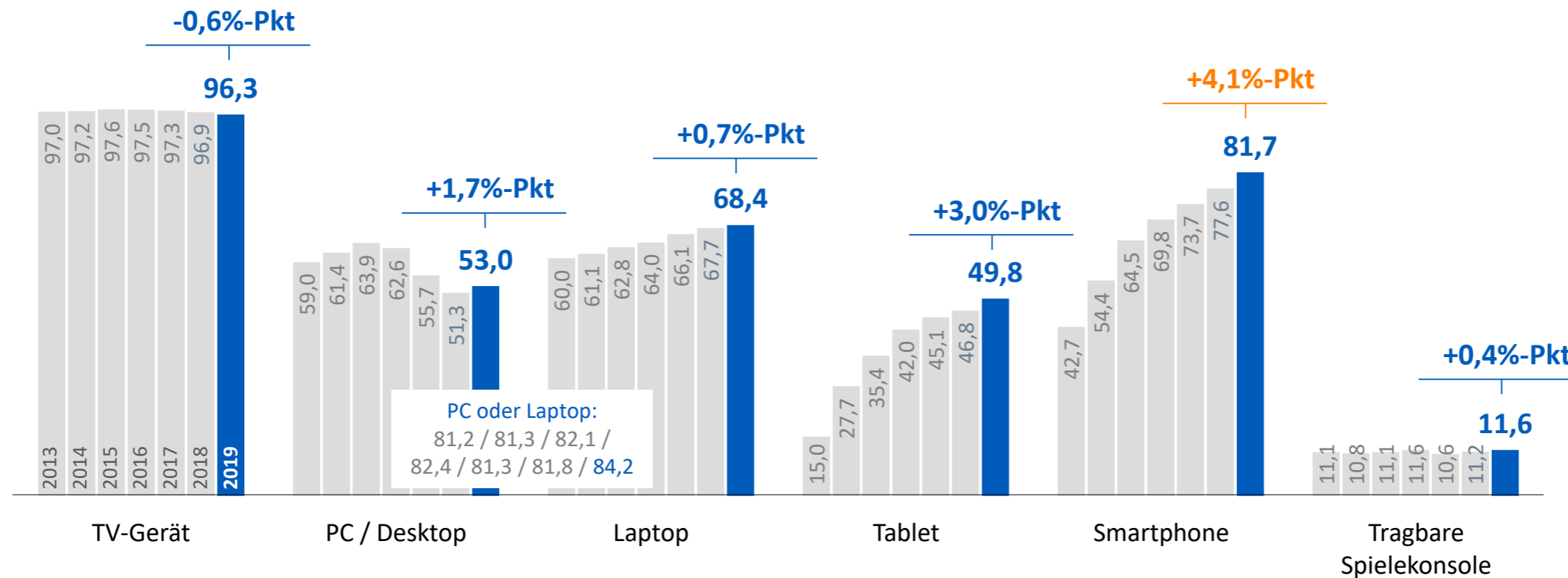
Angaben in Prozent

Basis: 18,724 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=1.860)



Zugang zu Bildschirmgeräten – Alle Personen

Smartphones erneut mit größtem Zuwachs. Auch Tablets legen sichtbar zu. Laptops und Spielekonsolen auf stabilem Niveau.



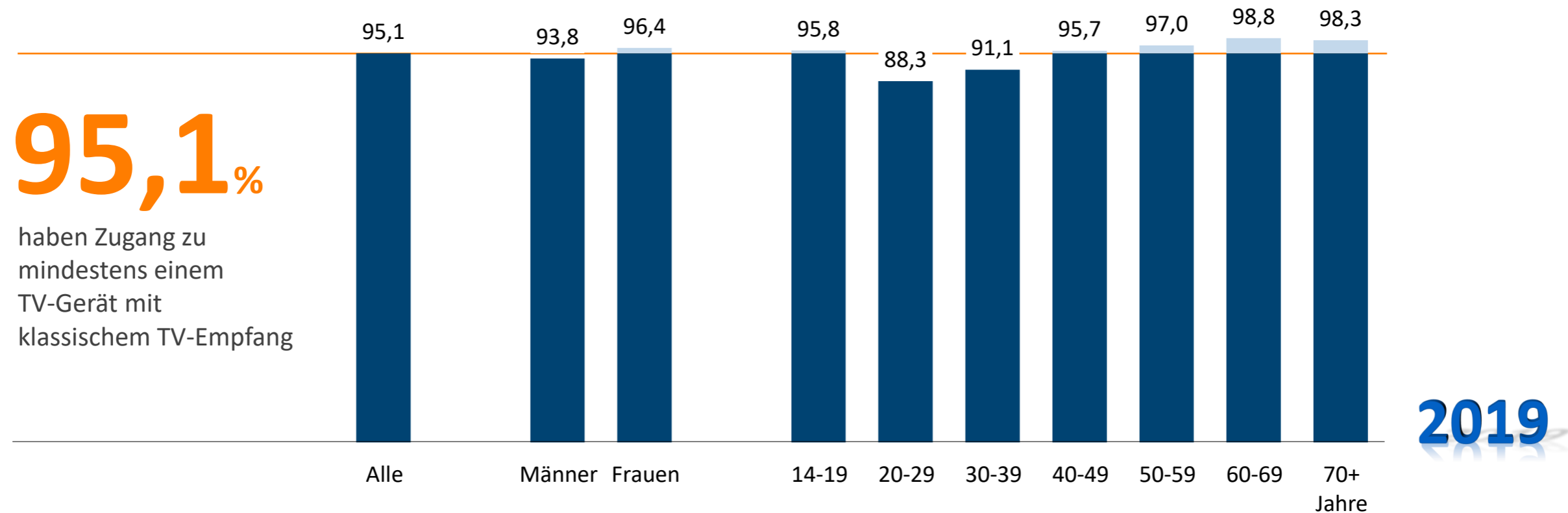
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Zugang zu TV-Gerät mit klassischem TV-Empfang

95% können prinzipiell klassisches Fernsehen am TV-Gerät nutzen. 20-39-Jährige liegen unter dem Durchschnitt, insbesondere die Altersgruppe 20-29 Jahre.

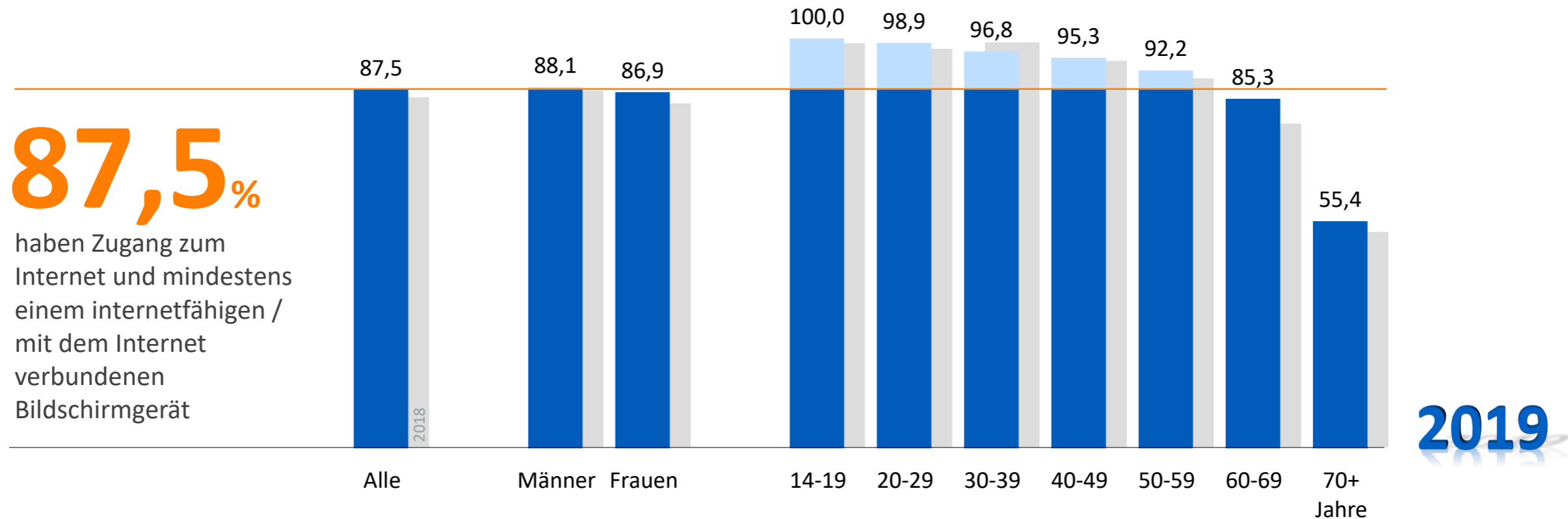


Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Möglichkeit zur Videonutzung aus dem Internet gesamt – alle Geräte

Die überwiegende Mehrheit der Personen ab 14 Jahre kann TV- und Videoinhalte aus dem Netz nutzen. Deutlich unter dem Durchschnitt liegen nur noch die 70+ Jährigen.

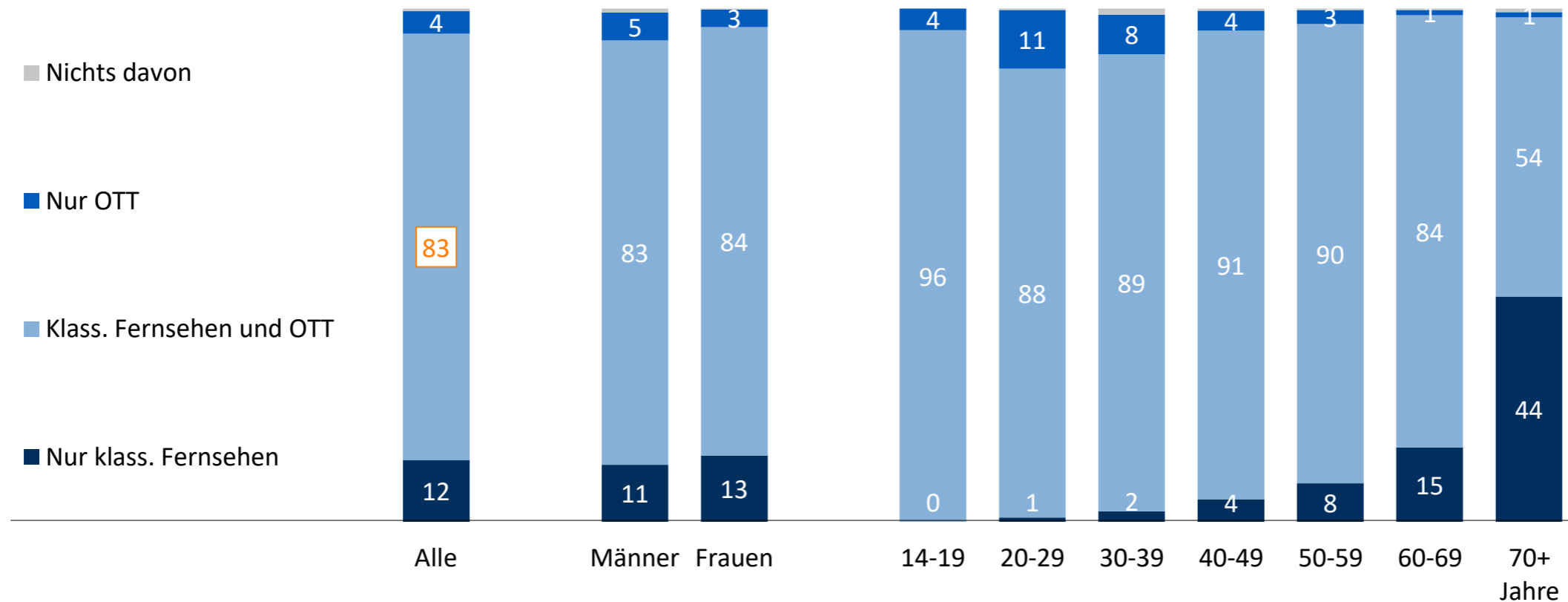


Angaben in Prozent
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Nutzungsmöglichkeit Fernsehen vs. OTT – alle Geräte

Mehr als vier von fünf haben sowohl Zugang zu klassischem Fernsehen als auch OTT. Bei den 20-29-Jährigen hat bereits mehr als jeder Zehnte ausschließlich Zugang zu OTT.



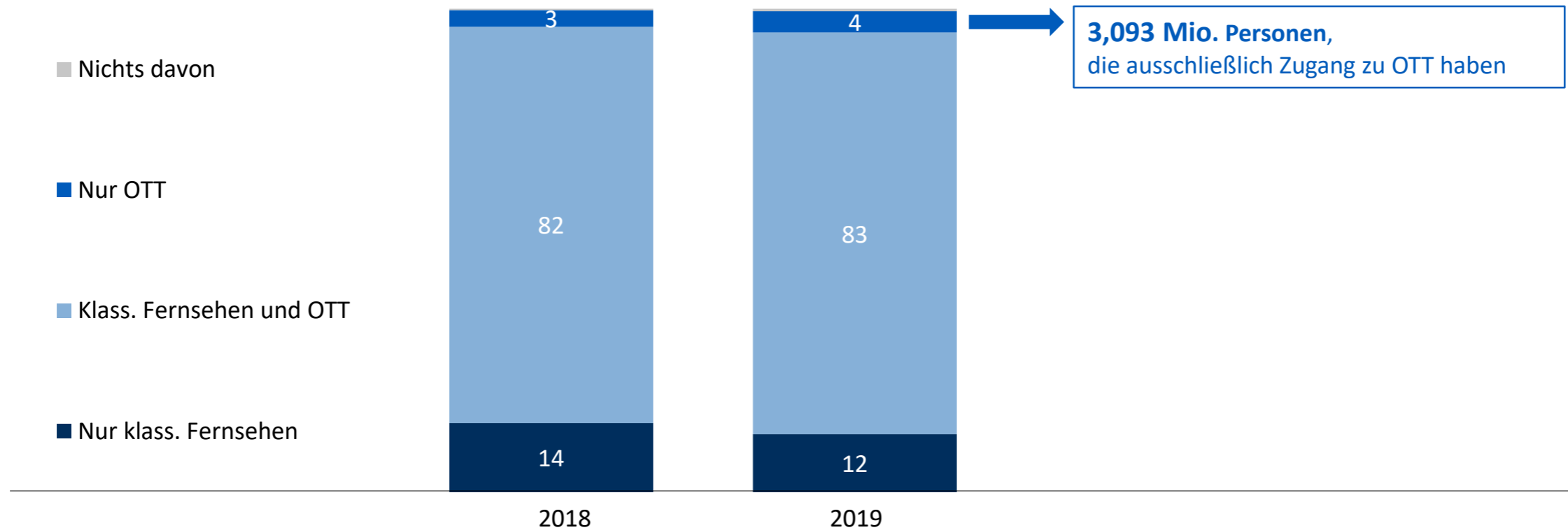
2019

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Nutzungsmöglichkeit Fernsehen vs. OTT – 2019 vs. 2018

Im Vergleich zum Vorjahr haben etwas weniger Personen ausschließlich Zugang zu klassischem TV, etwas mehr können nur OTT-Inhalte anschauen.



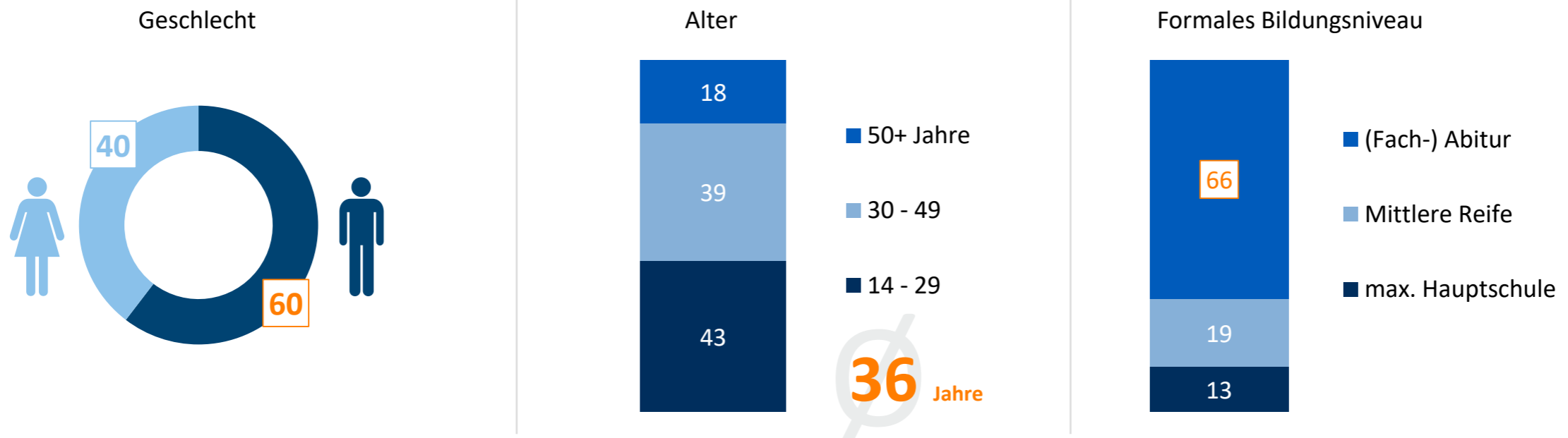
Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Demographie der OTT onlys

Personen, die ausschließlich Zugang zu OTT haben, sind mehrheitlich Männer und überwiegend jünger als 50 Jahre mit einem hohen formalen Bildungsabschluss.

3,093 Mio. Personen, die ausschließlich Zugang zu OTT haben

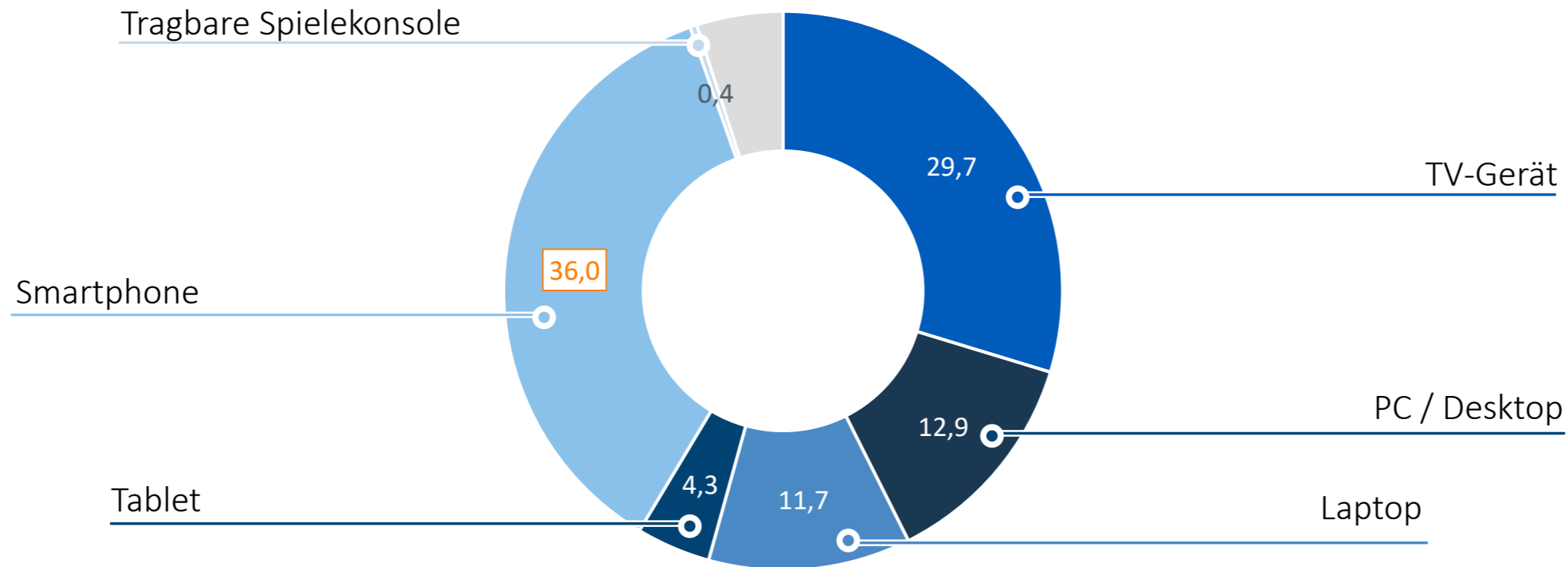


Angaben in Prozent
Basis: 3,093 Mio. Personen, die ausschließlich Zugang zu OTT haben (n=458)



Wichtigstes (Bildschirm-) Gerät **allgemein**

Das Smartphone ist das insgesamt wichtigste Bildschirmgerät, deutlich vor dem Fernseher. PC bzw. Laptop jeweils für etwas mehr als jeden Zehnten am bedeutsamsten.



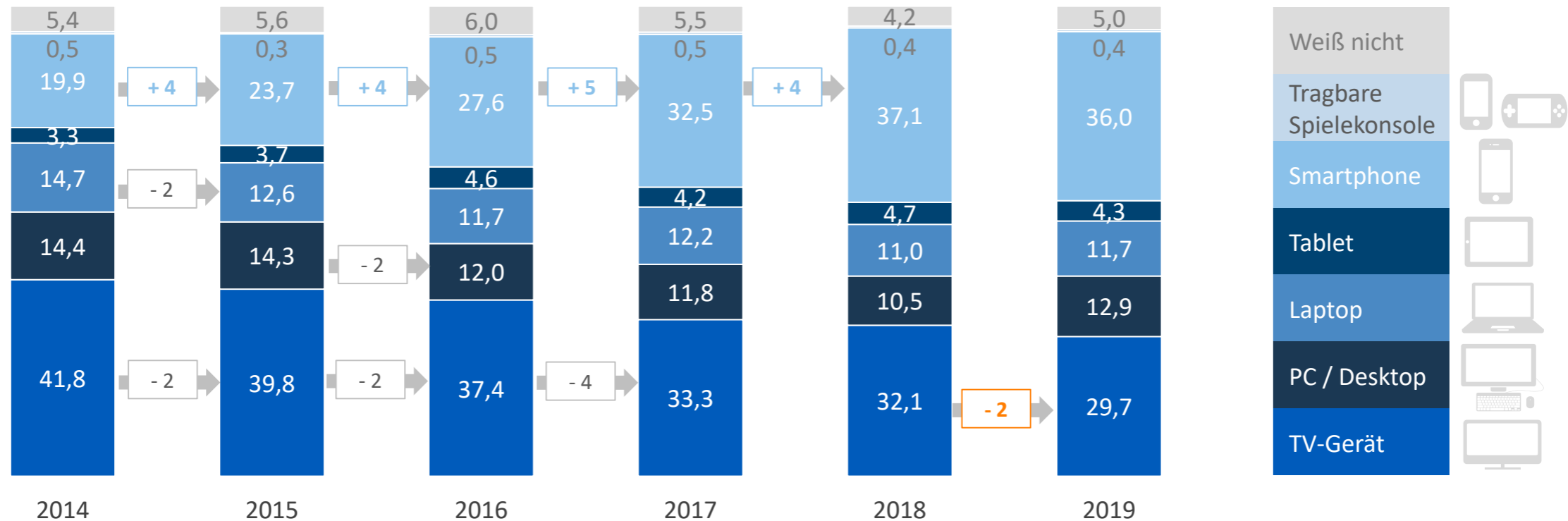
2019

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=7.083)



Wichtigstes Gerät allgemein im Trend

Der Bedeutungsverlust des TV-Geräts setzt sich im Trend eindrücklich fort. Laptop nimmt etwas zu. Ansonsten weitgehend stabile Verhältnisse.



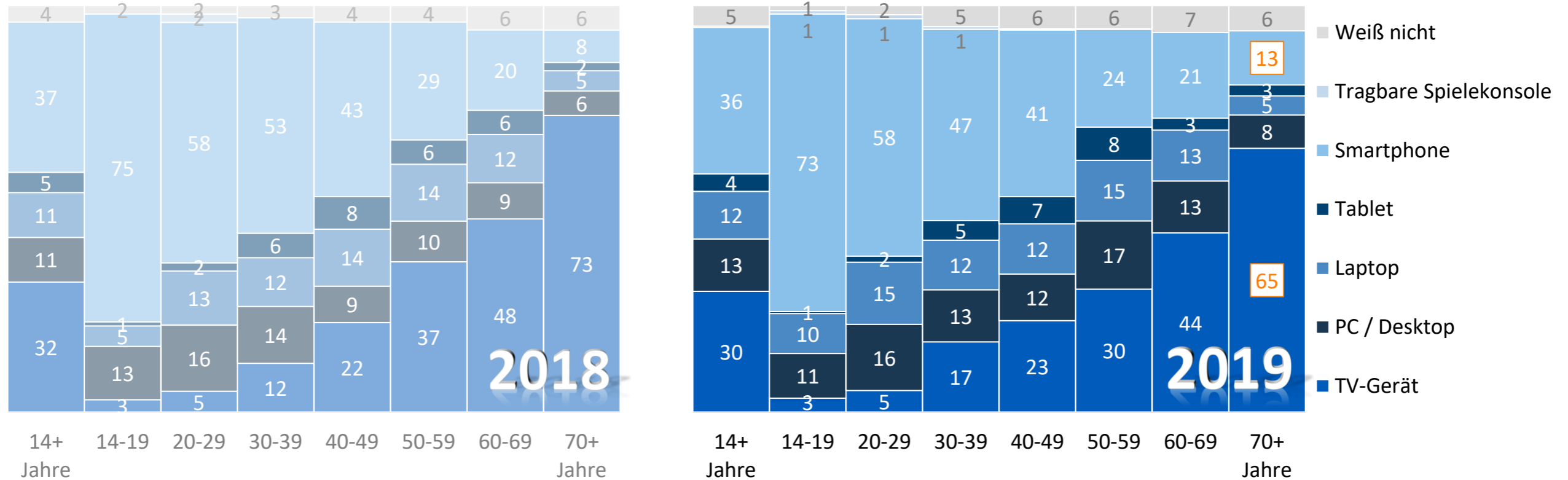
Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=7.083)



Wichtigstes Gerät allgemein nach Alter im Trend

Das TV-Gerät verliert in allen Altersgruppen – auch bei älteren Zuschauern ab 70 Jahren. In dieser Altersgruppe gewinnt das Smartphone sichtbar an Relevanz.

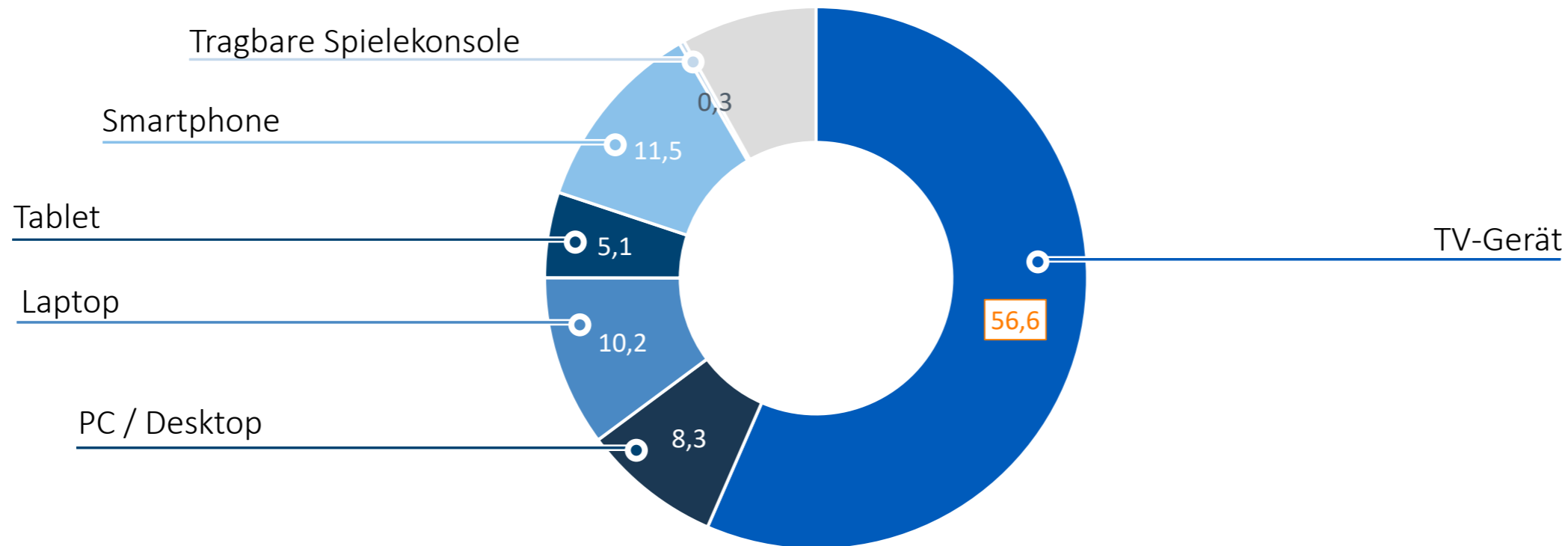


Angaben in Prozent
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=7.083)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung

Der Fernseher bleibt weiterhin das mit Abstand wichtigste Gerät zur Bewegtbildnutzung. Smartphone nun auf Platz 2, dicht gefolgt vom Laptop.



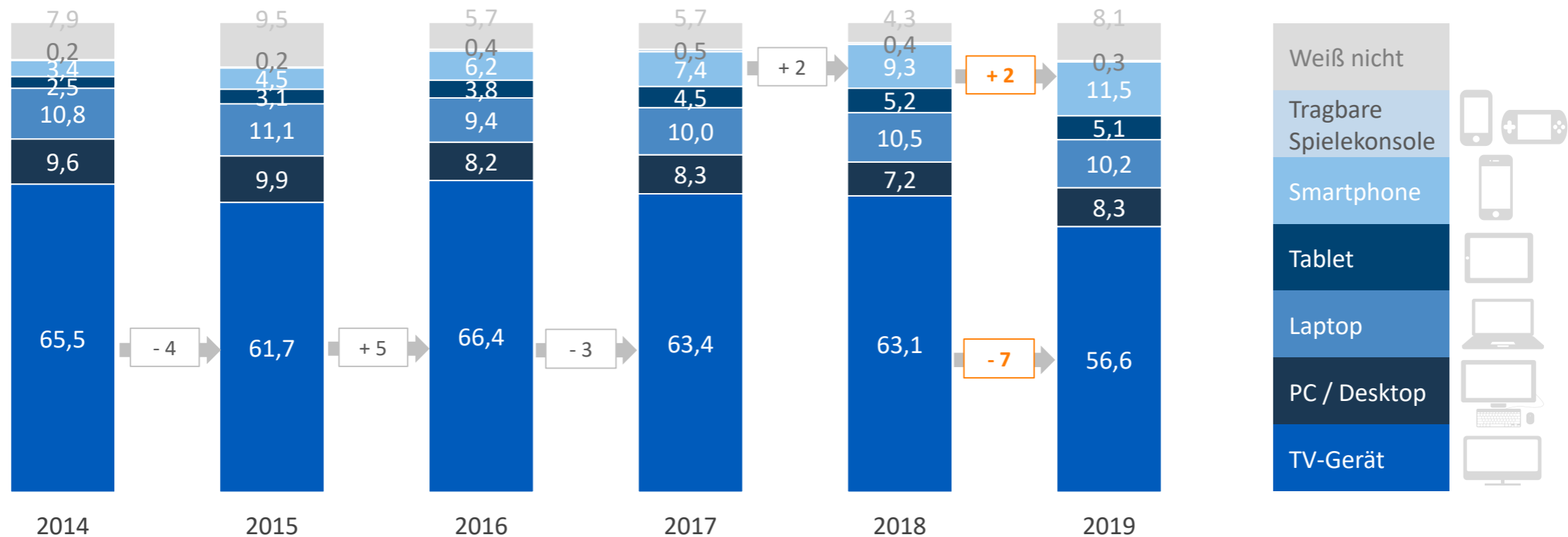
2019

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=7.083)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung

Das Smartphone legt weiter zu und ist für mehr als jeden zehnten am relevantesten für Video-Inhalte. Das TV-Gerät verliert deutlich an Relevanz.



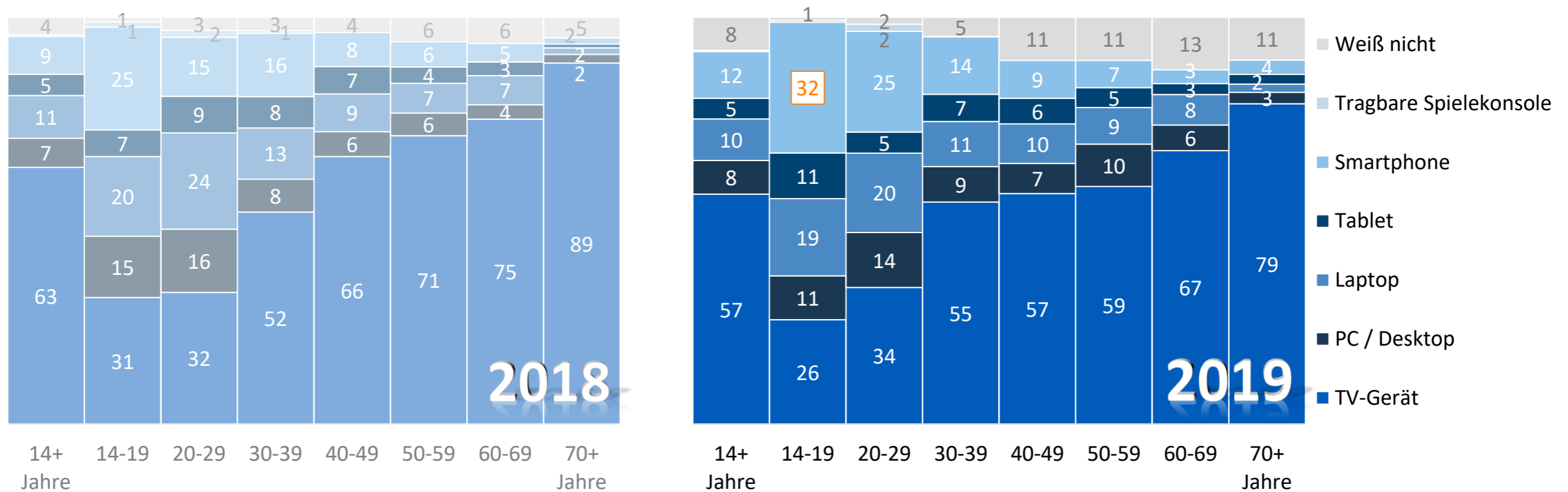
Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=7.083)



Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung nach Alter im Trend

Vor allem bei den 14-19-Jährigen gewinnt das Smartphone sichtbar an Relevanz und liegt erstmals auf dem ersten Platz.

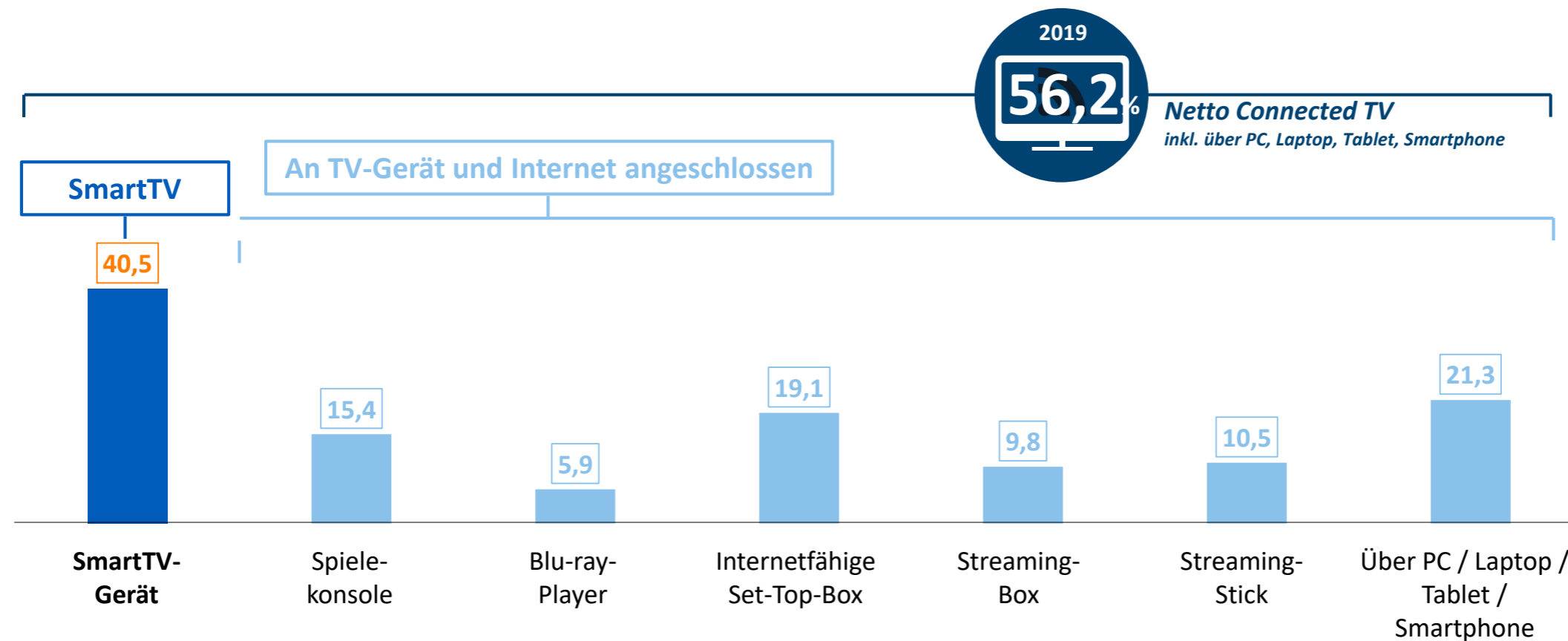


Angaben in Prozent
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre (n=7.083)



Zugang zu Connected TV

Deutlich mehr als jeder Zweite hat Zugang zu Videoinhalten aus dem Internet. Am häufigsten übers Smart TV. Etwa jeder Fünfte nutzt die Verbindung per PC, Laptop & Co.



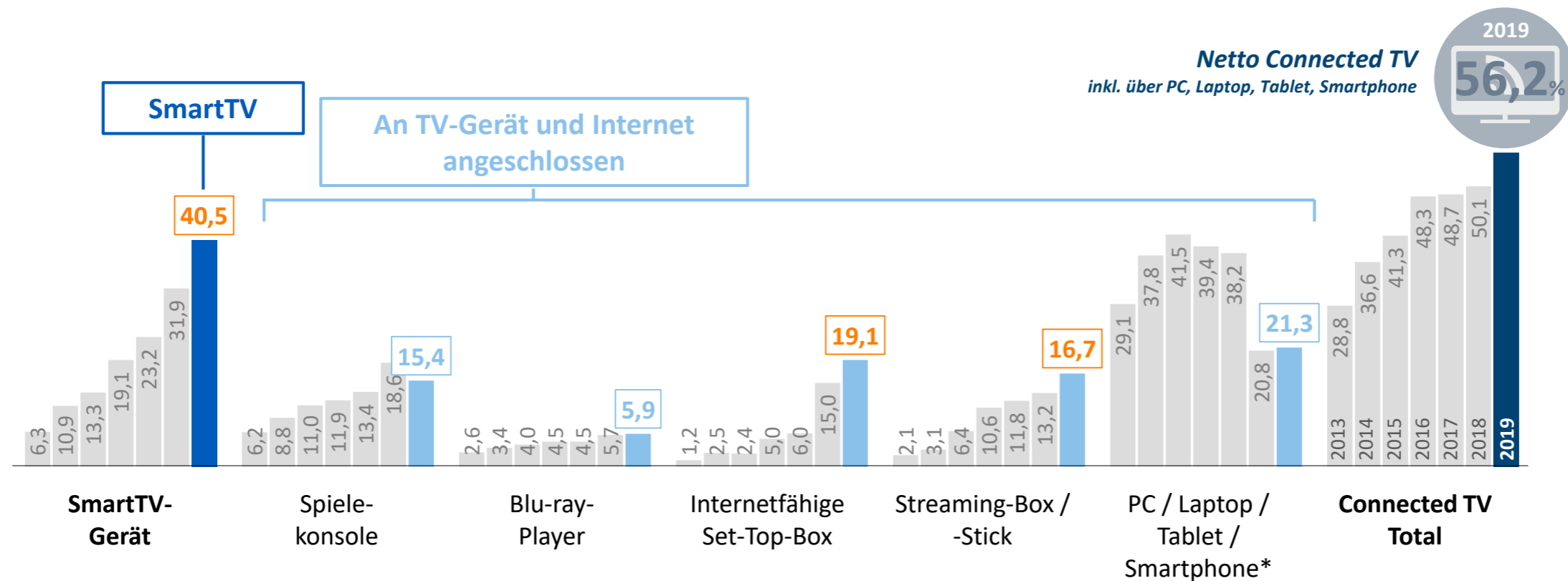
2019

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Zugang zu Connected TV im Trend

Der Zugang zu Connected TV steigt deutlich an. Neben Smart TVs gewinnen insbesondere internetfähige Set-Top-Boxen und Streaming-Boxen bzw. -Sticks an Verbreitung.



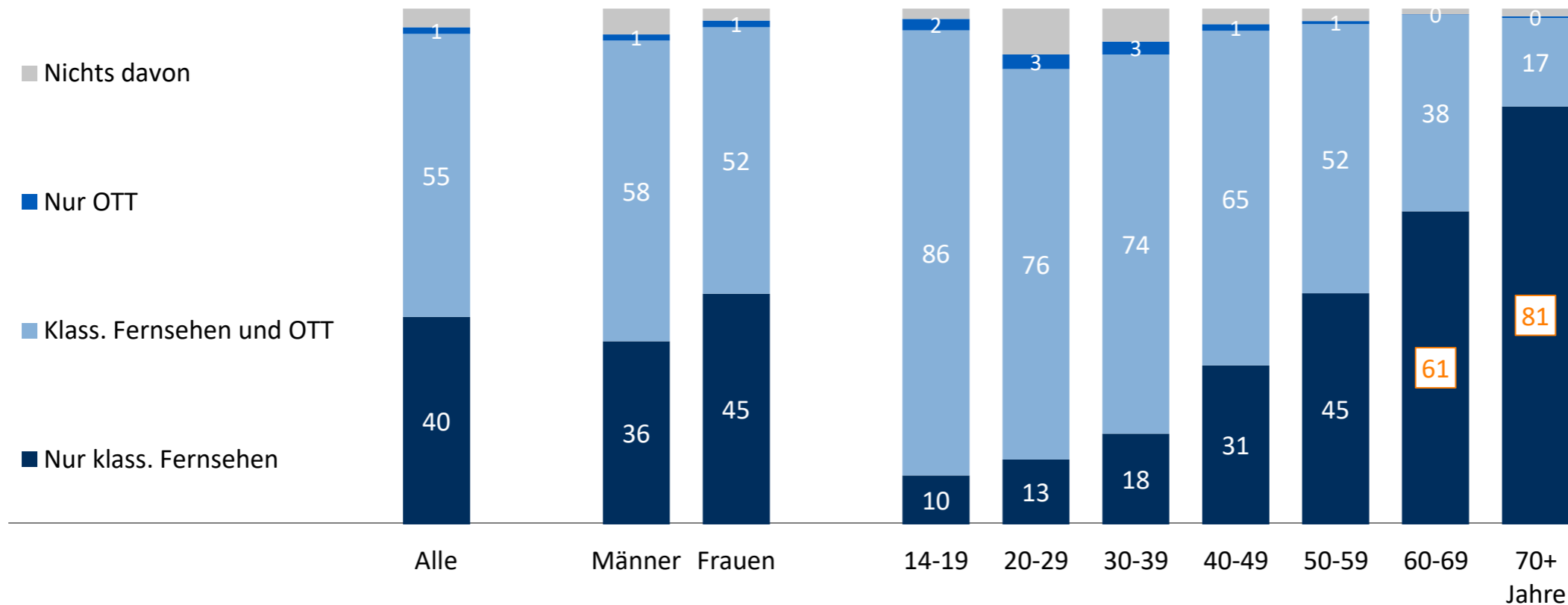
Angaben in Prozent; *Smartphone erst seit 2016 berücksichtigt

Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



TV-Gerät: Nutzungsmöglichkeit klassisches Fernsehen vs. OTT

Je jünger, desto mehr haben (auch) Zugang zu OTT am TV-Gerät. Erst ab 60+ überwiegt ausschließlich klassischer TV-Empfang.



2019

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



6

Fernseh- und Videonutzung in Deutschland



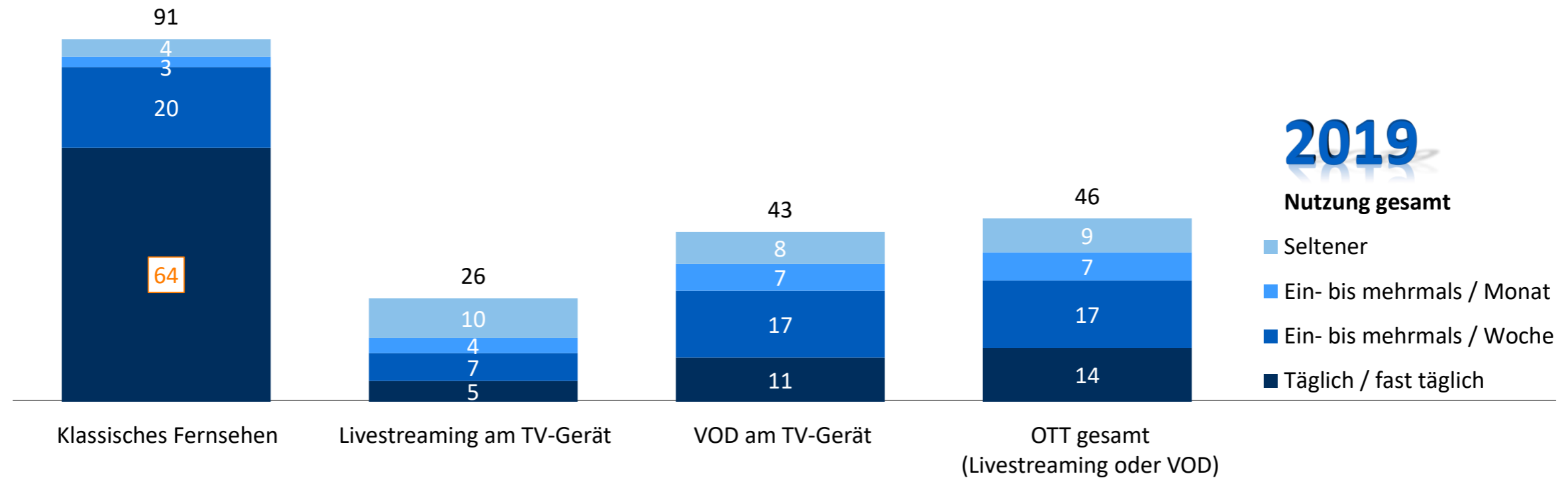
6.1

Nutzung klassisches Fernsehen und OTT im Vergleich



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen und OTT

Etwas weniger als zwei Drittel schauen täglich klassisches Fernsehen. Damit bleibt das klassische TV mit Abstand vorne. Fast jeder Zweite nutzt mindestens selten OTT-Angebote.

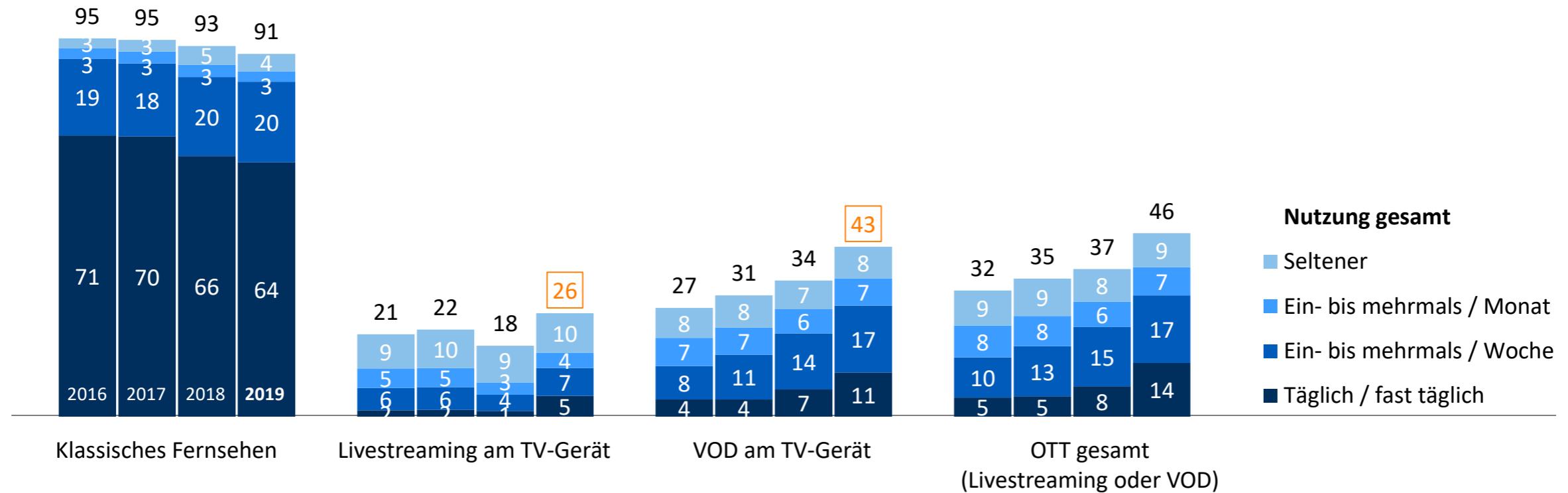


Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen und OTT im Trend

Klassisches TV erneut rückläufig. Die OTT-Nutzung steigt deutlich an – sowohl bei Livestream als auch VOD.



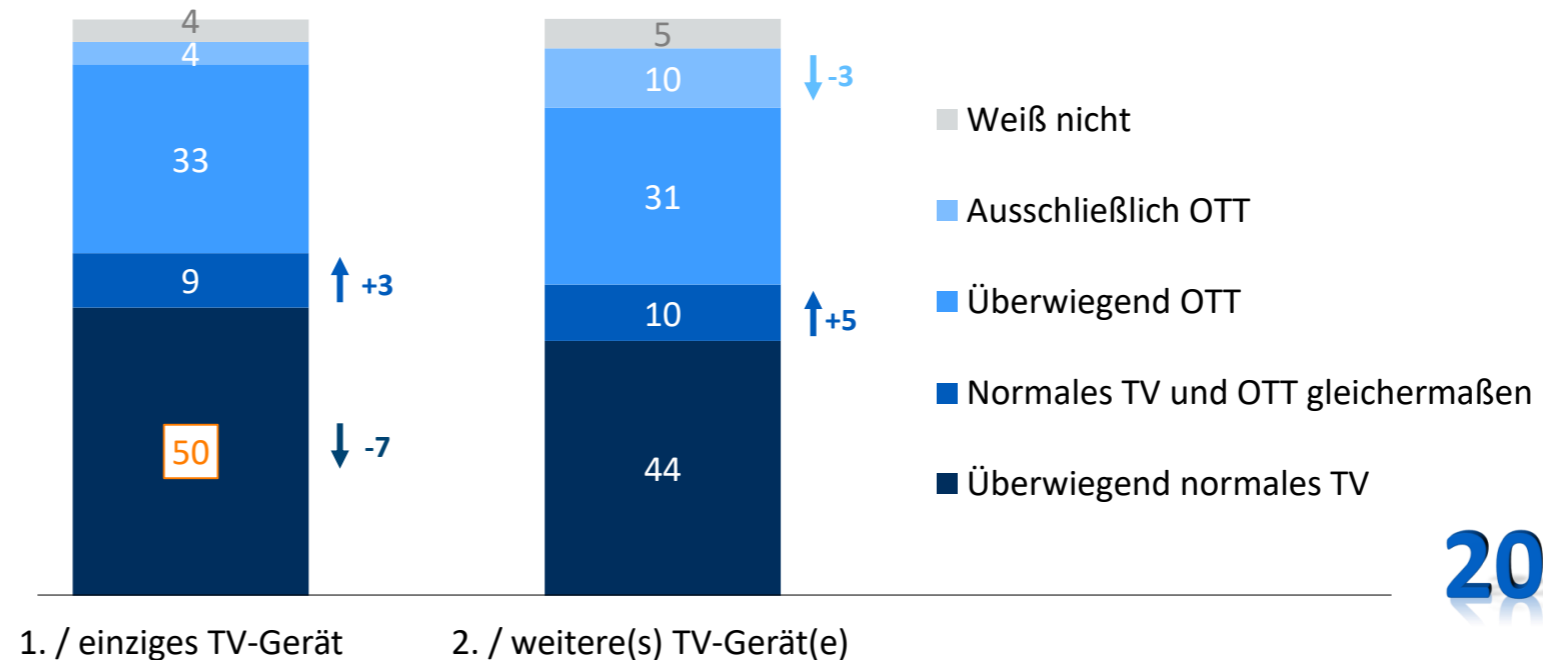
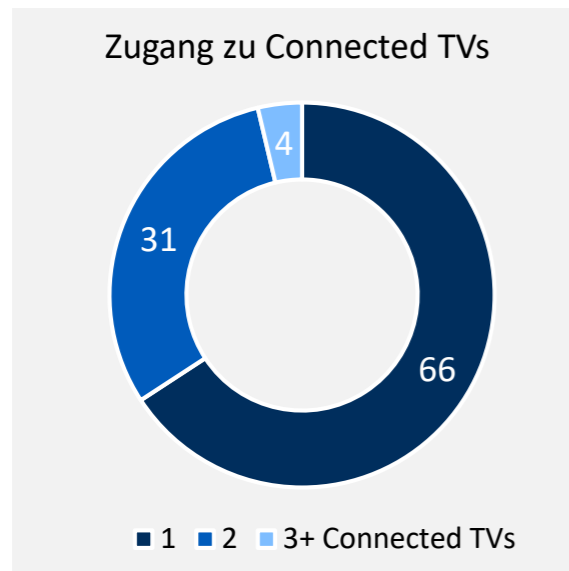
Angaben in Prozent
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



TV-Gerät: Nutzung klassisches Fernsehen vs. OTT

Etwa die Hälfte der regelmäßigen OTT-Nutzer schaut am Erstgerät noch überwiegend klassisches Fernsehen. An weiteren Geräten überwiegt bei ca. 2 von 5 die OTT-Nutzung.

37,6% nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **26,473 Mio.**

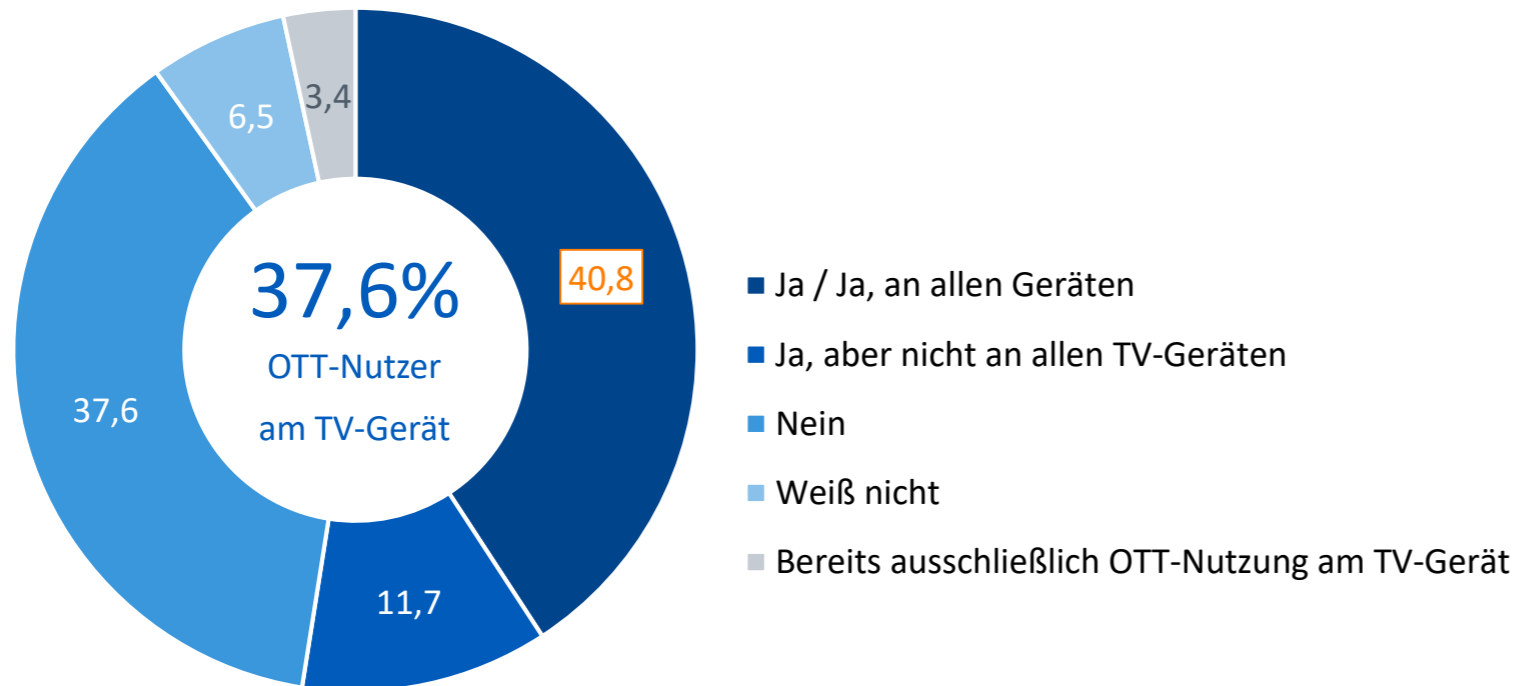


Angaben in Prozent, Pfeile: Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr in Prozentpunkten ≥ 3 %
Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)



TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY?

Etwa die Hälfte derer, die OTT regelmäßig am TV-Gerät nutzen, kann sich ein Fernsehleben ohne Broadcast (teilweise) vorstellen. 41% sogar einen Komplettverzicht.



FRAGETEXT

[Sie haben ja insgesamt <...> Fernsehgeräte:] Könnten Sie sich vorstellen, an Ihrem Fernseher / Ihren Fernsehern nur noch über das Internet fernzusehen und auf Ihren TV-Empfang über <Kabel / Satellit / IPTV / DVB-T / DVB-T2 HD...> zu verzichten?

Würden Sie sagen ... **2019**

Angaben in Prozent

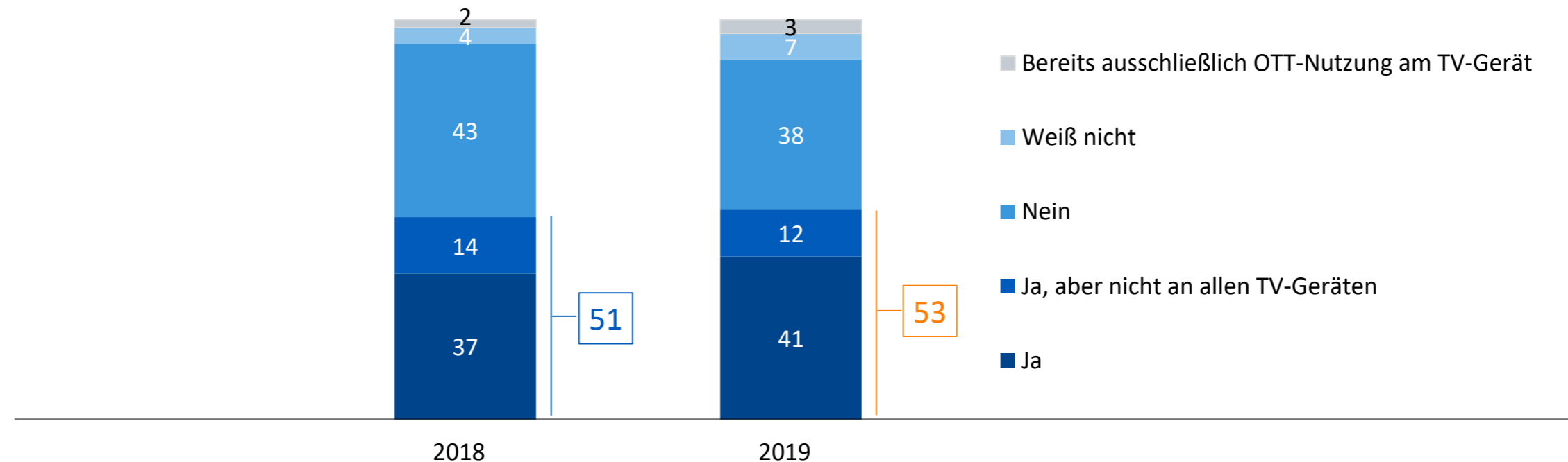
Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)



TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? 2018 vs. 2019

Im Vergleich zum Vorjahr steigt die „Cord Cutting“ Absicht etwas an. Insbesondere die Bereitschaft, an allen Geräten auf den klassischen TV-Empfang zu verzichten.

37,6% nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **26,473 Mio.**



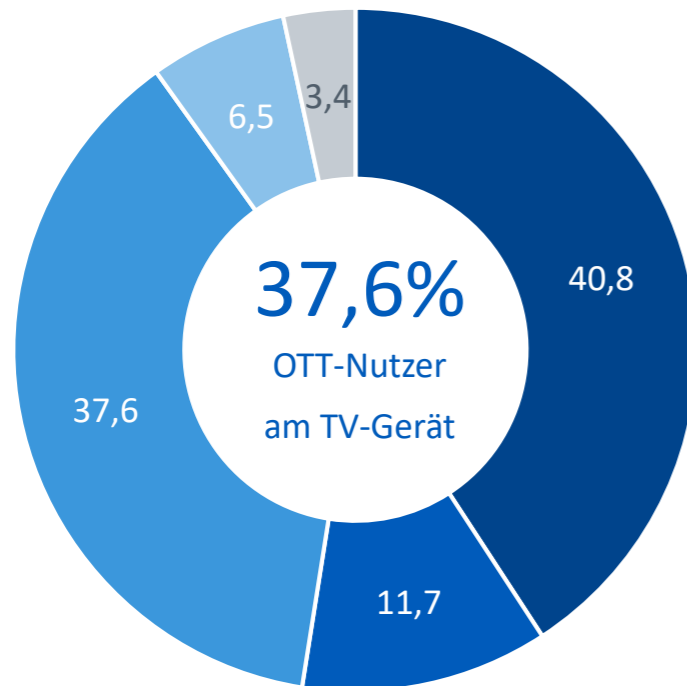
Angaben in Prozent

Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)



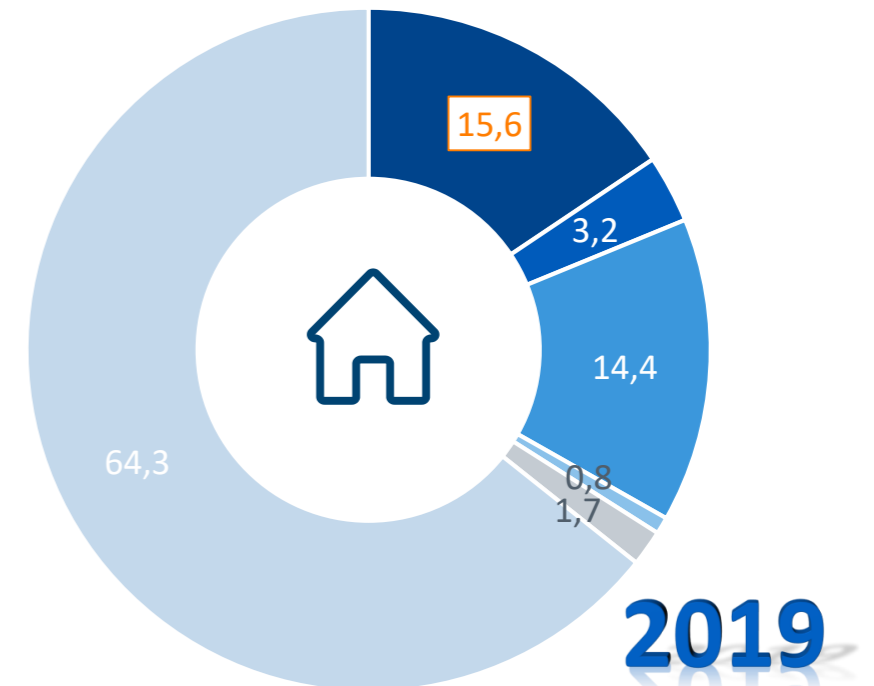
TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY?

Bezogen auf alle TV-Haushalte bedeutet dies, dass „Cord Cutting“ für rund 19% eine Option ist. Etwas mehr als jeder siebte TV-HH kann sich einen Verzicht an allen Geräten vorstellen.



Bezogen auf alle TV-HH

- Ja / Ja, an allen Geräten
- Ja, aber nicht an allen TV-Geräten
- Nein
- Weiß nicht
- Bereits ausschließlich OTT-Nutzung am TV-Gerät
- (Noch) ausschließlich Broadcast-Nutzung



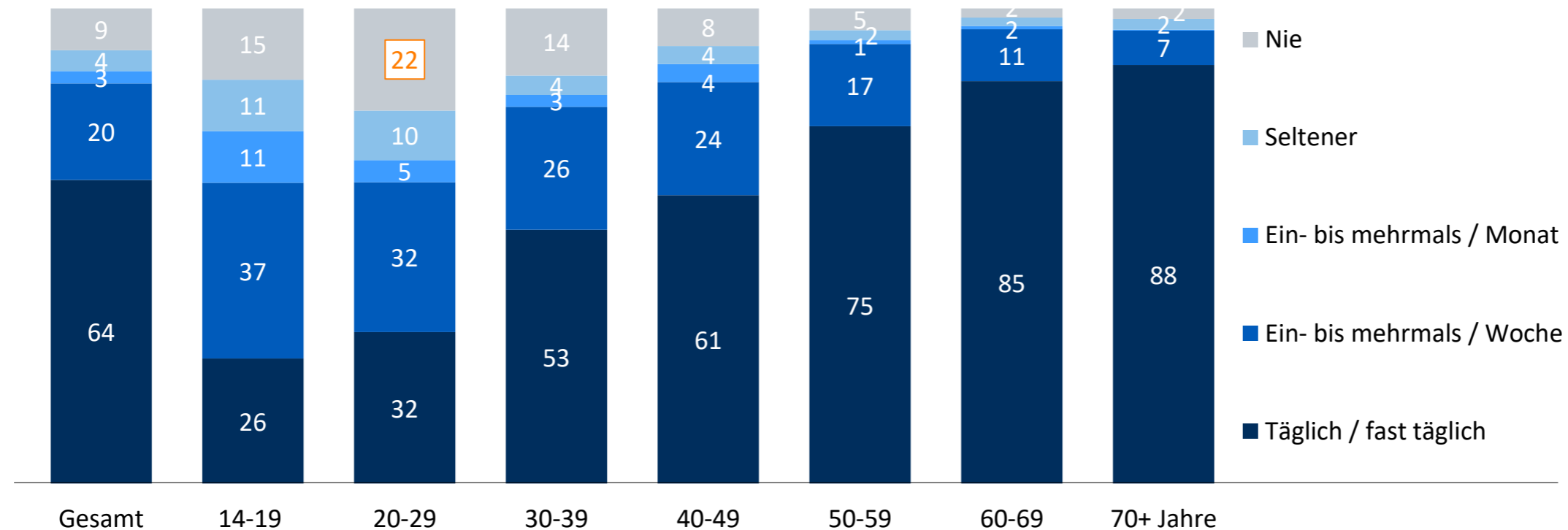
Angaben in Prozent

Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Alter

Gut jeder fünfte 20-29-Jährige schaut nie klassisches Fernsehen, bei den 60+ Jährigen dagegen so gut wie alle mind. 1x pro Woche.



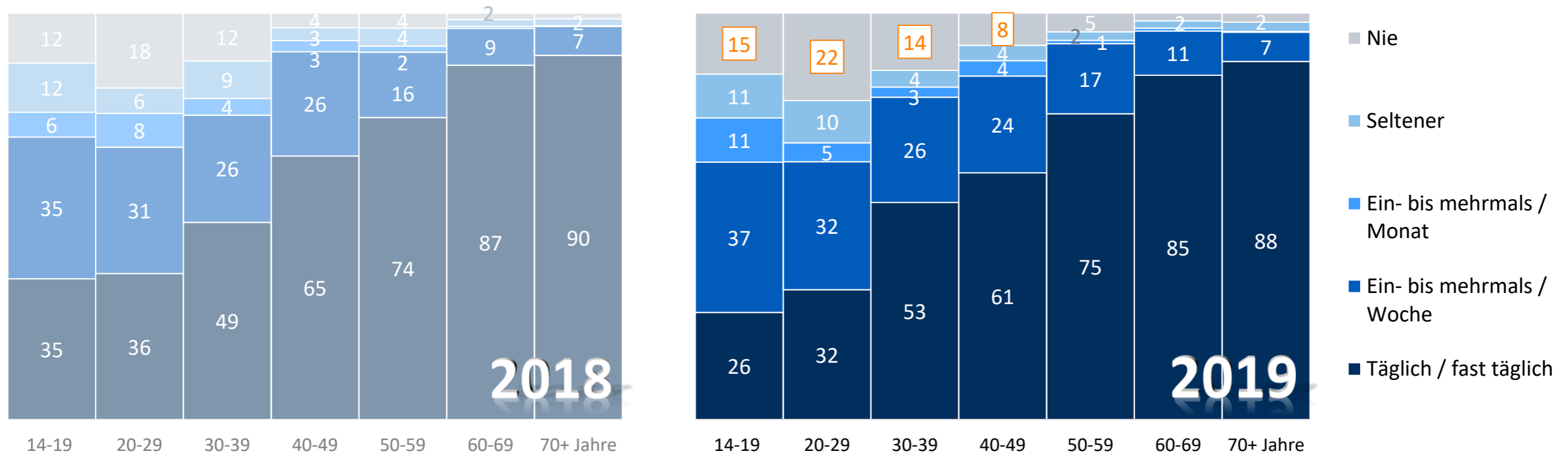
2019

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Alter im Trend

Die tägliche TV-Nutzung sinkt in allen Altersgruppen. Bei den unter 50-Jährigen wächst die Zahl derer, die das klassische Fernsehen gar nicht mehr nutzen.

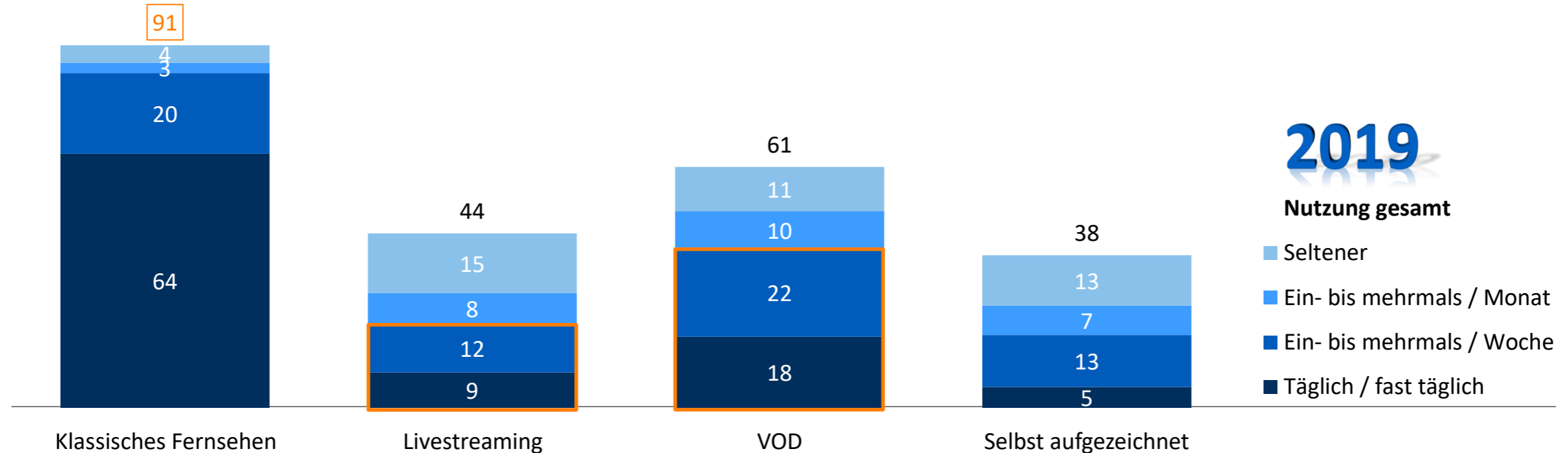


Angaben in Prozent
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Nutzungsfrequenz Videoinhalte im Vergleich

Auch bezogen auf alle Nutzungsarten und Bildschirmgeräte liegt klassisches TV vorne. Jeder fünfte schaut mind. 1x pro Woche Livestreams, bei VOD sind es bereits 40%.

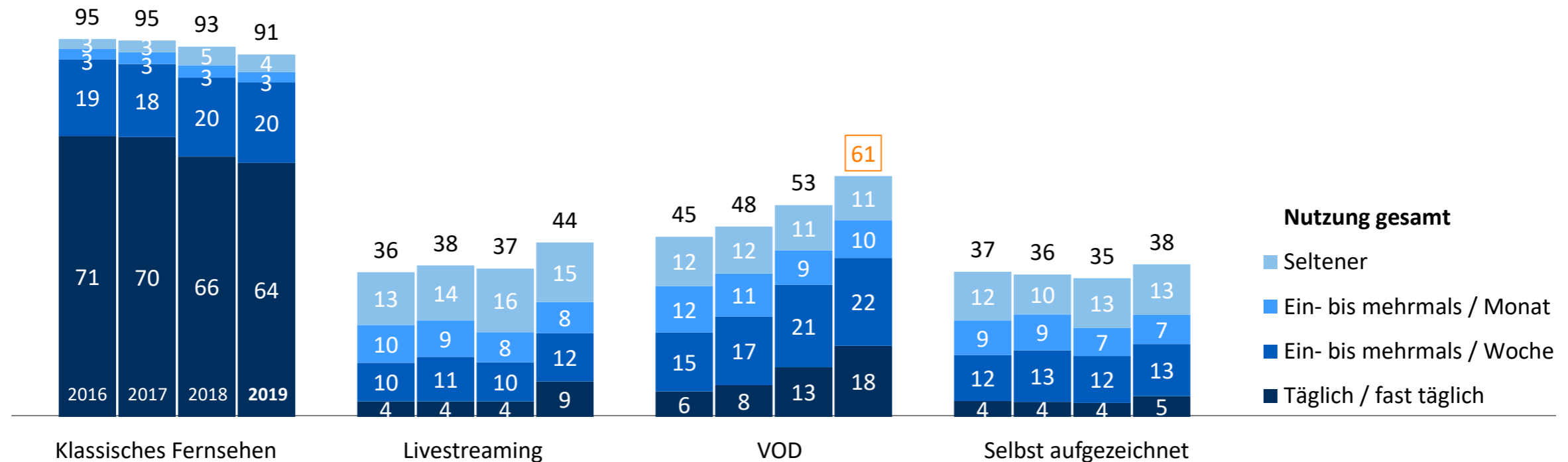


Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Nutzungsfrequenz Videoinhalte im Trend

Die VOD-Nutzung steigt deutlich an, insbesondere die tägliche Nutzung legt kräftig zu. Auch Livestreaming mit sichtbarem Zuwachs. Klassisches Fernsehen weiter rückläufig.

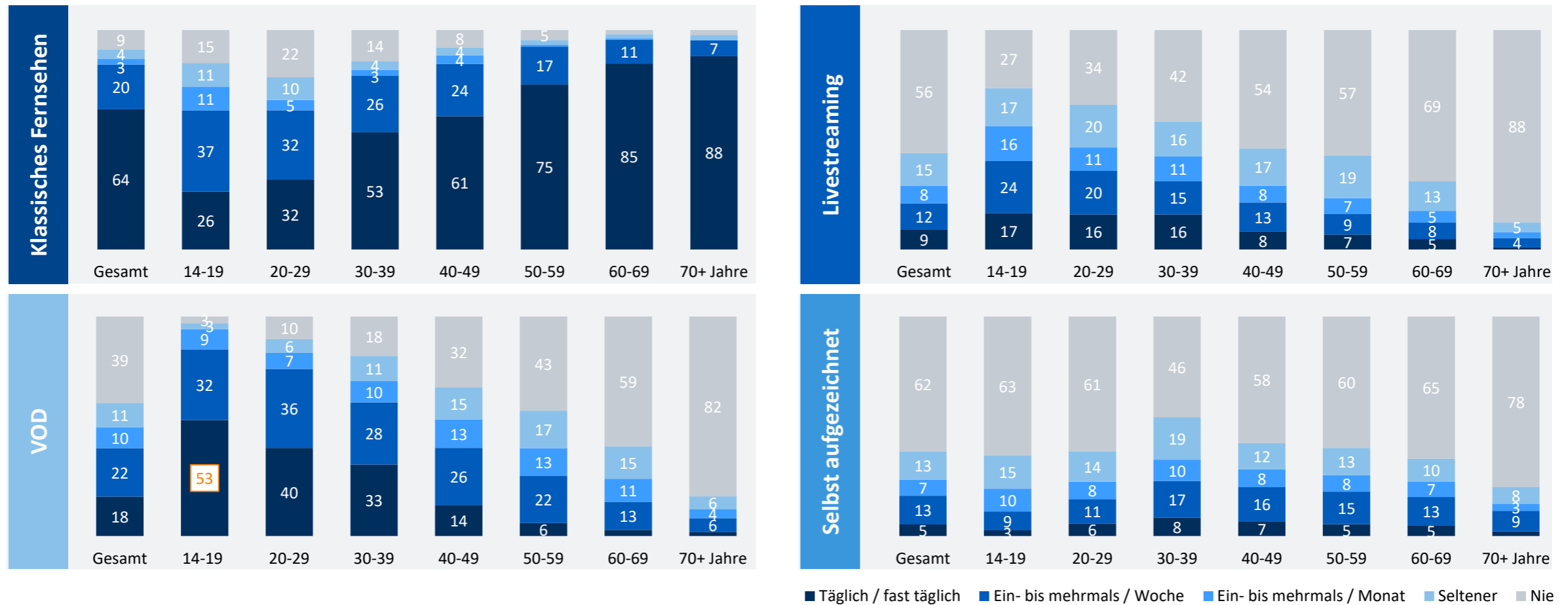


Angaben in Prozent
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Nutzungsfrequenz im Vergleich nach Alter

Bei unter 30-Jährigen VOD vor klassischem TV. Etwa jeder zweite 14-19-Jährige schaut täglich VOD.



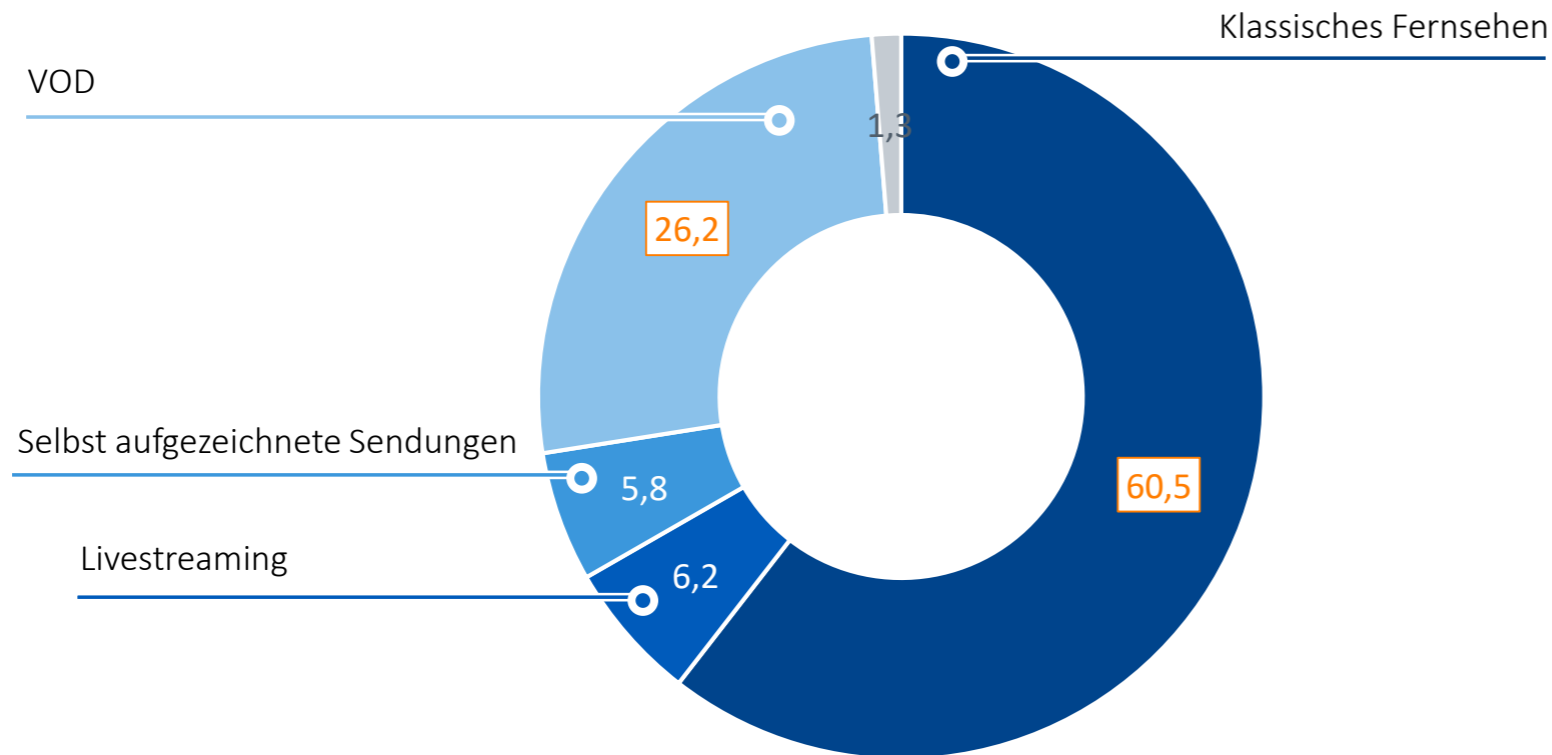
Angaben in Prozent

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Nutzungsanteile

Nach wie vor wird ein Großteil der Bildschirmzeit mit klassischem Fernsehen verbracht, mehr als ein Viertel entfällt auf VOD.



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:

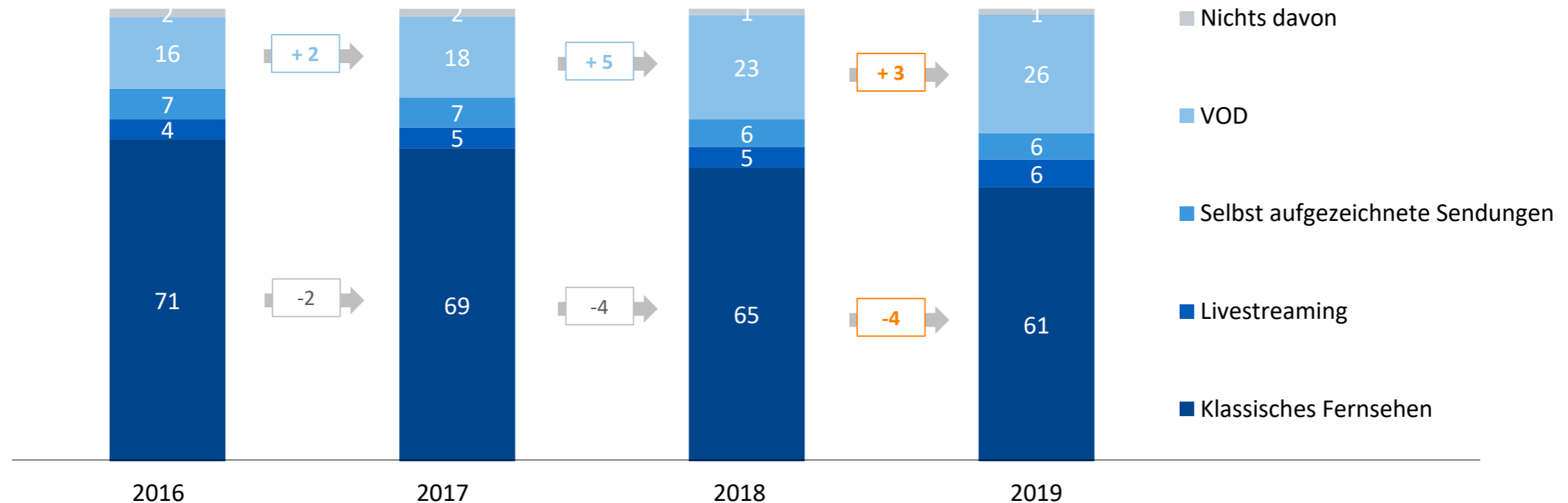
Wie viel Prozent dieser Zeit schauen Sie „normales“ Fernsehen bzw. Livestreams aus dem Internet? Wie viel Prozent entfallen auf selbst aufgezeichnete Sendungen? Und wie viel Prozent verbringen Sie mit Sendungen oder Videos, die Sie aus dem Internet abrufen?

Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Nutzungsanteile im Trend

VOD steigt weiter an, während das klassische TV in gleichem Maße zurückgeht. Livestreaming und eigene Aufzeichnungen bleiben konstant.



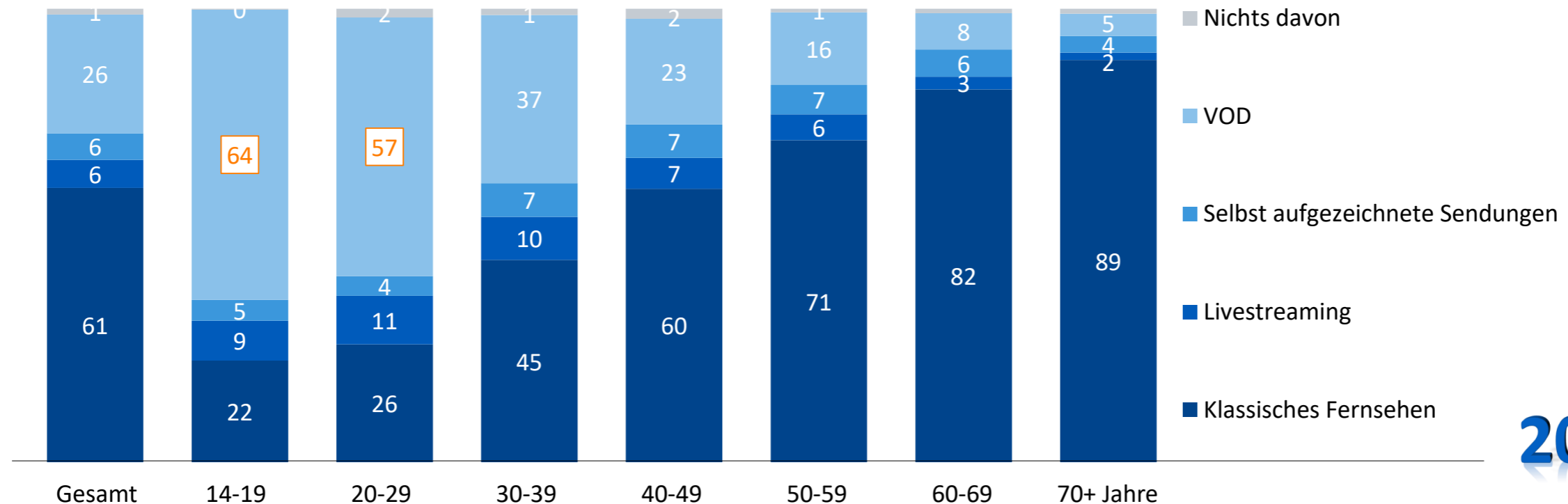
Angaben in Prozent

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile

Bei unter 30-Jährigen entfällt bereits deutlich mehr als die Hälfte der Nutzung auf VOD. Ab 40 Jahren überwiegt die lineare Nutzung.



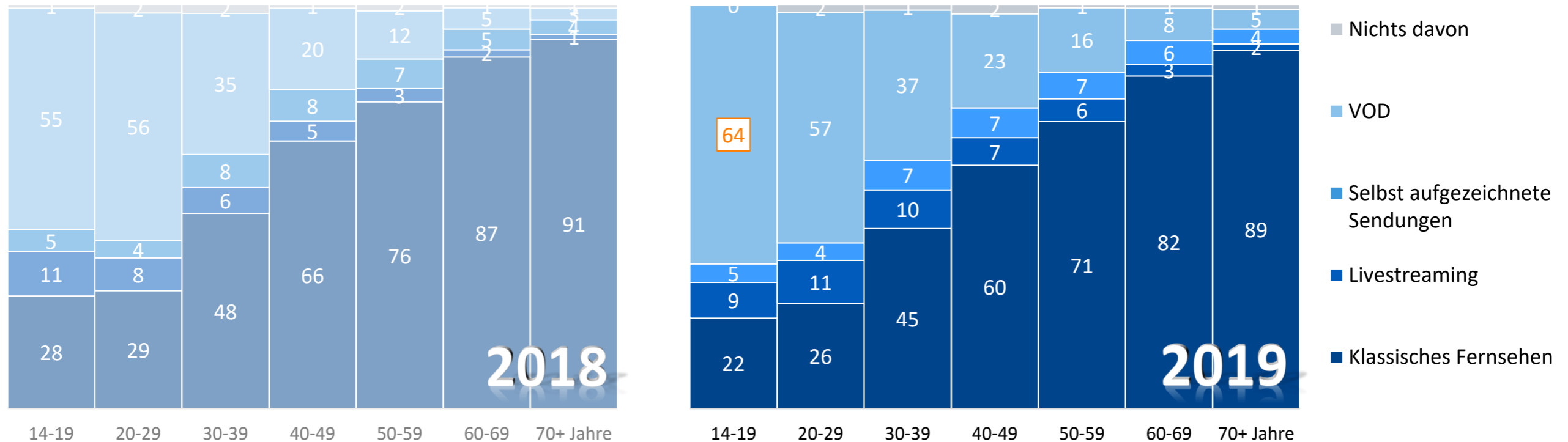
2019

Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



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

VOD steigt in allen Altersdekaden, besonders in den Altersgruppen 14-19 Jahre und 40-69 Jahre. Klassisches TV verliert durchweg – am wenigsten stark bei 70+.

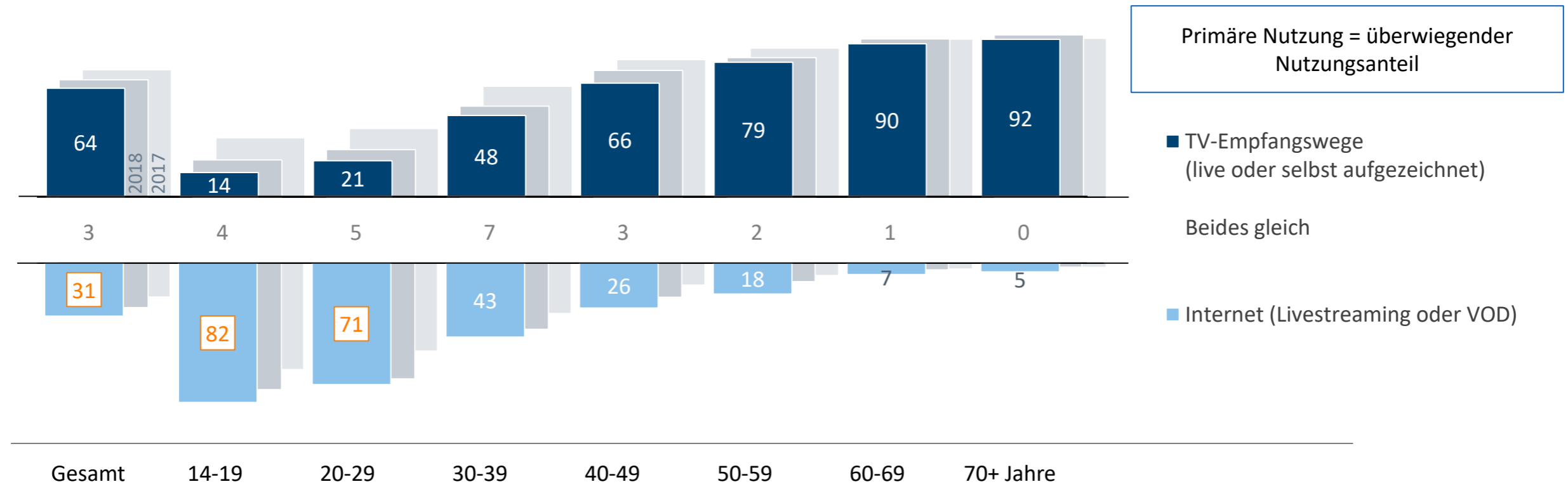


Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



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

Nahezu jeder Dritte verbringt aktuell mehr Zeit mit Bewegtbild aus dem Internet. Bei den unter 30-Jährigen trifft dies bereits auf die überwiegende Mehrheit zu.

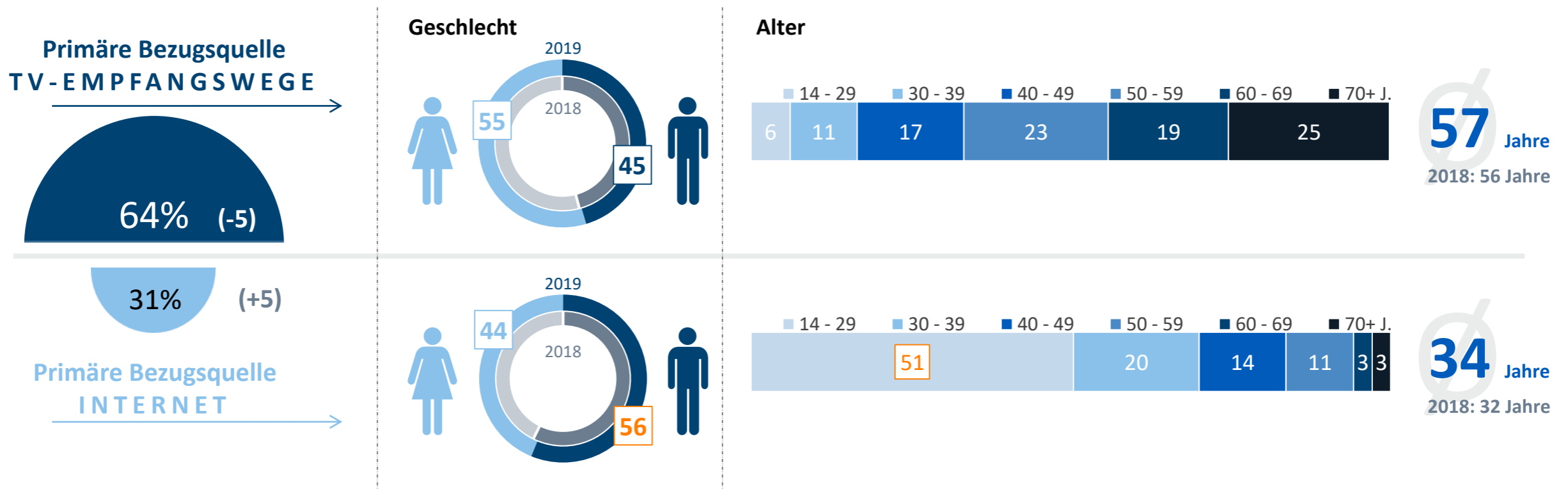


Angaben in Prozent
Basis: 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



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

Insbesondere Männer und unter 30-Jährige schauen primär Video-Content aus dem Internet. Der Anteil Frauen sowie das Durchschnittsalter steigen jedoch an.



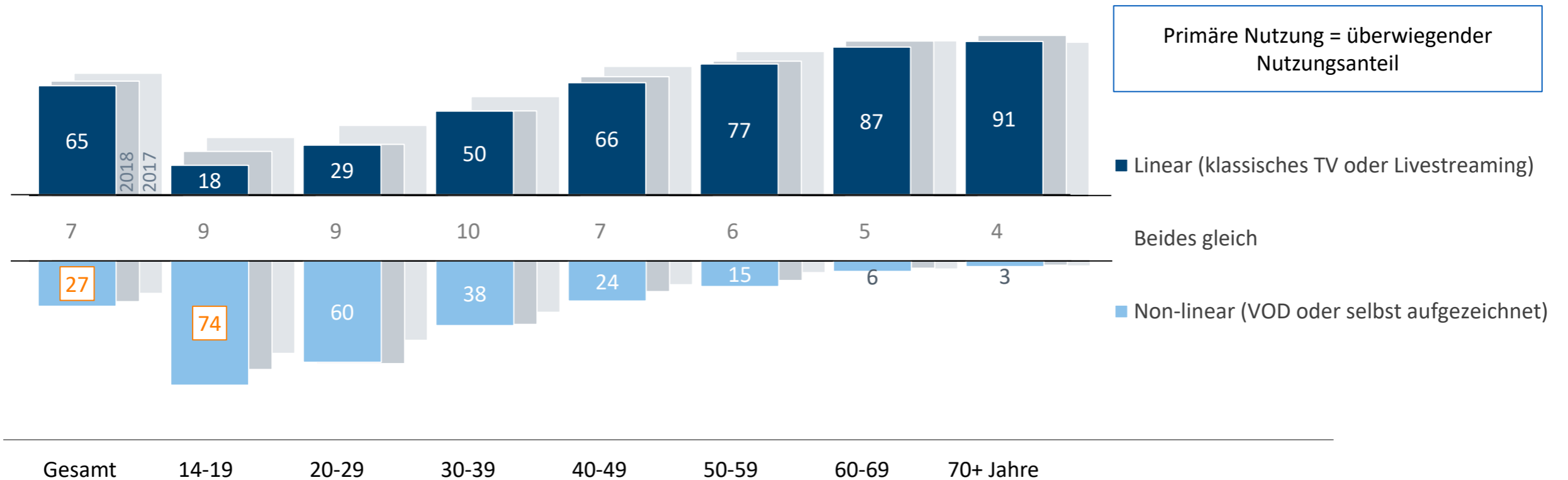
Angaben in Prozent

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083) // 48,244 / 44,745 Mio. Personen, die überwiegend TV-Empfangswege (n=4.621) // 18,295 / 21,895 Mio. Personen, die überwiegend das Internet als Bezugsquelle nutzen (n=2.095)



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

Die primär non-lineare Nutzung steigt erneut an, insbesondere in der jüngsten Altersgruppe 14-19 Jahre. Erst ab 40+ überwiegt die lineare Videonutzung.

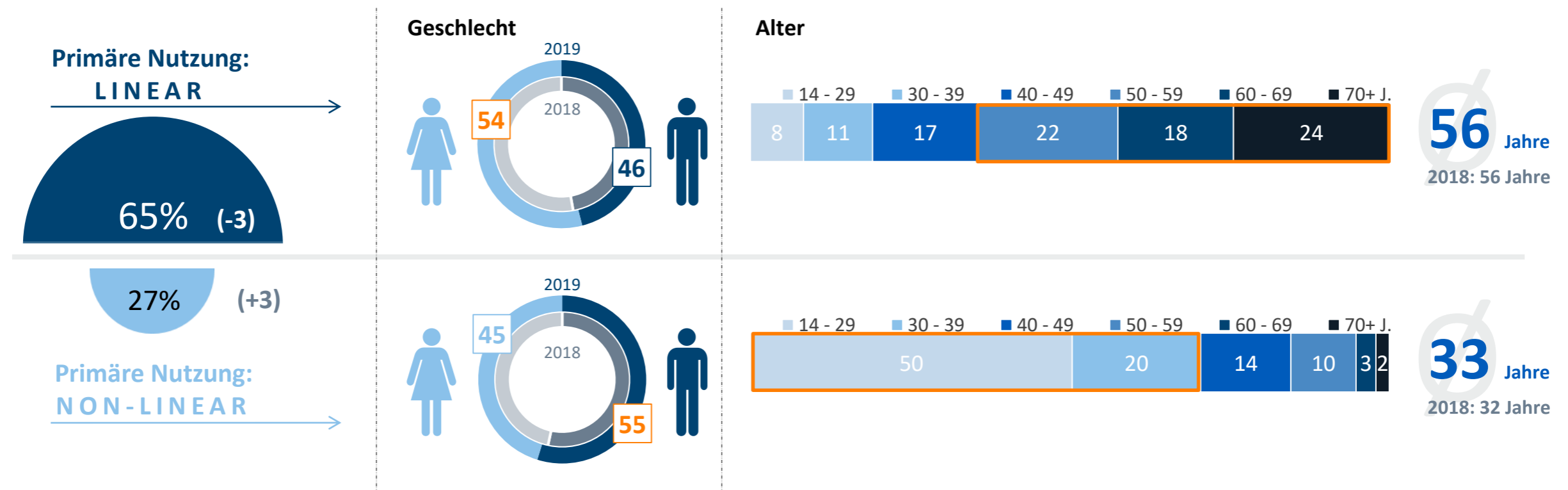


Angaben in Prozent
Basis: 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Primär lineare vs. non-lineare Nutzer nach Alter und Geschlecht

Primär lineare Nutzer mehrheitlich über 40 Jahre alt und mehr Frauen als Männer. Bei den nicht-linearen Nutzern ist das Geschlechterverhältnis umgekehrt. Die Mehrheit ist hier unter 40.



Angaben in Prozent

Basis 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083) // 47,398 / 45,407 Mio. Personen mit primär linearer Nutzung (n=4.564) // 16,928 / 18,899 Mio. Personen mit primär non-linearer Nutzung (n=1.890)



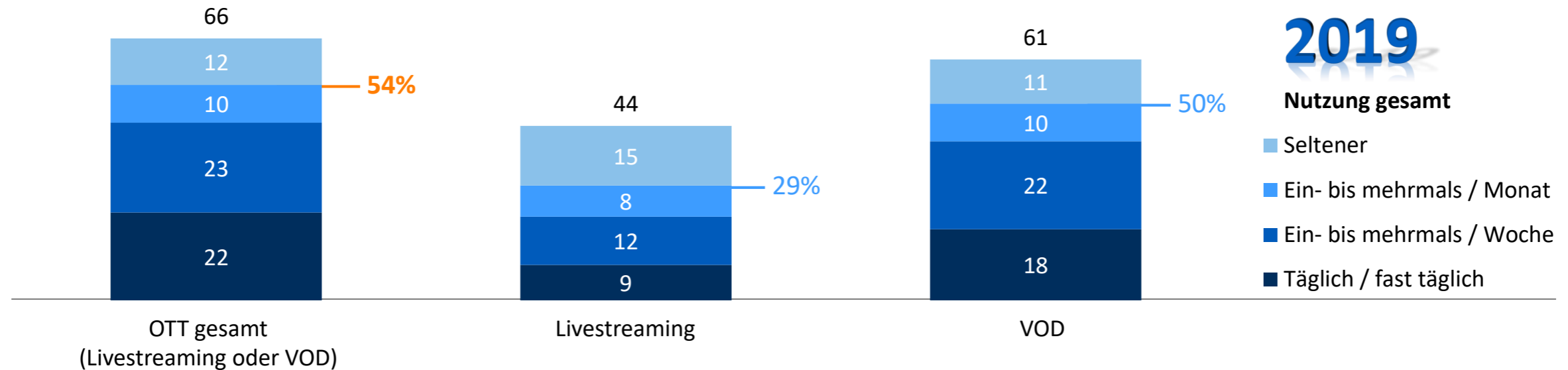
6.2

Fokus OTT-Nutzung: Livestreaming und VOD



Alle Geräte: Nutzungsfrequenz OTT

Mehr als jeder Zweite nutzt mindestens einmal im Monat OTT. VOD liegt deutlich vor Livestreaming.

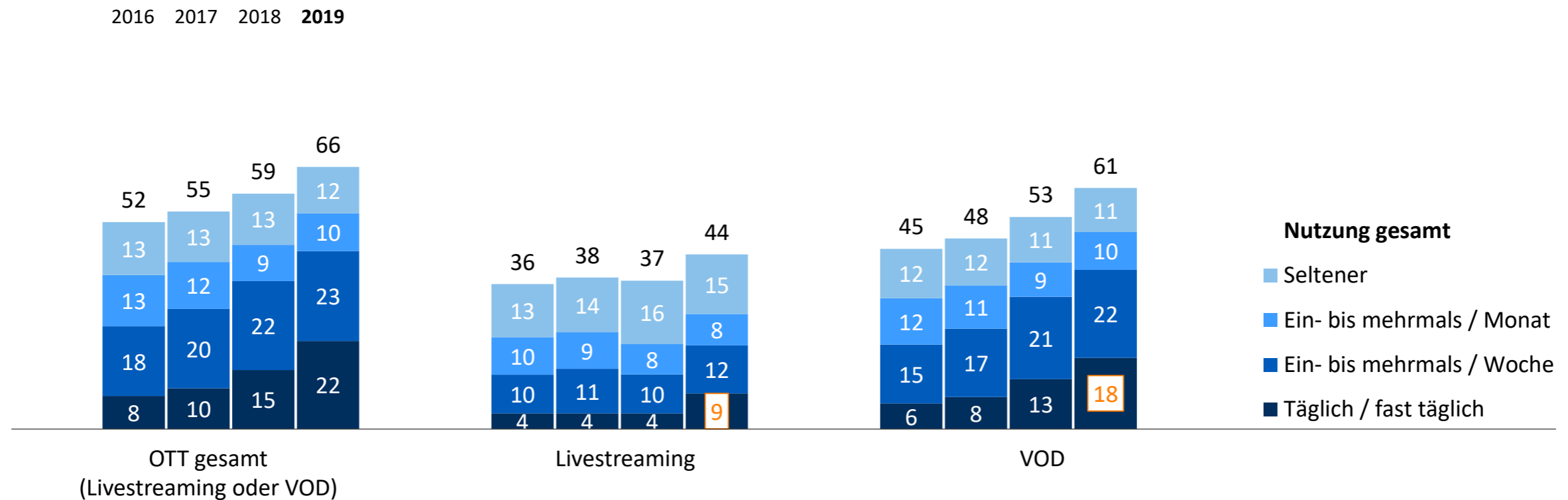


Angaben in Prozent
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Nutzungsfrequenz OTT im Trend

Sowohl Livestreaming als auch VOD legen deutlich zu. Die tägliche Nutzung steigt besonders eindrücklich um jeweils 5 Prozentpunkte.



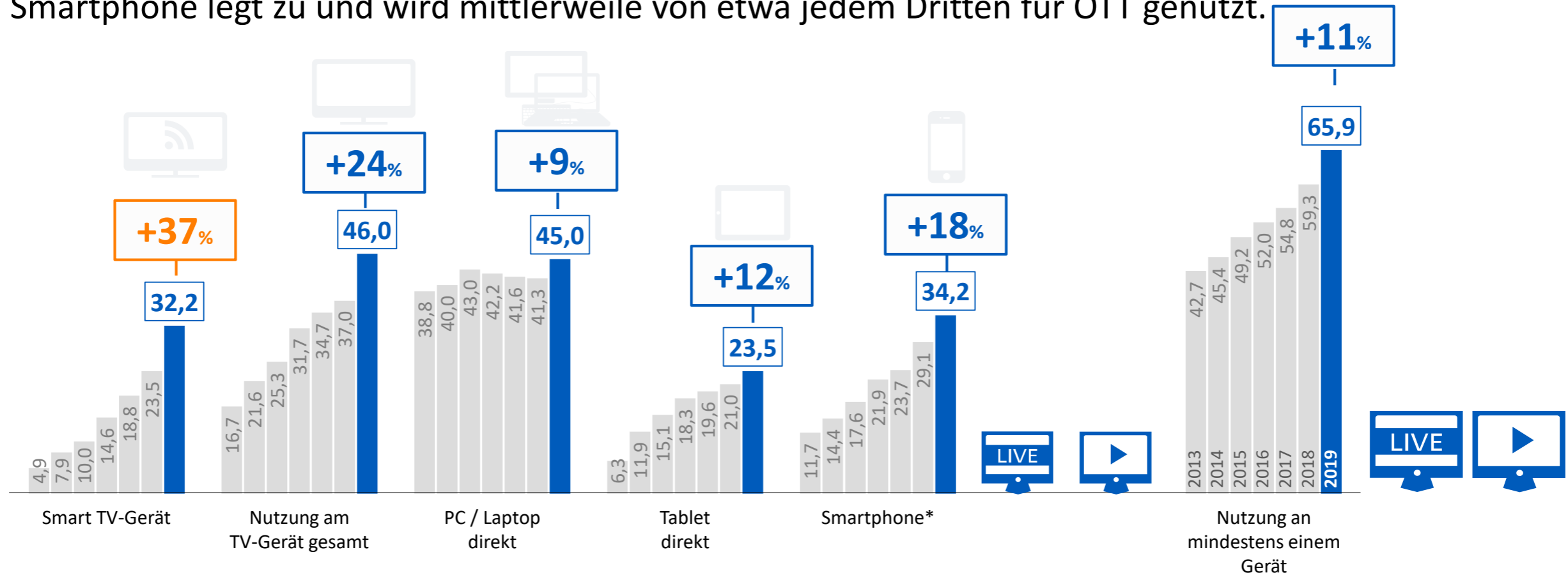
Angaben in Prozent

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



OTT-Nutzung gesamt: Geräte

Nutzung am TV-Gerät steigt am stärksten, vor allem direkt per Smart TV. Auch das Smartphone legt zu und wird mittlerweile von etwa jedem Dritten für OTT genutzt.

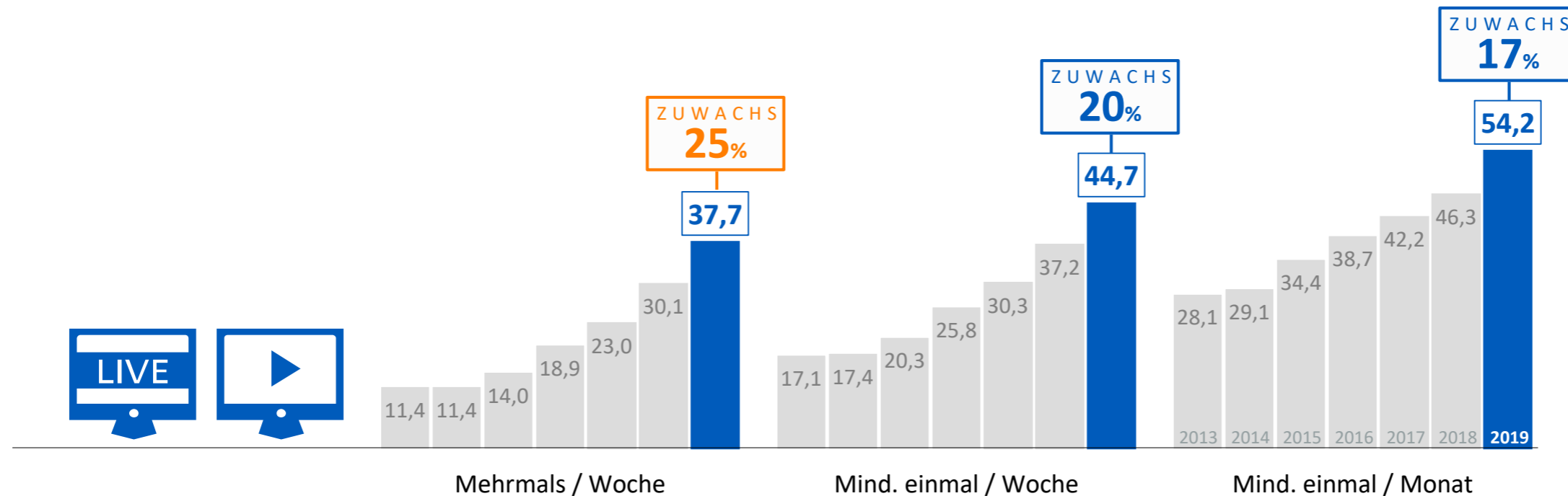


Angaben in Prozent; Nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens selten; * bis 2017: Smartphone oder iPod touch
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung im Trend – Livestreaming oder VOD

Die intensive Nutzung nimmt am stärksten zu: Mehr als ein Drittel nutzt OTT bereits mehrmals pro Woche oder häufiger.



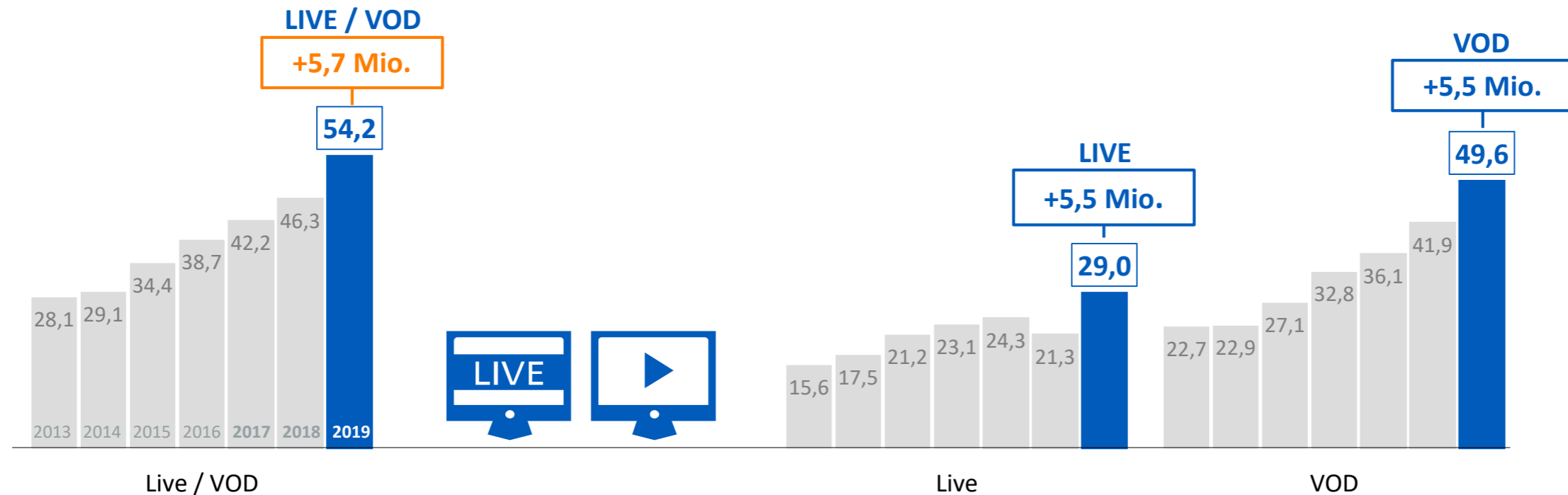
Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung im Trend – Livestreaming vs. VOD

Die Zahl der monatlichen Nutzer steigt absolut um 5,7 Millionen an. Der Anstieg verteilt sich gleichmäßig auf Livestreaming und VOD.



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Livestream-Nutzung unterwegs im Trend

Auch die Livestream-Nutzung außer Haus steigt auf niedrigem Ausgangsniveau sichtbar um etwa die Hälfte an.

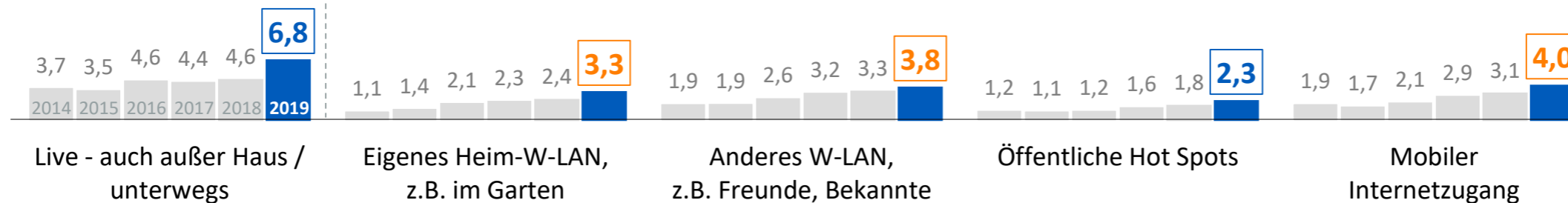


Angaben in Prozent; nutzt Livestreaming mindestens einmal pro Monat; nutzt Livestreaming auch außer Haus / unterwegs
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Livestream-Nutzung unterwegs im Trend im Detail

Insbesondere das eigene W-LAN, anderes W-LAN und mobile Internetzugänge werden häufig als Zugang für Livestreaming außer Haus genutzt.



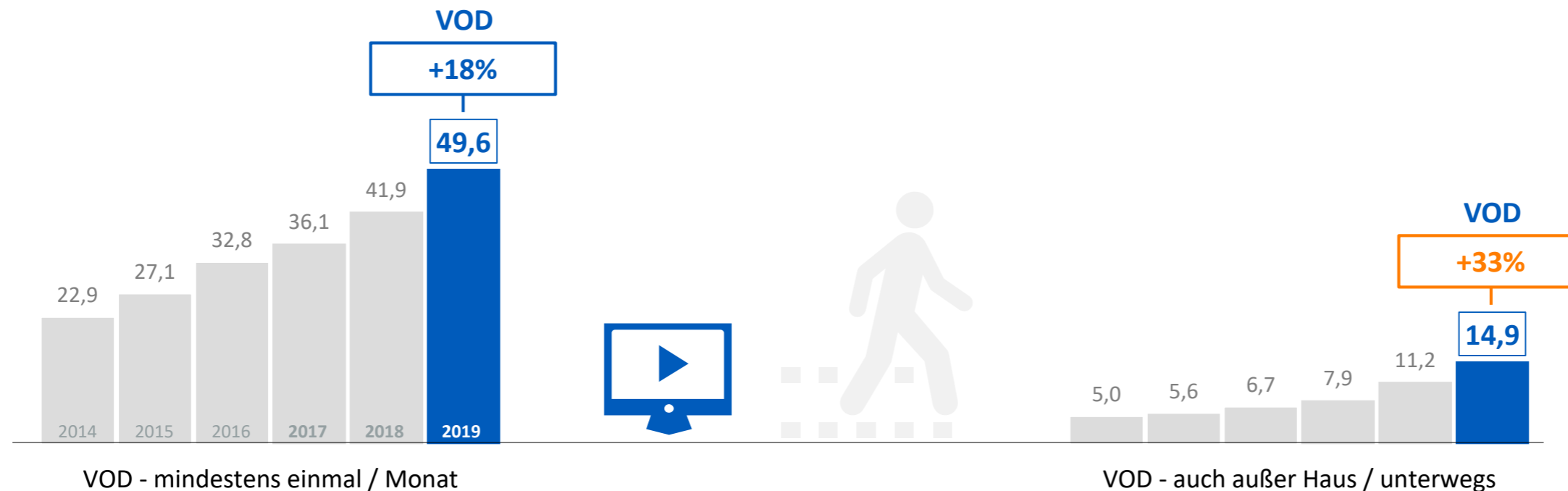
Angaben in Prozent; nutzt Livestreaming auch außer Haus / unterwegs

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



VOD-Nutzung unterwegs im Trend

Die VOD-Nutzung unterwegs setzt den Positivtrend der letzten beiden Jahre fort. Etwa jeder Siebte ab 14 Jahren schaut VOD außer Haus.

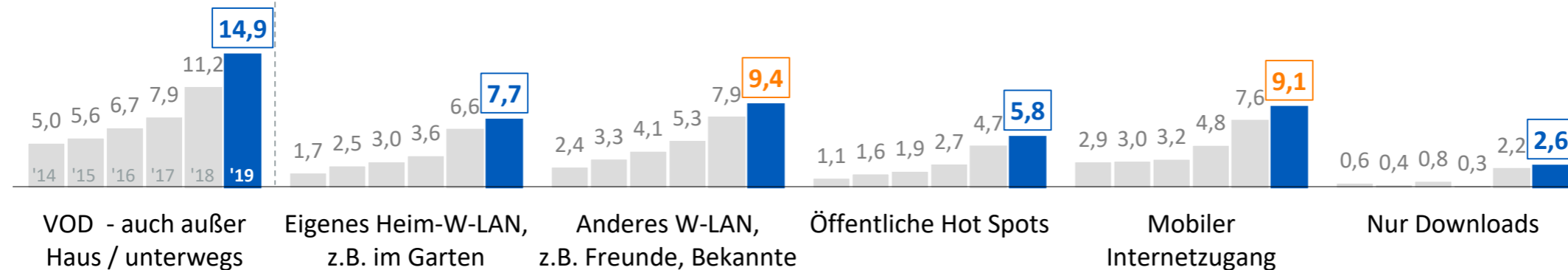
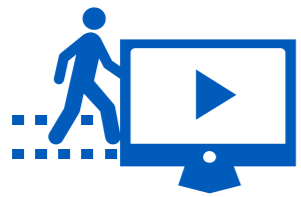


Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) mindestens einmal pro Monat; nutzt VOD auch außer Haus / unterwegs
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



VOD-Nutzung unterwegs im Trend im Detail

Zuwachs der VOD-Nutzung unterwegs betrifft alle Verbindungswege. Am häufigsten finden W-LAN Netze bei Freunden oder Bekannten sowie mobile Internetzugänge Verwendung.



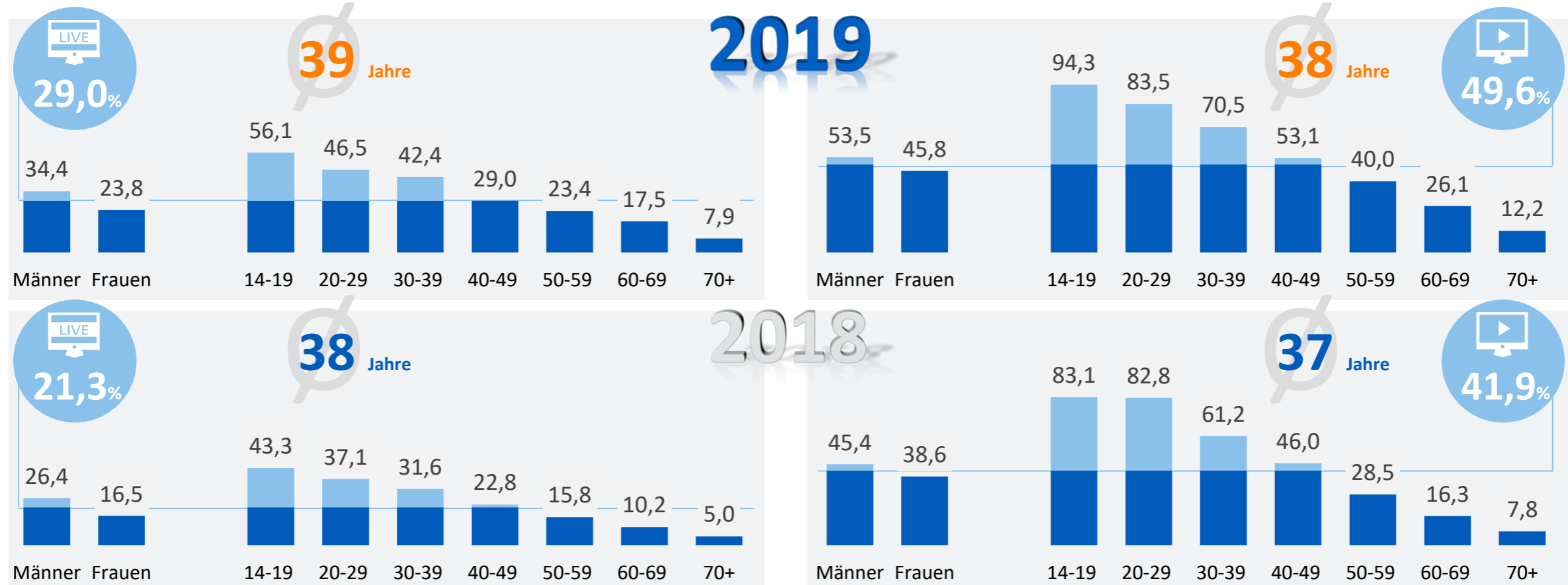
Angaben in Prozent; nutzt VOD auch außer Haus / unterwegs

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzer im Trend

Das Durchschnittsalter steigt sowohl bei regelmäßigen Livestream- als auch VOD-Nutzern an.



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)

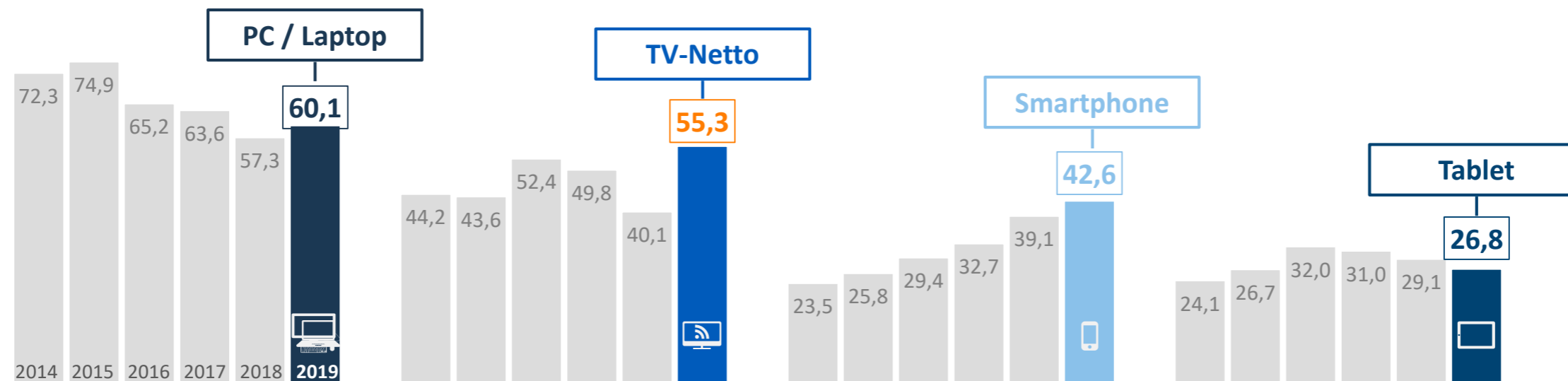


Regelmäßige Livestream-Nutzung: Genutzte Geräte

Connected TV gewinnt deutlich, auch beim Smartphone setzt sich der steigende Trend fort. PC / Laptop wieder etwas häufiger genutzt, Tablets hingegen seltener.

Basis: Regelmäßige Livestream-Nutzer (mind. einmal / Monat)

Ø 39 Jahre, 58% männlich



Angaben in Prozent; Gerät mindestens einmal pro Monat für Live-Stream genutzt

Basis: 12,301 / 14,977 / 15,970 / 16,874 / 14,949 / 20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat Live-Stream nutzen (n=2.087)

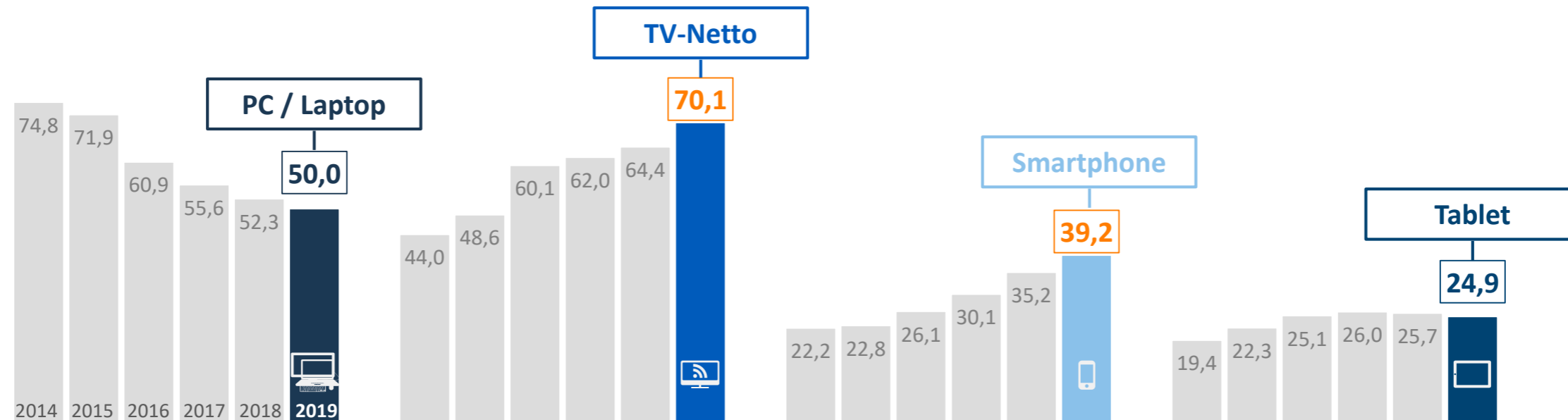


Regelmäßige VOD-Nutzung: Genutzte Geräte

Sowohl die Nutzung am größten als auch am kleinsten Bildschirm nimmt zu: VOD häufiger per Connected TV und Smartphone genutzt.

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

Ø 38 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent; Gerät mindestens einmal pro Monat für VOD genutzt

Basis: 16,113 / 19,089 / 22,732 / 25,083 / 29,379 / 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat VOD-Angebote (professionelle Inhalte) nutzen (n=3.641)

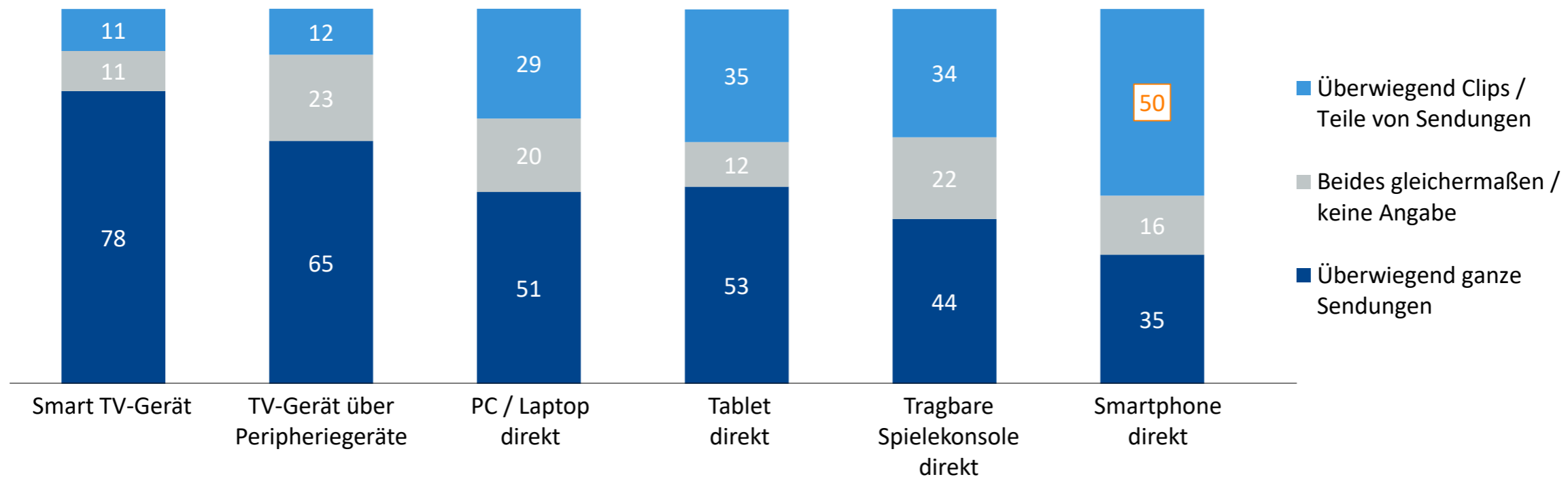


Nutzung ganze Sendungen vs. Clips an verschiedenen Geräten

Je kleiner der Bildschirm, desto kürzer die Videoinhalte. Auf dem Tablet werden noch mehrheitlich ganze Sendungen geschaut. Erst bei Smartphones überwiegend Clips.

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

Ø 38 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent

Basis: 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat VOD-Angebote (professionelle Inhalte) nutzen (n=3.641) / am Smart TV 17,309 (n=1.742) / am TV-Gerät über Peripheriegeräte 18,286 (n=1.769) / am PC/Laptop direkt 17,462 (n=1.956) / an tragb. Spielekonsole 0,971 (n=83) / am Smartphone direkt 13,683 (n=1.202)

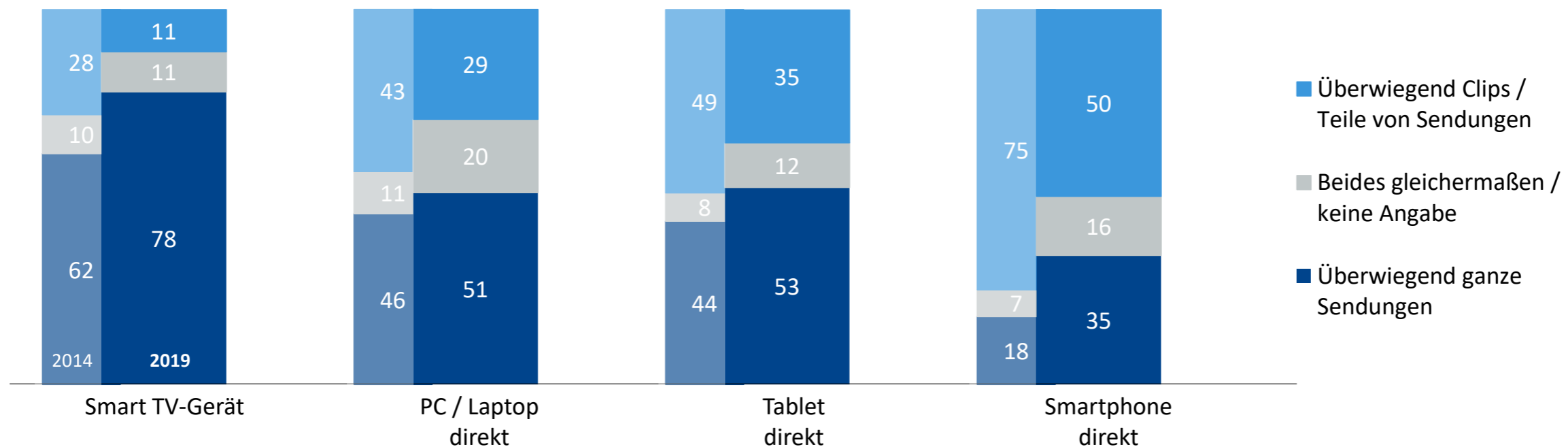


Nutzung ganze Sendungen vs. Clips an verschiedenen Geräten im Trend

Der Trend geht hin zum Konsum längerer Videoinhalte: An allen Bildschirmen werden häufiger ganze Sendungen aus dem Internet geschaut als noch vor fünf Jahren.

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

Ø **38** Jahre, **53%** männlich



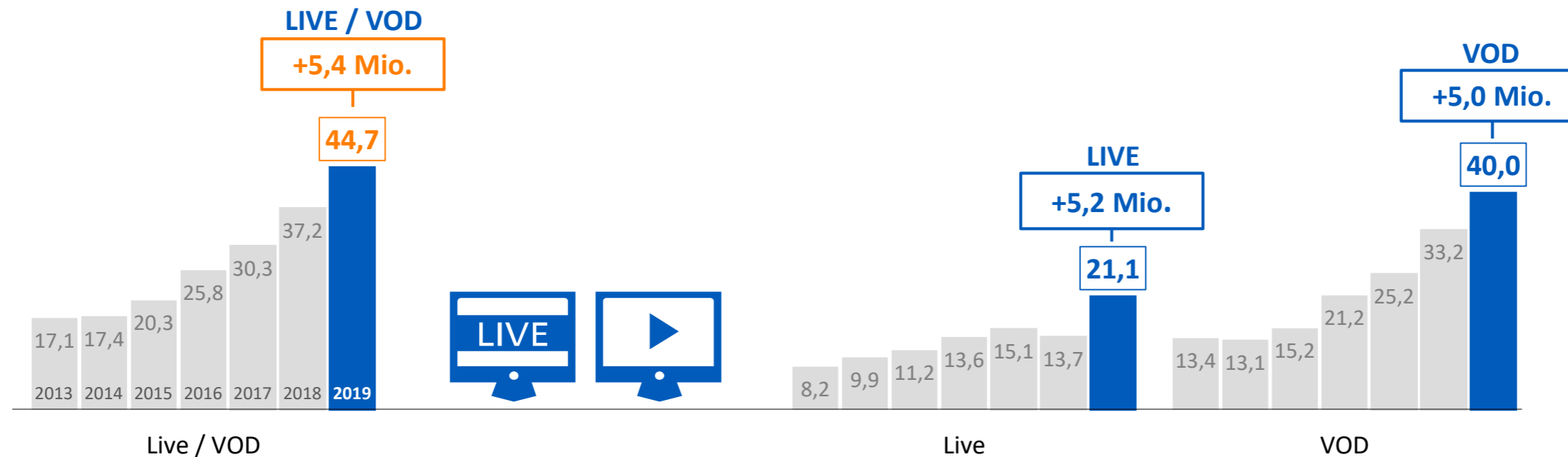
Angaben in Prozent

Basis: 16,113 / 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat VOD-Angebote (professionelle Inhalte) nutzen (n=1.632 / n=3.641)



Alle Geräte: Wöchentliche OTT-Nutzung im Trend

Rund 45% nutzen OTT-Content mindestens einmal pro Woche: Damit steigt die Nutzung erneut um ca. 5 Mio. an. Livestream und VOD steigen in gleichem Maße.

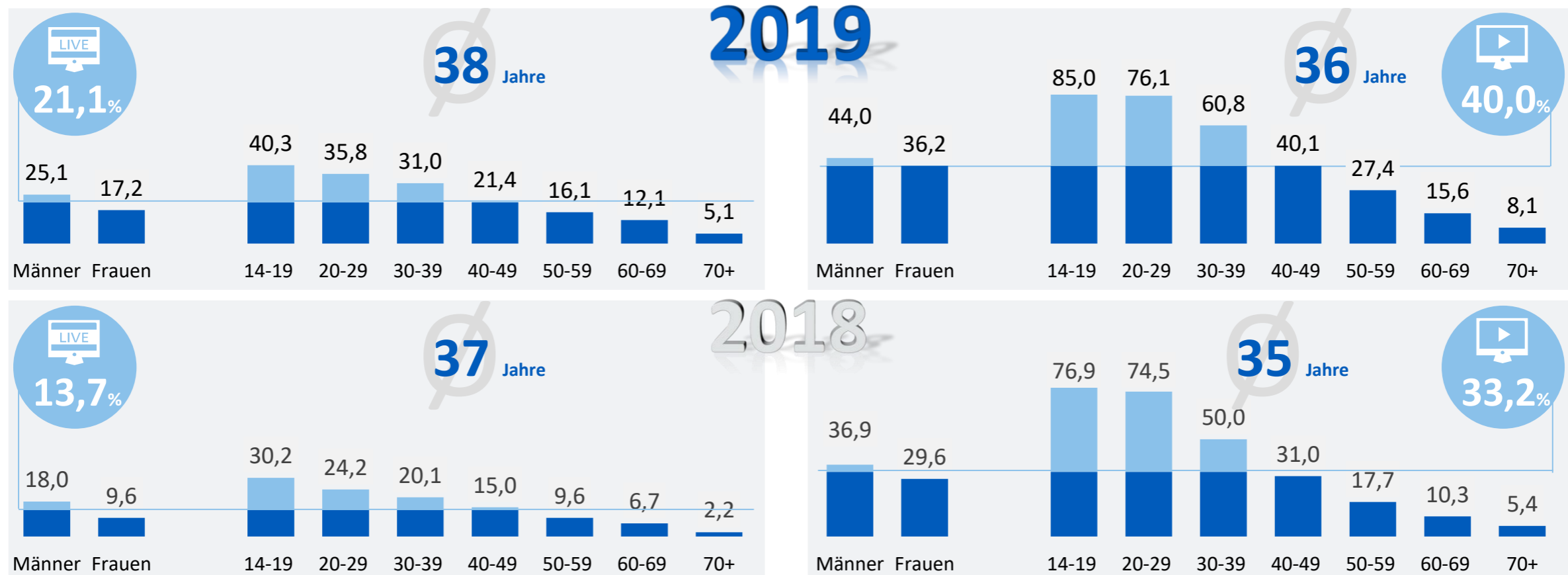


Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Woche
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)

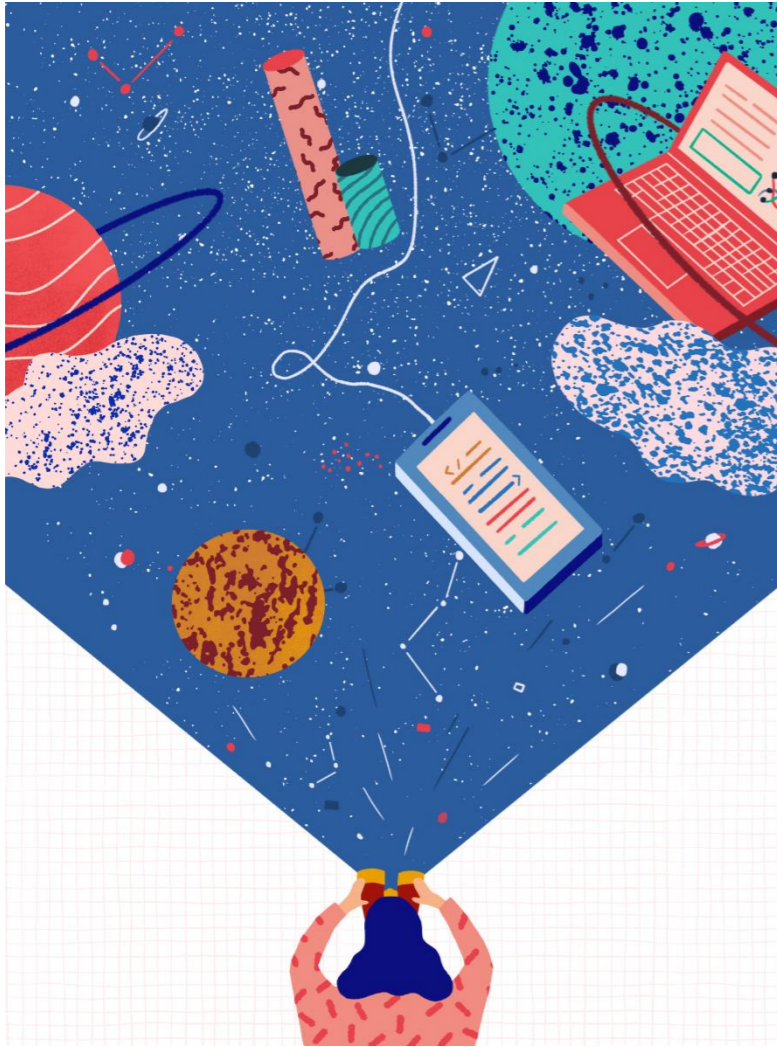


Alle Geräte: Wöchentliche OTT-Nutzer im Trend

Männer und unter 40-Jährige nutzen Livestream und VOD überdurchschnittlich.



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Woche
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



6.3

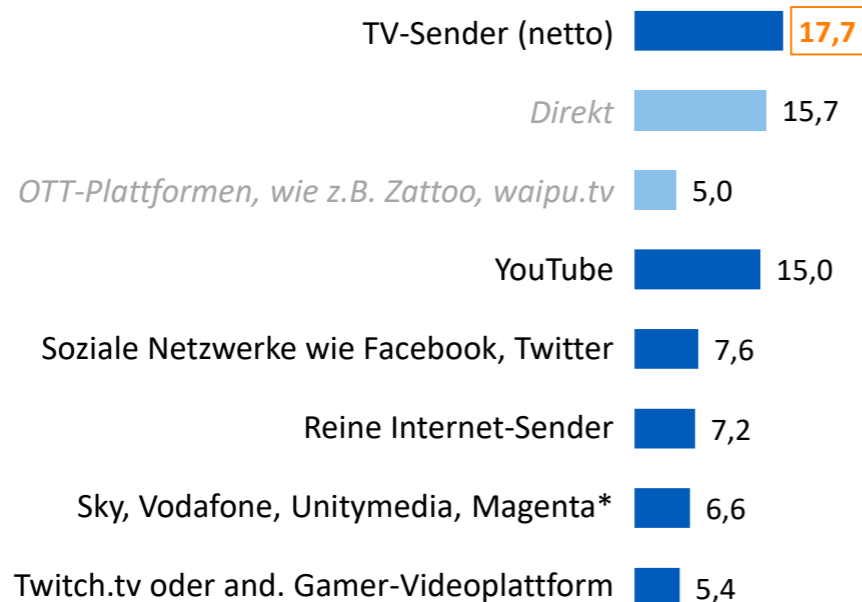
Fokus Livestream-Angebote



Livestream-Angebote – Nutzung Personen ab 14 Jahre

Livestream-Angebote der TV-Sender vor YouTube. Der Großteil der Nutzung entfällt direkt auf das Angebot der Sender.

Livestream-Angebote...



Σ

25,4%
17,902 Mio.

2019

Angaben in Prozent; Angebot schon einmal genutzt; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

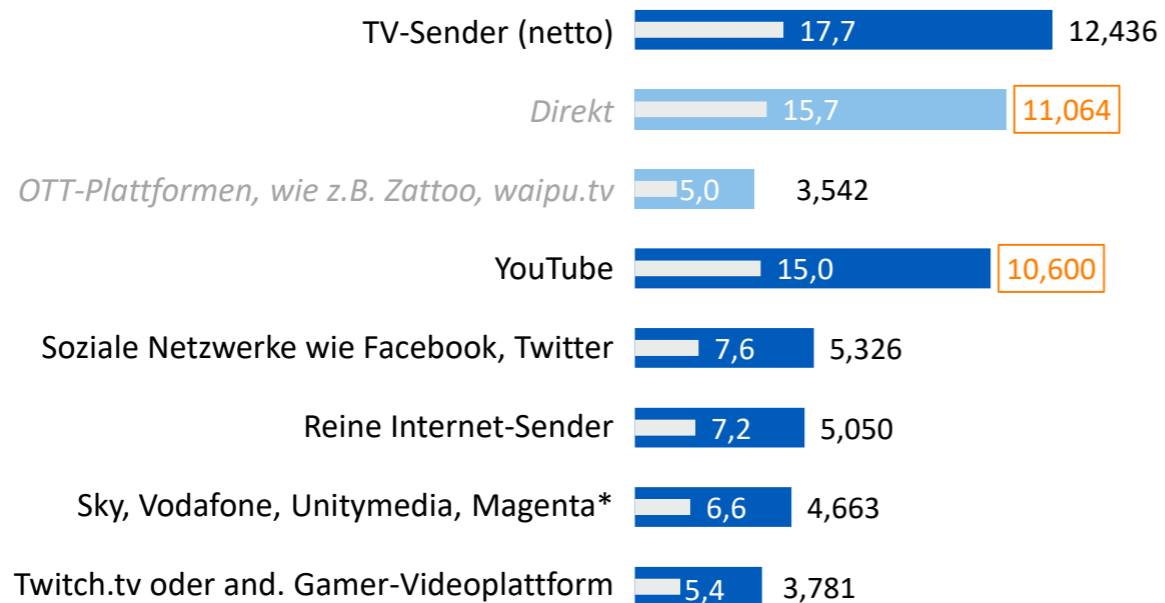
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



Livestream-Angebote – Nutzung Personen ab 14 Jahre in Mio.

In absoluten Zahlen: Etwa 11 Mio. greifen direkt auf den Livestream der TV-Sender zu, YouTube nur knapp dahinter mit 10,6 Mio.

Livestream-Angebote...



In Mio.

Σ

25,4%
17,902 Mio.

2019

Angaben in Prozent / Mio.; Angebot schon einmal genutzt; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

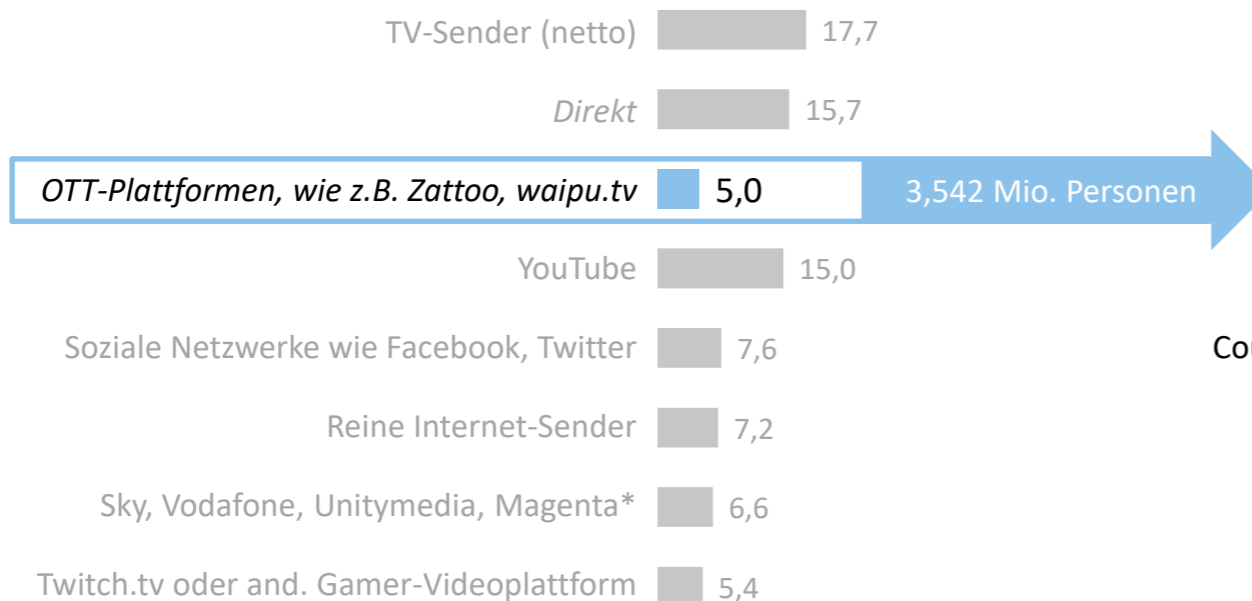
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



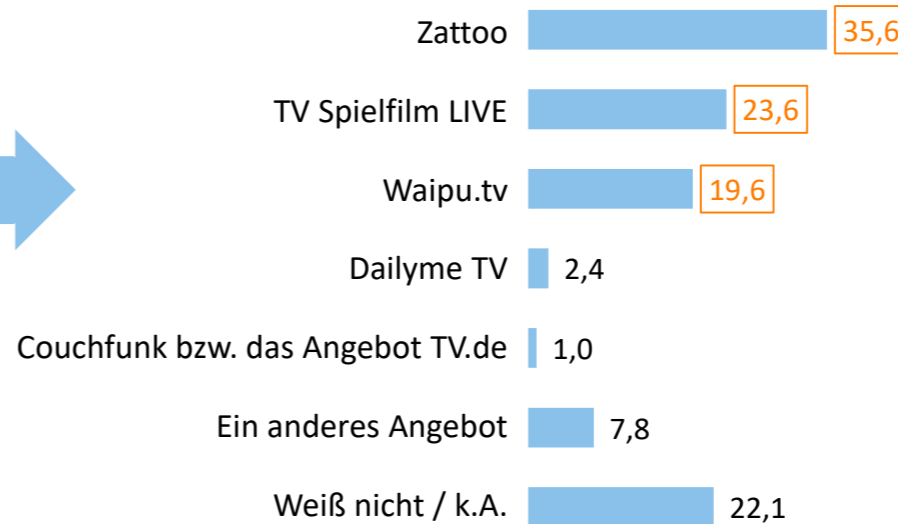
Livestream-Angebote – Genutzte OTT-Plattformen

Die Nutzerzahl der OTT-Plattformen beläuft sich auf ca. 3,5 Mio. Zattoo ist das beliebteste Angebot, gefolgt von TV Spielfilm LIVE und waipu.tv.

Livestream-Angebote...



OTT Plattformen



Angaben in Prozent

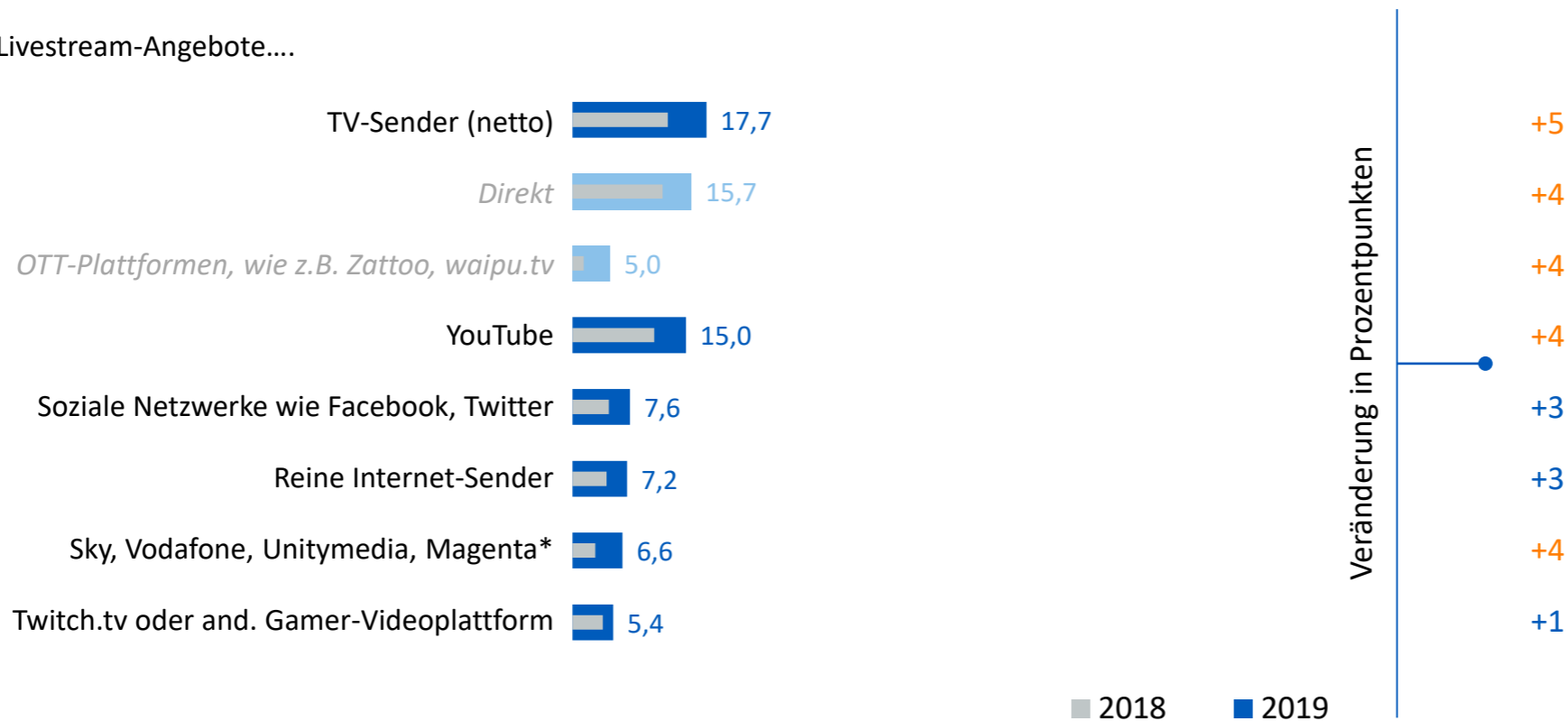
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben (28,495 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.943)



Livestream-Angebote – Nutzung Personen ab 14 Jahre im Trend

Bei allen Angeboten steigt die Nutzung an. Neben den Angeboten der TV-Sender und YouTube gewinnen auch OTT-Plattformen und die Angebote der TV-Plattform-Betreiber.

Livestream-Angebote...



Angaben in Prozent; Angebot schon einmal genutzt; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

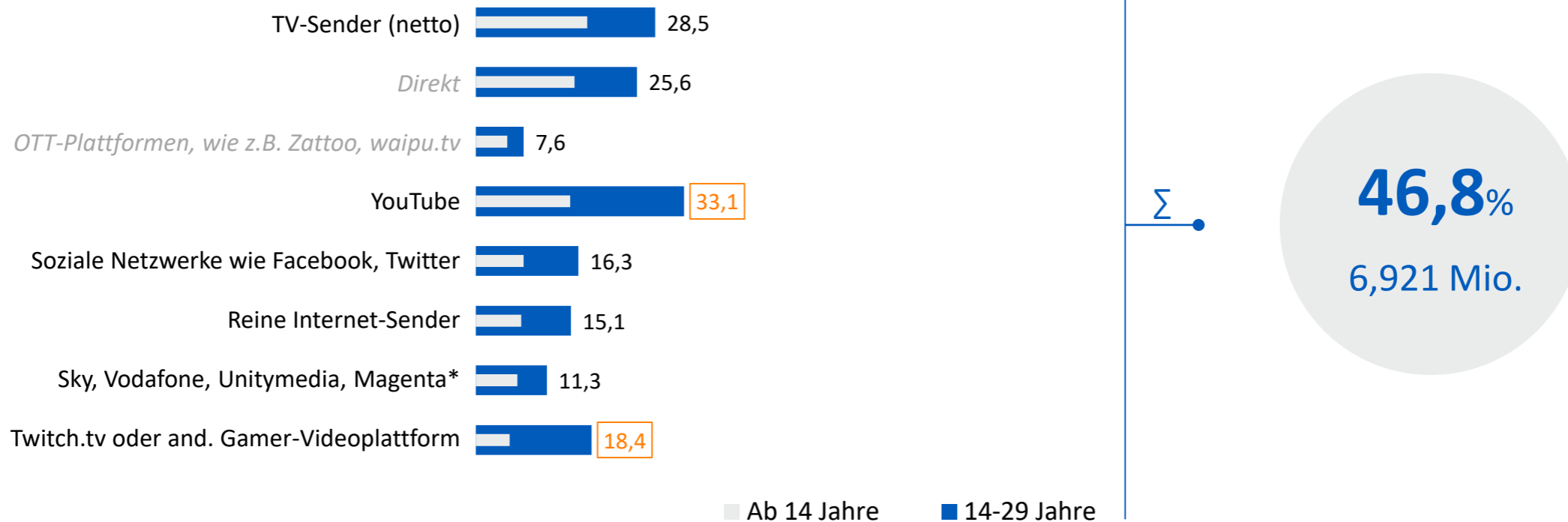
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



Livestream-Angebote – Nutzung Personen 14-29 Jahre

Alle Angebote werden anteilig deutlich häufiger von 14-29-Jährigen genutzt, insbesondere YouTube und Gamer-Plattformen.

Livestream-Angebote...



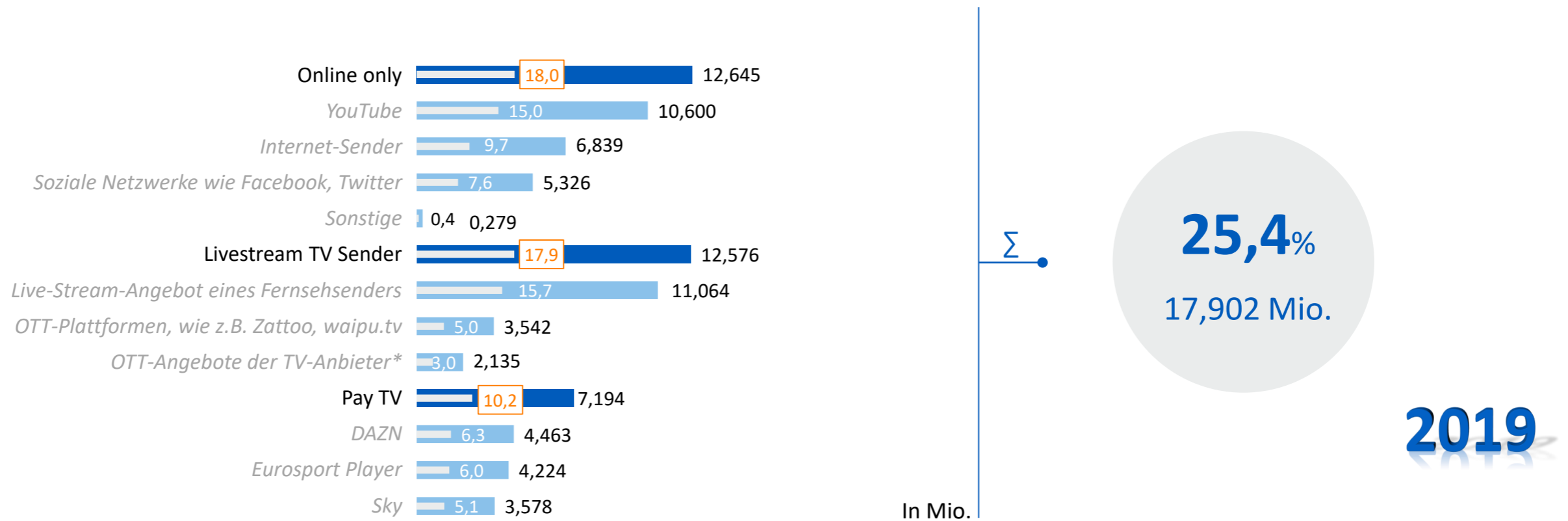
Angaben in Prozent; Angebot schon einmal genutzt; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



Livestream-Angebote kategorisiert

Online only Angebote knapp vor den Livestreams der TV-Sender. Etwa jeder Zehnte nutzt regelmäßig Livestreams über ein Pay TV Angebot.



Angaben in Prozent / Mio.; Angebot schon einmal genutzt; *Vodafone Kabel App bzw. Giga TV Net, MagentaTV App Plus, Horizon Go

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



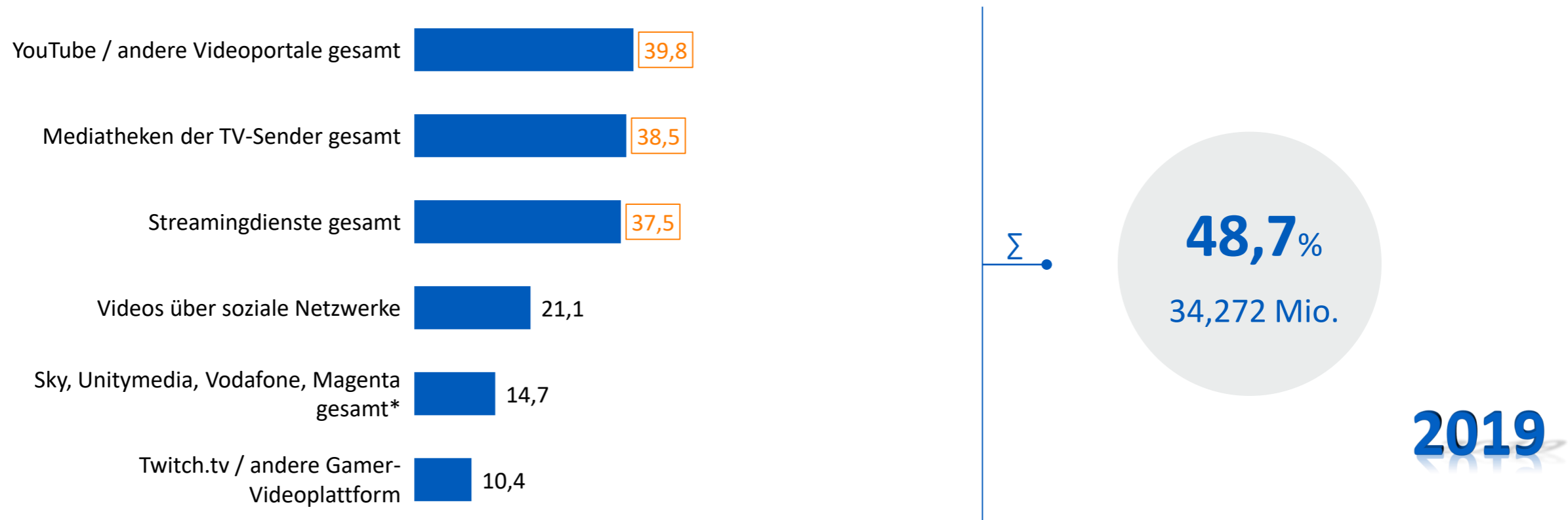
6.4

Fokus VOD-Angebote



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre

Mediatheken der TV-Sender vor Streamingdiensten und fast gleichauf mit YouTube. Die Angebote werden jeweils von deutlich mehr als einem Drittel genutzt.



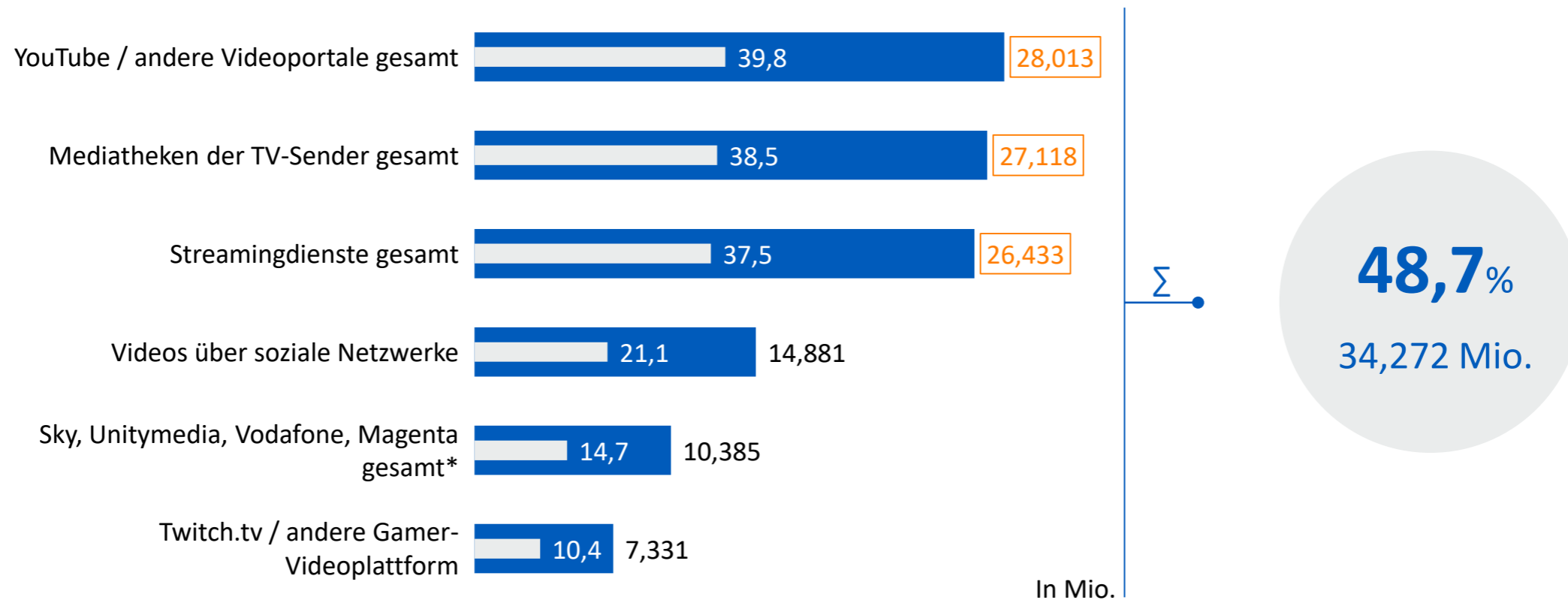
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre in Mio.

28 Mio. nutzen YouTube, die Mediatheken folgen mit ähnlich vielen Nutzern. Streamingdienste dahinter in fast gleichem Abstand.



2019

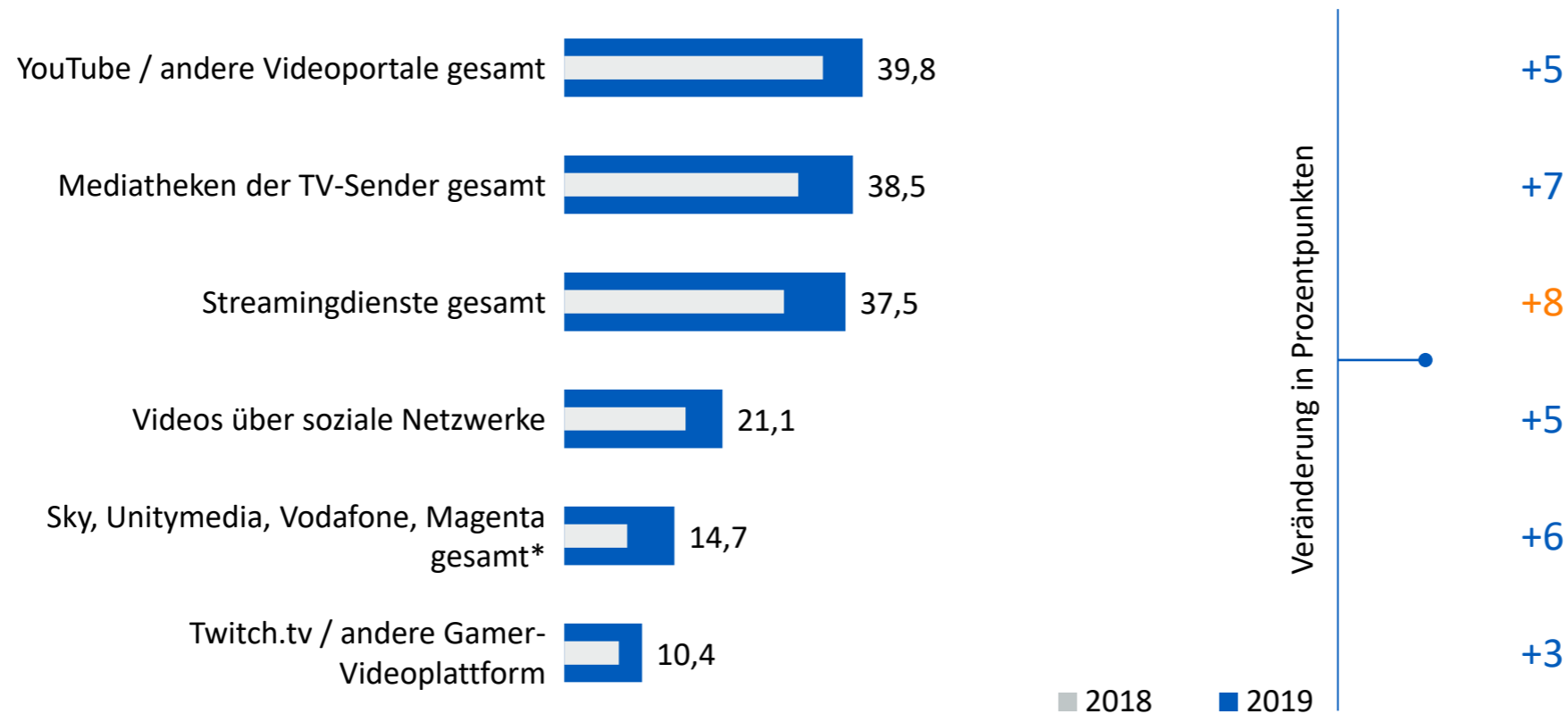
Angaben in Prozent / Mio.; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre im Trend

Die Nutzung steigt bei allen Angeboten. Am stärksten wachsen die Streamingdienste mit plus 8 Prozentpunkten.



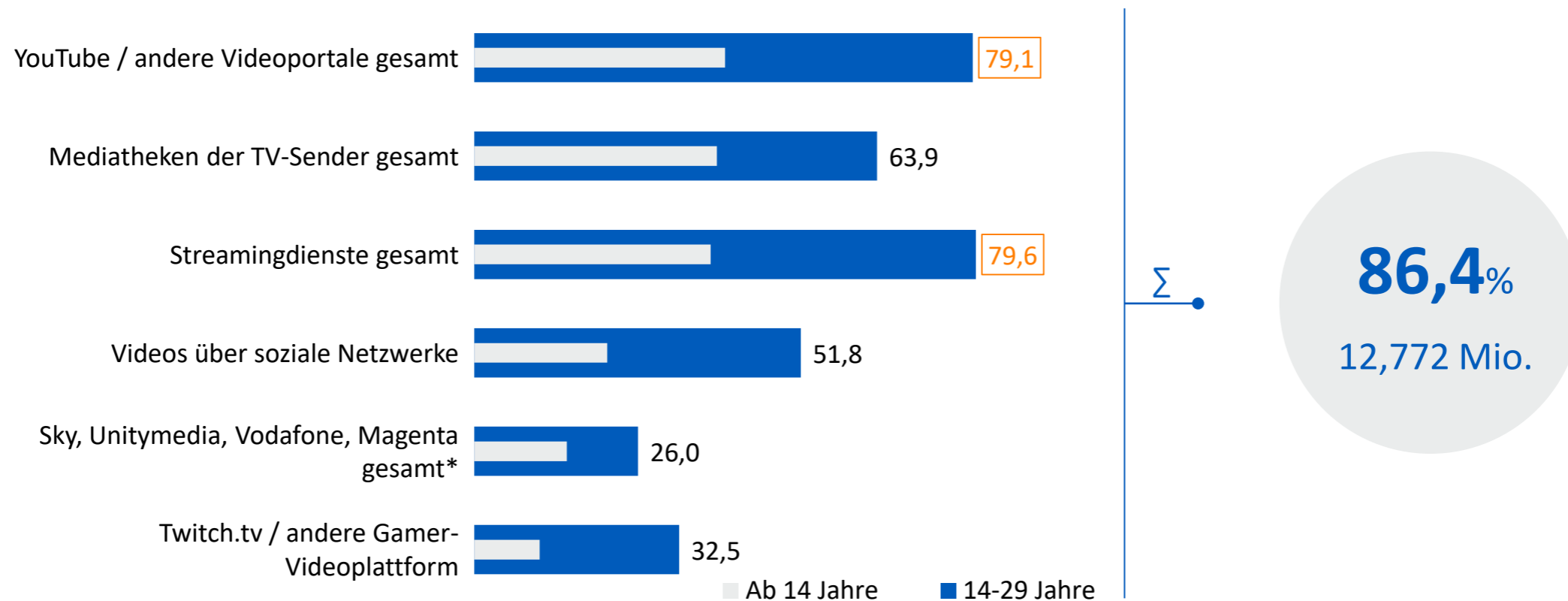
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen 14-29 Jahre

14-29-Jährige nutzen VOD in deutlich stärkerem Ausmaß. Streamingdienste und YouTube vorne: Beides wird von fast 80% in dieser Altersgruppe genutzt.



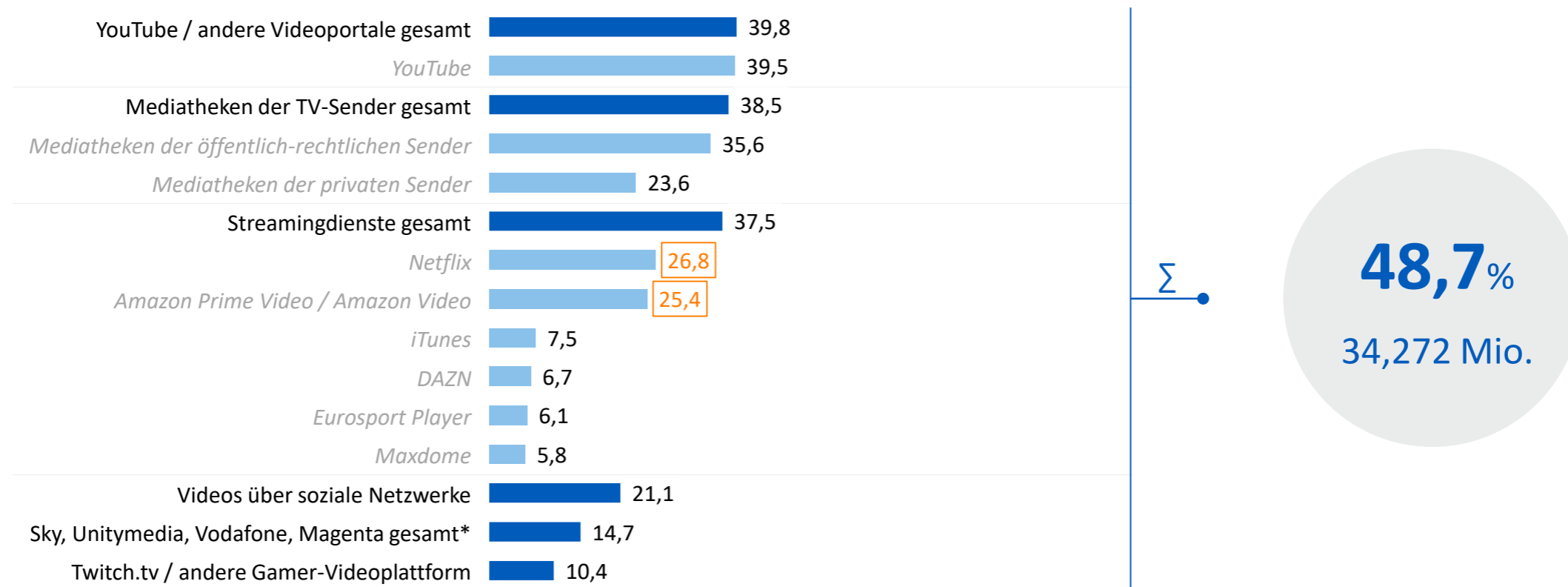
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre

YouTube vor den Mediatheken, gefolgt von Streamingdiensten. Netflix liegt knapp vor Amazon: Beide Dienste werden von etwa jedem Vierten genutzt.



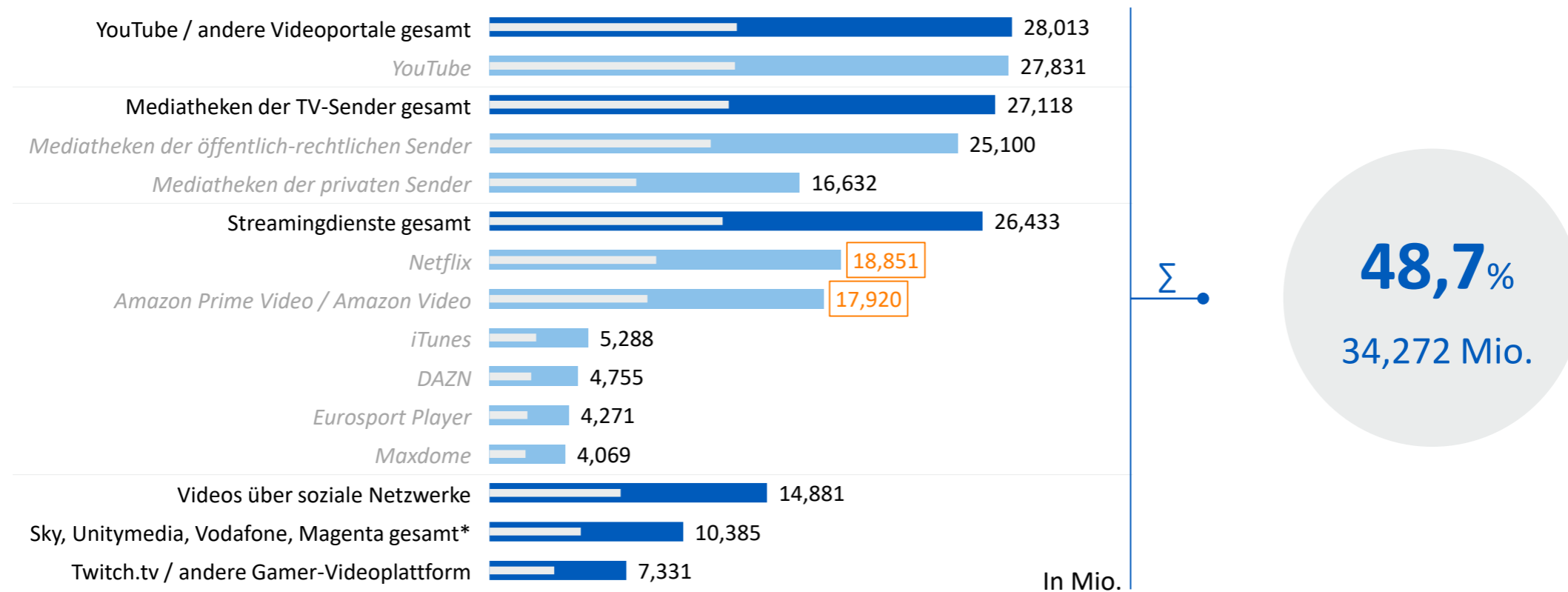
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre in Mio.

Auch in absoluten Zahlen liegen Amazon und Netflix dicht beieinander und rangieren auf Platz 3 hinter YouTube und den Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender.



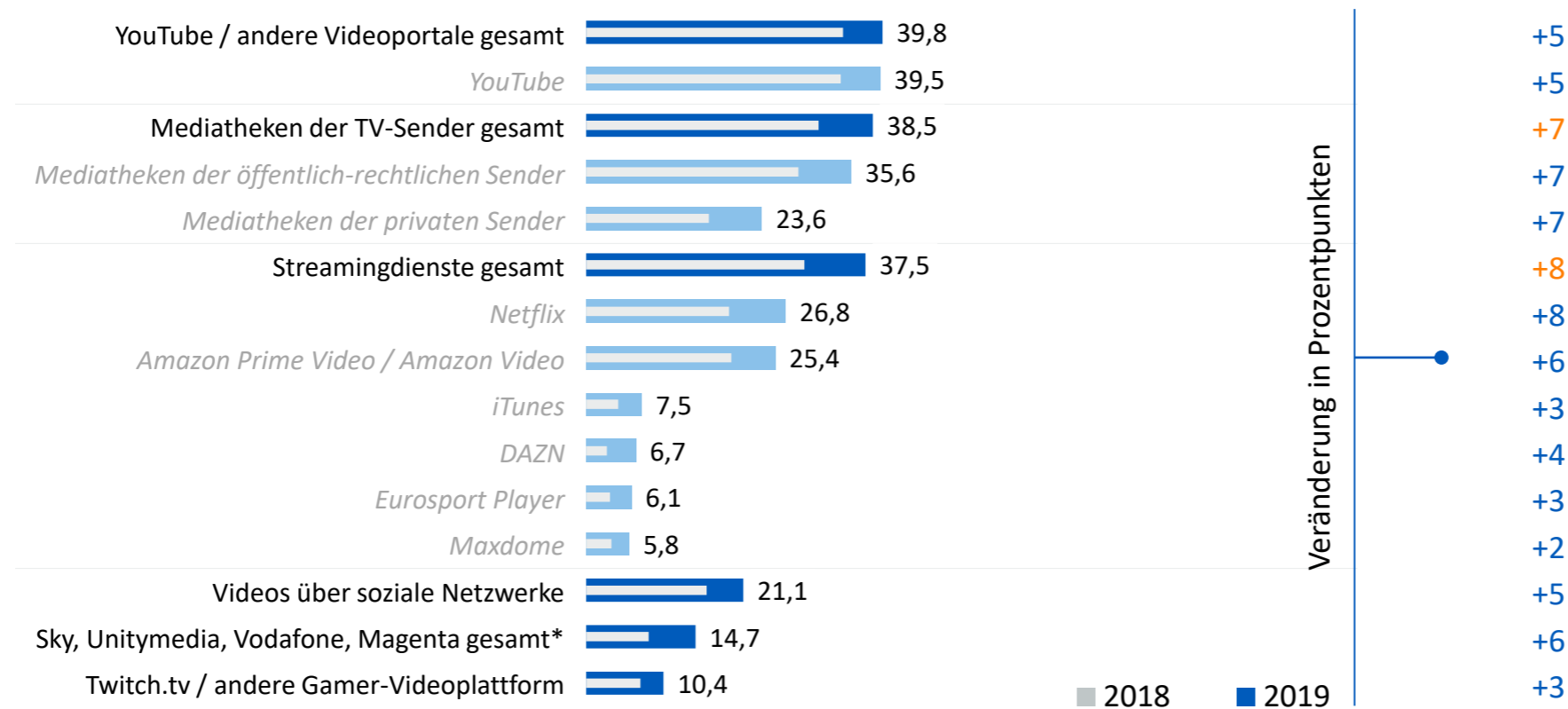
Angaben in Prozent / Mio.; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre im Trend

Zuwachs bei allen VOD-Angeboten, insbesondere bei Streamingdiensten und den Mediatheken.



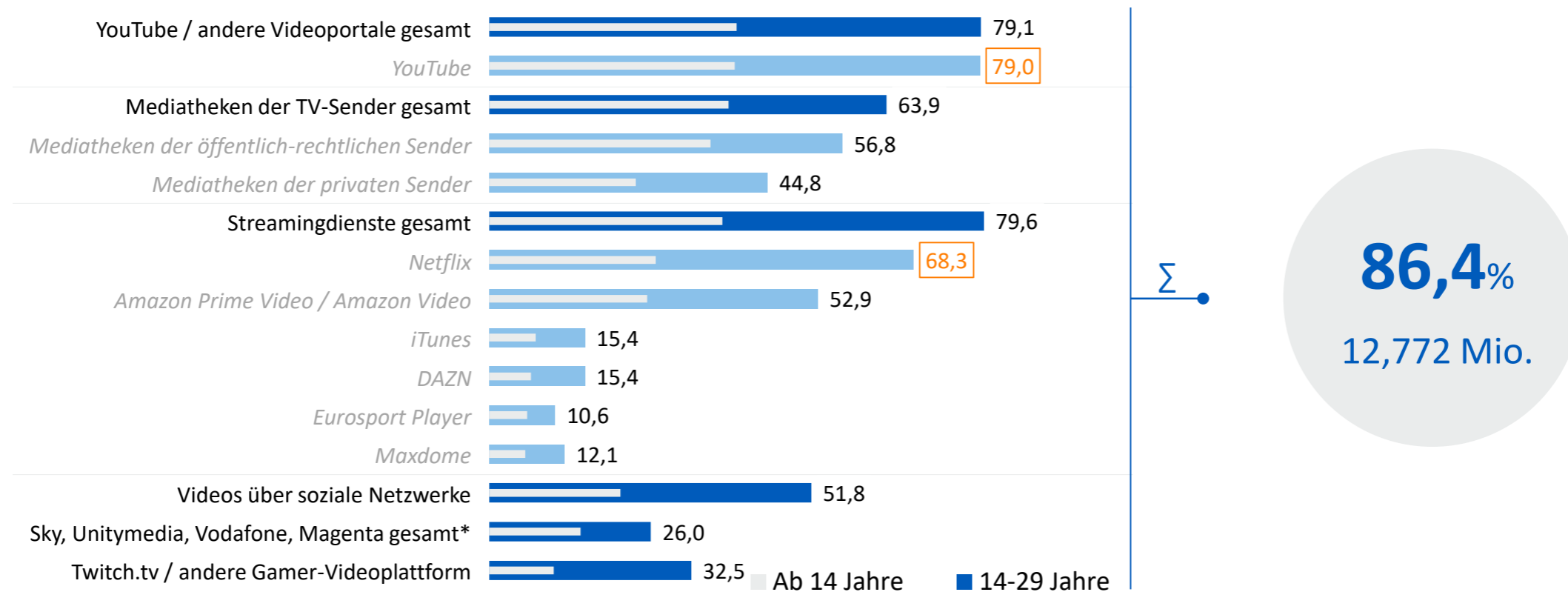
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen 14-29 Jahre

Bei 14-29-Jährigen nutzen bereits zwei von drei Netflix. Nur YouTube kann in dieser Altersgruppe mehr Nutzer auf sich vereinen.



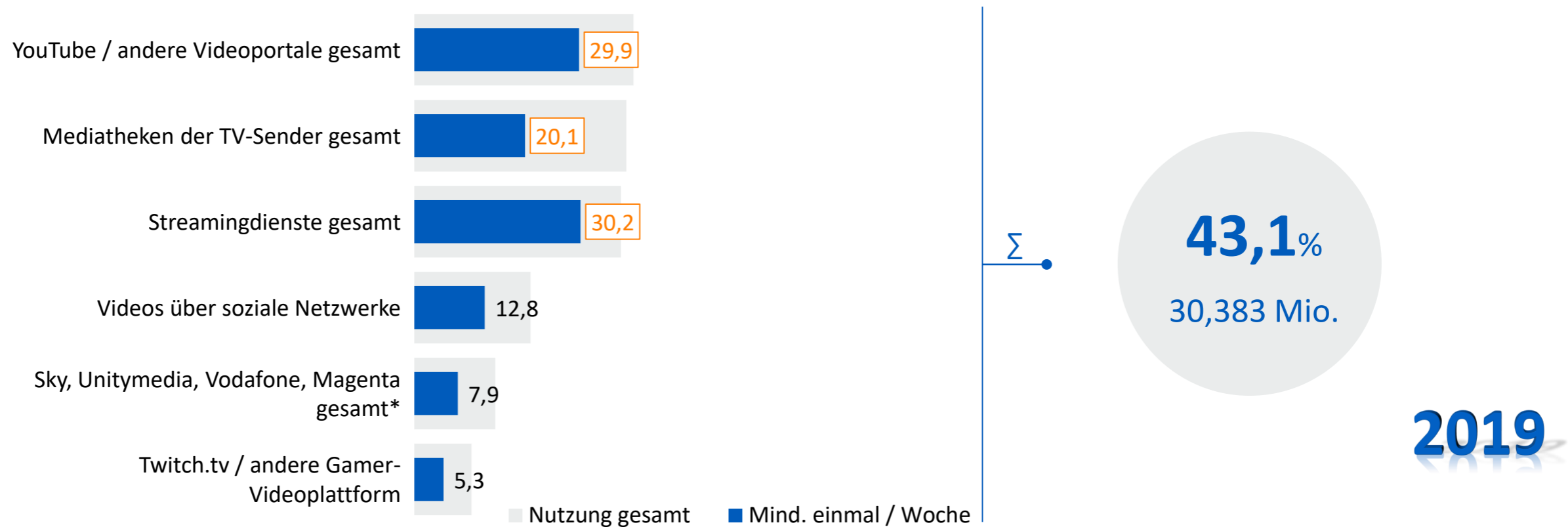
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – ab 14 Jahre

Streamingdienste und YouTube Kopf-an-Kopf bei häufiger Nutzung. Die Mediatheken nutzt etwa jeder Fünfte mind. 1x pro Woche.



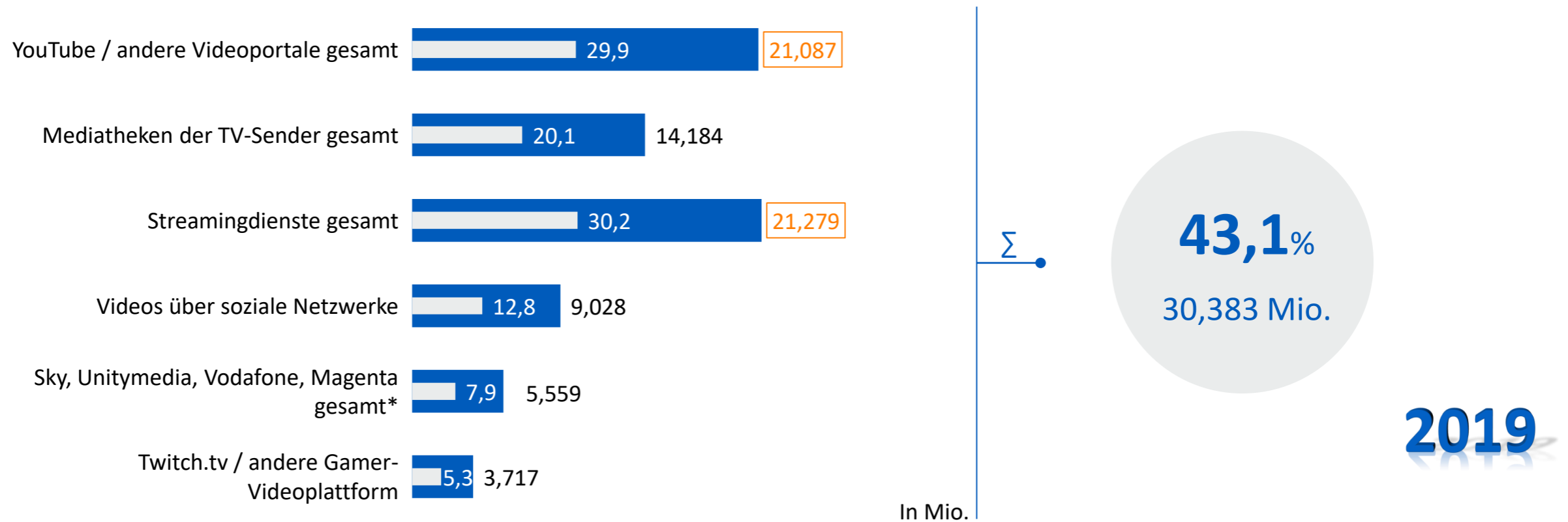
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – ab 14 J. in Mio.

Auch in absoluten Zahlen liegen Streamingdienste und YouTube eng beieinander: Beide kommen auf ca. 21 Mio. (mindestens) wöchentliche Nutzer.



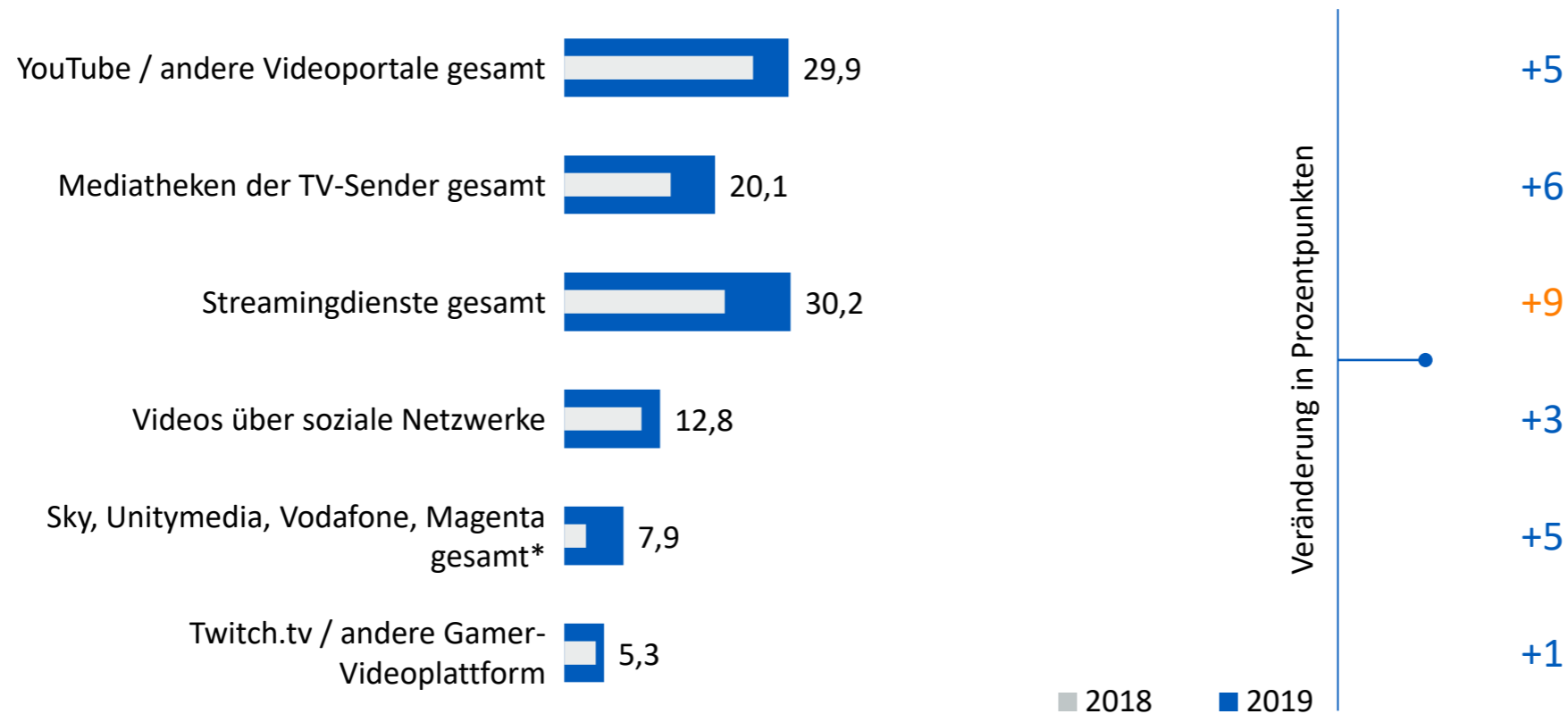
Angaben in Prozent / Mio.; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – ab 14 J. im Trend

Zuwachs in allen Kategorien. Streamingdienste wachsen mit plus 9 Prozentpunkten am stärksten.



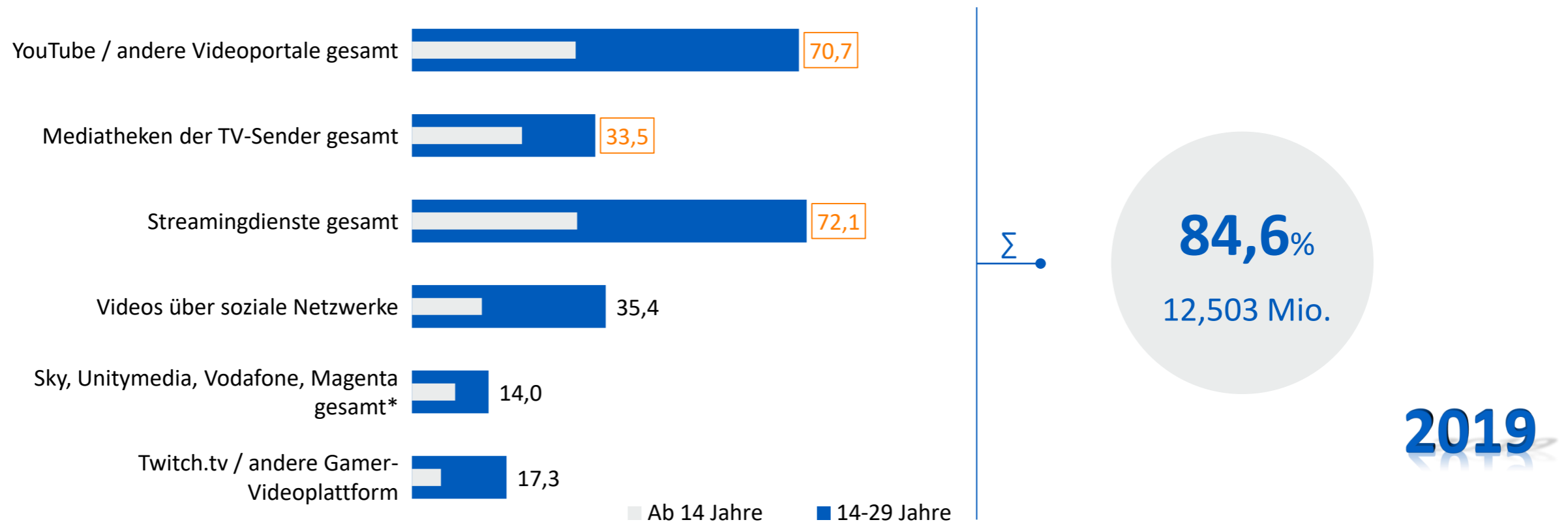
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – 14-29 Jahre

Mehr als 70% der 14-29-Jährigen nutzen mind. 1x pro Woche einen Streamingdienst oder YouTube. Mediatheken werden von etwa einem Drittel in dieser Frequenz genutzt.



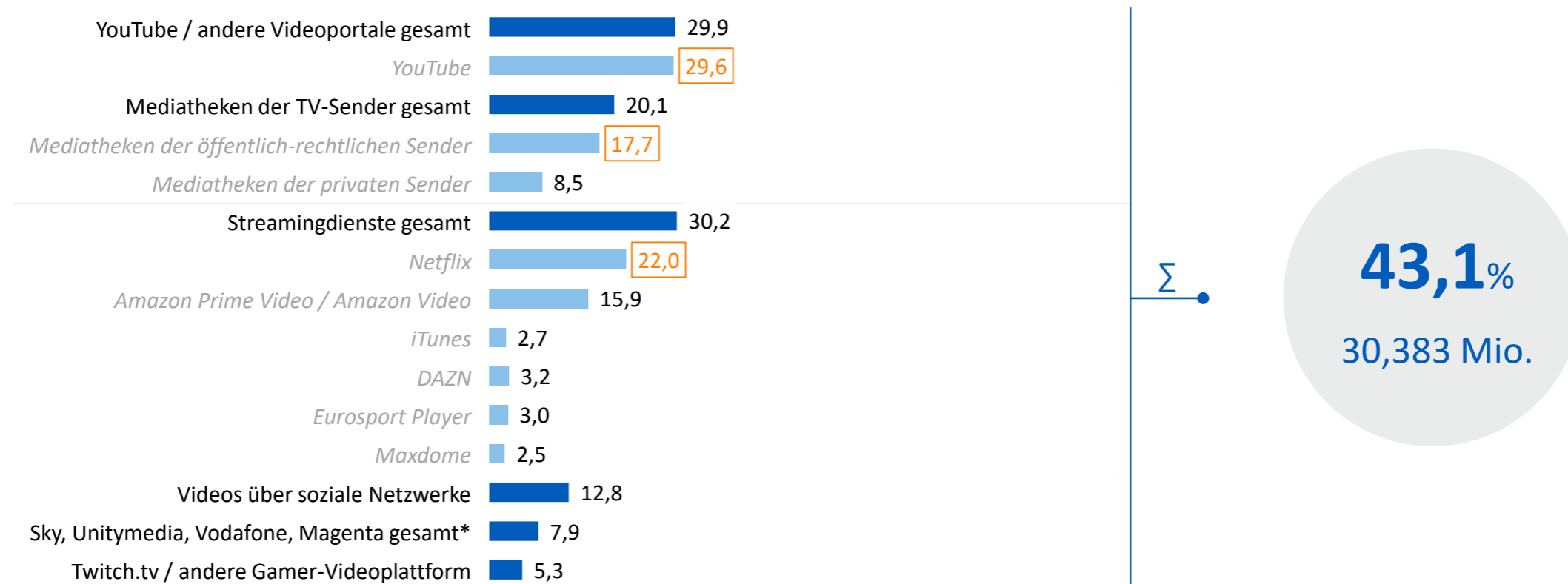
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen ab 14 Jahre

YouTube vorne, gefolgt von Netflix. Zwei von zehn nutzen die Mediatheken der TV-Sender einmal pro Woche, dabei deutlich häufiger die öffentlich-rechtlichen Angebote.



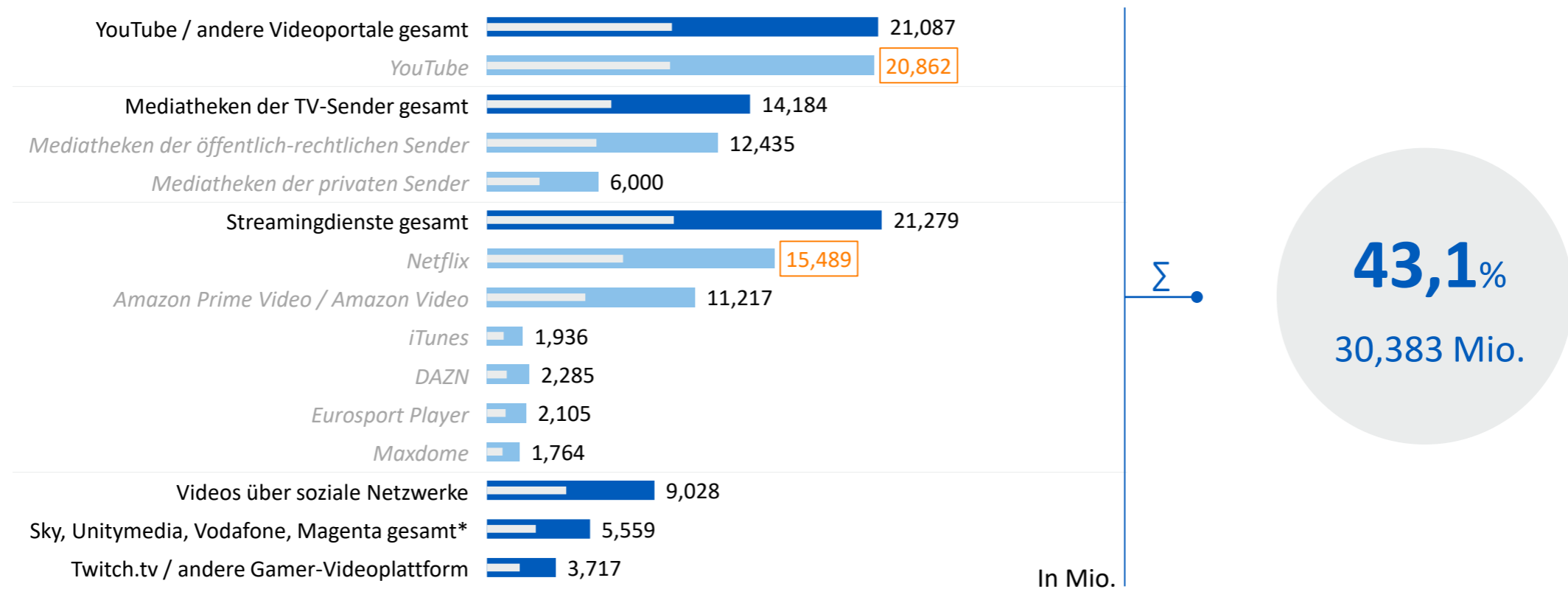
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen ab 14 Jahre in Mio.

Mehr als 15 Mio. schauen mindestens einmal pro Woche Videoinhalte auf Netflix. Damit liegt Netflix auf Platz 2 hinter YouTube und vor den Mediatheken.



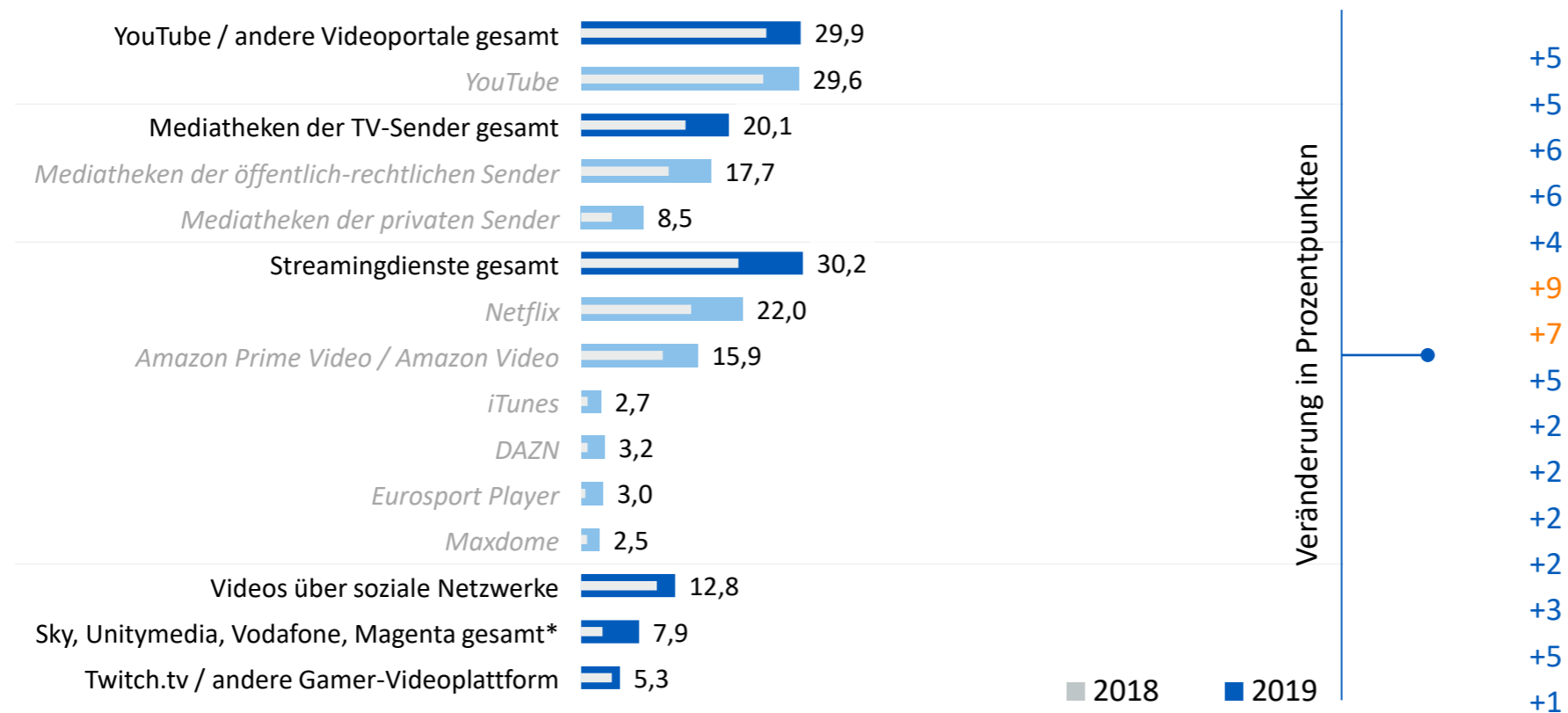
Angaben in Prozent / Mio.; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen ab 14 Jahre im Trend

Starker Zuwachs bei Streamingdiensten, allen voran Netflix. Auch YouTube, die Mediatheken und die TV-Plattform-Angebote werden häufiger regelmäßig genutzt.



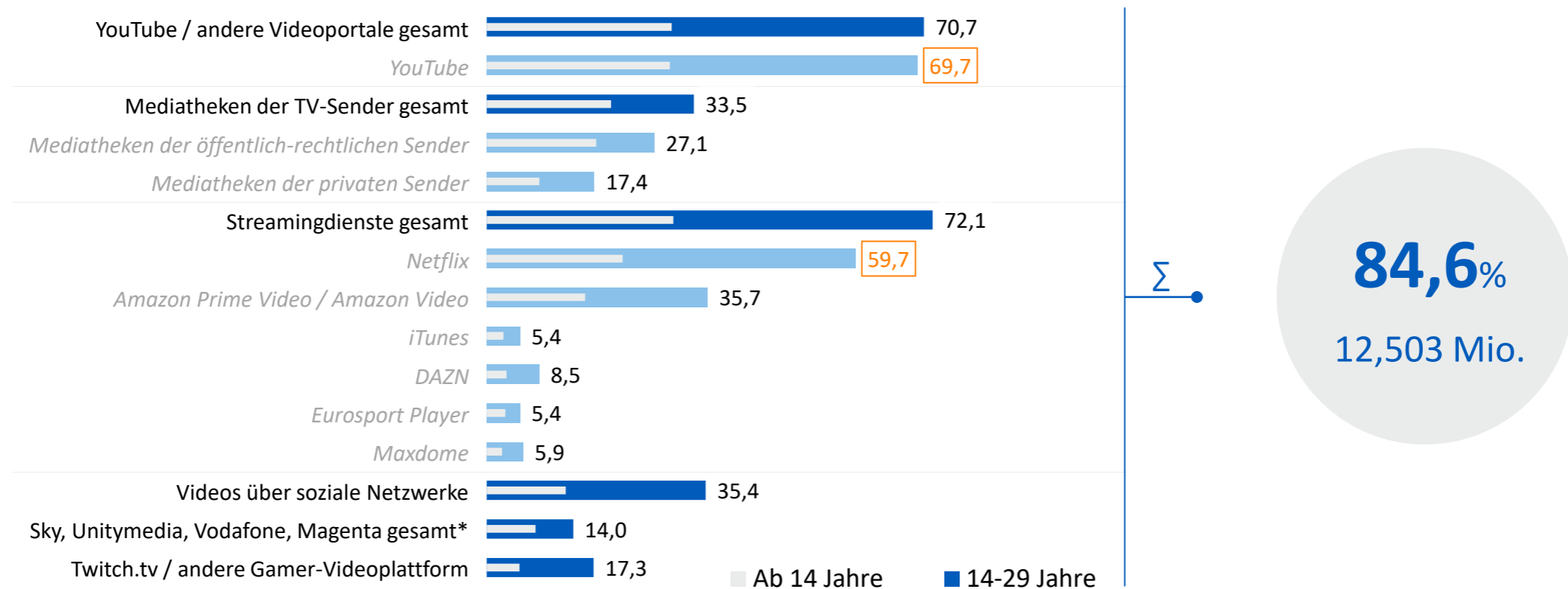
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen 14-29 Jahre

Bei den unter 30-Jährigen Netflix deutlich vor Amazon, das knapp vor den Mediatheken liegt. YouTube insgesamt am beliebtesten.



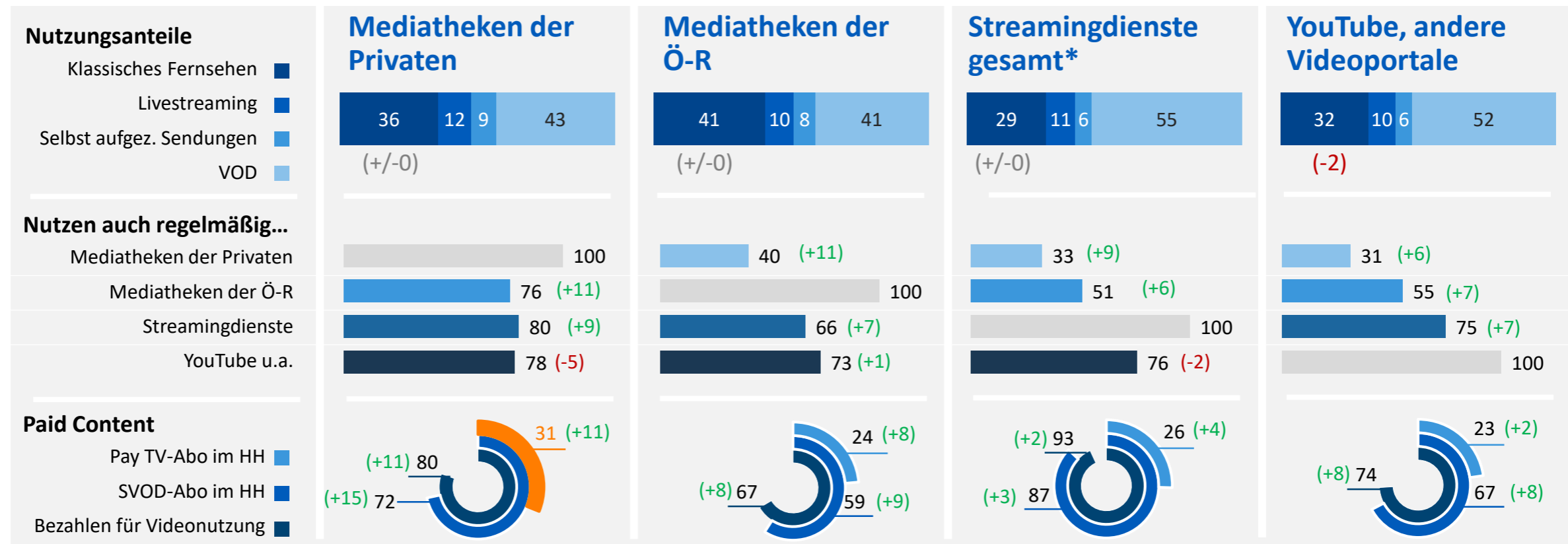
Angaben in Prozent; *Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



Regelmäßige VOD-Nutzer im Vergleich: Nutzungsanteile / Pay

Unter Nutzern der Mediatheken der privaten Sender hat fast jeder Dritte auch ein Pay-TV Abo im Haushalt.

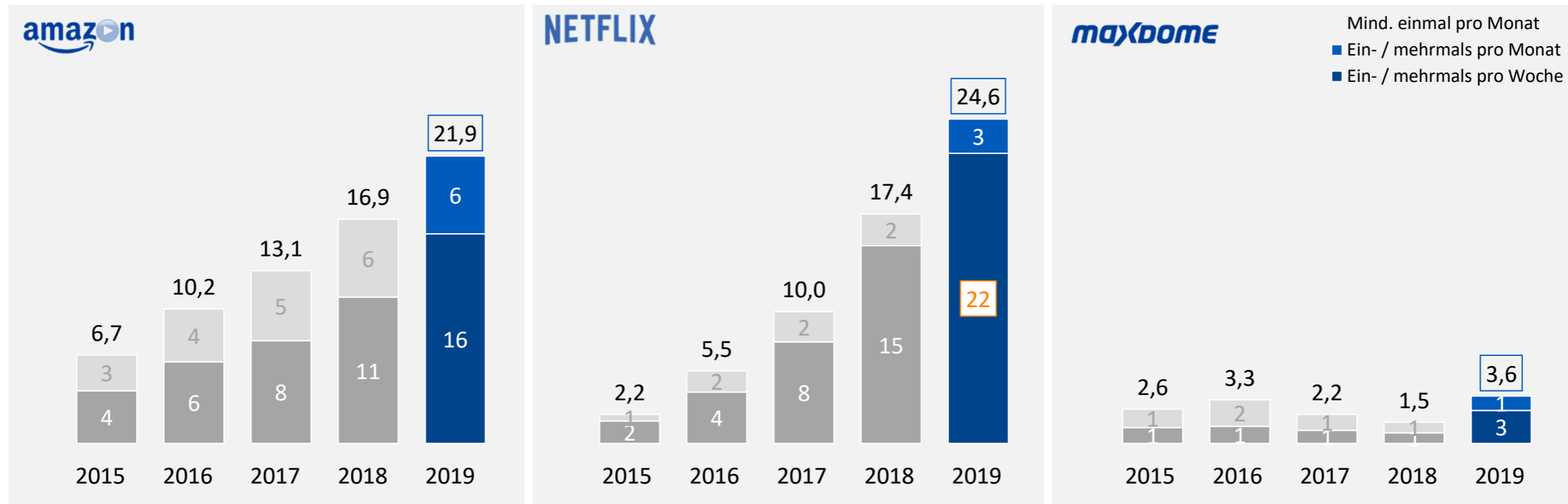


Angaben in Prozent; regelmäßige Nutzung = mind. einmal pro Monat; Pay TV-Abo = „klassisches“ Pay TV von Sky, Telekom, Unitymedia, Vodafone u.a.; *Amazon Video, Netflix, maxdome, Videoload, DAZN u.a.; Werte in Klammern: Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr in Prozentpunkten; Basis: 10,025 Mio. / 18,845 Mio. / 24,597 Mio. / 25,002 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat eine Mediathek der Privaten (n=1.002) / der öffentlich-rechtlichen TV-Sender (n=2.323) / eine Online-Videothek (n=2.389) / YouTube oder ein anderes Videoportal nutzen (n=2.538)



Nutzung Amazon Video, Netflix, maxdome im Trend

Netflix und Amazon mit starkem Wachstum. Mehr als jeder Fünfte nutzt Netflix mindestens einmal pro Woche.



Angaben in Prozent

Basis: 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083), davon 19,089 / 22,732 / 25,083 / 29,379 / 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=3.641)

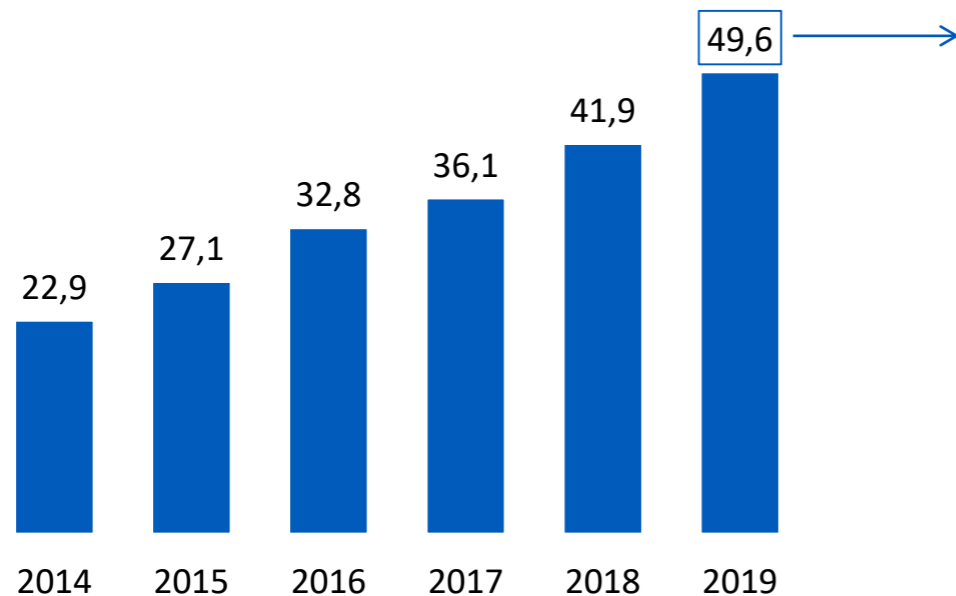


Nutzung VOD-Angebote: Kostenfrei vs. kostenpflichtig

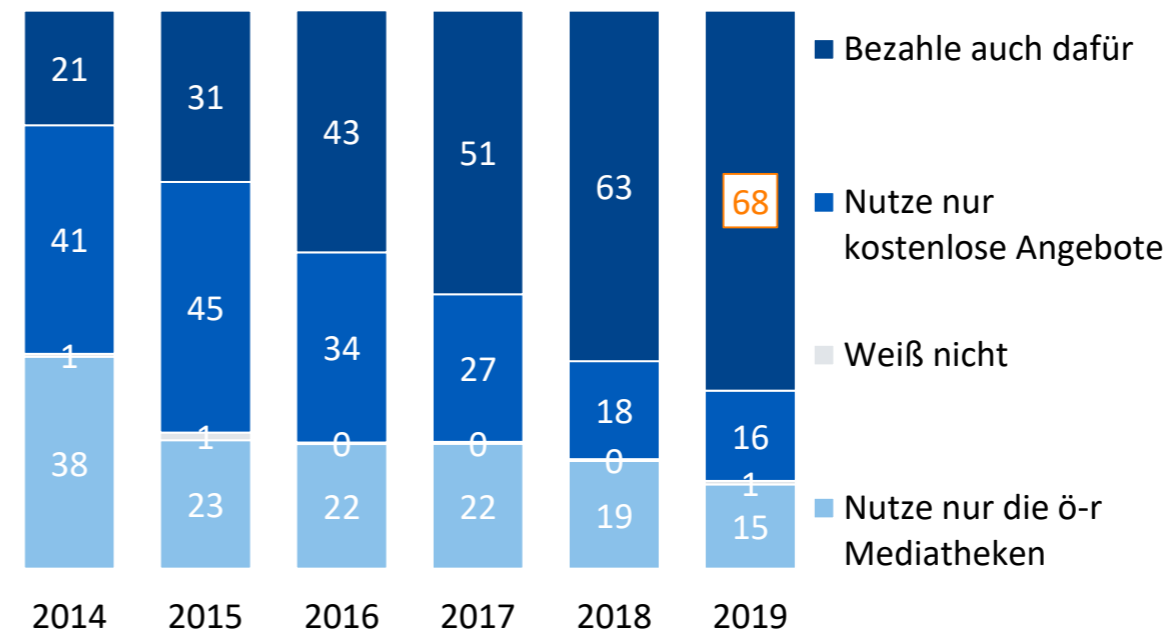
Der Anteil der Bezahlnutzer steigt erneut an: Etwa zwei von drei regelmäßigen Nutzern zahlen auch für VOD-Inhalte.



Entwicklung regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)



Kostenfreie vs. kostenpflichtige Nutzung*



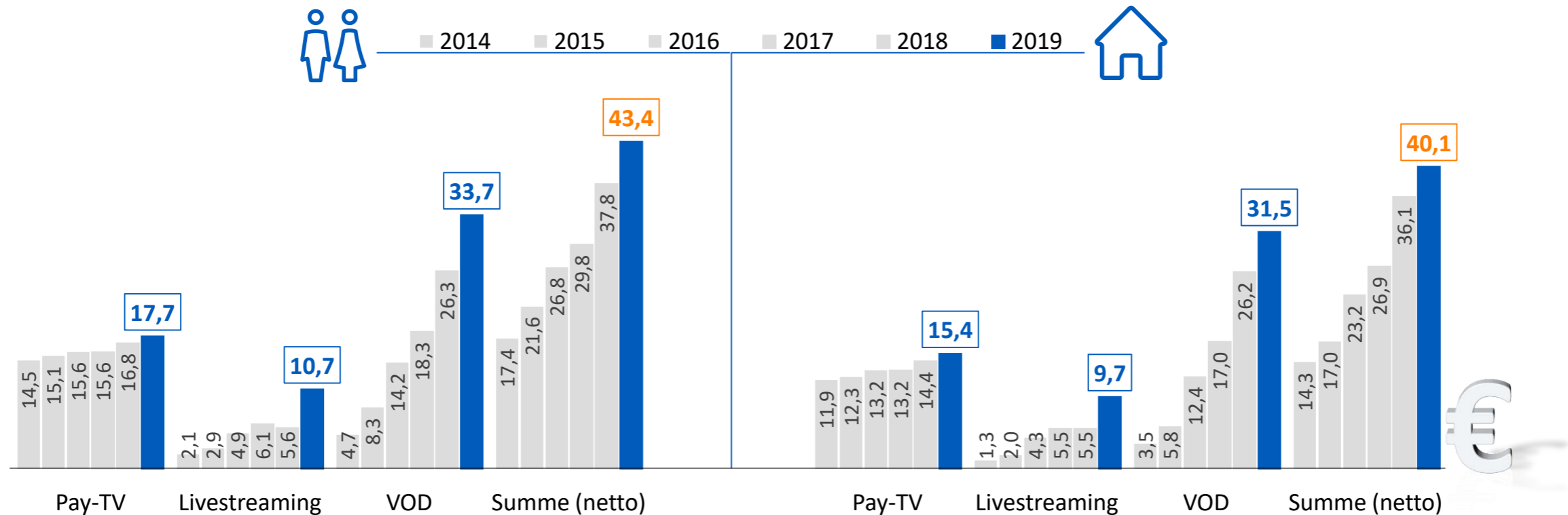
Angaben in Prozent; *SVOD-Abos erst ab 2018 für jeden Dienst einzeln erhoben (bis 2017 nur pauschal für alle Angebote)

Basis: 16,113 / 19,089 / 22,732 / 25,083 / 29,379 / 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=3.641)



Überblick kostenpflichtige Nutzung*

In etwa zwei von fünf Haushalten werden kostenpflichtige OTT-Angebote oder Pay-TV genutzt. Größtes Wachstum bei kostenpflichtigem Livestreaming und VOD.



Angaben in Prozent; *SVOD-Abos erst ab 2018 für jeden Dienst einzeln erhoben (bis 2017 nur pauschal für alle Angebote)

Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre // 39,866 / 40,072 / 39,372 / 39,672 / 40,219 / 40,350 Mio. Haushalte in Deutschland (n=7.083)



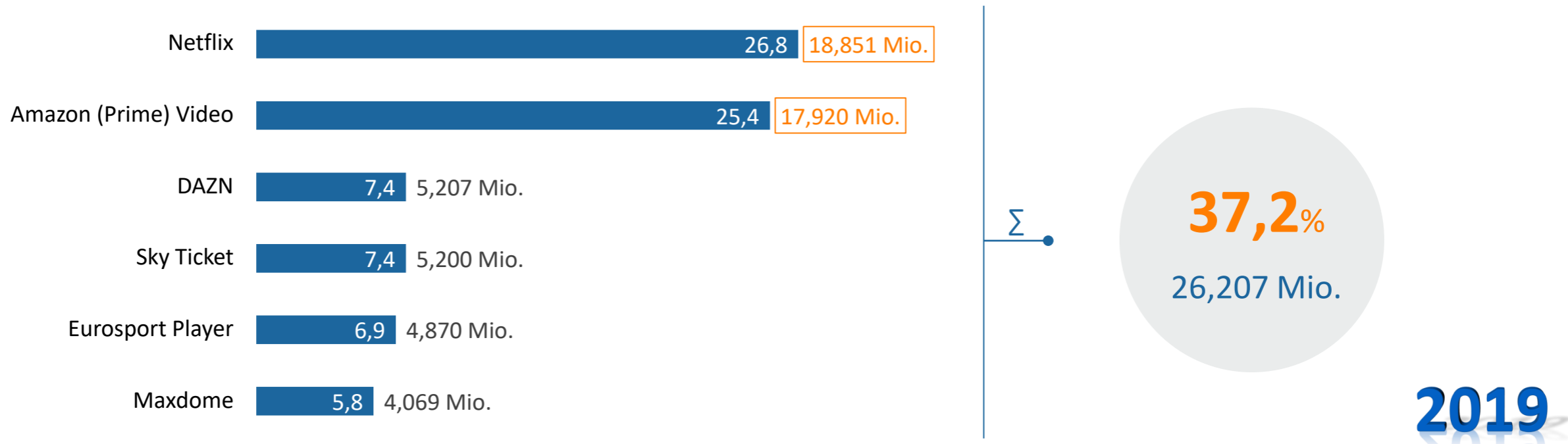
6.5

Fokus Streamingdienste / SVOD-Abos



Fokus SVOD: Nutzung Streamingdienste

Mehr als ein Drittel der Personen in Deutschland nutzen zumindest selten einen Streamingdienst. Netflix mit fast 19 Mio. Nutzern vorne, dicht gefolgt von Amazon.



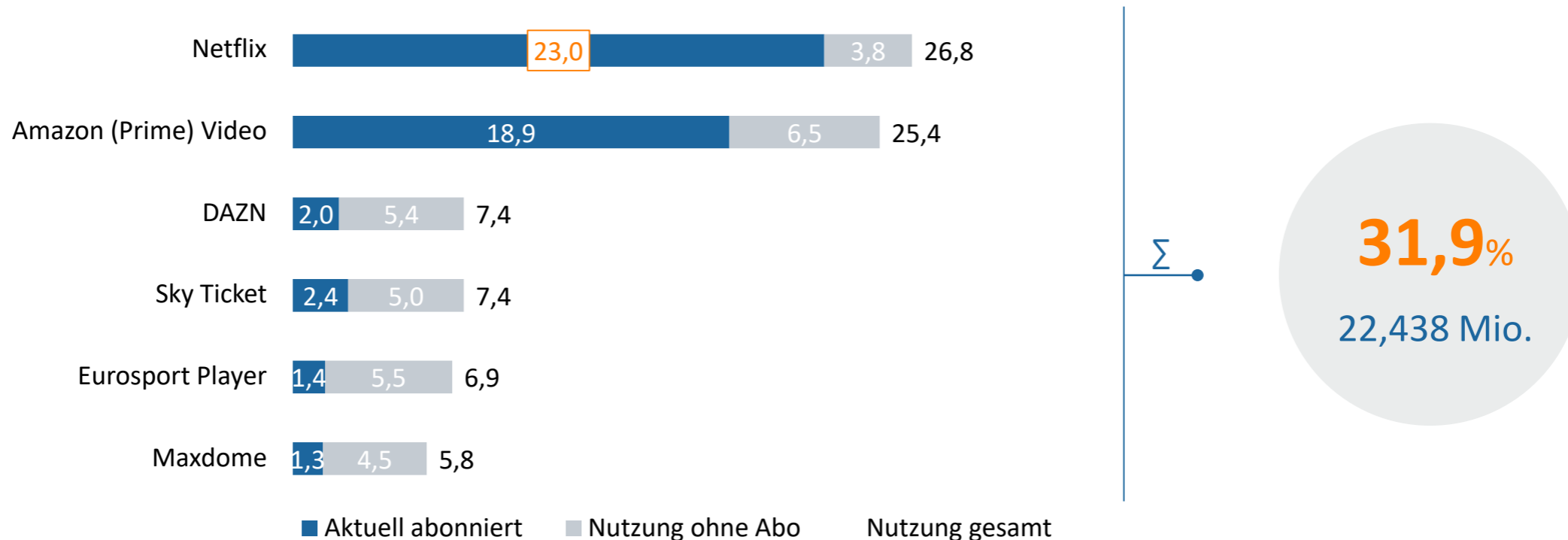
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=4.004)



Fokus SVOD: Streamingdienste abonniert

Etwas weniger als jeder Dritte hat mindestens einen Streamingdienst auch aktuell abonniert. Auch hier liegt Netflix vorne: Fast jeder Vierte hat Netflix im Abo.



2019

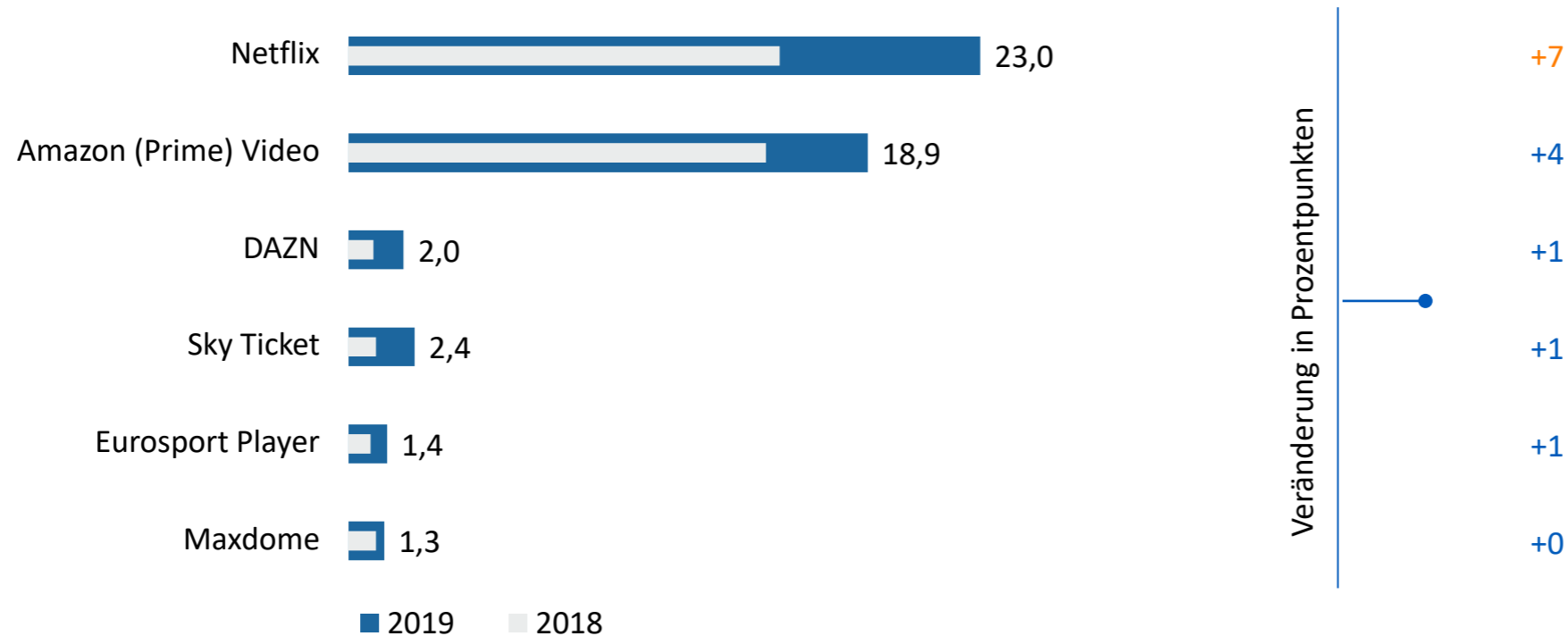
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=4.004)



Fokus SVOD: Streamingdienste aktuell abonniert im Trend

Insgesamt steigen die Abo-Zahlen von Netflix am stärksten.



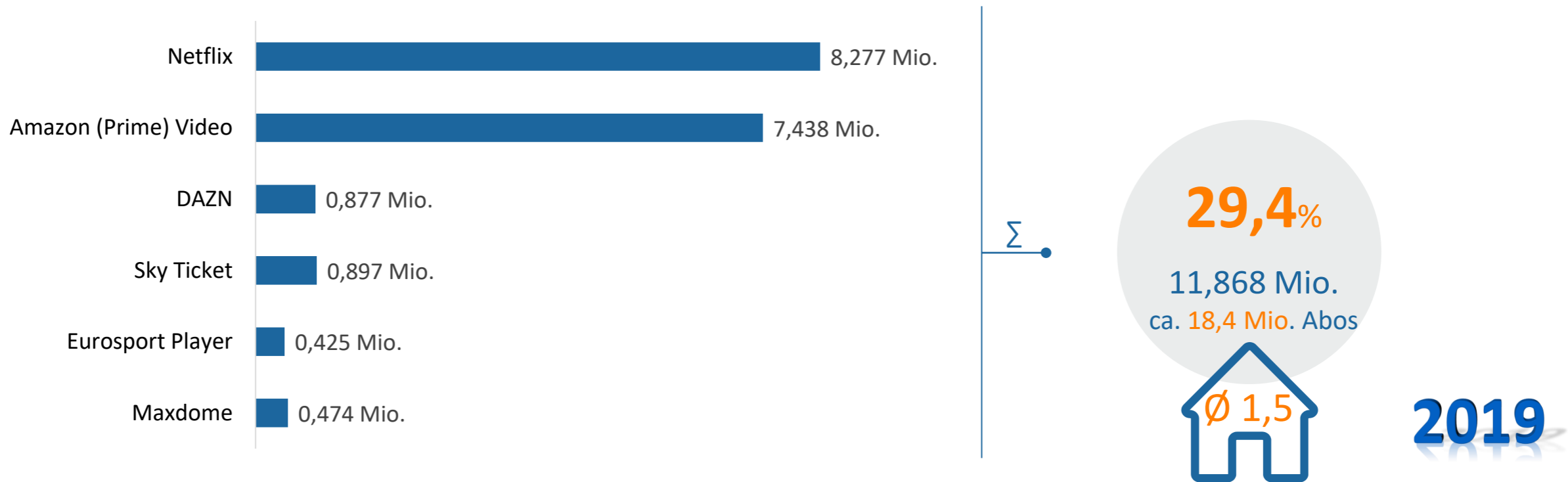
Angaben in Prozent

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.501 / n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (32,470 / 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.791 / n=4.004)



Fokus SVOD: Streamingdienste abonniert - Haushalte

Auf Haushalte bezogen, gibt es derzeit mehr als 18 Mio. SVOD-Abos. Die tatsächliche Abzahl bei Amazon und Netflix liegt aufgrund geteilter Accounts wahrscheinlich etwas niedriger.



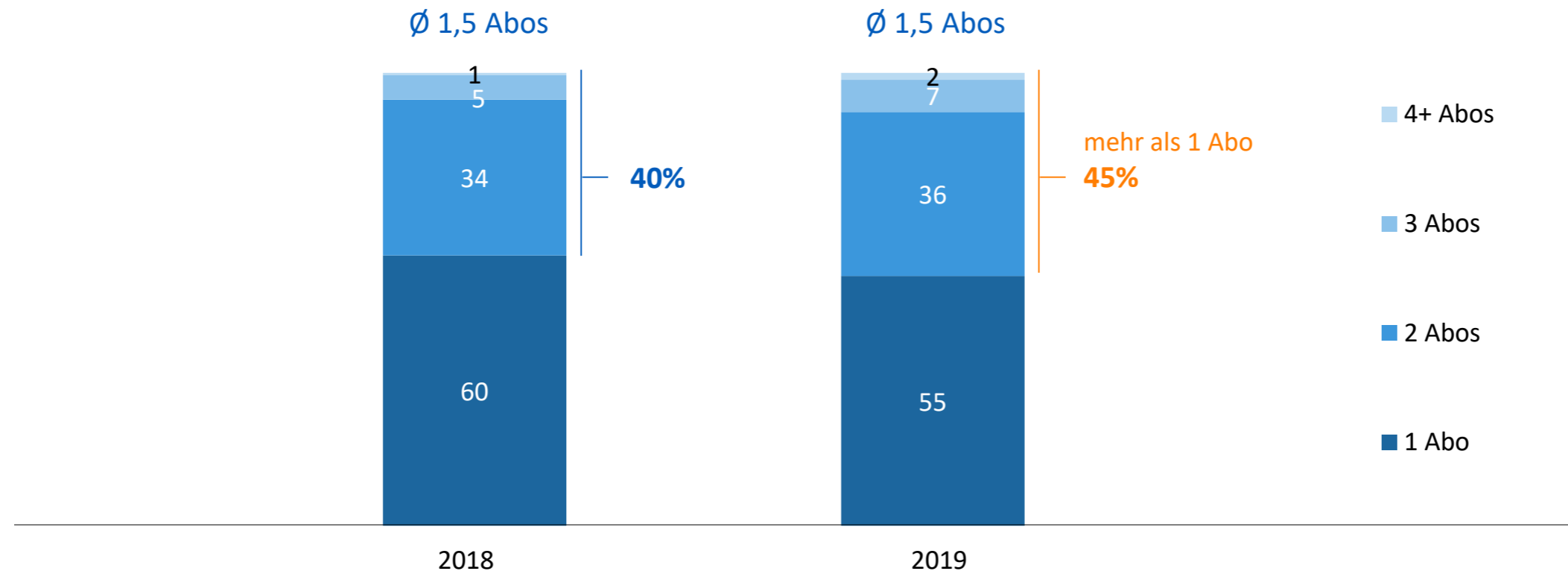
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 40,350 Mio. Haushalte in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=4.004)



Fokus SVOD: Anzahl pro HH nach SVOD-Abo im Trend

In den Haushalten mit SVOD Abo steigt der Anteil derer, die mehr als ein Abo nutzen. Fast jeder zehnte dieser Haushalte nutzt 3 oder mehr Abos.

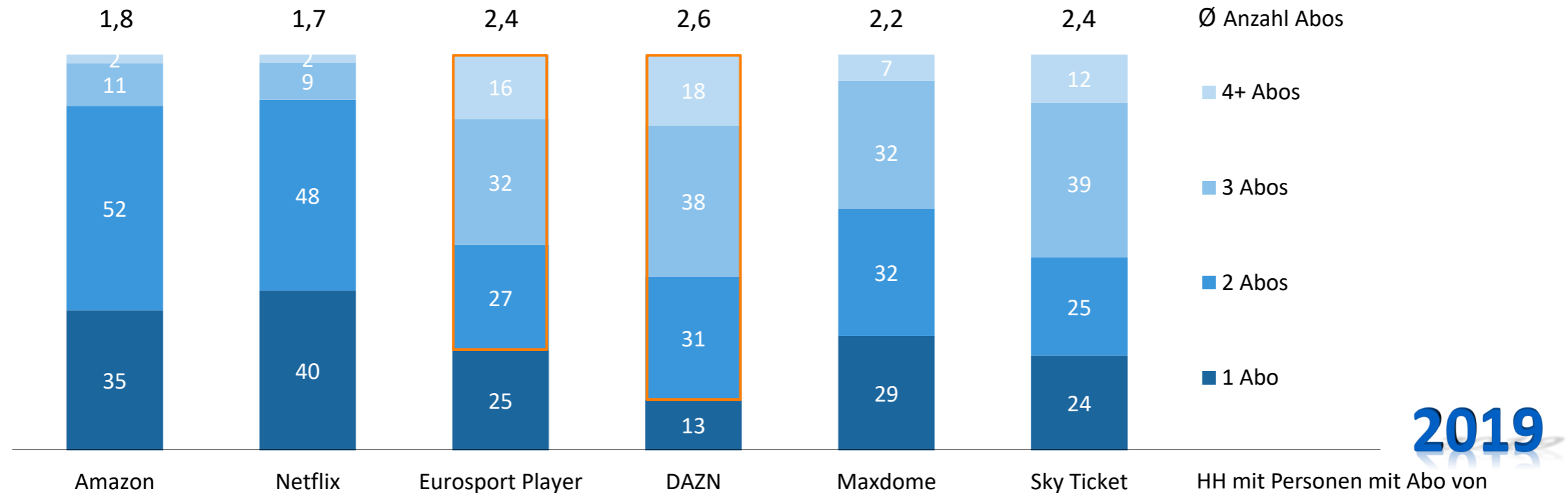


Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 9,512 / 11,868 Mio. Haushalte in Deutschland mit mindestens einer Person mit Zugang zu einem SVOD-Abo (n=1.804 / n=2.147)



Fokus SVOD: Streamingdienste abonniert – Anzahl pro HH nach SVOD-Abo

Sport vermutlich oft mit Filmen und Serien kombiniert: Insbesondere Nutzer, die Eurosport Player oder DAZN abonniert haben, verfügen über zwei oder mehr SVOD-Abos im Haushalt.



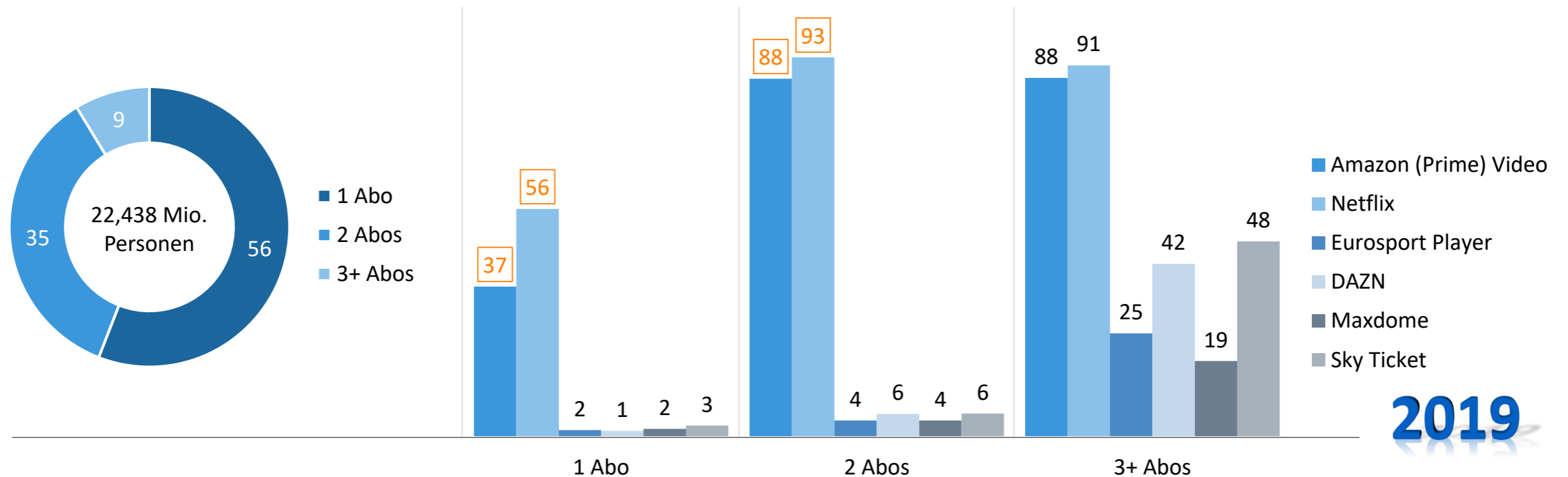
2019

Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 11,868 Mio. Haushalte in Deutschland mit mindestens einer Person mit Zugang zu einem SVOD-Abo (n=2.147)



Fokus SVOD: Zugang zu Streamingdienst-Abos – Personen

An Netflix und Amazon kommt kaum jemand vorbei: Falls ein oder zwei Abos im Haushalt vorhanden, ist mindestens eins der beiden Angebote mit hoher Sicherheit vertreten.



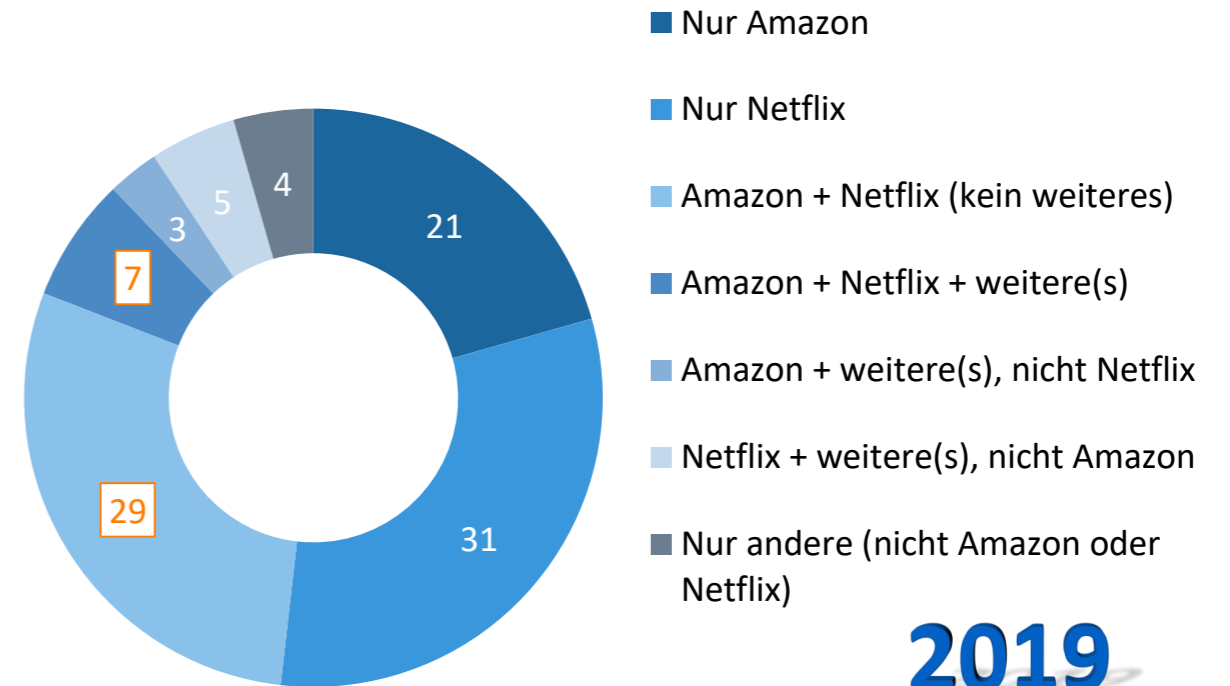
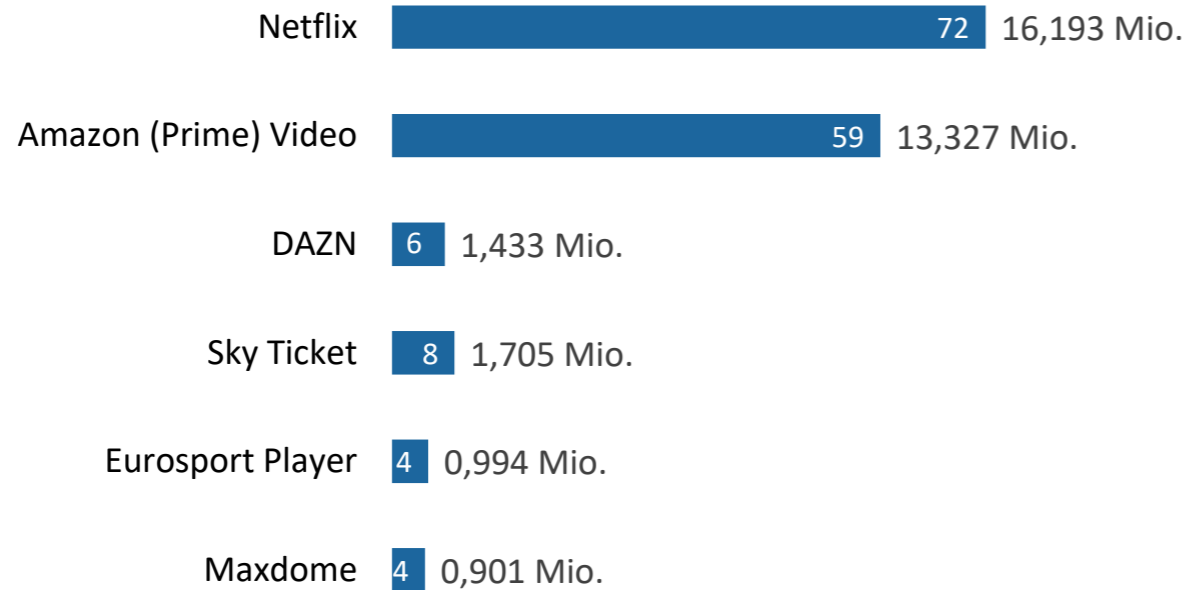
Angaben in Prozent

Basis: 22,438 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland mit Zugang zu mindestens einem SVOD-Abo (n=2.147)



Fokus SVOD: Zugang zu Streamingdienst-Abos / -Kombis – Personen

Mehr als ein Drittel hat Zugang sowohl zu Netflix als auch Amazon, nahezu ein weiteres Drittel hat ausschließlich Netflix abonniert, jeder Fünfte nur Amazon.



2019

Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 22,438 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland mit Zugang zu mindestens einem SVOD-Abo (n=2.147)



6.6

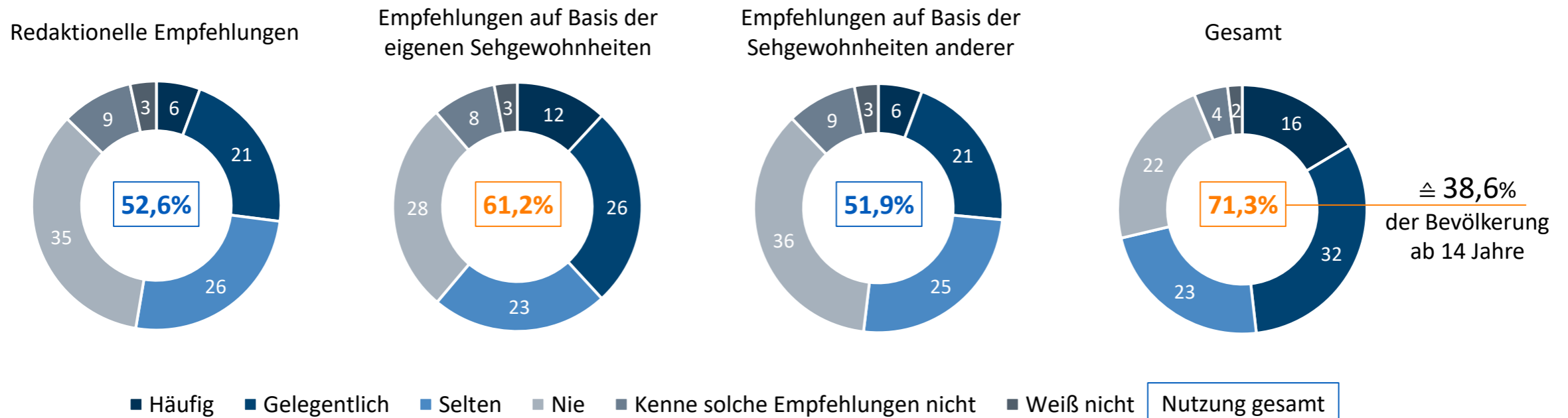
Fokus Empfehlungssysteme



Nutzung von Empfehlungen

Mehr als 70% der monatlichen OTT-Nutzer folgen zumindest selten Empfehlungen, am häufigsten solchen, die auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten erstellt werden.

54,2% der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens einmal im Monat OTT Content an irgendeinem Gerät: **38,164 Mio.**



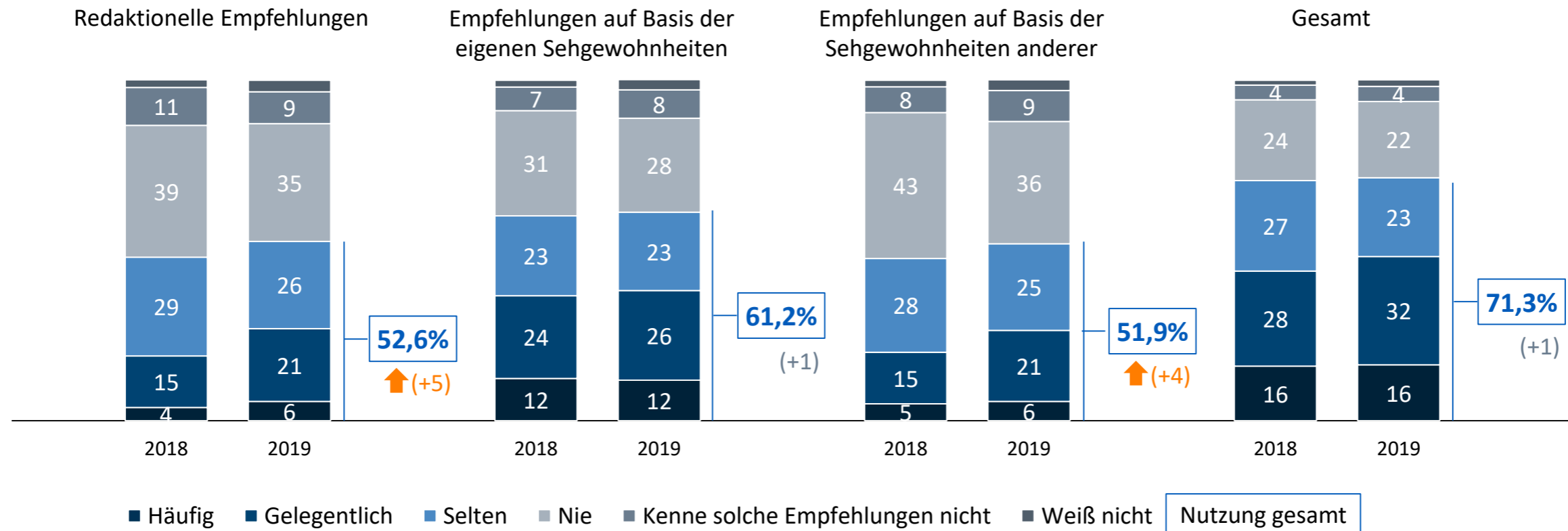
Angaben in Prozent

Basis: 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (alle Geräte; n=4.004)



Nutzung von Empfehlungen im Trend

Häufigere Nutzung insbesondere von redaktionellen Empfehlungen und solchen, die auf Basis der Sehgewohnheiten anderer erstellt werden.



Angaben in Prozent

Basis: 32,470 / 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (alle Geräte; n=3.791 / n=4.004)

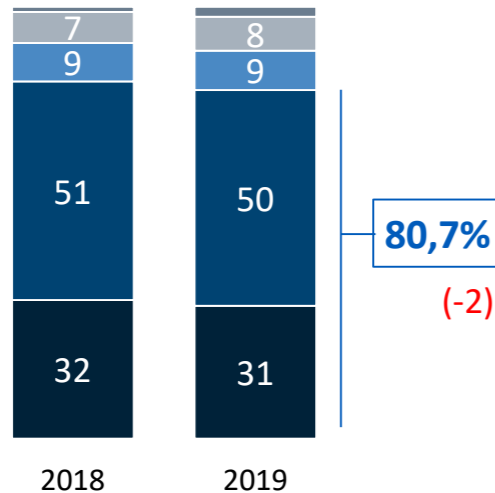


Nutzung von Empfehlungen: „Passung“ der Empfehlungen

Bei ca. einem Drittel passen die Empfehlungen meistens, bei der Hälfte zumindest gelegentlich. Die Passung der Empfehlungen bleibt damit auf dem Niveau des Vorjahres.

71,3% der Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT Content nutzen, folgen Empfehlungen: **27,214 Mio.**

Passung der Empfehlungen gesamt



Gesamt

Kategorie	Jahr	Ja, eigentlich immer / meistens	Ja, gelegentlich	Nein, überwiegend nicht	Nein, fast nie	Weiß nicht
Redaktionelle Empfehlungen	2019	33	51	8	6	
	2018	32	51	9	8	
Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten	2019	32	52	8	6	
	2018	35	51	8	5	
Empfehlungen auf Basis der Sehgewohnheiten anderer	2019	35	51	9	4	
	2018	35	53	8	4	

■ Ja, eigentlich immer / meistens ■ Ja, gelegentlich ■ Nein, überwiegend nicht ■ Nein, fast nie ■ Weiß nicht „Passung“ gesamt

Angaben in Prozent

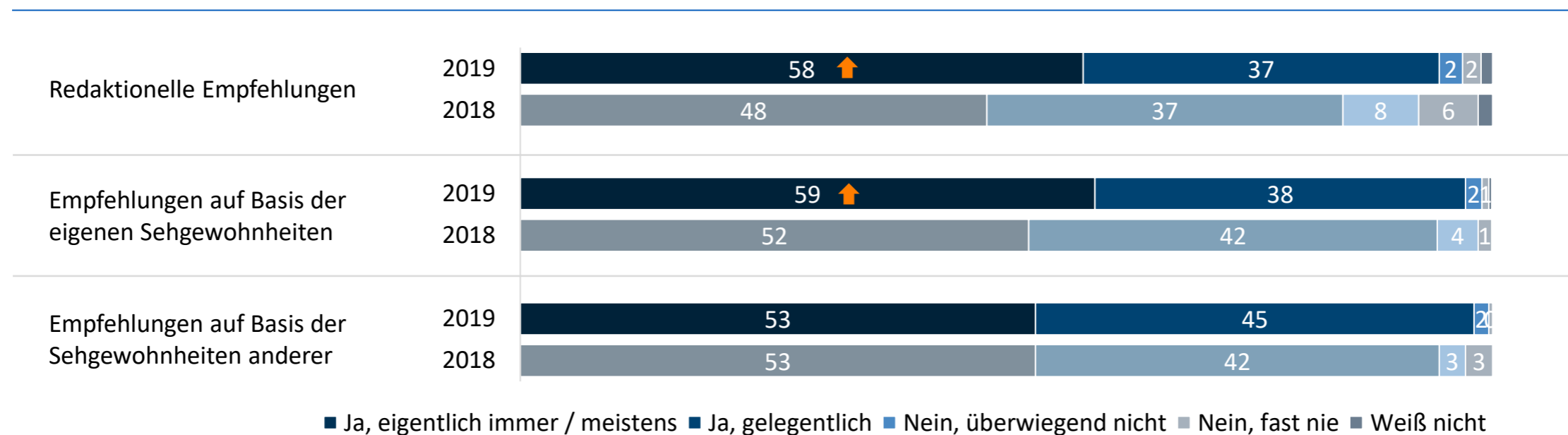
Basis: 22,923 / 27,214 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT und Empfehlungen nutzen (n=2.579 / n=2.852)



Nutzung von Empfehlungen: „Passung“ der Empfehlungen

Häufige Nutzer von Empfehlungen bewerten die Passung von redaktionellen und auf Basis des eigenen Sehverhaltens erstellten Empfehlungen besser als noch vor einem Jahr.

Passung der Empfehlungen bei Personen, die Empfehlungen häufig nutzen



Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen und Empfehlungen häufig nutzen: Redaktionelle Empfehlungen: 1,275 / 2,190 Mio. Personen (n=152 / n=221), Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten 4,037 / 4,538 Mio. Personen (n=393 / n=483), Empfehlungen auf Basis der Sehgewohnheiten anderer: 1,630 / 2,168 Mio. Personen (n=169/ n=204)

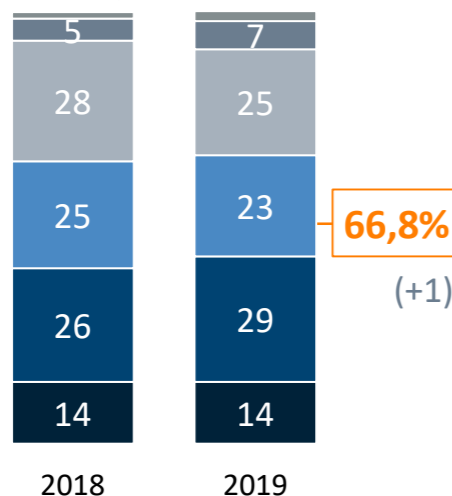


Nutzung von Empfehlungen

Rund 2 von 3 monatlichen OTT-Nutzern nutzen auch automatische Empfehlungssysteme, die Mehrheit nutzt Empfehlungen, die auf dem eigenen Sehverhalten und dem anderer beruhen.

54,2% der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens einmal im Monat OTT Content an irgendeinem Gerät: **38,164 Mio.**

Automatische Empfehlungen*
gesamt



66,8%
(+1)

	Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten und anderer	Nur Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten	
2019	69	22	8
2018	65	27	8
		Nur Empfehlungen auf Basis der Sehgewohnheiten anderer	

■ Häufig ■ Gelegentlich ■ Selten ■ Nie ■ Kenne solche Empfehlungen nicht ■ Weiß nicht **Nutzung gesamt**

Angaben in Prozent * Automatische Empfehlungen = Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten oder der Sehgewohnheiten anderer
Basis: 32,470 / 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (alle Geräte; n=3.791 / n=4.004)



7

Methode im Detail

Methodische Hinweise

Video-Digitalisierungsbericht 2019

Auftraggeber:	Die Medienanstalten unter Beteiligung von Media Broadcast, SES und Vodafone
Institut:	Kantar
Methode:	Methodenmix: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) + Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,350 Mio. Haushalten, davon 67,897 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in 38,491 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: 20% 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>

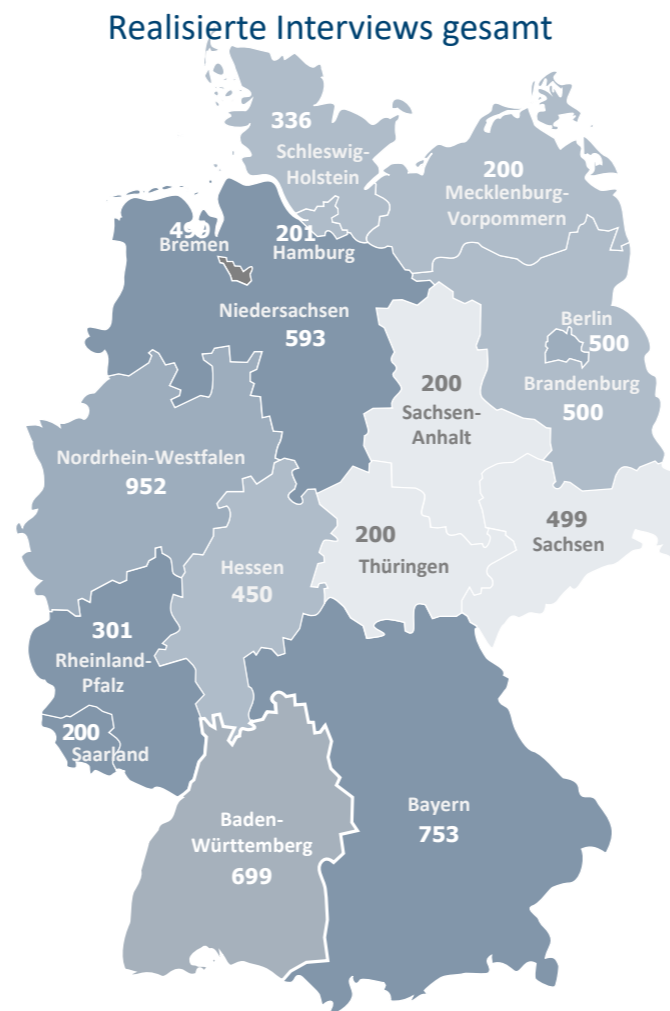
Methodische Hinweise

Video-Digitalisierungsbericht 2019

Stichprobengröße gesamt:	Insgesamt wurden n=7.083 Interviews durchgeführt, davon n=5.923 Interviews telefonisch und n=1.160 online.
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 1.083 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen und Sachsen 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=7.083 Interviews durchgeführt, davon n=5.923 Interviews telefonisch und n=1.160 online.
Erhebungszeitraum:	06.05. – 15.07.2019
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<ul style="list-style-type: none">▪ Erhebung der Fernsehempfangsarten Kabel, Satellit, IPTV, DVB-T(2 HD) 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▪ Bekanntheit und Nutzung von EPGs▪ OTT-Nutzung am Connected TV und an anderen Bildschirmgeräten▪ Nutzung bestimmter OTT-Angebote, insbesondere SVOD-Angebote▪ Lineare vs. zeitversetzte Videonutzung▪ Nutzung und Einstellung zu automatischen Empfehlungssystemen▪ Demografie / Haushaltsstatistik
Bestimmung der TV-Empfangsart:	Die Bestimmung der Empfangsarten basiert grundsätzlich auf den Angaben der Befragten.

Stichprobe Video-Digitalisierungsbericht

Realisierte Interviews 2019	Gesamt	In TV-HH
Baden-Württemberg	699	655
Bayern	753	704
Berlin	500	439
Brandenburg	500	481
Bremen	499	473
Hamburg	201	181
Hessen	450	433
Mecklenburg-Vorpommern	200	196
Niedersachsen	593	561
Nordrhein-Westfalen	952	899
Rheinland-Pfalz	301	288
Saarland	200	194
Sachsen	499	471
Sachsen-Anhalt	200	194
Schleswig-Holstein	336	310
Thüringen	200	191
Summe	7.083	6.670



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:

- Mecklenburg-Vorpommern (mit Hamburg und Schleswig-Holstein zusammengefasst)
- Thüringen (mit Sachsen und Sachsen-Anhalt zusammengefasst)
- Sachsen-Anhalt für die Video-Digitalisierungsberichts-Ergebnisse (mit Sachsen und Thüringen zusammengefasst)
- Rheinland-Pfalz und Saarland (zusammengefasst)



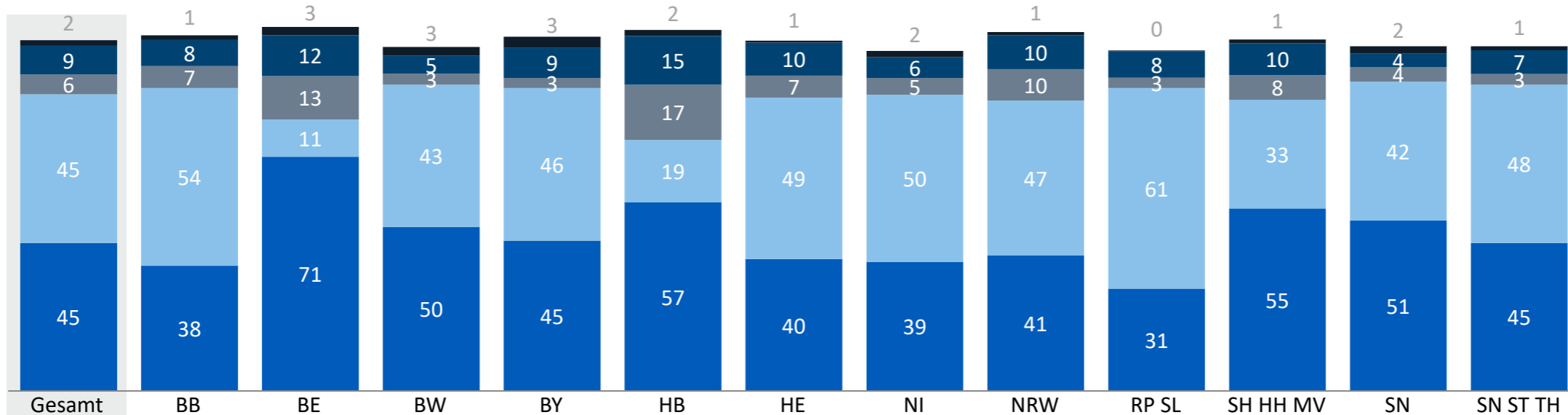
8

Anhang: Ausgewählte Ergebnisse in den Bundesländern im Vergleich



Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

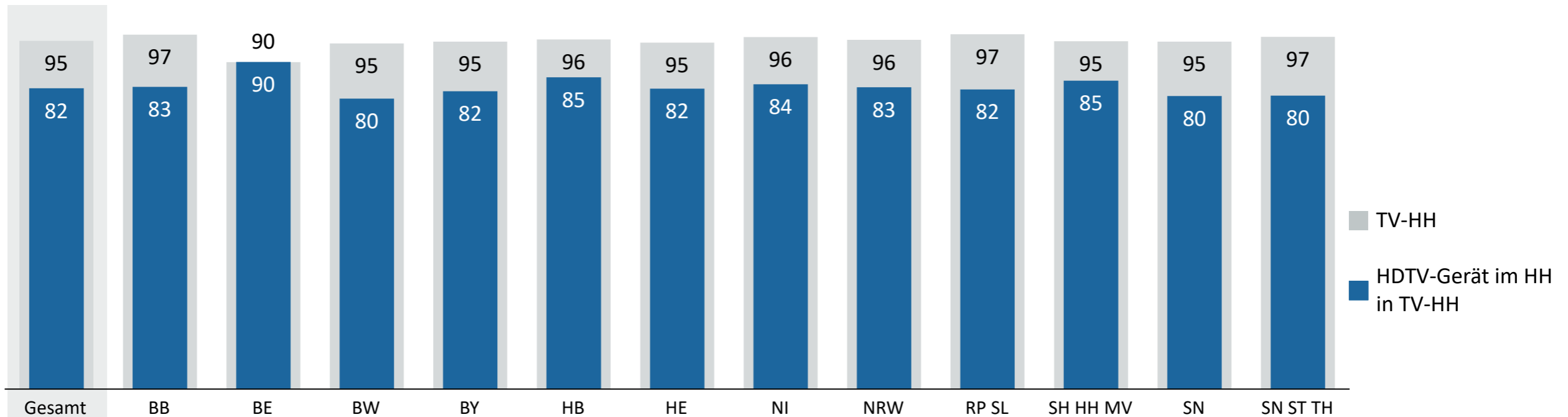
38,491	1,195	1,743	4,833	5,886	0,342	2,824	3,741	8,269	2,348	3,047	2,045	4,263	Mio. TV-HH
0,652	0,017	0,043	0,128	0,198	0,006	0,016	0,073	0,081	0,005	0,033	0,043	0,052	OTT only
3,309	0,095	0,215	0,262	0,535	0,050	0,282	0,235	0,847	0,189	0,292	0,086	0,306	IPTV
2,298	0,079	0,229	0,159	0,180	0,057	0,188	0,186	0,785	0,072	0,227	0,090	0,137	DVB-T2 HD / DVB-T
17,256	0,641	0,195	2,073	2,708	0,064	1,375	1,884	3,865	1,421	0,997	0,857	2,032	Satellit
17,218	0,452	1,233	2,390	2,675	0,194	1,123	1,458	3,382	0,726	1,678	1,050	1,908	Kabel

Angaben in Prozent / Millionen;
 Summe > 100% wegen Mehrfachempfangsart / Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



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

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,491	1,195	1,743	4,833	5,886	0,342	2,824	3,741	8,269	2,348	3,047	2,045	4,263	Mio. TV-HH
31,712	0,990	1,562	3,849	4,803	0,292	2,325	3,122	6,837	1,928	2,575	1,643	3,429	HDTV-Gerät im HH

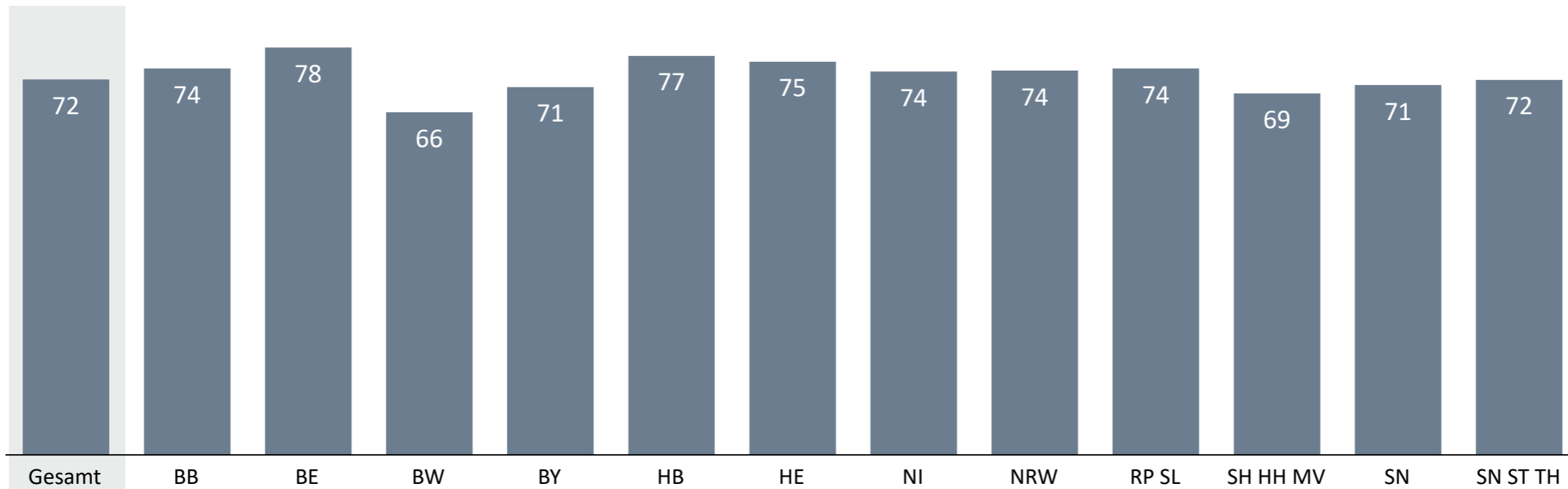
Angaben in Prozent / in Mio.

Basis: 40,350 Mio. Haushalte / 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



HDTV-Empfang in den Bundesländern – gesamt

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

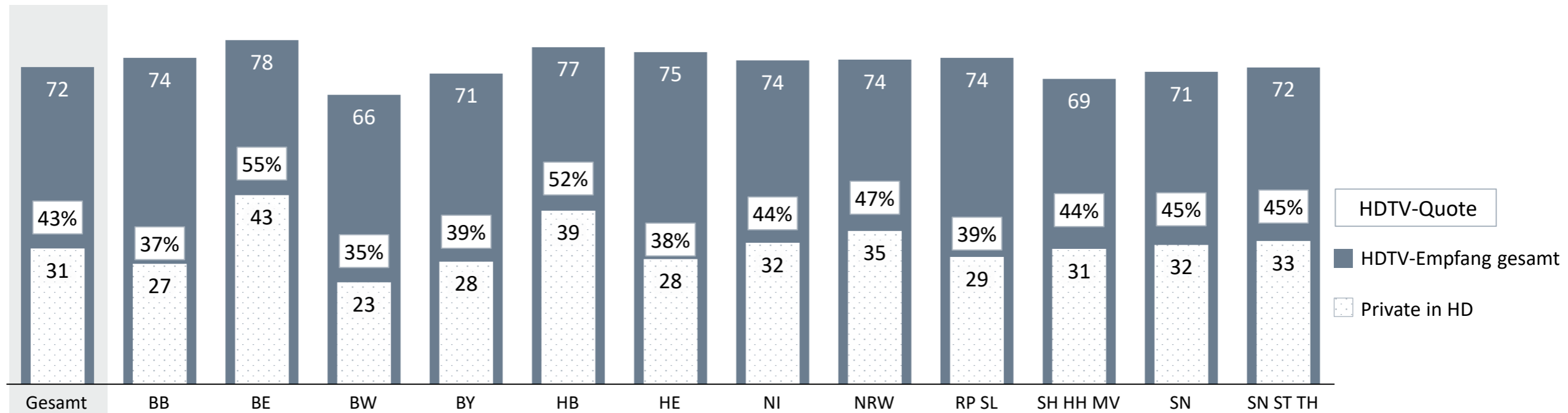
Region	Mio. TV-HH	HDTV-HH
Gesamt	38,491	27,725
BB	1,195	0,885
BE	1,743	1,362
BW	4,833	3,178
BY	5,886	4,150
HB	0,342	0,262
HE	2,824	2,128
NI	3,741	2,751
NRW	8,269	6,096
RP SL	2,348	1,740
SH HH MV	3,047	2,110
SN	2,045	1,450
SN ST TH	4,263	3,064

Angaben in Prozent / in Mio.
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



HDTV-Empfang: Private in HD in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

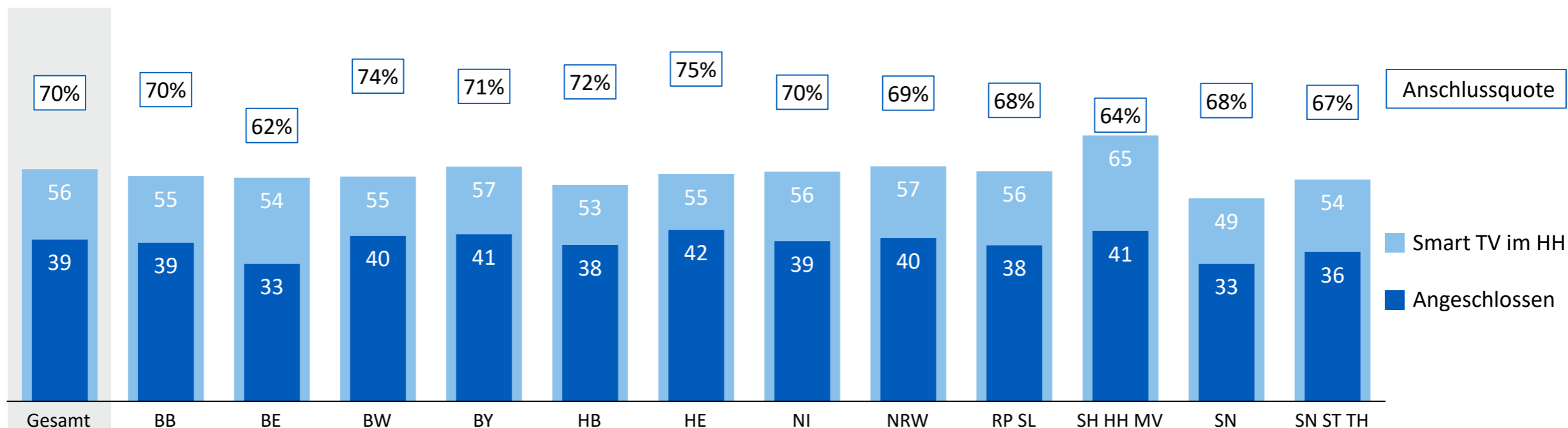
Region	Mio. TV-HH	HDTV-HH	HDTV-HH: Private in HD
Gesamt	38,491	27,725	11,839
BB	1,195	0,885	0,326
BE	1,743	1,362	0,748
BW	4,833	3,178	1,114
BY	5,886	4,150	1,637
HB	0,342	0,262	0,135
HE	2,824	2,128	0,802
NI	3,741	2,751	1,200
NRW	8,269	6,096	2,876
RP SL	2,348	1,740	0,679
SH HH MV	3,047	2,110	0,936
SN	2,045	1,450	0,646
SN ST TH	4,263	3,064	1,384

Angaben in Prozent / in Mio.
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



Smart TV – Ausstattung und Anschlussquote in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

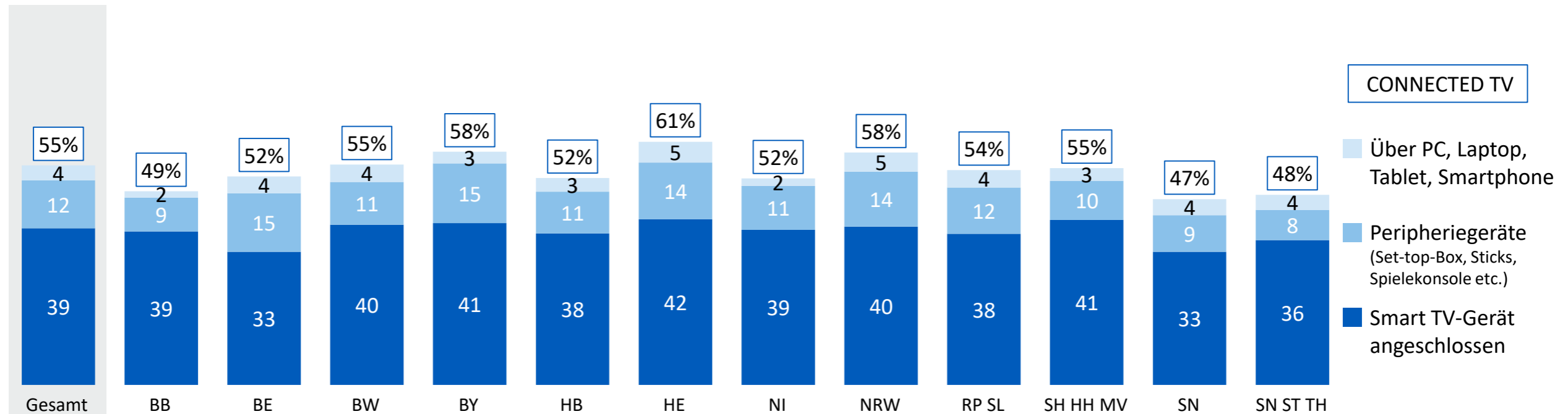
Region	Mio. TV-HH	Smart TV im HH	Angeschlossen
Gesamt	38,491	21,725	15,115
BB	1,195	0,654	0,460
BE	1,743	0,946	0,583
BW	4,833	2,639	1,943
BY	5,886	3,355	2,387
HB	0,342	0,180	0,130
HE	2,824	1,558	1,174
NI	3,741	2,087	1,455
NRW	8,269	4,726	3,284
RP SL	2,348	1,314	0,890
SH HH MV	3,047	1,969	1,263
SN	2,045	1,009	0,683
SN ST TH	4,263	2,298	1,546

Angaben in Prozent / in Mio.
Basis: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)



Connected TV nach „Anschlussart“ in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,491	1,195	1,743	4,833	5,886	0,342	2,824	3,741	8,269	2,348	3,047	2,045	4,263	Mio. TV-HH
19,752	0,562	0,839	2,459	3,270	0,167	1,575	1,866	4,424	1,162	1,562	0,870	1,868	Smart TV/Peripheriegeräte
21,219	0,582	0,912	2,671	3,440	0,178	1,723	1,939	4,821	1,265	1,660	0,952	2,030	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: 38,491 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=6.670)

Abkürzungsverzeichnis

Bundesländer

BB	Brandenburg
BE	Berlin
BW	Baden-Württemberg
BY	Bayern
HB	Bremen
HE	Hessen
HH	Hamburg
MV	Mecklenburg-Vorpommern

NI	Niedersachsen
NRW	Nordrhein-Westfalen
RP	Rheinland-Pfalz
SH	Schleswig-Holstein
SL	Saarland
SN	Sachsen
ST	Sachsen-Anhalt
TH	Thüringen