

# Digitalisierungsbericht VIDEO

Oktober 2021

die  
medienanstalten



# Inhaltsverzeichnis

1	Methodensteckbrief	3
2	TV-Haushalte: Verteilung der TV-Empfangswege	6
2.1	Fokus HDTV – Ausstattung mit HDTV- / UHD-TV-Geräten	11
2.2	Fokus HDTV – Empfang in HD	20
3	Connected TV – Haushaltsausstattung	25
4	Benutzeroberflächen: Aufrufen von OTT-Angeboten am TV-Gerät	36
5	Zugang zu Bildschirmgeräten / Möglichkeiten zur Fernseh- und OTT-Nutzung	47
6	Fernseh- und Videonutzung in Deutschland	64
6.1	Nutzung klassisches Fernsehen und OTT im Vergleich	65
6.2	Fokus OTT-Nutzung	87
6.2.1	Fokus OTT-Nutzung: Angebote	88
6.2.2	Fokus OTT-Nutzung: Geräte und Wahrnehmung	111
7	Methode im Detail	120
8	Anhang: Ausgewählte Ergebnisse in den Bundesländern im Vergleich	124



# 1

## Methodensteckbrief

# Methodensteckbrief



## **Erhebungsmethode:**

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



## **Grundgesamtheit:**

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre  
70,635 Mio. Personen in 40,768 Mio. Haushalten



## **Anzahl Interviews:**

7.507 Interviews, mindestens 200 pro Bundesland



## **Erhebungszeitraum:**

03. Mai bis 30. Juni 2021

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

## Verteilung der Fallzahlen

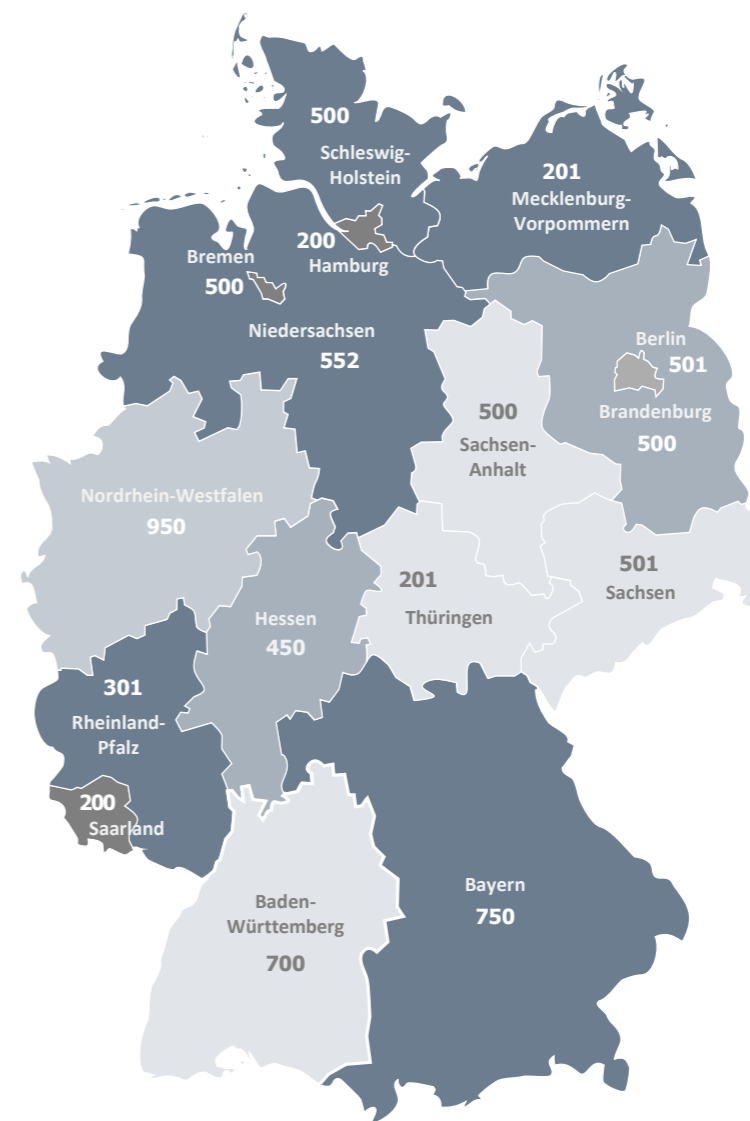
### Anzahl Interviews:

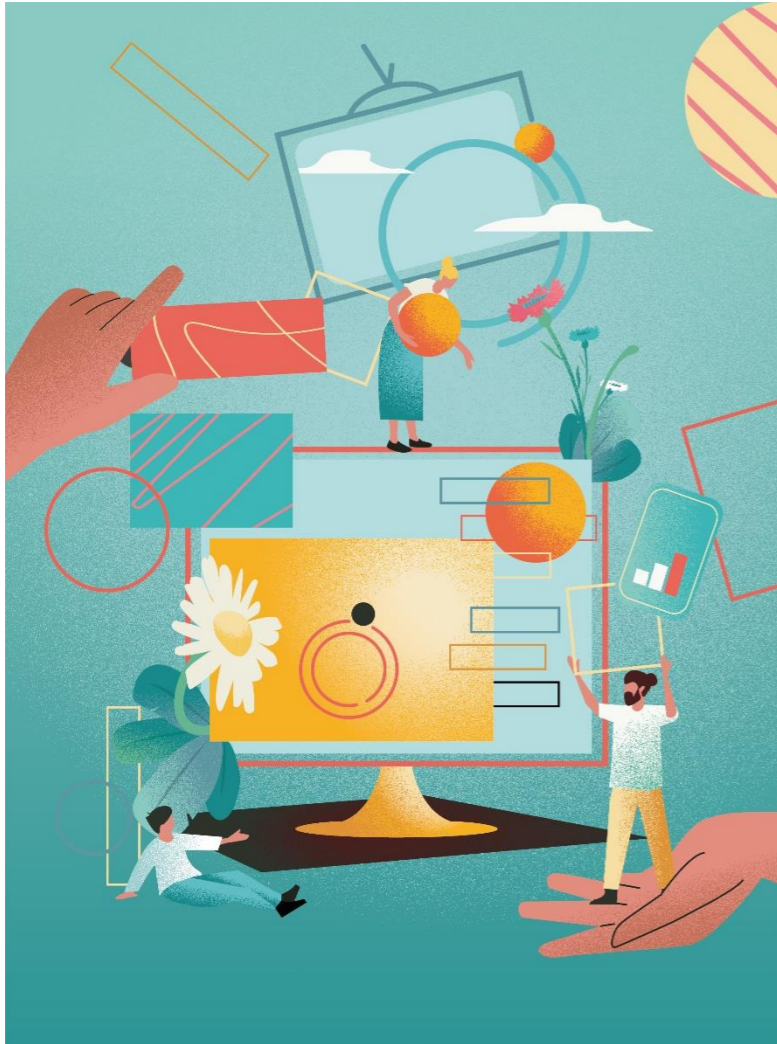
Proportionaler Ansatz in Abhängigkeit von der Einwohner- /  
Haushaltszahl unter Berücksichtigung einer Mindestfallzahl pro  
Bundesland: 200

+ Aufstockungen in einigen Bundesländern auf Mindestfallzahl 500

**Fallzahl gesamt: 7.507 Interviews**

---





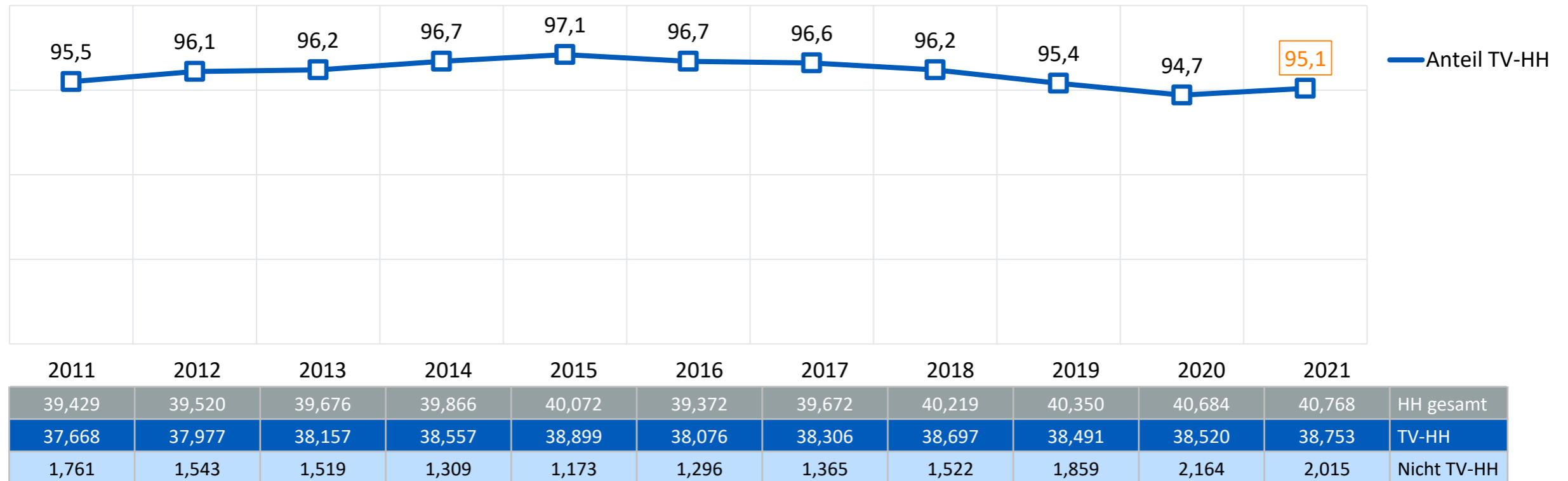
## 2

## TV-Haushalte: Verteilung der TV-Empfangswege



## TV-Haushalte in Deutschland

Die absolute Anzahl der Haushalte, die mindestens ein Fernsehgerät besitzen steigt im Vorjahresvergleich leicht auf 38,7 Mio. Haushalte an.



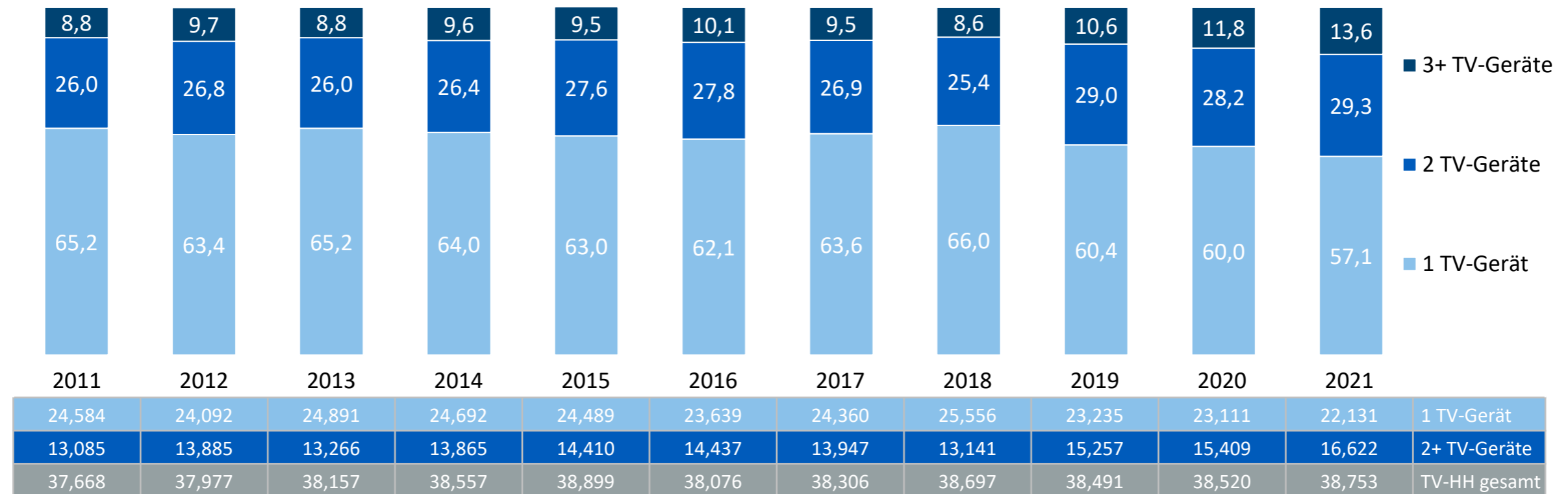
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 39,429 / 39,520 / 39,676 / 39,866 / 40,072 / 39,372 / 39,672 / 40,219 / 40,350 / 40,684 / 40,768 Mio. HH in Deutschland (n=7.507)



## TV-HH nach Anzahl TV-Geräte

Die Mehrfach-Ausstattung mit Fernsehgeräten nimmt zu: Es werden anteilig mehr TV-Haushalte mit zwei oder mehr TV-Geräten verzeichnet.



Angaben in Prozent / Mio.

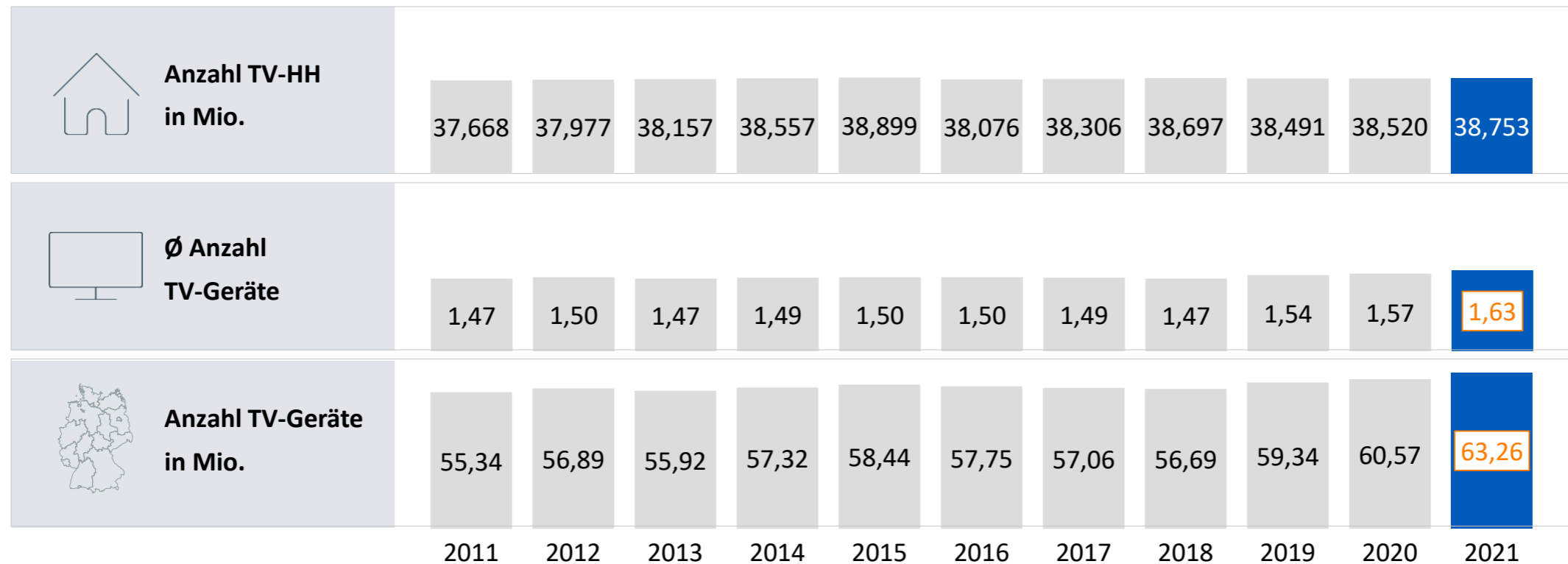
Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-HH in Deutschland (n=7.059)





## Anzahl TV-Geräte in TV-HH

Der Durchschnitt steigt folglich auf 1,63 TV-Geräte pro Haushalt. In Summe sind gute 63 Mio. Fernsehgeräte in Besitz.



Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-HH in Deutschland (n=7.059)



## Verteilung der Übertragungswege

Der ausschließliche Fernsehempfang über Connected TV steigt erneut deutlich an. Die klassischen Übertragungswege bewegen sich auf ähnlichem Niveau wie im Vorjahr.



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 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-HH in Deutschland (n=7.059)



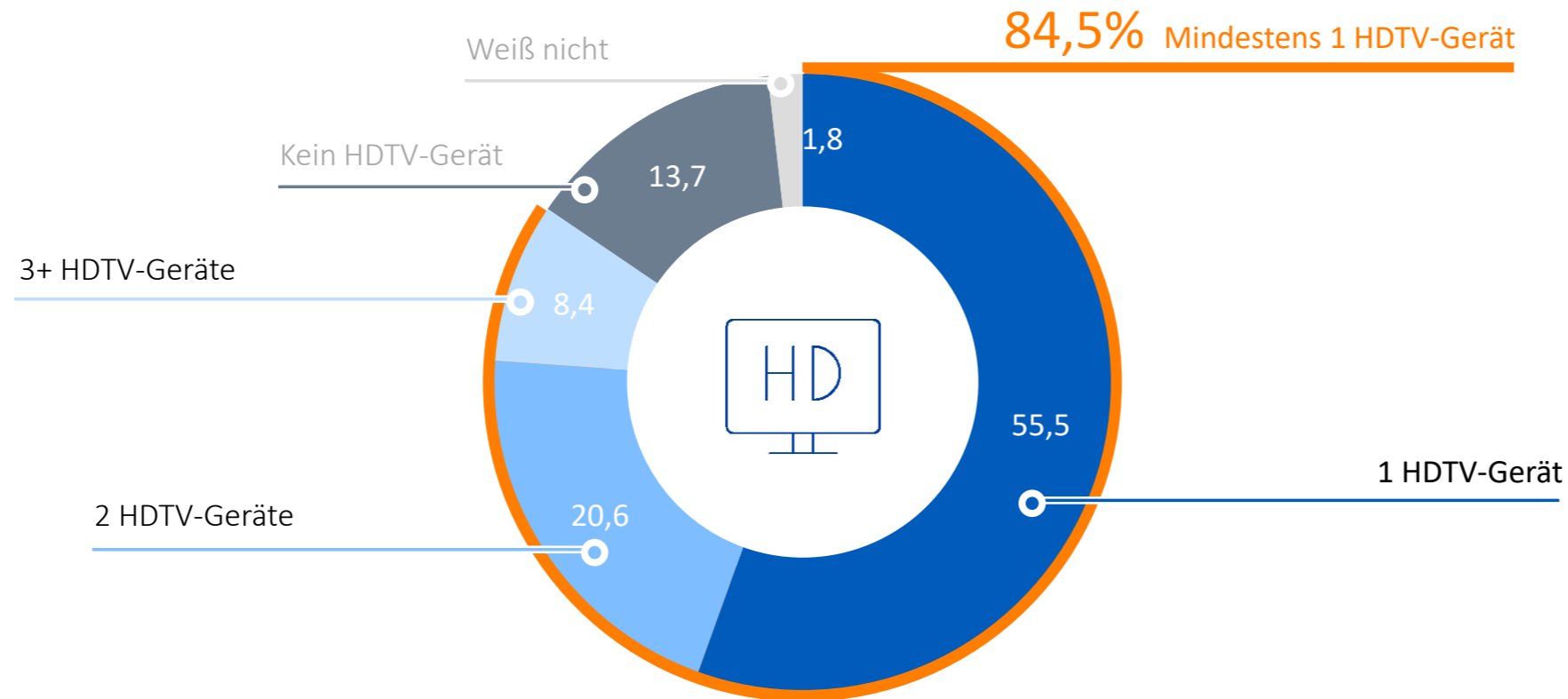
# 2.1

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



## HDTV: Ausstattung mit HDTV-Geräten

In der Mehrzahl der deutschen TV-Haushalte steht mindestens 1 HDTV-Gerät. In fast jedem dritten Haushalt stehen sogar zwei oder mehr TV-Geräte mit HD-Empfang.

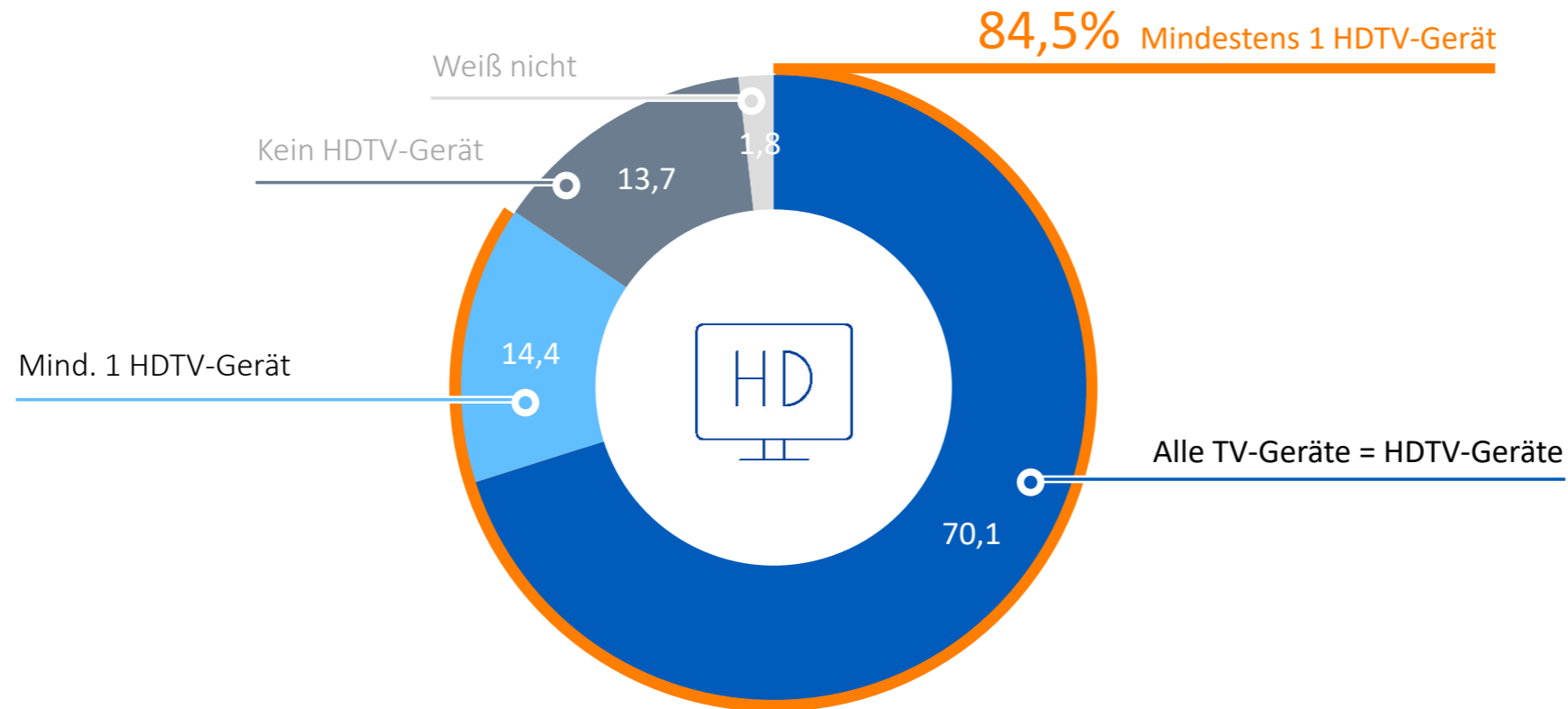


Angaben in Prozent  
Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## HDTV: Anteil TV-Haushalte mit ausschließlich HDTV-Geräten

Sieben von zehn TV-Haushalten besitzen ausschließlich HD-fähige Fernsehgeräte.

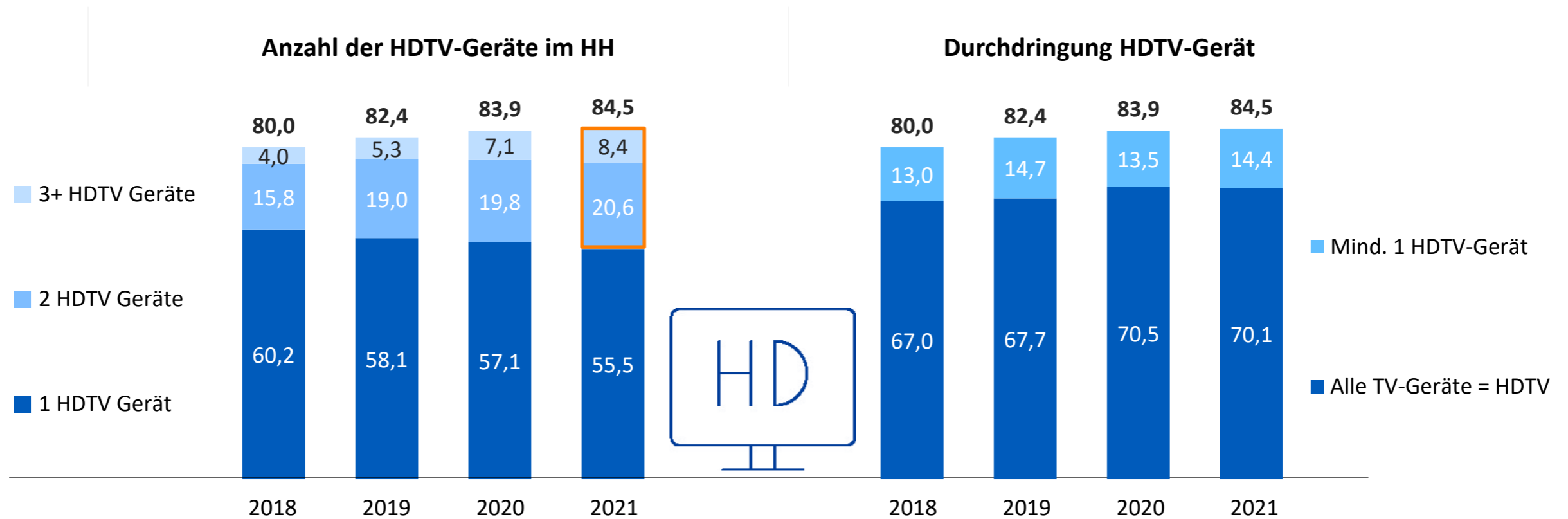


Angaben in Prozent  
Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## HDTV: Ausstattung mit HDTV-Geräten im Trend

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



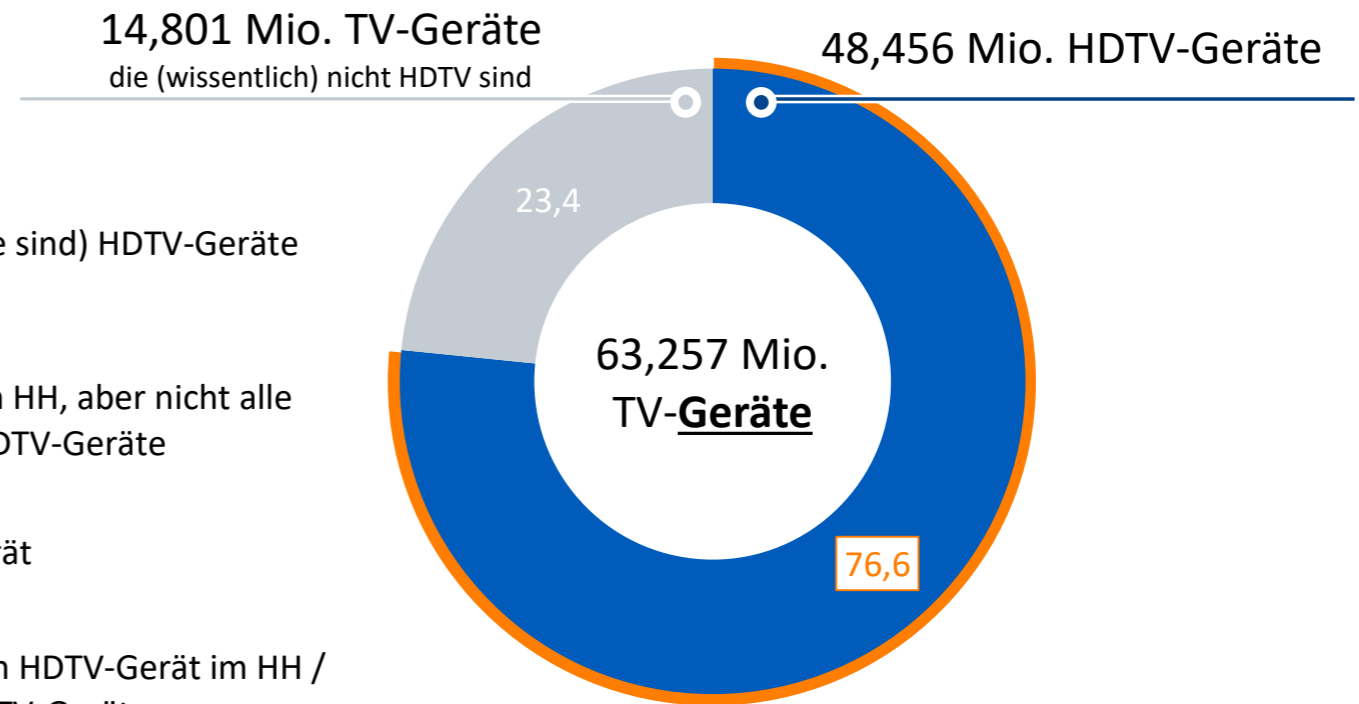
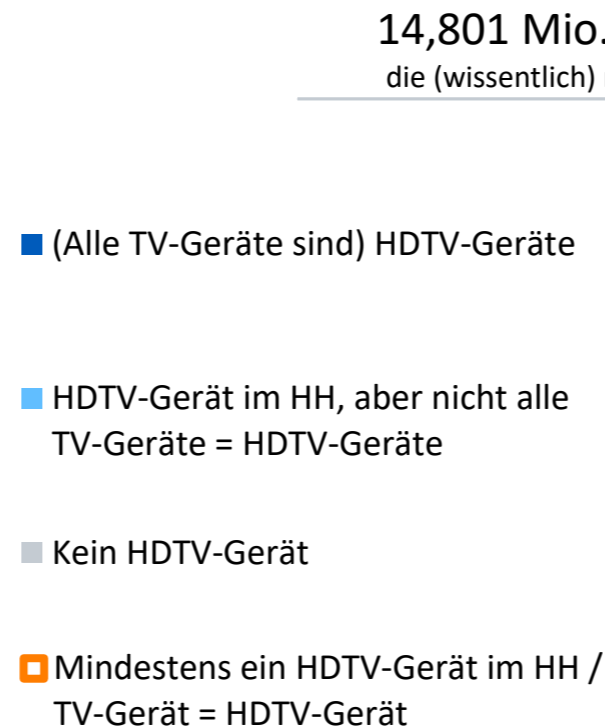
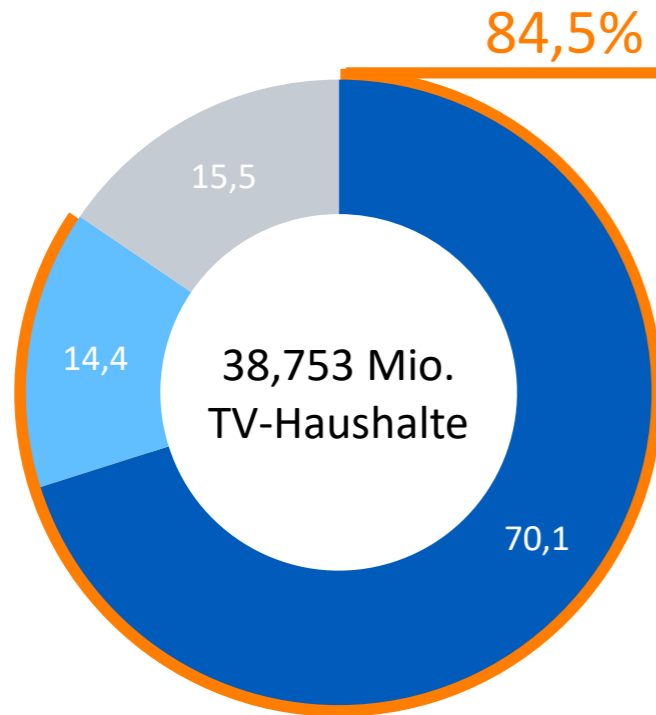
Angaben in Prozent

Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



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

In 84% der TV-Haushalte steht mindestens 1 HDTV-Gerät. Bezogen auf die rund 63 Mio. TV-Geräte sind mehr als drei von vier HD-fähig.

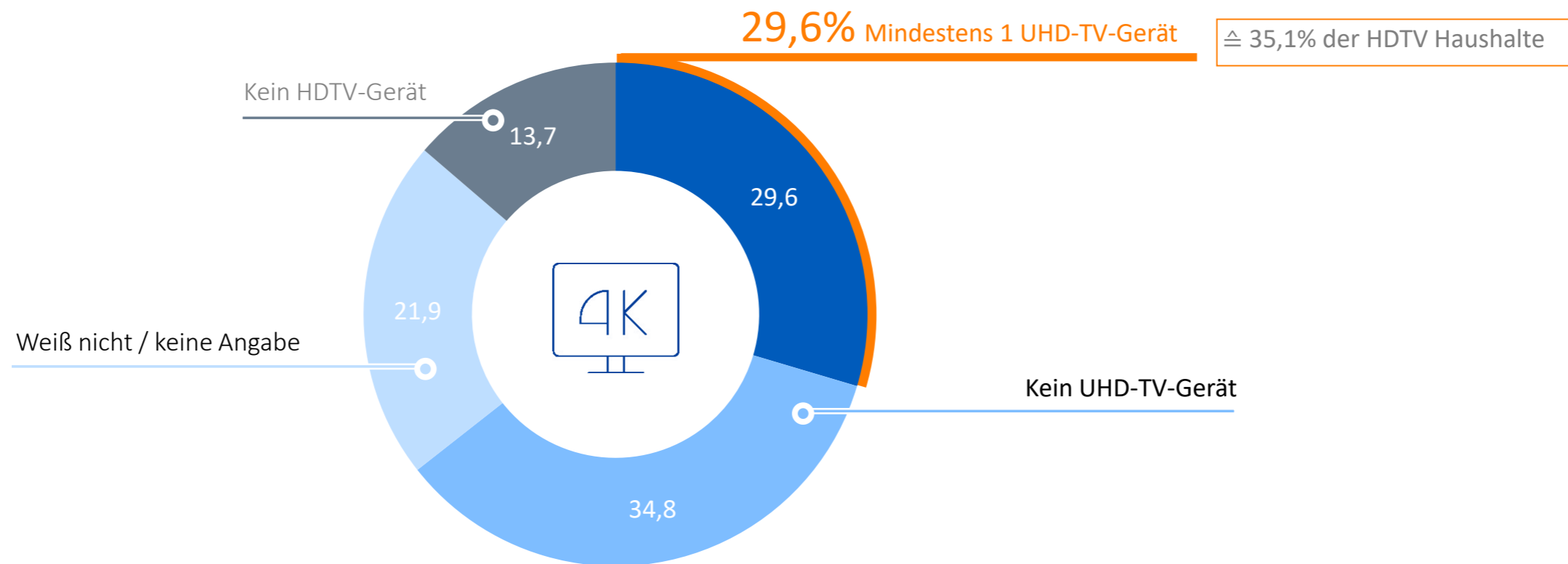


Angaben in Prozent  
Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



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

In nahezu jedem dritten TV-Haushalt steht mittlerweile mindestens ein UHD TV-Gerät.



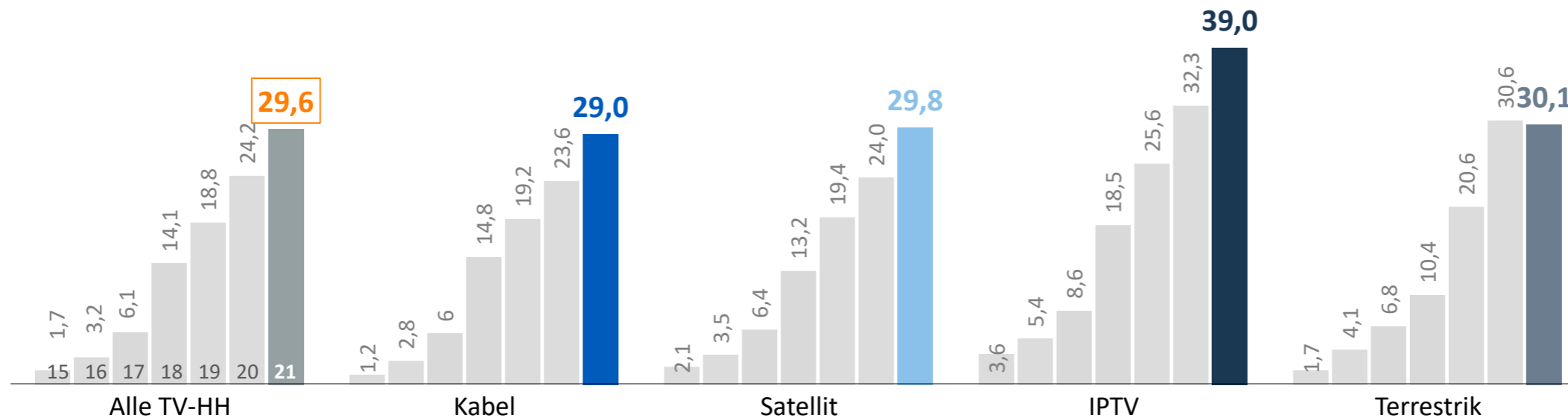
Angaben in Prozent  
Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)





## Ultra HD / 4K: Ausstattung nach Empfangsart im Trend

Die Ausstattung der TV-Haushalte mit UHD-Geräten steigt über alle Empfangswege hinweg sichtbar an. Einzige Ausnahme bilden die Terrestrik-Haushalte.



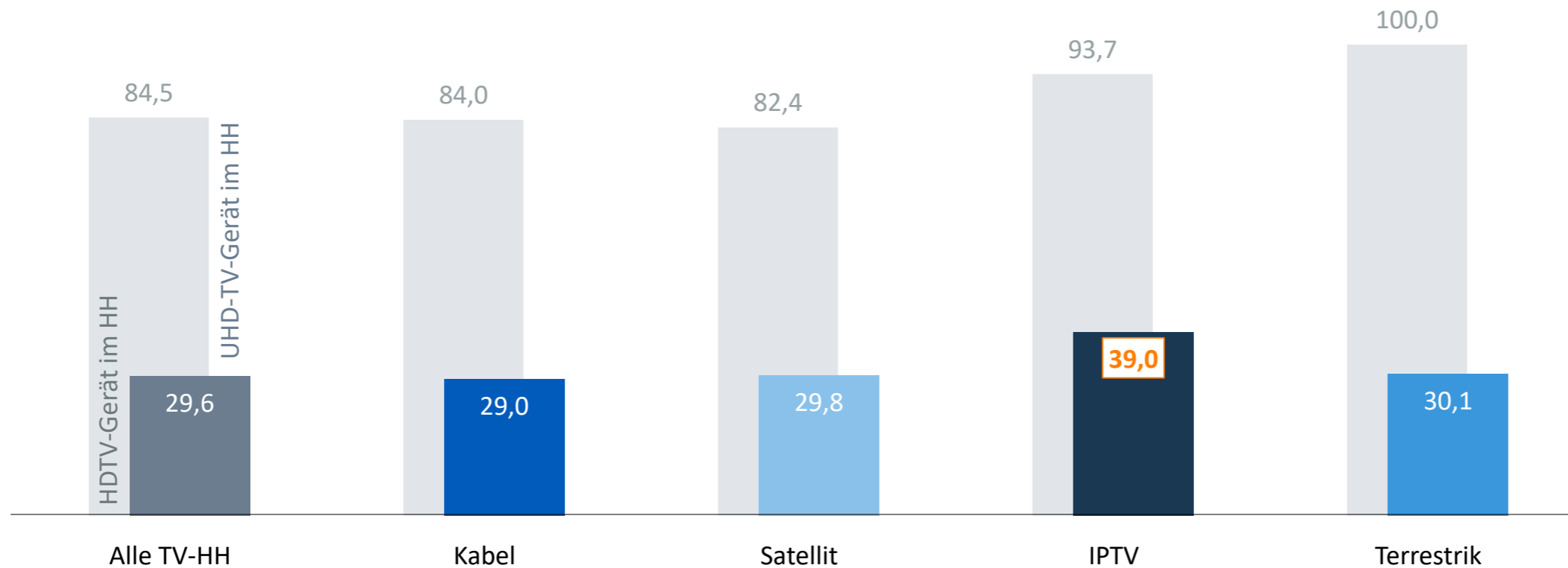
Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV oder 1&1. / Gesamtdurchschnitt in 2021 liegt unterhalb der Werte für die einzelnen Empfangswege aufgrund von Überschneidungen (UHD-Geräte überproportional in TV-HH mit mehreren Empfangswegen vertreten).

Basis: 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-HH in Deutschland (n=7.059); 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 / 16,802 / 16,933 Mio. Kabel-HH (n=2.988); 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 / 16,983 / 16,867 Mio. SAT-HH (n=3.097); 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 / 4,093 / 3,910 Mio. IPTV-HH (n=811); 3,764 / 3,433 / 2,840 / 2,479 / 2,298 / 2,410 / 2,615 Mio. Terrestrik-HH (n=529)



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

IPTV Haushalte sind am häufigsten mit den hochauflösenden Geräten ausgestattet.



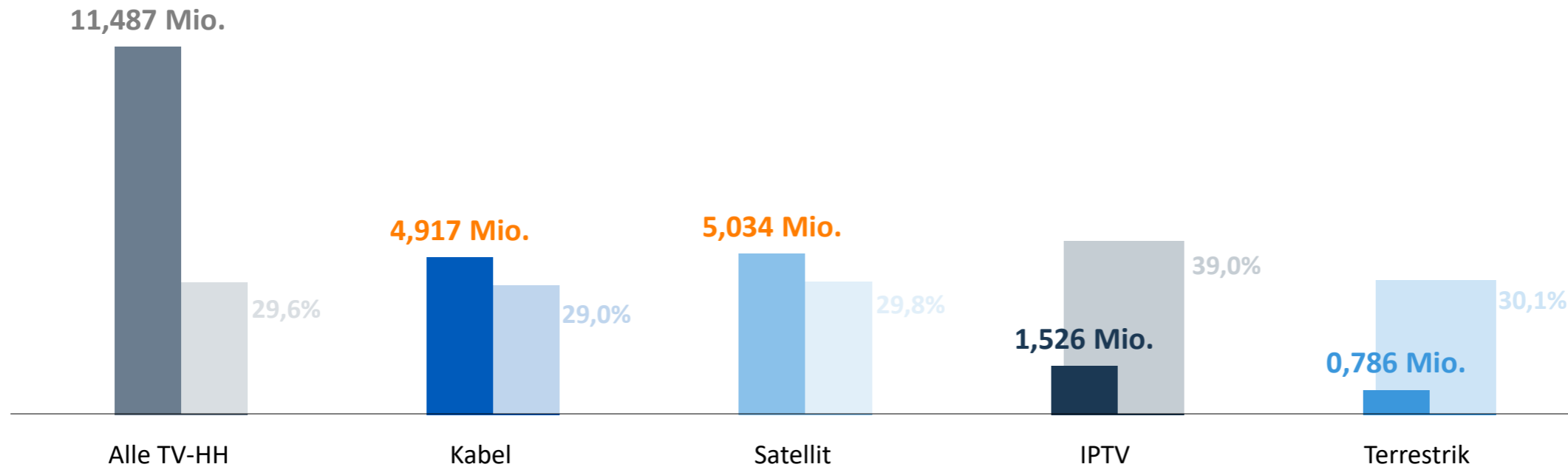
Angaben in Prozent; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV oder 1&1.

Basis: 38,753 Mio. TV-HH in Deutschland (n=7.059); 16,933 Mio. Kabel-HH (n=2.988); 16,867 Mio. SAT-HH (n=3.097); 3,910 Mio. IPTV-HH (n= 811); 2,615 Mio. Terrestrik-HH (n= 529)



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

In absoluten Zahlen liegen Kabel und Satellit auf ähnlichem Niveau vorne.



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

Basis: 38,753 Mio. TV-HH in Deutschland (n=7.059); 16,933 Mio. Kabel-HH (n=2.988); 16,867 Mio. SAT-HH (n=3.097); 3,910 Mio. IPTV-HH (n= 811); 2,615 Mio. Terrestrik-HH (n= 529)



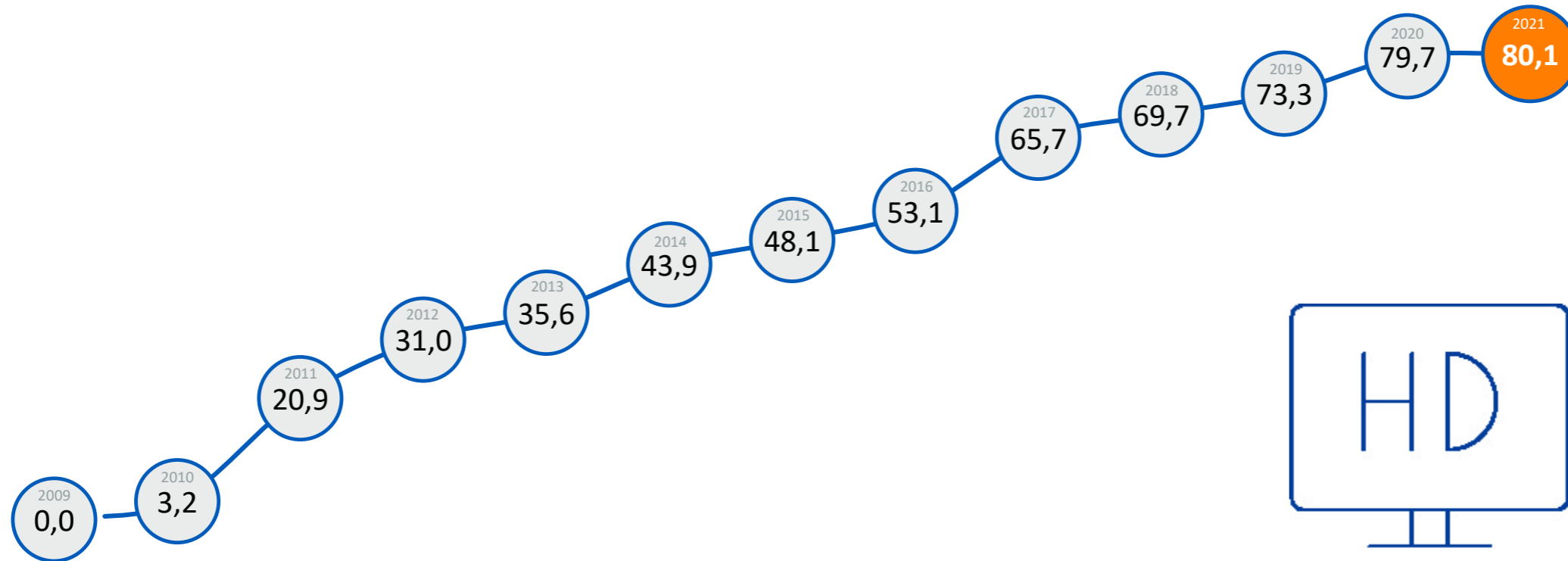
## 2.2

### Fokus HDTV – Empfang in HD



## TV-Empfang in HD im Trend

Acht von zehn TV-Haushalten mit klassischem Fernsehempfang empfangen ihr Programm in HD-Qualität.



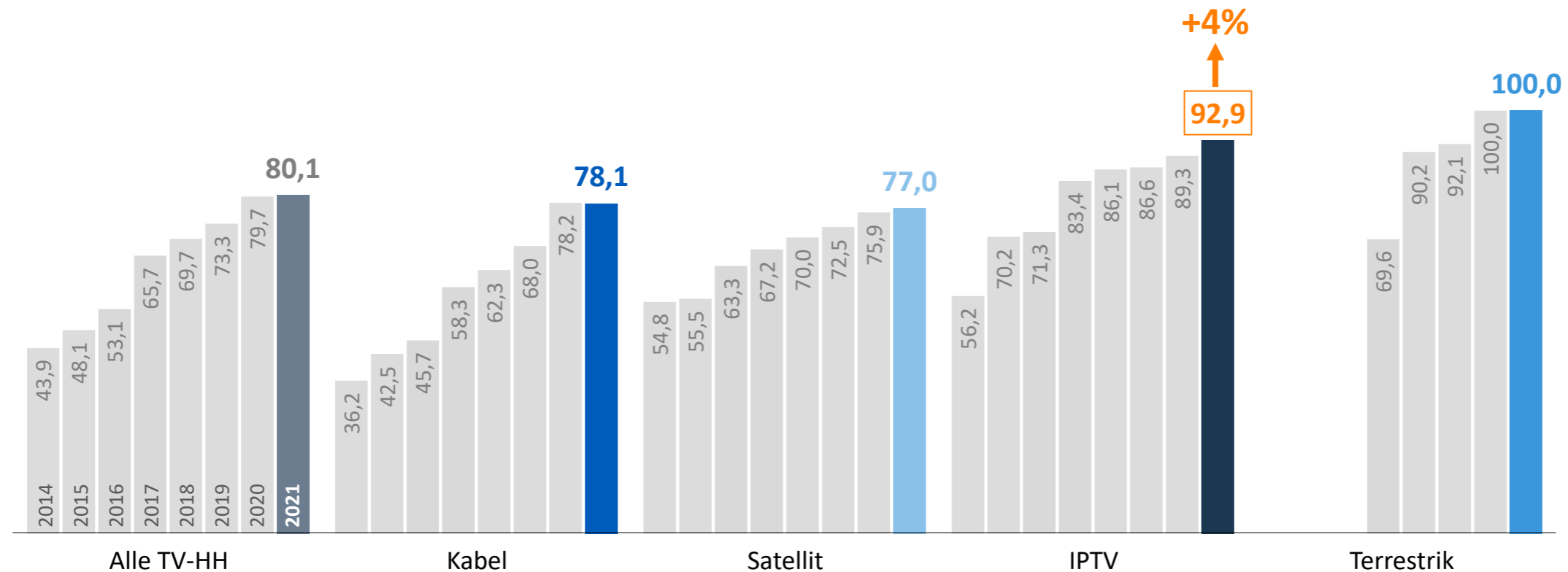
Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD oder HD-Receiver lt. Angabe des Befragten und TV-Gerät ist HDTV-Gerät oder auf DVB-T2 HD umgestellt.

Basis: 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,510 / 37,839 / 37,416 / 36,915 Mio. TV-Haushalte in Deutschland mit klassischem TV-Empfang (n=6.778)



## TV-Empfang in HD im Trend nach Empfangsweg

Mit Ausnahme von IPTV-Haushalten, in denen mittlerweile mehr als 90% hochauflösend fernsehen können, ähnliche Verhältnisse wie 2020.



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;

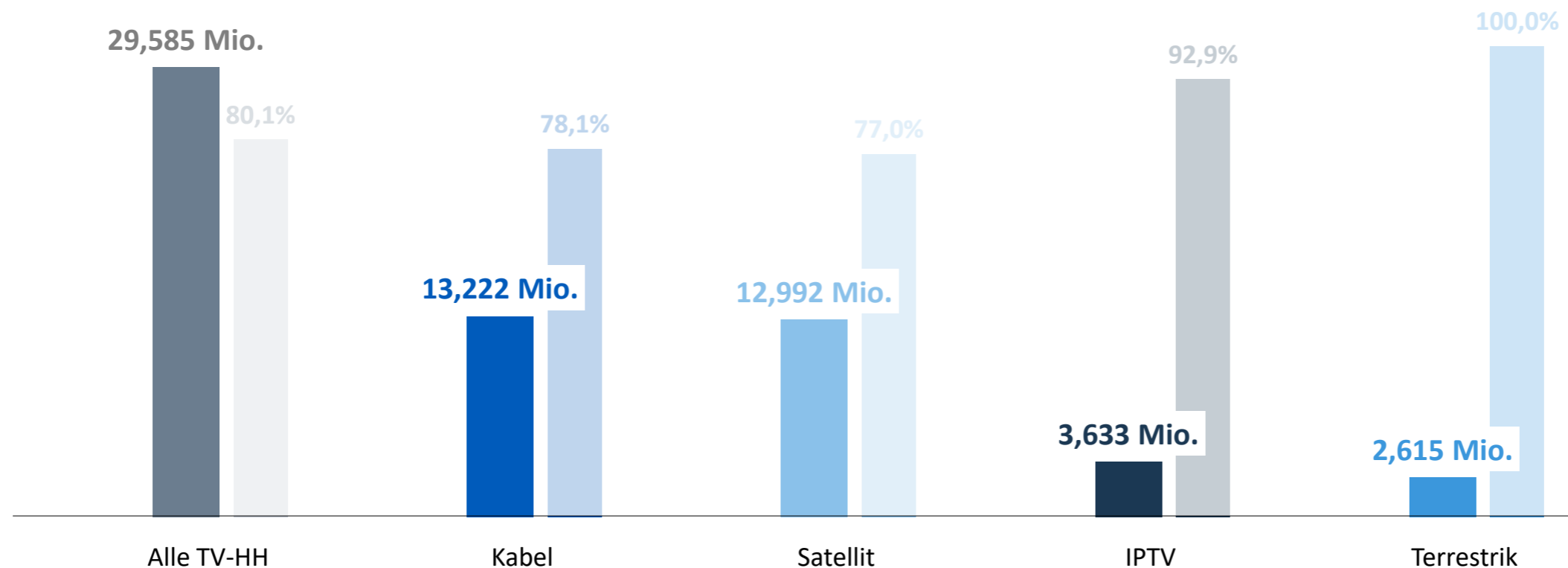
IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV oder 1&1.

Basis: 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,510 / 37,839 / 37,416 / 36,915 Mio. TV-HH mit klassischem TV-Empfang (n=6.778); 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 / 16,802 / 16,933 Mio. Kabel-HH (n=2.988); 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 / 16,983 / 16,867 Mio. SAT-HH (n=3.097); 1,899 / 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 / 4,093 / 3,910 Mio. IPTV-HH (n=811); 2,840 / 2,479 / 2,298 / 2,410 / 2,615 Mio. Terrestrik-HH (n= 529)



## TV-Empfang in HD in absoluten Zahlen

Bezüglich des Empfangs von HD-Fernsehen liegen Kabel-Haushalte absolut betrachtet knapp vor Satelliten-Haushalten.

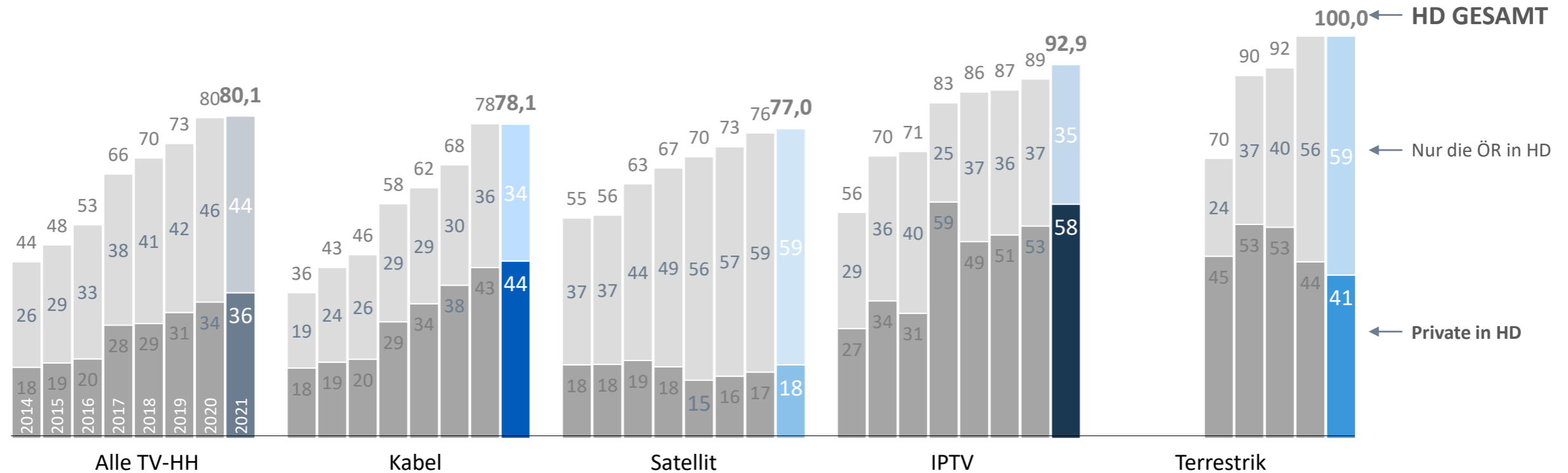


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD lt. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplattenrecorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät; IPTV berücksichtigt hier HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV oder 1&1.  
Basis: 36,915 Mio. TV-HH mit klassischem TV-Empfang (n=6.778); 16,933 Mio. Kabel-HH (n= 2.988); 16,867 Mio. SAT-HH (n=3.097); 3,910 Mio. IPTV-HH (n=811); 2,615 Mio. Terrestrik-HH (n= 529)



## TV-Empfang in HD: Private Programme in HD

Der Empfang der Privaten in HD nimmt bei IPTV-Haushalten sichtbar zu. Stetiger Anstieg auch bei Kabel- und Sat-Haushalten, während Terrestrik weiter rückläufig ist.



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 HH mit einem Abo von IPTV von Magenta TV oder 1&1.

Basis: 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,510 / 37,839 / 37,416 / 36,915 Mio. TV-HH mit klassischem TV-Empfang (n=6.778); 17,860 / 17,933 / 17,474 / 17,564 / 17,467 / 17,218 / 16,802 / 16,933 Mio. Kabel-HH (n=2.988); 17,779 / 18,079 / 17,687 / 17,502 / 17,409 / 17,256 / 16,983 / 16,867 Mio. SAT-HH (n=3.097); 1,899 / 1,862 / 2,350 / 2,640 / 3,060 / 3,309 / 4,093 / 3,910 Mio. IPTV-HH (n=811); 2,840 / 2,479 / 2,298 / 2,410 / 2,615 Mio. Terrestrik-HH (n= 529)





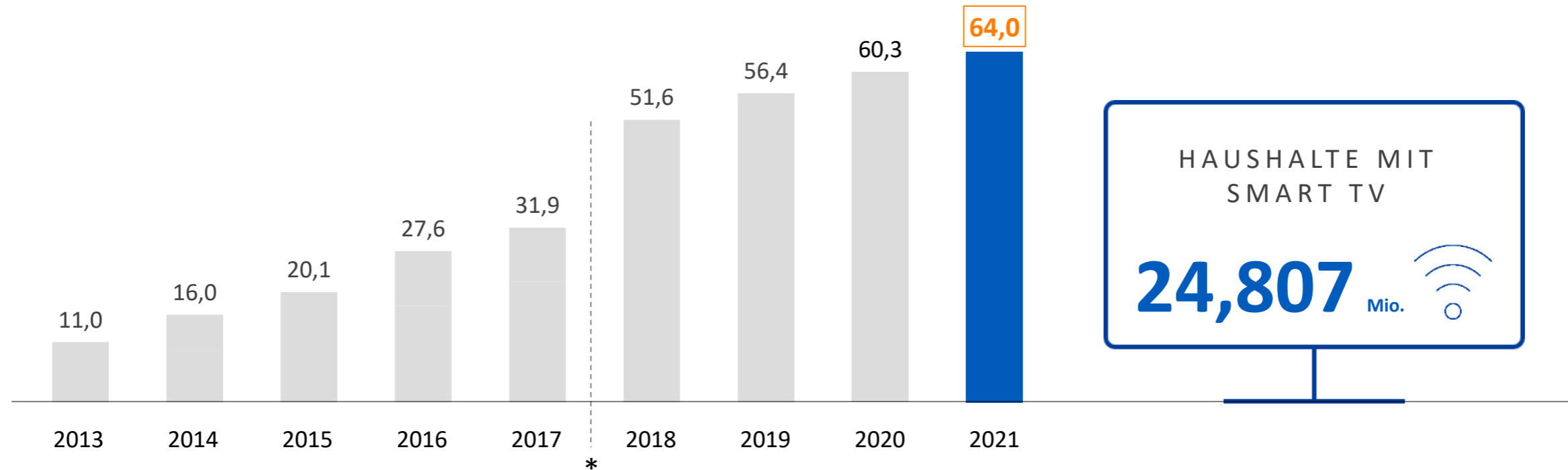
# 3

## Connected TV - Haushaltsausstattung



## Smart TV – Ausstattung

Die Ausstattung mit Smart TVs steigt weiter an: Nahezu zwei Drittel der TV-Haushalte ist im Besitz von mindestens einem smarten TV-Gerät.

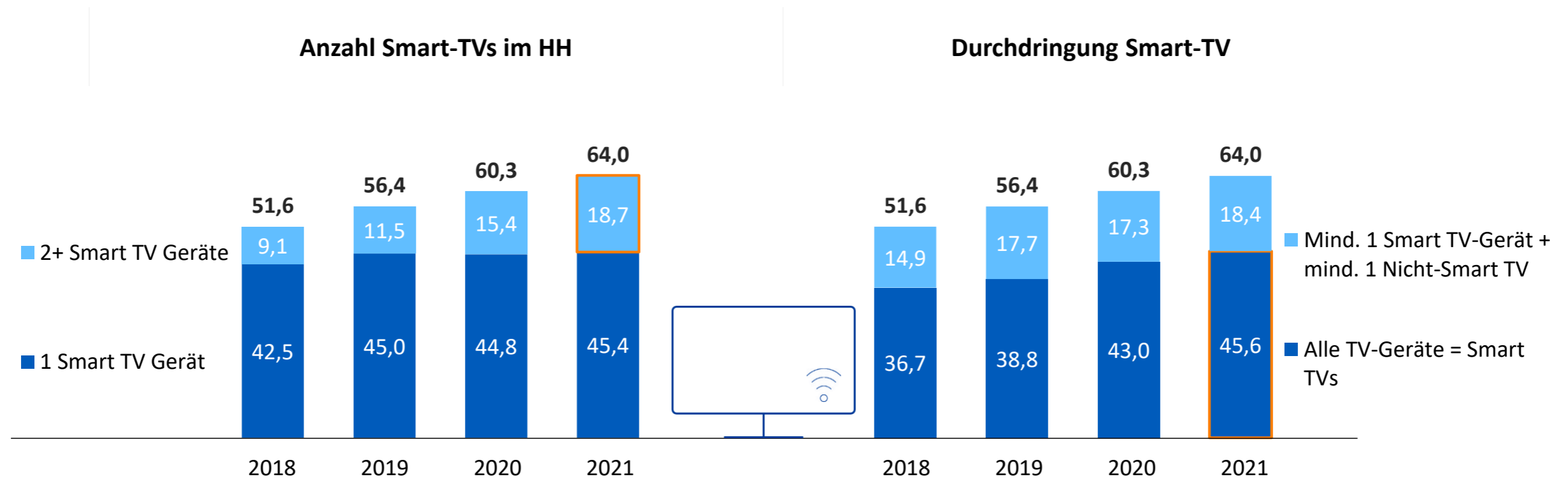


Angaben in Prozent / \* Ab 2018: Geänderte Fragestellung: Handelt es sich bei Ihrem Fernsehgerät / Ihren Fernsehgeräten um ein Smart TV-Gerät, also ein internetfähiges TV-Gerät? (Alte Frage vor 2018: Haben Sie die Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf dem Fernseher anzusehen, z.B. mit einem Smart TV, also einem internetfähigen Fernsehgerät?)  
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## Smart TV – Ausstattung im Detail im Trend

Die Mehrfachausstattung mit Smart TVs nimmt ebenfalls zu. In mehr als zwei von fünf TV-Haushalten sind bereits alle Fernsehgeräte „smart“.

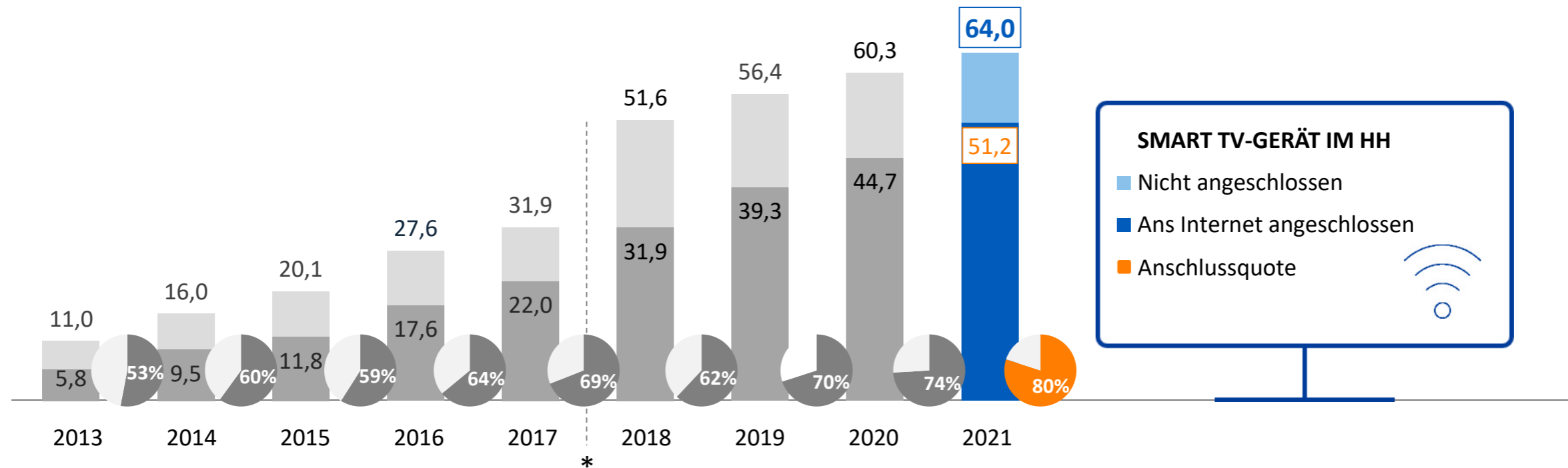


Angaben in Prozent  
Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## Smart TV – Anschlussquote

Gut die Hälfte der deutschen TV-Haushalte hat mindestens ein Smart TV an das Internet angeschlossen. Mittlerweile sind somit in 8 von 10 Smart TV-Haushalten Geräte „connected“.

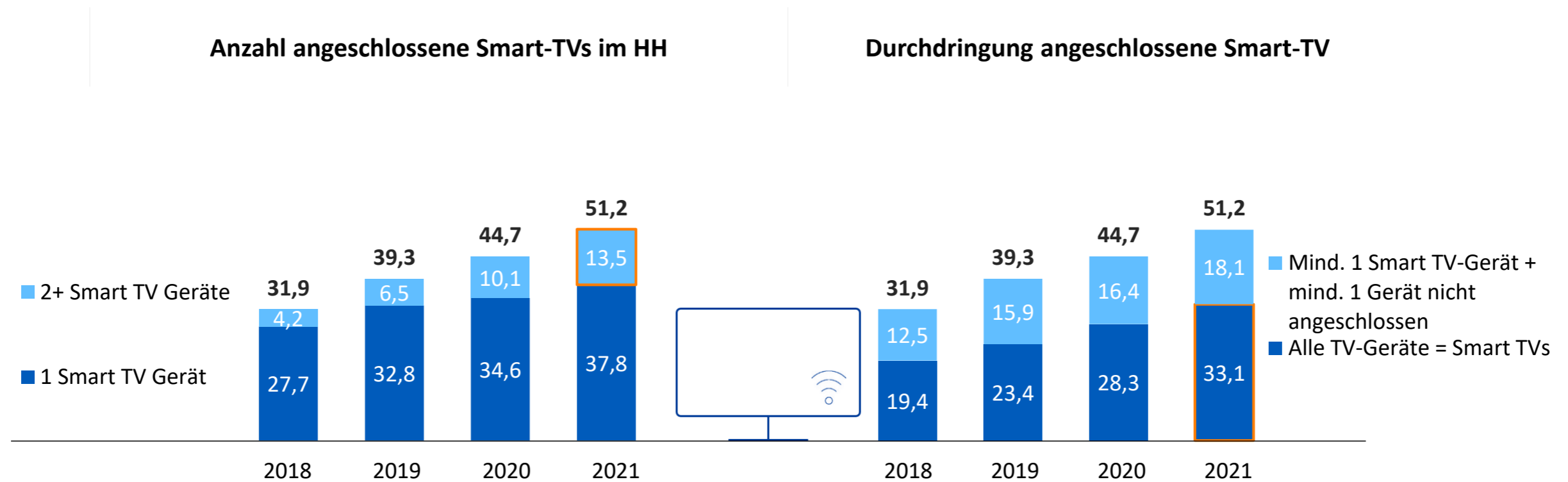


Angaben in Prozent / \* Ab 2018: Geänderte Fragestellung: Handelt es sich bei Ihrem Fernsehgerät / Ihren Fernsehgeräten um ein Smart TV-Gerät, also ein internetfähiges TV-Gerät? (Alte Frage vor 2018: Haben Sie die Möglichkeit, Videoinhalte aus dem Internet direkt auf dem Fernseher anzusehen, z.B. mit einem Smart TV, also einem internetfähigen Fernsehgerät?)  
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## Smart TV – angeschlossen: Ausstattung im Detail im Trend

Die Zahl der Haushalte mit zwei oder mehr angeschlossenen Smart-TVs nimmt weiter zu. In jedem dritten TV-Haushalt sind bereits alle TV-Geräte smart und connected.

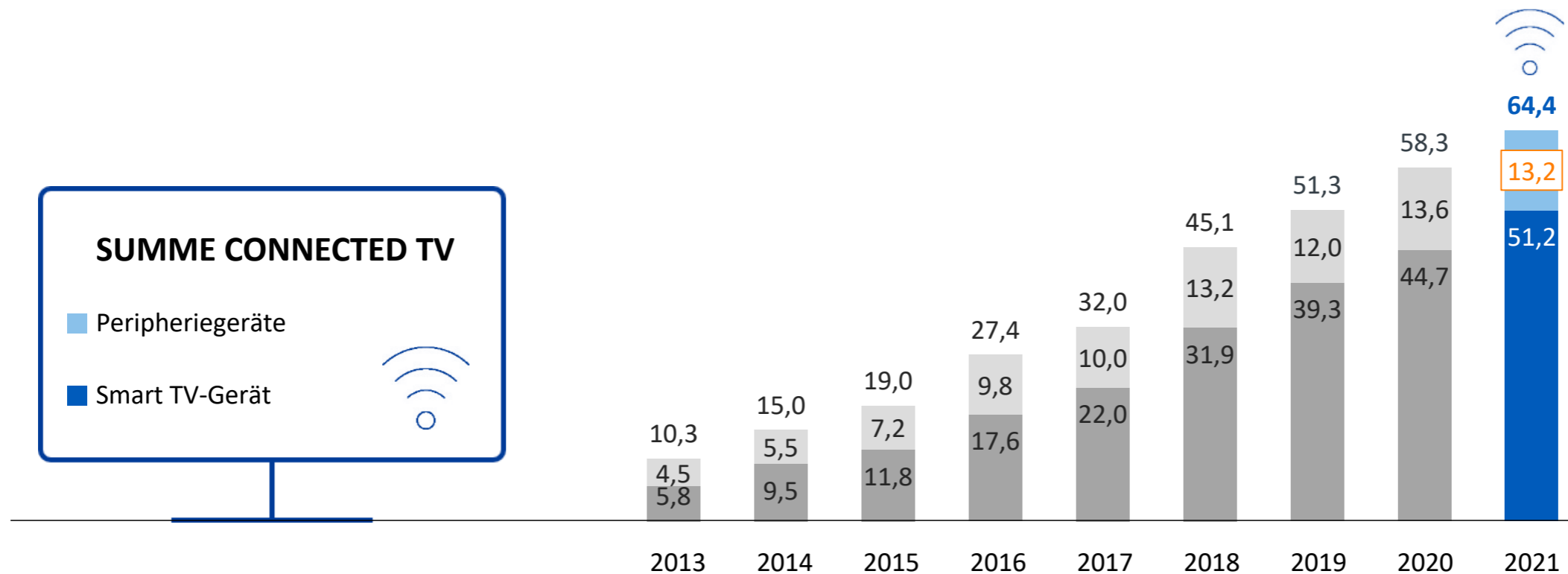


Angaben in Prozent  
Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## Connected TV – Smart TV-Gerät oder über Peripheriegerät connected

Smart TVs werden zunehmend direkt mit dem Internet verbunden. Die Relevanz von Streaming-Sticks oder –Boxen bleibt auf ähnlichem Niveau wie zuletzt.

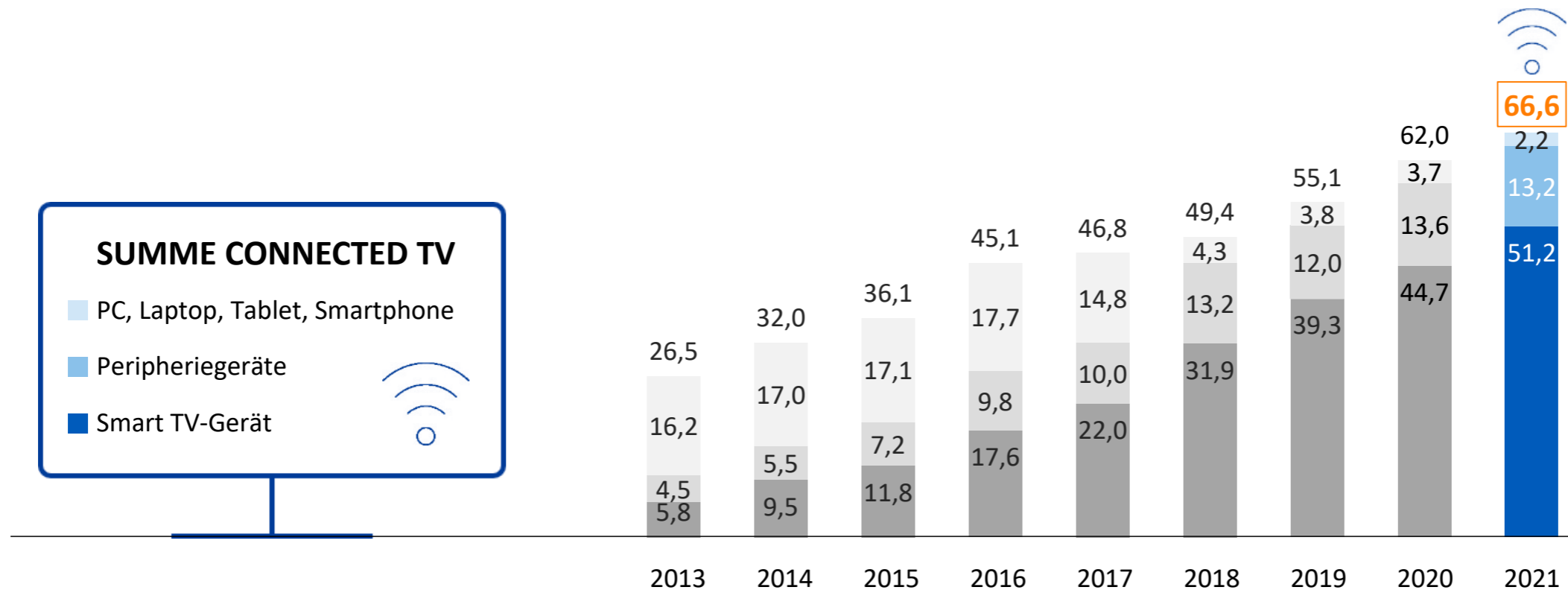


Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfähige Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV  
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



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

Der Anschluss über PC, Laptop, Tablet und Smartphone wird immer seltener genutzt. Insgesamt sind zwei Drittel der TV-Haushalte „connected“.

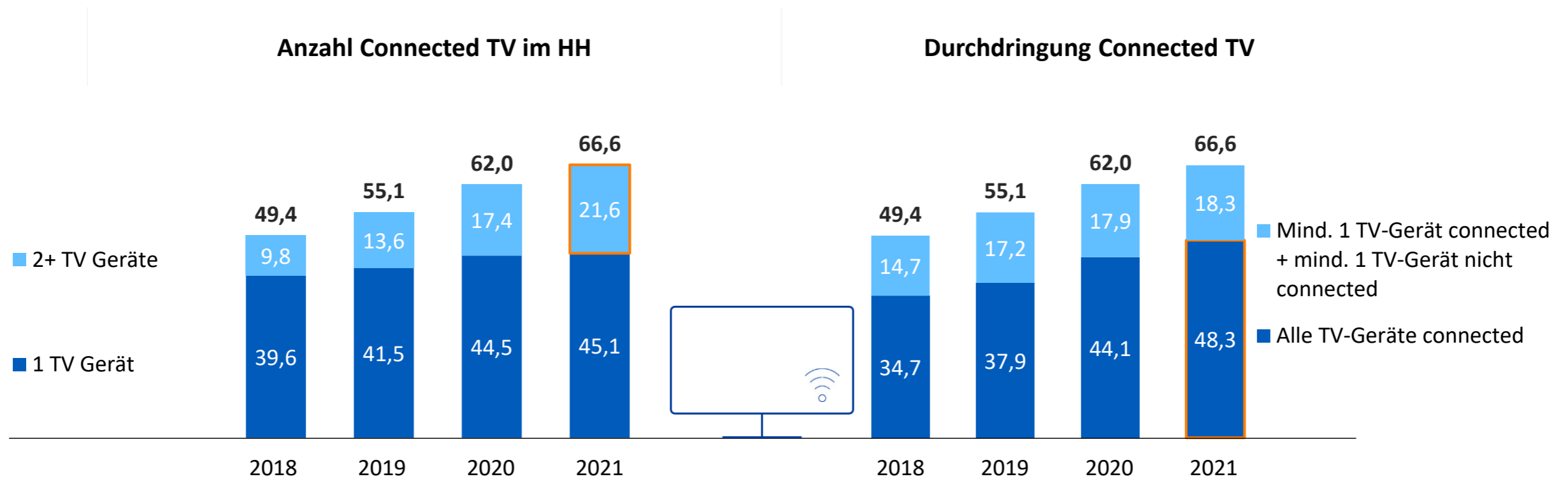


Angaben in Prozent; Peripheriegeräte: Internetfäh. Set-Top-Box, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV  
TV-Gerät über PC, Laptop, Tablet, Smartphone (neu seit 2016) an das Internet angeschlossen; falls nicht Smart TV- oder Peripheriegerät  
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## Connected TV total: Ausstattung im Detail im Trend

In jedem fünften TV-Haushalt stehen bereits zwei oder mehr Connected TVs. Fast jeder zweite Haushalt hat bereits alle Geräte mit dem Internet verbunden.



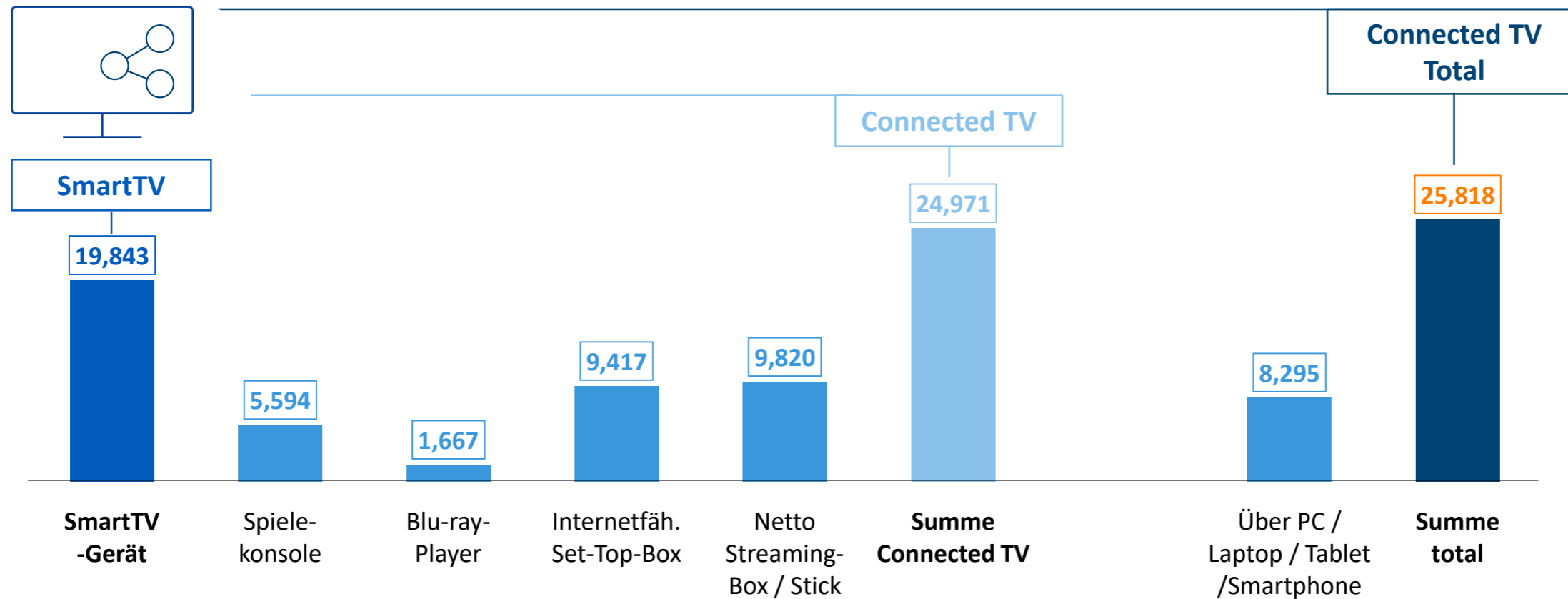
Angaben in Prozent  
Basis: 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)





## Connected TV – Anzahl Haushalte 2021

Absolut betrachtet verfügen 25,8 Mio. Haushalte über mindestens ein direkt oder über Peripheriegeräte mit dem Internet verbundenes TV-Gerät.

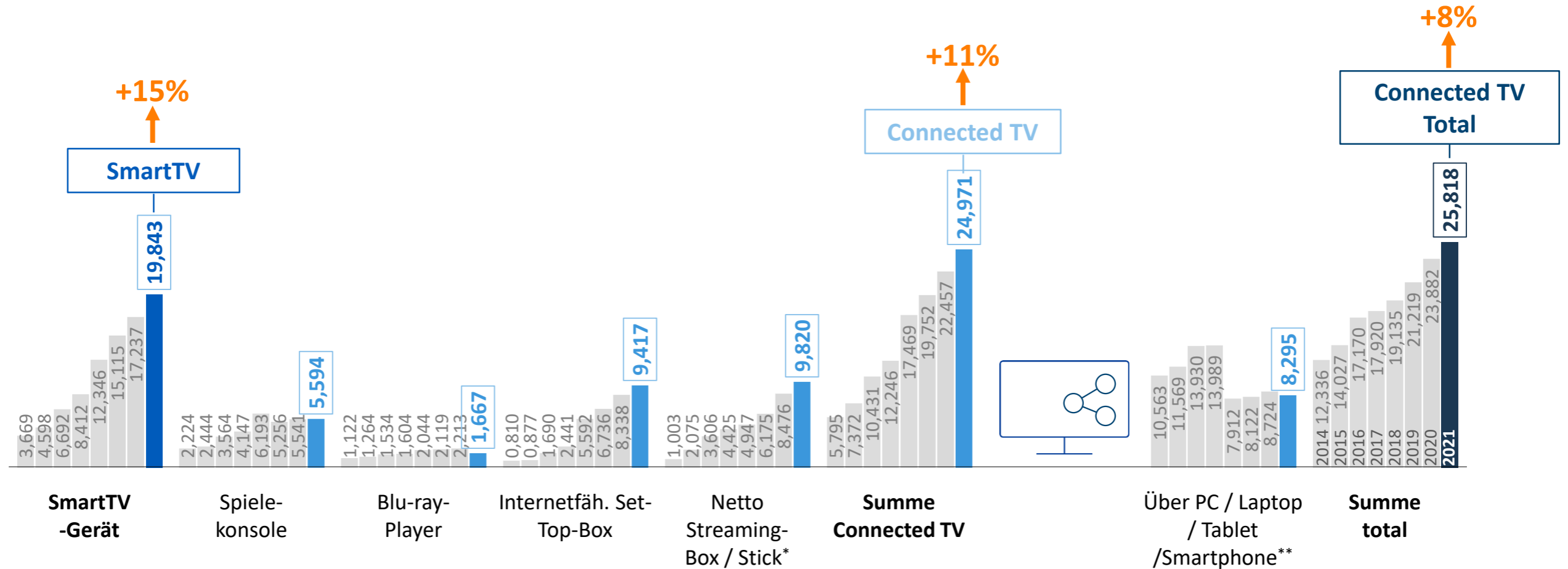


Angaben in Mio.  
Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



# Connected TV – Anzahl Haushalte 2014 – 2021

Connected TV Total wächst weiter kräftig, insbesondere die direkte Verbindung via Smart TV.

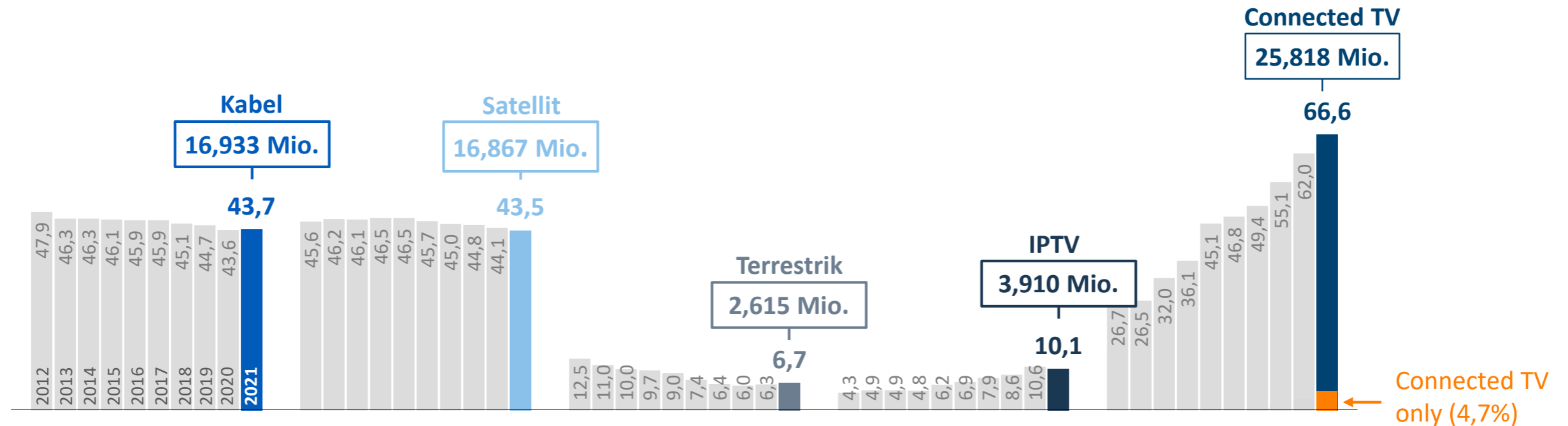


Angaben in Mio. / \* Streaming-Box/Stick ab 2015 abgefragt / \*\*Smartphone ab 2016 abgefragt  
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 / 38,306 / 38,697 / 38,491 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



## Verteilung der Übertragungswege

Zwei von drei TV-Haushalten schließen mindestens ein TV-Gerät zumindest gelegentlich an das Internet an. Damit ist Connected TV mit Abstand die häufigste Empfangsmöglichkeit.



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 / 38,520 / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



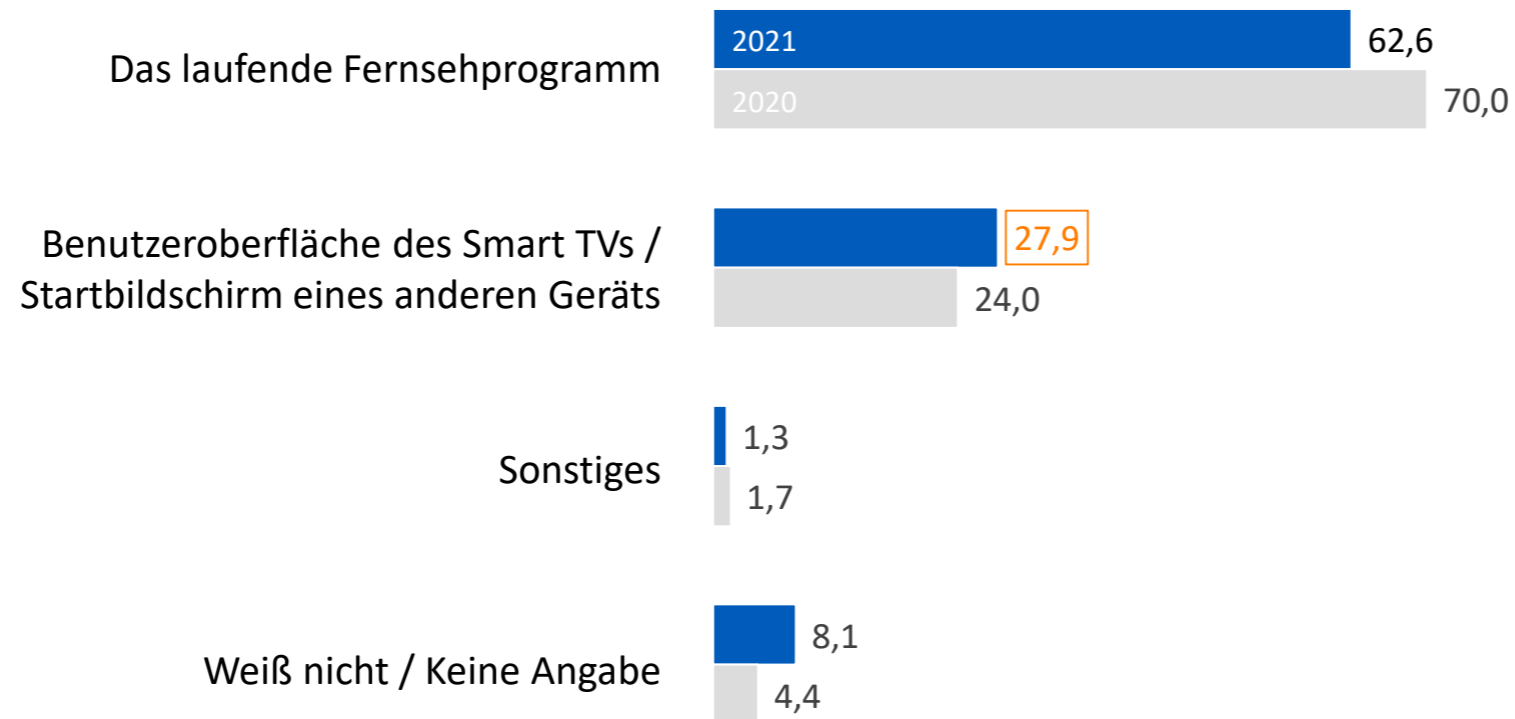
# 4

## Benutzeroberflächen: Aufrufen von OTT-Angeboten am TV-Gerät



## Erster Bildschirm nach Einschalten des TV Gerätes im Trend

Mehr Zuschauer als im letzten Jahr sehen als ersten Bildschirm nicht das laufende TV-Programm, sondern landen auf einer Benutzeroberfläche.

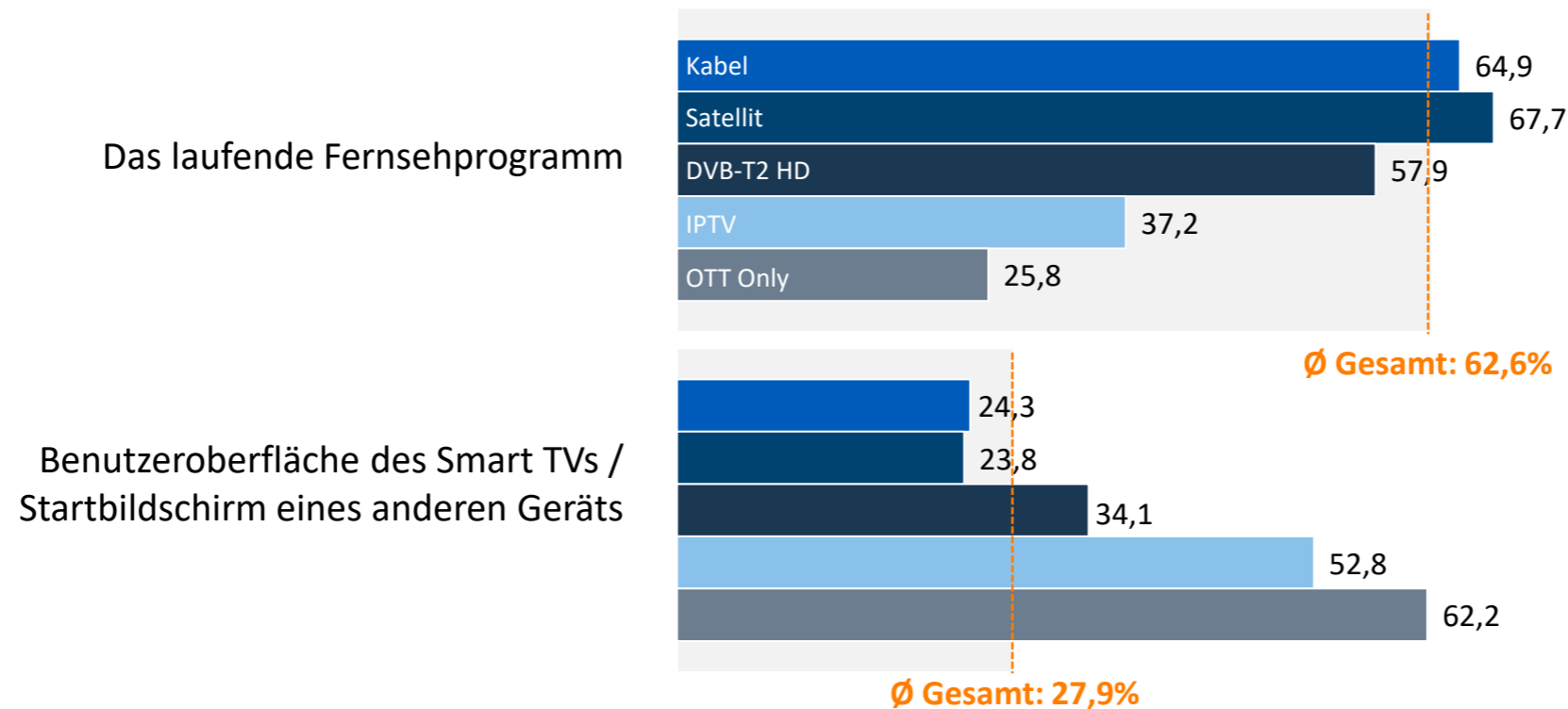


Angaben in Prozent;  
Basis: 67,650 / 67,796 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Deutschland (n=7.059)



## Erster Bildschirm nach Einschalten des TV Gerätes – nach Empfangsarten

Während in Kabel- und Satellitenhaushalten am häufigsten als erstes das laufende TV-Programm erscheint, sind es bei IPTV und OTT überdurchschnittlich oft Benutzeroberflächen.

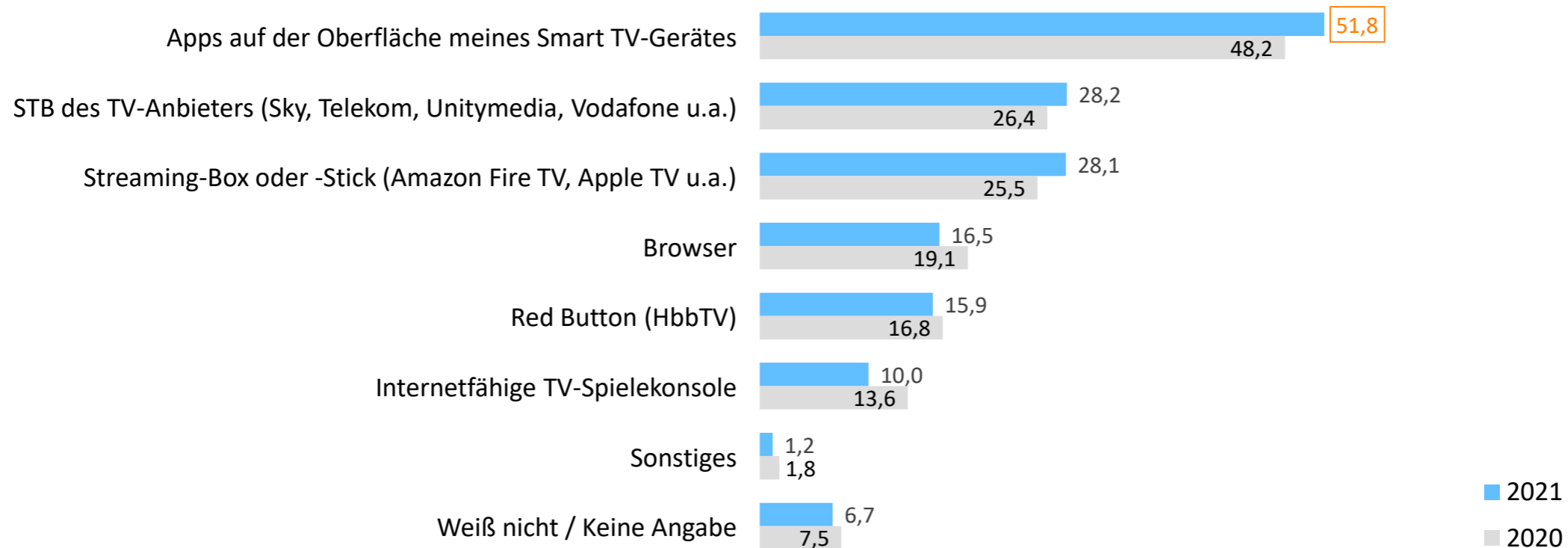


Angaben in Prozent; Basis: 27,502 / 32,301 / 4,058 / 4,300 / 3,194 Mio. Personen ab 14 Jahre, die Fernsehen über Kabel / Satellit / DVB-T2 HD / IPTV / OTT Only empfangen (n=2988 / n=3097 / n=529 / n=522 / n=281)



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

Etwa die Hälfte ruft OTT-Inhalte über Apps auf der Oberfläche des smarten Fernsehers auf, mehr als ein Viertel nutzt dazu auch internetfähige Set-Top-Boxen und Streaming-Sticks.

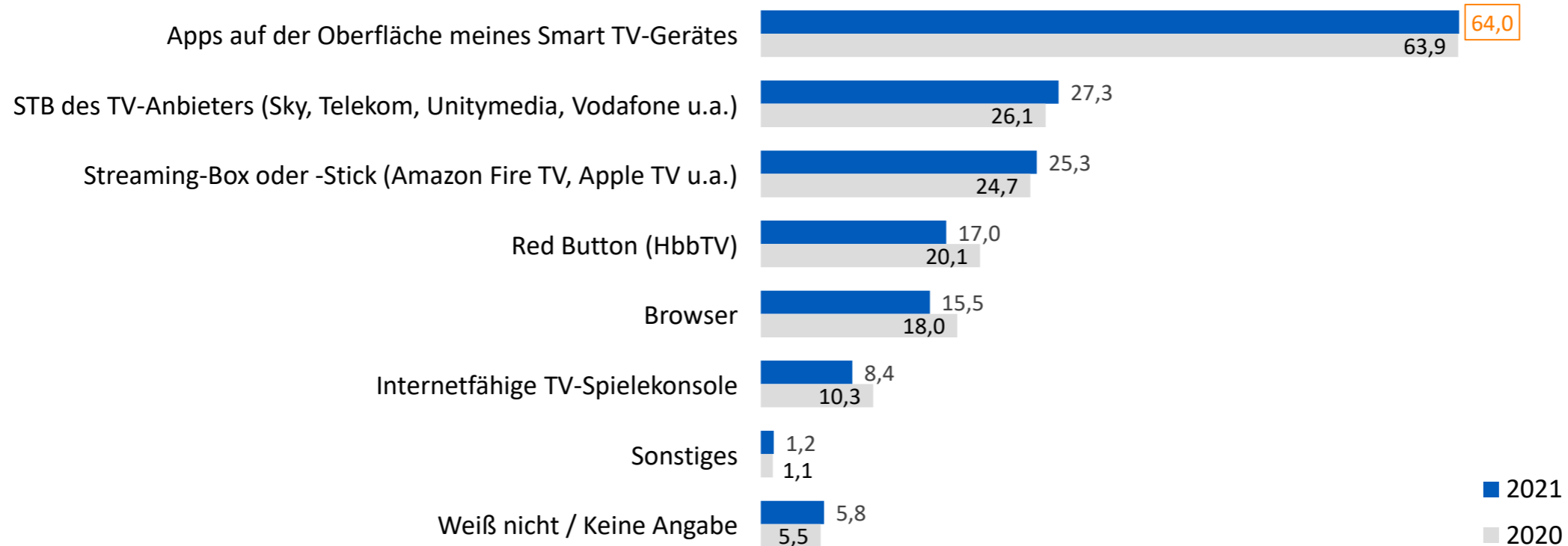


Angaben in Prozent; \*am Smart TV-Gerät oder am TV-Gerät, das über ein Peripheriegerät mit dem Internet verbunden ist  
Basis: 27,741 / 32,367 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am TV-Gerät nutzen (n=3.457)



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

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



Angaben in Prozent

Basis: 24,783 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=2.693)



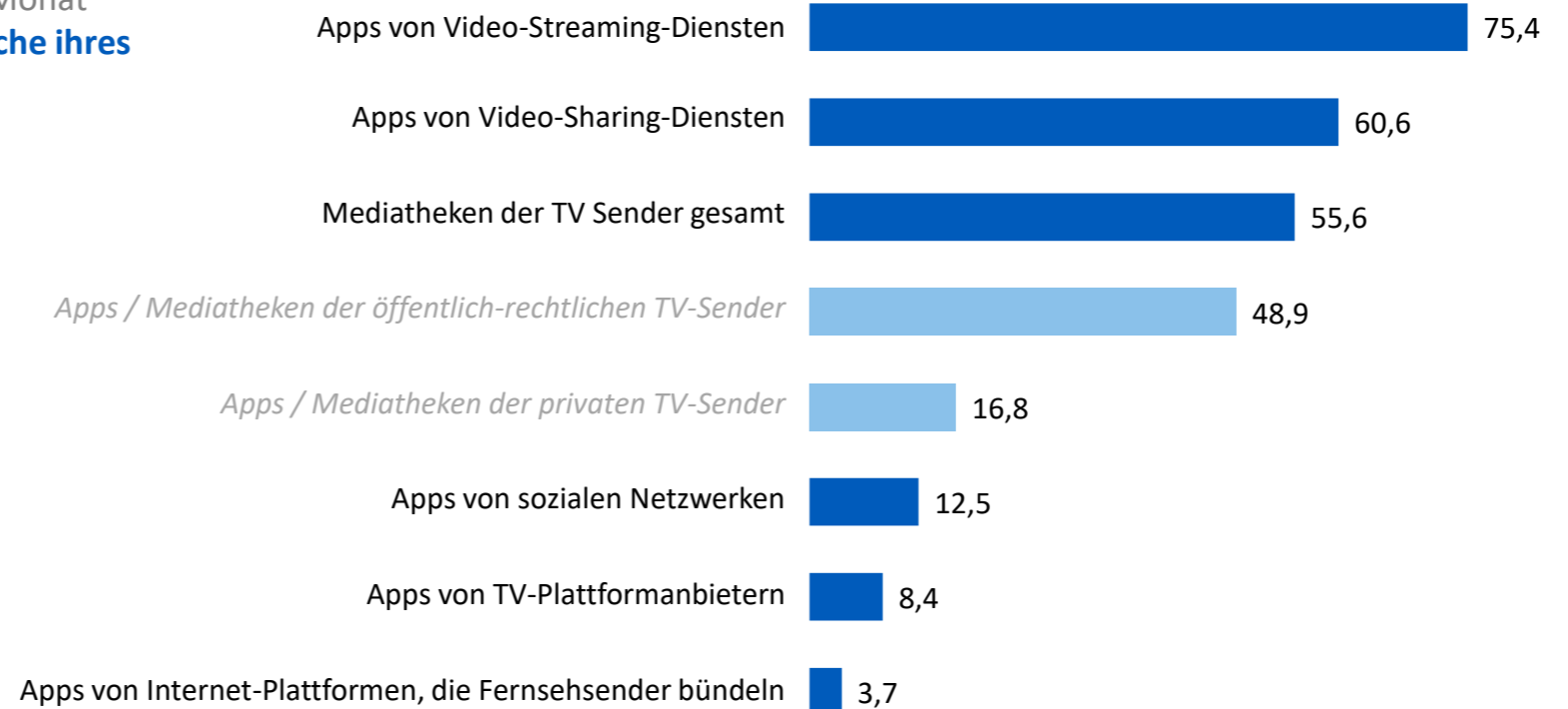


## Herstellerdefinierte Oberfläche – Nutzung von Apps

Der OTT-Zugriff über die Smart TV Oberfläche erfolgt am häufigsten über Apps von Video-Streaming-Diensten oder Videoportalen. Danach folgen die ö.-r. und privaten Mediatheken.



### Genutzte Apps über die Smart TV Oberfläche



Angaben in Prozent

Basis: 24,783 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=2.693)

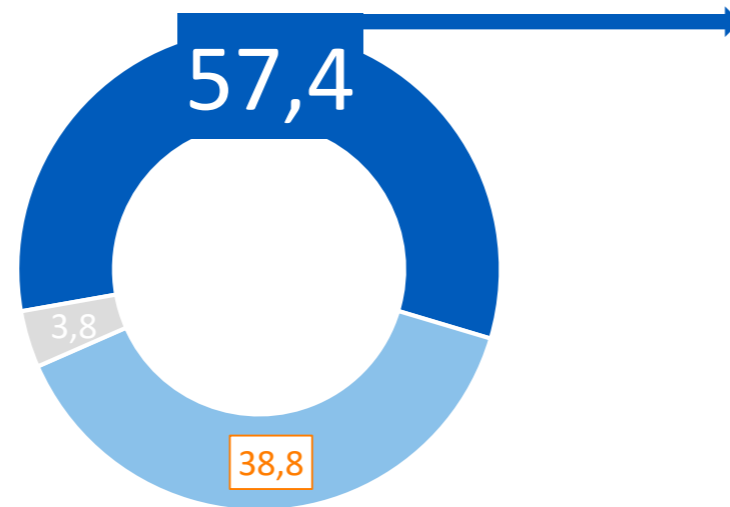


# Aufrufen der OTT-Angebote am TV-Gerät über Oberfläche des Smart TVs

Knapp 4 von 10 Nutzern haben die Oberfläche ihres Smart TVs verändert. Die Mehrheit kommt mit der voreingestellten Benutzeroberfläche zurecht.

**64,0%** 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

64,1

Das ist mir zu aufwändig

18,5

Das ist zu schwierig / ist mir zu kompliziert

14,8

Wusste gar nicht, dass das geht

10,9

Lohnt nicht, nutze es zu wenig

3,9

Sonstige Gründe

1,2

Weiß nicht / Keine Angabe

5,5

Angaben in Prozent

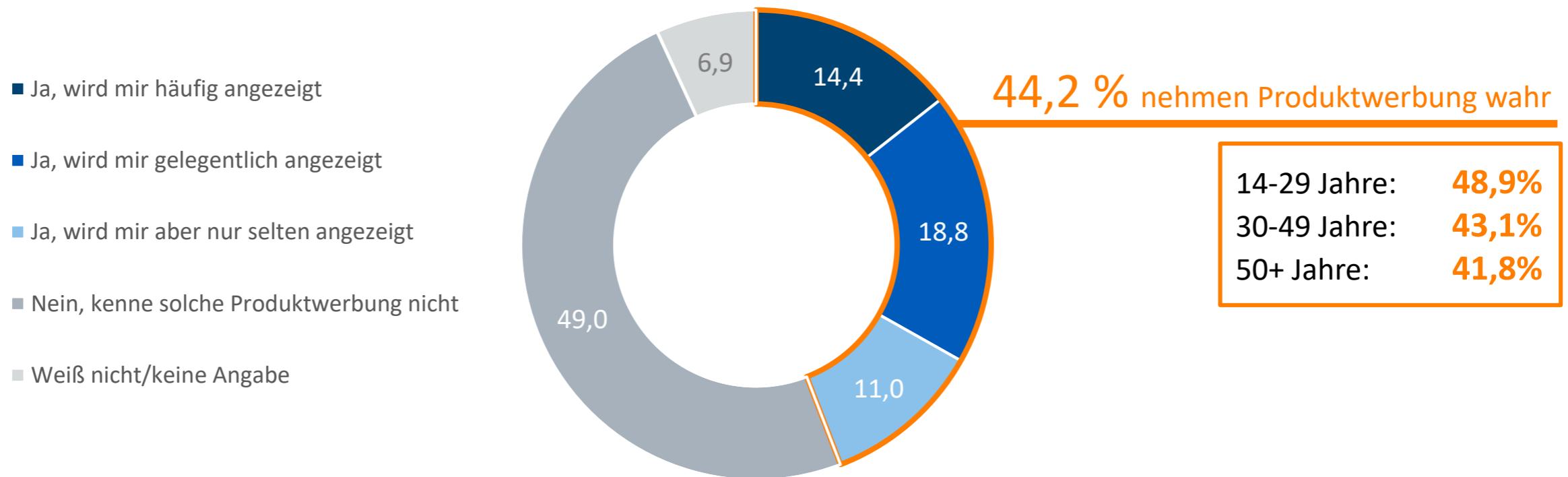
Basis: 24,783 Mio. Personen ab 14 Jahre, die OTT mind. einmal im Monat am Smart TV-Gerät nutzen (n=2.693)



## Wahrnehmung von Produktwerbung auf der Oberfläche des Smart TVs

Die Hälfte nimmt keine Werbeanzeigen für bestimmte Produkte auf der Oberfläche ihres Smart TVs wahr. Bei gut vier von zehn erscheint solche Werbung zumindest selten.

**52,5%** haben Zugang zu mindestens einem **mit dem Internet verbundenen Smart TV-Gerät**



Angaben in Prozent

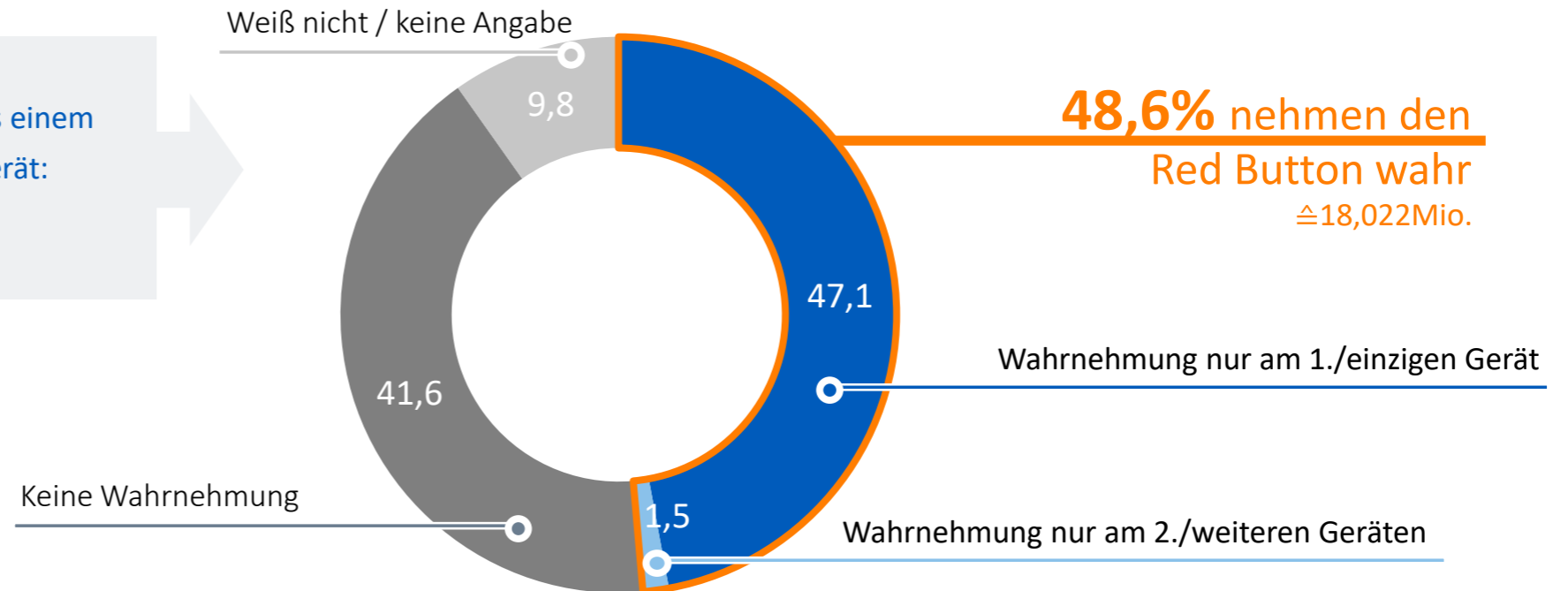
Basis: 37,052 Mio. Personen ab 14 Jahre in Haushalten, in denen mind. ein Smart TV-Gerät mit dem Internet verbunden ist (n=3.987)



## Wahrnehmung Red Button / HbbTV

Rund die Hälfte nimmt hin und wieder den roten Knopf oder ein rotes Hinweisschild auf ihrem Smart TV wahr. Etwa vier von zehn bemerken den Red Button nicht.

**52,5%** haben Zugang zu mindestens einem mit dem Internet verbundenen Smart TV-Gerät:  
**37,052 Mio.**



Angaben in Prozent

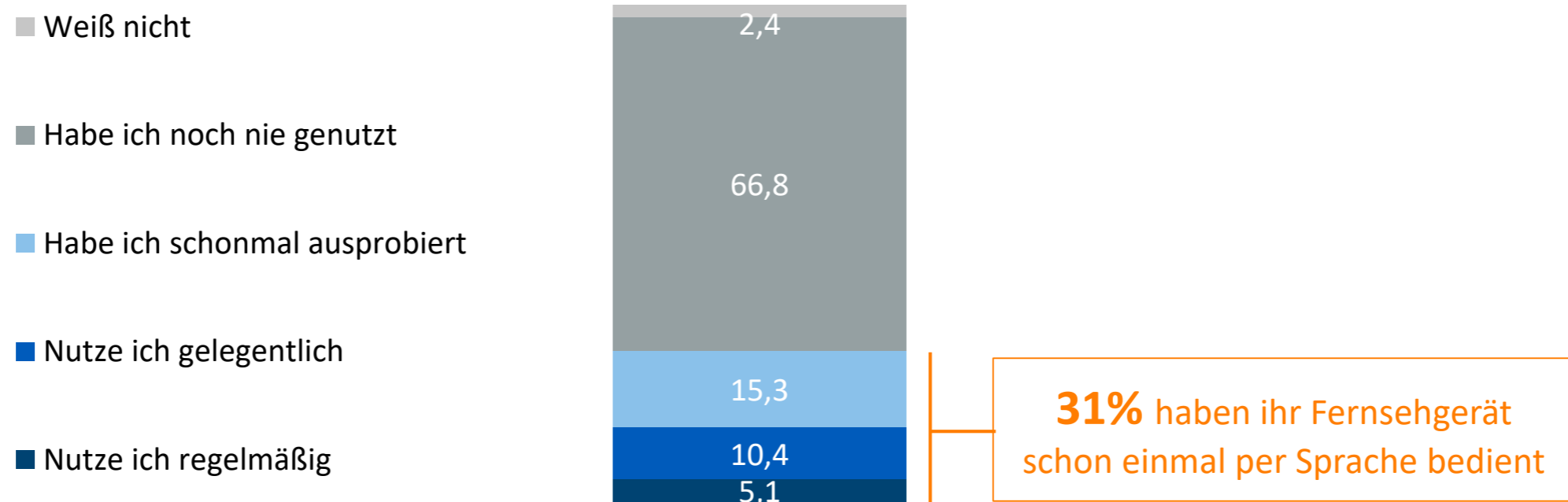
Basis: 37,052 Mio. Personen ab 14 Jahre in Haushalten, in denen mind. ein Smart TV-Gerät mit dem Internet verbunden ist (n=3.987)



## Nutzung Sprachsteuerung am TV-Gerät

Ein knappes Drittel hat die Sprachsteuerung am TV-Gerät mindestens schon einmal ausprobiert. Etwa jeder zwanzigste mit Zugang zu Connected TV nutzt die Funktion regelmäßig.

**65,6%** haben ihr Smart TV oder ein TV-Gerät über Peripheriegeräte mit dem Internet verbunden



Angaben in Prozent

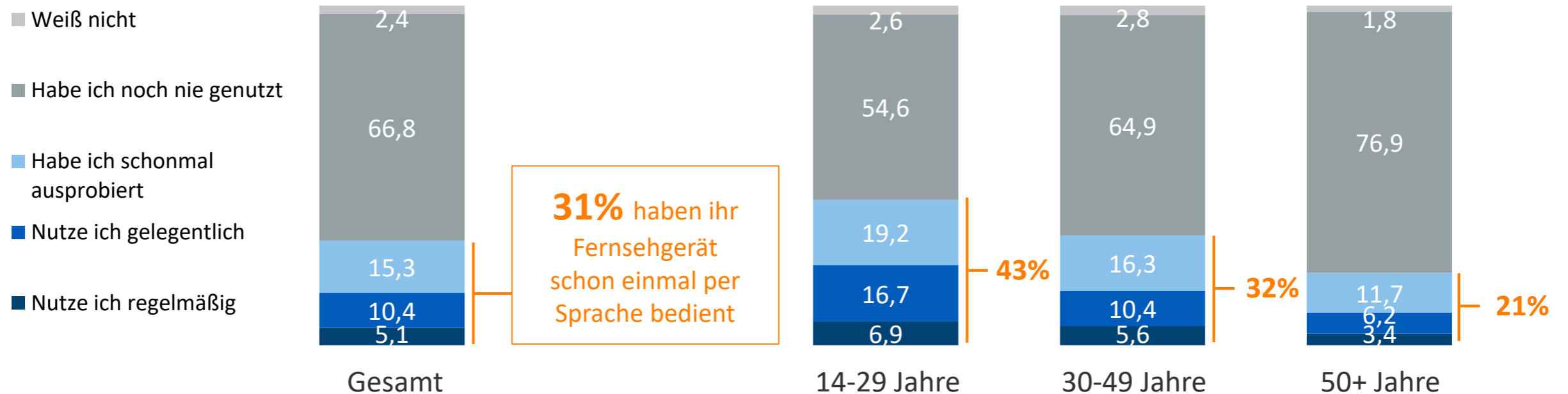
Basis: 46,327 Mio. Personen ab 14 Jahre mit Connected TV (Smart TV oder über Peripheriegerät mit dem Internet verbunden) (n=4.858)



## Nutzung Sprachsteuerung am TV-Gerät nach Alter

Unter-30-Jährige haben ihr Fernsehgerät deutlich häufiger schon einmal per Sprache bedient. Bei der ältesten Kohorte sind es im Vergleich nur etwa halb so viele.

**65,6%** haben ihr Smart TV oder ein TV-Gerät über Peripheriegeräte mit dem Internet verbunden



Angaben in Prozent

Basis: 46,327 Mio. Personen ab 14 Jahre mit Connected TV (Smart TV oder über Peripheriegerät mit dem Internet verbunden) (n=4.858), 12,093 Mio. 14-29 Jahre (n=1.185), 16,494 Mio. 30-49 Jahre (n=1.390), 17,740 Mio. 50+ Jahre (n=2.283)



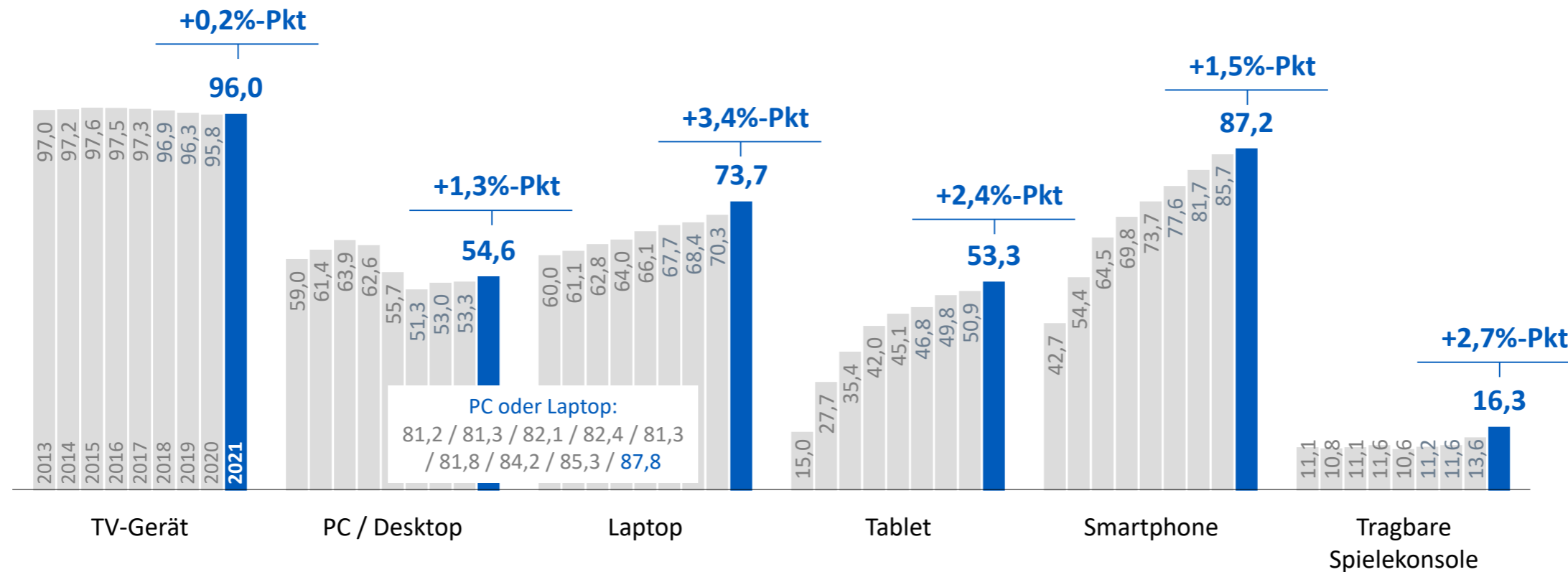
# 5

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



## Zugang zu Bildschirmgeräten – Alle Personen

Immer mehr Personen haben Zugang zu mobilen Bildschirmgeräten. Stärkste Zuwächse bei Laptop, Tablet und tragbaren Spielekonsolen.



Angaben in Prozent

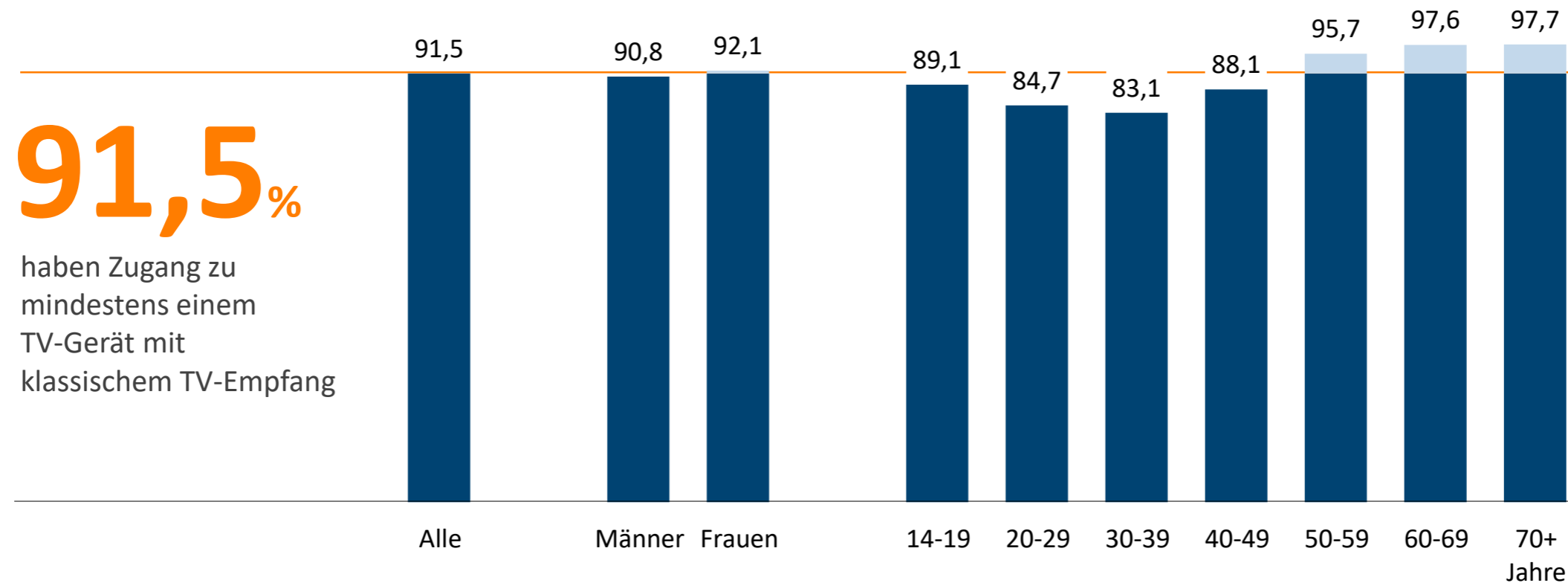
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)





## Zugang zu TV-Gerät mit klassischem TV-Empfang

Die überwiegende Mehrheit hat nach wie vor Zugang zu klassischem Fernsehen am TV-Gerät. Unter-50-Jährige liegen unter dem Durchschnitt.

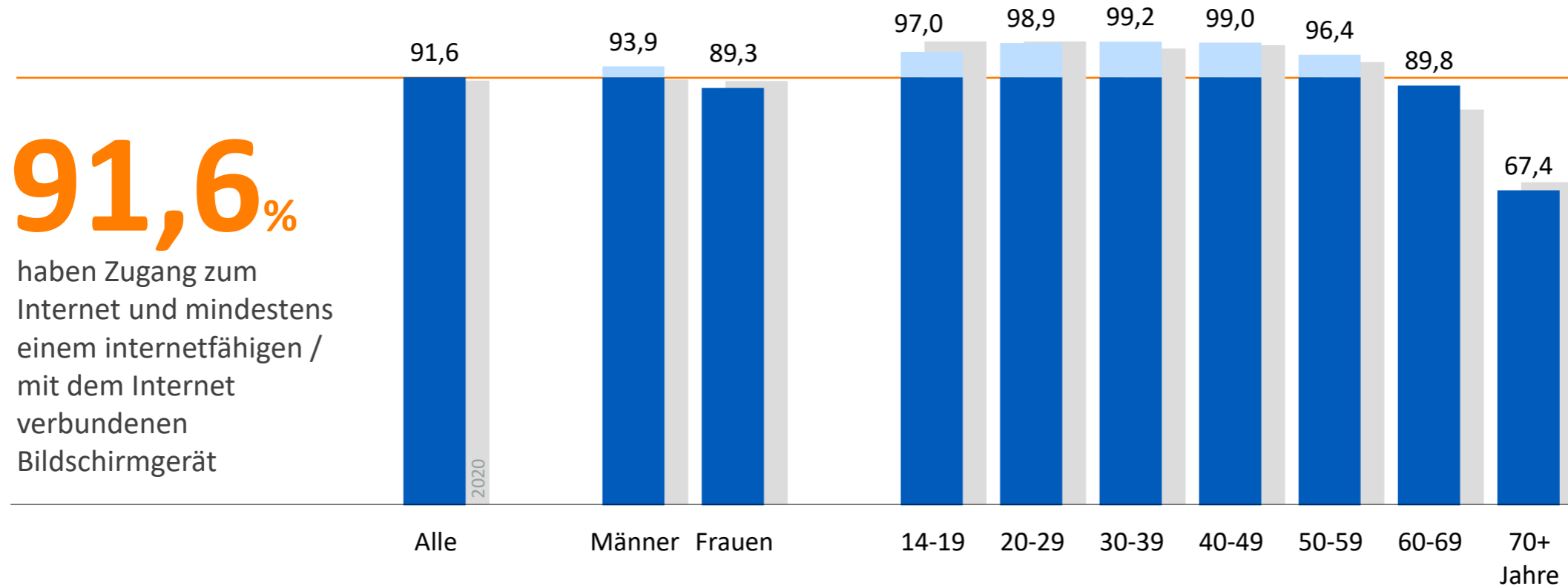


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Möglichkeit zur Videonutzung aus dem Internet gesamt – alle Geräte

Etwa 9 von 10 Personen ab 14 Jahre können TV- und Videoinhalte aus dem Netz nutzen. Deutlich unter dem Durchschnitt liegen nur noch die 70+ Jährigen.

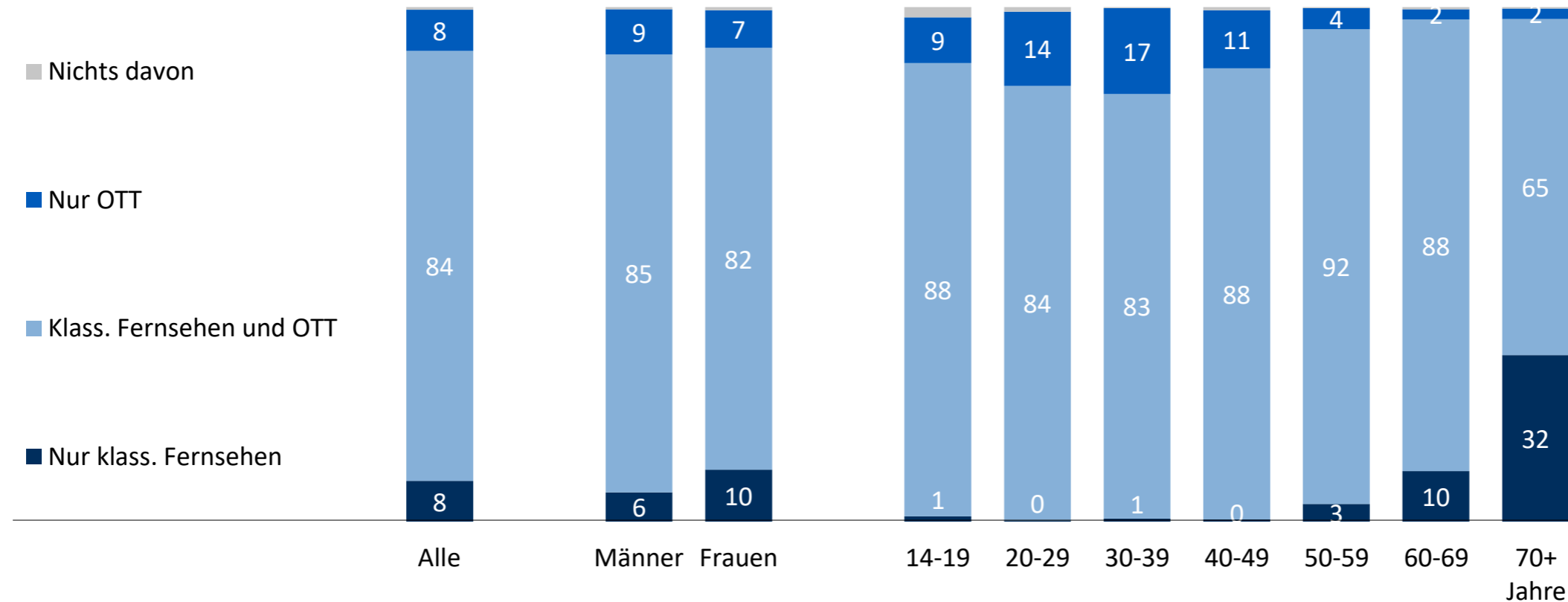


Angaben in Prozent  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Nutzungsmöglichkeit klassisches Fernsehen vs. OTT

Während jeder Dritte Über-70-Jährige ausschließlich Zugang zu klassischem Fernsehen hat, kann unter den 30-39-Jährigen sogar jeder Sechste nur OTT nutzen.

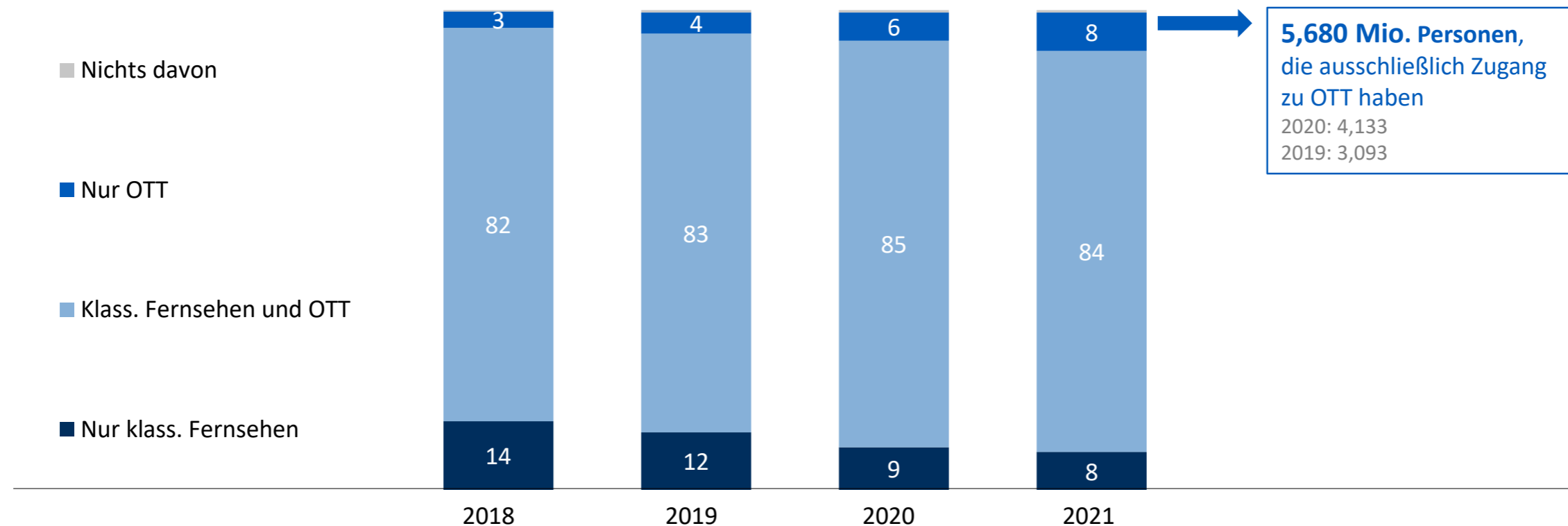


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Nutzungsmöglichkeit Fernsehen vs. OTT – im Trend

Der Anteil derer, die ausschließlich Zugang zu OTT haben, steigt erneut an auf mittlerweile rund 5,7 Mio. Personen.



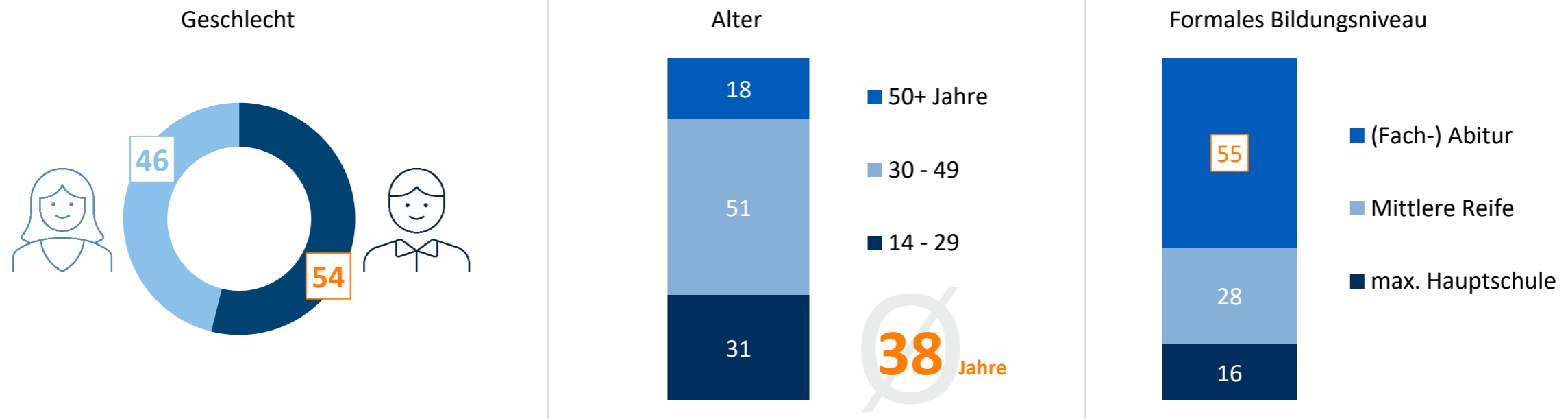
Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Demographie der OTT onlys

Die „OTT onlys“ sind mehrheitlich männlich mit formal hohem Bildungsgrad. Das Durchschnittsalter liegt bei 38 Jahren.

**5,680 Mio. Personen**, die ausschließlich Zugang zu OTT haben

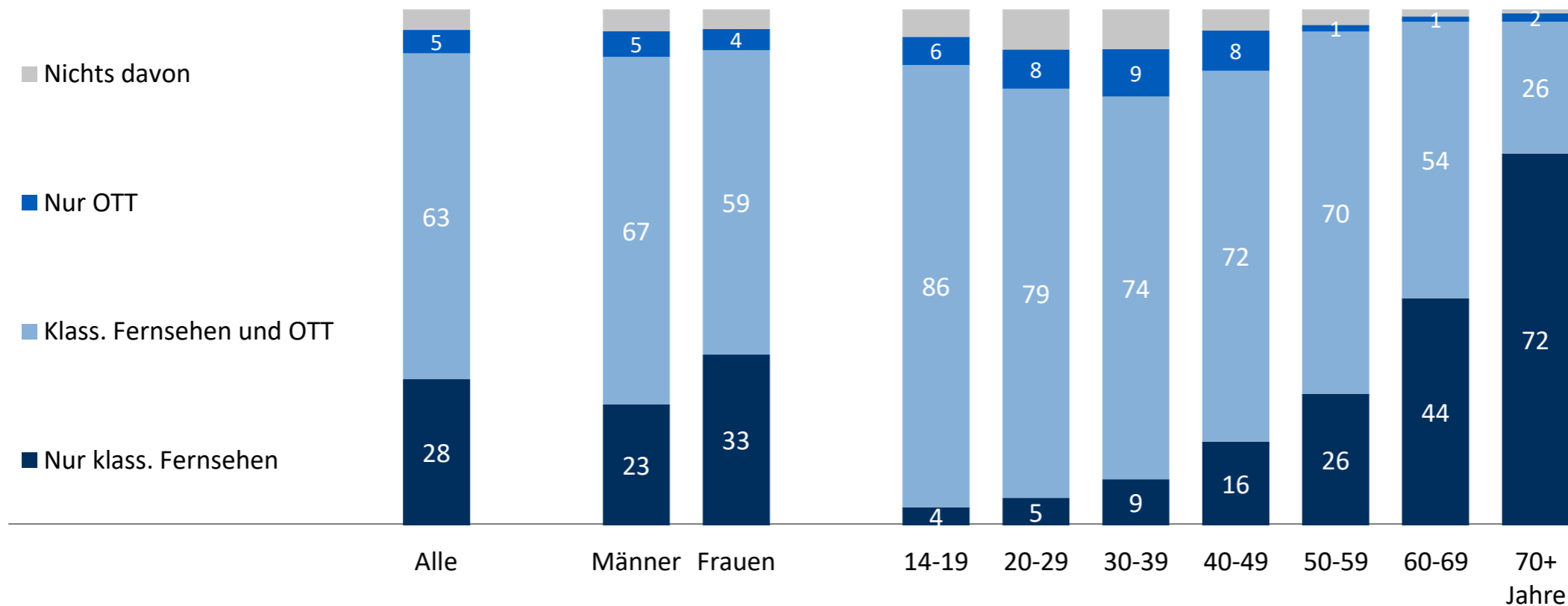


Angaben in Prozent  
Basis: 5,680 Mio. Personen, die ausschließlich Zugang zu OTT haben (n=702)



## TV-Gerät: Nutzungsmöglichkeit klassisches Fernsehen vs. OTT

Am TV-Gerät haben nahezu zwei Drittel Zugang zu OTT und klassischem TV. Bei den Über-70-Jährigen kann eine klare Mehrheit nur klassisches Fernsehen empfangen.

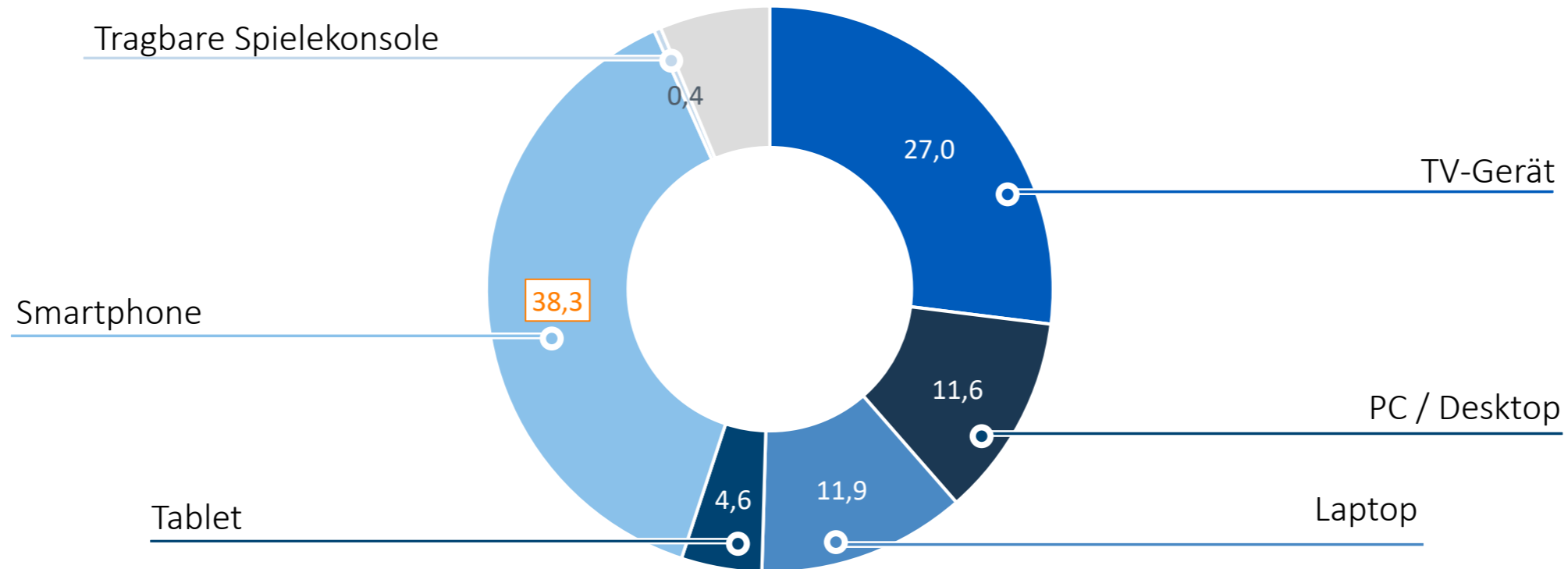


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Wichtigstes (Bildschirm-) Gerät **allgemein**

Das Smartphone ist das wichtigste Bildschirmgerät, gefolgt vom TV-Gerät. Insgesamt vereinen beide Geräte etwa zwei Drittel der Personen als wichtigstes Gerät auf sich.

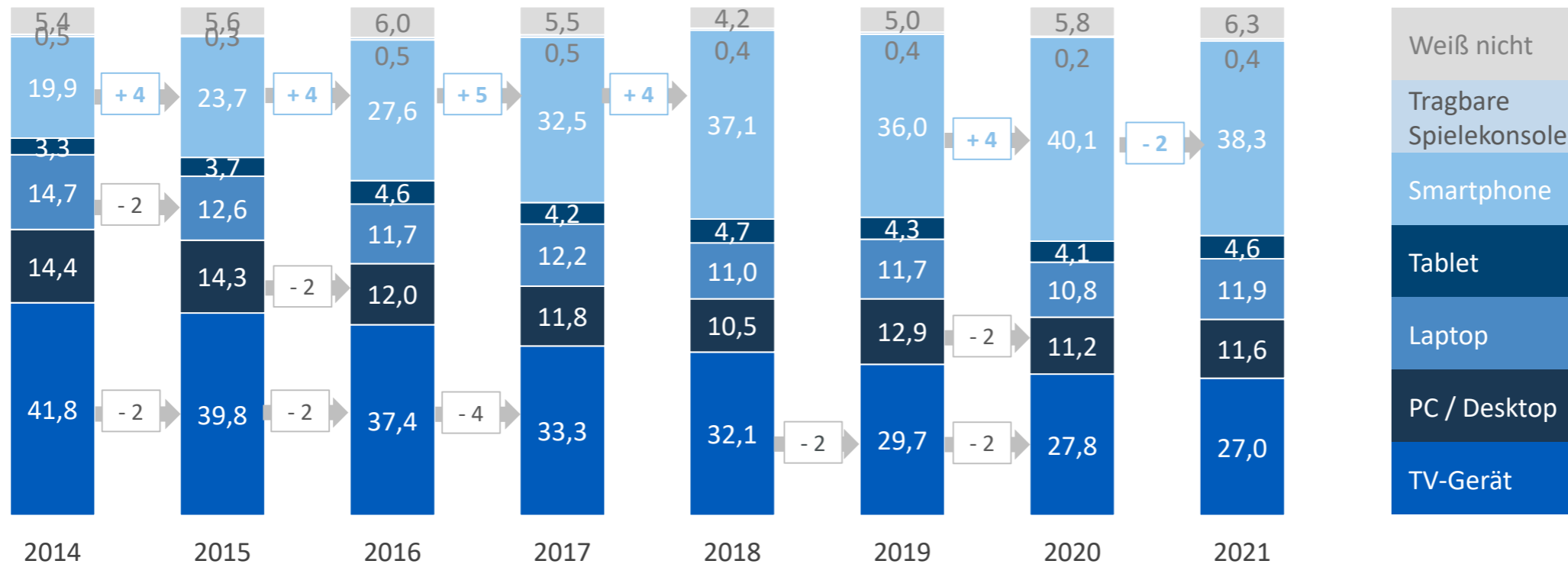


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Wichtigstes Gerät allgemein im Trend

Das Smartphone verliert etwas an Bedeutung. Die anderen Geräte bleiben stabil.



Angaben in Prozent

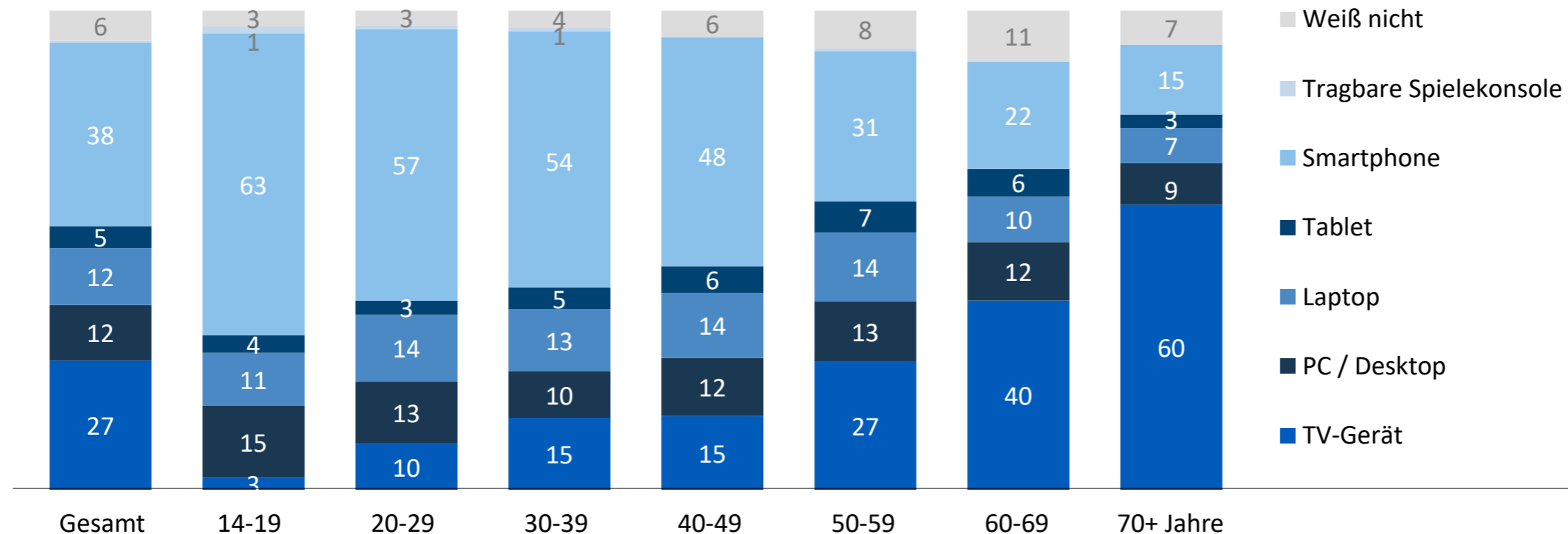
Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)





## Wichtigstes Gerät allgemein nach Alter

Je älter, desto wichtiger ist das TV-Gerät und desto weniger relevant ist das Smartphone.

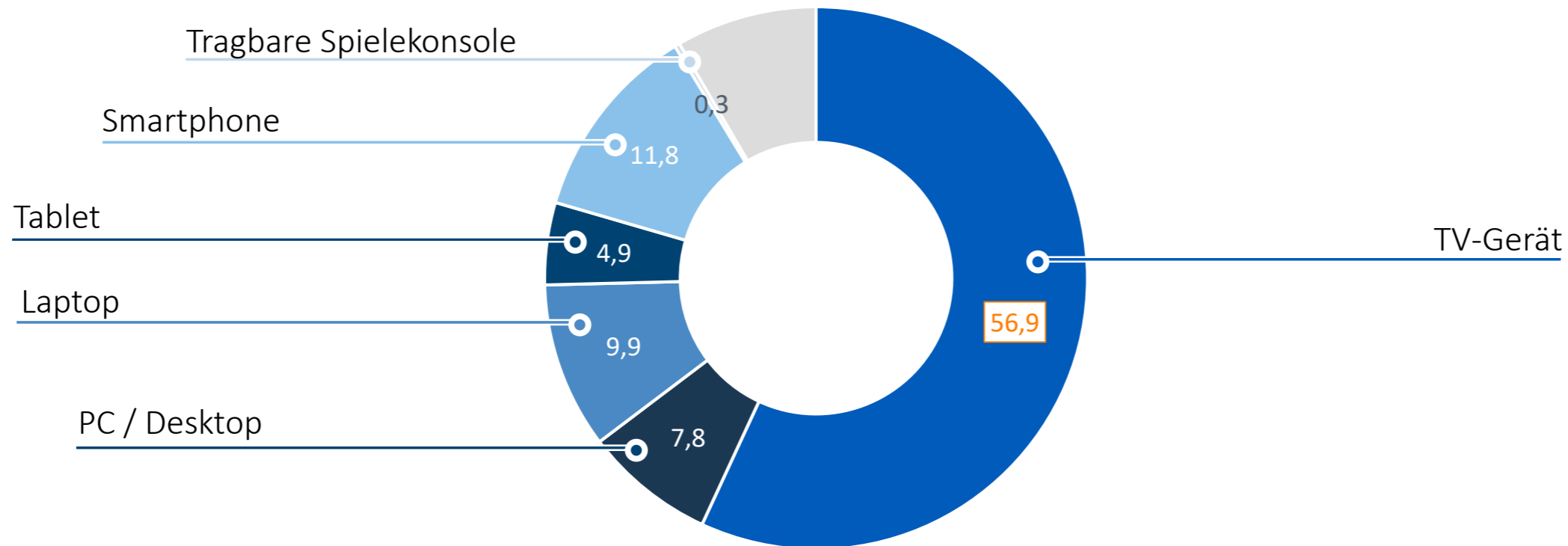


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung

Für die Mehrheit ist der Fernseher das wichtigste Gerät zur Bewegtbildnutzung. Mehr als jeder Zehnte präferiert das Smartphone.

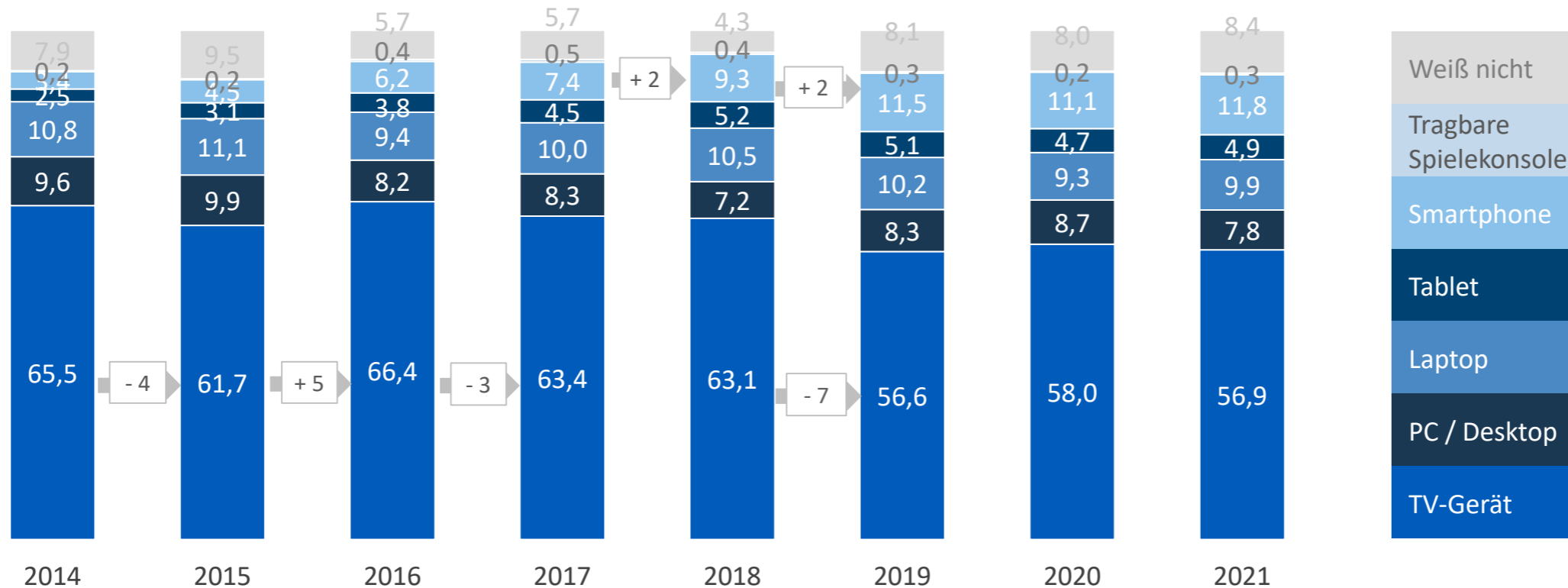


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



# Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung

Der Fernseher verliert wieder etwas an Relevanz für Bewegtbildinhalte. Darüber hinaus stabile Verhältnisse: Die Anteile verschieben sich nur leicht.

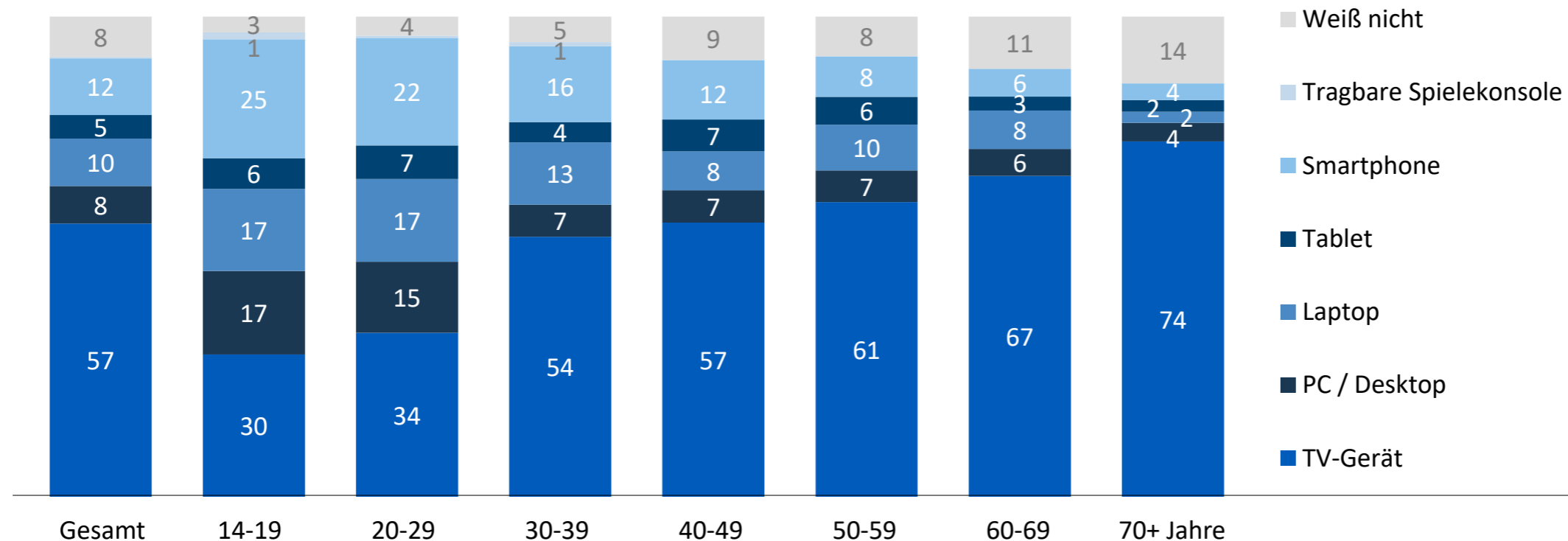


Angaben in Prozent  
Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung nach Alter

Smartphone, Tablet und Laptop spielen für die Unter-30-Jährigen eine größere Rolle für Bewegtbild als für Ältere. Bei den Altersgruppen über 30 ist das TV-Gerät klar vorne.



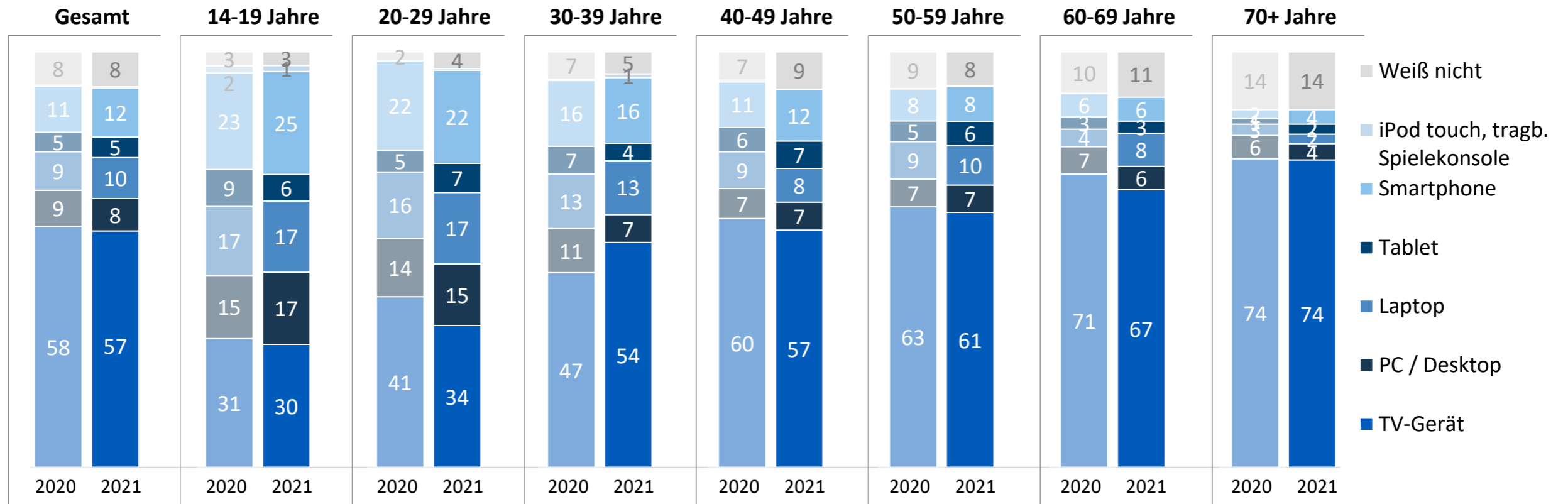
Angaben in Prozent

Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Wichtigstes Gerät zur Bewegtbildnutzung nach Alter im Trend

Das TV-Gerät verliert in fast allen Altersgruppen an Relevanz; am stärksten bei den 20-29-Jährigen.

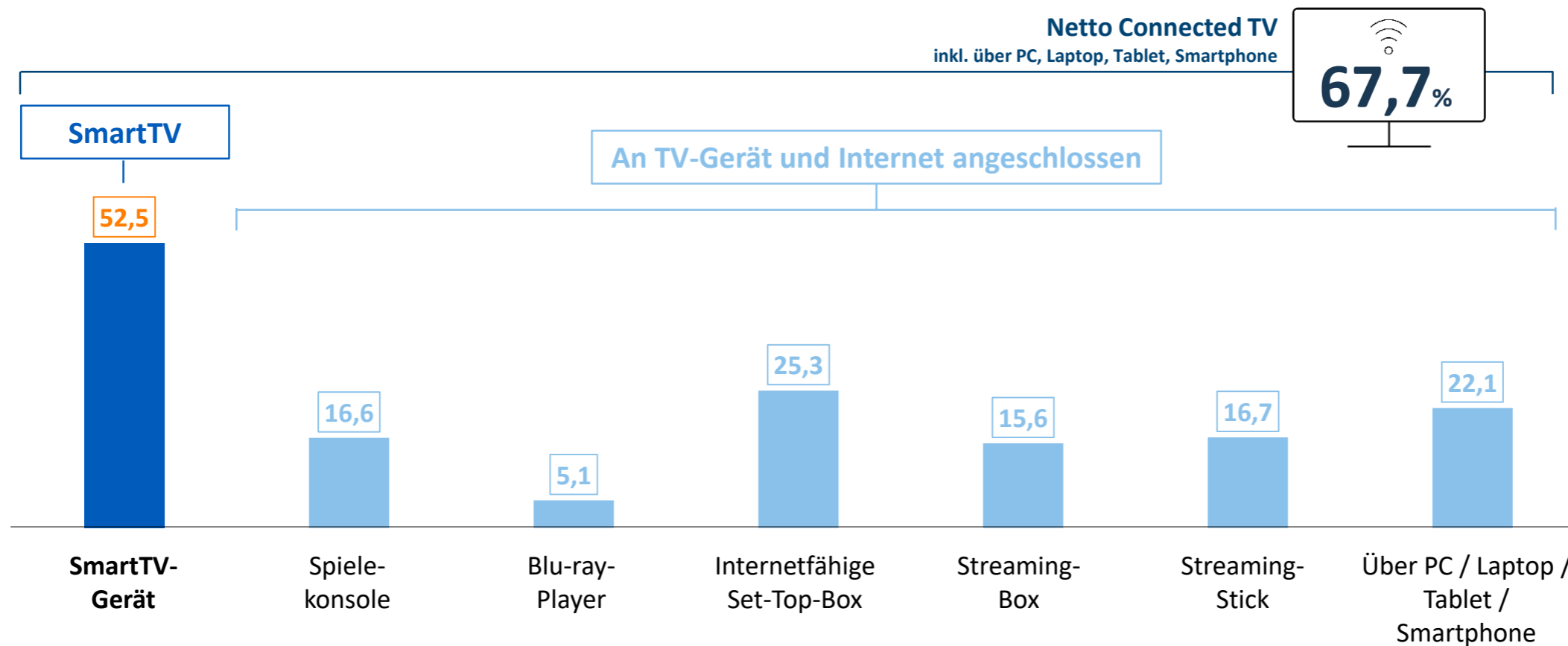


Angaben in Prozent  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Zugang zu Connected TV

Zwei Drittel haben Zugang zu Videoinhalten aus dem Internet. Mehr als jeder Zweite hat Zugang zu einem Smart TV.

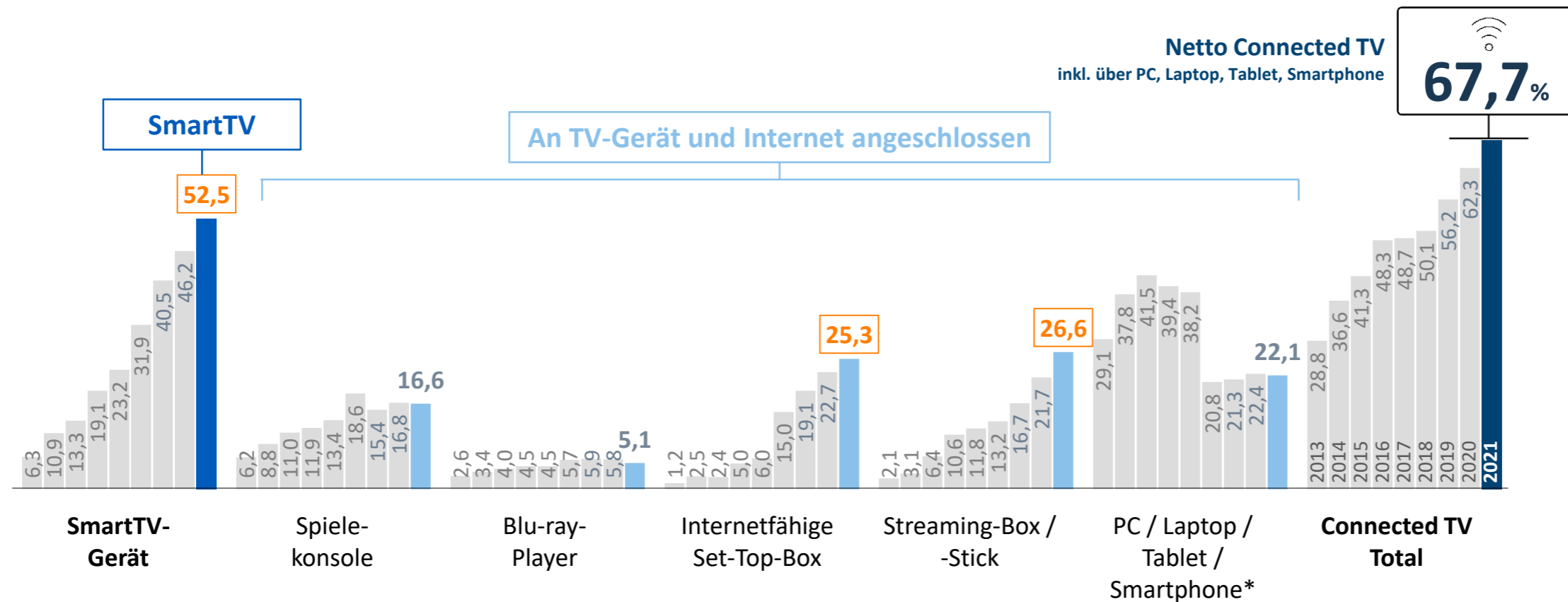


Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



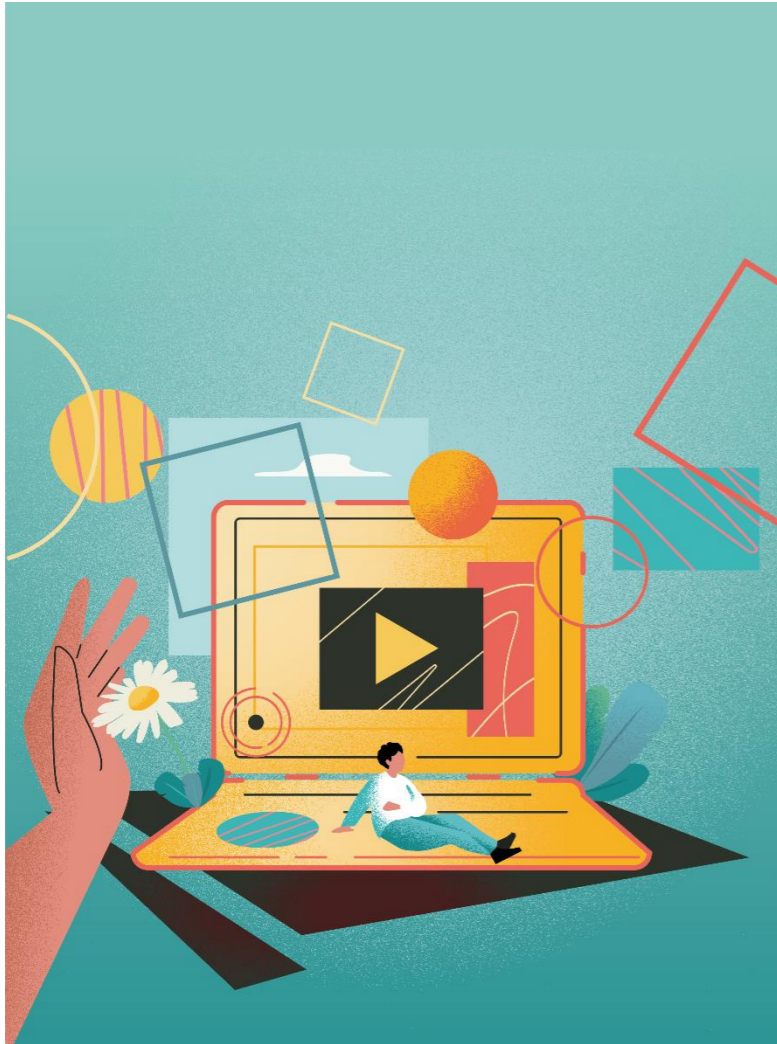
# Zugang zu Connected TV im Trend

Der Zugang zu Connected TV steigt erneut an. Vor allem Smart TVs nehmen in der Verbreitung deutlich zu.



Angaben in Prozent; \*Smartphone erst seit 2016 berücksichtigt

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)

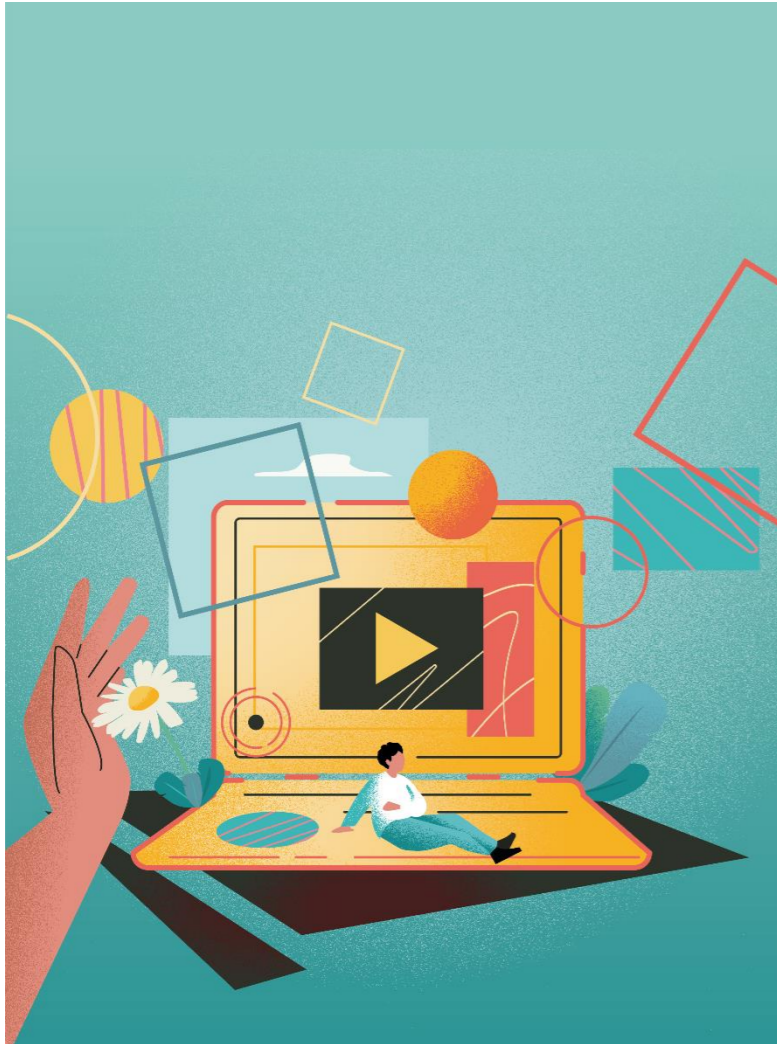


# 6

## Fernseh- und Videonutzung in Deutschland

---





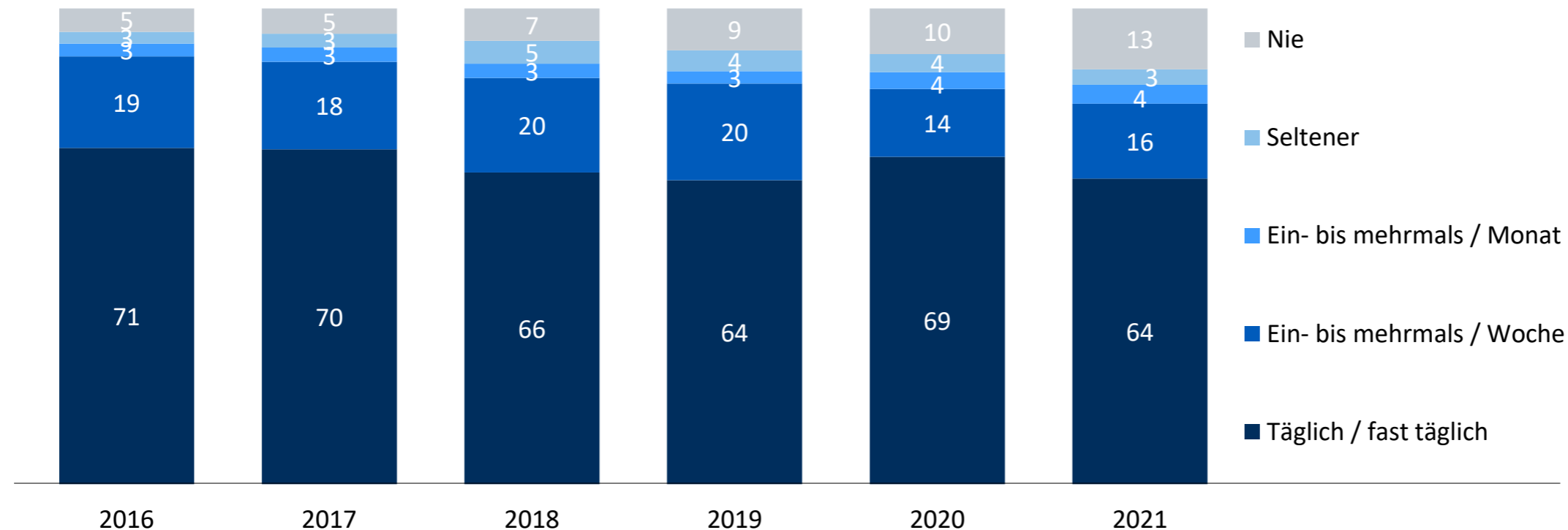
# 6.1

## Nutzung klassisches Fernsehen und OTT im Vergleich



## TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Trend

Nach einem – vermutlich coronabedingten – Anstieg der täglichen Nutzung im letzten Jahr, geht die intensive TV-Nutzung wieder zurück auf das Niveau vor der Pandemie.



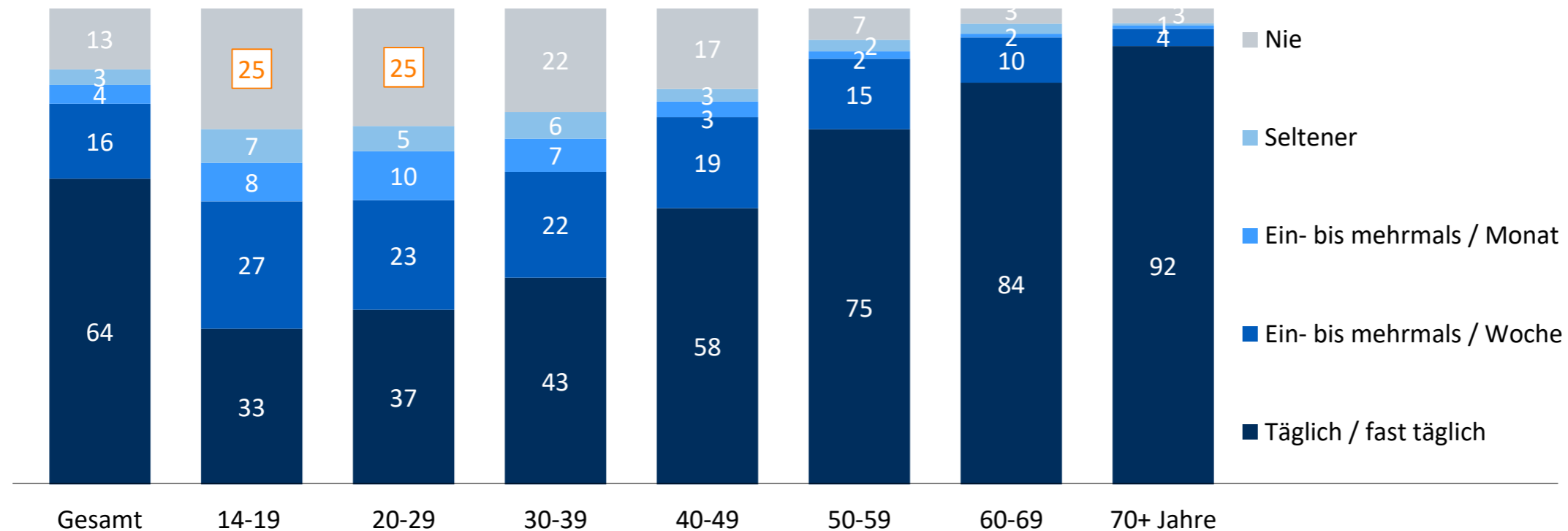
Angaben in Prozent

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Alter

Ein Viertel der 14-29-Jährigen schaut nie klassisches Fernsehen. Bei Personen 50+ sind es mindestens drei Viertel, die (fast) täglich den Fernseher einschalten.



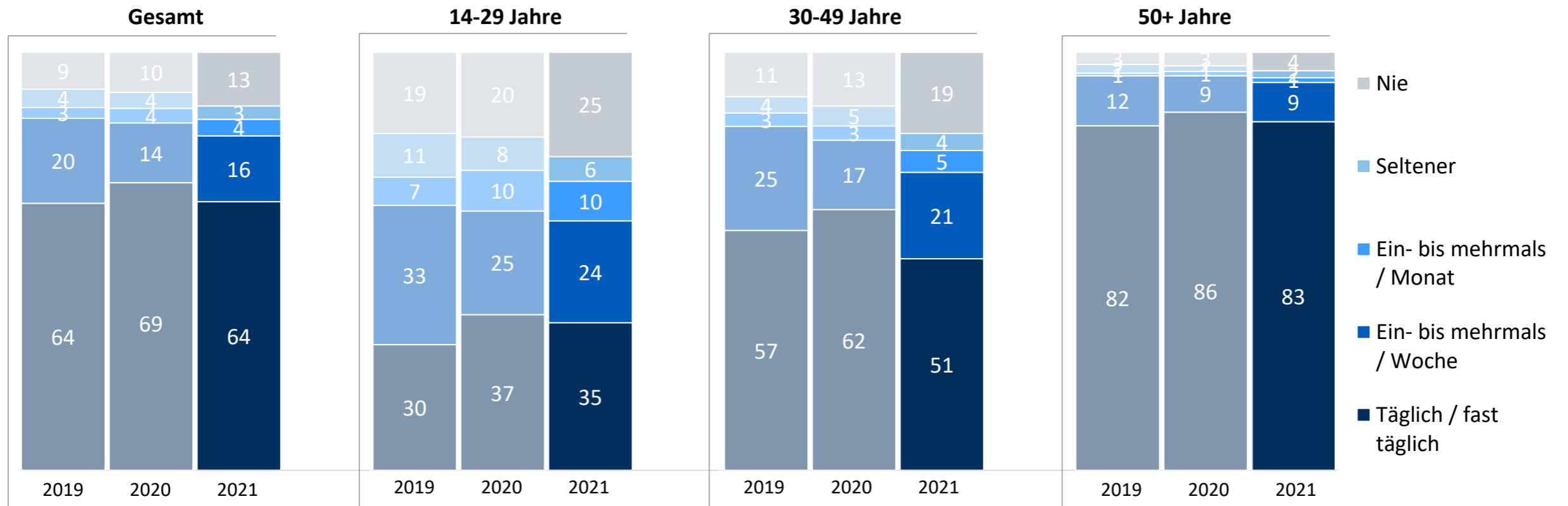
Angaben in Prozent

Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## TV-Gerät: Nutzungsfrequenz klassisches Fernsehen nach Alter im Trend

Die tägliche TV-Nutzung sinkt in allen Altersgruppen und nähert sich damit dem Vor-Corona-Niveau an. Bei den 30-49-Jährigen liegt die Nutzung sogar deutlich darunter.

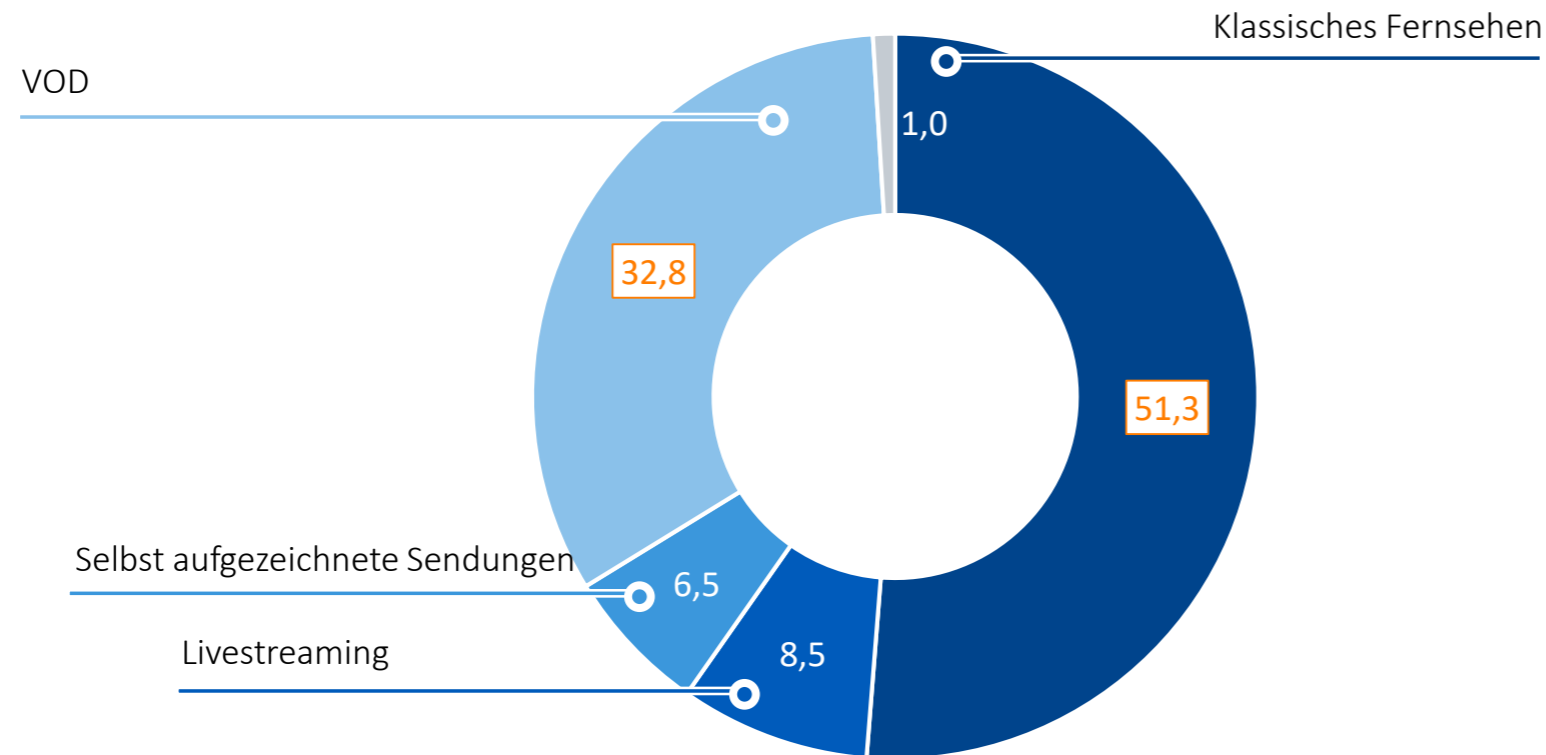


Angaben in Prozent  
Basis: 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Nutzungsanteile

Etwa die Hälfte der Bildschirmzeit entfällt auf klassisches Fernsehen, während ein Drittel der Nutzung auf Video-On-Demand-Diensten stattfindet.



### FRAGETEXT

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

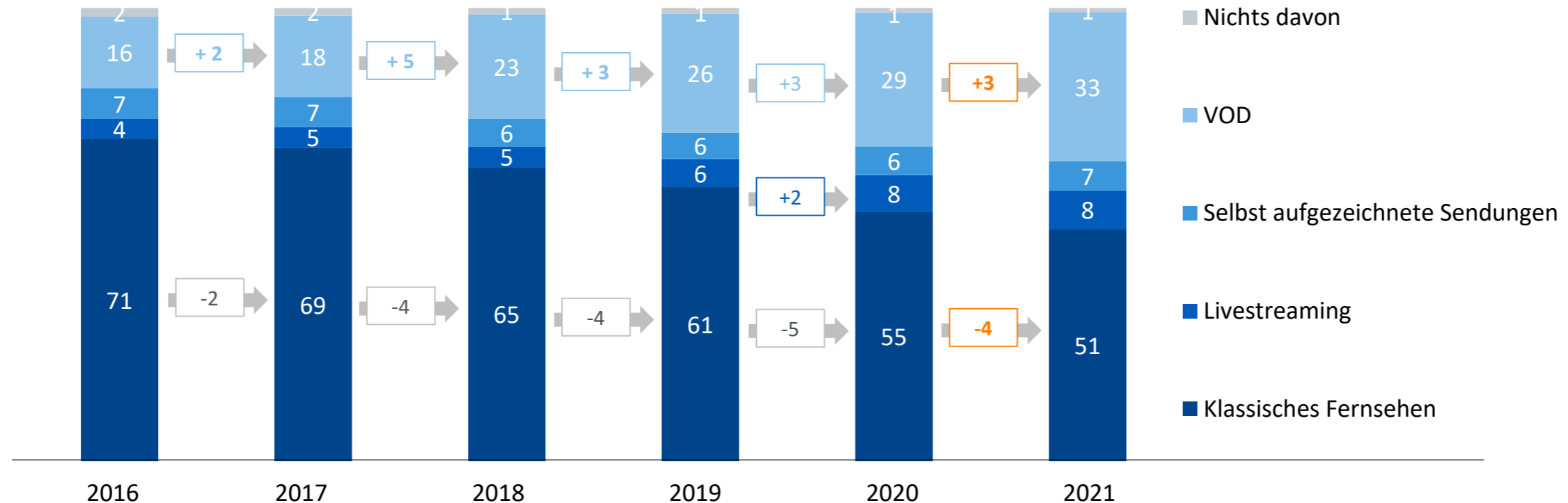
Wie viel Prozent dieser Zeit schauen Sie „normales“ Fernsehen bzw. Livestreams aus dem Internet? Wie viel Prozent entfallen auf selbst aufgezeichnete Sendungen? Und wie viel Prozent verbringen Sie mit Sendungen oder Videos, die Sie aus dem Internet abrufen?

Angaben in Prozent  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Nutzungsanteile im Trend

Der Trend zugunsten von VOD setzt sich weiter fort. Die Nutzungsanteile des klassischen Fernsehens gehen stark zurück – innerhalb von 2 Jahren um 10 Prozentpunkte.



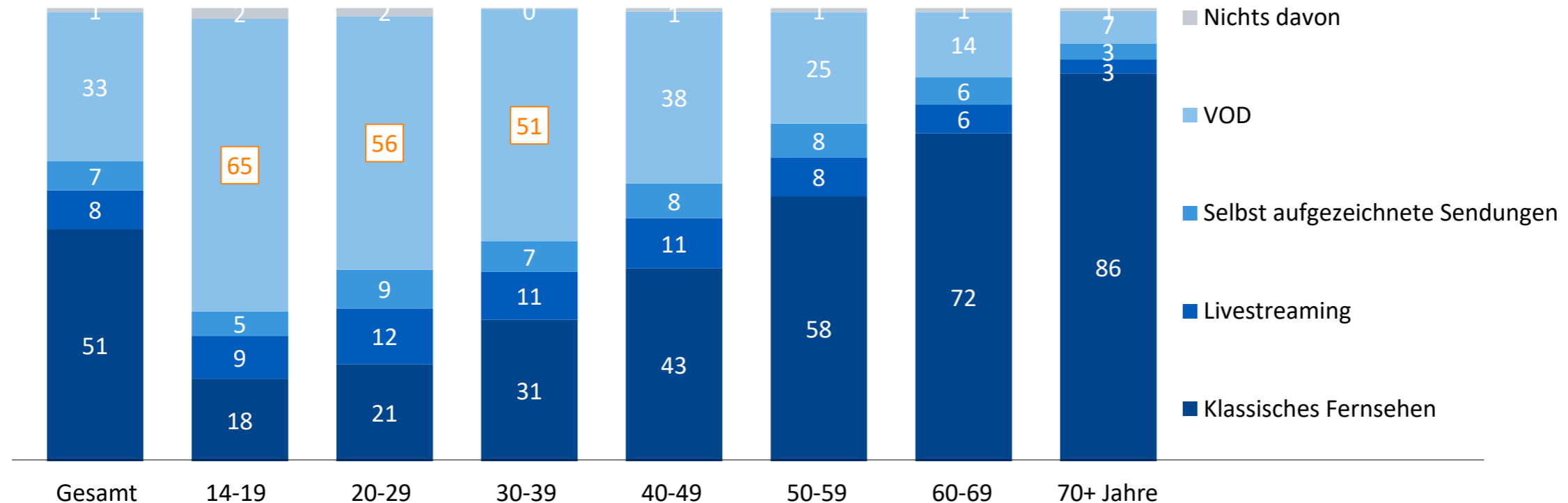
Angaben in Prozent

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile

Unter-40-Jährige verbringen bereits deutlich mehr Zeit mit VOD-Angeboten als mit linearem Fernsehen. Ab 50 Jahren kehrt sich das Verhältnis um.

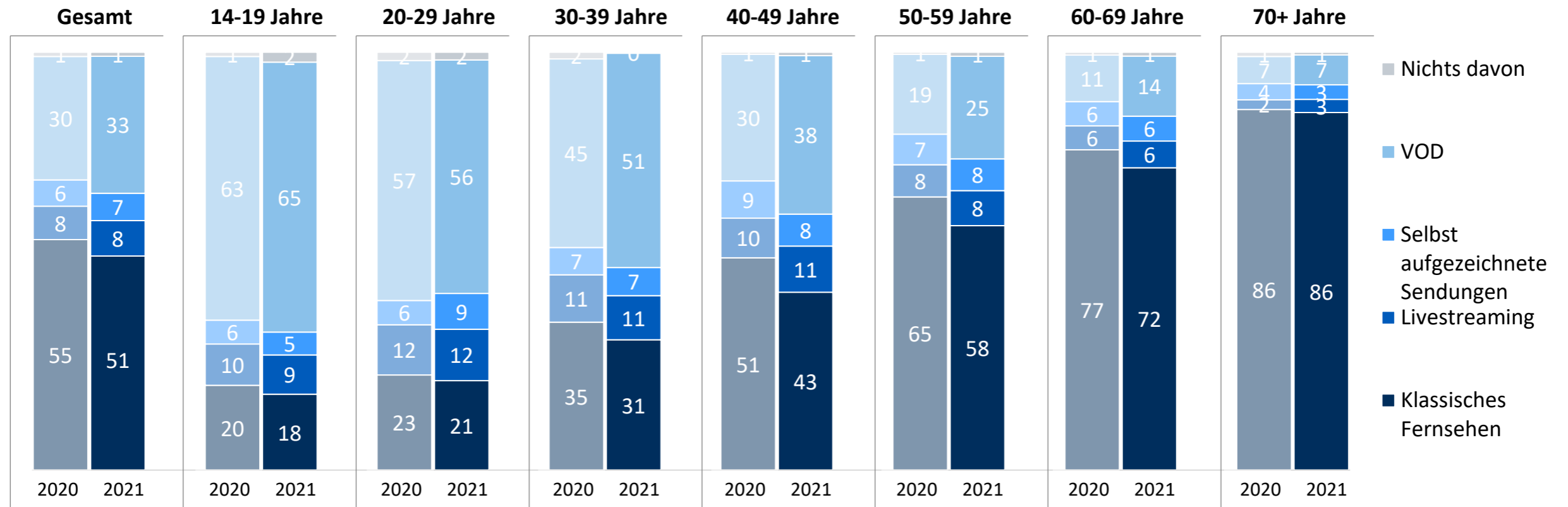


Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



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

Der Anteil des klassischen Fernsehens sinkt im Vorjahresvergleich über alle Alterskohorten hinweg. Stabile Verhältnisse nur in der Altersgruppe 70+.



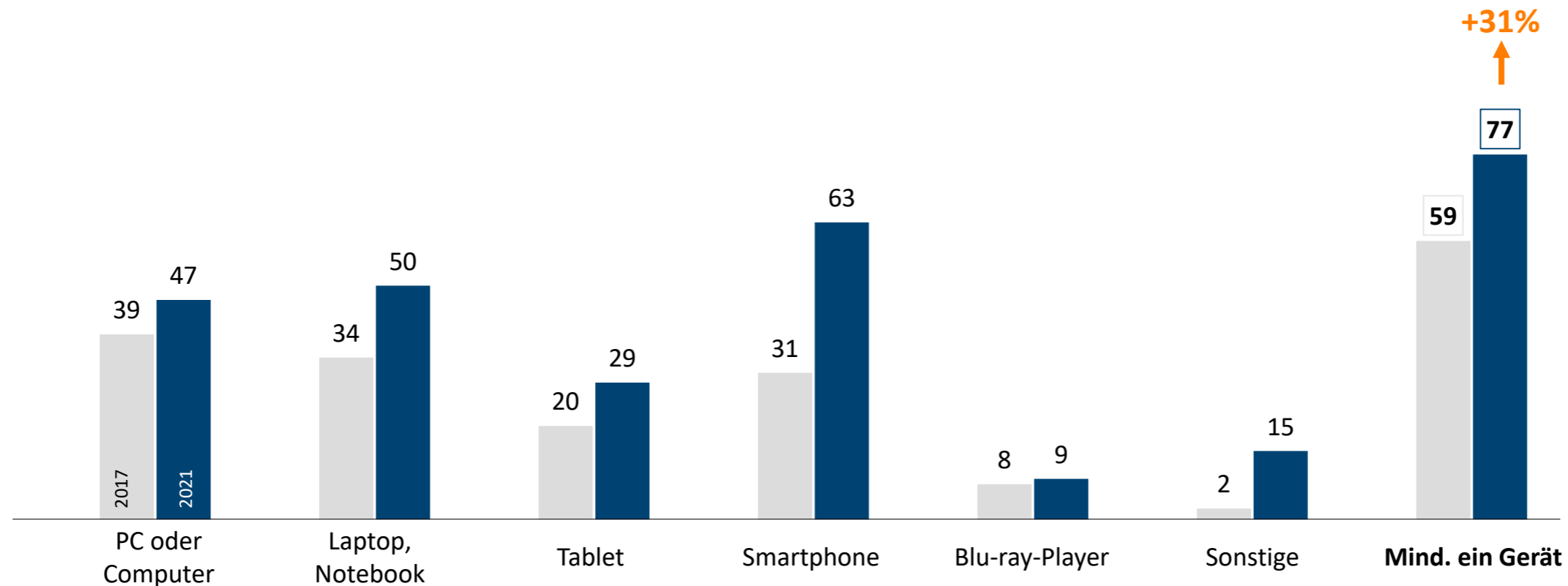
Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)





## Spotlight: Personen 70+ im 5-Jahres-Trend - Geräteausstattung

Im Vergleich zu 2017 hat die Ausstattung mit Bildschirmgeräten bei den ab 70-Jährigen stark zugenommen. Doppelt so viele Personen 70+ besitzen mittlerweile ein Smartphone.



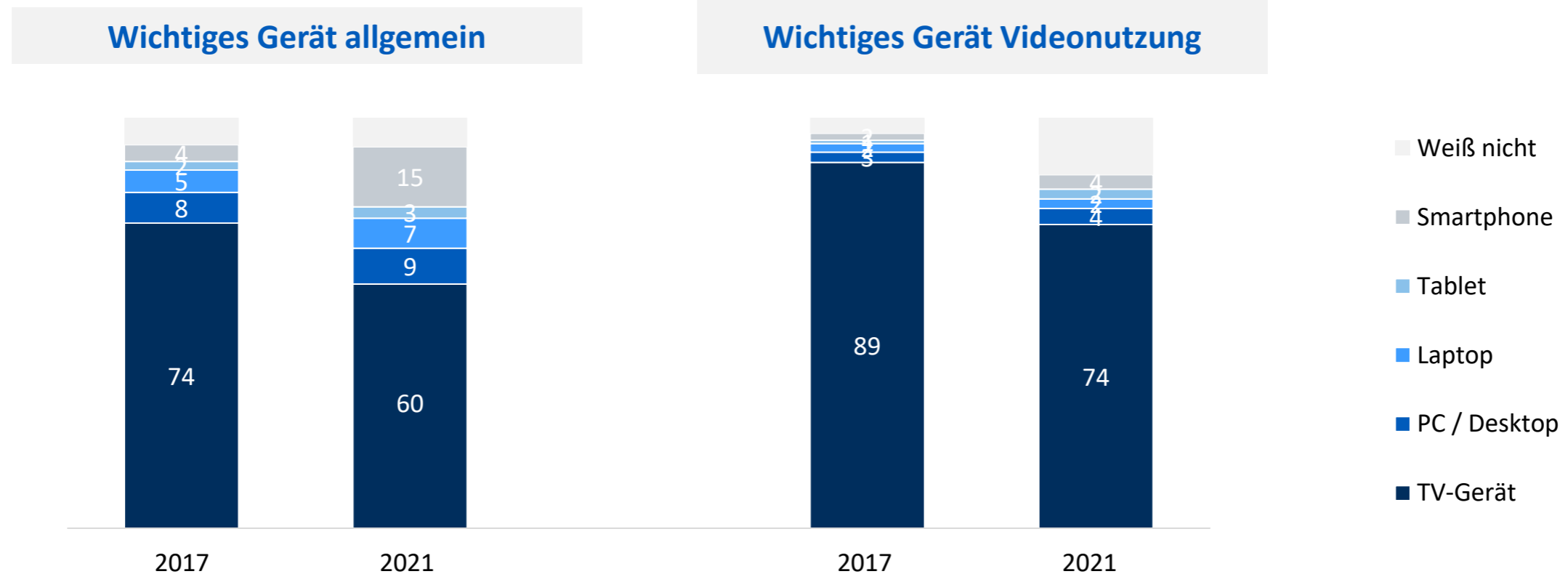
Angaben in Prozent

Basis: 12,280 / 12,224 Mio. Personen ab 70 Jahre in Deutschland (n=1.150)



## Spotlight: Personen 70+ im 5-Jahres-Trend – Wichtigstes Gerät

Insgesamt hat das TV-Gerät bei den Ältesten subjektiv etwas an Relevanz verloren. Für die Videonutzung bleibt es aber mit Abstand das Gerät der Wahl.

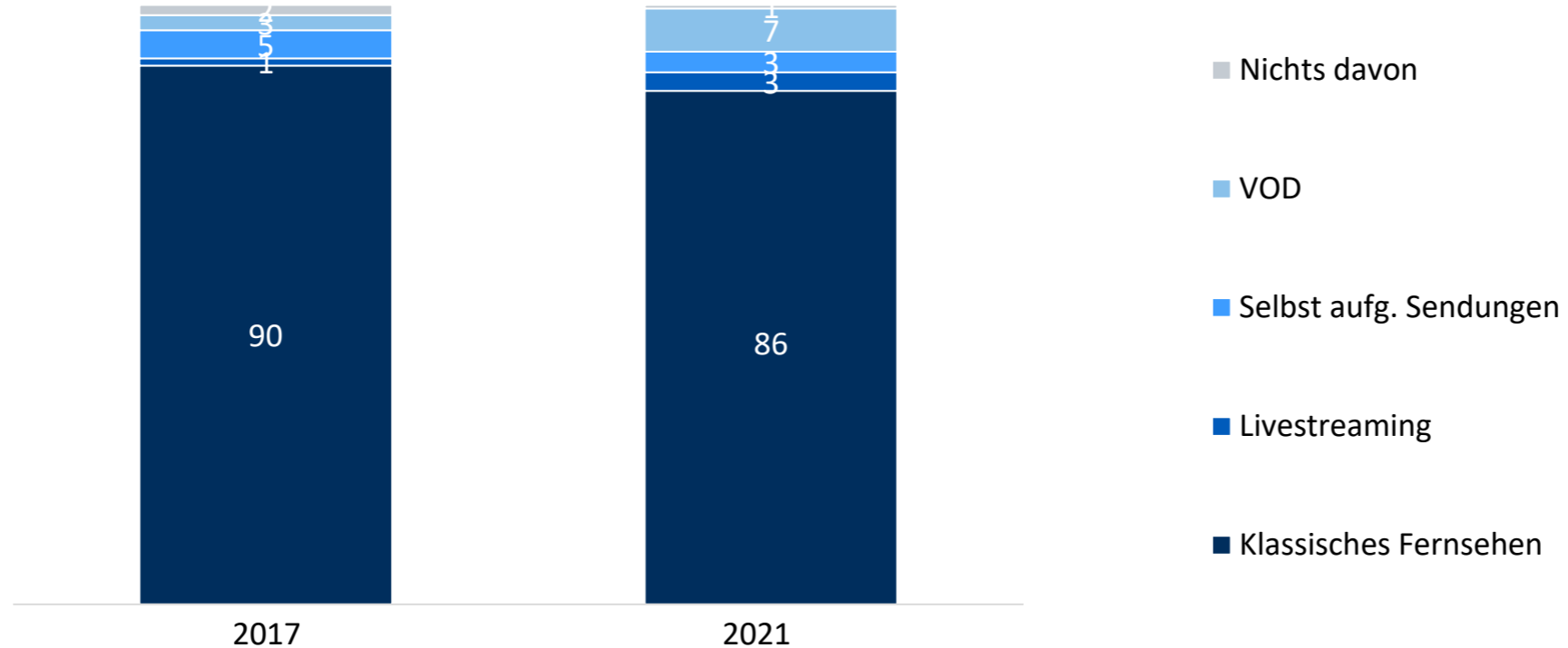


Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 12,280 / 12,224 Mio. Personen ab 70 Jahre in Deutschland (n=1.150)



## Spotlight: Personen 70+ im 5-Jahres-Trend – Nutzungsanteile

Die bessere Ausstattung mit Video-Bildschirmgeräten schlägt sich nicht in einem veränderten Nutzungsverhalten nieder: Klassisches TV dominiert nach wie vor bei 70+ Jährigen



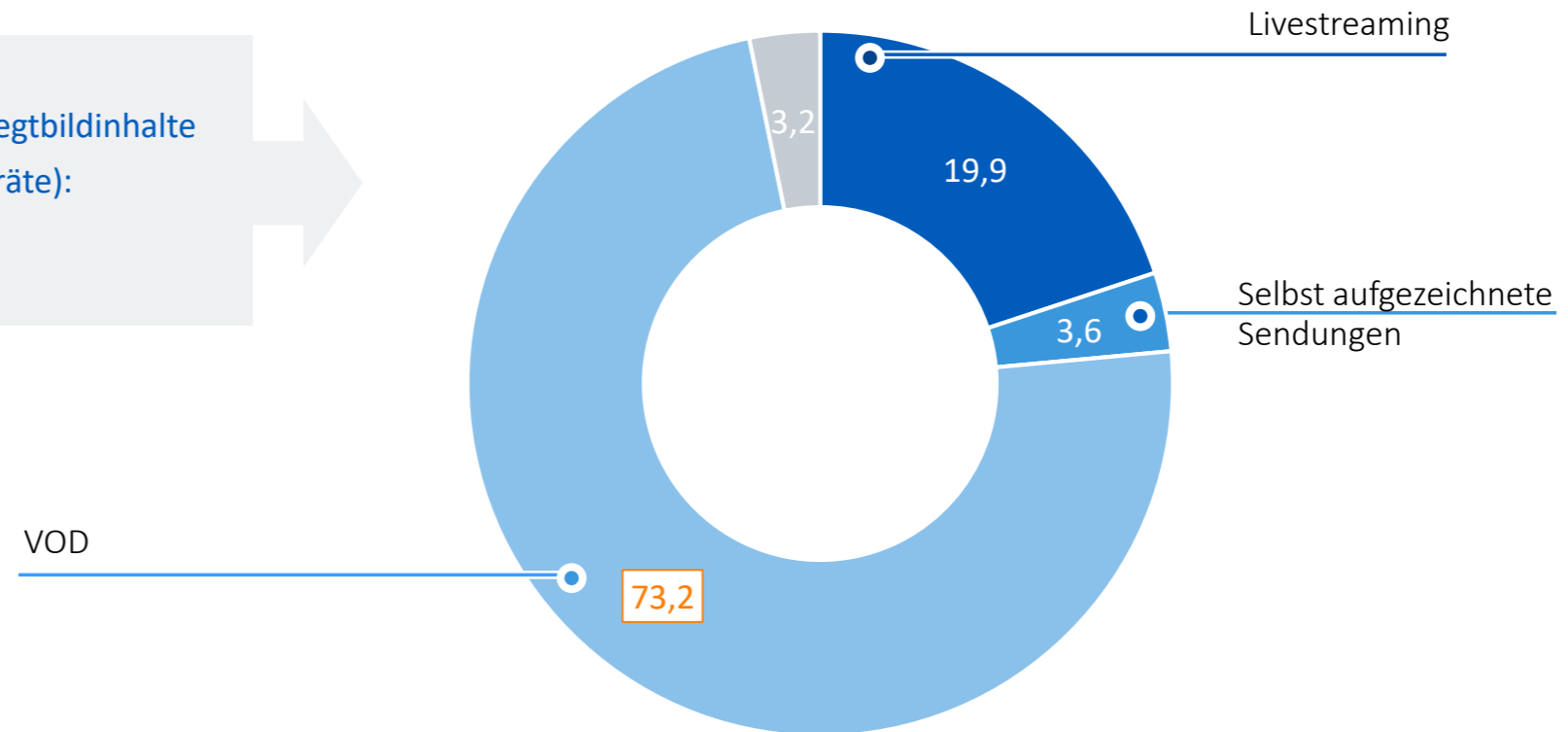
Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 12,280 / 12,224 Mio. Personen ab 70 Jahre in Deutschland (n=1.150)



## Alle Geräte: Nutzungsanteile OTT only

Bei Personen, die ausschließlich OTT Inhalte nutzen können entfallen knapp drei Viertel der Bildschirmzeit auf Video-On-Demand. Ein Fünftel ist durch Live-Content besetzt.

8,0% der Personen 14+ können Bewegtbildinhalte ausschließlich über OTT nutzen ( an alle Geräte):  
5,680 Mio.



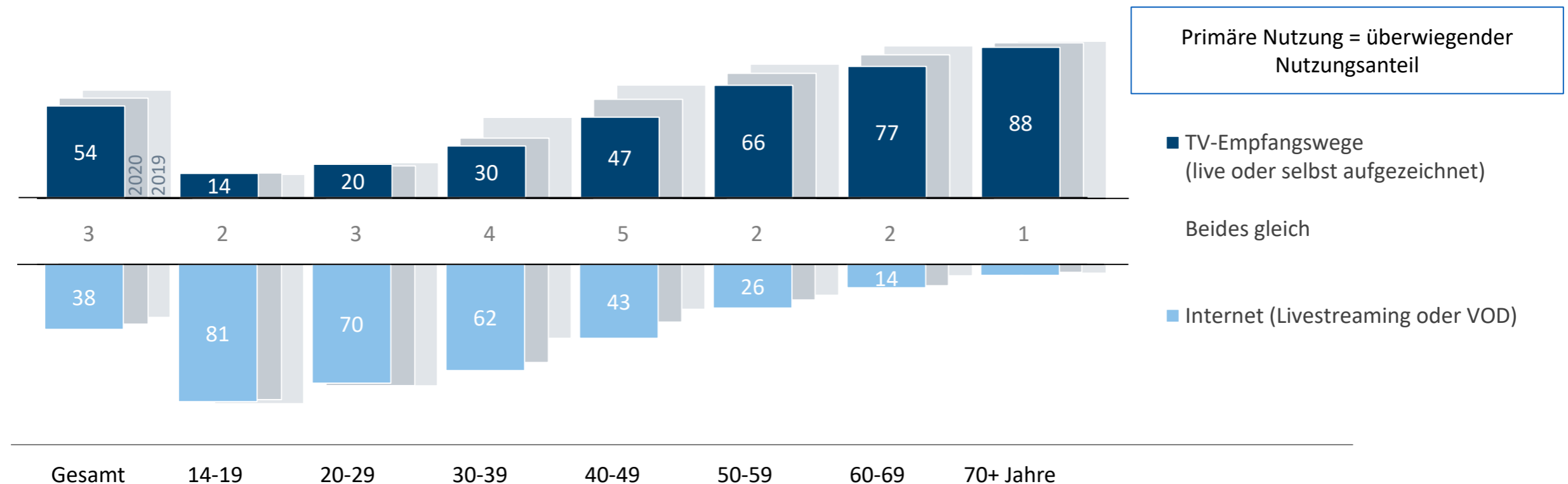
Angaben in Prozent

Basis: 5,680 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die nur OTT als Videonutzungsmöglichkeit haben; alle Geräte (n=702)



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

Fast zwei von fünf verbringen den überwiegenden Teil der Bewegtbildnutzung mit Inhalten aus dem Internet. Bei den Unter-40-Jährigen tut dies bereits die Mehrheit der Zuschauer.



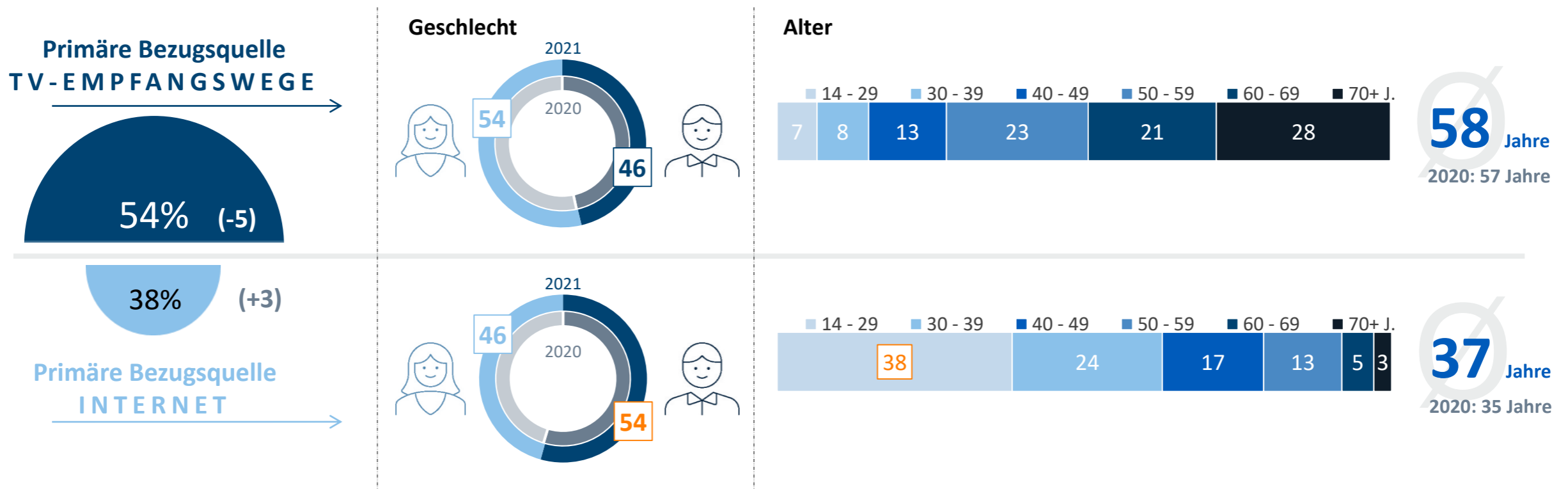
Angaben in Prozent

Basis: 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



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

Männer und Unter-40-Jährige sind häufiger bei denen vertreten, die primär Video-Content aus dem Netz nutzen. Das Durchschnittsalter steigt jedoch weiter an.



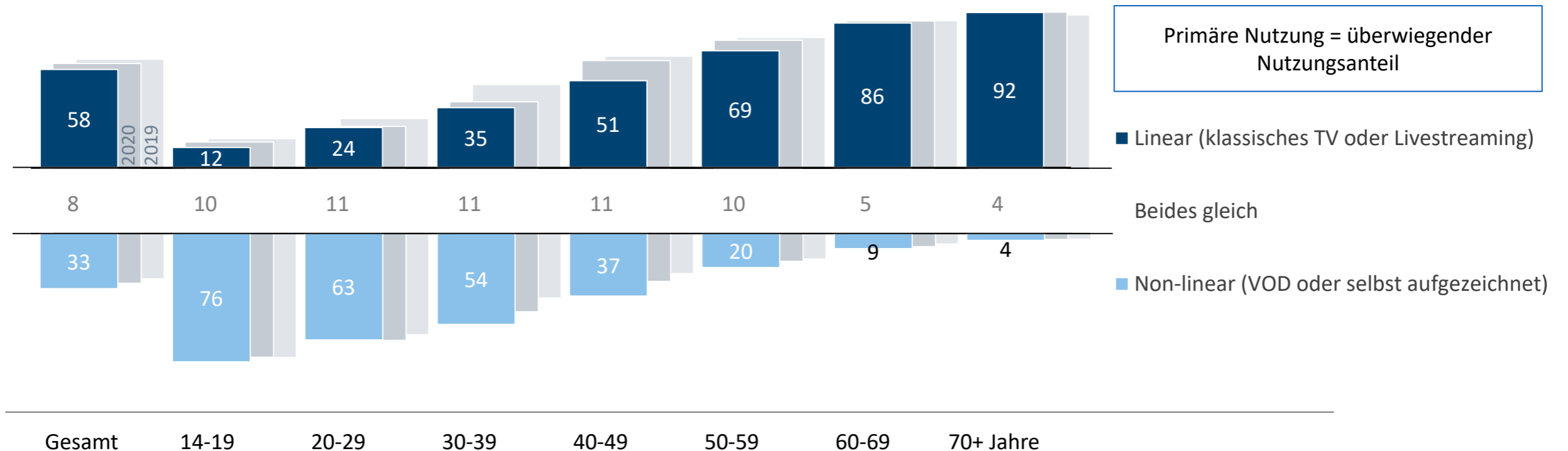
Angaben in Prozent

Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507) // 41,486 / 38,036 Mio. Personen, die überwiegend TV-Empfangswege (n=4.108) // 24,732 / 26,889 Mio. Personen, die überwiegend das Internet als Bezugsquelle nutzen (n=2.863)



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

Während Über-60-Jährige fast ausschließlich lineare Inhalte schauen, gilt für Jüngere das Gegenteil. Insbesondere Jugendliche unter 20 konsumieren kaum lineare Programminhalte.

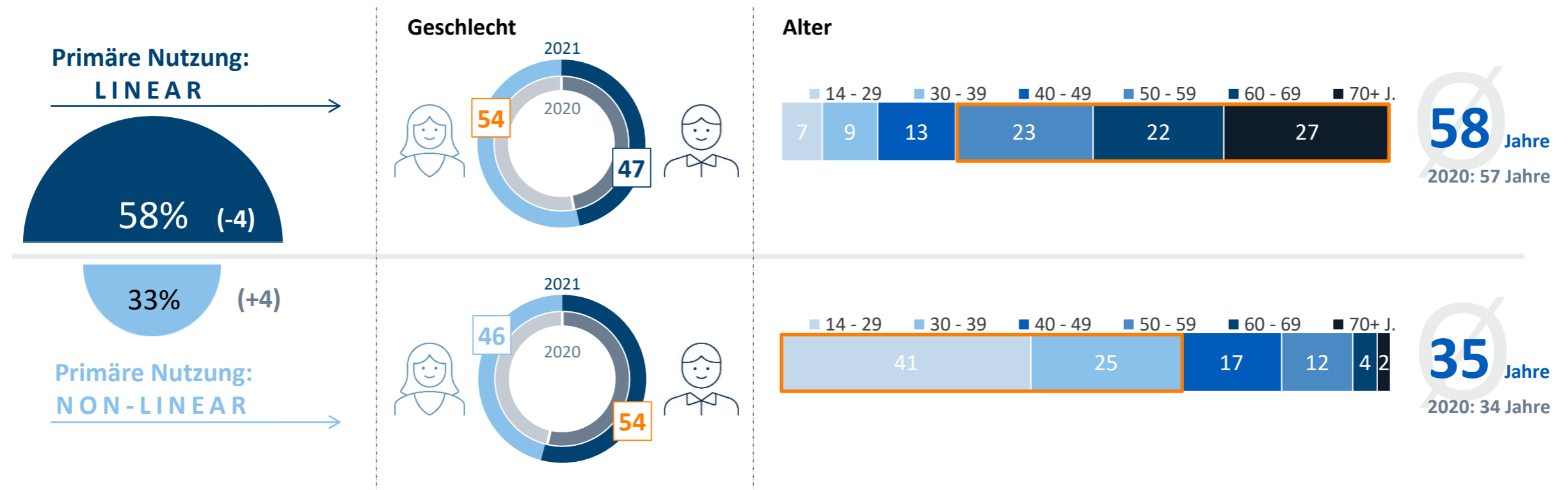


Angaben in Prozent  
Basis: 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



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

Primär lineare Nutzer sind mehrheitlich über 40 Jahre und anteilig mehr Frauen als Männer. Bei den nicht-linearen Nutzern sind die Verhältnisse umgekehrt.



Angaben in Prozent

Basis 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507) // 43,815 / 41,005 Mio. Personen mit primär linearer Nutzung (n=4.458) // 20,761 / 23,024 Mio. Personen mit primär non-linearer Nutzung (n=2.364)

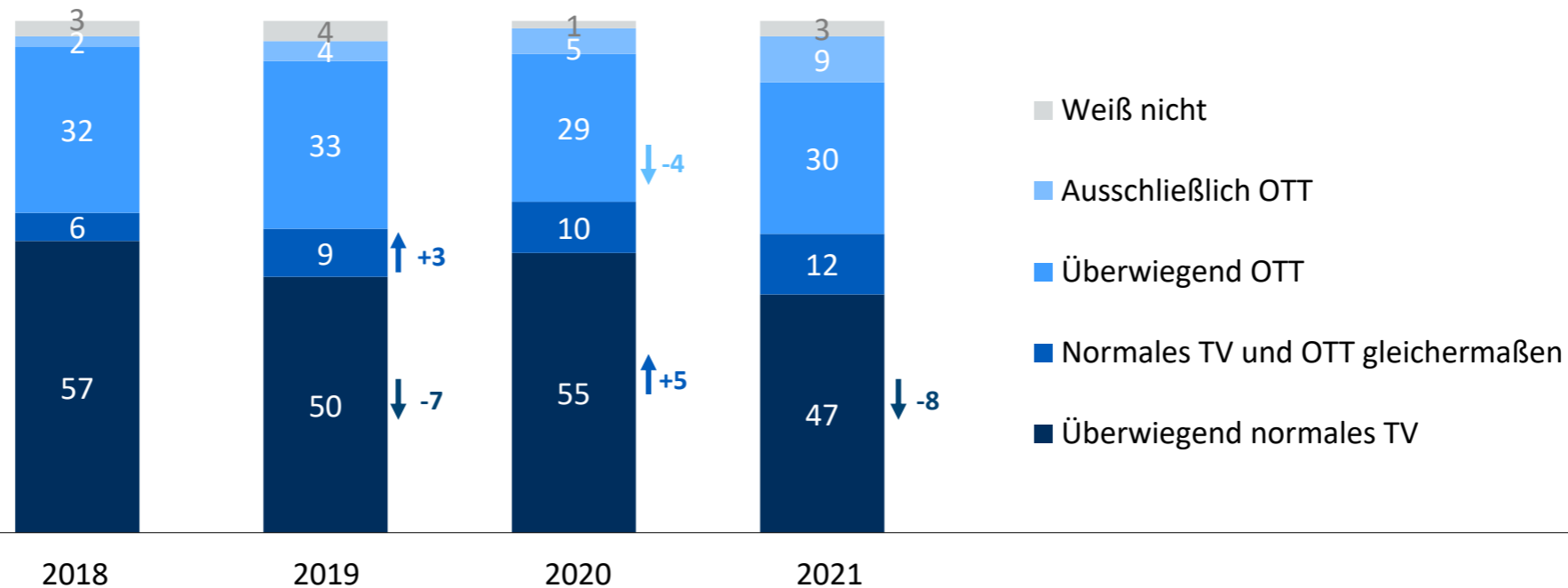




## 1./einziges TV-Gerät: Nutzung klassisches Fernsehen vs. OTT

In diesem Jahr nutzen wieder deutlich weniger überwiegend klassisches TV am Hauptgerät. Zwei von fünf nutzen überwiegend oder ausschließlich OTT Content.

**45,7%** nutzen mindestens einmal im Monat OTT am 1. / einzigen TV-Gerät: **32,262 Mio.**



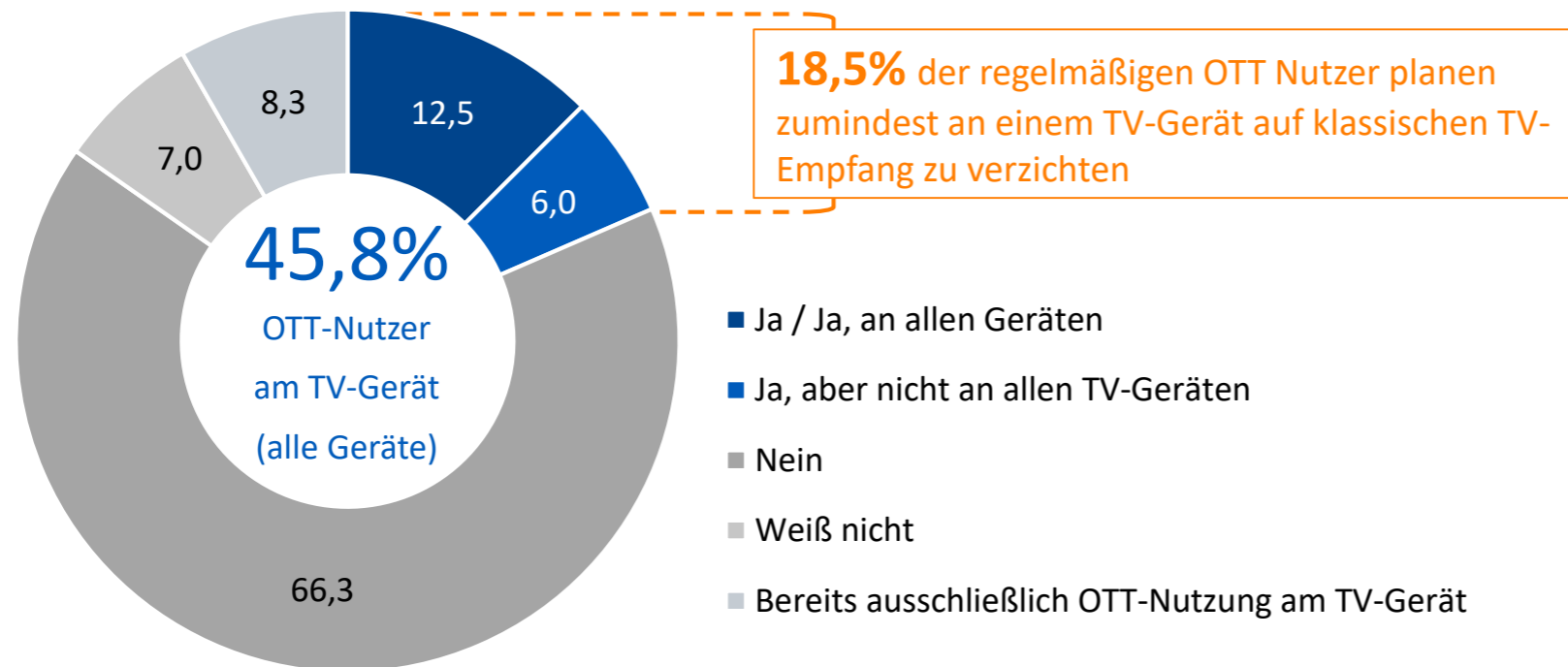
Angaben in Prozent, Pfeile: Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr in Prozentpunkten  $\geq 3\%$

Basis: 20,090 / 25,871 / 27,484 / 32,262 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am 1. / einzigen TV-Gerät nutzen (n=3.436)



## TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY?

Nahezu jeder fünfte regelmäßige OTT-Nutzer am TV-Gerät plant, in den nächsten zwei Jahren auf herkömmliches Fernsehen zu verzichten und nur noch über das Internet fernzusehen.



### FRAGETEXT

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

Angaben in Prozent

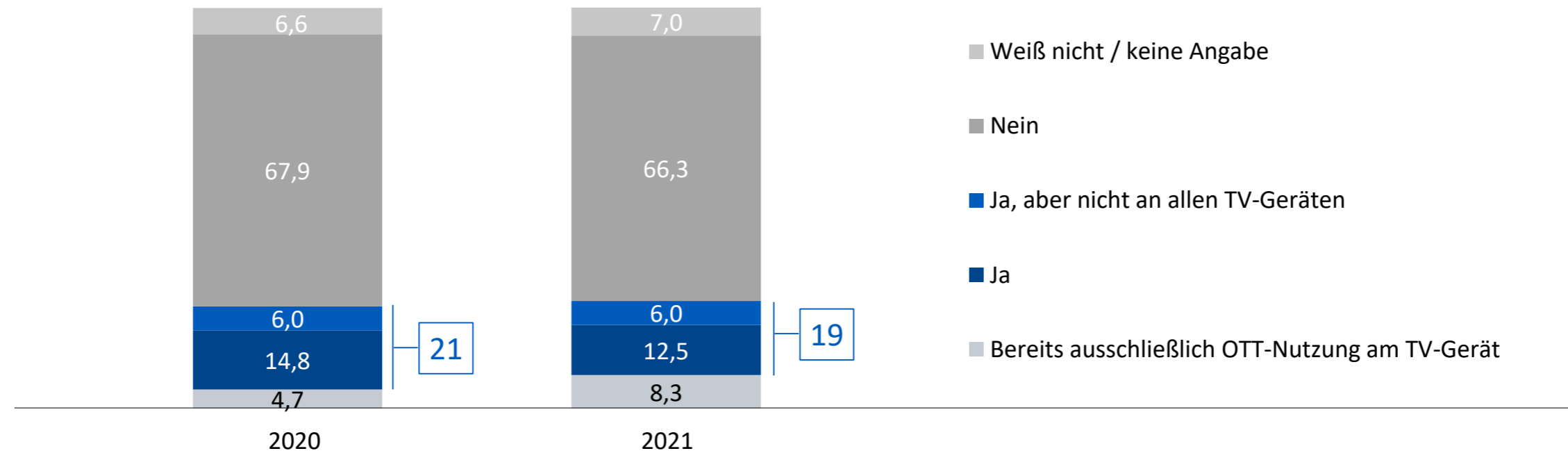
Basis: 32,367 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=3.457)



## TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? im Trend

Die Absicht, auf den klassischen TV-Empfang zu verzichten steigt im Vergleich zum Vorjahr nicht an. Einige haben dies schon in die Tat umgesetzt, was der Anstieg der „OTT onlys“ zeigt.

**45,8%** nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **32,367 Mio.**



Angaben in Prozent

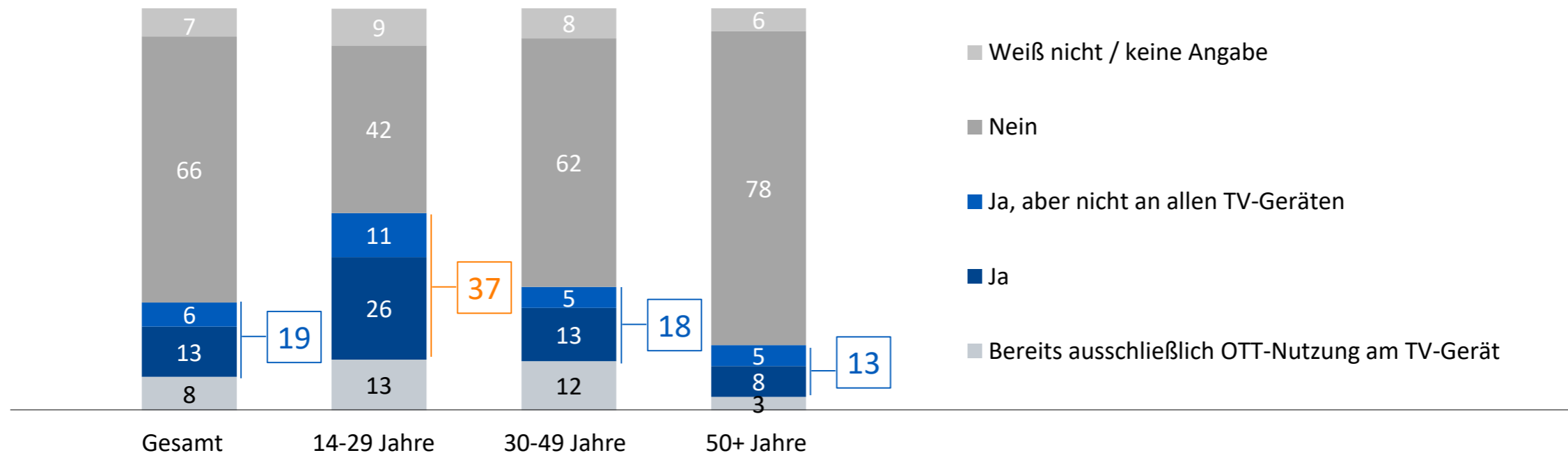
Basis: 32,367 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n= 3.457)



## TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? nach Alter

Mehr als ein Drittel der 14-29-Jährigen kann sich einen zumindest teilweisen Umstieg auf OTT konkret vorstellen. Bei den älteren Gruppen ist die Bereitschaft deutlich geringer ausgeprägt.

**45,8%** nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **32,367 Mio.**



Angaben in Prozent

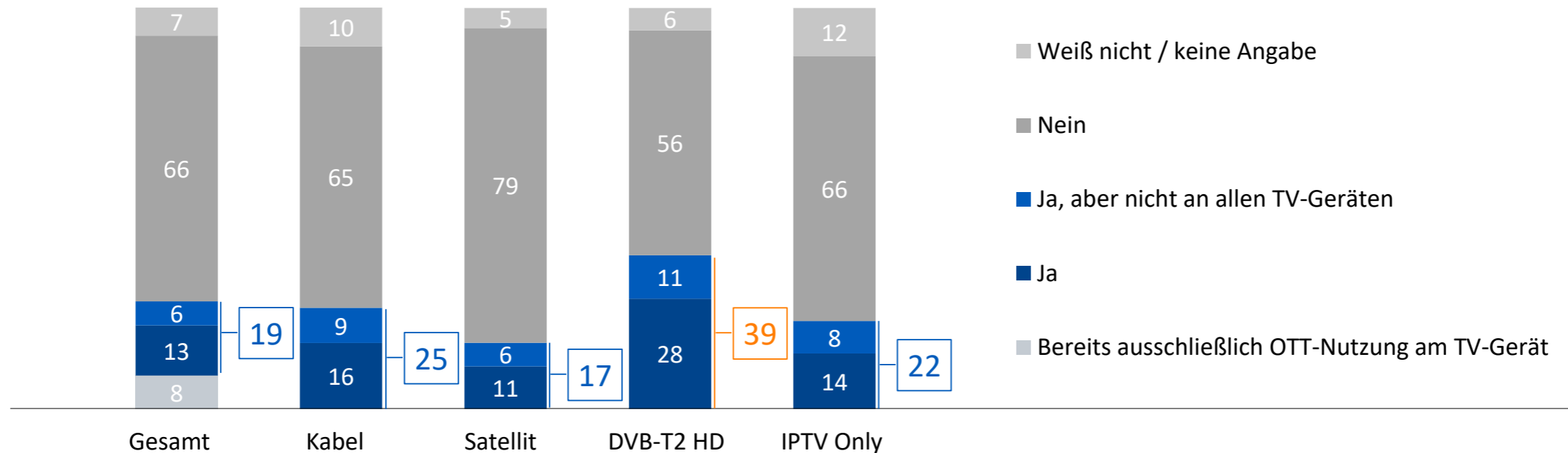
Basis: 32,367 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n= 3.457)



## TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY? nach Empfangsart

Etwa 4 von 10 Terrestrik-Empfängern planen konkret, auf ihren klassischen TV-Empfang zu verzichten. Bei Kabel-Kunden ist es immerhin jeder Vierte.

**45,8%** nutzen mindestens einmal im Monat OTT am TV-Gerät: **32,367 Mio.**



Angaben in Prozent

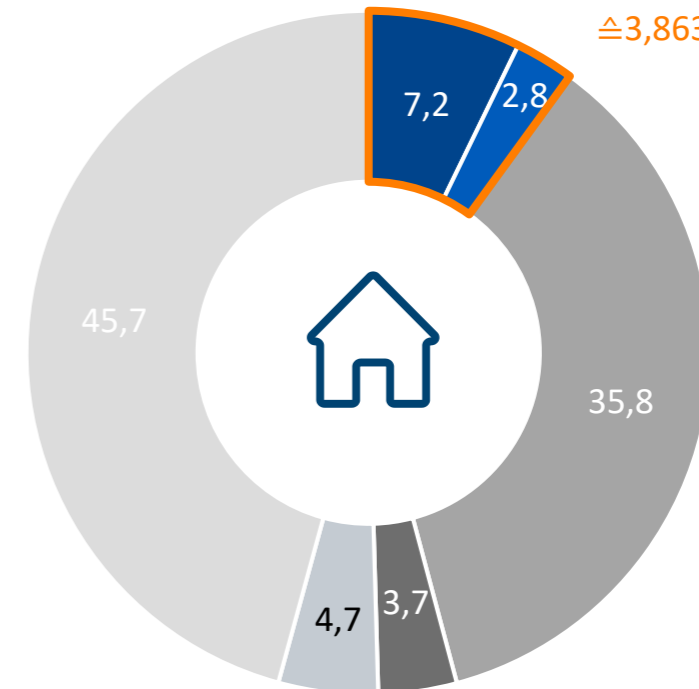
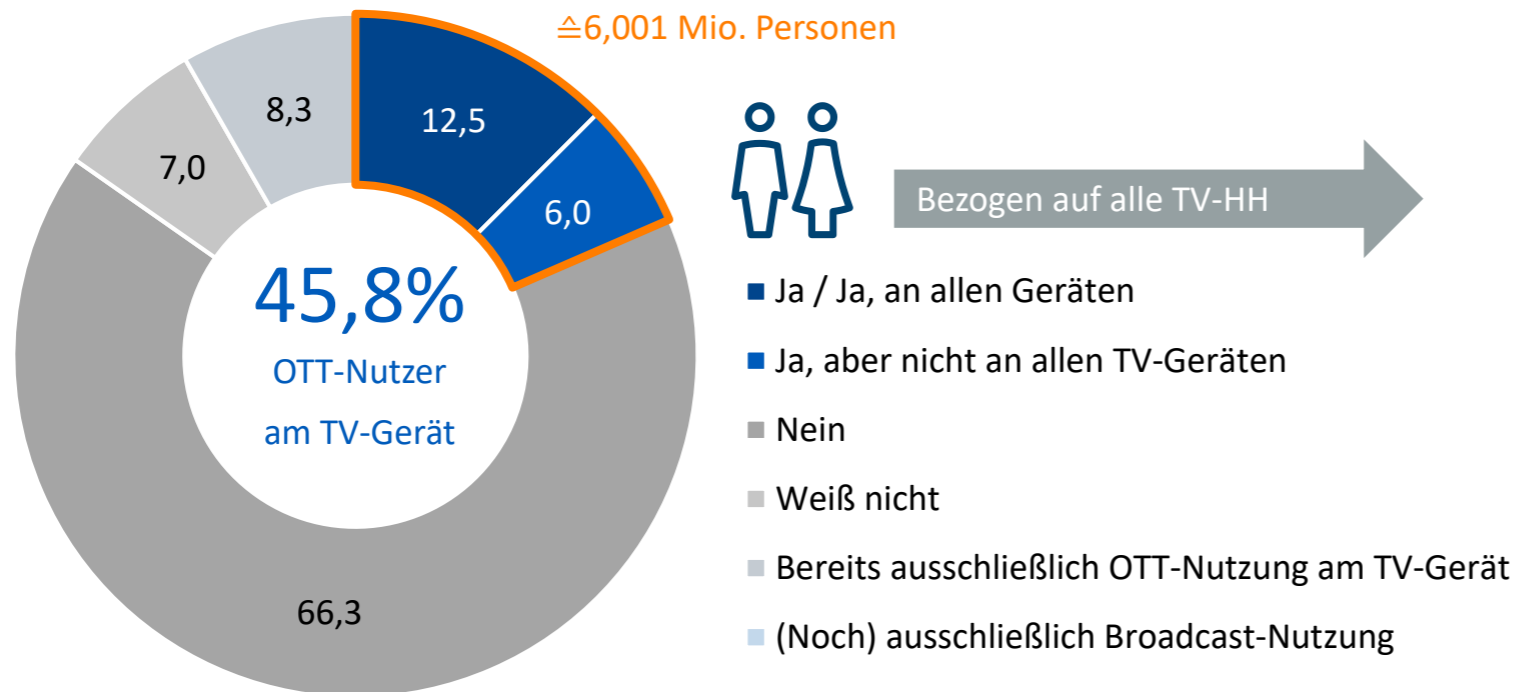
Basis: 32,367 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n= 3.457)



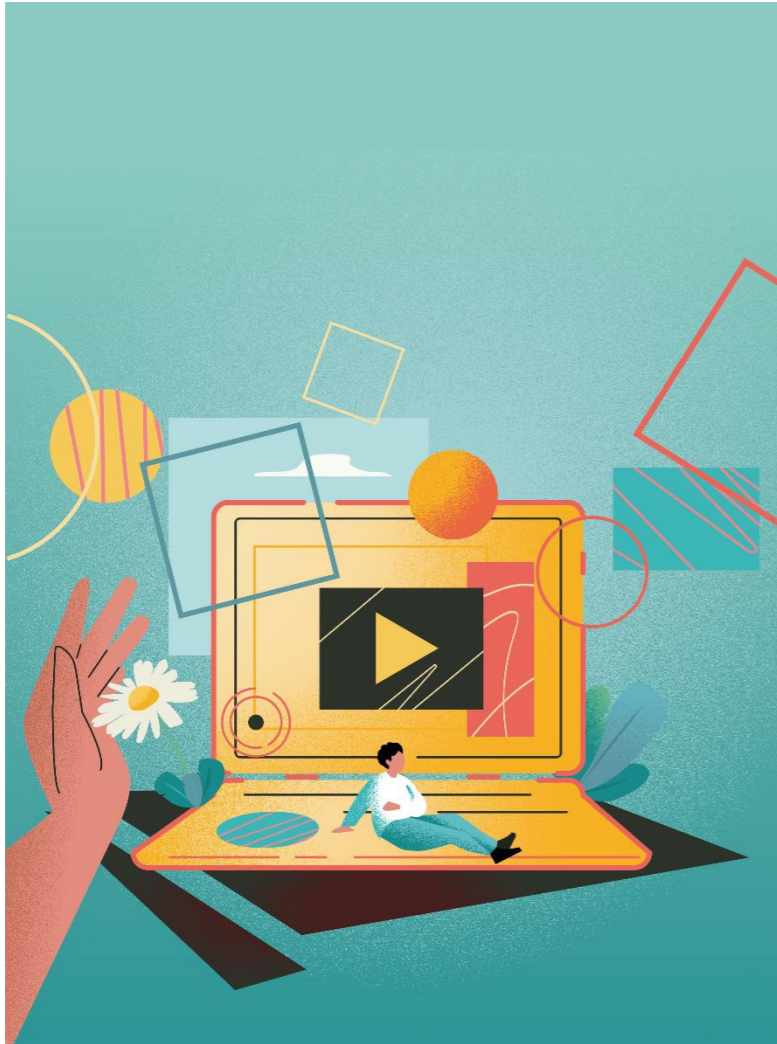
## TV-Gerät: Zukunftsszenario OTT ONLY?

Bezogen auf alle TV-Haushalte besteht somit bei etwa jedem zehnten Haushalt eine Absicht, zumindest teilweise auf OTT only umzusteigen.

**10%** aller TV-Haushalte  
≅ 3,863 Mio. Haushalte

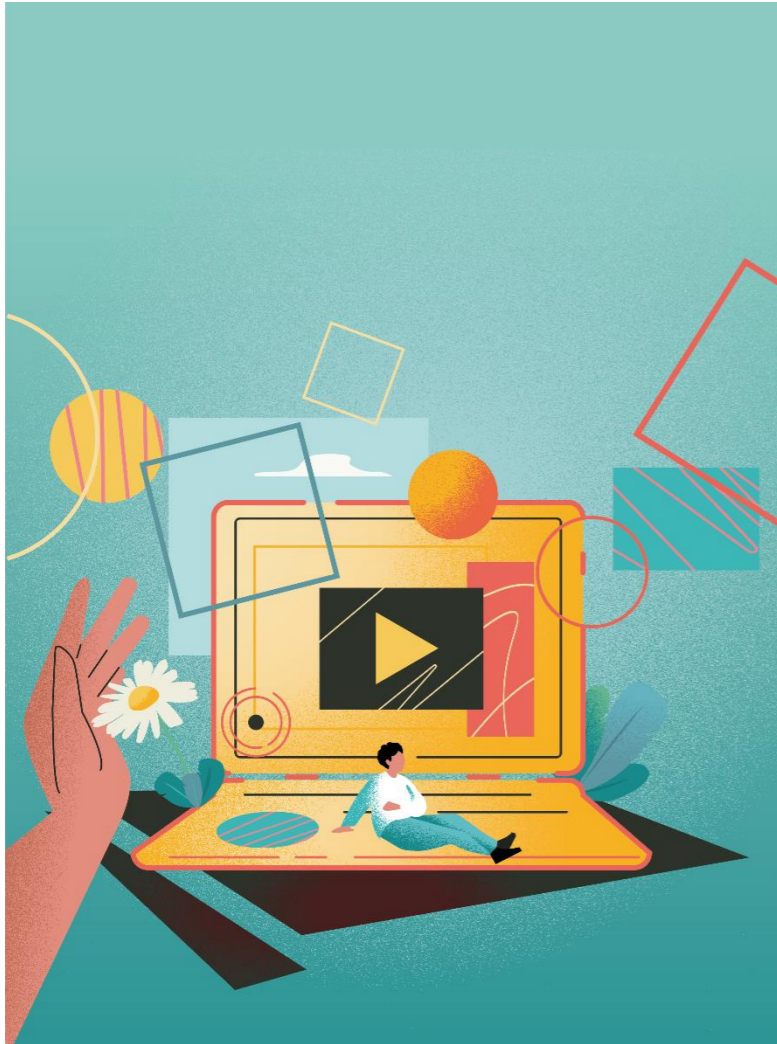


Angaben in Prozent  
Basis: 32,367 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n= 3.457)



# 6.2

## Fokus OTT-Nutzung



# 6.2.1

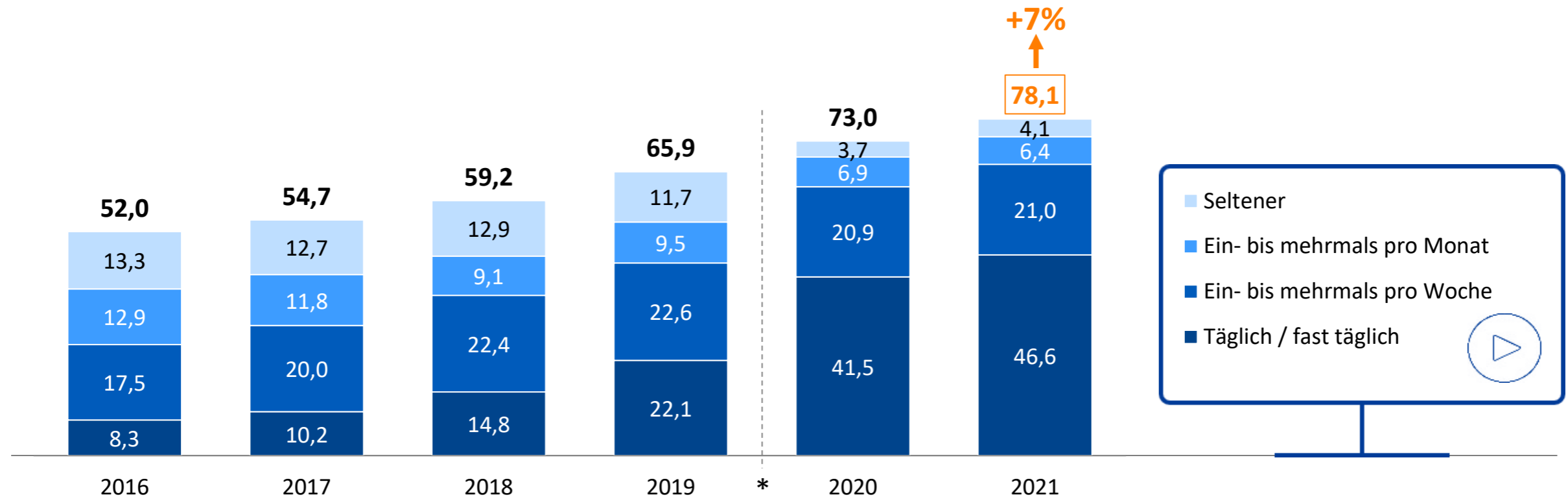
Fokus OTT-Nutzung: Angebote





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

OTT-Inhalte werden immer häufiger konsumiert. Mehr als drei Viertel nutzen Video-Content aus dem Netz mindestens selten, fast die Hälfte sogar täglich.



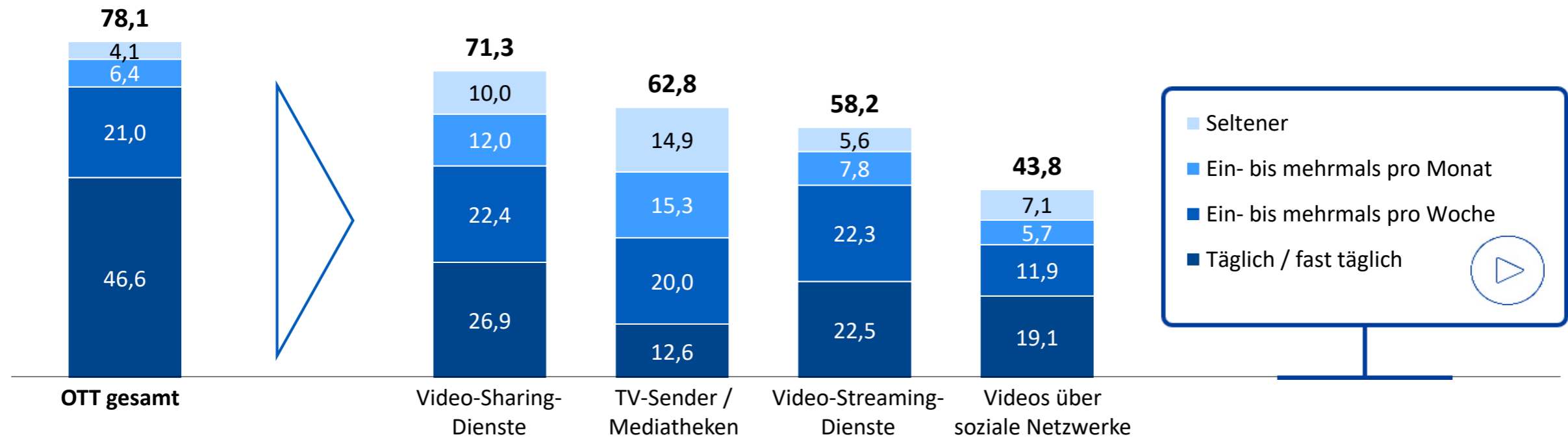
Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens selten \* Ab 2020 geänderte Abfrage der OTT-Nutzung: Es wird nicht mehr zwischen Livestreaming und VOD unterschieden und Reihenfolgen sowie Filterführungen in der Abfrage wurden geändert.

Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



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

Am häufigsten werden Video-Sharing-Dienste wie YouTube genutzt, gefolgt von Angeboten von TV Sendern. Streaming-Dienste bei wöchentlicher Nutzung auf Rang 2.

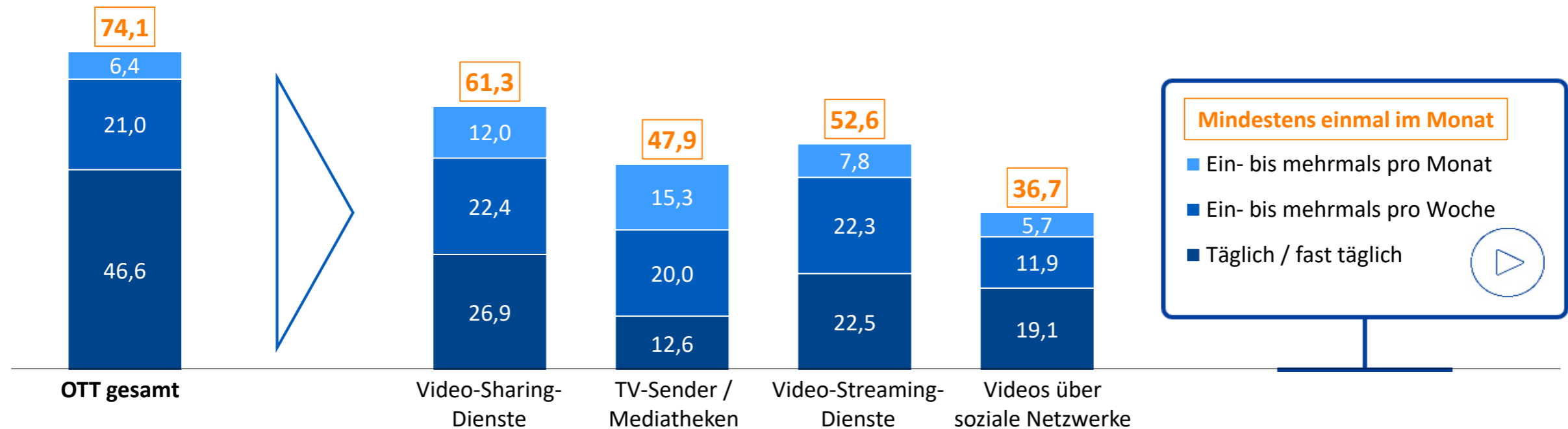


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens selten  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung

Etwa drei Viertel nutzen OTT-Inhalte auch regelmäßig, d.h. mind. einmal pro Monat. Mehr als jeder Zweite nutzt Video-Streaming-Dienste regelmäßig.

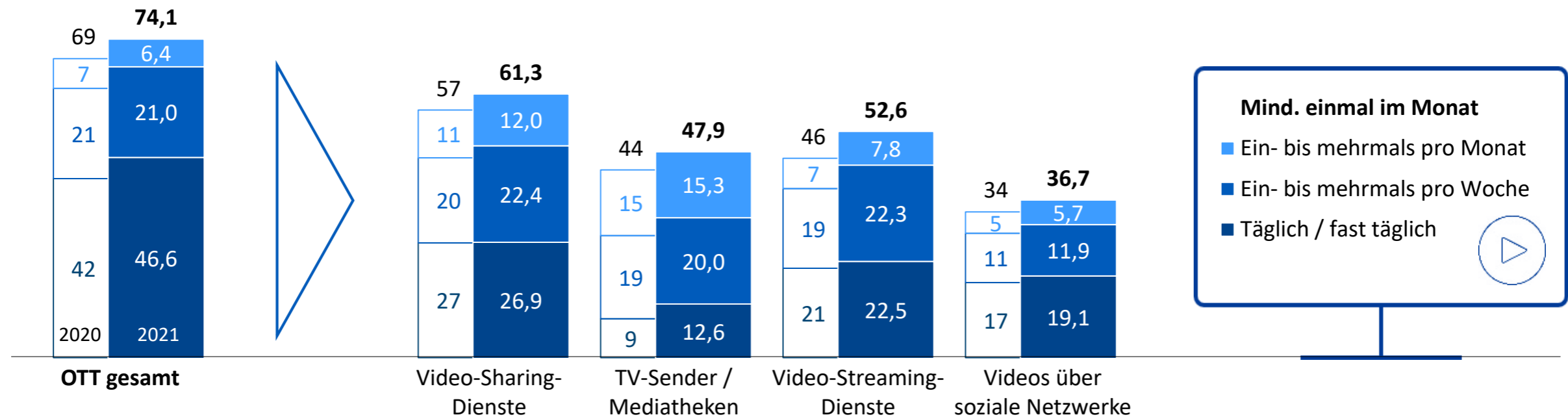


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens einmal pro Monat  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung im Trend

Die regelmäßige OTT-Nutzung nimmt über alle Nutzungskategorien hinweg zu. Am größten ist der Anstieg bei Video-Streaming-Diensten wie Netflix und Co.

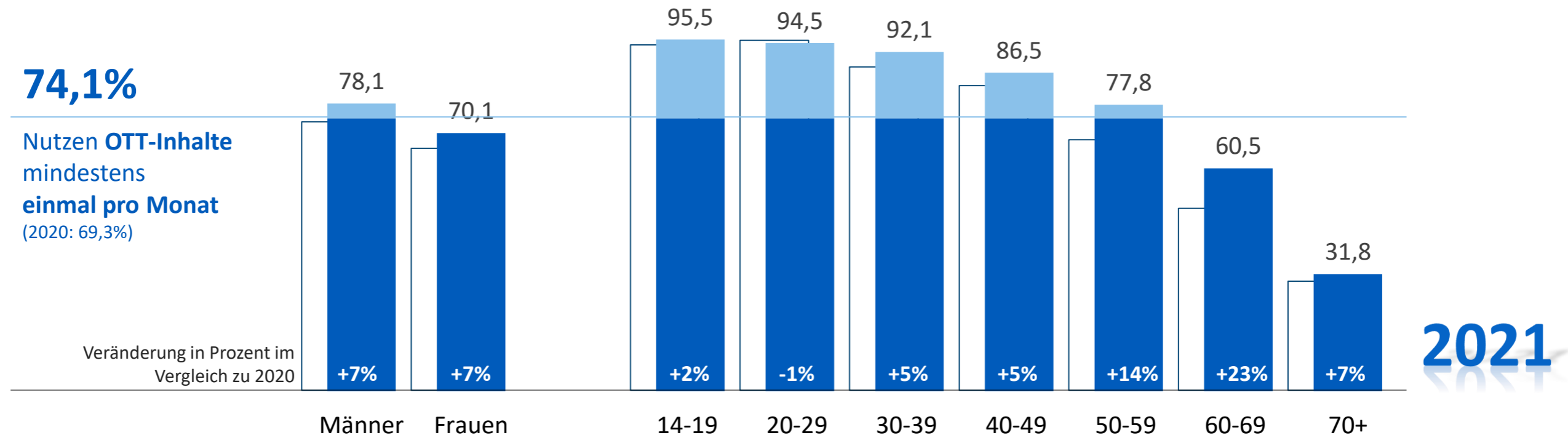


Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens einmal pro Monat  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung nach Alter

Personen über 50 Jahre holen deutlich auf. Unter-30-Jährige nach wie vor mit Abstand über dem Durchschnitt. In diesen Altersgruppen gibt es kaum jemanden, der OTT nicht regelmäßig nutzt.

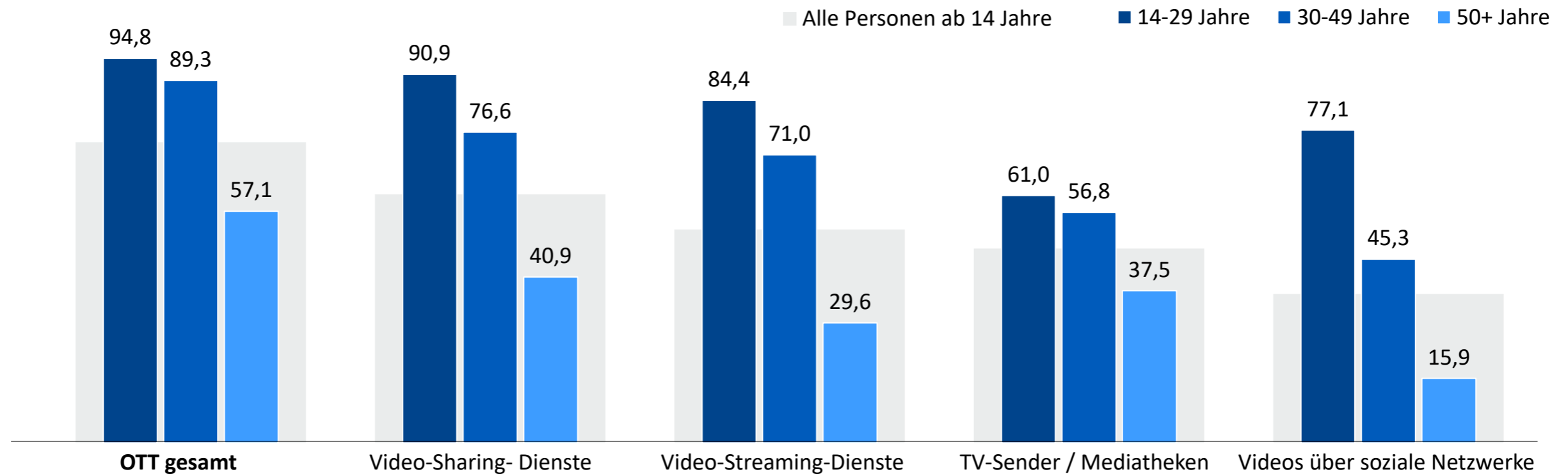


Angaben in Prozent; nutzt OTT mindestens einmal pro Monat  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Alle Geräte: Regelmäßige OTT-Nutzung nach Alter

Video-Sharing-Dienste und Streaming-Dienste werden in den Altersgruppen unter 50 Jahren von einer klaren Mehrheit genutzt.



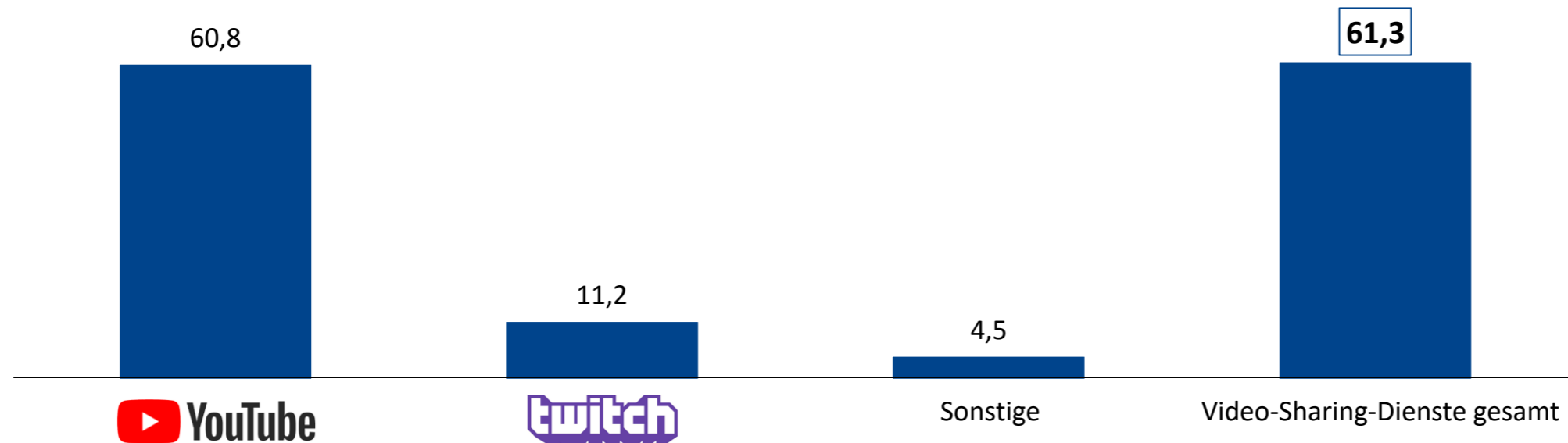
Angaben in Prozent nutzt OTT mindestens einmal pro Monat

Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507); 13,991 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.420); 20,757 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.852); 35,887 Mio. Personen 50+ Jahre (n=4.235)



## Regelmäßige Nutzung von Video-Sharing-Diensten

Die Nutzung von Video-Sharing-Diensten ist zu großen Teilen auf YouTube zurückzuführen. 6 von 10 Personen nutzen den Dienst mind. einmal im Monat. Twitch mit Abstand auf Platz 2.

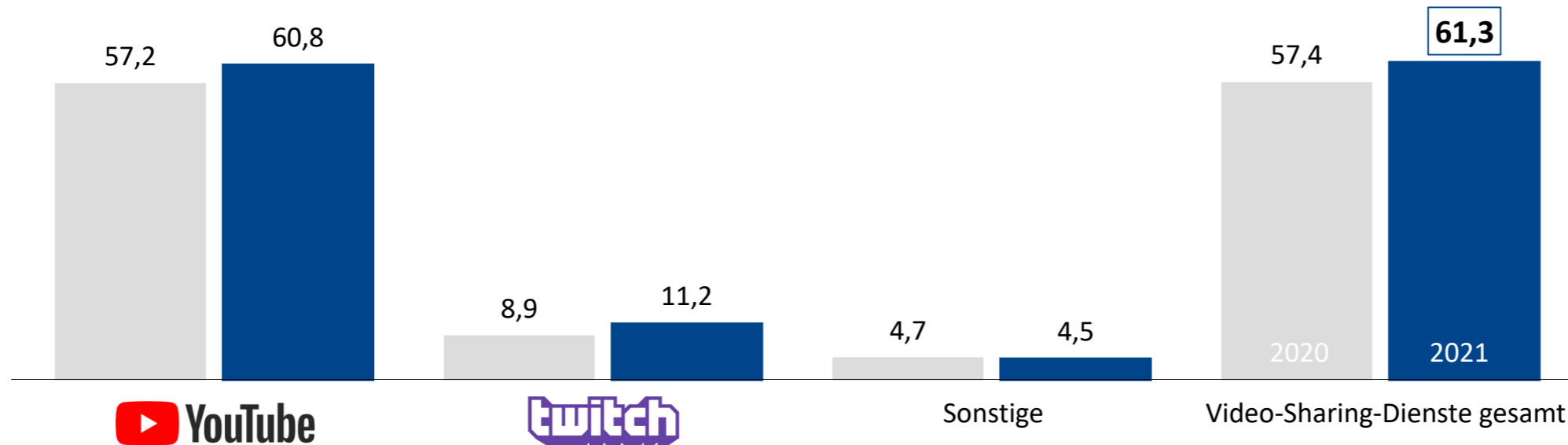


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Regelmäßige Nutzung von Video-Sharing-Diensten im Trend

Im Vergleich zum Vorjahr steigt die Nutzung von YouTube und twitch noch einmal an. Andere Video-Sharing-Dienste spielen weiterhin eine untergeordnete Rolle.



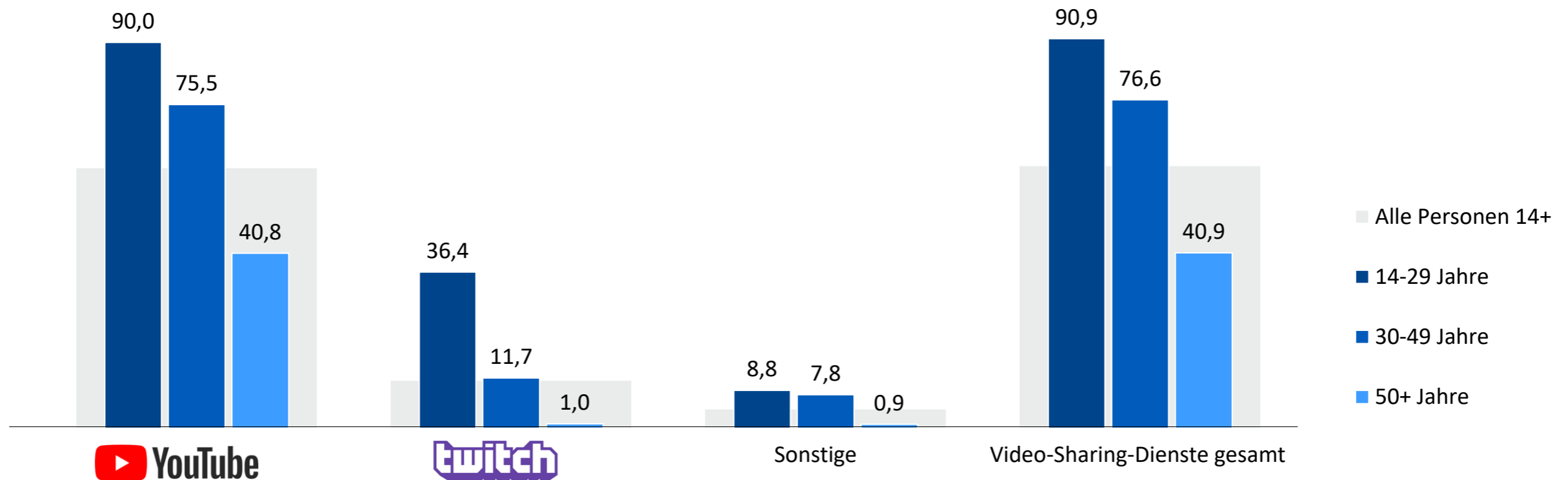
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)





## Regelm. Nutzung von Video-Sharing-Diensten – nach Alter

Neun von zehn Personen unter 30 Jahren schauen regelmäßig Videos auf YouTube, ein gutes Drittel nutzt twitch. Bei 50+ Jährigen nutzen etwa zwei von fünf Video-Sharing-Dienste.



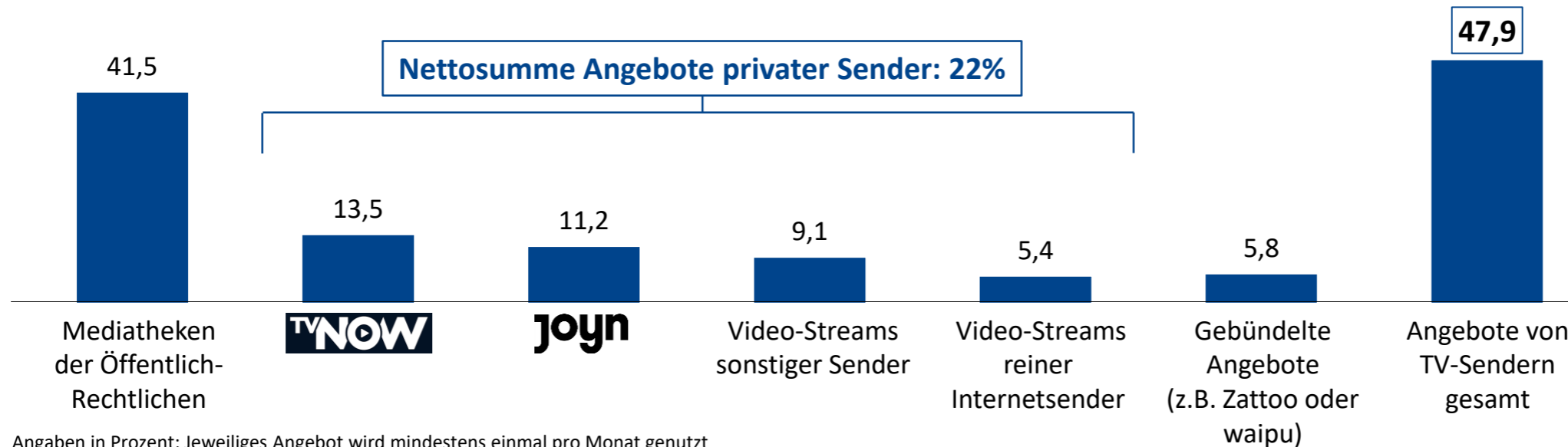
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt

Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507), 13,991 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.420); 20,757 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.852); 35,887 Mio. Personen 50+ Jahre (n=4.235)



## Regelmäßige Nutzung von Online Video-Angeboten von TV-Sendern

Fast die Hälfte der Personen 14+ in Deutschland nutzt regelmäßig Angebote von TV-Sendern. Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender mit höchstem Anteil.

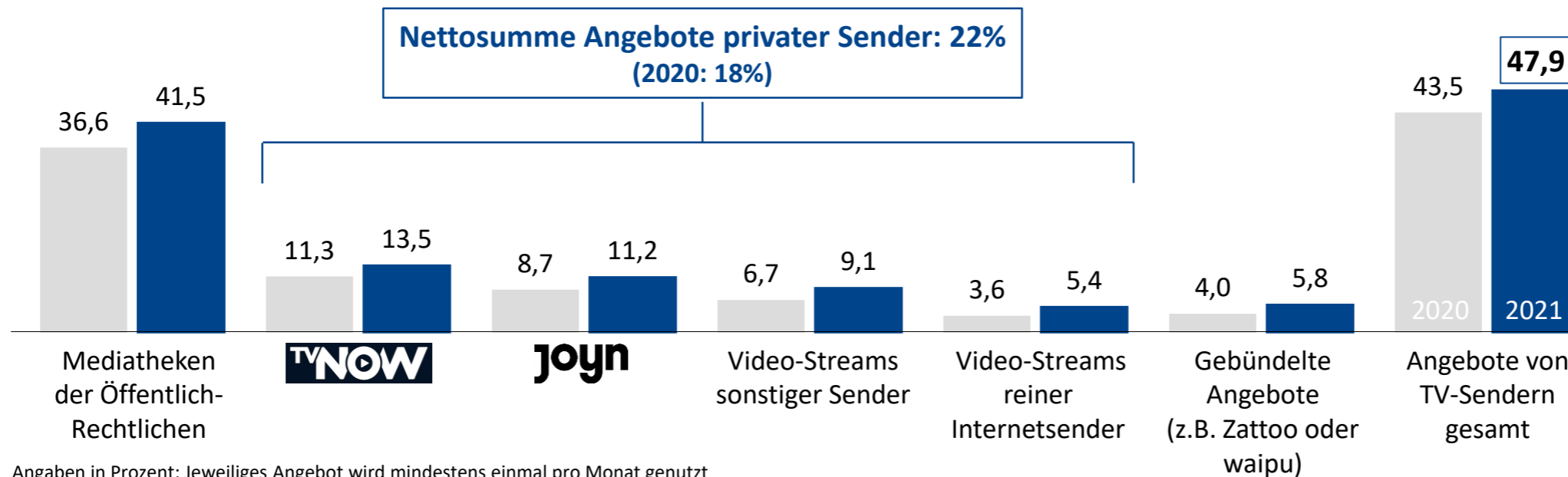


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



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

Alle Angebote werden im Vergleich zum Vorjahr häufiger regelmäßig konsumiert. Mehr als jeder Fünfte nutzt mind. ein Angebot von privaten Sendern.

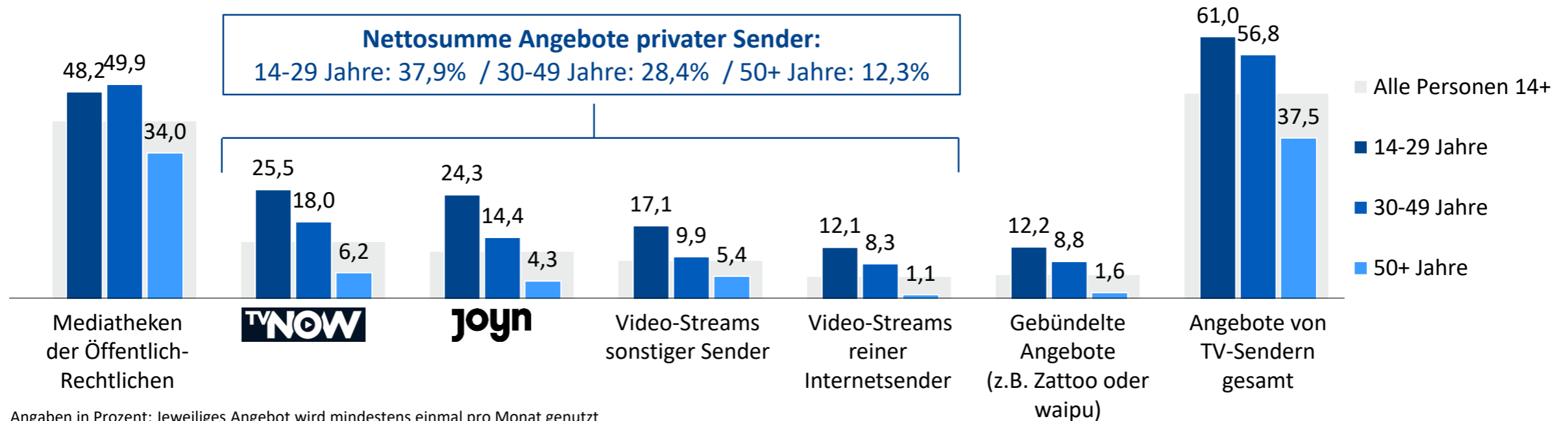


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt  
Basis: 70,593 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



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

Die Angebote von ARD, ZDF & Co. sind bei den 30-49-Jährigen am beliebtesten. Jüngere nutzen häufiger die privaten Streaming-Angebote TVNOW und Joyn.



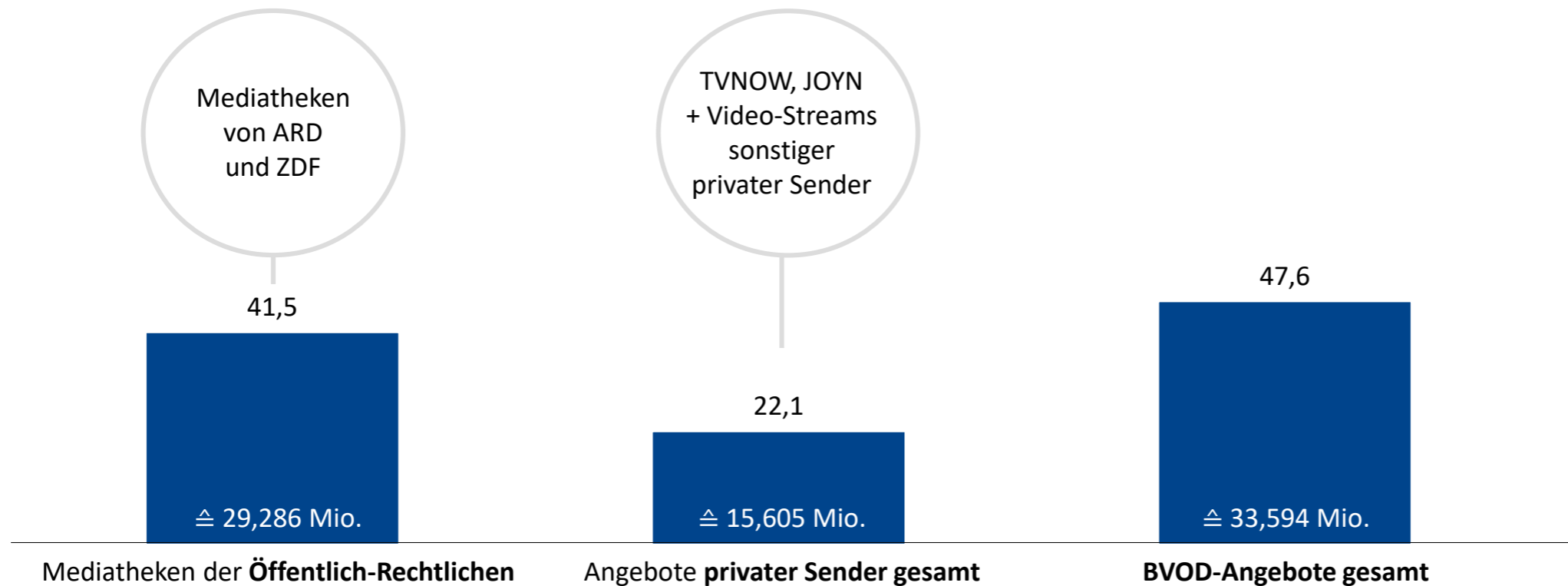
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt

Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507), 13,991 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.420); 20,757 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.852); 35,887 Mio. Personen 50+ Jahre (n=4.235)



## Exkurs: Regelmäßige Nutzung von BVOD

Etwa 33 Mio. Personen nutzen regelmäßig BVOD-Angebote (Broadcaster-Video-On-Demand).



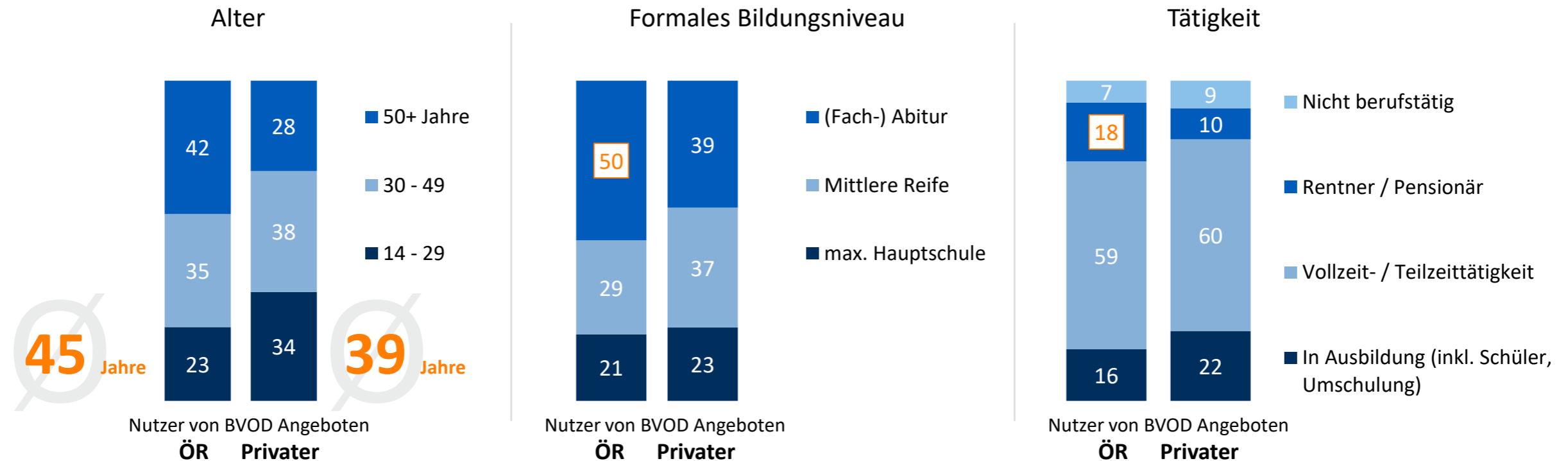
Angaben in Prozent

Basis: 33,594 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat Online Video-Angebote von TV-Sendern nutzen (n=3.980)



## Exkurs: Demographie der BVOD-Nutzer

Nutzende von (auch) öffentlich-rechtlichen Angeboten sind im Durchschnitt sechs Jahre älter als diejenigen, die (auch) die Angebote privater Sender nutzen.



Angaben in Prozent

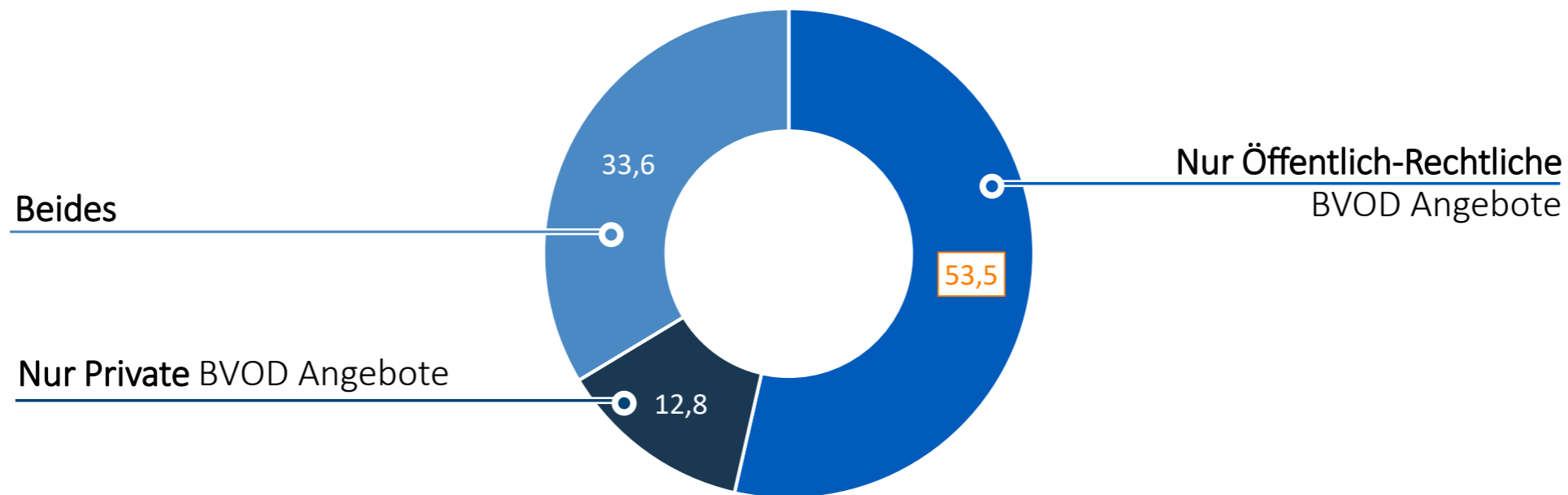
Basis: 29,286 Mio. Personen, die mind. einmal pro Monat Mediatheken der Öffentlich-Rechtlichen TV-Sender nutzen (n=3.588) / 15,605 Mio. Personen 14+, die mind. einmal pro Monat Angebote privater TV-Sender nutzen (n=1.566)



## Exkurs: BVOD-Nutzer

Gut die Hälfte der regelmäßigen BVOD-Nutzer konsumiert nur Angebote der Öffentlich-Rechtlichen TV-Sender. Ein Drittel konsumiert beides, jeder Achte nutzt nur Private.

**47,6%** nutzen mind. einmal pro Monat **Online Video-Angebote von TV-Sendern (=BVOD): 33,594 Mio. Personen**



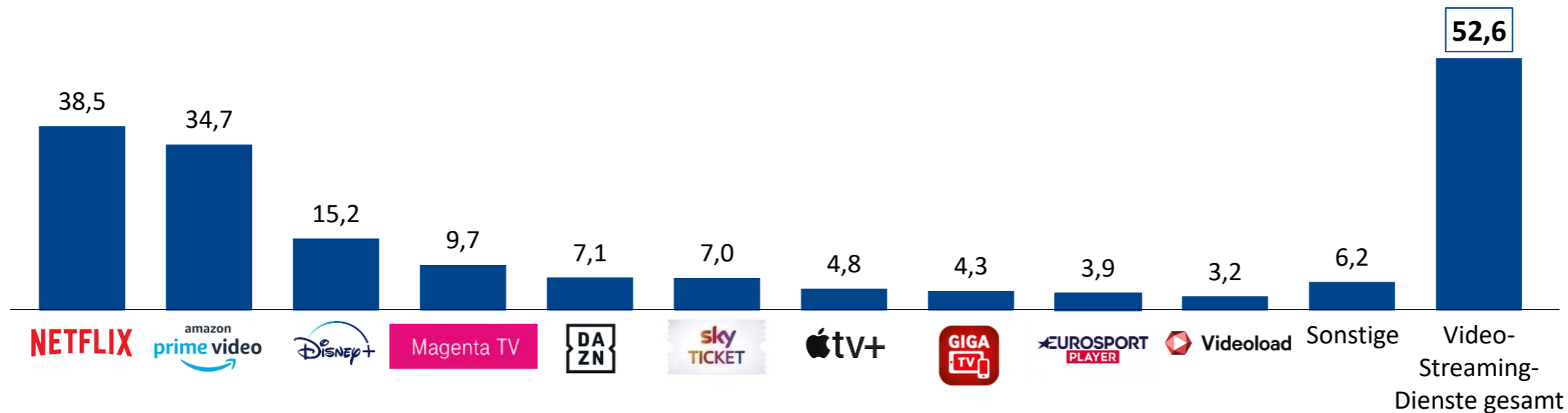
Angaben in Prozent

Basis: 33,594 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat Online Video-Angebote von TV-Sendern nutzen (n=3.980)



## Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten

Gut jeder Zweite nutzt mindestens einmal im Monat einen Streaming-Dienst – am häufigsten Netflix und Amazon, gefolgt von Disney+.



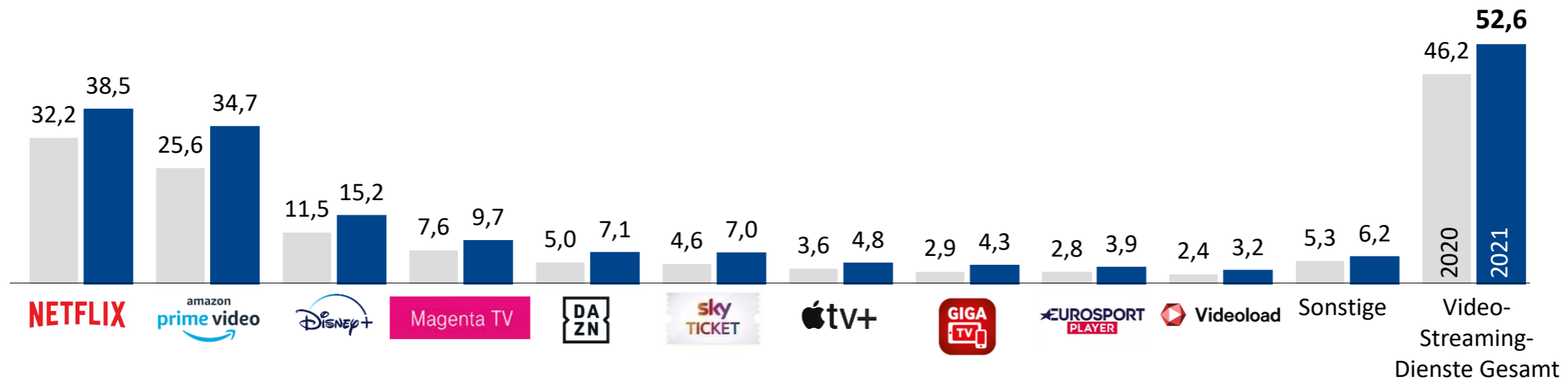
Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt  
Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)





## Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten im Trend

Alle betrachteten Streaming-Dienste werden im Vorjahresvergleich stärker genutzt. Besonders die drei Spitzenreiter Netflix, Amazon und Disney+ gewinnen noch einmal hinzu.

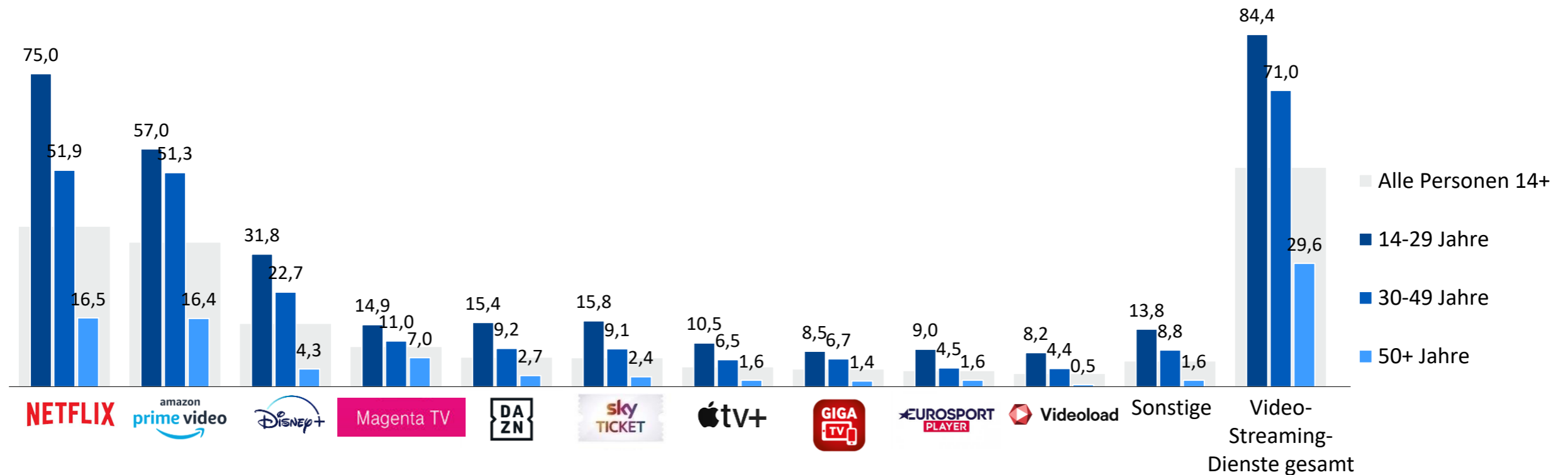


Angaben in Prozent; Jeweiliges Angebot wird mindestens einmal pro Monat genutzt  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten – nach Alter

14-49-Jährige nutzen Streaming-Dienste deutlich häufiger regelmäßig als Personen Ü50. Drei Viertel der Unter-30-Jährigen nutzen Netflix regelmäßig.



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

Basis: 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507), 13,991 Mio. Personen 14-29 Jahre (n=1.420); 20,757 Mio. Personen 30-49 Jahre (n=1.852); 35,887 Mio. Personen 50+ Jahre (n=4.235)



## Regelmäßige Nutzung von Video-Streaming-Diensten: Fokus Amazon / Netflix

Wer regelmäßig streamt, nutzt fast ausnahmslos zumindest einen der beiden Dienste Netflix oder Amazon. Knapp die Hälfte schaut Serien und Filme sogar über beide Plattformen.

Basis: 52,6% der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens einmal im Monat Video-Streaming-Dienste : 37,157 Mio.



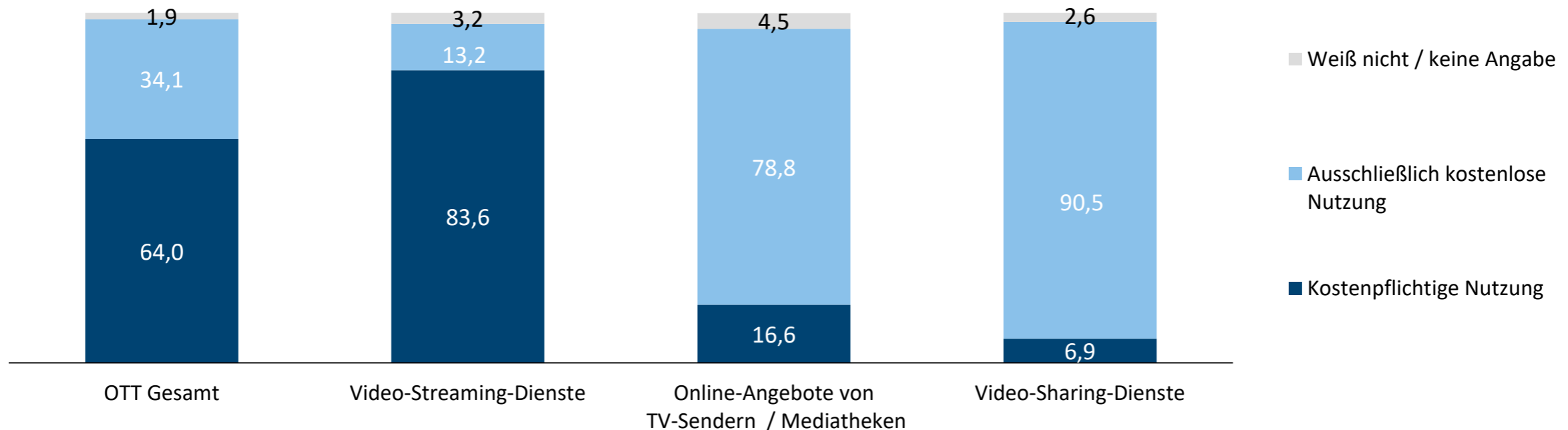
Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 37,157 Mio. Personen ab 14 Jahre , die mindestens einmal pro Monat Video-Streaming-Dienste nutzen (n=3.977)



## Nutzung OTT-Angebote: Kostenfrei vs. kostenpflichtig

Zwei Drittel der OTT-Nutzer zahlen auch für mindestens ein Angebot. Insbesondere Streaming-Dienste werden überwiegend kostenpflichtig genutzt.

78,1% der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens selten OTT Content: 55,199 Mio.



Angaben in Prozent;

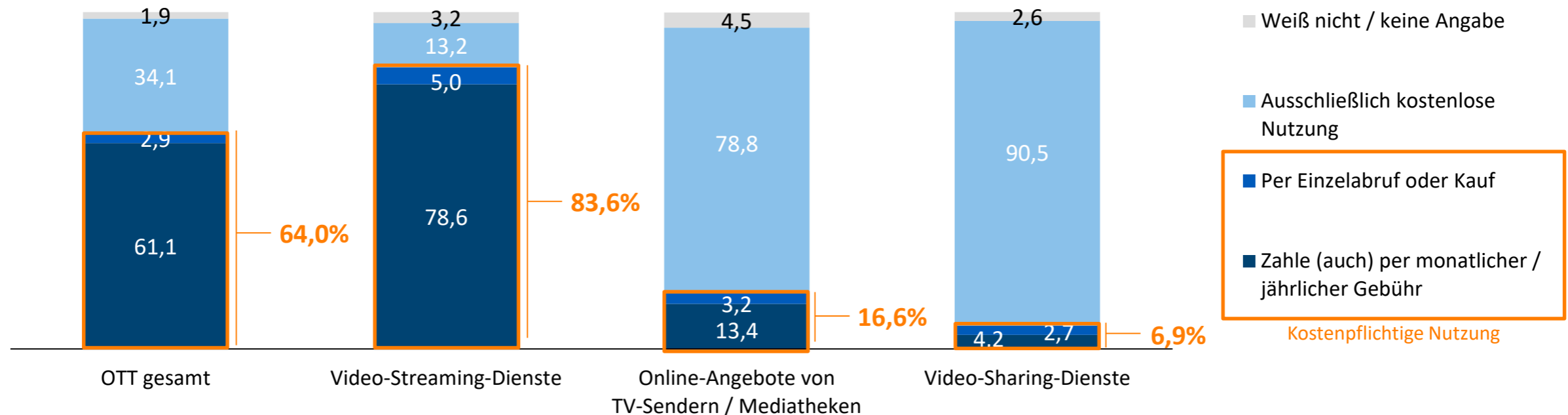
Basis: 55,199 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. selten OTT-Angebote nutzen (n=6.049); 50,350 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Sharing-Dienste nutzen (n=5.523); 41,124 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Streaming-Dienste nutzen (n=4.373); 44,320 Mio. Personen 14+, die mind. selten Online-Angebote von TV-Sendern nutzen (n=5.162)



## Nutzung OTT-Angebote: Kostenpflichtige Nutzung im Detail

Mehr als drei Viertel der Nutzer von Streaming-Diensten zahlen in Form einer regelmäßigen Gebühr. Im Vergleich bezahlen nur wenige ausschließlich im Einzelabruf.

78,1% der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens selten OTT Content: 55,199 Mio.



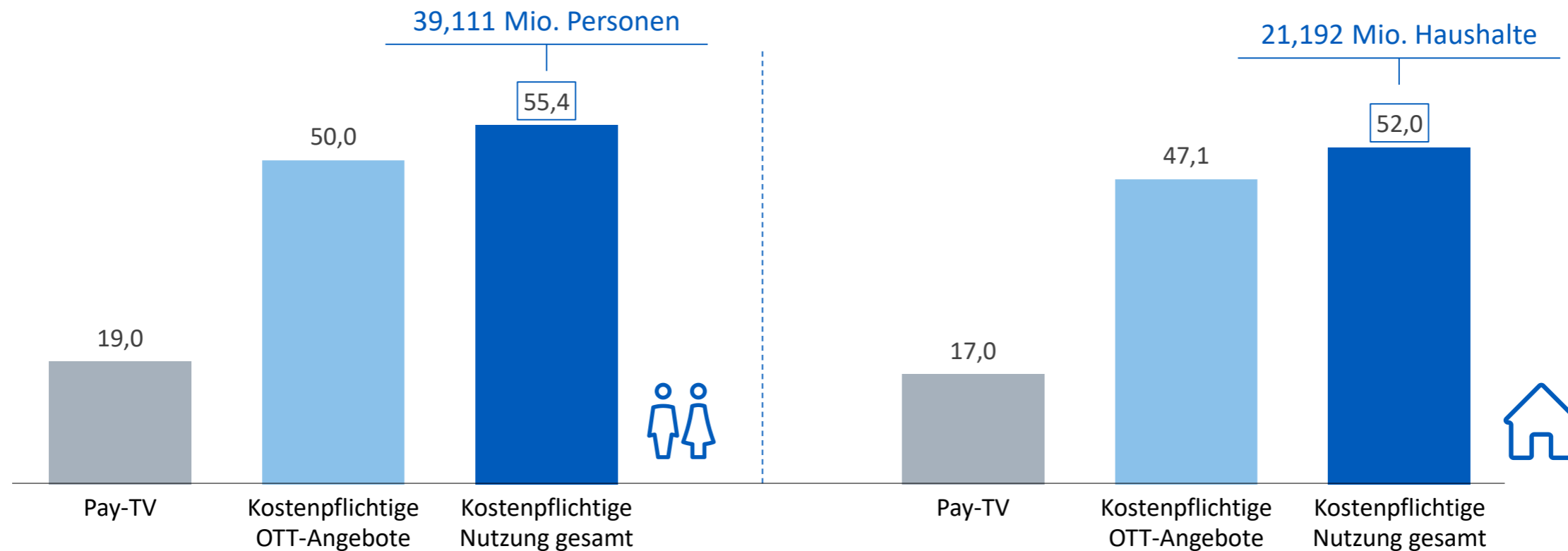
Angaben in Prozent;

Basis: 55,199 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. selten OTT-Angebote nutzen (n=6.049); 50,350 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Sharing-Dienste nutzen (n=5.523); 41,124 Mio. Personen 14+, die mind. selten Video-Streaming-Dienste nutzen (n=4.373); 44,320 Mio. Personen 14+, die mind. selten Online-Angebote von TV-Sendern nutzen (n=5.162)

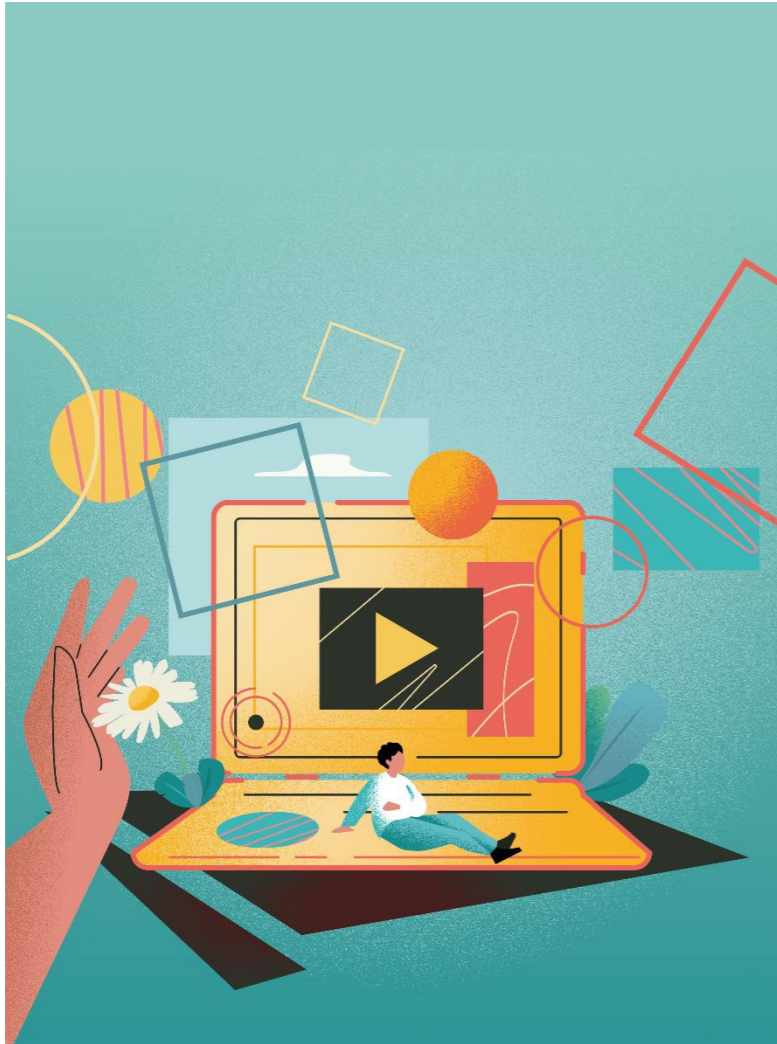


## Überblick kostenpflichtige Nutzung

Bezogen auf alle Personen nutzt jeder Zweite mindestens ein kostenpflichtiges OTT-Angebot und etwa jeder Fünfte ein Pay-TV Angebot.



Angaben in Prozent;  
Basis: 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre / 40,684 / 40,768 Mio. Haushalte in Deutschland (n= 7.507)



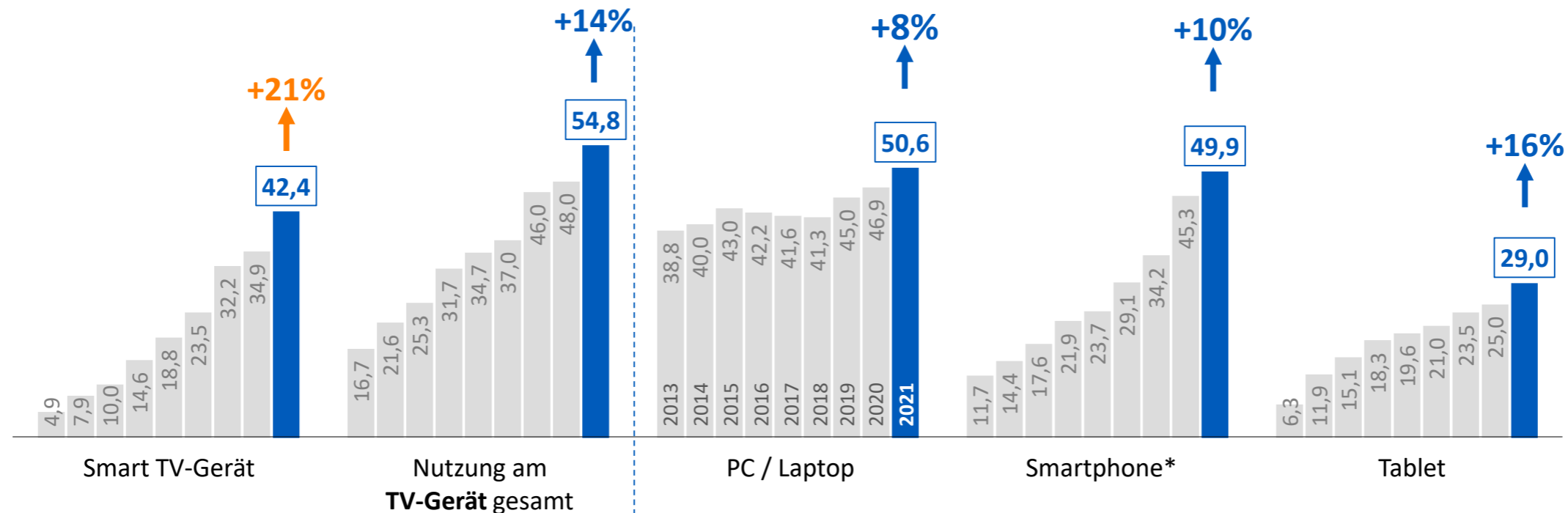
# 6.2.2

Fokus OTT-Nutzung: Geräte und Empfehlungen



## OTT-Nutzung gesamt: Genutzte Geräte

Die OTT-Nutzung am Smart TV legt kräftig zu und liegt jetzt bei über 40%. Anstieg auch bei allen anderen Geräten.



Angaben in Prozent; Nutzt OTT mindestens selten; \* bis 2017: Smartphone oder iPod touch

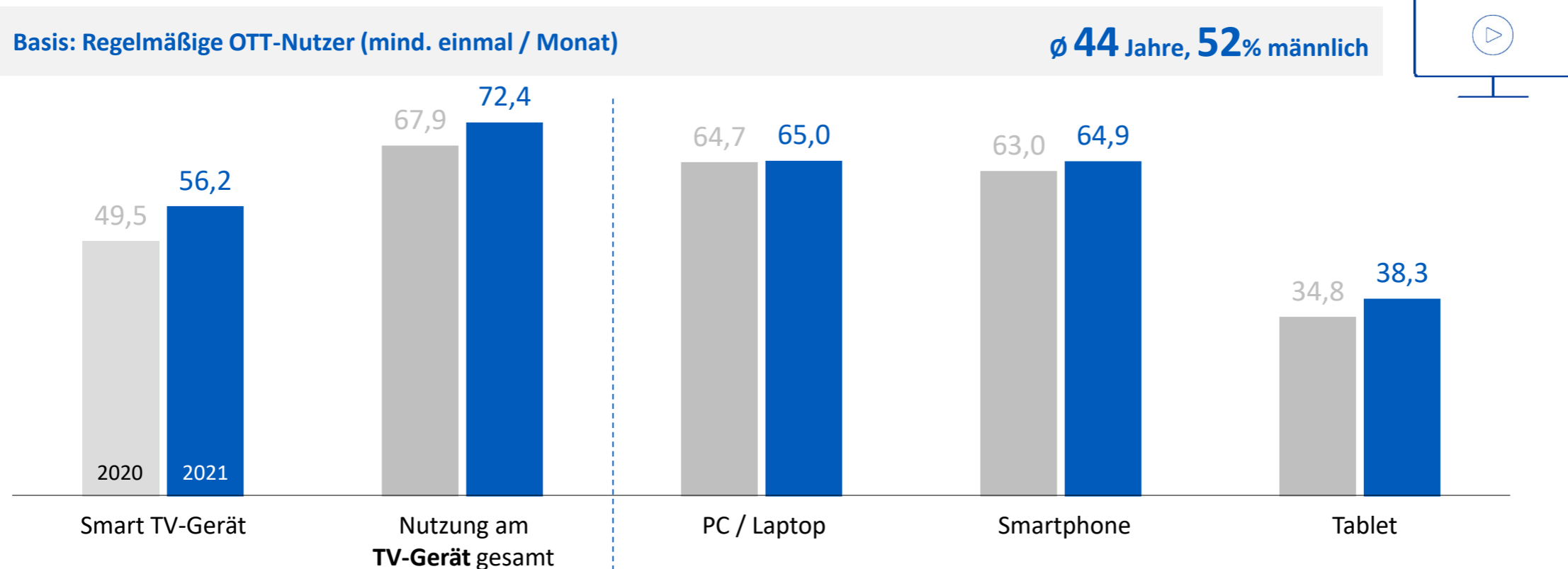
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)





## OTT-Nutzung gesamt: **Genutzte Geräte** – Regelmäßige Nutzer

Mittlerweile schauen fast drei Viertel der regelmäßigen Nutzer OTT-Inhalte am TV-Gerät an. Etwa zwei Drittel nutzen auch PC bzw. Smartphone.



Angaben in Prozent

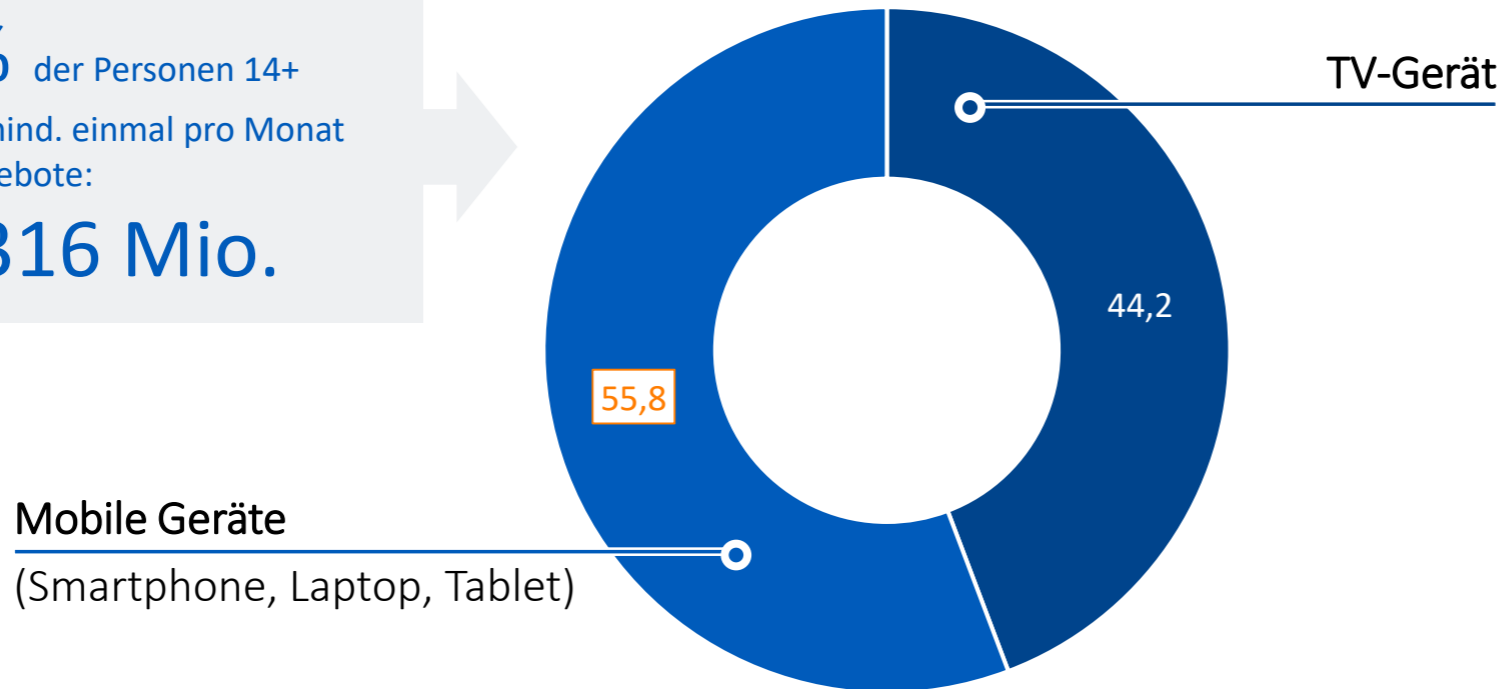
Basis: 52,316 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat OTT-Angebote nutzen (n=5.776)



## Gerätenutzung zu Hause: Nutzungsanteile TV und mobile Geräte

Über die Hälfte der Zeit, die zu Hause mit Fernsehen und Videoschauen verbracht wird entfällt auf die Nutzung an mobilen Geräten. Das TV-Gerät macht immerhin knapp 45% aus.

74% der Personen 14+  
nutzen mind. einmal pro Monat  
OTT-Angebote:  
**52,316 Mio.**



### FRAGETEXT

Denken Sie jetzt bitte mal an die gesamte Zeit, die Sie **zu Hause** in einer durchschnittlichen Woche mit Fernsehen und Videoschauen verbringen.

Was schätzen Sie: Wie viel Prozent dieser Zeit schauen Sie zuhause Fernseh- und Videoinhalte **am TV-Gerät** und wie viel Prozent entfallen **auf mobile Geräte**, wie Smartphone, Tablet oder Laptop?

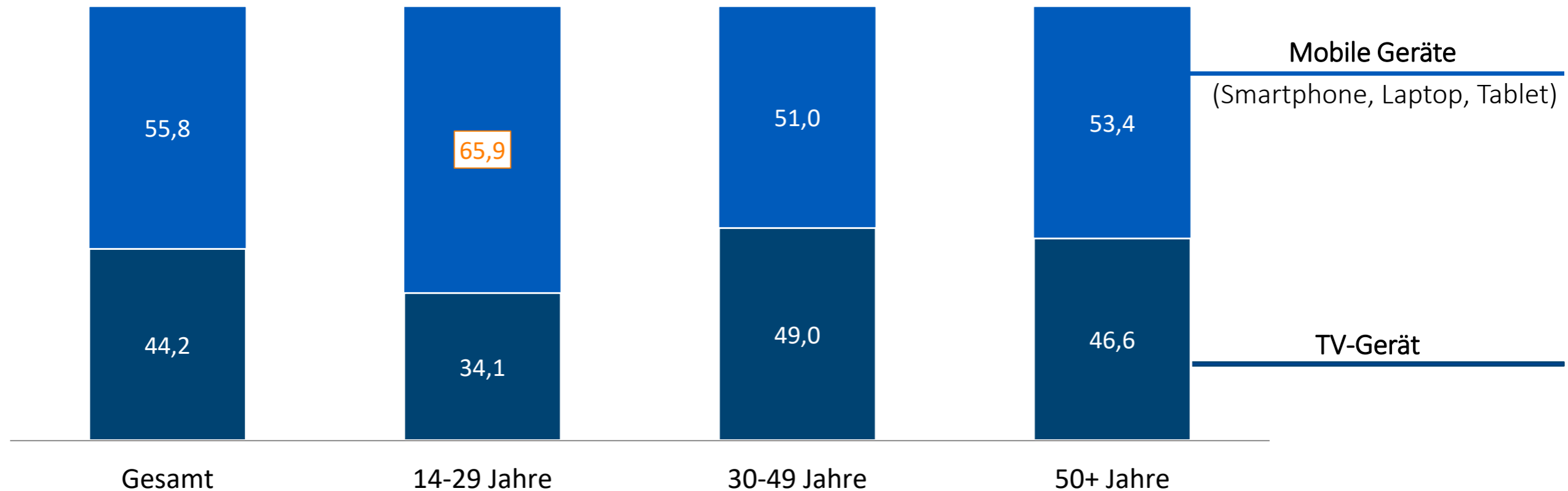
Angaben in Prozent

Basis: 52,316 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat OTT-Angebote nutzen (n=5.776)



## Gerätenutzung zu Hause: Nutzungsanteile TV und mobile Geräte

In der jüngsten Altersgruppe bis 30 Jahre ist die Tendenz stärker ausgeprägt: Die Nutzung an mobilen Geräten macht fast zwei Drittel aus, das TV-Gerät kommt auf gut ein Drittel.



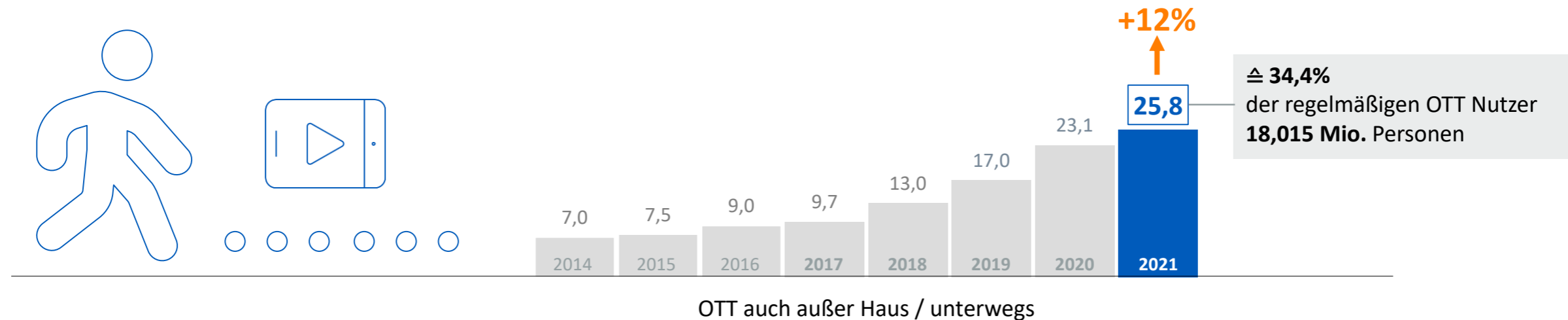
Angaben in Prozent

Basis: 52,316 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat OTT-Angebote nutzen (n=5.776), 13,268 Mio. 14-29 Jahre (n=1.363), 18,539 Mio. 30-49 Jahre (n=1.690), 20,509 Mio. 50+ Jahre (n=2.723)



## OTT-Nutzung unterwegs im Trend

Gut jeder Vierte nutzt mittlerweile OTT-Inhalte auch von unterwegs aus auf mobilen Geräten. Das entspricht ca. 18 Mio. Personen.

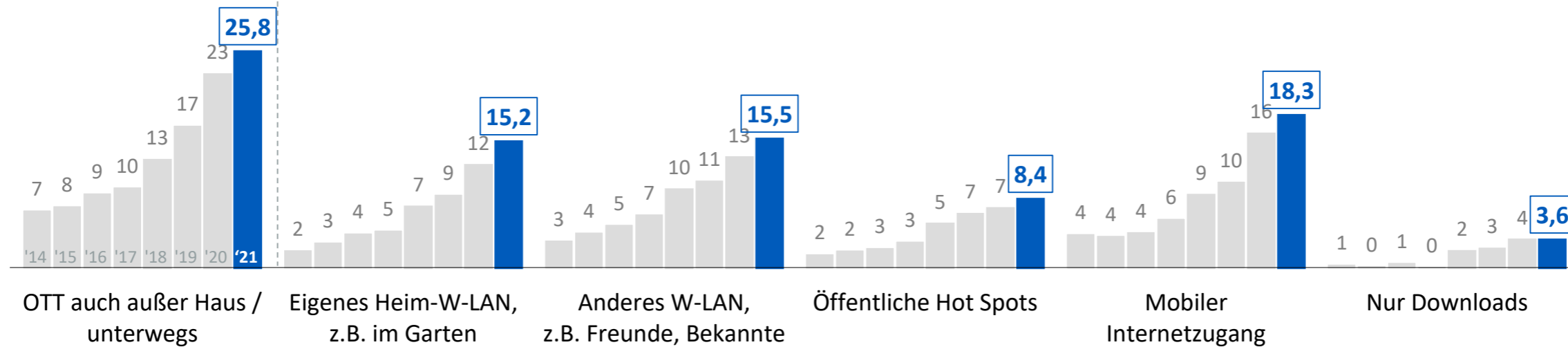
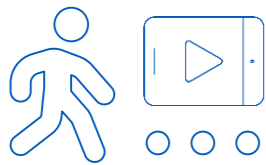


Angaben in Prozent; nutzt OTT mindestens einmal pro Monat; nutzt OTT auch außer Haus / unterwegs  
Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



# OTT-Nutzung unterwegs im Trend im Detail

Vor allem die Nutzung per mobilem Internetzugang nimmt deutlich zu und ermöglicht es zunehmend, Videos unterwegs unabhängig von WLAN oder Hotspots zu schauen.

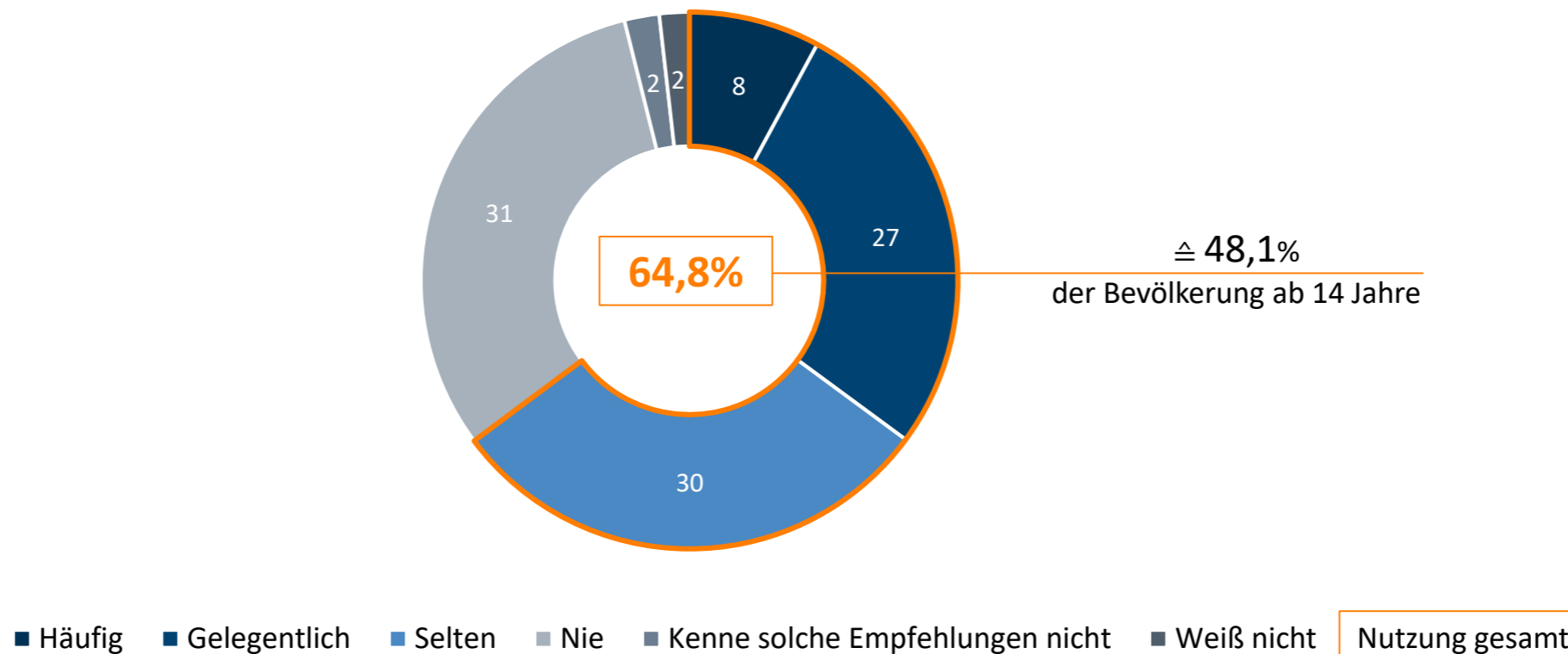


Angaben in Prozent; nutzt VOD auch außer Haus / unterwegs  
Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 / 70,598 / 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.507)



## Monatliche OTT-Nutzer: Nutzung von Empfehlungen

Fast zwei Drittel der monatlichen OTT-Nutzer folgen zumindest selten Empfehlungen. Das entspricht knapp der Hälfte der Personen ab 14 Jahren in Deutschland.



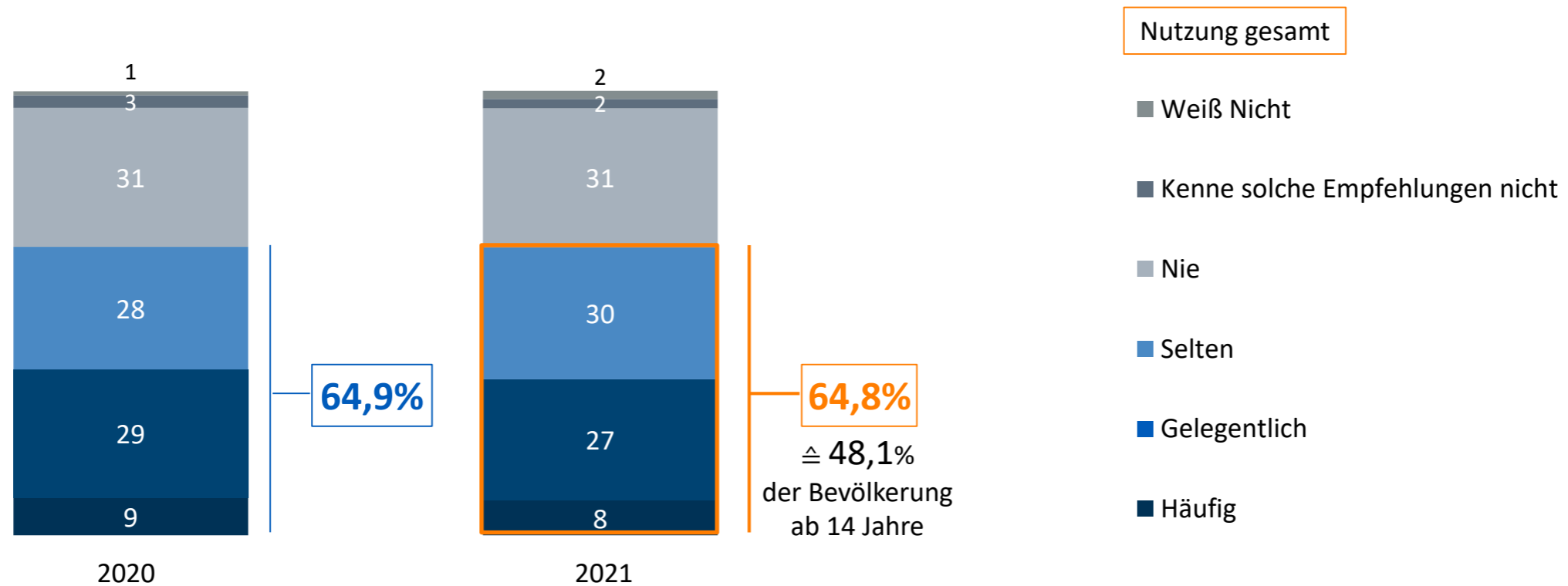
Angaben in Prozent

Basis: 48,301 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (n=5.310)



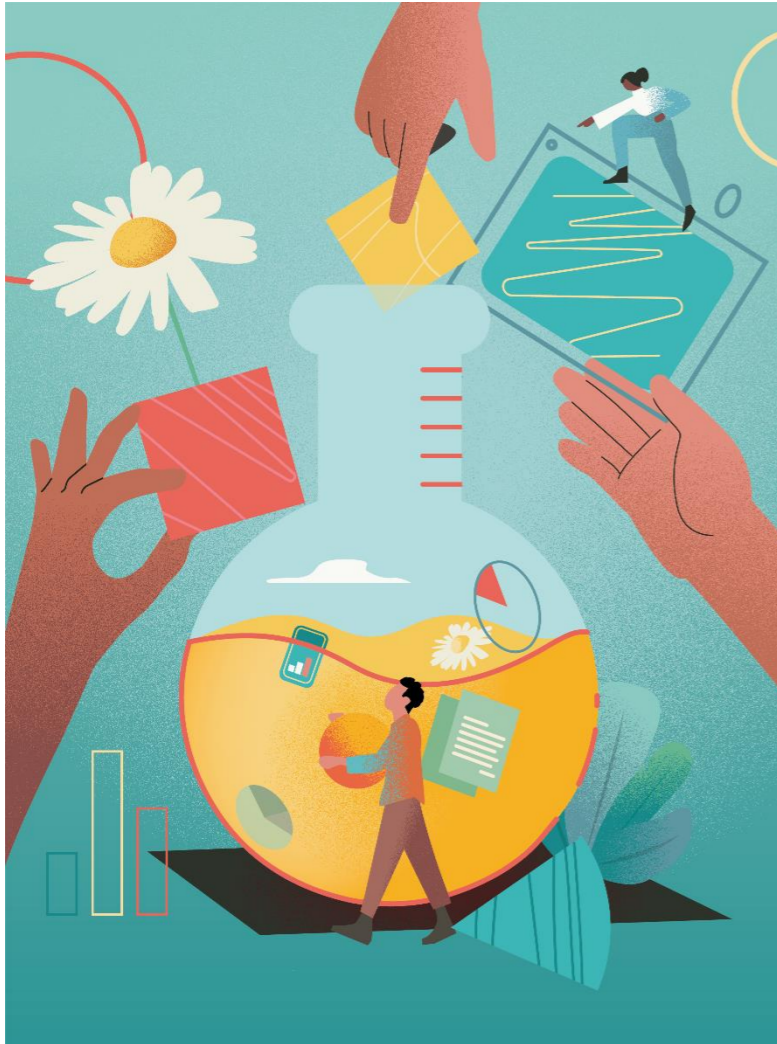
## Monatliche OTT-Nutzer: Nutzung von Empfehlungen im Trend

Verglichen mit 2020 bleibt der Anteil derjenigen, die Empfehlungen nutzen nahezu identisch. Die häufige und gelegentliche Nutzung sinkt leicht zugunsten der seltenen Nutzung.



Angaben in Prozent

Basis: 43,663 / 48,301 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (n=5.310)



# 7

## Methode im Detail



# Methodische Hinweise

## Digitalisierungsbericht Video 2021

Auftraggeber:	Die Medienanstalten unter Beteiligung von SES, Astra Deutschland, HD+, Media Broadcast, Vodafone und Amazon
Institut:	Kantar
Methode:	Methodenmix: Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) + Computer Assisted Web Interviewing (CAWI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; aktuell 70,635 Mio. Personen ab 14 Jahre in 40,768 Mio. Haushalten, davon 67,796 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in 38,753 Mio. TV-Haushalten.
Stichprobe / Zielperson:	<p><b>Telefonische Befragung (CATI)</b></p> <p>Die Studie wurde als so genannte <b>Dual-Frame-Telefonbefragung</b>, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 30% in der Gesamtstichprobe Basis + Altersklassen + Aufstockung). Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.</p> <p>Die telefonische Erreichbarkeit der jüngeren Bevölkerung, insbesondere 14-29-Jährigen, ist seit Jahren rückläufig. Auch die Mobilfunkstichprobe löst diese Herausforderung nur begrenzt. Daher wurden in einer <b>Teilstichprobe gezielt Personen der Altersgruppe 14-29 Jahre</b> 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><b>Online-Befragung (CAWI)</b></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>

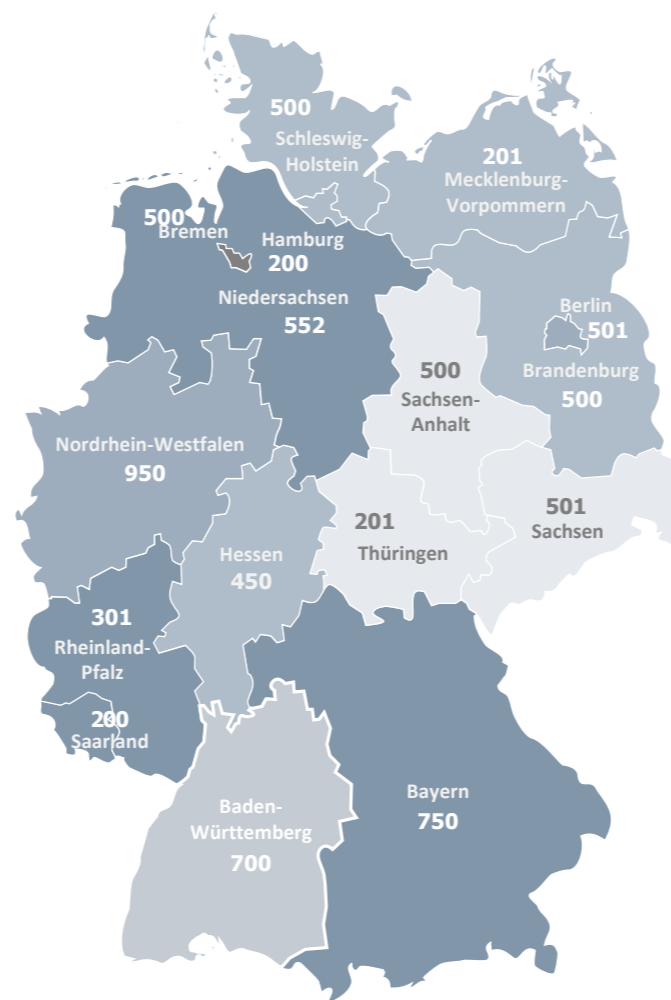
# Methodische Hinweise

## Digitalisierungsbericht Video 2021

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 1.507 Interviews durch Aufstockung einzelner Landesmedienanstalten in Berlin, Brandenburg, Bremen, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Schleswig-Holstein 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=7.507 Interviews durchgeführt, davon n=5.630 Interviews telefonisch und n=1.877 online.
Erhebungszeitraum:	03.05. – 30.06.2021
Zentrale Untersuchungsinhalte:	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Erhebung der Fernsehempfangsarten Kabel, Satellit, IPTV, DVB-T2 HD inkl. Bestimmung des Digitalisierungsgrades</li><li>▪ Ausstattung der TV-HH mit HDTV-Geräten, Empfang HDTV, Pay-TV</li><li>▪ Ausstattung der TV-HH mit Smart TV-Geräten / Connected TV und anderen (Bildschirm-) Geräten</li><li>▪ OTT-Nutzung am Connected TV und an anderen Bildschirmgeräten</li><li>▪ Nutzung bestimmter OTT-Angebote, z.B. Mediatheken und Video-Streaming-Dienste</li><li>▪ Lineare vs. zeitversetzte Videonutzung</li><li>▪ Nutzung automatischer Empfehlungssysteme</li><li>▪ Demografie / Haushaltsstatistik</li></ul>
Bestimmung der TV-Empfangsart:	Die Bestimmung der Empfangsarten basiert grundsätzlich auf den Angaben der Befragten.

# Stichprobe Video-Digitalisierungsbericht

Realisierte Interviews 2021	Gesamt	In TV-HH
Baden-Württemberg	700	649
Bayern	750	701
Berlin	501	455
Brandenburg	500	479
Bremen	500	471
Hamburg	200	180
Hessen	450	409
Mecklenburg-Vorpommern	201	193
Niedersachsen	552	524
Nordrhein-Westfalen	950	904
Rheinland-Pfalz	301	289
Saarland	200	182
Sachsen	501	474
Sachsen-Anhalt	500	481
Schleswig-Holstein	500	473
Thüringen	201	195
<b>Summe</b>	<b>7.507</b>	<b>7.059</b>

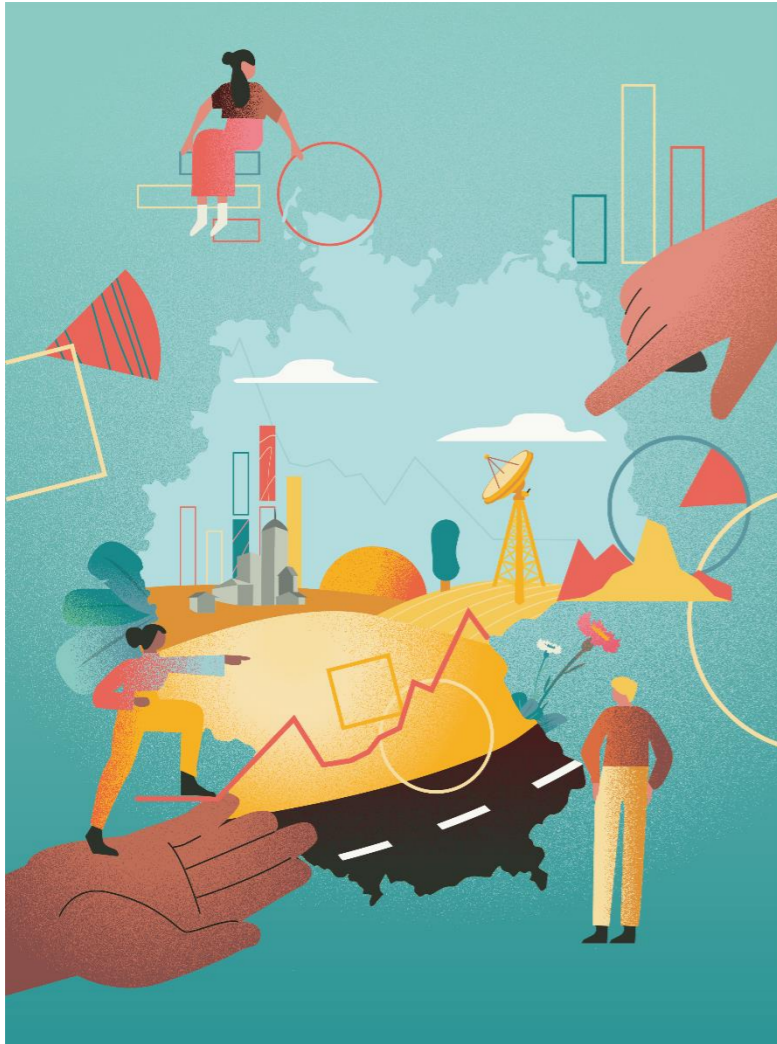


Wie in den Vorjahren wurde eine Basisstichprobe von 6.000 Interviews proportional auf die Bundesländer verteilt, mindestens 200 pro Bundesland.

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 und Hamburg (werden nur zusammengefasst betrachtet)
- Thüringen (mit Sachsen und Sachsen-Anhalt zusammengefasst)
- Hessen (mit Rheinland-Pfalz und Saarland zusammengefasst)
- Rheinland-Pfalz und Saarland (zusammengefasst)



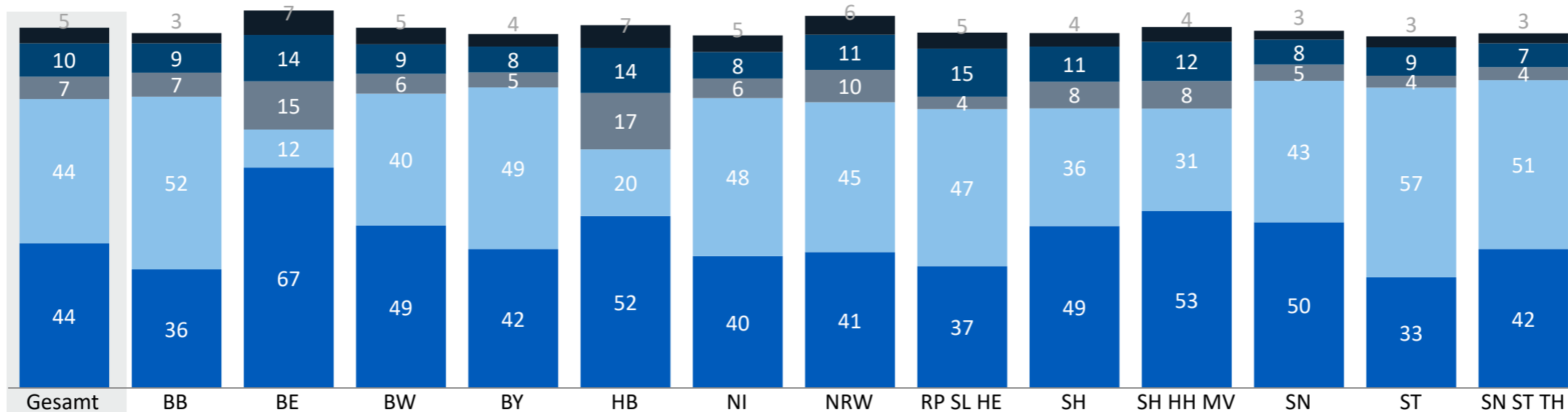
# 8

## Anhang: Ausgewählte Ergebnisse in den Bundesländern im Vergleich



# Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,753	1,210	1,811	4,945	6,025	0,340	3,736	8,223	5,184	1,376	3,078	2,019	1,119	4,201
1,839	0,038	0,134	0,250	0,227	0,023	0,186	0,472	0,247	0,057	0,135	0,056	0,037	0,127
3,910	0,107	0,253	0,441	0,471	0,046	0,300	0,871	0,752	0,145	0,367	0,152	0,097	0,302
2,615	0,087	0,263	0,297	0,273	0,058	0,221	0,806	0,190	0,110	0,256	0,099	0,040	0,164
16,867	0,631	0,208	1,970	2,941	0,068	1,782	3,716	2,458	0,489	0,950	0,863	0,640	2,142
16,933	0,433	1,205	2,425	2,527	0,176	1,488	3,368	1,906	0,673	1,643	1,010	0,374	1,761

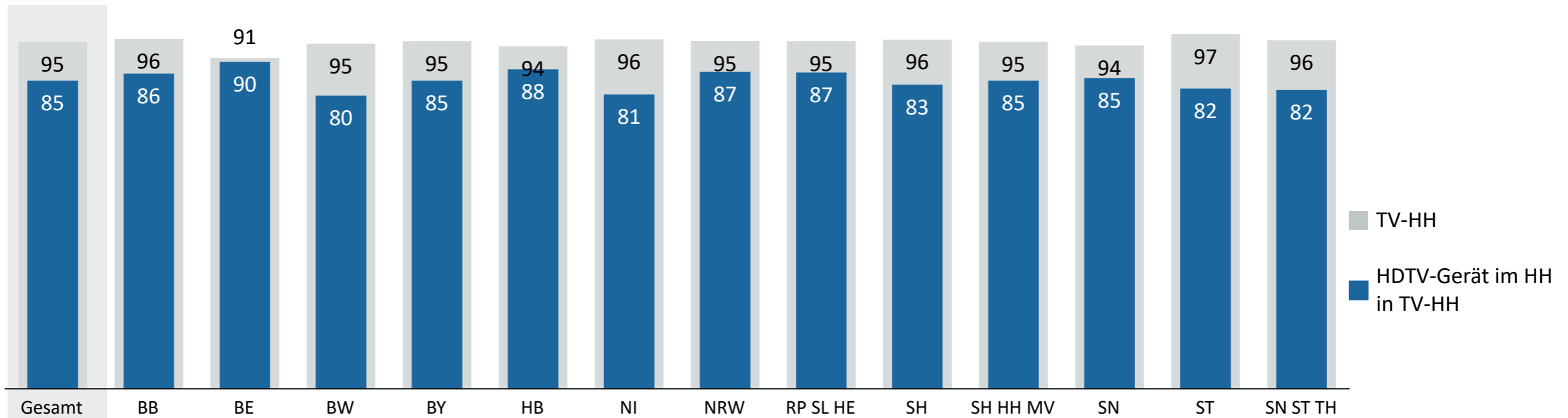
Mio. TV-HH  
 ■ OTT only  
 ■ IPTV  
 ■ DVB-T2 HD / DVB-T  
 ■ Satellit  
 ■ Kabel

Angaben in Prozent / Millionen;  
 Summe > 100% wegen Mehrfachempfangsart / Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



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

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

Region	Mio. TV-HH	HDTV-Gerät im HH
Gesamt	38,753	32,740
BB	1,210	1,046
BE	1,811	1,624
BW	4,945	3,978
BY	6,025	5,094
HB	0,340	0,298
NI	3,736	3,015
NRW	8,223	7,147
RP SL HE	5,184	4,496
SH	1,376	1,148
SH HH MV	3,078	2,601
SN	2,019	1,720
ST	1,119	0,921
SN ST TH	4,201	3,441

Angaben in Prozent / in Mio.  
Basis: 40,768 Mio. Haushalte / 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



# HDTV-Empfang in den Bundesländern – gesamt

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte mit mindestens einer klassischen Empfangsart in Millionen

36,915	1,172	1,677	4,696	5,799	0,317	3,550	7,751	4,937	1,319	2,943	1,964	1,083	4,074	Mio. TV-HH mit klassischer Empfangsart
29,585	0,977	1,463	3,444	4,575	0,275	2,737	6,431	4,102	1,058	2,380	1,604	0,864	3,202	HDTV-HH

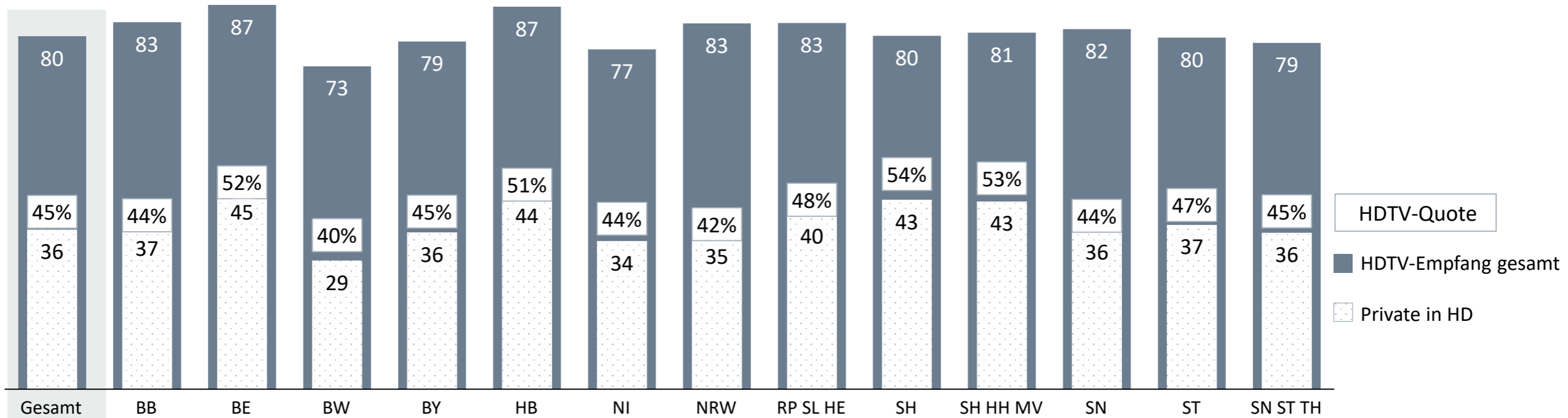
Angaben in Prozent / in Mio.

Basis: 36,915 Mio. TV-Haushalte in Deutschland mit klassischem TV-Empfang (n=6.778)



# HDTV-Empfang: Private in HD in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte mit mindestens einer klassischen Empfangsart in Millionen

Region	Mio. TV-HH mit klassischer Empfangsart	HDTV-HH	HDTV-HH: Private in HD
Gesamt	36,915	29,585	13,346
BB	1,172	0,977	0,433
BE	1,677	1,463	0,758
BW	4,696	3,444	1,371
BY	5,799	4,575	2,066
HB	0,317	0,275	0,141
NI	3,550	2,737	1,192
NRW	7,751	6,431	2,720
RP SL HE	4,937	4,102	1,963
SH	1,319	1,058	0,568
SH HH MV	2,943	2,380	1,254
SN	1,964	1,604	0,709
ST	1,083	0,864	0,403
SN ST TH	4,074	3,202	1,448

Angaben in Prozent / in Mio.

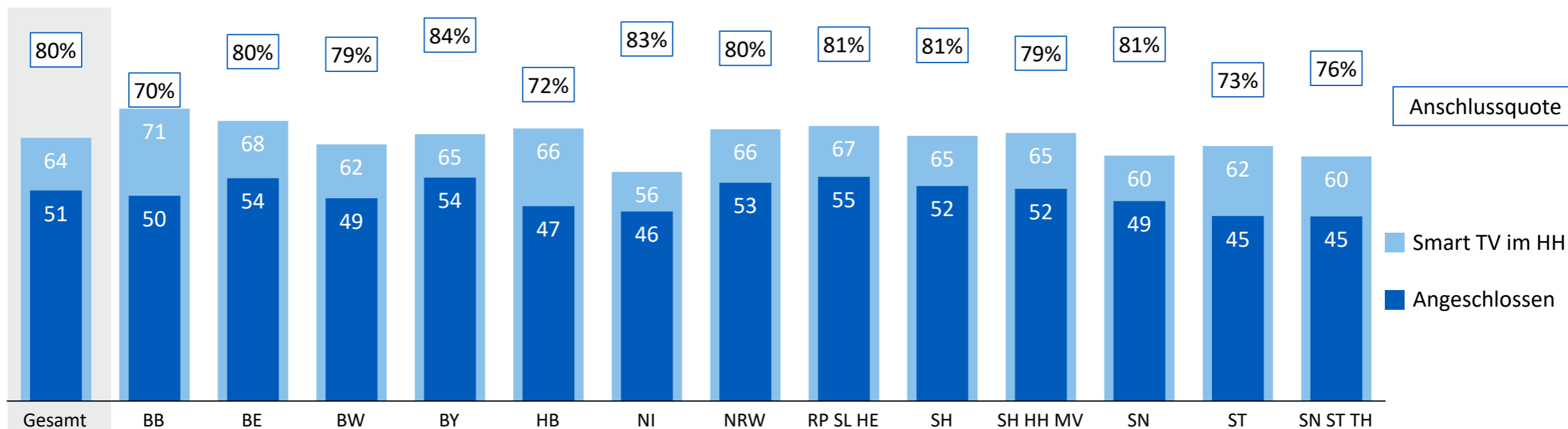
Basis: 36,915 Mio. TV-Haushalte in Deutschland mit klassischem TV-Empfang (n=6.778)





# Smart TV – Ausstattung und Anschlussquote in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,753	1,210	1,811	4,945	6,025	0,340	3,736	8,223	5,184	1,376	3,078	2,019	1,119	4,201	Mio. TV-HH
24,807	0,860	1,234	3,087	3,910	0,225	2,082	5,434	3,470	0,888	2,007	1,206	0,693	2,498	Smart TV im HH
19,843	0,604	0,982	2,437	3,269	0,161	1,721	4,369	2,824	0,720	1,589	0,981	0,504	1,887	Angeschlossen

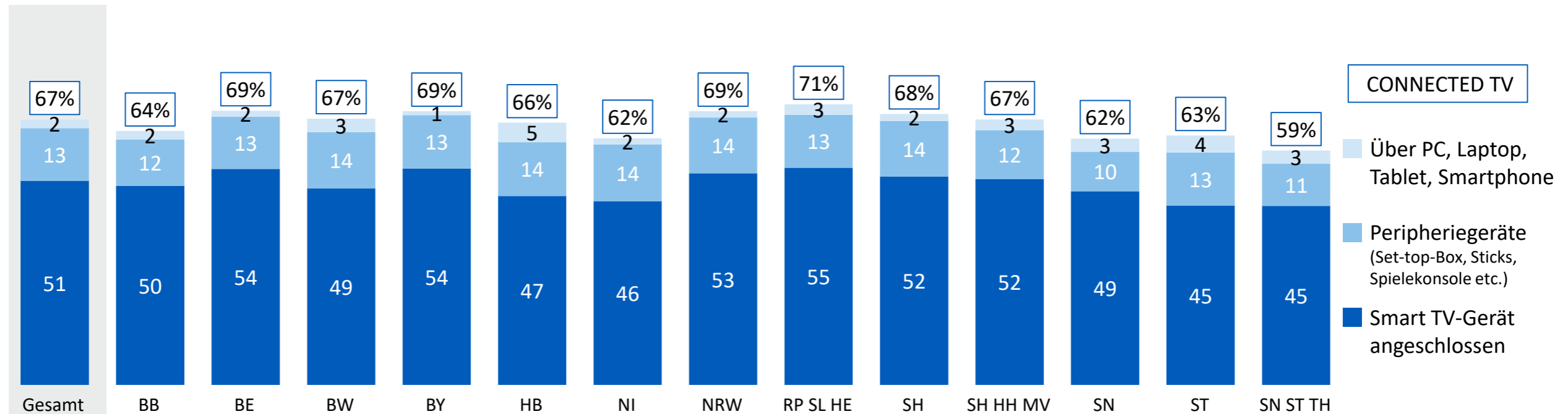
Angaben in Prozent / in Mio.

Basis: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)



# Connected TV nach „Anschlussart“ in den Bundesländern

TV-Haushalte in Prozent



TV-Haushalte in Millionen

38,753	1,210	1,811	4,945	6,025	0,340	3,736	8,223	5,184	1,376	3,078	2,019	1,119	4,201	Mio. TV-HH
24,971	0,745	1,219	3,132	4,079	0,207	2,250	5,523	3,515	0,911	1,966	1,180	0,653	2,333	Smart TV/Peripheriegeräte
25,818	0,771	1,247	3,301	4,142	0,224	2,310	5,650	3,653	0,936	2,050	1,246	0,700	2,470	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: 38,753 Mio. TV-Haushalte in Deutschland (n=7.059)

# Abkürzungsverzeichnis

## Bundesländer

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