



# 6

## Fernseh- und Videonutzung in Deutschland



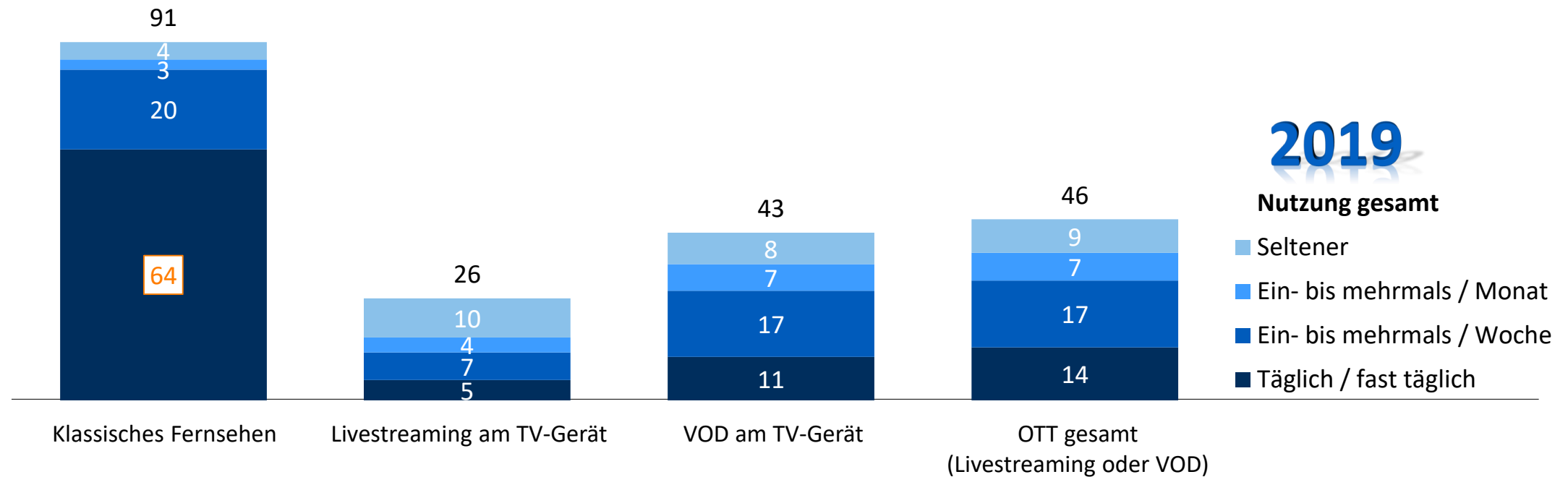
# 6.1

## 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.

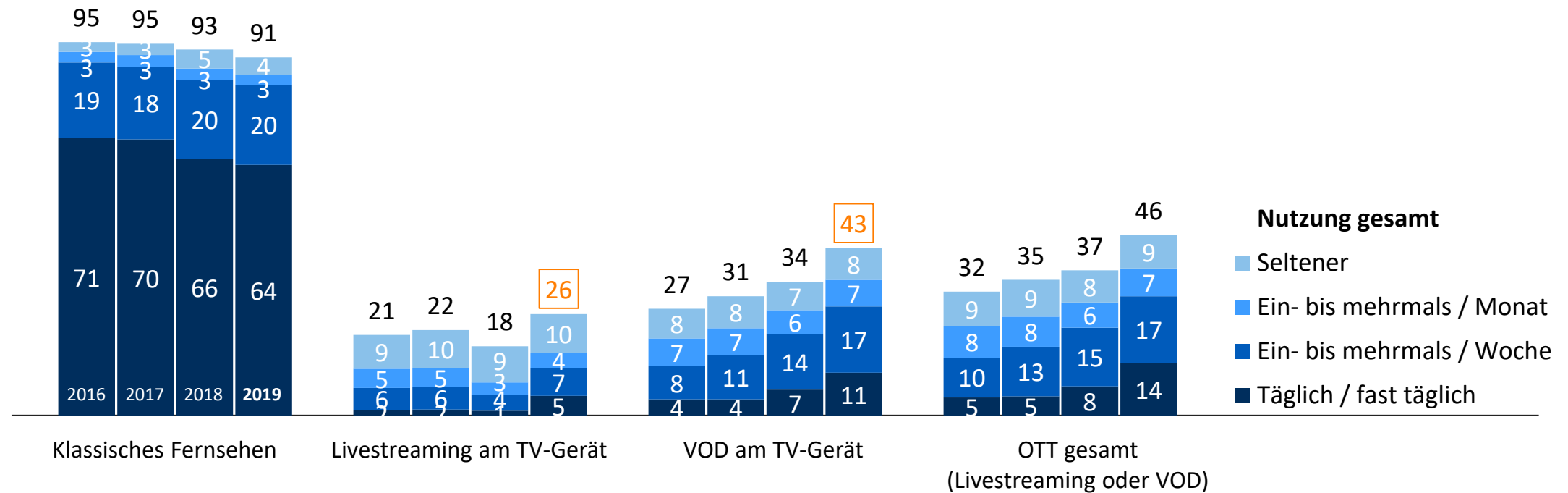


Angaben in Prozent  
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.



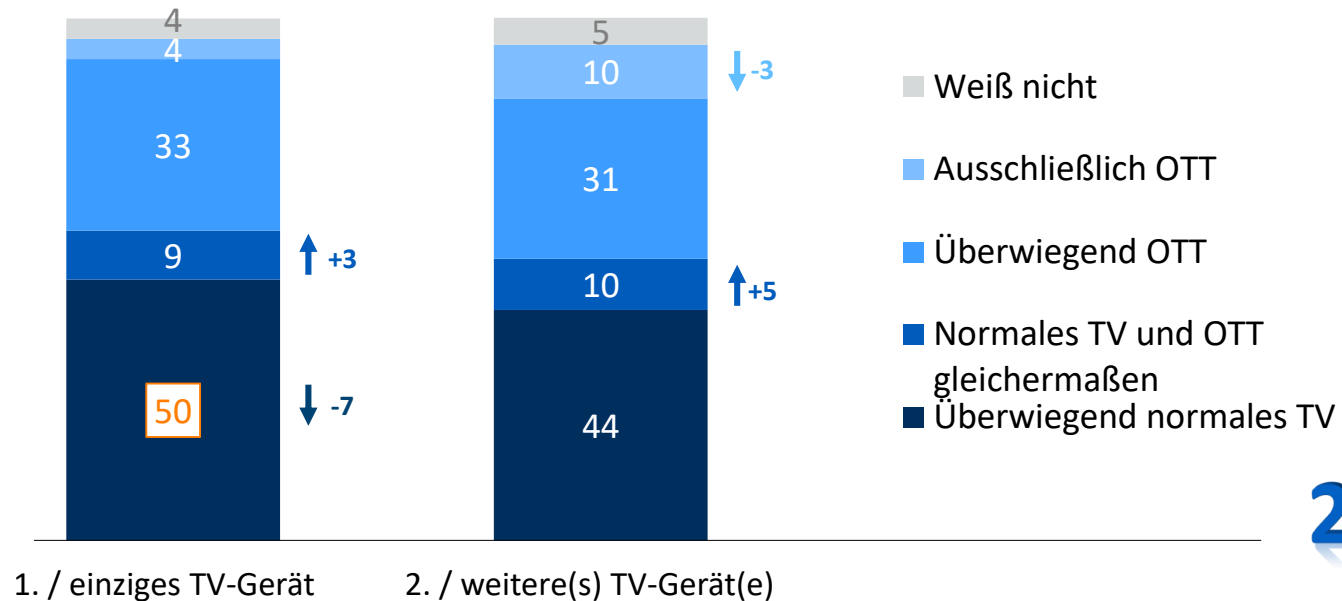
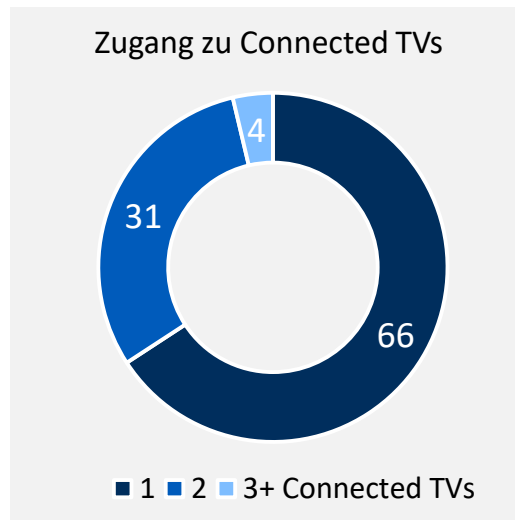
Angaben in Prozent  
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.**

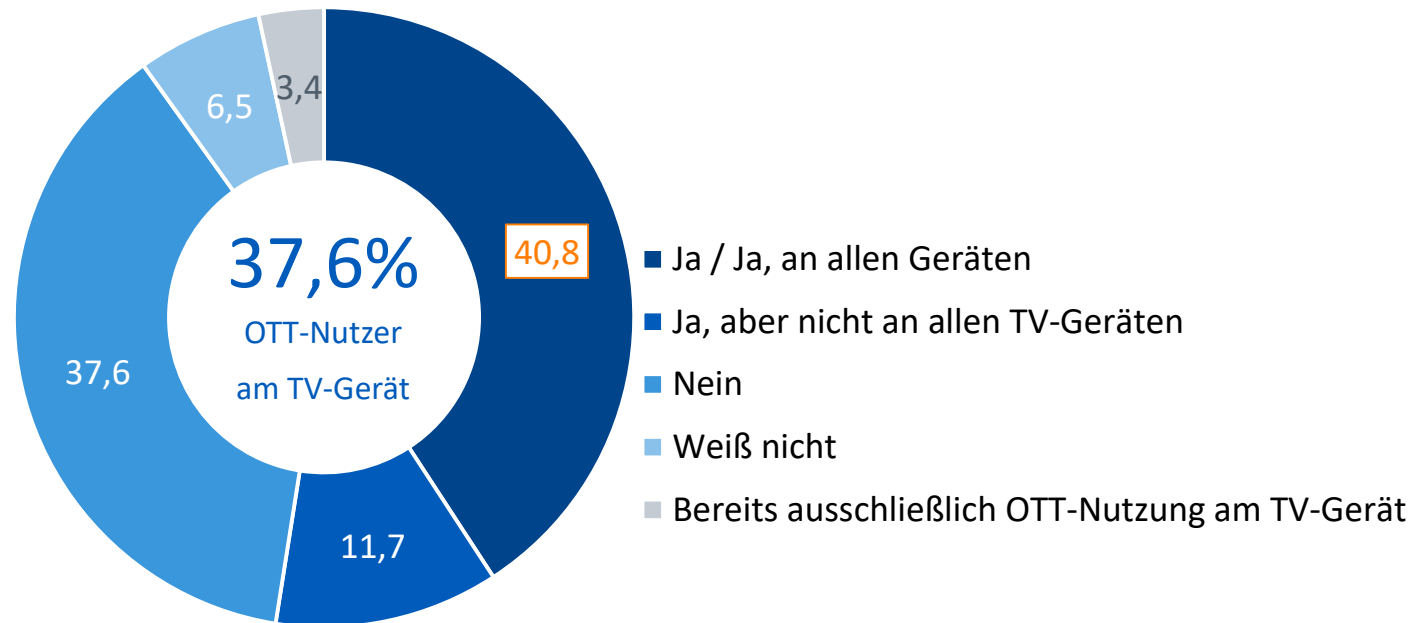


Angaben in Prozent, Pfeile: Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr in Prozentpunkten ≥3 %  
Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)



## 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

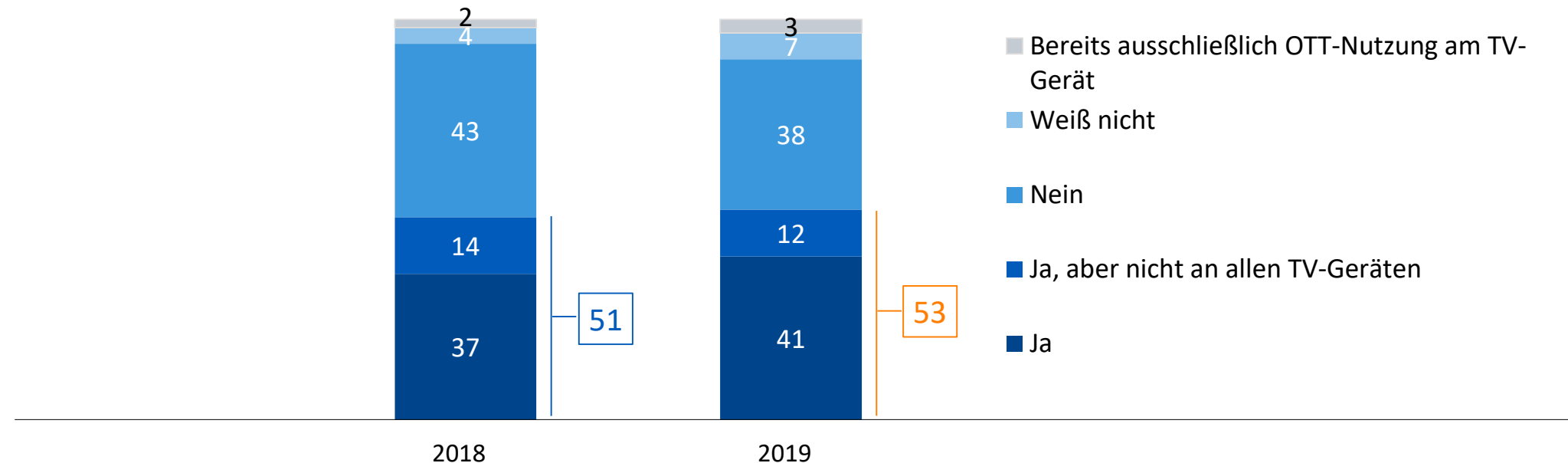
Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)



## 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.**



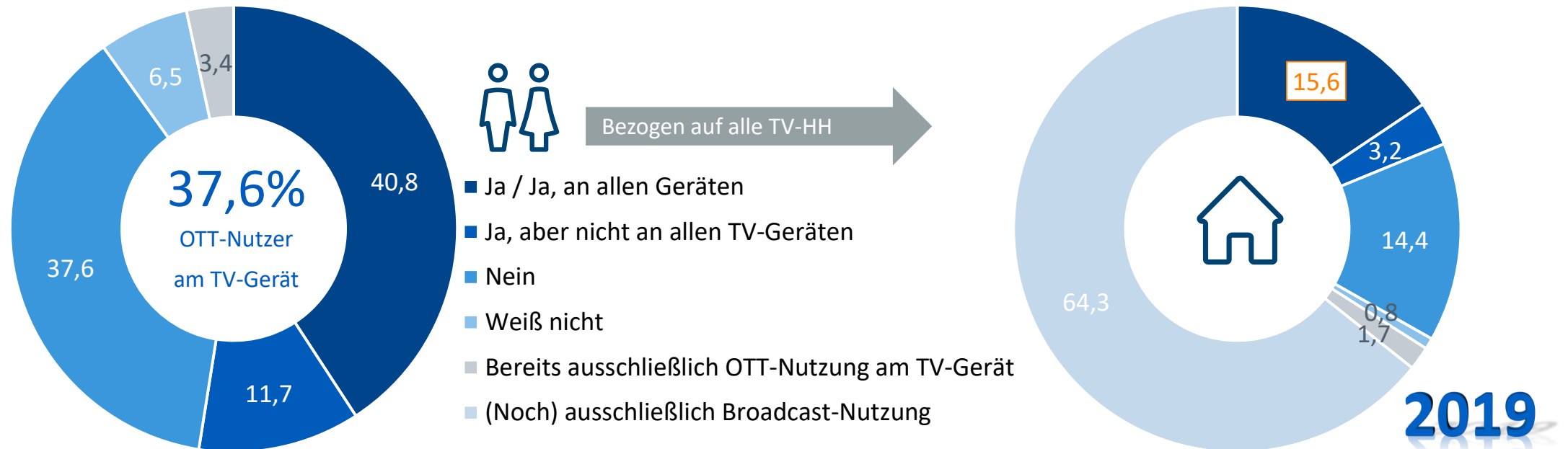
Angaben in Prozent

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.



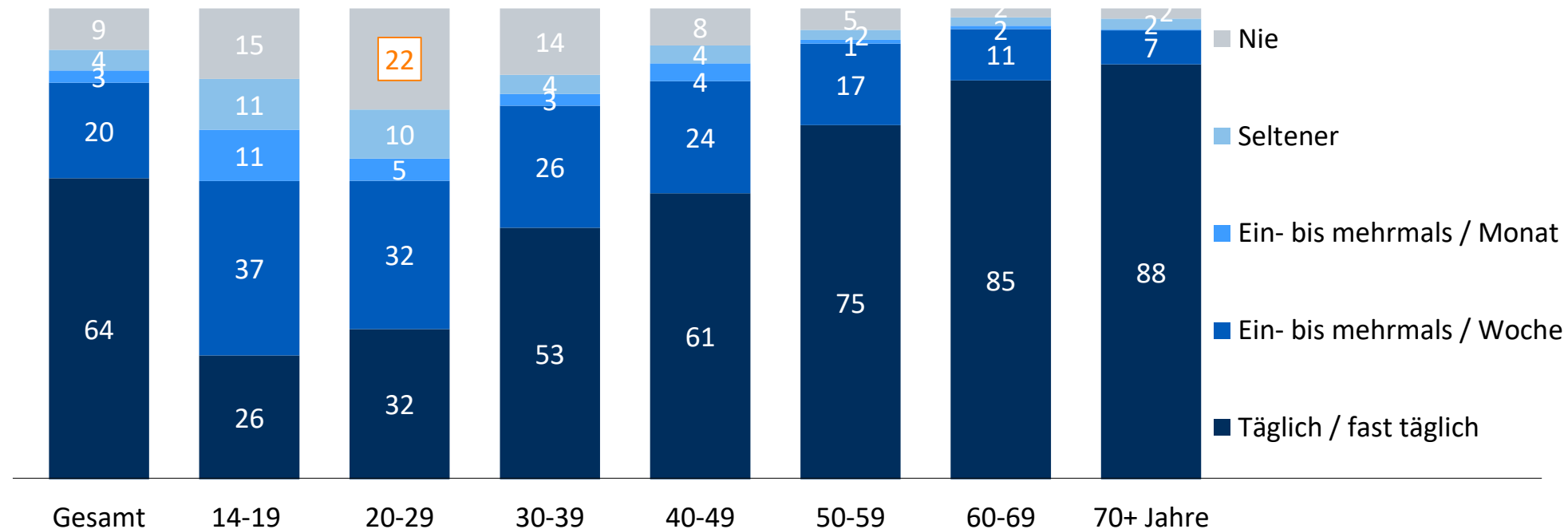
Angaben in Prozent  
Basis: 26,473 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal pro Monat OTT am TV-Gerät nutzen (n=2.617)





## 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.



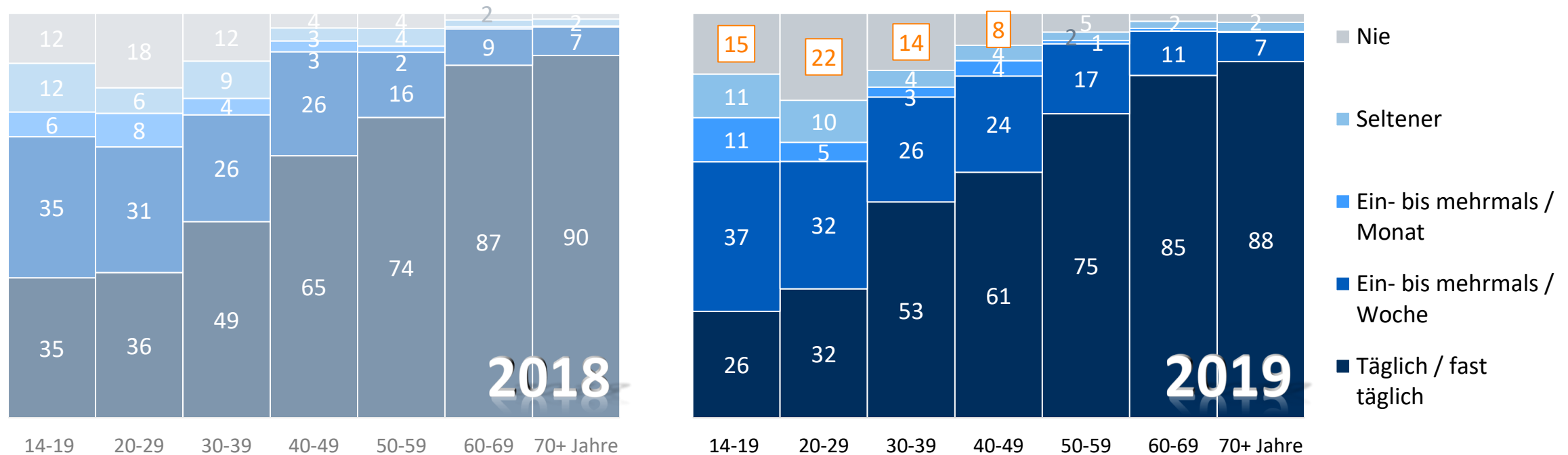
2019

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.

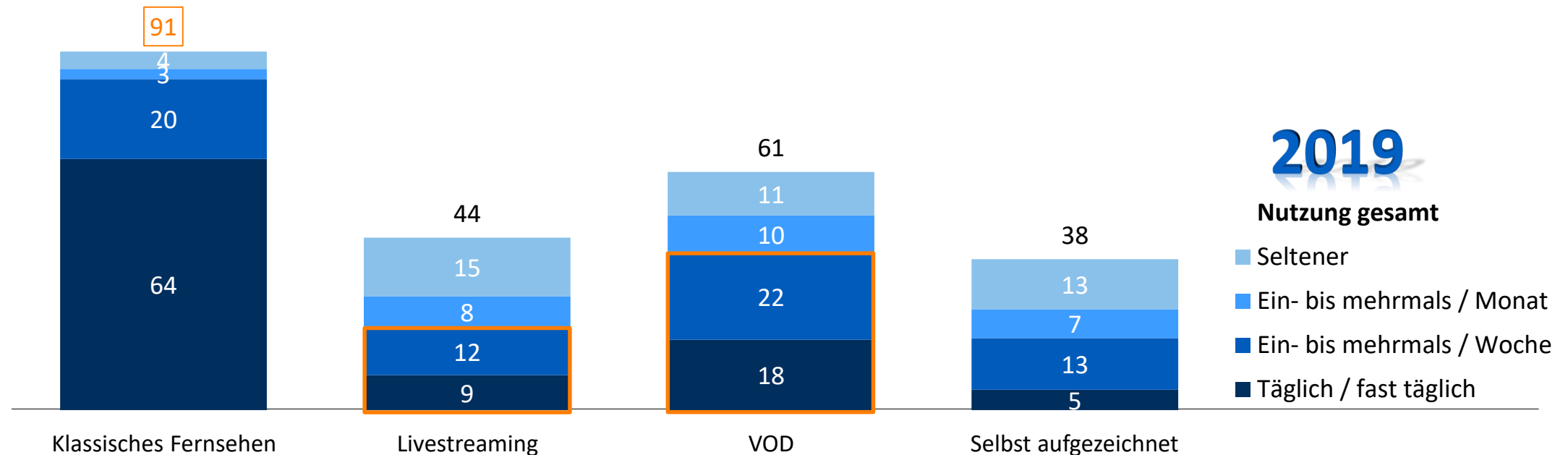


Angaben in Prozent  
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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%.

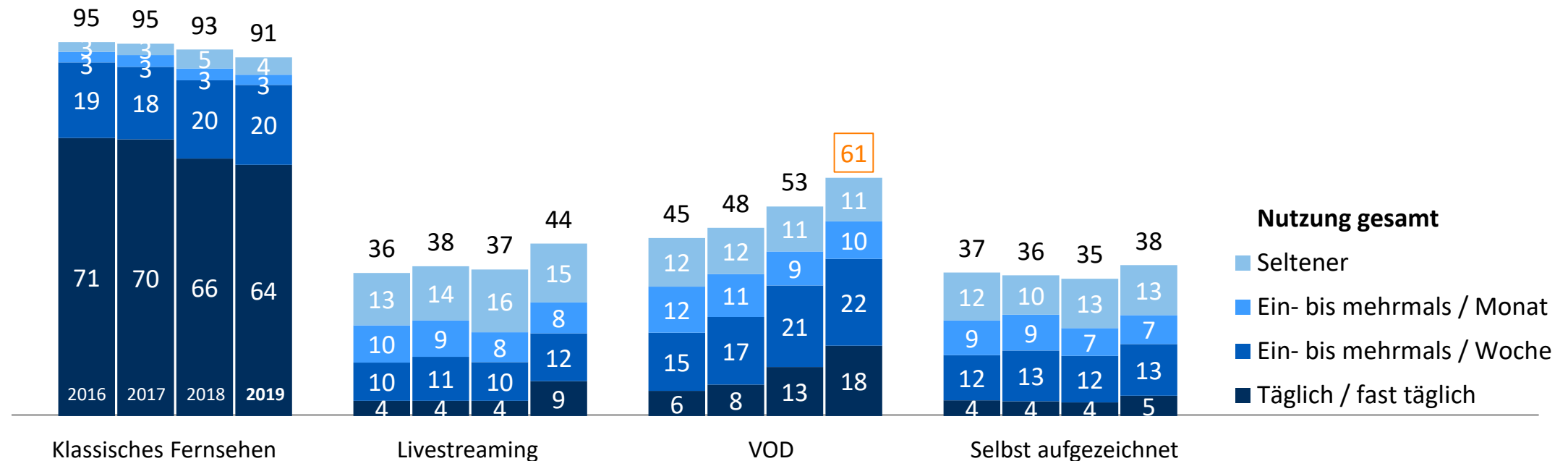


Angaben in Prozent  
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

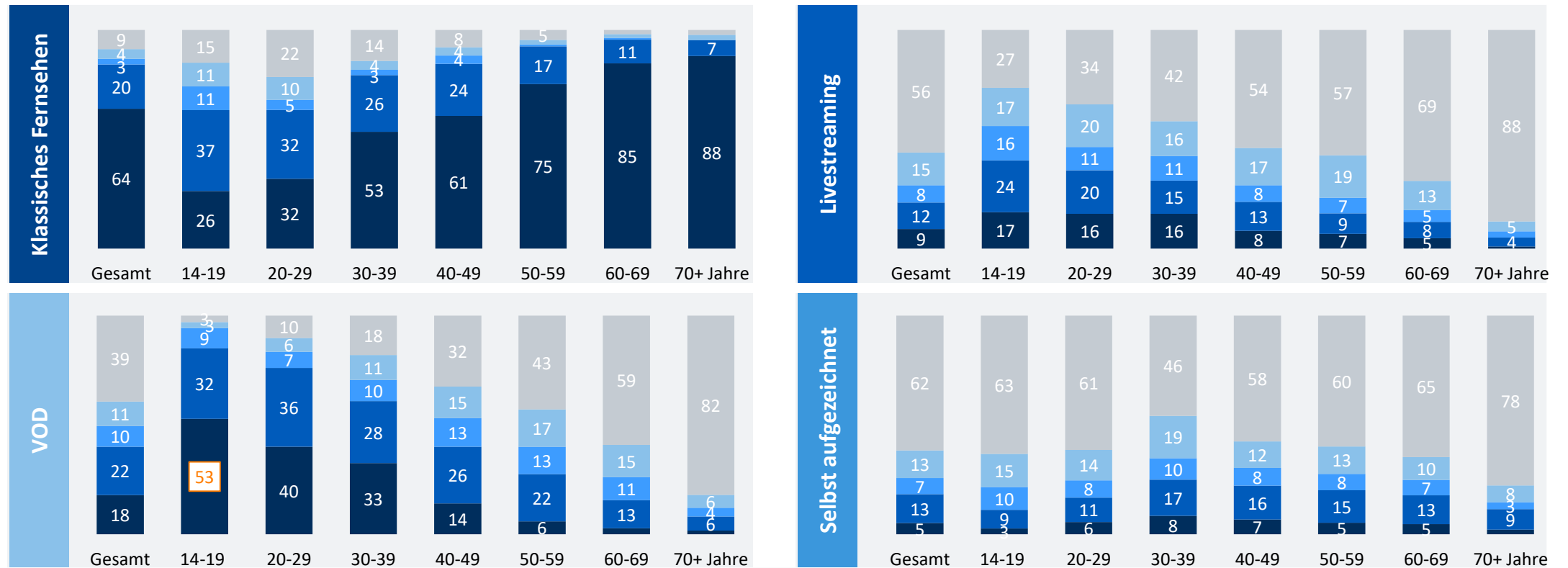


Angaben in Prozent  
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## Alle Geräte: Nutzungsfrequenz im Vergleich nach Alter

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

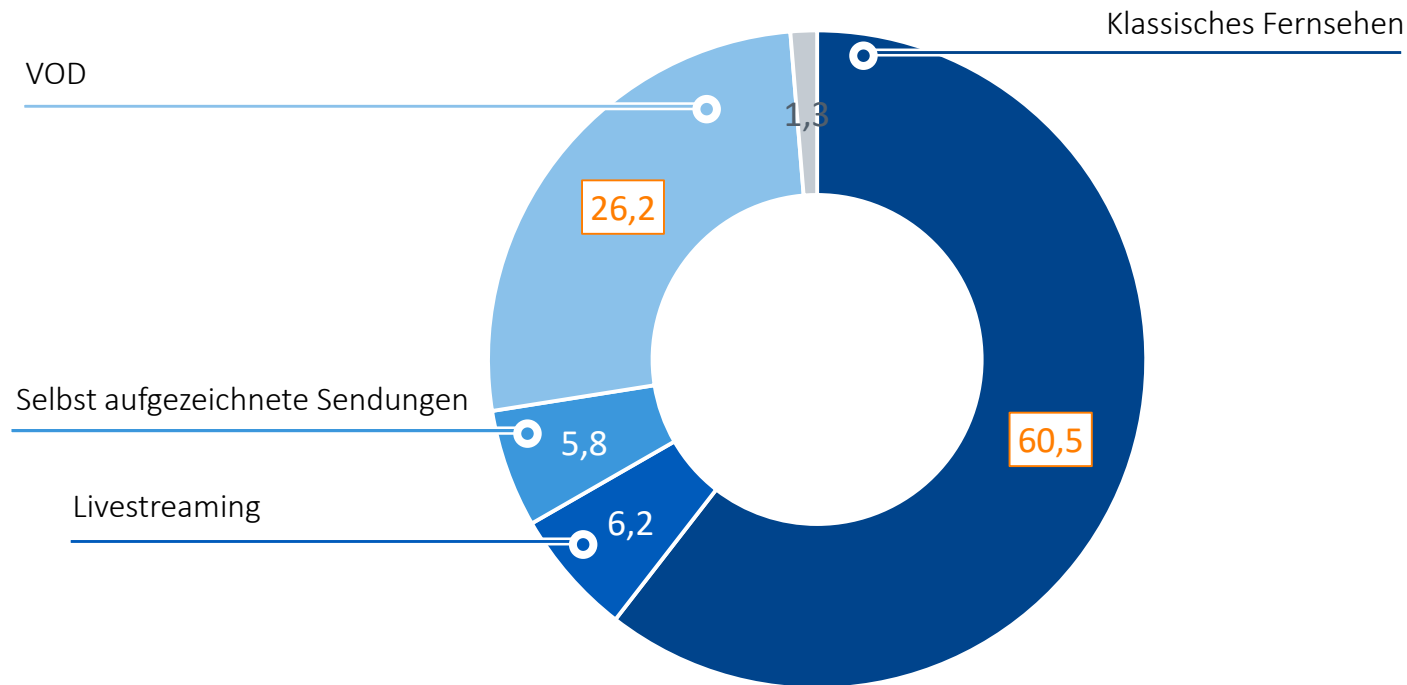


Angaben in Prozent  
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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:

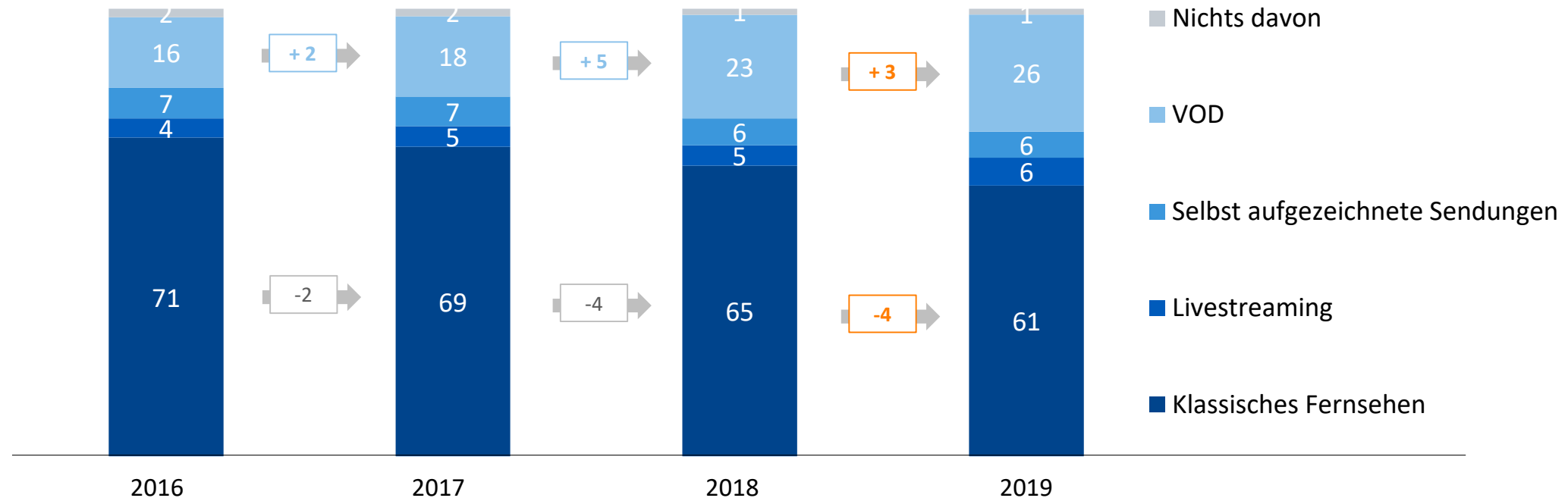
Wie viel Prozent dieser Zeit schauen Sie „normales“ Fernsehen bzw. Livestreams aus dem Internet? Wie viel Prozent entfallen auf selbst aufgezeichnete Sendungen? Und wie viel Prozent verbringen Sie mit Sendungen oder Videos, die Sie aus dem Internet abrufen?

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.

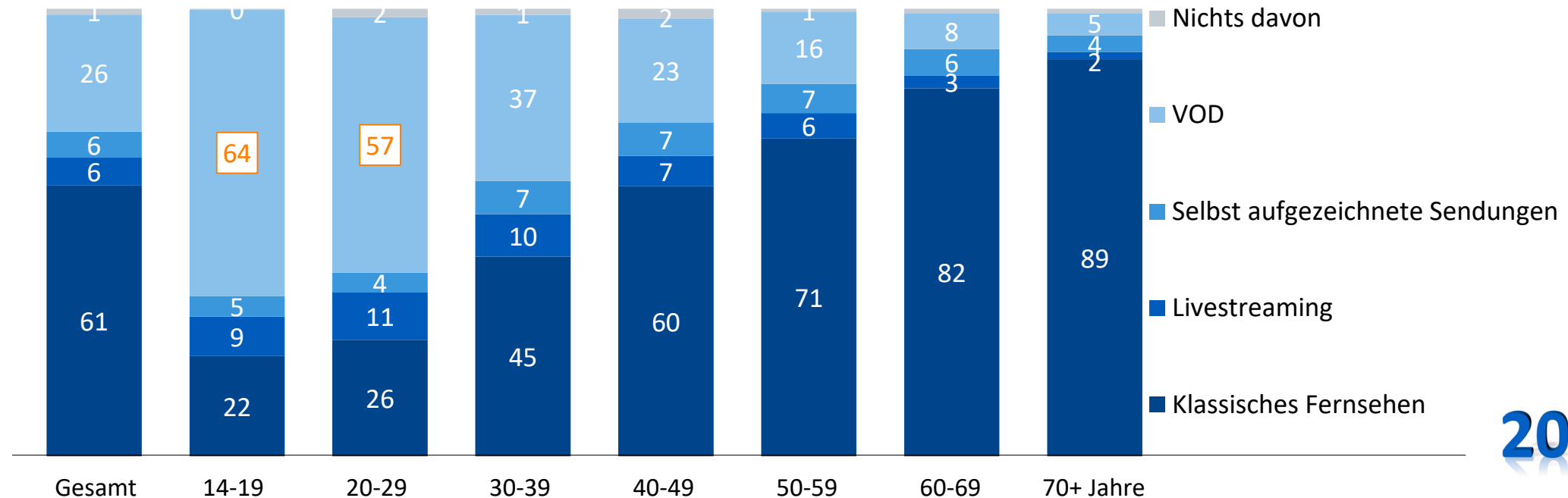


Angaben in Prozent  
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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

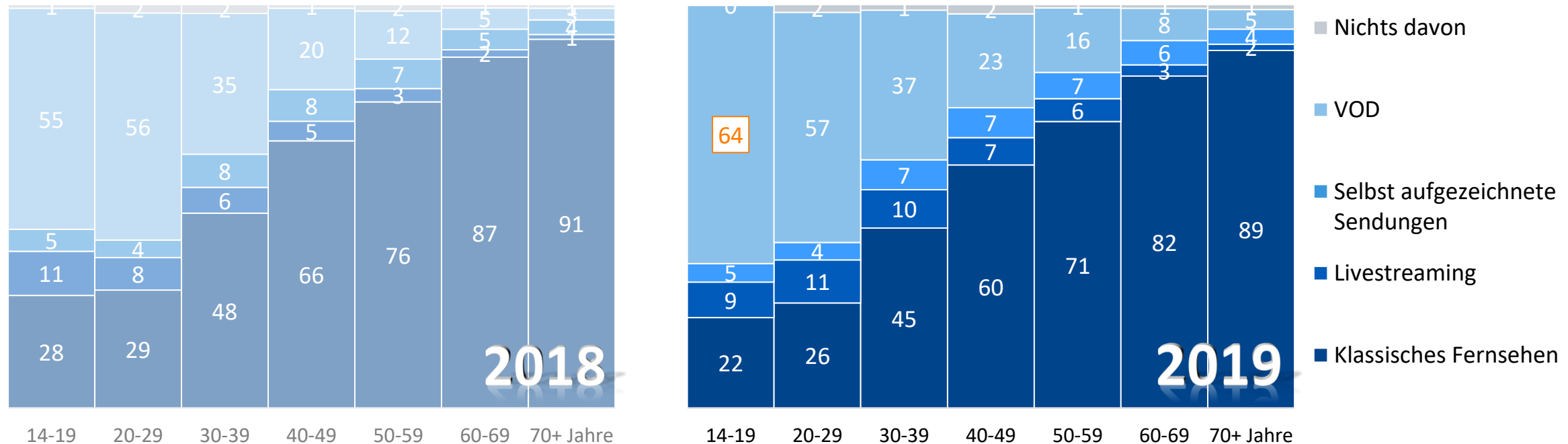
Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)





## 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+.

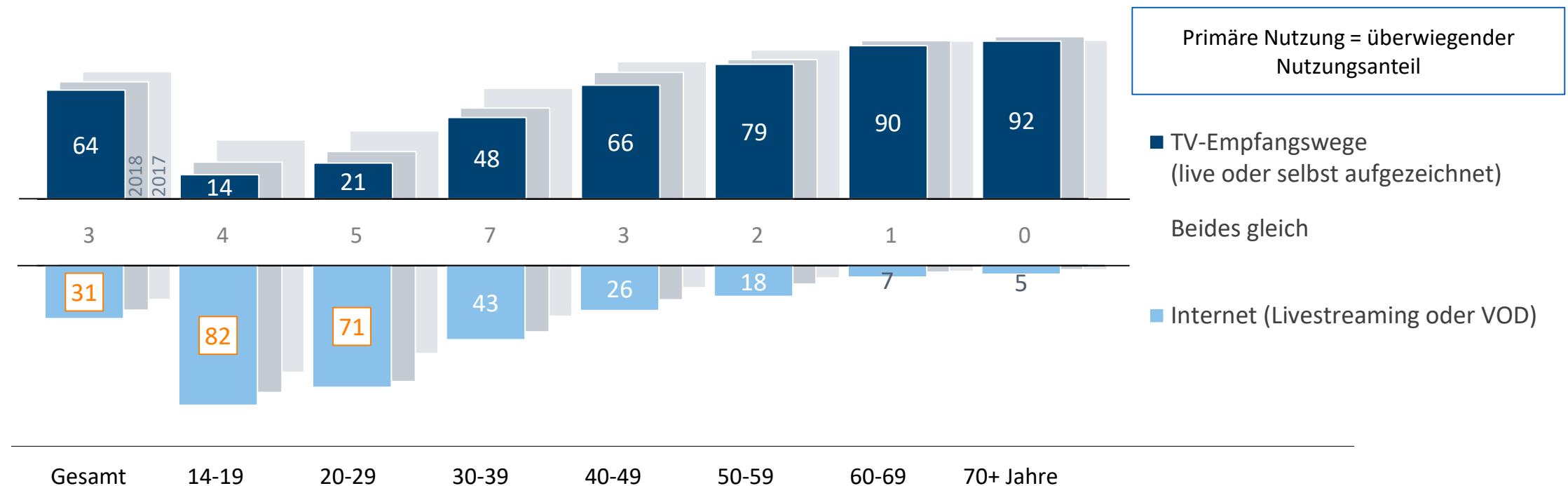


Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,2 und 0,8% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

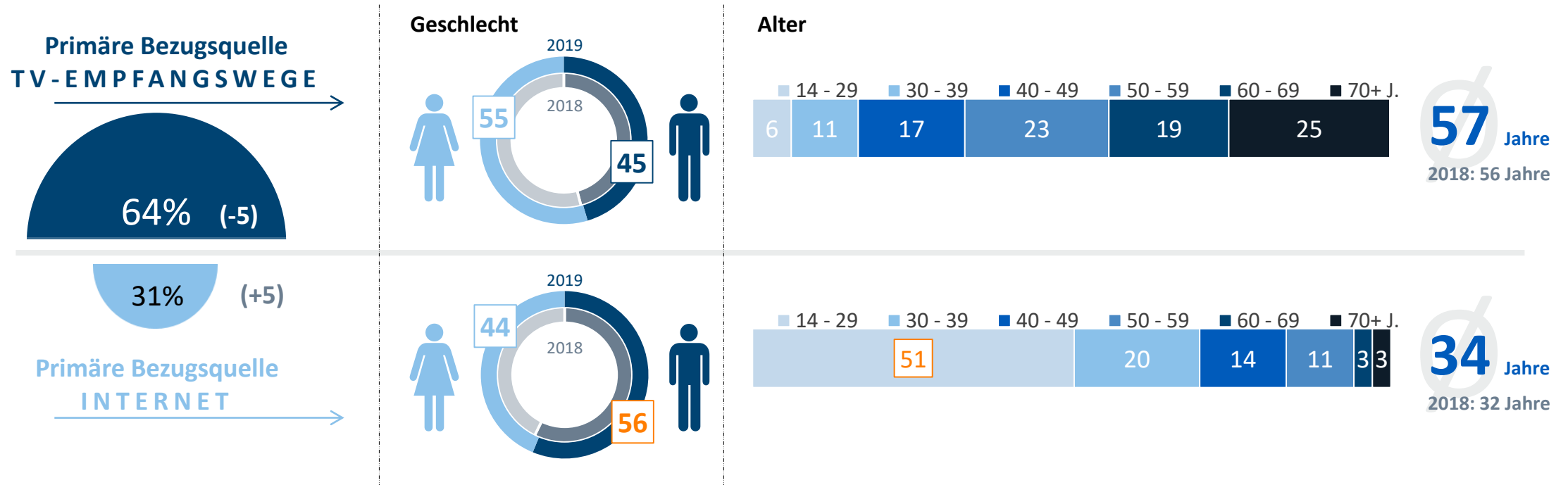


Angaben in Prozent  
Basis: 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.



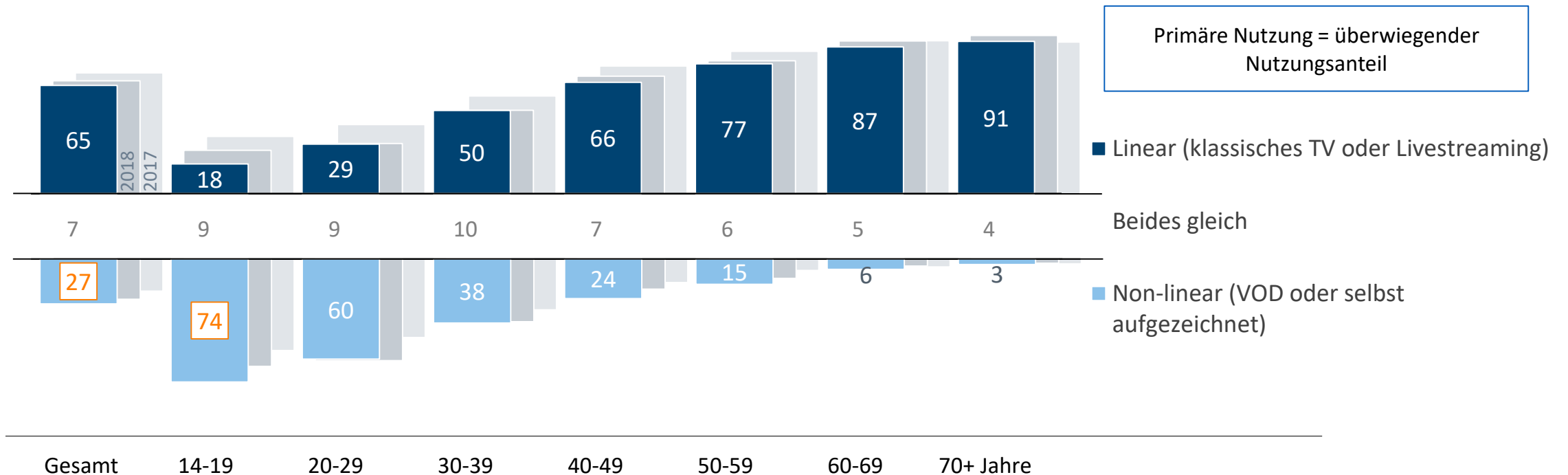
Angaben in Prozent

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.

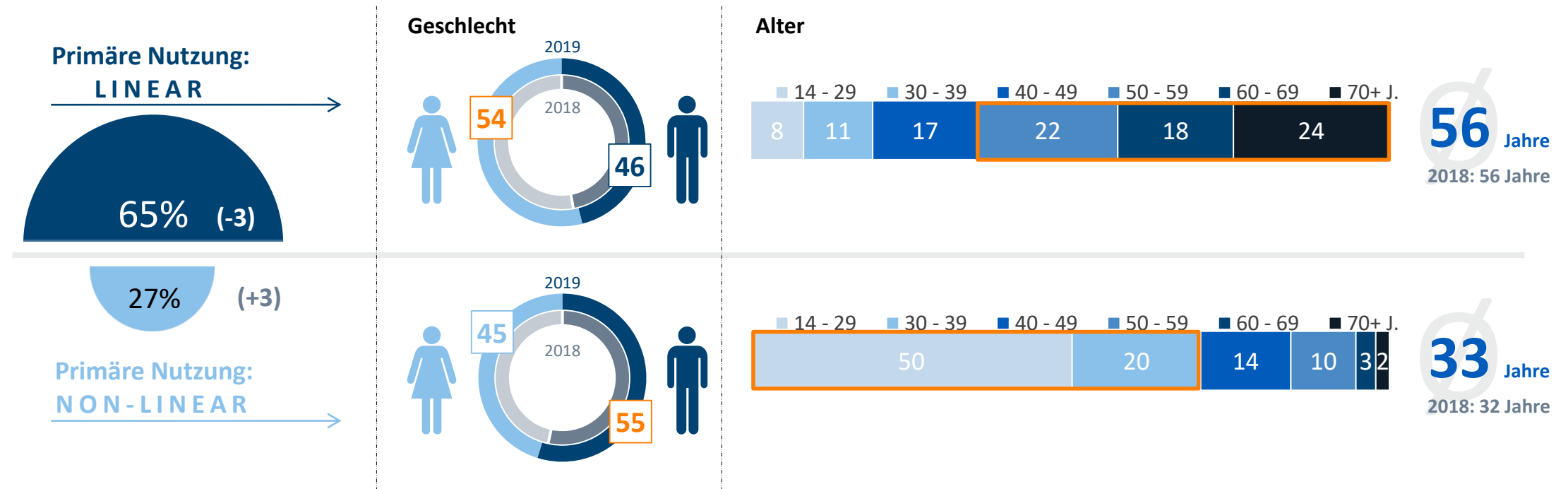


Angaben in Prozent  
Basis: 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



# 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)



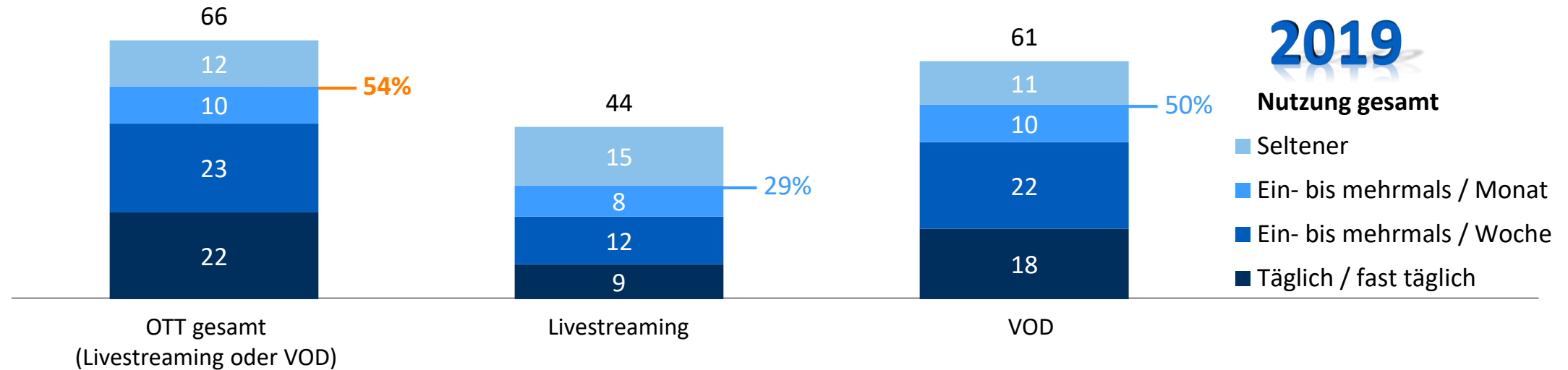
## 6.2

### 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.

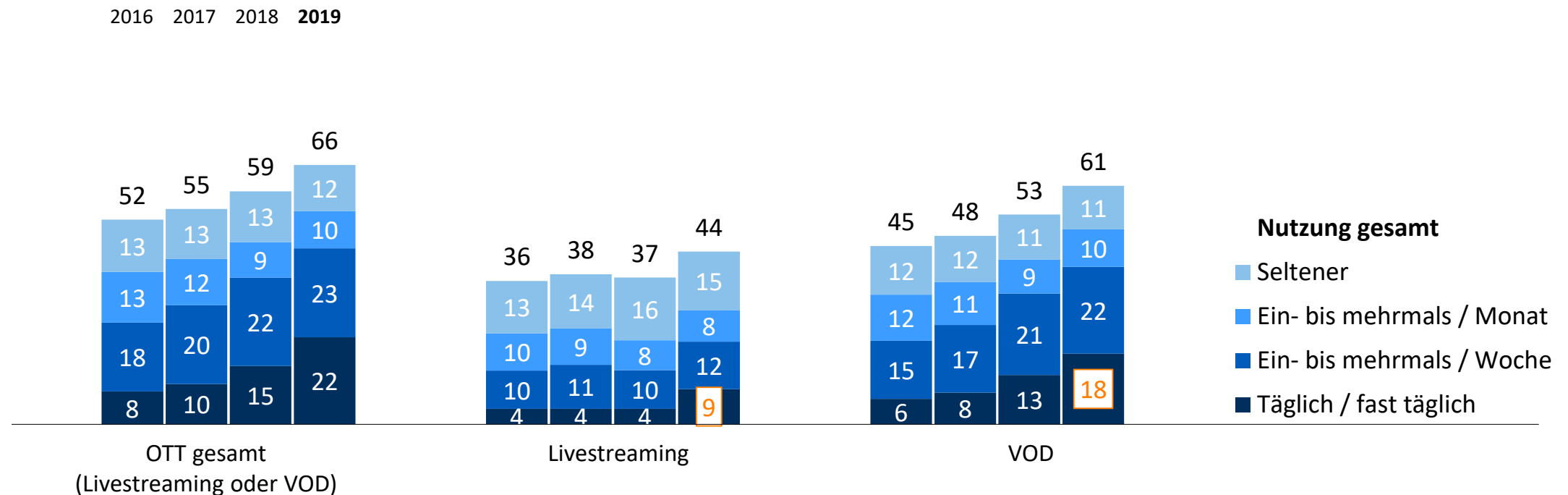


Angaben in Prozent  
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## Alle Geräte: Nutzungsfrequenz OTT im Trend

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



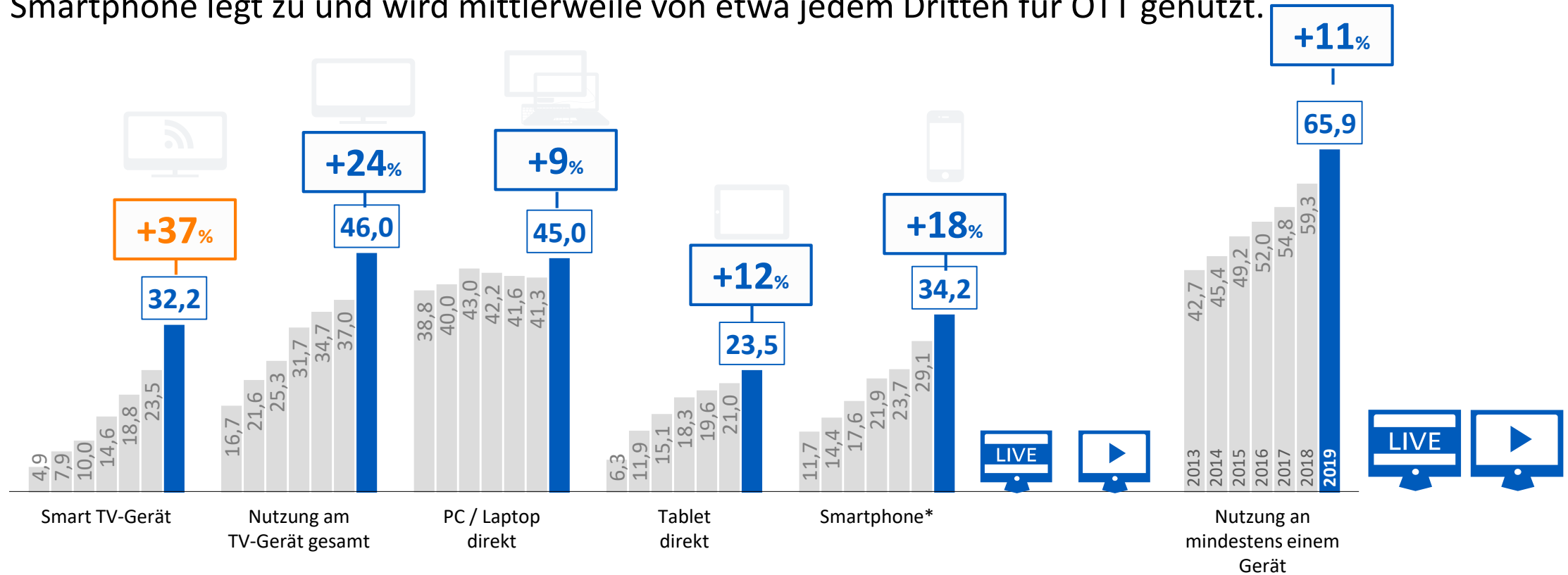
Angaben in Prozent  
Basis: 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)





# 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.

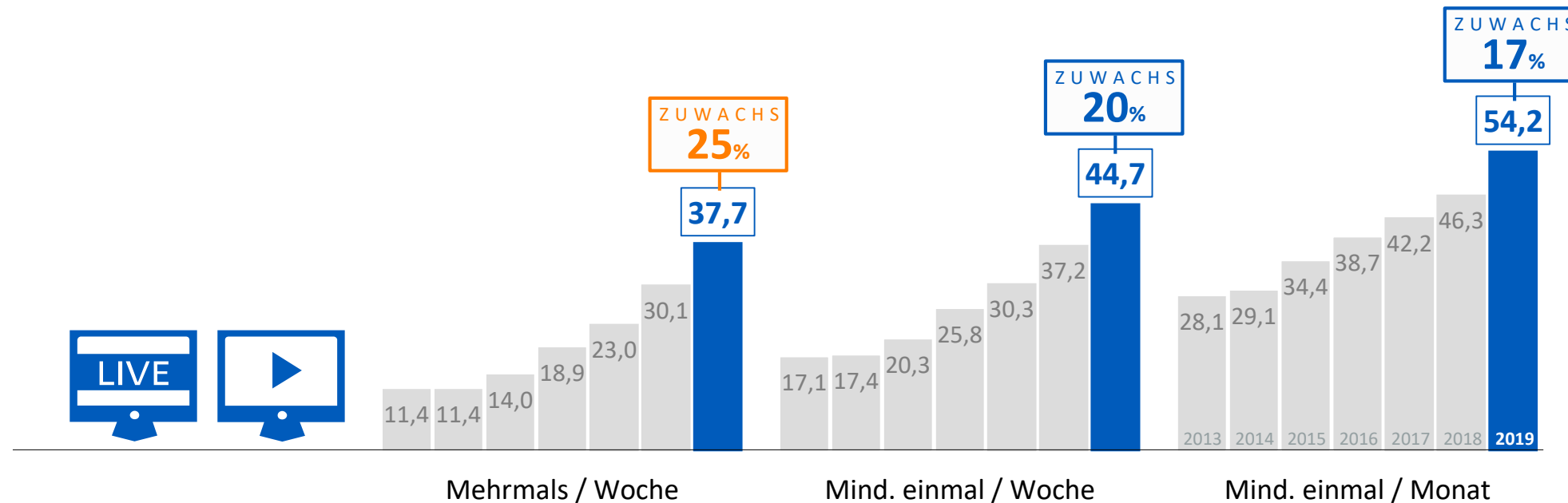


Angaben in Prozent; Nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens selten; \* bis 2017: Smartphone oder iPod touch  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

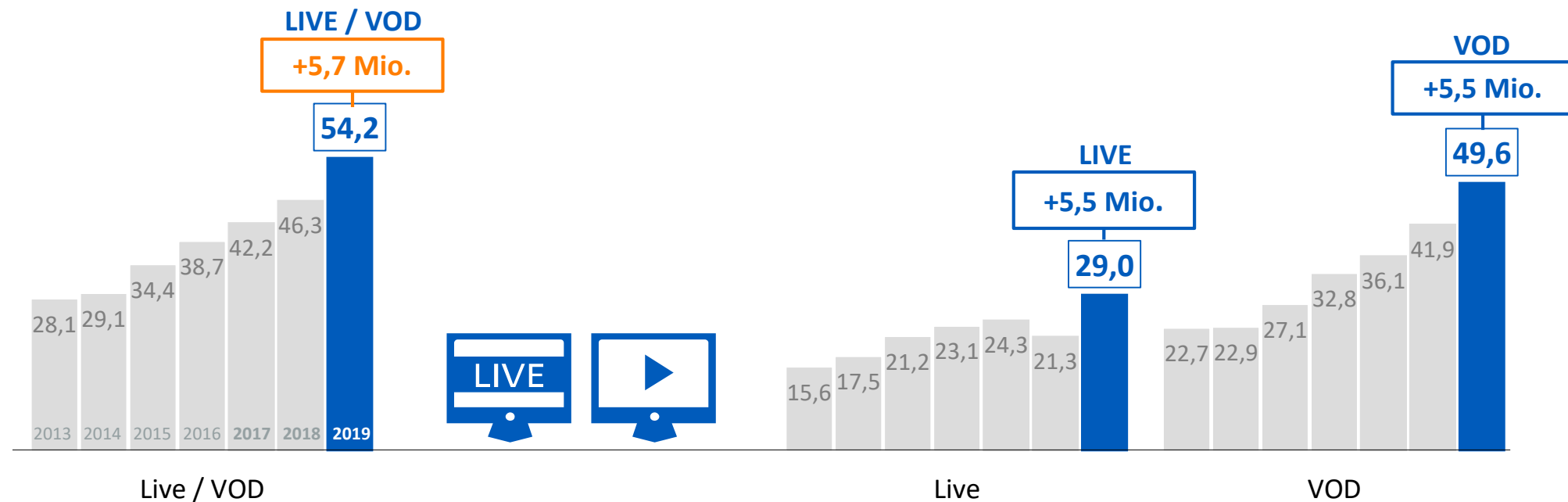


Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

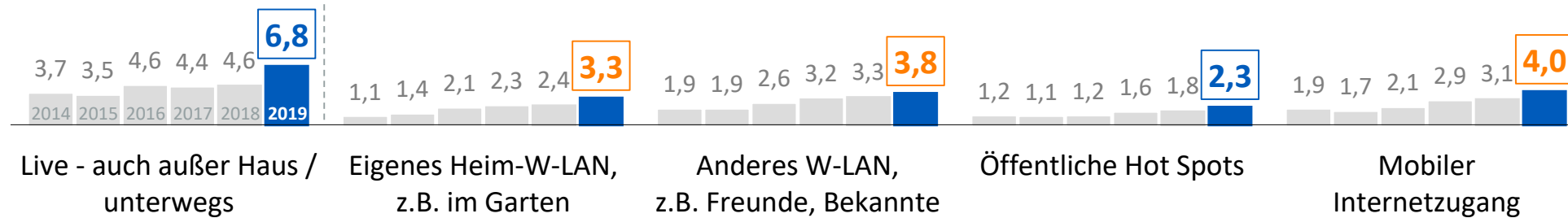


Angaben in Prozent; nutzt Livestreaming mindestens einmal pro Monat; nutzt Livestreaming auch außer Haus / unterwegs  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

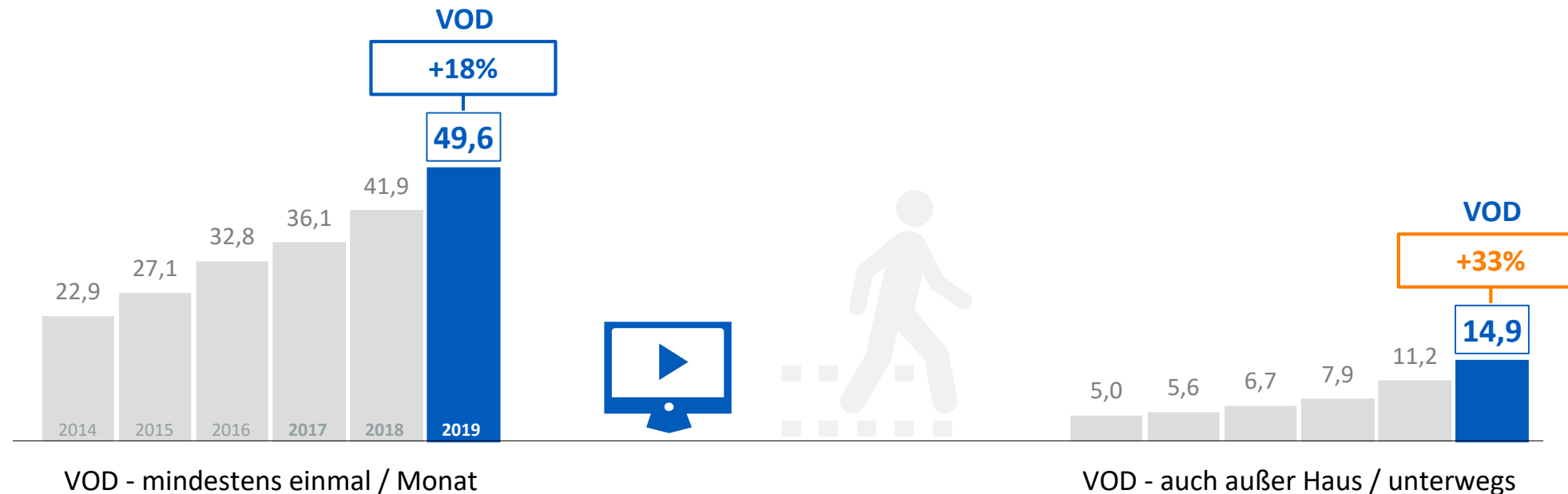


Angaben in Prozent; nutzt Livestreaming auch außer Haus / unterwegs  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

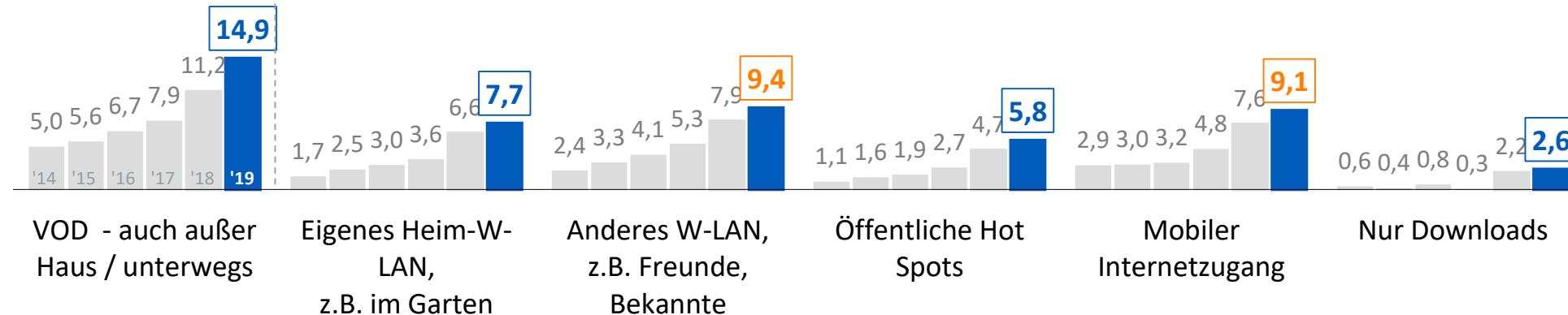


Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) mindestens einmal pro Monat; nutzt VOD auch außer Haus / unterwegs  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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.

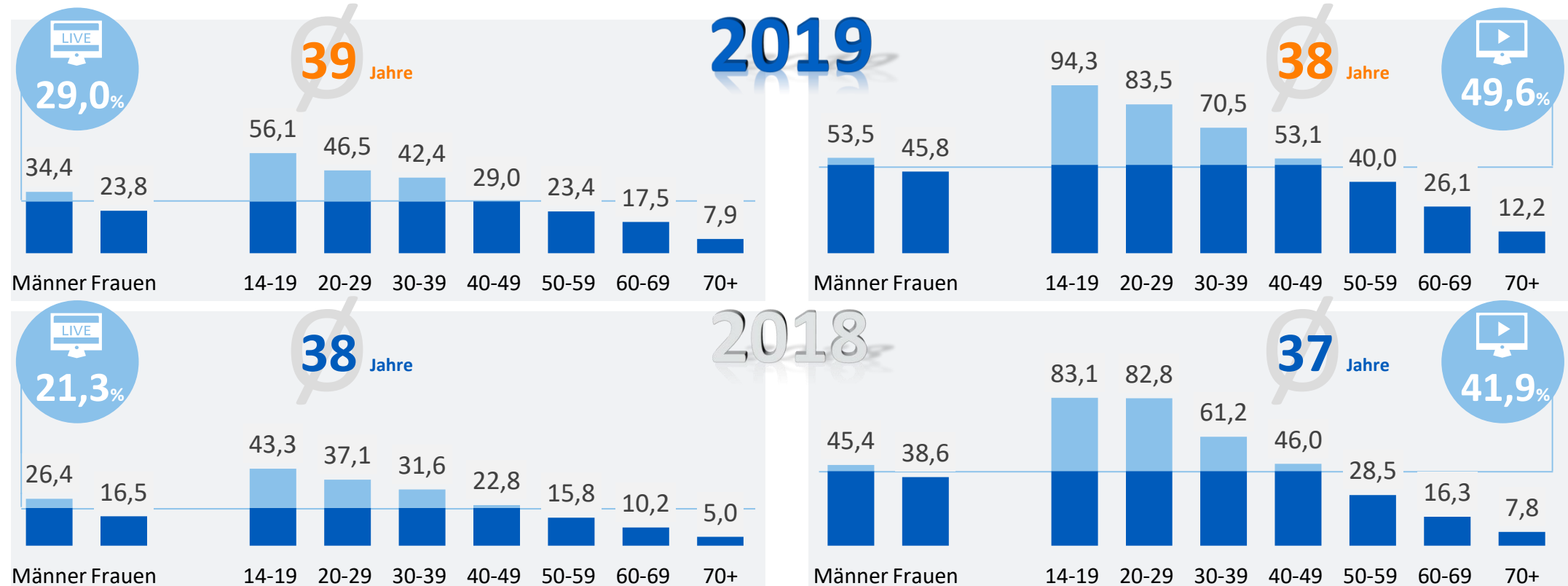


Angaben in Prozent; nutzt VOD auch außer Haus / unterwegs  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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)



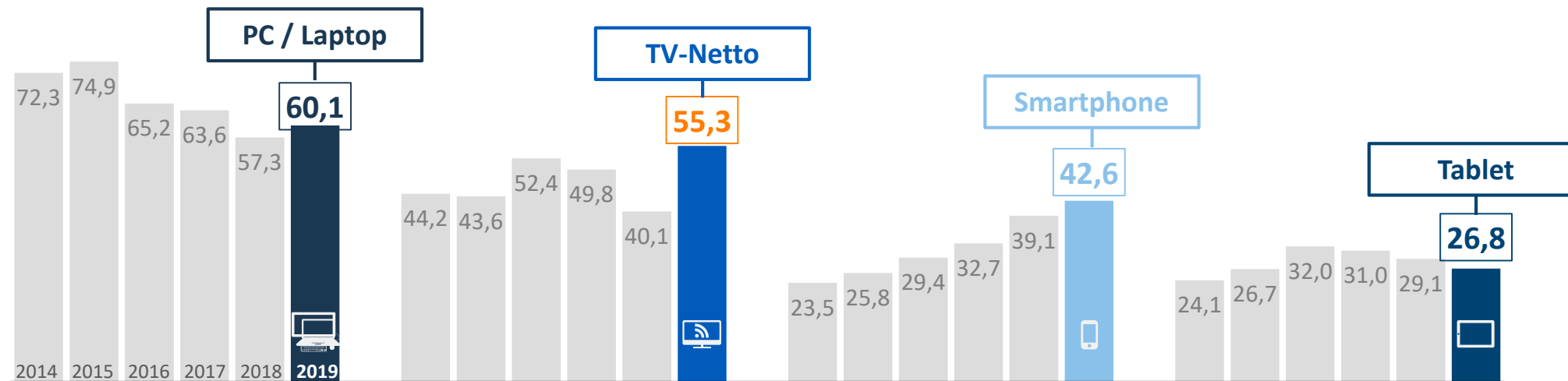


## Regelmäßige Livestream-Nutzung: Genutzte Geräte

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)

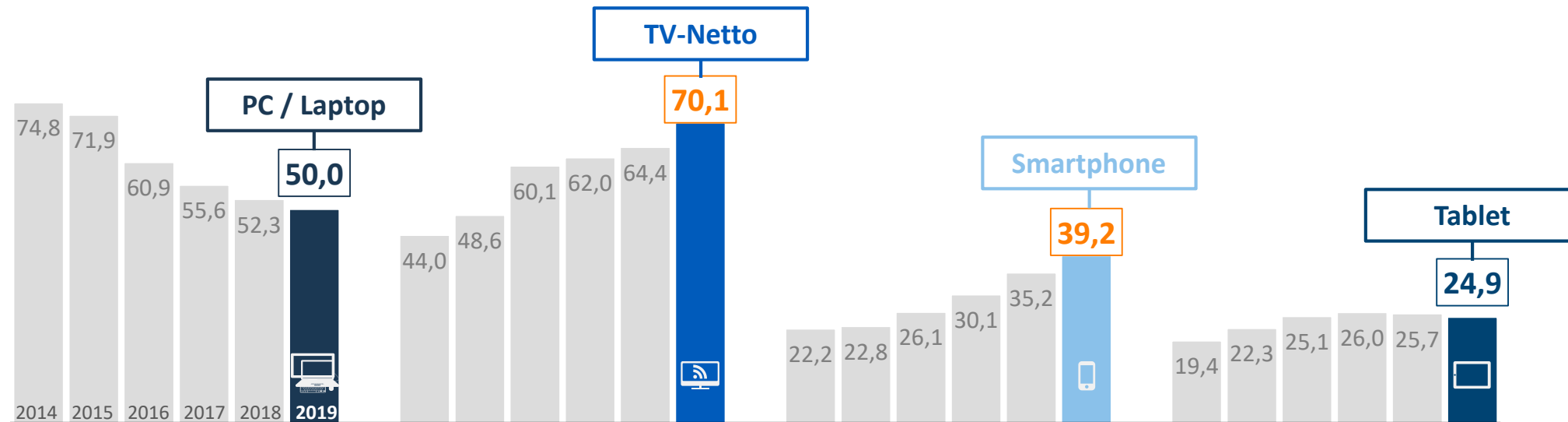


## Regelmäßige VOD-Nutzung: Genutzte Geräte

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)

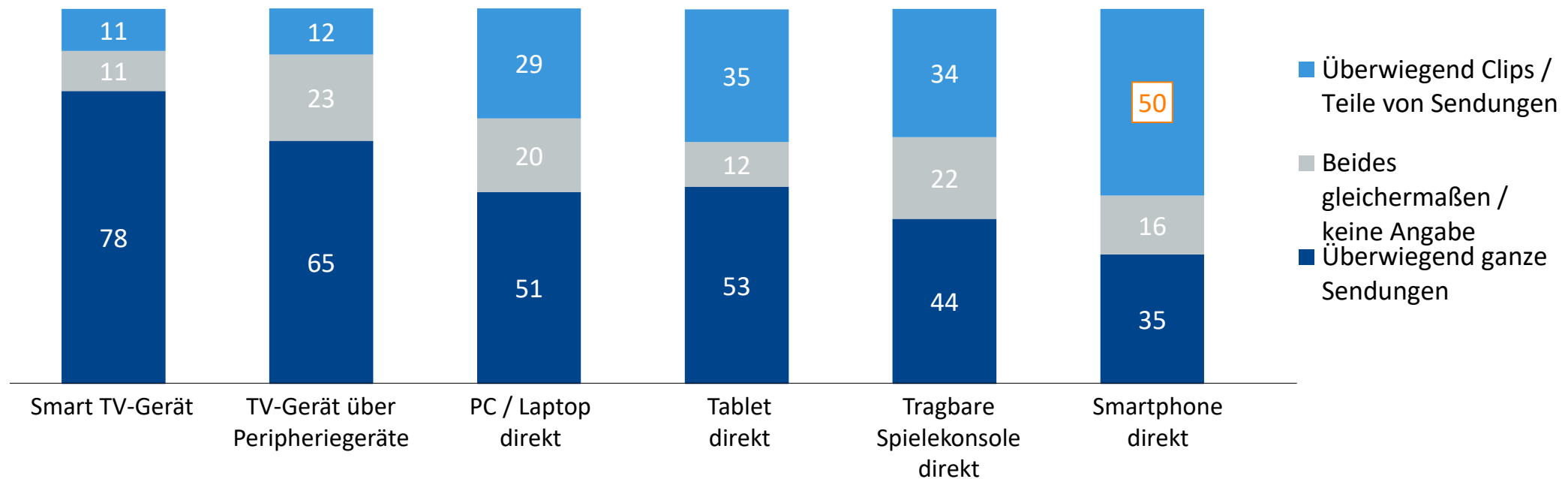


## Nutzung ganze Sendungen vs. Clips an verschiedenen Geräten

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)

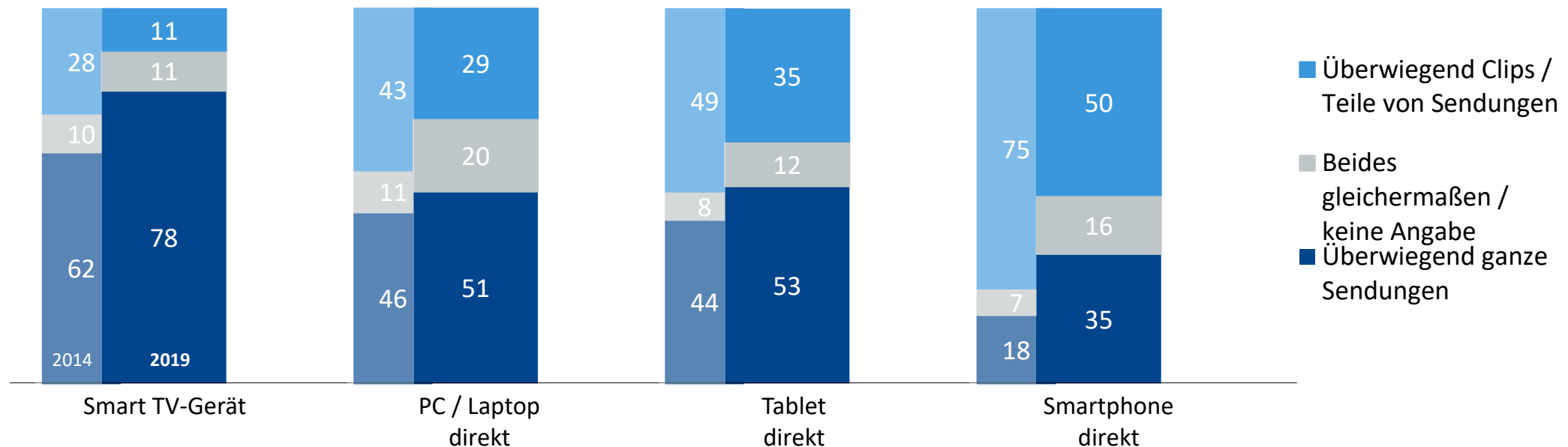


## Nutzung ganze Sendungen vs. Clips an verschiedenen Geräten im Trend

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



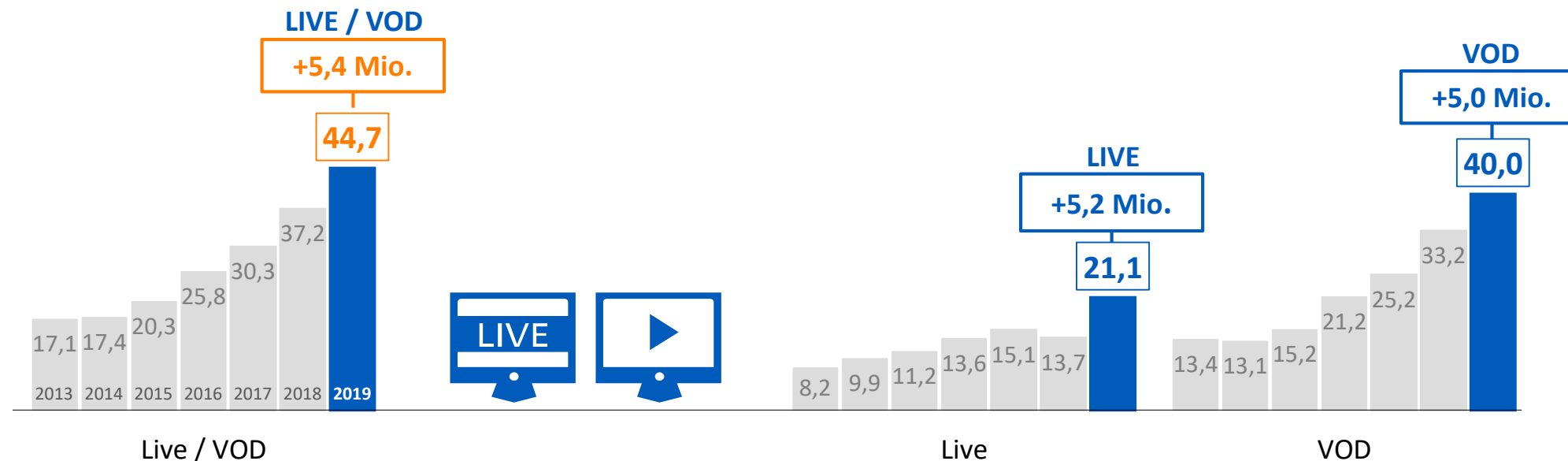
Angaben in Prozent

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.

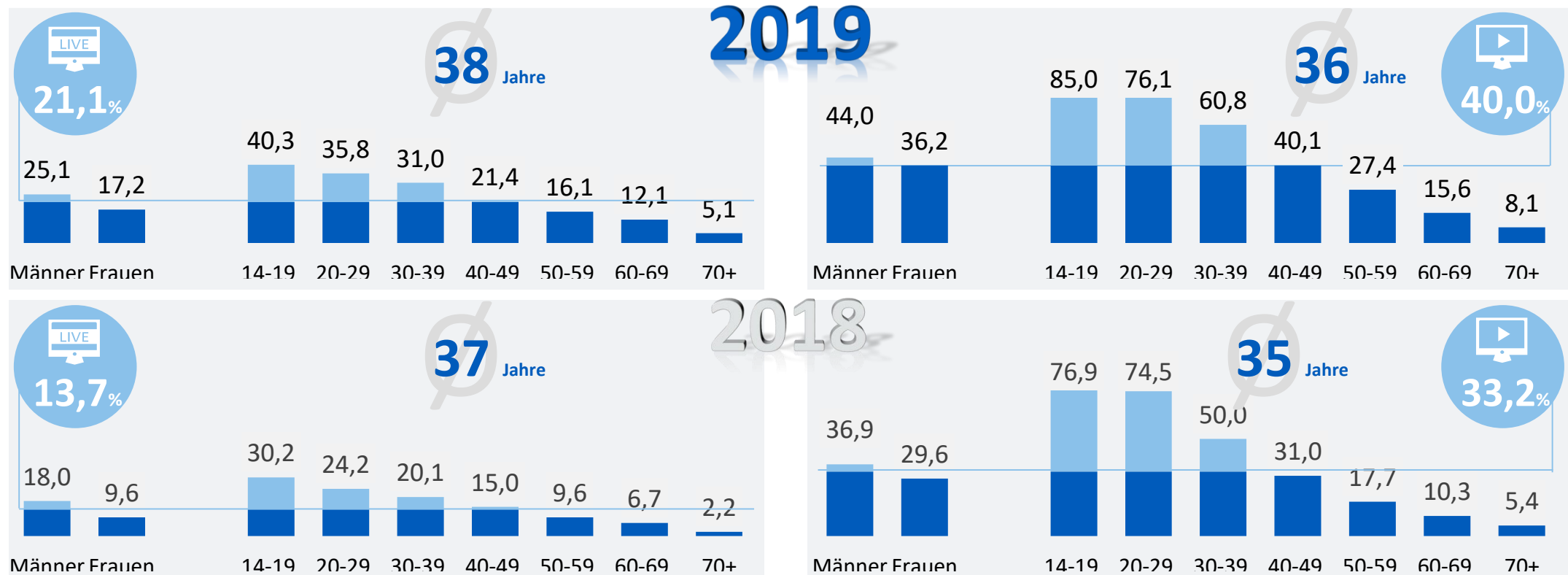


Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Woche  
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083)



## 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

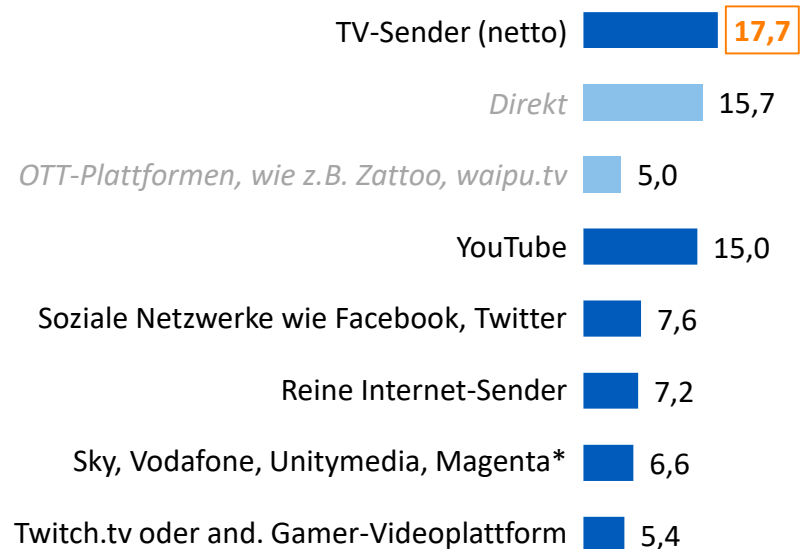
## Fokus Livestream-Angebote



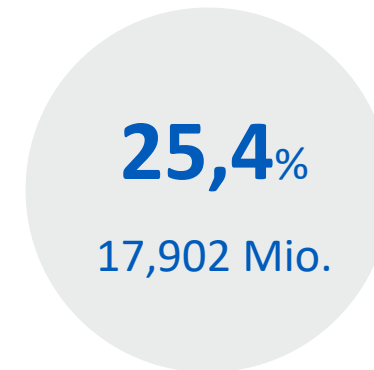
## Livestream-Angebote – Nutzung Personen ab 14 Jahre

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

Livestream-Angebote....



Σ



**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)

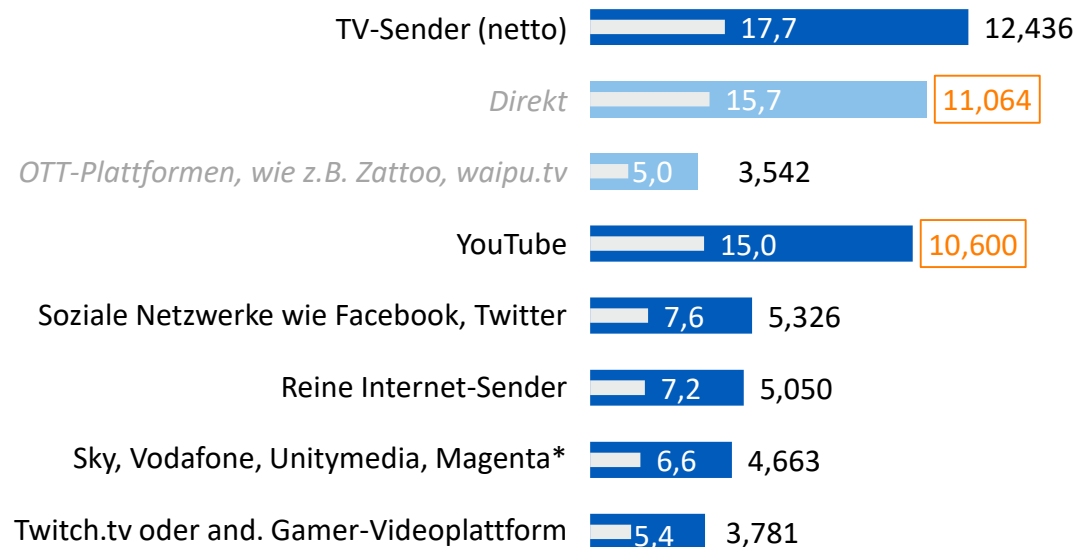




## Livestream-Angebote – Nutzung Personen ab 14 Jahre in Mio.

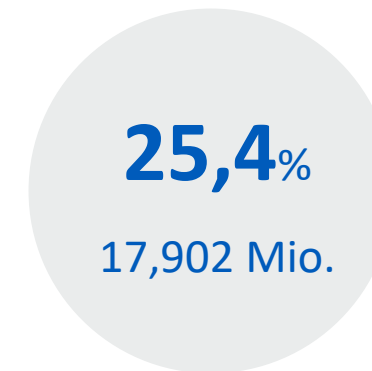
In absoluten Zahlen: Etwa 11 Mio. greifen direkt auf den Livestream der TV-Sender zu, YouTube nur knapp dahinter mit 10,6 Mio.

Livestream-Angebote....



In Mio.

Σ



2019

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

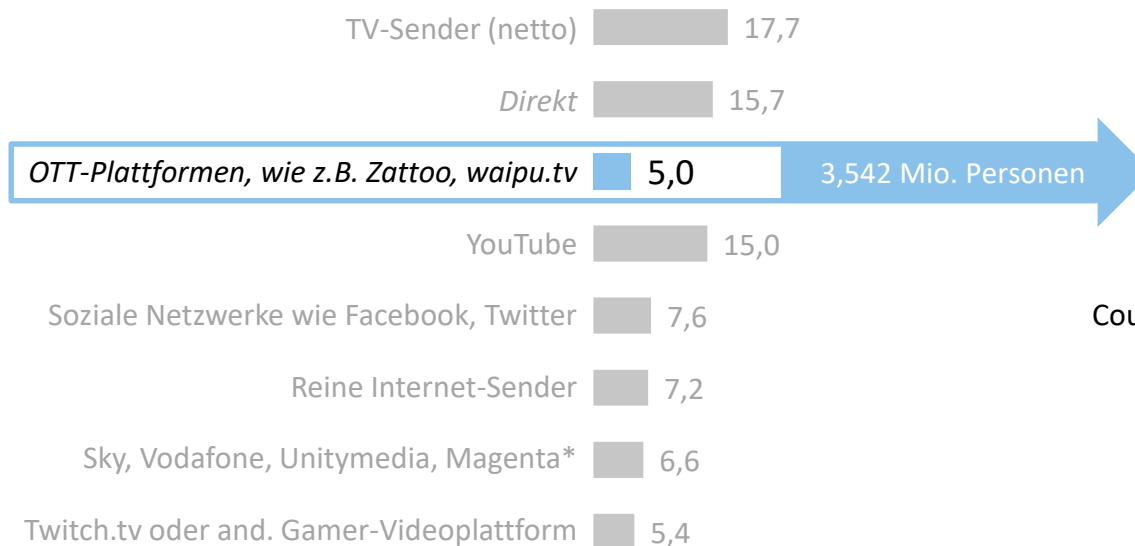
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



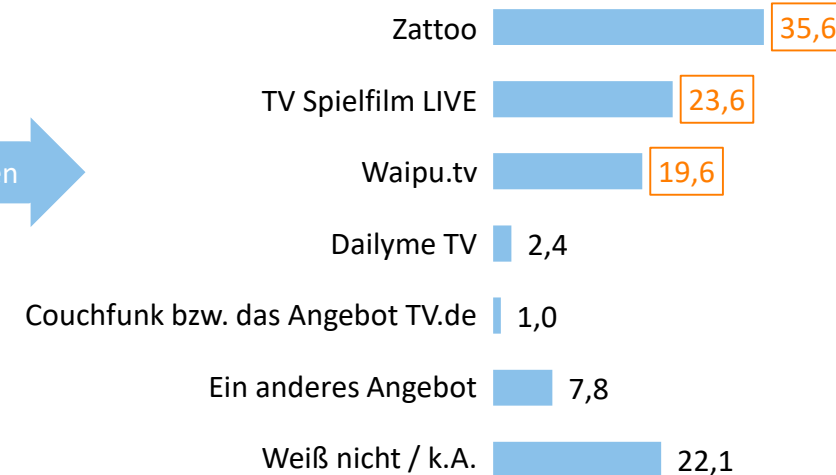
## Livestream-Angebote – Genutzte OTT-Plattformen

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

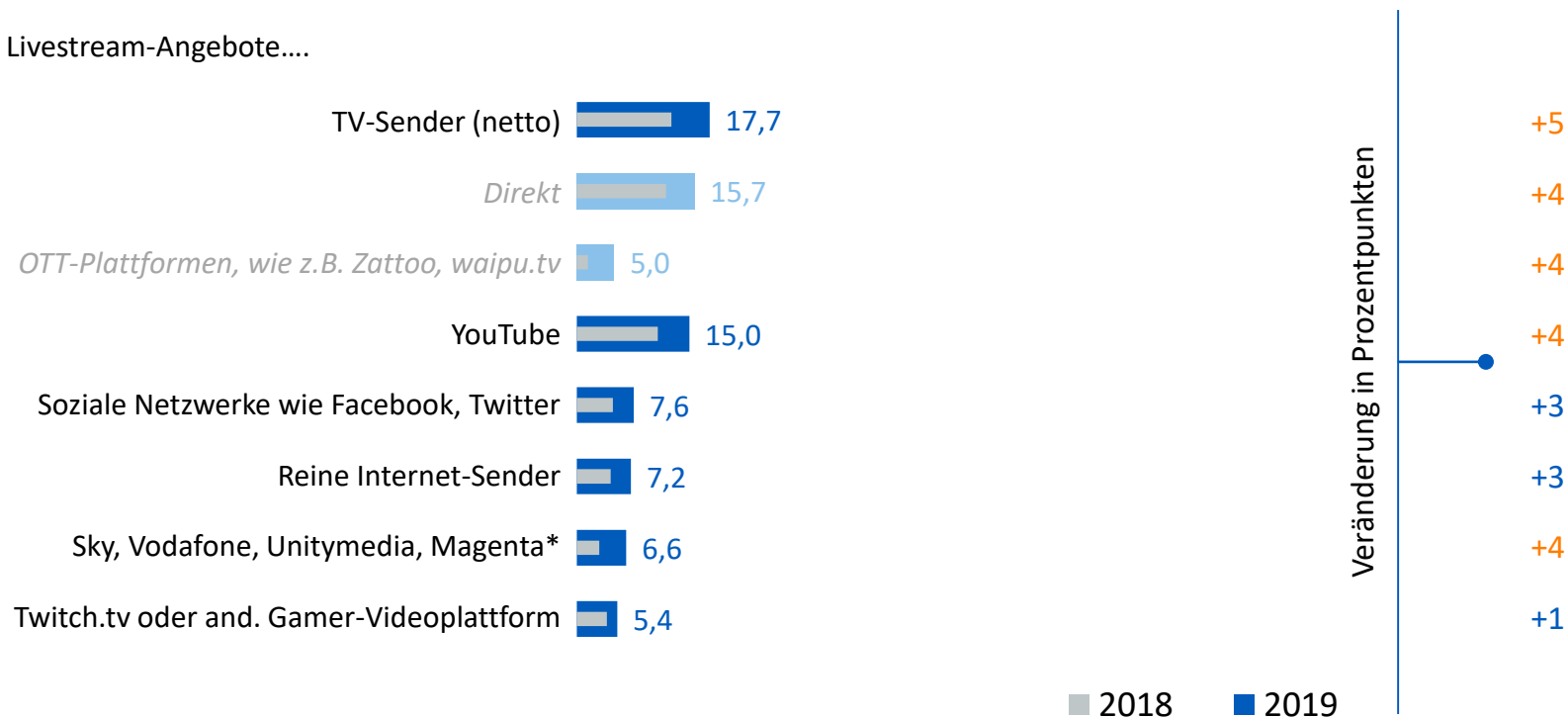
Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben (28,495 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.943)



## 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

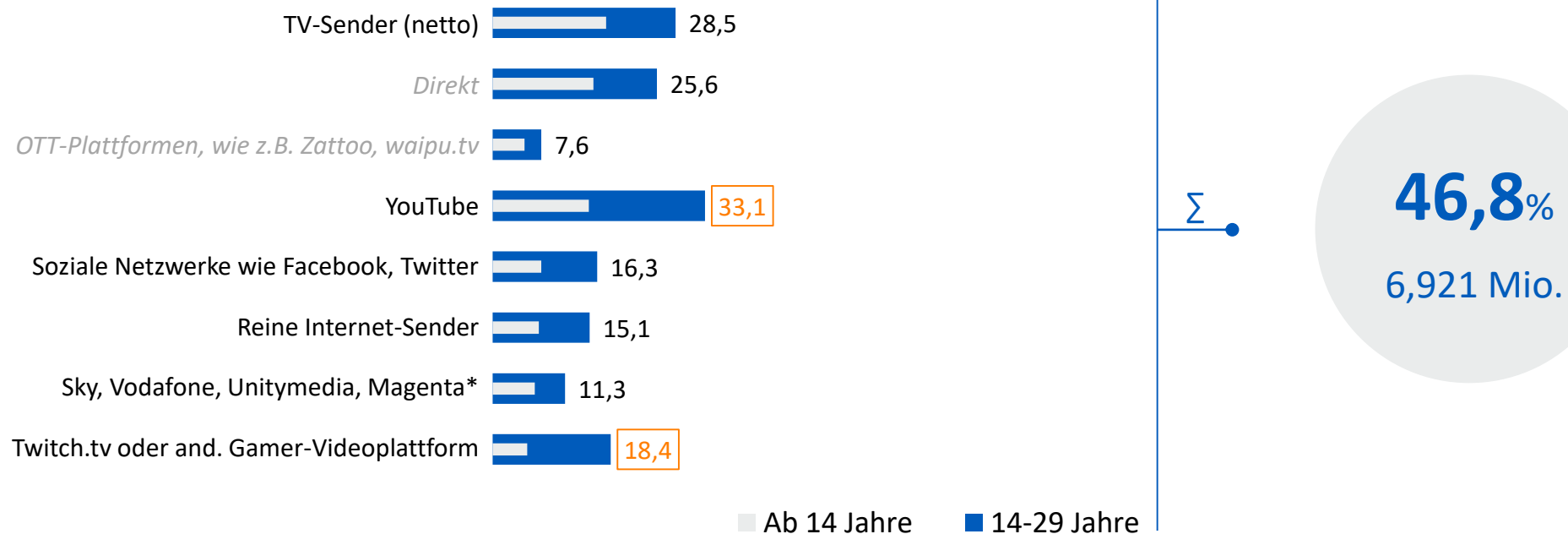
Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat Live-Streams nutzen (20,427 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=2.087)



## 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....



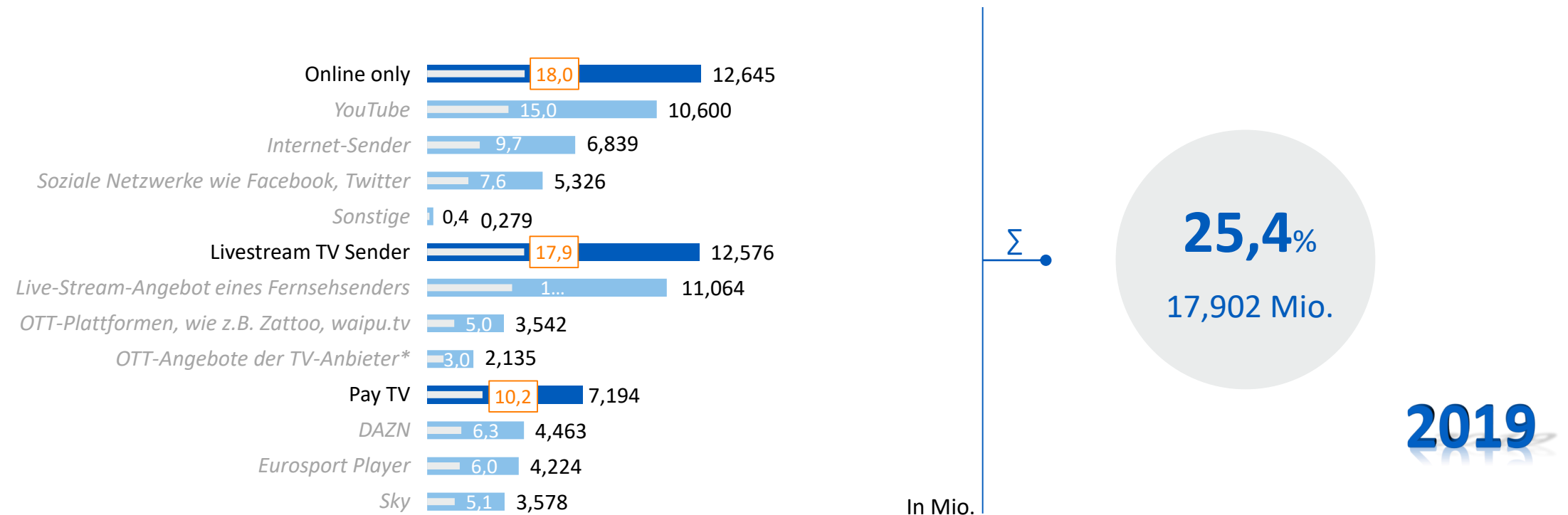
Angaben in Prozent; Angebot schon einmal genutzt; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

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)