

die medienanstalten-Pressemitteilung 08/2018 • Berlin 04.09.2018

---

## Digitalisierungsbericht Video: „Fernsehen muss stärker online stattfinden!“

### „Klassisches Fernsehen“ immer noch beliebt, zunehmende VoD-Nutzung, TV-Sender insbesondere online im Hintertreffen

---

Die Deutschen widmen gut zwei Drittel ihrer „Videozeit“ dem „klassischen“ Fernsehen. Zugleich werden Video-on-Demand-Angebote immer beliebter. Online haben die Fernsehsender aber zunehmend das Nachsehen gegenüber großen Streaming-Anbietern. Bereits heute nutzen mehr Menschen Angebote von Netflix, YouTube und Co. als Mediatheken von privaten Fernsehsendern. Das zeigen die aktuellen Zahlen des Digitalisierungsberichts Video der Landesmedienanstalten.

Wie reagieren die Anbieter auf die Veränderungen? Wie kann man effektiv Zuschauer gewinnen und binden? In der Bayerischen Vertretung in Berlin haben die Medienanstalten heute die zentralen Ergebnisse des Digitalisierungsberichts Video 2018 präsentiert und mit Programmachern von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern und Plattformen über die Entwicklung von Bewegtbild in Deutschland diskutiert.

Cornelia Holsten, Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, sagte in ihrem Grußwort: „Der Fernsehmarkt hat sich im Vergleich zum Vorjahr rapide verändert. Die Lagerfeuerabende mit der Familie vor dem TV gehören endgültig der Vergangenheit an. Stattdessen werden Gutscheinkarten für VoD-Serienabende im Supermarkt gekauft. Programmacher müssen herausfinden, wie lineare und non-lineare Inhalte am besten kombiniert werden können. Das bedeutet viel Mut und Experimentierfreude, wenn man nicht in Kürze anderen den Markt überlassen will. Unsere Aufgabe ist es, in diesem neuen Markt für Fairness im Wettbewerb zu sorgen.“

#### **42 % der Deutschen nutzen regelmäßig VoD**

Die aktuellen Zahlen des Digitalisierungsberichts Video verdeutlichen den Trend zur zunehmenden VoD-Nutzung: Gut 29 Mio. Personen ab 14 Jahren in Deutschland nutzen mindestens einmal im Monat Video-on-Demand-Angebote, das entspricht 42 % der Bevölkerung. Dabei

#### **Gesellschafter**

Landesanstalt für Kommunikation  
Baden-Württemberg (LFK)  
Bayerische Landeszentrale für neue Medien  
(BLM)  
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)  
Bremische Landesmedienanstalt (brema)  
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein  
(MA HSH)  
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk  
und neue Medien (LPR Hessen)  
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern  
(MMV)  
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)  
Landesanstalt für Medien NRW  
Landeszentrale für Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz (LMK)  
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)  
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk  
und neue Medien (SLM)  
Medienanstalt Sachsen-Anhalt  
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

dominieren die Angebote der US-amerikanischen Unternehmen wie Netflix, Amazon oder YouTube. Zwar werden die Mediatheken der Fernsehsender ebenfalls von einem knappen Drittel der Bevölkerung regelmäßig genutzt, insbesondere die VoD-Seiten der privaten Fernsehsender bleiben mit einem Nutzeranteil von 16,5 % jedoch weit dahinter.

### **VoD besonders bei jungen Zielgruppen beliebt**

Fast zwei Drittel (62 %) der 14-29-Jährigen geben an, vorzugsweise nicht-lineare Angebote zu nutzen. Dabei dominiert die Video-on-Demand-Nutzung deutlich. Bei den 14-29-Jährigen nimmt VoD mittlerweile mehr als die Hälfte (56 %) der gesamten für den Videokonsum aufgewendeten Zeit ein. Der Anteil des „klassischen“ linearen Fernsehens hat sich dagegen innerhalb der letzten beiden Jahre von fast der Hälfte (47 %) auf etwas mehr als ein Viertel (29 %) des Zeitbudgets verringert.

### **Auf dem Weg zur Volldigitalisierung**

Darüber hinaus zeigt der Digitalisierungsbericht, dass die Volldigitalisierung des TV-Empfangs so gut wie abgeschlossen ist. 37,5 Mio. Haushalte in Deutschland empfangen digitale Fernsehsignale, das entspricht 97 % der TV-Haushalte. Den letzten Schritt wird das Kabel als einziger noch nicht voll digitalisierter Übertragungsweg Anfang 2019 vollziehen. Die Digitalisierungsquote im Kabel lag zum Erhebungszeitpunkt im Juni 2018 bei 93 %.

Die Daten für den Digitalisierungsbericht Video wurden im Rahmen einer bevölkerungsrepräsentativen Telefonbefragung durch Kantar TNS erhoben. Neben den federführenden Medienanstalten beteiligten sich zahlreiche Partner aus der Medienbranche an der Studie. Aktuell sind dies Media Broadcast, SES, Sky, Unitymedia und Vodafone.

Hier geht es zum [Digitalisierungsbericht Video](#).

**Weitere Informationen** über die medienanstalten finden Sie unter:  
[www.die-medienanstalten.de/](http://www.die-medienanstalten.de/)

---

### **Kontakt bei Medien-Rückfragen**

Eva-Katrin Landscheid  
Telefon: +49 30 2064690-22  
Mobil: +49 175 7484433  
Mail: [presse@die-medienanstalten.de](mailto:presse@die-medienanstalten.de)

[www.die-medienanstalten.de](http://www.die-medienanstalten.de)