

die medienanstalten-Pressemitteilung 20/2023 • Berlin 25.10.2023

Video Trends 2023: Medienplattformen dominieren die regelmäßige Nutzung von Online-Videos

Jährliche Studie der Medienanstalten zeigt: Auffindbarkeit von Inhalten wird zur zentralen Währung im Bewegtbildsektor

Benutzeroberflächen avancieren zunehmend zum Eingangstor in die Video- und Fernsehwelt. Vier von zehn Personen landen nach dem Einschalten ihres Connected TVs darauf und müssen von dort zu den gewünschten Inhalten navigieren. Die heute von den Medienanstalten veröffentlichten ‚Video Trends 23‘ zeigen auch eine deutliche Lücke in der Transparenz solcher Oberflächen auf, denn nur ein Fünftel der Befragten hat bisher die gesetzlich vorgeschriebenen Transparenzangaben wahrgenommen. Dass mit 73 Prozent vor allem 14- bis 29-Jährige den Wunsch äußern, Public-Value-Inhalte leichter auf der Smart TV-Oberfläche finden zu können, unterstreicht gleichzeitig sehr klar die Bedeutung der Auffindbarkeit von Inhalten.

„Schon heute haben Benutzeroberflächen eine zentrale Bedeutung für die Nutzung von Online-Videos – Tendenz steigend. Nutzerinnen und Nutzer müssen nachvollziehen können, warum ihnen bestimmte Inhalte auf ihren Smart TVs angezeigt werden. Die Video Trends 2023 zeigen erneut klar den Nachholbedarf bei der Umsetzung der Transparenzvorgaben des Medienstaatsvertrags. Anbieter sollten ihre Expertise in der Entwicklung kundenfreundlicher Angebote noch stärker für die Aufklärung ihrer Nutzerinnen und Nutzer einsetzen,“ sagt Dr. Thorsten Schmiege, Koordinator des Fachausschusses Infrastruktur und Innovation der Medienanstalten und Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM).

Die Studie „Video Trends 2023“ liefert wertvolle Daten, die den Medienanstalten dabei helfen, die Planung und Gestaltung möglicher Zukunftsszenarien zu unterstützen und die Angebots- und Medienvielfalt sicherzustellen. Erstmals wurden in diesem Jahr in den Video Trends Aussagen zu Public Value und Transparenz erhoben.

Die wichtigsten Erkenntnisse der Video Trends 23 zusammengefasst:

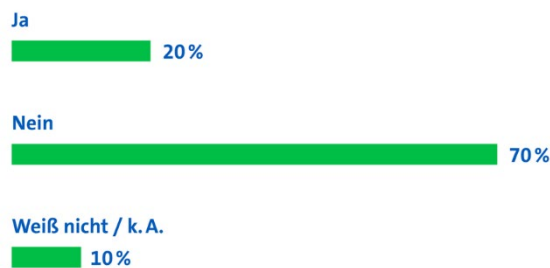
- **Transparenz:** Nur ein Fünftel der Befragten hat die Transparenzangaben von Benutzeroberflächen wie Smart TVs

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)
Medienanstalt Hessen
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Medienanstalt Rheinland-Pfalz
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

bisher wahrgenommen. Vor allem die Jüngeren haben derzeit großes Interesse daran, mehr darüber zu erfahren, warum bestimmte Inhalte oder Apps auf der Oberfläche ihres Smart TVs angezeigt oder hervorgehoben werden: Mehr als die Hälfte der 14- bis 29-jährigen Nutzenden gibt dies an.

Wahrnehmung von Transparenzangaben

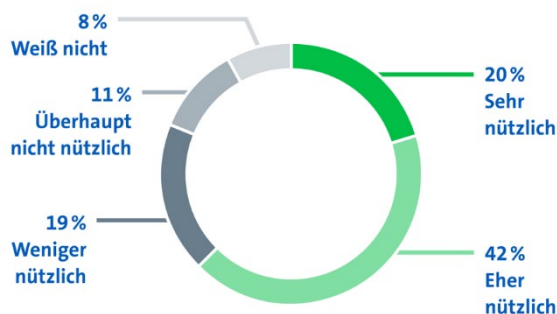


Basis: 41,019 Mio. Personen, die ihr Smart-TV-Gerät direkt mit dem Internet verbunden haben, n=3.876.

Quelle: Video Trends 2023

- Public Value:** 63 Prozent der Befragten fände es nützlich, wenn Public-Value-Inhalte leicht auf der Smart TV-Oberfläche auffindbar wären. Auch hier sind es insbesondere die 14- bis 29-Jährigen, die sich mehr Orientierung wünschen. Knapp drei Viertel (73 Prozent) fänden eine leichte Auffindbarkeit von Public Value nützlich.

Smart-TV: Einschätzung zu Public-Value-Angaben



Basis: 41,019 Mio. Personen, die ihr Smart-TV-Gerät direkt mit dem Internet verbunden haben, n=3.876.

Quelle: Video Trends 2023

- **TV Empfang über offene IP-Netze** steigt: 5 Mio. Personen leben in Haushalten, die ihr TV-Gerät ausschließlich mit dem Internet verbunden haben. Tendenz: klar steigend, denn etwa 7,9 Mio. geben an, in Zukunft nur noch über das Internet fernsehen zu wollen.
- **Videos über das Internet:** 57,7 Mio. Personen ab 14 Jahren in Deutschland nutzen regelmäßig (mindestens einmal im Monat) Online-Videos. In der Generation Z nutzen sechs von zehn Personen täglich Videos aus sozialen Medien oder Video-Sharing-Diensten. Aggregatoren wie Medienintermediäre und Medienplattformen dominieren damit die tägliche Videonutzung in dieser Generation.

Über die Video Trends 2023

Die Video Trends 2023 stehen auf der Webseite der Medienanstalten in der Rubrik Publikationen zum Download zur Verfügung: www.die-medienanstalten.de/videotrends23

Dort wird auch in Kürze die Video-Aufzeichnung der Präsentations-Veranstaltung vom 25. Oktober 2023 anlässlich der Medientage München verfügbar sein.

Methodensteckbrief

Kantar erhob die Daten im Zeitraum von 24.4.-21.6.2023 im Auftrag der Medienanstalten unter Beteiligung von SES, Astra Deutschland, HD+, Media Broadcast, Vodafone und Amazon. Die Grundgesamtheit bildet die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

Weitere Informationen über die Medienanstalten finden Sie unter: www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Dr. Anja Bundschuh
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de