

die medienanstalten-Pressemitteilung 20/2024 • Berlin 23.10.2024

---

## Allgegenwärtig und unverzichtbar: Videoinhalte prägen den täglichen Medienkonsum

**Die Medienanstalten stellen erste Ergebnisse der „Video Trends 2024“ auf den Medientagen München vor**

---

Egal ob Instagram, YouTube oder das gute alte Fernsehen: Videos sind die Dauergäste in unserem Alltag. Laut „Video Trends 2024“ schauen 94 Prozent der Menschen ab 14 Jahren täglich Videos – Tendenz steigend. Dabei suchen sie mehr nach Unterhaltung denn nach Information, vor allem die jüngere Generation.

Das sind erste Ergebnisse der neu konzipierten Studie „Video Trends 2024“, die die Medienanstalten heute Nachmittag im Rahmen der Medientage München vorstellen. Die umfassende Untersuchung bietet Einblicke in die Bewegtbildnutzung in Deutschland und beleuchtet die verschiedenen Touchpoints, an denen Nutzerinnen und Nutzer mit Videoinhalten in Berührung kommen. Die „Video Trends“ sind die Nachfolgestudie der seit 2005 durchgeführten Trendstudie „Digitalisierungsbericht Video“.

### **Bewegtbild-Nutzung im Alltag allgegenwärtig**

Besonders beliebt sind Social-Media-Plattformen wie Instagram und Facebook, die von 40 Prozent der Befragten täglich genutzt werden. Klassisches Fernsehen hat jedoch weiterhin einen wichtigen Platz, da 57 Prozent der Menschen täglich lineare TV-Inhalte konsumieren. Die beliebtesten Bewegtbildangebote in Deutschland sind YouTube, Instagram und Netflix.

### **Informationsbeschaffung mit Bewegtbild**

Fast 60 Prozent der Befragten informieren sich täglich mithilfe von Bewegtbild, sowohl zu Hause als auch unterwegs. In den eigenen vier Wänden werden insbesondere die Angebote der öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender und Mediatheken genutzt, unterwegs hingegen kurzweilige Formate auf Instagram, Facebook und Youtube.

#### **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 Landesmedienanstalt (SLM)  
Medienanstalt Sachsen-Anhalt  
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

## **Algorithmen prägen das Nutzerverhalten**

Auch die Rolle von Empfehlungssystemen wird in der Studie beleuchtet. Insbesondere junge Menschen nutzen Algorithmen gezielt, um passende Inhalte zu finden. Während 36 Prozent der 14- bis 29-Jährigen selbst nach Inhalten suchen, sind es bei älteren Altersgruppen fast doppelt so viele. Viele Nutzende äußern zudem Bedenken über die Auswirkungen von Algorithmen auf ihre Auswahl, beispielsweise was die Transparenz und die Kontrolle über die Empfehlungen betrifft.

**Dr. Eva Flecken**, Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM): „Die Studie unterstreicht eindrucksvoll die Allgegenwärtigkeit von Videoinhalten im Alltag der Menschen. Für Anbieter und Regulierungsbehörden sind diese Erkenntnisse essenziell, um den digitalen Medienkonsum zu verstehen und gezielt auf zukünftige Entwicklungen reagieren zu können.“

**Dr. Thorsten Schmiede**, Präsident der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), und verantwortlich für die „Video Trends“: „Social-Media-Plattformen gewinnen zunehmend an Bedeutung – und mit ihnen die Macht der Empfehlungsalgorithmen. Die ‚Video Trends 2024‘ machen das sehr deutlich. Für die Nutzerinnen und Nutzer sollte es zumindest klar und nachvollziehbar sein, warum ihnen bestimmte Videoinhalte angezeigt werden. Dafür setzen sich die Landesmedienanstalten ein.“

Die vollständigen Ergebnisse der quantitativen Erhebung im Rahmen der „Video Trends“ sowie Videos zu den wichtigsten Ergebnissen sind auf dem Forschungsportal „Fakten + Impulse“ der Medienanstalten abrufbar: [www.faktenimpulse.de](http://www.faktenimpulse.de). In Kürze werden hier ebenfalls zahlreiche Inhalte zu den Ergebnissen der qualitativen Studie veröffentlicht.

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

---

## **Kontakt bei Medien-Rückfragen**

Sabine Grüngreiff  
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten  
Telefon: +49 30 2064690-22  
Mail: [presse@die-medienanstalten.de](mailto:presse@die-medienanstalten.de)

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