

## Privatfernsehen fällt bei HD und VoD zurück – junge Zielgruppen und Netflix-Nutzer schauen weniger TV

### Medienanstalten entwickeln Digitalisierungsbericht weiter

---

Mit 71 Prozent der Bewegtbildnutzung liegt das klassische Fernsehen bei der deutschen Bevölkerung nach wie vor klar vorne. Ein Grund dafür ist HDTV. Mittlerweile empfangen mit 53 Prozent über die Hälfte der TV-Haushalte hochauflösendes Fernsehen, ein Plus von 5 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Die privaten HD-Programme empfängt jedoch nur knapp ein Fünftel bzw. 19,8 Prozent der Fernsehhaushalte in Deutschland. Mit einem Anstieg um lediglich einen Prozentpunkt fallen die privaten Programmangebote damit in der Entwicklung im Bereich HD deutlich zurück.

Im zwölften Jahr in Folge liefert der Digitalisierungsbericht 2016 der Medienanstalten bevölkerungsrepräsentative Daten und Fakten zur Fernseh- und Videonutzung. „Der Digitalisierungsbericht hat sich in der Branche zu einem Standardwerk entwickelt. Das bestätigt die Medienanstalten darin, die Studie gemeinsam mit unseren Partnern konsequent weiterzuentwickeln, so der Vorsitzende der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM), **Siegfried Schneider**. „Bereits heute können wir anhand der aktuellen Ergebnisse valide Aussagen zur Nutzung der verschiedenen Medienplattformen sowie linearen wie non-linearen OTT-Diensten treffen“, ergänzt **Thomas Fuchs**, der den Digitalisierungsbericht als Koordinator des Fachausschuss Netze, Technik, Konvergenz der DLM verantwortet.

Die aktuellen Ergebnisse der von TNS Infratest durchgeführten Studie belegen aber auch, dass das Fernsehen nicht in allen Bevölkerungsgruppen unangefochtener Spitzenreiter ist. In den jüngeren Zielgruppen der 14-19- und 20-29-Jährigen entfällt weniger als die Hälfte des Bewegtbildkonsums auf das klassische Fernsehen. In diesen Altersgruppen liegt Video-On-Demand mit 41 bzw. 34 Prozent bereits auf Augenhöhe mit der TV-Nutzung.

YouTube und die Mediatheken dominieren die Video-on-Demand-Nutzung (VoD). Sowohl das Videoportal als auch die Abrufangebote der TV-Sender werden aktuell bereits von rund 26 Prozent der Personen über 14 Jahren genutzt. Auch hier fallen die Mediatheken der Privaten

#### 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 Nordrhein-Westfalen  
(LFM)  
Landeszentrale für Medien und Kommunikation  
Rheinland-Pfalz (LMK)  
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)  
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk  
und neue Medien (SLM)  
Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA)  
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

mit 13,4 Prozent Nutzeranteil in der Bevölkerung zurück. Im Vergleich zum Vorjahr ging der Anteil der Nutzer privater Mediatheken unter den regelmäßigen VoD-Nutzern sogar um 19 Prozent zurück.

Deutlich auf dem Vormarsch hingegen sind die Onlinevideotheken wie Amazon Video und Netflix. Bereits ein Fünftel der Deutschen nutzt diese Angebote, in der Altersgruppe der 14-29-Jährigen mit 46,4 Prozent bereits fast die Hälfte. Der Erhebung von TNS Infratest zufolge konnte Amazon Video die Zahl seiner regelmäßigen Nutzer im Jahresvergleich um rund 50 Prozent steigern, Netflix sogar um 150 Prozent.

Die Nutzer von Onlinevideotheken schauen deutlich weniger klassisches Fernsehen als der Bevölkerungsdurchschnitt. Das trifft vor allem auf Netflix-Nutzer zu, bei denen die Fernsehnutzung lediglich noch knapp ein Drittel der gesamten Bewegtbildnutzung ausmacht.

**Alle Ergebnisse des Digitalisierungsberichts 2016 der Medienanstalten finden Sie unter:**

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

---

#### **Kontakt bei Medien-Rückfragen**

Stefanie Reger

Telefon: +49 (0)30 2064690-22

Mail: [presse@die-medienanstalten.de](mailto:presse@die-medienanstalten.de)

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