

die medienanstalten-Pressemitteilung 15/2019 • Berlin 24.10.2019

Fernsehen gibt's nur noch digital

Digitalisierungsbericht Video der Medienanstalten veröffentlicht

In diesem Jahr wurde mit dem erfolgreichen Kabelumstieg die Volldigitalisierung endlich erreicht – die analoge Fernsehübertragung gehört in Deutschland der Geschichte an. Davon unbeeindruckt ist der Fernsehmarkt weiterhin im Umbruch, was die aktuellen Zahlen des 15. Digitalisierungsberichts Video zeigen, der heute von den Medienanstalten auf den Medientagen München präsentiert wurde.

Klassisches Fernsehen leicht rückläufig

Im Trend lässt sich weiterhin eine deutliche Verschiebung weg von der Nutzung des klassischen Fernsehens hin zur Video-on-Demand-Nutzung (VoD) bestätigen. Zwar nutzen noch gut drei Viertel der Bevölkerung nach wie vor primär lineare Videoangebote wie Fernsehen oder Livestreams. Das anteilig aufgewendete Zeitbudget für „klassisches Fernsehen“ ist im Vergleich zum Vorjahr aber erneut leicht rückläufig und liegt bei 61 % (minus vier Prozentpunkte).

Die Jungen schauen on Demand

Gestreamt wird nicht nur bei Netflix, sondern auch bei den Angeboten der klassischen TV-Sender. Knapp 39 % der regelmäßigen VoD-Nutzer greifen auf die Mediatheken der TV-Sender zu. Videoportale wie YouTube liegen mit 40 % nur knapp davor, die Nutzung von Streamingdiensten wie Netflix oder Amazon Video mit 38 % sogar dahinter.

Anders bei den 14- bis 29-Jährigen: Knapp zwei Drittel (64 %) der unter 30-Jährigen nutzen die Mediatheken der Fernsehsender. Dominierend ist bei acht von zehn der unter 30-Jährigen die Nutzung von Streamingdiensten (79,6 %) und Videoportalen (79,1 %). Darüber hinaus verbringen die Jüngeren auch mehr als doppelt so viel Zeit mit VoD wie der Bevölkerungsdurchschnitt.

Cornelia Holsten, DLM-Vorsitzende der Landesmedienanstalten, sagte in ihrem Grußwort: „In Zeiten, in denen die Fernbedienung zunehmend vom Fire-TV-Stick ersetzt wird, brauchen wir eine moderne Plattformregulierung, die faire Regeln für Auffindbarkeit auf Benutzeroberflächen schafft.“

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 – medienanstalt rlp)
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Mehr als jeder zweite Fernsehhaushalt empfängt über Internet

Der Trend hin zur Videoübertragung über das Internet zeigt sich auch bei den Empfangswegen. Mehr als die Hälfte (55,1 %) der Fernsehhaushalte in Deutschland hat ihren Fernseher zusätzlich zum Empfang über Sat-, Kabel, IPTV oder Terrestrik auch an das Internet angeschlossen. Damit ist das Internet mit 21,2 Mio. Haushalten der weitverbreitetste Empfangsweg für Videoinhalte. Dabei verfügen aber nach wie vor fast alle Haushalte auch über mindestens einen „traditionellen“ Empfangsweg – in nur 1,7 % der Haushalte sind die Fernsehgeräte ausschließlich an das Internet angeschlossen.

Smartphone ist das wichtigste Gerät für die Jüngeren

Für mehr als die Hälfte der Bevölkerung (56,6 %) bleibt der Fernseher weiterhin das wichtigste Gerät für die Bewegtbildnutzung (minus sieben Prozentpunkte). Zunehmender Beliebtheit für die Videonutzung erfreuen sich vor allem Smartphones (11,5 %), Laptops (10,2 %), Desktop PCs (8,3 %) und Tablets (5,1 %). Klare Unterschiede bei der Gerätepräferenz zeigen sich erwartungsgemäß zwischen den Alterskohorten. Unter den 14- bis 29-Jährigen ist der Fernseher nur noch für ein knappes Drittel (31 %) das wichtigste Videogerät, gefolgt vom Smartphone (27,2 %), dem Laptop (19,3 %), PC (12,6 %) und Tablet (7,1 %). Bei den Jüngsten (14 bis 19 Jahre) betrachtet sogar knapp ein Drittel (32,2 %) das Smartphone als wichtigstes Empfangsgerät für ihren Videokonsum. Der Fernseher wird von etwas mehr als einem Viertel dieser Alterskohorte genannt und belegt damit nur noch Rang zwei.

Der Digitalisierungsbericht wird seit 2005 jährlich auf Grundlage einer bevölkerungsrepräsentativen Telefonbefragung von über 6.000 Haushalten durch Kantar erhoben. Neben den federführenden Medienanstalten haben sich an der diesjährigen Erhebung Media Broadcast, SES und Vodafone beteiligt. [Hier](#) geht es zum Digitalisierungsbericht Video.

Weitere Informationen über die Medienanstalten finden Sie unter:

www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Franziska Riedel
Gemeinsame Geschäftsstelle der Medienanstalten
Telefon: +49 30 2064690-22
Mail: presse@die-medienanstalten.de

www.die-medienanstalten.de