

# Pressemitteilung

## **Zattoo TV-Streaming-Report 2026 für Österreich: TV-Streaming baut Vorsprung in Österreich aus: 35 % nutzen es als wichtigsten TV-Empfangsweg**

Berlin/Zürich, 19. Mai 2026 – TV-Streaming baut seinen Vorsprung in Österreich weiter aus: 35 Prozent der Haushalte nutzen TV-Streaming inzwischen als wichtigsten TV-Empfangsweg. Wie der aktuelle Zattoo TV-Streaming-Report 2026 zeigt, gewinnt Fernsehen über das Internet weiter an Bedeutung. Insgesamt empfangen erstmals 54 Prozent der Befragten Fernsehen über das Internet, während klassische Empfangswege wie Satellit und Kabel weiter an Bedeutung verlieren. Gleichzeitig verändern sich die Nutzungsgewohnheiten: Streaming wird flexibler genutzt und Orientierung in der fragmentierten App- und Angebotslandschaft gewinnt an Bedeutung.

### **Internet-TV gewinnt weiter an Bedeutung**

Internet-TV entwickelt sich in Österreich zunehmend vom ergänzenden Angebot zum zentralen Empfangsweg für Fernsehen. Während Internet-TV wächst, geben klassische Empfangswege weiter nach: Kabel liegt 2026 bei 25 Prozent (2025: 29 %), Satellit bei 32 Prozent (2025: 40 %).

Beim hauptsächlich genutzten Empfangsweg zeigt sich die Verschiebung besonders deutlich: TV-Streaming liegt mit 35 Prozent klar an erster Stelle. Dahinter folgen Satellit mit 24 Prozent (2025: 29 %), Kabel mit 21 Prozent (2025: 20 %) und IPTV mit 12 Prozent.

### **Streaming wird Mainstream, einfache Zugänge und Orientierung werden entscheidend**

Die klassischen Einstiegshürden für TV-Streaming verlieren auch in Österreich weiter an Bedeutung. Der Anteil der Nicht-Nutzenden, die angeben, dass ihr bisheriger TV-Anschluss ausreiche, sank deutlich von 47 auf 37 Prozent.

Technische Hürden spielen ebenfalls eine geringere Rolle als noch im Vorjahr: Sorgen um die Stabilität der Internetverbindung gehen von 9 auf 6 Prozent zurück, während der Datenvolumen-Verbrauch nur noch für 3 Prozent der Befragten eine Hürde darstellt (2025: 9 %).

Der Preis bleibt jedoch weiterhin ein relevanter Faktor: 23 Prozent der Nicht-Nutzenden empfinden TV-Streaming nach wie vor als „zu teuer“, unverändert gegenüber dem Vorjahr.

Gleichzeitig entsteht auch in Österreich eine neue Herausforderung: Erstmals nennen 11 Prozent der Nicht-Nutzenden die Vielzahl an Apps und Abos als Hürde.

### **Bewegtbild-Angebote im Internet stabil, Live-TV verlagert sich von regelmäßiger zu situativer Nutzung**

Live-TV bleibt ein wichtiger Bestandteil der Mediennutzung, die Nutzungsgewohnheiten verändern sich jedoch.

An der Spitze der Bewegtbild-Angebote im Internet steht weiterhin YouTube mit 62 Prozent (2025: 63 %). Dahinter folgen die Mediatheken der Sender mit 35 Prozent (2025: 38 %). Die Nutzung von Live-TV über das Internet bleibt mit 34 Prozent auf mittlerem Niveau stabil (2025: 35 %). Video-on-Demand-Angebote werden von 25 Prozent der Befragten genutzt (2025: 30 %).

Auch der Blick in die Zukunft zeigt ein weiterhin hohes Vertrauen in Live-TV: 81 Prozent der Befragten gehen davon aus, auch in fünf Jahren noch Live-TV zu nutzen, genauso viele wie im Vorjahr.

Gleichzeitig verändert sich jedoch die Art der Nutzung: Während der Anteil der regelmäßigen Live-TV-Nutzung von 31 auf 27 Prozent zurückgeht, steigt die Gruppe derjenigen, die Live-TV eher selten nutzen möchten, von 18 auf 21 Prozent. Auch der Anteil der Befragten, die in fünf Jahren gar kein Live-TV mehr nutzen möchten, steigt von 7 auf 10 Prozent.

Live-TV bleibt damit relevant, entwickelt sich jedoch zunehmend von einer regelmäßigen hin zu einer eher situativen Nutzung.

### **TV-Streaming etabliert sich auf dem großen Bildschirm**

Der Smart-TV festigt seine Rolle als zentrales Gerät für Streaming: Bereits 62 Prozent der Befragten nutzen ihn dafür (2025: 59 %).

Die Nutzung anderer Geräte bleibt deutlich dahinter zurück: 31 Prozent streamen über Laptop oder PC (2025: 39 %), 34 Prozent über das Smartphone (2025: 39 %) und 22 Prozent über ein Tablet (2025: 26 %).

Die Entwicklung zeigt, dass sich TV-Streaming-Angebote in Österreich zunehmend auf dem großen Bildschirm etablieren.

### **Streaming wird flexibler genutzt**

Der Preisdruck bleibt spürbar, die Zahl der Kündigungen aber stabil: 22 Prozent der Befragten haben im vergangenen Jahr ein Streaming-Abo aus finanziellen Gründen gekündigt, genauso viele wie 2025. Nach einer Kündigung wechseln 46 Prozent zu günstigeren Angeboten (2025: 51 %), während 24 Prozent kostenlose Alternativen nutzen (2025: 23 %).

Gleichzeitig gewinnen kurzfristige Abo-Modelle weiter an Bedeutung: 29 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher schließen Streaming-Abos gezielt nur für einen begrenzten Zeitraum ab, etwa für einzelne Serien, Filme oder Sportevents, um das Abo anschließend wieder zu kündigen (2025: 27 %).

Auch die Wechselbereitschaft im TV-Markt bleibt hoch, geht im Vergleich zum Vorjahr jedoch leicht zurück: Rund ein Viertel der Befragten (25 %) kann sich vorstellen, innerhalb der nächsten zwölf

Monate den TV-Anbieter zu wechseln (2025: 29 %). Gleichzeitig geben 50 Prozent an, keinen Wechsel zu planen (2025: 47 %).

Die Zahlen zeigen, dass Streaming-Angebote in Österreich zunehmend flexibler und situativer genutzt werden, während klassische langfristige Abo-Modelle und eine feste Bindung an Anbieter für viele Nutzerinnen und Nutzer an Bedeutung verlieren.

## **Fazit**

TV-Streaming hat sich in Österreich 2026 als fester Bestandteil des Fernseh-Alltags etabliert und ist heute klarer denn je der wichtigste TV-Empfangsweg. Während klassische Empfangswegen wie Satellit, Kabel und IPTV an Bedeutung verlieren, bauen TV-Streaming-Plattformen wie Zattoo ihre Position aus.

Gleichzeitig verändert sich auch die Streaming-Nutzung selbst: Nutzerinnen und Nutzer wechseln flexibler zwischen Anbietern, Laufzeiten und Angeboten. Die Herausforderung liegt damit immer weniger in der Technik, sondern zunehmend in der Orientierung innerhalb einer fragmentierten Streaming-Landschaft.

Live-TV bleibt relevant, wird jedoch zunehmend situativer genutzt.

**Tina Rodriguez, CEO ad interim bei Zattoo, erklärt:** „TV-Streaming ist in Österreich endgültig im Mainstream angekommen – und damit klarer denn je der wichtigste TV-Empfangsweg. Die zentrale Herausforderung für Nutzerinnen und Nutzer ist heute nicht mehr der Zugang zu Streaming, sondern die Orientierung in einer immer komplexeren App- und Angebotslandschaft. Genau hier setzen wir bei Zattoo an. Unser Ziel ist es, diese Komplexität sowohl für Zattoo-Nutzende als auch für unsere B2B-Partner und ihre Kunden deutlich zu reduzieren und Inhalte effizient, flexibel und nutzerfreundlich zugänglich zu machen.“

Grundlage für den Report ist eine Online-Umfrage von YouGov im Auftrag von Zattoo, an der zwischen dem 9. und 20. Februar 2026 insgesamt 1.002 Personen in Österreich teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die österreichische Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahren. Bereits seit 2021 setzt Zattoo diese Umfrage jährlich in Österreich um. Der TV-Streaming-Report analysiert aktuelle Entwicklungen in der Internet-, Fernseh- und Streaming-Nutzung in Österreich und soll einen Beitrag zur Diskussion um die Bedeutung von TV-Streaming leisten.



### **Über Zattoo**

Zattoo ([www.zattoo.com](http://www.zattoo.com)) ist einer der führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa mit mehreren Millionen Nutzerinnen und Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt mehr als 220 Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Zürich sowie einen weiteren Standort in Berlin. In der Schweiz, Deutschland und Österreich bietet Zattoo alle beliebten TV-Sender in HD- und Full-HD-Qualität sowie eine Vielzahl von Video-On-Demand-Inhalten. Dabei steht Zattoo auf fast allen Endgeräten zur Verfügung, darunter Smart-TVs, PCs und Laptops, Streaming-Playern sowie Smartphones und Tablets. Seit 2012 bietet Zattoo seine Technologie auch Medienunternehmen und Netzbetreibern weltweit als TV-as-a-Service-Angebot an. Die Schweizer TX Group, ein digitaler Hub und Netzwerk von Medien und Plattformen, ist seit 2008 an Zattoo beteiligt und hält seit 2019 über 50 Prozent. Seit 2021 leistet Zattoo einen Beitrag zum Klimaschutz und ist ClimatePartner-zertifiziert.

### **Pressekontakt**

Tina Thommen, +41 76 324 79 63, [press@zattoo.com](mailto:press@zattoo.com)

Unser Logo können Sie [hier](#) herunterladen.

Für weitere Informationen: <https://zattoo.com/company/press/>

Folgen Sie uns auch auf [LinkedIn](#).