

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2023 Deutschland: Inflation hat weniger Auswirkungen auf Streaming-Abos als erwartet

Berlin, 28. März 2023 – In 2022 herrschte in der Branche aufgrund der steigenden Inflation eine große Sorge in Bezug auf das Medienbudget der Haushalte. Während die überwiegende Mehrheit deutscher Internetnutzenden in diesem Jahr die Anzahl ihrer Abos nicht reduziert hat, sind rund 20 Prozent zu einem günstigeren oder kostenlosen Angebot gewechselt. Zudem bleibt das Internet in 2023 der meistgenutzte TV-Empfangsweg und die Nutzung von Live-Fernsehen nimmt weiter zu. Zu diesem Ergebnis kommt der TV-Streaming-Report 2023 für Deutschland. Der Report basiert auf einer Umfrage, welche bereits seit 2015 jährlich von Kantar im Auftrag von Zattoo durchgeführt wird. Befragt wurden in diesem Jahr 1.000 deutsche Internetnutzende zwischen 16 und 69 Jahren.

Inflation hat weniger Auswirkungen auf Streaming-Abos als erwartet

Durch die hohe Inflation und eine unsichere Wirtschaftslage gingen bisher viele Fachleute davon aus, dass sich dies negativ auf das Medienbudget der Haushalte auswirkt. So zeigte eine Studie von Recurly¹ im März 2022, dass 84 Prozent der deutschen Konsumentinnen und Konsumenten, die einen oder mehrere Abo-Dienste nutzen, beunruhigt über die Auswirkungen der Inflation seien. Der vorliegende TV-Streaming-Report kommt zu dem Ergebnis, dass in Deutschland bisher rund jeder siebte Internetnutzende (14 Prozent) ein Streaming-Abo aufgrund der wirtschaftlichen Lage gekündigt hat. Der Report zeigt auch, dass mit Blick auf die Inflation 10 Prozent zu mindestens einem günstigeren Streaming-Angebot gewechselt sind und weitere 9 Prozent zu einem kostenlosen Angebot.

Das Internet bleibt weiterhin der meistgenutzte TV-Empfangsweg

41 Prozent der befragten Internetnutzenden nutzen das Internet auch für ihren TV-Empfang. Damit sind sowohl IPTV-Angebote als auch TV-Streaming-Apps gemeint. Mit nur einem Prozentpunkt mehr bleibt das Internet zwar auf Vorjahresniveau, ist aber das zweite Jahr in Folge der meistgenutzte TV-Empfang deutscher Internetnutzerinnen und -nutzer. Auch der TV-Empfang über Kabel bleibt mit 39 Prozent auf dem Niveau von 2022. Der Trend hin zum Fernsehen über das Internet macht sich

¹ Vgl. Recurly, "Pandemic vs. Endemic Impacts and Trends on Subscription Services", <https://recurly.com/press/german-consumers-pay/>, abgerufen am 27.03.2023.

besonders beim Satellitenempfang bemerkbar. Dieser kommt in diesem Jahr nur noch auf 35 Prozent und verliert damit vier Prozentpunkte zum Vorjahr.

TV-Streaming-Angebote werden immer häufiger genutzt

In diesem Jahr geben bereits 44 Prozent der Befragten an, in mindestens der Hälfte ihrer Fernsehzeit Inhalte von TV-Streaming-Angeboten zu schauen. Das sind 6 Prozentpunkte mehr als noch im letzten Jahr. 7 Prozent nutzen während ihrer Fernsehzeit sogar ausschließlich TV-Streaming-Angebote. Immer häufiger wird klassisches Fernsehen über das Internet geschaut. Das zeigt sich auch bei der Frage, ob sich die Befragten vorstellen können, in Zukunft TV-Angebote ausschließlich über das Internet zu nutzen. Hier geben rund die Hälfte der Befragten (47 Prozent) an, sich dies (sehr) gut vorstellen zu können.

Live-TV legt als einziges Bewegtbildangebot im Internet weiter zu

Der Trend zu mehr linearen TV-Inhalten setzt sich auch in 2023 fort. 36 Prozent der Befragten geben an, Live-Fernsehen über das Internet zu schauen. Das sind 5 Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. Damit liegt Live-TV in diesem Jahr sogar noch vor Video-on-Demand-Angeboten, welche von 32 Prozent der Befragten im Internet konsumiert werden. Nach wie vor das beliebteste Bewegtbildangebot im Internet ist und bleibt YouTube. Knapp zwei Drittel (61 Prozent) nutzen das Angebot des Videoportals. Dahinter folgen auch in diesem Jahr wieder die Mediatheken der Sender, welche von rund der Hälfte der Befragten (47 Prozent) genutzt werden.

„In diesem Jahr sehen wir einen großen Zuwachs bei der Live-TV-Nutzung. Das bestätigt uns einmal mehr, dass lineares Fernsehen weiterhin eine hohe Relevanz hat“, so Jörg Meyer, Chief Commercial Officer bei Zattoo. „Dabei ist keine TV-Empfangsart in den letzten Jahren so gewachsen wie das Internet. Diese Entwicklung geht zu Lasten von klassischen Empfangswegen: Sat-TV bleibt weiter rückläufig und Kabelfernsehen stagniert seit Jahren. Denn die Vorteile von Internetfernsehen überzeugen: Die Möglichkeit, Inhalte live und zeitversetzt überall dort zu schauen, wo eine Internetverbindung besteht und dabei sogar noch Geld zu sparen. Vor dem Hintergrund des kommenden Wegfalls der Umlagefähigkeit der TV-Kabelgebühren über die Mietverträge im nächsten Jahr wird die Zahl derer mit Internet-TV-Empfang weiter deutlich zunehmen.“

Den TV-Streaming-Report 2023 für Deutschland können Sie [hier](#) herunterladen oder besuchen Sie unsere Website unter <https://zattoo.com/de/tv-streaming-report-2023-de>.

Die einzelnen Grafiken zum Report finden Sie [hier](#).

Bitte geben Sie folgendes Copyright an: © Zattoo AG

Über Zattoo

[Zattoo](http://www.zattoo.com) (www.zattoo.com) ist einer der führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa mit mehreren Millionen Nutzerinnen und Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt über 250 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. Neben der freien Nutzung bietet Zattoo in seinen kostenpflichtigen Abonnements auch Funktionen für zeitversetztes Fernsehen sowie EU-weites Streaming an. Seit 2012 bietet Zattoo seine Technologie auch Medienunternehmen und Netzbetreibern weltweit als TV-as-a-Service-Plattform 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 ist Zattoo klimaneutral.

Pressekontakt

Antonia Mann, PR-Managerin, +49 151 54178204, press@zattoo.com

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

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

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