

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2022 Deutschland: Das Internet ist erstmals der meistgenutzte TV-Empfangsweg

Berlin, 24. März 2022 – In diesem Jahr ist das Internet erstmals der meistgenutzte TV-Empfangsweg in Deutschland. Auch die Nutzung von Live-Fernsehen über das Internet nimmt weiter zu. Mehr als die Hälfte kann sich vorstellen, das TV-Angebot in Zukunft ausschließlich über das Internet zu nutzen. Zu diesem Ergebnis kommt der TV-Streaming-Report 2022 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 Internetnutzer zwischen 16 und 69 Jahren.

Das Internet ist erstmals der meistgenutzte TV-Empfangsweg

Bei den TV-Empfangswegen wird der Trend der letzten Jahre weiter fortgeführt. Bereits 40 Prozent der Onliner in Deutschland nutzen ausschließlich oder zusätzlich zu einer anderen Empfangsart das Internet für ihr Fernsehen. Damit sind sowohl IPTV-Angebote als auch TV-Streaming-Apps gemeint. Das sind vier Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. Damit ist das Internet zum ersten Mal die meistgenutzte TV-Empfangsart in Deutschland. Bislang war dies der Empfang via Kabel, welcher mit 38 Prozent drei Prozentpunkte zum Vorjahr verliert. Auch der Empfang über Satellit nimmt einen Prozentpunkt ab und kommt damit auf 39 Prozent. Die Nutzung von DVB-T gewinnt mit 9 Prozent in diesem Jahr einen Prozentpunkt hinzu.

Die Live-TV-Nutzung im Internet steigt auch in 2022

Bei den Video- und Fernseh-Angeboten schauen im zweiten Jahr der Corona-Pandemie 31 Prozent der Onliner Live-Fernsehen über das Internet. Das sind sechs Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr und elf Prozentpunkte mehr als 2020. Live-TV wurde damit noch nie so häufig über das Internet geschaut wie in 2022.

Die Mediatheken der Sender werden von 49 Prozent der Onliner in Deutschland genutzt und verlieren damit einen Prozentpunkt zum Vorjahr. Unter den Mediatheken-Nutzern sind die meistgenutzten Plattformen die von ARD (79 Prozent) und ZDF (77 Prozent), welche im Vergleich zum Vorjahr weiter zulegen konnten.

Die Nutzung von YouTube stagniert und bleibt mit 64 Prozent auf Vorjahresniveau. Nach wie vor ist das Videoportal aber immer noch das meistgenutzte Fernseh- und Videoangebot der deutschen Internetnutzer.

Video-on-Demand kann in diesem Jahr nur leicht von 32 Prozent in 2021 auf 34 Prozent zulegen. Der klare Gewinner unter den Anbietern ist Disney+, welcher um weitere acht Prozentpunkte wächst und bereits von 39 Prozent der Video-on-Demand-Nutzer genutzt wird.

Erstmals wurde in diesem Jahr auch nach der Nutzung von Bewegtbildangeboten über die sozialen Medien gefragt. Diese landeten im ersten Jahr der Befragung bei 19 Prozent.

Zwei von drei TV-Streaming-Nutzern schauen auf dem Smart-TV

79 Prozent der Internetnutzer, die mindestens einmal pro Woche Fernsehen schauen, nutzen bereits TV-Streaming-Angebote. Bei der Frage, auf welchen Geräten TV-Streaming-Angebote am meisten genutzt werden, liegen in diesem Jahr Smart-TVs vorne und landen damit auf dem ersten Platz. Schon seit 2020 sind sie die meistgenutzten Geräte für TV-Streaming-Angebote und auch in 2022 können sie weiter zulegen. Zwei von drei TV-Streaming-Nutzern (64 Prozent) schauen bereits auf dem Smart-TV. Das sind acht Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Auch Streaming-Geräte, die den Fernseher mit dem Internet verbinden, wachsen um drei Prozentpunkte und kommen in diesem Jahr auf 22 Prozent. Auf den Plätzen nach Smart-TVs bleiben nach wie vor Laptops und PCs mit 43 Prozent sowie Smartphones mit 28 Prozent, auch wenn beide Gerätekategorien vier Prozentpunkte zu 2021 verlieren.

Mehr als die Hälfte kann sich vorstellen, das TV-Angebot ausschließlich über Internet zu nutzen

Immer mehr Menschen nutzen das Internet als TV-Empfangsweg. Und auch die Nutzung von Live-Fernsehen über das Internet ist weiter gestiegen. Diese Entwicklung zeigt sich auch bei der Frage, ob sich die deutschen Internetnutzer in Zukunft vorstellen können, TV-Angebote ausschließlich über das Internet zu nutzen. Hier geben bereits mehr als die Hälfte (52 Prozent) an, sich dies (sehr) gut vorstellen zu können. Das sind fünf Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr, was den Trend der letzten Jahre hin zu mehr TV-Streaming-Nutzung unterstreicht. Parallel ist die Zahl derer, die es sich eher oder sicher nicht vorstellen können, im Vergleich zu 2021 weiter gesunken und liegt jetzt nur noch bei 17 Prozent im Gegensatz zu den 23 Prozent aus dem Vorjahr. Unverändert bleibt die Zahl derer, die bereits ausschließlich TV-Angebote über das Internet nutzen. Diese Zahl liegt weiterhin bei 4 Prozent.



Den TV-Streaming-Report 2022 für Deutschland können Sie [hier](#) herunterladen
oder besuchen Sie unsere Website unter <http://zattoo.com/de/tv-streaming-report-2022-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 rund 3 Millionen Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt über 200 Mitarbeiter und hat seinen Hauptsitz in Zürich sowie einen weiteren Standort in Berlin. Nutzer in der Schweiz, Deutschland und Österreich schauen über Zattoo alle beliebten TV-Sender in HD- und Full-HD-Qualität sowie eine Vielzahl an 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.

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](#).