

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2025 für Deutschland

Die Bedeutung von Internetfernsehen im deutschen TV-Markt nimmt weiter zu

Berlin, 23. April 2025 – Die Fernsehgewohnheiten in Deutschland verändern sich spürbar: Wie der aktuelle Zattoo TV-Streaming-Report 2025 zeigt, verlieren klassische Empfangswege wie Kabel und Satellit weiter an Bedeutung, während der TV-Empfang über das Internet stabil auf hohem Niveau bleibt. Besonders bemerkenswert: Bereits 43 Prozent empfangen ihr Fernsehprogramm primär über das Internet, sei es über IPTV oder TV-Streaming-Apps.

Grundlage für den Report ist eine Online-Umfrage von YouGov, an der 1.057 Personen in Deutschland zwischen dem 13. und 17.01.2025 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahren. Bereits seit 2015 setzt Zattoo diese Umfrage jährlich in Deutschland um. Mithilfe des TV-Streaming-Reports lassen sich aktuelle Entwicklungen in der Internet- und Fernsehnutzung sowie im Bereich TV-Streaming in Deutschland erkennen. Damit will Zattoo einen Beitrag zur Diskussion um die Bedeutung von TV-Streaming leisten.

Internet-TV wächst weiter, klassische Empfangswege verlieren an Bedeutung

Der TV-Empfang über das Internet bleibt auch in 2025 die bevorzugte Wahl für viele Deutsche. Mit 45 Prozent bleibt der Anteil im Vergleich zum Vorjahr stabil, während die Nutzung klassischer Empfangswege weiter rückläufig ist. Der Kabelanschluss wird nur noch von 28 Prozent der Befragten genutzt, was einem Rückgang von zwei Prozentpunkten im Vergleich zu 2024 entspricht – ein vergleichsweise moderater Wert, insbesondere vor dem Hintergrund des Wegfalls des Nebenkostenprivilegs. Auch der TV-Empfang über Satellit verliert zwei Prozentpunkte und liegt nun bei 30 Prozent.

Dabei ist zu beachten: Da Mehrfachnennungen möglich waren, nutzen viele Befragte mehrere Empfangswege parallel. Besonders bemerkenswert ist, dass rund ein Viertel der Deutschen TV-Streaming bereits als Hauptempfangsweg für ihr Fernsehprogramm nutzt. Diese Entwicklung unterstreicht, dass sich Internet-TV als führender Empfangsweg etabliert, während klassische Empfangswege zunehmend an Bedeutung verlieren.

Live-TV bleibt weiterhin ein wichtiger Bestandteil der Mediennutzung

YouTube bleibt das meistgenutzte TV- und Videoangebot im Internet. 61 Prozent der Deutschen greifen auf die Plattform zurück, um Bewegtbildinhalte zu konsumieren. Dahinter folgen die Mediatheken der Sender, die mit 48 Prozent stabil auf Vorjahresniveau bleiben. Auch die Nutzung von Live-TV über das Internet ist unverändert und liegt wie 2024 bei 31 Prozent. Während Video-on-Demand-Angebote in der Beliebtheit um vier Prozentpunkte auf 29 Prozent sinken, zeigt sich langfristig ein hohes Vertrauen in das klassische TV-Erlebnis. Drei von vier Befragten (75 %) glauben, dass sie auch in fünf Jahren noch Live-TV nutzen werden – mehr als die Hälfte davon (55 %) sogar regelmäßig oder gelegentlich.

Nutzung am TV-Gerät nimmt weiter zu, mobile Nutzung geht zurück

Die Nutzung von TV-Streaming über den Smart-TV steigt weiter an. Mit 65 Prozent bevorzugen immer mehr Menschen den großen Bildschirm für ihr TV-Erlebnis – ein Anstieg von vier Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr und insgesamt 16 Prozent in den letzten fünf Jahren. Über die Jahre hinweg festigt sich damit die Rolle des Smart-TVs als zentrales Gerät für TV-Streaming.

Gleichzeitig verlieren mobile Geräte weiter an Bedeutung: Während 31 Prozent der Befragten Laptop oder PC für TV-Streaming nutzen, schauen nur noch 29 Prozent über das Smartphone und 22 Prozent über ein Tablet. Die Entwicklung der letzten Jahre verdeutlicht, dass TV-Streaming-Angebote ihren festen Platz im Wohnzimmer gefunden haben.

Wirtschaftliche Lage beeinflusst weiterhin das Streaming-Verhalten

Die wirtschaftliche Situation hat auch 2025 Auswirkungen auf die Streaming-Gewohnheiten der Menschen in Deutschland. 17 Prozent der Befragten gaben an, im vergangenen Jahr ein Streaming-Abo aufgrund finanzieller Gründe gekündigt zu haben – eine unveränderte Zahl im Vergleich zu 2024. Allerdings zeigt sich, dass sich mehr Nutzerinnen und Nutzer nach einer Kündigung für günstigere Alternativen entschieden haben: Während im Vorjahr noch 36 Prozent nach einer Kündigung zu einem günstigeren Angebot wechselten, sind es in diesem Jahr bereits 45 Prozent. Weitere 20 Prozent der Befragten sind sogar auf ein kostenloses Angebot umgestiegen. Ein neuer Trend zeigt sich zudem bei der bewussten Kurzzeitnutzung: Ein Viertel (25 %) der Deutschen gibt an, ein Streaming-Abo nur für einen kurzen Zeitraum abgeschlossen zu haben, beispielsweise für eine bestimmte Serie, einen Film oder ein Sportevent, um es anschließend wieder zu kündigen.

Noch immer viele inaktive Kabelkunden nach Wegfall der Umlagefähigkeit

Ein Drittel der Mieterinnen und Mieter, deren Kabelgebühren bis zum 1. Juli 2024 über die Nebenkosten abgerechnet wurden, haben bis heute keine aktive Entscheidung für einen neuen Empfangsweg getroffen. Ihr TV-Empfang funktioniert weiterhin wie vor dem Stichtag, obwohl die Umlagefähigkeit für Kabel-TV nicht mehr gegeben ist. Diese Zahl hat sich seit der letzten Befragung im September 2024 nicht verändert.

Jörg Meyer, Chief Commercial Officer bei Zattoo, kommentiert dazu: „Unsere aktuelle Erhebung zeigt, dass auch viele Monate nach dem Wegfall der Umlagefähigkeit fast jeder Dritte Haushalt in Deutschland noch keine aktive Entscheidung für einen neuen TV-Empfangsweg getroffen haben. Dieser hohe Anteil inaktiver Kabelkunden unterstreicht, wie groß das verbleibende Potenzial im Markt ist. Der Report macht deutlich, dass der Wandel hin zu modernen Empfangswegen wie OTT und IPTV noch längst nicht abgeschlossen ist.“

Den TV-Streaming-Report 2025 für Deutschland können Sie [hier](#) herunterladen oder besuchen Sie unsere Website unter <https://zattoo.com/de/tv-streaming-report-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. 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 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](#).



www.zattoo.com