

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2024 für Deutschland: Immer mehr entscheiden sich für das Internet als Haupt-TV-Empfang

Berlin, 3. April 2024 – In 2024 spiegeln sich die anhaltende wirtschaftliche Unsicherheit und der Wandel in der Medienlandschaft in den Fernsehgewohnheiten der Deutschen wider. Immer mehr greifen auf das Internet für ihren TV-Empfang zurück, während die Nutzung des klassischen Kabelempfangs weiter abnimmt. Eine Entwicklung, die sich aufgrund des Wegfalls des sogenannten Nebenkostenprivilegs zum 1. Juli 2024 weiter fortsetzen wird. Zu diesem Ergebnis kommt der diesjährige Zattoo TV-Streaming-Report 2024 für Deutschland.

Grundlage für den Report ist eine Online-Umfrage von YouGov, an der 1081 Personen in Deutschland zwischen dem 15. und 22.01.2024 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 16 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, Kabel verliert deutlich

Der Trend zum Fernsehen über das Internet setzt sich auch in 2024 weiter fort. Bei der Frage, über welchen Empfangsweg die Befragten ihr Fernsehen schauen (Mehrfachantworten möglich), ist bereits bei 44 Prozent der Befragten das Internet TV-Empfangsweg der Wahl. Das sind noch einmal 3 Prozentpunkte mehr als 2023. Der TV-Empfang über den klassischen Kabelanschluss hingegen nimmt weiter ab. Nur rund jeder Dritte (31%) schaut darüber Fernsehen. Das sind ganze 8 Prozentpunkte weniger als noch im Vorjahr. Auch der TV-Empfang über Satellit (32%) und DVB-T (7%) verliert in diesem Jahr jeweils 3 Prozentpunkte.

Jörg Meyer, Chief Commercial Officer bei Zattoo ordnet die Entwicklung wie folgt ein: „Angesichts der Möglichkeit, bei unserer Umfrage Mehrfachantworten zu geben, offenbart sich eine deutliche Verschiebung im TV-Empfangsverhalten. Während klassische Empfangswege wie Kabel, Satellit und DVB-T signifikant an Zuspruch verlieren, zeigt sich ein anhaltendes Wachstum bei der Nutzung von Internet-TV. Dies unterstreicht den Trend, dass das Internet für immer mehr Menschen vom

alternativen zum primären Empfangsweg für Fernsehen wird. Eine Entwicklung, die durch die Auswirkungen des im Juli endenden sogenannten Nebenkostenprivilegs zusätzlich vorangetrieben wird."

Live-TV Nutzung: Rückkehr zum Niveau von 2022

In diesem Jahr geben 31 Prozent der Befragten an, Live-TV-Inhalte zu konsumieren. Damit verzeichnet das traditionelle Fernsehen einen Rückgang von 5 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Die Nutzung von Mediatheken, YouTube und Video-on-Demand-Diensten bleibt hingegen stabil. Die Tatsache, dass sich jeder Dritte (36%) bereits vorstellen kann, zukünftig lineare Themenkanäle, sogenannte FAST-Sender, zu schauen, deutet auf ein zunehmendes Interesse an alternativen, werbefinanzierten TV-Inhalten hin.

Zunahme der Internet-TV Nutzung auf Smart TVs

Mehr als zwei Drittel (70%) nutzen in ihrer Fernsehzeit TV-Streaming-Angebote – und das am ehesten auf dem Smart-TV. Schon seit 2020 ist der Smart-TV die bevorzugte Wahl beim Streamen des Fernsehprogramms – ein Anstieg um 2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Währenddessen nimmt die Nutzung über Laptops oder PCs weiter stark ab, von 38 - auf 32 Prozent in diesem Jahr. Auch die Nutzung über mobile Endgeräte wie Tablets und Smartphones sinkt weiter. Das unterstreicht den Trend, dass das Internetfernsehen heute in den Wohnzimmern der Deutschen angekommen ist und eine vollumfängliche Alternative zu klassischen TV-Empfangswegen darstellt. Es legt aber auch die Vermutung nahe, dass auf mobilen Endgeräten andere Mediennutzungsformen dem TV-Streaming vorgezogen werden.

Wirtschaftliche Lage beeinflusst weiterhin Streaming-Abonnements

Die anhaltend angespannte wirtschaftliche Lage wirkt sich zunehmend auch auf das Streamingverhalten der Befragten aus. Im vergangenen Jahr hat fast jeder Fünfte (18%) ein Streaming-Abonnement gekündigt – ein signifikanter Anstieg von 4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Von diesen sind rund ein Drittel (36%) zu kostengünstigeren Streaming-Diensten gewechselt, während etwa ein Viertel (24%) sich für kostenlose Optionen entschied. Bemerkenswert ist dabei, dass ein erheblicher Anteil von 36 Prozent komplett auf alternative Angebote verzichtete. Diese Entwicklung unterstreicht das wachsende Bedürfnis der Verbraucherinnen und Verbraucher nach einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis, auch beim heimischen TV- und Streamingangebot.

Den TV-Streaming-Report 2024 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](https://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](#).