

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2026 für Deutschland: TV-Streaming überholt erstmals Kabel als meistgenutzten Empfangsweg

Berlin, 19. Mai 2026 – 2026 markiert einen Wendepunkt für die TV-Nutzung in Deutschland: Erstmals empfängt eine Mehrheit der Haushalte Fernsehen über das Internet. Wie der aktuelle Zattoo TV-Streaming-Report 2026 zeigt, verlieren klassische Empfangswege wie Kabel und Satellit weiter an Bedeutung, während der TV-Empfang über das Internet deutlich zulegt. Besonders bemerkenswert: 54 Prozent nutzen dafür IPTV oder TV-Streaming-Dienste. TV-Streaming (OTT) löst dabei Kabel als wichtigste einzelne Empfangsart ab.

TV-Streaming erstmals meistgenutzter Empfangsweg in Deutschland

Inzwischen nutzen 54 Prozent der Haushalte Fernsehen über das Internet (Mehrfachnennungen möglich). Dabei gaben 21 Prozent an, IPTV zu nutzen und 33 Prozent wählten TV-Streaming-Dienste. Klassische Empfangswege verlieren demgegenüber leicht an Bedeutung: Kabel liegt zwar unverändert bei 28 Prozent, Satellit sinkt jedoch leicht auf ebenfalls 28 Prozent. Damit erreicht TV-Empfang über das Internet einen neuen Höchstwert (2025: 45 %) und ist erstmals der meistgenutzte TV-Empfangsweg in Deutschland.

Noch deutlicher zeigt sich der Wandel beim primär genutzten Empfangsweg (Einfachnennung): Für 31 Prozent der Haushalte ist TV-Streaming inzwischen der Hauptzugang zum Fernsehprogramm (2025: 25 %) und liegt damit erstmals vor Kabel (23 %), Satellit (22 %) und IPTV (19 %).

Streaming wird Mainstream, einfache Zugänge und Orientierung werden entscheidend

Die klassischen Einstiegshürden für TV-Streaming verlieren 2026 an Bedeutung. Der Anteil der Nicht-Nutzenden, die Streaming als „zu teuer“ empfinden, sank von 32 auf 23 Prozent. Sorgen um Internet-Stabilität sowie eine zu aufwendige Einrichtung gingen jeweils von 11 auf 4 Prozent zurück.

Zudem verliert das Argument, klassisches Fernsehen sei ausreichend, spürbar an Relevanz. Der Anteil sank von 45 auf 35 Prozent.

Erstmals nennen jedoch 10 Prozent der Nicht-Nutzenden die Vielzahl an Apps und Abos als Hürde. Die Herausforderung verschiebt sich damit erkennbar von technischen Fragen hin zur Orientierung in einem zunehmend fragmentierten Streaming-Markt.

Live-TV wächst, auch andere Online-Videoangebote legen zu

Auch im Jahr 2026 bleibt Live-TV ein fester Bestandteil der Mediennutzung, zunehmend jedoch über das Internet. Die Nutzung von Live-TV via Streaming steigt von 31 auf 36 Prozent. Innerhalb aller genutzten Internet-Videoangebote verzeichnet Live-TV via Streaming damit das stärkste Wachstum.

Insgesamt bleibt YouTube mit 59 Prozent das meistgenutzte Angebot für Bewegtbildinhalte im Internet (2025: 61%). Gleichzeitig gewinnen die Mediatheken der Sender weiter an Bedeutung und steigen von 48 auf 51 Prozent. Auch Video-on-Demand-Angebote legen leicht zu und erreichen 32 Prozent (2025: 29 %).

Das Vertrauen in lineares Fernsehen bleibt hoch: 76 Prozent der Befragten gehen davon aus, auch in fünf Jahren noch Live-TV zu nutzen.

TV-Streaming etabliert sich auf dem großen Bildschirm

TV-Streaming findet zunehmend auf dem großen Bildschirm statt: 67 Prozent der Befragten nutzen dafür einen Smart-TV. Das entspricht einem Plus von zwei Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.

Die Nutzung anderer Geräte liegt weiterhin deutlich dahinter: 28 Prozent streamen über Laptop oder PC, ebenfalls 28 Prozent über das Smartphone und 23 Prozent über ein Tablet.

Damit festigt sich der Smart-TV klar als zentrales Gerät für TV-Streaming im Wohnzimmer.

Streaming wird flexibler und weniger an Anbieter gebunden

Immer mehr Nutzerinnen und Nutzer setzen auf eine flexible Streaming-Nutzung: 28 Prozent geben an, Streaming-Dienste bewusst nur für einen begrenzten Zeitraum abzuschließen, etwa für einzelne Serien, Filme oder Sportevents (2025: 25 %).

Gleichzeitig bleibt der Preisdruck spürbar: 19 Prozent der Befragten haben im vergangenen Jahr ein Streaming-Abo aus finanziellen Gründen gekündigt (2025: 17%). Nach einer Kündigung wechseln 43 Prozent zu günstigeren Angeboten (2025: 45 %), während 17 Prozent kostenlose Alternativen nutzen (2025: 20 %).

Trotzdem bleibt die Nutzung kostenpflichtiger Streaming-Angebote insgesamt stabil. Statt vollständig auf Streaming zu verzichten, wechseln viele Nutzerinnen und Nutzer häufiger zwischen Anbietern, Laufzeiten und Preismodellen.

Auch die Wechselbereitschaft bleibt hoch: Rund ein Viertel der Befragten kann sich vorstellen, innerhalb der nächsten zwölf Monate den TV-Anbieter zu wechseln. Gleichzeitig geben 32 Prozent keine klare Anbieterpräferenz an (2025: 29 %).

Fazit

2026 markiert einen Wendepunkt für den TV-Markt in Deutschland: Erstmals empfängt eine Mehrheit der Haushalte Fernsehen über das Internet, und TV-Streaming löst Kabel als wichtigste einzelne Empfangsart ab. Während klassische Empfangswege wie Kabel und Satellit weiter an Bedeutung verlieren, entwickelt sich TV-Streaming für viele Haushalte zur ersten Wahl.

Die Streaming-Nutzung selbst verändert sich dabei: 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, findet jedoch zunehmend im Streaming-Umfeld statt.

Tina Rodriguez, CEO ad interim bei Zattoo, erklärt: „TV-Streaming ist endgültig im Mainstream angekommen - und löst dabei Kabel als meistgenutzten Empfangsweg ab. 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 über verschiedene Geräte hinweg zugänglich zu machen.“

Grundlage für den Report ist eine Online-Umfrage von YouGov im Auftrag von Zattoo, an der 1.045 Personen in Deutschland zwischen dem 6. und 12. Februar 2026 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.



Über Zattoo

Zattoo (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

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

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

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