

TV-Streaming-Report 2023

Österreich

Sehr geehrte Damen und Herren,

In diesem Jahr rückt die Corona-Pandemie langsam in den Hintergrund. Die schwierige wirtschaftliche Lage und die hohe Inflation sind Themen, mit denen sich viele Konsumentinnen und Konsumenten aktuell konfrontiert sehen. Ob dies Auswirkungen auf das Fernsehverhalten der österreichischen Internetnutzenden hat, beleuchtet der TV-Streaming-Anbieter Zattoo in seinem diesjährigen TV-Streaming-Report 2023. Die Ergebnisse für Österreich zeigen, dass das Internet als TV-Empfangsweg weiter vor dem Kabelempfang liegt und die Inflation einen deutlich kleineren Effekt auf Streaming-Abos hat als erwartet.

Grundlage für den Report ist eine online-repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens Kantar, welche im Auftrag von Zattoo unter 1.016 österreichischen Internetnutzenden zwischen 16 und 69 Jahren Anfang 2023 in einem Online-Panel durchgeführt wurde. Bereits seit drei Jahren setzen Kantar und Zattoo diese Umfrage jährlich in Österreich um. Mithilfe des Reports lassen sich aktuelle Entwicklungen in der Internet- und Fernsehnutzung sowie im Bereich TV-Streaming erkennen. Damit will Zattoo einen Beitrag zur Diskussion um die Bedeutung von TV-Streaming leisten. In diesem Jahr lassen sich folgende Trends für Österreich erkennen:

Inflation hat weniger Auswirkungen auf Streaming-Abos als erwartet

Durch die hohe Inflation gingen bisher viele Fachleute davon aus, dass sich dies negativ auf das Medienbudget der Haushalte auswirkt. So gaben 2022 in einer KPMG Studie aus den USA rund 80 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten mit einem Streaming-Abo an, dass die Inflation ihr Budget allgemein oder ihr Abo im Besonderen beeinflusst. Auch eine von Recurly in 2022 durchgeführte Studie in Deutschland zeigte, 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 Österreich bisher rund jeder achte Internetnutzende (13 Prozent) ein Streaming-Abo aufgrund der wirtschaftlichen Lage gekündigt hat. Der Report zeigt auch, dass mit Blick auf die Inflation 9 Prozent zu mindestens einem günstigeren Streaming-Angebot gewechselt sind und weitere 8 Prozent zu einem kostenlosen Angebot.

Das Internet als TV-Empfangsweg bleibt weiter vor Kabelfernsehen

Bereits mehr als jeder dritte österreichische Internetnutzende (38 Prozent) empfängt Fernsehen über das Internet. Mit nur einem Prozentpunkt mehr bleibt das Internet zwar auf Vorjahresniveau, baut seinen Vorsprung vor dem Kabel-TV-Empfang aber auch in 2023 weiter aus. Denn dieser verliert 2 Prozentpunkte und kommt in diesem Jahr auf 29 Prozent. An erster Stelle mit 43 Prozent ist und bleibt in Österreich der TV-Empfang via Satellit, welcher damit auf Vorjahresniveau bleibt. Der Empfang über DVB-T bleibt mit 6 Prozent niedrig

TV-Streaming-Angebote werden immer häufiger genutzt

In diesem Jahr geben bereits 40 Prozent der Befragten an, in mindestens der Hälfte ihrer Fernsehzeit Inhalte von TV-Streaming-Angeboten zu schauen. Das entspricht einer Steigerung von rund 20 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 7 Prozent der Befragten nutzen während ihrer Fernsehzeit sogar nur TV-Streaming-Angebote. Bei der Frage, ob sich die Onliner vorstellen können, in Zukunft TV-Angebote ausschließlich über das Internet zu nutzen, geben rund die Hälfte der Befragten (47 Prozent) an, sich dies (sehr) gut vorstellen zu können.

Fernseh- und Videonutzung bleibt auf Vorjahresniveau.

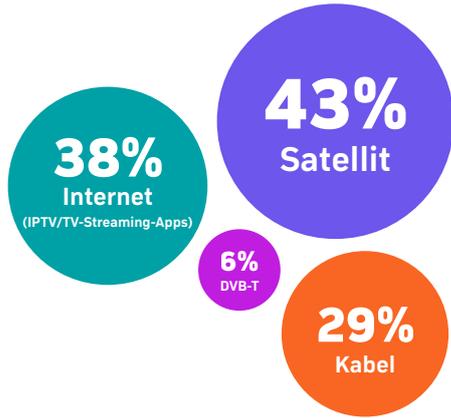
Nachdem die Nutzung von Live-Fernsehen in 2022 leicht zulegen konnte, bleibt es in diesem Jahr mit 25 Prozent auf stabilem Niveau. YouTube ist und bleibt das beliebteste Bewegtbildangebot im Internet, trotz eines Verlustes von 3 Prozentpunkten zum Vorjahr. Rund zwei Drittel (63 Prozent) nutzen das Angebot des Videoportals. Die Mediatheken der Sender verzeichnen mit 44 Prozent in 2023 ebenfalls einen Rückgang um 3 Prozentpunkte. Wie Live-TV bleiben auch Video-on-Demand-Angebote mit 29 Prozent auf Vorjahresniveau. Unter den Video-on-Demand-Nutzerinnen und -Nutzern liegt Netflix in diesem Jahr mit 73 Prozent knapp vor Amazon Prime Video (72 Prozent). Dahinter folgt Disney+ mit 37 Prozent. Der US-Dienst legt damit um 4 Prozentpunkte zu. Der in 2022 neu gestartete Dienst Paramount+ erreicht aktuell 8 Prozent der Video-on-Demand-Nutzerinnen und -Nutzern. Das ebenfalls neue Angebot von Discovery+ landet bei 6 Prozent.

Viele Grüße,



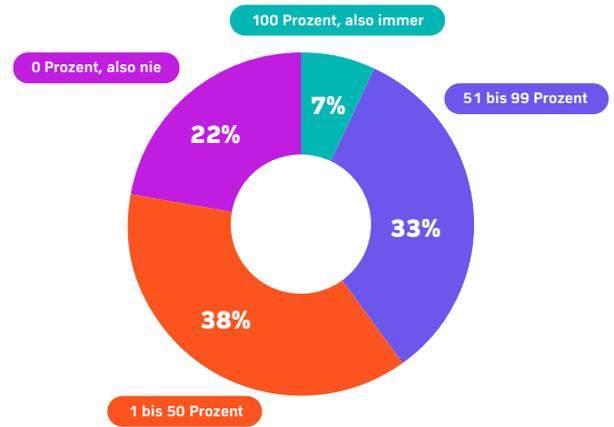
Jörg Meyer
Chief Commercial Officer bei Zattoo

1 Wie empfangen Sie in Ihrem Haushalt Fernsehprogramme?



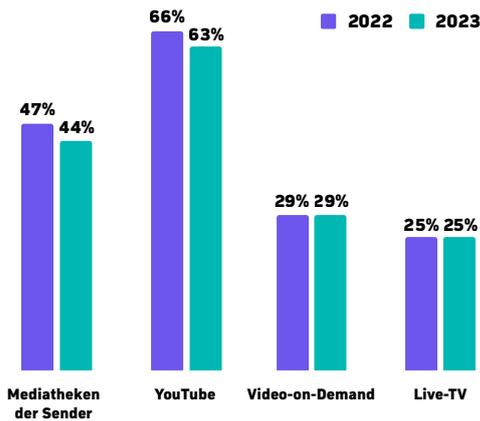
Basis ungew.: 1016
Mehrfachantworten möglich

2 In wie viel Prozent Ihrer Fernsehzeit nutzen Sie TV-Streaming-Angebote?



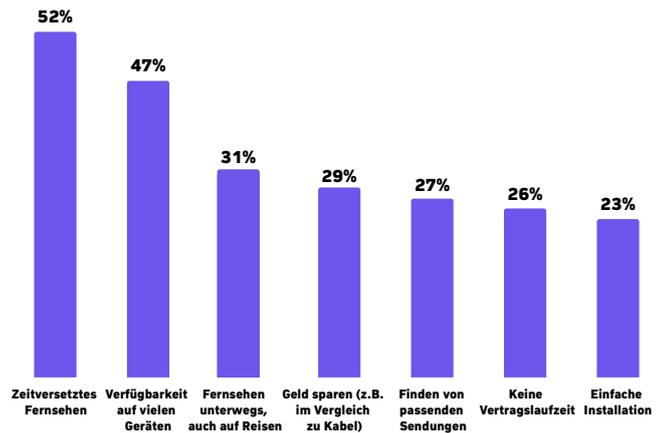
Basis: TV-Seher mind. 1 Tag pro Woche
Basis ungew.: 899

3 Welche Fernseh- bzw. Video-Angebote nutzen Sie im Internet?



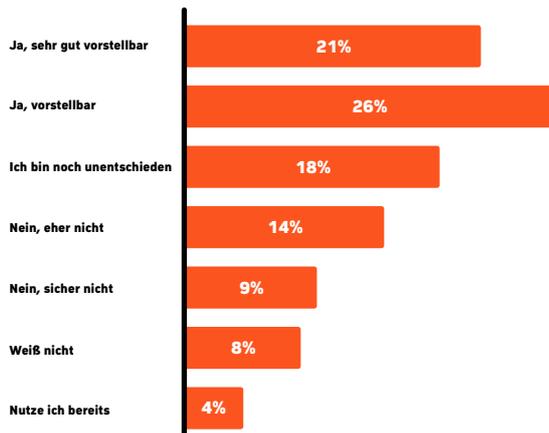
2023 Basis ungew.: 1016
2022 Basis ungew.: 1000
Mehrfachantworten möglich

4 Was sind für Sie die wichtigsten Vorteile von TV-Streaming?



Basis: Nutzer mind. 1% TV-Streaming-Angebote
Basis ungew.: 700
Mehrfachantworten möglich

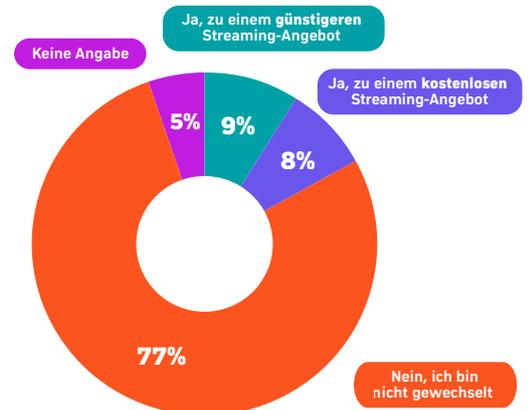
5 Können Sie sich vorstellen in Zukunft das TV-Angebot ausschließlich über Internet zu nutzen?



Basis ungew.: 1016

Quelle: Kantar

6 Sind Sie aufgrund der aktuellen wirtschaftliche Lage zu günstigeren oder kostenlosen Angeboten gewechselt?



Basis: Alle Befragten, unabhängig davon ob ein Streaming-Abo vorhanden ist
Basis ungew.: 1016