

TV Streaming Report 2026

Deutschland

TV-Empfang über das Internet wird erstmals meistgenutzter Empfangsweg

2026 markiert einen Wendepunkt für die TV-Nutzung in Deutschland: Erstmals empfängt eine Mehrheit der Haushalte Fernsehen über das Internet¹. 54 Prozent (2025: 45 %) nutzen dafür IPTV² oder TV-Streaming³-Dienste. TV-Streaming (OTT) löst dabei Kabel als wichtigste einzelne Empfangsart ab.

Mehr als die Hälfte kann sich vorstellen, Fernsehen künftig ausschließlich über das Internet zu nutzen oder tut dies bereits heute (53 %, 2025: 47 %).

Während klassische Einstiegshürden wie Preis, Internet-Stabilität oder Einrichtungsaufwand weiter an Bedeutung verlieren, entsteht gleichzeitig eine neue Herausforderung: die wachsende Unübersichtlichkeit der App- und Abo-Landschaft.

Als wichtigste Vorteile von TV-Streaming² nennen die Befragten auch dieses Jahr zeitversetztes Fernsehen (45 Prozent) sowie die Nutzung auf verschiedenen Geräten. Letztere gewinnt dabei deutlich an Bedeutung und steigt von 34 auf 41 Prozent. Die einfache Auffindbarkeit passender Inhalte bleibt mit 27 Prozent nahezu unverändert wichtig.

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.⁴ Zattoo führt die Studie seit 2015 jährlich durch und analysiert damit die Entwicklung der TV- und Streaming-Nutzung in Deutschland.

Zentrale Ergebnisse im Überblick

TV-Streaming wird erstmals meistgenutzter Empfangsweg

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, dass klassisches Fernsehen ausreiche, 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 %).

Der Preisdruck nimmt leicht zu: 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 %).

Dass die Anbieterbindung insgesamt nachlässt, zeigen auch 32 Prozent ohne klare Anbieterpräferenz (2025: 29 %) und rund ein Viertel, das einen Anbieterwechsel in den nächsten zwölf Monaten in Betracht zieht (2025: 24 %).

Fazit

2026 markiert einen Wendepunkt für den TV-Markt in Deutschland: Erstmals empfängt eine Mehrheit der Befragten 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.

Mit freundlichen Grüßen,

Tina Rodriguez
CEO ad interim bei Zattoo

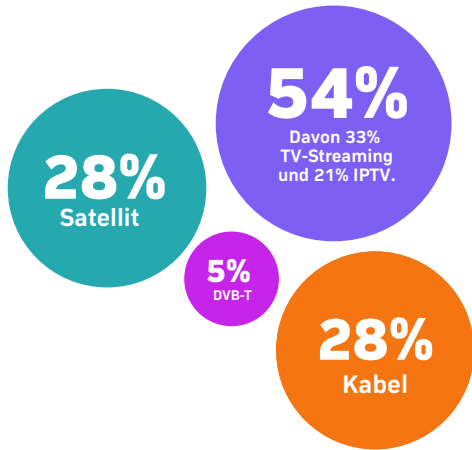
¹Unter Internet-TV wird in diesem Report lineares Fernsehen über das Internet verstanden. Darunter werden sowohl IPTV-Angebote von Telekommunikationsunternehmen als auch TV-Streaming-Angebote (OTT) zusammengefasst.

²IPTV bezeichnet TV-Angebote von Telekommunikationsunternehmen, die über das Netz des jeweiligen Anbieters bereitgestellt werden.

³TV-Streaming bezeichnet in diesem Report „Over-the-Top“-Fernsehangebote (OTT), die unabhängig vom Internetanbieter über das Internet zugänglich sind (z. B. Zattoo).

⁴Zur Untersuchung: Die Daten dieser Befragung basieren auf Online-Interviews mit Mitgliedern des YouGov Panels, die der Teilnahme vorab zugestimmt haben. Für diese Befragung wurden im Zeitraum 06. bis 12.02.2026 insgesamt 1.045 Personen befragt. Die Erhebung wurde nach Alter, Geschlecht und Region quotiert und die Ergebnisse wurden anschließend entsprechend gewichtet. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung im Alter von 16 bis 69 Jahren. Da Mehrfachnutzung erfasst wird und ältere Altersgruppen nicht eingeschlossen sind, können Empfangsweganteile von gesamtmarktbasierenden Haushaltsstudien abweichen.

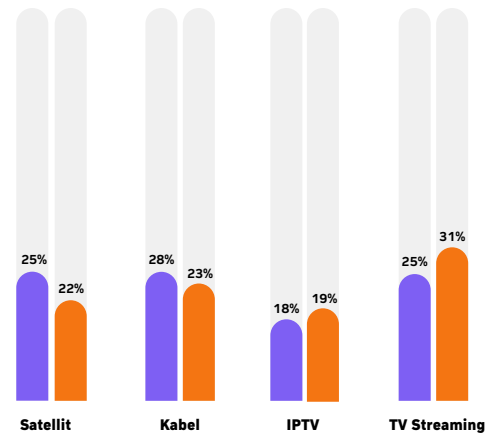
1 Wie empfangen Sie Fernsehprogramme in Ihrem Haushalt? (Mehrfachnennungen)



2025 Basis ungewichtet: 1.081
2026 Basis ungewichtet: 1.045
Mehrfachantworten möglich

2 Welche Empfangsart nutzen Sie hauptsächlich? (Einfachnennung)

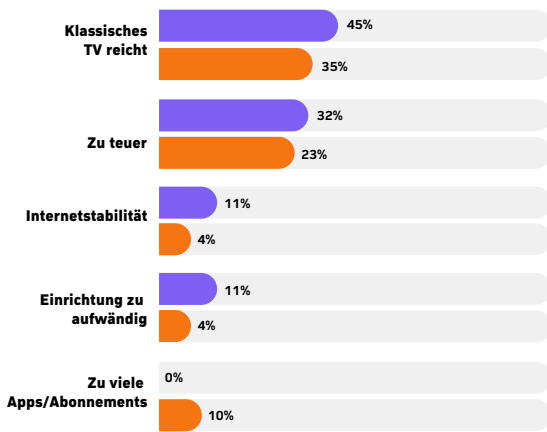
■ 2025 ■ 2026



2025 Basis ungewichtet: 924
2026 Basis ungewichtet: 922
Einfachnennung

3 Warum nutzen Sie bislang keine TV-Streaming-Dienste? (Mehrfachnennungen)

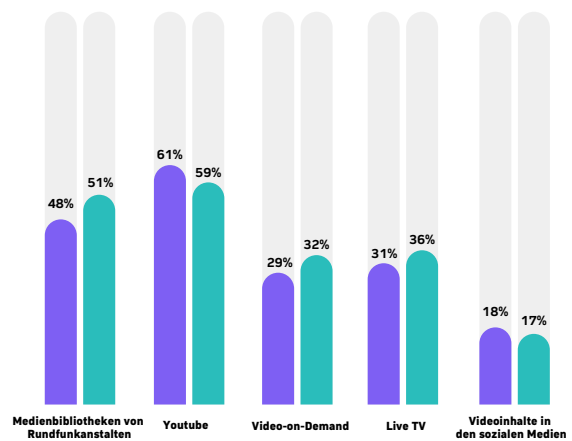
■ 2025 ■ 2026



2025 Basis ungewichtet: 221
2026 Basis ungewichtet: 202
Mehrfachantworten möglich

4 Welche Fernseh- oder Videoangebote nutzen Sie über das Internet?

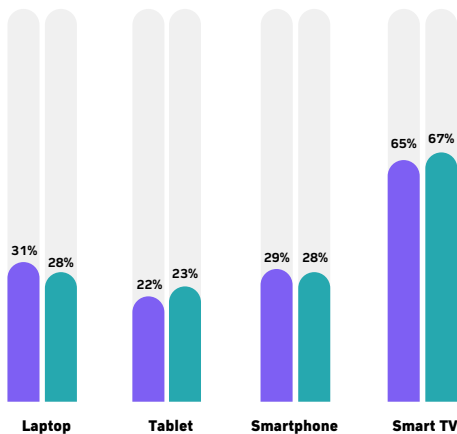
■ 2025 ■ 2026



2025 Basis ungewichtet: 1.057
2026 Basis ungewichtet: 1.045
Mehrfachantworten möglich

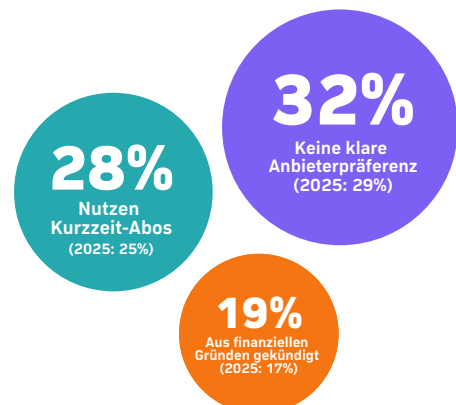
5 Auf welchen Geräten schauen Sie Fernsehen über das Internet?

■ 2025 ■ 2026



2025 Basis ungewichtet: 699
2026 Basis ungewichtet: 720
Mehrfachantworten möglich

6 Streaming wird flexibler und weniger an Anbieter gebunden



2025 Basis ungewichtet: 1.057
2026 Basis ungewichtet: 1.045