

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2023 Österreich: Inflation hat weniger Auswirkungen auf Streaming-Abos als erwartet

Berlin/Zürich, 28. März 2023 – In 2022 herrschte in der Branche aufgrund der steigenden Inflation eine große Sorge in Bezug auf das Medienbudget der Haushalte. Während die überwiegende Mehrheit der Internetnutzenden in Österreich in diesem Jahr die Anzahl ihrer Abos nicht reduziert hat, sind 17 Prozent zu einem günstigeren oder kostenlosen Angebot gewechselt. Zudem bleibt das Internet als TV-Empfangsweg weiter vor Kabelfernsehen und TV-Streaming-Angebote werden immer häufiger genutzt. Zu diesem Ergebnis kommt der TV-Streaming-Report 2023 für Österreich. Der Report basiert auf einer Umfrage, welche bereits das dritte Jahr in Folge von Kantar im Auftrag von Zattoo durchgeführt wird. Befragt wurden in diesem Jahr 1.016 österreichische Internetnutzende zwischen 16 und 69 Jahren.

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 Studie¹ 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 Recurly² 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

¹ Vgl. KPMG, "KPMG 2022 Media Consumer Survey", <https://advisory.kpmg.us/content/dam/advisory/en/pdfs/2022/metaverse-rising-skips-beat.pdf>, abgerufen am 27.03.2023.

² Vgl. Recurly, "Pandemic vs. Endemic Impacts and Trends on Subscription Services", <https://recurly.com/press/german-consumers-pay/>, abgerufen am 27.03.2023.

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.

„Immer häufiger werden TV-Streaming-Angebote im Internet genutzt. Das ist eine sehr erfreuliche Entwicklung“, kommentiert Jörg Meyer, Chief Commercial Officer bei Zattoo. „In Zukunft gilt es für uns bei Zattoo, noch mehr Österreicherinnen und Österreicher vom TV-Empfang über das Internet zu überzeugen. Denn Inhalte zeitversetzt überall dort zu schauen, wo eine Internetverbindung besteht, sogar auf Reisen und das auf einer Vielzahl von Geräten, hebt das Internet deutlich von anderen Empfangsarten ab.“

Den TV-Streaming-Report 2023 für Österreich können Sie [hier](#) herunterladen

oder besuchen Sie unsere Website unter <https://zattoo.com/at/tv-streaming-report-2023-at>.

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. Zattoo bietet in Österreich über 80 TV-Sender in HD und Full-HD, eine Vielzahl an Video-On-Demand-Inhalten sowie Funktionen für zeitversetztes Fernsehen und EU-weites Streaming. 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-Plattform 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](#).