

Juli 2015

Digitalisierungsbericht 2015

TNS Infratest

Inhaltsverzeichnis

▪ Erhebungsmethode im Überblick	Seite 3
▪ Anzahl TV-HH und TV-Geräte	Seite 5
▪ Verteilung der Übertragungswege / Stand Digitalisierung	Seite 12
▪ Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern	Seite 22
▪ HDTV	Seite 32
▪ EPG – Verfügbarkeit und Nutzung	Seite 41
▪ Connected TV – Haushaltsausstattung	Seite 47
▪ Nutzung Videoinhalte aus dem Internet	Seite 62
▪ Das TV-Gerät – First oder Second Screen	Seite 89
▪ Radioempfang in Deutschland	Seite 114
▪ Radioempfang – Nutzung	Seite 131
▪ Methodische Hinweise im Detail	Seite 148

Erhebungsmethode

Telefonische Befragung

Mit Berücksichtigung von Mobilnummern

Grundgesamtheit:

Deutsch sprechende Wohnbevölkerung ab 14 Jahre

70,525 Mio. Personen in 40,072 Mio. Haushalten



Anzahl Interviews:

Mehr als 6.000 Interviews, mindestens 200 pro Bundesland

Erhebungszeitraum:

04. Mai bis 15. Juni 2015

Verteilung der Fallzahlen

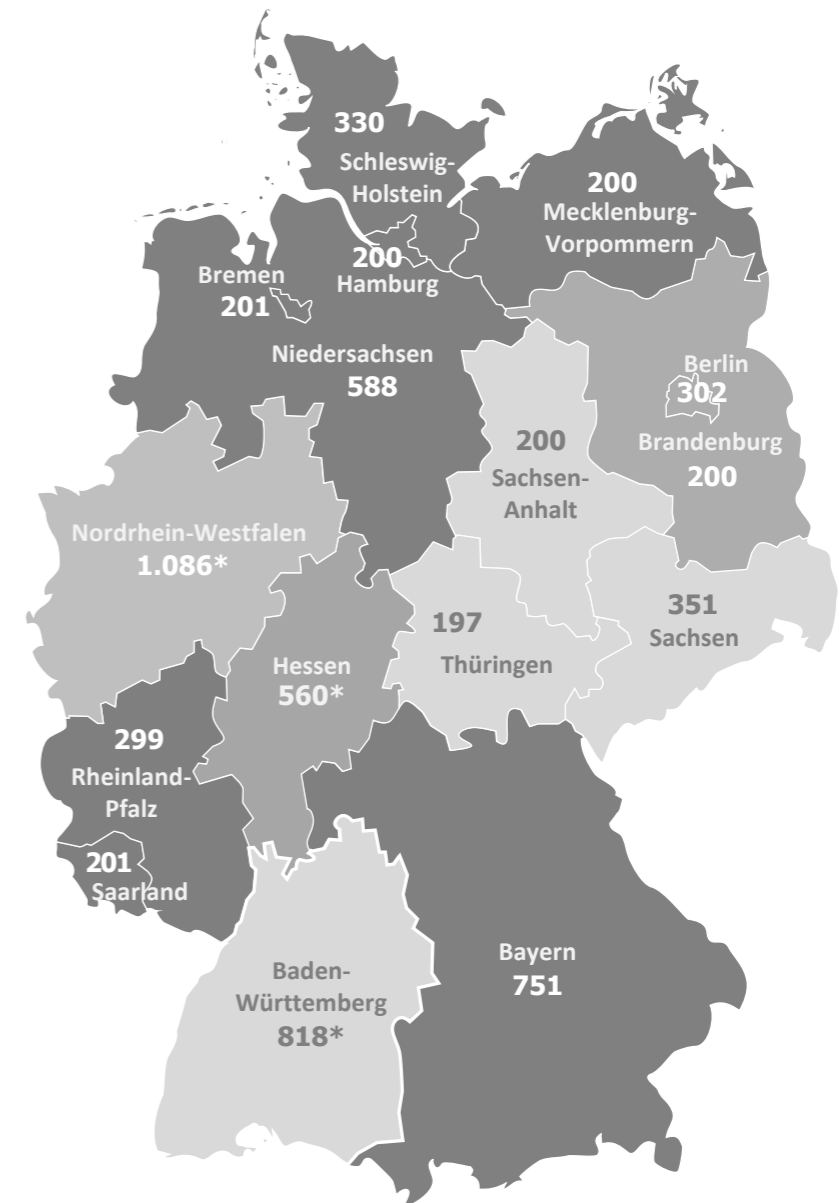
Anzahl Interviews:

Proportionaler Ansatz in Abhängigkeit von
der Einwohner- / Haushaltszahl

Mindestfallzahl pro Bundesland: 200

Fallzahl gesamt: 6.484 Interviews

* Inkl. „Aufstockungsinterviews“ in Kabel-HH



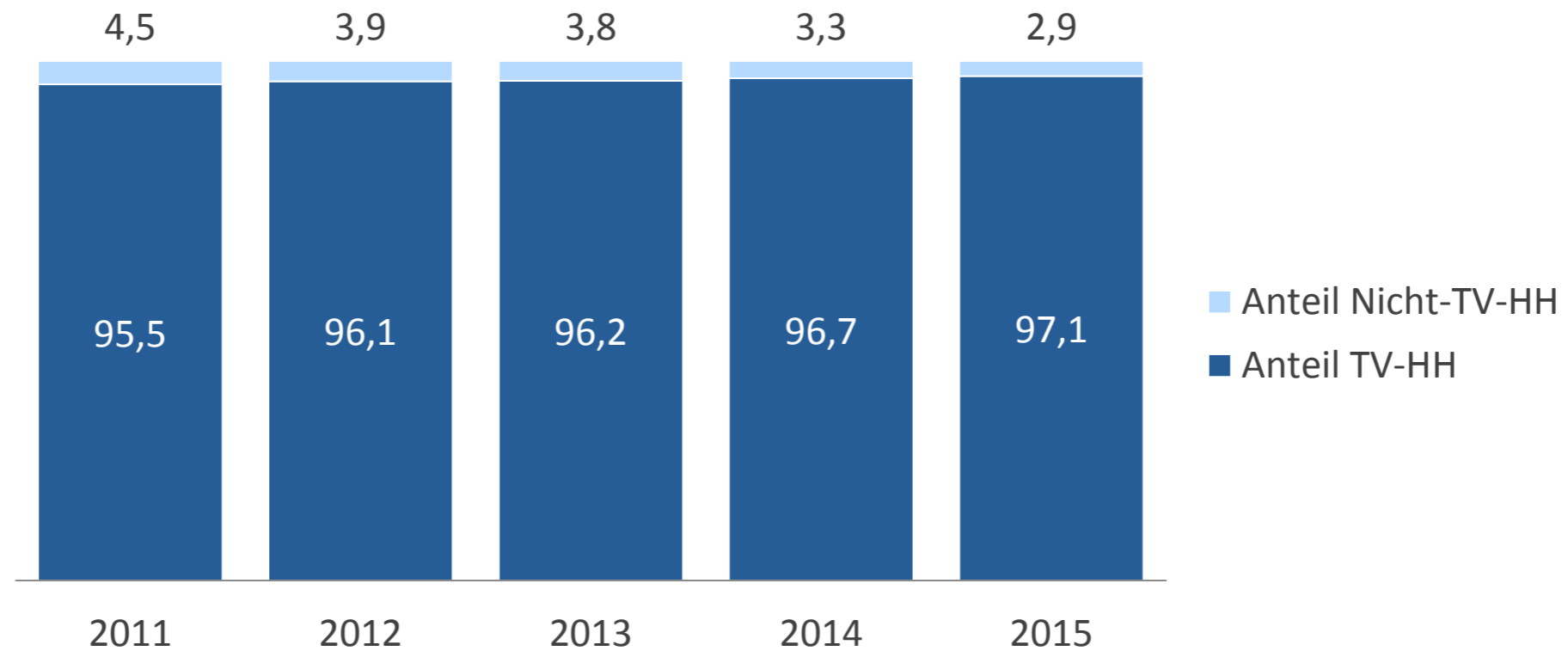
Anzahl TV-HH und TV-Geräte Mitte 2015



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

TV-Haushalte in Deutschland

Anteil der TV-HH steigt auf hohem Niveau weiter an.

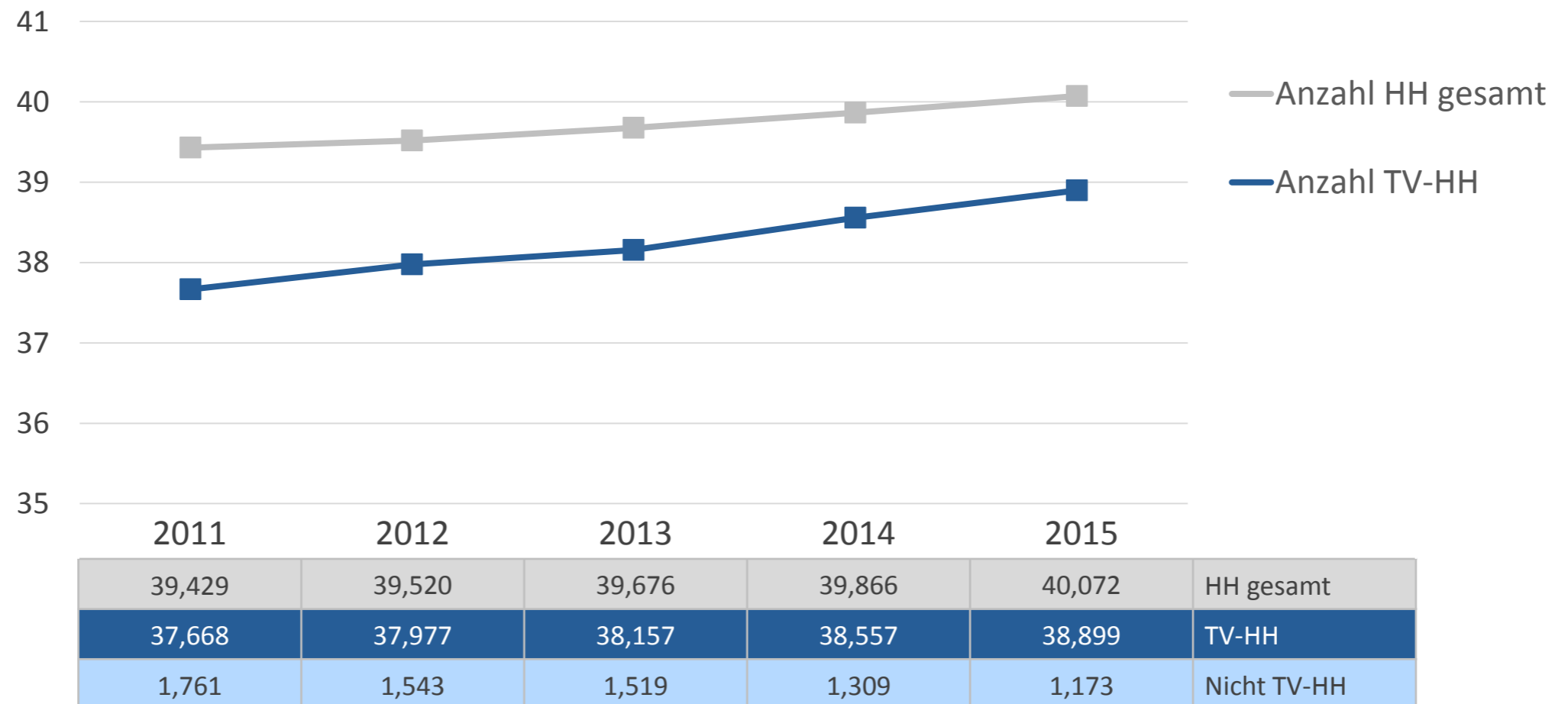


Angaben in Prozent

Basis: 39,429 / 39,520 / 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. HH in Deutschland

TV-Haushalte in Deutschland in Mio.

Aktuell 38,9 Mio. TV-Haushalte: plus 300 TSD im letzten Jahr.

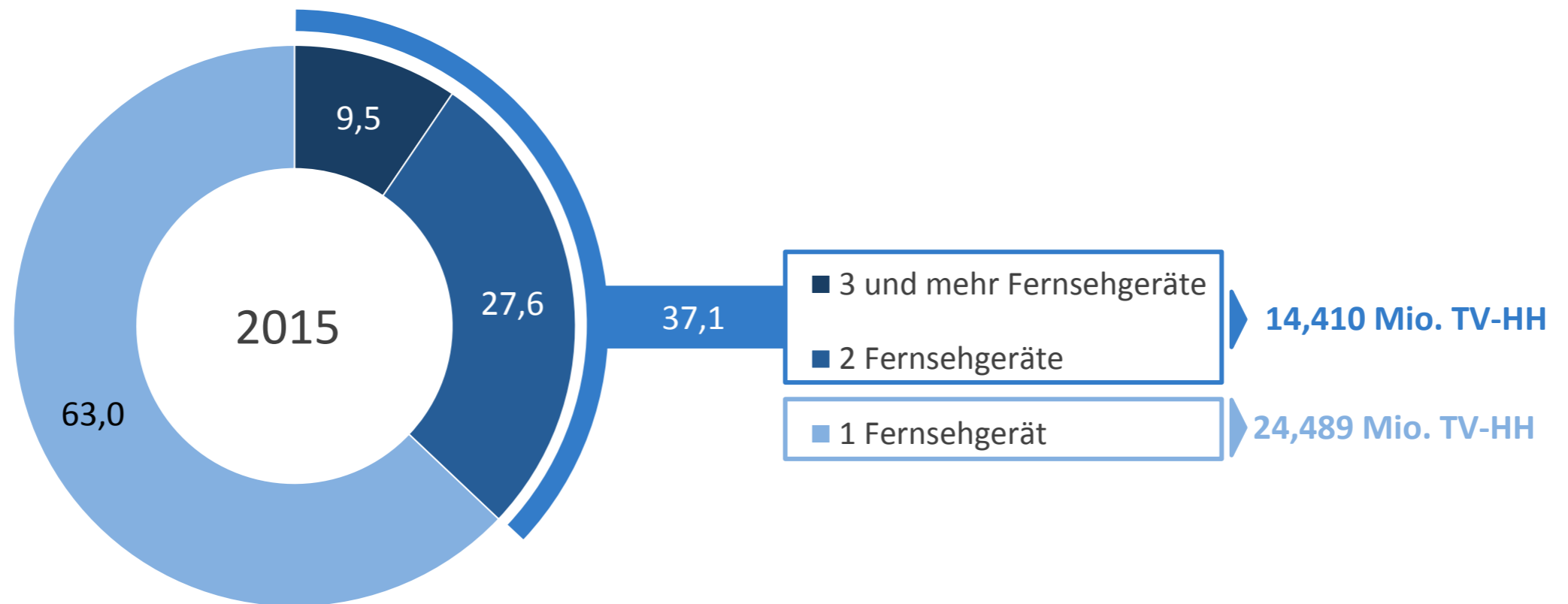


Angaben in Mio.

Basis: 39,429 / 39,520 / 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. HH in Deutschland

TV-HH nach Anzahl TV-Geräte

Ein TV-Gerät pro HH ist die Regel: In 37% der TV-HH stehen mindestens 2 Fernsehgeräte.

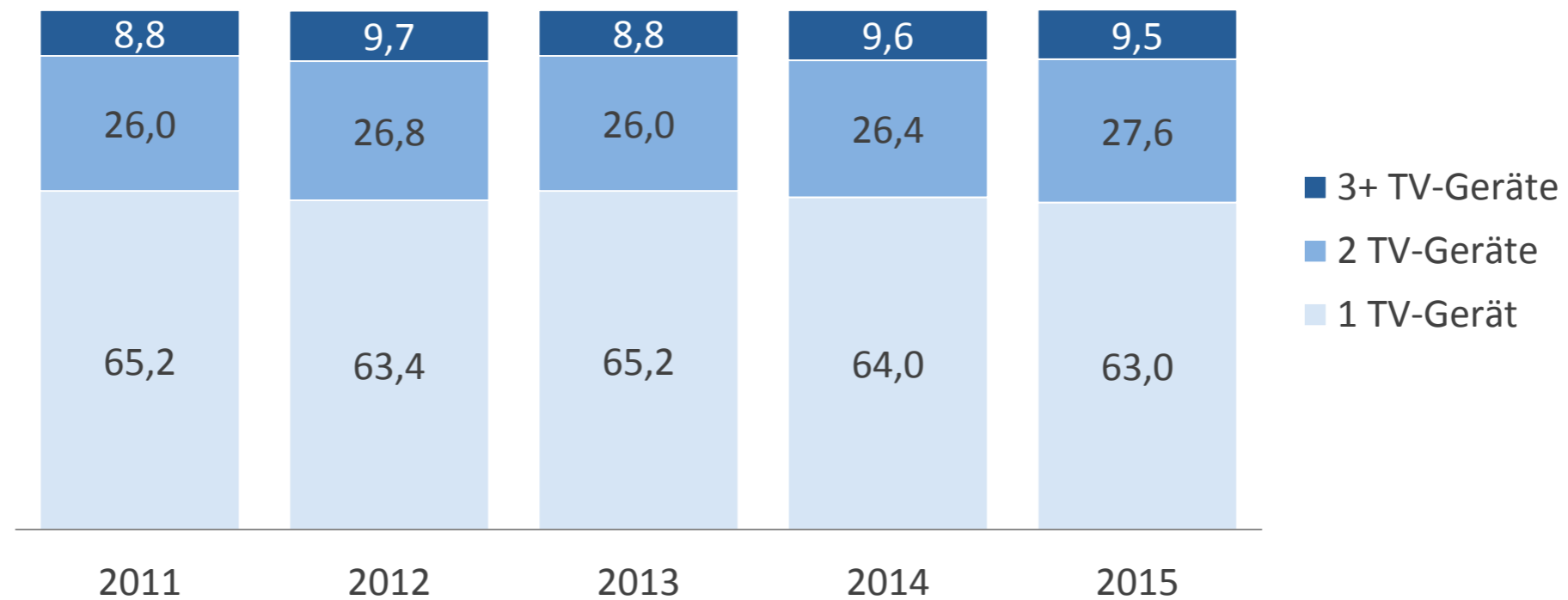


Angaben in Prozent

Basis: 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

TV-HH nach Anzahl TV-Geräte

Leichte Tendenz zu zwei oder mehr TV-Geräten pro Haushalt.
Insgesamt eher stabile Verteilung über die letzten Jahre.

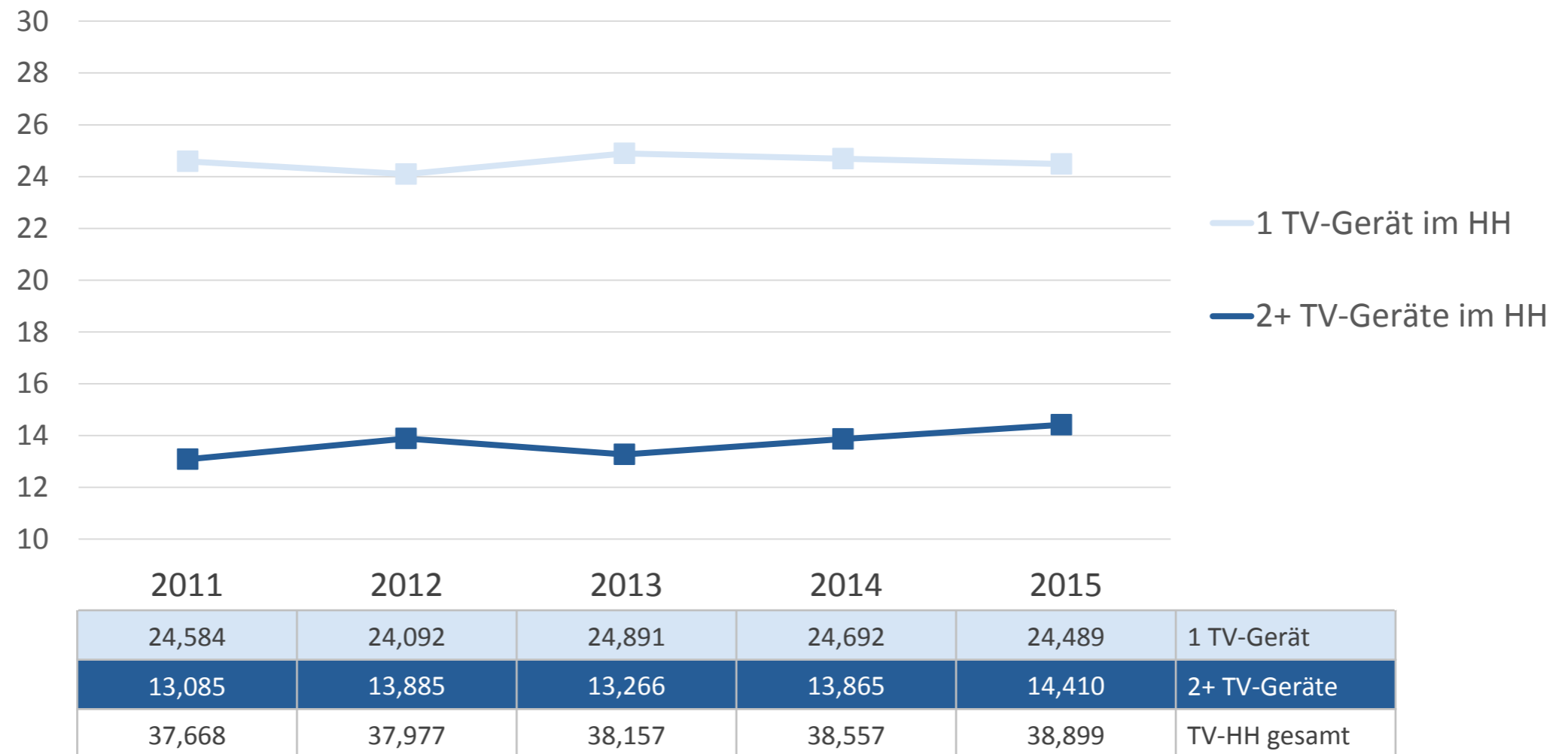


Angaben in Prozent

Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

TV-HH nach Anzahl TV-Geräte in Mio.

In fünf Jahren insgesamt leichter Anstieg der HH mit 2 oder mehr TV-Geräten auf rund 14,4 Mio.

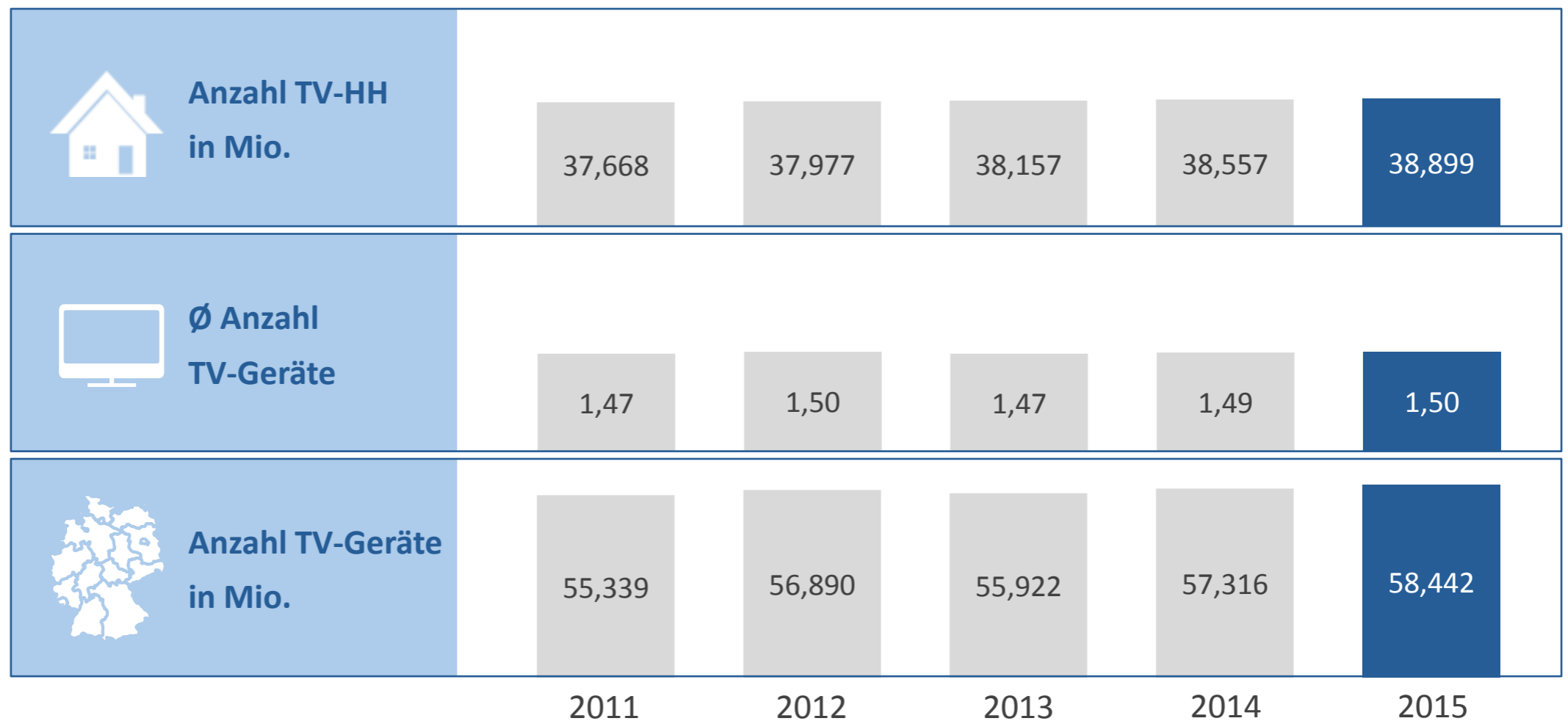


Angaben in Mio.

Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Anzahl TV-Geräte in TV-HH

In 38,9 Mio. TV-HH stehen insgesamt 58,4 Mio. TV-Geräte.
Durchschnitt mit 1,5 pro TV-HH weitgehend stabil.



Basis: 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

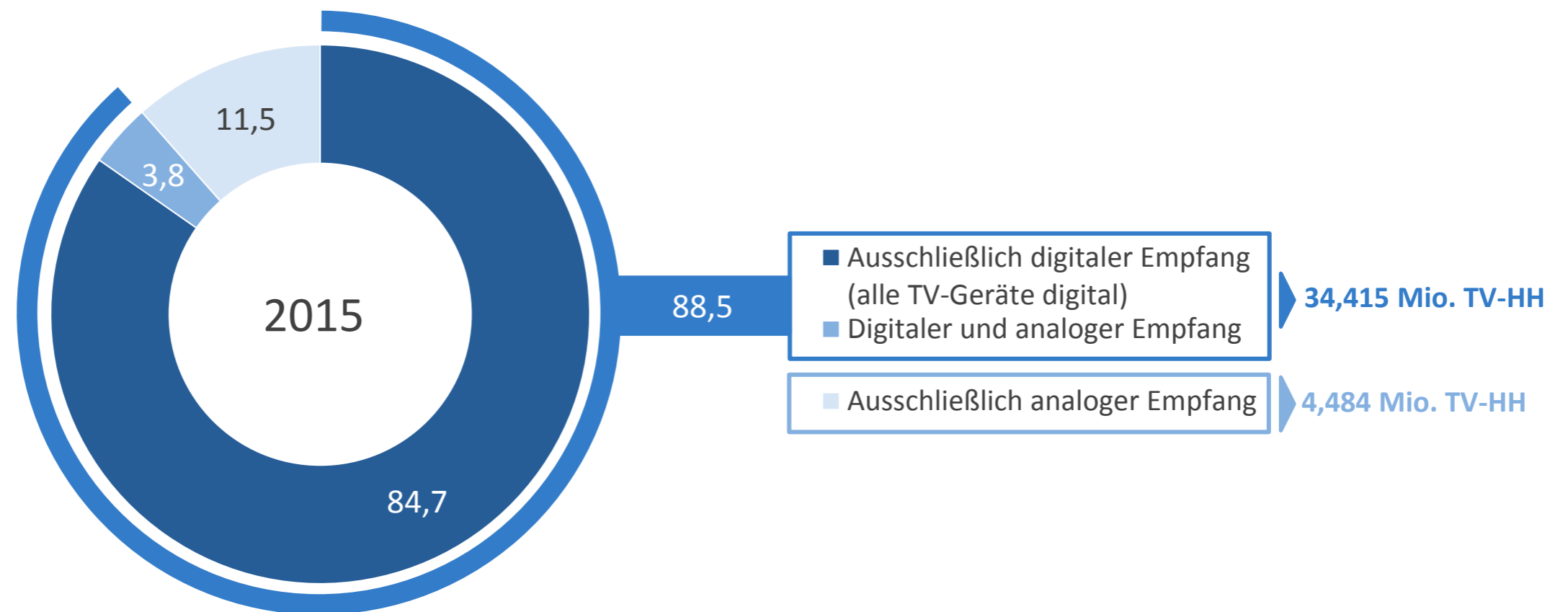
Verteilung der Übertragungswege und Stand der Digitalisierung in den TV-HH Mitte 2015



© Tsiumpaj, Fotolia #49532342

Digitalisierung in den TV-HH Mitte 2015

88,5% der TV-HH empfangen an mindestens einem Gerät digital, entsprechende 11,5% ausschließlich analog.

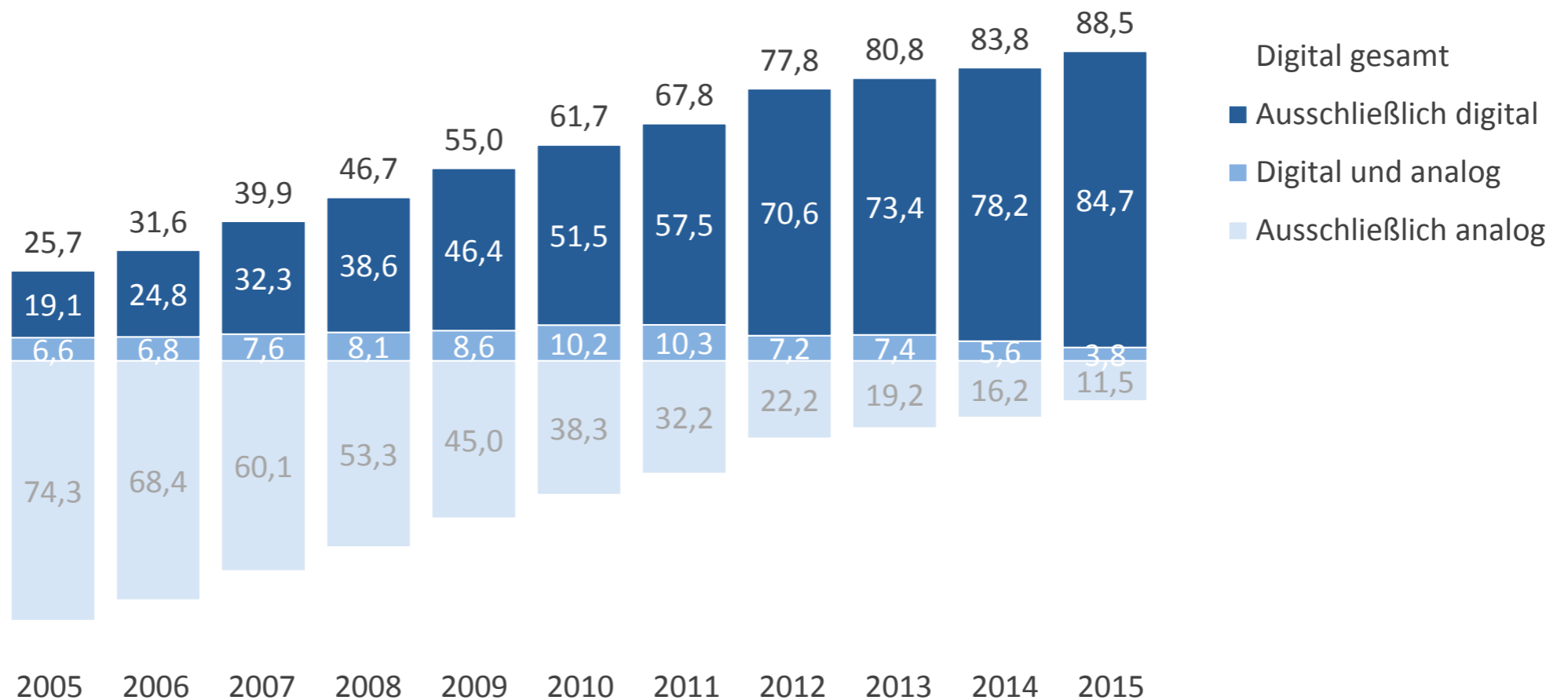


Angaben in Prozent

Basis: 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Digitalisierung in den TV-HH 2005-2015

Stetes Wachstum: Digitalisierungsgrad steigt auf 88,5%

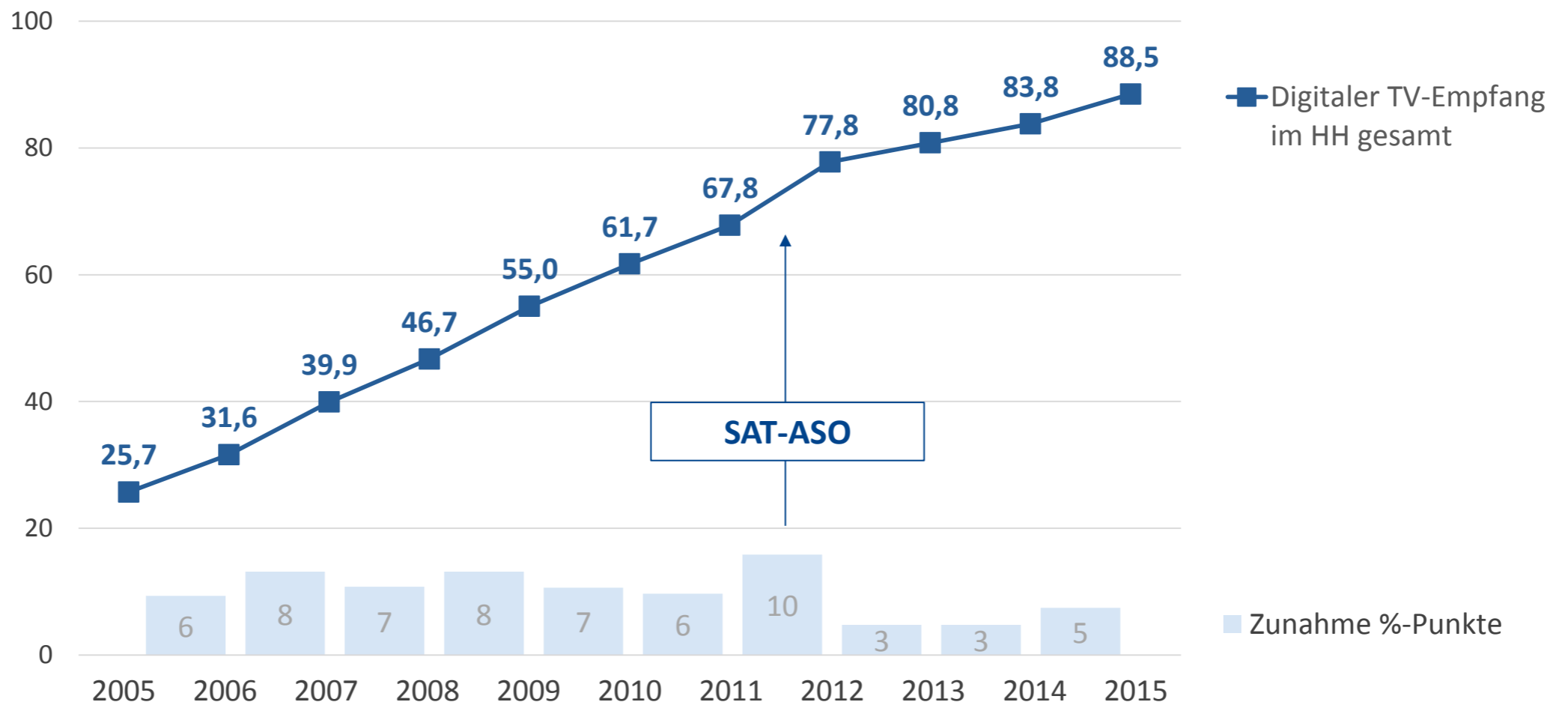


Angaben in Prozent; ausschließlich digital = alle TV-Geräte im HH digital

Basis: 33,904 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Digitalisierung in den TV-HH 2005-2015

Aktuell wieder etwas stärkerer Anstieg: +5% Punkte

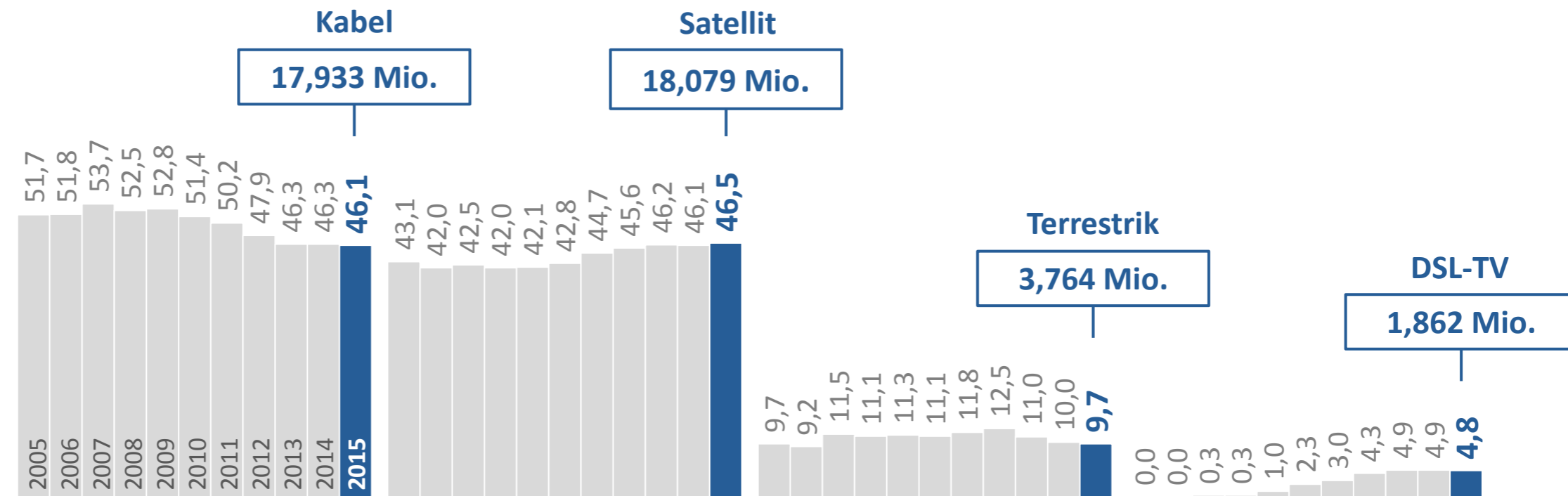


Angaben in Prozent

Basis: 33,904 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Verteilung der Übertragungswege

SAT und Kabel deutlich vorne und fast gleich auf, DSL-TV bleibt konstant. Leichter Rückgang bei DVB-T setzt sich fort.

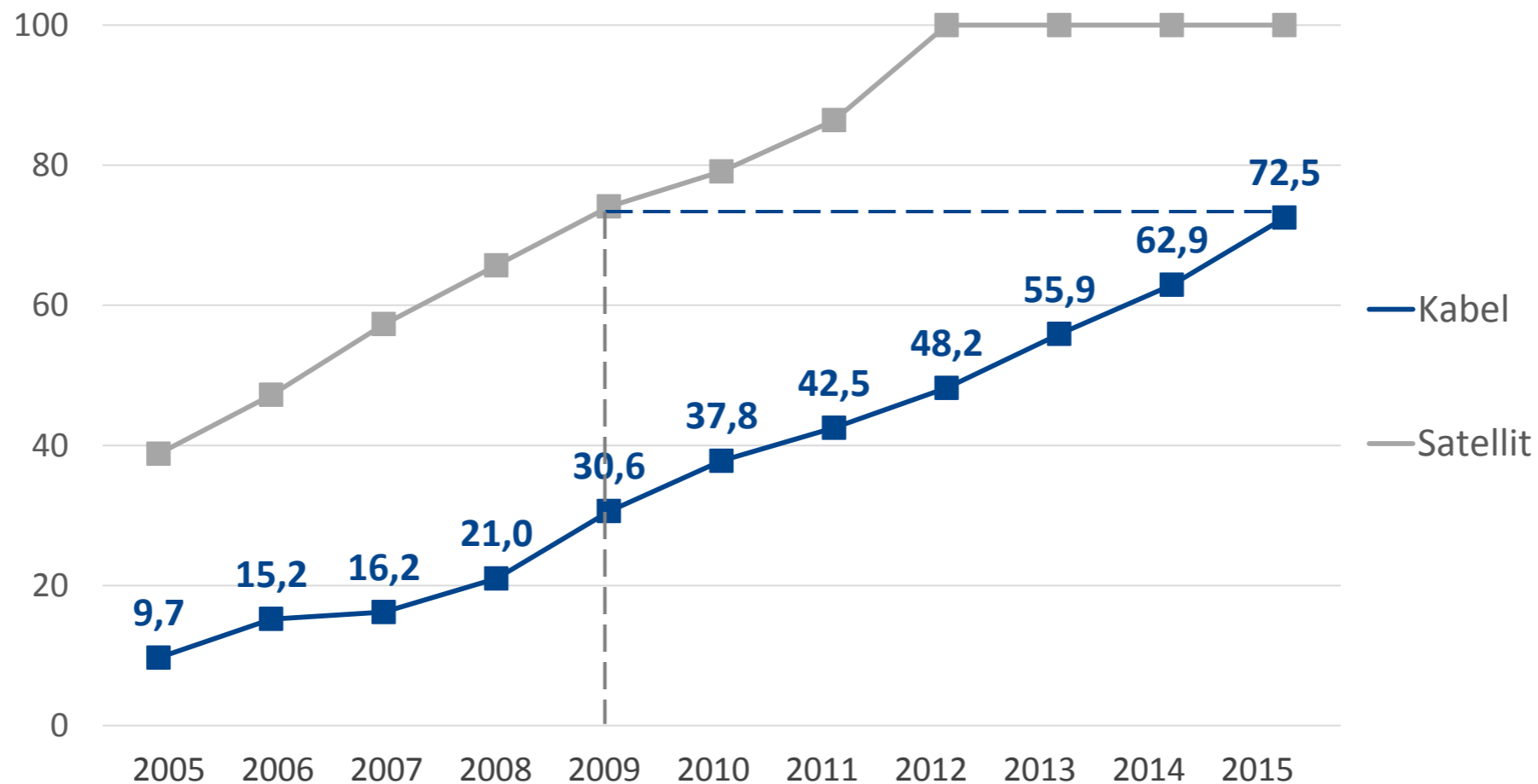


Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang

Basis: 33,904 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Digitalisierung in den TV-HH 2005-2015

Digitalisierungsquote im Kabel steigt auf 72,5% - jetzt nahezu auf dem SAT-Niveau von 2009, als Astra den ASO ankündigt.

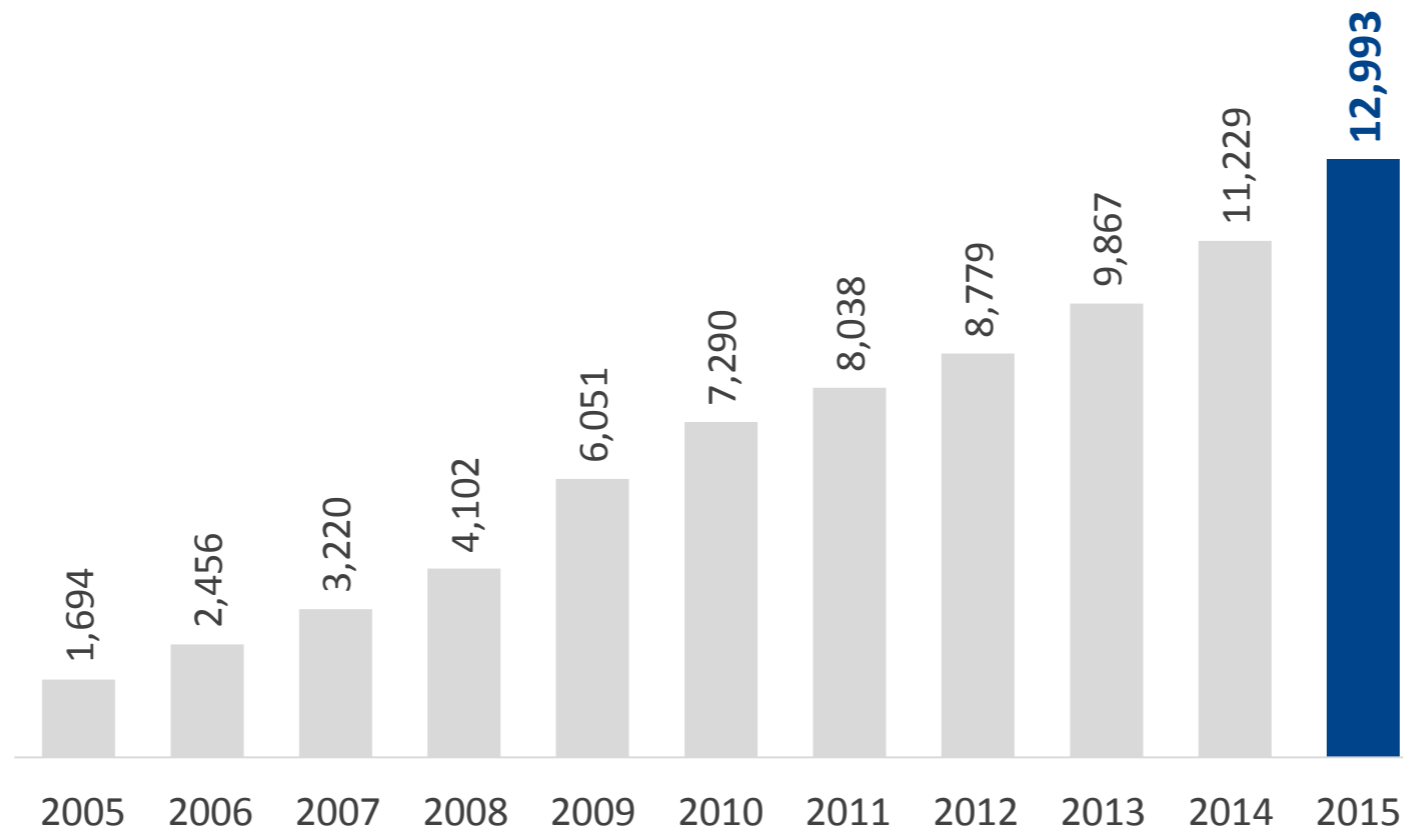


Angaben in Prozent

Basis: 17,529 / 17,571 / 19,859 / 19,558 / 19,765 / 19,273 / 18,928 / 18,201 / 17,656 / 17,860 / 17,933 Mio. Kabel-TV-HH
14,616 / 14,242 / 15,734 / 15,657 / 15,733 / 16,048 / 16,843 / 17,320 / 17,624 / 17,779 / 18,079 Mio. Sat-TV-HH

Digitale Kabel-TV-HH 2005-2015 in Mio.

In absoluten Zahlen: Knapp 13 Mio. Kabel-TV-Haushalte digitalisiert. Plus 1,7 Mio. seit letztem Jahr.



Angaben in Mio.

Basis: 17,529 / 17,571 / 19,859 / 19,558 / 19,765 / 19,273 / 18,928 / 18,201 / 17,656 / 17,860 / 17,933 Mio. Kabel-TV-HH

Exkurs analoge Kabel-TV-HH

NEU

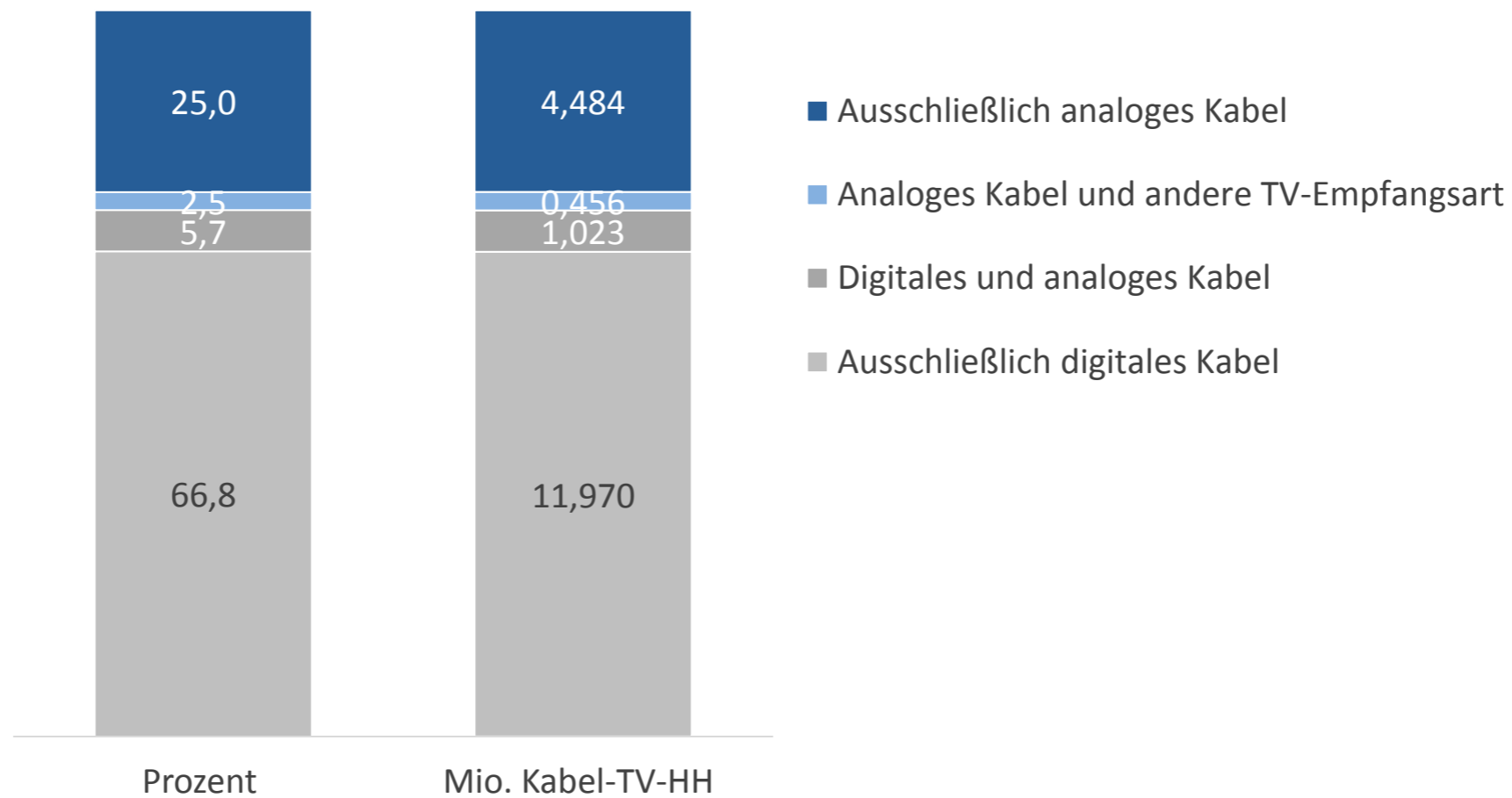


© Tsiumpaj, Fotolia #49532342

Kabel-TV-Haushalte: Analog vs. digital

Nur noch jeder vierte Kabel-TV-HH empfängt ausschließlich analog: das sind rund 4,5 Mio. HH

NEU

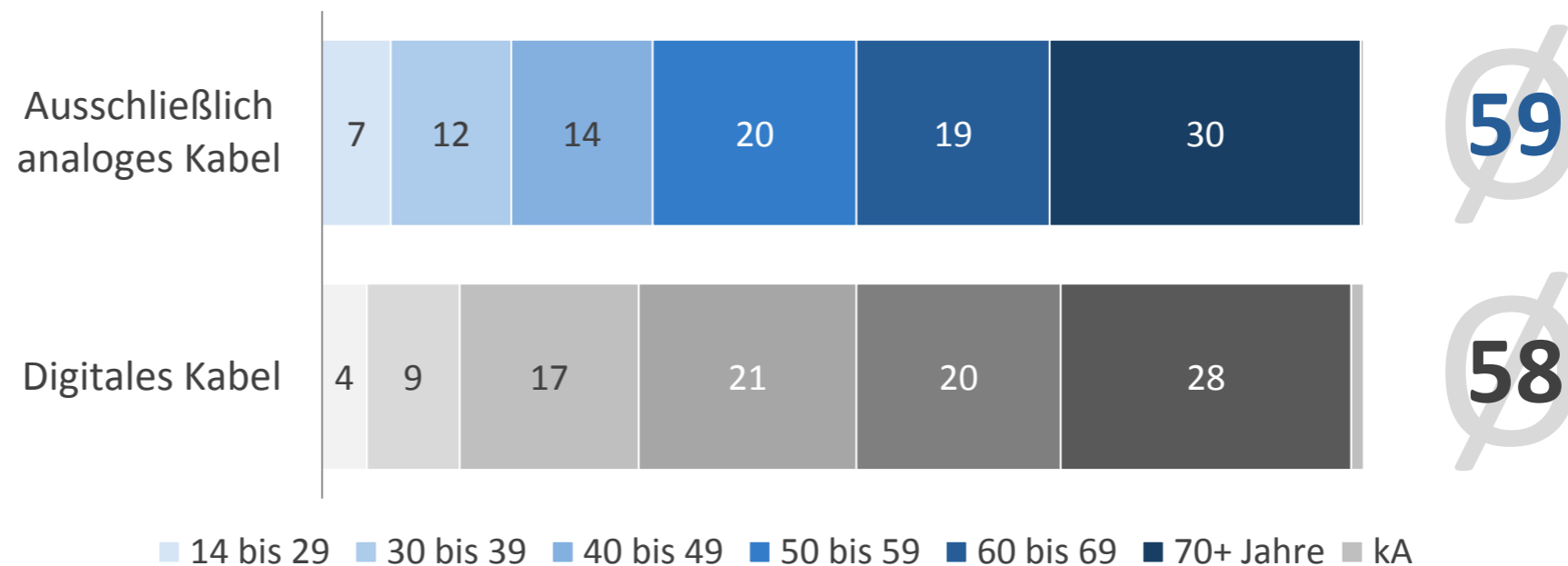


Angaben in Prozent / Mio.
Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland

Kabel-TV-HH: Analog vs. digital – Alter HEB*

Im Durchschnitt sehr ähnlich, aber vergleichsweise mehr U40 einerseits und Ü70 andererseits in analogen Kabel-Haushalten.

NEU

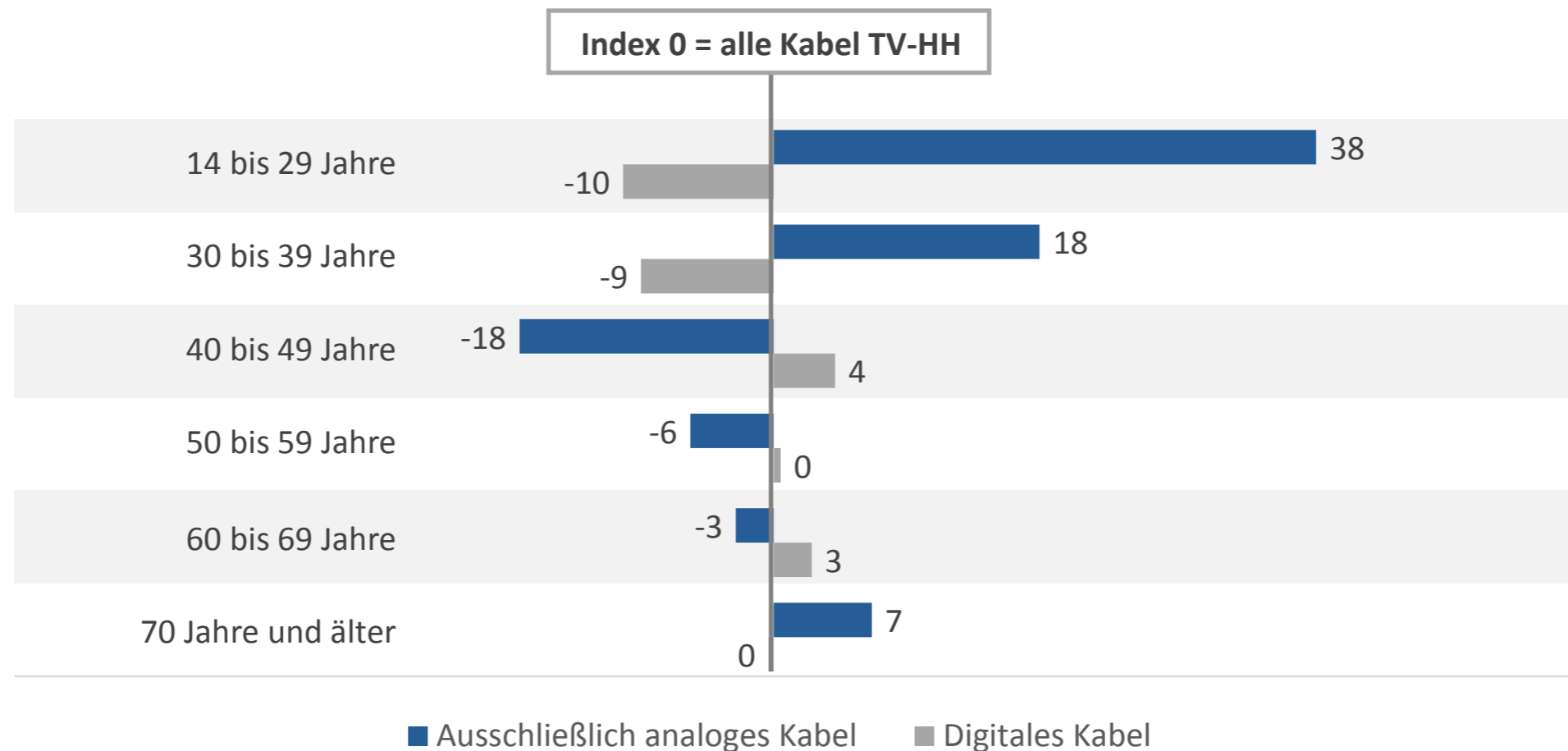


Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: Analog / digital – Alter HEB*

Anders betrachtet: Insbesondere HEBs zwischen 40 und 59 Jahren sind in analogen Kabel-HH unterrepräsentiert.



Indexdarstellung; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

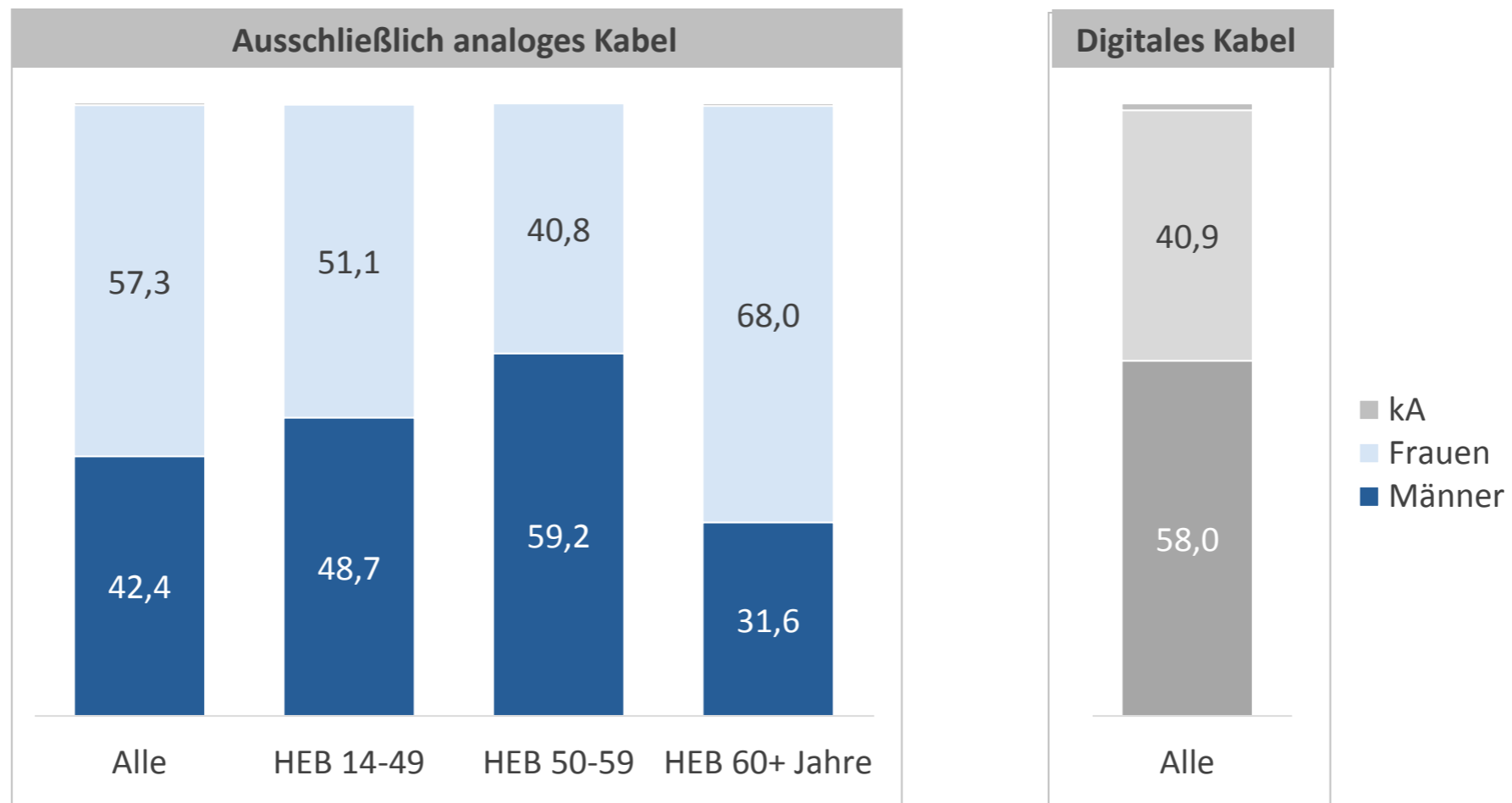
Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

NEU

Kabel-TV-HH: Analog / digital – Geschlecht HEB*

Insgesamt deutlich mehr Frauen sind in analogen Kabel-HH der HEB – allerdings gibt es große Unterschiede nach Alter.

NEU



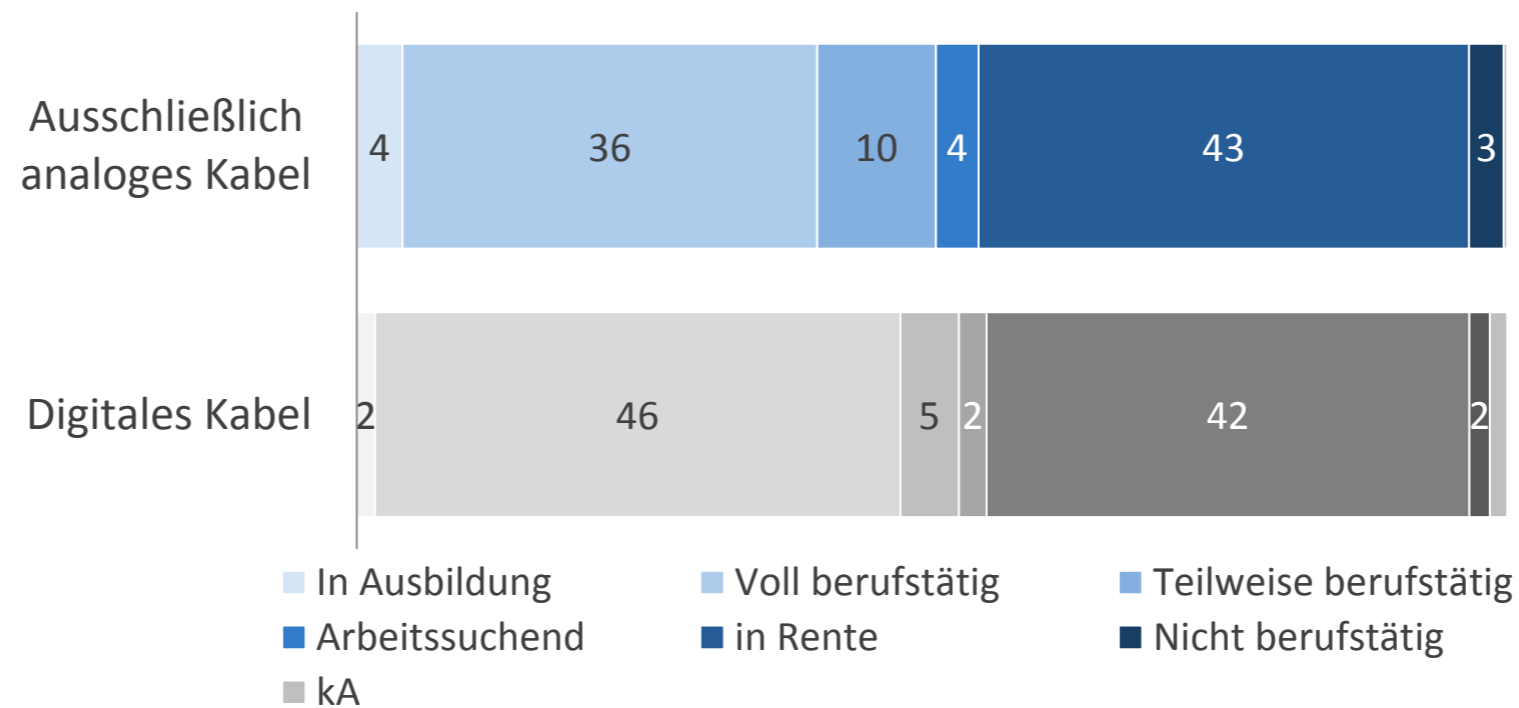
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: Berufstätigkeit HEB*

Insgesamt weniger berufstätige, insbesondere weniger voll berufstätige HEBs in analogen Kabel-HH.

NEU



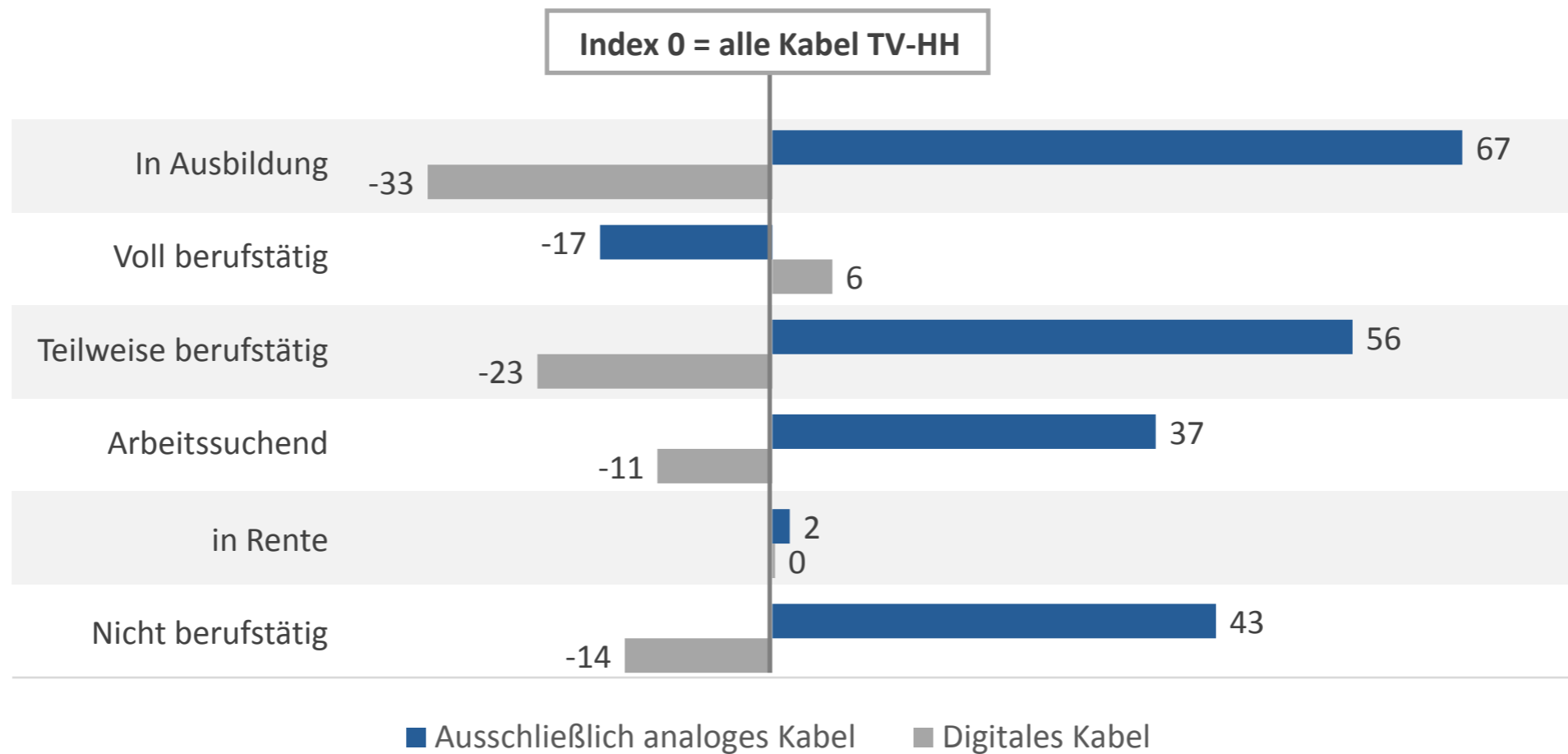
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: Berufstätigkeit HEB*

Überproportional viele in Ausbildung, teilweise oder (aktuell) nicht Berufstätige in analogen Kabel-Haushalten.

NEU



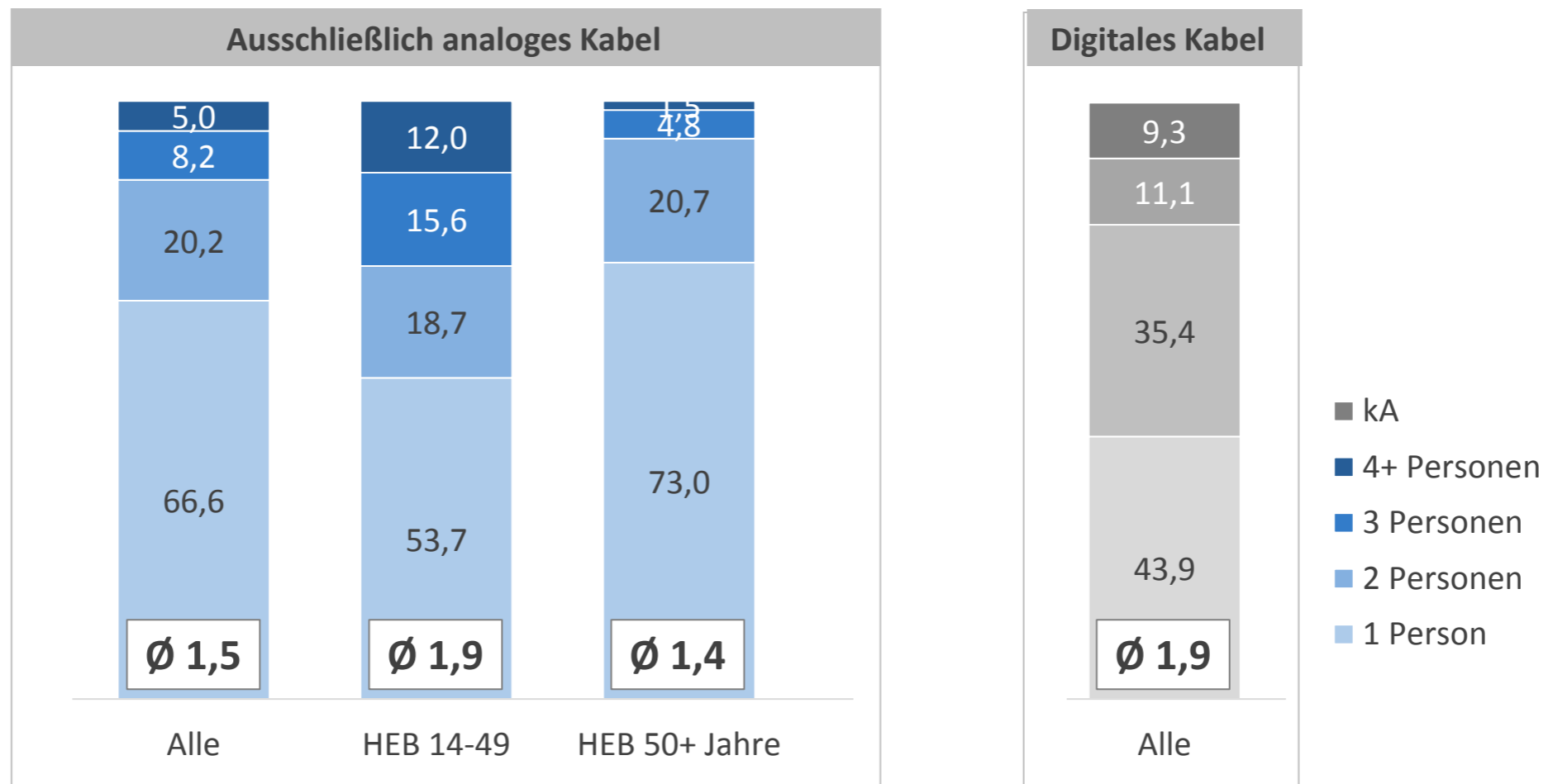
Indexdarstellung; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: Analog / digital – HH-Größe

Single-HH dominieren innerhalb der analogen Kabel-HH – aber auch viele Mehrpersonen-HH unter den „jüngeren“ analogen HH.

NEU



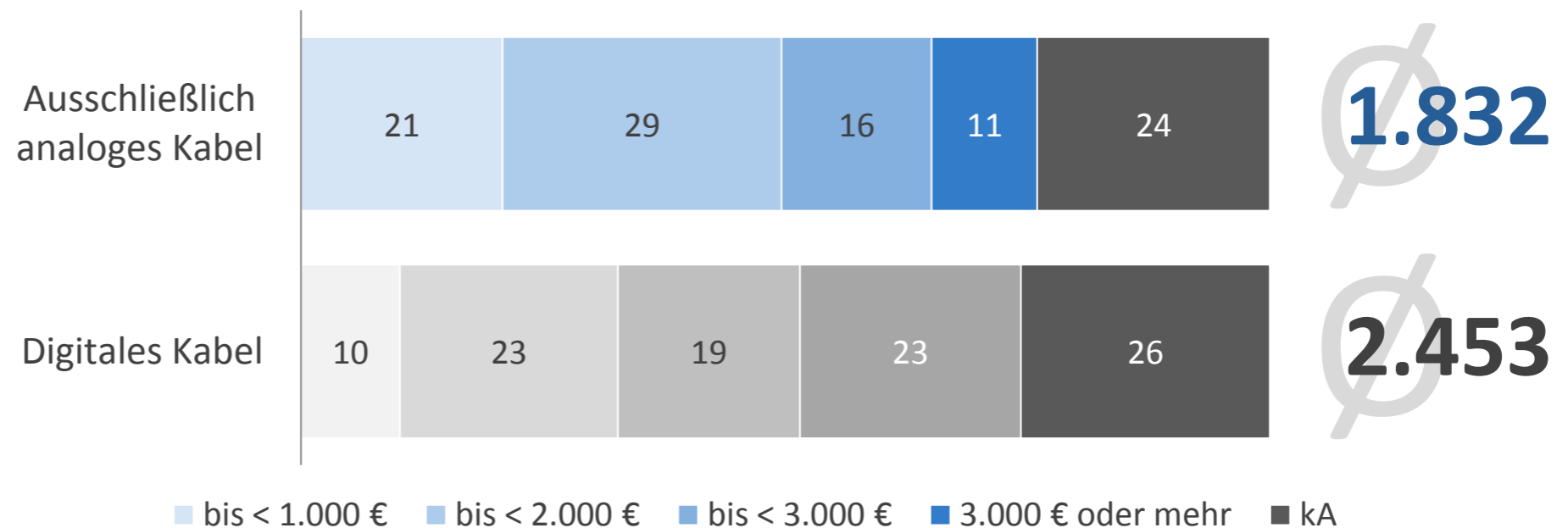
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: HH-Nettoeinkommen / Mon.

Untere Einkommensgruppen in analogen Kabel-HH klar überrepräsentiert: ein Resultat der geringeren HH-Größe und Erwerbsquote.

NEU



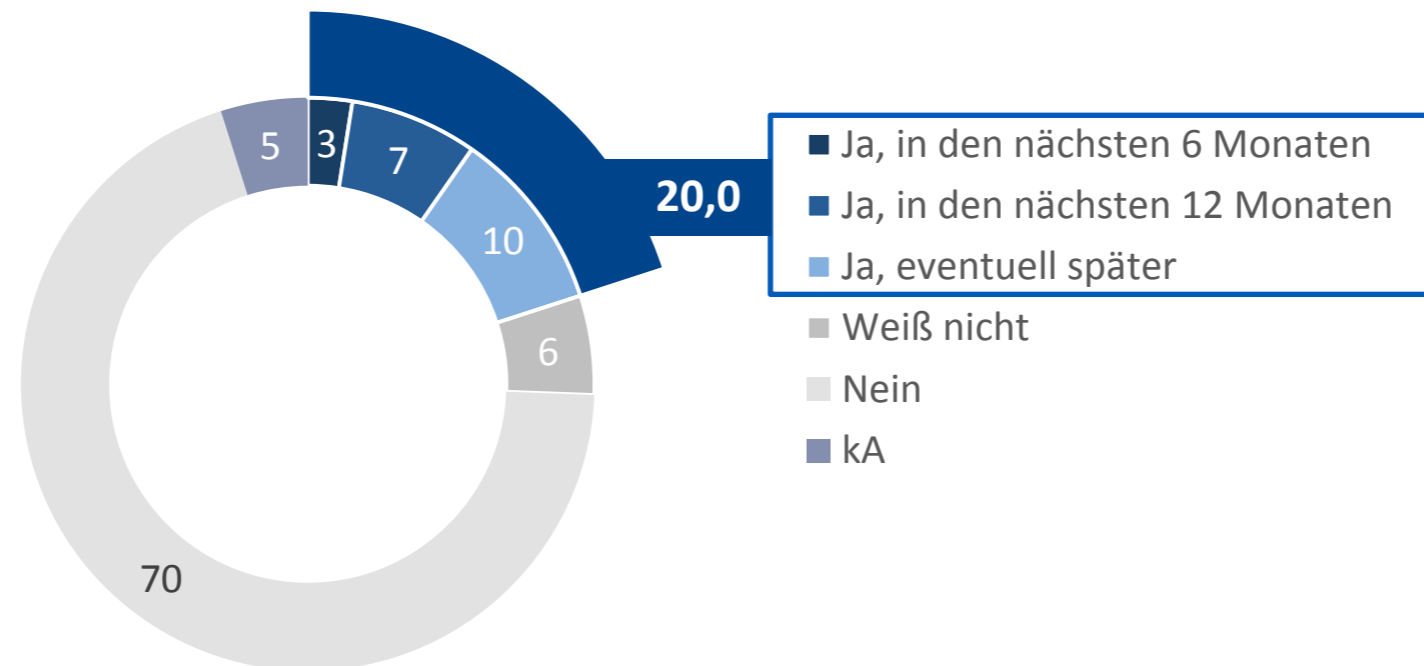
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Analoge Kabel-TV-HH: Wechsel zu digital

Nur jeder 5. analoge Kabel-HH zieht einen Wechsel zu digital in Betracht. Die wenigsten planen einen zeitnahen Wechsel.

NEU



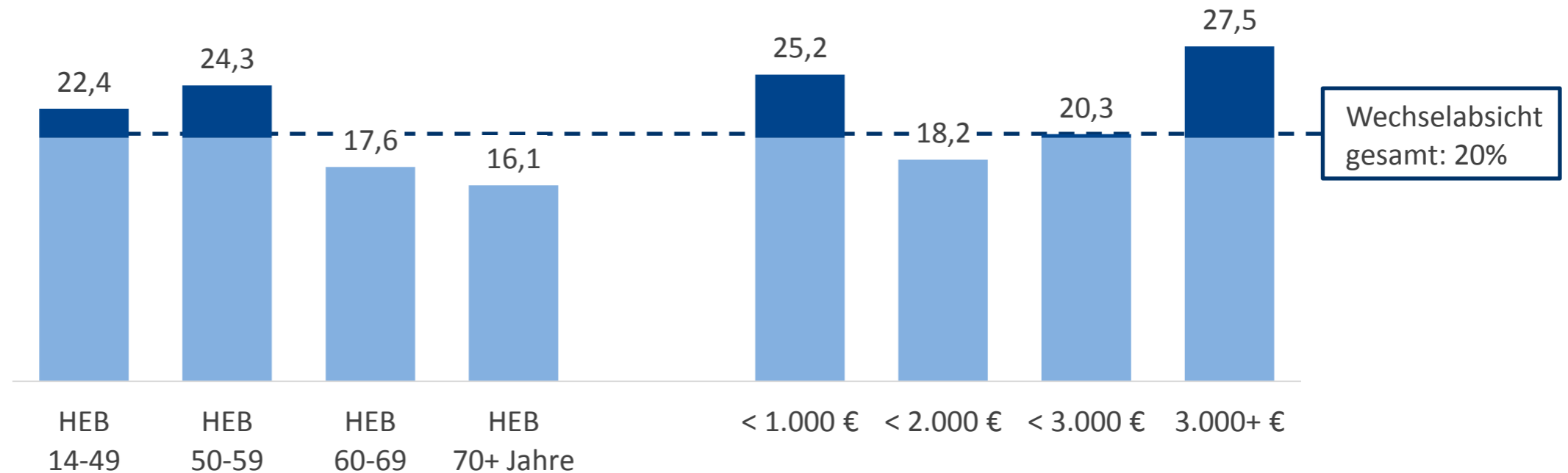
Angaben in Prozent;

Basis: 4,484 Mio. ausschließlich analoge Kabel-TV-HH in Deutschland

Analoge Kabel-TV-HH: Wechsel zu digital

Unter 60-jährige HEBs tendieren eher zum Wechsel. Außerdem besser verdienende und solche mit geringem HH-Einkommen.

NEU

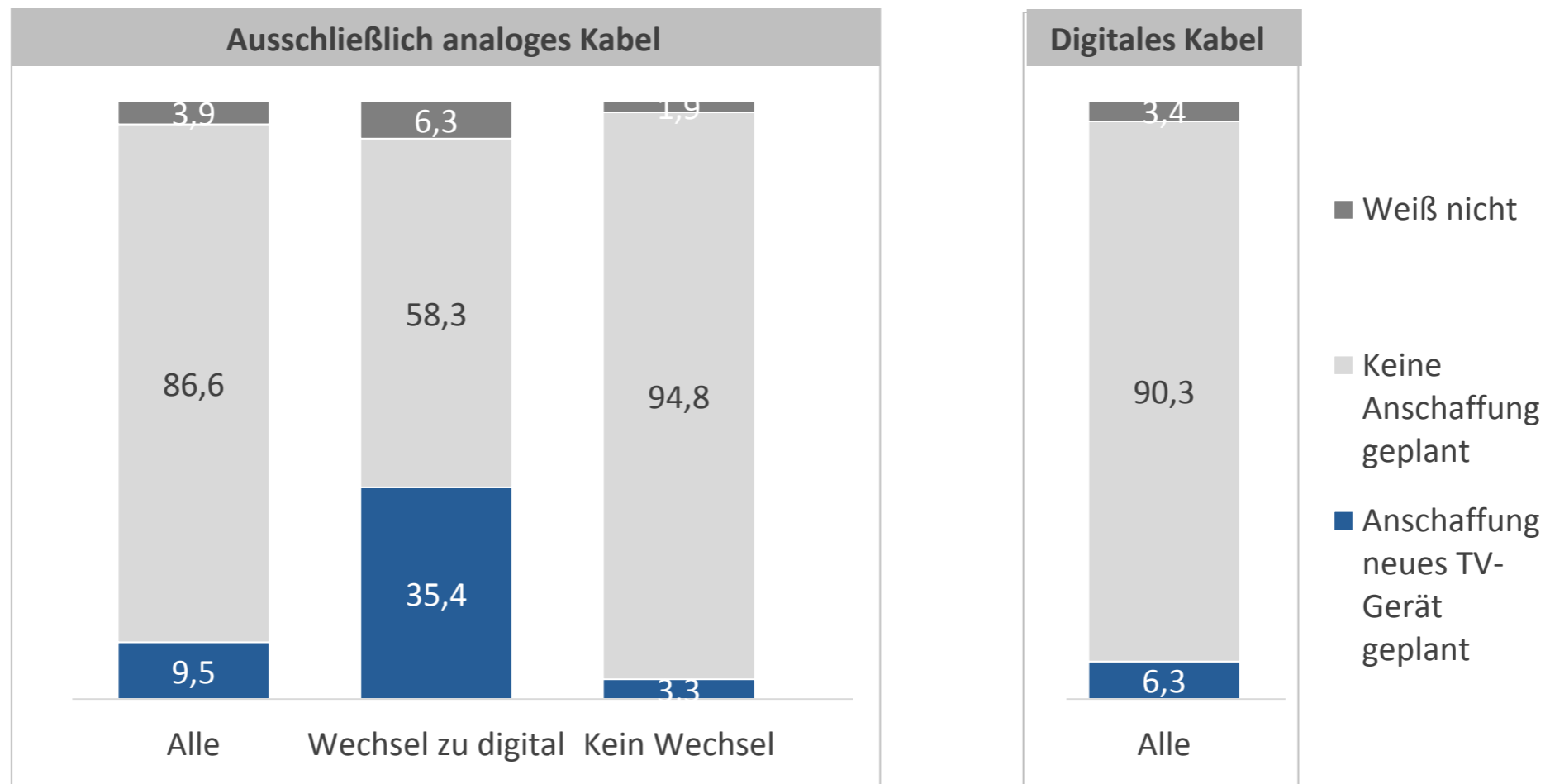


Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt; HH-Nettoeinkommen pro Monat.
Basis: 4,484 Mio. ausschließlich analoge Kabel-TV-HH in Deutschland

Kabel-TV-HH: Anschaffungsabsicht TV-Gerät

Konsequent: Über ein Drittel der Wechselwilligen plant auch die Anschaffung eines neuen TV-Geräts.

NEU



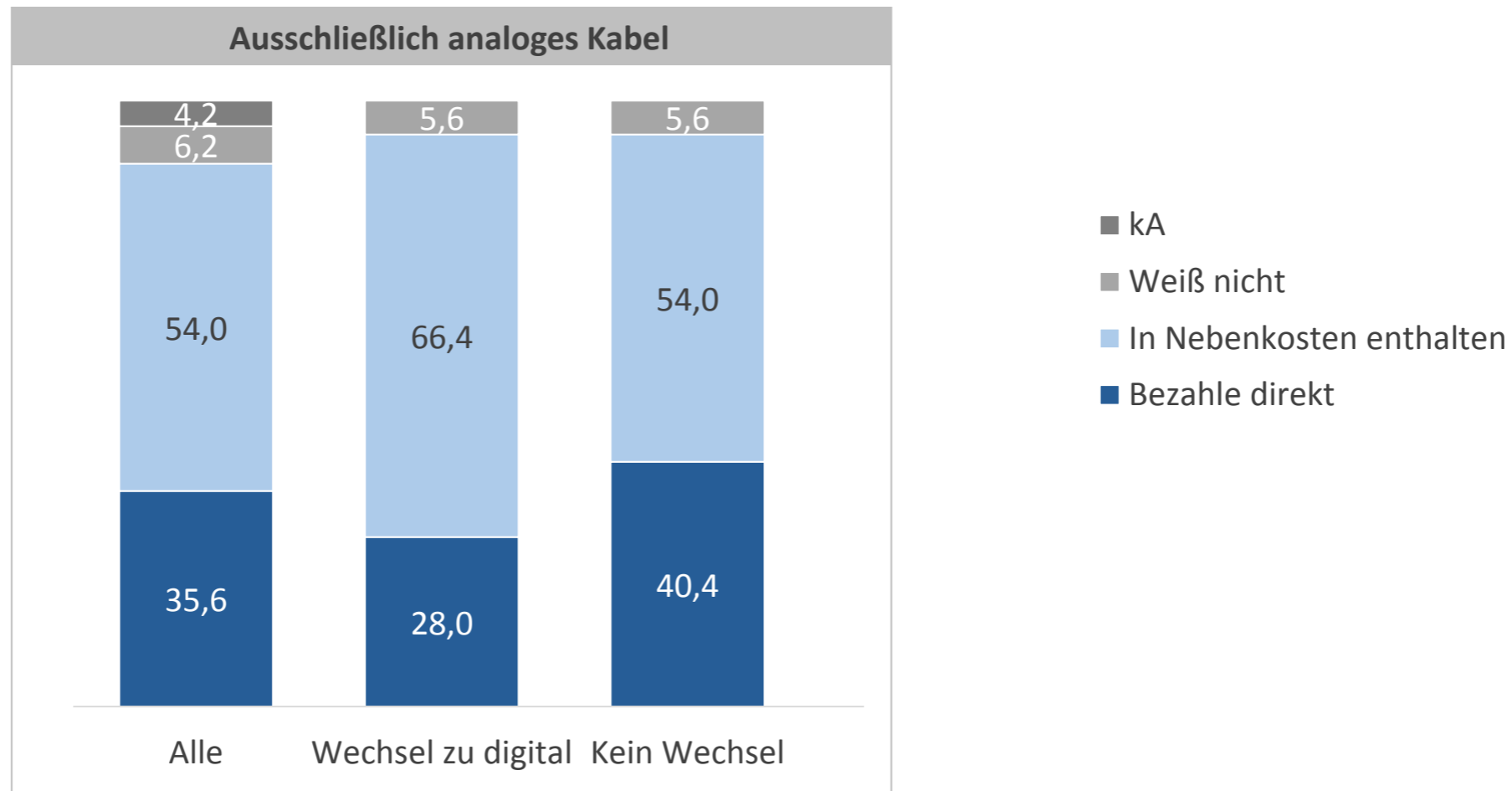
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Analoge Kabel-TV-HH: Kabelgebühr

Gut die Hälfte aller analogen HH zahlt die Gebühr mit den Nebenkosten. Unter den Wechselwilligen sind es sogar zwei Drittel.

NEU



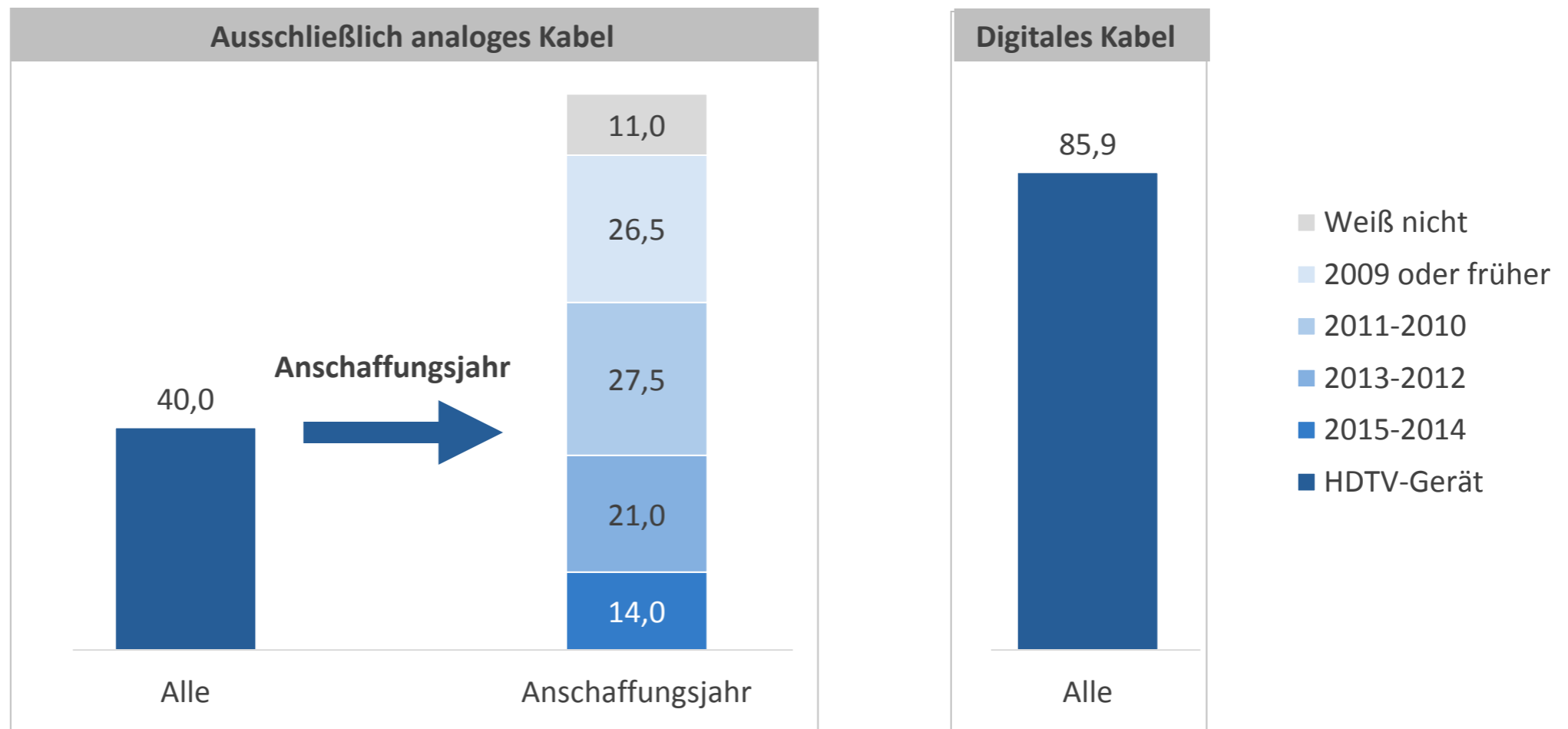
Angaben in Prozent.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: 1. TV-Gerät ist HDTV-Gerät

40% der analogen Kabel-HH haben ein HDTV-Gerät. 1/3 davon ist unter 3 Jahre alt – und eventuell sogar doch schon „digital“?

NEU



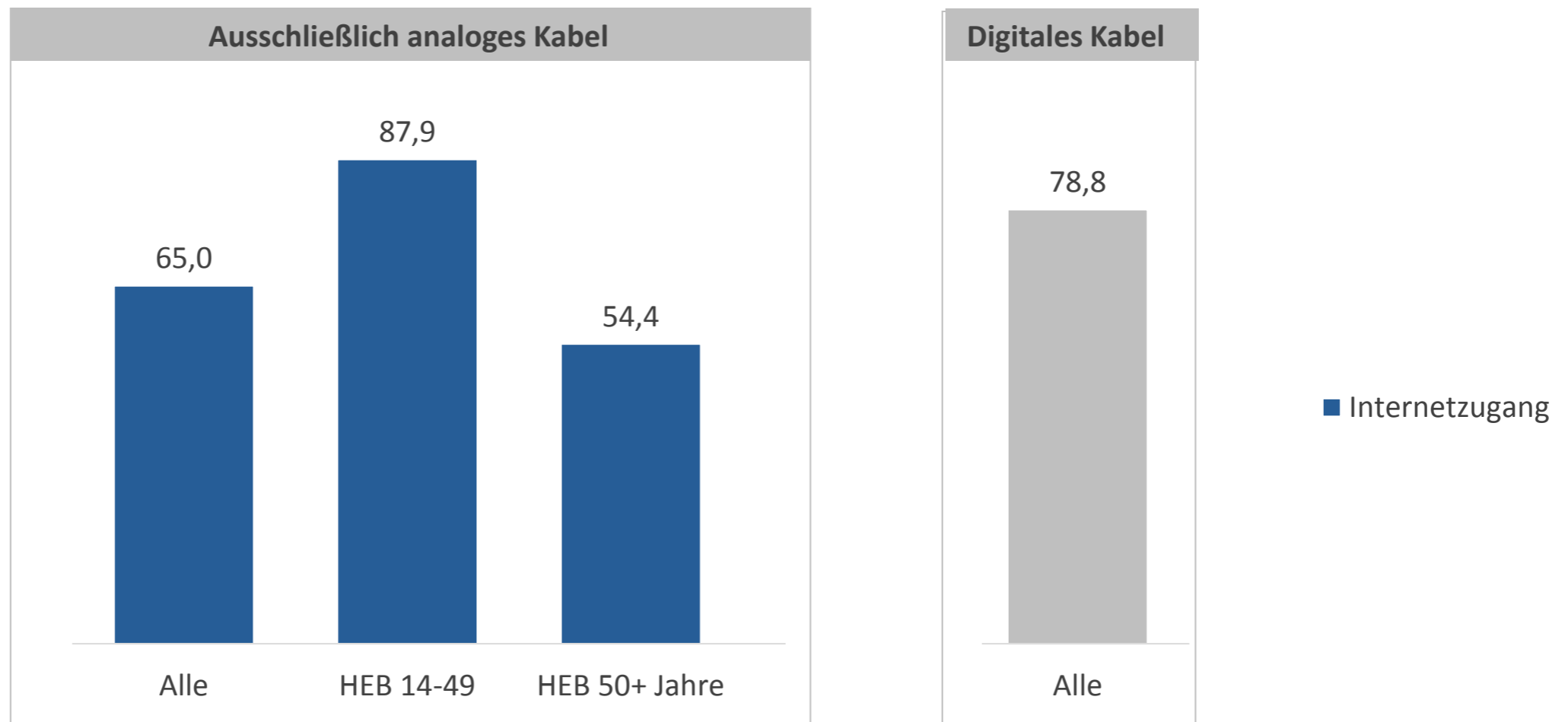
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: Internetzugang

Knapp zwei Drittel der analogen Kabel-HH haben zu Hause Internetzugang, bei den „Jüngeren“ sogar 88%.

NEU



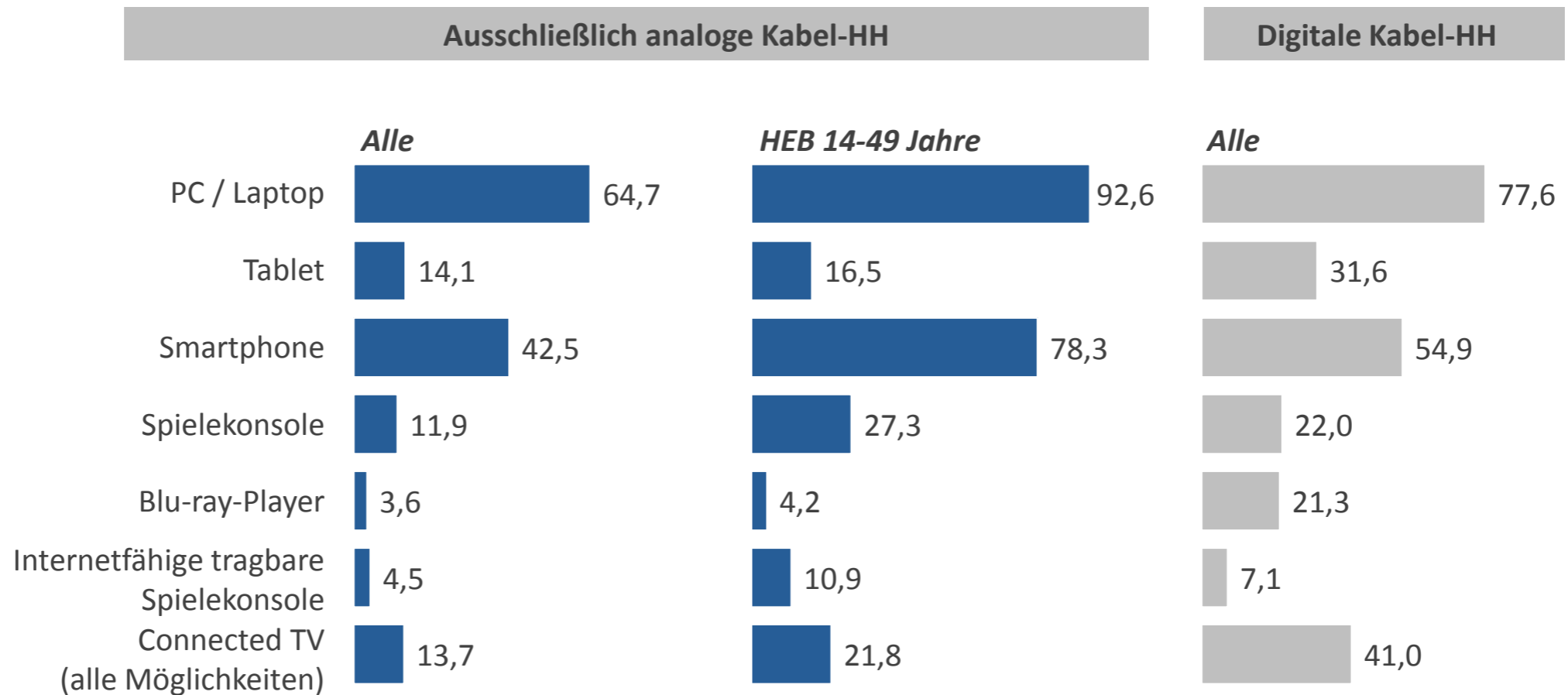
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Kabel-TV-HH: Haushaltsausstattung

„Jüngere“ analoge Kabel-HH z.T. deutlich besser ausgestattet als digitale – außer bei Connected TV.

NEU



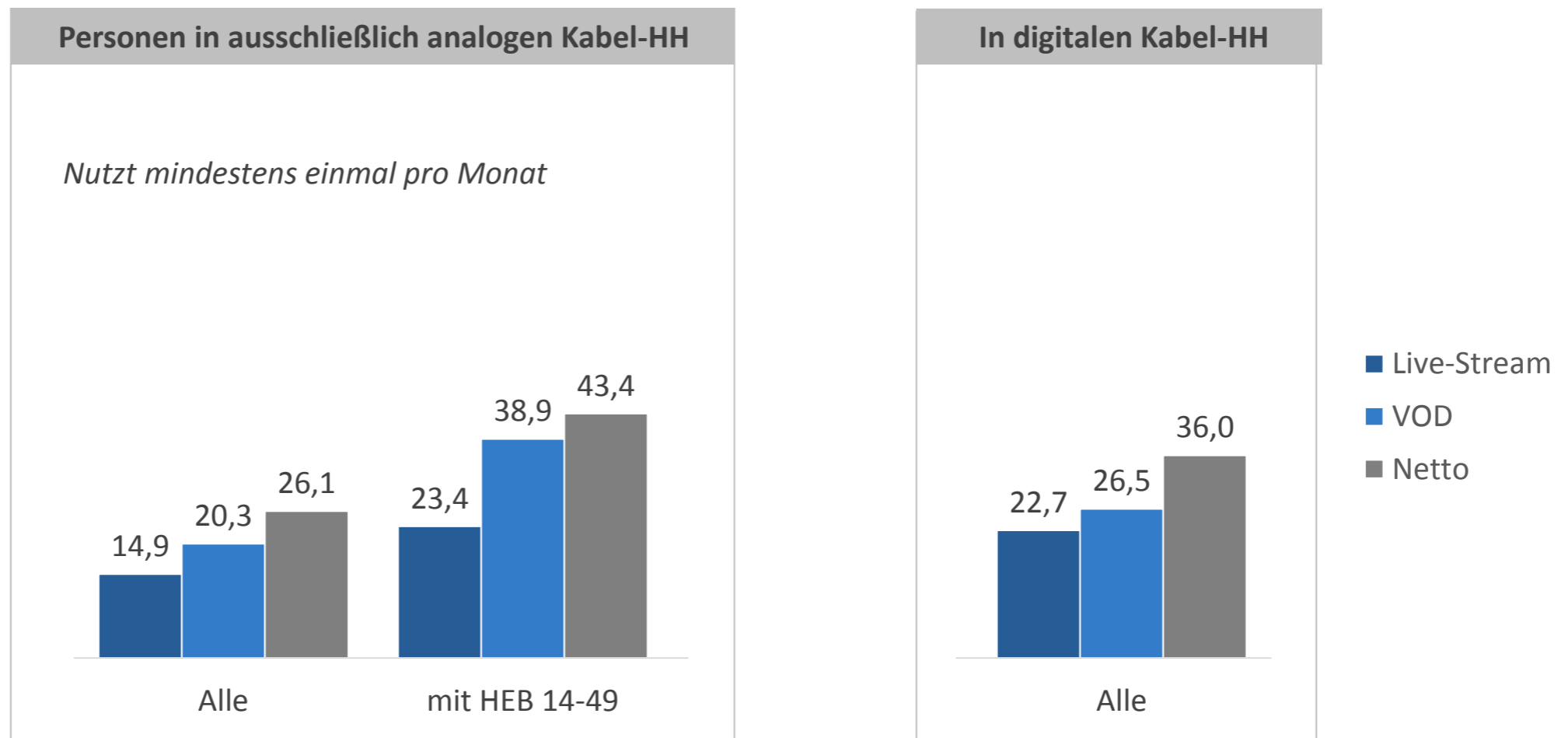
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 17,933 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland, davon 4,484 Mio. ausschließlich analog, 12,993 Mio. digital

Videonutzung aus dem Internet

43% der 14+ in „jüngeren“ analogen Kabel-HH nutzen mind. einmal pro Monat Content aus dem Internet, insbesondere auf Abruf.

NEU



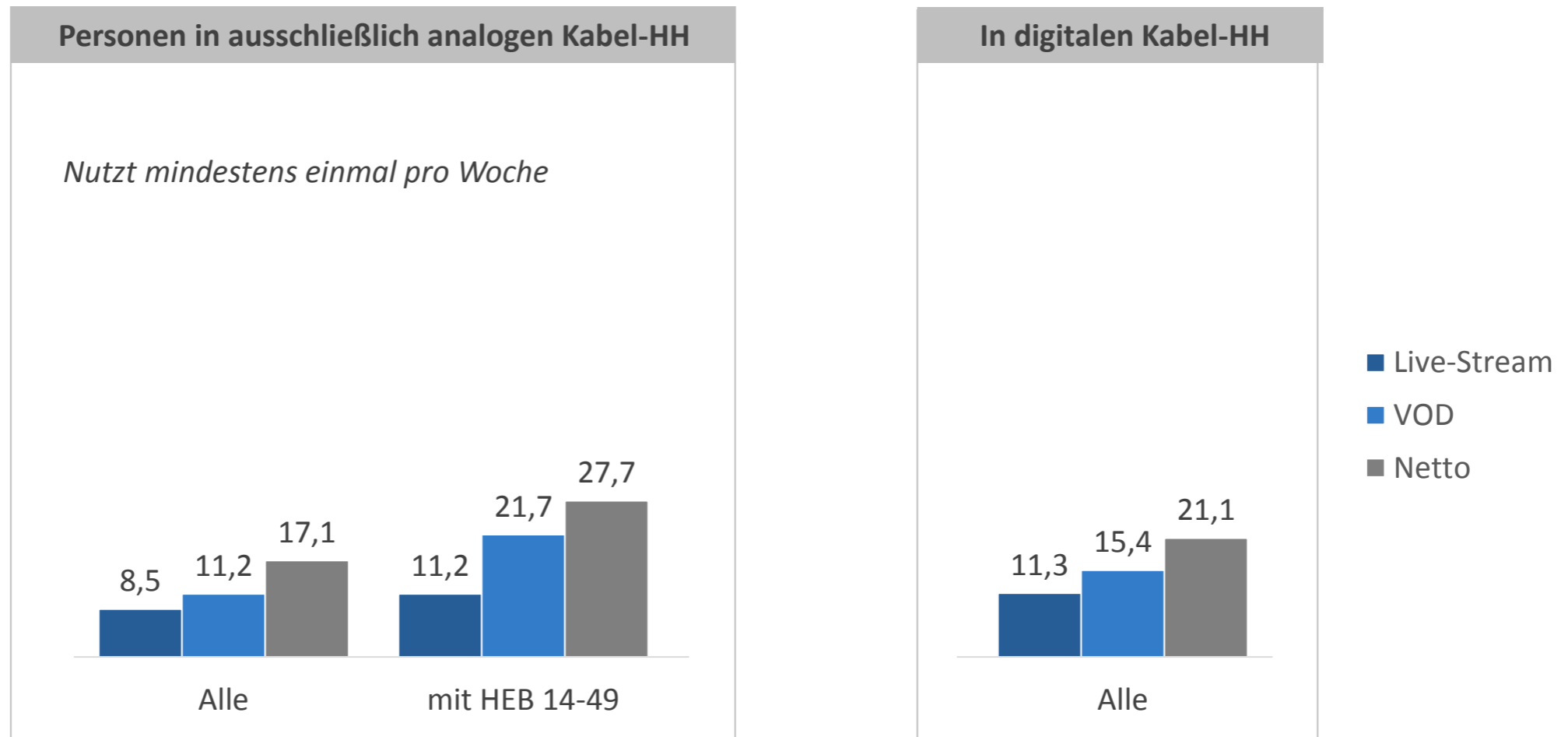
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 6,488 Mio. Personen ab 14 Jahre in ausschließlich analogen Kabel-TV-HH / 22,643 Mio. in digitalen Kabel-TV-HH

Videonutzung aus dem Internet

28% tun dies sogar wöchentlich.

NEU



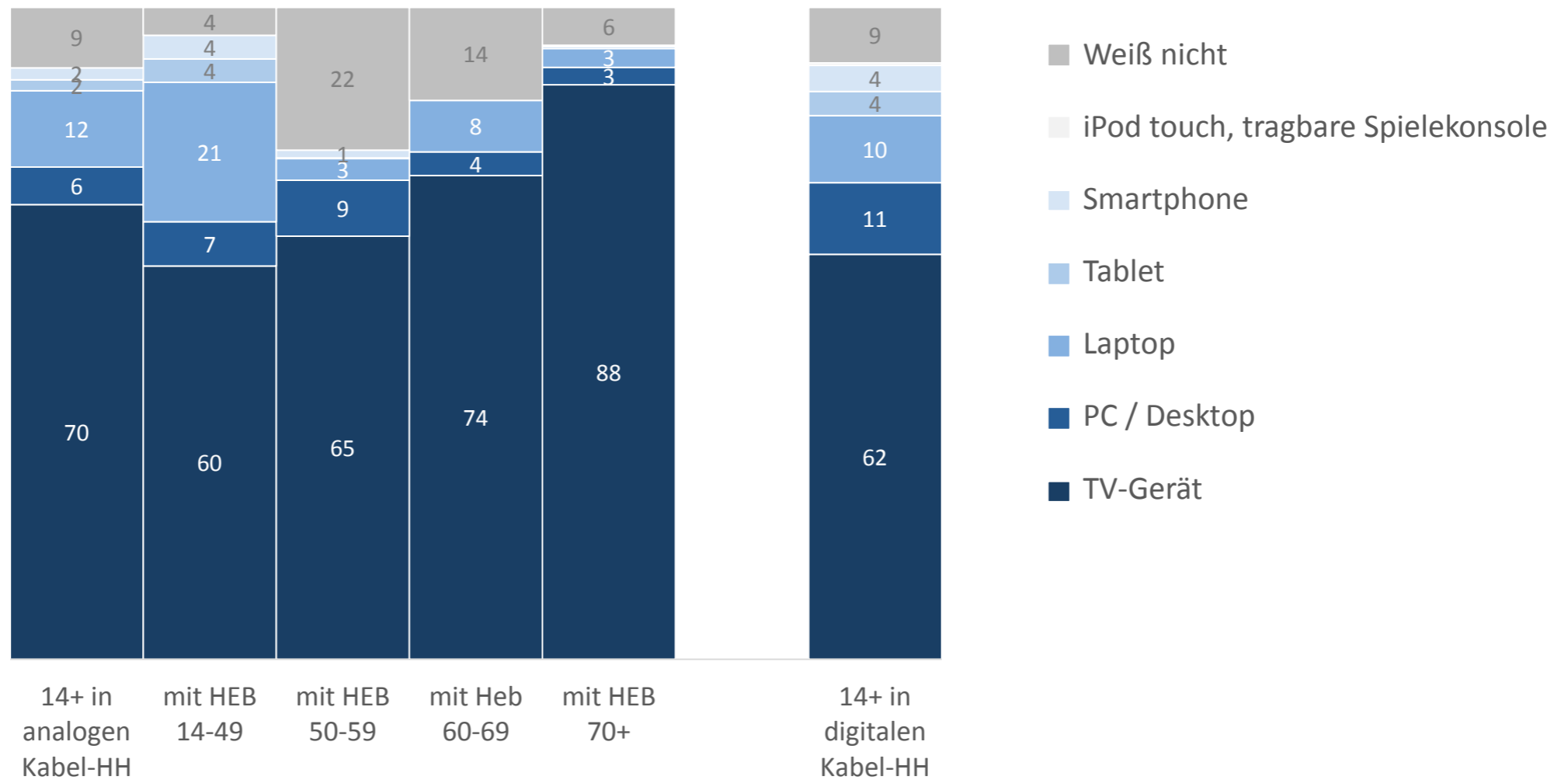
Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 6,488 Mio. Personen ab 14 Jahre in ausschließlich analogen Kabel-TV-HH / 22,643 Mio. in digitalen Kabel-TV-HH

Wichtigstes Gerät zur Videonutzung

Über ein Drittel der Personen ab 14 Jahren in „jüngeren“ analogen Kabel-HH wählt nicht das TV-Gerät als wichtigstes Gerät.

NEU
Exkurs
fertig

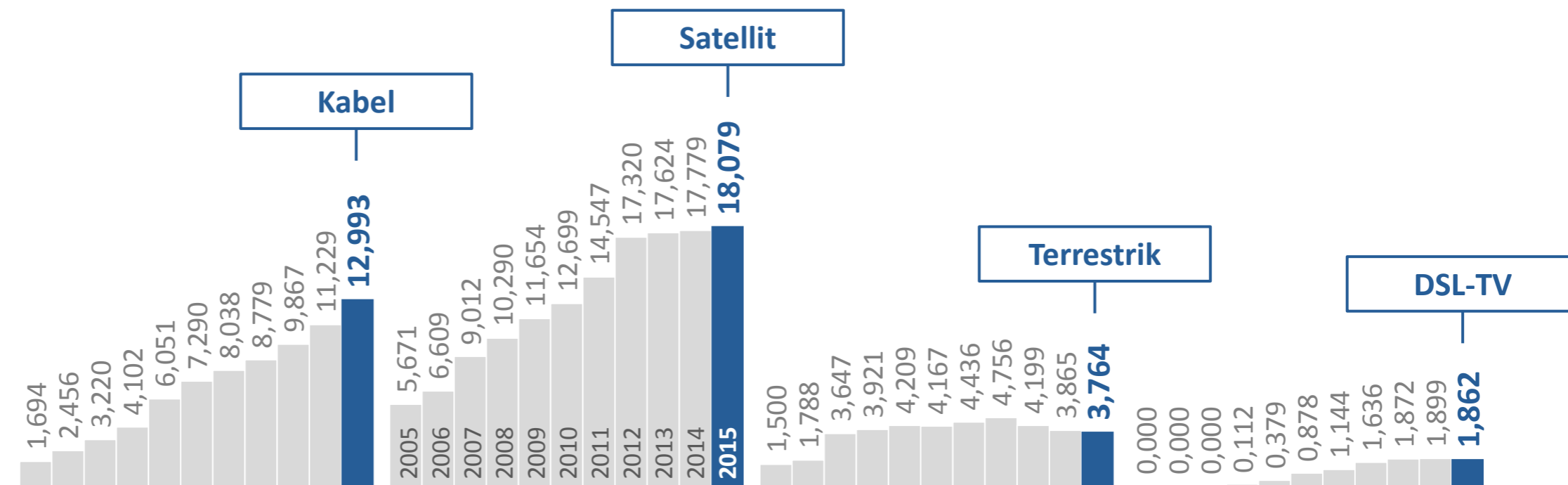


Angaben in Prozent; * HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt.

Basis: 6,488 Mio. Personen ab 14 Jahre in ausschließlich analogen Kabel-TV-HH / 22,643 Mio. in digitalen Kabel-TV-HH

Anzahl digitale TV-HH pro Übertragungsweg

SAT-HH weiter vorne, Kabel zieht deutlich nach: Plus rd. 1,7 Mio.

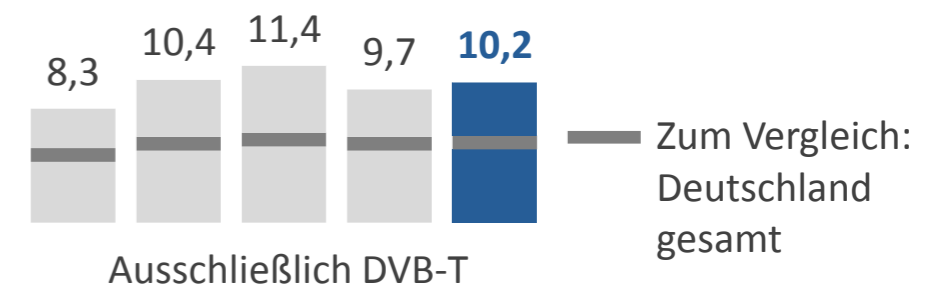
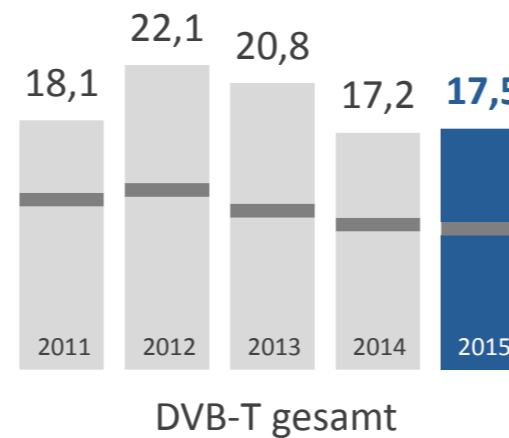


Angaben in Mio.

Basis: 33,904 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

DVB-T in den Kernregionen

Rückgang in den Kernregionen gestoppt. Und nach wie vor deutlich höhere DVB-T-Relevanz in den Kernregionen.

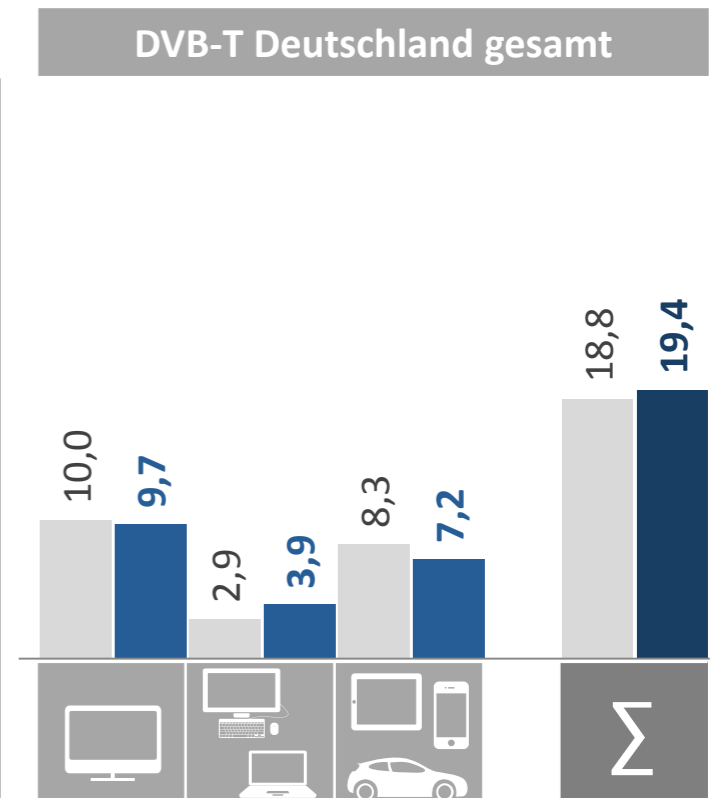
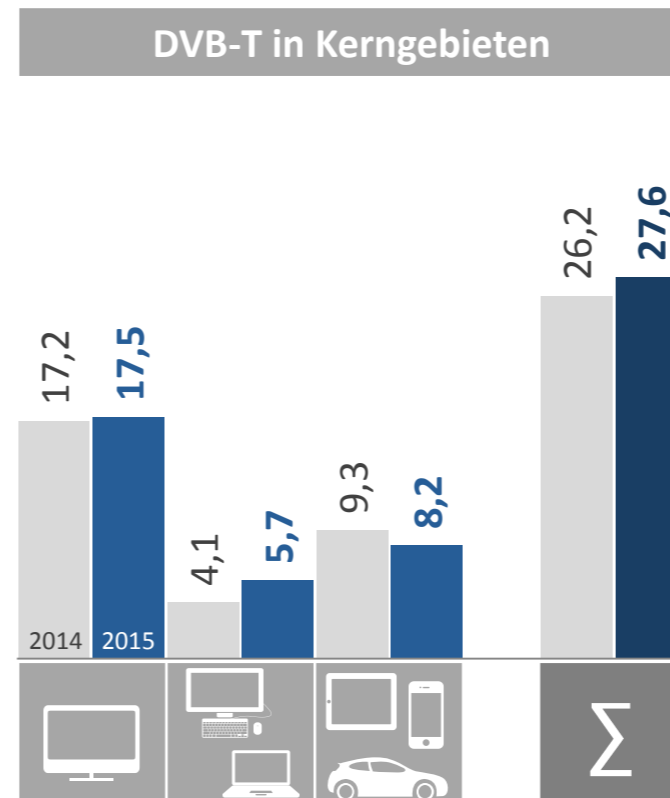


Angaben in Prozent

Basis: 15,277 / 14,774 / 15,547 / 15,570 / 15,908 Mio. TV-HH in Deutschland

DVB-T in den Kernregionen

Relevanz bestätigt sich insbesondere bei Berücksichtigung von DVB-T via PC, Laptop oder anderen mobilen Geräten.



Angaben in Prozent

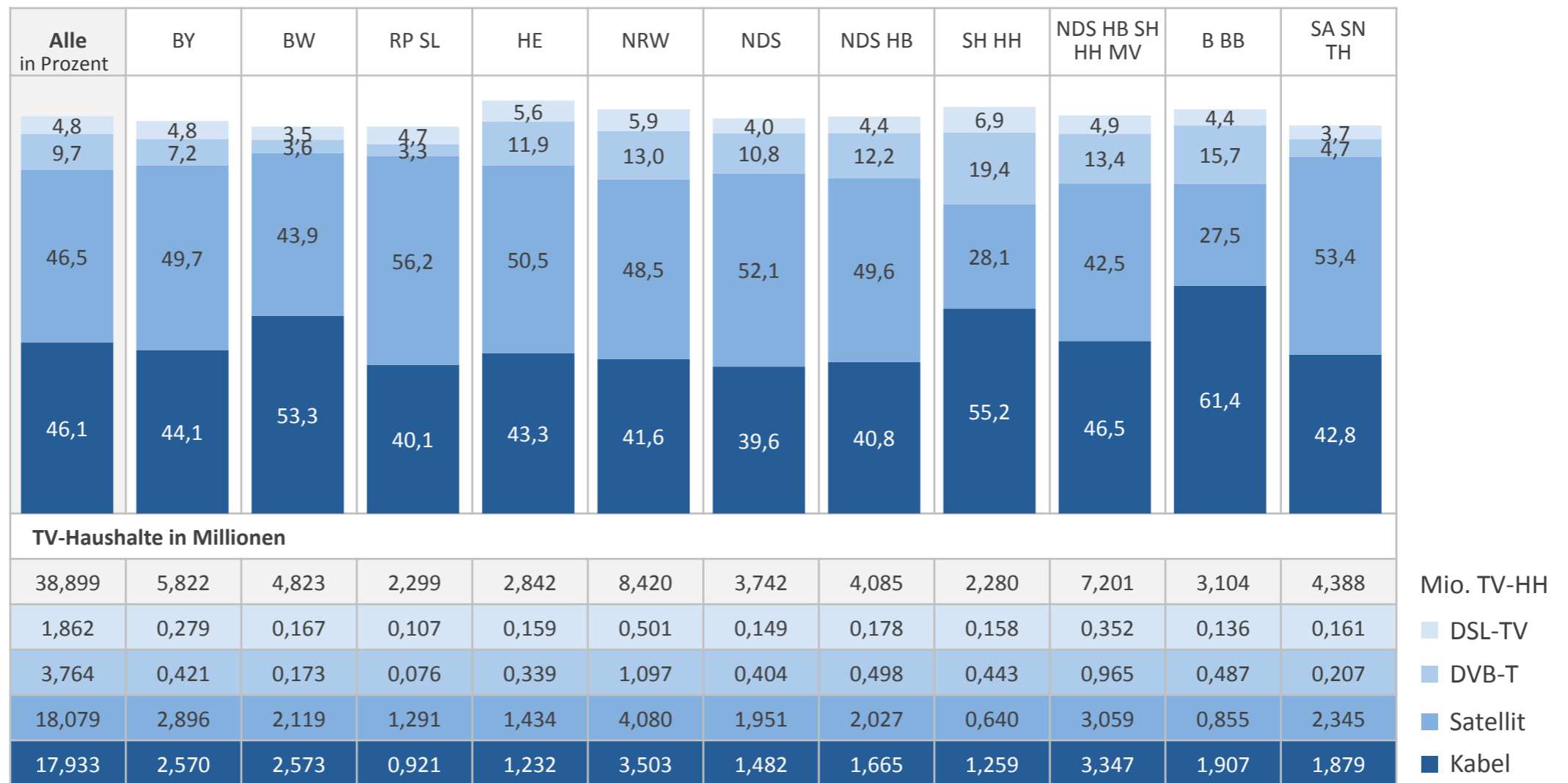
Basis: 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

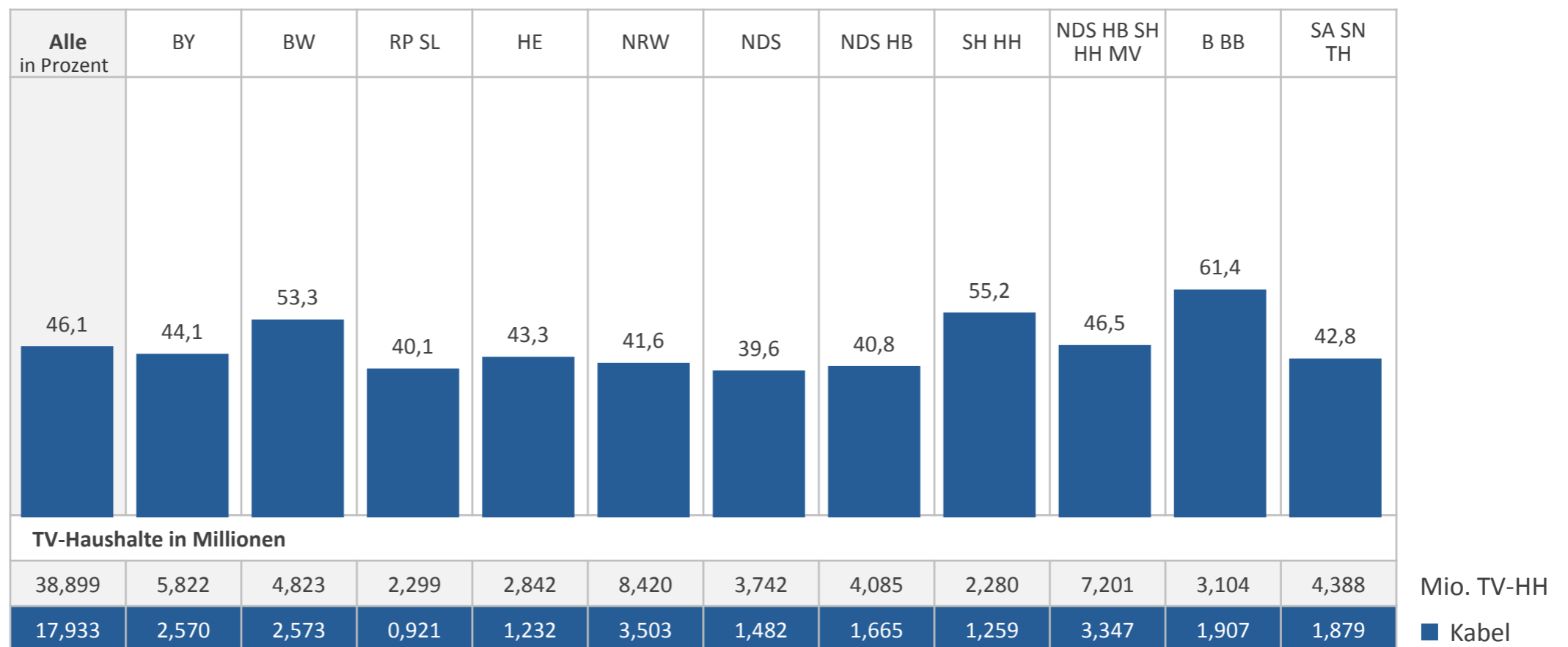
Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern



Angaben in Prozent / Millionen

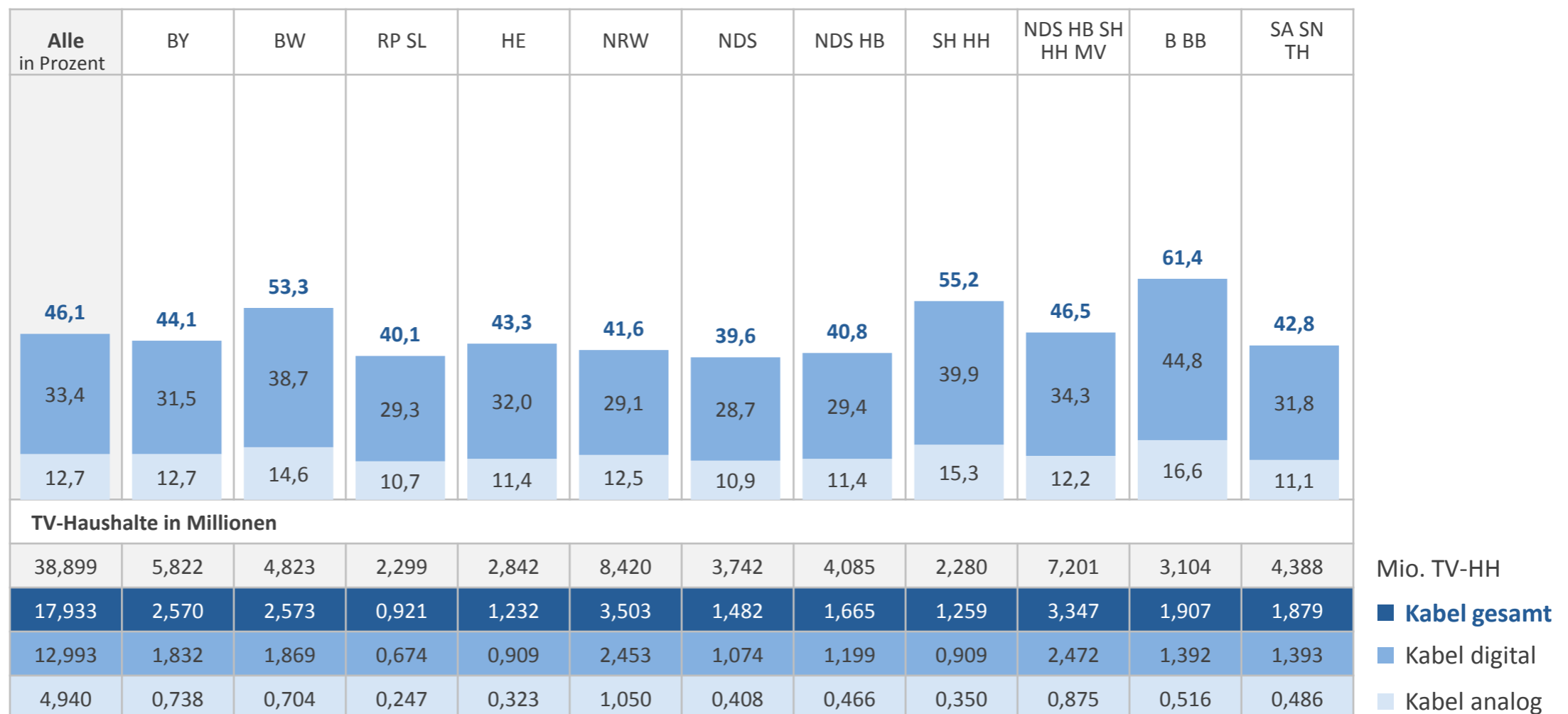
Summe > 100% wegen Mehrfachempfangsart / Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

Kabel-Empfang in den Bundesländern - gesamt



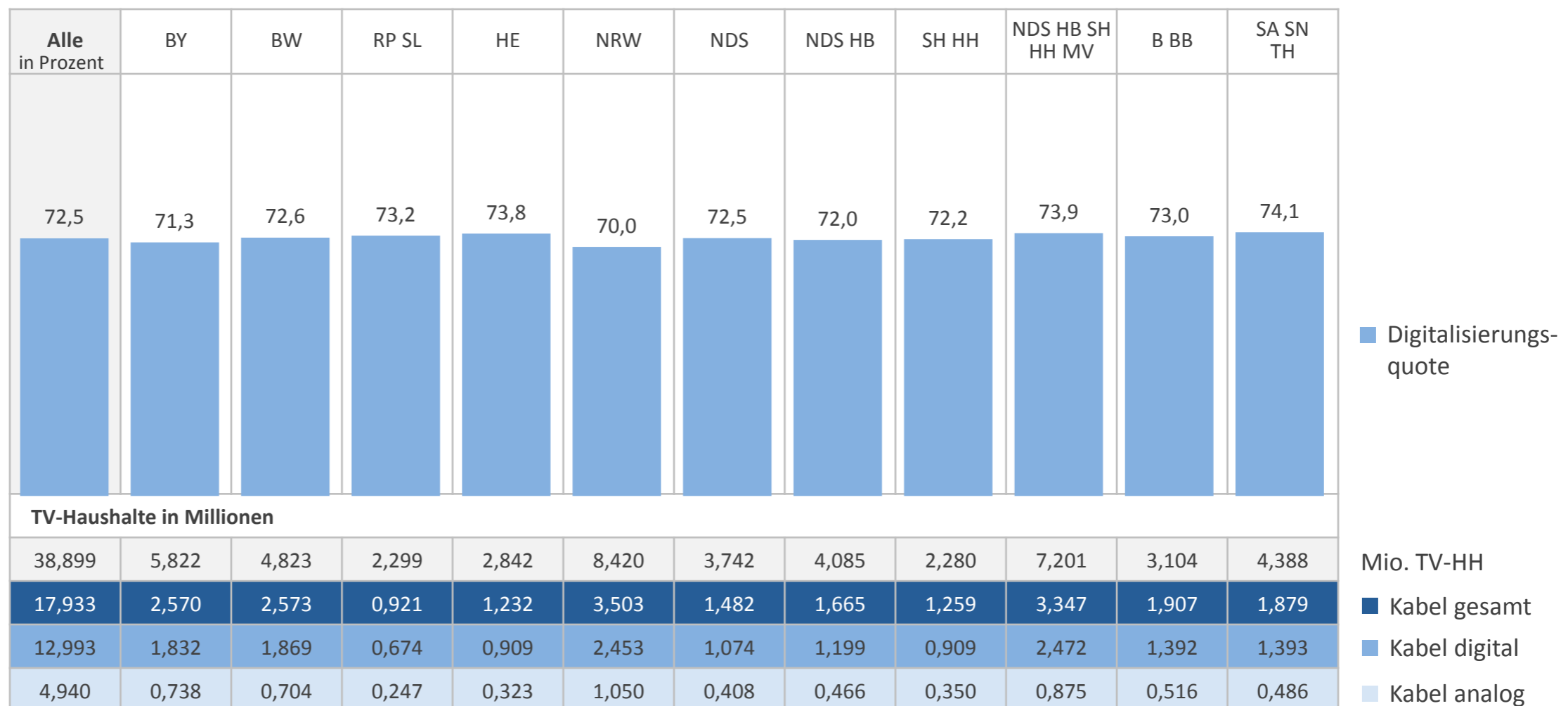
Angaben in Prozent / Millionen
Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

Kabel-Empfang in den Bundesländern – digital vs. analog



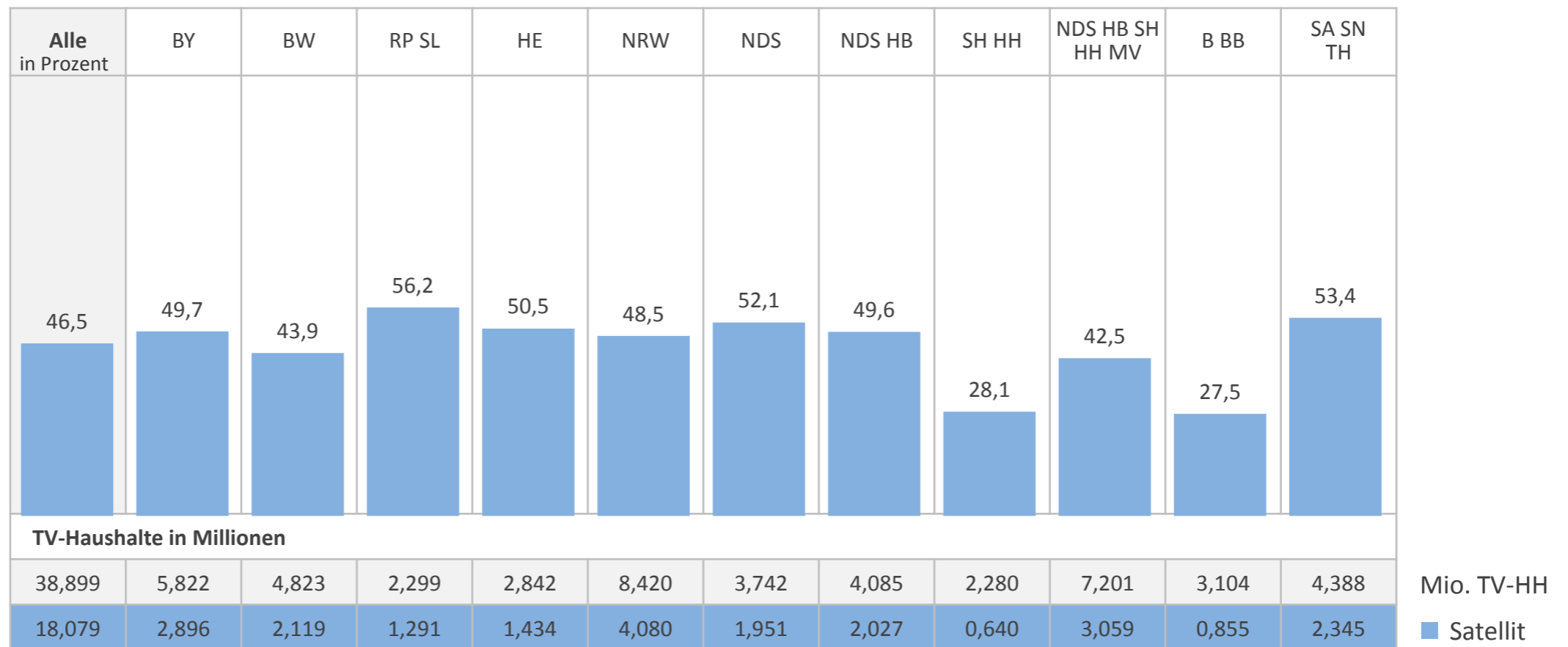
Angaben in Prozent / Millionen
Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

Kabel-Empfang: Digitalisierungsquote



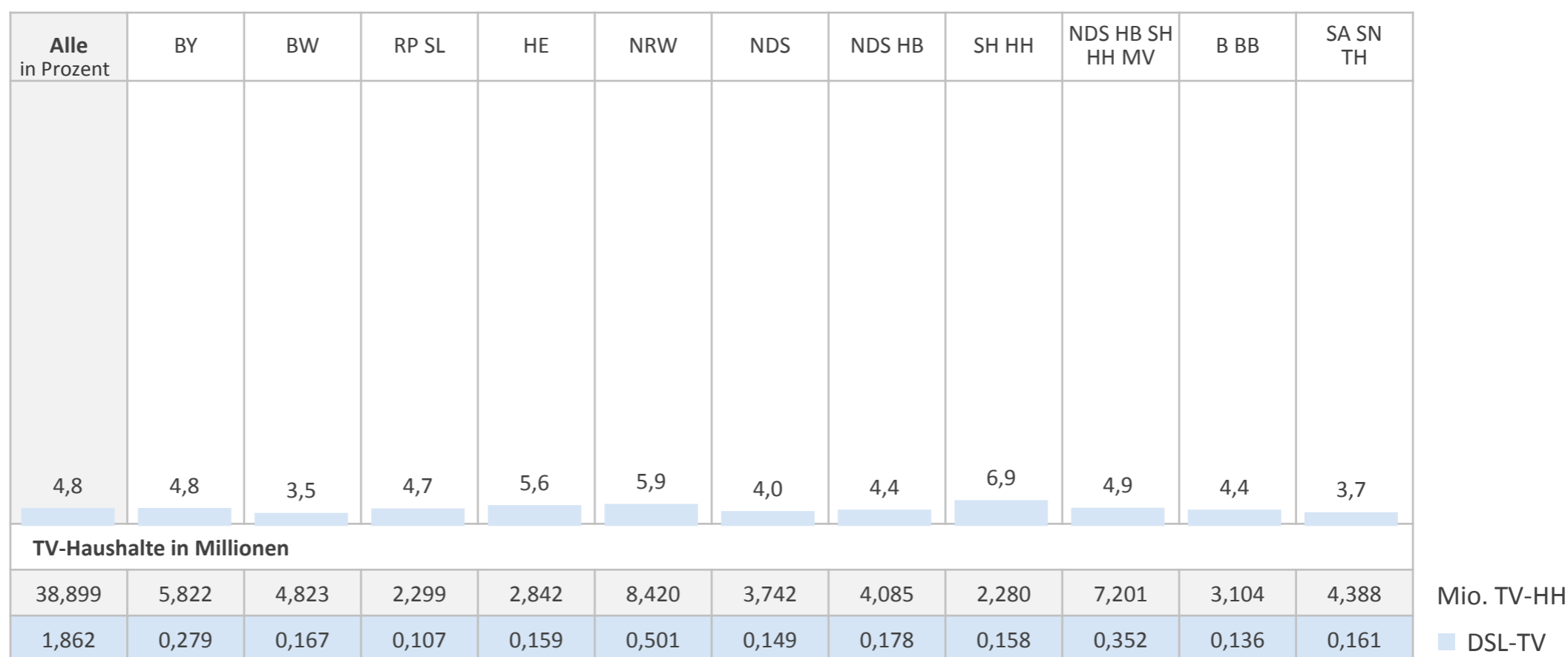
Angaben in Prozent / Millionen
 Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

Satelliten-Empfang in den Bundesländern



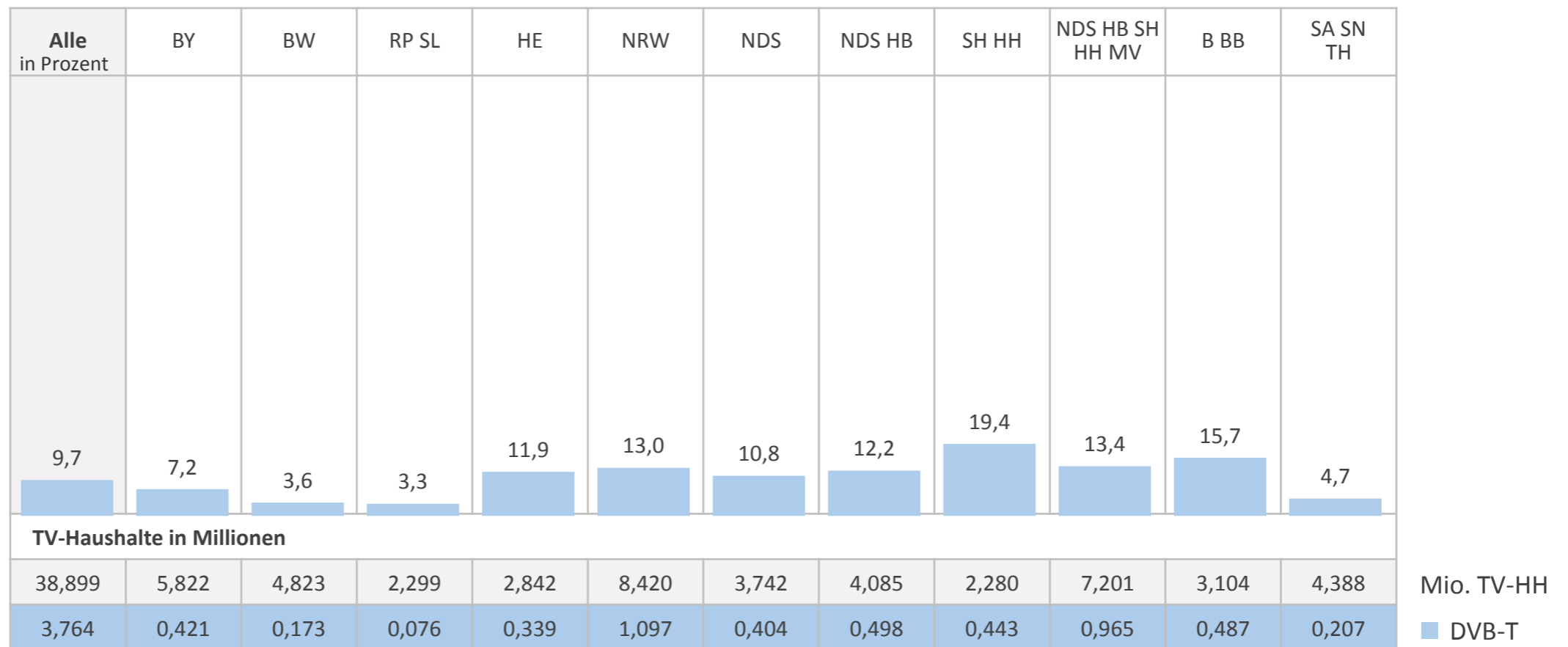
Angaben in Prozent / Millionen
Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

DSL-TV in den Bundesländern



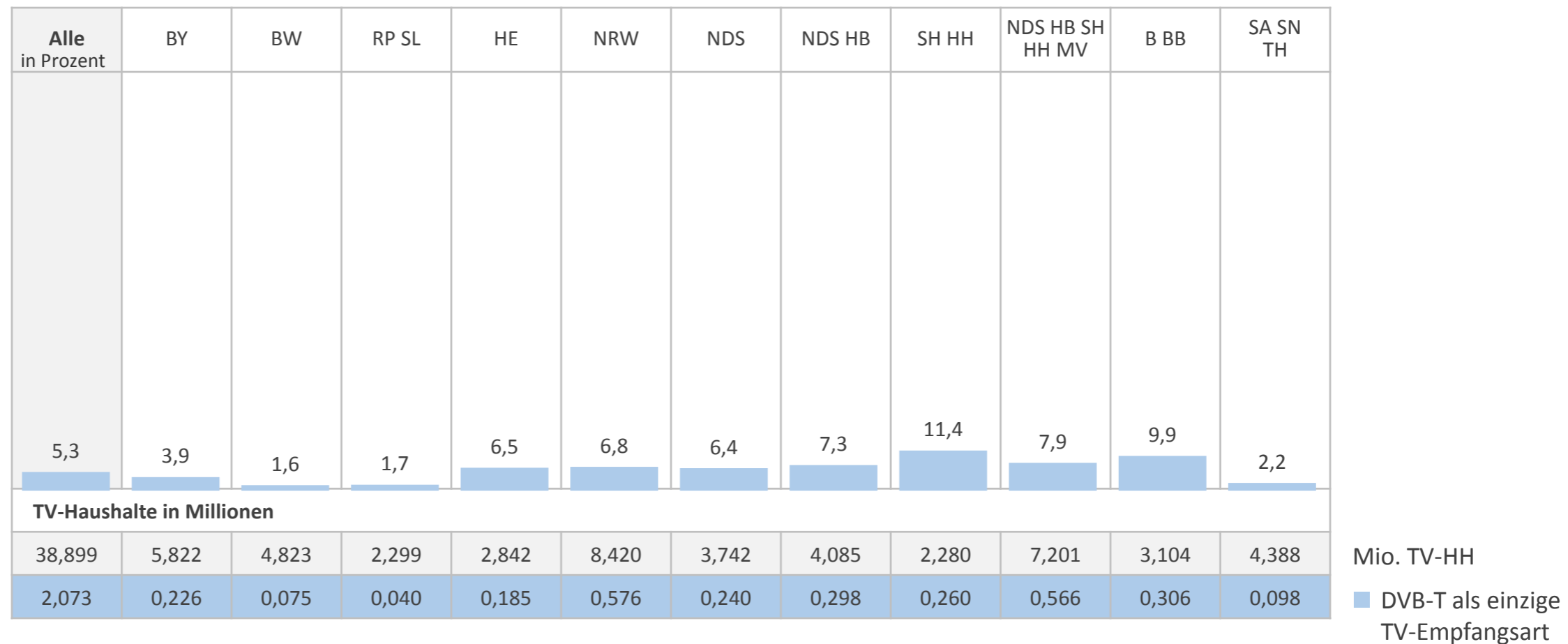
Angaben in Prozent / Millionen
Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

DVB-T in den Bundesländern



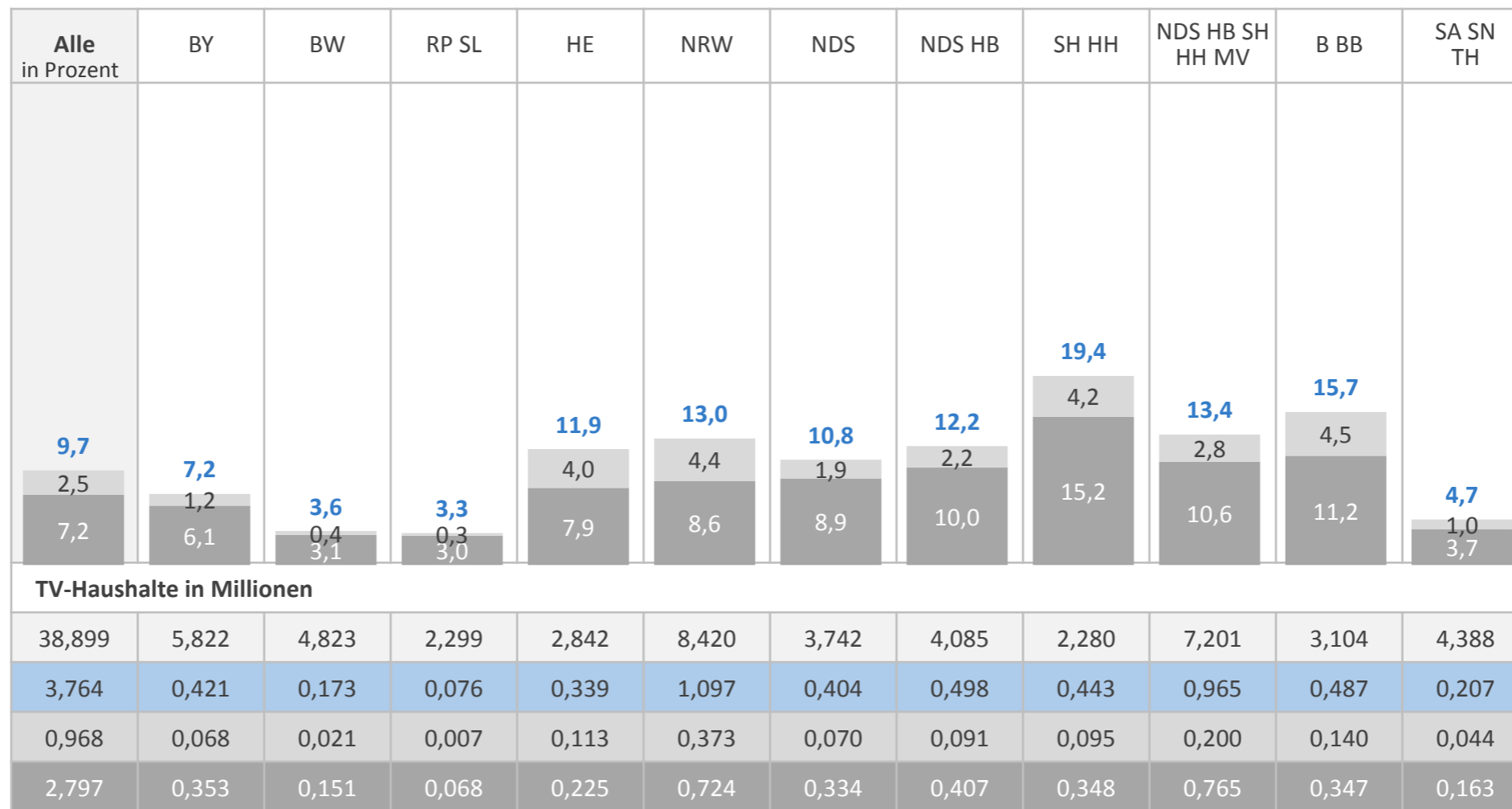
Angaben in Prozent / Millionen
Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

DVB-T in den Bundesländern – DVB-T als einzige Empfangsart im Haushalt



Angaben in Prozent / Millionen
 Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

DVB-T-Empfang am ersten / einzigen TV-Gerät



Mio. TV-HH
 ■ DVB-T gesamt
 ■ DVB-T am 2. / weiteren TV-Gerät
 ■ DVB-T am 1. / einzigen TV-Gerät

Angaben in Prozent / Millionen
 Basis: 38,899 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

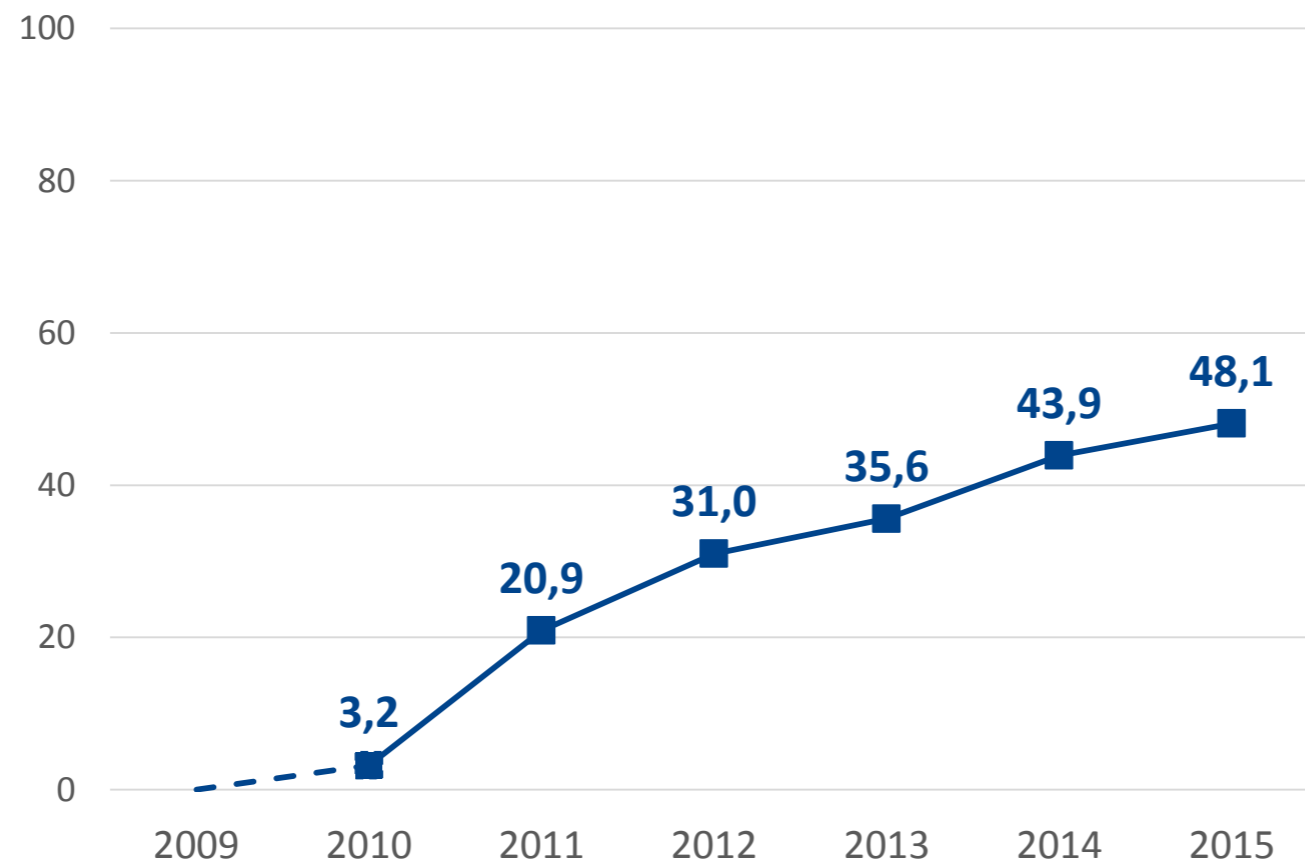
HDTV



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

HDTV 2009-2015

HDTV auf Erfolgskurs: Knapp die Hälfte der TV-Haushalte empfängt mittlerweile Programme in HD.

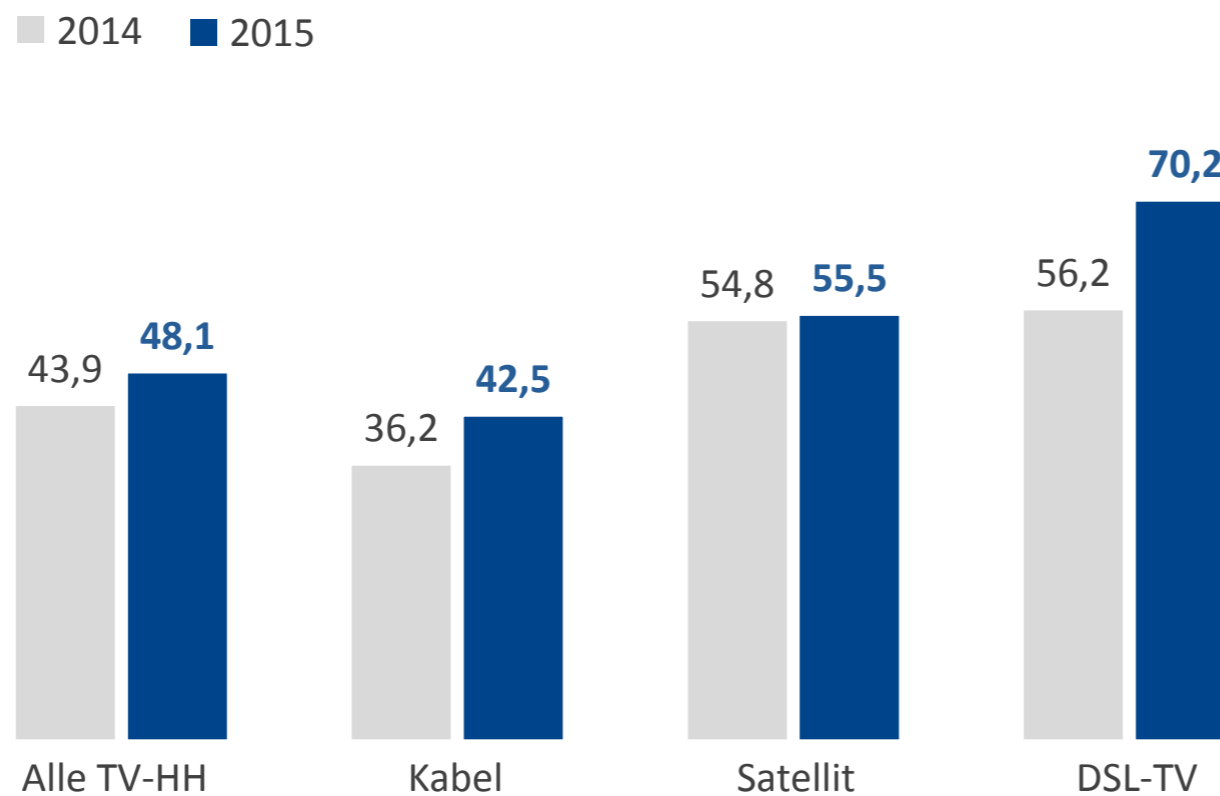


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD lt. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplattenrecorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät

Basis: 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

HDTV

Relativ gesehen höchste HDTV-Empfangsquote in DSL-TV-HH.

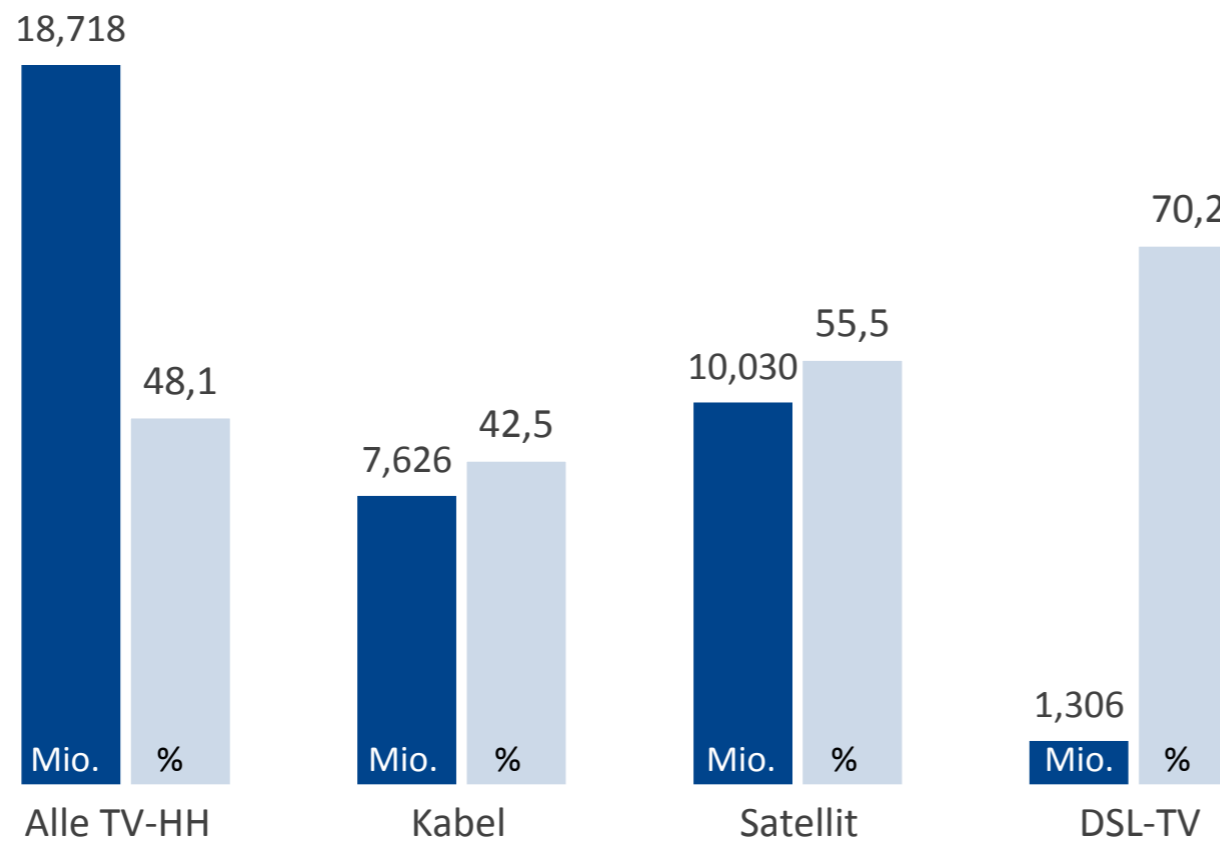


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD It. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplattenrecorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät

Basis: 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH; 17,860 / 17,933 Mio. Kabel-HH; 17,779 / 18,079 Mio. Satelliten-HH; 1,899 / 1,862 Mio. DSL-TV-HH

HDTV

Absolut betrachtet SAT mit gut 10 Mio. HDTV-HH deutlich an der Spitze.

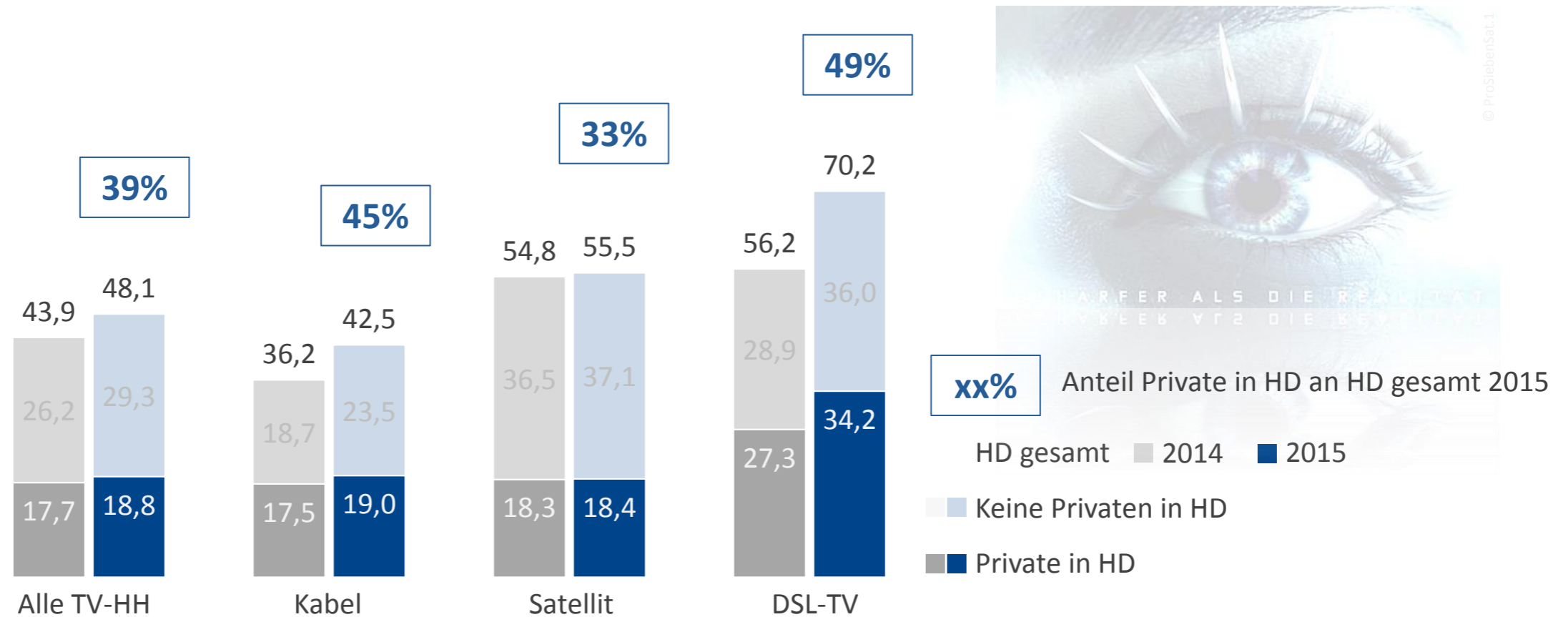


HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD lt. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplatten-recorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät

Basis: 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland; 17,933 Mio. Kabel-HH; 18,079 Mio. Satelliten-HH; 1,862 Mio. DSL-TV-HH

Private Programme in HD

Knapp jeder 5. Kabel-TV-HH empfängt auch die **Privaten** in HD. Anteil jetzt erstmals etwas vor SAT. IPTV mit Abstand vorne.

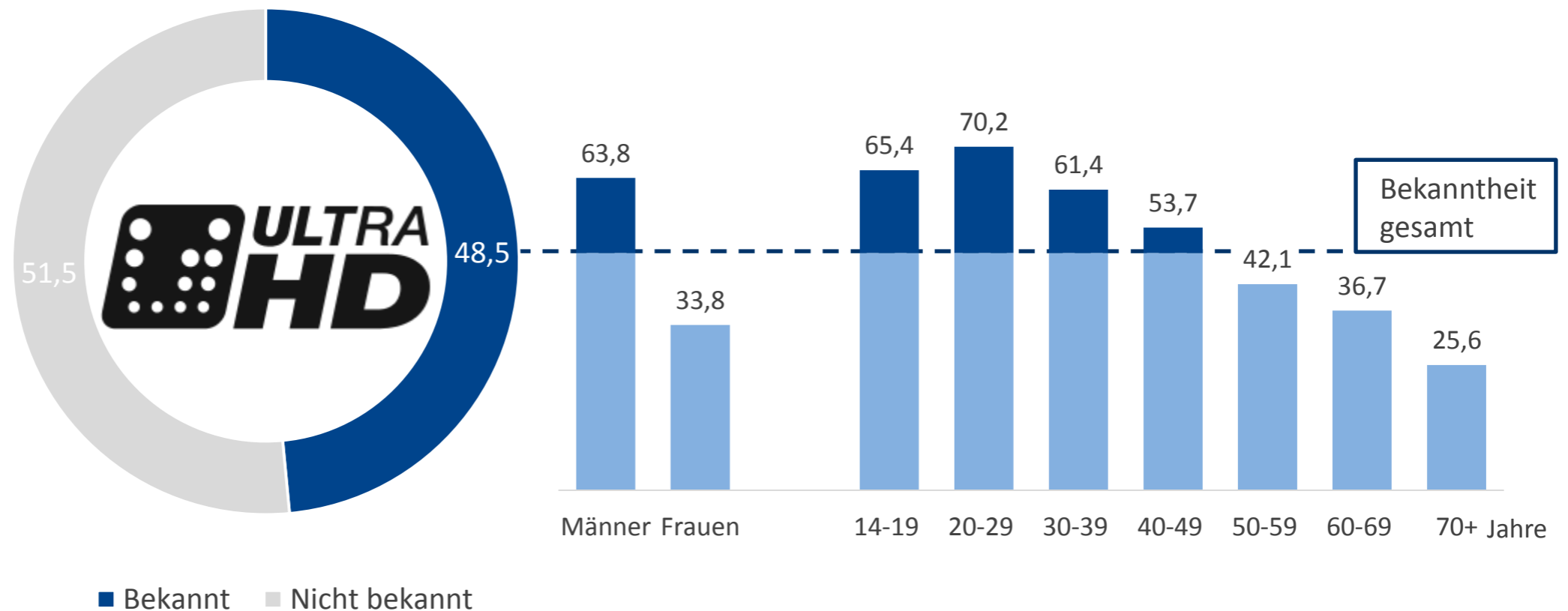


Angaben in Prozent; HDTV-Empfang definiert als: Empfängt HD lt. Angabe des Befragten und HDTV-Gerät oder HD-Receiver / -Festplattenrecorder und TV-Gerät ist HDTV-Gerät

Basis: 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH; 17,860 / 17,933 Mio. Kabel-HH; 17,779 / 18,079 Mio. Satelliten-HH; 1,899 / 1,862 Mio. DSL-TV-HH

Ultra HD / 4K - Bekanntheit

Knapp die Hälfte der über 14-Jährigen in Deutschland hat schon von UHD / 4K gehört – darunter besonders Männer und Jüngere.

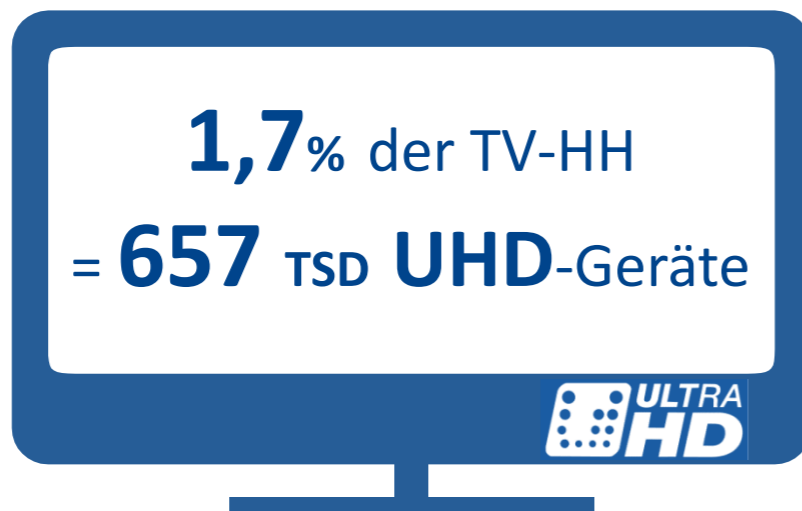


Angaben in Prozent

Basis: 68,818 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Deutschland

Ultra HD / 4K – Besitz

In 660 TSD HH steht bereits ein UHD-TV-Gerät – überdurchschnittlich oft in jüngeren, männlichen und einkommensstärkeren HH.



Männer als HEB*



Durchschnittsalter HEB



HH-Nettoeinkommen



■ TV-HH mit UHD-TV-Gerät

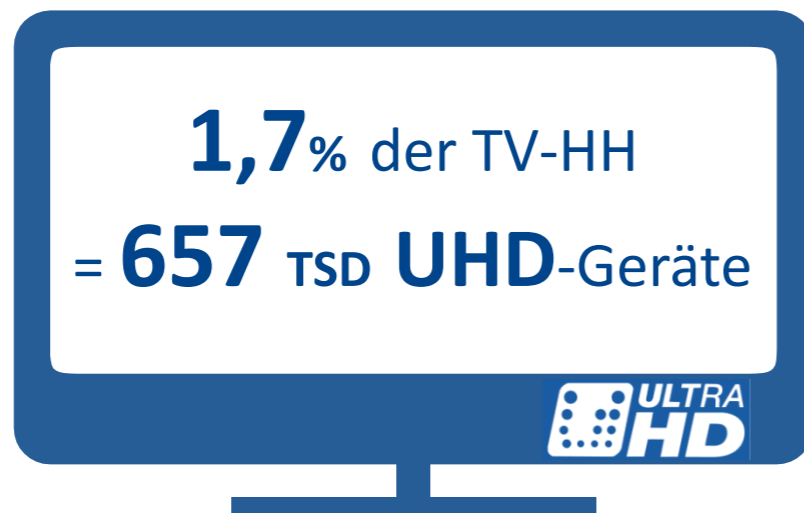
■ Alle TV-HH

*HEB = Haupteinkommensbezieher im Haushalt

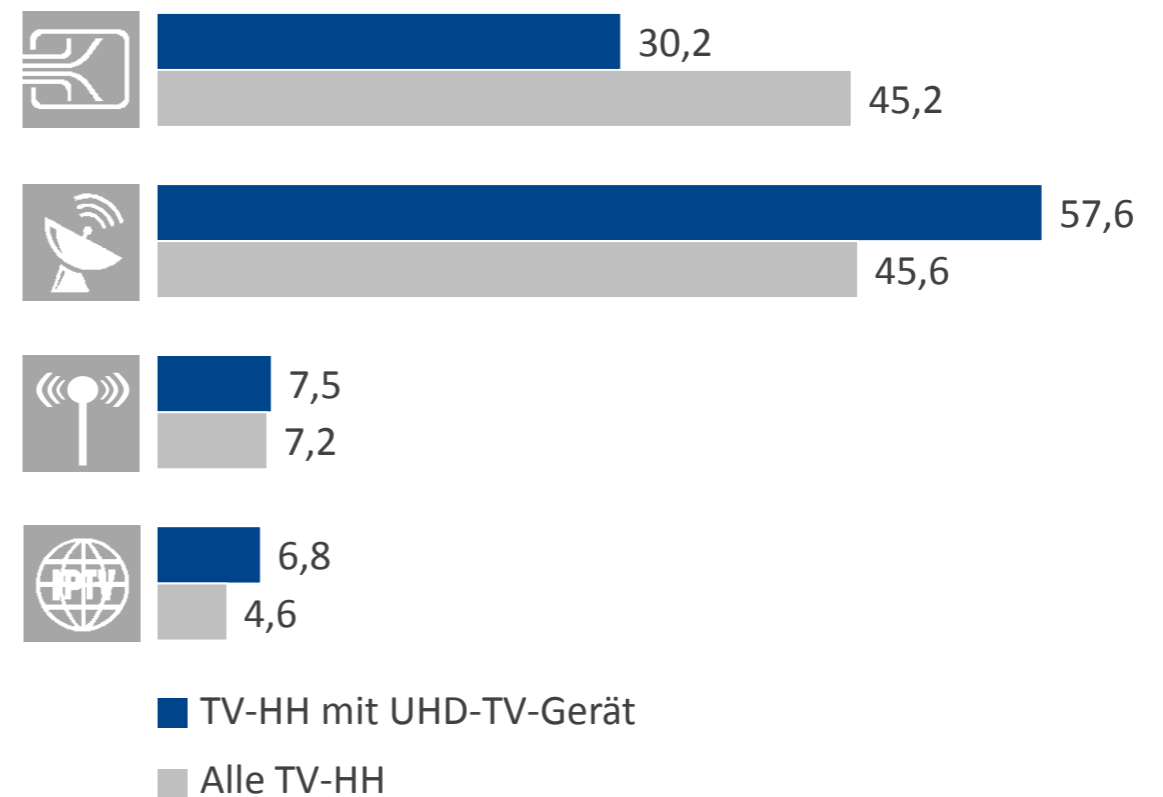
Basis: 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland / 0,657 Mio. TV-HH mit UHD-/4K-TV-Gerät

Ultra HD / 4K – TV-Empfangsart

Über die Hälfte der 660 TSD UHD-Geräte empfangen ihr Fernsehsignal über SAT .



Empfangsart am UHD-TV-Gerät



Angaben in Prozent

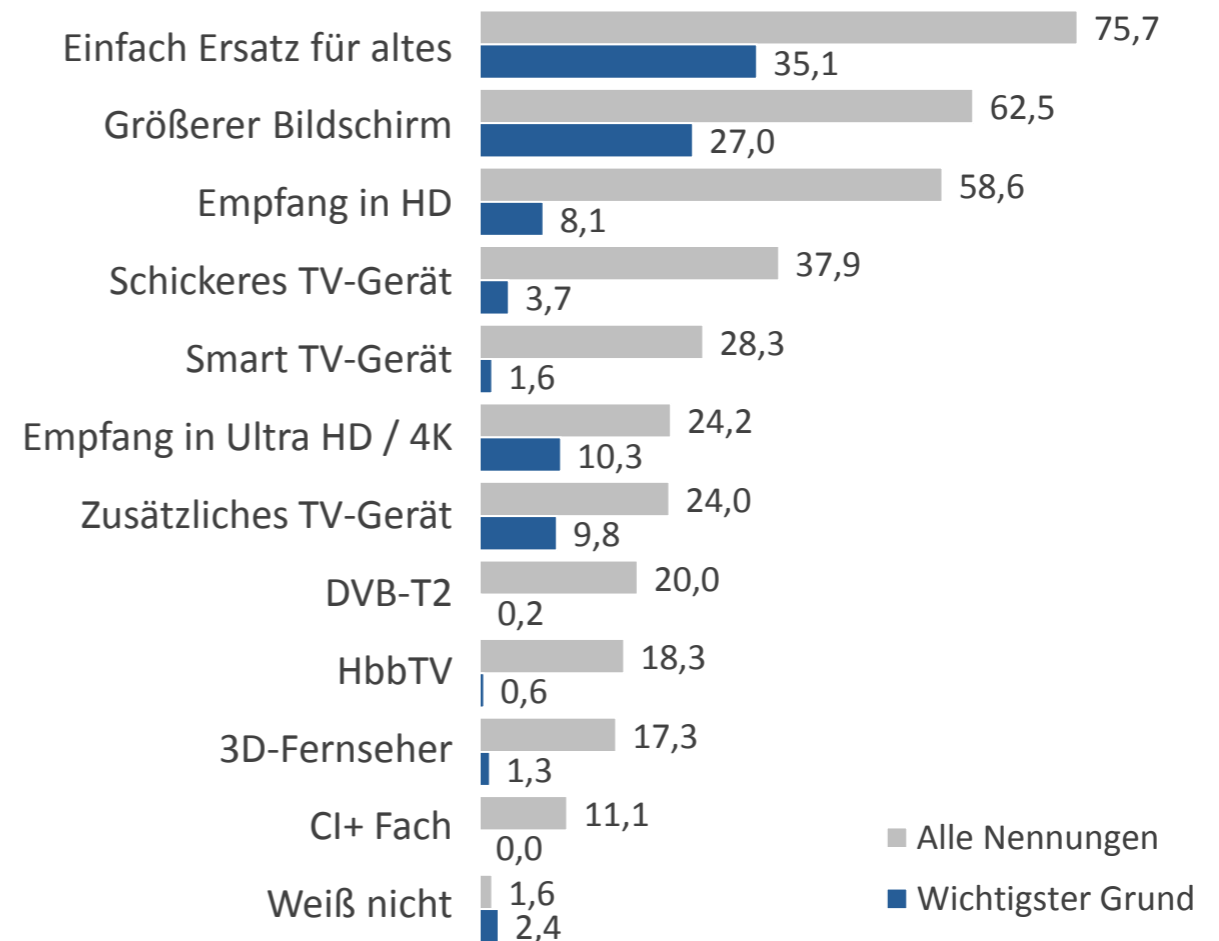
Basis: 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland / 0,657 Mio. TV-HH mit UHD-/4K-TV-Gerät

Anschaffungsabsicht neues TV-Gerät

2,7 Mio. HH wollen ein neues TV-Gerät– für jeden Zehnten ist UHD der **wichtigste** Grund. Smart-TV dagegen eher nicht.

GRÜNDE

6,8% der HH planen die Anschaffung eines neuen TV-Gerätes: **2,725 Mio.**



Angaben in Prozent

Basis: 40,072 Mio. TV-HH in Deutschland /

5,018 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die sich in den nächsten 12 Monaten ein neues TV-Gerät anschaffen möchten

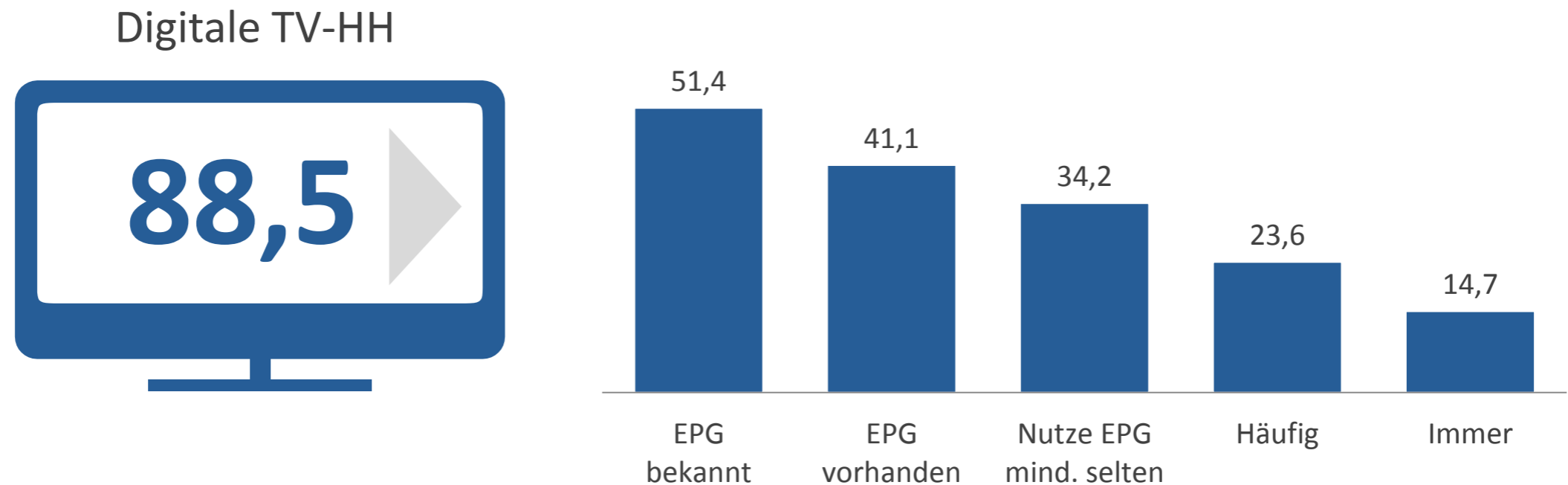
EPG – Verfügbarkeit und Nutzung



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

EPG – Verfügbarkeit und Nutzung

Gut die Hälfte der Personen in digitalen TV-Haushalten hat schon einmal von einem EPG gehört. Gut ein Drittel nutzt ihn.

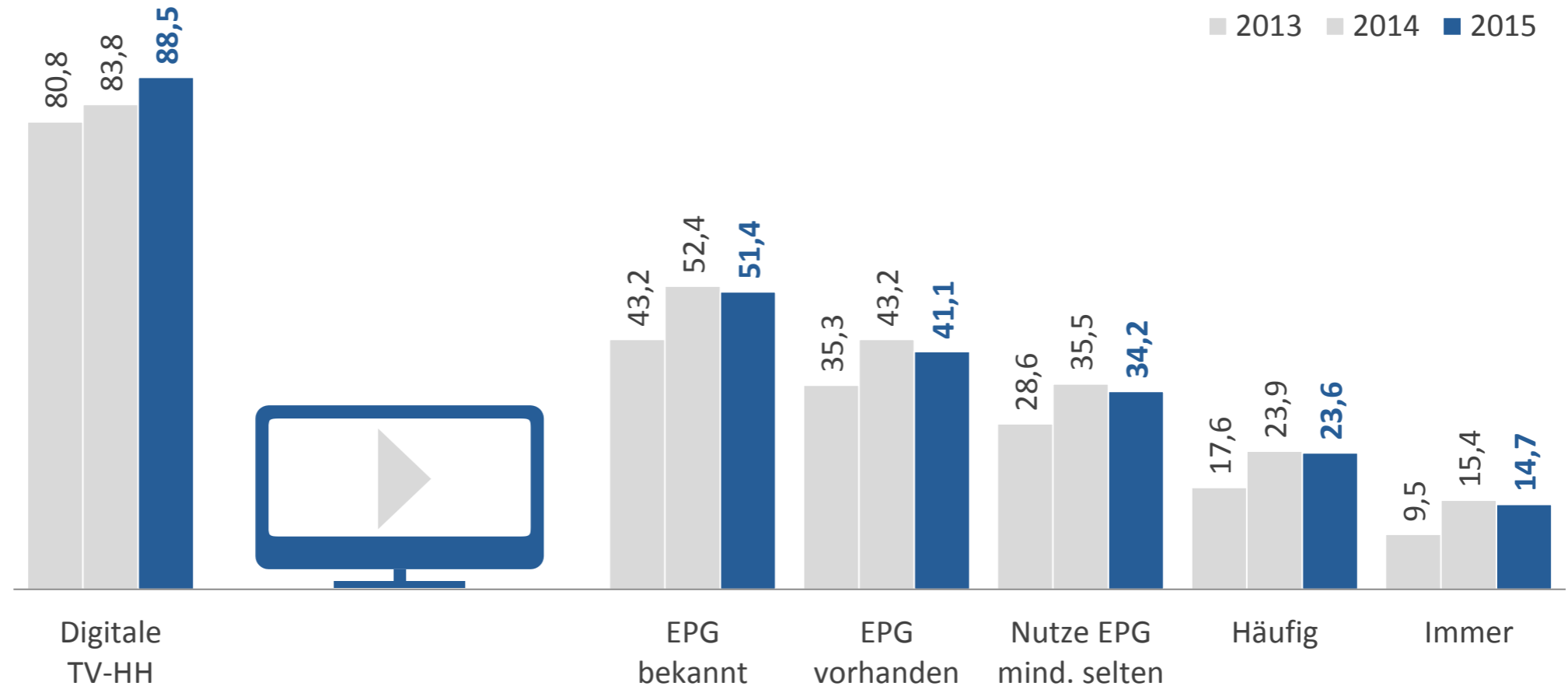


Angaben in Prozent

Basis: 62,331 Mio. Personen in 34,415 Mio. digitalen TV-HH

EPG – Verfügbarkeit und Nutzung

Relativ betrachtet leichter Rückgang bei Bekanntheit und Nutzung.

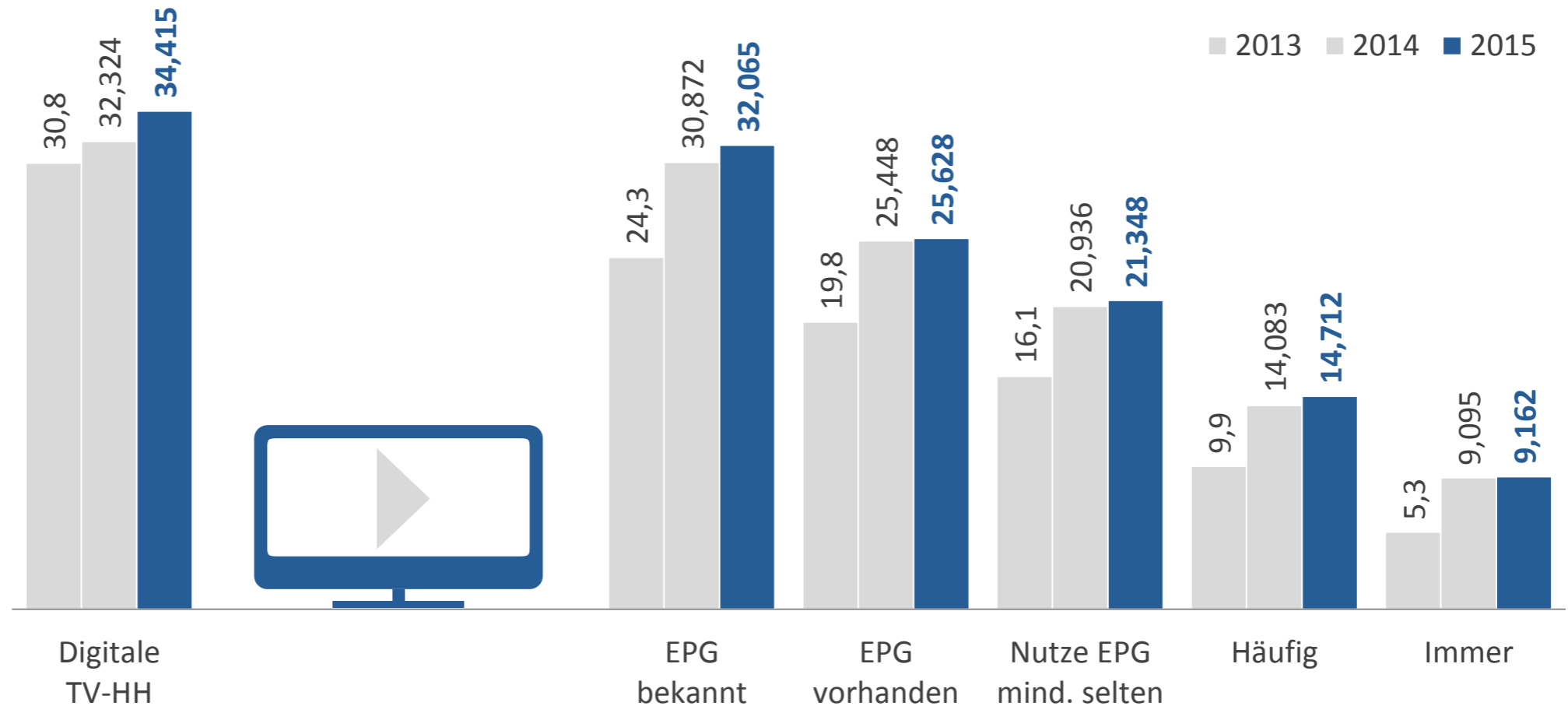


Angaben in Prozent

Basis: 56,283 Mio. Personen in 30,830 Mio. digitalen TV-HH / 58,967 Mio. Personen in 32,324 Mio. digitalen TV-HH / 62,331 Mio. Personen in 34,415 Mio. digitalen TV-HH

EPG – Verfügbarkeit und Nutzung

In absoluten Zahlen kennen und nutzen etwas mehr „digitale“ TV-Zuschauer einen EPG.

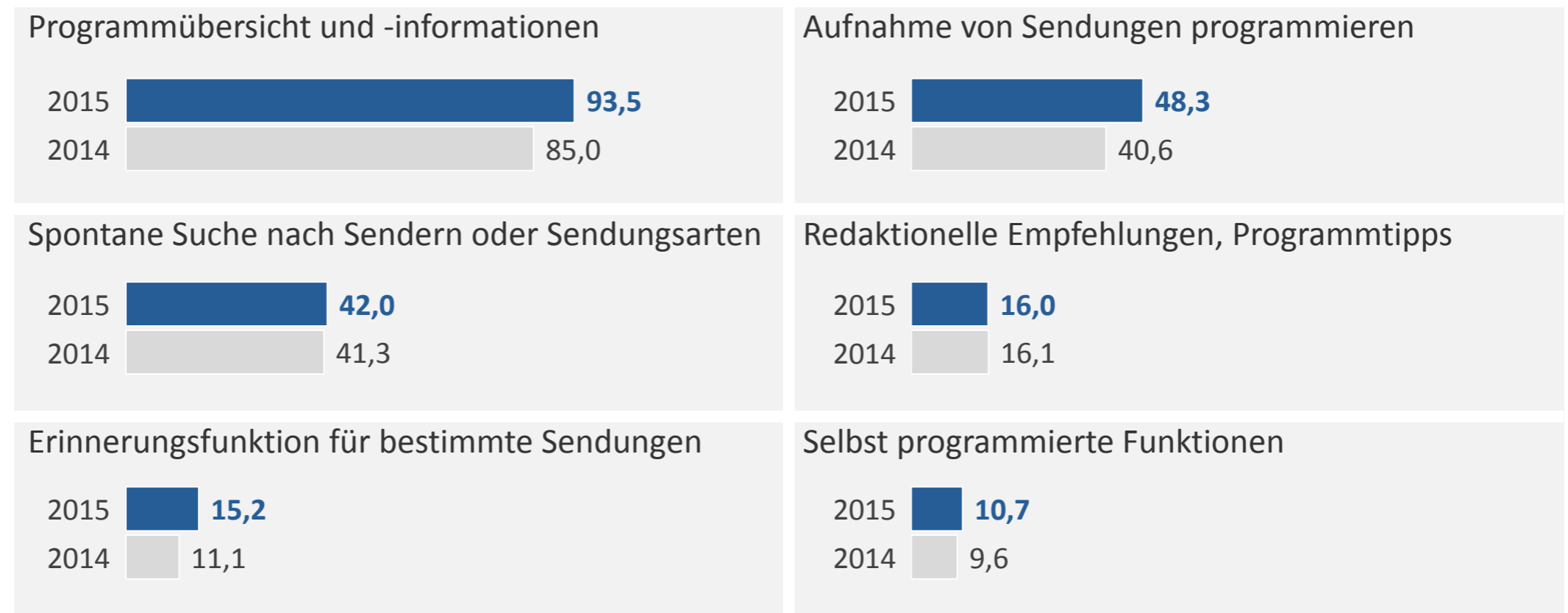


Angaben in Mio.

Basis: 56,283 Mio. Personen in 30,830 Mio. digitalen TV-HH / 58,967 Mio. Personen in 32,324 Mio. digitalen TV-HH / 62,331 Mio. Personen in 34,415 Mio. digitalen TV-HH

EPG – Nutzung bestimmter Funktionen

Nahezu alle nutzen die Programmübersicht, knapp jeder zweite die Aufnahmefunktion.



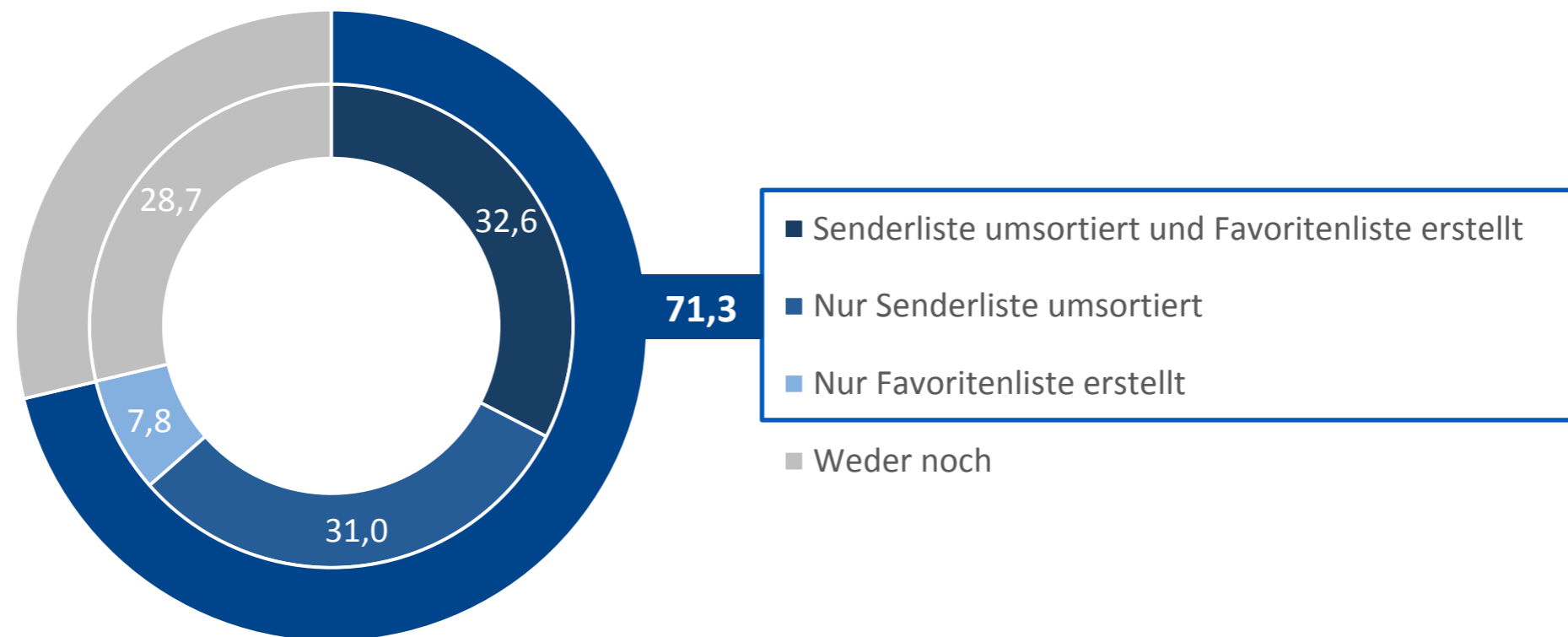
„Nutze ich zumindest gelegentlich“

Angaben in Prozent

Basis: 20,981 / 21,351 Mio. Personen in digitalen TV-HH, die einen EPG nutzen

EPG – Sender-/Favoritenliste

Gut 70% der EPG-Nutzer haben die Senderliste umsortiert und / oder eine individuelle Favoritenliste erstellt (\triangleq 28% der Personen in digitalen TV-HH).



Angaben in Prozent

Basis: 21,351 Mio. Personen in digitalen TV-HH, die einen EPG nutzen



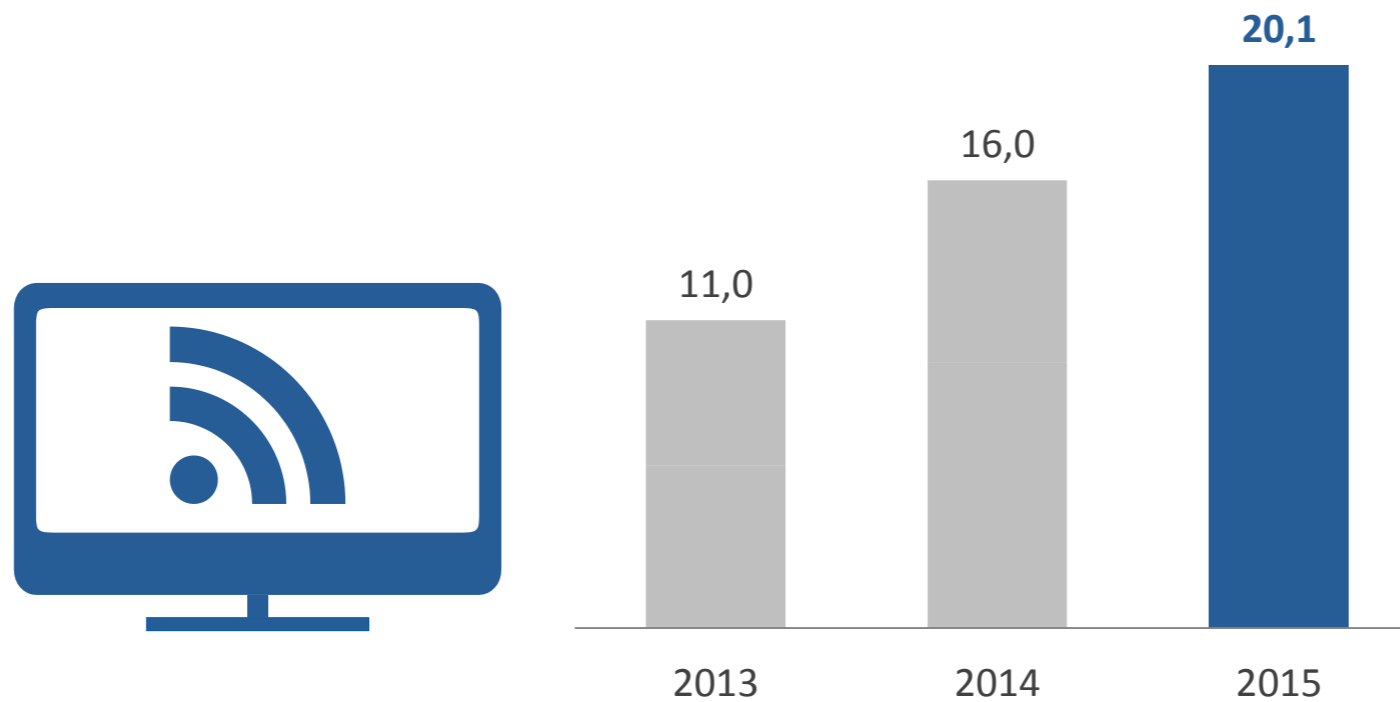
Connected TV Haushaltsausstattung



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

Smart TV – Ausstattung

Besitz steigt erneut, aktuell um 4 %-Punkte.
In jedem 5. TV-HH steht wissentlich ein Smart TV.

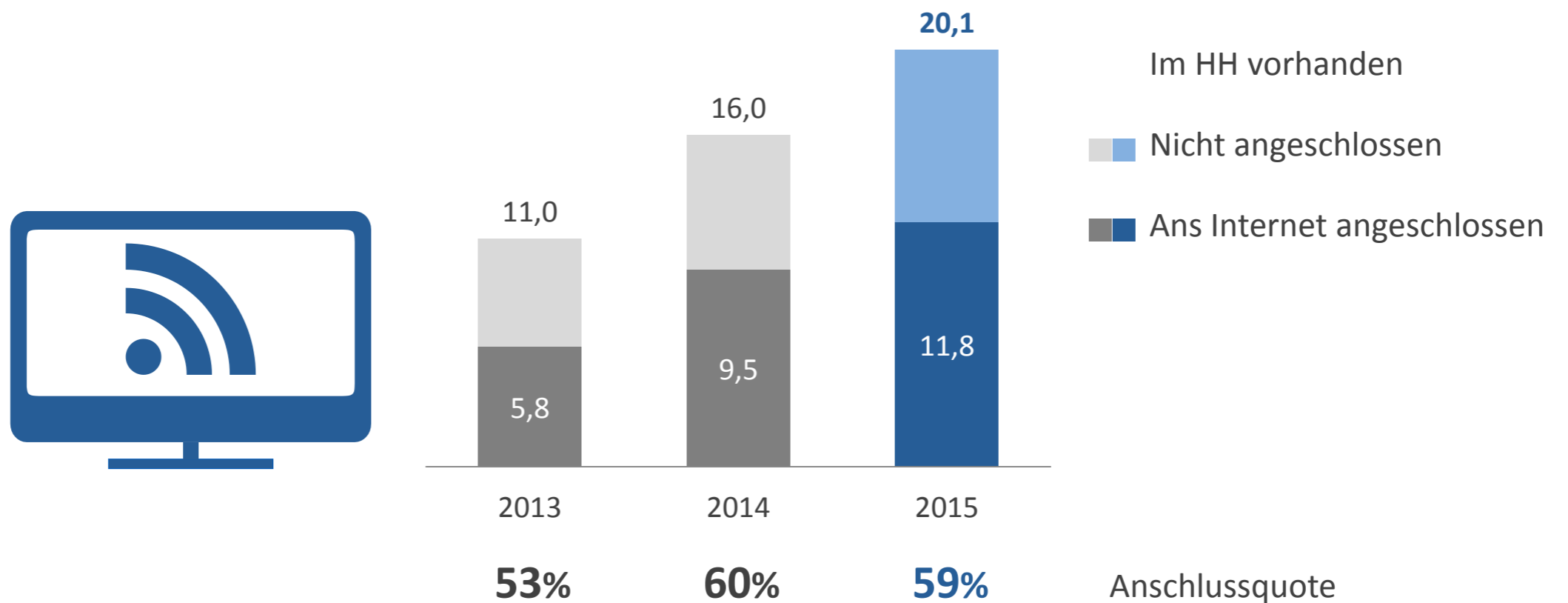


Angaben in Prozent

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Smart TV – Ausstattung

Gut die Hälfte der Smart TV-HH hat das Gerät auch an das Internet angeschlossen – ähnliche Quote wie in den Vorjahren.

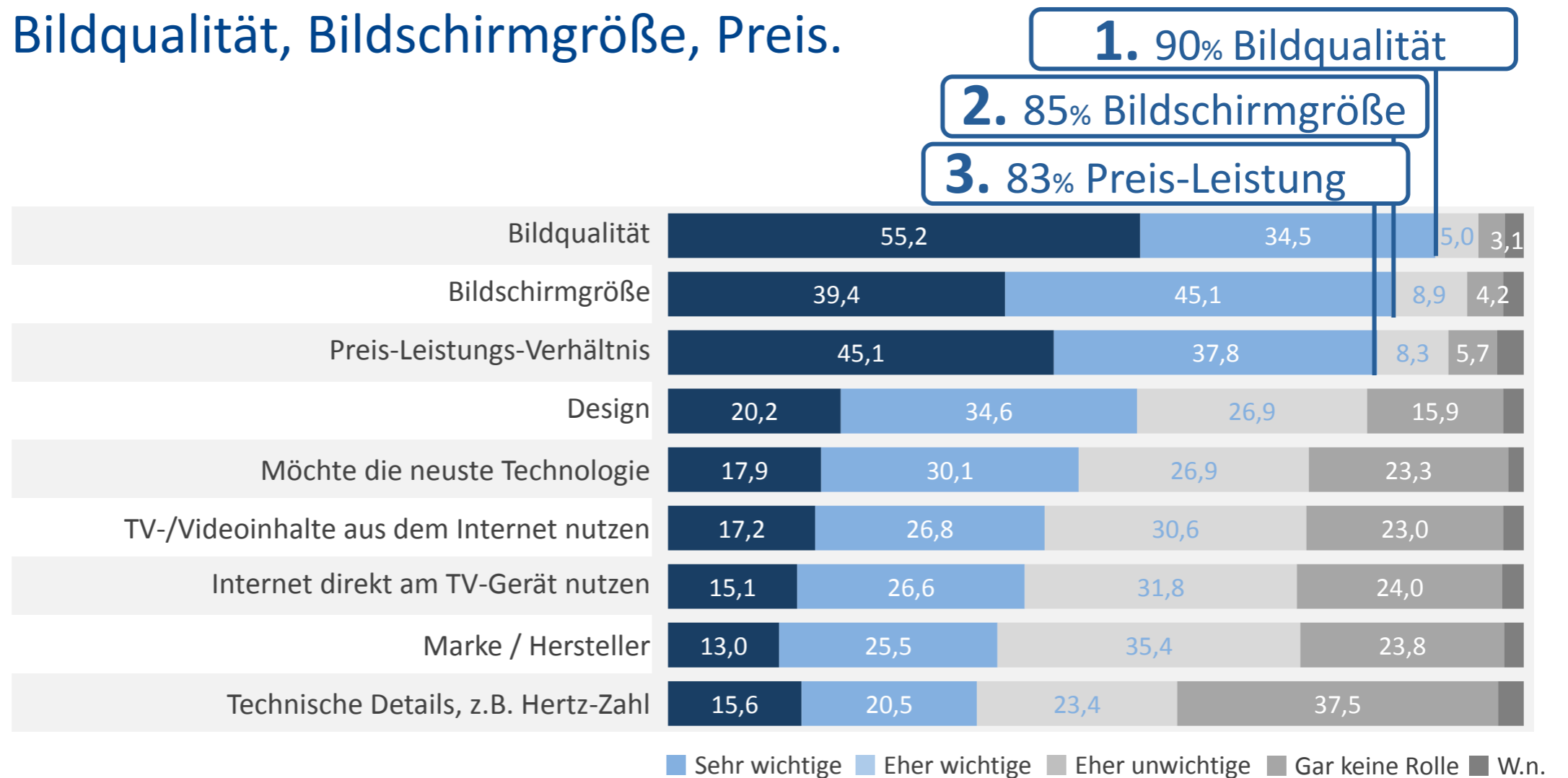


Angaben in Prozent

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Kaufmotive Smart TV-Gerät

In erster Linie kaufentscheidend:
Bildqualität, Bildschirmgröße, Preis.



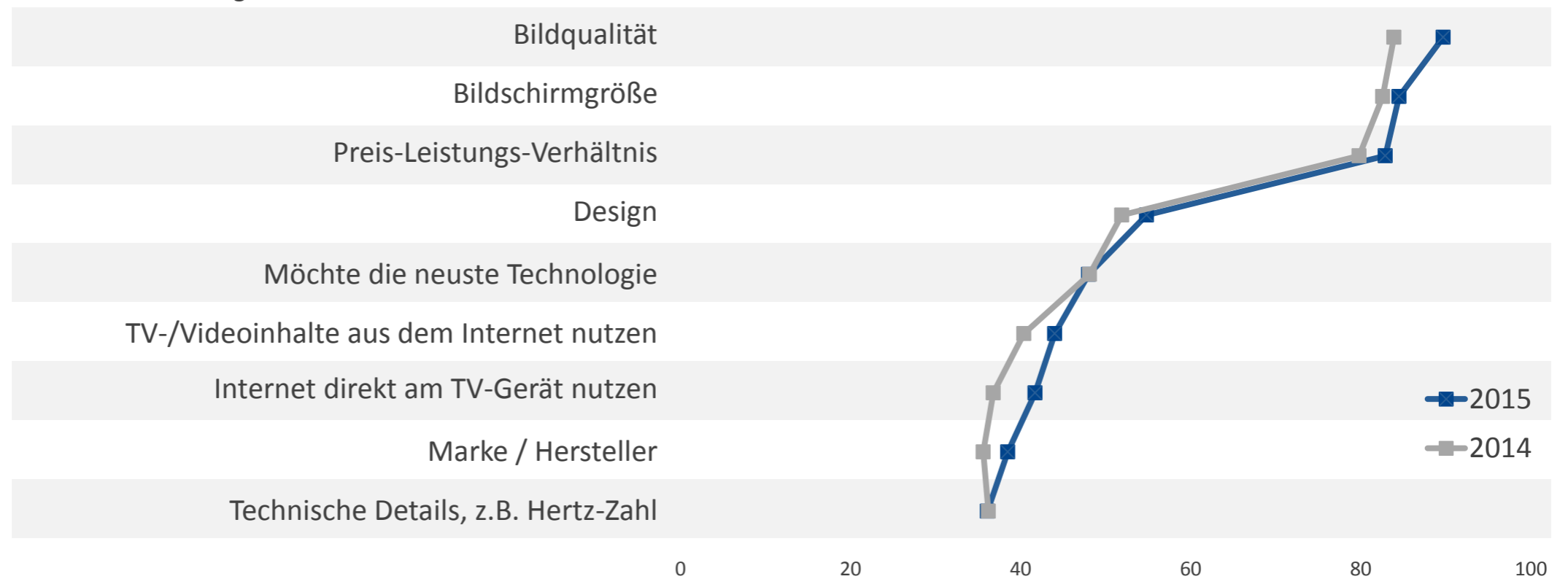
Angaben in Prozent

Basis: 15,803 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart TV-Gerät haben

Kaufmotive Smart TV-Gerät im Trend

Gleiches Ranking: Bildqualität und Internetnutzung am SmartTV-Gerät etwas öfters kaufentscheidend.

Sehr / eher wichtige Rolle

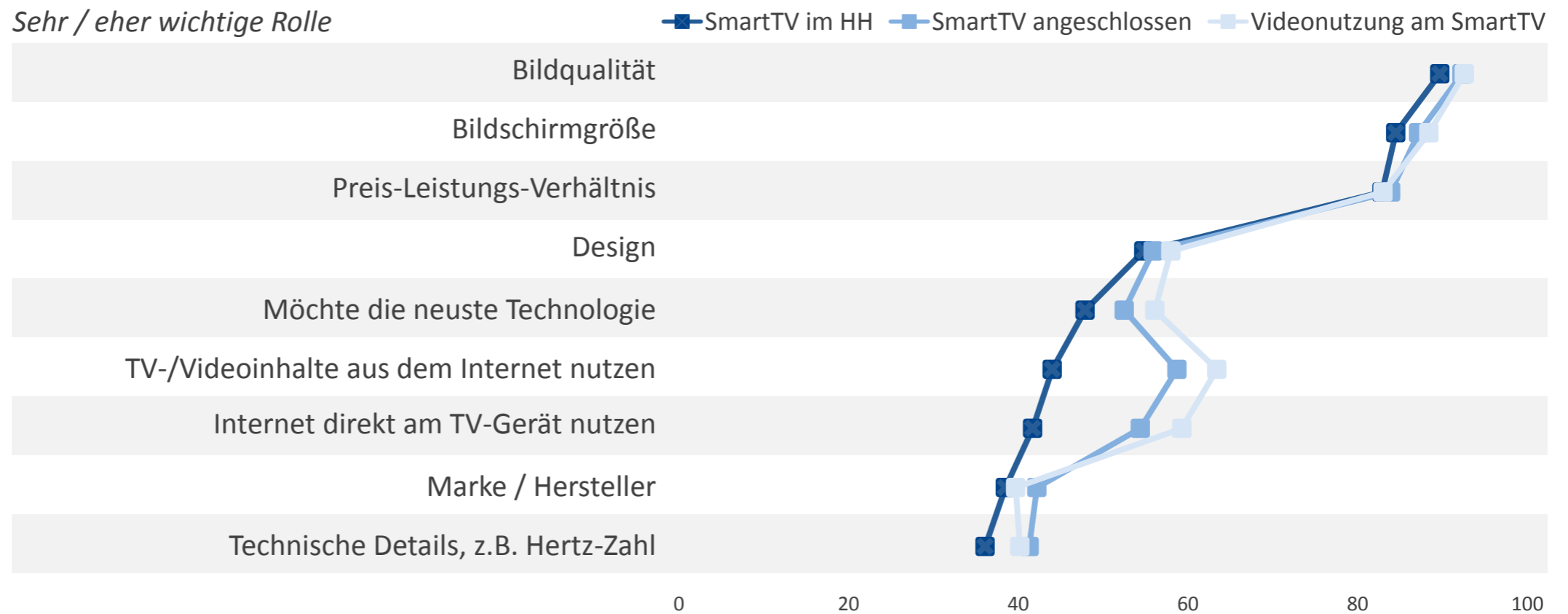


Angaben in Prozent

Basis: 12,504 / 15,803 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart TV-Gerät haben

Kaufmotive Smart TV-Gerät im Vergleich

Internetnutzung bei „smarten“ Nutzern erwartungsgemäß wichtiger – dieselben Top-Kaufkriterien aber vorne.

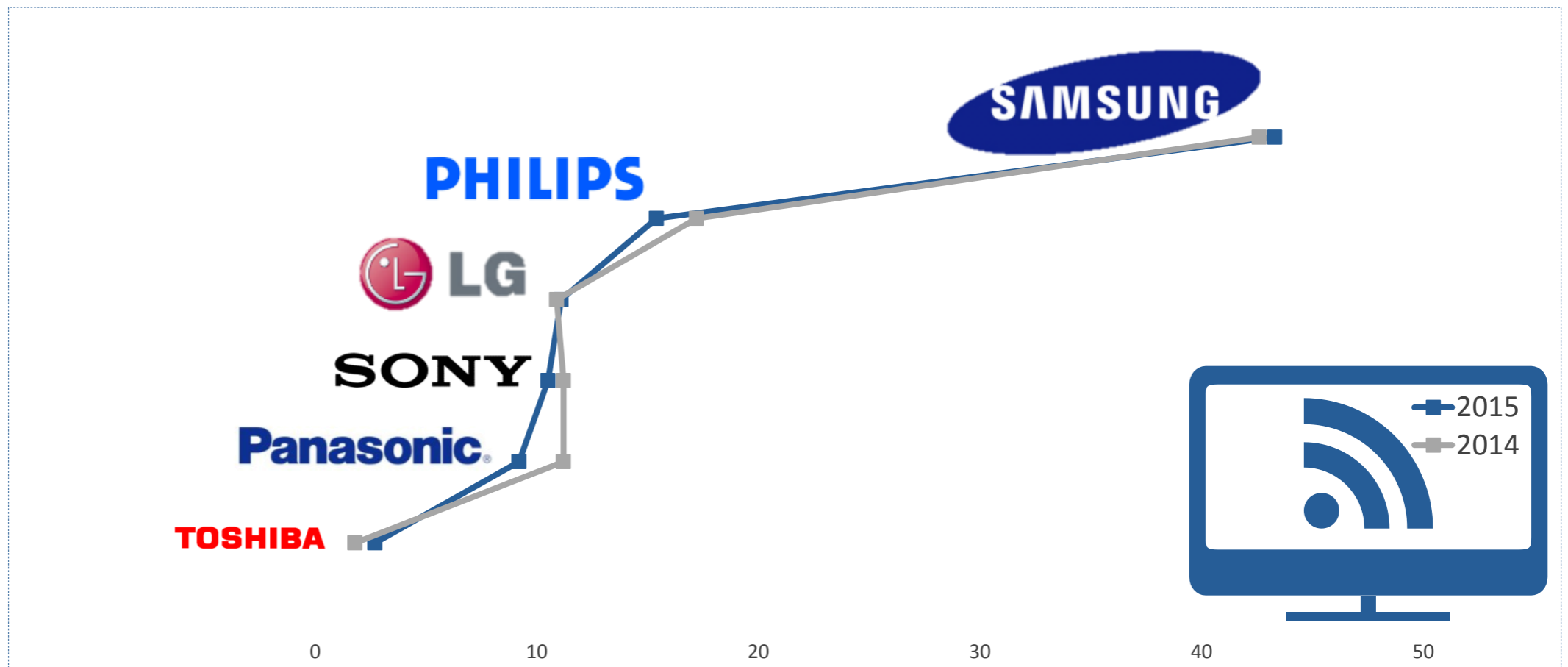


Angaben in Prozent

Basis: Basis: 15,803 / 9,396 / 7,045 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die Zugang zu einem Smart TV-Gerät haben / ans Internet angeschlossen haben / Videos aus dem Internet am SmartTV nutzen

Marke Smart TV-Gerät

Samsung bestätigt seine Position als Marktführer.

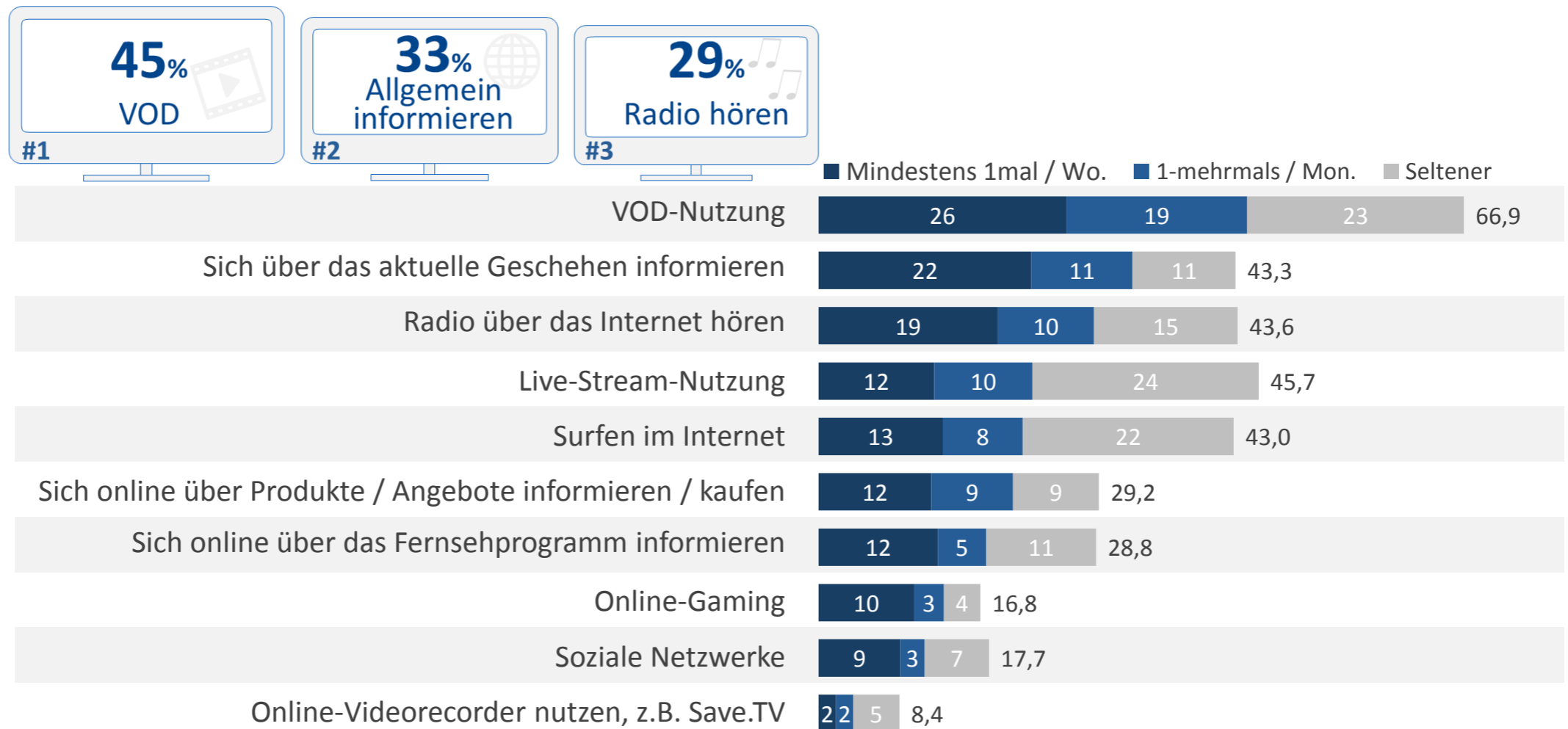


Angaben in Prozent

Basis: 9,396 Mio. Personen, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben

Genutzte Inhalte Smart TV

TOP 3-Nutzungen/Monat: VOD, aktuelle Infos suchen, Radio hören.



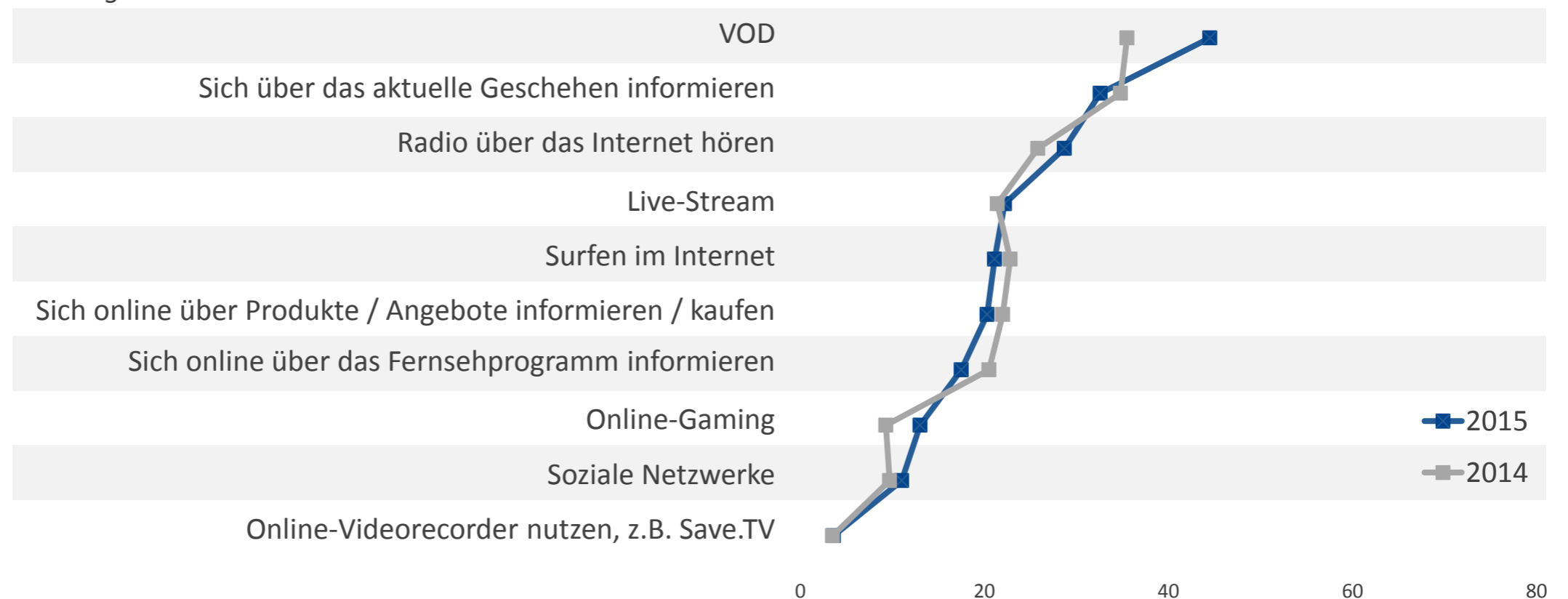
Angaben in Prozent

Basis: 9,396 Mio. Personen, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben

Genutzte Inhalte Smart TV

Deutlich mehr monatliche VOD-Nutzer am SmartTV – davon abgesehen kaum Unterschiede zum Vorjahr.

Nutzung mindestens einmal im Monat

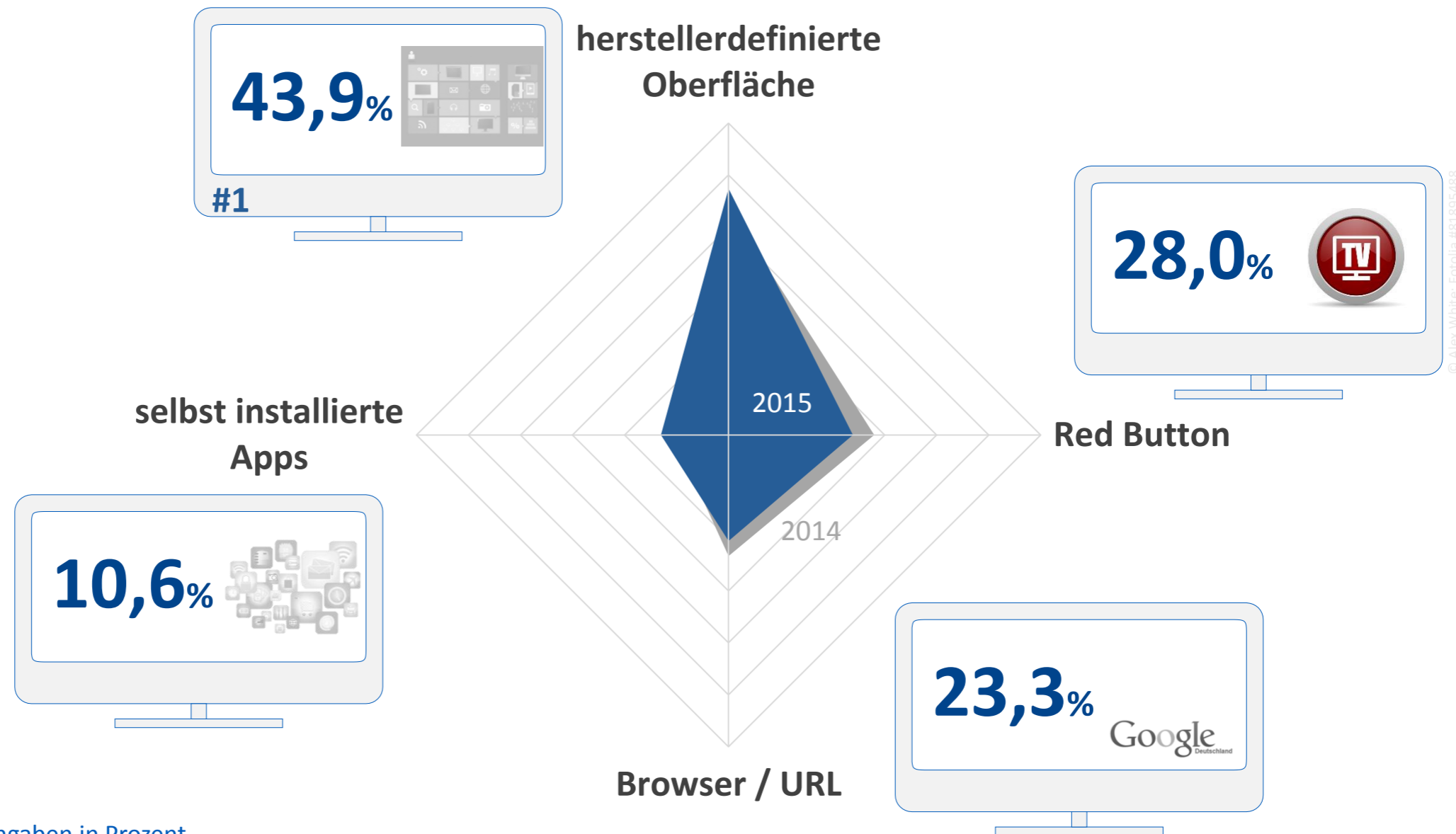


Angaben in Prozent

Basis: 7,691 / 9,396 Mio. Personen, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben

Smart TV: Aufrufen der Angebote

Erfolgt bei den meisten nach wie vor „herstellerdefiniert“.



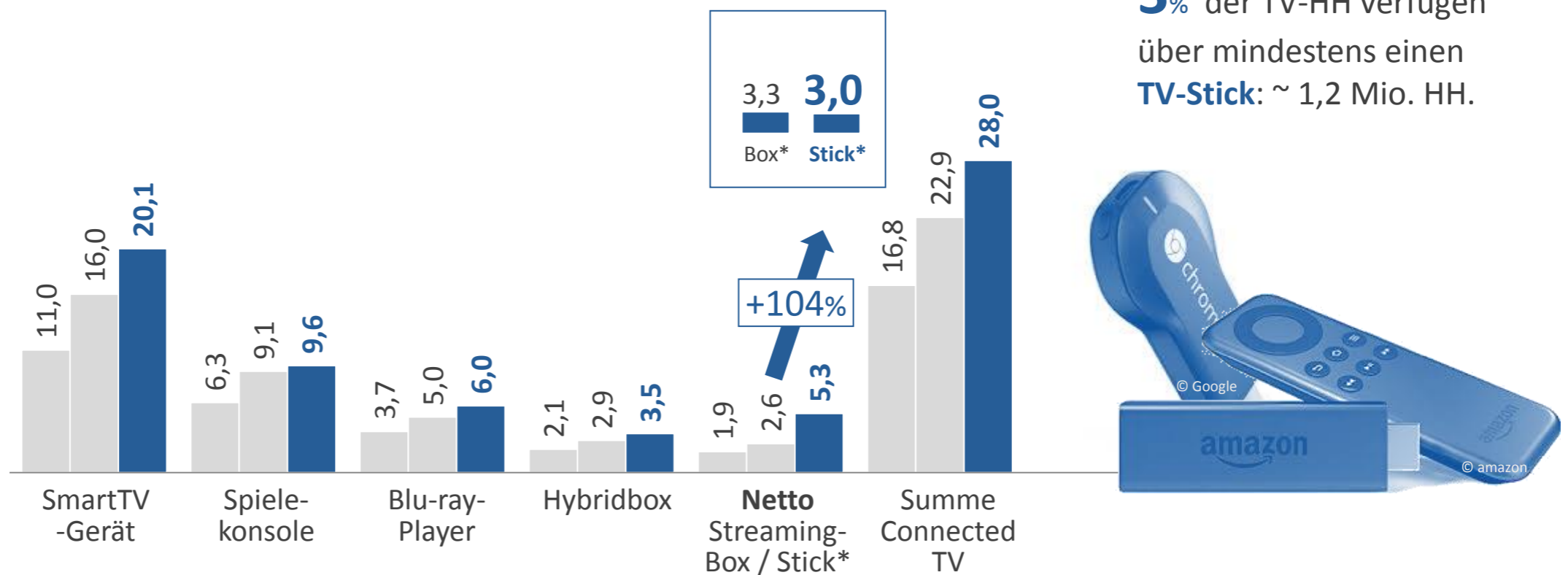
Angaben in Prozent

Basis: 7,691 / 9,396 Mio. Personen, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben, ; kA = 17,1 / 16,0%

Connected TV – Haushaltsausstattung

„Peripheriegeräte“ finden ebenfalls zunehmend Verbreitung. Streaming-Boxen und TV-Sticks mit stärkstem Zuwachs.

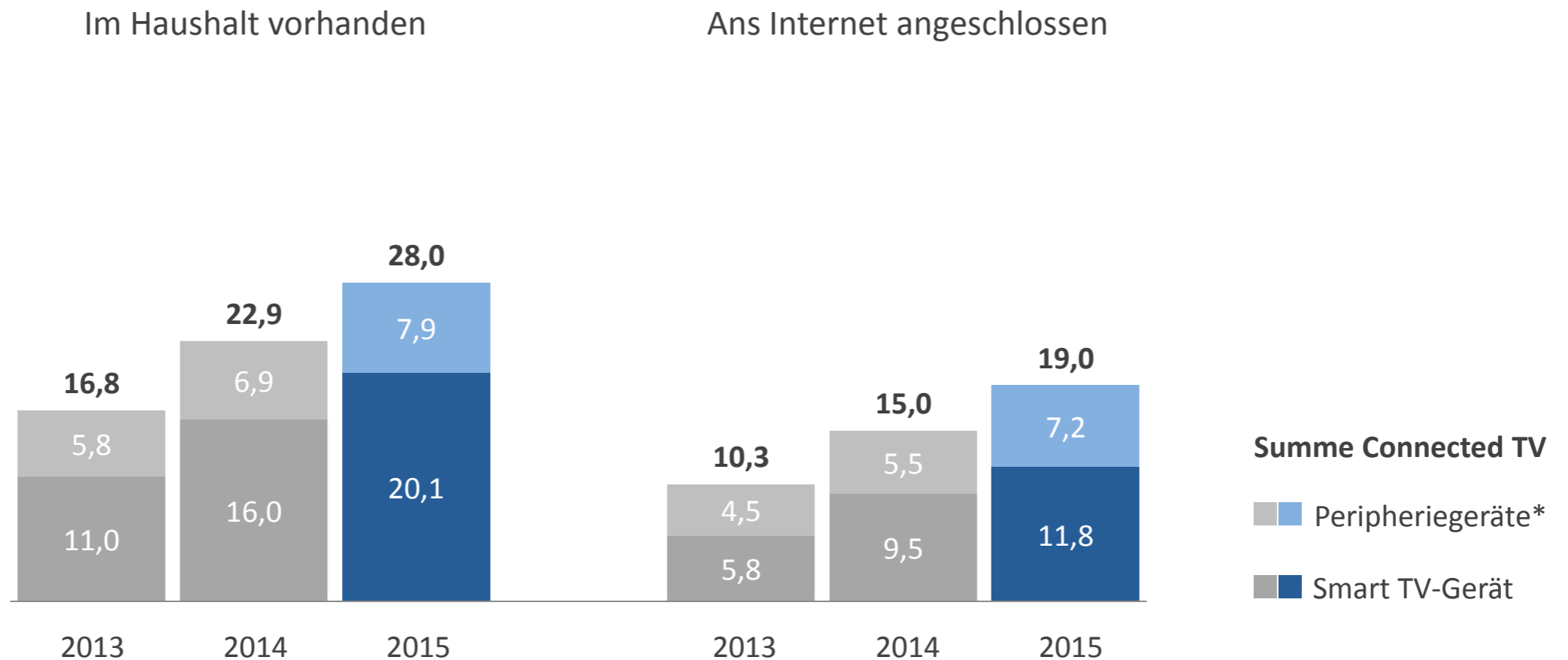
■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



Angaben in Prozent; *Streaming-Box und Streaming-Stick 2015 zum ersten Mal getrennt abgefragt
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Connected TV – Ausstattung / Anschlussquote

Durch die „Peripheriegeräte“ steigt der Anteil der TV-HH mit einem Connected TV auf rund 20%.



Angaben in Prozent

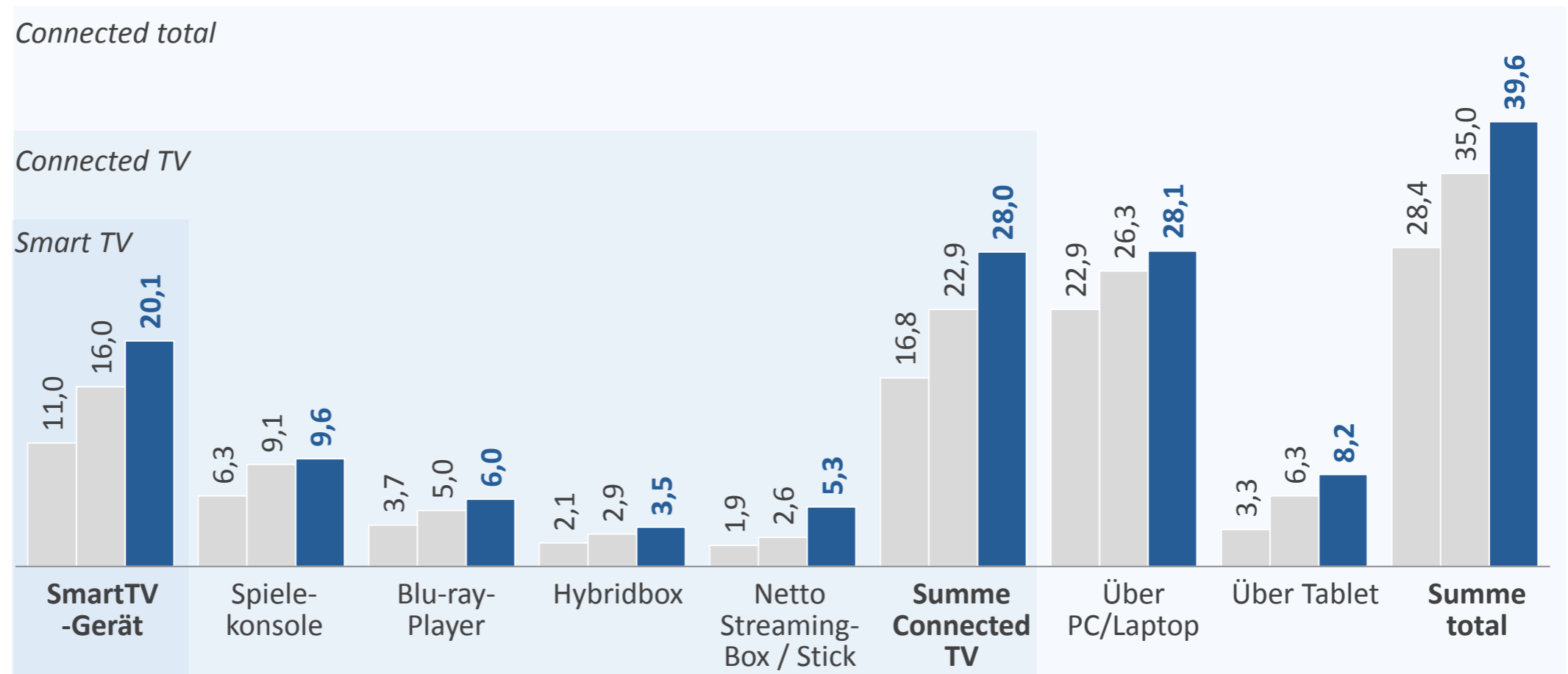
* Peripheriegeräte: Hybridbox, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfähige Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht SmartTV

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Connected TV - Haushaltsausstattung

Inklusive PC, Laptops, Tablets als „Connect-Option“ könnten rund 40% der HH ihr TV-Gerät ans Internet anschließen.

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015

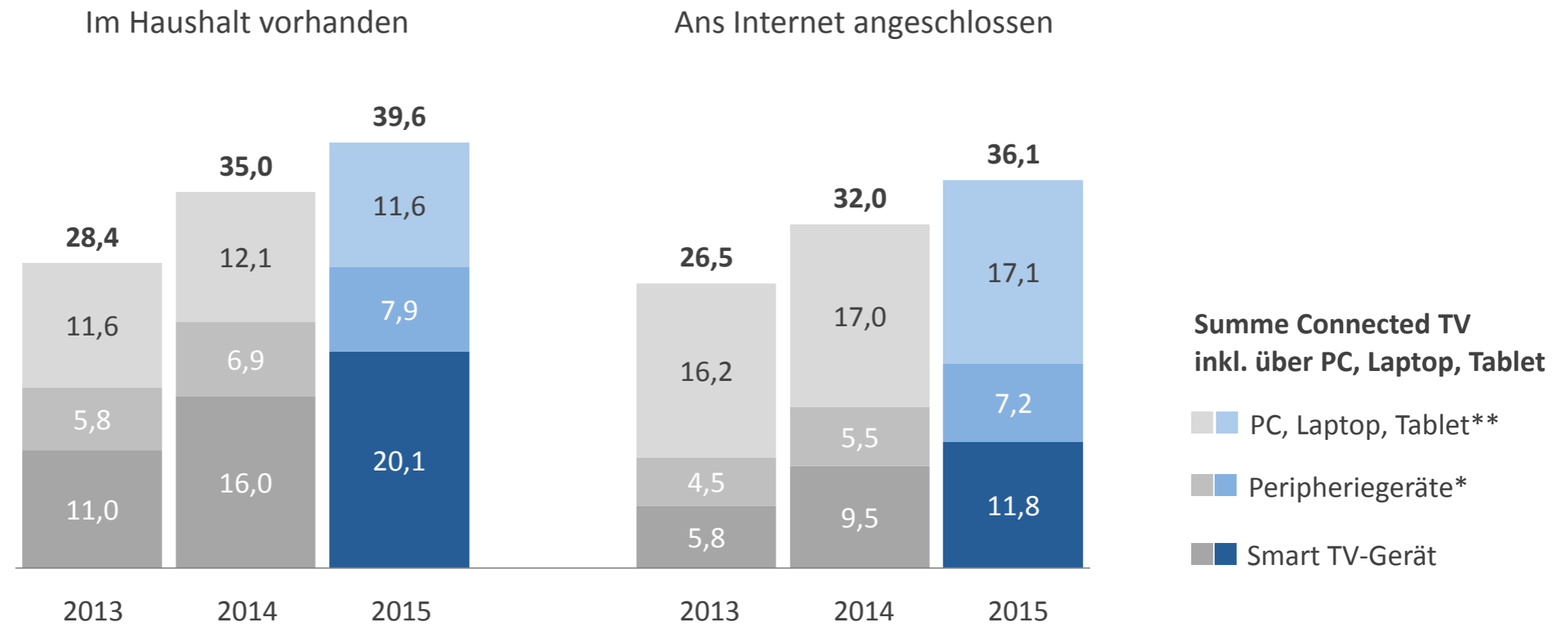


Angaben in Prozent;

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Connected TV inkl. über PC, Laptop, Tablet

Unter Berücksichtigung aller Optionen haben 36% der TV-HH (mindestens) ein TV-Gerät an das Internet angeschlossen.



Angaben in Prozent

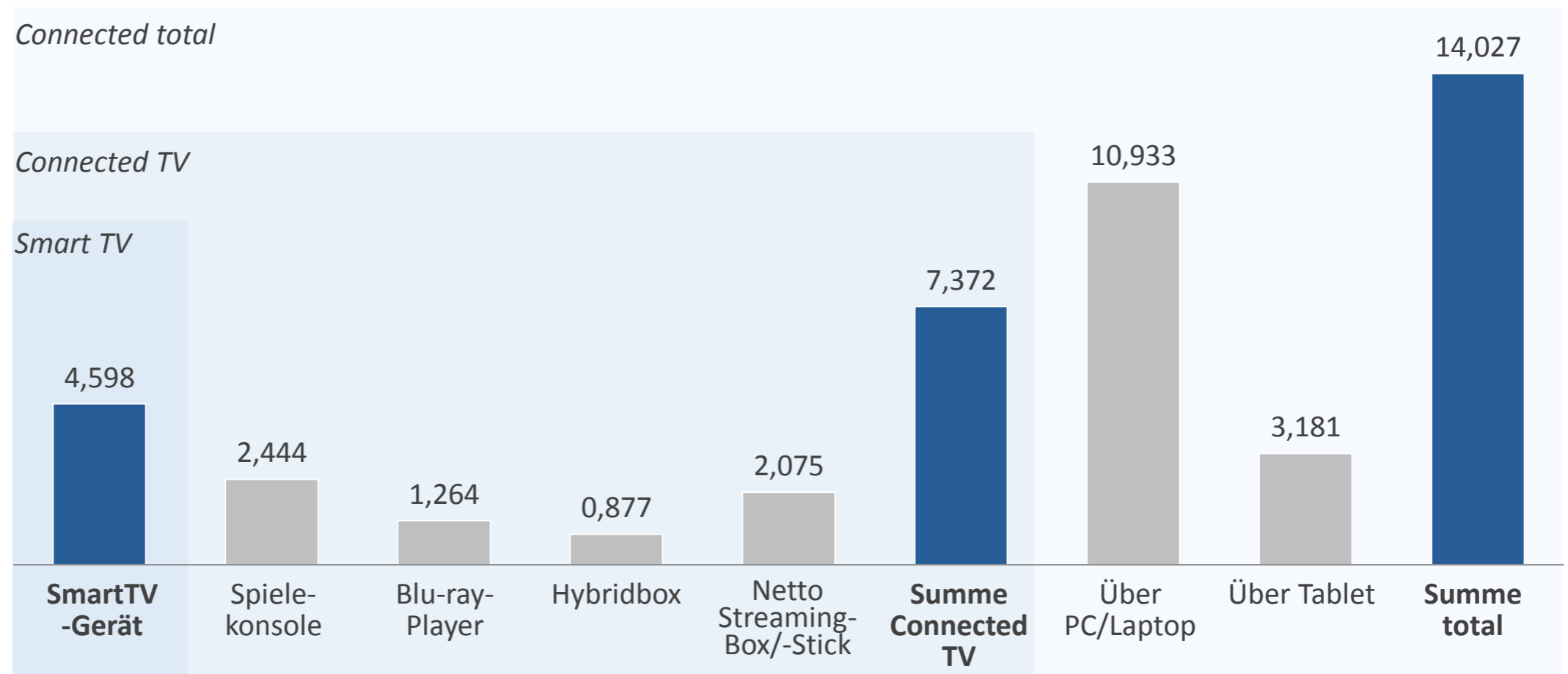
* Peripheriegeräte: Hybridbox, Streaming-Box, Streaming-Stick, internetfäh. Spielekonsole, Blu-ray-Player; falls nicht Smart TV

** TV-Gerät über PC, Laptop, Tablet an das Internet angeschlossen; falls nicht Smart TV- oder Peripheriegerät

Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland

Connected TV – Anzahl Haushalte 2015

Absolut betrachtet: In 14 Mio. TV-HH steht mindestens ein mit dem Internet verbundenes TV-Gerät.



Angaben in Mio.

Basis: 38,899 Mio. TV-HH in Deutschland



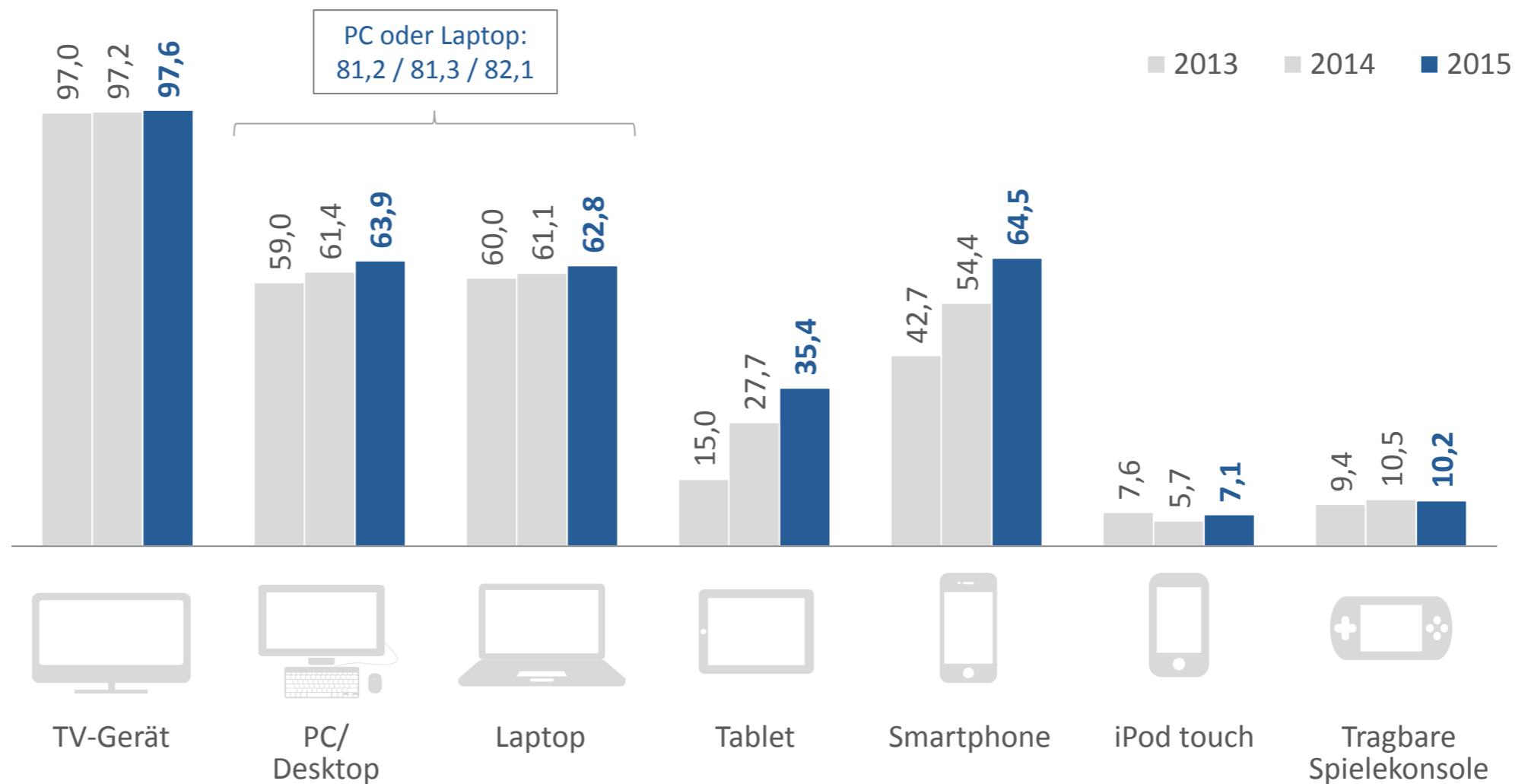
Nutzung Videoinhalte aus dem Internet



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

Zugang zu Bildschirmgeräten – Alle

Tablet und Smartphone nehmen weiter zu.

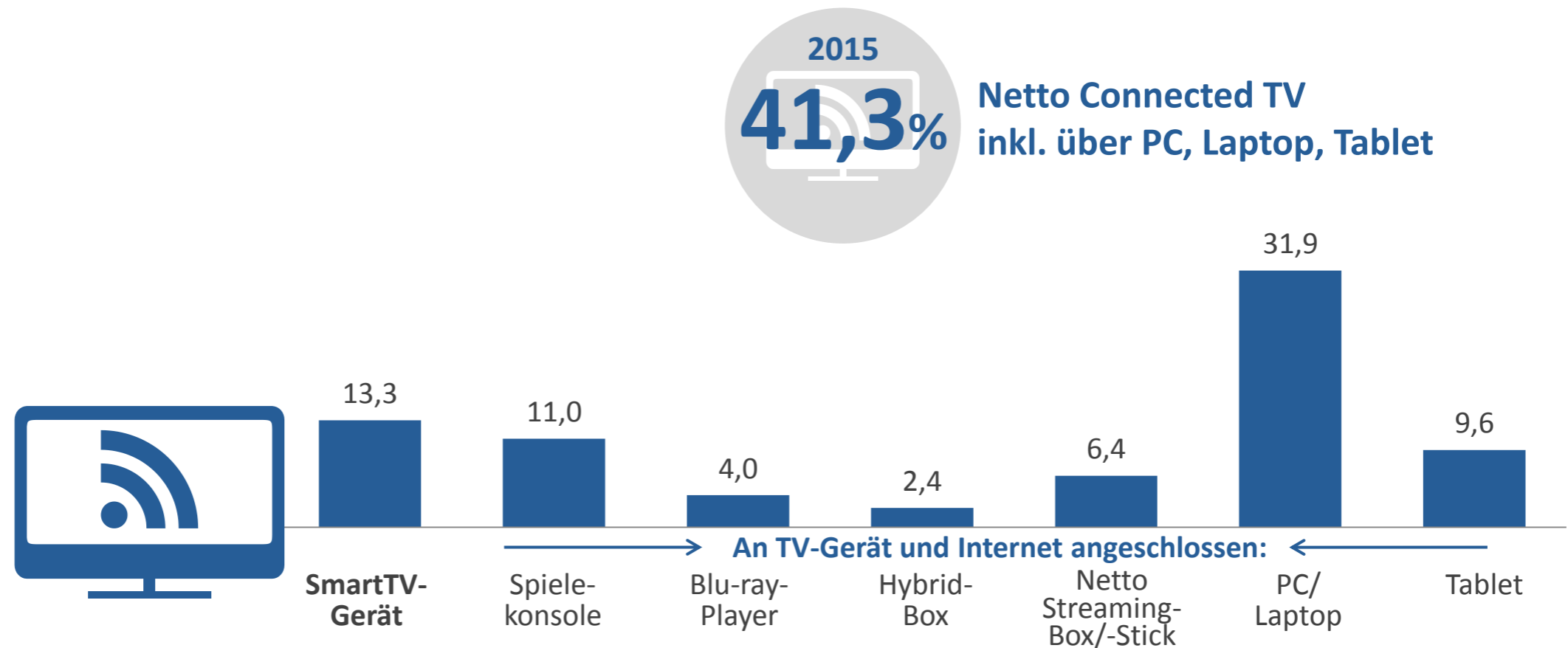


Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Zugang zu Connected TV – Alle Personen

Gut 40 Prozent der 14+ in den TV-HH geben mindestens eine Möglichkeit an, Videoinhalte aus dem Internet am TV-Gerät nutzen zu können.

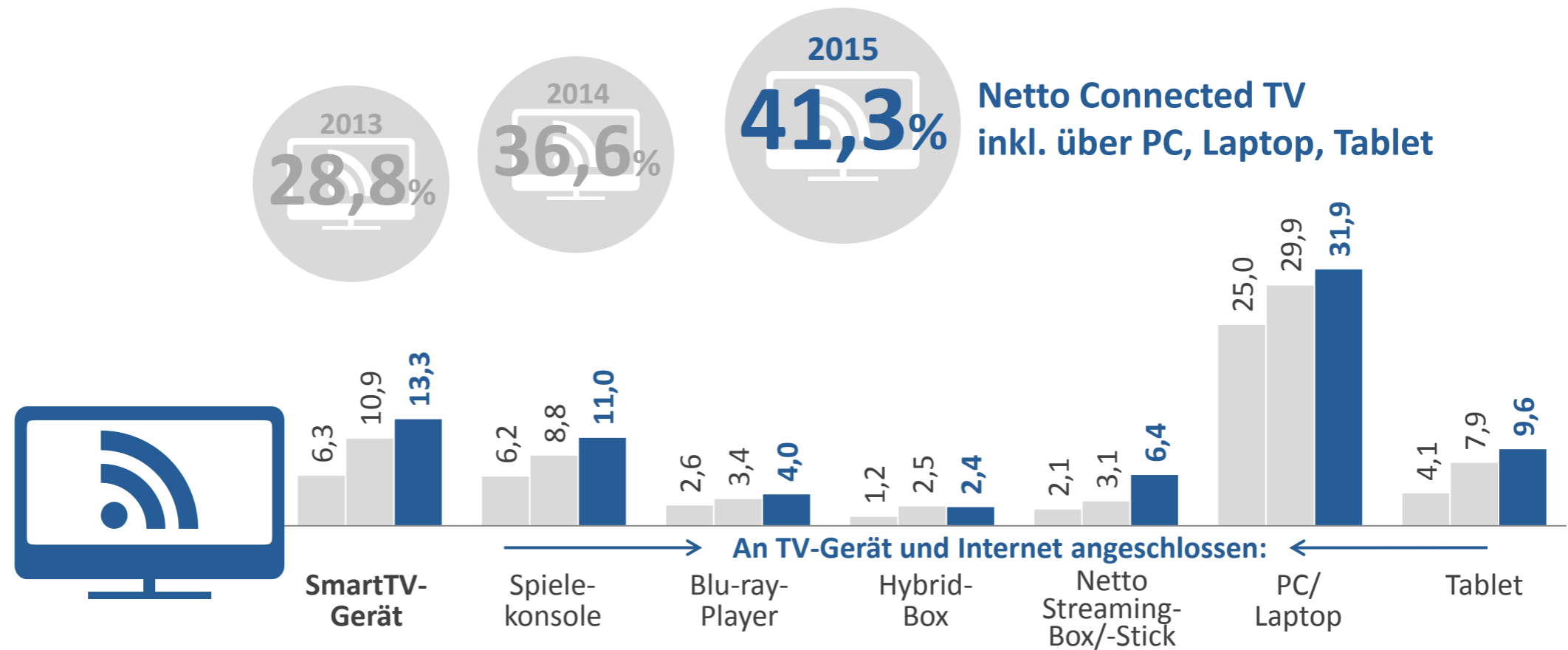


Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Zugang zu Connected TV – Alle Personen

Anteil der „connected“ Personen steigt weiter an. Relativ stärkster Zuwachs bei Streaming-Boxen / TV-Sticks.

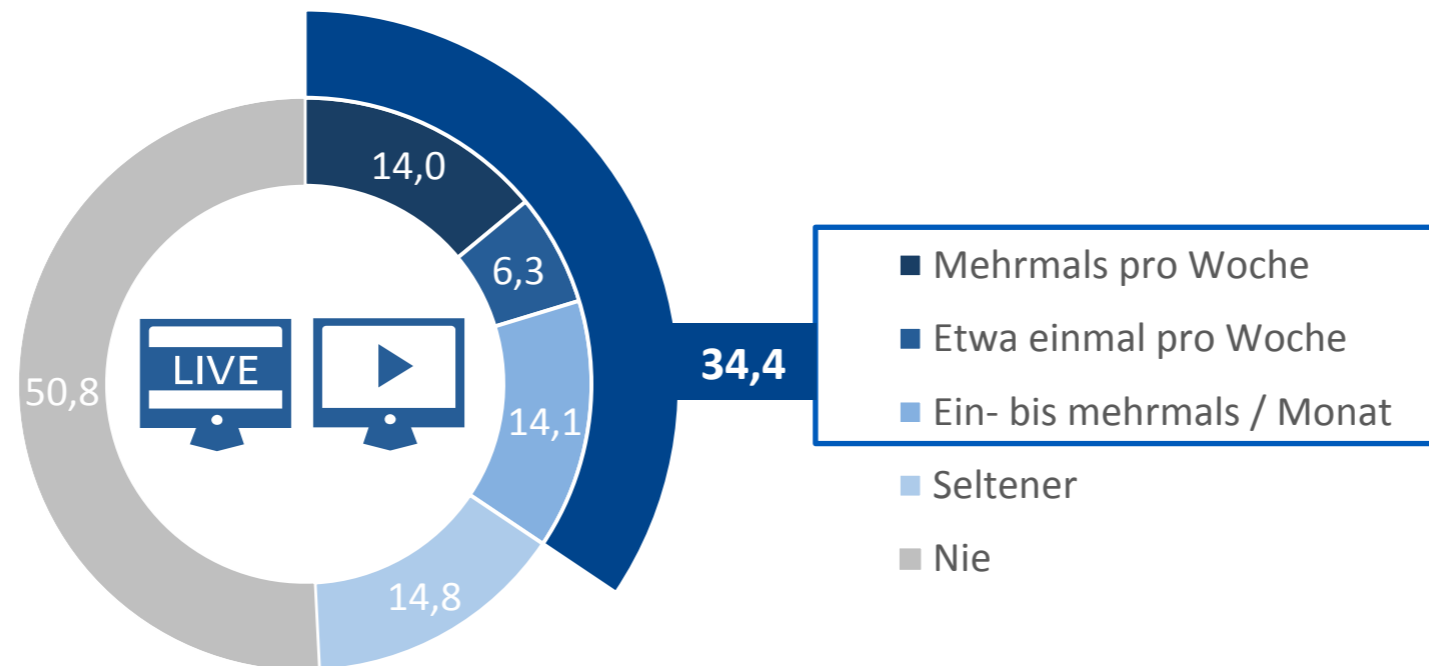


Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

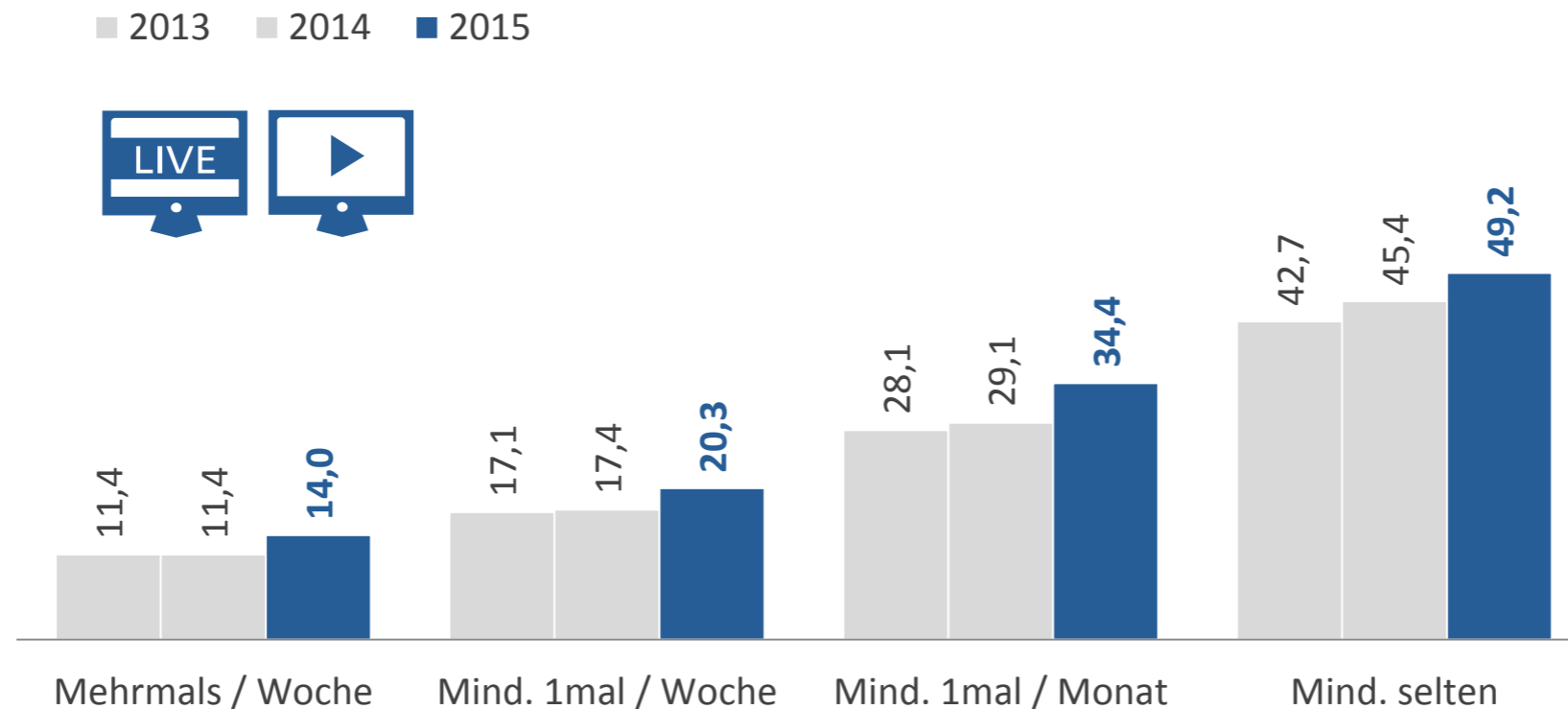
Rund jeder Zweite hat schon einmal genutzt. Gut jeder Dritte nutzt mindestens einmal im Monat.



Angaben in Prozent; nutzt Live-Stream oder VOD (professionelle Inhalte)
Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

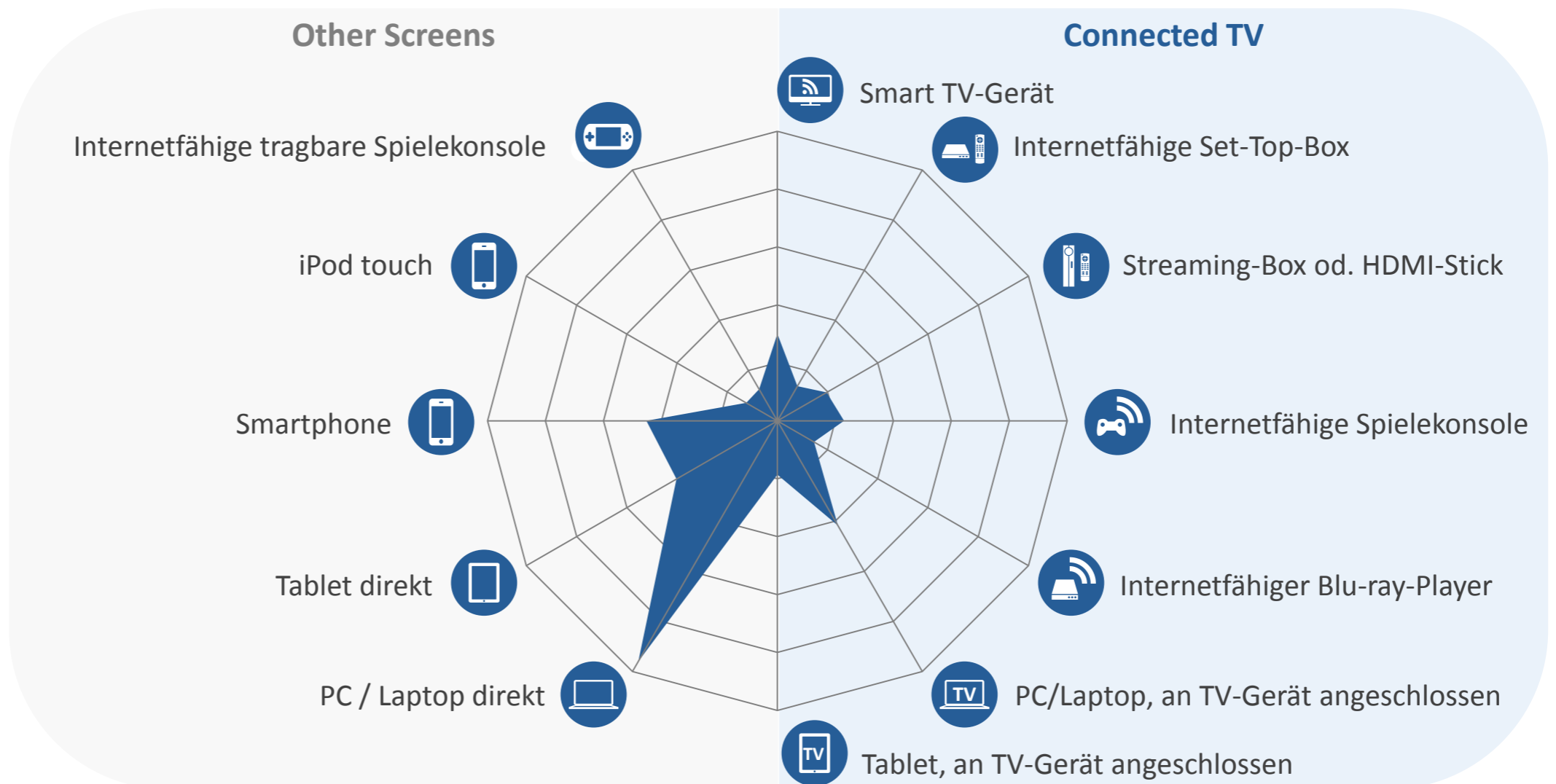
Vergleichsweise gleichmäßiger Anstieg auf allen Frequenzstufen, relativer Zuwachs bei mehrmals pro Woche am stärksten.



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

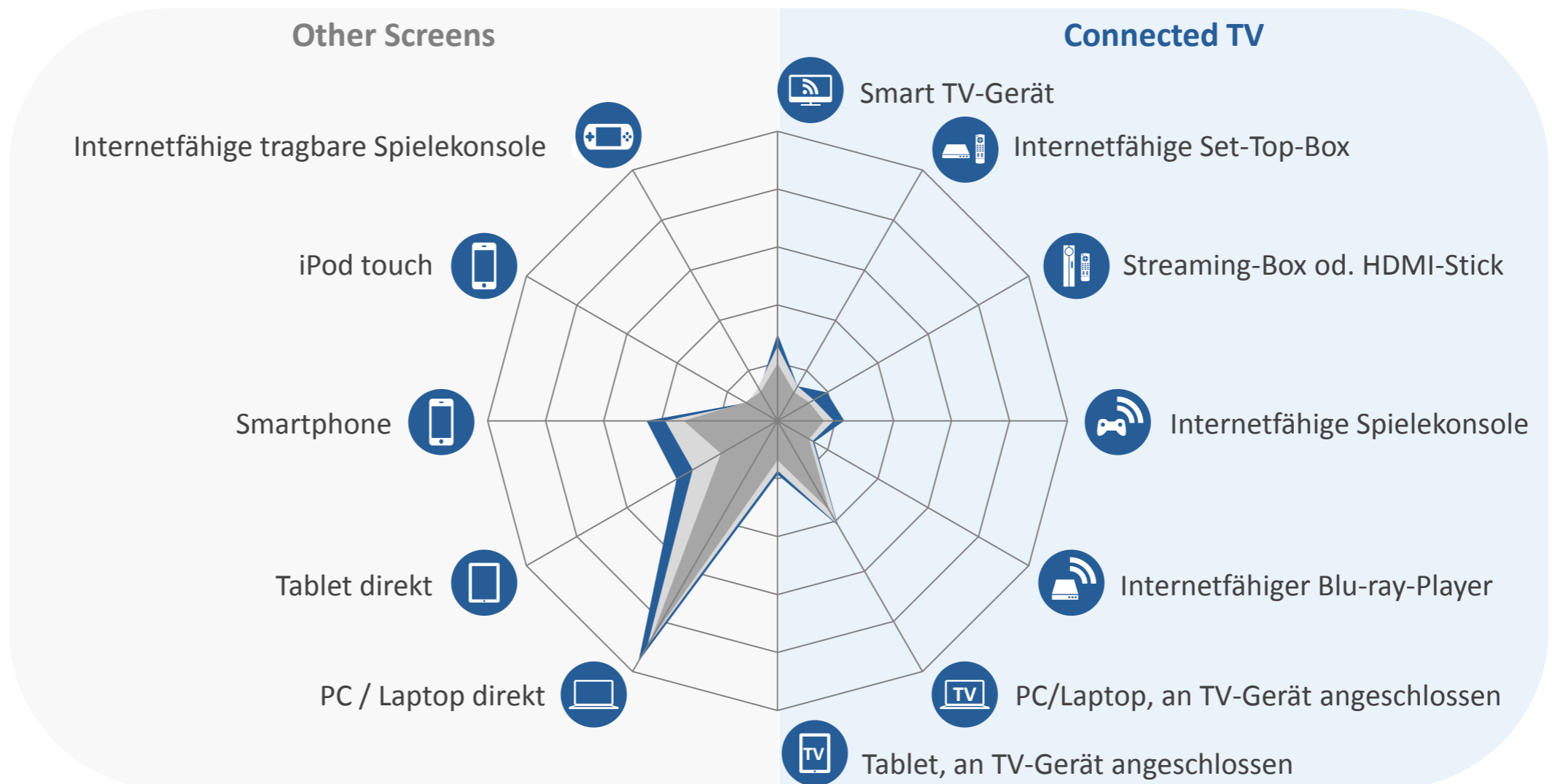
Im Überblick: VOD und Livestream Nutzung erfolgt in erster Linie direkt am PC oder Laptop.



Angaben in Prozent; VOD (professionelle Inhalte) oder Live-Stream schon genutzt
 Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

Connected TV, Tablet und Smartphone holen aber deutlich auf.

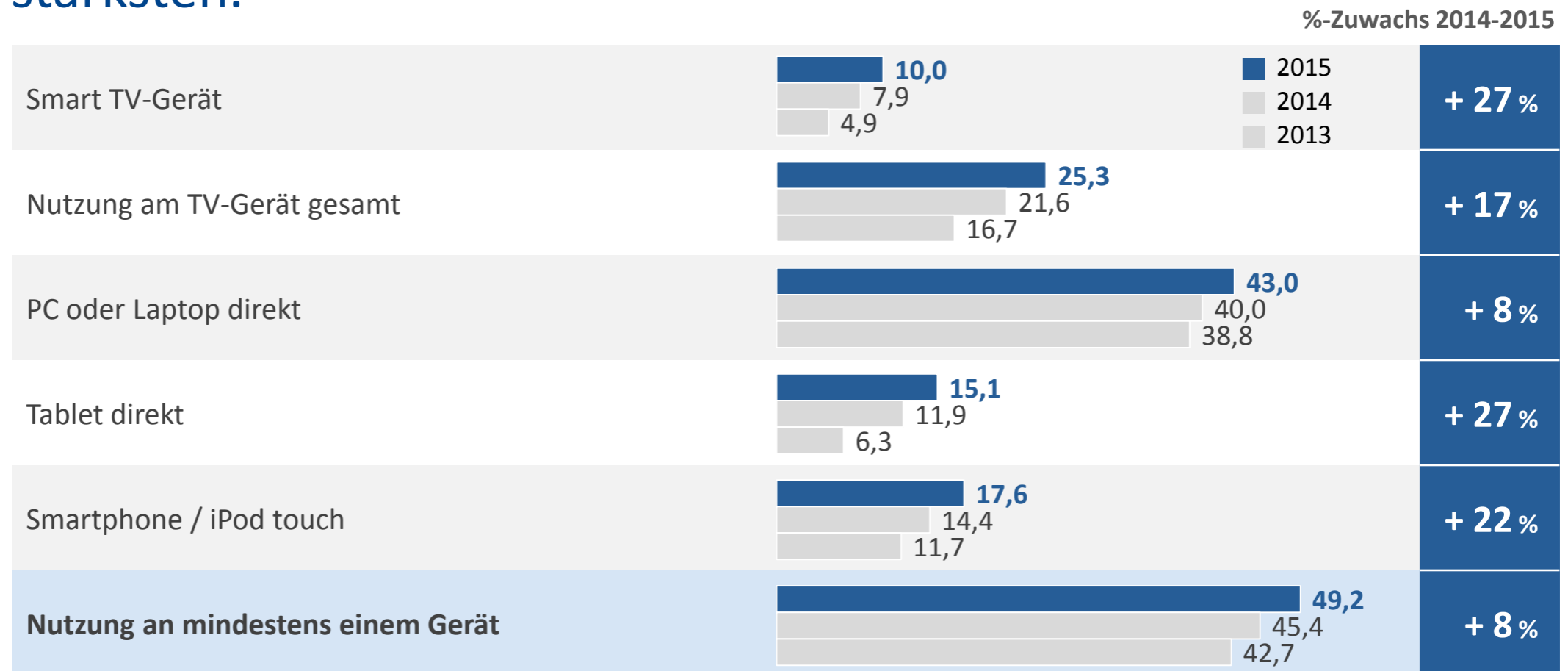


Angaben in Prozent; VOD (professionelle Inhalte) oder Live-Stream schon genutzt
 Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

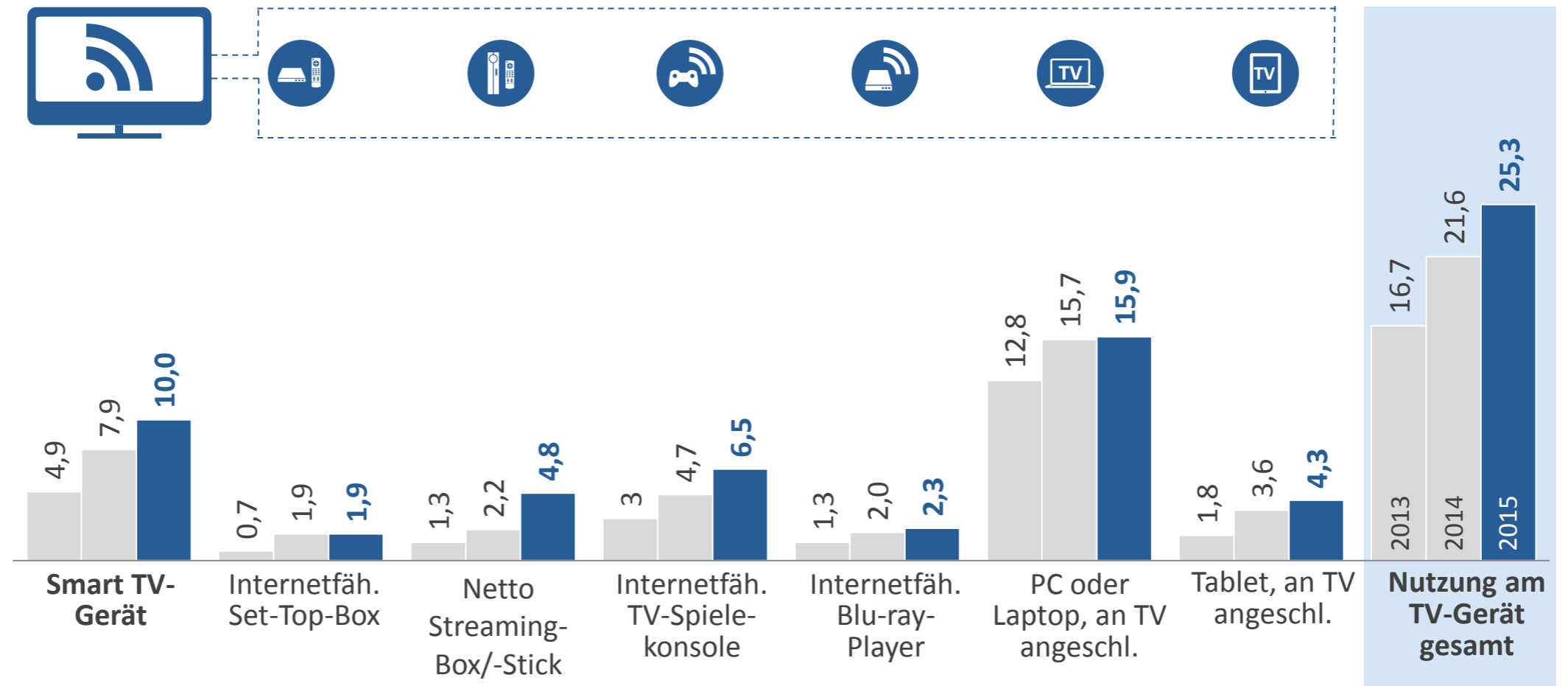
Nutzung am SmartTV-Gerät und direkt am Tablet wächst am stärksten.



Angaben in Prozent; Nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens selten
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

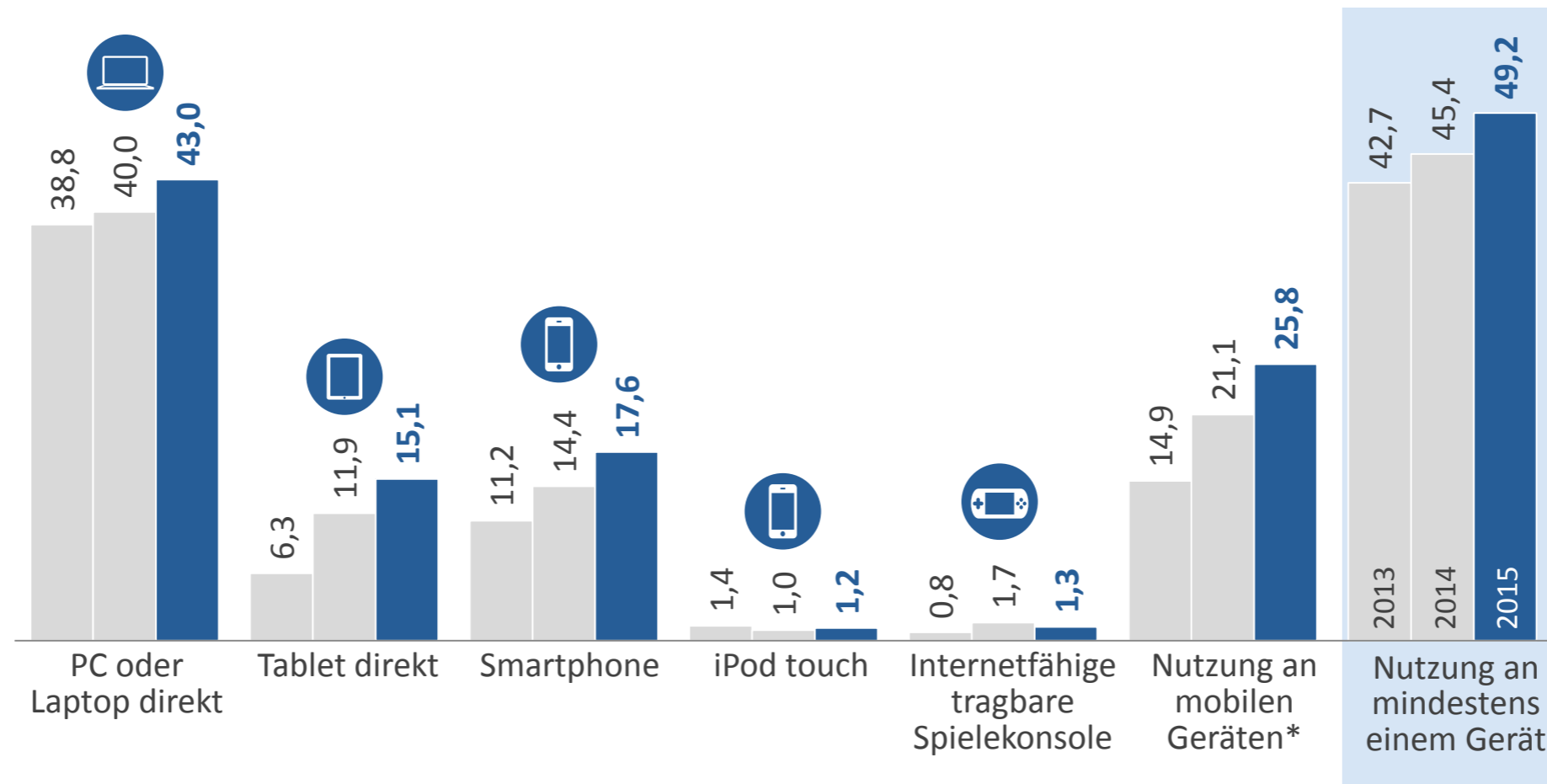
Im Detail: Stärkster Zuwachs bei Streaming-Boxen und -Sticks.



Angaben in Prozent; Nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens selten
 Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

Mobile Nutzung steigt überdurchschnittlich.



Angaben in Prozent

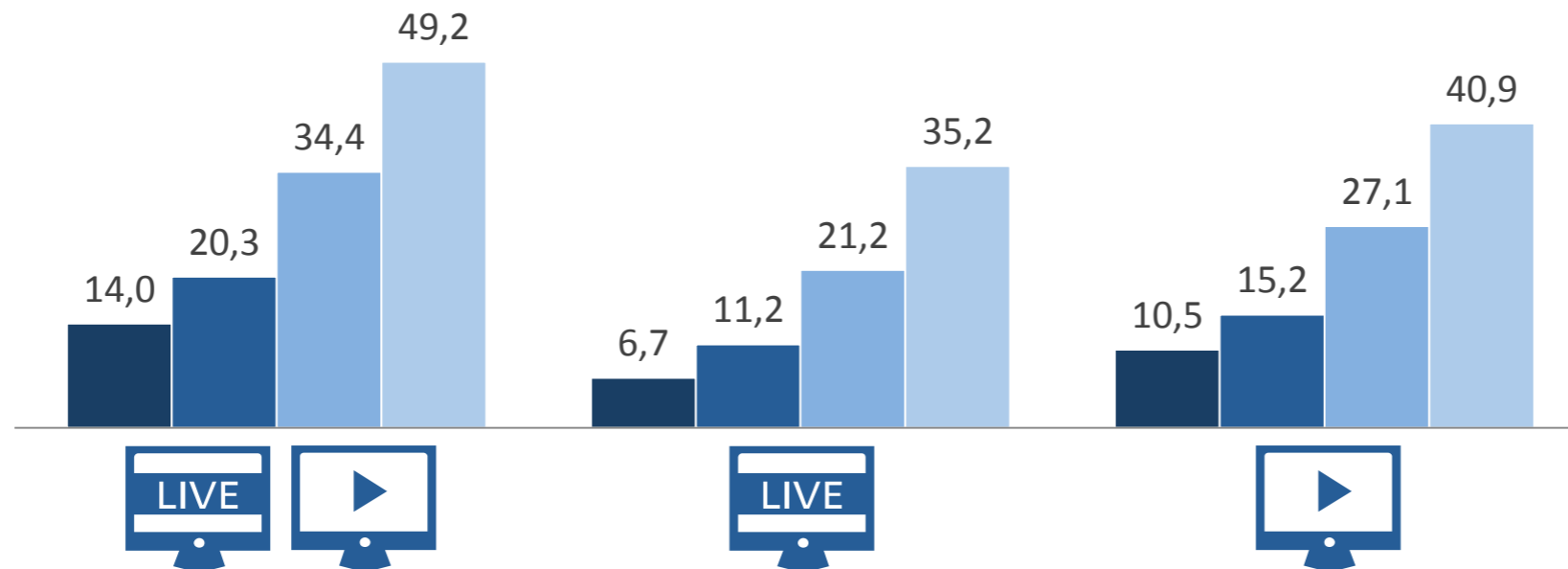
Nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens selten; *Smartphone, Tablet, iPod touch, tragb. Spielekonsole;

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

VOD liegt deutlich vor Nutzung von Live Streaming.

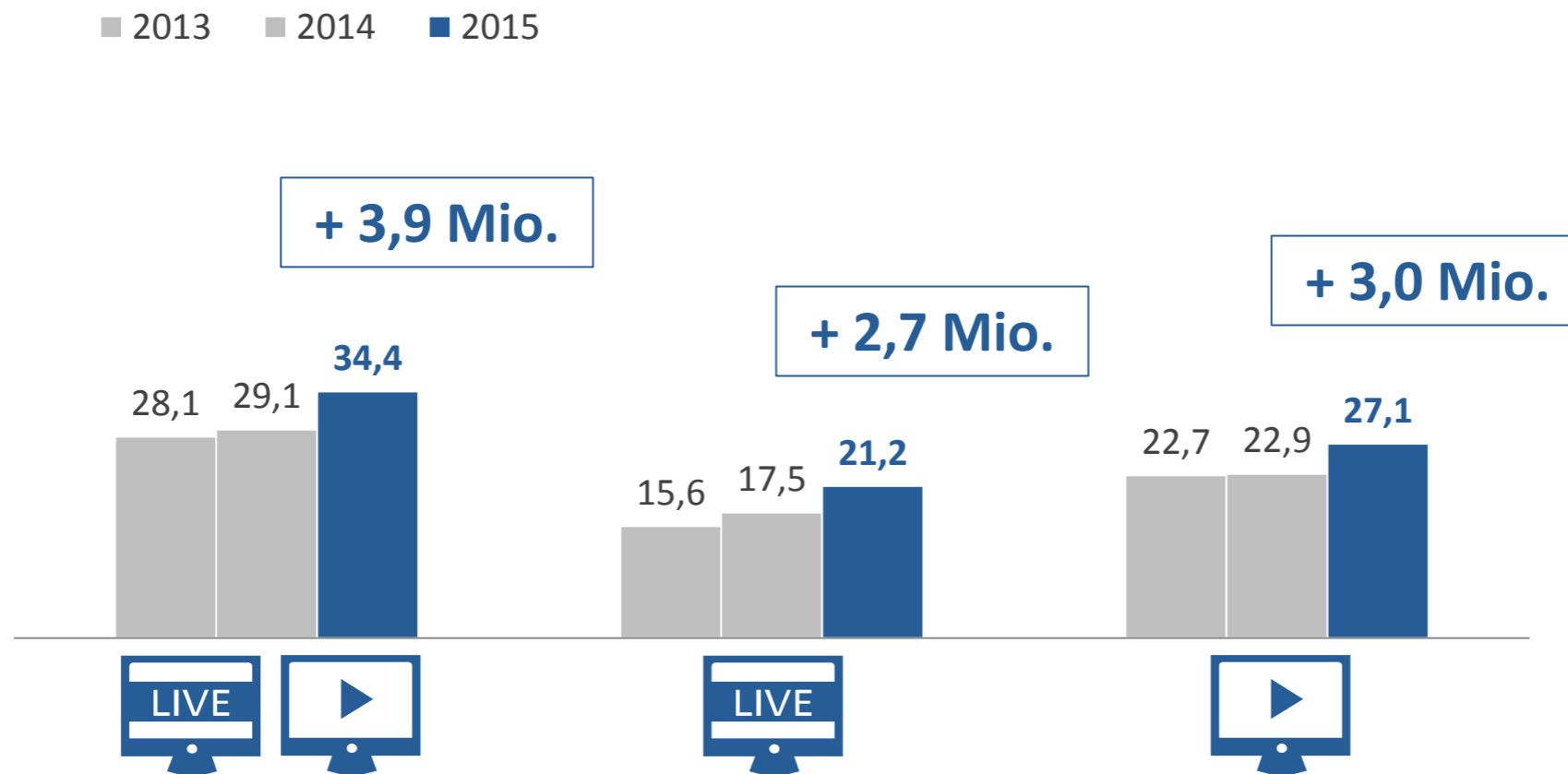
■ Mehrmals / Woche ■ Mind. 1mal / Woche ■ Mind. 1mal / Monat ■ Mind. selten



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream
Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

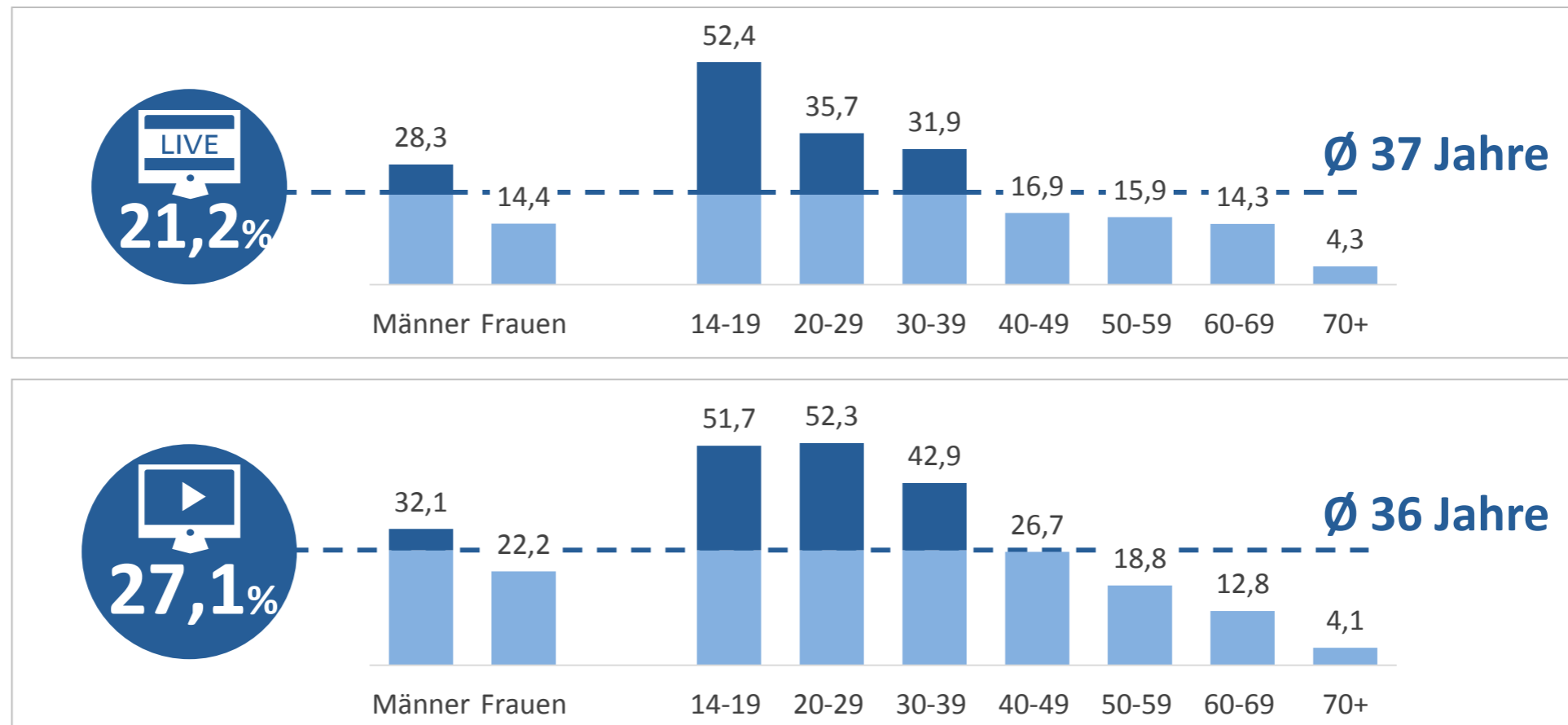
Monatliche Nutzer: Erkennbar mehr als im letzten Jahr:
Plus knapp 4 Millionen



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Videoinhalte aus dem Internet

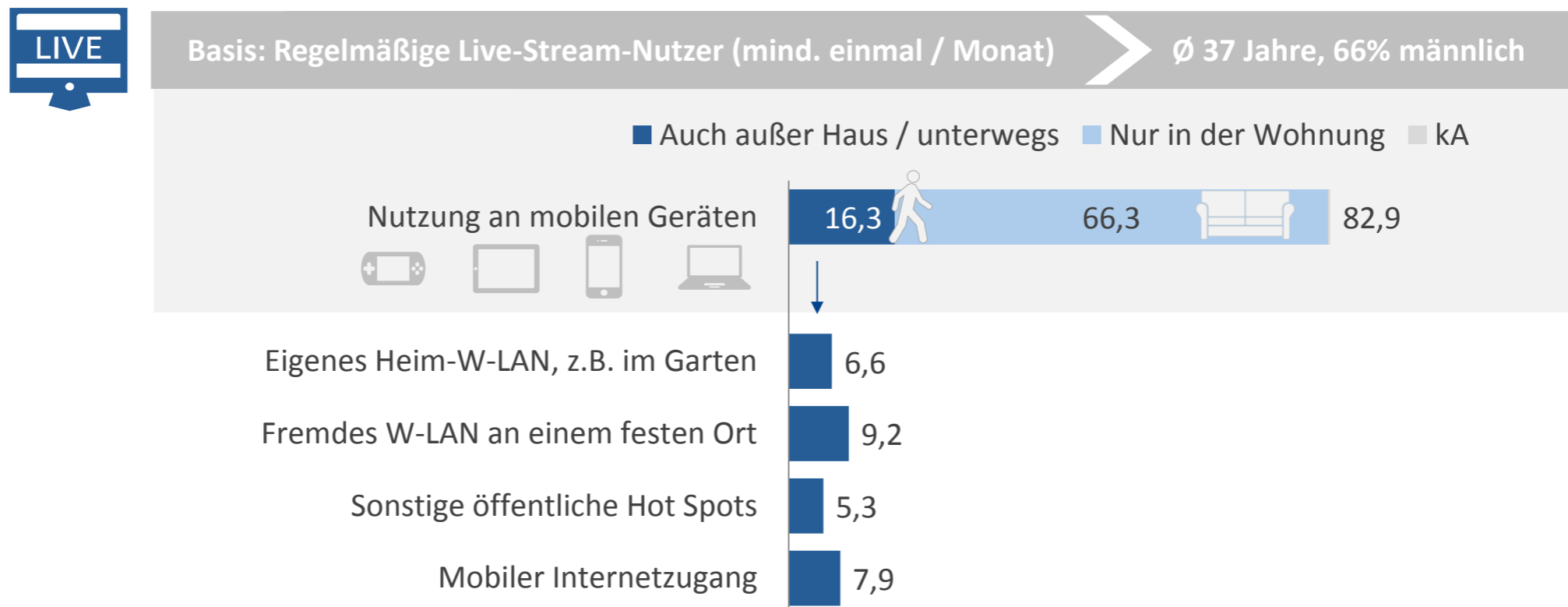
Monatliche Nutzer: Überproportional viel unter 40-Jährige und eher Männer



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream
 Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzung Live-Stream unterwegs / zu Hause

Gut 4 von 5 regelmäßigen Nutzer schauen Live-Streams auch an mobilen Geräten – überwiegend zu Hause.

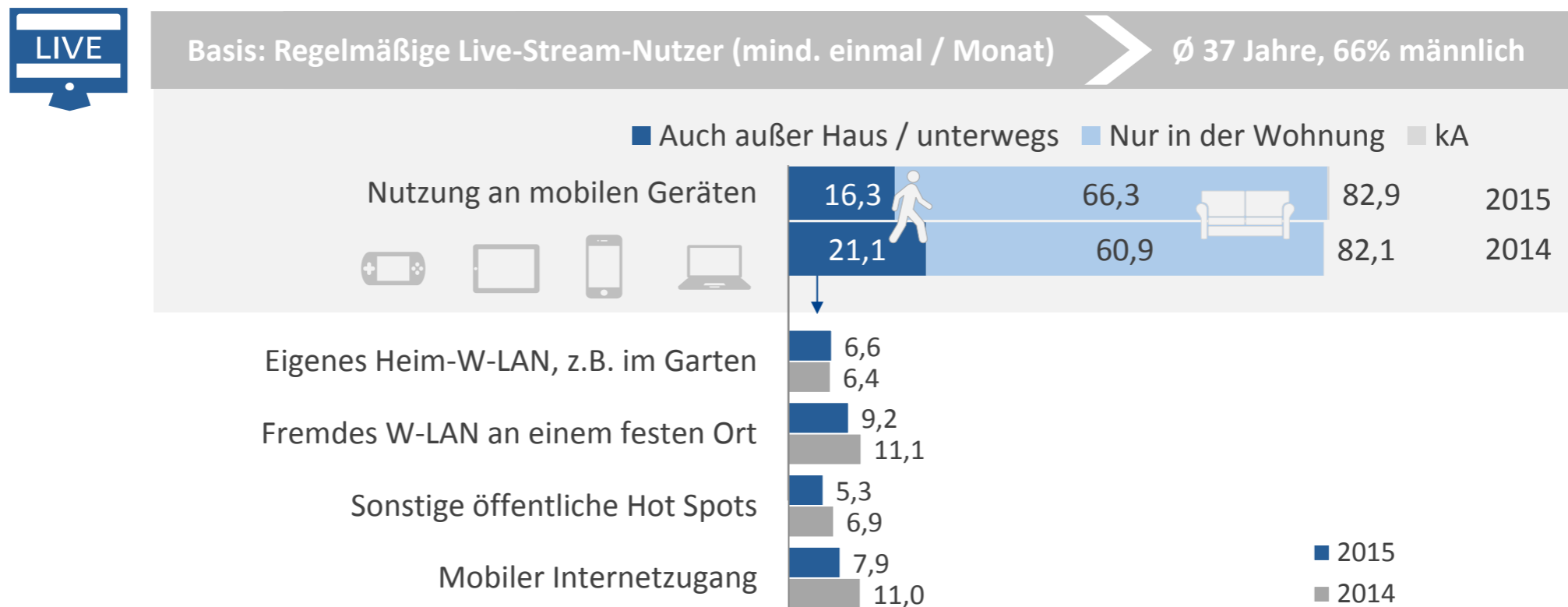


Angaben in Prozent

Basis: 14,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat Live-Stream nutzen

Nutzung Live-Stream unterwegs / zu Hause

Anteil Nutzer an mobilen Geräten bleibt gleich. Allerdings aktuell etwas weniger Nutzer außer Haus.

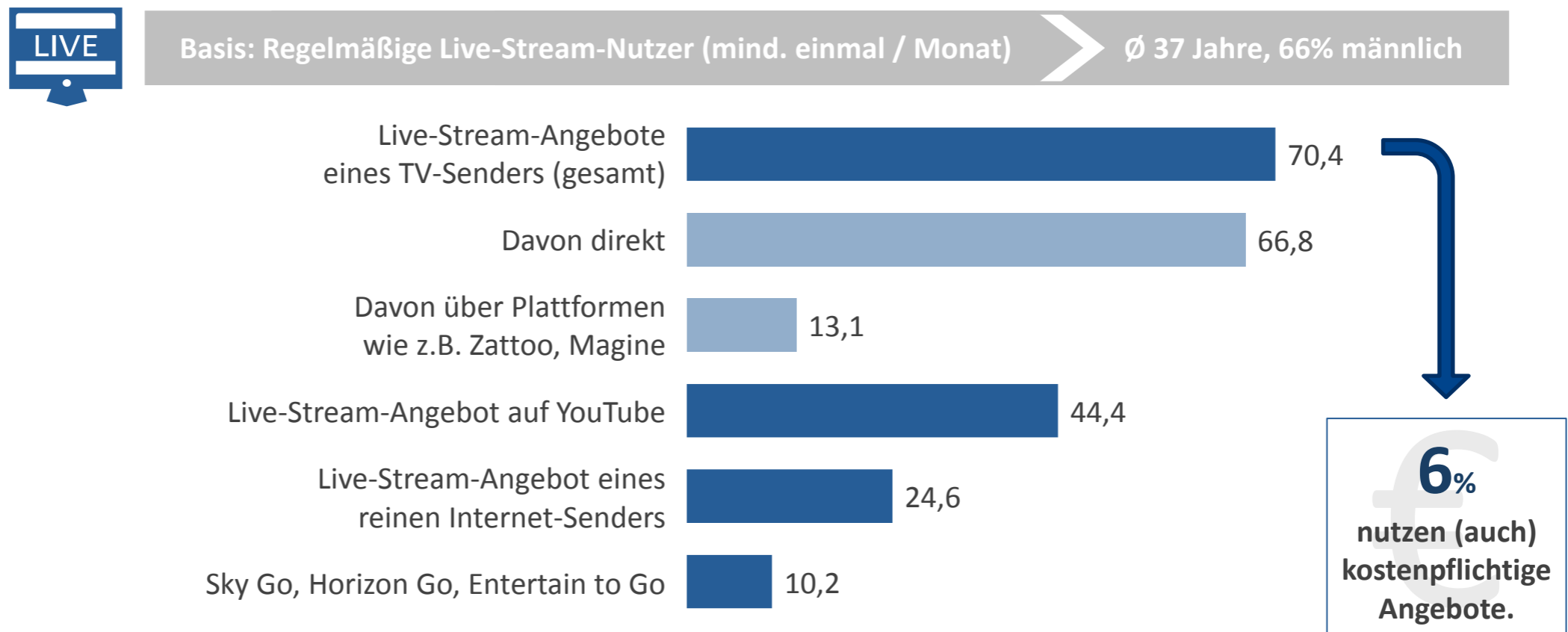


Angaben in Prozent

Basis: 12,301 / 14,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat Live-Stream nutzen

Nutzung Live-Stream-Angebote

Mit Abstand vorne: Die Live-Stream-Angebote der TV-Sender.
44% nutzen Live-Angebote auf YouTube.

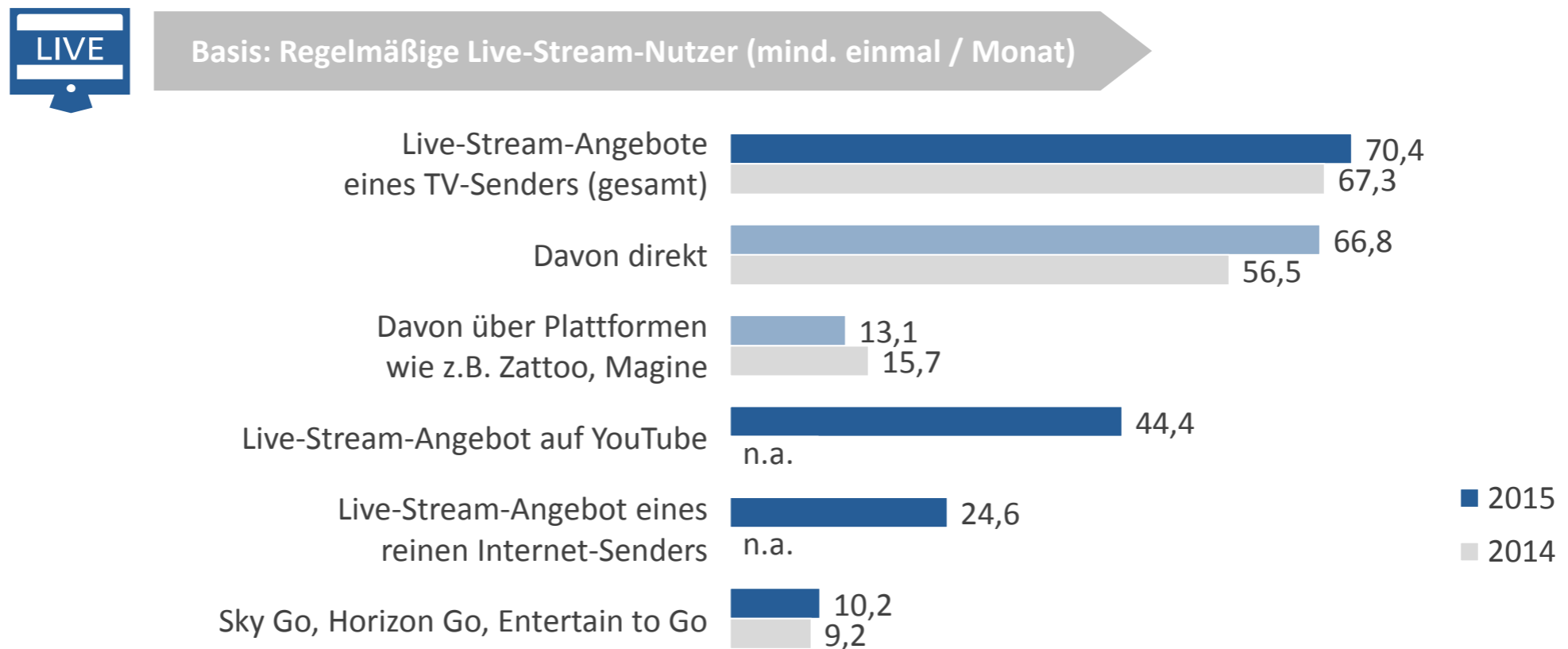


Angaben in Prozent; Angebot schon einmal genutzt

Basis: 14,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat Live-Stream nutzen

Nutzung Live-Stream-Angebote

Deutliche Zunahme bei der „direkten“ Nutzung der Live-Stream-Angebote der TV-Sender zu Lasten von Kollektor-Plattformen.

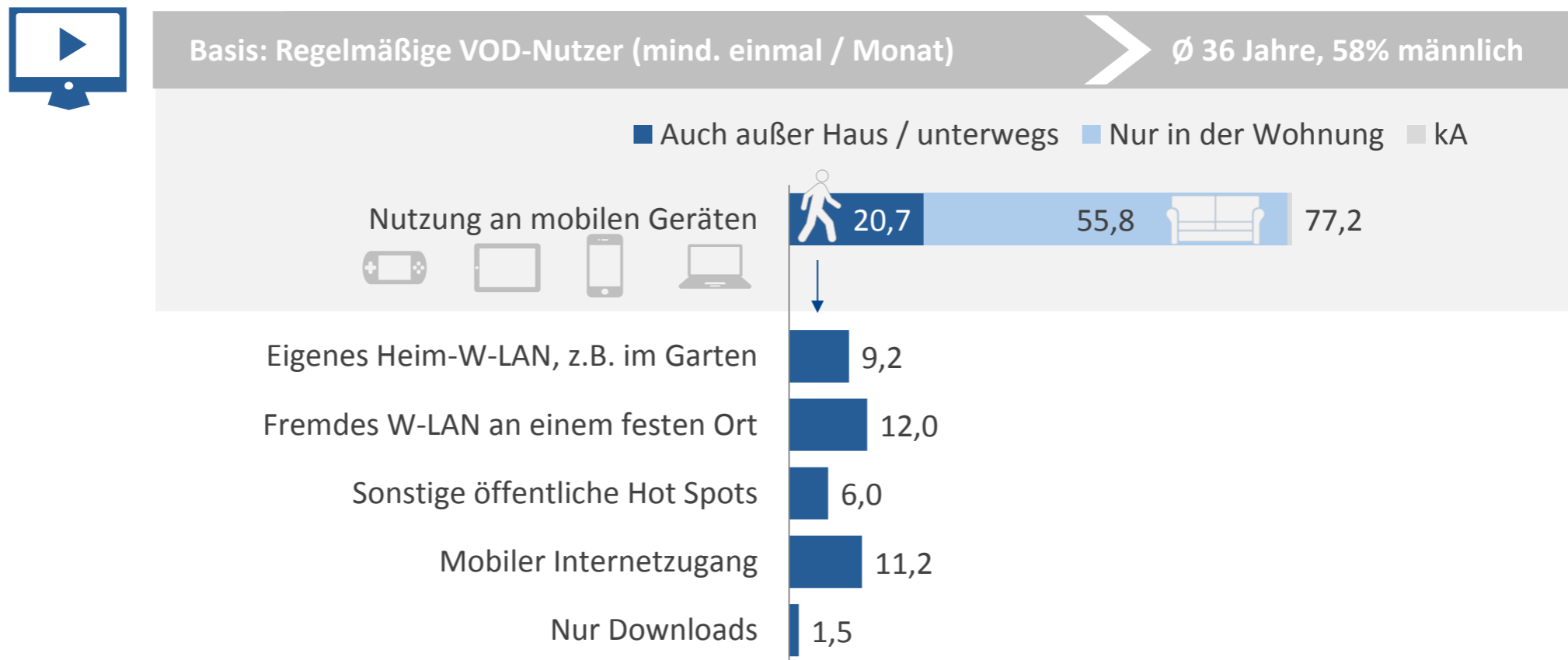


Angaben in Prozent

Basis: 12,301 / 14,977 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat Live-Stream nutzen

Nutzung VOD unterwegs / zu Hause

Gut drei Viertel der regelmäßigen Nutzer schauen „mobil“ VOD. Jeder Fünfte auch außerhalb der Wohnung.

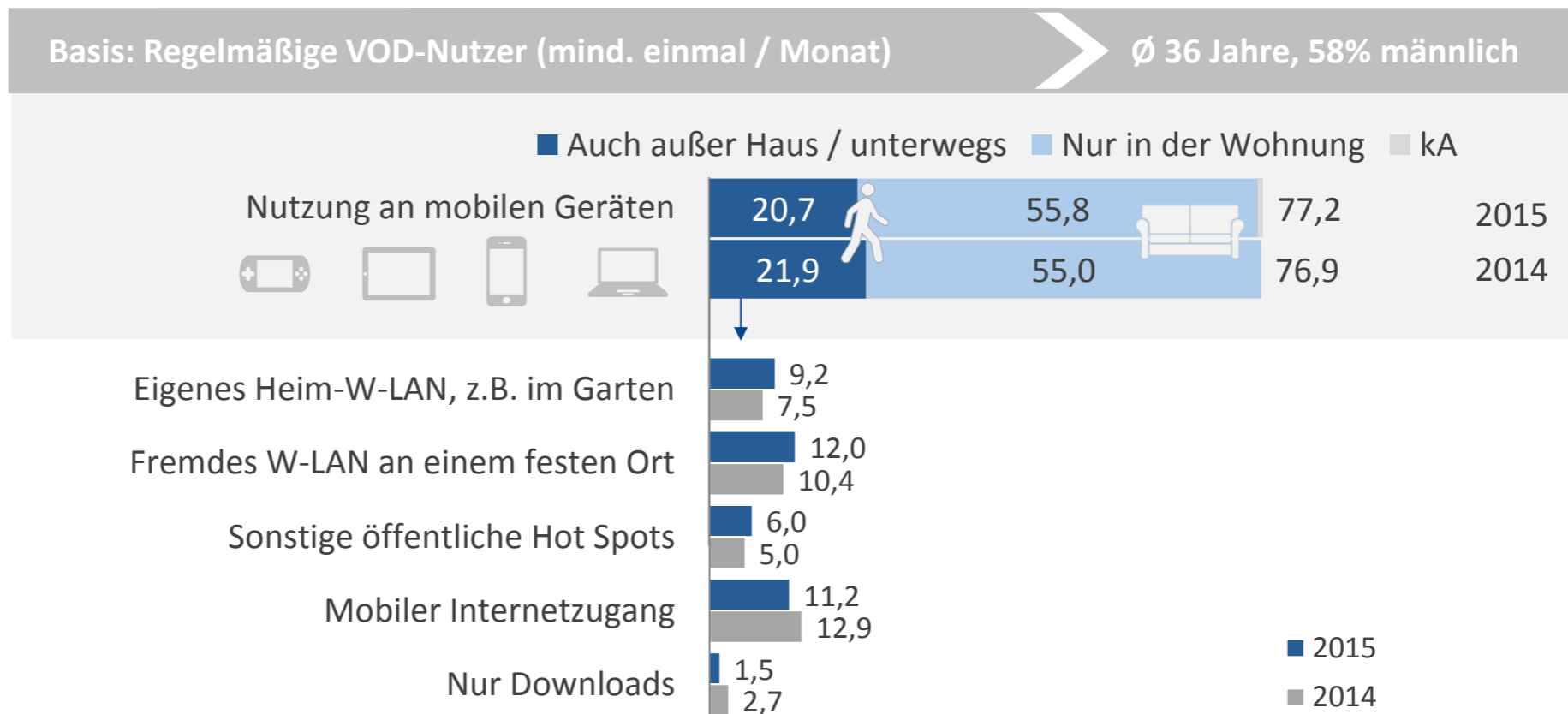


Angaben in Prozent

Basis: 19,089 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

Nutzung VOD unterwegs / zu Hause

Nahezu identische Verhältnisse zum Vorjahr. Anteilsmäßig etwas weniger Nutzer über den mobilen Internetzugang.



Angaben in Prozent

Basis: 16,113 / 19,089 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

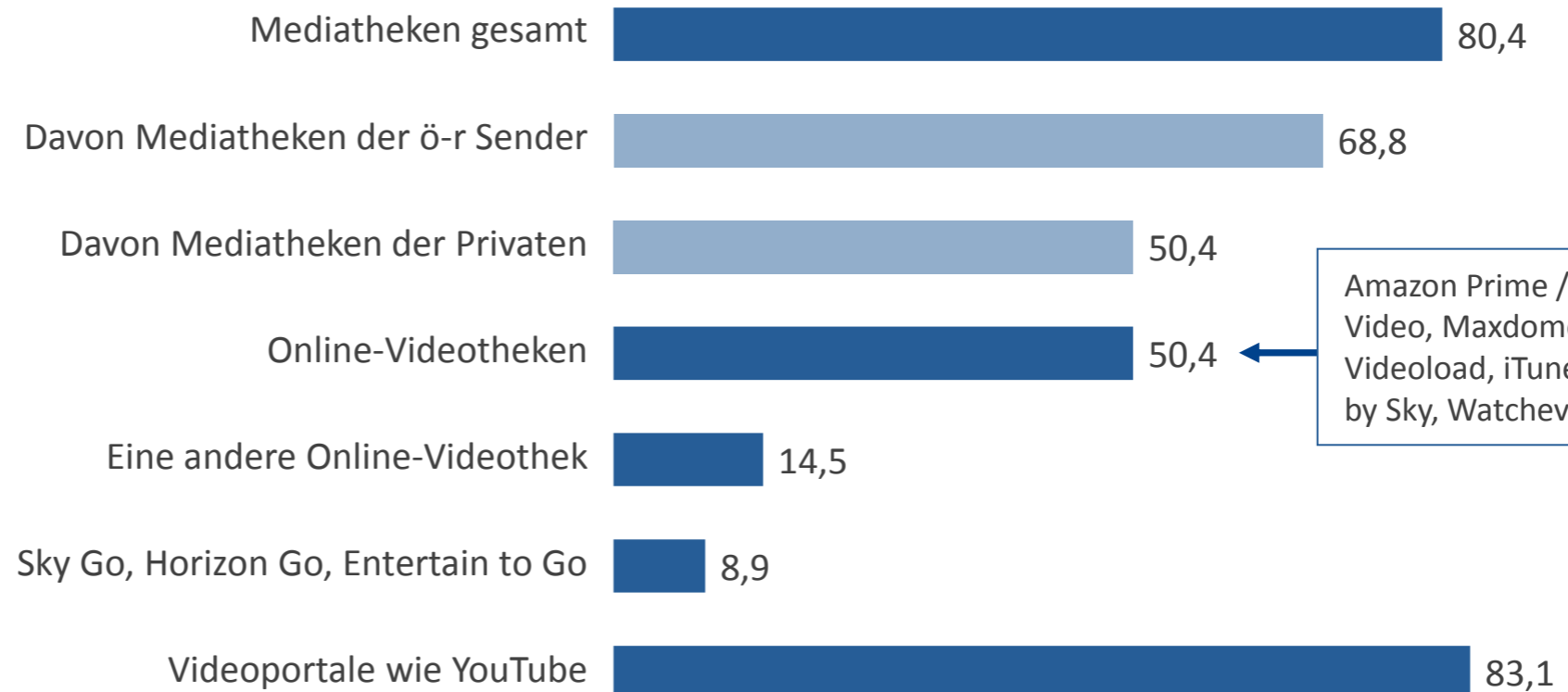
Nutzung VOD-Angebote

Vier von fünf regelmäßigen VOD-Nutzern bedienen sich bei den Mediatheken. Die Hälfte nutzt eine Online-Videothek.



Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

Ø 36 Jahre, 58% männlich



Angaben in Prozent

Basis: 19,089 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

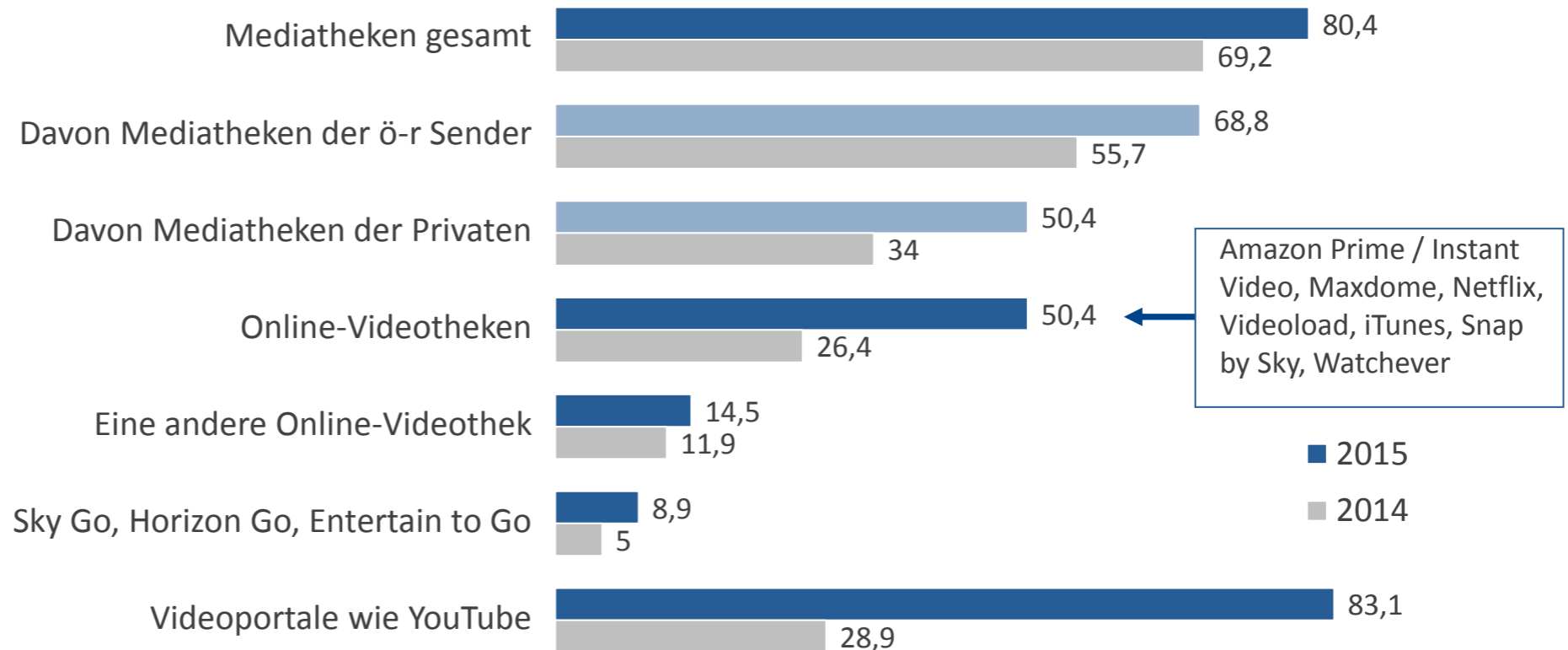
Nutzung VOD-Angebote

Alle Angebote deutlich häufiger genannt als im Vorjahr, insbesondere Portale wie YouTube und die Online-Videotheken.



Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

NEU
YouTube nicht nachvollziehbar

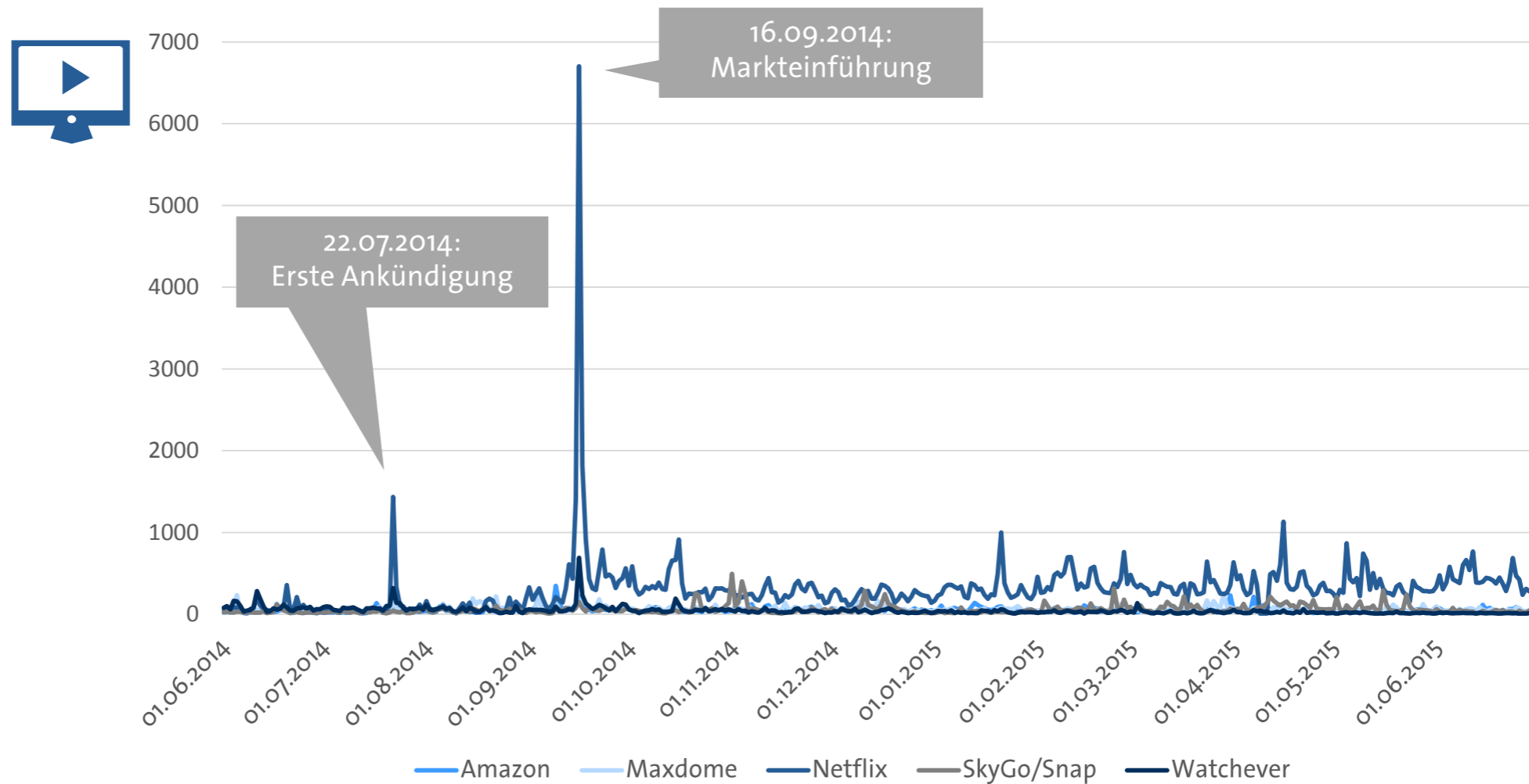


Angaben in Prozent; Angebot schon einmal genutzt

Basis: 16,113 / 19,089 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

Online-Videotheken

Von großem Social Buzz begleitet: Netflix startet in Deutschland.

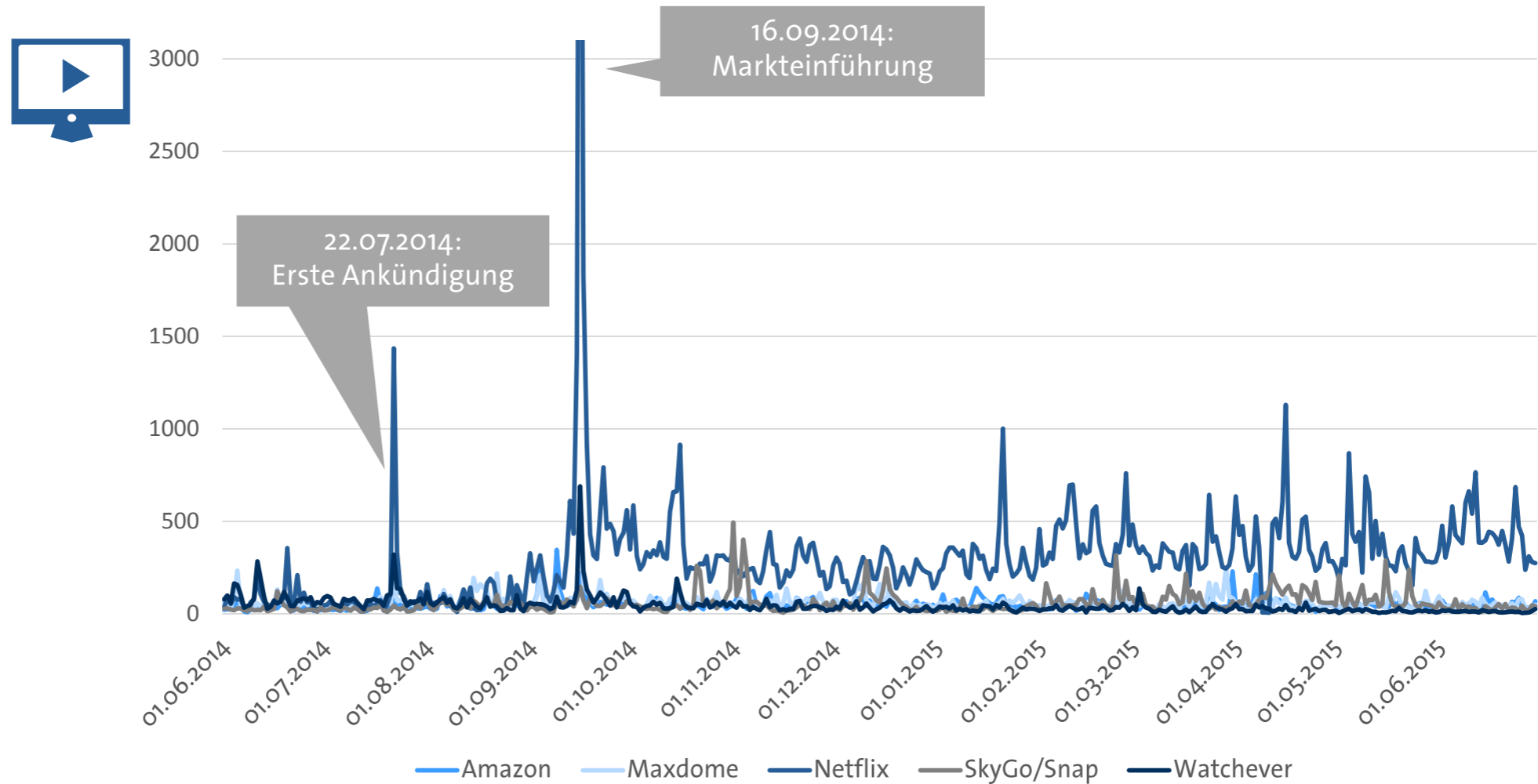


NEU

Anzahl Beiträge auf Social Media Angeboten (Brandwatch-Analyse)

Online-Videotheken

Von großem Social Buzz begleitet: Netflix startet in Deutschland.



Anzahl Beiträge auf Social Media Angeboten (Brandwatch-Analyse)

NEU
alternativ

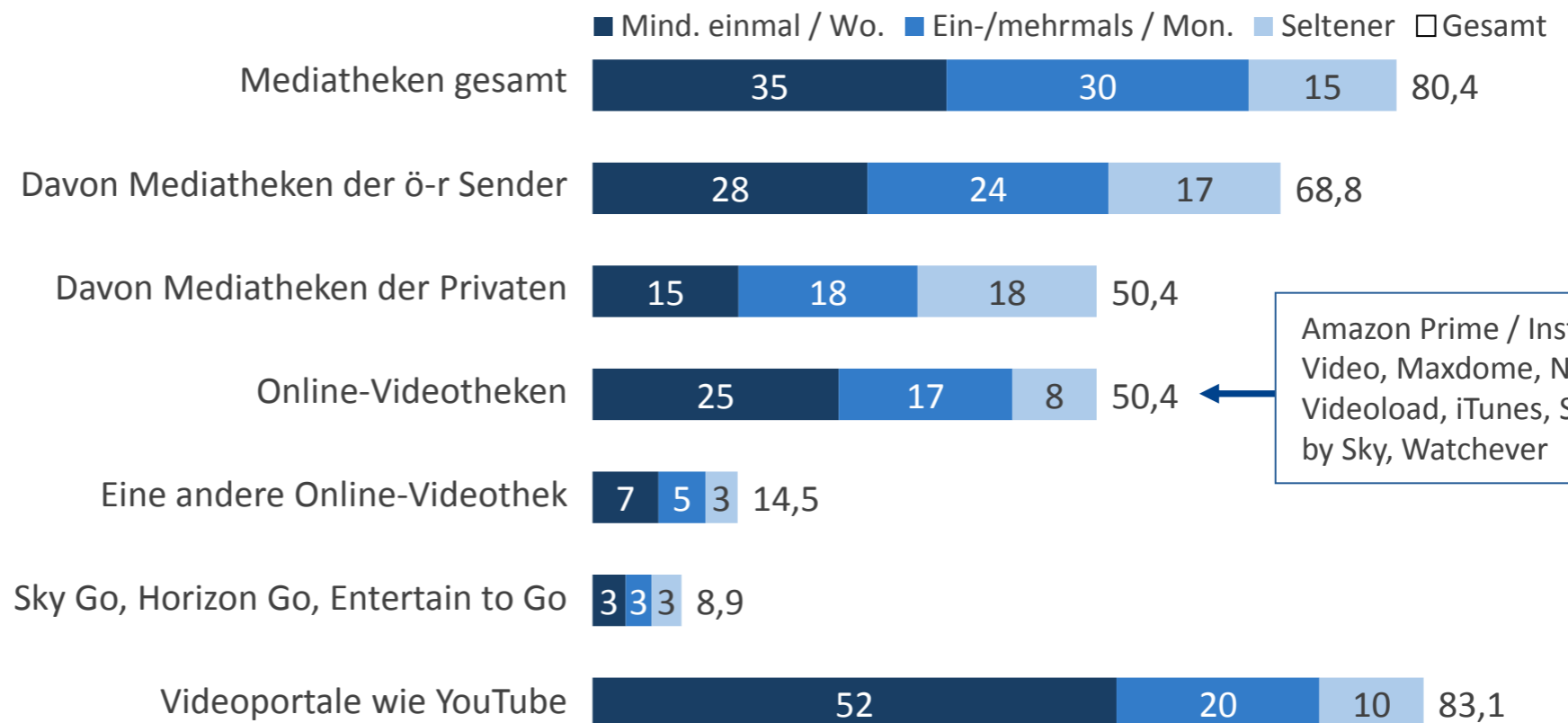
Nutzung VOD-Angebote

Mindestens monatliche Nutzung der Online-Videotheken vor den Mediatheken der Privaten.



Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

Ø 36 Jahre, 58% männlich



Angaben in Prozent

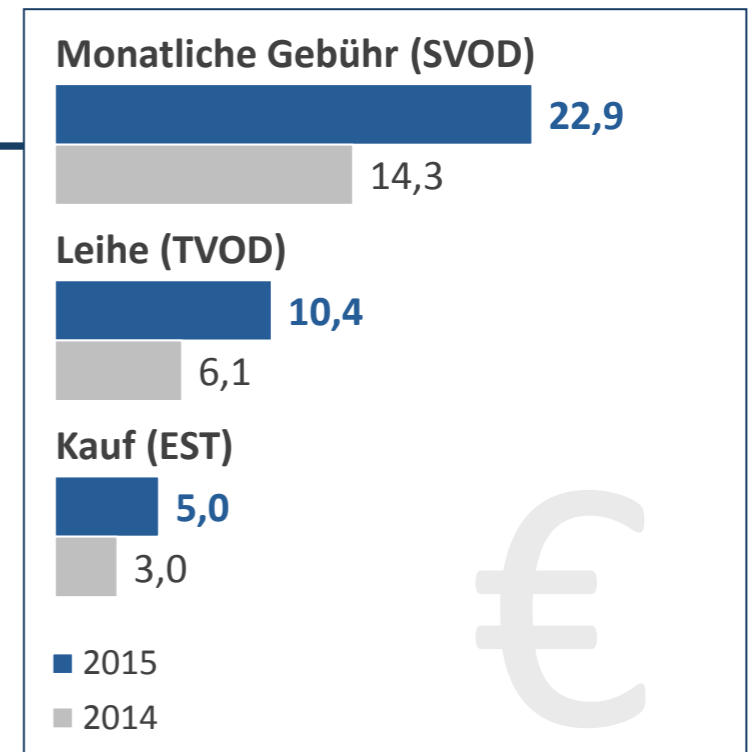
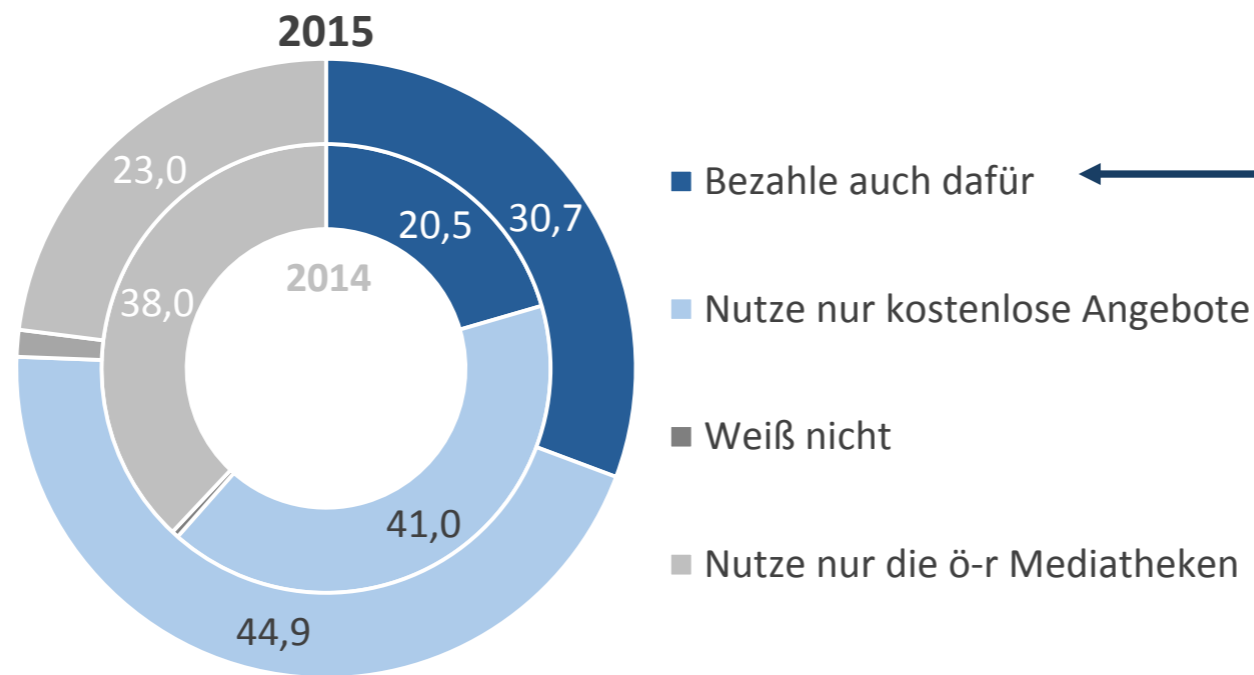
Basis: 19,089 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

Nutzung VOD-Angebote

Knapp jeder Dritte – und damit deutlich mehr als im Vorjahr – gibt dafür Geld aus, mehrheitlich für eine Abogebühr.



Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)

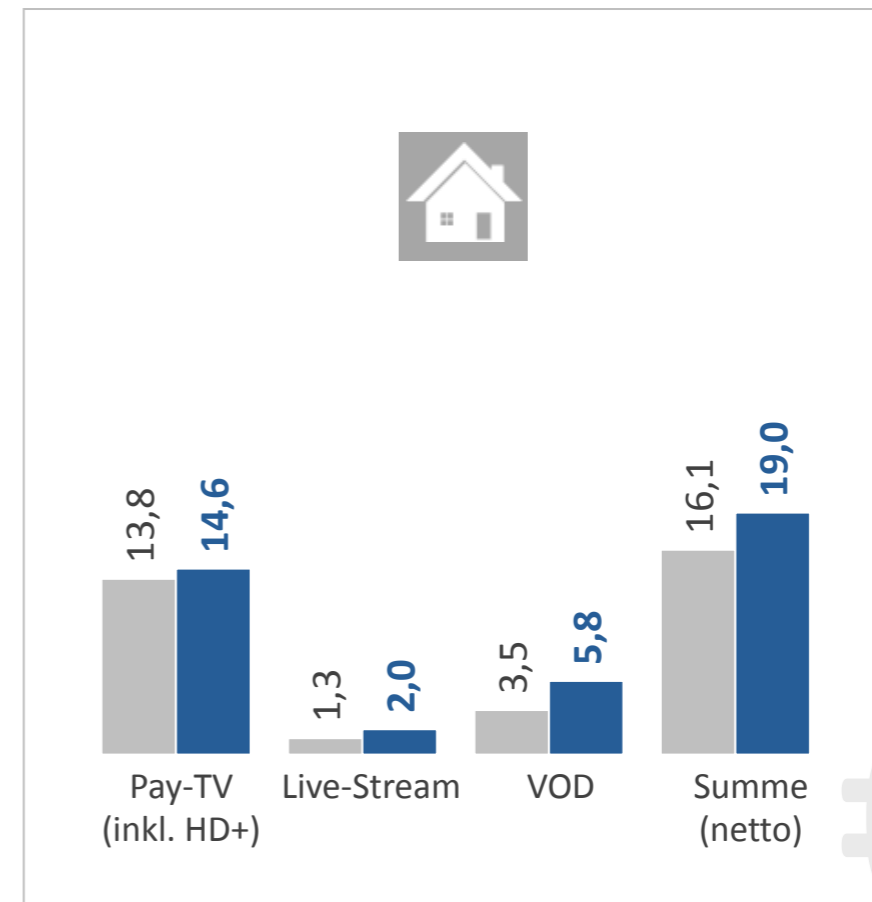
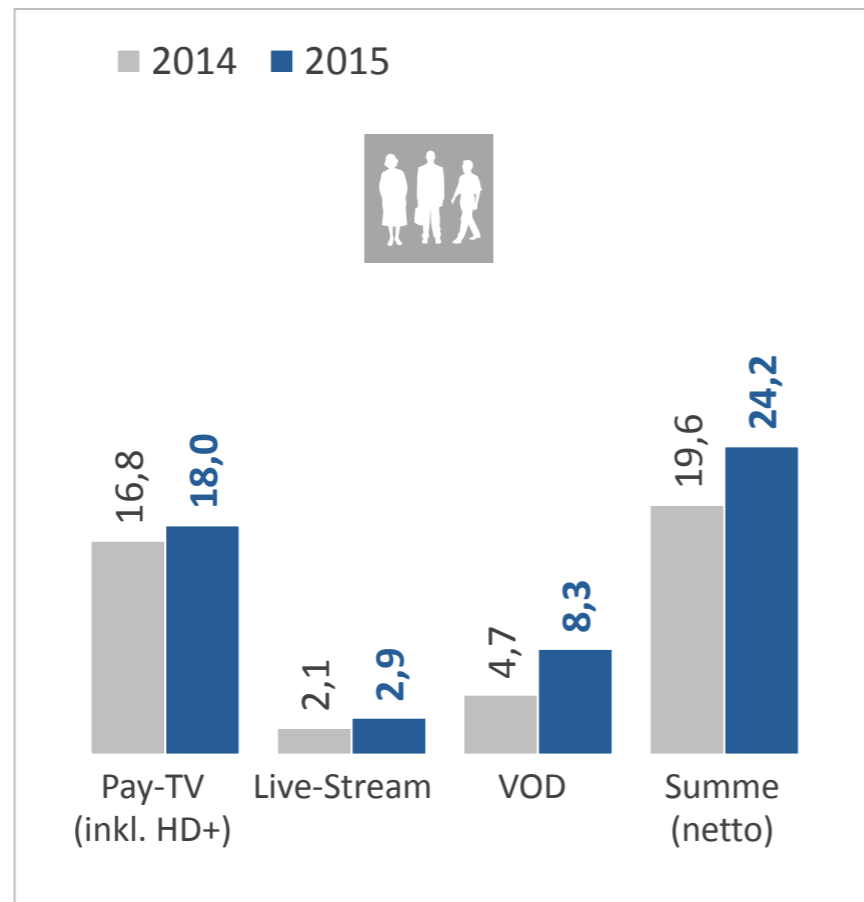


Angaben in Prozent

Basis: 16,113 / 19,089 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

Überblick kostenpflichtige Nutzung

Knapp jeder Vierte – in knapp jedem 5. Haushalt – nutzt das eine und/oder andere kostenpflichtige Angebot.

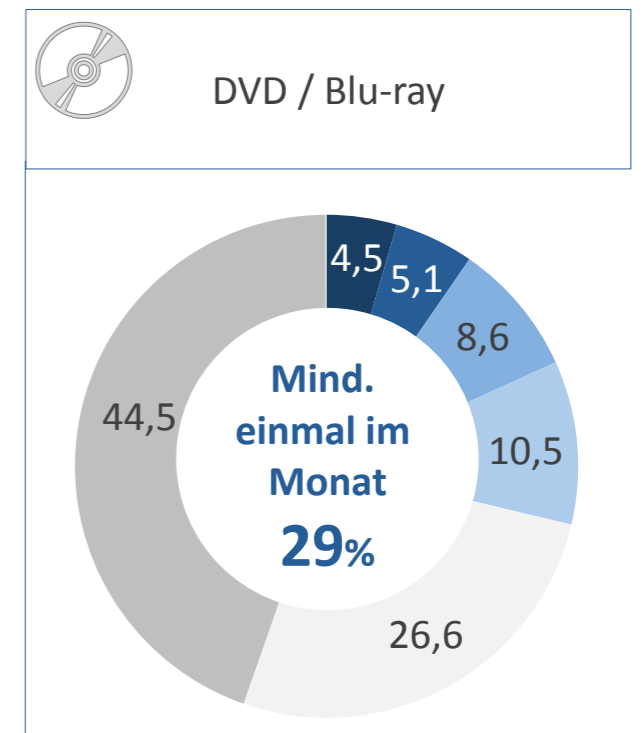
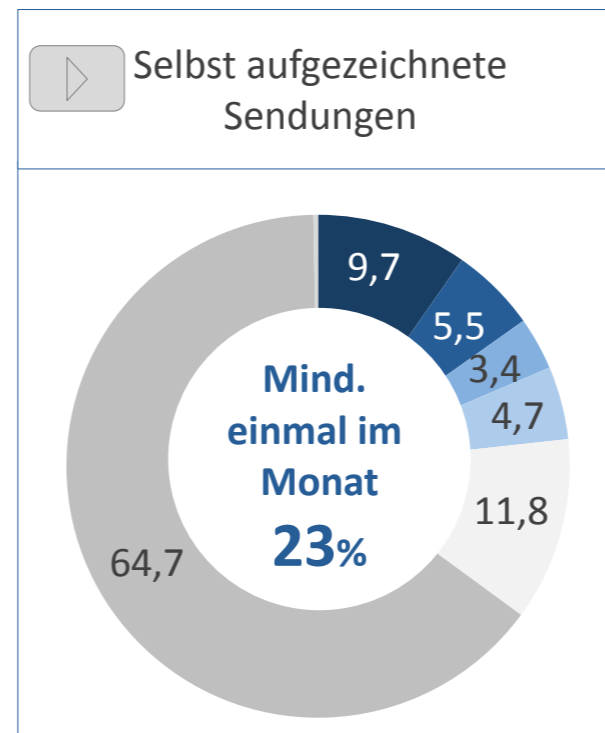
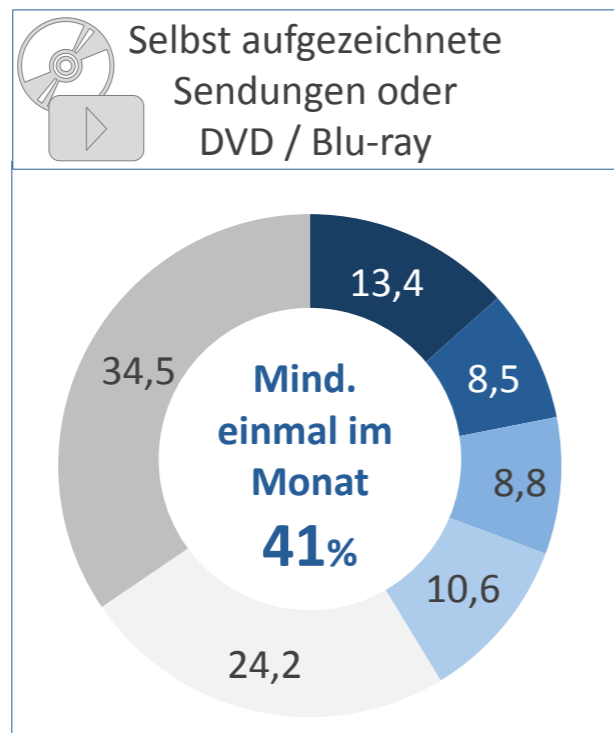


Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre // 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland

Nutzung Aufzeichnungen / DVDs, Blu-rays

41% der Bevölkerung 14+ schauen einmal pro Monat selbst aufgezeichnete Sendungen oder DVDs bzw. Blu-rays.



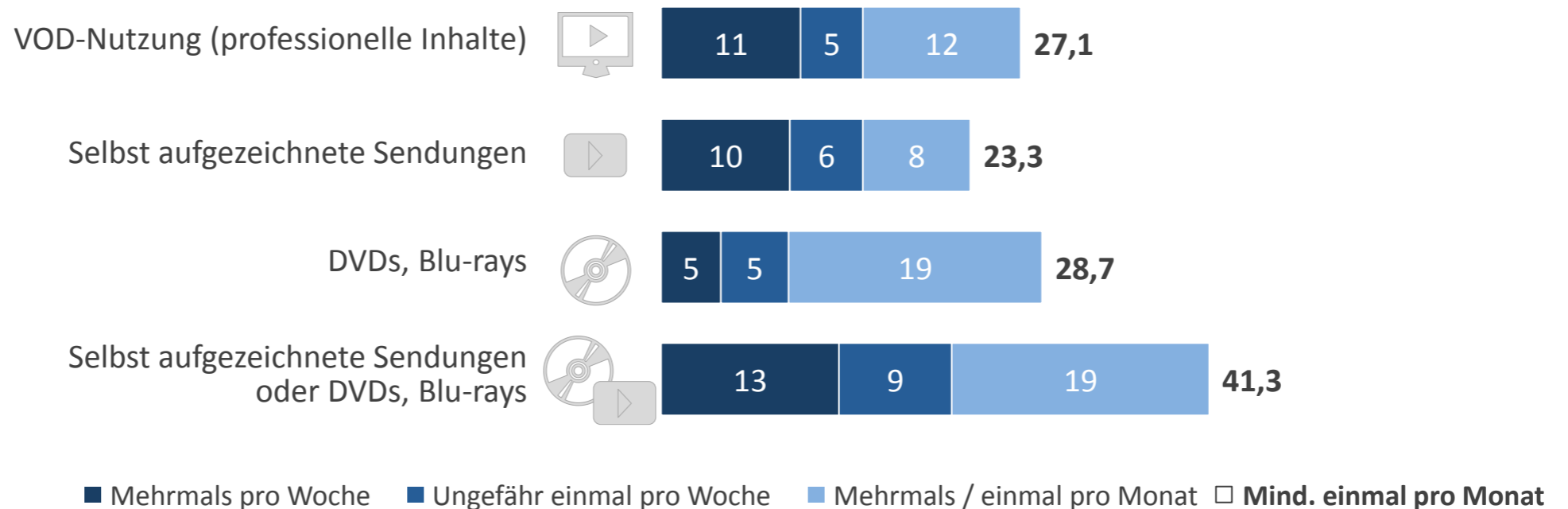
- Mehrmals pro Woche
- Ungefähr einmal pro Woche
- Mehrmals pro Monat
- Ungefähr einmal pro Monat
- Seltener
- Nie/nehme keine Sendungen auf / kaufe bzw. leihe keine DVDs/Blu-ray Discs

Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz VOD – im Vergleich

Monatliche Nutzung: VOD vor selbst aufgezeichneten Sendungen: Convenience ist Trumpf?

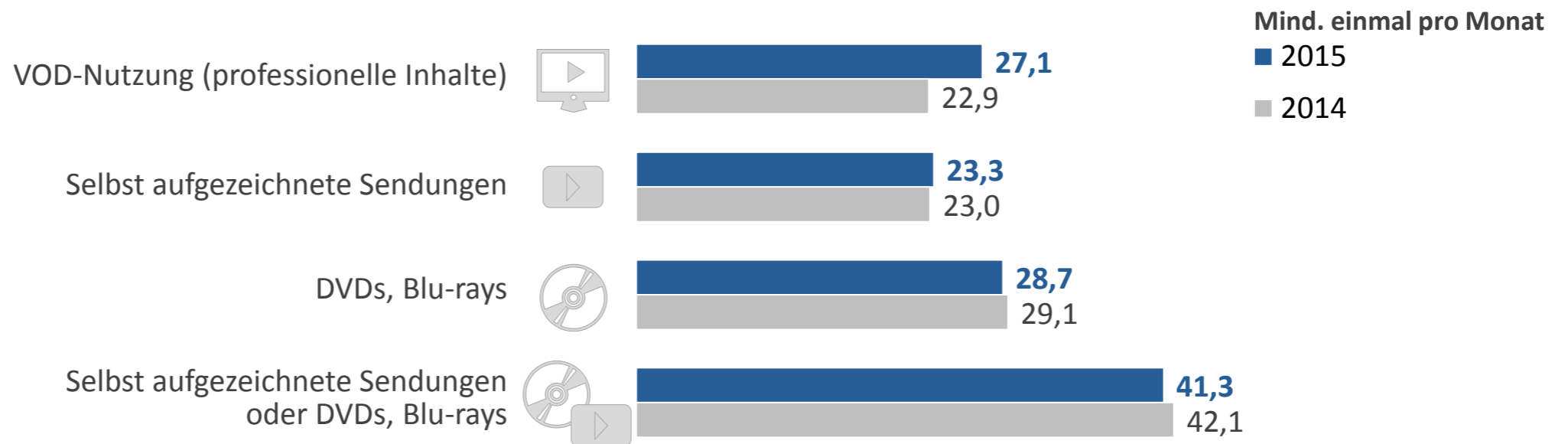


Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Nutzungsfrequenz VOD – im Vergleich

VOD-Nutzung legt zu. Selbst aufgezeichnete Sendungen und DVDs/Blu-rays bleiben konstant.



Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

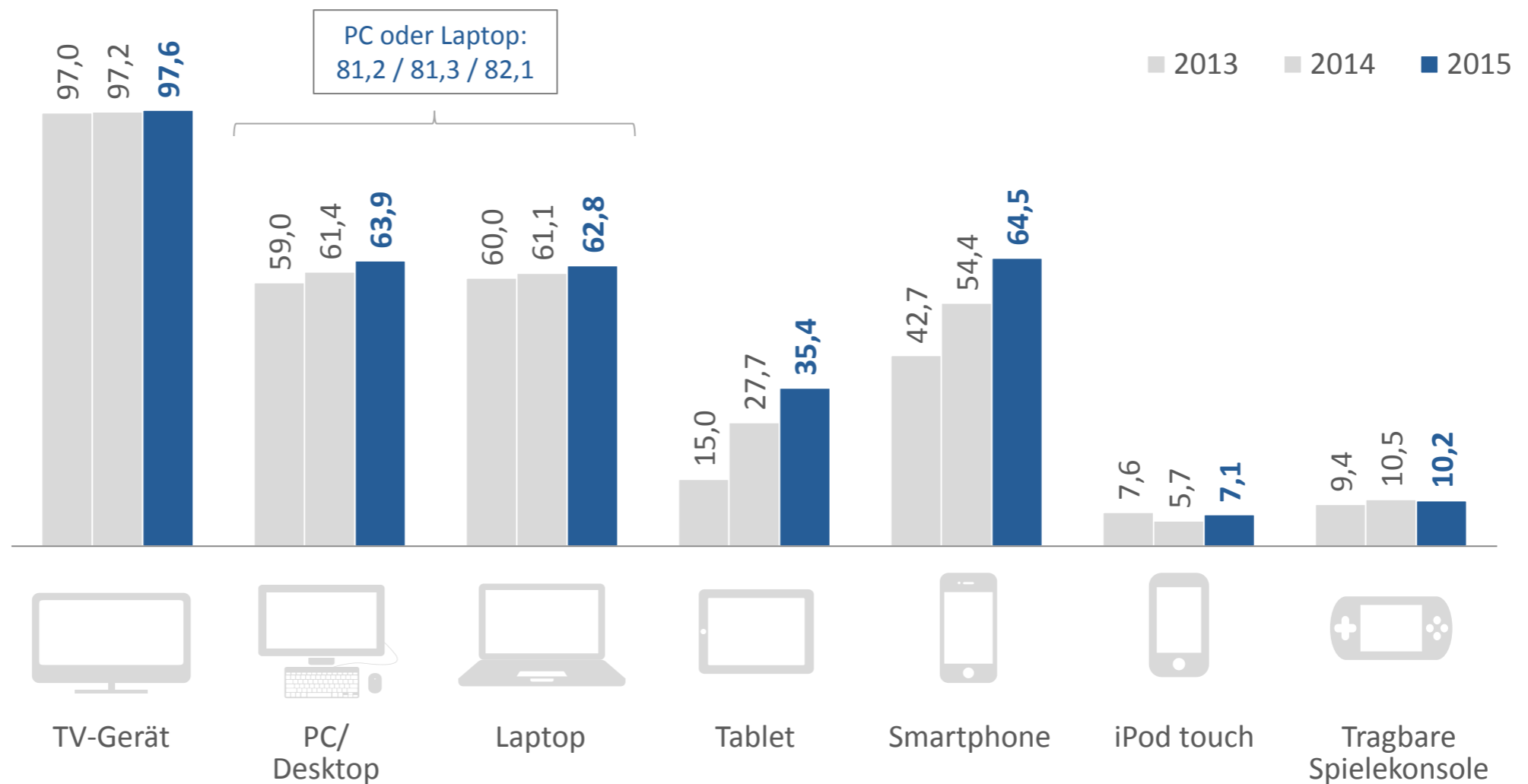
Das TV-Gerät First oder Second Screen?



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

Zugang zu Bildschirmgeräten – Alle

Tablet und Smartphone nehmen am stärksten zu.

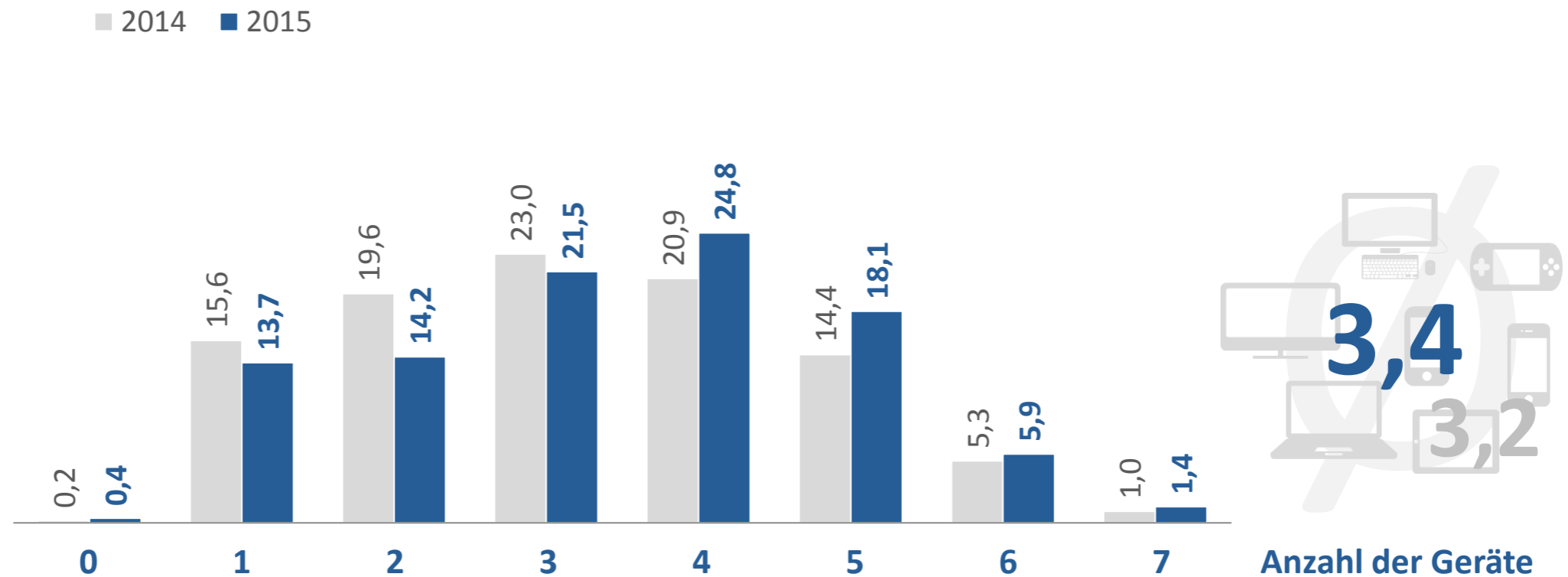


Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Zugang zu Bildschirmgeräten – Anzahl

Größte Anteile bei zwei bis vier Bildschirmen.

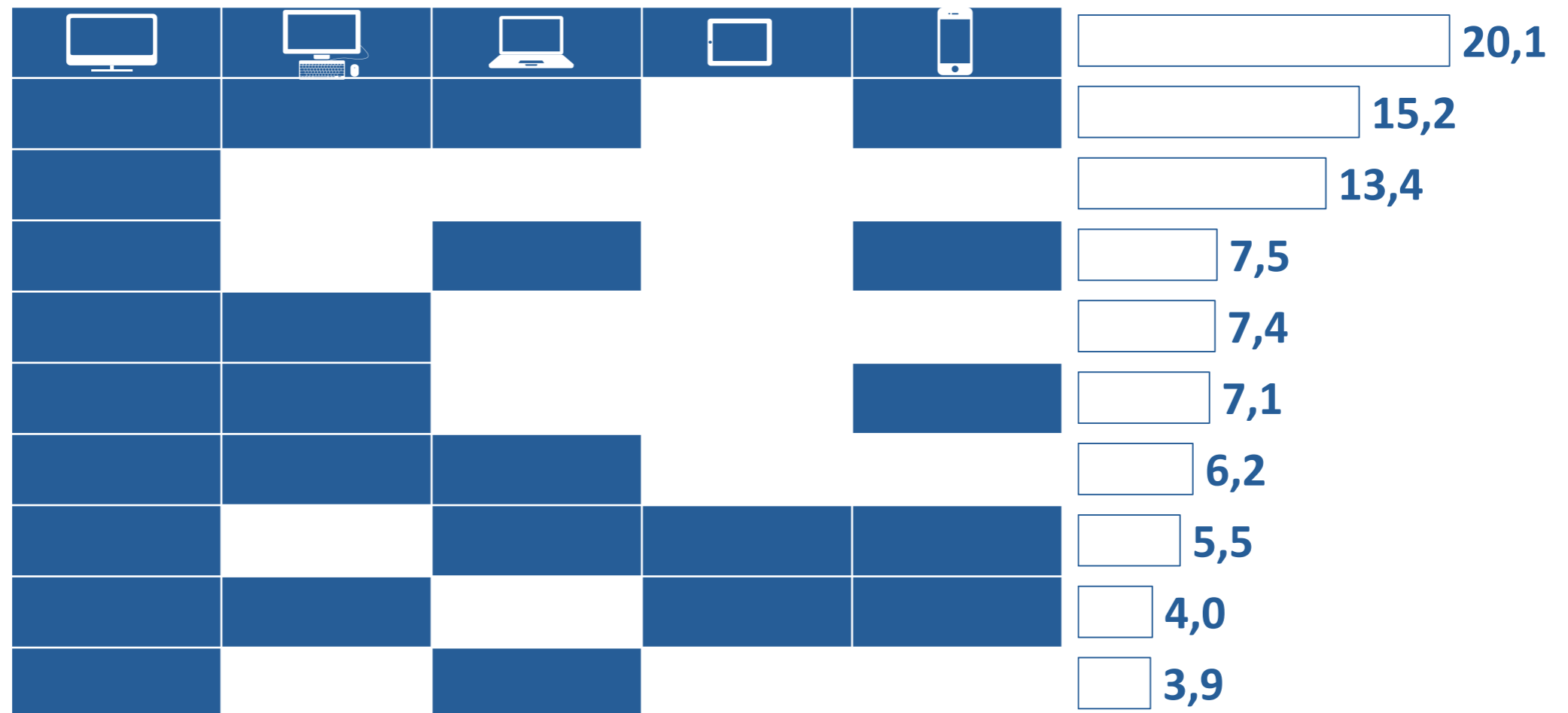


Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Bildschirmgeräte – Kombinationen (Top 10)

Jeder Fünfte hat Zugang zu allen Geräten. Bei weiteren 15% fehlt nur noch das Tablet. Anteil der „nur TV-Nutzer“ bei nur 13 %.

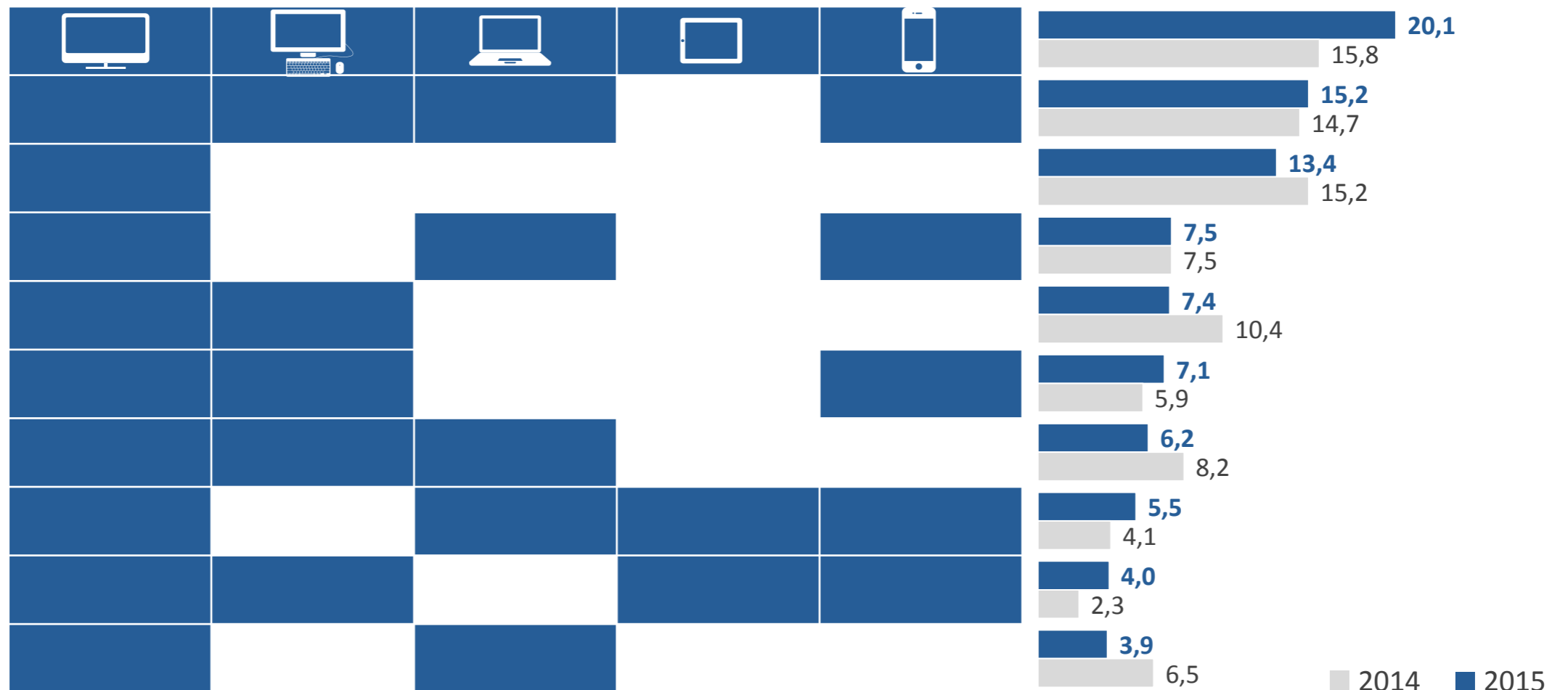


Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Bildschirmgeräte – Kombinationen (Top 10)

„TV only“ rutscht auf Rang 3. Kombis mit Smartphone mindestens auf Vorjahresniveau.








Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Bildschirmgeräte – Kombinationen (Top 10)

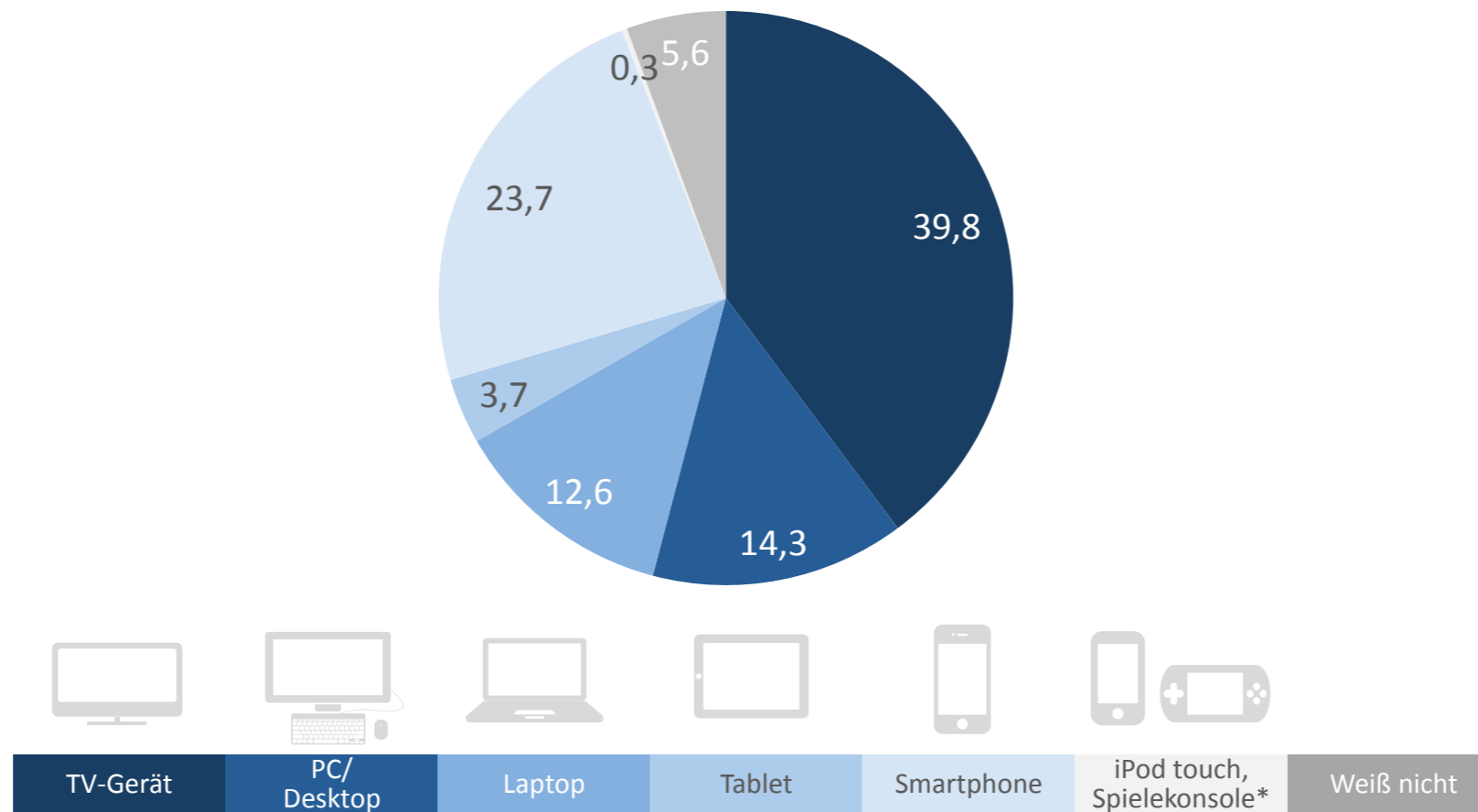
Zwar nicht ganz eindeutig, aber dennoch tendenziell richtig: Je jünger, desto mehr Geräte stehen zur Nutzung zur Verfügung.

					Ø Alter
					40,5
					40,8
					68,5
					40,1
					59,9
					43,3
					58,9
					39,2
					41,1
					58,2

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät – Allgemein

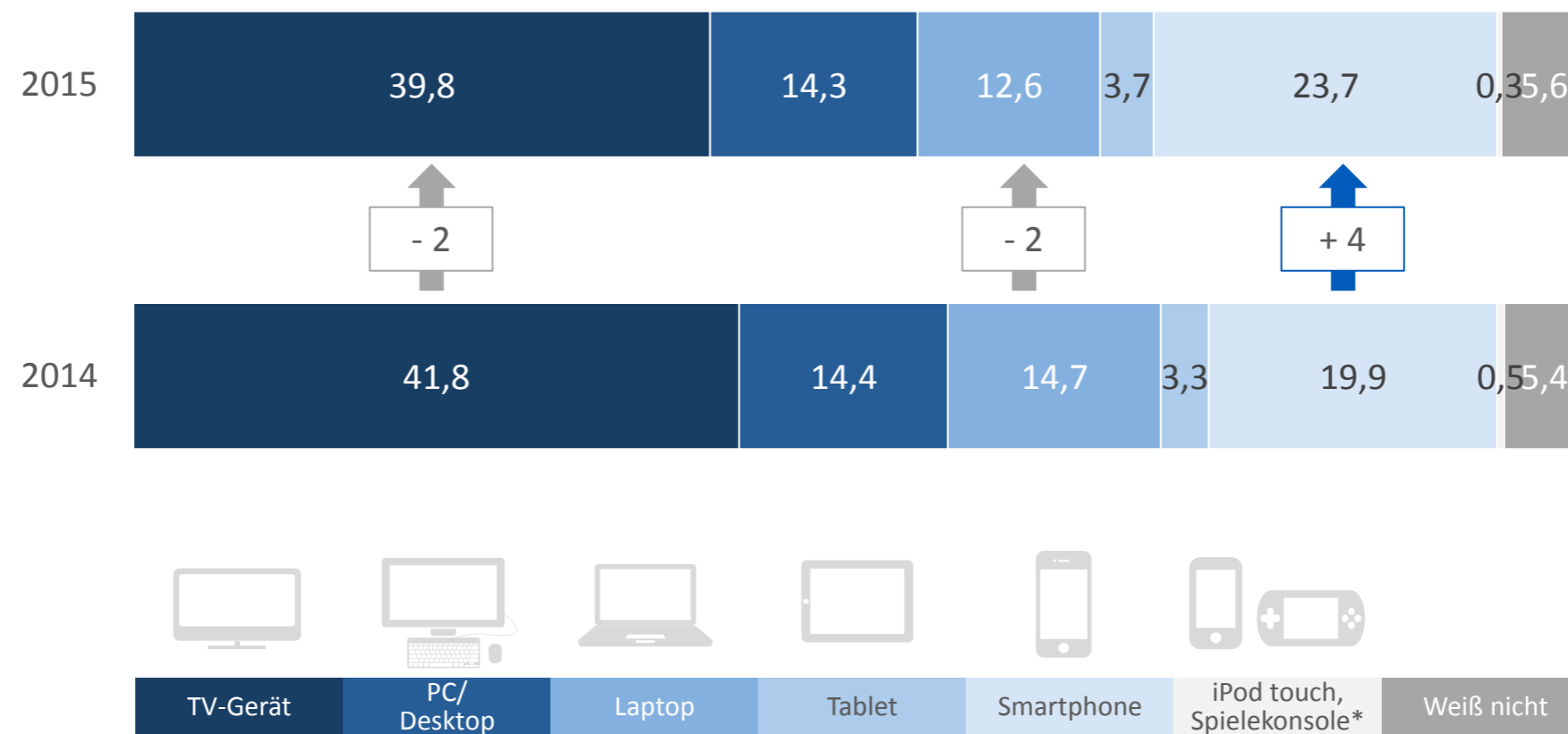
TV-Gerät vorne, gefolgt vom Smartphone.



Angaben in Prozent; * tragbare Spielekonsole
Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät – Allgemein

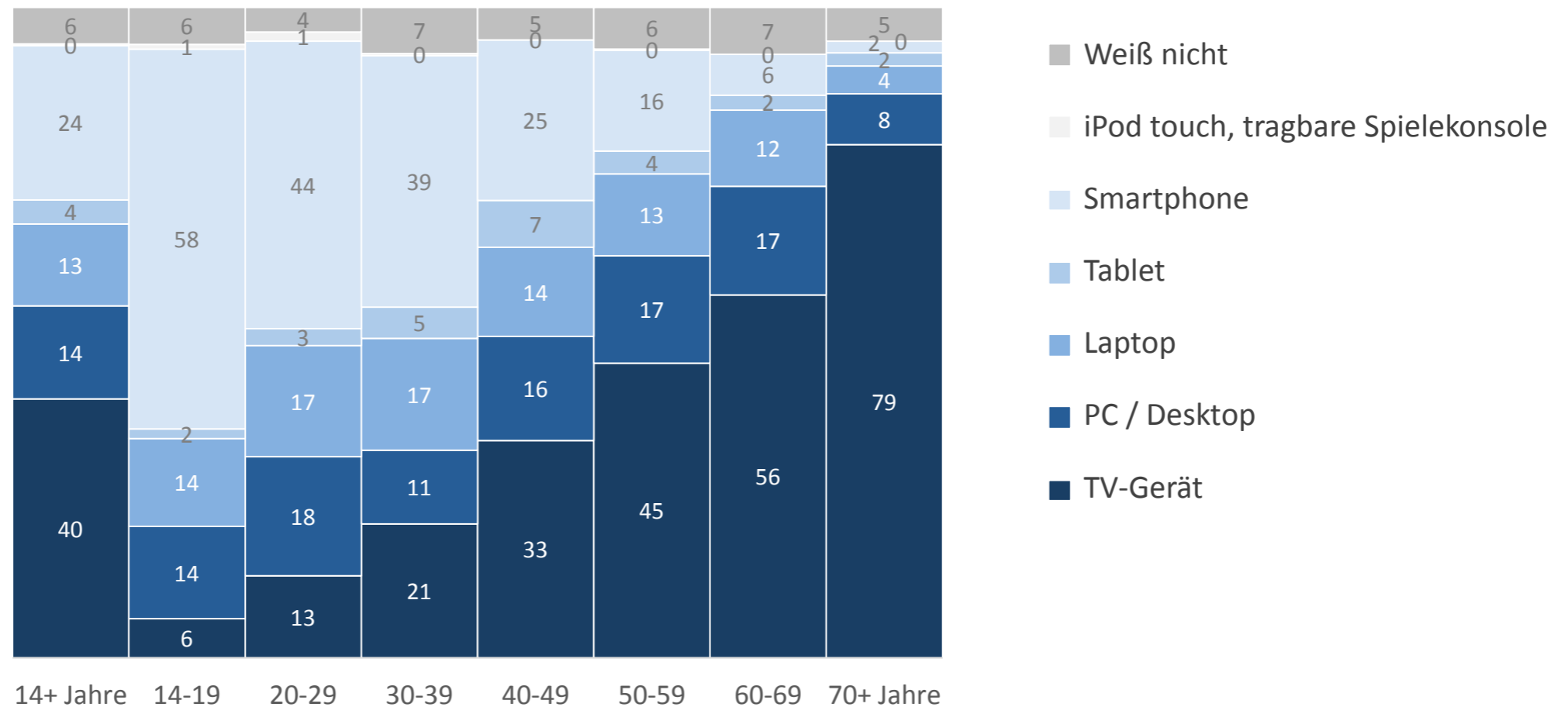
Die Dominanz des TV-Gerätes bröckelt: Smartphones gewinnen zulasten von TV und Laptop.



Angaben in Prozent; * tragbare Spielekonsole
Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät allgemein – nach Alter

TV-Gerät vs. Smartphone: Das Alter macht den Unterschied.

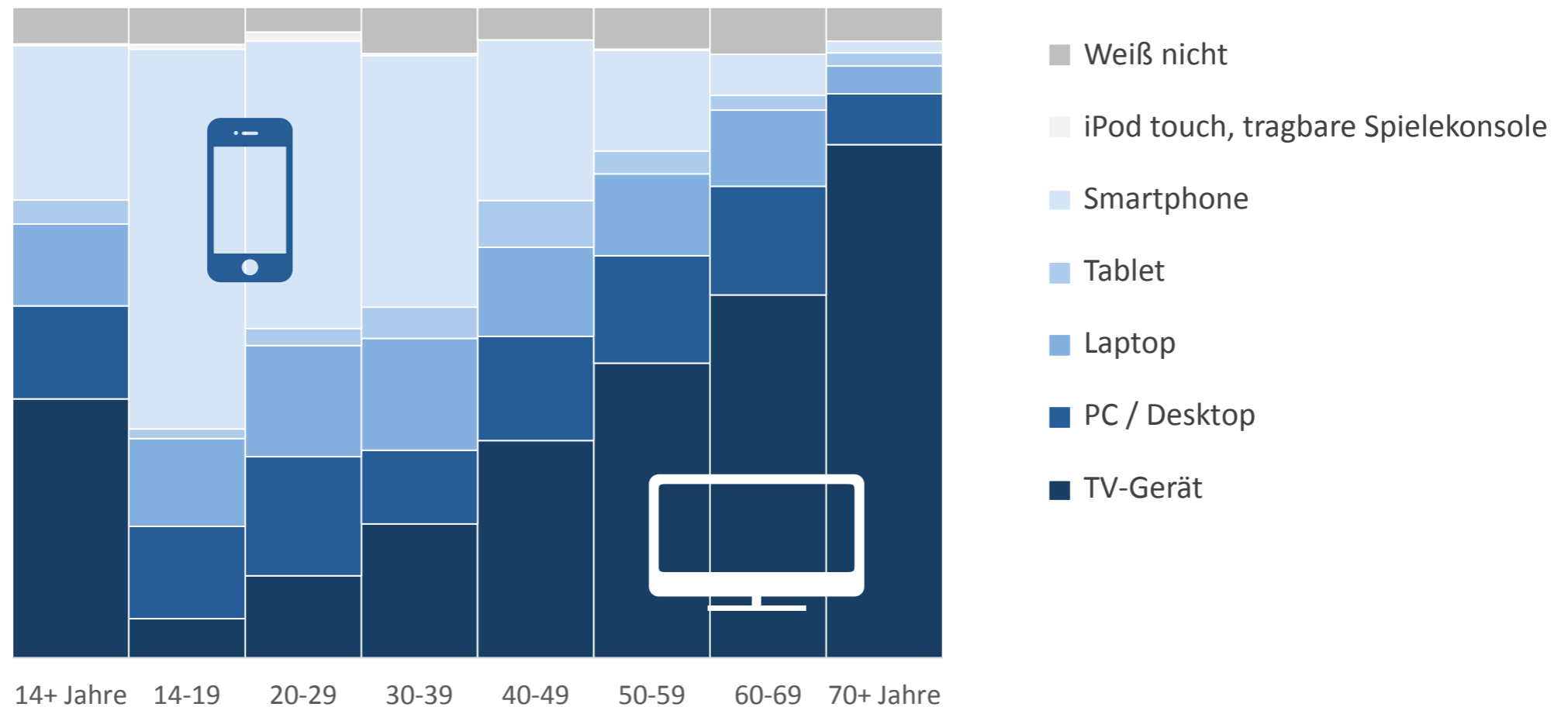


Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät allgemein – nach Alter

TV-Gerät vs. Smartphone: Das Alter macht den Unterschied.

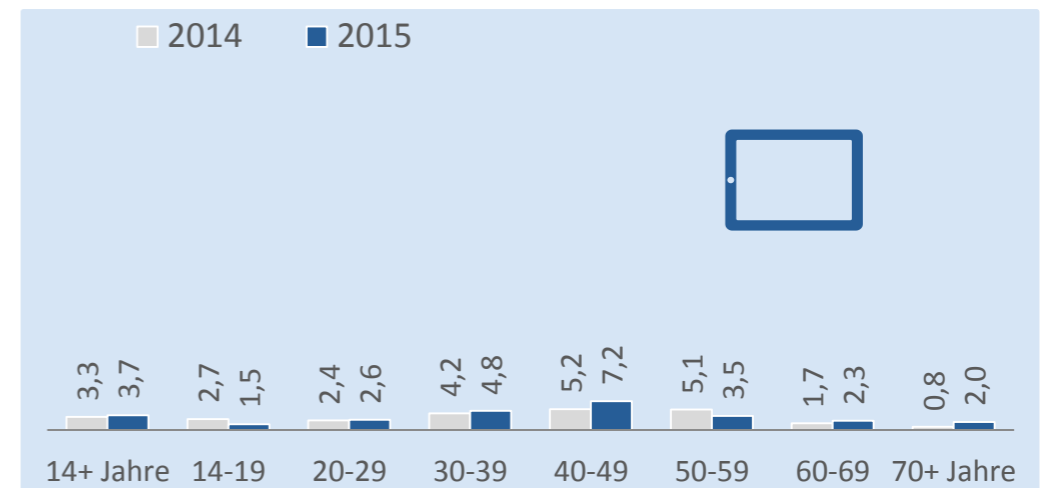
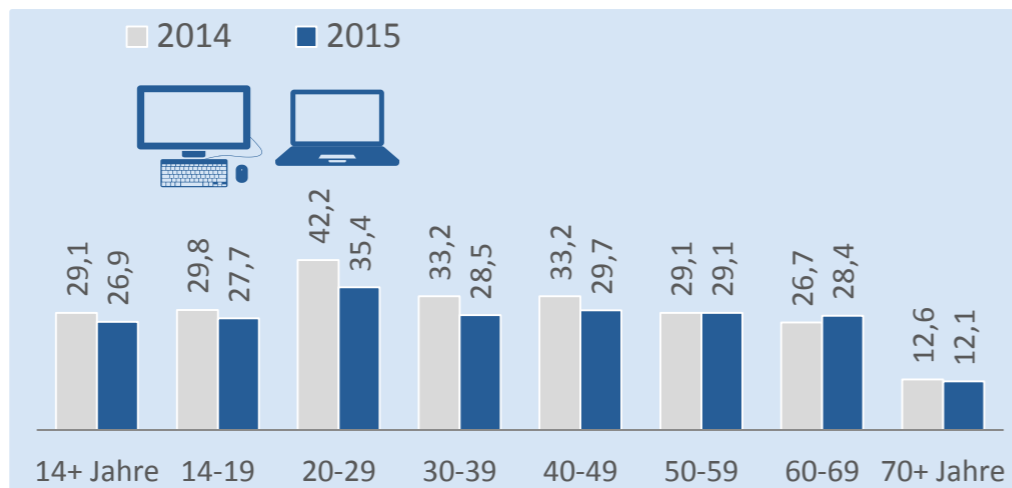
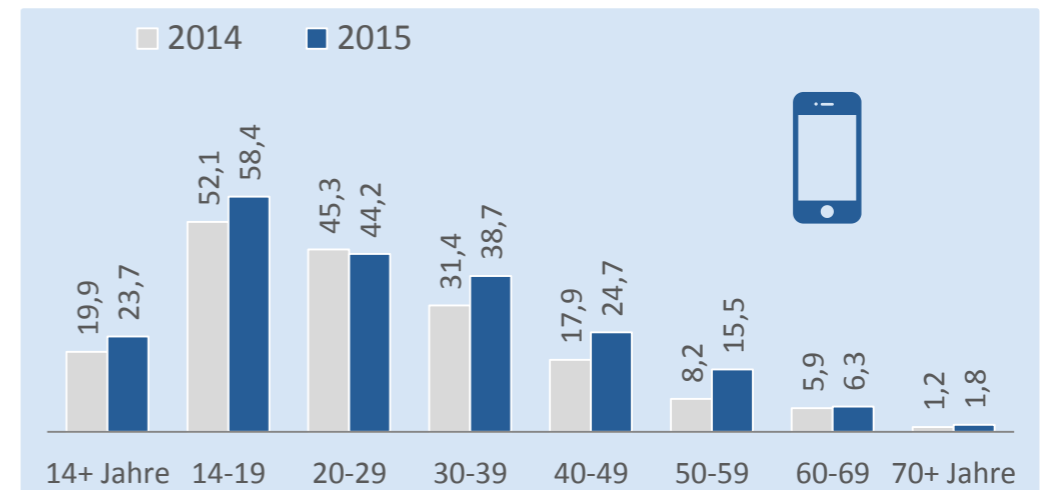
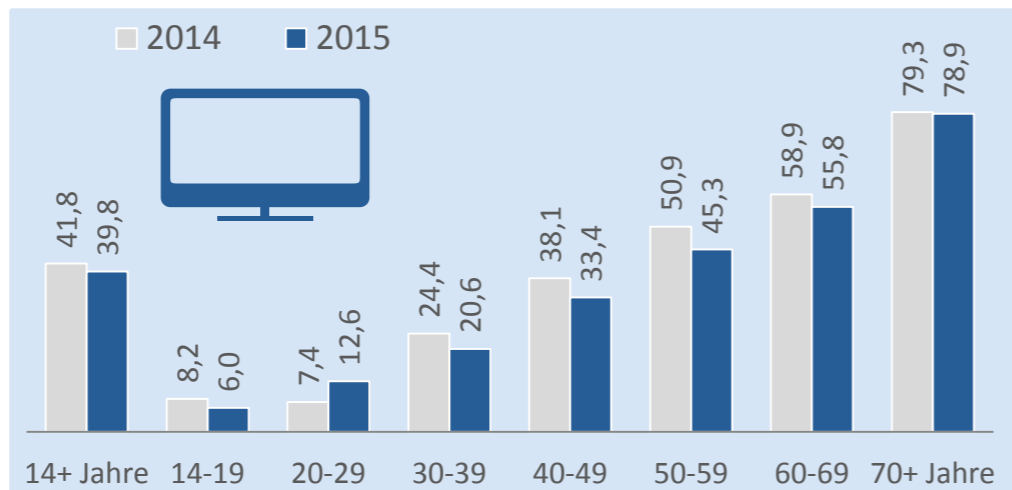


Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät allgemein – nach Alter

TV-Gerät verliert nahezu in allen Altersklassen – komplementär zum Smartphone.

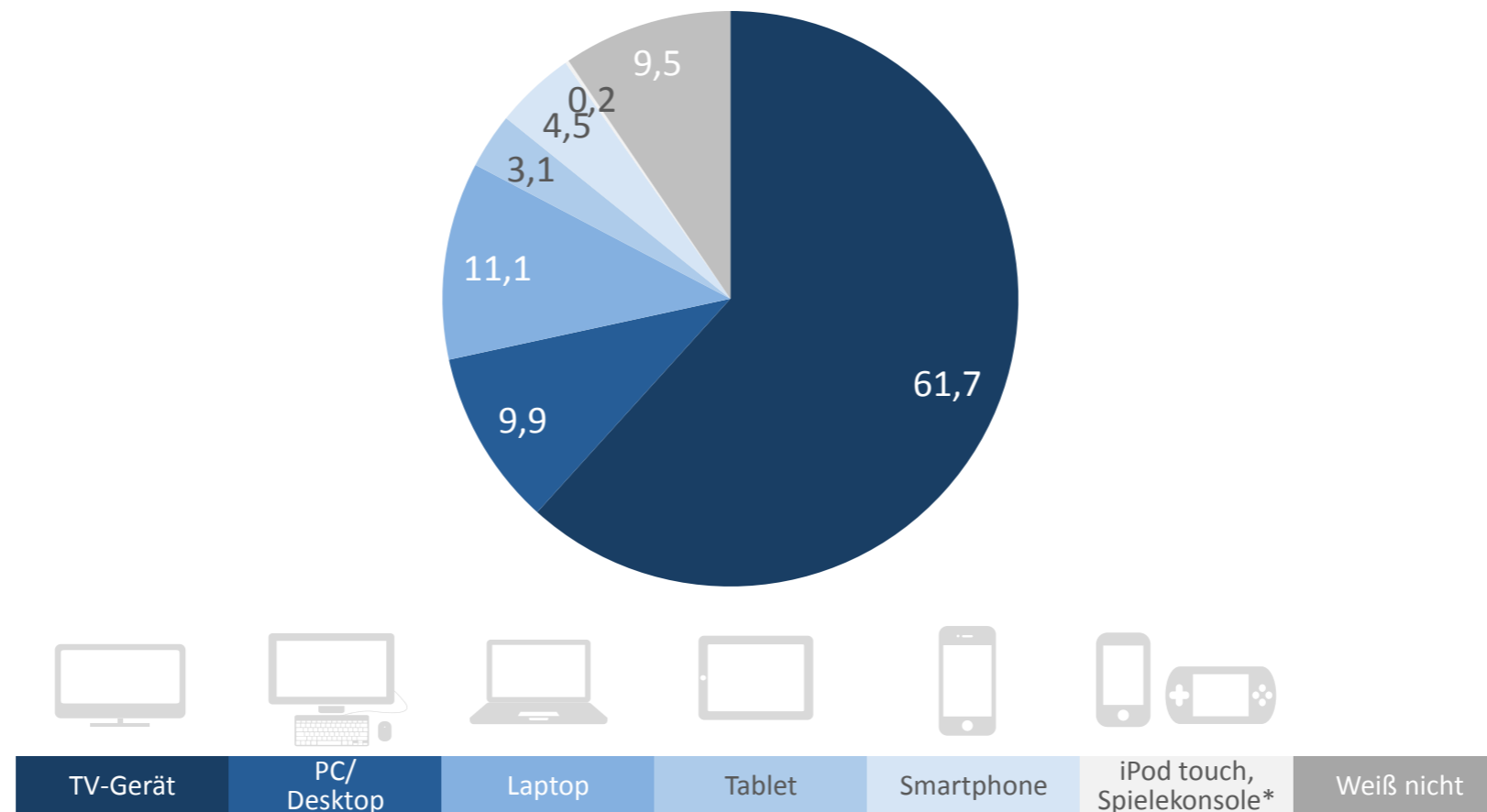


Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät zur Videonutzung

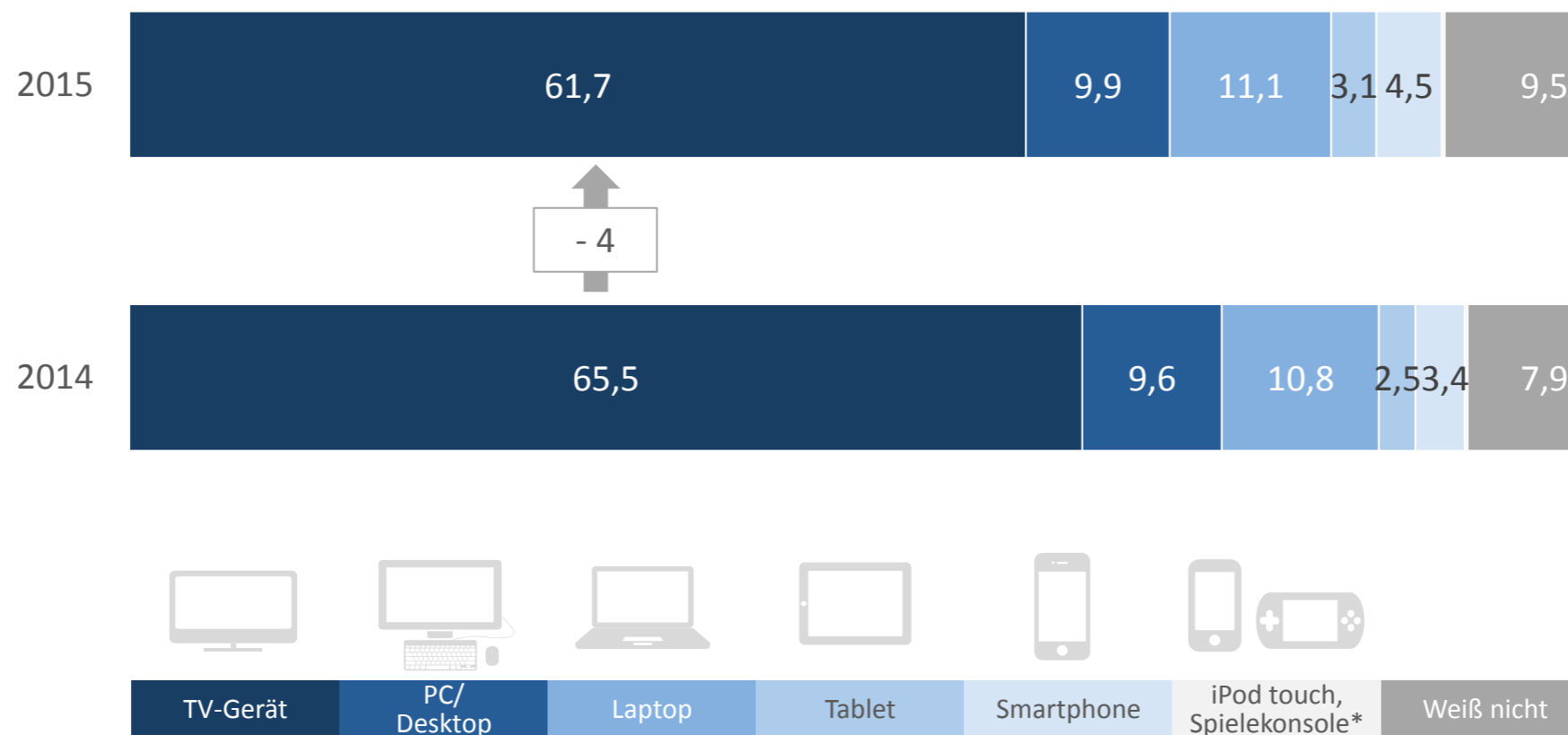
Das TV-Gerät ist in der Bevölkerung insgesamt die klare Nummer 1, das Laptop folgt abgeschlagen auf Rang 2.



Angaben in Prozent; * tragbare Spielkonsole
Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät zur Videonutzung

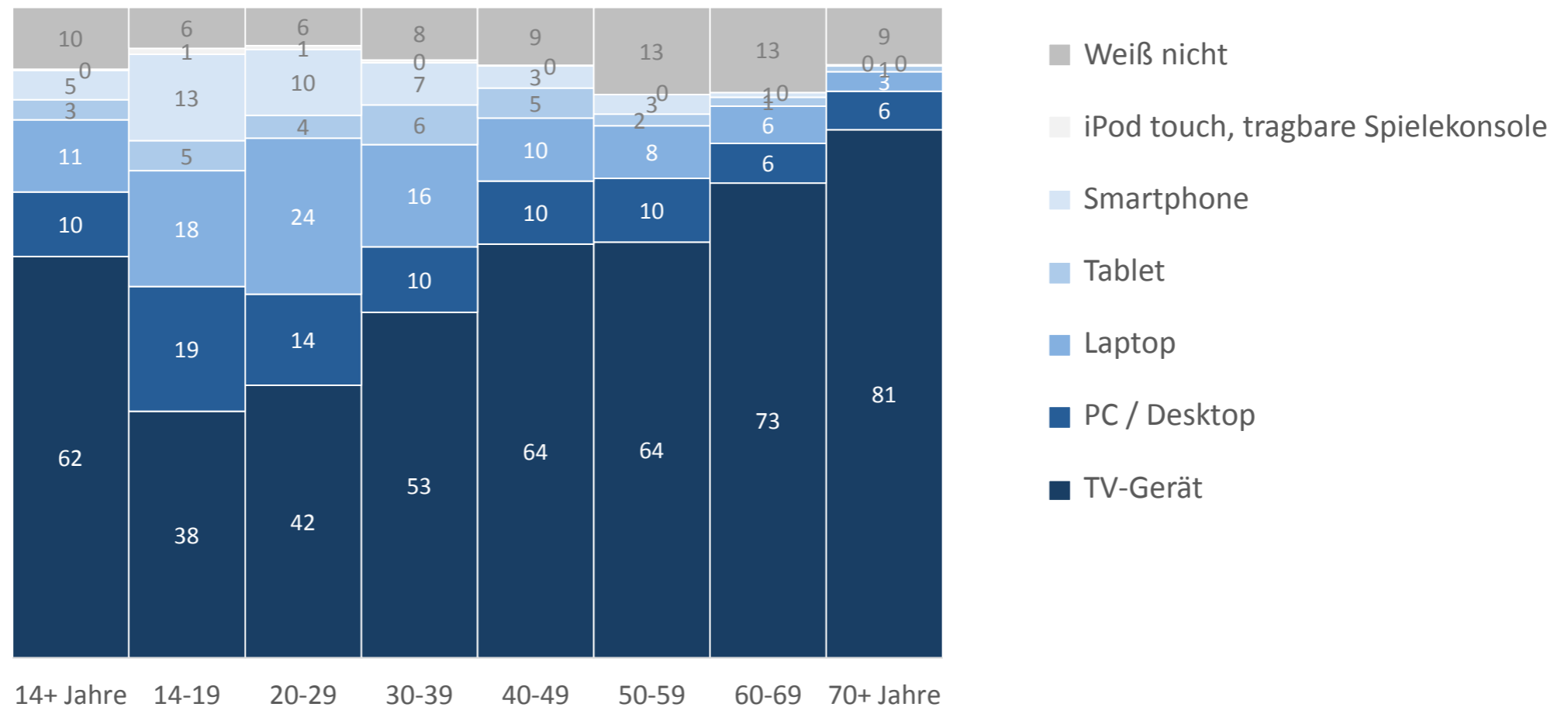
Allerdings verliert TV zugunsten aller anderen Devices – und die Entscheidung zwischen den Geräten fällt immer mehr Zuschauern schwer.



Angaben in Prozent; * tragbare Spielekonsole
Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät zur Videonutzung – Alter

TV-Gerät in allen Altersgruppen vorne – allerdings entscheidet sich weit über die Hälfte der bis 29-Jährigen nicht für das TV-Gerät.

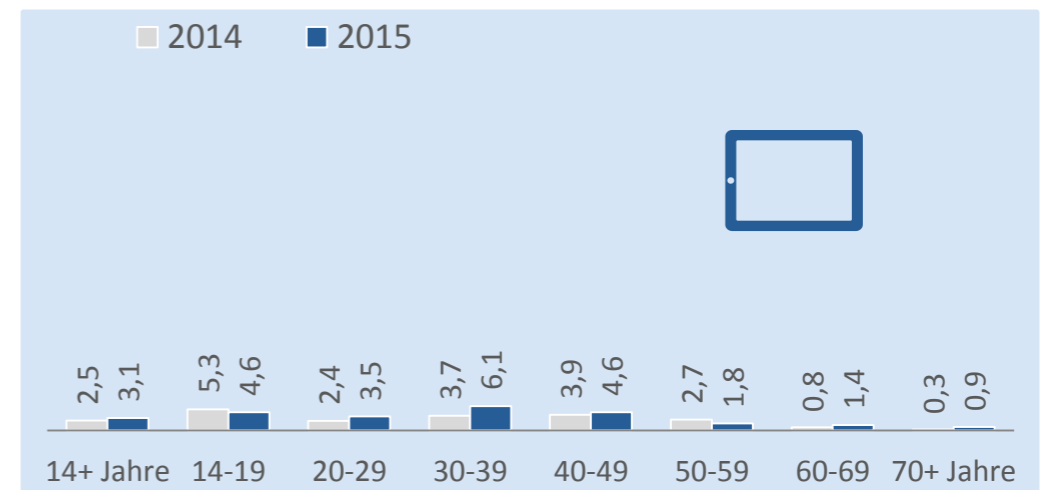
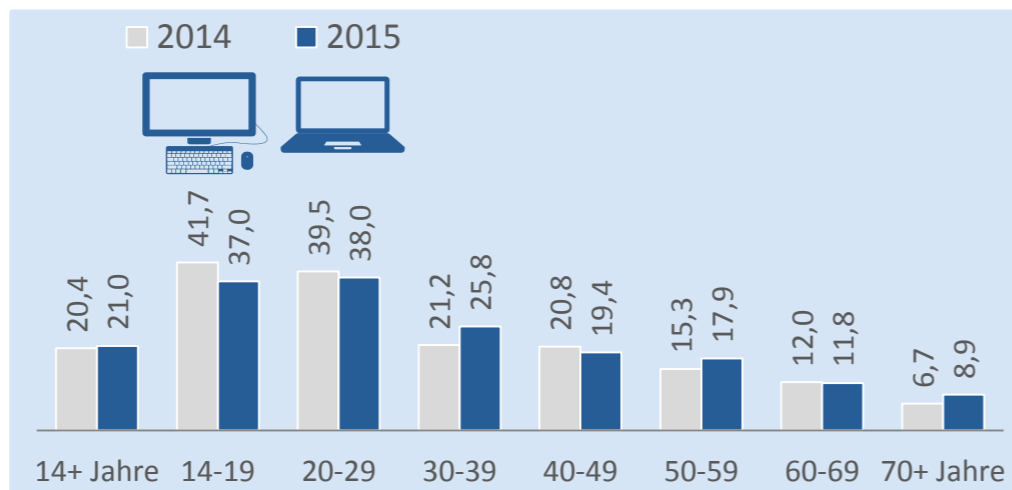
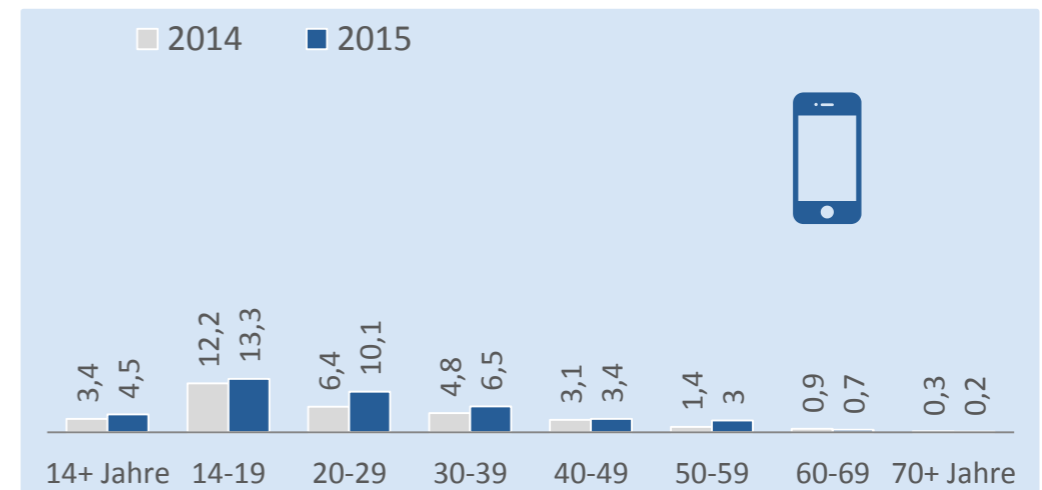
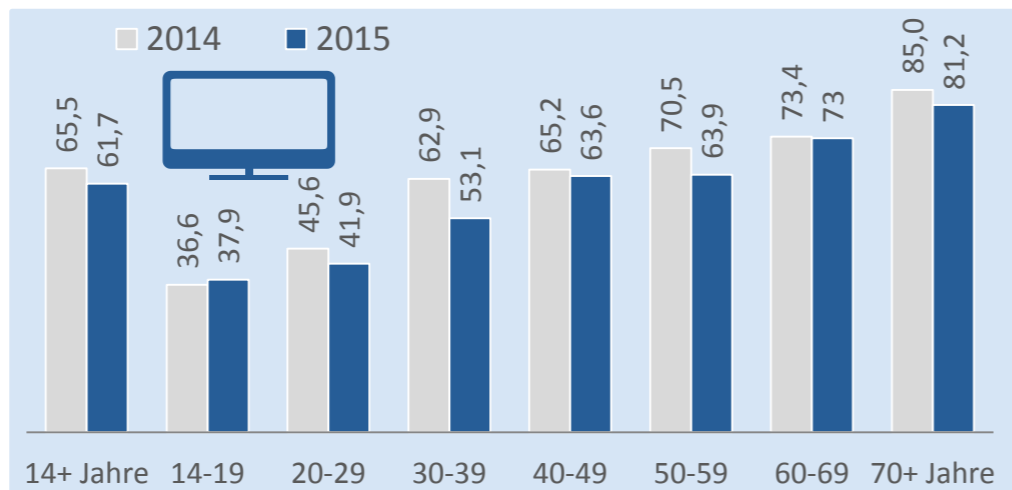


Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Wichtigstes Gerät zur Videonutzung – Alter

TV verliert nahezu in allen Altersklassen. Besonders 20-39-Jährige entscheiden sich zunehmend für einen alternativen Screen.



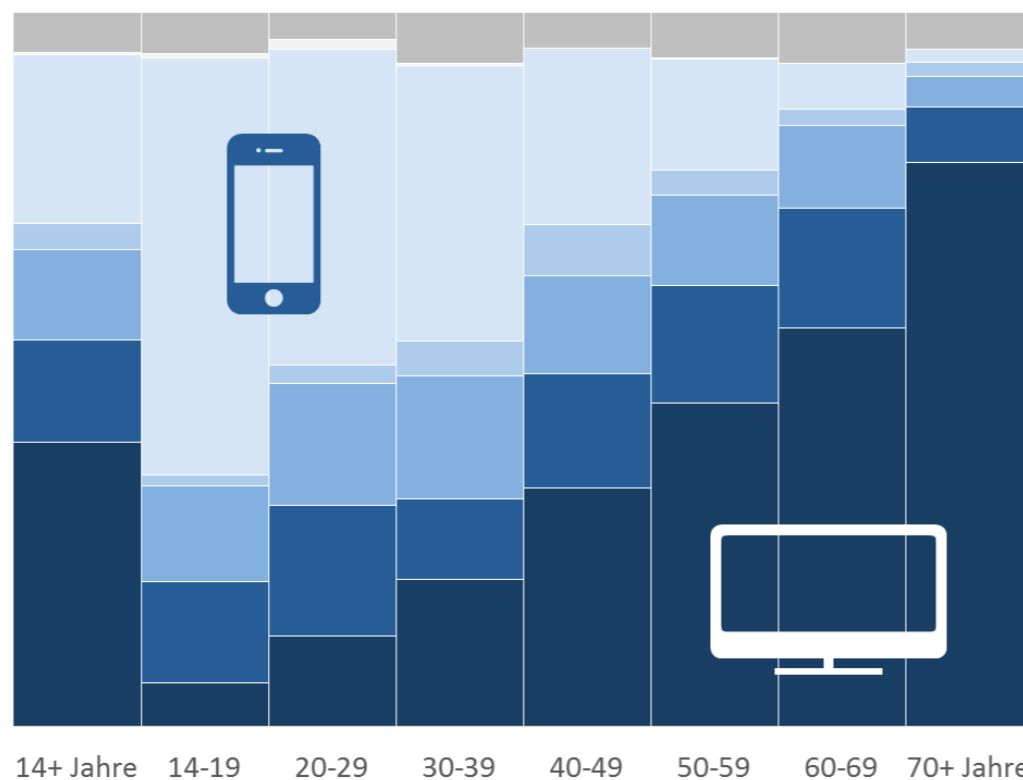
Angaben in Prozent

Basis: 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

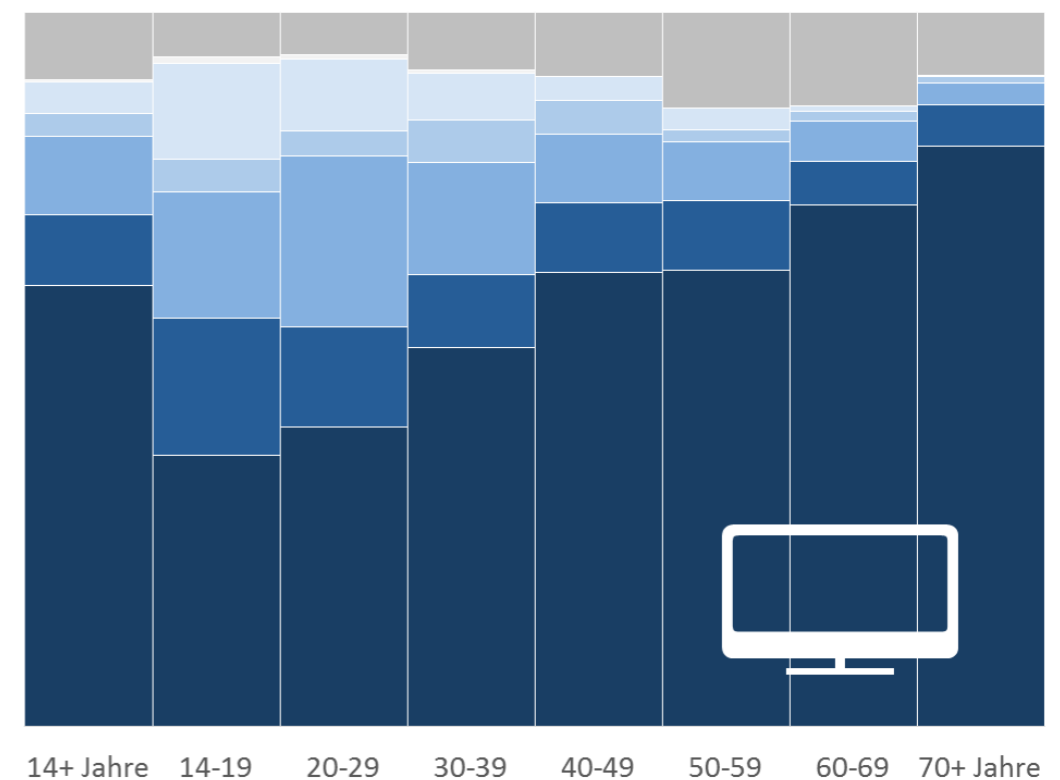
Wichtigstes Gerät – nach Alter

Für Video macht die Bildschirmgröße wohl doch den Unterschied.

Wichtigstes Gerät **allgemein**



Wichtigstes Gerät zur **Videonutzung**



Angaben in Prozent

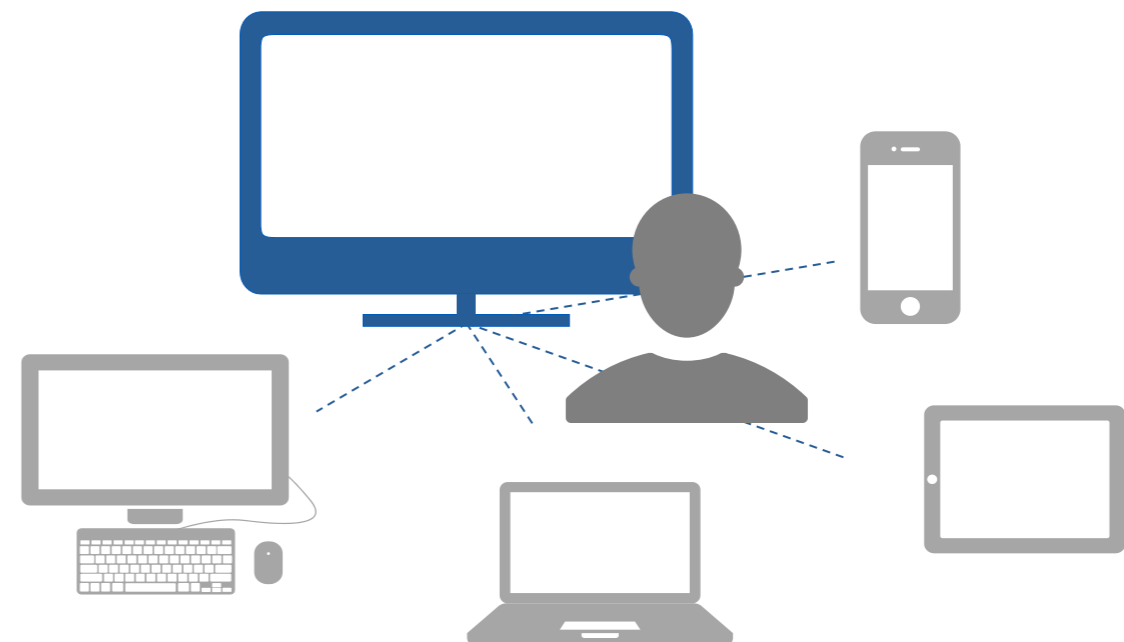
Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre

Second Screen-Nutzung

Anteil der Second Screen-Nutzung nimmt leicht zu: 46% der 14+ in TV-HH nutzen beim Fernsehen mindestens ein weiteres Gerät.

Second Screen 2015 / 2014

45,5%
42,7%

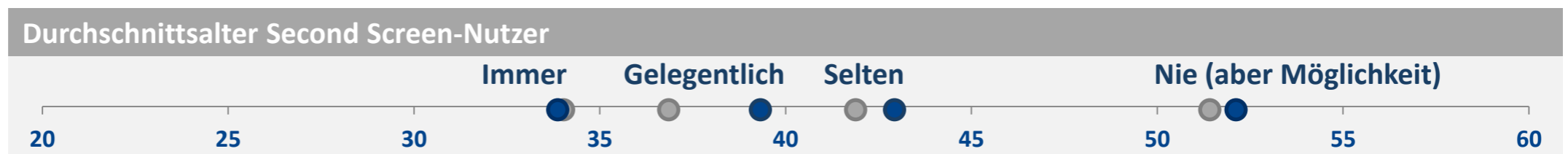
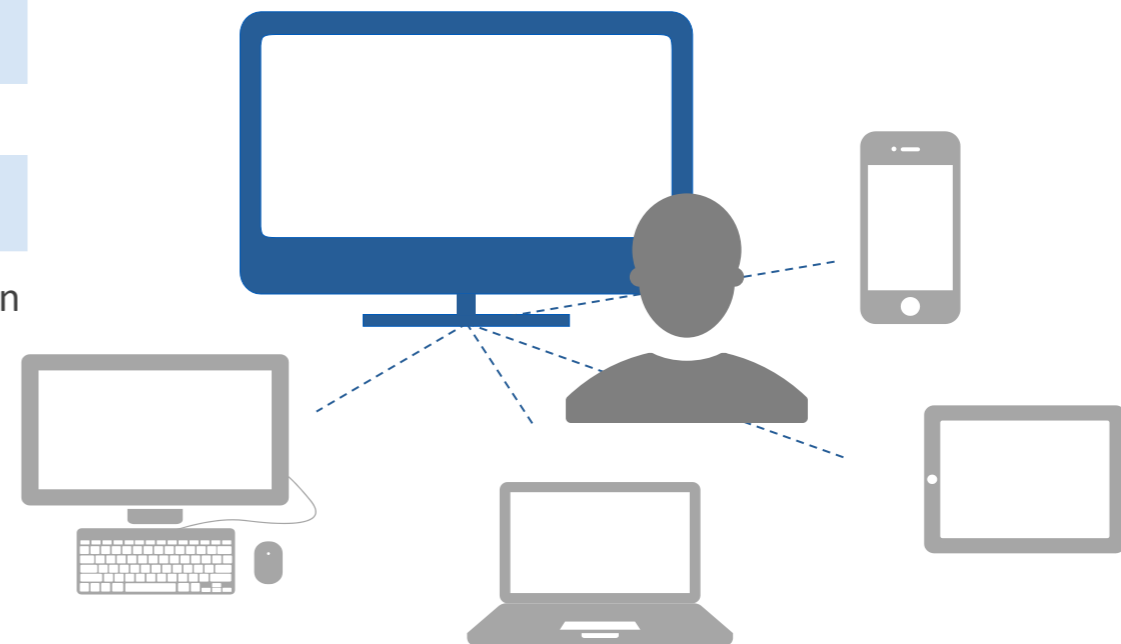
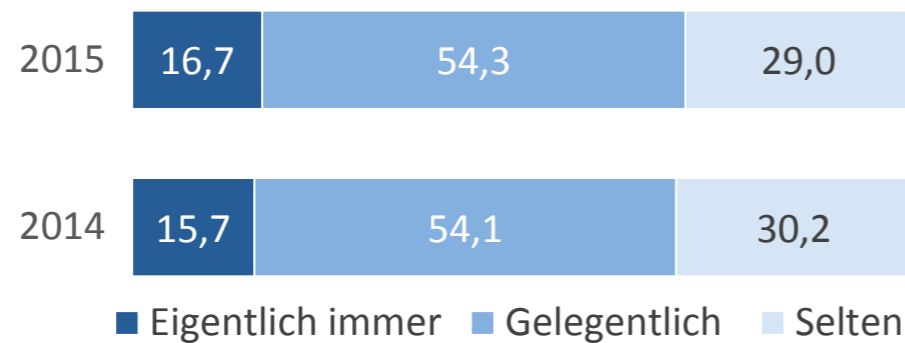


Angaben in Prozent

Basis: 68,447 / 68,818 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten

Second Screen-Nutzung

Frequenz weitgehend stabil: Etwas mehr „Immer“-Nutzer. Gelegentliche Nutzer aktuell im Durchschnitt deutlich älter.

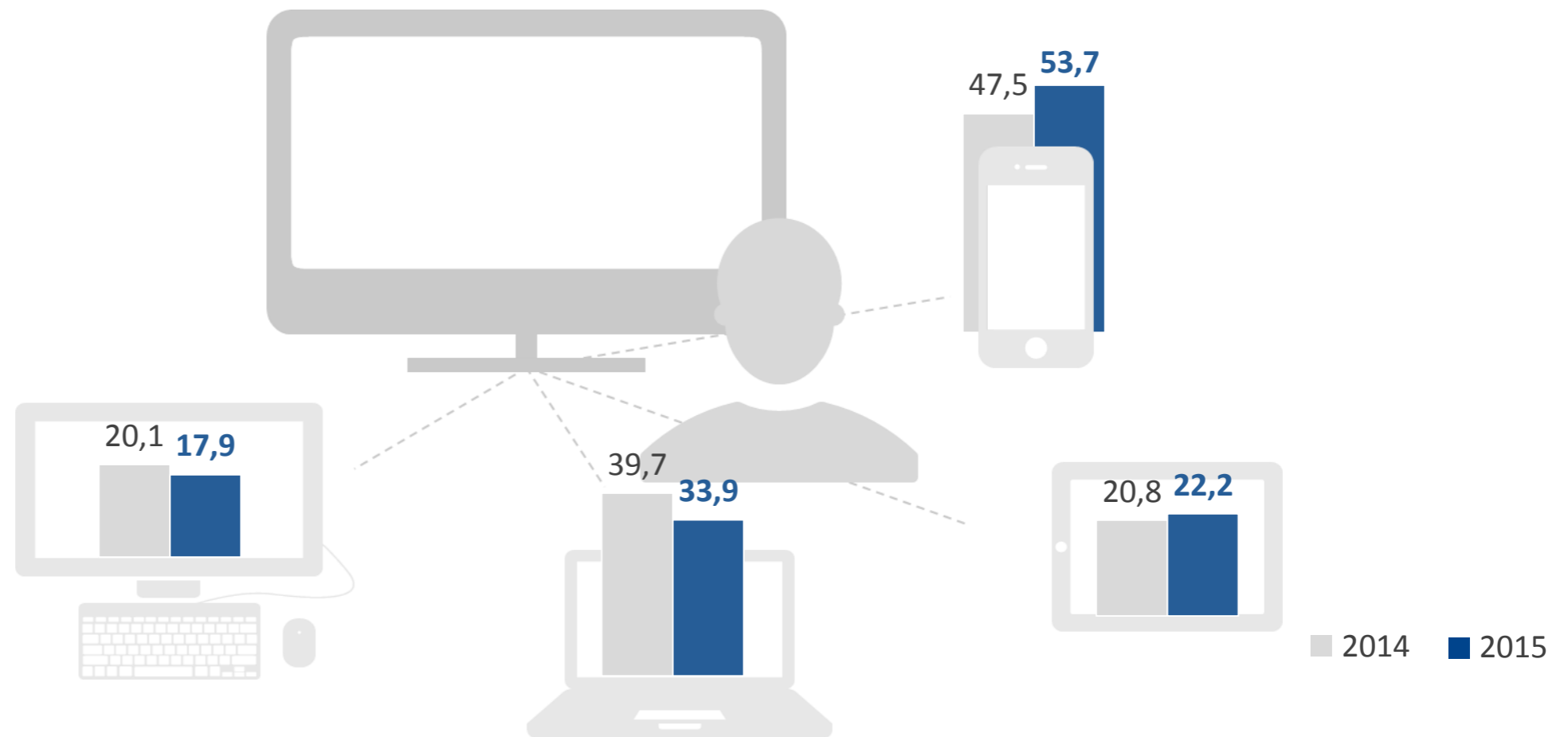


Angaben in Prozent

Basis: 29,281 / 31,336 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten, die Second-Screen zumindest selten nutzen

Second Screen-Nutzung: Gerät

Smartphone baut die Spitzenposition als am häufigsten genutztes Second Screen-Gerät zu Lasten von PC und Laptops aus.

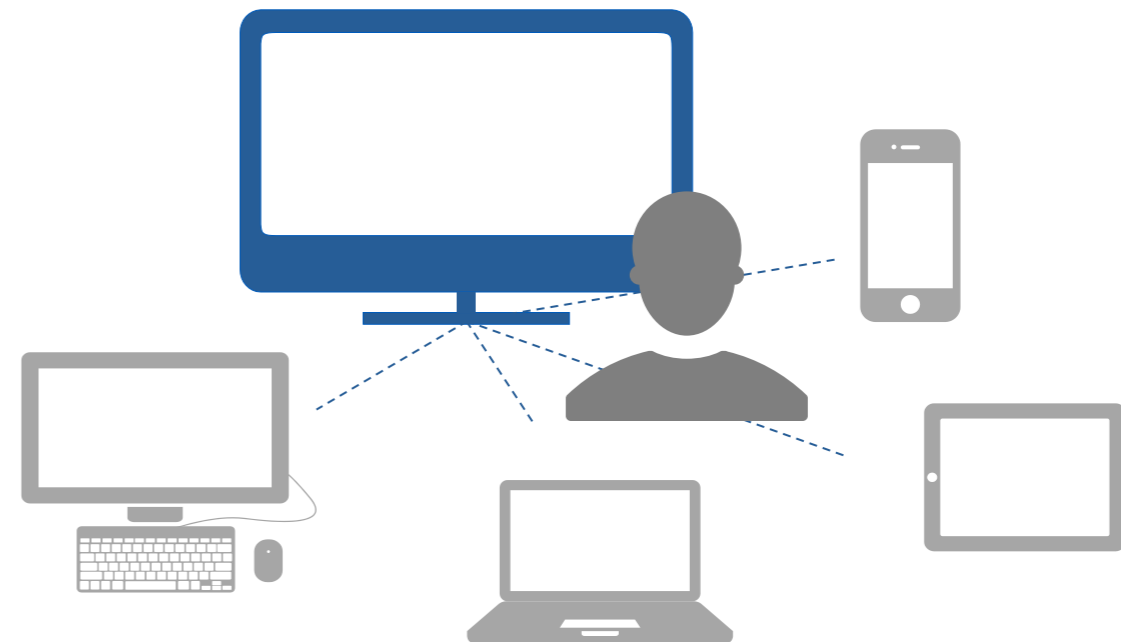
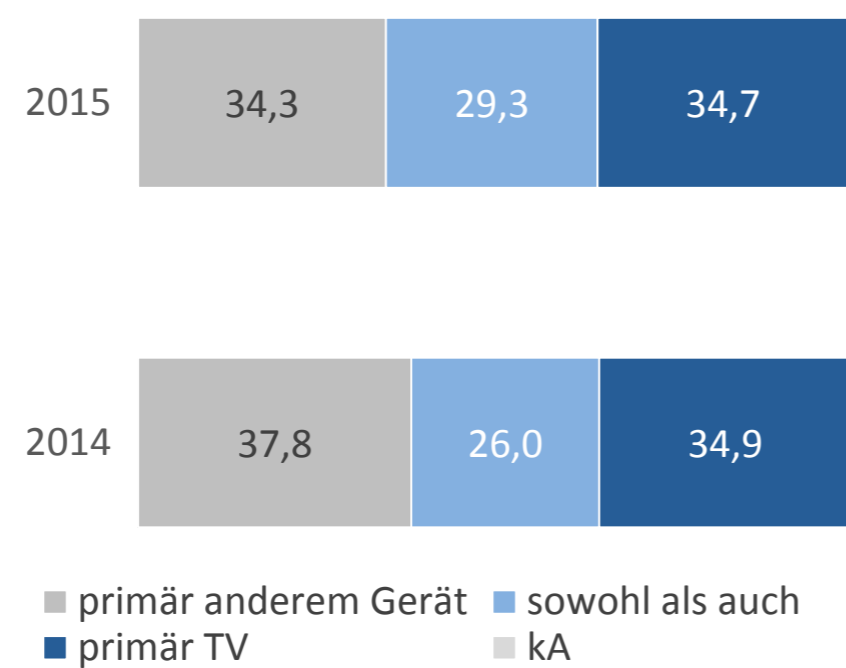


Angaben in Prozent

Basis: 29,281 / 31,336 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten, die zumindest selten einen Second Screen nutzen

Aufmerksamkeit First vs. Second Screen

Teilt sich mittlerweile nahezu paritätisch auf.

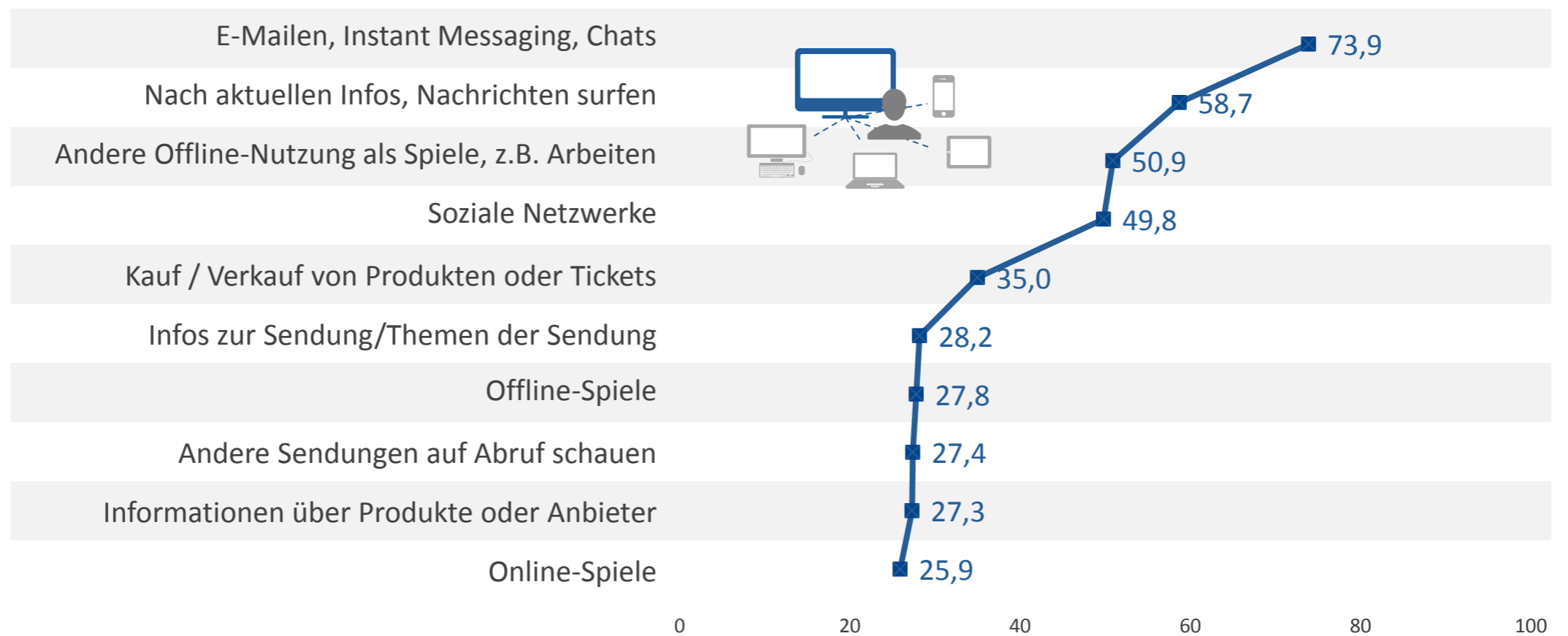


Angaben in Prozent

Basis: 29,281 / 31,336 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten, die Second-Screen zumindest selten nutzen

Second Screen – Genutzte Inhalte (Top 10)

Kommunikation mit Abstand die häufigste Parallelnutzung, gefolgt von allgemeiner Information.

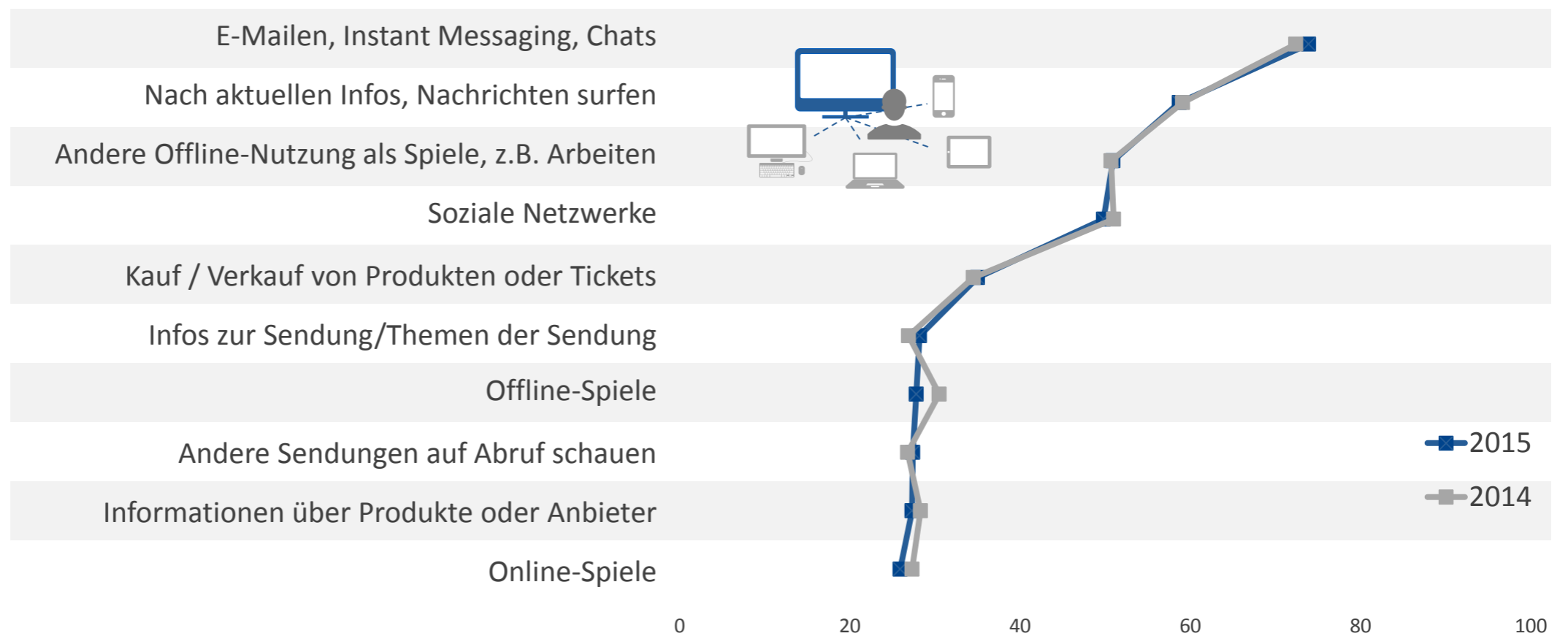


Angaben in Prozent

Basis: 31,336 Mio. Personen die zumindest selten "Second Screen" nutzen

Second Screen – Genutzte Inhalte (Top 10)

Nahezu identisches „Nutzungsverhalten“ wie im Vorjahr.

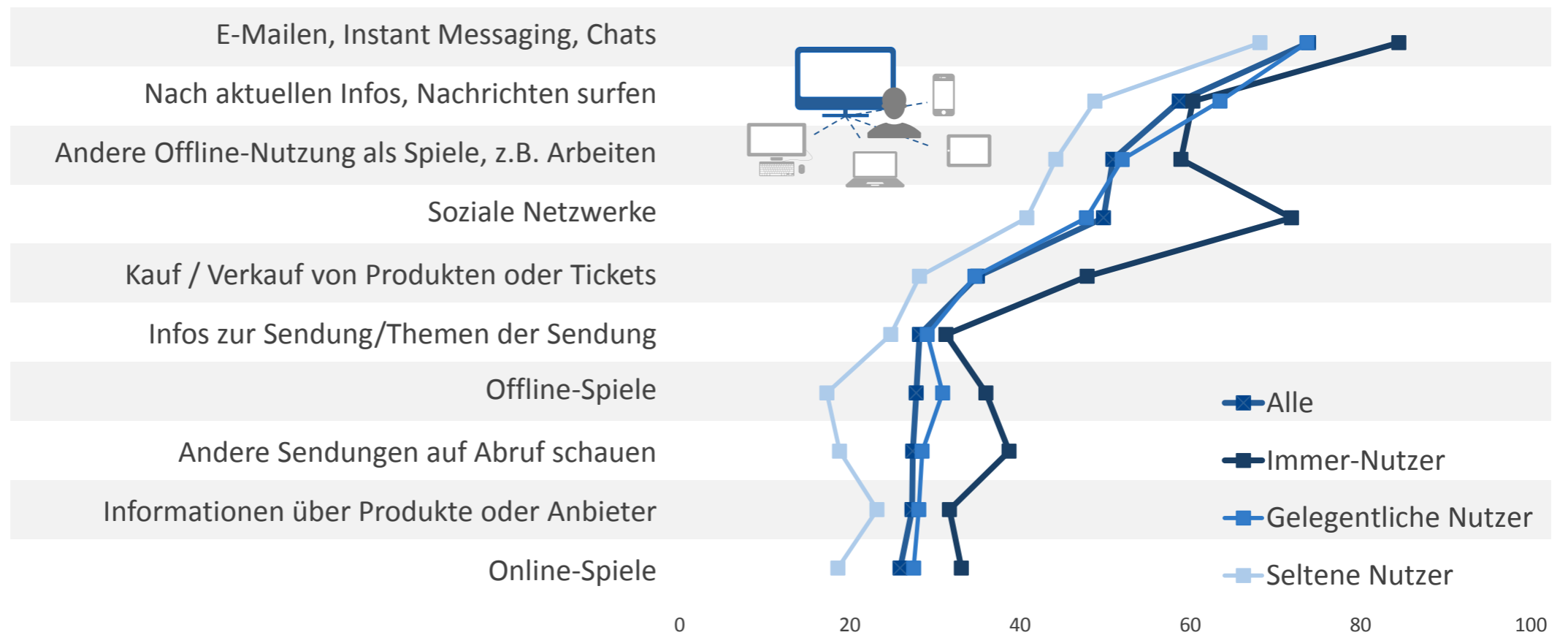


Angaben in Prozent

Basis: 29,281 / 31,336 Mio. Personen die zumindest selten "Second Screen" nutzen

Second Screen – Genutzte Inhalte (Top 10)

„Immer“-Nutzer bei allen Inhalten vorne – außer beim Surfen nach aktuellen Informationen und Nachrichten.



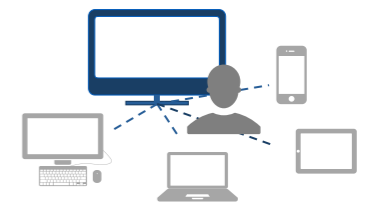
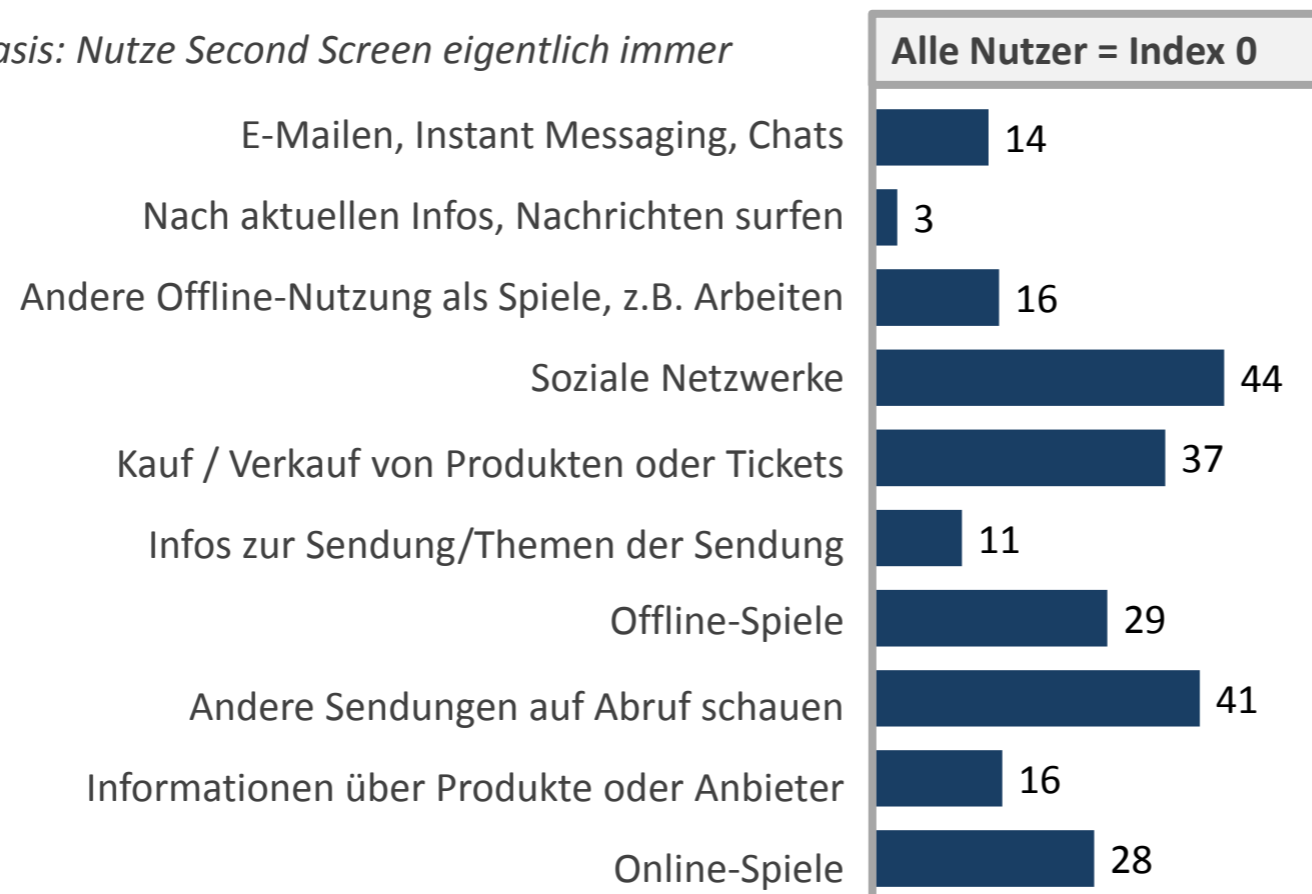
Angaben in Prozent

Basis: 31,336 Mio. Personen die zumindest selten "Second Screen" nutzen

Second Screen – Genutzte Inhalte (Index)

Soziale Netzwerke, e-Commerce, VOD – über diese Inhalte profilieren sich „Immer“-Nutzer besonders stark.

Basis: Nutze Second Screen eigentlich immer

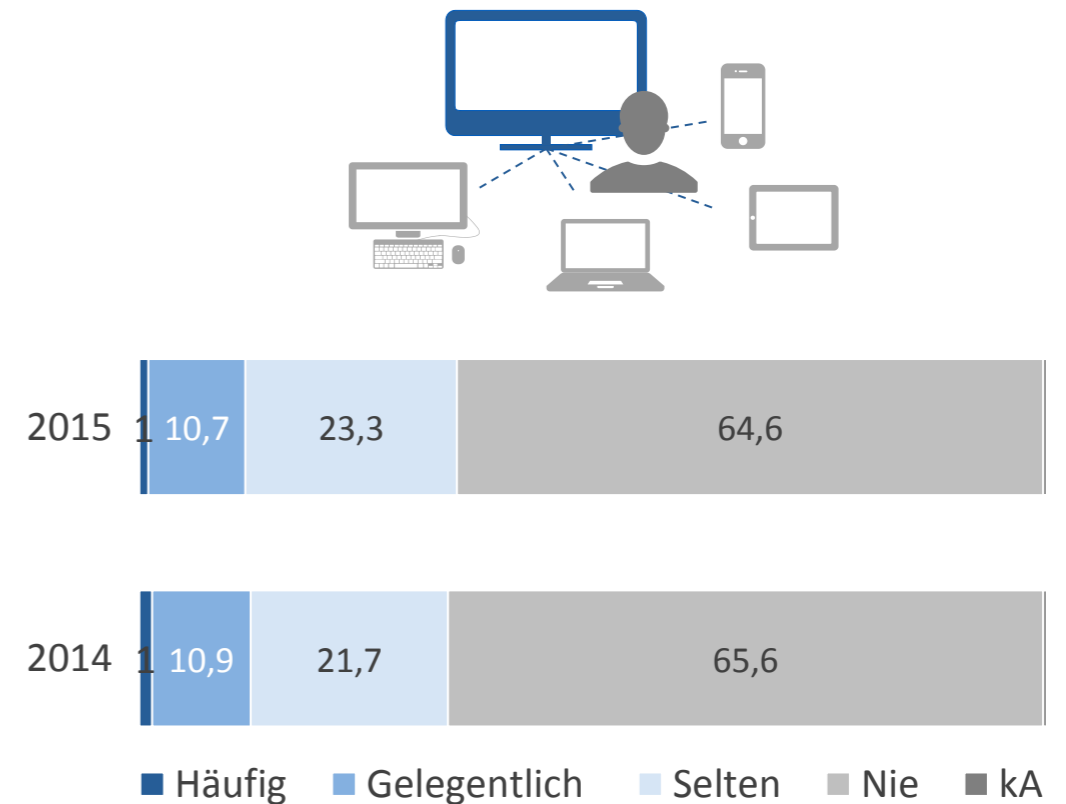
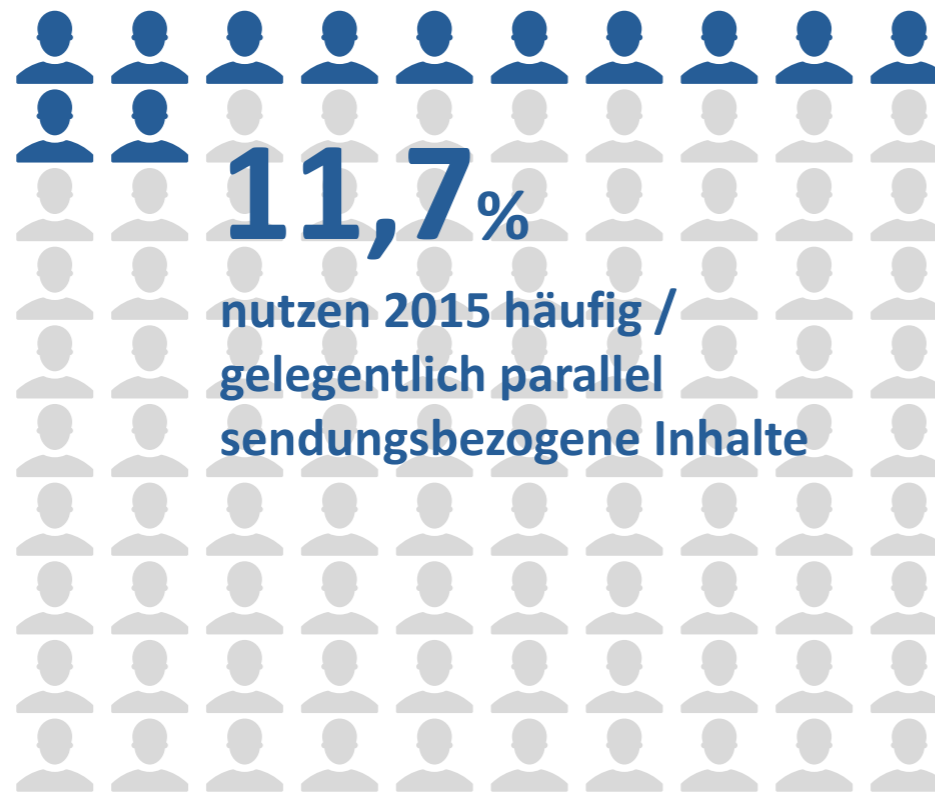


Indexdarstellung

Basis: 5,240 Mio. Personen, die eigentlich immer "Second Screen" nutzen

Second Screen – Sendungsbezogene Inhalte

Parallel-Nutzung sendungsbezogener Inhalte bleibt konstant auf niedrigem Niveau.



Angaben in Prozent

Basis: 29,281 / 31,336 Mio. Personen, die zumindest selten "Second Screen" nutzen

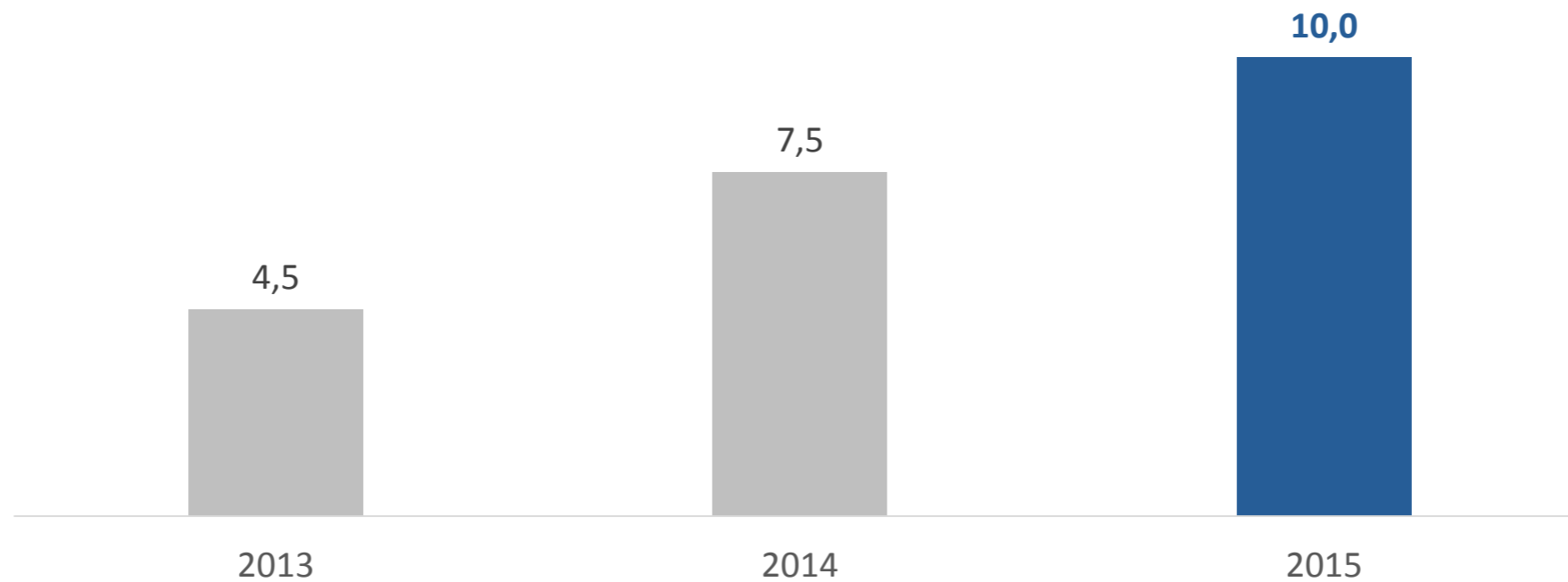
Radioempfang in Deutschland





Radioempfang über Digitalradio DAB+

DAB+ steigt weiter: Jeder zehnte Haushalt verfügt bereits über mindestens ein DAB+ Radiogerät.



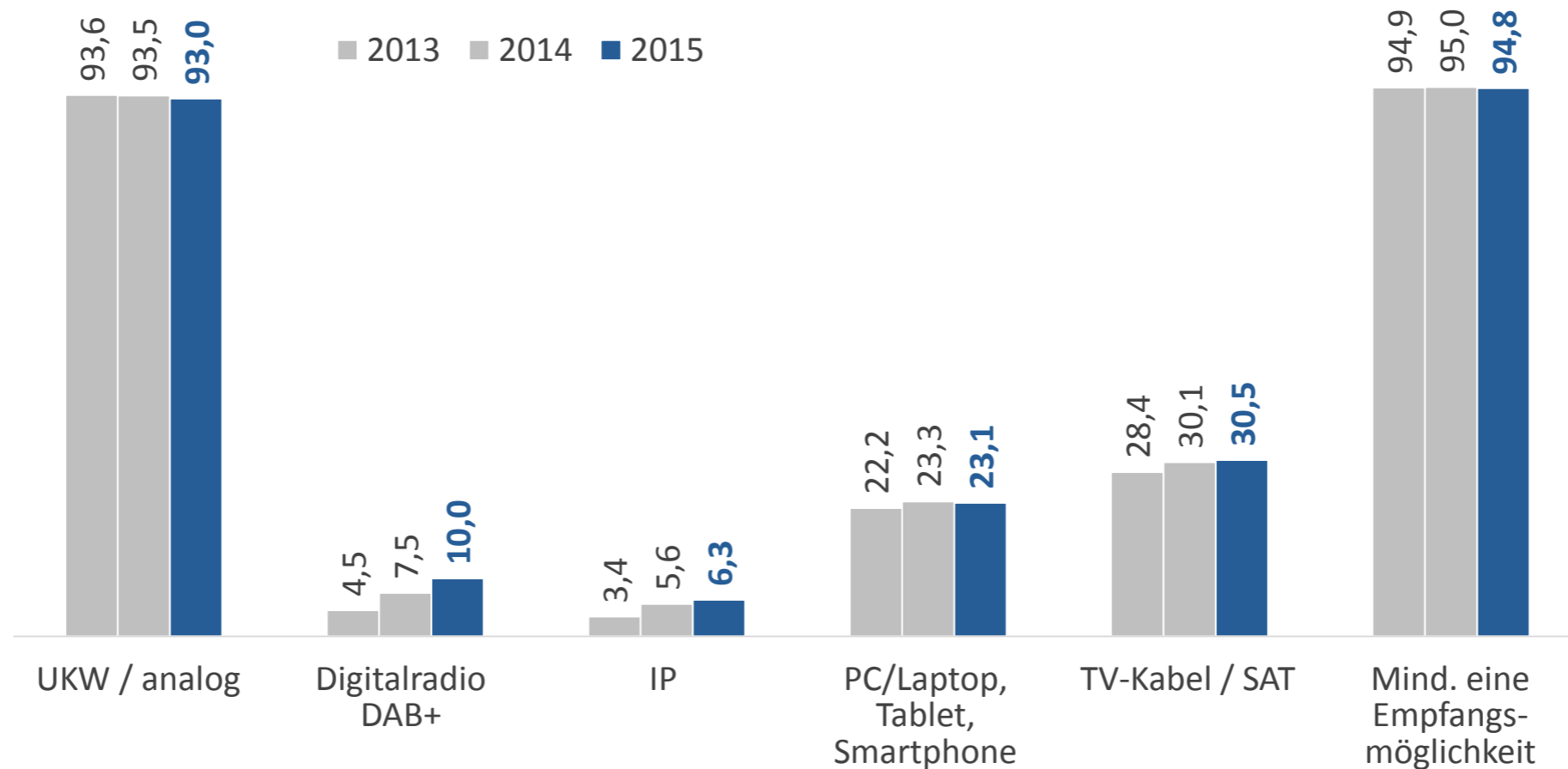
Angaben in Prozent

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Radioempfang in Deutschland

Analoger Radioempfang erwartungsgemäß mit Abstand vorne, stagniert aber auf hohem Niveau.

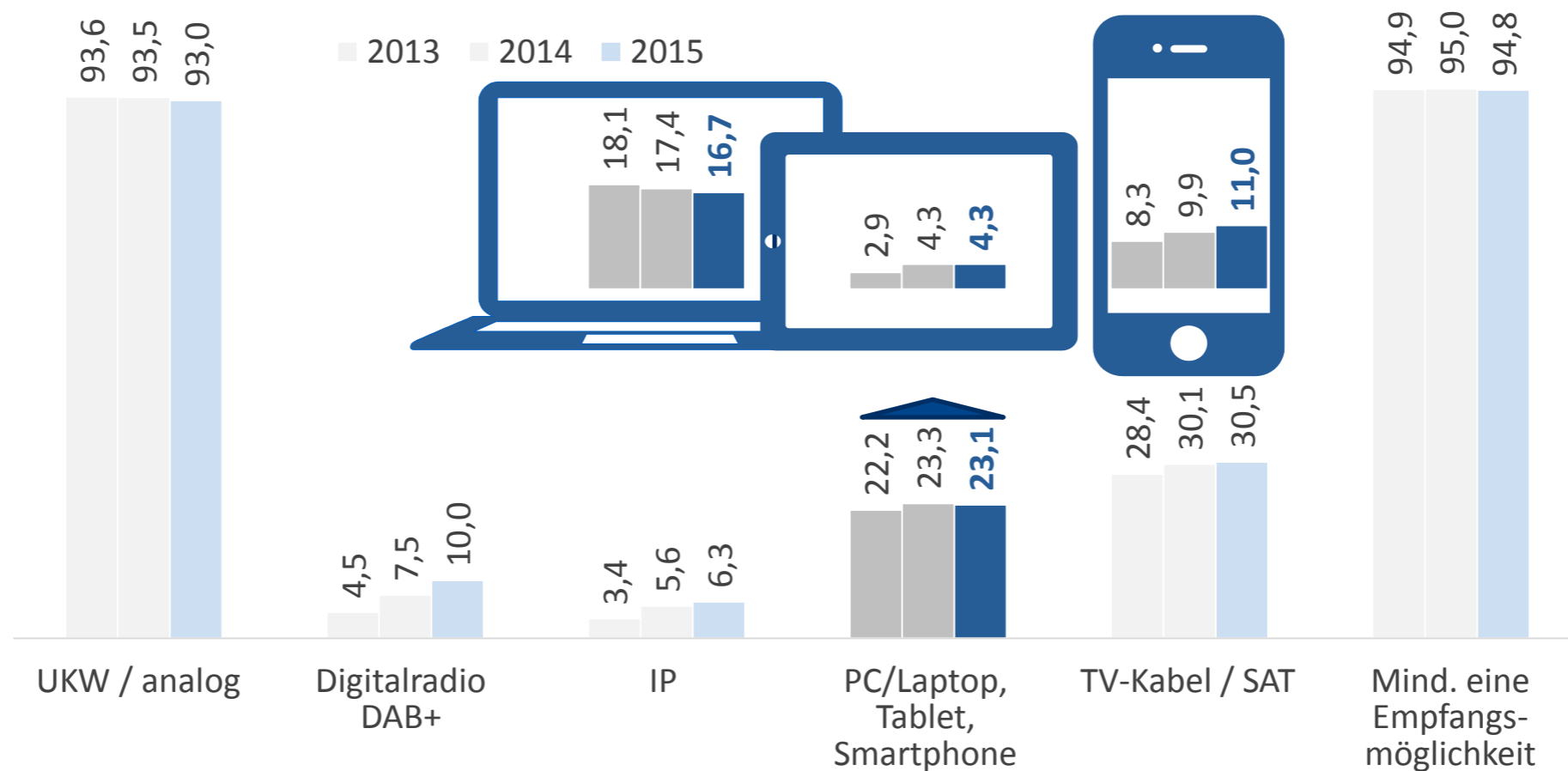


Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Radioempfang

Zwar kein Zuwachs bei Radioempfang über PC, Tablet oder Smartphone gesamt – Radiohören wir aber deutlich mobiler.

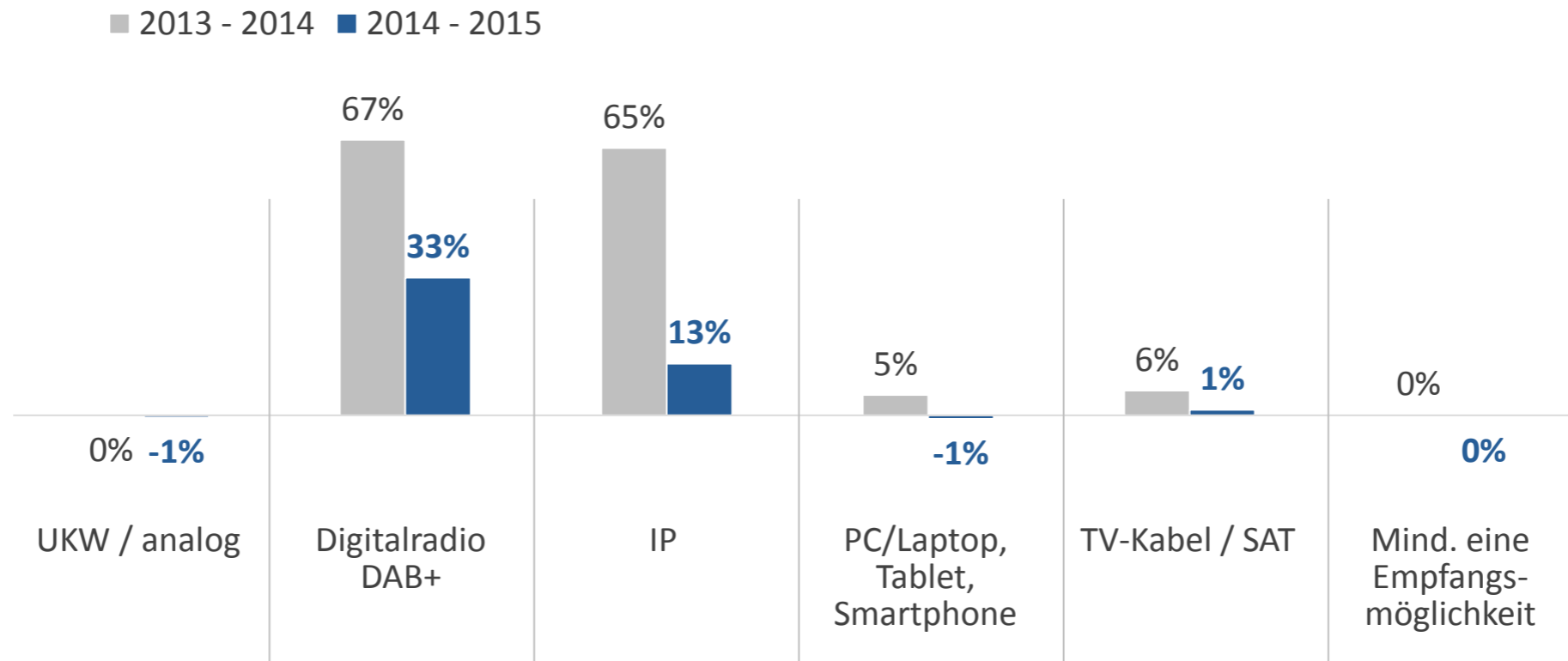


Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Radioempfang – Wachstumsraten (%)

DAB+ erneut mit der größten Wachstumsrate – erwartungsgemäß ist sie jedoch nicht mehr ganz so groß wie im Vorjahr.



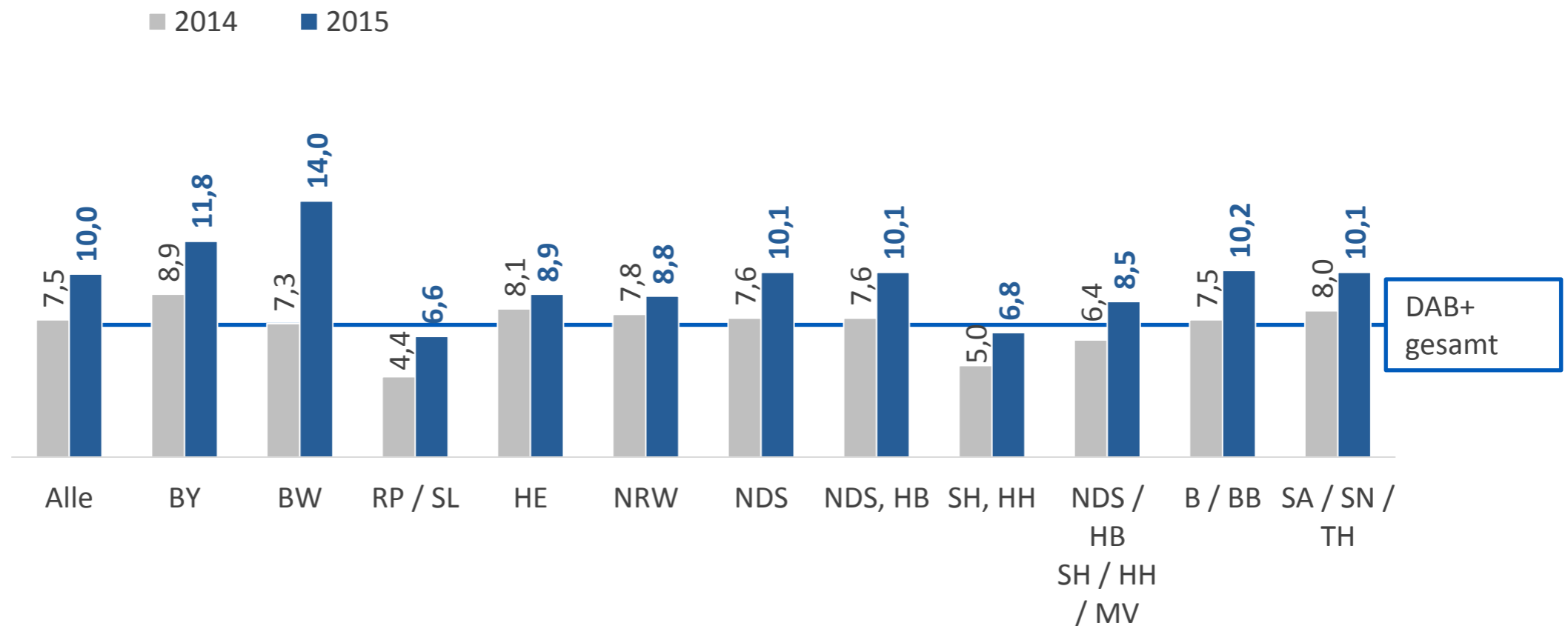
Angaben in Prozent

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



DAB+ in den Bundesländern

DAB+ legt in ganz Deutschland zu – am deutlichsten in Bayern und Baden-Württemberg.



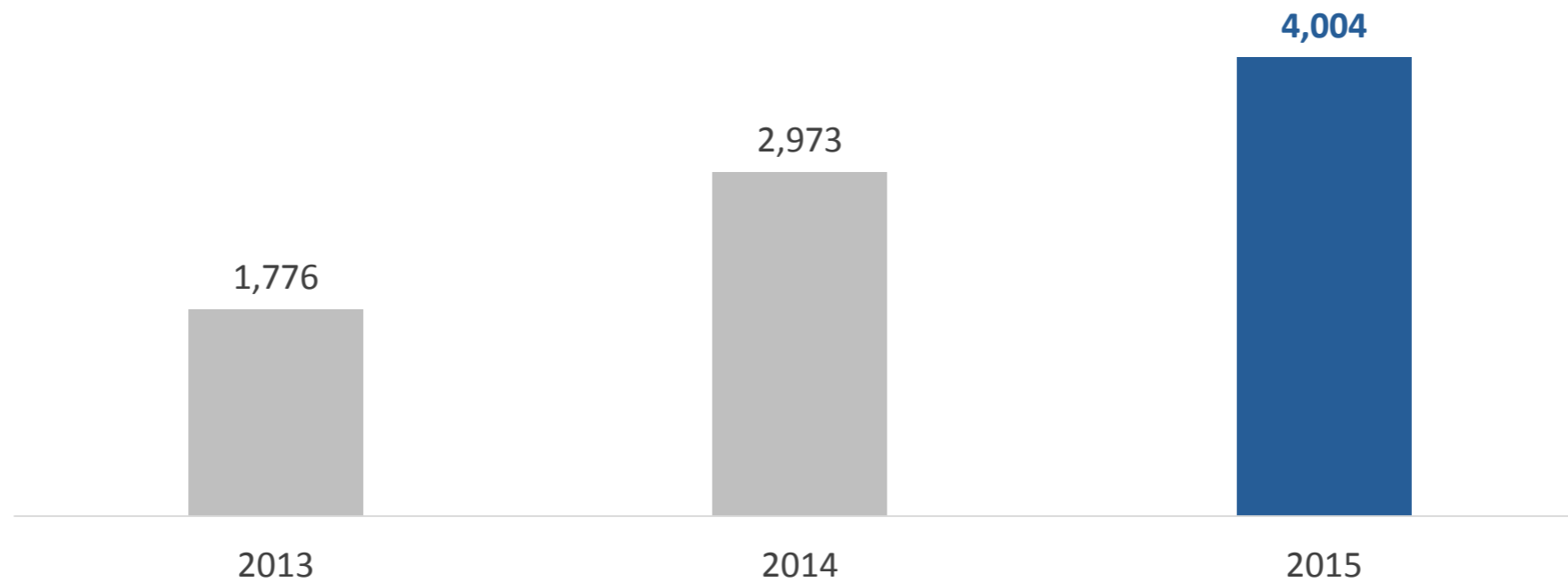
Angaben in Prozent

Basis: 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Anzahl HH mit Digitalradio DAB+

4 Millionen Haushalte verfügen aktuell über mindestens ein DAB+ Radiogerät: Gut eine Million mehr als Mitte 2014.



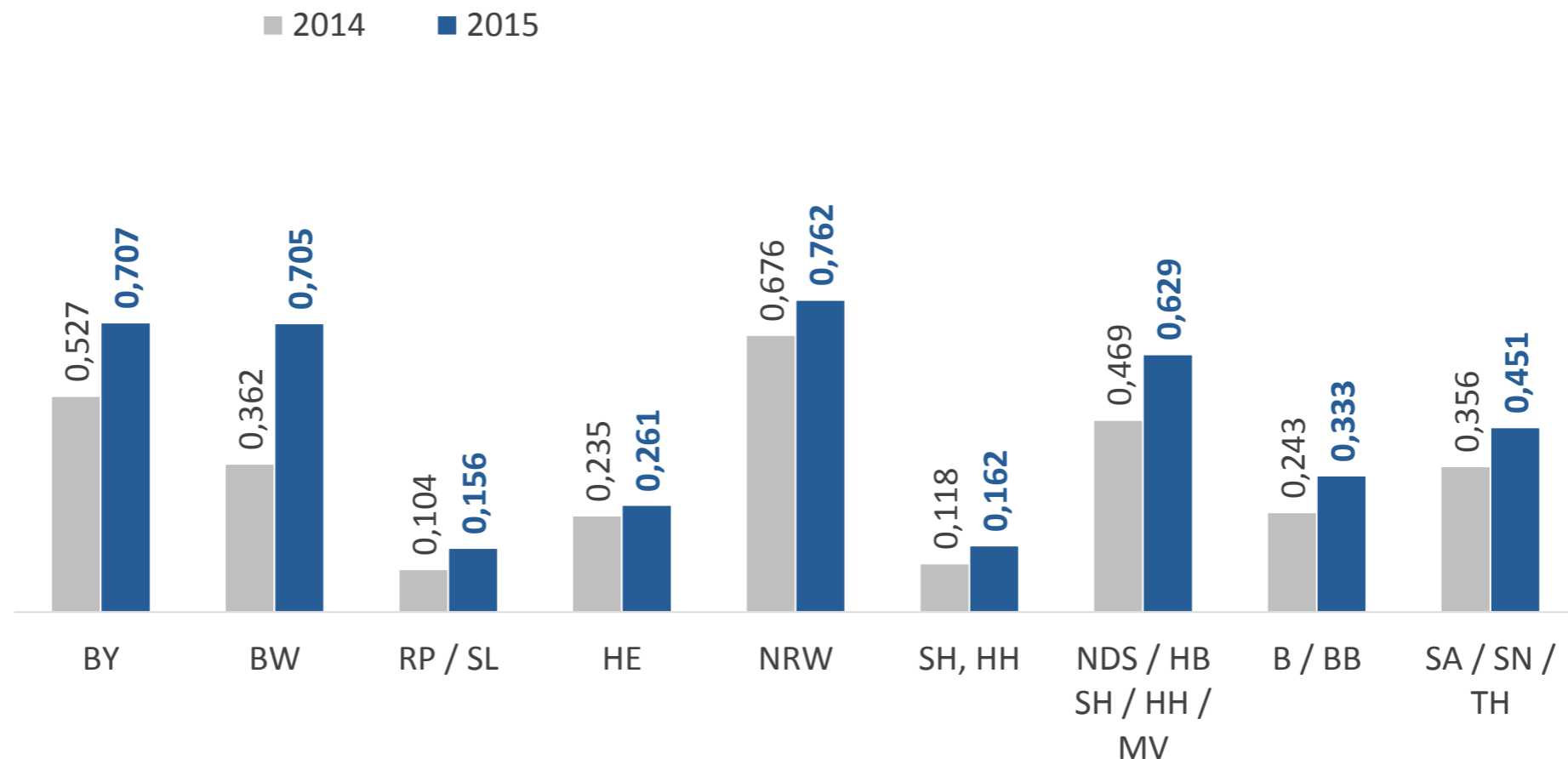
Angaben in Mio.

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



DAB+ in den Bundesländern

Wie zu erwarten liegen die bevölkerungsreichen Länder absolut gesehen vorne: NRW vor Bayern und Baden-Württemberg.



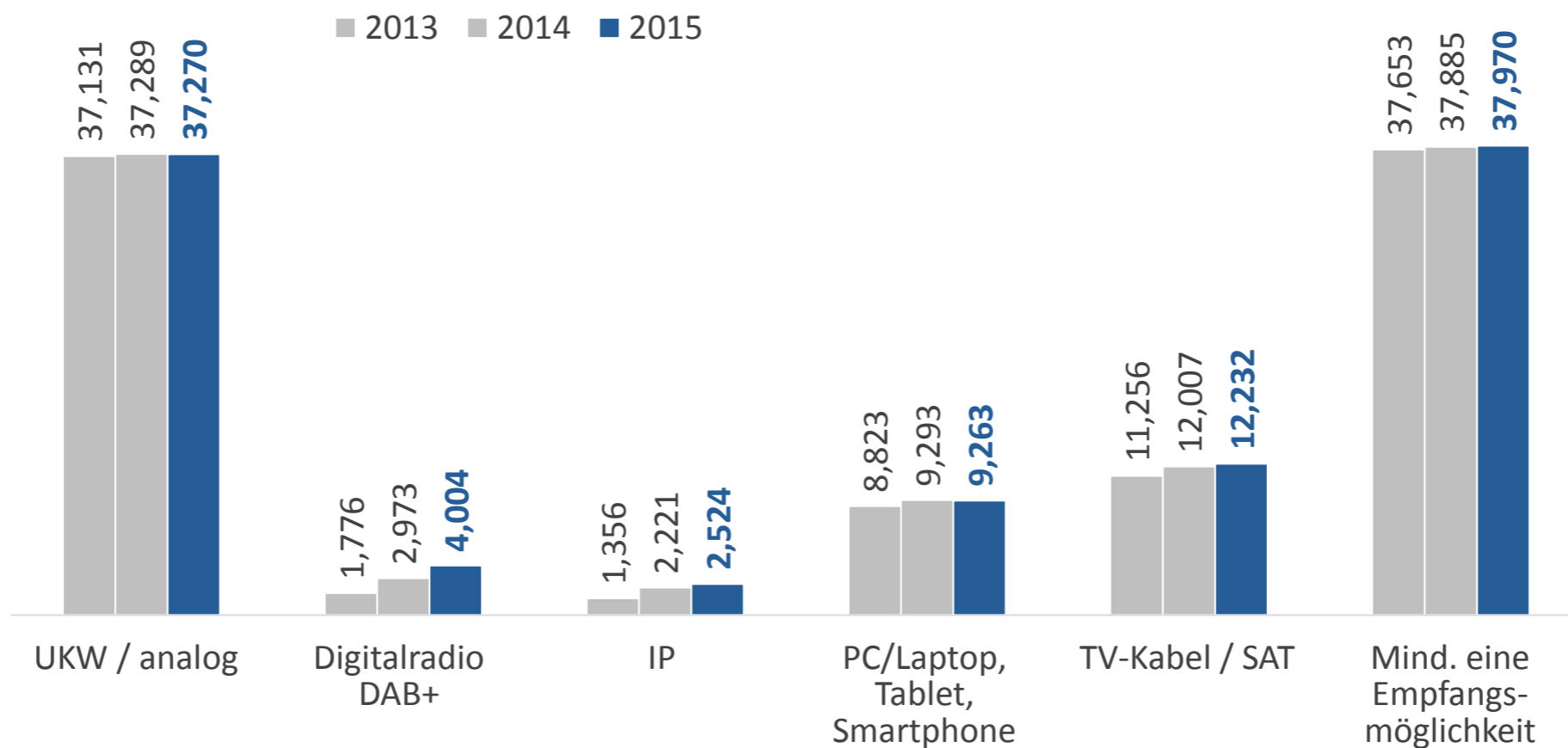
Angaben in Mio.

Basis: 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Radioempfang absolut im Vergleich

Neben DAB+ nur IP und Radio über Kabel oder SAT mit Zuwachs.

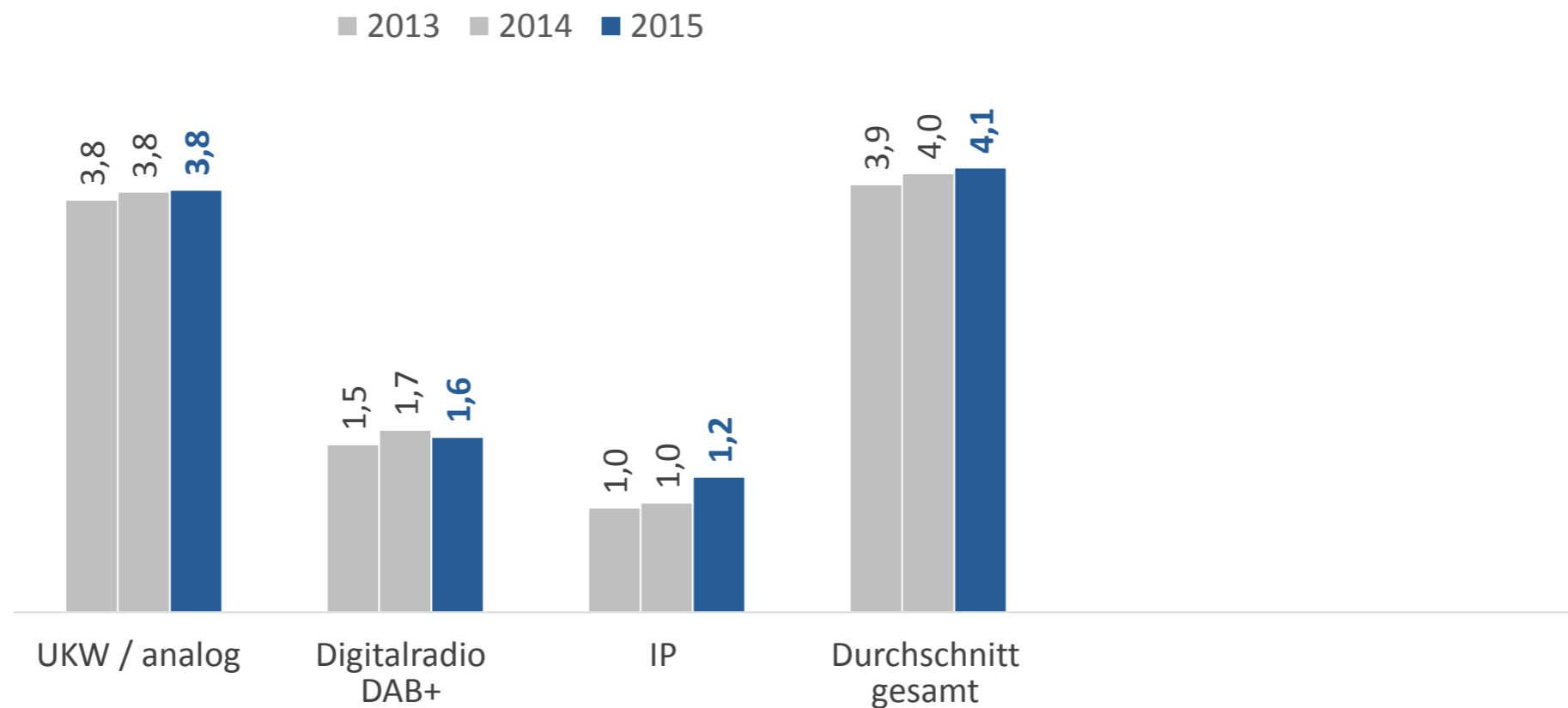


Angaben in Mio.; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Anzahl Radiogeräte pro HH

Im Schnitt stehen 1,6 DAB+ Radiogeräte in jedem DAB-Haushalt.

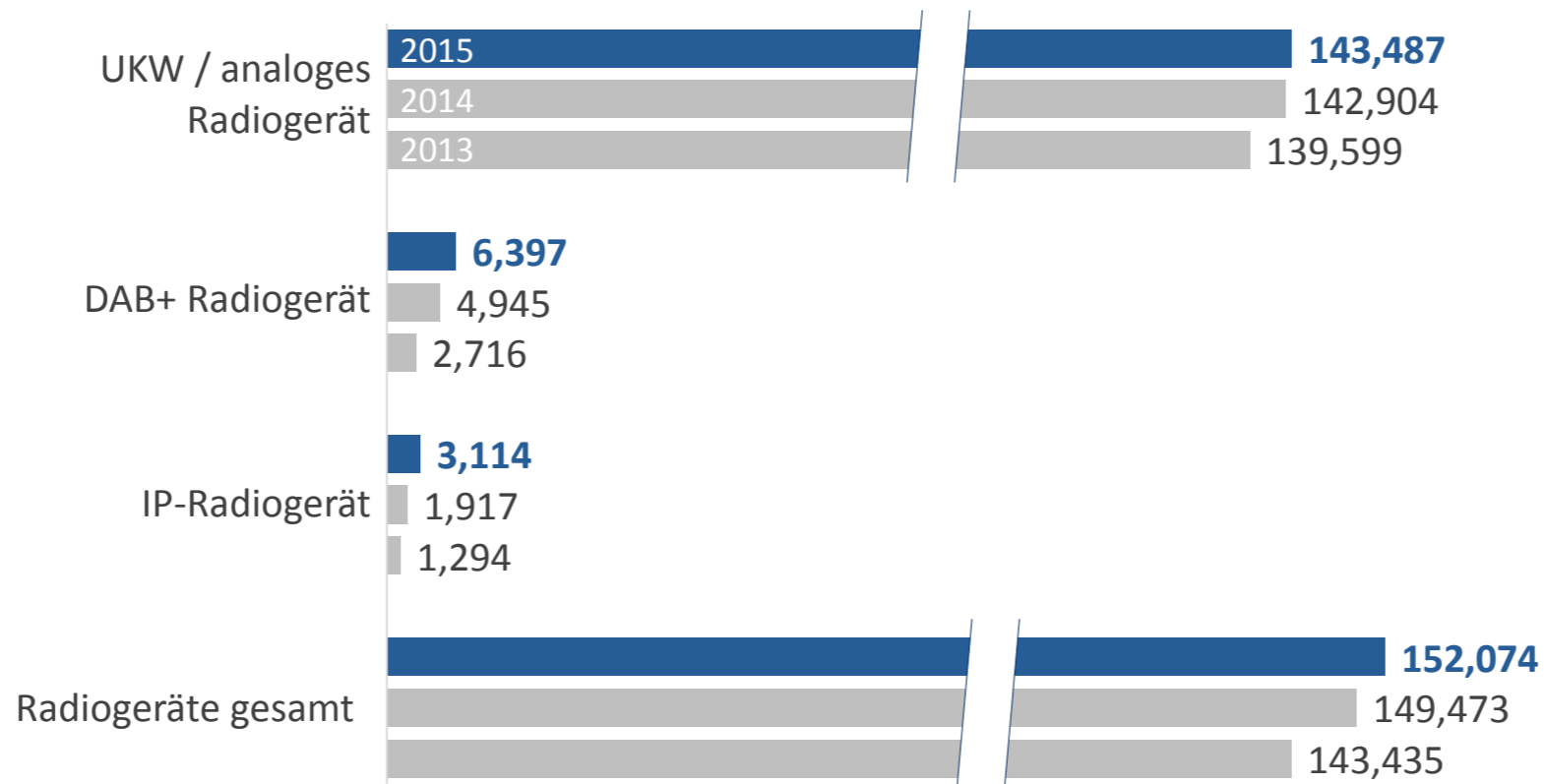


Durchschnittliche Anzahl Radiogeräte einer Empfangsart; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Anzahl Radiogeräte gesamt

Anzahl DAB+ Radiogeräte legt mit rund 1,5 Mio. stärker zu als die Zahl der neuen DAB+ Haushalte (ca. 1 Mio.)



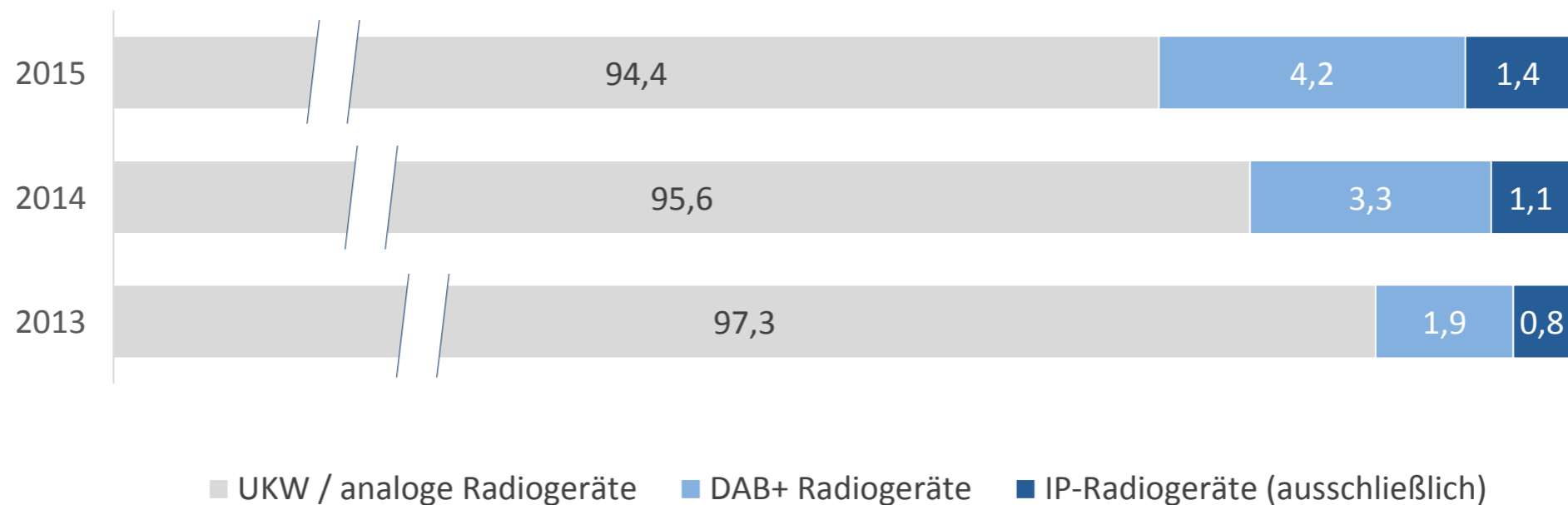
Angaben in Mio.

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Anteil Radiogeräte an Gesamt

Der Zuwachs von IP- und insbesondere DAB+ Radiogeräten lässt den Anteil analoger Geräte zurückgehen.



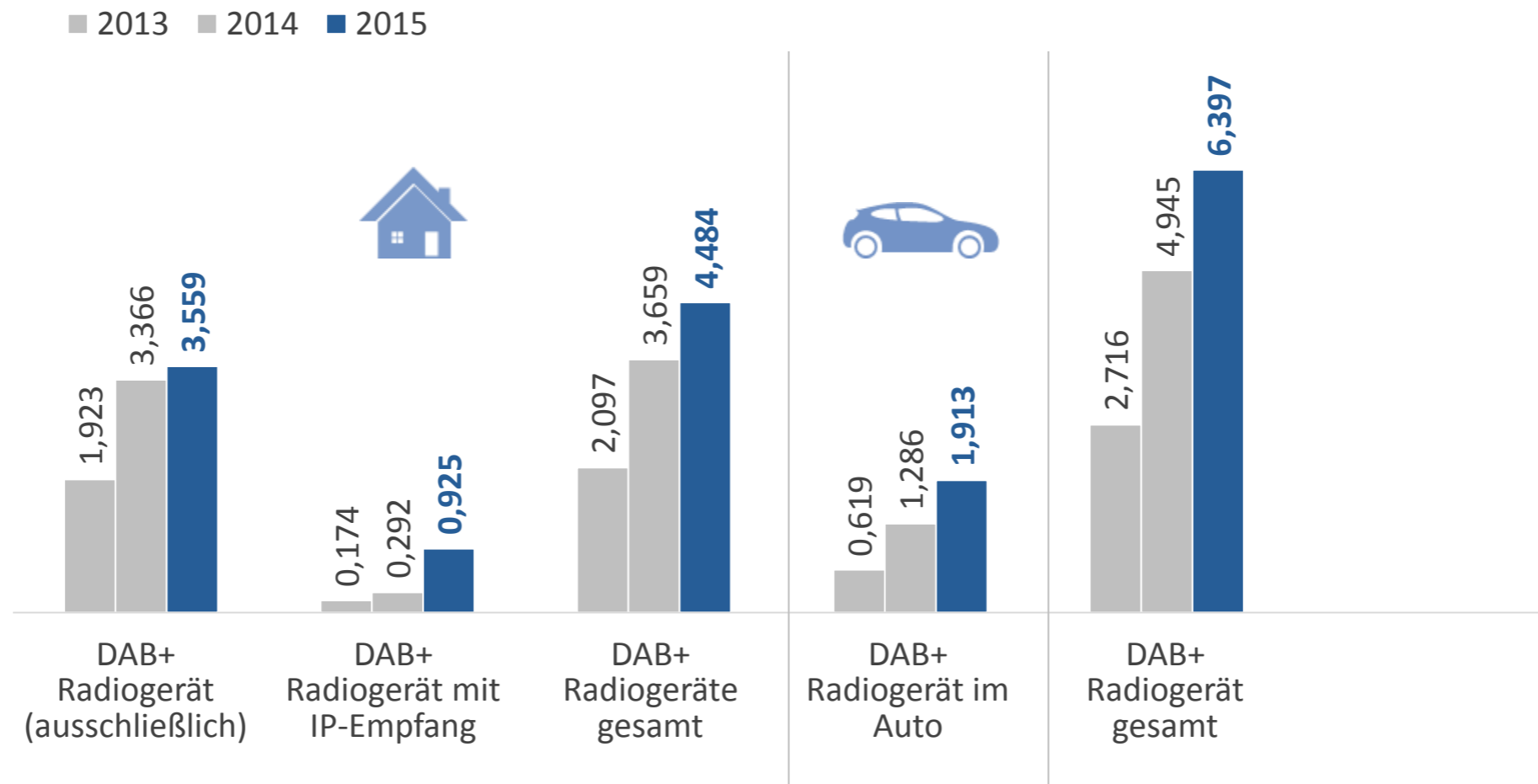
Angaben in Prozent

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



DAB+ Geräte in der Wohnung / im Auto

DAB+ Ausstattung verbessert sich @Home und mobil: Gut 800 TSD mehr in Wohnungen und gut 600 TSD mehr DAB+ in Autos.



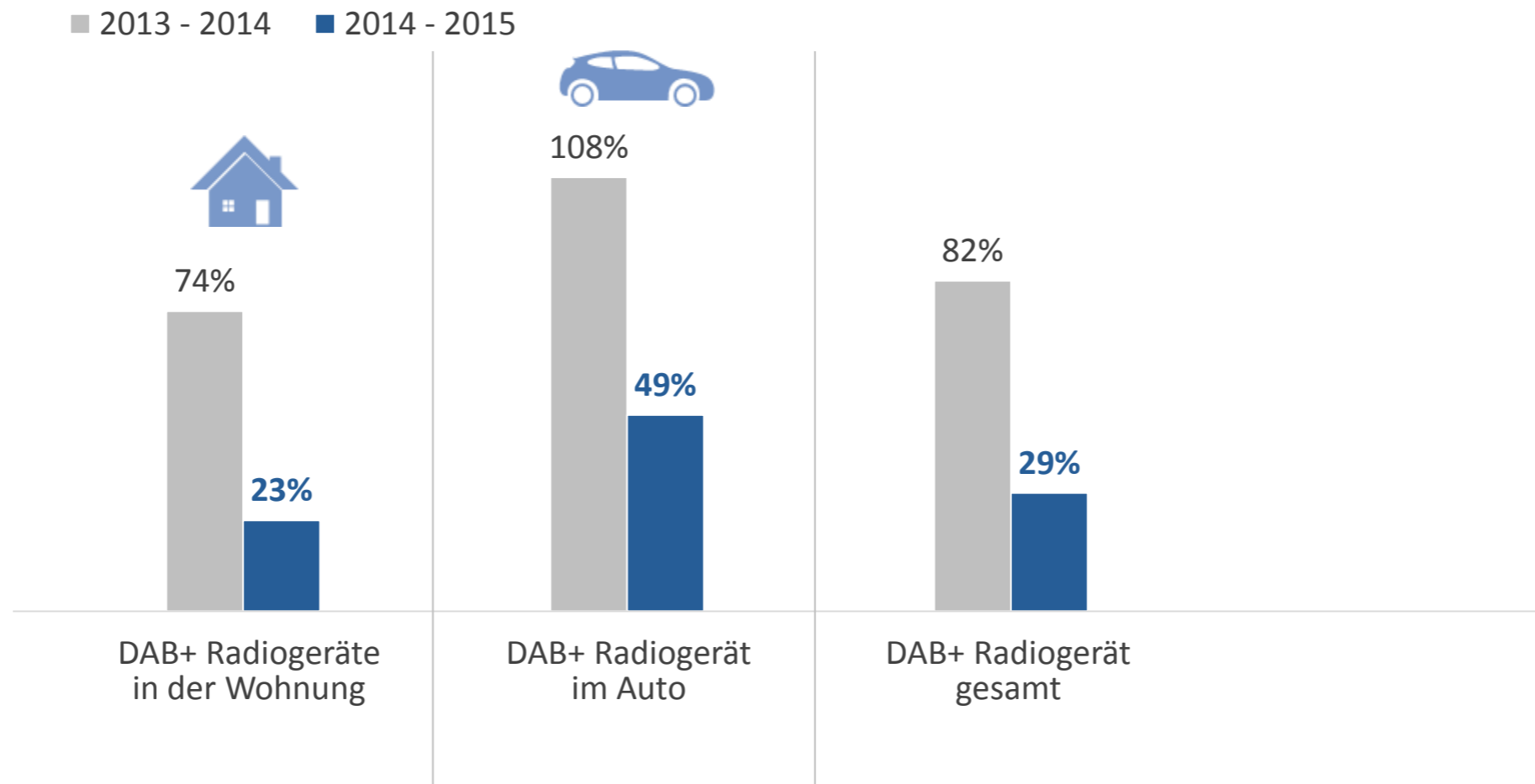
Angaben in Mio.

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Digitalradio DAB+ Wachstumsraten (%)

Relativ stärkere Zunahme von DAB+ Autoradios im Vergleich zu Wohnungen: Insgesamt plus rund 30%.



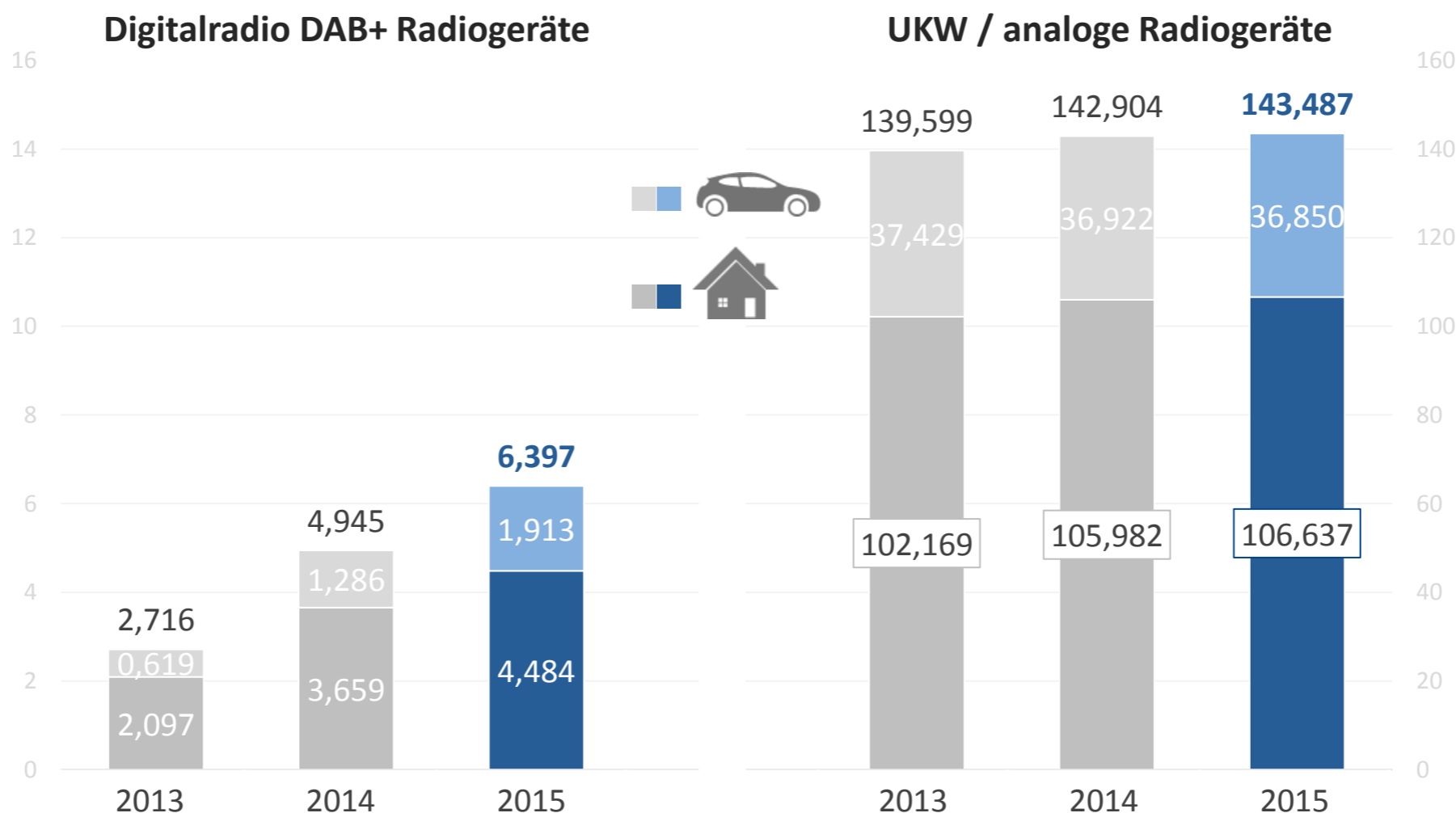
Angaben in Prozent

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



DAB+ Geräte im Vergleich zu analogen

Unterm Strich wächst die Zahl der DAB+ Geräte stärker als die der analogen Radiogeräte.



Angaben in Mio.

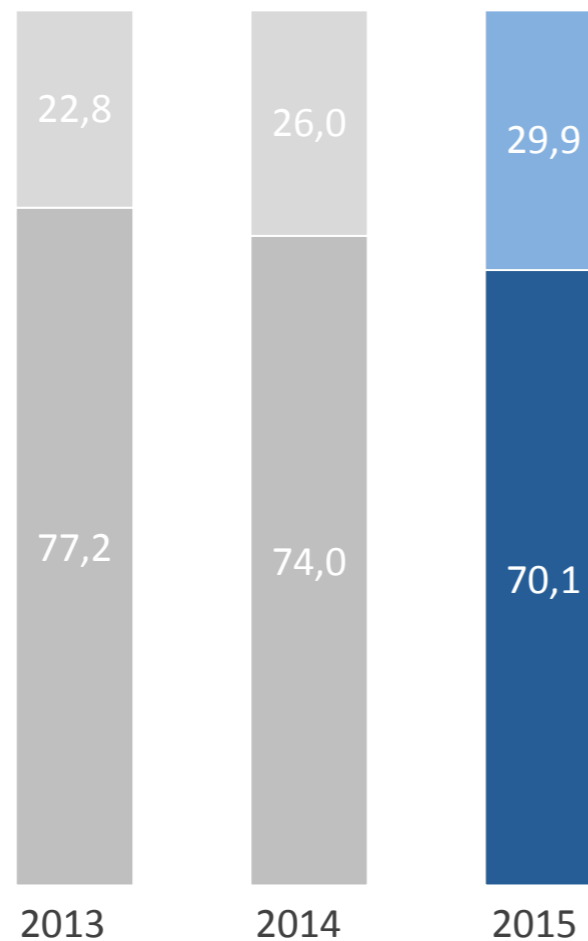
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



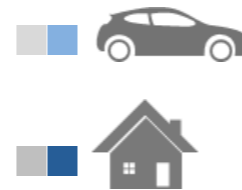
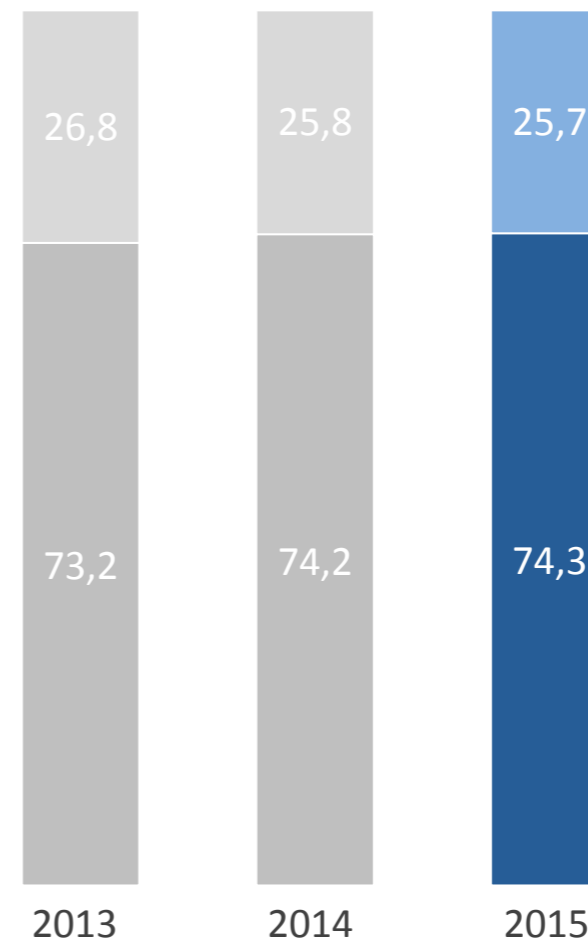
Anteil Radiogeräte Wohnung vs. Auto

Anteil DAB+ Autoradios an DAB+ Radios gesamt steigt weiter an, analoge Autoradios stagnieren.

Digitalradio DAB+ Radiogeräte



UKW / analoge Radiogeräte



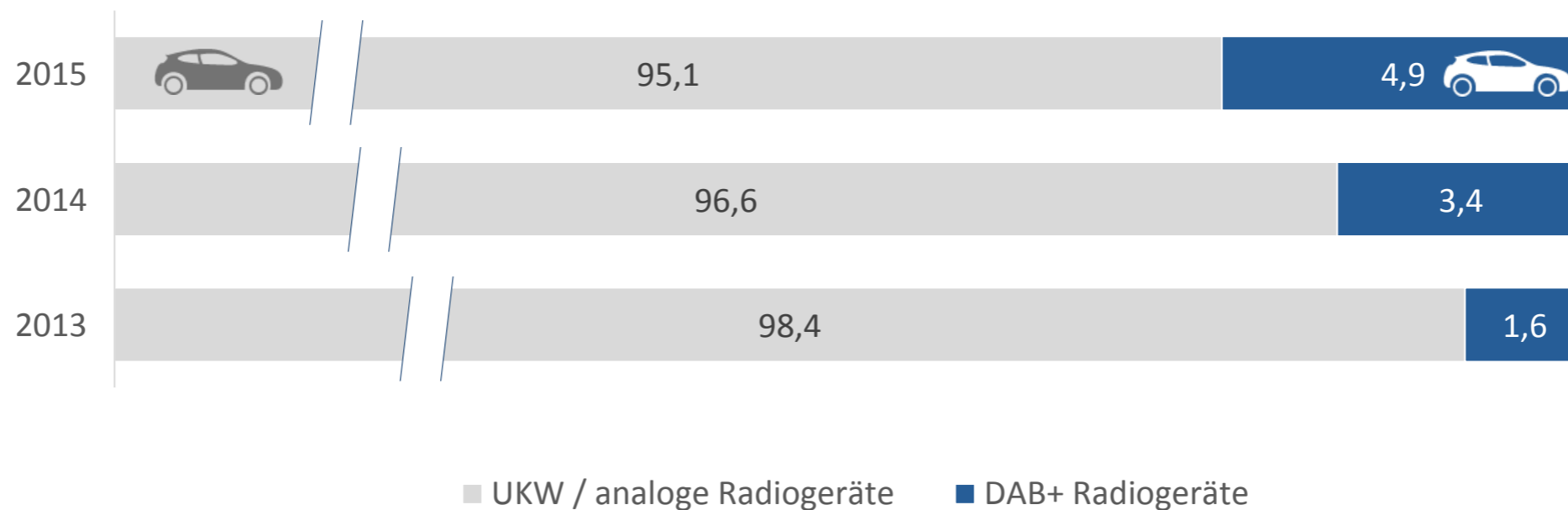
Angaben in Prozent

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland



Autoradios: Anteil DAB+ vs. UKW / analog

Steter Anstieg: Jedes 20. Autoradio ist mittlerweile ein DAB+ Autoradio.



Angaben in Prozent

Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 Mio. Haushalte in Deutschland

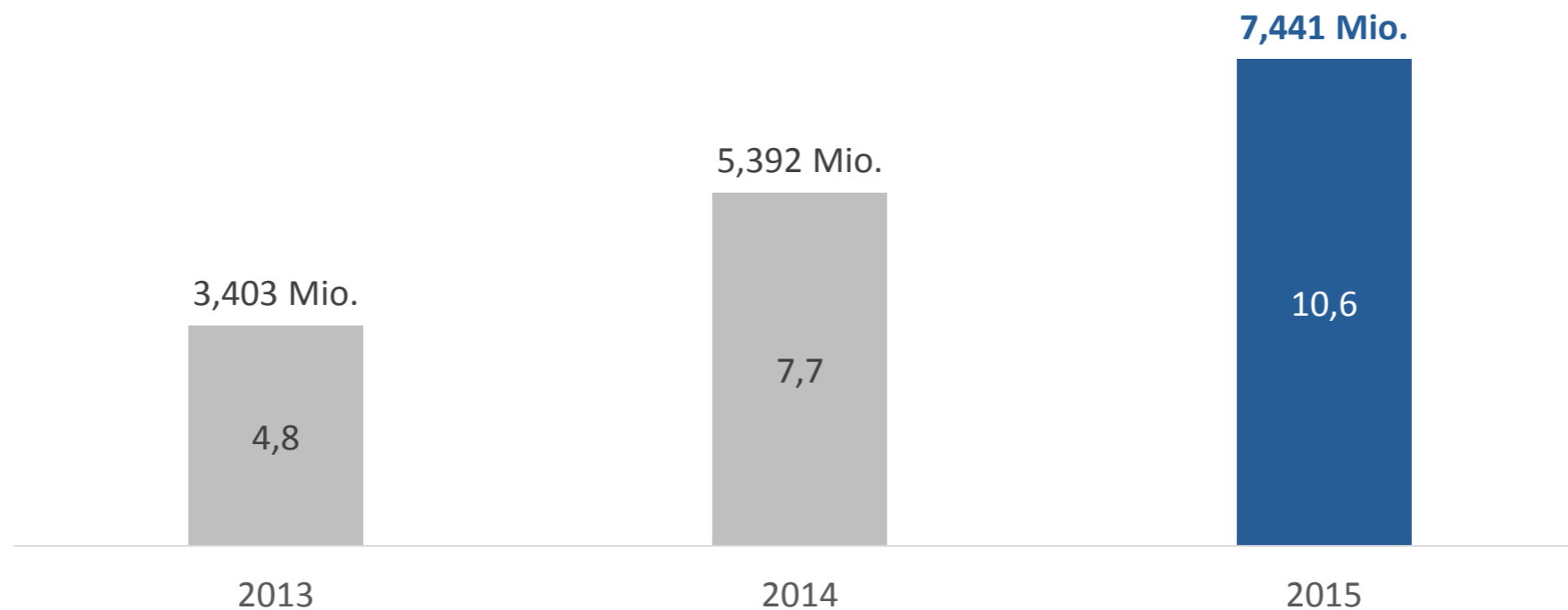
Radioempfang - Nutzung





Zugang zu Digitalradio DAB+ - Personen

Knapp 11% der Bevölkerung nutzen (auch) DAB+: 7,4 Mio.

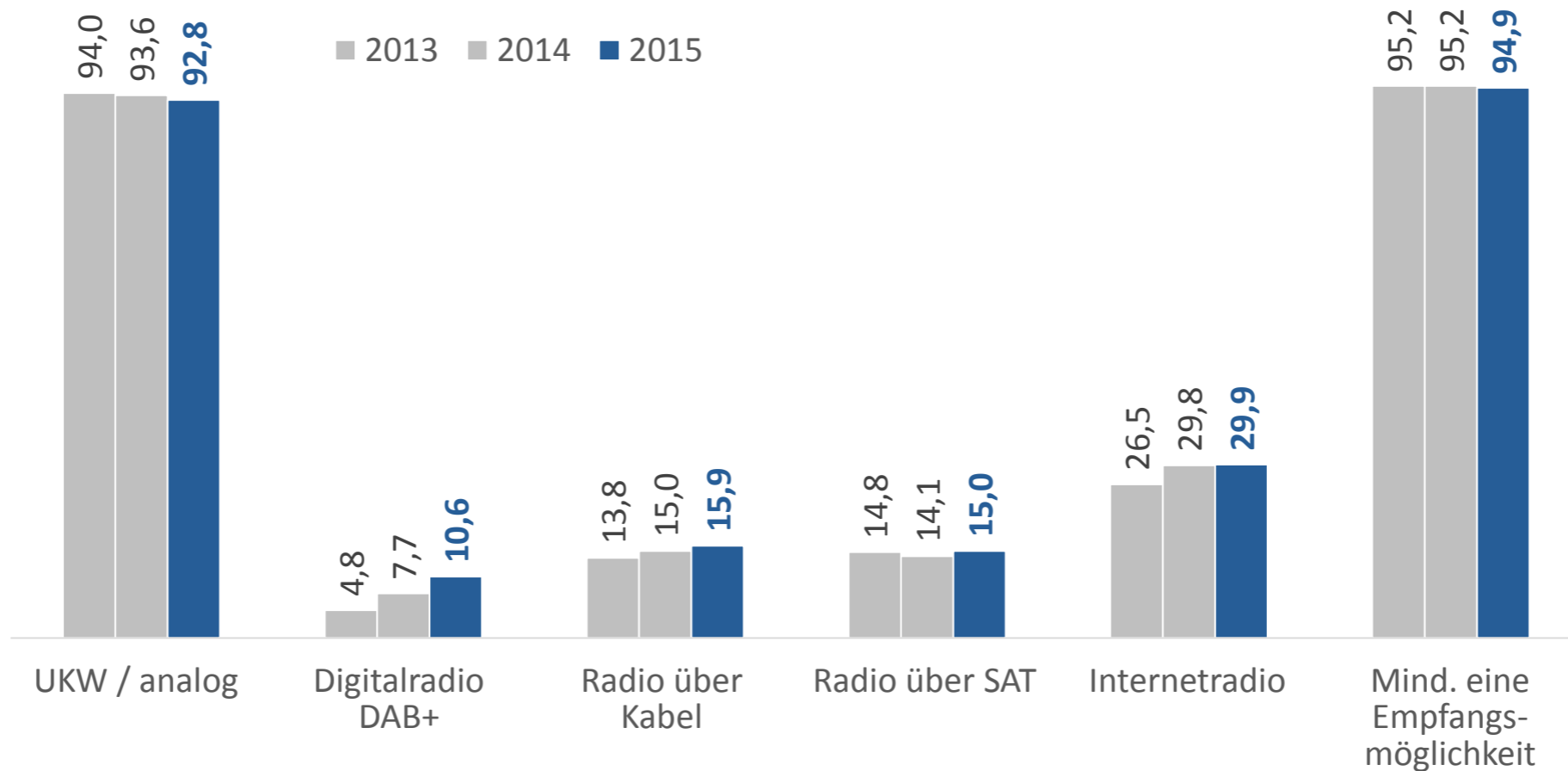


Angaben in Prozent; Personen in Haushalten mit mind. einem DAB+ Radiogerät
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Zugang zu DAB+ im Vergleich - Personen

Zugang zu DAB+ holt auf.

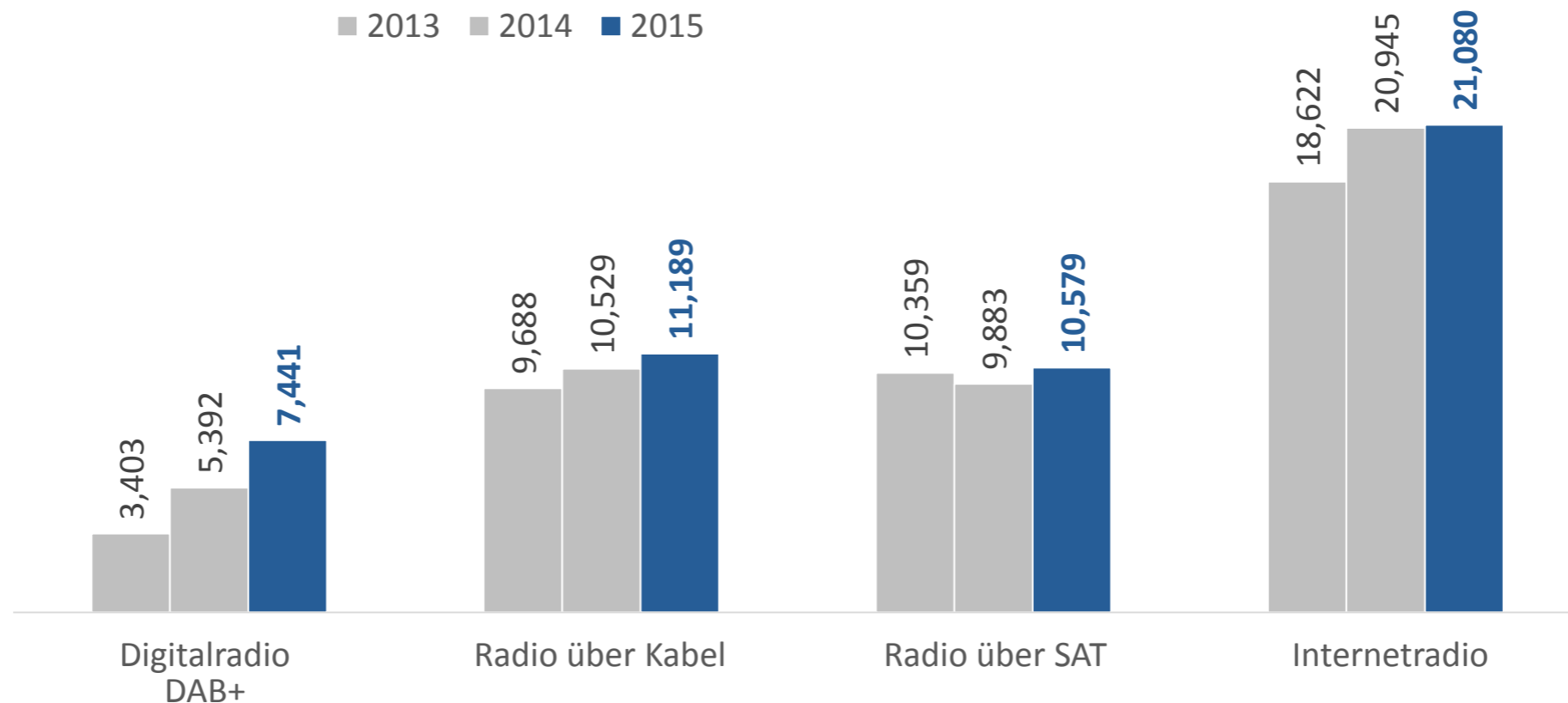


Angaben in Prozent; Personen mit Zugang zu Radioempfangsmöglichkeit im Haushalt
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Zugang zu DAB+ im Vergleich - Personen

DAB+ auch hier mit dem stärksten Zuwachs: Gut 2 Mio. mehr als vor einem Jahr.

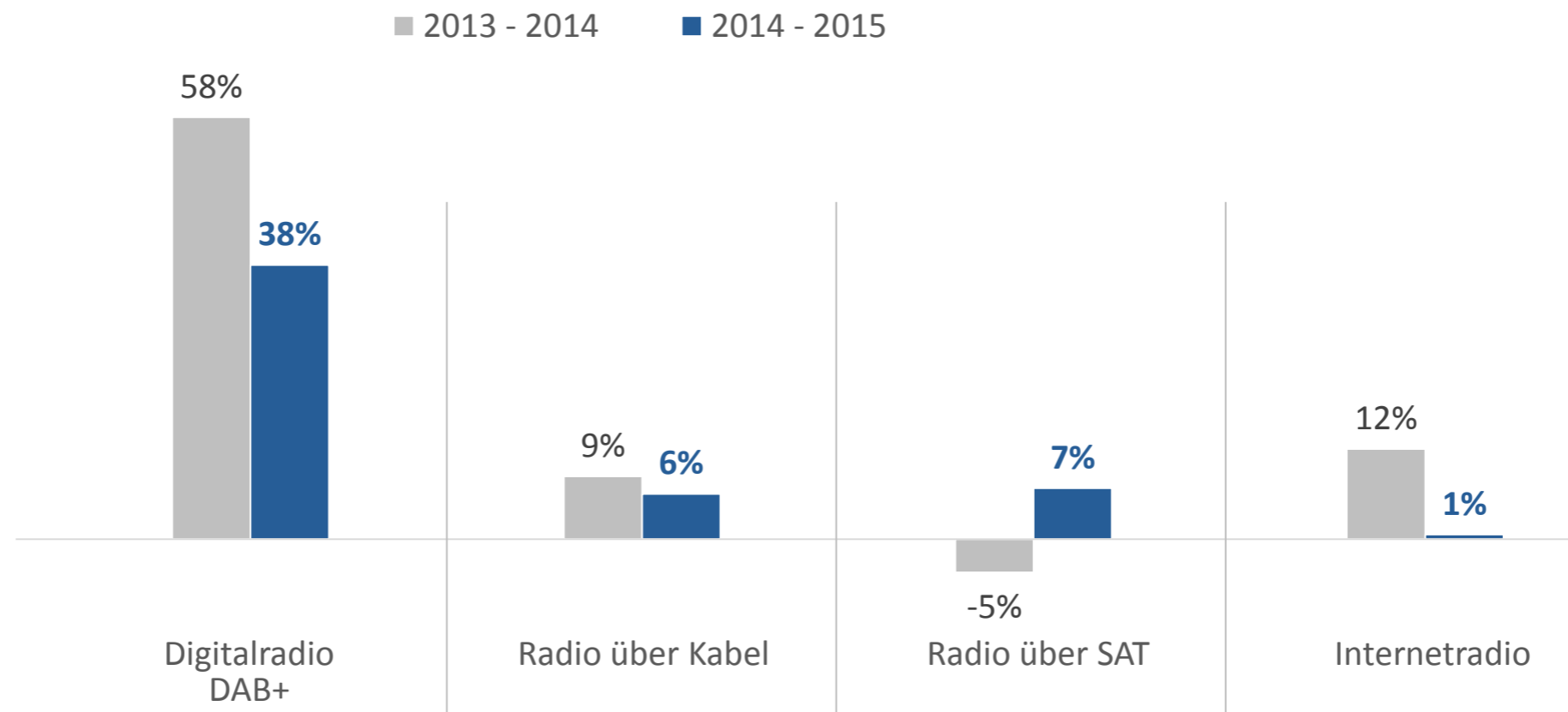


Angaben in Mio.; Personen mit Zugang zu Radioempfangsmöglichkeit im Haushalt
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Wachstumsrate DAB+ im Vergleich (%)

DAB+ wächst mit beachtlicher Rate weiter. IP-Radio „nur“ um 1%
- weil bereits auf deutlich höherem Niveau.

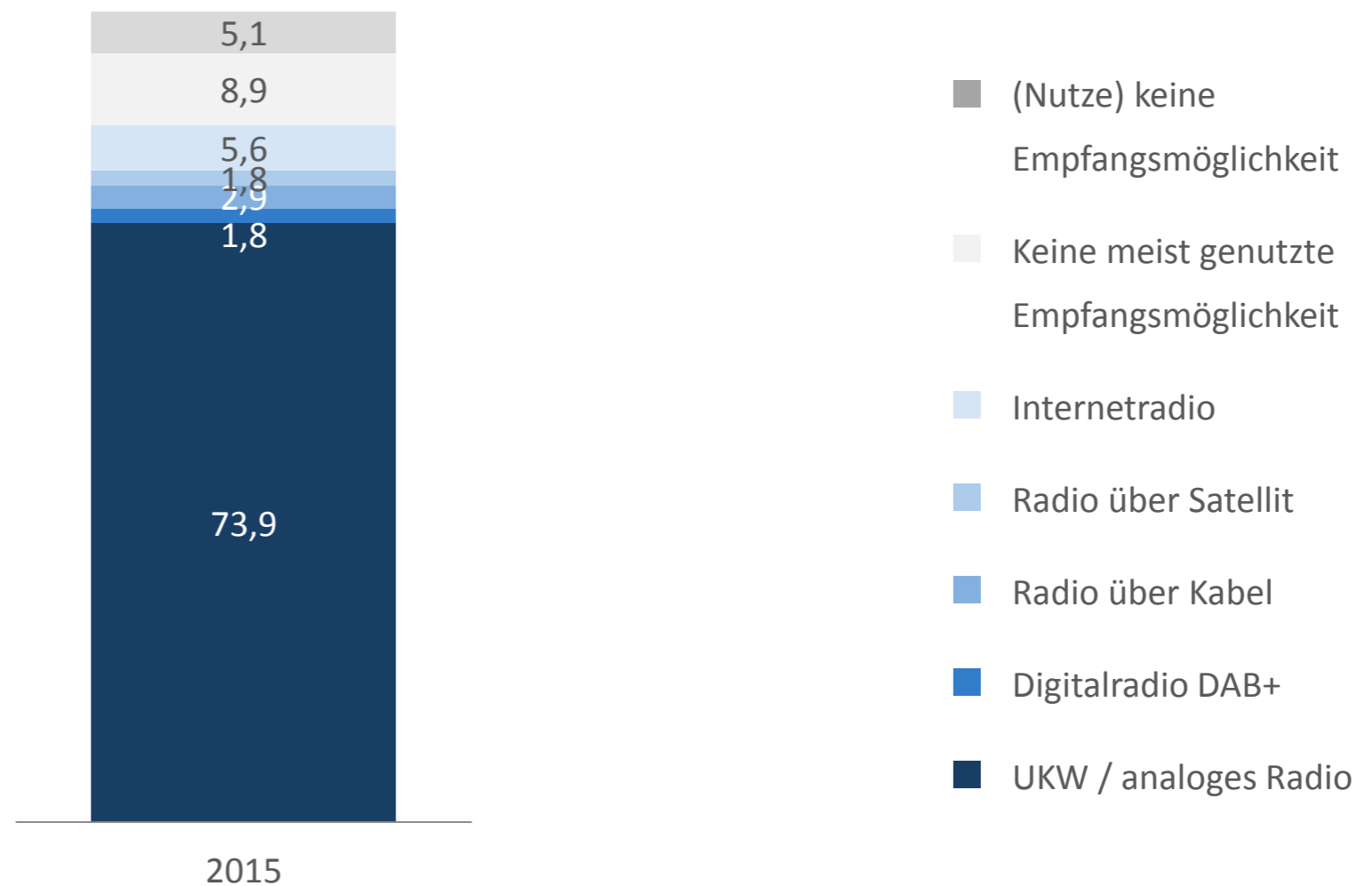


Angaben in Prozent; Personen mit Zugang zu Radioempfangsmöglichkeit im Haushalt
Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzte Radioempfangsart

UKW / analoge Radionutzung natürlich nach wie vor mit Abstand vorne. Knapp 2% nutzen am häufigsten DAB+.



Angaben in Prozent

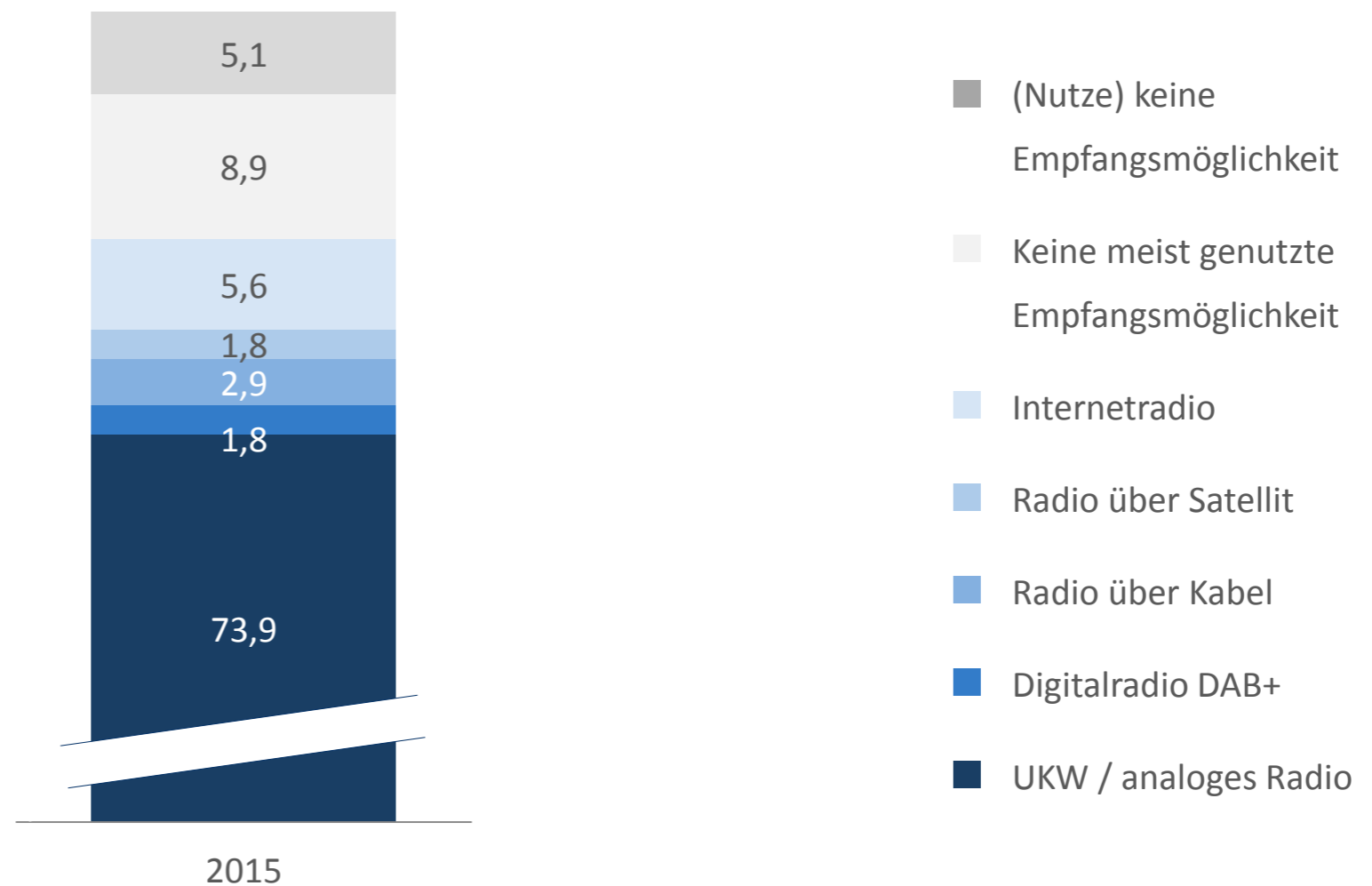
Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzte Radioempfangsart

UKW / analoge Radionutzung natürlich nach wie vor mit Abstand vorne. Knapp 2% nutzen am häufigsten DAB+.

Alternativ zu Chart vorher; Achse gekappt



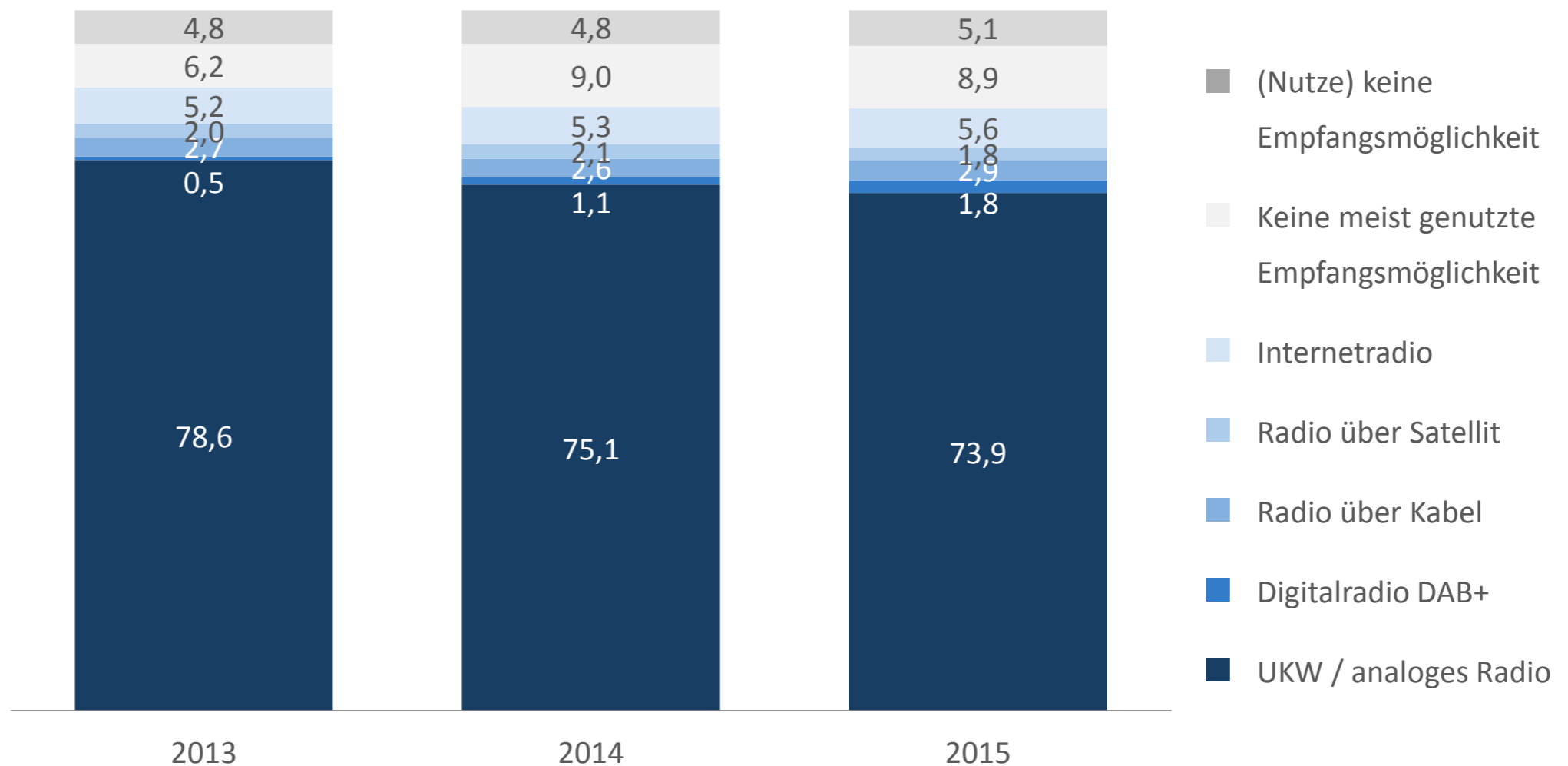
Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzte Radioempfangsart

UKW / analoges Radio weiterhin leicht rückläufig – zugunsten von Internet- und Kabelradio sowie am stärksten zugunsten von DAB+.



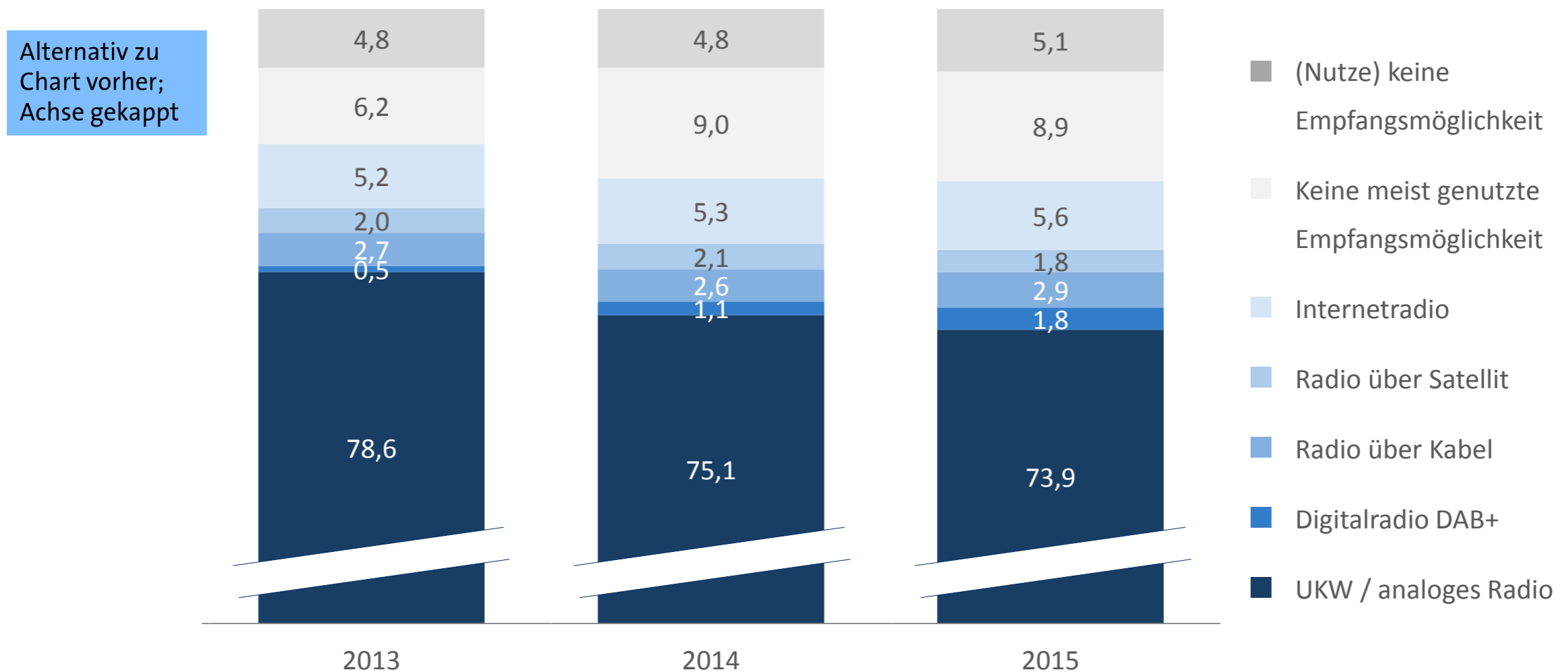
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzte Radioempfangsart

UKW / analoges Radio weiterhin leicht rückläufig – zugunsten von Internet- und Kabelradio sowie am stärksten zugunsten von DAB+.



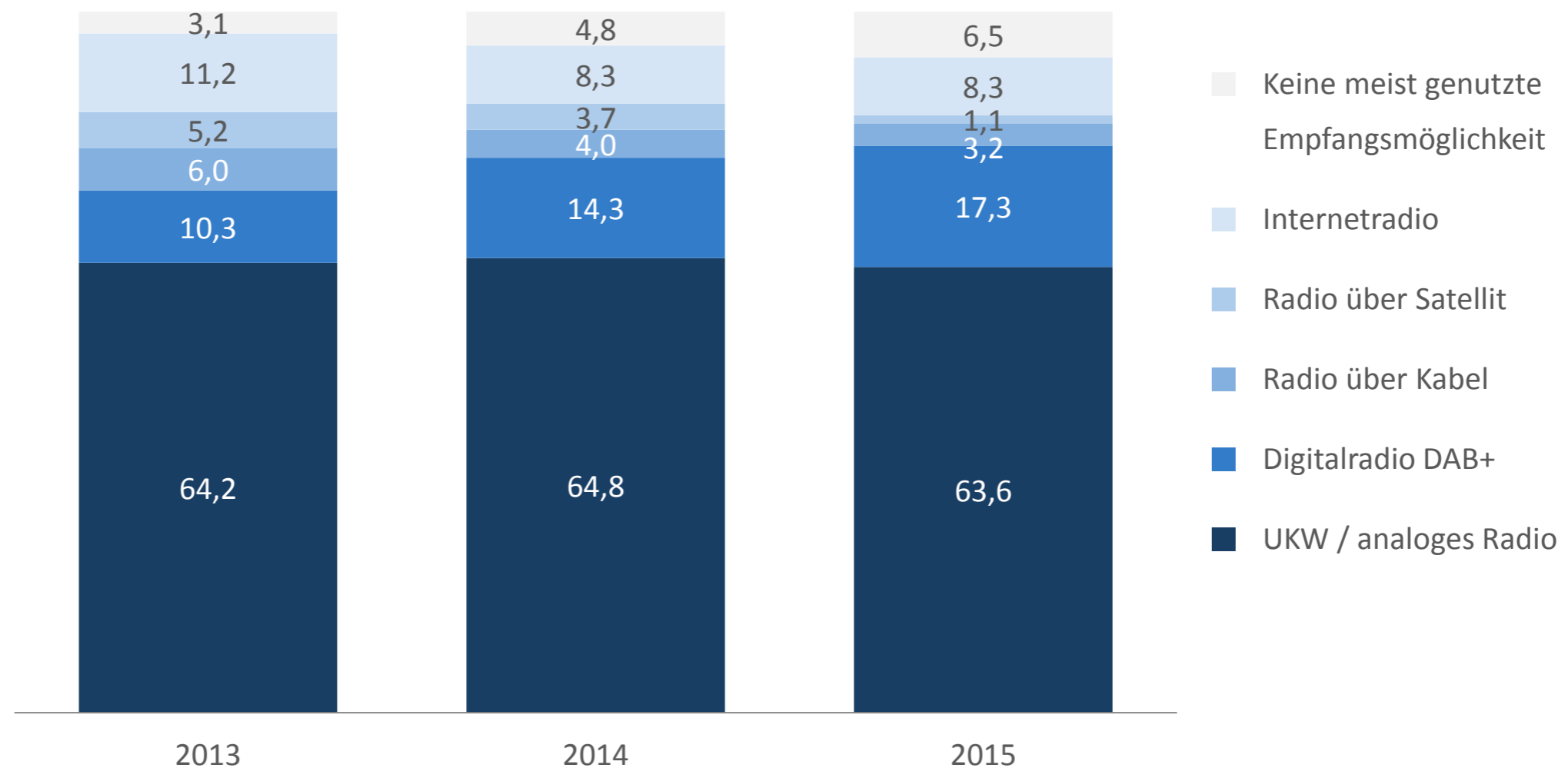
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzte Empfangsart in DAB+ HH

DAB+ wird in DAB+ HH immer häufiger zur meistgenutzten Empfangsart.



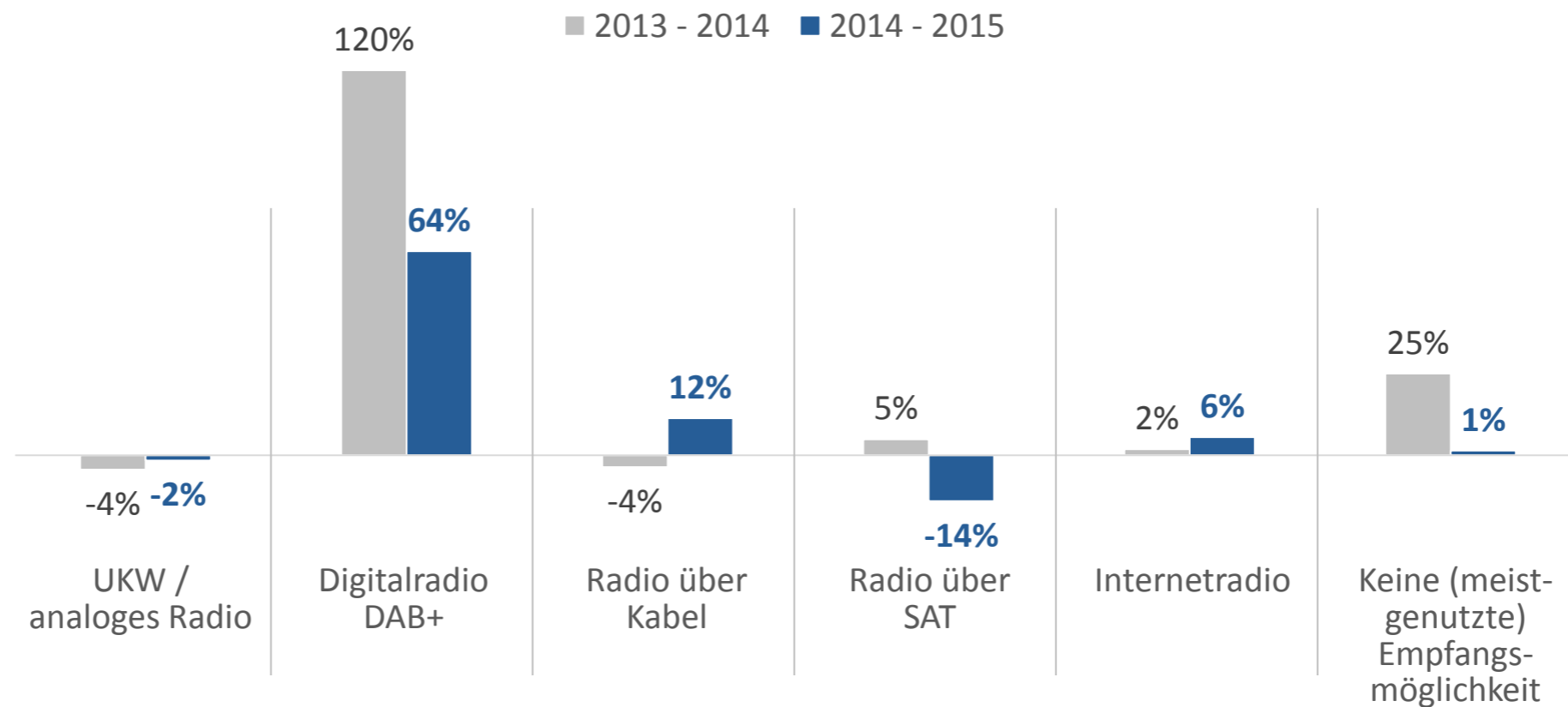
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzte Radioempfangsart (%)

DAB+ als meistgenutzter Radioempfang steigt um 64% - damit deutlich stärker als alle anderen Empfangsarten.



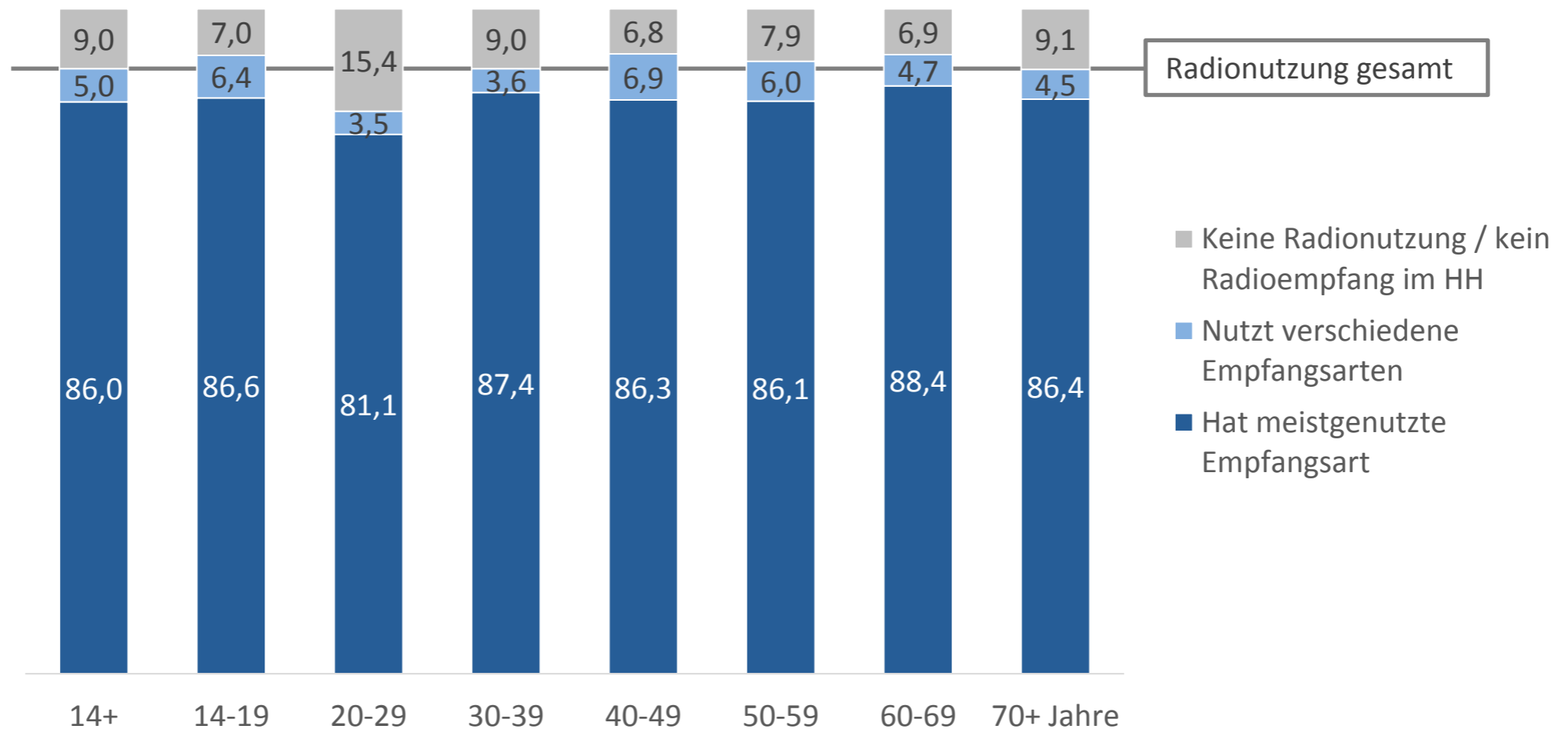
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzter Radioempfang - Alter

20-29-Jährige deutlich weniger radioaffin: Anteil der „Radio-Verweigerer“ in dieser Altersklasse am größten.



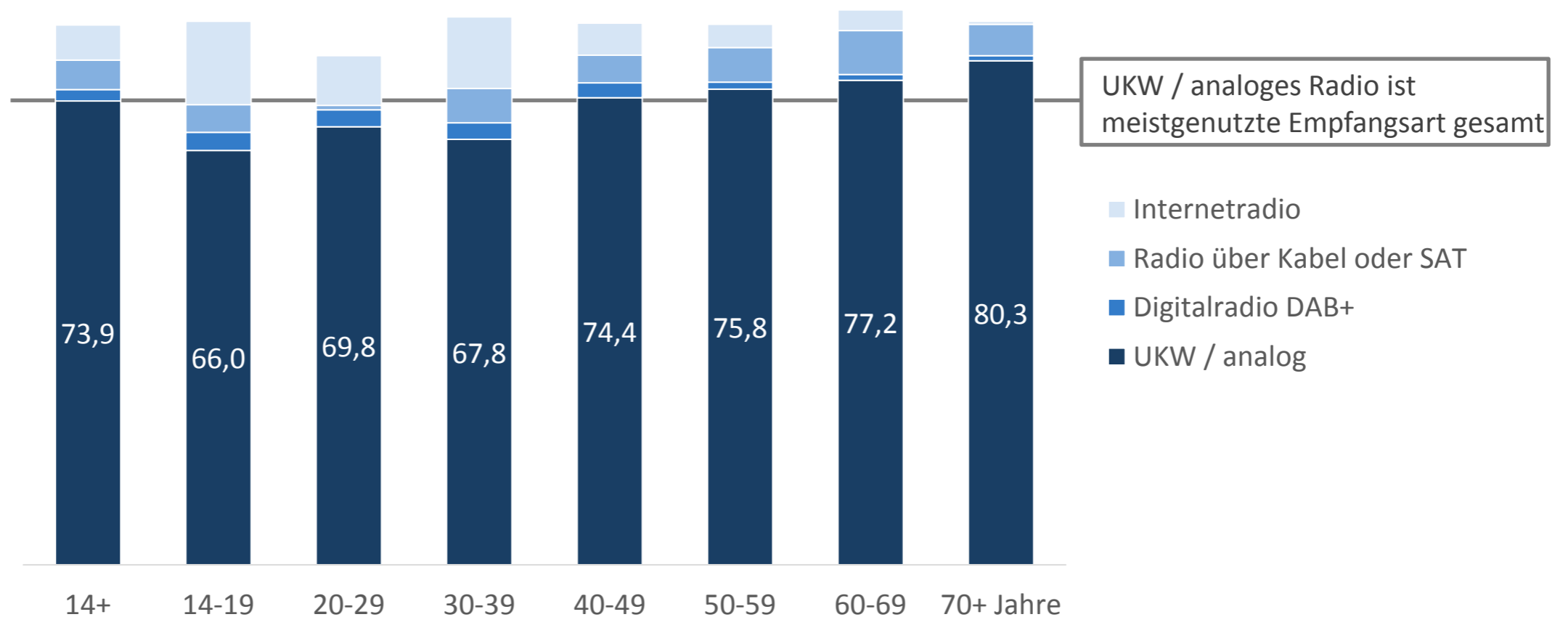
Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzter Radioempfang - Alter

14-39-Jährige wählen unterdurchschnittlich oft UKW und häufiger digitale Quellen als meistgenutzte Empfangsart.



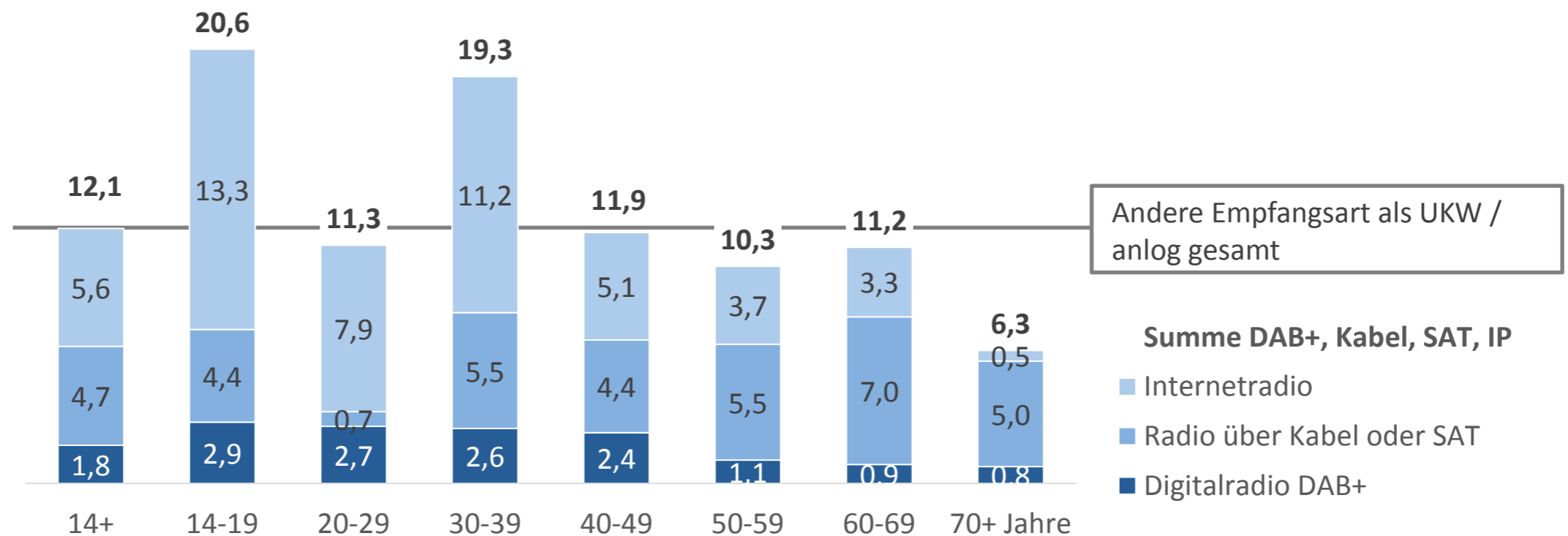
Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzter Radioempfang - Alter

Die Altersklassen unter 40 Jahre nennen überdurchschnittlich oft Internetradio und DAB+ als meistgenutzte Empfangsart.



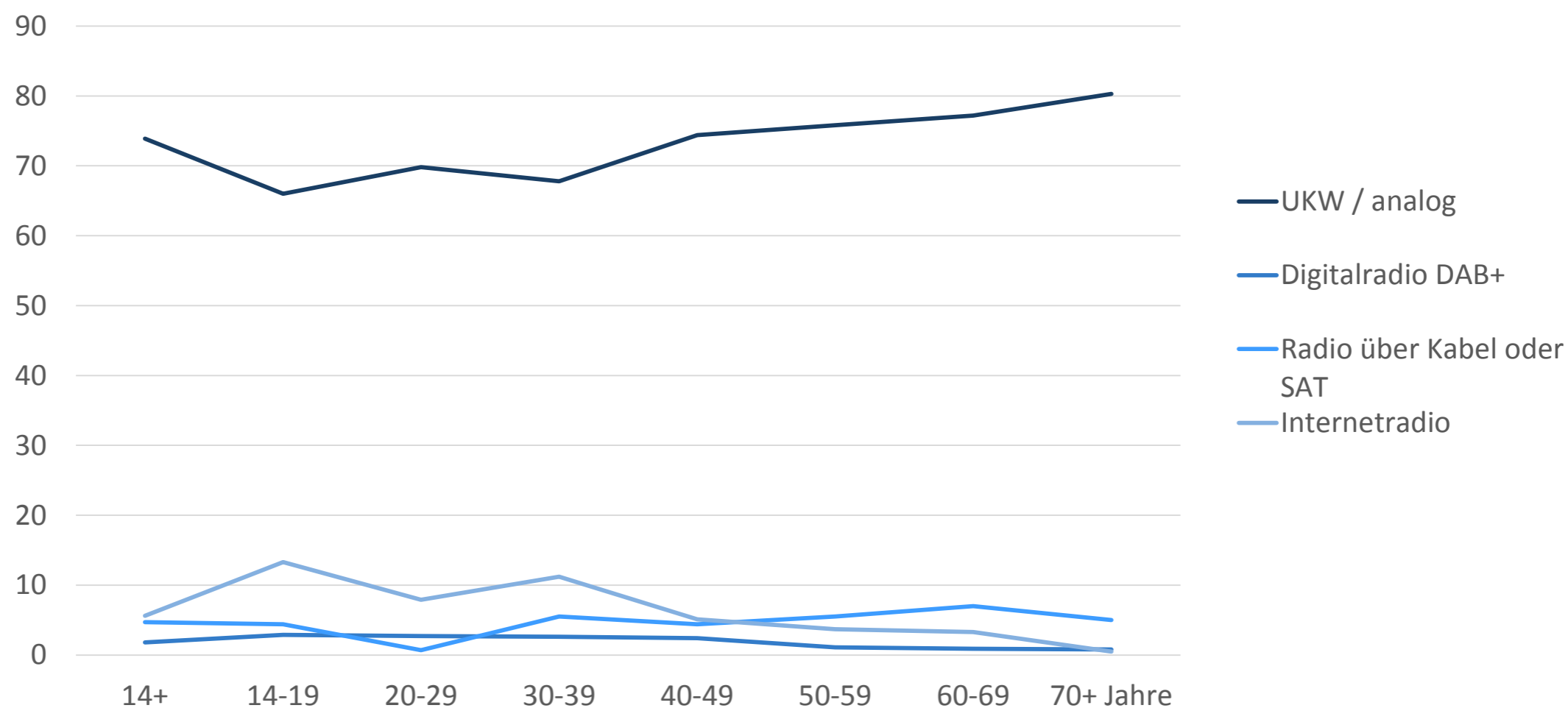
Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzter Radioempfang - Alter

Internetradio ersetzt bei 14 bis 19 und bei 30 bis 39-Jährigen augenscheinlich UKW.



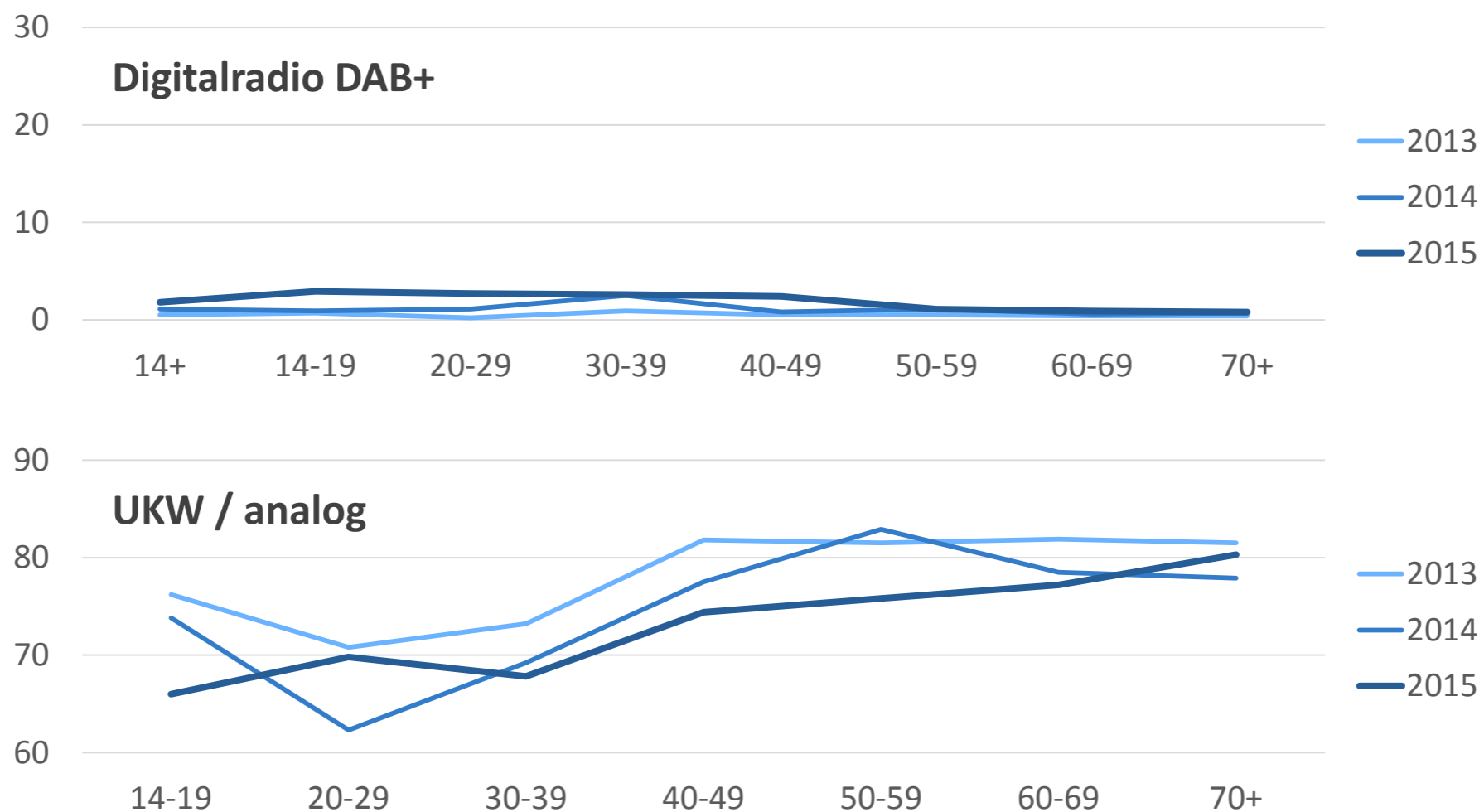
Angaben in Prozent

Basis: 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzter Radioempfang - Trend

DAB+ etwas relevanter bei den Dekaden bis 50 Jahre. UKW außer bei 20-29 und 70+ durchgängig unter Vorjahresniveau.



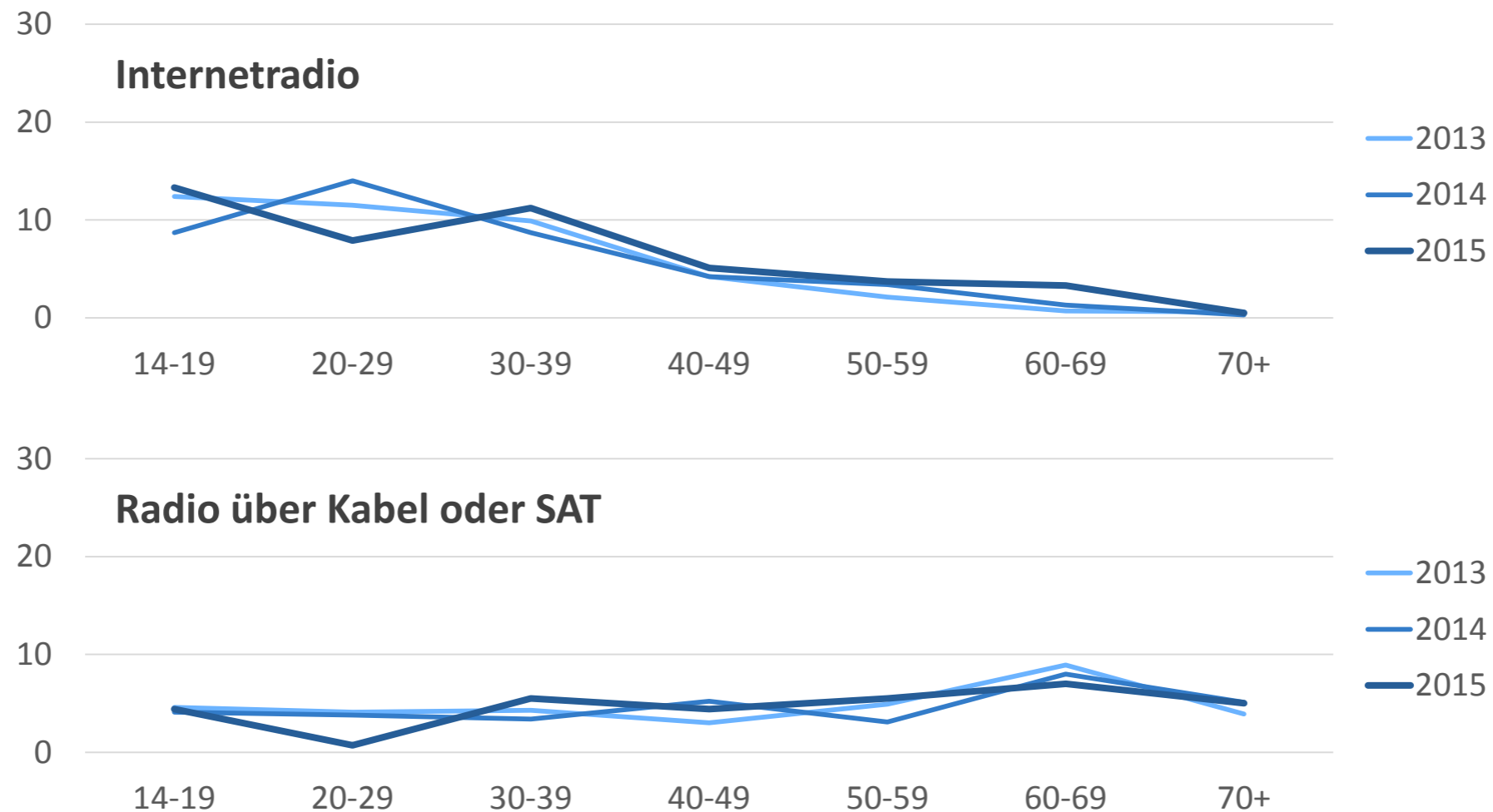
Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland



Meistgenutzter Radioempfang - Trend

Je jünger, desto mehr IP-Radio. Kabel-und SAT-Radio dagegen tendenziell in den höheren Altersgruppen etwas relevanter .



Angaben in Prozent

Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

Methodische Hinweise



© Tsiumpa, Fotolia #49532342

Methodische Hinweise

Daten zur Untersuchung:	
Auftraggeber:	Die Landesmedienanstalten unter Beteiligung von SES, MEDIA BROADCAST, Kabel Deutschland, Unitymedia, Deutschlandradio und ARD
Institut:	TNS Infratest
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutsch sprechende Wohnbevölkerung ab 14 Jahre Aktuell 70,525 Mio. Personen ab 14 Jahre, davon 68,818 Mio. in TV-Haushalten; 40,072 Mio. Haushalte insgesamt, davon 38,899 Mio. TV-Haushalte
Stichprobe / Zielperson:	Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 17%). Beide Sampling-Frames wurden mittels Designgewichtung so miteinander verschmolzen, dass sie zusammen ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit bilden. Zielperson: Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.
Stichprobengröße:	6.484 Personen in Privathaushalten, 6.000 davon proportional auf die Bundesländer verteilt, wobei eine Mindestfallzahl von 200 pro Bundesland realisiert wurde. 484 Interviews wurden in einzelnen Ballungsräumen (DVB-T-Kernregionen) sowie in Kabel-HH in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg „aufgestockt“. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Erhebungszeitraum:	04.05. – 15.06.2015

Methodische Hinweise

Erhebungsprogramm und Auswertungshinweise:	
Untersuchungsinhalte / Fragenprogramm:	<ul style="list-style-type: none"> - Erhebung der Fernsehempfangsart im Hinblick auf die Unterscheidung zwischen Kabel, Satellit, DSL-TV, DVB-T inkl. Bestimmung des Digitalisierungsgrades - Empfang HDTV, Pay-TV im HH - Nutzung EPG - Haushaltsausstattung - Second-Screen-Nutzung - Nutzung Connected TV bzw. Videoinhalte aus dem Internet an weiteren Endgeräten - Nutzung Managed VOD - Linearer TV-Empfang am PC / Laptop - DVB-T-Empfang an mobilen Endgeräten - Radioempfang - Demografie / Haushaltsstatistik
Bestimmung der TV-Empfangsart:	Die Definition der TV-Empfangsart (Kabel / Satellit / Terrestrik / DSL-TV) basiert grundsätzlich auf den Angaben der Befragten.
Kabel:	Als Kabelhaushalte zählen nach Definition der Landesmedienanstalten auch rd. 187 TSD Haushalte mit Satellitenempfang, die keinen eigenen Satellitenreceiver haben.
Satellit:	Satellitenhaushalte sind dementsprechend alle Haushalte mit Satellitenempfang mit eigenem Receiver.
Mehrfachempfang pro HH:	HH, die über mehr als einen Übertragungsweg ihr Fernsehsignal empfangen, werden mehrfach gezählt. Deshalb ist die Summe aller Empfangswege > 100%