

Presseinformation

Videostreaming verdrängt nach und nach klassisches TV

- 13 Millionen Deutsche ersetzen lineares TV durch Videostreams
- Jeder Fünfte Streaming-Nutzer würde auf Fernsehen verzichten
- Morgen ist Welttag des Fernsehen

Berlin, 20. November 2014

Videostreaming verändert die Fernsehgewohnheiten vieler Verbraucher. Jeder dritte Nutzer von Videostreaming (33 Prozent) ab 14 Jahren ersetzt das klassische Fernsehen ganz oder teilweise durch Streaming-Angebote. Das entspricht gut 13 Millionen Bundesbürgern. So lautet das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. Danach schaut laut eigener Aussage fast jeder zweite Streaming-Nutzer (44 Prozent) weniger Fernsehen über Kabel oder Satellit, seitdem er Videoinhalte im Internet ansteuert. Fast jeder Fünfte (18 Prozent) würde künftig sogar komplett auf klassisches Fernsehen verzichten „Die kommende Zuschauergeneration wird kaum noch feste TV-Sendezeiten kennen“, sagt BITKOM-Experte Timm Hoffmann. „Über Mediatheken, Videoportale oder On-Demand-Angebote wird man sich sein eigenes TV-Programm im Internet zusammenstellen.“

Per Videostreaming können Nutzer selbst entscheiden, wann und wo sie Filme, Serien oder Nachrichten sehen möchten. Viele machen dies bereits heute schon. Sechs von zehn Streaming-Nutzern (59 Prozent) sagen, dass sie sich grundsätzlich nicht unter Zeitdruck setzen, um zu bestimmten Sendungen rechtzeitig einzuschalten. Fast die Hälfte der Nutzer bestätigt (46 Prozent), dass sie durch die Möglichkeit des Videostreaming bereits einmal darauf verzichtet hätten, eine Sendung zur Sendezeit zu sehen. Selbst bei Live-Übertragungen setzen viele Verbraucher auf das Internet statt auf klassisches Fernsehen: Mehr als jeder Dritte Streaming-Nutzer (37 Prozent) bestätigt dies. Hoffmann: „Videostreaming verändert den gesamten Markt für bewegte Bilder.“

Insgesamt nutzen drei von vier Internetnutzern (73 Prozent) ab 14 Jahren Video-Streams. Dies entspricht gut 40 Millionen Bundesbürgern. Dagegen

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
Tel.: +49.30.27576-0
Fax: +49.30.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Christoph Krösmann
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: +49.30.27576-125
c.kroesmann@bitkom.org

Timm Hoffmann
Bereichsleiter Consumer
Electronics & Digital Media
Tel. +49.30.27576-210
t.hoffmann@bitkom.org

Präsident
Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Videostreaming verdrängt nach und nach klassisches TV

Seite 2

speichert nur gut jeder vierte Internetnutzer (27 Prozent) Videos zunächst per Download, um sie anschließend anzuschauen.

Um die Zukunft von digitalen Inhalten und neuen Übertragungswegen geht es auch am 25. November auf dem BITKOM Trendkongress in Berlin:

<http://www.bitkom-trendkongress.de/>

Hinweis zur Methodik: Die Angaben basieren auf einer repräsentativen Umfrage, die [Bitkom Research](#) in Zusammenarbeit mit Aris durchgeführt hat. Dabei wurden 1.004 Personen ab 14 Jahren befragt.

BITKOM vertritt mehr als 2.200 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.400 Direktmitglieder. Sie erzielen mit 700.000 Beschäftigten jährlich Inlandsumsätze von 140 Milliarden Euro und stehen für Exporte von weiteren 50 Milliarden Euro. Zu den Mitgliedern zählen 1.000 Mittelständler, mehr als 200 Start-ups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Hardware oder Consumer Electronics her, sind im Bereich der digitalen Medien oder der Netzwirtschaft tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 76 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, 10 Prozent kommen aus Europa, 9 Prozent aus den USA und 5 Prozent aus anderen Regionen. BITKOM setzt sich insbesondere für eine innovative Wirtschaftspolitik, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine zukunftsorientierte Netzpolitik ein.