

Die Zukunft der Consumer Technology 2023

- Dossier -

BITKOM-Studie „Die Zukunft der Consumer Technology 2023“

Klassisches und internetbasiertes Fernsehen fast gleichauf

Eine beliebte Form der digitalen Unterhaltung bei den Deutschen ist und bleibt das Streamen von Videos, Filmen und Serien. Derzeit schauen 95 Prozent zumindest hin und wieder klassisch TV, also das aktuelle Fernsehprogramm, das sie über Kabel, Satellit oder Antenne empfangen. Doch die Zahl der Nutzerinnen und Nutzer, die Videos über das Internet streamen, steigt: 84 Prozent der Deutschen ab 16 Jahren konsumieren hin und wieder solche Inhalte – im Vorjahr waren es erst 75 Prozent. Insgesamt nutzen dafür 75 Prozent Videoportale wie YouTube oder Vimeo.

Ebenfalls beliebt ist zeitversetztes Fernsehen, sprich im Fernsehen bereits gelaufene Sendungen, die in den Apps oder der Mediatheken von Anbietern und Sendern wie Joyn oder Zattoo abgerufen werden können (63 Prozent).

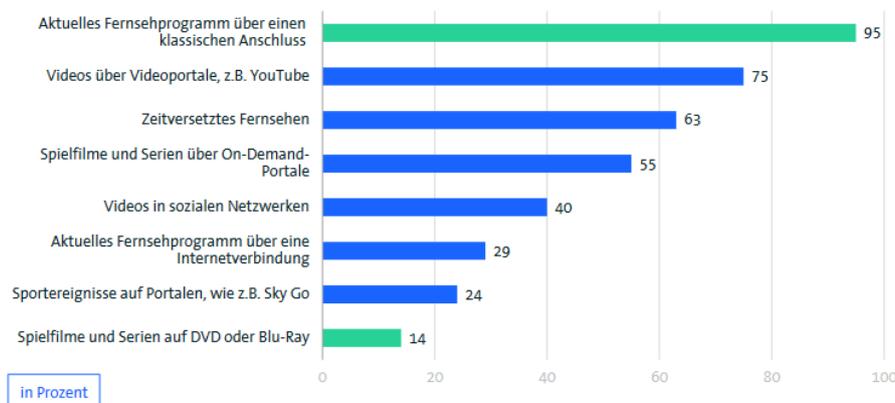
Dahinter folgen Spielfilme und Serien über On-Demand-Portale wie Netflix (55 Prozent), Videos in Sozialen Netzwerken (40 Prozent), das aktuelle Fernsehprogramm über eine Internetverbindung, zum Beispiel in den Apps oder auf den Seiten der Fernsehsender (29 Prozent) und Sportereignisse auf Portalen wie Sky Go oder Dazn (24 Prozent). Filme und Serien per DVD oder Blu-Ray zu schauen, hat dagegen deutlich an Bedeutung eingebüßt – nur noch jede oder jeder Siebte (14 Prozent) nutzt diese Möglichkeit zumindest hin und wieder.

„Das traditionelle Fernsehen ist nicht out, aber zumindest für junge Menschen sind neue, digitale Videoangebote inzwischen wichtiger“, so Dr. Bernhard Rohleder, Hauptgeschäftsführer der BITKOM.

(Quelle: Textauszug der Website [BITKOM Research](#))

Wie die Deutschen Bewegtbilder konsumieren

Welche der Möglichkeiten nutzen Sie, um Videos oder Sendungen über einen klassischen Anschluss oder über das Internet zu schauen bzw. zu streamen?



4 Basis: Alle Befragten (n=1.165) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2023

bitkom

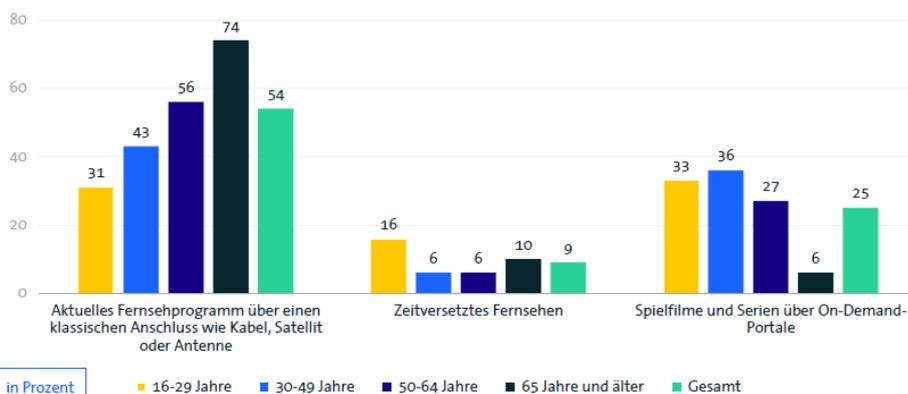
Quelle der Abbildung: Studie: Die Zukunft der Consumer Technology 2023

→

Die Zukunft der Consumer Technology 2023 - Dossier -

Auch bei Jüngeren ist klassisches TV noch nicht out

Welche der genannten Möglichkeiten nutzen Sie am häufigsten, um Videos oder Sendungen zu schauen bzw. zu streamen?



bitkom

5 Basis: Alle Befragten (n=1.165) | Quelle: Bitkom Research 2023

Quelle der Abbildung: Studie Die Zukunft der Consumer Technology 2023

Beide Grafiken veranschaulichen, dass die lineare Fernsehnutzung noch immer von Bedeutung ist.

Download der Studie

Weitere Studien zum Thema „Streaming“ finden Sie auch unter:

[https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dossiers/Global Streaming Study 2023 und 2022 final.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dossiers/Global%20Streaming%20Study%202023%20und%202022%20final.pdf)

[https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dossiers/Paid Content-Zahlungsbereitschaft 2023.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dossiers/Paid%20Content-Zahlungs-bereitschaft%202023.pdf)

[https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dossiers/Dossier Ausgewählte Streamingdienste in Deutschland final.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Dossiers/Dossier%20Ausgewahlte%20Streamingdienste%20in%20Deutschland%20final.pdf)

[https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/ARD-ZDF-Onlinestudie/2022 Bewegtbild im Internet erreicht immer mehr Menschen.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/ARD-ZDF-Onlinestudie/2022%20Bewegtbild%20im%20Internet%20erreicht%20immer%20mehr%20Menschen.pdf)

[https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2209 Egger Rhody.pdf](https://www.ard-media.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2022/2209_Egger_Rhody.pdf)