

## Zwei Drittel der Deutschen nutzt Bewegtbild auf portablen Geräten - Jeder Zweite interessiert sich auch für audiovisuelle Medien im selbstfahrenden Auto

**Aktuelle Verbraucher-Studie der GfK im Auftrag der  
Deutschen TV-Plattform zur IFA 2016 zeigt Präferenzen  
der Zuschauer bei TV und Bewegtbild auf**

**Berlin.** Wie nutzen Zuschauer Fernsehen und welche Begriffe kennen sie? Welche Online-Dienste sind beliebt, und welche Endgeräte kommen dabei zum Einsatz? Diese und weitere Fragen stehen im Mittelpunkt einer aktuellen Studie der GfK im Auftrag der Deutschen TV-Plattform, die bei der IFA 2016 vorgestellt wurde.

Die aktuelle Folge der Lieblings-Serie vom Sofa aus zu der vom TV-Sender vorgegebenen Ausstrahlungszeit schauen? Oder doch lieber mehrere Folgen über Online-Abruf auf dem Tablet-PC, wenn es gerade passt? Die offenbar pragmatische Antwort vieler Zuschauer: Beides geht - dank moderner Technik sowie steigender Haushaltsausstattung mit vernetzten Bildschirmgeräten. Das ergab eine aktuelle Studie der GfK im Auftrag der Deutschen TV-Plattform zur IFA 2016.

Noch immer werden Bewegtbild-Inhalte von den Deutschen am häufigsten auf dem Fernseher genutzt (60 Prozent), jeder Zweite konsumiert TV und Video aber auch auf dem Laptop / Notebook (50 %), und jeder Dritte setzt Smartphone (33%) und Tablet (30%) dafür ein. In Summe kommen die portablen Geräte damit auf eine Nutzung von 65 Prozent. Besonders bei den 14- bis 29jährigen sind die „second screens“ mit über 80 Prozent die klaren Favoriten bei der Mediennutzung. Dabei werden die tragbaren Geräte gar nicht unbedingt unterwegs, sondern häufig zu Hause eingesetzt.

Fragt man nach der Präferenz hinsichtlich der genutzten Dienste, dominieren unterwegs die Online-News und Social Media-Dienste und zu Hause Mediatheken und Streaming-Portale. Noch ist die Nutzung von Bewegtbild im Auto gering. Für die Zukunft wünscht sich aber die Hälfte der Befragten die Nutzung audiovisueller Medien im selbstfahrenden Auto.

Die zeitversetzte Nutzung von Fernseh-Inhalten hat zunehmend Bedeutung. 60 Prozent der Zuschauer rufen Videos aus den Mediatheken der TV-Sender ab. Video on Demand wird von 40 Prozent der Befragten genutzt, oft auch mehrfach

Deutsche TV-Plattform e.V.  
Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
Holger Wenk

Tel. +49.30.4701-8882  
Fax +49.30.9985-174  
Mobil +49.171.1203682  
presse@tv-plattform.de  
www.tv-plattform.de

Deutsche TV-Plattform e.V.  
c/o ZVEI  
Lyoner Straße 9  
60528 Frankfurt am Main  
Tel. +49.69.6302-311  
Fax +49.69.6302-361  
www.tv-plattform.de

Geschäftsführerin  
Carine Lea Chardon  
Amtsgericht Frankfurt  
VR-Nr. 73VR9797

pro Woche (58%). Mediatheken werden mehrheitlich am PC genutzt, während Video On Demand zumeist am Smart-TV. Für beide Dienste spielt auch der „second screen“ eine wichtige Rolle: Tablet PCs stehen bei beiden Diensten auf Platz drei der benutzten Geräte. Die Besitzer dieser Geräte sind besonders den Mediatheken treu: Über die Hälfte der Tablet-Nutzer rufen die Mediatheken mindestens einmal pro Woche auf (am PC sind es nur 34%). Bei Video on Demand sind die Smart-TV Nutzer die treuesten Zuschauer: Sogar 56 Prozent verwenden mindestens einmal pro Woche einen Abrufdienst

Für die Mediatheken kommt am Smart-TV auch die Red Button-Funktion zum Einsatz. Obwohl nur wenige Zuschauer den technischen Begriff „HbbTV“ kennen, nutzt jeder Fünfte den Red Button, über die Hälfte (53 Prozent) sogar regelmäßig mindestens einmal pro Woche! Video on Demand-Dienste kommen auf eine Nutzung von 40 Prozent - dann zu 58% mindestens einmal pro Woche.

Mit der steigenden Vielfalt an TV- und Bewegtbildinhalten wächst auch der Wunsch nach Personalisierung durch interaktive Dienste, ergab die aktuelle Verbraucherstudie. Insgesamt ein Viertel der Befragten zeigte Interesse an individuellen Programmempfehlungen – unter den jungen Zuschauern waren es sogar 43 Prozent (14-19 Jahre).

Die Verbraucherstudie zur IFA 2016 ist eine repräsentative, computergestützte Befragung von 1277 privaten Online-Nutzern ab 14 Jahren in Deutschland vom 28. Juli bis 1. August 2016, die die GfK im Auftrag der Deutschen TV-Plattform durchgeführt hat. Die Auswertung mit Grafiken steht komplett unter [www.tv-plattform.de/de/service/publikationen/mediendownloads](http://www.tv-plattform.de/de/service/publikationen/mediendownloads) zur Verfügung.

Aktuelle Informationen zu allen Themen rings um Digital-TV und Bewegtbild inklusive aktueller Flyer und Broschüren unter [www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de).

\*\*\*

*Die Deutsche TV-Plattform ist ein Zusammenschluss von privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, Geräteherstellern, Infrastrukturbetreibern, Service- und Technik-Providern, Forschungsinstituten und Universitäten, Bundes- und Landesbehörden sowie anderen, mit den digitalen Medien befassten Unternehmen, Verbänden und Institutionen. Ziel des eingetragenen Vereins ist seit 25 Jahren die Einführung von digitalen Technologien auf Grundlage offener Standards. In den Arbeitsgruppen der Deutschen TV-Plattform engagieren sich Vertreter aus nahezu allen Bereichen der Medienbranche und der Unterhaltungselektronik für wichtige Weichenstellungen bei Schwerpunktthemen des digitalen Rundfunks.*