

Medienmitteilung

Smart-TVs sehr gefragt: Drei von vier verkauften Fernsehern bieten Zusatzfunktionen über das Internet

- **Q1-Q3 2018: Insgesamt rund 4,6 Mio. Fernseher verkauft, davon 3,4 Mio. Smart TVs**
- **Smart-TV-Markt wächst jährlich um rund fünf Prozent**
- **86 Prozent der Smart-TVs unterstützen HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV)**
- **Q1-Q3 2018: rund 480.000 smarte Set-Top-Boxen und Abspielgeräte verkauft**
- **HbbTV Symposium 2018: Neue Geschäftsmodelle und Weiterentwicklung des Standards**

Frankfurt, 14. November 2018. Smart-TV-Geräte avancieren zur Standardausstattung in den TV-Haushalten Deutschlands. In den ersten drei Quartalen 2018 wurden laut GfK Retail & Technology in Deutschland insgesamt rund 4,6 Millionen Fernseher verkauft. Davon sind rund 3,4 Millionen (74 Prozent) mit smarten Funktionen ausgestattet, die etwa die Nutzung von Apps oder Mediatheken über das Internet ermöglichen. Im Vergleich zum Vorjahr (69 Prozent) ist der Anteil der Smart-TVs am Gesamtmarkt um fünf Prozentpunkte (74 Prozent) gestiegen, seit 2015 (60 Prozent) insgesamt um 14 Prozent. Der Großteil (86 Prozent) der 2018 abgesetzten smarten Geräte unterstützt den Standard HbbTV und damit die Nutzung interaktiver Dienste über den „Red Button“ auf der Fernbedienung der Fernseher. Jüngste Studien (Digitalisierungsbericht 2018, Studie der gfu Consumer & Home Electronics Mai 2018) zeigen, dass knapp zwei Drittel der smarten Flachbildschirme an das Internet angeschlossen sind. Zusätzlich zu den TV-Geräten wurden in den ersten neun Monaten 2018 rund 480.000 smarte Set-Top-Boxen sowie Geräte zum Abspielen und Aufnehmen von Videoinhalten verkauft.

Andre Prahl, Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform: „Der Zugriff auf Mediatheken, Apps oder Streaming- und Abrufangebote wird für die Zuschauer immer einfacher. Neben der Marktdurchdringung steigt auch die Leistungsfähigkeit der smarten Fernseher. Zum Beispiel eröffnen die neuesten Features des HbbTV-Standards, in dessen Entwicklung die Deutsche TV-Plattform von Beginn an eingebunden war, großes Potenzial für die gesamte Medienbranche und bieten Zuschauern und Kunden echten Mehrwert.“

Neue Geschäftsmodelle und die Weiterentwicklung des HbbTV-Standards stehen auf der Agenda des HbbTV-Symposiums 2018, das heute und morgen gemeinsam von der HbbTV Association und der Deutschen TV-Plattform im ESMT Berlin veranstaltet wird. Diskutiert werden unter anderem neue Werbeformen mit interaktiver, adressierbarer Werbung oder "HbbTV Operator Applications" (OpApp), mit denen Plattformbetreiber eine eigene Benutzeroberfläche kreieren können, um Zuschauern über alle Endgeräte hinweg ein einheitliches TV-Erlebnis zu bieten.

Kontakt für Medien

Stefan Vollmer
Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
Deutsche TV-Plattform
Tel. +49 151 22 67686969
vollmer@tv-plattform.de
www.tv-plattform.de
twitter.com/tvplattform

Über die Deutsche TV-Plattform

Die Deutsche TV-Plattform ist ein Zusammenschluss von über 50 privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, Streaming-Anbietern, 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 seiner Gründung 1990 die Einführung digitaler Technologien auf Grundlage offener Standards. In den Arbeitsgruppen der Deutschen TV-Plattform engagieren sich Vertreter aus nahezu allen Bereichen der Medienbranche und der Unterhaltungselektronik, um Weichen für Schwerpunktthemen des digitalen Rundfunks zu stellen.