



So ticken die deutschen TV-Nutzer – 1&1 mit einem Reality-Check zum Welttag des Fernsehens

Montabaur, 19. November 2021: Ein spannender Blockbuster am Wochenende oder einfach nur als Berieselung nach einem anstrengenden Arbeitstag: Fernsehen gehört zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten der Deutschen. Laut der AGF Videoforschung GmbH lag die durchschnittliche Sehdauer der TV-Nutzer in Deutschland (ab drei Jahren) im Jahr 2020 bei drei Stunden und 40 Minuten pro Tag. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Plus von rund zehn Minuten. Diese Zahlen zeigen, dass das schon oft totgesagte Medium Fernsehen noch immer eine große Rolle im Leben vieler Menschen spielt. Doch wie ticken die deutschen Fernsehzuschauer eigentlich heute? Der IP-TV-Anbieter 1&1 ist dieser Frage anlässlich des Welttags des Fernsehens am 21. November nachgegangen.

#1 Die Mehrheit der Deutschen konsumiert TV-Inhalte (immer noch) über den klassischen Weg

Über welche Art von TV-Lösung sehen die Deutschen hauptsächlich fern? Trotz der stetig wachsenden Zahl von alternativen Bewegtbild-Angeboten konsumiert mit 58 Prozent (immer noch) mehr als die Hälfte der Befragten das TV-Programm überwiegend per linearem TV. Streaming (38 Prozent) und IP-TV (14 Prozent), also Fernsehen über das Internet, landen auf Platz zwei und drei. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von YouGov im Auftrag von 1&1.

#2 Besonders wichtig für Nutzer von linearem TV: Ein abwechslungsreiches Programm

Das klassische, lineare Fernsehen spielt vor allem bei der älteren Zielgruppe eine wichtige Rolle: 71 Prozent der über 55-Jährigen nutzen lineares TV. Obwohl die Senderauswahl und damit auch die Inhalte beim linearen TV durchaus eingeschränkt sind, ist der Mehrheit (73 Prozent) ein abwechslungsreiches Programm am wichtigsten, gefolgt von der Anzahl der HD-Sender und einer hohen Bildqualität. Diese Antworten überraschen durchaus, denn je nach Anbieter gibt es diesbezüglich bei Streaming- oder IP-TV-Diensten eine teils deutlich größere Auswahl.

#3 Streaming ist die Nummer 1 bei 18- bis 34-Jährigen

Im Vergleich zu den Nutzern von linearem Fernsehen sind Streaming-User deutlich jünger: Mit rund 48 Prozent setzt fast die Hälfte der 18- bis 34-Jährigen auf Streaming. Der Konsum von Filmen, Dokumentationen oder anderen Formaten über die Mediatheken von beispielsweise ARD und ZDF fällt hier genauso darunter wie über den Marktführer im Bereich Video-on-Demand, Netflix. Besonders wichtig ist Streaming-Usern die Multi-Stream-Option (68 Prozent), um parallel auf mehreren Endgeräten TV-Inhalte anzuschauen. Um Bewegtbild-Formate in hoher Qualität und ohne Verzögerungen streamen

zu können, wird ein Internetanschluss mit einer hohen Bandbreite benötigt.

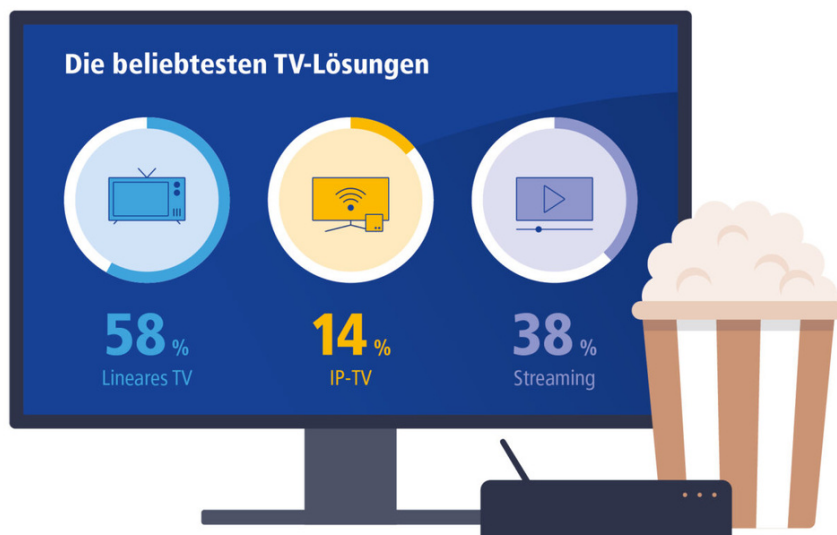
#4 IP-TV ist bei allen Altersgruppen gleich beliebt

Im Vergleich zu den Nutzern von linearem Fernsehen und Streaming fällt auf, dass IP-TV bei Jung und Alt gleichermaßen gut ankommt: Von den 18- bis 34-Jährigen nutzen 16 Prozent IP-TV, bei den 35- bis 54-Jährigen sind es 15 Prozent und unter den über 55-Jährigen konsumieren 13 Prozent Inhalte über IP-TV. Wer über den eigenen Internetanbieter wie 1&1 über das Internet fern sieht, legt häufig besonders viel Wert auf zubuchbare Länder- oder Genre-Pakete (30 Prozent), wodurch sich das Programm individuell nach den eigenen Vorlieben anpassen lässt. Als weitere Vorzüge schätzen die IP-TV-Konsumenten die Option der parallelen TV-Nutzung auf mehreren Ausgabegeräten und die digitalen Komfortfunktionen wie Pause, Restart, oder Aufnahme.

#5 IP-TV überzeugt als hybride TV-Plattform

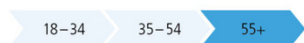
Welches Angebot erfüllt die Bedürfnisse der TV-Nutzer am besten? Zahlen zur Kombination der verschiedenen TV-Lösungen können diesbezüglich Aufschluss geben: 20 Prozent der Befragten wählen einen Mix aus linearem TV und Streaming. Da liegt die Vermutung nahe, dass TV-Nutzer gerne die Vorzüge beider Empfangsarten und Angebote kombinieren und so das Bedürfnis nach einem ‚abwechslungsreichen Programm‘ befriedigen. Im Gegensatz dazu kombinieren nur 7 Prozent der Befragten IP-TV mit einem Streaming-Anbieter, 5 Prozent setzen auf IP-TV und lineares Fernsehen. Daraus lässt sich schließen, dass die Mehrheit der User mit dem IP-TV-Angebot des Internet-Providers zufrieden ist und keine weiteren Inhalte, Services und Funktionen benötigt. Auch wenn die Verbreitung von IP-TV noch hinter der von linearem Fernsehen und Streaming liegt, so wächst die Anzahl der IP-TV-Haushalte seit Jahren stetig. Diesen Trend bestätigt auch die gestiegene Zahl an [1&1](#) IP-TV-Kunden im vergangenen Jahr.

So ticken die deutschen TV-Nutzer*



Nutzer von linearem TV

Altersgruppe

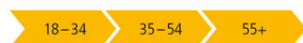


Wichtigste Kriterien in Bezug auf TV-Anbieter (Top 3 in %)

- 73** abwechslungsreiches Programm
- 70** Anzahl der verfügbaren HD-Sender
- 69** hohe Bildqualität

Nutzer von IP-TV

Altersgruppe



Wichtigste Kriterien in Bezug auf TV-Anbieter (Top 3 in %)

- 30** zubuchbare Zusatzpakete nach Genres
- 29** Multi-Stream Optionen zur parallelen TV-Nutzung
- 28** digitale Komfortfunktionen

Nutzer von Streaming

Altersgruppe



Wichtigste Kriterien in Bezug auf TV-Anbieter (Top 3 in %)

- 68** Multi-Stream Optionen zur parallelen TV-Nutzung
- 67** direkter Zugriff auf Bezahldienste wie Netflix
- 61** digitale Komfortfunktionen

IP-TV überzeugt als hybride TV-Plattform

Nur **7%** der Befragten haben Bedarf die IP-TV Lösung mit einem Streaming-Anbieter zu ergänzen, lediglich **5%** der IP-TV Nutzer schauen zusätzlich lineares Fernsehen.



* Mit „Nutzer“ möchten wir alle biologischen und sozialen Geschlechtergruppen ansprechen. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit haben wir uns für diese Schreibweise entschieden.

Quelle: 1&1

Die Infografik steht hier in verschiedenen Dateiformaten zum Download bereit:

- [Infografik Online \(jpg\)](#)
- [Infografik Online \(png\)](#)
- [Infografik Online \(pdf\)](#)
- [Infografik Print \(jpg\)](#)
- [Infografik Print \(pdf\)](#)

Für die zugrundeliegende repräsentative Umfrage von YouGov im Auftrag von 1&1 wurden 2.067 Teilnehmer zum Thema „TV-Nutzung“ befragt. Die Umfrage wurde Mitte März 2021 durchgeführt, Mehrfachnennungen waren möglich. Noch ein Hinweis bezüglich der ausgewiesenen Geschlechterunterschiede: Aktuell wird angenommen, dass weniger als 1% der deutschen Bevölkerung „divers“ sind. Aufgrund von geringer statistischer Aussagekraft konnte das dritte Geschlecht nicht ausgewiesen werden.

Über die 1&1 AG

Die 1&1 AG ist ein börsennotierter Telekommunikationsanbieter mit Sitz in Montabaur. Das Unternehmen gehört zum Konzernverbund der United Internet AG.

1&1 betreibt als erster Netzbetreiber Europas ein vollständig virtualisiertes Mobilfunknetz auf Basis der innovativen Open-RAN-Technologie. Neben einem umfassenden Mobilfunkportfolio werden Breitbandanschlüsse angeboten, die zumeist auf dem deutschlandweiten Glasfaser-Transportnetz von 1&1 Versatel sowie auf regionalen Netzen von City Carriern und der Deutschen Telekom basieren.

Während die Marke 1&1 Value- und Premiumsegmente adressiert, sprechen die Discount-Marken des Konzerns preisbewusste Zielgruppen an.

Ihr Pressekontakt

Thomas Kahmann
Telefon: +49 2602 / 96 – 1276
E-Mail: presse@1und1.de