

TV-Plattform 2021-I

Frankfurt, Juni 2021

AGF Videoforschung GmbH in Zusammenarbeit mit Kantar

METHODEN-STECKBRIEF

| | |
|--------------------------|---|
| Name der Studie: | TV-Plattform |
| Erhebung: | zweimal im Jahr |
| Institut: | Kantar |
| Erhebungsmethode: | Computergestützte persönliche Interviews (CAPI) und Begehung des Haushalts |
| Stichprobe: | Proportionale, repräsentative Random-Stichprobe auf Basis des ADM Face-to-Face Stichprobensystems / 2021-I: Fallzahl n=2.392; 2020-II: Fallzahl n=2.451 |
| Feldzeit: | Welle 2021-I: 22.02.-18.04.2021 Welle 2020-II: 25.08.-09.10.2020 |
| Grundgesamtheit: | Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten (Privathaushalte mit deutschsprachigem Haupteinkommensbezieher bzw. Personen in diesen Haushalten ab 3 Jahren) |

Nutzung Online-Video-Angebote in den letzten vier Wochen

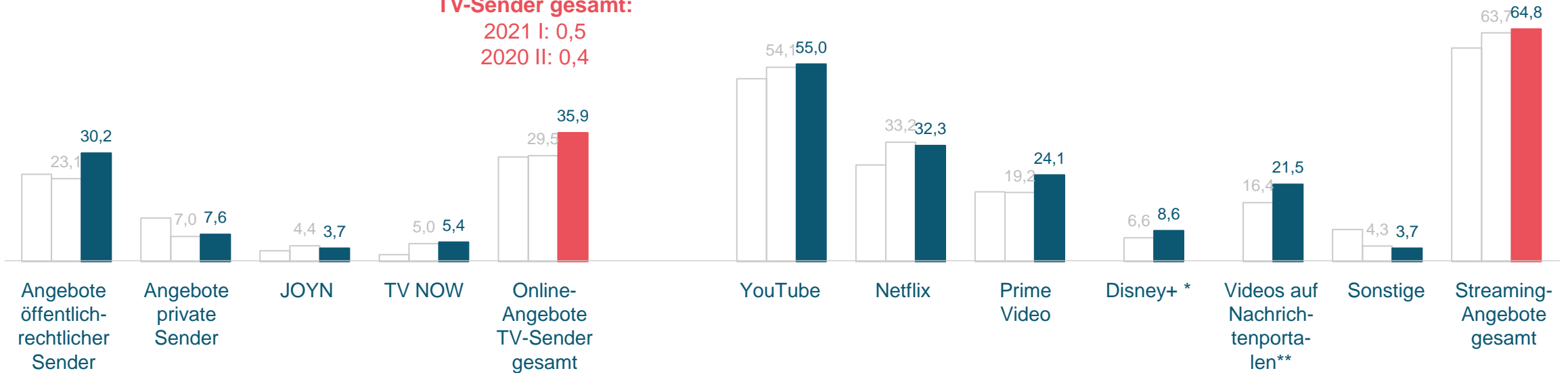
ÖFFENTLICH-RECHTLICHE TREIBEN DIE NUTZUNG DES BROADCASTER-STREAMINGS



□ 2020 I – 2020 II ■ 2021 I

Ø Streaming-Angebote gesamt:
2021 I: 1,5
2020 II: 1,3

Ø Online-Angebote TV-Sender gesamt:
2021 I: 0,5
2020 II: 0,4



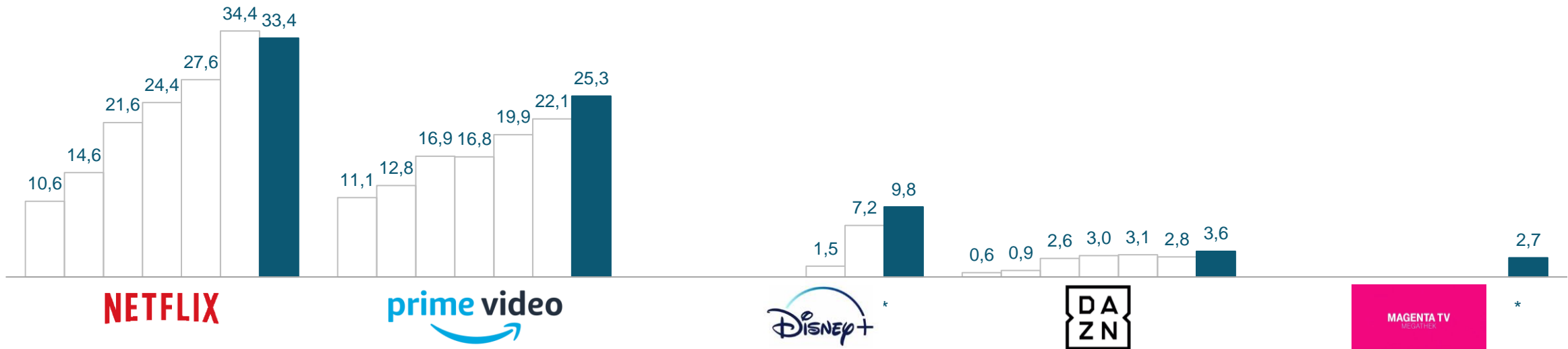
*Abfrage ab 2020 II | ** Videos auf Nachrichtenportalen (wie z.B. Bild.de, Spiegel online)
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2021-I“

Nutzung Video-on-Demand in den letzten 3 Monaten – Zeitverlauf Top 5

NETFLIX STAGNIERT, PRIME VIDEO WÄCHST



□ 2018 I – 2020 II ■ 2021 I



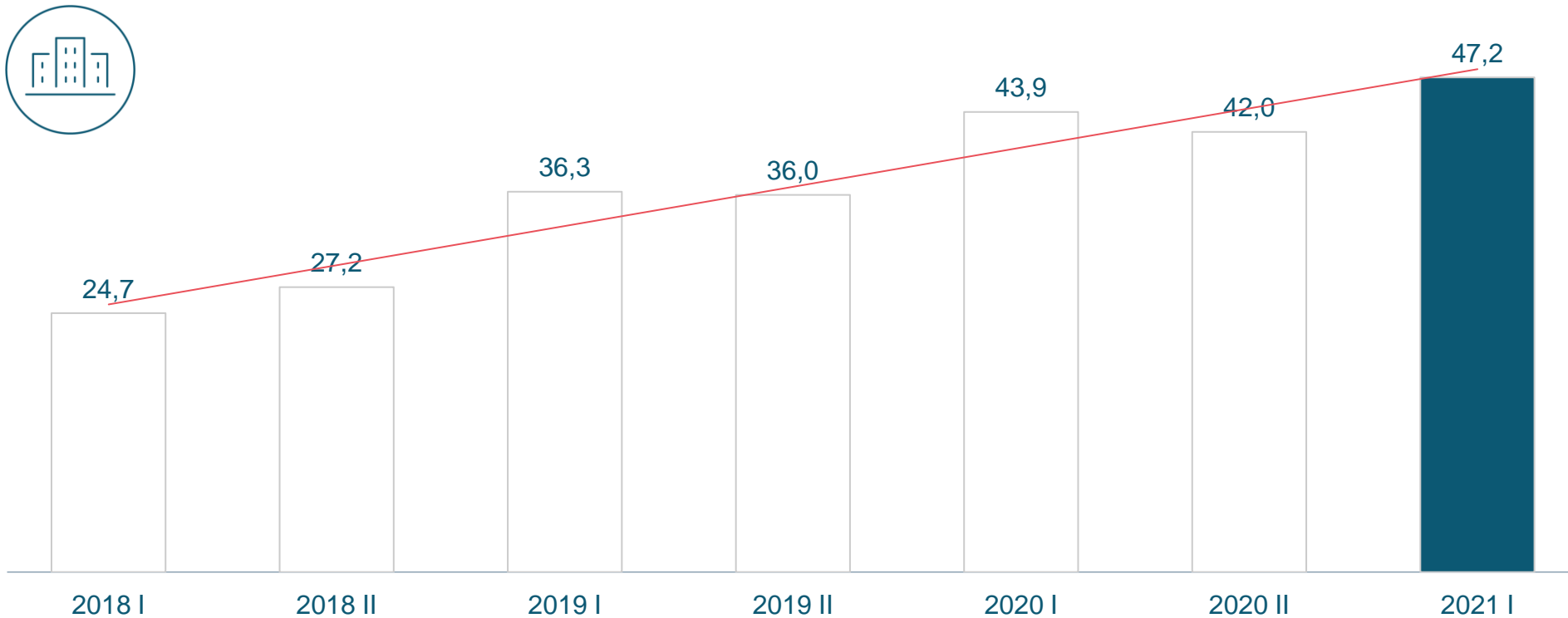
* Abfrage seit 2021 I als „Megathek von MagentaTV“

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten (bis 2018 II: „Person who knows best“), Angabe in %

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2021-I“

Fernseher mit dem Internet verbunden

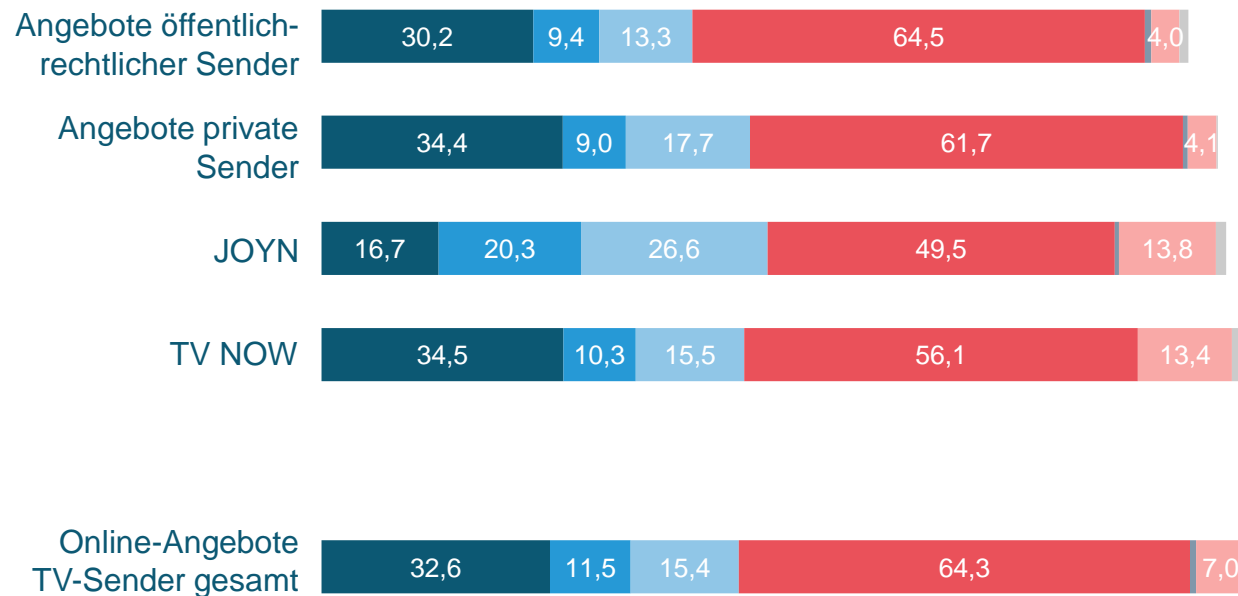
MEHR HAUSHALTE MIT CONNECTED TV



Basis: TV-Haushalte in Deutschland mit deutschsprachigem HEB, Angabe in %
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2021-I“

Geräte für die Nutzung von Online-Video (1), Basis Nutzer*

ONLINE-ANGEBOTE WERDEN GERN AUF DEM BIG SCREEN GENUTZT



■ PC/ Laptop ■ Tablet ■ Smartphone ■ Smart TV ■ Spielekonsole ■ Streaming-Box ■ Sonstiges Zusatzgerät zum Streamen

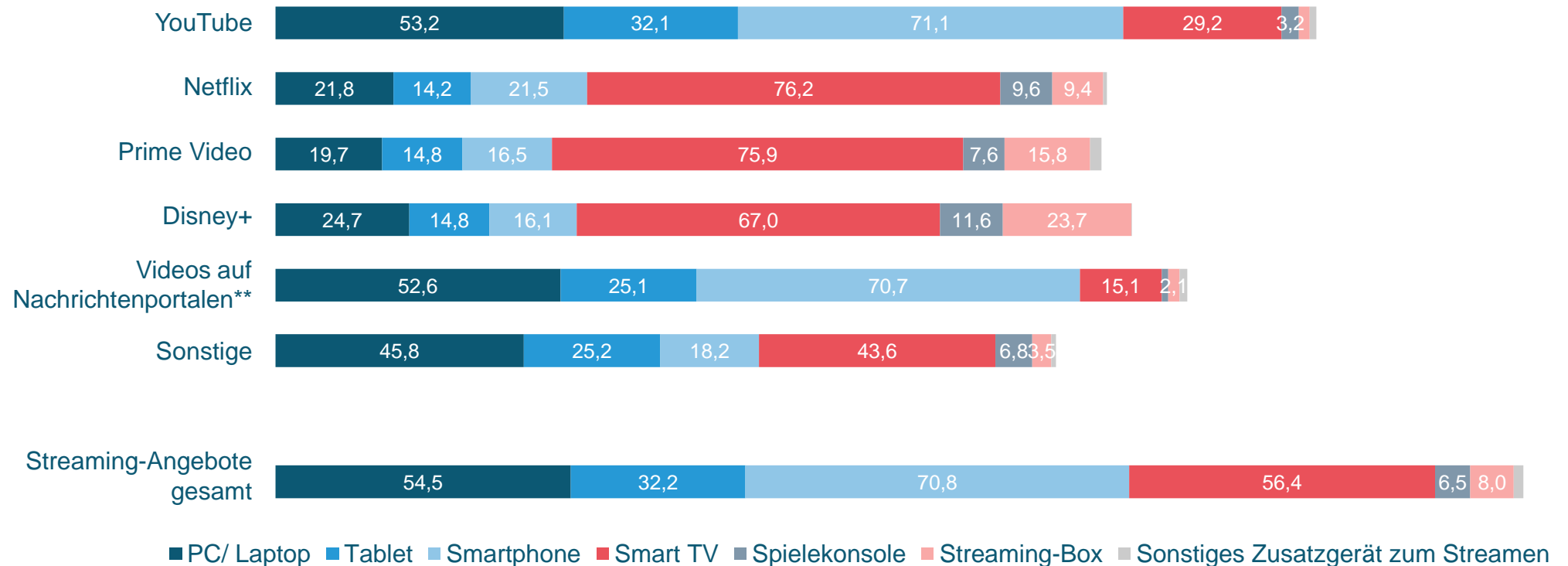
* Mehrfachnennungen

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2021-I“

Geräte für die Nutzung von Online-Video (2), Basis Nutzer*

YOUTUBE UND VIDEOS AUF NACHRICHTENPORTALEN GLÄNZEN AUF SMARTPHONES



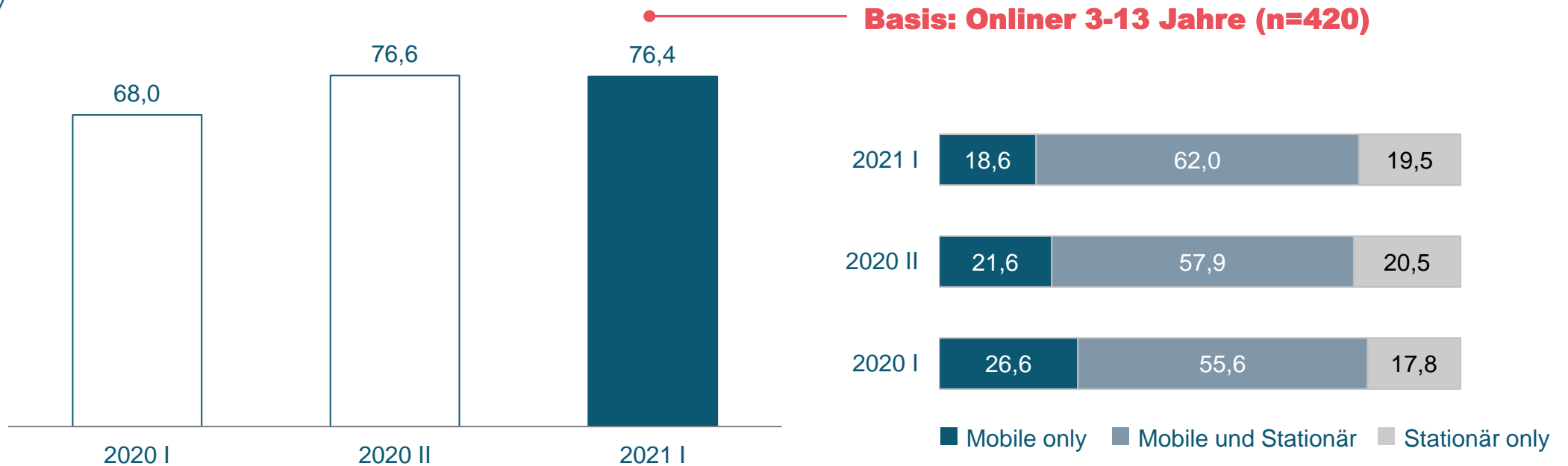
* Mehrfachnennungen | ** Videos auf Nachrichtenportalen (wie z.B. Bild.de, Spiegel online)

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2021-I“

Internetnutzung Kinder in den letzten vier Wochen

INTERNETNUTZUNG DER KINDER BLEIBT AUF NIVEAU DER VOR-WELLE



Basis: Deutschsprachige Kinder 3-13 Jahre in TV-Haushalten, Angabe in %
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2021-I“



Kontakt

www.agf.de

© AGF Videoforschung | Bilder: AdobeStock, unsplash

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4-8
60322 Frankfurt am Main
E-Mail: presse@agf.de