

PRESSEMITTEILUNG

Fernsehen gewinnt mehr Publikum

Corona-Jahr 2020: Durchschnittliche Sehdauer steigt auf 220 Minuten am Tag / Münster-Tatort ist meistgesehene Sendung

Frankfurt, 05.01.2021. Corona hat das Leben verändert – und auch die Sehgewohnheiten der Deutschen. 2020 schalteten jeden Tag 72 Prozent der Personen ab 14 Jahren ein – 3,1 Prozent mehr als 2019. Im Schnitt haben die Zuschauenden ab 3 Jahre jeden Tag 220 Minuten ferngesehen – das entspricht 3 Stunden und 40 Minuten. Die Nutzung liegt mit einem Zuwachs von rund 10 Minuten damit deutlich über dem Vorjahresniveau. TV wächst jedoch nicht nur im Vorjahresvergleich, sondern auch gegen den rückläufigen Trend der vergangenen Jahre – und das, obwohl im Jahr 2020 Quotengaranten wie die Fußball-Europameisterschaft, die Olympischen Sommerspiele, generell der Live-Sport, coronabedingt ausfallen mussten. Für alle Zielgruppen kann als Treiber der TV-Nutzung ein gesteigertes Informationsbedürfnis herausgestellt werden. Neben der Informations- und Berichterstattungskompetenz punktet TV mit fiktionalen Klassikern und (Live-)Unterhaltungsshow.

Insbesondere bei den jüngeren Zielgruppen ist der Abwärtstrend im zurückliegenden Jahr, das so sehr von Corona und einem hohen Informationsbedürfnis geprägt war, gestoppt. Die durchschnittliche Sehdauer lag bei den 14-49-Jährigen bei 137 Minuten oder 2 Stunden und 17 Minuten am Tag (3-3 Uhr, Montag bis Sonntag) nahezu auf Vorjahresniveau. „Diese Stabilisierung der Sehdauer ist bemerkenswert, da insbesondere jüngere Zielgruppen Bewegtbildinhalte zusehends intensiver zeitunabhängig über Streaming-Plattformen konsumieren und klassisch-lineares TV selektiver nutzen“, sagt Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung der AGF Videoforschung.

Die AGF legt in ihren Auswertungssystemen als Grundgesamtheit die Wohnbevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland ab 3 Jahren in Privathaushalten mit mindestens einem Fernsehgerät in Gebrauch und einem deutschsprachigem Haupteinkommensbezieher zu Grunde.

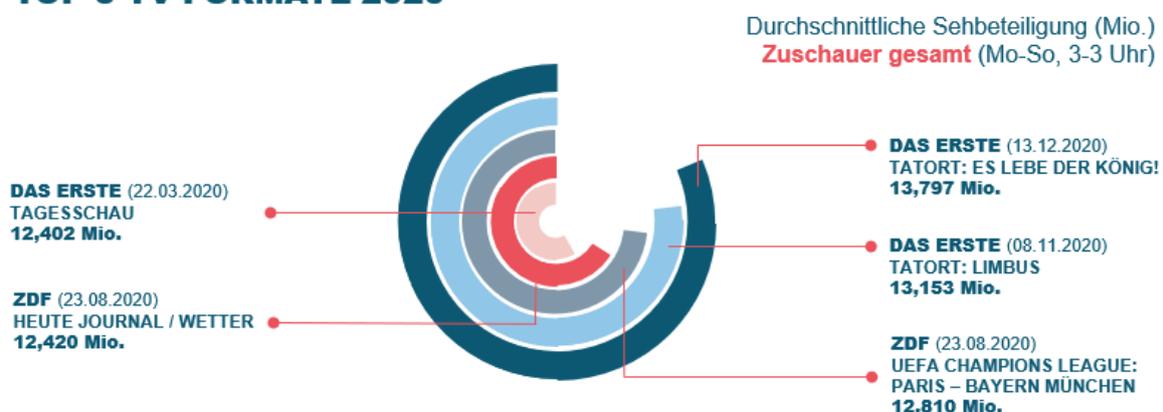
„Auf Monatsebene betrachtet, beobachten wir einen deutlichen Zusammenhang zwischen der Entwicklung der Sehdauer und der Entwicklung der Corona-Pandemie hierzulande“, so Niederauer-Kopf weiter. Sowohl im März und April, also während des 1. Lockdowns, als auch im November und Dezember, lag die durchschnittliche Sehdauer bei den Zuschauenden ab 3 Jahren deutlich über den Vorjahresmonaten. Bei den 14- bis 49-Jährigen zeigt sich ebenfalls ein sehr deutlicher Zusammenhang, auch wenn dieser im November und Dezember nicht mehr so ausgeprägt war, wie im Frühjahr. „Diese Entwicklung lässt den Schluss zu, dass Bewegtbild insgesamt und TV insbesondere, in der aktuellen Situation gerne und verstärkt genutzt wird. Die Nutzung im klassisch-linearen TV wird besonders getrieben durch das starke Informationsinteresse der Zuschauenden, insbesondere der Jüngeren.“ Die Rede der Bundeskanzlerin am 18.03.2020 mit dem Appell „Es ist ernst. Nehmen Sie es auch ernst“ erreicht über alle unter AGF-Messung stehenden

Angebote und Endgeräte insgesamt 36,382 Millionen Personen, das heißt, fast jeder zweite Deutschsprachige schaltete ein oder klickte ein Video.

Auch die Neujahrsansprache der Kanzlerin im TV am 31.12.2020 konnte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 15,402 Millionen steigern. Zum Vergleich: Die kumulierte Nettoreichweite betrug im Jahr 2019 für Zuschauer gesamt 10,146 Millionen über verschiedene öffentlich-rechtliche Sender. In 2020 schalteten somit 5,256 Millionen Personen mehr ein. Dies entspricht einer Steigerung gegenüber 2019 von 51,8 Prozent. Noch deutlicher zeigt sich das politische Interesse an diesem Tag im Vergleich zum Vorjahr bei den jüngeren Zuschauenden. Insgesamt 2,952 Millionen der Erwachsenen zwischen 14 und 49 Jahren schalteten auf einem der ausstrahlenden TV-Sender ein. Dies entspricht im direkten Vorjahresvergleich einem Uplift von 70,4 Prozent.

Das hohe Interesse an Nachrichten spiegelt sich auch in der Hitliste der erfolgreichsten TV-Sendungen wider (Mindestsendungslänge: 5 Minuten). Fand sich 2019 bei den Zuschauern gesamt kein Nachrichtenformat unter den Top-5-Formaten, so stehen mit der „Tagesschau“ im Ersten vom 22.03.2020 – also nach der Ankündigung des 1. Lockdowns – und dem ZDF-„heute journal“ vom 23.08.2020 gleich zwei Nachrichtensendungen an der Spitze. Der Erfolg des „heute journals“ dürfte aber auch von der Platzierung der Sendung in der Halbzeit des Uefa-Champions-League-Endspiels Paris Saint Germain gegen den FC Bayern München profitiert haben:

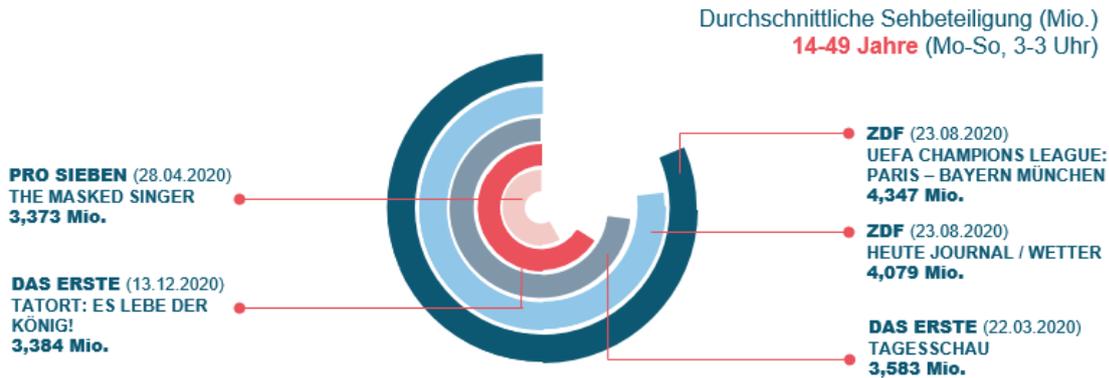
TOP 5 TV-FORMATE 2020



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2020-31.12.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 4619 vom 04.01.2021

Während bei den Zuschauern gesamt gleich zwei Münster-Tatorte (Das Erste) an der Spitze rangieren, steht bei den 14- bis 49-Jährigen das Uefa-Champions-League-Finale vorn und mit dem Finale von „The Masked Singer“ auf Pro Sieben schafft es auch eine Show in die Top 5:

TOP 5 TV-FORMATE 2020



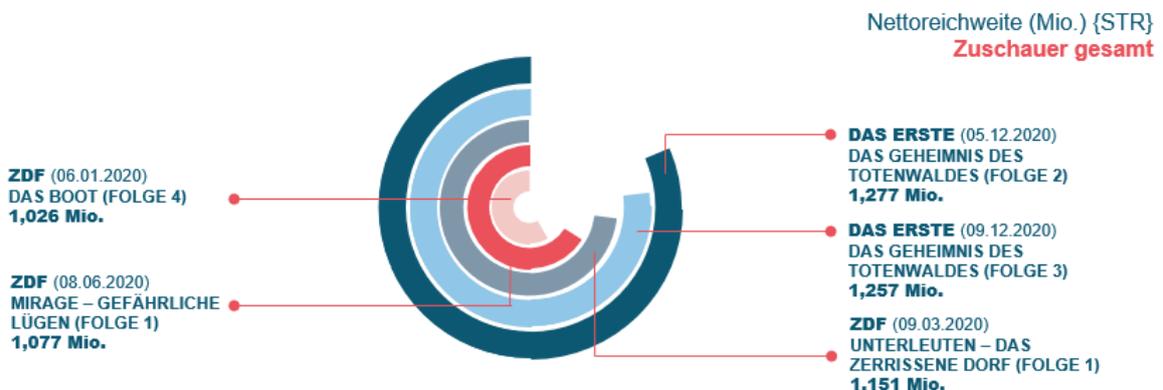
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2020-31.12.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 4619 vom 04.01.2021

Auch **Streaming** hat 2020 deutlich zugelegt: Die Nettoreichweite konnte für Zuschauer gesamt im Vergleich zu 2019 um knapp ein Drittel gesteigert werden.

Das Nutzungsvolumen, also die Zeit, die mit gestreamten Inhalten verbracht wurde, stieg im Vorjahresvergleich bei Zuschauern gesamt um 46,0 Prozent, bei Erwachsenen 14-49 Jahre um 49,2 Prozent. Die durchschnittliche Sehdauer stieg im Bereich Streaming bei Zuschauern gesamt im Vergleich zu 2019 um 45,7 Prozent, bei Erwachsenen 14-49 Jahre sogar auf knapp 52 Prozent beziehungsweise auf durchschnittlich 3 Minuten.

Die beliebtesten Streaming-Formate (Nettoreichweite) waren bei Zuschauern gesamt Folgen von „Das Geheimnis des Totenwaldes“ (Das Erste), „Unterleuten“ (ZDF), „Mirage“ (ZDF) und „Das Boot“ (ZDF):

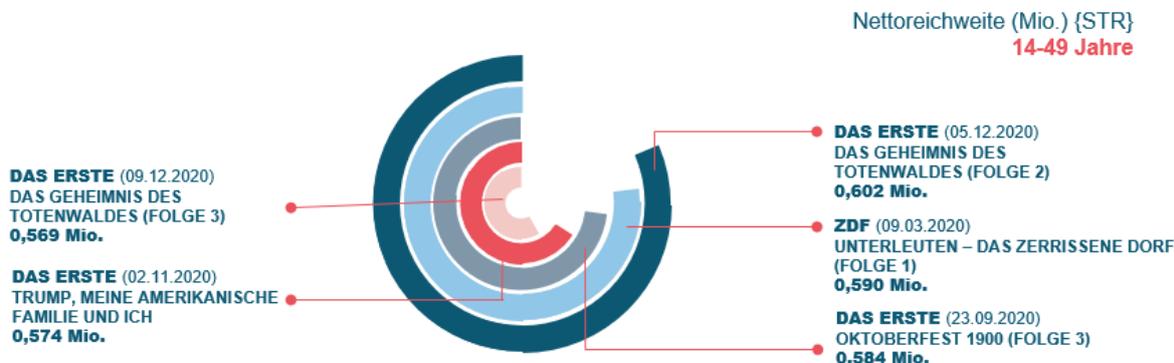
TOP 5 STREAMING-FORMATE 2020



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2020-31.12.2020, Marktstandard: Bewegtbild, Leistungswerte für Mobile-Daten basieren ausschließlich auf Nutzern ab 18 Jahren, Datenpaket 4620 vom 04.01.2021

Bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauenden gehören auch die Historien-Spektakel „Oktoberfest 1900“ und die Dokumentation „Trump, meine amerikanische Familie und ich“ (ARD Das Erste) zu den Gewinnern des Jahres:

TOP 5 STREAMING-FORMATE 2020



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2020-31.12.2020, Marktstandard: Bewegtbild, Leistungswerte für Mobile-Daten basieren ausschließlich auf Nutzern ab 18 Jahren, Datenpaket 4620 vom 04.01.2021

Insgesamt ist die Top 5 geprägt von Formaten der öffentlich-rechtlichen Sender. Bei der Streaming-Hitliste weist die AGF all diejenigen Angebote aus, die aktiv an der Messung durch den AGF-Dienstleister Nielsen teilnehmen. Dies sind in erster Linie die Angebote der TV-Broadcaster. Die Ergebnisse der Streaming-Formate können sich zum Teil noch verändern, da noch die anfallende Nutzung von 60 Tagen nach Erstausstrahlung berücksichtigt wird.

Über die AGF Videoforschung GmbH (www.agf.de)

Die AGF Videoforschung GmbH ist ein Unternehmen für neutrale Bewegtbildforschung. Die AGF erfasst kontinuierlich und quantitativ die Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland und wertet die erhobenen Daten aus. Sie entwickelt ihr Instrumentarium mit einem mehrstelligen jährlichen Millionenbetrag kontinuierlich weiter, um dem Markt täglich verlässliche Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern. Dabei steht die AGF im engen Austausch mit allen Marktpartnern, darunter Lizenzsender, Werbungtreibende und Mediaagenturen.



Pressekontakt:

Juliane Paperlein

Leiterin Unternehmenskommunikation | AGF Videoforschung GmbH |

T +49 69 95 52 60 55 | presse@agf.de | www.agf.de