

CONVERGENCE MONITOR 2022

Bewegtbildnutzung und Geräteausstattung

Frankfurt, 15. September 2022

AGF Videoforschung GmbH

METHODEN-STECKBRIEF

Name der Studie:	CONVERGENCE MONITOR
Erhebung:	Jährlich seit 2008
Institut:	Kantar
Erhebungsmethode:	Face-to-Face-Interviews
Stichprobe:	Repräsentative Stichprobe mit n=1.508
Feldzeit:	31.03.-15.05.2022
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter von 14 bis 69 Jahren beziehungsweise Haushalte mit mindestens einer Person zwischen 14 und 69 Jahren in Deutschland

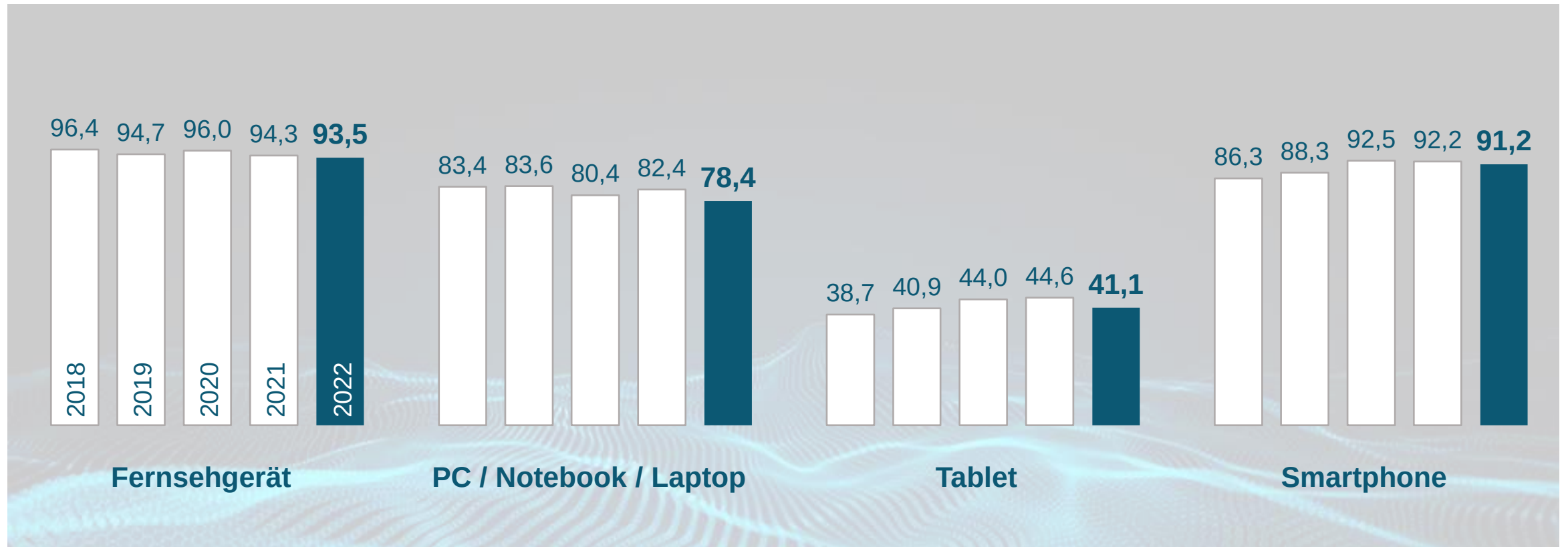


Personen



Haushalte

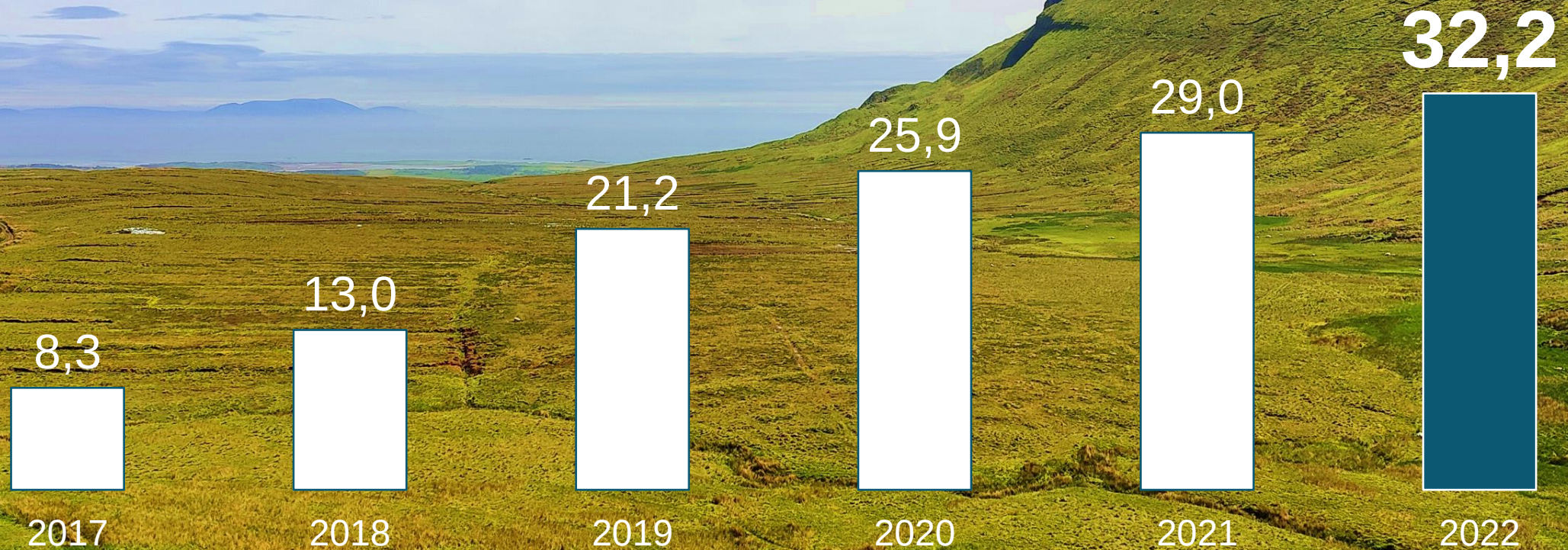
GERÄTEBESITZ IN DEN HAUSHALTEN SEIT JAHREN KONSTANT



Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, 32,634 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

Besitz Ultra HD / 4K / 8K* im Haushalt

VERBREITUNG VON ULTRA HD TV NIMMT WEITER ZU

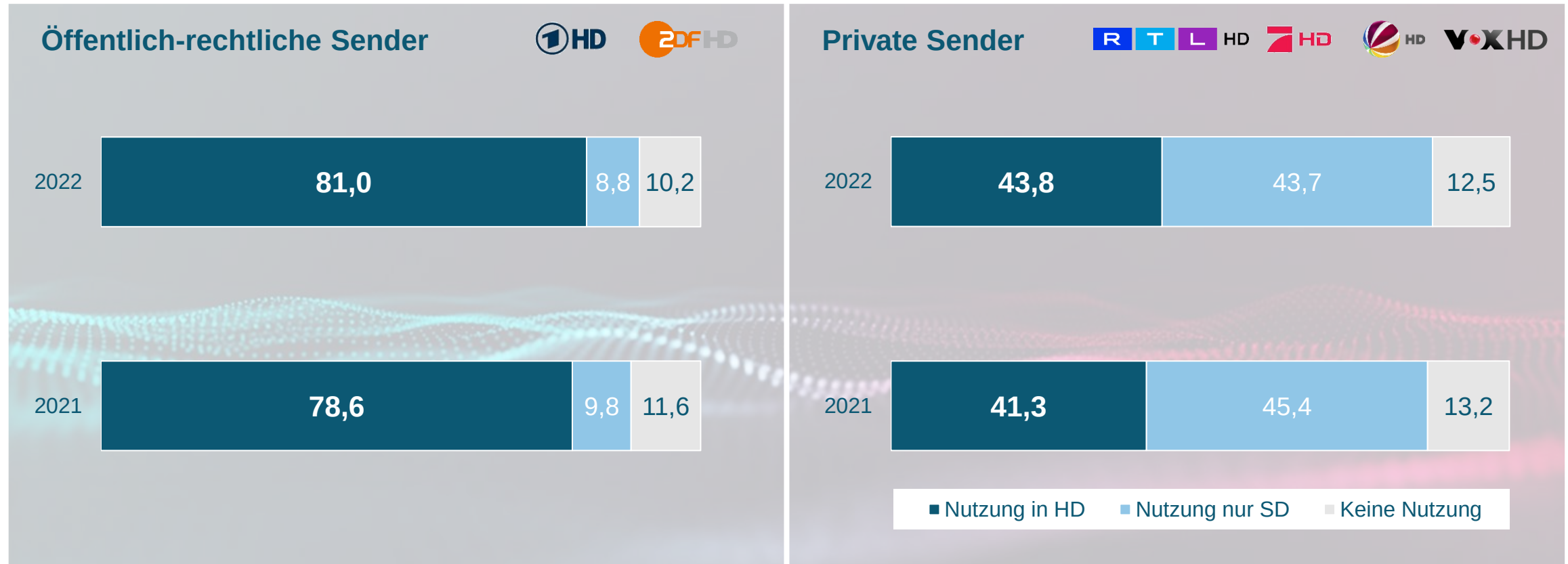


Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, 32.634 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

* 2022: Integration 8K in Abfrage

Nutzung (zumindest gelegentlich) von TV-Sendern in HD-Qualität

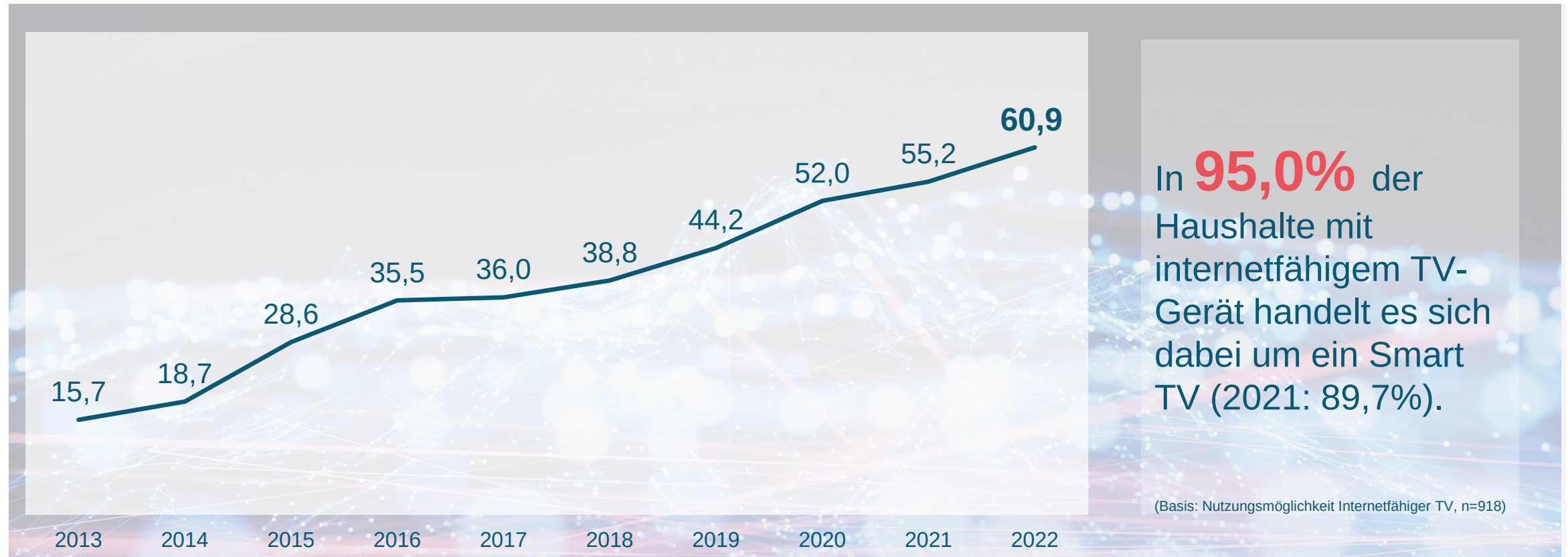
NUTZUNG DER TV-SENDER IN HD-QUALITÄT NIMMT ZU



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 57,838 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

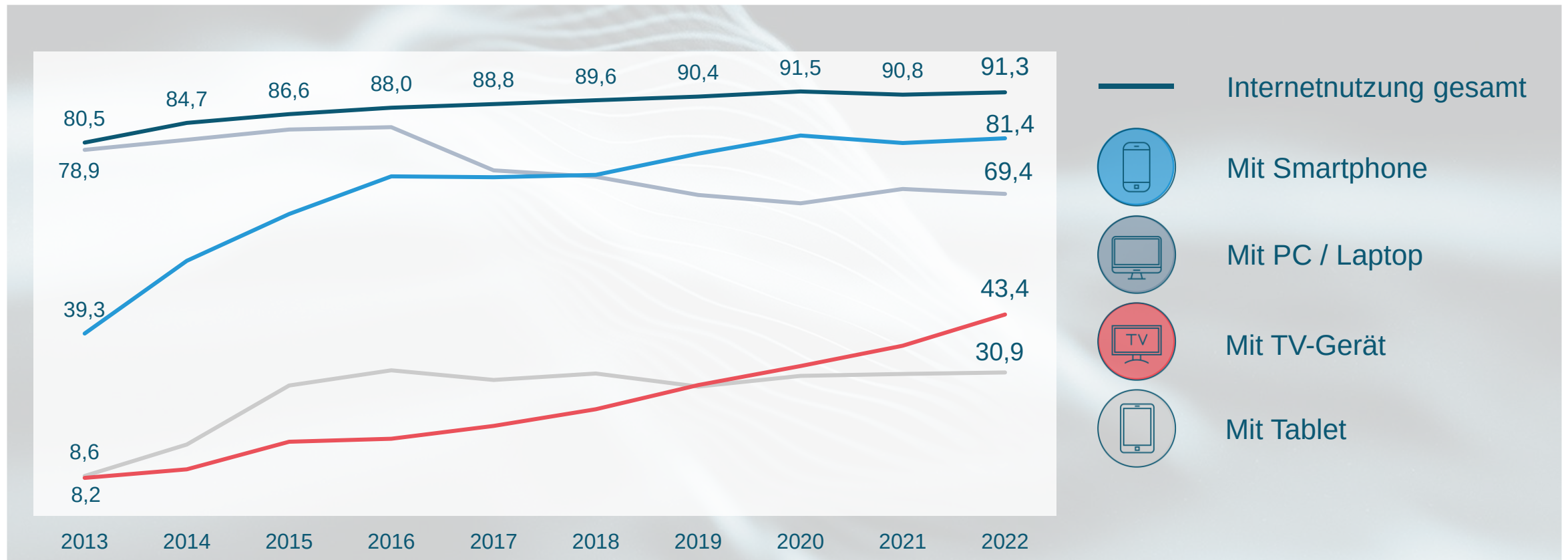
Internetfähiger TV im Haushalt vorhanden

IMMER MEHR FERNSEHGERÄTE SIND INTERNETFÄHIG



Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, 32,634 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

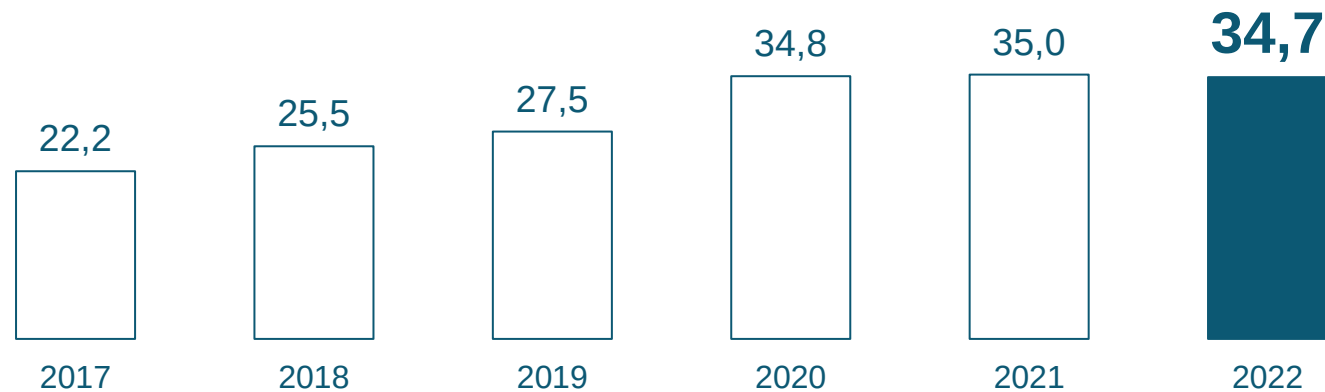
INTERNETNUTZUNG AUF DEM TV STEIGT STARK AN



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 57,838 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

Anteil Videoinhalte an der Internetnutzungsdauer

VIDEOINHALTE MACHEN EIN DRITTEL DER INTERNETNUTZUNG AUS



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre mit Internetnutzung mind. 1 Minute pro Tag,
50,898 Mio., n=1.275; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

© AGF Videoforschung



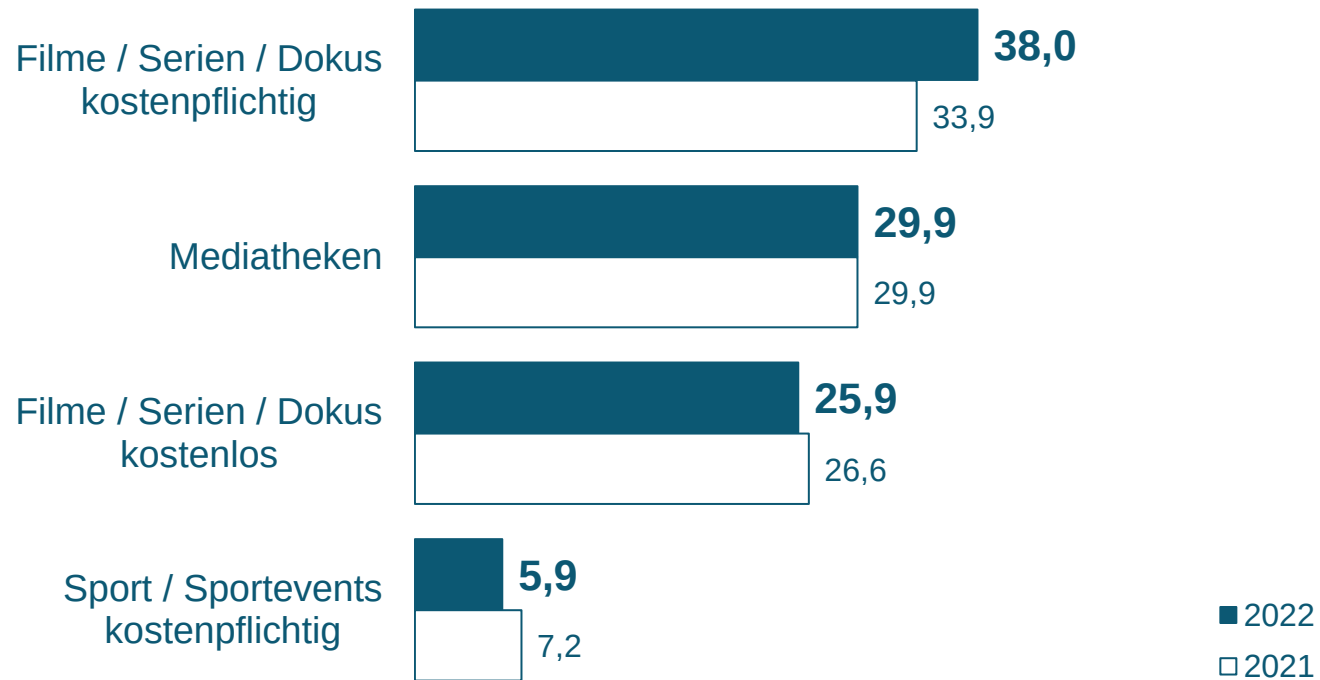
A woman with brown hair is lying in bed, wearing large black over-ear headphones. She is holding a black smartphone in her right hand and looking at the screen. She is wearing a yellow shirt and a black smartwatch on her left wrist. The background shows a window with blinds and a wooden headboard.

76% nutzen Online Bewegtbild
mindestens einmal pro Monat

Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 57,838 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

Video-Nutzung über das Internet (mind. 1x pro Monat)

WACHSTUM BEI VOD IM BEREICH FICTION UND DOKUS

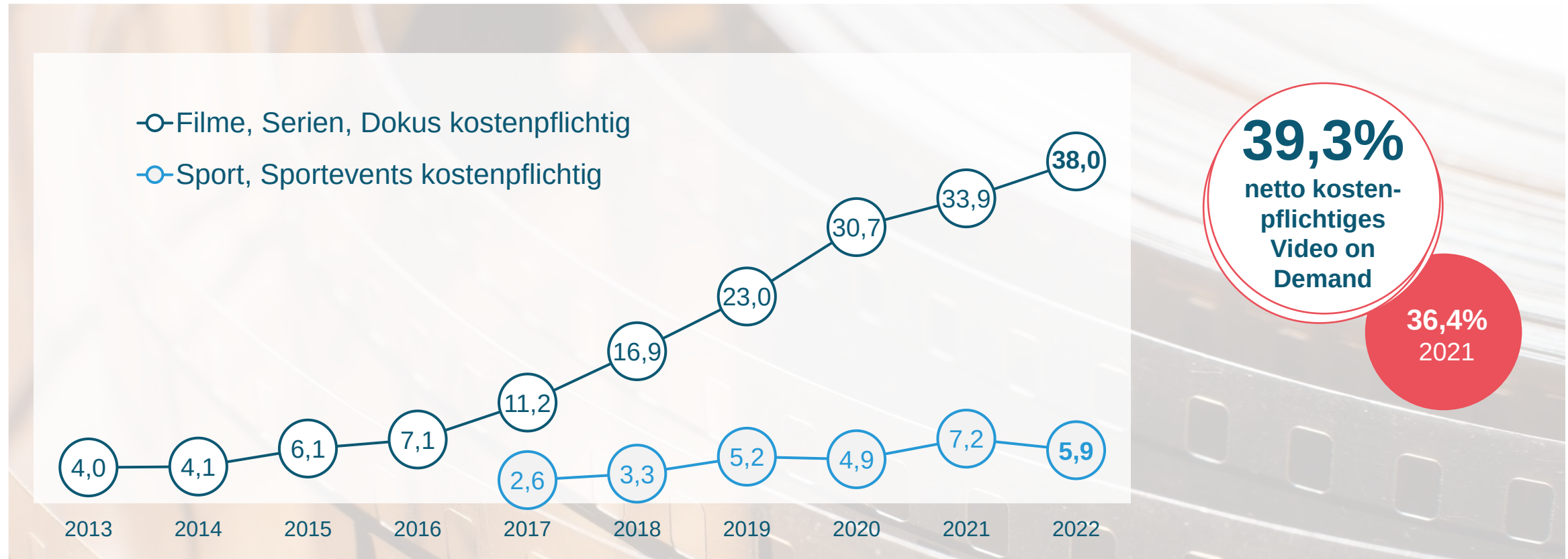


Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 57,838 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

© AGF Videoforschung

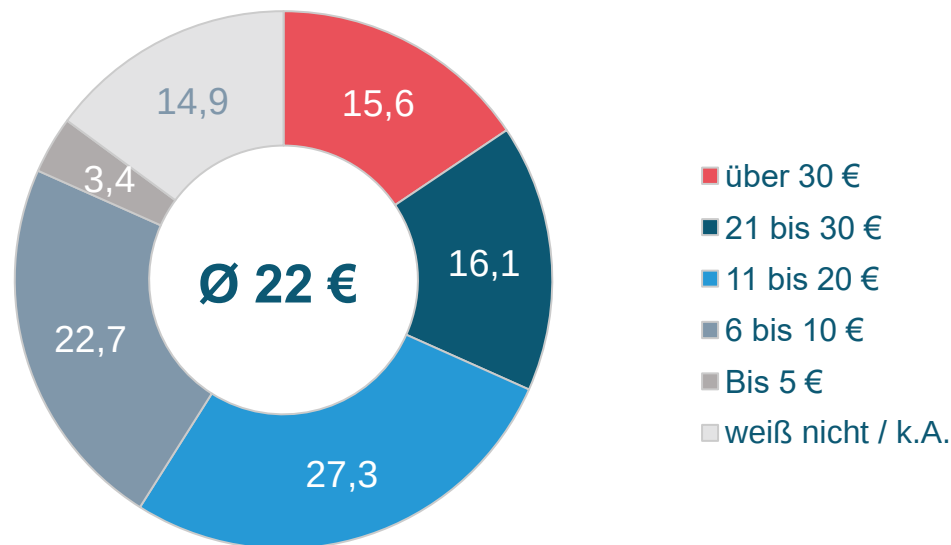


KOSTENPFLICHTIGE FILME, SERIEN, DOKUS MIT NACH WIE VOR STETIGEM WACHSTUM



DIE Ø MONATLICHEN AUSGABEN FÜR VOD LIEGEN BEI 22 EURO PRO HAUSHALT

Video-Streaming: Monatliche Gesamt-Ausgaben



Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, mit Angabe zu monatlichen Ausgaben, 14,214 Mio., n=641; Angabe in Prozent

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

© AGF Videoforschung

Durchschnittliche monatliche Ausgaben pro Anbieter

prime video

Ø 10 €

Disney+

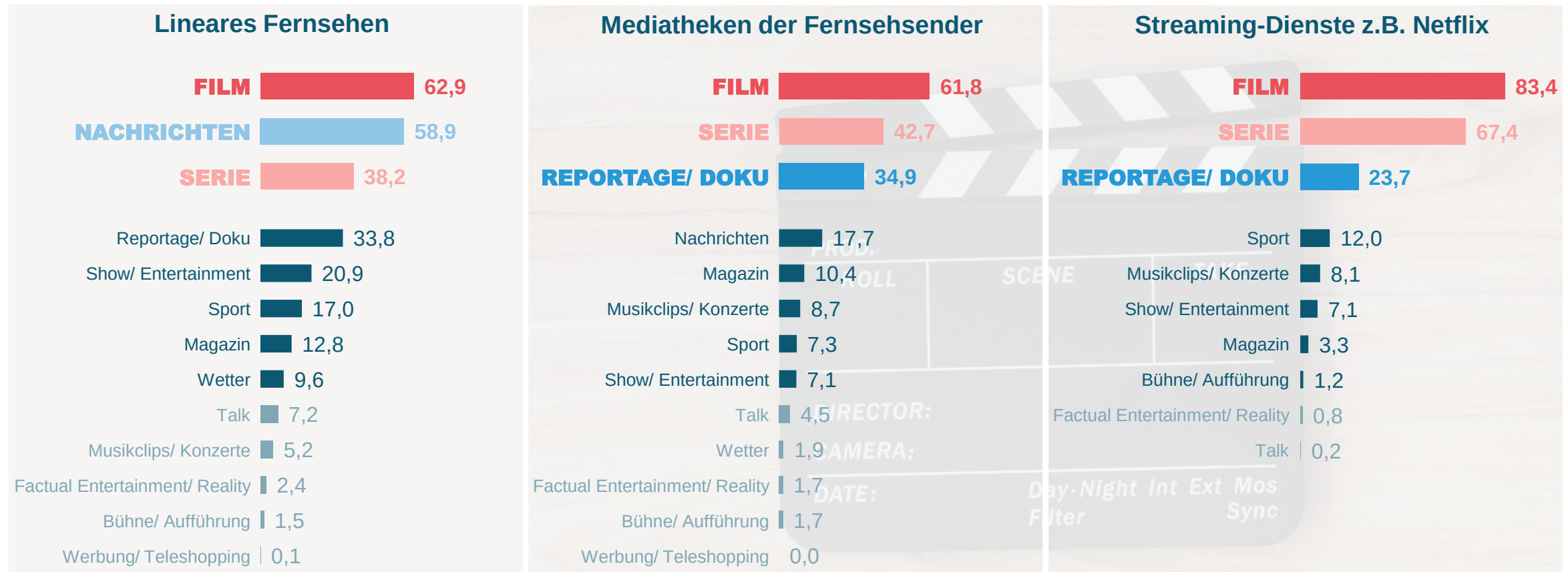
Ø 10 €

NETFLIX

Ø 12 €

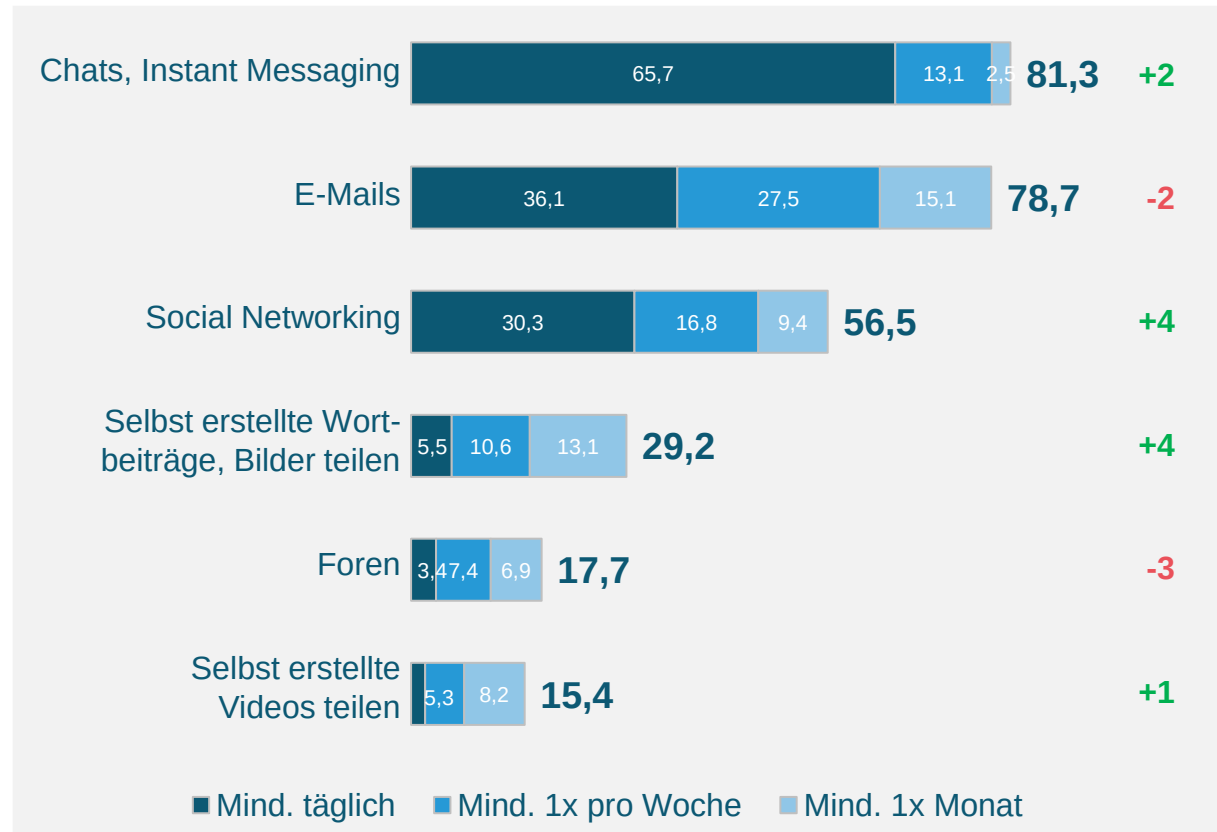
Anbieter in Abfrage: Netflix, Prime Video, Disney+, Sky Ticket, DAZN, RTL+ PREMIUM, Joyn PLUS+, Zattoo, Waipu.tv, Sonstige Video-Streaming-Dienste

NACHRICHTEN UND SHOWS SIND ALLEINSTELLUNGSMERKMALE VON LINEAREM TV

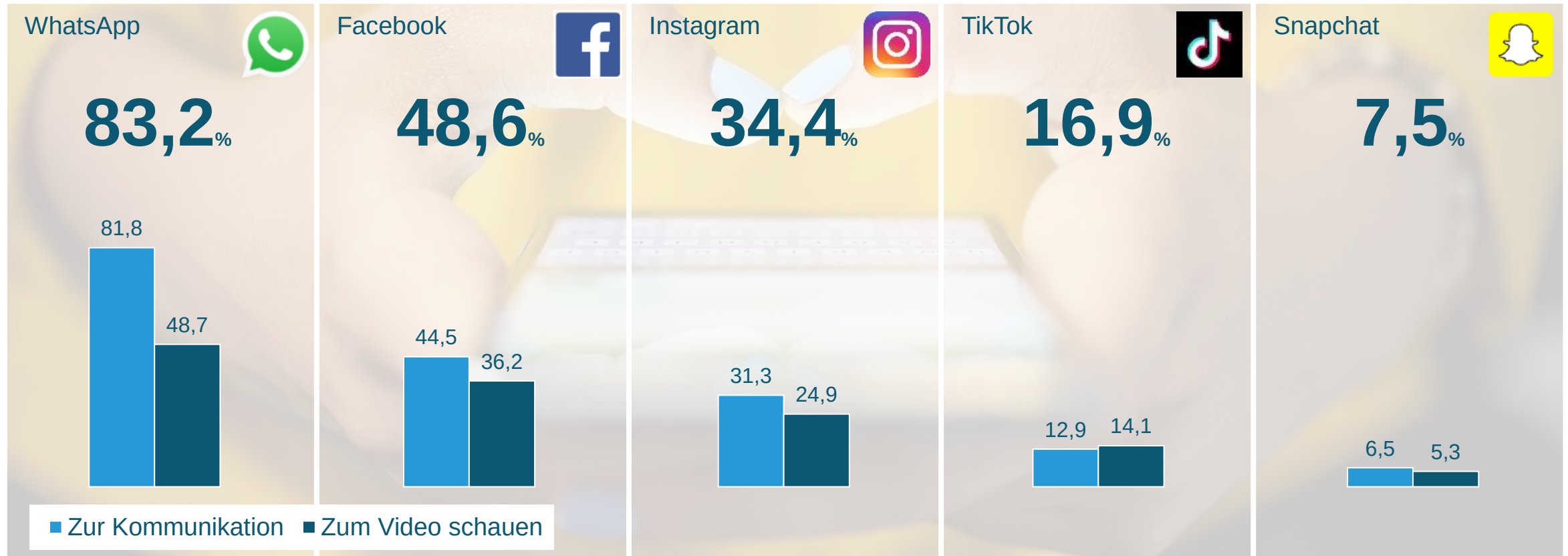


Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, die lineares Fernsehen nutzen, 48,931 Mio., n=1.276/ bzw. die Mediatheken nutzen, 24,523 Mio., n=639/ bzw. die Streaming-Dienste nutzen, 27,878 Mio., n=727; Angabe in Prozent
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

KOMMUNIKATION STEHT IM FOKUS: SOCIAL NETWORKS UND CHATS WACHSEN



WHATSAPP KOMMUNIKATIONSMEDIUM, TIKTOK ZUM VIDEO ANSCHAUEN



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 57,838 Mio., n=1.508; Angabe in Prozent
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2022“

Kontakt

www.agf.de

© AGF Videoforschung | Bilder: AdobeStock, iStock, unsplash

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4-8 | 60322 Frankfurt

+46 (0)69 955 260-55 | info@agf.de