

TV-Plattform 2022-II

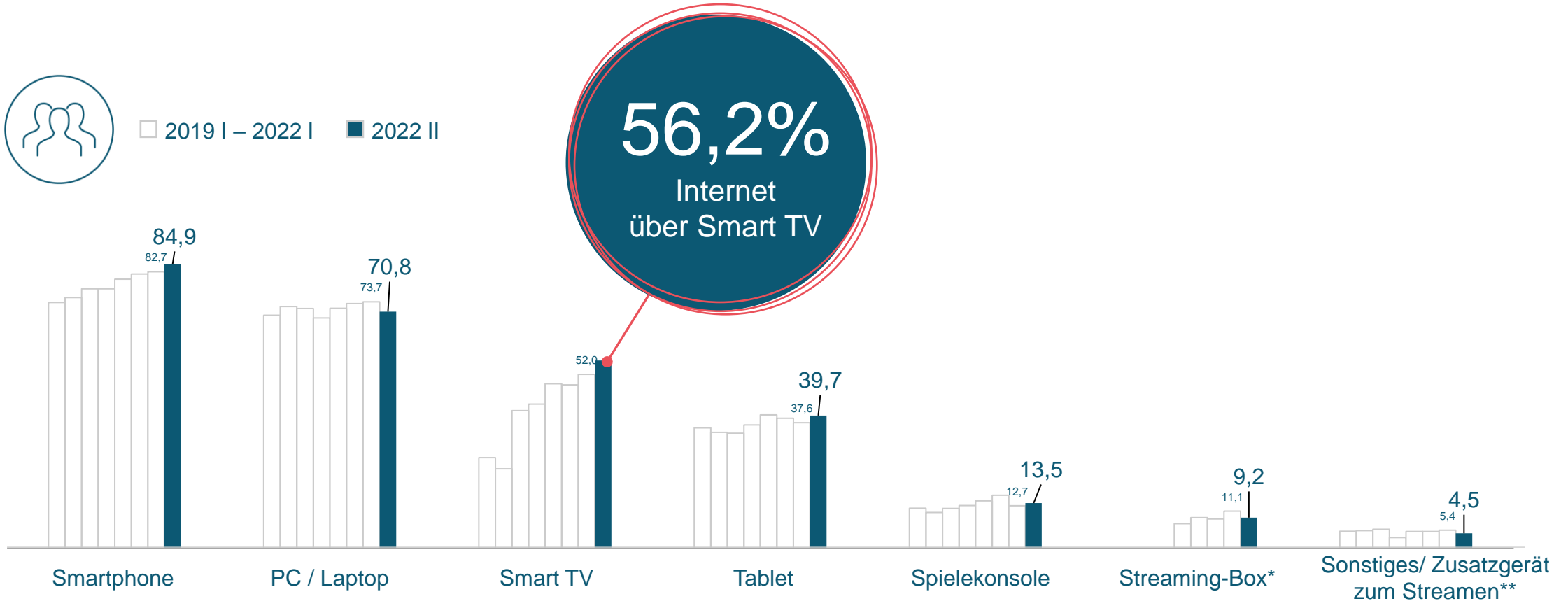
Frankfurt, Dezember 2022

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 / 2022-II: Fallzahl n=2.443; 2022-I: Fallzahl n=2.567
Feldzeit:	Welle 2022-II: 22.08.-12.10.2022 Welle 2022-I: 14.02.-03.04.2022
Grundgesamtheit:	Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten (Privathaushalte mit deutschsprachigem Haupteinkommensbezieher bzw. Personen in diesen Haushalten ab 3 Jahren)

WEITERES WACHSTUM BEI DER INTERNET-NUTZUNG MIT DEM SMART TV

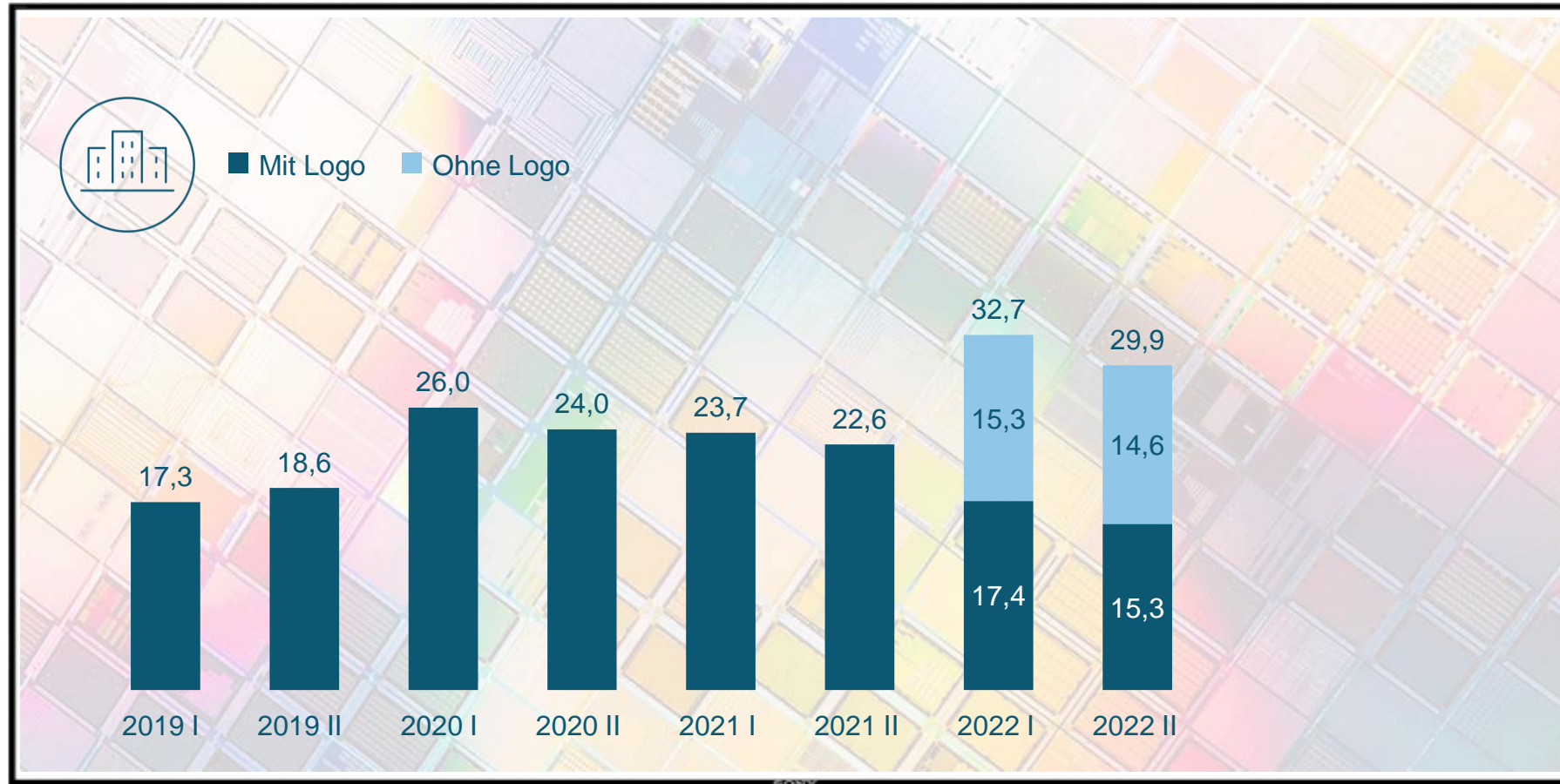


* Ab 2020 II abgefragt | ** Ab 2020 II Sonstiges Zusatzgerät zum Streamen

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

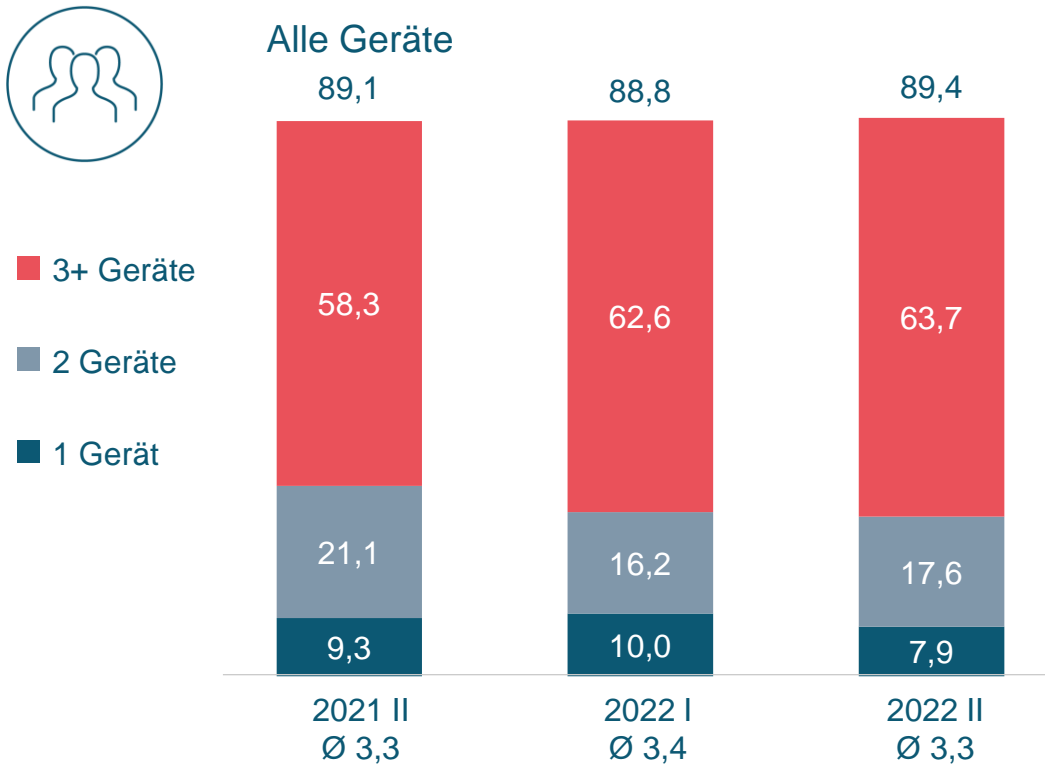
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“

ETWAS GERINGERE WERTE BEI 4K UND ULTRA HD-GERÄTEN



Basis: TV-Haushalte in Deutschland mit deutschsprachigem HEB, Angabe in %
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“

DIE MEHRHEIT NUTZT 3+ GERÄTE, AM HÄUFIGSTEN PC UND SMARTPHONE



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“

TV-Plattform 2022-II: Nutzung Online-Video-Angebote (letzte vier Wochen)



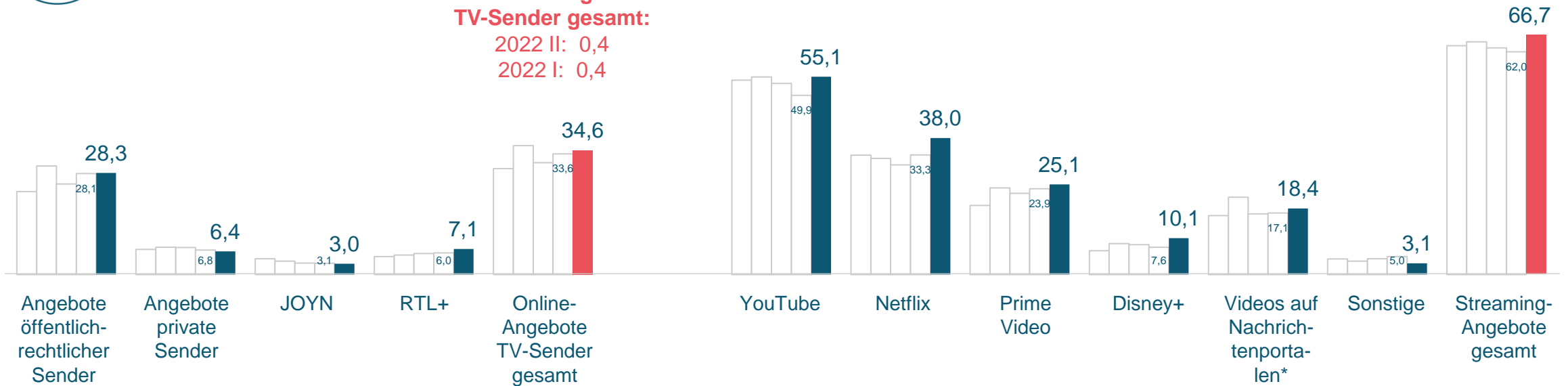
STREAMING-ANGEBOTE DEUTLICH STÄRKER ALS IN DER VOR-WELLE



□ 2020 II – 2022 I ■ 2022 II

Ø Streaming-Angebote gesamt:
2022 II: 1,5
2022 I: 1,4

Ø Online-Angebote TV-Sender gesamt:
2022 II: 0,4
2022 I: 0,4



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

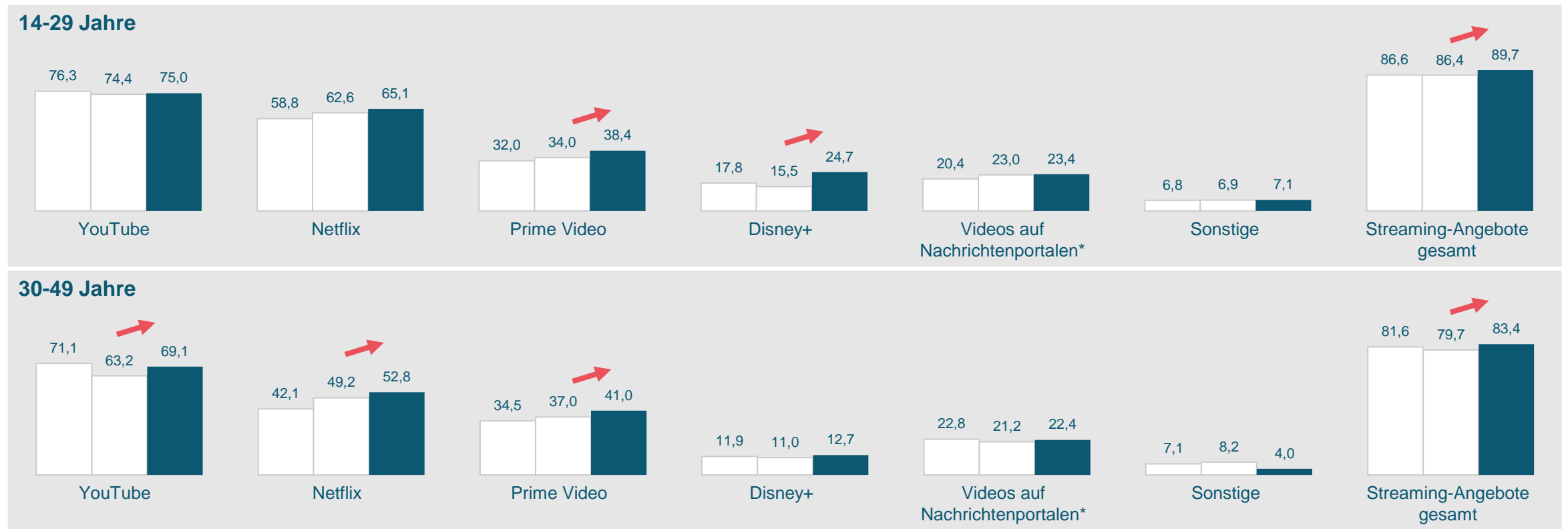
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“

DEUTLICHER NUTZUNGSANSTIEG BEI DISNEY+ BEI DEN 14 BIS 29 JÄHRIGEN



□ 2021 II – 2022 I ■ 2022 II



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

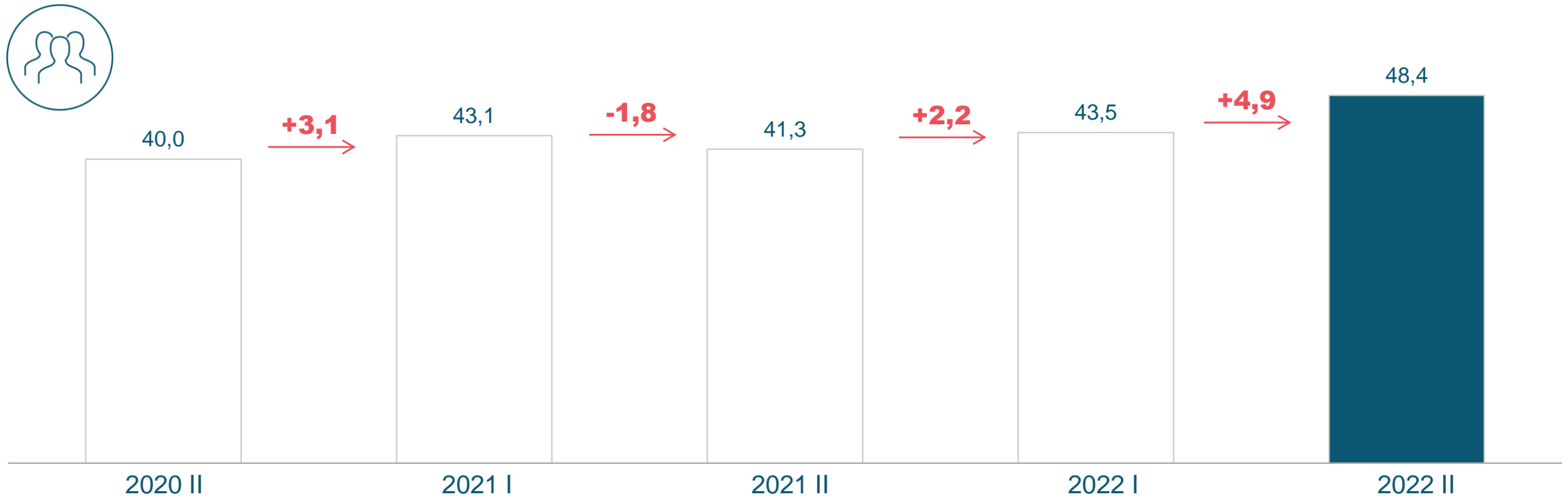
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“

 Steigerung von mind. 3 Prozentpunkten

TV-Plattform 2022-II: Nutzung kostenpflichtiges VoD (letzte 4 Wochen)

KOSTENPFLICHTIGES VOD: INSGESAMT NEUER HÖCHSTWERT

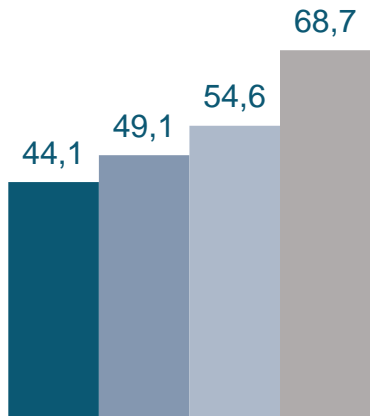


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, Angabe in %, Veränderungen zur Vorwelle in %-Punkten
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“

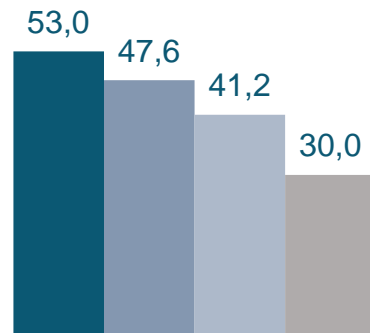
„RED-BUTTON“ ALS ZUGANG IST VOR ALLEM FÜR ÄLTERE NUTZER*INNEN RELEVANT



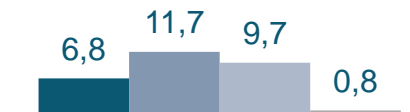
■ 14-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50-64 Jahre ■ 65+ Jahre



Farbiger Knopf/ „Red Button“ auf der Fernbedienung



Internet-Menü/ Kacheln bzw. Apps



App auf Smartphone/ Tablet öffnen & Inhalte spiegeln



* Mehrfachnennungen

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in TV-Haushalten, die in den letzten vier Wochen Mediatheken am Fernsehgerät genutzt haben, Angabe in %

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „TV-Plattform 2022-II“



Kontakt

www.agf.de

© AGF Videoforschung | Bilder: AdobeStock, unsplash

AGF Videoforschung GmbH

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