

Jeder Vierte in Bayern nimmt das Smartphone mit auf die einsame Insel - zum Digitalisierungsbericht VIDEO 2018 / Teil II

von **Regina Deck** am **2. Januar 2019**

Längst widmet sich der Digitalisierungsbericht der Medienanstalten nicht mehr nur der Digitalisierung der TV-Übertragungswege, die bis zur Jahresmitte 2019 deutschlandweit volldigitalisiert sein werden. Seit Jahren beobachtet er die Änderungen der TV- und Videonutzung im Zuge der Medienkonvergenz. Die deutschlandweiten Ergebnisse des Digitalisierungsberichts VIDEO 2018 wurden Anfang September letztes Jahr veröffentlicht. Die zugrunde liegende bevölkerungsrepräsentative Studie wurde wie in den Jahren zuvor von Kantar TNS (ehem. TNS Infratest) durchgeführt. Regina Deck (BLM) berichtet über die Ergebnisse für Bayern.

Nach wie vor dominiert das klassische Fernsehen die TV- und Videonutzung in Bayern – nicht aber bei den unter 30-Jährigen

Das Smartphone hat deutschlandweit im letzten Jahr erstmals das TV-Gerät als wichtigstes Bildschirmgerät abgelöst. Auf die Frage hin, welches Gerät für einen im Allgemeinen das wichtigste ist, nennen rund 37 % das Smartphone (TV-Gerät 32 %). In Bayern entschied das Smartphone bereits 2017 die Wahl mit 34 % knapp für sich und hat seine Führungsposition im letzten Jahr um etwas mehr als 5 Prozentpunkte auf nunmehr rund 40 % ausgebaut – und das in erster Linie zulasten des TV-Geräts: Nur noch für gut jeden Vierten in Bayern (27 %) ist der Fernseher im Allgemeinen das wichtigste Bildschirmgerät.

TV-Gerät bleibt aber wichtigstes Gerät für die Bewegtbildnutzung – und zwar in jedem Alter

Das Smartphone ist mittlerweile für 40% das wichtigste Bildschirmgerät allgemein. Etwas mehr als sechs von zehn ab 14-Jährigen wählen jedoch den Fernseher zum Nummer 1 Bildschirm, wenn es um Bewegtbildnutzung geht. Zwar nennt auch hier bereits jeder Zehnte in Bayern – und damit doppelt so viele wie im Vorjahr – das Smartphone, das TV-Gerät bleibt aber trotz Verlust um 4 Prozentpunkte mit etwas mehr als 61 % vorne. Erst mit großem Abstand folgt der Laptop, der sich mit 11 % der Stimmen knapp vor dem Smartphone platziert. Zur Bewegtbildnutzung unterscheidet sich die Nutzung von Bewegtbildern von anderen Bildschirmgeräten vorzient. Mit 37 % der Nennungen liegt der Fernseher aber auch bei den Jüngsten weiterhin auf Platz 1 – und steigert seine Präferenzanteile mit zunehmendem Alter auf über 80 % bei ab 70-Jährigen.

Klassisches Fernsehen insgesamt deutlich vor OTT – nicht aber bei den 14-29-Jährigen

Trotz der kontinuierlichen Zunahme konvergenter Bildschirmgeräte haben – in Bayern wie in Deutschland gesamt – mit 96,3 % fast alle Personen ab 14 Jahren Zugang zu mindestens einem TV-Gerät mit klassischem Empfang über Kabel, Satellit, IPTV oder Antenne. So verwundert es zunächst wenig, dass alle Personen in Bayern im Durchschnitt 65 % ihrer Fernseh- und Videozeit mit klassischem Fernsehen verbringen. Allerdings sind das rund 4 Prozentpunkte weniger als noch 2017. Das deutlichste Plus hingegen verzeichnet die Video-on-Demand-Nutzung, die mittlerweile rund 22 % der Videozeit in Bayern für sich beansprucht. „Gepusht“ wird diese Entwicklung hin zu VoD erwartungsgemäß von der jüngsten Altersgruppe der 14-29-Jährigen, die mit 53 % (+ 10 Prozentpunkte) mittlerweile deutlich mehr Zeit mit Videos auf Abruf aus dem Internet verbringt als mit

klassischem Fernsehen (31 %; – 12 Prozentpunkte).

Jeder Vierte in Bayern hat Zugang zu Amazon Video, Netflix oder einem anderen SVOD-Abo

Das umfassende Angebot an Streamingdiensten, allen voran die US-Giganten Amazon (Prime) Video und Netflix sind maßgeblich dafür verantwortlich, dass vor allem jüngere TV-Zuschauer dem linearen Fernsehen zunehmend den Rücken kehren. Rund jeder fünfte ab 14-Jährige in Bayern nutzt mindestens einen der beiden Streaming-Dienste, rund jeweils 17 % geben an, Amazon (Prime) Video oder Netflix abonniert zu haben. Zählt man noch die Abos von Sky Ticket, DAZN, maxdome und Eurosport Player dazu, so hat jeder Vierte in Bayern – und damit etwas mehr als die Bevölkerung in Deutschland gesamt (24 %) – Zugang zu mindestens einem SVOD-Abo. Und auch hier liegen die Jüngsten deutlich über dem Bevölkerungsdurchschnitt: Sechs von zehn 14-29-Jährigen haben Zugang zu mindestens einem Streamingdienst-Abo – mit Netflix in klarer Führungsposition (48 %) vor Amazon (Prime) Video mit 36 %. Der Siegeszug der Streamingdienste belegt auch, dass die Nutzer zunehmend bereits sind, für Videoinhalte aus dem Internet extra zu bezahlen. 2017 tat dies in etwa jeder Fünfte in Bayern (19,1 %), in diesem Jahr geben rund drei von zehn an (29,5 %), auch zahlungspflichtige Angebote zu nutzen.

Streamingdienste gleichauf mit den Mediatheken – nur YouTube wird häufiger genutzt

Dass man für den Abruf von Filmen und Serien über die eine oder andere Art extra bezahlen muss, kann die zunehmende Nutzung von Streamingdiensten nicht aufhalten. Erstmals verzeichnen sie in Bayern mit 29,7 % (+ 7 Prozentpunkte) ebenso viele Nutzer wie die Mediatheken der öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender (29,6 %), deren Nutzung im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben ist. Besonders deutlich zeigt sich der Erfolg der Streamingdienste in der Altersgruppe der 14-29-Jährigen, von denen mittlerweile zwei Drittel (66,3 %) auf Videoinhalte von Netflix, Amazon oder eines anderen Streaming-Anbieters zugreifen. Bei den Mediatheken ruft hingegen nur gut jeder zweite 14-29-Jährige Videos ab. Mit 53,3 % für alle Mediatheken der TV-Sender zusammen liegt der Nutzeranteil hier sogar unter den 54,3 %, die Netflix – sei es über ein Abo, mittels „Pin-Sharing“ oder in der Gratisphase – nutzen. Einzig YouTube wird bei den 14-29-Jährigen mit 72,2 % noch häufiger genutzt.

Mehr Daten und Fakten zur Fernseh- und Videonutzung in Bayern finden Sie unter Digitalisierungsbericht VIDEO Bayern 2018.