

Presseinformation

Drei Viertel aller Internetnutzer schauen Videos online

- Portale mit selbst gedrehten Clips sind besonders populär
- Im internationalen Vergleich liegt Deutschland bei der Nutzung zurück
- Schnelle Internetzugänge und Laptops treiben den Markt

Berlin, 24. Juli 2007

Videoportale haben endgültig den Massenmarkt erreicht. Drei Viertel der deutschen Internetnutzer (71 Prozent) schauen sich bereits Filme direkt online an. Populär sind vor allem selbst gedrehte Privat-Clips, aber auch TV- und Kinoproduktionen. Im Vergleich zu anderen Nationen liegt Deutschland bei der Nutzung allerdings leicht zurück. So gucken beispielsweise 83 Prozent der britischen Webnutzer Videos im Internet, in Frankreich liegt die Quote bei 80 Prozent. Beide Länder schlagen die USA (75 Prozent), wo einst die ersten Videoportale online gegangen waren. Das teilte der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) heute in Berlin mit. Grundlage für die Angaben ist eine exklusive Erhebung des Marktforschungsunternehmens Comscore für den BITKOM. „Videoportale gehören für Internetnutzer inzwischen genauso zum Alltag wie die Online-Suche oder das Online-Shopping. Zu dieser Entwicklung hat vor allem die Verbreitung schneller Internetanschlüsse beigetragen“, sagte Prof. August-Wilhelm Scheer, Präsident des BITKOM.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

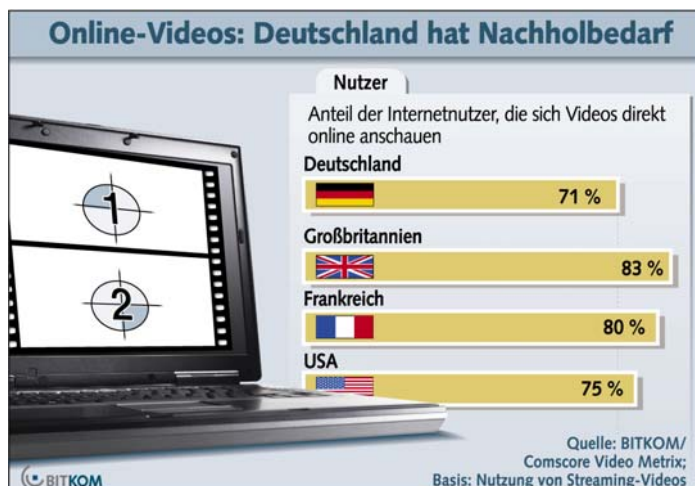
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
+49. 30. 27576-0
Fax +49. 30. 27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner
Stephan Kahl
Pressesprecher
Public Sector & Neue Märkte
+49. 30. 27576-119
Fax +49. 30. 27576-400
s.kahl@bitkom.org

Florian Koch
Bereichsleiter
Digitale Medien & E-Dienste
+49. 30. 27576-249
Fax +49. 30. 27576-400
f.koch@bitkom.org

Präsident
Prof. Dr. Dr. h.c. mult.
August-Wilhelm Scheer

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder



Presseinformation

Drei Viertel aller Internetnutzer schauen Videos online

Seite 2

Spätestens 2008 wird der Anteil der deutschen Haushalte mit schnellem Onlinezugang die Marke von 50 Prozent erreichen. Das ermöglicht noch mehr Nutzern das Anschauen von Videos im Internet. Bereits in den vergangenen drei Jahren hat sich die Zahl der Breitbandanschlüsse hier zu Lande verdreifacht. Anfang 2007 verfügten 37 Prozent der Haushalte über einen schnellen Zugang, Anfang 2004 waren es erst 12 Prozent. Grund: Der zunehmende Wettbewerb unter den Anbietern. Er führte zu niedrigeren Preisen bei gleichzeitig steigenden Bandbreiten. Schnelle Übertragungsraten von mindestens 2.000 Kilobit pro Sekunde bieten heute selbst die meisten Einstiegsangebote. In den Anfangszeiten des Internets wurde nur ein Kilobit pro Sekunde übermittelt.

Zur Popularität von Online-Videos tragen aber nicht nur schnelle Internetzugänge bei, sondern auch der Siegeszug des mobilen Notebooks. Nutzer können an nahezu jedem Ort ein Film-Portal aufrufen. 2007 werden in Deutschland erstmals mehr Notebooks verkauft als stationäre Personal Computer, so genannte Desktop-PCs. Der Absatz beläuft sich auf voraussichtlich 5 Millionen Notebooks – ein Plus von 14 Prozent im Vergleich zu 2006. Auf dem Niveau des Vorjahres bleibt hingegen die Zahl der verkauften Desktop-PC. Hier liegt der Absatz bei 4,9 Millionen Stück. Über beide Marktsegmente hinweg beträgt der Zuwachs 7,6 Prozent auf 9,9 Millionen Geräte in 2007.

Zur Methodik: Die Angaben zur Nutzung von Online-Videos berücksichtigt sämtliche Formen des Streamings. Nicht eingeschlossen sind klassische Downloads. Die Daten beziehen sich auf alle Internetnutzer ab 15 Jahren.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. vertritt mehr als 1.000 Unternehmen, davon 850 Direktmitglieder mit etwa 120 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. Hierzu zählen Gerätehersteller, Anbieter von Software, IT-Services, Telekommunikationsdiensten und Content. Der BITKOM setzt sich insbesondere für bessere ordnungsrechtliche Rahmenbedingungen, eine Modernisierung des Bildungssystems und eine innovationsorientierte Wirtschaftspolitik ein.