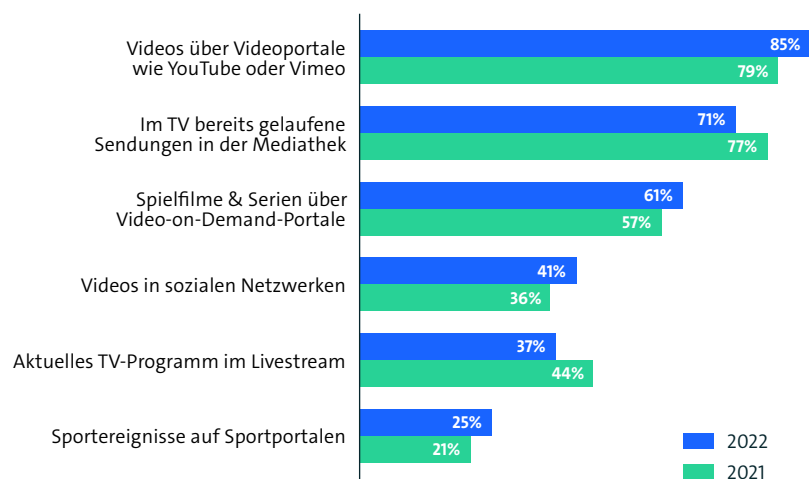
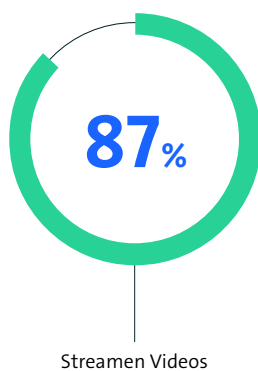


Fact Sheet: Videostreaming 2022/23

So viele Nutzerinnen und Nutzer hat Videostreaming & dort schauen sie

Videostreaming-Nutzung in Deutschland

Welche Möglichkeiten nutzen Sie, um Videos zu streamen?



Basis: Internetnutzerinnen und -nutzer ab 16 Jahren | Quelle: Bitkom Research

87 Prozent aller Internetnutzerinnen und -nutzer ab 16 Jahren streamen Bewegtbildcontent.

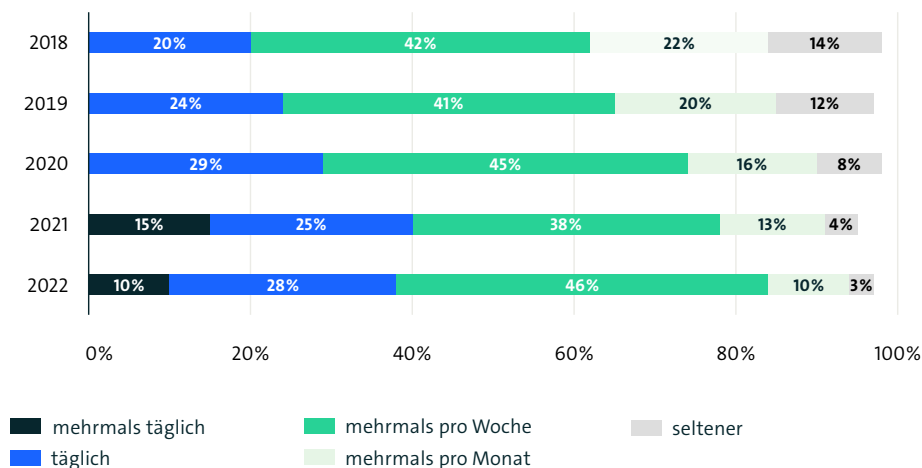
Am beliebtesten sind das Streamen über Videoportale (YouTube, Vimeo etc., 85 Prozent) und das zeitversetzte Fernsehen in den Mediatheken der Fernsehsender (71 Prozent).

61 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer schauen Angebote über On-Demand-Portale wie Netflix, Amazon Prime Video oder Joyn.

So häufig werden Videos gestreamt

So häufig werden Videos gestreamt

im Jahresvergleich 2018 – 2022



Basis: Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming | Hinweis: Summe ergibt nicht 100 Prozent, da gerundet und »weiß nicht / k. A.« nicht berücksichtigt. Kategorie »mehrmals täglich« wurde erst 2021 eingeführt | Quelle: Bitkom Research

38 Prozent der Videostreaming-Nutzerinnen und -Nutzer streamen täglich.

46 Prozent streamen mehrmals pro Woche.

Das bedeutet: Gut acht von zehn (84 Prozent) Videostreamerinnen und -streamern sind mindestens wöchentlich aktiv.

In diesen Situationen werden Videos gestreamt

Der Klassiker Videoabend mit Familie oder Freunden ist auch im Streaming-Zeitalter am beliebtesten: 75 Prozent aller Videostreamerinnen und -streamer versammeln sich in dieser Konstellation gemeinsam vor dem Gerät.

Ein weiterer beliebter Ort zum Streamen ist das Bett (41 Prozent).

Nur 2 Prozent geben an (oder zu), auf der Toilette gestreamte Videos zu schauen.



Basis: Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming | Quelle: Bitkom Research

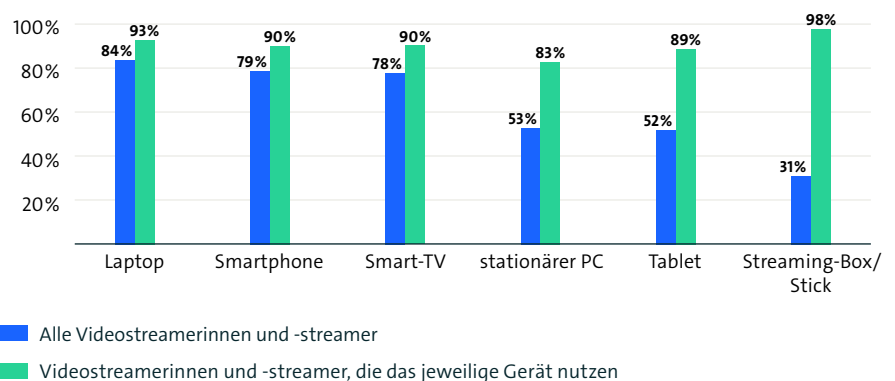
Auf diesen Geräten wird gestreamt

Laptop (84 Prozent), Smartphone (79 Prozent) und Smart-TV (78 Prozent) werden von den Videostreamerinnen und -streamern am häufigsten zum Schauen von Clips, Serien, Filmen und Co. eingesetzt.

Betrachtet man nur jene, die das jeweilige Gerät besitzen, liegen Streaming-Sticks und -Boxen an der Spitze (98 Prozent) – und auch dem Smart-TV kommt eine große Bedeutung zu (90 Prozent).

Auf diesen Geräten werden Videos aus dem Netz geschaut

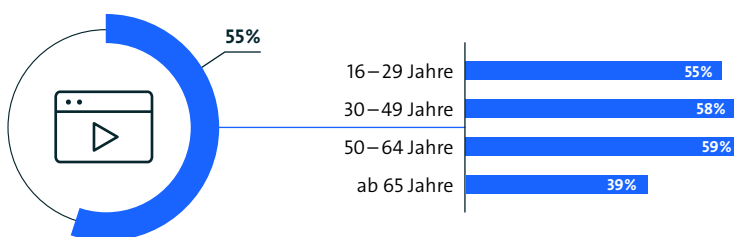
Vergleich alle Videostreamerinnen bzw. -streamer und videostreamende Nutzerinnen und Nutzer des jeweiligen Gerätes



Basis: Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming | Quelle: Bitkom Research

Nutzung von kostenpflichtigem Videostreaming

Nutzen Sie kostenpflichtige Videostreaming-Dienste?



Basis: Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming | Quelle: Bitkom Research

So viele bezahlen für Videostreaming

Unabhängig davon, ob sie oder jemand anderes dafür bezahlen, greifen 55 Prozent aller Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming auf kostenpflichtige Streams zu.

Bei den 16- bis 64-Jährigen ist es altersübergreifend nahezu gleich verbreitet, für das Videostreaming Geld auszugeben.

So viele Abos haben Videostreamerinnen und -streamer abgeschlossen

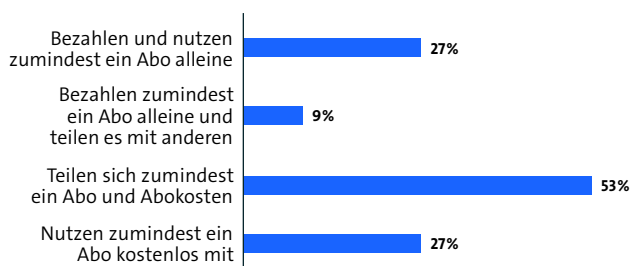
Die Hälfte (53 Prozent) aller Nutzerinnen und Nutzer von kostenpflichtigem Videostreaming teilt Abo und Kosten, 27 Prozent nutzen (mindestens) ein Abo kostenlos mit, 9 Prozent bezahlen allein und lassen andere mitschauen.

29 Prozent geben in diesem Jahr an, drei oder mehr Abos zu nutzen. 2020 waren es erst 13 Prozent.

Für Abos werden pro Monat im Durchschnitt 18 Euro ausgegeben.

Gemeinsame Nutzung von Videostreaming-Abos

Teilen Sie sich Videostreaming-Abos?
Wie viele Abos nutzen Sie?



Ø 18€ pro Monat

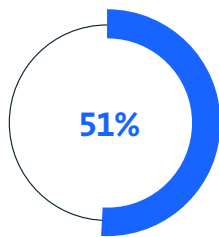


Basis: Nutzerinnen und Nutzer von kostenpflichtigen Videostreaming-Diensten als Abo | Hinweis: Mehrfachantworten (oben) möglich | Quelle: Bitkom Research

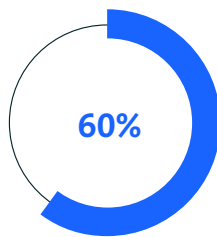
So gut gelingt die Orientierung im großen Videostreaming-Angebot

Fülle des Angebots – Fluch oder Segen?

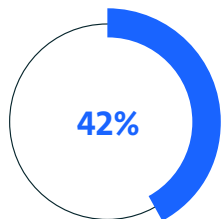
Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



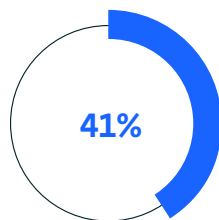
Mich stört, dass ich so viele Videostreaming-Abos oder Dienste benötige, um all meine Lieblingssendungen schauen zu können



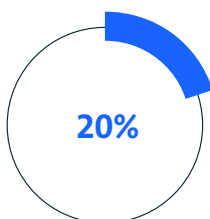
Ich wünsche mir, dass die vorgeschlagenen Sendungen besser zu meinen Vorlieben passen



Beim Streaming fühle ich mich oft von der Fülle des Angebots erschlagen



Es hilft mir, wenn mir aufgrund meines Streamingverhaltens gezielte Sendungen vorgeschlagen werden



Es kommt vor, dass ich mich angesichts der vielen Filme und Serien nicht entscheiden kann und das Gerät wieder ausschalte

51 Prozent aller Videostreaming-Nutzerinnen und -Nutzer ab 16 Jahren stören sich daran, mehrere Videostreaming-Abos oder -Dienste zu benötigen, um alle Lieblingssendungen schauen zu können – besonders die jüngsten Befragten (16 bis 29 Jahre: 61 Prozent).

Drei von fünf Videostreamerin und -streamern (60 Prozent) wünschen sich, dass die von den Diensten vorgeschlagenen Sendungen besser zu ihren Vorlieben passen. Besonders unzufrieden mit den Vorschlägen sind die Jüngeren (74 Prozent in der Altersgruppe 16 bis 29 Jahre).

41 Prozent geben an, dass es ihnen hilft, wenn ihnen aufgrund ihres Streamingverhaltens gezielt Sendungen vorgeschlagen werden.

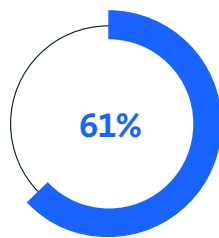
42 Prozent sagen, sich von der Fülle des Angebots oft erschlagen zu fühlen, eher die Älteren (53 Prozent bei der Generation 65 plus) als die Jüngeren (34 Prozent bei den 16- bis 29-Jährigen).

Jede bzw. jeder Fünfte (20 Prozent) hat sich sogar angesichts der vielen Filme und Serien nicht entscheiden können und das Gerät einfach wieder ausgeschaltet.

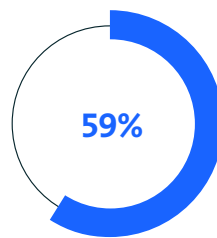
So schneidet Videostreaming im Vergleich zu klassischem Fernsehen ab

Videostreaming im Vergleich zu klassischem Fernsehen

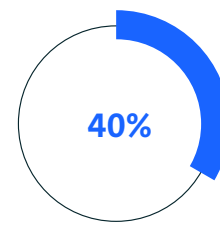
Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



Ich streame Filme und Serien, weil ich die Werbung im klassischen Fernsehprogramm nervig finde



Weil das klassische Fernsehprogramm zu langweilig ist, streame ich Serien oder Filme



Seitdem ich Videostreaming-Dienste nutze, schaue ich weniger oder gar kein normales Fernsehen per Kabel, Satellit oder Antenne

Basis: Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming | Hinweis: Mehrfachantworten möglich | Quelle: Bitkom Research

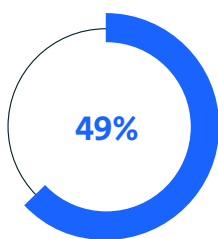
61 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming streamen Filme und Serien, weil sie die Werbung im klassischen Fernsehprogramm nervig finden. Besonders genervt sind die 16- bis 29-Jährigen (66 Prozent) und eher Männer (64 Prozent) als Frauen (57 Prozent).

59 Prozent finden das herkömmliche TV-Programm zu langweilig und streamen deshalb – insbesondere die 16- bis 29-Jährigen (70 Prozent).

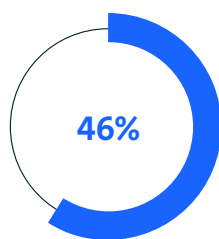
Nur zwei von fünf Videostreamenden (40 Prozent) geben an, dass sie weniger oder gar kein normales Fernsehen per Kabel, Satellit oder Antenne schauen, seitdem sie Videostreaming-Dienste nutzen. Von den 16- bis 29-Jährigen sagt das jedoch gut die Hälfte (53 Prozent).

Videostreaming im Vergleich zu Büchern und Audioinhalten

Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?



Bevor ich ein Buch lese, streame ich lieber eine Serie oder einen Film



Videostreaming hilft mir eher vom Alltag abzuschalten, als Musik, Hörbücher oder Podcasts zu hören

Basis: Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming | Quelle: Bitkom Research

So schneidet Videostreaming im Vergleich zu Büchern und Audioinhalten ab

49 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer von Videostreaming sagen, dass sie lieber eine Serie oder einen Film streamen, bevor sie ein Buch lesen.

46 Prozent geben an, dass ihnen Videostreaming eher dabei hilft, vom Alltag abzuschalten, als Musik, Hörbücher oder Podcasts zu hören (46 Prozent).



Alle Ergebnisse zum Videostreaming und weitere Fakten rund um Audiostreaming, Gaming, Sprachassistenten, das Metaverse sowie Augmented und Virtual Reality finden sich in der Bitkom-Studie [»Die Zukunft der Consumer Technology«](#).