

TNS Infratest

# Digitale Entwicklung in Berlin und Brandenburg Digitalisierungsbericht 2016

September 2016

# Inhalt

1. Methodische Hinweise
2. Stand der Digitalisierung in den TV-Haushalten
3. Verteilung der Übertragungswege
4. Digitalisierung der Übertragungswege
5. Anzahl digitale TV-Haushalte
6. Connected TV – Haushaltsausstattung
7. Fernseh- und Videonutzung
8. Fokus VOD-Nutzung
9. Das TV-Gerät – First oder Second Screen?
10. Radioempfang – und nutzung



## Methodische Hinweise

# Methodische Hinweise

## Daten zur Untersuchung:

Auftraggeber:	Die Landesmedienanstalten unter Beteiligung von SES, MEDIA BROADCAST, Vodafone, Unitymedia, Deutschlandradio, ARD
Institut:	TNS Infratest
Methode:	Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI)
Grundgesamtheit:	Definition wie ma: Deutsch sprechende Wohnbevölkerung ab 14 Jahre Aktuell 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre, davon 67,520 Mio. in TV-Haushalten; 39,372 Mio. Haushalte insgesamt, davon 38,076 Mio. TV-Haushalte
Stichprobe / Zielperson:	Die Studie wurde als so genannte Dual-Frame-Telefonbefragung, d. h. mit einem kombinierten Ansatz mit Festnetz- und Mobilfunknummern, durchgeführt. Auswahlgrundlage war das ADM-Telefonstichprobensystem für Fest- und Mobilnetznummern (Anteil Mobilnummern: 15%). Beide Sampling-Frames wurden mittels Designgewichtung so miteinander verschmolzen, dass sie zusammen ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit bilden. Zielperson: Die Befragungsperson wurde zufällig ausgewählt.
Stichprobengröße:	8.213 Personen in Privathaushalten, 7.900 davon proportional auf die Bundesländer verteilt, wobei eine Mindestfallzahl von 200 pro Bundesland realisiert wurde. 313 Interviews wurden in einzelnen Ballungsräumen (DVB-T-Kernregionen) sowie in Kabel-HH in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg „aufgestockt“. Im Anschluss wurde der disproportionale Ansatz im Rahmen der Gewichtung aufgehoben, damit repräsentative Aussagen für alle Personen bzw. Privathaushalte in Deutschland möglich sind.
Erhebungszeitraum:	02.05. – 21.06.2016

# Methodische Hinweise

## Daten zur Untersuchung:

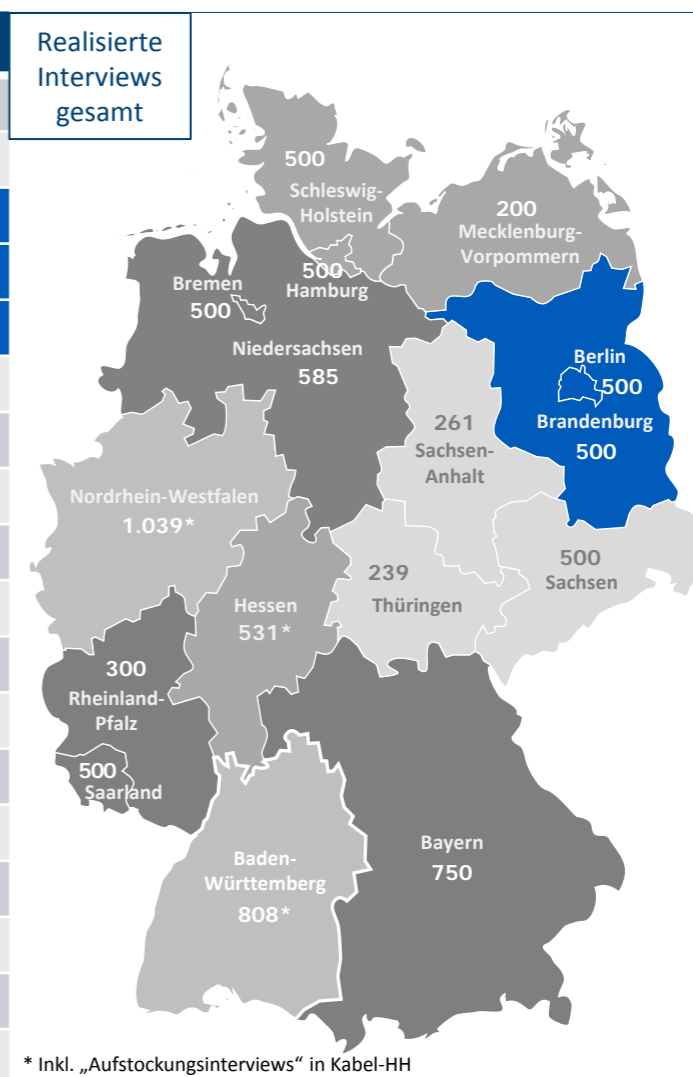
Untersuchungsinhalte / Fragenprogramm:	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Erhebung der Fernsehempfangsart im Hinblick auf die Unterscheidung zwischen Kabel, Satellit, IPTV, DVB-T inkl. Bestimmung des Digitalisierungsgrades</li> <li>o Empfang HDTV, Pay-TV im HH</li> <li>o Nutzung EPG</li> <li>o Haushaltsausstattung</li> <li>o Second-Screen-Nutzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Nutzung Connected TV bzw. Videoinhalte aus dem Internet an weiteren Endgeräten</li> <li>o Nutzung Managed VOD</li> <li>o Lineare vs. zeitversetzte Videonutzung</li> <li>o Linearer TV-Empfang am PC / Laptop</li> <li>o DVB-T-Empfang an mobilen Endgeräten</li> <li>o Radioempfang</li> <li>o Demografie / Haushaltsstatistik</li> </ul>
Bestimmung der TV-Empfangsart:	Die Definition der TV-Empfangsart (Kabel / Satellit / Terrestrik / IPTV) basiert grundsätzlich auf den Angaben der Befragten.	
Kabel:	Als Kabelhaushalte zählen nach Definition der Landesmedienanstalten auch rd. 122 TSD Haushalte mit Satellitenempfang, die keinen eigenen Satellitenreceiver haben.	
Satellit:	Satellitenhaushalte sind dementsprechend alle Haushalte mit Satellitenempfang mit eigenem Receiver.	
Mehrfachempfang pro HH:	HH, die über mehr als einen Übertragungsweg ihr Fernsehsignal empfangen, werden mehrfach gezählt. Deshalb ist die Summe aller Empfangswege > 100%	

## Stichprobe

Insgesamt wurden 7.900 Interviews proportional auf die Bundesländer verteilt, mind. n= 200.

Aufgrund des geänderten Stichprobenansatzes in 2014 können einige Bundesländer nur zusammengefasst berichtet werden. Hinweis zur Interpretation: Die Ergebnisse für einzelne Bundesländer beruhen z.T. auf kleinen Fallzahlen. Trends sollten daher erst ab einer Differenz von vier und mehr Prozentpunkten interpretiert werden.

Realisierte Interviews in TV-Haushalten	2014	2015	2016
Baden-Württemberg	770	783	763
Bayern	710	718	713
<b>Berlin - Brandenburg</b>	<b>456</b>	<b>462</b>	<b>929</b>
<b>Berlin</b>	-	-	<b>449</b>
<b>Brandenburg</b>	-	-	<b>480</b>
Hessen	546	546	516
Niedersachsen - Bremen	766	747	1044
Niedersachsen	575	559	559
Bremen	-	-	485
Nordrhein-Westfalen	1029	1047	998
Rheinland-Pfalz - Saarland	487	473	770
Saarland	-	-	485
Schleswig-Holst. - Hamburg - Meckl.-Vorp.	698	693	1128
Hamburg	-	-	462
Schleswig-Holstein	-	-	474
Sachsen - Sachsen-Anhalt - Thüringen	718	713	956
Sachsen	-	-	473
Sachsen-Anhalt - Thüringen	-	-	483

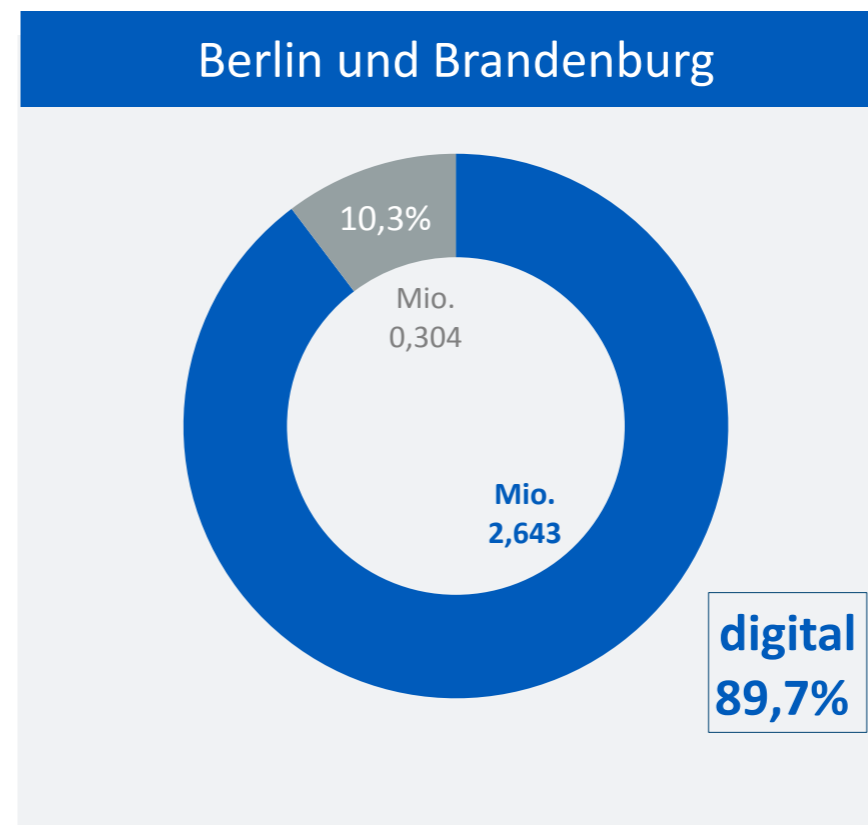
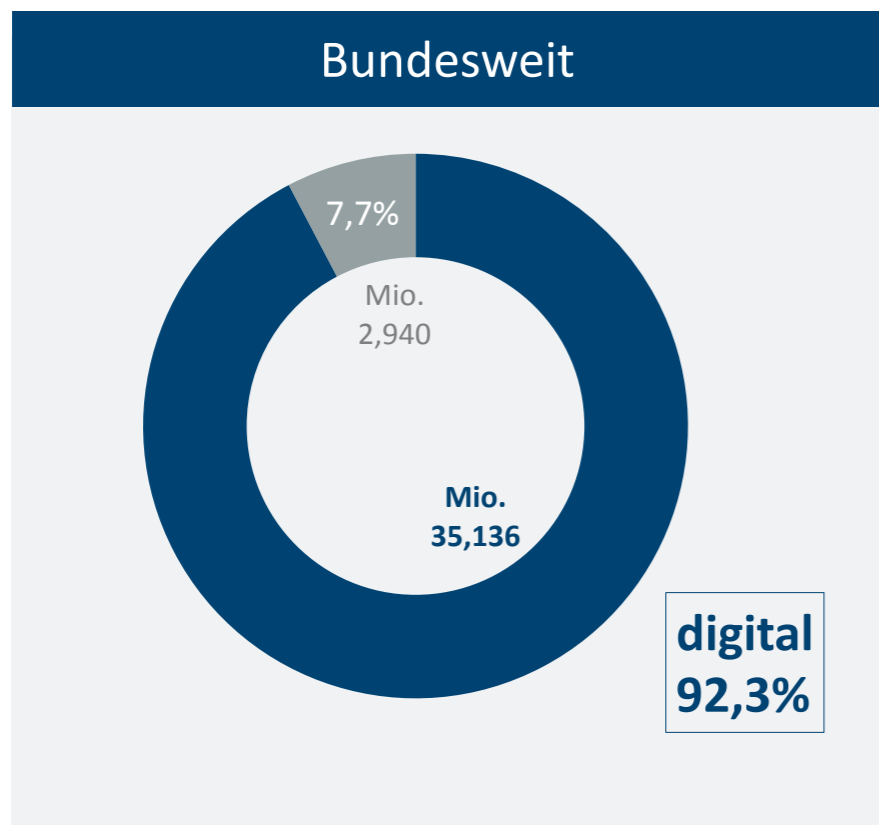




## Stand der Digitalisierung

# Digitalisierung in den TV-HH Mitte 2016

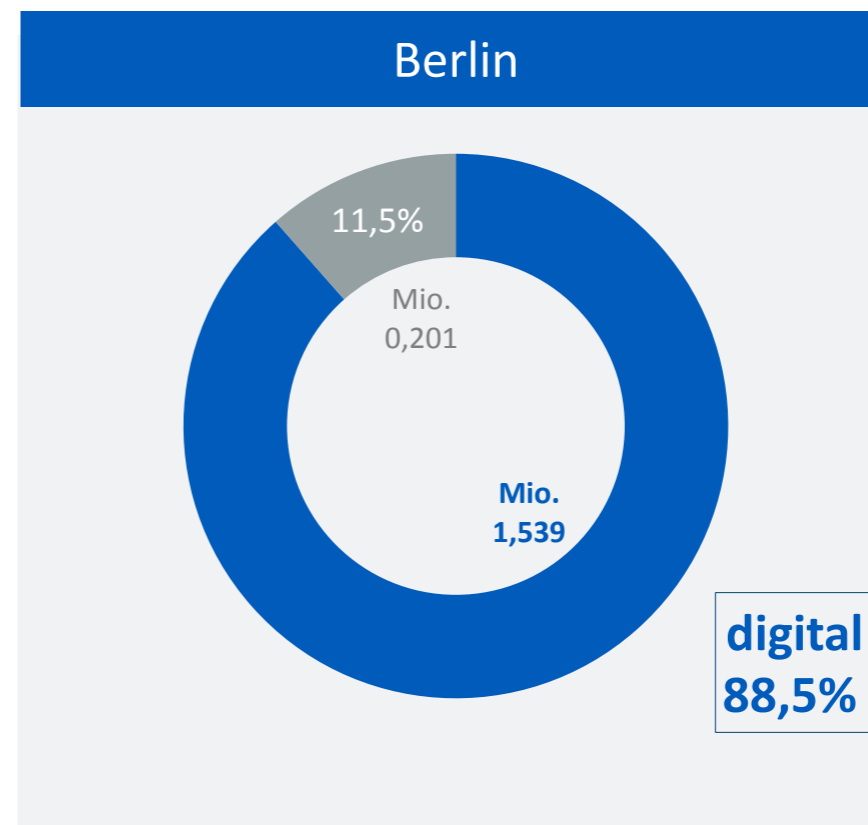
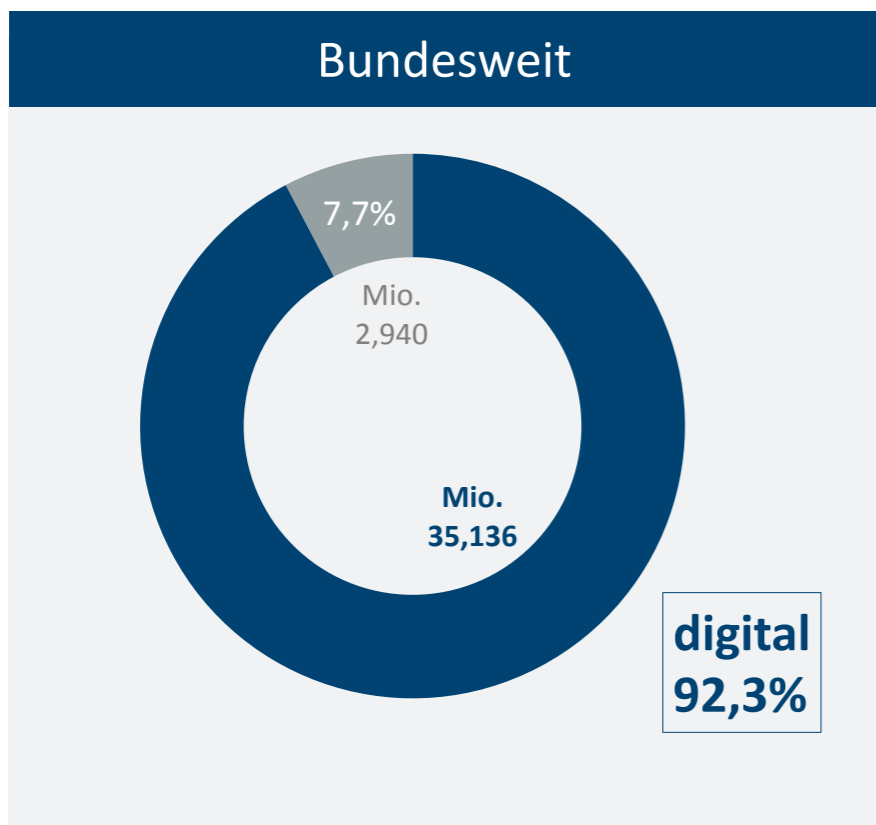
Vergleich bundesweit – Berlin und Brandenburg



Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 2,947 Mio. TV-HH in Berlin, Brandenburg

# Digitalisierung in den TV-HH Mitte 2016

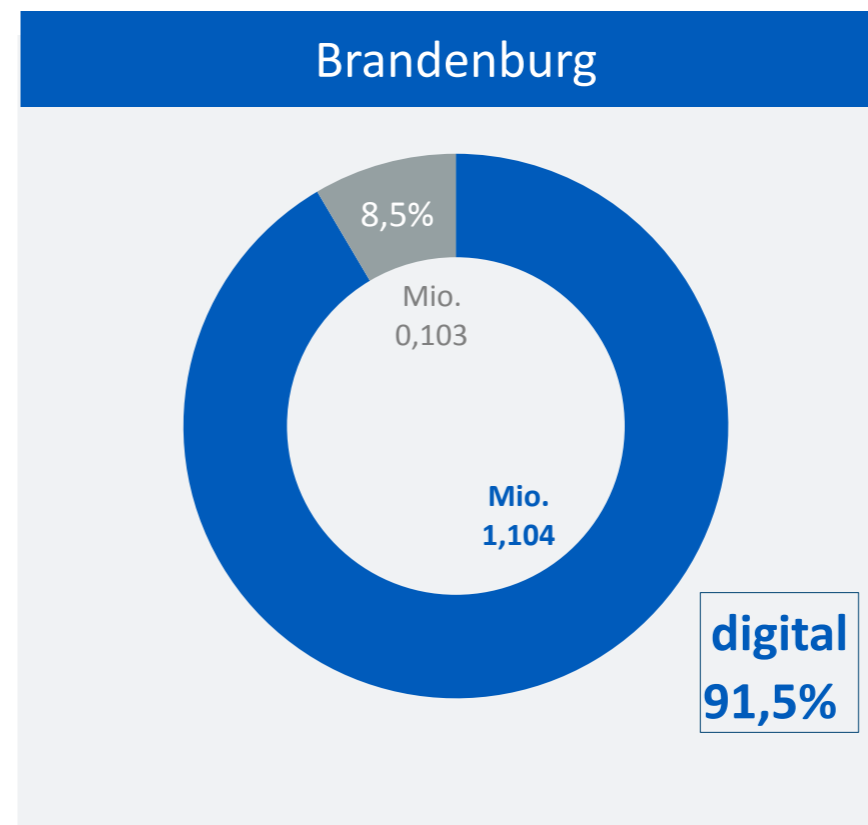
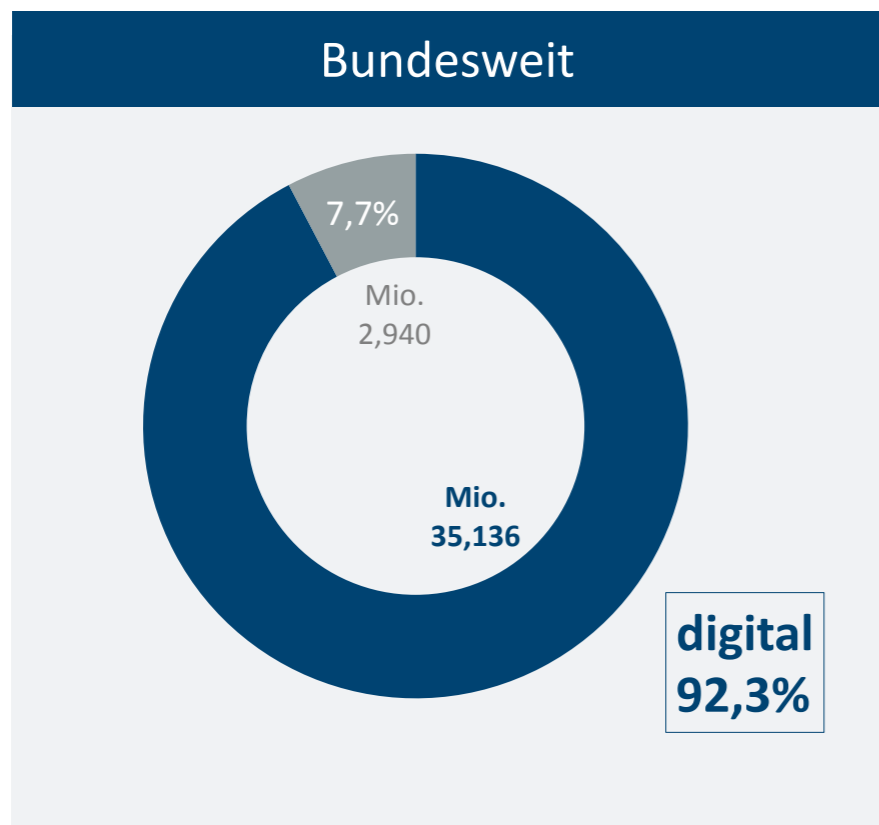
Vergleich bundesweit – Berlin



Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,740 Mio. TV-HH in Berlin

# Digitalisierung in den TV-HH Mitte 2016

Vergleich bundesweit – Brandenburg



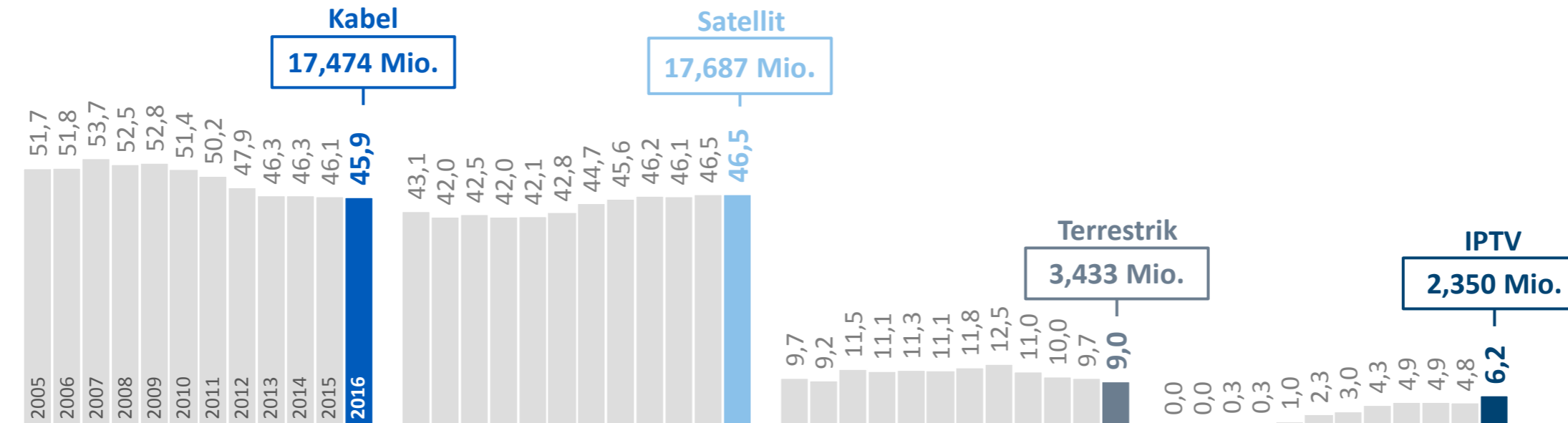
Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,207 Mio. TV-HH in Brandenburg



## Verteilung der Übertragungswege

# Verteilung der Übertragungswege

Bundesweit 2005 - 2016

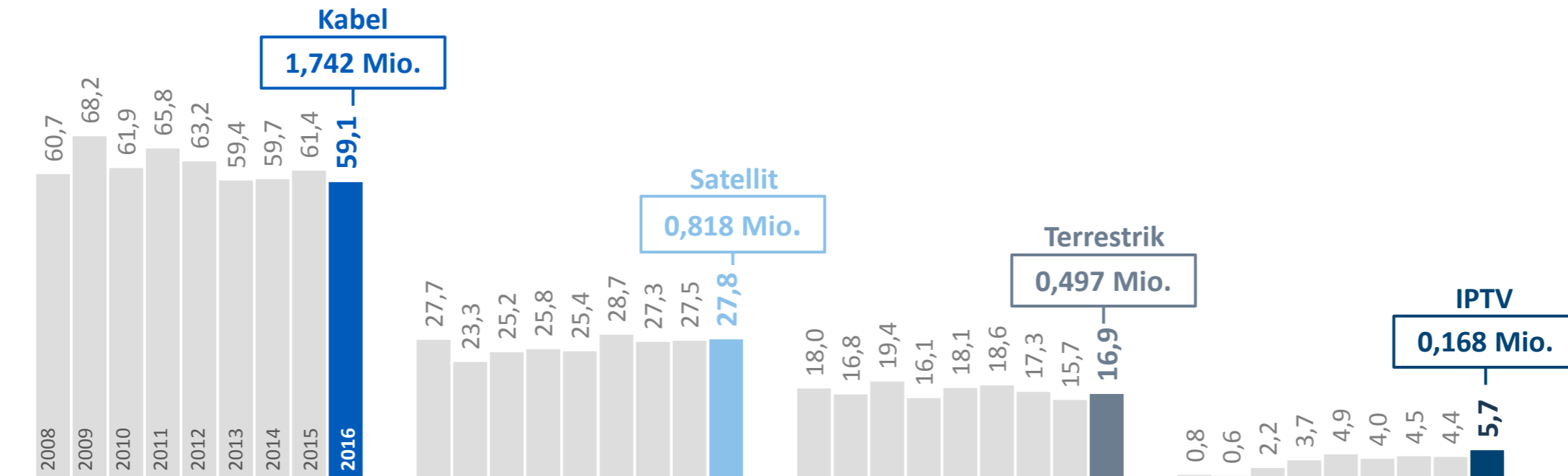


Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang

Basis: 33,899 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland

# Verteilung der Übertragungswege

Berlin und Brandenburg 2008 - 2016

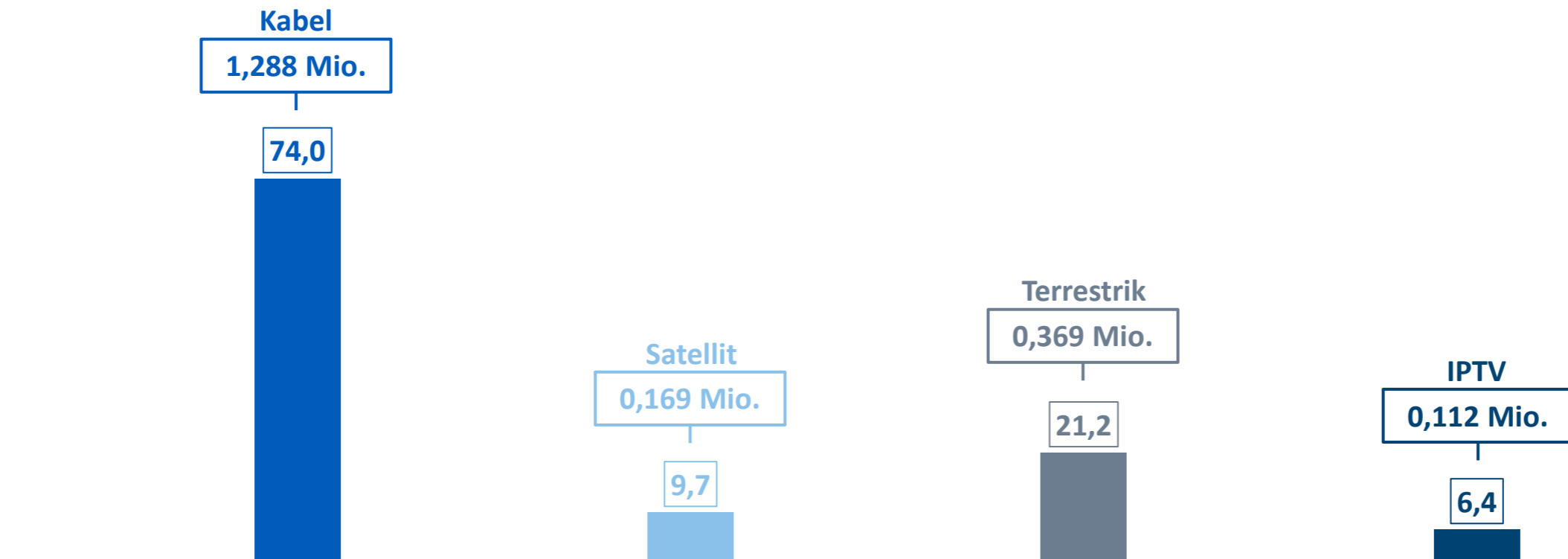


Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang

Basis: 2,875 / 2,859 / 2,953 / 2,963 / 3,009 / 2,998 / 3,050 / 3,104 / 2,947 Mio. TV-Haushalte in Berlin, Brandenburg

# Verteilung der Übertragungswege

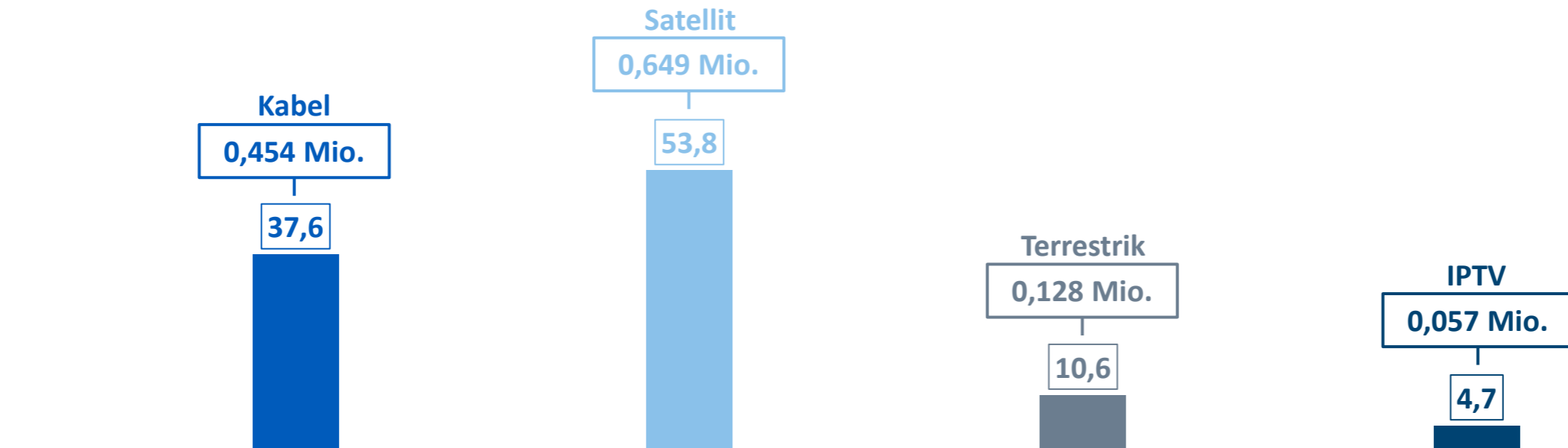
Berlin 2016



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang  
Basis: 1,740 Mio. TV-Haushalte in Berlin

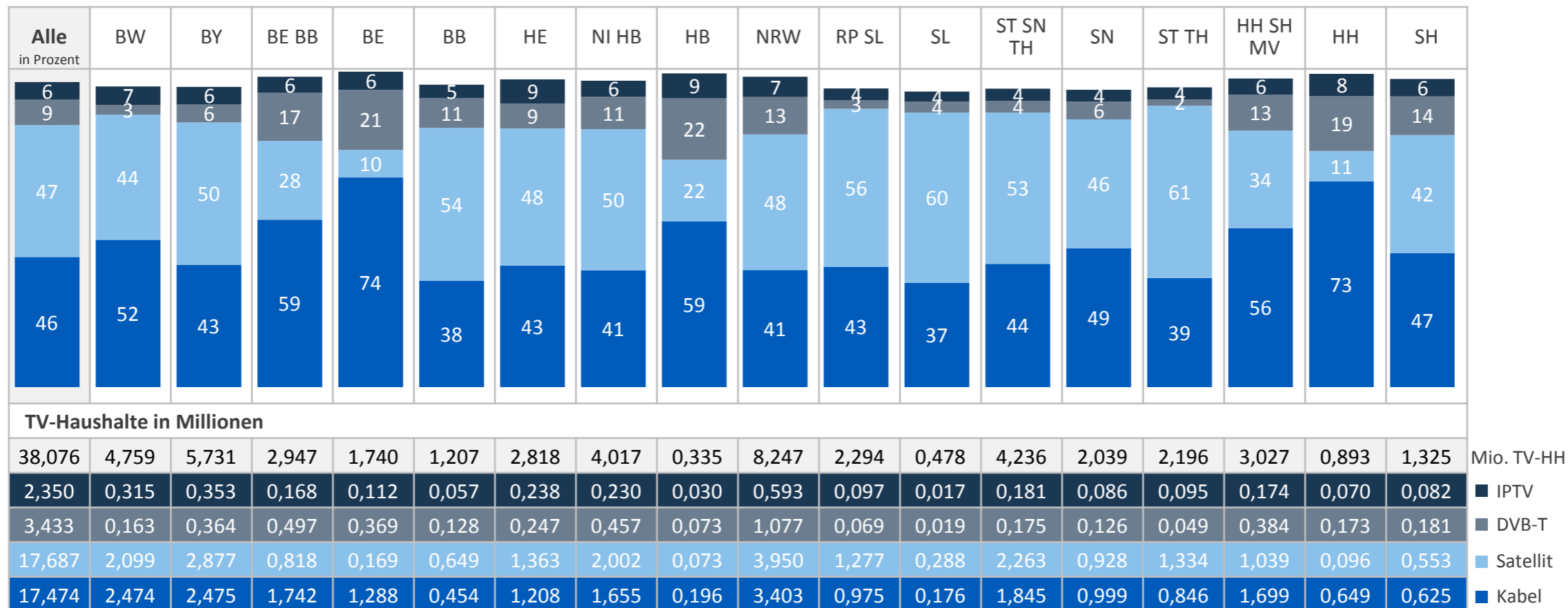
# Verteilung der Übertragungswege

Brandenburg 2016



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang  
Basis: 1,207 Mio. TV-Haushalte in Brandenburg

# Verteilung der Übertragungswege in den Bundesländern

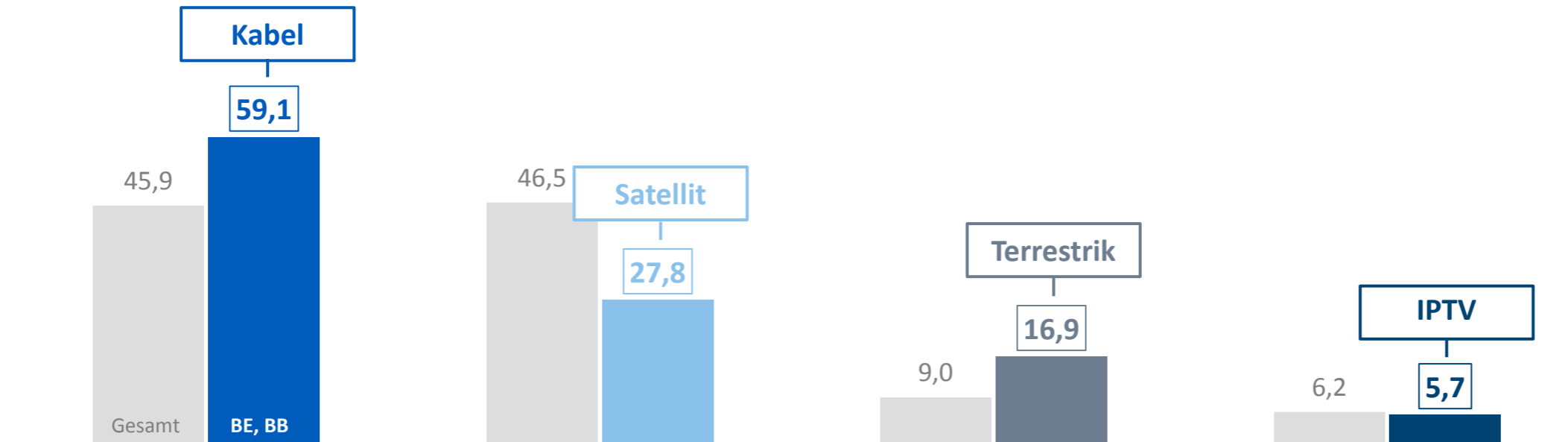


Angaben in Prozent / Millionen

Summe > 100% wegen Mehrfachempfangsart / Basis: 38,076 Mio. TV-Haushalte in Deutschland

# Verteilung der Übertragungswege

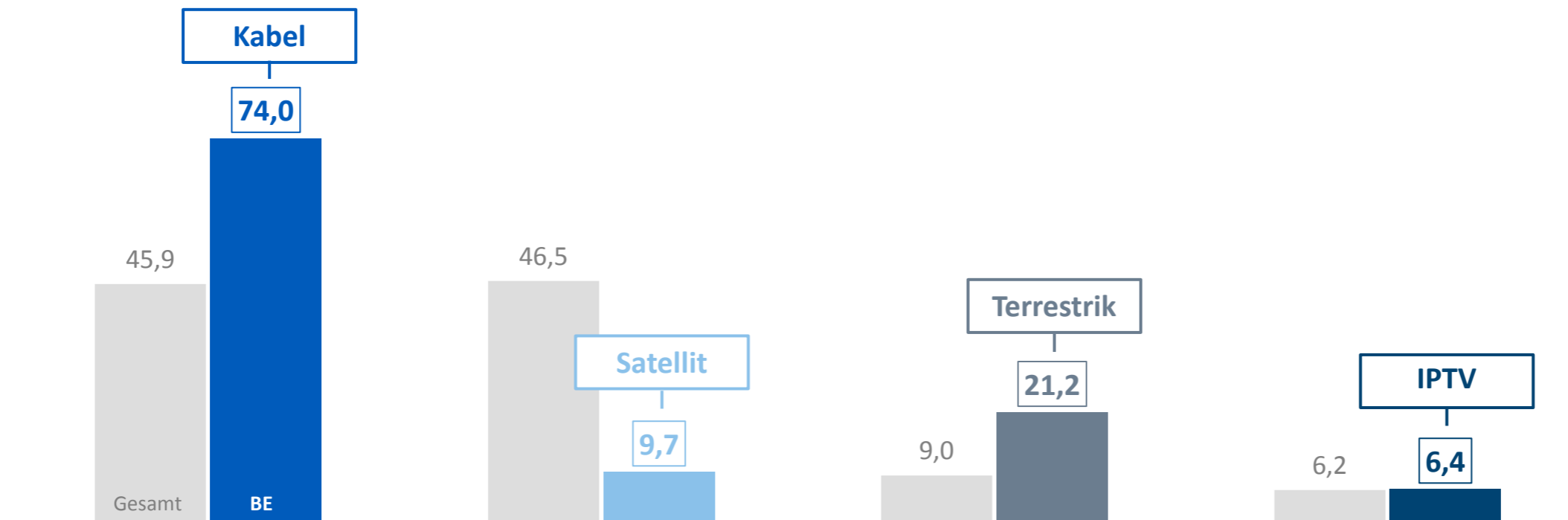
Vergleich bundesweit – Berlin und Brandenburg 2016



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang  
Basis: 38,076 Mio. TV- Haushalte in Deutschland / 2,947 Mio. TV-Haushalte in Berlin und Brandenburg

# Verteilung der Übertragungswege

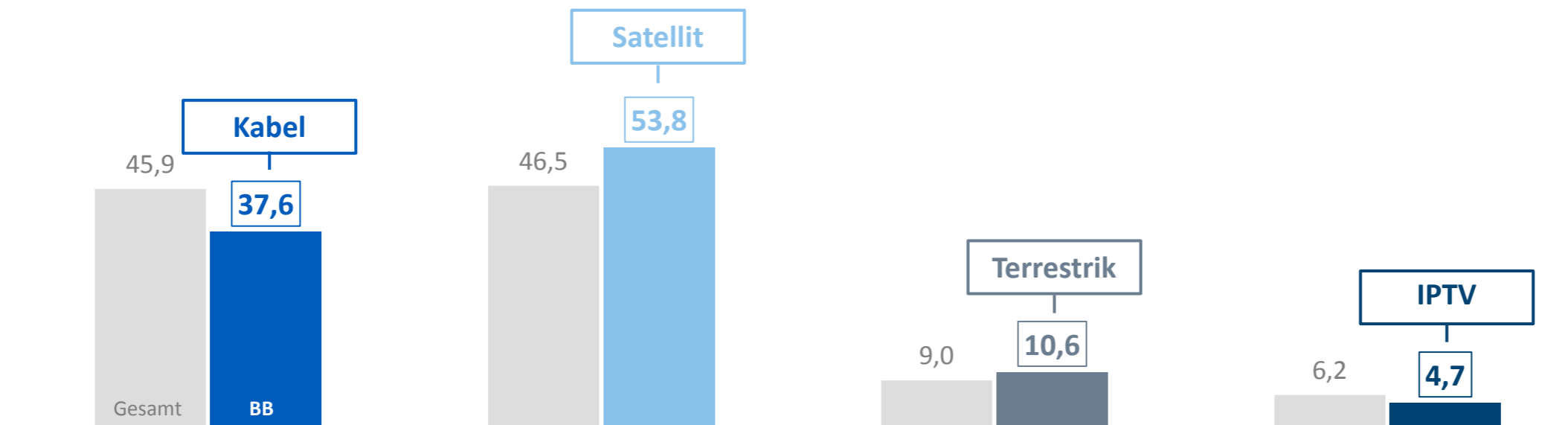
Vergleich bundesweit – Berlin 2016



Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang  
Basis: 38,076 Mio. TV- Haushalte in Deutschland / 1,740 Mio. TV-Haushalte in Berlin

# Verteilung der Übertragungswege

## Vergleich bundesweit – Brandenburg 2016



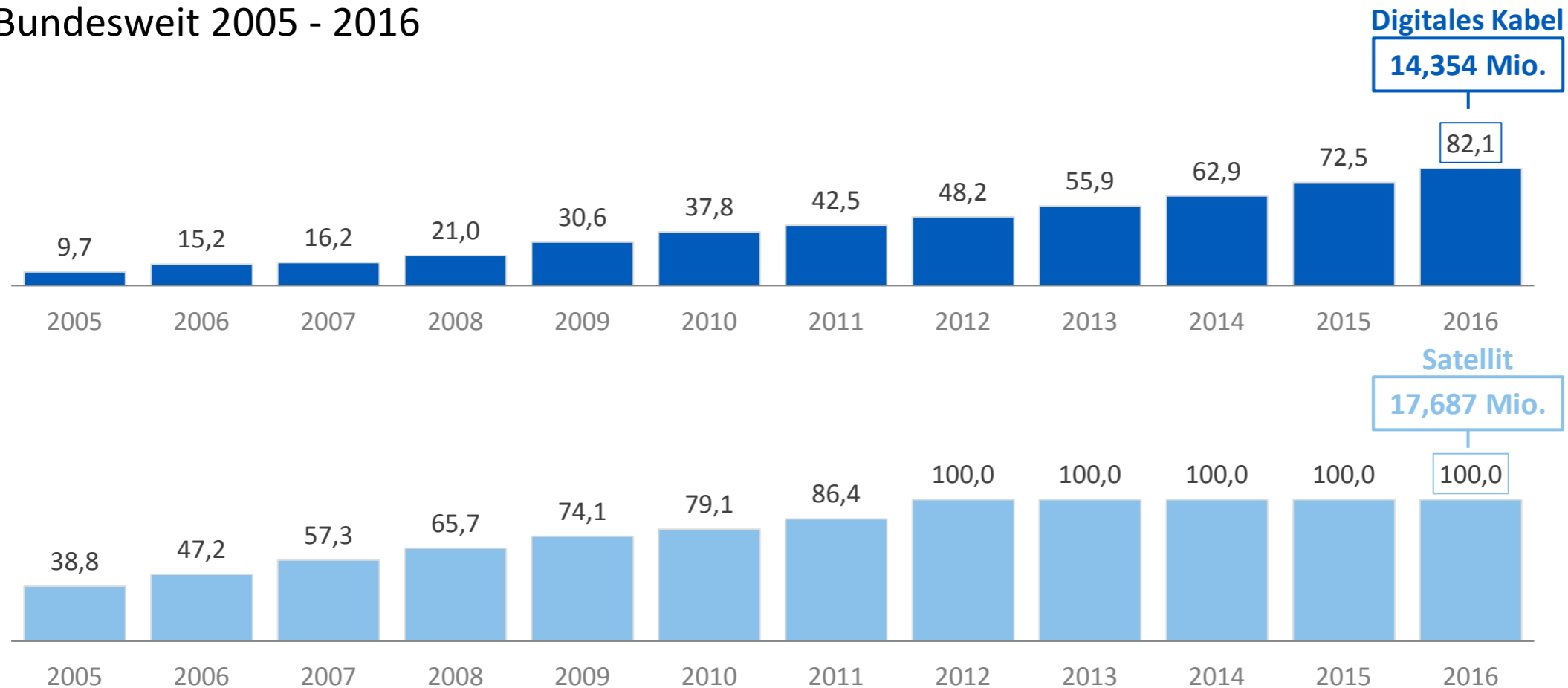
Angaben in Prozent; Summe > 100% wegen Mehrfachempfang  
Basis: 38,076 Mio. TV- Haushalte in Deutschland / 1,207 Mio. TV-Haushalte in Brandenburg



## Digitalisierung der Übertragungswege

# Digitalisierung der Übertragungswege

Bundesweit 2005 - 2016

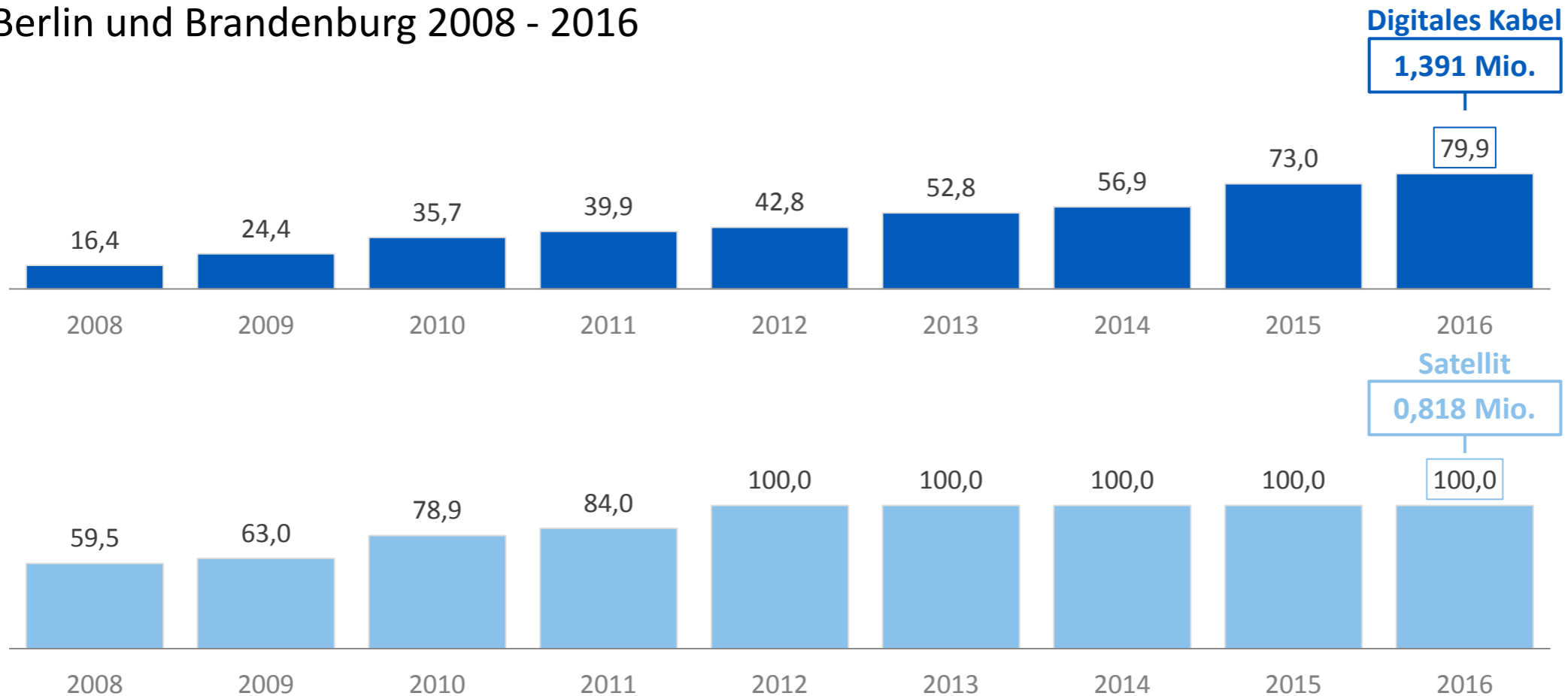


Angaben in Prozent

Basis: 17,529 / 17,571 / 19,859 / 19,558 / 19,765 / 19,273 / 18,928 / 18,201 / 17,656 / 17,860 / 17,933 / 17,474 Mio. Kabel-TV-HH //  
14,616 / 14,242 / 15,734 / 15,657 / 15,733 / 16,048 / 16,843 / 17,320 / 17,624 / 17,779 / 18,079 / 17,687 Mio. Sat-TV-HH

# Digitalisierung der Übertragungswege

Berlin und Brandenburg 2008 - 2016

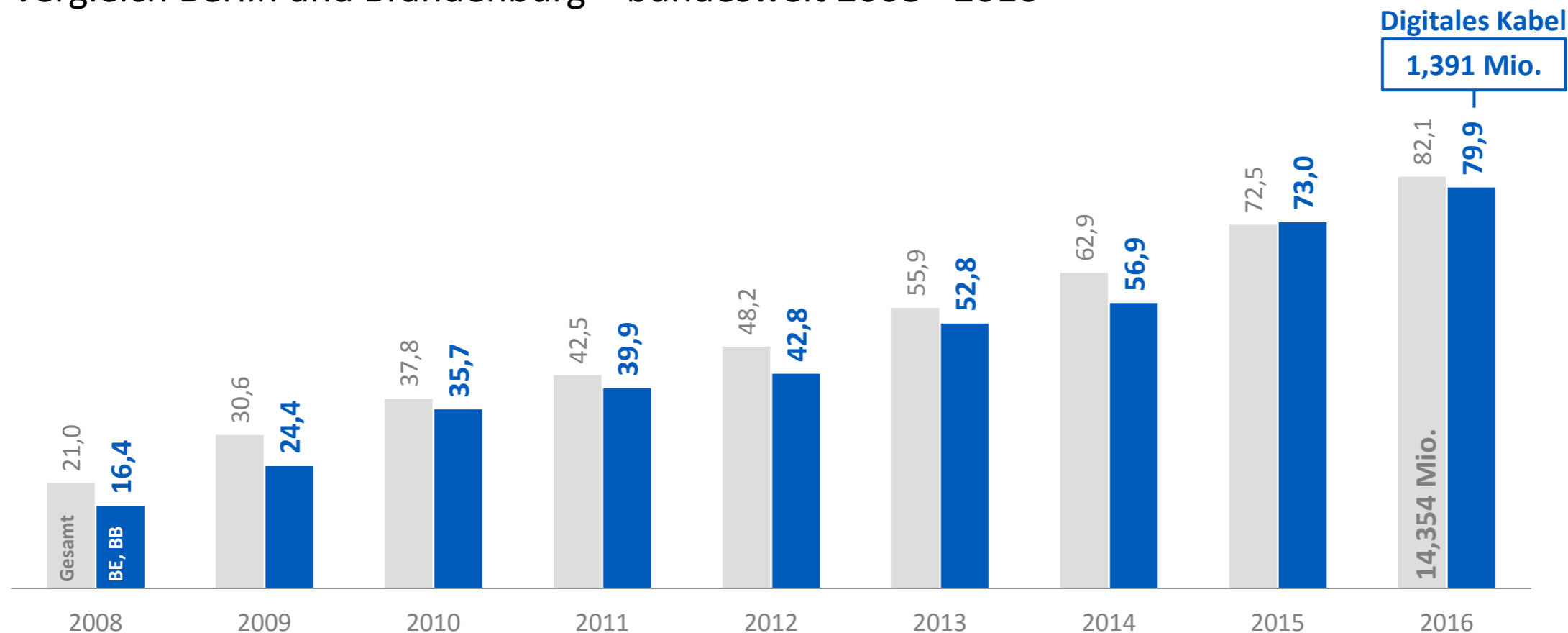


Angaben in Prozent

Basis: 1,746 / 1,951 / 1,827 / 1,951 / 1,901 / 1,781 / 1,821 / 1,907 / 1,742 Mio. Kabel-TV-HH //  
0,797 / 0,667 / 0,743 / 0,764 / 0,763 / 0,861 / 0,833 / 0,855 / 0,818 Mio. Sat-TV-HH in Berlin, Brandenburg

# Digitalisierung der Kabel-TV-Haushalte

Vergleich Berlin und Brandenburg – bundesweit 2008 - 2016

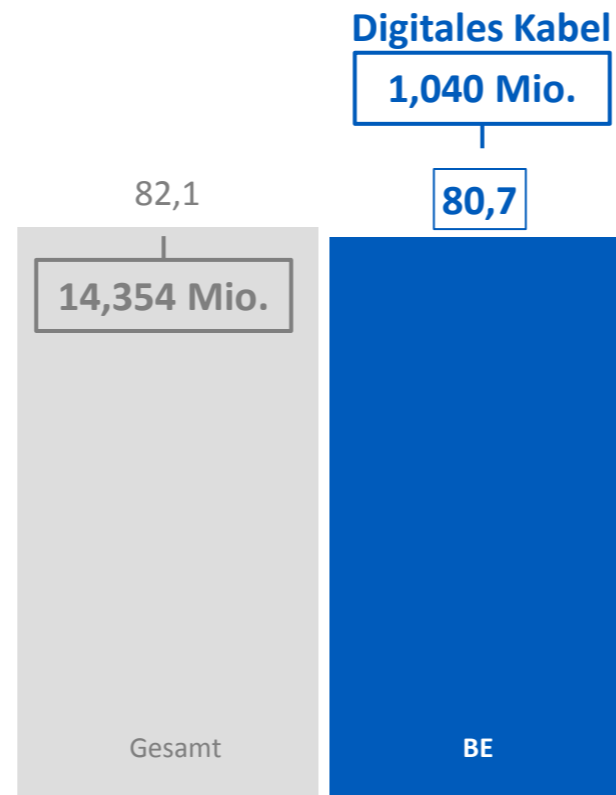


Angaben in Prozent

Basis: 1,746 / 1,951 / 1,827 / 1,951 / 1,901 / 1,781 / 1,821 / 1,907 / 1,742 Mio. Kabel-TV-HH in Berlin und Brandenburg //  
19,558 / 19,765 / 19,273 / 18,928 / 18,201 / 17,656 / 17,860 / 17,933 / 17,474 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland

# Digitalisierung der Kabel-TV-Haushalte

Vergleich Berlin – bundesweit 2016



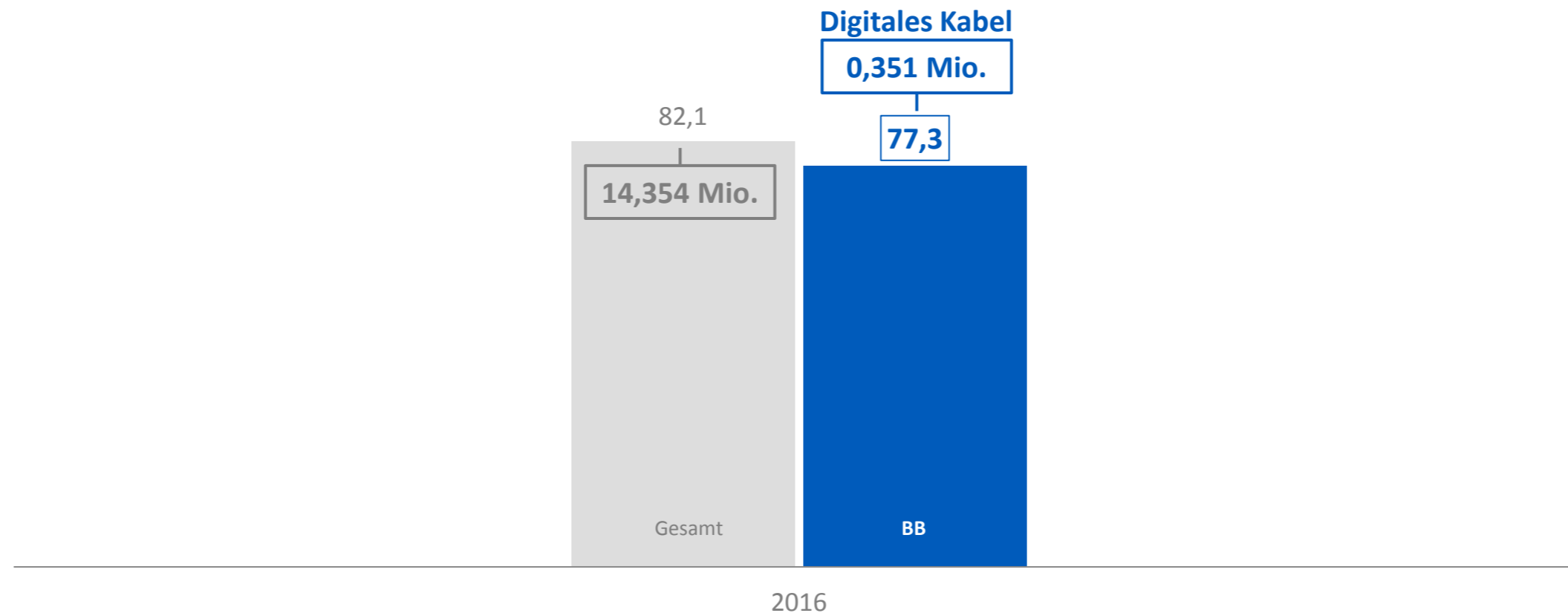
2016

Angaben in Prozent

Basis: 17,474 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland / 1,288 Mio. Kabel-TV-HH in Berlin

# Digitalisierung der Kabel-TV-Haushalte

Vergleich Brandenburg – bundesweit 2016



Angaben in Prozent

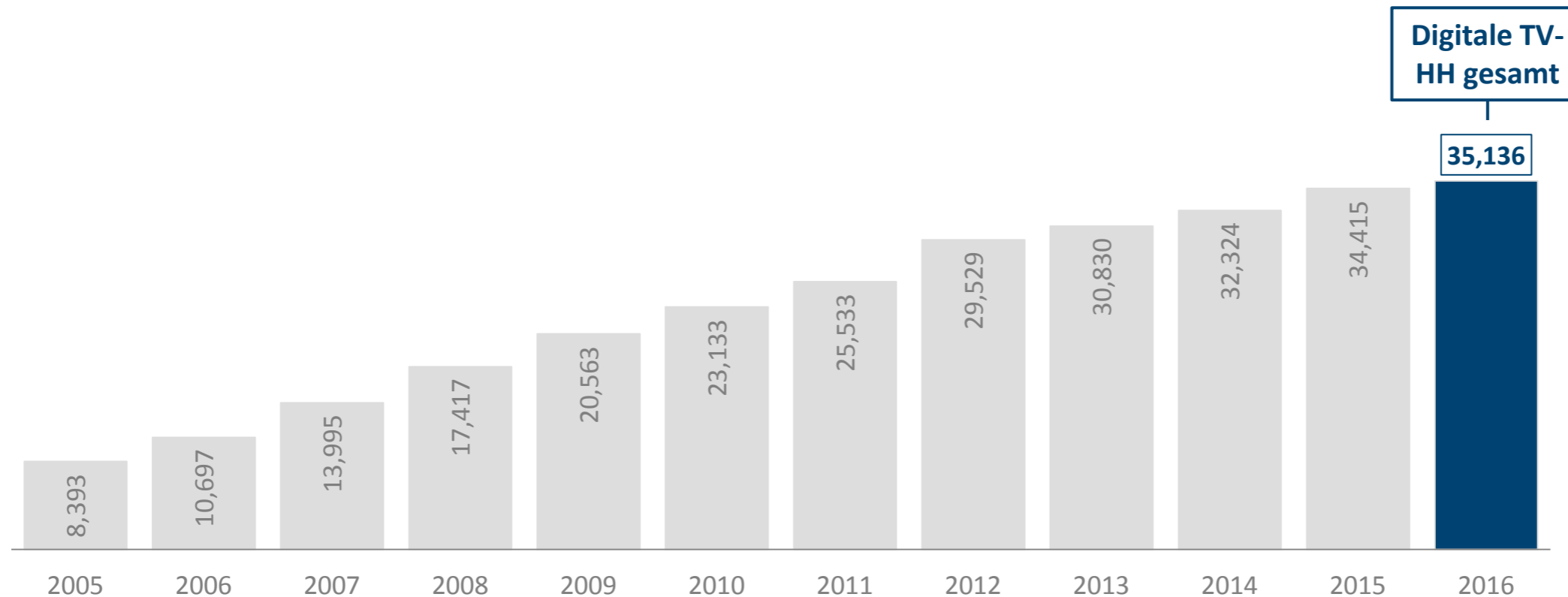
Basis: 17,474 Mio. Kabel-TV-HH in Deutschland / 0,454 Mio. Kabel-TV-HH in Brandenburg



Anzahl digitale TV-Haushalte

# Anzahl digitale TV-HH gesamt

Bundesweit 2005 - 2016

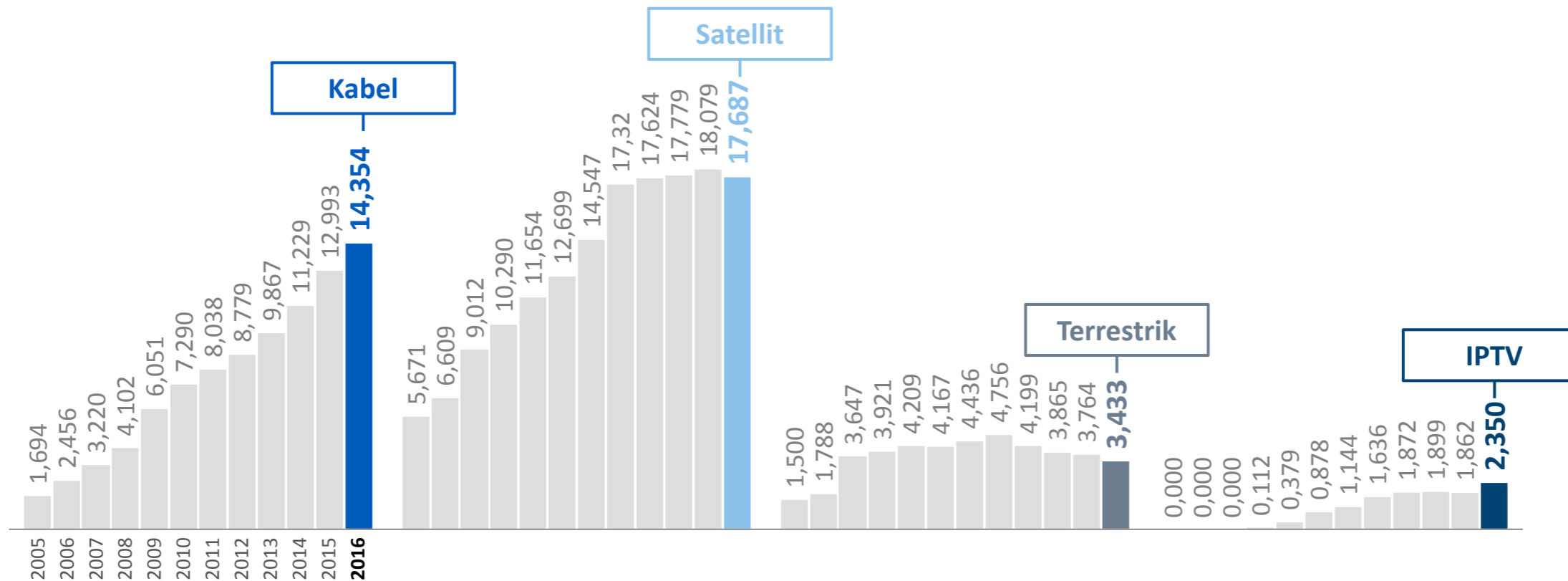


Angaben in Mio.

Basis: 33,899 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland

# Anzahl digitale TV-HH pro Übertragungsweg

Bundesweit 2005 - 2016

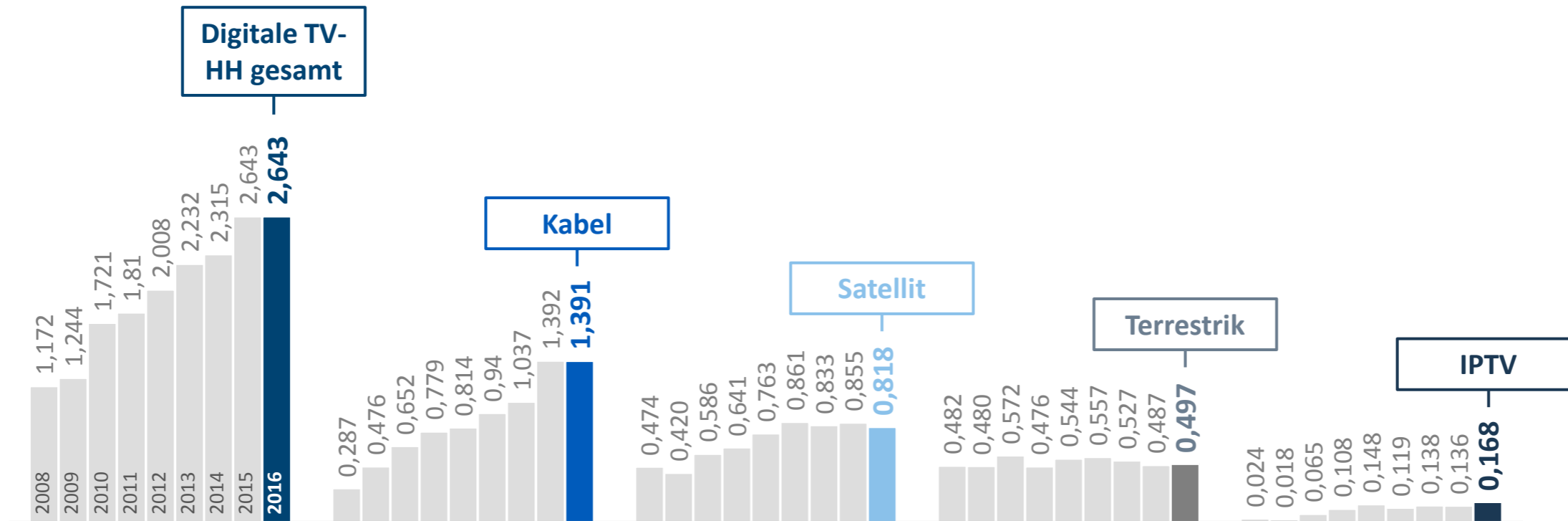


Angaben in Mio.

Basis: 33,899 / 33,904 / 36,981 / 37,277 / 37,412 / 37,464 / 37,668 / 37,977 / 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland

# Anzahl digitale TV-HH pro Übertragungsweg

Berlin und Brandenburg 2008 - 2016

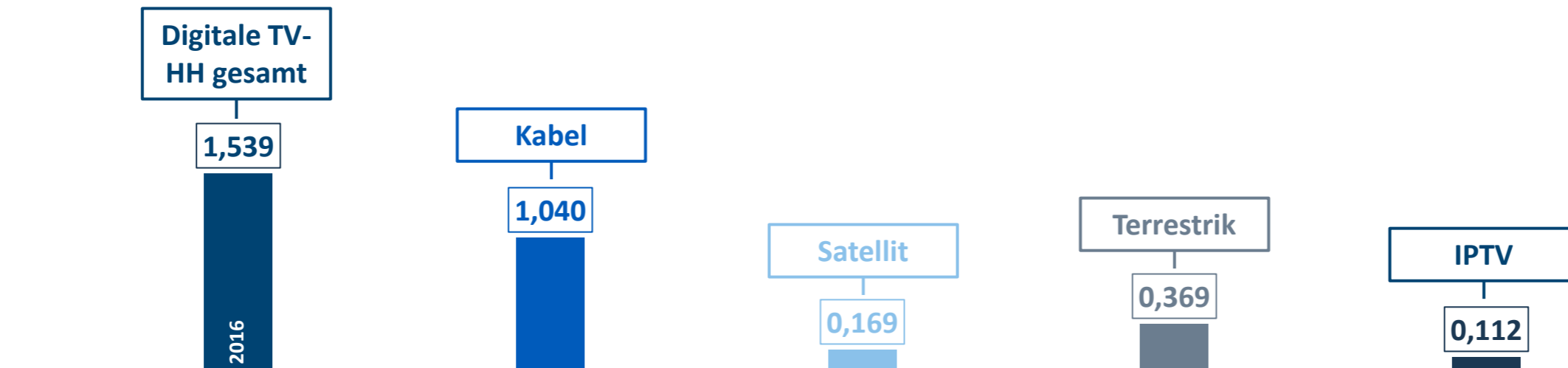


Angaben in Mio.

Basis: 2,875 / 2,859 / 2,953 / 2,963 / 3,009 / 2,998 / 3,050 / 3,104 / 2,947 Mio. TV-Haushalte in Berlin, Brandenburg

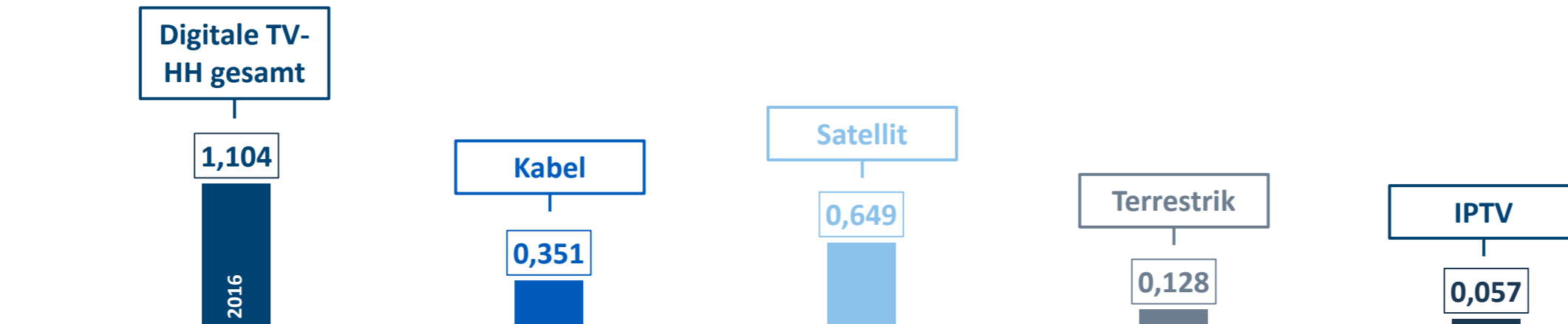
# Anzahl digitale TV-HH pro Übertragungsweg

Berlin 2016



Angaben in Mio.  
Basis: 1,740 Mio. TV-Haushalte in Berlin

# Anzahl digitale TV-HH pro Übertragungsweg Brandenburg 2016



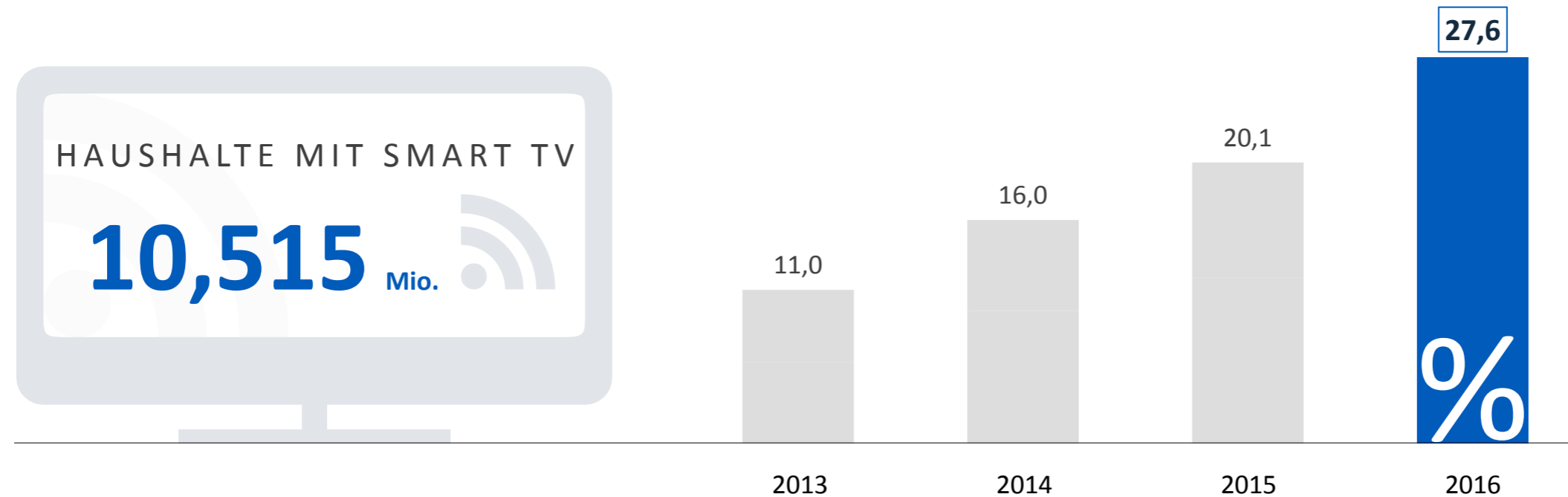
Angaben in Mio.  
Basis: 1,207 Mio. TV-Haushalte in Brandenburg



## Connected TV - Haushaltsausstattung

## Smart TV – Ausstattung: Bundesweit

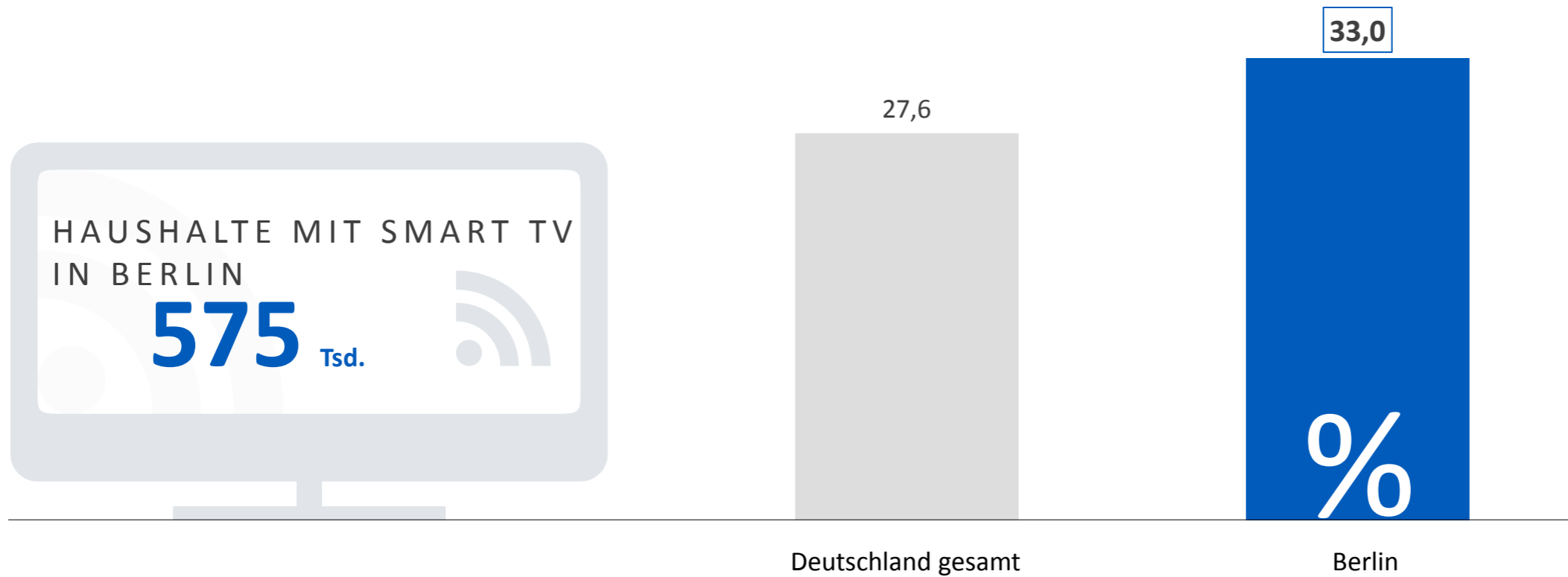
Besitz steigt deutlich: In mehr als jedem 4. TV-HH steht wissentlich ein Smart TV.



Angaben in Prozent  
Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland

# Smart TV – Ausstattung

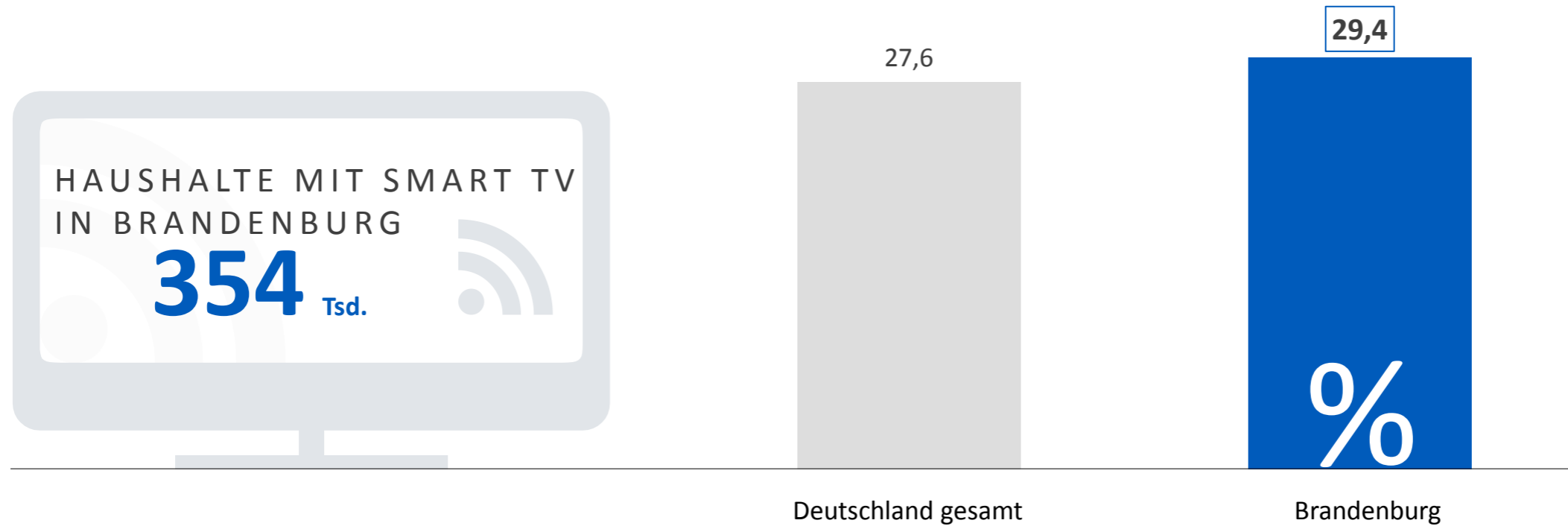
## Berlin



Angaben in Prozent  
Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,740 Mio. TV-HH in Berlin

# Smart TV – Ausstattung

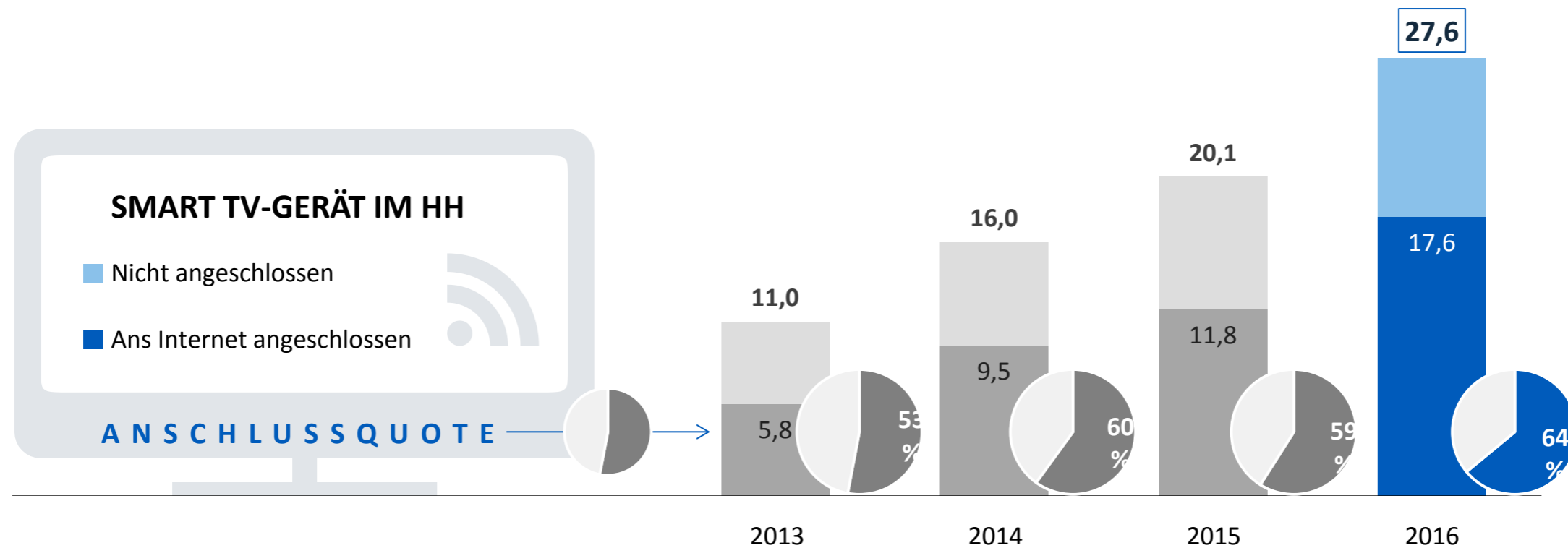
## Brandenburg



Angaben in Prozent  
Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,207 Mio. TV-HH in Brandenburg

## Smart TV – Ausstattung: Anschlussquote bundesweit

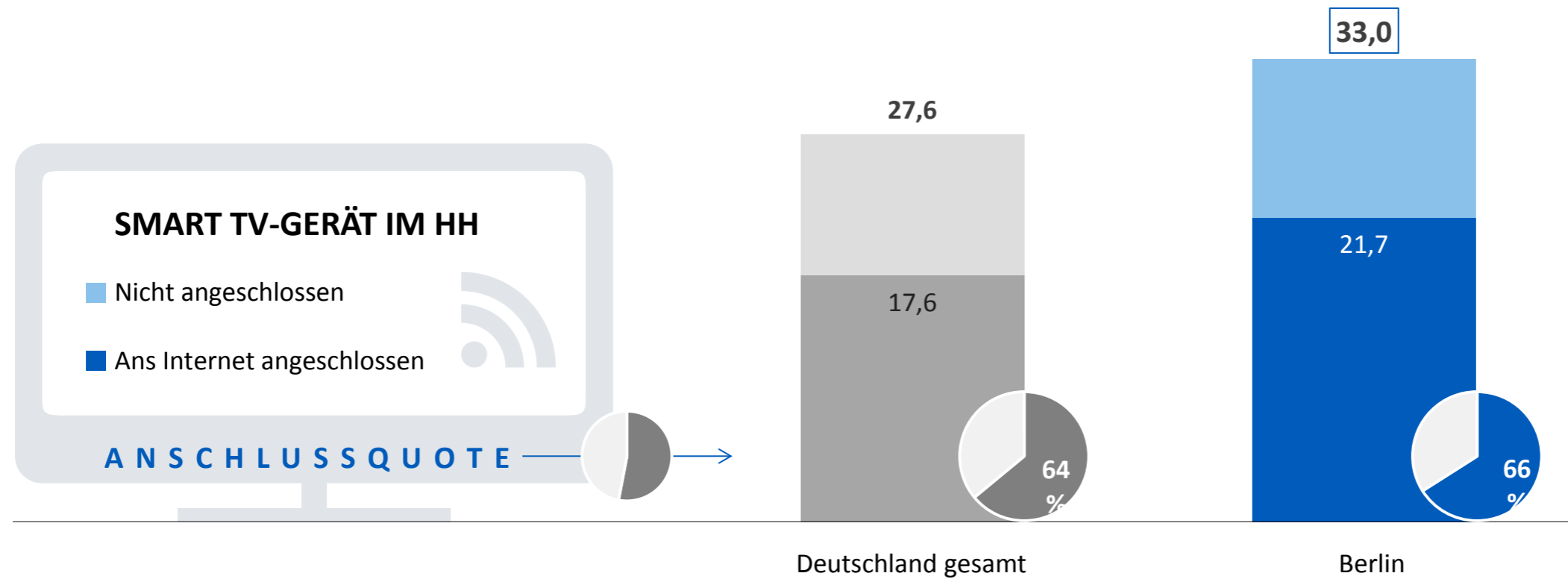
Deutlicher Anstieg nicht nur bei Besitz, sondern auch in Bezug auf die Anschlussquote.



Angaben in Prozent  
 Basis: 38,157 / 38,557 / 38,899 / 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland

# Smart TV – Ausstattung: Anschlussquote

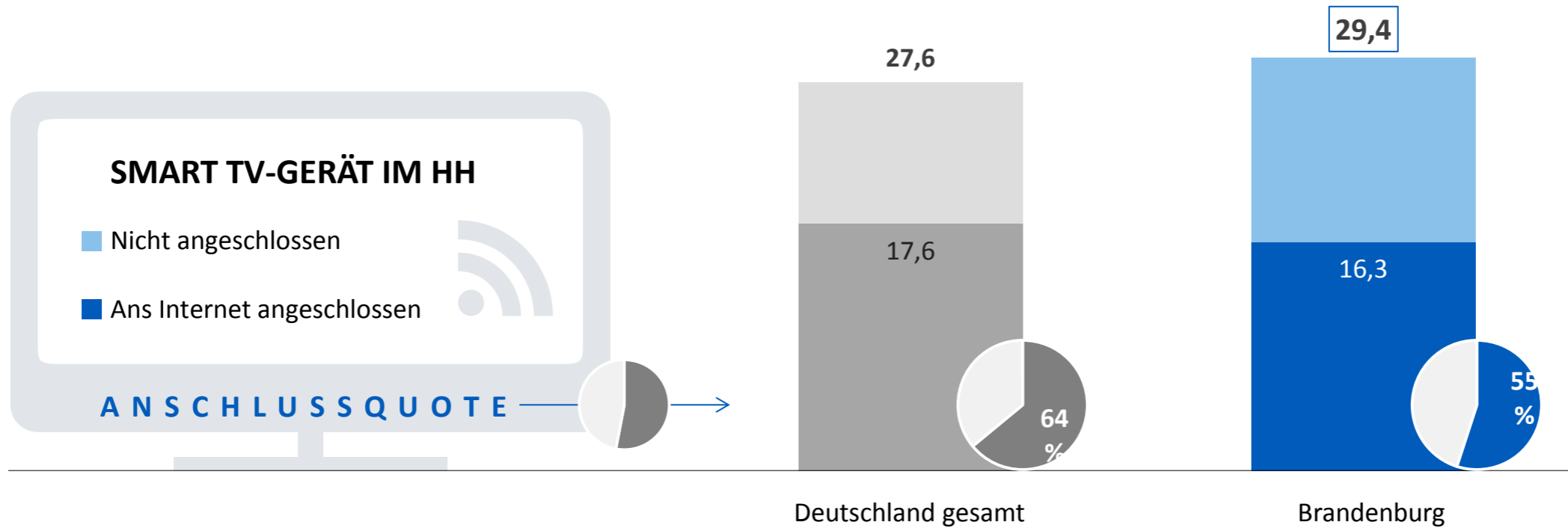
Berlin



Angaben in Prozent  
 Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,740 Mio. TV-HH in Berlin

# Smart TV – Ausstattung: Anschlussquote

## Brandenburg



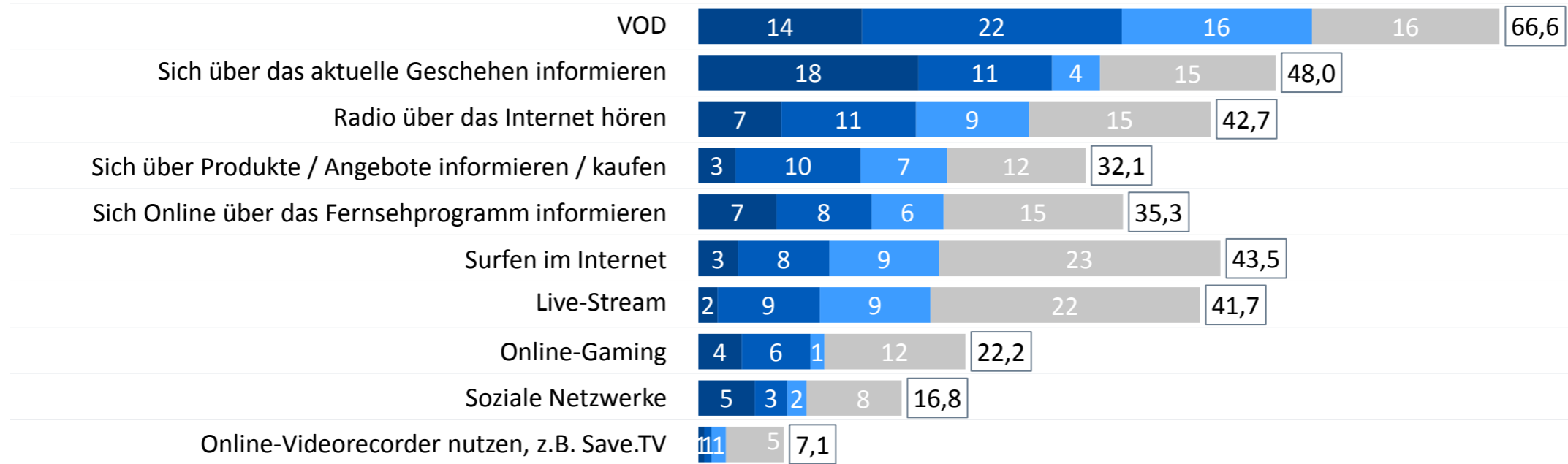
Angaben in Prozent  
 Basis: 38,076 Mio. TV-HH in Deutschland / 1,207 Mio. TV-HH in Brandenburg



# Genutzte Inhalte Smart TV: Bundesweit

Top 3-Nutzungen: VOD, aktuelle Infos, Radio hören.

*Personen mit Zugang zu einem Smart TV*



■ (fast) täglich ■ 1-mehrmals / Wo. ■ 1-mehrmals / Mon. ■ Seltener □ Gesamt

Angaben in Prozent

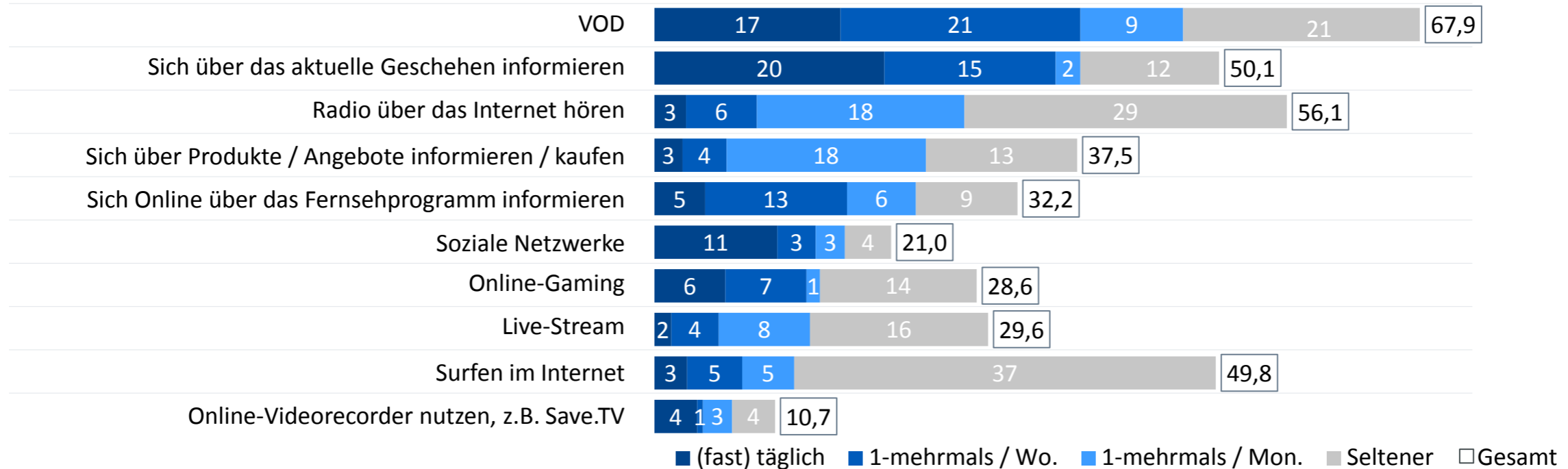
Basis: 13,195 Mio. Personen, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben



# Genutzte Inhalte Smart TV

## Berlin

Personen mit Zugang zu einem Smart TV



Angaben in Prozent

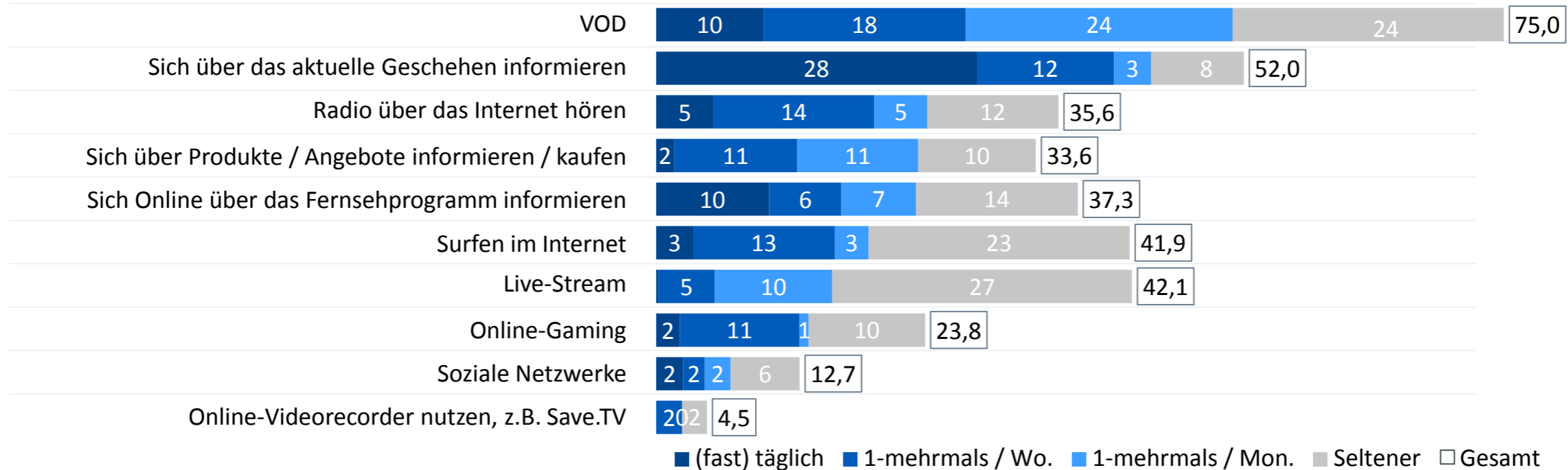
Basis: 0,741 Mio. Personen in Berlin, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben (n=120)



# Genutzte Inhalte Smart TV

## Brandenburg

Personen mit Zugang zu einem Smart TV

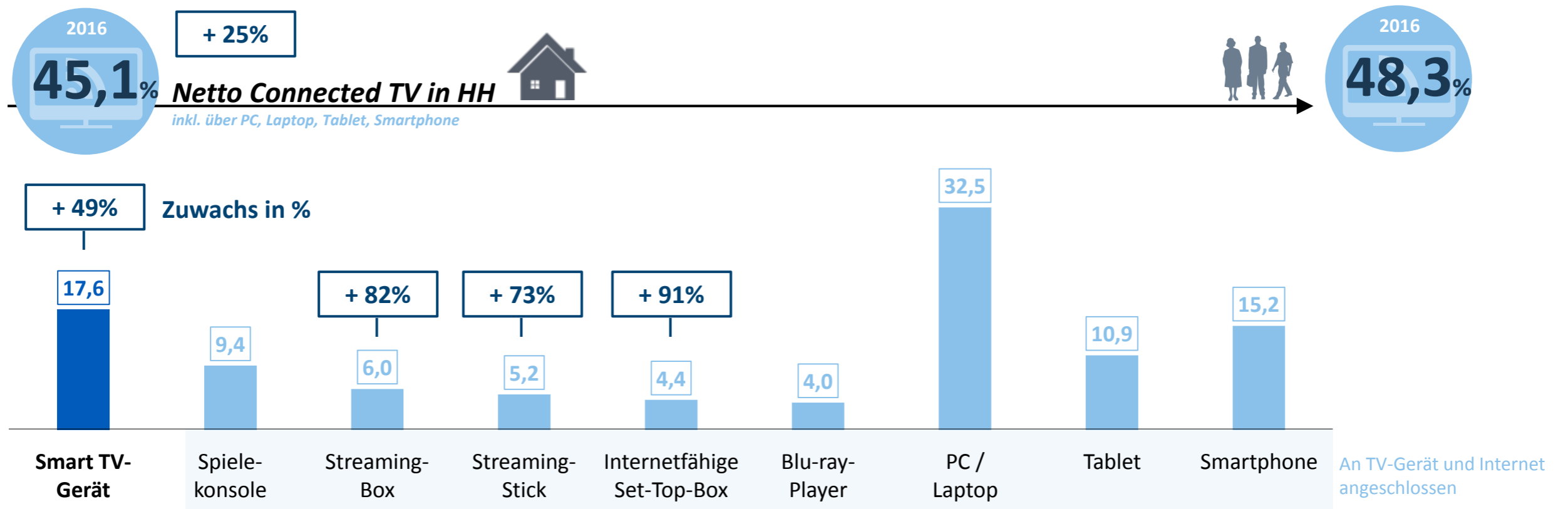


Angaben in Prozent

Basis: 0,403 Mio. Personen in Brandenburg, die Zugang zu einem ans Internet angeschlossenen Smart TV-Gerät haben (n=98)

## Connected TV bundesweit

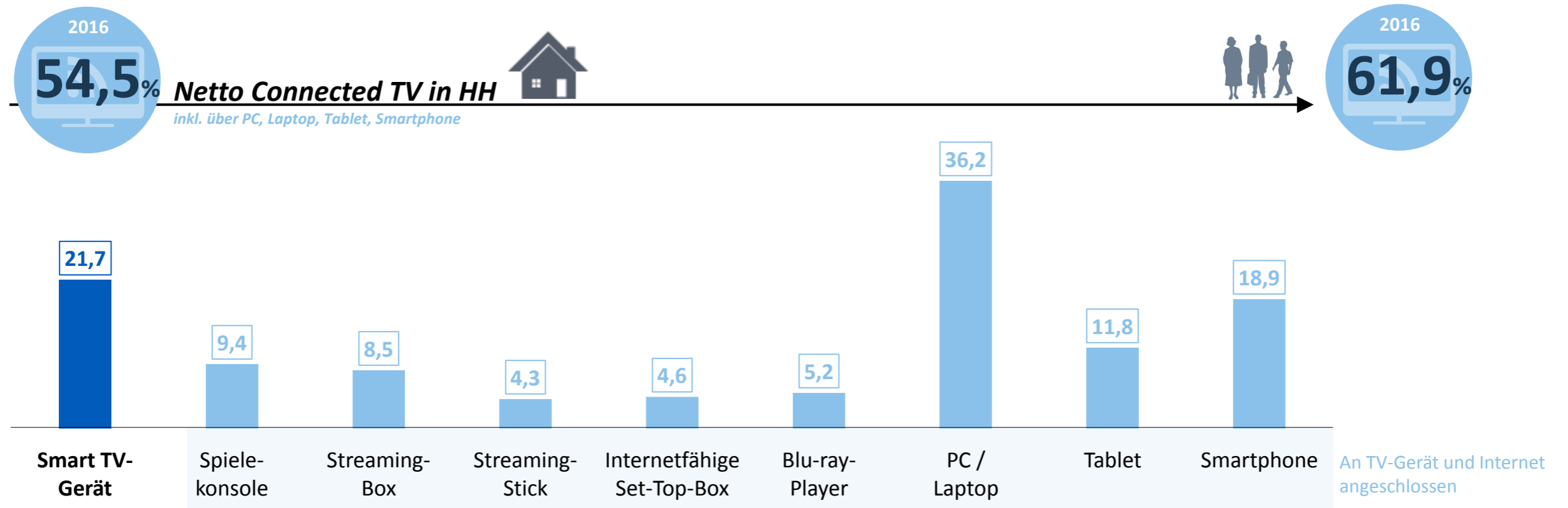
Unter Berücksichtigung aller Optionen sind 45% der TV-HH zumindest zeitweise „connected“. Knapp 50% der Personen ab 14 Jahre haben damit Zugang zu Connected TV.



Angaben in Prozent  
 Basis: 38,076 Mio. TV-Haushalte in Deutschland / 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Deutschland

# Connected TV Berlin

Berlin

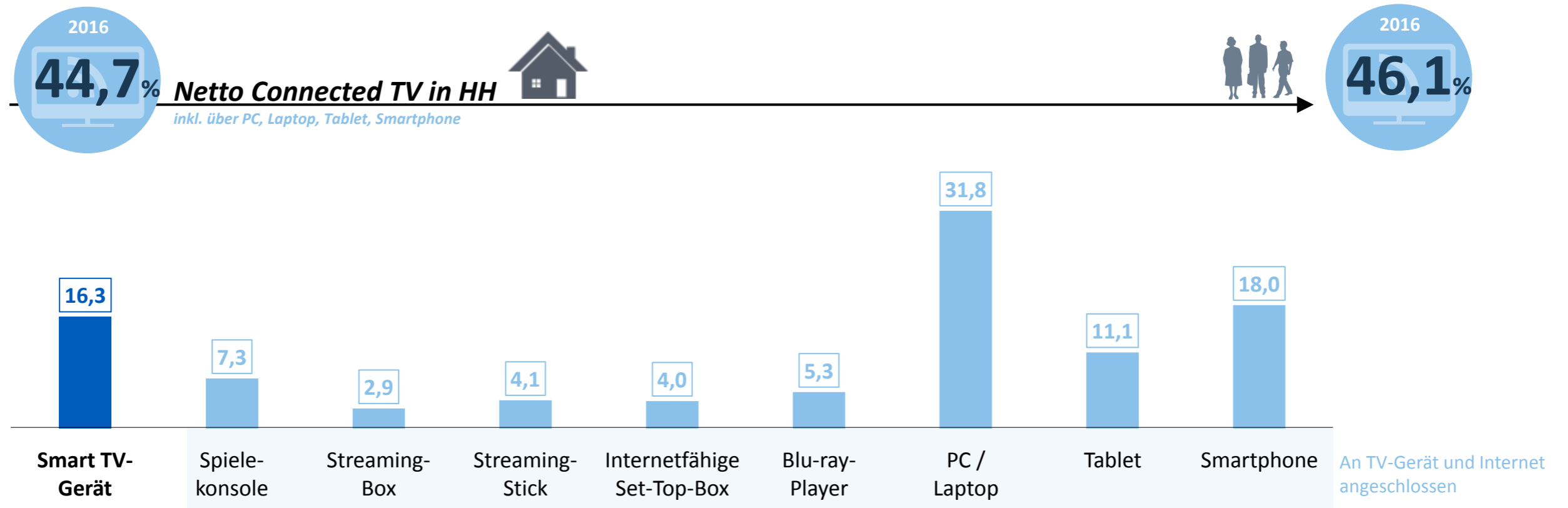


Angaben in Prozent

Basis: 1,740 Mio. TV-Haushalte in Berlin / 2,707 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Berlin

# Connected TV Brandenburg

## Brandenburg



Angaben in Prozent

Basis: 1,207 Mio. TV-Haushalte in Brandenburg / 2,116 Mio. Personen ab 14 Jahre in TV-Haushalten in Brandenburg

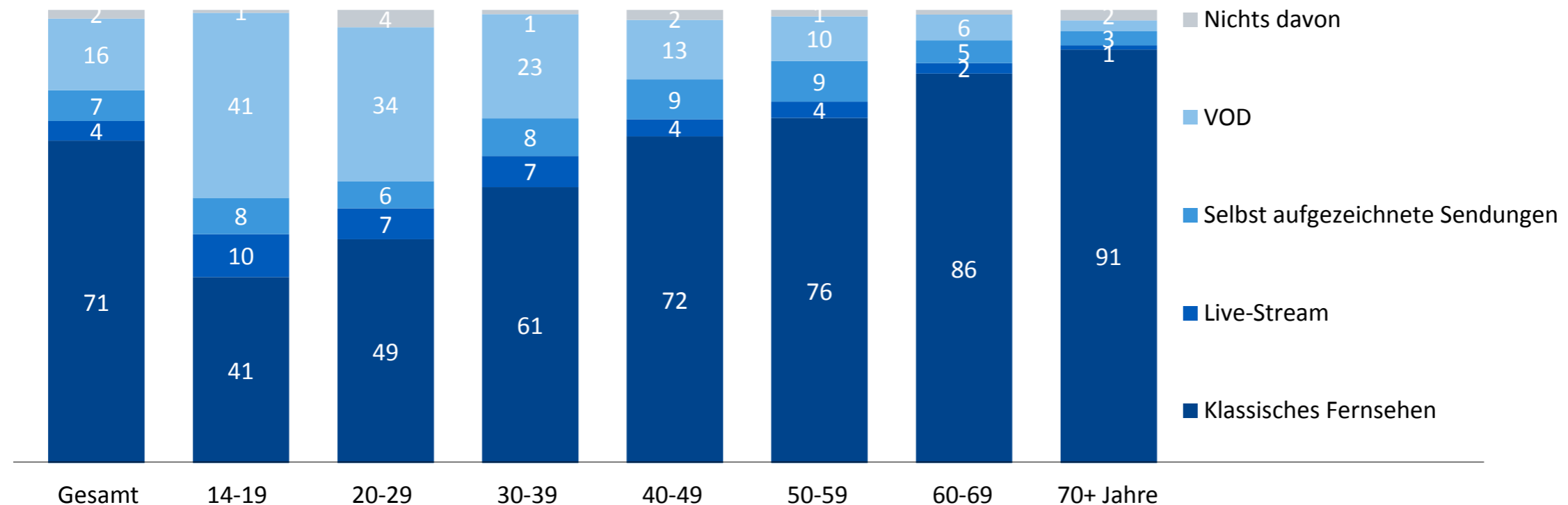


## Fernseh- und Videonutzung



## TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile nach Alter: Bundesweit

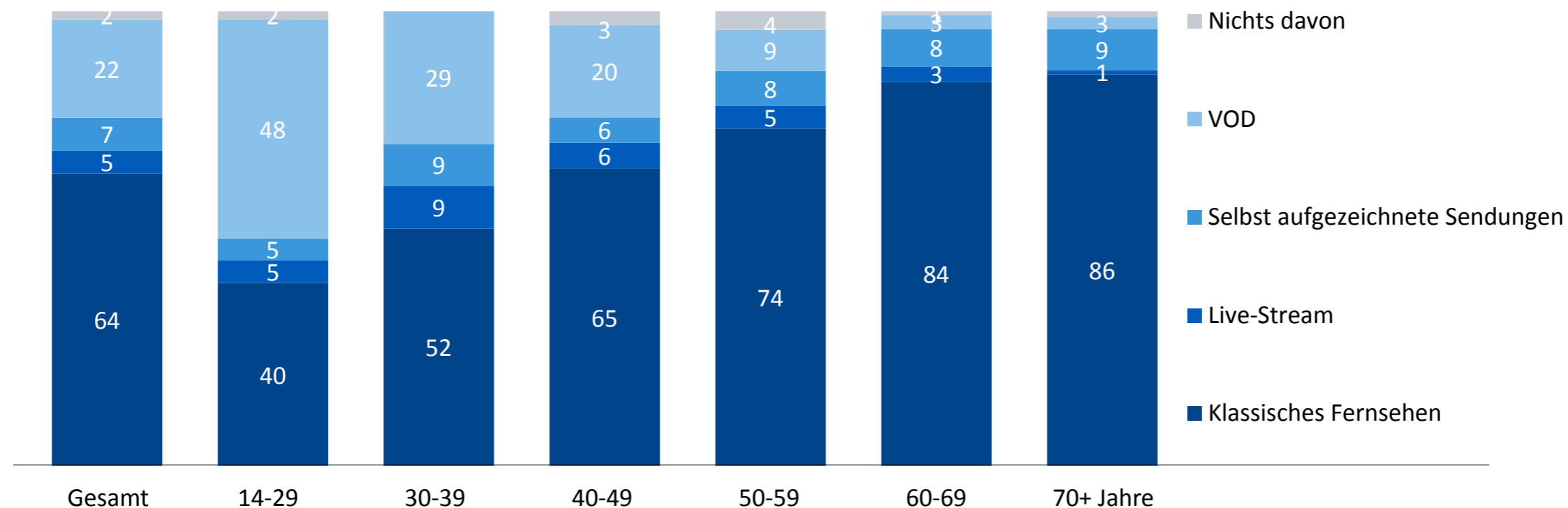
Bei den Jüngsten befindet sich VOD bereits auf Augenhöhe mit linearem TV über SAT, Kabel, DVB-T oder IPTV. Live-Stream-Nutzung beansprucht hier bereits 10%.



Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,8 und 3,2% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

# TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile nach Alter

Berlin

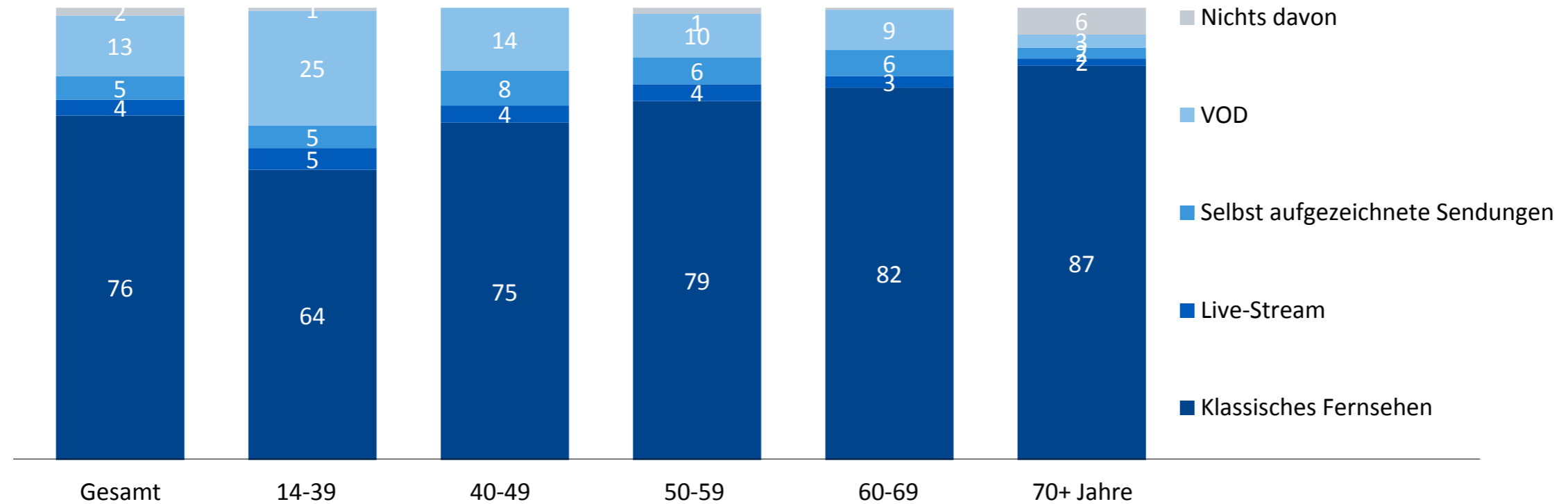


Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 0,6 und 2,2% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
 Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin



# TV- und Videonutzung – Nutzungsanteile nach Alter

## Brandenburg



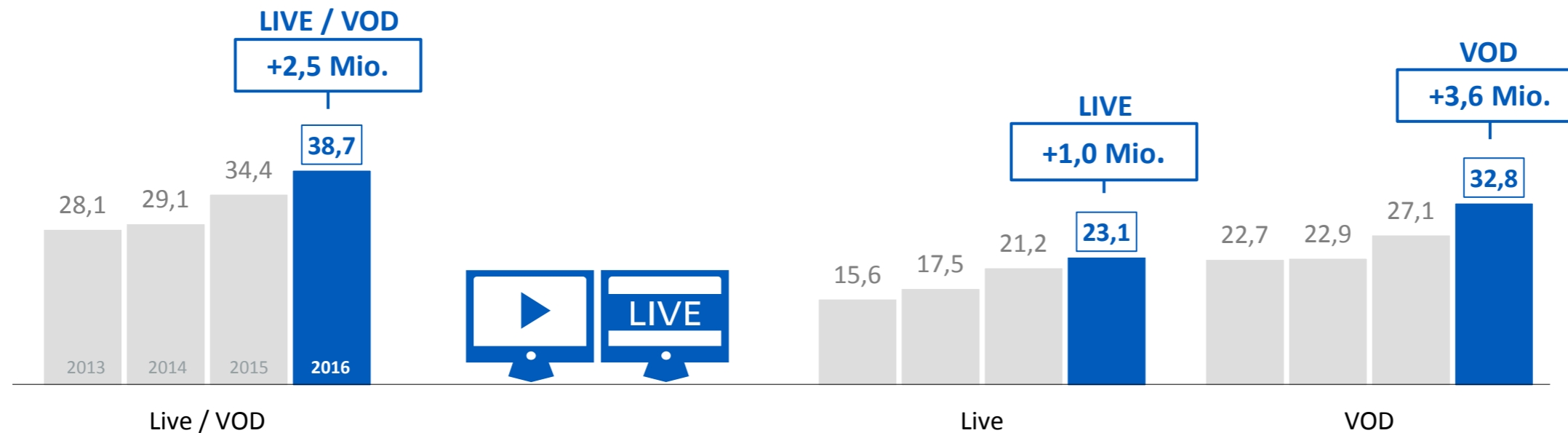
Angaben in Prozent; „Weiß nicht“ (zwischen 1,0 und 4,6% in den Altersgruppen herausgerechnet)  
Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg



## Fokus VOD-Nutzung

# OTT-Nutzung im Trend: Monatliche Nutzer bundesweit

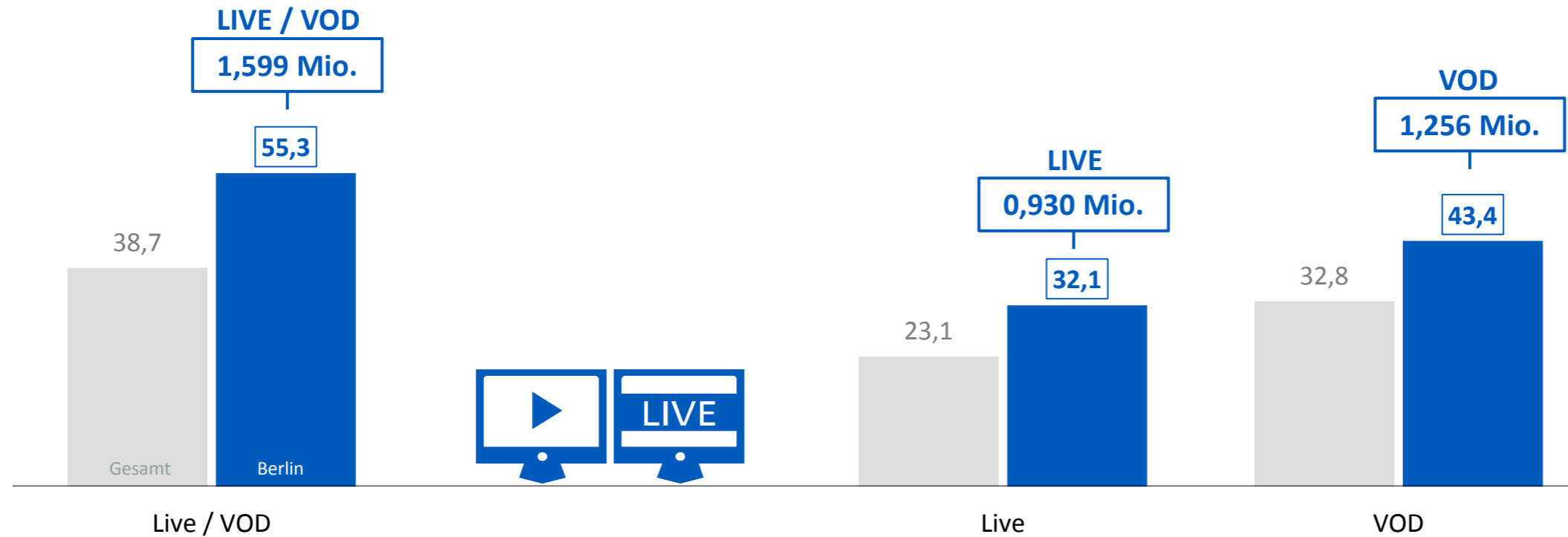
2,5 Millionen mehr monatliche Nutzer als im Vorjahr. Deutlich stärkere Zunahme bei VOD.



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat  
 Basis: 70,214 / 70,326 / 70,525 / 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

# OTT-Nutzung im Vergleich: Monatliche Nutzer

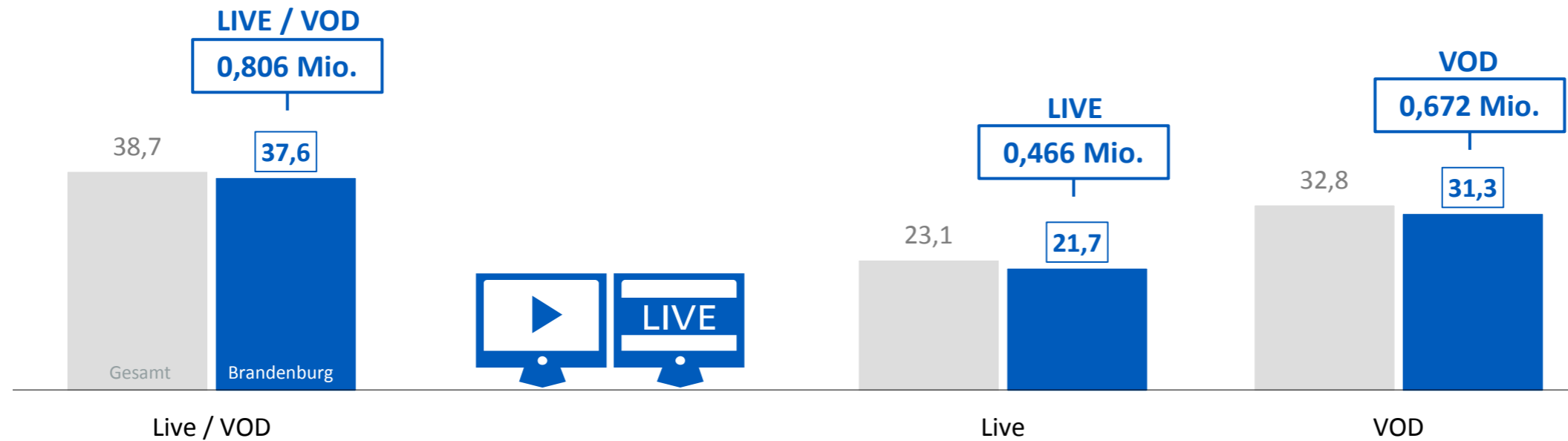
Berlin vs. Deutschland gesamt



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat  
 Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

# OTT-Nutzung im Vergleich: Monatliche Nutzer

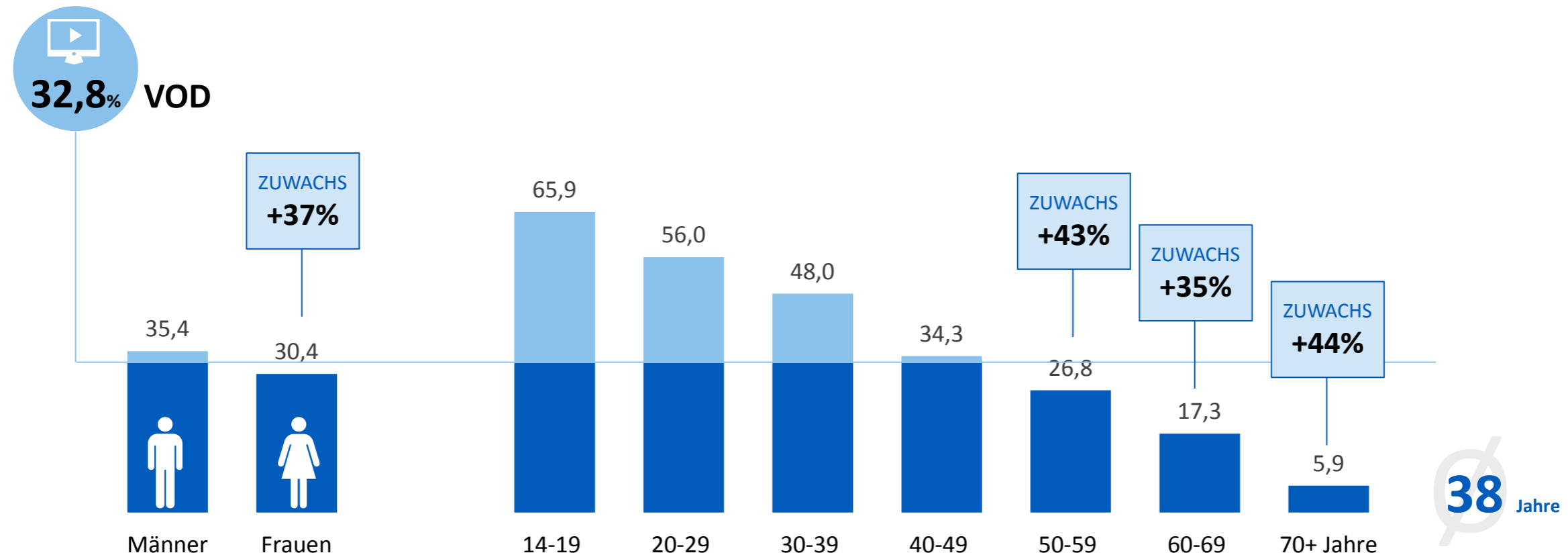
Brandenburg vs. Deutschland gesamt



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat  
 Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

## VOD: Monatliche Nutzer im Trend bundesweit

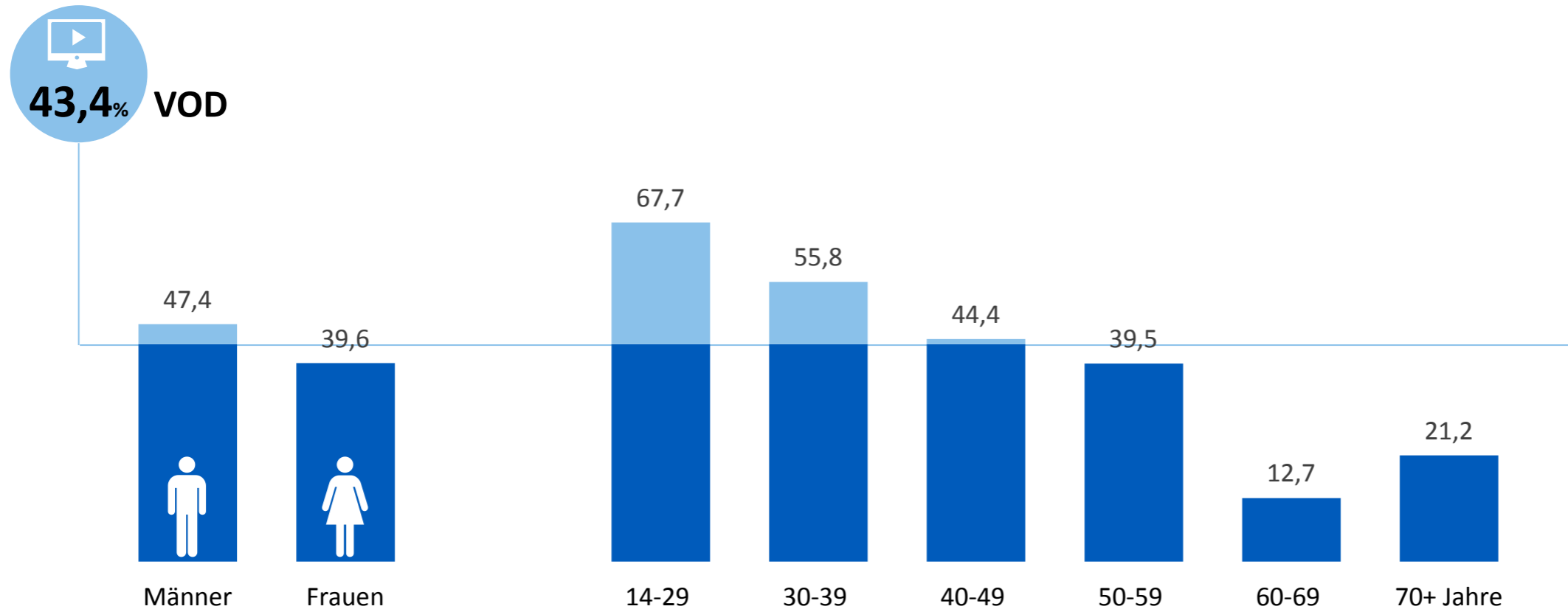
Überproportional viel unter 40-Jährige und Männer. Ü40 und Frauen holen aber auf.



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

# VOD: Monatliche Nutzer Berlin

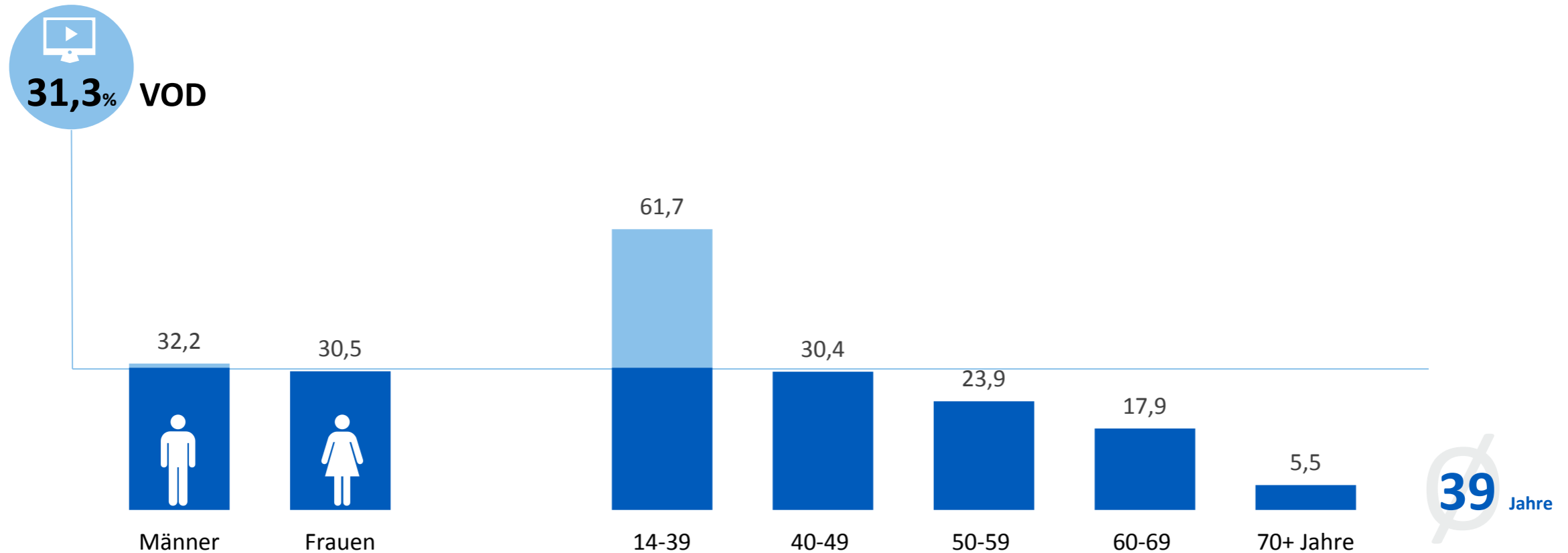
Berlin



Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat  
 Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

# VOD: Monatliche Nutzer Brandenburg

Brandenburg



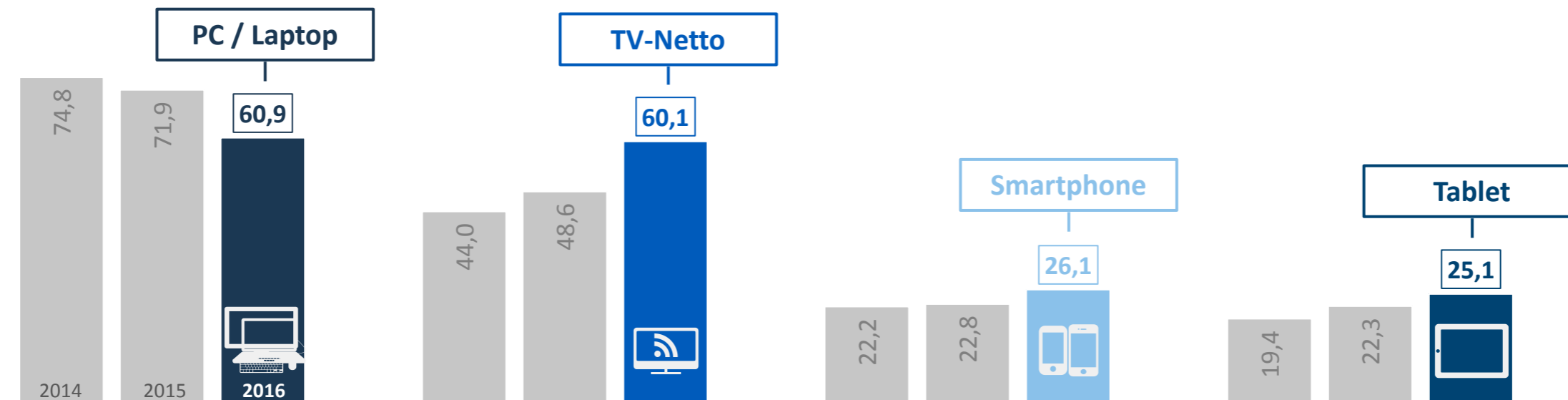
Angaben in Prozent; nutzt VOD (professionelle Inhalte) / Live-Stream mindestens einmal pro Monat  
 Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

# Nutzung VOD – Geräte: Bundesweit

Nutzung über Connected TV steigt sprunghaft an, jetzt auf einem Niveau mit PC / Laptop. Auch Smartphone und Tablet weiter im Kommen.

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)*

Ø **38** Jahre, **53%** männlich



Angaben in Prozent; Gerät mindestens einmal pro Monat für VOD genutzt

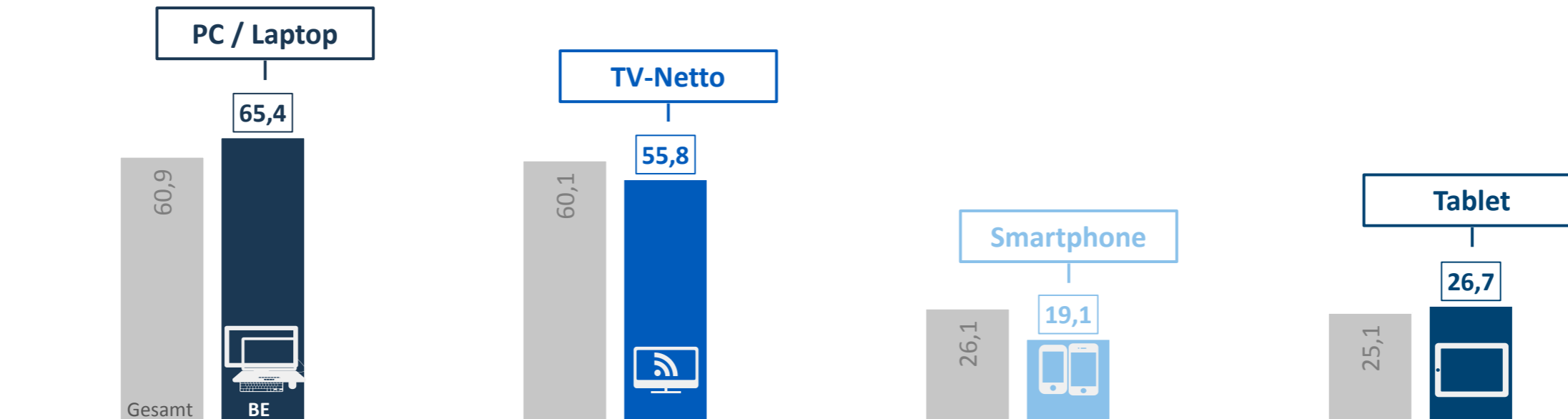
Basis: 16,113 / 19,089 / 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mind. einmal pro Monat VOD-Angebote (professionelle Inhalte) nutzen

# Nutzung VOD – Geräte

Berlin vs. Deutschland gesamt

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Berlin (mind. einmal / Monat)

Ø 39 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent; Gerät mindestens einmal pro Monat für VOD genutzt

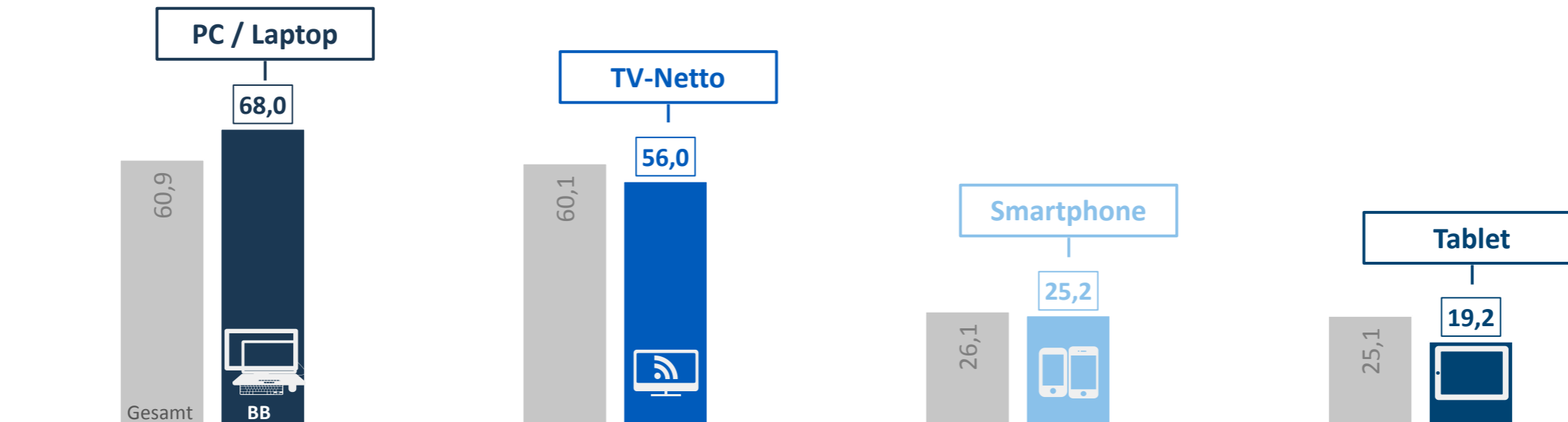
Basis: 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 1,256 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mind. einmal pro Monat VOD-Angebote (professionelle Inhalte) nutzen (n=217)

# Nutzung VOD – Geräte

Brandenburg vs. Deutschland gesamt

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Brandenburg (mind. einmal / Monat)

Ø 39 Jahre, 51% männlich



Angaben in Prozent; Gerät mindestens einmal pro Monat für VOD genutzt

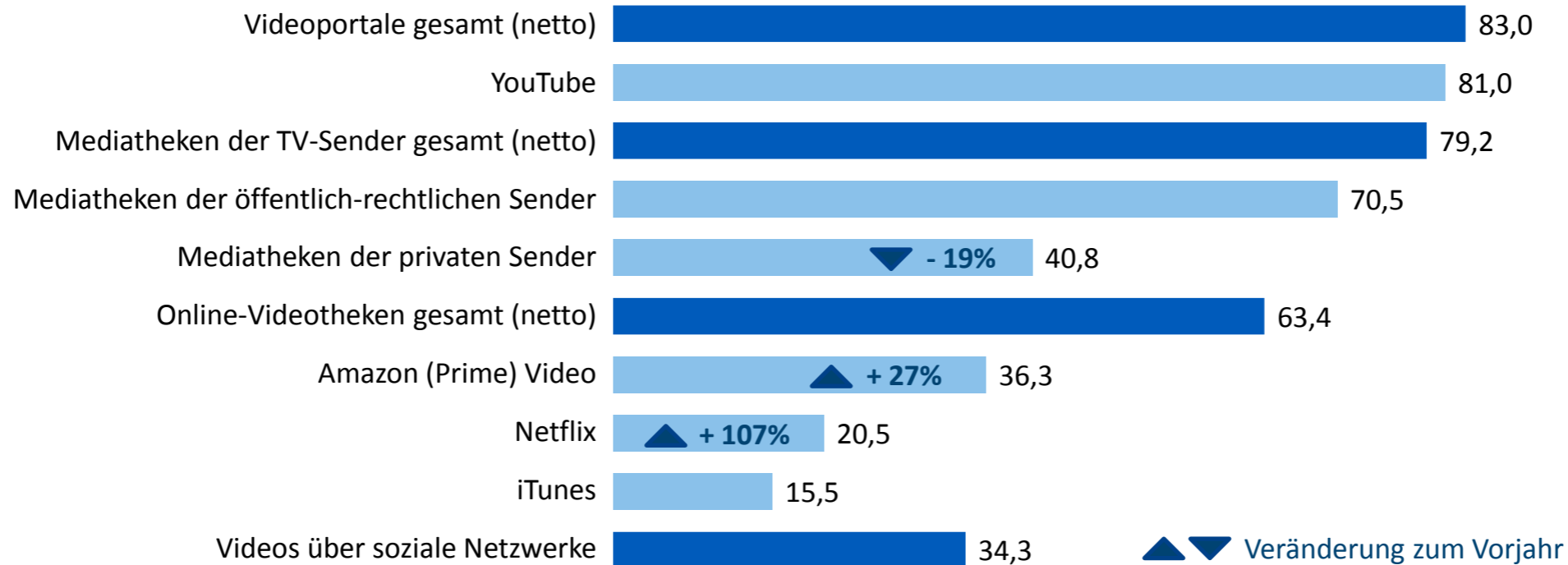
Basis: 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 0,672 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die mind. einmal pro Monat VOD-Angebote (professionelle Inhalte) nutzen (n=165)

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt bundesweit

YouTube als *die* Plattform für VOD vorne. Netflix im Kommen, aber Amazon Video wächst ebenfalls weiter. Die privaten Mediatheken aktuell etwas schwächer.

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)*

Ø **38** Jahre, **53%** männlich



Angaben in Prozent

Basis: 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

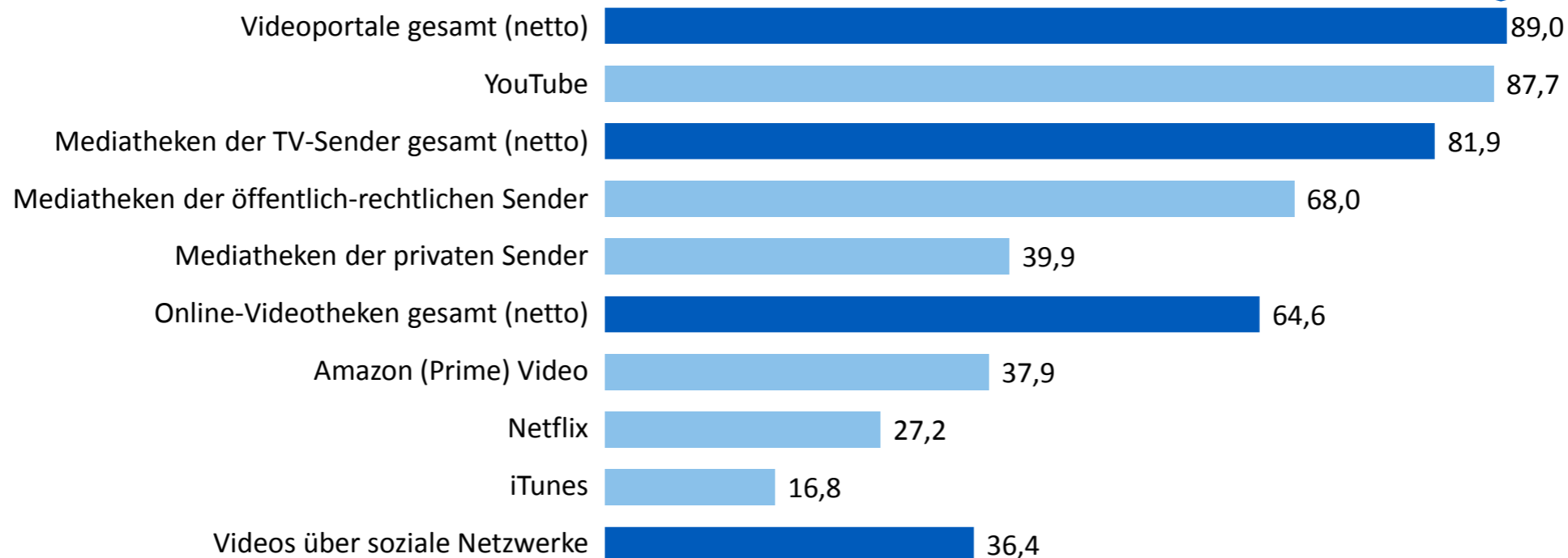


# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt

Berlin

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Berlin (mind. einmal / Monat)*

Ø 39 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent

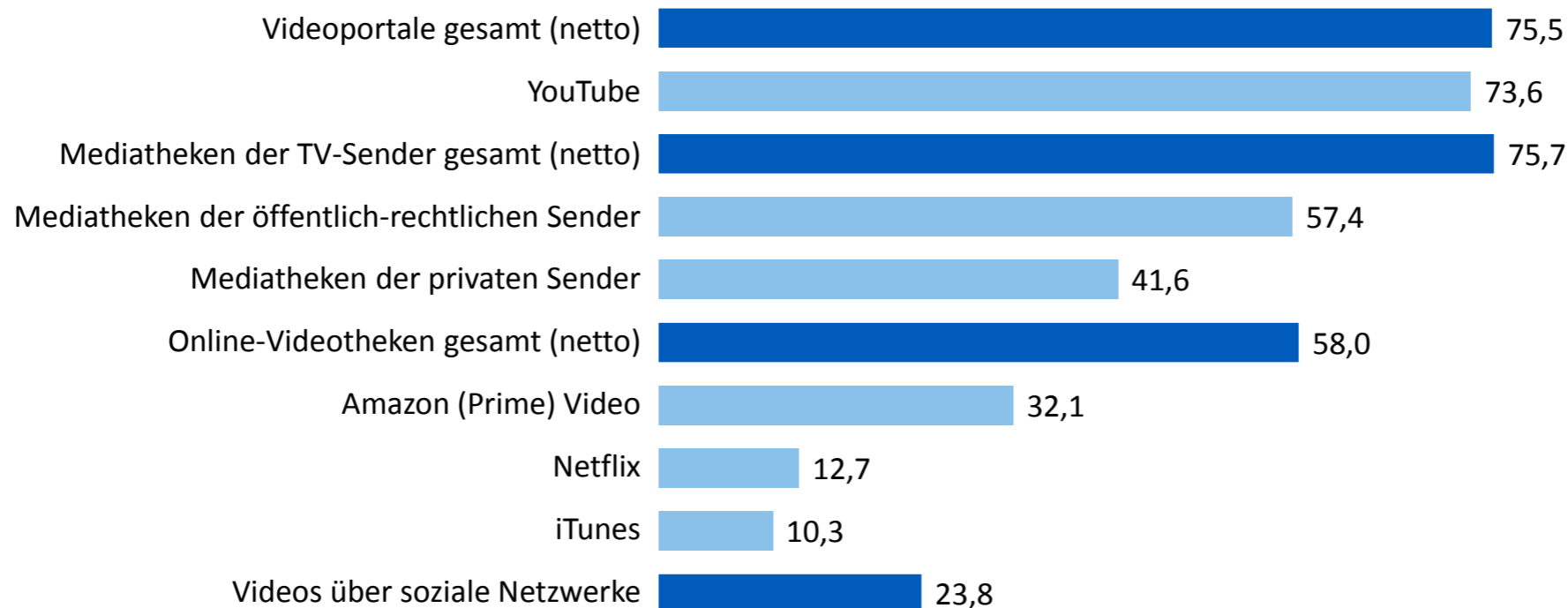
Basis: 1,256 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=217)

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt

## Brandenburg

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Brandenburg (mind. einmal / Monat)*

Ø **39** Jahre, **51%** männlich



Angaben in Prozent

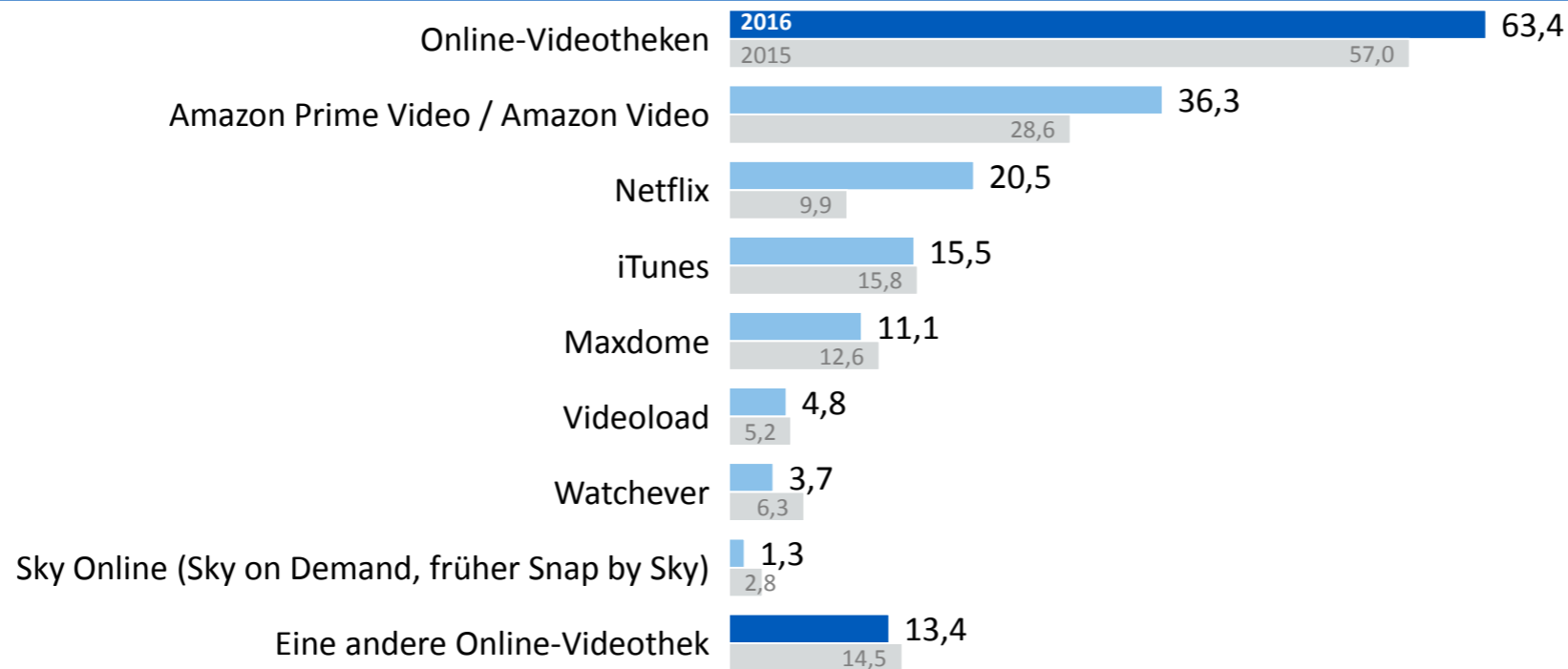
Basis: 0,672 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=165)

# Nutzung Online-Videotheken im Trend: Nutzung gesamt bundesweit

Online-Videotheken gewinnen insbesondere durch Anstieg der Nutzung von Amazon Prime Video und Netflix. Alle anderen tendenziell weniger genutzt als zuletzt.

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)*

Ø 38 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent

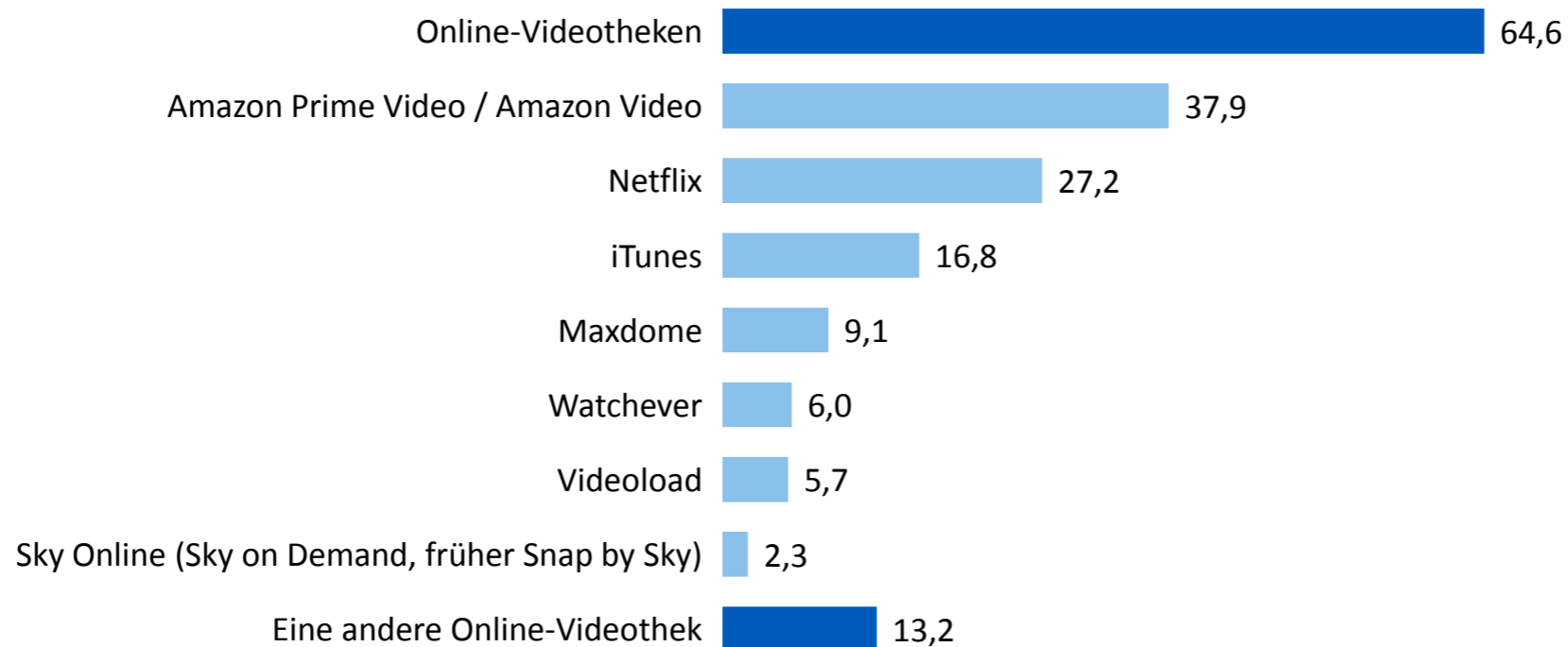
Basis: 19,089 / 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

# Nutzung Online-Videotheken: Nutzung gesamt

## Berlin

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Berlin (mind. einmal / Monat)*

Ø 39 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent

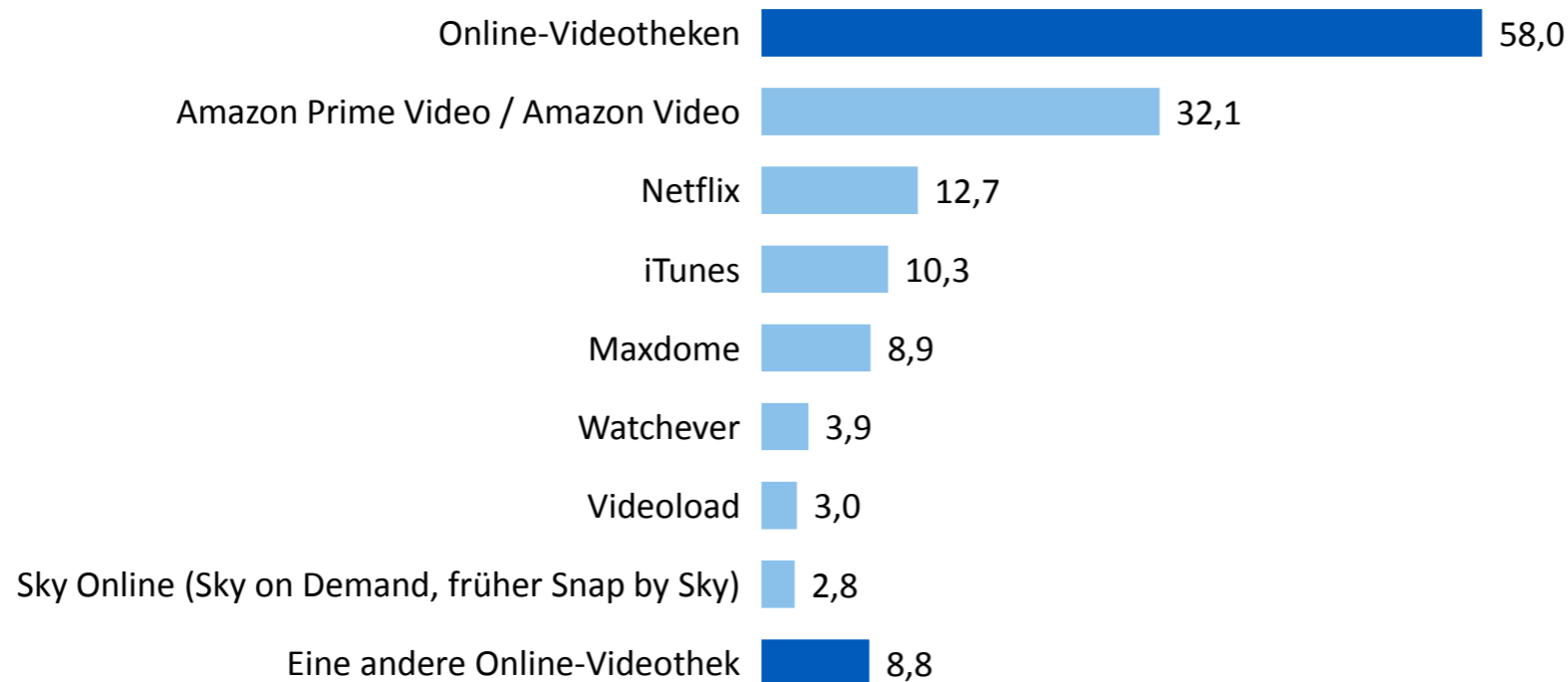
Basis: 1,256 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=217)

# Nutzung Online-Videotheken: Nutzung gesamt

## Brandenburg

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Brandenburg (mind. einmal / Monat)*

Ø 39 Jahre, 51% männlich



Angaben in Prozent

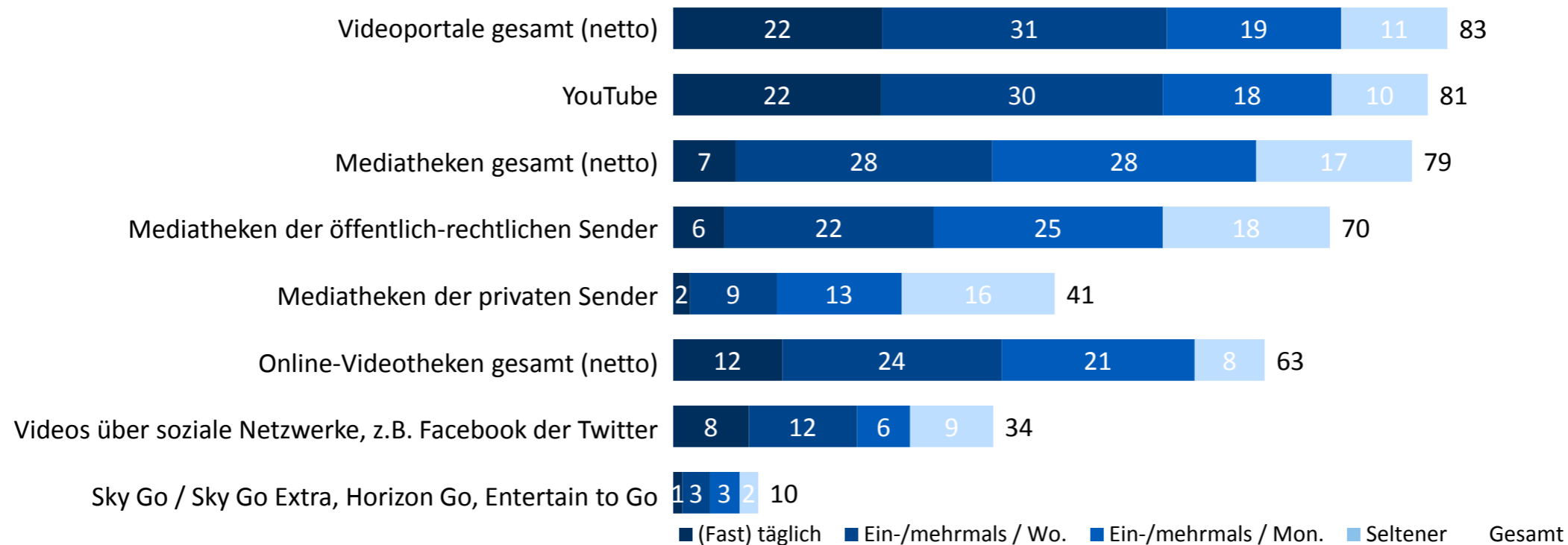
Basis: 0,672 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=165)

# Nutzungsfrequenz VOD-Angebote: Bundesweit

YouTube ist die mit Abstand am häufigsten genutzte Plattform. Bei der (fast) täglichen Nutzung Online-Videotheken auf Rang #2.

*Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)*

Ø 38 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent

Basis: 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

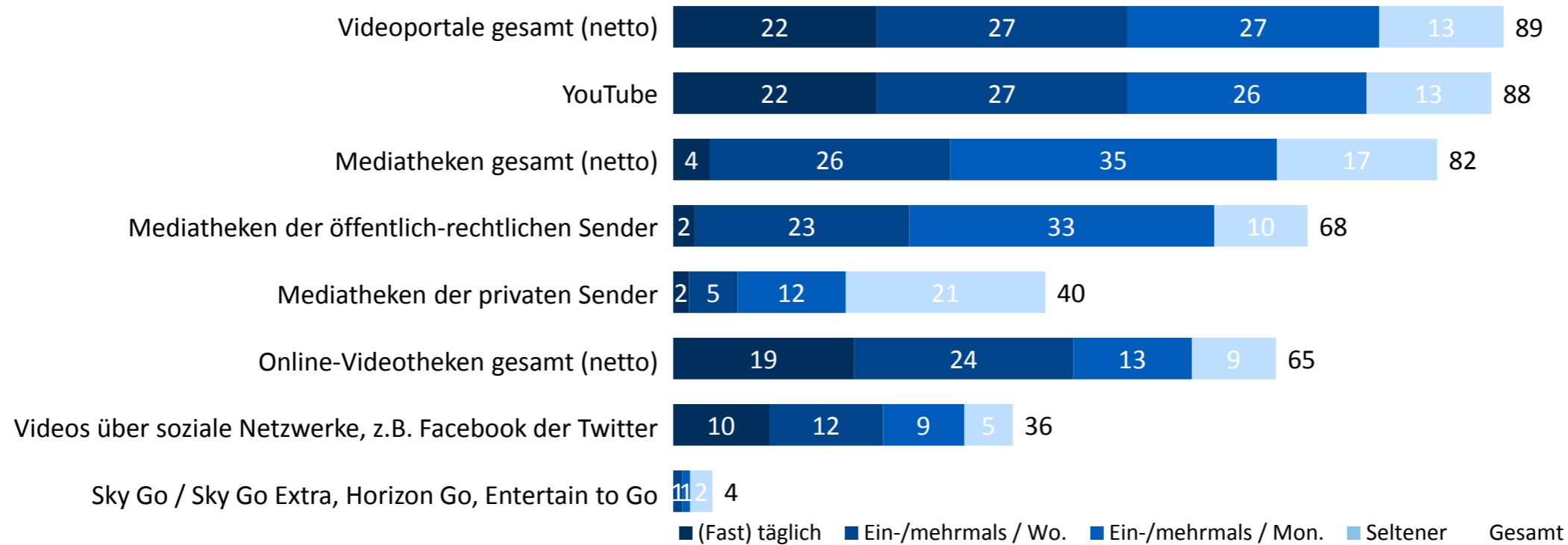


# Nutzungsfrequenz VOD-Angebote

## Berlin

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Berlin (mind. einmal / Monat)

Ø 39 Jahre, 53% männlich



Angaben in Prozent

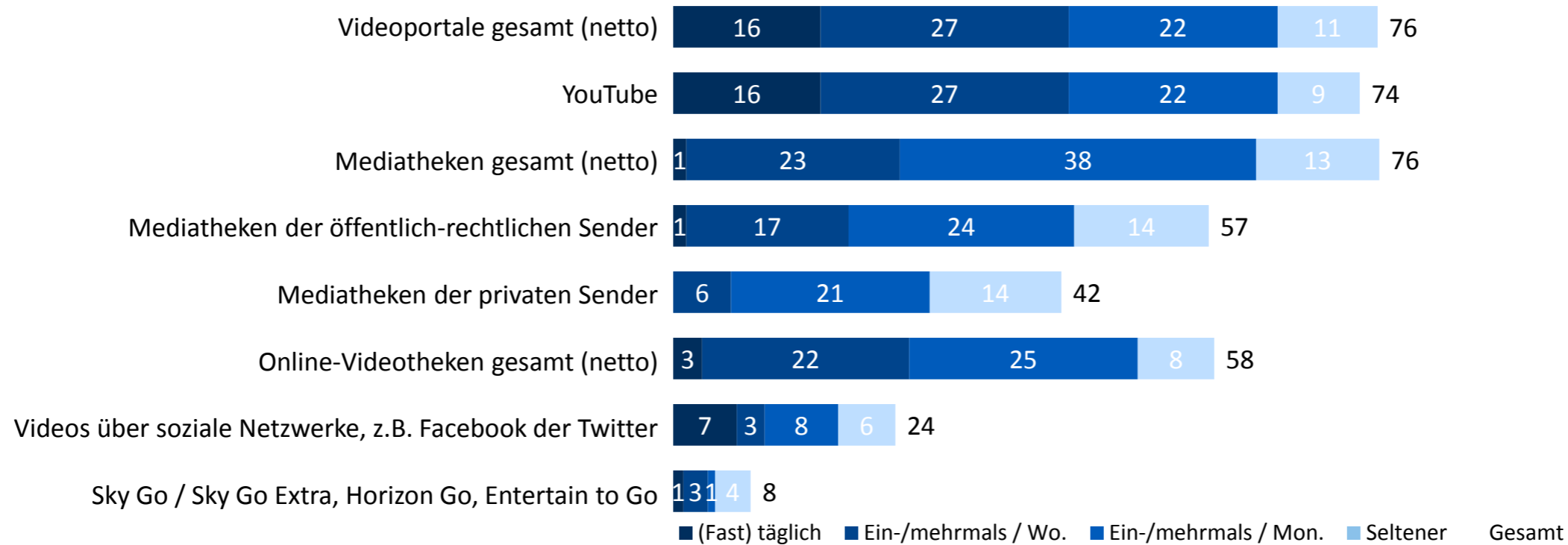
Basis: 1,256 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=217)

# Nutzungsfrequenz VOD-Angebote

## Brandenburg

Basis: Regelmäßige VOD-Nutzer in Brandenburg (mind. einmal / Monat)

Ø 39 Jahre, 51% männlich

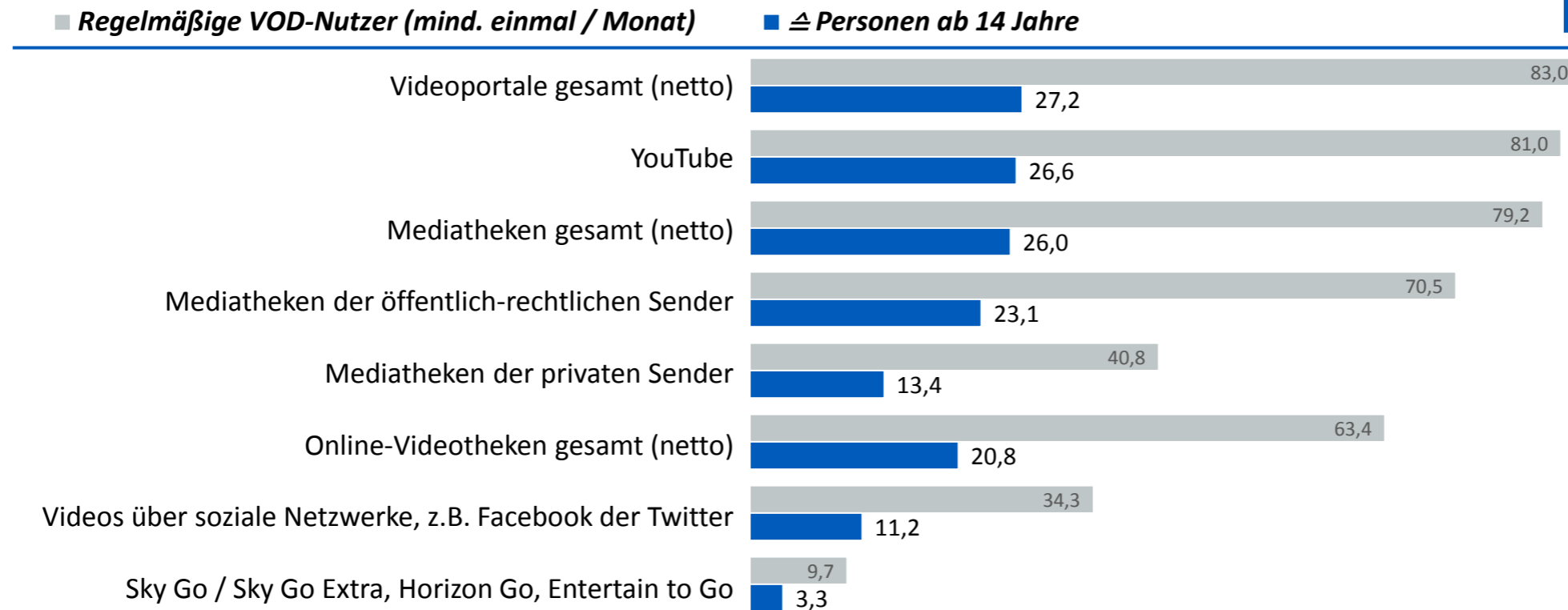


Angaben in Prozent

Basis: 0,672 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=165)

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre bundesweit

Bezogen auf alle Personen ab 14 Jahre, nutzt rund jeder Vierte die Mediatheken und YouTube als Plattformen für VOD, gut jeder Zehnte (auch) ein soziales Netzwerk.

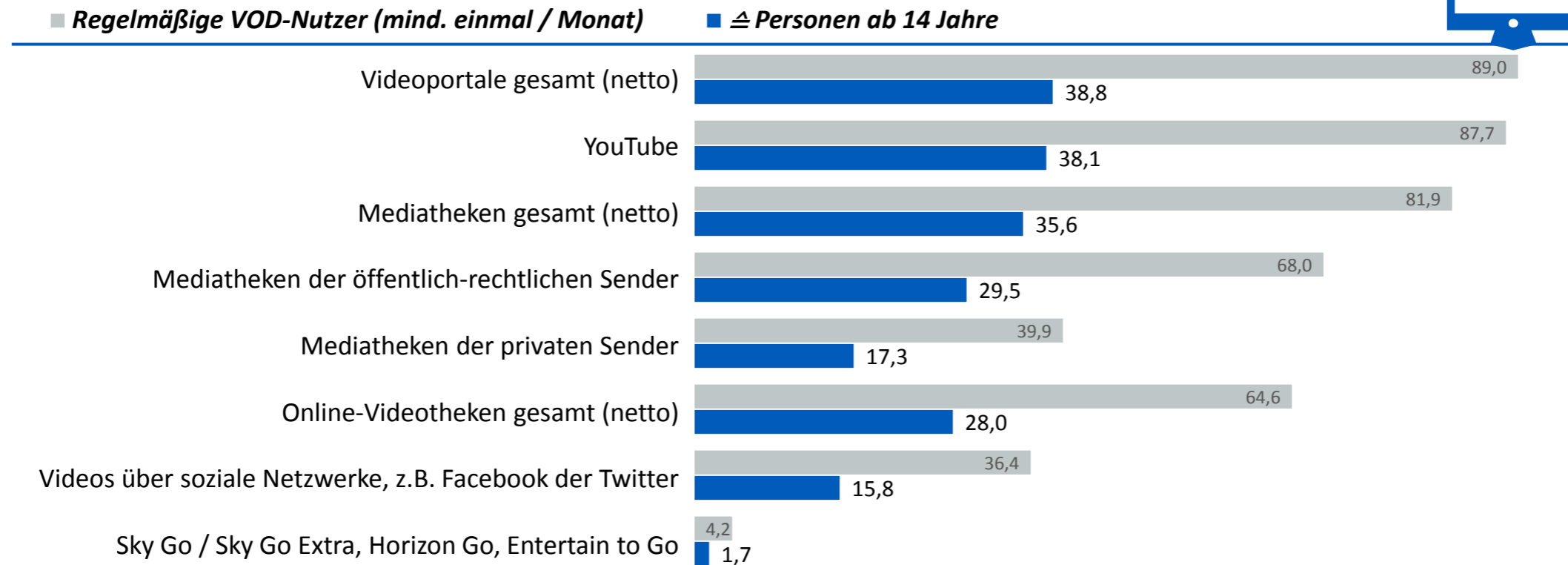


Angaben in Prozent

Basis: 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen / 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre

Berlin

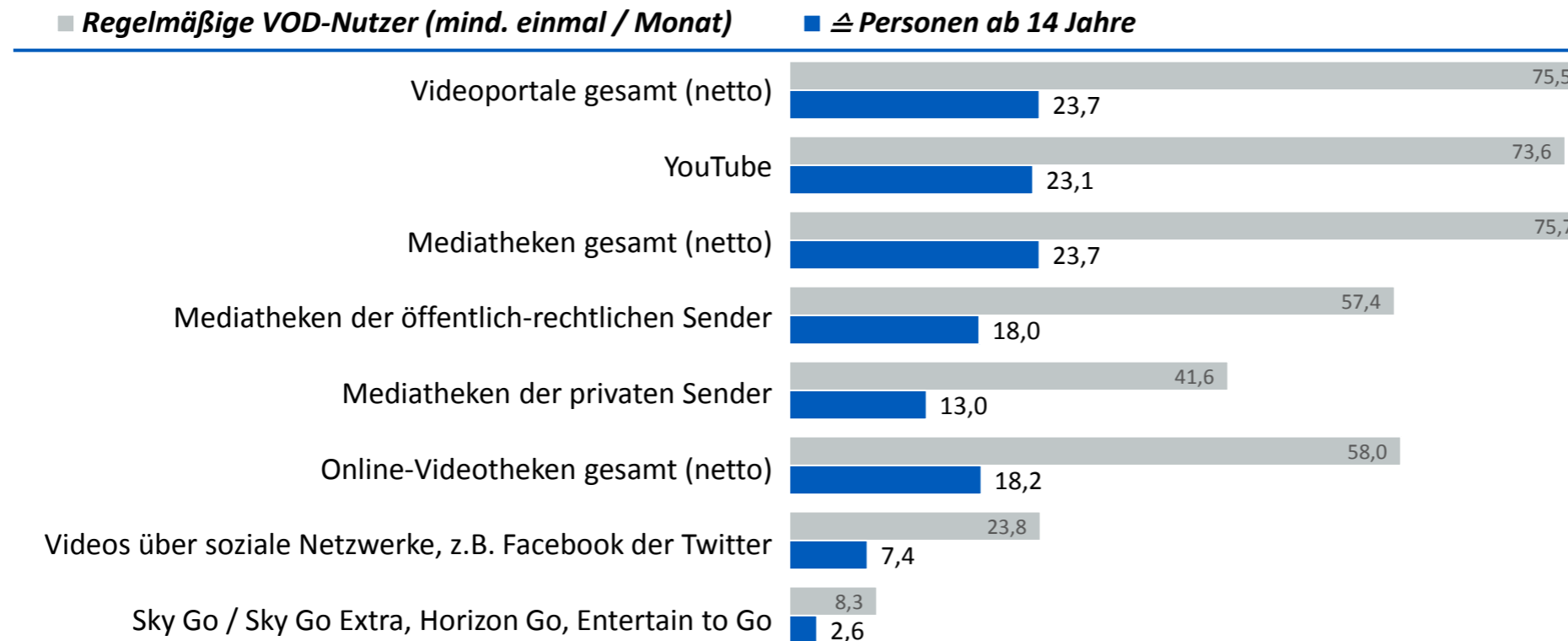


Angaben in Prozent

Basis: 1,256 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen / 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre

## Brandenburg

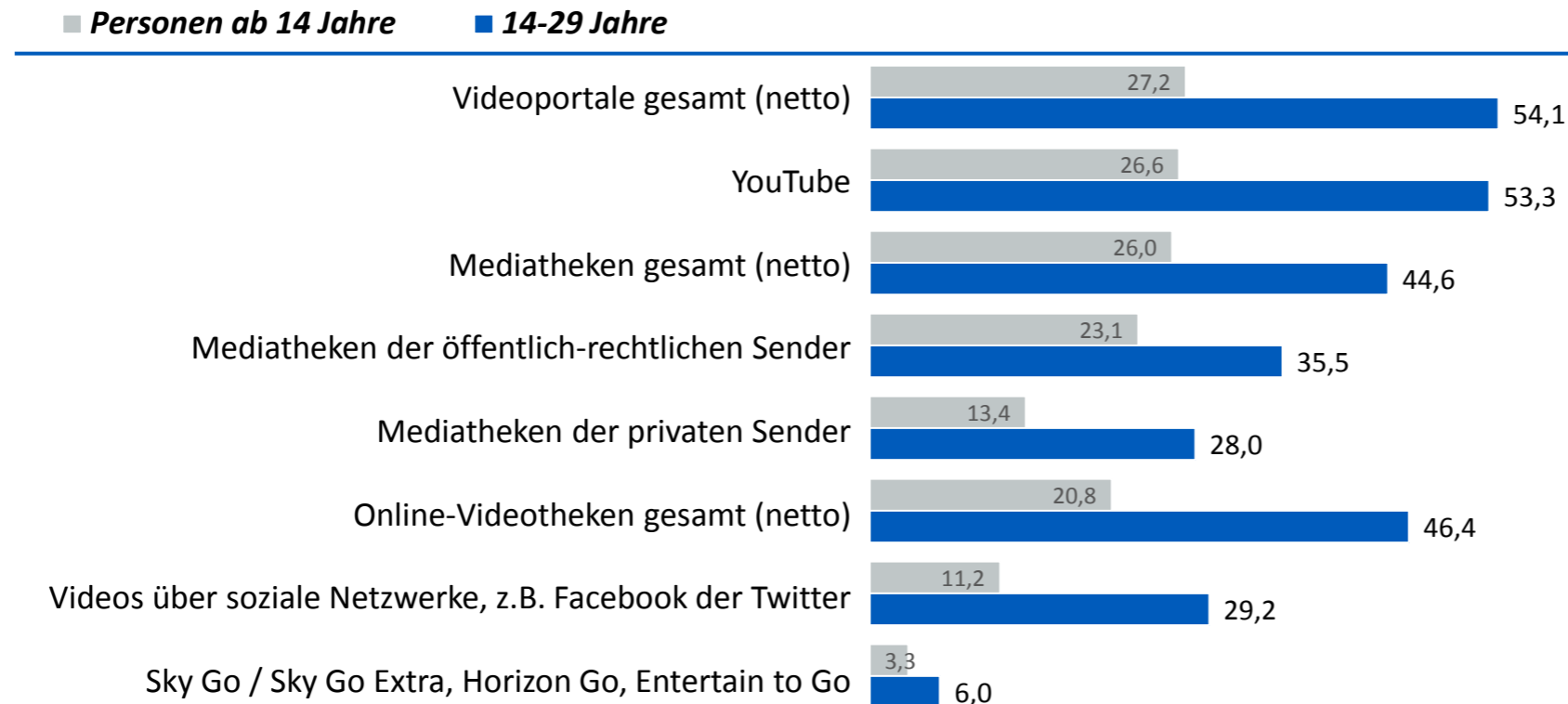


Angaben in Prozent

Basis: 0,672 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen / 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 / 14-29 J. bundesweit

Erwartungsgemäß deutlich höheres Nutzungsniveau bei den Jüngeren, insbesondere bei Online-Videotheken, sozialen Netzwerken, privaten Mediatheken und YouTube.

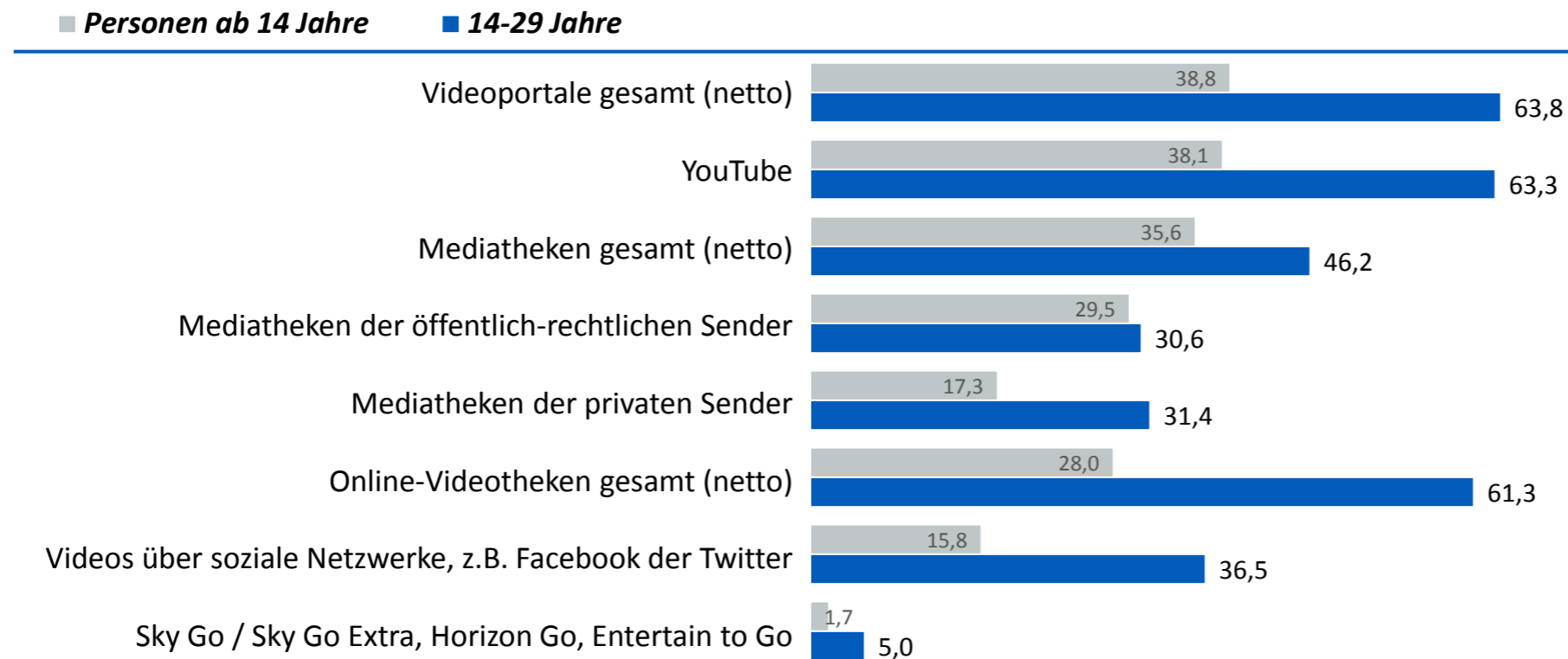


Angaben in Prozent

Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland / 14,259 Mio. Personen im Alter 14-29 Jahre

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 / 14-29 Jahre

Berlin

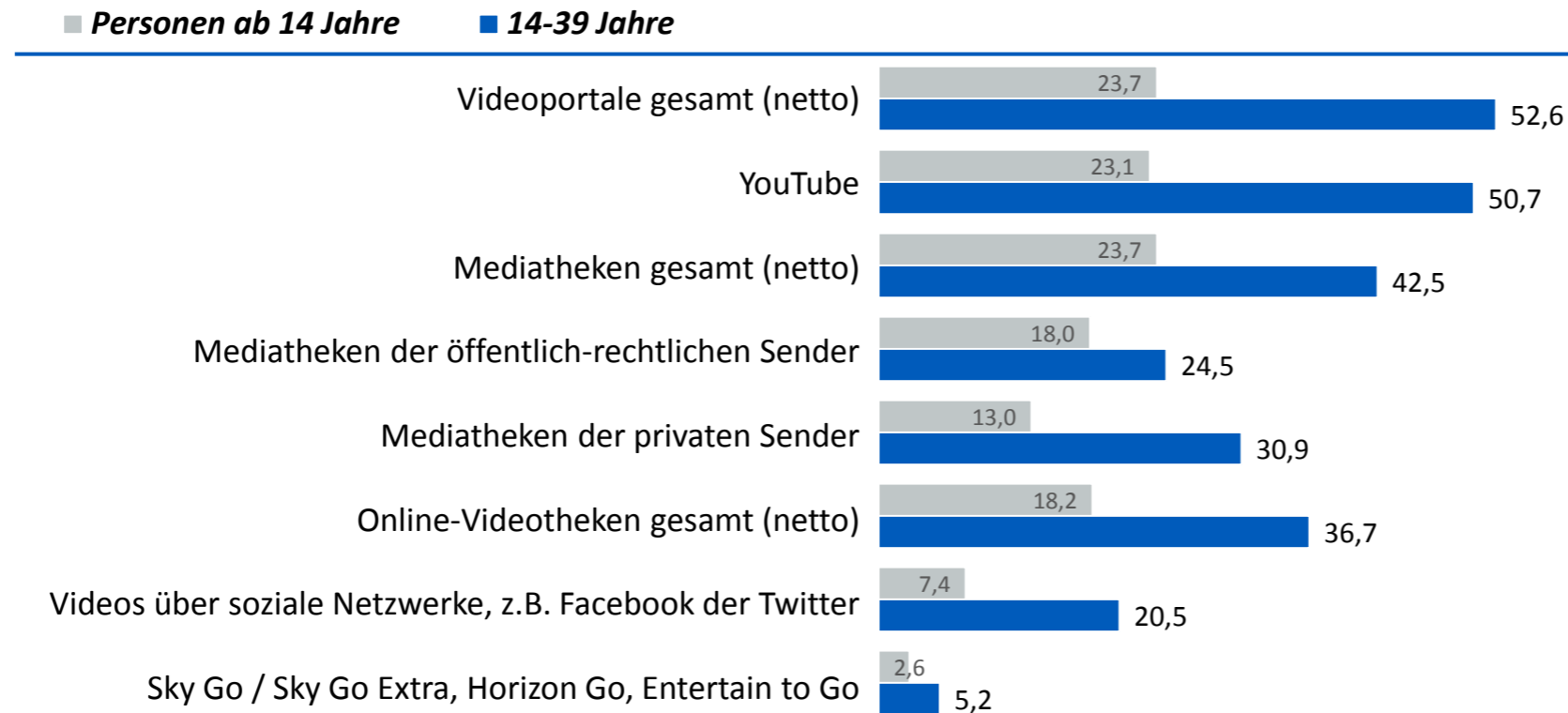


Angaben in Prozent

Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin / 0,651 Mio. Personen im Alter 14-29 Jahre

# Nutzung VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 / 14-39 Jahre

## Brandenburg

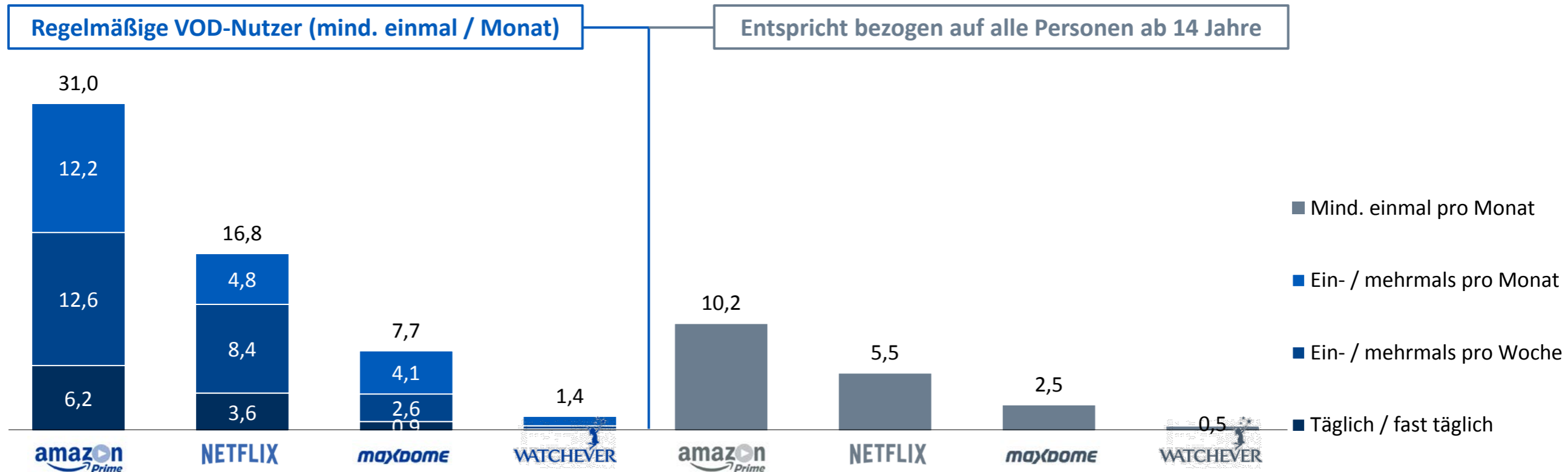


Angaben in Prozent

Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg / 0,614 Mio. Personen im Alter 14-39 Jahre

# Nutzung Online-Videotheken: SVOD-Angebote

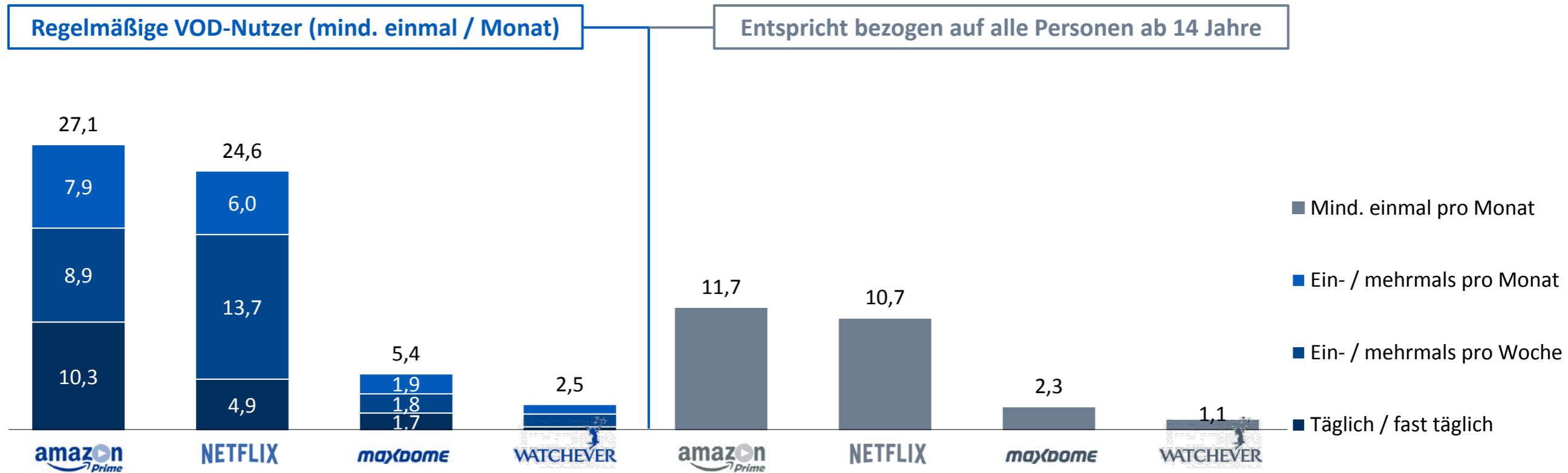
Knapp ein Drittel der regelmäßigen Nutzer ist mindestens einmal pro Monat bei Amazon Video, etwa halb so viele bei Netflix. Das sind 10% bzw. rund 6% aller ab 14-Jährigen.



Angaben in Prozent  
 Basis: 22,732 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

# Nutzung Online-Videotheken: SVOD-Angebote

Berlin



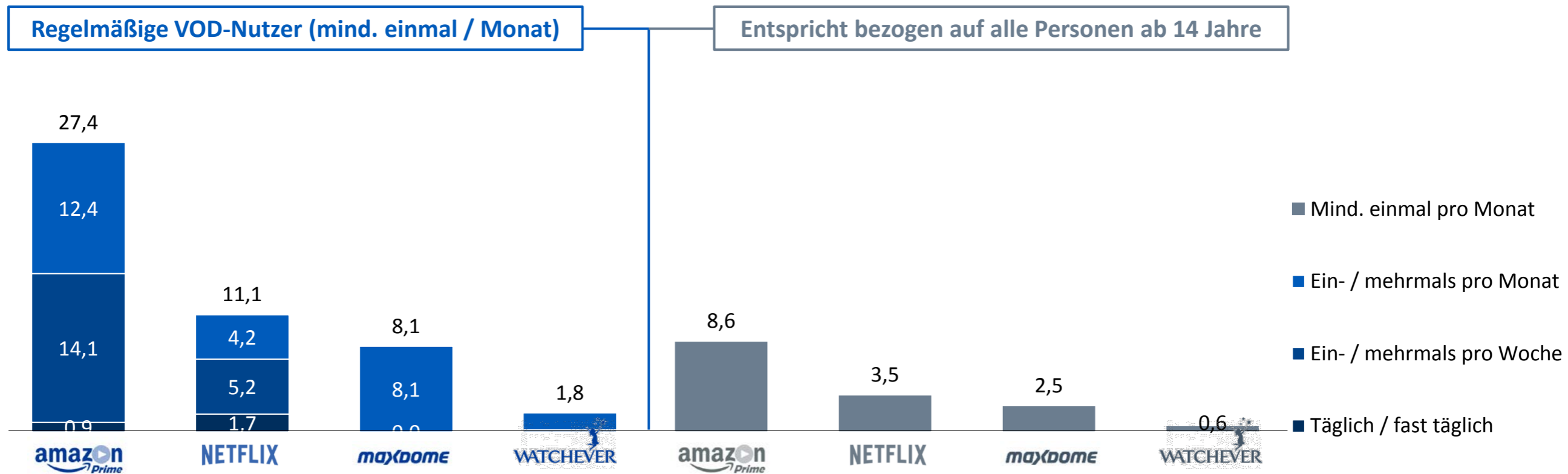
Angaben in Prozent

Basis: 1,256. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen



# Nutzung Online-Videotheken: SVOD-Angebote

## Brandenburg

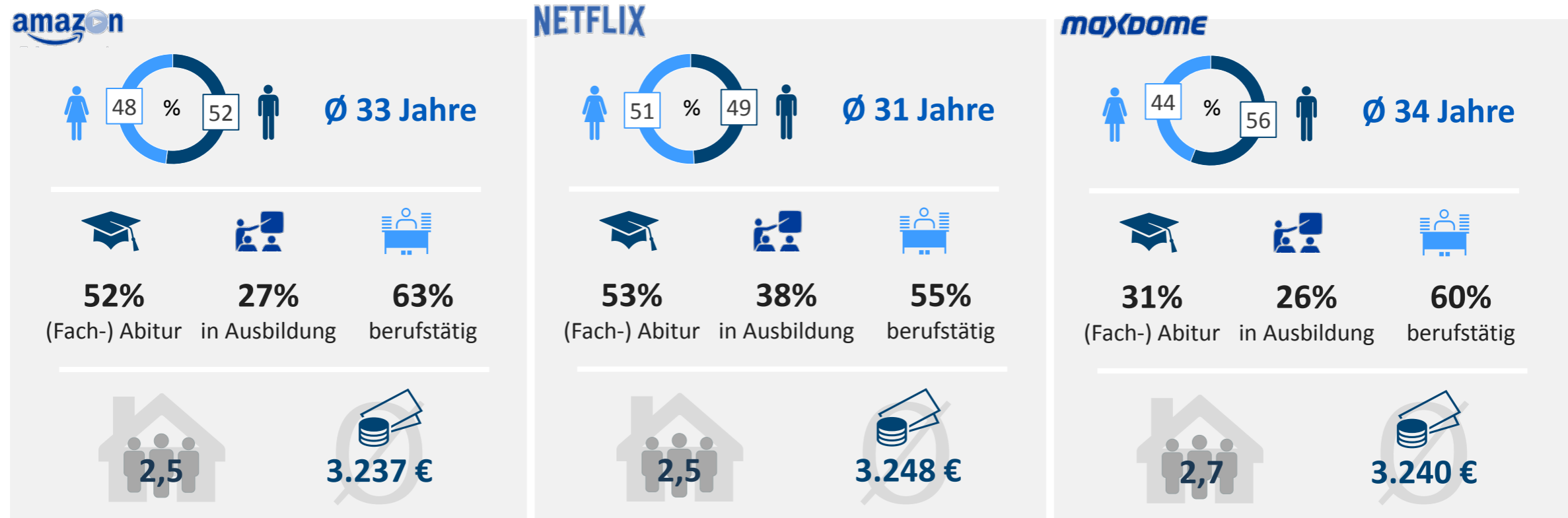


Angaben in Prozent

Basis: 0,672 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen

# Regelmäßige Nutzer Online-Videotheken im Vergleich: Soziodemografie

Mehrheitlich aus Mehrpersonen-HH mit überdurchschnittlichem Einkommen. Netflix-Nutzer etwas jünger, „studentischer“, „weiblicher“ - insbesondere im Vergleich zu maxdome-Nutzern.

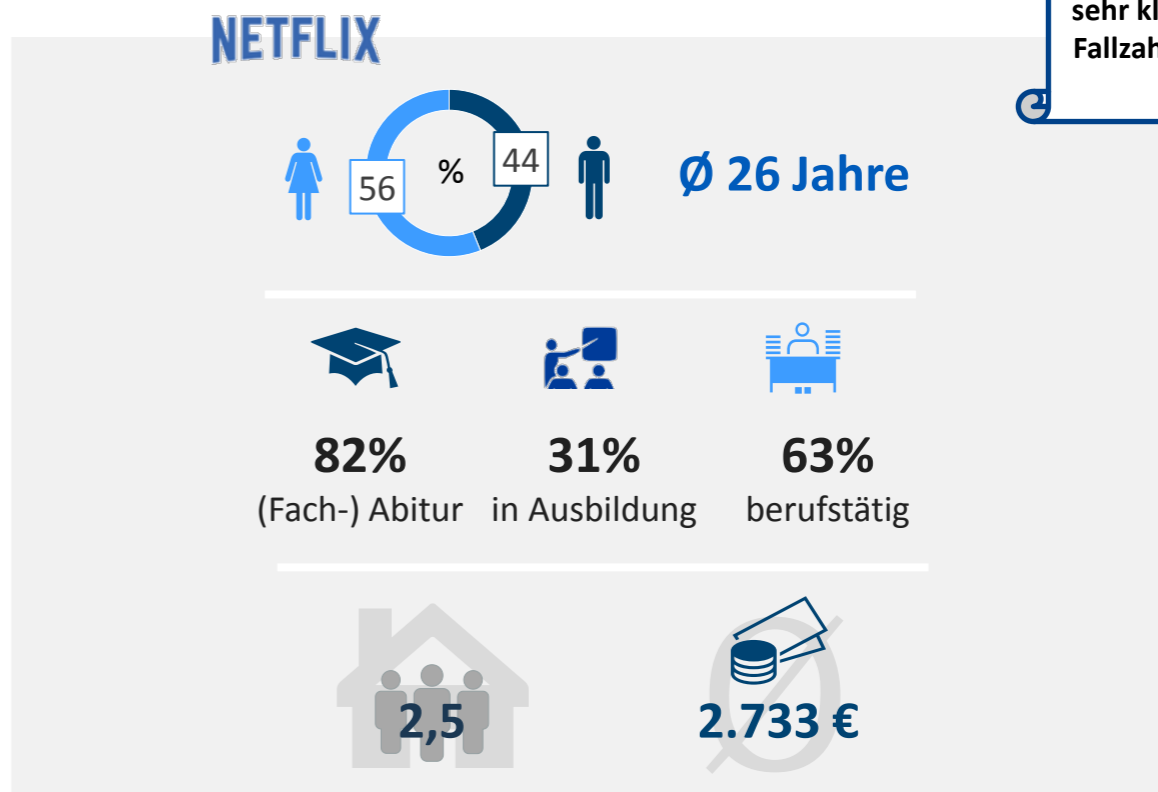
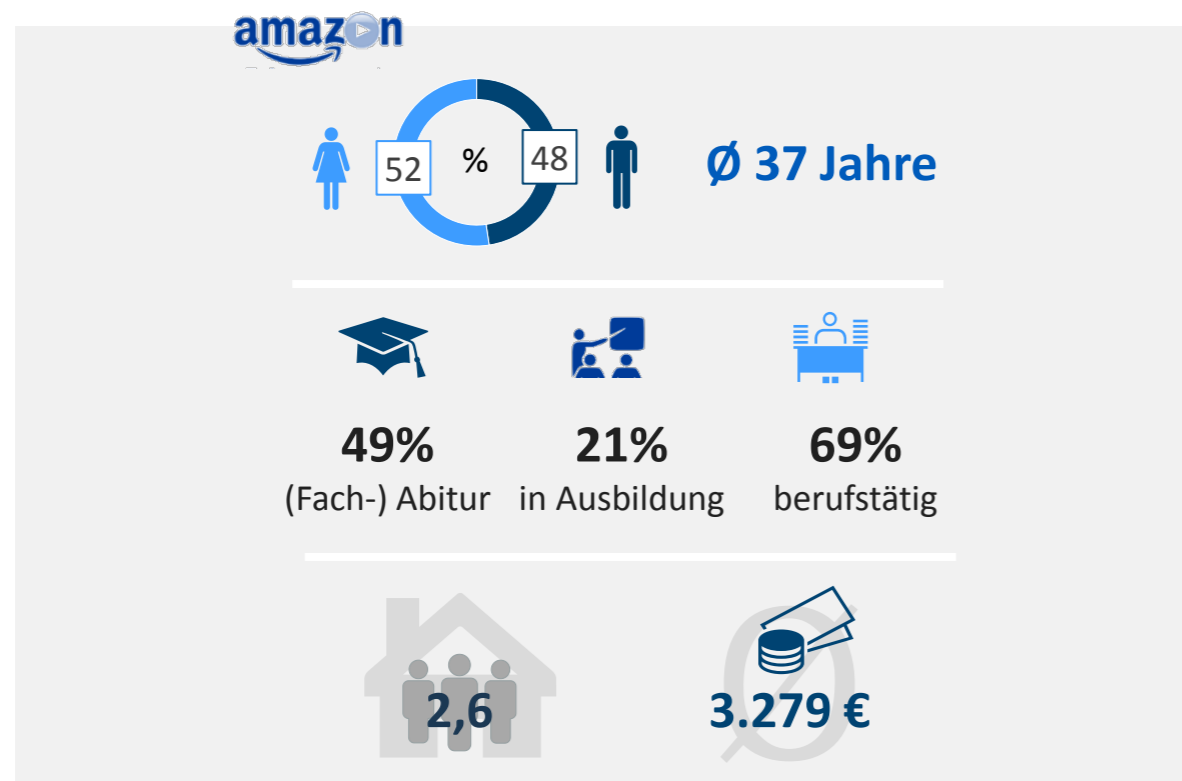


Basis: 7,038 Mio. / 3,821 Mio. / 1,514 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat Amazon Video / Netflix / maxdome nutzen

# Regelmäßige Nutzer Online-Videotheken im Vergleich: Soziodemografie

Berlin

Achtung  
sehr kleine  
Fallzahlen!



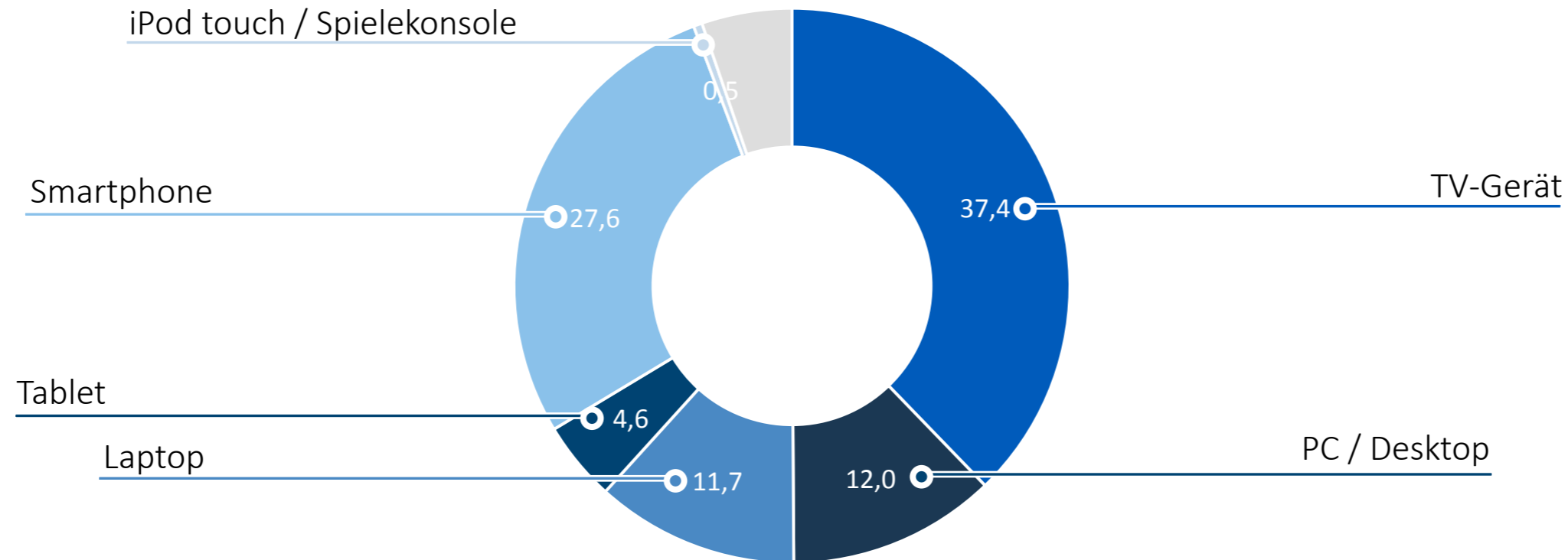
Basis: 0,340 Mio. / 0,309 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin, die mindestens einmal im Monat Amazon Video (n=60) / Netflix (n=42) nutzen



## Das TV-Gerät – First oder Second Screen?

## Wichtigstes (Bildschirm-) Gerät allgemein bundesweit

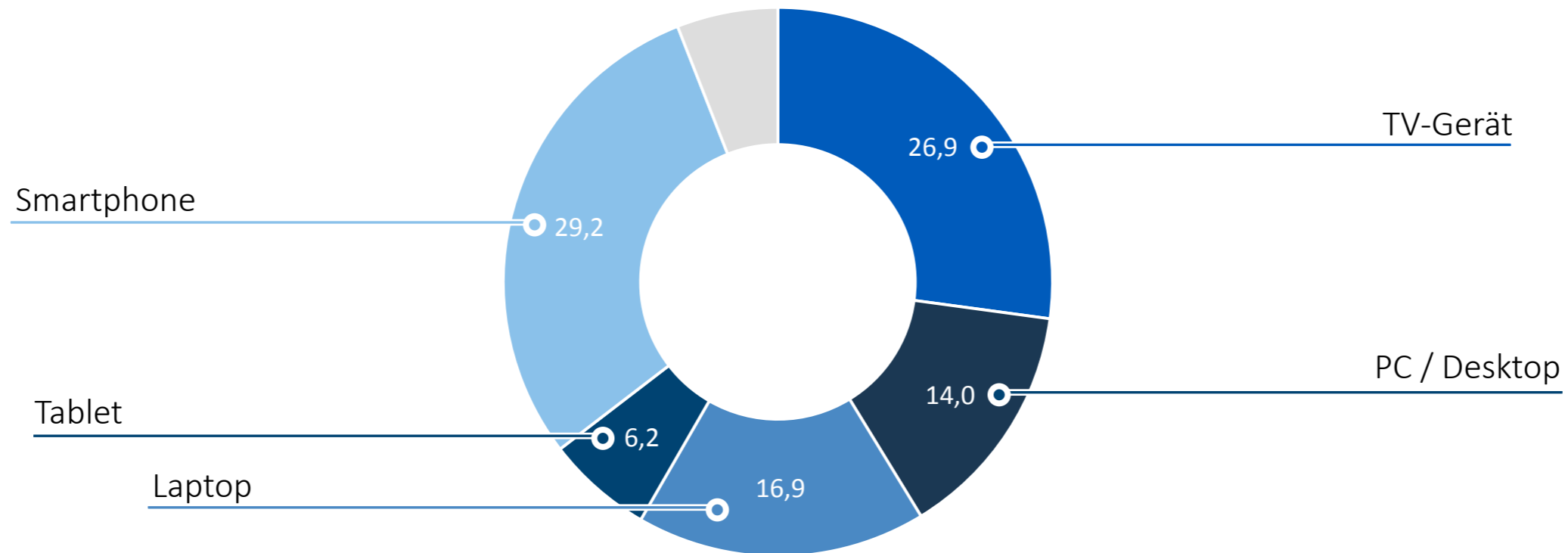
Für 37% ist das TV-Gerät das wichtigste Gerät, gefolgt vom Smartphone mit 27%.



Angaben in Prozent; Spielekonsole = tragbare Spielekonsole; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre

# Wichtigstes (Bildschirm-) Gerät allgemein

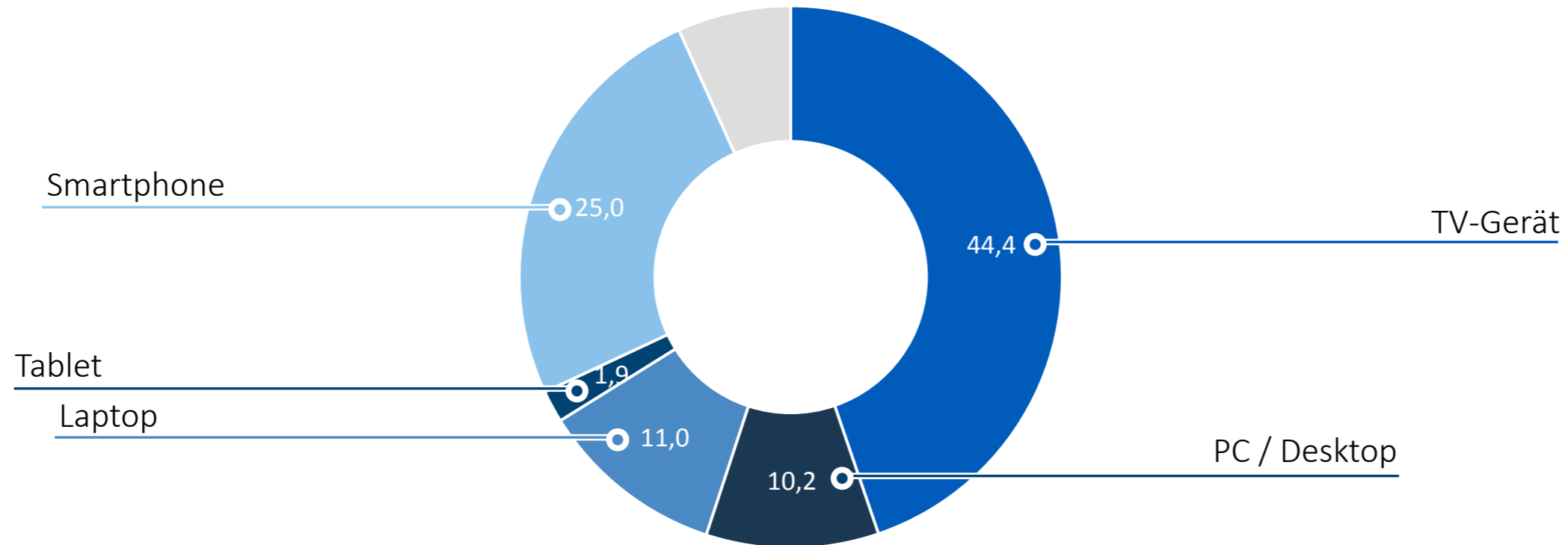
Berlin



Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

# Wichtigstes (Bildschirm-) Gerät allgemein

## Brandenburg

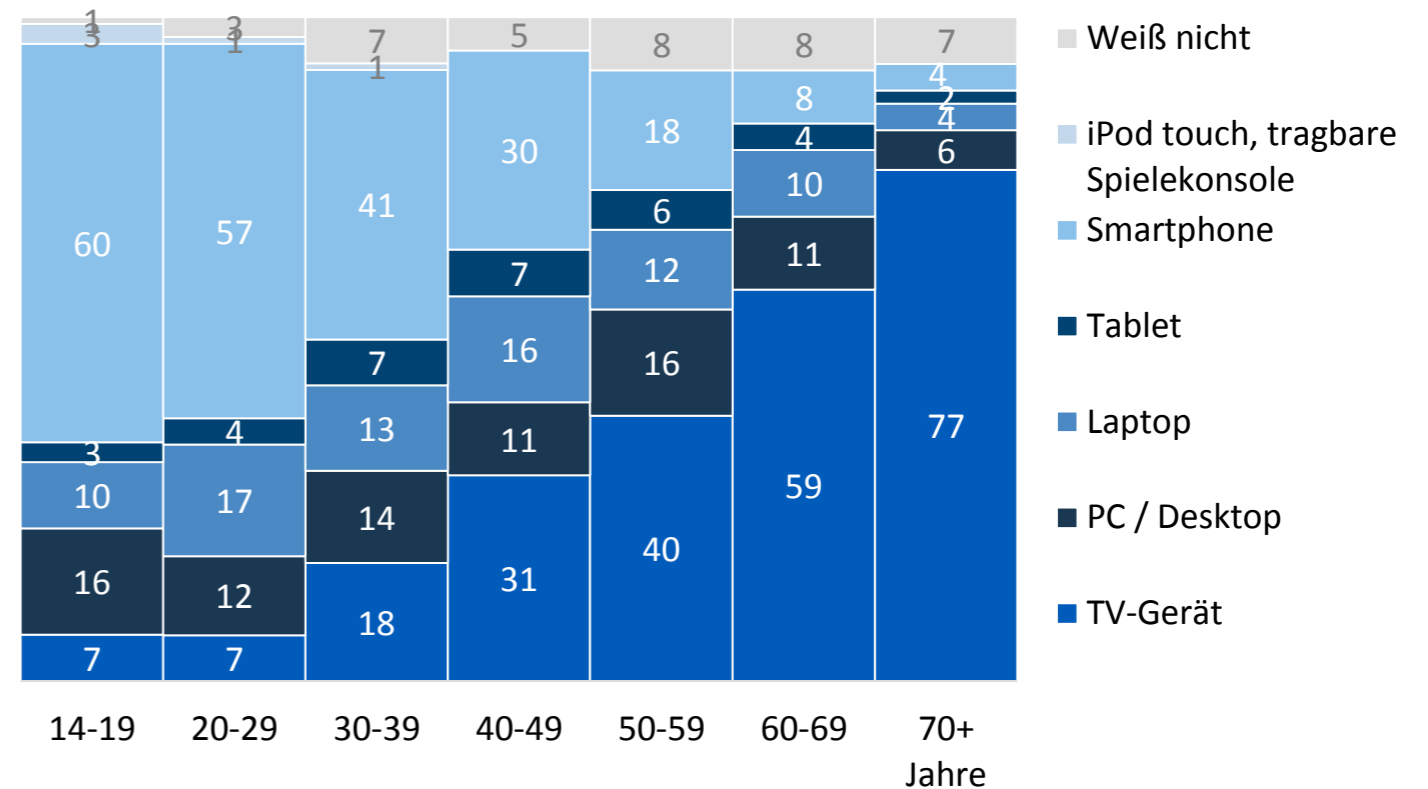
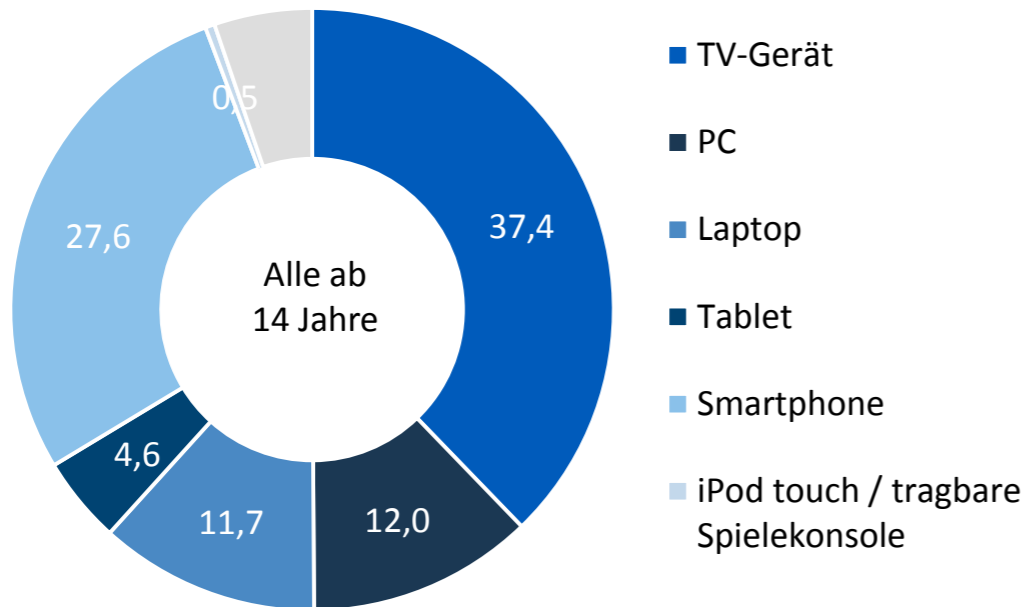


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg



## Wichtigstes Gerät allgemein – nach Alter: Bundesweit

Smartphone bei 14-39-Jährigen die klare Nummer 1. Bei 40-49-Jährigen auf einem Niveau mit dem TV-Gerät. TV-Gerät erst ab 50+ mit Abstand am wichtigsten.

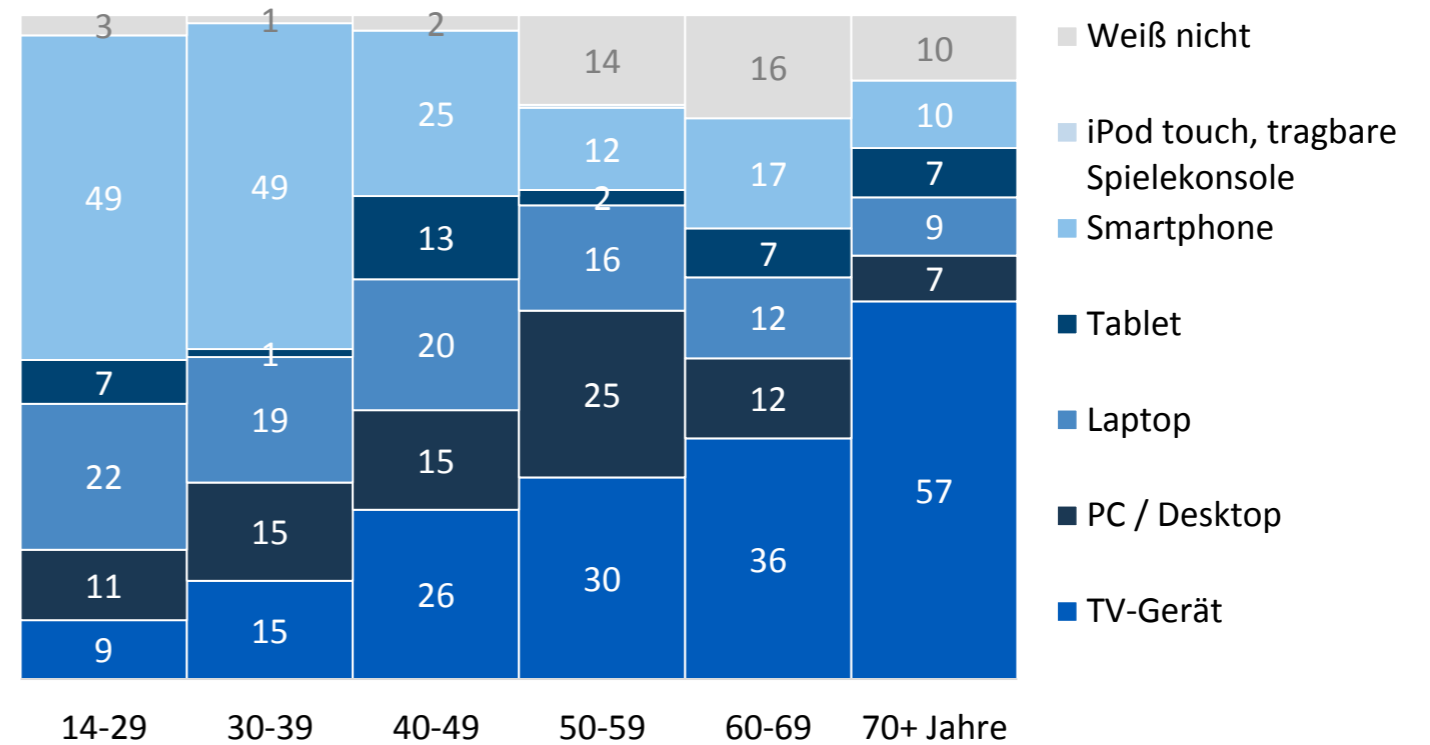
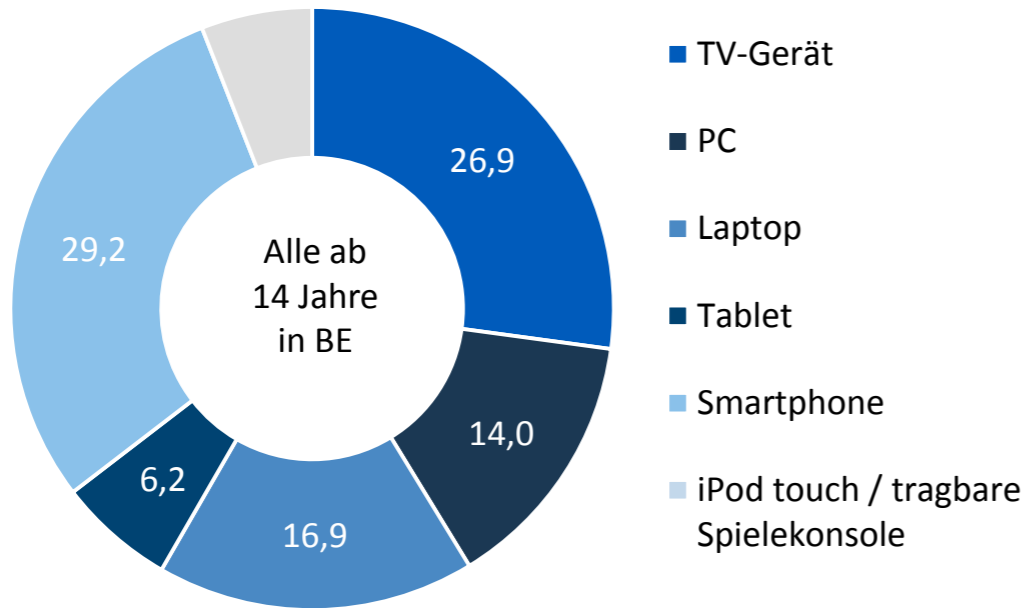


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre



# Wichtigstes Gerät allgemein – nach Alter

Berlin

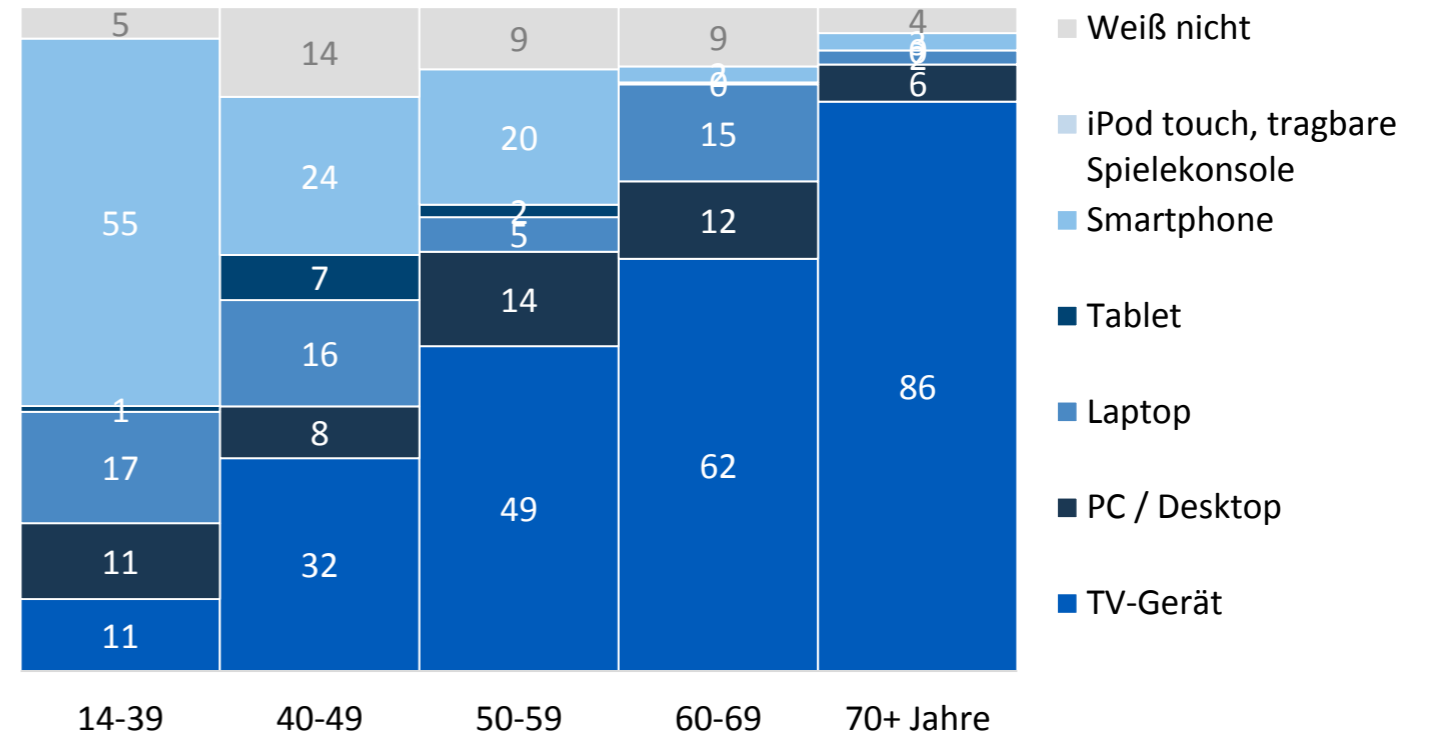
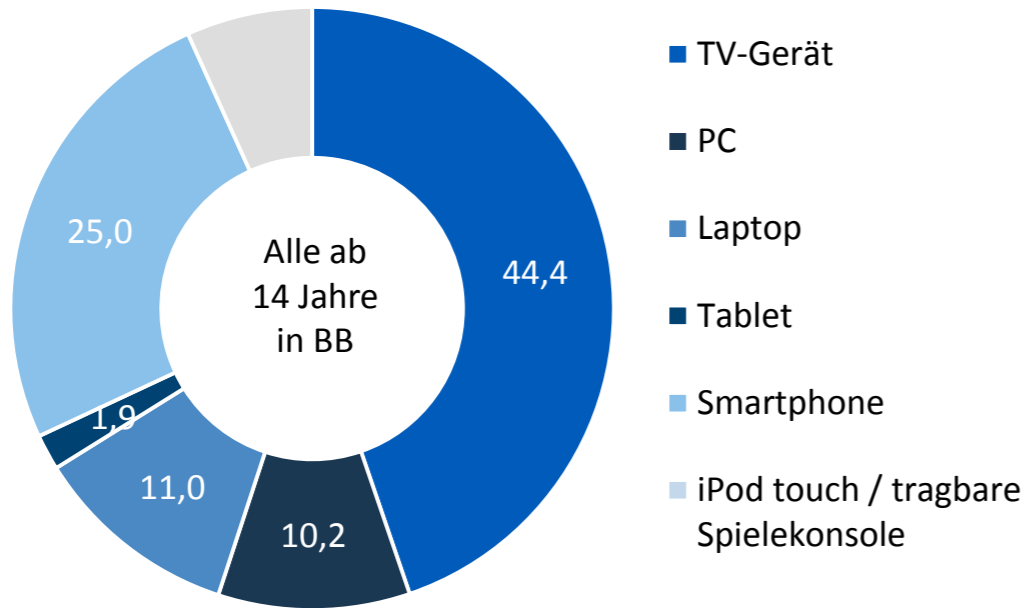


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin



# Wichtigstes Gerät allgemein – nach Alter

## Brandenburg

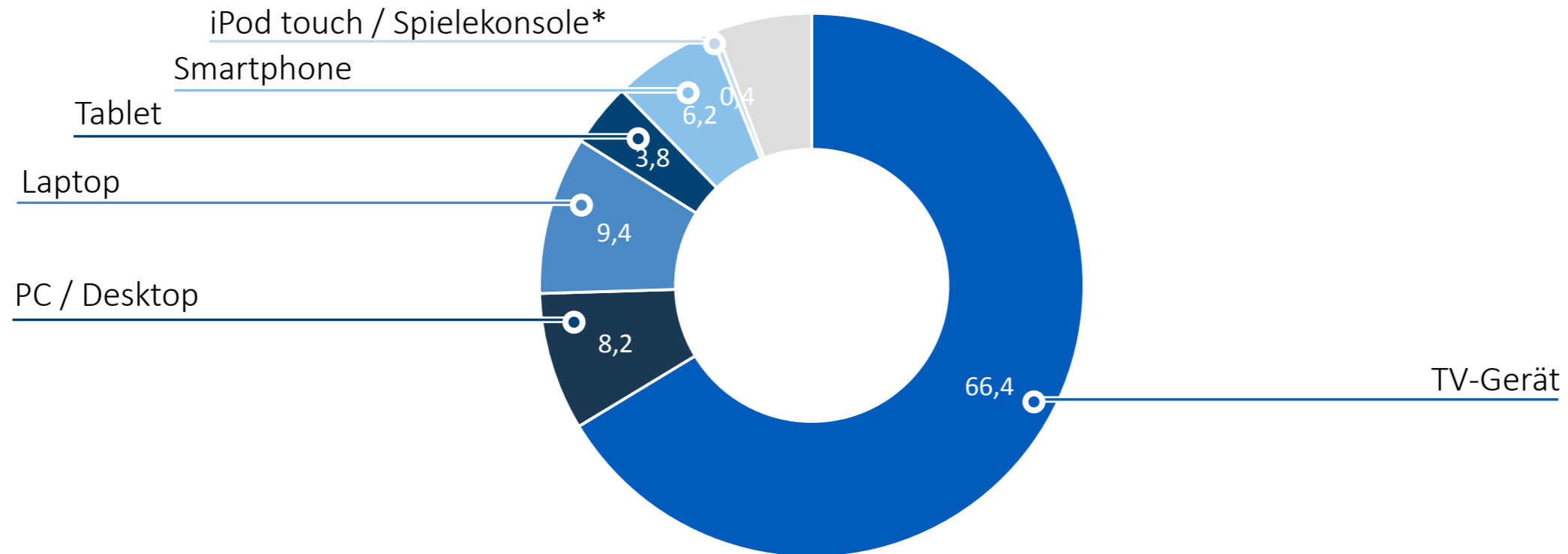


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg



## Wichtigstes Gerät zur Videonutzung bundesweit

Bei der Videonutzung ist das TV-Gerät mit Abstand vorne: Zwei von Drei wählen es zu ihrem wichtigsten Bildschirm.

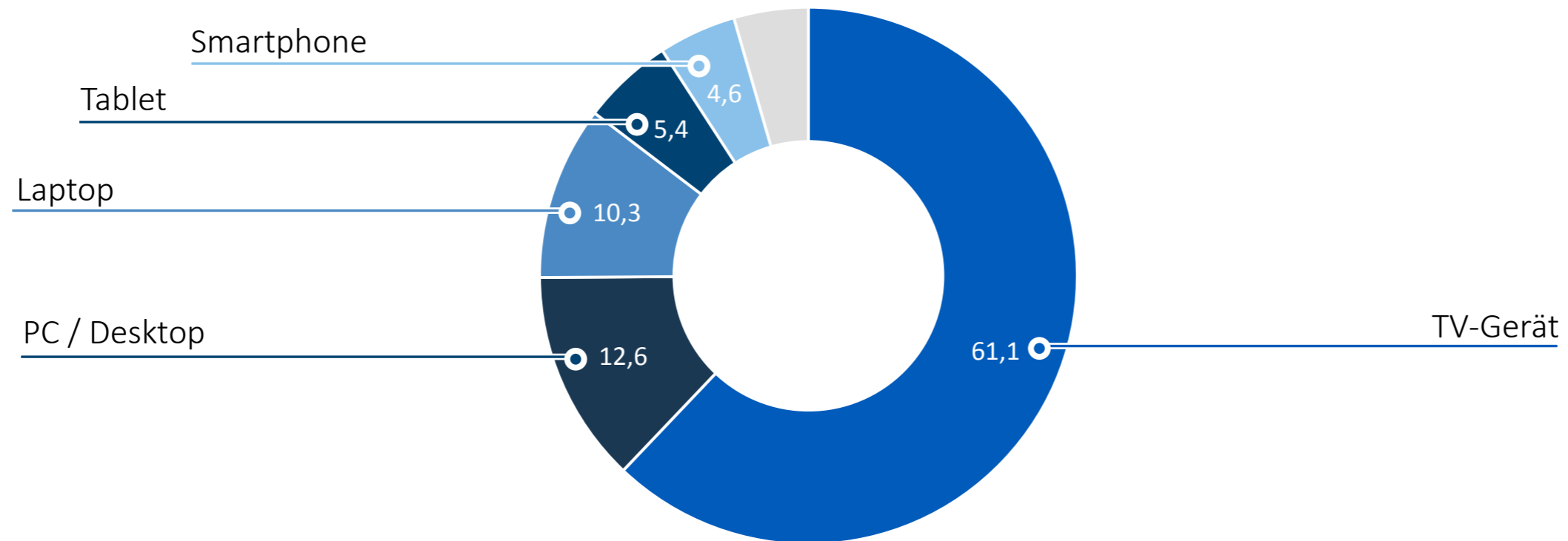


Angaben in Prozent; \*tragbare Spielekonsole  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre



# Wichtigstes Gerät zur Videonutzung

Berlin

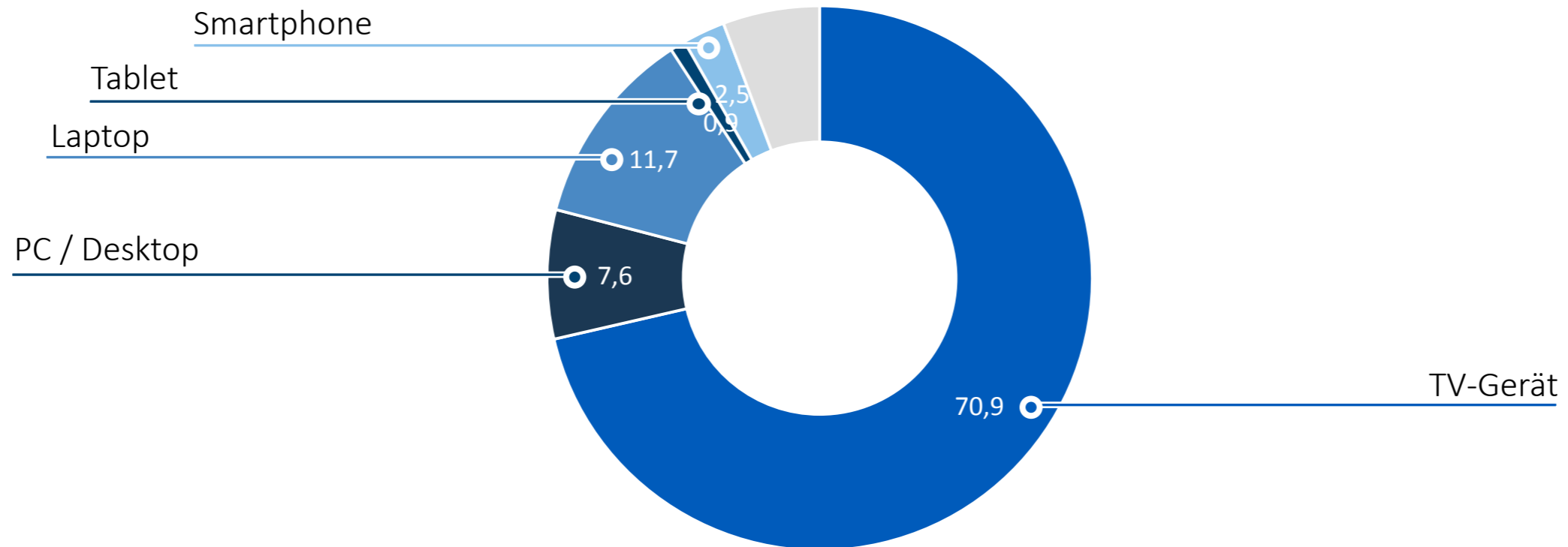


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin



# Wichtigstes Gerät zur Videonutzung

## Brandenburg

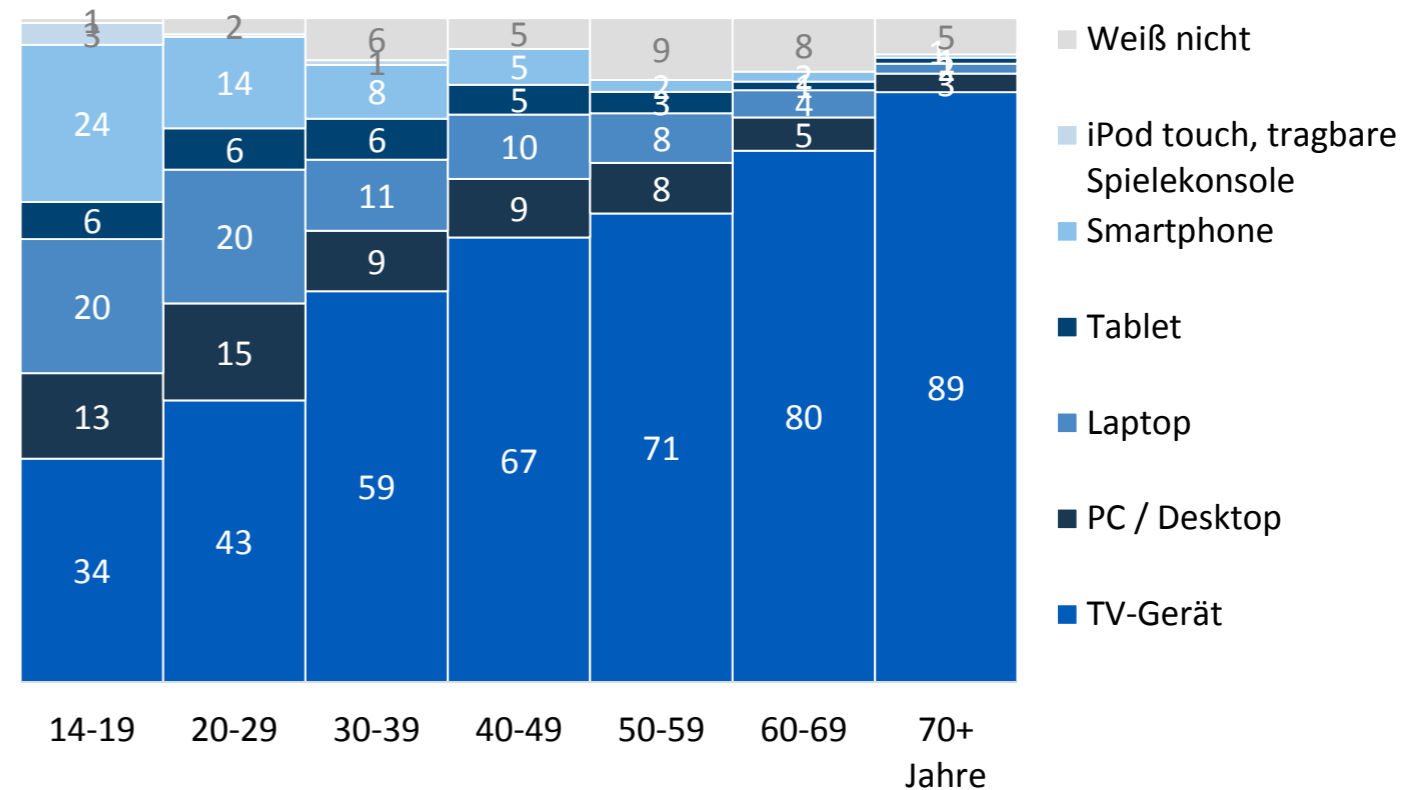
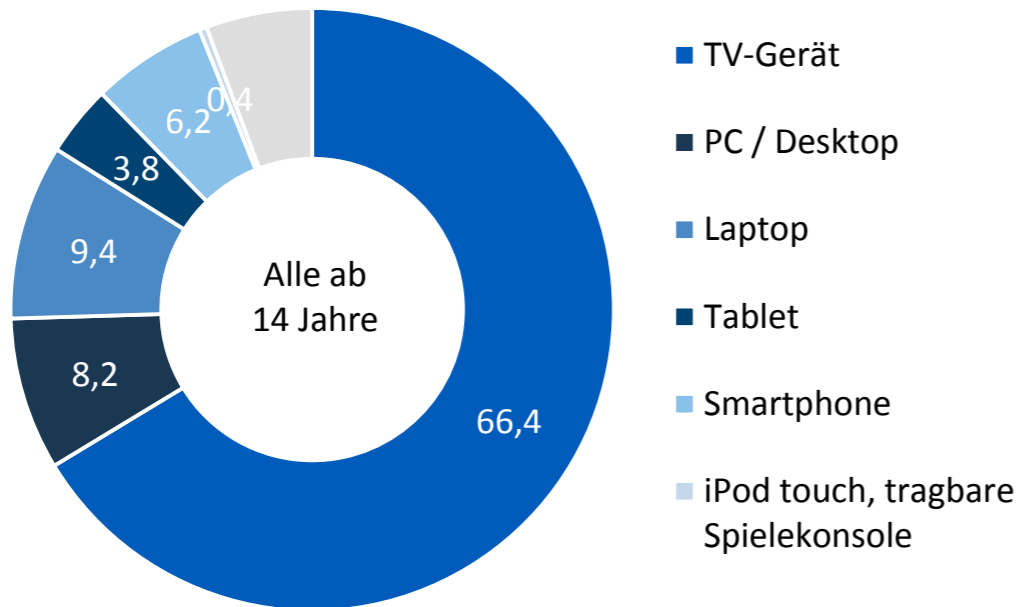


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg



## Wichtigstes Gerät zur Videonutzung – nach Alter: Bundesweit

Erst ab 40+ ist das TV-Gerät überdurchschnittlich oft das wichtigste Gerät zur Videonutzung. Bei den Jüngsten Smartphone auf Rangplatz 2 vor Laptop.

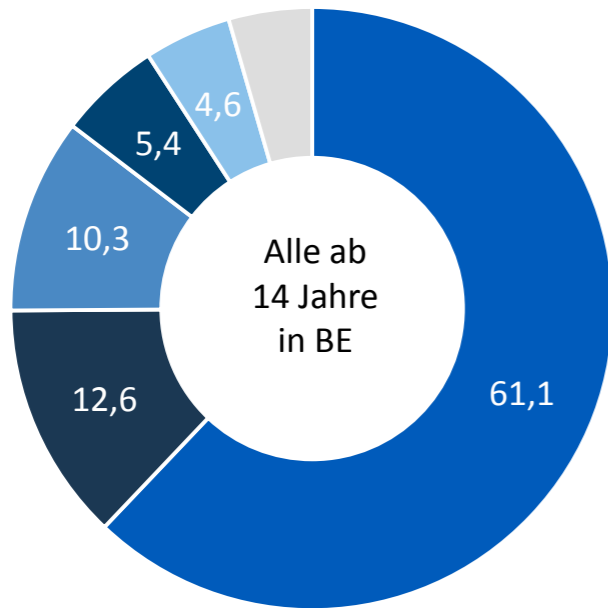


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre

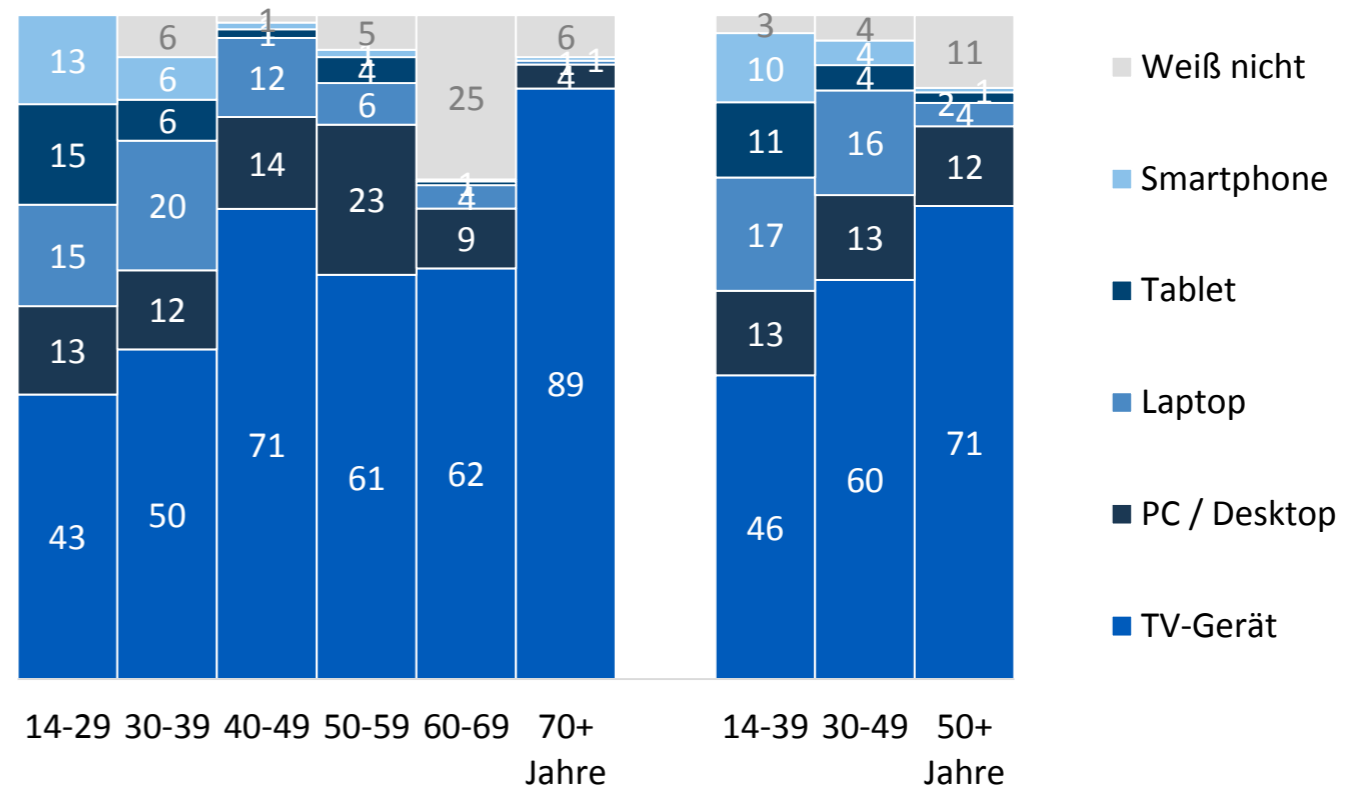


# Wichtigstes Gerät zur Videonutzung – nach Alter

Berlin



- TV-Gerät
- PC / Desktop
- Laptop
- Tablet
- Smartphone

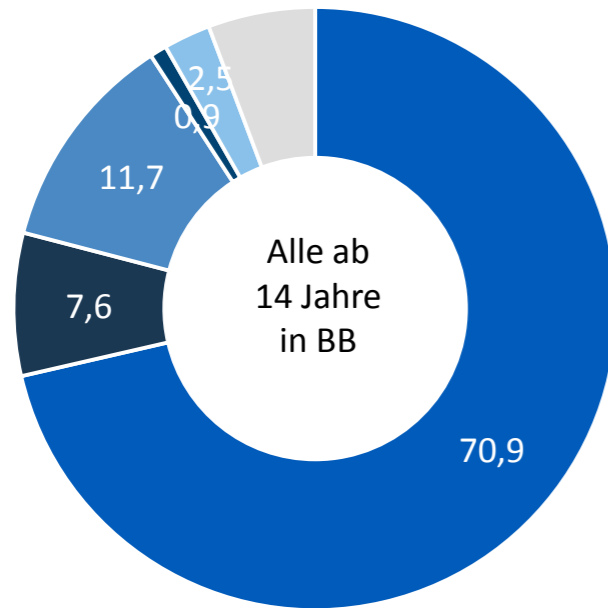


Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
 Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

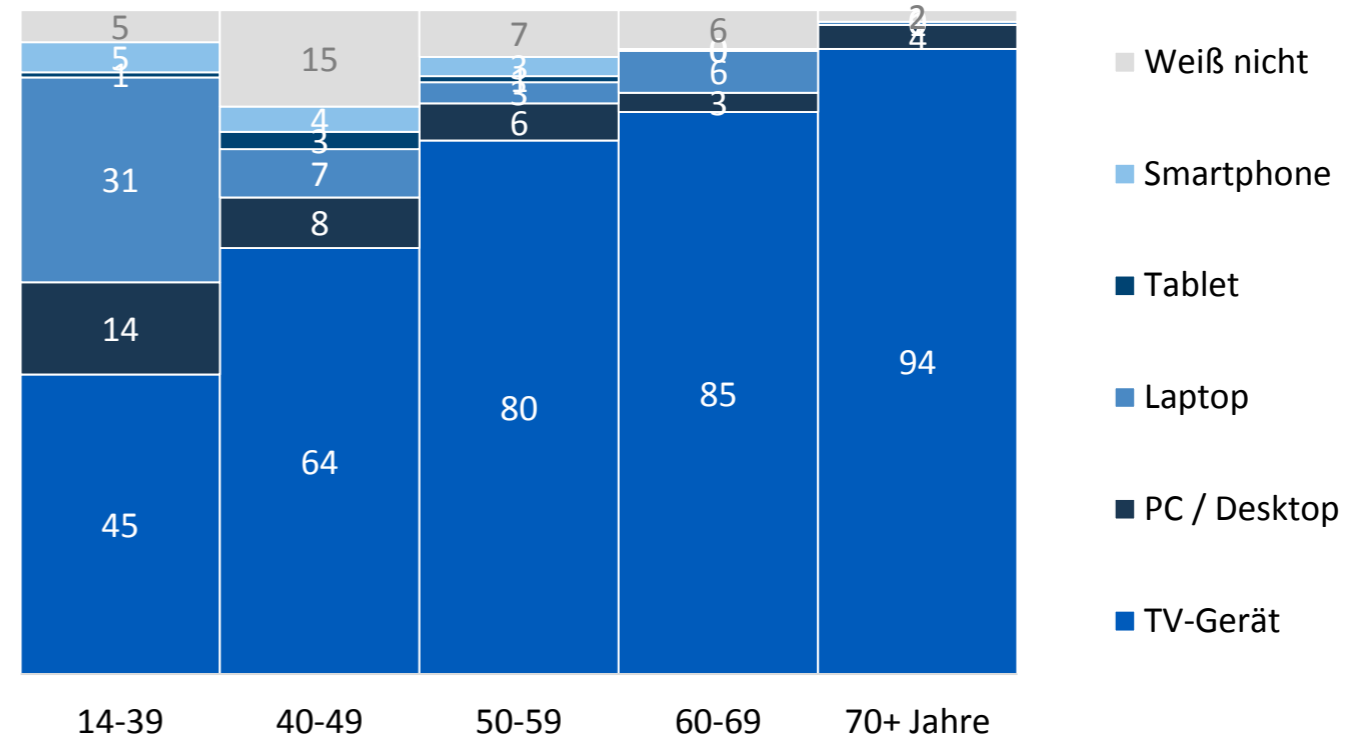


# Wichtigstes Gerät zur Videonutzung – nach Alter

## Brandenburg



- TV-Gerät
- PC / Desktop
- Laptop
- Tablet
- Smartphone



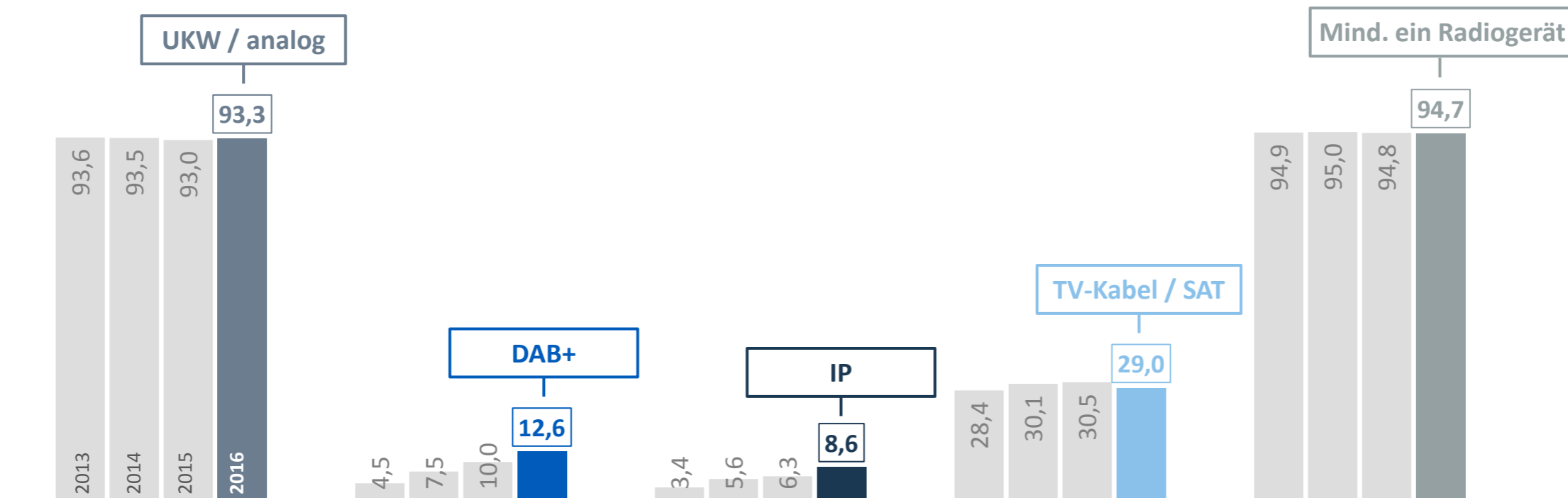
Angaben in Prozent; Fehlende zu 100% = weiß nicht  
 Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg



## Radioempfang- und nutzung

## Haushaltsausstattung Radiogeräte im Trend: Bundesweit

Anteil der Haushalte mit analogem Radio mehr als bestätigt. Anstieg bei DAB+ und IP-Radiogeräten. Radioempfang über Kabel oder Satellit leicht rückläufig.



Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt; IP-Radiogeräte: Erstmals inkl. fest installiertes IP-Radiogerät im Auto  
Basis: 39,676 / 39,866 / 40,072 / 39,372 Mio. Haushalte in Deutschland

# Haushaltsausstattung Radiogeräte im Vergleich

Berlin vs. Deutschland gesamt

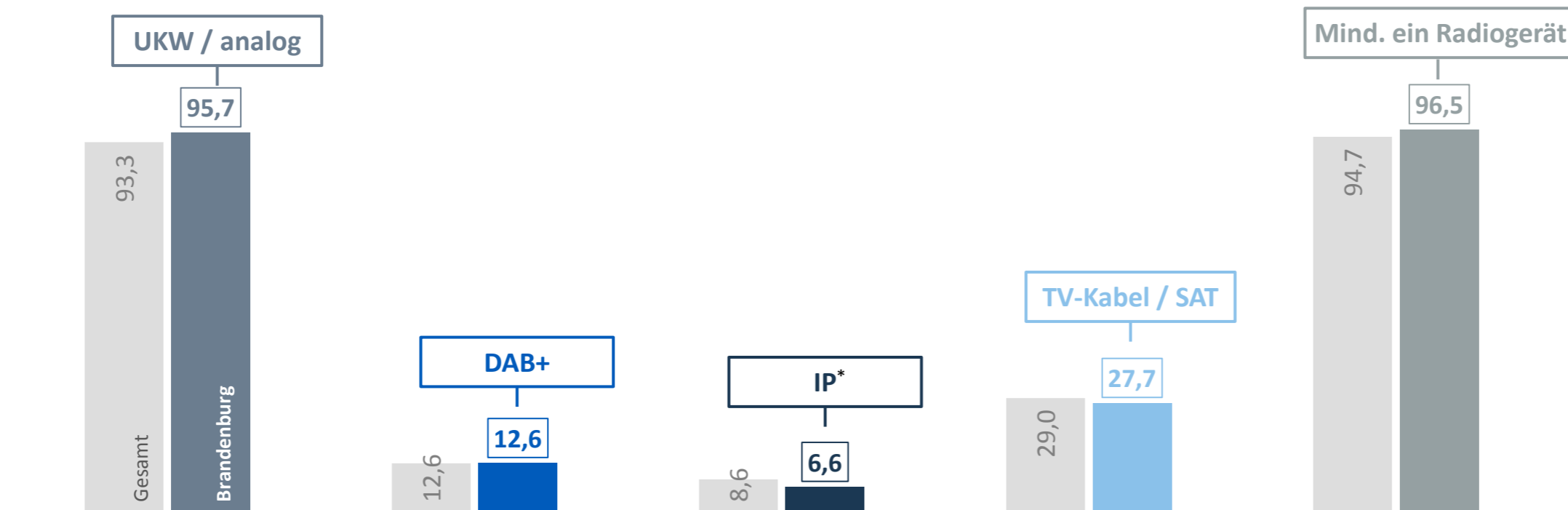


Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt; IP-Radiogeräte: Erstmals inkl. fest installiertes IP-Radiogerät im Auto; \*Achtung: kleine Fallzahl (n=39)  
Basis: 39,372 Mio. Haushalte in Deutschland / 1,897 Mio. Haushalte in Berlin



# Haushaltsausstattung Radiogeräte im Vergleich

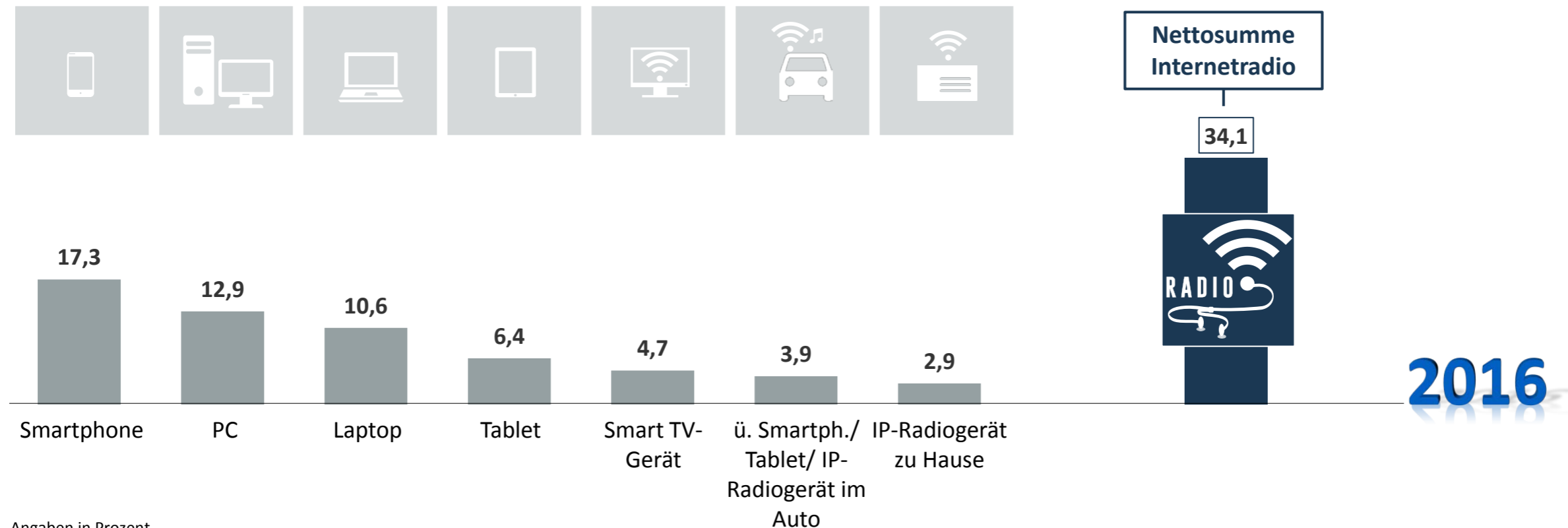
Brandenburg vs. Deutschland gesamt



Angaben in Prozent; jeweils mindestens ein Radiogerät der Empfangsart im Haushalt; IP-Radiogeräte: Erstmals inkl. fest installiertes IP-Radiogerät im Auto; \*Achtung: kleine Fallzahl (n=41)  
Basis: 39,372 Mio. Haushalte in Deutschland / 1,227 Mio. Haushalte in Brandenburg

## Nutzung Internetradio – Personen: Bundesweit

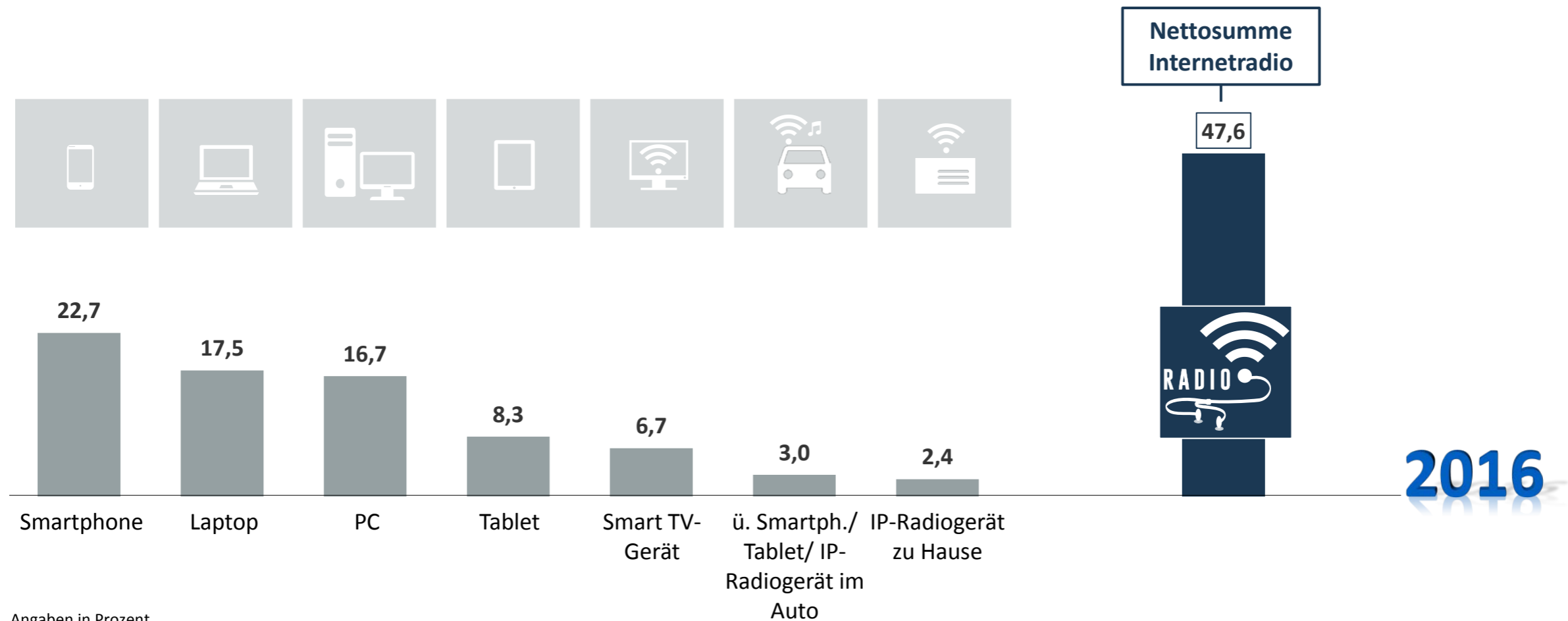
Zwar hat nur knapp jeder Zehnte ein IP-Radiogerät, Internetradio wird aber überwiegend an anderen Geräten gehört. In Summe tut dies gut jeder Dritte zumindest gelegentlich.



Angaben in Prozent  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

# Nutzung Internetradio – Personen

Berlin

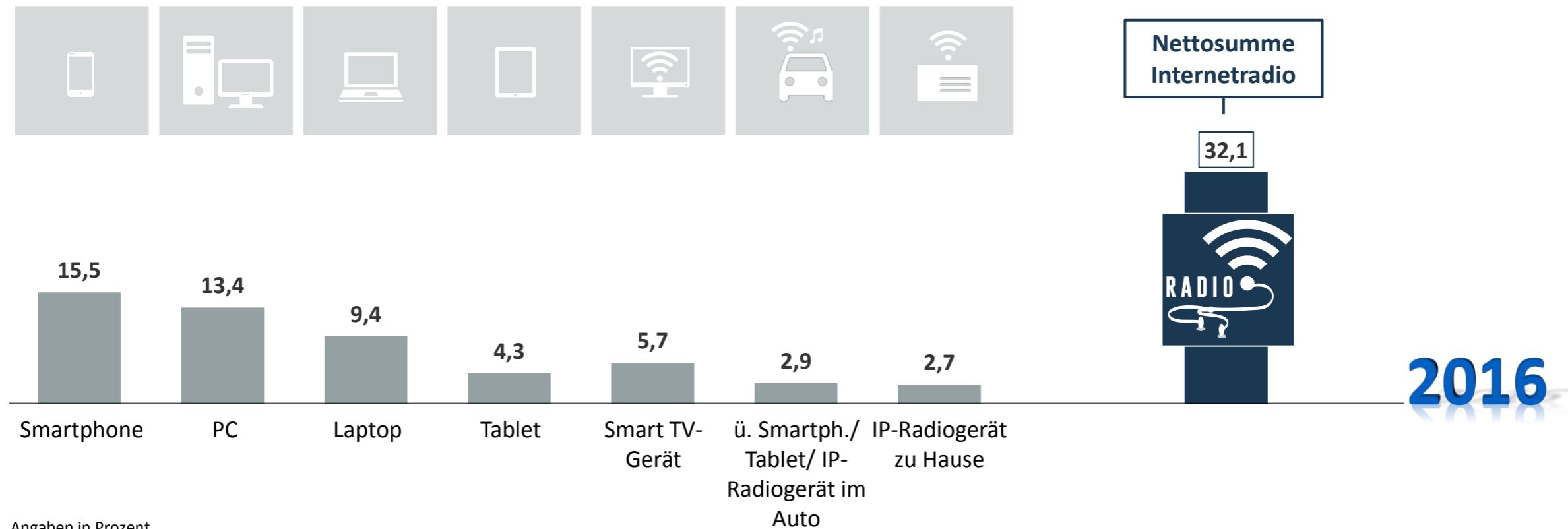


2016

Angaben in Prozent  
Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

# Nutzung Internetradio – Personen

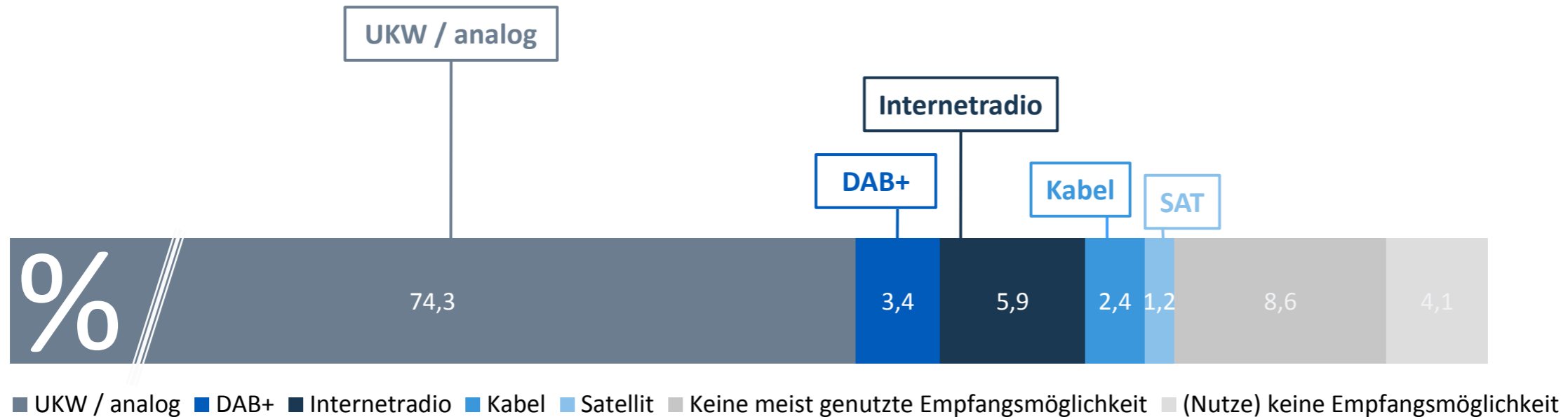
## Brandenburg



Angaben in Prozent  
Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg

## Meistgenutzte Radioempfangsart bundesweit

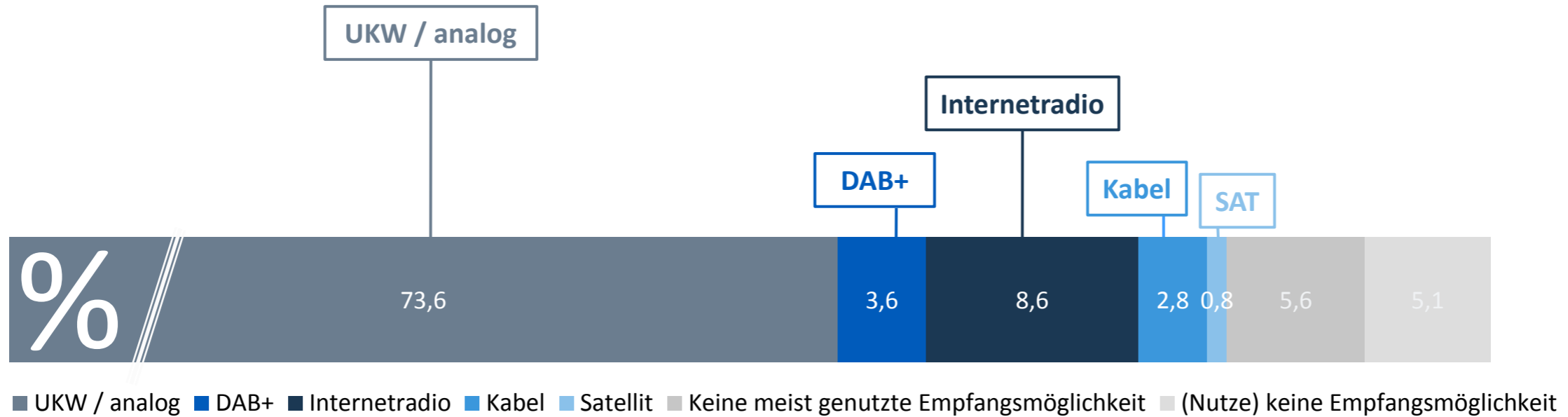
UKW / analoge Radionutzung erwartungsgemäß mit Abstand vorne. Gut 3% nutzen am häufigsten DAB+, knapp 6% Internetradio.



Angaben in Prozent  
Basis: 69,241 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland

# Meistgenutzte Radioempfangsart

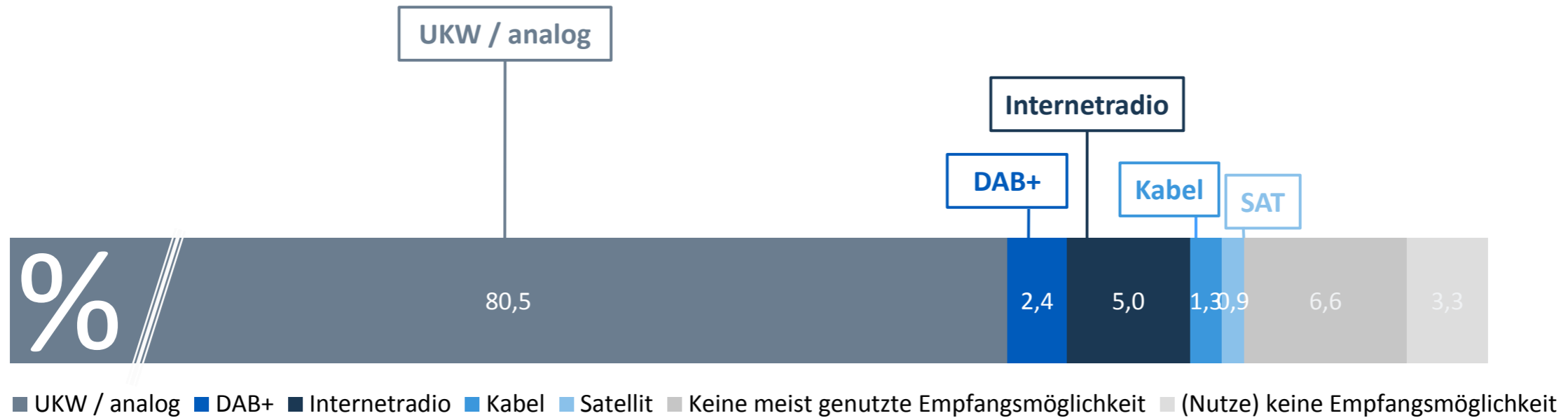
Berlin



Angaben in Prozent  
Basis: 2,894 Mio. Personen ab 14 Jahre in Berlin

# Meistgenutzte Radioempfangsart

## Brandenburg



Angaben in Prozent  
Basis: 2,145 Mio. Personen ab 14 Jahre in Brandenburg



© Tsiumpa, Fotolia #49532342