

**Bewegt bildnutzung &  
Geräteausstattung**

# CONVERGENCE MONITOR 2021

Teil 1 – Bewegtbildnutzung und Geräteausstattung

Frankfurt, 16. September 2021

AGF Videoforschung

# METHODEN-STECKBRIEF

<b>Name der Studie:</b>	CONVERGENCE MONITOR
<b>Erhebung:</b>	Jährlich seit 2008
<b>Institut:</b>	Kantar
<b>Erhebungsmethode:</b>	Face-to-Face-Interviews
<b>Stichprobe:</b>	Repräsentative Stichprobe mit n=1.569
<b>Feldzeit:</b>	30.03.-16.05.2021
<b>Grundgesamtheit:</b>	Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter von 14 bis 69 Jahren beziehungsweise Haushalte mit mindestens einer Person zwischen 14 und 69 Jahren in Deutschland



Personen



Haushalte



# BEWEGTBILD- NUTZUNG

**Sanfter Streaming-Anstieg nach  
stürmischem Vorjahr**

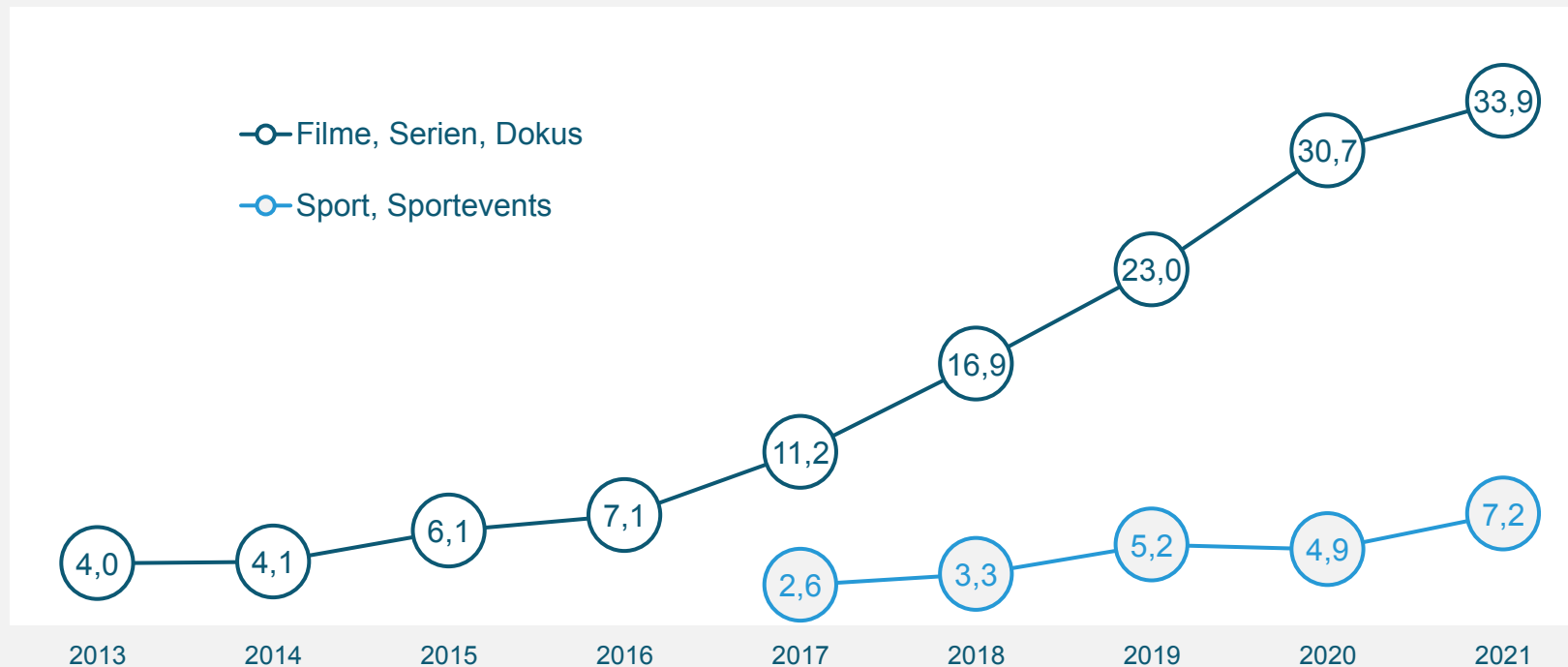


Video on Demand – Nutzung mind. 1x pro Monat

# FICTION/DOKU VOD WÄCHST WENIGER RASANT WEITER, SPORT WIRD WICHTIGER



Nutzung mind. 1x pro Monat



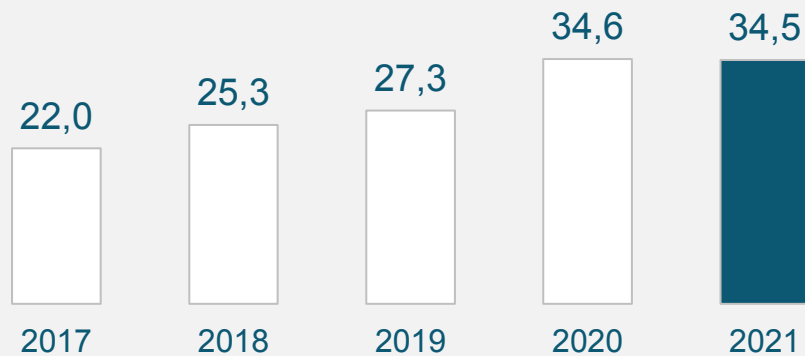
Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

## Anteil Videoinhalte an der gesamten Internetnutzungsdauer

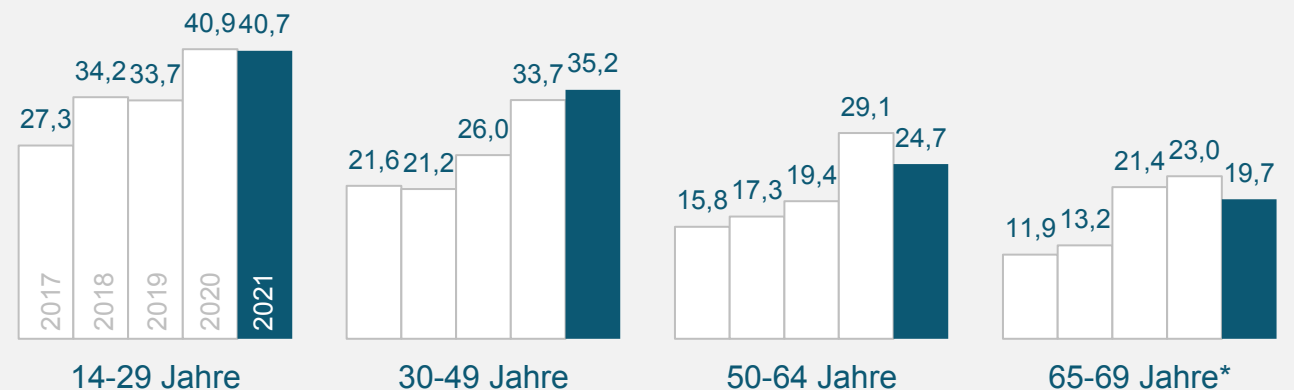
# VIDEOINHALTE MACHEN GUT EIN DRITTEL DER INTERNETNUTZUNGSDAUER AUS



### Anteil Bewegtbildnutzung an Internetnutzung Gesamt



### Nach Alter



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

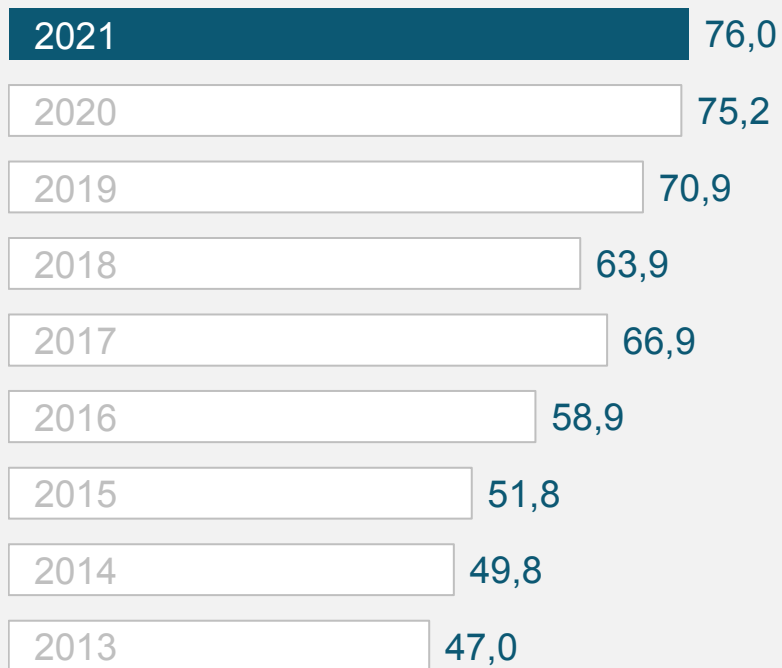
\* 65-69 Jahre: geringere Basis: n=173

## Video-Nutzung über das Internet – Mind. 1x pro Monat

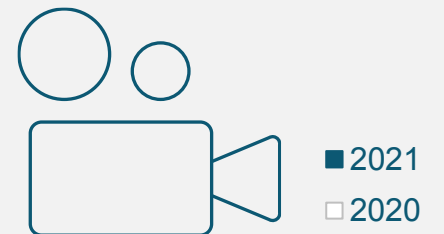
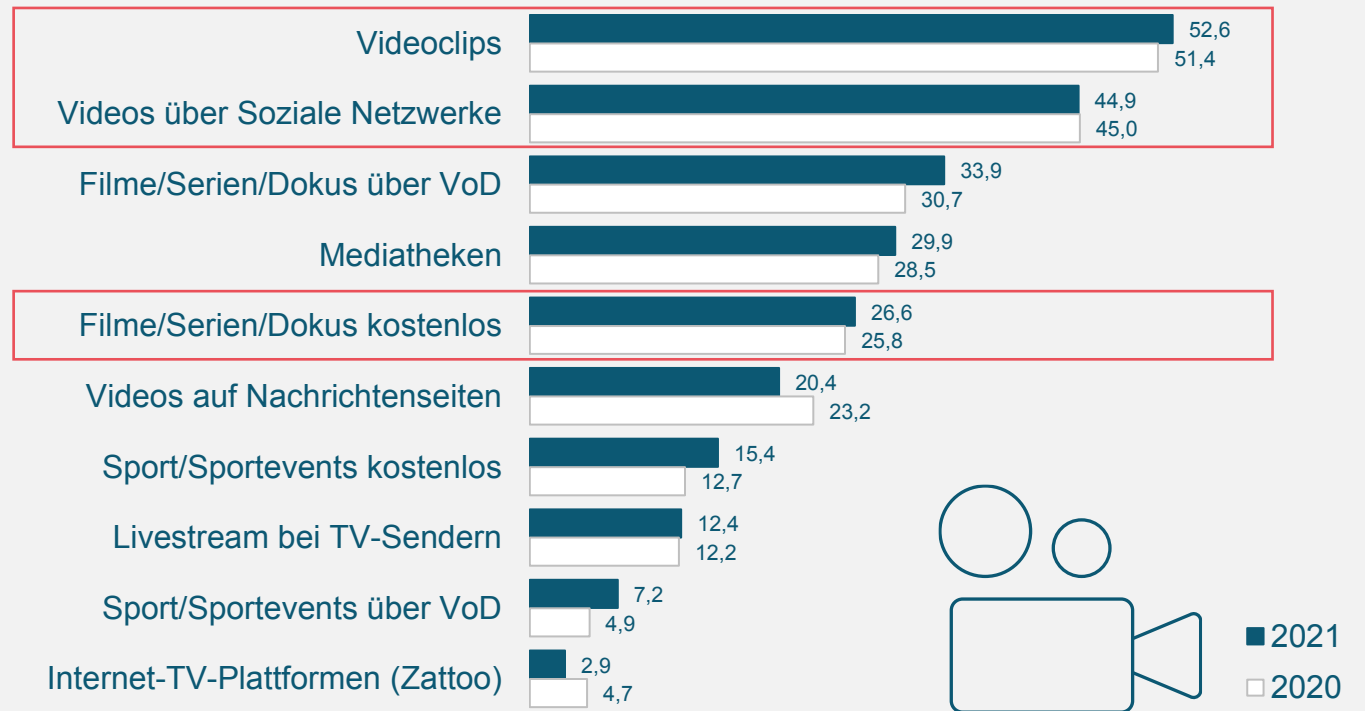
# ZUNAHME VOD BEI FICTION/DOKU UND BEI SPORT



### Online-Bewegtbild gesamt mind. 1x pro Monat



### Nutzung Funktionen mind. 1x pro Monat



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

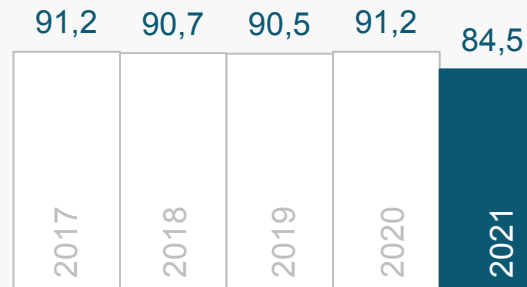
## Genutzte Anbieter für Videoclips & Videos über soziale Netzwerke

# TIKTOK UND TWITCH MACHEN YOUTUBE KONKURRENZ

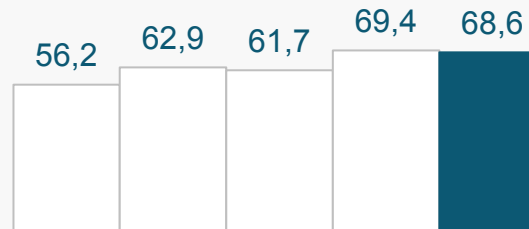


Basis: Nutzer mind. 1x pro Monat, n = 964

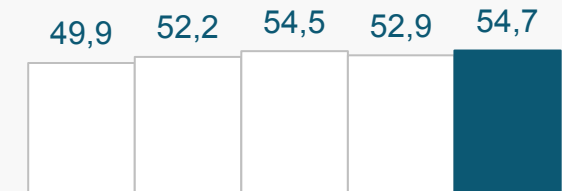
### YouTube



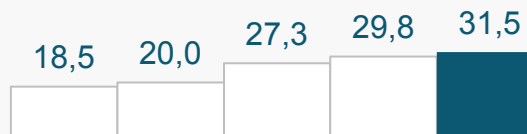
### WhatsApp



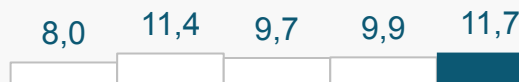
### Facebook



### Instagram



### Snapchat



### Neu in Abfrage 2021



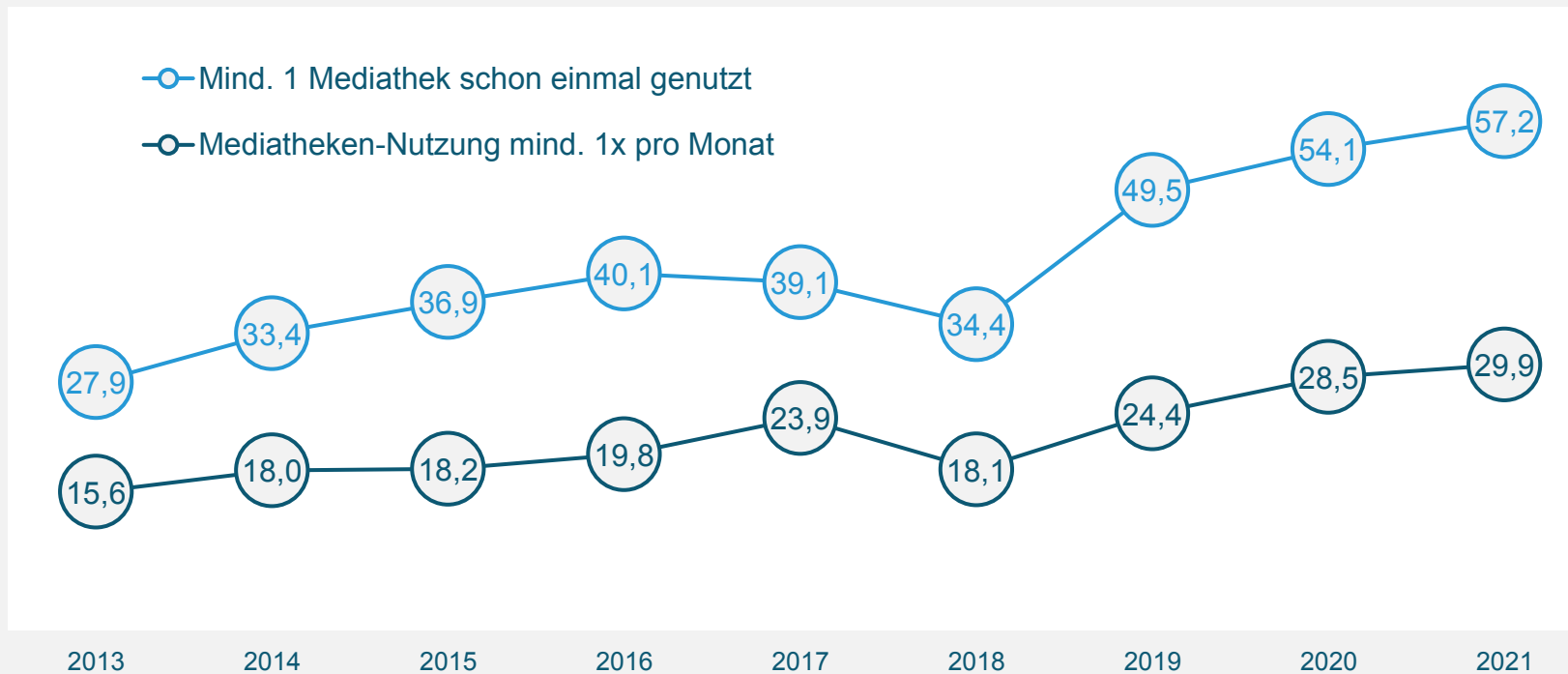
Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, die Videoclips/Videos kostenlos über soziale Netzwerke mind. 1x pro Monat nutzen, 37,912 Mio., n=964; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

\*Nicht abgefragt

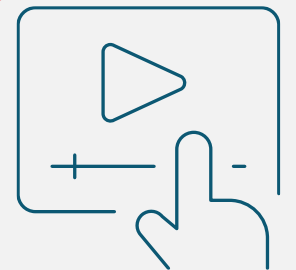
# BEI MEDIATHEKENNUTZUNG WEITERHIN LEICHTER ZUWACHS



Schon einmal genutzt / Nutzung mind. 1x pro Monat



**4,9%**  
**Zuwachs bei Mediatheken**  
(Nutzung mind. 1x pro Monat)



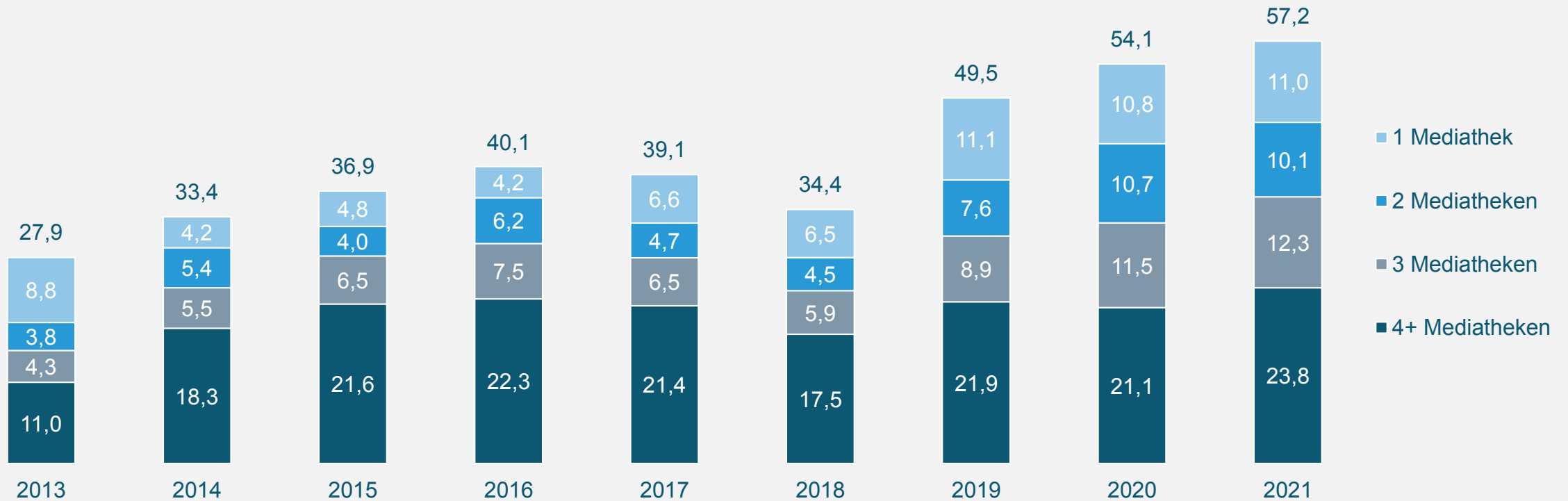


## Anzahl schon einmal genutzter Mediatheken

# FAST JEDE\* R ZWEITE NUTZT BEREITS MEHR ALS EINE MEDIATHEK

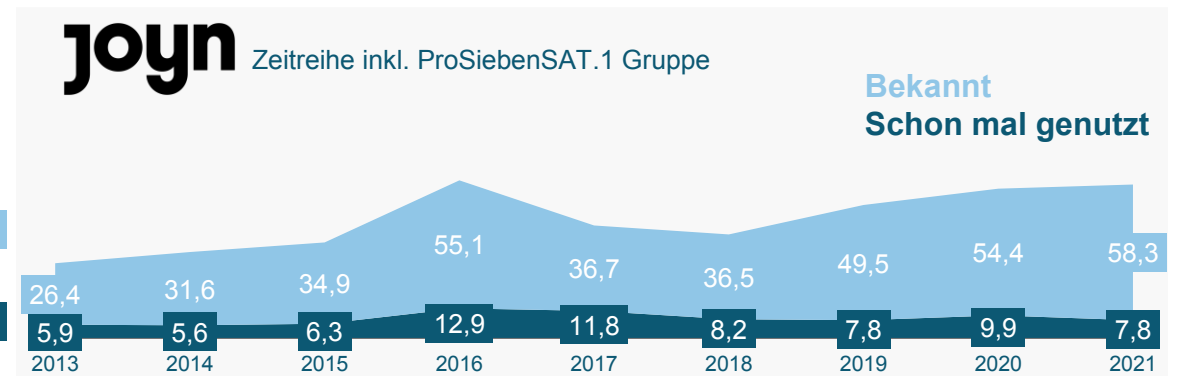
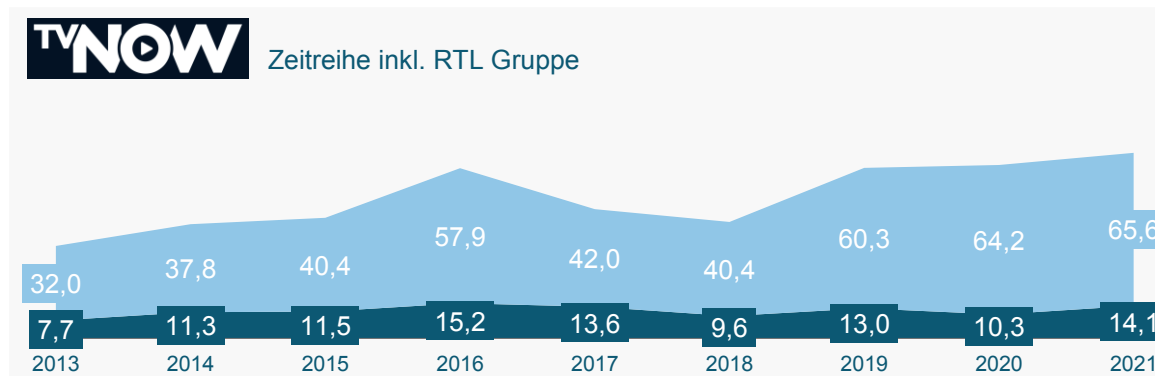
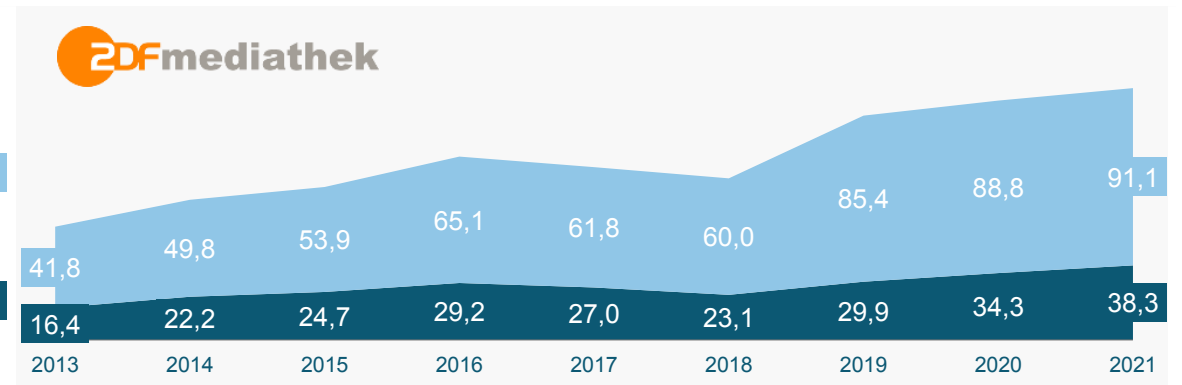
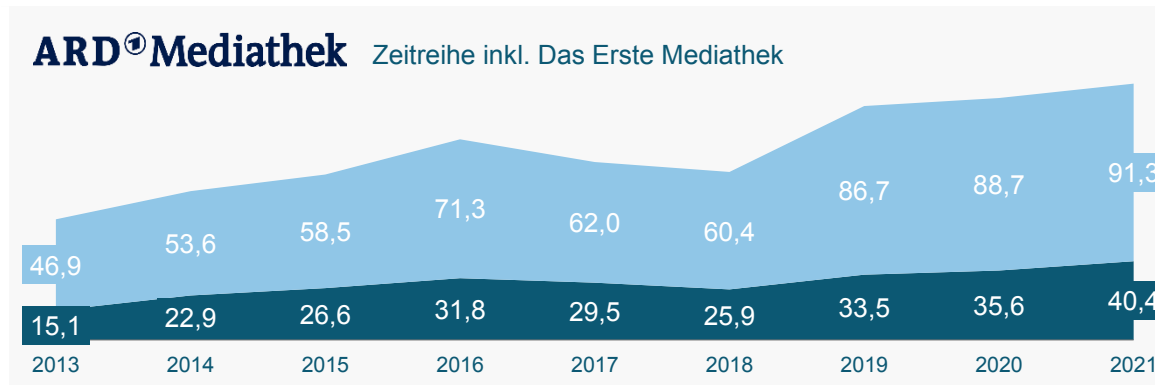


Mind. 1 der abgefragten Mediatheken schon einmal genutzt



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

# ALLE MEDIATHEKEN HABEN EINEN NEUEN HÖCHSTSTAND AN BEKANNTHEIT



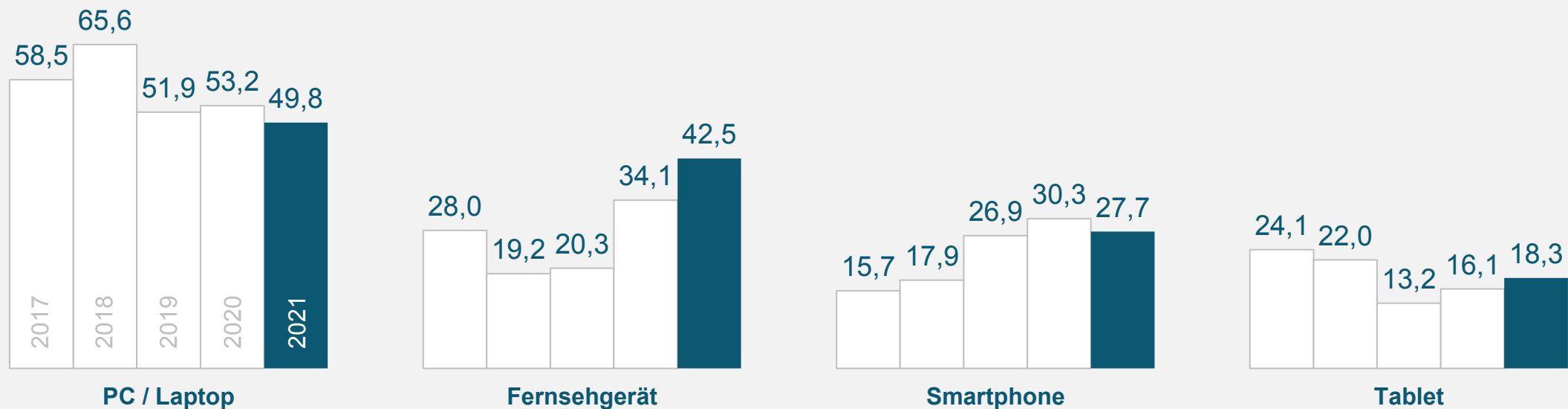
Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

# FERNSEHER IST ALS WIEDERGABEGERÄT FÜR MEDIATHEKEN AUF DEM VORMARSCH



### Genutzte Geräte\*

(Basis: Mediatheken-Nutzung mind. 1x pro Monat, n = 462)

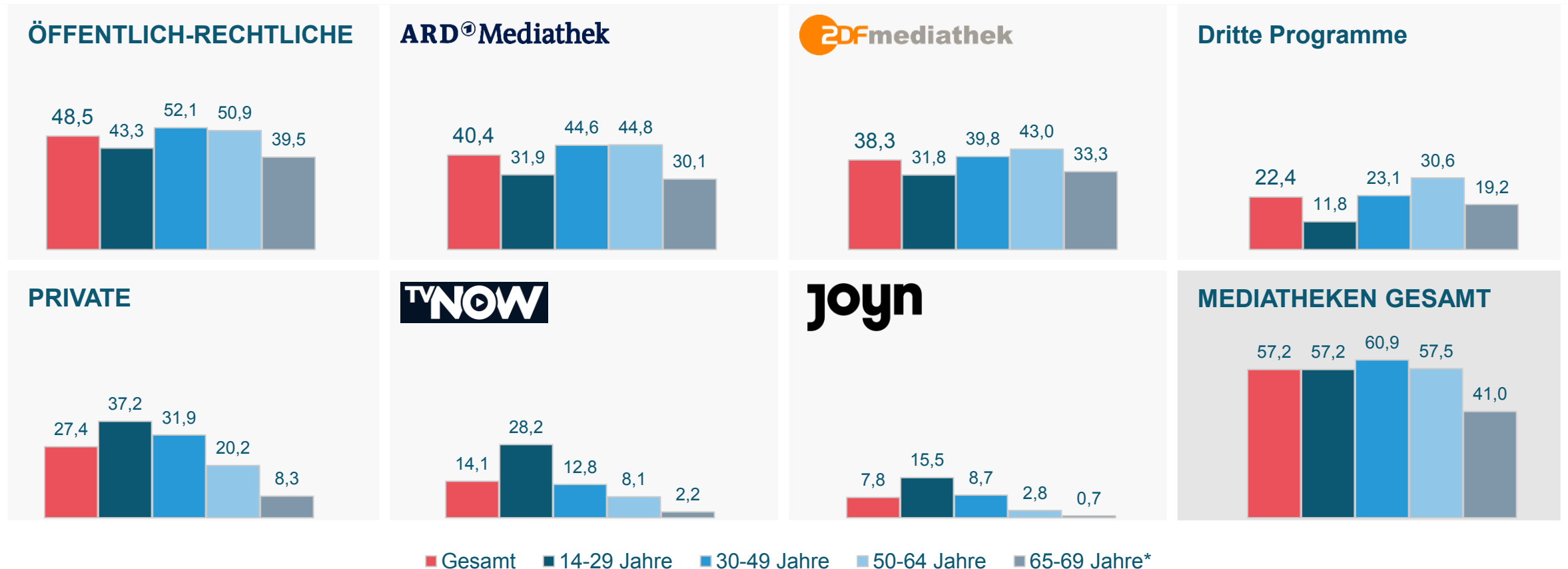


Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, die Mediatheken mind. einmal pro Monat nutzen; 17,432 Mio., n=462; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

\*Bruttowert über alle Mediatheken, daher Mehrfachnennungen

## Mediatheken – Schon mal genutzt – Alter

# UNTERSCHIEDLICHE SCHWERPUNKTE BEI DEN ALTERSGRUPPEN



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

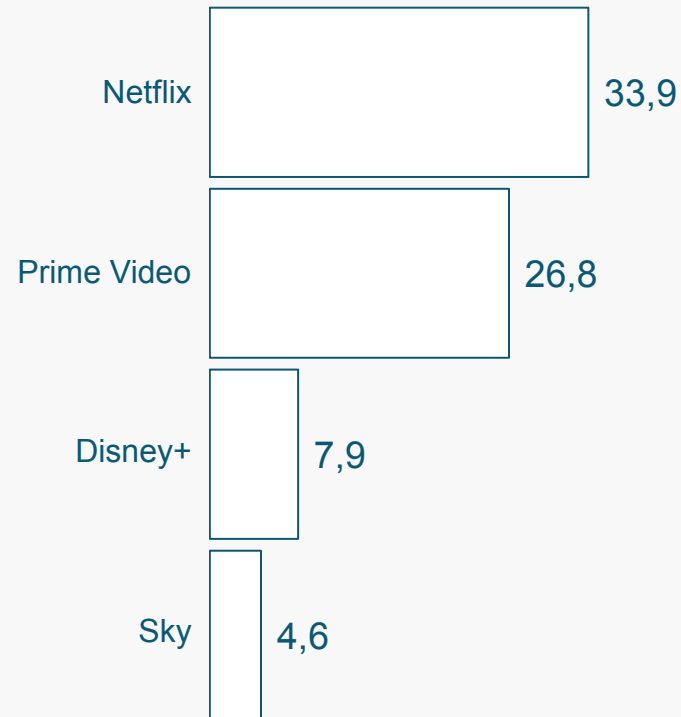
\* 65-69 Jahre: geringere Basis: n=173

## Video on Demand – Anbieter

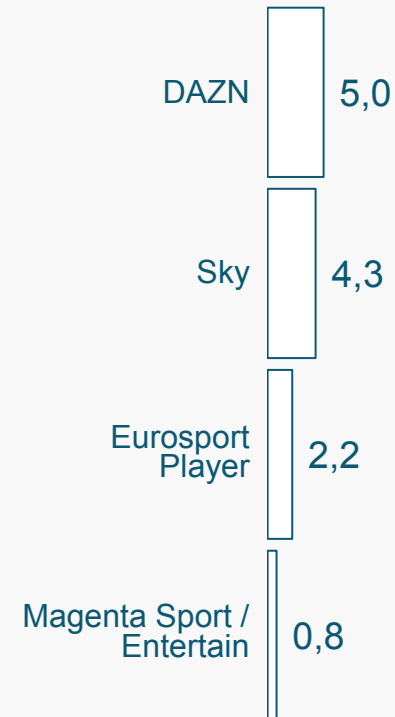
# BEI SPORT LIEGT DAZN VORN, BEI FILMEN, SERIEN & DOKUS NETFLIX



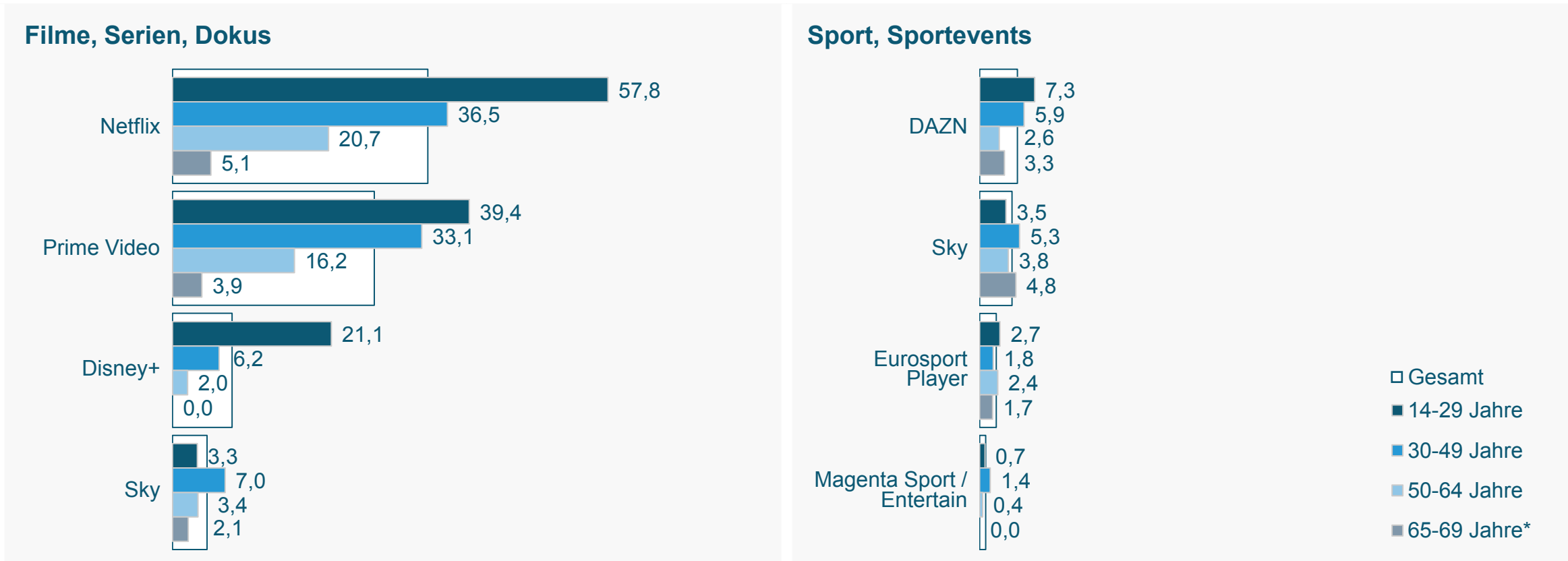
### Filme, Serien, Dokus



### Sport, Sportevents



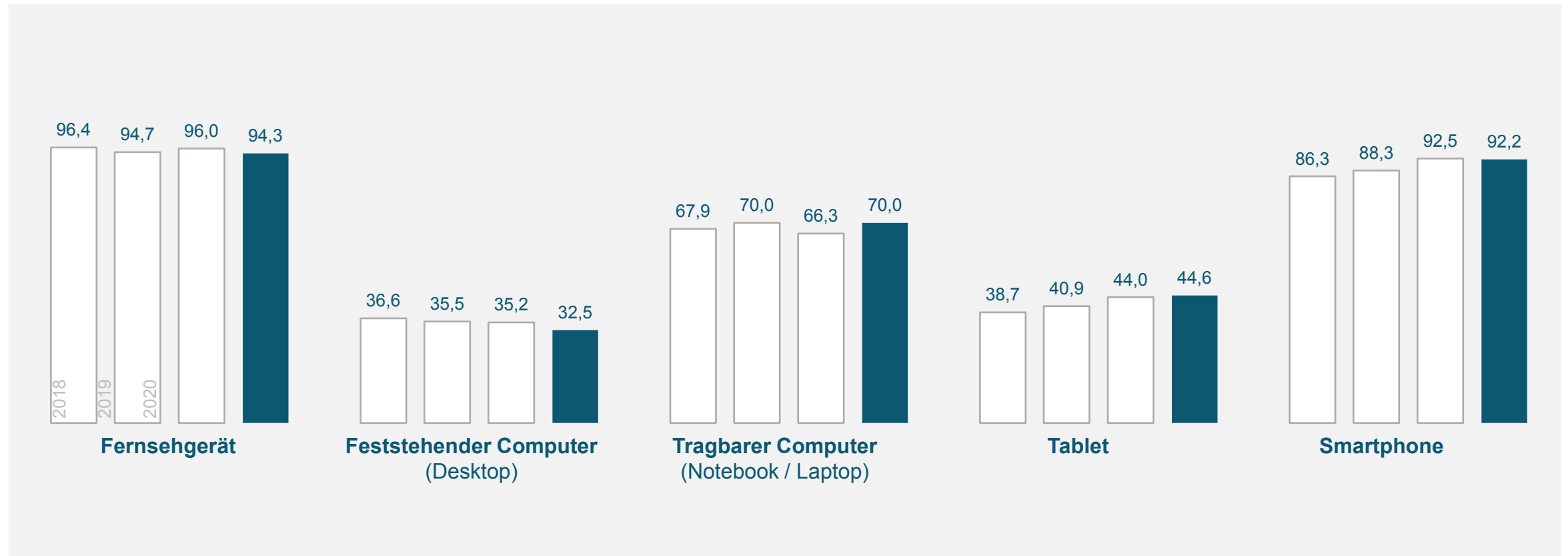
# HOHE VERBREITUNG VON NETFLIX UND PRIME VIDEO BEI DEN UNTER 30-JÄHRIGEN



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
 Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

\* 65-69 Jahre: geringere Basis: n=173

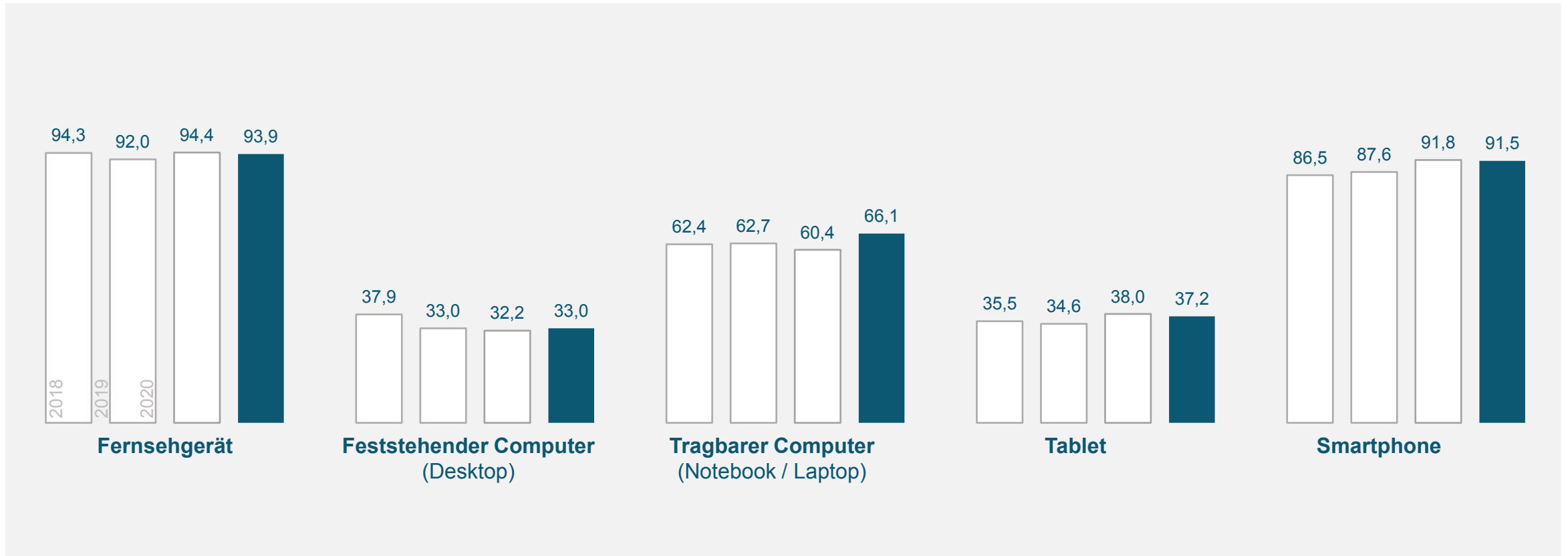
# SÄTTIGUNG BEI TV-GERÄTEN, ANSTIEG BEI LAPTOPS



Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, 33,100 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

**Persönliche Nutzung (zumindest gelegentlich)**

# DIE LAPTOP-NUTZUNG ERREICHT EIN NEUES HOCH

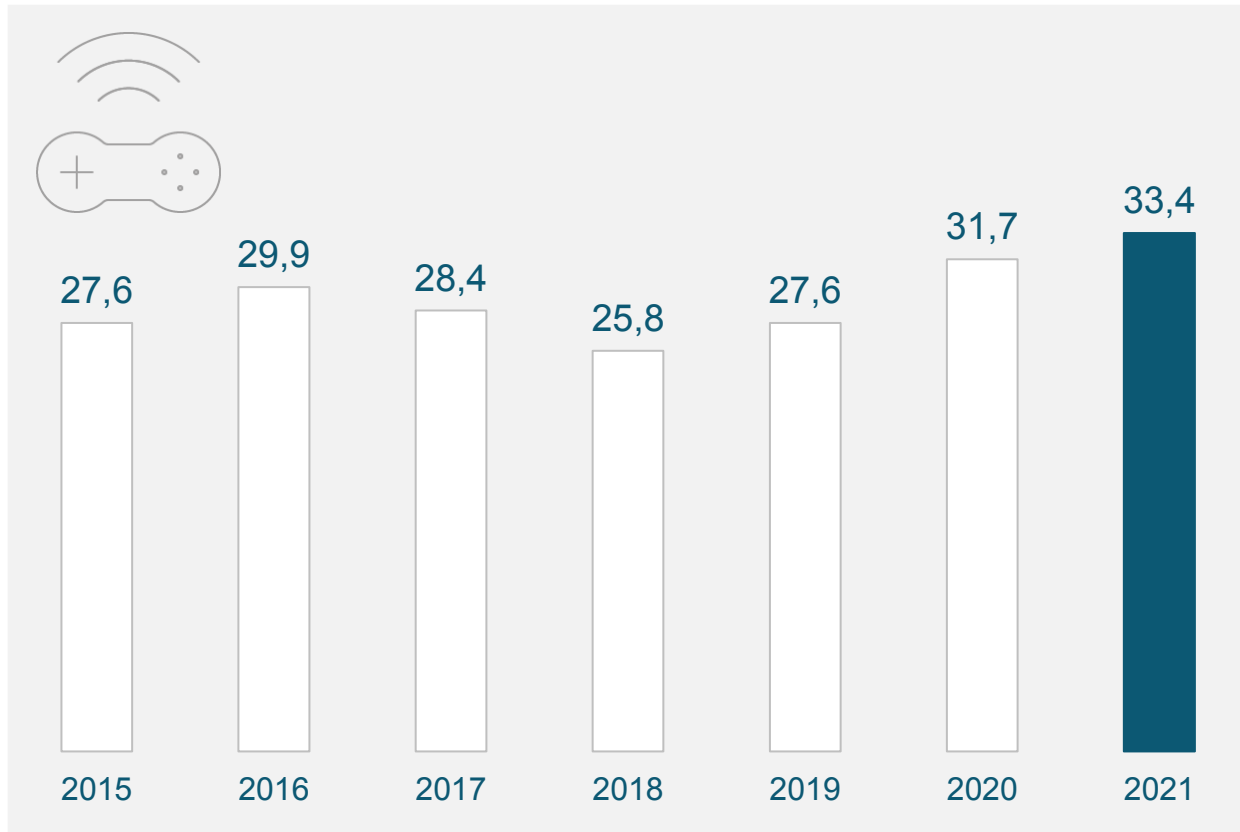


Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“



## TV-Spielekonsole im Haushalt

# BELIEBTHEIT VON SPIELEKONSOLEN STEIGT



Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, 33,100 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

© AGF Videoforschung

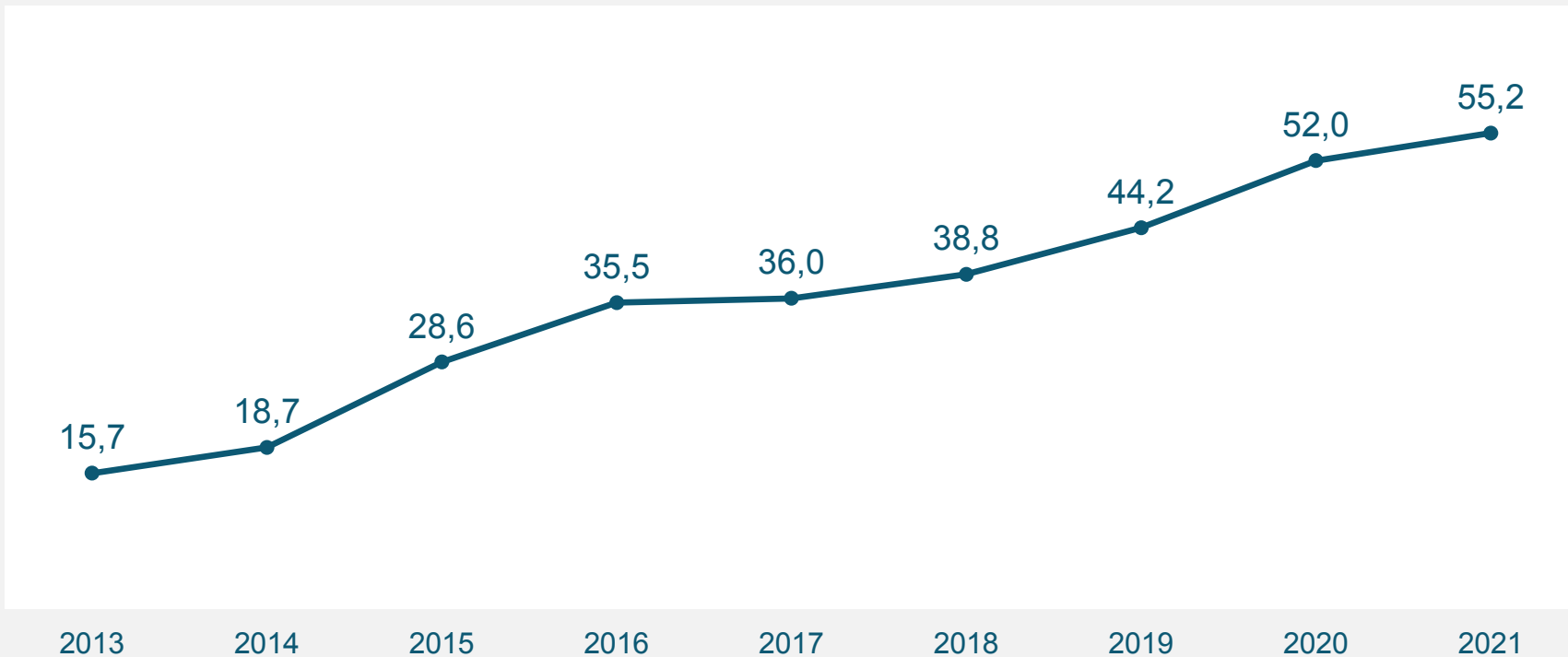


## Internetfähiges TV-Gerät im Haushalt

# AUCH SPIELEKONSOLEN MACHEN TV-GERÄTE INTERNETFÄHIG



### Nutzungsmöglichkeit internetfähiges TV-Gerät



In **89,7%** der Haushalte mit internetfähigem TV-Gerät\* handelt es sich dabei um einen Smart TV (2020: 91,6%).



Bei weiteren **19,3%** ist es (auch) eine Spielekonsole, die den TV internetfähig macht (2020: 16,0%).

(Basis: Nutzungsmöglichkeit internetfähiger TV, n=873)

\*Mit „internetfähigem TV-Gerät“ sind neben dem Smart TV auch Fernseher gemeint, die durch ein zweites Gerät wie z.B. Streaming Stick, internetfähigem Receiver oder Spielekonsole in der Lage sind, Onlineinhalte zu zeigen.

Basis: Deutschsprachige Haushalte mit mind. 1 Person 14-69 Jahre, 33,100 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent

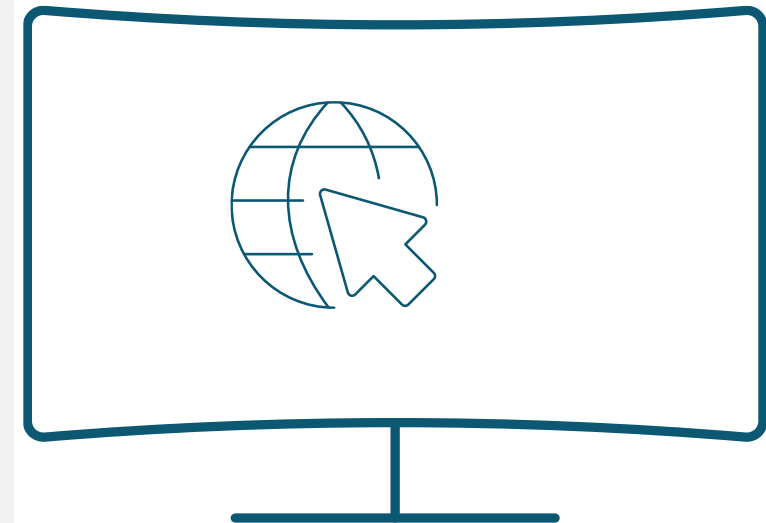
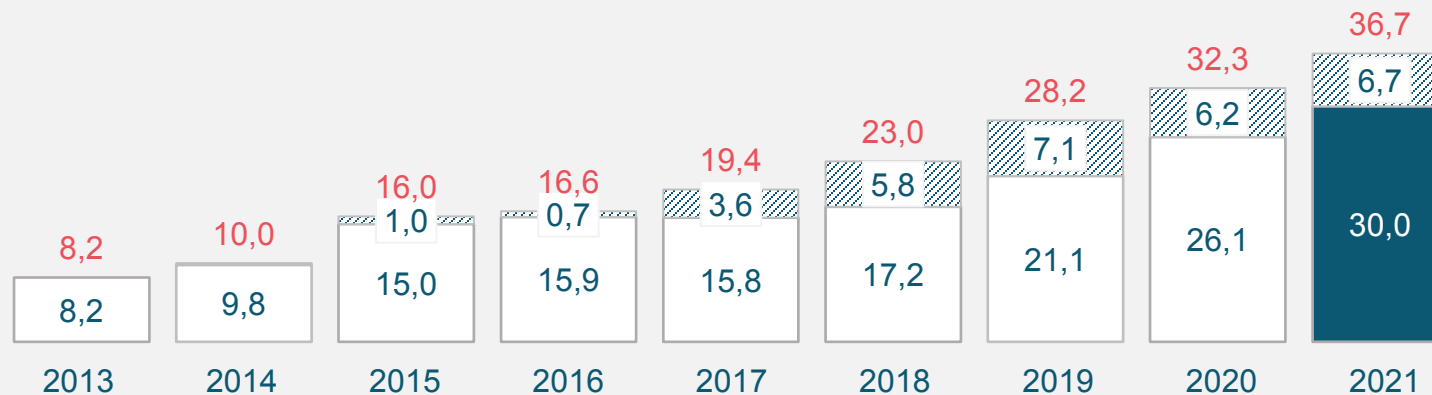
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

# NUTZUNG VON INTERNET-ANGEBOTEN AUF DEM FERNSEHER STEIGT WEITER



### Nutzung

- ▨ Nur Nutzung HbbTV
- Nutzung Internetfähiges TV-Gerät



Basis: Deutschsprachige Personen 14-69 Jahre, 58,297 Mio., n=1.569; Angabe in Prozent  
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit Kantar: „Convergence Monitor 2021“

# Kontakt

[www.agf.de](http://www.agf.de)

© AGF Videoforschung | Bilder: AdobeStock, iStock, unsplash

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4-8 | 60322 Frankfurt

+46 (0)69 955 260-55 | [info@agf.de](mailto:info@agf.de)