

PRESSEINFORMATION

Neue Studie: Lineares Fernsehen in Österreich weiterhin auf Platz 1 bei der Bewegtbildnutzung

Die tägliche Nutzung des linearen Fernsehens über Satellit, Antenne oder Kabel liegt mit 194 Minuten auf einem Allzeithoch. Auch die Mediatheken und Streamingangebote der TV-Sender erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Das zeigt die aktuelle Bewegtbildstudie, die einmal jährlich Einblick in die Nutzungsgewohnheiten der Bevölkerung liefert. Die ORS wertet diese Ergebnisse – 70 Prozent der Bewegtbildnutzung erfolgen über SAT, Antenne, Kabel – sehr positiv und sieht sich damit in ihren Investitionen in neue TV-Technologien wie 5G Broadcasting bestätigt.

Wien, 16.06.2021 – Die Bewegtbildstudie, die seit 2016 jährlich von RTR Medien und der Arbeitsgemeinschaft Teletest durchgeführt wird, unterstreicht auch heuer wieder die ungebrochen hohe Bedeutung des Fernsehens. Rund 80 Prozent der Bewegtbildnutzung in Österreich entfallen auf klassische Fernsehinhalte – diese reichen von klassischem TV über Streaming- bis zu On Demand-Angeboten.

Den größten Marktanteil mit knapp 70 Prozent übernimmt in der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren dabei das lineare Fernsehen über Satellit, Antenne oder Kabel.

Stetiger Anstieg an Bewegtbildnutzung

Die tägliche Nutzungsdauer von Bewegtbildern ist im Vergleich zum Vorjahr signifikant angestiegen: waren es 2020 noch 248 Minuten, sind es heuer 281 Minuten, die Herr und Frau Österreicher täglich an Bewegtbildern konsumieren. Das bedeutet einen Anstieg um eine halbe Stunde. Dabei ist das Wachstum relativ gleichmäßig über sämtliche Bewegtbildangebote – vom klassischen Fernsehen über die Sender-Mediatheken hin zu den alternativen Online-Services sowie der Videonutzung in sozialen Netzwerken – verteilt.

Von den 281 Minuten Nutzungszeit entfallen allein 194 Minuten auf die tägliche Nutzung von linearem Fernsehen über Satellit, Antenne oder Kabel. Auch die Mediatheken und Streamingangebote der TV-Sender werden zunehmend in Anspruch genommen. So wird beispielsweise die ORF TVthek von knapp einem Viertel der Befragten regelmäßig, zumindest an einem bis zu vier Tagen in der Woche, genutzt.

Unterschiedliche Nutzungsdauer je nach Alter

Bei der Nutzung von Bewegtbildangeboten zeigen sich je nach Altersgruppe signifikante Unterschiede. In der Altersgruppe 50+ ist die Vorliebe für lineares Fernsehen ungebrochen hoch – sie nutzt lineare Inhalte deutlich häufiger und länger als die Jüngeren. Mehr als fünf Stunden verbringen sie täglich mit dem Konsum von Bewegtbildern, über 4 Stunden entfallen davon auf lineares Fernsehen.

In der Altersgruppe der 14-29-jährigen hat die Nutzung von linearem Fernsehen in den vergangenen Jahren hingegen kontinuierlich abgenommen, während bei Abruffernsehen (Streaming, On Demand) ein stetiger Anstieg der Nutzungszeit erkennbar ist. Vor allem Online-Videodienste stehen bei den Jüngeren hoch im Kurs und werden täglich 2 Stunden konsumiert.

Allerdings ergibt sich in der Gesamtverteilung der genutzten Bewegtbildangebote bei den 14-29-jährigen ein relativ ausgeglichenes Bild: knapp die Hälfte nutzt klassisches lineares Fernsehen inklusive On Demand- und Streaming-TV, die andere Hälfte bevorzugt Online- und Videodienste.

Fernsehen bleibt weiterhin wettbewerbsfähig

Trotz aller Veränderungen des Bewegtbildkonsums und des weltweiten Streaming-Booms ist das klassische Fernsehen in Österreich die am meisten genutzte Form der Bewegtbildangebote und kann auch weiterhin seine herausragende Marktstellung behaupten. Die Befürchtung, dass die Marktanteile von TV unter dem Wachstum der Online-Bewegtbildangebote leiden werden, ist daher nicht bzw. bei der jungen Altersgruppe nur in verhältnismäßig geringem Ausmaß eingetreten.

„Auch wenn die Nutzungszahlen insbesondere bei den jüngeren Konsumentinnen und Konsumenten einen rückläufigen Trend zeigen, bewegt sich das klassische Fernsehen trotz aller Unkenrufe auf einem anhaltend hohen Niveau“, zeigt sich Michael Wagenhofer, Geschäftsführer der ORS, zufrieden. „Die ORS schafft mit einer modernen Sendeinfrastruktur (über 400 Sendeanlagen österreichweit) und maßgeschneiderten Dienstleistungen für Fernseh- und Radioprogrammanbieter eine wichtige technische Grundlage für die anhaltend hohen TV-Reichweiten. Daher investieren wir auch in neue Technologien wie etwa 5G Broadcasting. Die ORS leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit des österreichischen Fernsehsektors im globalen Wettbewerb“.

Link zur Studie

<https://www.rtr.at/Bewegtbildstudie2021>

Rücksprachehinweis

Michael Weber

ORS Group

Mobil: +43 664 627 89 06

E-Mail: michael.weber@ors.at

Web: www.ors.at

Über die ORS Group

Die ORS garantiert Content-Anbietern die Übertragung von Audio- bzw. audiovisuellen Angeboten via Terrestrik, Satellit und Kabel sowie auch IP Services und Streaming Lösungen. Unter der Marke „simpliTV“ betreibt die ORS komm selbst eine TV-Plattform, die TV-Konsumenten via Antenne und SAT zur Verfügung steht.

Für weitere Informationen: www.ors.at