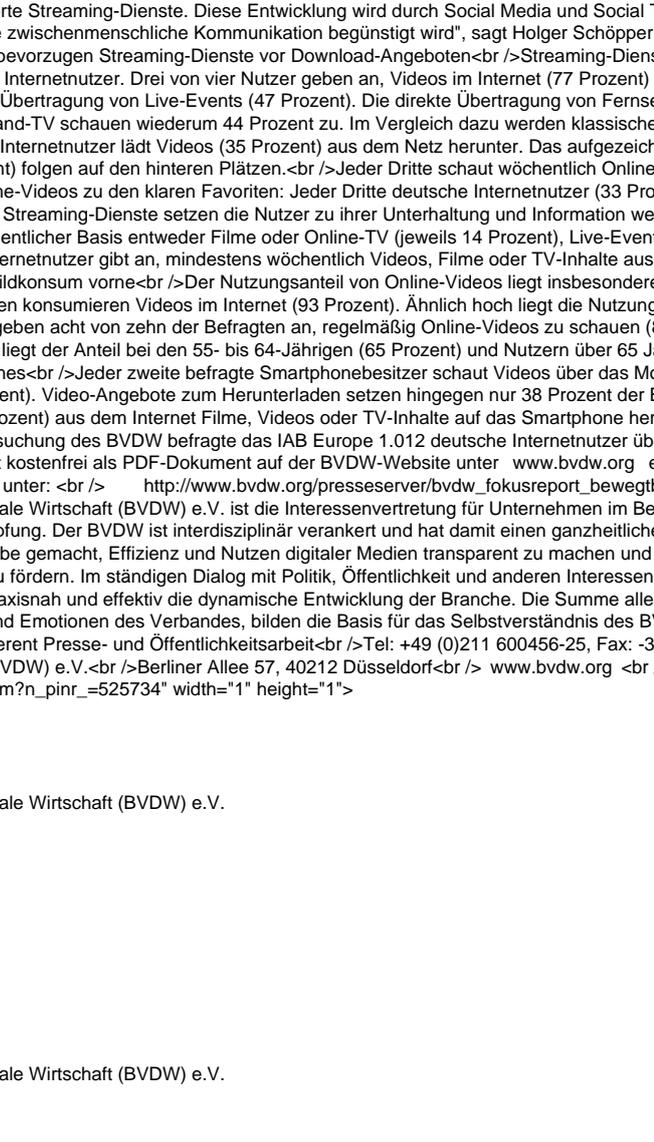




BVDW: 77 Prozent der deutschen Internetnutzer schauen Online-Videos

BVDW: 77 Prozent der deutschen Internetnutzer schauen Online-Videos
16- bis 34-Jährige liegen beim Bewegtbildkonsum vorne / Jeder zweite Nutzer schaut Bewegtbildangebote per Smartphone
Düsseldorf, 12. März 2013 - Die deutschen Internetnutzer schätzen Bewegtbild im Internet zu Unterhaltungs- und Informationszwecken: 77 Prozent schauen Online-Videos, davon ein Drittel (33 Prozent) mindestens wöchentlich. 50 Prozent sehen Filme und 47 Prozent schauen bei Live-Events über das Internet zu, in beiden Fällen etwa 12 Prozent auf mindestens wöchentlicher Basis. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ergeben. Die höchste Nutzungsintensität weisen jüngere Nutzer vor. Neun von zehn der 16- bis 34-Jährigen konsumieren Online-Videos. Zugleich feiert Bewegtbild seinen Einzug auch auf modernen Smartphones: Jeder zweite befragte Smartphonebesitzer schaut Bewegtbildinhalte über das Mobile Internet, 17 Prozent mindestens wöchentlich. Weitere Details stehen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.
Bewegtbild befriedigt Grundbedürfnisse der Internetnutzer
Die hohe Nutzungsintensität belegt gerade bei jüngeren Menschen den fortschreitenden Wandel des Mediennutzungsverhaltens. Bewegtbild besitzt eine klar erkennbare Relevanz, um die heutigen Grundbedürfnisse der Internetnutzer und ihren Durst nach Unterhaltung und Informationen mehr als ausreichend zu befriedigen. Den Schwerpunkt ihres Bewegtbildkonsums bilden weniger die reinen Download-Angebote. Stattdessen bevorzugen die Nutzer werbefinanzierte Streaming-Dienste. Diese Entwicklung wird durch Social Media und Social TV weiter gesteigert, so dass rund um Bewegtbildinhalte die zwischenmenschliche Kommunikation begünstigt wird", sagt Holger Schöpfer (Videoplaza), Sprecher des Forums Bewegtbild im BVDW.
Nutzer bevorzugen Streaming-Dienste vor Download-Angeboten
Streaming-Dienste, Videoportale und Mediatheken erfreuen sich der Gunst der deutschen Internetnutzer. Drei von vier Nutzer geben an, Videos im Internet (77 Prozent) zu schauen. An zweiter und dritter Stelle folgen Filme (50 Prozent) und die Übertragung von Live-Events (47 Prozent). Die direkte Übertragung von Fernsehinhalten als Online-TV sehen rund 46 Prozent der Nutzer. Bei On-Demand-TV schauen wiederum 44 Prozent zu. Im Vergleich dazu werden klassische Download-Angebote eher seltener genutzt. Nur etwa jeder dritte deutsche Internetnutzer lädt Videos (35 Prozent) aus dem Netz herunter. Das aufgezeichnete TV-Programm (31 Prozent) oder Filme als Download (29 Prozent) folgen auf den hinteren Plätzen.
Jeder Dritte schaut wöchentlich Online-Videos
In der Betrachtung der wöchentlichen Nutzung zählen Online-Videos zu den klaren Favoriten: Jeder Dritte deutsche Internetnutzer (33 Prozent) konsumiert Videos mindestens wöchentlich. Die weiteren Formen der Streaming-Dienste setzen die Nutzer zu ihrer Unterhaltung und Information weitaus seltener ein. Nur rund jeder Fünfte schaut mindestens auf wöchentlicher Basis entweder Filme oder Online-TV (jeweils 14 Prozent), Live-Events (12 Prozent) oder On-Demand-TV (10 Prozent). Nur 7 Prozent der Internetnutzer gibt an, mindestens wöchentlich Videos, Filme oder TV-Inhalte aus dem Internet herunterzuladen.
Jüngere Nutzer liegen beim Bewegtbildkonsum vorne
Der Nutzungsanteil von Online-Videos liegt insbesondere in den jüngeren Altersgruppen hoch. Neun von zehn der 16- bis 34-Jährigen konsumieren Videos im Internet (93 Prozent). Ähnlich hoch liegt die Nutzungsintensität bei den 35- bis 54-jährigen Nutzern. In dieser Altersgruppe geben acht von zehn der Befragten an, regelmäßig Online-Videos zu schauen (85 Prozent). Deutlich geringer, aber immer noch auf einem hohen Niveau liegt der Anteil bei den 55- bis 64-Jährigen (65 Prozent) und Nutzern über 65 Jahren (57 Prozent).
Bewegtbild feiert Einzug auf modernen Smartphones
Jeder zweite befragte Smartphonebesitzer schaut Videos über das Mobile Internet (50 Prozent), jeder Fünfte mindestens wöchentlich (21 Prozent). Video-Angebote zum Herunterladen setzen hingegen nur 38 Prozent der Befragten ein. Auf wöchentlicher Basis lädt nur jeder zehnte Nutzer (13 Prozent) aus dem Internet Filme, Videos oder TV-Inhalte auf das Smartphone herunter.
Methodische Hinweise
Für die repräsentative Untersuchung des BVDW befragte das IAB Europe 1.012 deutsche Internetnutzer über 16 Jahren. Die Ergebnisse sind als "Fokusreport Bewegtbild" ab sofort kostenfrei als PDF-Dokument auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org erhältlich.
Hochauflösendes Bildmaterial auf dem BVDW-Presseserver unter: http://www.bvdw.org/presseserver/bvdw_fokusreport_bewegtbild/
Über den BVDW
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.
Kontakt:
Mike Schnoor, Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0)211 600456-25, Fax: -33
schnoor@bvdw.org
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
Berliner Allee 57, 40212 Düsseldorf
www.bvdw.org


Pressekontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

Firmenkontakt

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.

40212 Düsseldorf

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung. Der BVDW ist interdisziplinär verankert und hat damit einen ganzheitlichen Blick auf die Themen der digitalen Wirtschaft. Er hat es sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Medien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern. Im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen stehend, unterstützt der BVDW ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche. Die Summe aller Kompetenzen der Mitglieder, gepaart mit den

definierten Werten und Emotionen des Verbandes, bilden die Basis für das Selbstverständnis des BVDW. Wir sind das Netz.