

## Medienmitteilung

### **TV-Studie: Insbesondere jüngere Zuschauer finden personalisierbares Fernsehen attraktiv**

- **44 Prozent der 18-39-jährigen nutzen bereits Vorschläge aus Mediatheken und von Streamingdiensten, 43 Prozent wünschen sich individuelle Programmempfehlungen direkt beim Einschalten**
- **Auch Programminfos aus dem Netz und Apps stehen bei den 18-39-jährigen hoch im Kurs und werden von 43 Prozent genutzt**
- **Zu umständlich und Datenschutzbedenken: Nur 17 Prozent nutzen Alexa, Siri & Co. für die Steuerung von TV- und Streaming-Geräten**
- **55 Prozent aller Befragten wünschen sich eine Neustartfunktion für bereits laufende Sendungen und 36 Prozent eine Suche über alle Quellen: TV, Mediatheken, Streaming**

*Frankfurt, 5. Juni 2019.* Einschalten und los: Nach einer aktuellen Studie der GfK SE im Auftrag der Deutschen TV-Plattform nutzen bereits 44 Prozent der 18-39-jährigen bei der Programmauswahl Vorschläge in Mediatheken und Streamingdiensten. Fast ebenso viele (43 Prozent) aus dieser Altersgruppe wünschen sich individuelle Empfehlungen für Sendungen, Filme oder Serien, die beim Einschalten automatisch nach dem jeweils persönlichen Geschmack unterbreitet werden – ab 50 Jahre aufwärts wünschen dies im Schnitt nur 15 Prozent der Befragten. Programm-informationen im Internet und Apps stehen in der Gruppe 18-39-Jahre mit einer Quote von 43 Prozent auch relativ hoch im Kurs. Programmzeitschriften oder Tageszeitungen spielen hingegen für das Finden des persönlichen Wunschprogramms nur noch für jeden Fünften unter 40 Jahre eine Rolle (ab 40 Jahre im Schnitt 58 Prozent). Die 18-59-Jährigen suchen signifikant häufiger (77 Prozent) auf TV-Sendern, in Mediatheken oder Streaming-Diensten gezielt nach Inhalten, die ihnen gefallen könnten, als die Generation „60plus“ (59 Prozent). Die Jüngeren (18-39-Jahre) handeln aber auch gerne getreu dem Motto „Mal schauen, was so läuft“ und zappen signifikant häufiger (58 Prozent) kreuz und quer durch die Angebote, bis Sie etwas gefunden haben (40-74-jährige: 38 Prozent).

#### **Alexa, Siri & Co. spielen noch keine große Rolle für die Steuerung von TV- und Streaming-Geräten**

Über alle Altersgruppen hinweg spielen Sprachassistenten bislang keine große Rolle beim Videokonsum. Nur 17 Prozent der Befragten nutzen zumindest gelegentlich Alexa, Siri & Co. für die Steuerung ihrer TV- und Streaming-Geräte. 69 Prozent haben oder hätten hierbei Bedenken bezüglich des Schutzes ihrer Daten, 66 Prozent halten die Bedienung per Sprache noch für zu umständlich und ungenau, und für 56 Prozent der Befragten bietet „Voice Control“ im Vergleich zur Fernbedienung zu wenig Funktionen. Folglich ist die Mehrzahl der Befragten (57 Prozent) der Ansicht, dass Spracheingabe die Fernbedienung nicht ersetzen wird. Immerhin meinen 62 Prozent, dass sich Sprachsteuerung gut für Basisfunktionen wie „Start“, „Stop“ oder „Umschalten“ von Sendern eignet.

### **Mehr Komfort: Neustart von Sendungen und Suche über alle Quellen hinweg gefragt**

Den Neustart von Sendungen, die bereits begonnen haben, betrachten Befragte aller Altersklassen als wünschenswerte Komfortfunktion (55 Prozent im Schnitt). Eine Suchfunktion, die nicht nur Inhalte im laufenden TV-Programm sucht, sondern auch über alle anderen Quellen hinweg (wie Mediatheken und Streamingdienste), würden 36 Prozent der 18-39-jährigen gerne nutzen (ab 40 Jahre: im Schnitt 21 Prozent).

Andre Prahl (Mediengruppe RTL), Vorstandsvorsitzender der Deutschen TV-Plattform: „Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass personalisierbares Fernsehen und Empfehlungssysteme gerade für jüngere Zuschauer zunehmend wichtiger werden. Das bietet unserer Branche die Chance, entsprechende Angebote zu machen, ist aber angesichts der großen Menge von Inhalten und Plattformen auch eine komplexe Aufgabe. Hierzu bietet die Deutsche TV-Plattform ein sehr gutes Forum für den Austausch und gemeinsame Projekte, denn „Smart Media“ ist seit vielen Jahren eines unserer Kernthemen. Aktuell arbeiten wir z. B. an einer branchenübergreifenden Harmonisierung von Metadaten und laden alle Marktteilnehmer herzlich zur Mitarbeit an diesem Vorhaben ein.“

Im Rahmen der Studie wurden im Mai 2019 von der GfK SE 1.008 Frauen und Männern in Deutschland ab 18 Jahren per CAWI (Computer Assisted Web Interview) befragt. Der Ergebnisbericht der Studie ist unter

<https://tv-plattform.de/de/service/publikationen/downloads-und-fotos>  
abrufbar.

### Kontakt für Medien

Stefan Vollmer  
Medien- und Öffentlichkeitsarbeit Deutsche TV-Plattform  
Tel. +49 151 22 67686969  
[vollmer@tv-plattform.de](mailto:vollmer@tv-plattform.de)  
[www.tv-plattform.de](http://www.tv-plattform.de)  
[twitter.com/tvplattform](https://twitter.com/tvplattform)

### Über die Deutsche TV-Plattform

Die Deutsche TV-Plattform ist ein Zusammenschluss von über 50 privaten und öffentlich-rechtlichen Sendern, Streaming-Anbietern, Geräteherstellern, Infrastrukturbetreibern, Service- und Technik-Providern, Forschungsinstituten und Universitäten, Bundes- und Landesbehörden sowie anderen, mit den digitalen Medien befassten Unternehmen, Verbänden und Institutionen. Ziel des eingetragenen Vereins ist seit seiner Gründung 1990 die Einführung digitaler Technologien auf Grundlage offener Standards. In den Arbeitsgruppen der Deutschen TV-Plattform engagieren sich Vertreter aus nahezu allen Bereichen der Medienbranche und der Unterhaltungselektronik, um Weichen für Schwerpunktthemen des digitalen Rundfunks zu stellen.