

# Presseinformation

---

TV/AV » Samsung Umfrage zur TV-Nutzung der Deutschen

## Trotz individualisiertem Streaming-Trend: Zwei von drei Deutschen schauen am liebsten gemeinsam TV

Deutschlandtrend Social Watching: Geselligkeit und Austausch stehen beim Fernsehen im Vordergrund

- #couchcrew: 62 Prozent der Deutschen schauen lieber gemeinsam TV
- Video-On-Demand-Nutzung in allen Altersgruppen angekommen
- Gemeinsamer TV-Konsum fördert Trend zu großen Bildschirmen



**Schwalbach/Ts. – 29. August 2017 – Deutschland einig Fernsehland: Trotz immer individuellerer Sehgewohnheiten im Zeitalter von Streaming und Co. bleibt der TV das Lagerfeuer der Nation. Das ergab eine Umfrage von YouGov im Auftrag von Samsung<sup>1</sup>. Fast zwei Drittel der Befragten sitzen lieber gemeinsam vor dem Fernseher als allein. 68 Prozent nennen als Grund dafür Geselligkeit, 48 Prozent wollen mit anderen mitfiebern, 40 Prozent lachen gern gemeinsam. TV ist also ein zutiefst soziales Erlebnis.**

„Die Umfrage zeigt, dass Fernsehen sich längst vom passiven Zuschauen zum Social Watching gewandelt hat. Der TV ist heute Treffpunkt für Freunde und Familie und Plattform für gemeinsame Aktivitäten wie Filmabende, Binge Watching und Multiplayer-Spiele“, sagt Kai Hillebrandt, Vice President Consumer Electronics Samsung GmbH.

### #couchcrew: Am schönsten ist es zu zweit auf der Couch

Ganz klar, der Trend geht zum gemeinsamen Fernsehen: TV-Sendungen, Filme und Serien schauen vier von zehn (41 Prozent) der Befragten am liebsten mit dem Partner. Drei Viertel (77 Prozent) haben sich schon mal zu Hause oder bei Freunden zum Serienschauen, zum Filmabend oder zu einem Sport- oder TV-Event verabredet. Gerade Highlights wie der Eurovision Song Contest oder Starts beliebter Serien wie „Game of Thrones“ sind angesagt wie nie und werden gern gemeinsam geschaut – vor allem bei den Jüngeren: Die 18- bis 24-Jährigen versammeln sich dazu am liebsten mit Freunden (42 Prozent) und Familie (30 Prozent). Jeder dritte Deutsche (35 Prozent) verlässt zum Social Watching mindestens einmal im Monat die eigene Couch und trifft sich außerhalb der eigenen vier Wände; bei den 18- bis

24-Jährigen ist es sogar fast die Hälfte (48 Prozent). Der gemeinsame TV-Konsum scheint sich auch in einer erhöhten Nachfrage nach immer größeren Bildschirmen niederzuschlagen: Für 41 Prozent der Deutschen sind nach einer weiteren Studie große Bildschirmgrößen das zweitwichtigste Kaufkriterium.<sup>2</sup>

### **„Eine geht noch“: Binge Watching ist bei den Deutschen beliebt**

Gerade für die 18- bis 24-Jährigen spielt die soziale Komponente des TV-Erlebnisses eine wichtige Rolle: Fast drei Viertel (71 Prozent) haben sich schon mal zu einem Serienmarathon verabredet. Aber auch bei über der Hälfte der 25- bis 34-Jährigen (58 Prozent) ist das sogenannte „Binge Watching“ schon angekommen. Insgesamt hat über ein Drittel der Deutschen (34 Prozent) schon mal einen gemeinsamen Serienmarathon zelebriert.

Auch nach dem Schauen werden neue Serienhits wie „Game of Thrones“ heiß diskutiert. 91 Prozent der 18- bis 24-Jährigen tauschen sich persönlich mit Freunden und Familie darüber aus. In den älteren Gruppen sind es im Schnitt 76 Prozent.

### **„Streams are my Reality“: On-Demand-Nutzung ist in allen Altersgruppen angekommen**

Fast die Hälfte der Deutschen (43 Prozent) schaut regelmäßig über kostenlose und bezahlte Plattformen wie YouTube oder Amazon Prime Video. Gratis-Angebote werden sogar von drei Vierteln der Befragten (75 Prozent) genutzt. Zu diesem Ergebnis kommt der Branchenverband BITKOM.<sup>3</sup> Bei den Jüngeren (18-24) stehen danach die Streaming-Angebote (80 Prozent) bereits höher im Kurs als herkömmliches TV (67 Prozent). Auch jeder Zweite der 35- bis 44-Jährigen (56 Prozent) streamt, bei der Altersgruppe 45 bis 54 ist es fast die Hälfte (42 Prozent), bei 55+ knapp ein Viertel (23 Prozent). Ein Katalysator für die Verbreitung ist der Smart TV, der lineares Fernsehen und Streaming-Apps vereint. Über die Hälfte der Deutschen besitzt ein internetfähiges TV-Gerät.<sup>4</sup>

### **Vielfalt Smart TV: Fast die Hälfte nutzt TV nicht nur für klassische TV-Inhalte**

Fast jeder Zweite Inhaber eines Smart-TVs (45 Prozent) nutzt das TV-Gerät nicht nur zum Fernsehen, sondern auch, um eigene Fotos anzuschauen (20 Prozent), Videospiele zu spielen (16 Prozent) oder über Apps Informationen zu beziehen (14 Prozent).<sup>5</sup> Bei Games haben wiederum die Millennials die Nase vorn: Fast die Hälfte der 18- bis 24-Jährigen (43 Prozent) spielt, bei den 25- bis 34-Jährigen sind es mehr als ein Drittel (36 Prozent). Demgegenüber stehen durchschnittlich nur 12 Prozent der etwas älteren Generationen. Auch „Social Gaming“, also gemeinsam vor einem TV zu sitzen und zu spielen, ist im Kommen. Bei den Gruppen 18-24, 25-34 und 45-54 ist dies beliebter (26 bzw. 19 bzw. 35 Prozent) als allein Online-Games zu spielen (24 bzw. 14 bzw. 22 Prozent).

# Bildergalerie

Deutschlandtrend Social Watching	„Eine geht noch“: Binge Watching ist bei den Deutschen beliebt	Vielfalt Smart TV: Fast die Hälfte nutzt TV nicht nur für klassische TV-Inhalte
		
Fast zwei Drittel der Deutschen schauen lieber zusammen mit anderen fern – am liebsten mit dem Partner oder der Partnerin.	Fast drei Viertel (71 Prozent) haben sich schon mal zu einem Serienmarathon verabredet.	45 Prozent der Smart-TV-Inhaber nutzt das TV-Gerät nicht nur zum Fernsehen. Fast die Hälfte der 18-bis 24-Jährigen (43 Prozent) spielt auf dem TV Spiele.

<sup>1</sup> Die Daten hat YouGov im Auftrag von Samsung im Rahmen einer repräsentativen Online-Mehrthemenumfrage erhoben. Dafür wurden 1.030 Deutsche im Alter ab 18 Jahren von 13. bis 19. Juni 2017 befragt

<sup>2</sup> gfu Studie, Mai 2017.

<sup>3</sup> BITKOM Research, 23.06.2017. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Drei-von-zehn-Internetnutzern-bezahlen-fuer-Filme-und-Serien.html>

<sup>4</sup> Über die Hälfte aller Fernseher in den deutschen Haushalten sind Smart TVs. 74 Prozent der Geräte sind ans Internet angeschlossen. gfu, Juli 2016.

<sup>5</sup> YouGov Umfrage im Auftrag von Samsung

# Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearable Devices, Tablets, Kameras, Haushaltsgeräten, Medizintechnischen Geräten, Netzwerk-Systemen, Halbleitern und LED-Lösungen. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten, Hintergrundinformationen und Pressematerialien auf [www.samsung.de](http://www.samsung.de) und im Samsung Newsroom unter [news.samsung.com/de](http://news.samsung.com/de).

## **Pressekontakt Samsung**

Samsung Electronics GmbH  
Maria Mahler  
Corporate Marketing  
Am Kronberger Hang 6  
65824 Schwalbach / Ts.  
[m.mahler@samsung.com](mailto:m.mahler@samsung.com)

## **Pressekontakt Agentur TV/AV**

Faktor 3 AG  
Silja Rieke  
Kattunbleiche 35  
22041 Hamburg  
040 / 679446 - 6137  
[samsung.av@faktor3.de](mailto:samsung.av@faktor3.de)