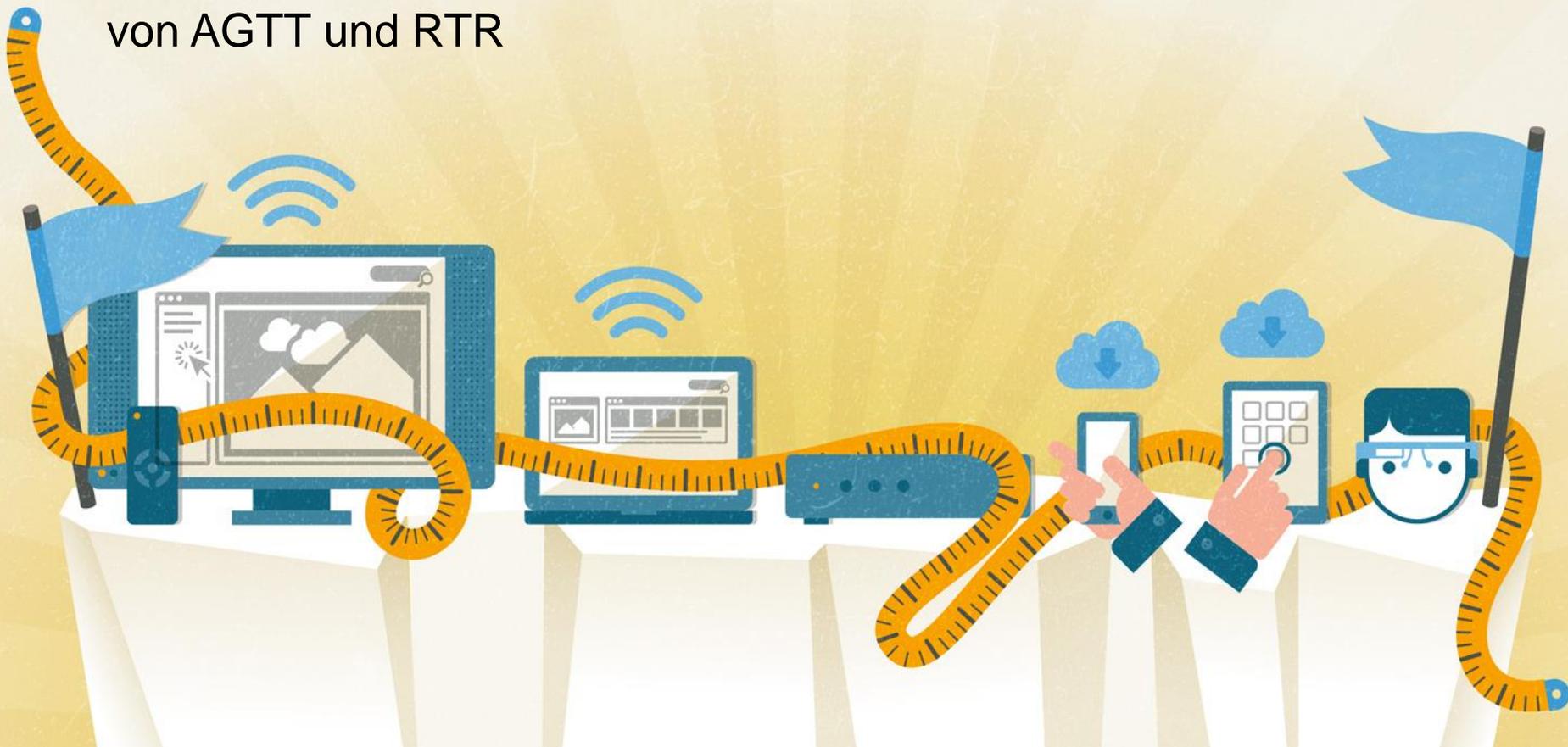


# Bewegtbildstudie 2017

von AGTT und RTR



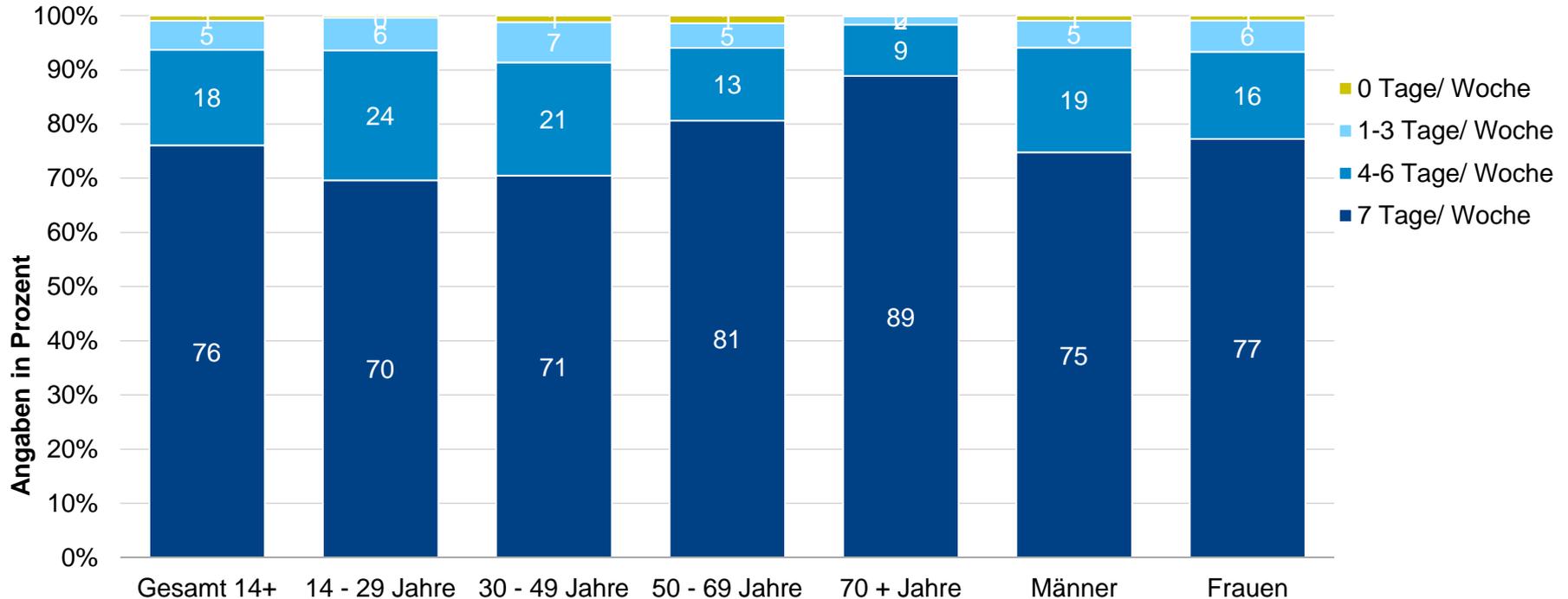
Grundgesamtheit	Österreichische Bevölkerung 14+
Stichprobenstruktur	Repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Bundesland, Ortsgröße, Bildung
Stichprobengröße	n = 4.000 Interviews
Methode	CAWI (Computer Assisted Web Interviews)
Feldzeit	01.02.-28.02.2017, Tagesgleichverteilung (~143 Interviews pro Tag)
Auftraggeber	RTR GmbH & Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT)

# Allgemeine Bewegtbildnutzung

## Gruppiert nach Altersgruppen und Geschlecht



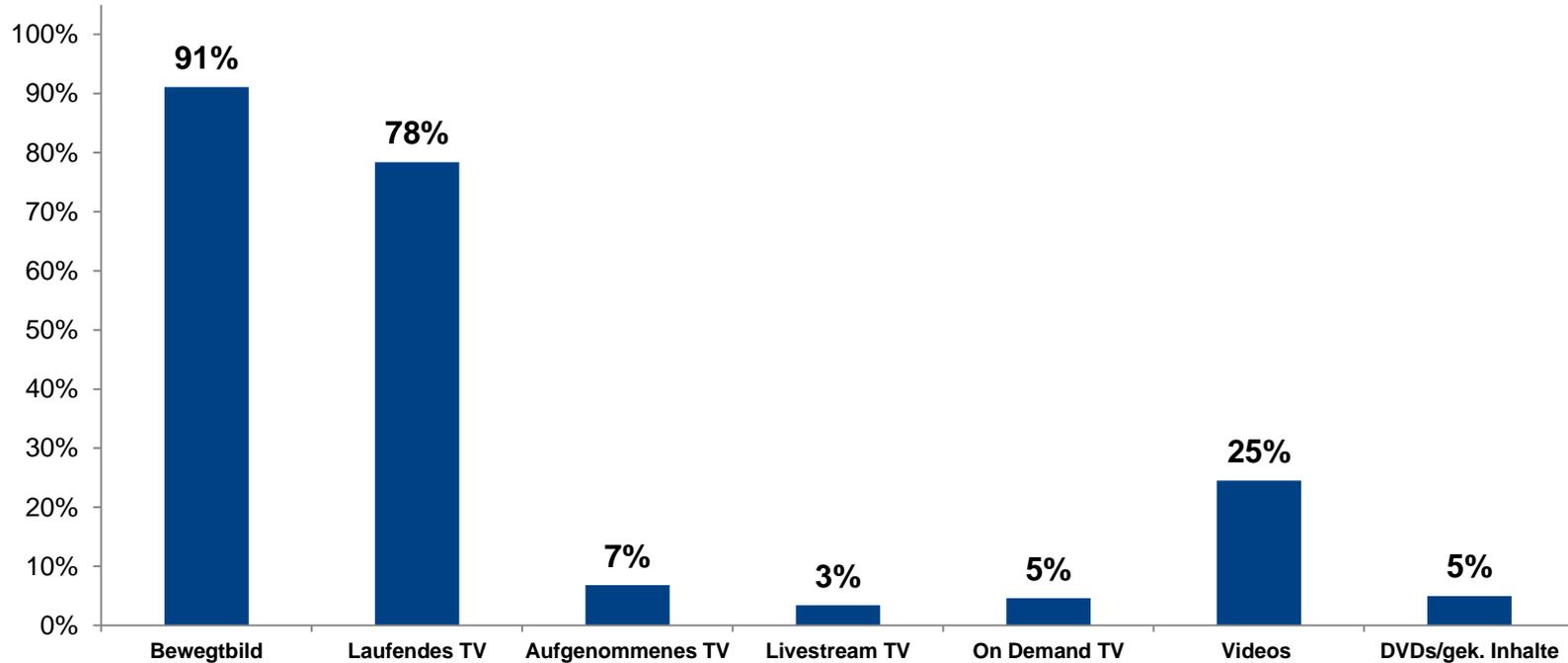
Frage 9: „Wie häufig nutzen Sie in einer durchschnittlichen Woche Bewegtbildangebote, d.h. alles was mit Fernsehen, Film / Serie, Videos und Clips zu tun hat, „bewegte Bilder“ also?“



Basis: Gesamt 14+, n= 4.000, Personen 14-29 Jahre, n=897/ Personen 30-49 Jahre, n=1.320/ Personen 50-69 Jahre, n=1.186/ Personen 70+ Jahre, n= 597/ Frauen, n = 2.051/ Männer, n=1949; Angaben in %

# Tagesreichweiten der Bewegtbildformate

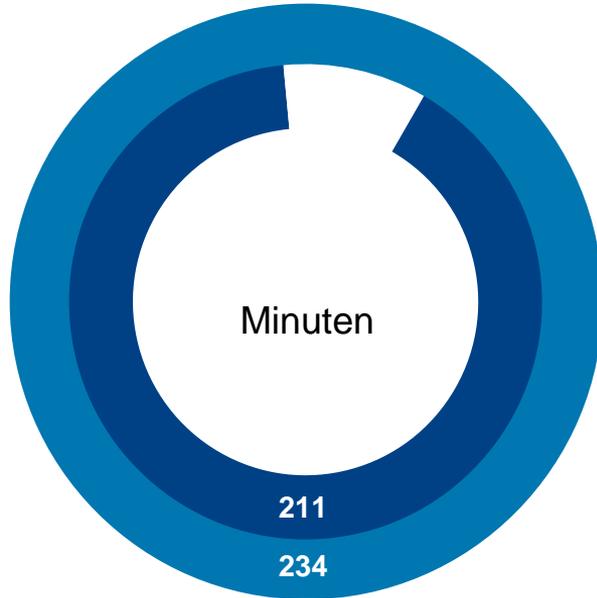
14+ Jahre (n = 4.000), in %



Basis: Personen 14+ Jahre, n=4.000  
Angaben in %, mindestens eine Viertelstunde Nutzung

# Dauer der Bewegtbildnutzung gestern

n = 4.000, in Minuten

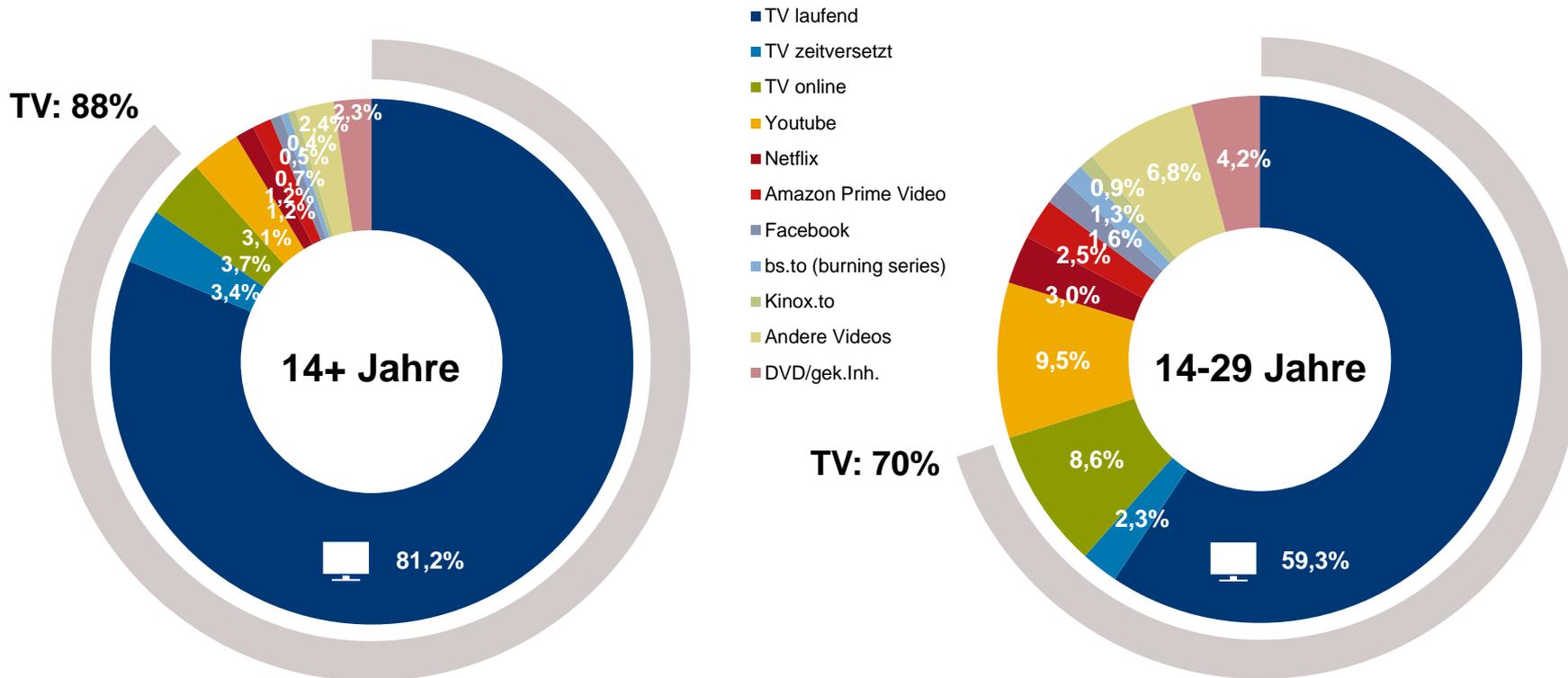


- 14+ Jahre: **234** Min. pro Person
- 14-29 Jahre: **211** Min. pro Person

Basis: Bewegtbildnutzung gestern gesamt  
Angaben in Minuten

# Verteilung der genutzten Bewegtbildangebote

14+ Jahre (n = 4.000) / 14-29 Jahre (n = 897), in %



# Bewegtbildnutzung auf Videoplattformen

14+ Jahre (n = 4.000); Videonutzung (=22 Min / Tag; 9 % der gesamten Bewegtbild-Nutzung) nach Plattformen



**35%**

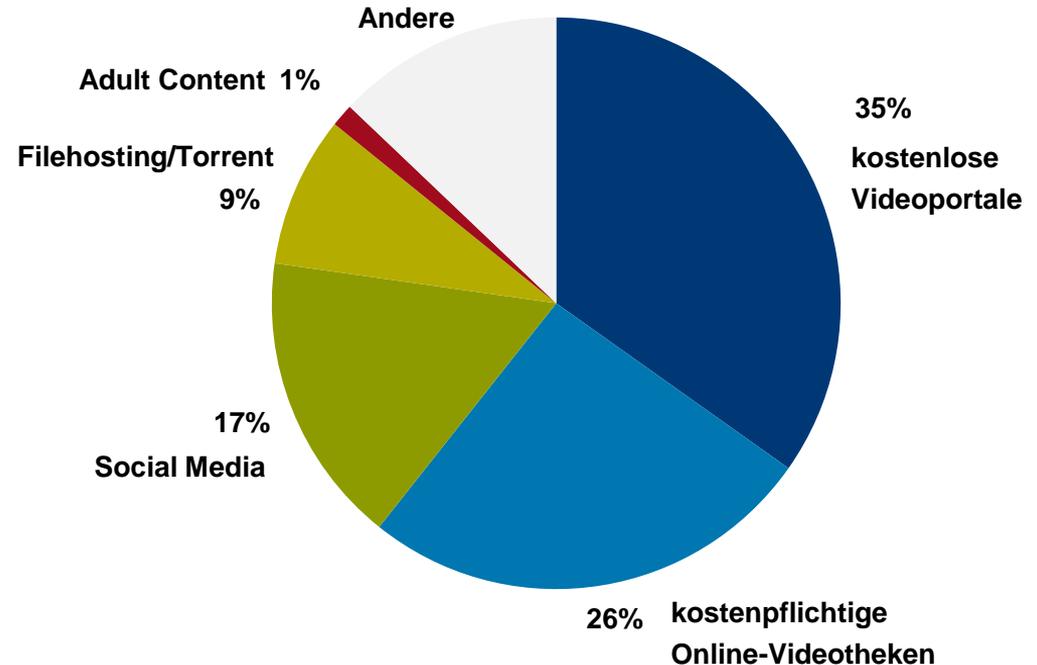
der Videonutzung findet auf **kostenlosen Videoportalen** wie z.B. **YouTube** oder **Vimeo** statt.

**26%**

der Videonutzung entfällt auf **kostenpflichtige Online-Videotheken** wie z.B. **Netflix** oder **Amazon Prime Video**.

**17%**

der Videonutzung findet auf **Social Media-Plattformen** wie z.B. **Facebook** oder **Twitter** statt.



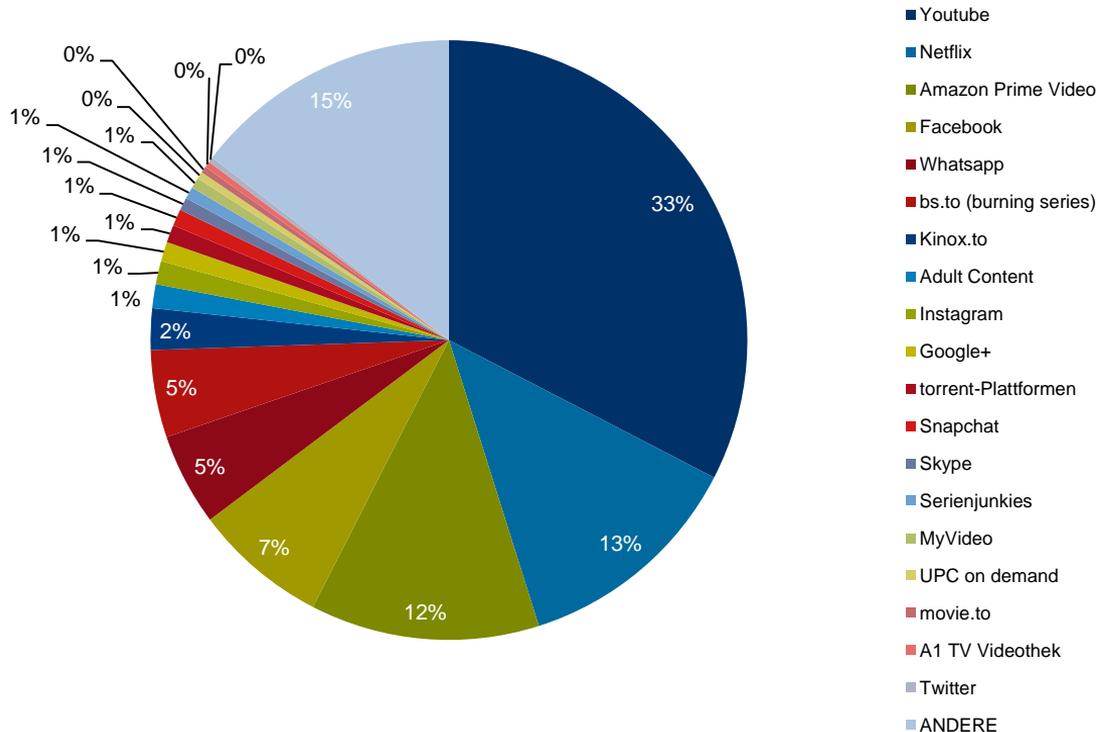
# Bewegtbildnutzung auf Videoplattformen

Videonutzung gestern gesamt 14+, in Minuten & %



Plattform	Minuten	Prozent
Youtube	28.573	33%
Netflix	11.002	13%
Amazon Prime Video	10.878	12%
Facebook	6.356	7%
Whatsapp	4.367	5%
bs.to (burning series)	4.133	5%
Kinox.to	1.959	2%
Adult Content	1.128	1%
Instagram	1.096	1%
Google+	928	1%
torrent-Plattformen	833	1%
Snapchat	792	1%
Skype	609	1%
Serienjunkies	567	1%
MyVideo	505	1%
UPC on demand	339	0%
movie.to	302	0%
A1 TV Videothek	292	0%
Twitter	250	0%
ANDERE	12.787	15%
<b>Summe</b>	<b>87.697</b>	<b>100%</b>

Video-Nutzung Gesamt: 87.697 Minuten



Basis: Videonutzung gestern gesamt; Angaben in Minuten und %

© GfK 2017 | 07.04.2017

Quelle: Bewegtbildstudie; Feldzeit: 01.02.2017 - 28.02.2017; n = 4.000; Methode: CAWI

# Top 3 Devices

Verteilung der Bewegtbildnutzung auf Devicetypen, in %



Bewegtbildnutzung gesamt: **935.757 Minuten**

Laufendes TV:	
760.150 Minuten	
TV-Gerät o. Internet	56%
TV-Gerät m. Internet	42%

Aufgen. TV:	
31.894 Minuten	
TV-Gerät m. Internet	42%
TV-Gerät o. Internet	32%
Stand-PC	6%

Livestream TV:	
13.457 Minuten	
Laptop	30%
TV-Gerät mit Internet	27%
Tablet	15%

On Demand TV:	
20.780 Minuten	
TV-Gerät mit Internet	37%
Laptop	29%
Tablet	11%

Videos:	
87.697 Minuten	
Laptop	25%
Smartphone	20%
Stand-PC	18%

DVDs/ gekaufte Inhalte:	
21.779 Minuten	
TV-Gerät o. Internet	36%
TV-Gerät m. Internet	29%
Stand-PC	12%

Basis: Bewegtbildnutzung gestern gesamt  
Angaben in %