

TV im Abwind

Die Menschen in Deutschland nutzen erstmalig häufiger Video-Apps und andere Streamingmöglichkeiten als einen klassischen Fernsehanschluss, um Videos oder TV-Sendungen zu schauen. Nach einer repräsentativen Umfrage des Digitalverbandes Bitkom sank im vergangenen Jahr der Anteil der Verbraucherinnen und Verbraucher ab 16 Jahren, die zumindest gelegentlich klassisches TV über Kabel, Satellit oder Antenne sehen, von 92 Prozent auf 86 Prozent. Gleichzeitig stieg die Zahl derjenigen, die Videos, Sendungen oder Filme über das Internet streamen, von 86 Prozent auf 87 Prozent. Während das Geschäft mit gestreamten TV-Inhalten boomt, verläuft der Absatz von neuen Fernsehgeräten nur schleppend. Nach der Trendstudie des Bitkom zur »Zukunft der Consumer Technology 2025« gehen in diesem Jahr die Umsätze mit Fernsehern um acht Prozent auf knapp 2,9 Milliarden Euro zurück. (dpa/jW)

<https://www.jungewelt.de/artikel/507548.medien-tv-im-abwind.html>