

**Patrick Bingen**

Veränderung des  
Mediennutzungsverhaltens. Smart-TVs und  
Wiedergabegeräte für  
TV-Streaming-Angebote in Deutschland

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2017 GRIN Verlag  
ISBN: 9783668508309

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/372300>

**Patrick Bingen**

**Veränderung des Mediennutzungsverhaltens. Smart-TVs und Wiedergabegeräte für TV-Streaming-Angebote in Deutschland**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

# Bachelorarbeit

**Veränderung des Mediennutzungsverhaltens. Eine Untersuchung zur Nutzung von Wiedergabegeräten für TV-Streaming-Angebote in Deutschland.**

*„TV-Streaming-Angebote werden in erster Linie auf Wiedergabegeräten mit kleinen Bildschirmen rezipiert. Ein Grund ist die geringe Verbreitung von Smart-TVs im Haushalt der relevanten Zielgruppe.“*

---

SAE INSTITUTE in partnership with MIDDLESEX UNIVERSITY London

Fachbereich: Film

Studiengang: Bachelor of Arts (Hons.) Digital Film Making

Studienort: Köln

**Veränderung des Mediennutzungsverhaltens.  
Eine Untersuchung zur Nutzung von Wiedergabegeräten für TV-Streaming-Angebote in Deutschland.**

Arbeit zur Erlangung des Bachelor of Arts (Honours) an der Middlesex University,

London - ausgeführt durch das SAE Institute, Köln

## Inhaltsverzeichnis

I Abbildungsverzeichnis .....	5
II Abkürzungsverzeichnis .....	8
1. Einleitung .....	10
1.1 Aufbau der Arbeit.....	10
1.2 Problemstellung .....	10
1.3 Begründung der Themenwahl .....	11
1.4 These.....	12
1.5 Zielsetzung .....	13
1.6 Industrierelevanz und Zielgruppe .....	13
2. Grundlagen .....	15
2.1 Die Geschichte des Deutschen Fernsehens.....	15
2.2 Fernsehen als Unterhaltungsmedium .....	16
2.3 Technische Grundlagen des Streaming.....	17
2.4 Die Entwicklung des Mediennutzungsverhaltens in Deutschland .....	19
2.5 Wiedergabegeräte .....	23
2.5.1 Smart-TV.....	23
2.5.2 Mobile Endgeräte .....	25
2.6 TV-Empfangswege in Deutschland .....	25
2.6.1 Web-TV.....	26
2.6.2 Online Mediatheken .....	28
2.6.3 Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender .....	29
2.6.4 Mediatheken privater Fernsehsender.....	31
3. Methodik.....	33
3.1 Literatur- und Internetrecherche .....	33
3.2 Empirische Sozialforschung .....	34
3.2.1 Qualitatives Verfahren.....	35
3.2.2 Quantitatives Verfahren .....	36
3.3 Begründung der angewandten Forschungsmethode .....	37
3.4 Aufbau der Online-Umfrage.....	38
3.4.1 Verwendete Fragetypen der Online-Umfrage .....	39

3.4.2 Zielgruppe der Online-Umfrage.....	39
3.4.3 Internetgestützte Befragung.....	40
3.4.4 Erreichbarkeit der Online-Umfrage.....	41
3.5 Pretest der Online-Umfrage.....	43
4. Durchführung .....	44
4.1 Online-Umfrage .....	44
4.1.1 Aufbau der Online-Umfrage .....	44
4.1.1.1 Einleitung/Vorwort.....	45
4.1.1.2 Demografische Daten .....	46
4.1.1.3 Fragen zum linearem Fernsehkonsum.....	47
4.1.1.4 Fragen zu "Smart-TV" .....	48
4.1.1.5 Fragen zu Online-Fernsehen/Online-Streaming .....	49
4.1.1.6 Feedback/Schlusswort.....	52
4.1.2 Durchführung Pretest und endgültige Fertigstellung der Online-Umfrage .....	52
4.2 Verbreitung der Online-Umfrage.....	53
5. Ergebnisse/Auswertung .....	55
5.1 Teilnehmerzahl.....	55
5.2 Auswertung der Online-Umfrage .....	55
5.2.1 Demografische Daten .....	55
5.2.2 Fragen zum linearen Fernsehkonsum.....	60
5.2.3 Fragen zu Smart-TV.....	63
5.2.4 Fragen zu Online-Fernsehen/Online-Streaming .....	67
5.2.5 Feedback der Online-Umfrage.....	77
6. Zusammenfassung.....	78
6.1 Zusammenfassung der Ergebnisse .....	78
6.2 Ergebnisse versus Hypothese .....	79
6.3 Selbstkritische Betrachtung der Arbeit.....	80
6.4 Fazit.....	81
6.5 Schlusswort .....	82
IV Literaturverzeichnis.....	84



## I Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Massenmedien im Jahr 2014 .....	20
Abb. 2: Videonutzung im Internet 2006 bis 2016.....	21
Abb. 3: Geräte, mit denen das Internet genutzt wird 2014 bis 2016.....	22
Abb. 4: Beispiel eines Smart-TV-Menüs .....	23
Abb. 5: Smart-TV-Funktionen und -Dienste .....	24
Abb. 6: Mediatheken ARD, ZDF, TV NOW und 7TV .....	28
Abb. 7: Screenshot Beispiel Livestreams der ARD Mediathek.....	29
Abb. 8: Livestreams des ZDF .....	30
Abb. 9: Screenshot Beispiel Mediathek 7TV .....	31
Abb. 10 Überblick qualitative versus quantitative empirische Methoden.....	37
Abb. 11: Anteil der Internetnutzer nach Altersgruppen in Deutschland 2016 .....	41
Abb. 12: Formen der internetgestützten Befragungen .....	42
Abb. 13: Darstellung eines Smart-TV.....	48
Abb. 14: Darstellung Anteil Geschlecht.....	56
Abb. 15: Darstellung Altersgruppen .....	56
Abb. 16: Darstellung Einwohnerzahl des Erstwohnsitzes in Deutschland .....	57
Abb. 17: Darstellung aktuelle Wohnsituation.....	57
Abb. 18: Darstellung der im Haushalt lebenden Personen.....	58
Abb. 19: Darstellung Hauptbeschäftigung.....	59
Abb. 20: Darstellung monatliches Bruttoeinkommen.....	59
Abb. 21: Darstellung Bildungsabschluss .....	60
Abb. 22: Darstellung Häufigkeit des allgemeinen Fernsehkonsums .....	61
Abb. 23: Darstellung Häufigkeit des täglichen Fernsehkonsums .....	61
Abb. 24: Darstellung Vergleich des linearen TV-Konsums Gegenwart und 5 Jahre zurückliegend .....	62
Abb. 25: Darstellung Beliebtheit des linearen Fernsehens.....	62
Abb. 26: Darstellung Besitz Smart-TV.....	63
Abb. 27: Darstellung Verbindung Smart-TV mit dem Internet .....	63
Abb. 28: Darstellung möglicher Kauf eines Smart-TVs .....	64
Abb. 29: Darstellung der persönlichen Erfahrungen mit einem Smart-TV.....	65