

Wenn Zahlen die Wahrheit sprechen: Der schlechte Streaming-Witz â€“ BILD

ID: LCG20010 | 09.01.2020 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien
Ã–sterreich | Medieninformation

Streamingdienst DAZN kommuniziert eine stolze halbe Milliarde genutzte Stunden weltweit im Jahr 2019. Dem stehen 106 Milliarden konsumierte Stunden im Fernsehen in Ã–sterreich und Deutschland gegenüber. TV-Nutzungsdauer in Ã–sterreich erreicht mit 196 Minuten pro Tag einen neuen Rekordwert.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © IP Ã–sterreich/
Christoph Meissner

Wien (LCG) – „Es hat einen Grund, warum die Streaming-Anbieter lieber ihre utopischen und virtuellen Unternehmensbewertungen als harte Nutzer- und Nutzungszahlen angeben“, sagt **Walter Zingg** (IP Ã–sterreich), Sprecher von Screenforce Ã–sterreich. KÃ¼rzlich verÃ¶ffentlichte der Sport-Anbieter DAZN mit geschwellter Brust seine Zahlen: Insgesamt 507 Millionen genutzte Stunden verzeichnet der OTT-Dienst weltweit im zurÃ¼ckliegenden Jahr. Durchschnittsreichweiten und andere Fakten zur effektiven Mediennutzung werden in der Jubelmeldung des Unternehmens der britischen Perform Group keine genannt. DafÃ¼r brÃ¼stet es sich mit einem Zuwachs von 98 Prozent gegenÃ¼ber dem Vorjahr (2018), der eindrucksvolle AufschlÃ¼sse Ã¼ber das Ausgangsniveau gibt.

DAZN Ã¼bertrÃ¤gt Sportveranstaltungen in Deutschland, Ã–sterreich, der Schweiz, Japan, Kanada, Italien, Spanien, Brasilien und den Vereinigten Staaten. Immerhin ein Markt von 908,21 Millionen Einwohnern. Bei einer Umrechnung auf die GrÃ¶Ãe des Ã¶sterreichischen Marktes wÃ¼rden ganze 4,9 Millionen Stunden auf die Alpenrepublik entfallen. In der Bundesrepublik Deutschland wÃ¤ren es Ã¼berschaubare 46,2 Millionen Stunden.

Bei einer Hochrechnung der vorliegenden Zahlen ergeben sich für Österreich im letzten Jahr 9,234 Milliarden Stunden TV-Konsum. In Deutschland liegt dieser Wert bei rund 97 Milliarden Stunden. Zusammengerechnet wurden in den beiden Ländern in 2019 insgesamt etwa 106 Milliarden Stunden TV genutzt – etwa das 200-fache der weltweiten DAZN-Nutzung.

TV-Nutzung in Österreich ist 2019 auf historischen Rekordwert gestiegen

Eine unmissverständliche Sprache über die TV-Nutzung sprechen die aktuellen Zahlen der Arbeitsgemeinschaft TELETEST. 2019 ist die Nutzungsdauer von Fernsehen in Österreich abermals von 192 auf 196 Minuten pro Tag um zwei Prozent gestiegen. In den letzten fünf Jahren betrug das Wachstum 15 Prozent von 171 Minuten pro Tag in 2015.

„Die steigende TV-Nutzung zeigt deutlich, dass der Streaminghype ein Medienphänomen ist, das nichts mit dem realen Nutzungsverhalten zu tun hat. Das gerne totgesagte lineare Fernsehen wächst sehr lebendig weiter – gemessen in transparenten und validen Zahlen. Genau diese Stabilität und Verlässlichkeit braucht die werbetreibende Wirtschaft!“, betont Zinggl.

Die Medieninformation von DAZN finden Sie auf <https://media.dazn.com/en/blog/2020/01/the-sport-the-world-streamed-in-2019>.

Über Screenforce

Screenforce ist die Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter für Fernsehen und Bewegtbild. Die breite Allianz aus 13 Partnern repräsentiert über 95 Prozent des TV-Werbemarkts im deutschsprachigen Raum. Die österreichischen Partner sind ATV, Goldbach Austria, IP Österreich, ORF, ORF-Enterprise, ProSiebenSat.1 PULS 4 und Servus TV. Die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) ist Teil der Gattungsinitiative. Screenforce unterstützt Werbekunden und

Agenturen, für ihre Marken das Beste aus TV und Bewegtbild herauszuholen. Weitere Informationen auf <https://www.screenforce.at> .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at> . (Schluss)