

Pressemitteilung

HD+ Umfrage zur Mediennutzung: In der Krise vertrauen die Deutschen dem klassischen Fernsehen

- In Krisenzeiten nutzen die Deutschen am häufigsten das lineare Fernsehen, um sich zu informieren (44,5 Prozent).
- Entsprechend genießt das klassische Fernsehen in der Krise auch das höchste Vertrauen im Vergleich zu allen anderen Medien
- Soziale Medien sind dagegen nur für eine Minderheit (4,4 Prozent) vertrauenerweckend und werden nur selten verstärkt genutzt (13,7 Prozent).
- Über ein Drittel der Befragten (38 Prozent) fühlt sich bei der Bedienung moderner TV-Geräte überfordert.
- Für mehr als ein Viertel (28,4 Prozent) sind Apps auf Fernsehgeräten weder gut verständlich noch einfach zu bedienen.
- Die Umfrageergebnisse bestätigen die Strategie von HD+, TV-Nutzer:innen mit der leicht zu bedienenden HD+ App einen einfachen Zugang zu bester Bildqualität und vielen Komfort-Funktionen zu ermöglichen.

Unterföhring, 21. September 2022. Die Krise ist mittlerweile zum New Normal geworden: Corona, Ukraine-Krieg, Inflation, Dürresommer und Energiepreis-Schock. Wie wirkt sich all das auf die Mediennutzung der Deutschen aus? Vertrauen die Menschen mehr den Sozialen Netzwerken oder suchen sie eher Zuflucht in vertrauten Medien wie dem linearen Fernsehen? Die Antwort der von Civey im Zeitraum 16. bis 24. August 2022 im Auftrag von HD+ durchgeführten repräsentativen Umfrage in der Bundesbevölkerung ab 18 Jahren fällt überraschend eindeutig aus:

Mit 38,5 Prozent führt das lineare Fernsehen die Liste der vertrauenswürdigen Medien in der Krise an, dicht gefolgt vom Radio (37,6 Prozent) sowie Printmedien (36,9 Prozent). Das Vertrauen gegenüber linearem Fernsehen wächst dabei mit dem Alter der Befragten an: während der Wert bei den 18-29-Jährigen bei 18,4 Prozent liegt, steigt er in der Altersgruppe ab 65+ sogar auf 46,7 Prozent. Während Soziale Medien nur für eine Minderheit (4,4 Prozent) vertrauenserweckend sind, gibt fast jede:r dritte Befragte (31,6 Prozent) an, keinem Medium zu trauen.

Lineares Fernsehen als Informationsanker in unsicheren Zeiten

Noch deutlicher werden die Unterschiede, wenn gefragt wird, welche Mediengattungen in Krisenzeiten verstärkt genutzt werden. Danach geben 44,5 Prozent der Befragten lineares Fernsehen an. Dieses liegt damit über fünf Prozentpunkte vor Rundfunk (39,0 Prozent) und zehn Prozentpunkte vor Print (34,5 Prozent). Soziale Medien kommen hier auf 13,7 Prozent.

Zwar greifen die Jüngsten unter den Befragten häufiger als alle anderen Altersgruppen in unsicheren Zeiten auf Soziale Medien zurück (30,3 Prozent), doch genießt auch hier ein klassisches Medium, das Radio (39,3 Prozent) das höchste Ansehen. In den Altersgruppen 30+ liegt das lineare Fernsehen konstant auf Platz Eins im Ranking der Medien, auf die in Krisenzeiten verstärkt zurückgegriffen wird.

Stärke des Fernsehens: vertrauenswürdige Informationsangebote

„Vielfältige, meinungsstarke, unabhängige Informationsvermittlung ist immer wichtig. Besonders aber in unsicheren Zeiten. Dafür leistet Fernsehen einen relevanten Beitrag. Zu den Stärken des Fernsehens gehört es, sowohl verlässlich seriöse Informationen zu aktuellen Ereignissen zu bieten als auch für Unterhaltung zu sorgen“, kommentiert Norbert Hölzle, der als Geschäftsführer der HD PLUS GmbH und der SES Germany GmbH das DACH-Geschäft des luxemburgischen Satellitenbetreibers SES verantwortet. „Den Sendern ist es in den vergangenen Monaten gelungen, diese Stärke auszuspielen und den verschiedenen Bedürfnissen in der Bevölkerung nachzukommen. So haben die Sender stark in ihre Informationsformate investiert oder sogar neue geschaffen.“

„Zugleich geben die Ergebnisse der Umfrage aber auch zu denken. Denn rund ein Drittel der Befragten vertraut keinem Medium mehr,“ so Norbert Hölzle weiter. „Wir sehen in den Ergebnissen daher auch die Aufforderung, das Angebot für lineares Fernsehen kontinuierlich zu verbessern.“

Fernsehnutzer:innen wünschen sich einfache Bedienung von Fernsehgeräten

Die Umfrage ging auch der Frage nach, wie gut Fernsehnutzer:innen mit der Bedienung moderner Fernsehgeräte wie Smart-TVs zurechtkommen. Über ein Drittel (38 Prozent) der Befragten stimmt der Aussage zu: „Ich fühle mich mit der Bedienung moderner Fernsehgeräte oft überfordert.“ Nur für knapp die Hälfte (49,9 Prozent) stellt die Bedienung keine allzu große Herausforderung dar. Auch mit der Bedienung von TV-Apps kommen viele Befragte nicht gut zurecht – nur rund ein Viertel (28,4 Prozent) findet, dass die Apps verständlich und einfach zu bedienen sind.

„Dieses Ergebnis bestätigt unsere Strategie, mit der HD+ TV-App den Komfort für beste Bildqualität und viele zusätzliche Services so einfach und bequem wie möglich zu gestalten“, sagt Andreas Müller-Vondey, Vertriebs- und Marketingleiter bei HD+. Hintergrund: Die HD+ TV-App ist als Operation-(Op-)App im Betriebssystem der TV-Geräte integriert und gehört mittlerweile zur Standardausstattung neuer Modelle nahezu aller großen Fernsehhersteller. Die HD+ TV-App ermöglicht nicht nur den Empfang von HD- und UHD-Angeboten, sondern auch die Vorteile der HD+ Komfort-Funktion. Dazu gehören etwa die Suche nach Sendungen im Live-Programm und verschiedenen Mediatheken, der Neustart bereits laufender Programme oder der Switch auf Sendungen in UHD-Qualität.

Aktuelle HD+ Kampagne „Sei kein Horst. Hol dir HD+“

„In unserer aktuellen Marketingkampagne mit Horst Schlämmer alias Hape Kerkeling vermitteln wir daher genau das: Wie einfach es mit HD+ und der HD+ TV-App ist, bestes Fernsehen zu genießen und die technischen Vorteile heutiger Smart-TVs zu nutzen“, ergänzt Andreas Müller-Vondey. „In den [TV-Spots](#) ist Horst Schlämmer zu sehen, der zeigt, wie es auch ihm, der Verkörperung des sprichwörtlichen „Horsts“, mit HD+ ganz einfach gemacht wird, das Beste aus seinem TV-Gerät herauszuholen.“

Pressekontakt HD+

Frank Lilie

Pressesprecher HD PLUS GmbH

Tel.: (089) 1896 1640

frank.lilie@hd-plus.de

Über HD+

HD+ ist die TV-Plattform mit der größten technischen Reichweite in Deutschland. Durch HD+ kommen Zuschauer:innen in Deutschland seit 2009 in den Genuss von hochauflösendem Fernsehen privater Sender. Der Fokus liegt auf dem Empfang über Satellit. Seit 2021 ist das Angebot auch auf mobilen Endgeräten und ausgewählten Fernsehern via IP ohne klassischen Fernsehanschluss empfangbar und HD+ damit technisch für alle TV-Haushalte in Deutschland verfügbar. Zudem bietet die HD+ Komfort-Funktion den Neustart von laufenden Sendungen und Zugriff auf Mediatheken. Aktuell sind mit dem HD+ Sender-Paket mehr als 80 Sender in brillanter HD-Qualität zu sehen: 26 der größten Privatsender, drei UHD-Kanäle (via Satellit) inklusive RTL UHD und ProSiebenSat.1 UHD sowie über 50 frei empfangbare Sender. Dank der direkten Integration von HD+ als TV-App bei neuen TV-Geräten von Samsung, Panasonic, Sony, Philips, Vestel, Hisense und Loewe ist HD+ einfach zu nutzen. Die HD PLUS GmbH ist eine hundertprozentige Tochter des Satellitenbetreibers SES.