

## *Presse*meldung

# Ein Eldorado für die Augäpfel: Video-on-Demand auf dem Weg zum Massenmarkt

- **Umsatz mit Video-on-Demand in Deutschland verdreifacht sich bis 2018 auf 449 Mio. Euro**
- **Goldmedia veröffentlicht VoD-Marktanalyse mit Prognosen und Entwicklungsszenarien bis 2018**
- **Abomodell S-VoD (Subscription VoD) könnte Markt am stärksten verändern**

*Berlin, 03. Februar 2014.* Video-on-Demand ist in Deutschland aus dem Dornröschenschlaf erwacht und angelt längst in den althergebrachten Ressorts der Film- und Fernsehbranche. Im Jahr 2013 nutzten 4 Millionen Deutsche kommerzielle Online-Videotheken. Im Schnitt haben sie acht Filme geliehen und sechs Filme gekauft. Bis 2018 wird sich der Umsatz mit VoD-Angeboten nach einer Goldmedia-Prognose auf 449 Millionen Euro nahezu verdreifachen (ohne Einnahmen aus werbefinanziertem VoD und Mediatheken).

Dies sind erste Ergebnisse der Studie „Video-on-Demand Forecast 2018“ des Beratungsunternehmens Goldmedia (<http://www.Goldmedia.com>). Die Studie enthält umfangreiche Analysen zu Anbietern, Geschäftsmodellen sowie Umsatzpotenzialen und entwirft verschiedene Entwicklungsszenarien zum VoD-Markt.

### **Geschäftsmodelle und deren Marktanteile: T-VoD, S-VoD und DtO**

Anfang 2014 gibt es in Deutschland bereits rund 50 VoD-Anbieter, die mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen arbeiten. 2013 lag der Gesamtumsatz der Branche bei 163 Mio. Euro. Mit 73 Millionen Euro ist der Umsatzanteil für Bezahlvideos, der sogenannte T-VoD-Markt (Transactional Video-on-Demand), heute am größten. Hier leihen die Nutzer Filme gegen Bezahlung im Einzelabruf online aus. 57 Millionen Euro stark ist das Segment Download-to-Own (DtO), bei dem der Kunde für den Download des Videos auf seine Festplatte bezahlt und den Film dann besitzt. Derzeit noch das kleinste Marktsegment ist Video-on-Demand auf Abo-Basis, das sog. S-VoD (Subscription VoD) mit einem Umsatz von 33 Millionen Euro in 2013. Hinzu kommen werbefinanzierte Angebote, der sog. A-VoD-Markt.

## VoD-Markt in Deutschland stark fragmentiert

Dem deutschen Videofan bietet sich eine bunte Welt vieler großer VoD-Dienste: Neben den Angeboten in den öffentlich-rechtlichen Mediatheken bei ARD und ZDF findet er Dienste wie maxdome von ProSieben, RTL now, iTunes von Apple, Lovefilm von Amazon, Videoload von der Deutschen Telekom, Snap von Sky oder Watchever vom französischen Konzern Vivendi. Hinzu kommen eine Reihe kleiner bzw. spezialisierter VoD-Plattformen.

Alle versprechen den schnellen und kostengünstigen Abruf attraktiver Filme, Serien und Videos. Die Leistungspakete sind jedoch für den Nutzer oft schwer zu differenzieren. Unklar ist zudem oftmals, auf welcher Plattform man seine Lieblingsinhalte finden kann. Die Anzeichen verdichten sich, dass womöglich neue große Anbieter den deutschen Markt intensiv bearbeiten wollen.

## S-VoD könnte den Markt umkrempeln: Entwicklungsszenarien im VoD-Markt

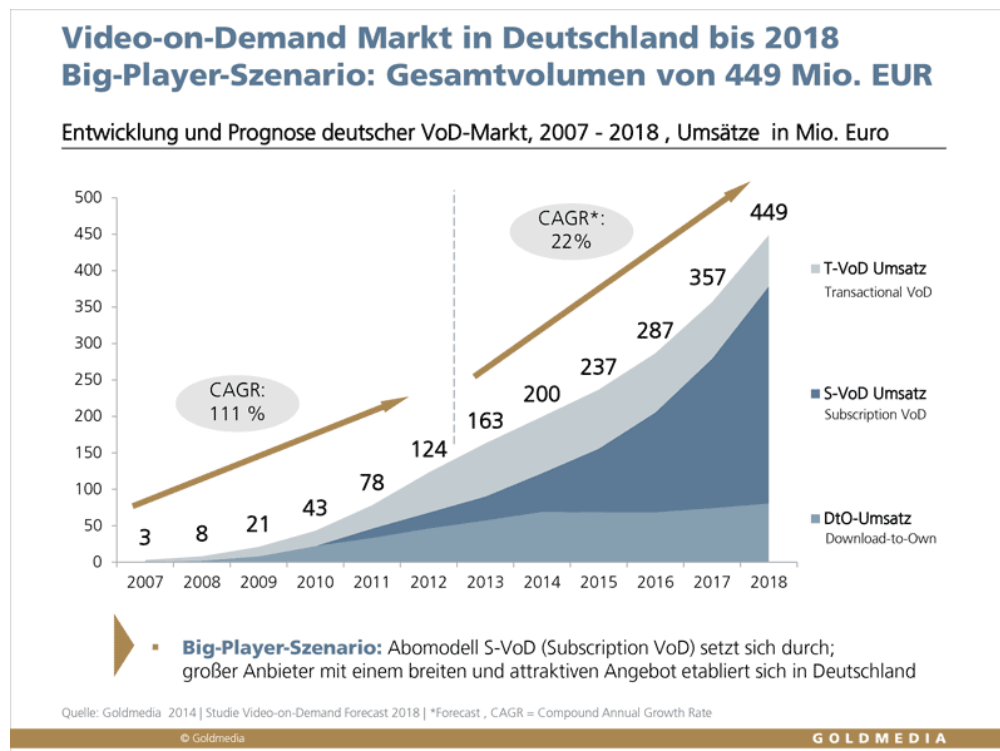
Goldmedia hat in einem Prognose-Szenario unterstellt, dass sich in Deutschland ein großer Anbieter mit einer breiten Palette attraktiver Angebote per Abonnement etabliert. Dadurch käme es zum Siegeszug der Abonnement-Modelle (S-VoD) und zu einer Marktkonsolidierung. Zugleich stiege die Verfügbarkeit der Angebote über viele neue Plattformen und Spielekonsolen.

Im Effekt wäre der deutsche VoD-Markt stark verändert: S-VoD würde bis 2018 mit knapp 300 Mio. Euro schon zwei Drittel des gesamten VoD-Marktes ausmachen. T-VoD, DtO und das Pay-TV-Segment würden hingegen verlieren. Den VoD-Gesamtmarkt in Deutschland schätzt Goldmedia in diesem Szenario im Jahr 2018 auf 449 Millionen Euro.

## Zitat Goldmedia-Geschäftsführer Klaus Goldhammer: Status und Ausblick

„Der VoD-Markt wird 2014 auch in Deutschland in Gang kommen, weil die grundlegenden Voraussetzungen für das Massengeschäft stehen: Die Endgeräte sind im Markt, die Bandbreiten vorhanden, die Nutzer geübter und die VoD-Anbieterzahl wächst kontinuierlich. Trotzdem hat es VoD schwerer als anderswo. Die Fernsehlandschaft bietet mit vergleichsweise wenigen Werbepausen und einer geringen Affinität zum sogenannten „Binge Viewing“ (extensiver Konsum ganzer Serienstaffeln) weniger Argumente für die All-you-can-watch-Angebote à la Hulu oder Netflix aus den USA. Langsam aber kommen die Angebote der Industrie in Fahrt. Watchever investiert bereits Millionen in die Werbung, um VoD-Abos im Massenmarkt zu etablieren. Der Kampf um die Augäpfel ist damit eröffnet.“

## Grafik: Video-on-Demand Entwicklung und Prognose bis 2018



### Quelle

Alle Angaben der Pressemeldung entstammen der Studie „Video-on-Demand Forecast 2018“, die von Goldmedia im Februar 2014 veröffentlicht wird. Die Studie enthält umfangreiche Analysen zu Anbietern, Geschäftsmodellen sowie Umsatzpotenzialen und entwirft verschiedene Entwicklungsszenarien zum VoD-Markt. Weitere Informationen: [www.goldmedia.com](http://www.goldmedia.com)

### Pressekontakt

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de), [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

### Goldmedia GmbH

Die Goldmedia GmbH Strategy Consulting berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikationsbereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Markt- und Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia-Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Strategy Consulting, Goldmedia Marketing GmbH, Goldmedia Custom Research GmbH, Goldmedia Political & Staff Advising GmbH sowie Goldmedia Consulting GmbH und Goldmedia Analytics GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin. Weitere Informationen unter: [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)