

Pressemeldung

Junge VoD-Nutzer lieben Netflix und schauen gerne Serien

Goldmedia veröffentlicht VoD-Monitor 2016 zur Nutzung von Pay-VoD-Diensten in Deutschland

Berlin, 21. Oktober 2016. Video-on-Demand ist ein Markt mit viel Potenzial. Die meisten Nutzer kostenpflichtiger VoD-Dienste (Pay-VoD) sind unter 40 und gehören zu den Besserverdienern. Binge Watching ist typisch: Sind die Nutzer einmal auf ihrem Portal, nutzen 81 Prozent ihren Dienst mehr als eine Stunde lang und 10 Prozent sogar mehr als drei Stunden. Das beliebteste Pay-VoD-Format ist die Serie, die populärsten Genres sind Krimi und Thriller.

Dies sind Ergebnisse des „Pay-VoD-Monitors 2016“ der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia (www.Goldmedia.com). Die Studie analysiert die Nutzerstruktur kostenpflichtiger VoD-Dienste in Deutschland. Die Basis bildet eine repräsentative Befragung von Internetnutzern ab 14 Jahre in Deutschland.

Serie schlägt Kinofilm

Serien sind die am häufigsten genutzten Inhalte bei Pay-VoD-Diensten: 70 Prozent der befragten Nutzer sehen sich oft Serien an, für Kinofilme interessieren sich 54 Prozent, für Dokumentationen 47 Prozent. (siehe Grafik 1)

Netflix-Nutzer lieben Serien am allermeisten: 83 Prozent der Befragten gaben an, häufig Serien zu schauen. Auch bei maxdome tun das 82 Prozent. Serien sind mit 74 Prozent auch bei Amazon das meistgenutzte Format, allerdings interessieren sich hier mehr Nutzer als bei anderen Angeboten auch für Kinofilme.

Bei den Genres haben Pay-VOD-Nutzer vielfältige Präferenzen. Selbst für Sport gibt es eine solide Nachfrage. Die populärsten Genres aber sind Krimi und Thriller vor Action und Comedy. Das zeigt sich auch an den beliebtesten Serien der Anbieter. Top1 der zuletzt geschauten Serie war zum Befragungszeitpunkt bei Netflix „Better Call Saul“, bei Amazon „Big Bang Theory“ und bei Sky „The Walking Dead“.

Binge Watching ist typische Nutzungsart

Wenn die Nutzer Pay-VoD schauen, sind lt. Analyse 81 Prozent der Befragten auf den Pay-VoD-Angeboten mehr als eine Stunde unterwegs, 10 Prozent sogar mehr als 3 Stunden.

Bezogen auf die tägliche Nutzung, sind Netflix-User besonders aktiv: 34 Prozent verwenden den Dienst täglich. Die Angebote von Amazon, Sky und maxdome werden dagegen häufiger „mehrmals wöchentlich“ genutzt.

Netflix hat die jüngsten Nutzer

Im Vergleich der führenden Pay-VoD-Anbieter hat Netflix die jüngsten Nutzer: Mit 51 Prozent ist mehr als die Hälfte unter 30 Jahre, Amazon hat 35 Prozent unter 30-Jährige. Sky's VoD-Angebot zieht 46 Prozent über 40-Jährige an und damit mehr ältere Zielgruppen als die Konkurrenz.

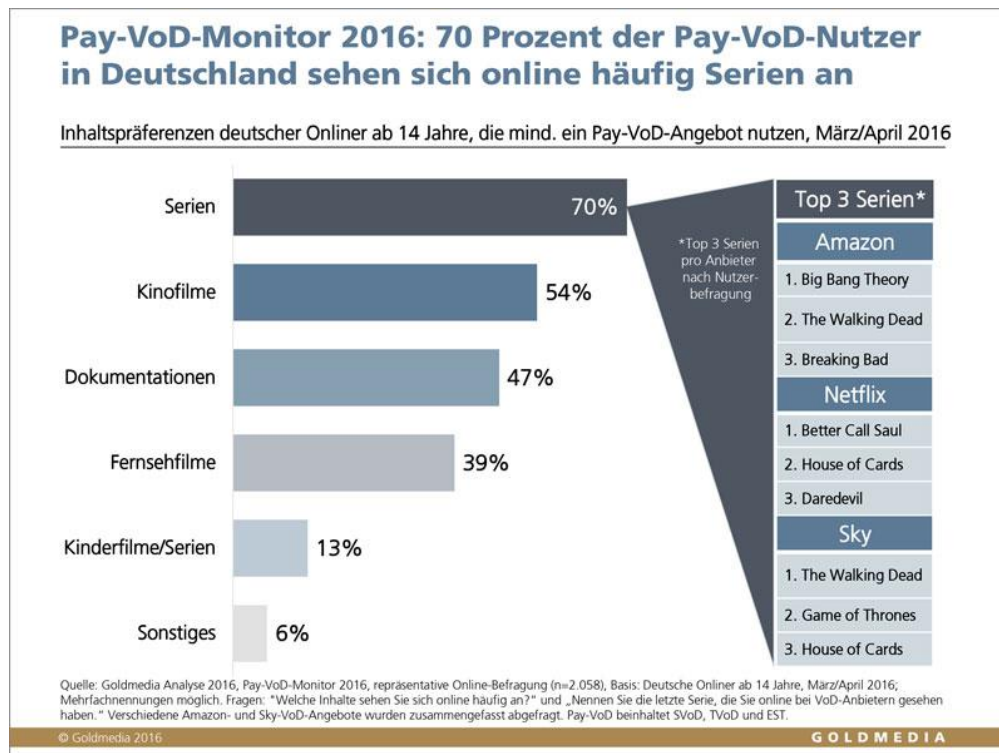
Die Einkommensstruktur der Nutzer ist bei den einzelnen Anbietern recht ausgeglichen: Sky hat insgesamt aber die meisten Besserverdiener, Netflix-Nutzer verfügen vergleichsweise über das geringste Einkommen.

Zugang über Website oder App ist auch eine Frage des Alters

Die meisten VoD-Nutzer (40%) schauen sich die Angebote eher über Websites an, 23 Prozent nutzen dafür eher eine mobile App. Bei den 14- bis 17-Jährigen ist das Verhältnis allerdings umgekehrt: Hier nutzen 47 Prozent dafür eher eine App und nur 19 Prozent eher Websites.

Mit 27 Prozent hat maxdome die meisten App-Nutzer, die wenigsten gibt es bei Netflix mit 20 Prozent. Der Grund hier: Netflix stellt bisher seine Inhalte nicht offline zur Verfügung. Hier haben die anderen Pay-VoD-Anbieter einen Vorteil.

Grafik: Inhaltspräferenzen bei Pay-VoD-Nutzung 2016



Quelle

Alle Angaben der Pressemeldung entstammen der Goldmedia-Studie „Pay-VoD-Monitor 2016. Nutzungs- und Nutzerstruktur führender deutscher Pay-Video-on-Demand-Anbieter“ (Oktober 2016). Die Studie basiert auf einer repräsentativen Nutzerbefragung (Onlinebefragung, n= 2.058, Internetnutzer ab 14 Jahre in Deutschland) im März und April 2016. Studieninhalte sind u.a. soziodemografische Nutzerdaten allgemein und spezielle Analysen zu den führenden VoD-Anbietern Amazon, Netflix, Sky und maxdome, Auswertungen zur Nutzungsart per App oder Website, zur Nutzungshäufigkeit und Nutzungsdauer pro Tag, zur Parallelnutzung verschiedener Pay-VoD-Anbieter und zu den beliebtesten Inhalten und Genres allgemein sowie bei den Top-Anbietern.

Weitere Informationen: www.goldmedia.com

Informationen zu Inhalten und Bestellung:

<https://www.goldmedia.com/studien>

Goldmedia-Newsletter: Sie möchten informiert werden über Goldmedia-News?

<http://www.goldmedia.com/aktuelles/newsletter.html>

Pressekontakt

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, Katrin.Penzel@Goldmedia.de, www.Goldmedia.com

Goldmedia

Goldmedia ist eine Beratungs- und Forschungsgruppe mit dem Fokus auf Medien, Entertainment, Sport und Telekommunikation. Die Unternehmensgruppe unterstützt seit 1998 nationale und internationale Kunden bei allen Fragen der digitalen Transformation. Das Leistungsspektrum umfasst dabei die Bereiche Consulting, Research sowie Personal- und Politikberatung. Standorte sind Berlin und München. Weitere Informationen: <http://www.Goldmedia.com>