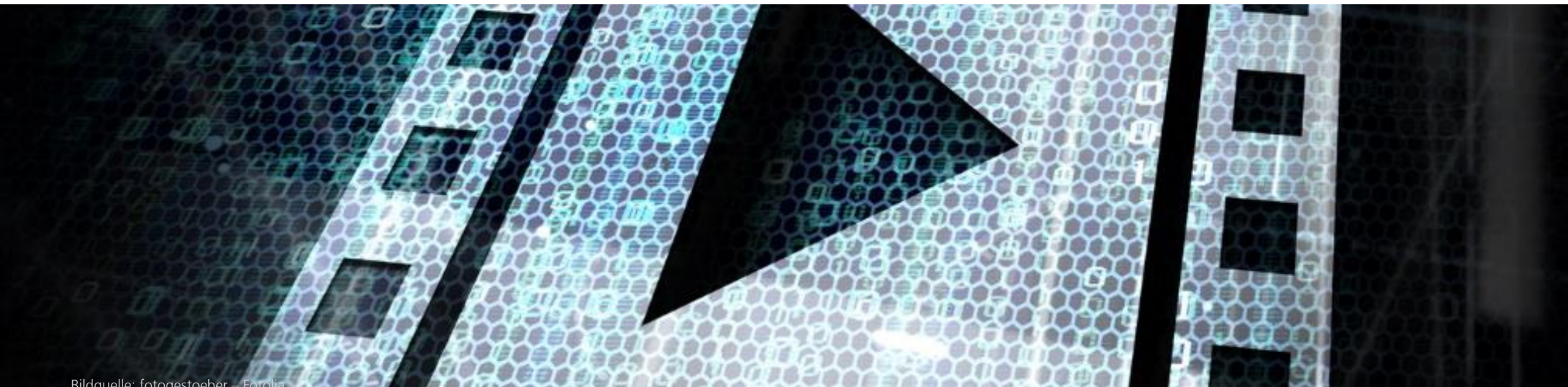


# Pay-VoD-Monitor Deutschland 2016 - **Teaser** -

## **Nutzer und Nutzung kostenpflichtiger Video-on-Demand-Angebote in Deutschland**

Berlin/München, Oktober 2016

Dr. Florian Kerkau | Moritz Matejka, M.A. | Max Reichert, M.A. | Goldmedia Custom Research GmbH | Florian.Kerkau@Goldmedia.de | Moritz.Matejka@Goldmedia.de | Max.Reichert@Goldmedia.de | [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)



# Inhaltsverzeichnis

Executive summary	3
Methodik und Stichprobe	4
Allgemeine Pay-VoD-Nutzungsanalyse	5
Nutzungsanalyse führender Pay-VoD-Anbieter	15
Datenblätter zu den führenden Pay-VoD-Anbietern	24

# Studiensteckbrief

## Methodik und Stichprobe des Pay-VoD-Monitors Deutschland

---

### Methodik

- Quantitative Onlinebefragung durchgeführt von Goldmedia

### Feldzeit

- Zwei Erhebungswellen im März und April 2016

### Stichprobe

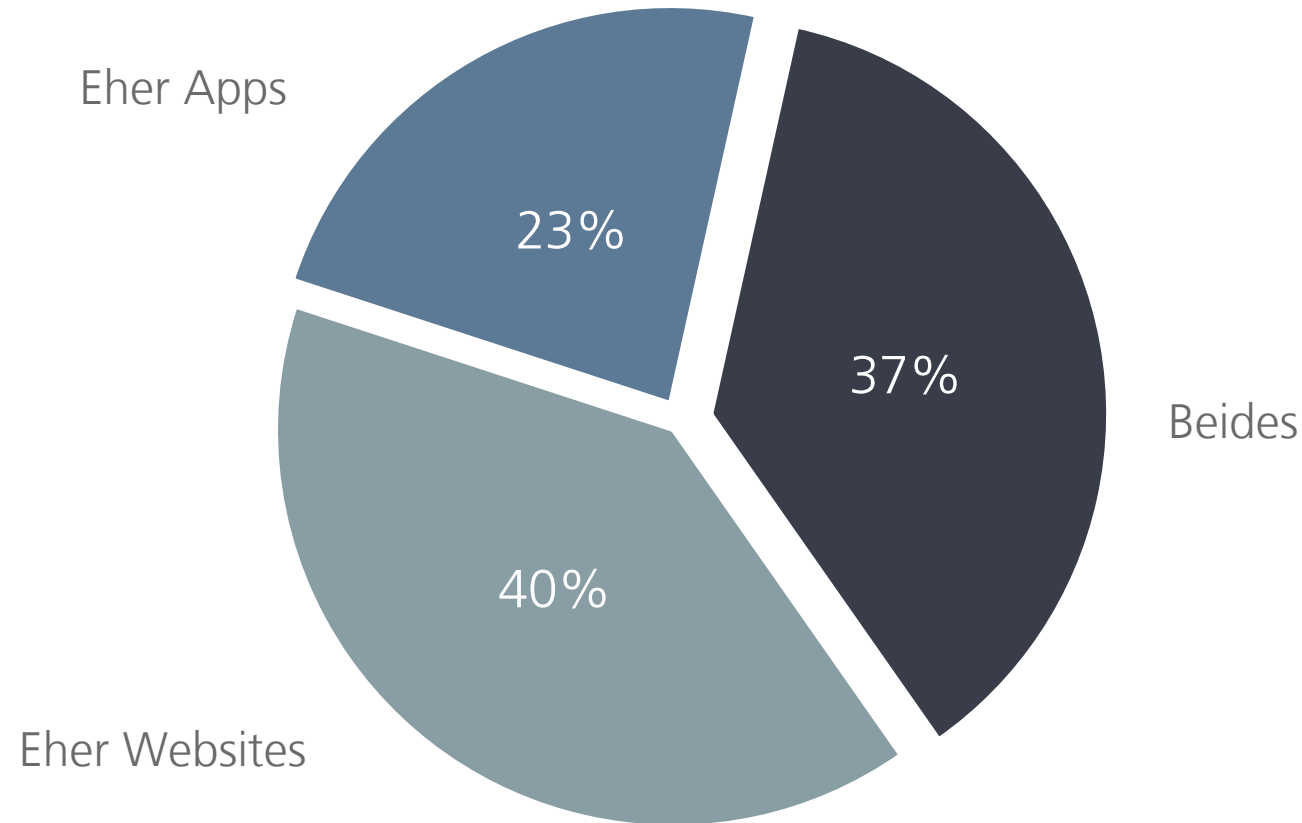
- Deutsche Onliner ab 14 Jahre (n=2.058; 875 Pay-VoD-Nutzer)
- Repräsentative Gewichtung nach Alter, Geschlecht und Bundesland

# Rund 40% der VoD-Nutzer schaut sich Videos eher im Web an. 23% nutzen hauptsächlich Apps, 37% verwenden beide Möglichkeiten

Verwendung von Apps oder Websites von Pay-VoD-Nutzern in Deutschland, März/April 2016

---

„Nutzen Sie eher Apps auf Ihren mobilen Geräten oder herkömmliche Websites, um Videos aus dem Internet anzusehen?“

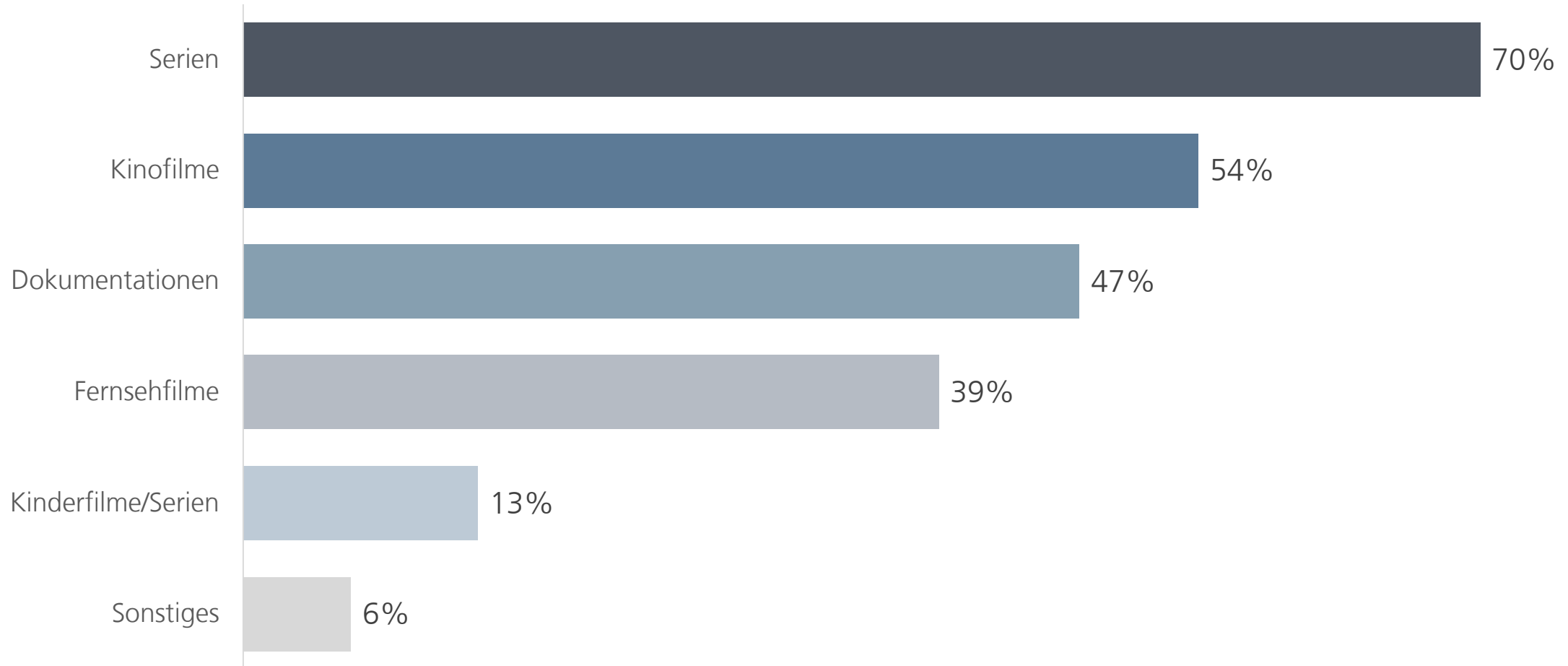


Quelle: Goldmedia Analyse, repräsentative Online-Befragung, (n=875) , Basis: Deutsche Pay-VoD-Nutzer ab 14 Jahren

# 70% der Pay-VoD-Nutzer sehen sich online häufig Serien an – deutlich mehr als Kinofilme, Dokumentationen und Fernsehfilme

Inhaltspräferenzen deutscher Onliner ab 14 Jahre, die mind. ein VoD-Angebot nutzen, März/April 2016

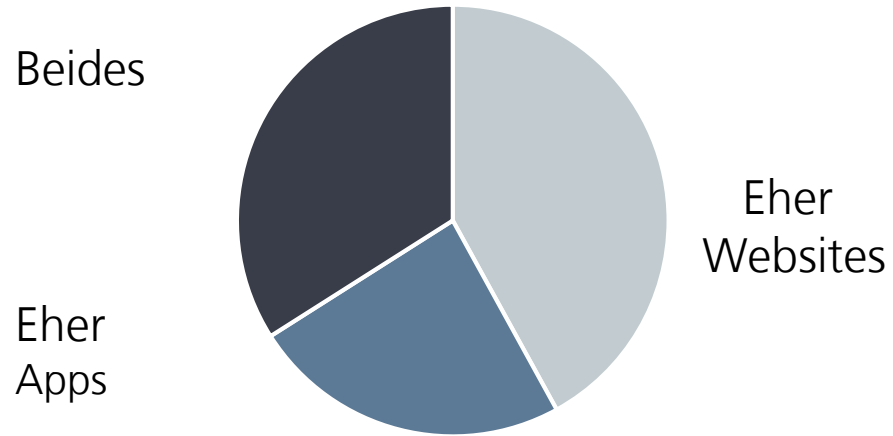
„Welche Inhalte sehen Sie sich online häufig an?“



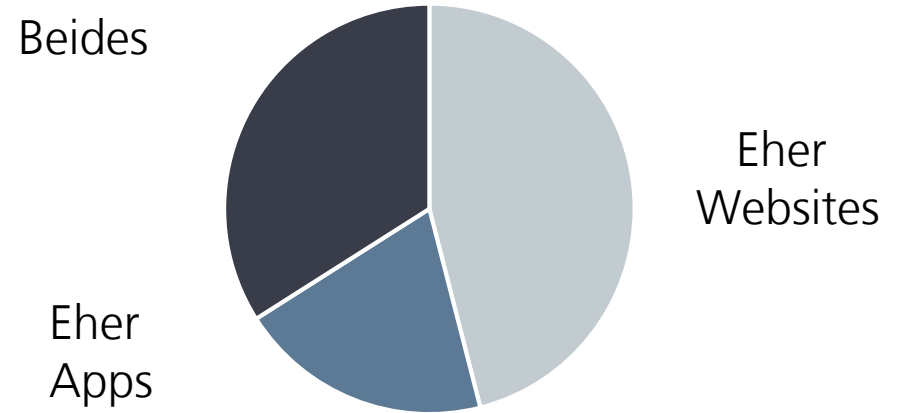
Quelle: Goldmedia Analyse, repräsentative Online-Befragung, (n=875), Basis: Deutsche Pay-VoD-Nutzer ab 14 Jahren

# Vergleiche der führenden Pay-VoD-Anbieter

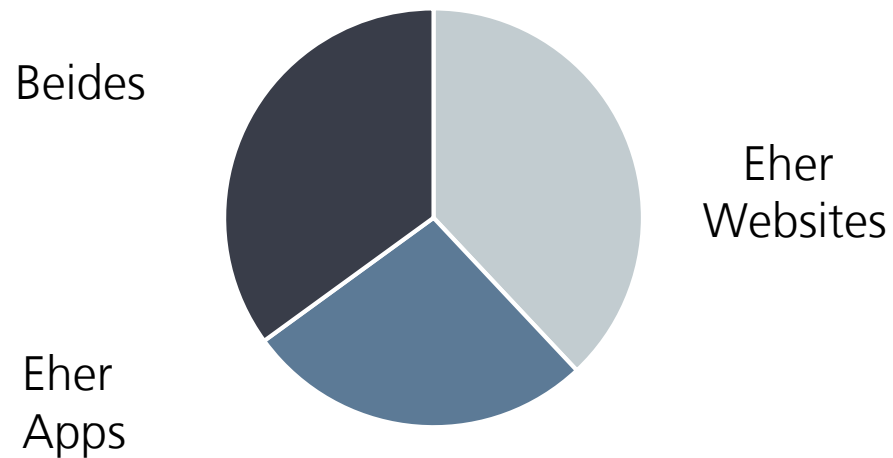
Verwendung von Apps oder Websites



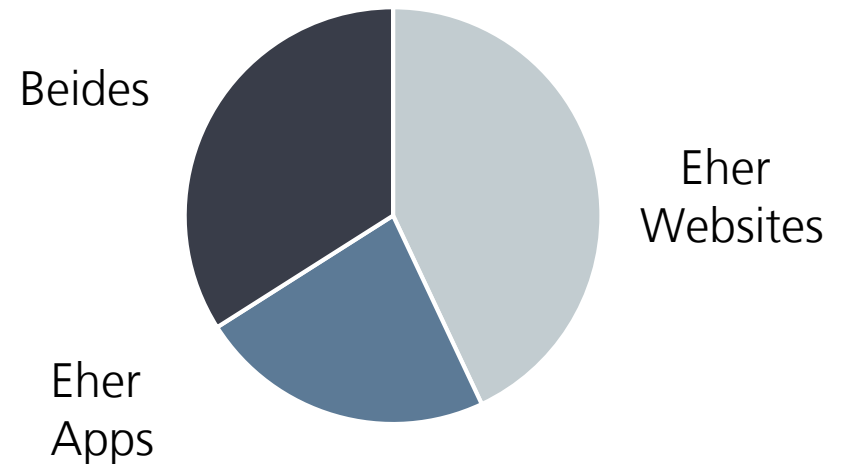
Verwendung von Apps oder Websites



Verwendung von Apps oder Websites



Verwendung von Apps oder Websites



Quelle: Goldmedia Analyse, repräsentative Online-Befragung, (n=875) , Basis: Deutsche Pay-VoD-Nutzer ab 14 Jahren

12 Datenblätter zu den führenden Pay-VoD-Anbietern

# Soziodemographische Merkmale von Video-Nutzern bei XXXX

XXX Video-Nutzung nach Geschlecht, Alter, monatlichem Haushaltsnettoeinkommen, familiärem Status und Haushalt mit Kindern, März/April 2016

	Ausprägung	Anbieter	Männlich	Weiblich
Geschlecht	männlich	%		
	weiblich	%		
Alter	zwischen 14 und 17	%	%	%
	zwischen 18 und 23	%	%	%
	zwischen 24 und 29	%	%	%
	zwischen 30 und 39	%	%	%
	zwischen 40 und 49	%	%	%
	zwischen 50 und 59	%	%	%
	zwischen 60 und 69	%	%	%
	70 und darüber	%	%	%
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen	unter 500 Euro	%	%	%
	500 bis 1.000 Euro	%	%	%
	1.000 bis 2.500 Euro	%	%	%
	2.500 bis 4.000 Euro	%	%	%
	über 4.000 Euro	%	%	%
Familiärer Status	Single/Alleinstehend	%	%	%
	in einer Beziehung/Verheiratet	%	%	%
Haushalt mit Kindern	ja	%	%	%
	nein	%	%	%

Quelle: Goldmedia Analyse, repräsentative Online-Befragung, (n=875) , Basis: Deutsche Pay-VoD-Nutzer ab 14 Jahren



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

Goldmedia Custom Research GmbH

Dr. Florian Kerkau | Moritz Matejka | Max Reichert

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin-Mitte | Tel. +4930-2462660 | [Florian.Kerkau@Goldmedia.de](mailto:Florian.Kerkau@Goldmedia.de) | [Moritz.Matejka@Goldmedia.de](mailto:Moritz.Matejka@Goldmedia.de) | [Max.Reichert@Goldmedia.de](mailto:Max.Reichert@Goldmedia.de) | [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

