

## ***Pressemeldung***

# **Pay-VoD in Deutschland auf dem Weg zum Milliardenmarkt**

## **Goldmedia veröffentlicht neue Prognose zum deutschen Video-on-Demand-Markt bis 2021**

*Berlin, 05. Juli 2016.* Video-on-Demand ist im Massenmarkt angekommen. Nach einer Goldmedia-Erhebung nutzen heute schon 43 Prozent aller Onliner in Deutschland kostenpflichtige VoD-Angebote (Pay-VoD) – das sind rund 24 Millionen Nutzer. Damit hat sich dieser Wert seit Ende 2014 mehr als verdoppelt. Entsprechend schnell steigen auch die Umsätze mit kommerziellem Video-on-Demand in Deutschland: Lagen sie 2015 noch bei rund 423 Mio. Euro, werden sie im Jahr 2021 mit 990 Mio. Euro knapp die Milliardengrenze erreichen.

Dies sind erste Ergebnisse der Studie „Pay-VoD in Deutschland 2016-2021“ der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia (<http://www.Goldmedia.com>). Die Studie enthält detaillierte Markt- und Nutzer-Analysen sowie Prognosen zu den kostenpflichtigen VoD-Umsätzen in Deutschland bis zum Jahre 2021.

### ***VoD-Markt in Deutschland befindet sich im harten Wettbewerb globaler und nationaler Player – Amazon ist meistgenutzter Pay-VoD-Dienst***

Durch den Markteintritt der US-amerikanischen Top-Anbieter Netflix und Amazon und deren intensive Marketingaktivitäten hat VoD in Deutschland seit 2014 stark an Popularität gewonnen. Heute ist der deutsche Pay-VoD-Markt gekennzeichnet durch einen harten Wettbewerb um Kunden und Marktanteile: Der Großteil der VoD-Nutzung konzentriert sich auf wenige finanzstarke Anbieter. Dennoch hat bislang keiner eine Vormachtstellung. Insgesamt gibt es in Deutschland 38 kostenpflichtige VoD-Angebote, neue Anbieter wie Disney Life und YouTube Red werden zudem erwartet.

Amazon ist in Deutschland unter den Pay-VoD-Diensten mit 32 Prozent bislang der am häufigsten genutzte Service. Der rasche Aufstieg ist nicht zuletzt auf die Bundling-Strategie mit dem Premium-Lieferservice Amazon Prime zurückzuführen. Ebenso rasant hat sich Netflix innerhalb von weniger als zwei Jahren als Nr. 2 etabliert. 17 Prozent aller Pay-VoD-User nutzen Netflix. Auf den Plätzen folgen die Pay-VoD-Angebote von Sky (12%), maxdome (11%) und Google Play (10%). (siehe Grafik)

***Abo-Modell S-VoD wird auch künftig am stärksten wachsen***

Nach dem Markteintritt von Netflix und Amazon hat sich das Abonnement-Modell S-VoD (Subscription-based VoD) als umsatzstärkstes VoD-Segment etabliert.

Die anderen kostenpflichtigen VoD-Segmente T-VOD (Transactional-VoD, Bezahlvideos) und EST (Electronic-sell-through, Downloads) sind ebenso auf Wachstumskurs: Viele Nutzer bevorzugen den spontanen und einmaligen digitalen Verleih oder Kauf von Filmen und Serien, anstatt sich vertraglich zu binden. Zudem sind aufgrund der Verwertungsfenster aktuelle Inhalte häufig zuerst als T-VoD und/oder EST-Angebote erhältlich.

***Zitat Dr. André Wiegand, Geschäftsführer Goldmedia***

„Derzeit kämpfen verschiedene, finanzstarke ‚500-Pfund-Gorillas‘ wie Amazon, Netflix und Google, aber auch Pro7 mit maxdome und Sky um mehr Marktanteile in Deutschland. Die Ergebnisse sind vielfältigere Inhalte, niedrigere Preise und besserer Service.

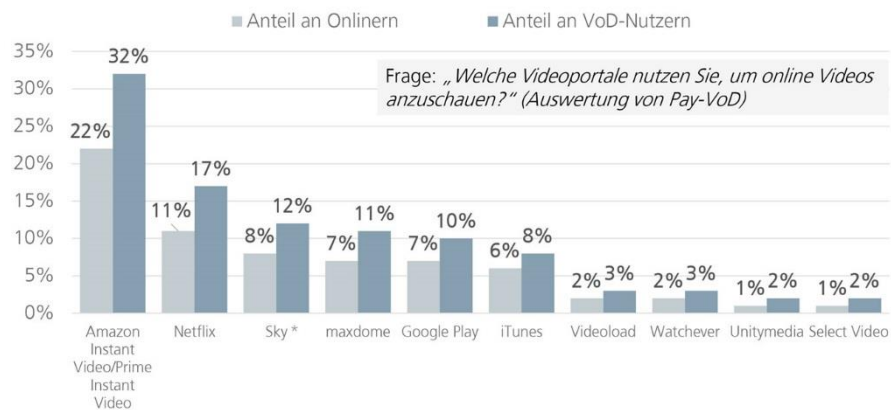
Wie unsere Analysen zeigen, wird die zunehmende Verbreitung von VoD insbesondere durch junge Nutzer unter 30 Jahren getrieben – und diese bevorzugen ganz klar Abos. Der S-VoD-Markt wächst deshalb besonders stark.

Im Kampf um Marktanteile wird künftig der Anbieter die Nase vorn haben, der am meisten zu bieten hat: niedrige Preise, attraktive Serien und Spielfilme, eine hohe Aktualisierungsrate, Original Content, redaktionell gestützte Empfehlungen und eine geräteübergreifende Nutzbarkeit. Ein noch größeres Wachstum ist vorstellbar, wenn die Mobilfunknetzbetreiber zeitnah Datentarife für Pay-VoD-Angebote einführen.“

## Grafik: Nutzung von Pay-VoD-Angeboten in Deutschland, April 2016

### Amazon dominiert die Pay-VoD-Nutzung in Deutschland – Netflix etabliert sich als Nr. 2

Nutzung von Pay-VoD-Angeboten unter Onlinern vs. VoD-Nutzern in Deutschland, April 2016



**32 Prozent der deutschen VoD-Nutzer nutzen das Pay-Video-Angebot von Amazon, dies entspricht 22 Prozent aller Internetnutzer in Deutschland**

Quelle: Goldmedia Analyse 2016, gestützte Online-Umfrage, n=2.058, Internetnutzer ab 14 Jahren in Deutschland, Mehrfachnennungen möglich, April 2016.  
Frage: Welche Videoportale nutzen Sie, um online Videos anzuschauen? Es wurden hier lediglich kostenpflichtige, Film- und Serienangebote auf Abruf ausgewertet.  
\*Sky-Abrufdienste: Sky Online, Sky on Demand, Sky Go, Sky Select

© Goldmedia 2016

GOLD MEDIA

#### Quelle

Alle Angaben der Pressemeldung entstammen der Goldmedia-Studie „Pay-VoD in Deutschland 2016-2021. Prognosen für kostenpflichtige Video-on-Demand-Dienste“ (Juni 2016). Die Studie ist auf den kostenpflichtigen VoD-Bereich fokussiert (ohne werbefinanzierte Angebote) und enthält Analysen zu Anbietern, Geschäftsmodellen sowie Umsatzpotenzialen bis 2021. Bestandteil der Studie ist zudem eine repräsentative Nutzerbefragung (gestützte Onlinebefragung, n= 2.058, Internetnutzer ab 14 Jahren in Deutschland, Mehrfachnennungen möglich, April 2016).

Weitere Informationen: [www.goldmedia.com](http://www.goldmedia.com)

Informationen zu Inhalten und Bestellung:

<http://www.goldmedia.com>

**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](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de), [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

#### Goldmedia

Goldmedia ist eine Beratungs- und Forschungsgruppe mit dem Fokus auf Medien, Entertainment 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>