

Pressemeldung

Boom im deutschen Pay-VoD-Markt: Umsätze wachsen so schnell wie nie

- **Goldmedia veröffentlicht neue Prognosen zur Marktentwicklung im deutschen Pay-VoD-Markt bis 2023**
- **Gesamterlöse (brutto) verdoppeln sich von 1,1 Mrd. Euro (2017) auf 2,5 Mrd. Euro in 2023**
- **Video-Abos (S-VoD) machen drei Viertel der Umsätze aus**

Berlin, den 11. Juni 2018. Video-on-Demand (VoD) wird zum Massenmarkt: Ende 2017 verfügten bereits 18 Prozent aller deutschen Haushalte über mindestens einen kostenpflichtigen Video-Dienst. Ein Ende des Wachstums ist nicht erkennbar. Deshalb ist der Boom im Pay-VoD-Markt mit einem beachtlichen Umsatzwachstum verbunden: Lagen die Gesamterlöse (brutto) Ende 2017 bei 1,1 Mrd. Euro, werden sie bis 2023 auf 2,5 Mrd. Euro steigen und sich damit innerhalb von nur fünf Jahren mehr als verdoppeln.

Dies sind Ergebnisse der Studie „Pay-VoD in Germany – Forecast 2018-2023“ der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia (www.Goldmedia.com). Der Branchenreport enthält aktuelle Marktanalysen und Prognosen zu kostenpflichtigem Video-on-Demand in Deutschland bis zum Jahr 2023.

Aktuell über 30 Anbieter. Neue Player in den Startlöchern

Amazons Prime Video Service und Netflix sind weiterhin die Platzhirsche im deutschen VoD-Markt. Während Netflix vorwiegend auf S-VoD (Subscription-based VoD) setzt, bindet Amazon sein Videoangebot in den Prime Service ein und bietet zusätzlich auch Titel zum Verleih bzw. Verkauf an (T-VoD=Transactional VoD sowie EST=Electronic-Sell-Through).

Weitere relevante Player im deutschen Pay-VoD-Markt sind Sky, Marktführer im klassischen Pay-TV, Maxdome (eine Tochter der ProSiebenSat.1-Gruppe) sowie Apple mit iTunes und Google mit seinem Playstore. Auch spezielle Sportangebote wie DAZN und der Eurosport Player werden immer stärker genutzt.

Doch ausentwickelt ist der Markt noch lange nicht. Vielmehr ist zu erwarten, dass sich die Wettbewerbsverhältnisse in diesem schnell wachsenden Markt schon bald verschieben werden. So stehen internationale Anbieter, bspw. Viacom oder Disney, mit neuen VoD-Plattformen bereits in den Startlöchern.

Attraktive Inhalte und bessere Verfügbarkeit sind wichtige Treiber

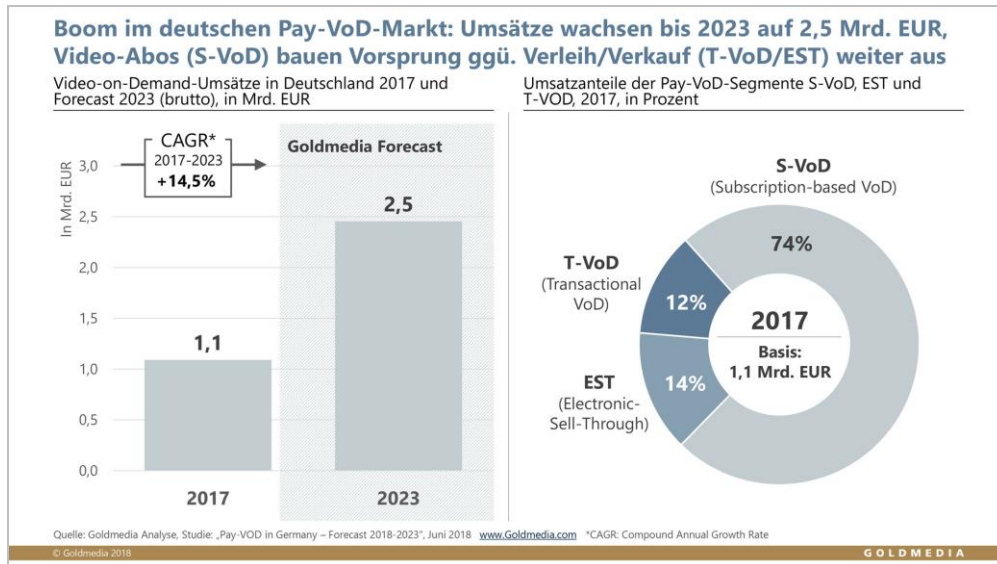
Abonnements (S-VoD) stehen mit einem Anteil von 74 Prozent (2017) für den mit Abstand höchsten Umsatzanteil im deutschen Pay-VoD-Markt. Bis 2023 wird dieses Segment nach Goldmedia-Prognose sogar einen Anteil von 80 Prozent erreichen. Die marktführenden S-VoD-Anbieter setzen dabei stark auf exklusive Eigenproduktionen, sogenannte Originals. Dennoch sind auch Einzeltitel über T-VoD und EST bei den Nutzern beliebt, zumal viele neue Spielfilme schon wenige Monate nach Kinostart im Einzelabruf erhältlich sind.

Neben attraktivem Content gehört zu den wichtigsten Markttreibern die bequemere, zeitunabhängige Verfügbarkeit der Angebote, bspw. über smarte TV-Geräte oder über spezielle Streaming-Geräte wie etwa den Amazon Fire TV Stick. Auch die wachsende Zahl der Haushalte mit schnellen Breitbandanschlüssen kurbelt die technische Reichweite für VoD an. Nachholbedarf und damit großes Potenzial besteht hierbei vor allem im ländlichen Raum. Insgesamt wird laut Goldmedia-Prognose im Jahr 2019 auf jeden zweiten Haushalt mit Breitbandanschluss bereits ein VoD-Abonnement entfallen.

Ringens um Exklusivrechte treibt Preisspirale. Sport immer wichtiger

Die inhaltliche Vielfalt im Video-on-Demand-Markt wächst kontinuierlich. Nischenangebote für Kinder oder Independent-Filme gibt es schon. Zunehmend wichtiger wird das Sportsegment und hier auch das Engagement der VoD-Anbieter für den Erwerb exklusiver Sportrechte. So waren bereits seit Beginn der Saison 2017/2018 erste Spiele der Fußball-Bundesliga nur noch im Internet (über den Eurosport Player) zu empfangen.

Grafik: Pay-Video-on-Demand-Umsätze (brutto) in Deutschland 2017-2023 in Mrd. Euro



Quelle: Studie „Pay-VoD in Germany – Forecast 2018-2023“

Alle Angaben der Pressemeldung entstammen der Goldmedia-Studie „Pay-VoD in Germany – Forecast 2018-2023“ (Mai 2018). Die Studie untersucht detailliert den Markt für kostenpflichtiges Video-on-Demand in Deutschland und enthält Analysen zu Anbietern, Geschäftsmodellen sowie Umsatz- und Nutzungspotenzialen bis 2023. Die Umsatzzahlen basieren auf der Messung der VoD-Nutzung im Rahmen der Goldmedia VoD-Ratings www.vod-ratings.de. Hierbei wurden Endverbraucherpreise kalkuliert (brutto) und Rabatte bzw. Freimonate berücksichtigt. Für Amazon wurden die vollständigen Erlöse aus Gebühren für den Prime-Service eingerechnet, jedoch nur Kunden einbezogen, die Prime Video tatsächlich nutzen. Weitere Informationen: www.goldmedia.com

Informationen zu Inhalten und Bestellung: <http://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 und Telekommunikation. Die Unternehmensgruppe unterstützt seit 1998 nationale und internationale Kunden bei allen Fragen der digitalen Transformation. Dazu bietet Goldmedia ein breites Leistungsspektrum in den Bereichen Consulting, Research, Personal- und Politikberatung. Standorte sind Berlin und München. Weitere Informationen: <http://www.Goldmedia.com>