

# Pressemitteilung

## Aufbruch im Streamingmarkt

### Größte Veränderungswelle im SVoD-Markt seit dem Start von Netflix und Amazon Prime Video

*Berlin, 30. Oktober 2019.* Der Wettbewerb im Streamingmarkt ist neu entfacht. Video-on-Demand-Plattformen prominenter Anbieter wie Disney oder Apple stehen kurz vor ihrem Markteintritt, Geschäftsmodelle brechen auf. Doch noch ist der Pay-VoD-Markt in Deutschland klar verteilt: Nach Abonnentenzahlen liegen die Branchenführer Amazon Prime Video und Netflix mit einem Anteil von 47 Prozent bzw. 36 Prozent weit vor der Konkurrenz. Bei der täglichen Nutzung hat dagegen Netflix klar die Nase vorn mit einem Anteil von 59 Prozent gegenüber Amazon Prime Video mit 36 Prozent.

Dies zeigen aktuelle Auswertungen der Analyseplattform VoD-Ratings der Beratungs- und Forschungsgruppe Goldmedia ([www.vod-ratings.com](http://www.vod-ratings.com)), über die fortlaufend die Abrufe kostenpflichtiger VoD-Angebote in Deutschland und in Großbritannien erfasst werden. Ausgewertet wurden im Analysezeitraum 22.09. bis 22.10.2019 rein Abo-finanzierte Services (ohne Sportanbieter und -inhalte).

#### ***Abo-Zahlen und tatsächliche Nutzung differieren durch Password-Sharing***

In Deutschland entfallen auf ein Netflix-Abo drei Nutzer, während es bei Amazon Prime Video nur zwei sind. Maxdome kommt auf 1,5 Nutzer pro Abo. Das erklärt, warum sich die Zahl der Abonnenten und die der täglichen Nutzer (Nutzung gestern kumuliert) so stark unterscheiden.

Bei der Marktverteilung nach Abonnements liegt Sky Ticket im Ranking der rein Abo-finanzierten Services (ohne Sportanbieter) hinter Amazon und Netflix auf Platz 3 mit einem Anteil von 5,9 Prozent, gefolgt von Maxdome mit 5,6 Prozent. Bei der täglichen Nutzung kommt Sky Ticket ohne Sport auf einen Marktanteil von 2,2 Prozent und Maxdome auf 1,8 Prozent (siehe Grafik).

#### ***Viel Bewegung im Markt durch neue Angebote***

Die Konkurrenz steht bereits in den Startlöchern und wird die Marktanteile verschieben. Im Kernbereich der Abo-Dienste will Apple TV+ bereits Anfang November 2019 in Deutschland starten, Disney+ hingegen soll hierzulande erst im nächsten Jahr verfügbar sein. Zudem versuchen bestehende

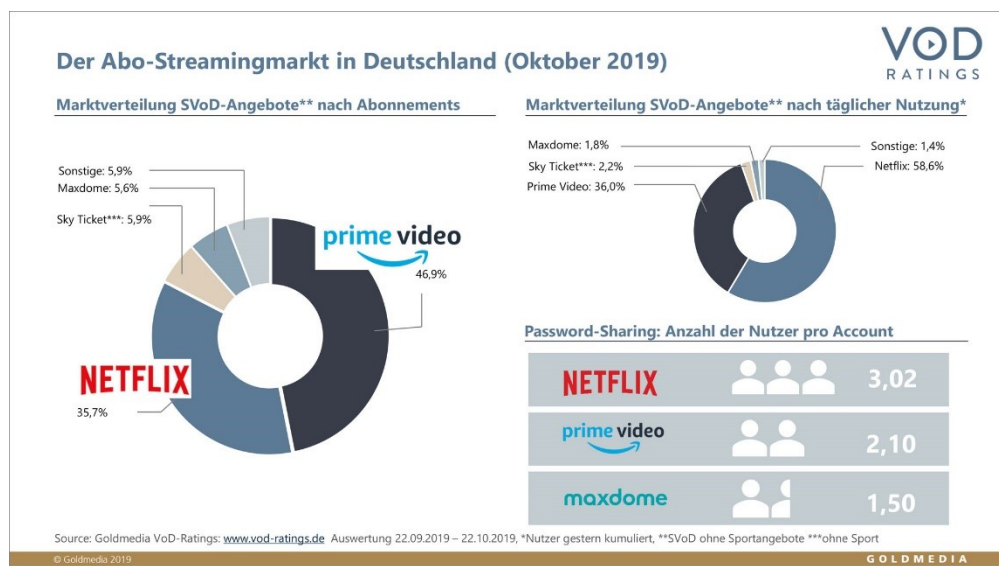
Streamingdienste durch Spezialisierung oder durch (zumindest teilweise) werbefinanzierte Geschäftsmodelle Marktanteile zu gewinnen. So hat RTL sein Streamingangebot TVNOW bereits vor einiger Zeit gründlich renoviert. Das Angebot kombiniert einen werbefinanzierten Teil mit einem optionalen Premium-Abo. Auch mit Joyn ist seit Sommer ein werbefinanziertes Angebot von ProSiebenSat.1 am Markt, das noch im Herbst um eine kostenpflichtige Premiumvariante erweitert werden soll.

Die Liste der zu erwartenden neuen Dienste ist lang: Amazon hat mit IMDbTV einen kostenlosen und rein werbefinanzierten Streamingdienst angekündigt. Ferner baut Pluto TV von Viacom sein Angebot kontinuierlich auch in Deutschland aus, und auch das japanische Rakuten TV startet mit einer werbefinanzierten Erweiterung seines Dienstes. Zudem haben Medienkonzerne wie z.B. Warner oder NBC begonnen, den Start eigener Angebote namens HBO Max und Peacock vorzubereiten – beide Dienste mit einer Kombination aus Abo und werbefinanziertem Zugang.

**Zitat von Dr. Florian Kerkau, Geschäftsführer Goldmedia Research**

„Aktuell stehen wir vor der umfangreichsten Weichenstellung im Streamingmarkt seit dem Start von Prime Video und Netflix vor 5 Jahren. War aus Sicht der VoD-Anbieter in Deutschland schon 2019 ein sehr bewegtes Jahr, so wird 2020 noch um einiges bewegter.“

**Grafik: Der Abo-Streamingmarkt in Deutschland im Oktober 2019**



**Quelle: VoD-Ratings von Goldmedia: <https://vod-ratings.com>**

Mit den Goldmedia VoD-Ratings werden seit Januar 2017 Zuschauerzahlen für den deutschen Pay-VoD-Markt ermittelt. Methodisch fußt die Erhebung auf einer rollierenden Online-Befragung mit bis zu 80.000 Befragten pro Jahr. Mit den VoD-Ratings existiert erstmals ein Analysetool für die Erhebung von Zuschauerzahlen kostenpflichtiger VoD-Angebote in Deutschland. Erfasst werden die Zuschauerzahlen als „Day-after-Recall“. Seit 2019 bietet Goldmedia die VoD-Ratings auch für UK an.

**Weitere Informationen zu den VoD-Ratings: [Research@Goldmedia.de](mailto:Research@Goldmedia.de)**

**Sie möchten informiert werden über Goldmedia-News?**

**Goldmedia-Newsletter: <http://www.goldmedia.com/aktuelles/newsletter.html>**

**Goldmedia auf Twitter: [twitter.com/GOLDMEDIA](https://twitter.com/GOLDMEDIA)**

**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, 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 Politikberatung. Standorte sind Berlin, Düsseldorf und München. Weitere Informationen: <http://www.Goldmedia.com>