

## Pressemitteilung

# Disney+ hat gute Chancen im deutschen Streamingmarkt

**Mit der Einführung von Disney+ steht der deutsche VoD-Markt vor großen Veränderungen. Die Nutzer sind bereit dafür.**

*Berlin, 06. Februar 2020.* Immer mehr große Film- und Fernsehmarken steigen mit eigenen Diensten in den Ring der VoD-Streamer. Vor allem Disney+ wird den Wettbewerb neu entfachen. Immerhin 3,7 Mio. VoD-Fans in Deutschland geben schon jetzt an, Disney+ nach dem Start Ende März nutzen zu wollen. Mehr Angebote werden künftig aber auch zu mehr Nutzerwanderungen führen: Denn deutsche VoD-User abonnieren durchschnittlich nur zwei Streamingdienste und wollen dafür maximal rund 20 Euro ausgeben. Exklusive Inhalte werden noch wichtiger.

Dies sind Ergebnisse einer aktuellen repräsentativen Befragung von VoD-Nutzern in Deutschland, durchgeführt über die Video-on-Demand-Analyseplattform VoD-Ratings ([www.VoD-Ratings.com](http://www.VoD-Ratings.com)) der Forschungs- und Beratungsgruppe Goldmedia.

### ***Disney+ mit viel Nutzerpotenzial***

Die langfristige Ankündigung des Deutschlandstarts von Disney+ hat viel Interesse geweckt: Insgesamt 54 Prozent der VoD-Nutzer haben bereits vom Start des neuen Streamingangebots gehört. Immerhin rund 34 Prozent wollen den Dienst direkt ab Start nutzen oder abonnieren – aktuell ein Potenzial von 3,7 Mio. Zuschauern. (siehe Chart 1)

### ***Konkurrenzkampf zwischen Disney+ und Netflix könnte ausbleiben***

Die meisten potenziellen Disney+-Kunden wollen den Dienst zusätzlich zu ihren bestehenden Abonnements beziehen (67 Prozent) und lediglich ein Drittel der möglichen neuen Nutzer plant, einen anderen Dienst dafür zu kündigen (33 Prozent). Von einer Nutzerwanderung am stärksten betroffen wäre jedoch nicht Netflix, wie häufig prophezeit. Lediglich 6 Prozent der Netflix-User überlegen, den Dienst für Disney+ zu verlassen. Dagegen wäre Sky Ticket It. Nutzerbefragung weit stärker beeinflusst: 15,8 Prozent erwägen eine Abwanderung. Die geplante Integration von Disney+ auf der Plattform

Sky Q, wie auch schon bei Netflix geschehen, erscheint vor diesem Hintergrund als gute Maßnahme.

### **Zahlungsbereitschaft für VoD-Dienste liegt bei 20 Euro**

Die spannende Frage für die Zukunft ist, wie viele Streamingdienste die Zuschauer parallel abonnieren und welche Summe sie dafür im Monat ausgeben werden. Mehr als zwei Dienste wollen die meisten Zuschauer in Deutschland derzeit nicht abonnieren, für 75 Prozent sind zwei sogar das Maximum. Durchschnittlich sind die VoD-Nutzer hierzulande bereit, 20,50 Euro monatlich für Videostreaming zu bezahlen. (siehe Chart 2)

### **Stream Hopping: Für gute Inhalte werden die Abonnenten häufiger wechseln**

Etwa die Hälfte der VoD-Abonnenten ist bereit, ihr Nutzungsverhalten den Veränderungen anzupassen. Viele wollen ihre Dienste häufiger wechseln – hin zu dem, der gerade die spannendsten Inhalte bereitstellt. Die Exklusivität von Content spielt dabei eine wichtige Rolle: Für 20,7 Prozent der VoD-Nutzer wäre das ein Wechselgrund. Auch „Password Sharing“ dürfte noch relevanter werden, denn 19,6 Prozent der Nutzer wollen von dieser Möglichkeit in Zukunft häufiger Gebrauch machen. Immerhin 13 Prozent der Abonnenten wären bereit für einen weiteren Service, um ihre Lieblingsinhalte sehen zu können. Auch werbefinanzierte Plattformen werden weiter an Bedeutung gewinnen, denn 11,3 Prozent der Nutzer wollen verstärkt auf solche Angebote ausweichen.

Illegales Streaming wird vor allem bei jungen Leuten häufiger als Alternative genannt. Insgesamt 6,4 Prozent der VoD-Nutzer wollen wieder häufiger illegal schauen, wenn die Inhalte, die sie sehen wollen, nicht auf den bereits abonnierten Services zu sehen sind.

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

*„Neue Streamingangebote machen den Gesamtmarkt insgesamt attraktiver. Das wird sich auch in einer stark zunehmenden Nutzung zeigen. Neben Disney+ erwarten wir 2020 noch weitere prominente Markteintritte, die das Streaming insgesamt noch erfolgreicher machen werden. Diese Entwicklung begleiten wir weiterhin intensiv mit unserer Analyseplattform VoD-Ratings.com in vielen europäischen Ländern als die unabhängige Stimme im Markt.“*

Methodensteckbrief

Repräsentative Online-Umfrage in Deutschland n=5.820, 14-69 Jahre, davon n=1.581 SVoD-Nutzer, Erhebungszeitraum 01.12.2019 - 07.01.2020.

Chart 1: Disney+ Bekanntheit und Interesse



Chart 2: Maximaler monatlicher Beitrag für Video-Streaming



**Quelle: VoD-Ratings von Goldmedia: [www.VoD-Ratings.com](http://www.VoD-Ratings.com)**

Mit den Goldmedia VoD-Ratings.com 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 die Regionen UK,FR,IT,ES 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: [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)