

## ***Pressemeldung***

# **Zwanzig Prozent der deutschen Onliner nutzen heute schon Video-on-Demand**

- **VoD per Abonnement (S-VoD) hat großes Potenzial, der Umsatz verfünffacht sich bis 2019**
- **Goldmedia veröffentlicht VoD-Studie mit Prognosen und Entwicklungsszenarien bis 2019**

*Berlin, 15. Juli 2014.* Bis zum Jahr 2019 steigt der Gesamtumsatz im deutschen Video-on-Demand-Markt nach einer Goldmedia-Prognose auf rund 750 Mio. Euro. Mit einem jährlichen Wachstum von ca. 50 Prozent legt das Abonnement-Modell S-VoD am stärksten zu. Schon ein Fünftel aller Onliner in Deutschland nutzt bereits heute VoD-Angebote.

Dies sind Ergebnisse der Studie „Video-on-Demand Forecast 2014-2019“ des Beratungsunternehmens Goldmedia (<http://www.Goldmedia.com>), die heute veröffentlicht wurde. Die Studie enthält Ergebnisse einer exklusiven Nutzerbefragung sowie umfangreiche Analysen zu Anbietern, Geschäftsmodellen und Umsatzpotenzialen von Video-on-Demand in Deutschland. Sie entwirft zudem verschiedene Entwicklungsszenarien bis zum Jahr 2019.

### **Beliebteste Geschäftsmodelle**

Im Medienmarkt vollzieht sich derzeit ein Paradigmenwechsel: Vom physischen hin zum digitalen Produkt sowie vom Besitzen zum reinen Streaming-Zugang.

Das belegt auch die aktuelle Goldmedia-Onlinebefragung von über 1.100 Internetnutzern in Deutschland: Die meisten der rund 20 Prozent VoD-Nutzer bevorzugen aktuell kostenloses Streaming auf werbefinanzierten VoD-Websites wie MyVideo oder ClipFish. Schon ein Drittel der befragten VoD-User gab an, einen Abo-Dienst (S-VoD) zu nutzen. Das Ausleihen oder Kaufen von einzelnen Filmen oder Serien dagegen hat an Bedeutung verloren.

### **Zitat Projektleiter Tim Prien: „Die Zeit ist reif für VoD in Deutschland“**

„Der Wettbewerb um Marktanteile und Kunden wird mit dem angekündigten Start von Netflix in Deutschland Ende 2014 weiter zunehmen. Das Interesse für VoD-Angebote ist aber schon jetzt beachtlich: Bezieht man diejenigen ein, die VoD-Dienste in Zukunft nutzen wollen, reden wir insgesamt über ein VoD-Nutzerpotenzial von knapp einem Drittel aller deutschen Onliner. Das sind rund 18 Mio. Deutsche. Die Zeit ist mehr als reif für VoD in Deutschland.“

## Umsatzpotenzial im deutschen VoD-Markt 2014

Aktuell agieren in Deutschland rund 50 VoD-Anbieter mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen. Bis Ende 2014 erwartet Goldmedia einen Gesamtumsatz von rund 273 Mio. Euro. Eingeschlossen sind in dieser Prognose auch werbefinanzierte Angebote (Ad-supported VoD, A-VoD), die mit einem Anteil von 28 Prozent derzeit den größten Umsatzanteil erwirtschaften und leicht vor Anbietern von S-VoD (Subscription-based bzw. Abonnement VoD) und T-VOD (Transaktionales VoD bzw. Bezahlvideos) liegen mit einem Marktanteil von jeweils 26 Prozent. Das Segment Download-to-Own (DtO) kommt nur auf einen Anteil von rund 20 Prozent.

## Umsatzprognose S-VoD in Deutschland bis 2019

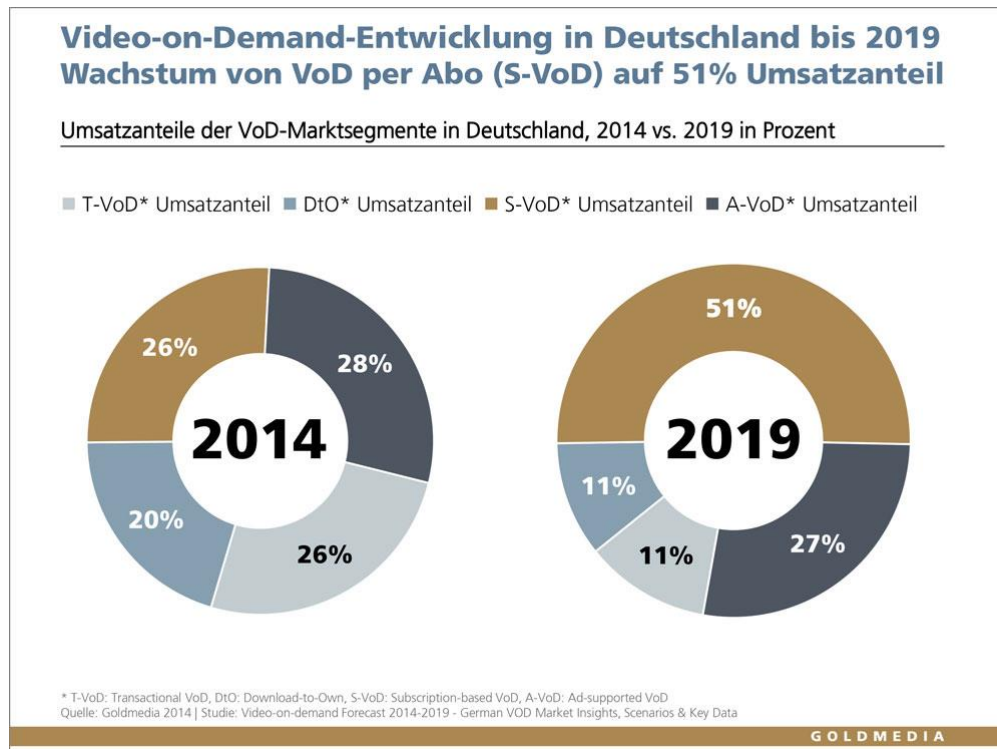
Goldmedia geht im zentralen Prognose-Szenario (Big-Player-Szenario) davon aus, dass sich Abo-basiertes Video-on-Demand am stärksten entwickelt. Der Umsatz von S-VoD wird sich bis 2019 mehr als verfünffachen, von derzeit 71 Mio. Euro (2014) auf dann 379 Mio. Euro.

S-VoD und A-VoD sind die größten Treiber im VoD-Markt: Beide zusammen werden 2019 einen Marktanteil von rund 80 Prozent erzielen. (siehe Grafik 1)

Die positive Entwicklung im VoD-Markt ist möglich, weil die grundlegenden Voraussetzungen für den Massenmarkt stehen: Die Bandbreiten sind vorhanden und die Endgeräte wie Tablets und Connected TVs im Markt. Zudem gibt es einen Tarifabschluss mit der GEMA und immer mehr Lizenzierungen von Videocontent durch die Filmstudios und TV-Produzenten.

**Grafik 1:**

Umsatzanteile der VoD-Marktsegmente in Deutschland, 2014 vs. 2019 in Prozent

**Quelle**

Alle Angaben der Pressemitteilung entstammen der Studie „Video-on-Demand Forecast 2014-2019. German VOD Market Insights, Scenarios and Key Data.“ Die Studie enthält umfangreiche Analysen zu Anbietern, Geschäftsmodellen sowie Umsatzpotenzialen und entwirft verschiedene Entwicklungsszenarien zum VoD-Markt bis 2019. Sie enthält zudem eine exklusive Nutzerbefragung (Onlinebefragung, N=1.107, 18-69-jährige Deutsche). Projektzeitraum der Studie: Dezember 2013 bis Mai 2014.

Die Studie ist kostenpflichtig und kann über Goldmedia bestellt werden:

<http://www.goldmedia.com/video-on-demand-forecast-2019.html>

Studie: Standard-Version = 120 Slides als PDF. Die Corporate Version der Studie bietet zusätzlich ein umfangreiches Excel-Modul zur kundenspezifischen Modellierung der Marktentwicklungen.

**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 GmbH**

Die Goldmedia GmbH Strategy Consulting berät seit 1998 nationale und internationale Kunden im Medien-, Entertainment- und Telekommunikationsbereich. Das Serviceangebot umfasst klassische Strategieberatung, Business Development und Implementierung sowie Markt- und Wettbewerbsanalysen, differenzierte Prognosen und Hochrechnungen. Zur Goldmedia Gruppe gehören: Goldmedia GmbH Strategy Consulting, Goldmedia Marketing GmbH, Goldmedia Custom Research GmbH, Goldmedia Political & Staff Advising GmbH sowie Goldmedia Consulting GmbH und Goldmedia Analytics GmbH. Hauptsitz des Unternehmens ist Berlin. Weitere Informationen unter: [www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)