

Pressemitteilung

6. Juni 2019

Michael Diehl
T +49 911 395 4301
michael.diehl@gfk.com

Sonia López Sánchez
T +49 911 395 3105
sonia.lopezsanchez@gfk.com

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
julia.richter@gfk.com

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Netflix & Co: Nutzerzahlen steigen weiter

Nürnberg, 6. Juni 2019 – Im ersten Quartal 2019 nutzten in Deutschland insgesamt 22,7 Millionen Personen kostenpflichtige Streamingdienste wie Amazon Prime Video, Netflix oder maxdome. Im Vergleich zum Vorquartal entspricht das einem Zuwachs von 9 Prozent beziehungsweise 1,8 Millionen Personen. Das zeigen aktuelle Ergebnisse von GfK.

Der Markt für kostenpflichtige Streamingdienste in Deutschland wächst weiter dynamisch. Innerhalb des Subscription-Video-on-Demand (SVOD) Marktes, der sich aktuell noch stark auf die beiden großen Player Netflix und Amazon Prime konzentriert, wurden von Januar bis März 2019 etwa 1,4 Milliarden Abrufe getätigt. In diesem Zeitraum verbrachten rund 22,7 Millionen Personen ab 14 Jahren im Durchschnitt 1,2 Milliarden Stunden auf SVOD-Plattformen.

Ältere nutzen häufiger kostenpflichtige Streaming-Angebote

Aktuell ist der SVOD-Markt ein relativ junger Markt. Rund 60 Prozent der SVOD-Nutzer entfallen auf die Zielgruppe der 14 bis 39-Jährigen. Allerdings zeichnet sich im Zeitverlauf eine Veränderung ab. Innerhalb der letzten neun Monate stieg der Anteil der Nutzer ab 50 Jahren um 4 auf 19 Prozent. Auch das Durchschnittsalter innerhalb der Nutzer von SVOD-Angeboten stieg von 35 auf 37 Jahre.

SVOD-Markt dringt in breitere Nutzerschichten vor

GfK-Analysen zeigen, dass SVOD-Angebote in Deutschland anfangs stärker von männlichen Personen aus urbanen Ein- bis Zweipersonenhaushalten genutzt wurden. Der Markt für kostenpflichtige Streamingdienste dringt allerdings langsam in breitere Nutzerschichten vor. Die sogenannten „Newcomer“, also Personen, die ein SVOD-Abo im Jahr 2018 abgeschlossen haben, sind deutlich einheitlicher auf die beiden Geschlechter verteilt und wohnen häufiger in Mehrpersonenhaushalten außerhalb der Großstädte.

The Big Bang Theory – erfolgreichste Serie im ersten Quartal 2019

Rund 70 Prozent der etwa 1,4 Milliarden Gesamtabrufe entfallen im ersten Quartal 2019 auf Serien. „The Big Bang Theory“ führt das Ranking in diesem Zeitraum an und wurde von insgesamt 13 Prozent der Seriennutzer gesehen. Danach folgt „Vikings“ und die Netflix-Produktion „Sex Education“ mit jeweils zehn Prozent.

Wirft man einen Blick auf verschiedene Zielgruppen, zeigen sich unterschiedliche Vorlieben:

Top 3 Serien der Frauen im ersten Quartal 2019

Rang	Titel	Nutzer-Reichweite
1	You – Du wirst mich lieben	12%
1	The Big Bang Theory	11%
3	Sex Education	11%

Quelle: GfK SVOD-Tracker

Während die Serien „You – Du wirst mich lieben“ und „Sex Education“ besonders bei Frauen beliebt waren, lagen bei Männern „Vikings“ und „Star Trek Discovery“ vorne.

Top 3 Serien der Männer im ersten Quartal 2019

Rang	Titel	Nutzer-Reichweite
1	The Big Bang Theory	14%
2	Vikings	13%
3	Star Trek Discovery	13%

Quelle: GfK SVOD-Tracker

Zur Studie

Der GfK SVOD-Tracker erhebt kontinuierlich die Nutzung von Serien und Filmen bei kostenpflichtigen SVOD-Anbietern wie beispielsweise Netflix oder Amazon Prime Video. Das Panel umfasst Teilnehmer ab 14 Jahren, die das Verhalten innerhalb von Streaming Abos repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung abbilden. Die Basis bildet das Panel GfK Media*Scope, in

dem die Entertainmentmärkte Bücher, Games, Musik, Home Video und Kino konsumentenseitig erhoben werden.

Die Teilnehmer berichten kontinuierlich, welche Filme und Serien sie auf welcher Plattform anschauen. Diese Daten werden zusätzlich mit den innerhalb des GfK Consumer Panels vorliegenden Informationen und weiteren Erkenntnissen aus separaten Befragungen zum Bewegtbildmarkt verknüpft, um so detaillierte Informationen zum Nutzungsverhalten insgesamt sowie in bestimmten Zielgruppen zu erhalten. Der Ansatz des GfK SVOD-Trackers ermöglicht einen 360-Grad-Blick auf den kostenpflichtigen Streaming-Markt.

Weitere Informationen:

Michael Diehl, Tel. +49 911 395 4301, michael.diehl@gfk.com

Sonia López Sánchez, Tel. +49 911 395 3105 , sonia.lopezsanchez@gfk.com

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter <http://www.gfk.com/de>

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de