

Pressemitteilung

10. Februar 2020

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Neues Rekordniveau: 24,0 Millionen nutzen im vierten Quartal 2019 Netflix und Co.

Nürnberg, 10. Februar 2020 – Der Markt für kostenpflichtige Streaming-Dienste für Serien und Filme legt weiter deutlich zu. Von Oktober bis Dezember 2019 nutzten rund 24,0 Millionen deutschsprachige Konsumenten kostenpflichtige Streaming-Angebote wie Netflix, Amazon Prime Video und Co. Im vierten Quartal wurde die Netflix Produktion „The Witcher“ am häufigsten gesehen. Das zeigt eine aktuelle GfK-Studie zur Nutzung kostenpflichtiger Streamingdienste im vierten Quartal 2019.

In Deutschland werden Subscription-Video-on-Demand (SVOD) Angebote immer beliebter. Laut einer aktuellen GfK-Studie haben im vierten Quartal 2019 rund 24,0 Millionen Menschen deutlich über eine Milliarde Stunden auf den kostenpflichtigen Streamingdiensten Amazon Prime Video, Netflix, Sky und Maxdome verbracht. Im Vergleich zum dritten Quartal 2019 entspricht das einem Zuwachs von neun Prozent beziehungsweise 1,9 Millionen Nutzern.

Rund jeder Zweite nutzt SVOD Dienste

Erweitert man die Definition des SVOD Marktes um weitere Angebote wie beispielsweise TV Now, Joyn, Magenta TV oder die Sportangebote von Sky und DAZN, wächst die Nutzer-Reichweite (Nutzung in den letzten drei Monaten) auf knapp 50 Prozent in der deutschsprachigen Online-Bevölkerung.

Jüngere Zielgruppen nutzen kostenpflichtige Streaming-Angebote am stärksten – ältere Zielgruppen sind im Kommen

Innerhalb der SVOD Nutzung gibt es immer noch deutliche Unterschiede. Während rund zwei Drittel der jüngeren Altersgruppen SVOD Angebote nutzen (14 bis 29 Jahre: 66 Prozent, 30 bis 39 Jahre: 64 Prozent), besteht in den älteren Zielgruppen noch Potenzial (50 Jahre und älter: 28 Prozent). Allerdings zeichnet sich im Zeitverlauf eine Veränderung ab: Innerhalb der

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

letzten zwölf Monate (engere Definition des SVOD Marktes) stieg die Anzahl der Nutzer ab 50 Jahren um rund 30 Prozent vs. knapp 10 Prozent in den jüngeren Zielgruppen unter 40 Jahren.

The Witcher – erfolgreichste Serie im vierten Quartal 2019

„The Witcher“ führt das Ranking im Zeitraum Oktober bis Dezember 2019 mit einer Reichweite von zwölf Prozent an. Danach folgen „Tom Clancy’s Jack Ryan“ und „Carnival Row“. Wirft man einen Blick auf verschiedene Zielgruppen, zeigen sich auch hier unterschiedliche Vorlieben:

Top 3 Serien der 14 bis 29-Jährigen im vierten Quartal 2019

Rang	Titel	Nutzer-Reichweite
1	Riverdale	12%
1	The Witcher	11%
3	How to Get Away with Murder	8%

Quelle: GfK SVOD Tracker

Während „Riverdale“ und „The Witcher“ bei Serien-Streamern zwischen 14 und 29 Jahren im vierten Quartal 2019 vorne liegen, sind in der Zielgruppe ab 50 Jahren mit „Tom Clancy’s Jack Ryan“ und „Carnival Row“ Agenten und Thriller Themen besonders beliebt.

Top 3 Serien ab 50 Jahre im vierten Quartal 2019

Rang	Titel	Nutzer-Reichweite
1	Tom Clancy’s Jack Ryan	17%
1	Carnival Row	16%
3	The Witcher	12%

Quelle: GfK SVOD Tracker

Wo liegt die Obergrenze im Zeit- und Ausgabenbudget?

Im Zuge neuer Angebote wie beispielsweise Apple TV+ und Disney+ steht der Markt vor weiteren Veränderungen. Gleichzeitig stellt sich die Frage nach der Obergrenze für das Zeit- und Ausgabenbudget der Konsumenten für SVOD Dienste. Konsumenten sind grundsätzlich bereit rund 23 Euro im Monat für Streaming-Dienste aus dem Film und Serienbereich auszugeben. Durchschnittlich können sie sich vorstellen 2,2 Angebote zu nutzen. Insgesamt 33 Prozent der aktuellen SVOD Nutzer geben in der GfK-Studie an, zukünftig für bestimmte Filme oder Serien ein

weiteres Abo abzuschließen beziehungsweise den Anbieter zu wechseln.

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.

Pressekontakt: Julia Richter, Tel.: +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Businesskontakt: 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 – Die Signale im Rauschen finden

Unsere Welt ist von Datenüberfluss, Datenmissbrauch und Disruption geprägt. Nur wer das Wichtige vom Unwichtigen unterscheiden und die relevanten Signale identifizieren kann, bleibt im Wettbewerb erfolgreich. Seit über 85 Jahren sind Daten das Kerngeschäft von GfK. Mit Hilfe künstlicher Intelligenz und höchster Präzision bieten wir unseren Kunden innovative Analysen, die nicht nur deskriptive Daten, sondern echte Handlungsempfehlungen liefern. Zu jeder Zeit, an jedem Ort. So können unsere Kunden fundierte Geschäftsentscheidungen treffen, die sowohl die Effizienz der Organisation und des Marketings erhöhen, aber vor allem auch den Umsatz steigern. Deshalb lautet unser Versprechen „Growth from Knowledge“. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfkdeutschland.