

VoD-Monitor 2016

Jahr: 2016

Land: Deutschland

Design: Quantitativ

Thema: Nutzung von Pay-VoD-Diensten in Deutschland

Link: <https://www.goldmedia.com/produkt/study/pay-vod-monitor-deutschland-2016/>

Diese von der Beratungs- und Forschungsgruppe „Goldmedia“ durchgeführte Studie aus dem Jahr 2016 untersucht die Nutzungs- und Nutzerstruktur führender deutscher Pay-Video-on-Demand-Anbieter. Sie basiert auf einer repräsentativen Nutzerbefragung von Internetnutzerinnen und -nutzern ab 14 Jahren in Deutschland im März und April 2016. Studieninhalte sind u.a. sozio-demografische Nutzerdaten allgemein und spezielle Analysen zu den führenden VoD-Anbietern. Es wurden Auswertungen zur Nutzungsart, Nutzungshäufigkeit und Nutzungsdauer pro Tag, zur Parallelnutzung verschiedener Pay-VoD-Anbieter und zu den beliebtesten Inhalten und Genres allgemein sowie bei den Top-Anbietern durchgeführt.

Es zeigt sich, dass Video-on-Demand ein Markt mit viel Potenzial ist. Die meisten Nutzerinnen und Nutzer kostenpflichtiger VoD-Dienste (Pay-VoD) sind unter 40 und gehören zu den Besserverdienern. Binge Watching ist typisch: Sind die Nutzer einmal auf ihrem Portal, nutzen 81 Prozent ihren Dienst mehr als eine Stunde lang und zehn Prozent sogar mehr als drei Stunden. Das beliebteste Pay-VoD-Format ist die Serie, die populärsten Genres sind Krimi und Thriller. Netflix-Nutzer/innen lieben Serien am allermeisten: 83 Prozent der Befragten gaben an, häufig Serien zu schauen. Auch bei maxdome tun das 82 Prozent. Serien sind mit 74 Prozent auch bei Amazon das meistgenutzte Format, allerdings interessieren sich hier mehr Nutzer als bei anderen Angeboten auch für Kinofilme. Bei den Genres haben Pay-VOD-Nutzer vielfältige Präferenzen. Selbst für Sport gibt es eine konstante Nachfrage. Die populärsten Genres aber sind Krimi und Thriller vor Action und Comedy. Bezogen auf die tägliche Nutzung, sind Netflix-User besonders aktiv: 34 Prozent verwenden den Dienst täglich. Die Angebote von Amazon, Sky und maxdome werden dagegen häufiger „mehrmals wöchentlich“ genutzt. Im Vergleich der führenden Pay-VoD-Anbieter hat Netflix die jüngsten Nutzer: Mit 51 Prozent ist mehr als die Hälfte unter 30 Jahre alt, 35 Prozent der Nutzer und Nutzerinnen von Amazon sind unter 30-Jährige. Sky's VoD-Angebot zieht 46 Prozent der über 40-Jährigen an. Die Einkommensstruktur der Nutzer ist bei den einzelnen Anbietern recht ausgeglichen: Sky hat insgesamt aber die meisten Besserverdiener, Netflix-Nutzer verfügen vergleichsweise über das geringste Einkommen. Die meisten VoD-Nutzer schauen sich die Angebote eher über Websites an und nutzen dafür

eher eine mobile App. Bei den 14- bis 17-Jährigen ist das Verhältnis allerdings umgekehrt: Hier nutzen 47 Prozent dafür eher eine App und nur 19 Prozent eher Websites. Mit 27 Prozent hat maxdome die meisten App-Nutzer, die wenigsten finden sich mit 20 Prozent bei Netflix. Der Grund dafür ist, dass Netflix bisher seine Inhalte nicht offline zur Verfügung stellt. In diesem Punkt haben die anderen Pay-VoD-Anbieter einen Vorteil.