

PRESSEMITTEILUNG

14.11.2019

Streaming: Jeder Zweite in Deutschland nutzt Netflix, Amazon & Co., Tendenz steigend

- Markt für kostenpflichtiges Video-Streaming wächst seit 2012 um jährlich 82%
- Deutsche geben jährlich 112 Euro für Home-Video-Inhalte aus
- Verbraucher nehmen Verdopplung der Ausgaben über die vergangenen zehn Jahre nicht wahr

DÜSSELDORF. Der deutsche Markt für kostenpflichtiges Video-Streaming befindet sich weiter im Wachstum: Zwischen 2012 und 2018 ist er jährlich um 82% gewachsen. Insgesamt nutzt jeder zweite Haushalt mittlerweile einen der kostenpflichtigen Services. Die beliebtesten Bezahlangebote in Deutschland sind Amazon Prime (30% Marktanteil) und Netflix (28%), gefolgt von Magenta TV (7%). Das Angebot nimmt aktuell durch den Start etwa von Apple TV+ und Disney+ weiter zu. Insgesamt planen acht Prozent aller befragten Haushalte, einen neuen Streaming-Dienst wie Apple TV+ oder Disney+ zu abonnieren.

Je mehr Dienste ein Haushalt bereits abonniert hat, desto größer ist das Interesse an weiteren Angeboten. So planen zehn Prozent der Haushalte, die bereits einen Dienst wie Amazon Prime, Netflix, Magenta TV oder Sky Ticket nutzen, mindestens einen der neuen Dienste zu abonnieren. Der Anteil verdreifacht sich bei Haushalten, die über drei oder mehr Abonnements verfügen. Dies ist Ergebnis einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage im Auftrag von McKinsey & Company, an der 2.021 Deutsche Anfang November 2019 teilnahmen.

Marktanalyse: Streaming wächst schneller als alle anderen Bezahlangebote

Das Konsumentenverhalten bestätigt eine ergänzenden Analyse von McKinsey zum Streaming-Markt (Video on Demand, VOD): Zwischen 2012 und 2018 ist der Markt für kostenpflichtige VODs jährlich um 82% gewachsen, von 0,1 Milliarden Euro 2012 auf 1,3 Milliarden 2018. Damit sind VOD-Abonnements der stärkste Wachstumsfaktor im Markt der Home-Video-Inhalte. Dieser umfasst auch digitale Kaufplätze wie iTunes oder Google Play (14%), physische Leih- und Kaufvideos (-21% und -8%) sowie Pay-TV (13%).

Insgesamt sind die jährlichen Ausgaben eines deutschen Haushalts für Heimvideo-Inhalte von 37 Euro im Jahr 2000 und 100 Euro 2017 auf 112 Euro 2018 gestiegen.

Deutsche Haushalte sind sich steigender Ausgaben nicht bewusst

Wieviel die Deutschen im Jahr für Streaming & Co. ausgeben, wissen sie recht genau: 115 Euro. Ihre Einschätzung deckt sich hier mit der Marktanalyse. Allerdings denken sie, dass ihre Ausgaben über die vergangenen zehn Jahre konstant geblieben sind. Dies ist jedoch eine Illusion. „Die Deutschen empfinden offenbar den Wechsel von der physischen DVD hin zum digitalen Streaming nicht als Mehrausgabe“, erklärt Thomas Schumacher, Medienexperte und Partner bei McKinsey. „Die Streaming-Anbieter haben offenbar viel richtig gemacht und dem Home-Video-Markt einen kräftigen Schub gegeben.“

Aus Sicht der Anbieter sind die attraktivsten Kunden für Neuabschlüsse diejenigen Haushalte, die bereits über Streaming-Abos verfügen. So haben 27% der Befragten einen Streaming-Dienst abonniert, 16% zwei Dienste und knapp 10% drei oder mehr Dienste. Innerhalb der aktiven Gruppe nutzen gerade die jüngeren Befragten zwischen 18 und 34 Jahren mehr als einen Streaming-Dienst. Im Alter nimmt die Nutzung ab: Bei den über 55-Jährigen nutzt nur jeder Dritte Netflix und andere.

Thomas Schumacher: "Eine Marktsättigung ist für Videostreaming nicht erkennbar. Die Menschen schauen nicht nur am Samstagabend auf der Couch, sondern auch unterwegs auf Mobilgeräten. Das erhöht die Zahlungsbereitschaft. Wieviel Platz für neue Marktteilnehmer und Streaming-Dienste ist, lässt sich schwer quantifizieren. Allerdings zeigt sich, dass ein sonst im Digitalgeschäft oft übliches *The Winner Takes It All* hier nicht gilt. Inhaltlicher Fokus und Formate spielen eine entscheidende Rolle. Momentan funktionieren klassische Spielfilme und Serien besonders gut. In Zukunft sehen wir sicher neue Formate, die wiederum die Sehgewohnheiten und damit auch den Markt verändern werden."

Methodik und Untersuchung

Die verwendeten Konsumentendaten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2021 Personen zwischen dem 01.11.2019 und 04.11.2019 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Die Marktdaten entstammen einer eigenen McKinsey-Analyse, die um Daten von Wilkofsky Gruen Associates, BVV FFA und GfK ergänzt wurden.

Die Analysegrafiken senden wir Ihnen auf Wunsch gern zu. Schicken Sie bitte einfach eine Mail an: philipp_huehne@mckinsey.com.

Über McKinsey

McKinsey & Company ist die in Deutschland und weltweit führende Unternehmensberatung für das Topmanagement. In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Klienten bietet McKinsey unter anderem strategische Beratung, digitale Transformation, Talententwicklung, Risikomanagement, Marketing, Design, Prozessoptimierung und funktionale Exzellenz für Privatunternehmen, öffentliche Einrichtungen und soziale Organisationen. Zu den Klienten zählen 28 der 30 DAX-Konzerne. In Deutschland und Österreich ist McKinsey mit Büros an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien aktiv, weltweit mit über 120 Büros in 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist Kevin Sneader, für Deutschland und Österreich zuständig ist seit 2014 Cornelius Baur.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Philipp Hühne, Telefon 0211 136-4486,

E-Mail: philipp_huehne@mckinsey.com

www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>