

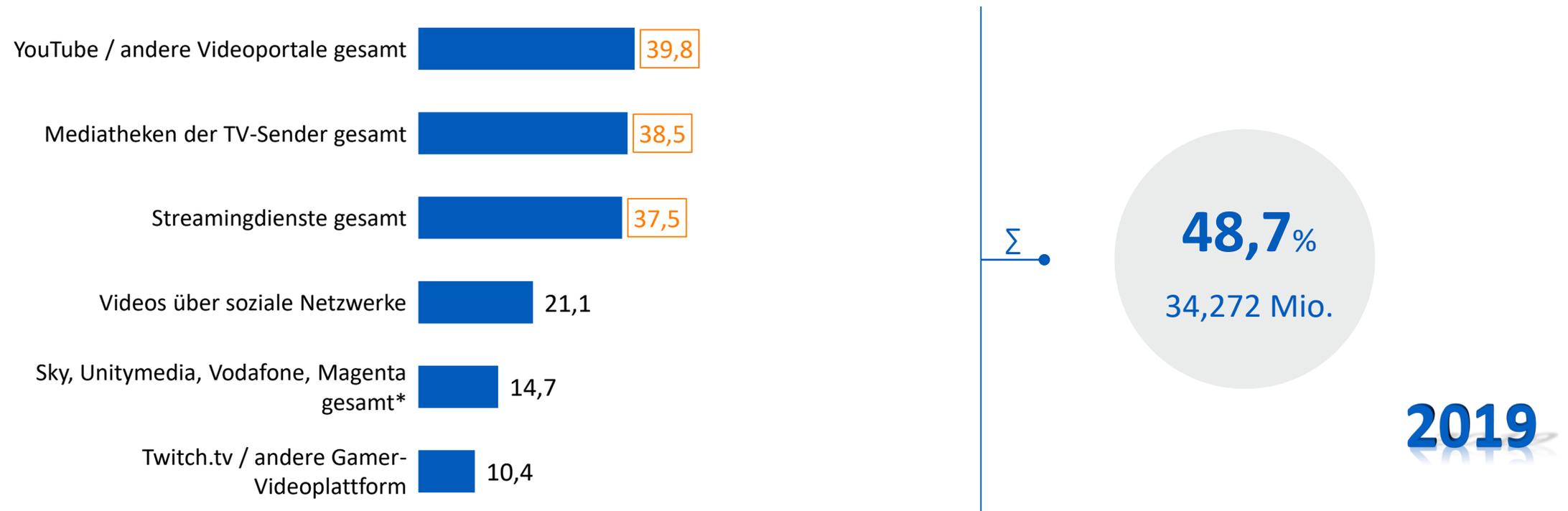
# 6.4

## Fokus VOD-Angebote



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre

Mediatheken der TV-Sender vor Streamingdiensten und fast gleichauf mit YouTube. Die Angebote werden jeweils von deutlich mehr als einem Drittel genutzt.



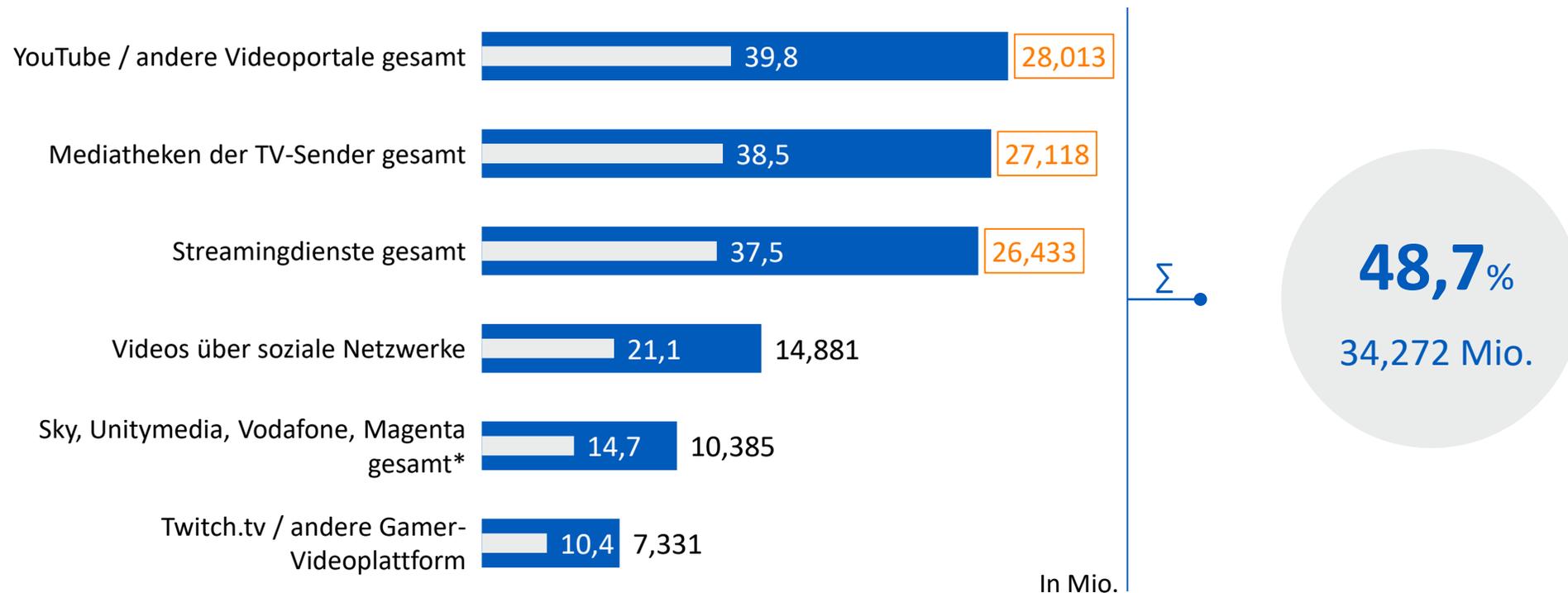
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre in Mio.

28 Mio. nutzen YouTube, die Mediatheken folgen mit ähnlich vielen Nutzern. Streamingdienste dahinter in fast gleichem Abstand.



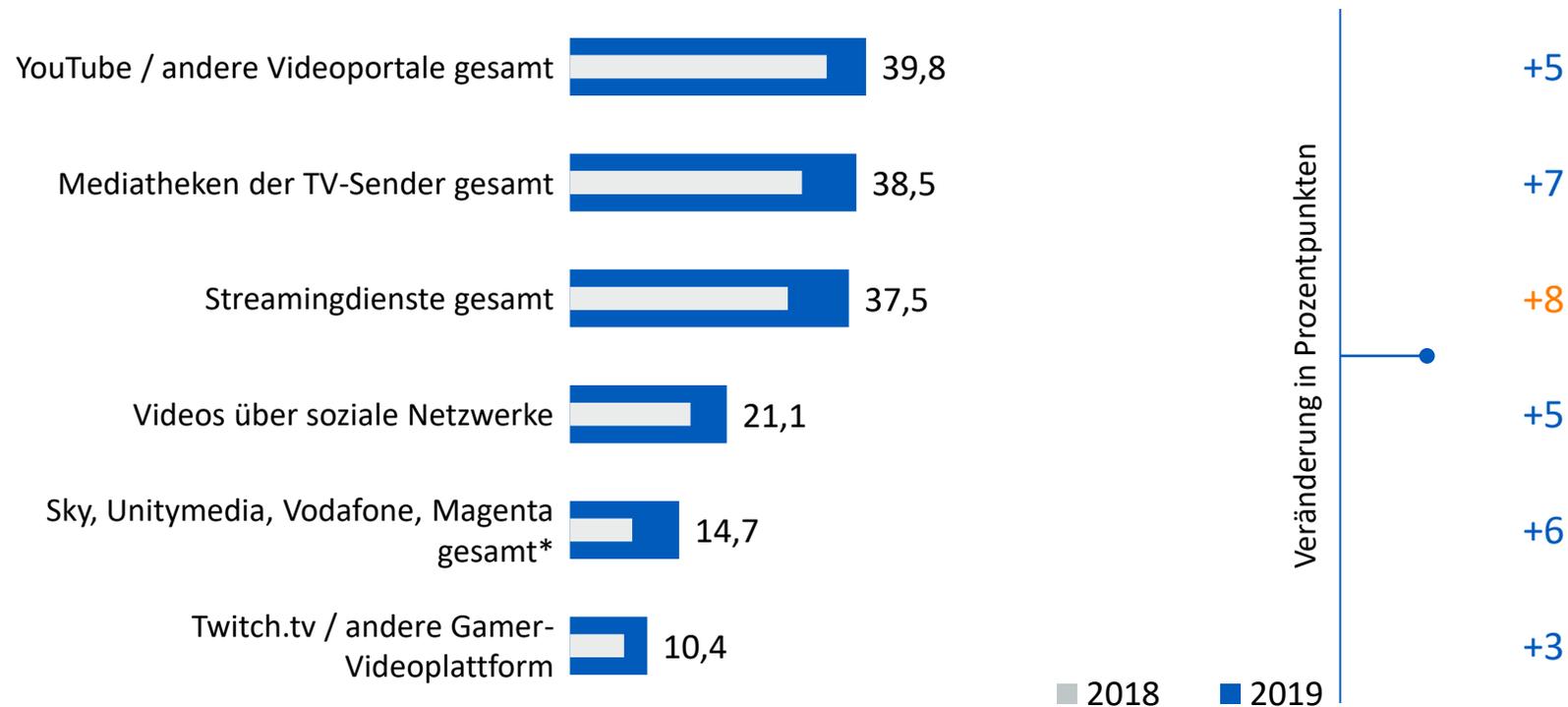
Angaben in Prozent / Mio.; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre im Trend

Die Nutzung steigt bei allen Angeboten. Am stärksten wachsen die Streamingdienste mit plus 8 Prozentpunkten.



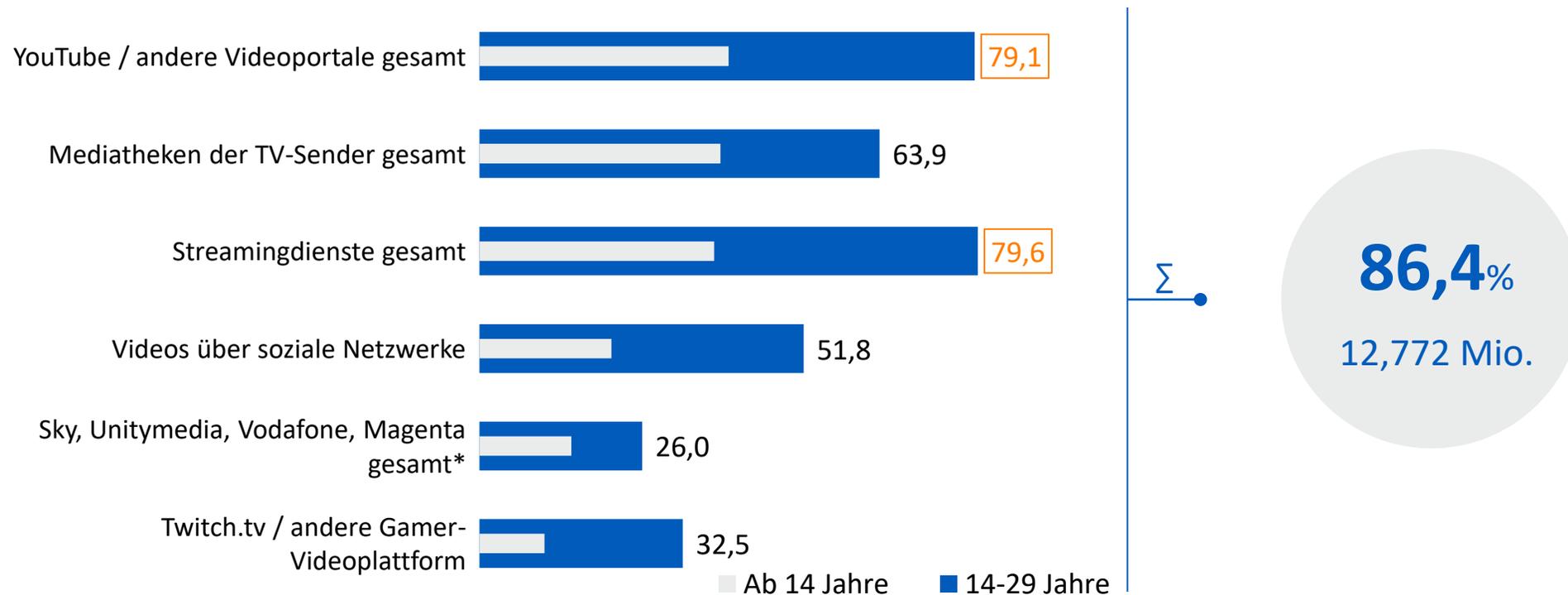
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung gesamt – Personen 14-29 Jahre

14-29-Jährige nutzen VOD in deutlich stärkerem Ausmaß. Streamingdienste und YouTube vorne: Beides wird von fast 80% in dieser Altersgruppe genutzt.



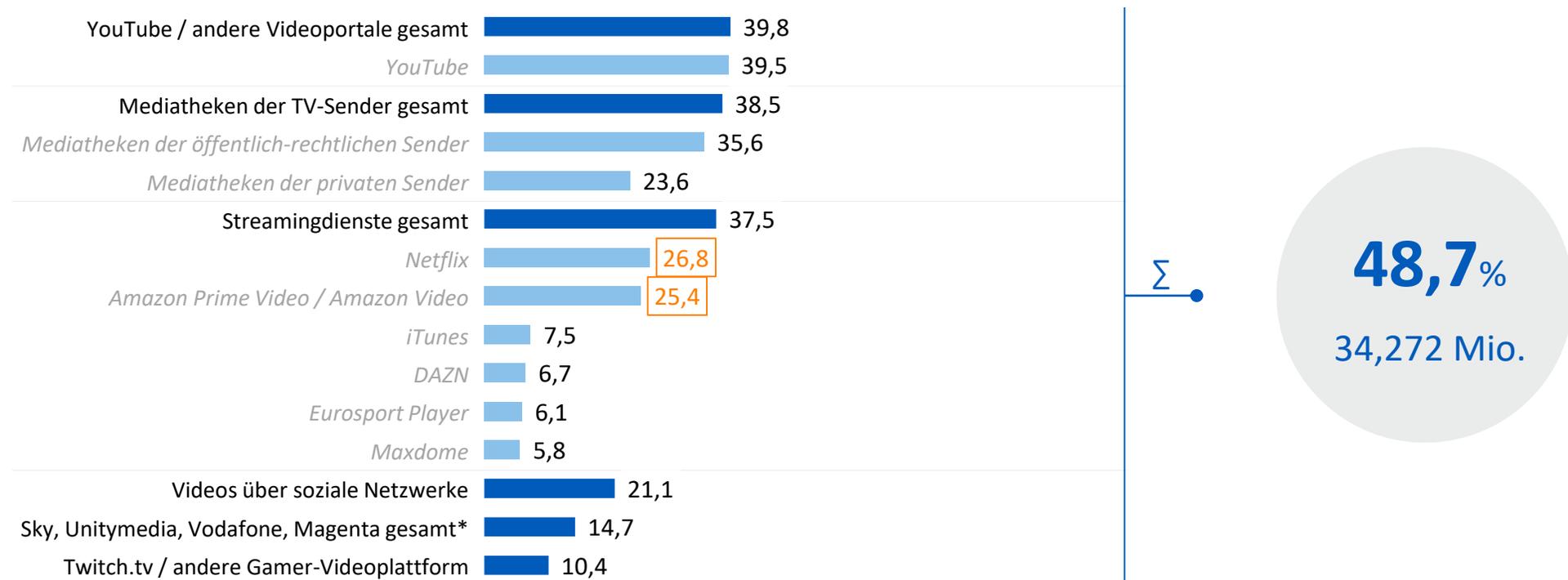
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre

YouTube vor den Mediatheken, gefolgt von Streamingdiensten. Netflix liegt knapp vor Amazon: Beide Dienste werden von etwa jedem Vierten genutzt.



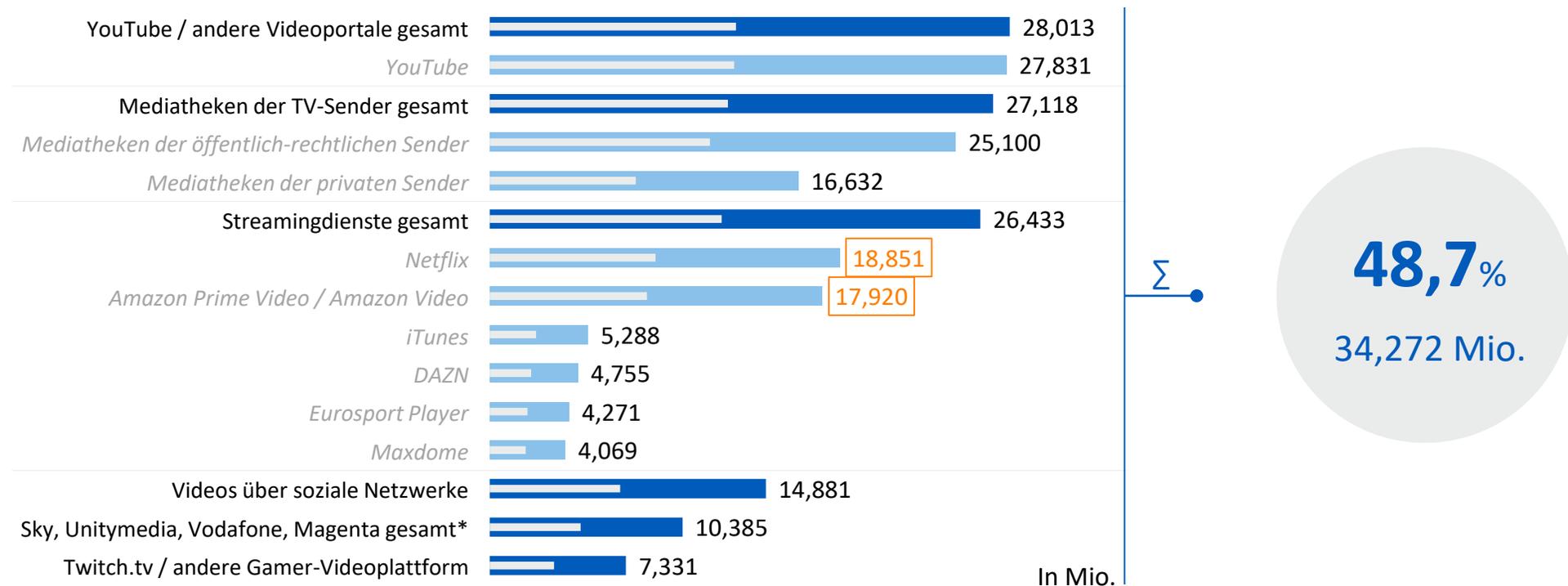
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre in Mio.

Auch in absoluten Zahlen liegen Amazon und Netflix dicht beieinander und rangieren auf Platz 3 hinter YouTube und den Mediatheken der öffentlich-rechtlichen Sender.



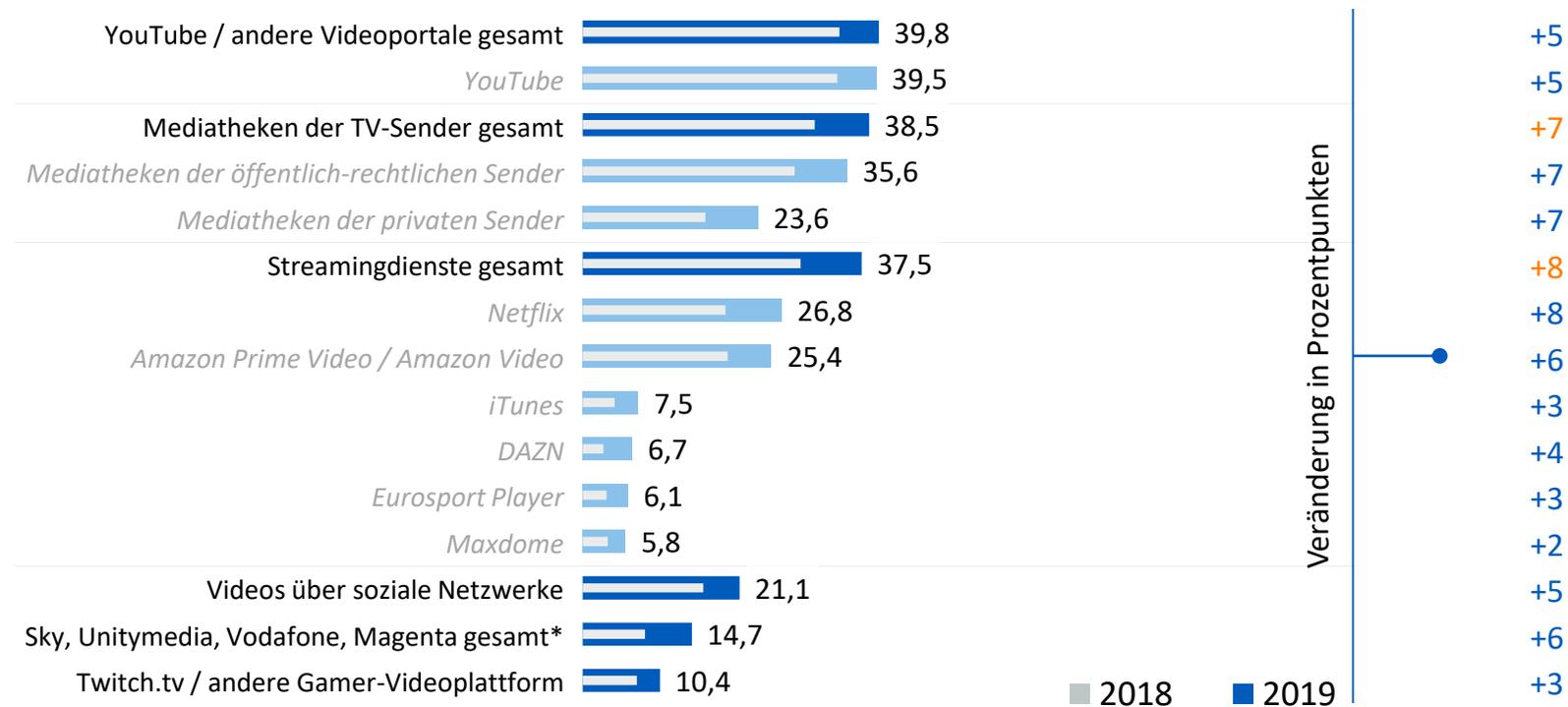
Angaben in Prozent / Mio.; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen ab 14 Jahre im Trend

Zuwachs bei allen VOD-Angeboten, insbesondere bei Streamingdiensten und den Mediatheken.



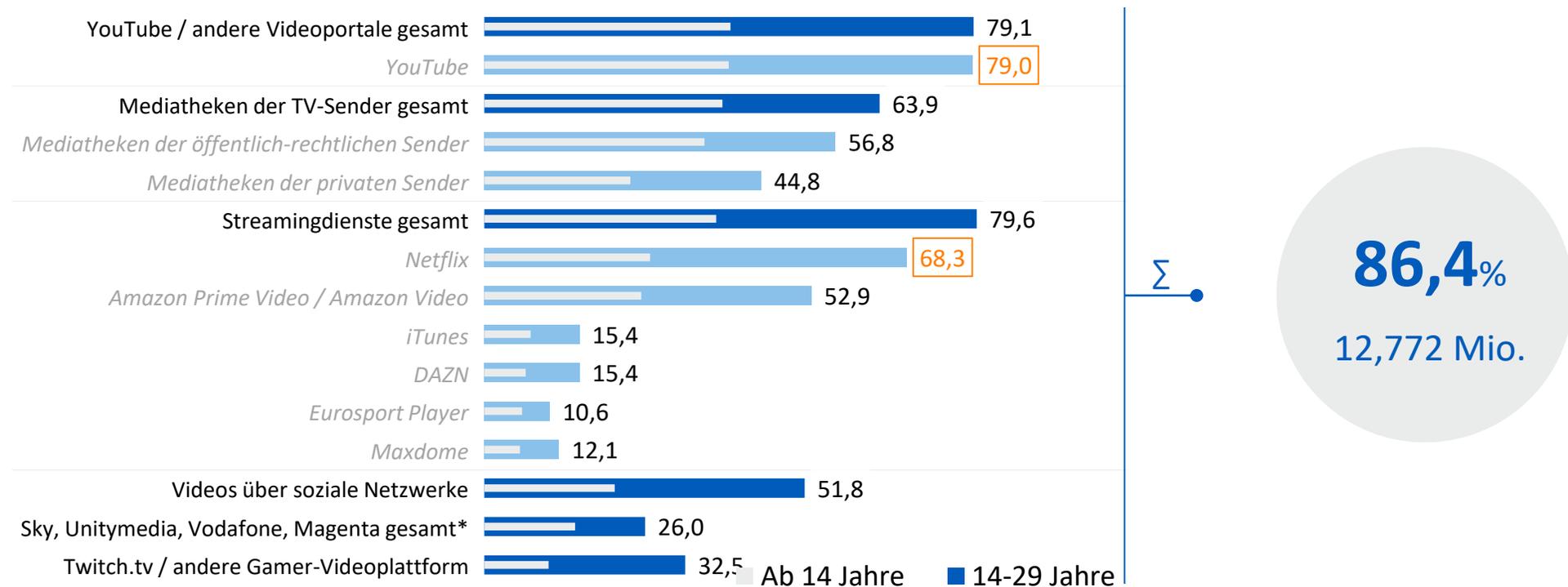
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung gesamt – Personen 14-29 Jahre

Bei 14-29-Jährigen nutzen bereits zwei von drei Netflix. Nur YouTube kann in dieser Altersgruppe mehr Nutzer auf sich vereinen.



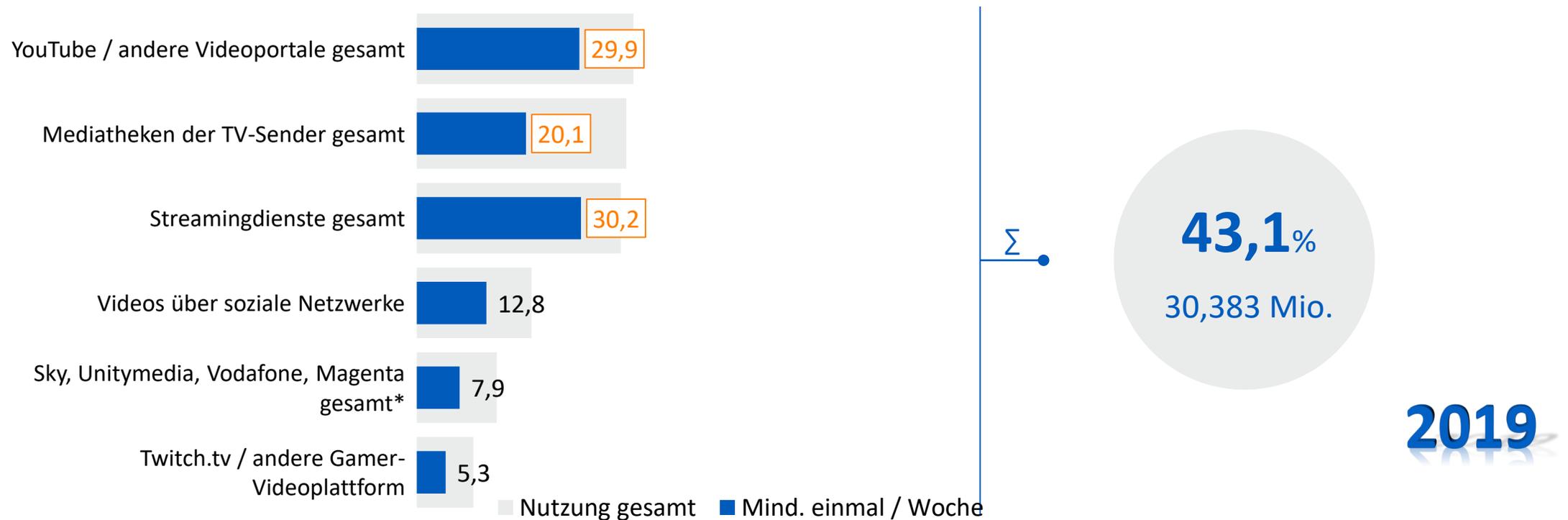
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – ab 14 Jahre

Streamingdienste und YouTube Kopf-an-Kopf bei häufiger Nutzung. Die Mediatheken nutzt etwa jeder Fünfte mind. 1x pro Woche.



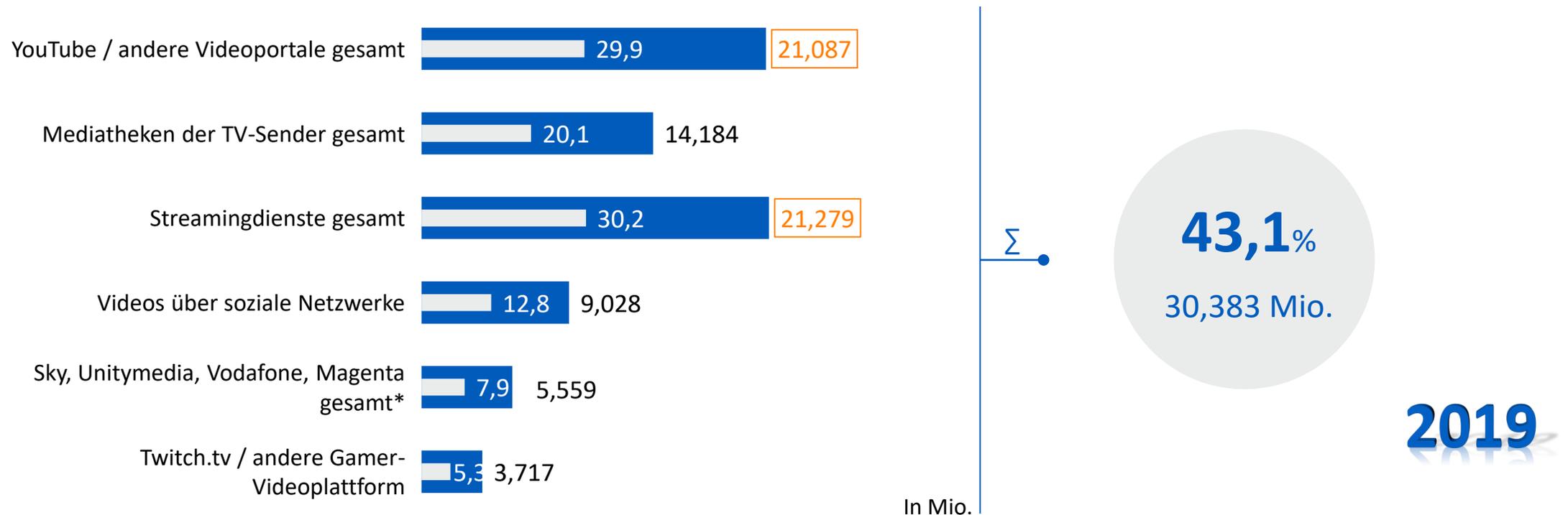
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – ab 14 J. in Mio.

Auch in absoluten Zahlen liegen Streamingdienste und YouTube eng beieinander: Beide kommen auf ca. 21 Mio. (mindestens) wöchentliche Nutzer.



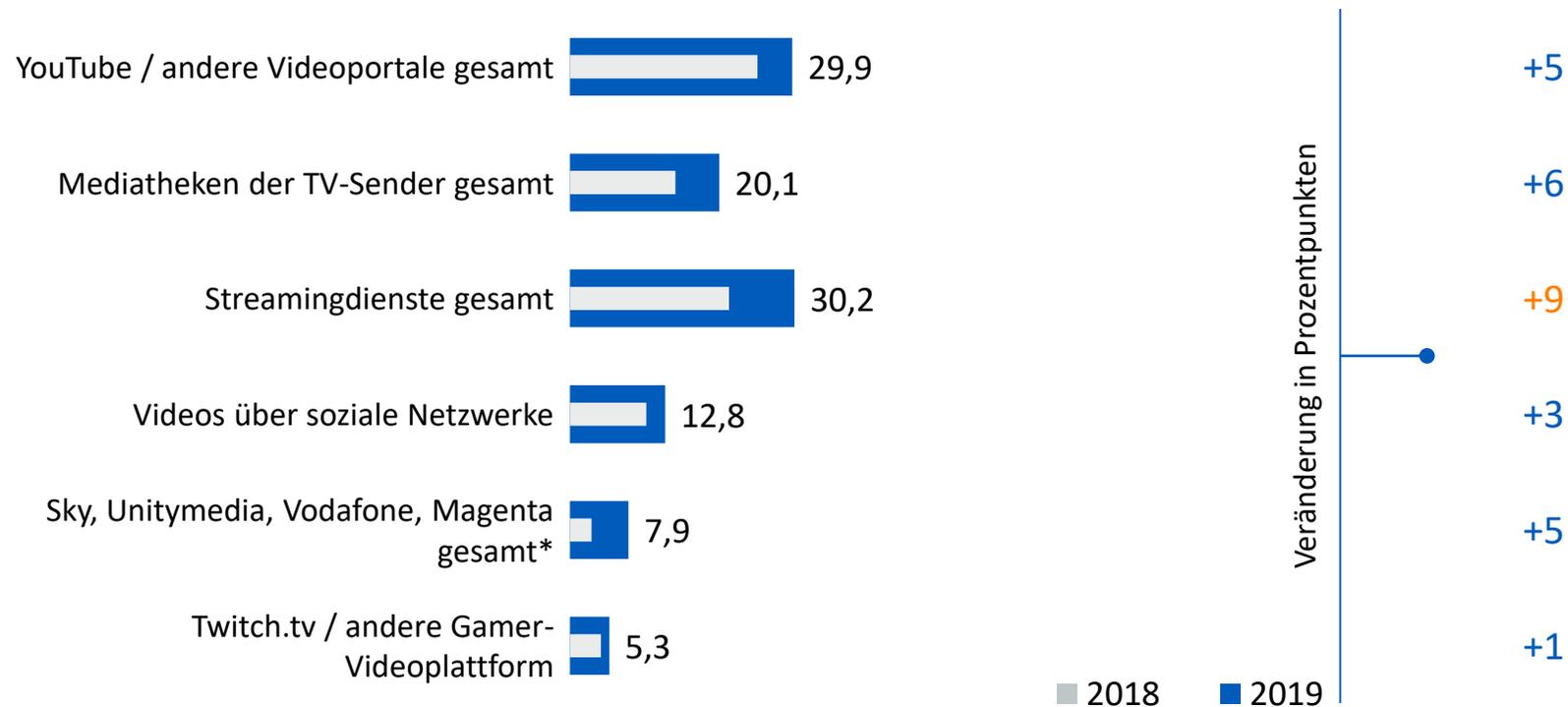
Angaben in Prozent / Mio.; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – ab 14 J. im Trend

Zuwachs in allen Kategorien. Streamingdienste wachsen mit plus 9 Prozentpunkten am stärksten.



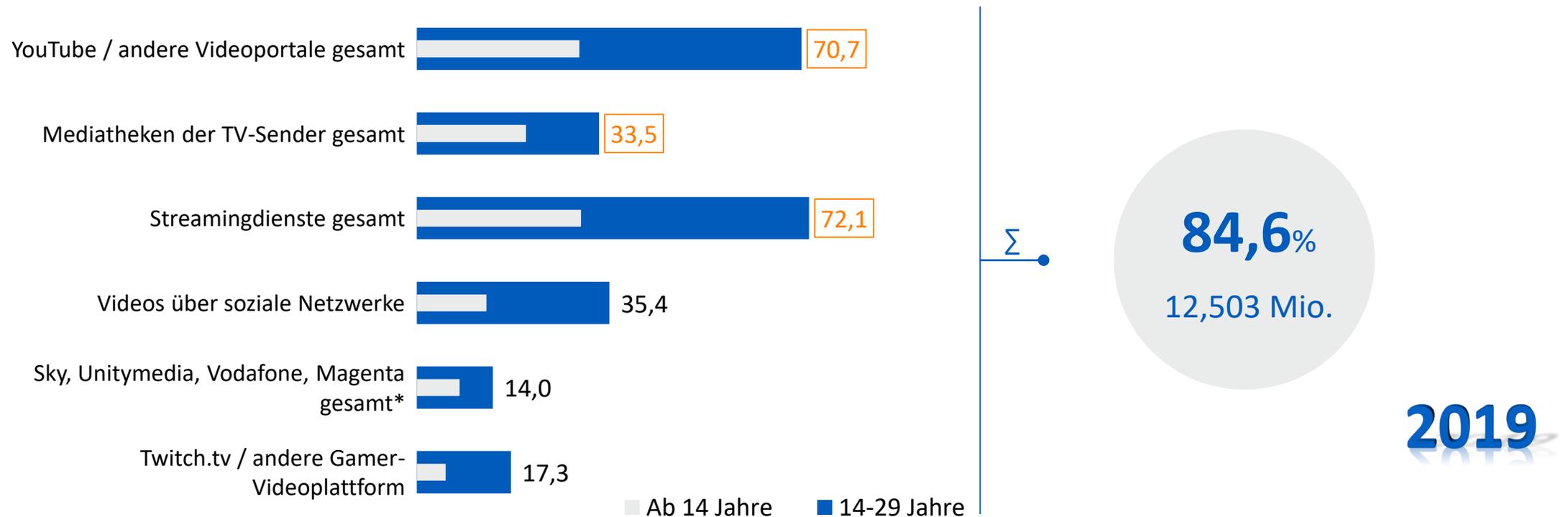
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote kategorisiert: Nutzung mind. einmal pro Woche – 14-29 Jahre

Mehr als 70% der 14-29-Jährigen nutzen mind. 1x pro Woche einen Streamingdienst oder YouTube. Mediatheken werden von etwa einem Drittel in dieser Frequenz genutzt.



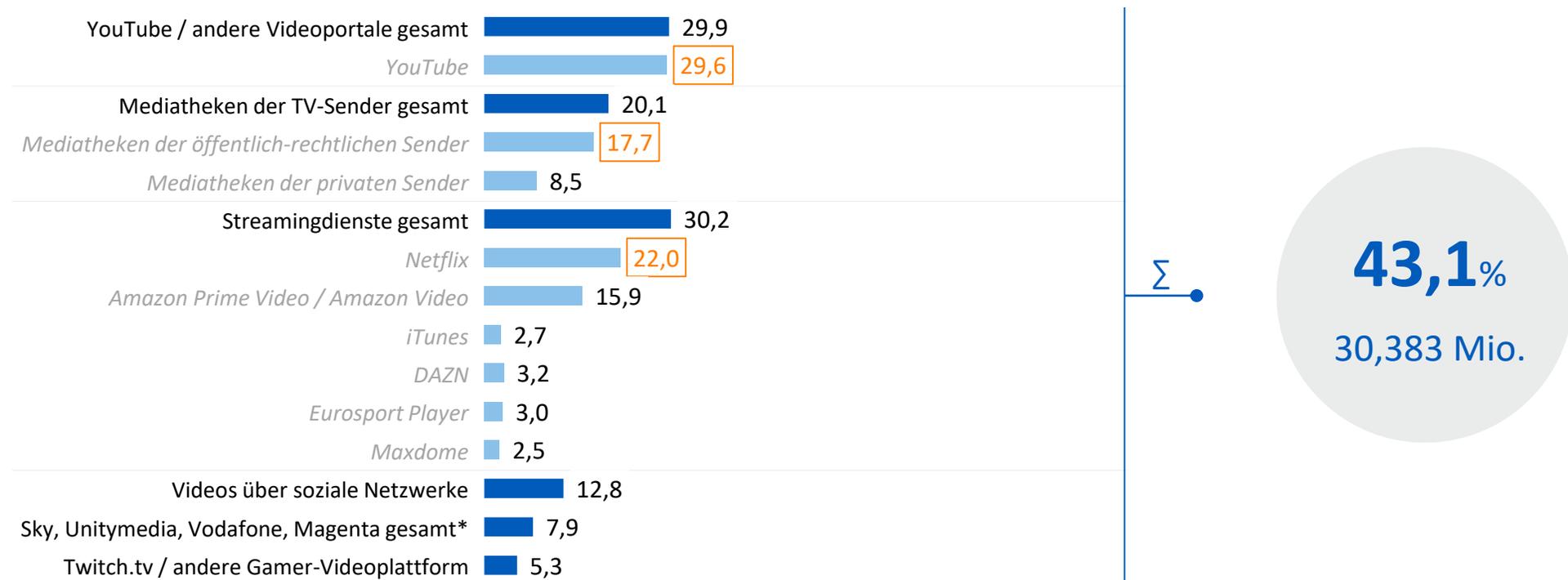
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen ab 14 Jahre

YouTube vorne, gefolgt von Netflix. Zwei von zehn nutzen die Mediatheken der TV-Sender einmal pro Woche, dabei deutlich häufiger die öffentlich-rechtlichen Angebote.



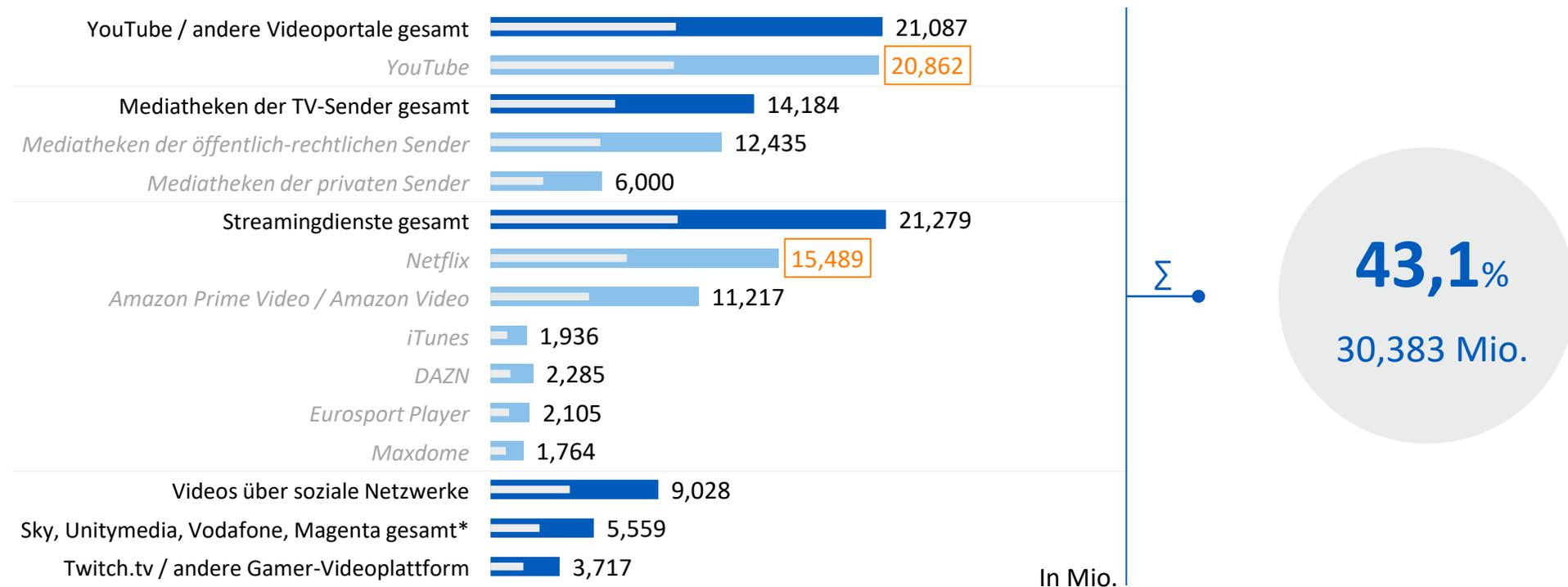
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen ab 14 Jahre in Mio.

Mehr als 15 Mio. schauen mindestens einmal pro Woche Videoinhalte auf Netflix. Damit liegt Netflix auf Platz 2 hinter YouTube und vor den Mediatheken.



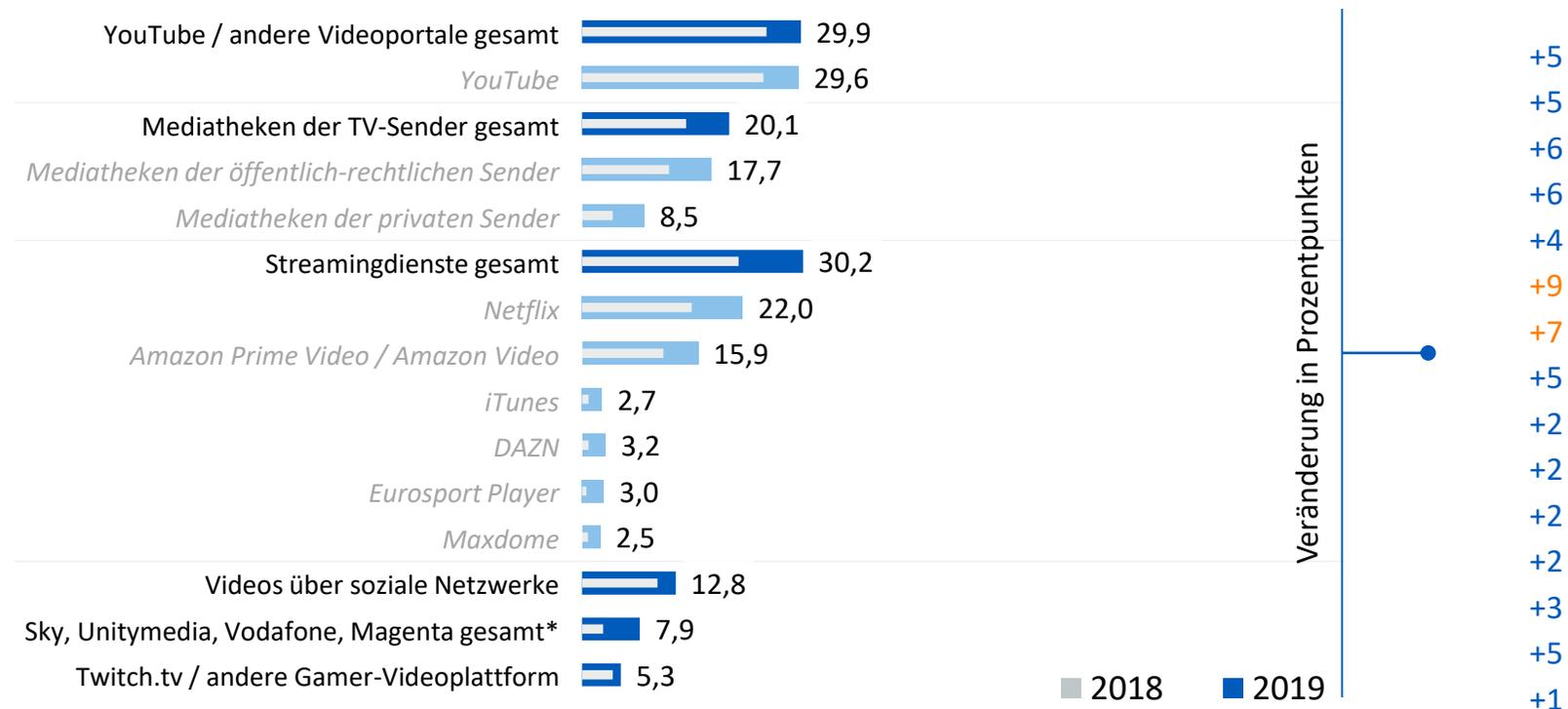
Angaben in Prozent / Mio.; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen ab 14 Jahre im Trend

Starker Zuwachs bei Streamingdiensten, allen voran Netflix. Auch YouTube, die Mediatheken und die TV-Plattform-Angebote werden häufiger regelmäßig genutzt.



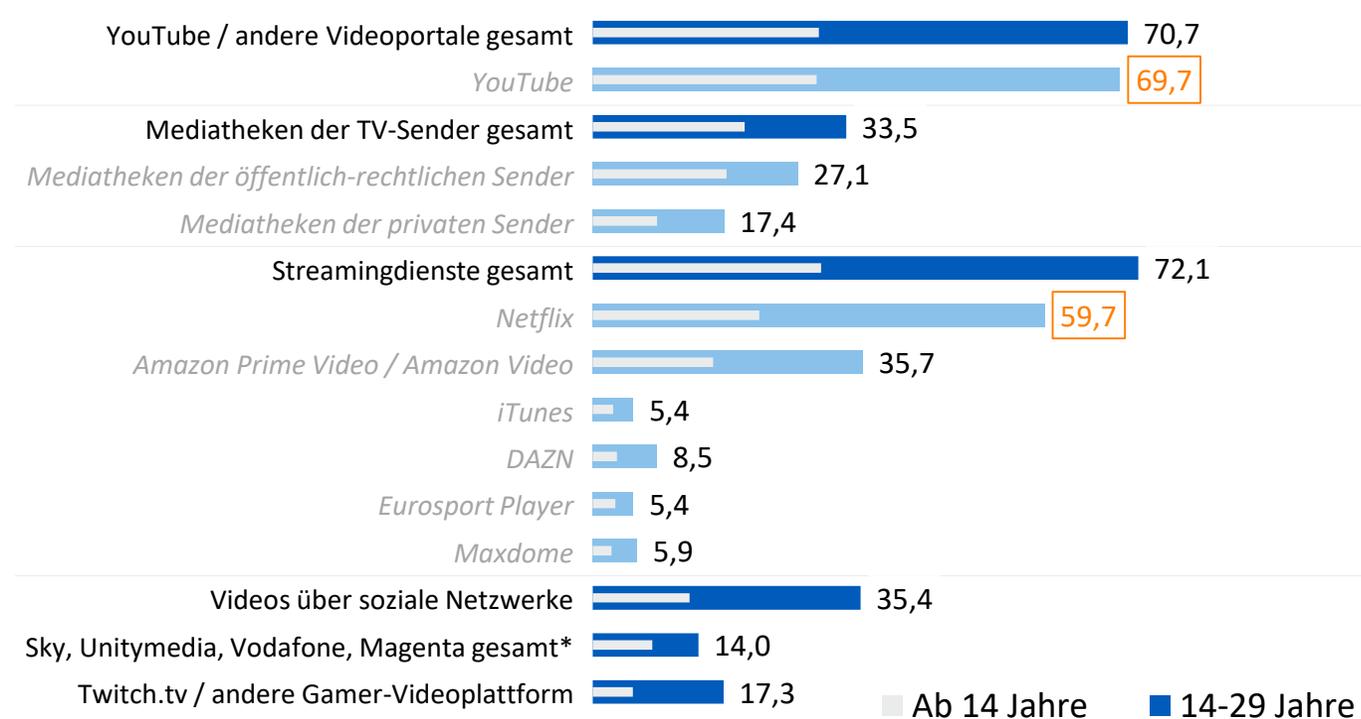
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



## VOD-Angebote: Nutzung mind. einmal pro Woche – Personen 14-29 Jahre

Bei den unter 30-Jährigen Netflix deutlich vor Amazon, das knapp vor den Mediatheken liegt. YouTube insgesamt am beliebtesten.



Σ



**2019**

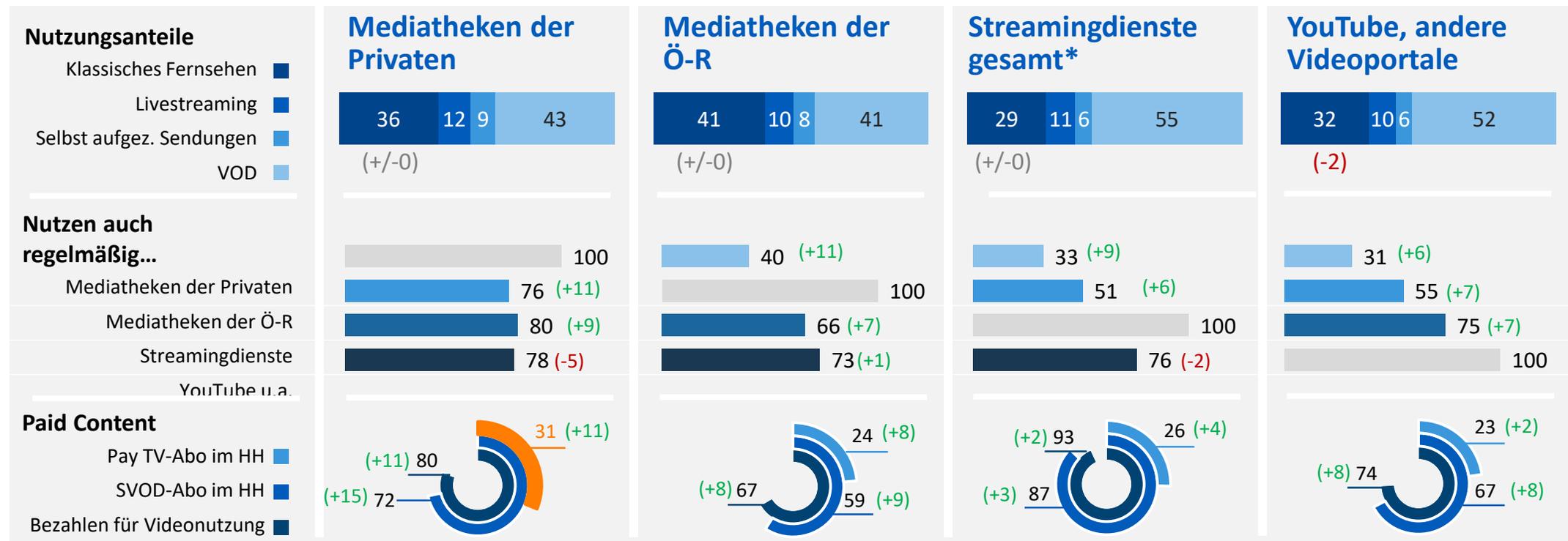
Angaben in Prozent; \*Angebote eines TV-Plattform-Betreibers

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.641)



# Regelmäßige VOD-Nutzer im Vergleich: Nutzungsanteile / Pay

Unter Nutzern der Mediatheken der privaten Sender hat fast jeder Dritte auch ein Pay-TV Abo im Haushalt.

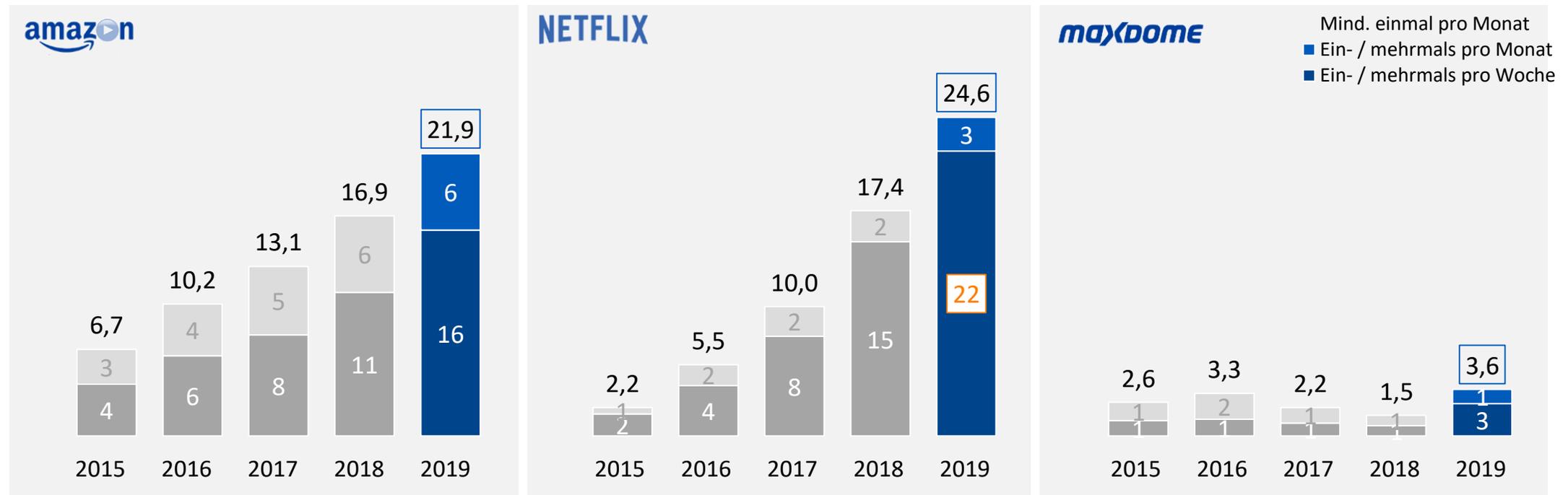


Angaben in Prozent; regelmäßige Nutzung = mind. einmal pro Monat; Pay TV-Abo = „klassisches“ Pay TV von Sky, Telekom, Unitymedia, Vodafone u.a.; \*Amazon Video, Netflix, maxdome, Videoload, DAZN u.a.; Werte in Klammern: Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr in Prozentpunkten; Basis: 10,025 Mio. / 18,845 Mio. / 24,597 Mio. / 25,002 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat eine Mediathek der Privaten (n=1.002) / der öffentlich-rechtlichen TV-Sender (n=2.323) / eine Online-Videothek (n=2.389) / YouTube oder ein anderes Videoportal nutzen (n=2.538)



## Nutzung Amazon Video, Netflix, maxdome im Trend

Netflix und Amazon mit starkem Wachstum. Mehr als jeder Fünfte nutzt Netflix mindestens einmal pro Woche.



Angaben in Prozent

Basis: 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083), davon 19,089 / 22,732 / 25,083 / 29,379 / 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=3.641)

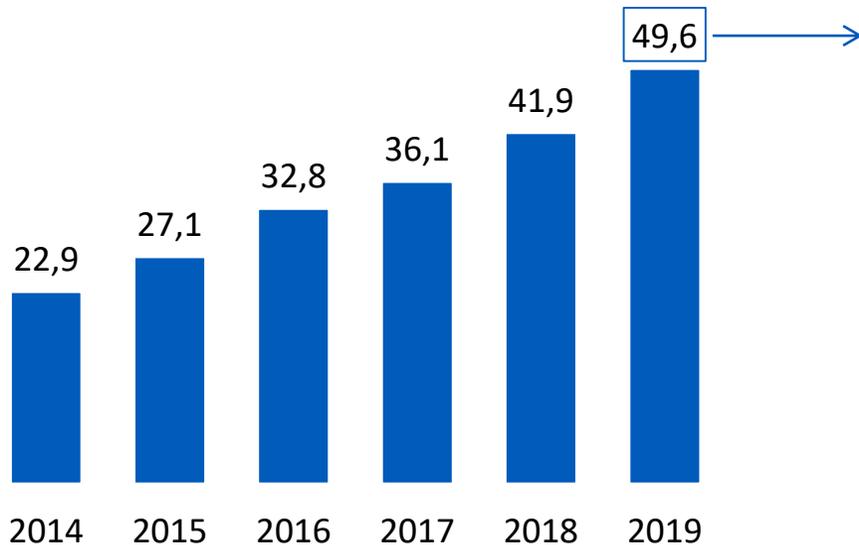


# Nutzung VOD-Angebote: Kostenfrei vs. kostenpflichtig

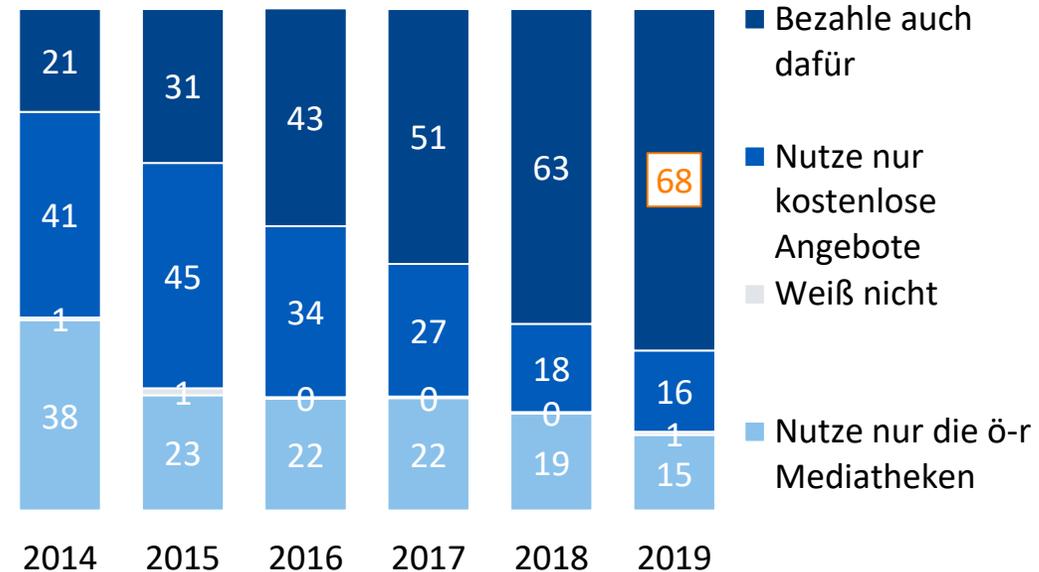
Der Anteil der Bezahlnutzer steigt erneut an: Etwa zwei von drei regelmäßigen Nutzern zahlen auch für VOD-Inhalte.



Entwicklung regelmäßige VOD-Nutzer (mind. einmal / Monat)



Kostenfreie vs. kostenpflichtige Nutzung\*

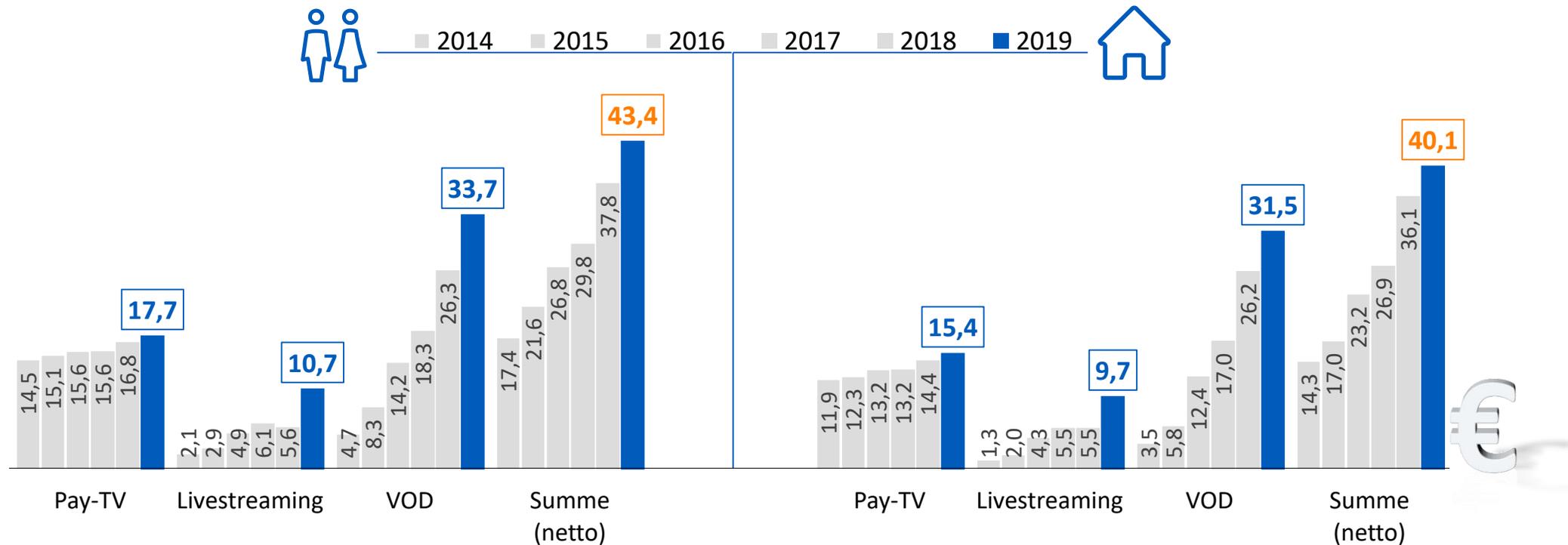


Angaben in Prozent; \*SVOD-Abos erst ab 2018 für jeden Dienst einzeln erhoben (bis 2017 nur pauschal für alle Angebote)  
Basis: 16,113 / 19,089 / 22,732 / 25,083 / 29,379 / 34,924 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland, die mindestens einmal im Monat VOD (professionelle Inhalte) nutzen (n=3.641)



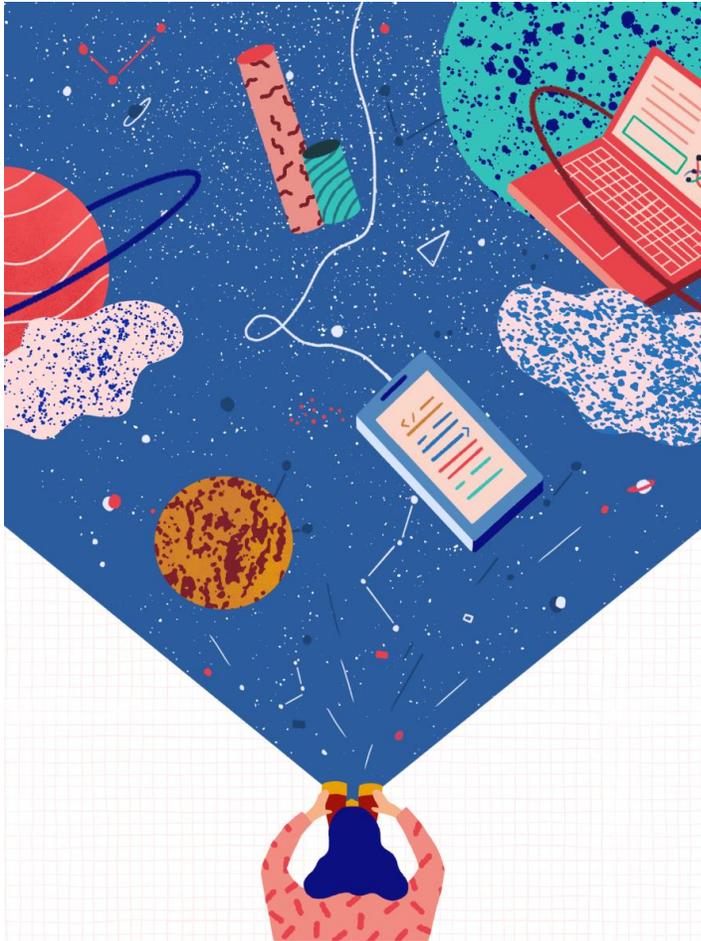
## Überblick kostenpflichtige Nutzung\*

In etwa zwei von fünf Haushalten werden kostenpflichtige OTT-Angebote oder Pay-TV genutzt. Größtes Wachstum bei kostenpflichtigem Livestreaming und VOD.



Angaben in Prozent; \*SVOD-Abos erst ab 2018 für jeden Dienst einzeln erhoben (bis 2017 nur pauschal für alle Angebote)

Basis: 70,326 / 70,525 / 69,241 / 69,563 / 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre // 39,866 / 40,072 / 39,372 / 39,672 / 40,219 / 40,350 Mio. Haushalte in Deutschland (n=7.083)



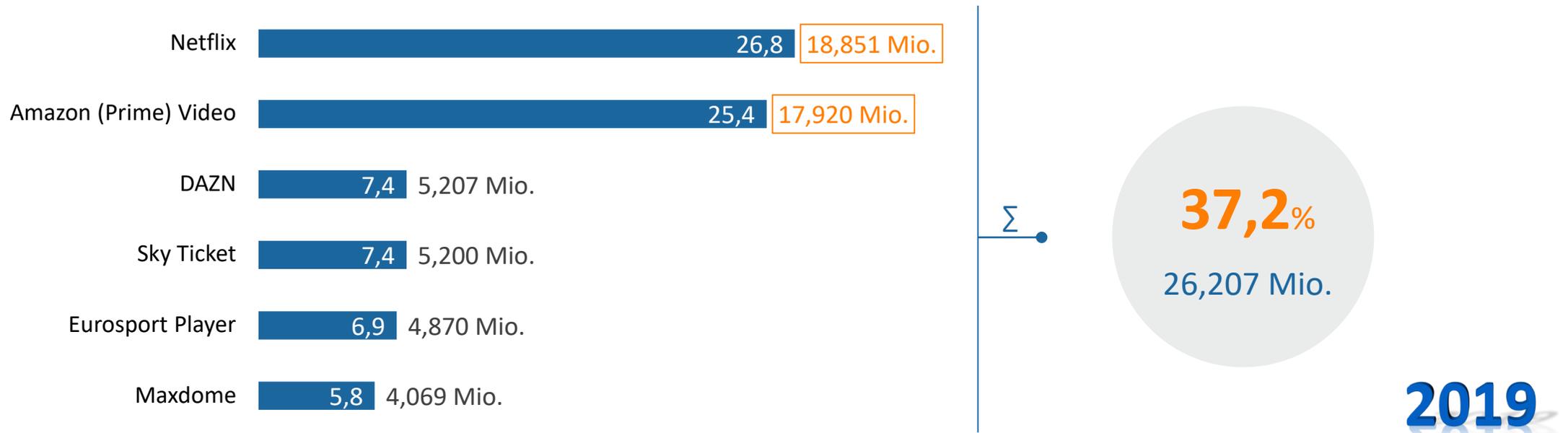
# 6.5

Fokus Streamingdienste / SVOD-Abos



## Fokus SVOD: Nutzung Streamingdienste

Mehr als ein Drittel der Personen in Deutschland nutzen zumindest selten einen Streamingdienst. Netflix mit fast 19 Mio. Nutzern vorne, dicht gefolgt von Amazon.



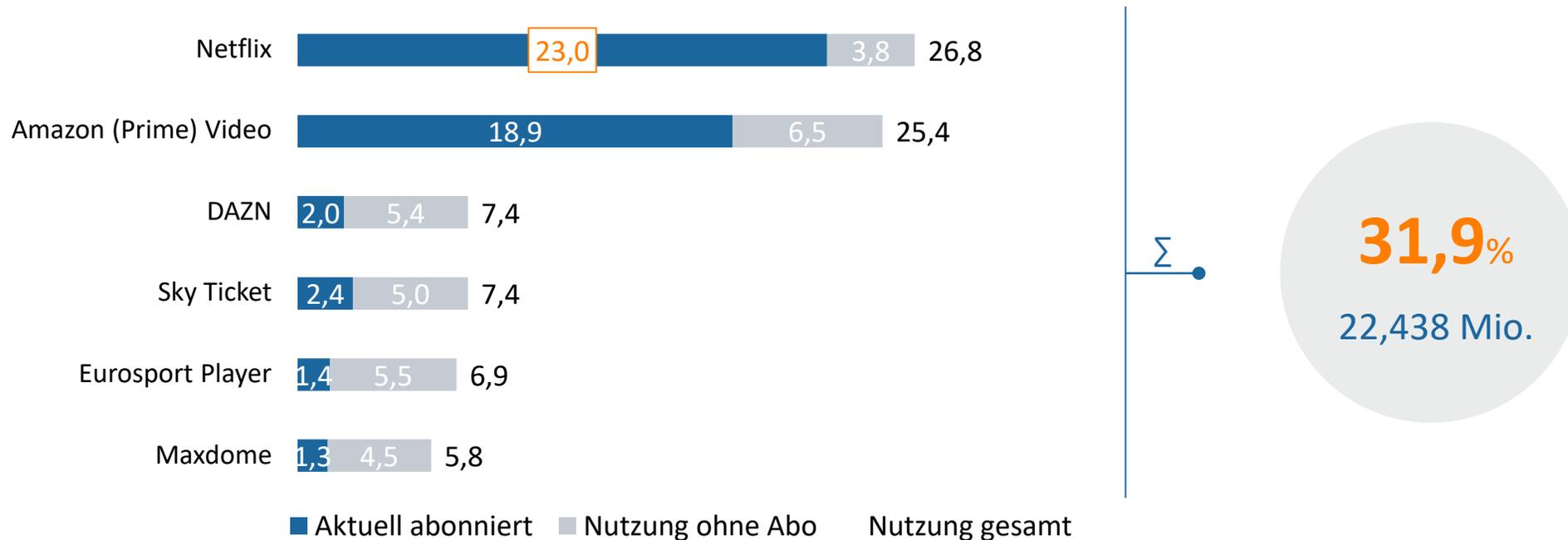
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=4.004)



## Fokus SVOD: Streamingdienste abonniert

Etwas weniger als jeder Dritte hat mindestens einen Streamingdienst auch aktuell abonniert. Auch hier liegt Netflix vorne: Fast jeder Vierte hat Netflix im Abo.



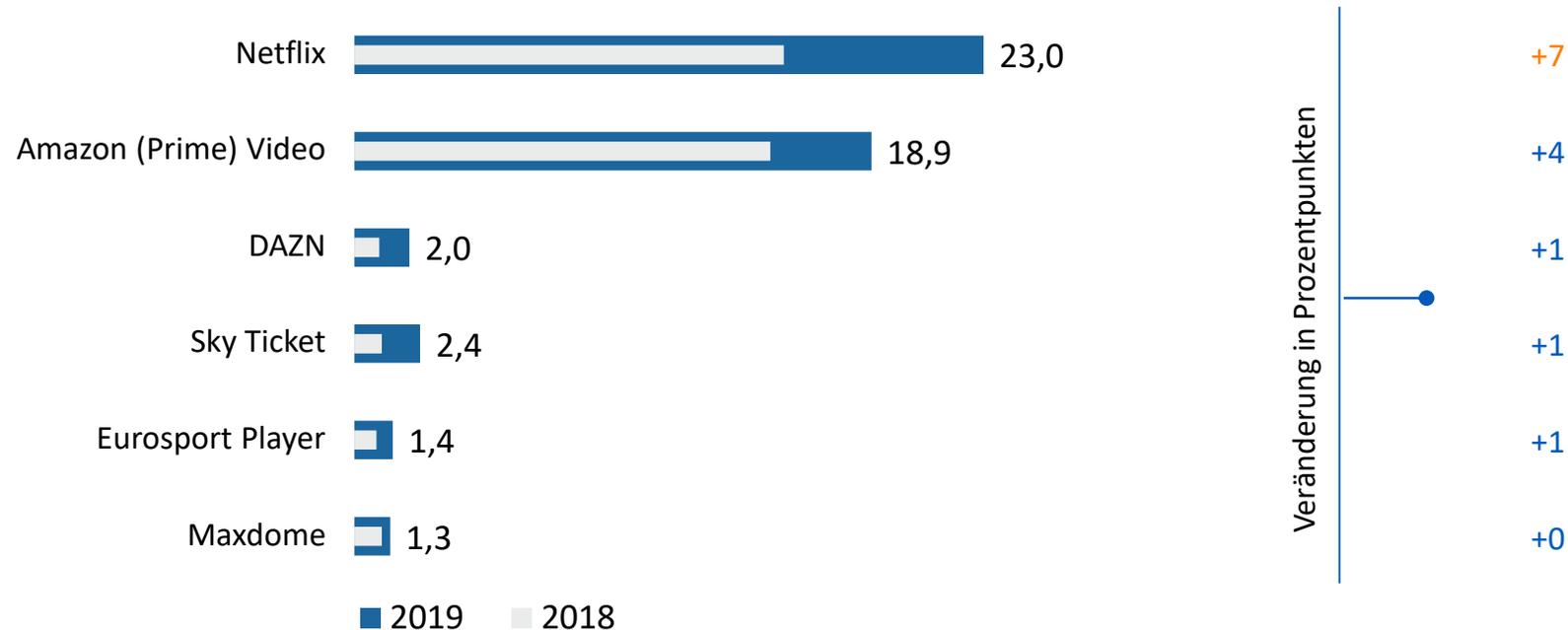
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=4.004)



## Fokus SVOD: Streamingdienste aktuell abonniert im Trend

Insgesamt steigen die Abo-Zahlen von Netflix am stärksten.



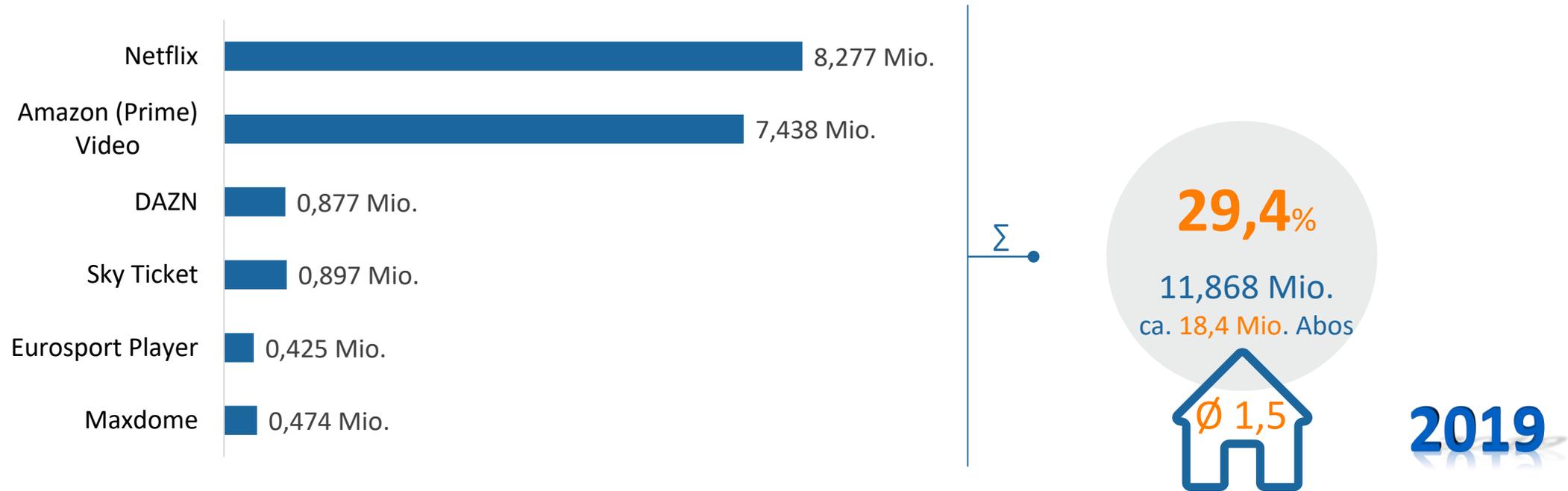
Angaben in Prozent

Basis: 70,094 / 70,445 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland (n=7.501 / n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (32,470 / 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=3.791 / n=4.004)



## Fokus SVOD: Streamingdienste abonniert - Haushalte

Auf Haushalte bezogen, gibt es derzeit mehr als 18 Mio. SVOD-Abos. Die tatsächliche Abzahl bei Amazon und Netflix liegt aufgrund geteilter Accounts wahrscheinlich etwas niedriger.



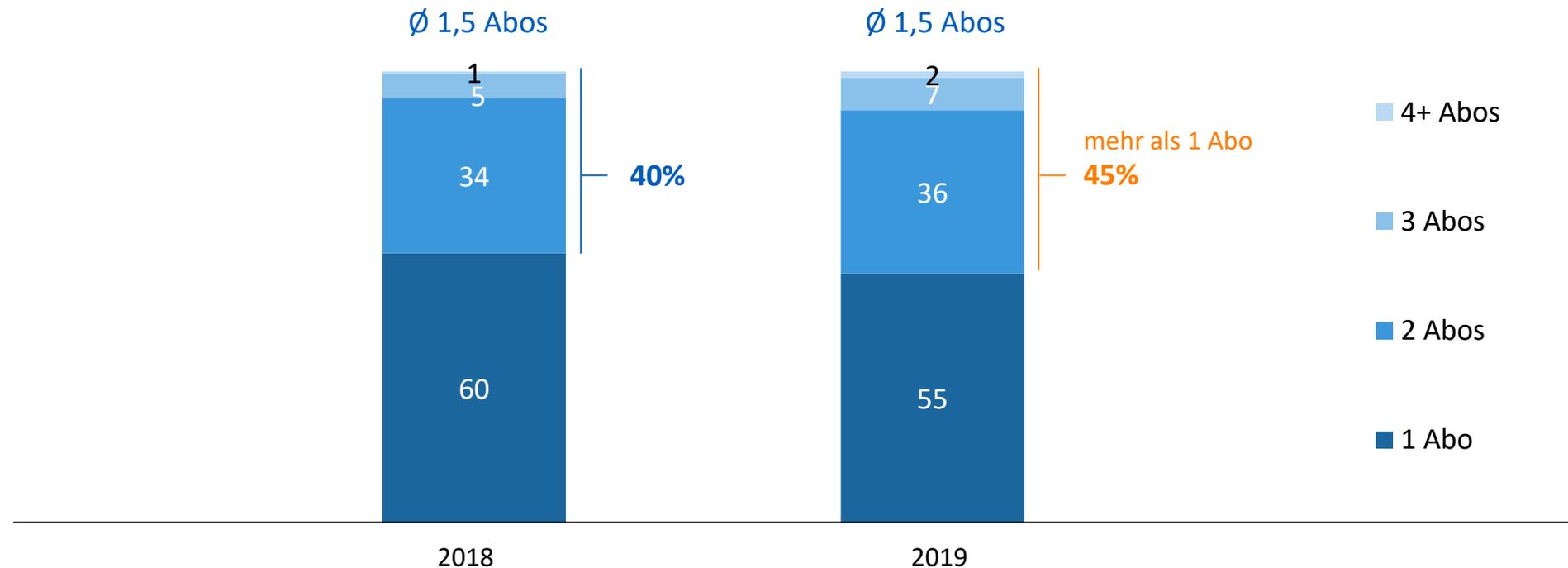
Angaben in Prozent / Mio.

Basis: 40,350 Mio. Haushalte in Deutschland (n=7.083); befragt wurden alle, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre; n=4.004)



## Fokus SVOD: Anzahl pro HH nach SVOD-Abo im Trend

In den Haushalten mit SVOD Abo steigt der Anteil derer, die mehr als ein Abo nutzen. Fast jeder zehnte dieser Haushalte nutzt 3 oder mehr Abos.

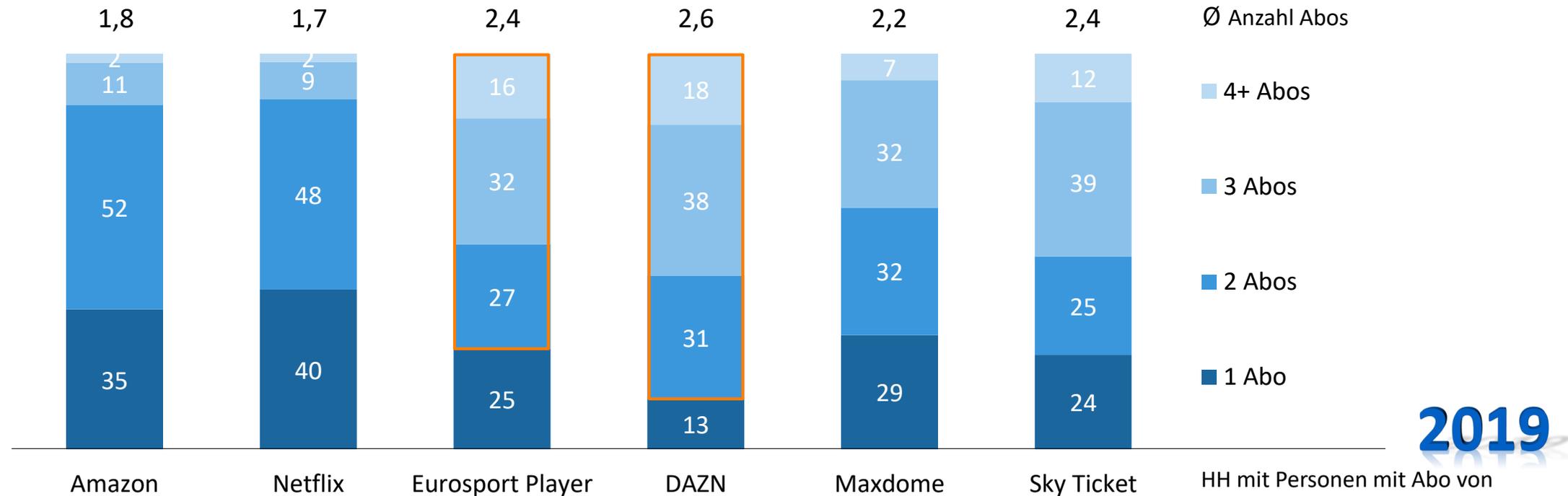


Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 9,512 / 11,868 Mio. Haushalte in Deutschland mit mindestens einer Person mit Zugang zu einem SVOD-Abo (n=1.804 / n=2.147)



## Fokus SVOD: Streamingdienste abonniert – Anzahl pro HH nach SVOD-Abo

Sport vermutlich oft mit Filmen und Serien kombiniert: Insbesondere Nutzer, die Eurosport Player oder DAZN abonniert haben, verfügen über zwei oder mehr SVOD-Abos im Haushalt.



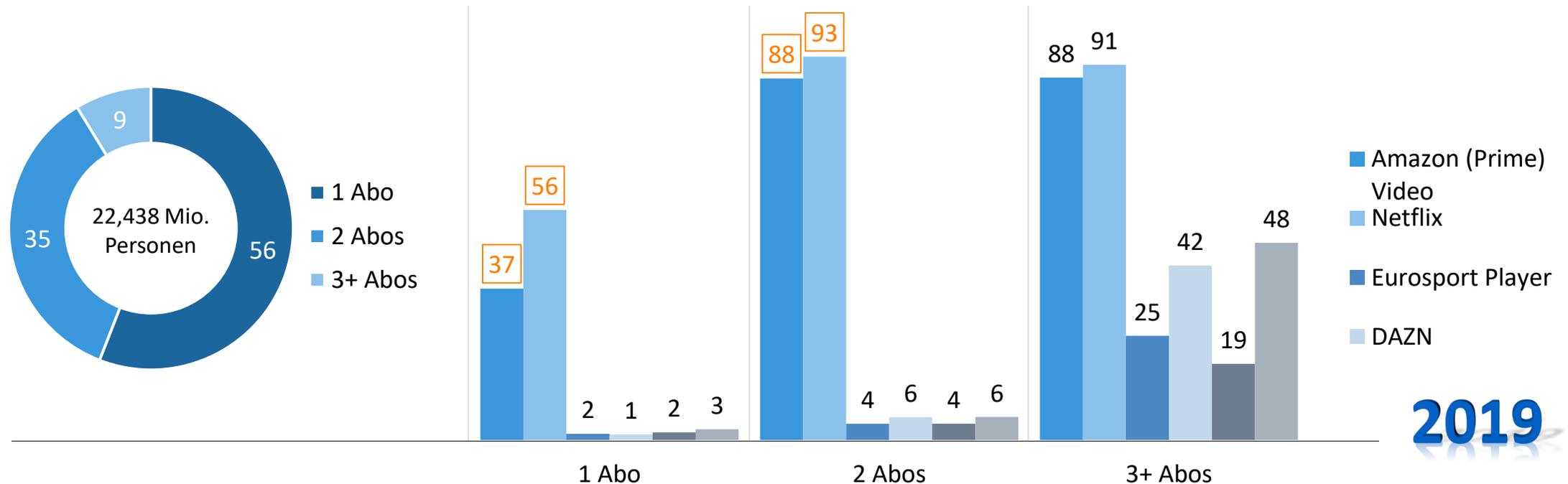
2019

Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 11,868 Mio. Haushalte in Deutschland mit mindestens einer Person mit Zugang zu einem SVOD-Abo (n=2.147)



## Fokus SVOD: Zugang zu Streamingdienst-Abos – Personen

An Netflix und Amazon kommt kaum jemand vorbei: Falls ein oder zwei Abos im Haushalt vorhanden, ist mindestens eins der beiden Angebote mit hoher Sicherheit vertreten.



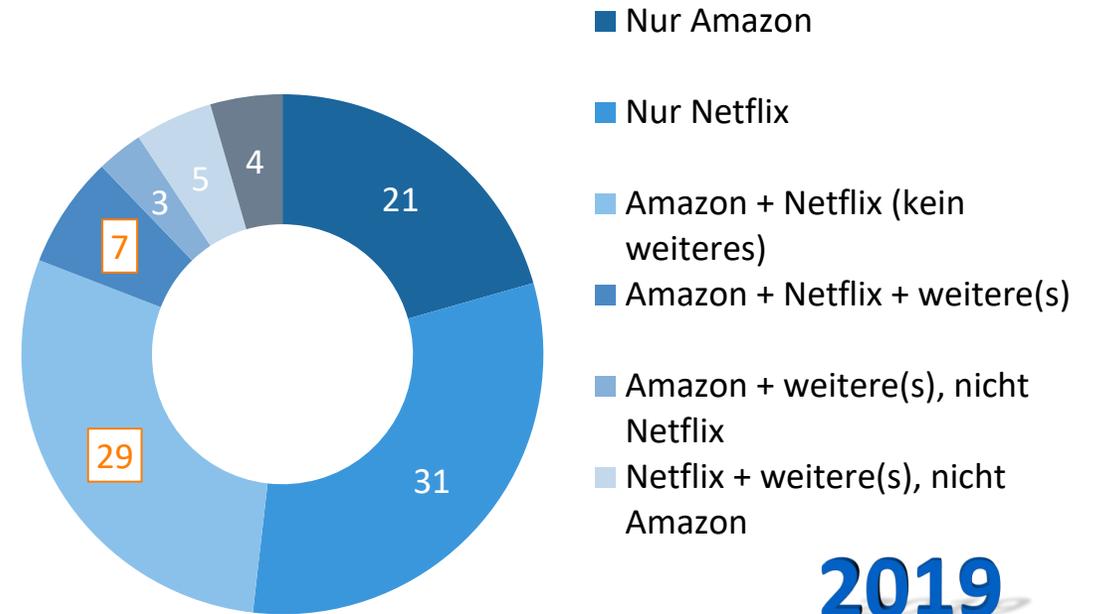
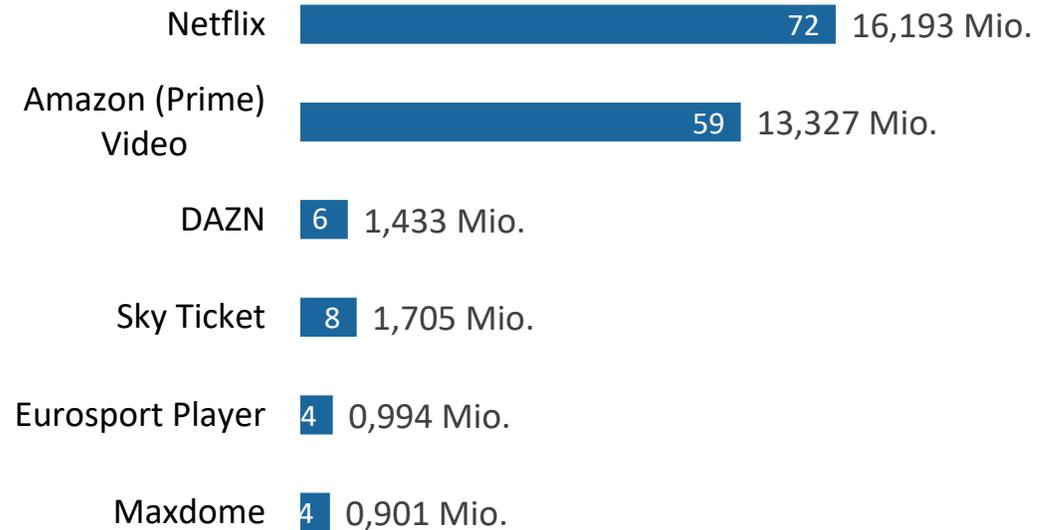
Angaben in Prozent

Basis: 22,438 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland mit Zugang zu mindestens einem SVOD-Abo (n=2.147)



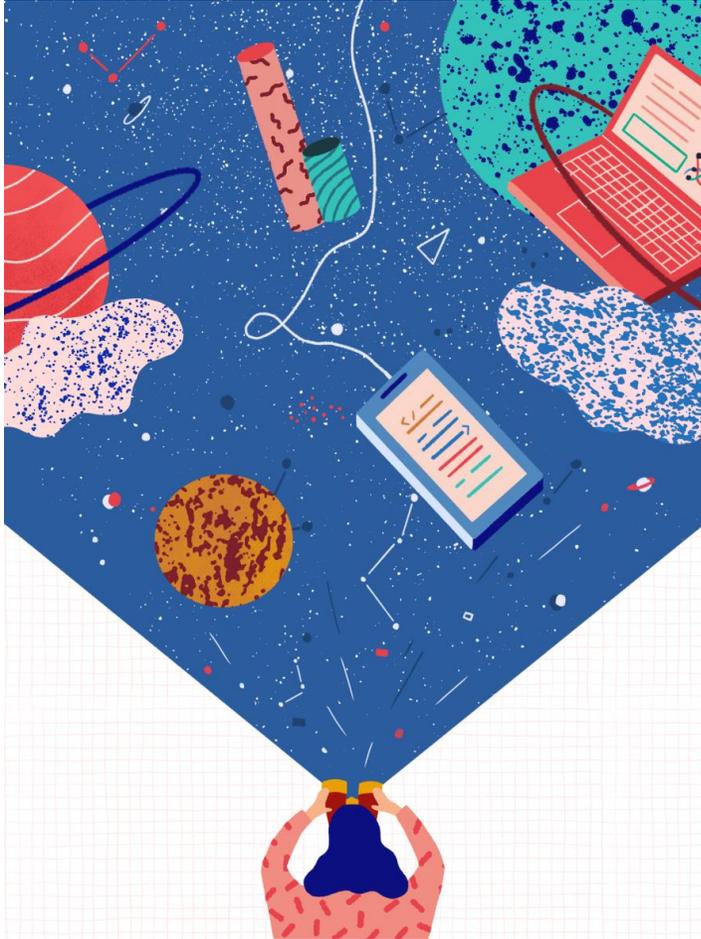
## Fokus SVOD: Zugang zu Streamingdienst-Abos / -Kombis – Personen

Mehr als ein Drittel hat Zugang sowohl zu Netflix als auch Amazon, nahezu ein weiteres Drittel hat ausschließlich Netflix abonniert, jeder Fünfte nur Amazon.



2019

Angaben in Prozent / Mio.; Basis: 22,438 Mio. Personen ab 14 Jahre in Deutschland mit Zugang zu mindestens einem SVOD-Abo (n=2.147)



# 6.6

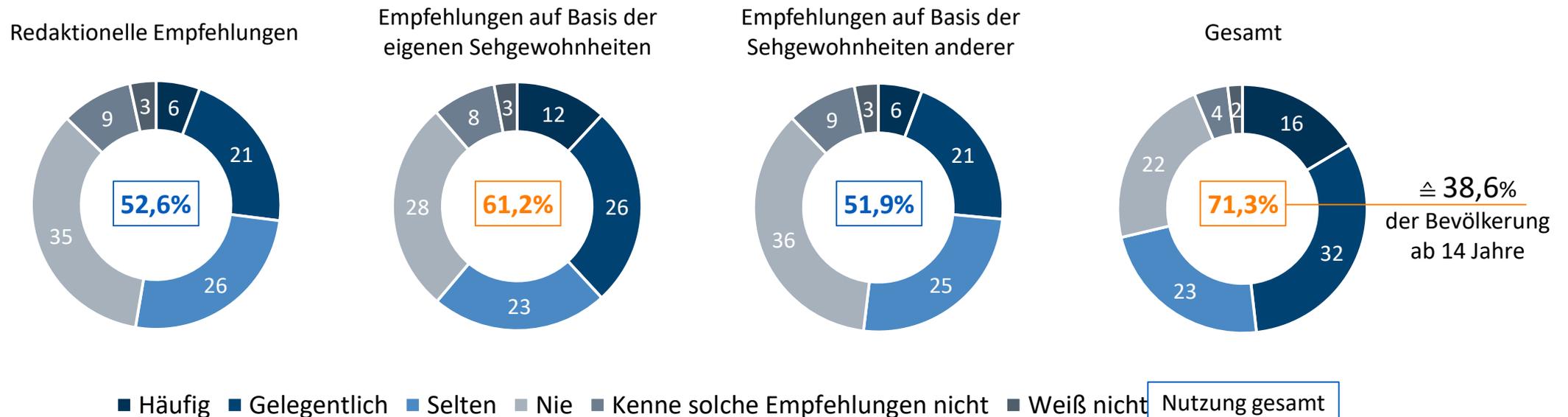
## Fokus Empfehlungssysteme



## Nutzung von Empfehlungen

Mehr als 70% der monatlichen OTT-Nutzer folgen zumindest selten Empfehlungen, am häufigsten solchen, die auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten erstellt werden.

**54,2%** der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens einmal im Monat OTT Content an irgendeinem Gerät: **38,164 Mio.**



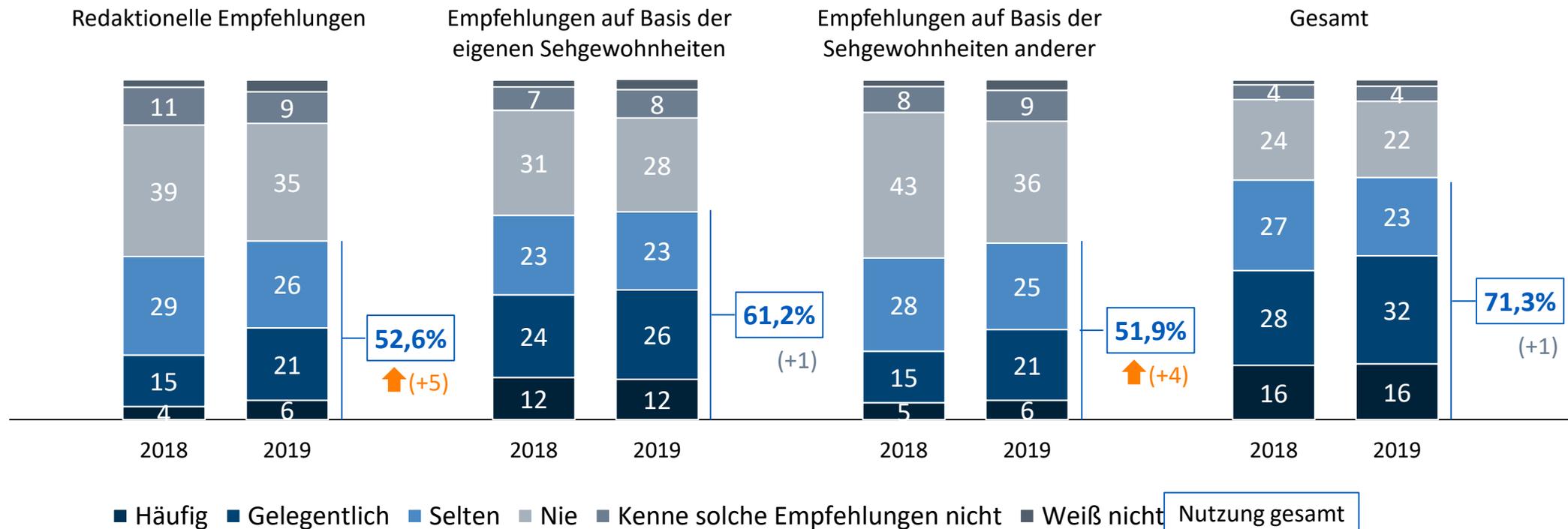
≅ 38,6%  
der Bevölkerung  
ab 14 Jahre

Angaben in Prozent  
Basis: 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (alle Geräte; n=4.004)



## Nutzung von Empfehlungen im Trend

Häufigere Nutzung insbesondere von redaktionellen Empfehlungen und solchen, die auf Basis der Sehgewohnheiten anderer erstellt werden.



Angaben in Prozent

Basis: 32,470 / 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (alle Geräte; n=3.791 / n=4.004)

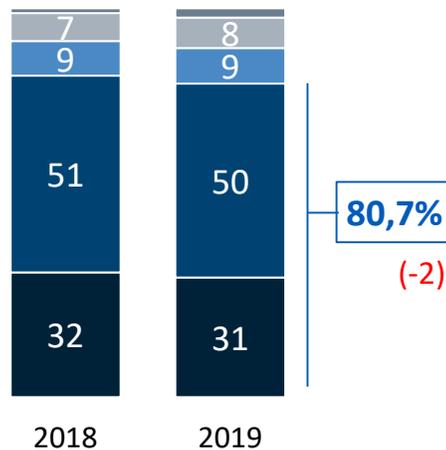


## Nutzung von Empfehlungen: „Passung“ der Empfehlungen

Bei ca. einem Drittel passen die Empfehlungen meistens, bei der Hälfte zumindest gelegentlich. Die Passung der Empfehlungen bleibt damit auf dem Niveau des Vorjahres.

**71,3%** der Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT Content nutzen, folgen Empfehlungen: **27,214 Mio.**

Passung der Empfehlungen gesamt



■ Ja, eigentlich immer / meistens

■ Ja, gelegentlich

„Passung“ gesamt

Gesamt

Kategorie	Jahr	Ja, eigentlich immer / meistens	Ja, gelegentlich	„Passung“ gelegentlich	„Passung“ nie
Redaktionelle Empfehlungen	2019	33	51	8	6
	2018	32	51	9	8
Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten	2019	32	52	8	6
	2018	35	51	8	5
Empfehlungen auf Basis der Sehgewohnheiten anderer	2019	35	51	9	4
	2018	35	53	8	4

Angaben in Prozent

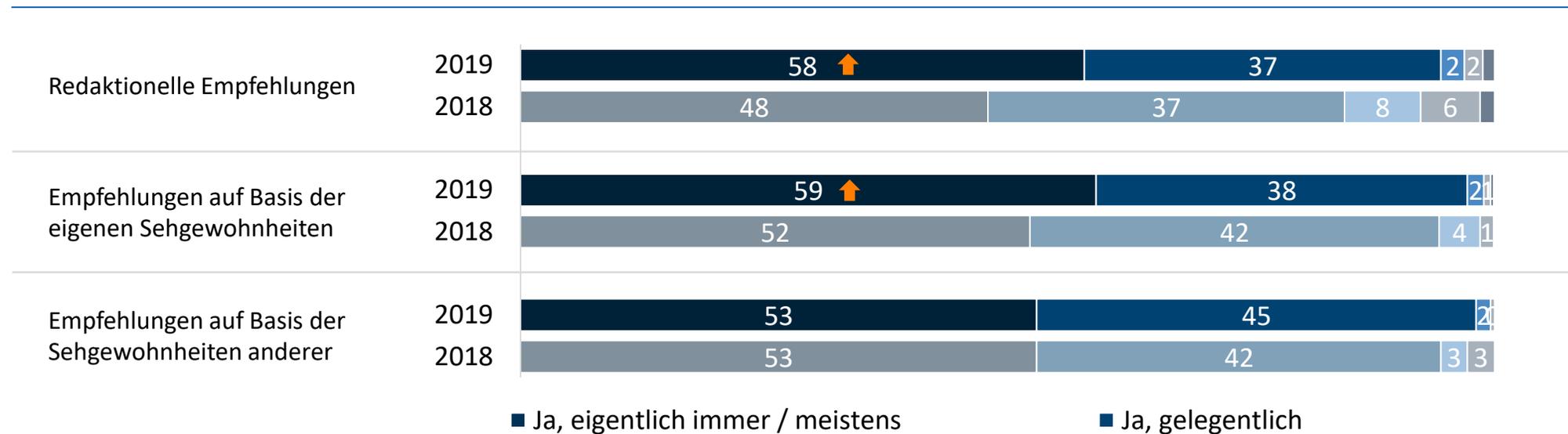
Basis: 22,923 / 27,214 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT und Empfehlungen nutzen (n=2.579 / n=2.852)



## Nutzung von Empfehlungen: „Passung“ der Empfehlungen

Häufige Nutzer von Empfehlungen bewerten die Passung von redaktionellen und auf Basis des eigenen Sehverhaltens erstellten Empfehlungen besser als noch vor einem Jahr.

### Passung der Empfehlungen bei Personen, die Empfehlungen **häufig** nutzen



Angaben in Prozent

Basis: Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen und Empfehlungen häufig nutzen: Redaktionelle Empfehlungen: 1,275 / 2,190 Mio. Personen (n=152 / n=221), Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten 4,037 / 4,538 Mio. Personen (n=393 / n=483), Empfehlungen auf Basis der Sehgewohnheiten anderer: 1,630 / 2,168 Mio. Personen (n=169 / n=204)

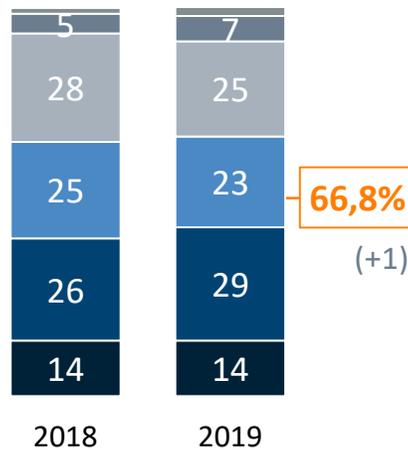


# Nutzung von Empfehlungen

Rund 2 von 3 monatlichen OTT-Nutzern nutzen auch automatische Empfehlungssysteme, die Mehrheit nutzt Empfehlungen, die auf dem eigenen Sehverhalten und dem anderer beruhen.

**54,2%** der Personen ab 14 Jahre nutzen mindestens einmal im Monat OTT Content an irgendeinem Gerät: **38,164 Mio.**

Automatische Empfehlungen\*  
gesamt



**66,8%**  
(+1)



■ Häufig ■ Gelegentlich ■ Selten ■ Nie ■ Kenne solche Empfehlungen nicht ■ Weiß nicht Nutzung gesamt

Angaben in Prozent \* Automatische Empfehlungen = Empfehlungen auf Basis der eigenen Sehgewohnheiten oder der Sehgewohnheiten anderer  
Basis: 32,470 / 38,164 Mio. Personen ab 14 Jahre, die mindestens einmal im Monat OTT nutzen (alle Geräte; n=3.791 / n=4.004)