

29.04.2019 - 13:40 Uhr

Neue Studie: Streaming wird traditionelles Fernsehen ersetzen

Bonn (ots) -

Ende März hat der US-Konzern Apple seinen neuen Streaming-Dienst vorgestellt: Apple TV+. Dieser soll Netflix, Amazon und Co. Konkurrenz machen - aber müssen sich auch traditionelle Fernsehsender sorgen? Dies untersuchte jetzt eine neue internationale Studie der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners.

"Traditionelles Fernsehen ist für mich nicht relevant": In einer aktuellen Simon-Kucher-Umfrage* stimmten im Großteil der teilnehmenden Länder teils weit mehr als 60 Prozent der Streaming-affinen Befragten dieser Aussage zu. Schlusslichter mit 46, 57 bzw. 58 Prozent waren Australien, Frankreich und Deutschland; bei letzterem ist jedoch die Nutzung von frei verfügbaren Inhalten traditioneller Fernsehsender (etwa über Mediatheken) mit über 70 Prozent vergleichsweise hoch. "Immer mehr Menschen wenden sich vom linearen Fernsehen ab", so Lisa Jäger, Medienexpertin und Partnerin bei Simon-Kucher. "Doch was tun sie stattdessen? Da die Antwort darauf große Auswirkungen auf den Werbemarkt hat, haben wir dies in unserer Studie unter die Lupe genommen."

Mehr Streaming durch hohe Qualität und keine Werbung

Immer mehr Menschen nutzen an Stelle von traditionellem Fernsehen Video-Streaming: im vergangenen Jahr laut Statista auf der ganzen Welt mehr als 1,02 Milliarden. Bis 2023 soll dieser Wert auf 1,24 Milliarden steigen. Das spiegelt auch die Umfrage wieder - im Länderdurchschnitt stimmten knapp 75 Prozent der Streaming-affinen Befragten der Aussage zu, dass Streaming bei ihnen traditionelles Fernsehen ersetzt. Besonders konsequent sind hier Singapur (95 Prozent), Mexiko (88 Prozent) und die USA (84 Prozent). "In Ländern mit geringem oder wenig attraktivem öffentlich-rechtlichen TV-Angebot werden Streaming-Dienste besonders gerne genutzt", sagt Jäger. "Da Nutzer länderübergreifend Werbebeeindrückungen ablehnen, nutzen sie statt privater, werbefinanzierter Fernsehsender lieber Video-Streaming."

Denn laut Studie war in allen teilnehmenden Ländern die Qualität der dargebotenen Inhalte wichtiger als der Preis bei der Auswahl eines Streaming-Diensts. Ebenso gaben alle Länder bis auf eines an, gerne einen höheren monatlichen Preis für ihr Streaming-Abonnement zu bezahlen, wenn es dafür keine Werbeunterbrechungen gibt. Die Zustimmungsraten für kostenfreies Streaming mit Werbespots lagen in allen Ländern unter 15 Prozent.

Qualität entscheidet

Doch was lässt der Eintritt eines weiteren starken Wettbewerbers wie Apple in den Markt erwarten? Anwender sind dem neuen Angebot gegenüber durchaus positiv eingestellt: Auf die Frage, ob sie sich ein Abonnement von Apple TV+ vorstellen könnten, antworteten in acht von neun Ländern zwischen 25 und 45 Prozent mit "Ja" sowie 40 bis 57 Prozent mit "Vielleicht". Lediglich Mexiko fällt hier mit deutlichen 69 Prozent Ja- und 23 Prozent Vielleicht-Stimmen aus dem Bild. Auch herrschte überwiegend Einigkeit: Einen monatlichen Preis für das Angebot von circa zehn Euro empfanden viele Nutzer als fair; lediglich in den lateinamerikanischen Ländern war die Zahlungsbereitschaft geringfügig niedriger.

Für Wettbewerber wie Netflix oder Amazon sind das gar nicht so bedrohliche Nachrichten: In sieben von neun Ländern gaben die meisten Teilnehmer an, dass sie Apple TV+ zusätzlich zu ihren bereits bestehenden Abonnements nutzen würden. Insbesondere in den lateinamerikanischen Ländern lag die Zustimmung, das Apple-Angebot zusätzlich zu den bislang verwendeten Diensten zu abonnieren, zwischen 46 und sogar 63 Prozent. Wegen des Apple-Angebots alle bisherig genutzte Abos kündigen würden in einem Dreiviertel der Länder weniger als zehn Prozent. "Das sind gute Nachrichten für die Branche, obwohl der Konkurrenzdruck zwischen verschiedenen Streaming-Anbietern etwa in Europa und den USA viel stärker ist. Unternehmen müssen hier kontinuierlich durch qualitativ hochwertigen Content überzeugen, um Kunden zu gewinnen und zu halten", so Jäger. "Spannend wird es auch, wenn diesen Herbst mit Disneys Streaming-Angebot Disney+ ein weiterer Player im Markt aktiv wird. Wenngleich sich das Disney+-Angebot inhaltlich an ein anderes Publikum richten dürfte als an den typischen Netflix-Kunden, ist nicht auszuschließen, dass es dann doch zu einem Verdrängungswettbewerb kommt."

* Über die Studie: Die Studie "Relevanz und zukünftige Nutzung von Apple TV+" wurde von Simon-Kucher & Partners im März und April 2019 in neun Ländern (Australien, Brasilien, Chile, Deutschland, Frankreich, Mexiko, Singapur, UK, USA) durchgeführt. Dabei wurden insgesamt 490 streaming-affine Personen zu ihrem aktuellen und künftigen Fernsehverhalten befragt. Alle Teilnehmer gaben an, entweder bereits ein Streaming-Abonnement zu besitzen oder sich vorstellen zu können, in Zukunft eines abzuschließen. Die Studie ist auf Anfrage erhältlich.

Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants: Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit rund 1.300 Mitarbeitern in 38 Büros weltweit vertreten.

Kontakt:

Angela Ott (Public Relations Manager)

Tel: +49 221 36794 386

E-Mail: angela.ott@simon-kucher.com

www.simon-kucher.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100827426> abgerufen werden.