

12.07.2023 - 07:28 Uhr

Streaming-Studie: 30 Prozent der Deutschen wollen Abos kündigen - Zahlungsbereitschaft sinkt von 15 Euro auf 10 Euro

Frankfurt (ots) -

In Zeiten der Rezession steigt der Anteil preissensitiver Streamer. Laut der Simon-Kucher Streaming Study sparen die Menschen in Deutschland jetzt auch an ihren Abos. Obwohl die Verbraucher mehr streamen als im Vorjahr, sind ihnen Einzelabos nur noch zehn Euro wert. Fast jeder dritte Streaming-User plant sogar Abos zu kündigen. Zwar werden auch neue Abos abgeschlossen - 41 Prozent der User würden dafür aber mindestens ein anderes Abo kündigen.

- Anteil der preissensitiven Streamer steigt: Zahlungsbereitschaft für Abos sinkt von 15 Euro auf 10 Euro
- 30 % der Streaming-User in Deutschland planen 2024 ein Streaming-Abo zu kündigen
- Hauptkündigungsgründe sind Sparabsichten, zu hohe Preise und zu viele Abos
- Für ein neues Streaming-Abo würden 41 % sogar mindestens ein bestehendes Abo kündigen
- Abopreis und breite Auswahl als wichtigste Kaufkriterien, Toleranz für Werbung steigt
- 26 % der User geben an, mehr zu streamen als im Vorjahr; Deutsche haben im Schnitt 2,1 Abos

Ganze 30 Prozent der Streaming-User wollen laut der aktuellen Simon-Kucher Streaming-Studie im nächsten Jahr ein Abo kündigen. Hauptgründe sind dabei der Wunsch zu sparen (47 Prozent), zu hohe Abopreise (37 Prozent) und zu viele bestehende Abos (29 Prozent).

Streaming-User setzen Rotstift an

"Im internationalen Vergleich verzeichnet Deutschland einen der höchsten Anstiege an geplanten Kündigungen von Streaming-Abos", erklärt Lisa Jäger, Partnerin und Global Head of Technology, Media & Telco bei Simon-Kucher. "Der Trend ist klar: Streaming-User in Deutschland setzen den Rotstift an."

So sinkt auch die Zahlungsbereitschaft der Verbraucher deutlich. Statt 15 Euro wollen User nur noch maximal 10 Euro für ein Einzelabo ausgeben. Das Gesamtbudget für Streaming-Abos fällt auf 25 Euro.

Konkurrenzkampf verschärft sich

Wer offen für neue Angebote ist, zieht laut der Simon-Kucher Streaming-Studie allerdings entsprechende Konsequenzen. Im Schnitt haben Streamer in Deutschland 2,1 Abos. Aber 41 Prozent der Befragten gaben an, zu Gunsten eines neuen Abos zunächst ein bestehendes Abo zu kündigen. "Die Hürde, neue Streaming-Kunden zu gewinnen, wird höher", fasst Lisa Jäger zusammen. "Streaming-Anbieter stehen in der Rezession immer mehr in direkter Konkurrenz."

Toleranz für Werbung steigt

Wie sich Neukunden gewinnen lassen? Laut der Simon-Kucher Streaming-Studie achten Verbraucher zunächst auf den Preis (84 Prozent), dann auf eine breite Auswahl an Inhalten (81 Prozent). Auf Platz drei und vier der Kaufkriterien für ein Streaming-Abo folgen Flexibilität bei der Kündigung (65 Prozent) und keine Werbeinhalte (47 Prozent). "Sowohl Kündigungsflexibilität als auch Werbefreiheit verlieren im Vergleich zum Vorjahr aber an Bedeutung", erklärt Lisa Jäger. "Ein Zeichen dafür, dass Kunden ihre präferierten Anbieter gefunden haben und die Toleranz für werbefinanzierte Pakete steigt."

Metamorphose statt Dilemma

Insgesamt deutet die Studie zwar nicht auf einen Aufwärtstrend in der Branche hin, dennoch gebe es aber Anlass zur Hoffnung. "Kunden sind nicht nur aufgeschlossener, sondern streamen insgesamt auch mehr", weiß Lisa Jäger. Denn: Ganze 26 Prozent der Verbraucher gaben an, dass sich ihr Streaming-Konsum in Vergleich zum Vorjahr gesteigert hat. Das Nutzersegment verschiebe sich schlichtweg in Richtung preisorientierter Nutzer. Das Fazit? "Die Streaming-Branche steckt nicht in der Krise aber in einer Metamorphose."

**Über die Studie: Die repräsentative Simon-Kucher Streaming Study 2023 wurde im Mai 2023 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Cintdurchgeführt. 11.910 Konsumenten in 12 Ländern weltweit (Deutschland: n=1.001) wurden u.a. zu Streaming-Verhalten, Inhaltspräferenzen und Zahlungsbereitschaft befragt. Die Pressemitteilung bezieht sich auf die Ergebnisse der Befragung in Deutschland.*

Weitere bzw. vertiefende Studienergebnisse (nur für Presse/Medien/Partnerunternehmen) auf Anfrage. Teil 2 von 3 der Simon-Kucher Streaming Studie erscheint voraussichtlich im Spätsommer/Herbst.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus:

"Unlocking better growth". Wir helfen unseren Kunden verantwortungsvoll und nachhaltig zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100909292> abgerufen werden.