

04.10.2023 - 08:22 Uhr

**Streaming-Studie: Integrierte Spiele animieren User zum Abokauf - Kommen jetzt mehr kostenloses Gaming und Extra-Funktionen?**



## Integriertes Gaming für Streaming-Abos

Was denken die 18-39-Jährigen laut der Simon-Kucher Streaming-Studie?



**43 %**

sind an einer Kombi aus Streaming und Gaming interessiert



**30 %**

würden eher ein Streaming-Abo abschließen, wenn Gaming enthalten ist



**40 % bis 50 %**

sind bereit, Aufpreise von bis zu drei 3 Euro für Spielepakete zu zahlen



**46 %**

glauben, dass Gaming die Qualität der Videoinhalte negativ beeinflusst

Frankfurt (ots) -

Bei integrierten Spielen ist rund jeder dritte User unter 40 Jahren eher bereit, ein Streaming-Abo abzuschließen. Bei den über 40-Jährigen ist jeder Fünfte interessiert. Obwohl die Nutzer laut der Simon-Kucher Streaming-Studie für Gaming-Funktionen bereits jetzt moderate Aufpreise akzeptieren würden, sind im Verdrängungskampf gebührenfreie Spielepakete zu erwarten. Mehr als jeder Dritte ist zudem an "Watch Together" interessiert, rund ein Viertel an "Social Streaming".

- Über 40 % der 18- bis 39-Jährigen sind an einer Kombi aus Streaming und Gaming interessiert
- 30 % der U40-User wären eher geneigt ein Streaming-Abo abzuschließen, wenn Spiele enthalten sind

- Aber: 46 % der 18-39-Jährigen glauben, dass Gaming die Qualität der Videoinhalte negativ beeinflusst
- 40 bis 50 % der U40-User sind bereit, moderate Aufpreise (1-3 Euro) für ein Spielepaket zu zahlen
- Mehr als jeder Dritte an "Watch-Together" (synchronisierte Wiedergabe an mehreren Orten) interessiert
- Rund ein Viertel an Social Streaming (sehen, was Familie und Freunden streamen) interessiert

Streaming und Gaming - laut der Simon-Kucher Streaming-Studie die perfekte Kombi. So freuen sich 43 Prozent der 18-39-Jährigen und 25 Prozent der Ü40-Jährigen, wenn ein Anbieter beide Inhalte bündelt. Die Begeisterung hat dabei direkten Einfluss auf das Kaufverhalten. Demnach würden 30 Prozent der 18-39-Jährigen und 16 Prozent der Ü40-Jährigen eher ein Abo abschließen, wenn im Streaming-Angebot auch Gaming-Optionen enthalten sind.

### Gaming-Optionen ziehen junge Zielgruppe an

Der Gaming-Trend unterstützt den derzeitigen Vorstoß der Streaming-Anbieter. "Gaming-Optionen sind effektiv, um vor allem bei der jüngeren Zielgruppe zu punkten", erklärt Lisa Jäger, Partnerin und Global Head of Technology, Media & Telco bei Simon-Kucher. "Spielepakete sind nicht mehr nur nice-to-have, sondern ein wichtiges Argument im Kampf um Kunden. Netflix hat bereits zahlreiche Spiele integriert und das kann sich zum entscheidenden Vorteil entwickeln."

### Mehr Spiele, weniger Qualität?

Blind nachziehen sollte die Konkurrenz aber nicht. Denn das Interesse an Spielepaketen hängt für 41 Prozent der 18-39-Jährigen und 29 Prozent der Ü40-Jährigen stark davon ab, auf welcher Plattform (z. B. Mobil, Desktop) die Spiele verfügbar sein werden. Zudem befürchten 46 Prozent der 18-39-Jährigen und 34 Prozent der Ü40-Jährigen, dass Gaming-Integrationen die Qualität der Videoinhalte negativ beeinflusst. "Als Testmärkte bieten sich außerdem eher Indien, China und Brasilien an, da die Begeisterung für integriertes Gaming hier deutlich höher ist als in Deutschland, Australien, Großbritannien, den Niederlanden oder Schweden" so Jäger.

### Kostenlose Gaming-Funktionen in Deutschland?

Ist Deutschland also ungeeignet? Nein. Obwohl die Zahlungsbereitschaft hierzulande geringer ist, wären schon jetzt rund 40 bis 50 Prozent der jüngeren Zielgruppe in Deutschland bereit, für integrierte Spiele einen Aufpreis von bis zu drei Euro zu zahlen. "Trotzdem ist in Deutschland vorerst eine kostenlose Integration von Spielen in das Streaming-Paket sinnvoll", erklärt Jäger. "Im Wettbewerb mit Netflix ist es zunächst wichtiger die jüngere Zielgruppe an sich zu binden und Kündigungen auf Grund von Preiserhöhungen zu vermeiden. Deutsche Streaming-Nutzer dürfen sich daher vermutlich auf mehr kostenlose Spiele freuen", meint Jäger.

### Jeder dritte Deutsche will "Watch Together"-Funktion

Aber es ist nicht nur Gaming, das die Streaming-Abonnenten reizt. Mehr als jeder Dritte (35 Prozent) ist an "Watch Together" interessiert - einer Funktion, die es mehreren Konten an verschiedenen Standorten ermöglicht, Inhalte gleichzeitig abzuspielen. Besonders Abonnenten von Disney+ (45%) und DAZN (43%) wünschen sich laut der Simon-Kucher Streaming-Studie, Inhalte mit Freunden synchronisieren zu können. WOW-Abonnenten zeigen mit 27 Prozent eher noch verhaltenes Interesse.

### Sehen wir bald, was unsere Freunde streamen?

Ebenfalls im Kommen: Social Streaming. Rund jeder vierte Streaming-User (27 Prozent) würde gerne sehen, was Freunde und Familienmitglieder gerade streamen. Besonders Abonnenten von Disney+ (36 Prozent) sind hier neugierig. Und die Funktion ist alles andere als Zukunftsmusik. "Amazons Watch-Party-Funktion ist bereits jetzt in Deutschland verfügbar. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Funktionen wie 'Social Streaming' und 'Watch Together' vermehrt angeboten werden", resümiert Lisa Jäger.

**\*Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Streaming Study 2023 wurde im Mai 2023 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Cint durchgeführt. 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.

**Vertiefende Studienergebnisse zum Gaming-Special der Streaming-Studie sowie die Infografik in Print-Auflösung** (nur für Presse/Medien/Partnerunternehmen) auf Anfrage. [Teil 1, 2 und 3 der Streaming-Studie stehen bereits zum Download bereit.](#)

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)

Pressekontakt:

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

#### Medieninhalte



*Integriertes Gaming für Streaming-Abos: Einschätzung der 18-39-Jährigen gemäß Simon-Kucher Streaming-Studie / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/78805](http://www.presseportal.de/nr/78805) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.*

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100911978> abgerufen werden.