

Pressemitteilung

Netflix, Spotify, Amazon – und sonst?

Appinio Hypetrain: So stehen die Deutschen zu Abomodellen

Hamburg, Mai 2023 – Vor ein paar Tagen schockte Netflix seine Abo-Community: Account-Sharing ist vorbei, also entweder mehr zahlen oder ein neues Abonnement abschließen. Ein mutiger Schritt, der sich auch als Eigentor erweisen könnte. Denn der neue Appinio Hypetrain zur *Subscription Economy* weist Netflix zwar als klaren Marktführer aus, gleichzeitig spielt der Preis eine entscheidende Rolle bei der Anbieter-Auswahl. Worauf achten die Deutschen sonst bei digitalen und physischen Abo-Modellen? Der Appinio Hypetrain Report inklusive repräsentativer Befragung (nach Alter und Geschlecht) von 1.000 Menschen wirft einen Blick auf die Subscription-Vorlieben der Deutschen – von Beauty-Paketen über Kleidung bis hin zu Tierbedarf – und Hypethemen, zusammengestellt von Haruka Gruber von DAZN.

Video: Kampf zwischen Netflix und Amazon Prime

Sieben von zehn Deutschen haben ein Abo bei Netflix, Disney Plus, Apple TV und Co. (73 Prozent). Fast genauso viele (68 Prozent) teilen ihren Account mit einer oder zwei Personen (34 bzw. 17 Prozent). Als klare Nummer 1 sticht Netflix heraus (78 Prozent), gefolgt von Amazon Video und Disney Plus (67 bzw. 44 Prozent). Mehr als jeder Dritte (35 Prozent) hat dank einer Bundle-Option Zugriff auf mehrere Dienste.

Nach welchen Faktoren entscheiden sich Menschen für einen Videostreaming-Dienst? Generationenübergreifend steht die Preisgestaltung ganz oben (73 Prozent), erst dann kommen das Angebot und nutzerfreundliche Navigation (64 & 41 Prozent). Exklusive Original-Serien sind für jeden zweiten Deutschen (52 Prozent) ein Grund, einen Streaming-Service zu abonnieren.

Audio: Spotify hängt alle ab

Fast jeder zweite Deutsche besitzt ein Audio-Streaming-Abo (46 Prozent). Spotify ist klarer Favorit, mit weitem Abstand folgen Amazon Music und YouTube Music (60, 17 und 9 Prozent). Beim Audiostreaming ist jedoch die Preisgestaltung genauso wichtig wie die Größe der Musikbibliothek (65 Prozent). Die Audioqualität folgt erst an dritter Stelle (56 Prozent). Die Offline-Verfügbarkeit von Inhalten ist für jeden Zweiten (52 Prozent) relevant, für die Generation Z (16- bis 24-Jährige) stehen Offline-Downloads auf einer Stufe mit der Musikauswahl (66 vs. 68 Prozent).

Insights zu den Deutschen und ihre Abo-Vorlieben

- Jeder Vierte (26 Prozent) besitzt ein Gaming-Abo (Xbox Game Pass oder Playstation Plus), doch nur jeder Sechste (17 Prozent) ein Nachrichten-Abo
- Streaming Video Top 3: Smart TV, Smartphone und Tablet (80, 64 und 49 Prozent)
- Streaming Audio Top 3: Smartphone, Smart TV und Laptop/PC (90 und je 44 Prozent)
- Jeder Fünfte (20 Prozent) abonniert eine Lebensmittelbox – für neue Rezeptideen, gesündere Ernährung und Verschwendung vermeiden (70, 64 und 58 Prozent)
- Abo-Boxen Top 3: Beauty, Tierbedarf, Gesundheit/Hygiene (76, 66 und 61 Prozent)
- Potenzielle Hypes in 2023/2024: True Crime, American Football, Survival-Serien
-

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Vollständiger Report: [Zum Report](#)

Studienergebnisse: research.appinio.com/#/en/survey/public/OX_r2UHJ2

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130