

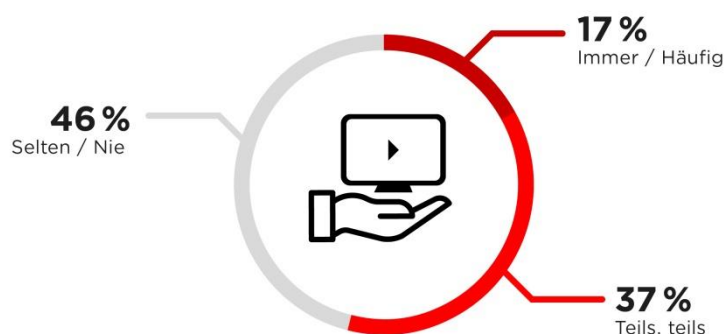
newTV-Report von nextMedia.Hamburg

Von wegen allwissender Algorithmus: Hälfte der Nutzer*innen mit Empfehlungen von Streamingdiensten unzufrieden

- 46 Prozent der Nutzer*innen von Streamingdiensten bekommen selten bis nie passende Streaming-Empfehlungen.
- Nur 19 Prozent der 18- bis 29-jährigen Online-Streamer*innen würden der Umwelt zuliebe auf die Nutzung von Streamingdiensten verzichten.
- Nur acht Prozent der Deutschen glauben, dass es Disney+ gelingen wird, Netflix im Bereich der Familienunterhaltung zu verdrängen.
- Die Hälfte der deutschen Fußballinteressierten ist nicht bereit, für Live-Übertragungen der Fußball-Bundesliga zu zahlen.

Hamburg, 02.04.2020. Streamingdienste haben in der Corona-Krise Hochkonjunktur – doch wie gut kennt der Algorithmus die Interessen und Vorlieben der Nutzer*innen wirklich? Der newTV-Report von nextMedia.Hamburg, der in Zusammenarbeit mit dem Umfrageinstitut Civey durchgeführt wurde, zeigt: Die Empfehlungssysteme von Streamingdiensten sind durchaus verbesserungswürdig, insbesondere das ältere Publikum ist größtenteils unzufrieden. Insgesamt bewertet jede*r zweite Konsument*in von Streamingangeboten (46 Prozent) die automatisch generierten Film- und Serienvorschlägen als unpassend, nur 19 Prozent der Nutzer*innen sind mit den algorithmusbasierten Anregungen zufrieden.

Wie häufig kommt es vor, dass die Empfehlungen der Streamingdienste tatsächlich zu Ihrem Geschmack passen?



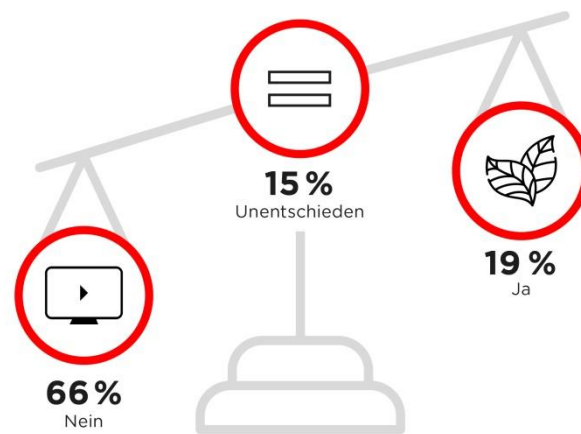
👤 Nutzer*innen von Streamingdiensten

Gleichzeitig macht der Blick auf die Altersgruppen deutlich, dass die Algorithmen der Streamingdienste von den jüngeren User*innen deutlich positiver bewertet werden: Hier ist die Zahl der zufriedenen Nutzer*innen mit 28 Prozent sogar geringfügig höher als die Zahl der unzufriedenen Nutzer*innen (26 Prozent). Ein gänzlich anderes Bild bei den Älteren: 54 Prozent der

50- bis 65-jährigen Abonnent*innen empfinden die Empfehlungen als unpassend, bei den Über-65-Jährigen sind es 66 Prozent.

Ein Altersgefälle wird auch bei der Diskussion um die Umweltschädlichkeit von Online-Video-Angeboten deutlich, die die meisten Streamingdienst-Nutzer*innen nicht zum Verzicht von Netflix und Co. bewegen würde. Diese Haltung scheint insbesondere bei den jüngeren Nutzer*innen vorzuherrschen: So würde nur jede*r Fünfte der 18- bis 29-jährigen Streamingdienst-Abonnent*innen (19 Prozent) der Umwelt zuliebe auf die Nutzung von Streamingdiensten verzichten.

Würden Sie der Umwelt zuliebe auf die Nutzung von Streamingdiensten verzichten?

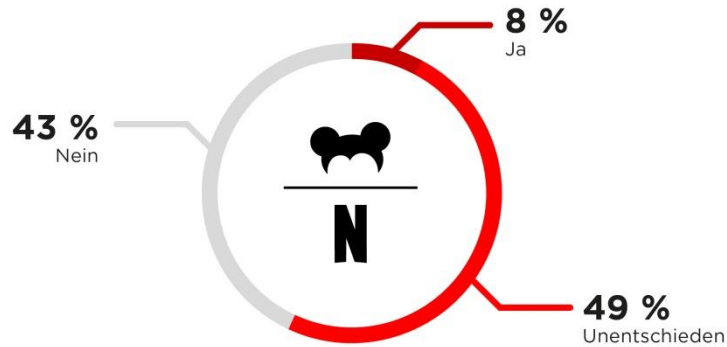


18- bis 29-jährige Nutzer*innen von Streamingdiensten

Bei den 50- bis 65-jährigen Streamingnutzer*innen könnten sich hingegen 30 Prozent vorstellen, zum Schutze der Umwelt auf die entsprechenden Angebote zu verzichten, bei den Über-65-Jährigen sind es sogar 40 Prozent. Insgesamt kann sich allerdings nur jede*r vierte Nutzer*in vorstellen, aus Klimaschutzgründen auf das Online-Streaming zu verzichten.

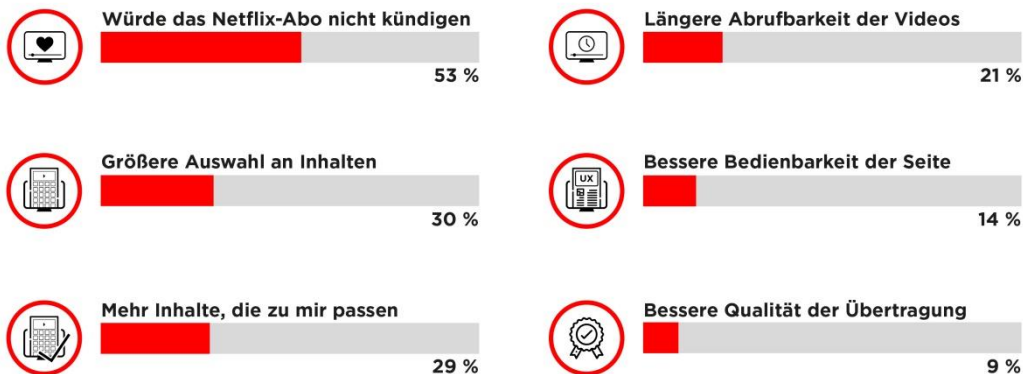
Nimmt man diese Zahlen zur Grundlage, verwundert es nicht, dass die Konkurrenz auf dem Streamingmarkt stetig zunimmt. Mit Disney+ ist in der vergangenen Woche ein weiterer Streaming-Service ins Deutschland-Geschäft eingestiegen, der mit seinem Programm vor allem Familien adressiert und dem Branchen-Primus Netflix Konkurrenz machen soll. Der newTV-Report zeigt allerdings, dass nur acht Prozent der Deutschen glauben, dass es Disney+ gelingen wird, Netflix im Bereich der Familienunterhaltung zu verdrängen. Jede*r Zweite (49 Prozent) ist bei dieser Frage noch unentschieden und kann den Erfolg von Disney+ nicht so richtig abschätzen. 43 Prozent sind davon überzeugt, dass sich Netflix auch im Bereich der Familienunterhaltung gegen Disney+ durchsetzen wird.

Wird es Disney+ gelingen, Netflix im Bereich der Familienunterhaltung zu verdrängen?



Gute Zeiten für Netflix, das sich also keine Sorgen vor einer wegbrechenden Nutzerschaft machen muss. Dafür spricht auch, dass mehr als die Hälfte der Netflix-User*innen (53 Prozent) ihr Abonnement auch dann nicht kündigen würde, wenn die öffentlich-rechtlichen Mediatheken ihr Angebot verbessern würden.

Was müsste sich bei den öffentlich-rechtlichen Mediatheken ändern, damit Sie Ihr Netflix-Abo kündigen?



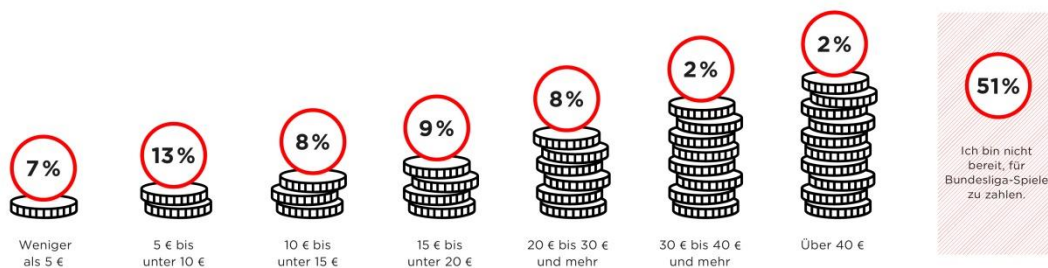
Netflix-Nutzer*innen

Etwa jede*r dritte Netflix-Abonnent*in (30 Prozent) würde hingegen eine Kündigung des Streaming-Vertrags in Betracht ziehen, wenn die Mediatheken von ARD, ZDF und Co. eine größere Auswahl an Inhalten hätten. 29 Prozent würden das Abo kündigen, wenn die Inhalte passender wären. Eine längere Aufrufbarkeit von Inhalten würden sich 21 Prozent der Netflix-Nutzer*innen

wünschen. Eine bessere Bedienbarkeit der Seite (14 Prozent) und die Qualität der Inhalte (neun Prozent) werden hingegen kaum als mögliche Kündigungsgründe genannt.

Ein weiteres Diskussionsthema dieser Tage ist die bevorstehende Vergabe der medialen Verwertungsrechte der Fußball-Bundesliga, bei der die Deutsche Fußball Liga (DFL) zuletzt auf Einnahmen in Milliardenhöhe spekulierte. Der newTV-Report zeigt jedoch: Die Hälfte der deutschen Fußballinteressierten (51 Prozent) ist überhaupt gar nicht bereit, für Live-Übertragungen der Fußball-Bundesliga zu zahlen. Auch bei den grundsätzlich zahlungsbereiten Fußball-Fans hält sich die allgemeine Zahlungsbereitschaft in Grenzen. So sind 88 Prozent der Fußballinteressierten nicht bereit, mehr als 20 € für die Live-Übertragung aller Fußball-Bundesliga-Spiele zu zahlen. 71 Prozent sind sogar nicht einmal dazu bereit, mehr als 10 € für die Live-Übertragung aller Fußball-Bundesliga-Spiele zu zahlen.

Wie viel Geld würden Sie maximal monatlich ausgeben, um alle Fußball-Bundesliga-Spiele live verfolgen zu können?



 Fußballinteressierte

Ein genauerer Blick auf die Zahlen offenbart außerdem: Je jünger der Fußball-Fan, desto höher die generelle Zahlungsbereitschaft für die Übertragung aller Fußball-Bundesliga-Spiele. Während 63 Prozent der Über-65-Jährigen nicht dazu bereit sind, für die Übertragung der Fußball-Bundesliga-Spiele zu zahlen, sind es bei den 18- bis 29-jährigen Fußballinteressierten nur 34 Prozent.

Zusammenfassend zeigt die Studie im Auftrag von nextMedia.Hamburg auf: Die Streamingdienst-Nutzer*innen bewerten Vorschläge der automatisierten Empfehlungssysteme als überwiegend unpassend, insbesondere die ältere Nutzerschaft ist mit den algorithmusbasierten Empfehlungen unzufrieden. Ein ähnliches Altersgefälle wird auch bei der Diskussion um die Umweltverträglichkeit von Online-Video-Angeboten ersichtlich. Insgesamt kann sich nur jede*r Vierte vorstellen, aus Umweltschutzgründen auf Streamingangebote zu verzichten. Darüber hinaus glaubt ein Großteil der Deutschen, dass sich Netflix auch im Bereich der Familienunterhaltung gegenüber Disney+ durchsetzen wird.

*Das digitale Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey hat im Auftrag von nextMedia.Hamburg Personen zwischen dem 11. und dem 22. März 2020 befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren und im Speziellen für Streamingdienst-Nutzer*innen, Netflix-Nutzer*innen und Fußballinteressierte.*

Über nextMedia.Hamburg:

nextMedia.Hamburg ist die Standortinitiative für die Hamburger Medien- und Digitalszene. Die Initiative unterstützt eine innovationsorientierte Zusammenarbeit zwischen Medien- und Digitalunternehmen, Hochschulen, ihren Studierenden sowie engagierten Treibern aus Hamburg. Ziel von nextMedia.Hamburg ist es, Hamburgs Spitzenposition als Medien- und Digitalstandort auszubauen. Die Initiative versteht sich als Knotenpunkt in einem starken Netzwerk. Sie ist Teil der Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH.

Abonnieren Sie jetzt den Newsletter und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen aus der Medien- und Digitalbranche sowie zu unseren Programmen und Events. Weitere Informationen unter www.nextMedia-Hamburg.de

Kontakt für Rückfragen:

nextMedia.Hamburg
Bastian Springer
E-Mail: Bastian.Springer@nextmedia-hamburg.de
Tel.: 040 87 97 986 126

Faktor 3 AG
Julian Dietes
E-Mail: J.Dietes@faktor3.de
Tel.: 040 67 94 46 6366