



MEDIENNUTZUNG 2022

Studie zum Nutzungsverhalten,
Einstellungen und aktuellen
Trends in der Medienlandschaft
Deutschlands

28.02.2022

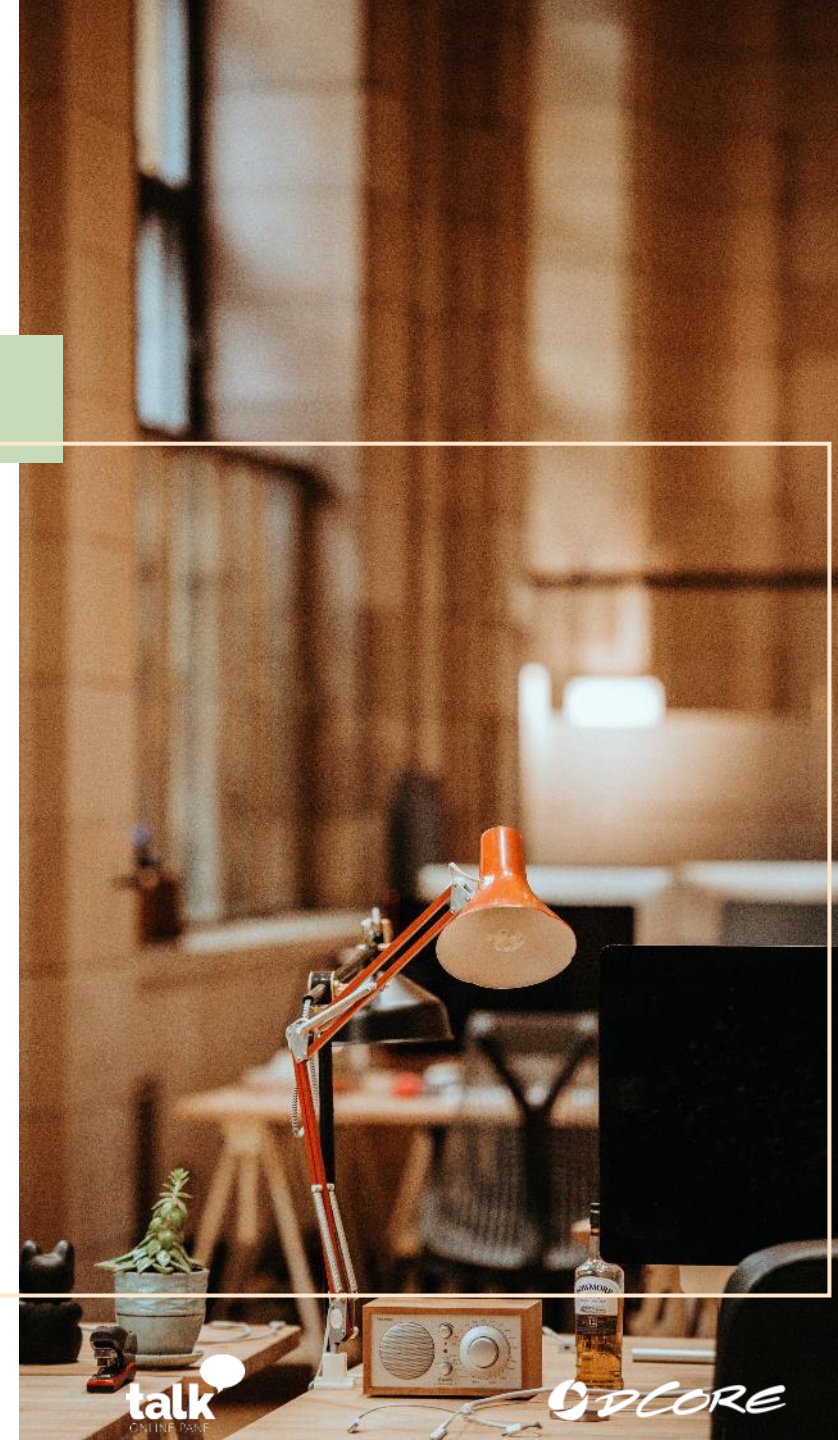
talk
ONLINE PANEL

IDCORE

DCORE MEDIENNUTZUNGSSTUDIE 2022

STUDIENSTECKBRIEF

- // **Methode** deutschlandrepräsentative Onlinebefragung
- // **Zielgruppe** Onliner (Internetnutzung in den letzten drei Monaten) zwischen 16 und 69 Jahren
- // **Stichprobe** n = 1.015
- // **Daten** gewichtet nach b4p Strukturdaten (Geschlecht x Alter, Bildung)
- // **Feldzeit** Dezember 2021
- // **Inhalte** Mediennutzung und -einstellung, Podcasts, Influencer, Streaming, Digitalabos, Medienethik
- // **Durchführung** DCORE GmbH mit Talk Online Access Panel



DIGITALABOS 2022

ENTERTAINMENT ZUHAUSE AUF KNOPFDRUCK

Streaming-Dienste haben seit der Pandemie zweifelsfrei an Bedeutung gewonnen. Doch wie genau äußert sich deren Relevanz bei den deutschen Onlinern?

- **Welche und wie viele kostenpflichtige digitale Abos besitzt Deutschland?**
- **Warum beziehen sie digitale Abonnements?**
- **Lohnen sich die abgeschlossenen Abos überhaupt?**
- **Gibt es Platz für mehr?**

Diese und viele weitere Fragen beantwortet unsere Mediennutzungsstudie 2022.

MANAGEMENT SUMMARY

Kostenpflichtige, digitale Streaming-Dienste sind weitverbreitet.

71 %

Besitzen mind. ein kostenpflichtiges Digitalabo

29 %

Besitzen kein kostenpflichtiges Digitalabo

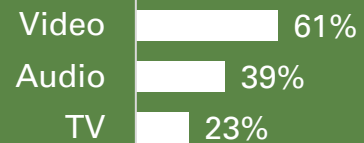
Ø Anzahl Abos

Ein Onliner besitzt im Schnitt zwei kostenpflichtige Digitalabos – je jünger er ist, desto mehr.

Unausgeschöpftes Potenzial

14,7% der deutschen Onliner wären prinzipiell bereit, für digitale journalistische Inhalte zu zahlen, besitzen aber noch kein kostenpflichtiges digitales Abonnement

Abo-Art



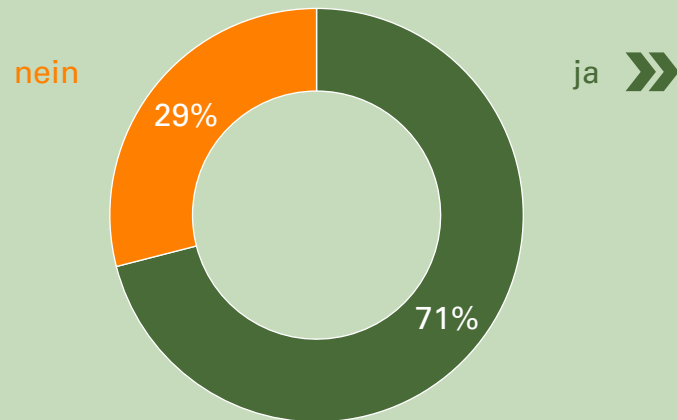
Audio- & TV-Abos kommen selten allein: über Dreiviertel der Audio- & TV-Streaming-Abonnenten haben zusätzlich ein Video-Streaming-Abo

Quelle: DCORE Befragung Mediennutzung 2022 | Basis Gesamt n = 1.015 | Fragen: Welche der folgenden kostenpflichtigen digitalen Abonnements hast Du? (DigitalAbo eines journalistischen Angebots, Spotify, Apple Music, Audible, Amazon Music, YouTube Music, Deezer, Netflix, Amazon Prime, Maxdome, YouTube Premium, Disney +, Apple TV+, Joyn Plus+, Magenta TV, Sky / Sky Ticket, Dazn, RTL+, Sonstiges); Inwieweit treffen die untenstehenden Aussagen auf Dich zu? – ‚Für bestimmte journalistische Inhalte und Artikel auf Webseiten bin ich bereit, auch Geld zu bezahlen.‘

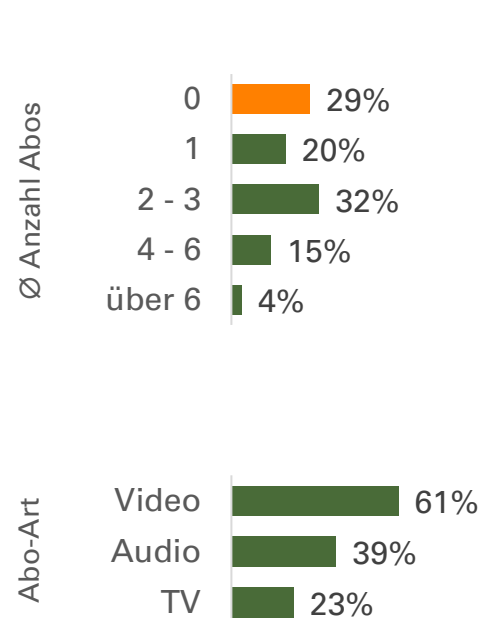


MEHR ALS ZWEI DRITTEL DER DEUTSCHEN ONLINER GIBT GELD FÜR DIGITALE ANGEBOTE AUS.

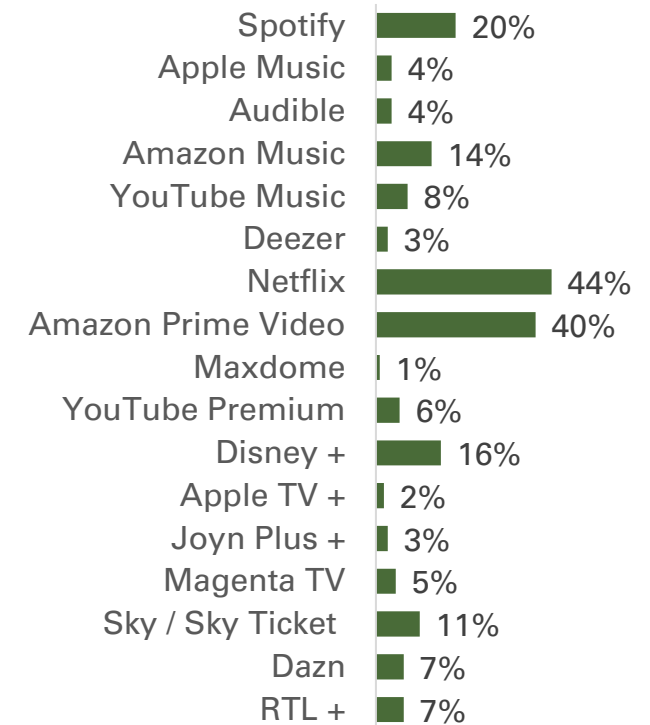
HABEN MIND. EINEN KOSTENPFLICHTIGS DIGITALE ANGEBOT ABONNIERT



ANZAHL & ART DER DIGITALABOS



VERTEILUNG AUF STREAMING-DIENSTE



Quelle: DCORE Befragung Mediennutzung 2022 | Basis Gesamt n = 1.015, Fragen: Welche der folgenden kostenpflichtigen digitalen Abonnements hast Du? (DigitalAbo eines journalistischen Angebots, Spotify, Apple Music, Audible, Amazon Music, YouTube Music, Deezer, Netflix, Amazon Prime, Maxdome, YouTube Premium, Disney +, Apple TV+, Joyn Plus+, Magenta TV, Sky / Sky Ticket, Dazn, RTL+, Sonstiges)

DER ABO-ABSCHLUSS IST ENTSCHEIDEND.



DER ABO-ABSCHLUSS ZÄHLT

Onliner besitzen im Schnitt **zwei kostenpflichtige Digitalabos**. Der Abschluss des Abos ist dabei das Entscheidende, denn tatsächlich lohnen sich in den Augen der Befragten durchschnittlich 79% ihrer Abos *nicht* – und sie bleiben trotzdem dabei. Dieses Phänomen ist in der Psychologie als Status-quo-Fehler bekannt, wonach der Status Quo trotz besseren Optionen gerne beibehalten wird¹. Je mehr Digitalabos eine Person abgeschlossen hat, desto eher empfindet sie diese allerdings auch als lohnenswert.

UNAUSGESCHÖPFTES POTENZIAL

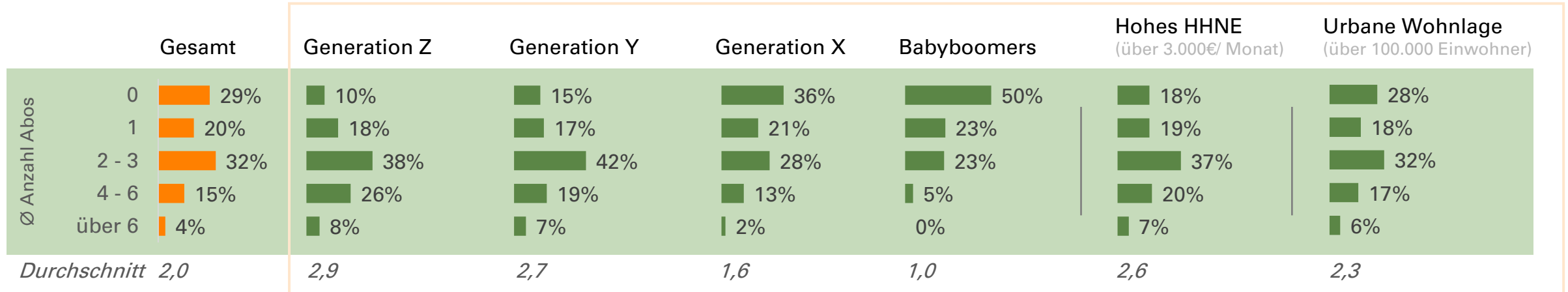
14,7% der deutschen Onliner wären prinzipiell bereit, für digitale journalistische Inhalte zu zahlen, besitzen aber noch kein kostenpflichtiges digitales Abonnement



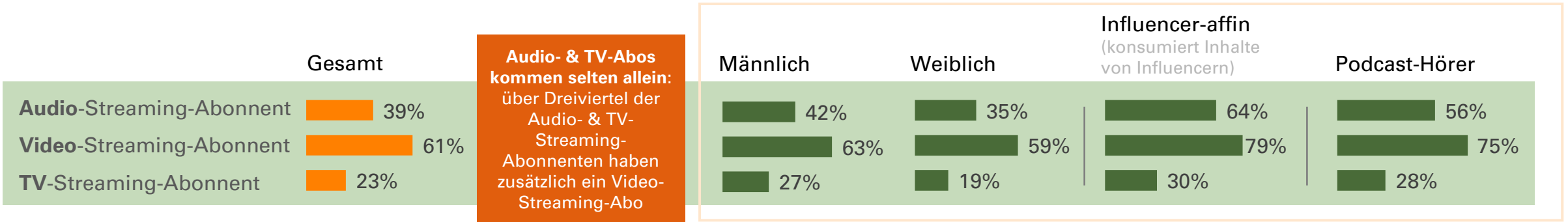
Quelle: DCORE Befragung Mediennutzung 2022 | Basis Gesamt n = 1.015 | Fragen: Inwieweit treffen die untenstehenden Aussagen auf Dich zu? – ‚Für bestimmte journalistische Inhalte und Artikel auf Webseiten bin ich bereit, auch Geld zu bezahlen.‘; Welche der folgenden kostenpflichtigen digitalen Abonnements hast Du?; Wenn Du Dir einmal Deine tatsächliche Nutzung Deiner Abonnements vor Augen führst: Für welche Deiner Abonnements lohnen sich Deiner Meinung nach die Kosten?; ¹ <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/status-quo-fehler>

DER EXTREM-ABONNENT: MÄNNLICH, GENERATION Z, WOHLHABEND, URBAN, INFLUENCER-AFFIN & PODCAST-HÖRER.

ANZAHL KOSTENPFLICHTIGER DIGITALABOS AUS DEM BEREICH ENTERTAINMENT



STREAMING NACH KATEGORIEN



Quelle: DCORE Befragung Mediennutzung 2022 | Basis Gesamt n = 1.015, Gen Z n = 153, Gen Y n = 312, Gen X n = 310, Babyboomers n = 241, hohes HHNE n = 313, urbane Wohnlage n = 383, männlich n = 513, weiblich n = 500, Influencer-Konsument n = 252, Podcast-Hörer n = 294 | Fragen: Welche der folgenden kostenpflichtigen digitalen Abonnements hast Du? (DigitalAbo eines journalistischen Angebots, Spotify, Apple Music, Audible, Amazon Music, YouTube Music, Deezer, Netflix, Amazon Prime, Maxdome, YouTube Premium, Disney +, Apple TV+, Joyn Plus+, Magenta TV, Sky / Sky Ticket, Dazn, RTL+, Sonstiges)

JEDES ABONNEMENT ERFÜLLT VERSCHIEDENE BEDÜRFNISSE.

MEISTABONNIERTER AUDIO-STREAMING-DIENST

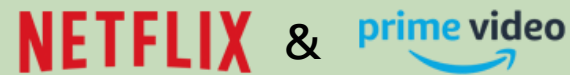


19,8% der deutschen Onliner haben ein Spotify-Abo

Was schätzen Onliner daran?

- Umfassende Musikauswahl
- Kombination aus Musik, Podcasts & Hörbüchern
- Werbefreiheit
- Möglichkeit des Teilens mit Freunden
- Einfache Handhabung
- Möglichkeit des Offline-Hörens
- Flexibilität des Streamens

MEISTABONNIERTER VIDEO-STREAMING-DIENST



44,5% der deutschen Onliner haben ein Netflix-Abo, **40,4%** ein Amazon Prime Video-Abo

Was schätzen Onliner daran?

- Umfassende Film- & Serienauswahl
- Möglichkeit für Gruppenabonnements
- Gefühl des ‚Dazugehörens‘
- Flexibilität des Streamens
- Kombination mit Prime-Versand
- Günstig
- Umfassende Film- & Serienauswahl

MEISTABONNIERTER TV-STREAMING-DIENST



11,5% der deutschen Onliner haben ein Sky- / Sky Ticket-Abo

Was schätzen Onliner daran?

- Sportübertragungen (Fußball & Formel 1)
- Gute Film- & Serienauswahl
- Alleinige Ausstrahlungsrechte von Sky

Quelle: DCORE Befragung Mediennutzung 2022 | Basis Gesamt n = 1.015, Zufallsauswahl offene Frage Spotify-Abonnenten n = 88, Netflix-Abonnenten n = 94, Amazon Prime Video-Abonnenten n = 90, Sky / Sky Ticket-Abonnenten n = 43 | Fragen: Welche der folgenden kostenpflichtigen digitalen Abonnements hast Du?; Für die folgende Frage haben wir eines Deiner Abos zufällig ausgewählt: Bitte denke jetzt nur an Dein XX-Abo. Was gefällt Dir daran? Warum nutzt Du genau dieses Abo?

WELCHE CHARAKTERISTIKA BEGÜNSTIGEN WELCHES ABO?



AMAZON IST UNTER ÄLTEREN ONLINERN SEHR BELIEBT selbst von den 60-69 Jährigen haben noch 7,4% Amazon Music und 21,3% Amazon Prime Video abonniert



MÄNNERSACHE doppelt so viele Männer wie Frauen haben ein kostenpflichtiges Abonnement von YouTube Music (Männer: 10,8%, Frauen: 5,3%) und von Dazn (Männer: 10,6%, Frauen: 4,0%)



ENTGEGEN DEM KLISCHEE Innerhalb der RTL+-Abonnenten haben die meisten ein mittleres bis hohes Bildungsniveau (Platz 1: mittlere Bildung 9,9%, Platz 2: hohe Bildung 6,3%, Platz 3: geringe Bildung 5,8%*)



PODCAST-QUELLEN im Vergleich zur Grundgesamtheit haben fast doppelt so viele Podcast-Hörer ein Spotify (19,8% zu 36,3%) bzw. Audible-Abo (3,7% zu 7,7%)

Quelle: DCORE Befragung Mediennutzung 2022 | Basis Gesamt n = 1.015, 60-69-Jährige n = 173, männlich n = 513, weiblich n = 500, geringe Bildung n = 620, mittlere Bildung n = 186, hohe Bildung n = 209, Podcast-Hörer n = 294 | Fragen: Welche der folgenden kostenpflichtigen digitalen Abonnements hast Du?; Du bist ... männlich / weiblich / divers; Und wie alt bist Du?; Was ist Dein höchster Schulabschluss?; *geringe Bildung: (noch) kein allgemeiner Schulabschluss + Volks-/Hauptschulabschluss + weiterführende Schule ohne Abitur, mittlere Bildung: Abitur + Hochschulreife ohne Studium, hohe Bildung: Studium