

Rückschau und Ausblick nach zehn Jahren Bewegtbildstreaming in Deutschland

Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste – AMS 2022

Von Florian Kerkau*

Technische Voraussetzungen veränderten Bewegtbildmarkt und Gestaltung der Inhalte

Medien und die Art, wie wir sie nutzen, unterliegen seit jeher starken Veränderungsprozessen. Durch die technischen Rahmenbedingungen und die (dadurch getriebene) Weiterentwicklung der Inhalte befinden sich sämtliche Bewegtbildmedien in Deutschland seit gut zehn Jahren in einem tiefgreifenden Transformationsprozess. Durch die technischen Errungenschaften des Internets und die zunehmende Verbreitung von Breitbandanschlüssen hat das Streaming von Medieninhalten ein atemberaubendes Wachstum in der internationalen und der deutschen Medienlandschaft erlebt. (1) Parallel dazu entwickelte sich, ausgehend von den USA, ein neuer ökonomischer und kultureller Ansatz, nämlich Bewegtbild gegen eine Gebühr und dafür zeit- und ortsunabhängig in die Haushalte zu bringen. Die Inhalte veränderten sich unter diesen neuen Gegebenheiten. Serien mit verstärkt horizontalen Erzählsträngen – oft in Kinoqualität und mit deutlich längeren Episoden – wie sie im klassischen linearen Fernsehen nie zum Einsatz kommen konnten, prägten die Anfangsjahre dieser Entwicklung.

Start von Netflix und Prime Video in Deutschland etablierte neue (serielle) Erzählformen

Spätestens seit dem erfolgreichen Start von Amazon Prime Video und Netflix in Deutschland im Jahr 2014 zeigte sich, dass sich hier eine neue Mediengattung etablierte. Die bisher verfolgte Strategie, Onlinevideo als sogenanntes „Catch up“ anzubieten, also Fernsehsendungen für die zeitversetzte Nutzung online zu stellen oder Filme gegen eine Gebühr anzubieten (wie in einer digitalen Version einer Videothek) wurde durch die neuen Streamingservices ergänzt. Ein riesiges Angebot an Inhalten zu einem relativ geringen monatlichen Preis, personalisierte Vorschläge und neue serielle Erzählformen waren die Wegbereiter dieses neuen Marktes.

Während die privaten Fernsehsender in Deutschland nach anfänglichen Abwehrversuchen schließlich begannen, das neue Konzept zu übernehmen und für sich zu adaptieren, konnte der öffentlich-rechtliche Rundfunk nur langsam agieren. Der rechtliche Rahmen setzt klare Grenzen für die Ausgestaltung des Angebots der sendereigenen Mediatheken. Erst mit der Novelle des Staatsvertrags für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag, RStV) vom 1. Mai

2019 (2) wurde es ARD und ZDF gestattet, eigenständige Inhalte ohne einen direkten Zusammenhang mit der linearen TV-Ausstrahlung über das Internet zu verbreiten. Somit konnte nun auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Ausspielwege für sein breites Angebot den neuen Bedürfnissen der Zuschauerinnen und Zuschauer online anpassen.

Kurz und knapp

- Die Angebotsanalyse „Mediatheken und Streamingdienste“ untersuchte die Big Seven Onlinevideo-Anbieter ARD Mediathek, ZDFmediathek, Netflix, Prime Video, Disney+, Joyn+ und RTL+.
- Die Inhaltsanalyse belegt, dass die ARD Mediathek mit 220.000 Titeln der größte Anbieter von Online-Bewegtbildinhalten ist.
- ARD Mediathek und ZDFmediathek fokussieren das Genre Information deutlich stärker. Bei den Privatsender-Mediatheken überwiegt Unterhaltung, Netflix und Co. setzen vor allem auf Fiktion.
- Sportinhalte finden Nutzerinnen und Nutzer in den öffentlich-rechtlichen Mediatheken, kein privater Anbieter kommt hier über einen Anteil von 2 Prozent der gesamten Sendungsdauer in diesem Genre.

In der Rückschau ist festzuhalten, dass sich in den letzten zehn Jahren die Medienlandschaft und die Art der Mediennutzung in Deutschland tiefgreifend verändert haben. Das Kino (vor über 100 Jahren) und das lineare Fernsehen (vor mehr als 80 Jahren) haben neben der technischen Weiterentwicklung immer auch eigene Formen der Darbietung von Inhalten geschaffen. Ähnliches ist auch bei den Streaminganbietern zu beobachten. Grund genug, die Angebotsseite dieser immer noch recht jungen Gattung etwas genauer zu betrachten.

Im Rahmen des von ARD und ZDF gemeinsam initiierten und durch Goldmedia Custom Research durchgeführten Forschungsprojektes „Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste – AMS 2022“ wurde eine inhaltsanalytische Untersuchung der gesamten Angebotskataloge der Onlinevideo-Anbieter ARD Mediathek, ZDFmediathek, Netflix, Prime Video, Disney+, Joyn+ und RTL+ – der sogenannten Big Seven – für das Jahr 2022 erstellt. Inhalt der Untersuchung waren die abrufbaren Videoinhalte sämtlicher Anbieter im Untersuchungszeitraum. Diese wurden nach Anzahl und Dauer der Videos sowie deren Genrezugehörigkeit untersucht.

Schwerpunkt auf den „Big Seven“ unter den Videoservices

* Goldmedia Custom Research GmbH.

Exkurs: Die „Big Seven“ wichtigsten Streaminganbieter

Um einen Eindruck von den verschiedenen Angebotsprofilen zu erhalten, werden diese im Folgenden kurz skizziert und Unterschiede in der Portfoliostrategie erläutert.

Amazon Prime Video | Prime Video ist ein Streamingdienst, der von Amazon angeboten wird. Der Dienst wurde im September 2006 gelauncht und bietet eine umfangreiche Bibliothek an Filmen, Fernsehserien und sogenannten Prime Originals, die sowohl aus lizenzierten Inhalten als auch aus Eigenproduktionen bestehen. In Deutschland ist dieser Streamingdienst seit 2014 verfügbar.

Das Angebot von Prime Video reicht von Blockbustern und bekannten Fernsehserien bis hin zu unabhängigen Filmen und sogenannten Prime Originals. Einige der bekanntesten Prime Originals sind Serien wie die von Kritikern gefeierten „The Marvelous Mrs. Maisel“, „The Boys“ und „Tom Clancy’s Jack Ryan“.

Nutzerinnen und Nutzer können über verschiedene Geräte auf Prime Video zugreifen. Der Anbieter unterstützt das Herunterladen von Inhalten für das Offline-Ansehen und bietet verschiedene Bildqualitätsstufen an, einschließlich 4K-Auflösung und High Dynamic Range (HDR).

Ein Alleinstellungsmerkmal von Prime Video ist die Integration in das Amazon-Ökosystem. Prime-Mitglieder haben Zugriff auf Prime Video als Teil ihres Abonnements, das auch den kostenlosen Versand bei Produktbestellungen, Zugang zu Amazon Music und mehr beinhaltet. Darüber hinaus bietet Prime Video auch die Möglichkeit, zusätzliche Abonnements für spezielle Kanäle wie HBO, Showtime und andere zu erwerben. Neben dem Abonnement können Titel auch kostenpflichtig geliehen werden (Transactional-Video-on-Demand – TVoD), sofern diese nicht im Basisangebot vorhanden sind.

Mit seinem breiten Angebot und der Integration in das Amazon-Prime-Paket hat sich Prime Video als eine wichtige Kraft im Streamingmarkt etabliert. Nach der Anzahl der Abonnenten ist Prime Video der erfolgreichste Dienst in Deutschland 2023. (3)

Netflix | Netflix ist einer der führenden abonnementbasierten Streamingdienste in Deutschland, der von der Firma Netflix, Inc. betrieben wird. Gegründet wurde Netflix ursprünglich als DVD-Verleih (Zu- und Rücksendung per Post) und hat sich seitdem zu einem der prominentesten und einflussreichsten Streamingdienste weltweit entwickelt. Er berichtete für das vierte Quartal 2023 von 260 Millionen zahlenden Abonnentinnen und Abonnenten weltweit. (4) In Deutschland ist Netflix die Nummer Zwei in Bezug auf Abonnements hin-

ter Amazon Prime Video. Allerdings liefert Netflix mehr Streams aus als Prime Video, wird also intensiver genutzt. Netflix bietet eine umfangreiche Bibliothek an Filmen, Fernsehserien, Dokumentationen und Eigenproduktionen, auch bekannt als Netflix Originals. In Deutschland ist Netflix seit 2014 verfügbar.

Netflix bietet eine breite Auswahl an Inhalten. Dazu gehören internationale Filme und Serien von Comedy über Drama bis hin zu Science-Fiction und Fantasy, Independent-Filme und preisgekrönte Dokumentationen. Netflix Originals, wie zum Beispiel „Stranger Things“, „The Crown“ und „Narcos“ haben sowohl bei Kritikerinnen und Kritikern als auch beim Publikum große Erfolge erzielt.

Netflix setzt stark auf Personalisierung und verwendet Algorithmen, um seinem Publikum Inhalte personalisiert zu empfehlen. Die Plattform ist für eine Vielzahl von Geräten zugänglich. Sie unterstützt auch das Herunterladen von Inhalten für das Offline-Ansehen und bietet Inhalte in verschiedenen Bildqualitätsstufen, einschließlich 4K-Auflösung und HDR für entsprechende Geräte an.

Mit seiner globalen Präsenz hat Netflix die Art und Weise, wie Menschen Filme und Fernsehsendungen anschauen, revolutioniert, und ist ein starker Treiber in der sich ständig weiterentwickelnden Medienlandschaft. Netflix bietet verschiedene Abonnementoptionen, die sich in Kosten und Streamingqualität unterscheiden, und ermöglicht mehreren Nutzern, Profile unter einem einzigen Konto zu erstellen, um ihre eigenen Sehpräferenzen zu verwalten. Seit November 2023 bietet Netflix zudem ein Abo-Modell an, in dem Werbung ausgespielt wird und das günstiger als das werbefreie Angebot ist.

Disney+ | Disney+ ist ein abonnementbasierter Streamingdienst (Subscription-Video-on-Demand – SVoD), der von The Walt Disney Company betrieben wird. Er wurde im November 2019 gelauncht (in Deutschland im März 2020) und bietet Filme, Fernsehserien und Eigenproduktionen an, die zu einem großen Teil von verschiedenen eigenen Studios und Marken von Disney stammen. Dazu gehören beispielsweise Disney Studios, Fox, Pixar, Marvel Studios, Lucasfilm und National Geographic.

Disney+ wird durch seine familienfreundlichen Inhalte charakterisiert, bietet aber auch eine breite Palette an Unterhaltung für alle Altersgruppen. Neben klassischen Disney-Filmen und -Serien beinhaltet der Dienst auch neueste Blockbuster, exklusive Originalserien und Filme sowie Dokumentationen. Einige der erfolgreichsten Originalinhalte sind Serien und Filme aus dem Marvel Cinematic Universe oder auch Star Wars.

Der Streamingdienst ist für verschiedene Geräte zugänglich. Disney+ unterstützt auch 4K-Auflösung, HDR und Dolby Atmos. Zum Zeitpunkt der Untersuchung gab es noch keine Werbung über den Dienst. Disney+ hat sich seit seinem Start schnell als einer der führenden Streamingdienste etabliert und belegt nach Abonnenten Platz 3 unter den privaten Anbietern.

ARD Mediathek | Die ARD Mediathek wird von der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) betrieben. Die Mediathek bietet dem Publikum Zugang zu einer umfangreichen Auswahl an Inhalten der verschiedenen ARD-Sender, wie unter anderem dem Ersten und den Dritten Programmen sowie die gemeinschaftlich mit dem ZDF angebotenen Sender arte, 3sat, KiKA und Phoenix.

Die ARD Mediathek zeichnet sich durch ihr breites Spektrum an Inhalten aus, das Nachrichten, Dokumentationen, Fernsehfilme, Serien, Shows und Kinderprogramme umfasst. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf qualitativ hochwertigen Dokumentationen und Nachrichtenprogrammen, die kritische und tiefgründige Einblicke in aktuelle Ereignisse, Geschichte, Kultur und Wissenschaft bieten. Darüber hinaus sind in der Mediathek auch beliebte deutsche Serien und Unterhaltungsshows verfügbar.

Ein wesentlicher Vorteil der ARD Mediathek ist die Verfügbarkeit von Inhalten kurz nach oder bereits vor ihrer Ausstrahlung im Fernsehen. Viele Sendungen sind für einen bestimmten Zeitraum nach ihrer Erstausstrahlung abrufbar, was den Nutzerinnen und Nutzern einen flexiblen Abruf ermöglicht. Außerdem bietet die Mediathek auch einen Livestream von Fernsehsendungen und Events.

Die Plattform ermöglicht es, Inhalte nach verschiedenen Kriterien wie Genre, Sender oder Verfügbarkeit zu filtern. Die ARD Mediathek ist über Webbrowser sowie über dedizierte Apps für Smartphones, Tablets und Smart-TVs zugänglich, wodurch sie auf einer Vielzahl von Geräten genutzt werden kann.

Als Teil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland wird die Nutzung der ARD Mediathek über den Rundfunkbeitrag ohne zusätzliche Kosten für das Publikum finanziert und ist auch ohne Anmeldung nutzbar, was sie zu einer wichtigen Ressource für qualitätsvolle und zugängliche Information sowie Unterhaltung macht.

ZDFmediathek | Die ZDFmediathek wird von der deutschen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) betrieben. Sie bietet Nutzern die Möglichkeit, alle drei originären ZDF-Kanäle sowie die er-

wähnten kooperierten Sender sowohl live als auch auf Abruf zu streamen.

Das Angebot der ZDFmediathek umfasst ein breites Spektrum an Programmen, darunter Nachrichten, Dokumentationen, Filme, Serien, Kultur- und Wissenschaftssendungen sowie Kinder- und Jugendsendungen. Charakteristisch sind dabei die hohe Qualität und Vielfalt der Inhalte, die unter anderem gesellschaftlich relevante Themen und Ereignisse reflektieren.

Viele Programme sind unmittelbar nach oder im Voraus ihrer Ausstrahlung im Fernsehen verfügbar und bleiben für eine bestimmte Zeit abrufbar. Zusätzlich gibt es auch originäre Mediatheken-Inhalte, die nicht im Live-TV ausgestrahlt werden.

Als Teil des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland ist die Nutzung der ZDFmediathek (neben den Rundfunkgebühren) kostenlos und ohne Anmeldung möglich. Dies macht sie zu einer wichtigen und zugänglichen Quelle für qualitativ hochwertige und informative Unterhaltung.

Joyn | Joyn ist ein deutscher Streamingdienst, der im Juni 2019 als gemeinsames Unternehmen von ProSiebenSat.1 und Discovery, Inc. gestartet wurde. Mittlerweile hat ProSiebenSat.1 alle Anteile übernommen und führt den Dienst eigenständig weiter. Er kombiniert sowohl kostenlose als auch Premiuminhalte und bietet eine breite Palette, darunter Live-TV, On-Demand-Filme und Serien sowie exklusive Originalproduktionen.

Der kostenfreie Bereich von Joyn ermöglicht es den Nutzern, auf eine Vielzahl von Live-TV-Kanälen, darunter öffentlich-rechtliche und private Sender, zuzugreifen. Zusätzlich gibt es eine Mediathek mit einer Auswahl an Filmen, Serien, Dokumentationen und Shows, die zeitlich begrenzt abrufbar sind.

Joyn+ ist die Premiumversion des Streamingdienstes, die zusätzliche Inhalte bietet, darunter exklusive Serien und Filme, eine größere Auswahl an Live-TV-Kanälen sowie die Möglichkeit, Inhalte in höherer Qualität und ohne Werbeunterbrechungen zu streamen. Abonnentinnen und Abonnenten von Joyn+ haben auch Zugriff auf Inhalte in HD-Qualität und können Inhalte zum Offline-Ansehen herunterladen.

Ein besonderer Schwerpunkt von Joyn liegt auf lokalen deutschen Produktionen und Inhalten, was ihn von internationalen Streamingdiensten unterscheidet. Mit seiner Mischung aus Live-TV und On-Demand-Inhalten positioniert sich Joyn als umfassende Streamingplattform, die durch den Fokus auf Inhalte deutscher Fernsehsender stärker auf die lokalen Bedürfnisse des Marktes zugeschnitten ist.

Die Plattform ist auf einer Vielzahl von Geräten zugänglich. Joyn stellt somit neben den Mediatheken von ARD und ZDF eine wichtige Komponente in der sich schnell verändernden Landschaft des digitalen Fernsehens und Streamings in Deutschland dar, indem es traditionelles Fernsehen mit modernen Streamingdiensten verbindet.

RTL+ | RTL+ (früher bekannt als TVNOW) ist ein deutscher Streamingdienst, der von der RTL-Gruppe betrieben wird. Er bietet eine Kombination aus Live-TV, Catch-Up-Service und einer Mediathek, die eine breite Palette an Inhalten umfasst: Eigenproduktionen, exklusive Serien und Filme, beliebte Fernsehsendungen, Realityshows und Dokumentationen, die hauptsächlich aus dem Portfolio der RTL-Sendergruppe stammen.

Die Plattform ermöglicht es Nutzerinnen und Nutzern, auf eine Vielzahl von Live-TV-Kanälen zuzugreifen, darunter RTL, VOX, RTL II, NITRO, n-tv und andere. Ein wesentlicher Bestandteil des Dienstes sind auch die RTL+ Originals, exklusive Inhalte, die speziell für die Plattform produziert werden und das Angebot um einzigartige und vielfältige Programmoptionen erweitern.

Neben den deutschen Produktionen beinhaltet RTL+ eine Auswahl an internationalen Filmen und Serien. Die Plattform unterstützt das Streaming in verschiedenen Qualitätsstufen, einschließlich HD, und bietet für einige Inhalte auch die Möglichkeit, sie herunterzuladen und offline anzusehen.

RTL+ ist in verschiedenen Abonnementoptionen verfügbar, die dem Publikum Flexibilität in Bezug auf den Preis und den Zugriff auf Inhalte bieten. Die Plattform ist auf einer Vielzahl von Geräten zugänglich.

Mit seinem umfangreichen Angebot an Live-TV und On-Demand-Inhalten positioniert sich RTL+ als weitere wichtige Plattform im deutschen Streamingmarkt, die sowohl traditionelles Fernsehen als auch moderne digitale Inhalte anbietet.

Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste

Methodik der Studie | In der vorliegenden Studie wurden alle Titel berücksichtigt, die bei den untersuchten Anbietern im Jahr 2022 abrufbar waren, ungeachtet des Zeitintervalls, in dem ein Titel online war – sofern eine Verfügbarkeit von 24 Stunden nicht unterschritten wurde. Jeder Titel wurde einem der vier Genres Information, Fiktion, Sport und Unterhaltung zugeordnet – analog zur Logik der AGF-Programmcodierung, die bei diversen Inhaltsanalysen des linearen Programmangebots seit vielen Jahren eingesetzt wird. (5) Als Untersuchungseinheit diente die kumulierte Länge (Dauer) der ver-

fügbaren Videos gemäß der Anbieterangaben auf den entsprechenden Services.

Videos mit einer Laufzeit von unter einer Minute wurden von der Untersuchung ausgeschlossen. Ferner sind Kauf- oder Leihvideos (TVoD, Electronic Sell Through/EST oder Download To Own/DTO) sowie Live-Streaminginhalte nicht berücksichtigt worden, sofern sie nach der Übertragung nicht mehr abrufbar waren. Die Analyse wurde je Anbieter als „Nettoanalyse“ durchgeführt, das heißt doppelte Inhalte (sogenannte Doubletten) wurden aus der Untersuchung ausgeschlossen. Dies galt vor allem für verschiedene Sprachversionen von Videos (inklusive barrierefreier Videos mit Gebärdensprache, Audiodeskription oder Untertiteln). Darüber hinaus wurden Videos ausgeschlossen, die als Einzelbeiträge von Magazinsendungen abrufbar, trotzdem aber auch Teil des entsprechenden Magazins waren (Teildoubletten). Reine Audioinhalte (z. B. Podcasts mit einem Standbild) wurden ebenfalls nicht berücksichtigt. Videopodcasts, in denen die Gesprächspartner im Bewegtbild zu sehen waren, wurden hingegen in die Untersuchung einbezogen.

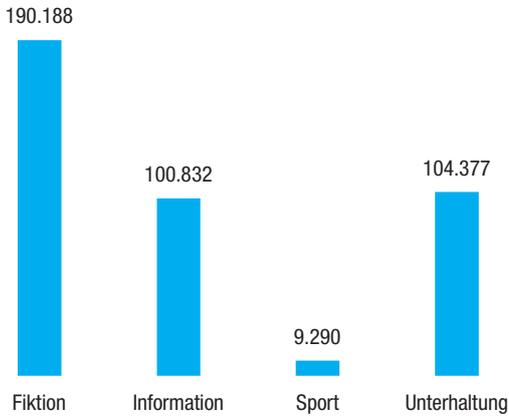
Die Durchführung der Analyse nach Anbietern erfolgte als Bruttobetrachtung. So wurden z. B. identische Videos für jeden Anbieter gezählt, sofern diese auch jeweils verfügbar waren. Das galt sowohl für Serien und Filme, die bei mehreren Anbietern vorlagen, aber auch für die gemeinsamen Angebote der öffentlich-rechtlichen Anbieter wie z. B. Videos des Contentnetzwerks funk oder des Gemeinschaftsangebotes KiKA. Die Inhalte zur Analyse (Titel, Laufzeit und Metadaten) wurden direkt von den Angebotskanälen/Videoservices übernommen.

Für das Gesamtjahr 2022 wurden über alle Anbieter hinweg rund 405.000 Stunden Videos berücksichtigt und analysiert, was einer Gesamtlauzeit von 46 Jahren entspricht. Die durchschnittliche Länge der insgesamt 760.000 Videos betrug rund 35 Minuten (vgl. Abbildung 1). Den größten Anteil des Angebots machten fiktionale Formate aus, auf die rund 190.000 Sendestunden entfielen (47 %). An zweiter Stelle folgten Unterhaltungssendungen mit rund 104.000 Stunden (26 %) und dicht dahinter Informationsangebote (100.832 Std.; 25 %). Bei gut 2 Prozent der abrufbaren Videos handelte es sich um Sport (9.290 Std.).

Auf die ARD Mediathek – als größter Anbieter von Onlinevideos – entfielen für das Gesamtjahr 2022 rund 220.000 Titel mit einer kumulierten Gesamtlänge von gut 98.000 Stunden, gefolgt vom ZDF mit 160.000 Titeln sowie RTL+ (140.000 Titel), Netflix (78.000 Titel), Joyn+ (77.000 Titel), Prime Video (56.000 Titel) und Disney+ mit 30.000 Titeln und einer kumulierten Gesamtlänge von gut 18.000 Stun-

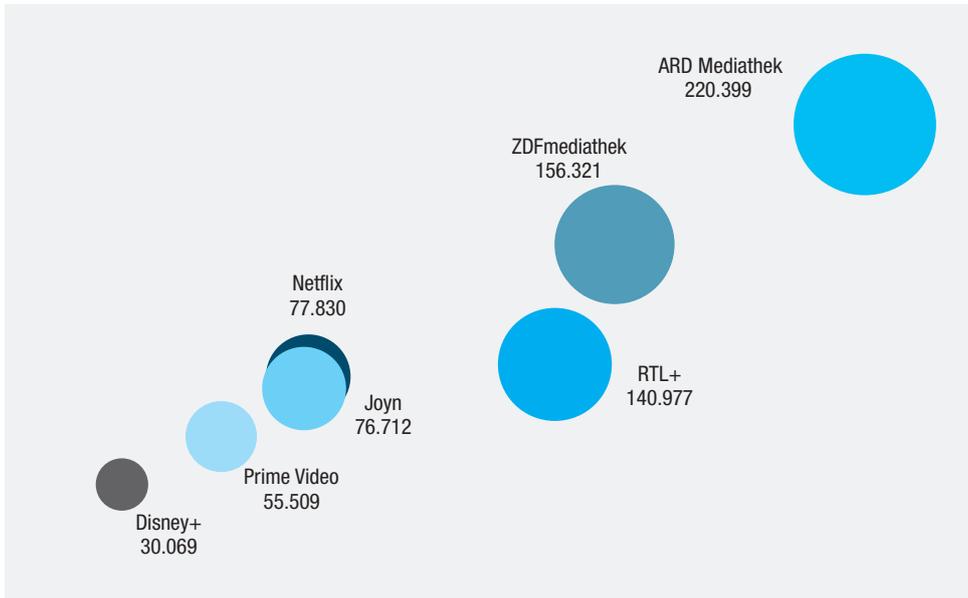
ARD Mediathek
größter Anbieter mit
rund 220.000 Titeln

Abbildung 1
Länge abrufbarer Videos nach Genres, Deutschland 2022
in Std., über alle Anbieter



Quelle: Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste - AMS 2022

Abbildung 2
Anzahl abrufbarer Videos der Streaminganbieter, Deutschland 2022
pro Streaming-Anbieter



Quelle: Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste - AMS 2022

den (vgl. Abbildung 2 und Tabelle 1). Die lokalen deutschen Anbieter zeigten bei der Anzahl verfügbarer Videos damit einen klaren Vorsprung vor den global agierenden Anbietern Netflix, Prime Video und Disney+. Ein deutscher Anbieter verfügte im Schnitt über rund 150.000 Videos, während die globalen Anbieter in der Untersuchung im Durchschnitt nur knapp 50.000 Videos anboten.

In der Analyse der kumulierten Länge aller Videos pro Hauptgenre zeigt sich eine klare Dreiteilung des Marktes: Während bei den öffentlich-rechtlichen Mediatheken deutlich über die Hälfte der Inhalte auf das Genre Information entfallen (Information in Min.: ZDF 59 %, ARD 53 %), spielt dieses Genre bei den privaten deutschen Anbietern RTL+ (9 %) und dem Service von ProSiebenSat.1 Joyn+ (7 %) eine deutlich geringere Rolle (vgl. Abbildung 3). Auch bei den US-amerikanischen Anbietern Netflix (7 %), Disney+ (6 %) und

Öffentlich-rechtliche Mediatheken: Über 50 % der Inhalte entfallen auf Genre Information

Tabelle 1

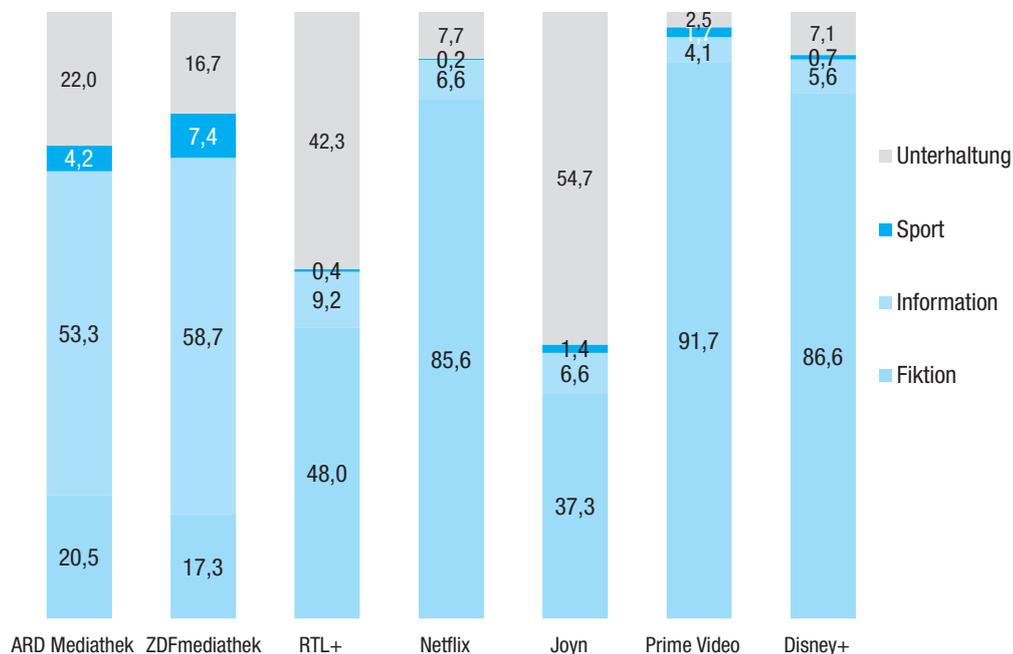
Anzahl abrufbarer Titel nach Anbieter und Genre, Deutschland 2022

	ARD	ZDF	RTL+	Netflix	Joyn	Prime Video	Disney+
Fiktion	27.924	13.090	73.742	67.444	29.384	51.404	26.651
Information	139.366	106.822	11.702	4.414	4.498	1.727	1.330
Sport	7.070	8.137	573	218	2.994	853	134
Unterhaltung	46.039	28.272	54.960	5.754	39.836	1.525	1.954
Titel	220.399	156.321	140.977	77.830	76.712	55.509	30.069

Quelle: Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste – AMS 2022

Abbildung 3

Prozentuale Verteilung der Programmminuten pro Genre, Deutschland 2022



Quelle: Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste - AMS 2022

Prime Video (4 %) machte das Genre Information nur einem kleinen Anteil des Angebots aus. Insgesamt stellten ARD und ZDF im Jahr 2022 zusammen 82 Prozent der Informationsangebote im Markt deutscher Online-Videoanbieter – nach kumulierter Laufzeit im Jahr 2022 – zur Verfügung. Das Genre Information vereint über alle Anbieter hinweg rund 100.000 Stunden Videomaterial und war nach Fiktion und Unterhaltung das drittgrößte Segment.

ARD- und ZDF-Mediathek bieten ein Vielfaches an Information der privaten Streamingdienste

Neben den prozentualen Verteilungen der angebotenen Stunden Video gibt die Durchschnittslaufzeit (Dauer) pro Video einen interessanten Einblick in die Art der angebotenen Inhalte. Während bei ARD und ZDF die Durchschnittslänge eines Informationsvideos unter 25 Minuten betrug, war diese im privaten Wettbewerb mit über 45 Minuten im Jahr 2022 deutlich

länger (vgl. Tabelle 2). Ursächlich hierfür ist die Anzahl der verfügbaren Titel sowie das unterschiedliche inhaltliche Angebot bei den Streamingdiensten. Demnach entfielen beim Spitzenreiter ARD 52.000 Videos auf den Bereich Information, während beim Schlusslicht Disney+ lediglich gut 1.000 Videos dem Genre Information zuzurechnen waren. Während ARD und ZDF insgesamt rund 140.000 (ARD) bzw. 107.000 (ZDF) Informationsvideos im Inventar hatten, lag die Anzahl der verfügbaren Informationsangebote bei den anderen Anbietern zwischen 1.330 (Disney+) und 11.702 (RTL+). Die beiden öffentlich-rechtlichen Mediatheken hatten demnach rund 24 bzw. 31 mal so viele informative Videos verfügbar, wie der private Anbieter mit dem breitesten Informationsangebot (RTL+). Neben längeren Dokumentationen hielten die Öffentlich-Rechtlichen sehr viele kürzere Nachrich-

Tabelle 2
Durchschnittliche Laufzeit pro Video der Genres
Fiktion und Information, Deutschland 2022
in Min.

	Fiktion	Information
ARD Mediathek	44	23
ZDFmediathek	40	17
RTL+	37	45
Netflix	43	50
Joyn	39	45
Prime Video	38	51
Disney+	36	46

Quelle: Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste – AMS 2022

tensendungen vor (z. B. „Tagesschau 100“, „Tagesschau“, „heute“ etc.). Bei Prime Video, Netflix oder Disney+ bestand das Informationsangebot fast ausschließlich aus längeren Dokumentationen.

Fiktion bei privaten Wettbewerbern deutlich stärker vertreten: 190.000 Stunden Laufzeit

Die Angebote der privaten Anbieter zeichneten sich dagegen durch einen hohen Anteil fiktionaler Inhalte aus. Mit rund 190.000 Stunden Laufzeit stellten sie die umfangreichste Kategorie bei den Streaminganbietern in Deutschland. Fiktionale Inhalte bildeten insbesondere bei den global agierenden Streamingdiensten wie Prime Video (92 %), Disney+ (87 %) und Netflix (86 %) den Hauptbestandteil des Angebots. Die Anzahl der abrufbaren fiktionalen Titel lag zwischen rund 13.000 (ZDF) und 74.000 (RTL+). Der Fiktion-Anteil der Mediatheken von ARD und ZDF lag dagegen deutlich niedriger und machte bei beiden Angeboten rund ein Fünftel des Inventars aus. Der klassische Spielfilm mit rund 90 Minuten Dauer und das Genre Serie mit 20 bis 45 Minuten Dauer waren hier die Grundlage des Angebots. Die Durchschnittslänge fiktionaler Inhalte war bei allen Anbietern ähnlich und schwankte um 40 Minuten.

Unterhaltung hat großes Gewicht bei Joyn und RTL+

Die Anteile fiktionaler Inhalte der Angebote deutscher Privatsender RTL+ (48 %) und Joyn+ (37 %) fielen 2022 deutlich geringer aus, da in ihrem Portfolio das Genre Unterhaltung ein höheres Gewicht hatte. Bei Joyn+ entfielen hierauf 55 Prozent aller Videos und bei RTL+ 42 Prozent. Zum Vergleich: Bei den globalen Anbietern lag der Angebotsanteil zwischen rund 3 (Prime Video) und 8 Prozent (Netflix). Bei ARD und ZDF ließen sich rund 17 bzw. 22 Prozent der Videos dem Genre Unterhaltung zuordnen. Dahinter standen zwischen 1.500 Titel bei Prime Video und knapp 55.000 bei RTL+. Die hohen Unterhaltungsanteile können somit als Charakteristikum der privaten deutschen Streaminganbieter gelten. Insbesondere das Unterhaltungssubgenre Reality-TV ist in den letzten Jahren deutlich wichtiger geworden und hatte neben den klassischen Unterhaltungsshow

daran einen großen Anteil. Insgesamt summierten sich die Programmstunden aller in dieser Untersuchung erfassten Streaminganbieter zusammen auf knapp 105.000 Stunden Angebot im Segment Unterhaltung, welches damit nach Fiktion das zweitgrößte war.

Das Genre Sport war mit gut 9.000 Stunden über alle Anbieter hinweg das kleinste Segment. Mit einem Sportanteil von 7 Prozent führte das ZDF gefolgt von der ARD mit 4 Prozent der kumulierten Sendungsdauer in diesem Genre. Bei keinem privaten Anbieter hingegen lag der Anteil des Sports über 2 Prozent. Ähnlich wie beim Genre Information zeigten sich auch im Bereich Sport große Unterschiede auf der Titelsebene. Bei Disney+ gab es beispielweise keine aktuelle Sportberichterstattung und somit fielen die wenigen Sportinhalte sämtlich in die Darstellungsform Dokumentation mit entsprechenden längeren durchschnittlichen Dauern von 60 Minuten. Das ZDF hingegen kam auf 27 Minuten für einen durchschnittlichen Sportinhalt, was den aktuellen und meist kürzeren Sportberichten geschuldet ist.

ARD und ZDF bieten meiste Sportinhalte an

Fazit

Die rasante Entwicklung des Videostreamings hat über die letzten zehn Jahre hinweg ein riesiges Angebot an Onlinevideos geschaffen. Viele verschiedene Anbieter bilden eine Industrie, die in ihrer Angebotsstruktur sehr heterogen ist. Aus ihrer Tradition heraus haben die global agierenden US-amerikanischen Anbieter ganz andere Angebote hervorgebracht als die deutschen Privatfernsehveranstalter oder die öffentlich-rechtlichen Mediatheken. Diese Unterschiede aufzuspüren und zu beschreiben, war Anlass für die „Angebotsanalyse der Mediatheken und Streamingdienste AMS 2022“.

Angebotsstruktur so heterogen wie die Bedürfnisse des Publikums

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen eindrucksvoll, dass es den einen perfekten „Allrounder“, der alle Bedürfnisse aller Zuschauer befriedigt, nicht gibt, und auch nicht geben kann. Tatsächlich haben die unterschiedlichen Anbieter ganz eigene Profile entwickelt, mit denen sie ihre Zuschauergruppen bedienen. Bereits auf dieser relativ groben Analyseebene von vier Hauptgenres und deren Ausprägungen in Videoanzahl und Abspieldauer wird dies mehr als deutlich. Es bleibt abzuwarten, in welche Richtung sich die Streamingdienste unter den aktuellen ökonomischen und politischen Herausforderungen weiterentwickeln werden.

Unterschiedliche Streamingangebote decken unterschiedliche Interessen ab

Anmerkungen:

- 1) Vgl. Birkel, Matthias/Florian Kerkau/Max Reichert/ Eduard Scholl: Pay-Video-on-Demand in Deutschland – Markt und Nutzung kostenpflichtiger Streamingdienste. In: Media Perspektiven 1/2020, S. 22-32; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/>

- 2020/detailseite-2020/pay-video-on-demand-in-deutschland (abgerufen am 7.3.2024).
- 2) Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV) vom 31. August 1991 in der Fassung des Zweiundzwanzigsten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zweiundzwanzigster Rundfunkänderungsstaatsvertrag) in Kraft seit 1. Mai 2019; <https://www.ard-media.de/media-perspektiven/publikationsarchiv/dokumentation/rundfunkrechtliche-staatsvertraege> (abgerufen am 7.3.2024).
 - 3) Vgl. Goldmedia: VOD-Ratings.com, Quarterly Report Q4 2023.
 - 4) Vgl. Netflix: Q4 2023 earnings report; <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/default.aspx> (abgerufen am 14.3.2024).
 - 5) Vgl. AGF/GfK Fernsehforschung: Definitionen und Hilfen zur Codierung zum reformierten Codeplan der AGF, Juli 2012.