

40 
YEARS
ON

VAUNET-Publikation

Pay-TV & Paid-VoD in Deutschland 2023-24

VAUNET



Inhalt

Methodik.....	3
Haftungsausschluss	3
Editorial.....	4
Executive Summary.....	5
Programmangebot	6
Pay-TV-Programme.....	6
Übersicht der Pay-TV-Programme nach Genres	7
Plattformen	8
Pay-TV-Plattformen	8
Paid-Video-on-Demand-Plattformen	9
Umsätze	10
Pay-TV- & Paid-Video-on-Demand-Umsätze DACH.....	10
Pay-TV- & Paid-Video-on-Demand-Umsätze in Deutschland	11
Nutzung.....	12
Pay-TV-Abonnements	12
SVoD-Abonent:innen.....	13
Pay-TV-Nettoreichweite	14
Zuschauermarktanteile von Pay-TV.....	15
Über VAUNET	18

Methodik

Die mit der vorliegenden Publikation veröffentlichten Pay-TV- und Paid-VoD-Marktdaten basieren auf Expertenbefragungen, eigenen Erhebungen und Hochrechnungen des VAUNET sowie auf der Auswertung von Sekundärquellen.

Die angegebenen Werte zur Entwicklung der Pay-TV- und Paid-Video-on-Demand-Umsätze sowie der -Abonnements bzw. Abonnent:innen wurden auf Basis eigener Recherchen hochgerechnet und teilweise geschätzt sowie durch Expertenbefragungen validiert. Die Auswertungen der Pay-TV-Programme nach Genres basieren ebenfalls auf eigenen Recherchen des VAUNET sowie der KEK-Mediendatenbank.

Alle weiteren Angaben basieren auf den jeweils genannten Drittquellen.

Haftungsausschluss

Der VAUNET – Verband Privater Medien e. V. bemüht sich bei allen Erhebungen und Veröffentlichungen von Daten stets um möglichst hohe Qualität und Validität, jedoch können Fehler und Irrtümer nicht ausgeschlossen werden.

Der VAUNET übernimmt daher keine Gewähr für die vollständige Richtigkeit der mit dieser Publikation bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen den VAUNET, welche sich auf Schäden materieller oder immaterieller Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der bereitgestellten Information verursacht worden sein sollen, sind grundsätzlich ausgeschlossen.

Editorial



Sehr geehrte Damen und Herren,

der Markt für Pay-TV und Paid-Video-on-Demand wächst weiter, wird aber auch immer kompetitiver.

Die Gesamtumsätze von Pay-TV und bezahlten Videoinhalten sind im vergangenen Jahr 2023 auf 5,4 Milliarden Euro in Deutschland bzw. 6,3 Milliarden Euro in der DACH-Region angestiegen. Wachstumstreiber bleibt dabei das Paid-Video-on-Demand-Segment, welches in den vergangenen Jahren eine beeindruckende Entwicklung genommen hat: Von 0,2 Milliarden Euro im Jahr 2014 auf voraussichtlich 3,4 Milliarden Euro im laufenden Jahr 2024.

Ebenfalls positiv entwickelt sich die Zahl der Abonnements – sowohl im Pay-TV- als auch im SVoD-Bereich: Die Zahl der Pay-TV-Abonnements in Deutschland stieg 2023 auf 11,2 Millionen und soll laut VAUNET-Prognose 2024 auf ca. 11,6 Millionen weiter anwachsen. Die Zahl der SVoD-Abonnent:innen in Deutschland überschritt 2023 erstmals die 20-Millionen-Marke mit 21,1 Millionen und wird im Jahr 2024 voraussichtlich über 22,2 Millionen ansteigen.

Die Vielfalt der Pay-TV- und Paid-VoD-Angebote ist beeindruckend, bewirkt jedoch zugleich eine immer höhere Wettbewerbsintensität. Für die Unternehmen im Markt ist das eine echte Herausforderung, denn sie müssen sich in einer schwer kalkulierbaren gesamtwirtschaftlichen Lage nicht nur untereinander im Wettbewerb behaupten, sondern zugleich auch im ungleichen Wettbewerb mit den globalen Big-Tech-Plattformen. Zusätzliche Belastungen wären in diesem umkämpften Markt, mit hohen Anlaufkosten und teils noch jungen Playern, fatal für die Angebotsvielfalt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!

Johannes Leibiger
Leiter Medienwirtschaft & Forschung

Frank Giersberg
Geschäftsführer

Executive Summary

Angebot

Die Pay-TV- und Paid-Video-on-Demand-Programmlandschaft ist beeindruckend vielfältig: 111 Pay-TV-Programme bieten hochwertige und exklusive Inhalte aus allen Bereichen und Genres. Hinzu kommen viele weitere TV- und Bewegtbildinhalte auf diversen OTT- und Video-on-Demand-Plattformen.

Nutzung

Die Zahl der Pay-TV-Abonnements stieg im Jahr 2023 auf rund 11,2 Millionen in Deutschland (2022: 10,1 Mio.). Für das laufende Jahr 2024 rechnet VAUNET mit einem leichten Anstieg von 3 Prozent auf rund 11,6 Millionen Abonnements. Gleichzeitig wächst die Zahl der SVoD-Abonnent:innen weiter: 2023 lag sie deutschlandweit mit 21,1 Millionen erstmals über der 20-Millionen-Marke und soll laut VAUNET-Prognose in 2024 um weitere 5 Prozent auf ca. 22,2 Millionen ansteigen.

Die Nettoreichweite von Pay-TV-Programmen in den deutschen TV-Haushalten betrug im Jahr 2023 durchschnittlich 18,7 Millionen Pay-TV-Seher:innen pro Monat (Vorjahr: 18,5 Mio.) und lag im ersten Halbjahr 2024 bei 17,8 Millionen Seher:innen pro Monat (1. Halbjahr 2023: 18,5 Mio.).

Der Jahreszuschauermarktanteil der AGF-lizenzierten Pay-TV-Programme in den deutschen TV-Haushalten legte 2023 im Gesamtpublikum ab 3 Jahren auf 3,5 Prozent zu (Vorjahr: 3,3 Prozent) und lag im ersten Halbjahr 2024 bei 3,6 Prozent (Vorjahr: 3,5 Prozent).

Umsätze

Die Pay-TV-Umsätze in Deutschland entwickelten sich im Jahr 2023 stabil bei 2,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,2 Mrd. Euro) und sollen laut VAUNET-Prognose 2024 mit 2,2 Milliarden Euro ihr Niveau, wenn auch leicht rückläufig, halten. Die Gesamtumsätze aus Pay-TV und Paid-Video-on-Demand in Deutschland lagen 2023 erstmals über der Schwelle von 5 Milliarden Euro, indem sie um 8,8 Prozent auf ca. 5,4 Milliarden Euro stiegen (2022: 4,9 Mrd. Euro). In der DACH-Region lagen die Umsätze aus Pay-TV und Paid-VoD im Jahr 2023 erstmals bei über 6 Milliarden Euro mit einem Wachstum von 8,8 Prozent auf 6,3 Milliarden Euro (Vorjahr: 5,8 Mrd. Euro). Für das laufende Jahr 2024 wird ein Anstieg der Pay-TV- und Paid-VoD-Umsätze in Deutschland um knapp 5 Prozent auf rund 5,6 Milliarden Euro und in der DACH-Region ebenfalls um 5 Prozent auf rund 6,7 Milliarden Euro prognostiziert.

Pay-TV-Programme

Laut des Jahresberichts der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) sind in Deutschland aktuell 111 Pay-TV-Programme lizenziert und auf Sendung. Die Sender liefern ein breitgefächertes Angebot:

46 Pay-TV-Unterhaltungskanäle bieten Serien- und Filmbegeisterten rund um die Uhr fesselnde Unterhaltung.

34 Pay-TV-Sportkanäle decken nahezu jede Sportart ab und bieten Fans alles von Fußball, Basketball, Handball und Eishockey bis hin zu Tennis, Golf, Segeln, Reiten, Motorsport und eSports sowie außergewöhnliche Nischen- oder Extremsportarten.

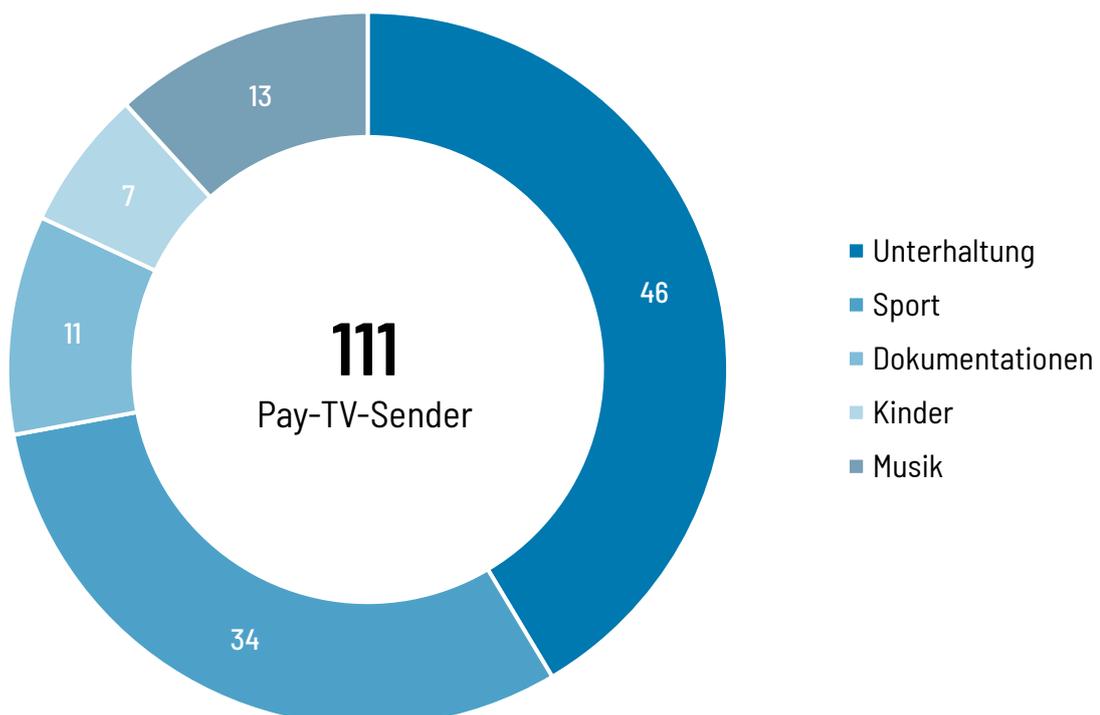
11 Pay-TV-Dokumentations- bzw. Informationssender begeistern ihr Publikum mit einer Vielzahl hochwertig produzierter Dokumentationen und Reportagen. Dabei reicht die Bandbreite der Inhalte von spannenden Tier- und Naturdokumentationen über die Themenfelder Wissen und Geschichte bis hin zu Reise-, Gastronomie- und Lifestyle-Formaten.

7 Pay-TV-Kinderprogramme bieten hochwertige und altersgerechte Unterhaltungs- und Informationsformate für Kinder jeden Alters – von Wissenssendungen über Trick- und Spielfilme oder Serien bis hin zu Show- und Musikformaten.

13 Pay-TV-Musikprogramme decken nahezu jede Musikrichtung ab.

Pay-TV-Programme nach Genre in Deutschland

Zahl der Pay-TV-Programme je Genre 2024



Quelle: KEK, Jahresbericht auf Basis der Mediendatenbank (Stand: 31.12.2023)

Dokumentation



Kinder



Musik



Sport



Unterhaltung



Quelle: VAUNET (Stand: 1. Halbjahr 2024), Auswahl

Pay-TV-Plattformen (Auswahl)



Quelle: VAUNET (Stand: Juli 2024), Auswahl

Pay-TV-Plattformen

Zu den bedeutendsten Pay-TV- und Pay-TV-on-Demand-Plattformen im deutschen Markt zählen Sky Deutschland, Vodafone GigaTV, MagentaTV (Telekom Deutschland), PÿUR (Tele Columbus AG), DAZN, 1&1, Prime Video Channels (Amazon), Waipu.tv (EXARING AG) und Zattoo.

Auch über Joyn PLUS+ und RTL+ können Pay-TV-Angebote genossen werden. Außerdem stellen auch regionale Anbieter wie NetCologne Pay-TV zur Verfügung. Auch via YouTube sind Pay-TV-Inhalte über sogenannte Primetime-Kanäle abrufbar.

Weitere in der DACH-Region relevante Pay-TV-Plattformen sind unter anderem Sky Österreich, Magenta Telekom und A1 Telekom Austria in Österreich sowie Blue (ehemals Teleclub) oder Sunrise (ehemals UPC Cablecom) in der Schweiz. Auch Canal+ ist in Österreich und der Schweiz buchbar.

Kund:innen der Plattformen haben je nach Abonnement die Möglichkeit, zwischen mehreren Programmbouquets, d. h. mehreren zu einem Paket geschnürten Programmen, zu wählen. Neben einem Starter- bzw. Basispaket bieten die Plattformen meist einen Mix aus Sport-, Film- und Serien- sowie Kinder- und Fremdsprachen-Paketen an. Pakete bestehen vielfach auch aus einem Mix linearer und non-linearer Angebote.

Paid-Video-on-Demand-Plattformen (Auswahl)



Quelle: VAUNET (Stand: Juli 2024), Auswahl

Paid-Video-on-Demand-Plattformen

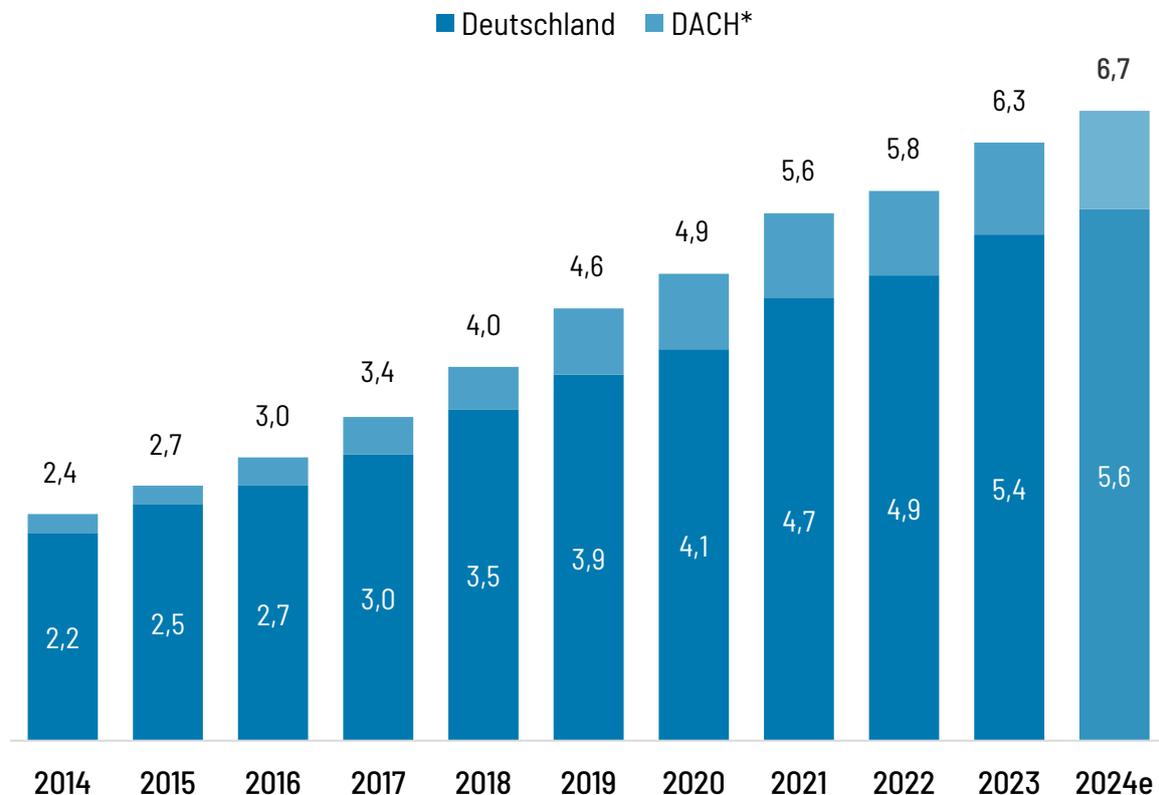
Neben den klassischen Pay-TV-Plattformen wächst das sogenannte OTT-Angebot (Over-the-Top). Dazu gehören hybride Plattformen wie Joyn bzw. Joyn PLUS+, RTL+ und Zattoo, die sowohl lineare als auch non-lineare Programme über das Internet bereitstellen.

Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an reinen On-Demand-Plattformen. Diese lassen sich unterscheiden in abonmierbare SVoD-Services (Subscription-Video-on-Demand) und TVoD- bzw. EST-Services, die Titel im Einzelabruf zum Kauf oder Leihen anbieten (Transactional-Video-on-Demand bzw. Electronic-Sell-Through). Zum SVoD-Segment zählen insbesondere Dienste wie Netflix, Disney+, WOW, Prime Video, Paramount+, discovery+, Apple TV+, DAZN etc. Des Weiteren sind in den letzten Jahren auch Mischformen aus SVoD- und AVoD-Diensten entstanden, die sich sowohl über Abonnements als auch über Werbung finanzieren – hierzu gehören u.a. Netflix, Disney+ und Prime Video.

Zum Segment TVoD/EST gehören hingegen vor allem Dienste wie Apple iTunes, Rakuten TV, Google TV und YouTube. Zunehmend werden verschiedene Bezahl- und Erlösmodelle auch auf einer Plattform kombiniert, wie es beispielsweise bei Amazon Prime Video der Fall ist.

Pay-TV- & Paid-Video-on-Demand-Umsätze: DACH-Region

2014–2024e, in Mrd. Euro, exkl. Technik-/Zugangsentgelte



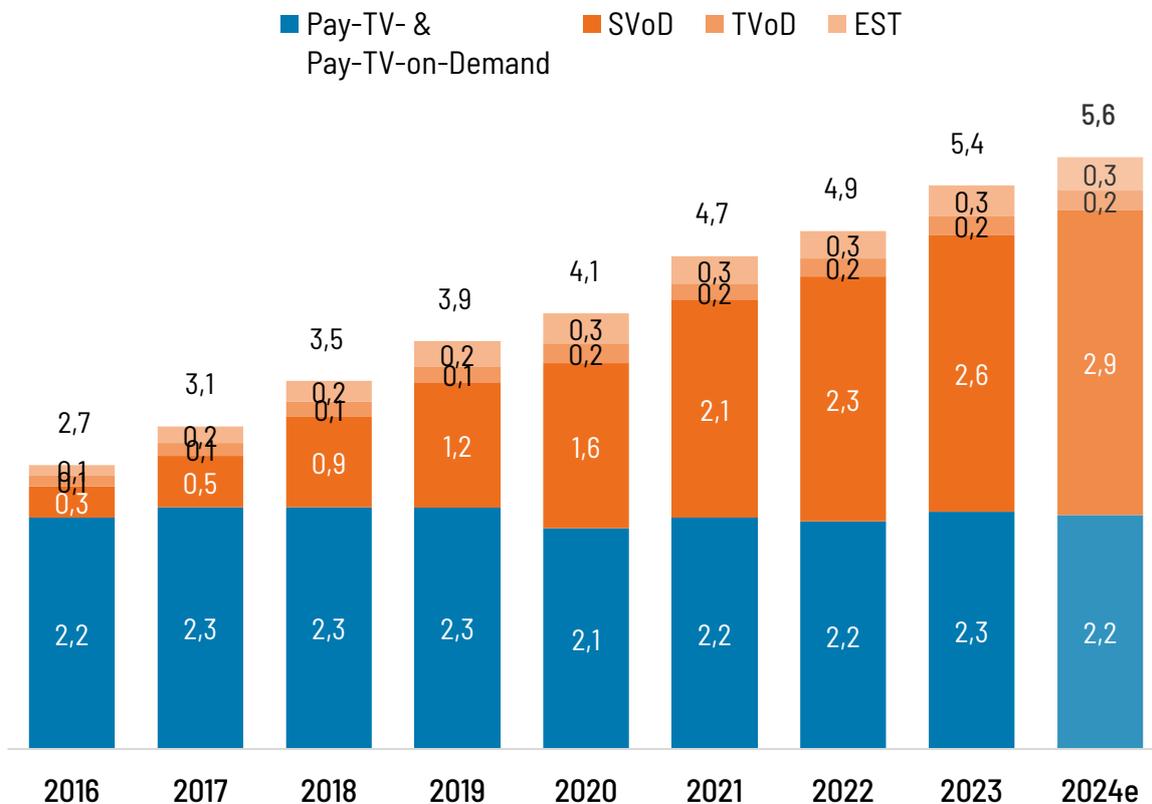
*Deutschland, Österreich und deutschsprachige Schweiz
Quelle: VAUNET

Pay-TV- & Paid-Video-on-Demand-Umsätze DACH

Die Pay-TV- und Paid-Video-on-Demand-Umsätze haben sich in den vergangenen Jahren positiv entwickelt: Seit dem Jahr 2014 ist das Umsatzvolumen in der DACH-Region, also in Deutschland, Österreich sowie der deutschsprachigen Schweiz, um über 160 Prozent angestiegen und erreichte im Jahr 2023 6,3 Milliarden Euro (2022: 5,8 Mrd. Euro). Für das laufende Jahr 2024 prognostiziert der VAUNET weiteres Umsatzwachstum in der DACH-Region in Höhe von 5 Prozent auf rund 6,7 Milliarden Euro.

Pay-TV- & Paid-Video-on-Demand-Umsätze: Deutschland

2016–2024e, in Mrd. Euro



Quelle: VAUNET (Pay-TV & Pay-TV-on-Demand und Prognosewerte 2024e gesamt), GfK/FFA (SVoD, TVoD, EST)

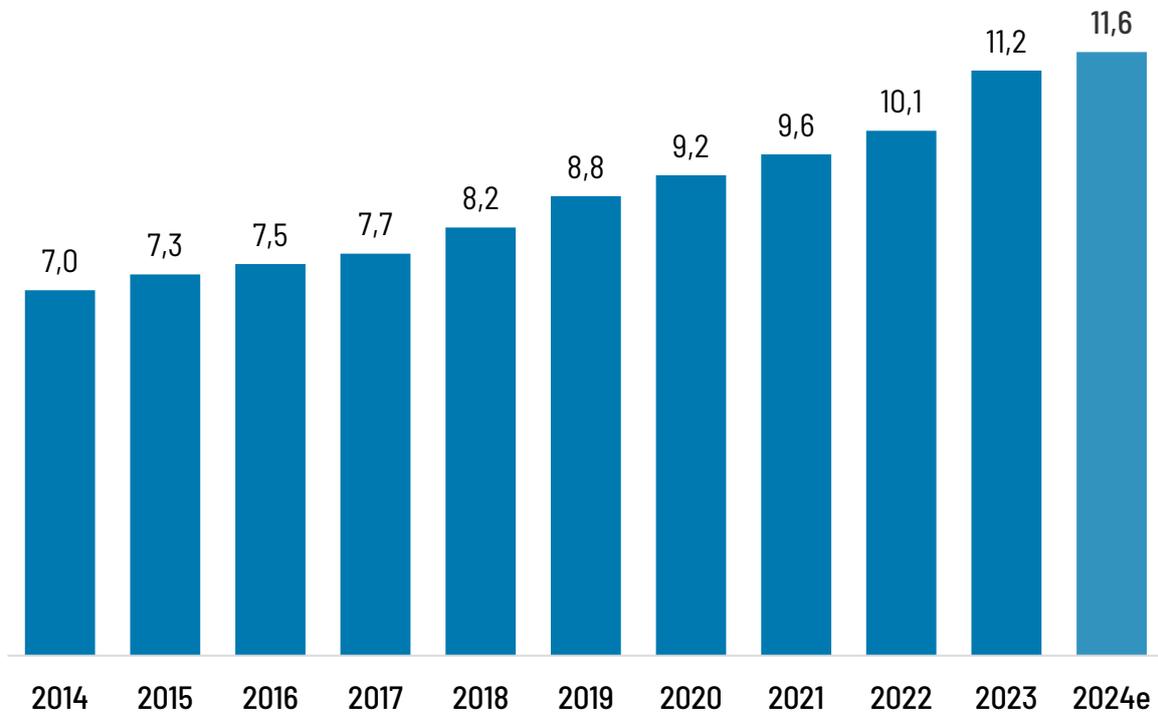
Pay-TV- & Paid-Video-on-Demand-Umsätze in Deutschland

In Deutschland sind die Pay-TV- und Paid-Video-on-Demand-Umsätze im Jahr 2023 insgesamt um 8,8 Prozent auf 5,4 Milliarden Euro (2022: 4,9 Mrd. Euro) angestiegen. Für 2024 prognostiziert der VAUNET für den deutschen Markt weiteres Umsatzwachstum von knapp 5 Prozent auf rund 5,6 Milliarden Euro. In den genannten Werten sind Umsätze aus konvergenten, also linearen und non-linearen Pay-TV-Angeboten enthalten sowie reine Paid-Video-on-Demand-Umsätze.

Die Pay-TV-Umsätze (inkl. Pay-TV-on-Demand) lagen 2023 in Deutschland bei 2,3 Milliarden Euro (2022: 2,2 Mrd. Euro) und sollen sich im laufenden Jahr 2024 laut VAUNET-Prognose i.H.v. -1,4 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro leicht rückläufig entwickeln. Die Umsätze der On-Demand-Only-Angebote, also Subscription-Video-on-Demand (SVoD), Transactional-Video-on-Demand (TVoD) und Electronic-Sell-Through (EST), lagen in Deutschland 2023 gemeinsam erstmals bei über 3 Milliarden Euro. In Summe legten diese VoD-Umsätze gegenüber 2022 um mehr als 12 Prozent zu auf 3,1 Milliarden Euro (2022: 2,8 Mrd. Euro) und sollen 2024 laut VAUNET-Prognose weiter auf insgesamt 3,4 Milliarden Euro ansteigen – hauptsächlich getrieben durch das Wachstum im Bereich SVoD.

Entwicklung der Pay-TV-Abonnements* in Deutschland

2014–2024e, in Millionen



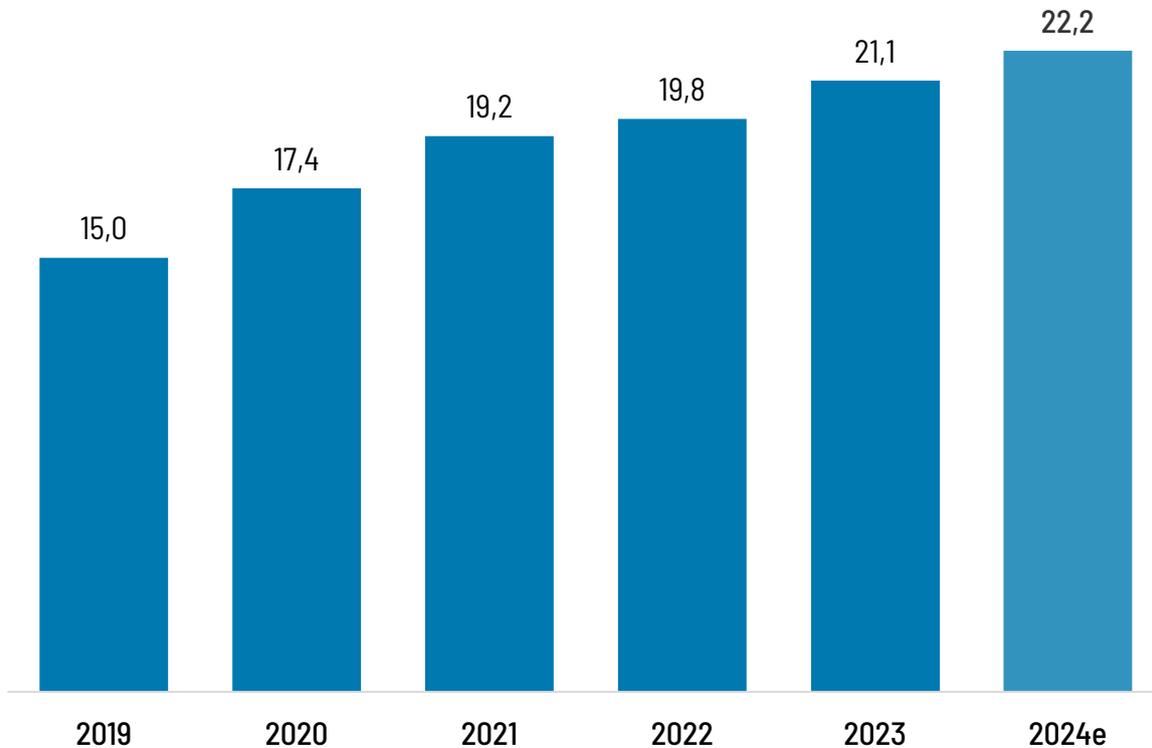
*Inklusive deutschsprachiger Pay-TV- und Fremdsprachenprogramme
Quelle: VAUNET

Pay-TV-Abonnements

Wie beliebt das vielfältige Pay-TV-Angebot in Deutschland ist, zeigt sich an der steigenden Zahl der Abonnements innerhalb der letzten Jahre. Die Zahl der Pay-TV-Abonnements in Deutschland betrug im Jahr 2023 11,2 Millionen (2022: 10,1 Mio.). Für das laufende Jahr 2024 prognostiziert der VAUNET weiteren Anstieg von circa 3 Prozent auf 11,6 Millionen Pay-TV-Abonnements in Deutschland bis zum Jahresende.

Entwicklung der SVoD-Abonnant:innen in Deutschland

2019-2024e, in Millionen



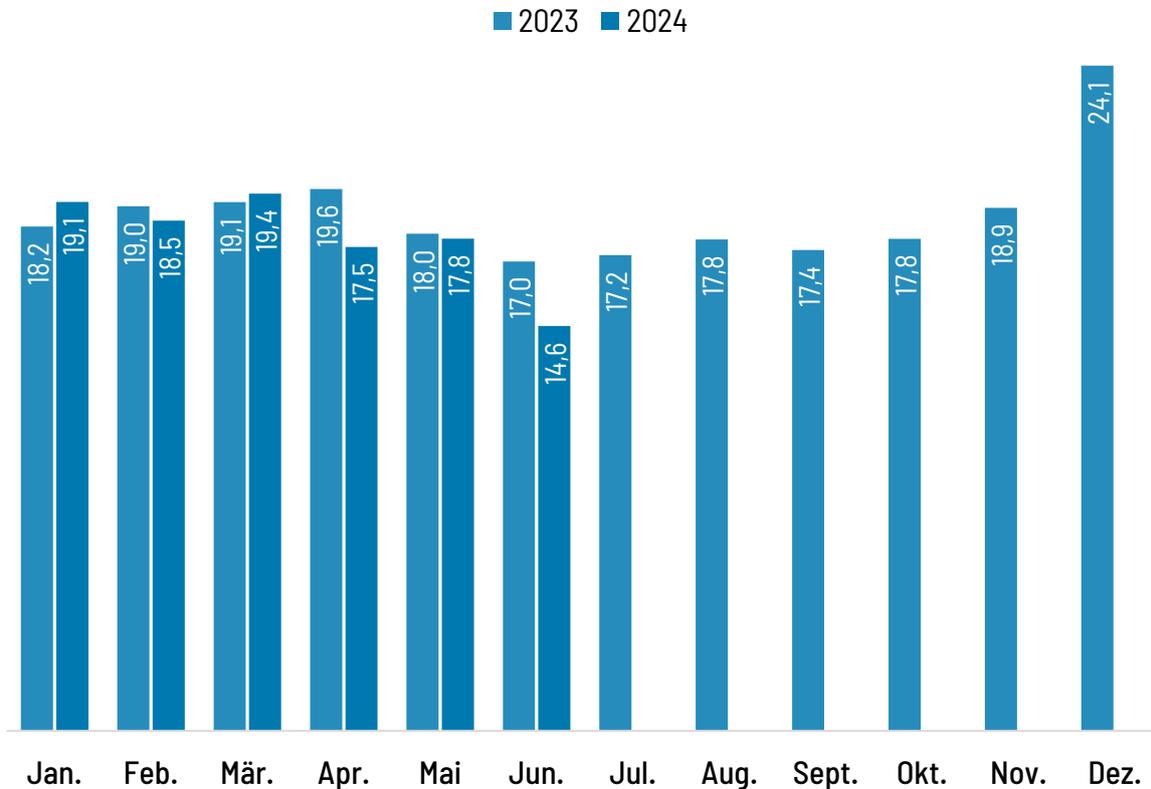
Quelle: FFA/GfK (2019-2023), VAUNET-Prognose (2024e)

SVoD-Abonnant:innen

Während sich der gesamte VoD-Streaming-Markt in Deutschland innerhalb der letzten Jahre sehr dynamisch entwickelt hat, nahm die Zahl der Menschen mit einem Streaming-Abonnement Jahr für Jahr zu. Von 15,0 Millionen im Jahr 2019 stieg die Zahl der SVoD-Abonnant:innen bis zum Jahr 2023 auf 21,1 Millionen an, was einem Wachstum von über 40 Prozent entspricht. Für das Gesamtjahr 2024 soll die Zahl der SVoD-Abonnant:innen laut VAUNET-Prognose weiter um ca. 5 Prozent auf 22,2 Millionen wachsen.

Pay-TV-Seher:innen* in Deutschland

Zuschauer ab 3 Jahren, monatliche Nettoreichweite 2023-2024, in Millionen



*Die Auswertung beschränkt sich auf AGF-lizenzierte Pay-TV-Sender im jeweiligen Lizenzzeitraum. Bei unterjährigem Lizenzbeginn oder -ende sind Sender entsprechend der Laufzeit berücksichtigt und damit nur teilweise mit abgebildet.

Hinweis: Die Daten aus dem Jahr 2023 sind nicht direkt mit der Publikation aus dem Vorjahr vergleichbar, da eine Anpassung an der Stichprobe vorgenommen wurde.

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.7; 01.01.2023-30.06.2024; Marktstandard: TV

Pay-TV-Nettoreichweite

Im Jahr 2023 betrug die durchschnittliche monatliche Nettoreichweite aller AGF-lizenzierten Pay-TV-Sender 18,7 Millionen Seher:innen. Im ersten Halbjahr 2024 lag diese durchschnittliche Nettoreichweite bei 17,8 Millionen Seher:innen im Durchschnittsmonat (H1 2023: 18,5 Mio.).

In den genannten Werten ist die Pay-TV-Nutzung in Deutschland noch nicht vollständig erfasst. Nicht berücksichtigt sind die Nutzung in Gastronomiebetrieben, Kneipen, beim Public Viewing sowie teilweise die Nutzung von Pay-TV-on-Demand und die Nutzungsdaten von Pay-TV-Programmen ohne AGF-Lizenz.

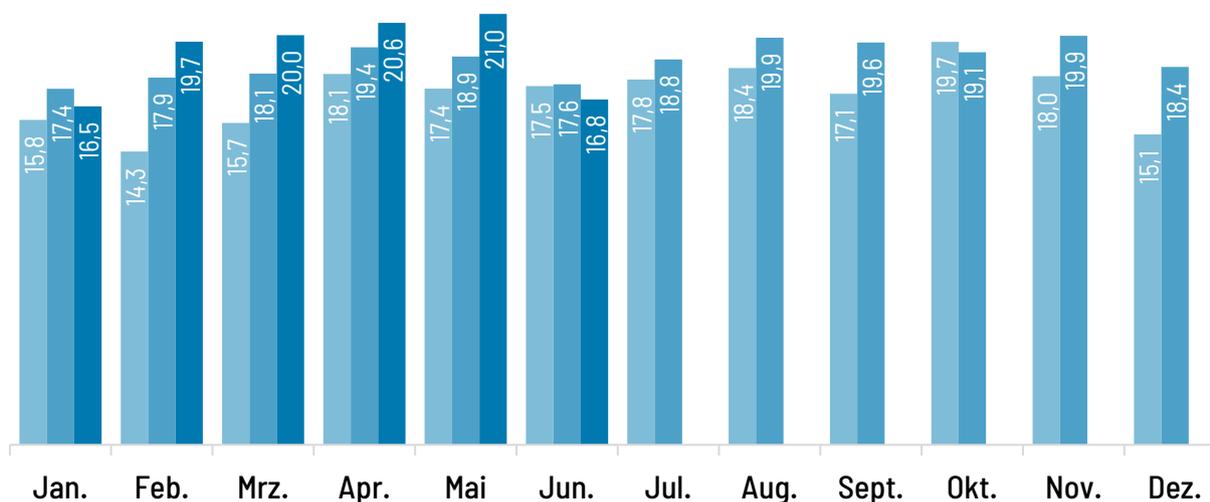
Zuschauermarktanteile von Pay-TV* in Deutschland

Zuschauer ab 3 Jahren, in Deutschland, in Prozent

in allen Haushalten



in Pay-TV-Haushalten



*Die Auswertung beschränkt sich auf AGF-lizenzierte Pay-TV-Sender im jeweiligen Lizenzzeitraum. Bei unterjährigem Lizenzbeginn oder -ende sind Sender entsprechend der Laufzeit berücksichtigt und damit nur teilweise mit abgebildet.

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.7; 01.01.2022-30.06.2024; Marktstandard: TV

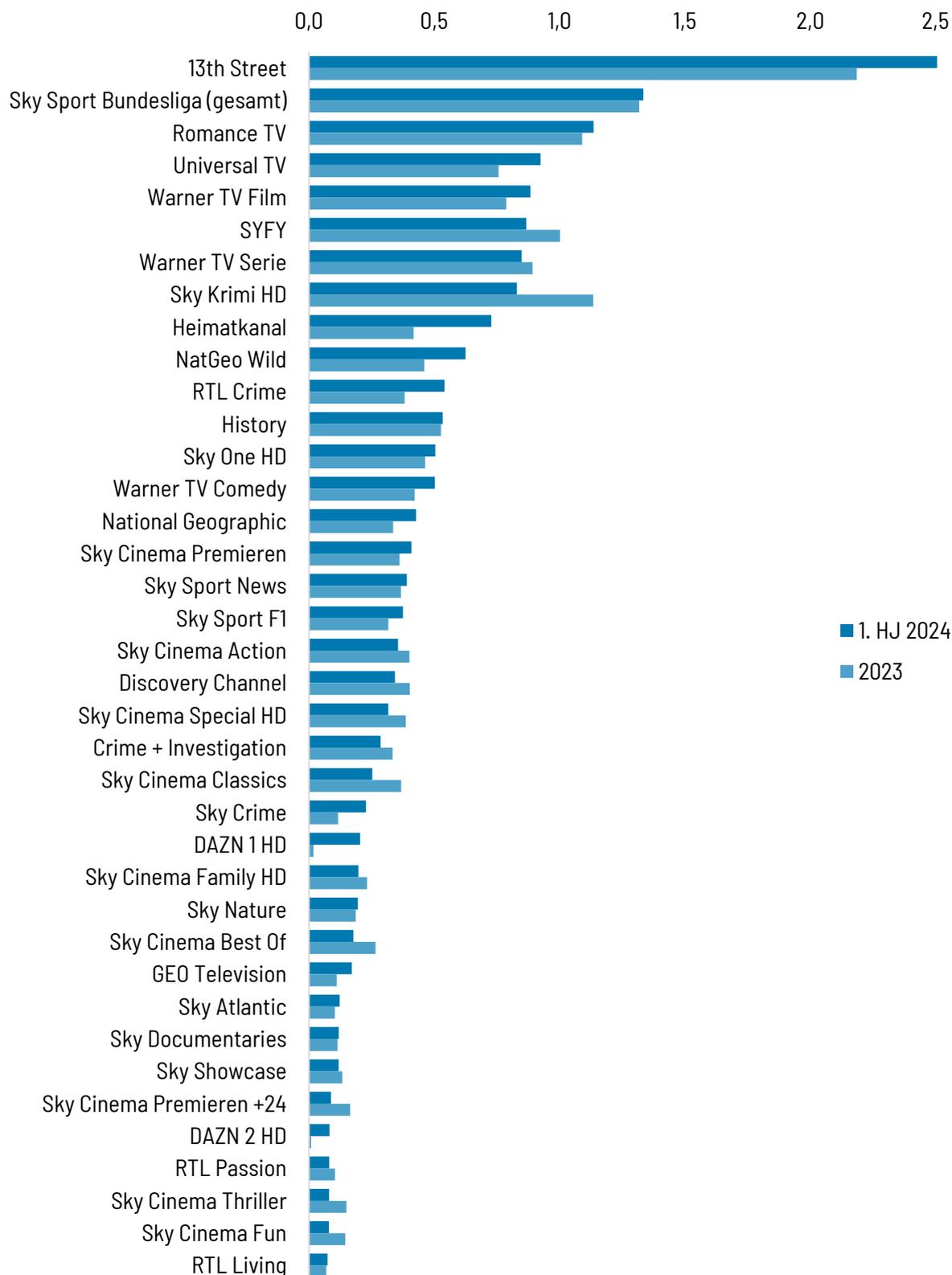
Zuschauermarktanteile von Pay-TV

Über alle deutschen TV-Haushalte hinweg, einschließlich derjenigen ohne Pay-TV-Abonnement, lag der durchschnittliche Zuschauermarktanteil der AGF-lizenzierten Pay-TV-Programme im Jahr 2023 bei 3,5 Prozent im Gesamtpublikum ab 3 Jahren (2022: 3,3 Prozent). Im ersten Halbjahr 2024 betrug der durchschnittliche Zuschauermarktanteil im Gesamtpublikum 3,6 Prozent (H1 2023: 3,5 Prozent).

In den Plattformhaushalten erreichten die Pay-TV-Programme im Jahr 2023 im Durchschnitt 18,8 Prozent des Gesamtpublikums (2022: 17,1 Prozent). Im ersten Halbjahr 2024 lag der gemeinsame durchschnittliche Zuschauermarktanteil der Pay-TV-Programme bei 19,1 Prozent im Gesamtpublikum ab 3 Jahren in den Pay-TV-Haushalten (H1 2023: 18,2 Prozent). Da nicht jeder Sender in jedem Plattformhaushalt verfügbar ist, können sich in den Empfangshaushalten für einzelne Sender höhere Zuschauermarktanteile ergeben.

Zuschauermarktanteile in Pay-TV-Haushalten* in Deutschland

Zuschauer ab 3 Jahren, nur Plattformhaushalte in Deutschland, in Prozent

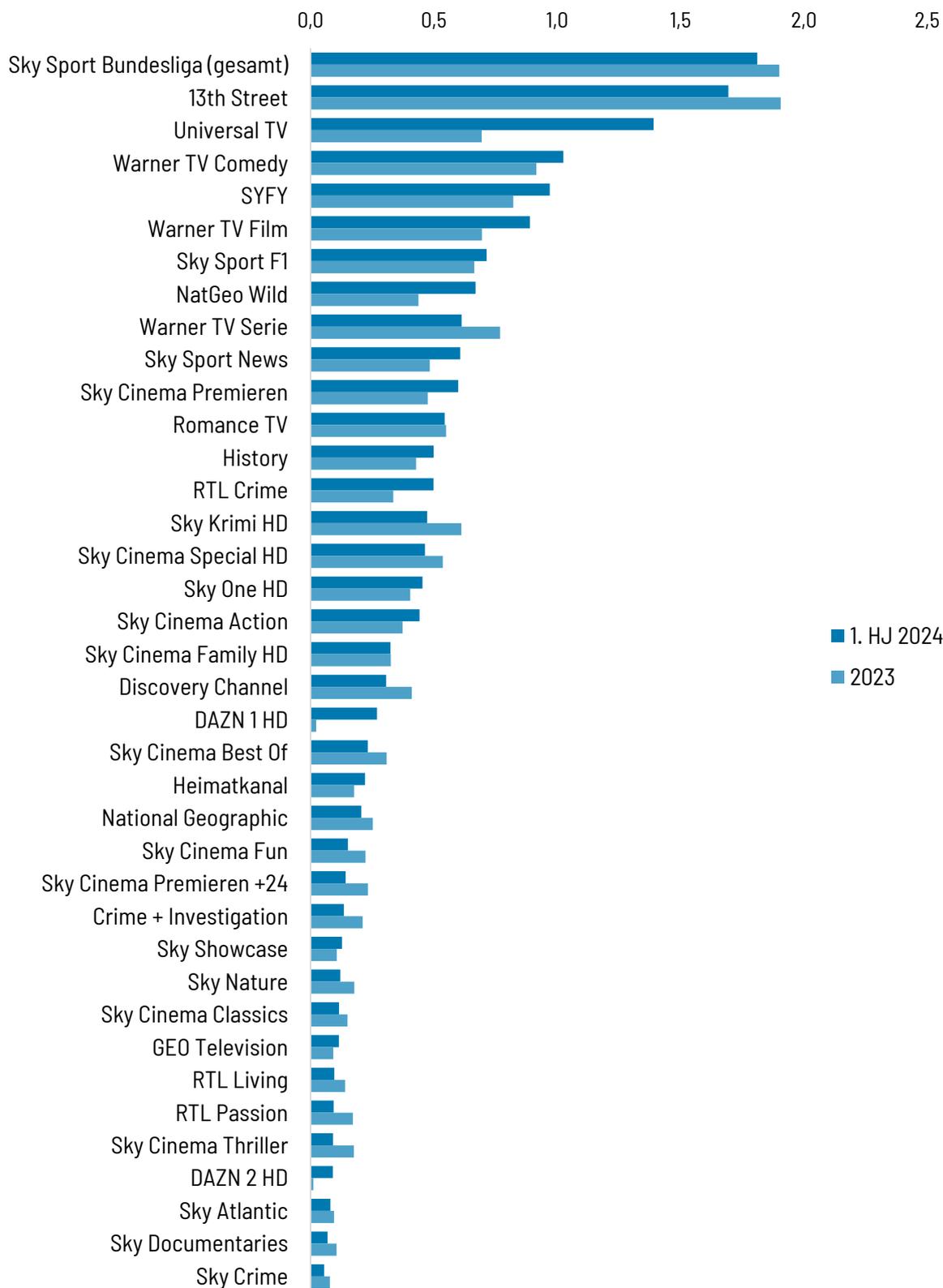


*Die Auswertung beschränkt sich auf AGF-lizenzierte Pay-TV-Sender im jeweiligen Lizenzzeitraum. Bei unterjährigem Lizenzbeginn oder -ende sind Sender entsprechend der Laufzeit berücksichtigt und damit nur teilweise mit abgebildet.

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.7; 01.01.2023-30.06.2024; Marktstandard: TV

Zuschauermarktanteile in Pay-TV-Haushalten* in Deutschland

Erwachsene 14-49 Jahre, nur Plattformhaushalte in Deutschland, in Prozent



*Die Auswertung beschränkt sich auf AGF-lizenzierte Pay-TV-Sender im jeweiligen Lizenzzeitraum. Bei unterjährigem Lizenzbeginn oder -ende sind Sender entsprechend der Laufzeit berücksichtigt und damit nur teilweise mit abgebildet.

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.7; 01.01.2023-30.06.2024; Marktstandard: TV

Über VAUNET

VAUNET – Verband Privater Medien e. V.

VAUNET ist der Spitzenverband der Audio- und audiovisuellen Medienunternehmen in Deutschland. VAUNET leitet sich aus den Anfangsbuchstaben von „Video“ und „Audio“, welche die Eckpfeiler des Verbandes bilden, sowie dem Begriff „Network“ ab. Seine über 160 Mitglieder bereichern Deutschlands Medienlandschaft durch Vielfalt, Kreativität und Innovation.

Die privaten Sendeunternehmen erreichen mit ihren Angeboten ein Millionenpublikum. Und sie sind inzwischen schon lange nicht mehr nur Fernsehen und Radio im klassischen Sinne, sondern bieten den Menschen auch eine große Auswahl an On-Demand-, User-Generated-Content- und Social-Media-Plattformen sowie viele andere attraktive interaktive Dienste an.

Damit die Unternehmen ihren Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt in Deutschland auch in der digitalen Welt erfolgreich leisten können, müssen die regulatorischen, technologischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stimmen. VAUNET unterstützt die Unternehmen als Wirtschaftsverband im Dialog mit Politik, Aufsichtsgremien und Marktpartnern beim Erreichen dieser Ziele – national und auf EU-Ebene.

VAUNET-Arbeitskreis Pay-TV

Der Arbeitskreis Pay-TV ist die gemeinsame Branchenplattform der Pay-TV-Sender im deutschen Markt und organisiert den Dialog mit Marktpartnern ebenso wie übergreifende Projekte der Branche.

Impressum

© Oktober 2024, VAUNET – Verband Privater Medien e. V.
V. i. S. d. P.: Frank Giersberg, Geschäftsführer

Autor: Johannes Leibiger
Recherchen/Auswertungen/Grafiken: Johannes Leibiger, Karl Knobloch und Anton Beckenbauer (Sky Deutschland)
Lektorat: Mária Strejčková

Redaktionsschluss: 9. Oktober 2024
Bildnachweis Deckblatt: Pexels | Andrea Piacquadio

Adresse: VAUNET – Verband Privater Medien e. V., Stromstraße 1, 10555 Berlin
Telefon: +49 30 39 88 0-0
E-Mail: info@vau.net

www.vau.net

