

## Umfrage: Streaming-Markt mit rasanter Entwicklung

**München, 24. August 2020** - Streaming-Anbieter sind weiter auf dem Vormarsch und werden von Pay-TV-Kunden stärker genutzt. Auch immer mehr US-amerikanische Anbieter drängen auf den deutschen Markt. Seit 2014 fiel der Anteil der Pay-TV-Kunden, die parallel keinerlei Streaming-Accounts hatten, um 40 Prozentpunkte. Das zeigt eine fortlaufende Umfrage von Aboalarm, die das Verbraucherportal alle zwei Jahre unter seinen Nutzern durchführt.

Wie groß der Druck auf Sky ist, zeigen die aktuellen Kündigungszahlen von Aboalarm: Im ersten Halbjahr 2020 wurden schon 32 Prozent mehr Kündigungen versendet als im Vorjahr. Deutschlands größter Pay-TV-Anbieter reagierte Anfang Juli mit einer Anpassung seines Abo-Modells.

### Deutschland streamt: Nur noch jeder sechste Pay-TV-Kunde ohne Streaming-Abo

Bei der ersten Aboalarm-Umfrage von 2014 gab noch über die Hälfte (56 Prozent) an, keinen Streaming-Anbieter zu nutzen. Aktuell sind es nur noch 16 Prozent. Heute streamt die große Mehrheit der Pay-TV-Kunden (84 Prozent) selbst.

Auch der Markt hat sich in den vergangenen sechs Jahren – im digitalen Zeitalter eine halbe Ewigkeit – verändert: 2014 nutzten 24 Prozent der Umfrageteilnehmer Amazon Prime – drei Monate nach Marktstart in Deutschland – und gerade einmal 6 Prozent Netflix. Mittlerweile streamen 69 Prozent der Befragten über Amazon und 54 Prozent sind bei Netflix angemeldet. Auch neue US-amerikanische Dienste wie Disney+ (27 Prozent) und Apple TV (11 Prozent) zeugen davon, wie rasant sich der Streaming-Markt entwickelt.

### Fast 80 Prozent kündigen Pay-TV-Verträge strategisch für bessere Konditionen

„Immer mehr Pay-TV-Kunden kündigen ihre Verträge, ohne den Anbieter tatsächlich wechseln zu wollen. Das nennen wir strategische Kündigung“, sagt Thilo Knaupp, Geschäftsführer von Aboalarm. Der Hintergrund: Während treue Bestandskunden oft in teuren Verträgen feststeckten, erhielten Neukunden starke Sonderrabatte. 87 Prozent der Befragten finden diese Ungleichbehandlung der Kunden ungerecht.

Im Bereich Pay-TV spielt das Phänomen der strategischen Kündigung seit Jahren eine besonders große Rolle. Aktuell geben 78 Prozent an, dies regelmäßig zu tun, 2016 waren es bereits 74 Prozent. 59 Prozent der befragten Sky-Nutzer, die bisher noch keine Kündigung versandt hatten, haben vor, demnächst (wieder) zu kündigen.

### Sky reagiert mit neuen Abo-Modellen

Viele Streaming-Anbieter bieten eine monatliche Kündigung an – im Licht der Umfrageergebnisse scheint das ein klarer Wettbewerbsvorteil zu sein. Darauf hat nun auch Deutschlands größter Pay-TV-Anbieter reagiert: Sky Deutschland änderte im Juli 2020 sein Abo-Modell und führte nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit eine monatliche Kündbarkeit ein, für die Nutzer allerdings eine leichte Preiserhöhung in Kauf nehmen müssen. Durch eine erneute längere Vertragsbindung können Kunden die günstigeren Preise beibehalten.

# aboalarm

Einfach kündigen!

Ob die Sky-Kunden mit der neuen Preisstruktur günstiger wegkommen als zuvor, hängt jedoch von den gebuchten Inhalten ab. Eine Verdopplung der Preise bei automatischer Vertragsverlängerung gehört nun der Vergangenheit an, wohl aber auch die Zeit der Rabattkönige. „Preisbewusste Kunden konnten sich in der Vergangenheit durch kluge Verhandlungen Rabatte von bis zu 50 Prozent sichern, diese preisaffinen Kunden droht Sky mit der Vertragsumstellung zu verlieren“, so Kündigungsexperte Knaupp.

## Hinweis zur Methodik

An der Umfrage von 2020 haben rund 2.200 aktuelle und ehemalige Sky-Kunden, die ihr Abonnement mit Aboalarm verwalten, online teilgenommen.

## Über die Aboalarm GmbH

Mit aboalarm ([aboalarm.de](http://aboalarm.de)) kündigen, widerrufen und verwalten Verbraucher schnell, einfach und rechtssicher ihre Verträge bei über 25.000 Anbietern – von Mobilfunk, Internet bis hin zu Kfz-Versicherung. Seit der Gründung im Jahr 2008 verschickte der Kündigungsdienst bereits über 8,5 Millionen erfolgreiche Kündigungen und bietet zusammen mit den mehrfach ausgezeichneten Apps für Android, iPhone und iPad ein geräteübergreifendes Vertragsmanagement. aboalarm ist ein B2C-Service der Aboalarm GmbH, unter deren Dach auch die B2B-Software Finlytics ([finlytics.de](http://finlytics.de)) zu Hause ist, die Banken und Versicherern bei der Analyse von Transaktionsdaten im Bereich Vertragsmanagement hilft und für sie Kontobewegungen in qualifizierte Echtzeit-Leads übersetzt. Heute widmen sich über 40 Mitarbeiter ganz der Entwicklung der mehrfach ausgezeichneten Services und dem Ziel, dass jeder Verbraucher nur die Verträge hat, die zu ihm passen.

## Pressekontakt

Felix Riesenberg  
**aboalarm**

Telefon: +49 89 25557540

E-Mail: [felix.riesenberg@aboalarm.de](mailto:felix.riesenberg@aboalarm.de)

Aboalarm GmbH | Buttermelcherstraße 16 | D-80469 München | [www.aboalarm.de](http://www.aboalarm.de)