NACHRICHTEN
Österreich

02. Januar 2025

Streaming-Kampf: Wer wird der König der Bildschirmunterhaltung?

Der Artikel beleuchtet die Entwicklung des Streaming-Marktes seit der Pandemie 2020 und diskutiert die Herausforderungen für Anbieter wie Netflix.

Cannes, Frankreich - Im digitalen Dschungel der Streaming-Dienste verändert sich das Spiel. Fünf Jahre nach dem Beginn der Pandemie, die das Streaming-Business stark angekurbelt hat, sind die Zeiten unbeschwerter Wachstumsraten für Anbieter wie Netflix vorbei. Viele Anbieter erreichen die Gewinnzone nicht; die Konkurrenz um die besten Inhalte wird härter. Der renommierte deutsche Filmemacher Wim Wenders kritisierte in einer aktuellen Stellungnahme die Gier der Streaming-Plattformen, die sämtliche Rechte an den produzierten Inhalten für sich beanspruchen. „Was wollen sie mit den Inhalten denn machen? Nach der Auswertung kommen sie alle in eine große Gruft, und viele sind dann für alle Zeiten tot“, sagte Wenders gegenüber der Deutschen Presse-Agentur.

Die Veranstaltung Mipcom in Cannes verdeutlichte, dass Sender und Streamer zunehmend um die gleichen Formate konkurrieren. „Alle fischen im selben Becken“, schilderte Jens Richter von Fremantle. Doch der Kampf um die besten Inhalte zeigt bereits erste Ergebnisse: Die bisherigen klaren Grenzen zwischen klassischem Fernsehen und Streamingdiensten verschwimmen zunehmend. Amazon und Netflix setzen nun auch auf Werbung und Live-Übertragungen, während traditionelle TV-Sender ihre Streaming-Angebote erweitern, um neue Zuschauer zu gewinnen.

Netflix und seine Herausforderungen

Netflix hat mit einer Gesamtschuld von 16 Milliarden Dollar zu kämpfen und verfolgt seit Monaten eine strikte Strategie gegen das Teilen von Passwörtern über Haushalte hinaus, um neue Abonnenten zu gewinnen. Das Unternehmen plant, noch mehr Inhalte selbst zu produzieren, bleibt jedoch dem Prinzip treu, keine erfolgreichen Serien an andere Plattformen zu verkaufen. Gleichzeitig zeigt Netflix neue Preismodelle mit einem Einstiegspreis von nur 4,99 Euro pro Monat für die werbefinanzierte Variante, die auf eine breitere Zielgruppe abzielt.

Die Umfrage zur Bewegtbildnutzung belegt, dass der traditionelle Fernsehkonsum nach wie vor stark bleibt. Der TV-Bereich hat mit 77 Prozent nach wie vor die Führungsposition inne, was die Zuschauerzahlen betrifft. Experten wie Wolfgang Struber von der RTR-Medien unterstützen die Einschätzung einer Ko-Existenz zwischen TV-Inhalten und Online-Alternativen, die beiden Medienformen einen Platz im Medienmix bieten könnte, ohne dass eine von beiden verschwindet.

Details	
Ort	Cannes, Frankreich
Quellen	• **www.krone.at** • **www.netflix.com**

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at