

CONSUMER EVOLUTION DETECTOR

Ergebnisse für das Q4 2023

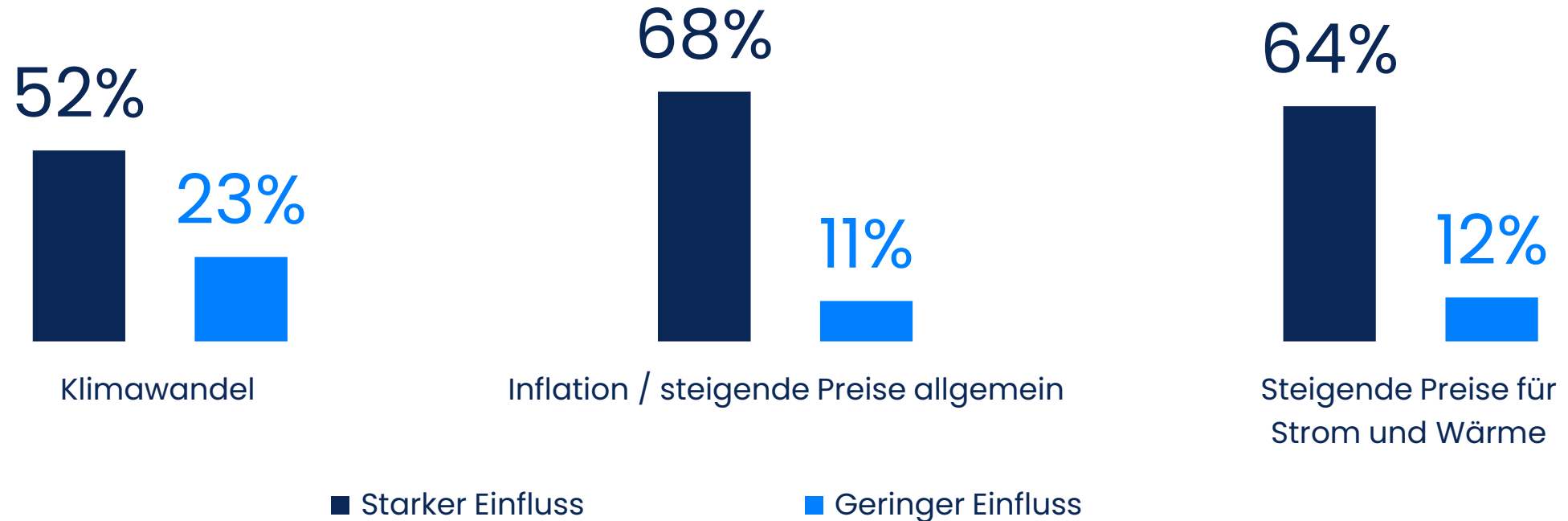
DEZEMBER 2023



STUDIENDESIGN

Die repräsentative Studie „Consumer Evolution Detector“ wird zu Beginn eines jeden Quartals durch die Expertinnen und Experten der zentralen GroupM-Forschungseinheit durchgeführt. Ziel dieser Studie ist es, aktuelle Veränderungen im Konsumentenverhalten fortlaufend aufzudecken und im Zeitverlauf zu beleuchten. Für die aktuelle Erhebung im vierten Quartal 2023 wurden deutschlandweit im Rahmen einer Online-Befragung 1.003 Konsument:innen zwischen 18 und 69 Jahren im Zeitraum vom 11. bis 19. Oktober 2023 befragt.

Wie stark beeinflussen die aktuellen Ereignisse Ihre Stimmung?

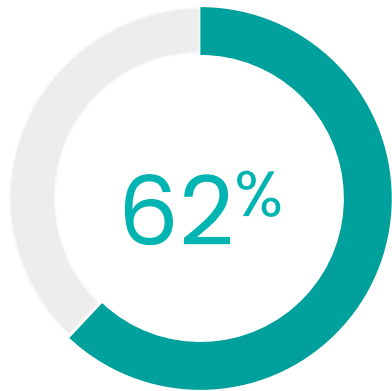


Consumer Evolution Detector

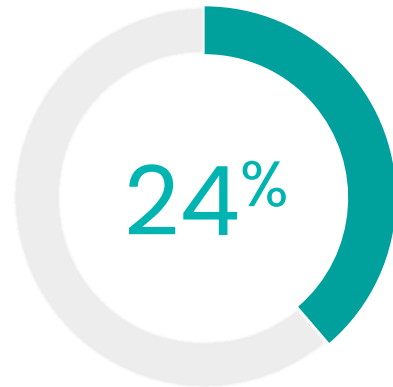
ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit **GroupM Science**. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumentenverhaltens im Zeitverlauf. [groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 11. bis 19. Oktober), n = 1.003 Konsument:innen zwischen 18 und 69 Jahren in Deutschland. Skala von 1: (1 - beeinflusst mich überhaupt nicht.) – bis 5: (5 - beeinflusst mich sehr stark.). 4 & 5 als starker Einfluss aggregiert. 1 & 2 werden als geringer Einfluss aggregiert.

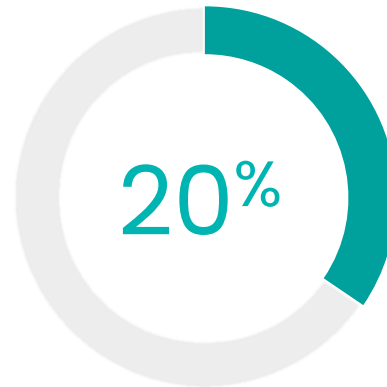
Übersicht der genutzten Streamingdienste



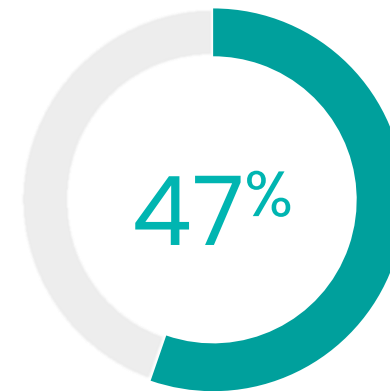
Hochpreisiges Streaming-Abonnement ohne Werbung
(z.B. Disney+, Apple+, Netflix, Prime).



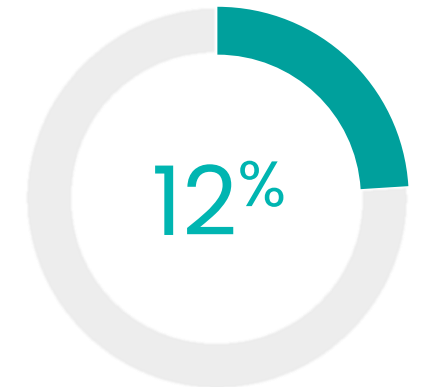
Niedrigpreisiges Streaming-Abonnement mit Werbung
(z.B. Joyn+, RTL+, Netflix Basis).



Kostenlose Streaming-Anbieter mit Werbung
(z.B. Freevee, Crunchyroll, Joyn free).



Kostenlose Mediatheken ohne Werbung
(z.B. ARD Mediathek, ZDF Mediathek).



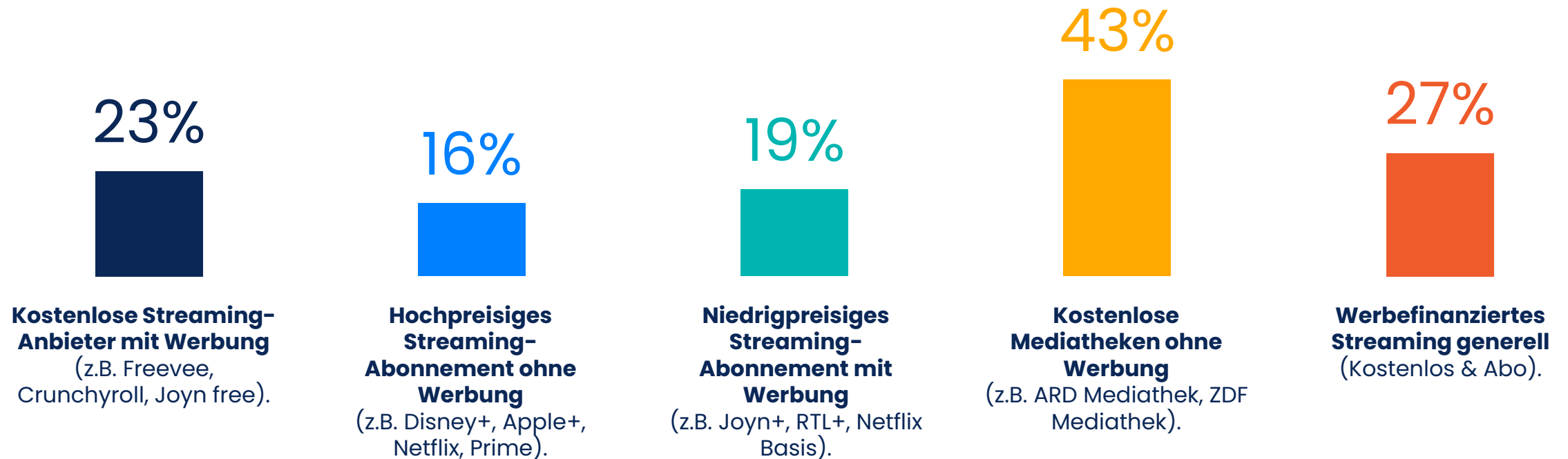
Überhaupt keine Streamingdienste genutzt.

Consumer Evolution Detector

ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit **GroupM Science**. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumentenverhaltens im Zeitverlauf.
[groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 11. bis 19. Oktober), n = 1.003 Konsument:innen zwischen 18 und 69 Jahren in Deutschland. Frage: Nutzen Sie eine oder mehrere der folgenden Streamingoptionen? Mehrfach-Antworten waren für diese Frage zulässig.

Zukünftige Nutzungswahrscheinlichkeit der genannten Streamingoptionen



Consumer Evolution Detector

ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie der Forschungsunit **GroupM Science**. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumentenverhaltens im Zeitverlauf. groupm.de

Methode: Onlinebefragung, Q4/2023 (Erhebungszeitraum vom 11. bis 19. Oktober), n = 377-802 Konsument:innen zwischen 18 und 69 Jahren in Deutschland, die die jeweilige Streamingoption aktuell nicht nutzen. Frage: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die genannten Streamingoptionen in Zukunft nutzen werden? | 1: (1 - Sehr unwahrscheinlich) - 5: (5 - Sehr wahrscheinlich). Die dargestellten Prozentzahlen sind die Aggregation aus 4 „wahrscheinlich“ und 5 „sehr wahrscheinlich“.

DISCLAIMER / LEGAL NOTICE

The intellectual and industrial property rights (copyrights, trademark rights, patent rights, all other property rights or rights of use, etc.) which result from the work, services and conditions (presentations, concepts, etc.) proposed or presented by GroupM Germany remain the property of GroupM Germany. The client is not entitled to rent, loan, lease, sell or otherwise make such accessible to third parties in any form whatsoever, in whole or in part, whether for payment or gratuitously, without the express written consent of GroupM Germany.

Each and every, even partial, use of the work, services and conditions (presentations, concepts, etc.) proposed or presented by GroupM Science with the aim of the conclusion of a contract, whether protected by copyright or not, shall require the prior consent of GroupM Science. This shall also apply for use in a modified or processed form as well as for the use of the ideas underlying the work and services of GroupM Germany.

Insofar as data/information from The Nielsen Company is made available to the client by the agency, the client warrants that it will treat this data/information confidentially, use it only internally and not pass it on for its part. Attention: The right of use exists only in Germany!