

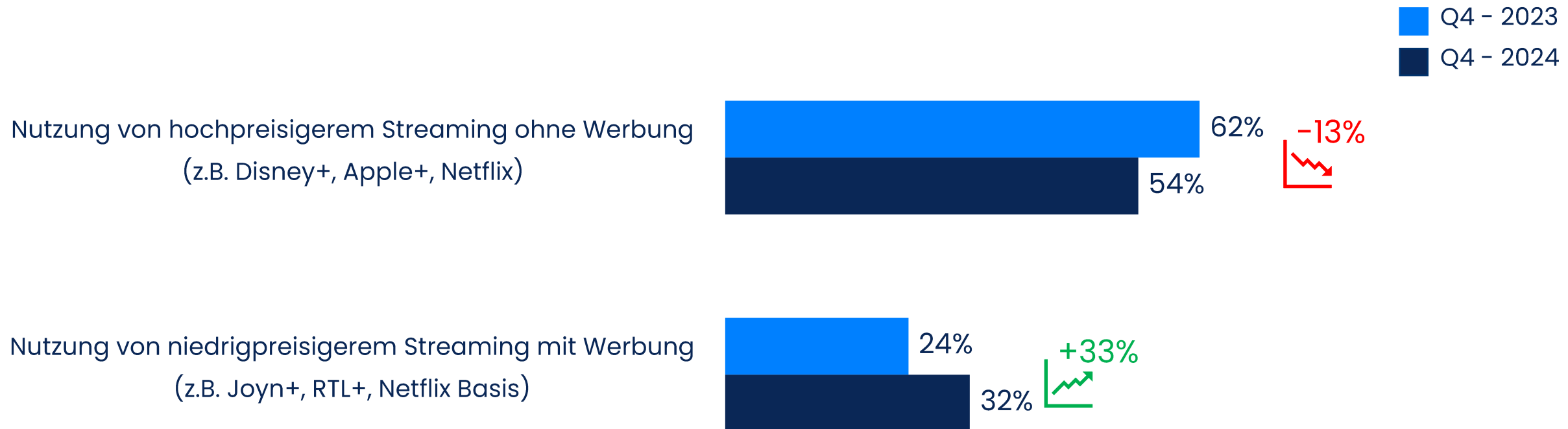
Consumer Evolution Detector – Streaming-Abos & KI-Nutzung

Januar 2025

Studiendesign

Die repräsentative Studie „Consumer Evolution Detector“ wird zu Beginn eines jeden Quartals durch die Expertinnen und Experten von GroupM durchgeführt. Ziel dieser Studie ist es, aktuelle Veränderungen im Konsumverhalten fortlaufend aufzudecken und im Zeitverlauf zu beleuchten. Für die aktuelle Erhebung im vierten Quartal 2024 wurden deutschlandweit im Rahmen einer Online-Befragung 1.013 Personen zwischen 18 und 69 Jahren im Zeitraum vom 31.10.2024 bis zum 11.11.2024 zu ihrem Konsumverhalten befragt.

Niedrigpreisige Streaming-Abos mit Werbung werden bei deutschen Zuschauenden immer beliebter.



Consumer Evolution Detector
ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie von GroupM. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumverhaltens im Zeitverlauf.

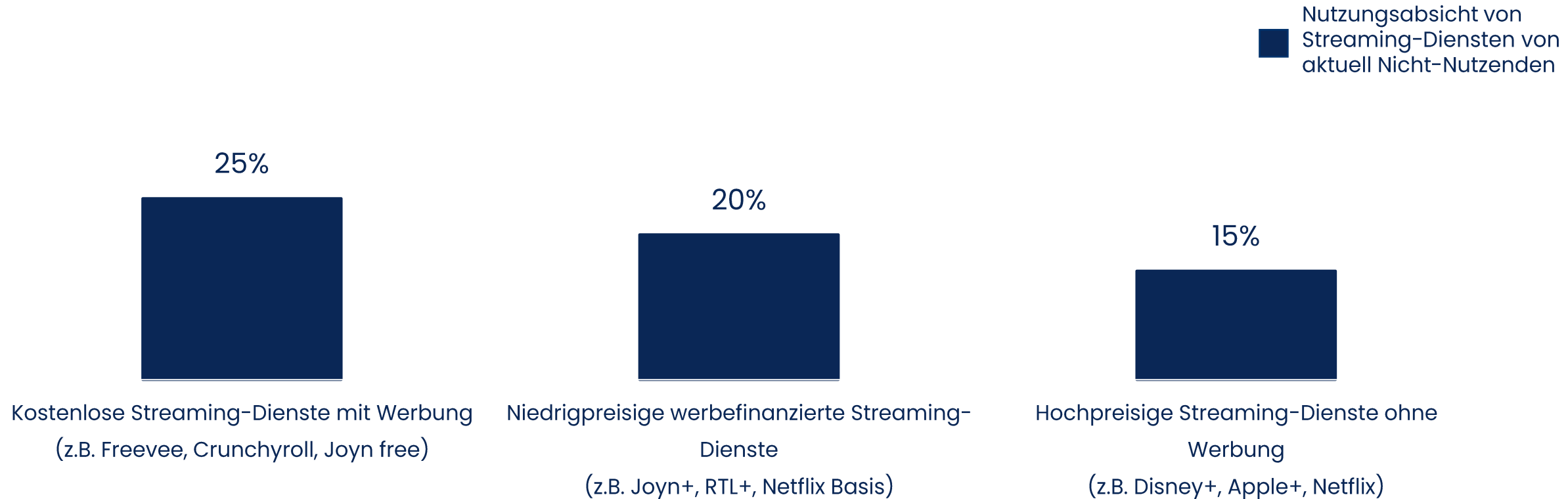
[groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung, Q4/2024 (Erhebungszeitraum vom 31.10. bis 11.11.2024).

Frage: Nun interessiert uns Ihr Streamingverhalten. Nutzen Sie eine oder mehrere der folgenden Streamingoptionen?

Basis: Q4 - 2023 (N=1003) | Q4 - 2024 (n=1013).

Bisherige Nicht-Nutzende sind eher an kostenlosen Streaming-Diensten mit Werbung interessiert.



Consumer Evolution Detector ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie von GroupM. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumverhaltens im Zeitverlauf.

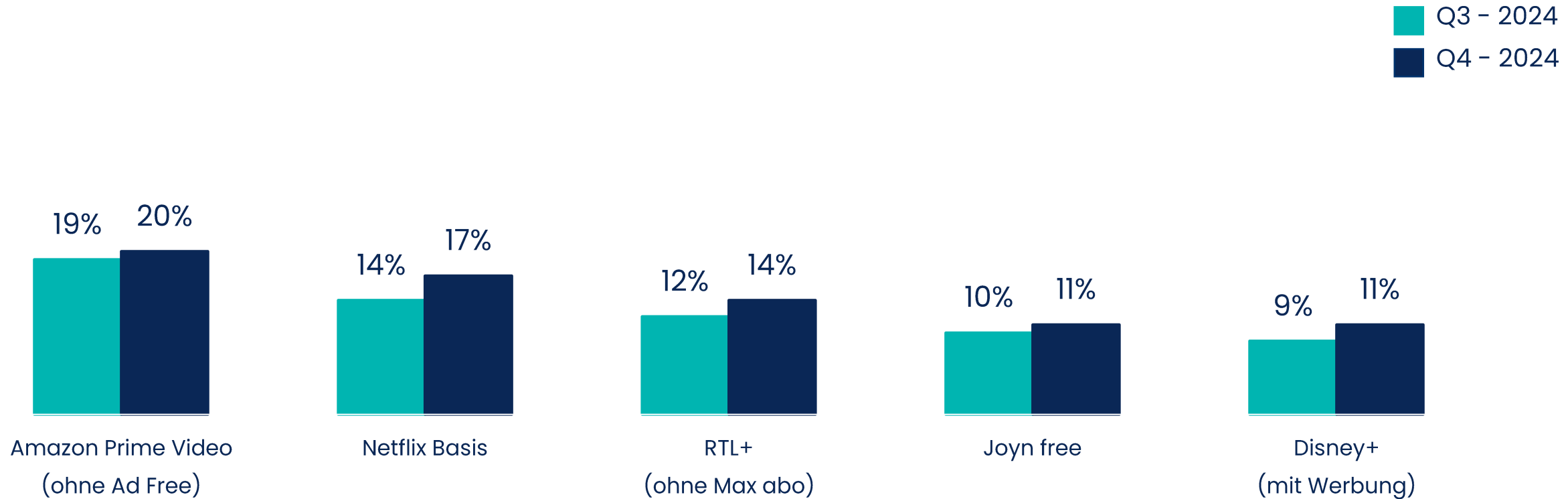
[groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung, Q4/2024 (Erhebungszeitraum vom 31.10. bis 11.11.2024).

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie die folgenden Streamingoptionen aktuell nicht nutzen. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die unten genannten Streamingoptionen in Zukunft nutzen werden?

Basis für Q4 - 2024: Kostenlose Streaming-Anbieter mit Werbung (n=786), niedrigpreisige werbefinanzierte Dienste mit Werbung (n=685), hochpreisige Streaming-Dienste ohne Werbung (n=467).

Nutzung werbefinanzierter Streaming-Dienste: Netflix Basis nähert sich Marktführer Amazon Prime Video.



Consumer Evolution Detector ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie von GroupM. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumverhaltens im Zeitverlauf.

[groupm.de](https://www.groupm.de)

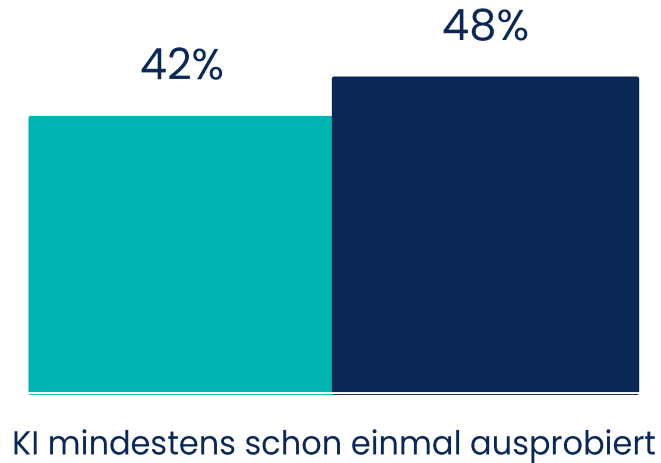
Methode: Onlinebefragung, Q4/2024 (Erhebungszeitraum vom 31.10. bis 11.11.2024).

Frage: Sie haben angegeben, dass Sie aktuell (auch) werbefinanzierte Streamingdienste nutzen. Welchen der folgenden nutzen Sie aktuell?

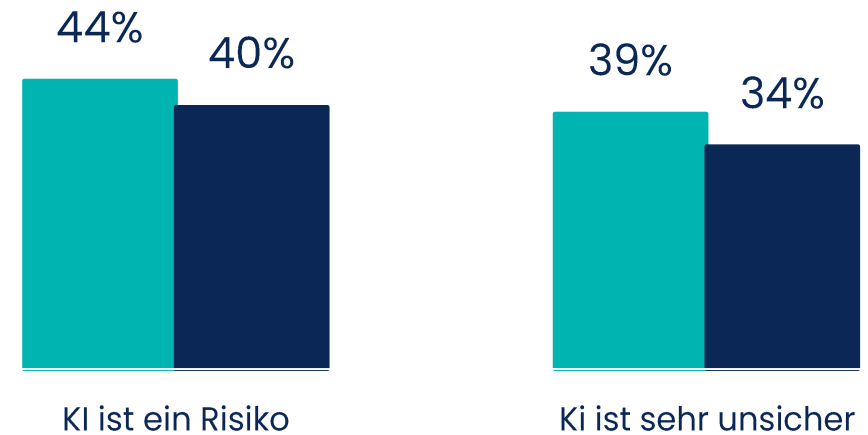
Basis: Q3 - 2024 (n=1007) | Q4 - 2024 (n=1013).

Künstliche Intelligenz: Nutzung und Akzeptanz der Deutschen steigen.

Generelle Nutzung von KI



Wahrnehmung von KI



■ Q3 - 2024
■ Q4 - 2024

Consumer Evolution Detector ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie von GroupM. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumverhaltens im Zeitverlauf.

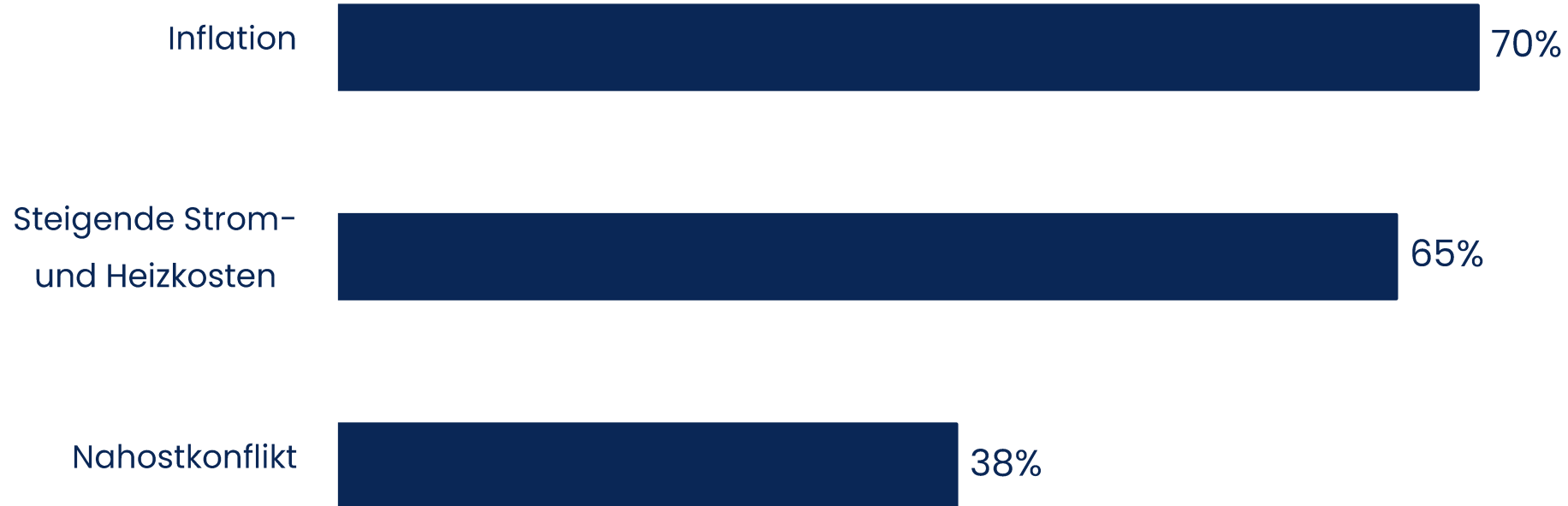
[groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung, Q4/2024 (Erhebungszeitraum vom 31.10. bis 11.11.2024).

Frage I: Haben Sie bereits eine Online-Plattform / ein Tool, das künstliche Intelligenz einsetzt, in Anspruch genommen oder zumindest ausprobiert?
Frage II: Bitte lesen Sie jedes Paar von Aussagen und entscheiden Sie, welche davon Ihre Einstellung zu künstlicher Intelligenz besser beschreibt.
Basis: Q3 - 2024 (n=1007) | Q4 - 2024 (n=1013).

Inflation und steigende Energiekosten haben einen negativen Einfluss auf die Stimmung der Deutschen.

■ Q4 - 2024



Consumer Evolution Detector
ist eine vierteljährlich durchgeführte, repräsentative Studie von GroupM. Sie beleuchtet Veränderungen des Konsumverhaltens im Zeitverlauf.

[groupm.de](https://www.groupm.de)

Methode: Onlinebefragung, Q4/2024 (Erhebungszeitraum vom 31.10. bis 11.11.2024).

Frage: Bitte geben Sie an, wie stark die folgenden Ereignisse Ihre aktuelle allgemeine Stimmung beeinflussen. (Skala von 1 – beeinflusst mich überhaupt nicht bis 5 – beeinflusst mich sehr stark). Dargestellt sind die Skalenpunkte 4+5 als starke negative Beeinflussung.

Basis: Q4 - 2024 (n=1013).

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 with the aim of the conclusion of a contract, whether protected by copyright or not, shall require the prior consent of GroupM. 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!