Kampfansage an Netflix und Amazon

NetflixとAmazonに対する宣戦布告

DW Datum 29.03.2019

https://www.dw.com/de/kampfansage-an-netflix-und-amazon/l-48096681

2019-03-29\_kampfansage-an-netflix-und-amazon.docx



Kampfansage an Netflix und Amazon

Es ist die Zeit der Streaming-Dienste. Millionen Menschen weltweit nutzen Netflix und Amazon, um mit einer Flatrate tausende Filme und Serien zu schauen. Jetzt will auch Apple in den Markt einsteigen.

Netflix ist mit 140 Millionen Abonnenten weltweit der größte Streaming-Dienst. Für Amazon Prime zahlen mehr als 100 Millionen Menschen. Ähnlich groß will nun auch Apple in den nächsten fünf Jahren werden. Es ist eine Kampfansage an Netflix und Amazon. Über iTunes bietet Apple schon seit 2005 Filme und Serien an – allerdings zahlt man dort für jeden einzelnen Film, nicht für eine Flatrate.

Das Geschäft mit dem Video-Streaming wird von wenigen US-Firmen beherrscht – auch in Europa. Wer viele Nutzer hat, kann viel Geld für exklusive Inhalte ausgeben. Und wer erfolgreiche Inhalte exklusiv hat, bekommt wiederum neue Nutzer. Das ist die Strategie von Netflix. 2018 gab das Unternehmen 12 Milliarden US-Dollar für neue Filme und Serien aus, 2019 sollen es sogar 15 Milliarden Dollar werden.

Die Strategie funktioniert: Von den zehn erfolgreichsten Streaming-Serien in Deutschland wurden neun auf Netflix geschaut. Doch im Gegensatz zu seinen Konkurrenten ist Netflix völlig abhängig vom Streaming und hat nur dieses eine Geschäftsfeld. Der Streaming-Dienst hat 2018 16 Milliarden Dollar umgesetzt. Beim Gesamtunternehmen Apple waren es zum Beispiel 266 Milliarden.

Probleme haben besonders die großen TV-Sender in Deutschland, RTL und ProSiebenSat1. „Junge Leute nutzen das lineare Fernsehen nicht mehr so stark wie früher“, sagt Florian Kerkau, Geschäftsführer einer Medien-Beratungsfirma. Für Produzenten von deutschen Filmen und Serien ist diese Entwicklung laut Kerkau aber gut. Seit Netflix und Amazon so erfolgreich sind, produzieren die Sender wieder mehr eigene Inhalte. Das sagt auch Kerkau: „So viel wie heute wurde noch nie produziert. Für Produzenten ist das eine goldene Zeit.“

## Glossar

**Abonnent, -en/Abonnentin, -nen** — jemand, der regelmäßig bezahlt, um ein bestimmtes Angebot zu nutzen

**Streaming (n., nur Singular)** — hier: die Tatsache, dass man im Internet Filme und Serien gucken kann

**Dienst, -e (m.)** — hier: ein Angebot, das man (evtl. für Geld) nutzen kann

**Kampfansage, -n (f.)** — die Tatsache, dass jemand deutlich macht, dass er kämpfen will

**Flatrate, -s (f.)** — die Tatsache, dass man für einen festen Preis so viel von etwas nutzen kann, wie man möchte

**etwas beherrschen** — hier: die Kontrolle über etwas haben

**Nutzer, -/Nutzerin, -nen**— jemand, der etwas benutzt

**exklusiv** — hier: so, dass etwas nur von einem Unternehmen angeboten wird

**Inhalt, -e (m., meist Plural)** — hier: etwas, das auf einer Internetseite angeboten wird (z. B. Videos, Texte)

**wiederum** — hier: so, dass etwas zu etwas anderem und wieder zum ersten führt

**Konkurrent, -en/Konkurrentin, -nen** — hier: eine Firma, die etwas Ähnliches anbietet wie man selbst

**Geschäftsfeld, -er (n.)** — ein Bereich, mit dem eine Firma Geld verdient

**etwas um|setzen**— hier: als Firma Geld mit etwas verdienen (Substantiv: der Umsatz)

**lineares Fernsehen (n.)** — das klassische Fernsehen, bei dem das Programm gleichzeitig gesendet und gesehen wird

**Geschäftsführer, -/Geschäftsführerin, -nen** — jemand, der eine Firma leitet

**Produzent, -en/Produzentin, -nen** — hier: jemand, der die wirtschaftliche Verantwortung für einen Film hat

## 分節化したテキスト

Kampfansage an Netflix und Amazon

Es ist die Zeit der Streaming-Dienste.

Millionen Menschen weltweit nutzen Netflix und Amazon,

um mit einer Flatrate tausende Filme und Serien zu schauen.

Jetzt will auch Apple in den Markt einsteigen.

Netflix ist mit 140 Millionen Abonnenten weltweit der größte Streaming-Dienst.

Für Amazon Prime zahlen mehr als 100 Millionen Menschen.

Ähnlich groß will nun auch Apple in den nächsten fünf Jahren werden.

Es ist eine Kampfansage an Netflix und Amazon.

Über iTunes bietet Apple schon seit 2005 Filme und Serien an –

allerdings zahlt man dort für jeden einzelnen Film, nicht für eine Flatrate.

Das Geschäft mit dem Video-Streaming wird von wenigen US-Firmen beherrscht –auch in Europa.

Wer viele Nutzer hat, kann viel Geld für exklusive Inhalte ausgeben.

Und wer erfolgreiche Inhalte exklusiv hat,

bekommt wiederum neue Nutzer.

Das ist die Strategie von Netflix.

2018 gab das Unternehmen 12 Milliarden US-Dollar für neue Filme und Serien aus,

2019 sollen es sogar 15 Milliarden Dollar werden.

Die Strategie funktioniert:

Von den zehn erfolgreichsten Streaming-Serien in Deutschland wurden neun auf Netflix geschaut.

Doch im Gegensatz zu seinen Konkurrenten ist Netflix völlig abhängig vom Streaming

und hat nur dieses eine Geschäftsfeld.

Der Streaming-Dienst hat 2018 16 Milliarden Dollar umgesetzt.

Beim Gesamtunternehmen Apple waren es zum Beispiel 266 Milliarden.

Probleme haben besonders die großen TV-Sender in Deutschland, RTL und ProSiebenSat1.

„Junge Leute nutzen das lineare Fernsehen nicht mehr so stark wie früher“,

sagt Florian Kerkau, Geschäftsführer einer Medien-Beratungsfirma.

Für Produzenten von deutschen Filmen und Serien ist diese Entwicklung laut Kerkau aber gut.

Seit Netflix und Amazon so erfolgreich sind,

produzieren die Sender wieder mehr eigene Inhalte.

Das sagt auch Kerkau:

„So viel wie heute wurde noch nie produziert.

Für Produzenten ist das eine goldene Zeit.“