



Adjust GmbH Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin, Germany  
Adjust Inc. 500 Montgomery Street, Suite A, CA 94111, United States of America  
pr@adjust.com, [www.adjust.com](http://www.adjust.com)

## Mobile Streaming Erobert Den Mainstream und Eröffnet massive Marktchancen für Werbung

*Neuer Mobile Streaming Report von Adjust zeigt, dass 52,5 % der Verbraucher weltweit in Zeiten der sozialen Distanzierung ihre Smartphones häufiger zum Streamen von Videoinhalten nutzen.*

**BERLIN, 17. Februar 2021** - Das sogenannte Over-The-Top-Streaming (OTT) hat sich explosionsartig entwickelt, da die Verbraucher mehr denn je nach On-Demand-Unterhaltung suchen. Der neue [Mobile Streaming Report 2021](#) der App-Marketing-Plattform [Adjust](#) deutet auf eine sich grundlegende Verschiebung der Nutzungsgewohnheiten zum mobilen Medienkonsum hin. Die Auswertungen widerlegen die weit verbreitete Annahme, dass Mobile Streaming vor allem auf dem Arbeitsweg stattfindet: 84 % der Verbraucher aus der Studie nutzen ihr Smartphone auch in Zeiten von sozialer Distanzierung und Home-Office genauso oft oder sogar häufiger für das Abrufen von Streaming-Inhalten.

Mehr als die Hälfte der Verbraucher (52,5 %) gibt an, dass sie seit dem Lockdown mehr Videoinhalte streamen. Nur 12 % der Verbraucher streamen weniger - demnach verwenden viermal mehr Verbraucher ihre Smartphones zum Streamen von Videoinhalten.

Der [Mobile Streaming Report](#) basiert auf einer Befragung von 7.000 Verbrauchern in den USA, Großbritannien, Deutschland, der Türkei, Japan, Singapur, Korea und China. Die Daten zeigen, dass in sogenannten "Mobile-First"-Ländern, also Ländern mit intensiver Mobile-Nutzung, mobiles Streaming generationsübergreifend genutzt wird. Insgesamt geben fast 90 % der Nutzer im Alter von 55 Jahren und älter in China (89,8 %) und der Türkei (88,9 %) an, dass sie täglich oder zumindest mehr als einmal pro Woche Inhalte über ihr Smartphone streamen. Zum Vergleich, in Deutschland sind es 43,4 % der Nutzer.

*"Weltweit erleben wir einen gravierende Veränderung: Menschen jeden Alters konsumieren Streaming-Inhalte inzwischen routinemäßig auf Mobile-Geräten. Das sind riesige Chancen für Mobile Advertising und entsprechend für Mobile Analytics," prognostiziert Paul H. Müller, Co-Founder und CTO von Adjust. "Wer versteht, wie und wann die Nutzer Inhalte streamen und welche Kanäle und Kampagnen sich am besten für Marketingmaßnahmen eignen, erschließt jetzt nahezu unbegrenztes Potenzial, um eine breite, loyale Nutzerbasis mit hohem Life-Time-Value aufzubauen."*

**Weitere Erkenntnisse aus dem Report:**

- **Ein Großteil der Verbraucher streamt mindestens einmal am Tag Inhalte übers Smartphone.** Nutzer in China (93,8 %) und der Türkei streamen im Ländervergleich am häufigsten wöchentlich bis täglich, gefolgt von Korea (86,2 %), Singapur (83,7 %), Deutschland (78,7 %), den USA (69,4 %),

Japan (57,2 %) und Großbritannien (45,7 %).

- **Nutzer aller Altersgruppen und Regionen streamen mindestens eine Stunde pro Session. Das beweist, dass die Zuschauer nicht mehr nur kurze Content-Clips konsumieren, sondern Episoden und Filme in voller Länge anschauen.** Millennials streamen am häufigsten und am längsten. Eine durchschnittliche Session dauert knapp über 90 Minuten (94,2), dicht gefolgt von der Generation Z mit knapp unter 90 Minuten (87,6). Die durchschnittliche Session von Nutzer ab 55 Jahre und älter liegt bei ca 65 Minuten und zeigt, dass auch diese Altersgruppe sich zunehmend für Mobile Streaming begeistern lässt.
- **Die Verbraucher geben beträchtliche Summen für Streaming- und On-Demand-Unterhaltung aus.** Korea führt mit 42,68 US-Dollar monatlich, gefolgt von Singapur und den UK mit ca 35 US-Dollar. In Deutschland geben die Verbraucher durchschnittlich 34,36 US-Dollar pro Monat aus.

### **Neue Möglichkeiten für Second Screens dank Connected TV**

Der Report von Adjust zeigt auf wie allgegenwärtig das Phänomen Second Screen weltweit verbreitet ist. Im Durchschnitt nutzen mehr als drei Viertel (76 %) aller Befragten ihr Mobiltelefon, während sie fernsehen. Am stärksten ausgeprägt ist dieses Verhalten in Singapur und China (jeweils 85 %), dicht gefolgt von den USA (83 %) und Deutschland (74%).

In Bezug auf Inhalten liegen Social-Media-Apps, mit durchschnittlich 65,4 % weit vorn, gefolgt von Banking- (54,9 %) und Gaming-Apps (44,9 %). Insbesondere Second-Screener der APAC-Region haben Appetit auf Essenlieferdienste, wobei die Nutzung von Apps dieser Kategorie in China (65,2 %), Korea (36,6 %) und Singapur (48,2 %) am stärksten ausgeprägt ist.

###

### **Methodik**

Der Mobile Streaming 2021 Report stützt sich auf eine von Censuswide im Auftrag von Adjust durchgeführte Verbraucherumfrage unter insgesamt 7.000 TV-/Videostreaming-Konsumenten ab 16 Jahren. Die Studie basiert auf national repräsentativen Stichproben von 1.000 TV-/Videostreaming-Konsumenten in jedem der folgenden Länder: Großbritannien, Deutschland, Türkei, Japan, Singapur, Korea und China zwischen dem 6. November 2020 und dem 10. November 2020 sowie in den USA zwischen dem 23. und dem 29. September 2020.

### **Über Adjust**

Adjust ist eine globale App-Marketing-Plattform mit maximalen Datenschutz und hohen Performance-Standards. Die Plattform umfasst Lösungen für Attribution- & Mobile Measurement, Fraud Prevention, Cybersecurity und Marketing-Automatisierung. Die Tools werden von über 50.000 Apps eingesetzt, um ihr Marketing einfacher, intelligenter und sicherer zu machen.