



© Panthermedianet.at/Antonio Guillen Fernández

Wie damals und heute zugleich

Streaming-Markt: Über aktuelle Entwicklungen und die Auswirkungen der Krise auf Produktion sowie Anbieter.

••• Von Nadja Riahi

Mehr Zeit zu Hause, mehr Zeit für Streaming. Die Covid-19-Krise hat sich auch auf den (internationalen) Streaming-Markt ausgewirkt. **medianet** sprach mit Gabriel Mohr, Manager beim Beratungshaus Arthur D. Little, über neue Plattformen, Produktionsbeschränkungen und andere Entwicklungen.

medianet: Herr Mohr, seit unserem letzten Gespräch vor etwa

einem Jahr hat sich in der Streamingwelt einiges getan. Disney hatte damals angekündigt, eine eigene Plattform zu launchen; das ist mittlerweile passiert. Welche Entwicklungen haben Sie noch bemerkt?

Gabriel Mohr: In Österreich und Deutschland gibt es Disney Plus seit März 2020 und in den USA schon seit November 2019. Ich glaube, Disney gehört definitiv zu den Gewinnern im Streaminggeschäft. Es ist natürlich schwierig, zu sagen, wie die genauen Zahlen und Hintergründe aussehen. Ursprünglich hat es

Prognosen von Disney gegeben, dass sie bis 2024 in etwa 60 bis 90 Millionen Kunden erwarten – im April 2020 hatten sie bereits 50 Millionen.

medianet: Woran könnte dieser Erfolg liegen?

Mohr: Disney ist generell ein sehr bekanntes Unternehmen. Viele verbinden damit Nostalgie und Kindheitserlebnisse. Dann ist es auch eine sehr starke Brand mit vielen Netzwerken, die viele andere Unternehmen aufgekauft haben – wie etwa Lucasfilm oder Marvel.

Disney besteht schon lange nicht mehr nur aus Mickey Mouse und Co, sondern ist mittlerweile ein Universum von Blockbuster Movies und den entsprechenden Produzenten. Wenn man sich anschaut, welche Figuren die größten und bekanntesten Movie-Charaktere sind, dann stammen viele aus dem Hause Disney. Auch von einem preislichen Standpunkt aus betrachtet, bietet Disney für die Kunden Vorteile: In den USA sind sie mit 6,9 Dollar gestartet, das ist günstiger als Netflix; dort liegen die Kosten für ein Abo der-