

## Pressemitteilung

Hochschule Fresenius

Melanie Hahn

03.09.2019

<http://idw-online.de/de/news722779>

Forschungsergebnisse  
Medien- und Kommunikationswissenschaften, Psychologie, Wirtschaft  
überregional



## OTT-Studie zeigt: In Deutschland ist das exponentielle Wachstum von WhatsApp, Instagram & Co. vorbei

Zum vierten Mal haben Prof. Dr. Anna Schneider, Professorin für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule Fresenius in Köln, und Dr. René Arnold vom Wissenschaftlichen Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste GmbH (WIK) das Konsumentenverhalten in Bezug auf Over-the-Top-Dienste (OTT) in Deutschland untersucht. Die repräsentativen Ergebnisse zeigen, dass der rasante Zuwachs der Nutzung beliebter Messengerdienste deutlich gebremst ist. Damit die Erfolgswelle nicht abebbt, sind neue Strategien und Geschäftsmodelle nötig. Welche Angebote auf Konsumenten zukommen könnten und was das für traditionelle Anbieter bedeutet, ist Thema der aktuellen Studie.

Köln. Kommunikation unterliegt einem stetigen Wandel. Sogenannte Over-the-top (OTT) Dienste spielen dabei in Deutschland auch weiterhin eine wichtige Rolle. Die neuesten Daten basieren auf einer repräsentativen Befragung von 3184 Konsumenten und bieten Grund zu der Annahme, dass der deutsche Markt gesättigt sein könnte: Die Zeiten des sprunghaften Wachstums von WhatsApp, Instagram und Co. scheinen vorüber zu sein. So haben im Vergleich zum Vorjahr – mit Ausnahme der Altersgruppe der 35 bis 44-Jährigen – keine erheblichen Veränderungen in der Nutzungsverteilung zwischen traditionellen Diensten wie Telefon oder SMS und OTT-Diensten mehr stattgefunden.

Trotz der enormen Nutzerzahlen, Geld verdient kaum einer der OTT-Dienste heute. „Nur die profitablen Dienste werden langfristig überleben“, ist Schneider überzeugt und warnt so manchen Anbieter vor möglichen Schnellschüssen: „Dienste einfach zusammenzulegen, um die Anzahl der mit Werbung ansprechbaren Nutzer zu erhöhen, wird kaum funktionieren. Unsere Resultate zeigen eindeutig, dass Konsumenten sich bewusst für bestimmte Dienste entscheiden und keine Aufhebung der Grenzen zwischen Diensten möchten.“

„Andere Wege, um Geld zu verdienen, erscheinen deutlich vielversprechender“, fügt Arnold hinzu. „Partnerschaften mit anderen Diensten wie Shopping und die Kombination des Kerndienstes mit Zusatzfunktionen sind besonders lukrative Möglichkeiten einen Umsatzanteil abzubekommen.“ Darüber hinaus engagieren sich Google, Facebook oder Viber mit neuen Angeboten für Unternehmen in der Marketingkommunikation direkt mit dem Konsumenten. Sie greifen so – nach der klassischen SMS – einen traditionellen Gewinnbringer der Telekommunikationsunternehmen an. Die Studie zeigt, dass der Druck auf traditionelle Telekommunikationsanbieter trotz des gebremsten Wachstums der beliebtesten OTT-Anbieter in Deutschland damit weiter steigt.

Über die Hochschule Fresenius

Die Hochschule Fresenius mit ihren Standorten in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Idstein, Köln, München und Wiesbaden sowie dem Studienzentrum in New York gehört mit über 13.000 Studierenden zu den größten und renommiertesten privaten Hochschulen in Deutschland. Sie blickt auf eine mehr als 170-jährige Tradition zurück. 1848 gründete Carl Remigius Fresenius in Wiesbaden das „Chemische Laboratorium Fresenius“, das sich von Beginn an

sowohl der Labor-praxis als auch der Ausbildung widmete. Seit 1971 ist die Hochschule staatlich anerkannt. Sie verfügt über ein sehr breites, vielfältiges Fächerangebot und bietet in den Fachbereichen Chemie & Biologie, Design, Gesundheit & Soziales, onlineplus sowie Wirtschaft & Medien Bachelor- und Masterprogramme in Vollzeit sowie berufsbegleitende und ausbildungsbegleitende (duale) Studi-engänge an. Die Hochschule Fresenius ist vom Wissenschaftsrat institutionell akkreditiert. Bei der Erstakkreditierung 2010 wurden insbesondere ihr „breites und innovatives Angebot an Bachelor- und Master-Studiengängen“, „ihre Internationalität“ sowie ihr „überzeugend gestalteter Praxisbe-zug“ vom Wissenschaftsrat gewürdigt. Im April 2016 wurde sie vom Wissenschaftsrat für weitere fünf Jahre reakkreditiert.

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Anna Schneider  
Professorin für Wirtschaftspsychologie  
anna.schneider@hs-fresenius.de

URL zur Pressemitteilung: <http://www.hs-fresenius.de>