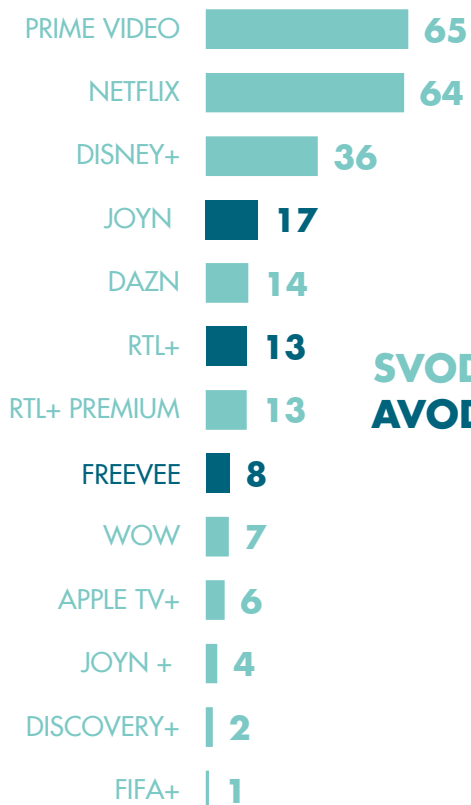


# DER STREAMINGDIENST FÜR DIE GENERATION X

## ANALYSE DER NUTZER:INNEN VON AMAZON FREEVEE

### NUTZER PLATTFORMEN IN %



SVOD  
AVOD

Werbefinanziertes Streaming (AVOD – Advertising Video on Demand) gewinnt für die Anbieter bei abflachender Neukundenkurve immer stärker an Bedeutung. Unabhängig von einem kostenpflichtigen Amazon Prime Account bietet der Versandriese seit August 2022 ein umfangreiches Angebot an Filmen und Serien auf der kostenlosen Plattform FREEVEE. Diese ist z.B. über die FireTV-Sticks von Amazon und Smart-TVs mit Google oder Android TV erreichbar und konnte so in wenigen Monaten bereits eine signifikante Reichweite und somit vermarktbare Inventar aufbauen.

Die Demografie der Nutzer zeigt vor allem Schwerpunkte bei Männern und in den Altersgruppen über 40 Jahre. Weiter nutzen FREEVEE im Vergleich zu den Befragten gesamt eher größere Haushalte und Personen mit Kindern.

FREEVEE erreicht jedoch keine Zielgruppe, die nicht auch über klassische Werbekanäle wie Printwerbung oder TV-Spots erreichbar wäre.

**89%** der Nutzer:innen von FREEVEE nutzen parallel auch kostenpflichtiges Streaming / Subscription Video on Demand  
**83%** sind Inhaber eines Amazon Prime Accounts oder leben im selben Haushalt  
**74%** können nach wie vor über Print adressiert werden und nutzen Publikumszeitschriften  
**32%** sehen mehrmals pro Woche lineares TV und sind somit noch über klassische TV-Spots erreichbar

### DEMOGRAFISCHE STRUKTUR (INDEX)

