

Preisentwicklung und Kosten bei Streamingdiensten

März 2026



PixelboxStockFootage - stockadobe.com

Moritz Koch
im Auftrag der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Steiermark,
Abteilung Marktforschung

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Methodik.....	6
3. Ausgewählte Anbieter	7
3.1 Netflix.....	7
3.2 Prime Video.....	8
3.3 Disney+.....	8
3.4 Apple TV.....	9
3.5 Paramount+	10
3.6 DAZN	11
3.7 Sky X.....	11
4. Technische Voraussetzungen	12
4.1 Netflix.....	13
4.2 Prime Video.....	14
4.3 Disney +.....	15
4.4 Apple TV.....	16
4.5 Paramount+	17
4.6 DAZN	18
4.7 Sky X.....	19
5. Preisentwicklung	19
5.1 Netflix.....	20
5.2 Prime Video.....	21
5.3 Disney+.....	22
5.4 Apple TV.....	23
5.5 Paramount+	24
5.6 DAZN	25
5.7 Sky X.....	26
6. Fazit & Ausblick	27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Preisentwicklung von Netflix zwischen 2014 und 2025, 20.

Abbildung 2: Preisentwicklung von Prime Video zwischen 2014 und 2025, 21.

Abbildung 3: Preisentwicklung von Disney+ zwischen 2020 und 2025, 22.

Abbildung 4: Preisentwicklung von Apple TV zwischen 2019 und 2025, 23.

Abbildung 5: Preisentwicklung von Paramount+ zwischen 2022 und 2025, 24.

Abbildung 6: Preisentwicklung von DAZN zwischen 2016 und 2025, 25.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Netflix, 13.

Tabelle 2: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Prime Video, 14.

Tabelle 3: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Disney+, 15.

Tabelle 4: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Apple TV, 16.

Tabelle 5: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Paramount+, 17.

Tabelle 6: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von DAZN, 18.

Tabelle 7: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Sky X, 19.

Tabelle 8: Preise von Sky X 2019 vs. 2026, 26.

1. Einleitung

Im September 2014 ging Netflix in Österreich an den Start und läutete damit hierzulande das kostenpflichtige Streamingzeitalter ein (vgl. APA 2014b). Wenig später folgte mit Prime Video (damals noch Amazon Instant Video) der zweite Anbieter (vgl. APA 2014a). Seither folgte eine Vielzahl an Plattformen, die in Österreich abonniert werden können. Neben klassischen Anbietern, die vor allem Filme und Serien zeigen, gibt es auch in anderen Bereichen wie dem Sport mit DAZN beispielsweise solche Plattformen.

Stand 2024 nutzen 68% der österreichischen Bevölkerung einen solchen Anbieter regelmäßig oder zumindest gelegentlich (vgl. GfK/The Media Consultants 2024). Deswegen erscheint es sinnvoll, diese Plattformen aus mehreren Perspektiven näher zu betrachten. Als Erstes bietet es sich an, sich die Preisentwicklung genauer anzusehen. Außerdem werden die technischen Voraussetzungen unter die Lupe genommen, d.h. welche Geräte werden zusätzlich benötigt, damit man bestimmte Anbieter überhaupt nutzen kann. Weiters wird auch Berücksichtigung finden, welcher Anbieter welche Zielgruppe anspricht. Abgeschlossen soll die Studie mit einem Fazit und einem Ausblick, der hervorheben soll, wie die Konsumentinnen trotz Preiserhöhungen sparen können.

Damit die Analyse nicht ausufert, beschränkt sich die Studie in erster Linie auf die reichweitenstärksten Plattformen. Da wären zum einen Netflix und Prime Video, die beiden Pioniere. Netflix hatte 2025 weltweit mit über 300 Millionen Abonentinnen die meisten NutzerInnen, davon 1,5 Millionen Stand 2024 in Österreich (vgl. Digital Trends 2025 & World Population Review 2026). Die beiden Anbieter stellen auch die reichweitenstärksten Plattformen am österreichischen Markt dar: Prime Video hält bei 28% Marktanteil, Netflix bei 26%. Weitere Streamer, die in Österreich eine wichtige Rolle spielen, sind zum anderen Disney+, Apple TV+ und Paramount+ (vgl. JustWatch 2026).

Aus der Welt des Sports wird DAZN in der Studie berücksichtigt, da die Plattform einer der am meisten genutzten Videostreaminganbieter Österreichs ist (vgl. Consumer Insights by Statista 2024b, 4). Ergänzend wird auch Sky Österreich in dieser Analyse Berücksichtigung finden: zwar hat das Unternehmen eine jahrzehntelange Tradition als Anbieter von Pay-TV via Satellit und Kabel, seit 2019 gibt es aber mit Sky X ein Streamingangebot (vgl. derStandard 2019).

2. Methodik

Erstens werden die ausgewählten Anbieter von Videostreaming näher vorgestellt. Einerseits wird dabei ein kurzer Überblick über die Geschichte der jeweiligen Plattform geboten. Dafür werden in erster Linie Pressestimmen und medienwissenschaftliche Artikel Verwendung finden. Andererseits werden die Zielgruppen der einzelnen Anbieter näher unter die Lupe genommen. In diesem Zusammenhang wird vor allem auf Studien aus dem Bereich der Marktforschung und das Programm der Plattformen zurückgegriffen. Wenn möglich, werden Studien zur Situation in Österreich verwendet, meist muss in diesem Zusammenhang aber auf Analysen aus Deutschland und den USA zurückgegriffen werden. Zweitens wird darauf eingegangen, welche technischen Voraussetzungen man erfüllen muss, damit man überhaupt gewisse Anbieter verwenden kann. Zum einen betrifft das die Geräte, die man benötigt, um eine bestimmte Plattform nutzen zu können. Videostreamingplattformen informieren ihre KundInnen in der Regel auf speziellen Serviceseiten darüber, welches Equipment man benötigt, seien es spezielle Modelle, Softwareversionen oder Kabel. Auf diese Informationen wird im Rahmen dieser Studie zurückgegriffen. Zum anderen wird auch die nötige Geschwindigkeit der Internetverbindung berücksichtigt. Dafür werden jene Empfehlungen verwendet, die die Anbieter selbst angegeben haben. Zur besseren Nachvollziehbarkeit werden diese Angaben nicht nur zitiert, sondern auch mittels Screenshots dokumentiert.

Drittens wird die Preisentwicklung der einzelnen Anbieter in Österreich über die Jahre dargestellt. Da die Plattformen früher gültige Preise auf ihren Webseiten nicht festgehalten haben, wird hier auf sekundäre Quellen zurückgegriffen wie beispielsweise Presseausendungen oder Zeitungsberichte von Medien wie dem Standard. Im Regelfall sollte eine lückenlose Dokumentation der Preise damit möglich sein. Auch diese Informationen werden nicht nur zitiert, sondern auch mittels Screenshots festgehalten, damit transparent erkennbar ist, woher die dokumentierten Preise stammen. Daraufhin werden diese Preise in Tabellen festgehalten. Darin werden nur die „normalen“ Tarife festgehalten, um die Übersichtlichkeit zu wahren. Rabattaktionen wie Jahresabos oder Familienabos werden dennoch im Rahmen der Analyse nicht unerwähnt bleiben. Auf Basis dieser Tabellen werden Diagramme erstellt. Diese dienen in erster Linie nicht dazu, einen Preisvergleich der unterschiedlichen Anbieter zu zeigen, sondern dazu, die Preisentwicklung innerhalb einer

Plattform nachvollziehen zu können. Die Dokumentation der technischen Voraussetzungen und der Preisentwicklung wird als Anhang dieser Studie verfügbar sein.

3. Ausgewählte Anbieter

3.1 Netflix

Die Geschichte von Netflix begann nicht als Anbieter von Videostreaming: das Unternehmen wurde 1997 gegründet, um DVD per Versand zu verleihen (vgl. Lobato 2019, 12). Es sollte weitere 10 Jahre dauern, um in den Bereich einzusteigen, der heute das Kerngeschäft von Netflix darstellt. Nach dem Start in den USA und ersten Expansionen nach Kanada und Lateinamerika, begann Netflix 2013, auf den europäischen Markt vorzudringen (vgl. ebd., 12f). 2014 war es schließlich auch in Österreich so weit (vgl. APA 2014b).

Großteils besteht das Programm von Netflix aus zugekauften Filmen und Serien (vgl. Schmidt 2020b, 2). Dass sich das Unternehmen die Rechte an populären Programmen einiges kosten lässt, bewies Netflix unter anderem, als man 500 Millionen US-Dollar zahlte, um die vor allem in den USA beliebte Kultserie „Seinfeld“ aus den 1990ern für fünf Jahre ausstrahlen zu dürfen (vgl. Chow 2021). Mittlerweile setzt Netflix aber auch darauf, eigene Filme und Serien zu produzieren. Das wohlberühmteste Beispiel für ein solches Programm stellt die Serie „Stranger Things“ dar, die eine Mischung aus Zeitreise in die 1980er und Horror war und im Dezember 2025 nach fast zehn Jahren ihren Abschluss feierte (vgl. Reiser 2025).

An welche Gruppen richtet sich das Programm von Netflix in erster Linie? Ein Groß der deutschen NutzerInnen gehört zu den Millennials oder zur Generation Z die Plattform ist dabei bei Männern und Frauen gleichermaßen erfolgreich (vgl. Consumer Insights by Statista 2025d, 7f). Ebenfalls kann man erkennen, dass Netflix vor allem bei Leuten beliebt ist, die entweder eine Schule oder eine Lehre abgeschlossen haben. Zusätzlich sind untere Einkommen bei NutzerInnen von Netflix eher selten (vgl. ebd., 10f).

3.2 Prime Video

Dieser Anbieter stellt einen Spezialfall dar, handelt es sich doch bei Prime Video nicht um den einzigen Gewerbezweig von Amazon. Mitte der 1990er von Jeff Bezos als Online-Bücherversand gegründet, bietet Amazon mittlerweile eine breite Produktpalette an (vgl. Schmidt 2020a, 2f). Seit 2005 gibt es Amazon Prime, das ursprünglich die Versandkosten für die KundInnen reduzierte. Mittlerweile gehört auch Prime Video zu diesem Abonnement dazu an den Start (vgl. APA 2014a).

Vergleichbar zu Netflix besteht das Programm von Prime Video zu einem großen Teil aus zugekauften Filmen Serien (vgl. Schmidt 2020a, 3). Auch Amazon hat einiges in die Ausstrahlungsrechte investiert, so bezahlte man über 8 Milliarden US-Dollar, um mit MGM eines der bedeutendsten Filmstudios, das unter anderem für die James-Bond-Reihe verantwortlich zeichnete, zu kaufen (vgl. Kort/Bialek 2021). Zusätzlich bietet Prime Video auch Eigenproduktionen an (vgl. Schmidt 2020a, 3). Ein jüngeres Beispiel dafür stellt die Tolkien-Adaption „Ringe der Macht“ dar (vgl. APA 2022b).

Ein erheblicher Anteil der Prime-Video-NutzerInnen in Deutschland lässt sich zur Generation der Millennials zählen, ebenfalls von Bedeutung ist in diesem Zusammenhang die Generation Z (vgl. Consumer Insights by Statista 2025a, 7). Außerdem scheinen Männer und Frauen den Anbieter in einem ähnlichen Ausmaß zu nutzen. Weiters abonnieren Leute mit Schulabschluss oder technischen Abschlüssen Prime Video als jene ohne Schulabschluss oder mit Universitätsabschluss (vgl. ebd., 8f). Interessant erscheint, dass Prime Video im Gegensatz zu Netflix beispielsweise eher reichere Leute und weniger ärmere Leute anspricht (vgl. ebd., 10).

3.3 Disney+

Auch Disney war nicht von Anfang an im Streaminggeschäft tätig. Den meisten Menschen dürften Animationsklassiker wie „Schneewittchen und die sieben Zwerge“ aus dem Jahr 1937 ein Begriff sein (vgl. Schmidt 2020c, 2). Erste Einstiege in die selbstständige Ausstrahlung von Programmen gab es mit dem Start des Disney Channels 1983 in den USA (vgl. ebd., 2). 2019 startete man mit Disney+ schlussendlich einen eigenen Streaminganbieter, der 2020 auch nach Österreich kam (vgl. Havard/Davis 2024, 75 & Sulzbacher 2020).

Disney+ legt seinen Fokus auf zwei Kernbereiche: einerseits bietet man Zugriff auf Klassiker aus der eigenen Bibliothek und zugekauften Studios wie beispielsweise Pixar oder Filmereihen wie Star Wars (vgl. Lasky 2023). Andererseits bietet man eine große Auswahl an exklusiven Eigenproduktionen. Vor allem zum Launch der Plattform machte man aus einer Not – der Lockdown-bedingten Kinoschließungen – eine Tugend und veröffentlichte einige Filme ausschließlich auf Disney+, was die NutzerInnenzahlen positiv beeinflusste (vgl. Havard/Davis 2024, 79f).

Besonders beliebt ist Disney+ bei Millennials und Angehörigen der Generation Z sowie bei Männern und Frauen gleichermaßen (vgl. vgl. Consumer Insights by Statista 2025c, 7f). Ebenfalls beliebt scheint Disney+ bei Menschen mit Schulabschlüssen oder technischen Abschlüssen zu sein, geringe Einkommen stellen bei AbonentInnen des Anbieters eher eine Seltenheit dar (vgl. ebd., 9f). Im Gegensatz zu den anderen Anbietern ist Disney+ vor allem bei Familien beliebt. Besonders stechen in diesem Zusammenhang Beziehungen mit Kindern hervor, von denen der größte Anteil Disney+ nutzt (vgl. ebd., 11).

3.4 Apple TV

Mitte der 1970er begann Steve Jobs, mit Steve Wozniak und Ronald Wayne Computer zu bauen (vgl. Nasiba/Odina 2022, 29800). Durch Produkte wie den Macintosh in den 1980ern und das iPhone in den 2000ern gelang es dem Unternehmen, sich von einem kleinen Unternehmen zu einer globalen Marke zu entwickeln (vgl. Jiang 2024, 6). Heutzutage ist Apple eines der größten Unternehmen der Welt, dessen Umsatz schon seit einigen Jahren den von Google oder Microsoft beispielweise übersteigt (vgl. Statista 2025).

Im Jahr 2019 startete Apple seinen Streaminganbieter TV+, nachdem man schon über ein Jahrzehnt eine eigene Streamingbox namens Apple TV als Hardware im Angebot hatte (vgl. Shen 2024, 1). Mittlerweile heißt der Streaminganbieter ebenfalls Apple TV (vgl. Proschofsky 2025a). Apple TV setzt in seinem Programm vor allem auf Eigenproduktionen und eine hohe Bildqualität. Diese Ausrichtung geht aber zu Lasten der Quantität, Apple TV hat eine vergleichsweise kleine Bibliothek an Filmen und Serien (vgl. Shen 2024, 3).

Im Gegensatz zu den Anbietern weist Apple TV in Deutschland eine erhöhte Nutzerschaft bei Millennials und bei Männern auf (vgl. Consumer Insights by Statista 2025b, 7f). Ebenfalls lässt sich erkennen, dass zwar ähnlich zu den anderen Anbietern viele Leute mit Schulabschluss Apple TV nutzen, aber im Gegensatz zu den anderen Streamingdiensten beispielsweise Menschen mit einem Bachelorabschluss ebenfalls gerne den Anbieter nutzen. Zusätzlich spricht Apple TV eine vergleichsweise reiche Nutzerschaft sowie ähnlich wie Disney+ Familien an (vgl. ebd., 9f).

3.5 Paramount+

Ähnlich wie Disney+ hat Paramount+ seine Wurzeln als Filmstudio, die bis ins Jahr 1912 zurückreichen (vgl. Paramount Pictures 2026). Von den 1930ern weg sorgte man für einige Kinoerfolge, ab den 1960ern versuchte man sich auch an Fernsehproduktionen. In den 1980ern und 1990ern zeichnete man sich verantwortlich für Filmklassiker wie die Indiana-Jones-Reihe oder „Forrest Gump“ (vgl. ebd.). 2025 sorgte das Unternehmen für öffentliche Verstimmungen, als man als Vorbereitung auf eine Fusion die Absetzung der Sendung des Trump-kritischen Kabarettisten Stephen Colbert, der auf dem zu Paramount gehörenden Sender CBS tätig ist, für Mai 2026 ankündigte (vgl. Fidler 2025).

2021 ging das Unternehmen schließlich in den USA mit Paramount+ als Streamingplattform an den Start (vgl. Shoard 2021). Vergleichbar zu Disney+ stellte man den KundInnen damals jene Filme zur Verfügung, die ohne COVID-19-Lockdowns im Kino zu sehen gewesen wären. Ein Beispiel hierfür stellt die „Top Gun“-Fortsetzung dar (vgl. ebd.). 2022 stieg Paramount+ in den österreichischen Markt ein, damals warb man unter anderem mit Filmen, die vorher im Kino waren, und eigens für den Anbieter produzierten Programmen (vgl. APA 2022a).

Auch bei Paramount+ zeigt sich, dass in diesem Fall in den USA die Nutzerschaft zu einem Gutteil aus MitgliederInnen der Generation der Millennials besteht, im Gegensatz zu den meisten Anbietern haben etwas mehr Frauen als Männer den Dienst abonniert (vgl. Consumer Insights by Statista 2025e, 7f). Besonders beliebt scheint Paramount+ bei Menschen mit einem höheren Schulabschluss zu sein. Auch sind niedrigere Einkommen bei NutzerInnen eher selten, insbesondere Familien haben eine Vorliebe für die Plattform (vgl. ebd., 9ff).

3.6 DAZN

Im Gegensatz zu den bisher genannten Anbietern war DAZN von Anfang an (seit 2016) in seinem Kerngeschäft tätig: dem Ausstrahlen von Livesportveranstaltungen via Videostreaming (vgl. Hutchins et al 2019). Von Anfang an setzte man auf beliebte Programme wie beispielsweise die englische, die italienische oder die spanische Fußballliga beziehungsweise auch US-amerikanische Sportarten (vgl. APA/red 2016). Heutzutage hat man zwar nicht mehr die englische Fußballliga im Programm, dafür aber andere Fußballligen wie die deutsche oder weitere Sportarten wie Baseball (vgl. DAZN 2026). Finanziert werden diese kostspieligen Übertragungsrechte vom ukrainischen Milliardär Len Blavatnik (vgl. Jauernig 2017).

Während bei den anderen Streamingdiensten vor allem die Millennials dominieren mit der Generation Z als zweistärkste NutzerInnengruppe, hat DAZN in Österreich eine sehr starke Popularität bei eben jener GenZ (vgl. Consumer Insights by Statista 2024b, 8f). Ebenfalls lässt sich sagen, dass DAZN im Gegensatz zu vielen anderen Anbietern deutlich stärker von Männern genutzt wird als von Frauen. Außerdem kann man erkennen, dass DAZN vor allem von Menschen mit höherem Schulabschluss oder einer technischen Ausbildung abonniert wird (vgl. ebd., 9f). Im Vergleich zu Netflix und Co. sind mittlere Einkommen in der Nutzerschaft von DAZN eher selten, vor allem Erwachsenenalter scheinen die Plattform gerne zu nutzen (vgl. ebd., 11f).

3.7 Sky X

Nachdem Leo Kirch schon in den 1980ern mit Teleclub ins Pay-TV-Geschäft einstieg, rief er 1993 das Angebot DF1 ins Leben (vgl. Prinzing/Wesling 2011, 7). Bereits 1991 ging in Deutschland Premiere an den Start, 1997 kam es zur Fusion der beiden Anbieter zu Premiere World. Nachdem Rupert Murdoch finanziell mehr und mehr Einfluss im Unternehmen gewann, wurde im Jahr 2010 aus Premiere Sky (vgl. ebd., 7). Sky setzt dabei in erster Linie auf die Ausstrahlung von Filmen, Serien, Livesport und Dokumentationen via Satellit (vgl. Fröhlich 2011, 207f). 2019 begann Sky, mit der Plattform X sein gesamtes Programm auch via Videostreaming in Österreich auszustrahlen (vgl. red 2019). Dadurch ähnelt das Angebot stark jenem, das via Satellit zu sehen ist: Filme, Serien und Sport, anfangs konnte man auch Sender wie den ORF über Sky X sehen (vgl. ebd.).

Dadurch, dass Sky neben der Ausstrahlung des Programms via Internet vor allem für das Senden auf linearen TV-Kanälen bekannt ist, gibt es keine Forschung zu Sky X im Speziellen. Über die allgemeine Nutzerschaft von Sky Deutschland lässt sich aber folgendes sagen: Erstens wird Sky in erster Linie von Millennials und Angehörigen der Generation X genutzt (vgl. Consumer Insights by Statista 2024a, 8). Zweitens lässt sich sagen, dass Sky vor allem von Männern und Menschen mit höherem Schulabschluss oder technischem Abschluss genutzt wird. Drittens sind geringe Einkommen beim Sky-AbonentInnen selten, meist leben die KundInnen in einer Beziehung (vgl. ebd., 9-12).

4. Technische Voraussetzungen

Um Streamingdienste konsumieren zu können, müssen bestimmte Bedingungen erfüllt sein. Zum einen ist es nötig, ein Gerät zu besitzen, auf dem die Software angeboten wird. In diesem Zusammenhang ist es auch wichtig, darauf zu achten, ob das Modell nicht schon zu alt. Zusätzlich sollte man auch berücksichtigen, dass gewisse Tarife ihr qualitatives Potenzial erst entfalten können, wenn man das richtige technische Equipment zur Verfügung hat. Da einige Anbieter auf einer sehr hohen Anzahl an Geräten verfügbar sind, wurde nur ein Ausschnitt der Geräte in den Tabellen berücksichtigt. Zum anderen braucht man auch die Grundvoraussetzung schlechthin, um Netflix und Co. streamen zu können: eine funktionierende Internetverbindung. In der Regel wird diese in Mbit/s gemessen. Mbit/s ist jene Einheit, die beschreibt, welche Geschwindigkeit eine Internetverbindung hat (vgl. Aschermann 2023). Um zu überprüfen, ob man die verlangte Geschwindigkeit erfüllt, kann man die eigene Internetverbindung auf bestimmten Webseiten wie zum Beispiel speedtest.net testen. In diesem Zusammenhang sollte man nicht außer Acht lassen, dass die Ausgaben für Internet laut der ASB Schuldnerberatungen keinen zu vernachlässigenden Anteil am Referenzbudget ausmachen (vgl. Referenzbudgets Österreich 2026a). Teil des Referenzbudgets sind monatliche Ausgaben, die im täglichen Bedarf meist abgedeckt werden müssen, wie beispielweise auch Heizungskosten. Je nach Größe des Haushalts machen die Kosten für Telefon, Internet und Kabelfernsehen zwischen 43€ pro Monat für Ein-Personen-Haushalte und 75€ für Paare mit vier Kindern aus (vgl. Referenzbudgets Österreich 2026a & Referenzbudgets Österreich 2026b).

4.1 Netflix

	Unterstützte Fernseher und andere Geräte	Empfohlene Internetgeschwindigkeit	Zusätzliche Anforderungen
Netflix	Amazon Fire TV ; Apple TV; Chromcast; Hisense; LG; Panasonic; Philips; Roku TV; Samsung; Sharp; Sony; TCL; Vestel; Vizio; Mobile Geräte von Apple beziehungsweise mit Android-, Windows- oder Amazon Fire-Software; Mac-, Windows- und Chromebook-Computer; Konsolen von Sony (PlayStation) und Microsoft (Xbox)	HD: mindestens 3 Mbit/s; FHD: mindestens 5 Mbit/s; UHD: mindestens 15 Mbit/s	UHD: bestimmte Modelle der Geräte, 4K-taugliche Fernseher, speziellen HDMI-Anschluss; HDR: nur bestimmte Marken und Modelle, speziellen HDMI-Anschluss

Tabelle 1: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Netflix.

Netflix ist auf einer Vielzahl an Geräten verfügbar. So kann man als BesitzerIn eines Samsung Smart TVs oder eines Fire TV Sticks Netflix ebenso nutzen wie beispielsweise mit einer Apple TV Streamingbox oder einem Fernseher von LG. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, die Programme von Netflix unter anderem mit einem Android-Handy, einem iPad oder gewissen Internetbrowsern am Computer zu schauen, angeboten wird die Software auch auf Spielekonsolen wie zum Beispiel auf diversen PlayStation-Modellen aus dem Hause Sony. Die von Netflix empfohlene Internetgeschwindigkeit hängt von der Bildqualität ab, die man haben möchte: normales HD erfordert mindestens 3 Mbit/s, Full HD mindestens 5 Mbit/s und Ultra HD mindestens 15 Mbit/s. Kurz gesagt: je höher die erwünschte Bildqualität, desto höher sollte die Internetgeschwindigkeit sein. Je nach gewünschter Qualität ist es aber auch nötig, bestimmte Geräte zu nutzen. Um Filme und Serien beispielsweise in Ultra HD genießen zu können, braucht man einen UHD-tauglichen Fernseher von Samsung, der maximal 12 Jahre alt ist, einen UHD-tauglichen Fire TV Stick oder ein anderes 4K-fähiges Gerät und zusätzlich noch einen HDMI-Anschluss am Fernseher, der mindestens HDCP 2.2 als Standard unterstützt (vgl. Netflix 2026a & Netflix 2026b).

4.2 Prime Video

	Unterstützte Fernseher und andere Geräte	Empfohlene Internetgeschwindigkeit	Zusätzliche Anforderungen
Prime Video	Smart-TVs von Sony, Samsung, Panasonic, LG, Vizio, Hisense, Philips, Sharp, JVC, Grundig, TCL, Xiaomi, Vestel, Sky; Blu-Ray-Player von LG, Panasonic, Samsung und Sony; Fire TV, Echo und Fire Tablet von Amazon; Konsolen von Sony und Microsoft; Mobile Android-, iOS- und Windows Geräte, Windows- und Mac-Computer; Apple TV, Chromecast und Sky	SD: mindestens 1 Mbit/s; HD: mindestens 5 Mbit/s (Daten nur für Live-Streams verfügbar)	bestimmte Modelle für UHD, Live-Streams und andere Zusatzfunktionen nötig

Tabelle 2: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Prime Video.

Im Vergleich zu Netflix fällt auf, dass die Angaben von Prime Video weniger genau ausfallen. Dennoch lässt sich festhalten, dass Prime Video auf vielen Geräten genutzt werden kann. Die üblichen Verdächtigen bei den Fernsehgeräten stellen wieder Samsung, LG, Sony und Panasonic dar. Auch hier müssen gewisse Voraussetzungen von den Geräten erfüllt werden. So sind manche Samsung-Fernseher, die 2012 oder früher hergestellt wurden, nicht mehr für Prime Video geeignet. Welche Geräte genau für Ultra HD geeignet sind, wird von Amazon nicht konkretisiert (vgl. Prime Video 2026b). Zusätzlich lässt sich Prime Video auch am hauseigenen Amazon Fire TV Stick nutzen. Auch hier geht Amazon nicht genauer darauf ein, welches Modell benötigt wird, damit man Prime Video beispielsweise in Ultra HD, der höchstmöglichen Auflösung, sehen kann (vgl. Prime Video 2026a). Weitere Geräte, auf denen Prime Video angeboten wird, sind Apple TV, mobile iOS- und Windows-Geräte, Videospielekonsolen von Sony und Microsoft sowie Computer von Apple oder mit Windows als Betriebssystem. Auch bei der empfohlenen Bildqualität bleibt Amazon genauere Angaben schuldig. Zwar wird mit mindestens 1 Mbit/s für Standardauflösung und mindestens 5 Mbit/s für HD eine Empfehlung abgegeben, diese bezieht sich aber nur auf Liveübertragungen und lässt sich deswegen nicht auf klassische Streaming anwenden (vgl. Prime Video 2026c). Zusätzlich merkt Amazon an, dass bestimmte Funktionen von Prime Video nur auf bestimmten Geräten verfügbar sind. Als Beispiel führt das Unternehmen unter anderem die Verfügbarkeit von Untertiteln an (vgl. Prime Video 2026b).

4.3 Disney +

	Unterstützte Fernseher und andere Geräte	Empfohlene Internetgeschwindigkeit	Zusätzliche Anforderungen
Disney+	Amazon Fire TV; Android TV; Apple TV; Chromecast; Hisense; LG; Panasonic; Samsung; Vestel; Sky; Konsolen von Sony und Microsoft; Mobile Android-, iOS- und Fire-Geräte; Windows, Safari und Chromebook	HD: mindestens 5 Mbit/s; UHD: mindestens 25 Mbit/s	neuere Versionen des Betriebssystems nötig; bestimmte Modelle für HDR 10+ nötig

Tabelle 3: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Disney+.

Disney+ stellt seine Software ebenfalls für die gängigsten Geräte zur Verfügung. Bei den Fernsehgeräten stechen vor allem Marken wie Samsung, LG, Panasonic oder Hisense hervor. Dennoch gibt es ein paar Einschränkungen: Fernsehgeräte von Samsung dürfen beispielsweise nur maximal zehn Jahre alt sein und müssen Tizen als Betriebssystem nutzen (vgl. Disney+ 2026b). Weiters wird Disney+ auch für Streamingboxen wie Amazon Fire TV, Apple TV oder Chromecast angeboten. Wenn man einen Fire TV Stick nutzt, muss man ebenfalls gewisse Bedingungen erfüllen, so muss man das Betriebssystem Fire OS 5.0 oder ein neueres installiert haben (vgl. Disney+ 2026a). Zusätzliche Geräte, auf denen Disney+ läuft, sind wieder Spielekonsolen von Microsoft und Sony, mobile Geräte von Apple, Amazon und mit Windows sowie Computer mit Windows, Safari oder Chromebook als Browser. In Sachen Internetgeschwindigkeit empfiehlt Disney mindestens 5 Mbit/s für HD und mindestens 25 Mbit/s für Ultra HD. Auch hier gilt also: eine höhere Bildqualität bedarf einer deutlich höheren Internetgeschwindigkeit. Welche Geräte man braucht, um Filme und Serien wirklich in UHD genießen zu können, führt Disney nicht näher aus, dafür aber, dass man zum Beispiel Samsung-Fernseher ab dem Jahr 2018 benötigt, um Bilder in HDR10+ sehen zu können (vgl. Disney+ 2026b). Bei HDR10+ handelt es sich um ein Format, das das Bild heller und dynamischer wirken lassen soll (vgl. Niemetz 2023).

4.4 Apple TV

	Unterstützte Fernseher und andere Geräte	Empfohlene Internetgeschwindigkeit	Zusätzliche Anforderungen
Apple TV	Apple TV (4K, HD und 3. Generation); Roku; Amazon Fire TV; Google TV; Samsung; LG; Sony; Vizio; Panasonic; VIDAA; Hisense; PlayStation; Xbox; diverse Kabel- und Satellitenanbieter; iPhone oder iPad; Mac; Android- und Windows-Geräte; Chrome- und Firefox-Browser	UHD: mindestens 25 Mbit/s	modernere Modelle nötig; bestimmte Modelle für UHD nötig

Tabelle 4: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Apple TV.

Apple betont die Nutzbarkeit der eigenen Streamingplattform auf den eigenen Gerätschaften besonders. So ist es möglich, Apple TV auf den gleichnamigen Streamingboxen der 3. Generation sowie den HD- und 4K-Modellen zu nutzen. Abgesehen davon lässt sich Apple TV unter anderem auf Fernsehern der Marken Samsung, LG, Sony und Panasonic nutzen. Meist macht Apple keine genauen Angaben darüber, welche Fernsehmodelle genau für die Nutzung des Dienstes geeignet sind. Im Falle von Sony gibt es jedoch die Anmerkung, dass Geräte aus den Jahren 2018 bis 2020 das neueste Betriebssystem installiert haben müssen, damit man die Programme von Apple TV schauen kann (vgl. Apple Support 2026a). Weiters ist es möglich, Apple TV via Amazon Fire TV oder Google TV zu nutzen. Auf Spielekonsolen von Sony und Microsoft ist die App ebenso verfügbar wie auf mobilen Apple-, Windows- oder Android-Geräten. Via Google Chrome oder Firefox besteht auch die Möglichkeit, Apple TV in einem Webbrowser zu konsumieren. Apple gibt für den Empfang der verfügbaren Programme nur wenige Empfehlungen bezüglich der Internetgeschwindigkeit ab. Es gibt aber die Empfehlung, dass die Internetgeschwindigkeit mindestens 25 Mbit/s betragen sollte, damit man Apple TV in Ultra HD schauen kann (vgl. Apple Support 2026b). Ebenfalls macht das Unternehmen wenige Angaben darüber, welches technische Equipment man zusätzlich benötigt, um Filme und Serien in 4K genießen zu können. Es wird einzig empfohlen, sich als Kundin beziehungsweise Kunde anzusehen, ob das genutzte Gerät für Zusatzfunktionen wie Ultra HD oder HDR tauglich ist (vgl. ebd.).

4.5 Paramount+

	Unterstützte Fernseher und andere Geräte	Empfohlene Internetgeschwindigkeit	Zusätzliche Anforderungen
Paramount+	Apple TV (4. und 5. Generation); Android-TV; Android-Geräte; iOS-Geräte; Amazon Fire TV; Chromecast; LG; Samsung; Sky; VIDAA; PlayStation 5; Xbox; Google Chrome, Firefox und Microsoft Edge auf Windows oder Mac	mindestens 2 Mbit/s; UHD: mindestens 25 Mbit/s	modernere Modelle nötig; bestimmte Modelle und spezielle HDMI-Kabel für UHD und HDR nötig

Tabelle 5: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Paramount+.

Auch Paramount+ ist auf einer Vielzahl von Geräten nutzbar. Bei den Fernsehern gibt es neben Samsung und LG die Möglichkeit, den Dienst auf Fernsehern mit Android TV zu verwenden. Dennoch gibt es auch im Falle von Paramount+ ein paar Einschränkungen: so dürfen Samsung-Fernseher frühestens 2017 hergestellt worden sein, LG-Fernseher müssen sogar mindestens ein Jahr jünger sein und mindestens webOS 4.0 als Betriebssystem installiert haben (vgl. Paramount+ 2026a). Zusätzlich lässt sich Paramount+ mit den Streamingboxen von Amazon, Google (Chromecast) und Apple nutzen. Auch hier gilt zu beachten, dass die Geräte ein gewisses Alter überschritten haben sollten: Apple TVs sollten mindestens aus der 4. Generation stammen, Fire TV Sticks mindestens aus der 3. Generation (vgl. ebd.). Zusätzlich wird Paramount+ auf mobilen Geräten, die unter Android oder iOS laufen, sowie für die Browser Microsoft Edge, Firefox und Google Chrome angeboten. Außerdem kann der Streamingdienst auch auf den neuesten Konsolen von Sony und Microsoft genutzt werden. Für normale Streams ohne Präzisierung der Bildqualität werden mindestens 2 Mbit/s als Internetgeschwindigkeit empfohlen, für das Schauen von Programmen in Ultra HD mit HDR werden mindestens 25 Mbit/s als Empfehlung angegeben. Abgesehen davon müssen weitere technischen Voraussetzungen erfüllt sein, so muss der Fernseher 4K- und HDR-tauglich sein und HDMI-Anschlüsse haben, die mindestens HDCP 2.2-tauglich sind, falls man eine 4K- und HDR-taugliche Streamingbox verwendet (vgl. Paramount+ 2026b).

4.6 DAZN

	Unterstützte Fernseher und andere Geräte	Empfohlene Internetgeschwindigkeit	Zusätzliche Anforderungen
DAZN	Amazon Fire TV; Android TV; Apple TV; Chromecast; LG; Panasonic; Samsung; Sony; Hisense; Sky; Magenta TV; Philips; waipu.tv; Amazon Fire Tablet; Android-Geräte; iPhone & iPad; Konsolen von Sony und Microsoft; Selbstangabe des Unternehmens: fast jedes Internet-taugliche Gerät ist DAZN-tauglich	SD: mindestens 5 Mbit/s; HD: mindestens 9 Mbit/s; HDR: mindestens 16 mbit/s	Samsung-Modelle sollten nicht älter als 10 Jahre sein; bestimmte Modelle für HDR

Tabelle 6: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von DAZN.

Ähnlich zu den bisher genannten Anbietern ist auch der Sportstreamingdienst DAZN auf einer breiten Palette an Geräten verfügbar. Zu den Fernsehermarken, auf denen die App läuft, gehören Samsung, Panasonic, Sony und Philips. Auch hier gilt zu beachten, dass die Geräte ein gewisses Alter nicht überschreiten sollten. So sollten Samsung-Fernseher nicht vor 2015 hergestellt worden sein und Tizen OS als Betriebssystem haben (vgl. DAZN 2026c). Ebenfalls kann man DAZN via Amazon Fire TV oder Apple TV schauen. Dafür müssen aber auch einige Bedingungen erfüllt sein. Beispielsweise muss ein Fire TV Stick mindestens ein Modell der dritten Generation, um die angebotenen Livesportprogramme konsumieren zu können (vgl. DAZN 2026d). Zusätzlich lässt sich DAZN über mobile Android-, Fire- und iOS-Geräte sowie die Konsolen von Sony und Microsoft nutzen, laut eigener Angabe läuft der Anbieter auf jedem Gerät mit Internetzugang. Je nach gewünschter Bildqualität werden unterschiedliche Internetgeschwindigkeiten empfohlen: für Übertragungen in Standardauflösung sind es mindestens 5 Mbit/s, für Livesport in HD sind es mindestens 9 Mbit/s. Im Gegensatz zu anderen Anbietern scheint DAZN Ausstrahlungen in UHD nicht anzubieten, aber dennoch hat man HDR im Angebot: hierfür ist eine Internetgeschwindigkeit von mindestens 16 Mbit/s vonnöten. Zusätzlich braucht man ein HDR-taugliches Gerät, auf dem DAZN läuft (vgl. DAZN 2026b).

4.7 Sky X

Sky X	Samsung; LG; Windows; macOS; Konsolen von Sony und Microsoft; Android- und iOS-Geräte; Amazon Fire Tablet; Apple TV; A1 Xplore TV	mindestens 6 Mbit/s	Fernsehmodelle ab 2016; neuere Software-Versionen
--------------	---	---------------------	---

Tabelle 7: Technische Voraussetzungen für die Nutzung von Sky X.

Im Vergleich zu den anderen analysierten Streamingdiensten ist Sky X auf nicht sehr vielen Geräten verfügbar. Als Fernhermarken sind zum Beispiel nur Samsung und LG angeführt. Beide Marken haben gemeinsam, dass die Geräte nicht vor 2016 produziert worden sein sollten, damit Sky X darauf nutzbar ist. Zusätzlich läuft der Anbieter auf Apple TV, A1 Xplore TV sowie den Videospielekonsolen von Microsoft und Sony. Außerdem kann man Sky X auf den mobilen Geräten von Amazon, Apple oder mit Android-Software genutzt. Auffallend ist, dass Sky X als einzige untersuchte Plattform nicht über Amazon Fire TV genutzt werden kann. Ebenfalls sticht heraus, dass Sky X keine Anmerkungen zur angebotenen Bildqualität liefert. Einzig zur allgemein empfohlenen Internetgeschwindigkeit gibt es einen Hinweis: sie beträgt mindestens 6 Mbit/s.

5. Preisentwicklung

Im folgenden Abschnitt werden die Preise der analysierten Streaminganbieter über die Jahre hinweg betrachtet. Um die Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurden Spezialtarife wie beispielsweise Jahresabos nicht miteinbezogen, diese werden aber bei den Beschreibungen der derzeit gültigen Preisstrukturen eine Rolle spielen.

5.1 Netflix

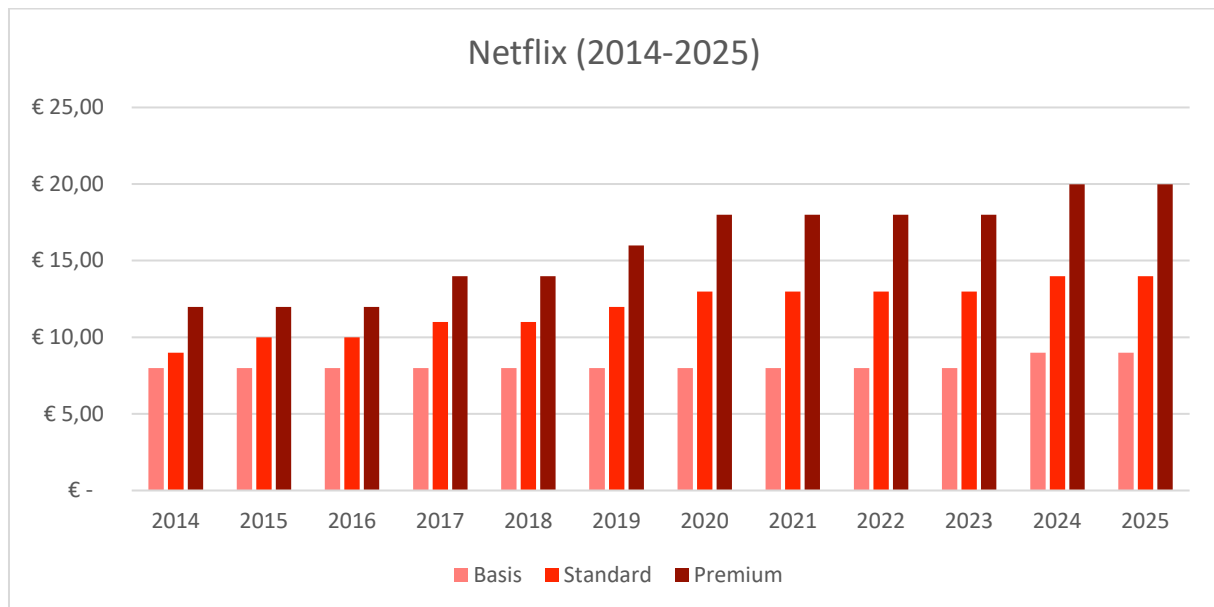


Abbildung 1: Preisentwicklung von Netflix zwischen 2014 und 2025.

Netflix hat seit dem Launch der Plattform in Österreich 2014 drei Tarife im Angebot, die monatlich kündbar sind: Basis, Standard und Premium. Unterscheiden tun sich diese abgesehen der Preise anhand der gebotenen Bildqualität und der Anzahl der verwendbaren Geräte: derzeit sind mit dem Basis-Paket Streams in HD möglich, mit dem Standard-Tarif in Full HD und mit dem Premium-Tarif in Ultra HD möglich (vgl. Netflix 2026c). Während es mit dem Basis-Paket nur möglich ist, einen Stream gleichzeitig zu schauen sowie auf einem Gerät Filme und Serien herunterzuladen, sind es beim Standard-Tarif zwei gleichzeitige Streams und zwei Geräte zum Downloaden von Inhalten beziehungsweise vier parallele Streams und sechs Geräte zum Herunterladen (vgl. ebd.). Spezielle Jahres- oder Familienabos scheint Netflix nicht im Angebot zu haben.

Anhand von Abbildung 1 kann erkennen, dass es grundsätzlich zu einem kontinuierlicheren Preisanstieg bei den Netflix-Abos gekommen ist. Zum Start 2014 kostete der Basis-Tarif 7,99€ pro Monat, das Standard-Paket 8,99€ und der Premium-Tarif 11,99€. Das Basis-Abo blieb sehr lange konstant und erfuhr erst 2024 die erste marginale Preiserhöhung auf 8,99€, die bis heute gültig ist. Das entspricht einem Anstieg von circa 12,52%. Anders sieht es bei den Standard- und Premium-Paketen aus. Der Standard-Tarif erfuhr mehrere Preiserhöhungen: bereits nach einem Jahr, 2015, von 8,99€ auf 9,99€ pro Monat, 2017 auf 10,99€, 2019 auf 11,99€, 2020 auf 12,99€ und zuletzt 2024 auf 13,99€. Auffallend sind in diesem Zusammenhang die geringen,

aber regelmäßigen Preiserhöhungen, die sich in über zehn Jahren zu einer Verteuerung um 55,62% summiert haben. Noch stärker ist dieser Effekt beim Premium-Tarif erkennbar. Kostete dieses Paket 2014 noch 11,99€, stieg der Preis 2017 auf 13,99€, 2019 auf 15,99€, 2020 auf 17,99€ und zuletzt 2024 auf 19,99€. Dies entspricht einer Preiserhöhung um circa 66,72%. Netflix erhöhte aber nicht nur über die Preise an sich die Kosten: wurde das Premium-Abo früher genutzt, damit mehrere Haushalte sich Geld sparen können, schob Netflix dieser Strategie einen Riegel vor, in dem man seit 2023 für NutzerInnen, die nicht dieselbe Internetadresse nutzen, 4,99€ extra zahlen muss (vgl. APA 2023).

5.2 Prime Video

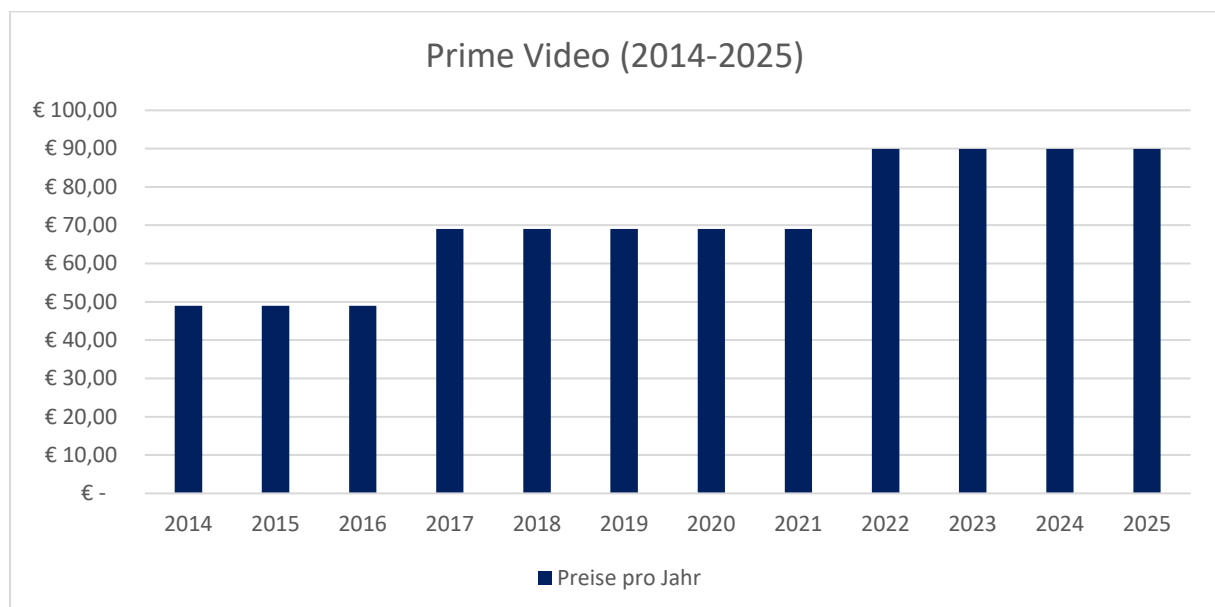


Abbildung 2: Preisentwicklung von Prime Video zwischen 2014 und 2025.

Dieser Dienst unterscheidet sich in zwei Dingen fundamental von den anderen untersuchten: erstens sind in Amazon Prime deutlich mehr Angebote als Prime Video im Preis enthalten, zweitens bezahlt man in der Regel pro Jahr und nicht pro Monat. Mittlerweile besteht aber die Option, pro Monat zu bezahlen, dabei betragen die Kosten 8,99€ pro Monat nach einem Gratismonat (vgl. Amazon 2026c). Auch bei Prime Video lässt sich, wie in Abbildung 2 dargestellt, eine kontinuierliche Preiserhöhung in den letzten elf Jahren erkennen. Zum Start 2014 kostete Amazon Prime noch 49€, 2017 bezahlte man schon 69€ und 2022 musste man schon 89,90€ pro Jahr für Prime Video sowie alle anderen im Preis inkludierten Dienstleistungen berappen. Das entspricht einer Preiserhöhung von rund 83,47% seit 2014. Zusätzlich muss man mittlerweile 2,99€ monatlich extra zahlen, um die Programme von Prime

Video ohne Werbung genießen zu können. Dafür haben Studierende und Auszubildende zwischen 18 und 22 die Möglichkeit, nur 4,49€ nach sechs Gratismonaten zu bezahlen (vgl. Amazon 2026b).

5.3 Disney+

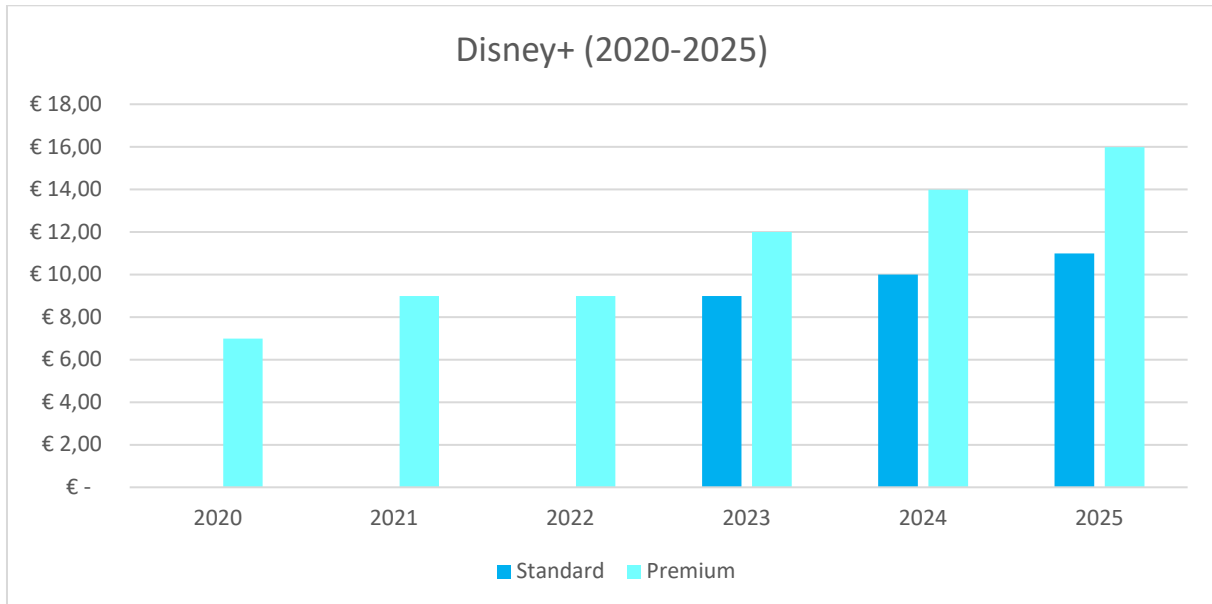


Abbildung 3: Preisentwicklung von Disney+ zwischen 2020 und 2025.

Disney+ bot in den ersten Jahren in Österreich nur einen Tarif an. 2023 wurde aus diesem Tarif, das Premium-Paket, zum alten Preis wurde ein neues Standard-Abo eingeführt. Beide Pakete gibt es mittlerweile auch als Jahresabos, für die Standard-Variante zahlt man dann 109,90€ jährlich, für den Premium-Tarif 159,90€ (vgl. Disney+ 2026c). Die beiden Tarife unterscheiden sich in erster Linie in der möglichen Bildqualität und der Anzahl der gleichzeitig möglichen Streams, Downloads sind in beiden Pakten auf gleichvielen Geräten (zehn) möglich. Im Standard-Paket sind Streams in Full HD möglich, für Streams in UHD und mit HDR muss man den Premium-Tarif abonnieren (vgl. ebd.).

Als Disney+ 2020 in den österreichischen Markt einstieg, bezahlte man für den einzigen Tarif 6,99€ pro Monat. Bereits 2021 musste man 8,99€ zahlen. Als aus diesem Tarif 2023 das Premium-Paket wurde und ein Standard-Tarif eingeführt wurde, kostete das nunmehrige Premium-Abo 11,99€. 2024 wurde der Preis auf 13,99€ erhöht, 2025 auf 15,99€. Auffällig ist in diesem Zusammenhang, dass Disney+ die Kosten für den heutigen Premium-Tarif nur 2022 nicht erhöht hat. Dabei entstand seit 2020 ein Preisanstieg von 128,76%. Das Standard-Paket

ging 2023 mit 8,99€ pro Monat an den Start und wurde jedes Jahr mit Erhöhungen auf 9,99€ 2024 beziehungsweise 10,99€ 2025 um jeweils einen Euro teurer. Dies entspricht einem Anstieg der Kosten von 22,25%.

5.4 Apple TV

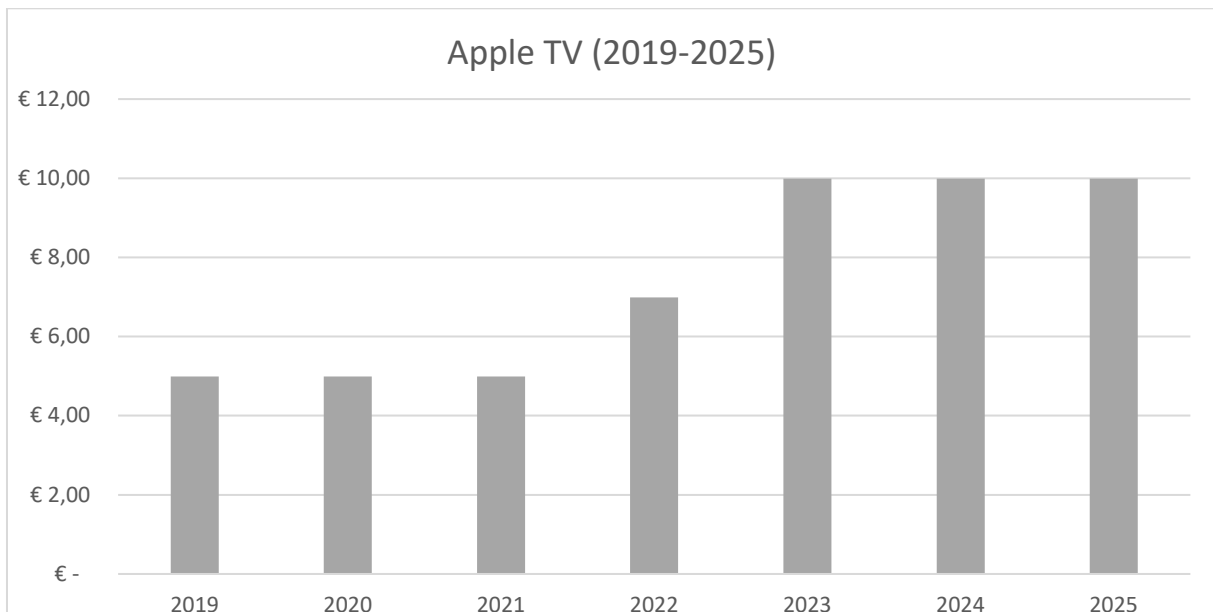


Abbildung 4: Preisentwicklung von Apple TV zwischen 2019 und 2025.

Stand jetzt bietet Apple nur einen Tarif für seinen eigenen Streamingdienst an. Dafür besteht die Möglichkeit, dass ohne zusätzliche Kosten bis zu sechs Streams gleichzeitig laufen (vgl. Apple Support 2026b). Zusätzlich kann man im Rahmen des Kombinationsabos Apple One die Streamingplattform Apple TV mit anderen Diensten des Unternehmens wie Fitness+ kombinieren und somit eine Art Mengenrabatt erhalten, je nach Paket zahlt man 19,95€ pro Monat für das Einzel-Abo, 29,95€ für das Familien-Abo (bis zu 6 Personen, mehr Cloud-Speicher) und 34,95€ für das Premium-Abo (bis zu 6 Personen, noch mehr Cloud-Speicher) (vgl. Apple 2026).

Zu Beginn kostete Apple TV 2019 4,99€ pro Monat. Bei diesem Dienst fallen die wenigen, aber dafür starken Preiserhöhungen besonders auf. Die erste Preiserhöhung auf 6,99€ erfolgte 2022. Bereits ein Jahr später, 2023, erhöhte das Unternehmen den Preis von Apple TV auf 8,99€ monatlich, den bis heute gültigen Kosten. Zwar gehört man damit noch immer zu den günstigeren Anbietern im Vergleich zu den anderen untersuchten Diensten, vor allem wenn man berücksichtigt, dass im Standardtarif Qualitätsmerkmale wie Ultra HD oder HDR inkludiert

sind, die bei Netflix und Co. extra kosten. Dennoch handelt es sich hierbei um eine Preiserhöhung von 100,2% zwischen 2019 und 2025.

5.5 Paramount+

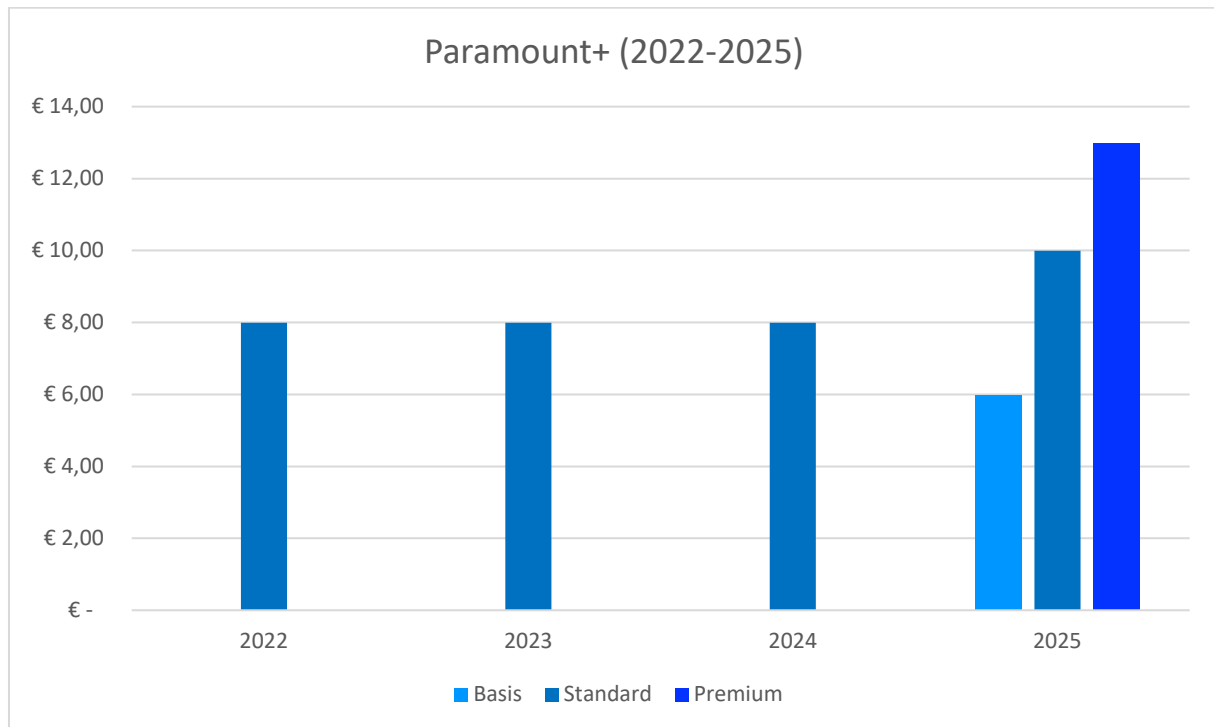


Abbildung 5: Preisentwicklung von Paramount+ zwischen 2022 und 2025.

Paramount+ hatte 2022 nur einen Tarif im Angebot, als man in den österreichischen Markt einstieg. Dieses Paket behielt auch so lange den Startpreis von 7,99€ pro Monat, bis man 2025 die Struktur des Angebots umbaute. Seither kostet der nunmehrige Standard-Tarif 9,99€, was einer im Vergleich zu den anderen Anbietern moderaten Preiserhöhung von 25,03% entspricht. In diesem Zusammenhang sollte man aber nicht außer Acht lassen, dass Paramount+ von allen untersuchten Anbietern in Österreich der jüngste ist und Preiserhöhungen deswegen schon von Natur aus eher gering ausfallen. Das Standard-Paket ermöglicht Streams bis zu Full HD, Downloads und zwei Streams gleichzeitig. Zusätzlich kamen das Basis-Abo um 5,99€ und der Premium-Tarif um 12,99€ monatlich dazu: ersteres bietet zwar ebenfalls Streams in Full HD, aber dafür weder Downloads noch mehr als einen gleichzeitigen Stream, zusätzlich muss man mit Werbeeinschaltungen rechnen (vgl. Wilke 2025). Zweiterer inkludiert neben Ultra HD und HDR10 auch Downloads und bis zu vier gleichzeitige Streams (vgl. ebd.).

5.6 DAZN

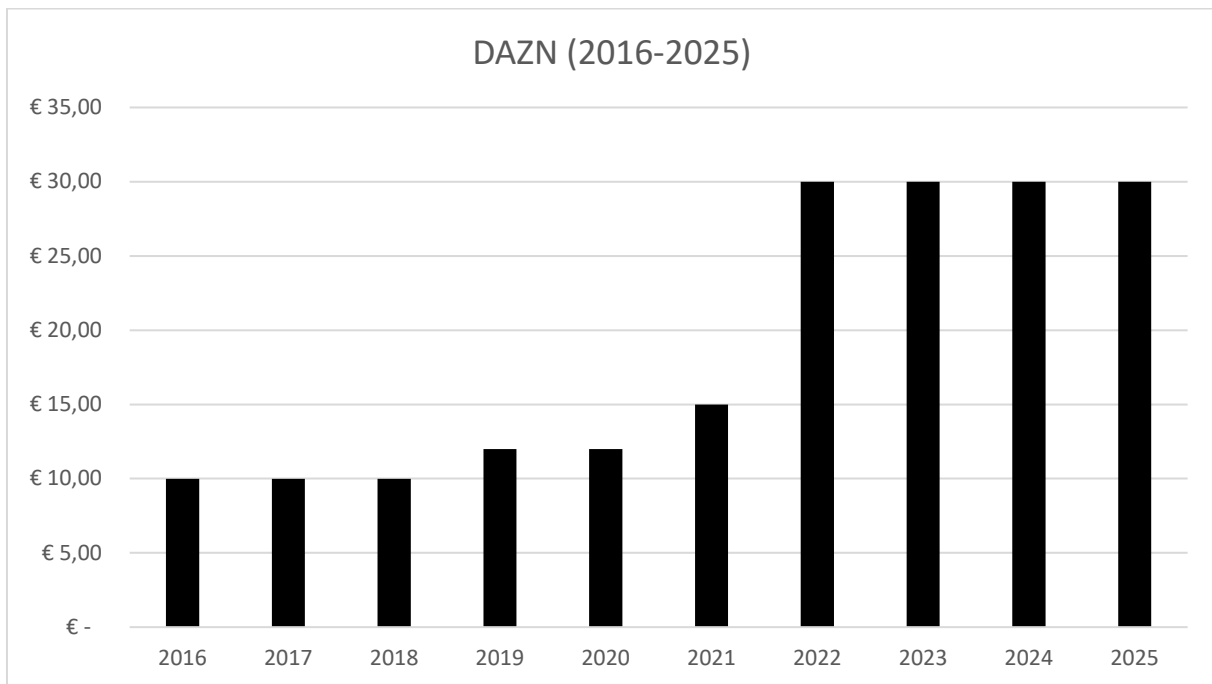


Abbildung 6: Preisentwicklung von DAZN zwischen 2016 und 2025.

Wie man anhand von Abbildung 6 erkennen kann, bietet DAZN in Österreich von Anfang an nur einen Tarif an. Dafür zahlt man 10€ weniger pro Monat, wenn man sich ein Jahr an den Anbieter bindet (vgl. DAZN 2026a). Los ging es 2016 mit 9,99€ pro Monat. Die erste moderate Preiserhöhung gab es 2019 auf 11,99€. Nachdem das Unternehmen den Preis 2021 auf 14,99€, kam es 2022 zur letzten, aber umso stärkeren Preiserhöhung: 2022 stiegen die Kosten für DAZN auf 29,99€. Zwischen 2016 und 2025 kam es also zu einem Anstieg des Preises von 200,2% für ein Abo. Begründet hat das Unternehmen diesen drastischen Schritt unter anderem damit, dass man sich kurze Zeit davor die Rechte für die deutsche Fußball-Bundesliga und die UEFA Champions League gesichert hat (vgl. DAZN 2022). Diese Preiserhöhungen werden auch rechtlich stark diskutiert. So erklärte der OGH in Österreich nach einer Beschwerde des VKI die von DAZN durchgeführten Preissteigerungen als rechtswidrig (vgl. VKI 2025).

5.7 Sky X

	Sky X	
	2019	2026
Fiction	€ 19,99	€ 19,99
Sport	€ 24,99	€ 34,99
Kombi	€ 34,99	€ 40,99

Tabelle 8: Preise von Sky X 2019 vs. 2026

Leider war es nicht möglich, die Preise für Sky X abgesehen vom Start der Plattform 2019 zurückzuverfolgen. Deswegen werden auch die Kosten im Jahr 2026 statt 2025 angegeben und eine Tabelle statt einer Grafik verwendet. Bei der Betrachtung der Preise kann man erkennen, dass das Fiction-Paket, das Filme und Serien beinhaltet, 2026 19,99€ pro Monat und damit gleich viel wie 2019 kostet. Getan hat sich dafür etwas bei den Paketen, die Livesport beinhalten. Zahlte man für den reinen Sport-Tarif 24,99€, mittlerweile muss man dafür 34,99€ berappen. Das entspricht einer Preiserhöhung von 40,02%. Nicht ganz so drastisch war die Preiserhöhung beim Kombi-Paket: 2026 muss man dafür 40,99€ statt 34,99€ wie im Jahr 2019 bezahlen, was einem Anstieg von 17,15% entspricht.

6. Fazit & Ausblick

Im Rahmen dieser Untersuchung hat sich gezeigt, dass die Anzahl an Videostreamingdiensten in den letzten Jahren massiv zugenommen haben. Waren in den ersten Jahren, in denen sich diese Form des Fernsehens in Österreich langsam durchgesetzt hat, Netflix und Prime Video dominant, kam vor allem seit 2019 mit Plattformen wie Disney+ oder Paramount+ eine Vielzahl an Anbietern hinzu. Auch hat die Vielfalt des Programms zugenommen: dominierten 2014 noch Anbieter für Filme und Serien, kamen in den letzten Jahren Sport- und Kinderprogramme hinzu. Ebenfalls erkennbar sind die vielen technischen Voraussetzungen, die man für die Nutzung dieser Anbieter erfüllen muss. Neben einer Internetverbindung, die man sich leisten können muss und für die Nutzung von Videostreaming schnell genug ist, muss man auch bestimmte Geräte besitzen, damit man die Programme von Netflix und Co. schauen kann. Eklatant waren aber vor allem die zum Teil starken Preiserhöhungen der Anbieter in den letzten Jahren. Jede untersuchte Plattform hat bereits an der Preisschraube gedreht. Am geringsten fallen die Preissteigerungen bei Plattformen wie Paramount+ aus, die erst relativ kurz am österreichischen Markt operieren. Besonders stark waren das Standard- und das Premium-Paket von Netflix sowie das DAZN-Abo betroffen. Die DAZN-Preiserhöhungen sind deswegen auch Thema juristischer Auseinandersetzungen.

Welche Möglichkeiten bestehen aber, um als Kundin oder als Kunde trotzdem Geld zu sparen? In den USA hat sich in den letzten Jahren zum Beispiel immer weiter der Trend durchgesetzt, dass man nicht mehrere Anbieter gleichzeitig abonniert, sondern immer nur einen und nach einer gewissen Zeit zum nächsten wechselt (vgl. Koblin 2024). Da die Streamingdienste in Österreich in der Regel ohne Bindung abonniebar sind, wäre dies ein Weg, um Kosten zu reduzieren. Eine weitere Möglichkeit, um Geld zu sparen, ist es, nur jene Pakete zu abonnieren, die man wirklich nutzen kann. Ohne 4K-Fernseher zahlt sich ein Premium-Abo von Netflix zum Beispiel nur aus, wenn man vier parallele Streams benötigt. Wenn man einen älteren Fernseher hat, der nicht internetfähig ist oder eine zu alte Software hat, muss man nicht gleich das Gerät ersetzen und damit viel Geld ausgeben. Stattdessen kann mithilfe eines Fire TV Sticks und knappe 45€ beispielsweise jeden HDMI-tauglichen Fernseher auf den modernsten Stand bringen, auch wenn er schon 20 Jahre auf dem Buckel hat (vgl. Amazon 2026a). Zusätzlich besteht noch die Option, auf Alternativen umzusteigen. Die Arbeiterkammer Oberösterreich nannte in diesem Zusammenhang Gratis-Plattformen wie ORF On oder Joyn oder Anbieter wie

maxdome, bei denen man Filme einzeln buchen kann (vgl. Arbeiterkammer Oberösterreich 2025). Zusätzlich bieten die Arbeiterkammern der einzelnen Bundesländer mit filmfreund selbst eine Plattform an, die es ermöglicht, gratis Filme und Serien zu streamen, wenn man einen Ausweis für ein AK Bibliothek hat (vgl. Arbeiterkammer Steiermark 2022).

Man kann aber auch in die Welt der physischen Datenträger eintauchen und wieder vermehrt DVDs und vergleichbare Medien verwenden. Auch hier sind die Bibliotheken der Arbeiterkammer eine gute Anlaufstelle, in der Bibliothek der AK Steiermark gibt es zum Beispiel über 8000 DVDs zum Ausborgen. Eine weitere Anlaufstelle stellen auch öffentliche Bibliotheken dar. Ein Beispiel hierfür stellt die Mediathek der Grazer Stadtbibliotheken dar. Neben einer Vielzahl von DVDs, die man sich ausleihen kann, kann man in der Mediathek auch DVDs vor Ort ansehen, wenn man kein geeignetes Abspielgerät zu Hause hat (vgl. Stadtbibliothek Graz 2026a). Die Kosten dafür sind mit 20€ für eine Jahresmitgliedschaft, die für alle Stadtbibliotheken in Graz gilt, deutlich niedriger als bei den untersuchten Streamingdiensten (vgl. Stadtbibliothek Graz 2026b). Wenn man statt Videostreaming Filme besitzen möchte, ohne zu viel Geld auszugeben, kann man sich DVDs oder Blu-Rays auch gebraucht auf Plattformen wie willhaben kaufen. Mittlerweile ist dieser Bereich laut Handelsverband eine Sparte, in der die ÖsterreicherInnen bereits verstärkt gebraucht kaufen (vgl. Handelsverband 2025). Schwieriger sieht die Sache schon beim Anschauen von Livesportveranstaltungen aus, weil es hier kaum gleichwertige Alternativen zu einem kostspieligen Abo gibt, aber auch hier bestehen Optionen. So gibt es in Graz beispielsweise Lokale wie die Bar28, die damit werben, Sportübertragungen zu zeigen (vgl. Bar28 2026).

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Kosten für Videostreaming in den letzten Jahren zum Teil exorbitant gestiegen sind und auch die technischen Voraussetzungen nicht außer Acht gelassen werden sollten. Trotzdem gibt es aber, wie gerade aufgezeigt, einige Möglichkeiten für KonsumentInnen, damit man sich nicht mit hohen Ausgaben beschäftigen muss und die Freude an der Unterhaltung im Vordergrund bleibt.

Literaturverzeichnis

Amazon (2026a): Amazon Fire TV Stick HD (Neueste Generation), Free- und Live-TV, Alexa-Sprachfernbedienung, Smart-Home-Steuerung, HD-Streaming. URL: https://www.amazon.de/Amazon-Live-TV-Alexa-Sprachfernbedienung-Smart-Home-Steuerung-HD-Streaming/dp/B0CQMWQDH4/ref=sr_1_1?crid=24DXI0RQN4WAX&dib=eyJ2ljojMSJ9.kucr2xzw_gECufja5x3vC4aN-1eKYuY5kpE9ubXISLK05au4oRn77MA6bjBt5ZwO5nKC7fhWyJP9AHan06Ljx5XjmGiU9-gJmdwtfewncO9k-vrs6txURK8VZCfekVg4ZBPye1KSn5tFgUKLRswy-PNtn7Oxl4ThA8mJcrWUcWJnF9Zwvs5wZ1bxC-kB58YDwDH_5sRO2iAUAXJHQZYQKArgJVHAC2yC_VWQjQtpCM.CnDPiu2p7U_SQVQUT1Cez5ZYX-EocHgbTibnNKIIApg&dib_tag=se&keywords=fire+tv+stick+lite&qid=1772444743&srefix=fire+tv+stick+li%2Caps%2C157&sr=8-1. Abgerufen am 2.3.2026.

Amazon (2026b): Amazon Prime. URL: <https://www.amazon.de/amazonprime>. Abgerufen am 23.2.2026.

Amazon (2026c): Prime Student. URL: <https://www.amazon.de/b?ie=UTF8&node=469664031>. Abgerufen am 23.2.2026.

APA (2014a): Amazon startet Video-on-Demand-Dienst auch in Österreich. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000008458951/amazon-startet-video-on-demand-dienst-in-oesterreich>. Abgerufen am 4.2.2026.

APA (2014b): Netflix nun auch in Österreich verfügbar. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000005678575/netflix-nun-auch-in-oesterreich-verfuegbar>. Abgerufen am 4.2.2026.

APA (2022a): Paramount+ als neuer Spieler am heimischen Streamingmarkt. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000136707431/paramount-als-neuer-spieler-am-heimischen-streamingmarkt>. Abgerufen am 17.2.2026.

APA (2022b): "Ringe der Macht" am Start bei Amazon: Sauron wirklich in Aktion sehen. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000138684146/ringe-der-macht-am-start-bei-amazon-sauron-wirklich-in>. Abgerufen am 16.2.2026.

APA (2023): Netflix-Account-Sharing kostet jetzt auch in Österreich extra. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/3000000034747/geteilte-konten-kosten-bei-netfl>. Abgerufen am 23.2.2026.

APA/red (2016): Sport-Livestreaming-Service DAZN startet in Österreich. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000042659433/sport-streamingservice-dazn-startet-in-oesterreich>. Abgerufen am 6.2.2026.

Apple (2026): Apple One. URL: <https://www.apple.com/at/apple-one/>. Abgerufen am 24.2.2026.

Apple Support (2026a): Auf Smart TV- und Streaming-Geräten ansehen. URL: <https://support.apple.com/de-de/guide/tvplus/apda10aaed81/1.0/web/1.0>. Abgerufen am 10.2.2026.

Apple Support (2026b): In der Apple TV App nach Filmen mit 4K, HDR, Dolby Vision oder Dolby Atmos suchen. URL: <https://support.apple.com/de-at/119599>. Abgerufen am 10.2.2026.

Apple Support (2026c): Sendungen, Filme und Veranstaltungen von Apple TV+, MLS Season Pass und Apple TV-Kanälen laden oder streamen. URL: <https://support.apple.com/de-at/118239>. Abgerufen am 24.2.2026.

Arbeiterkammer Oberösterreich (2025): Streamingdienste im AK-Vergleich: Preisunterschiede von bis zu 150 Prozent. URL: <https://ooe.arbeiterkammer.at/service/testsundpreisvergleiche/preisvergleiche/Streaming-Preisunterschiede-bis-zu-150-Prozent.html>. Abgerufen am 2.3.2026.

Arbeiterkammer Steiermark(2022): Film Ab! Kostenlos streamen mit der AK-Bibliothek. URL: https://stmk.arbeiterkammer.at/service/digitalebibliothek/AK-Bibliothek_bietet_Gratis-Streaming_an.html. Abgerufen am 2.3.2026.

Aschermann, Tim (2023): Was bedeutet MBit/s? Verständlich erklärt. Erschienen in: Chip. URL: https://www.chip.de/ratgeber/wifi-dsl-internet/was-bedeutet-mbit-s-verstaendlich-erklaert_e7e3655c-89df-4353-8fcc-b75e5b12d7e7.html. Abgerufen am 19.2.2026.

Bar28 (2026): [Startseite]. URL: <https://www.bar28.at/bar28/>. Abgerufen am 2.3.2026.

Chow, Andrew R. (2021): How *Seinfeld* Became One of TV's Great Moneymakers. Erschienen in: Time. URL: <https://time.com/6103335/seinfeld-netflix-business/>. Abgerufen am 16.2.2026.

Consumer Insights by Statista (2024a): TV subscriptions: Sky customers in Austria. Consumer Insights report.

Consumer Insights by Statista (2024b): Video-on-demand: DAZN users in Austria. Consumer Insights report.

Consumer Insights by Statista (2025a): Video-on-demand: Amazon Prime Video users in Germany. Consumer Insights report.

Consumer Insights by Statista (2025b): Video-on-demand: Apple TV+ users in Germany. Consumer Insights report.

Consumer Insights by Statista (2025c): Video-on-demand: Disney+ users in Germany. Consumer Insights report.

Consumer Insights by Statista (2025d): Video-on-demand: Netflix users in Germany. Consumer Insights report.

Consumer Insights by Statista (2025e): Video-on-demand: Paramount+ users in the United States. Consumer Insights report.

DAZN (2022): DAZN Preiserhöhung 2022: Alle Informationen. URL: <https://www.dazn.com/de-DE/news/fussball/dazn-preiserhoehung-2021-informationen-kosten/16oszvns0g6q16lroj4uv68jt>. Abgerufen am 24.2.2026.

DAZN (2026a): DAZN Österreich: Alles zu Programm, Kosten und Zahlungsarten. URL: <https://www.dazn.com/de-AT/news/fussball/oesterreich-programm-kosten-zahlungsarten/kyhqo3oqglf91vam2qntsl4st>. Abgerufen am 18.2.2026.

DAZN (2026b): HDR auf DAZN: Alles, was du wissen musst. URL: <https://www.dazn.com/de-AT/help/articles/24920678101533-hdr-auf-DAZN-alles-was-du-wissen-musst>. Abgerufen am 10.2.2026.

DAZN (2026c): So schaust du DAZN auf deinem Samsung Smart TV? URL: <https://www.dazn.com/de-AT/help/articles/16199156846237-so-schaust-du-DAZN-auf-deinem-samsung-smart-tv>. Abgerufen am 10.2.2026.

DAZN (2026d): Wie kann ich DAZN auf meinem Amazon Fire TV & Fire TV stick schauen? URL: <https://www.dazn.com/de-AT/help/articles/16194581575325-wie-kann-ich-DAZN-auf-meinem-amazon-fire-tv-fire-tv-stick-schauen>. Abgerufen am 10.2.2026.

derStandard (2019): Sky startet Streaming-Angebot Sky X. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000098963152/sky-startet-streaming-angebot-sky-x>. Abgerufen am 4.2.2026.

Digital Trends (2025): Ranking der größten Streaming-Anbieter nach Anzahl der Abonnenten weltweit im Jahr 2025. Erschienen in: Statista. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1465429/umfrage/ranking-der-groessten-streaming-anbieter-nach-anzahl-der-abonnenten-weltweit/>. Abgerufen am 4.2.2026.

Disney+ (2026a): Unterstützte Amazon Fire TV-Modelle. URL: <https://help.disneyplus.com/de/article/disneyplus-de-at-amazon-fire-tv>. Abgerufen am 9.2.2026

Disney+ (2026b): Unterstützte Samsung TVs. URL: <https://help.disneyplus.com/de/article/disneyplus-de-at-samsung-tv>. Abgerufen am 9.2.2026.

Disney+ (2026c): [Startseite]. URL: https://www.disneyplus.com/de-at?CID=DSS-Social-TikTok-1849867306777666-1849868494646418-1849868657655906&ttclid=E_C_P_CtkBN_npTjsUZ4NjWChy_M2GQ3PwgSRyp3Q4N23mky_vwHuzlZw-jmxyY_CbCO5ljDZGhTxbn65f3IDDEk7Sd9f-6s4GT-OGyvyB1QJZRvNhinbaiOqrmyzV5AyYaGsUUusfoU5ub0qPFTvKEDM0v1BOhHylOL6-n-UdXzijJIEVHBF6kzjB--xJ6YZVom3qD-fSTMV0NKLri1AbxLtSn_pc4bXX9tJRuBXvqXk9m-6clv97ePgollGxR3Ucd2E-qOMU2ITCwvMJN_4P93fg1mnLMvXhGG5sm-OJIBIEjluMA. Abgerufen am 23.2.2026.

Fidler, Harald (2025): CBS stellt Stephen Colberts "Late Show" 2026 ein. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/3000000279981/cbs-stellt-late-show-2026-ein-erklart-stephen-colbert-seinem-publikum>. Abgerufen am 17.2.2026.

Fröhlich, Thomas (2011): Sky Deutschland – Programmvielfalt im deutschen Medienmarkt? Erschienen in: Förster, Kati: Strategien erfolgreicher TV-Marken. Eine internationale Analyse. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 199-215.

GfK/The Media Consultants (2024): Wie häufig nutzen Sie folgende TV-Angebote? Erschienen in: Statista. URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1053573/umfrage/umfrage-zur-nutzung-von-tv-angeboten-in-oesterreich-nach-art-und-haeufigkeit/>. Abgerufen am 4.2.2026.

Handelsverband (2025): HV Consumer Check: Second-Hand-Boom setzt sich fort. Konsument:innen geben im Schnitt 210 Euro pro Jahr für Gebrauchsgüter aus, 3 von 4 verdienen auch durch Weiterverkauf. URL: <https://www.handelsverband.at/presse/presseaussendungen/secondhand-2025/>. Abgerufen am 2.3.2026.

Havard, Cody T.; Davis, Amy M. (2024): Streaming with the Mouse: Disney's Entrance into Direct-to-Consumer Streaming and Implications for the Future of Entertainment. Erschienen in: *Alphaville: Journal of Film and Screen Media*. Ausgabe 27, 75–93.

Hutchins, Brett; Li, Bo; Rowe, David (2019): Over-the-top-sport: live streaming services, changing coverage rights markets and the growth of media sport portals. Erschienen in: *Media, Culture & Society*. Volume 41, Issue 7, 975-994. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0163443719857623>. Abgerufen am 18.2.2026.

Jauernig, Henning (2017): Fußball gucken, bis die Augen tränen. Erschienen in: *Der Spiegel*. URL: <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/dazn-wie-der-streaming-anbieter-die-alte-sport-tv-welt-angreift-a-1170220.html>. Abgerufen am 18.2.2026.

Jiang, Baoyi (2024): Apple's Journey: The strategic evolution from startup to tech Giant. Erschienen in: *SHS Web of Conferences 207, ICDEBA 2024*.

JustWatch (2026): Marktanteile der Streaming-Anbieter in Österreich im 4. Quartal 2025. Erschienen in: Statista. URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/742152/umfrage/marktanteile-der-streaming-anbieter-in-oesterreich/#:~:text=Table_title:%20Marktanteile%20der%20Streaming%2DAnbieter%20in%20Österreich%20im,%7C%20Merkmal:%20Paramount+%20%7C%20Marktanteil:%207%25%20%7C. Abgerufen am 4.2.2026.

Koblin, John (2024): Americans' New TV Habit: Subscribe. Watch. Cancel. Repeat. Erschienen in: The New York Times. URL: <https://www.nytimes.com/2024/04/20/business/media/streaming-subscription-jumping.html>. Abgerufen am 2.3.2026.

Kort, Katherina; Bialek, Catrin (2021): Amazon kauft Filmstudio MGM für 8,45 Milliarden Dollar. Erschienen in: Handelsblatt. URL: <https://www.handelsblatt.com/technik/internet/filmbranche-amazon-kauft-filmstudio-mgm-fuer-8-45-milliarden-dollar/27223846.html>. Abgerufen am 16.2.2026.

Lasky, Jack (2023): Disney Plus. Erschienen in: EBSCO. URL: <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/disney-plus>. Abgerufen am 16.2.2026.

Lobato, Ramon (2019): Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution. New York University Press, New York.

Nasiba, Muxtorova; Odina, Kamolova (2022): The History of Apple. Erschienen in: IJESC, Volume 12, Issue No. 9.

Netflix (2026a): Netflix auf dem Fernseher oder Blu-ray-Player von Samsung verwenden. URL: <https://help.netflix.com/de/node/23876>. Abgerufen am 9.2.2026.

Netflix (2026b): Verwendung von Netflix auf dem Amazon Fire TV. URL: <https://help.netflix.com/de/node/23934>. Abgerufen am 9.2.2026.

Netflix (2026c): Wählen Sie Ihr Abo. URL: https://www.netflix.com/signup?locale=de-DE&serverState=%7B%22realm%22%3A%22growth%22%2C%22name%22%3A%22PLAN_SELECTION_CONTEXT%22%2C%22clcsSessionId%22%3A%2222c3ddee-2cdd-4f91-9cb9-6b82a72512db%22%2C%22sessionContext%22%3A%7B%22session-breadcrumbs%22%3A%7B%22funnel_name%22%3A%22signupSimplicity%22%7D%7D%7D. Abgerufen am 23.2.2026.

Niemetz, Katharina (2023): Was bedeutet HDR10+? TV-Technologie einfach erklärt. Erschienen in: Chip. URL: https://www.chip.de/ratgeber/pc-mac-zubehoer/was-bedeutet-hdr10-tv-technologie-einfach-erklaert_8ceb21e9-5081-4f67-8cf4-e5485a1e001a.html. Abgerufen am 19.2.2026.

Paramount Pictures (2026): Our Story. URL: https://www.paramountpictures.com/history?utm_source=chatgpt.com. Abgerufen am 17.2.2026.

Paramount+ (2026a): Auf welchen Geräten kann ich Paramount+ nutzen? URL: <https://support.paramountplus.com/s/article/PI-On-which-devices-can-I-watch-Paramount?language=de>. Abgerufen am 10.2.2026.

Paramount+ (2026b): Ist Paramount+ in Premium-Video- und Audioformaten wie 4K UHD, HDR10, Dolby Vision und Dolby Atmos verfügbar? URL: <https://support.paramountplus.com/s/article/PI-premium-video-and-audio-formats?language=de>. Abgerufen am 10.2.2026.

Prime Video (2026a): Die Prime Video-App auf Amazon-Geräten. URL: <https://www.primevideo.com/help?nodeId=GJNRWRVL52FFHJ82>. Abgerufen am 9.2.2026.

Prime Video (2026b): Die Prime Video-App auf Smart TVs. URL: <https://www.primevideo.com/help?nodeId=GK4GR2DKAKDK92H9>. Abgerufen am 9.2.2026.

Prime Video (2026c): Probleme mit Live-Streams auf Prime Video. URL: https://www.primevideo.com/-/de/help/ref=atv_hp_nd_nav?nodeId=GP57SKQ7CB5DRS6F. Abgerufen am 9.2.2026.

Prinzing, Marlis; Weßling, Sebastian (2011): Reaching for the Sky. The rebranding of the German pay-TV station Premiere and its reflection in the German media. Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Köln.

Proschofsky, Andreas (2025a): "Lebendige neue Identität": Apple wagt die Umbenennung von Apple TV+. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/3100000291945/lebendige-neue-identitaet-apple-wagt-die-umbenennung-von-apple-tv>. Abgerufen am 17.2.2026.

Proschofsky, Andreas (2025b): Prime Video zeigt bereits doppelt so viel Werbung wie vor einem Jahr angekündigt. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/3000000273757/prime-video-zeigt-bereits-doppelt-so-viel-werbung-wie-vor-einem-jahr-angekuendigt>. Abgerufen am 23.2.2026.

Referenzbudgets Österreich (2026a): Referenzbudgets (Budgetbeispiele) für Ein-Personen-Haushalte und Paare. URL: https://referenzbudgets.at/wp-content/uploads/2025/07/Referenzbudgets_2025_EinPersonenHaushalt_Paar_EndV_signiert.pdf. Abgerufen am 2.3.2026.

Referenzbudgets Österreich (2026b): Referenzbudgets (Budgetbeispiele) für Paare mit Kindern. URL: https://referenzbudgets.at/wp-content/uploads/2025/07/Referenzbudgets_2025_Paar_Kinder_EndV_signiert.pdf. Abgerufen am 2.3.2026.

Reiser, Pia (2025): „Stranger Things“ brilliert noch einmal mit Pop, Monstern und Nostalgie. Erschienen in: ORF FM4. URL: <https://fm4.orf.at/stories/3051086/>. Abgerufen am 16.2.2026.

Schmidt, Gordon B. (2020a): Amazon. Erschienen in: The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society. Sage Publications, Thousand Oaks.

Schmidt, Gordon B. (2020b): Netflix. Erschienen in: The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society. Sage Publications, Thousand Oaks.

Schmidt, Gordon B. (2020c): Walt Disney Company. Erschienen in: The SAGE International Encyclopedia of Mass Media and Society. Sage Publications, Thousand Oaks.

Statista (2021): Netflix-Nutzerschaft.

Shen, Yuyang (2024): Analysis on Apple TV+: Future Development Direction of Streaming Media Platform. Erschienen in: SHS Web of Conferences 181, ICDEBA 2023.

Stadtbibliothek Graz (2026a): Die Mediathek - Bücherei des Jahres 2025. URL: <https://stadtbibliothek.graz.at/Standorte/details/mediathek>. Abgerufen am 2.3.2026.

Stadtbibliothek Graz (2026b): Gebühren und Überweisung. URL: <https://stadtbibliothek.graz.at/Mitgliedschaft/Gebuehren-und-Überweisung>. Abgerufen am 2.3.2026.

Statista (2025): Revenue comparison of Apple, Google, Alphabet, and Microsoft from 2008 to 2024 (in billion U.S. dollars). URL: <https://www.statista.com/statistics/234529/comparison-of-apple-and-google-revenues/>. Abgerufen am 17.2.2026.

Sulzbacher, Markus (2020): Streaming: Disney+ startet am 24. März in Österreich. Erschienen in: derStandard. URL: <https://www.derstandard.at/story/2000113552051/disney-24-maerz-startet-in-oesterreich>. Abgerufen am 5.2.2026.

VKI (2025): OGH bestätigt: Preiserhöhungsklauseln bei DAZN unzulässig. URL: <https://verbraucherrecht.at/DAZN052025>. Abgerufen am 2.3.2026.

Wilke, Viola (2025): Paramount+ führt Premium- und Basis-Abo ein: Diese Änderungen erwarten euch. Erschienen in: Der Spiegel. URL: <https://streaming-guide.spiegel.de/ratgeber/paramount-fuehrt-premium-und-basis-abo-ein-diese-aenderungen-erwarten-euch/>. Abgerufen am 5.2.2026.

World Population Review (2026): Netflix Users by Country 2026. URL: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/netflix-users-by-country>. Abgerufen am 4.2.2026.