



**PRESSEMITTEILUNG**

29. Oktober 2020

## **MEDIENTAGE MÜNCHEN 2020 vom 24. bis 30. Oktober**

Die globale Streaming-Expansion – Starzplay-Chefin Superna Kalle im Gespräch

### **„Es kann gar nicht zu viel Content geben“**

**München** – Während die Wirtschaft weltweit unter den Folgen der Corona-Krise leidet, gehören die Streaming-Dienste zu den großen Gewinnern. Ob Netflix, Amazon Prime oder Disney+: Dank des Lockdowns im Frühjahr, den viele Menschen zu Hause verbringen mussten, konnten manche Streaming-Unternehmen nach Angaben von Moderator Richard Gutjahr Nutzerzuwächse von mehr als hundert Prozent verzeichnen. Auch der Streaming-Dienst Starzplay, ein Tochterunternehmen des US-Filmstudios Lionsgate, der erst im Mai 2018 in Europa an den Start ging, profitierte vom steigenden Bedarf an Content und Unterhaltung. Das Starzplay-Angebot lief zunächst nur über Amazon Prime in Deutschland und Großbritannien. Inzwischen lassen sich die Inhalte auch über Apple TV oder per Apple- und Android-App buchen. Im Rahmen der MEDIENTAGE MÜNCHEN berichtete die Vizepräsidentin des US-Pay-TV-Anbieters Starz, Superna Kalle, über den Boom der Streaming-Dienste und ihre weiteren unternehmerischen Pläne.

Sie sei sehr zufrieden mit der Nachfrage in Deutschland, erklärte Superna Kalle, obwohl der Markt mit seinem breiten öffentlich-rechtlichen TV-Angebot ein besonders umkämpfter sei: „Deutschland ist tatsächlich eine Herausforderung. Da wir jedoch mit unserem exklusiven Content eine ganz spezielle Nische bedienen, konnten wir uns schnell etablieren“, sagte die geschäftsführende Vizepräsidentin von Starz. „Wir bieten keine Kochshows, Kinderprogramme oder Reality-Serien, sondern konsequent Programm für Erwachsene im Premiumbereich, und das kommt gerade in Deutschland gut an.“ Außerdem könne es gar nicht zu viel Content geben. „Es ist doch eine tolle Sache, wenn man die Wahl hat“, zeigte sie sich überzeugt.

Während des ersten Lockdowns habe Starzplay begonnen, sein Programm noch stärker auf die jeweiligen Märkte auszurichten, berichtete Kalle. Sie kündigte für die Zukunft die weitere Expansion in noch nicht erschlossene Märkte an. Außerdem werde Starzplay lokale Produktionen in den jeweiligen Ländern realisieren. Streaming-TV, so betonte Kalle, sei nicht nur ein kurzer Modetrend, sondern werde sich langfristig durchsetzen. Die geschäftsführende Vizepräsidentin versprach außerdem, dass Starzplay weiterhin auf Werbung im Programm verzichten wolle, im Gegensatz zu manchen Mitbewerbern, die auch über Werbespots nachdenken. „Wir sind ein Premium-Sender und wollen das auch bleiben“, lautete ihre Devise.

**Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.medientage.de](http://www.medientage.de).**