

20.07.2023 - 16:37 Uhr

Netflix-Quartalszahlen: Steigende Account-Zahlen sind eine Kampfansage an die Streaming-Konkurrenz

Frankfurt (ots) -

5,9 Millionen mehr Accounts dank Vorgehen gegen Account-Sharing und neuem werbefinanzierten Tarif: Netflix' Quartalszahlen kommen einer Kampfansage gleich. Warum mehr Abos für Netflix einen Negativ-Trend für die Konkurrenz bedeuten könnten, erklärt Simon-Kucher Streaming-Expertin Lisa Jäger.

Dass Netflix den Markt dominiert, beweist der Streaming-Riese mit den neusten Quartalszahlen. Obwohl das Unternehmen mit 8,19 Milliarden Dollar leicht hinter dem von Analysten erwarteten Umsatz von 8,3 Milliarden Dollar zurückbleibt, geht die Strategie auf: Der werbefinanzierte Tarif lockt preissensible Kunden an. Gleichzeitig scheint auch das strikte Vorgehen gegen das Teilen von Accounts zu mehr Abo-Abschlüssen zu führen. Das Fazit? Netflix hat auf seine Marktdominanz vertraut, auf eine innovative Strategie gesetzt und gewonnen.

Doch der Erfolg von Netflix macht den Weg der Konkurrenz steiniger. Denn: Netflix frisst das Budget für die anderen Streaming-Anbieter. Zumindest zu großen Teilen. Warum? Unsere aktuelle [Simon-Kucher Streaming Studie](#) zeigt: 41 Prozent der Verbraucher wollen zu Gunsten eines neuen Abos zunächst ein bestehendes Abo kündigen. Sollten die Konsumenten dies tatsächlich so konsequent umsetzen, bedeutet dies: Eine Entscheidung für Netflix wird dann in fast jedem zweiten Fall eine Entscheidung gegen die Konkurrenz. Eine Entwicklung, die durch die Rezession weiter verschärft wird.

Streaming-Anbieter müssen jetzt sofort reagieren: mit Konzepten zur Kundenbindung und werbefinanzierten Alternativen. Denn Werbung ist kein KO-Kriterium mehr. Im Gegenteil: Unsere Streaming-Studie zeigt, dass Nutzer immer offener für Streaming-Abos mit Werbung sind.

Lisa Jäger ist Partnerin und Global Head of Technology, Media & Telco in der globalen Strategieberatung Simon-Kucher & Partners. Als Expertin für Portfolio-Optimierung, Pricing und Marketing für alle Arten von Medien- und Internet unternehmen liegt ihr Fokus auf physischen Angeboten und Erlösströmen als auch der digitalen Transformation von Geschäftsmodellen. Zu ihren Kunden gehören TV- und Radiosender, Verlage sowie Online-Plattformen und Werbevermarkter.

***Über die Studie:** Die repräsentative [Simon-Kucher Streaming Study 2023](#) wurde im Mai 2023 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Cintdurchgeführt. 11.910 Konsumenten in 12 Ländern weltweit (Deutschland: n=1.001) wurden u.a. zu Streaming-Verhalten, Inhaltspräferenzen und Zahlungsbereitschaft befragt. Die Pressemitteilung bezieht sich auf die Ergebnisse der Befragung in Deutschland.

Weitere bzw. vertiefende Studienergebnisse (nur für Presse/Medien/Partnerunternehmen) auf Anfrage. Die Pressemitteilung zu Teil 1 der Studie ist [online verfügbar](#). Teil 2 von 3 der Simon-Kucher Streaming Studie erscheint voraussichtlich im Spätsommer.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern weltweit. Unser Fokus: "Unlocking better growth". Wir helfen unseren Kunden verantwortungsvoll und nachhaltig zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb.

Mit 37 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum.

[simon-kucher.com](https://www.simon-kucher.com)

Pressekontakt:

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Manager)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100909821> abgerufen werden.