

Netflix setzt auf Werbung: Ab 2024 Anzeigen auch im günstigeren Abo!

Netflix plant für 2026 mehr Werbeformate im Streaming-Bereich. Über 94 Millionen Kunden nutzen bereits das werbefinanzierte Modell.



Deutschland - Netflix plant für 2026 eine Vielzahl neuer Werbeformate und modernisiert seine Anzeigenstrategie. Bereits ab 2024 müssen Kunden im günstigeren Abo mit Anzeigen mit Werbeunterbrechungen rechnen, sogar in den Pausen der Wiedergabe. Dies berichtet **Süddeutsche**.

Der Streamingdienst hat über 94 Millionen Kunden, die das Modell mit Werbung nutzen, was einen deutlichen Anstieg von rund 70 Millionen seit November darstellt. Netflix wird keine generellen Angaben zur Kundenzahl entwickeln, erwartet jedoch, dass Ende 2024 etwa 300 Millionen Haushalte den Dienst nutzen werden, was mehr als 700 Millionen Menschen weltweit entspricht.

Wachstum und Werbung

Die zunehmende Beliebtheit von Abonnements, die Werbung enthalten, macht Netflix für Werbekunden attraktiv, insbesondere für solche, die normalerweise klassische TV-Sender unterstützen. Diese Entwicklung passt in den globalen Trend des Videostreamings, das seit Jahren wächst. **Statista** prognostiziert bereits 1,4 Milliarden Nutzer:innen bis 2024, wobei insbesondere in Europa und den USA ein Anstieg zu erwarten ist.

Netflix hat eine eigene Anzeigenplattform entwickelt, die in der kommenden Woche in Europa umgestellt wird. Die Werbung kann auf über 100 Interessen-Kategorien personalisiert werden, was eine zielgerichtete Ansprache der Verbraucher ermöglicht.

Der Markt und die Konkurrenz

Der Wettbewerb auf dem Videostreaming-Markt wird zunehmend intensiver. Laut **Börsennews** sind Netflix, Amazon Prime Video und Disney Plus die Hauptakteure in dieser Branche. Netflix weist dabei seit 2007 kontinuierliches Wachstum auf und konnte 2023 einen Rekordgewinn von über 5,4 Milliarden US-Dollar erzielen. Im Gegensatz dazu meldete Disney Plus nach einem starken Zuwachs bis Ende 2022 stagnierende bis sinkende Abonnentenzahlen.

Der globale Markt für Subscription-on-Demand (SVoD) hat eine Umsatzprognose von über 99 Milliarden Euro für 2024 und zeigt das Potenzial für einen Anstieg von rund 25% über einen Zeitraum von drei Jahren. Während Streamingdienste wie Netflix und Prime Video auch als Produktionsstudios fungieren und eigene Inhalte anbieten, bleibt die Zukunft der klassischen Fernsehsender ungewiss, da das lineare Fernsehen in den USA signifikante Rückgänge verzeichnet.

Diese Entwicklungen heben die Notwendigkeit hervor, dass Anbieter wie Netflix innovative Lösungen entwickeln, um

konkurrenzfähig zu bleiben und ihre Reichweite zu erhöhen.

Details	
Ort	Deutschland
Quellen	• www.sueddeutsche.de • www.boersennews.de • de.statista.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de