

Netflix dreht auf: Werbung selbst bei pausierten Filmen!

Netflix plant 2024 mehr Werbung in günstigeren Abos und nutzt KI für personalisierte Inhalte. 94 Millionen nutzen bereits das Modell.



Deutschland - Netflix plant eine umfassende Änderung seines Geschäftsmodells, die insbesondere die Nutzer des günstigeren Abos mit Anzeigen betrifft. Ab 2024 müssen die Abonnenten mit Werbeunterbrechungen rechnen, während sie ihre Inhalte konsumieren. Zusätzlich wird Werbung auch dann angezeigt, wenn die Wiedergabe pausiert wird, was bei den Nutzern sicherlich für Aufsehen sorgen wird. Der Streaming-Riese will seine Anzeigenstrategie mithilfe generativer Künstlicher Intelligenz ausbauen, um Werbung gezielt mit Inhalten zu verknüpfen. Laut **oe24.at** nutzen derzeit über 94 Millionen Kunden weltweit das Abo-Modell mit Werbung, was einen signifikanten Anstieg von 70 Millionen Abonnenten im November 2022 darstellt.

Netflix hat angekündigt, keine allgemeinen Angaben zur Entwicklung der Kundenzahlen mehr zu machen. Dennoch wird bis Ende 2024 mit insgesamt gut 300 Millionen Kundenhaushalten gerechnet. Zudem schätzt Netflix, dass mehr als 700 Millionen Menschen weltweit Zugang zu seinem Dienst haben. Diese Entwicklung macht die Plattform nicht nur für Abonnenten, sondern auch für Werbekunden interessant, die bislang hauptsächlich klassische TV-Sender genutzt haben.

Werbeangebot und Marktverfügbarkeit

Das Werbeangebot von Netflix ist derzeit in zwölf Ländern verfügbar, darunter auch Deutschland. Um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden, hat das Unternehmen eine eigene Anzeigenplattform entwickelt, die in Kürze in Europa umgestellt wird. Diese Plattform ermöglicht eine Personalisierung der Werbung basierend auf mehr als 100 Interessen-Kategorien, inklusive Lebensabschnitten. Diese gezielte Ansprache könnte für Werbekunden besonders attraktiv sein.

Die aktuellen Entwicklungen im Streaming-Markt zeigen, dass Netflix trotz der zunehmenden Konkurrenz von anderen Anbietern weiterhin bedeutende Marktanteile behauptet. Laut den Daten von **Statista**, veröffentlicht am 10. Februar 2025, ziehen immer mehr Nutzer Streamingdienste neuen Abonnements bei traditionellen Medien vor. Die Verbrauchersicht auf Streamingdienste hat sich geändert, was durch die stabilen Abonnement-Zahlen von Netflix untermauert wird.

- Über 94 Millionen Kunden nutzen das Werbeabo.
- Ende 2024 wird mit über 300 Millionen Kundenhaushalten gerechnet.
- Werbung wird auch bei pausierter Wiedergabe angezeigt.
- Personalisierung der Werbung möglicher über 100 Kategorien.

Die bevorstehenden Änderungen und der strategische Kurs von Netflix werden in der Branche genau beobachtet. Es bleibt abzuwarten, wie die Abonnenten auf die neuen Werbebestimmungen reagieren werden und ob der Service seine führende Position im Wettbewerb mit anderen Streamingdiensten behaupten kann.

Details	
Ort	Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.oe24.at• de.statista.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at