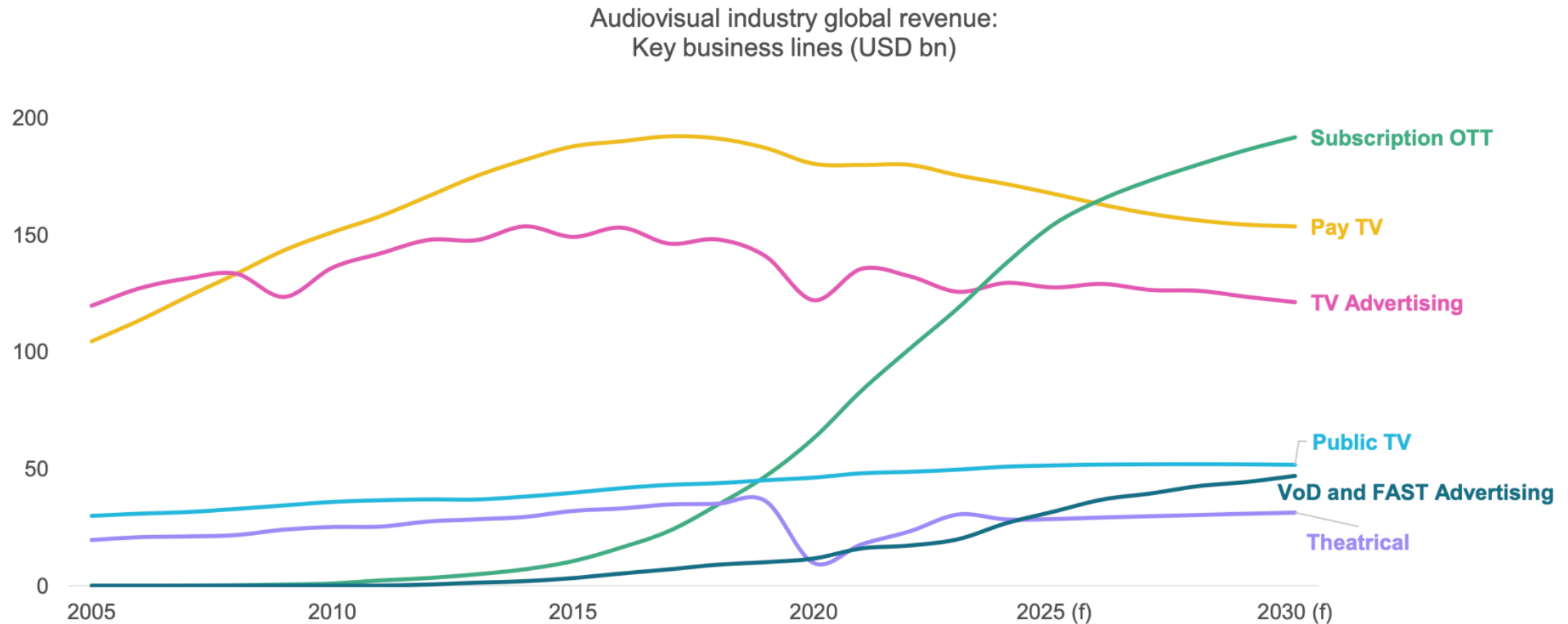


Streaming's Growth Challenge

Ausgewählte Ampere Analysis Daten & Industry Berechnungen zu
Folge 15 „Naht das Ende des Streaming-Wachstums?“
Industry - Der Streaming-Podcast

Structural market changes continue to impact traditional audiovisual market revenues

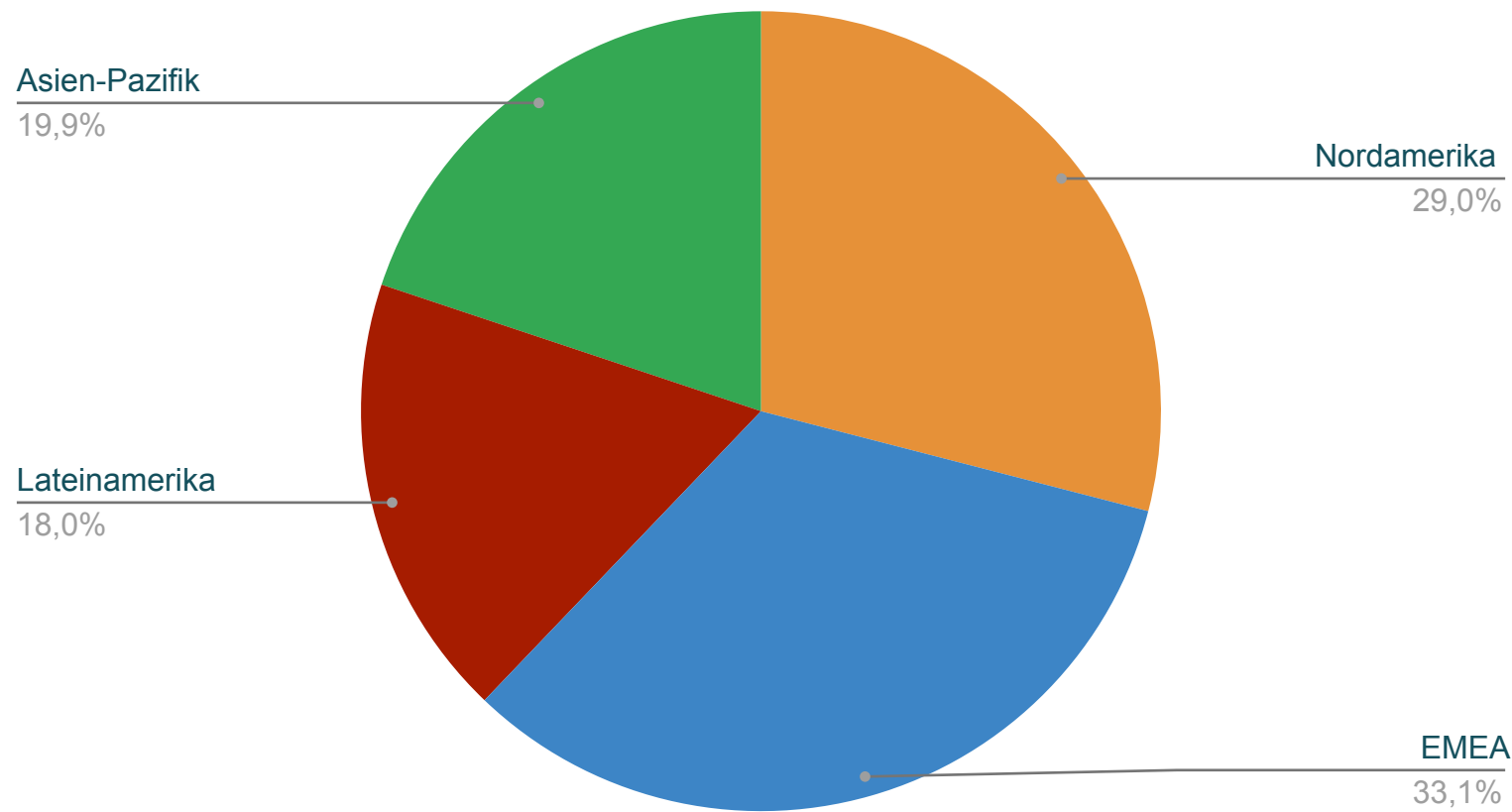


Global gesehen wachsen SVOD (hier: Subscription OTT) Umsätze weiterhin und haben bereits die stagnierenden Umsätze aus linearer TV Werbung überholt.

Pay TV Erlöse sinken weiter und werden 2025/2026 von SVOD überholt

Quelle: Ampere Analysis

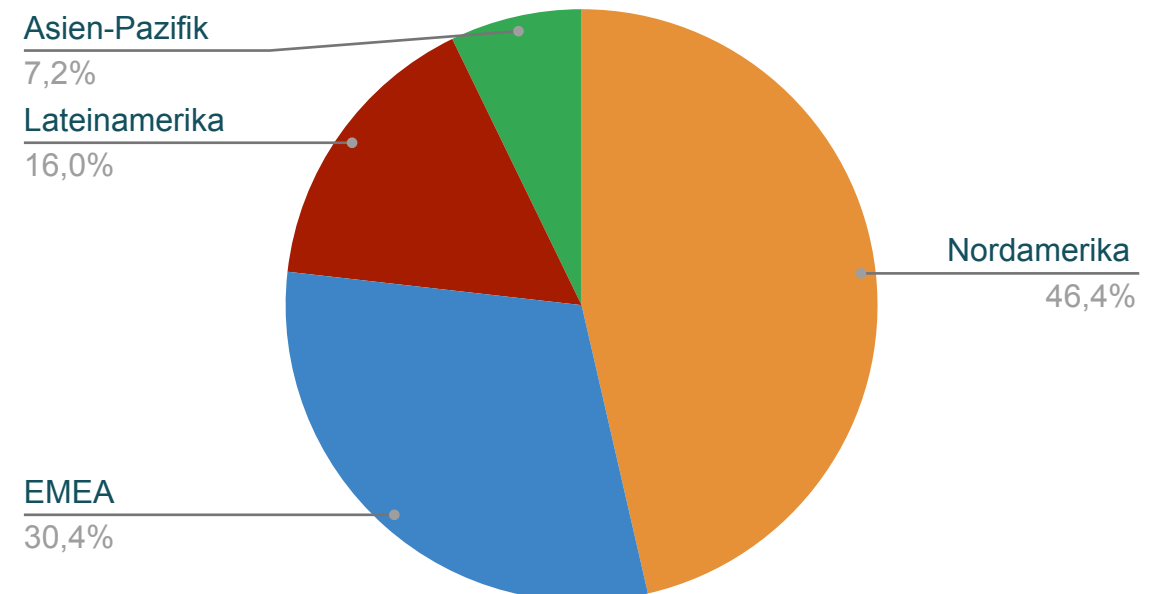
Netflix Abonnenten: Anteile/Region



Die ca. 317 Mio. Netflix Abonnenten (1. HJ 2025, per Ampere Analysis Hochrechnung) verteilen sich mittlerweile recht gleichmäßig auf die vier Weltregionen. Die Region EMEA (Europa, Middle East, Africa) stellt bereits den größten Teil = ein Drittel des Abonnenten-Bestandes.

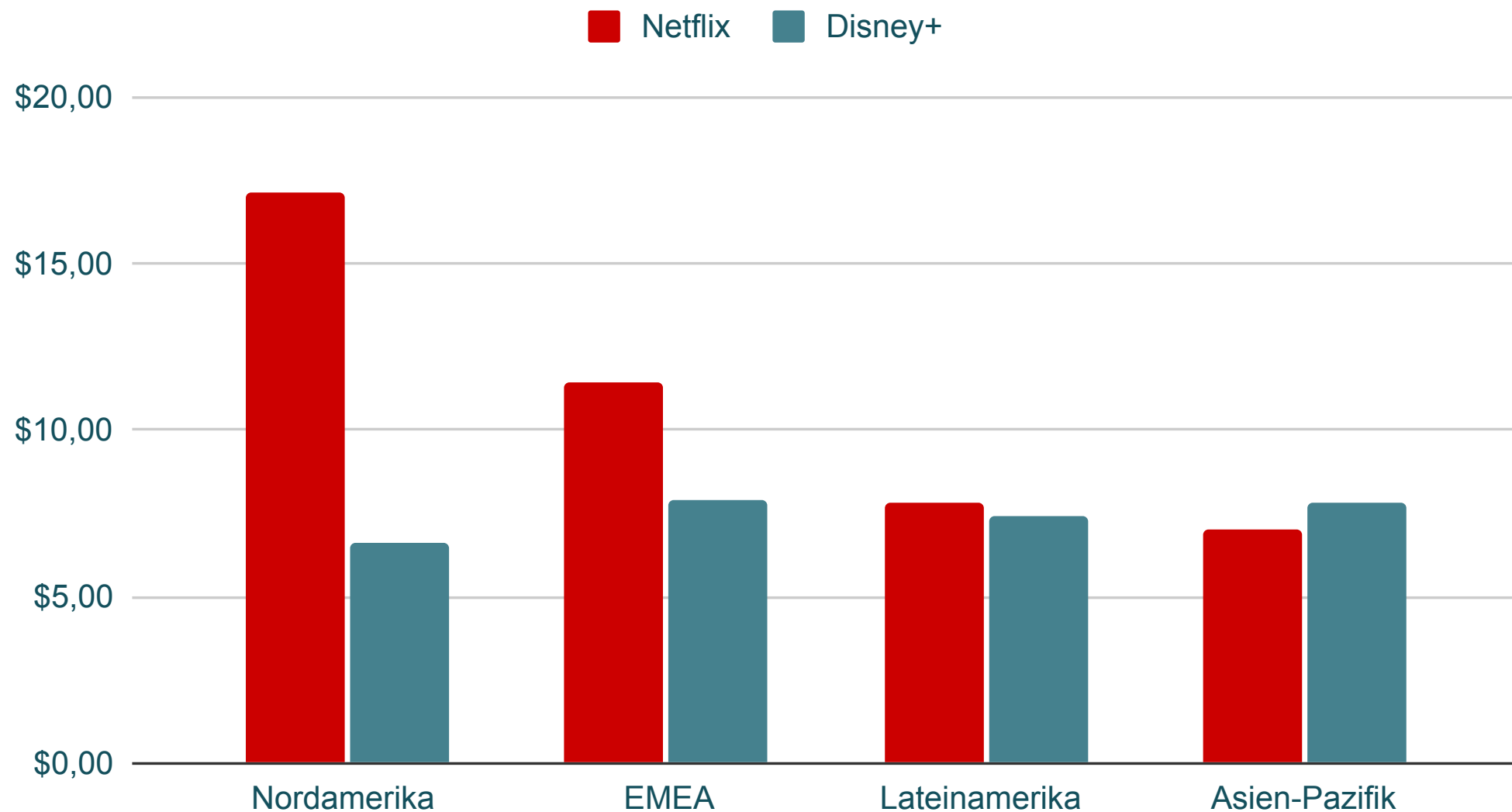
Noch anders fällt das Bild für die ca. 127 Mio. Disney+ Abonnenten aus (1. HJ 2025, per Walt Disney Company): Der Anteil des nordamerikanischen Marktes ist mit über 46% noch dominant...

Disney+ Abonnenten: Anteile/Region



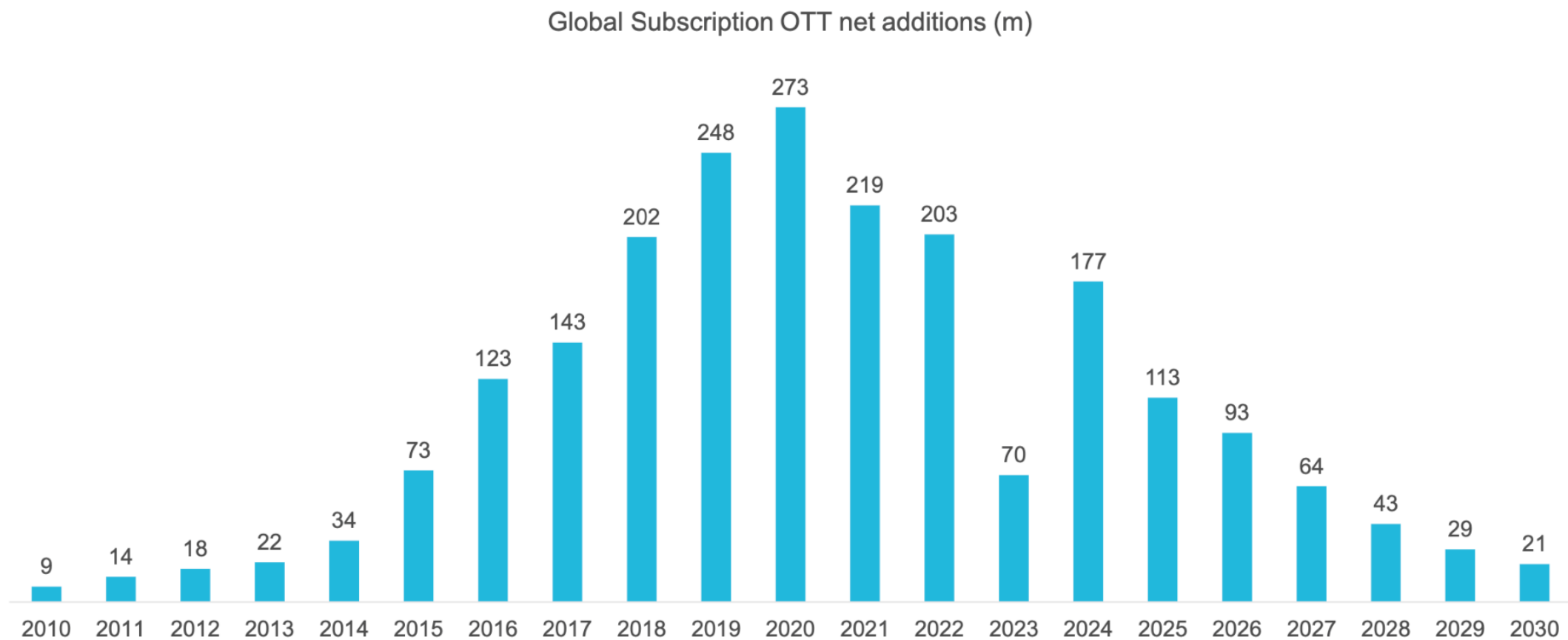
...gleichzeitig monetarisiert Disney+ seine Abonnenten, ARPU basiert, im nordamerikanischen Markt fast $\frac{2}{3}$ schlechter als Netflix. Der Grund: 34% der Disney+ Abos kommt aus Bundles. Alle Daten: Ampere Analysis, Berechnung Bundle Anteil durch Industry

Disney+ und Netflix: Durchschnitts ARPU je Region



Die Corona-Pandemie war zugleich Peak Streaming Wachstum: Seitdem sinkt die Netto-Erhöhung (Wachstum ./. Churn) der globalen Streaming Bestände. Der „Crunch/Slump“ liegt 2024-2025 bei 36% weniger Netto Abo-Zuwachs. Quelle: Ampere Analysis

But streamers are also feeling the pressure as subscriber acquisition & retention is now more difficult



...und hier die Berechnung zu unserer AdTier Preisfrage:

Wie viel Werbung muss ein AdTier Abonnent ausgespielt bekommen, damit die Differenz zwischen dem von ihm bezahlten AdTier-Abo-Preis (oder: AdTier-ARPU) und dem durchschnittlichen Netflix ARPU von \$ 11,85 (Basis: Netflix Umsatz Q3 2025/Anzahl Abonnenten gemäß Industry Hochrechnung) ausgeglichen wird?

Anzahl Abos im AdTier per Q2 2025 (per Ampere Analysis) in 12 AdTier Territorien	52.000.000	
...müssen insg. pro Monat zum Ausgleich der Differenz von ARPU und AdTier ARPU umsetzen	\$312.000.000	(52m x \$6)
Differenz durchschnittlicher ARPU von \$11,85 ./. angenommener durchschnittlicher AdTier ARPU von \$6, aufgerundet:	\$6	AdTier in D z.  €4,99, AdTier US z.B. \$ 7,99
CPM/TKP Netflix = Preis für 1000 Ad Impressions, untere Range, ohne Targeting etc.	\$25	somit \$0,025 pro Ad Impression
Die Antwort auf Hannas Frage aus unseren AdTier Folgen lässt sich damit berechnen: Wie viele Ad Impressions muss jeder der 52 Mio. AdTier Subscriber pro Monat ausgespielt bekommen, um die Differenz von ca. \$6 zwischen AdTier-ARPU und Netflix' Durchschnitts-ARPU zu verdienen?	240 Ad Impressions im Monat, somit 8 pro Tag, bei 2 Blöcken à 2 Spots/h somit 2h AdTier Konsum pro Tag nötig	(\$6/\$0,025)

Churn-Raten der Streamer im US-Markt in 2025, per The Hollywood Reporter/ Antenna

<https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/disney-plus-hulu-cancelations-spike-jimmy-kimmel-suspension-1236405315/>

Date	Apple TV+	Discovery+	Disney+	HBO Max	Hulu	Netflix	Paramount+	Peacock
Sep, 2025	7%	6%	8%	9%	10%	2%	7%	8%
Aug, 2025	6%	6%	4%	7%	5%	2%	6%	8%
Jul, 2025	5%	5%	4%	6%	5%	2%	6%	7%
Jun, 2025	5%	5%	3%	7%	4%	2%	5%	6%
May, 2025	6%	5%	3%	7%	4%	2%	5%	6%
Apr, 2025	7%	5%	3%	6%	4%	2%	5%	5%
Mar, 2025	7%	5%	4%	6%	5%	2%	6%	5%
Feb, 2025	6%	6%	4%	7%	5%	2%	6%	6%
Jan, 2025	6%	7%	4%	7%	5%	2%	6%	6%

©

aller eigenen Berechnungen & Darstellungen liegt bei uns,
jegliche Weiterverwendung ist nur nach Anfrage möglich

