

# Pressemitteilung

---

## **Streaming-Studie: Disney+ stößt Netflix vom Content-Thron**

**Laut der Simon-Kucher Streaming-Studie werden die Karten im Streaming-Markt neu gemischt. So sichert sich Disney+ 2025 erstmals die Content-Krone – gewinnt neben der Kategorie „Exklusive Inhalte“ erstmals auch „Angesagte Inhalte“. Selbst die Top-Kategorie „Breite Auswahl“ muss sich Netflix mit Disney+ teilen. Den Titel „Lieblingsabo“ lässt Netflix sich allerdings nicht nehmen. Amazon Prime gewinnt „Bester Preis“. Apple TV+ aber verliert gleich drei Kategorien an die Konkurrenz. Mit Folgen? So gibt ein Drittel der Apple TV+ Kundschaft an, kündigen zu wollen.**

- „Breite Auswahl“ ist keine Netflix-Domäne mehr; 2025 teilt sich Netflix diese Kategorie mit Disney+
- Disney+ gewinnt erneut die Kategorie „Exklusive Inhalte“ und schlägt Netflix bei „Angesagte Inhalte“
- Netflix verteidigt allerdings den Titel Lieblingsabo: 48 % würden ihr Netflix-Abo aktiv weiterempfehlen
- Apple TV+ verliert drei Kategorien an die Konkurrenz, gleichzeitig wollen 35 % ihr Apple TV+ Abo kündigen
- Amazon Prime gewinnt erneut lediglich „Bester Preis“ – das gilt allerdings als die Top-Kategorie
- Werbeabo-Boom: Ganze 29 % der Netflix- und Disney+ Abonnenten setzen auf Werbe-Abos
- Gratis-Strategen: Rund 40 % nutzen Probe-Abos gezielt aus, um nach Wunschinhalt wieder zu kündigen

**Frankfurt, 23. Juli 2025** – Durchbruch für Disney+ im deutschen Streamingmarkt! Laut der Simon-Kucher Streaming-Studie 2025 stößt der Streaming-Riese Netflix vom Content-Thron. Der Grund? Nicht nur, dass Disney+ inzwischen fünf der 12 Kategorien des Simon-Kucher Streaming-Rankings für sich entscheiden kann. Es gewinnt auch erneut den Titel für „Exklusive Inhalte“. Und: schlägt Netflix on top erstmals im Rennen um „Angesagte Inhalte“. Selbst die Top-Kategorie „Breite Auswahl“ muss Netflix dieses Jahr mit Disney+ teilen.

### **„Disney+ fährt die Ellenbogen aus und holt sich die Content-Krone“**

„Disney+ holt sich 2025 die Content-Krone“, sagt Lisa Jäger, Partnerin bei Simon-Kucher. „Content ist King und Disney+ hat das verstanden. Netflix liegt nicht mehr unangefochten an der Spitze des deutschen Streamingmarkts!“ Und das obwohl Netflix erneut sechs Kategorien gewinnt, unter anderem „Userfreundlichkeit“, „Neue Inhalte“ und „Werbefreiheit“.

### **Netflix verteidigt den Titel Lieblingsabo**

„Den Titel „Lieblingsabo“ lässt Netflix sich allerdings nicht nehmen“, weiß Jäger. Fast die Hälfte der Netflix-Nutzenden (48 Prozent) würde ihr Abo weiterempfehlen. „Ein wahrer Ritterschlag!“ Bei den anderen Anbietern stagniert die Empfehlungsrate hingegen oder verbessert sich nur minimal. Während Amazon Prime (40 Prozent) und Disney+ (37 Prozent) Netflix auf den Fersen sind, ist Apple TV+ allerdings weit angeschlagen. Nicht mal ein Viertel (23 Prozent) empfiehlt das Abo.

### **„Apple TV+ in sieben Kategorien Schlusslicht**

Gerät Apple TV+ also in die Defensive? „Das Urteil der Streaming-User ist hart“, sagt Jäger. „Gleich in sieben Streaming-Kategorien bildet Apple TV+ das Schlusslicht.“ Und das teils mit großem Abstand. Gewann Apple TV+ 2024 noch vier Kategorien, ist es 2025 nur „Videoqualität“. Alle drei anderen Kategorien gehen an die Konkurrenz. „Rabatte für Familien/Paare“ und „Plattform-Vielfalt“ an Disney+, „Kündigungsflexibilität“ an Netflix. „Apple TV+ fällt bei den Nutzern leider durch.“

### **Jeder Dritte will sein Apple TV+ Abo kündigen**

Tatsächlich scheint die Enttäuschung der Streaming-Nutzer unmittelbare Folgen für Apple TV+ zu haben. So will jeder dritte befragte Nutzer (35 Prozent) sein Apple TV+ Abo kündigen. „Die Kündigungsabsicht liegt bei Apple TV+ Abos weit über Durchschnitt“, erklärt Sina Gansel, Senior Director bei Simon-Kucher. Bei Disney+ ist es hingegen nur rund jeder Fünfte (22 Prozent), bei Netflix und Amazon Prime sogar nur 16 Prozent.

### **Amazon gewinnt mit „Bester Preis“ die wichtigste Kategorie**

Zwar gewinnt auch Amazon Prime mit „Bester Preis“ ebenfalls nur eine Kategorie – diese gilt aber als die mit Abstand wichtigste. So halten 84 Prozent dieses Kaufkriterium für essentiell, dicht gefolgt von „Beste Auswahl“ (80 Prozent) und „Kündigungsflexibilität“ (60 Prozent). „Amazon Prime bleibt ein Sonderfall“, weiß Gansel. „Die Kombi von Streaming-Angebot mit Versand-Vorteilen & Co. ist für User reizvoll.“ Vermutlich auch deswegen ist das Abo so verbreitet „Ob jemand ein, zwei oder mehr Streaming-Abos hat – Amazon Prime ist der Favorit!“

### **„Zu teuer? Dann eben mit Werbung!“**

„Auch die Werbe-Abo-Strategie von Netflix und Disney+ geht auf.“ Jeweils 29 Prozent setzen bereits auf die vergünstigten Abo-Optionen. Nicht nur weil sie Werbung nicht stört (29 Prozent) oder sie die günstigere Option bevorzugen (37 Prozent). Einem Großteil (40 Prozent) sind die Standard-Abos laut der Streaming-Studie einfach zu teuer. „Zu teuer? Dann eben mit Werbung, lautet die Devise!“, so Gansel.

### **„Pro-Abo heißt für viele Gratis-Abo“**

Das zeigt sich auch daran, dass rund 40 Prozent der Streaming-Nutzer Probe-Abos gezielt ausnutzen und nach Binge-Watching des Lieblingscontents direkt kündigen. „Pro-Abo heißt für viele Gratis-Abo“, betont Jäger. „Streaming-Anbieter sollten prüfen, in welchem Umfang sie es weiterhin zulassen wollen, dass User Testversionen so ausnutzen. Im Idealfall liefern sie so attraktive Angebote, dass die Abonnenten trotz Binge-Watching bleiben.“

**Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Simon-Kucher-Studie wurde von April bis Mai 2025 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Walr durchgeführt. Über 1000 Verbraucher\*innen aus Deutschland wurden zu ihrem Streaming-Verhalten, ihren Abos und ihren Budgets befragt.

**Vertiefende Informationen und Infografiken in Druckqualität** (aktuell nur für Medien und Partnerunternehmen) sind auf Anfrage erhältlich. Die Simon-Kucher Streaming-Studie besteht jedes Jahr aus drei Teilen. Teil 1 steht bereits zum [Download](#) bereit. In wenigen Wochen finden Sie dort auch Teil 2 von 3 der Simon-Kucher Streaming-Studie 2025. Teil 3 der Simon-Kucher Streaming-Studie wird voraussichtlich im August/September veröffentlicht.

## Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit mehr als 2.000 Mitarbeitenden in über 30 Ländern. Unser Fokus: „Unlocking Better Growth“. Wir helfen unseren Kunden, „besser“ zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren, von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 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)

**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](mailto:linda.klein@simon-kucher.com)