

# Pressemitteilung

---

## **Streaming-Studie: Bundles als Wachstumstreiber – Bei Preiserhöhungen von Einzelabos drohen aber Kündigungswellen**

**Bereits rund die Hälfte der Nutzer setzt laut der aktuellen Simon-Kucher Streaming-Studie auf Paket-Lösungen, etwa mit TV-Optionen. Für Anbieter sind Superbundles ebenso wie Jahresabos effektive Tools, die Kündigungswahrscheinlichkeit zu senken. Und das wird immer wichtiger: Denn schon bei moderaten Preiserhöhungen von Einzelabos denkt fast jeder Fünfte über eine Kündigung nach. Bei deutlicheren Aufschlägen ist es sogar fast jede zweite Person, bei Disney+ gar über die Hälfte.**

- 41 % der Abo-User nutzen Superbundles; dies reduziert Kündigungswahrscheinlichkeit
- Auch Jahresabos stabilisieren: Rabatt-Erwartung liegt aber bei 22 % für einjähriges Abo
- Mit jedem Abo-Jahr sinkt die Kündigungswahrscheinlichkeit: Nach einem Jahr Abo-Nutzung würden 33 % das Abo aufkündigen, nach 4 Jahren sind es nur noch 8 %
- 48 % würden ihr Abo bei 20 % Preissteigerung kündigen, bei Disney+ sogar 58 %
- Schon bei 10 % Preiserhöhung erwägt fast jede fünfte Person die Kündigung
- 56 % erwarten Preisanstiege bei Netflix, 54 % bei Disney+ und Apple TV+, 44 % bei Amazon Prime

**Frankfurt, 07. Oktober 2025** – Mit 41 Prozent nutzt fast die Hälfte der Streaming-Abonnenten Superbundles. Während die User vielfältige Vorteile mit TV-Optionen genießen, sind die Kombi-Abos für Streaming-Anbieter dabei vor allem ein Mittel, die Kündigungswahrscheinlichkeit zu senken. „Wer Inhalte über ein Bundle bezieht, bleibt in der Regel länger – der wahrgenommene Nutzen steigt, spontane Kündigungen sinken“, so Lisa Jäger, Partnerin bei Simon-Kucher. Für Anbieter bedeutet das: höhere Loyalität und stabilere Umsätze pro Haushalt.

### **Jahresabos stabilisieren**

Laufzeitmodelle wirken zusätzlich. Die Erwartung an den Rabatt liegt im Schnitt bei 22 Prozent für ein Jahresabo. Mit jedem weiteren Abo-Jahr sinkt die Kündigungswahrscheinlichkeit deutlich: Nach einem Jahr würden 33 Prozent beenden, nach vier Jahren nur noch 8 Prozent. „Jahresabos geben Planungssicherheit – für User und Anbieter gleichermaßen“, betont Jäger.

### **Preiserhöhungen als Kündigungstreiber**

Die Preissensibilität bleibt jedoch hoch. Bei 10 Prozent Aufschlag erwägt fast jede fünfte Person die Kündigung; bei 20 Prozent würden 48 Prozent beenden, bei Disney+ 58 Prozent. „Preiserhöhungen sind der stärkste Kündigungstreiber im Streaming – ohne klare Preispfade werden Anpassungen schnell zu Kündigungswellen“, warnt Lisa Jäger. „Nicht jeder davon spricht zu kündigen, setzt dies aber auch um.“

**Streaming ist zum Politikum geworden**

Hierbei nicht mit eingerechnet: Die kürzlichen Kündigungswellen auf Grund politischer Entwicklungen. „Selbst bei großen Preisnachlässen entscheiden sich Streaming-Abonnenten inzwischen gegen Streaming-Dienste, wenn diese entgegen ihrer Überzeugungen handeln. Einige Streaming-Abonnenten haben kürzlich ihre Kündigung genutzt, um ein Statement zu setzen“, resümiert Jäger.

**Preiserhöhungen nach "schlechter Presse" sind risikobehaftet**

Dies könnte auch langfristig das Pricing von Streaming-Diensten beeinflussen. Aktuell scheinen sich allerdings die Vermutungen vieler Haushalte zu weiteren Preiserhöhungen zu bewahrheiten. So rechneten zum Zeitpunkt der Befragung bereits viele mit weiteren Preiserhöhungen: 56 Prozent erwarten Anstiege bei Netflix, 54 Prozent bei Disney+ und Apple TV+, 44 Prozent bei Amazon Prime. Bei Disney+ wurden die Preise jetzt angehoben. „Mit der Preiserhöhung im Oktober geht Disney+ nach den kürzlichen Protesten und Kündigungen der Abonnenten ein Wagnis ein. Preiserhöhungen nach "schlechter Presse" sind risikobehaftet. Allerdings agiert Disney+ aus einer sehr starken Position heraus, da Nutzer wissen, welchen Mehrwert sie geboten bekommen.“, so Jäger.

**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 und Teil 2 stehen bereits zum [Download](#) bereit. In wenigen Wochen finden Sie dort auch Teil 3 der Simon-Kucher Streaming-Studie 2025.

---

## 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)