

Ressort: Entertainment

Netflix-Chef: Die Deutschen hassen Werbeunterbrechungen

Berlin, 04.03.2017, 09:53 Uhr

GDN - Die Werbefreiheit bei Streaming-Diensten wie Netflix ist für Reed Hastings, Mitgründer und Chef des Dienstes, ein Grund für den großen Erfolg des Unternehmens in Deutschland. "Die Deutschen hassen Werbeunterbrechungen mehr als die Menschen im Rest der Welt. Dass es bei Netflix keine gibt und geben wird, zieht als Verkaufsargument", sagte Hastings der "Rheinischen Post" (Samstagsausgabe).

Der Umsatz werde in diesem Jahr bei etwa zehn Milliarden Dollar (9,5 Milliarden Euro) liegen, kündigte Hastings an. Netflix hat weltweit etwa 93 Millionen Kunden.

Bericht online:

<https://www.gemandailynews.com/bericht-86153/netflix-chef-die-deutschen-hassen-werbeunterbrechungen.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com