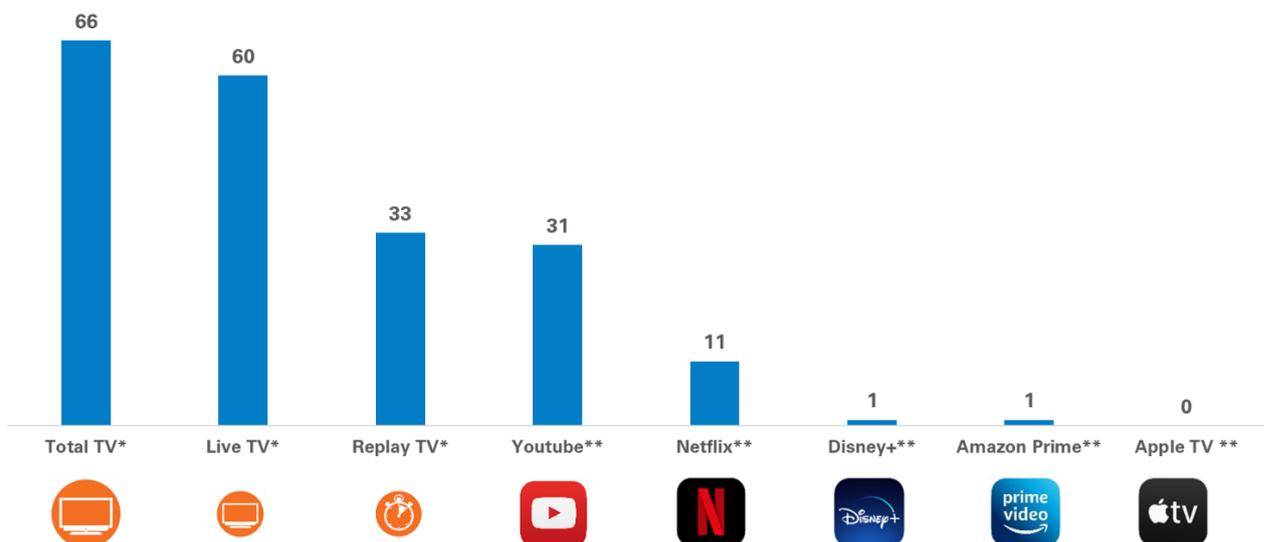


Mediapulse Streaming Data: Mediapulse weist erstmals Nutzungszahlen zu Streaming- und Video-Plattformen aus.

Bern, 14. April 2021 – Seit Anfang 2021 erhebt Mediapulse auf Basis der erweiterten TV-Forschung Nutzungszahlen zu Streamingdiensten wie Netflix oder Online-Videoplattformen wie YouTube. Im Rahmen eines Quartalsreports legt Mediapulse nun erste Ergebnisse zur Reichweite und zur Nutzungsdauer relevanter Non-TV-Angebote vor und stellt diese in Relation zur Nutzung des klassischen Fernsehens.

Mit der Weiterentwicklung ihres TV-Messsystems verfolgt Mediapulse das generelle Ziel, dem Schweizer TV-Markt eine unabhängige, plattformübergreifende und vergleichbare Datenbasis bereitzustellen, mit der sich die Nutzung von TV- und anderen Bewegtbildangeboten einheitlich quantifizieren und kontinuierlich beobachten lässt. In einer ersten Ausbaustufe kann ab Anfang 2021 die geräteübergreifende Nutzung der wichtigsten internationalen Plattformen auf Basis des bestehenden TV-Panels erfasst werden: die Streaming-Anbieter Netflix, Disney+, Amazon Prime und Apple TV+ sowie die Video-Plattform YouTube. In einer zweiten Ausbaustufe wird diese Liste ab dem zweiten Quartal 2021 um einheimische Web-TV-Plattformen erweitert.

Tagesreichweite in Prozent. Schweiz gesamt.

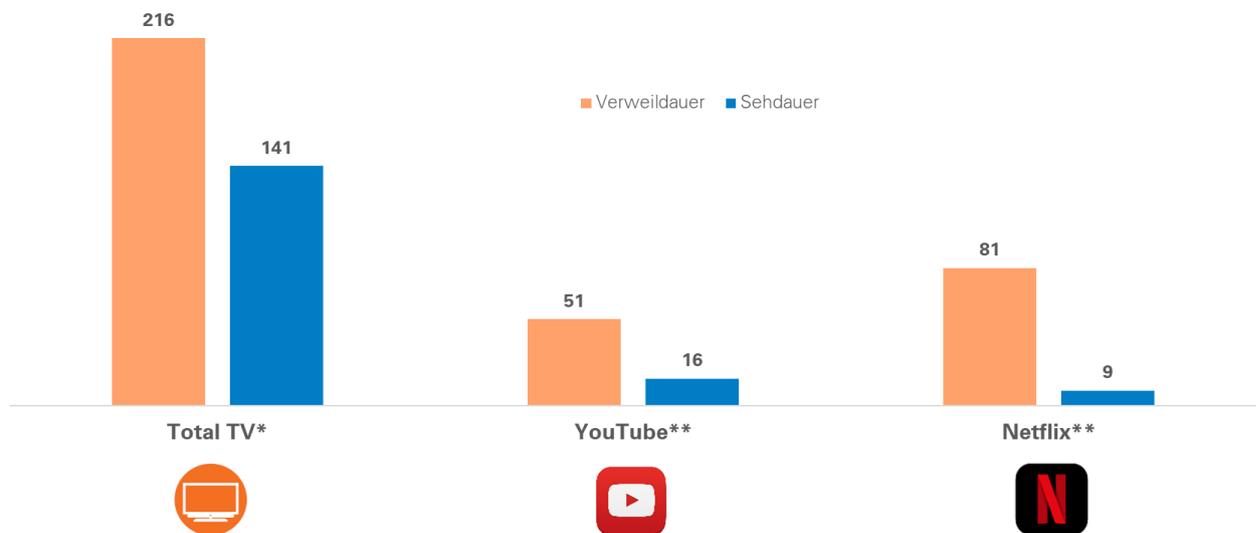


*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1. – 31.3.2021, TOTAL PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATTFORMEN, OVERNIGHT+7 (TOTAL TV)/LIVE (LIVE TV)/RECORDED VIEW (REPLAY TV), NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET.

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1. – 31.3.2021, TOTAL PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATTFORMEN, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET/SMARTPHONE/DESKTOP/LAPTOP/TABLET.

Die von Mediapulse vorgelegten Zahlen für das erste Quartal 2021 zeigen erstens, dass sich unter den berücksichtigten Angeboten bisher nur YouTube und Netflix in den Schweizer Haushalten etabliert haben. Im Vergleich dieser beiden Plattformen kann zweitens festgehalten werden, dass YouTube zwar eine deutlich grössere Tagesreichweite als Netflix erreicht (31 Prozent vs. 11 Prozent), seine Nutzer aber weniger lang binden kann als der Streamingdienst (51 Minuten pro Tag vs. 81 Minuten pro Tag). Ungeachtet dieser Erfolgsindikatoren machen die Zahlen von Mediapulse drittens deutlich, dass der heimische Bewegtbildkonsum nach wie vor von den Angeboten der TV-Sender dominiert wird. Rechnet man die tägliche Sehdauer von TV, YouTube und Netflix zusammen, entfallen 85 Prozent des gemeinsamen Nutzungsbudgets auf die Gattung TV.

Tägliche Verweil- und Sehdauer in Minuten. Schweiz gesamt.



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1. – 31.3.2021, TOTAL PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), VD, SD, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, OVERNIGHT+7 (TOTAL TV), NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET.

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1. – 31.3.2021, TOTAL PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET/ SMARTPHONE/ DESKTOP/ LAPTOP/TABLET.

Kurzbeschreibung Methode

Universum:	Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten mit mindestens einem TV-Gerät
Universumsgrösse:	~7.5 Mio. Personen
Stichprobengrösse:	1'870 Haushalte mit rund 4'300 Personen
Anzahl Online Devices:	~9'000 (PCs, Laptops, Tablets, Smartphones, Connected TVs)
Methode:	Kontinuierliche technische Messung auf Basis Audio Matching (TV-Angebote) oder Router Meter (Streaming-/Video-Angebote)
Nutzungskontext:	Generell innerhalb der Haushalte (At-Home-Fokus).

TV-Nutzung ausschliesslich auf herkömmlichen TV-Geräten.
Restliche Bewegtbildangebote hingegen auf allen Screens gemessen, d.h. sowohl über das TV-Gerät als auch via PC, Laptop, Tablet oder Smartphone.

Über Mediapulse

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen sowie von Online-Angeboten in der Schweiz. Diese Daten gelten als offizielle Währung und werden von den Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft sowie von Behörden und der Forschung genutzt.

Als praxisnahes Unternehmen will Mediapulse mit Forschungsdienstleistungen und Datenprodukten den elektronischen Medien- und Werbemarkt Schweiz vorwärtsbringen. Moderne Systeme und konstante Innovationen sorgen dafür, dass auch die Veränderung der Nutzung audiovisueller Medien abgebildet werden kann.

Mediapulse steht dabei für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Den detaillierten Quartalsbericht sowie die Datenauswertungen finden Sie unter www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Christian-Kumar Meier**
Head of Marketing
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08