

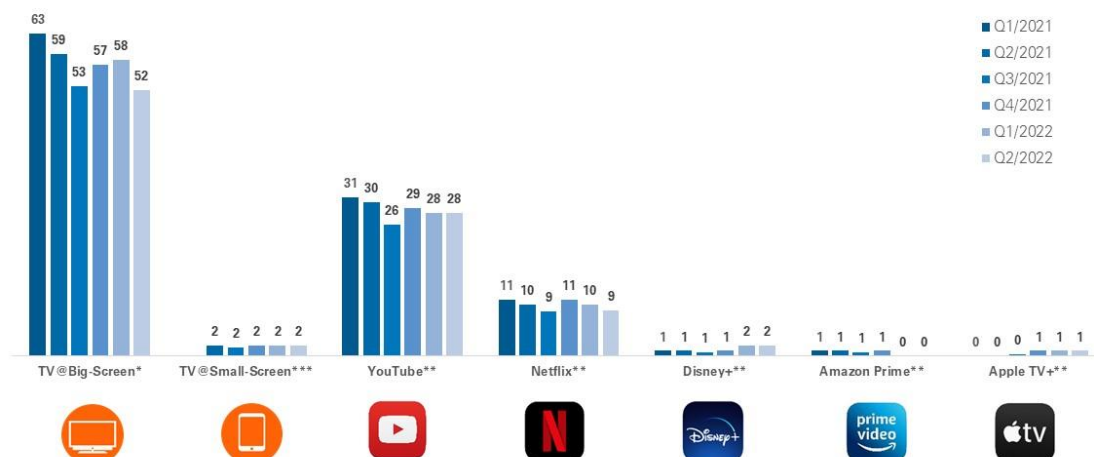
Mediapulse Streaming Data: Stabile Verhältnisse im Bewegtbild-Markt.

Bern, 20. Juli 2022 – Der zweite Quartalsbericht 2022 der Mediapulse Streaming Data zeigt stabile Nutzungsmuster im Bewegtbildmarkt. Dabei ist ersichtlich, dass das klassische Fernsehen weiterhin im Vergleich zu den Streaming Angeboten am meisten Zuschauer bindet. Die Verhältnisse im Markt bleiben dabei konstant.

Klassisches Fernsehen bei Reichweiten und Nutzungsdauer am beliebtesten

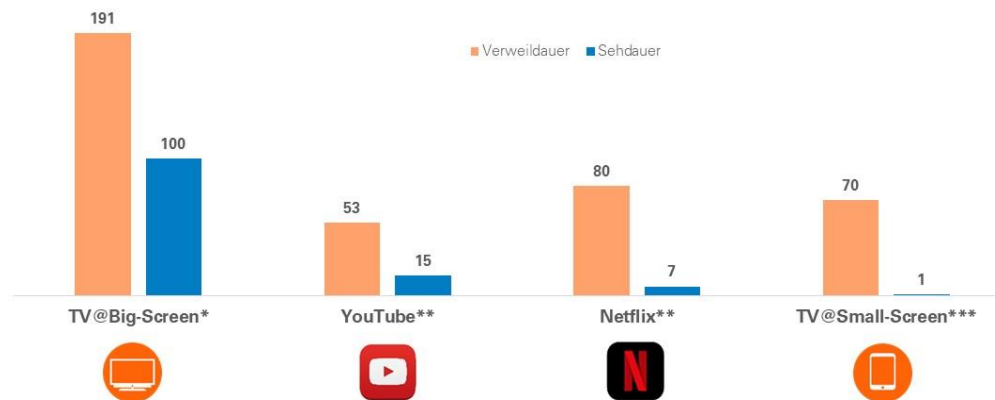
Auch im zweiten Quartal von 2022 zeichnet sich das klassische Fernsehen weiterhin durch die höchste Tagesreichweite und längste Nutzungsdauer aus. Diese Reichweite zeigt einen ähnlichen Jahreszeiten-Trend auf wie im Jahr 2021. Im Vergleich der Tagesreichweite erzielen die Videoplattform YouTube und der Streaming Anbieter Netflix ebenfalls relevante Publikumsanteile, auch wenn sie diese seit Q1 nicht steigern konnten. Netflix zeichnet sich jedoch durch eine hohe Verweildauer aus. Die weiteren Streaming Plattformen Disney+, Amazon Prime und AppleTV+ erreichen weiterhin sehr wenige Personen.

Tagesreichweite je Quartal in Prozent Schweiz gesamt



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 30.6.22, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.21 – 30.6.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.5.21 – 30.6.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tägliche Verweil- und Sehdauer Q2/22 in Minuten Schweiz gesamt



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), VD, SD, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Svizzera Italiana erreicht im Ländervergleich die meisten Personen

In der italienischen Schweiz werden über das klassische Fernsehen sowie die Streamingdienste mehr Personen erreicht als in den übrigen Sprachregionen. Dagegen zeigen sich zwischen der Suisse Romande und der Deutschschweiz kaum Unterschiede. Das gleiche Bild zeichnet sich auch beim Big-Screen- und Small-Screen-Vergleich ab.

Tagesreichweite Q2/22 nach Sprachregion in Prozent Schweiz gesamt und Sprachregionen

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube **	Netflix**
Deutschschweiz	52	1	27	9
Suisse romande	52	2	29	9
Svizzera italiana	62	3	30	13
Schweiz gesamt	52	2	28	9



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS




Nutzung von TV und Netflix hauptsächlich über klassische TV-Geräte

Der zweite Quartalsbericht 2022 zeigt, dass YouTube in der Altersgruppe der 15-29-jährigen mehr Personen erreicht als die Angebote der TV-Sender. Bei dieser Altersgruppe ist YouTube somit weiterhin das Bewegtbild-Angebot mit der grössten Nutzerschaft.

Die Nutzung von TV und Netflix findet beinahe ausschliesslich auf dem klassischen TV-Gerät statt, während YouTube vor allem auf den Small Screen Devices konsumiert wird.

Tagesreichweite Q2/22 nach Alter/Geschlecht in Prozent Schweiz gesamt


		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Altersgruppen	3 – 14 Jahre	33	25	11
	15 – 29 Jahre	20	31	14
	30 – 39 Jahre	45	32	13
	40 – 49 Jahre	54	35	12
	50 – 59 Jahre	68	28	8
	Ab 60 Jahre	77	21	3
Geschlecht	Frauen	53	26	10
	Männer	52	29	8


*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

Tagesreichweite Q2/22 nach Endgeräten in Prozent Schweiz gesamt

		YouTube*	Netflix*	TV
Gerät	TV Set	3	6	52 **
	Smartphone	18	2	1 ***
	PC / Tablet	11	2	1 ***







* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 ** MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 *** MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.–30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Über den Mediapulse Streaming Data Quartalsbericht

Als Teil der TV-Forschung publiziert Mediapulse quartalsweise eine Übersicht zu den Streaming Data mit dem Ziel, eine unabhängige, plattformübergreifende und vergleichbare Datenbasis für die Nutzung von TV- und anderen Bewegtbildangeboten bereitzustellen. Dabei werden die Verbreitung und Nutzung von relevanten Video- und Streaming-Plattformen quantifiziert und mit den entsprechenden Kennwerten der TV-Nutzung verglichen. Alle Quartalsberichte und Auswertungen sind auf www.mediapulse.ch einsehbar.

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.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Richard Blatter**
Sr. Partner Relations Manager
richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich