

## Mediapulse Streaming Data: TV-Angebote erreichen nach wie vor mehr Personen als ihre digitalen Herausforderer

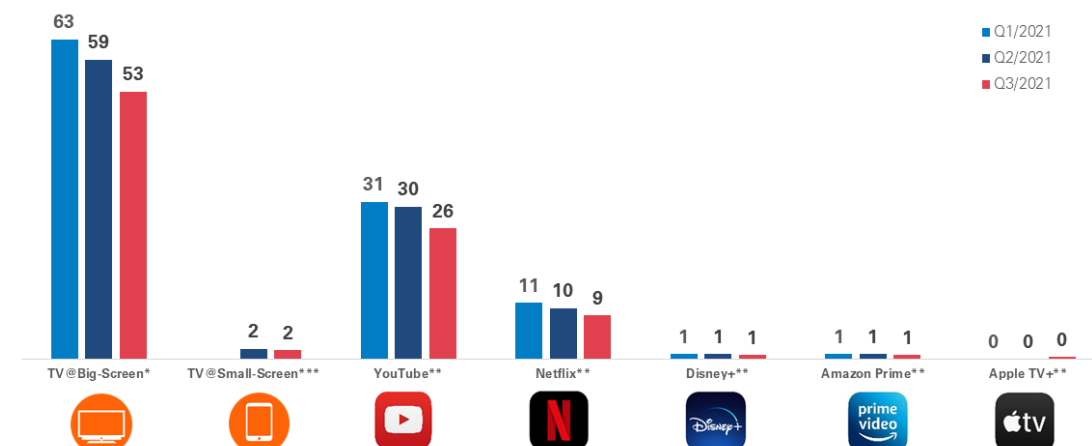
**Bern, 3. November 2021 – Der neueste Quartalsbericht zu den Mediapulse Streaming Data erlaubt erstmals eine Aufschlüsselung der Tagesreichweiten nach den Zielgruppenmerkmalen Alter und Geschlecht. Demnach wird das Fernsehen von den neuen Konkurrenten Netflix und YouTube zwar in den jungen und mittleren Alters-Zielgruppen bedrängt, muss aber lediglich in der Altersgruppe der 15- bis 29-jährigen die Führungsposition an YouTube abtreten.**

### TV nach wie vor das reichweitenstärkste Bewegtbild-Angebot

Gemäss dem dritten Quartalsbericht zu den Mediapulse Streaming Data bleiben YouTube und Netflix die einzigen ernsthaften Non-TV-Konkurrenten, wenn auch mit grossem Abstand: TV erreicht pro Tag doppelt so viele Zuschauer wie YouTube und etwas sechsmal mehr Personen als Netflix.

Die Daten zum dritten Quartal bestätigen ausserdem, was sich im zweiten Quartal schon abzeichnete: die bekannte Saisonalität des TV-Konsums schlägt auch bei YouTube und Netflix durch. Im Vergleich zu den Wintermonaten können die drei Angebotsgruppen im Sommer und hier insbesondere in den Ferienmonaten deutlich weniger Zuschauer erreichen, was durch die Quartalswerte in folgender Abbildung bestätigt wird:

### Tagesreichweite je Quartal in Prozent Schweiz gesamt






\*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.–30.9.2021, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET  
 \*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.–30.9.2021, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS  
 \*\*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.5.–30.9.2021, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

## YouTube bei den jungen Erwachsenen an der Spitze

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

## Tagesreichweite nach Alter und Geschlecht in Prozent Schweiz gesamt

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
<b>Altersgruppen</b>	<b>3 – 14 Jahre</b>	31	19	10
	<b>15 – 29 Jahre</b>	24	33	15
	<b>30 – 39 Jahre</b>	44	29	12
	<b>40 – 49 Jahre</b>	56	32	11
	<b>50 – 59 Jahre</b>	66	25	6
	<b>Ab 60 Jahre</b>	78	19	2
<b>Geschlecht</b>	<b>Frauen</b>	54	25	10
	<b>Männer</b>	52	27	8

\*MEDIAPULSE TV DATA, 1.7.–30.9.2021, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET  
 \*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.7.–30.9.2021, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

## Der Mediapulse Streaming Data Quartalsbericht

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. Erste Ergebnisse wurden im April 2021 sowie im Juli 2021 als Quartalsbericht publiziert. Der aktuelle Bericht liefert neu nicht nur Erkenntnisse auf Basis von Total-Werten, sondern erstmals auch Aufschlüsselungen der Reichweitenwerte nach den Zielgruppenmerkmalen Alter und Geschlecht.

## 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](http://www.mediapulse.ch)

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



Mediapulse AG

[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich