

## Mediapulse Streaming Data: Erstmalige Aufschlüsselung der Tagesreichweite nach Endgeräten

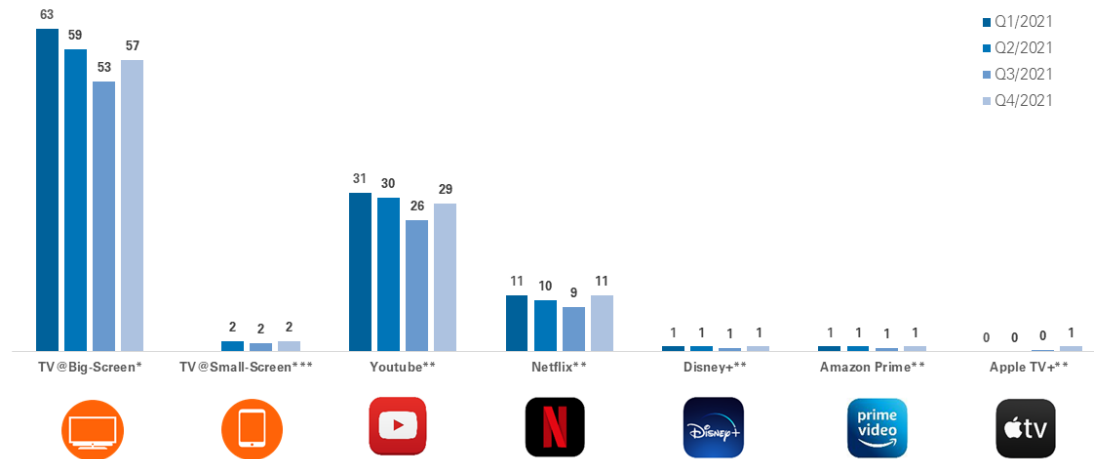
**Bern, 2. Februar 2022 – Der vierte Quartalsbericht zu den Mediapulse Streaming Data weist erstmals die Nutzung der Angebote nach Endgeräten aus: TV und Netflix erreichen ihr Publikum vor allem auf dem TV-Gerät, während YouTube vor allem auf Small Screen Devices konsumiert wird. Ausserdem zeigt die Jahresauswertung im Reichweitenvergleich, dass das klassische Fernsehen im Vergleich zu den Streaming Angeboten zu jeder Jahreszeit am meisten Zuschauer bindet.**

Mediapulse publiziert quartalsweise als Teil der TV-Forschung einen Bericht zu den Streaming Data mit dem Ziel, die Verbreitung und Nutzung von relevanten Video- und Streaming-Plattformen zu quantifizieren und mit den entsprechenden Kennwerten der TV-Nutzung zu vergleichen. Erfolgte dies in den ersten beiden Quartalsberichten auf Basis von Total-Werten, lieferte der Bericht zum dritten Quartal erstmals auch Aufschlüsselungen der Reichweitenwerte nach den Zielgruppenmerkmalen Alter und Geschlecht. In der neusten Ausgabe der Mediapulse Streaming Data wird dies fortgesetzt und um eine Unterscheidung der Streaming-Nutzung nach verschiedenen Endgeräten erweitert. Der gesamte Bericht mit allen Auswertungen ist auf [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch) publiziert.

### **Klassisches Fernsehen im Vergleich von Reichweiten und Nutzungsdauer am beliebtesten**

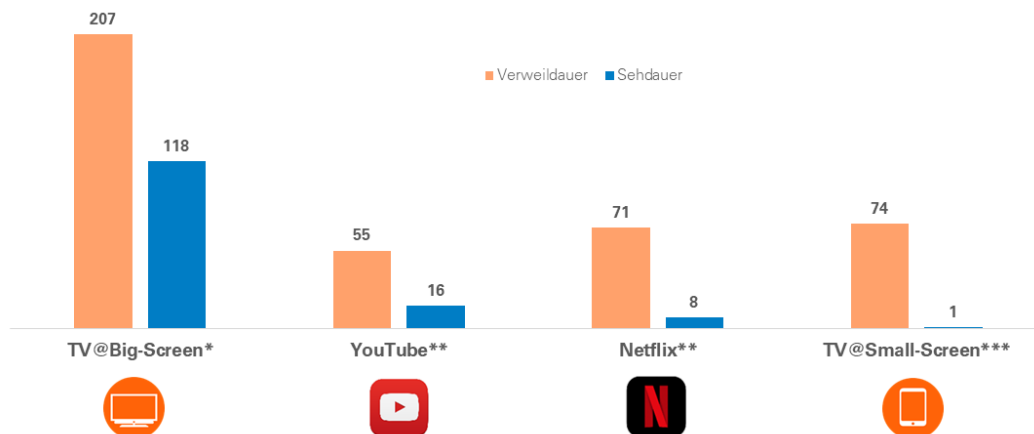
Mit den Daten zum vierten Quartal liegen die Mediapulse Streaming Data nun für ein vollständiges Kalenderjahr vor. Das klassische Fernsehen bindet zu jeder Jahreszeit mit Abstand die meisten Zuschauer mit der längsten Nutzungszeit und dies fast ausschliesslich über ein klassisches Fernsehgerät. Daneben erzielen die Videoplattformen YouTube und der Streaming Anbieter Netflix ebenfalls relevante Publikumsanteile. Im Vergleich dazu erreichen die weiteren Streaming Plattformen Disney+, Amazon Prime oder AppleTV+ nur sehr wenige Personen pro Tag, weshalb sie bei den weiteren Datenauswertungen nicht mehr berücksichtigt werden.

## Mediapulse Streaming Data: Tagesreichweite je Quartal Q4/2021, Schweiz gesamt, in Prozent



\*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.–31.12.2021, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET  
 \*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.–31.12.2021, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS  
 \*\*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.5.–31.12.2021, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

## Mediapulse Streaming Data: Tägliche Verweil- und Sehdauer Q4/2021, Schweiz gesamt, in Minuten



\*MEDIAPULSE TV DATA, 1.10.–31.12.2021, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), VD, SD, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET  
 \*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10.–31.12.2021, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS  
 \*\*\*MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.10.–31.12.2021, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

### YouTube vor allem via Smartphone konsumiert und bei den Jungen am beliebtesten

Der Bericht zum vierten Quartal zeigt nach wie vor, 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.

Auch wird aufgezeigt, dass TV und Netflix nach wie vor mehrheitlich auf dem klassischen TV-Gerät konsumiert werden, während YouTube vor allem auf den Small Screen Devices zuhause ist.

## Mediapulse Streaming Data: Tagesreichweite nach Alter und Geschlecht Q4/2021, Schweiz gesamt, in Prozent

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
<b>Altersgruppen</b>	<b>3 – 14 Jahre</b>	37	22	12
	<b>15 – 29 Jahre</b>	24	33	18
	<b>30 – 39 Jahre</b>	51	34	17
	<b>40 – 49 Jahre</b>	60	37	14
	<b>50 – 59 Jahre</b>	71	28	9
	<b>Ab 60 Jahre</b>	83	22	3
<b>Geschlecht</b>	<b>Frauen</b>	58	28	12
	<b>Männer</b>	56	30	11



\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.10. – 31.12.2021, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET  
 \*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10. – 31.12.2021, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

## Mediapulse Streaming Data: Tagesreichweite nach Endgerät Q4/2021, Schweiz gesamt, in Prozent

		YouTube*	Netflix*	TV
<b>Gerät</b>	<b>TV Set</b>	3	6	57 **
	<b>Smartphone</b>	19	4	1 ***
	<b>PC / Tablet</b>	11	2	1 ***



\* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.10. – 31.12.2021, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS  
 \*\* MEDIAPULSE TV DATA, 1.10. – 31.12.2021, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET  
 \*\*\* MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.10. – 31.12.2021, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL 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. Alle Quartalsberichte und Auswertungen sind auf [www.mediapulse.ch](http://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](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