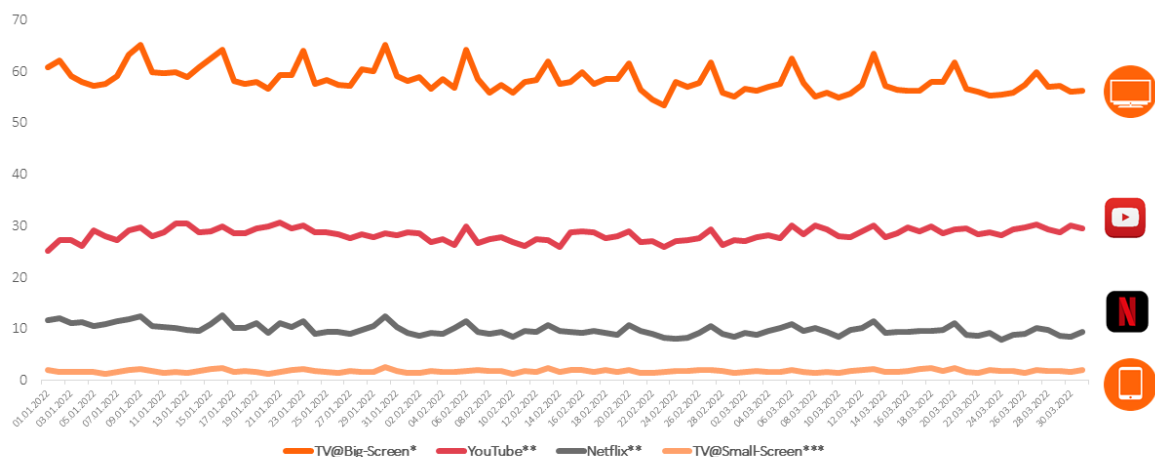


Mediapulse Streaming Data: Weiterhin höchste Reichweiten und Nutzung für TV

Bern, 28. April 2022 – Der erste Quartalsbericht 2022 zu den Mediapulse Streaming Data zeigt die Fortsetzung des nun gewohnten Nutzungsbildes: das klassische Fernsehen bindet im Vergleich zu den Streaming Angeboten am meisten Zuschauer und die am längsten, weit vor YouTube und Netflix. Bei den 15-29-jährigen Personen liegt allerdings YouTube vorne. TV und Netflix erreichen ihr Publikum vor allem auf dem TV-Gerät, während YouTube vor allem auf Small Screen Devices konsumiert wird.

Tagesreichweite Q1/22 im Quartalsverlauf in Prozent Schweiz gesamt



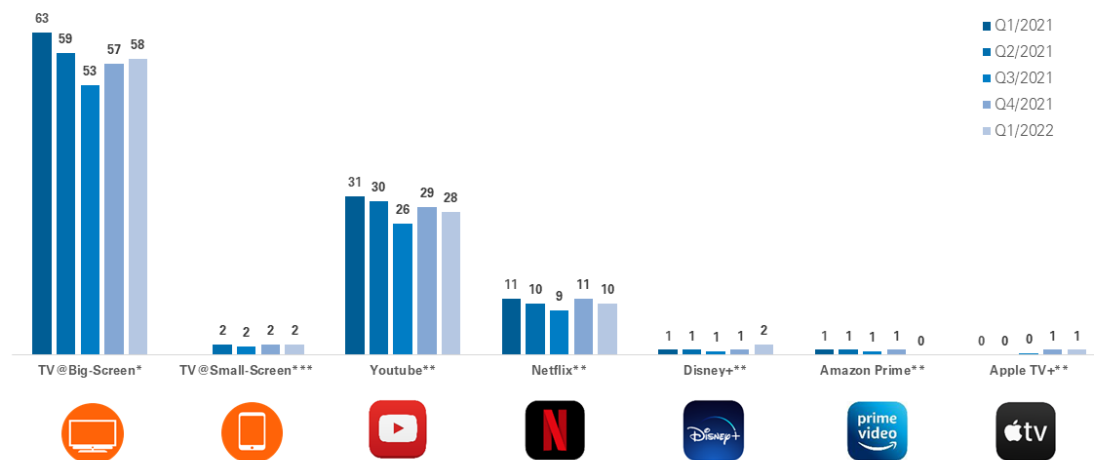
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1 - 31.3.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1 - 31.3.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.1 - 31.3.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Klassisches Fernsehen im Vergleich von Reichweiten und Nutzungsdauer am beliebtesten

Das klassische Fernsehen bindet mit Abstand die meisten Zuschauer mit der längsten Nutzungszeit und dies fast ausschliesslich über ein klassisches Fernsehgerät. Daneben erzielen die Videoplattform 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.

Tagesreichweite je Quartal in Prozent

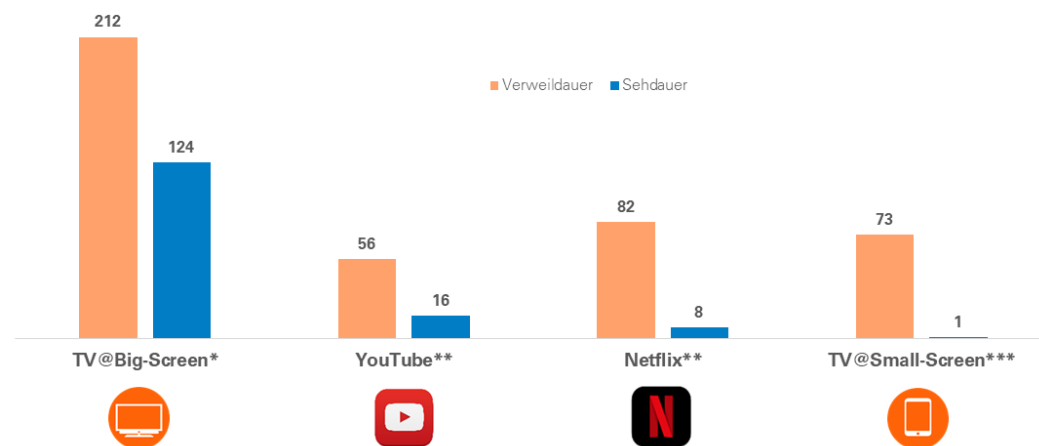
Schweiz gesamt



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 31.3.22, 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 – 31.3.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.5.21 – 31.3.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tägliche Verweil- und Sehdauer Q1/22 in Minuten

Schweiz gesamt



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1. – 31.3.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), VD, SD, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1. – 31.3.2022, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.1. – 31.3.2022, 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 ersten Quartal 2022 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.

Tagesreichweite Q1/22 nach Alter/Geschlecht in Prozent

Schweiz gesamt

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Altersgruppen	3 – 14 Jahre	36	23	11
	15 – 29 Jahre	24	32	16
	30 – 39 Jahre	52	34	13
	40 – 49 Jahre	62	36	13
	50 – 59 Jahre	74	28	8
	Ab 60 Jahre	84	22	3
Geschlecht	Frauen	60	28	11
	Männer	57	29	9



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.–31.3.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 **MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.–31.3.2022, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

Tagesreichweite Q1/22 nach Endgeräten in Prozent

Schweiz gesamt

		YouTube*	Netflix*	TV
Gerät	TV Set	3	6	58 **
	Smartphone	18	2	1 ***
	PC / Tablet	12	3	1 ***



*MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.1.–31.3.2022, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 **MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.–31.3.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET
 ***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.1.–31.3.2022, 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 einen Bericht 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: **Christian-Kumar Meier**
Head of Marketing & Communications
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich