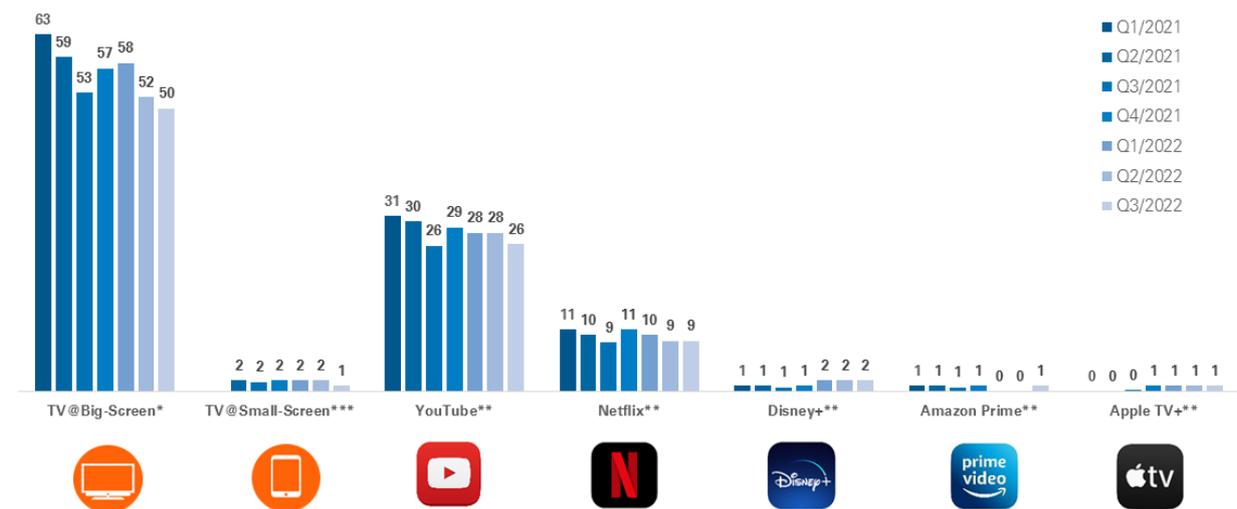


Mediapulse Streaming Data: TV erzielt weiterhin höchste Tagesreichweiten

Bern, 19. Oktober 2022 – Die Nutzungsmuster im Bewegtbildmarkt bleiben auch im dritten Quartalsbericht 2022 der Mediapulse Streaming Data grundsätzlich unverändert. Das klassische Fernsehen bindet nach wie vor die meisten Zuschauer – gefolgt von den Video- und Streaming-Plattformen Youtube und Netflix.

Das klassische Fernsehen zeichnet sich auch im dritten Quartal von 2022 durch die höchsten Tagesreichweiten aus. Diese folgen einem ähnlichen Jahreszeiten-Trend wie im Vorjahr. Der Blick auf die Video-Plattform Youtube und den Streaming-Anbieter Netflix zeigt, dass auch sie weiterhin relevante Publikumsanteile in Bezug auf die Tagesreichweiten erzielen. Die weiteren Streaming-Plattformen Disney+, Amazon Prime und AppleTV+ erreichen noch immer vergleichsweise wenige Personen.

Tagesreichweite je Quartal in Prozent Schweiz gesamt



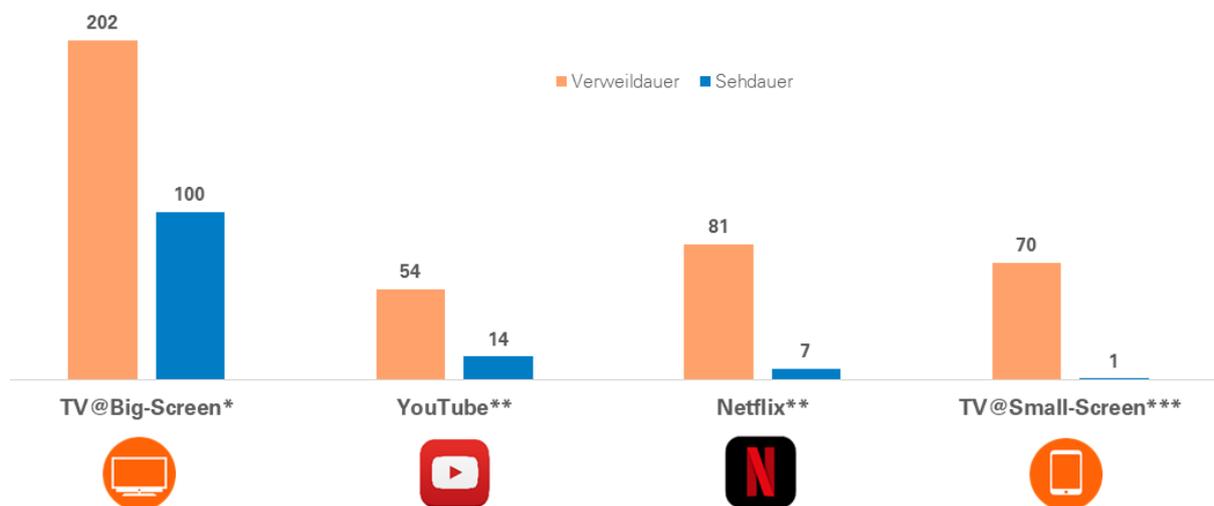
*Mediapulse TV Data, 1.1.21 – 30.9.22, Personen 3+ (mit Gästen), NRW-%, 24h, Mo-So, allTV-Plattformen, Live + recorded View, Nutzung zu Hause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.1.21 – 30.9.22, Personen 3+, NRW-%, 24h, Mo-So, Streaming-Plattformen, Nutzung zu Hause, All Screens

***Mediapulse Streaming Data 1.5.21 – 30.9.22, Personen 3+, NRW-%, 24h, Mo-So, WebTV-Plattformen, Nutzung zu Hause, Small screens

Bei der Nutzungsdauer liegt das klassische Fernsehen weiterhin an der Spitze und bindet sowohl die gesamte Schweizer Bevölkerung als auch seine effektiven Nutzer am längsten. Auf dieses folgt die Streaming-Plattform Netflix, welche über eine hohe Verweildauer verfügt – gefolgt von TV über Small-Screen-Devices. Youtube zeichnet sich im Vergleich zu Netflix zwar über eine tiefere Verweil-, aber dennoch höhere Sehdauer aus.

Tägliche Verweil- und Sehdauer Q3/22 in Minuten Schweiz gesamt



*Mediapulse TV Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+ (mit Gästen), VD, SD, 24h, Mo-So, all TV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung zu Hause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+, VD, SD, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung zu Hause, All Screens

***Mediapulse Streaming Data 1.7.–30.9.2022, Personen 3+, VD, SD, 24h, Mo-So, WebTV-Platforms, Nutzung zu Hause, Small screens

Kein Unterschied der Sprachregionen bei TV-Nutzung über Small-Screen-Devices

In der italienischen Schweiz werden über das klassische Fernsehen sowie die Streaming-Dienste weiterhin mehr Personen erreicht als in den übrigen Sprachregionen. Dagegen zeigen sich zwischen der Suisse Romande und der Deutschschweiz kaum Unterschiede. Neu ist, dass der Unterschied der Sprachregionen nicht in Hinsicht auf die Fernseh-Nutzung über Small-Screen-Devices besteht.

Tagesreichweite Q3/22 nach Sprachregion in Prozent Schweiz gesamt und Sprachregionen

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube **	Netflix**
Deutschschweiz	49	1	26	8
Suisse romande	49	1	27	9
Svizzera italiana	55	1	27	11
Schweiz gesamt	50	1	26	9



*Mediapulse TV Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+ (mit Gästen), NRW-%, 24h, Mo-So, allTV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung zu Hause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+, NRW-%, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung zu Hause, All Screens

***Mediapulse Streaming Data 1.7.–30.9.2022, Personen 3+, NRW-%, 24h, Mo-So, WebTV-Platforms, Nutzung zu Hause, Small screens

Youtube bei 15- bis 29-Jährigen beliebter als klassisches Fernsehen

Der dritte 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. Bei allen weiteren Altersgruppen hat TV aber weiterhin die höchste Tagesreichweite. Im dritten Quartal erreicht dieses sogar leicht mehr Männer als Frauen.

Tagesreichweite Q3/22 nach Alter/Geschlecht in Prozent

Schweiz gesamt

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Altersgruppen	3 – 14 Jahre	30	22	10
	15 – 29 Jahre	19	29	14
	30 – 39 Jahre	42	30	11
	40 – 49 Jahre	49	32	10
	50 – 59 Jahre	63	28	8
	Ab 60 Jahre	75	20	2
Geschlecht	Frauen	49	25	9
	Männer	50	28	8



*Mediapulse TV Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+ (mit Gästen), NRW, 24h, Mo-So, allTV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung zu Hause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+, NRW, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung zu Hause, All Screens

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

Tagesreichweite Q3/22 nach Endgeräten in Prozent

Schweiz gesamt

		YouTube*	Netflix*	TV
Gerät	TV Set	3	5	50 **
	Smartphone	17	2	1 ***
	PC / Tablet	10	2	1 ***



* Mediapulse Streaming Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+, NRW, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung zu Hause, All Screens

** Mediapulse TV Data, 1.7.–30.9.2022, Personen 3+ (mit Gästen), NRW-%, 24h, Mo-So, allTV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung zu Hause, TV-Set

*** Mediapulse Streaming Data 1.7.–30.9.2022, 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: **Christian-Kumar Meier**
Head of Marketing
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