

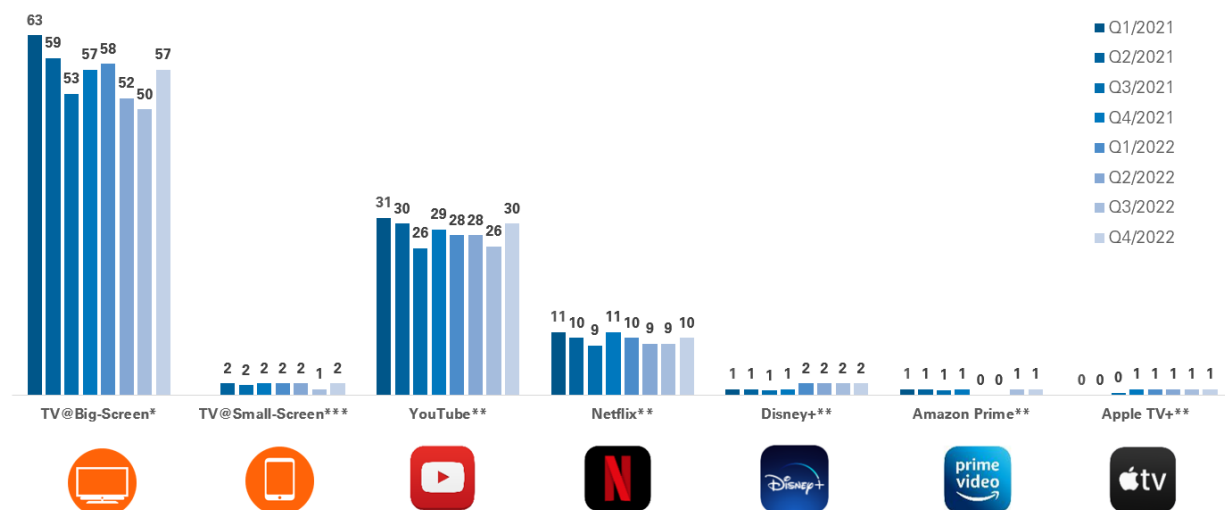
Mediapulse Streaming Data: Stabile Nutzungsmuster im Bewegtbildmarkt

Bern, 1. Februar 2023 – Die Nutzungsmuster im Bewegtbildmarkt bleiben auch im vierten Quartalsbericht 2022 der Mediapulse Streaming Data grundsätzlich stabil. Das klassische Fernsehen erzielt weiterhin die höchsten Tagesreichweiten – gefolgt von den Video- und Streaming-Plattformen Youtube und Netflix.

Das klassische Fernsehen punktet auch im vierten Quartal von 2022 mit den höchsten Tagesreichweiten. Diese sind identisch mit dem Q4 im Jahr 2021 und folgen somit einem ähnlichen Jahreszeiten-Trend wie im Vorjahr. Im Vergleich zum letzten Quartal zeichnet sich das klassische Fernsehen wieder durch deutlich höhere Reichweiten aus. Ein ähnliches Muster zeigt sich auch bei Netflix und YouTube sowie erstmals auch bei der TV-Nutzung über Small-Screen-Devices. Diese konnten einen analogen Reichweitzuwachs seit dem letzten Quartal verzeichnen. Die weiteren Streaming-Plattformen Disney+, Amazon Prime und Apple TV+ erreichen noch immer vergleichsweise wenige Personen.

Tagesreichweite je Quartal in Prozent

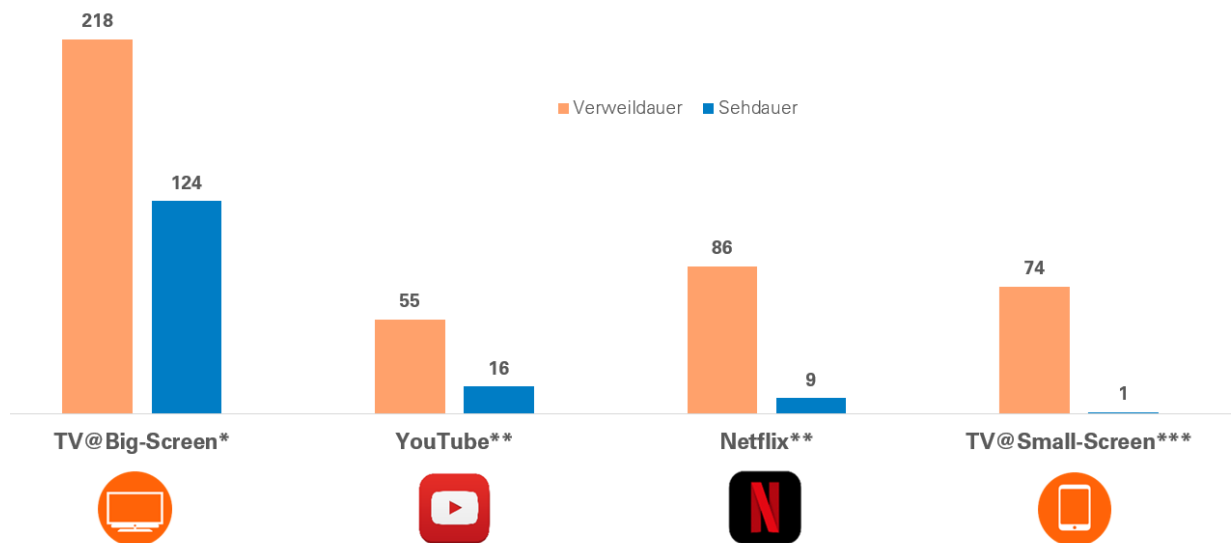
Schweiz gesamt



*Mediapulse TV Data, 1.1.21 – 31.12.22, Personen 3+ (mit Gästen), NRw-%, 24h, Mo-So, all TV-Plattformen, Live + recorded View, Nutzung Zuhause, TV-Set
 **Mediapulse Streaming Data, 1.1.21 – 31.12.22, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, Streaming-Plattformen, Nutzung Zuhause, All Screens
 ***Mediapulse Streaming Data 1.5.21 – 31.12.22, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, WebTV-Plattformen, Nutzung Zuhause, 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 höhere Sehdauer aus.

Tägliche Verweil- und Sehdauer Q4/22 in Minuten Schweiz gesamt



*Mediapulse TV Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), VD, SD, 24h, Mo-So, all TV-Plattformen, Live + recorded View, Nutzung Zuhause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, VD, SD, 24h, Mo-So, Streaming-Plattformen, Nutzung Zuhause, All Screens

***Mediapulse Streaming Data 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, VD, SD, 24h, Mo-So, WebTV-Plattformen, Nutzung Zuhause, Small screens

Svizzera Italiana bindet die meisten Zuschauer

Wie bereits in den vergangenen Quartalen sichtbar, werden in der Svizzera Italiana über das klassische Fernsehen über Big-Screen deutlich mehr Personen erreicht als in den anderen Sprachregionen der Schweiz. Dieses Bild zeigt sich, anders als im letzten Quartal, auch bei der TV-Nutzung über Small-Screen-Devices. Dagegen zeigen sich zwischen der Suisse Romande und der Deutschschweiz kaum Unterschiede.

Tagesreichweite Q4/22 nach Sprachregion in Prozent Schweiz gesamt und Sprachregionen

	<u>TV@Big-Screen*</u>	<u>TV@Small-Screen***</u>	<u>YouTube **</u>	<u>Netflix**</u>
Deutschschweiz	57	2	30	10
Suisse romande	56	2	30	11
Svizzera italiana	65	4	30	11
Schweiz gesamt	57	2	30	10



*Mediapulse TV Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), NRw-%, 24h, Mo-So, all TV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung Zuhause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung Zuhause, All Screens

***Mediapulse Streaming Data 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, WebTV-Platforms, Nutzung Zuhause, Small screens

TV erzielt in fast allen Altersgruppen höchste Reichweiten

Der vierte Quartalsbericht 2022 zeigt, dass das klassische TV bei fast allen Altersgruppen die höchsten Tagesreichweiten aufweist. Einzig bei den 15-29-Jährigen punktet YouTube mit der höchsten Reichweite. Tendenziell ist YouTube bei den mittleren und zunehmend auch älteren Altersgruppen beliebt, Netflix erreicht hingegen vor allem die mittleren und jüngeren Altersgruppen.

Tagesreichweite Q4/22 nach Alter/Geschlecht in Prozent

Schweiz gesamt

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Altersgruppen	3 – 14 Jahre	39	24	11
	15 – 29 Jahre	23	31	15
	30 – 39 Jahre	49	33	14
	40 – 49 Jahre	59	36	13
	50 – 59 Jahre	72	32	9
	Ab 60 Jahre	82	25	3
Geschlecht	Frauen	57	28	11
	Männer	57	31	9



*Mediapulse TV Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), NRw-%, 24h, Mo-So, all TV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung Zuhause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung Zuhause, 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 Q4/22 nach Endgeräten in Prozent

Schweiz gesamt

		YouTube*	Netflix*	TV
Gerät	TV-Set	3	7	57 **
	Smartphone	20	2	1 ***
	PC / Tablet	11	2	1 ***



* Mediapulse Streaming Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung Zuhause, All Screens

** Mediapulse TV Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), NRw-%, 24h, Mo-So, all TV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung Zuhause, TV-Set

*** Mediapulse Streaming Data 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, NRw-%, 24h, Mo-So, WebTV-Platforms, Nutzung Zuhause, 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.

Der vorliegende Quartalsbericht ist der letzte, der vertiefte Auswertungen publiziert. Per Q2 2023 stellt Mediapulse die Streaming Data interessierten Parteien als kostenpflichtiges Dashboard zur Verfügung. Darin werden vertiefte Auswertungen möglich sein wie z.B. Monatsreichweiten oder die Auswertung von Zielgruppen-Segmenten auf unterschiedlichen Facts.

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