

Mediapulse Streaming Data

Quartalsbericht Q2/2022

Bern, 20.07.2022

mediapulse

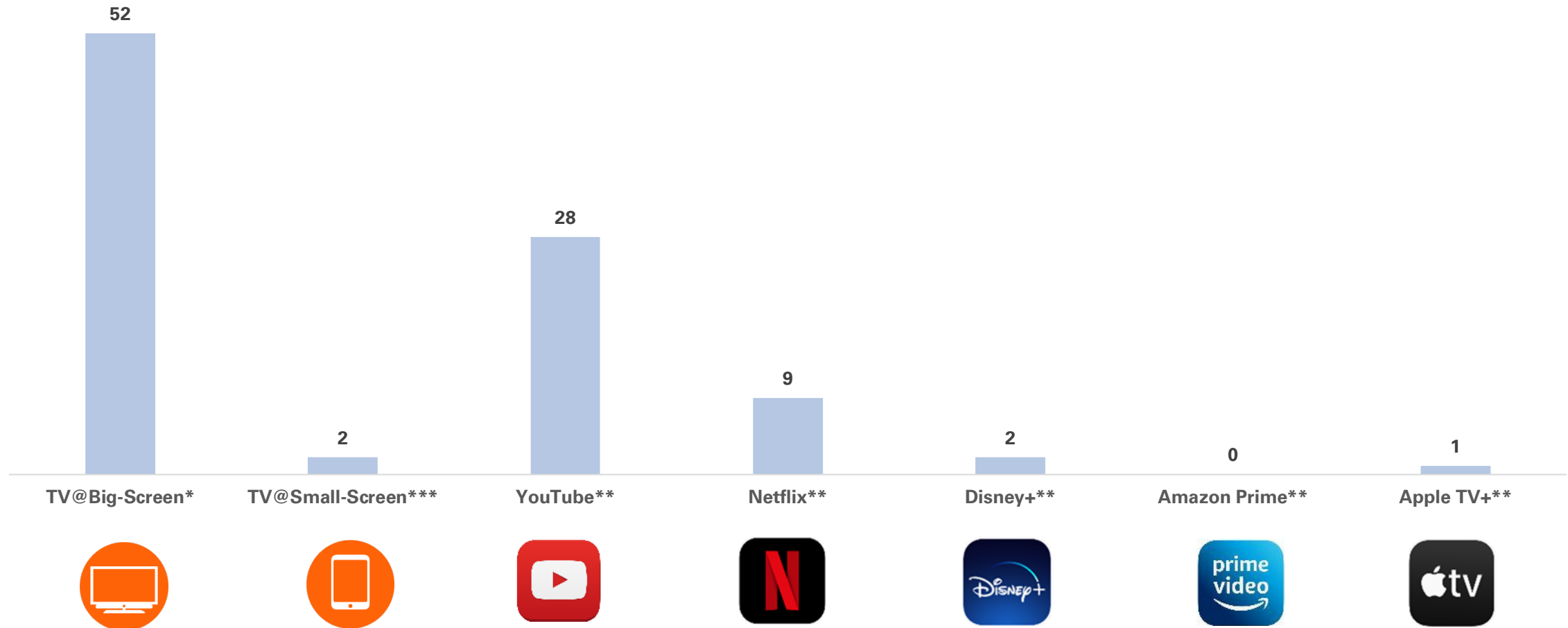
Ergebnisse Mediapulse Streaming Data - Zweites Quartal 2022

- Tagesreichweite Q2/22 in Prozent
- Tagesreichweite je Quartal in Prozent
- Tagesreichweite Q2/22 nach Sprachregion in Prozent
- Tagesreichweite Q2/22 nach Alter/Geschlecht in Prozent
- Tagesreichweite Q2/22 nach Endgeräten in Prozent
- Tagesreichweite Q2/22 im Quartalsverlauf in Prozent
- Tägliche Verweil- und Sehdauer Q2/22 in Minuten



Tagesreichweite Q2/22 in Prozent

Schweiz gesamt



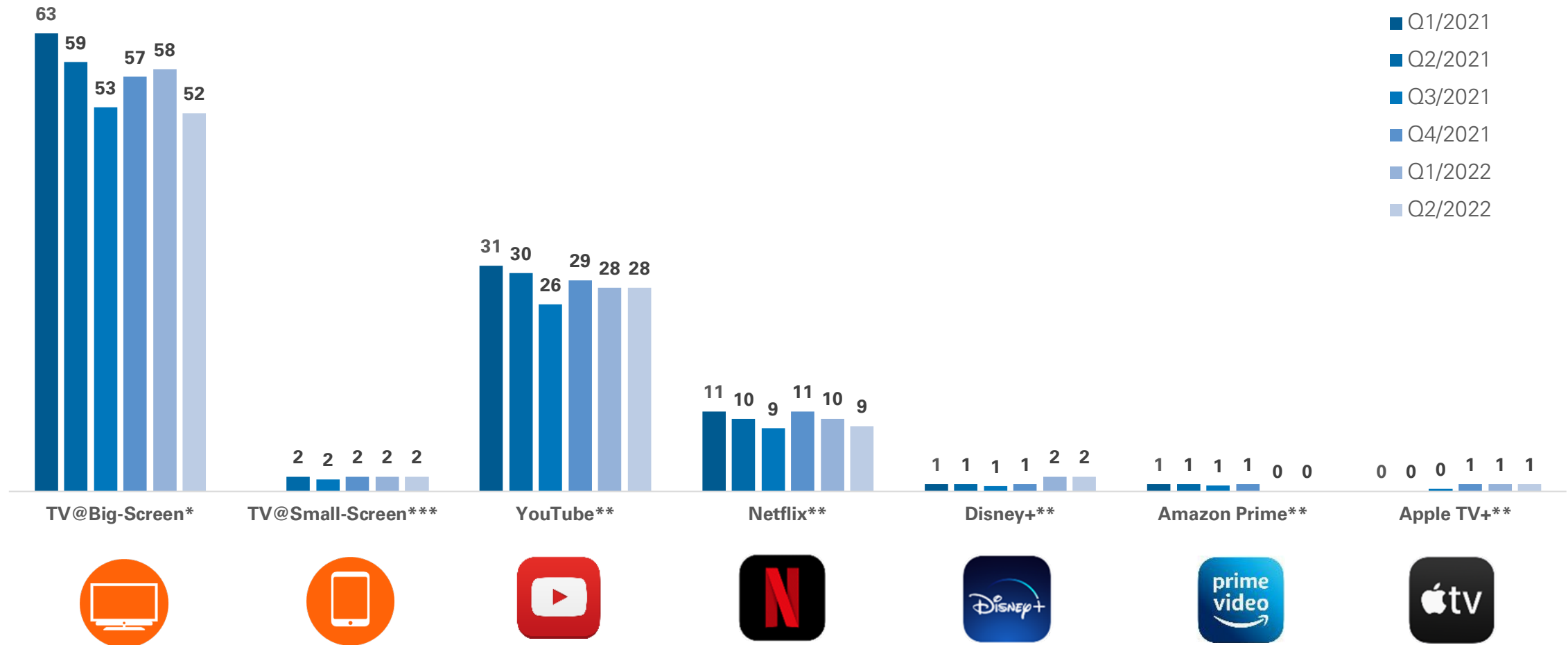
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.22 – 30.6.22, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.22 – 30.6.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.22 – 30.6.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tagesreichweite je Quartal in Prozent

Schweiz gesamt



* MEDIAPULSE TV DATA, 1.1.21 – 30.6.22, 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 – 30.6.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS
 *** MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.5.21 – 30.6.22, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tagesreichweite Q2/22 nach Sprachregion in Prozent

Schweiz gesamt und Sprachregionen

	TV@Big-Screen*	TV@Small-Screen***	YouTube **	Netflix**
Deutschschweiz	52	1	27	9
Suisse romande	52	2	29	9
Svizzera italiana	62	3	30	13
Schweiz gesamt	52	2	28	9



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tagesreichweite Q2/22 nach Alter/Geschlecht in Prozent

Schweiz gesamt

		TV@Big-Screen*	YouTube**	Netflix**
Altersgruppen	3 – 14 Jahre	33	25	11
	15 – 29 Jahre	20	31	14
	30 – 39 Jahre	45	32	13
	40 – 49 Jahre	54	35	12
	50 – 59 Jahre	68	28	8
	Ab 60 Jahre	77	21	3
Geschlecht	Frauen	53	26	10
	Männer	52	29	8



*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

Tagesreichweite Q2/22 nach Endgeräten in Prozent

Schweiz gesamt

		YouTube*	Netflix*	TV
Gerät	TV Set	3	6	52 **
	Smartphone	18	2	1 ***
	PC / Tablet	11	2	1 ***



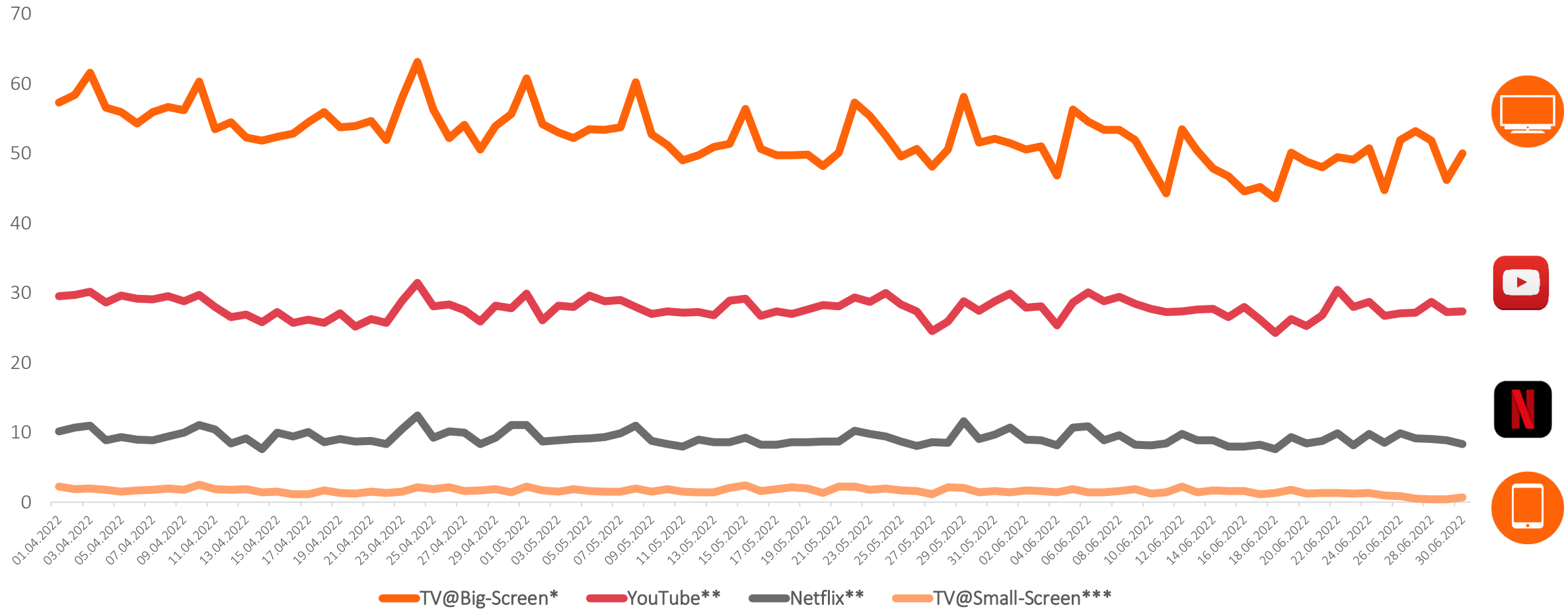
* MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.- 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

** MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.- 30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET

*** MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.- 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tagesreichweite Q2/22 im Quartalsverlauf in Prozent

Schweiz gesamt



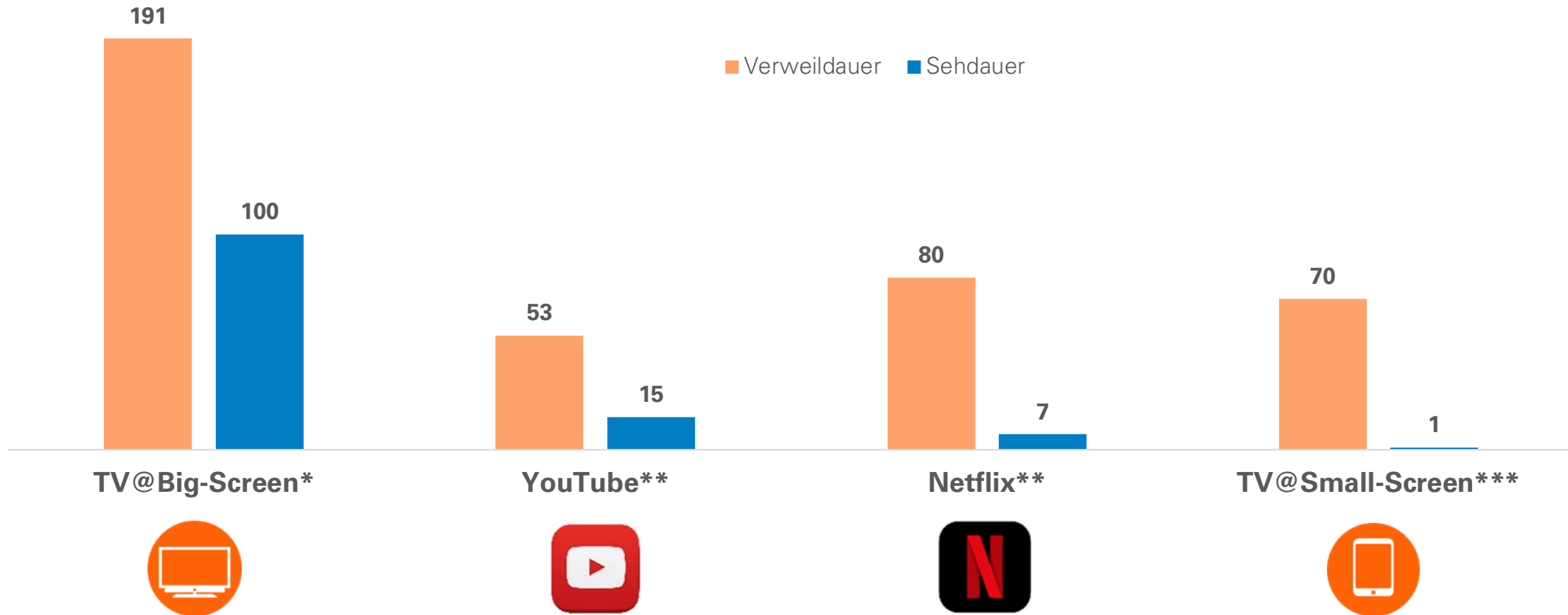
* MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.- 30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), NRW-%, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET

** MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4. - 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

*** MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4. - 30.6.2022, PERSONEN 3+, NRW-%, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Tägliche Verweil- und Sehdauer Q2/22 in Minuten

Schweiz gesamt



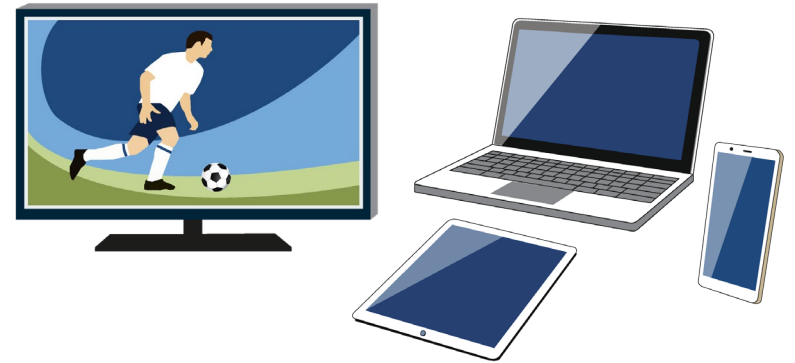
*MEDIAPULSE TV DATA, 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+ (MIT GÄSTEN), VD, SD, 24H, MO-SO, ALL TV-PLATFORMS, LIVE + RECORDED VIEW, NUTZUNG ZU HAUSE, TV-SET

**MEDIAPULSE STREAMING DATA, 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, STREAMING-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, ALL SCREENS

***MEDIAPULSE STREAMING DATA 1.4.– 30.6.2022, PERSONEN 3+, VD, SD, 24H, MO-SO, WEBTV-PLATFORMS, NUTZUNG ZU HAUSE, SMALL SCREENS

Steckbrief Mediapulse Streaming Data

- Einleitung/Methode
- Übersicht zu den ausgewiesenen Angebotskategorien
- Übersicht zu den ausgewiesenen Kennwerten



Mediapulse Streaming Data

Einleitung

■ Kontext

- Teil der generellen Weiterentwicklung der von Mediapulse verantworteten und von Kantar Schweiz betriebenen TV-Forschung

■ Scope

- Nutzung von Non-TV-Bewegtbildangeboten at home
- Auswertung innerhalb des TV-Universums (repräsentativ für Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten mit mind. einem TV-Gerät)

■ Zielsetzungen

- Quantifizierung der Verbreitung und Nutzung relevanter Video- und Streaming-Plattformen
- Vergleich mit den entsprechenden Kennwerten der TV-Nutzung (nach Zielgruppenmerkmalen Alter, Geschlecht und Endgeräten)

Mediapulse Streaming Data

Methode

- Orientiert sich im Sinne der direkten Vergleichbarkeit an den aktuellen Rahmenbedingungen der Mediapulse Fernsehforschung.
- Erstens beziehen sich die Zahlen auf das TV-Universum, d.h. sie sind repräsentativ für Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten mit mindestens einem betriebsbereiten TV-Gerät. Dieses Kriterium trifft auf gut 90 Prozent aller Schweizer Haushalte zu.
- Zweitens bildet die bestehende TV-Forschung die TV-Nutzung im Haushalt ab. Dieser At-Home-Fokus wurde im Folgenden auch für die ausgewiesenen Nutzungsdaten der Non-TV-Angebote übernommen, d.h. deren Nutzung ausser Haus bleibt unberücksichtigt.
- Drittens erfasst die aktuelle Forschung die TV-Nutzung ausschliesslich auf herkömmlichen TV-Geräten. Diese Einschränkung wird auch in den folgenden Zahlen zur TV-Nutzung beibehalten. Die Zahlen zu den Non-TV-Angeboten umfassen dagegen deren Nutzung auf allen Screens, d.h. sowohl über das TV-Gerät als auch via PC, Laptop, Tablet oder Smartphone.

Übersicht zu den ausgewiesenen Angebotskategorien

TV- und Non-TV-Angebote / Big-Screen und Small-Screen

Kategorien	Beschreibung	Geräte	Messebene	Messperiode
TV@Big-Screen	Lineare und zeitversetzte Nutzung von TV-Sendern auf TV-Geräten via IPTV, Kabel, Satellit, OTT	TV-Geräte	Angebot	1. Januar 21 – 30. Juni 22
TV@Small-Screen	Lineare und zeitversetzte Nutzung von TV-Sendern via blue TV Air, UPC, Quickline, Teleboy, Wilmaa und Zattoo auf PC (Desktop, Laptop), Tablet und Smartphone	Small-Screen Devices / Mobile Geräte	Plattform	1. Mai 21 – 30. Juni 22
YouTube				
Netflix				
Disney+	Nutzung der Plattformen auf TV-Gerät, PC (Desktop, Laptop), Tablet und Smartphone	Alle Screens	Plattform	1. Januar 21 – 30. Juni 22
Amazone Prime				
Apple TV+				

Übersicht zu den ausgewiesenen Kennwerten

Nutzer- und Nutzungsinformationen

Kennwert	Beschreibung	Angabe in ...
Tages- bzw. Nettoreichweite	Anteil Personen innerhalb einer Zielgruppe, die pro Tag ein Angebot mindestens einmal genutzt haben	Prozent
Verweildauer	Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer aller Nutzer eines Angebots an diesem Tag	Minuten
Sehdauer	Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer aller Personen in der Grundgesamtheit	Minuten

Mediapulse Streaming Data

Weiterführende Informationen.

Allgemeine Informationen

www.mediapulse.ch

Mehr Publikationen

- Ab Q1/2021 als [Quartalsbericht und Ergebnispräsentation](#)
- Ab Q1/2022 als [Ergebnispräsentation](#)

Mehr zur Methode

- [Erster Quartalsbericht "Mediapulse Streaming Data"](#)
- [Steckbrief zur Erweiterung der "Mediapulse TV-Forschung"](#)

Noch Fragen?

Christian-Kumar Meier

Head of Marketing

christian-kumar.meier@mediapulse.ch