



# Pressemitteilung

## Zattoo TV-Streaming-Report 2025 für die Schweiz

Das Internet bleibt erste Wahl und wird immer häufiger zur bevorzugten Empfangsart

**Zürich, 23. April 2025 – Auch 2025 bleibt das Internet der wichtigste TV-Empfangsweg in der Schweiz. Wie der aktuelle Zattoo TV-Streaming-Report zeigt, nutzen 61 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer ihr Fernsehprogramm über OTT- oder IPTV-Angebote. Dabei bleibt der Anteil im Vergleich zum Vorjahr stabil, während sich kabelgebundene und satellitengestützte Empfangswege nicht weiterentwickeln. Besonders auffällig: Über die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, künftig vollständig auf TV über das Internet zu setzen oder tut dies bereits.**

Grundlage für den Report ist eine Online-Umfrage von YouGov, an der 1.021 Personen in der Schweiz zwischen dem 13. und 20.01.2025 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahren. Bereits seit 2015 setzt Zattoo diese Umfrage jährlich in der Schweiz um. Mithilfe des TV-Streaming-Reports lassen sich aktuelle Entwicklungen in der Internet- und Fernsehnutzung sowie im Bereich TV-Streaming erkennen. Damit will Zattoo einen Beitrag zur Diskussion um die Bedeutung von TV-Streaming leisten.

### **Internet bleibt die bevorzugte Wahl bei der TV-Empfangsart**

Der TV-Empfang über das Internet bleibt auch 2025 die meistgenutzte Empfangsart in der Schweiz. 61 Prozent der Schweizer Bevölkerung empfangen ihr TV-Programm über das Internet – ein stabiler Wert im Vergleich zu 2024. Auch der Empfang über Kabel (32 %) und Satellit (10 %) bleibt nahezu unverändert. Mit Blick auf die Hauptempfangsart für das eigene TV-Programm zeigt sich, dass der Wandel hin zu internetbasiertem Fernsehen weiter voranschreitet: Rund ein Drittel setzt bereits hauptsächlich auf TV-Streaming als primären Empfangsweg.

Jörg Meyer, Chief Commercial Officer bei Zattoo, kommentiert die Entwicklung wie folgt: „Unsere aktuellen Zahlen zeigen, dass Internetfernsehen in der Schweiz längst mehr als nur eine Ergänzung zu klassischen Empfangswegen ist. Rund zwei Drittel nutzen OTT- oder IPTV-Angebote bereits als primäre Lösung für den TV-Empfang. Das widerspricht der weit verbreiteten Annahme, dass Internet-TV vor allem mobil als kurzfristige Alternative für spezielle Anlässe genutzt wird. Vielmehr

zeigt sich, dass Internetfernsehen fest im Alltag verankert ist und für viele Haushalte zur ersten Wahl geworden ist. Das zeigen auch die Daten von Zattoo zur Nutzung auf Connected TVs.“

### **Live-TV bleibt weiterhin relevant**

YouTube ist mit 65 Prozent weiterhin das meistgenutzte TV- und Videoangebot im Internet. Das klassische Live-Fernsehen wird mittlerweile von 41 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer über das Internet konsumiert – ein Anstieg gegenüber den Vorjahren. Dahinter folgen Video-on-Demand-Angebote (24 %) sowie die Mediatheken der Sender (22 %). Besonders interessant ist der Blick in die Zukunft: 81 Prozent der Befragten glauben, dass sie in fünf Jahren weiterhin Live-TV nutzen werden – rund zwei Drittel davon regelmässig oder gelegentlich.

### **Nutzung am TV-Gerät bleibt dominant**

Die TV-Nutzung verlagert sich weiter auf den grossen Bildschirm. Über die Hälfte (53 %) der Schweizer Internet-TV-Nutzenden bevorzugt den Smart-TV für das Fernsehen – ein Anstieg um vier Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und insgesamt um 36 Prozent in den letzten fünf Jahren. Das Smartphone ist mit 45 Prozent immer noch das zweitbeliebteste Gerät für TV-Streaming. Dahinter folgen Laptop und PC (39 %), das Tablet (28 %), Streaming-Geräte (20 %) sowie Spielekonsolen (12 %). Die Zahlen bestätigen den Trend, dass sich TV-Streaming-Angebote endgültig im Wohnzimmer etabliert haben.

### **Keine Veränderung in Bezug auf die ökonomische Lage**

Die wirtschaftliche Lage wirkt sich weiterhin auf die Streaming-Nutzung aus, allerdings bleibt die Zahl der Kündigungen stabil. 21 Prozent der Befragten gaben an, im letzten Jahr ein Streaming-Abo aus finanziellen Gründen gekündigt zu haben – genauso viele wie im Vorjahr. Auch das Wechselverhalten zeigt keine signifikanten Veränderungen: 52 Prozent der Kündigenden wechselten zu einem günstigeren Abo, während 26 Prozent auf ein kostenloses Angebot umgestiegen sind.

Interessant ist aber, dass 26 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer angeben, bewusst ein Streaming-Abo nur für einen kurzen Zeitraum abgeschlossen zu haben, etwa um eine bestimmte Serie, einen Film oder ein Sportevent zu sehen, um es anschliessend wieder zu kündigen. Diese Entwicklung zeigt, dass flexible und kurzfristige Abo-Modelle für viele Nutzerinnen und Nutzer eine immer grössere Rolle spielen.

Den TV-Streaming-Report 2025 für die Schweiz können Sie [hier](#) herunterladen oder besuchen Sie unsere Website unter <https://zattoo.com/ch/tv-streaming-report-ch>.



Die einzelnen Grafiken zum Report finden Sie [hier](#).

Bitte geben Sie folgendes Copyright an: © Zattoo AG



## Über Zattoo

[Zattoo](http://www.zattoo.com) ([www.zattoo.com](http://www.zattoo.com)) ist einer der führenden TV-Streaming-Anbieter in Europa mit mehreren Millionen Nutzerinnen und Nutzern monatlich. Das 2005 gegründete Unternehmen beschäftigt über 250 Mitarbeitende und hat seinen Hauptsitz in Zürich sowie einen weiteren Standort in Berlin. In der Schweiz, Deutschland und Österreich bietet Zattoo alle beliebten TV-Sender in HD- und Full-HD-Qualität sowie eine Vielzahl von Video-On-Demand-Inhalten. Dabei steht Zattoo auf fast allen Endgeräten zur Verfügung, darunter Smart-TVs, PCs und Laptops, Streaming-Playern sowie Smartphones und Tablets. Seit 2012 bietet Zattoo seine Technologie auch Medienunternehmen und Netzbetreibern weltweit als TV-as-a-Service-Angebot an. Die Schweizer TX Group, ein digitaler Hub und Netzwerk von Medien und Plattformen, ist seit 2008 an Zattoo beteiligt und hält seit 2019 über 50 Prozent. Seit 2021 ist Zattoo klimaneutral.

## Pressekontakt

Antonia Mann, PR-Managerin, +49 151 54178204, [press@zattoo.com](mailto:press@zattoo.com)

Unser Logo können Sie [hier](#) herunterladen.

Für weitere Informationen: <https://zattoo.com/company/press/>

Folgen Sie uns auch auf [LinkedIn](#).



[www.zattoo.com](http://www.zattoo.com)