

TV-Streaming-Report 2023

Schweiz

Sehr geehrte Damen und Herren,

In diesem Jahr rückt die Corona-Pandemie langsam in den Hintergrund. Im Gegensatz dazu sehen sich viele Konsumentinnen und Konsumenten mit einer angespannten wirtschaftlichen Lage konfrontiert. Laut dem Credit Suisse Sorgenbarometer gehört in 2022 die Inflation zu den fünf grössten Sorgen der Schweizerinnen und Schweizer. Ob dies Auswirkungen auf das Fernsehverhalten der Schweizer Internetnutzer und -nutzerinnen hat, beleuchtet der TV-Streaming-Anbieter Zattoo in seinem diesjährigen TV-Streaming-Report 2023. Die Ergebnisse für die Schweiz zeigen, dass der TV-Empfang über das Internet das Kabelfernsehen weiter zurücklässt und die Inflation einen deutlich kleineren Effekt auf Streaming-Abos hat als erwartet.

Grundlage für den Report ist eine online-repräsentative Umfrage des Marktforschungsunternehmens Kantar, welche im Auftrag von Zattoo unter 810 Schweizer Internetnutzenden zwischen 16 und 69 Jahren Anfang 2023 in einem Online-Panel durchgeführt wurde. Bereits seit 2015 setzen Kantar und Zattoo diese Umfrage jährlich in der Schweiz um. Mithilfe des 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. In diesem Jahr lassen sich folgende Trends für die Schweiz erkennen:

TV-Empfang über Internet weiter auf Wachstumskurs, Kabel verliert deutlich

Immer mehr Menschen nutzen das Internet als Empfangsweg für ihr Fernsehprogramm. Dieser Trend setzt sich auch in 2023 fort. Unter den Schweizer Internetnutzenden tun dies bereits 67 Prozent. Internet meint dabei sowohl IPTV-Angebote als auch TV-Streaming-Apps. Das sind 6 Prozentpunkte mehr als noch im Vorjahr. Vor allem in der Deutschschweiz gewinnt das Internet mit 10 Prozentpunkten deutlich. Hier nutzen bereits 69 Prozent diesen TV-Empfang. Damit lässt das Internet auch im dritten Jahr in Folge das Kabelfernsehen hinter sich und bleibt der meistgenutzte TV-Empfangsweg unter den Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzern. Der TV-Empfang via Kabel kommt in diesem Jahr gerade einmal auf 35 Prozent und verliert damit weitere 5 Prozentpunkte zum Vorjahr.

Live-TV nach wie vor beliebter als Video-on-Demand

42 Prozent der Befragten schauen Live-Fernsehen im Internet. Damit bleibt es in 2023 nach einem starken Wachstum während der Corona-Pandemie erstmals auf Vorjahresniveau. Dennoch ist Live-TV eines der beliebtesten Bewegtbildangebote der Schweizer Internetnutzerinnen und -nutzer. Nur YouTube kann mit 59 Prozent mehr Nutzende auf sich vereinen. Mit Blick auf die Regionen zeigt sich, dass das Live-Fernsehen in der Westschweiz mit 56 Prozent sogar noch häufiger genutzt wird als YouTube (52 Prozent). Die Mediatheken der Sender liegen mit 21 Prozent ebenfalls auf Vorjahresniveau genauso

wie Video-on-Demand mit 25 Prozent. Bei letzterem legt vor allem Disney+ weiter deutlich zu. Bereits 39 Prozent der Video-on-Demand-Nutzerinnen und -Nutzer schauen Inhalte des US-Dienstes, der damit um weitere 12 Prozentpunkte wächst. Auf Platz 1 bleibt nach wie vor Netflix mit 81 Prozent.

TV-Streaming-Angebote werden wieder häufiger mobil genutzt

In 2023 nimmt die mobile Nutzung von TV-Streaming-Angeboten wieder zu. Rund die Hälfte der Befragten (47 Prozent) nutzt dazu das Smartphone, um Fernsehen über das Internet zu schauen. Das sind 7 Prozentpunkte mehr als noch in 2022. Auch Tablets werden wieder häufiger genutzt und steigen um 4 Prozentpunkte auf 31 Prozent. Nach einem starken Wachstum in den letzten Jahren bleiben Smart-TVs in 2023 auf Vorjahresniveau. Dennoch sind sie mit 49 Prozent das meistgenutzte Gerät für TV-Streaming-Angebote. Im Gegensatz dazu verlieren Laptops und PCs 4 Prozentpunkte und kommen in diesem Jahr auf 42 Prozent.

Sorge vor hoher Inflation hat weniger Auswirkungen auf Streaming-Abos als erwartet

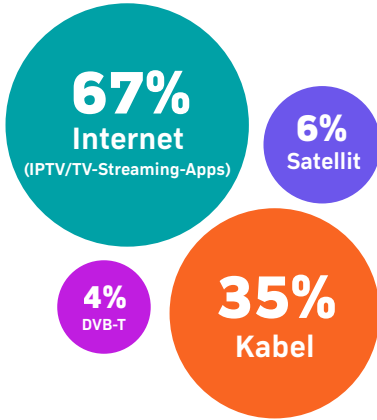
Durch die unsichere Wirtschaftslage gingen bisher viele Fachleute davon aus, dass sich dies auch negativ auf das Medienbudget der Haushalte auswirkt. So gaben 2022 in einer KPMG Studie aus den USA rund 80 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten mit einem Streaming-Abo an, dass die Inflation ihr Budget allgemein oder ihr Abo im Besonderen beeinflusst. Auch eine von Recurly in 2022 durchgeführte Studie in Deutschland zeigte, dass 84 Prozent der deutschen Konsumentinnen und Konsumenten, die einen oder mehrere Abo-Dienste nutzen, beunruhigt über die Auswirkungen der Inflation seien. Der vorliegende TV-Streaming-Report kommt zu dem Ergebnis, dass in der Schweiz bisher rund jeder achte Internetnutzende (13 Prozent) ein Streaming-Abo aufgrund der wirtschaftlichen Situation gekündigt hat. Der Report zeigt auch, dass mit Blick auf die Inflation 11 Prozent zu günstigeren Streaming-Angeboten gewechselt sind und weitere 6 Prozent zu kostenlosen Angeboten.

Viele Grüsse,

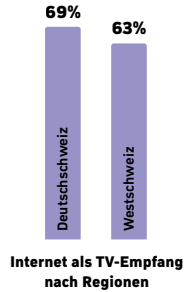


Jörg Meyer
Chief Commercial Officer bei Zattoo

1 Wie empfangen Sie in Ihrem Haushalt Fernsehprogramme?

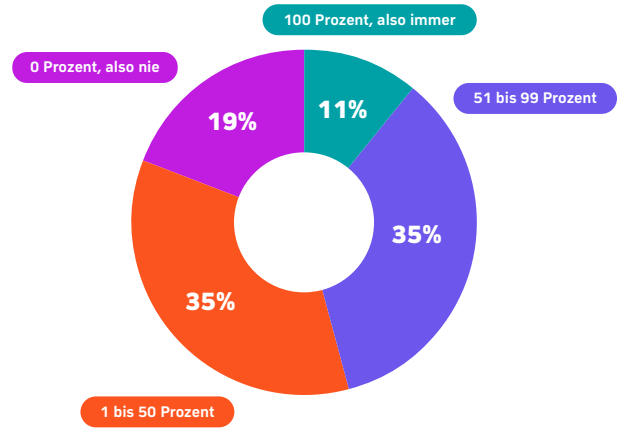


Basis ungew.: 810
Mehrfachantworten möglich



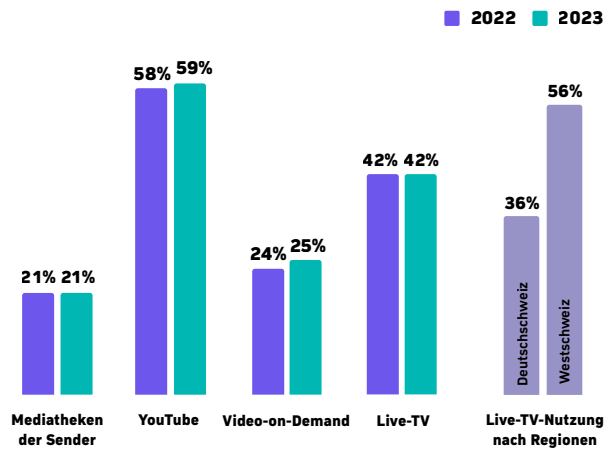
Internet als TV-Empfang nach Regionen

2 In wie viel Prozent Ihrer Fernsehzeit nutzen Sie TV-Streaming-Angebote?



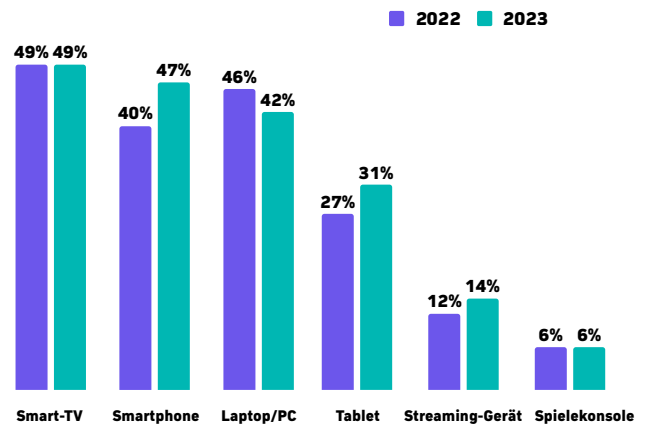
Basis: TV-Seher mind. 1 Tag pro Woche
Basis ungew.: 727

3 Welche Fernseh- bzw. Video-Angebote nutzen Sie im Internet?



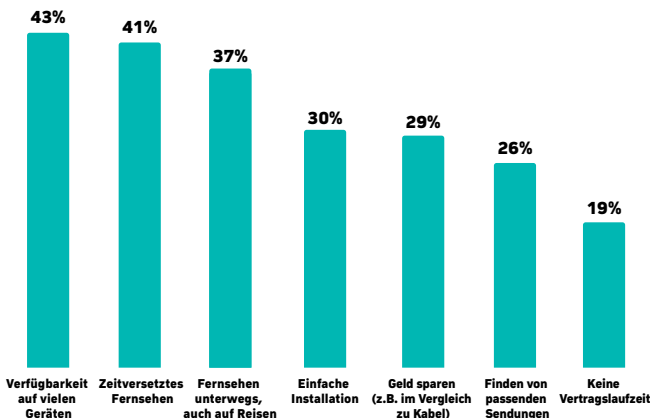
2023 Basis ungew.: 810
2022 Basis ungew.: 800
Mehrfachantworten möglich

4 Auf welchen Geräten schauen Sie TV über das Internet?



Basis: Nutzer mind. 1% TV-Streaming-Angebote
2023 Basis ungew.: 592
2022 Basis ungew.: 568
Mehrfachantworten möglich

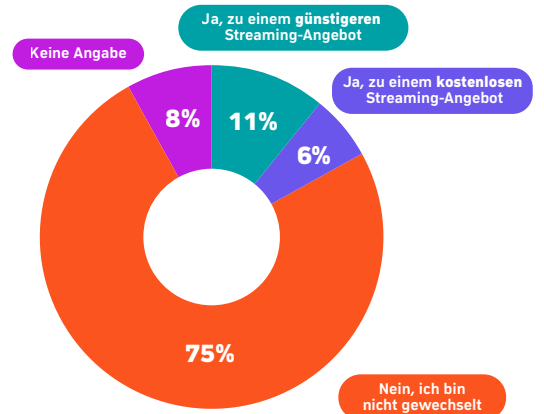
5 Was sind für Sie die wichtigsten Vorteile von TV-Streaming?



Basis: Nutzer mind. 1% TV-Streaming-Angebote
Basis ungew.: 592
Mehrfachantworten möglich

Quelle: Kantar

6 Sind Sie aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage zu günstigeren oder kostenlosen Angeboten gewechselt?



Basis: Alle Befragten, unabhängig davon ob ein Streaming-Abo vorhanden ist
Basis ungew.: 810