

Pressemitteilung

Zattoo TV-Streaming-Report 2023 Schweiz TV-Empfang über Internet weiter auf Wachstumskurs

Zürich, 28. März 2023 – Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer nutzen das Internet für ihren TV-Empfang. Dieser Trend setzt sich auch in 2023 fort. Die Live-TV-Nutzung liegt weiter vor der Nutzung von Video-on-Demand-Angeboten und der Blick auf die aktuelle Wirtschaftslage zeigt, dass die Sorge vor einer hohen Inflation weniger Auswirkungen auf Streaming-Abos hat als erwartet. Zu diesem Ergebnis kommt der TV-Streaming-Report 2023 für die Schweiz. Der Report basiert auf einer Umfrage, welche bereits seit 2015 jährlich von Kantar im Auftrag von Zattoo durchgeführt wird. Befragt wurden in diesem Jahr 810 Schweizer Internetnutzende zwischen 16 und 69 Jahren.

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 negativ auf das Medienbudget der Haushalte auswirkt. So gaben 2022 in einer KPMG Studie¹ 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 Recurly² 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.

„Der Abstand zwischen dem TV-Empfang über Internet und dem Empfang über Kabel wird immer grösser. Wo das Kabelfernsehen in den letzten Jahres deutlich eingebüsst hat, konnte das Internetfernsehen immens zulegen“, so Jörg Meyer, Chief Commercial Officer bei Zattoo. „Denn die Vorteile von Internetfernsehen überzeugen: Die Möglichkeit, Inhalte live und zeitversetzt überall dort zu schauen, wo eine Internetverbindung besteht, sogar unterwegs und auf Reisen. Im Vergleich zu Deutschland und Österreich zeigt sich auch beim TV-Empfang über das Internet einmal mehr die Vorreiterrolle der Schweiz.“

¹ Vgl. KPMG, "KPMG 2022 Media Consumer Survey", <https://advisory.kpmg.us/content/dam/advisory/en/pdfs/2022/metaverse-rising-skips-beat.pdf>, abgerufen am 27.03.2023.

² Vgl. Recurly, "Pandemic vs. Endemic Impacts and Trends on Subscription Services", <https://recurly.com/press/german-consumers-pay/>, abgerufen am 27.03.2023.

Den TV-Streaming-Report 2023 für die Schweiz können Sie [hier](#) herunterladen
oder besuchen Sie unsere Website unter <http://zattoo.com/ch/tv-streaming-report-2023-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) 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. Neben der freien Nutzung bietet Zattoo in seinen kostenpflichtigen Abonnements auch Funktionen für zeitversetztes Fernsehen sowie EU-weites Streaming an. Seit 2012 bietet Zattoo seine Technologie auch Medienunternehmen und Netzbetreibern weltweit als TV-as-a-Service-Plattform 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

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

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

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