

Digimonitor 2019: TV und Radio werden am häufigsten genutzt

Bern, 27. August 2019

Von jung bis alt: Die klassischen Mediengattungen TV und Radio werden in der Schweiz am häufigsten genutzt und erzielen die grösste Reichweite. Immer relevanter wird der Zugriff auf Fernsehinhalte – gerade für die Entwicklung neuer Werbeformen. Hier haben sich verschiedene Kanäle und Plattformen etabliert. Eindeutiger Marktleader ist Swisscom TV mit 35% Verbreitung. Dies besagt die jüngste Erhebung des IGEM-Digimonitor, die zusammen mit Admeira durchgeführt wird.

Fernsehen und Radio sind in der Schweiz beliebt. Mit 5.6 Millionen Hörern überragt Radio etwa Spotify (1.6 Millionen Nutzer) bei Weitem. Fast 90% der Bevölkerung ab 15 Jahren hören in der Schweiz Radio, davon zwei Drittel täglich. Auch jüngere Personen hören weit verbreitet Radio. Mehr als drei Viertel der Personen unter 25 Jahren hören Radio, fast die Hälfte sogar täglich. (Grafik 1)

Die klassischen elektronischen Medien erzielen mit Abstand die grösste Reichweite

Mit 5.9 Millionen Zuschauern übersteigt die klassische TV-Nutzung die knapp 1.8 Millionen Netflix-Nutzer um mehr als das Dreifache. Auch im Vergleich zu YouTube weist das Fernsehen 1,7 Millionen mehr Zuschauer auf. Die Nutzungsdaten geben Rückschlüsse auf die potenzielle Reichweite. Mit Abstand die grösste potenzielle Reichweite versprechen TV (94%) und Radio (88%).

Auch in der Frequenz der gewohnheitsmässigen Nutzung zeigt sich dieses Gefälle. TV liegt mit 65% täglicher Nutzung (Personen die das Medium täglich nutzen) knapp vor Radio mit 64%. Auch von den 15- bis 24-Jährigen schauen fast 40% täglich fern. Abgeschlagen auf dem dritten und vierten Rang liegen YouTube und Facebook mit je 24% täglicher Nutzung

Selbst die Nutzung von Teletext übertrifft die Nutzung von Netflix sowohl in der Verbreitung (37% vs. 28%) wie auch in der gewohnheitsmässigen Nutzung (13% vs. 10%).

Fernsehen ist ein «soziales Medium» und dient der Geselligkeit

Dank Smartphone und Computer wird Fernsehen zwar auch vermehrt unterwegs geschaut. Der Grossteil der TV-Nutzung erfolgt jedoch zu Hause vor dem klassischen TV-Gerät mit grossem Bildschirm. Besonders für die jüngeren Zuschauer ist Fernsehen ein «soziales Medium» und wird überdurchschnittlich oft zusammen mit Freunden, Verwandten oder Bekannten geschaut. Das klassische TV-Gerät bleibt denn auch in allen Altersgruppen mit deutlichem Abstand das beliebteste Gerät, um fernzusehen. (Grafik 2)

Fernsehstreaming: Swisscom TV ist Marktleader

Die TV-Nutzung ist insgesamt betrachtet sehr stabil. Immer relevanter wird jedoch der Zugriff auf die Fernsehinhalte – gerade in Zusammenhang mit der Entwicklung neuer Werbeformen. Hier haben sich verschiedene Kanäle und Plattformen etabliert. Eindeutiger Marktleader ist Swisscom TV mit 35% Verbreitung. Mit Swisscom TV Air ist Swisscom auch bei den sogenannten Over-the-Top-TV-Diensten (OTT) führend (10% Verbreitung). Einen grossen Anteil an der Verbreitung von TV-Inhalten haben zudem die Regionalen Kabelnetzbetreiber (19%) und UPC (17% über das TV-Gerät und 3% über die UPC-TV-App).

Informationen

Corporate Communications, Telefon +41 58 909 91 05, media@admeira.ch
Die Medienmitteilung ist verfügbar unter: <http://admeira.ch/about/mediencorner>

Über Admeira

Admeira ist das grösste Vermarktungsunternehmen der Schweiz. Wir vertreten über 80 starke Medienmarken in Print, Radio, TV, online und Digital out of Home. Unseren Kunden bieten wir massgeschneiderte Werbe- und Sponsoringlösungen für medienübergreifende Kampagnen an.

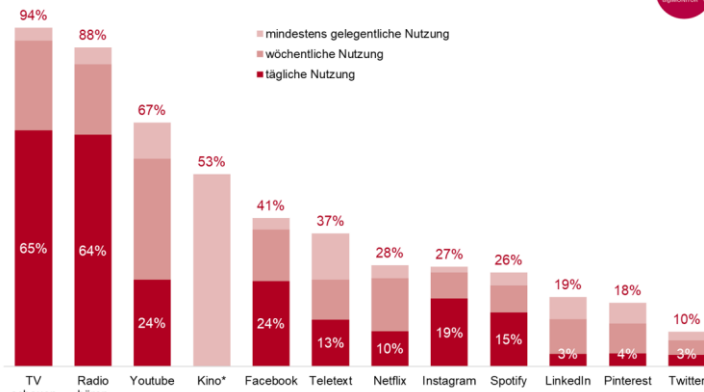
Dank crossmedialem Einsatz erreichen wir jede Woche neun von zehn Schweizer Haushalten. Nationale und internationale Werbeaufraggeber vertrauen unserer Kompetenz in den Bereichen Vermarktung, Research, Technologie, Innovation und Datenmanagement.

Mit rund 300 Mitarbeitenden in allen Landesteilen setzen wir uns für innovative, umsetzungsstarke und kundenorientierte Lösungen ein, die Werbung erfolgreich machen.

IGEM-DigiMONITOR

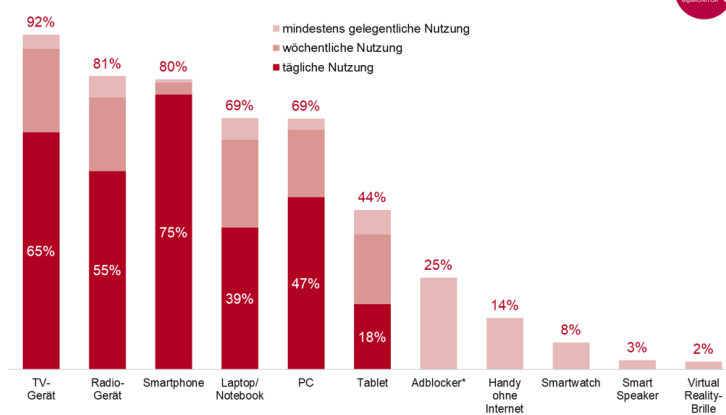
Der IGEN-Digimonitor zeigt jährlich die Nutzung von Video, Audio, TV, Kino, Radio, Teletext, Internet, Virtual Reality, Smartwatch, Adblocker und Social Media über Smartphone, Tablet, PC/Laptop, TV- und Radio-Gerät in der Schweiz. Als einzige Studie ist sie für die gesamte Bevölkerung in der Deutsch- und der Westschweiz ab 15 Jahren repräsentativ. Dank seiner Kontinuität ist der Digimonitor ein optimales Instrument, um Entwicklungen in der digitalen Mediennutzung zu beobachten.

Nutzung elektronischer Medien und ausgewählter Plattformen in der Schweiz
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: IGEN-DIGIMONITOR 2019, Gesamtbevölkerung in Deutsch- und Westschweiz ab 15 Jahren, n=1786.
* Kino: mindestens ein Kinobesuch in den letzten 6 Monaten.

Nutzung elektronischer Geräte in der Schweiz
Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: IGEN-DIGIMONITOR 2019, Gesamtbevölkerung in Deutsch- und Westschweiz ab 15 Jahren, n=1786.
* Adblocker: auf mindestens einem Zugangsggerät installierter Werbepopper, nur bei Internetnutzern, n=1595.

Nutzung von TV-Inhalten: Verbreitung pro Anbieter/Service

Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren

