

Medienmitteilung

Video-Streaming: Alle ausser Netflix steigern Nutzerzahl

Die zahlreichen Streamingdienste, die um Schweizer Kunden werben, werden stärker genutzt als in den Vorjahren. Einzig der Streaming-Gigant Netflix konnte in der Schweiz nicht weiter zulegen. Tiktok, Disney Plus und die Angebote der TV-Sender gehören mittlerweile zu den populärsten Anbietern nach Youtube und Netflix.

Zürich, 25. April 2023 – Die neueste Studie von moneyland.ch auf Basis einer repräsentativen Online-Umfrage bestätigt: Videostreaming ist längst im Alltag der Schweizerinnen und Schweizer angekommen. 92 Prozent der 1538 Befragten gaben dieses Jahr an, mindestens einen Streamingdienst zu nutzen. Obwohl die Nutzung bereits in den Vorjahren hoch war, ist der Anteil der Befragten, die Video-Plattformen nutzen, 2023 nochmals gestiegen. Vor einem Jahr lag dieser Anteil noch bei 89 Prozent.

Youtube bleibt auf dem Thron

Wie in den Vorjahren bleibt Youtube die mit Abstand beliebteste Videoplattform in der Schweiz: 80 Prozent schauen sich Videos auf Youtube an, eine leichte Zunahme gegenüber 79 Prozent im Vorjahr. Allerdings nutzen die meisten Zuschauerinnen und Zuschauer nur das kostenlose Angebot der Google-Tochter. Immerhin 9 Prozent der Befragten bezahlen für das kostenpflichtige Youtube-Premium-Angebot. Das ist mehr als eine Verdoppelung im Vergleich zum Vorjahr (4 Prozent).

Netflix bleibt beliebtester kostenpflichtiger Streamingdienst

Wie im Vorjahr geben 58 Prozent der Befragten an, Netflix zu nutzen. Damit hat Netflix in der Schweiz fast doppelt so viele Nutzer wie Disney Plus (30 Prozent). An dritter Stelle bei den kostenpflichtigen Streamingdiensten folgt Amazon Prime Video mit 23 Prozent.

Auffallend ist jedoch, dass der Branchenprimus Netflix nicht weiter zulegen konnte. Im Gegensatz zur Konkurrenz: Sowohl Disney Plus als auch Amazon Prime Video konnten ihre Nutzerzahlen um jeweils rund 8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr steigern.

«Es ist ein grosser Erfolg für Netflix, dass fast sechs von zehn Personen den Streamingdienst nutzen. Allerdings wird es nun schwieriger, neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen», sagt Ralf Beyeler, Telekom-Experte von moneyland.ch.

57 Prozent der Befragten nutzen Streamingdienste von TV-Sendern

TV-Sender bieten bereits seit vielen Jahren manche Sendungen auch online an. Aufgrund der Konkurrenz durch Streamingdienste bauen auch die TV-Sender ihr Angebot aus. Die SRG vermarktet Play Suisse und CH Media Oneplus jeweils ausdrücklich als Streamingdienst. Auch die Mediengruppen ProSiebenSat.1 mit Zappn und RTL mit RTL Plus bieten für Schweizer Kundinnen und Kunden Streamingplattformen an. Zum ersten Mal hat moneyland.ch die Nutzung dieser Streamingangebote der TV-Sender abgefragt.

Das Ergebnis: 57 Prozent der Befragten nutzen mindestens eines der abgefragten Streamingangebote eines TV-Senders. Am beliebtesten ist das Angebot Play SRF (beziehungsweise Play RTS in der Westschweiz) der SRG mit 37 Prozent. Es folgen Play Suisse der SRG mit 25 Prozent, RTL Plus mit 23 Prozent und Zappn mit 12 Prozent. 38 Prozent der Befragten gaben zudem an, dass sie weitere Mediatheken verschiedener Sender nutzen, die in der Umfrage nicht namentlich abgefragt wurden.

«Die Umfrage zeigt, dass viele Schweizer Kundinnen und Kunden die Angebote der TV-Sender nutzen. Die Fernsehsender haben sich auf die Konkurrenz durch die Videostreaming-Anbieter eingestellt. Die Zuschauerinnen und Zuschauer sehen sich die Sendungen gerne online an», sagt Beyeler.

Fast ein Drittel nutzt Tiktok

Die chinesische Social-Media-Plattform Tiktok hat 2023 erneut zugelegt. Mittlerweile geben 30 Prozent an, Tiktok zu nutzen. Im Vorjahr waren es noch 22 Prozent.

Tabelle 1: Nutzerzahlen Video-Streaming

Streaminganbieter	2023	2022	2021	2020
Youtube	80%	79%	75%	65%
Netflix	58%	58%	54%	45%
Play SRF / Play RTS	37%	*	*	*
Tiktok	30%	22%	13%	*
Disney Plus	30%	22%	13%	*
Play Suisse	25%	*	*	*
Amazon Prime Video	23%	15%	10%	7%
RTL Plus	23%	*	*	*
Twitch	19%	15%	*	*
Apple TV Plus	19%	11%	12%	*
Swisscom Blue Max	19%	11%	9%	*
Swisscom Blue Sport	19%	11%	9%	*
Sky Sports	17%	10%	6%	4%
Sky Show	16%	8%	4%	3%
Google Play	15%	8%	6%	12%
Oneplus	15%	*	*	*
Dazn	14%	6%	4%	4%
Paramount Plus	14%	*	*	*

Netzkino	13%	6%	4%	3%
Zappn	12%	*	*	*
Andere Streamingdienste	23%	15%	20%	*
Andere Mediatheken	38%	*	*	*

* Dieser Streamingdienst war im entsprechenden Jahr nicht Teil der Streaming-Studie.

Weniger zahlende Kundinnen und Kunden bei Netflix

Da die Befragten in der repräsentativen Umfrage angeben, ob sie für den jeweiligen Streamingdienst selbst bezahlen, kann geschätzt werden, wie viele zahlende Kundinnen und Kunden im Alter von 18 bis 74 Jahren die jeweiligen Video-Plattformen in der Schweiz haben. Es handelt sich dabei um eine Schätzung von moneyland.ch, die Anbieter selbst geben keine Zahlen für die Schweiz bekannt.

Netflix liegt 2023 mit deutlichem Abstand an der Spitze, obwohl Netflix gegenüber dem Vorjahr 2 Prozentpunkte verloren hat. Gemäss der Schätzung dürfte es aktuell in der Schweiz ungefähr 2.4 Millionen Netflix-Abos geben, etwa 100'000 weniger als vor einem Jahr. Bei Disney Plus dürften es gemäss der Schätzung 950'000 Abos sein.

Tabelle 2: Zahlende Kundinnen und Kunden

Streaminganbieter	Zahlende Nutzer	Anteil Bevölkerung
Netflix	2'400'000	38%
Disney Plus	950'000	15%
Amazon Prime Video	750'000	12%
Swisscom Blue Sport	550'000	9%
Youtube	550'000	9%
Sky Sports	500'000	8%
Apple TV Plus	450'000	7%
Swisscom Blue Max	450'000	7%
Tiktok	375'000	6%
RTL Plus	350'000	6%
Sky Show	350'000	5%
Dazn	250'000	4%
Google Play	250'000	4%
Paramount Plus	225'000	4%
Oneplus	225'000	4%
Twitch	215'000	3%

Netzkino	200'000	3%
Andere	375'000	6%

Streaming bei Jüngeren beliebter als bei Älteren

Youtube und Netflix sind bei den jungen Befragten zwischen 18 und 25 Jahren noch beliebter als in der Gesamtbevölkerung. 93 Prozent nutzen Youtube und 86 Prozent Netflix. Tiktok wird von den jungen Schweizerinnen und Schweizer mit 56 Prozent deutlich häufiger genutzt als von der Gesamtbevölkerung.

Es überrascht nicht, dass die Nutzung bei den jungen Befragten in der Regel höher ist als bei der Gesamtbevölkerung. Einige Videoplattformen werden von den Jungen weniger stark genutzt als von der Gesamtbevölkerung. Play Suisse der SRG schneidet bei der jüngeren Bevölkerung mit 15 Prozent sehr schlecht ab. Das sind 10 Prozentpunkte weniger als in der Gesamtbevölkerung.

In der Altersgruppe 26 bis 49 werden alle Dienste stärker genutzt als in der Gesamtbevölkerung. Spitzenreiter in dieser Altersgruppe sind Youtube mit 88 Prozent und Netflix mit 68 Prozent. Auch andere Videostreamingdienste wie Disney Plus (44 Prozent), Amazon Prime Video (36 Prozent), Play Suisse (32 Prozent) und Apple TV Plus (29 Prozent) sind bei den 26- bis 49-Jährigen weit verbreitet. Überraschend hoch: Tiktok wird in dieser Altersgruppe von 39 Prozent der Befragten genutzt.

Die Altersgruppe der 50- bis 74-Jährigen nutzt Streamingdienste deutlich seltener als die jüngere Bevölkerung. Spitzenreiter sind Youtube mit 67 Prozent, Netflix mit 35 Prozent und Play SRF / Play RTS mit 31 Prozent.

Tabelle 3: Die zehn beliebtesten Streamingplattformen nach Altersgruppe

18- bis 25-Jährige		26- bis 49-Jährige		50- bis 74-Jährige	
1. Youtube	93%	1. Youtube	88%	1. Youtube	67%
2. Netflix	86%	2. Netflix	68%	2. Netflix	35%
3. TikTok	56%	3. Disney Plus	44%	3. Play SRF / Play RTS	31%
4. Disney Plus	43%	4. Play SRF / Play RTS	42%	4. Play Suisse	20%
5. Play SRF / Play RTS	36%	5. TikTok	39%	5. RTL Plus	14%
6. Twitch	35%	6. Amazon Prime Video	36%	6. TikTok	11%
7. Amazon Prime Video	25%	7. Play Suisse	32%	7. Disney Plus	9%
8. Apple TV Plus	25%	8. RTL Plus	30%	8. Swisscom Blue Sport	8%

9. RTL Plus	22%	9. Apple TV Plus	29%	9. Swisscom Blue Max	8%
10. Sky Sports	22%	10. Swisscom Blue Max	29%	10. Amazon Prime Video	7%

Kaum Unterschiede zwischen Deutschschweiz und Romandie

Bei vielen Video-Plattformen sind die Unterschiede zwischen der Deutschschweiz und der Westschweiz eher gering. Es gibt aber jedoch einige Ausreisser: So wird zum Beispiel Play RTS in der französischsprachigen Schweiz mit 43 Prozent deutlich stärker genutzt als Play SRF in der Deutschschweiz mit 34 Prozent. Auch TikTok (36 Prozent zu 28 Prozent), Amazon Prime Video (28 Prozent zu 21 Prozent) und Play Suisse (28 Prozent zu 24 Prozent) werden in der Westschweiz häufiger genutzt als in der Deutschschweiz.

Nur wenige zahlen für mehrere Abos

Die Strategie vieler Streamingdienste besteht darin, Kundinnen und Kunden mit exklusiven Inhalten zu locken. Viele Konsumentinnen und Konsumenten sind von dieser Strategie nicht begeistert. Denn sie müssten oft mehrere Abos abschliessen, um ihre Lieblingsserien und -filme anschauen zu können. Die folgende Auswertung zeigt aber, dass die Strategie der Anbieter bei den Kundinnen und Kunden aus der Schweiz kaum aufgeht. Für die Auswertung hat moneyland.ch analysiert, wie viele Kundinnen und Kunden für ein Abo zahlen bei den sechs klassischen Streamingdiensten Amazon Prime Video, Apple TV Plus, Disney Plus, Netflix, Paramount Plus und Sky Show. 28 Prozent der Befragten zahlen für ein Abo bei einem einzigen Streamingdienst. Immerhin 10 Prozent zahlen für zwei Abos, fünf Prozent für drei Abos und zwei Prozent für vier Abos. Jeweils weniger als ein Prozent der Befragten zahlt für fünf oder sechs Abos.

Nur wenige wollen Sport streamen

Mit Blue Sport von Swisscom, Dazn und Sky Sport buhlen drei Anbieter mit ihren Videostreamingdiensten um sportbegeisterte Fans. Insgesamt nutzt ein Viertel der Befragten einen Sport-Streamingdienst. Am beliebtesten ist Blue Sport von Swisscom mit 19 Prozent, gefolgt von Sky Sport mit 17 Prozent und Dazn mit 14 Prozent.

Allerdings bezahlen nur wenige für einen oder mehrere Sportdienste: Nur 15 Prozent der Befragten geben an, für mindestens einen Sportdienst zu bezahlen. Vier Prozent zahlen für zwei und nur ein Prozent für alle drei Sportangebote.

Kontakt für weitere Informationen

Ralf Beyeler
Telekom-Experte
Hottingerstrasse 12
CH-8032 Zürich, Schweiz
Handy: +41 79 467 07 81
E-Mail: r.beyeler@moneyland.ch

Über moneyland.ch

moneyland.ch ist der unabhängige Schweizer Online-Vergleichsdienst für Banken, Versicherungen und Telekom. Auf moneyland.ch finden sich umfassende und genaue Kosten- und Leistungsvergleiche in den Bereichen Krankenkassen, Spitalzusatz-, Krankenkassenzusatz-, Rechtsschutz-, Lebens-, Tier- und Reiseversicherungen, Handy-, Internet-, TV- und Festnetz-Angebote, Kreditkarten, Hypotheken, Kredite, Mietkautionen, Trading, Private Banking, Bankpakete, Kassenobligationen, Privat-, Firmen-, Spar-, Säule-3a- und Freizügigkeitskonten. Insgesamt hat moneyland.ch bereits mehr als 100 interaktive Vergleiche und Rechner programmiert.

Alle Rechner finden Sie unter <https://www.moneyland.ch/de/rechner>

Alle interaktiven Vergleiche finden Sie unter <https://www.moneyland.ch/de/vergleiche>

Methodik

Die Streaming-Studie 2023 basiert auf einer repräsentativen Online-Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Ipsos im Auftrag von moneyland.ch im März 2023 bei der Schweizer Bevölkerung (18 bis 74 Jahre) durchgeführt hat. Es wurden 1538 Personen aus der Deutsch- und Westschweiz zu Videostreaming befragt. Sie gaben an, ob sie verschiedene Services nutzen, und falls ja, ob sie dafür zahlen, einen Login einer anderen Person verwenden oder eine Gratis-Version nutzen. Enthaltungen waren möglich. Die Vorjahreszahlen stammen aus den Streaming-Studien 2020, 2021 und 2022, die im April 2020, März 2021 und Mai 2022 von moneyland.ch publiziert worden sind.