

Medienmitteilung

Video-Streaming: Disney, Tiktok und Sky holen markant auf

Auch nach dem Höhepunkt der Pandemie konnten Streaminganbieter in der Schweiz zahlreiche neue Kundinnen und Kunden gewinnen. Besonders die Konkurrenten von Netflix verzeichnen ein riesiges Wachstum. Aber auch der Branchenprimus konnte zulegen.

Zürich, 2. Mai 2022 – Der Schweizer Markt ist für Streaminganbieter lukrativ. Fast alle grossen Video-Plattformen konnten im vergangenen Jahr in der Schweiz die Nutzerzahlen steigern, wie eine Studie von moneyland.ch zeigt. In der repräsentativen Online-Umfrage geben 89 Prozent der 1500 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an, dass sie mindestens einen Video-Streamingdienst nutzen. Die Zahl der Streaming-Nutzerinnen und -Nutzer steigt weiterhin leicht, obwohl die Effekte der Pandemie, von denen Streaminganbieter stark profitieren konnten, im vergangenen Jahr abzuklingen begannen.

Fast alle schauen Youtube

Die weitaus beliebteste Video-Plattform ist in der Schweiz Youtube: Vier von fünf Schweizerinnen und Schweizern schauen bei der Google-Tochter Videos. «Die Beliebtheit von Youtube dürfte vor allem daran liegen, dass die Plattform gratis ist», erklärt Beyeler von moneyland.ch. «Fast niemand nutzt in der Schweiz das kostenpflichtige Angebot von Youtube.» Lediglich 4 Prozent der befragten Personen zahlen für Youtube Premium.

Bei den kostenpflichtigen Streaminganbietern ist Netflix weiterhin der Branchenprimus mit riesigem Vorsprung: 58 Prozent geben an, dass sie Netflix nutzen. Darauf folgt Disney Plus mit 22 Prozent.

Netflix-Herausforderer legen zu

Der Vergleich zum Vorjahr (Tabelle 1) zeigt, dass Disney Plus und insbesondere auch die Streamingangebote von Sky im vergangenen Jahr gewaltig zulegen konnten. Disney Plus steigerte seine Nutzerzahlen von 13 auf 22 Prozent. Das ist ein Zuwachs um rund 70 Prozent. Sky Show konnte seine Anzahl Nutzerinnen und Nutzer sogar fast verdoppeln. Auch die Social-Media-Plattform Tiktok wird 2022 erneut wesentlich mehr für Video-Streaming genutzt als noch vor einem Jahr.

«Die kleineren Anbieter im Markt haben noch ein grösseres Wachstumspotenzial», gibt Beyeler zu bedenken. Denn sie haben noch mehr potenzielle Kundinnen und Kunden. Zudem muss ein bereits weit verbreiteter Streamingdienst wie Netflix im Vergleich zur Konkurrenz wesentlich mehr Neukunden gewinnen, um seine Nutzerzahlen um 1 Prozent steigern zu können.

Trotzdem konnte aber auch Netflix seine Nutzerzahl in der Schweiz von 54 auf 58 Prozent – also um knapp 10 Prozent – merklich vergrössern. Darüber dürfte der Anbieter froh sein, zumal er kürzlich erstmals eine negative Entwicklung bei den weltweiten Nutzerzahlen vermelden musste und mit einem weiteren Rückgang rechnet. «Die Schweizer Kundinnen und Kunden machen Netflix derzeit sicher keine Sorgen», sagt Beyeler.

Tabelle 1: Nutzerzahlen Video-Streaming

Streaminganbieter	2022	2021
Youtube	79%	75%
Netflix	58%	54%
Tiktok	22%	13%
Disney Plus	22%	13%
Amazon Prime Video	15%	10%
Twitch*	15%	
Apple TV Plus	11%	12%
Swisscom Blue Max	11%	9%
Swisscom Blue Sport	11%	9%
Sky Sports	10%	6%
Google Play	8%	6%
Sky Show	8%	4%
Dazn	6%	4%
Netzkino	6%	4%
Andere	15%	20%

*Twitch war 2021 nicht Teil der Streaming-Studie.

Apple stagniert

Der einzige verhältnismässig grosse Streaming-Service, bei dem die Nutzerzahlen im vergangenen Jahr in der Schweiz nicht anstiegen, ist Apple TV Plus. 11 Prozent der Befragten geben an, dass sie dieses Angebot nutzen. Im Vorjahr waren es rund 12 Prozent. Darum konnte Amazon Prime Video den Streamingdienst von Apple in der Schweiz überholen.

2021 hatte Apple TV Plus noch leicht mehr Nutzerinnen und Nutzer als die Videoplattform von Amazon. «Offenbar kommt das Angebot von Apple nicht so gut an wie das der Konkurrenz – obwohl Apple zu den preisgünstigsten Anbietern in der Schweiz gehört», sagt Beyeler dazu. Eine Erklärung dürfte laut dem Experten sein, dass Apple TV Plus wesentlich weniger Filme, Serien und Dokumentationen bietet als die Konkurrenz.

2.5 Millionen Netflix-Abos

Die Umfrage zeigt nicht nur, wie viele Personen in der Schweiz die einzelnen Streamingdienste nutzen, sondern auch, wie viele von ihnen dafür bezahlen (Tabelle 2). Auch hier hat Netflix die Nase vorn: 40 Prozent der befragten Personen geben an, dass sie selbst für ein Abo zahlen. Bei Disney Plus sind es 13 Prozent, gefolgt von Amazon Prime Video mit 7 Prozent.

Die Streaminganbieter nennen in der Regel keine gesonderten Abozahlen für die Schweiz. Die Umfrageergebnisse geben aber einen Hinweis darauf, wie viele zahlende Nutzerinnen und Nutzer die einzelnen Anbieter effektiv haben. So dürfte es in der Schweiz aktuell 2.5 Millionen Netflix-Abos geben. Bei Disney Plus sind es rund 830'000 zahlende Kundinnen und Kunden.

Tabelle 2: Zahlende Kundinnen und Kunden

Streaminganbieter	Zahlende Nutzer	Anteil Bevölkerung
Netflix	2'540'000	40%
Disney Plus	830'000	13%
Amazon Prime Video	440'000	7%
Swisscom Blue Sport	380'000	6%
Swisscom Blue Max	320'000	5%
Sky Sports	320'000	5%
Youtube	250'000	4%
Apple TV Plus	250'000	4%
Sky Show	250'000	4%
Twitch	130'000	2%
Google Play	130'000	2%
Dazn	130'000	2%
Tiktok	unter 100'000	1%
Netzkino	unter 100'000	1%
Andere	130'000	2%

Junge Menschen streamen, alte zahlen

Streaming gefällt besonders den jungen Schweizerinnen und Schweizern. Plattformen wie Youtube, Netflix, Tiktok, Disney Plus und Twitch sind bei den Befragten zwischen 18 und 25 Jahren noch beliebter als bei den älteren Kunden. Amazon Prime Video, Swisscom Blue Sport und Google Play werden hingegen von der Altersgruppe von 26 bis 49 Jahren leicht häufiger genutzt. Personen zwischen 50 und 74 Jahren nutzen zwar auch Streamingdienste, aber teils wesentlich seltener.

Zwar streamen ältere Personen weniger. Aber wenn sie es tun, sind sie in vielen Fällen etwas eher bereit, dafür zu zahlen. Beispielsweise zahlen fast alle 50- bis 74-Jährigen, die Sky Show schauen, selbst für ein Abo. «Ältere Personen können es sich eher leisten, für ein Abo zu zahlen, und sie ermöglichen damit wohl auch ihren jüngeren Verwandten oder Bekannten den Zugang», vermutet Beyeler.

Eine Ausnahme ist jedoch ausgerechnet der Branchenprimus: Junge Menschen schauen nicht nur wesentlich mehr Netflix als die Personen in den anderen Altersklassen, sondern Personen im Alter zwischen 18 und 25 Jahren sind auch etwas eher bereit, dafür zu zahlen.

Rösti-Graben auch in der Streaming-Welt

Der Anteil an Personen, die Streamingdienste nutzen und auch dafür zahlen, ist in der Westschweiz etwas kleiner als in der Deutschschweiz. Insbesondere für die Angebote von Sky sind Deutschschweizer eher bereit zu zahlen. Sky Sports und Sky Show sind in der Deutschschweiz auch grundsätzlich beliebter als in der Romandie. Dafür ist Amazon Prime Video in der französischsprachigen Schweiz etwas weiter verbreitet und der Anteil zahlender Kundinnen und Kunden ist dort grösser. Auch Netflix und Tiktok werden in der Romandie leicht häufiger geschaut als ennet des Rösti-Grabens.

Tabelle 3: Nutzerzahlen nach Region

Streaminganbieter	Deutschschweiz	Westschweiz
Youtube	79%	79%
Netflix	57%	61%
Tiktok	21%	27%
Disney Plus	22%	23%
Amazon Prime Video	13%	18%
Twitch	14%	15%
Apple TV Plus	11%	11%
Swisscom Blue Max	11%	10%
Swisscom Blue Sport	10%	12%
Sky Sports	11%	7%
Google Play	8%	10%
Sky Show	9%	5%
Dazn	7%	5%
Netzkino	7%	4%
Andere	15%	16%

Nur wenige zahlen für mehrere Abos

Die kostenpflichtigen Anbieter wollen mit exklusiven Inhalten Kundinnen und Kunden anlocken. Die Netflix-Herausforderer hoffen, dass sie dem Platzhirschen damit Kundinnen und Kunden abjagen können – oder zumindest, dass die Kunden noch ein zweites Abo abschliessen. Die Auswertung der fünf klassischen Streamingdienste Netflix, Disney Plus, Amazon Prime Video,

Apple TV Plus und Sky Show zeigt jedoch, dass nur wenige Schweizerinnen und Schweizer mehrere kostenpflichtige Abos haben: 29 Prozent der Befragten bezahlen einzig für einen der fünf genannten Streamingdienste, 11 Prozent für zwei, 3 Prozent für drei. Kaum jemand zahlt für vier oder mehr Abos.

Sport-Streamingdienste bleiben eine Nische

Neben den klassischen Streamingdiensten, die Filme, Serien und Dokus anbieten gibt es auch solche, die ausschliesslich Live-Sport zeigen. Doch obwohl Anbieter grosse Beträge für Sportrechte ausgeben, sind diese Dienste wesentlich weniger beliebt als die Film- und Serienplattformen: Lediglich 17 Prozent der Befragten nutzen mindestens einen der drei Sport-Streamingdienste.

Am beliebtesten ist Swisscoms Sport-Streamingdienst Blue Sport: 11 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer geben an, dass sie dieses Angebot nutzen. Darauf folgen Sky Sport und Dazn mit 10 beziehungsweise 6 Prozent. Alle drei Dienste konnten im Vergleich zum Vorjahr zulegen, haben aber weiterhin verhältnismässig wenige Kunden. Nur eine Minderheit bezahlt für mehrere Sport-Streamingdienste: Weniger als 3 Prozent geben an, dass sie für zwei Sport-Abos bezahlen und nur zwei der 1500 Befragten zahlen für alle drei Dienste.

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 2022 basiert auf einer repräsentativen Online-Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Ipsos im Auftrag von moneyland.ch im April 2022 bei der Schweizer Bevölkerung (18 bis 74 Jahre) durchgeführt hat. Es wurden 1500 Personen aus der Deutsch- und Westschweiz zu Video-Streaming 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 der Streaming-Studie 2021, die im März 2021 bei moneyland.ch erschienen ist.