



Photo by Steve Richey on Unsplash

ZUSAMMENFASSUNG

WEBMEDIENMONITOR 2019

ONLINEAUDIO- UND ONLINEVIDEO-ANGEBOTE IN DER SCHWEIZ

GOLDMEDIA



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

KEY FACTS ONLINEAUDIO IN DER SCHWEIZ

/01

ONLINEAUDIO-ANBIETER

Insgesamt 440 Onlineaudio-Angebote werden 2019 in der Schweiz von 145 Anbietern produziert. Zwei Drittel der Angebote stammen von den klassischen UKW/DAB+-Radiomarken.

/02

PUBLIKATIONSVOLUMEN

Bei mehr als der Hälfte der Anbieter hat sich die Zahl der veröffentlichten Onlineaudio-Beiträge seit 2018 erhöht. Seit 2017 ist die Zahl der produzierten Audio-Minuten um 42% auf rund 1.400 Minuten pro Monat angestiegen.

/03

ENTWICKLUNG DES GESAMTMARKTES

Zwischen 2018 und 2021 wird von den Onlineaudio-Anbietern erwartet, dass der Gesamtwerbeumsatz im Schweizer Onlineaudio-Markt mit einem CAGR von +18% weiter auf rund 1,9 Mio. CHF in 2021 ansteigen wird.

/04

ONLINEAUDIO-NUTZUNG

Mehr als die Hälfte des Radio-/Audio-Konsums der Schweizer Onliner erfolgt heute schon IP-basiert. Besonders beliebt sind Simulcast-Streams der UKW-Sender sowie Musikstreaming-Dienste: 43% hören Musik-Dienste mehrmals die Woche.

/05

KOSTENPFLICHTIGES ONLINEAUDIO

Mehr als ein Drittel der Schweizer Onliner nutzen 2019 gelegentlich kostenpflichtige Onlineaudio-Angebote, bei den 16- bis 29-Jährigen sind es bereits 48%. Die Befragten würden im Schnitt 7,80 CHF für Musikstreaming pro Monat ausgeben.

/06

AUSBLICK UND TRENDS

Die wichtigsten Zukunftsthemen für den Onlineaudio-Markt in der Schweiz sind Connected Cars, Smart Speaker, Personalisierung der Angebote und Podcasts. 46% der aktuellen Nicht-Nutzer können sich vorstellen, zukünftig Onlineaudio zu hören.

Quelle: Webmedienmonitor 2019

KEY FACTS ONLINEVIDEO IN DER SCHWEIZ

/01

ONLINEVIDEO-ANBIETER

Insgesamt 165 Onlinevideo-Angebote werden 2019 in der Schweiz von 128 Anbietern produziert. 56% der Angebote stammen von klassischen Medienmarken aus Fernsehen, Radio oder Print.

/02

PUBLIKATIONSVOLUMEN

Bei mehr als 54% der Anbieter hat sich die Zahl der veröffentlichten Onlinevideos seit 2018 erhöht. Seit 2017 ist die Zahl der produzierten Video-Minuten um 55% auf rund 440 Minuten pro Monat angestiegen.

/03

ENTWICKLUNG DES GESAMTMARKTES

Zwischen 2018 und 2021 wird von den Onlinevideo-Anbietern erwartet, dass der Gesamtwerbeumsatz im Schweizer Onlinevideo-Markt mit einem CAGR von +49% weiter auf rund 49 Mio. CHF in 2021 ansteigen wird.

/04

ONLINEVIDEO-NUTZUNG

56% der TV- und Video-Nutzung der Schweizer Onliner erfolgt 2019 über das Internet. Besonders beliebt sind dabei die Live-TV-Programme der TV-Sender sowie kostenlose Videoportale. Rund ein Drittel nutzt diese mehrmals die Woche.

/05

KOSTENPFLICHTIGE ONLINEVIDEO-NUTZUNG

8% der Onlinevideo-Angebote sind mind. teilweise kostenpflichtig und mehr als die Hälfte der Schweizer Onliner nutzen diese 2019 mind. gelegentlich. Bei den 16- bis 29-Jährigen sind es bereits zwei Drittel der Befragten.

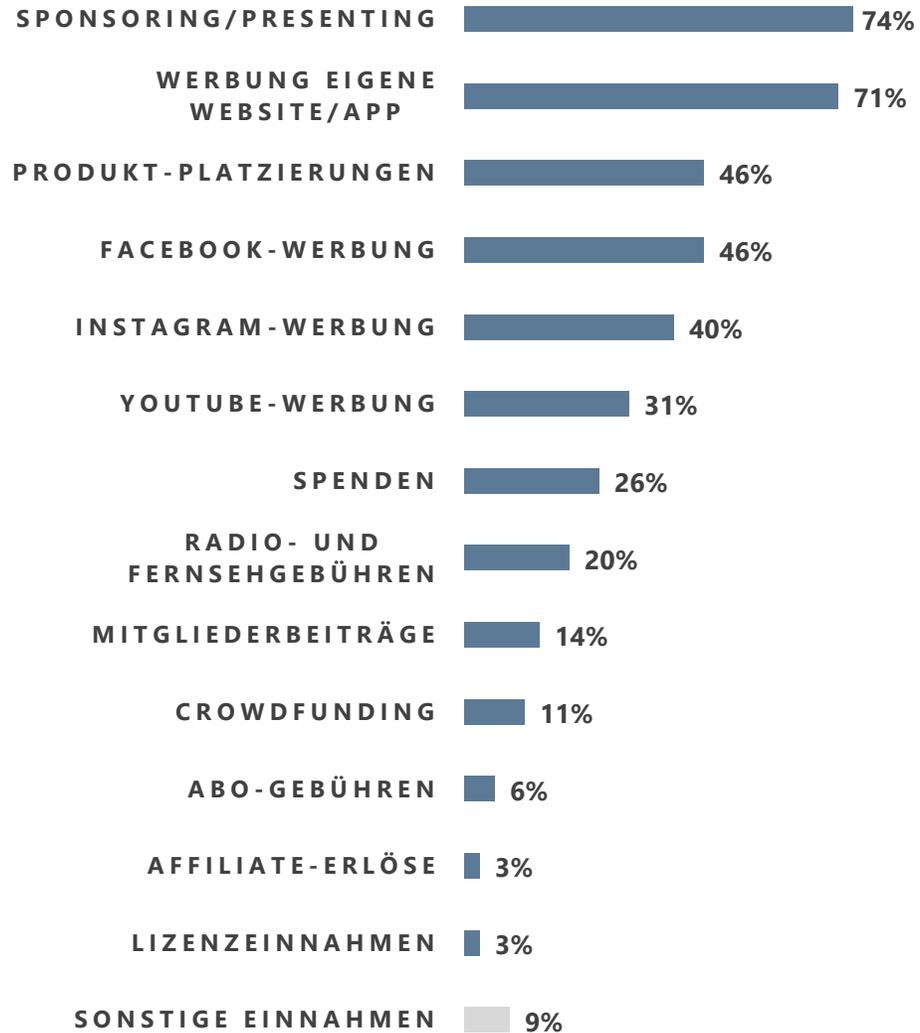
/06

AUSBLICK UND TRENDS

Die wichtigsten Zukunftsthemen für den Onlinevideo-Markt in der Schweiz sind innovative Formate, Interaktivität der Inhalte aber auch 5G und Influencer-Marketing. 55% der aktuellen Nicht-Nutzer können sich vorstellen, zukünftig Onlinevideos zu sehen.

Quelle: Webmedienmonitor 2019

ZUNEHMENDE BEDEUTUNG DER ERLÖSQUELLEN BIS 2021



ERLÖSQUELLEN BIS 2021

Der Grossteil der befragten Onlineaudio- und Onlinevideo-Anbieter (74 Prozent) geht davon aus, dass die derzeit häufigsten Erlösquellen *Sponsoring/Presenting* sowie *Werbung auf der eigenen Website* auch in den nächsten zwei Jahren weiter an Bedeutung gewinnen werden. Nur weniger als die Hälfte der befragten Anbieter sehen bis 2021 einen Bedeutungsgewinn der Plattformen Facebook, Instagram und YouTube.

Quelle: Webmedienmonitor 2019, n=35. Frage: Welche Erlösquellen werden aus Ihrer Sicht für Ihr Online-Angebot in den nächsten zwei Jahren, also bis 2021, an Bedeutung gewinnen?

METHODISCHER HINTERGRUND

Der im Auftrag des BAKOM erstellte Webmedienmonitor 2019 verfolgt verschiedene Ziele: Zum einen werden die Angebote und Anbieter der Webmedien-Branche in der Schweiz erfasst und quantifiziert sowie ihre ökonomischen Daten und Potenziale abgebildet. Ausserdem gibt die Studie einen Überblick über die Nachfrage dieser Onlineaudio- und Onlinevideo-Angebote sowie über Einschätzungen und Entwicklungen zu bestimmten Trendthemen.

Hierfür schliesst der Webmedienmonitor 2019 methodisch an die 2017 erstmals für das BAKOM durchgeführte Explorativstudie «Streaming Media Monitor 2017» an und erfasst mittels umfangreicher Strukturdatenerhebung alle relevanten und aktiven audiovisuellen Medien-Anbieter der Schweiz.

In einem zweiten Schritt erfolgte eine standardisierte Onlinebefragung im Erhebungszeitraum zwischen dem 21. Mai und 12. Juli 2019, zu der alle er-

fassten auditiven und audiovisuellen Webmedien eingeladen wurden und in welcher diese ihre aktuellen Entwicklungsdaten und Einschätzungen zum Onlineaudio- und Onlinevideo-Markt der Schweiz benennen konnten.

2019 fand erstmals im Rahmen des Webmedienmonitors auch eine Datenerhebung unter insg. 3000 Onlineaudio- und Onlinevideo-Nutzern statt. Hierbei handelt es sich um eine repräsentative Befragung unter Schweizer Onlinern, die in der Zeit zwischen dem 1. und 19. Juli 2019 ebenfalls online durchgeführt wurde und in welcher die Befragten zu ihrem Onlineaudio- und Onlinevideo-Nutzungsverhalten und ihren Motiven und Hintergründen befragt wurden.

Darüber hinaus stützt sich die Studie auf qualitative Befragungen ausgewählter Marktteilnehmer, wie bspw. Verbände, Anbieter, Vermarkter oder Agenturen, auf eine ergänzende umfangreiche Auswertung von aktuellen Sekundärdaten sowie auf einen umfangreichen Desk-Research plus Marktprognosen.

DATENBASIS/GRUNDGESAMTHEIT

Im Webmedienmonitor 2019 wurden alle aktiven Angebote erfasst, bei denen Radio-/Onlineaudio bzw. eigene oder lizenzierte Onlinevideo-Inhalte zentrales Merkmal sind, linear oder auf Abruf bereitgestellt werden (Ausnahme: Reine Download-Shops, bei denen Musik/Filme/Videos käuflich erworben werden können, zählen nicht dazu), browser-basiert oder via mobiler App abgerufen werden können und die sich an ein Schweizer Zielpublikum richten bzw. bei denen der Anbieter seinen Sitz in der Schweiz hat (Einhaltung rechtlicher Standards vorausgesetzt).

Dazu gehören alle Webradios (Simulcast und Online Only), User-Generated-Radios und Podcast-Angebote mit IP- oder App-basierter Verbreitung (linear oder on-demand) mit Fokus auf Musik u./o. Informationen sowie alle aktiven Video-Angebote mit IP- oder App-basierter Verbreitung inkl. YouTube-Channels.

Für die Grundgesamtheit des Webmedienmonitors 2019 wurden folgende Angebote erfasst: 145 Onlineaudio-Anbieter mit 440 Onlineaudio-Angeboten sowie 128 Onlinevideo-Anbieter mit 165 Onlinevideo-Angeboten (davon sind 12 auch Onlineaudio-Anbieter). Das entspricht zusammen 261 Streaming-Anbietern mit insgesamt 593 Onlineaudio- und Onlinevideo-Angeboten.

Die Zahl der für die Befragung technisch nicht erreichbaren Anbieter lag 2019 bei insgesamt 20 Anbietern (keine gültige E-Mail-Adresse und/oder Telefonnummer). Demnach konnten 241 Onlineaudio- und Onlinevideo-Anbieter zu der Befragung eingeladen werden. Insgesamt 106 Anbieter nahmen teil, was einer Rücklaufquote von 44 Prozent Ausschöpfung entspricht (in Bezug auf die technisch erreichbaren Anbieter).



Photo by Steve Richey on Unsplash

WEBMEDIENMONITOR 2019

ONLINEAUDIO- UND ONLINEVIDEO-ANGEBOTE IN DER SCHWEIZ

GOLDMEDIA

WWW.BAKOM.ADMIN.CH



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Kommunikation BAKOM