



ZUSAMMENFASSUNG

Photo by Richard Horvath on Unsplash

WEBMEDIENMONITOR 2021

ONLINEAUDIO- UND ONLINEVIDEO-ANGEBOTE IN DER SCHWEIZ



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

IM AUFTRAG DES:

Bundesamt für Kommunikation BAKOM

GOLDMEDIA

KEY FACTS ONLINEAUDIO IN DER SCHWEIZ 2021

/01

ONLINEAUDIO-ANBIETER

In der Schweiz werden 2021 insgesamt 575 Onlineaudio-Angebote von 193 Anbietern produziert. Der Anteil der Online-Only-Webradios steigt auf 39 Prozent. Grösste Gruppe am Gesamtmarkt bleiben die Online-Submarken der UKW/DAB+ Sender.

/02

ENTWICKLUNG DES GESAMTMARKTES

Auf dem Schweizer Onlineaudio-Markt konnten 2020 4,3 Mio. CHF Gesamtwerbeumsatz erzeugt werden. 2021 sollen es voraussichtlich 5,0 Mio. CHF sein. Bis 2023 wird der Markt voraussichtlich weiter jährlich um 13 Prozent ansteigen.

/03

PODCAST-NUTZUNG

Podcasts werden von 17 Prozent der Schweizer Online-Nutzenden zumindest gelegentlich gehört. Entspannung und Horizonterweiterung sind dabei die Hauptmotive. V.a. über Empfehlungen aus dem privaten und beruflichen Umfeld werden interessante Podcasts gefunden.

/04

ONLINEAUDIO-NUTZUNG

Die COVID19-Pandemie treibt die Nutzung von Onlineaudio in der Schweiz voran: Insgesamt hörten bereits 59 Prozent der Schweizer Online-Nutzenden Radio- / Audio-Inhalte 2021 über das Internet. 48 Prozent gaben an, wegen der Pandemie öfter Online-Audio zu hören.

/05

KOSTENPFLICHTIGES ONLINEAUDIO

Kostenpflichtige Onlineaudio-Dienste werden 2021 in der Schweiz deutlich häufiger genutzt, als noch 2019: Aktuell verwendet rund jeder zweite Schweizer Online-Nutzende mindestens ein kostenpflichtiges Angebot.

/06

AUSBLICK UND TRENDS

Sollte die Umstellung auf DAB+ in der Schweiz erfolgen, rechnen 63 Prozent der Anbieter mit einem weiteren Push für Onlineaudio. Weitere wichtige Themen für Onlineaudio nach Einschätzung der Anbieter in der Schweiz sind Connected Cars, 5G und Podcasts.

Quelle: Webmedienmonitor 2021

KEY FACTS ONLINEVIDEO IN DER SCHWEIZ 2021

Quelle: Webmedienmonitor 2021

/01

ONLINEVIDEO-ANBIETER

Insgesamt 192 Onlinevideo-Angebote wurden 2021 in der Schweiz von 127 Anbietern produziert. Der Anteil von klassischen Medienmarken (TV, Radio oder Print) am Gesamtmarkt hat sich auf 62 Prozent erhöht.

/02

ENTWICKLUNG DES GESAMTMARKTES

Der Gesamtwerbeumsatz im Schweizer Onlinevideo-Markt lag 2020 bei rund 160 Mio. CHF, 2021 soll dieser nach Einschätzung der Anbieter um zehn Prozent auf 176 Mio. CHF anwachsen.

/03

TIKTOK

TikTok ist für 22 Prozent der befragten Onlinevideo-Anbieter im vergangenen Jahr wichtiger geworden. Auf der Seite der Konsumenten spielt die Social Media Plattform für 15 Prozent der Schweizer Online-Nutzenden eine zunehmende Rolle.

/04

ONLINEVIDEO-NUTZUNG

COVID19 treibt auch die Nutzung von Onlinevideo: Insgesamt sahen bereits 58 Prozent der Schweizer Onlineer TV- / Video-Inhalte 2021 über das Internet. 57 Prozent gaben an, wegen der Pandemie öfter Onlinevideo zu sehen.

/05

KOSTENPFLICHTIGE ONLINEVIDEO-NUTZUNG

Mittlerweile nutzen 78 Prozent der Schweizer Onlineer mindestens einen kostenpflichtigen TV- oder Videostreaming-Dienst. Jede zweite Person hat ein Abo bei Netflix, Amazon Prime Video und Co. 35% schauen ausschliesslich kostenfrei.

/06

AUSBLICK UND TRENDS

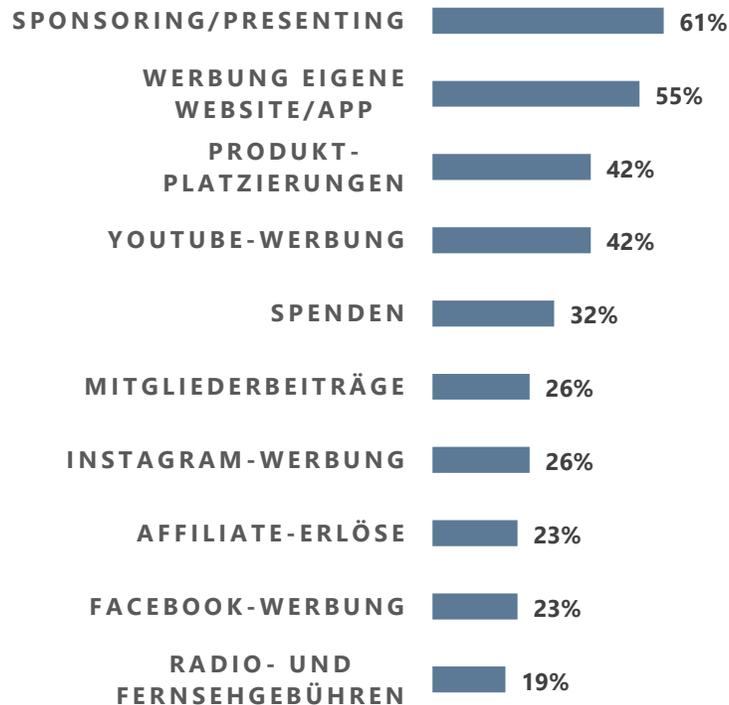
Interaktivität mit der Community sowie innovative Formate bleiben auch 2021 die wichtigsten Faktoren für die Entwicklung des Onlinevideo-Markts in der Schweiz, ebenso besseres Internet für Zuhause und neue Mobilfunkstandards.

ERLÖSQUELLEN BIS 2023

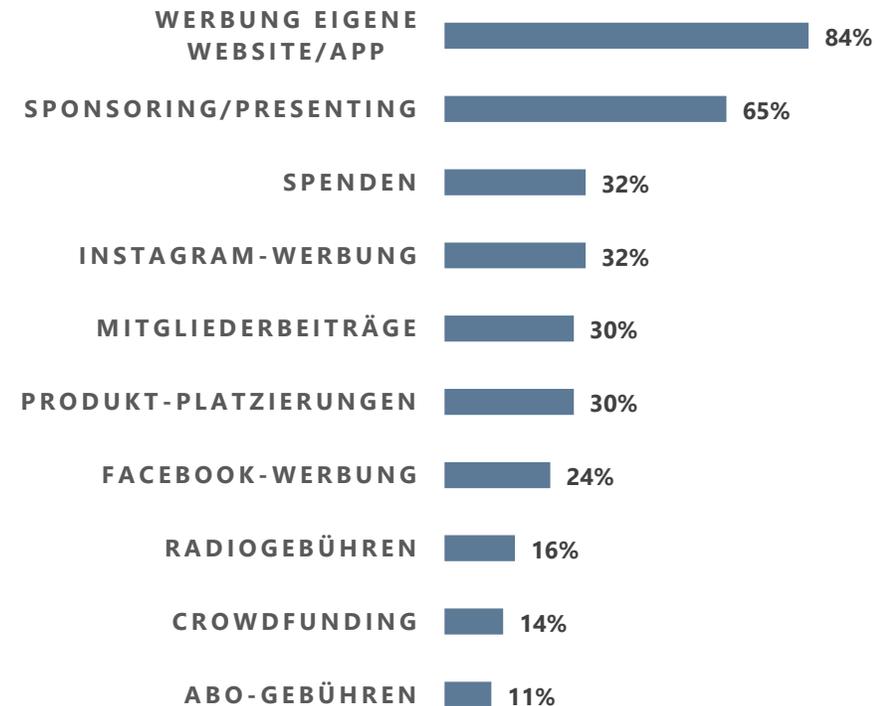
Nach wie vor werden das *Sponsoring/Presenting* sowie *Werbung auf der eigenen Website* vom Grossteil der befragten Onlineaudio- und Onlinevideo-Anbieter als bedeutendste Erlösquellen für die kommenden zwei Jahre genannt. Für Videoanbieter werden außerdem Produktplatzierungen sowie die Monetarisierung durch YouTube an Bedeutung gewinnen. Für die befragten Audio-Anbieter werden zukünftig u.a. Spenden und Instagram-Werbung wichtiger – im Vergleich zu den Video-Anbieter bleibt die Werbung auf der eigenen Website oder App jedoch mit deutlichem Abstand am wichtigsten.

Quelle: Webmedienmonitor 2021, n=31 Video-Anbieter und n=37 Audio-Anbieter. Frage: Welche Erlösquellen werden aus Ihrer Sicht für Ihr Online-Angebot in den nächsten zwei Jahren, also bis 2023, an Bedeutung gewinnen?

ZUNEHMENDE BEDEUTUNG DER ERLÖSQUELLEN BIS 2023 FÜR VIDEO-ANBIETER, TOP 10, IN PROZENT



ZUNEHMENDE BEDEUTUNG DER ERLÖSQUELLEN BIS 2023 FÜR AUDIOANBIETER, TOP 10, IN PROZENT



METHODISCHER HINTERGRUND

Der im Auftrag des BAKOM erstellte Webmedienmonitor 2021 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 2021 methodisch an die Vorgängerstudien von 2017 und 2019 an und erfasste mittels umfangreicher Strukturdatenerhebung alle relevanten und aktiven audiovisuellen Medienanbieter der Schweiz.

In einem zweiten Schritt erfolgte eine standardisierte Onlinebefragung im Erhebungszeitraum zwischen dem 18. Mai und 06. Juli 2021, 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.

Wie schon 2019 fand auch 2021 im Rahmen des Webmedienmonitors eine Datenerhebung unter insgesamt je 1.000 Onlineaudio- und Onlinevideo-Nutzenden sowie je 500 Nicht-Nutzenden statt. Hierbei handelt es sich um eine repräsentative Befragung unter Schweizer Online-Nutzenden, die in der Zeit zwischen dem 06. und 27. Juli 2021 ebenfalls online durchgeführt wurde und in welcher die Befragten zu ihrem Onlineaudio- und Onlinevideo-Nutzungsverhalten sowie ihren Motiven und Hintergründen befragt wurden.

Darüber hinaus stützt sich die Studie auf qualitative Befragungen ausgewählter Marktteilnehmer, wie beispielsweise Verbände, Anbieter, Vermarkter oder Agenturen, sowie eine ergänzende umfangreiche Auswertung aktueller Sekundärdaten und umfangreicher Desk-Research plus Marktprognosen.

DATENBASIS/GRUNDGESAMTHEIT

Im Webmedienmonitor 2021 wurden alle aktiven Angebote erfasst, bei welchen 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 und / oder Informationen sowie alle aktiven Video-Angebote mit IP- oder App-basierter Verbreitung inkl. YouTube-Kanäle.

Für die Grundgesamtheit des Webmedienmonitors 2021 wurden folgende Angebote erfasst: 193 Onlineaudio-Anbieter mit 575 Onlineaudio-Angeboten sowie 127 Onlinevideo-Anbieter (mit eigener Webpräsenz) mit 192 Onlinevideo-Angeboten. Das entspricht zusammen 320 Streaming-Anbietern mit insgesamt 722 Onlineaudio- und Onlinevideo-Angeboten.

Die Zahl der für die Befragung technisch nicht erreichbaren Anbieter (mit eigener Webpräsenz) lag 2021 bei insgesamt 25 Anbietern (keine gültige E-Mail-Adresse und / oder Telefonnummer). Daher konnten 295 Onlineaudio- und Onlinevideo-Anbieter zu der Befragung eingeladen werden. Insgesamt 107 Anbieter nahmen teil, was einer Rücklaufquote von 36 Prozent Ausschöpfung entspricht (in Bezug auf die technisch erreichbaren Anbieter).

Im Vergleich zur letzten Studie 2019 wurden für die Befragung von Onlinevideo-Anbieter neben den Anbietern mit eigener Webpräsenz zusätzlich noch Anbieter von YouTube-Kanälen berücksichtigt. Als Grundgesamtheit wurden 3.350 YouTube-Kanäle mit mehr als 500 Abonnierenden für die Schweiz (Ortsangabe in der Kanalinfo) identifiziert (Stand: 02/2021). Davon wurden die 250 reichweitenstärksten Kanäle zur Befragung eingeladen. Insgesamt nahmen 33 Anbieter von YouTube-Kanälen an der Befragung teil.