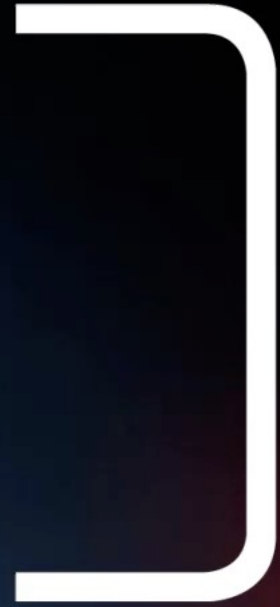


**SCREEN
FORCE**


THE MAGIC OF TV





DER VIDEO-KOSMOS IM WANDEL

AUSGELÖST DURCH NEUE SCREENS



**Immer mehr SCREENS (GERÄTE)
stehen für den Konsum von
Bewegtbild zur Verfügung: Vom
Big Screen bis zum Small Screen.**



Immer mehr **BEWEGTBILD-**
KANÄLE stehen den User*innen
für den Konsum von Video-
Inhalten zur Verfügung.



**Sehr viele unterschiedliche
Kombinationen von BEWEGTBILD-
KANAL und SCREENS sind für den
Konsum von Video-Inhalten möglich.**

WAS HABEN WIR UNTERSUCHT?

Begriffsklärung

BEWEGTBILD- KANÄLE

- TV
- Video-Streaming
- YouTube
- Social Media

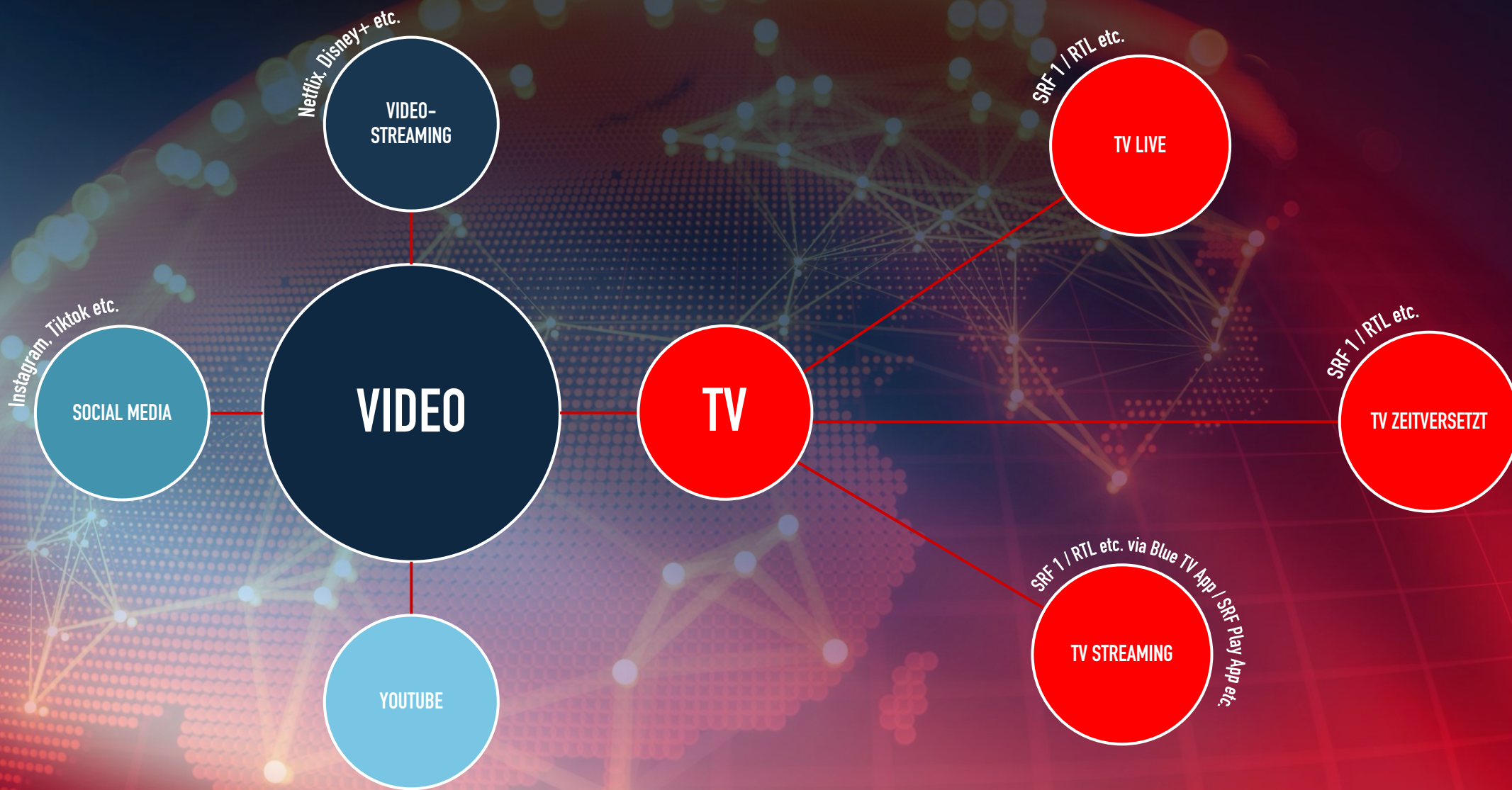
SCREENS (GERÄTE)

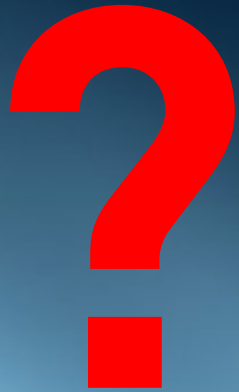
- TV-Gerät = Big Screen
- Desktop / Laptop / Tablet = mittelgrosser Screen
- Handy = Small Screen

INHALTE

- Nachrichten
- Wissen
- Filme
- Serien
- Unterhaltung
- Sport

DIE KANÄLE IM VIDEO-KOSMOS





**Welche Relevanz hat TV im
Video-Kosmos?**

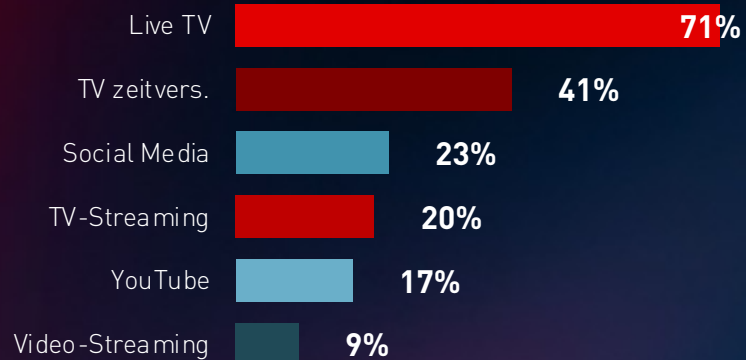
FRAGE 1

Welche Medienkanäle erachten Sie als **wichtig** für die jeweiligen Bewegtbildformate?

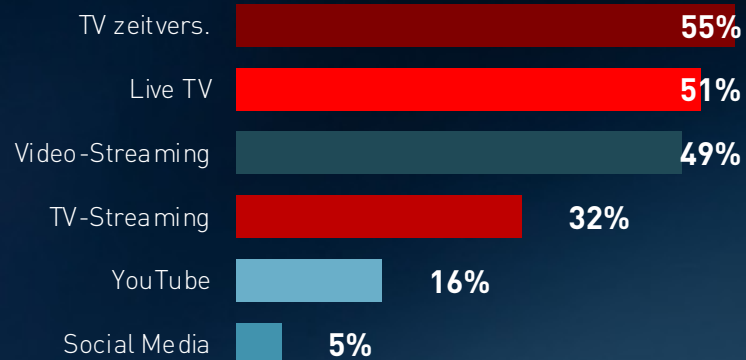
Quelle: GfK Screenforce-Befragung in der Deutsch- und Westschweiz 2024, N=1'501

WICHTIGSTER BEWEGTBILD-KANAL FÜR ...

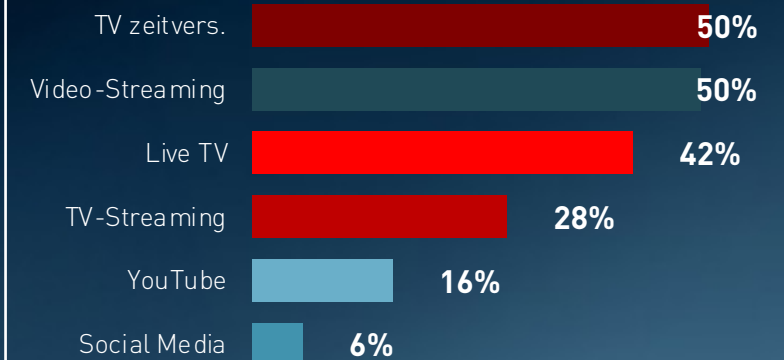
NACHRICHTEN



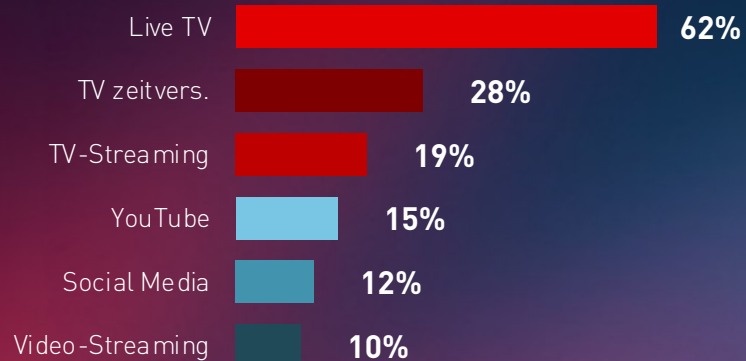
SPIELFILME



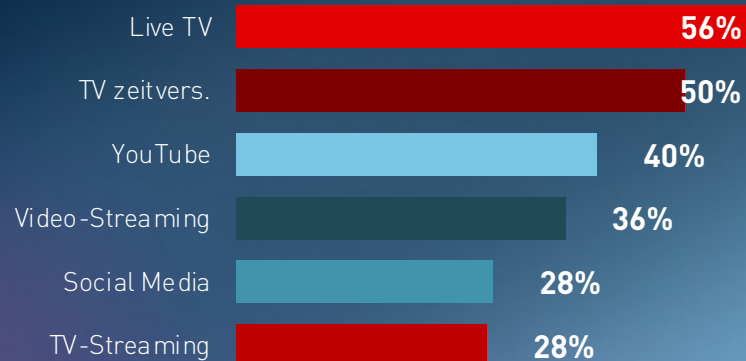
SERIEN



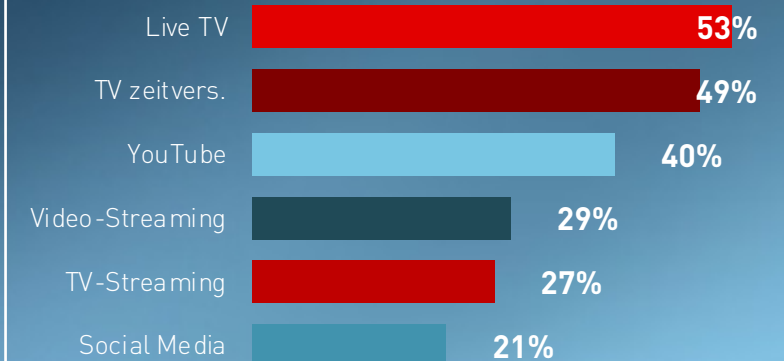
SPORT



UNTERHALTUNG



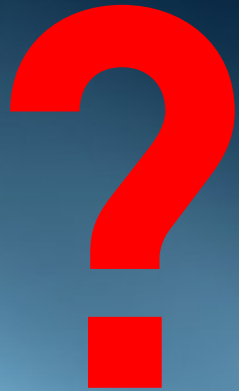
WISSEN



FAZIT 1

TV-Inhalte haben höchste RELEVANZ.

- TV (live oder zeitversetzt) wird für alle Inhaltsformate als der wichtigste Bewegtbild-Kanal bewertet.
- Selbst bei «Unterhaltung» und «Wissen» ist TV vor YouTube und Social Media.



**Welche Rolle spielt welches
Gerät im Video-Kosmos?**

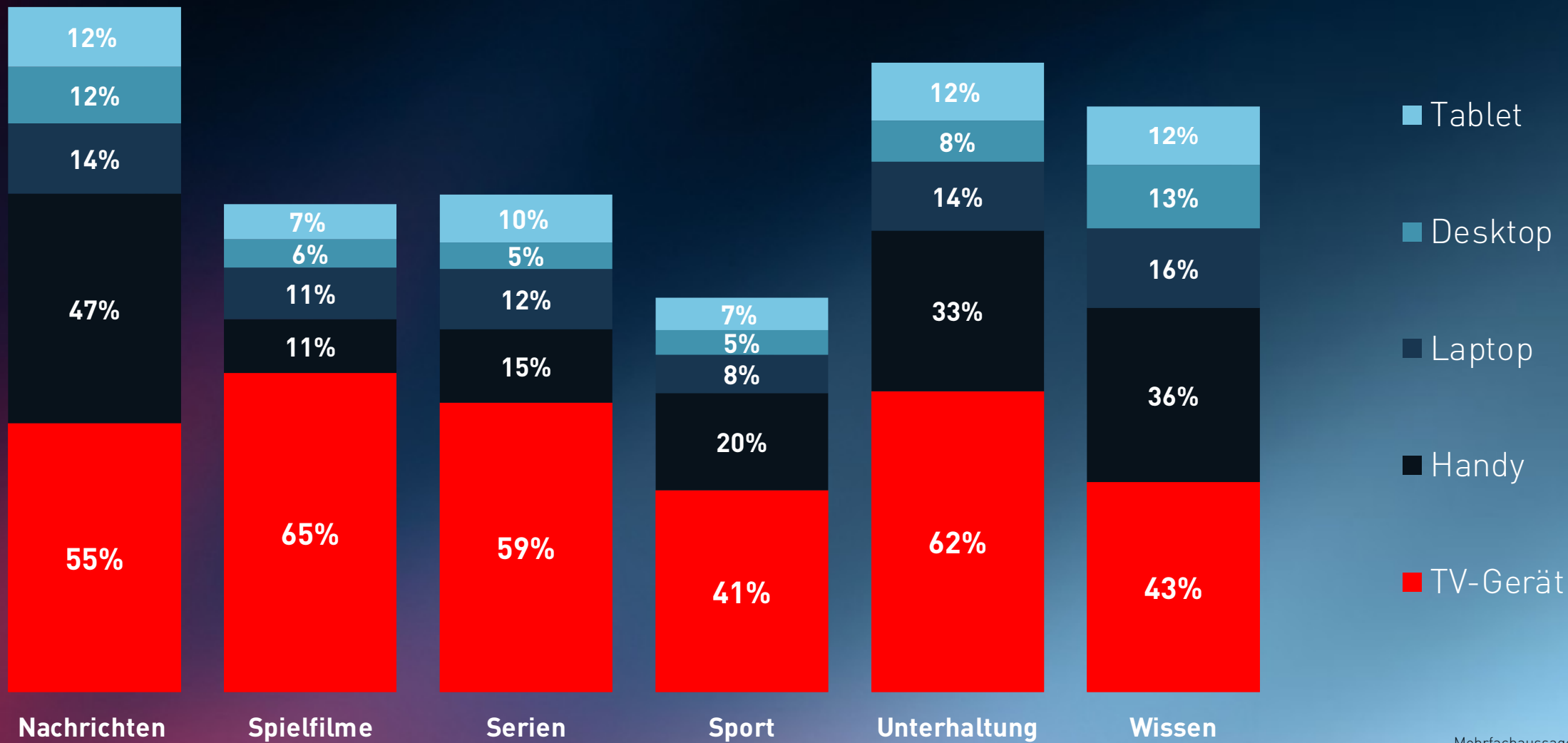
**Welche Entwicklungen
zeigen sich?**

FRAGE 2

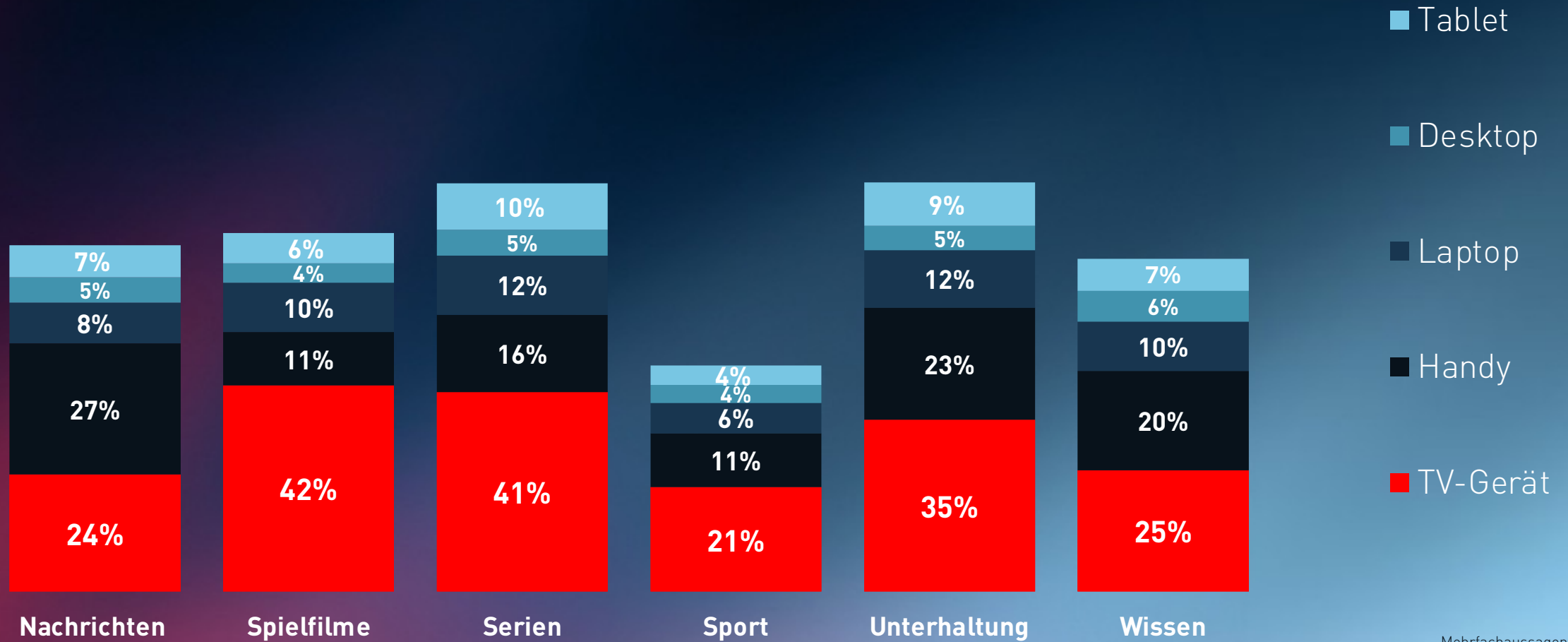
Auf welchen Geräten haben Sie in den letzten 7 Tagen die folgenden TV- / Video-Streaming / YouTube-Inhalte konsumiert?

Quelle: GfK Screenforce-Befragung in der Deutsch- und Westschweiz 2024, N=1'501

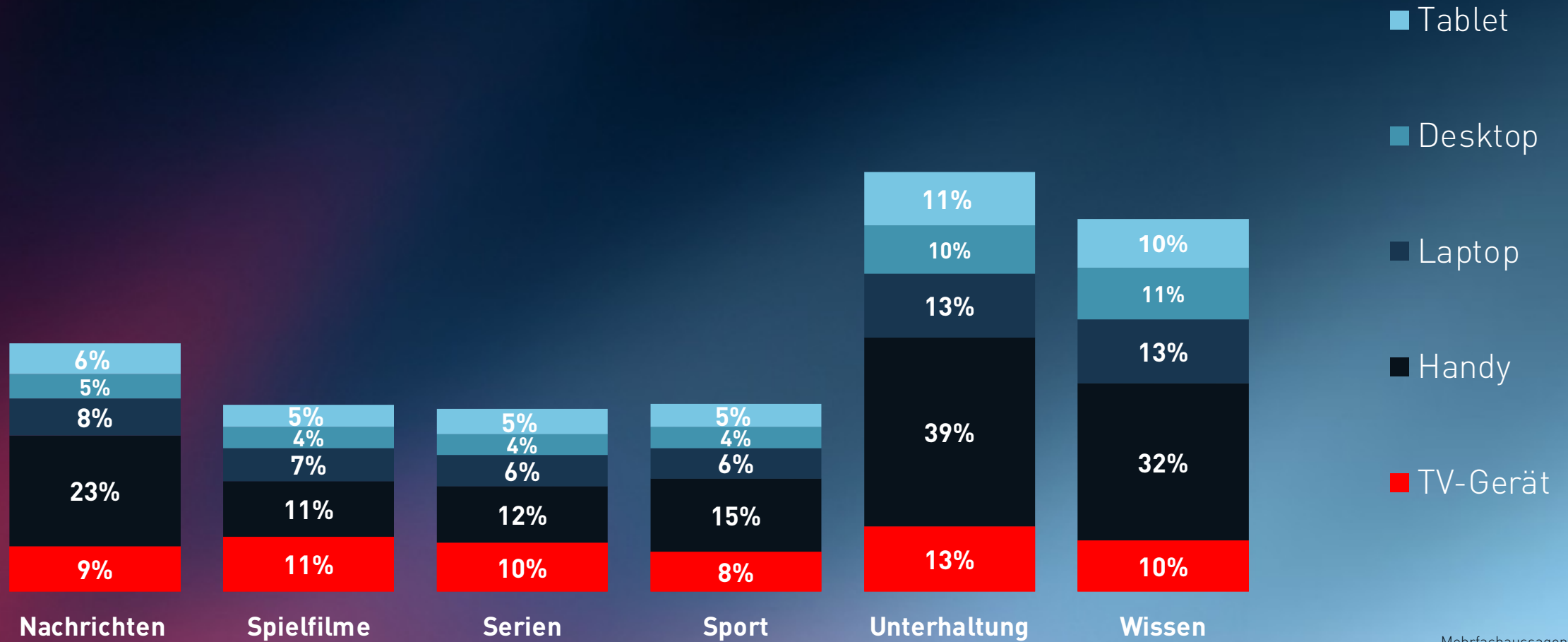
TV INHALTE JE GERÄT



VIDEO-STREAMING JE GERÄT



YOUTUBE JE GERÄT



FAZIT 2

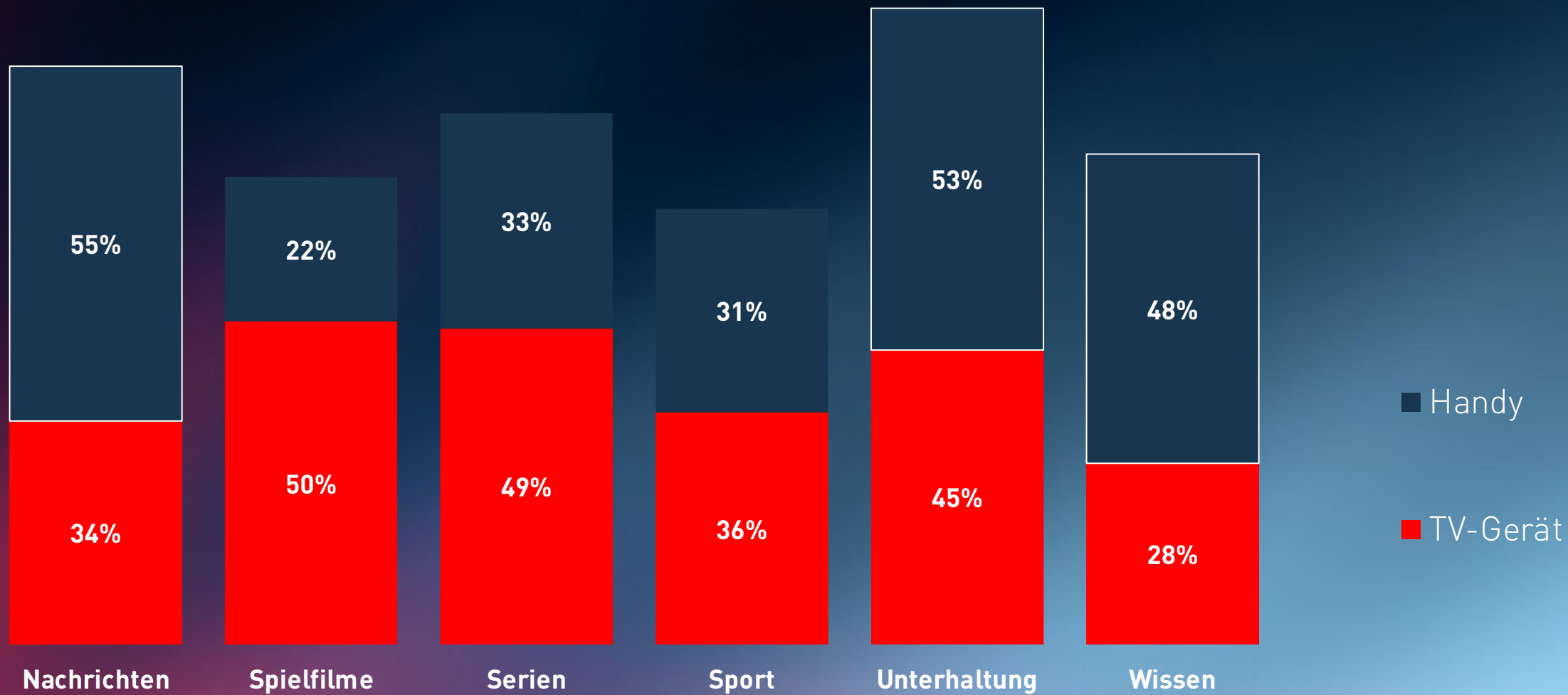
Big Screen ist für TV-Inhalte der Star.

- TV-Inhalte auch auf dem Handy, vor allem Nachrichten, aber auch Unterhaltung, Wissen und etwas Sport.
- Kaum YouTube-Nutzung auf dem Big Screen.
- Tablet, Desktop und Laptop generell mit untergeordneter Bedeutung im Video-Kosmos.

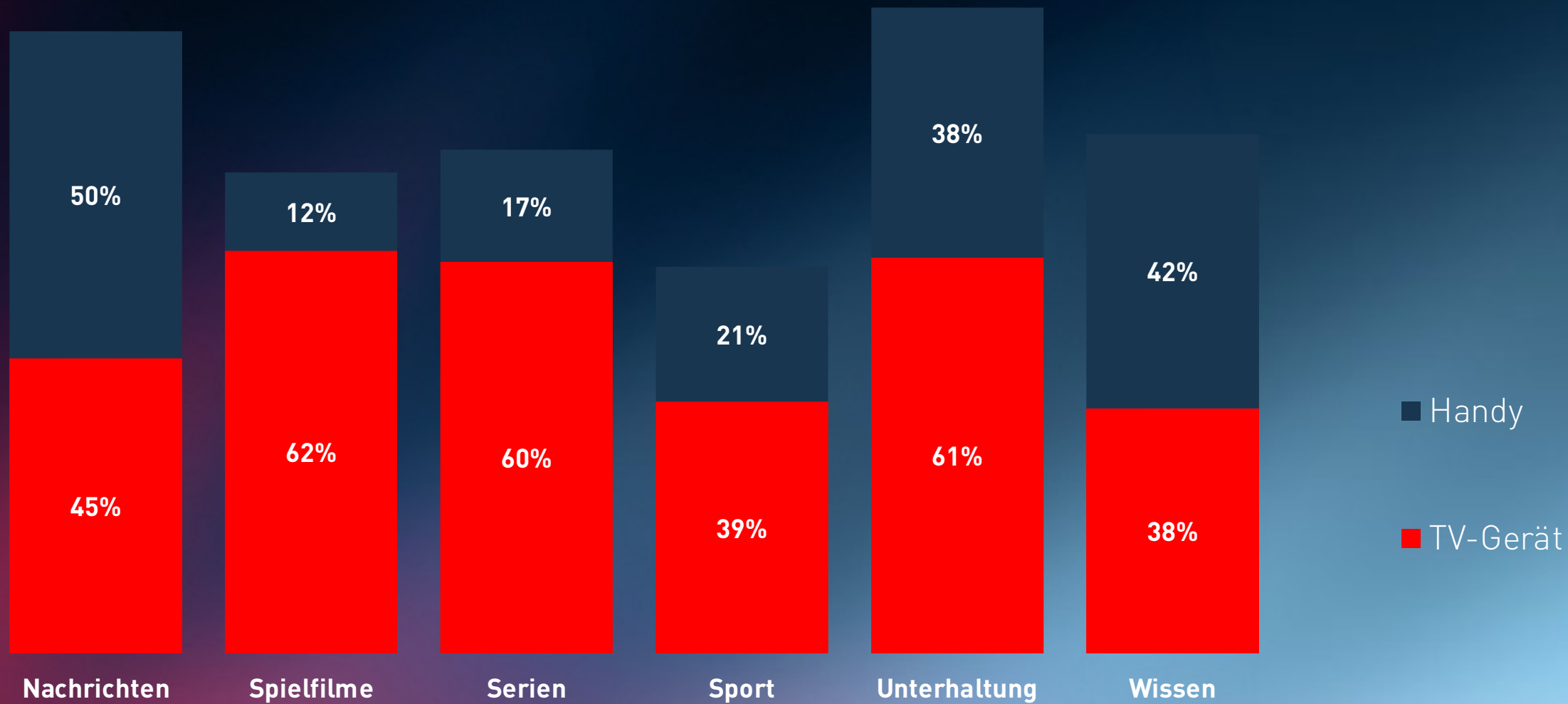


DEEP DIVE TV

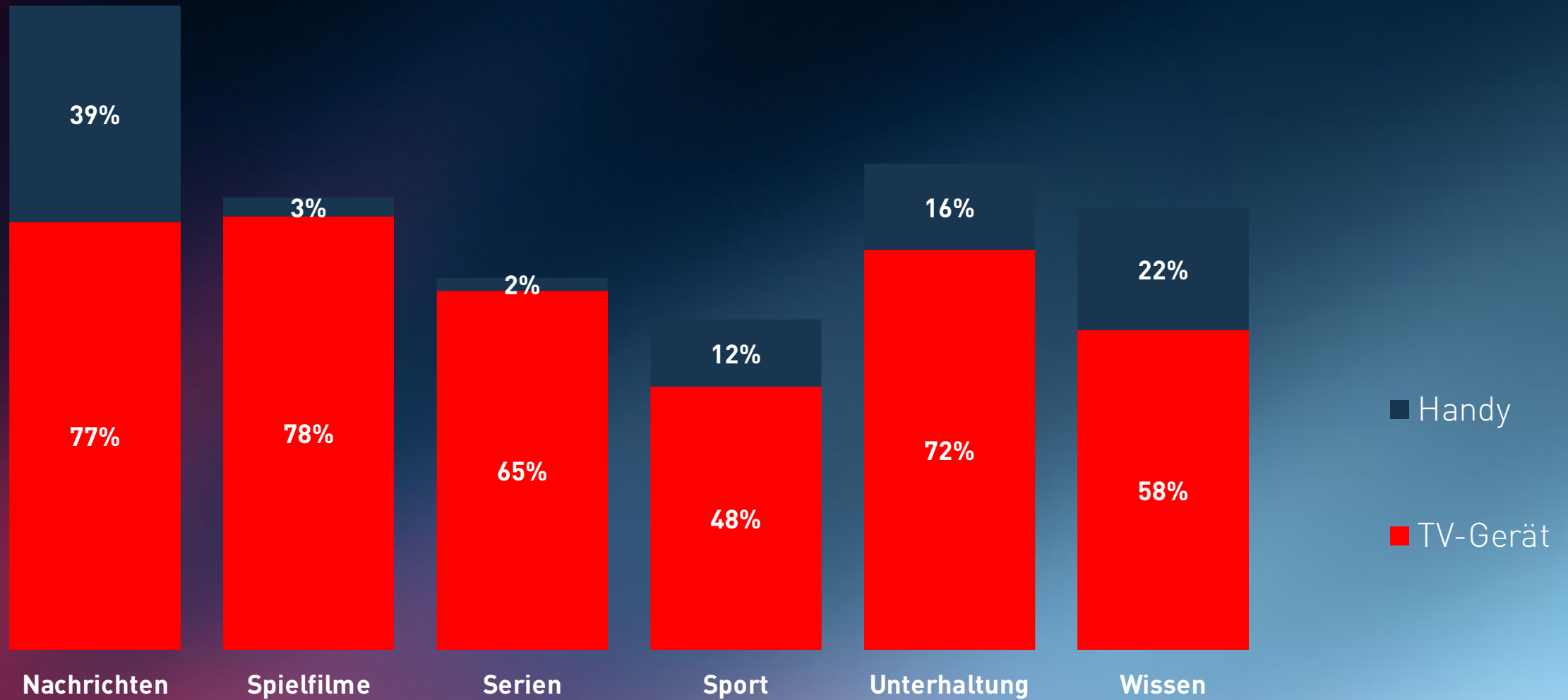
GERÄTE FÜR TV-INHALTE 15-29-JÄHRIGE



GERÄTE FÜR TV-INHALTE 30-49-JÄHRIGE



GERÄTE FÜR TV-INHALTE 50+



FAZIT

DEEP DIVE

Bei der Nutzung von TV-Inhalten unterscheiden sich die Generationen in der Gerätepräferenz.

FRAGE 3

Wenn Sie an Ihren Konsum von TV-Inhalten / Video-Streaming / YouTube denken, inwiefern hat sich Ihre **Nutzung** auf den folgenden Geräten im letzten Jahr **verändert**?

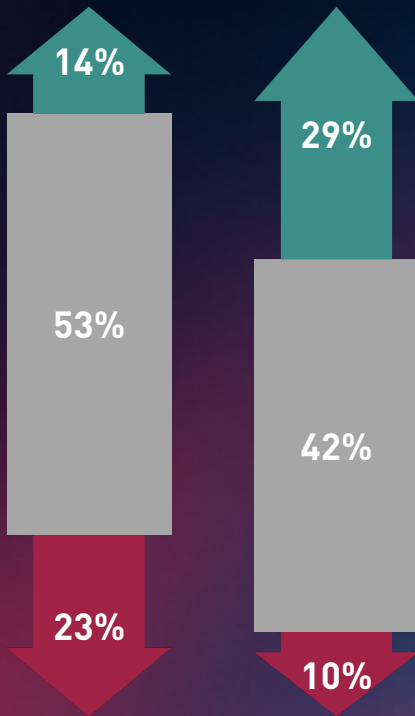
Quelle: GfK Screenforce-Befragung in der Deutsch- und Westschweiz 2024, N=1'501

VERÄNDERUNG DER GERÄTENUTZUNG

TV-INHALTE

TV-GERÄT

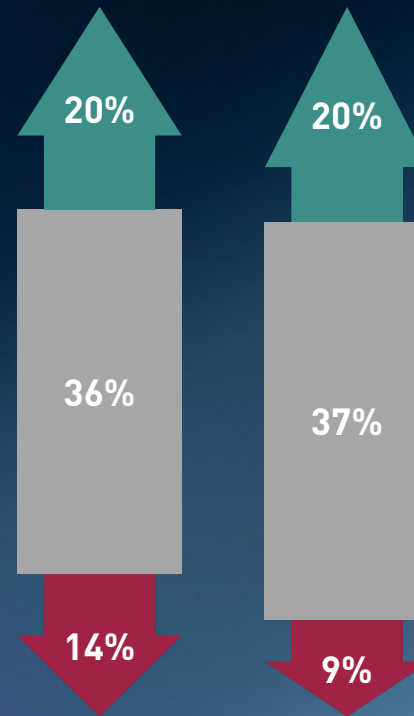
HANDY



VIDEO-STREAMING

TV-GERÄT

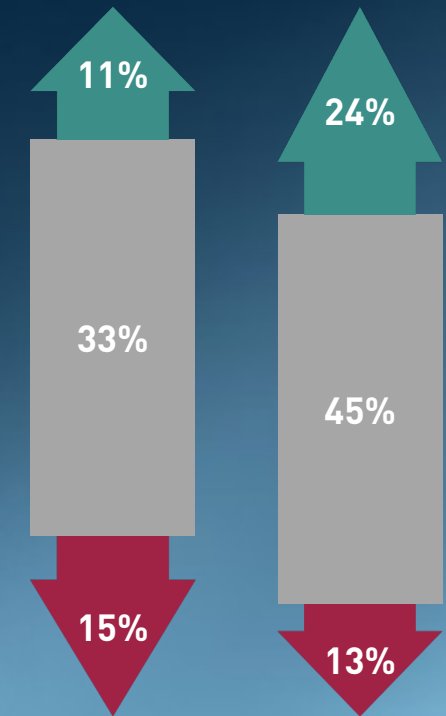
HANDY



YOUTUBE

TV-GERÄT

HANDY



TV-GERÄT: Keine Nutzung: 9% / weiss nicht: 1%

HANDY: Keine Nutzung: 18% / weiss nicht: 1%

TV-GERÄT: **Keine Nutzung: 27%** / weiss nicht: 2%

HANDY: **Keine Nutzung: 32%** / weiss nicht: 3%

TV-GERÄT: **Keine Nutzung: 38%** / weiss nicht: 4%

HANDY: Keine Nutzung: 16% / weiss nicht: 3%

FAZIT 3

Handy-Nutzung für Bewegtbild nimmt zu.

- Handy-Nutzung für TV-Inhalte ist allgemeiner Trend.
- Video-Streaming-Inhalte auf allen Geräten wachsend - wenn auch noch auf geringem Nutzungsniveau.
- Bei YouTube kein Trend hin zu Big Screen zu erkennen.



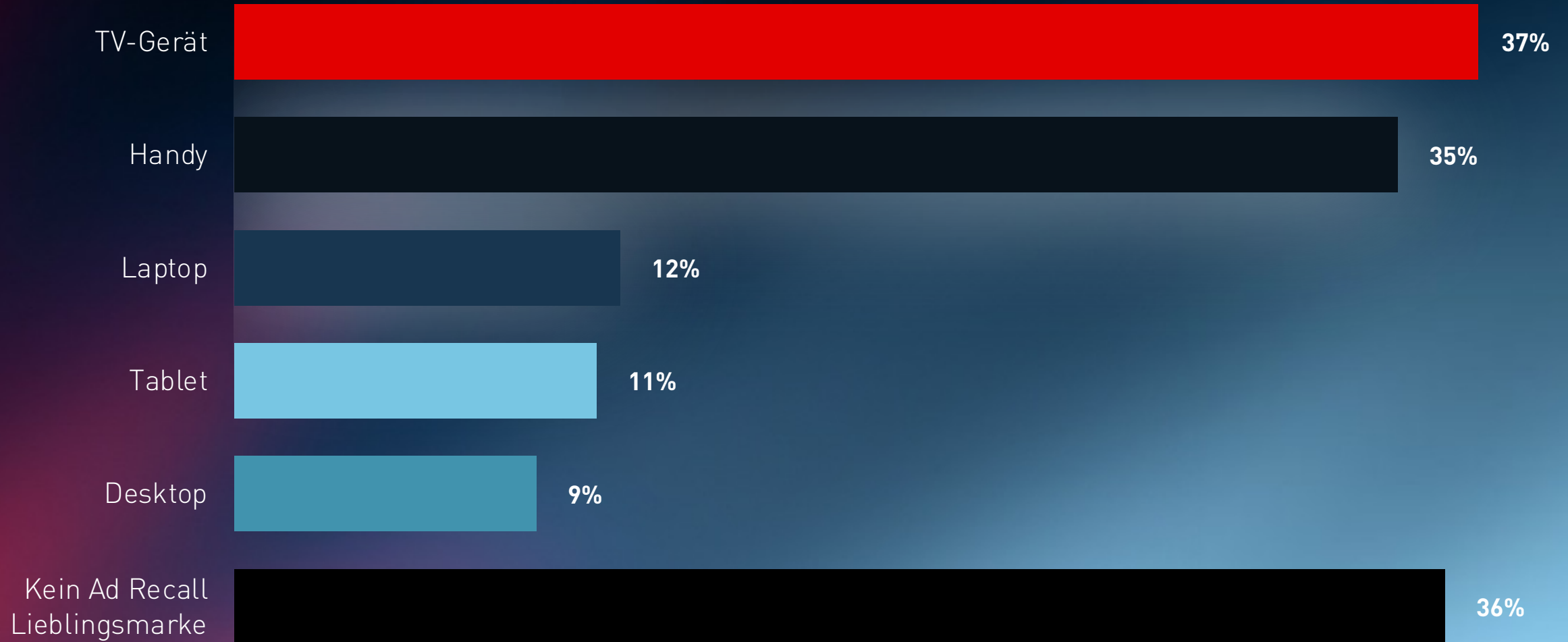
TV ist sowohl auf dem Big Screen als auch auf dem Small Screen relevant und bietet für Werbetreibende grosse qualitative Vorteile.

FRAGE 4

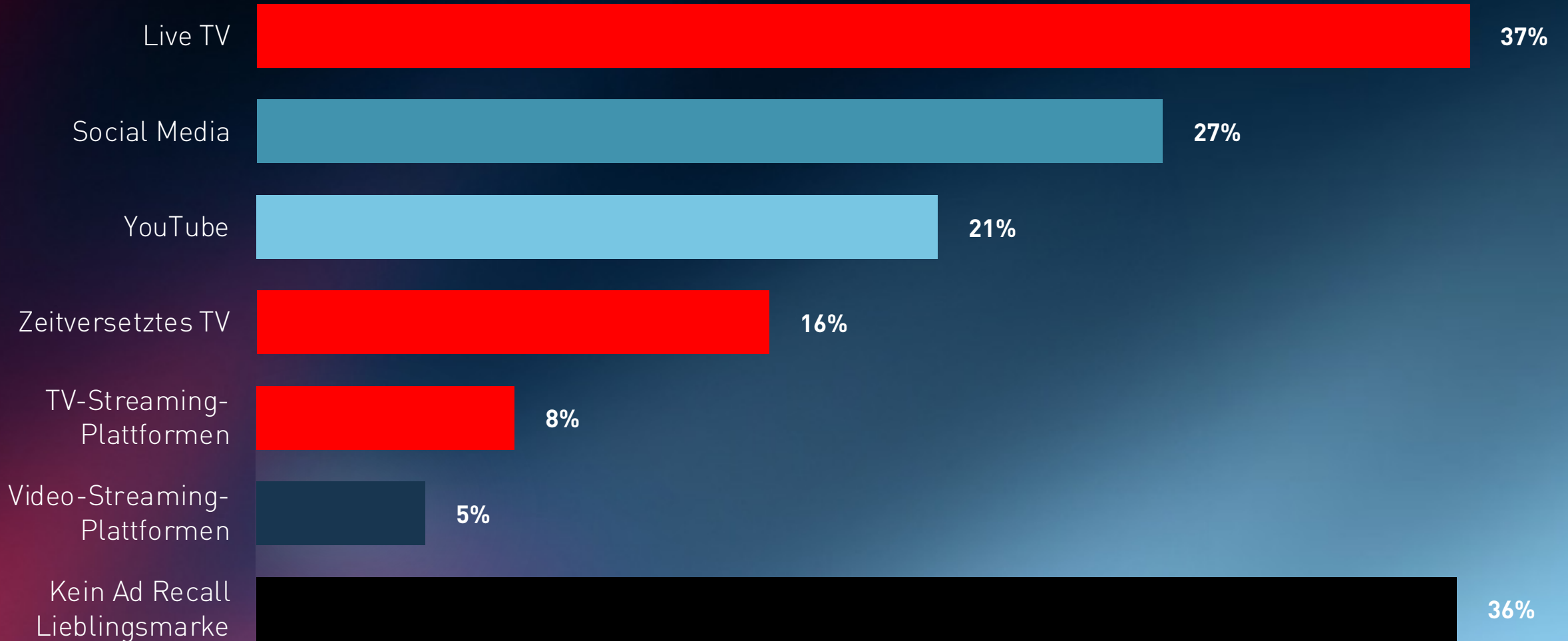
Auf welchen Geräten und Medienkanälen haben Sie in den letzten 7 Tagen **einen Werbespot** einer Ihrer Lieblingsmarken gesehen?

Quelle: GfK Screenforce-Befragung in der Deutsch- und Westschweiz 2024, N=1'501

WERBEERINNERUNG NACH GERÄT



WERBEERINNERUNG NACH BEWEGTBILD-KANAL



FAZIT 4

TV-Gerät und Handy sind auch beim Ad Recall die relevantesten Devices.

- Nur eine Minderheit hat ihre Lieblingsmarke in den letzten Tagen nicht über Screens und Bewegtbild-Kanäle gesehen.
- Live-TV ist der Königsweg zum Ad Recall.
- Auch TV-Streaming gewinnt für den Ad Recall an Relevanz und liegt vor den Video-Streaming-Plattformen.

FRAGE 5

Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Werbung zu:

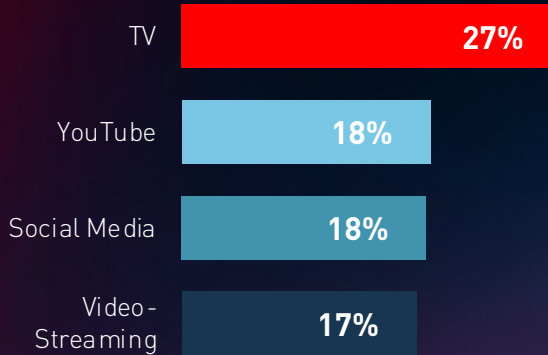
- im TV?
- auf Video-Streaming-Portalen?
- auf YouTube?
- in Social Media?

Darstellung des Anteils der zusammengefassten Top 2-Antworten «Stimme eher zu» und «Stimme voll und ganz zu»

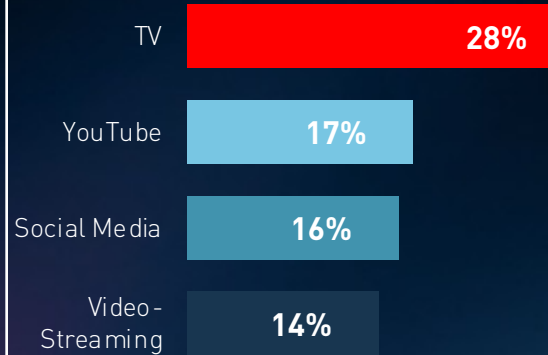
WERBEWAHRNEHMUNG JE BEWEGTBILDKANAL

Werbung in diesem Kanal...

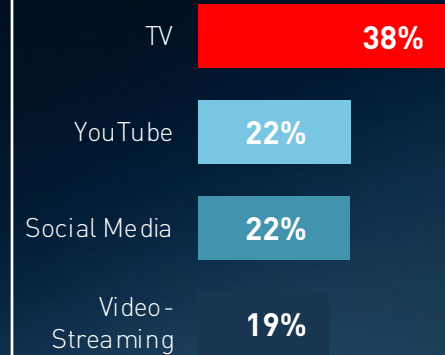
IST AUTHENTISCH.



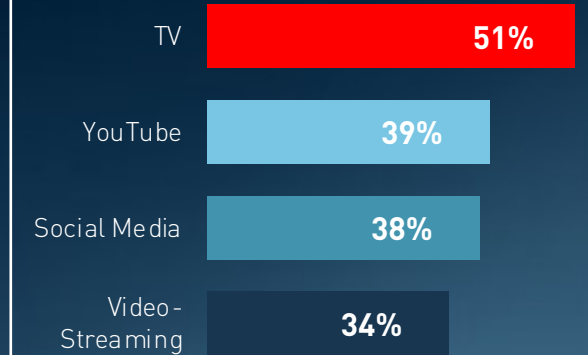
IST VERTRAUENSWÜRDIG.



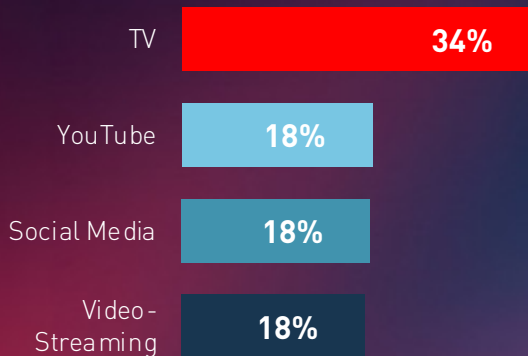
IST VON HOHER QUALITÄT.



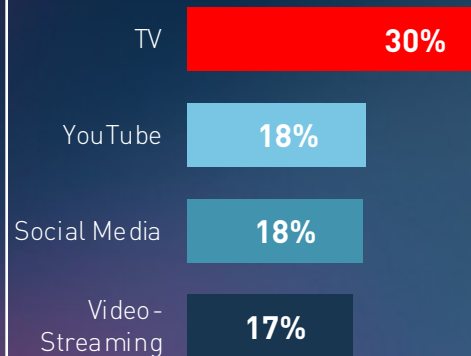
FÄLLT AUF.



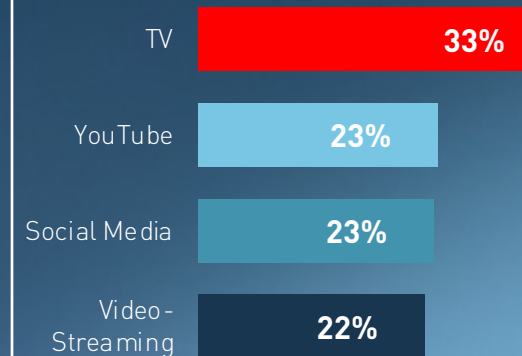
IST SYMPATHISCH.



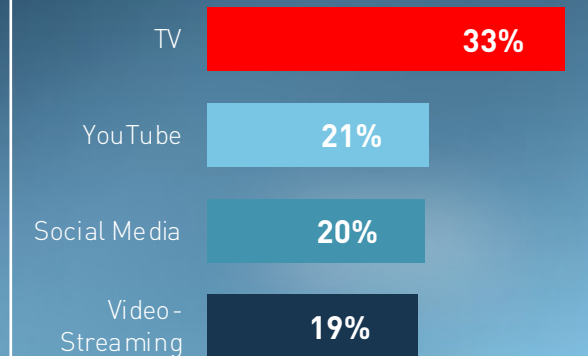
IST GLAUBWÜRDIG.



LÖST EMOTIONEN AUS.



IST INFORMATIV.





Um im Video-Kosmos erfolgreich zu werben, braucht es TV.

- Weil TV-Werbung bei allen Zielgruppen die am besten bewertete Werbeform ist (dies gilt insbesondere auch für junge Zielgruppen).
- Weil TV alle Inhalte bedienen kann.
- Weil TV-Inhalte und TV-Werbung auf den beiden wichtigsten Screens (TV-Gerät und Handy) funktionieren.

VIELEN DANK

**SCREEN
FORCE**

THE MAGIC OF TV

