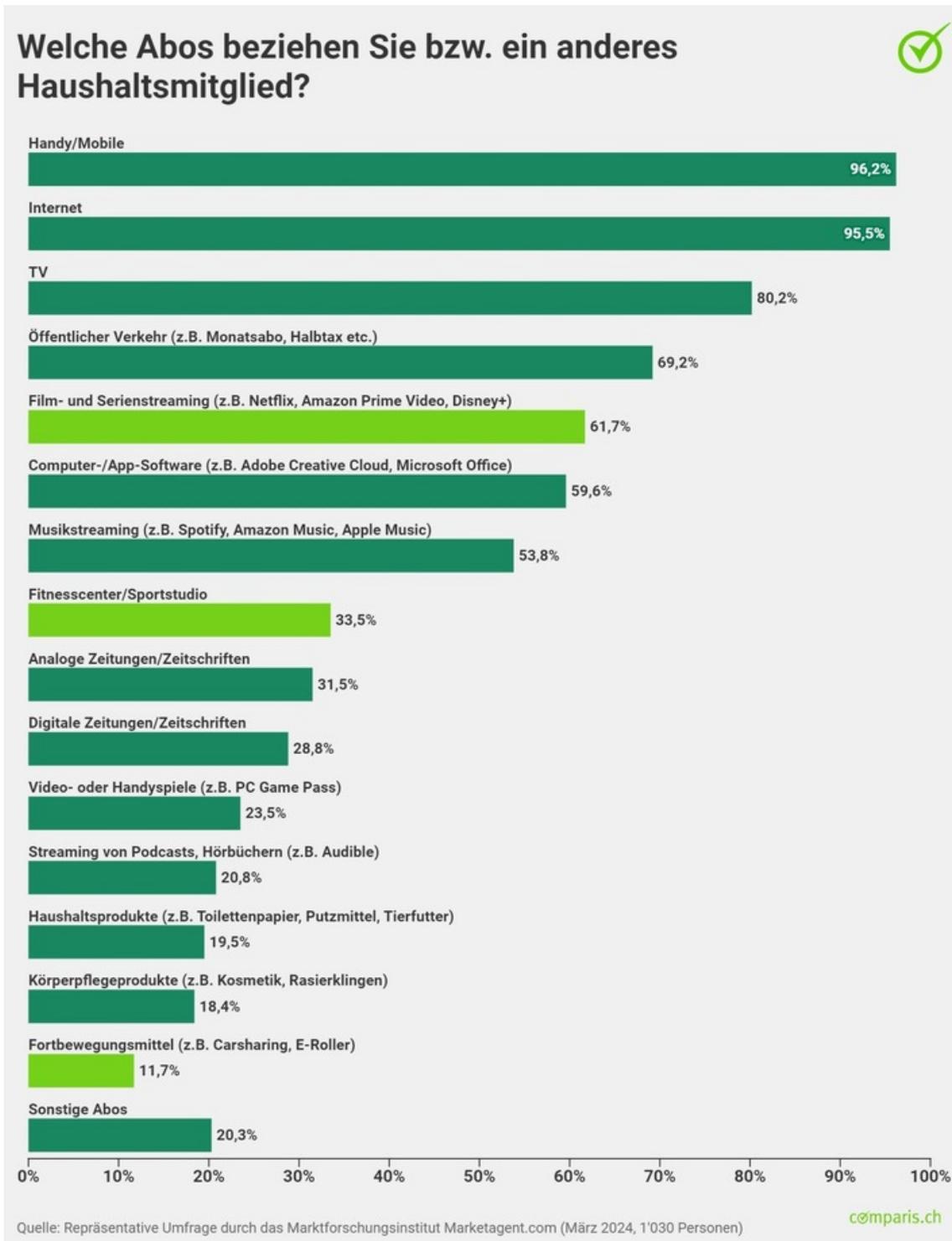


04.04.2024 – 00:30 Uhr

Medienmitteilung: Film- und Serienstreaming-Abos sind fast doppelt so beliebt wie Sportabos



Medienmitteilung

Repräsentative Umfrage zur Abonutzung in der Schweiz

Film- und Serienstreaming-Abos sind fast doppelt so beliebt wie Sportabos

Handy- und Internetabos sind in der Schweiz die meistgenutzten Abos mit einer Abdeckung von über 96 Prozent der Haushalte. Fast zwei Drittel der erwachsenen Bevölkerung in der Schweiz haben im Haushalt überdies ein Abo zum Streamen von Filmen und Serien wie Netflix & Co. Demgegenüber besitzen nur 33,5 Prozent ein Sportabo. Das zeigt eine repräsentative Umfrage von Marketagent.com Schweiz und Comparis. «Streaming-Abos gehören für immer mehr Leute zum digitalen Lifestyle zwingend dazu, während man sich auch ohne teures Abo sportlich betätigen kann», meint Cornelia Eck,

Geschäftsführerin von Marketagent.com Schweiz.

Zürich, 4. April 2024 – Die Schweizer; ein Volk von Couch-Potatoes? Wenn es um die Abonutzung geht, drängt sich der Gedanke auf. Das zeigt eine repräsentative Befragung des Marktforschungsinstituts Marketagent.com Schweiz und des Online-Vergleichsdienstes comparis.ch.

Demnach gibt es bei einem Drittel der Befragten im Haushalt mindestens jemanden, der ein Sport- bzw. Fitnessabo hat. Dazu zählt nicht etwa nur der Fitnessclub, sondern auch der Fussballverein oder die Yogastunde. Demgegenüber gibt es fast doppelt so häufig im Haushalt ein Abo zum Streamen von Filmen oder Serien wie Netflix, Amazon Prime, Disney+ etc.

Bis zum Pensionsalter dominiert das Streaming-Abo

Die unter 30-Jährigen nutzen beide Abo-Kategorien signifikant häufiger als die älteren Generationen (Streaming 85 Prozent, Sport 48,8 Prozent). Mit zunehmendem Alter nimmt die Nutzungsrate beider Abos ab. Über alle Generationen hinweg bis zum Pensionsalter sind dabei Streaming-Abos deutlich stärker verbreitet als Abos zur körperlichen Ertüchtigung. Nur bei den Befragten im Pensionsalter sind beide Abos etwa gleich beliebt (21,4 Prozent Streaming-Abos, 16,5 Prozent Sportabos).

Mit bewegtbildsüchtigen Kindern im Haushalt lässt sich der rapide Einbruch von Fitnessabos im Alter nur teilweise erklären. So haben zwar 77,3 Prozent der Haushalte mit minderjährigen Kindern ein Streaming-Abo und nur 55,1 Prozent keines. Aber auch bei den Sportabos dominieren die Haushalte mit Kindern deutlich (42,2 Prozent gegenüber 29,8 Prozent).

«Streaming-Abos gehören für immer mehr Leute zum digitalen Lifestyle zwingend dazu, während man sich auch ohne teures Abo sportlich betätigen kann», meint Cornelia Eck, Geschäftsführerin von Marketagent.com Schweiz.

Selbst bei den Pensionierten hat nahezu jeder Haushalt ein Handyabo

Die in der Schweiz mit Abstand am häufigsten genutzten Abos sind das Handy-/Mobilfunkabo sowie das Internetabo; beide mit einer Haushaltsabdeckung von über 95 Prozent. Selbst bei den Befragten im Pensionsalter haben 92,9 Prozent noch ein Handyabo. «Das Internetabo zu Hause und unterwegs gehört inzwischen genauso zur persönlichen Infrastruktur wie der Stromanschluss. Gerade im höheren Alter ist man ohne Internetanschluss schnell abgehängt. Zudem war die heutige ältere Rentnergeneration beim Start des Handy-Booms Ende der Neunzigerjahre noch mitten im Berufsleben und hat somit die Einführung dieser neuen Technologie noch aktiv miterlebt», so Comparis-Digitalexperte Jean-Claude Frick.

Deutlich weniger Befragte haben in ihrem Haushalt ein Abo für den öffentlichen Verkehr wie etwa ein Monatsabo oder Halbtaxabo (69,2 Prozent). Mit 71,9 Prozent sind dabei ÖV-Abos deutlich beliebter in der Deutschschweiz als in der Romandie (61,4 Prozent). Am meisten werden ÖV-Abos zudem von den unter 30-Jährigen genutzt (83,6 Prozent).

TV ist um ein Vielfaches populärer als Zeitschriftenabos

Digitale Zeitschriftenabos sind heute fast gleich hoch im Kurs wie analoge (28,8 Prozent gegenüber 31,5 Prozent). Mit je einem Drittel der Befragten ist jedoch die Rate deutlich tiefer als das noch immer populäre Fernsehen (80,2 Prozent).

«Informationsvermittlung per geschriebenen Text hat es zunehmend schwerer gegenüber Bewegtbild. Mit Blick auf die Generation Tiktok wird sich daran in Zukunft auch nichts ändern», so Frick.

Wer ein Abo hat, findet es nützlich

Wer Abos besitzt, findet diese grossmehrheitlich lohnenswert. Einzig bei Abos für Videos und Handyspiele findet nur gut die Hälfte der Befragten, das Abo lohne sich (23,5 Prozent der Befragten besitzen ein solches Abo). Die höchsten Zustimmungsraten erhalten die am meisten genutzten Kategorien Handy und Internet mit je über 90 Prozent.

Unkomplizierte Kündigung ist am wichtigsten

Am wichtigsten für den Abschluss eines Abos sind die unkomplizierte Kündigungsmöglichkeit (92,3 Prozent) sowie eine pünktliche und zuverlässige Lieferung des abonnierten Gutes (88,8 Prozent). Geschenke und Abo-Prämien hingegen werden lediglich von 48,3 Prozent der Befragten als wichtig oder sehr wichtig angesehen.

«So schnell wie ein Abo heute digital abgeschlossen ist, sollte es auch wieder gekündigt werden können. Netflix hat die Kündigung auf Ende des laufenden Monats populär gemacht, andere Anbieter sind nachgezogen. Die Hemmschwelle, ein Abo abzuschliessen, sinkt, wenn man es auch einfach wieder los wird», erklärt der Comparis-Experte.

Mehr Abos für Handy und ÖV gewünscht

Knapp die Hälfte der Befragten würde sich mehr Abos wünschen. Am grössten ist die Nachfrage nach Angeboten im Handy-/Mobile-Bereich, gefolgt vom öffentlichen Verkehr und Internet.

«Der Telecom-Markt ist träge, echte Neuerungen gibt es selten, was den Wunsch nach mehr Dynamik beim Abo-Angebot verständlich macht. Ähnlich verhält es sich beim öffentlichen Verkehr. Geänderte Mobilitätsbedürfnisse nach der Pandemie steigern den Wunsch nach neuen ÖV-Abos. Dem Wunsch sind die Mobilitätsanbieter wie z. B. die SBB aber noch nicht wirklich nachgekommen. Das flexible Guthaben-Abo Halbtax Plus blieb bisher eine erfreuliche Ausnahme», glaubt Frick.

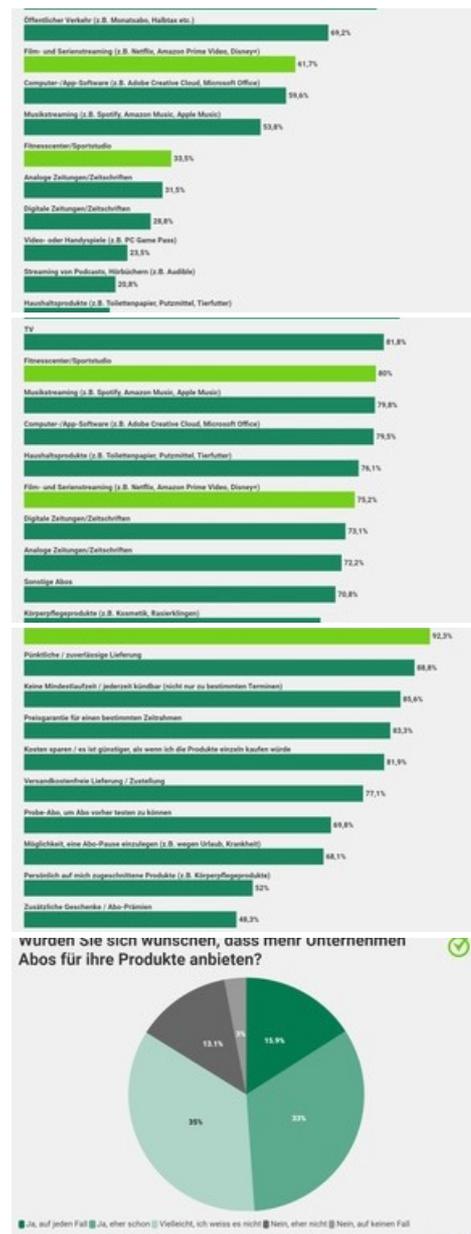
Weitere Informationen:

Jean-Claude Frick

Über comparis.ch

Mit über 80 Millionen Besuchen im Jahr zählt comparis.ch zu den meistgenutzten Schweizer Websites. Das Unternehmen vergleicht Tarife und Leistungen von Krankenkassen, Versicherungen, Banken sowie Telecom-Anbietern und bietet das grösste Schweizer Online-Angebot für Autos und Immobilien. Dank umfassender Vergleiche und Bewertungen bringt das Unternehmen Transparenz in den Markt. Dadurch stärkt comparis.ch die Entscheidungskompetenz von Konsumentinnen und Konsumenten. Das Unternehmen wurde 1996 vom Ökonomen Richard Eisler gegründet und ist in Privatbesitz. Das Unternehmen gehört heute noch zur Mehrheit dem Gründer Richard Eisler. Es sind keine anderen Unternehmen oder der Staat an Comparis beteiligt.

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100003671/100917817> abgerufen werden.