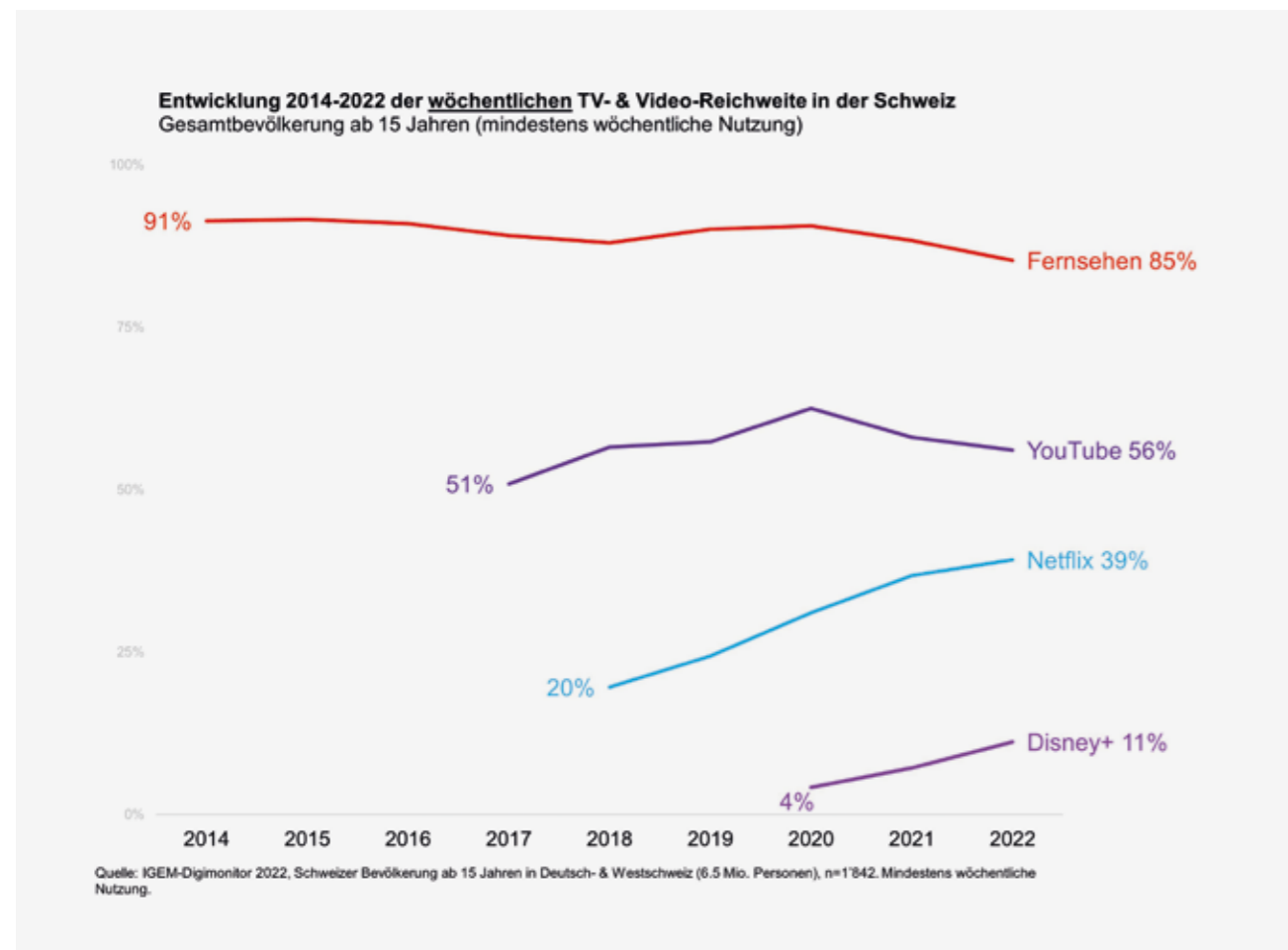


IGEM

# Highlights der screen-up

Die screen-up war auch dieses Jahr wieder ein voller Erfolg. Über 40 Sender präsentierten bei der 23. Austragung, die in der Halle 622 in Zürich-Oerlikon veranstaltet wurde, ihre Highlights. Rund 700 Gäste – so viele wie seit Langem nicht mehr – tauchten ein in ein «TV Wonderland».

Text und Grafiken: IGEM Bilder: David Biedert / screen-up



Entwicklung 2014–2022 der wöchentlichen TV- und Videoreichweite in der Schweiz Gesamtbevölkerung ab 15 Jahren (mindestens wöchentliche Nutzung)

Die 23. Ausgabe des grossen Schweizer Fernsehtags screen-up besuchten rund 700 Gäste vor Ort in Zürich. Die Interessengemeinschaft elektronische Medien (IGEM) ist seit über zwanzig Jahren Sponsor der screen-up und zeigt einige Eindrücke des grossen Schweizer Fernsehtags.

Dass TV lebt und genutzt wird, zeigt auch die Studie «IGEM-Digimonitor». Nicht nur zur screen-up lohnt sich ein Blick auf die Langzeitentwicklung der TV- und Videonut-

zung in der Schweiz: 5,5 Millionen (85 % der Bevölkerung) sehen 2022 mindestens einmal

«5,5 Millionen sehen 2022 mindestens einmal pro Woche fern.»

pro Woche fern. 3,6 Millionen (56 %) streamen wöchentlich Youtube und 2,5 Millionen

(39 %) Netflix. TV hat 3 Millionen mehr Zuschauer pro Woche als Netflix und 1,9 Millionen mehr als Youtube. TV ist das Massenmedium für die breite Bevölkerung.

