

Medienmitteilung\_Mediapulse, Bern

Radio- und TV-Nutzungszahlen, 1. Semester 2019

## Stabile Nutzungszahlen für Radio und TV

**Bern, 10. Juli 2019 – Radio und TV-Anbieter können in der Schweiz weiterhin auf eine stabile Nutzerschaft und stattliche Nutzungszeiten bauen. Das lineare Radio erreicht an einem Durchschnittstag vier Fünftel und das Fernsehen zwei Drittel der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren. Im Schnitt verbringt jede erwachsene Person in der Schweiz pro Tag 229 Minuten mit der Nutzung von Radio- oder TV-Angeboten. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten für das erste Semester 2019.**

Die Stabilität der Nachfrage nach Radio- und TV-Programmen zeigt sich exemplarisch in der Suisse romande, wo die Radio-Reichweite mit 79 Prozent und die TV-Reichweite mit 68 Prozent im ersten Halbjahr 2019 identische Werte erreichen wie im gleichen Zeitraum des Vorjahres. In der Deutschschweiz verlieren Radio mit aktuell 82 Prozent und TV mit 66 Prozent jeweils einen Prozentpunkt im Jahresvergleich. In der Svizzera italiana sinkt die TV-Reichweite ebenfalls um einen Prozentpunkt auf neu 76 Prozent, während Radio um ebenfalls einen Prozentpunkt auf nun 86 Prozent zulegen kann.

Auch die Zeitbudgets für die Nutzung von Radio und TV zeigen im Jahresvergleich nur wenige Veränderungen, was sich durch die Seh- bzw. Hördauer belegen lässt. Diese Kennzahlen geben darüber Auskunft, wie viele Minuten eine Person in der Schweiz pro Tag Fernsehen schaut oder Radio hört. Als Basis dienen dabei alle Personen und nicht nur jene, die tatsächlich den Fernseher oder das Radio einschalten. Berücksichtigt man hierbei alle erwachsenen Personen ab 15 Jahren, dann verbringen diese pro Tag durchschnittlich 229 Minuten oder knapp vier Stunden mit den beiden Mediengattungen. Von dieser Gesamtnutzungszeit entfallen schweizweit 136 Minuten auf das Fernsehen und 93 Minuten auf das Radio.

Im Vergleich zum Vorjahr steigt die Nutzungsdauer in der Suisse romande bei beiden Mediengattungen leicht an: beim Radio von 77 auf 80 Minuten, beim Fernsehen von 150 auf 151 Minuten. Komplementär dazu verzeichnet die Deutschschweiz einen leichten Rückgang: beim Radio von 99 auf 98 Minuten und einen etwas grösseren Verlust beim Fernsehen von 134 auf 128 Minuten. In der Svizzera italiana steht einer Zunahme der Hördauer von 90 auf 97 Minuten eine Abnahme der Sehdauer von 191 auf 186 Minuten gegenüber.

Durch die hohe Stabilität der Radio- und TV-Nutzung bleiben auch die grundsätzlichen Relationen im audiovisuellen Medienmarkt der Schweiz unverändert. Radio erreicht mehr Personen als TV, während TV seine Nutzerinnen und Nutzer deutlich länger binden kann. Radio ist in der Deutschschweiz und in der Svizzera italiana beliebter als in der Suisse romande. Dagegen findet Fernsehen in der lateinischen Schweiz mehr Zuspruch als in der grossen Sprachregion.

Die Erhebungssysteme der Mediapulse AG erfassen aus methodischen und forschungsökonomischen Gründen die Nutzung von Radio- und TV-Programmen nicht in allen Details, weshalb die präsentierten Zahlen die Nutzung von Radio- und TV-Inhalten tendenziell unterschätzen. Nicht erfasst wird etwa die TV-Nutzung an öffentlichen Orten (public viewing) sowie über mobile Geräte. Bei der Radionutzung bleiben die zeitversetzte Nutzung von Radioprogrammen sowie die Radionutzung über Kopfhörer unberücksichtigt.

*Mediapulse stellt für den Schweizer Markt alle offiziellen Kenngrößen für die Radio- und Fernsehnutzung bereit. Den Auftrag für diese Forschung erteilt die Schweizerische Eidgenossenschaft. Im Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (Art. 78-81) hält der Bund fest, dass die Mediapulse Stiftung unabhängige und wissenschaftliche Daten zur Radio- und Fernsehnutzung erheben muss und sie den Programmveranstaltern, der Forschung und der Werbebranche unter Marktbedingungen anbietet. Die Mediapulse Stiftung ist selbst nicht operativ tätig und delegiert die Umsetzung dieser Forschungs- und Vermarktungsaufgaben an ihre Tochtergesellschaft Mediapulse AG.*

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:

Richard Blatter

Sr. Partner Relations Manager

Telefon: +41 58 356 47 60

E-Mail: [richard.blatter@mediapulse.ch](mailto:richard.blatter@mediapulse.ch)