

Täglich 232 Minuten für Radio- und TV-Nutzung

Bern, 13. Juli 2021 – Im ersten Halbjahr 2021 erreichte das lineare Radio an einem Durchschnittstag mehr als drei Viertel und das lineare und zeitversetzte Fernsehen gut zwei Drittel der in Schweiz wohnhaften Bevölkerung ab 15 Jahren. Pro Tag verbrachte eine erwachsene Person im Schnitt 232 Minuten mit der Nutzung von Radio- oder TV-Angeboten. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten für das erste Semester 2021. Neben diesen Semesterdaten publiziert Mediapulse den zweiten Quartalsbericht zur Nutzung von Video- und Streaming-Plattformen.

Zwischen Januar und Juni 2021 schalteten pro Tag 67 Prozent der Schweizer Wohnbevölkerung ab 15 Jahren das Fernsehgerät ein, um die Programmangebote der TV-Sender zu nutzen. Mit 74 Prozent liegt der Wert in der Svizzera italiana höher als in den beiden anderen Sprachregionen (Deutschschweiz 66 Prozent, Suisse romande 67 Prozent). Gleiches gilt für die Dauer, die eine Person mit dem Konsum von TV-Angeboten verbringt. Diese summiert sich im Landesschnitt auf 144 Minuten pro Tag, im italienischsprachigen Landesteil dagegen auf 185 Minuten.

Das Medium Radio erreicht im gleichen Zeitraum mit einer Tagesreichweite von 77 Prozent ein deutlich grösseres Publikum als das Fernsehen. Spitzenreiter ist auch hier die Svizzera italiana, wo pro Tag 81 Prozent der erwachsenen Bevölkerung ein lineares Radioprogramm über UKW, über DAB oder über das Internet hören, gefolgt von der Deutschschweiz mit 78 Prozent und der Suisse romande mit 74 Prozent Reichweite. Betrachtet man allerdings die tägliche Nutzungsdauer pro Person, die in der Schweiz insgesamt bei 88 Minuten liegt, geht der Spitzenrang mit 93 Minuten an die Deutschschweiz vor der Svizzera italiana mit 86 Minuten und der Suisse romande mit 73 Minuten.

Der Ausbruch der Pandemie im Frühjahr 2020 hatte dem Fernsehen nicht nur mehr Zuschauer, sondern auch längere Nutzungszeiten beschert. Die aktuellen Zahlen zeigen, dass dieses Niveau nicht ganz gehalten werden konnte. Im Vergleich zum ersten Semester des Vorjahres sinkt die TV-Reichweite um einen Prozentpunkt von 68 auf 67 Prozent und die tägliche Sehdauer um eine Minute von 145 auf 144 Minuten.

Das Radio hatte unter Pandemiebedingungen im Frühjahr 2020 durch den Wegfall oder die Einschränkung relevanter Nutzungssituationen leicht an Reichweite eingebüsst, gleichzeitig aber bei der Nutzungsdauer zugelegt. Ein Jahr später setzt sich der Trend bei den Reichweiten im Vergleich zum Vorjahressemester mit einem Rückgang um einen Prozentpunkt fort. Gleichzeitig konnte der Zuwachs bei der Nutzungsdauer, die im Semestervergleich von 92 auf 88 Minuten wieder sinkt, nicht stabilisiert werden.

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.

Publikation der Radio- und TV-Daten 1. Semester 2021 auf www.mediapulse.ch.

Zweiter Quartalsreport zu den Mediapulse Streaming Data mit TV@Small-Screen

Ergänzend zur Messung der TV-Nutzung ist Mediapulse seit Anfang 2021 in der Lage, die Reichweite und das Nutzungsvolumen internationaler Video- und Streaming-Angebote innerhalb der TV-Haushalte zu quantifizieren. Sowohl der Bericht über das erste Quartal 2021 als auch der nun veröffentlichte zweite Quartalsbericht können zeigen, dass die Bewegtbildnutzung in den Schweizer Haushalten nach wie vor durch die Angebote der TV-Sender dominiert wird. Unter den berücksichtigten Non-TV-Plattformen können bisher nur YouTube und Netflix auf eine stabile tägliche Nutzerschaft bauen. Der Report zum zweiten Quartal 2021 umfasst nun auch erstmals die TV-Nutzung auf Small-Screens, also die lineare und zeitversetzte Nutzung von TV-Sendern via blue TV Air, UPC, Quickline, Teleboy, Wilmaa und Zattoo auf PC (Desktop, Laptop), Tablet und Smartphone.

2. Quartalsreport Mediapulse Streaming Data auf www.mediapulse.ch.

Über die Mediapulse AG

Mediapulse steht für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung. Als praxisnahes Unternehmen will Mediapulse mit innovativen Forschungsdienstleistungen und Datenprodukten den elektronischen Medien- und Werbemarkt Schweiz vorwärtsbringen.

Mediapulse verantwortet als Branchenorganisation bereits die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen in der Schweiz. Darauf aufbauend kann Mediapulse Synergien in der Forschung generieren und damit kosteneffiziente Lösungen anbieten, ohne auf Qualität verzichten zu müssen. In den Gremien der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden. Mediapulse ist der Wissenschaftlichkeit und Unabhängigkeit verpflichtet und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM).

Weitere Informationen unter www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Richard Blatter**
Sr. Partner Relations Manager
richard.blatter@mediapulse.ch
+41 58 356 47 60



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich