

Radio erreicht täglich über 5.3 Mio. Personen, TV mehr als 4 Millionen

Bern, 13. Juli 2022 – Im ersten Halbjahr 2022 erreichte das lineare Radio in der Schweiz an einem Durchschnittstag mehr als 5.3 Mio. Personen ab 15 Jahre. Die Programme der TV-Sender wurden täglich – live oder zeitversetzt – von über 4 Mio. Personen eingeschaltet. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten für das erste Semester 2022.

Wie jedes Semester veröffentlicht Mediapulse Eckdaten zu den beforschten Medien TV und Radio. Diese umfassen aggregierte Betrachtungen der jeweiligen Medien und erlauben eine Gesamtsicht über die Nutzung.

Radio-Nutzung im 1. Semester 2022

Die linearen Angebote der privaten und öffentlichen Radiosender wurden im ersten Halbjahr täglich von 5.35 Mio. Personen ab 15 Jahren genutzt. Dies entspricht einer Nettoreichweite von 74 Prozent und bedeutet, dass die Gattung Radio in der Schweiz täglich drei von vier erwachsenen Personen erreicht. Im Vergleich der Sprachregionen schwankt diese relative Grösse des täglichen Radiopublikums zwischen 79 Prozent in der Svizzera italiana, 75 Prozent in der Deutschschweiz und 70 Prozent in der Suisse romande. Wer das lineare Radio nutzt, tut dies pro Tag im Schnitt 105 Minuten lang. Die grösste Ausdauer zeigen dabei die Hörer in der Deutschschweiz mit einer täglichen Hördauer von 110 Minuten, während dieser Wert in der Westschweiz bei lediglich 89 Minuten liegt.

Die Nettoreichweite lag vor Jahresfrist bei 77 Prozent und ging damit in absoluten Zahlen um 145'000 Personen zurück. Die Hördauer pro Hörer lag ein Jahr vorher bei 114 Minuten und damit 9 Minuten über dem aktuellen Wert. Dieser Trend bei der Grösse des Publikums und beim Umfang der Radionutzung zeigt sich in allen drei Landesteilen in vergleichbarem Umfang.

Die Mediapulse Radioforschung erfasst die lineare Nutzung von Radioprogrammen über sämtliche analogen und digitalen Verbreitungsvektoren. Aus forschungstechnischen und forschungsökonomischen Gründen unberücksichtigt bleibt dabei aber zum einen jene lineare Radionutzung, die über Kopfhörer erfolgt. Nicht erfasst wird zum anderem die zeitversetzte bzw. die On-Demand-Nutzung von Radioangeboten. Hingegen ist die Nutzung von Live-Streaming erfasst, sofern diese nicht via Kopfhörer erfolgt.

TV-Nutzung im 1. Semester 2022

Während das Fernsehen im Vergleich zum Radio weniger Personen erreicht, werden die TV-Angebote in der Regel deutlich länger genutzt. Diese Grundkonstellation gilt seit vielen Jahren und bestätigt sich auch im ersten Semester 2022. An einem Durchschnittstag nutzen in diesem Zeitraum gut 4 Mio. Personen ab 15 Jahren die Angebote der TV-Sender, entweder live oder zeitversetzt. Bezogen auf alle Personen ab 15 Jahren, die in Haushalten mit einem oder mehreren TV-Geräten leben, entspricht dies einer Nettoreichweite von 61 Prozent. Das grösste Publikum findet sich auch beim TV in der Svizzera italiana mit einer Gattungsreichweite von 70 Prozent. In den anderen beiden Sprachregionen liegt dieser Wert im Landesschnitt, d.h. bei 61 Prozent.

Jeder TV-Zuschauer verbringt derzeit im Schnitt 200 Minuten pro Tag mit dem Konsum von TV-Programmen. 73 Prozent dieser Nutzungsdauer entfallen auf die lineare TV-Nutzung und 27 Prozent auf das so genannte Replay TV, also den zeitversetzten TV-Konsum. Auch beim TV variiert die Nutzungsdauer pro Seher über die drei Sprachregionen. Den Spitzenrang hält einmal mehr der südliche Landesteil mit 234 Minuten oder knapp 4 Stunden pro Tag, während die Zuschauer und Zuschauerinnen in der Deutschschweiz täglich lediglich 189 Minuten, also etwas mehr als drei Stunden, ins TV-Programm investieren.

Im Vergleich zum ersten Semester 2021 geht die Tagesreichweite von damals 67 um 6 Prozentpunkte zurück und bleibt damit auf jenem Niveau, das schon im zweiten Semester 2021 gemessen wurde. Die Nutzungsdauer je Nutzer verringert sich im Jahresvergleich von 217 auf 200 Minuten und liegt damit nur noch 4 Minuten über dem TV-Nutzungsvolumen vor dem Coronaausbruch.

Die von Mediapulse verantwortete Fernsehforschung gibt Auskunft über die lineare und zeitversetzte TV-Nutzung auf herkömmlichen TV-Geräten (der sogenannte «Big Screen»). Eine Messlösung für die Nutzung von TV-Angeboten über alternative Endgeräte (die sogenannten «Small Screen Devices») ist implementiert, erfasst diese Nutzungsform aber noch nicht vollständig, weshalb die entsprechenden Nutzungsdaten in der Statistik für das erste Semester 2022 nicht enthalten sind.

Umstellung des TV-Mess-Systems per 1.7.2022 erfolgt

Die Daten zur TV-Nutzung beruhen für das 1. Semester 2022 letztmals auf den sogenannten TV Panel Data aus dem bisherigen Mess-System. Am 1. Juli 2022 wurde die Forschung nach einem halbjährigen Parallelbetrieb auf das neue, hybride TV-Mess-System umgestellt. Damit werden die künftigen Semester-Reports auf Basis der sogenannten TV Hi-Res Data erfolgen, welche die Panelforschung mit Nutzungsdaten aus digitalen Set-Top-Boxen anreichern.

Über Mediapulse

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen sowie von Online-Angeboten in der Schweiz. Diese Daten gelten als offizielle Währung und werden von den Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft sowie von Behörden und der Forschung genutzt.

Als praxisnahes Unternehmen will Mediapulse mit Forschungsdienstleistungen und Datenprodukten den elektronischen Medien- und Werbemarkt Schweiz vorwärtsbringen. Moderne Systeme und konstante Innovationen sorgen dafür, dass auch die Veränderung der Nutzung audiovisueller Medien abgebildet werden kann.

Mediapulse steht dabei für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz und Wissenschaftlichkeit in der Medienforschung und untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Christian-Kumar Meier**
Head of Marketing
christian-kumar.meier@mediapulse.ch
+41 58 356 47 08



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich