

## TV erreicht täglich 57 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab 3 Jahren

**Bern, 19. Januar 2023 – Im zweiten Halbjahr 2022 wurden die Programme der TV-Sender im Durchschnitt – live oder zeitversetzt – von rund 57 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab 3 Jahren eingeschaltet. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten für das zweite Semester 2022.**

Wie jedes Semester veröffentlicht Mediapulse Eckdaten zur Fernsehnutzung. Diese umfassen aggregierte Betrachtungen und erlauben eine Gesamtsicht über die Nutzung des Mediums TV in der Schweiz. Bis zum ersten Semester 2022 wurde eine gemeinsame Semesterpublikation für die Radio- und TV-Daten veröffentlicht. Ab dem zweiten Semester 2022 werden die Semesterzahlen neu für jedes Medium separat publiziert. Diese Publikationen erfolgen gestaffelt und starteten mit dem Medium Radio, gefolgt von TV und Online.

### TV-Nutzung im 2. Semester 2022

An einem Durchschnittstag nutzten im zweiten Semester 2022 gut 4.2 Mio. Personen die Angebote der TV-Sender, entweder live oder zeitversetzt. Bezogen auf alle Personen, die in Haushalten mit einem oder mehreren TV-Geräten leben, entspricht dies einer Nettoreichweite von 57 Prozent. Das grösste Publikum findet sich beim TV in der Svizzera italiana mit einer Gattungsreichweite von 64 Prozent. In der Deutschschweiz und der Suisse romande liegt dieser Wert mit 56 Prozent leicht unter dem Landesschnitt.

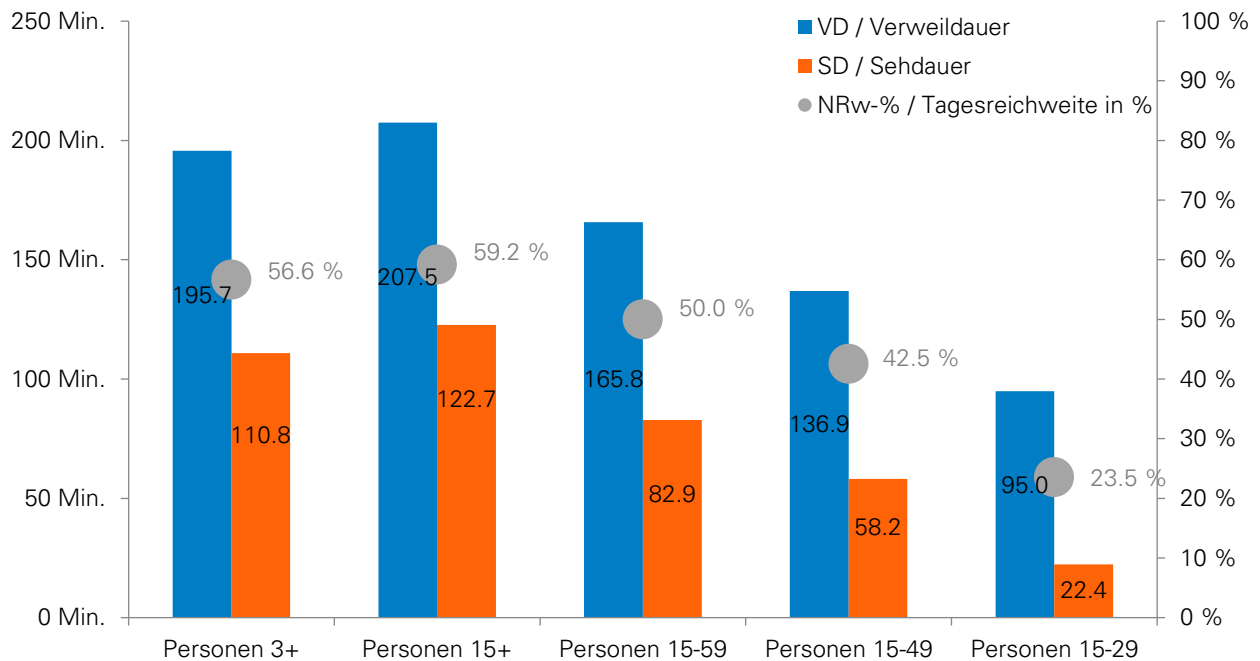
TV-Zuschauerinnen und -Zuschauer verbringen derzeit im Schnitt 196 Minuten pro Tag mit dem Konsum von TV-Programmen. Die Nutzungsdauer pro Seher (Verweildauer) variiert über die drei Sprachregionen. Den Spitzenrang hält einmal mehr die Svizzera italiana mit 222 Minuten pro Tag, gefolgt von der Suisse romande mit 219 Minuten, während die Zuschauer und Zuschauerinnen in der Deutschschweiz täglich lediglich 186 Minuten ins TV-Programm investieren.

### Vergleich mit zweitem Semester des Vorjahres

Im Vergleich zum zweiten Semester 2021 geht die Tagesreichweite von damals 58 um 1 Prozentpunkt zurück. Die Nutzungsdauer je Nutzer steigt hingegen von 188 auf 196 Minuten. Dies bedeutet, dass die Gattung TV im Vergleich zum zweiten Semester 2021 etwas weniger Personen erreicht, diese das Medium aber länger nutzen. Der Rückgang der Reichweite ist in allen drei Sprachregionen vergleichbar. In der Deutschschweiz und in der Svizzera italiana um 2 Prozentpunkte, in der Suisse romande um 1 Prozentpunkt. Die Nutzungsdauer pro Seher steigt in der Svizzera italiana um 18 Minuten und in der Suisse romande um 11 Minuten, während in der Deutschschweiz ein Zuwachs von 6 Minuten verzeichnet werden kann.

## TV-Nutzung Gesamtmarkt Schweiz 2. Semester 2022

Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen



Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 01.07.2022 – 31.12.2022  
 Universum: 7'498'000 (3+) / 6'573'000 (15+) / 4'615'000 (15-59) / 3'431'000 (15-49) / 1'318'000 (15-29)  
 Stichprobe (Base Sample): 4'366 / 3'771 / 2'204 / 1'444 / 596 (alle Zielgruppen mit Gästen)  
 TVTotal, 24h, Mo-So, all Platforms, Overnight +7

### Über die Mediapulse TV-Forschung

Die von Mediapulse verantwortete Fernsehforschung gibt Auskunft über die lineare und zeitversetzte TV-Nutzung auf herkömmlichen TV-Geräten (den sogenannten «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 zweite Semester 2022 nicht enthalten sind. Am 1. Juli 2022 wurde die Forschung nach einem halbjährigen Parallelbetrieb auf das neue, hybride TV-Mess-System umgestellt. Die vorliegende Semesterpublikation basiert erstmals auf den sogenannten TV Hi-Res Data, 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](http://www.mediapulse.ch)

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Christian-Kumar Meier**

Head of Marketing

[christian-kumar.meier@mediapulse.ch](mailto:christian-kumar.meier@mediapulse.ch)

+41 58 356 47 08



Mediapulse AG

[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich