

Die Schweizer Bevölkerung nutzt das Radio deutlich länger als im Vorjahr

Bern, 13. Juli 2023 – Im ersten Halbjahr 2023 erreichte das lineare Radio in der Schweiz an einem Durchschnittstag 73 Prozent der Bevölkerung ab 15 Jahren. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten für das erste Semester 2023.

Zweimal jährlich fasst Mediapulse die Daten der Radioforschung zusammen und publiziert diese im Rahmen eines Semesterberichts. Diese umfassen aggregierte Betrachtungen und erlauben eine Gesamtsicht über die Nutzung des Mediums Radio in der Schweiz. Neben einem Semesterverlauf für den Gesamtmarkt Schweiz werden auch Daten rund um die Nutzungsdauer, entsprechende Tagesverläufe sowie die Hörerzahlen für die einzelnen Sprachregionen publiziert.

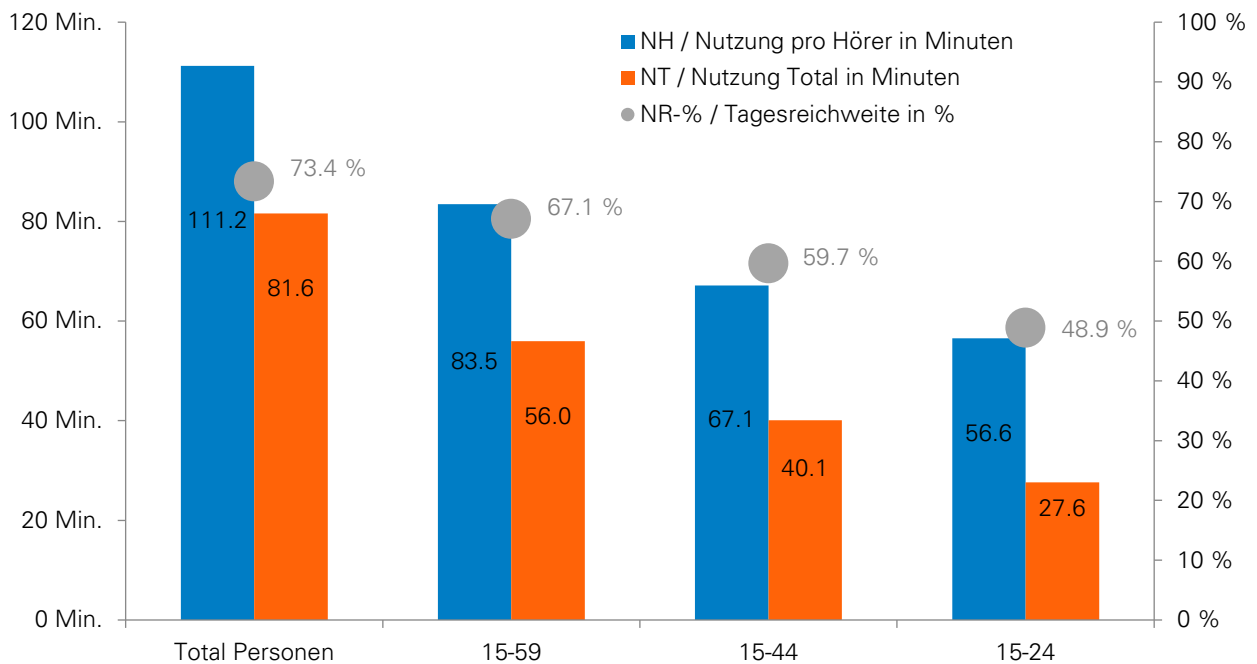
Radio-Nutzung im 1. Semester 2023

Die linearen Angebote der privaten und öffentlichen Radiosender wurden im ersten Halbjahr 2023 täglich von 73 Prozent (rund 5.3 Mio. Personen der Schweizer Bevölkerung ab 15 Jahren) genutzt. Das bedeutet, dass die Gattung Radio in der Schweiz an einem Durchschnittstag knapp drei Viertel der erwachsenen Bevölkerung erreicht. Im Vergleich der Sprachregionen schwankt diese relative Grösse des täglichen Radiopublikums zwischen 80 Prozent in der Svizzera italiana, 74 Prozent in der Deutschschweiz und 70 Prozent in der Suisse romande. Wer das lineare Radio nutzt, tut dies pro Tag im Schnitt 111 Minuten lang (sogenannte Hördauer). Am längsten nutzen die Deutschschweizer mit einer täglichen Hördauer von 117 Minuten das Medium Radio, während dieser Wert in der Suisse romande mit 95 Minuten deutlich unter dem Durchschnitt liegt.

Im Vorjahresvergleich sinkt der Anteil der Radiohörerinnen und -hörer an der Gesamtbevölkerung von 74 auf 73 Prozent. Die Hördauer pro Person nimmt hingegen stark zu und steigt von 105 auf 111 Minuten. Mit anderen Worten: Im Vorjahresvergleich nutzen etwas weniger Personen das Radio deutlich länger. Heruntergebrochen auf die drei Sprachregionen zeigt sich ein unterschiedliches Bild pro Region. In der Deutschschweiz sinkt die Reichweite um einen Prozentpunkt auf 74 Prozent, während die Hördauer von 110 auf 117 Minuten steigt. In der Suisse romande bleibt die Reichweite bei 70 Prozent stabil und die Hördauer nimmt um sechs Minuten zu (von 89 auf 95 Minuten). In der Svizzera italiana wiederum steigt sowohl die Reichweite (von 79 auf 80 Prozent) als auch die Hördauer (von 102 auf 106 Minuten).

Nutzung Gesamtmarkt Schweiz

Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen



Quelle: Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Zeitraum: 1.1.2023-30.6.2023

Universum (T): 7'261.3 (15+) / 5'141.9 (15-59) / 3'291.6 (15-44) / 879.5 (15-24)

Uhrenträger: 8'836 / 6'292 / 3'991 / 1'002, Messtage: 304'366 / 209'010 / 126'792 / 30'293, 24h, Mo-So

Über die Mediapulse Radio Data

Die Messung der Radionutzung erfolgt innerhalb eines Panels und beruht auf dem technischen Prinzip des Audiomatchings. Als Messgerät bei den Panelistinnen und Panelisten dient eine Armbanduhr. Dabei wird die lineare, also zeitgleiche Nutzung von Radioprogrammen über sämtliche analogen und digitalen Verbreitungsvektoren erfasst. Die Nutzung von zeitgleichem Streaming jedoch nur, sofern diese nicht via Kopfhörer erfolgt. Aus forschungstechnischen und -ökonomischen Gründen bleibt die lineare Radionutzung, die über Kopfhörer erfolgt, unberücksichtigt. Nicht erfasst wird zudem die zeitversetzte bzw. die On-Demand-Nutzung von Radioangeboten.

Die Medienwissenschaftliche Kommission (MWK) – bestehend aus wissenschaftlichen Experten der Medienforschung, Forschungsmethodik, Kommunikation und Publizistik – wacht über die Qualität der von Mediapulse angewandten Forschungsmethoden. Die MWK bewertet die Gesamtkonzeption der Radioreichweitenmessung durch die Mediapulse AG grundsätzlich positiv. Das Management Summary des aktuellen Audit-Berichts 2022 befindet sich auf der Mediapulse-Website unter folgendem [Link](#)

Die Radio-Forschung blickt auf fünf stabile Jahre Betrieb zurück. Auf Anfang 2023 wurden nun zwei Anpassungen umgesetzt. Zum einen wurde die tägliche Stichprobengrösse um 20 Prozent reduziert. Mit dieser Massnahme konnte dem Wunsch des Radiomarktes nach einer Senkung der Forschungskosten entsprochen werden. Zum anderen wurde ein optimiertes Verfahren zur Identifikation und Bereinigung von Fehlmessungen (False Positives) eingeführt, womit die Validität der Nutzungsdaten – insbesondere bei der Abbildung von Longtail-Sendern – verbessert werden konnte.

Die Reduktion des Samples hat keine Auswirkung auf das Messniveau. In Hinsicht auf die Bereinigung der False Positives zeigten Paralleltests folgende Effekte: Auf die Nettoreichweite von RadioTotal wirkt sich die

Bereinigung leicht vermindert, auf die Nutzung Total in Minuten hat sie keinen merklichen Einfluss. Die vorläufige Analyse der Daten des ersten Semesters zeigt ein sehr ähnliches Bild zu den Daten des ersten Semesters 2022. Mit Abschluss des ersten vollen Jahres im optimierten System wird Mediapulse in der Lage sein, Effekte der Sampleanpassungen auf die Messqualität zu beurteilen.

Weiterentwicklung

Im Jahr 2022 hat sich eine Arbeitsgruppe des Radiomarktes formiert, welche die forschungsbezogenen Bedürfnisse der Radioanbieter gebündelt und in Form eines Briefings zur Weiterentwicklung der Radioforschung an Mediapulse weitergeleitet hat. Auf Basis dieses Briefings haben sich die Vertreter der Arbeitsgruppe und die forschungsverantwortlichen von Mediapulse darauf verständigt, auf der kurzen Zeitachse zwei konkrete Weiterentwicklungsziele zu priorisieren und zu verfolgen:

- die Integration der Radionutzung über Kopfhörer soll in die Planungsdaten des Werbemarktes auf der Basis von Zusatzbefragungen und mit Rückgriff auf kalkulatorische Schätzverfahren erfolgen
- Ein Pilotprojekt zur Quantifizierung der Streaming-Nutzung von Radioangeboten auf der Basis von Zensusdaten

Zudem wurde beschlossen, die Messung von zeitversetzten und entkoppelten Inhalten zu depriorisieren und aktuell nicht weiter zu verfolgen.

Mediapulse freut sich, dem Markt Weiterentwicklungsoptionen anbieten zu können. Die Umsetzung dieser Projekte startet, falls die entsprechende Finanzierung durch den Radiomarkt gesichert ist.

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