

Hohe Tagesreichweite: TV erreicht 63 Prozent der Schweizer Bevölkerung

Bern, 21. Juli 2023 – Im ersten Halbjahr 2023 nutzten im Durchschnitt 63 Prozent der Schweizer Bevölkerung ab drei Jahren die Programme der TV-Sender live oder zeitversetzt. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten.

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

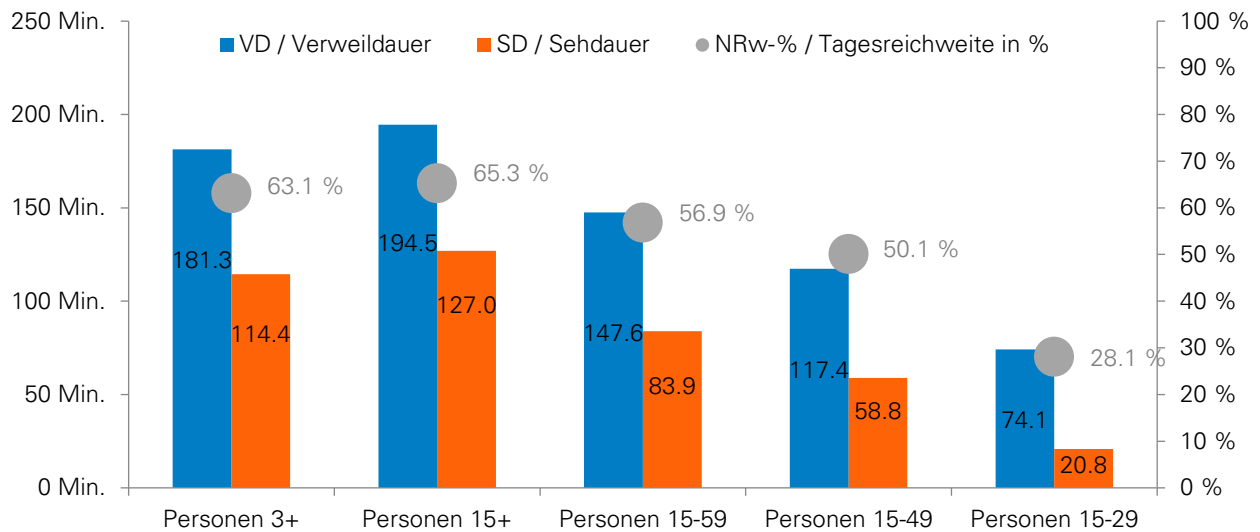
TV-Nutzung im 1. Semester 2023

An einem Durchschnittstag nutzten im ersten Semester 2023 gut 4.8 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 63 Prozent. Der Blick auf die Sprachregionen zeigt, dass dieser Wert in der Deutschschweiz und der Suisse romande im Landesdurchschnitt liegt. In der Svizzera italiana erreichte das Medium TV hingegen rund 70 Prozent und liegt damit deutlich über dem Schnitt.

TV-Zuschauerinnen und -Zuschauer verbringen derzeit im Schnitt 181 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 214 Minuten pro Tag, gefolgt von der Suisse romande mit 198 Minuten, während die Zuschauer und Zuschauerinnen in der Deutschschweiz täglich 173 Minuten ins TV-Programm investieren.

TV-Nutzung Gesamtmarkt Schweiz 1. Semester 2023

Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen



*Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.1.2023-30.6.2023

Universum: 7'567'000 (3+) / 6'630'000 (15+) / 4'623'000 (15-59) / 3'440'000 (15-49) / 1'309'000 (15-29) Personen

Stichprobe (Base Sample): 4'413 / 3'807 / 2'220 / 1'460 / 608 (alle Zielgruppen mit Gästen)

TV Total, 24h, Mo-So, all Platforms, Overnight +7*

Über die Mediapulse TV-Forschung

Die Erhebung der TV-Nutzung beruht auf einem hybriden Mess-Ansatz, bei dem die Nutzungsdaten aus dem TV-Panel mit Nutzungsdaten auf Basis von Settop-Box-Daten angereichert und nach einem von Mediapulse entwickelten Verfahren miteinander verknüpft werden. Im Ergebnis entstehen die TV Hi-Res Data auf Basis der Nutzungsdaten von rund 5'000 physischen Panelistinnen und Panelisten und rund 15'000 virtuellen Nutzerprofilen. Mediapulse hat die TV-Forschung vor einem Jahr auf diesen hybriden Messansatz umgestellt. Seitdem läuft das System stabil und die granulareren Nutzungsdaten haben sich erfolgreich im Markt etabliert.

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 TV-Reichweitenmessung durch die Mediapulse AG grundsätzlich positiv. Das Management Summary des aktuellen Audit-Berichts 2022 sowie Summary zur Bewertung des hybriden Messansatzes befinden sich auf der Mediapulse-Website unter folgendem [Link](#)

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: **Florence Boinay**
Sr. Communications Specialist
florence.boinay@mediapulse.ch
+49 174 626 81 30



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich