

Medienmitteilung\_Mediapulse, Bern

Radio- und TV-Nutzungszahlen, 2. Semester 2019

## Täglich 213 Minuten für die Radio- und TV-Nutzung

**Bern, 9. Januar 2020 – Im zweiten Halbjahr 2019 verbrachten Personen ab 15 Jahren in der Schweiz pro Tag 213 Minuten mit der Nutzung von Radio- und TV-Angeboten. Davon entfallen 123 Minuten auf das Fernsehen und 90 Minuten auf das Radio. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Nutzungsdaten für das zweite Semester 2019.**

Zwischen Juli und Dezember 2019 schalteten pro Tag 63 Prozent der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren das Fernsehgerät ein, um die Programmangebote der TV-Sender zu nutzen. Während die Deutschschweiz mit 62 Prozent und die Suisse romande mit 64 Prozent vergleichbare TV-Reichweiten aufweisen, erreicht das Fernsehen in der Svizzera italiana eine tägliche Durchdringung von 70 Prozent. Auch bei der Verweildauer, d.h. bei der Nutzungszeit pro TV-Nutzer, zeigt der südliche Landesteil mit 234 Minuten die grösste TV-Affinität. In der Suisse romande liegt dieser Wert bei 214 Minuten und in der Deutschschweiz bei 187 Minuten.

Das Medium Radio bedient im gleichen Zeitraum mit einer Tagesreichweite von 81 Prozent ein deutlich grösseres Publikum als das Fernsehen. Spitzenreiter ist auch hier die Svizzera italiana mit einer Radioreichweite von 85 Prozent, gefolgt von der Deutschschweiz mit 81 Prozent und der Suisse romande mit 78 Prozent. Wer in der Schweiz Radio hört, tut dies im Schnitt 112 Minuten pro Tag. Die längste Radiohördauer findet sich mit 117 Minuten Nutzung je Hörer in der Deutschschweiz, während die Bewohner des französischsprachigen Landesteils mit 98 Minuten auch in dieser Kategorie den geringsten Wert aufweisen.

Im Zeitvergleich zum Vorjahr zeigt sich bei der von Mediapulse erfassten TV-Nutzung über herkömmliche TV-Geräte, dass die Fernsehprogramme im zweiten Halbjahr 2019 schweizweit etwas weniger Personen erreichten und diese auch weniger lang binden konnten. Gegenüber dem zweiten Semester 2018 sank die Tagesreichweite um zwei Prozentpunkte von 65 auf 63 Prozent und die Verweildauer um 2 Minuten von 198 auf 196 Minuten. Derselbe Trend lässt sich auch für das Medium Radio feststellen. Auch hier gibt die Reichweite um zwei Prozentpunkte von 83 auf 81 Prozent nach, während sich die tägliche Nutzungsdauer je Hörer um 7 Minuten von 119 auf 112 Minuten reduziert.

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.

**Über die Mediapulse AG**

*Die Mediapulse AG verantwortet als unabhängige Forschungsorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen in der Schweiz. Moderne Systeme und konstante Innovationen sorgen dafür, dass auch die Veränderung der Nutzung audiovisueller Medien abgebildet werden kann. Diese Daten gelten als offizielle Währung und werden von den Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft sowie Behörden und der Forschung genutzt. Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind ein Grossteil des Marktes eingebunden. Weitere Informationen unter [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)*

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:  
Christian-Kumar Meier  
Head of Marketing & Communications  
Telefon: +41 58 356 47 08  
E-Mail: [christian-kumar.meier@mediapulse.ch](mailto:christian-kumar.meier@mediapulse.ch)