

TV erreicht täglich 4.6 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer

Bern, 19. Januar 2024 – Im zweiten Halbjahr 2023 wurden in der Schweiz die Programme der TV-Sender täglich von 61 Prozent der Bevölkerung live oder zeitversetzt genutzt. Die durchschnittliche Nutzungsdauer lag für die Gesamtbevölkerung ab drei Jahren bei 106 Minuten pro Tag. Dies zeigen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen TV-Nutzungsdaten.

Die einheimischen und ausländischen TV-Sender haben mit ihren Angeboten im vergangenen Halbjahr pro Tag 4.6 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer erreicht. Dies entspricht einer Nettoreichweite von 61 Prozent, bezogen auf alle Personen ab 3 Jahren, die in einem Privathaushalt mit einem oder mehreren TV-Geräten leben. Während der Prozentwert für die Westschweiz (61 %) dem Landesdurchschnitt entspricht und derjenige für die Deutschschweiz mit 60 Prozent knapp darunter liegt, schwingt die Svizzera italiana oben aus und erweist sich mit einer Tagesreichweite von 70 Prozent als Sprachregion mit der grössten TV-Affinität.

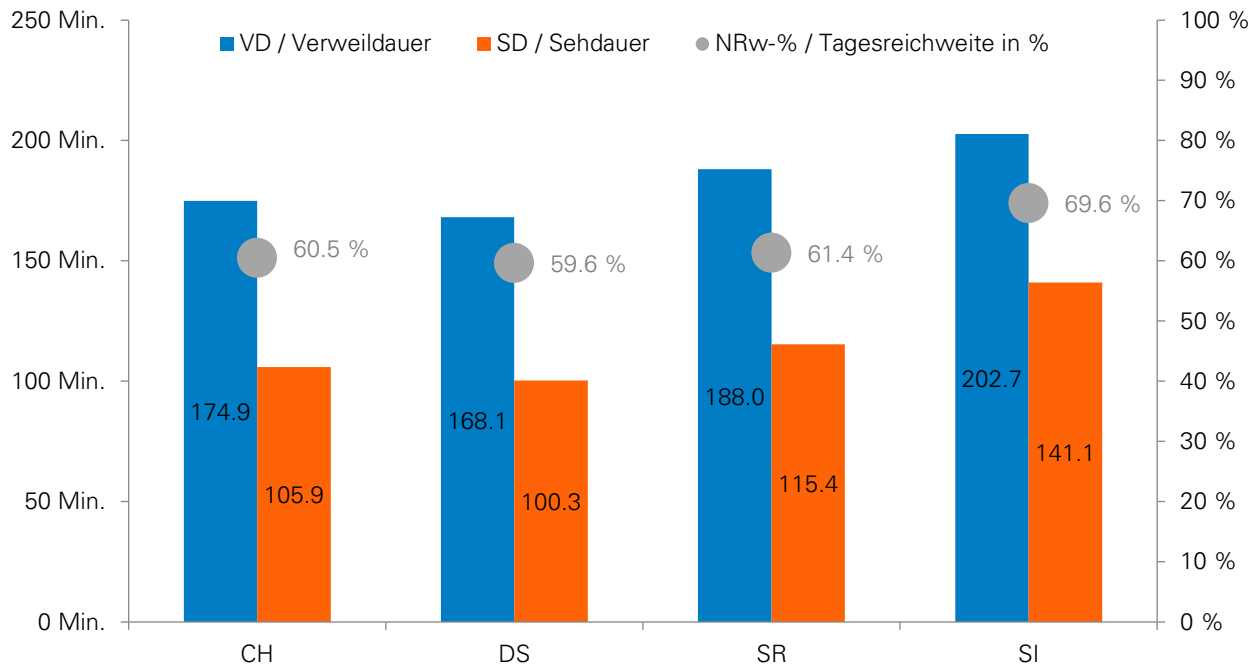
Diese Einschätzung gilt nicht nur bei der Betrachtung des Zuschaueranteils, sondern auch beim Blick auf den Nutzungsumfang. Im Schnitt investiert ein TV-Nutzer oder eine TV-Nutzerin im italienischsprachigen Landesteil pro Tag 203 Minuten in die Nutzung von TV-Programmen. Die entsprechenden Vergleichswerte sind mit 188 Minuten in der Suisse romande und mit 168 Minuten in der Deutschschweiz ebenfalls stattlich, liegen aber deutlich unter dem Spitzenwert aus dem Süden.

Legt man dieses Nutzungsvolumen pro Seher auf die Gesamtbevölkerung um, lässt sich die TV-Nutzungsdauer pro Kopf, also über alle Personen ermitteln. Diese Sehdauer liegt im zweiten Semester 2023 schweizweit bei 106 Minuten. Im zweiten Semester 2022, das massgeblich von der Fussball WM in Katar geprägt war, lag dieser Wert bei 111 Minuten, was im Vorjahresvergleich einem Rückgang um 5 Minuten bedeutet.

Im Gegensatz dazu ist die Reichweite der Gattung TV im gleichen Zeitraum von 57 Prozent auf 61 Prozent und damit um 4 Prozentpunkte bzw. um 334'000 Zuschauerinnen und Zuschauer angestiegen. Dieser Anstieg zeigt sich in allen drei Sprachregionen und beläuft sich im französischen auf 5, im italienischen Landesteil auf 6 und in der Deutschschweiz auf 4 Prozentpunkte.

TV-Nutzung Gesamtmarkt Schweiz

Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Sprachregionen



Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.7.2023-31.12.2023
 Universum: 7'567'000 (CH) / 5'344'000 (DS) / 1'883'000 (SR) / 340'000 (SI) Personen
 Stichprobe (Base Sample): 4'397 / 2'345 / 1'411 / 642 (alle Zielgruppen mit Gästen)
 TV Total, 24h, Mo-So, all Platforms, Overnight +7

Die von Mediapulse betriebene Fernsehforschung gibt Auskunft über die lineare und zeitversetzte TV-Nutzung auf herkömmlichen TV-Geräten. Eine Messlösung für die Nutzung von TV-Angeboten über alternative Endgeräte ist bereits implementiert, erfasst diese Nutzungsform aber noch nicht vollständig, weshalb die entsprechenden Nutzungsdaten in der Statistik für das zweite Semester 2023 nicht enthalten sind.

Weitere Ergebnisse zur TV-Nutzung im zweiten Halbjahr 2023 befindet sich auf der Mediapulse-Website unter folgendem [Link](#).

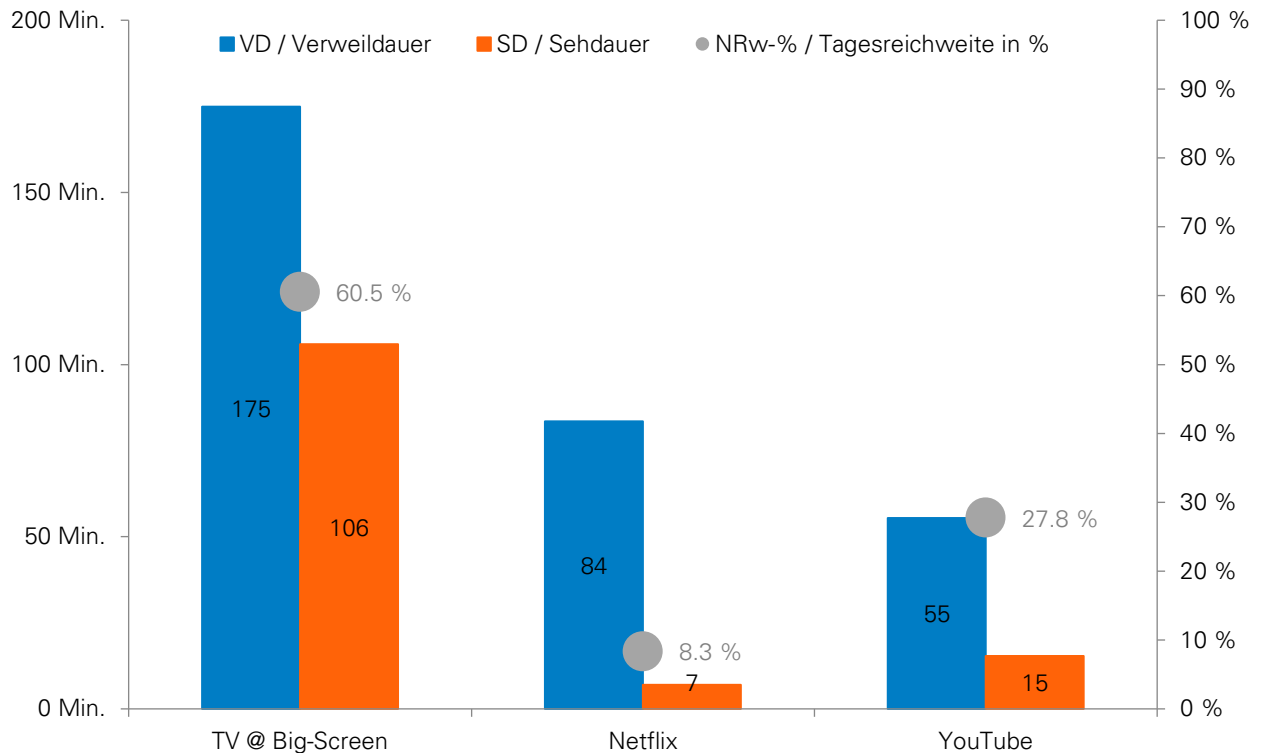
Nutzungsdaten für Streaming- und Video-Plattformen

Neben den TV-Angeboten erfasst Mediapulse seit 2021 auch die Reichweite und die Nutzungsdauer von relevanten Streaming- und Videoplattformen. Die sogenannte Streamingmessung ist wie die übrige TV-Forschung auf die Nutzung zu Hause beschränkt, berücksichtigt dort aber die Zugriffe über alle internetfähigen Geräte im Haushalt. Die Ergebnisse für das zweite Halbjahr 2023 bestätigen drei Befunde, die schon in den zurückliegenden Jahren beobachtbar waren. Erstens verzeichnen unter den erfassten Plattformen lediglich YouTube und Netflix substantielle Nutzer- und Nutzungswerte. Zweitens erreicht YouTube an einem Durchschnittstag deutlich mehr Nutzer als Netflix, kann diese Nutzer aber deutlich weniger lang binden als der Streaminganbieter. Drittens dominieren die Angebote des klassischen Fernsehens nach wie vor das Zeitbudget für Bewegtbildnutzung. Über 80 Prozent der gemeinsamen Sehdauer von TV, YouTube und Netflix at home entfallen auf die lineare oder zeitversetzte Nutzung von Fernsehprogrammen.

Frühere Ergebnisse können auf unserer [Website](#) gratis abgerufen werden. Zudem stellt Mediapulse die Streaming Data seit 2023 in einem kostenpflichtigen Dashboard zur Verfügung.

Nutzung von TV, Netflix und YouTube im Vergleich

Tagesreichweite und Nutzungsdauer



Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), CH, Personen 3+ (mit Gästen), Total TV, 1.7.2023-31.12.2023, Mo-So 24h, NRw-% / SD [Minuten] / VD [Minuten], alle Plattformen, TV-Devices, at Home, Overnight+7

Universum: 7'567'000 Personen (3+)

Stichprobe (Base Sample): 4'397 (mit Gästen)

Quelle: Mediapulse Streaming Data (Instar Analytics), CH, Personen 3+ (mit Gästen), Netflix / YouTube, 1.7.-24.8.2023 / 1.11.-31.12.2023, Mo-So 24h, NRw-% / SD [Minuten] / VD [Minuten], Online-Plattformen, alle Devices, at Home, Livestreaming

Universum: 7'567'000 Personen (3+)

Stichprobe (Base Sample): 4'392 (mit Gästen)

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 ist ein Grossteil des Marktes eingebunden.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Tanja Hackenbruch**
CEO
tanja.hackenbruch@mediapulse.ch
+41 58 356 47 01



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich