



Semesterpublikation

TV

1. Semester 2024

19.07.2024

AG für Medienforschung
SA pour la recherche sur les médias
SA per la ricerca sui media
SA per la perscrutaziun da las medias
Corporation for Media Research

Ergebnisse TV – 1. Semester 2024

Jeweils zu Beginn des neuen Semesters veröffentlicht Mediapulse – als kostenlose Dienstleistung – verschiedene Zahlen zum Fernsehkonsum des vergangenen Halbjahres.

Inhalt

• Nutzung Gesamtmarkt Schweiz	4
• Nutzung pro Sprachregion	5
• TV im Semesterverlauf Gesamtschweiz	8
• TV im Tagesverlauf pro Sprachregion	9
• Zeitversetztes Fernsehen pro Sprachregion	15
• Marktanteile pro Sprachregion	18
• Konzessionierte Regional TV-Sender	32
• Tagesverlauf und Reichweiten Gesamtschweiz	36



Kurzbeschrieb Methode

Die TV-Nutzungsforschung der Schweiz basiert auf einem hybriden TV-Mess-System. Bei diesem wird die bestehende Panelforschung mit den Daten von digitalen Set-Top-Boxen angereichert. Das hybride TV-Mess-System erhöht die Granularität der TV-Nutzungs-Daten.

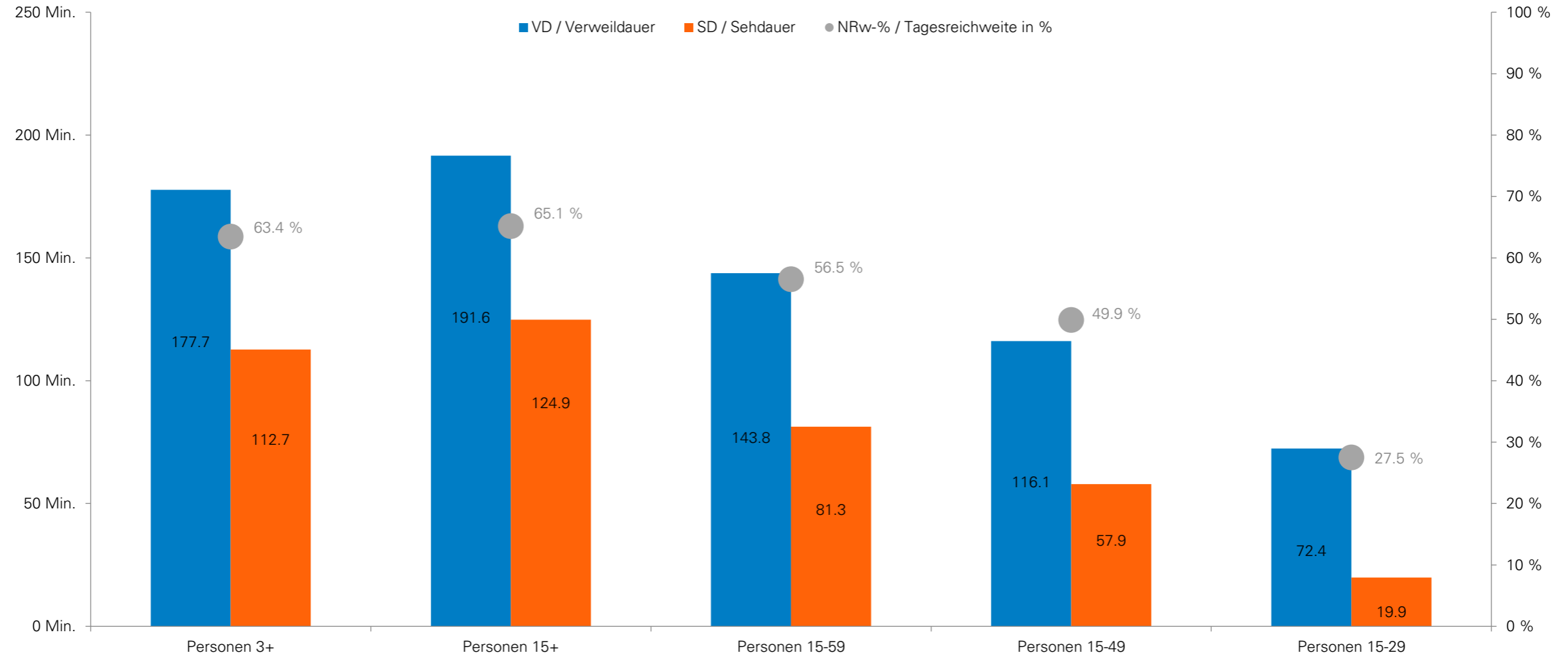
- **Universum:** Personen ab 3 Jahren in Privathaushalten mit mindestens einem TV-Gerät
- **Universumsgrösse:** ~7.6 Mio. Personen
- **Stichprobengrösse:** 4'380 Personen / 1'974 Haushalte
- **Methode:** Kontinuierliche technische Messung auf Basis Audio Matching (TV-Angebote) oder Router Meter (Streaming-/Video-Angebote) und Daten aus Set-Top-Boxen
- **Nutzungskontext:** Generell innerhalb der Haushalte (At-Home-Fokus) unter Berücksichtigung der zeitversetzten Nutzung bis sieben Tage nach Ausstrahlung. TV-Nutzung ausschliesslich auf herkömmlichen TV-Geräten. Restliche Bewegtbildangebote auf allen Screens messbar (d.h. sowohl auch via PC, Laptop, Tablet oder Smartphone und auch ausser Haus) aber noch nicht Teil der Währung.
- **Mehr Informationen zur Methode:** <https://www.mediapulse.ch/produkte/tv-data/>





Nutzungsdauer gesamte Schweiz

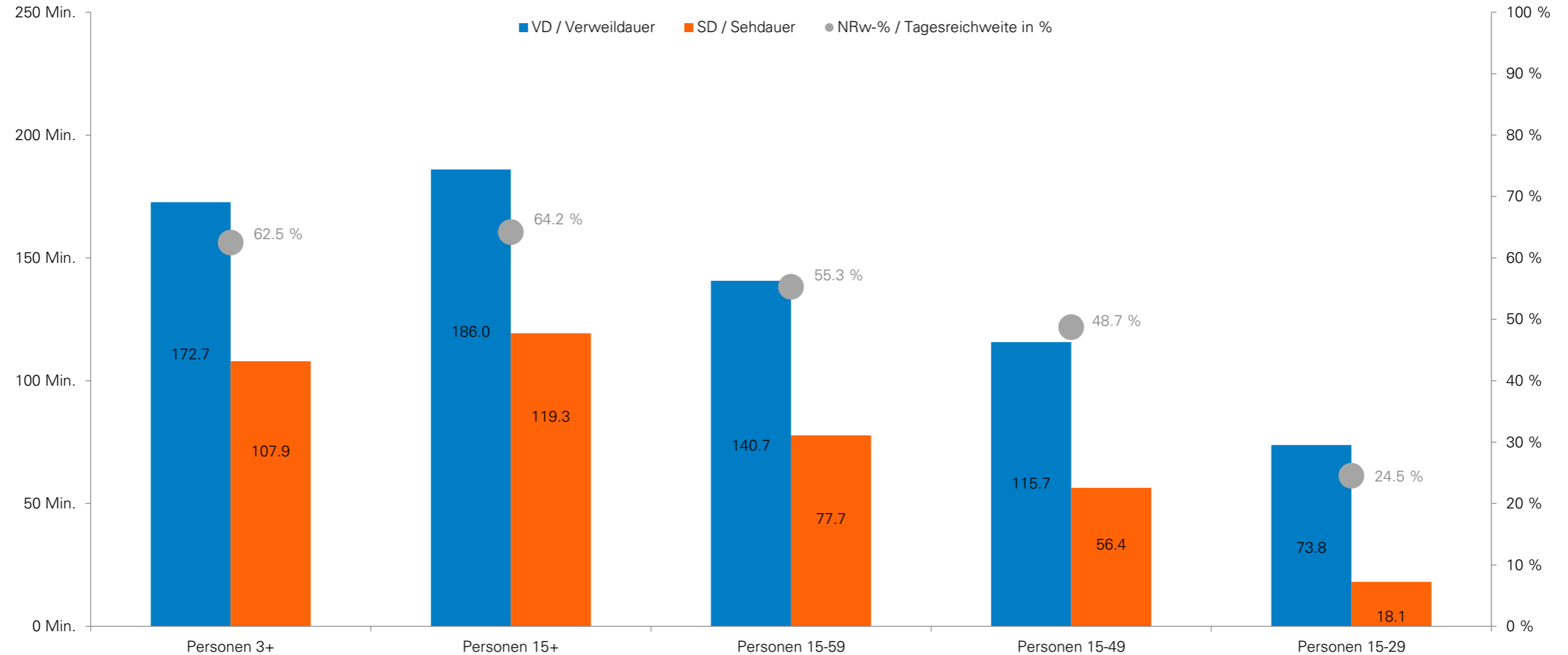
Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen





Nutzungsdauer Deutsche Schweiz

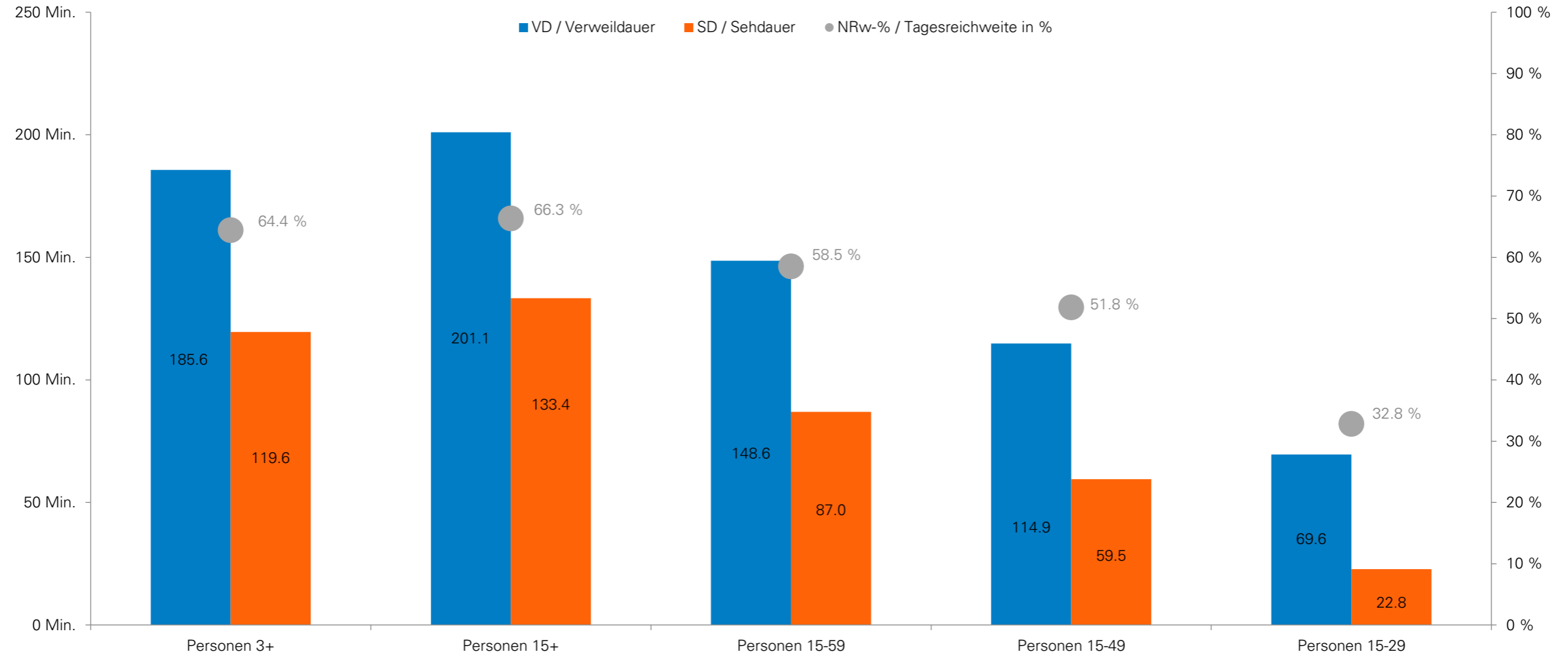
Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen





Nutzungsdauer Französische Schweiz

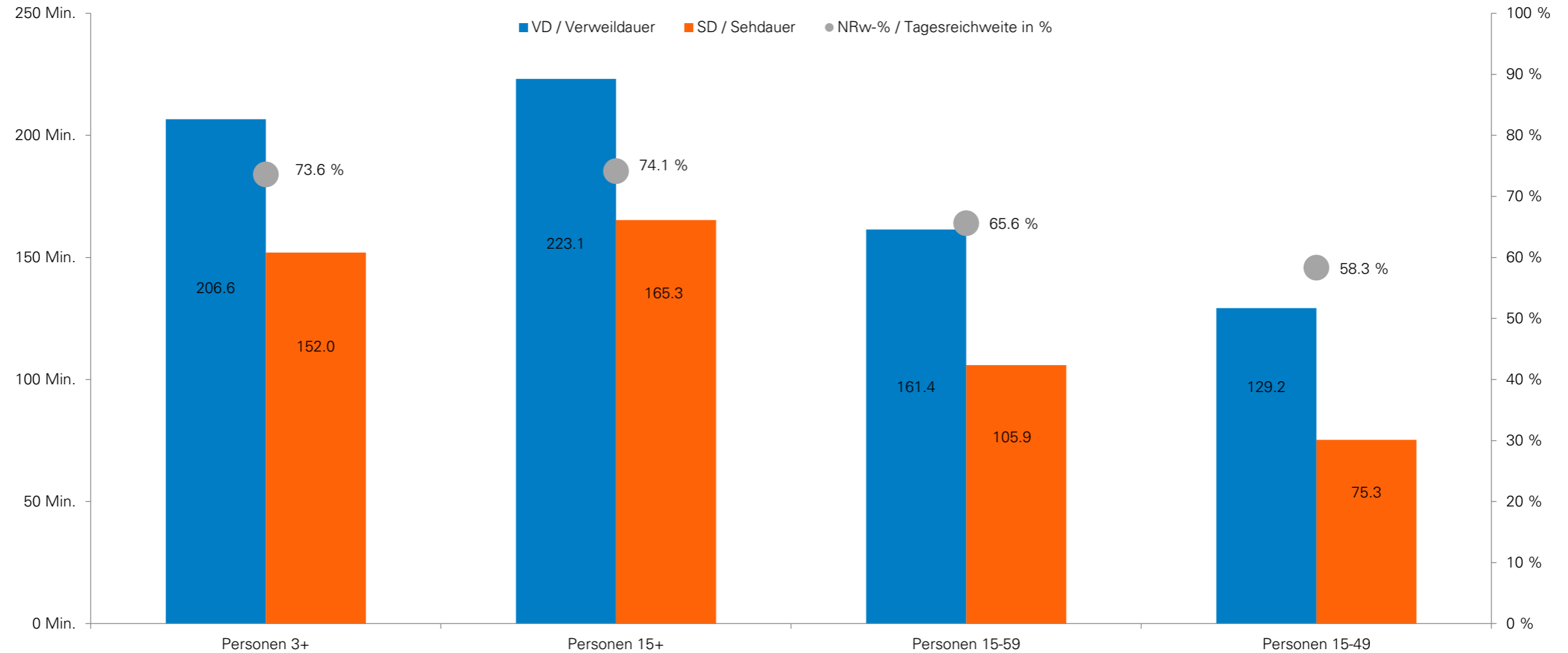
Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen





Nutzungsdauer Italienische Schweiz

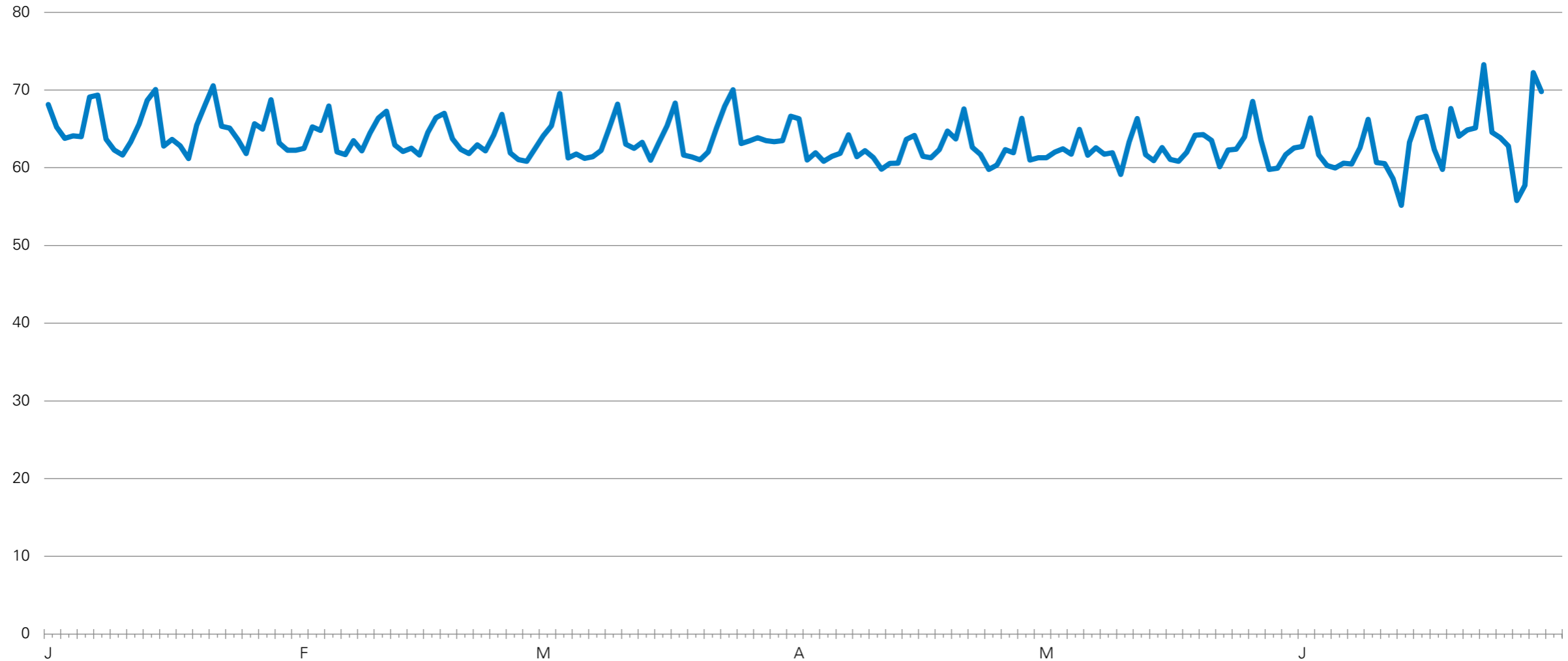
Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Alterszielgruppen





TV im Semesterverlauf Gesamtmarkt Schweiz

Netto-Tagesreichweite in Prozent

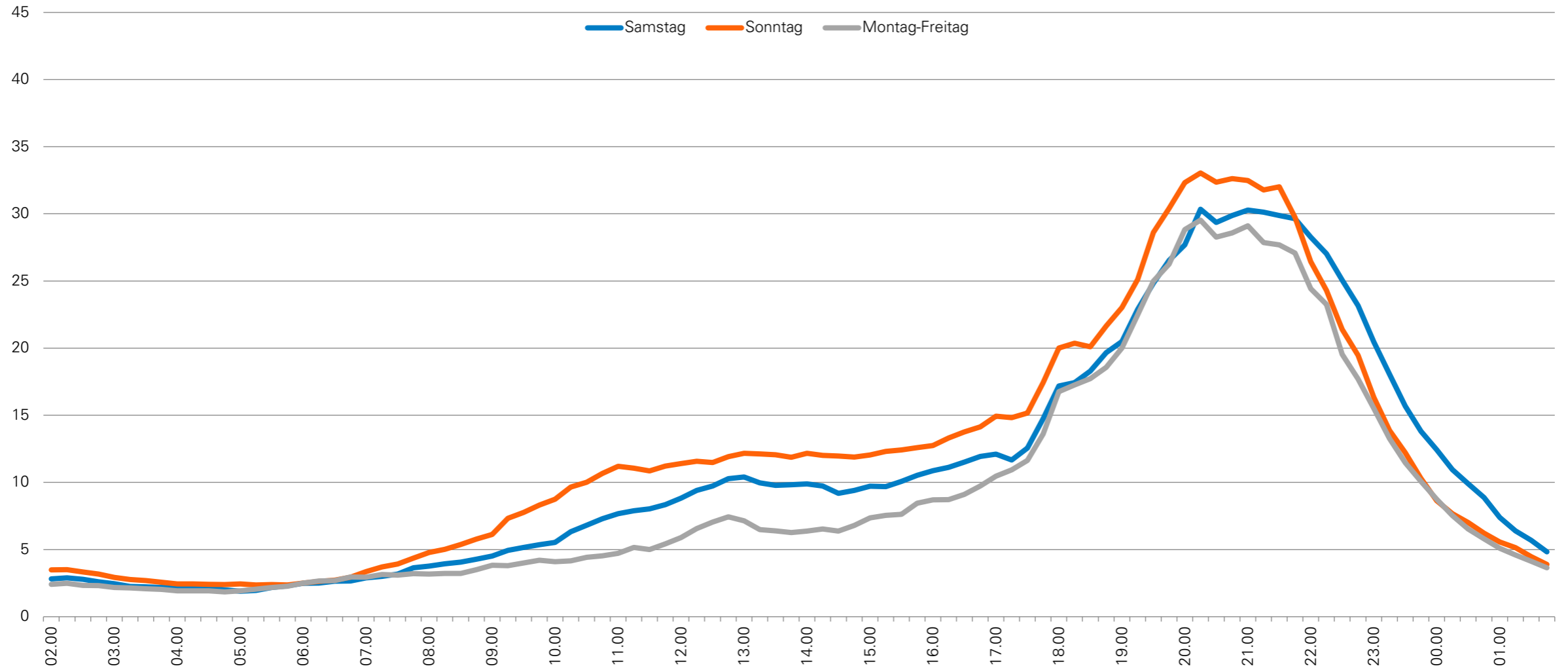




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.1.2024-30.6.2024
Universum: 5'416'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 2'309 (Mo-Fr), 2'326 (Sa), 2'320 (So), Zielgruppe 3+ (mit Gästen)
TV Total, 24h, all Platforms, Overnight +7

TV im Tagesverlauf Deutsche Schweiz

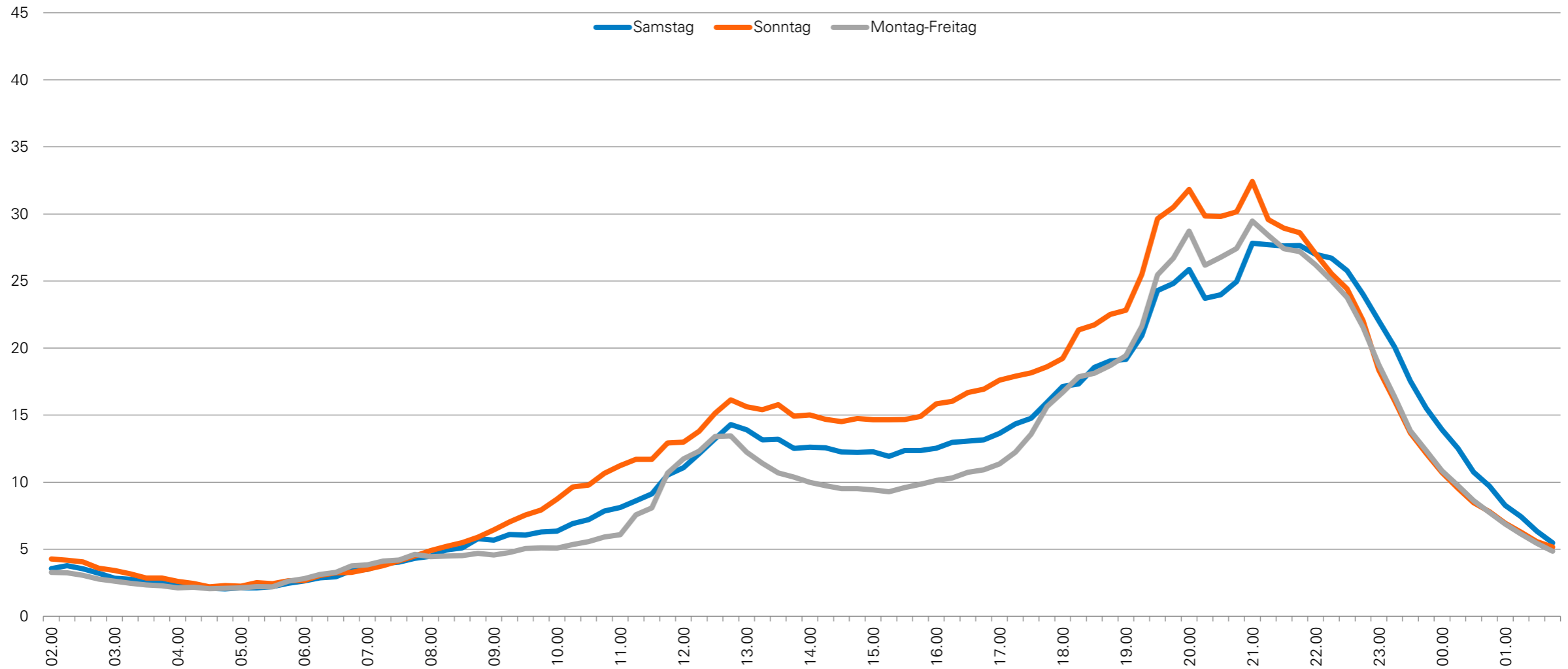
Nettoreichweite in Prozent, 3+





TV im Tagesverlauf Französische Schweiz

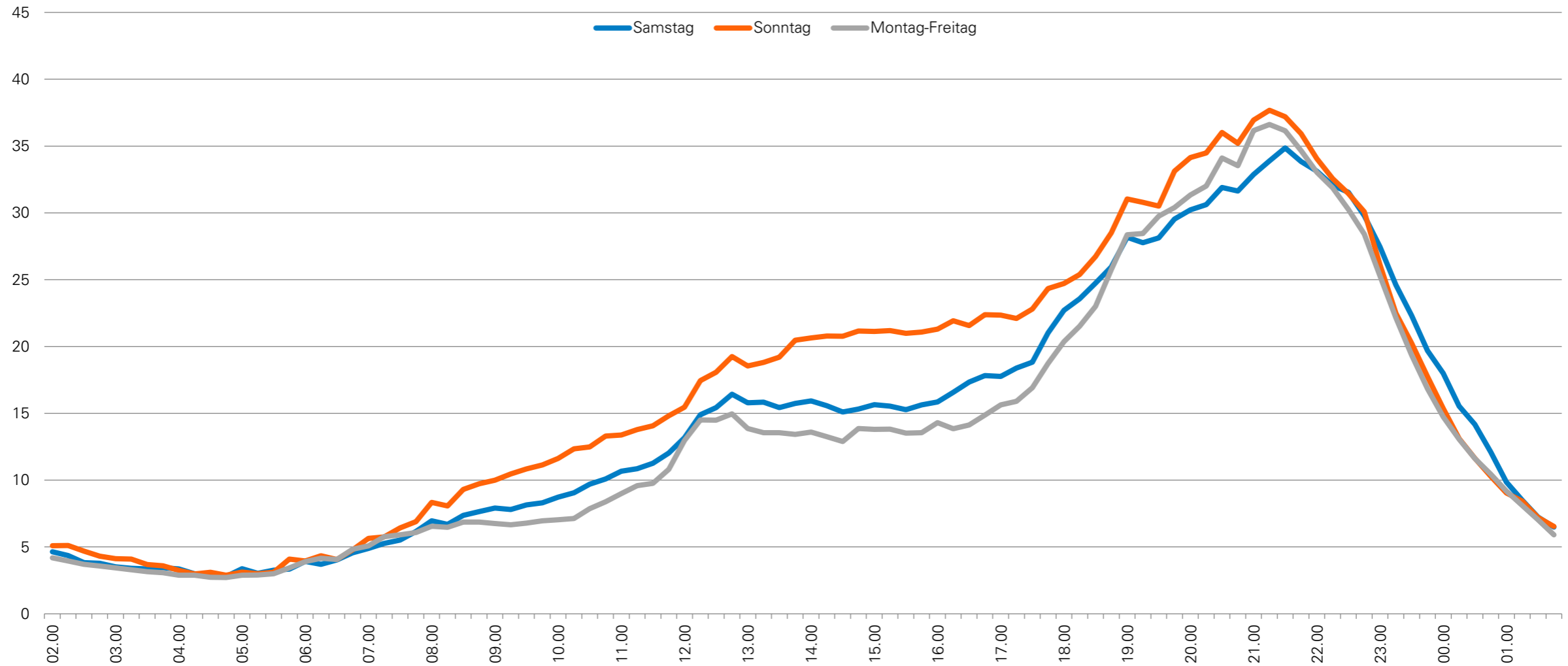
Nettoreichweite in Prozent, 3+





TV im Tagesverlauf Italienische Schweiz

Nettoreichweite in Prozent, 3+

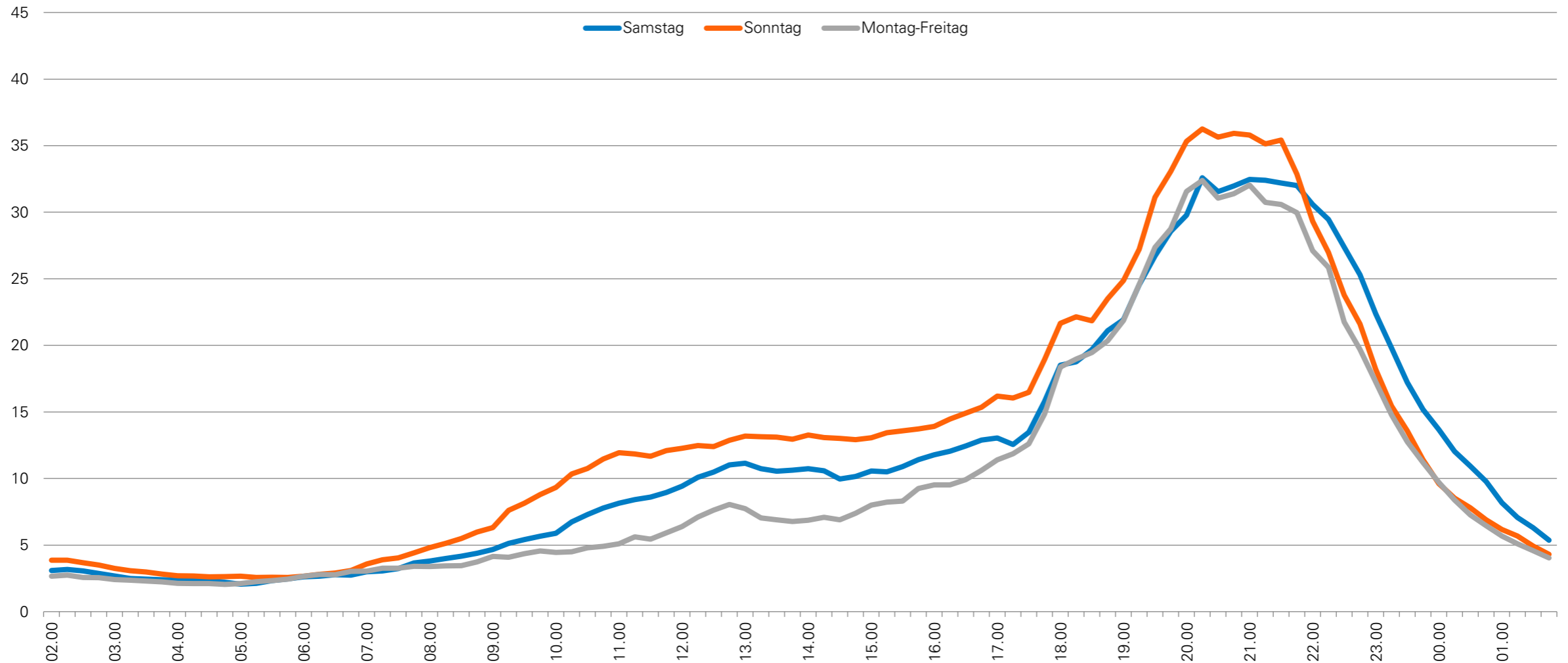




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.1.2024-30.6.2024
Universum: 4'750'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 1'995 (Mo-Fr), 2'011 (Sa), 2'007 (So), Zielgruppe 15+ (mit Gästen)
TV Total, 24h, all Platforms, Overnight +7

TV im Tagesverlauf Deutsche Schweiz

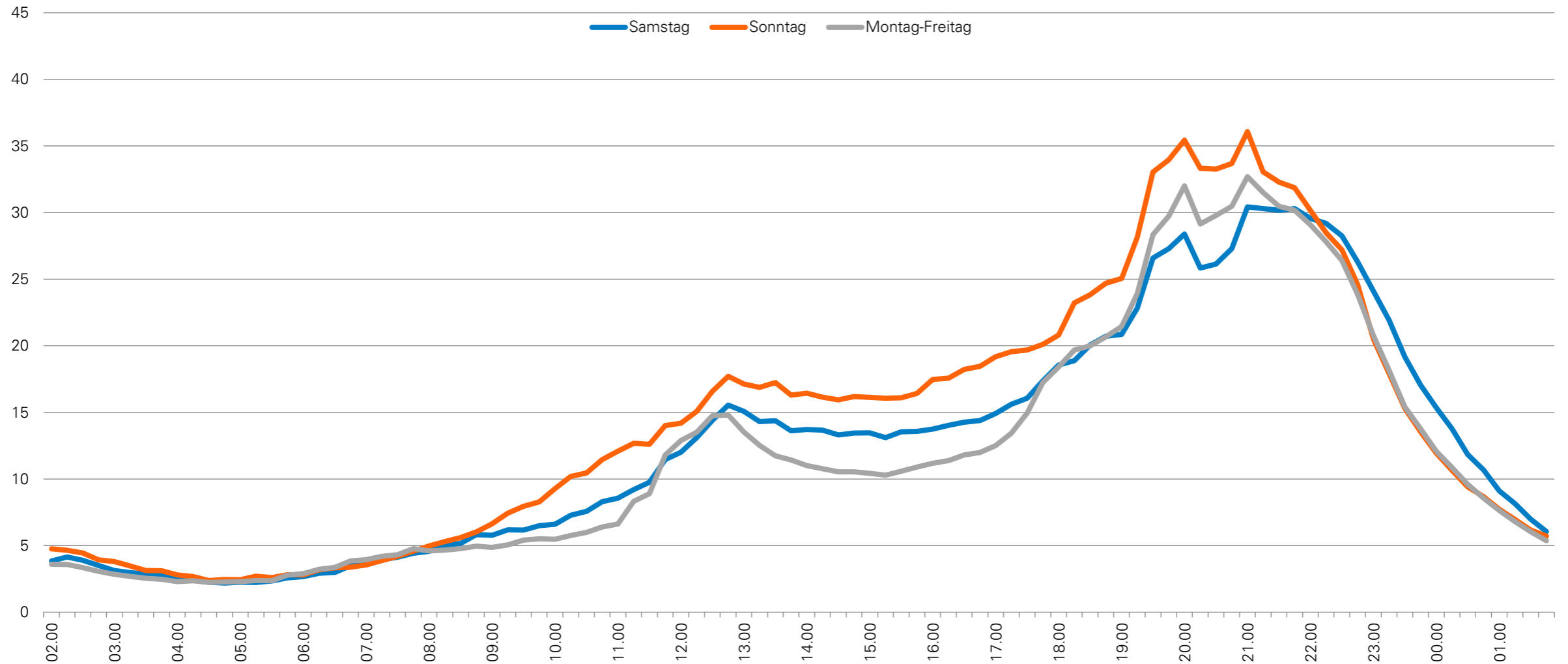
Nettoreichweite in Prozent, 15+





TV im Tagesverlauf Französische Schweiz

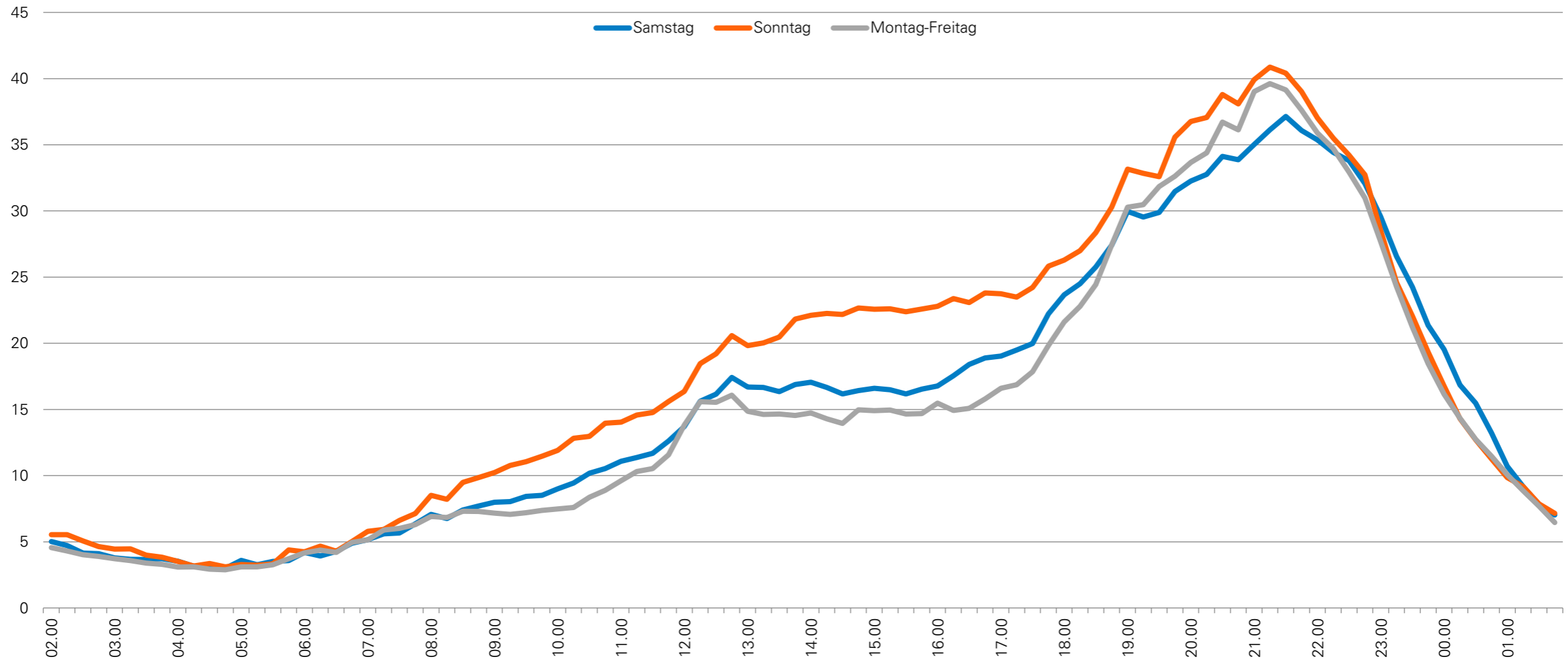
Nettoreichweite in Prozent, 15+





TV im Tagesverlauf Italienische Schweiz

Nettoreichweite in Prozent, 15+

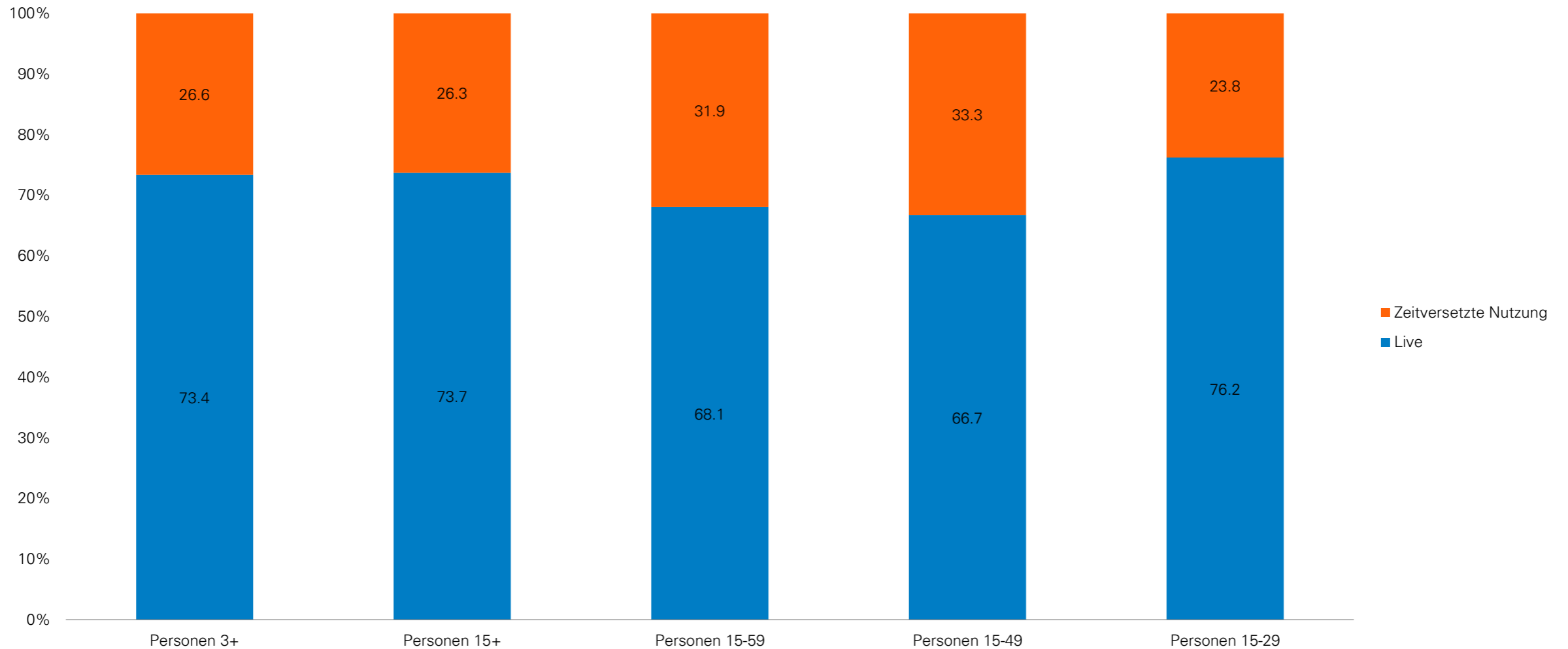




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.1.2024-30.6.2024
Universum: 5'416'000 (3+) / 4'750'000 (15+) / 3'272'000 (15-59) / 2'442'000 (15-49) / 901'000 (15-29) Personen
Stichprobe (Base Sample): 2'313 / 1'999 / 1'140 / 752 / 309 (alle Zielgruppen mit Gästen)
TV Total, 24h, Mo-So, all Platforms, Overnight +7, Live vs. TSV (Time-Shifted-Viewing) gesamt

Zeitversetztes TV Deutsche Schweiz

Anteil der gesamten TV-Nutzung auf Basis der Sehdauer

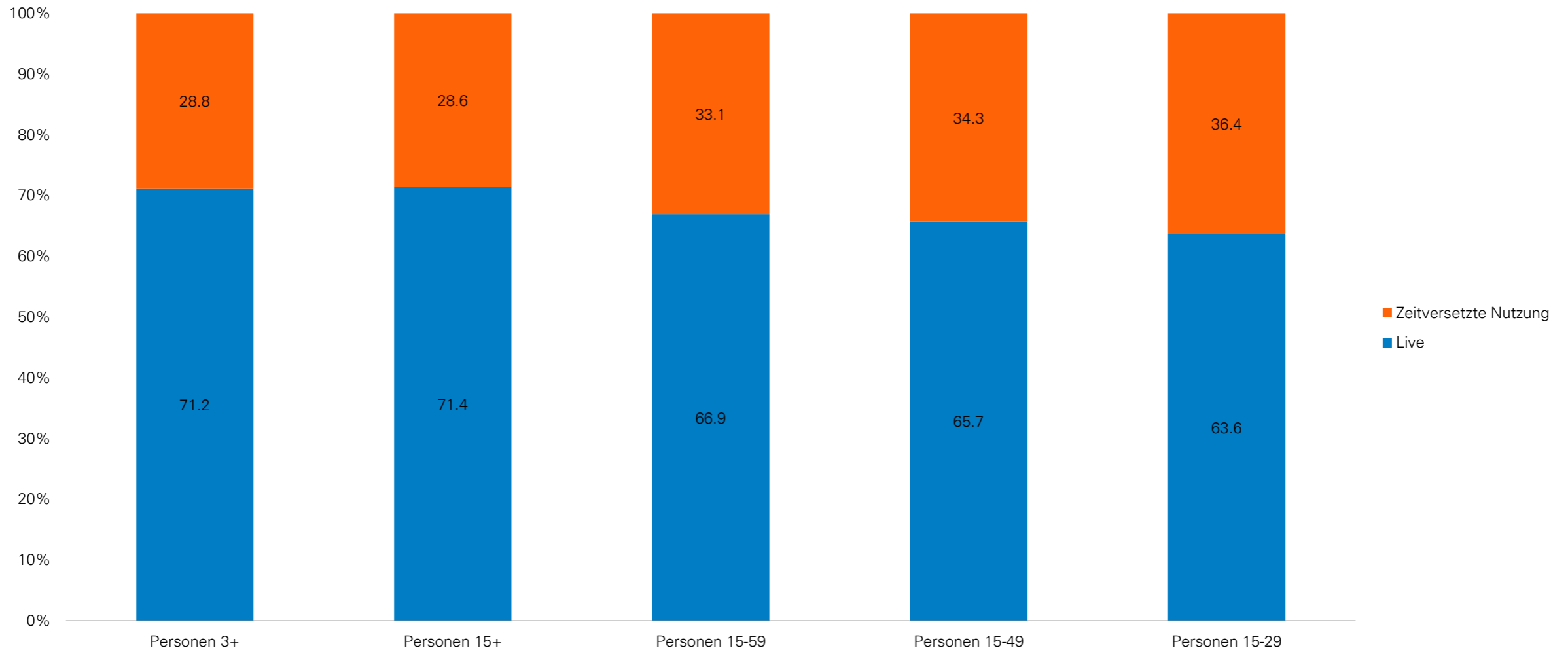




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.1.2024-30.6.2024
Universum: 1'892'000 (3+) / 1'640'000 (15+) / 1'170'000 (15-59) / 885'000 (15-49) / 344'000 (15-29) Personen
Stichprobe (Base Sample): 1'416 / 1'223 / 745 / 501 / 229 (alle Zielgruppen mit Gästen)
TV Total, 24h, Mo-So, all Platforms, Overnight +7, Live vs. TSV (Time-Shifted-Viewing) gesamt

Zeitversetztes TV Französische Schweiz

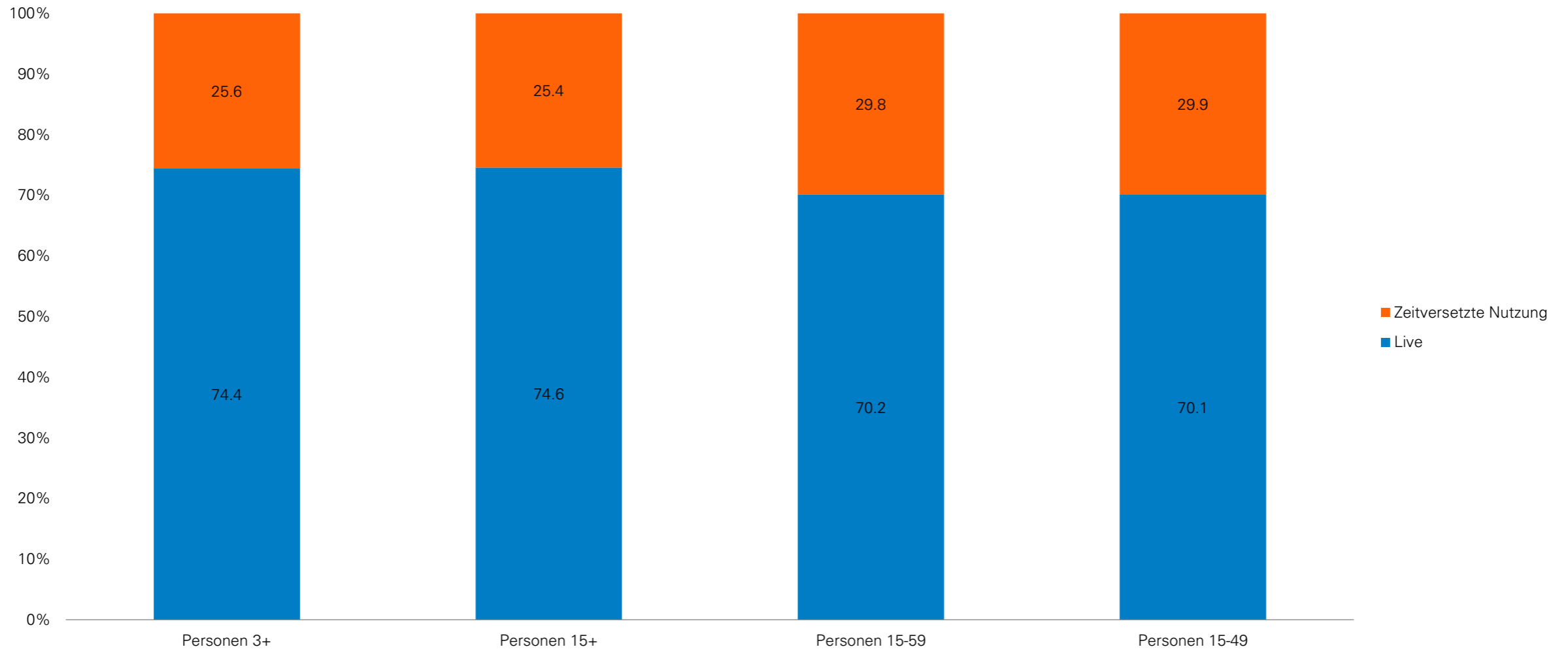
Anteil der gesamten TV-Nutzung auf Basis der Sehdauer





Zeitversetztes TV Italienische Schweiz

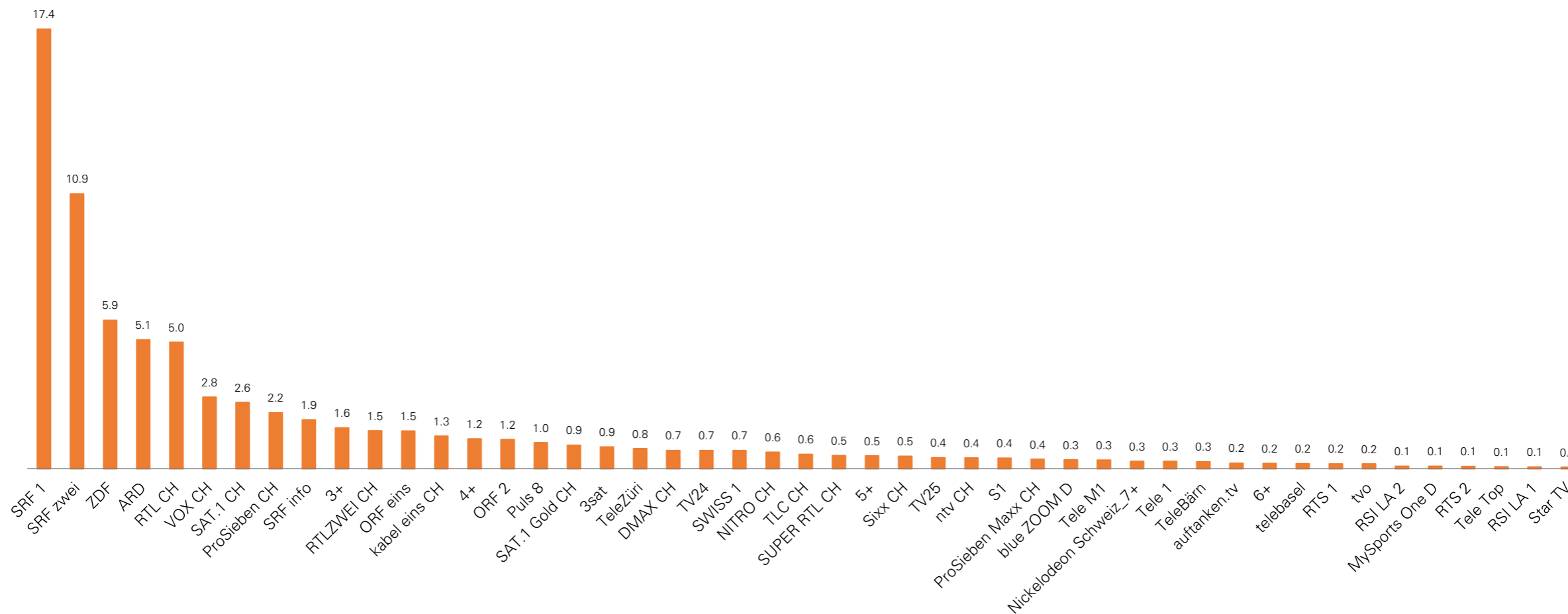
Anteil der gesamten TV-Nutzung auf Basis der Sehdauer





Marktanteile Deutsche Schweiz

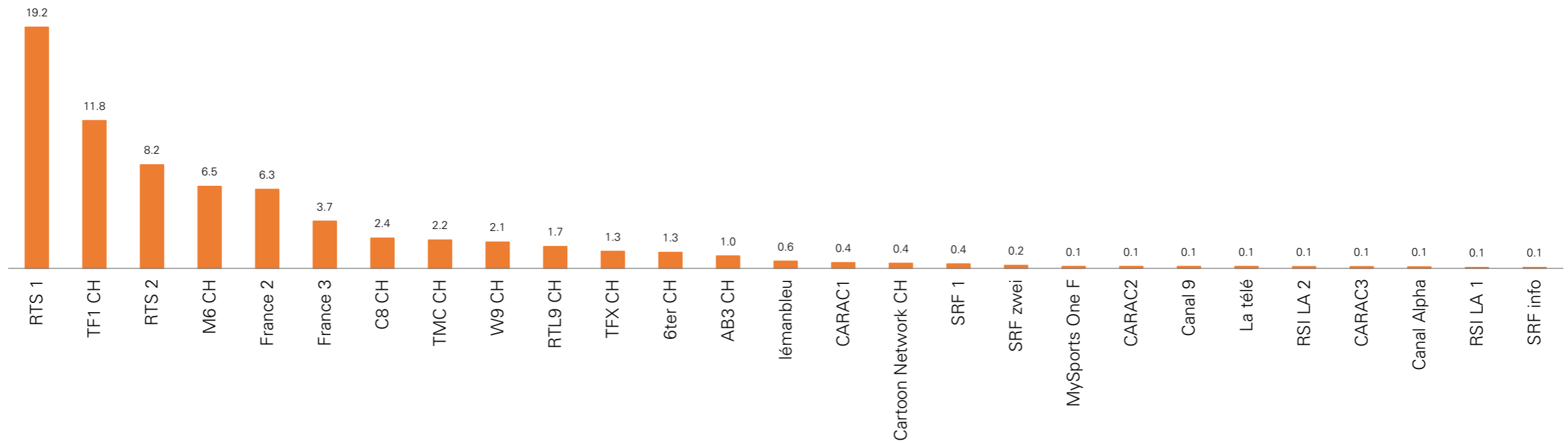
Personen 3+ (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Französische Schweiz

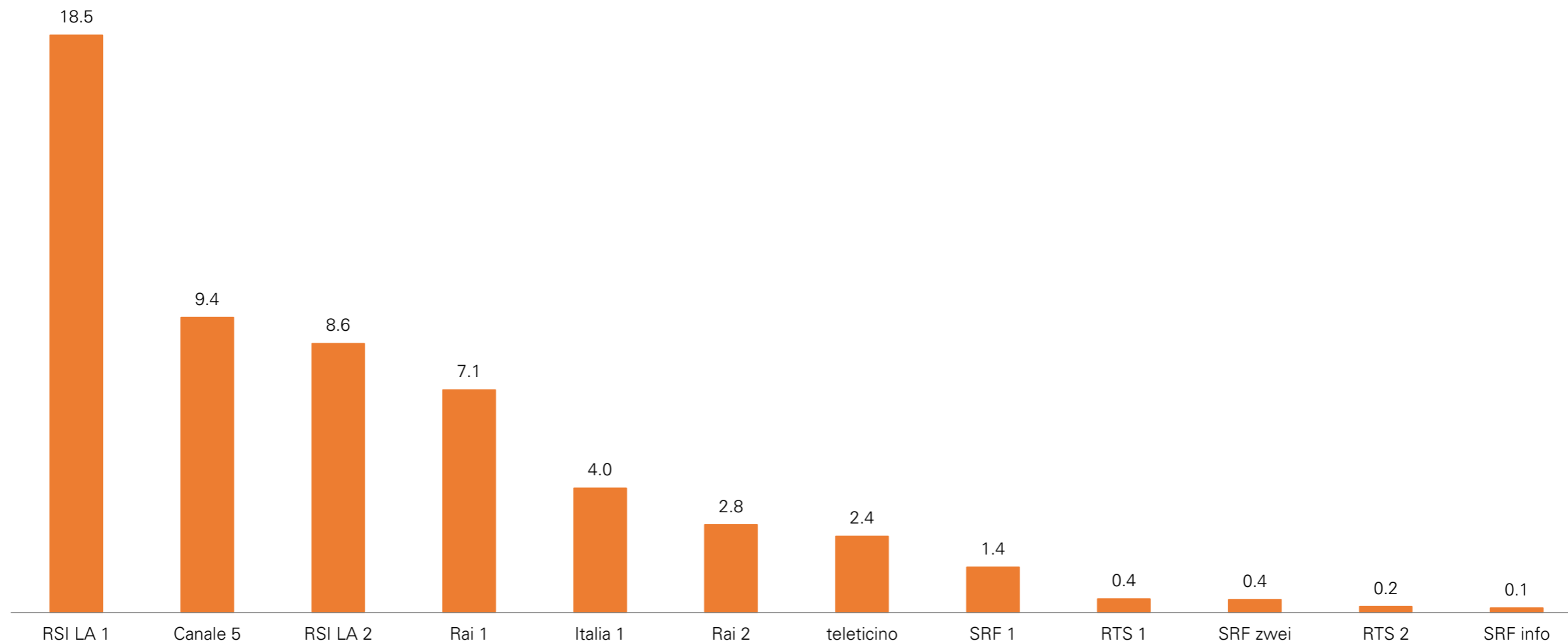
Personen 3+ (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Italienische Schweiz

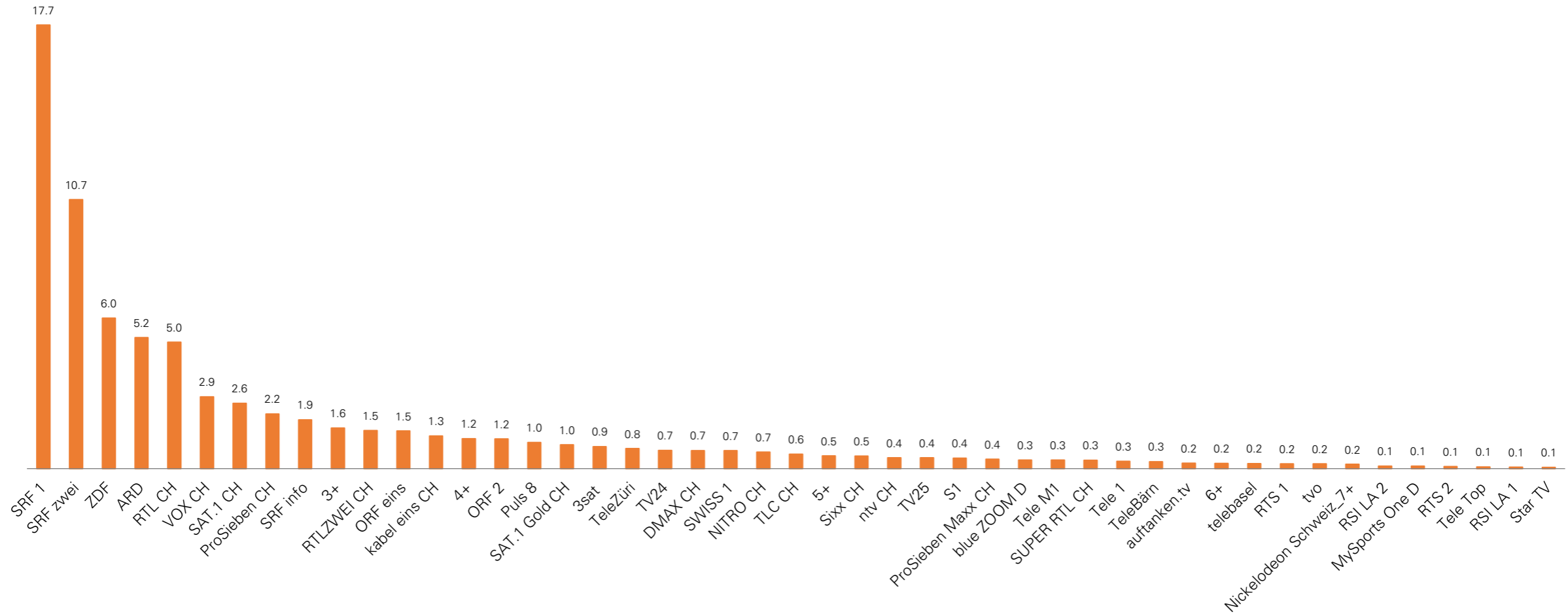
Personen 3+ (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Deutsche Schweiz

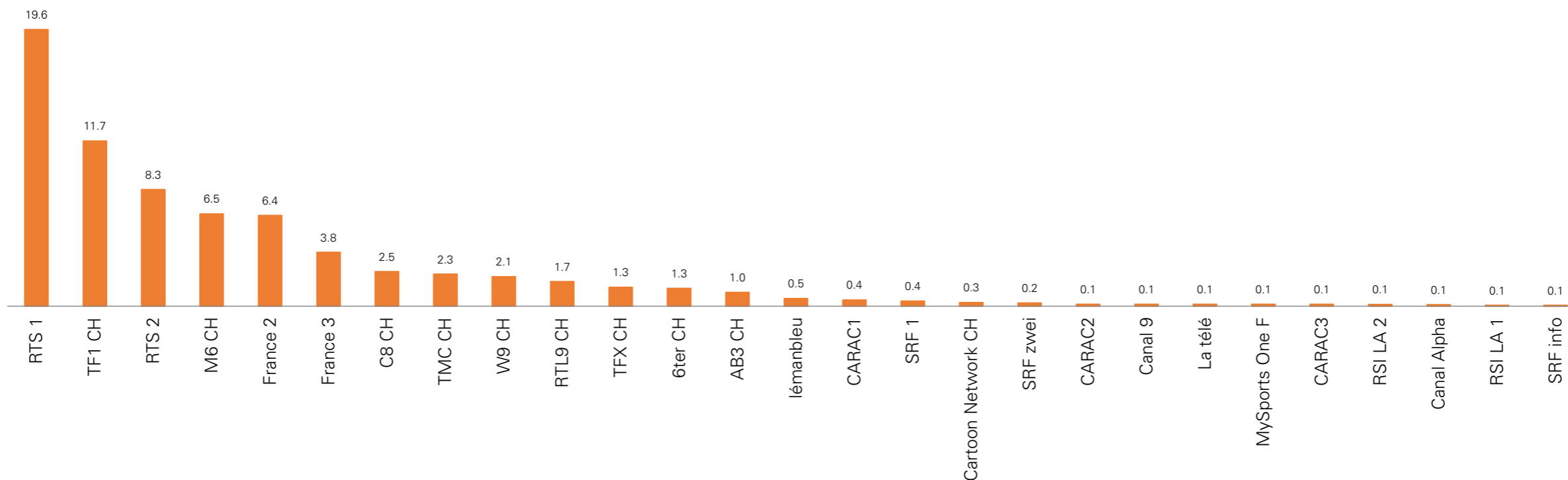
Personen 15+ (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Französische Schweiz

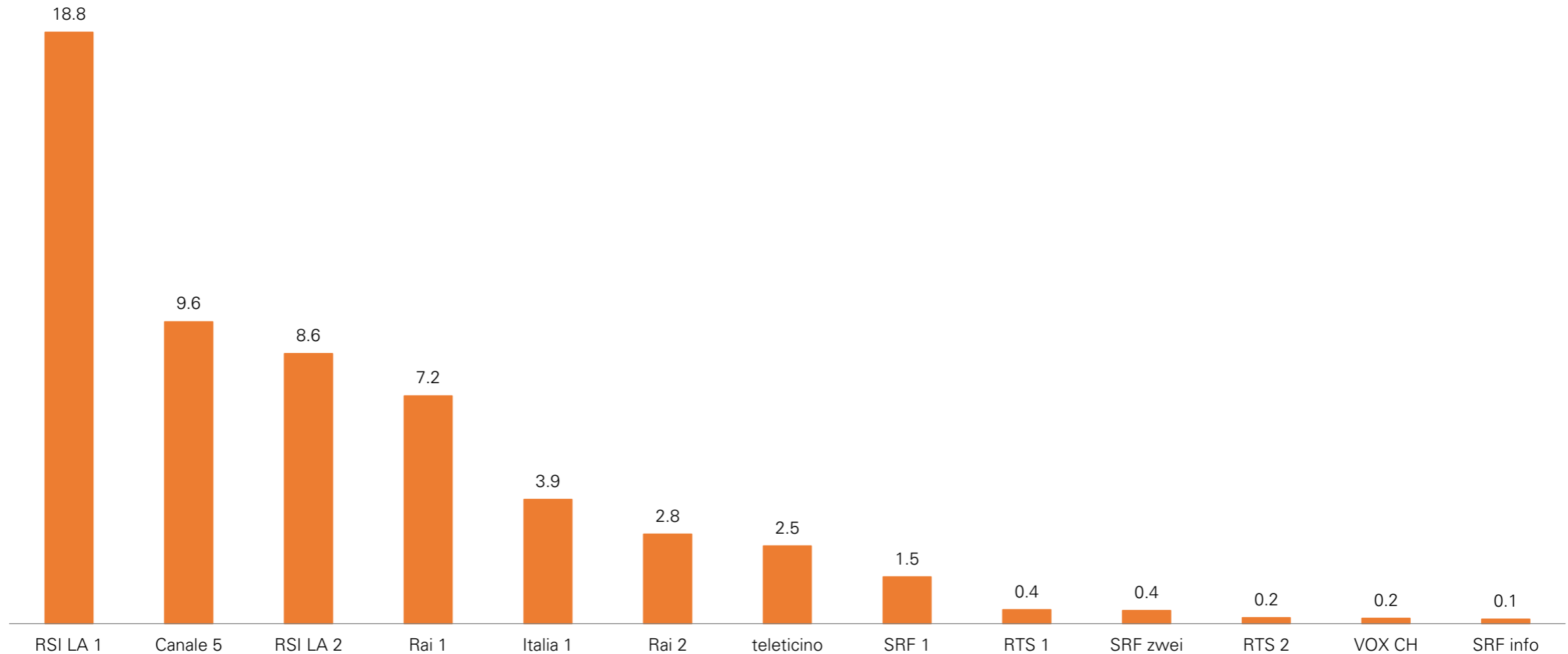
Personen 15+ (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Italienische Schweiz

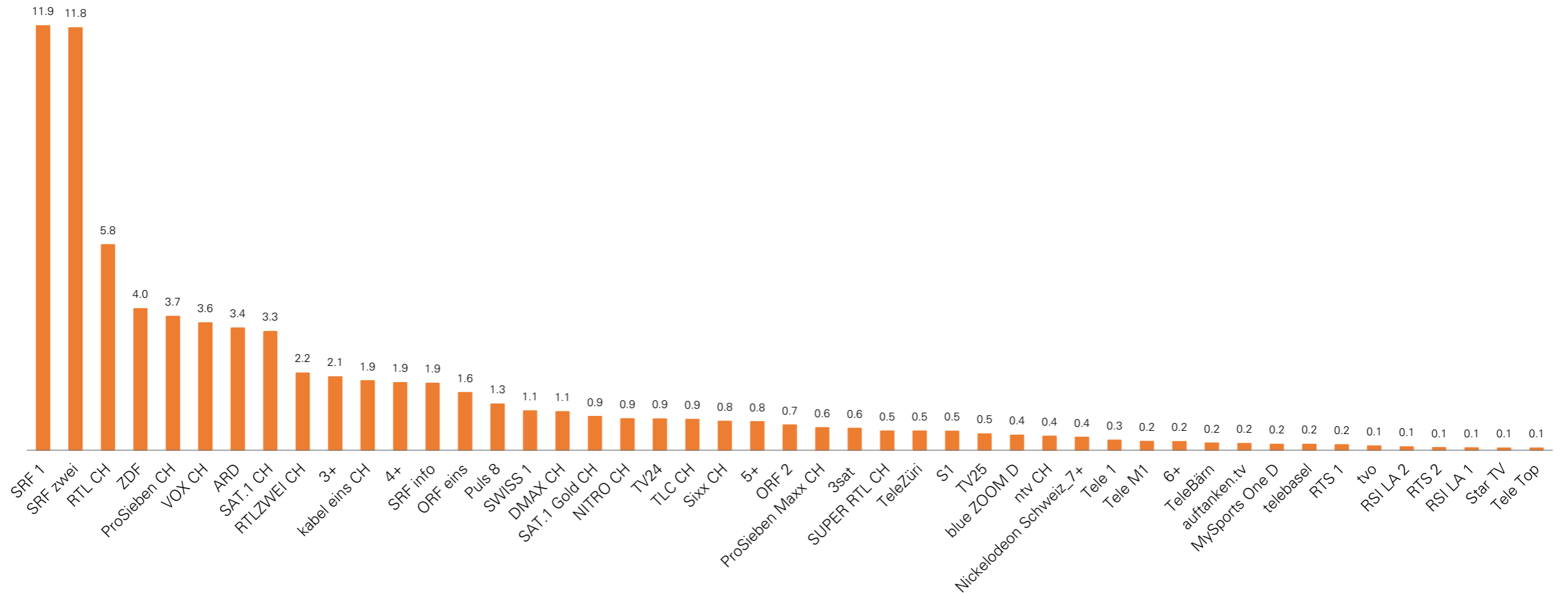
Personen 15+ (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Deutsche Schweiz

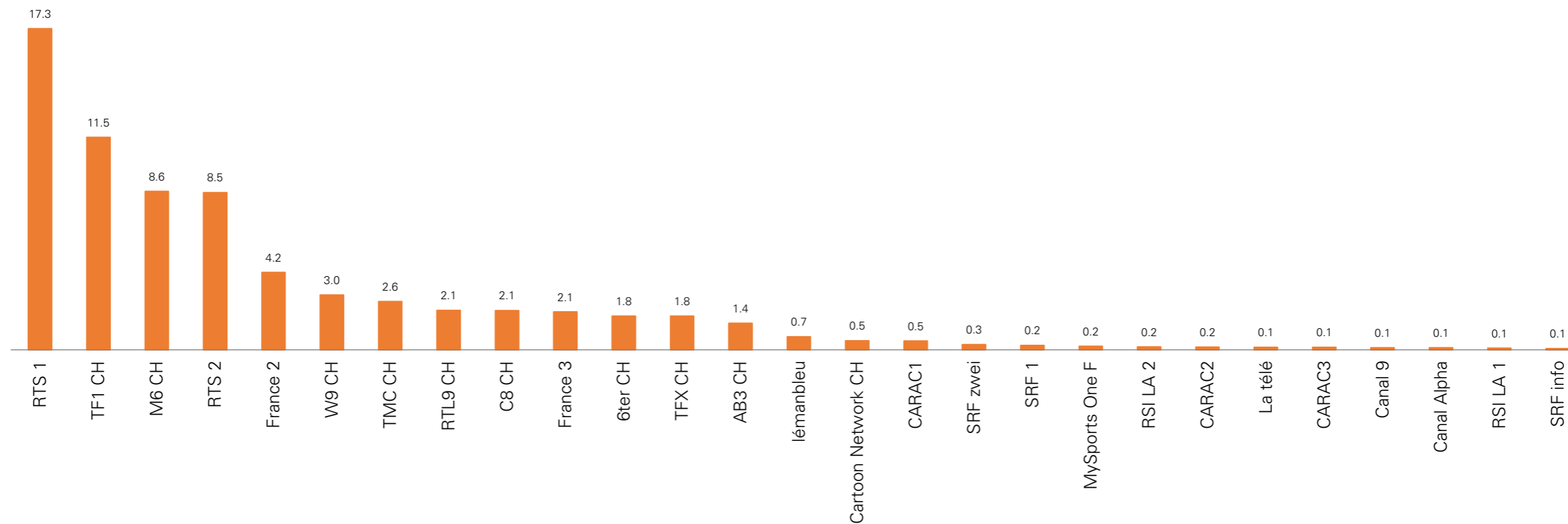
Personen 15-59 (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Französische Schweiz

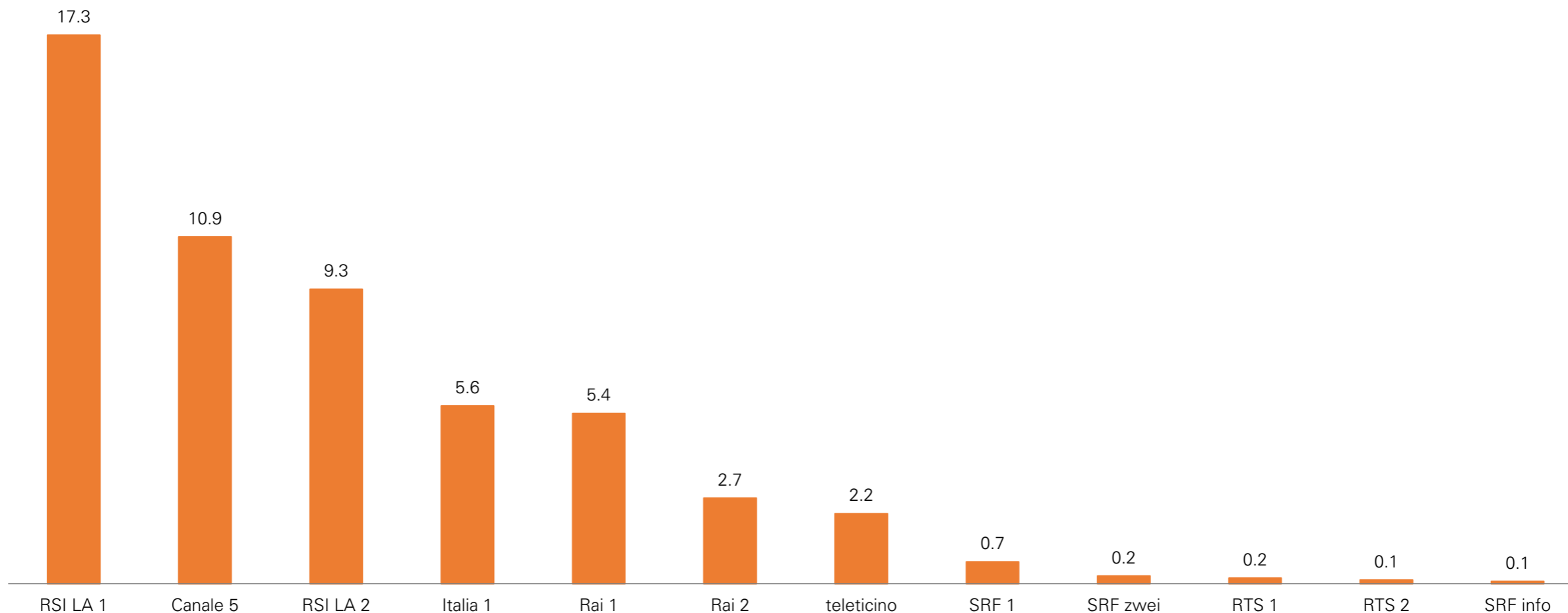
Personen 15-59 (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Italienische Schweiz

Personen 15-59 (inkl. Gästen), in Prozent

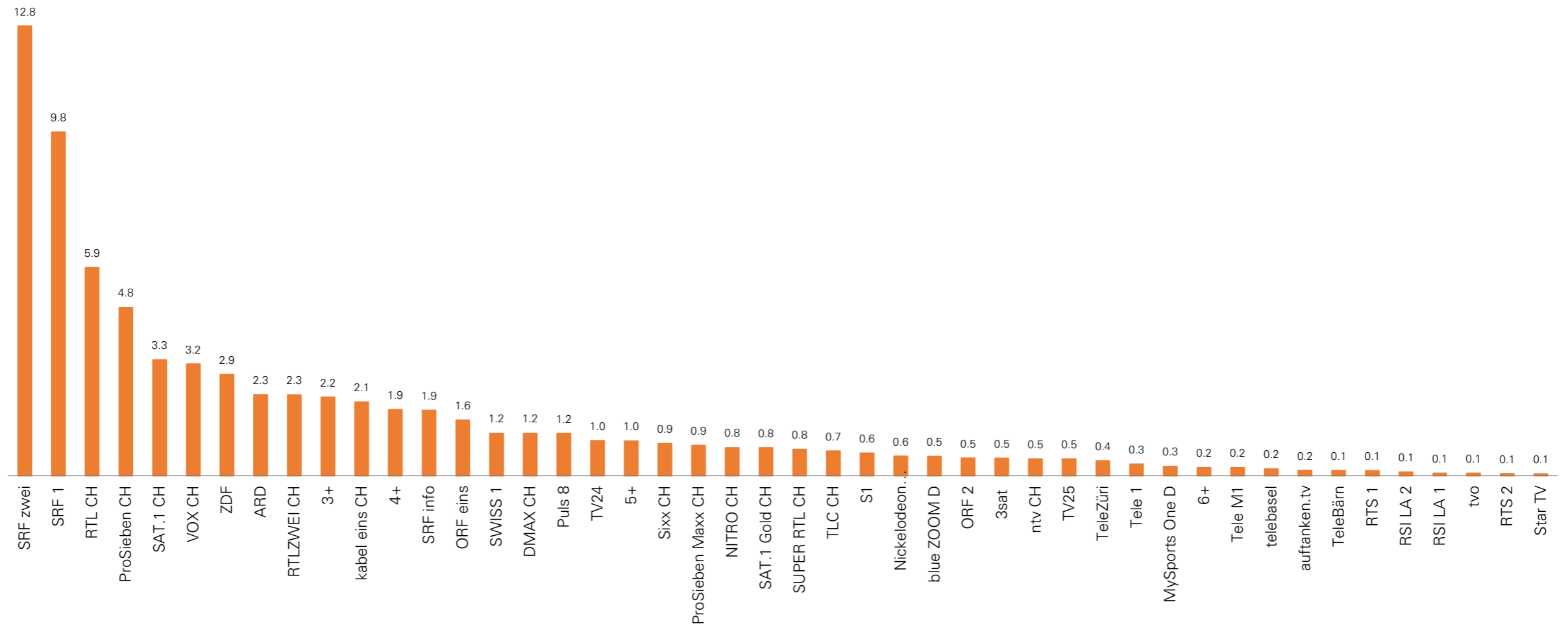




Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Zeitraum: 1.1.2024-30.6.2024
Universum: 2'442'000 Personen
Stichprobe (Base Sample): 752, Mo-So, all Platforms, Overnight +7
Nicht aufgeführte Sender: Marktanteil = 26.4

Marktanteile Deutsche Schweiz

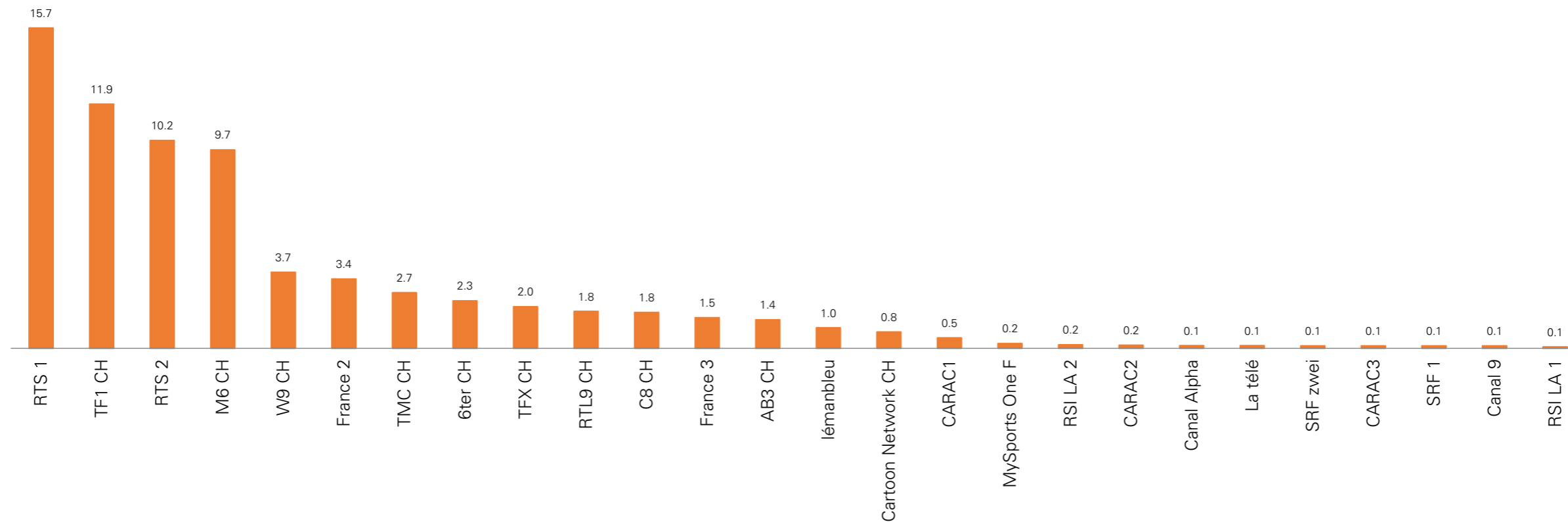
Personen 15-49 (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Französische Schweiz

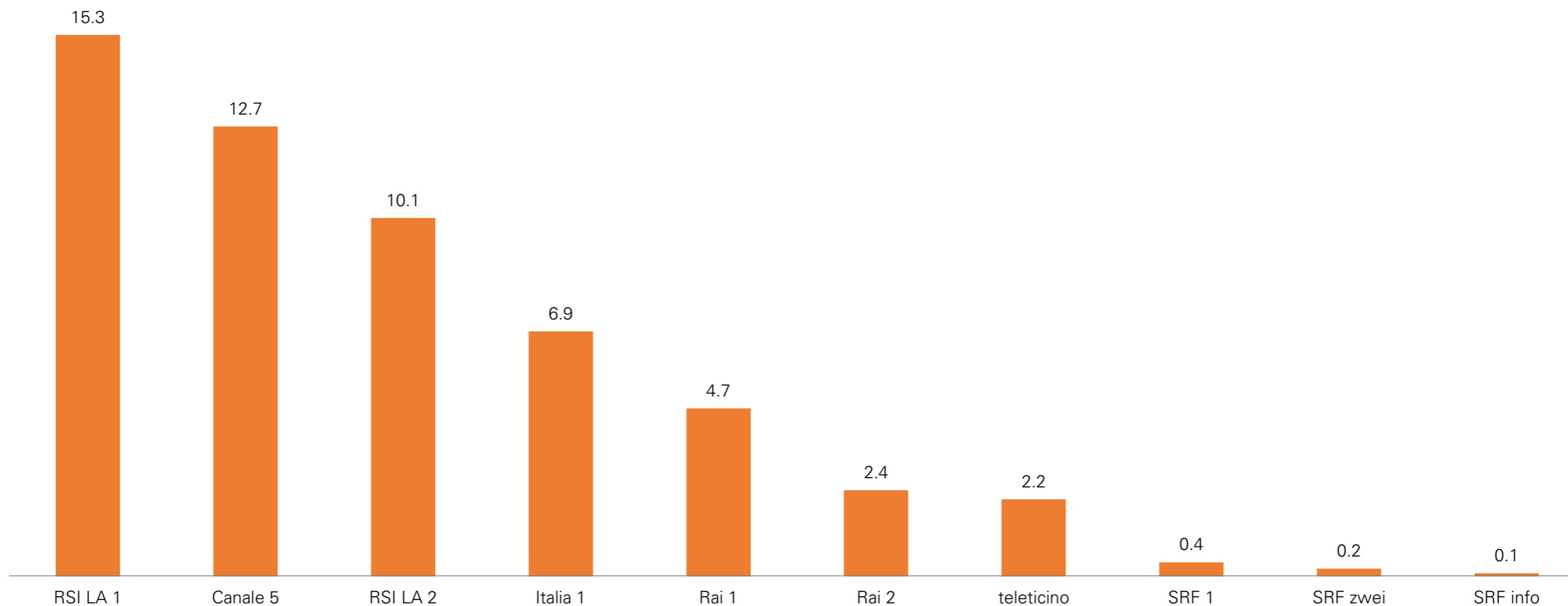
Personen 15-49 (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Italienische Schweiz

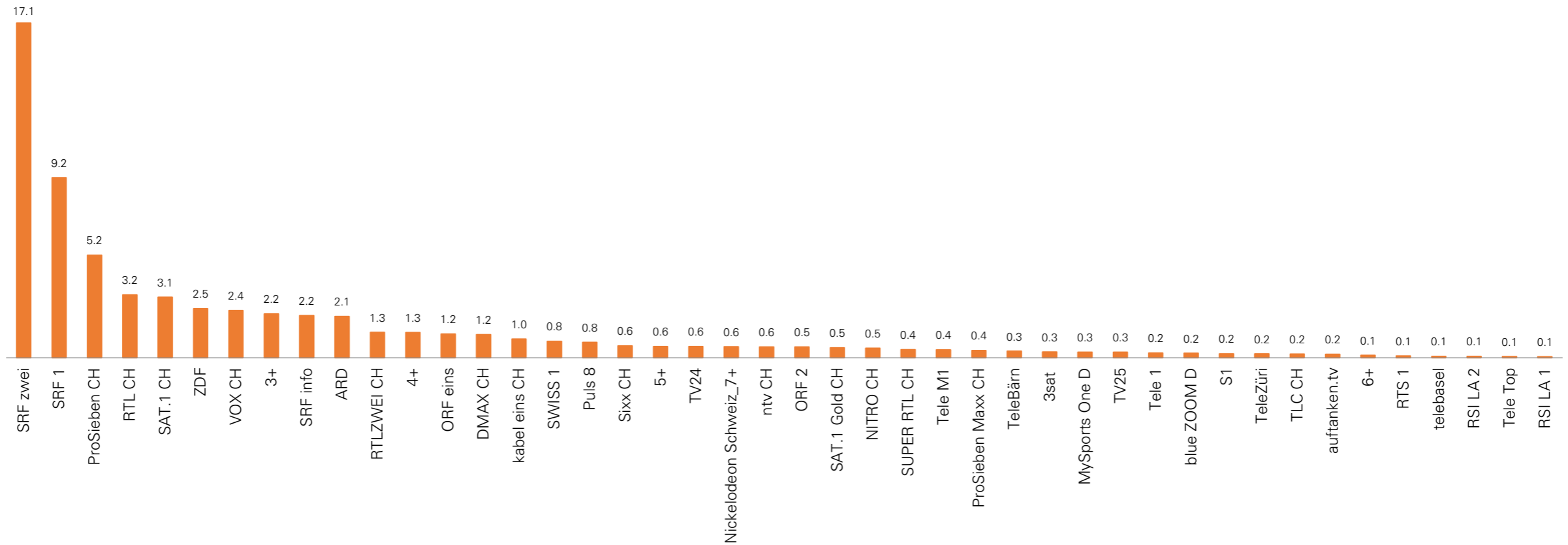
Personen 15-49 (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Deutsche Schweiz

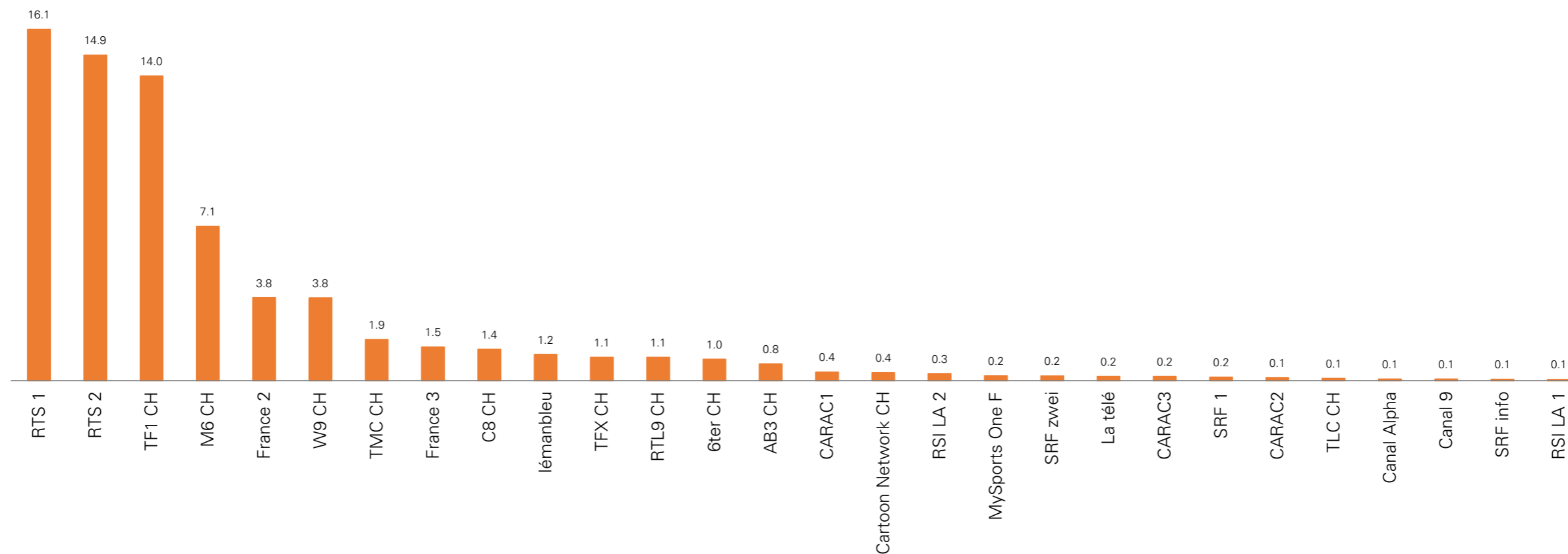
Personen 15-29 (inkl. Gästen), in Prozent





Marktanteile Französische Schweiz

Personen 15-29 (inkl. Gästen), in Prozent





Konzessionierte Regional-TV-Sender - Konzessionsgebiet

Konzessionsgebiet

Personen 3+ (mit Gästen)

jeweiliges Konzessionsgebiet

Regional-TV-Sender	Konzessionsgebiet	Grösse	VI 95% NRw-%2	NRw-%	NRw-T	VD [Min]	MA-%
TeleBärn	Bern	1'248'000	[+/- 1.4]	6.4	80.4	15.4	0.9
Tele M1	Aargau-Solothurn	1'205'000	[+/- 2.0]	8.9	107.1	15.7	1.2
Tele Top	Zürich-Nordostschweiz	1'707'000	[+/- 0.6]	2.0	33.9	7.4	0.1
teleticino	Ticino	340'000	[+/- 1.7]	14.7	49.9	25.2	2.4
lémanbleu	Genève	499'000	[+/- 0.8]	3.5	17.3	14.1	0.5
TeleBilingue	Biel-Bienne	261'000	[+/- 1.3]	2.7	7.1	7.3	0.2
telebasel	Basel	521'000	[+/- 2.4]	7.2	37.7	20.0	1.1
tvo	Ostschweiz	604'000	[+/- 2.7]	7.0	42.4	18.5	1.5
La télé	Vaud-Fribourg	994'000	[+/- 0.5]	2.5	24.5	9.5	0.2
TSO	Südostschweiz	282'000	[+/- 1.8]	3.9	10.9	10.3	0.4
Tele 1	Innerschweiz	909'000	[+/- 1.9]	7.3	66.6	18.9	1.4
Canal 9	Valais-Wallis	362'000	[+/- 1.8]	6.0	21.7	9.5	0.4
Canal Alpha	Arc Jurassien	331'000	[+/- 1.1]	4.5	14.9	8.5	0.4

Legende

NRw-%: Nettoreichweite in %

NRw-T: Nettoreichweite in Tausend

VD [Min]: Verweildauer pro Seher in Minuten

MA: Marktanteil



Konzessionierte Regional-TV-Sender - Sprachregion

Sprachregion

Personen 3+ (mit Gästen)

jeweilige Sprachregion

Regional-TV-Sender	Sprachregion	Grösse	VI 95% NRW-%	NRw-%	NRw-T	VD [Min]	MA-%
TeleBärn	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.4]	2.5	135.3	11.9	0.3
Tele M1	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.6]	2.9	157.8	12.7	0.3
Tele Top	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.2]	1.2	66.1	6.4	0.1
teleticino	Italienische Schweiz	340'000	[+/- 1.7]	14.7	49.9	25.2	2.4
lémanbleu	Französische Schweiz	1'892'000	[+/- 0.4]	3.1	59.0	21.3	0.6
TeleBilingue	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.1]	0.6	33.7	4.5	0.0
TeleBilingue	Französische Schweiz	1'892'000	[+/- 0.1]	0.5	9.2	5.3	0.0
telebasel	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.3]	1.8	96.6	12.3	0.2
tvo	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.4]	1.7	90.3	12.2	0.2
La télé	Französische Schweiz	1'892'000	[+/- 0.3]	1.9	36.3	8.5	0.1
TSO	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.2]	1.0	53.3	5.1	0.0
Tele 1	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.4]	2.4	131.2	13.1	0.3
Canal 9	Deutsche Schweiz	5'416'000	[+/- 0.1]	0.6	33.4	4.5	0.0
Canal 9	Französische Schweiz	1'892'000	[+/- 0.4]	2.2	41.9	7.5	0.1
Canal Alpha	Französische Schweiz	1'892'000	[+/- 0.4]	2.1	39.9	5.9	0.1

Legende

NRw-%: Nettoreichweite in %

NRw-T: Nettoreichweite in Tausend

VD [Min]: Verweildauer pro Seher in Minuten

MA: Marktanteil



Konzessionierte Regional-TV-Sender - Konzessionsgebiet

Konzessionsgebiet

Personen 15+ (mit Gästen)

jeweiliges Konzessionsgebiet

Regional-TV-Sender	Konzessionsgebiet	Grösse	VI 95% NRw-%2	NRw-%	NRw-T	VD [Min]	MA-%
TeleBärn	Bern	1'098'000	[+/- 1.6]	7.2	79.3	15.5	0.9
Tele M1	Aargau-Solothurn	1'046'000	[+/- 2.4]	9.9	104.0	15.8	1.2
Tele Top	Zürich-Nordostschweiz	1'478'000	[+/- 0.7]	2.3	33.5	7.4	0.1
teleticino	Ticino	303'000	[+/- 1.9]	16.0	48.4	25.6	2.5
lémanbleu	Genève	454'000	[+/- 0.9]	3.7	16.9	14.1	0.5
TeleBilingue	Biel-Bienne	224'000	[+/- 1.5]	3.1	6.9	7.5	0.2
telebasel	Basel	477'000	[+/- 2.7]	7.8	37.2	20.1	1.1
tvo	Ostschweiz	521'000	[+/- 3.2]	8.0	41.8	18.7	1.5
La télé	Vaud-Fribourg	862'000	[+/- 0.6]	2.8	23.8	9.6	0.2
TSO	Südostschweiz	249'000	[+/- 2.1]	4.3	10.6	10.5	0.4
Tele 1	Innerschweiz	784'000	[+/- 2.3]	8.3	65.1	19.1	1.4
Canal 9	Valais-Wallis	311'000	[+/- 2.1]	6.8	21.0	9.6	0.4
Canal Alpha	Arc Jurassien	269'000	[+/- 1.5]	5.4	14.4	8.5	0.4

Legende

NRw-%: Nettoreichweite in %

NRw-T: Nettoreichweite in Tausend

VD [Min]: Verweildauer pro Seher in Minuten

MA: Marktanteil



Konzessionierte Regional-TV-Sender - Sprachregion

Sprachregion

Personen 15+ (mit Gästen)

jeweilige Sprachregion

Regional-TV-Sender	Sprachregion	Grösse	VI 95% NRW-%	NRw-%	NRw-T	VD [Min]	MA-%
TeleBärn	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.5]	2.8	132.9	12.0	0.3
Tele M1	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.6]	3.2	153.9	12.8	0.3
Tele Top	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.3]	1.4	65.3	6.3	0.1
teleticino	Italienische Schweiz	303'000	[+/- 1.9]	16.0	48.4	25.6	2.5
lémanbleu	Französische Schweiz	1'640'000	[+/- 0.5]	3.5	57.0	21.1	0.5
TeleBilingue	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.2]	0.7	33.0	4.5	0.0
TeleBilingue	Französische Schweiz	1'640'000	[+/- 0.1]	0.5	8.9	5.3	0.0
telebasel	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.4]	2.0	94.6	12.4	0.2
tvo	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.4]	1.9	88.8	12.3	0.2
La télé	Französische Schweiz	1'640'000	[+/- 0.3]	2.1	35.1	8.6	0.1
TSO	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.2]	1.1	51.6	5.2	0.0
Tele 1	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.5]	2.7	127.8	13.2	0.3
Canal 9	Deutsche Schweiz	4'750'000	[+/- 0.2]	0.7	32.4	4.5	0.0
Canal 9	Französische Schweiz	1'640'000	[+/- 0.5]	2.5	40.7	7.5	0.1
Canal Alpha	Französische Schweiz	1'640'000	[+/- 0.5]	2.4	38.7	5.9	0.1

Legende

NRw-%: Nettoreichweite in %

NRw-T: Nettoreichweite in Tausend

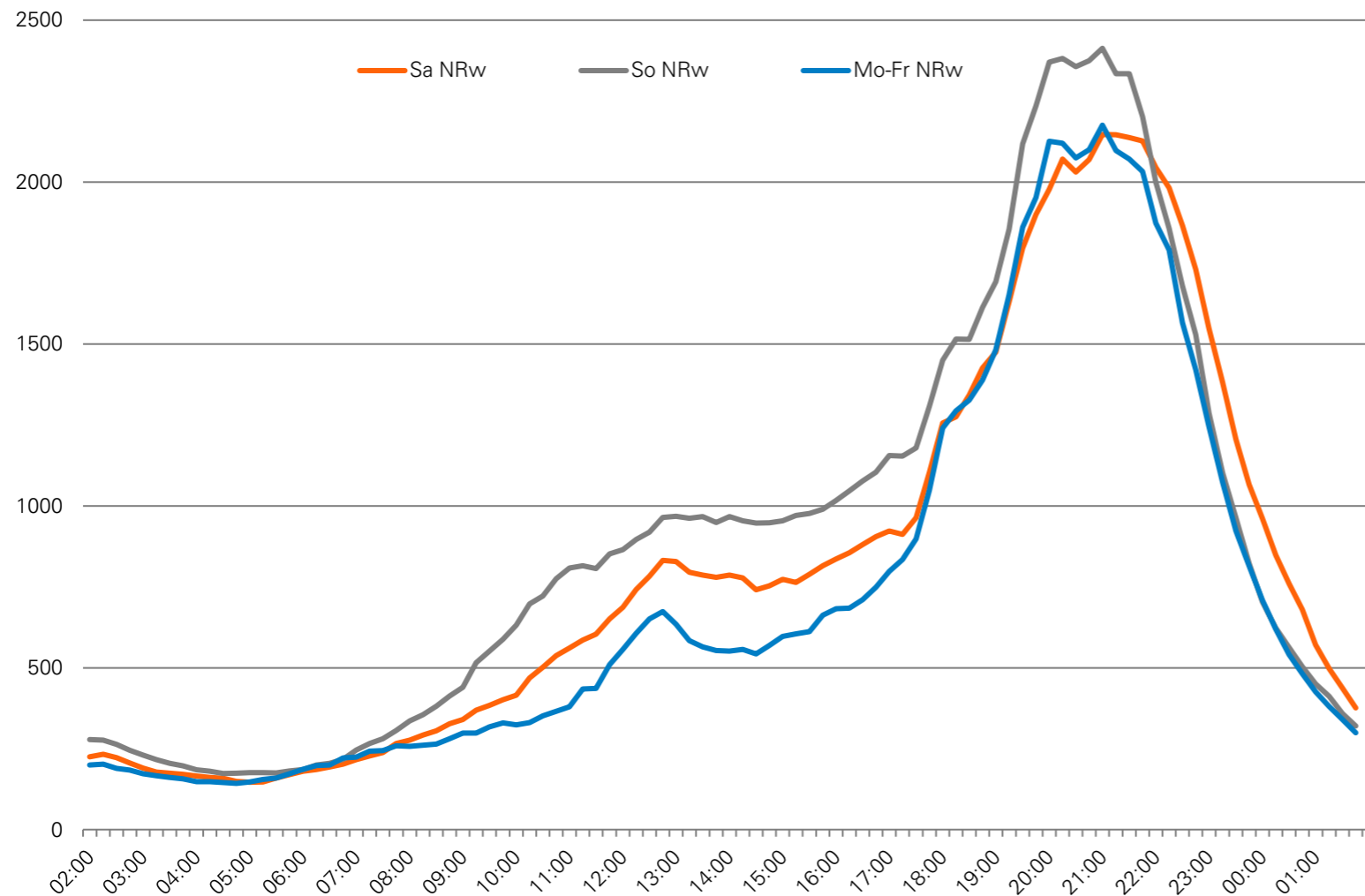
VD [Min]: Verweildauer pro Seher in Minuten

MA: Marktanteil

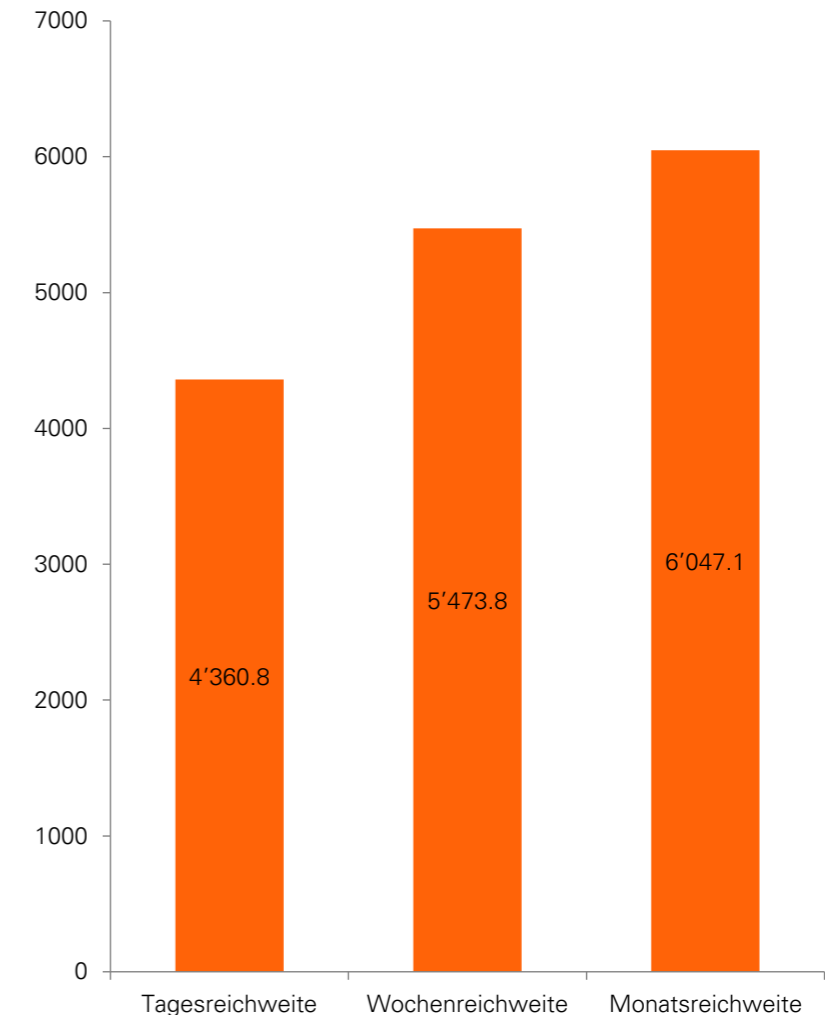


TV Gesamtmarkt Schweiz / Zielgruppe 15+ zum Quervergleich

Ø Tagesverlauf in '000



Ø Tages-, Wochen-, Monatsreichweite in '000



Vertrauensintervall/Konfidenzintervall

Mediapulse arbeitet bei ihren Messungen und bei der Publikation der Daten mit Vertrauensintervallen. Die Interpretation der Daten muss unter dieser Annahme erfolgen.

Warum?

Mittels einer Stichprobe werden wichtige Masse in der Grundgesamtheit geschätzt (z.B. Mittelwerte oder Nettoreichweiten). Eine Stichprobe liefert also nie ganz präzise Daten, sondern Annäherungswerte für den wahren Wert in der Grundgesamtheit, wobei das Vertrauensintervall die Präzision der Lageschätzung unter einer gegebenen Wahrscheinlichkeit angibt.

Definition

«Der zufallsbedingte Wertebereich, der auf Grund einer Zufallsstichprobe im Ergebnis einer Intervallschätzung für einen unbekannt Parameter einer Grundgesamtheit ermittelt wird und der einer vorgegebenen Wahrscheinlichkeit genügt.» (Peter P. Eckstein, Repetitorium Statistik)

Oder mit anderen Worten...

«Das Vertrauensintervall gibt den Bereich an, innerhalb dessen mit grosser, berechenbarer Wahrscheinlichkeit der wahre Wert liegt.» (Werner Wyss, Marktforschung von A-Z)

Vertrauensintervall 95%

Für die Berechnung des Vertrauensintervalls muss die Wahrscheinlichkeit festgelegt werden, von der man ausgehen kann, dass der wahre Wert eintrifft. Als Wahrscheinlichkeit wird bei Mediapulse das Konfidenzniveau von 95% verwendet. Diese Wahrscheinlichkeit wird auch als Konfidenzkoeffizient bezeichnet. Wenn ein Vertrauensintervall von 95 % angegeben wird, kann man zu 95% sicher sein, dass der wahre Wert des Parameters innerhalb dieses Intervalls liegt.

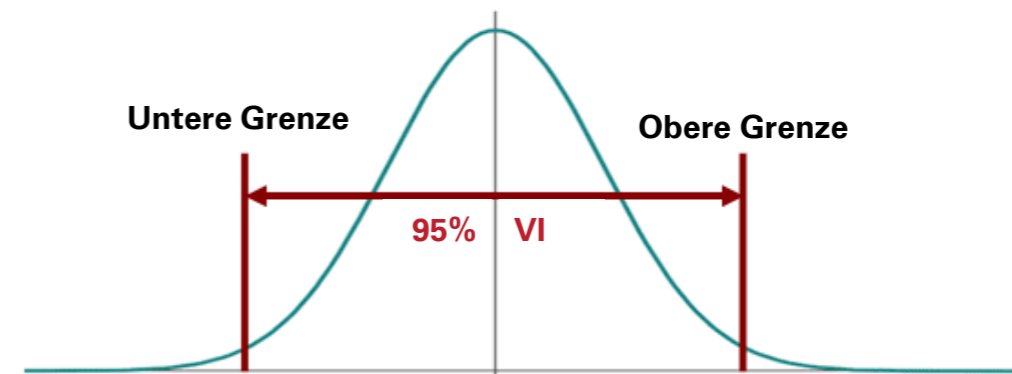
Berechnung des Vertrauensintervalls (allgemeine Formel)

Für die Berechnung des Vertrauensintervalls ist die Verteilungsfunktion des betreffenden Parameters (z. B. des Mittelwerts) in der Grundgesamtheit nötig. Unter der Annahme, dass diese Verteilung normalverteilt ist, ergibt sich das Vertrauensintervall für den Mittelwert mit:

$$VI \text{ für } \mu = \bar{x} \pm z * \frac{s_x}{\sqrt{n-1}}$$

VI = Vertrauensintervall, \bar{x} = Mittelwert, \pm = obere/untere Grenze,

z = z-Wert für das Konfidenzniveau, s = Standardabweichung, n = Stichprobengrösse



Weiterführende Informationen

Über die Semesterpublikation

Mediapulse veröffentlicht Semesterpublikationen in den Bereichen Radio und TV.

Ab dem 01.01.2023 erfolgen die Semesterpublikationen in folgendem Rhythmus:

- Radio jeweils in der 2. Januar- und 2. Juliwoche
- TV jeweils in der 3. Januar- und 3. Juliwoche

Weitere Informationen zur Methode und den Daten der Semesterpublikationen finden Sie unter www.mediapulse.ch

Weitere Publikationen

Neben den Semesterpublikationen zu Radio und TV verantwortet Mediapulse zusätzlich folgende Studien:

- Streaming Data
- Time Use Study
- Establishment Survey

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

Noch Fragen? Gerne sind wir für Sie da.

Mediapulse AG
info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11