

TV mit stabiler Nachfrage im Publikumsmarkt

Bern, 19. Juli 2024 – In der Schweiz erreichen die Programme der TV-Sender im ersten Halbjahr 2024 pro Tag 4.9 Millionen Menschen oder 63 Prozent aller Personen ab 3 Jahren, die in einem Haushalt mit TV-Gerät leben. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Daten zur Verbreitung und Nutzung des Fernsehens.

Nach einer Zunahme des TV-Publikums und der TV-Nutzung während der Coronapandemie und einem kurzzeitigen Rückgang danach hat sich die Nachfrage nach den Angeboten der TV-Broadcaster in den letzten beiden Jahren wieder stabilisiert. So bleibt die Tagesreichweite des Fernsehens im zurückliegenden Halbjahr wie schon im ersten Semester 2023 unverändert bei 63 Prozent. Im gleichen Zeitraum reduziert sich die Zeit, die das TV-Publikum für die lineare oder zeitversetzte Nutzung von Fernsehprogrammen pro Tag aufwendet, um drei Minuten von 181 Minuten auf nun 178 Minuten. Mit anderen Worten: Im Vorjahresvergleich erreicht das Fernsehen an einem Durchschnittstag gleich viele Personen etwas weniger lang.

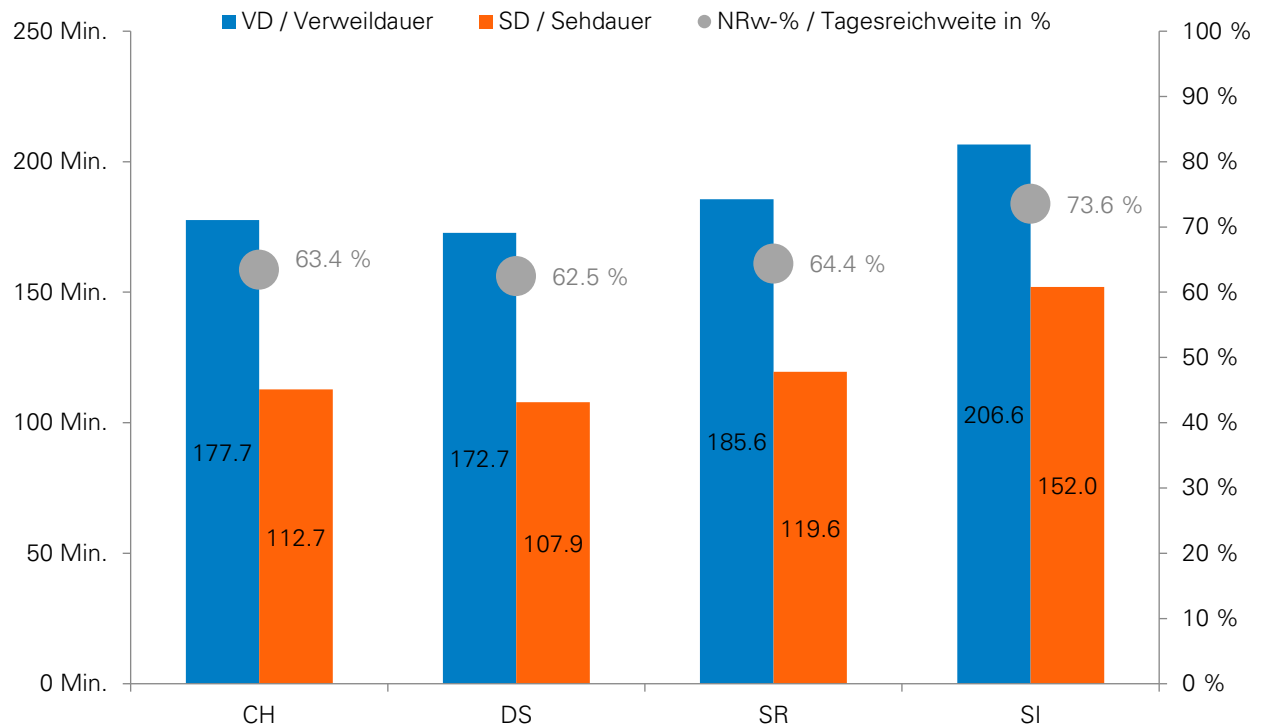
Dieses Bild variiert über die drei Sprachregionen hinweg leicht. Während in der Svizzera italiana die im Landesvergleich ohnehin schon grösste TV-Reichweite innert Jahresfrist von 70 auf 74 Prozent noch einmal ansteigt, reduziert sich die Nutzungsdauer je Nutzer bzw. je Nutzerin um 5 Minuten und liegt neu bei 207 Minuten pro Tag. In der Suisse romande bleibt die Grösse des TV-Publikums mit einer Tagesreichweite von 64 Prozent unverändert, während die Nutzungsdauer von 198 Minuten auf neu 186 Minuten sinkt. In der Deutschschweiz schliesslich belegen die aktuellen Messwerte der TV-Forschung einen Reichweitenrückgang um einen Prozentpunkt auf nun 62 Prozent und eine unveränderte Nutzungsdauer von 173 Minuten pro Tag.

Die von Mediapulse verantwortete TV-Forschung erfasst bis anhin die lineare und die zeitversetzte TV-Nutzung über herkömmliche TV-Geräte (big screen). Seit Januar 2024 wird in den offiziellen Nutzungsdaten zusätzlich die Nutzung von TV-Inhalten integriert, die über PCs, Tablets oder Smartphones (small screens) erfolgt. Die dafür erforderliche Mitarbeit bei dieser Art der Messung durch die TV-Sender selbst oder durch die Online-Distributoren von TV-Inhalten ist derzeit allerdings noch gering, weshalb diese Nutzung in den aktuellen Semesterdaten kaum zu Buche schlägt.

Weitere Ergebnisse zur TV-Nutzung im ersten Halbjahr 2024 befinden sich auf der Mediapulse-Website unter folgendem [Link](#).

TV-Nutzung Gesamtmarkt Schweiz

Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Sprachregionen



QUELLE: MEDIAPULSE TV DATA (INSTAR ANALYTICS), ZEITRAUM: 1.1.2024-30.6.2024
 UNIVERSUM: 7'648'000 (CH) / 5'416'000 (DS) / 1'892'000 (SR) / 340'000 (SI) PERSONEN
 STICHPROBE (BASE SAMPLE): 4'380 / 2'313 / 1'416 / 651 (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 Data auf Basis der Nutzungsdaten von rund 5'000 physischen Panelistinnen und Panelisten und rund 15'000 virtuellen Nutzerprofilen.

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: **Mirko Marr**
Head of Research
mirko.marr@mediapulse.ch
+41 58 356 47 58



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich