

## Täglich 4.7 Millionen TV-Zuschauende im zweiten Halbjahr 2024

**Bern, 16. Januar 2025 – Von Juli bis Dezember 2024 nutzten in der Schweiz pro Tag 4.7 Millionen Personen die Programme der TV-Sender, was einer Reichweite von 61 Prozent aller Personen ab 3 Jahren entspricht, die in einem Privathaushalt mit TV-Gerät leben. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Daten zur Verbreitung und Nutzung des Fernsehens.**

Wenn jemand in der Schweiz im letzten halben Jahr TV geschaut hat, dann tat er dies im Schnitt für 171 Minuten pro Tag (Verweildauer). Übertragen auf die Gesamtbevölkerung (Sehdauer) bedeutet dies, dass jede Person ab 3 Jahren an einem durchschnittlichen Tag 105 Minuten in die TV-Nutzung investiert hat.

Von diesen 105 Minuten entfallen 75 Minuten auf die lineare TV-Nutzung und 30 Minuten auf die zeitversetzte Nutzung der TV-Angebote. Mit anderen Worten: ungeachtet aller Möglichkeiten des Publikums, den Fernsehkonsum unabhängig vom TV-Programm zu gestalten, werden die Sendungen des Fernsehens auch im Jahr 2024 mehrheitlich live genutzt.

Im sprachregionalen Vergleich zeigen sich in den neusten Daten die bekannten Muster. In der Svizzera italiana erreicht das Fernsehen mit einer Tagesreichweite von 69 Prozent die grösste relative Durchdringung und mit einer täglichen Sehdauer von 140 Minuten das umfangreichste Nutzungsvolumen. In den anderen beiden Sprachregionen werden die Angebote der TV-Sender etwas weniger nachgefragt. In der Suisse romande liegt die Tagesreichweite bei 62 Prozent und die Sehdauer bei 110 Minuten pro Tag. In der grössten Sprachregion der Schweiz verzeichnet das Fernsehen die geringsten Werte mit einer Reichweite von 61 Prozent und einer Sehdauer von 101 Minuten.

Im Zeitvergleich zum zweiten Semester 2023 setzt sich ein allgemeiner Trend fort, der sich bei der TV-Nutzung seit dem Ende der Corona-Pandemie abzeichnet. Der Anteil der Personen, die an einem Durchschnittstag fernsehen, erweist sich als ausgesprochen stabil. Der Reichweitenwert bleibt im Vorjahresvergleich unverändert. Gleichzeitig verbringt die Schweizer Bevölkerung etwas weniger Zeit vor dem Bildschirm, was sich in einem Rückgang der täglichen Sehdauer um 1 Minute niederschlägt.

Die von Mediapulse verantwortete TV-Forschung erfasste bis anhin die lineare und die zeitversetzte TV-Nutzung über herkömmliche TV-Geräte (big screens). Seit Januar 2024 wird in den offiziellen Nutzungsdaten zusätzlich die Nutzung von TV-Inhalten über PCs, Tablets oder Smartphones (small screens) integriert, sofern die Forschung von den Sendern unterstützt wird.

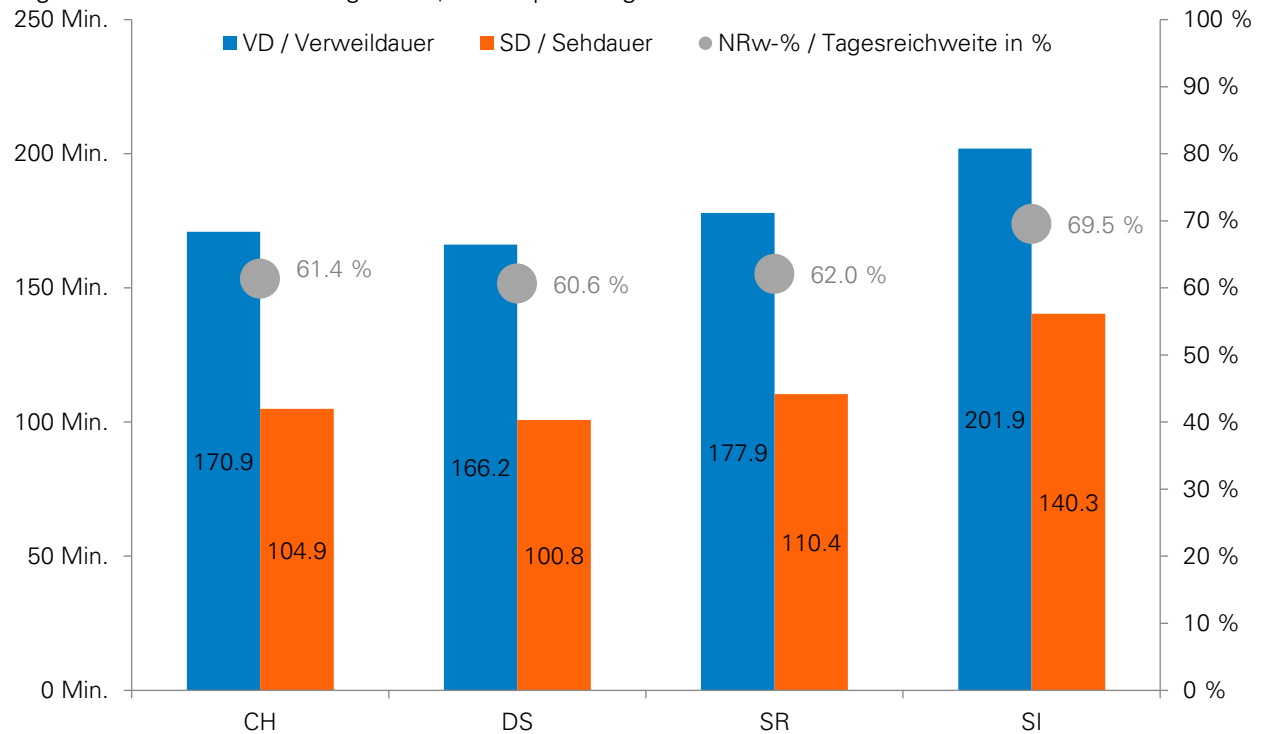
Zu beachten ist ausserdem, dass der für die TV-Forschung verantwortliche Dienstleister Kantar seit Mai 2024 damit begonnen hat, die Messtechnologie in den Haushalten des TV-Messpanels zu erneuern und den entsprechenden Technologiewechsel bis Ende 2025 abschliessen wird. Die neuen Messgeräte erlauben eine noch detailliertere Erfassung der TV-Nutzung, was zu einer besseren Erkennung von Kurzkontakten und damit zu einem Anstieg von Senderreichweiten führen kann. Dieser Anstieg ist bisher

allerdings gering, so dass die Kontinuität und Vergleichbarkeit der TV-Nutzungsdaten gewährleistet bleibt. Kantar und Mediapulse überwachen allfällige Effekte dieses Wechsels auf die gemessenen TV-Nutzungsdaten mit einem kontinuierlichen Monitoring und stellen somit deren Kontinuität und Vergleichbarkeit sicher.

Weitere Ergebnisse zur TV-Nutzung im zweiten 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: 1.7.2024-31.12.2024  
 UNIVERSUM: 7'648'000 (CH) / 5'416'000 (DS) / 1'892'000 (SR) / 340'000 (SI) PERSONEN  
 STICHPROBE (BASE SAMPLE): 4'461 / 2'382 / 1'431 / 648 (ALLE ZIELGRUPPEN MIT GÄSTEN)  
 TV TOTAL, 24H, MO-SO, ALL PLATFORMS, OVERNIGHT +7

## Über Mediapulse

Mediapulse verantwortet als unabhängige Branchenorganisation die Erhebung von Daten zur Nutzung von Radio- und TV-Programmen 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](http://www.mediapulse.ch)

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an: **Mirko Marr**  
Head of Research  
[mirko.marr@mediapulse.ch](mailto:mirko.marr@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 58



Mediapulse AG

[info@mediapulse.ch](mailto:info@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich