

## TV erreicht im zweiten Halbjahr 2025 täglich 4,4 Millionen Personen

**Bern, 16. Januar 2026 – Von Juli bis Dezember 2025 nutzten in der Schweiz pro Tag 4,4 Millionen Personen die Programme von einheimischen oder ausländischen TV-Sendern. Wer TV entweder linear oder zeitversetzt schaut, tut dies im Schnitt pro Tag für 170 Minuten. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Daten zur Verbreitung und Nutzung des Fernsehens im zweiten Halbjahr 2025.**

Die absolute Zahl von 4,4 Millionen TV-Zuschauerinnen und -Zuschauern entspricht einer Nettoreichweite von 57 Prozent aller Personen ab 3 Jahren, die in einem Haushalt mit TV-Gerät leben. Dieser relative Wert variiert über die drei Sprachregionen hinweg. Der Höchstwert von 66 Prozent wurde in der Svizzera italiana gemessen, während die Tagesreichweite in der Suisse romande bei 58 Prozent und in der Deutschschweiz bei 56 Prozent liegt.

Die grössere TV-Affinität der Bewohnerinnen und Bewohner des italienischsprachigen Landesteils lässt sich seit vielen Jahren empirisch belegen und schlägt sich auch in der täglichen Nutzungsdauer des TV-Publikums (Verweildauer) nieder, die sich in der Svizzera italiana aktuell auf 200 Minuten pro Nutzerin bzw. Nutzer beläuft. Im Vergleich dazu verbringt das Publikum in der Suisse romande mit 174 Minuten und jene in der Deutschschweiz mit 166 Minuten pro Person und pro Tag deutlich weniger Zeit vor dem TV-Programm.

Für die gesamte Schweiz ergibt sich daraus für das zweite Semester 2025 eine tägliche Nutzungsdauer pro Nutzerin bzw. Nutzer von 170 Minuten. 31 Prozent dieser TV-Nutzung erfolgt zeitversetzt zur ursprünglichen Ausstrahlung des genutzten Inhalts. Dies markiert einerseits einen neuen Höchstwert für den stetig ansteigenden Konsum von TV-Programmen «on demand», bedeutet aber gleichzeitig auch, dass nach wie vor knapp 70 Prozent der TV-Nutzung linear, d.h. zum Zeitpunkt der Ausstrahlung erfolgt.

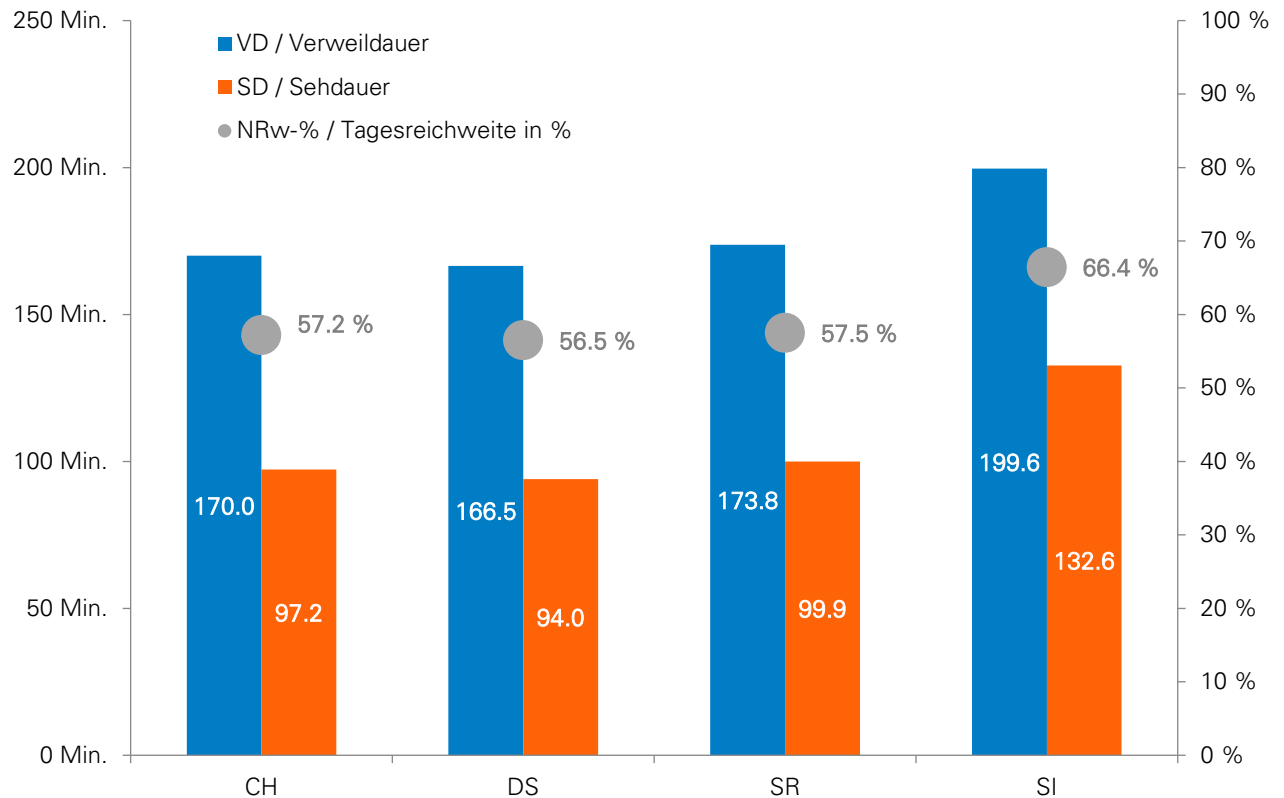
Im Vergleich zum zweiten Semester 2024 bleibt die Verweildauer in der Deutschschweiz unverändert, während in der Svizzera italiana zwei Minuten und in der Suisse romande vier Minuten weniger ferngesehen wurde als vor einem Jahr. Für die gesamte Schweiz ergibt sich in der Summe ein Rückgang des TV-Nutzungsvolumens um eine Minute. Rückläufig ist schliesslich auch die Tagesreichweite, die im zweiten Semester 2024 schweizweit noch bei 61 Prozent und damit vier Prozentpunkte über dem aktuellen Wert von 57 Prozent lag.

Die von Mediapulse verantwortete TV-Forschung erfasst traditionell 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, vorausgesetzt die Sender unterstützen diese erweiterte Forschung und nehmen daran teil.

Weitere Ergebnisse zur TV-Nutzung im zweiten Halbjahr 2025 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: 1.7.2025-31.12.2025  
 UNIVERSUM: 7'693'000 (CH) / 5'451'000 (DS) / 1'899'000 (SR) / 343'000 (SI) PERSONEN  
 STICHPROBE (BASE SAMPLE): 4'547 / 2'374 / 1'475 / 697 (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: **Isabelle Waser**  
Head of Marketing & Communications  
[isabelle.waser@mediapulse.ch](mailto:isabelle.waser@mediapulse.ch)  
+41 58 356 47 30



Mediapulse AG

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

Welpoststrasse 5  
3015 Bern

Badenerstrasse 15  
8004 Zürich