

TV-Nutzung auf hohem Niveau stabil

Bern, 17. Juli 2026 – Täglich 4,6 Millionen Personen nutzten im ersten Halbjahr 2026 die Programme von in- und ausländischen TV-Sendern. Für die Live oder zeitversetzte Nutzung der TV-Angebote investierten sie durchschnittlich 175 Minuten pro Tag. Dies belegen die im Auftrag der Stiftung Mediapulse erhobenen Daten zur Verbreitung und Nutzung des Fernsehens in der Schweiz.

Die absolute Zahl von 4,6 Millionen TV-Zuschauerinnen und TV-Zuschauern entspricht einer Tagesreichweite von 59 Prozent aller Personen ab 3 Jahren, die in einem Haushalt mit TV-Gerät leben. Im Vergleich zum ersten Halbjahr 2025 entspricht dies auf nationaler Ebene einem geringfügigen Rückgang um einen Prozentpunkt. Dieser Trend bei der Tagesreichweite zeigt sich in vergleichbarem Ausmass in allen drei Sprachregionen. Aktuell liegen die entsprechenden Werte bei 58 Prozent in der Deutschschweiz und bei 59 Prozent in der Suisse romande. Die Svizzera italiana weicht hier traditionell vom Landesdurchschnitt ab und verzeichnet im abgelaufenen Semester eine TV-Reichweite von 69 Prozent.

Die höhere TV-Affinität in der südlichen Sprachregion zeigt sich nicht nur bei der relativen Grösse des TV-Publikums, sondern auch beim Nutzungsvolumen. Wer in der Svizzera italiana TV schaut, bleibt im Schnitt 205 Minuten pro Tag vor dem entsprechenden Endgerät. Auch hier liegen die Vergleichswerte der anderen Sprachregionen mit 179 Minuten in der Suisse romande und 172 Minuten in der Deutschschweiz deutlich tiefer. Landesweit ergibt sich daraus im ersten Semester 2026 eine durchschnittliche Nutzungsdauer von 175 Minuten oder knapp 3 Stunden TV-Nutzung pro Nutzerin oder Nutzer und Tag. Dieser Wert entspricht dem Messergebnis aus dem ersten Semester des Vorjahres und zeigt damit eine stabile Entwicklung der TV-Nutzungsdauer.

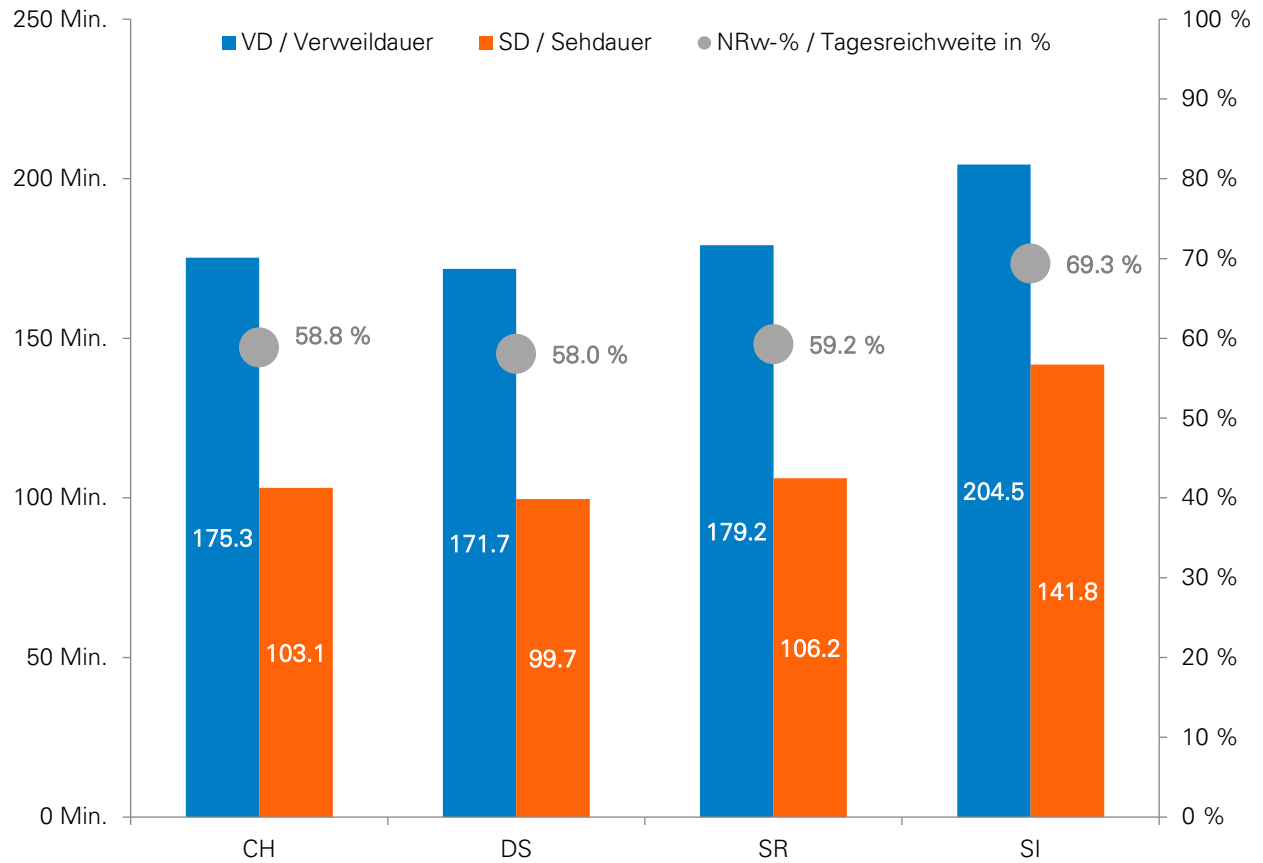
Von der gesamten TV-Nutzung entfallen derzeit 31 Prozent auf die zeitversetzte Nutzung. Damit erfolgen weiterhin etwa sieben von zehn TV-Minuten live zum Zeitpunkt der Ausstrahlung. Gegenüber dem ersten Halbjahr 2025 nimmt der Anteil der zeitversetzten Nutzung leicht zu. Trotz der wachsenden Bedeutung zeitunabhängiger Nutzungsmöglichkeiten bleibt das lineare Fernsehen die dominierende Form des TV-Konsums in der Schweiz.

Die von Mediapulse verantwortete TV-Forschung erfasst die lineare und die zeitversetzte TV-Nutzung über herkömmliche TV-Geräte (Big Screens). Darüber hinaus misst Mediapulse die Nutzung von TV-Inhalten über PCs, Tablets oder Smartphones (Small Screens) und integriert diese in die offiziellen Nutzungsdaten. Voraussetzung dafür ist die Teilnahme der Sender an dieser erweiterten Forschung.

Weitere Ergebnisse zur TV-Nutzung im ersten Halbjahr 2026 befinden sich auf der Mediapulse-Website bei den Semesterdaten im [«Berichtband SemesterpublikationTV»](#).

TV-Nutzung Gesamtmarkt Schweiz

Tagesreichweite und Nutzungsdauer, nach Sprachregionen



QUELLE: MEDIAPULSE TV DATA (TV ANALYTICS), ZEITRAUM: 1.1.2026-30.6.2026
 UNIVERSUM: 7'873'000 (CH) / 5'581'000 (DS) / 1'947'000 (SR) / 345'000 (SI) PERSONEN
 STICHPROBE (BASE SAMPLE): 4'558 (CH) / 2'412 (DS) / 1'458 (SR) / 687 (SI) (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 und deren digitalen Angeboten in der Schweiz. Diese Daten «Made in Switzerland» bilden die offizielle Währung und werden von Sendern und Programmschaffenden, der Werbewirtschaft, Behörden und Politik sowie der Wissenschaft genutzt.

Als praxisnahes Unternehmen verfolgt Mediapulse das Ziel, den elektronischen Medien- und Werbemarkt in der Schweiz durch die Datenprodukte bei der Programmanalyse und Vermarktung zu unterstützen. Moderne Messsysteme, wissenschaftlich fundierte Methoden und kontinuierliche Innovation stellen sicher, dass auch die dynamischen Veränderungen in der Nutzung audiovisueller Medien verlässlich, nachhaltig, nachvollziehbar und vertrauenswürdig abgebildet werden können.

Mediapulse steht für Neutralität, Unabhängigkeit, Transparenz sowie höchste Qualität in der Medienforschung. Die Institution untersteht der Aufsicht des UVEK (BAKOM). Im Verwaltungsrat der Mediapulse AG sowie im Stiftungsrat der Mediapulse Stiftung sind zentrale Marktakteure vertreten.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mediapulse.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:

Isabelle Waser

Head of Marketing & Communications

isabelle.waser@mediapulse.ch

+41 58 356 47 30



Mediapulse AG

info@mediapulse.ch
+41 58 356 47 11

Weltpoststrasse 5
3015 Bern

Badenerstrasse 15
8004 Zürich