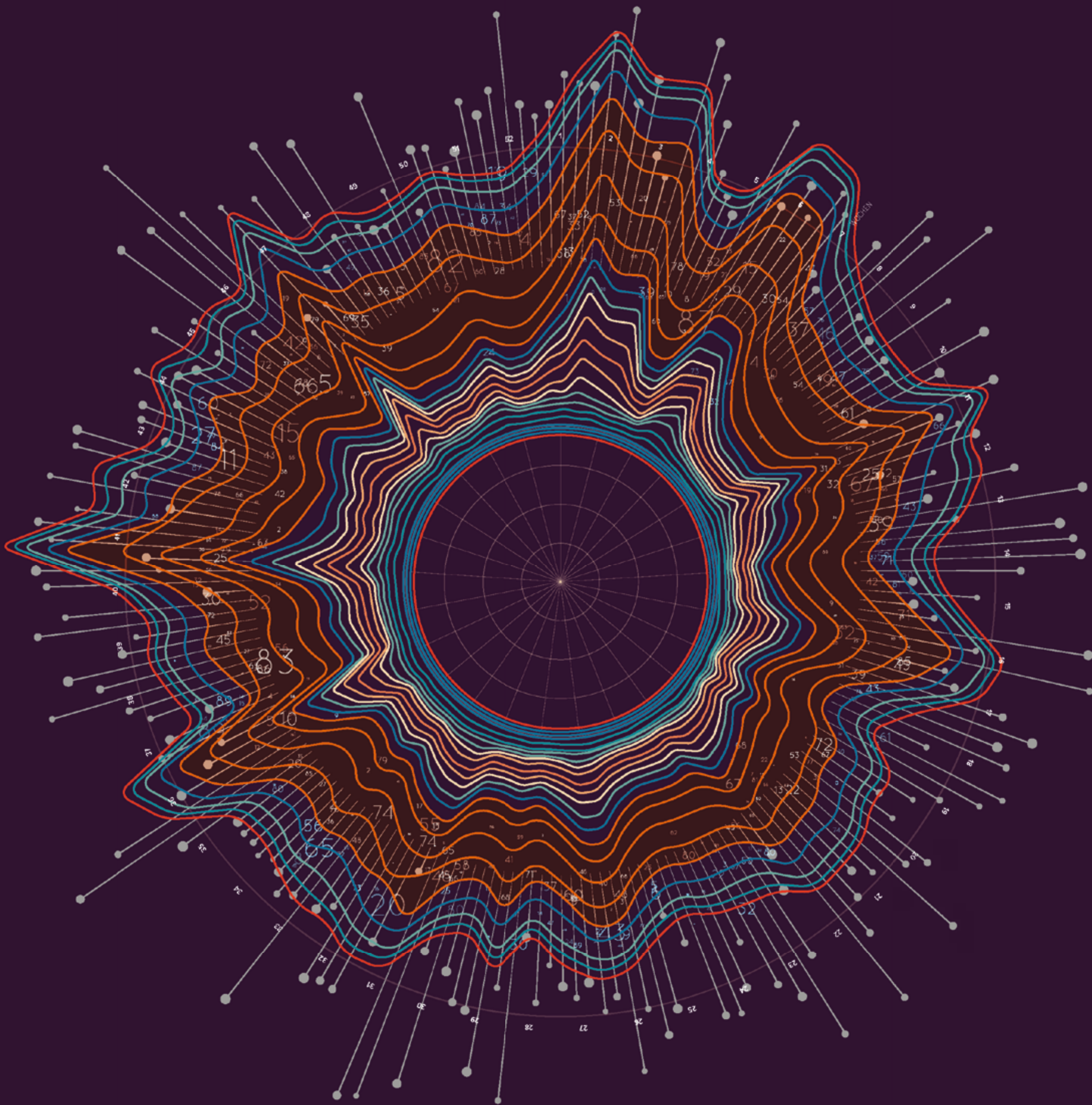


# THE POWER OF TV



2022

mediapulse





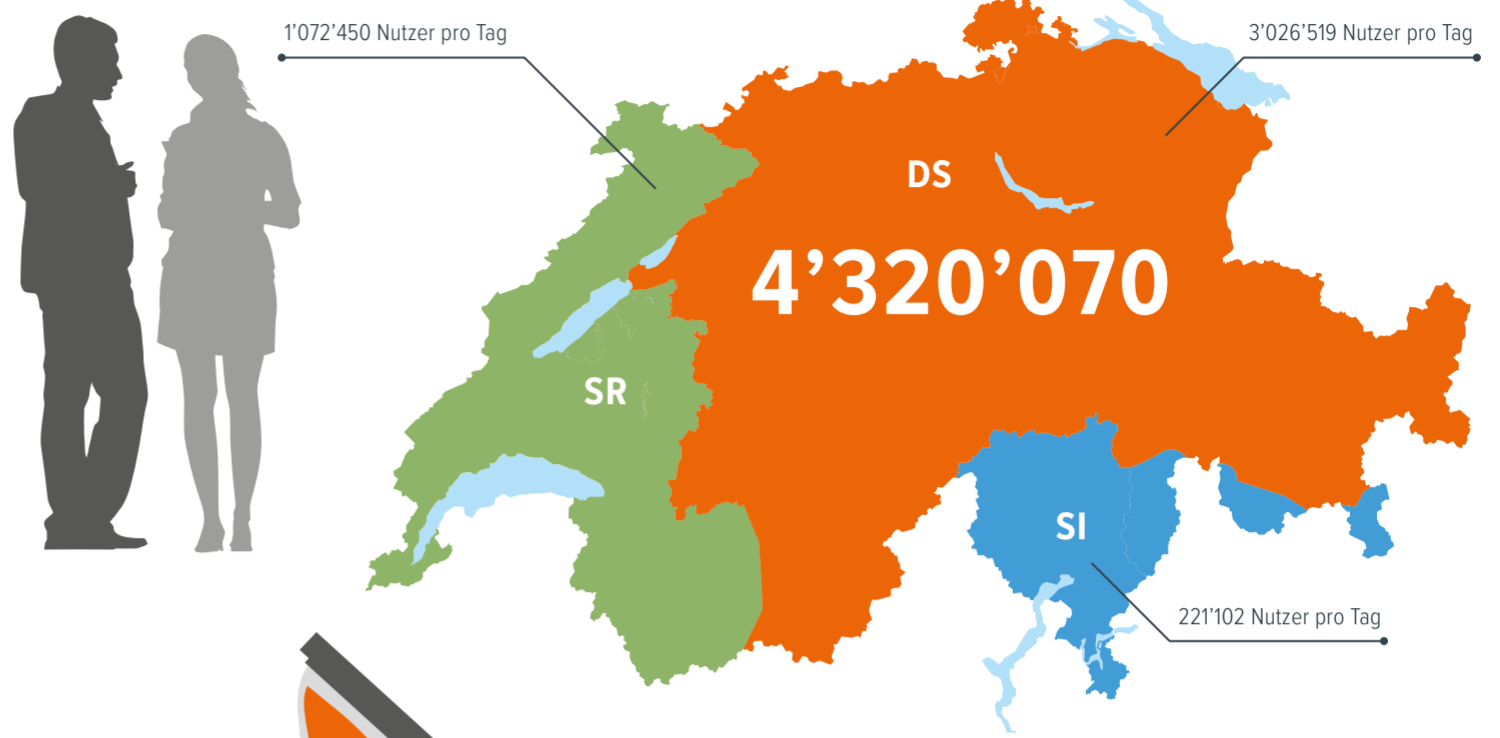
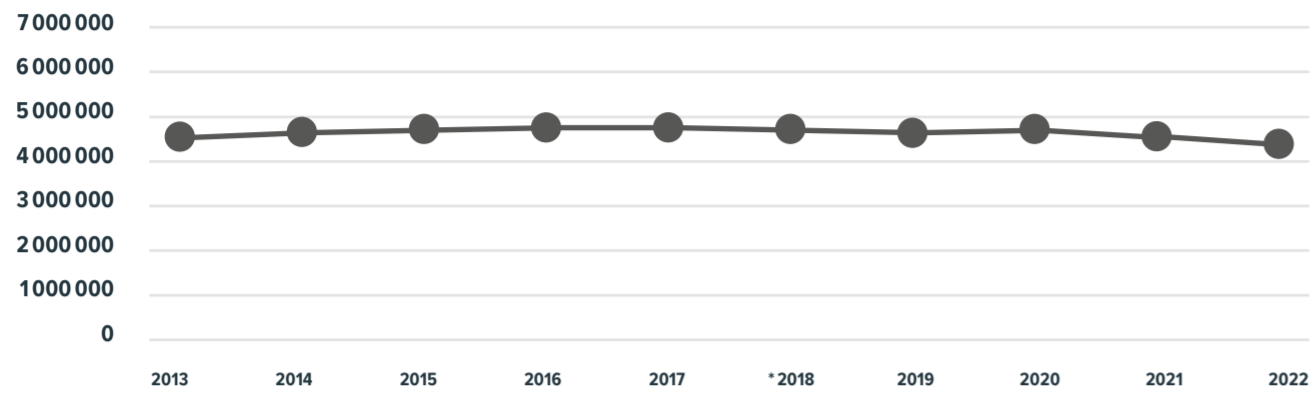
# THE POWER OF TV



thepoweroftv.ch

## TV ist populär

4.3 Millionen Menschen in der Schweiz schauen im Tagesdurchschnitt fern, das sind 6 von 10 Personen. Damit hat sich die Anzahl Personen, die TV nutzen, in den letzten Jahren kaum verändert. In der Svizzera italiana und der Romandie ist der Anteil des TV-Publikums noch höher.



### Netto-Reichweite ganze CH

Quelle: Mediapulse TV Data, 1.1.2013 – 31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), 24H, Mo-So, NRW, TV Total\*-Nutzung am TV Set, Overnight +7

\*Konsum von gesendeten TV-Inhalten, live oder bis zu 7 Tage nach Ausstrahlung

## Lange Nutzerbindung

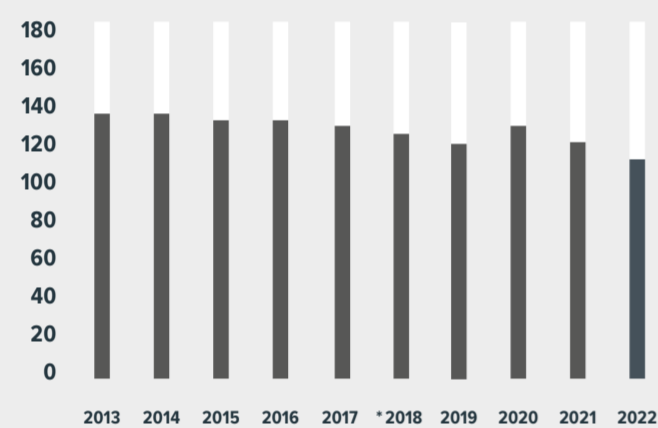
Wer TV schaut, schaut gerne viel. Im Tagesdurchschnitt drei Stunden und 12 Minuten. Projiziert man diesen Wert auf die Schweizer Bevölkerung, konsumieren wir eine Stunde und 51 Minuten TV-Inhalte am Fernseher.



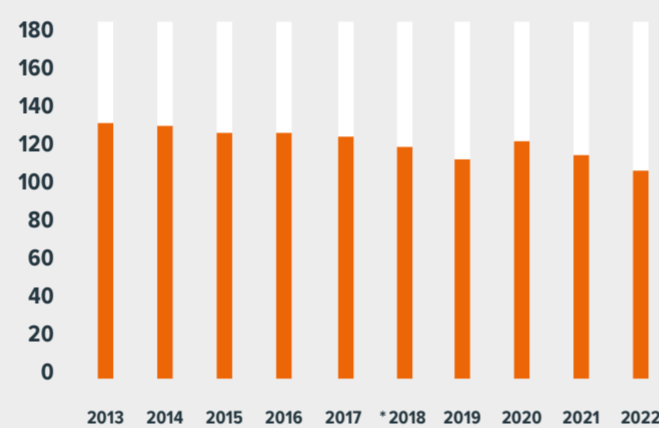
Quelle: Mediapulse TV Data, 1.1.2013 – 31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), 24H, Mo-So, SD, TV Total-Nutzung am TV Set, Overnight +7

\*Durchschnitt der täglichen Nutzungszeit aller Personen, die zu einer Zielgruppe gehören. Die Nutzungszeit wird dabei durch alle Personen geteilt, nicht nur durch die Nutzer.

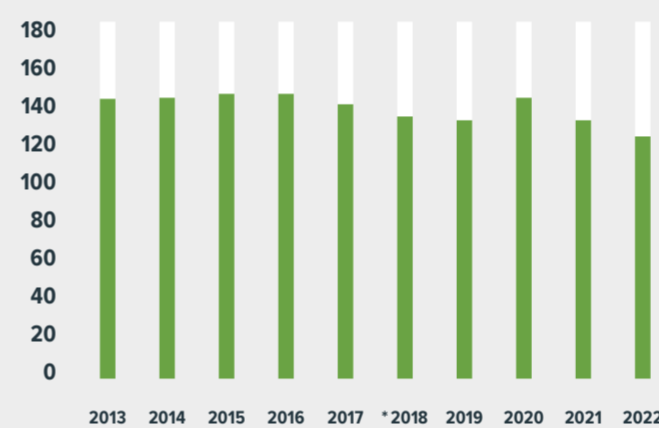
### CH



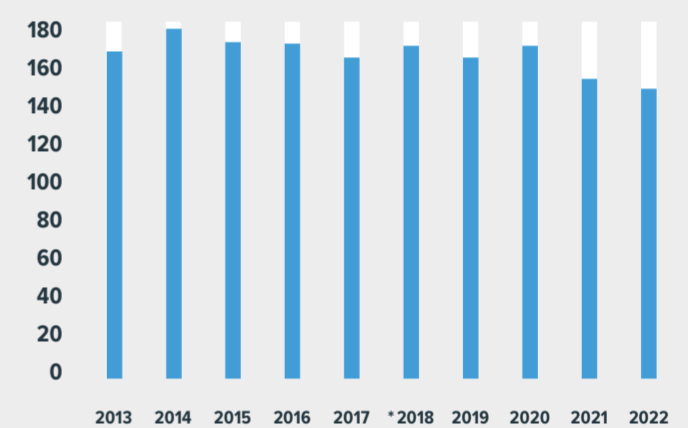
### DS



### SR



### SI



Sehdauer (SD)\* in Minuten, CH + Sprachregionen

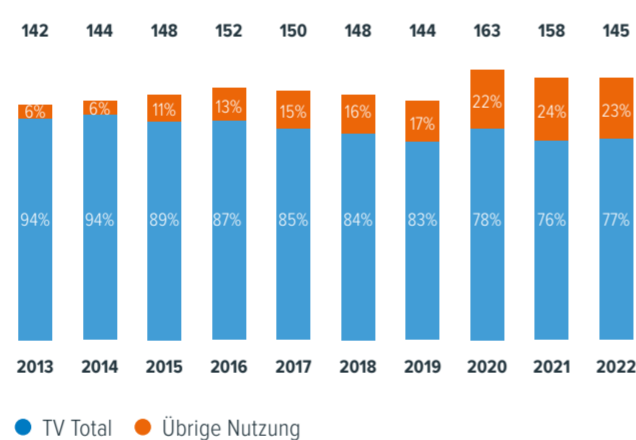
## Vielfältige Möglichkeiten

Am Big Screen wird vor allem das umfangreiche TV-Angebot genutzt. Wer auf alternative Inhalte ausweicht, nutzt häufig Streaming Angebote.

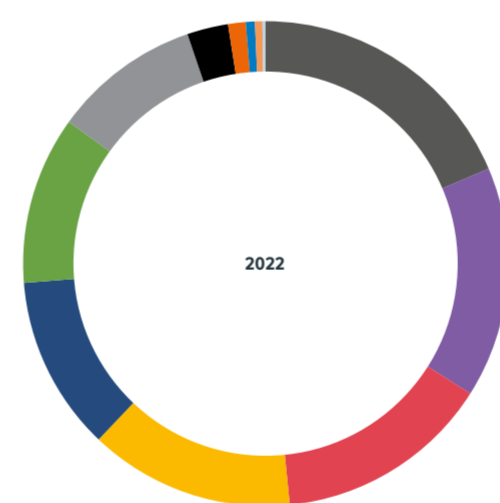
Quelle: Mediapulse TV Data, 1.1.2013 – 31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), 24H, Mo-So, SD, gesamte audiovisuelle Nutzung am TV Set, Live und Recorded View

\*Klassisches TV (Live + Recorded View) + Nutzung von TV on demand, Video on demand, Games, DVD, Audios etc.

### Gesamtnutzung audiovisueller\* Inhalte am TV-Set in Min.



### Konsumanteile\* und durchschnittliche Sehdauer pro Tag von TV-Inhalten nach Genres

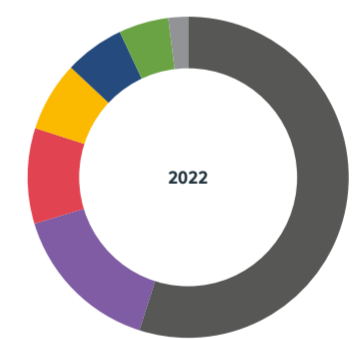


Magazine, Information	11:52	Promos, Trailer	01:45
Aktualität	09:50	Kinder, Jugend	00:45
Serien	09:12	Musiksendungen	00:23
Sport	08:44	Talk-Shows	00:19
Unterhaltung, Shows	07:26	Servicesendungen	00:07
Film	07:09	Diverse, übrige Sendungen	00:01
Werbung	06:17		

\*Berücksichtigt werden nur Sender mit Sendeprotokoll

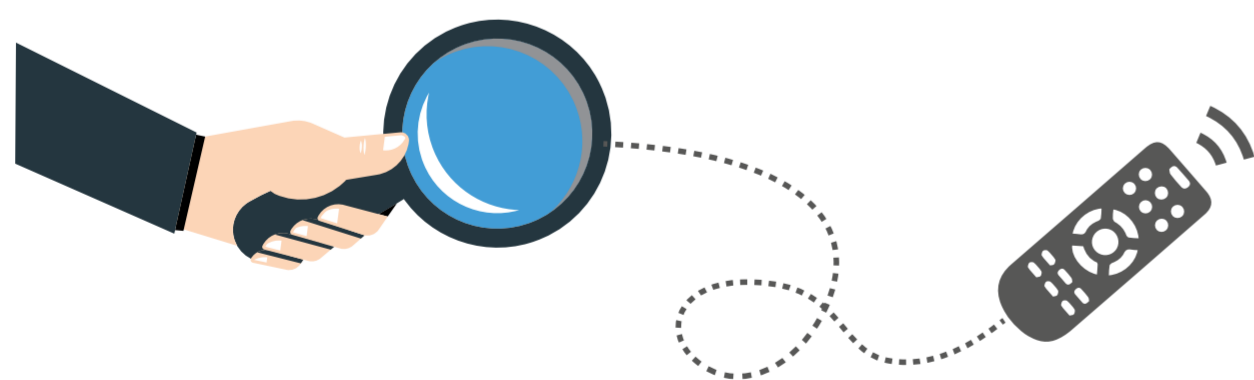
### Konsumanteile von übrigen Inhalten am TV-Set

Quelle: Mediapulse TV Data, 1.1.2022 – 31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), 24H, Mo-So, Anteile auf Basis SD, Nutzung aller übrigen Inhalte ausser TV-Total



\* z.B. zeitversetzte Nutzung nach 7 Tagen, Nutzung nicht-referenzierter TV- und Radio-Sender, unbekannte Inhalte, selbstproduzierte Inhalte

Nicht aufgeschlüsselte Nutzung*	55%
Netflix	15%
Übrige Streaming Angebote	10%
Spielkonsolen	7%
YouTube	6%
DVD, VHS, Boxes ohne Internet-Zugang (z.B. Apple TV 1-3)	5%
Radio	2%



## Führende Forschung: Transparent. Unabhängig. Neutral.

Transparent. Mediapulse kommuniziert offen und transparent.

Unabhängig. Garantiert durch die gesetzliche Grundlage sowie die Aufsicht durch das BAKOM.

Neutral. Alle Medien und die Marktpartner sind in die Mediapulse-Governance eingebunden.



### So garantieren wir Transparenz und Qualität

- externe Beurteilung durch medienwissenschaftliche Kommission
- Publikation von verschiedenen Qualitätsindikatoren der Schweizer Fernsehforschung, wie zum Beispiel:
  - Referenzierungsausfälle
  - Überwachung der Gewichtungparameter
  - Anmeldedisziplin der Panelisten
  - Stichprobenszusammensetzung

Das Vertrauen unserer Kunden ist das wichtigste Gut – deshalb publizieren wir unsere internen und externen Qualitätskontrollen im Premiumbereich auf [www.mediapulse.ch](http://www.mediapulse.ch)



2022

mediapulse