

22.05.2008 - 12:00 Uhr

Mediapulse AG: Die Jahresergebnisse der Fernseh und Radioforschung 2007

Bern (ots) -

- Hinweis: Die Medienmitteilung kann kostenlos im pdf-Format unter <http://www.presseportal.ch/de/pm/100014973> heruntergeladen werden -

An der Medienkonferenz 2008 präsentierte die Mediapulse-Gruppe die Jahresergebnisse der Fernseh- und Radioforschung 2007. Das Radio ist in der Schweiz nach wie vor das am häufigsten genutzte Medium. 2007 hören täglich 91% der Bevölkerung ab 15 Jahren Radio. Die TV-Nutzung nimmt 2007 in allen drei Landesteilen ab, nicht aber die TV-Werbenutzung. Die Schweizerinnen und Schweizer sahen an einem durchschnittlichen Tag 2007 rund 11 Minuten TV-Werbung. Pro Kopf der Bevölkerung ist das Fernsehen nach wie vor das am längsten genutzte elektronische (Massen-)Medium.

Die Mediapulse Stiftung für Medienforschung ist als Holdinggesellschaft organisiert: Die Erhebung und Bereitstellung der Nutzungsdaten sowie die Durchführung von Studien und Projekten im Bereich der Medienforschung ist Aufgabe der Tochtergesellschaft Mediapulse AG. Die kundengerechte Aufbereitung und Vermarktung der Daten an alle Kunden übernimmt die zweite Tochtergesellschaft Publica Data AG.

Die Fernsehnutzungsdauer ist 2007 in der gesamten Schweiz rückläufig. Täglich sehen zwischen 70% und 72% der Personen in TV-Haushalten fern. Die jeweiligen ersten Programme der SRG SSR sind - insbesondere am Abend in der Primetime (18h-23h) - wiederum die klar am besten beachteten Einzel-Programme. Insgesamt verzeichnet allerdings jeweils die Gruppe der ausländischen Programme den grössten Marktanteil. Die Schweizer Privatsender, in ihrer überwiegenden Mehrheit regionale Anbieter, haben einen vergleichsweise kleinen Marktanteil.

Geht die TV-Nutzung zurück, gehtkonsequenterweise auch die TV-Werbenutzung zurück. Diese Aussage hatte in den Jahren zuvor Gültigkeit, nicht aber 2007 dank der starken Ausweitung der ausgestrahlten Werbung. Im vergangenen Jahr sahen die Deutschschweizer pro Monat 325 Minuten TV-Werbung. Das sind rund 10% mehr als 2006. Die Westschweizer konsumierten gar 348 Minuten TV-Werbung in einem durchschnittlichen Monat, rund 13% mehr als noch 2006.

Gesamtschweizerisch steigen die Tagesreichweite und die Hördauer des Mediums Radio gegenüber dem Vorjahr. Per saldo steigt die Tagesreichweite in der Suisse romande, wohingegen der Anstieg der Tagesreichweite im 2. Semester in der Deutschschweiz sich nicht in einem Gesamtanstieg widerspiegelt. Auch in der Svizzera italiana bleibt sie stabil. Die privaten Schweizer Sender verzeichnen in allen drei Sprachregionen ein erfolgreiches Jahr (insbesondere das 1. Halbjahr). Für die SRG SSR ist das 2. Halbjahr erfolgreicher. Insgesamt bleiben jedoch die Marktverhältnisse der Sendergruppen weitgehend unverändert. Die Programme der SRG SSR vereinen nach wie

vor nicht zuletzt aufgrund ihrer geographisch grösseren Ausbreitung die meisten Radiominuten auf sich. Spitzenzeiten über den Tag sind unverändert der frühe Morgen und die Mittagszeit sowie, in geringerem Masse, der frühe Abend.

Kontakt:

Dr. Manuel Dähler
Leiter Mediapulse-Gruppe
Tel.: +41/31/356'47'11
E-Mail: manuel.daehler@mediapulse.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014973/100562190> abgerufen werden.