



Faktenblatt 2 zum Bundesgesetz über elektronische Medien (Vernehmlassungsentwurf)

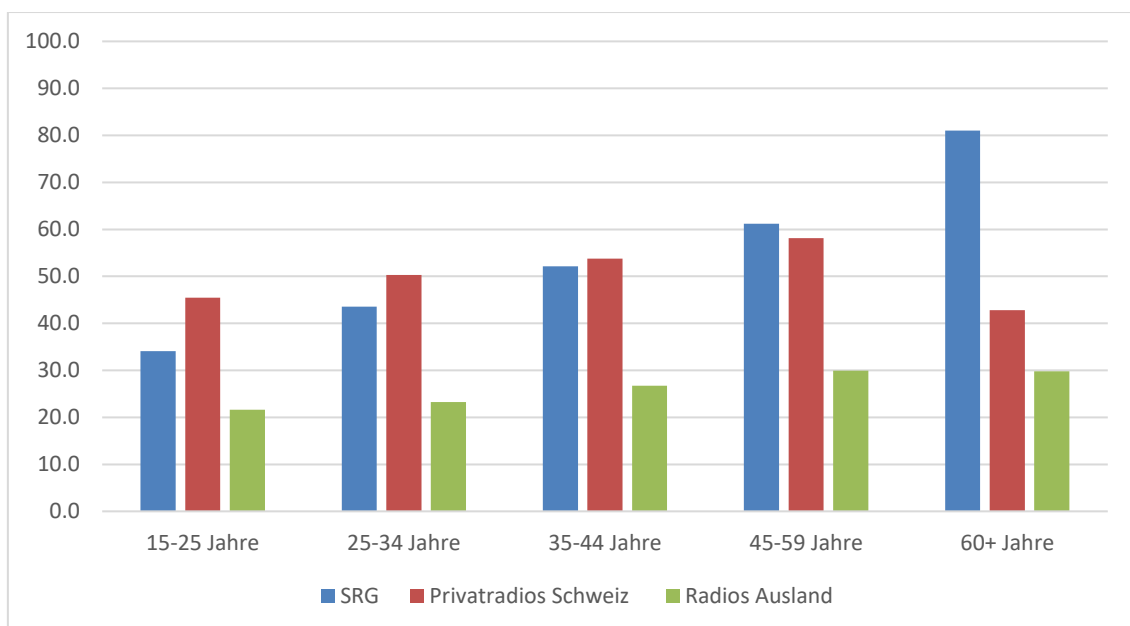
## Nutzung elektronischer Medien in der Schweiz

Die Mediennutzung erfolgt zunehmend online, mobil und zeitunabhängig.

### Radio

- Der Marktanteil der SRG-Radios beträgt schweizweit rund 65 Prozent. Jener der Schweizer Privatradios rund 30 Prozent.
- Die Radionutzung unterscheidet sich deutlich nach dem Alter. Die höchsten Reichweiten haben insbesondere die SRG-Radios bei älteren Hörerinnen und Hörern.

### Radio-Nutzung: Netto-Reichweiten nach Veranstalter- und Altersgruppen in Prozent 2017

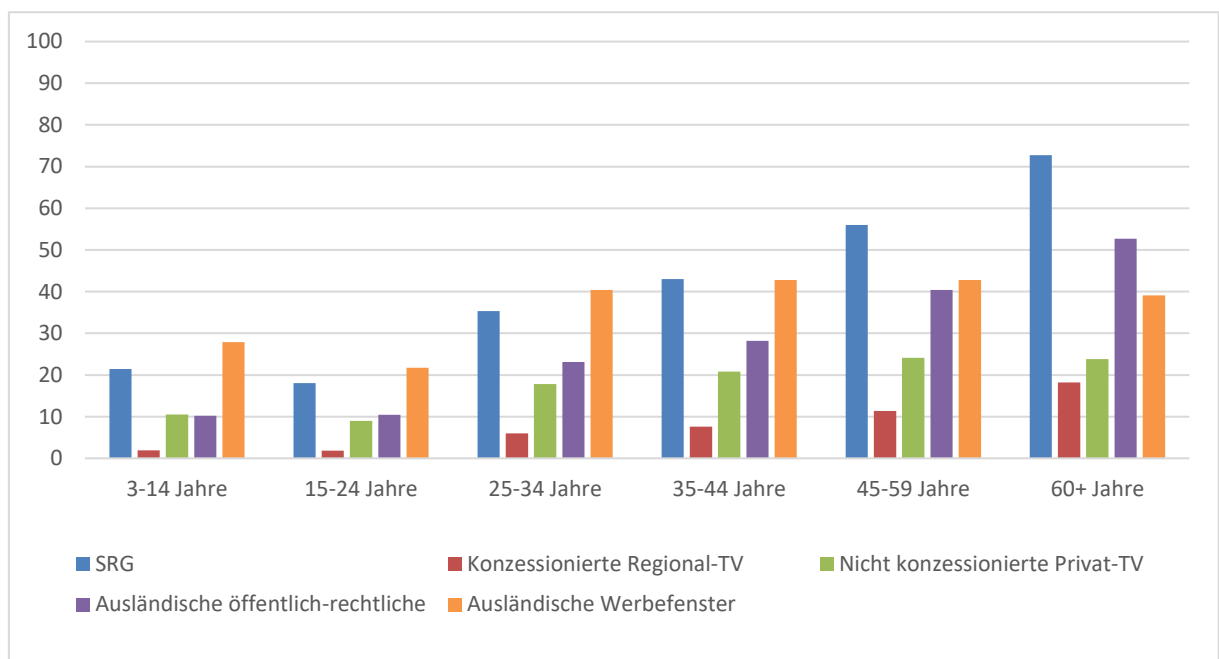


Quelle: Mediapulse 2018, Jahresdurchschnitt Jahr 2017

## Fernsehen

- Ausländische Fernsehprogramme finden in der Schweiz den grössten Zuspruch. Ihr Marktanteil beträgt 60 Prozent.
- Die SRG-Programme erreichen 30 Prozent Marktanteil. Die privaten sprachregionalen und regionalen Programme erzielen insgesamt einen Marktanteil von knapp 10 Prozent.
- Die Fernsehnutzung unterscheidet sich in zweifacher Hinsicht nach dem Alter: Jüngere schauen grundsätzlich weniger fern. Falls sie es tun, nutzen sie vor allem ausländische Programme. Das ältere Publikum nutzt die SRG-Programme stärker, die Reichweiten sind bei diesem Teil der Bevölkerung insgesamt viel höher.

### TV-Nutzung: Netto-Reichweiten nach Veranstalter- und Altersgruppen in Prozent 2017



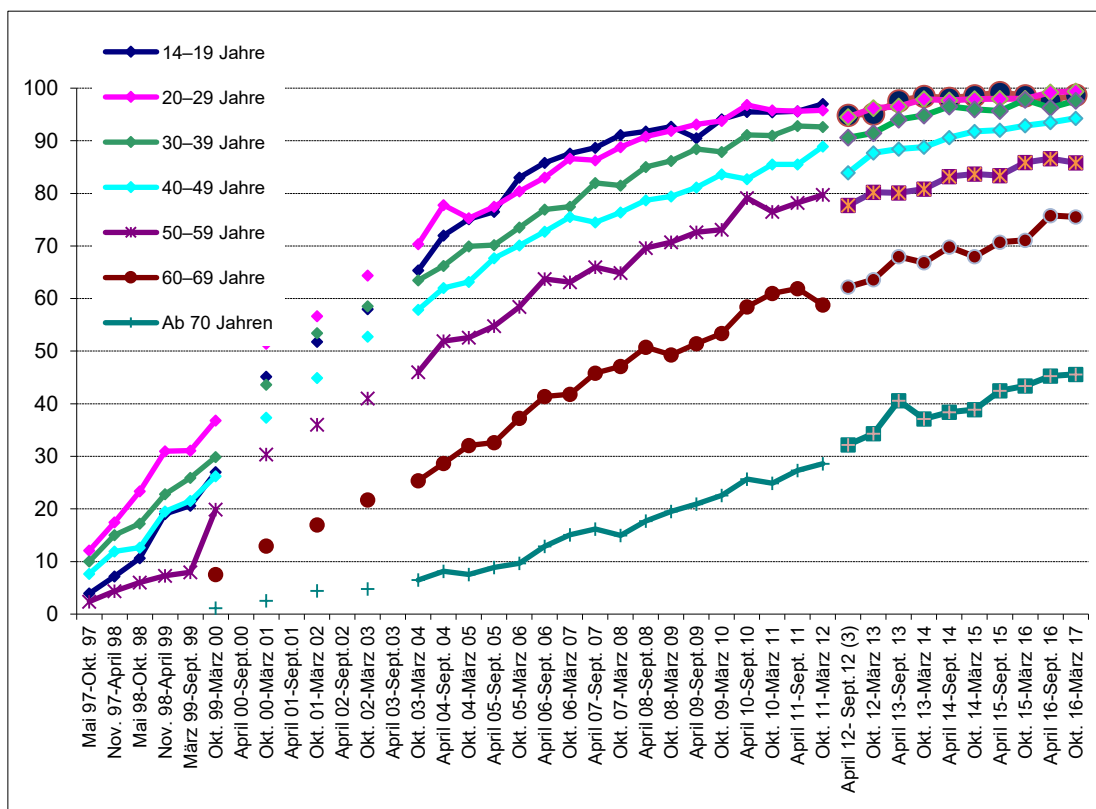
Quelle: Mediapulse 2018, durchschnittliche Nutzung im Jahr 2017

## Online

- Über die Zeit hinweg betrachtet erfolgte die markanteste Zunahme bei der Internetnutzung. Die Internetnutzung gehört heute für die meisten Personen zum Alltag.
- Während heute fast 100 Prozent der Jungen das Internet regelmässig nutzen, machen das lediglich 45 Prozent der über 75-Jährigen.

### Internetnutzung in der Schweiz nach Alter im Längsschnitt

Regelmässige Nutzer/innen in % der Personen ab 14 Jahren.



Quelle: BSF 2017

- Im Internet wird eine breite Palette an Anwendungen genutzt: Das Abrufen von Informationsangeboten ist dabei nur eine Funktion. Am meisten Zeit wird in der Schweiz mit Angeboten global tätiger Unternehmen wie Google, Facebook, Youtube, Instagram oder WhatsApp verbracht. Die Nutzungsdauer ist hierfür vier Mal länger als für die fünf am häufigsten genutzten Internetseiten der Schweizer Medien zusammen.
- Innerhalb der journalistischen Online-Angebote werden in allen Sprachregionen Angebote traditioneller Medienhäuser am häufigsten abgerufen. In der deutschsprachigen Schweiz findet das Angebot von 20min.ch in allen Altersgruppen mit Abstand den grössten Zuspruch, vor jenen von Blick, SRF, der NZZ und dem Tages-Anzeiger. Auch in der Suisse romande ist 20min online das am häufigsten genutzte Angebot vor jenem von RTS, Le Matin, 24heures und der Tribune de Genève. In der italienischsprachigen Schweiz sind die Online-Angebote von Ticinonline (tio.ch und 20min) mit Abstand die meistgenutzten, vor RSI, Ticinonews und dem Corriere del Ticino.