



Landesinstitut für Statistik

Kanonikus-Michael-Gamper-Str. 1 • 39100 Bozen
Tel. 0471 41 84 00 • Fax 0471 41 84 19

<https://astat.provinz.bz.it>
astat@provinz.bz.it



Istituto provinciale di statistica

Via Canonico Michael Gamper 1 • 39100 Bolzano
Tel. 0471 41 84 00 • Fax 0471 41 84 19

<https://astat.provincia.bz.it>
astat@provincia.bz.it



astat info

11

April
Aprile
2025

Mediennutzung in Südtirol - 2024

Uso dei media in Alto Adige - 2024



Auf einen
Blick:
A colpo
d'occhio:

65%

sehen täglich oder fast
täglich fern
guarda la televisione
tutti i giorni o quasi

54%

hören täglich oder fast
täglich Radio
ascolta la radio tutti i
giorni o quasi

40%

lesen täglich oder fast täglich eine
Tageszeitung (online oder gedruckt)
legge quotidiani online o cartacei
tutti i giorni o quasi

77%

nutzen täglich oder fast
täglich Social Media
usa i social media tutti i
giorni o quasi

Das Landesinstitut für Statistik ASTAT stellt die Ergebnisse der Stichprobenerhebung zur Mediennutzung der Südtiroler Bevölkerung ab 14 Jahren vor, die im Herbst 2024 durchgeführt wurde. Es werden auch die Unterschiede zu den Ergebnissen der vorherigen Ausgaben der Erhebung angeführt.

Die Erhebung erfasste das Verhalten in Bezug auf Fernsehen, Radiohören, Zeitungslektüre und Nutzung sozialer Medien.

L'Istituto provinciale di statistica ASTAT rende noti i risultati dell'indagine campionaria sull'utilizzo dei media da parte della popolazione altoatesina di 14 anni e oltre effettuata nell'autunno 2024, evidenziando le differenze rispetto ai risultati delle precedenti edizioni dell'indagine.

I comportamenti rilevati attraverso il sondaggio riguardano la visione della televisione, l'ascolto della radio, la lettura dei giornali e l'uso dei social media.

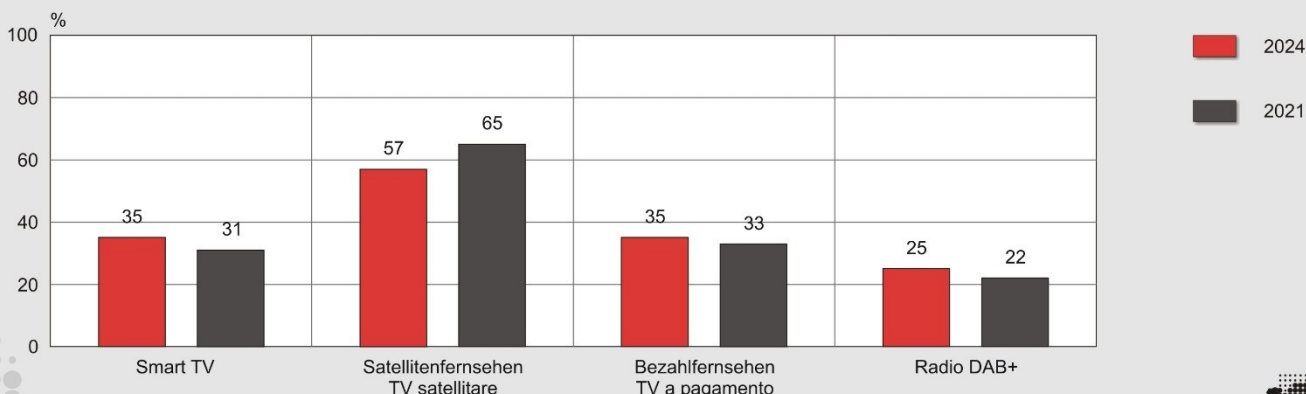
Graf. 1

Verbreitung von Smart-TV, Satellitenfernsehen, Bezahlfernsehen und Radio DAB+ - 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Diffusione della smart TV, della TV satellitare, della TV a pagamento e della radio DAB+ - 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre



© astat 2025 - sr



Wie oft, wie lange und wann ferngesehen wird

65 % der Bevölkerung sehen (unabhängig vom Gerät: Fernseher, Tablet, Computer, Smartphone, einschließlich Internetplattformen) täglich oder fast täglich fern, 9 % an vier oder fünf Tagen in der Woche und ungefähr ebenso viele (11 %) an zwei oder drei Tagen in der Woche. Die Gelegenheitszuschauer und -zuschauerinnen (an höchstens einem Tag in der Woche) machen 8 % der Bevölkerung aus, während 7 % nie fernsehen.

An einem durchschnittlichen Tag schalten etwa 324.000 Personen (71 %) den Fernseher ein, durchschnittlich für 120 Minuten pro Kopf.

Nach dem Höchstwert im Jahr 2021 (Coronapandemie) sinkt der Fernsehkonsum auf etwas niedrigere Werte als vor der Pandemie. Dies gilt sowohl in Bezug auf die täglichen Nutzer und Nutzerinnen (2012: 70 %, 2017: 69 %, 2021: 80 %, 2024: 65 %) und die durchschnittliche Tagesreichweite (2012: 75 %, 2017: 74 %, 2021: 81 %, 2024: 71 %) als auch in Bezug auf die durchschnittliche tägliche Dauer des Fernsehkonsums (2012: 128 Minuten, 2017: 130, 2021: 144, 2024: 120).

Der Fernsehkonsum hängt von den soziodemografischen Variablen Alter, Studientitel und Muttersprache ab. Die Unterschiede bei den Variablen Erwerbsstellung und Wohngebiet sind hingegen auf das Alter bzw. die Muttersprache zurückzuführen.

Quanto spesso, per quanto tempo e quando viene guardata la televisione

Il 65% della popolazione guarda la televisione (considerando qualsiasi dispositivo: televisore, tablet, computer, smartphone, incluse le piattaforme internet) tutti i giorni o quasi, il 9% quattro o cinque giorni alla settimana e circa altrettanti (11%) due o tre giorni alla settimana. I telespettatori occasionali (massimo un giorno alla settimana) sono l'8% della popolazione, mentre coloro che non guardano mai la televisione sono il 7%.

Nel giorno medio, circa 324.000 persone (71%) seguono trasmissioni televisive, mediamente per 120 minuti pro capite.

Dopo il picco raggiunto nel 2021 (periodo Covid), il consumo televisivo scende a livelli di poco inferiori a quelli precedenti la pandemia, sia in termini di utenti giornalieri (2012: 70%, 2017: 69%, 2021: 80%, 2024: 65%) e utenza media giornaliera (2012: 75%, 2017: 74%, 2021: 81%, 2024: 71%), sia per quanto riguarda il tempo medio giornaliero di visione degli utenti (2012: 128 minuti, 2017: 130, 2021: 144, 2024: 120).

Età, titolo di studio e madrelingua sono le variabili sociodemografiche da cui dipende il consumo televisivo. Le differenze rilevate per le variabili condizione professionale e zona abitativa sono invece riconducibili rispettivamente all'età e alla madrelingua.

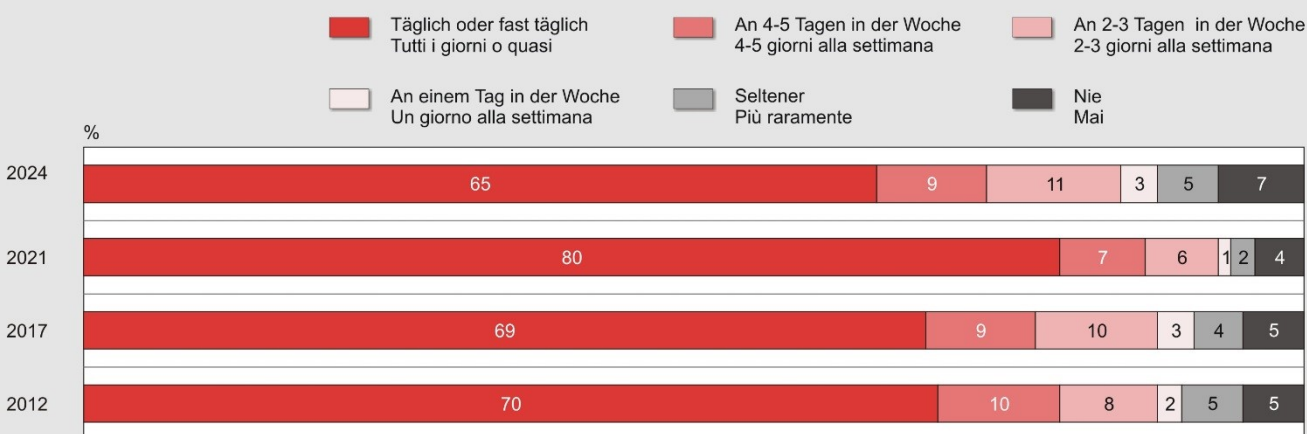
Graf. 2

Wie oft sehen Sie normalerweise fern (a)? - 2012, 2017, 2021 und 2024

Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Con quale frequenza guarda normalmente la televisione (a)? - 2012, 2017, 2021 e 2024

Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre



(a) Unabhängig vom Gerät: Fernseher, Tablet, Computer, Smartphone, einschließlich Internetplattformen
Con qualunque dispositivo: televisore, tablet, computer, smartphone, incluse le piattaforme internet

© astat 2025 - sr



Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen (a) nach soziodemografischen Gruppen - 2012, 2017, 2021 und 2024

Absolute Werte in Tausend; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Utenti televisivi (a) per gruppi sociodemografici - 2012, 2017, 2021 e 2024

Valori assoluti in migliaia; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Zuschauer/ innen Utenti	Tägliche Zuschauer/ innen (b) Utenti giornalieri (b)	Wöchentliche Zuschauer/ innen (c) Utenti settimanali (c)	Durchschnittliche Tagesreichweite (d) Utenza media giornaliera (d)	Durchschnittliche Dauer pro Tag (Minuten pro Zuschauer/in) Tempo medio giornaliero (minuti per utente)	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht						Sesso
Männer	210	147	200	160	121	Maschi
Frauen	215	152	202	164	120	Femmine
Altersklasse (Jahre)						Classe di età (anni)
14-34	112	57	99	71	93	14-34
35-49	93	60	87	68	106	35-49
50-64	116	88	112	93	128	50-64
65 und mehr	104	93	103	92	155	65 e oltre
Schulbildung						Titolo di studio
Ohne Matura	254	192	245	202	133	Senza maturità
Mit Matura	111	73	103	81	107	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	59	34	53	40	91	Con laurea
Erwerbsstellung						Condizione professionale
Erwerbspersonen	247	161	231	181	107	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	178	138	171	143	140	Non forze di lavoro
Muttersprache						Madrelingua
Deutsch	276	190	258	208	112	Tedesco
Italienisch	104	80	100	84	145	Italiano
Ladinisch	17	12	16	13	109	Ladino
Andere	29	16	27	19	122	Altra
Wohngebiet						Zona abitativa
Landgemeinden	264	178	248	198	114	Comuni rurali
Stadtgemeinden	161	120	153	126	131	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft						Comunità comprensoriale
Vinschgau	29	20	27	22	125	Val Venosta
Burggrafenamt	82	60	78	64	125	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	63	45	60	49	124	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	83	61	78	64	137	Bolzano
Salten-Schlern	42	27	39	31	101	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	60	39	57	45	110	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	67	45	62	49	111	Val Pusteria
Insgesamt 2024	425	299	401	324	120	Totale 2024
Insgesamt 2021	438	366	429	371	144	Totale 2021
Insgesamt 2017	421	305	402	328	130	Totale 2017
Insgesamt 2012	405	299	385	320	128	Totale 2012

(a) Unabhängig vom Gerät: Fernseher, Tablet, Computer, Smartphone, einschließlich Internetplattformen
Con qualunque dispositivo: televisore, tablet, computer, smartphone, incluse le piattaforme internet

(b) Personen, die jeden Tag oder fast jeden Tag fernsehen. Die Werte der täglichen Zuschauer und Zuschauerinnen dürfen nicht mit den Werten der wöchentlichen Zuschauer und Zuschauerinnen summiert werden, da Erstere eine Teilmenge der Letzteren sind.
Persone che guardano la televisione tutti i giorni o quasi. I valori riguardanti gli utenti giornalieri e gli utenti settimanali non possono essere sommati fra di loro, poiché i primi costituiscono un di cui dei secondi.

(c) Personen, die mindestens einmal pro Woche fernsehen
Persone che guardano la televisione almeno una volta alla settimana

(d) Schätzung der Anzahl der Personen, die an einem durchschnittlichen Tag fernsehen. Die Werte der durchschnittlichen Tagesreichweite dürfen nicht zu den anderen Indikatoren gezählt werden, da die Tagesreichweite ein zusammenfassender Indikator ist.
Stima del numero di persone che guardano la televisione in un giorno medio. L'utenza media giornaliera, che costituisce un indicatore di sintesi, non può essere sommata con gli altri indicatori.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen (a) nach soziodemografischen Gruppen - 2012, 2017, 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Utenti televisivi (a) per gruppi sociodemografici - 2012, 2017, 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Zuschauer/ innen Utenti	Tägliche Zu- schauer/innen (b) Utenti giornalieri (b)	Wöchentliche Zu- schauer/innen (c) Utenti settimanali (c)	Durchschnittliche Tagesreichweite (d) Utenza media giornaliera (d)	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht					Sesso
Männer	93	65	89	71	Maschi
Frauen	93	65	87	70	Femmine
Altersklasse (Jahre)					Classe di età (anni)
14-34	89	45	78	57	14-34
35-49	92	60	87	68	35-49
50-64	95	72	91	76	50-64
65 und mehr	96	86	95	84	65 e oltre
Schulbildung					Titolo di studio
Ohne Matura	93	71	90	74	Senza maturità
Mit Matura	94	62	87	69	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	89	50	80	60	Con laurea
Erwerbsstellung					Condizione professionale
Erwerbspersonen	92	60	86	68	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	94	73	90	75	Non forze di lavoro
Muttersprache					Madrelingua
Deutsch	95	65	89	71	Tedesco
Italienisch	95	73	91	76	Italiano
Ladinisch	94	70	90	74	Ladino
Andere	73	40	69	48	Altra
Wohngebiet					Zona abitativa
Landgemeinden	94	64	88	70	Comuni rurali
Stadtgemeinden	91	68	87	71	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft					Comunità comprensoriale
Vinschgau	94	66	88	71	Val Venosta
Burggrafenamt	91	67	86	71	Burggraviato
Überetsch-Südt. Unterland	96	69	91	74	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	90	66	85	70	Bolzano
Salten-Schlern	96	63	90	71	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	94	62	90	71	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	93	63	86	69	Val Pusteria
Insgesamt 2024	93	65	88	71	Totale 2024
Insgesamt 2021	96	80	94	81	Totale 2021
Insgesamt 2017	95	69	91	74	Totale 2017
Insgesamt 2012	95	70	90	75	Totale 2012

(a) Unabhängig vom Gerät: Fernseher, Tablet, Computer, Smartphone, einschließlich Internetplattformen
Con qualunque dispositivo: televisore, tablet, computer, smartphone, incluse le piattaforme internet

(b) Personen, die jeden Tag oder fast jeden Tag fernsehen. Die Werte der täglichen Zuschauer und Zuschauerinnen dürfen nicht mit den Werten der wöchentlichen Zuschauer und Zuschauerinnen summiert werden, da Erstere eine Teilmenge der Letzteren sind.
Persone che guardano la televisione tutti i giorni o quasi. I valori riguardanti gli utenti giornalieri e gli utenti settimanali non possono essere sommati fra di loro, poiché i primi costituiscono un di cui dei secondi.

(c) Personen, die mindestens einmal pro Woche fernsehen
Persone che guardano la televisione almeno una volta alla settimana

(d) Schätzung der Anzahl der Personen, die an einem durchschnittlichen Tag fernsehen. Die Werte der durchschnittlichen Tagesreichweite dürfen nicht zu den anderen Indikatoren gezählt werden, da die Tagesreichweite ein zusammenfassender Indikator ist.
Stima del numero di persone che guardano la televisione in un giorno medio. L'utenza media giornaliera, che costituisce un indicatore di sintesi, non può essere sommata con gli altri indicatori.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Der Anteil der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen steigt mit dem Alter und sinkt mit höherer Schulbildung. In Bezug auf die Muttersprache erreicht er seinen niedrigsten Wert unter den ausländischen Muttersprachlern und Muttersprachlerinnen.

La quota dei telespettatori aumenta con l'età e diminuisce al crescere del titolo di studio. Relativamente alla madrelingua, essa raggiunge il valore più basso tra le persone di madrelingua straniera.

Auch die durchschnittliche tägliche Dauer des Fernsehkonsums der Nutzer und Nutzerinnen steigt mit dem Alter und sinkt mit höherer Schulbildung. Italienischsprachige Zuschauer und Zuschauerinnen verbringen durchschnittlich mehr Zeit vor dem Fernseher als deutsche, ladinische und ausländische Muttersprachler und Muttersprachlerinnen.

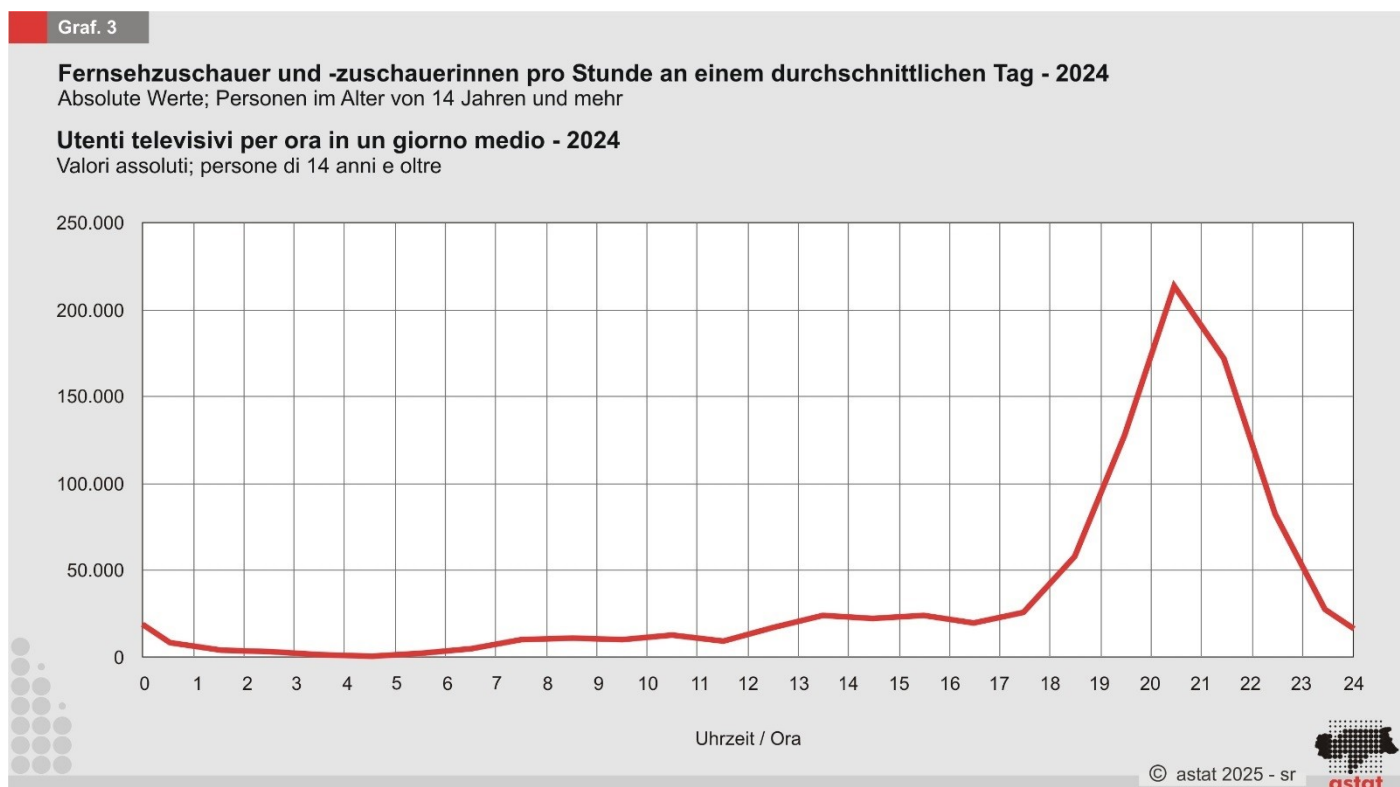
Grafik 3 zeigt die Anzahl der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen pro Stunde an einem durchschnittlichen Tag. Dabei zeigen sich dieselben Merkmale wie in den vorhergehenden Ausgaben der Erhebung.

Nur wenige Personen sehen in den Nachtstunden fern, zwischen 6 und 8 Uhr morgens nimmt ihre Zahl leicht zu. Zwischen 8 und 12 Uhr mittags sehen jede Stunde ungefähr 10.000 Zuschauer und Zuschauerinnen fern. Ab Mittag, in den Nachmittagsstunden, schwankt die Zuschauerzahl zwischen 16.000 und 26.000 Personen. Von 17 bis 21 Uhr steigt sie kontinuierlich an und erreicht den Höchstwert von 213.000 Personen zwischen 20 und 21 Uhr. Danach sinken die Einschaltquoten auf 172.000 Zuschauer und Zuschauerinnen zwischen 21 und 22 Uhr, 82.000 in der Stunde darauf und 27.000 zwischen 23 Uhr und Mitternacht.

Anche il tempo medio giornaliero di visione degli utenti cresce con l'età e diminuisce al crescere del titolo di studio. Gli utenti televisivi di madrelingua italiana trascorrono mediamente più tempo davanti al televisore rispetto a quelli di madrelingua tedesca, ladina e straniera.

Il grafico 3 raffigura il numero telespettatori per ora in un giorno medio. Esso presenta le stesse caratteristiche di andamento osservate nelle precedenti edizioni dell'indagine.

Le persone che guardano la televisione nelle ore notturne sono poche e crescono leggermente tra le 6 e le 8 di mattina. Tra le 8 e le 12 si contano circa 10.000 telespettatori in ciascuna ora. A partire da mezzogiorno, nelle ore pomeridiane, il numero dei teleutenti oscilla tra 17.000 e 26.000. Dalle 17 fino alle 21 esso è in continua crescita e raggiunge il valore massimo di 213.000 tra le 20 e le 21, ora a partire dalla quale comincia il calo degli ascolti, con 172.000 telespettatori tra le 21 e le 22, 82.000 nell'ora successiva e 27.000 tra le 23 e mezzanotte.



Wie ferngesehen wird

60 % der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen verfolgen die Sendungen auf einem klassischen Fernsehgerät, 40 % auf einem Fernseher mit Internetzugang (Smart-TV) und 28 % sehen auf einem Smartphone, Computer oder Tablet fern.

Come viene guardata la televisione

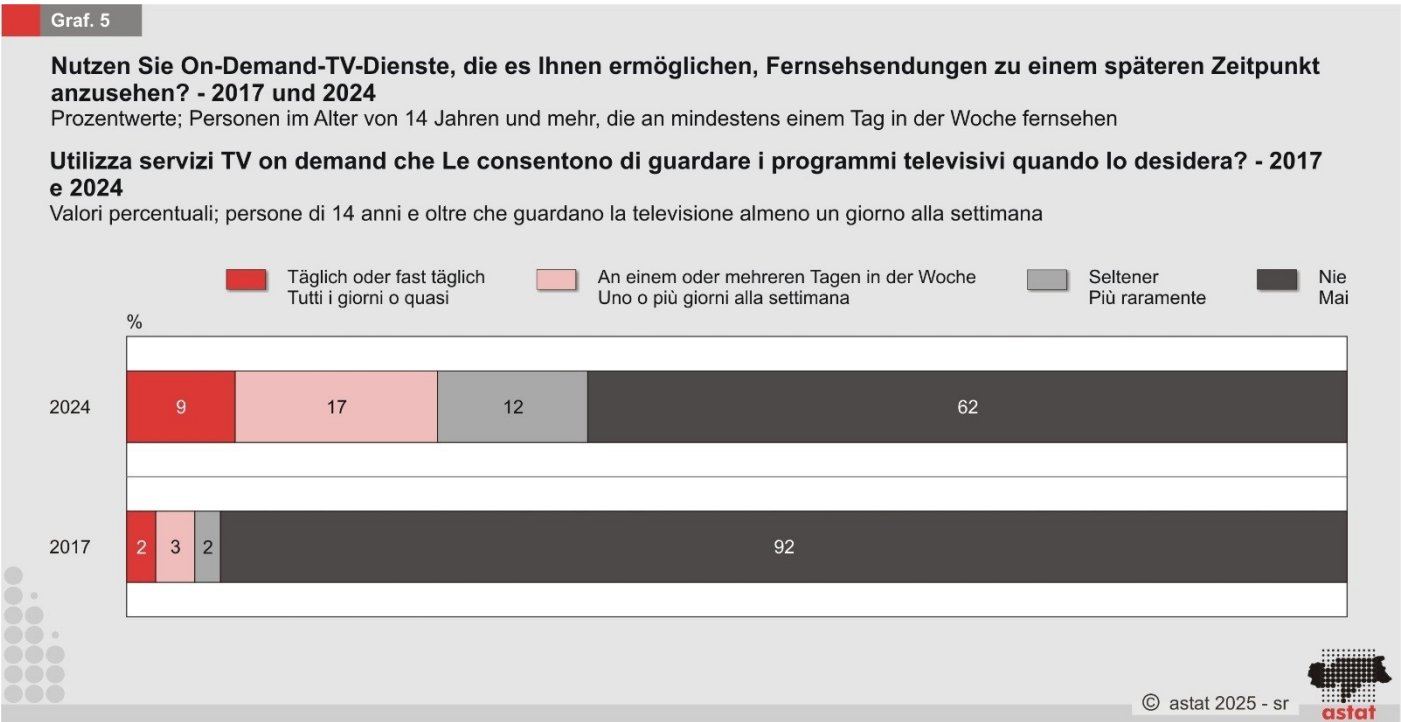
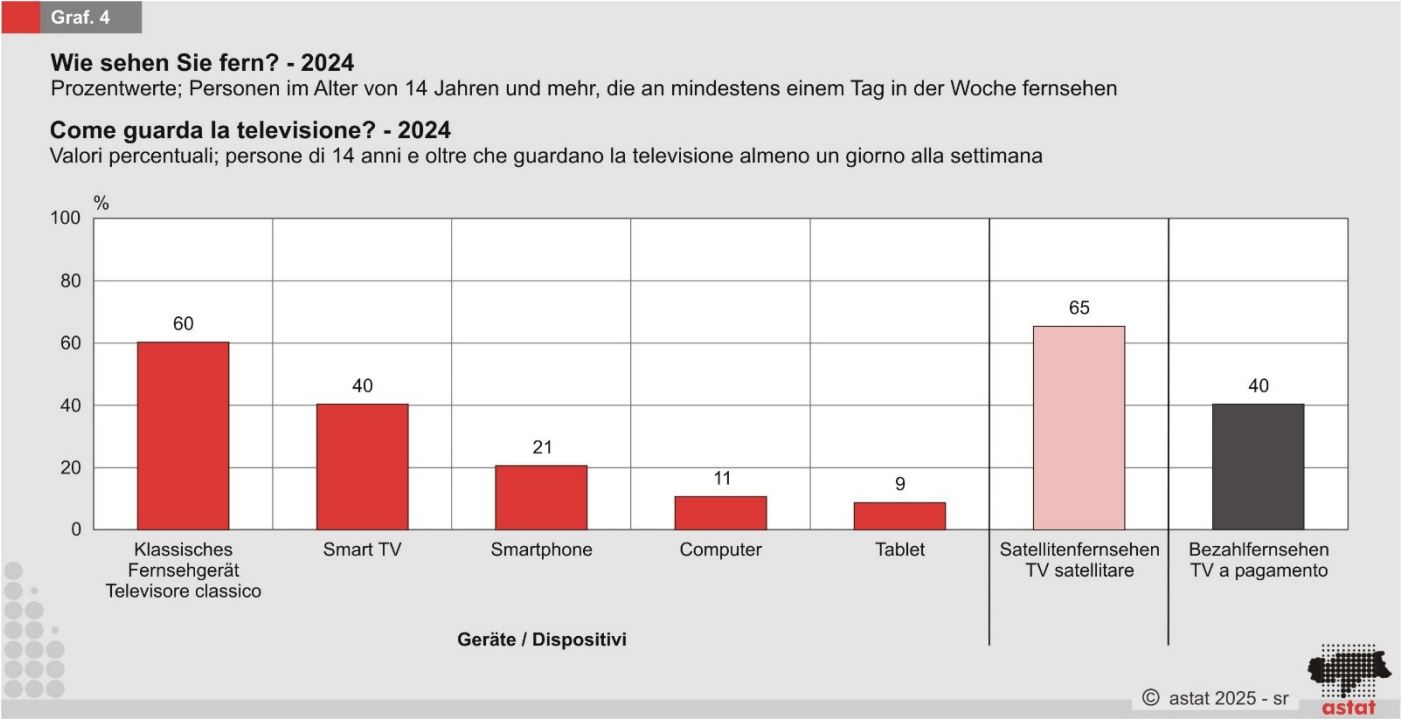
Il 60% dei telespettatori guarda la televisione con un televisore classico, il 40% con un televisore connesso a internet (smart TV) e il 28% utilizza lo smartphone, il computer oppure il tablet.

65 % haben eine Satellitenschüssel und 40 % ein Abonnement oder eine Wertkarte für Bezahlfernsehen (Pay-TV).

Il 65% ha la parabola satellitare e il 40% ha un abbonamento o una carta prepagata per la visione della televisione a pagamento.

Obwohl lineares Fernsehen noch überwiegt, nimmt die Nutzung von On-Demand-Diensten zu: 9 % der Zuschauer und Zuschauerinnen nutzen sie täglich oder fast täglich, 17 % an einem oder mehreren Tagen in der Woche, 12 % seltener und 62 % nie.

Sebbene il consumo televisivo lineare sia ancora predominante, l'uso dei servizi on-demand si sta diffondendo: il 9% dei telespettatori li utilizza tutti i giorni o quasi, il 17% uno o più giorni alla settimana, il 12% più raramente e il 62% non li utilizza mai.



Arten des Fernsehens nach soziodemografischen Gruppen - 2017, 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen

Modi di guardare la televisione per gruppi sociodemografici - 2017, 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che guardano la televisione almeno un giorno alla settimana

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Geräte Dispositivi			Satelliten-fernsehen TV satellitare	Bezahl-fernsehen TV a pagamento	Nutzung von On-Demand-TV-Dienste Utilizzo di servizi TV on demand	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	Klassisches Fernsehgerät Televisore classico	Smart TV	Smartphone, PC, Tablet				
Geschlecht							Sesso
Männer	57	43	29	67	41	39	Maschi
Frauen	63	38	27	64	40	37	Femmine
Altersklasse (Jahre)							Classe di età (anni)
14-34	35	59	55	62	65	50	14-34
35-49	48	56	28	66	53	50	35-49
50-64	67	37	21	69	37	40	50-64
65 und mehr	89	13	11	65	10	14	65 e oltre
Schulbildung							Titolo di studio
Ohne Matura	68	32	24	68	31	28	Senza maturità
Mit Matura	49	55	35	63	56	49	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	48	51	36	57	53	60	Con laurea
Erwerbsstellung							Condizione professionale
Erwerbspersonen	51	51	32	67	52	47	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	73	26	24	64	25	26	Non forze di lavoro
Muttersprache							Madrelingua
Deutsch	66	34	26	82	35	31	Tedesco
Italienisch	49	51	33	28	54	53	Italiano
Ladinisch	70	38	23	70	35	36	Ladino
Andere	43	60	37	45	44	53	Altra
Wohngebiet							Zona abitativa
Landgemeinden	64	36	27	78	37	33	Comuni rurali
Stadtgemeinden	55	47	31	45	46	46	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft							Comunità comprensoriale
Vinschgau	63	38	25	86	30	29	Val Venosta
Burggrafenamt	59	42	26	66	40	38	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	59	40	32	60	41	40	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	54	50	34	35	47	47	Bolzano
Salten-Schlern	71	29	24	81	35	30	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	59	39	27	79	45	37	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	64	37	25	77	36	33	Val Pusteria
Insgesamt 2024	60	40	28	65	40	38	Totale 2024
Insgesamt 2021	68	33	24	69	35	-	Totale 2021
Insgesamt 2017	-	-	17	60	17	8	Totale 2017

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Der Vergleich mit den Ergebnissen früherer Ausgaben der Erhebung zeigt, dass die neuen Technologien und Plattformen für den Fernsehkonsum zunehmend genutzt werden. Die Nutzung von Smart-TV steigt von 33 % im Jahr 2021 auf 40 % (2024), Smartphone, Computer oder Tablet von 17 % im Jahr 2017 auf 24 % (2021) bzw. 28 % (2024), die Nutzung von On-Demand-Diensten von 8 % (2017) auf 38 % (2024). Auch die Verbreitung von Pay-TV nimmt weiter zu (17 % im Jahr 2017, 35 % im Jahr 2021 und 40 % im Jahr 2024).

Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Nutzer und Nutzerinnen eines klassischen Fernsehgeräts, während Smart-TV und andere Geräte für Online-Fern-

Il confronto con i risultati delle precedenti edizioni dell'indagine mostra un crescente utilizzo delle nuove tecnologie e piattaforme per il consumo televisivo. La smart TV passa dal 33% nel 2021 all'attuale 40%, smartphone, computer o tablet dal 17% nel 2017 al 24% nel 2021 e all'attuale 28%, l'utilizzo di servizi on demand dall'8% nel 2017 all'attuale 38%. Continua ad aumentare anche la diffusione della TV a pagamento (17% nel 2017, 35% nel 2021 e 40% nel 2024).

All'aumentare dell'età cresce l'utilizzo del televisore classico e diminuisce quello della smart TV e degli altri dispositivi per guardare la televisione in internet. Anche

sehen weniger verwendet werden. Auch die Nutzung von Bezahlfernsehen und On-Demand-Diensten sinkt bei steigendem Alter.

Das klassische Fernsehgerät und der Satellitenanschluss sind unter den Zuschauern und Zuschauerinnen deutscher und ladinischer Muttersprache weiter verbreitet als unter der italienischsprachigen Bevölkerung. Außerdem sind sie - und dies teilweise unabhängig von der Sprache - in den Landgemeinden häufiger zu finden als in den Stadtgemeinden.

Umgekehrt sind die Anteile der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen, die einen Smart-TV besitzen, Pay-TV schauen und On-Demand-Dienste nutzen, in der italienischen Sprachgruppe, und in diesem Fall dementsprechend unter der Bevölkerung in den Stadtgemeinden, am höchsten.

Was im Fernsehen geschaut wird

Die Nachrichten sind der Spitzenreiter unter den Fernsehprogrammen (63 % der Zuschauer und Zuschauerinnen schalten sie ein). Auf dem zweiten Platz folgen die Spielfilme (58 %), dann TV-Serien (46 %), Sportsendungen (36 %), Informationssendungen und Sendungen zu aktuellen Themen (36 %), Sendungen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen (32 %), Wettervorhersagen (27 %), Informationssendungen mit Unterhaltung (20 %), Quizsendungen (20 %), Kochsendungen (20 %), Talkshows (16 %), Musik- oder Theatersendungen (14 %), Talentshows (11 %), Reality-Shows (10 %), Zeichentrickfilme (10 %), Varietés (8 %) und religiöse Sendungen (4 %).

Diese Rangordnung ist im Vergleich zu früheren Ausgaben der Erhebung mehr oder weniger unverändert geblieben. Allerdings zeichnet sich ein allmählicher Rückgang des Anteils der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen ab, die angeben, hauptsächlich Nachrichten, Filme sowie Informationssendungen und Sendungen zu aktuellen Themen zu sehen, während der Anteil derjenigen, die hauptsächlich Fernsehserien schauen, steigt.

Die größten geschlechtsspezifischen Unterschiede weisen Sportsendungen, Sendungen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen, TV-Serien und Kochsendungen auf. Das Interesse an den ersten beiden Arten von Sendungen ist unter den Männern größer, während Frauen sich mehr für die letzten beiden Kategorien interessieren.

Mit zunehmendem Alter steigt das Interesse an Nachrichtensendungen, Sendungen zu aktuellen Themen bzw. zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen, Wettervorhersagen, Quizsendungen und Talkshows, während die Einschaltquoten bei TV-Serien und Reality-Shows sinken.

la visione della televisione a pagamento e l'utilizzo di servizi on demand sono correlati negativamente con l'età.

Il televisore classico e la parabola satellitare sono più diffusi tra i telespettatori di lingua tedesca e ladina che tra quelli di lingua italiana e, in parte indipendentemente dalla madrelingua, sono più presenti nelle abitazioni dei comuni rurali che in quelle dei comuni urbani.

Al contrario, le quote più alte di utenti televisivi che possiedono una smart TV, seguono programmi a pagamento e utilizzano servizi on demand si registrano nel gruppo linguistico italiano e, questa volta di conseguenza, tra le persone residenti nei comuni urbani.

Cosa guardano i telespettatori

I telegiornali occupano il primo posto della graduatoria dei programmi televisivi maggiormente seguiti (63% dei telespettatori). Al secondo posto, con il 58%, si posizionano i film. Seguono le serie televisive (46%), i programmi sportivi (36%), i programmi di informazione e attualità (36%), i programmi di divulgazione scientifica e culturale (32%), le previsioni del tempo (27%), i programmi di informazione con intrattenimento (20%), i quiz (20%), i programmi di cucina (20%), i talk show (16%), i programmi di musica o teatro (14%), i talent show (11%), i reality show (10%), i cartoni animati (10%), i varietà (8%) e i programmi religiosi (4%).

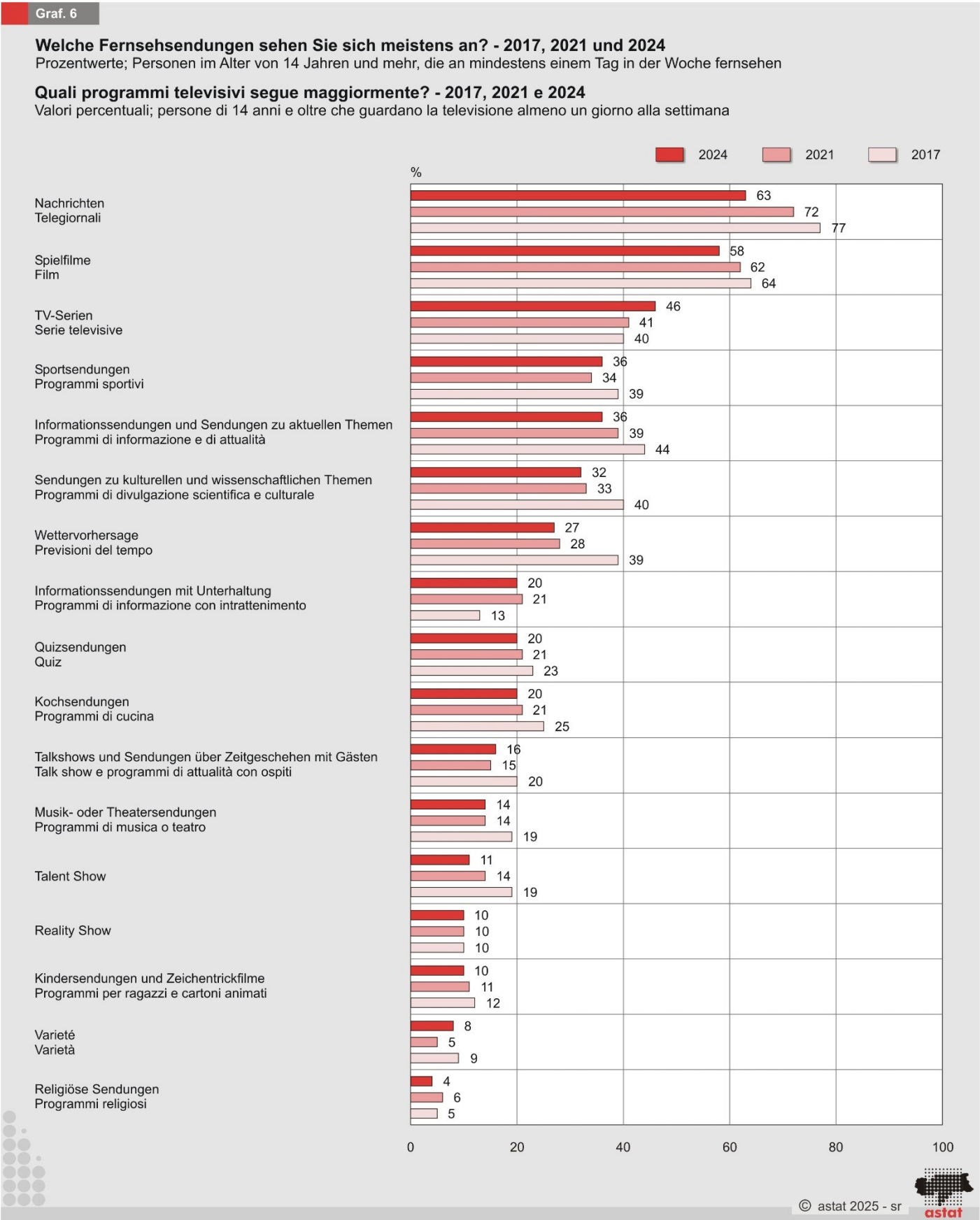
Questa graduatoria è rimasta pressoché invariata rispetto alle precedenti edizioni dell'indagine. Si osserva però una progressiva riduzione delle percentuali di telespettatori che affermano di guardare principalmente telegiornali, film e programmi di informazione e attualità, a fronte di un incremento della quota di coloro che seguono soprattutto serie televisive.

Le maggiori differenze di genere si registrano per i programmi sportivi, i programmi di divulgazione scientifica e culturale, le serie televisive e i programmi di cucina. L'interesse per le prime due tipologie di programmi è più alto tra gli uomini, mentre quello per le ultime due è maggiore tra le donne.

All'aumentare dell'età cresce l'interesse per i telegiornali, i programmi di attualità, i programmi di divulgazione scientifica e culturale, le previsioni del tempo, i quiz e i talk show, mentre diminuiscono gli ascolti delle serie televisive e dei reality show.

Unter den über 65-Jährigen sind die Anteile der Fernseh Zuschauer und -zuschauerinnen, die hauptsächlich Musik- oder Theatersendungen und religiöse Sendungen sehen, am höchsten, während der Anteil derjenigen, die hauptsächlich Filme schauen, am niedrigsten ist.

Tra le persone di 65 anni e oltre si osservano le percentuali più alte di telespettatori che seguono soprattutto programmi di musica o teatro e programmi religiosi e la percentuale più bassa di coloro che guardano principalmente film.



Es gibt auch einige Unterschiede nach Muttersprache. Die Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen italienischer Muttersprache interessieren sich mehr für Filme, TV-Serien und Varietés und weniger für Wettervorhersagen als jene deutscher oder ladinischer Muttersprache.

Si registrano anche alcune differenze per madrelingua. I telespettatori di madrelingua italiana sono più interessati a film, serie televisive e varietà e meno alle previsioni del tempo rispetto a quelli di madrelingua tedesca e ladina.

Tab. 4

Meistgesehene Fernsehsendungen nach Geschlecht, Altersklasse und Muttersprache - 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen

Programmi televisivi maggiormente seguiti per sesso, classe di età e madrelingua - 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che guardano la televisione almeno un giorno alla settimana

FERNSEHSENDUNGEN	Geschlecht Sesso		Altersklasse (Jahre) Classe di età (anni)				Muttersprache Madrelingua				PROGRAMMI TELEVISIVI
	Männer Maschi	Frauen Femmine	14-34	35-49	50-64	65 und mehr 65 e oltre	Deutsch Tedesco	Italienisch Italiano	Ladinisch Ladino	Andere Altra	
Nachrichten	65	62	34	56	74	87	65	65	62	43	Telegiornali
Spielfilme	57	60	64	65	62	43	57	67	56	44	Film
TV-Serien	41	51	66	52	42	27	43	53	39	53	Serie televisive
Sportsendungen	49	23	33	34	39	37	38	37	39	***	Programmi sportivi
Informationssendungen und Sendungen zu aktuellen Themen	37	34	17	33	43	47	36	38	30	21	Programmi di informazione e di attualità
Sendungen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen	37	28	19	31	39	40	33	35	31	***	Programmi di divulgazione scientifica e culturale
Wettervorhersage	28	27	11	19	33	43	31	20	27	***	Previsioni del tempo
Informationssendungen mit Unterhaltung	22	19	16	21	20	24	23	18	16	***	Programmi di informazione con intrattenimento
Quizsendungen	18	22	15	17	22	26	23	18	14	***	Quiz
Kochsendungen	15	25	13	25	20	22	19	21	16	24	Programmi di cucina
Talkshows und Sendungen über Zeitgeschehen mit Gästen	15	17	9	13	18	22	16	19	10	***	Talk show e programmi di attualità con ospiti
Musik- oder Theatersendungen	13	15	11	9	13	22	15	12	13	***	Programmi di musica o teatro
Talent-Shows	9	13	11	17	10	7	9	14	7	***	Talent show
Reality-Shows	7	12	18	11	7	3	9	10	5	19	Reality show
Kindersendungen und Zeichentrickfilme	9	10	12	22	5	***	9	8	11	***	Programmi per ragazzi e cartoni animati
Variété	6	9	5	8	6	11	3	18	5	***	Varietà
Religiöse Sendungen	4	5	***	***	3	12	5	4	7	***	Programmi religiosi

*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Wie oft, wie lange und wann Radio gehört wird

54 % der Bevölkerung hören täglich oder fast täglich Radio (unabhängig vom Gerät: traditionelles Radio, Radio DAB+, Autoradio, Smartphone, Tablet, Computer, Fernseher), 5 % an vier oder fünf Tagen in der Woche und 9 % an zwei oder drei Tagen in der Woche. Die Gelegenheitshörer und -hörerinnen, die an höchstens einem Tag in der Woche Radio hören, machen 11 % der Bevölkerung aus, während 21 % nie Radio hören.

An einem durchschnittlichen Tag schalten etwa 263.000 Personen (58 %) das Radio ein, durchschnittlich für 119 Minuten pro Kopf.

Wie bereits in den vorhergehenden Erhebungen festgestellt wurde, ist der Radiokonsum leicht und konstant rückläufig. Der Anteil der täglichen Hörer und Hörerinnen sinkt stetig von 64 % im Jahr 2012 auf 54 % (2024) und die durchschnittliche Tagesreichweite von 67 % auf 58 %. Auch die durchschnittliche tägliche Dauer des Radiokonsums geht zurück und zwar von 146 Minuten (2012) auf 119 Minuten (2024).

Quanto spesso, per quanto tempo e quando viene ascoltata la radio

Il 54% della popolazione ascolta la radio (considerando qualsiasi dispositivo: radio tradizionale, radio DAB+, autoradio, smartphone, tablet, computer, televisore) tutti i giorni o quasi, il 5% quattro o cinque giorni alla settimana e il 9% due o tre giorni alla settimana. Gli ascoltatori occasionali (massimo un giorno alla settimana) sono l'11% della popolazione, mentre coloro che non ascoltano mai la radio sono il 21%.

Nel giorno medio, circa 263.000 persone (58%) seguono trasmissioni radiofoniche, mediamente per 119 minuti pro capite.

Continua la leggera costante discesa del consumo radiofonico, già rilevata nelle precedenti edizioni dell'indagine. La quota di utenti giornalieri diminuisce progressivamente dal 64% del 2012 all'attuale 54% e l'utenza media giornaliera dal 67% al 58%. Risulta in calo anche il tempo medio giornaliero di ascolto degli utenti, che passa dai 146 minuti del 2012 agli attuali 119.

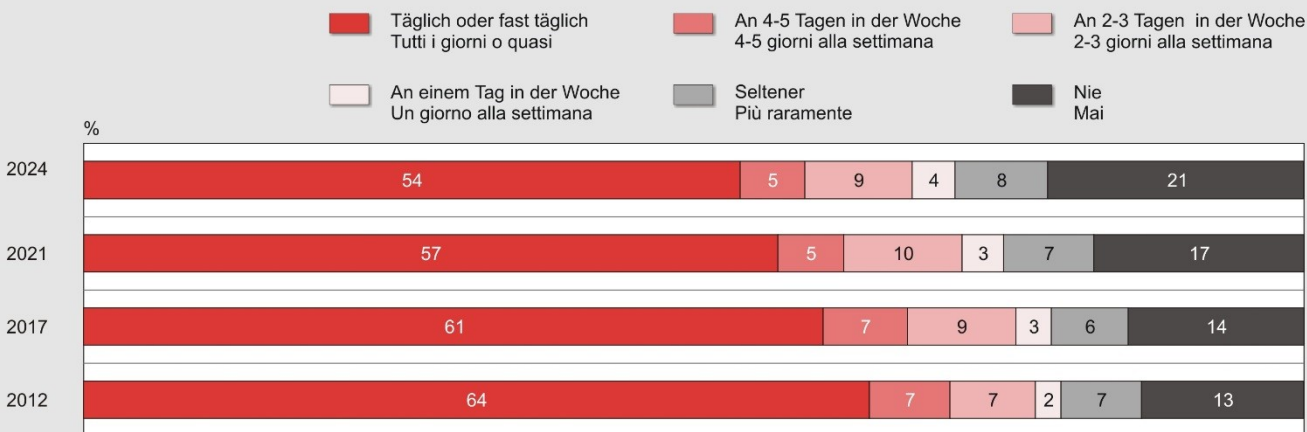
Graf. 7

Wie oft hören Sie normalerweise Radio (a)? - 2012, 2017, 2021 und 2024

Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Con quale frequenza ascolta normalmente la radio (a)? - 2012, 2017, 2021 e 2024

Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre



(a) Unabhängig vom Gerät: traditionelles Radio, Radio DAB+, Autoradio, Smartphone, Tablet, Computer, Fernseher
Con qualunque dispositivo: radio tradizionale, radio DAB+, autoradio, smartphone, tablet, computer, televisore

© astat 2025 - sr



Radiohörer und -hörerinnen (a) nach soziodemografischen Gruppen - 2012, 2017, 2021 und 2024

Absolute Werte in Tausend; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Utenti radiofonici (a) per gruppi sociodemografici - 2012, 2017, 2021 e 2024

Valori assoluti in migliaia; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Hörer/ innen Utenti	Tägliche Hörer/innen (b) Utenti giornalieri (b)	Wöchentliche Hörer/innen (c) Utenti settimanali (c)	Durchschnittliche Tagesreichweite (d) Utenza media giornaliera (d)	Durchschnittliche Dauer pro Tag (Minuten pro Hörer/in) Tempo medio giornaliero (minuti per utente)	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht						Sesso
Männer	180	126	167	135	129	Maschi
Frauen	181	120	159	129	109	Femmine
Altersklasse (Jahre)						Classe di età (anni)
14-34	87	47	74	55	113	14-34
35-49	85	57	77	62	116	35-49
50-64	104	75	94	78	122	50-64
65 und mehr	86	68	81	68	125	65 e oltre
Schulbildung						Titolo di studio
Ohne Matura	211	153	195	160	133	Senza maturità
Mit Matura	97	62	85	68	114	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	54	31	47	36	75	Con laurea
Erwerbsstellung						Condizione professionale
Erwerbspersonen	220	150	200	162	125	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	141	96	127	102	110	Non forze di lavoro
Muttersprache						Madrelingua
Deutsch	254	184	231	191	123	Tedesco
Italienisch	75	43	66	51	107	Italiano
Ladinisch	15	11	14	12	150	Ladino
Andere	17	8	15	10	80	Altra
Wohngebiet						Zona abitativa
Landgemeinden	237	173	218	180	128	Comuni rurali
Stadtgemeinden	125	73	109	83	103	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft						Comunità comprensoriale
Vinschgau	25	18	23	19	133	Val Venosta
Burggrafenamt	73	52	67	54	120	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	49	35	46	38	121	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	63	33	54	39	90	Bolzano
Salten-Schlern	38	28	35	29	128	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	54	37	48	39	131	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	60	43	54	45	124	Val Pusteria
Insgesamt 2024	361	246	327	263	119	Totale 2024
Insgesamt 2021	380	260	345	278	121	Totale 2021
Insgesamt 2017	377	267	350	286	137	Totale 2017
Insgesamt 2012	371	276	343	288	146	Totale 2012

(a) Unabhängig vom Gerät: traditionelles Radio, Radio DAB+, Autoradio, Smartphone, Tablet, Computer, Fernseher
Con qualunque dispositivo: radio tradizionale, radio DAB+, autoradio, smartphone, tablet, computer, televisore

(b) Personen, die jeden Tag oder fast jeden Tag Radio hören. Die Werte der täglichen Hörer und Hörerinnen dürfen nicht mit den Werten der wöchentlichen Hörer und Hörerinnen summiert werden, da Erstere eine Teilmenge der Letzteren sind.
Persone che ascoltano la radio tutti i giorni o quasi. I valori riguardanti gli utenti giornalieri e gli utenti settimanali non possono essere sommati fra di loro, poiché i primi costituiscono un di cui dei secondi.

(c) Personen, die mindestens einmal pro Woche fernsehen
Persone che guardano la televisione almeno una volta alla settimana

(d) Schätzung der Anzahl der Personen, die an einem durchschnittlichen Tag Radio hören. Die Werte der durchschnittlichen Tagesreichweite dürfen nicht zu den anderen Indikatoren gezählt werden, da die Tagesreichweite ein zusammenfassender Indikator ist.
Stima del numero di persone che ascoltano la radio in un giorno medio. L'utenza media giornaliera, che costituisce un indicatore di sintesi, non può essere sommata con gli altri indicatori.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Radiohörer und -hörerinnen (a) nach soziodemografischen Gruppen - 2012, 2017, 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Utenti radiofonici (a) per gruppi sociodemografici - 2012, 2017, 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Hörer/innen Utenti	Tägliche Hörer/innen (b) Utenti giornalieri (b)	Wöchentliche Hörer/innen (c) Utenti settimanali (c)	Durchschnittliche Tagesreichweite (d) Utenza media giornaliera (d)	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht					Sesso
Männer	80	56	74	60	Maschi
Frauen	78	52	69	55	Femmine
Altersklasse (Jahre)					Classe di età (anni)
14-34	69	37	59	44	14-34
35-49	85	57	77	61	35-49
50-64	85	61	77	64	50-64
65 und mehr	79	63	75	63	65 e oltre
Schulbildung					Titolo di studio
Ohne Matura	77	56	72	59	Senza maturità
Mit Matura	82	53	72	58	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	81	46	70	53	Con laurea
Erwerbsstellung					Condizione professionale
Erwerbspersonen	82	56	75	60	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	74	51	67	54	Non forze di lavoro
Muttersprache					Madrelingua
Deutsch	87	63	79	66	Tedesco
Italienisch	69	40	61	46	Italiano
Ladinisch	86	63	80	66	Ladino
Andere	43	20	38	25	Altra
Wohngebiet					Zona abitativa
Landgemeinden	84	62	78	64	Comuni rurali
Stadtgemeinden	70	41	61	47	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft					Comunità comprensoriale
Vinschgau	81	58	75	61	Val Venosta
Burggrafenamt	81	57	74	60	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	76	54	70	58	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	68	35	59	43	Bolzano
Salten-Schlern	88	65	81	67	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	84	58	76	61	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	83	60	75	63	Val Pusteria
Insgesamt 2024	79	54	71	58	Totale 2024
Insgesamt 2021	83	57	75	61	Totale 2021
Insgesamt 2017	86	61	79	65	Totale 2017
Insgesamt 2012	87	64	80	67	Totale 2012

(a) Unabhängig vom Gerät: traditionelles Radio, Radio DAB+, Autoradio, Smartphone, Tablet, Computer, Fernseher
Con qualunque dispositivo: radio tradizionale, radio DAB+, autoradio, smartphone, tablet, computer, televisore

(b) Personen, die jeden Tag oder fast jeden Tag Radio hören. Die Werte der täglichen Hörer und Hörerinnen dürfen nicht mit den Werten der wöchentlichen Hörer und Hörerinnen summiert werden, da Erstere eine Teilmenge der Letzteren sind.
Persone che ascoltano la radio tutti i giorni o quasi. I valori riguardanti gli utenti giornalieri e gli utenti settimanali non possono essere sommati fra di loro, poiché i primi costituiscono un di cui dei secondi.

(c) Personen, die mindestens einmal pro Woche fernsehen
Persone che guardano la televisione almeno una volta alla settimana

(d) Schätzung der Anzahl der Personen, die an einem durchschnittlichen Tag Radio hören. Die Werte der durchschnittlichen Tagesreichweite dürfen nicht zu den anderen Indikatoren gezählt werden, da die Tagesreichweite ein zusammenfassender Indikator ist.
Stima del numero di persone che ascoltano la radio in un giorno medio. L'utenza media giornaliera, che costituisce un indicatore di sintesi, non può essere sommata con gli altri indicatori.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Die Radiohörgewohnheiten hängen von den soziodemografischen Merkmalen der Personen ab.

Radiohören ist vor allem unter Männern, unter den über 34-Jährigen, unter Erwerbspersonen, in der deutschen und der ladinischen Sprachgruppe und in den Landgemeinden verbreitet.

Le abitudini di ascolto della radio dipendono dalle caratteristiche sociodemografiche delle persone.

L'ascolto della radio è più diffuso tra gli uomini, tra le persone di età superiore ai 34 anni, tra le forze lavoro, nei gruppi linguistici tedesco e ladino e nei comuni rurali.

Die durchschnittliche tägliche Dauer des Radiokonsums steigt mit dem Alter, sinkt mit zunehmender Schulbildung und ist unter Männern, Erwerbspersonen, in der deutschen und ladinischen Sprachgruppe und in den Landgemeinden höher als in den anderen soziodemografischen Gruppen.

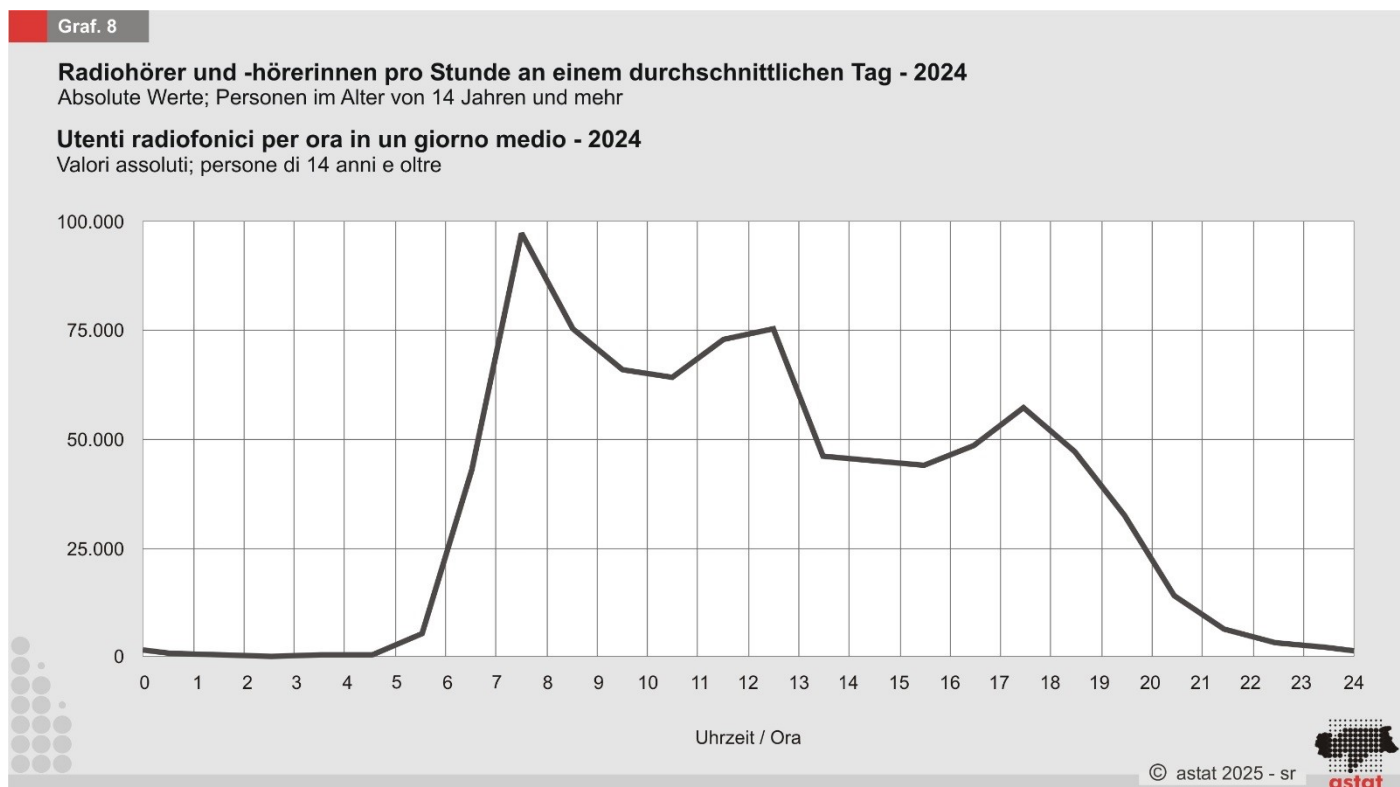
Grafik 8 zeigt die Anzahl der Radiohörer und Radiohörerinnen pro Stunde an einem durchschnittlichen Tag. Dabei werden dieselben Trendmerkmale wie in den vorhergehenden Ausgaben der Erhebung deutlich.

Nur wenige Personen hören in den Nachtstunden Radio. Im Laufe des Tages gibt es drei Spitzenwerte: Beim ersten und höchsten zwischen 7 und 8 Uhr schalten 97.000 Personen das Radio ein, beim zweiten zwischen 12 und 13 Uhr sind es 75.000 und beim dritten und niedrigsten zwischen 17 und 18 Uhr hören 57.000 Personen Radio. Nach 18 Uhr nimmt die Zahl der Hörer und Hörerinnen ziemlich schnell ab.

Il tempo medio giornaliero di ascolto degli utenti radiofonici aumenta con l'età, diminuisce al crescere del titolo di studio ed è più elevato tra gli uomini, tra le forze lavoro, nei gruppi linguistici tedesco e ladino e nei comuni rurali che negli altri gruppi sociodemografici.

Il grafico 8 raffigura il numero di radioascoltatori per ora in un giorno medio. Esso presenta le stesse caratteristiche di andamento osservate nelle precedenti edizioni dell'indagine.

Le persone che ascoltano la radio nelle ore notturne sono poche. Si registrano poi nel corso della giornata tre picchi di ascolto: il primo e più alto di 97.000 utenti tra le 7 e le 8, il secondo di 75.000 utenti tra le 12 e le 13, il terzo e più basso di 57.000 radioascoltatori tra le 17 e le 18. Dopo le 18, il numero di utenti diminuisce abbastanza velocemente.



Wie und wo Radio gehört wird

69 % der Radiohörer und -hörerinnen hören Radio mit einem normalen UKW-Radiogerät und 35 % mit einem Digitalradio DAB+. 25 % verwenden das Smartphone, den Computer, das Tablet oder das Internetradio und 3 % den Fernseher.

Ein Vergleich mit den Ergebnissen früherer Ausgaben der Erhebung zeigt einen stetigen Rückgang der Nutzung des traditionellen Radios und eine zunehmende Verwendung der neuen Technologien und Plattformen für den Radiokonsum. Das UKW-Radio sinkt von 77 %

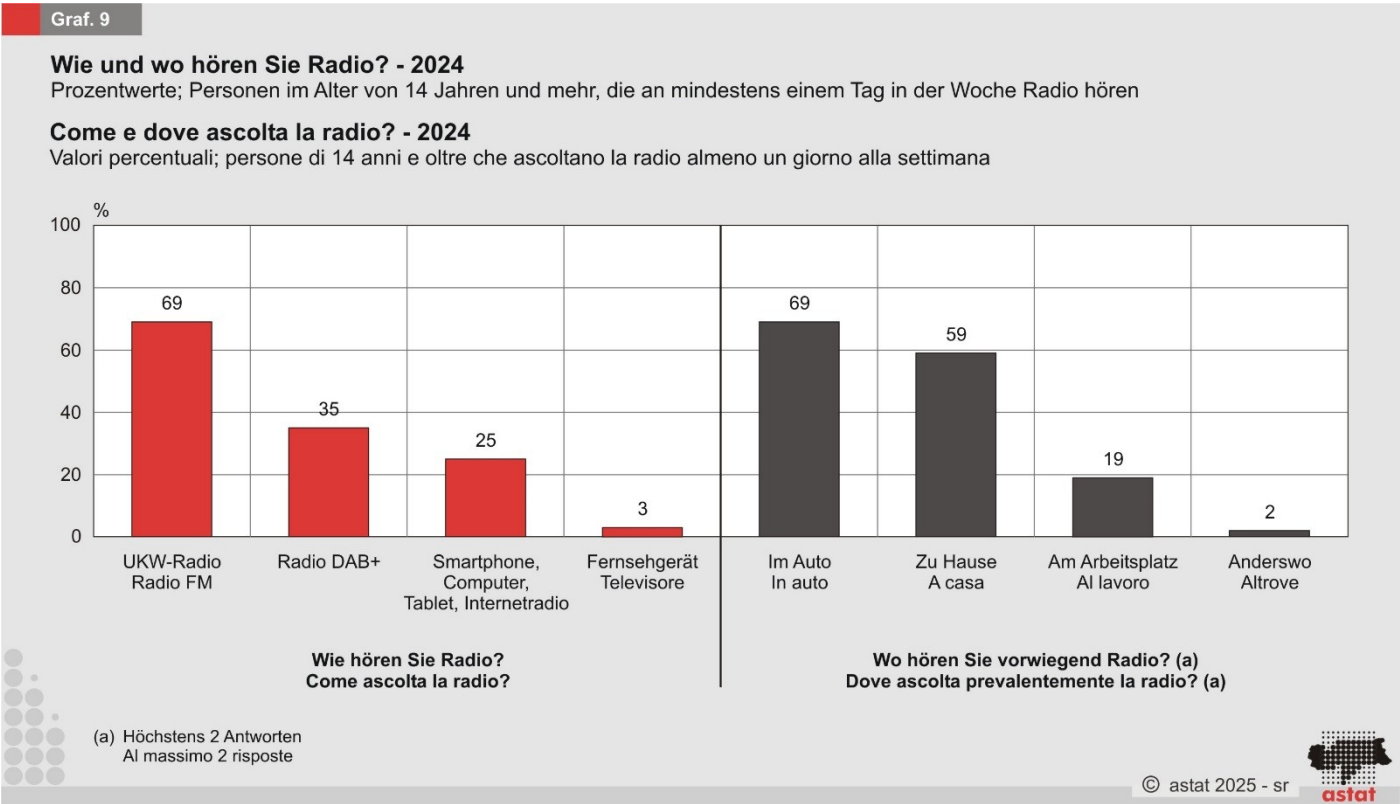
Come e dove viene ascoltata la radio

Il 69% degli utenti radiofonici ascolta la radio con una radio analogica in FM e il 35% con una radio digitale DAB+. Il 25% utilizza lo smartphone, il computer, il tablet oppure una radio internet e il 3% il televisore.

Il confronto con i risultati delle precedenti edizioni dell'indagine mostra un costante calo dell'uso della radio tradizionale e un crescente utilizzo delle nuove tecnologie e piattaforme per il consumo radiofonico. La radio FM scende dal 77% nel 2017 al 74% nel 2021 e all'at-

im Jahr 2017 auf 74 % (2021) bzw. 69 % (2024), während das DAB+-Radio von 23 % (2017) auf 30 % (2021) bzw. 35 % (2024) steigt. Die Nutzung von mit dem Internet verbundenen Geräten (Smartphones, Computer, Tablets, Internetradio) nimmt von 14 % (2017) auf 17 % (2021) bzw. 25 % (2024) zu.

tuale 69%, mentre la radio DAB+ cresce dal 23% nel 2017 al 30% nel 2021 e all'attuale 35% e i dispositivi connessi a internet (smartphone, computer, tablet, internet radio) dal 14% nel 2017 al 17% nel 2021 e al 25% nel 2024.



Bei den über 64-Jährigen ist der Anteil der Hörer und Hörerinnen, die ein traditionelles Radio verwenden, am höchsten und der Anteil der Digitalradionutzer und -nutzerinnen sowie der Personen, die Radio über das Internet hören, am niedrigsten.

La classe di età degli over 64 registra la quota più alta di ascoltatori della radio tradizionale e la quota più bassa sia di utenti della radio digitale sia di persone che ascoltano la radio via internet.

Welches Gerät zum Radiohören verwendet wird, hängt auch vom Studientitel ab: Mit steigender Schulbildung sinkt die Nutzung des UKW-Radios, während jene von Internetradio zunimmt.

Il dispositivo con cui si ascolta la radio dipende anche dal titolo di studio, all'aumentare del quale diminuisce l'utilizzo della radio FM e aumenta l'ascolto via internet.

Die Nutzung des digitalen Radios ist unter den Radiohörern und -hörerinnen deutscher und ladinischer Muttersprache weiter verbreitet als unter den italienischsprachigen.

L'uso della radio digitale è più diffuso tra i radioascoltatori di madrelingua tedesca e ladina che tra quelli di madrelingua italiana.

Wie und wo Radio gehört wird, nach soziodemografischen Gruppen - 2017, 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die an mindestens einem Tag in der Woche Radio hören

Modi e luoghi di ascolto della radio per gruppi sociodemografici - 2017, 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che ascoltano la radio almeno un giorno alla settimana

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Wie hören Sie Radio? Come ascolta la radio?				Wo hören Sie vorwiegend Radio? (a) Dove ascolta prevalentemente la radio? (a)				GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	UKW Radio Radio FM	Radio DAB+	Smartphone, Computer, Tablet, Internetradio	Fernseh- gerät Televisore	Im Auto In auto	Zu Hause A casa	Am Ar- beitsplatz Al lavoro	Anders- wo Altrove	
Geschlecht									Sesso
Männer	67	42	26	3	76	48	25	3	Maschi
Frauen	71	28	24	4	62	70	12	2	Femmine
Altersklasse (Jahre)									Classe di età (anni)
14-34	65	34	35	***	75	42	29	5	14-34
35-49	70	36	32	5	83	38	26	3	35-49
50-64	63	40	26	5	76	62	19	***	50-64
65 und mehr	79	28	9	***	42	90	***	***	65 e oltre
Schulbildung									Titolo di studio
Ohne Matura	72	34	20	3	62	64	19	3	Senza maturità
Mit Matura	67	36	31	5	78	50	23	***	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	61	36	36	5	81	54	10	***	Con laurea
Erwerbsstellung									Condizione professionale
Erwerbspersonen	67	38	31	4	79	45	28	2	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	72	31	17	2	53	81	4	3	Non forze di lavoro
Muttersprache									Madrelingua
Deutsch	68	38	24	2	67	63	20	2	Tedesco
Italienisch	70	29	29	10	75	49	15	***	Italiano
Ladinisch	75	35	23	***	63	61	24	***	Ladino
Andere	75	***	29	***	79	35	***	***	Altra
Wohngebiet									Zona abitativa
Landgemeinden	70	36	25	2	70	59	20	2	Comuni rurali
Stadtgemeinden	67	32	26	6	67	58	16	3	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft									Comunità comprensoriale
Vinschgau	66	40	27	***	67	65	23	***	Val Venosta
Burggrafenamt	76	29	21	***	66	59	20	***	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	66	37	32	***	72	49	17	***	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	68	29	26	***	69	54	13	***	Bolzano
Salten-Schlern	64	41	25	***	73	63	17	***	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	71	33	27	***	69	62	19	***	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	65	42	22	***	68	64	22	***	Val Pusteria
Insgesamt 2024	69	35	25	3	69	59	19	2	Totale 2024
Insgesamt 2021	74	30	17	6	62	72	15	1	Totale 2021
Insgesamt 2017	77	23	14	5	66	63	17	2	Totale 2017

(a) Höchstens zwei Antworten
Al massimo due risposte*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Das Radio wird vorwiegend im Auto und zu Hause eingeschaltet. Das Auto ist für 69 % der Zuhörer und Zuhörerinnen einer der zwei Hauptorte zum Radiohören, die eigene Wohnung für 59 % und der Arbeitsplatz für 19 % (28 % unter den Erwerbstätigen).

Diese Anteile erreichen nach den Veränderungen im Jahr 2021 (mehr Radiohörer und -hörerinnen zu Hause und weniger im Auto), die wahrscheinlich auf die Covid-19-Pandemie zurückzuführen sind, mehr oder weniger wieder das Niveau von 2017.

La radio viene ascoltata soprattutto in auto e a casa. L'auto è uno dei due luoghi principali di ascolto della radio per il 69% degli utenti, la propria abitazione per il 59% e il posto di lavoro per il 19% (28% tra gli occupati).

Queste percentuali tornano più o meno al livello del 2017, dopo le variazioni osservate nel 2021 (più ascoltatori a casa e meno in auto), probabilmente riconducibili alla pandemia da Covid-19.

Zwischen Radiohören im Auto oder zu Hause überwiegt das Auto bei den Männern und unter 65-Jährigen, während Frauen und Personen ab 65 Jahren eher daheim Radio hören. Der Anteil der Radiohörer und -hörerinnen italienischer Muttersprache, die angeben, überwiegend daheim Radio zu hören, ist geringer als in der deutschen und ladinischen Sprachgruppe. Unter den Erwerbstätigen hören vor allem Männer, Jüngere und Personen ohne Hochschulabschluss am Arbeitsplatz Radio.

Fra l'ascolto della radio in auto e a casa, prevale l'auto tra gli uomini e le persone con meno di 65 anni, la casa tra le donne e le persone di 65 anni e oltre. La quota di radioascoltatori di madrelingua italiana che afferma di ascoltare la radio prevalentemente a casa è inferiore a quella osservata nei gruppi linguistici tedesco e ladino. Considerando le persone occupate, l'ascolto della radio sul posto di lavoro è più frequente tra gli uomini, tra le persone più giovani e tra quelle non laureate.

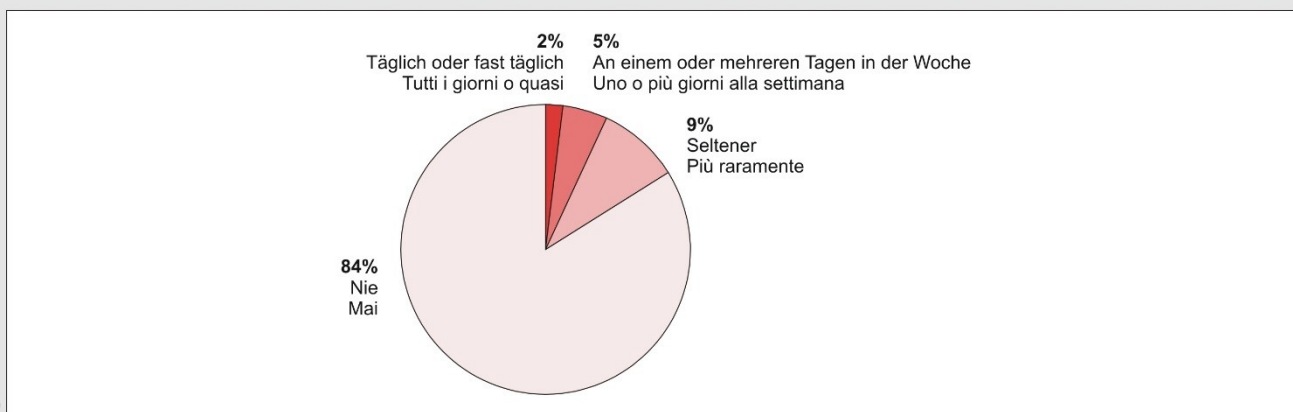
Graf. 10

Nutzen Sie On-Demand-Radio-Dienste, die es Ihnen ermöglichen, Radiosendungen zu einem späteren Zeitpunkt zu hören? - 2024

Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die an mindestens einem Tag in der Woche Radio hören

Utilizza servizi radio on demand che Le consentono di ascoltare i programmi radiofonici quando lo desidera? - 2024

Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre che ascoltano la radio almeno un giorno alla settimana



© astat 2025 - sr



Lineares Radiohören überwiegt eindeutig gegenüber den On-Demand-Diensten: 84 % der Radiohörer und -hörerinnen nutzen nie On-Demand-Radio-Dienste, 2 % täglich oder fast täglich, 5 % an einem oder mehreren Tagen in der Woche und 9 % seltener. On-Demand-Radio wird seltener verwendet als On-Demand-Dienste beim Fernsehen (16 % der Nutzer und Nutzerinnen gegenüber 38 %).

L'ascolto lineare della radio prevale nettamente su quello on demand: l'84% dei radioascoltatori non utilizza mai i servizi radio on demand, il 2% tutti i giorni o quasi, il 5% uno o più giorni alla settimana e il 9% più raramente. L'ascolto on demand della radio è inferiore a quello della televisione (16% degli utenti contro 38%).

Was im Radio gehört wird

Musiksendungen nehmen den ersten Platz in der Rangliste der meistgehörten Radiosendungen ein (78 % der Radiohörer und -hörerinnen). Popmusik ist dabei am beliebtesten. Es folgen Nachrichten (59 %), Verkehrsinformationen (34 %), Informationssendungen und aktuelle Berichte (30 %) und Informationssendungen mit Unterhaltung (24 %). Auf den hinteren Plätzen rangieren Sendungen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen (13 %), Sendungen mit telefonischem Kontakt zur Hörerschaft (10 %), Sportsendungen (9 %), Unterhaltungssendungen (8 %) und religiöse Sendungen (4 %).

Cosa ascoltano i radioascoltatori

Se si considerano tutti i generi musicali, i programmi di musica occupano il primo posto nella graduatoria dei programmi radiofonici maggiormente seguiti (78% dei radioascoltatori). Il genere più ascoltato è quello pop. Seguono i radiogiornali (59%), le informazioni sul traffico (34%), i programmi di informazione e attualità (30%) e i programmi di informazione con intrattenimento (24%). In fondo alla classifica si posizionano i programmi di divulgazione scientifica e culturale (13%), i programmi basati sul rapporto telefonico con il pubblico (10%), i programmi sportivi (9%), i programmi di intrattenimento (8%) e i programmi religiosi (4%).

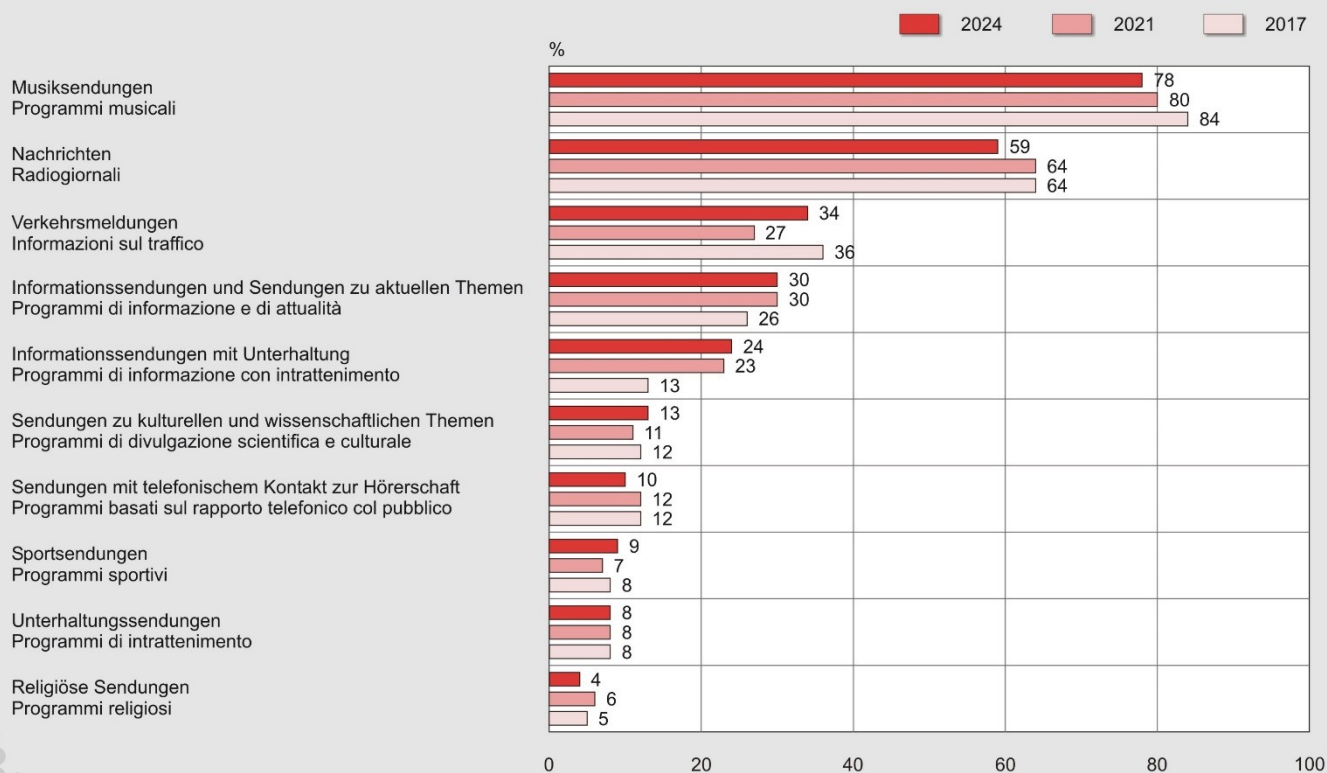
Graf. 11a

Welche Radiosendungen hören Sie am häufigsten? - 2017, 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die an mindestens einem Tag in der Woche Radio hören

Quali programmi radiofonici ascolta maggiormente? - 2017, 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che ascoltano la radio almeno un giorno alla settimana



© astat 2025 - sr



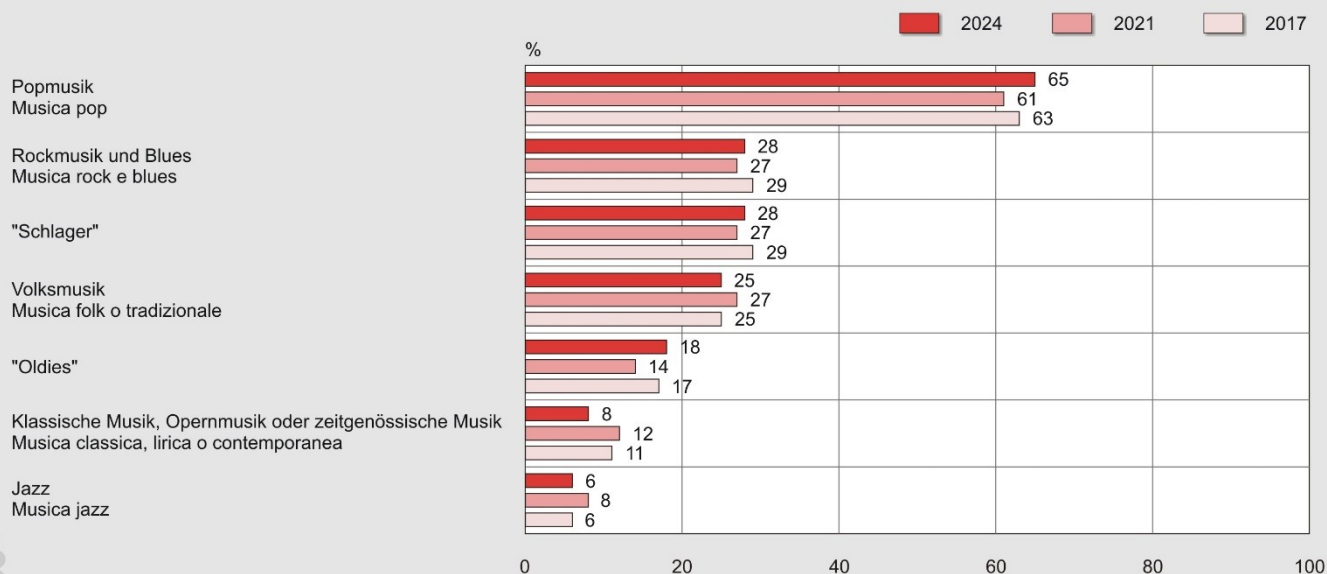
Graf. 11b

Im Radio gehörte Musikrichtungen - 2017, 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die Musiksendungen als ihre am häufigsten gehörten Sendungen angeben

Generi musicali ascoltati alla radio - 2017, 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che hanno indicato i programmi musicali tra i programmi maggiormente seguiti



© astat 2025 - sr



Diese Rangordnung ist im Vergleich zu früheren Ausgaben der Erhebung mehr oder weniger unverändert geblieben. Allerdings ist ein allmählicher Rückgang des Anteils der Radiohörer und -hörerinnen zu verzeichnen, die angeben, hauptsächlich Musiksendungen zu hören. Dies könnte möglicherweise auf die zunehmende Beliebtheit von Musik-Streaming-Diensten zurückzuführen sein. Ebenso zeigen sich ein leichter Rückgang bei den Radionachrichten und, nach dem Ende der Covid-19-Pandemie, höhere Einschaltquoten bei den Verkehrsinformationen.

Die Sendungen mit Rockmusik oder Blues und die Sportsendungen weisen die größten geschlechtsspezifischen Unterschiede auf: Das Interesse der Männer ist hier jeweils größer als jenes der Frauen.

Questa graduatoria è rimasta pressoché invariata rispetto alle precedenti edizioni dell'indagine. Si osserva però una graduale diminuzione della percentuale di radioascoltatori che afferma di ascoltare principalmente programmi di musica, probabilmente a causa della crescente popolarità dei servizi di streaming musicale, nonché un lieve calo dell'ascolto dei radiogiornali e una ripresa, dopo la fine della pandemia da Covid-19, dell'ascolto delle informazioni sul traffico.

Le maggiori differenze di genere si registrano per i programmi di musica rock o blues e per i programmi sportivi, per i quali l'interesse è maggiore tra gli uomini che tra le donne.

Tab. 8

Meistgehörte Radiosendungen nach Geschlecht, Altersklasse und Muttersprache - 2024
Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die an mindestens einem Tag in der Woche Radio hören
Programmi radiofonici maggiormente ascoltati per sesso, classe di età e madrelingua - 2024
Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che ascoltano la radio almeno un giorno alla settimana

RADIOSENDUNGEN	Geschlecht Sesso		Altersklasse (Jahre) Classe di età (anni)				Muttersprache Madrelingua				Ins- gesamt Totale	PROGRAMMI RADIOFONICI
	Männer Maschi	Frauen Femmine	14-34	35-49	50-64	65 u. mehr 65 e oltre	Deutsch Tedesco	Italienisch Italiano	Ladinisch Ladino	Andere Altra		
Nachrichten	59	58	46	44	63	79	66	39	55	37	59	Radiogiornali
Popmusik	52	50	74	64	51	19	51	51	44	60	51	Musica pop
Verkehrsmeldungen	34	33	34	32	37	31	37	22	28	41	34	Informazioni sul traffico
Informationssendungen und Sendungen zu aktuellen Themen	30	30	21	20	32	47	30	32	31	27	30	Programmi di informazione e di attualità
Informationssendungen mit Unterhaltung	23	26	19	24	26	28	24	28	21	***	24	Programmi di informazione con intrattenimento
Rockmusik oder Blues	27	17	21	27	28	11	21	27	17	***	22	Musica rock o blues
Schlager	21	22	13	20	29	23	28	***	22	***	22	"Schlager"
Volksmusik	19	20	14	11	17	36	24	6	23	***	20	Musica folk o tradizionale
Oldies	14	15	10	12	17	18	18	5	8	***	14	"Oldies"
Sendungen zu kultu- rellen und wissen- schaftlichen Themen	12	13	5	6	14	24	14	8	15	***	13	Programmi di divulga- zione scientifica e culturale
Sendungen mit telefonischem Kontakt zur Hörerschaft	8	13	6	7	12	17	11	9	9	***	10	Programmi basati sul rapporto telefonico col pubblico
Sportsendungen	13	4	5	9	8	11	7	13	9	***	9	Programmi sportivi
Unterhaltungs- sendungen	9	8	10	9	7	7	4	22	9	***	8	Programmi di intrattenimento
Klassische Musik, Opernmusik oder zeitgenössische Musik	8	8	***	4	9	15	8	9	11	***	8	Musica classica, lirica o contem- poranea
Jazz	5	4	5	5	4	4	4	7	***	***	5	Musica jazz
Religiöse Sendungen	3	6	***	***	3	13	5	***	13	***	4	Programmi religiosi

*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Mit zunehmendem Alter steigt das Interesse an Radionachrichten, Sendungen zu aktuellen Themen, Oldie-Musiksendungen, Sendungen zu kulturellen und wissenschaftlichen Themen, mit Kontakt zur Hörerschaft und mit klassischer Musik, während das Interesse für

All'aumentare dell'età cresce l'interesse per i radiogiornali, i programmi di attualità, i programmi di musica "Oldies", i programmi di divulgazione scientifica e culturale, i programmi basati sul rapporto telefonico con il

Popmusik abnimmt.

Die über 65-Jährigen verzeichnen die höchsten Anteile von Hörern und Hörerinnen, die hauptsächlich Volksmusik und religiöse Sendungen hören. Gleichzeitig ist der Anteil derjenigen, die vorwiegend bei Rockmusik oder Blues das Radio einschalten, am niedrigsten.

Die größten Unterschiede nach Muttersprache gibt es bei den Radionachrichten und den Programmen mit Schlager und Volksmusik. Für diese besteht in der deutschen Sprachgruppe deutlich mehr Interesse als in der italienischen.

pubblico e i programmi di musica classica, mentre diminuisce l'ascolto della musica pop.

Tra le persone di 65 anni e oltre si osservano le percentuali più alte di utenti che ascoltano soprattutto musica folk o tradizionale e programmi religiosi e la percentuale più bassa di coloro che ascoltano principalmente musica rock o blues.

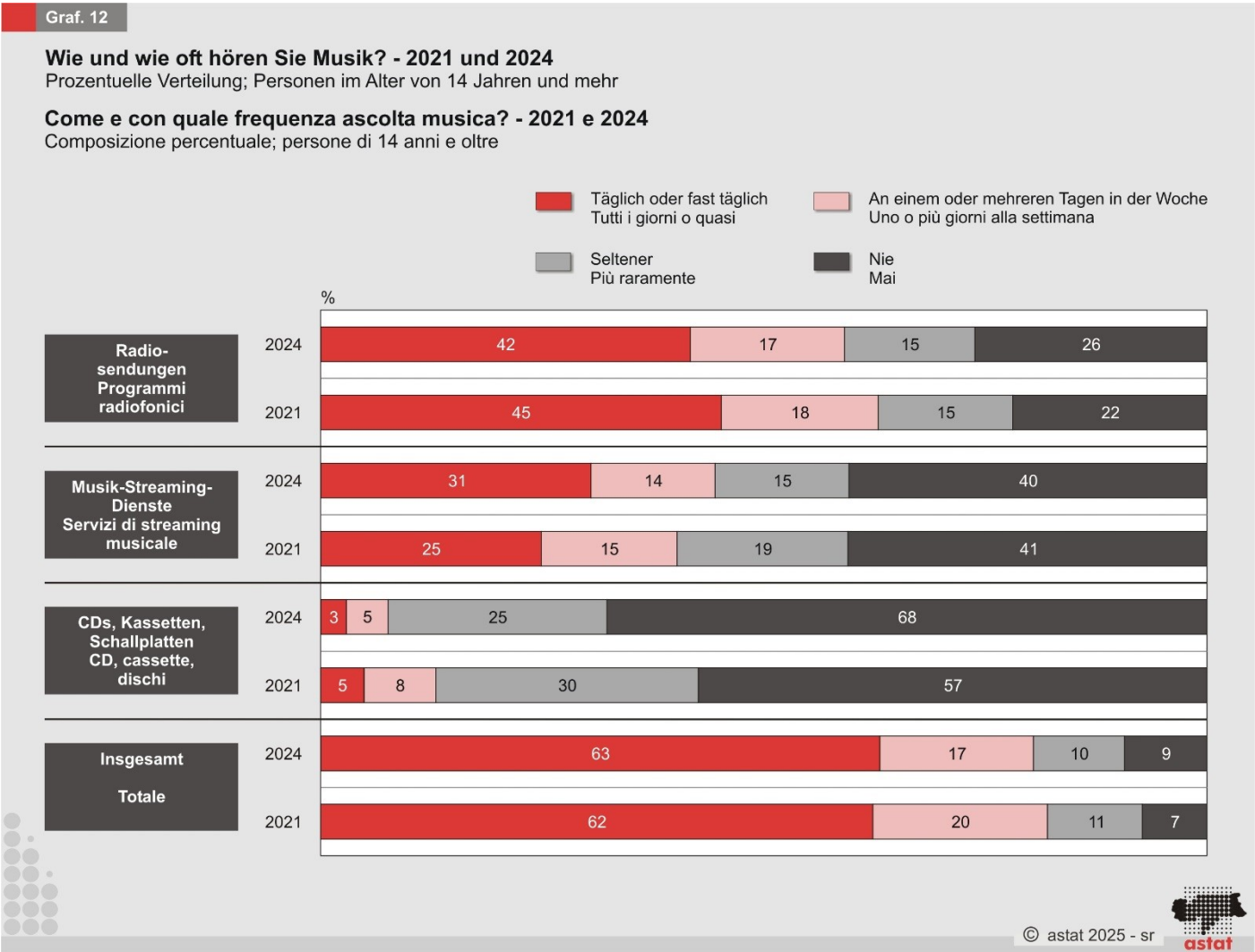
Le maggiori differenze per madrelingua si riscontrano per i radiogiornali e per i programmi che trasmettono "Schlager" e "Volksmusik", per i quali l'interesse è nettamente più elevato nel gruppo linguistico tedesco che in quello italiano.

Musik

63 % der Bevölkerung hören normalerweise täglich oder fast täglich Musik, 17 % an einem oder mehreren Tagen in der Woche, 10 % seltener und 9 % nie.

Musica

Il 63% della popolazione ascolta musica tutti i giorni o quasi, il 17% uno o più giorni alla settimana, il 10% più raramente e il 9% mai.



Musik wird immer noch hauptsächlich im Radio gehört, aber die Nutzung von Musik-Streaming-Diensten (Spotify, YouTube usw.) nimmt vor allem in den jünge-

La musica viene ascoltata ancora principalmente alla radio, ma si sta sempre più diffondendo, soprattutto tra i giovani, l'utilizzo dei servizi di streaming musicale

ren Altersklassen zu. CDs, Kassetten und Schallplatten werden hingegen immer seltener genutzt.

Männer hören etwas häufiger Musik als Frauen, wobei die Häufigkeit des Musikhörens mit zunehmendem Alter sinkt. Bezogen auf die Muttersprache hören deutsch- und ladinischsprachige Personen häufiger Musik als italienischsprachige.

(Spotify, YouTube, ecc.). L’ascolto di CD, cassette e dischi è invece sempre più minoritario.

La frequenza di ascolto della musica è leggermente più alta tra gli uomini che tra le donne e diminuisce con l’aumentare dell’età. Relativamente alla madrelingua, le persone di lingua tedesca e ladina ascoltano musica più frequentemente rispetto a quelle di lingua italiana.

Tab. 9

Häufigkeit des Musikhörens nach Geschlecht, Altersklasse und Muttersprache - 2024
Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza di ascolto della musica per sesso, classe di età e madrelingua - 2024
Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre

	Geschlecht Sesso		Altersklasse (Jahre) Classe di età (anni)				Muttersprache Madrelingua				
	Männer Maschi	Frauen Femmine	14-34	35-49	50-64	65 und mehr 65 e oltre	Deutsch Tedesco	Italienisch Italiano	Ladinisch Ladino	Andere Altra	
Radiosendungen											Programmi radiofonici
Täglich oder fast täglich	44	39	30	47	49	43	50	28	50	14	Tutti i giorni o quasi
An einem oder mehreren Tagen in der Woche	18	17	17	20	17	16	18	20	18	***	Uno o più giorni alla settimana
Seltener	14	15	15	13	16	15	14	17	13	***	Più raramente
Nie	24	28	38	20	19	27	18	36	19	65	Mai
Musik-Streaming-Dienste											Servizi di streaming musicale
Täglich oder fast täglich	32	29	68	30	16	3	28	34	25	39	Tutti i giorni o quasi
An einem oder mehreren Tagen in der Woche	15	13	16	20	15	4	13	14	13	17	Uno o più giorni alla settimana
Seltener	14	16	8	25	21	7	16	12	14	20	Più raramente
Nie	39	42	8	24	48	85	43	40	48	24	Mai
CDs, Kassetten, Schallplatten											CD, cassette, dischi
Täglich oder fast täglich	3	3	***	4	4	***	2	4	***	***	Tutti i giorni o quasi
An einem oder mehreren Tagen in der Woche	4	5	2	5	6	5	4	7	5	***	Uno o più giorni alla settimana
Seltener	25	24	24	30	29	17	25	24	27	21	Più raramente
Nie	67	68	72	62	61	77	68	65	65	71	Mai
Insgesamt											Totale
Täglich oder fast täglich	66	60	80	67	58	45	68	54	63	50	Tutti i giorni o quasi
An einem oder mehreren Tagen in der Woche	17	18	13	19	20	18	16	19	20	19	Uno o più giorni alla settimana
Seltener	9	11	3	9	14	15	9	12	8	15	Più raramente
Nie	8	11	4	5	7	22	6	14	9	17	Mai

*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Vergleich Fernsehen/Radio

Es wird mehr ferngesehen als Radio gehört. An einem durchschnittlichen Tag schalten 324.000 Personen (71 % der Bevölkerung) den Fernseher und 263.000 Personen (58 %) das Radio ein. Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der beiden Medien unterscheidet sich hingegen nicht wesentlich (120 Minuten pro Kopf beim Fernsehkonsum und 119 Minuten beim Radiokonsum).

Sowohl das Fernsehen als auch das Radio verzeichnen in der Altersgruppe der 14- bis 34-Jährigen die niedrigste durchschnittliche Tagesreichweite. Die Analyse nach Muttersprache zeigt, dass durchschnittliche Tagesreichweite und durchschnittlicher täglicher Konsum beim Fernsehen in der italienischen Sprachgruppe am höchsten sind, beim Radio hingegen in der deutschen und ladinischen Sprachgruppe.

Wird die Zahl der Fernsehzuschauer und -zuschauerinnen und der Radiohörer und -hörerinnen pro Stunde an einem durchschnittlichen Tag zueinander in Beziehung gesetzt, zeigt sich stellenweise ein „Austauscheffekt“ zwischen den beiden Medien. In den Morgenstunden überwiegt klar das Radio. Nachmittags verringert sich der Abstand zwischen den beiden Medien stetig, bis das Fernsehen das Radio gegen 18 Uhr überholt. In den darauffolgenden Abendstunden überwiegt das Fernsehen.

Confronto televisione/radio

Le persone che guardano la televisione sono più numerose di quelle che ascoltano la radio. Nel giorno medio i telespettatori sono 324.000 (71% della popolazione), mentre i radioascoltatori sono 263.000 (58%). Il tempo medio giornaliero di consumo degli utenti dei due media non differisce invece in modo significativo (120 minuti pro capite di consumo televisivo e 119 minuti di consumo radiofonico).

Sia per la televisione che per la radio, l'utenza media giornaliera più bassa si registra nella classe di età dei 14-34enni. L'analisi per madrelingua evidenzia che l'utenza media giornaliera e il consumo medio giornaliero raggiungono il valore più elevato nel gruppo linguistico italiano nel caso della televisione e nei gruppi linguistici tedesco e ladino nel caso della radio.

La sovrapposizione dei grafici che raffigurano il numero di telespettatori e radioascoltatori per ora in un giorno medio evidenzia l'esistenza di un parziale effetto di sostituzione tra i due media. Nelle ore mattutine prevale nettamente la radio. Durante il pomeriggio la differenza si assottiglia fino al sorpasso, intorno alle 18, della televisione sulla radio. Nelle ore serali seguenti domina la televisione.

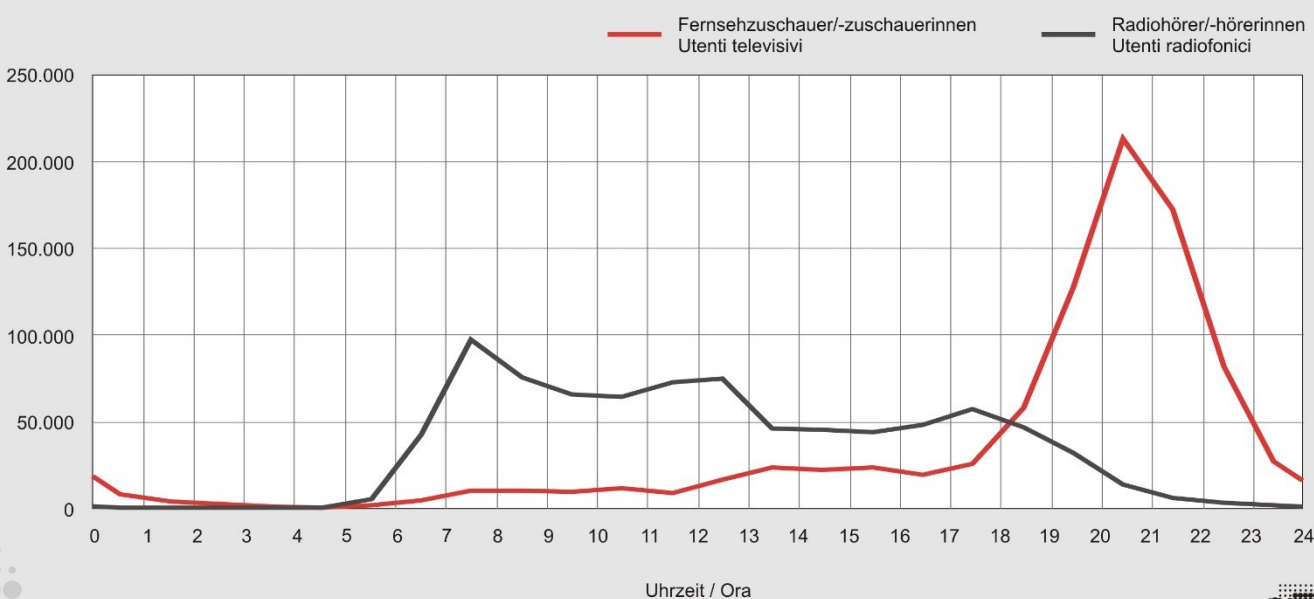
Graf. 13

Fernsehzuschauer/-zuschauerinnen und Radiohörer/-hörerinnen pro Stunde an einem durchschnittlichen Tag - 2024

Absolute Werte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Utenti televisivi e radiofonici per ora in un giorno medio - 2024

Valori assoluti; persone di 14 anni e oltre



© astat 2025 - sr



Tageszeitungen

40 % der Bevölkerung (2021 waren es noch 47 %) lesen täglich oder fast täglich mindestens eine gedruckte oder Online-Tageszeitung, 32 % (mehr als 2021 mit 23 %) an einem oder mehreren Tagen in der Woche und 29 % (ungefähr gleich viele wie im Jahr 2021) nie oder fast nie.

Quotidiani

Il 40% della popolazione, in calo rispetto al 47% rilevato nel 2021, legge almeno un quotidiano (cartaceo o online) tutti i giorni o quasi, il 32%, in crescita rispetto al 23% del 2021, uno o più giorni alla settimana e il 29% (all'incirca come nel 2021) mai o quasi mai.

Tab. 10
Häufigkeit der Tageszeitungslektüre nach soziodemografischen Gruppen - 2021 und 2024

Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza di lettura dei quotidiani per gruppi sociodemografici - 2021 e 2024

Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Täglich oder fast täglich Tutti i giorni o quasi	An einem oder mehreren Tagen in der Woche Uno o più giorni alla settimana	Nie oder fast nie Mai o quasi mai	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht				Sesso
Männer	41	32	27	Maschi
Frauen	38	32	30	Femmine
Altersklasse (Jahre)				Classe di età (anni)
14-34	18	38	44	14-34
35-49	41	28	31	35-49
50-64	47	32	21	50-64
65 und mehr	55	28	17	65 e oltre
Schulbildung				Titolo di studio
Ohne Matura	37	33	30	Senza maturità
Mit Matura	41	30	29	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	48	32	20	Con laurea
Erwerbsstellung				Condizione professionale
Erwerbspersonen	39	32	29	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	41	32	28	Non forze di lavoro
Muttersprache				Madrelingua
Deutsch	41	31	28	Tedesco
Italienisch	42	33	25	Italiano
Ladinisch	31	33	36	Ladino
Andere	23	35	42	Altra
Wohngebiet				Zona abitativa
Landgemeinden	37	32	31	Comuni rurali
Stadtgemeinden	43	31	26	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft				Comunità comprensoriale
Vinschgau	34	35	31	Val Venosta
Burggrafenamt	42	35	23	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	38	27	35	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	44	33	23	Bolzano
Salten-Schlern	41	32	27	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	36	33	31	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	36	30	34	Val Pusteria
Insgesamt 2024	40	32	29	Totale 2024
Insgesamt 2021	47	23	30	Totale 2021

Quelle: ASTAT

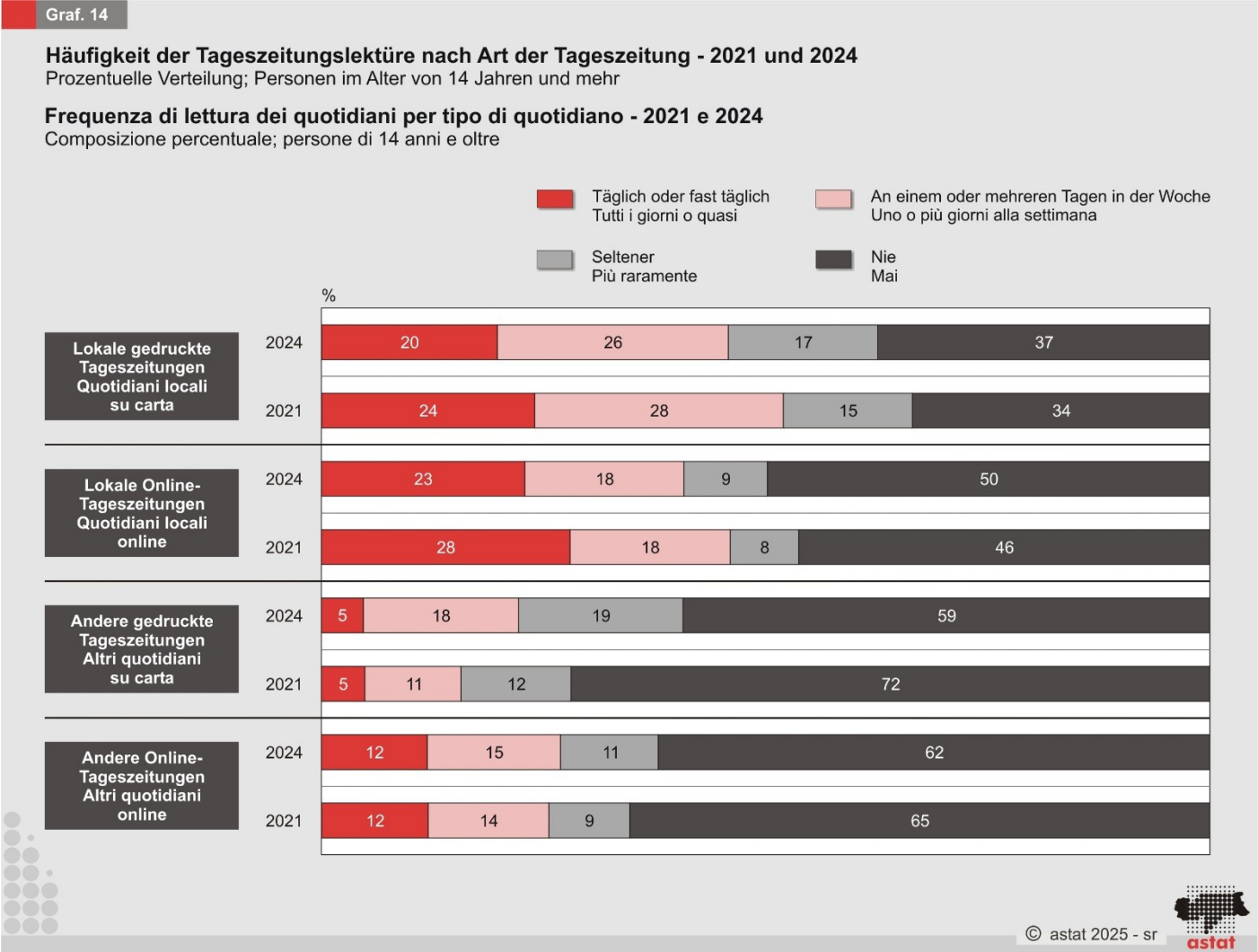
Fonte: ASTAT

Am häufigsten werden, wie im Jahr 2021, die lokalen Tageszeitungen gelesen, die allerdings einen Rückgang der Leserschaft verzeichnen.

I quotidiani più letti sono, come nel 2021, quelli locali, per i quali si registra però un calo di lettori.

Während bei den lokalen Tageszeitungen der Anteil derjenigen, die sie mindestens einmal in der Woche online lesen, immer noch geringer ist als der Anteil der Leser und Leserinnen von gedruckten Tageszeitungen (41 % zu 46 %), übertrifft die Online-Lektüre bei den nicht-lokalen Zeitungen den Griff zur Papiertageszeitung (27 % zu 22 %).

Mentre nel caso dei quotidiani locali la quota di persone che li leggono online almeno una volta alla settimana è ancora inferiore alla quota di lettori su carta (41% contro 46%), nel caso dei quotidiani non locali la lettura sul web batte la lettura su carta (27% contro 22%).



Insgesamt hängt die Häufigkeit der Tageszeitungslektüre vor allem von den Variablen Alter und Schulbildung ab, mit denen sie positiv korreliert.

Complessivamente, la frequenza di lettura dei quotidiani dipende principalmente dalle variabili età e titolo di studio, con le quali è positivamente correlata.

Dabei sticht Folgendes hervor:

In particolare, si evidenzia quanto segue:

- Die Häufigkeit der Lektüre von gedruckten Tageszeitungen steigt mit dem Alter.
- Die Häufigkeit der Lektüre von Online-Tageszeitungen ist in der jüngsten und ältesten Altersklasse am geringsten.
- Die Häufigkeit der Lektüre von lokalen gedruckten Tageszeitungen sinkt mit steigender Schulbildung.
- Die Häufigkeit der Lektüre von Online-Tageszeitungen steigt mit steigender Schulbildung.

- la frequenza di lettura dei quotidiani cartacei aumenta con l'età;
- la frequenza di lettura dei quotidiani online assume i valori più bassi nella prima e nell'ultima classe di età;
- la frequenza di lettura dei quotidiani locali cartacei diminuisce all'aumentare del titolo di studio;
- la frequenza di lettura dei quotidiani online cresce all'aumentare del titolo di studio.

Durchschnittliche wöchentliche Häufigkeit der Tageszeitungslektüre nach Art der Tageszeitung und soziodemografischen Gruppen - 2021 und 2024

Durchschnittliche Anzahl der Tage pro Woche; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza media settimanale di lettura dei quotidiani per tipo di quotidiano e gruppi sociodemografici - 2021 e 2024

Numero medio di giorni alla settimana; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Lokale gedruckte Tageszeitungen Quotidiani locali su carta	Lokale Online-Tageszeitungen Quotidiani locali online	Andere gedruckte Tageszeitungen Altri quotidiani su carta	Andere Online-Tageszeitungen Altri quotidiani online	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht					Sesso
Männer	2,0	2,0	0,9	1,4	Maschi
Frauen	1,8	1,9	0,6	1,0	Femmine
Altersklasse (Jahre)					Classe di età (anni)
14-34	0,8	1,5	0,4	1,2	14-34
35-49	1,4	2,5	0,7	1,6	35-49
50-64	2,1	2,5	0,8	1,3	50-64
65 und mehr	3,4	1,5	1,0	0,6	65 e oltre
Schulbildung					Titolo di studio
Ohne Matura	2,1	1,6	0,7	0,8	Senza maturità
Mit Matura	1,7	2,4	0,7	1,4	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	1,6	2,8	0,8	2,3	Con laurea
Erwerbsstellung					Condizione professionale
Erwerbspersonen	1,5	2,3	0,7	1,5	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	2,4	1,5	0,8	0,7	Non forze di lavoro
Muttersprache					Madrelingua
Deutsch	2,0	2,0	0,7	1,1	Tedesco
Italienisch	2,2	2,0	0,9	1,5	Italiano
Ladinisch	1,5	1,6	0,7	0,9	Ladino
Andere	0,6	1,6	0,4	1,1	Altra
Wohngebiet					Zona abitativa
Landgemeinden	1,8	1,9	0,7	1,0	Comuni rurali
Stadtgemeinden	2,1	2,1	0,8	1,4	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft					Comunità comprensoriale
Vinschgau	1,6	1,9	0,7	0,9	Val Venosta
Burggrafenamt	2,0	2,0	0,7	1,3	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	1,9	1,8	0,9	1,1	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	2,2	2,3	0,8	1,5	Bolzano
Salten-Schlern	2,0	2,0	0,6	1,0	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	1,7	1,8	0,7	1,2	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	1,7	1,9	0,6	1,0	Val Pusteria
Insgesamt 2024	1,9	2,0	0,7	1,2	Totale 2024
Insgesamt 2021	2,2	2,4	0,6	1,2	Totale 2021

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

19 % der Bevölkerung (2021 waren es noch 22 %) haben ein Abonnement für eine oder mehrere Tageszeitungen. Dieser Anteil steigt auf 41 % unter den Personen ab 65 Jahren und auf 24 % bei den deutsch- und ladinischsprachigen Personen gegenüber 10 % bei der italienischsprachigen Bevölkerung.

14 % (2021 waren es noch 18 %) haben ein Abonnement für eine lokale gedruckte Tageszeitung. Abonnements für lokale Online-Tageszeitungen (4 %) und für nicht-lokale Tageszeitungen (2 %) sind weniger verbreitet.

Il 19% della popolazione, in calo rispetto al 22% del 2021, ha un abbonamento a uno o più quotidiani. Questa percentuale sale al 41% tra le persone di 65 anni e oltre e al 24% tra quelle di madrelingua tedesca e ladina contro il 10% di quelle di madrelingua italiana.

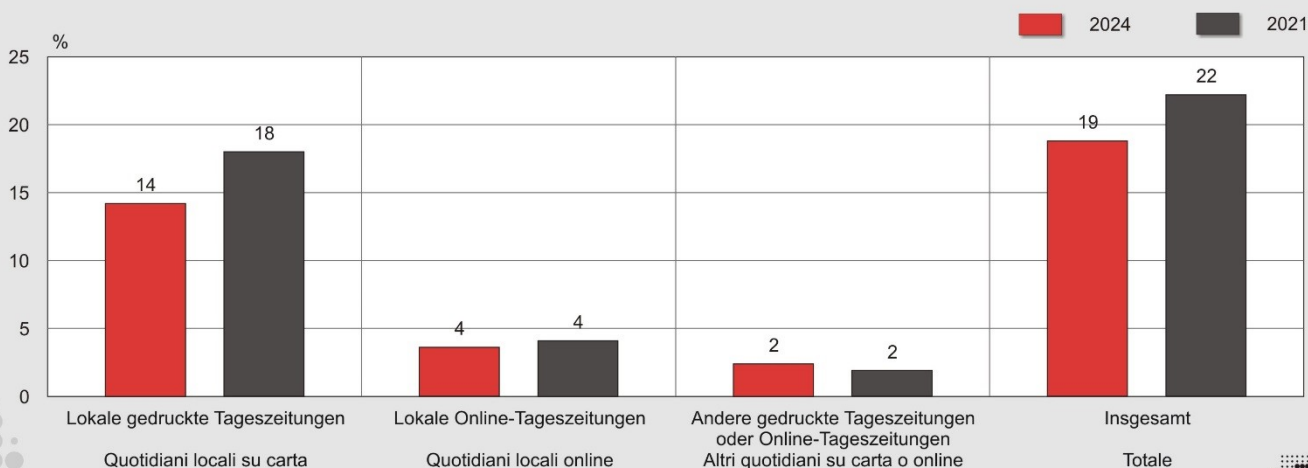
Il 14%, in calo rispetto al 18% del 2021, è abbonato a un quotidiano locale cartaceo. Meno diffusi risultano gli abbonamenti ai quotidiani locali online (4%) e ai quotidiani non locali (2%).

Personen, die ein Abonnement für mindestens eine Tageszeitung haben, nach Art der Tageszeitung - 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Persone abbonate ad almeno un quotidiano per tipo di quotidiano - 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre



© astat 2025 - sr



Zeitschriften

25 % der Bevölkerung lesen jede oder fast jede Woche eine gedruckte oder Online-Zeitschrift, 14 % ein- bis zweimal im Monat, 27 % seltener und 30 % nie.

Die am häufigsten gelesenen Zeitschriften sind wie im Jahr 2021 die gedruckten Zeitschriften, die allerdings einen Rückgang der Leserschaft verzeichnen.

Riviste

Il 25% della popolazione legge almeno una rivista (cartacea o online) tutte le settimane o quasi, il 14% una o due volte al mese, il 27% più raramente e il 30% mai.

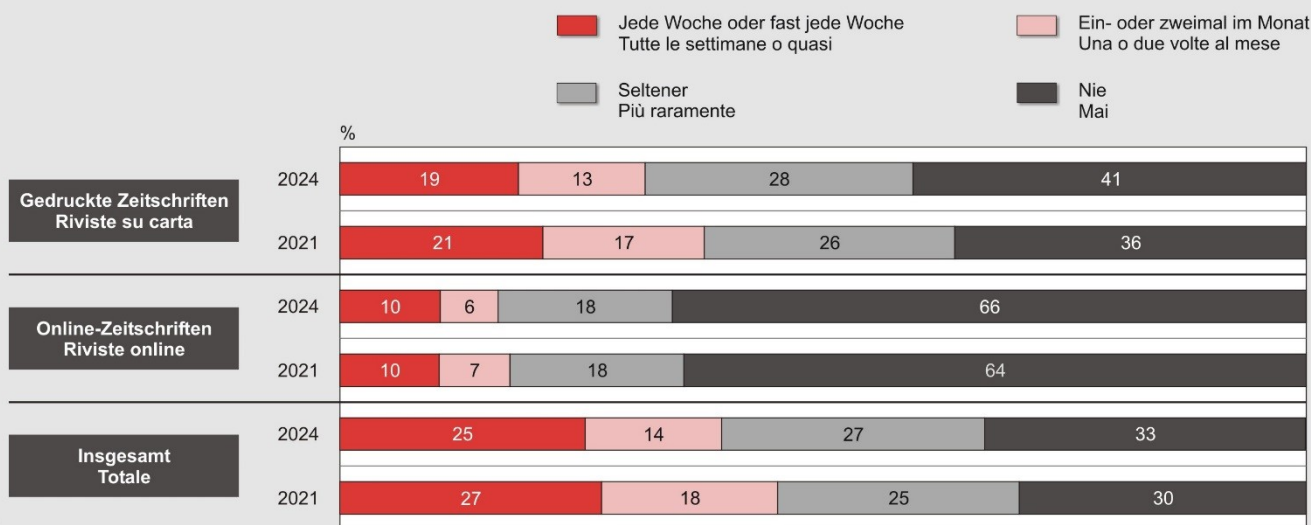
Le riviste più lette sono, come nel 2021, quelle cartacee, per le quali si registra però un calo di lettori.

Häufigkeit der Lektüre von Zeitschriften nach Zeitschriftenart - 2021 und 2024

Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza di lettura delle riviste per tipo di rivista - 2021 e 2024

Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre



© astat 2025 - sr



Personen, die mindestens einmal im Monat eine Zeitschrift lesen, nach Zeitschriftenart und soziodemografischen Gruppen - 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Persone che leggono le riviste almeno una volta al mese per tipo di rivista e gruppi sociodemografici - 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Insgesamt Totale	Gedruckte Zeitschriften Riviste su carta	Online-Zeitschriften Riviste online	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
Geschlecht				Sesso
Männer	39	30	18	Maschi
Frauen	41	33	15	Femmine
Altersklasse (Jahre)				Classe di età (anni)
14-34	28	19	18	14-34
35-49	37	27	20	35-49
50-64	44	35	19	50-64
65 und mehr	50	47	9	65 e oltre
Schulbildung				Titolo di studio
Ohne Matura	38	31	12	Senza maturità
Mit Matura	41	33	20	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	45	30	27	Con laurea
Erwerbsstellung				Condizione professionale
Erwerbspersonen	38	27	20	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	42	38	11	Non forze di lavoro
Muttersprache				Madrelingua
Deutsch	45	36	18	Tedesco
Italienisch	33	25	13	Italiano
Ladinisch	42	38	14	Ladino
Andere	19	14	13	Altra
Wohngebiet				Zona abitativa
Landgemeinden	40	33	16	Comuni rurali
Stadtgemeinden	39	30	17	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft				Comunità comprensoriale
Vinschgau	43	35	19	Val Venosta
Burggrafenamt	38	30	16	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	38	29	16	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	37	30	15	Bolzano
Salten-Schlern	40	35	15	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	41	31	21	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	44	35	16	Val Pusteria
Insgesamt 2024	40	32	16	Totale 2024
Insgesamt 2021	45	38	18	Totale 2021

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Die Lektüre von Zeitschriften hängt vor allem von den Variablen Alter, Schulbildung und Muttersprache ab.

Dabei sticht Folgendes hervor:

- Der Anteil der Leser und Leserinnen von gedruckten Zeitschriften steigt mit dem Alter.
- Der Anteil der Leser und Leserinnen von Online-Zeitschriften ist in der höchsten Altersklasse am geringsten.
- Der Anteil der Leser und Leserinnen von Online-Zeitschriften steigt mit steigender Schulbildung.
- Der Anteil der Leser und Leserinnen von gedruckten Zeitschriften ist unter den deutsch- und ladinischsprachigen Personen höher als unter den italienischsprachigen.

La lettura delle riviste dipende principalmente dalle variabili età, titolo di studio e madrelingua.

In particolare, si evidenzia quanto segue:

- la percentuale di lettori delle riviste cartacee aumenta con l'età;
- la percentuale di lettori delle riviste online assume il valore più basso nell'ultima classe di età;
- la percentuale di lettori delle riviste online cresce all'aumentare del titolo di studio;
- la percentuale di lettori delle riviste cartacee è più alta tra le persone di madrelingua tedesca e ladina che tra quelle di madrelingua italiana.

10 % der Bevölkerung (2021 waren es 13 %) haben ein Abonnement für eine oder mehrere Zeitschriften. Dieser Anteil steigt auf 16 % unter den Personen ab 65 Jahren und auf 12 % bzw. 17 % in der deutsch- und ladinischsprachigen Bevölkerung gegenüber 5 % in der italienischsprachigen Bevölkerung.

8 % (2021 waren es 11 %) haben ein Abonnement für eine gedruckte Zeitschrift. Abonnements für Online-Zeitschriften (2 %) sind weniger verbreitet.

Il 10% della popolazione, in calo rispetto al 13% del 2021, ha un abbonamento a una o più riviste. Questa percentuale sale al 16% tra le persone di 65 anni e oltre e rispettivamente al 12% e 17% tra le persone di madrelingua tedesca e ladina contro il 5% di quelle di madrelingua italiana.

L'8%, in calo rispetto all'11% del 2021, è abbonato a una rivista cartacea. Meno diffusi risultano gli abbonamenti alle riviste online (2%).

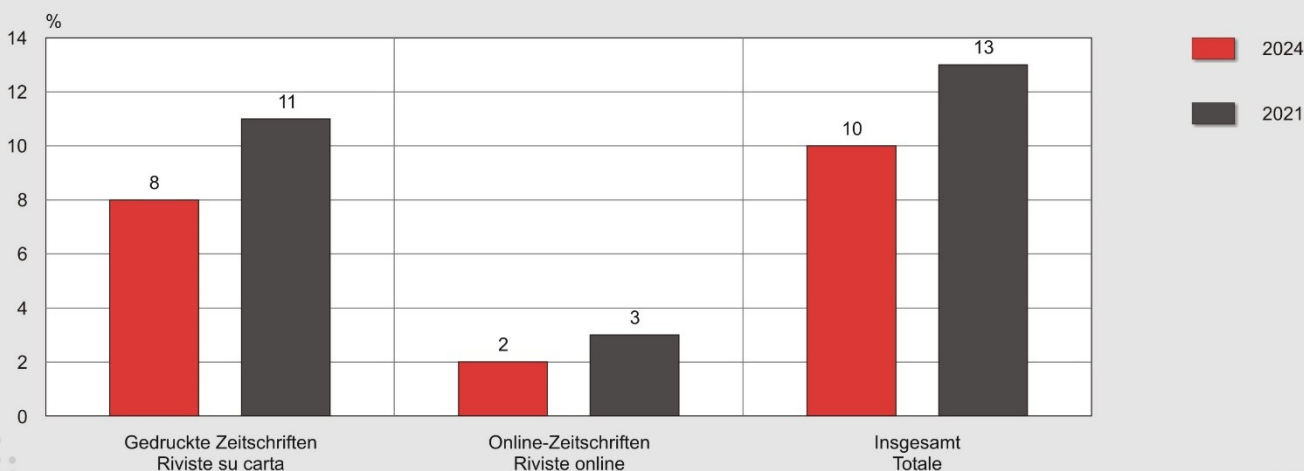
Graf. 17

Personen, die ein Abonnement für mindestens eine Zeitschrift haben, nach Zeitschriftenart - 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Persone abbonate ad almeno una rivista per tipo di rivista - 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre



© astat 2025 - sr



Internetnutzung

Unter Berücksichtigung aller Aktivitäten, die eine Internetverbindung erfordern, und aller Geräte, mit denen eine Verbindung möglich ist, nutzen 81 % der Bevölkerung das Internet täglich oder fast täglich in der Freizeit, 5 % an einem oder mehreren Tagen in der Woche, 6 % seltener und 8 % nie.

Uso di internet

Considerate tutte le attività che richiedono una connessione a internet e tutti i dispositivi con cui ci si può connettere, l'81% della popolazione utilizza la rete internet nel tempo libero tutti i giorni o quasi, il 5% uno o più giorni alla settimana, il 6% più raramente e l'8% mai.

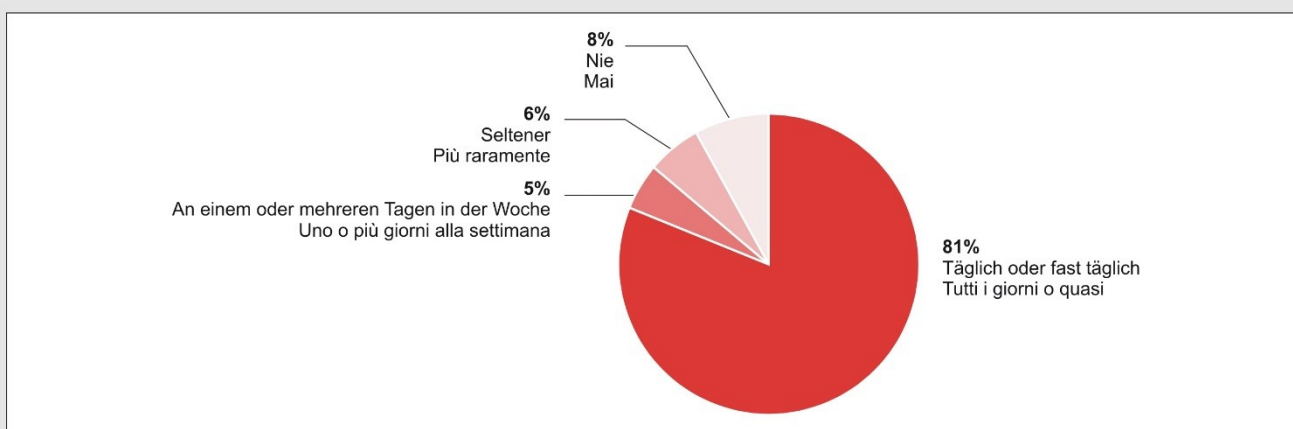
Graf. 18

Häufigkeit der Internetnutzung (a) in der Freizeit - 2024

Prozentuelle Verteilung; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza d'uso di internet (a) nel tempo libero - 2024

Composizione percentuale; persone di 14 anni e oltre



(a) Es werden alle Aktivitäten, die eine Internetverbindung erfordern (E-Mail, Social Media, Videos, Musik, Spiele, Zeitungslektüre), unabhängig vom Gerät (Smartphone, Tablet, Computer, Fernseher usw.) berücksichtigt.
Si considerano tutte le attività che richiedono una connessione a internet (e-mail, social media, video, musica, giochi, lettura dei giornali, ecc.) svolte con qualunque dispositivo (smartphone, tablet, computer, televisore, ecc.).

© astat 2025 - sr



Fast alle 14- bis 19-Jährigen (98 %) surfen täglich im Internet. Der Anteil sinkt etwas bei den 20- bis 34-Jährigen (95 %) und den 35- bis 49-Jährigen (94 %). Auch bei den 50- bis 64-Jährigen ist der Anteil der täglichen Internetnutzer und -nutzerinnen noch hoch (83 %), bricht dann aber bei den Personen ab 65 Jahren stark ein (49 %). Zugleich liegt der Prozentsatz derjenigen, die das Internet nie nutzen, bei den Personen unter 65 Jahren fast bei null, während er bei den über 65-Jährigen 30 % erreicht. Dieser Anteil ist immer noch hoch, aber im Vergleich zu 2021 (40 %) stark gesunken.

Der Anteil der Internetnutzer und -nutzerinnen steigt, unabhängig vom Alter, mit steigender Schulbildung und ist unter den Männern höher als unter den Frauen.

Die täglichen Internetnutzer und -nutzerinnen verbringen jeden Tag durchschnittlich 172 Minuten ihrer Freizeit online, was sich nicht signifikant vom Wert unterscheidet, der 2021 erhoben wurde (168 Minuten).

Quasi tutti i 14-19enni (98%) navigano in internet quotidianamente. La percentuale cala leggermente tra i 20-34enni (95%) e tra i 35-49enni (94%). Anche tra i 50-64enni la quota di utenti giornalieri di internet risulta alta (83%), mentre si abbassa molto tra le persone di 65 anni e oltre (49%). Parallelamente, la percentuale di chi non usa mai internet è vicina allo zero tra le persone fino a 64 anni, mentre raggiunge il 30% tra quelle di 65 anni e oltre, valore ancora alto, ma in forte calo rispetto al 2021 (40%).

Indipendentemente dall'età, la percentuale di utenti di internet cresce all'aumentare del titolo di studio ed è più alta tra gli uomini che tra le donne.

Gli utenti giornalieri di internet trascorrono mediamente ogni giorno 172 minuti del loro tempo libero online, valore che non differisce in modo significativo da quello registrato nel 2021 (168).

Die durchschnittliche tägliche Dauer der Internetnutzung sinkt mit steigendem Alter der Nutzer und Nutzerinnen und ist in der italienischen Sprachgruppe höher als in der deutschen und ladinischen.

Il tempo medio giornaliero di utilizzo di internet diminuisce all'aumentare dell'età degli utenti ed è più alto tra le persone di madrelingua italiana che tra quelle di madrelingua tedesca e ladina.

Tab. 13

Häufigkeit der Internetnutzung (a) in der Freizeit nach soziodemografischen Gruppen - 2021 und 2024

Prozentuelle Verteilung; Durchschnittswerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza d'uso di internet (a) nel tempo libero per gruppi sociodemografici - 2021 e 2024

Composizione percentuale; valori medi; persone di 14 anni e oltre

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Wie oft nutzen Sie in Ihrer Freizeit das Internet? Con quale frequenza usa internet nel Suo tempo libero?				Durchschnittliche tägliche Dauer der Internetnutzung (Minuten) der täglichen Nutzer/innen Tempo medio giornaliero in internet (minuti) degli utenti giornalieri	GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	Täglich oder fast täglich Tutti i giorni o quasi	An einem oder mehreren Tagen in der Woche Uno o più giorni alla settimana	Seltener Più raramente	Nie Mai		
	%	%	%	%		
Geschlecht						Sesso
Männer	83	5	6	6	173	Maschi
Frauen	78	5	6	10	170	Femmine
Altersklasse (Jahre)						Classe di età (anni)
14-19	98	***	***	***	246	14-19
20-34	95	***	***	***	206	20-34
35-49	94	3	***	***	161	35-49
50-64	83	7	7	3	150	50-64
65 und mehr	49	8	14	30	122	65 e oltre
Schulbildung						Titolo di studio
Ohne Matura	74	5	8	13	174	Senza maturità
Mit Matura	90	5	2	2	172	Con maturità
Mit Universitätsabschluss	93	3	***	***	164	Con laurea
Erwerbsstellung						Condizione professionale
Erwerbspersonen	91	4	4	***	169	Forze di lavoro
Nichterwerbspersonen	66	6	9	19	178	Non forze di lavoro
Muttersprache						Madrelingua
Deutsch	80	4	7	9	161	Tedesco
Italienisch	79	7	4	10	186	Italiano
Ladinisch	75	7	8	11	157	Ladino
Andere	92	***	***	***	214	Altra
Wohngebiet						Zona abitativa
Landgemeinden	81	4	6	8	167	Comuni rurali
Stadtgemeinden	80	6	6	8	179	Comuni urbani
Bezirksgemeinschaft						Comunità comprensoriale
Vinschgau	79	6	5	10	171	Val Venosta
Burggrafenamt	83	***	***	10	167	Burgraviato
Überetsch-Südt. Unterland	82	***	8	7	172	Oltradige-Bassa Atesina
Bozen	79	7	6	8	190	Bolzano
Salten-Schlern	80	7	6	7	159	Salto-Sciliar
Eisacktal-Wipptal	83	5	***	8	173	Valle Isarco-Alta Valle Isarco
Pustertal	79	4	10	7	161	Val Pusteria
Insgesamt 2024	81	5	6	8	172	Totale 2024
Insgesamt 2021	80	4	6	10	168	Totale 2021

(a) Es werden alle Aktivitäten, die eine Internetverbindung erfordern (E-Mail, Social Media, Videos, Musik, Spiele, Zeitungslektüre), unabhängig vom Gerät (Smartphone, Tablet, Computer, Fernseher usw.) berücksichtigt.
Si considerano tutte le attività che richiedono una connessione a internet (e-mail, social media, video, musica, giochi, lettura dei giornali, ecc.) svolte con qualunque dispositivo (smartphone, tablet, computer, televisore, ecc.).

*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Die im Internet verbrachte Zeit verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Aktivitäten: Die Personen, die mindestens einmal in der Woche das Internet nutzen, widmen im Schnitt 41 % dieser Zeit der Kommunikation (E-Mail, WhatsApp usw.), 30 % der Suche nach Informationen und Nachrichten, 23 % Videos, Musik, Bildern, Spielfilmen, TV-Serien und 6 % Spielen. Im Vergleich zu 2021 ergeben sich keine signifikanten Unterschiede.

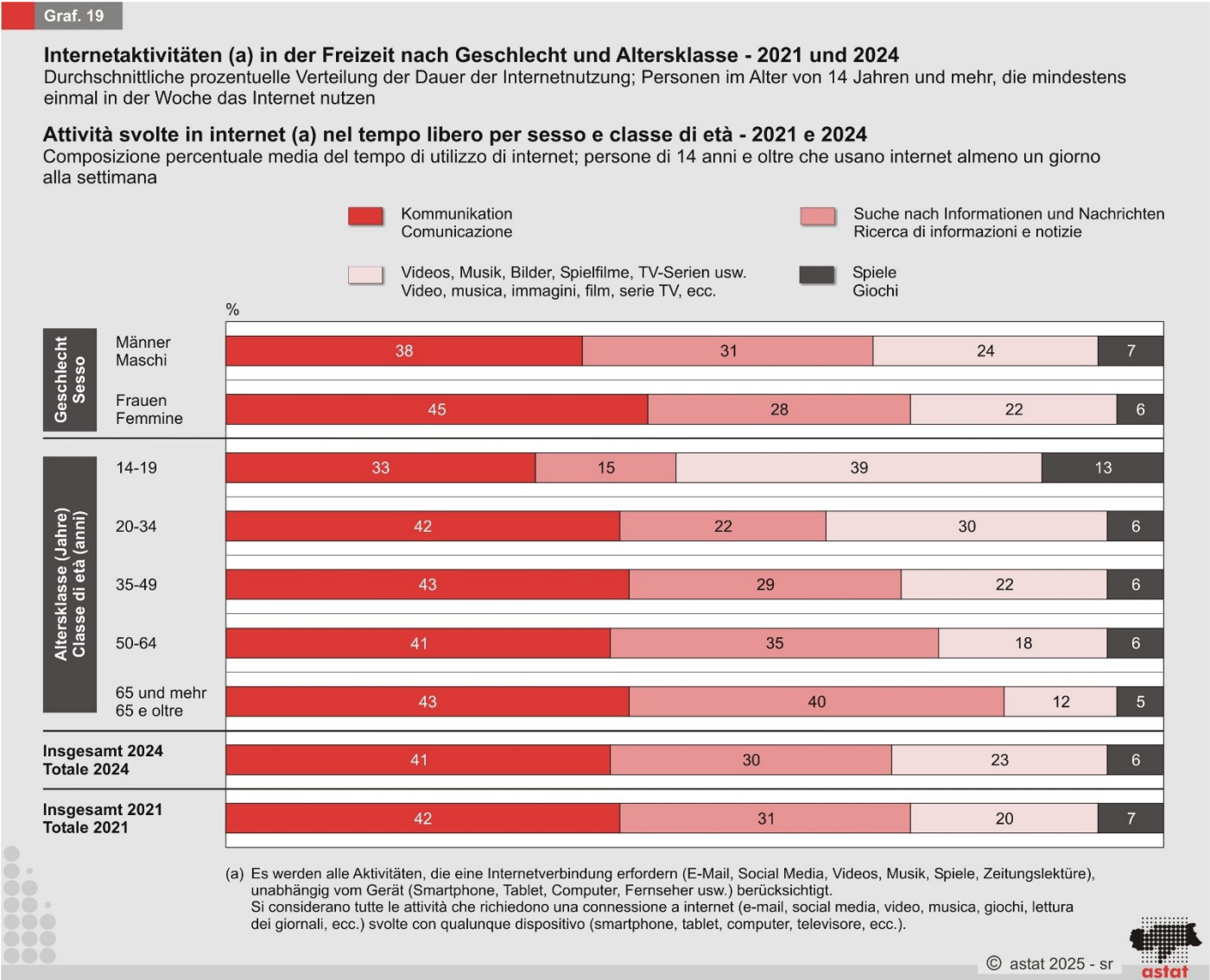
Die Frauen verbringen mehr Zeit mit Kommunikation als die Männer.

Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Zeit, die für die Suche nach Informationen und Nachrichten aufgewendet wird, während jene für Videos oder Musik und für Spiele sinkt. Bei den Personen ab 35 Jahren sind Kommunikation und die Suche nach Informationen und Nachrichten jene zwei Internetaktivitäten, für die am meisten Zeit aufgebracht wird. Die 14- bis 34-Jährigen verbringen die meiste Zeit mit Kommunikation und Freizeitaktivitäten wie Videoschauen oder Musikhören.

Relativemente alla suddivisione del tempo di utilizzo di internet tra le diverse attività, le persone che si connettono alla rete almeno una volta alla settimana dedicano mediamente il 41% del tempo alla comunicazione (e-mail, WhatsApp, ecc.), il 30% alla ricerca di informazioni e notizie, il 23% a video, musica, immagini, film, serie televisive e il 6% ai giochi. Non emergono differenze significative rispetto al 2021.

Le donne riservano alle attività di comunicazione una quota di tempo maggiore rispetto agli uomini.

All'aumentare dell'età cresce la quota di tempo che gli utenti dedicano alla ricerca di informazioni e notizie, mentre diminuisce quella dedicata ai video o alla musica e ai giochi. Tra le persone di 35 anni e oltre le due tipologie di attività in rete che assorbono maggiore tempo sono la comunicazione e la ricerca di informazioni e notizie, mentre tra i 14-34enni sono la comunicazione e le attività di svago come la visione dei video o l'ascolto della musica.



Nutzung von Social Media

WhatsApp (98 %) ist die beliebteste Online-Plattform unter den Internetnutzern und -nutzerinnen. Es folgen YouTube (79 %), Facebook (55 %) und Instagram (54 %). Alle anderen sozialen Medien werden von weniger als 30 % der Internetnutzer und -nutzerinnen verwendet.

Die Rangordnung der meistgenutzten sozialen Medien bleibt im Vergleich zum Jahr 2021 fast unverändert. Instagram und TikTok gewinnen jedoch an Beliebtheit, während der FB Messenger und Skype weniger verwendet werden.

Uso dei social media

La piattaforma social più diffusa tra le persone che usano internet è WhatsApp (98%). Seguono YouTube (79%), Facebook (55%) e Instagram (54%). Tutte gli altri social media vengono utilizzati da meno del 30% degli utenti del web.

La graduatoria dei social media più usati rimane quasi invariata rispetto al 2021. Si registra però un aumento della popolarità di Instagram e TikTok e un minore utilizzo di FB Messenger e Skype.

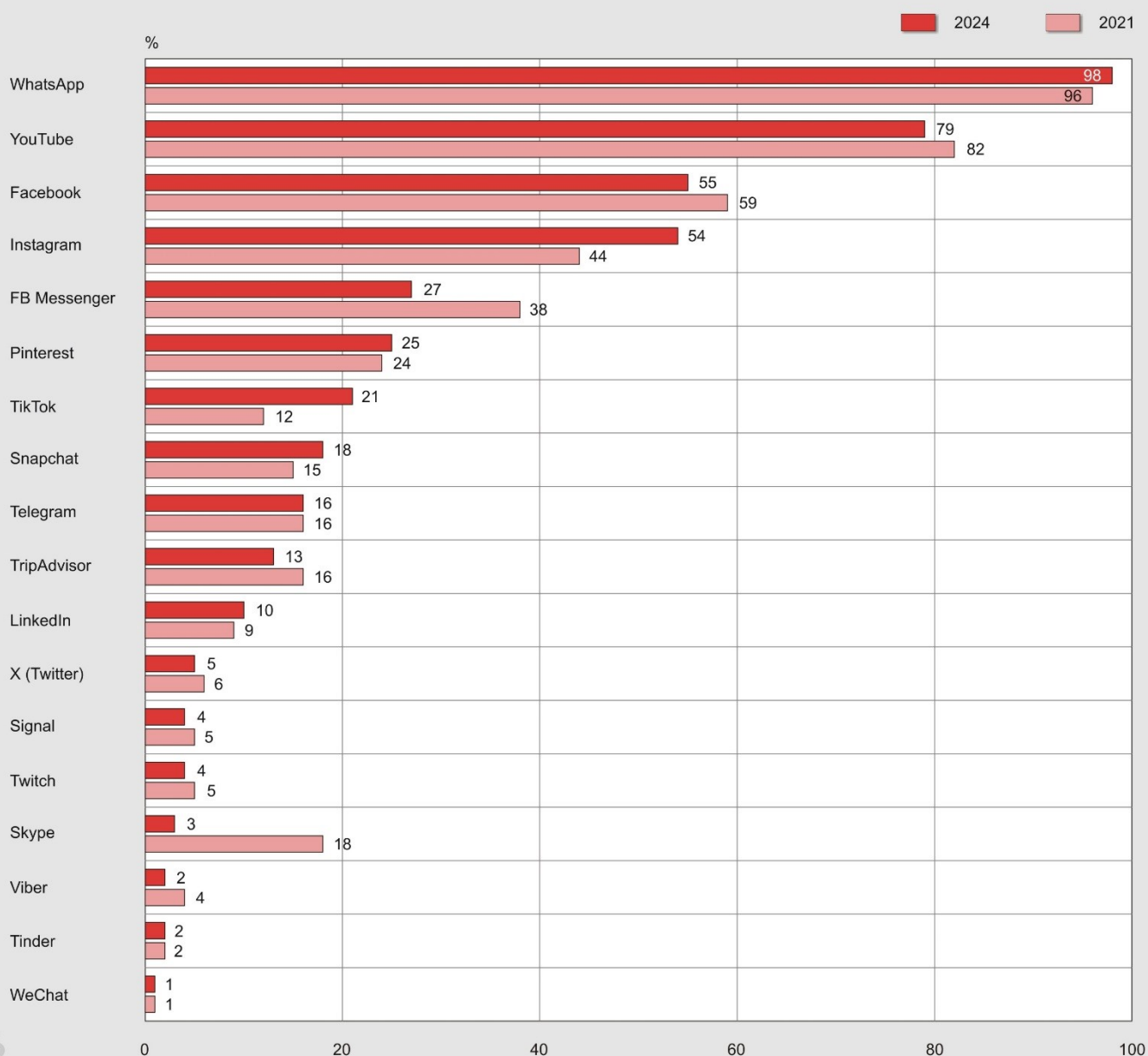
Graf. 20

Benutzte Social Media - 2021 und 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die mindestens einmal in der Woche das Internet nutzen

Social media utilizzati - 2021 e 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che usano internet almeno un giorno alla settimana



Die geschlechtsspezifischen Unterschiede bei der Nutzung der Social Media sind meist klein oder nicht signifikant. Der größte Unterschied besteht bei der Nutzung von Pinterest, das bei Frauen viel beliebter ist als bei Männern.

Die altersbedingten Unterschiede fallen hingegen stärker aus:

- Die Anteile der Internetnutzer und -nutzerinnen, die YouTube, Instagram, Pinterest, TikTok und Snapchat nutzen, nehmen mit zunehmendem Alter ab.
- Facebook, FB Messenger, Telegram, TripAdvisor und LinkedIn sind bei den 20- bis 64-Jährigen beliebter als bei den 14- bis 19-Jährigen und über 64-Jährigen.

Le differenze di genere nell'utilizzo dei social media sono per lo più piccole o non significative. La differenza maggiore riguarda l'uso di Pinterest, che è molto più popolare tra le donne che tra gli uomini.

Più rilevanti sono le differenze al variare dell'età, in particolare:

- le percentuali di utenti di internet che utilizzano YouTube, Instagram, Pinterest, TikTok e Snapchat diminuiscono all'aumentare dell'età;
- Facebook, FB Messenger, Telegram, TripAdvisor e LinkedIn sono più popolari tra i 20-64enni che tra i 14-19enni e gli over 64.

Tab. 14

Beliebteste Social Media nach Geschlecht und Altersklasse - 2024

Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die mindestens einmal in der Woche das Internet nutzen

Social media più popolari per sesso e classe di età - 2024

Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre che usano internet almeno un giorno alla settimana

SOCIAL MEDIA	Geschlecht Sesso		Altersklasse (Jahre) Classe di età (anni)					SOCIAL MEDIA
	Männer Maschi	Frauen Femmine	14-19	20-34	35-49	50-64	65 und mehr 65 e oltre	
WhatsApp	98	98	100	100	98	98	94	WhatsApp
YouTube	82	75	94	88	86	75	49	YouTube
Facebook	55	55	24	71	72	53	36	Facebook
Instagram	51	58	87	81	57	39	17	Instagram
FB Messenger	27	28	***	38	42	25	11	FB Messenger
Pinterest	12	38	47	38	24	17	7	Pinterest
TikTok	19	24	77	31	13	9	***	TikTok
Snapchat	15	20	79	31	6	4	***	Snapchat
Telegram	21	11	12	23	23	14	6	Telegram
TripAdvisor	14	13	***	15	17	15	7	TripAdvisor
LinkedIn	13	8	***	16	15	10	***	LinkedIn

*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT

Fonte: ASTAT

Die sozialen Medien WhatsApp, Instagram, FB Messenger, TikTok und Snapchat werden deutlich mehr zum Vergnügen genutzt bzw. um mit Freunden und Freundinnen in Kontakt zu bleiben, als um sich zu informieren, Nachrichten zu lesen und eine Meinung zu bilden.

YouTube, Facebook, Pinterest und Telegram werden sowohl zum Vergnügen als auch zur Information verwendet.

TripAdvisor und LinkedIn werden am meisten für die Suche nach Informationen und Nachrichten genutzt.

Le piattaforme social WhatsApp, Instagram, FB Messenger, TikTok e Snapchat sono utilizzate molto più per svago e per restare in contatto con gli amici che per informarsi, leggere notizie e farsi un'opinione.

YouTube, Facebook, Pinterest e Telegram vengono utilizzati sia per svago che per informarsi.

L'attività più diffusa svolta sulle piattaforme TripAdvisor e LinkedIn è la ricerca di informazioni e notizie.

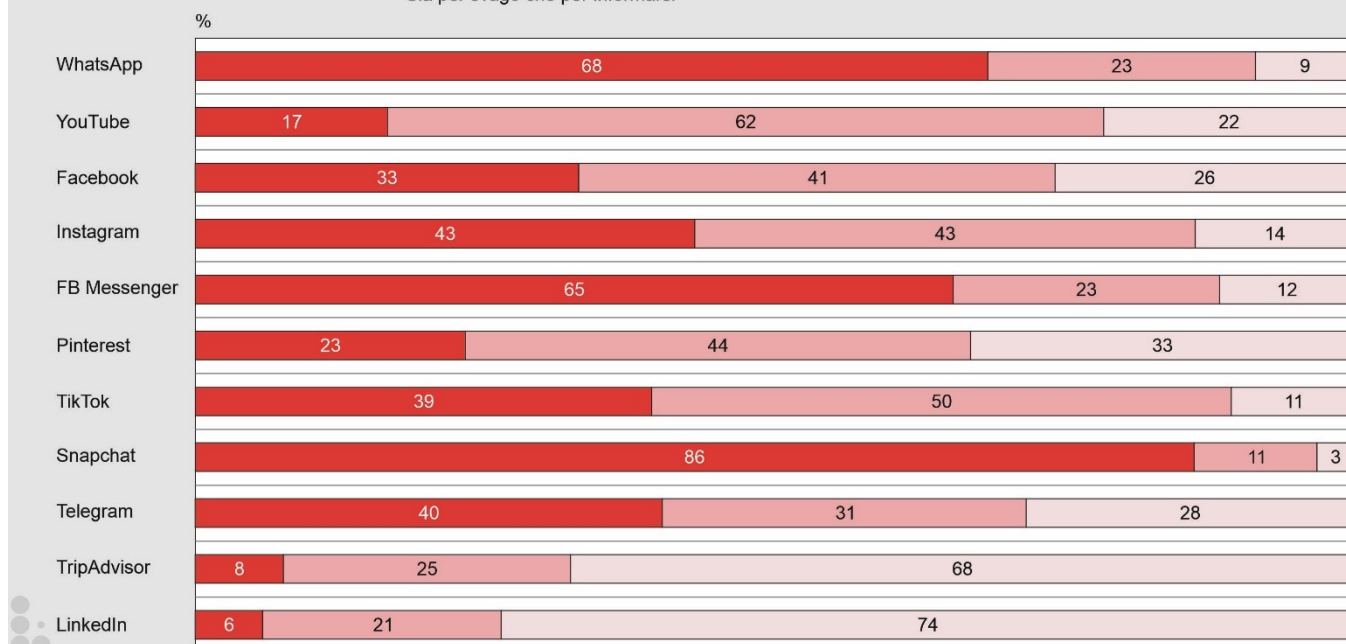
Aktivitäten, für welche die beliebtesten Social Media benutzt werden - 2024

Prozentuelle Verteilung; für jedes soziale Medium, Personen im Alter von 14 Jahren und mehr, die es nutzen

Attività per cui si utilizzano i social media più popolari - 2024

Composizione percentuale; per ogni social media, persone di 14 anni e oltre che lo usano

- **Hauptsächlich zum Vergnügen und um mit den Freunden in Kontakt zu bleiben**
Prevalentemente per svago e per restare in contatto con gli amici
- **Hauptsächlich um sich zu informieren, Nachrichten zu lesen, eine Meinung zu bilden**
Prevalentemente per informarsi, leggere notizie, farsi un'opinione
- **Sowohl zum Vergnügen als auch um sich zu informieren**
Sia per svago che per informarsi



© astat 2025 - sr



Hassbotschaften und Verbreitung von beleidigenden oder peinlichen Inhalten im Netz

8 % der Internetnutzer und -nutzerinnen begegnen häufig Hassbotschaften im Netz, 19 % passiert dies gelegentlich, 25 % selten und 48 % nie.

Das Phänomen scheint im Vergleich zu 2021 rückläufig zu sein.

Die Wahrscheinlichkeit, im Internet auf Hassbotschaften zu stoßen, korreliert positiv mit der Häufigkeit der Internetnutzung.

Messaggi d'odio e diffusione di contenuti offensivi e imbarazzanti online

L'8% degli utenti di internet si imbatte spesso in messaggi di odio in rete, il 19% di tanto in tanto, il 25% più raramente e il 48% mai.

Il fenomeno sembra essere in calo rispetto al 2021.

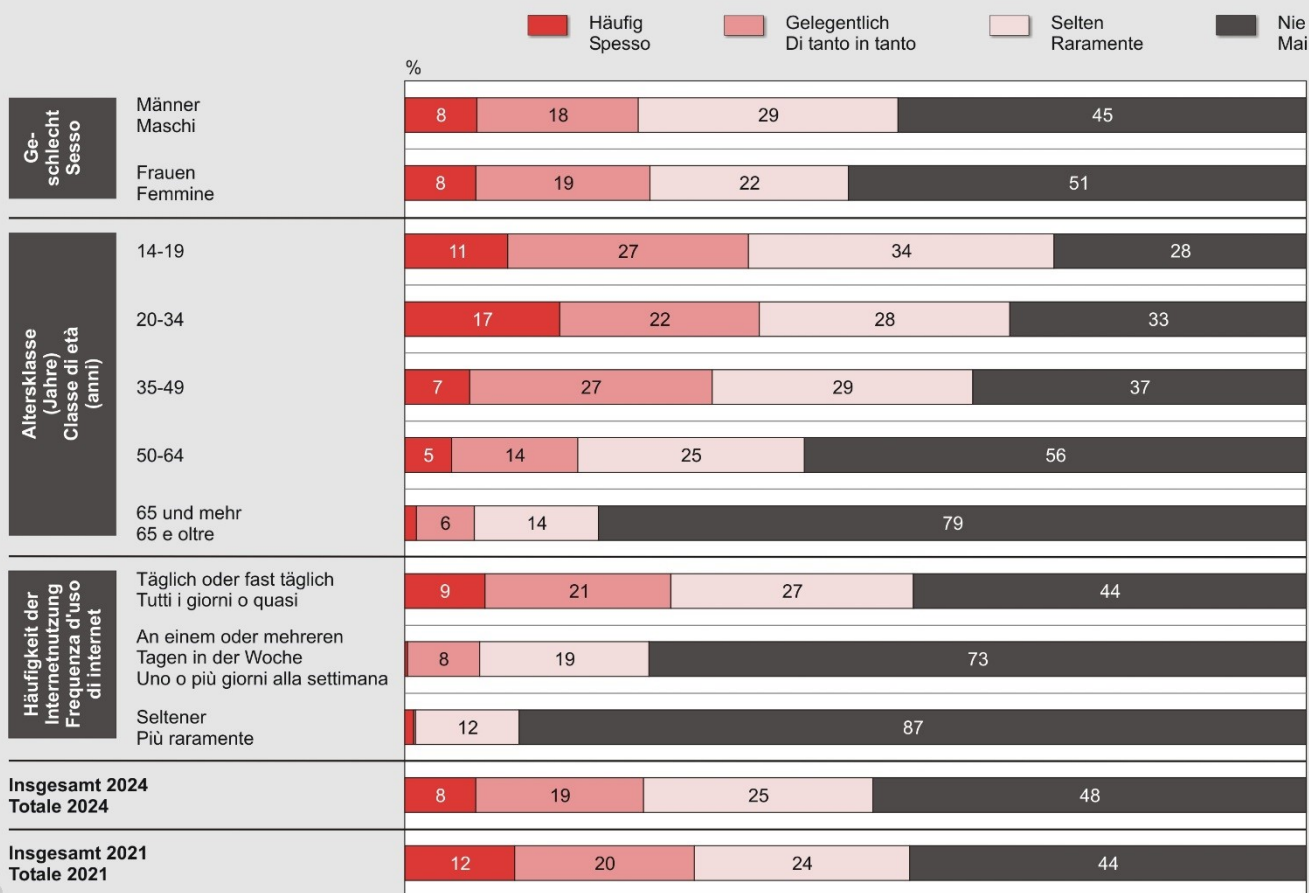
La probabilità di imbattersi in messaggi di odio su internet è correlata positivamente con la frequenza di utilizzo di internet.

Häufigkeit, mit der Internetnutzer und -nutzerinnen Online-Hassbotschaften begegnen, nach Geschlecht, Altersklasse und Häufigkeit der Internetnutzung - 2021 und 2024

Prozentuelle Verteilung; Internetnutzer/-nutzerinnen im Alter von 14 Jahren und mehr

Frequenza con cui gli utenti di internet si imbattono in messaggi di odio online per sesso, classe di età e frequenza d'uso di internet - 2021 e 2024

Composizione percentuale; utenti di internet di 14 anni e oltre



© astat 2025 - sr



Männer und Frauen lesen in etwa mit derselben Häufigkeit Hassbotschaften im Internet.

Es sind vor allem die 20- bis 34-jährigen Nutzer und Nutzerinnen, die im Internet auf Hassbotschaften stoßen, gefolgt von den 14- bis 19-Jährigen. Bei den über 34-jährigen Internetnutzern und -nutzerinnen sinkt die Häufigkeit mit zunehmendem Alter.

13 % der Bevölkerung haben Bekannte, die Hassbotschaften über das Internet erhalten haben, und 6 % haben selbst solche Nachrichten erhalten. 4 % geben an, dass falsche oder beleidigende Textinhalte über sie selbst im Internet verbreitet wurden und 3 % erklären, dass peinliche oder beleidigende Fotos oder Videos online gestellt wurden.

Auch in diesem Fall sind die Unterschiede nach Geschlecht gering oder nicht signifikant; jene nach Alter sind hingegen signifikant.

Uomini e donne leggono sul web messaggi di odio circa con la stessa frequenza.

Sono soprattutto gli utenti di età compresa tra i 20 e i 34 anni a imbattersi in messaggi di odio su internet, seguiti dai 14-19enni. Tra gli over 34, la frequenza di questi episodi diminuisce con l'aumentare dell'età.

Il 13% della popolazione ha conoscenti che hanno ricevuto messaggi di odio via internet e il 6% li ha ricevuti personalmente. Il 4% dichiara che sono stati diffusi in internet contenuti di testo falsi o offensivi sulla propria persona e il 3% foto o video imbarazzanti o offensivi.

Anche in questo caso le differenze di genere sono piccole o non significative, mentre quelle al variare dell'età sono rilevanti.

Vor allem junge Menschen zwischen 14 und 19 Jahren sind Opfer von Gewalt im Internet. 19 % von ihnen erklären, dass sie Hassbotschaften über das Internet erhalten haben. 20 % geben an, dass über sie falsche, beleidigende oder peinliche Textinhalte, Fotos oder Videos im Internet verbreitet wurden. Unter den 20- bis 34-Jährigen nehmen diese Anteile auf 12 % bzw. 11 % ab und sinken dann in den älteren Altersklassen allmählich gegen null.

Sono soprattutto i giovani tra i 14 e i 19 anni a essere vittime di violenza in rete. Il 19% di essi dichiara di aver ricevuto via internet messaggi di odio e il 20% afferma di essere stato diffamato attraverso la diffusione sul web di contenuti di testo, foto o video falsi, offensivi o imbarazzanti. Tra i 20-34enni queste percentuali scendono rispettivamente al 12% e all'11%, per poi ridursi progressivamente quasi a zero nelle classi di età successive.

Tab. 15
Online-Hassrede nach Geschlecht und Altersklasse - 2021 und 2024
Prozentwerte; Personen im Alter von 14 Jahren und mehr; Antworten „Ja“
Odio online per sesso e classe di età - 2021 e 2024
Valori percentuali; persone di 14 anni e oltre; risposte "Sì"

SOZIODEMOGRAFISCHE GRUPPEN	Hat schon mal jemand in Ihrem Bekanntenkreis Hassbotschaften über das Internet erhalten?	Haben Sie schon mal Hassbotschaften über das Internet erhalten?	Hat schon mal jemand absichtlich oder versehentlich... Qualcuno ha mai diffuso deliberatamente o accidentalmente in internet...		GRUPPI SOCIODEMOGRAFICI
	Qualcuno nella Sua cerchia di conoscenti ha mai ricevuto via internet messaggi di odio?	Lei ha mai ricevuto via internet messaggi di odio?	...falsche oder beleidigende Textinhalte über Sie im Internet verbreitet?	...peinliche oder beleidigende Fotos/Videos, auf denen Sie zu sehen sind, im Internet verbreitet?	
			...contenuti di testo falsi o offensivi su di Lei?	...foto/video imbarazzanti o offensivi su di Lei?	
Geschlecht					Sesso
Männer	12	7	5	3	Maschi
Frauen	13	6	4	4	Femmine
Altersklasse (Jahre)					Classe di età (anni)
14-19	30	19	14	13	14-19
20-34	22	12	8	7	20-34
35-49	13	7	4	3	35-49
50-64	9	3	2	***	50-64
65 und mehr	2	***	***	***	65 e oltre
Insgesamt 2024	13	6	4	3	Totale 2024
Insgesamt 2021	13	7	4	3	Totale 2021

*** Die Genauigkeit der Schätzungen ist unzureichend.
Il livello di accuratezza della stima non è sufficiente.

Quelle: ASTAT Fonte: ASTAT

Anmerkungen zur Methodik

Die Erhebung „Mediennutzung in Südtirol - 2024“ wurde vom Landesinstitut für Statistik ASTAT im Herbst 2024 durchgeführt.

Es handelt sich um die achte Ausgabe, nach den Ausgaben von 1994, 1998, 2001, 2005, 2012, 2017 und 2021.

Stichprobe

Die Grundgesamtheit der Erhebung umfasst die Wohnbevölkerung Südtirols im Alter von 14 und mehr Jahren (ungefähr 458.000 Personen). Personen, die dauerhaft in Alters- und Pflegeheimen sowie anderen Gemeinschaftseinrichtungen untergebracht sind, sind von der Studie ausgeschlossen. Die statistische Einheit, die mit der Erhebungseinheit übereinstimmt, ist die Einzelperson.

Nota metodologica

L'indagine "Uso dei media in Alto Adige - 2024" è stata svolta dall'Istituto provinciale di statistica ASTAT nell'autunno 2024.

Si tratta dell'ottava edizione, dopo quelle effettuate negli anni 1994, 1998, 2001, 2005, 2012, 2017 e 2021.

Il campione

L'universo di riferimento dell'indagine è costituito dalla popolazione residente in Alto Adige di 14 anni e oltre (circa 458.000 persone). Dalla rilevazione sono escluse tutte le persone che vivono stabilmente in case di riposo e altre tipologie di convivenza. L'unità statistica, che coincide con l'unità di rilevazione, è l'individuo.

Es handelt sich hierbei um eine Stichprobenerhebung mit geschichteter Wahrscheinlichkeitsstichprobe. Aus den Melde-registern der Gemeinden Südtirols wurden 6.085 Namen mittels SAS-Prozedur zufällig gezogen. Weitere 1.000 Na-men wurden nach dem Zufallsprinzip aus dem Telefonbuch der „Pagine Bianche“ entnommen.

Das Stichprobendesign sieht acht territoriale Einheiten vor (in einigen Fällen zusammenhängend): Vinschgau, Burggrafen-amt, Überetsch-Südtiroler Unterland, Bozen, Salten-Schlern, Eisacktal (einschließlich Wipptal), Pustertal und Ladinien (Gröden und Gadertal).

Die Schichtungsvariablen sind die Bezirksgemeinschaft (Ei-sacktal und Wipptal zusammen), die Sprachtypologie der Wohnsitzgemeinde (deutsch, zweisprachig, ladinisch)⁽¹⁾ und das Alter.

Bei der nachträglichen Schichtung wurden die Variablen Ge-schlecht, Staatsbürgerschaft, Art der Wohnsitzgemeinde nach Einwohnerzahl, Erwerbsstellung, Schulbildung und Muttersprache verwendet. Kalibriert wurden die Gewichte mit der ISTAT-Software *ReGenesees*.

Eine weitere nachträgliche Schichtungsvariable, und zwar lediglich für die Verteilung der Radiohörer bzw. -hörerinnen und Fernsehzuschauer bzw. -zuschauerinnen im Tagesver-lauf, ist der Wochentag, an dem der Fragebogen ausgefüllt wurde, sodass eine gleichmäßige Aufteilung der Befragun-gen an allen sieben Wochentagen erreicht wurde.

Fragebogen

Der Fragebogen wurde vom ASTAT ausgearbeitet, unter Be-teiligung der auf Landesebene repräsentativsten Vereinigung der Empfänger der von der Landesverwaltung ausgeschüt-ten Beiträge. Diese Vereinigung hat die endgültige Version des Fragebogens abgesegnet.

Der Fragebogen, der jenem der vergangenen Ausgaben der Erhebung entspricht, enthält Fragen zur Nutzung von Fern-sehen und Radio, zur Zeitungslektüre und zur Nutzung der Social Media.

Beantwortung des Fragebogens

Die Daten wurden zwischen 24. September und 31. Dezem-ber 2024 erhoben.

Für diese Erhebung wurde die gemischte Methode CAWI (Selbstauffüllung über Internet) - CATI (telefonische Befra-gung) angewandt.

Von den 2.996 Personen, die teilgenommen haben, haben 2.670 (89 %) den Fragebogen online ausgefüllt und 326 (11 %) am Telefon.

Die durchschnittliche Ausfülldauer betrug 17 Minuten, die mediane Dauer 13 Minuten.

L'indagine è campionaria con campionamento probabilistico stratificato. Dai registri anagrafici dei comuni della provincia di Bolzano sono stati estratti casualmente con procedura SAS 6.085 nominativi. Ulteriori 1.000 unità sono state casual-mente estratte dall'elenco telefonico Pagine Bianche.

Il disegno campionario è a otto domini territoriali (in alcuni casi non disgiunti): Val Venosta, Burgraviato, Oltradige-Bas-sa Atesina, Bolzano città, Salto-Sciliar, Valle Isarco (com-prensiva della Alta Valle Isarco), Val Pusteria e Ladinia (Val Gardena e Val Badia).

Variabili di stratificazione sono la comunità comprensoriale (Valle Isarco e Alta Valle Isarco insieme), la tipologia lingu-istica del comune di residenza (tedesco, bilingue, ladino)⁽¹⁾ e l'età.

Nella procedura di post-stratificazione sono state utilizzate le variabili sesso, cittadinanza, tipologia del comune di residen-za per dimensione demografica, condizione professionale, titolo di studio e madrelingua. La calibrazione dei pesi è stata effettuata tramite il software di ISTAT *ReGenesees*.

Ulteriore variabile di post-stratificazione, solamente ai fini della distribuzione nell'arco della giornata dei telespettatori e dei radioascoltatori, è stato il giorno della settimana in cui il questionario è stato compilato, in modo da ottenere una ripar-tizione equa delle interviste nei sette giorni della settimana.

Il questionario

Il questionario è stato elaborato dall'ASTAT con la collabora-zione dell'associazione più rappresentativa a livello provin-ciale delle imprese beneficiarie dei contributi erogati dalla Provincia. Tale associazione ha approvato la versione defini-tiva del questionario.

Il questionario, che ricalca quello delle precedenti edizioni dell'indagine, contiene domande relative alla visione della televisione, all'ascolto della radio, alla lettura dei giornali e all'uso dei social media.

La compilazione del questionario

I dati sono stati raccolti tra il 24 settembre e il 31 dicembre 2024.

La somministrazione del questionario è avvenuta mediante tecnica mista CAWI (autocompilato online) - CATI (intervista telefonica).

Delle 2.996 persone che hanno partecipato, 2.670 (89%) hanno compilato il questionario online e 326 (11%) al tele-fono.

Il tempo medio di compilazione è stato di 17 minuti, quello mediano di 13 minuti.

(1) Als zweisprachig gelten die Gemeinden, in denen laut Volkszählung 2011 mindestens 20 % der Bevölkerung italienischer Muttersprache sind. Unter den ladinischen Gemeinden versteht man die Gemeinden mit einer ladinischsprachigen Mehrheit.
Sono considerati bilingui i comuni con almeno il 20% di abitanti di madrelingua italiana al censimento 2011, ladini quelli a maggioranza ladina.

Rücklaufquote

Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass einige der gezogenen Einheiten nicht wählbar waren, wird die Rücklaufquote (Verhältnis zwischen der Anzahl der Einheiten, die den Fragebogen ausgefüllt haben (2.996), und der Anzahl der wählbaren Einheiten) auf 49 % geschätzt.

Die erhaltene Stichprobe ist nicht nur repräsentativ, da sie probabilistisch ist, sondern spiegelt auch die Anteile der Bevölkerung entsprechend den wichtigsten soziodemografischen Variablen wider.

Genauigkeit der Schätzwerte

Die meisten Variablen im Fragebogen betreffen das Vorhandensein bzw. Nicht-Vorhandensein eines bestimmten Merkmals bei den Stichprobeneinheiten. Sie können daher mittels dichotomer Verteilungen beschrieben werden. Infolgedessen beträgt der absolute Standardfehler der Schätzungen für die gesamte Bevölkerung aufgrund der Stichprobengröße im schlechtesten Fall ($p = 0,5$) ungefähr 1 % und die Breite der 95 %-Konfidenzintervalle 3,6 %. Die Genauigkeit sinkt aufgrund der kleineren Stichprobe bei der Analyse nach Untergruppen.

Der relative Standardfehler liegt bei den veröffentlichten Schätzungen unter 25 %. Falls die Genauigkeit der Schätzungen unzureichend ist, d. h. wenn der relative Standardfehler größer als 25 % oder der Stichprobenumfang kleiner als 30 ist, wird die entsprechende Information nicht veröffentlicht und durch drei Sternchen (***) ersetzt.

Die geschätzten Prozentwerte werden auf die nächste Ganzzahl gerundet. Aus diesem Grund kann die Summe in Prozentverteilungen von 100 abweichen.

Die geschätzten absoluten Werte sind auf den Tausender gerundet. Aus diesem Grund kann die Summe der nach soziodemografischen Gruppen aufgeschlüsselten Werte von der Gesamtsumme abweichen.

Wenn im Text von signifikanten Unterschieden die Rede ist, handelt es sich um ein Ergebnis der Chi-Quadrat- oder T-Student-Tests, denen alle Erhebungsergebnisse unterzogen wurden. Des Weiteren werden, um die für die Erklärung der auftretenden Phänomene wichtigen Variablen zu ermitteln, Modelle logistischer und linearer Regression verwendet.

Anmerkung

Bei der Analyse nach Größenklasse der Wohnsitzgemeinde gelten Bozen, Brixen, Bruneck, Leifers und Meran als Stadtgemeinden; alle anderen zählen zu den Landgemeinden.

Hinweise für die Redaktion:

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an Nicoletta Colletti, Tel. 0471 41 84 30, E-Mail: nicoletta.colletti@provinz.bz.it

Nachdruck, Verwendung von Tabellen und Grafiken, fotomechanische Wiedergabe - auch auszugsweise - nur unter Angabe der Quelle (Herausgeber und Titel) gestattet.

Verantwortlicher Direktor: Timon Gärtner

Il tasso di risposta

Tenendo conto dell'ineleggibilità di una parte delle unità estratte, si stima che il tasso di risposta, uguale al rapporto tra il numero di unità che hanno completato il questionario (2.996) e il numero di unità eleggibili, sia pari al 49%.

Il campione ottenuto, oltre a essere rappresentativo in quanto probabilistico, rispecchia le proporzioni della popolazione relativamente alle principali variabili sociodemografiche.

La precisione delle stime

La maggior parte delle variabili presenti nel questionario riguarda la presenza o l'assenza di una determinata caratteristica nelle unità del campione. Esse sono quindi descrivibili mediante distribuzioni binomiali. Di conseguenza, data la dimensione campionaria, l'errore standard assoluto delle stime relative all'intera popolazione è circa uguale nel caso peggiore ($p = 0,5$) all'1% e l'ampiezza degli intervalli di confidenza al 95% al 3,6%. La precisione delle stime diminuisce, a causa di un'inferiore dimensione campionaria, nell'analisi per sottogruppi.

L'errore standard relativo delle stime pubblicate non supera il 25%. Quando il livello di accuratezza della stima non è sufficiente, cioè se l'errore standard relativo supera il 25% oppure la dimensione campionaria è inferiore a 30 unità, il dato non viene pubblicato ma sostituito da tre asterischi (**).

I valori percentuali stimati sono arrotondati all'intero più vicino. Per questo motivo, nelle distribuzioni percentuali, la somma può essere diversa da 100.

I valori assoluti stimati sono arrotondati alle migliaia. Per questo motivo la somma dei valori disaggregati per gruppi sociodemografici può essere diversa dal totale.

Laddove nel testo si parla di differenze significative, tale esito deriva dai test Chi-quadrato oppure T-Student, ai quali sono stati sottoposti tutti i risultati dell'indagine. Inoltre, al fine di individuare le variabili rilevanti per la spiegazione dei fenomeni, si utilizzano modelli di regressione logistica e lineare.

Annotazione

Nell'analisi dei dati per dimensione demografica del comune di residenza, si considerano urbani i comuni di Bolzano, Bressanone, Brunico, Laives e Merano; tutti gli altri rientrano nella categoria comuni rurali.

Indicazioni per la redazione:

Per ulteriori chiarimenti si prega di rivolgersi a Nicoletta Colletti, tel. 0471 41 84 30, e-mail: nicoletta.colletti@provincia.bz.it

Riproduzione parziale o totale del contenuto, diffusione e utilizzazione dei dati, delle informazioni, delle tavole e dei grafici autorizzata soltanto con la citazione della fonte (titolo ed edizione).

Direttore responsabile: Timon Gärtner