



Schweizer Radio  
und Fernsehen

**Medienstelle**

Fernsehstrasse 1–4  
8052 Zürich

Telefon +41 58 135 13 50  
E-Mail [medienstelle@srf.ch](mailto:medienstelle@srf.ch)  
Internet [medien.srf.ch](http://medien.srf.ch)  
Datum 16. Januar 2026

SRF-Jahresbilanz 2025

**SRF-Jahresbilanz 2025: 33,4 Prozent Marktanteil im TV, 46,5 Prozent im Radio**

**SRF zieht eine positive Bilanz zum Jahr 2025. Die TV-Sender erzielten mit 33,4 Prozent<sup>1</sup> Marktanteil den zweithöchsten Wert seit der Messumstellung 2013. Im Radio betrug der Marktanteil 46,5 Prozent<sup>2</sup>. Die eigenen digitalen Plattformen verzeichneten im Schnitt über 3,3 Millionen Visits<sup>3</sup> pro Tag. Linear wie online für grosses Interesse sorgten unter anderem die Berichterstattung zum Bergsturz in Blatten VS, die UEFA Women's EURO 2025 in der Schweiz oder der «Eurovision Song Contest» in Basel.**

Im Jahr 2025 verzeichneten SRF 1, SRF zwei und SRF info einen Marktanteil von 33,4 Prozent<sup>4</sup>. Dies entspricht dem zweithöchsten Wert seit der Messumstellung 2013. Zwischen 19.00 und 22.30 Uhr, der publikumsstärksten Sendezeit am Abend, erzielten die TV-Sender von SRF mit einem Marktanteil von 42,1 Prozent<sup>5</sup> gar einen neuen Höchstwert. Auch bei der jüngeren Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen ist SRF mit einem Marktanteil von 31,4 Prozent<sup>6</sup> (ganztags) respektive 36,4 Prozent<sup>7</sup> (Hauptabend) marktführend. Insgesamt erreichte SRF mit dem TV-Programm pro Woche durchschnittlich 3,6 Millionen Personen respektive fast zwei Drittel<sup>8</sup> der fernsehschauenden Deutschschweizer Bevölkerung.

**Bergsturz und US-Zölle bewegen auf allen Kanälen**

Die meistgesehene Informationssendung des Jahres war mit durchschnittlich 878'000 Zuschauenden<sup>9</sup> die Hauptausgabe der «Tagesschau» am 28. Mai 2025, als sich in Blatten VS ein verheerender Bergsturz ereignete. Auch «Schweiz aktuell» und «10 vor 10» mit im Mittel 499'000<sup>10</sup> respektive 446'000 Zuschauenden<sup>11</sup> erzielten an jenem Mittwoch überdurchschnittliche Quoten. Die Naturkatastrophe bewegte in den Tagen davor und danach auf allen Kanälen stark. Die ab dem 20. Mai 2025 laufenden Liveticker auf [srf.ch](http://srf.ch) und in der SRF News App wurden insgesamt über 4,6 Millionen Mal<sup>12</sup> aufgerufen. Die Videoaufnahmen des Bergsturzes erzielten auf den SRF-Onlineplattformen insgesamt fast 1,3 Millionen Starts<sup>13</sup>.

Über das gesamte Jahr sahen im Schnitt 577'000 Personen<sup>14</sup> die Hauptausgabe der «Tagesschau». Der Marktanteil von 53,0 Prozent<sup>15</sup> entspricht dem höchsten Wert ausserhalb der Pandemiejahre (2020 und 2021), als das Informationsbedürfnis der Bevölkerung überdurchschnittlich hoch war. Die SRF News App erzielte mit rund 607'000<sup>16</sup> täglichen Visits einen neuen Höchstwert seit Messumstellung 2020. Die hohen Nutzungszahlen widerspiegeln das ereignisreiche Jahr, in dem unter anderem der Amtsantritt von US-Präsident Donald Trump, der Tod von Papst Franziskus oder die Konflikte im Nahen Osten und in der Ukraine interessierten. Der 1. August 2025, als die USA Zölle von 39 Prozent auf Schweizer Exporte ankündigten, war mit fast 1 Million Visits<sup>17</sup> der zugriffsstärkste Tag des Jahres 2025 auf der SRF News App.

## **Ski-Cracks und Frauen-Nati ziehen die Massen vor die Bildschirme**

Die publikumsstärkste Sendung des Jahres war die Abfahrt der Männer in Wengen BE am 18. Januar 2025. Im Durchschnitt verfolgten 965'000 Personen<sup>18</sup> den Schweizer Doppelsieg durch Marco Odermatt und Franjo von Allmen. Seit 2015 verzeichnete die Lauberhorn-Abfahrt keine höhere Einschaltquote. Der Marktanteil betrug 80,1 Prozent<sup>19</sup>. Rund drei Wochen später kürte sich von Allmen an den alpinen Ski-Weltmeisterschaften in Saalbach/AUT zudem zum Abfahrtsweltmeister. Im Mittel fieberten 925'000 Zuschauer<sup>20</sup> auf SRF zwei mit dem Berner Oberländer mit. Den WM-Final des Schweizer Eishockey-Nationalteams der Männer in Stockholm/SWE gegen die USA am 25. Mai 2025 verfolgten im Durchschnitt 943'000 Menschen<sup>21</sup>.

Ein besonderes Highlight im Jahr 2025 war die UEFA Women's EURO in der Schweiz. Den dramatischen Final zwischen England und Spanien sahen im Schnitt 889'000 Personen<sup>22</sup>, was einem Marktanteil von 56,4 Prozent<sup>23</sup> entspricht. Auch das Schweizer Nationalteam sorgte mit seinen Auftritten für grosses Interesse beim SRF-Publikum. Die vier Spiele der Nati verfolgten durchschnittlich 725'000 Menschen<sup>24</sup>. Der Viertelfinal gegen Spanien stellte mit im Mittel 817'000<sup>25</sup> Zuschauenden und 61,6 Prozent Marktanteil<sup>26</sup> einen neuen Rekord für ein Spiel der Frauen-Nati auf.

Auch die Übertragung des «Eidgenössischen Schwing- und Älplerfests» («ESAF») Ende August 2025 stiess in neue Sphären vor. Durchschnittlich sahen 472'000 Personen<sup>27</sup> die gesamte, über 15-stündige Liveübertragung (Marktanteil 71,8 Prozent<sup>28</sup>). Es ist die höchste Einschaltquote für ein «ESAF» seit der Messumstellung 2013. Der Livestream auf den SRF-Onlineplattformen wurde an den zwei Tagen rund 2,3 Millionen Mal<sup>29</sup> gestartet und gehört damit zu den meistgenutzten des Jahres.

## **Unterhaltung im Zeichen von «ESC» und «Happy Day»**

Ein weiteres Highlight im SRF-Programm war der «Eurovision Song Contest» («ESC»), der zum ersten Mal seit 1989 wieder in der Schweiz stattfand. Mit durchschnittlich 764'000 Zuschauerinnen und Zuschauern<sup>30</sup> sowie einem Marktanteil von 58,2 Prozent<sup>31</sup> erreichte die Übertragung des Finals aus Basel am 17. Mai 2025 denn auch den höchsten Wert aller «ESC» -Ausgaben seit der Messumstellung 2013.

Das Jahr stand auch im Zeichen des Moderationswechsels bei «Happy Day». Röbi Koller trat 37 Jahre nach seinem ersten TV-Auftritt bei SRF von der Bühne ab. Seine letzte «Happy Day»-Sendung am 5. April 2025 verfolgten im Schnitt 623'000 Personen<sup>32</sup>, was einem Marktanteil von 45,4 Prozent<sup>33</sup> entspricht. Die erste Sendung mit Kollers Nachfolger Nik Hartmann erreichte im Mittel gar 713'000 Menschen<sup>34</sup> und 51,1 Prozent Marktanteil<sup>35</sup> – der höchste «Happy Day»-Marktanteil seit 2013.

Die fünf Folgen der fünften Staffel von «SRF bi de Lüt – Winterhüttengeschichten» erreichten mit im Schnitt 632'000 Zuschauenden<sup>36</sup> (Marktanteil 40,5 Prozent<sup>37</sup>) den zweithöchsten Wert seit der Lancierung 2021. Auch der «Donnschtig-Jass» erfreut sich weiterhin grosser Beliebtheit: Die Ausgabe vom 24. Juli 2025 in Klosters GR erzielte mit durchschnittlich 575'000 Zuschauenden die höchste Einschaltquote seit 2017. Online wusste insbesondere das neue Dating-Format «Alone Together» zu überzeugen: Die sechs Folgen der ersten Staffel erreichten auf Play SRF insgesamt rund 650'000 Starts<sup>38</sup>. Es ist damit das bislang erfolgreichste Unterhaltungsformat auf der SRF-Onlineplattform.

## **«DOK»-Serie «Inside Gstaad Palace» erreicht über 1,5 Millionen Streamstarts**

Der meistgeschautete «DOK» im Jahr 2025 war «Umbruch im Bergdorf - Von der Zukunft in den Alpen» am 25. September 2025. Im Schnitt sahen 434'000 Personen<sup>39</sup> den Dokumentarfilm, was einem Marktanteil von 35,5 Prozent<sup>40</sup> entspricht. Zudem erzielte die Sendung rund 195'000 Starts<sup>41</sup> auf Play SRF und YouTube. Auf den beiden Plattformen stiess zudem die «Impact»-Reportage über Kokainkonsum in der Schweiz auf Interesse – sie erreichte insgesamt 675'000 Streamstarts<sup>42</sup>. Auf YouTube waren über 80 Prozent<sup>43</sup> aller Zuschauenden jünger als 45 Jahre.

Mit über 1,3 Millionen Online-Aufrufen<sup>44</sup> überzeugte auch die 16. Staffel von «Auf und davon». Linear erreichte die «DOK»-Serie über ausgewanderte Schweizerinnen und Schweizer pro Folge im Mittel 670'000 Zuschauer<sup>45</sup> und einen Marktanteil von 42,6 Prozent<sup>46</sup>. Auf Interesse stiess auch die «Puls»-Sendung über Demenz bei Jungen, die durchschnittlich 415'000 Personen<sup>47</sup> sahen und 31,8 Prozent<sup>48</sup> Marktanteil erreichte.

Für Aufsehen sorgte schliesslich die neue «DOK»-Serie zum Hotel Gstaad Palace im Rahmen von «Inside Gastro». Die vier Folgen wurden auf den verschiedenen Onlineplattformen insgesamt über 1,5 Millionen Mal<sup>49</sup> gestreamt. Allein die erste Folge der Serie erreichte rund 501'000 Starts<sup>50</sup>. Online ebenfalls oft gestreamt wurde die neue SRF-Krimiserie «Maloney»: Die bislang elf Fälle des raubeinigen Privatdetektivs erzielten auf Play SRF summiert 835'000 Aufrufe.<sup>51</sup>

### **Fast die Hälfte der Radiohörenden nutzt täglich einen SRF-Radiosender**

46,5 Prozent<sup>52</sup> beträgt der Marktanteil von Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 3, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle und Radio SRF Virus im Jahr 2025. Wochentags zwischen 06.00 und 09.00 Uhr, der Zuhörerstärksten Zeit des Tages, wählte durchschnittlich die Hälfte aller Radiohörenden<sup>53</sup> in der Deutschschweiz einen Sender der SRF-Radiofamilie. Radio SRF 1 bleibt mit 23,1 Prozent<sup>54</sup> Marktanteil Marktführer in der Deutschschweiz. Rund 58 Prozent<sup>55</sup> schalteten wöchentlich einen SRF-Radiosender ein. Die «Rendez-vous»-Ausgabe um 12.30 Uhr erreichte wochentags im Schnitt 418'000<sup>56</sup>, das «Echo der Zeit» um 18.00 Uhr 234'000 Hörende<sup>57</sup>. Dies entspricht einem Marktanteil von 44,6<sup>58</sup> respektive 27,8 Prozent<sup>59</sup>. Aufgrund der Abschaltung der UKW-Frequenzen durch die SRG per Ende 2024 ist die Nutzung der SRF-Radiosender tiefer als in den Vorjahren.

## Nutzungszahlen 2025 (Januar-Dezember)

### 1. Fernsehen

Jahresübersicht (Overnight):

	Ganzer Tag												
	2025	2024 <sup>1</sup>	2023	2022 <sup>1</sup>	2021 <sup>1,2</sup>	2020 <sup>2</sup>	2019	2018 <sup>1</sup>	2017	2016 <sup>1</sup>	2015	2014 <sup>1</sup>	2013
<b>Total SRF TV</b>	33,4	32,7	30,4	33,4	33,5	30,7	31,5	32,7	31,2	31,8	30,3	32,6	30,7
<b>SRF 1</b>	20,8	19,2	19,9	20,4	20,9	22,2	19,5	19,4	19,4	19,3	19,3	19,6	20,0
<b>SRF zwei</b>	10,5	11,3	8,5	10,7	10,2	6,4	9,8	11,3	9,9	10,7	9,2	11,2	8,7
<b>SRF info</b>	2,2	2,2	2,0	2,3	2,4	2,1	2,2	2,0	1,8	1,8	1,9	1,8	2,0

	Hauptabend von 19.00 bis 22.30 Uhr												
	2025	2024 <sup>1</sup>	2023	2022 <sup>1</sup>	2021 <sup>1,2</sup>	2020 <sup>2</sup>	2019	2018 <sup>1</sup>	2017	2016 <sup>1</sup>	2015	2014 <sup>1</sup>	2013
<b>Total SRF TV</b>	42,1	41,1	37,8	41,7	41,8	39,7	39,2	40,9	39,4	40,4	38,8	41,4	39,7
<b>SRF 1</b>	31,7	28,7	29,9	30,8	31,8	33,0	29,4	29,0	29,4	29,5	29,0	29,9	30,3
<b>SRF zwei</b>	8,5	10,4	6,3	8,9	8,1	5,0	8,0	10,3	8,6	9,4	8,2	9,9	7,7
<b>SRF info</b>	1,9	1,9	1,6	2,1	1,9	1,7	1,8	1,6	1,5	1,5	1,6	1,6	1,7

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ Jahre inklusive Gäste, Mo-So 24h, Marktanteil in Prozent, alle Plattformen, Overnight

<sup>1</sup> Blau hinterlegt = Jahre mit Fussball-Welt- oder Europameisterschaft der Männer und Olympischen Spielen

<sup>2</sup> Die Corona-Pandemie wirkte sich 2020 und 2021 auf die Marktanteile im TV aus: Durch das hohe Interesse an den Informationsangeboten lag der Marktanteil von SRF 1 2020 und 2021 deutlich über dem aus dem Jahr 2019, während SRF zwei durch die Absage vieler Sportereignisse 2020 tiefere Marktanteile verzeichnete.

Seit dem 1. Januar 2013 misst die Mediapulse AG die TV-Nutzung in der Schweiz mit einer neuen Methodik. Somit lassen sich die TV-Daten seit Januar 2013 nicht mit den Daten der Vorjahre vergleichen. Nicht nur das Fernsehpanel und die Messtechnologie sind neu, auch die Darstellung der TV-Nutzung ist eine andere: Wurde vor 2013 jeweils nur die Live-Nutzung ausgewiesen, beinhalten die heutigen Werte auch die zeitversetzte Nutzung: Die «Overnight»-Werte beinhalten die Live-Nutzung sowie die leicht zeitversetzte Nutzung bis 02.00 Uhr des Folgetages, die sogenannten «Overnight +7»-Werte beinhalten auch die Nutzung bis und mit sieben Tage nach Erstausstrahlung. Per 1. Juli 2022 hat die Mediapulse AG das bestehende Messsystem erweitert. Im Vergleich zum bisherigen System werden die bestehenden Panel-Daten durch Nutzungsdaten von digitalen Set-Top-Boxen angereichert.

Der Marktanteil (MA) beschreibt die durchschnittliche Anzahl Zuschauende eines Fernsehsenders im Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl Zuschauender aller Fernsehsender zusammen in einem bestimmten Zeitraum in Prozent. Das Rating (Rt-T) dokumentiert die durchschnittliche Anzahl Zuschauende in Tausend eines Fernsehsenders in einem bestimmten Zeitraum, beispielsweise während einer bestimmten Sendung.

## 2. Radio

Jahresübersicht:

	Januar bis Dezember 2025 <sup>3</sup>			Januar bis Dezember 2024		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
<b>Total Radio</b>	70,2	3'733'000	100,0	72,2	3'784'000	100,0
<b>Total Radio SRF</b>	32,4	1'721'000	46,5	40,1	2'102'000	51,3
<b>Radio SRF 1</b>	16,0	849'000	23,1	20,8	1'091'000	26,1
<b>Radio SRF 2 Kultur</b>	2,1	113'000	2,0	2,7	141'000	2,4
<b>Radio SRF 3</b>	12,0	641'000	11,2	16,8	878'000	13,7
<b>Radio SRF 4 News</b>	2,7	146'000	1,1	2,6	135'000	1,0
<b>Radio SRF Musikwelle</b>	5,4	288'000	8,7	5,3	280'000	7,9
<b>Radio SRF Virus</b>	0,7	38'000	0,5	0,6	31'000	0,2
<b>Total SSATR</b>	10,2	543'000	5,2	10,3	538'000	5,0
<b>Total Private</b>	46,5	2'476'000	44,2	43,3	2'271'000	39,6
<b>Total Ausland</b>	7,2	385'000	3,3	6,2	323'000	2,9

Abweichungen von +/- 0,1 Prozentpunkten ergeben sich durch Rundungsdifferenzen.

Quelle: Mediapulse Radio Data (EvoRep), Deutsche Schweiz, Personen ab 15 Jahren, Montag bis Sonntag, 24 Stunden

<sup>3</sup> Seit der Abschaltung der UKW-Frequenzen durch die SRG per Ende 2024 ist die Nutzung der SRF-Radiosender tiefer als in den Vorjahren.

Die Reichweite beschreibt die Anzahl Personen, die an einem Tag mindestens 30 Sekunden lang ein Programm live (auf DAB+, UKW, Kabel oder als Internet-Stream) hören. Der Marktanteil (MA) beschreibt die durchschnittliche Anzahl Hörerinnen und Hörer eines Radiosenders im Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl Hörender aller Radiosender zusammen in einem bestimmten Zeitraum in Prozent.

Datenbruch: Seit 1. Januar 2018 misst Mediapulse die Hörerzahlen nach einer neuen Methodik. Somit lassen sich die Radio-Daten nicht mehr mit den Zahlen vor 2018 vergleichen.

### 3. Online

#### Visits Online-Angebot pro Tag

	Januar bis Dezember 2025
<b>Eigene digitale Plattformen SRF</b>	3'344'000

Quelle: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp).

Die von Mediapulse im Auftrag der Schweizer Onlinepublisher verantwortete Onlineforschung, mit der seit 2021 die Reichweiten von Websites und Apps erhoben werden, wurde per Ende 2024 eingestellt. Aus diesem Grund sind Vergleiche mit vorherigen Jahresbilanzen nicht zulässig.

#### Starts eigene Plattformen pro Monat

	Januar bis Dezember 2025	Januar bis Dezember 2024
<b>Audio on Demand plus Radio-Livestreams</b>	7'443'000	6'627'000
<b>Starts Video-on-Demand plus TV-Livestreams</b>	29'671'000	31'778'000

Quelle: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)

Ausgewiesen wird jeweils die Summe der Starts Audio-on-Demand und Radio-Livestreams respektive die Summe der Starts Video-on-Demand und TV-Livestreams. Zu den eigenen Plattformen gehören srf.ch sowie die Apps SRF News, SRF Sport, SRF Meteo und Play SRF.

#### Videostarts Drittplattformen pro Monat

	Januar bis Dezember 2025
<b>Facebook, Instagram, YouTube, TikTok</b>	108'850'000

Quelle: Facelift Data Studio, YouTube Studio

Ausgewiesen sind jeweils die Videostarts bei Instagram, Facebook (3 Sekunden), YouTube und TikTok. Nicht enthalten in den Starts bei Instagram sind Videos, die als Story veröffentlicht wurden. Aufgrund einer Messumstellung bei Meta sind Vergleiche zu vergangenen Halbjahresbilanzen nicht zulässig.

- 
- <sup>1</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2025, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- <sup>2</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 3, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikhalle, Radio SRF Virus, 2025, Mo-So 24h, MA-%
- <sup>3</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 3'344'000 Visits
- <sup>4</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2025, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- <sup>5</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2025, Mo-So 19:00-22:30, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- <sup>6</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 15-29 Jahre inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2025, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- <sup>7</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 15-29 Jahre inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2025, Mo-So 19:00-22:30, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- <sup>8</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2025, Mo-So 24h, AvWkRch(000) / AvWkRch%, alle Plattformen, Overnight+7, Kontaktdefinition: 1 Sek. konsekutiv
- <sup>9</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>10</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, Schweiz aktuell, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>11</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, 10vor10, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>12</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 2'869'000 & 1'765'000 Visits
- <sup>13</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 1'285'000 Media Views
- <sup>14</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2025, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>15</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2025, Tagesschau - Hauptausgabe, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>16</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- <sup>17</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 922'000 Visits
- <sup>18</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 18.01.2025, Ski alpin: Männer: Weltcup, Wengen – Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>19</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 18.01.2025, Ski alpin: Männer: Weltcup, Wengen – Abfahrt, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>20</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 09.02.2025, Ski alpin: Männer: WM, Saalbach – Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>21</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 25.05.2024, Eishockey: Männer; WM, Schweden/ Dänemark, Final – Schweiz – USA, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>22</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 27.07.2027, Fussball: Frauen: UEFA EURO 2025 Schweiz, Final: England – Spanien, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>23</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 27.07.2027, Fussball: Frauen: UEFA EURO 2025 Schweiz, Final: England – Spanien, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>24</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, 02.07.2025-18.07.2025, Fussball: Frauen: UEFA EURO 2025: Livespiele Schweiz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>25</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 18.07.2027, Fussball: Frauen: UEFA EURO 2025 Schweiz, Viertelfinal: Spanien – Schweiz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>26</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 18.07.2027, Fussball: Frauen: UEFA EURO 2025 Schweiz, Viertelfinal: Spanien – Schweiz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>27</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 30.08.2025-31.08.2025, Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest, Mollis, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>28</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 30.08.2025-31.08.2025, Eidgenössisches Schwing- und Älplerfest, Mollis, MA-% alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>29</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- <sup>30</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 17.05.2025, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler Final aus Basel, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>31</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 17.05.2025, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler Final aus Basel, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>32</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 05.04.2025, Happy Day, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>33</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 05.04.2025, Happy Day, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>34</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 27.09.2025, Happy Day, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>35</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 27.09.2025, Happy Day, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7

- 
- <sup>36</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2025, SRF bi de Lüt – Winterhüttengeschichten, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>37</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2025, SRF bi de Lüt – Winterhüttengeschichten, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>38</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- <sup>39</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 25.09.2025, DOK: Umbruch im Bergdorf - Von der Zukunft in den Alpen, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>40</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 25.09.2025, DOK: Umbruch im Bergdorf - Von der Zukunft in den Alpen, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>41</sup> YouTube: YouTube Studio; 62'000 Aufrufe, Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 133'000 Media Views
- <sup>42</sup> YouTube: YouTube Studio; 597'000 Aufrufe, Play: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 78'000 Media Views
- <sup>43</sup> Youtube Studio: Alter nach Wiedergabezeit
- <sup>44</sup> YouTube: YouTube Studio; 489'000 Aufrufe, Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 818'000 Media Views
- <sup>45</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2025, DOK-Serie Auf und Davon – Schweizer Auswanderer – Ecuador, Kanada, Sizilien, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>46</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2025, DOK-Serie Auf und Davon – Schweizer Auswanderer – Ecuador, Kanada, Sizilien, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>47</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 27.10.2025, Puls – Demenz in jungen Jahren - Der Kampf gegen das Vergessen, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>48</sup> Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 27.10.2025, Puls – Demenz in jungen Jahren - Der Kampf gegen das Vergessen, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- <sup>49</sup> YouTube: YouTube Studio; 524'000 Aufrufe, Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 981'000 Media Views
- <sup>50</sup> YouTube: YouTube Studio; 182'000 Aufrufe, Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 319'000 Media Views
- <sup>51</sup> Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- <sup>52</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 3, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikkwelt, Radio SRF Virus, 2025, Mo-So 24h, MA-%
- <sup>53</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 2025, Mo-Fr, 6-9 Uhr, Anteil der durchschnittlichen Tagesreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, NR-T
- <sup>54</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, 2025, Mo-So 24h, MA-%
- <sup>55</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 2025 (06.01.2025-28.12.2025), Mo-So, 24h, Anteil der durchschnittlichen Wochenreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, kumulierte Netto-Wochenreichweite (Kumulationsanalyse: AverageCumulationReach)
- <sup>56</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikkwelt, 2025, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, NR-T
- <sup>57</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio, 2025, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, NR-T
- <sup>58</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikkwelt, 2025, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, MA-%
- <sup>59</sup> Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio, 2025, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, MA-%