



Schweizer Radio
und Fernsehen

Media Relations

Fernsehstrasse 1–4
8052 Zürich

Telefon +41 58 135 13 50
E-Mail mediarelations@srf.ch
Internet medien.srf.ch
Datum 12. Januar 2021

Jahresbilanz 2020

Dienstag, 12. Januar 2021

Ein von Corona geprägtes Jahr: SRF mit positiver Nutzungsbilanz

SRF zieht zu den Nutzungszahlen eine positive Bilanz über ein stark von der Corona-Pandemie geprägtes Jahr 2020: mit einem Marktanteil von 30,7 Prozent im Fernsehen und 54,8 Prozent im Radio sowie einem erneut gesteigerten Interesse für das Webangebot. Insbesondere das Informationsangebot auf srf.ch/news, in der App und via Drittplattformen verzeichnete seit Beginn der Corona-Pandemie im Frühling hohe Zugriffswerte.

SRF 1, SRF zwei und SRF info erreichten 2020 trotz Absage der Sportgrosseereignisse insgesamt einen Marktanteil von 30,7 Prozent («Overnight»-Wert). In der Primetime, der wichtigsten Sendezeit am Abend, lag der Marktanteil der drei TV-Sender bei 39,7 Prozent («Overnight»-Wert). Mit einem Marktanteil von 9,4 Prozent ist SRF 1 bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen führend.

Corona mit Auswirkungen auf TV-Marktanteile

Die Corona-Pandemie, die den Alltag der Schweizer Bevölkerung noch immer mitbestimmt, wirkte sich im abgelaufenen Jahr auch auf das Programmangebot von SRF aus. So war Corona nicht nur in den Struktursendungen das bestimmende Thema, sondern auch in zahlreichen eigens produzierten Sondersendungen rund um die Pandemie. Insbesondere im März und April, der Anfangszeit der Coronakrise, hat SRF über alle Vektoren und Plattformen hinweg das eigene Programm kurzfristig ausgebaut und so auf das gesteigerte Informationsbedürfnis und den veränderten Alltag der Bevölkerung reagiert. Zugleich konnten 2020 aufgrund der Corona-Restriktionen diverse bereits geplante Produktionen oder Liveübertragungen, hauptsächlich im Bereich Sport, nicht fertig produziert beziehungsweise gar nicht oder nur teilweise ausgestrahlt werden. Dies spiegelt sich in den TV-Marktanteilen wider: Durch das über das ganze Jahr konstant hohe Interesse an den Informationsangeboten lag der Marktanteil von SRF 1 mit 22,2 Prozent deutlich über dem Vorjahreswert (2019: 19,5 Prozent), während SRF zwei durch den zwischenzeitlichen Wegfall des Livesports Marktanteile verlor (2020: 6,4 Prozent; 2019: 9,8 Prozent).

Grosses Interesse an aktueller Newsberichterstattung – «Tagesschau» mit Rekordwerten

Die Hauptausgabe der «Tagesschau» vom 19. März in den ersten Tagen nach dem schweizweiten Shutdown war mit 1,493 Millionen Zuschauenden die meistgesehene Sendung im Jahr 2020 – und damit die zuschauerstärkste «Tagesschau» seit der Messumstellung im Jahr 2013. Mit durchschnittlich 811'000 Zuschauenden verfolgten seit 2013 noch nie so viele Menschen die «Tagesschau»-Hauptausgabe wie im vergangenen Jahr. Dabei übertraf die «Tagesschau» 62 Mal die Millionenmarke, vom 12. März bis 9. April gar 29 Tage in Folge. Auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen war das Interesse gross: Der durchschnittliche Marktanteil lag im vergangenen Jahr bei 27,3 Prozent.

Die in der Anfangsphase der Pandemie produzierten sieben Sondersendungen zum Thema Corona sahen im Schnitt 769'000 Zuschauende, die erste Ausgabe vom 16. März verfolgten durchschnittlich eine Million Personen. Auf grosses Interesse stiessen 2020 auch die «Schweiz aktuell»-Ausgabe vom 20. März mit durchschnittlich 713'000 Zuschauenden, «10vor10» vom 19. März mit durchschnittlich 742'000 Zuschauenden, der «Rundschau Talk» vom 18. März sowie die «Rundschau Spezial» vom 28. Oktober mit durchschnittlich 693'000 respektive 580'000 Zuschauenden. Aussenpolitisch interessierten im vergangenen Jahr insbesondere die Präsidentschaftswahlen in den USA: Die Sondersendungen zur US-Wahl in der Wahlnacht sowie am nächsten Tag erreichten in der Deutschschweiz insgesamt 914'000 Personen.

Auch online fand das Informationsangebot von SRF viel Beachtung: So erreichte das Onlineangebot von SRF News am 16. März, dem Tag, als der Bundesrat den schweizweiten Shutdown ankündigte, 2,1 Millionen Visits und damit den zweithöchsten Wert im Jahr 2020. Rund um den Höhepunkt der zweiten Corona-Welle im Oktober, November und Dezember gab es durchschnittlich rekordhohe 1,4 Millionen Visits pro Tag. Am 4. November, einen Tag nach den US-Wahlen, verzeichnete das Onlineangebot von SRF News 3,2 Millionen Visits und damit den höchsten Wert seit Messbeginn.

Die SRF News App war 2020 ebenfalls sehr gefragt: Diese verzeichnete 2020 durchschnittlich 477'000 Visits pro Tag, was einem Wachstum von 160 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Die sozialen Kanäle von SRF News gewannen im Jahr 2020 40'000 Fans (+46 Prozent Zuwachs) auf Facebook sowie 86'000 Follower (+126 Prozent Zuwachs) auf Instagram dazu.

Erfolgreiche Eigenproduktionen

Mit durchschnittlich 907'000 Zuschauenden war die dritte Folge von «SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten» vom 4. Dezember die zuschauerstärkste Sendung von SRF 1 im Jahr 2020, die nicht aus dem Bereich Information stammt. Die Weihnachtsausgabe von «Happy Day» sahen durchschnittlich 806'000 Personen. Viel Beachtung fand mit im Schnitt 512'000 Zuschauenden die Premiere der neuen Wettkampf-Spielshow «Game of Switzerland». Mit einem Marktanteil von 41,8 Prozent war das Interesse auch bei den 15- bis 29-Jährigen gross. Das Erfolgsformat «Auf und davon» sowie die erstmals ausgestrahlte Reihe «SRF bi de Lüt – Echte Tierhelden» stiessen mit durchschnittlich 675'000 beziehungsweise 630'000 Zuschauenden ebenfalls auf grosses Interesse. Die Auswandererserie konnte auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen punkten und erreichte einen Marktanteil von 30,1 Prozent.

Das Film- und Serienangebot von SRF vermochte ebenfalls zu überzeugen: «Züri Brännt», der erste Tatort aus Zürich, war mit durchschnittlich 755'000 Zuschauenden der zweitmeistgesehene Tatort seit der Messumstellung 2013. Bei der sechsteiligen historischen Dramaserie «Frieden» schalteten im Schnitt 634'000 Personen ein. In der zeitversetzten Nutzung bis sieben Tage nach Ausstrahlung gewann die Serie 122'000 Zuschauende dazu. Auf Play SRF erfreute sich «Frieden» ebenfalls grosser Beliebtheit und verzeichnete insgesamt 528'000 Starts.

Hohes Zuschauerinteresse trotz fehlender Sportgrossereignisse

Im eigentlichen Sportjahr 2020 konnten aufgrund der Corona-Pandemie eine Vielzahl an geplanten Sportgrossereignissen wie zum Beispiel die Eishockey-WM im eigenen Land, die Fussball-EM oder die Olympischen Sommerspiele in Tokyo nicht durchgeführt werden. Für Spitzenwerte sorgten 2020 vor allem die Übertragungen der Ski-Abfahrt der Männer in Wengen und in Kitzbühel: Die legendäre Lauberhornabfahrt sahen im Schnitt 929'000 Zuschauende und damit nach 2015 (988'000 Zuschauende) so viele Personen wie noch nie seit der Messumstellung 2013. Der Abfahrtsklassiker in Kitzbühel erreichte mit 749'000 Zuschauenden im Schnitt gar den höchsten Wert seit der Messumstellung. Das meistgesehene Fussballspiel im Jahr 2020 war mit durchschnittlich 487'000 Zuschauenden der Cupfinal zwischen den Berner Young Boys und dem FC Basel.

Radio SRF bleibt Marktführer in der Deutschschweiz

Der Marktanteil von Radio SRF 1, SRF 2 Kultur, SRF 3, SRF 4 News, SRF Musikwelle und SRF Virus lag 2020 bei 54,8 Prozent. Damit bewegen sich die SRF Radiosender auf einem leicht höheren Niveau als im Vorjahr (2019: 54,4 Prozent). Radio SRF 1 bleibt in allen Konzessionsgebieten der Deutschschweiz marktführend.

Das erhöhte Informationsbedürfnis der Hörschaft während der Corona-Pandemie zeigte sich 2020 im Radio insbesondere in Form einer intensiveren Nutzung und damit einhergehend anhand höherer Marktanteile bei den Informationsflaggschiffen: So erreichte das Mittagmagazin «Rendez-vous» täglich 609'000 Hörerinnen und Hörer und einen Marktanteil von 50,3 Prozent (2019: 556'000, Marktanteil: 49,1 Prozent). Das «Echo der Zeit», welches im vergangenen Jahr bereits zum dritten Mal in Folge mit dem Medienqualitätsrating MQR als bestes Informationsmedium ausgezeichnet wurde, erreichte täglich 366'000 Personen (2019: 357'000). Dies entspricht einem Marktanteil von 33,0 Prozent und somit einer Zunahme von 1,9 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr.

Grosses Interesse für «Zwei am Morge» und «Unzipped»

Auf weiterhin grosses Interesse stiess 2020 «Zwei am Morge». Seit dem Start im Jahr 2018 verzeichnete das Format mit den Hosts Julian Graf und Ramin Yousofzai auf den eigenen Plattformen sowie auf den Drittplattformen (inklusive IGTV bei Instagram) über 20 Millionen Videostarts, davon 7,6 Millionen Videostarts im Jahr 2020. 89 Prozent der erreichten Userinnen und User auf dem dazugehörigen YouTube-Kanal stammen aus der anvisierten Zielgruppe der unter 35-Jährigen. Auch das Ende 2019 lancierte Webformat «Unzipped» erfreute sich im abgelaufenen Jahr grosser Beliebtheit: Über alle Plattformen hinweg verzeichnete die gesellschaftspolitische Reportagerie mit Lena Oppong und Livio Carlin im vergangenen Jahr über vier Millionen Videostarts.

Nutzungszahlen 2020

1. Fernsehen

Jahresübersicht (Overnight)

	Ganzer Tag							
	2020 ^{1,2}	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Total SRF TV	30,7	31,5	32,7	31,2	31,8	30,3	32,6	30,7
SRF 1	22,2	19,5	19,4	19,4	19,3	19,3	19,6	20,0
SRF zwei	6,4	9,8	11,3	9,9	10,7	9,2	11,2	8,8
SRF info	2,1	2,2	2,0	1,8	1,8	1,9	1,8	2,0

	Hauptabend von 19.00 bis 22.30 Uhr							
	2020 ^{1,2}	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Total SRF TV	39,7	39,2	40,9	39,4	40,4	38,8	41,4	39,7
SRF 1	33,0	29,4	29,0	29,4	29,5	29,0	29,9	30,3
SRF zwei	5,0	8,0	10,3	8,6	9,4	8,2	9,9	7,7
SRF info	1,7	1,8	1,6	1,5	1,5	1,6	1,6	1,7

¹ Blau hinterlegt = Sportjahr

² Die weltweite Corona-Pandemie brachte eine Vielzahl an kurzfristigen Programmanpassungen und Sonderprogrammierungen mit sich. Dies wirkte sich insbesondere auf die TV-Marktanteile aus: Durch das hohe Interesse an den Informationsangeboten lag der Marktanteil von SRF 1 deutlich über dem Vorjahreswert, während SRF zwei ohne Livesport (z.B. Absage Olympia, Fussball-Europameisterschaft, Eishockey-WM in der Schweiz) Marktanteile verlor.

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ Jahre inklusive Gäste, Montag bis Sonntag, Marktanteil in Prozent, alle Plattformen

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 neuen 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 Erstaussstrahlung.

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

2. Radio

Jahresübersicht

	Januar bis Dezember 2020			Januar bis Dezember 2019		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
Total Radio	79,5	4'032'000	100,0	81,4	4'103'000	100,0
Total Radio SRF	48,0	2'438'000	54,8	49,3	2'486'000	54,4
Radio SRF 1	25,8	1'311'000	28,5	26,7	1'343'000	28,1
Radio SRF 2 Kultur	3,7	189'000	2,9	3,9	196'000	2,9
Radio SRF 3	21,2	1'077'000	14,7	22,3	1'123'000	15,0
Radio SRF 4 News	3,0	152'000	1,1	2,4	122'000	0,8
Radio SRF Musikwelle	6,1	309'000	7,5	6,3	318'000	7,4
Radio SRF Virus	0,5	24'000	0,1	0,5	27'000	0,2
Total SSATR	10,4	530'000	5,0	12,3	621'000	5,3
Total Private	48,2	2'445'000	35,7	50,4	2'540'000	35,6
Total Ausland	7,7	391'000	3,3	8,3	417'000	3,6

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

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 dokumentiert den Anteil Hörvolumen eines bestimmten Radioprogramms am Gesamtvolumen aller Programme.

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

Unique Users pro Woche

	2. Messwelle 2020	2. Messwelle 2019
SRF-Webangebot	2'237'000	1'717'000

Quelle: NET-Matrix-Profile 2020 (Gesamtschweiz)

Unique Users beziffern die Anzahl Personen, die ein Webangebot (Website und App) in einem bestimmten Zeitabschnitt nutzen. Die Befragungen erfolgen jeweils zwischen April und Juni (2. Messwelle).

Visits Online-Angebot pro Monat

	Januar bis Dezember 2020	Januar bis Dezember 2019
Gesamtes SRF-Webangebot	Wird am 15. Januar nachgereicht	53'504'460

Quelle: NET-Matrix-Audit

Starts eigene Plattformen pro Monat

	Januar bis Dezember 2020	Januar bis Dezember 2019
Audio on Demand plus Radio-Livestream	5'226'675	4'006'860
Starts Video-on-Demand plus TV-Livestream	25'883'766	21'289'976

Quelle: Interne Messung

Ausgewiesen wird jeweils die Summe der Starts Audio on Demand und Radio-Livestream respektive die Summe der Starts Video-on-Demand und TV-Livestream. 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 2020	Januar bis Dezember 2019
Facebook, Instagram, YouTube	59'189'055	35'582'071

Quelle: Facebook Insights, Instagram Insights, YouTube Analytics

Ausgewiesen sind jeweils die Starts (3 Sekunden) bei Facebook und Instagram beziehungsweise alle Starts bei YouTube. Nicht enthalten in den Starts (3 Sekunden) bei Instagram sind Videos, die als Story oder Reel veröffentlicht wurden. Ab 1. Januar 2021 ist es technisch möglich, auch die Starts von IGTV und IG-Album-Inhalten miteinzuberechnen. Die ist auch rückwirkend möglich, weshalb die Starts für die Jahre 2019 und 2020 neu berechnet wurden.