



Schweizer Radio
und Fernsehen

Medienstelle

Fernsehstrasse 1–4
8052 Zürich

Telefon +41 58 135 13 50
E-Mail medienstelle@srf.ch
Internet medien.srf.ch
Datum 16. Januar 2025

SRF-Jahresbilanz 2024

SRF-Jahresbilanz 2024: 32,7 Prozent Marktanteil im TV, 51,3 Prozent im Radio

SRF zieht eine positive Bilanz zum Jahr 2024. Die TV-Sender erzielten 32,7 Prozent¹ Marktanteil. Im Radio beträgt der Marktanteil 51,3 Prozent². Die eigenen digitalen Plattformen verzeichneten im Durchschnitt pro Tag rund 3 Millionen Visits³. Für grosses Interesse sorgten unter anderem die Höhenflüge von Schweizer Sportlerinnen und Sportlern, das politische Geschehen in den USA oder Nemos Sieg beim «Eurovision Song Contest».

Im Jahr 2024 verzeichneten SRF 1, SRF zwei und SRF info einen Marktanteil von 32,7 Prozent⁴. Zwischen 19.00 und 22.30 Uhr, der publikumsstärksten Sendezeit am Abend, behaupteten die TV-Sender von SRF mit einem Marktanteil von 41,1 Prozent⁵ ihre führende Position. Auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen ist SRF mit einem Marktanteil von 31,1 Prozent⁶ (ganztags) respektive 38,7 Prozent⁷ (Hauptabend) marktführend. Insgesamt erreichte SRF mit dem TV-Programm pro Woche durchschnittlich 3,7 Mio. Personen⁸ respektive zwei Drittel der Deutschschweizer Bevölkerung.

Unwetter und US-Wahlen bewegen die Schweiz

Die meistgesehenen Informationssendungen des Jahres waren mit durchschnittlich 784'000⁹ respektive 725'000 Zuschauenden¹⁰ die Hauptausgaben von «Meteo» und «Tagesschau» am Sonntag, 14. Januar 2024. Letztere berichtete unter anderem über die Ukraine-Konferenz in Davos GR. Über das gesamte Jahr sahen im Schnitt 562'000 Personen¹¹ die Hauptausgabe der «Tagesschau», was einem Marktanteil von 49,1 Prozent¹² entspricht.

Mit durchschnittlich über 508'000 täglichen Visits¹³ erreichte die SRF News App 2024 einen der höchsten Werte seit Messbeginn. Insbesondere die Unwetter in der Schweiz und das politische Geschehen in den USA interessierten die Nutzenden. Der SRF-News-Liveticker zu den Überschwemmungen im Tessin und Wallis vom 30. Juni verzeichnete über 1 Mio. Visits¹⁴. Jener Sonntag war mit insgesamt 6,5 Mio. Aufrufen¹⁵ auch der nutzungsstärkste Tag des gesamten SRF-Onlineangebots. Mit knapp 2,4 Mio. Visits¹⁶ der am meisten aufgerufene Artikel im vergangenen Jahr war der Liveticker zum Attentat auf den damaligen US-Präsidentenskandidaten Donald Trump am 14. Juli. Der Liveticker zur US-Wahl wurde 1,53 Mio. Mal¹⁷ angeklickt. Der 6. November, als die Wahlergebnisse bekannt wurden, war auch der zugriffstärkste Tag der SRF News App (1,2 Mio. Visits¹⁸).

Die meistgesehene «Kassensturz»-Sendung war mit durchschnittlich 484'000 Zuschauenden¹⁹ und einem Marktanteil von 35,5 Prozent²⁰ jene vom 12. November 2024 über den Zuckerkonsum in der Schweiz und

die Tricks der Lebensmittelindustrie. Die «Rundschau»-Ausgabe mit dem grössten Publikumsinteresse drehte sich um Gewalt gegen das ÖV-Personal. Im Mittel 368'000 Menschen²¹ (26,9 Prozent²² Marktanteil) sahen die Sendung am 20. November 2024.

Schweizer Nati zieht die Massen vor die Bildschirme

Die publikumsstärkste Sendung des Jahres war der Viertelfinal des Schweizer Fussball-Nationalteams der Männer an der UEFA EURO 2024 gegen England, der am 6. Juli im Schnitt über 1,5 Mio. Zuschauende²³ vor die Bildschirme zog. Dies entspricht einem Marktanteil von 73,6 Prozent²⁴. Es ist die sechstmeistgesehene SRF-Sendung seit der Messumstellung 2013. Allgemein begeisterte die Nati die Massen. Die fünf EM-Spiele mit Schweizer Beteiligung schauten im Mittel 1,33 Mio. Menschen²⁵ auf SRF zwei (Marktanteil 72,7 Prozent²⁶) – und dies ohne Berücksichtigung der Zuschauenden in Public Viewings. Die SRF-Onlineplattformen verzeichneten während des Turniers täglich im Schnitt rund 4,9 Mio. Visits²⁷. Die Web-Livestreams der EM-Spiele wurden 18,5 Mio. Mal²⁸ gestartet.

Auch die Olympischen Spiele in Paris stiessen auf grosses Interesse. Im Durchschnitt sahen zwischen dem 26. Juli und 11. August 2024 159'000 Menschen aus der Deutschschweiz²⁹ das gesamte, rund 230-stündige Liveprogramm auf SRF zwei. Dies entspricht einem Marktanteil von 29,5 Prozent³⁰. Damit erzielte SRF die höchsten Olympia-Einschaltquoten seit 2014. Mit durchschnittlich 538'000 Personen³¹ am meisten Publikum vor die Bildschirme zog der Viertelfinal des Schweizer Beachvolleyball-Duos Böhnner/Vergé-Dépré am 6. August.

Zu begeistern wussten auch die Eishockey-Nationalmannschaft, die an der Weltmeisterschaft in Tschechien bis in den Final vorsties, sowie Skirennfahrer Marco Odermatt. Den Final der «Eisgenossen» gegen den Gastgeber am 26. Mai 2024 verfolgten im Durchschnitt 944'000 Zuschauerinnen und Zuschauer³² (Marktanteil 53,8 Prozent³³). Die Lauberhornabfahrt am 13. Januar 2024 schauten durchschnittlich 839'000³⁴, den zweiten Lauf des Riesenslalom in Adelboden eine Woche zuvor 678'000 Personen³⁵. Beide Rennen entschied der Nidwaldner Odermatt für sich.

«Bröckelnde Berge» und rauchende «Tschugger»

Der meistgesehene «DOK» im Jahr 2024 war die Spezialsendung «Bröckelnde Berge» zum drohenden Bergsturz in Kandersteg BE am 6. September. Für diese Produktion spannten die beiden SRF-Formate «DOK» und «Einstein» erstmals zusammen. Im Schnitt 514'000 Personen³⁶ sahen den Dokumentarfilm auf SRF 1, was einem Marktanteil von 38,0 Prozent³⁷ entspricht. Der «DOK» über Skirennfahrerin Wendy Holdener und ihren Bruder Kevin am 24. Oktober 2024 zog derweil durchschnittlich 506'000 Menschen³⁸ vor die Bildschirme. Beide Filme reihen sich unter den 25 besten «DOK»-Produktionen seit der Messumstellung 2013 ein. Auch auf Play SRF stiessen «Bröckelnde Berge» mit rund 80'000 Starts³⁹ sowie «Wendy und ihr Bruder Kevin» mit 145'000 Starts⁴⁰ auf Interesse.

Grosse Resonanz beim Publikum löste auch die 15. Staffel von «Auf und davon» über ausgewanderte Schweizerinnen und Schweizer aus. Die sechs Folgen zu «Florida, Island, Mallorca» erreichten im Mittel über 600'000 Zuschauende⁴¹ und erzielten einen Marktanteil von 39,0 Prozent⁴².

Die Jubiläumssendung zum 50. Mal «Mona mittendrin» am 1. Februar 2024 schauten im Durchschnitt 431'000 Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer⁴³ (Marktanteil 29,7 Prozent⁴⁴). Anfang Mai 2024 gewann Moderatorin Mona Vetsch beim Prix Walo die Auszeichnung als Publikumsliebling.

Ende Jahr flimmerten schliesslich zum vierten und letzten Mal die «Tschugger» Bax und Pirmin über die Bildschirme. Während die Staffel im Fernsehen im Schnitt 241'000 Personen⁴⁵ und einen Marktanteil von 17,0 Prozent⁴⁶ erreichte, generierten die fünf Folgen auf Play SRF bis Ende Jahr insgesamt über 770'000 Streamstarts⁴⁷. Zwischen Oktober und Dezember lief «Tschugger 4» zudem in den Deutschschweizer Kinos und generierte in dieser Zeit mehr als 90'000 Kinoeintritte⁴⁸. Es ist damit die zweiterfolgreichste Schweizer Kinoproduktion im Jahr 2024.

«Nemo-Mania» zeigt sich auch bei den Einschaltquoten

Ein Schweizer Highlight im Jahr 2024 war der Sieg von Nemo beim «Eurovision Song Contest» (ESC) am 11. Mai. Entsprechend viel Publikum lockte die Übertragung vor die Bildschirme. Durchschnittlich 642'000 Menschen⁴⁹ verfolgten Nemos Triumph auf SRF 1. Knapp 50 Prozent⁵⁰ entsprechen dem höchsten Marktanteil eines ESC-Finals seit der Messumstellung 2013. Die «Nemo-Mania» begleitete SRF über alle

Kanäle hinweg. Artikel zu Nemo verzeichneten auf den Onlineplattformen rund 3 Mio. Visits⁵¹. Und die zweiteilige Doku über Nemo auf dem YouTube-Kanal von Radio SRF 3 erzielte knapp 480'000 Starts⁵². Am meisten Publikum ausserhalb von Sportsendungen sowie der «Tagesschau» und «Meteo» erreichte die erste Folge von «SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten». Im Schnitt 655'000 Personen⁵³ sahen die Auftaktsendung der 13. Staffel am 22. November 2024. Dies entspricht einem Marktanteil von 40,6 Prozent⁵⁴. Alle sechs Folgen der Staffel erreichten durchschnittlich 572'000 Personen⁵⁵ und einen Marktanteil von 36,6 Prozent⁵⁶.

Ungebrochen grosser Beliebtheit erfreute sich auch das «SRF bi de Lüt»-Format «Landfrauenküche». Die acht Folgen der 18. Staffel der Kochwettstreits sahen durchschnittlich 548'000 Menschen⁵⁷, was einem Marktanteil von 40,1 Prozent⁵⁸ entspricht.

70 Prozent der Radiohörenden nutzen SRF-Radiosender mindestens wöchentlich

51,3 Prozent⁵⁹ 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 2024. Zwischen 06.00 und 09.00 Uhr, der zuhörerstärksten Zeit des Tages, wählten durchschnittlich 57 Prozent aller Radiohörenden⁶⁰ in der Deutschschweiz einen Sender der SRF-Radiofamilie. Radio SRF 1 bleibt mit 26,1 Prozent⁶¹ Marktanteil Marktführer in der Deutschschweiz. Nach wie vor schalten rund 70 Prozent⁶² der Radiohörenden wöchentlich einen SRF-Radiosender ein. Die «Rendez-vous»-Ausgabe um 12.30 Uhr erreichte wochentags im Schnitt 454'000⁶³, das «Echo der Zeit» um 18.00 Uhr 283'000 Hörende⁶⁴. Dies entspricht einem Marktanteil von 45,9⁶⁵ respektive 29,8 Prozent⁶⁶. Die Informationsflaggschiffe sind gemäss dem «Jahrbuch Qualität der Medien» des Forschungszentrums Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög) weiterhin die führenden Schweizer Nachrichtenformate in punkto Qualität. Den hohen Wert der Infomagazine der SRF-Radiosender unterstreichen ausserdem die Auszeichnungen für das «Tagesgespräch» von Radio SRF sowie den Podcast «News Plus Hintergründe» im Rahmen des «Private-Medienpreis».

Nutzungszahlen 2024

1. Fernsehen

Jahresübersicht (Overnight):

	Ganzer Tag											
	2024 ¹	2023	2022 ¹	2021 ^{1,2}	2020 ²	2019	2018 ¹	2017	2016 ¹	2015	2014 ¹	2013
Total SRF TV	32,7	30,4	33,4	33,5	30,7	31,5	32,7	31,2	31,8	30,3	32,6	30,7
SRF 1	19,2	19,9	20,4	20,9	22,2	19,5	19,4	19,4	19,3	19,3	19,6	20,0
SRF zwei	11,3	8,5	10,7	10,2	6,4	9,8	11,3	9,9	10,7	9,2	11,2	8,7
SRF info	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											
	2024 ¹	2023	2022 ¹	2021 ^{1,2}	2020 ²	2019	2018 ¹	2017	2016 ¹	2015	2014 ¹	2013
Total SRF TV	41,1	37,8	41,7	41,8	39,7	39,2	40,9	39,4	40,4	38,8	41,4	39,7
SRF 1	28,7	29,9	30,8	31,8	33,0	29,4	29,0	29,4	29,5	29,0	29,9	30,3
SRF zwei	10,4	6,3	8,9	8,1	5,0	8,0	10,3	8,6	9,4	8,2	9,9	7,7
SRF info	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

¹ Blau hinterlegt = Jahr mit Sportgrossereignissen wie Fussball-Welt- und Europameisterschaften sowie Olympischen Spielen

² 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 Zuschauende 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 2024			Januar bis Dezember 2023		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
Total Radio	72,2	3'784'000	100,0	73,8	3'831'000	100,0
Total Radio SRF	40,1	2'102'000	51,3	41,8	2'169'000	52,3
Radio SRF 1	20,8	1'091'000	26,1	22,0	1'145'000	27,3
Radio SRF 2 Kultur	2,7	141'000	2,4	2,7	139'000	2,3
Radio SRF 3	16,8	878'000	13,7	17,4	905'000	13,2
Radio SRF 4 News	2,6	135'000	1,0	2,6	137'000	1,0
Radio SRF Musikwelle	5,3	280'000	7,9	5,7	294'000	8,1
Radio SRF Virus	0,6	31'000	0,2	0,6	32'000	0,3
Total SSATR	10,3	538'000	5,0	10,4	541'000	5,0
Total Private	43,3	2'271'000	39,6	44,1	2'292'000	38,4
Total Ausland	6,2	323'000	2,9	6,4	332'000	3,1

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 (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 2024	Januar bis Dezember 2023
Eigene digitale Plattformen SRF	3'031'000	2'366'000

Quelle: Mediapulse Online Traffic Data, Average Visits per Day

Starts eigene Plattformen pro Monat

	Januar bis Dezember 2024	Januar bis Dezember 2023
Audio on Demand plus Radio-Livestreams	6'627'000	5'796'000
Starts Video-on-Demand plus TV-Livestreams	31'778'000	26'672'000

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 2024	Januar bis Dezember 2023
Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	67'969'000	63'083'000

Quelle: Facebook Insights, Instagram Insights, YouTube Analytics, TikTok Analytics

Ausgewiesen sind jeweils die Starts (3 Sekunden) bei Facebook und Instagram beziehungsweise alle Starts bei YouTube und TikTok. Nicht enthalten in den Starts (3 Sekunden) bei Instagram sind Videos, die als Story veröffentlicht wurden.

-
- ¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2024, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- ² 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 Musikwelle, Radio SRF Virus, 2024, Mo-So 24h, MA-%
- ³ Mediapulse Online Traffic Data, Average Visits per Day; 3'031'000 Visits
- ⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2024, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- ⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2024, Mo-So 19:00-22:30, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- ⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 15-29-Jahre inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2024, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- ⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 15-29-Jahre inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2024, Mo-So 19:00-22:30, MA-%, alle Plattformen, Overnight
- ⁸ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 2024, Mo-So 24h, AvWkRch% / AvWkRch(000), alle Plattformen, Overnight+7
- ⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 14.01.2024, Meteo Abendausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ¹⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 14.01.2024, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ¹¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2024, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ¹² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2024, Tagesschau - Hauptausgabe, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ¹³ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ¹⁴ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ¹⁵ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ¹⁶ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ¹⁷ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ¹⁸ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ¹⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 12.11.2024, Kassensturz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ²⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 12.11.2024, Kassensturz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ²¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 20.11.2024, Rundschau, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ²² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 20.11.2024, Rundschau, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ²³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 06.07.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – England – Schweiz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ²⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 06.07.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – England – Schweiz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ²⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 15.06.2024-06.07.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schweiz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ²⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 15.06.2024-06.07.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schweiz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ²⁷ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ²⁸ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ²⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, Paris live, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, Paris live, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ³¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 06.08.2024, Paris live: Beachvolleyball: Frauen, Viertelfinal – Mariafe/Clancy(AUS) – Böbner/Vergé-Dépré(SUI), Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 26.05.2024, Eishockey: Männer; WM, Tschechien, Final – Schweiz – Tschechien, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 26.05.2024, Eishockey: Männer; WM, Tschechien, Final – Schweiz – Tschechien, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 13.01.2024, Ski alpin: Männer: Weltcup, Wengen - Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 06.01.2024, Ski alpin: Männer: Weltcup, Adelboden, Riesenslalom, 2. Lauf, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 26.09.2024, DOK: Bröckelnde Berge – Wie Kandersteg der Gefahr trotzt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7

-
- ³⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 26.09.2024, DOK: Bröckelnde Berge – Wie Kandersteg der Gefahr trotz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁸ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 24.10.2024, DOK: Wendy Holdener und ihr Bruder Kevin – Verbunden über den Tod, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁹ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ⁴⁰ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ⁴¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2024, DOK-Serie Auf und Davon – Schweizer Auswanderer – Florida, Island, Mallorca, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7; Rt-T 608
- ⁴² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 2024, DOK-Serie Auf und Davon – Schweizer Auswanderer – Florida, Island, Mallorca, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 01.02.2024, Mona mittendrin Jubiläum – Bewegende Geschichten und wie sie weitergingen, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 01.02.2024, Mona mittendrin Jubiläum – Bewegende Geschichten und wie sie weitergingen, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 24.11.-15.12.2024 (jeweils Sonntags), Tschugger IV, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 24.11.-15.12.2024 (jeweils Sonntags), Tschugger IV, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7; MA-%
- ⁴⁷ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ⁴⁸ Quelle: <https://www.procinema.ch/de/statistics/filmdb/1020576.html>
- ⁴⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 11.05.2024, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler Final aus Malmö, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 11.05.2024, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler Final aus Malmö, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7; 49.4% MA
- ⁵¹ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ⁵² YouTube Studio, Nutzungszeitraum: 9.5.2024-31.12.2024
- ⁵³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 22.11.2024, SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten – Start der 13. Staffel, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 22.11.2024, SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten – Start der 13. Staffel, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 22.11.-27.12.2024 (jeweils Freitags), SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 22.11.-27.12.2024 (jeweils Freitags), SRF bi de Lüt – Hüttengeschichten, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 23.08.2024-11.10.12024 (jeweils Freitags), SRF bi de Lüt - Landfrauenküche, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁸ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 23.08.2024-11.10.12024 (jeweils Freitags), SRF bi de Lüt - Landfrauenküche, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁵⁹ 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 Musikwelle, Radio SRF Virus, 2024, Mo-So 24h, MA-%
- ⁶⁰ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 2024, Mo-Fr, 6-9 Uhr, Anteil der durchschnittlichen Tagesreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, NR-T
- ⁶¹ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, 2024, Mo-So 24h, MA-%
- ⁶² Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 2024, Mo-So, 24h, Anteil der durchschnittlichen Wochenreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, kumulierte Netto-Wochenreichweite (Kumulationsanalyse: AverageCumulationReach)
- ⁶³ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 2024, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, NR-T
- ⁶⁴ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 2024, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, NR-T
- ⁶⁵ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 2024, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, MA-%
- ⁶⁶ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 2024, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, MA-%