



Schweizer Radio  
und Fernsehen

**Media Relations**

Fernsehstrasse 1–4  
8052 Zürich

Telefon +41 58 135 13 50  
E-Mail [mediarelations@srf.ch](mailto:mediarelations@srf.ch)  
Internet [medien.srf.ch](http://medien.srf.ch)  
Datum 10. Juli 2020

Halbjahresbilanz 2020

## **Erstes Halbjahr 2020 im Zeichen von Corona: SRF mit positiver Bilanz**

**SRF zieht über das erste Halbjahr 2020, das stark von Corona geprägt war und eine Vielzahl an Programmanpassungen und Sonderprogrammierungen zur Folge hatte, eine positive Bilanz. SRF erreicht im Fernsehen und Radio einen Marktanteil von 30,4 Prozent respektive 55,7 Prozent und verzeichnet beim Onlineangebot wiederum eine gesteigerte Nachfrage.**

Die drei SRF-Fernsehsender SRF 1, SRF zwei und SRF info erreichten von Januar bis Juni 2020 einen Marktanteil von 30,4 Prozent («Overnight»-Wert). Zur Primetime, der wichtigsten Sendezeit am Abend, erzielte SRF in den ersten sechs Monaten einen Marktanteil von 39,2 Prozent («Overnight»-Wert). Mit einem Marktanteil von 14,7 Prozent ist SRF mit SRF 1 am Hauptabend auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen führend.

Seit Ende Februar bestimmt die Corona-Pandemie den Alltag der Schweizer Bevölkerung massgeblich mit. Um auf das gesteigerte Informationsbedürfnis der Bevölkerung während der Coronakrise zu reagieren, hat SRF insbesondere im März und April über alle Vektoren und Plattformen hinweg das Angebot angepasst und umfassend über die Corona-Pandemie berichtet. Zugleich konnte SRF diverse bereits geplante Produktionen oder Liveübertragungen, vorwiegend aus dem Bereich Sport, aufgrund der Corona-Restriktionen nicht fertig produzieren beziehungsweise ausstrahlen. Dies wirkte sich insbesondere auf die TV-Marktanteile aus: Durch das hohe Interesse an den Informationsangeboten lag der Marktanteil von SRF 1 mit 22,4 Prozent deutlich über dem Vorjahreswert (2019: 19,8 Prozent), während SRF zwei ohne Livesport Marktanteile verlor (2020: 6,1 Prozent; 2019: 10,3 Prozent).

### **Grosses Interesse an Corona-Berichterstattung**

Mit 1,493 Millionen Zuschauenden war in den ersten Tagen des schweizweiten Shutdowns die «Tagesschau» vom 19. März die meistgesehene Sendung im ersten Halbjahr 2020 – und zugleich die erfolgreichste «Tagesschau» seit der Messumstellung 2013. Insgesamt erreichte die Hauptausgabe in den ersten sechs Monaten 46 Mal über eine Million Zuschauende, vom 12. März bis 9. April gar 29 Tage in Folge. In derselben Zeitspanne verzeichnete die «Tagesschau» bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen einen durchschnittlichen Marktanteil von 42,9 Prozent. Um dem gesteigerten Informationsbedürfnis zum Thema Corona Rechnung zu tragen, produzierte SRF im März und April insgesamt sieben Sondersendungen mit durchschnittlich 769'000 Zuschauenden. Bei der ersten

Sondersendung vom 16. März schalteten über eine Million Personen ein. Besonders grossen Anklang fanden auch weitere Newssendungen wie «Schweiz aktuell» vom 20. März oder «10vor10» vom 19. März mit durchschnittlich 713'000 respektive 742'000 Zuschauenden. Den «Rundschau talk» vom 18. März mit Daniel Koch, dem ehemaligen Covid-19-Delegierten des Bundes, sahen im Schnitt 693'000 Personen.

Auch Online verzeichnete das Web- und App-Angebot von SRF im ersten Halbjahr 2020 durch das erhöhte Informationsbedürfnis der Bevölkerung rekordhohe Zahlen: Am 16. März, an dem Tag als der Bundesrat den schweizweiten Shutdown bekanntgab, gab es 3,9 Millionen Visits auf das Onlineangebot von SRF. Insgesamt verzeichnete das Onlineangebot von SRF News in der intensivsten Phase der medialen Berichterstattung im März und April durchschnittlich 1,37 Millionen Visits pro Tag. Dies entspricht im Vergleich zur Vorjahresperiode fast einer Vervielfachung der Nutzung des Online-Angebots von SRF News. Die sozialen Kanäle von SRF News gewannen von Januar bis Juni auf Facebook 25'000 (+29 Prozent) und Instagram 45'000 (+66 Prozent) Fans respektive Follower dazu. Auch die SRF News App war in den ersten sechs Monaten des Jahres besonders gefragt: Verzeichnete die App im ersten Halbjahr 2019 noch 542'000 aktive Nutzerinnen und Nutzer, waren es im gleichen Zeitraum für das Jahr 2020 insgesamt 794'000 (+47 Prozent Zuwachs). Der grösste Zuwachs entfiel sowohl für die Fans- beziehungsweise Followerzahlen als auch bei den neuen aktiven Nutzerinnen und Nutzern der SRF News App auf die Monate März und April.

### **Beliebte Eigenproduktionen**

Nebst dem umfassenden Informationsangebot zu Corona punktete SRF mit eigenproduzierten Erfolgsformaten wie «Auf und davon» (675'000 Zuschauende), «SRF bi de Lüt – Echte Tierhelden» (630'000 Zuschauende) oder «Happy Day» (732'000 Zuschauende). Die Ausgabe vom 2. Mai, die ganz im Zeichen von Schweizer Corona-Helden stand, erreichte im Schnitt 780'000 Personen. «Wer wohnt wo?», die Factual-Entertainment-Sendung am Samstagabend, sahen im Schnitt 499'000 Zuschauende. Die Ausgabe vom 23. Mai war mit durchschnittlich 547'000 Zuschauenden die meistgesehene Ausgabe seit dem Start des Formats im Jahr 2018. Für das Doku-Drama «Es geschah am...», das die Ereignisse rund um den Jahrhundertpostraub in der Zürcher Fraumünsterpost im Jahr 1997 nacherzählt, interessierten sich im Schnitt 591'000 Personen. Die zweite Staffel der Erfolgsserie «Wilder» verfolgten durchschnittlich 622'000 Zuschauende. Die Krimiserie um Rosa Wilder war auch in den sieben Tagen nach der TV-Ausstrahlung sehr beliebt: «Wilder» gewann in der zeitversetzten Nutzung im Schnitt 89'000 Zuschauer dazu. Auf Play SRF, der Online Mediathek von SRF, verzeichnete die Krimiserie insgesamt 500'000 Starts.

### **Hohe Einschaltquoten für die Lauberhorn- und Hahnenkammabfahrt**

Vor der Corona-bedingten Absage aller Sportereignisse zwischen Mitte März und Mitte Juni sorgten bei SRF zwei vor allem die Übertragungen der Ski-Abfahrt der Männer in Wengen vom 18. Januar sowie eine Woche später der Männer-Abfahrt in Kitzbühel für hohe Einschaltquoten: Die legendäre Lauberhornabfahrt in Wengen 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 absoluten Spitzenwert seit der Messumstellung. Die erfolgreichste eigenproduzierte Nicht-Sportsendung auf SRF zwei waren die Swiss Music Awards vom 28. Februar, die aufgrund der Corona-Restriktionen vor reduziertem Publikum durchgeführt werden mussten, mit durchschnittlich 228'000 Zuschauenden.

### **55,7 Prozent Marktanteil für Radio SRF**

Die sechs Sender der SRF-Radiofamilie erreichten zwischen Anfang Januar und Ende Juni einen Marktanteil von insgesamt 55,7 Prozent – und bewegen sich somit im Vergleich zum ersten Semester 2019 auf einem leicht höheren Niveau (Januar bis Juni 2019: 55,0 Prozent). Radio SRF 1 ist in allen Konzessionsgebieten der Deutschschweiz Marktführer. Das erhöhte Informationsbedürfnis der Hörerschaft während der Corona-Pandemie zeigte sich im Radio insbesondere in Form einer intensiveren Nutzung und damit einhergehend anhand höherer Marktanteile bei den Informationsflaggschiffen: Die «Rendez-vous»-Ausgabe um 12.30 Uhr erreichte im Schnitt 632'000

(2019: 570'000) Hörerinnen und Hörer, was einem Marktanteil von 51,2 Prozent (2019: 49,4 Prozent) entspricht. Die 18.00 Uhr Ausgabe von «Echo der Zeit» hörten im Schnitt 367'000 Personen – leicht mehr als in der Vorjahresperiode (2019: 365'000). Dies entspricht einem Marktanteil von 33,4 Prozent und einer Zunahme von 2,3 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019.

### **Grosser Zuspruch für «Zwei am Morge»**

Besonders hoch war in den ersten sechs Monaten das Interesse für die Webserie «Zwei am Morge» mit den Hosts Julian Graf und Ramin Yousofzai. Seit dem Serienstart 2018 verzeichnete die Webserie auf den eigenen Plattformen sowie auf den Drittplattformen (ohne IGTV) über 11,9 Millionen Videostarts, davon über 3,3 Millionen Videostarts im ersten Halbjahr 2020. Besonders beliebt war der von der «Zwei am Morge»-Crew produzierte Corona-Song «Bleiben Sie zuhause (feat. Bundesrat)» mit rund 645'000 Starts auf YouTube. 89,3 Prozent der erreichten Userinnen und User auf dem dazugehörigen YouTube-Kanal stammen aus der Zielgruppe der unter 35-Jährigen.

## Nutzungszahlen erstes Halbjahr 2020

### 1. Fernsehen

Jahresübersicht (Overnight)

	Ganzer Tag							
	1. Halbjahr 2020 <sup>1,2</sup>	1. Halbjahr 2019	1. Halbjahr 2018	1. Halbjahr 2017	1. Halbjahr 2016	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	1. Halbjahr 2013
<b>Total SRF TV</b>	30,4	32,3	33,7	31,3	32,3	31,1	33,9	31,1
<b>SRF 1</b>	22,4	19,8	19,4	19,4	19,7	19,7	19,5	19,8
<b>SRF zwei</b>	6,1	10,3	12,4	10,0	10,9	9,5	12,4	9,3
<b>SRF info</b>	2,0	2,1	2,0	1,8	1,8	1,8	1,9	2,0

	Hauptabend							
	1. Halbjahr 2020 <sup>1,2</sup>	1. Halbjahr 2019	1. Halbjahr 2018	1. Halbjahr 2017	1. Halbjahr 2016	1. Halbjahr 2015	1. Halbjahr 2014	1. Halbjahr 2013
<b>Total SRF TV</b>	39,2	39,7	41,7	38,7	40,8	39,4	42,1	39,6
<b>SRF 1</b>	33,4	30,2	29,2	29,5	29,8	29,6	29,8	30,0
<b>SRF zwei</b>	4,3	7,8	11,0	7,8	9,5	8,2	10,5	7,9
<b>SRF info</b>	1,5	1,7	1,6	1,5	1,5	1,6	1,8	1,7

<sup>1</sup> Blau hinterlegt = Sportjahr

<sup>2</sup> 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. Olympia, Fussballeuropameisterschaft, 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 Erstausstrahlung.

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.

#### Hinweis:

Eine umfassende Übersicht zu Zuschauerzahlen und Marktanteilen einzelner Sendungen ist [hier](#) in den Sendungslisten SRF 1 und SRF zwei abrufbar.

## 2. Radio

Das erste Halbjahr 2020 in der Übersicht:

	Januar bis Juni 2020			Januar bis Juni 2019		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
<b>Total Radio</b>	79,4	4'029'800	100,0	81,7	4'118'200	100,0
<b>Total Radio SRF</b>	48,4	2'453'700	55,7	50,2	2'528'500	55,0
<b>Radio SRF 1</b>	25,7	1'305'900	28,7	26,8	1'349'800	28,1
<b>Radio SRF 2 Kultur</b>	3,8	195'000	2,9	4,0	199'300	2,8
<b>Radio SRF 3</b>	21,4	1'084'700	15,0	23,0	1'159'700	15,5
<b>Radio SRF 4 News</b>	2,9	148'600	1,0	2,5	125'600	0,8
<b>Radio SRF Musikkwelle</b>	6,3	319'600	7,9	6,4	323'300	7,6
<b>Radio SRF Virus</b>	0,5	24'000	0,1	0,5	25'300	0,2
<b>Total SSATR</b>	10,2	516'400	5,0	12,2	613'600	5,1
<b>Total Private</b>	47,7	2'420'200	35,0	50,3	2'535'000	35,1
<b>Total Ausland</b>	7,4	376'500	3,1	8,3	418'000	3,7

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

	1. Messwelle 2020	1. Messwelle 2019
<b>SRF-Webangebot</b>	1'884'000	1'552'000

Quelle: NET-Matrix-Profile 2020-1 (Gesamtschweiz)

Unique Users beziffern die Anzahl Personen, die ein Webangebot (Website und App) in einem bestimmten Zeitabschnitt nutzen. Die Befragungen erfolgen jeweils zwischen Oktober und Dezember (1. Messwelle).

#### Visits Online-Angebot pro Monat

	Januar bis Juni 2020	Januar bis Juni 2019
<b>Gesamtes SRF-Webangebot</b>	Wird nachgeliefert	52'724'517

Quelle: NET-Matrix-Audit

#### Starts eigene Plattformen pro Monat

	Januar bis Juni 2020	Januar bis Juni 2019
<b>Audio on Demand plus Radio-Livestream</b>	5'333'186	3'931'897
<b>Starts Video-on-Demand plus TV-Livestream</b>	24'557'150	21'559'611

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.

#### Video-Starts Drittplattformen pro Monat

	Januar bis Juni 2020	Januar bis Juni 2019
<b>Facebook, Instagram, YouTube</b>	52'215'252	32'708'142

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 via IGTV, als Story oder als Karussell-Post veröffentlicht wurden.