



Media Relations

Fernsehstrasse 1-4
8052 Zürich

Telefon +41 44 305 50 87
E-Mail mediarelations@srf.ch
Datum 20. Januar 2016

Jahresmedienkonferenz 2016

SRF auch 2015 klarer Marktführer – Gotthard-Schwerpunkt im neuen Jahr

Das Programm von SRF steht 2016 im Zeichen der Eröffnung des Gotthard-Basistunnels und von grossen Sportereignissen: der UEFA EURO 2016™ in Frankreich, den Olympischen Sommerspielen in Rio und dem Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest in Estavayer-le-Lac. Weitere Highlights sind ein Thementag zu einem fiktiven Stromausfall, neue Comedy-Formate sowie eine Radioreise quer durch die Schweiz, auf der Menschen unterschiedlicher Nationalitäten porträtiert werden.

1. Rückblick

SRF war auch im abgelaufenen Jahr der unangefochtene Publikumsfavorit: Jeden Tag schalteten knapp zwei Drittel aller Radiohörerinnen und -hörer in der Deutschschweiz einen Sender aus der SRF-Radiofamilie ein. Wöchentlich erreichte Radio SRF fast 85 Prozent aller Hörerinnen und -hörer in der Deutschschweiz. Knapp über zwei Millionen Personen nutzen monatlich das SRF-Webangebot. Im Fernsehen lag die tägliche Reichweite von SRF 1, SRF zwei und SRF info zusammen bei rund 2,4 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauern. Im Lauf einer Woche wählten fast 9 von 10 Fernsehzuschauerinnen und -zuschauern einen TV-Sender von SRF.

Die SRF-Radiosender konnten ihren Marktanteil 2015 auf 59,1 Prozent steigern. Im TV gingen die Marktanteile erwartungsgemäss leicht zurück, aber auch ohne grosse Sportereignisse erreichten SRF 1, SRF zwei und SRF info zusammen einen Marktanteil von 30,3 Prozent am Sendetag selbst («Overnight»-Wert), respektive 29,7 Prozent Marktanteil («Overnight+7»-Wert). In der wichtigsten TV-Zeit am Hauptabend von 19 bis 22.30 Uhr lag der Marktanteil bei 38,8 Prozent («Overnight»-Wert), respektive 38,1 Prozent («Overnight»+7-Wert). Die «Tagesschau» vom Wahlsonntag, 18. Oktober, war mit über einer Million Zuschauerinnen und Zuschauern die meistgesehene Sendung des Jahres.

2015 hat SRF dem Publikum in Radio, TV und online eine ganze Reihe neuer Formate präsentiert. Dazu gehörten beispielsweise die Web-First-Produktionen «Röiber und Poli» und «Experiment Schneuwly», die Schwerpunktwoche «SRF bewegt» von Radio SRF 1 und SRF 3, die SRF 3-Samstagnachmittagsendung «WochenRundShow» und im Fernsehen das Auslandmagazin «#SRFglobal», die Samstagabendshow «100% Schweizer Musik» oder die Wahlsendungen «Wahlfahrt» und «Jungwähler gesucht». Erstmals ausgestrahlt wurde zudem «Hallo SRF!», ein Live-Talk, in dem das Publikum seine Wünsche und Kritik an SRF vorbringen konnte.

2. Ausblick 2016

Gotthard-Eröffnung

Wenn am Mittwoch, 1. Juni, der Gotthard-Basistunnel mit 1200 Gästen aus dem In- und Ausland feierlich eröffnet wird, ist SRF in Pollegio live mit dabei: Höhepunkte der von Susanne Wille moderierten Sondersendung sind der offizielle Festakt und die Live-Bilder der ersten Zugfahrt durch den längsten Eisenbahntunnel der Welt. Den Publikumstag am Samstag, 4. Juni, nimmt SRF zum Anlass für eine Langzeitreportage: Sabine Dahinden berichtet während siebeneinhalb Stunden aus Erstfeld, wo die ersten Passagiere in die Shuttle-Züge steigen. Im diesjährigen Sommerprojekt «Schweiz aktuell am Gotthard» wird nachvollziehbar, wie das Nadelöhr Gotthard in den letzten 500 Jahren bezwungen wurde. Reisende werden das Gotthardmassiv auf sieben verschiedene Arten in sieben ganz unterschiedlichen Geschwindigkeiten bezwingen: über Saumpfade, mit einer Postkutsche oder als Tempofahrt im neuen Tunnel.

Zur fahrplanmässigen Eröffnung des neuen Tunnels im Dezember wird SRF den zweiteiligen Spielfilm «Gotthard» über den Bau des ersten Eisenbahntunnels ausstrahlen. Der Film erzählt das Schicksal von drei jungen Menschen auf der damals grössten Baustelle der Welt. In den Hauptrollen sind Miriam Stein, Maxim Mehmet und Pasquale Aleardi zu sehen, Regie führt Urs Egger. «Gotthard» ist eine internationale Koproduktion und entstand in Zusammenarbeit mit der Zürcher Produktionsfirma Zodiac Pictures, dem ZDF und dem ORF. Die zwei Teile sind am Sonntag und Montag, 11. und 12. Dezember, jeweils um 20.05 Uhr auf SRF 1 zu sehen.

Schwerpunkte zu Energie und Dada

Der diesjährige Kulturschwerpunkt steht ganz im Zeichen des 100. Geburtstags von Dada. Vom 3. bis 14. Februar stellt «Big Dada» in Radio, TV und online dar, wie die Dada-Bewegung von der Schweiz aus die Welt erobert hat und bis heute nachhaltig prägt. Das grosse Webprojekt «Dada-Data», eine Koproduktion mit Arte, lädt mit einer Serie von sechs interaktiven Übungen, den «Dada-Hacktionen», und einem Anti-Museum, dem «Dada-Depot», dazu ein, selber aktiv zu werden. «Dada-Data» ist eine moderne Erzählung, zwischen Collage und Hyper-Text, Twitter und Manifesten, Instagram und Ready-Mades – und widmet sich unserer Gegenwart ebenso engagiert, wie damals Dada, als es den Werten seiner Epoche den Krieg erklärte.

Die Folgen eines fiktiven, acht Tage dauernden Stromausfalls in Europa zeichnet SRF 1 am Thementag «Blackout Schweiz» nach. Jedem der acht Tage wird eine Stunde gewidmet. In einer sogenannten «Fake Documentary» wird gezeigt, wie beispielsweise die Versorgung oder die Sicherheit der Bevölkerung bereits nach kurzer Zeit nicht mehr gewährleistet wären. Im Selbstversuch werden Freiwillige in den acht Tagen vor dem Thementag ohne Strom leben. Geplante Ausstrahlung des Thementags «Blackout Schweiz» ist im Winter 2016/2017.

«Radio bi de Lüt»

Fast ein Viertel der Schweizer Bevölkerung hat einen ausländischen Pass. Menschen aus der ganzen Welt sind in der Schweiz zu Hause. Radio SRF 3 gibt während einer Woche diesen Ausländerinnen und Ausländern das Wort und zeigt ihr Leben in der Schweiz. Mona Vetsch und Tom Gisler reisen durch das Land und wollen möglichst viele Menschen verschiedener Nationalitäten treffen. Was macht für sie die Schweiz aus, was schätzen sie besonders, worüber ärgern sie sich? «SRF 3 zeigt Flagge» bildet vom 4. bis 8. April das Leben unserer ausländischen Mitbürgerinnen und Mitbürger in allen Facetten ab.

Im Frühsommer, vom 9. bis 13. Mai, sendet Radio SRF Musikwelle während einer Woche aus einem Deutschschweizer Dorf. Der Sender begleitet die Menschen in ihrem Alltag und berichtet in Beiträgen und Live-Schaltungen darüber. Welches Dorf der Standort von «Dorfplatz» wird, entscheiden die Hörerinnen und Hörer im Februar in einer Publikumsabstimmung.

Neue Comedy am Freitagabend

Auf SRF 1 erhält die Schweizer Comedy-Szene am späten Freitagabend eine neue Plattform. Im Frühling kommen drei frische Formate mit kurzen Staffeln ins Programm. In «Müslüm-TV» begleitet das Publikum den Anti-Helden Müslüm beim Versuch, sich in die Schweizer Medienwelt einzuarbeiten. «Deville» ist eine Late-Night-Comedy, in der Unterhalter Dominic Deville seine Sicht auf die Schweiz und die Welt erklärt. Und in «Headhunter» begrüßen Anet Corti und Michel Gammenthaler zwei bekannte Persönlichkeiten, um sie als Anwärter auf einen neuen Job zu prüfen – mit knallharten Fragen.

Sommer mit vielen sportlichen Highlights

Der Sommer 2016 bringt gleich drei Grossereignisse. Ab 10. Juni sind alle 51 Spiele der UEFA EURO 2016™ in Frankreich live zu sehen. SRF Sport richtet den Fokus in Radio und Fernsehen ebenso wie auf srf.ch vor allem auf die Schweizer Fussball-Nationalmannschaft.

26 Tage nach dem Finalspiel in Paris beginnen in Rio de Janeiro die Olympischen Sommerspiele. Ab 5. August wird SRF zwei während 17 Tagen zu einem 24-Stunden-Olympia-Kanal. Im Mittelpunkt stehen die Liveübertragungen, die von 13 Uhr bis morgens um 5 Uhr unserer Zeit programmiert sind.

Das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest rundet den vielfältigen Sportsommer ab. In Estavayer-le-Lac wird am 27. und 28. August der neue Schwingerkönig gesucht. SRF zwei ist vom Anschwingen am frühen Samstagmorgen bis zum Schlussgang am Sonntagabend live dabei.

3. Nutzungsbilanz 2015

Zu jeder Tageszeit ist im Fernsehen ein SRF-Sender Marktführer: am Vorabend, Hauptabend und Spätabend SRF 1, am Tag SRF zwei. SRF 1 alleine ist in der Primetime genau gleich stark wie die nächsten sieben Konkurrenten zusammen. Fast jeder zweite Deutschschweizer Zuschauer hat 2015 täglich die «Tagesschau»-Hauptausgabe gesehen.

Die dritte Staffel der SRF-Eigenproduktion «Der Bestatter» hatte durchschnittlich über 750'000 Zuschauerinnen und Zuschauer – und damit mehr als die ersten beiden Staffeln. Auch im Bereich Unterhaltung konnte SRF überzeugen: Im Schnitt sah über ein Drittel des Deutschschweizer Fernsehpublikums die Samstagabend-Sendungen von «Die grössten Schweizer Talente».

Auch beim jüngeren Publikum ist SRF führend: Jede Woche schalten fast acht von zehn Fernsehzuschauerinnen und -zuschauern der Altersgruppe 15 bis 29 SRF 1, SRF zwei oder SRF info ein. Die drei Fernsehkanäle erreichen auch in dieser Altersgruppe zusammen am Hauptabend 22,4 Prozent Marktanteil («Overnight»-Wert).

Der Marktanteil der sechs SRF-Radioprogramme lag 2015 bei 59,1 Prozent. Marktanteile zulegen konnten Radio SRF 3 und Radio SRF Musikwelle. Am Wahlsonntag hörten rund 1,73 Millionen die Wahlberichterstattung von Radio SRF 1. Während des Zurich Film Festivals verfolgten täglich 627'000 Hörerinnen und Hörer auf Radio SRF 3 die Live-Berichterstattung direkt vom Sechseläutenplatz.

Radio SRF ist auch für die Jungen ein täglicher Begleiter: Über 20 Prozent aller 15- bis 24-Jährigen hören an einem durchschnittlichen Tag Radio SRF 3, jeder dritte Radiohörer und jede dritte Radiohörerin dieser Altersgruppe wählt in der informationsreichen Stunde morgens zwischen 7 und 8 Uhr Radio SRF 3. Auch die legendäre Informationssendung «Echo der Zeit» punktet beim jungen Publikum: mit täglich 13'100 Hörerinnen und Hörern zwischen 15 und 24. Mit 13,1 Prozent ist der Marktanteil des «Echo der Zeit» in dieser Altersgruppe fast doppelt so hoch wie derjenige des stärksten Privatsenders Energy Zürich mit 6,9 Prozent.

Im Web stellt SRF Audio- und Videoinhalte in den Vordergrund und trifft damit die Bedürfnisse des Publikums: Durchschnittlich wurden 2015 in jeder Sekunde fünf Livestream- oder On-Demand-Angebote gestartet. Seit dem ersten Quartal 2015 wird das Online-Angebot von SRF mehrheitlich über mobile Endgeräte konsumiert; bis Ende Jahr kamen bereits deutlich mehr als zwei Drittel aller Zugriffe von Smartphones oder Tablets. Das Online-Angebot zu den Eidgenössischen Wahlen wurde gut genutzt: Am Wahlsonntag verzeichnete die Website srf.ch rund 800'000, die SRF-App rund 300'000 Besuche. Die SRF Meteo-App registrierte in den überdurchschnittlich schönen Sommermonaten Rekordwerte: Im Juli allein waren es 12,5 Millionen Besuche.

4. Nutzungszahlen 2015

Fernsehen

Monatsübersicht (Overnight+7)

	Januar 2015		Februar 2015		März 2015		April 2015		Mai 2015		Juni 2015	
	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag
SRF total	38.1	30.7	41.0	32.6	39.8	31.4	37.1	28.2	37.4	29.3	38.4	30.3
SRF 1	31.0	19.5	28.9	19.2	30.0	20.2	27.6	19.1	27.2	18.7	29.2	19.1
SRF zwei	5.8	9.6	10.8	11.9	8.0	9.2	8.1	7.4	8.2	8.6	7.5	9.2
SRF info	1.3	1.6	1.3	1.5	1.8	1.9	1.4	1.7	1.9	2.0	1.7	2.0
	Juli 2015		August 2015		September 2015		Oktober 2015		November 2015		Dezember 2015	
	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag
SRF total	37.0	29.5	36.7	26.9	37.6	28.5	38.4	29.8	37.9	29.4	36.6	28.9
SRF 1	27.6	17.2	27.3	17.2	26.4	17.6	28.7	20.0	27.7	19.0	27.9	18.9
SRF zwei	7.3	9.9	7.5	7.7	9.5	9.1	8.2	8.2	8.7	8.6	7.5	8.5
SRF info	2.1	2.4	1.9	2.0	1.7	1.8	1.5	1.6	1.5	1.8	1.2	1.5

Jahresübersicht

	Ø Jan-Dez 2015 Overnight+7		Ø Jan-Dez 2014 Overnight+7	
	Haupt-abend	Ganzer Tag	Haupt-abend	Ganzer Tag
SRF total	38.1	29.7	41.0	32.2
SRF 1	28.4	18.9	29.6	19.4
SRF zwei	8.1	9.0	9.8	11.0
SRF info	1.6	1.8	1.6	1.8

Marktanteile in Prozent, Deutschschweiz, Personen drei Jahre und älter; Quelle: Mediapulse-Fernsehpanel

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 Fernsehpanel und 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 bis und mit sieben Tage nach Erstausstrahlung (Overnight+7-Werte).

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.

Sendungsübersicht

Datum/Zeitraum	Sendung	Sender	Pers.	MA	Pers.	MA	Werte 2014 Overnight+7	
			Overnight+7	Overnight	Pers.	MA		
Sport								
18. Januar 2015	Lauberhorn-Abfahrt	SRF zwei	988'000	70,2	988'000	70,7	784'000	74,2
6. Februar 2015	Abfahrt Frauen, Ski-alpin-WM, Vail	SRF zwei	755'000	43,8	744'000	44,7	--	--
7. Februar 2015	Abfahrt Männer, Ski-alpin-WM, Vail	SRF zwei	925'000	50,3	912'000	50,6	--	--
6. Juni 2015	Champions League Final	SRF zwei	538'000	36,7	536'000	37,6	428'000	28,8
12. Juli 2015	Wimbledon, Final, Djokovic vs. Federer	SRF zwei	500'000	58,5	500'000	59,0	--	--
8. September 2015	EURO-Qualifikation: England – Schweiz	SRF zwei	786'000	46,3	785'000	47,7	--	--
13. Dezember 2015	Credit Suisse Sports Awards	SRF 1	518'000	26,2	517'000	27,1	699'000	34,5
Ø Jan-Dez 2015	sportpanorama	SRF zwei	322'000	27,9	322'000	28,2	316'000	28,7
Unterhaltung								
10. Januar 2015	SwissAward – Die Millionen-Gala	SRF 1	626'000	33,9	620'000	34,9	773'000	42,2
Ø Jan-Dez 2015	Happy Day	SRF 1	683'000	40,9	678'000	41,7	690'000	41,7
Ø Feb-Apr 2015	Die grössten Schweizer Talente (Sa.)	SRF 1	639'000	34,5	632'000	35,0	--	--
Ø Feb-Mrz 2015	Die grössten Schweizer Talente (Mi.)	SRF 1	531'000	32,0	528'000	32,5	--	--
Ø Sep-Nov 2015	SRF bi de Lüt: Landfrauenküche	SRF 1	586'000	37,8	578'000	38,8	701'000	43,0
Ø Nov-Dez 2015	SRF bi de Lüt: Hüttengeschichten	SRF 1	607'000	38,8	602'000	39,7	618'000	37,7
4. Juli 2015	Beatrice Egli – Die grosse Show der Träume	SRF 1	291'000	29,9	289'000	30,5	--	--
24. Oktober 2015	100% Schweizer Musik – Polo Hofer & Friends	SRF 1	398'000	25,0	398'000	25,6	--	--
Ø Jan-Dez 2015	1 gegen 100	SRF 1	499'000	29,7	499'000	30,4	525'000	31,0
Ø Jan-Dez 2015	Giacobbo / Müller	SRF 1	406'000	31,5	401'000	32,1	449'000	35,1
Ø Jan-Dez 2015	Mini Beiz, dini Beiz	SRF 1	188'000	26,0	186'000	26,2	162'000	22,1
Kultur								
1. März 2015	SRF Schweizer Film: Der Hamster	SRF 1	661'000	30,1	649'000	30,2	--	--
Ø Jan-Feb 2015	DOK-Serie: Auf und davon	SRF 1	773'000	40,5	756'000	40,9	733'000	41,0
2. Januar 2015	Auf und davon – die Auswanderer ein Jahr danach	SRF 1	938'000	46,4	936'000	47,7	671'000	32,1
Ø Jan-Feb 2015	Der Bestatter	SRF 1	751'000	39,2	750'000	40,0	727'000	41,9
Ø Jan-Dez 2015	Tatort	SRF 1	449'000	22,4	437'000	22,4	479'000	23,9
5. Juli 2015	Tatort: Schutzlos	SRF 1	378'000	27,6	356'000	27,0	--	--
6. September 2015	Tatort: Ihr werdet gerichtet	SRF 1	596'000	29,8	570'000	29,5	--	--
Ø Jan-Dez 2015	DOK (Donnerstag)	SRF 1	314'000	20,1	312'000	20,7	372'000	24,1
Ø 26.3. & 2.4	DOK – Tatort Matterhorn?	SRF 1	485'000	26,5	481'000	27,5	--	--
Ø Jan-Dez 2015	Kulturplatz	SRF 1	100'000	10,4	100'000	10,7	112'000	10,8
Information								
Ø Jan-Dez 2015	Tagesschau-Hauptausgabe	SRF 1	624'000	47,7	624'000	48,4	632'000	48,2
Ø Jan-Dez 2015	Kassensturz	SRF 1	487'000	29,2	486'000	30,0	534'000	31,7
Ø Jan-Dez 2015	10vor10	SRF 1	421'000	30,3	420'000	31,1	455'000	31,4
Ø Jan-Dez 2015	Rundschau	SRF 1	269'000	17,4	269'000	17,9	302'000	19,2
Ø Jan-Dez 2015	Arena	SRF 1	165'000	17,4	165'000	18,0	190'000	19,4
Ø Jan-Dez 2015	Puls	SRF 1	398'000	24,3	398'000	24,9	456'000	26,9
Ø Jan-Dez 2015	Club	SRF 1	128'000	15,8	127'000	16,4	141'000	16,5
Ø Jan-Dez 2015	Glanz & Gloria	SRF 1	184'000	23,8	184'000	24,1	158'000	20,7
Ø Jan-Dez 2015	Schawinski	SRF 1	104'000	14,9	104'000	15,5	112'000	14,9
Ø Jan-Dez 2015	Schweiz aktuell (inklusive Schwerpunkt)	SRF 1	364'000	36,9	364'000	37,7	367'000	37,7
Ø Aug 2015	A1 – Die Raststätte	SRF 1	331'000	40,0	327'000	40,6		
18. Oktober 2015	Entscheidung 15: National- und Ständeratswahlen	SRF 1	272'000	23,9	272'000	24,3		
11. November 2015	Hallo SRF!	SRF 1	408'000	26,6	408'000	27,8		

Marktanteile in Prozent, Deutschschweiz, Personen drei Jahre und älter; Quelle: Mediapulse-Fernsehpanel

Radio

Semesterübersicht

	1. Semester: Januar bis Juni 2015			2. Semester: Juli bis Dezember 2015		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
Total Radio	87,8	4'242'300	100,0	87,0	4'203'800	100,0
Total Radio SRF	57,5	2'775'500	59,4	56,1	2'710'200	58,7
Radio SRF 1	34,0	1'642'100	31,6	33,2	1'605'400	30,9
Radio SRF 2 Kultur	6,8	327'100	3,3	6,5	314'100	3,2
Radio SRF 3	26,4	1'273'700	17,3	25,5	1'232'400	16,9
Radio SRF 4 News	5,2	249'800	0,8	4,6	224'100	0,7
Radio SRF Musikwelle	8,6	413'000	6,3	8,5	408'500	6,7
Radio SRF Virus	2,4	115'100	0,2	2,5	118'100	0,2
Total SSATR	10,6	512'000	4,5	10,6	512'800	4,4
Total Private	49,6	2'393'700	29,7	52,3	2'525'000	31,0
Total Ausland	27,6	1'331'500	4,7	26,6	1'282'600	4,5

Jahresübersicht

	Januar bis Dezember 2015			Januar bis Dezember 2014		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
Total Radio	87,4	4'222'900	100,0	87,9	4'226'500	100,0
Total Radio SRF	56,8	2'742'500	59,1	57,5	2'766'600	58,7
Radio SRF 1	33,6	1'623'600	31,3			31,3
Radio SRF 2 Kultur	6,6	320'600	3,2			3,4
Radio SRF 3	25,9	1'252'900	17,1			16,8
Radio SRF 4 News	4,9	236'800	0,7			0,8
Radio SRF Musikwelle	8,5	410'800	6,5			6,2
Radio SRF Virus	2,4	116'600	0,2			0,2
Total SSATR	10,6	512'400	4,4	10,3	497'100	4,4
Total Private	52,1	2'517'800	30,5	52,2	2'512'700	30,4
Total Ausland	27,1	1'306'800	4,6	27,1	1'305'100	4,8

Quelle: Mediapulse Radiopanel, Mo-So, 24h, Personen ab 15 Jahre. Abweichungen von +/- 0,1 Prozentpunkten ergeben sich durch Rundungsdifferenzen.

Simulcast-Korrektur neu ab Januar 2015:

Die vorliegenden Zahlen für 2015 sind hinsichtlich der Simulcast-Problematik korrigiert. Durch den neuen Simulcast-Filter kommt es zwischen Programmen mit synchronen Ausstrahlungen zu Reichweiten-Verschiebungen. Die Bewegungen finden aber ausschliesslich innerhalb der SRF-Gruppe statt. Der Marktanteil der einzelnen Programme ist davon nicht betroffen. Ein Vergleich von Reichweiten der einzelnen Sender mit den Werten vor 2015 ist wegen des neuen Simulcast-Filters nicht möglich.

Die Reichweite beschreibt die Anzahl Personen, die an einem Tag mindestens 24 Sekunden lang ein Programm hören. Der Marktanteil dokumentiert den Anteil Hörvolumen eines bestimmten Radioprogramms am Gesamtvolumen aller Programme. Zum 1. Januar 2013 hat die Mediapulse AG die Methodik für die Erhebung der Radionutzung modifiziert: Neu wird auch die Radionutzung mittels Online-Streaming erfasst; davon profitieren Programme, die ansonsten nur lokal empfangbar sind, insbesondere ausländische Anbieter. Aufgrund der Erhebungsänderung sind direkte Vergleiche mit Daten vor 2013 nicht möglich.

Multimedia

Unique Clients pro Monat

	Jan bis Dez 2015	Jan bis Dez 2014
SRF-Webangebot	3'942'000	3'573'000

Quelle: Net Metrix Audit

Unique Clients beziffern die Anzahl Computer (Browser, Clients), von denen auf eine Webseite zugegriffen wird.

Unique Users pro Monat

	2. Messwelle 2015	2. Messwelle 2014
SRF-Webangebot	2'176'000	1'807'000

Quelle: Net Metrix Profile

*Es wird eine veränderte Methodik für die Erhebung und Verarbeitung der Profile-Daten verwendet. Mit der Profile-Publikation 2015-1 beginnt deshalb eine neue Zeitreihe, d.h. die Reichweiten sind nicht mehr direkt mit den früheren Publikationen vergleichbar.

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

Webplayer-Nutzung pro Monat

	Jan bis Dez 2015	Jan bis Dez 2014	Differenz	Differenz in Prozent
Starts Audio on Demand plus Radio-Livestream	2'467'200	2'324'000	+143'200	+6,2%
Starts Video on Demand plus TV-Livestream	10'866'400	10'780'000	+86'400	+0,8%

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.