



**Media Relations**

Fernsehstrasse 1-4  
8052 Zürich

Telefon +41 44 305 50 87  
E-Mail [mediarelations@srf.ch](mailto:mediarelations@srf.ch)  
Datum 10. Juli 2018

## **Nutzungsbilanz erstes Halbjahr: SRF zieht positive Bilanz**

**SRF blickt auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2018 zurück: mit einem Marktanteil von 33,7 Prozent für die drei Fernsehsender SRF 1, SRF zwei und SRF info zusammen, einer täglichen Reichweite von fast 2,6 Millionen Hörerinnen und Hörern im Radio sowie stark nachgefragten Audio- und Videoinhalten im Onlineangebot.**

Die drei Fernsehsender SRF 1, SRF zwei und SRF info zusammen erreichten von Januar bis Juni 2018 einen Marktanteil von 33,7 Prozent («Overnight»-Wert). Zur attraktivsten Sendezeit, am Hauptabend zwischen 19 und 22.30 Uhr, lag der Marktanteil gar bei 41,7 Prozent («Overnight»-Wert). Mit im Schnitt 1,6 Millionen Zuschauenden avancierte das Schweizer Gruppenspiel gegen Brasilien an der Fussball-WM in Russland zur meistgesehenen TV-Sendung seit der Umstellung der Messmethode vor fünf Jahren. Meistgesehene SRF 1-Sendung im ersten Halbjahr war die «Tagesschau» vom 3. Januar mit 984'000 Zuschauenden.

Das Publikum setzte im SRF-Programm genauso auf langjährige Erfolgsformate wie «Der Bestatter» (Marktanteil: 39,8 Prozent), «Auf und davon» (Marktanteil: 40,1 Prozent) oder «SRF bi de Lüt – Unser Dorf» (Marktanteil: 35,7 Prozent) wie auf neue Produktionen: Den «DOK»-Film «Der Wildheuer» verfolgten 654'000 Personen (Marktanteil: 34,8 Prozent), die Samstagabendshow «50 Jahre Hitparade» 547'000 Personen (Marktanteil: 31,9 Prozent) oder «Emil – No einisch!» zu Emil Steinbergers 85. Geburtstag 696'000 Zuschauende (Marktanteil: 38 Prozent).

Die sechs SRF-Radiosender zusammen erreichten von März bis Juni täglich fast 2,6 Millionen Hörerinnen und Hörer. Dies entspricht einem Marktanteil von 54,5 Prozent. Während der Korrespondentenwoche erzielte Radio SRF 1 im Schnitt täglich eine Reichweite von 1,4 Millionen Hörerinnen und Hörern. Mit den Gruppenspielen der Schweizer Nationalmannschaft an der Fussball-WM erreichte Radio SRF 3, wo die Spiele in voller Länge durchkommentiert wurden, im Schnitt 200'000 Personen. Durch die Einführung einer neuen Messmethode sind die Radiohörerzahlen branchenweit nicht mehr mit den Daten aus den Vorjahren vergleichbar.

Mit «Nr. 47» lancierte SRF erstmals eine fiktionale Serie, die eigens fürs Webangebot realisiert wurde. Die 20 Folgen der ersten Staffel erzielten über 1,1 Millionen Videostarts. Ungebrochen ist der Erfolg der Webserie «True Talk»: Die bis heute 57 Folgen verzeichneten bislang 14,8 Millionen Videostarts. Grossen Anklang fanden auch die Webangebote rund um Sportinhalte. Während der Olympischen Spiele in Pyeongchang gab es erstmals überhaupt mehr als 1 Million Visits pro Tag auf die Sportangebote im SRF-Webangebot. Diese Marke wurde mit über 1,5 Millionen Visits pro Tag während der Fussball-WM nochmals deutlich übertroffen.

## 1. Radio

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

Das erste Halbjahr 2018 in der Übersicht:

	März bis Juni 2018*		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
<b>Total Radio</b>	82,9	4'145'500	100,0
<b>Total Radio SRF</b>	51,8	2'588'300	54,5
<b>Radio SRF 1</b>	28,9	1'444'300	27,7
<b>Radio SRF 2 Kultur</b>	4,1	203'900	2,9
<b>Radio SRF 3</b>	24,2	1'212'000	15,3
<b>Radio SRF 4 News</b>	2,9	146'800	0,9
<b>Radio SRF Musikwelle</b>	6,6	327'600	7,4
<b>Radio SRF Virus</b>	1,3	64'600	0,3
<b>Total SSATR</b>	11,8	588'300	5,1
<b>Total Private</b>	51,5	2'572'600	35,3
<b>Total Ausland</b>	9,2	460'000	4,0

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

Die Reichweite beschreibt die Anzahl Personen, die an einem Tag mindestens 30 Sekunden lang ein Programm live (auf DAB+, UKW, Kabel oder im Internetstream) hören. Der Marktanteil dokumentiert den Anteil Hörvolumen eines bestimmten Radioprogramms am Gesamtvolumen aller Programme.

\*Bei der Umstellung der Messmethode kam es im Januar und Februar zu Messausfällen, welche die Datenqualität beeinträchtigten. Die gesamte Radiobranche in der Schweiz hat sich deshalb darauf geeinigt, dass die Zahlen für Januar und Februar nicht publiziert werden. Die Semesterdaten beziehen sich daher auf die vier Monate März bis Juni 2018.

## 2. Fernsehen

Das erste Halbjahr 2018 in der Übersicht (Overnight)

	Januar 2018		Februar 2018		März 2018		April 2018		Mai 2018		Juni 2018	
	Haupt- abend	Ganzer Tag	Haupt- abend	Ganzer Tag	Haupt- abend	Ganzer Tag	Haupt- abend	Ganzer Tag	Haupt- abend	Ganzer Tag	Haupt- abend	Ganzer Tag
<b>SRF total</b>	41,2	35,4	40,2	34,7	39,4	31,0	39,5	30,6	40,7	31,2	50,4	39,4
<b>SRF 1</b>	34,3	21,4	30,8	19,3	30,5	20,4	27,7	19,6	27,9	19,5	22,5	15,4
<b>SRF zwei</b>	5,6	11,9	8,0	13,6	7,3	9,0	9,9	9,1	11,1	9,7	26,2	21,6
<b>SRF info</b>	1,3	2,0	1,5	1,8	1,6	1,6	1,9	1,9	1,7	2,0	1,6	2,4

	Ø Jan-Juni 2018 Overnight		Ø Jan-Juni 2017 Overnight	
	Haupt- abend	Ganzer Tag	Haupt- abend	Ganzer Tag
<b>SRF total</b>	41,7	33,7	38,7	31,3
<b>SRF 1</b>	29,2	19,4	29,5	19,4
<b>SRF zwei</b>	11,0	12,4	7,8	10,0
<b>SRF info</b>	1,6	2,0	1,5	1,8

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

Seit dem 1. Januar 2013 misst die Mediapulse AG die Fernsehnutzung 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 Livenutzung 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 eines Fernsehsenders im Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl Zuschauer aller Fernsehsender 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.

Eine umfassende Übersicht zu Zuschauerzahlen und Marktanteilen einzelner Sendungen ist in den Sendungslisten SRF 1 und SRF zwei abrufbar.

### 3. Multimedia

#### Unique Clients pro Monat

	Januar bis Mai 2018	Januar bis Juni 2017
<b>SRF-Webangebot</b>	<b>4'927'000</b>	4'789'667

Quelle: Net-Matrix-Audit

Unique Clients beziffern die Anzahl Computer (Browser, Clients), von denen auf ein Webangebot (Website und App) zugegriffen wird. Dabei wird jeder Browser einzeln gezählt.

#### Unique Users pro Monat

	1. Messwelle 2018	1. Messwelle 2017
<b>SRF-Webangebot</b>	<b>2'619'000</b>	2'273'000

Quelle: Net-Matrix-Profile (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).

#### Webplayer-Nutzung pro Monat

	Januar bis Juni 2018
<b>Starts Audio on Demand plus Radio-Livestream</b>	<b>3'500'000</b>
<b>Starts Video on Demand plus TV-Livestream</b>	<b>20'800'000</b>

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.

Aufgrund der Einführung eines neuen Messsystems im Dezember 2017 lassen sich die Online-Daten nicht mehr mit den Daten aus den Vorjahren vergleichen.

#### Download-Zahlen SRF-Apps

	Downloads bis Juni 2018	Downloads Januar bis Juni 2018
<b>SRF News App <sup>(1)</sup></b>	<b>1'370'759</b>	<b>66'863</b>
<b>Play SRF App <sup>(2)</sup></b>	<b>955'243</b>	<b>94'969</b>
<b>SRF Meteo App <sup>(3)</sup></b>	<b>1'232'915</b>	<b>101'798</b>
<b>SRF Sport App <sup>(4)</sup></b>	<b>751'014</b>	<b>250'314</b>

Quelle: Apple App Store / Google Play Store

Ausgewiesen werden die Unique Downloads auf User-Basis. Pro User wird nur ein Download gezählt, unabhängig davon, auf wie vielen Endgeräten die App installiert wurde und ob die installierte App zu einem späteren Zeitpunkt wieder deinstalliert wurde.

<sup>(1)</sup> seit 4. Dezember 2009 erhältlich

<sup>(2)</sup> seit 30. April 2013 erhältlich

<sup>(3)</sup> seit 21. Juli 2014 erhältlich

<sup>(4)</sup> seit 17. Mai 2016 erhältlich