



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 19. Juli 2024

SRF-Halbjahresbilanz 2024

SRF-Halbjahresbilanz 2024: 32,2 Prozent Marktanteil im TV, 51,6 Prozent im Radio

SRF zieht eine positive Bilanz zum ersten Halbjahr 2024. Die TV-Sender erzielten 32,2 Prozent¹ Marktanteil. Im Radio beträgt der Marktanteil 51,6 Prozent². Die eigenen digitalen Plattformen verzeichneten im Durchschnitt pro Tag knapp 2,8 Millionen Visits³. Für grosses Interesse sorgten die sportlichen Höhenflüge von Schweizer Teams, Athletinnen und Athleten, Abstimmungen und Unwetter in der Schweiz sowie Nemos Sieg beim «Eurovision Song Contest».

Im ersten Halbjahr 2024 verzeichneten SRF 1, SRF zwei und SRF info einen Marktanteil von 32,2 Prozent⁴. Zwischen 19.00 und 22.30 Uhr, der publikumsstärksten Sendezeit am Abend, behaupten die TV-Sender von SRF mit einem Marktanteil von 39,9 Prozent⁵ ihre führende Position. Auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen ist SRF mit einem Marktanteil von 30,8 Prozent⁶ (ganztags) respektive 38,1 Prozent⁷ (Hauptabend) marktführend. SRF 1 erzielte im ersten Halbjahr gesamthaft 18,4 Prozent⁸ Marktanteil, SRF zwei 11,7 Prozent⁹. Die publikumsstärkste Sendung von Januar bis Juni war das dritte Gruppenspiel der Schweizer Fussball-Nationalmannschaft an der UEFA EURO 2024 gegen Gastgeber Deutschland, das am 23. Juni im Schnitt 1,5 Millionen Zuschauer¹⁰ vor die Bildschirme lockte. Dies entspricht einem Marktanteil von 68,8 Prozent¹¹. Es ist das drittmeistgesehene EM-Spiel und die sechstmeistgesehene SRF-Sendung seit der Messumstellung 2013.

Schweizer Sport-Asse begeistern die Massen

Neben Schweiz-Deutschland stechen an der Fussball-EM insbesondere die Spiele gegen Italien (1,4 Millionen Menschen im Durchschnitt¹², 75,0 Prozent Marktanteil¹³) und Schottland (1,2 Millionen Menschen im Durchschnitt¹⁴, 69,3 Prozent Marktanteil¹⁵) heraus. Insgesamt verfolgten im Schnitt 545'000 Personen aus der Deutschschweiz¹⁶ die 34 Spiele der Endrunde, die im Juni auf SRF zwei ausgestrahlt wurden. Inklusiv der sechs Spiele, die parallel zu einem Spiel auf SRF zwei auf SRF info ausgestrahlt wurden, beläuft sich der Durchschnittswert auf 476'000 Personen¹⁷. Die SRF Sport App verzeichnete während der 17 EM-Tage im Juni rund 976'000 Besuche pro Tag¹⁸.

Generell sorgten die Schweizer Sportlerinnen und Sportler sowie die Nationalteams im ersten Halbjahr für viel Interesse beim TV-Publikum. Auch die Eishockey-Nationalmannschaft, die an der Weltmeisterschaft in Tschechien bis in den Final vorsties, sorgte für hohe Einschaltquoten. Den Final gegen den Gastgeber am 26. Mai 2024 verfolgten im Durchschnitt 944'000 Zuschauerinnen und

Zuschauer¹⁹ (Marktanteil: 53,8 Prozent²⁰). Beliebt waren auch die Skirennen der Männer während der «Berner Oberländer Woche» in Adelboden und Wengen. Die Lauberhornabfahrt am 13. Januar 2024 schauten durchschnittlich 839'000²¹, den zweiten Lauf des Riesenslalom in Adelboden eine Woche zuvor 678'000 Personen²².

Unwetter-Liveticker rege genutzt

Die meistgesehenen Informationssendungen der ersten sechs Monate waren mit durchschnittlich 784'000²³ respektive 725'000 Zuschauenden²⁴ die Hauptausgaben von «Meteo» und der «Tagesschau» am Sonntag, 14. Januar 2024. In letzterer wurde unter anderem über die Ukraine-Konferenz in Davos GR berichtet. «Meteo» erreichte 54,0 Prozent²⁵, die «Tagesschau» 50,3 Prozent²⁶ Marktanteil.

Am 9. Januar 2024 feierte zudem der «Kassensturz» sein 50-Jahr-Jubiläum. Die Spezialausgabe des Konsumentenmagazins, das sich seit 1974 für die Anliegen der Kundinnen und Kunden einsetzt, verfolgten durchschnittlich 479'000 Personen²⁷ (Marktanteil 35,8 Prozent²⁸).

Online bewegten vor allem die Unwetter Ende Juni die Nutzenden. Der SRF-News-Liveticker zu den Überschwemmungen im Tessin und Wallis vom 30. Juni 2024 verzeichnete rund 1 Million Visits²⁹, jener zu den Überschwemmungen im bündnerischen Misox acht Tage zuvor 586'000 Visits³⁰. Der nutzungsstärkste Tag der SRF News App war der Abstimmungssonntag vom 3. März 2024 mit 817'000 Aufrufen³¹ – der dritthöchste Wert seit Anfang 2023. Gesamthaft erzielte die App im ersten Halbjahr 2024 rund 480'000 Visits³² pro Tag.

«DOK» über Armut in der Schweiz bewegt das Publikum

Die meistgesehene «DOK»-Sendung im ersten Halbjahr 2024 war jene zu Armut in der Schweiz am 28. März. Über 400'000 Personen³³ sahen den «DOK» auf SRF 1. Online erzielte die Ausgabe rund 286'000 Streamstarts³⁴ auf Play SRF sowie dem YouTube-Kanal von «SRF DOK».

Die Jubiläumssendung nach 50-mal «Mona mittendrin» am 1. Februar 2024 erreichte im Durchschnitt 431'000 Deutschschweizerinnen und Deutschschweizer³⁵ und einen Marktanteil von 29,7 Prozent³⁶. Mona Vetsch gewann bei der Verleihung des Prix Walo die Auszeichnung als Publikumsliebbling.

Auf grosse Resonanz im TV stiess die 15. Staffel von «Auf und davon» über Schweizer Auswanderer. Die sechs Folgen zu «Florida, Island, Mallorca» schauten im Schnitt über 600'000 Zuschauer³⁷ und erzielten einen Marktanteil von knapp 40 Prozent³⁸.

«Nemo-Mania» zeigt sich auch bei den Einschaltquoten

Der Sieg von Nemo beim «Eurovision Song Contest» («ESC») am 11. Mai 2024 lockte ausserordentlich viel Publikum vor die Bildschirme. Im Schnitt 642'000 Menschen³⁹ verfolgten den Schweizer Triumph auf SRF 1. Knapp 50 Prozent⁴⁰ bedeuten den höchsten Marktanteil eines «ESC»-Finals seit der Messumstellung. Bereits den Halbfinal mit Beteiligung von Nemo auf SRF zwei sahen durchschnittlich 455'000 Personen⁴¹ (Marktanteil 34,7 Prozent⁴²), womit dies die meistgesehene Nicht-Sportsendung auf diesem Sender ist. Die «Nemo-Mania» begleitete SRF über alle Kanäle hinweg. Artikel zu Nemo verzeichneten auf den Onlineplattformen bis Ende Juni rund 2,6 Millionen Visits⁴³. Und die zweiteilige Doku über Nemo auf dem YouTube-Kanal von Radio SRF 3 erzielte rund 468'000 Starts⁴⁴.

Noch mehr Publikum als Nemo erreichte am Samstagabend nur das Comedy-Duo Divertimento. Die Aufzeichnung ihres Bühnenprogramms «Sabbatical» am 6. Januar 2024 führten sich im Mittel 655'000 Zuschauer⁴⁵ zu Gemüte (Marktanteil 38,7 Prozent⁴⁶).

Auch die neue Samstagabendsendung «Wie tickt die Schweiz» mit Claudio Zuccolini stiess auf Anklang. Durchschnittlich 473'000 Personen⁴⁷ sahen sich die Quizshow an, bei der prominente Zweiertteams unter anderem erraten mussten, wie viele Schweizerinnen und Schweizer schon einmal fremd gegangen sind, Batterien im Abfall entsorgt haben oder zu Hause einen Notvorrat bunkern.

70 Prozent der Radiohörenden nutzen SRF-Radiosender mindestens wöchentlich

51,6 Prozent⁴⁸ 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 ersten Halbjahr 2024. Zwischen 06.00 und 09.00 Uhr, der Zuhörerstärksten Zeit des Tages, wählten im ersten Halbjahr durchschnittlich 56 Prozent aller Radiohörenden⁴⁹ in der Deutschschweiz einen Sender der SRF-Radiofamilie. Radio SRF 1 bleibt mit 25,9 Prozent⁵⁰ Marktanteil Marktführer in der Deutschschweiz. Rund 70 Prozent⁵¹ der Radiohörenden schalten wöchentlich einen SRF-Radiosender ein. Die «Rendez-vous»-Ausgabe um 12.30 Uhr erreichte wochentags von Januar bis Juni im Schnitt 461'000 Hörende⁵², das «Echo der Zeit» um 18.00 Uhr im Schnitt 286'000⁵³. Dies entspricht einem Marktanteil von 46,2⁵⁴ respektive 29,1 Prozent⁵⁵.

Nutzungszahlen 1. Halbjahr 2024

1. Fernsehen

Halbjahresübersicht (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	32,2	31,1	32,7	33,9	30,4	32,3	33,7	31,3	32,3	31,1	33,9	31,1
SRF 1	18,4	19,9	21,2	20,7	22,4	19,8	19,4	19,4	19,7	19,7	19,5	19,8
SRF zwei	11,7	9,3	9,6	10,9	6,1	10,3	12,4	10,0	10,9	9,5	12,4	9,3
SRF info	2,1	1,9	1,9	2,4	2,0	2,1	2,0	1,8	1,8	1,8	1,9	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	39,9	37,8	41,3	41,3	39,2	39,7	41,7	38,7	40,8	39,4	42,1	39,6
SRF 1	27,7	30,0	32,3	31,5	33,4	30,2	29,2	29,5	29,8	29,6	29,8	30,0
SRF zwei	10,4	6,3	7,1	8,0	4,3	7,8	11,0	7,8	9,5	8,2	10,5	7,9
SRF info	1,8	1,6	1,8	1,8	1,5	1,7	1,6	1,5	1,5	1,6	1,8	1,7

¹ Blau hinterlegt = Jahr mit Sportgrossereignissen wie Fussball-Welt- und Europameisterschaften und 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.

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ Jahre inklusive Gäste, Mo-So 24h, Marktanteil in Prozent, alle Plattformen, Overnight

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 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

Halbjahresübersicht:

	Januar bis Juni 2024			Januar bis Juni 2023		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
Total Radio	72,6	3'802'600	100,0	74,3	3'856'100	100,0
Total Radio SRF	40,3	2'111'300	51,6	42,6	2'210'000	53,2
Radio SRF 1	20,7	1'083'600	25,9	22,7	1'178'500	28,5
Radio SRF 2 Kultur	2,9	150'200	2,6	2,9	151'100	2,6
Radio SRF 3	17,1	896'300	14,0	17,4	904'900	12,7
Radio SRF 4 News	2,5	131'300	0,9	2,7	141'300	1,0
Radio SRF Musikwelle	5,4	284'700	8,0	5,7	296'800	8,1
Radio SRF Virus	0,6	29'400	0,2	0,6	32'300	0,3
Total SSATR	10,3	538'900	4,9	10,3	536'700	5,1
Total Private	43,7	2'292'100	39,4	44,1	2'287'600	37,4
Total Ausland	6,0	312'900	3,0	6,5	335'500	3,2

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 Juni 2024	Januar bis Juni 2023
Eigene digitale Plattformen SRF	2'788'000	2'353'000

Quelle: Mediapulse Online Traffic Data, Average Visits per Day

Starts eigene Plattformen pro Monat

	Januar bis Juni 2024	Januar bis Juni 2023
Audio on Demand plus Radio-Livestream	6'475'000	5'871'000
Starts Video-on-Demand plus TV-Livestream	32'911'000	27'076'000

Quelle: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)

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 Juni 2024	Januar bis Juni 2023
Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	81'340'000	59'574'000

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, 1. HJ. 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, 1. Halbjahr 2024, Mo-So 24h, MA-%
 - ³ Mediapulse Online Traffic Data, Average Visits per Day
 - ⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 1. HJ. 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, 1. HJ. 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, 1. HJ. 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, 1. HJ. 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, 1. HJ. 2024, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
 - ⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 1. HJ. 2024, Mo-So 24h, MA-%, alle Plattformen, Overnight
 - ¹⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 23.06.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schweiz – Deutschland, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7; Rt-T 1'500
 - ¹¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 23.06.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schweiz – Deutschland, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 29.06.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schweiz – Italien, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7; Rt-T 1'423
 - ¹³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 29.06.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schweiz - Italien, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 19.06.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schottland - Schweiz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7; Rt-T 1'223
 - ¹⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 19.06.2024, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024 Deutschland – Schottland - Schweiz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, SRF info, Fussball: Männer: UEFA EURO 2024, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁸ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
 - ¹⁹ 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
 - ²⁰ 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
 - ²¹ 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
 - ²² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 06.01.2024, Ski alpin: Männer: Weltcup, Adeloden, Riesenslalom, 2. Lauf, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 14.01.2024, Meteo Abendausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 14.01.2024, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 14.01.2024, Meteo Abendausgabe, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 14.01.2024, Tagesschau - Hauptausgabe, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 09.01.2024, Kassensturz, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁸ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 09.01.2024, Kassensturz, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁹ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
 - ³⁰ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
 - ³¹ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
 - ³² Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
 - ³³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.03.2024, DOK: Arm in der Schweiz – Betroffene erzählen, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7; Rt-T 402
 - ³⁴ Für Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); für YouTube: YouTube Studio
 - ³⁵ 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

-
- ³⁶ 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
- ³⁷ 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
- ³⁸ 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; 39.0 MA-%
- ³⁹ 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
- ⁴⁰ 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
- ⁴¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 09.05.2024, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler 2. Halbfinal aus Malmö, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 09.05.2024, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler 2. Halbfinal aus Malmö, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴³ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp)
- ⁴⁴ YouTube Studio
- ⁴⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 06.01.2024, Divertimento - Sabbatical, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 06.01.2024, Divertimento - Sabbatical, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 16.03.2024, Wie tickt die Schweiz? Die ehrlichste Show des Landes, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁸ 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, 1. Halbjahr 2024, Mo-So 24h, MA-%
- ⁴⁹ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 1. Halbjahr 2024, Mo-Fr 6-9 Uhr, Anteil der durchschnittlichen Tagesreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, NR-T
- ⁵⁰ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, 1. Halbjahr 2024, Mo-So 24h, MA-%
- ⁵¹ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 1. Halbjahr 2024, Mo-So, 24h, Anteil der durchschnittlichen Wochenreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, kumulierte Netto-Wochenreichweite (Kumulationsanalyse: AverageCumulationReach)
- ⁵² Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, NR-T
- ⁵³ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, NR-T
- ⁵⁴ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, MA-%
- ⁵⁵ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, MA-%