



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 17. Juli 2025

SRF-Halbjahresbilanz 2025

SRF-Halbjahresbilanz 2025: 33,2 Prozent Marktanteil im TV, 46,2 Prozent im Radio

SRF zieht eine positive Bilanz zum ersten Halbjahr 2025. Die TV-Sender erzielten mit 33,2 Prozent¹ Marktanteil den vierthöchsten Wert seit der Messumstellung 2013. Im Radio beträgt der Marktanteil 46,2 Prozent². Die eigenen digitalen Plattformen verzeichneten im Schnitt fast 3,3 Millionen Visits³ pro Tag. Linear wie online für grosses Interesse sorgten unter anderem die Berichterstattung zum Bergsturz in Blatten VS, die alpine Ski-WM in Saalbach/AUT oder der «Eurovision Song Contest» in Basel.

Im ersten Halbjahr 2025 verzeichneten SRF 1, SRF zwei und SRF info einen Marktanteil von 33,2 Prozent⁴. Dies entspricht dem höchsten Wert in einem Halbjahr ohne Fussball-Welt- oder Europameisterschaft und Olympische Spiele seit der Messumstellung 2013. Zwischen 19.00 und 22.30 Uhr, der publikumstärksten Sendezeit am Abend, behaupteten die TV-Sender von SRF mit einem Marktanteil von 40,9 Prozent⁵ ihre führende Position. Auch bei der Zielgruppe der 15- bis 29-Jährigen ist SRF mit einem Marktanteil von 29,2 Prozent⁶ (ganztags) respektive 34,5 Prozent⁷ (Hauptabend) marktführend. Insgesamt erreichte SRF mit dem TV-Programm pro Woche durchschnittlich 3,6 Millionen Personen⁸ respektive fast zwei Drittel der fernsehschauenden Deutschschweizer Bevölkerung.

Bergsturz in Blatten VS bewegt auf allen Kanälen

Die meistgesehene Informationssendung des ersten Halbjahres war mit durchschnittlich 878'000 Zuschauenden⁹ und einem Marktanteil von 68,7 Prozent¹⁰ die Hauptausgabe der «Tagesschau» am 28. Mai 2025, als sich in Blatten VS ein verheerender Bergsturz ereignete. Auch «Schweiz aktuell» und «10 vor 10» mit im Mittel 499'000¹¹ respektive 446'000 Zuschauenden¹² erzielten an jenem Mittwoch überdurchschnittliche Quoten. Die Naturkatastrophe bewegte in den Tagen davor und danach auf allen Kanälen stark. Die ab dem 20. Mai laufenden Liveticker auf srf.ch und in der SRF News App wurden bis Ende Juni über 4,6 Millionen Mal¹³ aufgerufen. Der Folgetag der Katastrophe war mit über 900'000 Zugriffen¹⁴ zudem der nutzungsstärkste Tag der SRF News App der ersten sechs Monate. Die drei meist angeklickten Videos des Halbjahres – allesamt zum Bergsturz – erzielten auf den SRF-Onlineplattformen insgesamt über 1 Million Starts¹⁵.

Über das gesamte Halbjahr sahen im Schnitt 597'000 Personen¹⁶ die Hauptausgabe der «Tagesschau». Der Marktanteil von 52,7 Prozent¹⁷ entspricht dem höchsten Wert ausserhalb der Pandemiejahre 2020 bis 2022, als das Informationsbedürfnis der Bevölkerung überdurchschnittlich hoch war. Die SRF News App erzielte mit rund 570'000¹⁸ einen neuen Höchstwert. Die hohen

Zugriffszahlen spiegeln das ereignisreiche Halbjahr, in dem neben dem Bergsturz auch der Amtsantritt von US-Präsident Donald Trump, die Wahlen in Deutschland, der Tod von Papst Franziskus oder die Konflikte im Nahen Osten interessierten. Beispielsweise wurde der Liveticker zum israelischen Angriff auf Iran Ende Juni fast 1,5 Millionen¹⁹ angeklickt.

Ski-Cracks ziehen die Massen vor die Bildschirme

Die publikumsstärkste Sendung des ersten Halbjahrs 2025 war die Abfahrt der Männer in Wengen BE am 18. Januar. Im Durchschnitt 965'000 Personen²⁰ verfolgten den Schweizer Doppelsieg durch Marco Odermatt und Franjo von Allmen. Seit 2015 verzeichnete die Lauberhorn-Abfahrt nie mehr eine höhere Einschaltquote. Der Marktanteil betrug 80,1 Prozent²¹. Rund drei Wochen später kürte sich von Allmen an den alpinen Ski-Weltmeisterschaften in Saalbach/AUT zudem zum Abfahrtsweltmeister. Im Mittel fieberten 925'000 Zuschauer²² auf SRF zwei mit dem Berner Oberländer mit.

Die äusserst erfolgreichen Schweizer Skifahrerinnen und Skifahrer sorgten allgemein für hohe TV-Quoten im ersten Halbjahr. Der zweite Lauf des Riesenslalom in Adelboden BE und die Hahnenkamm-Abfahrt in Kitzbühel/AUT erreichten mit durchschnittlich 847'000²³ respektive 775'000 Zuschauer²⁴ die höchsten Werte seit der Messumstellung. Auch die WM-Abfahrt der Frauen (im Schnitt 731'000 Zuschauer²⁵) oder die Goldfahrten von Loïc Meillard und Camille Rast in den Slalomrennen (im Schnitt 782'000²⁶ respektive 694'000 Zuschauer²⁷) stiessen auf grosses Interesse.

Zu begeistern wusste auch das Schweizer Eishockey-Nationalteam der Männer, das an der Weltmeisterschaft in Herning/DEN und Stockholm/SWE zum zweiten Mal in Folge bis in den Final vorsties. Das Endspiel der «Eisgenossen» gegen die USA am 25. Mai 2025 verfolgten im Durchschnitt 943'000 Zuschauerinnen und Zuschauer²⁸ (Marktanteil 55,5 Prozent²⁹).

Unterhaltung im Zeichen von ESC und Röbi Kollers Abschied

Ein Highlight im SRF-Programm des ersten Halbjahrs 2025 war der «Eurovision Song Contest» (ESC), der zum ersten Mal seit 1989 wieder in der Schweiz stattfand. Mit durchschnittlich 764'000 Zuschauerinnen und Zuschauern³⁰ sowie einem Marktanteil von 58,2 Prozent³¹ erreichte die Übertragung des Finals aus Basel am 17. Mai denn auch den höchsten Wert aller ESC-Ausgaben seit der Messumstellung 2013. Bereits die beiden Halbfinalsendungen am 13. und 15. Mai erzielten mit im Schnitt 434'000³² respektive 461'000³³ Zuschauer hohen Quoten – obwohl die Schweiz als Gastgeberin nicht an der Ausscheidung teilnahm.

Das Halbjahr stand auch im Zeichen des Abschieds von Röbi Koller. Die Fernsehlegende trat 37 Jahre nach seinem ersten TV-Auftritt bei SRF von der Bühne ab. Seine letzte «Happy Day»-Sendung am 5. April 2025 verfolgten im Schnitt 623'000 Personen³⁴, was einem Marktanteil von 45,4 Prozent³⁵ entspricht. Ende Mai gewann Koller zudem den Prix Walo als Publikumsliebbling.

Die fünf Folgen der fünften Staffel von «SRF bi de Lüt – Winterhüttengeschichten» erreichten mit im Schnitt 632'000 Zuschauer³⁶ (Marktanteil 40,5 Prozent³⁷) den zweithöchsten Wert seit der Lancierung 2021. Online wusste vor allem das neue Dating-Format «Alone Together» zu überzeugen: Die sechs Folgen der ersten Staffel erreichten auf Play SRF insgesamt rund 650'000 Starts³⁸. Es ist damit das bislang erfolgreichste Unterhaltungsformat auf der SRF-Onlineplattform.

«Auf und davon» überzeugt auch bei der 16. Ausgabe

Der meistgesehene «DOK» im ersten Halbjahr 2025 war «Das System Migros – Wie es zum grossen Abbau kam» am 30. Januar. Im Schnitt 402'000 Personen³⁹ sahen den Dokumentarfilm, was einem Marktanteil von 23,2 Prozent⁴⁰ entspricht. Zudem erzielte die Sendung rund 471'000 Starts⁴¹ auf Play SRF und Youtube.

Mit insgesamt über 1,2 Mio. Streaming-Starts⁴² überzeugte auch die 16. Staffel von «Auf und davon». Linear erreichte die «DOK»-Serie über ausgewanderte Schweizerinnen und Schweizer pro Folge im Mittel 670'000 Zuschauer⁴³ und einen Marktanteil von 42,6 Prozent⁴⁴. Ebenfalls zu überzeugen vermochte der Schweizer Tatort «Rapunzel» mit 364'000 Zuschauer⁴⁵. Den ersten Fall der neuen SRF-Krimikomödie «Maloney» schauten derweil 386'000 Personen⁴⁶ auf SRF 1. Auf Play SRF erreichten alle sechs bisher ausgestrahlten Maloney-Krimis insgesamt über 560'000 Starts⁴⁷.

Online stiess zudem Teil 1 der «rec.»-Reportage über Crack-Süchtige auf Interesse. Sie erreichte auf Play SRF und Youtube insgesamt 462'000 Streaming-Starts⁴⁸. Auf Youtube waren fast 80 Prozent⁴⁹ aller Zuschauenden jünger als 45 Jahre.

Fast die Hälfte der Radiohörenden nutzt täglich einen SRF-Radiosender

46,2 Prozent⁵⁰ 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 2025. Wochentags zwischen 06.00 und 09.00 Uhr, der zuhörerstärksten Zeit des Tages, wählten durchschnittlich 49 Prozent aller Radiohörenden⁵¹ in der Deutschschweiz einen Sender der SRF-Radiofamilie. Radio SRF 1 bleibt mit 22,8 Prozent⁵² Marktanteil Marktführer in der Deutschschweiz. Rund 58 Prozent⁵³ der Radiohörenden schalteten wöchentlich einen SRF-Radiosender ein. Die «Rendez-vous»-Ausgabe um 12.30 Uhr erreichte wochentags im Schnitt 425'000⁵⁴, das «Echo der Zeit» um 18.00 Uhr 231'000 Hörende⁵⁵. Dies entspricht einem Marktanteil von 45,4⁵⁶ respektive 27,8 Prozent⁵⁷. Aufgrund der Abschaltung der UKW-Frequenzen durch die SRG sind die Marktanteile der SRF-Radiosender tiefer als in den Vorjahren. Weitere Informationen sind in der [SRG-Medienmitteilung vom 10. Juli 2025](#) ersichtlich.

Nutzungszahlen 1. Halbjahr (Januar-Juni) 2025

1. Fernsehen

Halbjahresübersicht (Overnight):

	Ganzer Tag												
	2025	2024 ¹	2023	2022 ¹	2021 ^{1,2}	2020 ²	2019	2018 ¹	2017	2016 ¹	2015	2014 ¹	2013
Total SRF TV	33,2	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	20,2	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	10,9	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	2,2	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												
	2025	2024 ¹	2023	2022 ¹	2021 ^{1,2}	2020 ²	2019	2018 ¹	2017	2016 ¹	2015	2014 ¹	2013
Total SRF TV	40,9	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	31,3	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	7,6	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	2,1	1,8	1,6	1,8	1,8	1,5	1,7	1,6	1,5	1,5	1,6	1,8	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 = Jahre mit Fussball-Welt- oder Europameisterschaft der Männer 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.

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 2025 ³			Januar bis Juni 2024		
	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)	Reichweite (Prozent)	Reichweite absolut (Anzahl Personen)	Marktanteil (Prozent)
Total Radio	70,4	3'744'400	100,0	72,6	3'802'600	100,0
Total Radio SRF	32,6	1'732'600	46,2	40,3	2'111'300	51,6
Radio SRF 1	16,0	850'600	22,8	20,7	1'083'600	25,9
Radio SRF 2 Kultur	2,3	119'800	2,2	2,9	150'200	2,6
Radio SRF 3	12,4	658'000	11,2	17,1	896'300	14,0
Radio SRF 4 News	2,8	150'000	1,1	2,5	131'300	0,9
Radio SRF Musikkwelle	5,3	283'000	8,6	5,4	284'700	8,0
Radio SRF Virus	0,7	35'400	0,3	0,6	29'400	0,2
Total SSATR	10,3	548'700	5,4	10,3	538'900	4,9
Total Private	46,6	2'480'400	44,2	43,7	2'292'100	39,4
Total Ausland	7,3	385'800	3,2	6,0	312'900	3,0

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 Aufgrund der Abschaltung der UKW-Frequenzen durch die SRG sind die Marktanteile der SRF-Radiosender tiefer als in den Vorjahren. Weitere Informationen sind in der [SRG-Medienmitteilung vom 10. Juli 2025](#) ersichtlich.

3. Online

Visits Online-Angebot pro Tag

	Januar bis Juni 2025
Eigene digitale Plattformen SRF	3'294'000

Quelle: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp).

Die von Mediapulse im Auftrag der Schweizer Onlinepublisher verantwortete Onlineforschung, mit der seit 2021 die Reichweiten von Websites und Apps erhoben werden, wurde per Ende 2024 eingestellt. Aus diesem Grund sind Vergleiche mit vergangenen Halbjahresbilanzen nicht zulässig.

Starts eigene Plattformen pro Monat

	Januar bis Juni 2025	Januar bis Juni 2024
Audio on Demand plus Radio-Livestreams	7'442'000	6'475'000
Starts Video-on-Demand plus TV-Livestreams	31'207'000	32'911'000

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 Juni 2025
Facebook, Instagram, YouTube, TikTok	85'478'000

Quelle: Facelift Data Studio, YouTube Studio

Ausgewiesen sind jeweils die Videostarts bei Instagram, Facebook (3 Sekunden), YouTube und TikTok. Nicht enthalten in den Starts bei Instagram sind Videos, die als Story veröffentlicht wurden. Aufgrund einer Messumstellung bei Meta sind Vergleiche zu vergangenen Halbjahresbilanzen nicht zulässig.

-
- ¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 1. HJ 2025, 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. HJ 2025, Mo-So 24h, MA-%
 - ³ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 3'294'000 Visits
 - ⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, SRF zwei, SRF info, 1. HJ 2025, 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 2025, 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 2025, 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 2025, 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, 1. HJ 2025, Mo-So 24h, AvWkRch(000) / AvWkRch%, alle Plattformen, Overnight+7, Kontaktdefinition: 1 Sek. konsekutiv
 - ⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, Tagesschau - Hauptausgabe, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, Schweiz aktuell, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 28.05.2025, 10vor10, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹³ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 2'864'000 & 1'761'000 Visits
 - ¹⁴ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 902'000 Visits
 - ¹⁵ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 1'285'000 Media Views
 - ¹⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 1. HJ 2025, Tagesschau - Hauptausgabe, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 1. HJ 2025, Tagesschau - Hauptausgabe, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ¹⁸ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 574'000 Visits
 - ¹⁹ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 1'517'000 Visits
 - ²⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 18.01.2025, Ski alpin: Männer: Weltcup, Wengen – Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 18.01.2025, Ski alpin: Männer: Weltcup, Wengen – Abfahrt, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 09.02.2025, Ski alpin: Männer: WM, Saalbach – Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 12.01.2025, Ski alpin: Männer: Weltcup, Adelboden – Riesenslalom 2. Lauf, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 25.01.2025, Ski alpin: Männer: Weltcup, Kitzbühel – Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 08.02.2025, Ski alpin: Frauen: WM, Saalbach – Abfahrt, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 16.02.2025, Ski alpin: Männer: WM, Saalbach – Slalom, 2. Lauf, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 15.02.2025, Ski alpin: Frauen: WM, Saalbach – Slalom, 2. Lauf, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁸ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 25.05.2024, Eishockey: Männer; WM, Schweden/ Dänemark, Final – Schweiz – USA, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ²⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF zwei, 25.05.2024, Eishockey: Männer; WM, Schweden/ Dänemark, Final – Schweiz – USA, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ³⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 17.05.2025, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler Final aus Basel, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ³¹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 17.05.2025, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler Final aus Basel, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
 - ³² Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 13.05.2025, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler 1. Halbfinal aus Basel, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ³³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 15.05.2025, Eurovision Song Contest 2024 – Internationaler 2. Halbfinal aus Basel, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ³⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 05.04.2025, Happy Day, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
 - ³⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 05.04.2025, Happy Day, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7

-
- ³⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 1. HJ 2025, SRF bi de Lüt – Winterhüttengeschichten, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁷ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 1. HJ 2025, SRF bi de Lüt – Winterhüttengeschichten, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ³⁸ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 650'000 Media Views
- ³⁹ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 30.01.2025, DOK: Das System Migros – Wie es zum grossen Abbau kam, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁰ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 30.01.2025, DOK: Das System Migros – Wie es zum grossen Abbau kam, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴¹ YouTube: YouTube Studio; 345'000 Aufrufe, Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 126'000 Media Views
- ⁴² YouTube: YouTube Studio; 457'000 Aufrufe, Play SRF: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 771'000 Media Views
- ⁴³ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 1. HJ 2025, DOK-Serie Auf und Davon – Schweizer Auswanderer – Ecuador, Kanada, Sizilien, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁴ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 1. HJ 2025, DOK-Serie Auf und Davon – Schweizer Auswanderer – Ecuador, Kanada, Sizilien, MA-%, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁵ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 15.06.2025, SRF Schweizer Film – Die Premiere: Tatort: Rapunzel, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁶ Mediapulse TV Data (Instar Analytics), Deutsche Schweiz, Personen 3+ inkl. Gäste, SRF 1, 01.01.2025, Maloney – Ein Anwalt kommt selten allein, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7
- ⁴⁷ Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 563'000 Media Views
- ⁴⁸ YouTube: YouTube Studio; 389'000 Aufrufe, Play: Interne Messung Eigenplattformen SRF Online (Mapp); 73'000 Media Views
- ⁴⁹ Youtube Studio: Alter nach Wiedergabezeit
- ⁵⁰ 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. HJ 2025, Mo-So 24h, MA-%
- ⁵¹ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 1. HJ 2025, Mo-Fr, 6-9 Uhr, Anteil der durchschnittlichen Tagesreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, NR-T
- ⁵² Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, 1. HJ 2025, Mo-So 24h, MA-%
- ⁵³ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Total Radio, Total Radio SRF, 1. HJ 2025, Mo-So, 24h, Anteil der durchschnittlichen Wochenreichweite von Total Radio SRF an Total Radio, kumulierte Netto-Wochenreichweite (Kumulationsanalyse: AverageCumulationReach)
- ⁵⁴ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 1. HJ 2025, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, NR-T
- ⁵⁵ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 1. HJ 2025, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, NR-T
- ⁵⁶ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 1. HJ 2025, Mo-Fr, 12.30-13:00 Uhr, MA-%
- ⁵⁷ Mediapulse Radio Data (Evogenius Reporting), Deutsche Schweiz, Personen 15+, Radio SRF 1, Radio SRF 4 News, Radio SRF Musikwelle, 1. HJ 2025, Mo-Fr, 18:00-18:45 Uhr, MA-%