

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.