



SRF

CHALLENGE MEDIENWANDEL@SRF

QUALITÄTSMEDIEN VOR DEM ENDE?

NUR WER SICH WANDELT, ÜBERLEBT

31. AUGUST 2022 | NATHALIE WAPPLER | DIREKTORIN SRF



TV SRF KLARER MARKTFÜHRER

FAST 42 PROZENT MARKTANTEIL

ZUR PRIMETIME

«TAGESSCHAU» MIT BIS ZU
1,23 MIO ZUSCHAUER:INNEN



SRF

!Stock/Francesco Corticchia

HOHE REICHWEITEN FÜR RADIO SRF

2,3 MILLIONEN

TÄGLICHE HÖRER:INNEN

60 PROZENT MARKTANTEIL

ZUR MORGENPRIMETIME

SRF



RÜCKGANG

WERBEEINNAHMEN

DIGITALISIERUNG

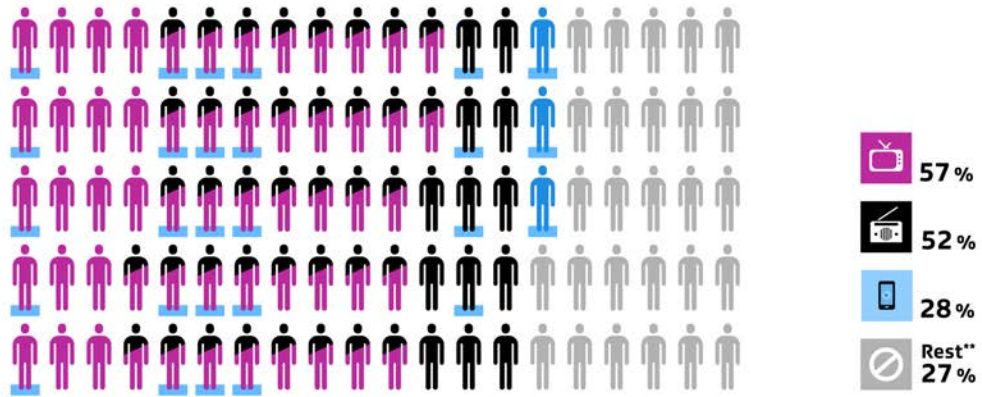
GEBÜHRENPLAFONIERUNG

VERÄNDERTE MEDIENNUTZUNG

SRF



SRF IST FÜR ÜBER 25 PROZENT DER MENSCHEN IN DER DEUTSCHSCHWEIZ NICHT GENÜGENDE RELEVANT



SRF Quelle: Soft-KPIs-Studie 2019 | Basis: Deutschschweizer*innen zwischen 15 und 79 Jahren mind. mehrfach wöchentliche Nutzung (n = 1'509); TV ohne Meteo; ** max. Kanal zählt: z.B. der am häufigsten genutzte Radiosender

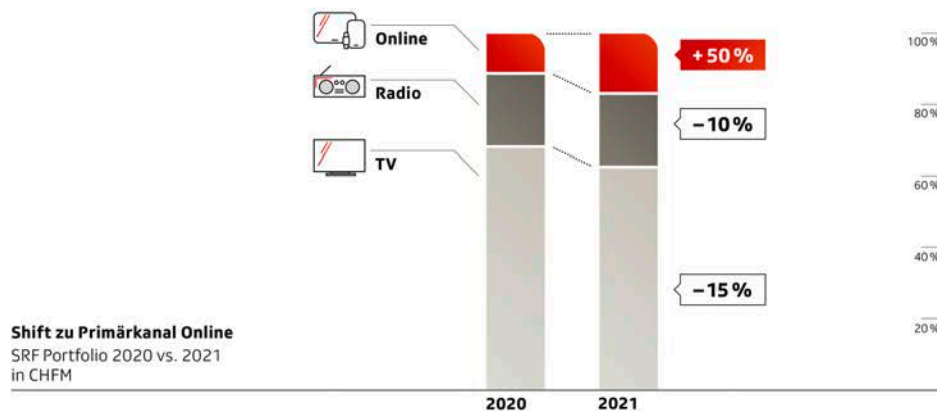
FRÜHER: HOHE SICHTBARKEIT DURCH DIREKTE ÜBERMITTLUNG



HEUTE: AGGREGATOREN ERSCHWEREN AUFFINDBARKEIT UND SICHTBARKEIT



MEHR ANGEBOTE FÜR ONLINE LINEARES ANGEBOT BLEIBT WICHTIG



NEUE ANGEBOTE BEI SRF

<p>Information</p>	<p>Wissen & Orientierung</p>	<p>Gesellschaft & Kultur</p>	<p>Unterhaltung</p>
<p>Sport</p>	<p>Fiktion (Hörspiele)</p>		
<p>Musik</p>			

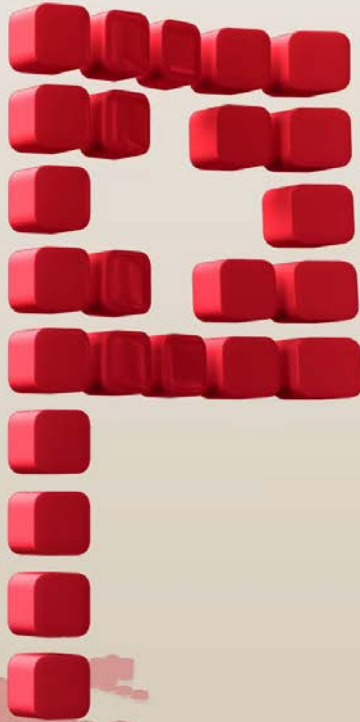
WEITERENTWICKELTE NEWS APP

MEHR SICHTBARKEIT FÜR AUDIO UND VIDEO

NEBEN NEWS AUCH GESELLSCHAFTLICHE THEMEN



SRF



WEITERENTWICKELTE NEWS APP

MEHR SICHTBARKEIT
FÜR AUDIO UND VIDEO

NEBEN NEWS AUCH
GESELLSCHAFTLICHE
THEMEN

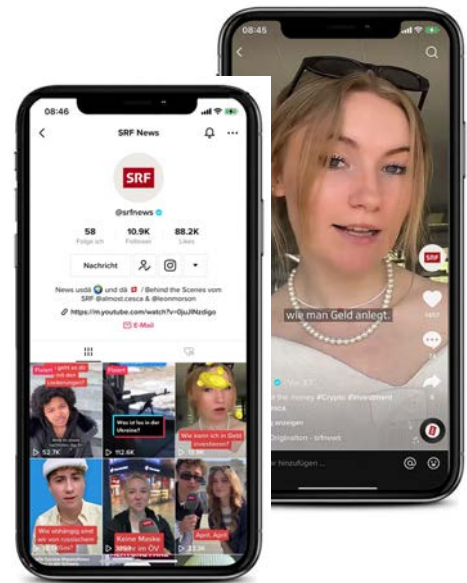
SRF



SRF NEWS BEI TIKTOK

ZIELGRUPPE:
13- BIS 17-JÄHRIGE

BIS ZU
750'000 VIDEOSTARTS

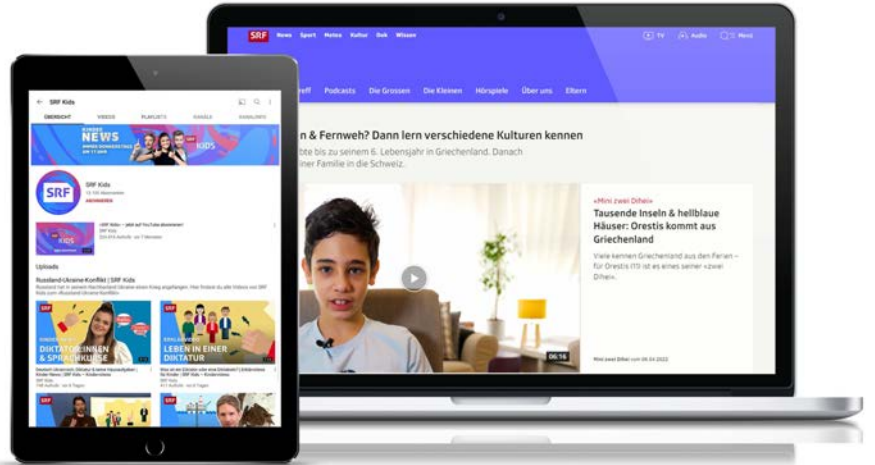


64 PROZENT DER NUTZER:INNEN
SIND UNTER 35 JAHRE ALT

FOKUS AUF KINDER MIT «SRF KIDS»

«KINDER-NEWS»
ZUR UKRAINE

200'000
VIDEOSTARTS



«WE, MYSELF, AND WHY»

ABONNENTINNEN V.A. ZWISCHEN

18 UND 35 JAHRE ALT



**SRG-Konzession
Art. 11: Innovation**

«Die SRG entwickelt laufend neue eigene publizistische Angebote mit einem hohen gestalterischen Innovationsgrad. Dabei nutzt sie die Kommunikationsmöglichkeiten neuer Technologien.»

SRF

**SRG-Konzession
Art. 13: Angebote für junge Menschen**

«Die SRG stellt Angebote bereit, die auf die Lebenswirklichkeit und die Interessen junger Menschen ausgerichtet sind. [...]

Inhalte, Formate und Technik der Angebote werden so aufbereitet und verbreitet, wie es den Nutzungsgewohnheiten der jungen Zielgruppen entspricht.»

SRF

SRF

