

Transformation der SRG – eine kontinuierliche (Weiter-)Entwicklung

Nicolas Pernet, Stv. Generaldirektor SRG SSR, Direktor Angebot SRG SSR

Inhalt

(1) Ausgangslage: Der perfekte Sturm

(2) Relevanz und Publikumsorientierung als einzige Konstante

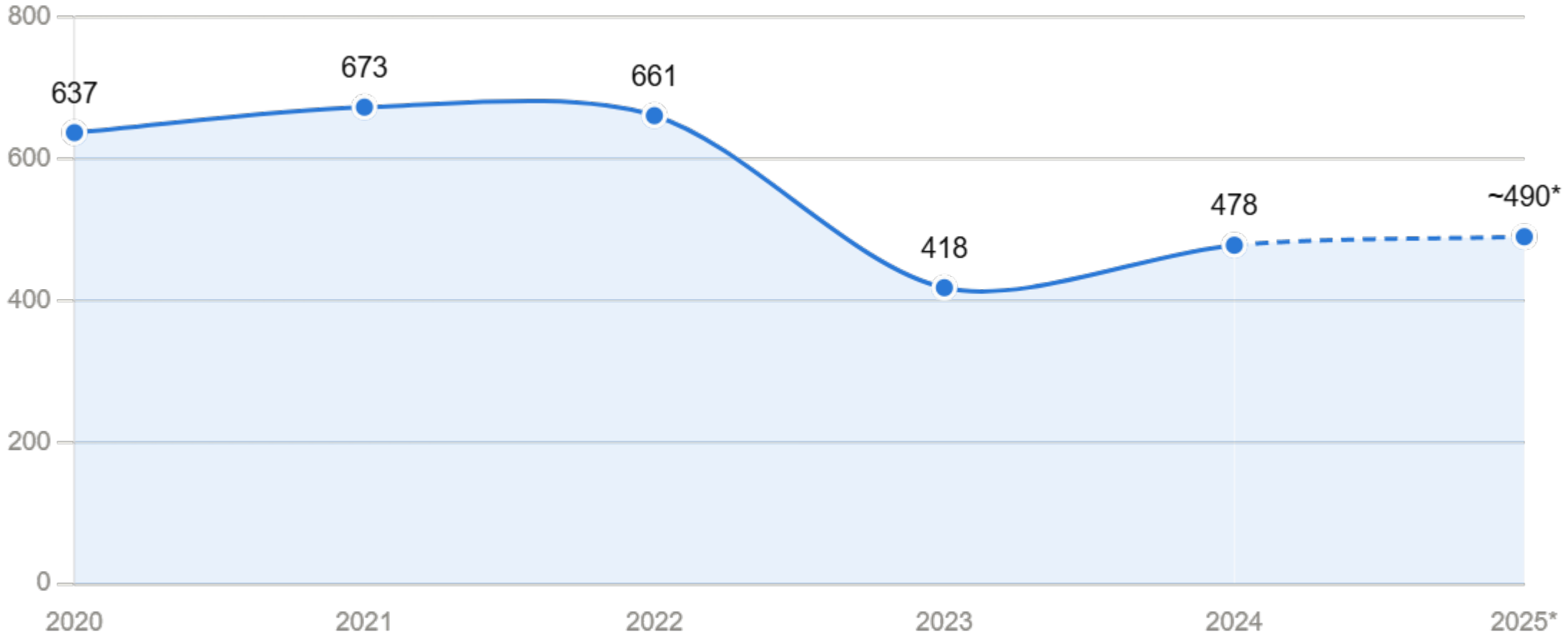
(3) Fazit



- Der perfekte Sturm -

1. Veränderte Mediennutzung
2. Sinkende Werbemarkterlöse
3. Hyperglobalisierung
4. Implosion der Wertschöpfungskette
5. Gesellschaftlicher und politischer Wandel
6. Gewachsene Strukturen und Prozesse

Content-Explosion: US Serienbestellungen, geskriptet, pro Jahr



Quelle: Ampere Analysis. *2025 Prognose (488–493). 2020–23 und 2024–25 aus unterschiedlichen Veröffentlichungen.

…und wie bleibt man in diesem perfekten Sturm relevant?

1

Angebots-portfolio
strategisch entwickeln

2

Nicht einzelne Kanäle steuern – sondern als
Ökosystem
denken

3

Differenzierung über
Schweizer
Inhalte

4

Weniger Komplexität und mehr interne
Synergien

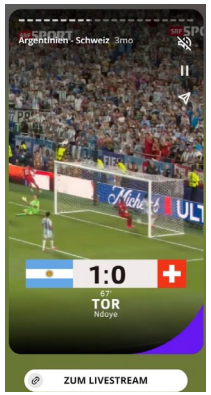
Unser Ökosystem – Maximieren der Reichweite und des generellen Werts des Angebots.



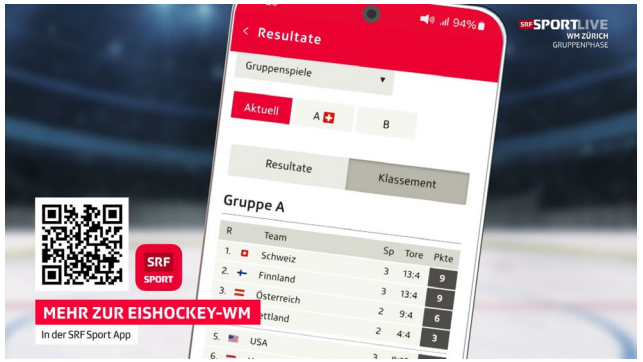
- Im Ökosystem statt in reiner Kanallogik denken
- Der «richtige» Inhalt
- Auf dem «richtigen» Kanal
- Zum «richtigen» Zeitpunkt
- Für die «richtige» Zielgruppe

Unser Ökosystem – Maximieren der Reichweite und des generellen Werts des Angebots.

Google Stories
(Bei Tor der Schweiz, 1:1 live)



Lineares TV & Radio
(Live als starker Treiber, auch für Cross-Kommunikation)

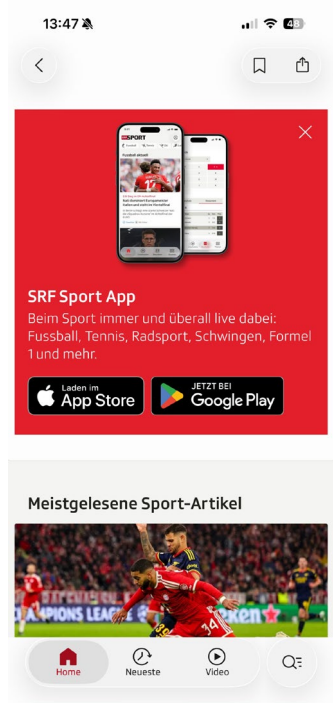


Top 1: Schweiz – Argentinien: 1.585 Mio.



Drittplattformen

News App
(News als Motor für den User Journey)



Sport App & Web

WM-Tippspiel



Pflegen heisst auch das Lineare gut einbetten und lange stark halten

SRF bi de Lüt - Hüttengeschichten



Lineare Performance Staffel 15 – Folgen 1 bis 3

Folge	Ausstrahlungs-datum	Rating (OV+7)	Marktanteil (OV+7)
1	18.09.2026	494'000	39.9%
2	25.09.2026	500'000	40.9%
3	02.10.2026	461'000	36.5%

Top 3 Folgen der linearen Formate bisher im Jahr 2026

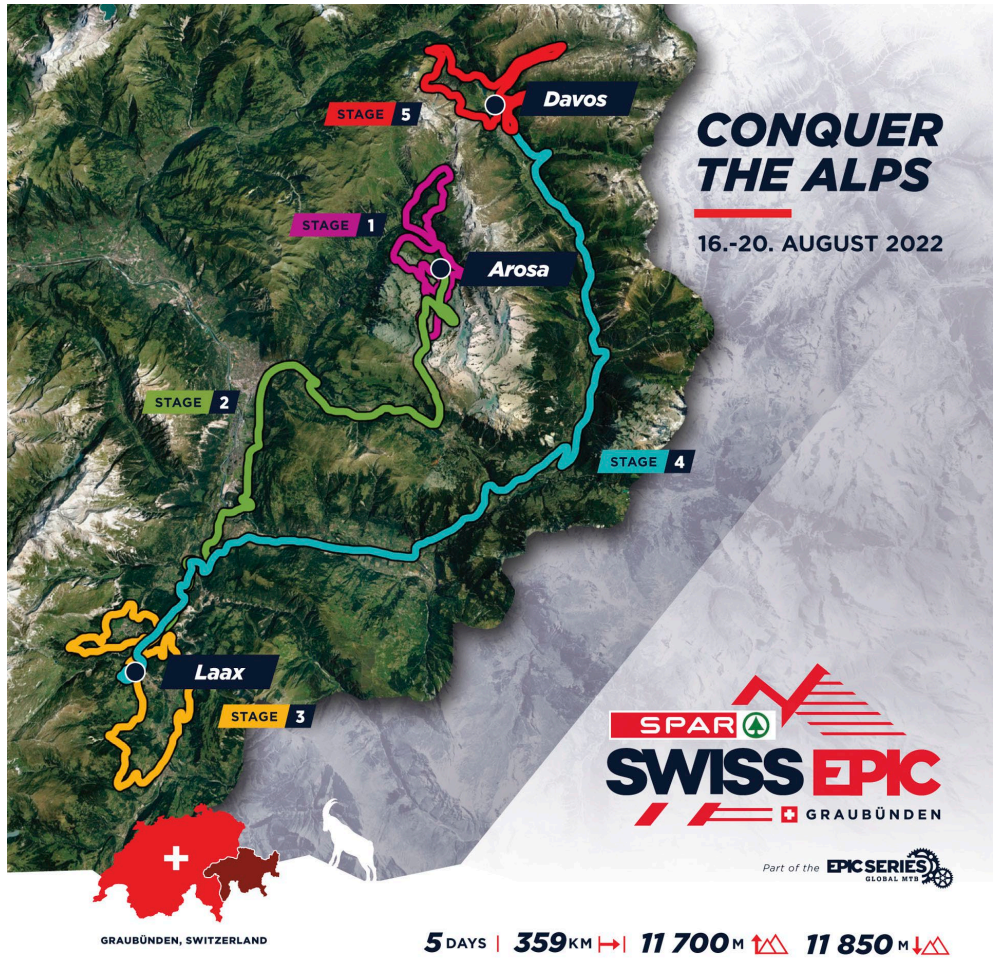






Top 3	Ausstrahlungs-datum	Format	Rating (OV+7)	Marktanteil (OV+7)
1	01.01.2026	Schweizer Auswanderer - Ecuador, Kanada, Sizilien - Das Update 2025	659'000	35.0%
2	11.04.2026	Happy Day: Überraschen, lachen, glücklich machen	648'000	46.2%
3	09.01.2026	Schweizer Auswanderer - Costa Rica, Frankreich, Colorado I Folge 2	645'000	41.5%

Neue Zielgruppen muss nicht immer im «grossen» gedacht werden. Das Beispiel «Swiss Epic» - 5 Etappen / Arosa – Laax - Davos



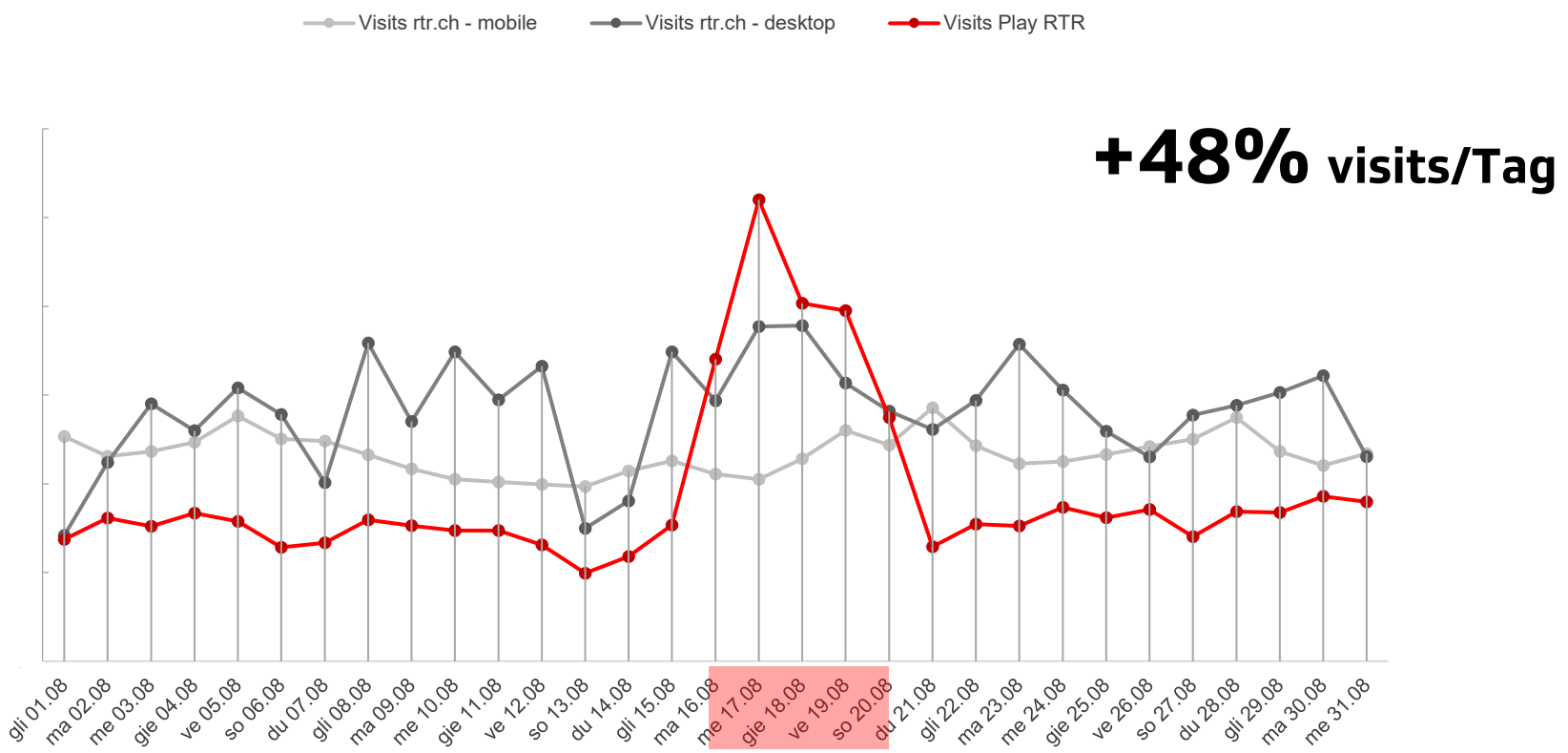
5 Tage

359 Km Strecke

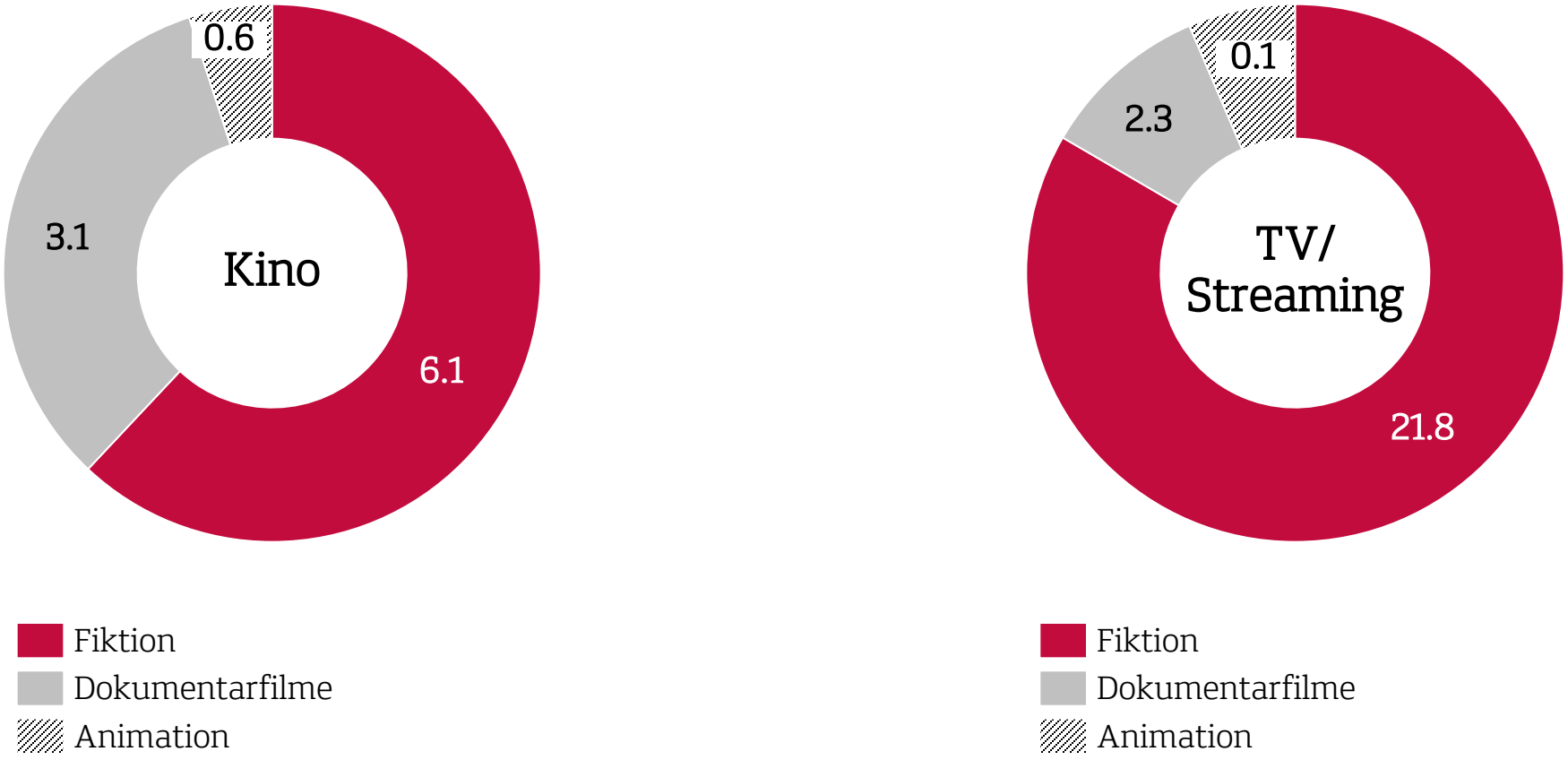
11’700 Höhenmeter

11’850 Tiefenmeter

Was hat es RTR gebracht?



Differenzierung durch Schweizer Inhalte: Pacte de l’audiovisuel – Investitionen 2025 in die Schweizer Filmbranche, in Mio. CHF



Quelle: SRG SSR, 2025

Swissness zahlt sich aus



Durchschnittliche lineare Performance «Davos 1917» – 6 Folgen

Ø Rating (OV+7)	ØMarktanteil (OV+7)
538'000	33.3%

Fazit

- **Schweizer Inhalte** als Differenzierung im internationalen Wettbewerb.
- **Strategische Steuerung** des Angebots für den grössten Mehrwert fürs Publikum.
- **Innovation** bei Plattformen und Formaten, um neue Zielgruppen zu erreichen.
- **Kein Denken in «alt» und «neu»**: Bestehendes stärken, Neuem Raum geben.
- **Starker Partner** für den Schweizer Werbemarkt, auch in Zukunft.