



Schweizer Radio
und Fernsehen

Unternehmenskommunikation

Fernsehstrasse 1-4
8052 Zürich

Telefon +41 44 305 55 00
Fax +41 44 305 55 04
E-Mail unternehmenskommunikation@srf.ch
Internet www.medienportal.srf.ch
Datum 28. November 2012

SRF lanciert neue Markenwelt und erneuert Web-Auftritt srf.ch

Nach der inhaltlichen und strukturellen Zusammenführung setzt Schweizer Radio und Fernsehen die Medienkonvergenz auch formal um: Ab dem 16. Dezember zeigt sich das gesamte Angebot klar unter dem Dach von SRF. Lanciert werden zum einen die neuen Kanalmarken von Radio und Fernsehen; sie sind konsequent an die Dachmarke angebunden und bringen zugleich die unterschiedlichen Programmprofile zum Ausdruck. Zum andern geht der erneuerte Web-Auftritt srf.ch online, er löst die bisher getrennten Radio- und TV-Websites ab. srf.ch trägt den veränderten Publikumsbedürfnissen Rechnung mit verstärktem Fokus auf Audio- und Videoinhalte, erleichterten thematischen Zugängen, viel Service sowie Bezug zu Social Media.

Zeichen der Gemeinsamkeit

Die Medienwelt wandelt sich rasant: Immer mehr Angebote konkurrieren um die Aufmerksamkeit des Publikums, und das Publikum nutzt Medien zunehmend nach individuellen Vorlieben, mobil und zeitunabhängig. Daher ist es für SRF wichtig, auf allen Vektoren und Kanälen als starke Marke, als medialer Leuchtturm, erkennbar zu sein.

Hansruedi Schoch, Leiter Abteilung Programme: «Mit der durchgehenden Anbindung all unserer Angebote an die Unternehmensmarke setzen wir ein starkes Zeichen der Gemeinsamkeit. In einer Medienlandschaft, die in hohem Mass von Wandel geprägt ist, bietet die Marke SRF dem Publikum Orientierung und Heimat zugleich – sei es in Radio, TV oder online.»

Das neue Branding sichert die Wahrnehmung des Gesamtangebots «aus einer Hand», nimmt aber zugleich stark verankerte bisherige Markenelemente wieder auf, sichert die notwendige Unterscheidbarkeit zwischen Radio- und Fernsehmarken und wird der Eigenständigkeit der verschiedenen Programmprofile gerecht: Die einzelnen Marken, insbesondere jene der Radios, zeichnen sich durch eine jeweils eigene Identität aus, die Logos weisen unterschiedliche Farben und eine individuelle Emotionalität auf.

In der Nacht vom 15. auf den 16. Dezember 2012 setzt SRF das Rebranding auf allen Kanälen um; ab dem 16. Dezember wird das Publikum also den neuen Markennamen und Logos begegnen.

Die neuen Markennamen und Logos im Überblick:

Radio SRF 1
Radio SRF 2 Kultur
Radio SRF 3
Radio SRF 4 News
Radio SRF Virus
Radio SRF Musikwelle

SRF 1
SRF zwei
SRF info

Erleichterter Online-Zugang

Ebenfalls per 16. Dezember geht SRF mit einem komplett überarbeiteten Web-Auftritt online: srf.ch bündelt die Online-Inhalte von Radio und Fernsehen unter einer gemeinsamen Adresse. Somit werden auch alle multimedialen Angebote von SRF konsequent an die Dachmarke gebunden. Damit sich die Nutzerinnen und Nutzer möglichst schnell auf den neuen Seiten zurechtfinden, werden sie von den bisherigen Radio- und TV-Adressen (drs.ch und sf.tv) direkt auf srf.ch umgeleitet.

Der neue Web-Auftritt von SRF verstärkt den Fokus auf Audio und Video. Die Startseite bietet einen Überblick über die wichtigsten, aktuellsten multimedialen Inhalte sowie Service-Informationen zu Wetter und Verkehr auf einen Klick. Die Themenrubriken News, Sport, Kultur, Unterhaltung, Konsum, Gesundheit, Wissen & Digital erleichtern den Zugang nach individuellen Interessen, ebenso die Einstiegsseiten der sechs Radiokanäle. Die Übersichtsseiten sind nach journalistischen Kriterien zusammengestellt. Alternativ lassen sich über die Ansicht «Social View» Themen anzeigen, die besonders oft abgerufen oder kommentiert wurden. srf.ch bindet zudem interaktive Elemente wie Twitter-Meldungen und spezielle Erklärgrafiken gezielt ein.

Hansruedi Schoch, Leiter Abteilung Programme: «srf.ch spiegelt die veränderten Publikumsbedürfnisse und den sich entwickelnden, konvergenten Journalismus bei SRF. Wir nutzten die Zusammenführung der Radio- und TV-Seiten, um das gesamte multimediale Angebot zu überprüfen und uns als Broadcaster auch online zeitgemäss zu positionieren. Unser Web-Auftritt ist allerdings ein dynamisches Angebot, das sich kontinuierlich weiterentwickeln und auch Raum für Experimentelles und Unerwartetes bieten soll.»

Eine Abbildung der neuen Radio- und TV-Logos von SRF steht im Medienportal zum Download bereit.