

## Abschlussbericht des BAKOM-Projekts

# Programmqualität in der Bewertung des Publikums

Qualitätsmonitoring der privaten und öffentlichen Veranstalter von Radio und TV-Programmen aus der Publikumperspektive

## Erhebung 2014

### **Dr. Benjamin Fretwurst**

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich  
Andreastrasse 15  
CH – 8050 Zürich  
b.fretwurst@ipmz.uzh.ch  
Tel: 044–634 45 89

### **Prof. Dr. Heinz Bonfadelli**

IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich  
Andreastrasse 15  
CH – 8050 Zürich  
h.bonfadelli@ipmz.uzh.ch  
Tel: 044–634 46 64

**Zürich 2015**

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Management Summary</b> .....	<b>3</b>
1.1	Zusammenfassung .....	3
1.2	Grafischer Überblick .....	4
<b>2</b>	<b>Qualität aus der Sicht des Medienpublikums</b> .....	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Forschungsstand zu den Dimensionen der Medienqualität</b> .....	<b>7</b>
3.1	Qualitätsnormen in der Bewertung durch das Publikum .....	7
3.2	Internetangebote.....	10
<b>4</b>	<b>Die Erhebungsmethode</b> .....	<b>11</b>
4.1	Eckdaten .....	11
4.2	Stichprobe und Gewichtung .....	11
<b>5</b>	<b>Medienbesitz und Nutzung</b> .....	<b>13</b>
5.1	Medienausstattung der Haushalte .....	13
5.2	Mediennutzung.....	13
<b>6</b>	<b>Zufriedenheit mit dem Medienangebot</b> .....	<b>15</b>
6.1	Bewertung der Qualitätskriterien für die Fernsehangebote .....	15
6.1.1	<i>Bewertung der SRG-TV-Sender</i> .....	15
6.1.2	<i>Bewertung der Regionalfernsehanbieter</i> .....	18
6.2	Bewertung der Qualitätskriterien für die Radioangebote .....	20
6.2.1	<i>Bewertung der Radiosender der SRG</i> .....	20
6.2.2	<i>Bewertung der privaten Lokalradiosender</i> .....	22
<b>7</b>	<b>Bewertungen nach Versorgungsgebieten</b> .....	<b>24</b>
7.1	Bewertung der Regionalfernsehsender nach TV-Versorgungsgebieten.....	24
7.2	Bewertung der Lokalradiosender nach UKW-Versorgungsgebieten .....	26
<b>8</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>29</b>
<b>9</b>	<b>Anhang Tabellen</b> .....	<b>31</b>
9.1	Nutzungshäufigkeiten der Lokalradiosender nach Versorgungsgebieten .....	31
9.2	Nutzungshäufigkeiten der Regional-TV-Sender nach Versorgungsgebieten .....	33
<b>10</b>	<b>Der Fragebogen</b> .....	<b>35</b>
<b>11</b>	<b>Literatur</b> .....	<b>43</b>

# 1 Management Summary

## 1.1 Zusammenfassung

Mit diesem Bericht werden die Ergebnisse der kontinuierlichen Befragung zur Qualität der Schweizer Rundfunkangebote im Jahr 2014 veröffentlicht. Im Vergleich über alle Qualitätsbewertungen der öffentlichen und privaten Radio- und TV-Programme schneiden die Radioprogramme der SRG SSR knapp am besten ab (3.9)<sup>1</sup>. Im Gesamtdurchschnitt knapp dahinter werden die TV-Sender der SRG und die privaten Lokalradiosender gleich gut bewertet (3.7). Im Durchschnitt schneiden die privaten Regional-TV-Programme auch noch über dem Skalenmittel von 3, aber im Vergleich am schlechtesten ab (3.5). Neben den einzelnen Qualitätsdimensionen wurden die Befragten gebeten, ganz generell einzustufen, wie zufrieden sie mit den von ihnen am häufigsten genutzten Rundfunkanbietern sind. Die generelle Zufriedenheit liegt nur bei den Regional-TV-Anbietern nicht über dem Durchschnitt aller Qualitätskriterien. Die Rezipienten sehen Schwächen in Bezug auf einzelne Qualitätskriterien, wie zum Beispiel dem Informationsgehalt, sind aber generell zufrieden, weil sie die Medien gezielt nutzen, zum Beispiel primär um sich unterhalten zu lassen.

Die Stärken der **SRG-TV-Programme** liegen aus der Sicht des Fernsehpublikums in der «Glaubwürdigkeit» (4.1) und der «Professionalität» der Medienschaffenden und ihrer Beiträge sowie im «Informationsgehalt» (4.0). Der niedrige Stellenwert des Lokalen (3.2) folgt aus der Konzession. Die Schweizer privaten **Regional-TV-Sender** werden in den Kategorien «Lokalbezug» und «Glaubwürdigkeit» am besten bewertet (3.9). Die Befragten erkennen in den Programmausrichtungen der Regionalsender den im Auftrag festgelegten Fokus auf die lokale und regionale Berichterstattung. In den Qualitätsdimensionen «Ausgewogenheit» (3.4), «Informationsgehalt» (3.5) und «Professionalität» (3.5) werden die TV-Sender der SRG signifikant besser bewertet als die privaten Sender. Der Unterhaltungswert der privaten TV-Sender hat den niedrigsten Qualitätsindex aller Bewertungen.

In qualitativer Hinsicht schneidet das **SRG-Radioprogramm** bezüglich «Professionalität» (4.2) im Vergleich aller Qualitätsdimensionen und Mediengruppen am besten ab. Die hohe «Glaubwürdigkeit» (4.1) ist eine institutionelle Eigenschaft, die für die Radio- und TV-Sender der SRG gleich und gleichermaßen hoch eingestuft wird. Entsprechend der Konzession schneiden die **lokalen Radiosender** im «Lokalbezug» besser ab, als die SRG-Sender, wobei eher erstaunt, dass dieser Unterschied nicht noch grösser ist. In allen übrigen Kategorien wurden die privaten Radiosender schlechter bewertet als die Radioprogramme der SRG.

Als **Fazit** lässt sich eine differenzierte Programmbewertung durch das Publikum sowohl der öffentlichen als auch der privaten Lokalrundfunkanbieter in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz erkennen. Das Qualitätsmonitoring zeigt, dass die Schweizer Bevölkerung mit dem zufrieden ist, was sie sich an Rundfunkmedien aussuchen können. Zwar wird generell kritisch auf das gesamte Medienangebot geschaut, aber der grösste Teil der Befragten findet aus dem Angebot einen Sender mit dem er dann recht zufrieden ist.

Die Befunde des **Qualitätsmonitoring der Schweizer Radio- und TV-Programme** basieren auf einer repräsentativen Telefonbefragung im Herbst 2014 mit 3'604 Personen ab 15 Jahren in 19 Kommunikationsräumen der Schweiz. Die Studie wurde vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM in Auftrag gegeben.

---

<sup>1</sup> In Klammern sind Durchschnitte angegeben, die sich jeweils auf eine Fünferskala beziehen z.B. von 1=unzufrieden bis 5=zufrieden.

## 1.2 Grafischer Überblick

Die beiden Diagramme auf dieser Seite fassen die Bewertungen der Programme auf den erhobenen Qualitätsdimensionen zusammen. Um die Werte einfacher vergleichen zu können, sind sie im ersten Diagramm nach den Programmanbietern und im zweiten Diagramm nach den Qualitätsnormen angeordnet. Angegeben sind jeweils die Mittelwerte der Antworten auf 5er-Skalen, wobei 1 geringe Qualität und 5 höchste Qualität bedeuten. Die Sender der SRG sind rot und die der privaten Anbieter blau. Die TV-Sender sind voll ausgefüllt und die Radiosender schraffiert.

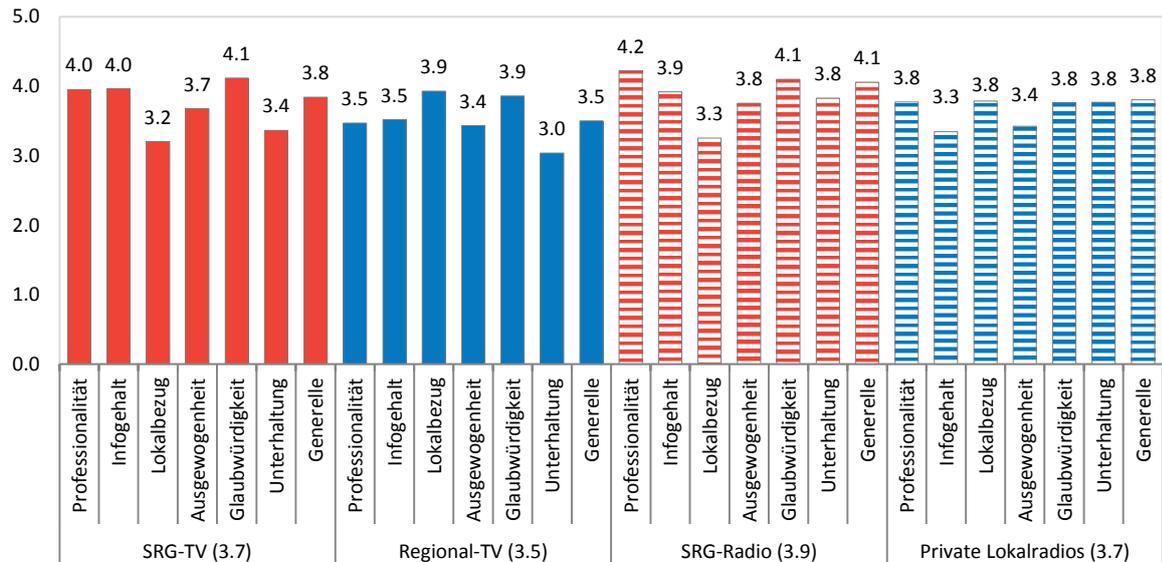


Abbildung 1: Mittelwerte der Qualitätskriterien nach Anbietern

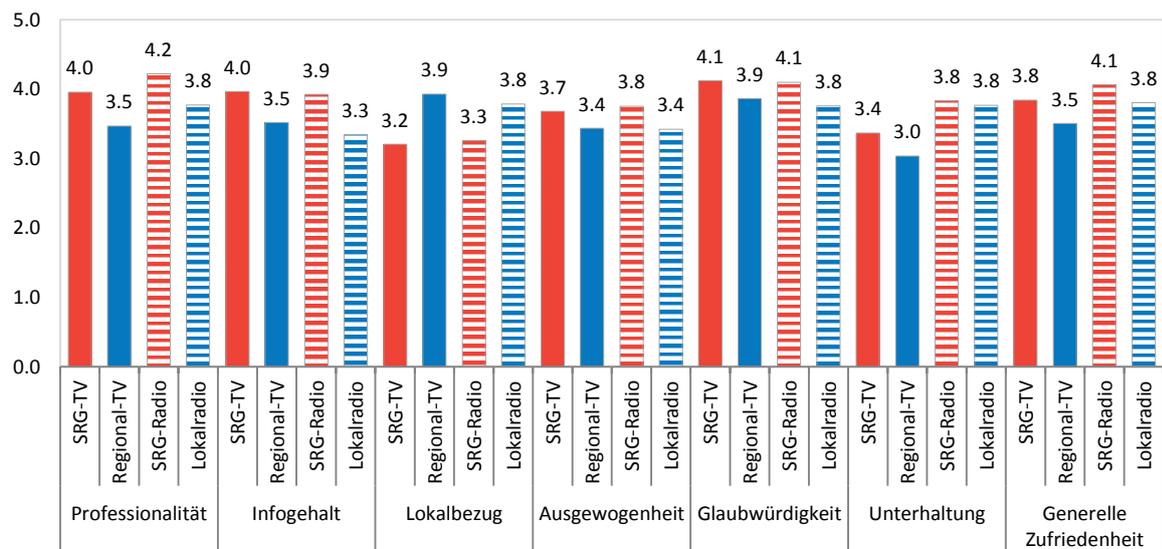


Abbildung 2: Mittelwerte der Qualitätskriterien nach Qualitätsdimensionen

## 2 Qualität aus der Sicht des Medienpublikums

Qualität ist eine Eigenschaft von Medieninhalten, die für ein Publikum hergestellt werden. Für die Bestimmung von Medienqualität ist nicht nur der Gegenstand der Untersuchung, sondern auch die Perspektive entscheidend aus der bzw. für die Qualität untersucht wird – also das Publikum. Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) hat 2008 als langfristig angelegtes Schwerpunktthema der Medienforschung «die kontinuierliche Analyse der Radio- und Fernsehprogramme der SRG SSR sowie der konzessionierten privaten Radio- und Fernsehveranstalter, die Analyse des Online-Angebots der SRG wie auch eine Publikumsbefragung» festgelegt (BAKOM 2012). Der Forschungsauftrag leitet sich aus dem Bundesgesetz über Radio und Fernsehen (RTVG) vom 24. März 2006 ab. Dort ist in Kapitel vier zur Medienforschung im Artikel 77 festgehalten, der besagt, dass «Forschungsprojekte im Bereich von Radio und Fernsehen aus der Konzessionsabgabe unterstützt werden» (Art. 77 des RTVG). Die vom BAKOM finanzierten Forschungsprojekte untersuchen die Qualität des Outputs der Rundfunkmedien anhand von Inhaltsanalysen und durch jährliche Repräsentativbefragungen der Schweizer Zuschauer/innen und Zuhörer/innen. Der vorliegende Bericht stellt die Ergebnisse dieser Publikumsbefragung vor.

Die normative Relevanz der Qualitätsbewertung durch das Publikum geht auch auf die Konzessionen der Rundfunksender zurück. Trebbe und Woelke weisen 2010 auf die weiter entwickelte Konzession der SRG Radio- und Fernsehprogramme hin. Neben den Qualitätsvorgaben der einzelnen Programmbereiche in Absatz 1 des Artikels 3 wird dort in Absatz 2 die Akzeptanz bei verschiedenen Zielpublika vorgegeben:

### Art. 3 Programmqualität

<sup>1</sup> Das Programmschaffen der SRG hat hohen qualitativen und ethischen Anforderungen zu genügen. Die einzelnen Programmbereiche orientieren sich am Programmauftrag und zeichnen sich durch Glaubwürdigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und journalistische Professionalität aus. Die SRG stellt die Unverwechselbarkeit ihrer Programme sicher und unterscheidet sich damit von kommerziell ausgerichteten Veranstaltern.

<sup>2</sup> Die SRG strebt eine hohe Akzeptanz bei den verschiedenen Zielpublika an. Sie bemisst die Akzeptanz nicht in erster Linie in Marktanteilen.

Konzession für die SRG SSR idée suisse  
vom 28. November 2007 (Stand 28. November 2009)

Die in Absatz 2 angesprochene Akzeptanz wurde in der vorliegenden Studie indirekt und direkt gemessen. Indirekt wurde aus der Zuwendung zu den Programmen geschlossen, in welchem Umfang die Angebote akzeptiert werden. In der Konzession ist allerdings eindeutig vorgegeben, dass sich die Akzeptanz «nicht in erster Linie in Marktanteilen» bemisst (Konzession für die SRG Art. 3, Absatz 2, Satz 2). Daraus ergibt sich zwingend die Befragung des Publikums. Die Referenz auf «verschiedene Zielpublika» zielt darauf ab, dass nicht von einem einheitlichen Publikum ausgegangen wird, sondern ein heterogenes Publikum mit unterschiedlichen Bedürfnissen angesprochen werden soll. Insgesamt werden in der Konzession

keine Einschränkungen bezüglich des Publikums formuliert. Daraus wird für die vorliegende Studie abgeleitet, dass die gesamte Schweizer Bevölkerung befragt werden muss. Der Artikel 3 zur Programmqualität ist als Einheit zu sehen. Daraus lässt sich ableiten, dass die in Absatz 2 aufgeführten Aspekte der Programmqualität die Akzeptanz steigern sollen. Das sind insbesondere «Glaubwürdigkeit», «Verantwortungsbewusstsein», «Relevanz» und «journalistische Professionalität».

In der öffentlichen Ausschreibung zur Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag sind die Ziele für private Veranstalter formuliert:

## 2. Ziel

Der verfassungsrechtliche Leistungsauftrag gemäss Artikel 93 Absatz 2 der Bundesverfassung vom 12. Dezember 1998 (BV)<sup>4</sup> fordert ein Rundfunksystem, das zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung sowie zur Unterhaltung beiträgt. Dabei sollen die Eigenheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone berücksichtigt werden. Radio und Fernsehen haben schliesslich die Ereignisse sachgerecht darzustellen und die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck zu bringen.

Die Umsetzung dieses verfassungsrechtlichen Leistungsauftrages erfolgt auf zwei Ebenen. Die SRG soll den Service public auf nationaler bzw. sprachregionaler Ebene sicherstellen. Demgegenüber soll der Service public auf lokaler Ebene durch private Veranstalter gewährleistet werden.

Radio und Fernsehen  
Öffentliche Ausschreibung:  
Erteilung von Konzessionen mit Leistungsauftrag  
vom 4. September 2007

Der Anspruch der «sachgerechten» Darstellung entspricht der «Glaubwürdigkeit» der Informationen und «Relevanz» der Informationen des lokal-regionalen Raums. Die Vielfalt der Ansichten soll auch auf lokal-regionaler Ebene vermittelt werden. Konkretisiert wird diese Forderung durch den Anspruch der «Angemessenheit». Als Qualitätsmerkmal journalistischer Berichterstattung entspricht dies dem Kriterium der «Ausgewogenheit». Diese Qualitätsansprüche lassen sich in der Forderung nach Professionalität zusammenfassen, die laut Konzessionsausschreibung durch Aus- und Weiterbildung der Programmschaffenden sichergestellt werden sollen. Im zweiten Absatz der Zielformulierung werden zwei Ebenen der regionalen und überregionalen Berichterstattung aufgemacht. Auf der ersten Ebene soll die SRG den Service Public auf nationaler und auf sprachregionaler Ebene gewährleisten und auf der zweiten, lokalen Ebene die privaten Veranstalter. Aus diesem Auftrag leiten wir den besonderen Qualitätsanspruch gegenüber privaten Veranstaltern ab, über das lokale und regionale Geschehen zu informieren.

Die SRG muss natürlich auch über *lokales Geschehen* von sprachregionaler und nationaler Relevanz berichten. Die privaten Veranstalter berichten darüber hinaus auch über Ereignisse und Diskurse *ohne* überregionale Relevanz. Es ist zu klären, ob das Publikum seinen Bedarf an lokaler und regionaler Berichterstattung gedeckt sieht, wenn in Programmen der SRG lokale Ereignisse mit überregionaler Relevanz einfließen. Aus diesem Grund wurden die Befragten auch gebeten, die lokale und regionale Berichterstattung der SRG zu bewerten.

### 3 Forschungsstand zu den Dimensionen der Medienqualität

In der relevanten kommunikationswissenschaftlichen Forschung zum Thema der Medienqualität bzw. Medienleistung werden analog zur Ausschreibung des BAKOM Kriterien der Medienqualität wie Vielfalt, Relevanz oder Professionalität herausgestrichen, welche inhaltsanalytisch zu definieren und zu messen sind (dazu ausführlicher Fretwurst/Bonfadelli 2012). Schon lange wird in der Literatur darauf hingewiesen, dass bei der Qualitätsanalyse das Medienpublikum bzw. die **Mediennutzer als relevante Anspruchsgruppe** zu berücksichtigen sind (vgl. Westerståhl 1983, Schatz/Schulz 1992 oder von McQuail 1992). Daraus folgt, dass eine umfassende Beurteilung von Medienqualität Informationen zur generellen Akzeptanz der jeweiligen Programme, zu den angebotsbezogenen Erwartungen sowie zur Wahrnehmung und Bewertung der inhaltsanalytisch gemessenen Qualitätsaspekte durch die Zuschauer bzw. Hörer zwingend voraussetzt.

#### 3.1 Qualitätsnormen in der Bewertung durch das Publikum

Im Folgenden sollen allgemeinverbindliche Qualitätsnormen vorgestellt werden, die es ermöglichen, Medienangebote zu bewerten. Aregger stellt 2014 heraus, dass Rundfunkfrequenzen vom Staat mit der Erwartung von Gegenleistungen vergeben werden, «die nicht einem kommerziellen Zweck dienen sollen, sondern vielmehr dem Allgemeinwohl, also allen Bürgerinnen und Bürgern eines Landes» (Aregger 2014: 5). Da Inhaltsanalysen allein die Qualität dieser Gegenleistungen nicht erfassen können, werden diejenigen befragt, die diese Allgemeinheit bilden. Die Kriterien der Qualitätsbewertung werden demokratietheoretisch abgeleitet und als normativ-rechtliche Perspektive auch für die Befragung des Publikums beibehalten. Das bedeutet, dass die Zuschauer/innen und Zuhörer/innen aufgefordert werden, ihre Programme anhand von Qualitätskriterien der normativen Perspektive, im Sinne des BAKOM, zu bewerten.<sup>2</sup> Lischer weist 2014 darauf hin, dass die Qualitätskriterien von McQuail und Schatz/Schulz nicht auf bestimmte Programmbereiche abzielen, sondern allgemeiner auf die Leistungen von Medien. Schaut man allerdings die verschiedenen angebotenen Programmbereiche an und setzt sie zu den gebräuchlichsten Qualitätskriterien in Beziehung, stellt man schnell fest, dass die wichtigsten Qualitätskriterien (Vielfalt, Ausgewogenheit, Objektivität, Professionalität) vor allem für die Beurteilung des Informationsangebots geeignet sind und weniger für die Evaluation von Unterhaltungsangeboten. Obwohl die Unterhaltungsangebote insgesamt den viel grösseren Umfang des Medienangebots ausmachen, ist die Fokussierung der Qualitätsnormen und -forschung auf Informationsangebote keine unzulässige Schiefelage. Das liegt daran, dass an die Medien Mindestanforderungen in Bezug auf die Qualität des Informationsangebotes gestellt werden. Wenn Informationen vielfältig, ausgewogen, professionell und mit der richtigen regionalen Relevanz medial weitergegeben werden, ist es aus dieser Perspektive der Medienqualität irrelevant, was die Medien den Rest des Tages anbieten. In der folgenden Analyse geht es daher darum, die Qualitätskriterien darauf hin zu prüfen, inwiefern sie im Sinne des Allgemeinwohls bzw. demokratietheoretischer Normen geeignet sind die geforderten Medienleistungen zu evaluieren.

---

<sup>2</sup> Die Qualitätsperspektive aus der Interessens-Perspektive des Publikums wird kommunikationswissenschaftlich mit dem Uses-and-Gratification-Ansatz untersucht. Dabei geht es um die Erwartungen (Gratifications Sought) gegenüber den Leistungen bzw. Qualitäten von Medieninhalten, die daraus resultierende Zuwendung und den erhaltenen Nutzen (Gratifications Obtained) der Rezipienten (vgl. Palmgreen 1984).

Einen Vorschlag zur Systematisierung der Ebenen von Qualität und damit auch einen Ausgangspunkt für die Herleitung von Kriterien im Kontext des vorliegenden Berichts liefert Hassebrink (1997). Er unterscheidet zunächst zwischen Urteiler-Perspektiven, Angebotsebenen und Rezipientenebenen, die allesamt bestimmen, welche Wertmassstäbe bei Urteilen über die Qualität angelegt werden müssen (siehe auch Bonfadelli 2002: 112f.). Rezipientenebenen können das Publikum allgemein, Nutzergruppen oder der einzelne Mediennutzer sein.

Auf der individuell-subjektiven Ebene kann das gesamte Programm bewertet werden. Die Schweizer Publikumsbefragungen der letzten 5 Jahre haben gezeigt, dass die Mediennutzer/innen die Informationsqualität, die «Unterhaltsamkeit» und das Programm insgesamt bewerten können. Die Erfordernisse, an deren Erfüllung die Qualität bzw. Eignung von Medienprodukten gemessen wird, sind über die individuell-subjektive Ebene hinaus auf der gesellschaftlichen Ebene angesiedelt. So bestimmt sich bei der Qualitätsbeurteilung massenmedialer Produkte das „massstabgebende ‚Bedürfnis‘ [...] nicht allein aus den vorfindlichen subjektiven Interessen der Individuen als privaten Konsumenten [...], sondern auch aus dem Bedarf, der sich aus der Verfassung ihres politischen Zusammenhangs als Bürger einer demokratischen Staatsordnung ableiten lässt“ (Weiss 1997: 186).

Der besondere normative Anspruch an das Informationsangebot bezieht sich im Wesentlichen auf das aktuelle, aber auch auf das historische und geplante Geschehen. Dazu gehören auch das menschliche Handeln sowie Meinungen und Äusserungen. Da die mediale Berichterstattung selektiv ist und sein muss, wird von ihr verlangt, dass sie objektiv bzw. unverzerrt selektiert. Dabei darf die bestehende Informations-Vielfalt nicht selektiv eingegrenzt werden. Die Unterschiede innerhalb der Vielfalt sollen in ihren Proportionen unverzerrt, also ausgewogen dargestellt werden. Die selektierten Informationen müssen darüber hinaus relevant sein, wobei sich die Relevanz auf ein Zielpublikum bezieht, das bei allgemeinen Medienangeboten nur räumlich definiert ist. Die Relevanz als Selektionskriterium führt zur Aktualitätsnorm, da allgemein bekannte Informationen keine Berichterstattungsnotwendigkeit mehr aufweisen. Fretwurst hat dies 2008 als Neuigkeitswert von Informationen bezeichnet, der im Prozess journalistischer Selektion über die Aktualität sichergestellt wird. Insofern stellt die Aktualität eine Relevanzordnung her.

Unabhängig von der Frage der Zuwendung bzw. der unverzerrten Selektion soll wahrheitsgetreu bzw. unverfälscht berichtet werden, was in dem Kriterium der Glaubwürdigkeit mündet. Eine weitere Qualität der Berichterstattung ist der Gehalt der Informationen. Bei diesem Konstrukt geht man davon aus, dass mehr oder weniger *informativ* über dasselbe Geschehen berichtet werden kann. Dieses Konstrukt hat mehrere Dimensionen. Zum einen kann allein die Fülle der Informationen zu einem Geschehen als mehr oder weniger informativ verstanden werden. Unabhängig davon kann die Komplexität der Informationen als «Informationsgehalt» betrachtet werden, wobei mit der Komplexität der «Informationsgehalt» steigen würde. Da es auch zu viele Informationen geben und etwas zu kompliziert werden kann, wäre es in beiden Fällen denkbar, dass Berichterstattung zu informativ ist. In der im Folgenden verwendeten Bedeutung wird der Begriff «informativ» in dem Sinne verstanden, dass der für den jeweiligen Rezipienten optimale Umfang und die optimale Komplexität erreicht werden, also nicht zu wenig und nicht zu viel an Informationen vermittelt wird. Das korrespondiert mit dem Alltagsverständnis des Wortes «informativ» und seiner positiven Konnotation.

Der weiteste normative Rahmen für journalistische Qualität wird von rechtlichen Vorgaben gebildet (bei Schatz/Schulz 1992 als Kriterium der «Rechtmässigkeit»). Die Konformität mit den Normen und Werten einer Gesellschaft kann aber auch enger als der rechtliche Rahmen sein. Es ist also nicht alles erwünscht, was erlaubt ist. Inwiefern sich Journalisten im

Rahmen des Rechts und der Normen und Werte einer Gesellschaft bewegen, wird mit dem Qualitätskriterium des Verantwortungsbewusstseins beschrieben. Verantwortungsbewusstsein umfasst also die Legalität journalistischen Handelns, soziale Verantwortung und den Respekt gegenüber der Würde des Menschen. Weischenberg unterscheidet 1998 die Institutionenethik, die Professionsethik und die Individualethik. Die Institutionenethik betrifft – neben den Vorgaben für das individuelle Handeln ihrer institutionell eingebundenen Journalisten – das gesamte Angebot einer Medieninstitution. Insofern spielt die Institutionenethik eine Rolle für übergeordnete Programmentscheidungen und damit den wesentlich umfangreicheren Unterhaltungsbereich. So entscheiden die Programmverantwortlichen zum Beispiel über die Ausstrahlung von gewalthaltigen Inhalten oder anderen potentiell problematischen Inhalten. Die journalistische Individualethik ist vor allem auf die Berichterstattung und Meinungsäußerung als Produkt des journalistischen Schaffens und damit im Wesentlichen auf die Verbreitung von Informationen bezogen. Fragen des Individualjournalistischen Verantwortungsbewusstseins entstehen am häufigsten im Spannungsfeld zwischen dem allgemeinen Interesse der Mediennutzer und der individuellen Informationshoheit. Neben der Verletzung der Menschenwürde im weitesten Sinne spielt die soziale Verantwortung für das Empfinden eines Verantwortungsbewusstseins eine Rolle. Diese soziale Verantwortung misst sich an der journalistischen Leistung den sozialen Frieden und Zusammenhalt zu fördern. Letztendlich kommt es also darauf an, inwieweit Rezipienten/innen den Inhalten eines Senders einerseits journalistische Verletzungen von Normen und andererseits soziale Verantwortung zuschreiben.

Neben den Qualitätskriterien mit klarem Bezug auf die Informationsangebote wird immer wieder die Akzeptanz beim Medienpublikum hervorgehoben, die wiederum häufig als Zuwendung im Sinne des absoluten oder zielgruppenspezifischen Marktanteils verstanden wird (vgl. Lischer 2014), aber darüber hinaus geht. Das rührt daher, dass die hohe Publikumsattraktivität eines Angebots zwar zu hohen Einschaltquoten führen kann, aber die Nutzer nicht zwangsläufig glücklich sind, wenn sie erfolgreich geködert wurden. In Anbetracht dessen wurde für die vorliegende Studie die Zufriedenheit mit dem Angebot der Rundfunksender und Tageszeitungen erfasst. Da häufig der hohe Umfang des Unterhaltungsangebots mit der Akzeptanz gleichgesetzt wird, wurde zusätzlich die Zufriedenheit mit der Unterhaltsamkeit der Programme erhoben.

Der **Kriterienkatalog**, der sich ausgehend von den vorhergehenden Ausführungen ableiten lässt, umfasst damit:

- Die Professionalität
- den Informationsgehalt
- die Vielfalt der Informationen
- die Ausgewogenheit von Informationen
- die Relevanz von Informationen in ihrem räumlichen Bezug
- die Aktualität von Informationen
- die Glaubwürdigkeit von Informationen
- das Verantwortungsbewusstsein der Journalisten und
- die Unterhaltsamkeit des Angebots und die
- die Zufriedenheit mit dem Programm insgesamt.

## 3.2 Internetangebote

Die Studie zu «Internet-Anwendungen und deren Nutzung in der Schweiz» von Latzer et al. (2012) stellt für die Schweiz eine starke Nutzung von Informations- und Bildungsangeboten fest. Das Internet ist also als Plattform für Informations- und Unterhaltungsangebote etabliert. Das World-Wide-Web (WWW) verbindet digitale Angebote mit verschiedensten technischen Empfangsgeräten, wie Computer, Smartphones, Tablets und immer stärker auch Fernsehgeräten (Smart TV). Anders als die klassischen Medien ist das Internet nicht anhand der Empfangsgeräte definiert. Als technisches Verbreitungsmedium kann es Inhalte von Tageszeitungen und Rundfunkanbietern genauso gut und besser transportieren als klassische Radios und Fernsehgeräte, da technisch kein Bruch zwischen den Medieninhalten entstehen muss, also zum Beispiel klassische Zeitungsangebote auch durch Bewegtbilder ergänzt werden können. Die Nutzung der Angebote hängt daher im Wesentlichen von den Vorlieben der Rezipienten ab. Sie entscheiden, ob und in welchen Situationen sie Radio lieber über klassische Radiogeräte oder Onlinemedien hören wollen und ob sie am Computer, dem Tablet oder ihrem TV-Gerät fernsehen möchten

Für die Fragen nach der Angebotsqualität und Akzeptanz klassischer Rundfunkangebote sind die Antworten inhaltlich zu suchen. Gerhards und Schäfer wiesen 2010 auf die strukturellen Unterschiede zwischen den klassischen Medien und dem Internet hin. Vor allem seien die Zugangshürden für die Bereitstellung und den Abruf von Inhalten im Internet geringer. Aus regulatorischer Sicht seien die rechtlichen Zugangshürden und Kontrollmöglichkeiten erheblich kleiner. Nicht zuletzt können Anbieter «auf fast unbegrenzten Platz zurückgreifen und bei ihren Veröffentlichungen multimediale und interaktive Gestaltungsmöglichkeiten nutzen» (Gerhards/Schäfer 2007: 211). Die Gestaltungsmöglichkeiten des Internets können und sollen auch die vom BAKOM konzessionierten Programmanbieter nutzen. So gestattet die Konzession der SRG die Verbreitung von «laufend aktualisierten Informationen und Programmhinweisen [...] über das Internet» (Art. 5 der Konzession SRG Absatz 3). Den privaten Veranstaltern werden in den Konzessionen programmbegleitende Ergänzungen und Vertiefungen über das Internet gestattet. Praktisch bieten alle Schweizer Rundfunkanbieter Inhalte im World Wide Web an.

Angesichts der genannten und oft kolportierten Vorteile des Internets als Verbreitungsmedium ist es erstaunlich, dass es nicht längst mehr genutzt wird als es tatsächlich der Fall ist. Nach wie vor werden TV-Geräte verkauft und stärker genutzt als Web-TV-Anbieter; Zeitungen werden nur von einer Minderheit der Nutzer auf Tablets gelesen und auch die Radioangebote schallen am häufigsten noch aus klassischen Radioempfängern. Bei TV-Geräten mag es die Grösse des Bildschirms sein und die Platzierung im Wohnzimmer im Unterschied zum Schreibtisch. Der Überblick über die Inhalte einer Zeitung lässt sich von vielen leicht in der klassischen Zeitung herstellen als in den e-Formaten auf Computern, Smartphones oder Tablets. Das Radio als Hintergrundmedium läuft auf den klassischen Empfängern stabiler und unabhängig von der Nutzung vieler Verschiedener Programme auf einem Computer und deren Ein- und Ausschaltvorgängen. Nicht zuletzt wird die Möglichkeit der Konvergenz zwischen den Medien in der Nutzung nicht von jedem Nutzer gewünscht und eher eine Trennung von Arbeit und Medienkonsum in der Freizeit gesucht. In der vorliegenden Studie wird allerdings nur die Nutzung von Medieninhalten über das Internet untersucht und nicht deren Gründe.

## 4 Die Erhebungsmethode

### 4.1 Eckdaten

---

Befragungsinstitut	Demoscope
Erhebung	Telefoninterviews per CATI
Stichprobenverfahren	Zufallsstichprobe mit Quoten nach Lokalräumen
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch und Italienisch
Stichprobengebiet	19 Lokalräume setzen sich wie folgt zusammen: 4 Metropolen: Zürich, Basel, Bern, Genève 5 Urbane Regionen: St. Gallen, Zürichland, Aargau, Luzern, Fribourg 9 rurale Regionen: Graubünden, Innerschweiz, Berner Oberland, Berner Seeland, Jura bernois, Lavaux, Valais bas, Oberwallis, Ticino
Quotierung	Nach Alter, Geschlecht und Räumen
Zielpersonen	Alter ab 15
Durchschnittliche Interviewdauer	18 Minuten

---

Feldzeit	23. September – 3. November 2014
Durchgeführte Interviews	3604

---

### 4.2 Stichprobe und Gewichtung

Die Studie wurde im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation BAKOM am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich – unter der Leitung von Dr. Benjamin Fretwurst und Prof. Dr. Heinz Bonfadelli durchgeführt. Die Resultate basieren auf Telefoninterviews, die im Herbst 2014 durch das Institut Demoscope realisiert wurden. Die Befragung hat im Durchschnitt 18 Minuten gedauert. Das beauftragte Institut Demoscope konnte 3'604 telefonische Interviews realisieren. In Metropolen, urbanen Räumen und ruralen Regionen wurde eine zufällige Vorauswahl von Telefonnummern als Haushaltsstichprobe gezogen. Die Zielperson innerhalb des Haushalts wurde zufällig anhand der Geburtstagsmethode bestimmt. Bei Nichterreichen wurden bis zu 10 Anrufe bei der gleichen Zielperson zu verschiedenen Zeiten durchgeführt. Für die letzte Befragungswoche wurde die Zufallsauswahl innerhalb der Haushalte aufgehoben, weil in den meisten Lokalräumen die Toleranz bezüglich der Gruppenanteile in der obersten Altersgruppe schon weitgehend ausgeschöpft war.

Die Stichprobe wurde disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Hätte man die wahren Verhältnisse zwischen bevölkerungsschwachen Regionalräume und Metropolen in der Stichprobenziehung proportional abbilden wollen, wären in kleinen Regionalräumen zu wenige Personen befragt worden, um sinnvolle Auswertungen machen zu können. Aus statistischer Sicht sind proportionale Stichproben nicht notwendig und daher aus Kostengründen nicht zu rechtfertigen. Die echten Proportionen zwischen den Regionen wurden durch Gewichtung wieder hergestellt. Dabei wurden die überproportional häufig befragten Personen aus bevölkerungsschwachen Regionen heruntergewichtet und solche aus bevölkerungs-

starken Regionen hochgewichtet. Die Abweichungen der Geschlechterverteilung und Altersverteilung lagen im Rahmen vorgegebener Toleranzbereiche und wurden ebenfalls durch Gewichtung korrigiert. Zum Beispiel konnten weniger Interviews mit Männern realisiert werden, weshalb Männer mit einem Gewichtungsfaktor von 1.23 in die Auswertung eingingen, damit Männer und Frauen im gleichen Verhältnis abgebildet werden. Der kleinste Gewichtungsfaktor liegt bei 0.21. Weniger als 5 Prozent der Fälle haben einen Gewichtungsfaktor kleiner als 0.4. Der maximale Gewichtungsfaktor liegt bei 8.2. Nur 5 Prozent der Fälle haben einen Gewichtungsfaktor grösser als 4.0. Bei 75 Prozent der Fälle liegt der Gewichtungsfaktor zwischen 0.5 und 2.5. Im Jahr 2014 war eine merklich stärkere Gewichtung notwendig als im Jahr 2013. Das liegt vor allem in der sich verändernden Erreichbarkeit und Antwortbereitschaft der Zielgruppe. Diese Entwicklung muss genau beobachtet werden. Allerdings ist die derzeitige Asymmetrie zur Bevölkerungsverteilung noch längst nicht so gross, dass die Gewichtung ein kritisches Ausmass erreicht.

## 5 Medienbesitz und Nutzung

### 5.1 Medienausstattung der Haushalte

Die Ausstattung der Haushalte mit Zeitungen und technischen Mediengeräten liegt im erwarteten Bereich (siehe Tabelle 1) und ist im Vergleich zum Vorjahr sehr stabil. In 94 Prozent der Haushalte ist mindestens ein **Fernsehgerät** vorhanden. Diese Werte sind mit denen des letzten Jahres identisch. **Radiogeräte** sind etwas weniger geworden. Haushalte ohne Radiogerät sind in der Schweiz häufiger als solche ohne Fernsehgerät.

**Zeitungsabonnemente** sind allgemein rückläufig. Im Vergleich zum Vorjahr haben die Zeitungsabonnemente wieder um ein Prozent abgenommen. Die Anteile liegen im statistischen Unschärfbereich ( $\pm 1.6\%$ ) und können insofern als stabil betrachtet werden. Noch 68 Prozent, also gut zwei Drittel der Haushalte, verfügen über ein Zeitungsabonnement. Ebenfalls 68% der Befragten verfügen über ein **Smartphone**, mit dem sie Medieninhalte abrufen können. Die Verteilung der Zeitungsabonnemente und Smartphones unterscheidet sich in den Alterskohorten. So verfügen in der Altersgruppe zwischen 18 und 34 90% über ein Smartphone und nur 56% über ein Zeitungsabonnement im Haushalt. In der Altersgruppe 55+ haben noch 81% der Haushalte eine Zeitung im Abo und nur 37% ein Smartphone. Neu in der Nutzungsbefragung wurde 2014 nach **Tablets** gefragt. Diese Geräte sind in knapp der Hälfte der Haushalte vorhanden. Auch auf diese Geräte haben eher die jüngeren Befragten einen Zugriff als die Älteren.

Tabelle 1: Medienbesitz in Prozent

	TV-Gerät	Radiogerät	Zeitungs- Abonnement	Smart- phone	Handy klassisch	Tablets
Nein	6%	11%	32%	32%	60%	51%
Ja	94%	89%	68%	68%	40%	49%
Gesamt	3602	3605	3576	1000*	1000*	3578

Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 1.6 Prozentpunkten.

\*\* Für den regelmässigen Zugriff auf Medieninhalte können moderne Smartphones dienen. Die individuelle Verfügbarkeit über solche Geräte wurde auch die Verbreitung von klassischen Handys (ohne Touchscreen) im Frühling 2014 in einer anderen Befragung durch die Autoren dieses Berichtes erhoben (BOBUS mit n = 1000).

### 5.2 Mediennutzung

Eine wesentliche Voraussetzung der Qualitätsbewertung des Rundfunks durch das Publikum besteht darin, dass die Programme bekannt sind. Für die *Bewertung* ist es *nicht* notwendig, dass die Befragten die Programme auch regelmässig nutzen. Gerade die *Nichtnutzung* geht in der Regel auf geringe Erwartungen an das Programm zurück (vgl. Palmgreen 1984). Die Zuwendung zu Programmen und deren Inhalten hat verschiedene Gründe. Einer der Gründe ist sicher die Qualitätserwartung der Nutzer. Insofern kann die Zuwendung als Indikator für eine höhere Qualitätseinstufung gegenüber den Alternativen sein (zwischen den Mediengattungen, den -anbietern oder den -inhalten). Daneben gibt es allerdings auch Gründe, weshalb sich Nutzer nicht immer den von ihnen am besten bewerteten Programmen zuwenden. Dazu gehört zum Beispiel das Bedürfnis mitreden zu können. Zudem ist je nach Stimmung der Rezipienten nicht immer der höchste Anspruch gefragt, sondern auch Unterhaltung auf einem seichteren Niveau willkommen. Weber hat 2000 zeigen können, dass Rezipienten

häufig nicht ihre erste Präferenz nutzen, wenn sie dadurch ein späteres Angebot verpassen würden.

Die Hälfte der in der Schweiz lebenden Bevölkerung ab 15 Jahren schaltet täglich die **Fernsehprogramme** der SRG ein und 8 Prozent der Befragten geben an, dass sie die TV-Sender der SRG nie einschalten. Nur wenig mehr als ein Viertel der Befragten schaut die Sendungen der privaten Regionalfernsehanbieter<sup>3</sup> täglich. Etwa genauso viele Befragte nutzen nie regionale TV-Angebote. **Radiosender** der SRG-Programme hören täglich knapp die Hälfte der Befragten. Die tägliche Zuwendung zu lokalen Radioprogrammen liegt 14 Prozent tiefer als bei der SRG. Der Anteil der Nichtnutzer beträgt bei der SRG 20 Prozent und 28 Prozent bei den Lokalradiosendern. Gut 13 Prozent der Befragten nutzen täglich die Angebote der privaten Fernseh- sowie der Radioanbieter. Ca. genauso viele Befragte nutzen nie Regional-TV-Sender oder der Lokalradiosender. Die Fernseh- und Hörfunkkanäle der SRG werden beide von 29 Prozent täglich genutzt und von knapp 3 Prozent nie. Mit 1.3 Prozent nur sehr wenige (46 Befragte von über 3600) nutzen überhaupt keine Schweizer Rundfunkprogramme, und wiederum davon die Hälfte nutzt auch keine ausländischen Rundfunkangebote.

Während etwa ein Drittel der Befragten angab, kein Zeitungsabonnement zu besitzen, geben nur 16 Prozent der Befragten an, nie **Tageszeitungen** zu lesen. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an, täglich (bzw. fast täglich) Zeitungen zu lesen. Etwa 15 Prozent lesen unregelmässig, aber mehrmals pro Woche Zeitung. Anders als bei den Zeitungen nutzen einige Befragte das **Internet** nie, obwohl sie über einen Zugang verfügen. In der vorliegenden Befragung geben 31 Prozent der Befragten an, dass sie nie Pendlerzeitungen lesen und etwa 20 Prozent, dass sie dies täglich tun. Nimmt man alle Presseerzeugnisse zusammen (Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Zeitschriften) nutzen 2.7 Prozent nie Pressemedien. 9 Befragte gaben für sämtliche klassischen Medien an, dass sie diese nie nutzen. Von diesen 9 Personen nutzen 8 das Internet und eine auch das nicht. Diese Nichtnutzer und Nichtnutzerinnen ziehen sich durch alle Altersklassen und Bildungsgruppen. Zwei Drittel der Befragten nutzen das Internet täglich. Kein anderer technischer Kanal wird von so vielen Schweizerinnen und Schweizern täglich genutzt. Der Vergleich mit den Kanälen aktueller journalistischer Kommunikation hinkt allerdings, da das Internet ein sehr allgemeines technisches Verbreitungsmedium ist und insofern eher mit der Nutzung von Papier (auch Papiertragetaschen) als mit der Zeitungsnutzung verglichen werden müsste.

**Tabelle 2: Mediennutzung in Prozent\***

Nutzung pro Woche in %	SRG TV	Regional TV	SRG Radio	Lokalradio	Tageszeitg.**	Pendlerzeitg.	Internet
nie	8%	28%	20%	28%	16%	31%	12%
einmal/seltener	16%	27%	18%	22%	14%	32%	6%
mehrmals	25%	19%	15%	15%	15%	17%	13%
täglich	51%	26%	48%	34%	55%	20%	69%
Gesamt n	3596	3589	3586	3583	3596	3395	3597

\*Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 1.6 Prozentpunkten.

\*\*Es wurde explizit nach Tageszeitungen ausser Gratis-Pendlerzeitungen gefragt.

<sup>3</sup> In diese Statistik gehen nur die privaten Regionalfernsehprogramme ein und überregionale Unterhaltungssender wie 3+ sind nicht berücksichtigt.

## 6 Zufriedenheit mit dem Medienangebot

Zentraler Gegenstand und Auftrag des Qualitätsmonitoring des Schweizer Rundfunks ist die Bewertung der privaten und öffentlichen Veranstalter von Radio- und TV-Programmen durch die Schweizer Wohnbevölkerung. Dazu wurden die Befragten jeweils gebeten die TV- sowie Radioprogramme der SRG und der privaten Regional- bzw. Lokalanbieter zu nennen, die sie am häufigsten nutzen. Darauf aufbauend hat jeder Befragte die von ihm am häufigsten genutzten Sender auf 7 Bewertungsdimensionen beurteilt, welche sich an den in der Verfassung und im Radio- und Fernsehgesetz (RTVG) formulierten **Leistungserwartungen** orientieren: 1) «Professionalität» des Gesamtprogramms, 2) «Informationsgehalt» der Beiträge,<sup>4</sup> 3) «Stellenwert der lokal-regionalen» Berichterstattung, 4) «Ausgewogenheit» des Programms, 5) «Glaubwürdigkeit» der Berichterstattung und 6) «Unterhaltsamkeit» des Programmangebots. In der Tabelle 3 sind die prozentualen Zustimmungen zu den Bewertungsdimensionen für die Fernsehangebote im Vergleich zur letzten Erhebungswelle und im Vergleich zur ersten Herbstwelle im Jahr 2009 aufgeführt. Die Bewertungen wurden auf einer Skala von 1 bis 5 gemessen, wobei 1 jeweils die schlechteste und 5 die beste Bewertung darstellt.

Die Mehrheit des Medienpublikums ist über alle Befragungswellen hinweg mit den Programmen des öffentlichen und privaten Rundfunks in der Schweiz *ziemlich* oder sogar *sehr zufrieden*. Der positive Trend in der Gesamtzufriedenheit hält weiter an. Im Vergleich zum Vorjahr ist der Anteil der Zustimmung von 68 Prozent auf 71 gestiegen. Im Vergleich zur ersten Herbstwelle des Qualitätsmonitors im Jahr 2009 ist der Anteil sogar um 5 Prozent gestiegen. In der Zufriedenheit der Nutzer liegen die SRG-Angebote generell vor den Angeboten der privaten Sender. In den ersten Erhebungswellen von 2009 bis 2011 war das noch anders. Da erreichten die privaten Lokalradiosender höhere Zufriedenheitswerte als das SRG Fernsehen. Innerhalb der Systeme sind die jeweiligen Nutzer mit den Angeboten der Radiosender zufriedener als mit dem der Fernsehsender. Die höchste Zufriedenheit erreichen darum die Radiosender der SRG mit 78 Prozent. An zweiter Stelle liegen die Fernsehsender der SRG mit 71 Prozent. Dahinter folgen die Lokalradiosender an dritter Stelle mit 67 Prozent. Der geringste Anteil an Zufriedenheit findet sich bei den Regional-TV-Sendern mit 52 Prozent.

### 6.1 Bewertung der Qualitätskriterien für die Fernsehangebote

#### 6.1.1 Bewertung der SRG-TV-Sender

Die Zufriedenheit mit den **SRG-Fernsehprogrammen** lag in der Erhebung 2014 signifikant über dem Vorjahr und noch deutlicher über der ersten Herbstwelle 2009 (vgl. Tabelle 3). Die generelle Zustimmung ist also signifikant gestiegen. Die Unterschiede zu den Vorjahren sind in den einzelnen Qualitätsdimensionen kleiner bzw. nicht feststellbar. Die Gesamtzufriedenheit mit dem SRG-Fernsehen unterscheidet sich signifikant zwischen der jüngsten und der ältesten Befragtengruppe (vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 13.1 im Tabellenband), wobei – entgegen der ersten Vermutung – die jüngsten Befragten zwischen 18 und 34 zu 78 Prozent zufrieden sind und die ältesten Befragten (55 und älter) nur zu 65 Prozent. Das Phänomen, dass die älteren Befragten die SRG-TV-Sender deutlich häufiger nutzen, aber weniger zufrie-

---

<sup>4</sup> In der Herbstwelle 2011 wurde zu Informationsvielfalt und zu Informationsgehalt gefragt. Seit 2012 wird, in Abstimmung mit dem BAKOM nur noch der Informationsgehalt erfasst. Die Begründung dieser Entscheidung liegt in der Verschiebung des Informationsangebots. In Zeiten medialer Informationsflut ist die Vielfalt zum Teil negativ konnotiert und der Gehalt das ausschlaggebendere Kriterium.

den mit dem Angebot sind, konnte schon in den letzten Jahren des Qualitätsmonitors beobachtet werden. Das Fernsehprogramm der SRG ist also inzwischen gut auf jüngere Zuschauer zugeschnitten, wird aber nach wie vor eher von älteren genutzt. Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen sind nicht signifikant. Von denjenigen die sich den Rundfunkinhalten immer auch mit dem Ziel der Information zuwenden (im Tabellenband die Gruppe «I» der Spalte UI-Gruppe) sind etwas mehr Befragte mit der SRG zufrieden als in der Gruppe, die primär die Unterhaltung zum Ziel haben. Deutliche Unterschiede finden sich zwischen den Sprachregionen. In der Deutschschweiz sind 18 Prozent der Befragten mit den Angeboten der SRG *sehr zufrieden*, während es in der französischsprachigen Schweiz 32 sind und im Tessin 28 Prozent.

Die SRG SSR ist als gebührenfinanzierter Rundfunk den Prinzipien des Service Public verpflichtet und muss in besonderem Masse einem Versorgungsauftrag nachkommen. Als Medium öffentlicher Kommunikation hat die SRG vor allem anderen den Auftrag unverzerrt über das Geschehen in der Schweiz und im Ausland zu informieren. Innerhalb der Schweiz drückt sich der Grundversorgungsauftrag in der rechtlichen Verpflichtung aus, für jede Sprachregion der Schweiz ein gleichwertig hochwertiges Programm anzubieten. Insofern sollten die Fernsehsender der SRG SSR vor allem den Kriterien der «Glaubwürdigkeit» ihrer Informationen, des «Informationsgehalts» und der «Professionalität» genügen. Diese Qualitätskriterien erfüllen die Sender der SRG überdurchschnittlich gut.

Den mit 80 Prozent höchstem Zustimmungsanteil überhaupt erreicht die **Glaubwürdigkeit** der Informationen. Der Anteil ist identisch mit der letzten Erhebung im Frühjahr 2013. Auch hier besteht ein Unterschied zwischen den jüngeren und älteren Befragten, und wieder stimmen mit 84 Prozent häufiger die jüngeren Befragten der Glaubwürdigkeit zu als die älteren mit 73 Prozent (vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 11.1 im Tabellenband). Die mittlere Altersgruppe schätzt die SRG-TV-Programme mit 85 Prozent etwa so ein wie die jüngste Befragtengruppe. Im Unterschied zu den höheren Bildungsgruppen bewerten die Befragten mit tieferem formalem Bildungsstand die Glaubwürdigkeit etwas schlechter, was auch mit den Alterskohorten zusammen hängt. Die Glaubwürdigkeit zeigt keinen Zusammenhang mit der Informations- bzw. Unterhaltungsorientierung der Befragten. Genauso wenig können signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen ausgemacht werden.

Mit der Frage nach der «**Professionalität**» der Programme wurden die Zuschauer um ihre Einschätzung gebeten. Inwiefern die Programmanbieter professionell arbeiten kann mit dieser Frage an die Laien aus mehreren Gründen nicht objektiv erfasst werden. Zum einen sind die Zuschauer Laien und die Regeln der journalistischen Profession nicht allgemein bekannt. Zum anderen stellt die Idee der «Professionalität» auf Arbeitsweisen ab, die nicht am blossen Endprodukt abgelesen werden können. Die Antworten auf die Frage nach der Professionalität der Programme stehen also für einen Eindruck bzw. für ein Bild von der SRG. Die Befragten erkennen in der Arbeit der SRG kaum professionelle Fehler. Fretwurst und Bonfadelli konnten 2013 zeigen, dass die generelle Zufriedenheit mit dem Fernsehangebot der SRG zum grössten Teil anhand der Professionalitätsbewertung erklärt werden kann (vgl. Fretwurst/Bonfadelli 2013). Die Bewertung der «Professionalität» steht also für einen hohen generellen Eindruck von Qualität. Entsprechend finden sich die Muster der Zufriedenheit insgesamt in der Bewertung der «Professionalität» wieder: Von den jüngeren Befragten schätzt ein grösserer Anteil die «Professionalität» hoch ein; die höher Gebildeten sehen die SRG häufiger als professionell an und die Romands bescheinigen ihrem Angebot der SRG im Durchschnitt mehr «Professionalität» (vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 7.1 im Tabellenband).

Ebenfalls ein hoher Anteil (74%) der Befragten bewertet die Beiträge der SRG-TV-Sender zu gesellschaftlichen Themen als sehr oder eher «**informativ**». Im Vergleich zur Befragung

des letzten Jahres ist dieser Anteil etwa gleich geblieben. In den ersten Wellen des Qualitätsmonitors wurde danach gefragt, inwiefern die Befragten die Informationen für vielfältig halten. Die Anteile der Zustimmung auf diese Frage lagen etwas höher als mit der Frageform, wie informativ die Beiträge seien. In der Befragungswelle des Jahres 2012 wurden beide Versionen der Frage gestellt. Dabei hat sich gezeigt, dass der Unterschied zwischen den Varianten 3 bis 5 Prozent beträgt. Insofern ist der signifikante Rückgang bei diesem Qualitätskriterium ein Artefakt der Befragung. Demnach ist in diesem Punkt nicht von einem echten Rückgang der Qualitätseinschätzung auszugehen. Die Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen entsprechen im Wesentlichen denen der Qualitätsdimension «Professionalität» (vgl. Tabelle 8.1 im Tabellenband).

Laut der Konzession der SRG hat sie den Auftrag auf nationaler und sprachregionaler Ebene zu berichten. Die lokale Berichterstattung hingegen ist der besondere Leistungsauftrag der privaten regionalen Anbieter. Damit einhergehend wird der Grad des «Lokalbezugs» für die SRG-Fernsehprogramme mit 41 Prozent Zustimmung seltener als hoch angesiedelt als bei den Regionalfernsehprogrammen (71%). Im Grunde stellt sich hier die Frage, ob die SRG ihrer Konzession widerspricht und über die Grenzen ihres Auftrags hinaus Lokalberichterstattung macht, die gesetzlich den privaten Anbietern vorbehalten ist. Die Antwort lautet: Die SRG-Fernsehprogramme müssen ihrem Auftrag nachkommen, über Geschehnisse in und ausserhalb ihrer jeweiligen Sprachregion zu informieren. Jedes Geschehen, das lokal verortet werden kann, erzeugt einen Lokalbezug. Würde von der SRG verlangt werden, dass sie jede Art von Lokalberichterstattung unterlässt, dürfte sie nicht mehr über Ereignisse in ihrem Ausstrahlungsgebiet berichten. Die Auflösung des Lokalisierungsproblems liegt in der Relevanzordnung der Ereignisse über die berichtet wird. Die SRG-Fernsehprogramme müssen über das für eine Sprachregion relevante Geschehen berichten. Die privaten Regionalprogramme können und sollen die Ereignisse mit besonderer Relevanz für ihr Ausstrahlungsgebiet höher gewichten. Insofern ist es eine empirische Frage, ob den Zuschauern der lokale Bezug auf der höheren Ebene der SRG-Programme ausreicht, oder ihr Interesse am Geschehen mit lediglich regionaler Relevanz so hoch ist, dass sie sich den zusätzlichen Informationen der Regionalsender zuwenden. Zwischen den Sprachregionen besteht ein erheblicher Unterschied in der Einschätzung des Regionalbezugs. Das liegt wesentlich an der unterschiedlichen Grösse der Sprachregionen. Von 69 Prozent der Tessiner wird der «Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung» als hoch eingestuft (siehe Tabelle 9.1 im Tabellenanhang zu den Aufrissgruppen). In der grösseren Westschweiz ordnen nur noch 55 Prozent den «Stellenwert der Lokalberichterstattung» hoch ein und in der Deutschschweiz sind es mit 33 Prozent nur noch ein Drittel der Befragten. Interessanter Weise stufen die Befragten mit höherem Informationsinteresse (3.4) den Stellenwert des Lokalen bei den SRG-TV-Sendern höher ein, als die unterhaltungsorientierten Zuschauer/innen, aber die Befragten mit kleinem Politikinteresse höher als diejenigen mit grossem Politikinteresse. Das kann damit erklärt werden, dass die Lokalberichterstattung nur zu einem kleinen Teil Politikberichterstattung ist.

Die **Ausgewogenheit** der Themen und Meinungen wird für die TV-Angebote der SRG mit 60 Prozent von unterdurchschnittlich vielen Befragten bestätigt. Die, im Vergleich zu den übrigen Qualitätsdimensionen, geringen Anteile finden sich allerdings auch bei den privaten TV-Sendern und bei den Radioprogrammen wieder. Kommunikationswissenschaftlich kann dieses Phänomen durch looking-glass-perception und als hostile-media-effect erklärt werden. Als looking-glass-perception wird die Tendenz bezeichnet, dass der Bevölkerungsanteil überschätzt wird, der die Meinung des Befragten teilt. Insofern empfinden Befragte ihre Meinung als unterrepräsentiert (Scherer 1990). „Differing slightly from the looking-glass effect, we speak of a hostile media effect when people read or watch a balanced media message

but instead interpret it as hostile toward their own position (Vallone et al. 1985). Auf dem niedrigeren Niveau wiederholen sich die Unterschiede zwischen den Altersklassen, wobei wieder die jüngsten Befragten die Angebote höher bewerten als die älteste Aufrissgruppe (vgl. Tabelle 10.1 im Tabellenband). Für diese Qualitätsdimension liegt die Westschweiz im Durchschnitt (3.8) gleichermassen knapp über der Deutschschweiz und dem Tessin (jeweils 3.6).

Aus normativer Sicht eher als Zusatzdimension wird im Qualitätsmonitoring von je her nach der «**Unterhaltsamkeit**» der Programme gefragt. Der Auftrag an den Service Public geht mit dem Ziel einer möglichst hohen Abdeckung unterschiedlicher Geschmäcker und Vorlieben in die Breite. Die Frage nach der «**Unterhaltsamkeit**» wird daher auch am häufigsten als teils-teils zutreffend (38%) bewertet (vgl. Tabelle 12.1 im Tabellenband). Etwa ein Drittel der Befragten bewertet ihre Programme als *eher unterhaltsam* und 13 Prozent als *sehr unterhaltsam*. Auch hier kehren die Unterschiede zwischen den Altersgruppen wieder; mit der höheren Qualitätseinschätzung durch die jüngeren Befragten. Auf dieser Dimension bewerten die Deutschschweizer (3.3) wie die Westschweizer (3.4) ihr Programmangebot ähnlich, und die Tessiner weichen nach oben ab (3.7).

**Tabelle 3: Zustimmung zu den Qualitätskriterien für das TV-Angebot**

Prozent Zustimmung*	SRG TV					Regional TV				
	H 09	F 13	H 14	Diff. 14-13	Diff. 14-09	H 09	F 13	H 14	Diff. 14-13	Diff. 14-09
Professionalität	74%	72%	73%	1%	-1%	50%	45%	46%	1%	<b>-4%</b>
Info-Gehalt	76%	72%	74%	2%	-2%	58%	48%	50%	2%	<b>-8%</b>
Stellenwert Lokal	40%	41%	41%	0%	1%	71%	69%	71%	2%	0%
Ausgewogenheit	61%	58%	60%	2%	-1%	47%	43%	48%	5%	1%
Glaubwürdigkeit	78%	80%	80%	0%	2%	70%	67%	70%	3%	0%
Unterhaltsamkeit	49%	46%	45%	-1%	-4%	34%	30%	31%	1%	-3%
Generell zufrieden	66%	68%	71%	<b>3%</b>	<b>5%</b>	45%	49%	52%	<b>3%</b>	<b>7%</b>
<b>N-Minimum</b>	2856	2962	3007	—	—	1473	1404	1549	—	—

\*Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Qualitätskriterien für die TV-Angebote sehr oder eher erfüllt sehen (Werte 5 und 4 auf den Skalen).

Unterschiede zwischen den Prozentwerten sind mindestens ab einer Differenz von 3% auf dem 95%igen Signifikanzniveau statistisch signifikant.

### 6.1.2 Bewertung der Regionalfernsehanbieter

Mit den Programmen der Regionalfernsehanbieter war in der aktuellen Befragungswelle gut die Hälfte der Befragten (52%) zufrieden. Das ist gegenüber dem Vorjahr eine signifikante Verbesserung und im Vergleich zum Jahr 2009 eine noch deutlichere Steigerung. In den Bewertungen der einzelnen Qualitätsdimensionen sind einige positive Veränderungen im Vergleich zur letzten Welle erkennbar, aber im Kontrast zur Befragung im Jahr 2009 eher Rückgänge.

Der «**Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens**» wird von 71 Prozent der Befragten als hoch eingeschätzt, was der generellen Konzessionsintention für private Anbieter entspricht. In dieser Kategorie liegt der Anteil sogar über dem der SRG. Die «**Glaubwürdigkeit**» der Informationen wird ähnlich häufig als gegeben betrachtet (70%), hat sich im Vergleich

zum letzten Jahr wieder etwas verbessert und liegt damit wieder auf dem Niveau des Jahres 2009. Die Bewertung der «Professionalität» als recht pauschaler Qualitätsindikator wird von 47 Prozent der Befragten als erfüllt angesehen. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass etwas mehr als die Hälfte der Befragten, die überhaupt Regionalfernsehen nutzen, die von ihnen gewählten Programme nicht als professionell gemacht ansieht.

Die Angebote der privaten Regionalfernsehanbieter werden nur von einem knappen Drittel der Zuschauer/innen als unterhaltsam bewertet. Das hat – wie bei den Sendern der SRG – zum einen den Grund, dass **Unterhaltungsangebote** auf unterschiedliche Geschmäcker treffen. Zum anderen sind die privaten Regionalfernsehanbieter von Informationssendungen geprägt.

Im Kontrast zu den Bewertungen der SRG-Angebote werden die Regionalfernsehsender eher von den älteren Befragten besser bewertet und von den jüngsten Befragten deutlich schlechter. Zum Beispiel bewerten nur 39 Prozent der 15 bis 34-jährigen ihre Programme als professionell und demgegenüber von den 55-jährigen und älteren 54 Prozent (vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 7.2 im Tabellenband). Im Einklang mit der Tatsache, dass der formale Bildungsstand der jüngeren höher ist, bewerten auch die höher Gebildeten (3.3) die Regionalfernsehprogramme signifikant niedriger als diejenigen mit formal mittlerem (3.6) und tiefem (3.7) Bildungsstand. Ein kleiner Unterschied findet sich auch zwischen den Gruppen der Informations- bzw. Unterhaltungsorientierung. Entsprechend der Informationsausrichtung der Regionalfernsehangebote stufen die eher informationsorientierten Befragten die «Professionalität» der Regionalfernsehsender etwas höher ein. Aufgrund der geringeren Fallzahlen ist dieser Unterschied nicht signifikant, aber er wiederholt sich auch in der Bewertung anderer Qualitätsdimensionen und ist daher klein aber stabil. Unterschiede zwischen den Sprachregionen finden sich in der Bewertung der «Professionalität» nicht.

Die Konzessionspraxis in Bezug auf regionale Fernsehprogramme stellt insbesondere die regionale und lokale Berichterstattung in den Vordergrund. Wie erwähnt, wird der **«Stellenwert des Lokalen»** und Regionalen von den meisten Befragten (71 %) für die Regionalfernsehsender bestätigt. Der «Lokalbezug» wird von der mittleren Altersgruppe (4.1) signifikant höher angesiedelt als von der jüngsten und ältesten Befragtengruppe (vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 9.2 im Tabellenband).<sup>5</sup> Im Unterschied zur Bewertung der «Professionalität», wird der «Stellenwert des Lokalen» von den höher Gebildeten als besonderes Merkmal der Regionalfernsehsender betrachtet und von den Befragten mit tiefem Bildungsstand niedriger eingestuft. Durch die stärkere Fokussierung auf Informationen und das stärkere Interesse der gebildeteren Befragten, ergibt sich die häufigere Nutzung von Regionalfernsehprogrammen durch die höher Gebildeten (vgl. Tabelle 3.2 im Tabellenband). Im Gegensatz zur Bewertung der SRG-TV-Programme, schätzen die Befragten mit hohem Politikinteresse den «Lokalbezug» bei den Regionalfernsehsendern signifikant höher ein als diejenigen mit kleinem Politikinteresse. Die übrigen Aufrissgruppen weisen keine signifikanten Unterschiede auf. Das ist vor allem für die Sprachregionen bemerkenswert, da die Unterschiede für die SRG-TV-Sender erheblich waren.

Im Zusammenhang mit der Bewertung des **«Informationsgehaltes»** sowie der **«Ausgewogenheit»** und **«Glaubwürdigkeit»** bestehen keine signifikanten Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen (vgl. die Tabellen 8.2, 10.2 und 11.2 im Tabellenband). Der **«Unterhaltungswert»** wird von 25 Prozent der hoch Gebildeten seltener als gegeben betrachtet als

---

<sup>5</sup> Der Test auf einen quadratischen Zusammenhang mit negativem b hat keinen signifikanten Effekt zu Tage gefördert.

von den Befragten mit tiefem Bildungsstand, von denen 39 Prozent diese Angebote unterhaltsam finden (vgl. Tabelle 12.2 im Tabellenband). Im Tessin wird der «Unterhaltungswert» der Regionalprogramme signifikant höher bewertet. Im Vergleich zur Deutschschweiz, wo nur gut ein Drittel der Befragten ihre Programme unterhaltsam finden, bewerten im Tessin mit 47 Prozent knapp die Hälfte der Befragten ihre Programme als unterhaltsam. In der Romandie sind es mit 28 Prozent noch weniger als in der Deutschschweiz (vgl. Tabelle 12.2 im Tabellenband).

## 6.2 Bewertung der Qualitätskriterien für die Radioangebote

### 6.2.1 Bewertung der Radiosender der SRG

In der Tabelle 4 sind die Anteile der Befragten in Prozent aufgeführt, die die jeweiligen Qualitätskriterien für ihre Sender als zutreffend betrachten. Die Bewertungen wurden auf einer Skala von 1 bis 5 gemessen, wobei 1 jeweils die schlechteste und 5 die beste Bewertung darstellt. Aufgeführt sind also diejenigen, die mit den Werten 4 oder 5 geantwortet haben.

Die **generelle Zufriedenheit** mit den SRG-Radioprogrammen wird von einer deutlichen Mehrheit der Befragten bestätigt (78%). Dieser Anteil ist seit dem letzten Jahr stabil geblieben. Im Vergleich zur Herbsthebung 2009 kann eine signifikante Verbesserung festgestellt werden. Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen können nicht festgestellt werden. Die Bewertung der SRG-Radioprogramme ist also sehr homogen.

Das Generalkriterium **«Professionalität»** wird für die SRG-Radioprogramme mit 84 Prozent häufiger bestätigt als jedes andere Qualitätskriterium bei allen Medien. Von den höher Gebildeten betrachten sogar 86 Prozent der Befragten die «Professionalität» bei den SRG-Radios als gegeben (vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 7.3 im Tabellenband). Das sind signifikant mehr als die 81 Prozent bei den tiefer Gebildeten. Als weiterer signifikanter Unterschied bewerten die Romands ihre Sender häufiger als professionell (85%) als die Tessiner (74%).

Ebenfalls sehr hoch wird bei den Radioprogrammen der SRG die **«Glaubwürdigkeit»** bewertet. 80 Prozent der Befragten vertrauen den Informationen, die sie über die von ihnen am häufigsten genutzten Sender erhalten. Im Vergleich zum letzten Jahr hat dieser Anteil um einen Prozentpunkt abgenommen, was nicht signifikant ist und als Konstanz betrachtet werden kann. Auch im Vergleich zum Jahr 2009 gibt es keinen interpretierbaren Unterschied. Die Befragten, die bei der Zuwendung zu Rundfunksendern immer auch Informationen suchen, vertrauen ihren Sendern noch häufiger als diejenigen, die ihre Rundfunksender eher mit dem Ziel der Unterhaltung einschalten (vgl. Tabelle 11.3 im Tabellenband die Spalte UI-Gruppen, wo 83% der I-Gruppe zustimmen und 78 der U-Gruppe). Weitere signifikante Unterschiede finden sich für die Glaubwürdigkeit nicht.

73 Prozent der Radiohörer die mindestens gelegentlich einen Radiosender der SRG einschalten, schätzen ihre Sender als **informativ** ein. Auch dieser Anteil ist unverändert im Vergleich zum letzten Jahr und dem Jahr 2009. Von den ältesten Befragten bewerteten 76 Prozent die SRG-Radiosender als informativ (vgl. Tabelle 8.3 im Tabellenband). Das ist signifikant mehr als bei den jüngsten Befragten (65%). Die informationsorientierten Hörer/innen bewerten den Informationsgehalt der SRG-Radiosender signifikant besser (4.1) als die anderen Befragten (3.8). Zwischen den übrigen Gruppen bestehen keine signifikanten Unterschiede.

Der **«Stellenwert des Lokalen»** wird, wie bei den TV-Sendern der SRG, von weniger als der Hälfte (43%) der SRG-Radio-Hörer als hoch eingestuft. Im Vergleich zum letzten Jahr ist keine Veränderung feststellbar, aber im Vergleich zum Jahr 2009, als der Stellenwert noch signifikant häufiger hoch angesiedelt wurde (46%). Von den älteren Zuhörer/innen schätzen

52 Prozent den «Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens» bei Ihren Sendern als hoch ein (vgl. Tabelle 9.3 im Tabellenband). Im Unterschied dazu tun das nur 34 Prozent der jüngeren Hörer/innen. Das liegt vor allem daran, dass die SRG für ihre unterschiedlichen Zielgruppen unterschiedliche Radiosender anbietet. Die Sender, denen sich die älteren Hörer häufiger zuwenden, berichten mehr über das lokale bzw. regionale Geschehen. Im Vergleich zwischen den Bildungsgruppen sehen die tiefer Gebildeten (älteste Kohorte) den «Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens» häufiger als hoch an (52%) als die höher Gebildeten (37%). Der Unterschied zwischen der informationsorientierten Gruppe und der Gruppe mit stärkerer Unterhaltungsorientierung ist ebenfalls signifikant. Die immer auch an Informationen orientierte Gruppe sieht den «Stellenwert der Lokalberichterstattung» ihrer Sender zu 57 Prozent als gegeben an. Demgegenüber bestätigen nur 35 Prozent der Unterhaltungsorientierten für ihre Senderauswahl einen besonderen «Stellenwert des Lokalen». Wie bei den SRG-TV-Programmen hängt der Eindruck eines «Lokalbezugs» von der Grösse der Sprachregion ab. Im Tessin nehmen die Befragten für ihre Sender zu 67 Prozent einen hohen «Stellenwert der Lokalberichterstattung» war. In der Romandie sind es noch 49 und in der Deutschschweiz nur noch 40 Prozent.

Die «**Ausgewogenheit**» der Meinungen und Themen wird von gut zwei Dritteln der SRG-Radiohörer bestätigt und stellt damit im zeitlichen Vergleich einen stabilen Anteil dar. In Hinsicht auf dieses Qualitätskriterium unterscheiden sich die unterschiedlichen Befragtengruppen kaum voneinander (vgl. Tabelle 10.3 im Tabellenband). Lediglich die Unterhaltungs- bzw. Informationsorientierung zeigt einen signifikanten Unterschied, wobei die informationsorientierten Hörer die Ausgewogenheit signifikant höher einstufen (3.9) als die Unterhaltungsorientierten Hörer (3.6).

Die «**Unterhaltsamkeit**» der SRG-Radiosender wird von einem deutlich grösseren Teil der Hörer/innen als hoch bewertet (68%) als die SRG-TV-Sender von ihren Zuschauer/innen (48%). Der Anteil für die Radiosender der SRG ist im Vergleich zu den früheren Erhebungen ungefähr konstant geblieben. Interpretierbare signifikante Unterschiede zwischen den Auf-rissgruppen gibt es in Bezug auf die «Unterhaltsamkeit» nicht.

Tabelle 4: Qualitätsbewertung für das Radioangebot der Lokalradiosender

Prozent Zustimmung*	SRG Radio					Lokalradio				
	H 09	F 13	H 14	Diff 14-13	Diff 14-09	H 09	F 13	H 14	Diff 14-13	Diff 14-09
Professionalität	81%	81%	84%	3%	4%	65%	62%	63%	1%	-2%
Info-Gehalt	74%	72%	73%	1%	-1%	56%	49%	45%	-4%	-11%
Stellenwert Lokal	46%	44%	43%	0%	-3%	68%	65%	65%	0%	-3%
Ausgewogenheit	66%	64%	65%	1%	-1%	53%	50%	46%	-3%	-6%
Glaubwürdigkeit	79%	81%	80%	-1%	0%	68%	66%	65%	-1%	-3%
Unterhaltsamkeit	68%	67%	68%	1%	0%	62%	65%	66%	1%	4%
Generell zufrieden	74%	78%	78%	0%	3%	64%	66%	66%	0%	2%
<b>N-Minimum</b>	2281	2962	3007	—	—	1473	1404	1549	—	—

\*Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Qualitätskriterien für die Radioangebote sehr oder eher erfüllt sehen (Werte 5 und 4 auf den Skalen).

Unterschiede zwischen den Prozentwerten sind mindestens ab einer Differenz von 3% auf dem 95%igen Signifikanzniveau statistisch signifikant.

## 6.2.2 Bewertung der privaten Lokalradiosender

Auch wenn die **Lokalradiosender** von ihren Hörer/innen insgesamt nicht so gut bewertet werden wie die SRG-Radiosender, ist die Kluft zwischen den Systemen im Fall des Radioangebots bei weitem nicht so gross wie zwischen den Fernsehsendern des öffentlichen Rundfunks gegenüber den Privaten. Insgesamt sind 66 Prozent der Lokalradiohörer/innen mit ihrem Programm zufrieden. Im Vergleich zum letzten Jahr ist dieser Anteil nur unbedeutend gestiegen. Im Vergleich zum Jahr 2009 ist ein kleiner signifikanter Anstieg feststellbar. Nach Gruppen aufgeteilt (vgl. Tabelle 13.4 im Tabellenband) zeigt sich, dass Frauen mit ihren Lokalradiosendern häufiger zufrieden sind als Männer. Bei den Frauen sind es mit 69 Prozent gut zwei Drittel und bei den Männern mit 64 etwas weniger. Der Unterschied wird deutlicher, wenn man nur auf die *sehr zufriedenen* schaut. Sehr zufrieden sind bei den Frauen 26 Prozent und bei den Männern nur 19 Prozent. Ein weiterer signifikanter Gruppenunterschied tritt bei der formalen Bildung auf, da die hoch Gebildeten Zuhörer/innen einen Durchschnitt von 3.7 erreichen und die Zuhörer/innen mit tiefem Bildungsstand einen Durchschnitt von 4.0.<sup>6</sup>

Das besondere Merkmal der Lokalradiosender ist ihr Unterhaltungscharakter. Die grösste Zustimmung im Vergleich zu den übrigen Qualitätsmerkmalen erhält daher auch die **«Unterhaltsamkeit»**, die zwei Drittel (66%) der Zuhörer/innen ihren Lokalradiosendern bestätigen. Da die Zufriedenheit mit den Programmen wesentlich mit der «Unterhaltsamkeit» zusammen hängt, wundert es nicht, dass die Gruppenunterschiede der generellen Zufriedenheit auch für die «Unterhaltsamkeit» gelten (vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 12.4 im Tabellenband). Wieder bewerten die Hörerinnen die von ihnen gehörten Programme besser (3.8) als die Hörer (3.7) und wieder vergeben die höher Gebildeten tiefere Werte (im Durchschnitt 3.6) als die formal weniger Gebildeten (3.9). Den Unterhaltungswert bestätigen die jüngsten Befragten häufiger (68%) als die älteren Befragten (62%).

Die Qualitätskategorien «Professionalität», «Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens» und die «Glaubwürdigkeit» werden für die Lokalradiosender von knapp zwei Dritteln ihrer Hörer positiv bewertet. Die Bewertung der **«Professionalität»** (vgl. Tabelle 7.4 im Tabellenband) und die **«Glaubwürdigkeit»** (vgl. Tabelle 11.4 im Tabellenband) unterscheiden sich für die Bildungsgruppen, wobei wiederum die Gruppe mit tieferer Bildung zu einem grösseren Anteil ihre Programme professionell findet als die höher Gebildeten. Die Deutschschweizer sehen ihre Programme häufiger als professionell an (67%) als die Romands (56%) und die Tessiner (45%). In Bezug auf die Glaubwürdigkeit unterscheiden sich die Sprachregionen nicht.

Der **«Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung»** wird von den Befragten mit primärem Informationsinteresse zu 68 Prozent als gegeben eingeschätzt. Die Unterschiede in der Bewertung des «Lokalbezuges» zwischen den Sprachregionen sind bei den Lokalradiosendern umgekehrt zu den SRG-Radiosendern. Von den Deutschschweizern sehen 66 Prozent einen hohen Stellenwert des «Lokalbezugs», von den Romands 63 Prozent und von den Tessinern 55 Prozent (vgl. Tabelle 9.4 im Tabellenband).

Da die Mehrzahl der Privatradiosender stärker auf die Unterhaltung mit Musik formatiert sind, ist es nicht verwunderlich, dass ihre Zuhörer sie nicht so **«informativ»** finden (45%) wie die der SRG-Sender (73%). Die jüngsten Befragten (38%) und die mittlere Altersgruppe (45%)

---

<sup>6</sup> In Bezug auf die Zufriedenheit mit den Lokalradiosendern treten die Unterschiede noch klarer hervor, wenn man den Bildungsstand und das Geschlecht kombiniert, da Frauen im Schnitt höher gebildet sind. Das Geschlecht ist insofern eine moderierende Grösse für den Unterschied der Bildungsgruppen.

sind mit dem «Informationsgehalt» ihrer Privatradiosender zu einem geringeren Teil zufrieden als die ältesten Befragten (53%) (vgl. Tabelle 8.4 im Tabellenband). Entsprechend dem negativen Zusammenhang zwischen Alter und Bildung halten nur 33 Prozent der hoch Gebildeten die Lokalradiosender für informativ, während 50 Prozent der Befragten mit tiefem Bildungsstand den «Informationsgehalt» ihrer Sender als hoch einstufen. Die Informationsorientierten Befragten schätzen den «Informationsgehalt» signifikant höher (3.5) ein als die Gruppe mit Unterhaltungsorientierung (3.3).

Die «**Ausgewogenheit**» der Themen und Meinungen bestätigen insgesamt nur 46 Prozent der Befragten ihren Sendern. Dieser Anteil entspricht dem der privaten Fernsehprogramme. Vergleichbar mit der Bewertung des «Informationsgehalts» stufen die höher Gebildeten die «Ausgewogenheit» tiefer ein (3.3) als die tiefer Gebildeten (3.5) und die mittlere Bildungsgruppe (3.6) (vgl. Tabelle 10.4 im Tabellenband). Weitere Unterschiede zwischen den Auf-rissgruppen können nicht festgestellt werden.

## 7 Bewertungen nach Versorgungsgebieten

### 7.1 Bewertung der Regionalfernseher nach TV-Versorgungsgebieten

Private TV-Sender müssen sich in der Schweiz konzessionieren lassen. Konzessionen werden für Regionen erstellt, die als TV-Versorgungsgebiete (TVG) bezeichnet werden. In der Schweiz sind derzeit 13 Versorgungsgebiete definiert.<sup>7</sup> Anhand der Tabelle 5 können die durchschnittlichen Bewertungen verglichen werden. Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Qualitätsdimension grün gekennzeichnet sind und die minimalen Werte rot. Aufgrund der starken Aufteilung der Stichprobe und den daraus resultierenden kleinen Fallzahlen pro Versorgungsgebiet, sind erst Unterschiede ab 0.4 signifikant. In der Spalte «Minimal-n» steht die Anzahl derer, die in einem Versorgungsgebiet je Qualitätskriterium mindestens eine Bewertung für das von ihnen gesehene Regionalfernsehprogramm abgegeben haben. Die genaue Aufschlüsselung der Fallzahlen für die Regionalfernseher kann im Anhang ab Seite 33 eingesehen werden.

Die Versorgungsgebiete 1 bis 4 gehören zur Romandie und erhalten im Durchschnitt bessere Werte als die Gebiete in der Deutschschweiz. Die Wertungen im **Versorgungsgebiet 1 Genève** liegen leicht über den Durchschnitten, wobei der Stellenwert des Lokalen vergleichsweise tief bewertet wird. Die «Ausgewogenheit» wird im Gebiet 1 überdurchschnittlich gut

**Tabelle 5: Bewertung der TV-Sender nach Versorgungsgebieten**

Versorgungsgebiete	Gesamt	Professionalität	Informationsgehalt	Stellenwert Lokal	Ausgewogenheit	Glaubwürdigkeit	Unterhaltsamkeit	Generell zufrieden	Minimal-n	Sender	Bewertungen in %
1 Genève	3.6	3.6	3.6	3.9	3.7	3.9	3.1	3.6	132	Léman bleu	77
2 Vaud-Fribourg	3.6	3.5	3.6	3.9	3.6	4.0	3.1	3.6	104	Vaud Fribourg/TeleBärn	1
3 Valais	3.5	3.4	3.5	4.0	3.5	3.9	2.9	3.4	70	Canal 9	89
4 Arc Jurassien	3.7	3.5	3.6	4.2	3.6	4.2	3.1	3.7	56	Canal Alpha/ Canal 9	49/39
5 Bern	3.4	3.3	3.3	3.9	3.4	3.7	2.9	3.3	112	TeleBärn	96
6 Biel/Bienne	3.4	3.3	3.4	3.9	3.3	3.8	2.9	3.3	103	TeleBilingue/TeleBärn	45/44
7 Basel	3.5	3.3	3.6	4.0	3.4	3.9	3.0	3.5	146	TeleBasel	94
8 Aargau - Solothurn	3.4	3.4	3.4	3.7	3.3	3.7	3.1	3.4	35	Tele M1	88
9 Innerschweiz	3.6	3.4	3.5	4.0	3.5	3.8	3.1	3.6	139	Tele 1	73
10 Zürich-Nordostschweiz	3.6	3.8	3.7	3.9	3.5	3.8	3.2	3.7	467	Tele Top/Tele Züri	7/82
11 Ostschweiz	3.4	3.3	3.3	4.0	3.4	3.9	2.8	3.3	47	Tele Ostschweiz	93
12 Südostschweiz	3.4	3.3	3.4	3.9	3.3	3.9	2.9	3.4	37	Tele Südostschweiz	84
13 Tessin	3.6	3.6	3.7	3.9	3.3	3.9	3.4	3.7	64	Tele Ticino	96
Gesamt	3.5	3.5	3.5	3.9	3.4	3.9	3.0	3.5	1512		

In den Tabellenzellen sind die Mittelwerte über alle Befragten eingetragen, die einen Regionalfernseher angegeben und bewertet haben. Die Bewertungsskalen reichten jeweils von 1 bis 5, wobei 5 bedeutete, dass das jeweilige Qualitätskriterium sehr zutrifft und 1, dass es gar nicht zutrifft. Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Qualitätsdimension grün gekennzeichnet sind und die minimalen Werte rot.

<sup>7</sup> Die Definition und die Karten der Versorgungsgebiete können auf der Homepage des BAKOM eingesehen werden: <http://www.bakom.admin.ch/org/grundlagen/00955/01137>.

bewertet. Das **TVG 2 «Vaud-Fribourg»** liegt über die Bewertungskategorien hinweg im grünen Bereich. Das kann auch darauf zurückgeführt werden, dass in dieses Gebiet mehrere Regionalfernsehsender einstrahlen und daher die Auswahl für die Zuschauer recht gross ist. Das **TVG 3 «Valais»** erstreckt sich im Wesentlichen über den Kanton Wallis. Die Bewertungen liegen insgesamt im mittleren Bereich und. Die Befragten im Gebiet 3 sagten etwas seltener, dass sie ihre Sender (zu 89% Tele Canal 9) informativ und unterhaltsam finden. Die generelle Zufriedenheit war dementsprechend ebenfalls leicht unterdurchschnittlich. Das **TVG 4 «Arc Jurassien»** (zu 49% Canal Alpha und zu 39% Canal 9) wurde mit deutlichem Abstand am besten bewertet. Der Stellenwert des Lokalen und die Glaubwürdigkeit des Senders werden von den Zuschauer/innen in diesem Gebiet besonders hoch bewertet, was sich auch in einer hohen generellen Zufriedenheit niederschlägt.

In den TV-Versorgungsgebieten der Deutschschweiz werden die Regionalfernsehprogramme kritischer bewertet. Das **TVG 5 «Bern»** (zu 96% TeleBärn) wird in Bezug auf sein TV-Angebot im Durchschnitt am schlechtesten bewertet. Die generelle Zufriedenheit mit dem Sender TeleBärn ist relativ gering. Diese Unzufriedenheit drückt sich auch in schlechten Werten für die «Professionalität», den «Informationsgehalt» und die Glaubwürdigkeit aus. Ähnlich sieht es im **TVG 6 «Biel/Bienn»** aus, in dem ein grosser Teil der Bevölkerung ebenfalls TeleBärn schaut (44%). TeleBielingue wird von 45% genutzt. Neben der schlechten Gesamtzufriedenheit werden in diesem Gebiet ebenfalls die «Professionalität», der «Informationsgehalt» der Sendungen und die «Unterhaltsamkeit» unterdurchschnittlich gewertet. Darüber hinaus wird die «Ausgewogenheit» der Meinungen und Themen für die Sender dieses Gebietes recht niedrig eingeordnet. Im **TVG 7 «Basel»** wenden sich die Zuschauer vor allem (93%) dem Sender TeleBasel zu und geben durchschnittliche Qualitätsurteile ab. Nur die «Professionalität» wird etwas unterdurchschnittlich gesehen. Der Stellenwert des Lokalen wird hingegen leicht überdurchschnittlich gewertet. Im **TVG 8 «Aargau-Solothurn»** gaben die Befragten zu 88 Prozent den Sender Tele M1 als den von ihnen am häufigsten konsumierten Regionalsender an. Der Gesamtdurchschnitt der Qualitätsurteile liegt recht tief, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass der «Stellenwert des Lokalen», die «Ausgewogenheit» und die «Glaubwürdigkeit» die schlechtesten Werte überhaupt bekommen haben.<sup>8</sup> Das **TVG 9 «Innerschweiz»** wird vor allem von dem Sender Tele 1 geprägt (73% der Befragten). Als zweithäufigster Sender wurde «Tele M1» von den Befragten angegeben. Die Qualitätsurteile liegen in diesem Gebiet generell im durchschnittlichen Bereich. Das **TVG 10 «Zürich-Nordostschweiz»** ist von einer Besonderheit geprägt, da der Regionalsender mit Konzession «Tele Top» in diesem Gebiet nur von einer Minderheit (7%) konsumiert wird und «Tele Züri» ohne Konzession von 82% derjenigen, die einen Regionalsender angegeben haben. Diese Wahl der Zuschauer schlägt sich dann auch in den höchsten Qualitätsurteilen der Deutschschweiz nieder. Vor allem die «Professionalität» und der «Informationsgehalt» werden mit den höchsten Werten bedacht. Daneben wird auch der Unterhaltungswert überdurchschnittlich gut und schliesslich überdurchschnittlich häufig eine hohe «generelle Zufriedenheit» angegeben. Der Sender Tele Ostschweiz dominiert das **TVG 11 «Ostschweiz»** und wird tendenziell

---

<sup>8</sup> Die minimale Fallzahl ist in diesem Gebiet mit einem n von 35 sehr klein. Die reale Anzahl Interviews in diesem Gebiet liegt bei 59 Befragten. Auch diese Teilstichprobengrösse ist grenzwertig klein, kann aber noch als Grundlage für die hier gemachten Aussagen akzeptiert werden.

mit unterdurchschnittlichen Qualitätsurteilen bewertet.<sup>9</sup> Besonders niedrig schätzen die Befragten in diesem Gebiet die «Unterhaltsamkeit» ihres Senders ein und sind daher auch generell nicht sehr zufrieden. Neben der Unterhaltung wurde auch der «Informationsgehalt» mit dem tiefsten Wert im Vergleich aller Versorgungsgebiete als gering betrachtet. Die Bewertungen im **TVG 12 «Südostschweiz»** sind denen im TVG 11 sehr ähnlich, aber insgesamt etwas besser. Am häufigsten (zu 84%) beziehen sich die Bewertungen auf den Sender TVO (Tele Ostschweiz).<sup>10</sup>

Im Vergleich mit den Versorgungsgebieten der Deutschschweiz liegen die Qualitätsbewertungen im **TVG 13 «Tessin»** (zu 96% für Tele Ticino) klar über dem Durchschnitt. Vor allem ragt die «Unterhaltsamkeit» im Urteil der Tessiner heraus, die signifikant über dem Gesamtdurchschnitt liegt. Dementsprechend ist auch die generelle Zufriedenheit mit dem Programm überdurchschnittlich hoch. Allein die «Ausgewogenheit» der Meinungen und Themen wird unterdurchschnittlich bewertet.

## 7.2 Bewertung der Lokalradiosender nach UKW-Versorgungsgebieten

In Tabelle 6 sind die durchschnittlichen Bewertungen für die Versorgungsgebiete vermerkt, die mindestens von 50 Befragten der gewichteten Stichprobe bewertet wurden. In der Spalte «Minimal-n» steht die Anzahl derer, die in einem Versorgungsgebiet je Qualitätskriterium mindestens eine Bewertung in Bezug auf das von ihnen gesehene Lokalradiosender abgegeben haben. Die genaue Aufschlüsselung der Fallzahlen für die Lokalradiosender kann im Anhang ab Seite 31 eingesehen werden. Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Qualitätsdimension grün gekennzeichnet sind und die minimalen Werte rot. Aufgrund der starken Aufteilung der Stichprobe und den daraus resultierenden kleinen Fallzahlen pro Versorgungsgebiet, sind erst Unterschiede ab etwa 0.4 signifikant.

Im Unterschied zur Bewertung der Regionalfernsehprogramme werden die Lokalradiosender der Westschweiz eher schlechter bewertet als in der Deutschschweiz. In den Radio-Versorgungsgebieten (RG) **RG1 «Genève»** (zu 64% One FM und nur 6% Cité) und **RG2 «Arc Lémanique»** (breit verteilt) haben die Radiohörer die schlechtesten Qualitätsnoten vergeben. Im RG1 schneiden vor allem die «Ausgewogenheit» und die «generelle Zufriedenheit» schlecht ab und im RG2 der «Informationsgehalt» und der «Stellenwert des Lokalen». Im Gebiet **RG6 «Arc Jurassien»** (73% BNJ) wird zwar der «Lokalbezug» als besonders stark gegeben angesehen, aber die übrigen Qualitätskriterien durchschnittlich bewertet und die «Unterhaltsamkeit» sogar schlechter als in allen übrigen Versorgungsgebieten. Das **RG7 «Fribourg»** wird vor allem vom französischsprachigen Sender «Fribourg» versorgt (64%). Da die Region zweisprachig ist, hört die zweitgrösste Gruppe den Sender «Freiburg». Der «Informationsgehalt» und die Glaubwürdigkeit der Sender dieses Gebietes werden überdurchschnittlich gut bewertet. Die übrigen Kategorien weichen nur minimal vom jeweiligen Gesamtdurchschnitt ab.

---

<sup>9</sup> Die minimale gewichtete Fallzahl liegt für das VG 11 bei 47 Fällen, die aber auf 73 tatsächliche Befragte zurückgehen.

<sup>10</sup> Die tatsächliche Anzahl an Befragten, die diesen Sender bewertet haben liegt bei 75 Fällen.

**Tabelle 6: Bewertung der UKW-Radioprogramme nach Versorgungsgebieten**

Versorgungsgebiete	Gesamt	Professionalität	Informationsgehalt	Stellenwert Lokal	Ausgewogenheit	Glaubwürdigkeit	Unterhaltsamkeit	Generell zufrieden	Minimal-n	Sender
1 Genève	3.5	3.7	3.2	3.6	3.2	3.6	3.7	3.5	67	Cité
2 Arc Lémanique	3.5	3.5	2.9	3.4	3.3	3.7	3.7	3.8	87	One, Yes, Lausanne, Rouge
6 Arc Jurassien	3.7	3.6	3.4	4.1	3.4	3.7	3.5	3.7	91	BNJ, Grif
7 Fribourg	3.7	3.7	3.5	3.9	3.5	3.9	3.6	3.8	83	Fribourg
10 Bern	3.6	3.8	3.0	3.9	3.2	3.6	3.8	3.7	105	Radio Energy Bern, Capital FM
12 Berner Oberland	3.6	3.5	3.5	3.9	3.4	3.8	3.7	3.7	62	Beo
15 Aargau	3.6	3.6	3.2	3.8	3.3	3.5	3.7	3.9	72	Argovia
17 Region Basel	3.7	3.8	3.4	3.8	3.6	3.9	3.7	3.7	139	Radio Energy Basel, Basilisk
19 Innerschweiz West	3.8	3.9	3.5	4.0	3.6	3.9	3.9	4.0	144	Pilatus
23 Zürich-Glarus	3.7	4.0	3.3	3.6	3.4	3.7	3.9	3.9	373	Radio 1, 24, Zürisee
29 Ostschweiz West	3.8	3.8	3.4	4.0	3.5	3.8	3.9	3.9	76	Top
33 Sopraceneri	3.5	3.5	3.2	3.5	3.2	3.7	3.8	3.7	67	Fiume Ticino
Übrige (n < 50)	3.7	3.8	3.5	3.9	3.5	3.9	3.7	3.8	326	Übrige (n < 50)
Gesamt	3.7	3.8	3.3	3.8	3.4	3.8	3.8	3.8	1700	Gesamt

In den Tabellenzellen sind die Mittelwerte über alle Befragten eingetragen, die einen Lokalradiosender angegeben und bewertet haben. Die Bewertungsskalen reichen jeweils von 1 bis 5, wobei 5 bedeutete, dass das jeweilige Qualitätskriterium sehr zutrifft und 1, dass es gar nicht zutrifft. Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Qualitätsdimension grün gekennzeichnet sind und die minimalen Werte rot.

In der Deutschschweiz liegen die beiden Radiogebiete (19 und 29) mit den besten Durchschnittswerten. Im **RG10 «Bern»** wird am häufigsten der Sender «Radio Energy Bern» gehört (39%), aber daneben auch mehrere andere Sender (Rabe, Capital FM, Beo) etwa gleich häufig von 15 bis 20 Prozent der Lokalradiohörer/innen. Im Durchschnitt dieser Senderbewertungen kommen Durchschnitte heraus. Nur in den Kategorien «Informationsgehalt» und «Ausgewogenheit» schneiden die Sender insgesamt nicht sehr gut ab. Die Lokalradiohörer im **RG12 «Berner Oberland»** wenden sich zu 86 Prozent dem Sender «Beo» zu. Das ist der höchste Anteil, den ein Radiosender in einem Versorgungsgebiet erreichen konnte. Der Sender wird zwar nicht als besonders professionell bewertet, aber als besonders informativ. Im **RG15 «Aargau»** wird am häufigsten der Sender «Argovia» gehört und mit durchschnittlichen Qualitätsurteilen beurteilt. Mit der Versorgung des **RG17 «Region Basel»** sind die meisten Lokalradiohörer eher zufrieden. Besonders gute Werte erreicht der oft gehörte Sender «Basilisk» für seine «Ausgewogenheit» und die Glaubwürdigkeit seiner Informationen. Das Versorgungsgebiet mit den besten Bewertungen ist das **RG19 «Innerschweiz West»**. Die Zufriedenheit mit dem dort am häufigsten gehörten Sender Pilatus ist so hoch wie in keinem anderen RG. Das liegt vor allem an der hohen Bewertung der «Unterhaltsamkeit», «Glaubwürdigkeit», «Ausgewogenheit» und dem hohen «Informationsgehalt» den die Hörer in der Innerschweiz den von ihnen am häufigsten gehörten Lokalradiosendern geben. Die Radiohörer des **RG23 «Zürich-Glarus»** verteilen sich auf mehrere Radiosender, wobei am häufigsten «Radio 24», «Zürisee» und «Energy Zürich» gehört werden. Die Qualitätsurteile in diesem

Gebiet sind ebenfalls heterogen. Der Unterhaltungswert liegt über dem Durchschnitt, was auch auf die breite Auswahl zurückgeführt werden kann. Demgegenüber wird der Stellenwert des Lokalen etwas schlechter bewertet. Im Gebiet **RG 29 «Ostschweiz West»** bewerten die Lokalradiohörer ihre Sender (zu 85% FM1) wieder mit sehr hohen Werten. Bis auf den «Informationsgehalt», der durchschnittlich bewertet wird, liegen die Kennwerte für die Qualitätskriterien alle über dem Durchschnitt.

Wie in der Westschweiz geben die Lokalradiohörer auch im Tessin für ihre Radiosender deutlich schlechtere Noten ab als für ihre TV-Sender. Im **RG33 «Sopraceneri»** werden die beiden Sender Fiume Ticino und 3iii gehört. Die «Professionalität», «der Stellenwert des Lokalen» und die «Ausgewogenheit» werden dort nicht gut bewertet. Allein der «Unterhaltungswert» liegt über dem Durchschnitt.

## 8 Fazit

Medienqualität ist eine Eigenschaft des Inhalts aus Sicht einer bestimmten Urteilerperspektive. Normative staatliche Vorgaben müssen mit der wissenschaftlichen Methode der Inhaltsanalyse überprüft werden. Die rechtlichen Qualitätsansprüche, die in Gesetzen und konkreter in Konzessionen formuliert sind, dienen aber nicht nur einem Selbstzweck, sondern einer kommunizierenden Gesellschaft. Diese besteht aus der Bevölkerung eines Landes, ob sie nun politische Ämter ausüben, beim Staat und anderen Institutionen oder Unternehmen angestellt, freiberuflich, arbeitslos oder selbst Journalisten sind. Insofern ist die ergänzende Perspektive des Qualitätsmonitors aus der Publikumperspektive eine notwendige Ergänzung zu den Qualitätsuntersuchungen durch Inhaltsanalysen.

Die in diesem Bericht dokumentierten Qualitätsbeurteilungen beziehen sich auf Rundfunksender, die von den Befragten aus dem vorhandenen Angebot ausgewählt wurden.<sup>11</sup> Wenn man davon ausgeht, dass die Nutzer sich den aus ihrer Sicht besten Programmen zuwenden, beziehen sich die Bewertungen auf das beste Angebot, das die Schweizer Wohnbevölkerung in ihren Regionen vorfindet. Da die Angebote nur von denjenigen bewertet werden, die sie auch nutzen, gibt es keine Bewertungen durch Nichtnutzer. Warum jemand ein Programm nicht nutzt, kann verschiedenste Gründe haben. Dazu gehört auch, dass begründete oder unbegründete Qualitätsvorstellungen von den Programmen zu ihrer Nichtnutzung führen. In die Urteile gehen also die Bewertungen derer nicht ein, die die Angebote für nicht gut genug halten, um sich ihnen überhaupt zuzuwenden. Aus den Überlegungen zu diesen Möglichkeiten darf nicht abgeleitet werden, dass die Nichtnutzung automatisch mit schlechten Qualitätsurteilen gleichzusetzen ist. Häufig ist es eine Frage der Zeit und des persönlichen Interesses an den Rundfunkangeboten, ob sich jemand den Programmen zuwendet, wobei es eine nachrangige Rolle spielt, wie die Angebote bewertet werden.

Als Fazit der Befragung des Publikums auf der Basis einer breiten und repräsentativen Stichprobe lässt sich eine differenzierte Programmbewertung der Programme sowohl der öffentlichen als auch der privaten Rundfunkanbieter in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz durch die Mediennutzer erkennen, wobei die Leistungsbeurteilungen der Fernsehbeziehungsweise Radioprogramme je nach Region und Anbieter leicht unterschiedlich ausfallen.

Die Angebote der SRG werden dabei durchgängig besser bewertet als die der privaten Anbieter. So ist die Zufriedenheit mit den öffentlichen Radioprogrammen signifikant höher als mit den Programmen der Lokalradios. Im Vergleich zum Radio schneiden die TV-Programme leicht schlechter ab, wobei auch hier das Publikum mit dem SRG-Fernsehen zufriedener ist als mit den Programmen der privaten Fernsehanbieter. Die Programme der SRG überzeugen ihr Publikum offenbar vor allem durch ihre hohe «Professionalität» einerseits und ihren «Informationsgehalt» andererseits, was sich auch in der wahrgenommenen hohen Glaubwürdigkeit äussert. Einzig bezüglich des «Lokalbezugs» schneiden das Regionalfernsehen und die Lokalradios besser ab als die SRG, was im Einklang mit den Konzessionen steht.

---

<sup>11</sup> Die Aufforderung im Fragebogen lautete: «Jetzt möchte ich Ihre Einschätzung bzw. Bewertung von der Qualität vom Gesamtprogramm einerseits vom Schweizer Fernsehen und vom Schweizer Radio erfahren und andererseits auch vom Lokalradio und vom Regionalfernsehsender, wo Sie am meisten nutzen. Sagen Sie mir drum zuerst den Namen vom Schweizer Radio und vom Schweizer Fernsehsender, wo Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen».

In den verschiedenen Versorgungsgebieten unterscheiden sich die Zuwendungsanteile zu den privaten Rundfunkangeboten zum Teil erheblich. Die Bewertungen liegen nahe beieinander. Anhand der Abweichungen kann dennoch ein differenziertes Bild der Qualitätsbewertungen durch das Publikum nachgezeichnet werden. Insgesamt liegen die Bewertungen im positiven Bereich. Steigerungen im Sinne eines besseren Angebots im Interesse des Publikums sind allerdings möglich.

## 9 Anhang Tabellen

### 9.1 Nutzungshäufigkeiten der Lokalradiosender nach Versorgungsgebieten

RG und gehörte Radiosender	n	%
1 Gültig Cité	6	2.1
One FM	50	18.9
Yes FM	10	3.8
Lausanne FM	7	2.5
Rouge FM	5	1.8
Radio 24	2	.6
Gesamtsumme	79	29.8
Fehlend Kein Lokalradio	160	60.3
weiss nicht	12	4.4
keine Angabe	15	5.5
Gesamtsumme	186	70.2
<b>Gesamtsumme</b>	<b>265</b>	<b>100.0</b>
2 Gültig One FM	8	3.7
Yes FM	5	2.3
Lausanne FM	46	20.9
Rouge FM	29	13.1
Chablais	4	1.6
Grrif	1	.3
Fribourg	7	3.0
Gesamtsumme	98	44.8
Fehlend Kein Lokalradio	99	45.2
weiss nicht	7	3.0
keine Angabe	14	6.2
Gesamtsumme	121	55.2
Online-Radio	2	.9
<b>Gesamtsumme</b>	<b>219</b>	<b>100.0</b>
3 Gültig Rouge FM	1	2.0
Chablais	36	49.8
Rhône FM	11	15.6
Gesamtsumme	49	67.3
Fehlend Kein Lokalradio	19	26.4
weiss nicht	2	3.0
keine Angabe	2	3.3
Gesamtsumme	24	32.7
<b>Gesamtsumme</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>
4 Gültig One FM	1	2.0
Rhône FM	37	51.7
RRO Rottu	3	4.5
Gesamtsumme	42	58.1
Fehlend Kein Lokalradio	27	37.6
weiss nicht	2	2.3
keine Angabe	1	1.9
Gesamtsumme	30	41.9
<b>Gesamtsumme</b>	<b>72</b>	<b>100.0</b>
5 Gültig RRO Rottu	23	75.8
Fehlend Kein Lokalradio	4	15.0
keine Angabe	1	2.7
Gesamtsumme	7	24.2
Anderes	2	6.5
<b>Gesamtsumme</b>	<b>30</b>	<b>100.0</b>
6 Gültig Grrif	13	5.1
BNJ FM	80	32.3
Canal 3	6	2.6
Argovia	1	.1
Gesamtsumme	99	40.1
Fehlend Kein Lokalradio	111	44.9
weiss nicht	9	3.8
keine Angabe	16	6.6
Gesamtsumme	148	59.9
Anderes	11	4.6
<b>Gesamtsumme</b>	<b>247</b>	<b>100.0</b>
7 Gültig Lausanne FM	1	.9
Rouge FM	5	3.5

RG und gehörte Radiosender	n	%
Grrif	1	.4
Fribourg	53	39.1
Freiburg	17	12.5
Canal 3	1	.4
Radio Energy Bern	8	6.1
Radio X	1	.4
Radio Bern 1	1	.7
Gesamtsumme	86	64.0
Fehlend Kein Lokalradio	40	29.7
weiss nicht	2	1.4
keine Angabe	5	3.7
Gesamtsumme	48	36.0
Anderes	2	1.2
<b>Gesamtsumme</b>	<b>134</b>	<b>100.0</b>
9 Gültig Canal 3	26	34.0
Radio Energy Bern	1	.5
Capital FM	1	1.8
RaBe	1	.8
Radio 32	5	7.1
Radio Bern 1	2	2.5
Gesamtsumme	36	46.7
Fehlend Kein Lokalradio	36	47.8
weiss nicht	1	1.2
keine Angabe	1	1.7
Gesamtsumme	41	53.3
Anderes	2	2.7
<b>Gesamtsumme</b>	<b>76</b>	<b>100.0</b>
10 Gültig Fribourg	2	.8
Radio Energy Bern	47	19.1
Capital FM	18	7.4
RaBe	22	9.0
Beo	13	5.1
NEO 1	1	.4
Radio 32	5	2.1
Radio Bern 1	3	1.2
Gesamtsumme	112	45.1
Fehlend Kein Lokalradio	107	43.4
keine Angabe	16	6.3
Gesamtsumme	136	54.9
Anderes	13	5.3
<b>Gesamtsumme</b>	<b>248</b>	<b>100.0</b>
12 Gültig Radio Energy Bern	12	10.1
RaBe	2	1.6
Beo	52	43.1
Sunshine	1	.4
Gesamtsumme	67	55.1
Fehlend Kein Lokalradio	46	38.3
weiss nicht	1	.5
keine Angabe	3	2.8
Gesamtsumme	54	44.9
Anderes	4	3.2
<b>Gesamtsumme</b>	<b>121</b>	<b>100.0</b>
14 Gültig Radio 32	4	7.1
Argovia	30	48.1
Kanal K	3	4.2
Energy Zürich	1	1.4
Gesamtsumme	38	60.8
Fehlend Kein Lokalradio	17	26.9
weiss nicht	1	1.7
keine Angabe	6	9.6
Gesamtsumme	25	39.2
Online-Radio	1	1.0
<b>Gesamtsumme</b>	<b>63</b>	<b>100.0</b>

RG und gehörte Radiosender		n	%	
15	Gültig	Radio 32	3 1.7	
		Argovia	47 29.1	
		Radio Energy Basel	9 5.8	
		Basilisk	10 6.2	
		Pilatus	1 .8	
		Radio 1	1 .8	
		Zürisee	5 3.0	
		Energy Zürich	2 1.3	
		Gesamtsumme	78 48.8	
		Fehlend		Kein Lokalradio
keine Angabe	8 4.7			
Gesamtsumme	82 51.2			
Online-Radio	1 .7			
Anderes	1 .3			
Gesamtsumme		160	100.0	
17	Gültig	Argovia	2 .7	
		Radio Energy Basel	28 9.8	
		Basilisk	117 40.6	
		Radio X	2 .7	
		Gesamtsumme	149 51.9	
	Fehlend		Kein Lokalradio	124 43.0
			weiss nicht	3 1.1
			keine Angabe	11 4.0
			Gesamtsumme	138 48.1
	Gesamtsumme		288	100.0
19	Gültig	Argovia	1 .3	
		Pilatus	97 43.7	
		3Fach	6 2.9	
		Sunshine	15 6.8	
		Central	34 15.2	
		Energy Zürich	1 .3	
	Gesamtsumme	153 69.2		
	Fehlend		Kein Lokalradio	59 26.6
			weiss nicht	2 1.1
			keine Angabe	2 1.1
Gesamtsumme			68 30.8	
Online-Radio			1 .2	
		Anderes	4 1.8	
Gesamtsumme		221	100.0	
21	Gültig	Argovia	5 6.3	
		Pilatus	2 3.3	
		Sunshine	3 3.6	
		Central	8 10.3	
		Radio 1	13 17.1	
		Radio 24	6 8.0	
		Zürisee	3 4.4	
		Energy Zürich	1 1.2	
		Gesamtsumme	41 54.2	
		Fehlend		Kein Lokalradio
	keine Angabe			2 3.0
	Gesamtsumme			34 45.8
	Gesamtsumme		75	100.0
22	Gültig	Argovia	1 2.4	
		Pilatus	7 25.1	
		Central	7 25.5	
		Radio 1	3 12.5	
		Zürisee	2 9.1	
		Energy Zürich	5 17.9	
		Gesamtsumme	24 92.4	
		Fehlend		Kein Lokalradio
	Gesamtsumme			26 100.0
	23	Gültig	Argovia	3 .4
Central			9 1.2	

RG und gehörte Radiosender		n	%		
	Gültig	Radio 1	35 4.4		
		Radio 24	112 14.0		
		Zürisee	95 11.9		
		LoRa	7 .9		
		Energy Zürich	100 12.5		
		Munot	3 .4		
		Top	30 3.8		
		Gesamtsumme	395 49.4		
		Fehlend		Kein Lokalradio	358 44.8
				weiss nicht	5 .6
keine Angabe	28 3.5				
Gesamtsumme	405 50.6				
Online-Radio	7 .8				
Anderes	7 .9				
Gesamtsumme		800	100.0		
27	Gültig	Radio 24	2 5.7		
		Munot	19 51.7		
		Gesamtsumme	21 57.4		
Fehlend		Kein Lokalradio	15 42.6		
		Gesamtsumme	36 100.0		
29	Gültig	Top	11 7.3		
		FM 1	63 40.4		
		toxic.fm	4 2.8		
		Gesamtsumme	78 50.5		
Fehlend		Kein Lokalradio	68 43.6		
		weiss nicht	2 1.3		
		keine Angabe	5 3.0		
		Gesamtsumme	77 49.5		
		Anderes	2 1.5		
Gesamtsumme		155	100.0		
30	Gültig	Energy Zürich	1 2.8		
		FM 1	6 34.0		
		Grischa	9 47.5		
		Gesamtsumme	16 84.3		
		Fehlend	Kein Lokalradio	3 15.7	
Gesamtsumme		18	100.0		
32	Gültig	RRO Rottu	1 .9		
		FM 1	1 1.6		
		Grischa	48 63.9		
		Gesamtsumme	50 66.4		
	Fehlend		Kein Lokalradio	19 25.3	
			weiss nicht	1 .9	
keine Angabe			1 1.5		
		Gesamtsumme	25 33.6		
Online-Radio			1 1.1		
		Anderes	4 4.9		
Gesamtsumme		75	100.0		
33	Gültig	Fiume Ticino	43 22.3		
		3iii	28 14.5		
		Gesamtsumme	71 36.8		
Fehlend		Kein Lokalradio	84 43.6		
		weiss nicht	23 11.9		
		keine Angabe	15 7.7		
		Gesamtsumme	122 63.2		
Gesamtsumme		193	100.0		
34	Gültig	Fiume Ticino	1 13.8		
		3iii	2 24.0		
		Gesamtsumme	3 37.8		
Fehlend		Kein Lokalradio	3 31.0		
		weiss nicht	1 7.0		
		keine Angabe	2 24.2		
		Gesamtsumme	6 62.2		
Gesamtsumme		9	100.0		

## 9.2 Nutzungshäufigkeiten der Regional-TV-Sender nach Versorgungsgebieten

TVG und Regional-TV-Sender		n	%			
1	Gültig	Canal Alpha	22	7.0		
		Léman bleu	124	40.0		
		Tele Ticino	1	.4		
		BNJ.TV	1	.3		
		andere	1	.2		
		Summe	148	48.0		
Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	142	45.9		
		k.A.	6	2.0		
		k.A.	13	4.1		
		Summe	161	52.0		
Gesamtsumme		309	100.0			
2	Gültig	Canal Alpha	21	5.8		
		Léman bleu	11	2.9		
		Tele 1	15	4.2		
		Tele Bärn	19	5.2		
		Tele Basel	4	1.0		
		Tele Bielingue	1	.3		
		Tele Ostschweiz (TVO)	1	.2		
		Vaud Fribourg TV	22	6.0		
		Tele Canal 9	16	4.3		
		Tele Züri	1	.2		
		La Télé	7	2.0		
		Rouge TV	1	.3		
		andere	1	.4		
		Summe	118	32.7		
Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	204	56.7		
		k.A.	19	5.3		
		k.A.	18	5.1		
		Summe	242	67.3		
3+	1	.1				
Gesamtsumme		360	100.0			
3	Gültig	Canal Alpha	1	.2		
		Léman bleu	5	2.6		
		Tele 1	1	.7		
		Vaud Fribourg TV	1	.7		
		Tele Canal 9	63	34.7		
		La Télé	1	.5		
		Rouge TV	1	.4		
		andere	2	.9		
		Summe	74	40.7		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	98	53.9
k.A.	5			2.9		
k.A.	5			2.6		
Summe	108			59.3		
Gesamtsumme		182	100.0			
4	Gültig	Canal Alpha	43	37.7		
		Léman bleu	1	.9		
		Tele Canal 9	12	10.6		
		Tele Züri		.3		
		Rouge TV	1	.9		
		andere	2	1.7		
		Summe	60	52.2		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	48	42.1
				k.A.	2	2.0
				k.A.	4	3.7
Summe	55			47.8		
Gesamtsumme		114	100.0			

TVG und Regional-TV-Sender		n	%			
5	Gültig	Tele Bärn	117	40.2		
		Tele Basel	1	.4		
		Tele Bielingue	1	.3		
		Tele Züri	2	.6		
		Summe	121	41.4		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	152	52.1
k.A.	4			1.5		
k.A.	14			4.8		
Summe	171			58.6		
SRG	1	.3				
Gesamtsumme		292	100.0			
6	Gültig	Canal Alpha	6	2.5		
		Tele 1		.2		
		Tele M1	4	1.6		
		Tele Bärn	53	23.1		
		Tele Bielingue	41	18.0		
		Tele Ostschweiz (TVO)	1	.6		
		Loly TV (Lokalsender)	5	2.3		
		Summe	111	48.3		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	106	46.3
				k.A.	2	.8
k.A.	8			3.4		
Summe	119			51.7		
SRG	3	1.1				
Gesamtsumme		230	100.0			
7	Gültig	Tele M1 (INT: UNTERSCHIEDEN VON TELE 1!)	9	2.6		
		Tele Basel	150	45.2		
		andere	3	.8		
		Summe	161	48.7		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	156	47.1
				k.A.	3	.9
k.A.	11			3.3		
Summe	170	51.3				
Gesamtsumme		331	100.0			
8	Gültig	Tele 1	4	5.1		
		Tele M1 (INT: UNTERSCHIEDEN VON TELE 1!)	34	44.9		
		Tele Basel	1	.9		
		Tele Züri		.6		
		Summe	39	51.5		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	30	39.6
				k.A.	6	8.3
				k.A.	36	48.5
				Summe	36	48.5
		3+		.6		
Gesamtsumme		75	100.0			
9	Gültig	Tele 1	103	31.0		
		Tele M1	29	8.7		
		Tele Basel	1	.2		
		Tele Ostschweiz (TVO)	1	.1		
		Tele Südostschweiz	1	.3		
		Tele Züri	12	3.7		
		andere	1	.1		
		Summe	146	44.2		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	weiss nicht	168	50.9
				k.A.	5	1.5
				k.A.	9	2.7
				Summe	184	55.8
				3+	1	.3
SRG	2			.5		
Gesamtsumme		330	100.0			

TVG und Regional-TV-Sender		n	%		
10	Gültig	Tele 1	.4		
		Tele M1	.4		
		Tele Ostschweiz (TVO)	.9		
		Tele Südostschweiz (TSO)	.5		
		Tele Top	2.3		
		Tele Züri	43.4		
		andere	1.3		
		Summe	48.4		
		Fehlend	Kein Lokal-TV	463	47.2
			weiss nicht	2	.2
k.A.	29		2.9		
Summe	499		50.8		
SRG	1		.2		
	Tele 24 (abgeschaltet)	3	.3		
Gesamtsumme		982	100.0		
11	Gültig	Tele Ostschweiz (TVO)	47	45.6	
		Tele Südostschweiz (TSO)	1	.6	
		Tele Ticino	1	.6	
		Tele Canal 9	1	.6	
		Tele Züri	1	1.1	
		Summe	50	48.5	
	Fehlend	Kein Lokal-TV	50	48.1	
		weiss nicht	1	1.0	
		k.A.	2	2.4	
		Summe	53	51.5	
Gesamtsumme		103	100.0		

12	Gültig	Tele Ostschweiz (TVO)	6	6.5
		Tele Südostschweiz	31	32.9
		Tele Züri	1	1.5
		andere	1	.4
		Summe	39	41.3
	Fehlend	Kein Lokal-TV	51	54.0
		weiss nicht	2	1.6
		k.A.	3	3.0
		Summe	55	58.7
	Gesamtsumme		94	100.0
13	Gültig	Tele 1	1	.4
		Tele Ticino	70	34.8
		Tele Züri	1	.6
		Summe	72	35.8
	Fehlend	Kein Lokal-TV	92	45.5
		weiss nicht	25	12.5
		k.A.	11	5.3
		Summe	129	64.2
		SRG	2	.9
	Gesamtsumme		202	100.0

## 10 Der Fragebogen

Grüezi, mein Name ist ... vom Befragungsinstitut Demoscope in Adligenswil bei Luzern. Wir führen zurzeit eine Umfrage im Auftrag von Medienforschern der Universität Zürich durch und möchten mit derjenigen Person ab 15 Jahren in Ihrem Haushalt sprechen, die als letzte Geburtstag gehabt hat.

Ihr Haushalt ist von unserem Computer zufällig für die Befragung ausgewählt worden. Es geht um die Nutzung und Bewertung von Medien (Zeitungen, Radio, TV und Internet). Gerne möchten wir auch Ihnen dazu ein paar Fragen stellen, egal wie viel oder wie wenig Medien Sie nutzen).

(INT Bei Nachfrage: Das Interview dauert etwa 15 Minuten.)

### Filter „Region“

Wie lautet die Postleitzahl ihres derzeitigen Wohnortes? PLZ: \_\_\_\_\_

### Filter: Alter

Befragt werden Personen ab 15 Jahren, sprachassimiliert (dt., franz., ital.).

### Geschlecht (Informell)

Mann/ Frau

---

### Interesse an Politik allgemein

**A1.** Ganz allgemein gesprochen, wie sehr **interessieren Sie sich für Politik im Allgemeinen?**

Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

**A2.** Ganz allgemein gesprochen, wie sehr **interessieren Sie sich für das aktuelle Geschehen in der Schweiz und im Ausland?**

Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

### Interesse an Politik lokal regional

**A4.** Wie stark interessieren Sie sich für das **lokale und regionale politische Geschehen** in Ihrer Gegend? Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

---

### Medienpriorität

**A03.** Wenn Sie sich über das Geschehen **in der Schweiz und im Ausland** informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle ?

INT: NICHTS VORLESEN! – Je EINE Nennung pro Rang für alle Medien: Radio-Sender, TV-Sender, Zeitung, Websites. Die übergeordneten Angaben Internet, TV, Radio und Zeitung **nur** dann angeben, wenn nichts Konkretes genannt wird!

EINE NENNUNG

1 Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

2. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

3. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

**A04.** Und wenn Sie sich über das Geschehen **in ihrer Region bzw. in Ihrem Wohnort** informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle ?

INT: NICHTS VORLESEN! – Je EINE Nennung pro Rang für alle Medien: Radio-Sender, TV-Sender, Zeitung, Websites. Die übergeordneten Angaben Internet, TV, Radio und Zeitung **nur** dann angeben, wenn nichts Konkretes genannt wird!

EINE NENNUNG

1. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

2. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

EINE NENNUNG

3. Rang (Name des Senders, der Zeitung, Website NOTIEREN): ..... 99 Keine Nennung

---

## Medienbesitz

**A01.** Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Medien bzw. Geräte, wo im Haushalt vorhanden sein können. Sagen Sie mir jedes Mal, ob das in Ihrem Haushalt nicht vorhanden ist, vorhanden ist oder sogar mehrfach vorhanden ist.

A0101	Fernsehgerät	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0102	Radiogerät	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0103	Zeitungs-Abonnement	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0104	Festnetztelefon	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0105	Smartphone	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0106	Computer oder Notebook	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0108	Tablet (z. B. iPad)	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.
A0107	Internetzugang	0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A.

---

## Kanal-Nutzung

**A02.** Wie häufig nutzen Sie selber die folgenden **Medien und Programme**? Sie können jeweils antworten mit (fast) täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, seltener oder nie ist.

EDV: ROTIEREN / INT: VORLESEN! PRO ZEILE EINE ANTWORT

INT:

Mit „Schweizer Fernsehen“ sind SRF eins, SRF zwei, sowie SRF Info gemeint (SRF war bisher SF)  
Mit „Schweizer Radio“ sind Radio SRF 1, Radio SRF 2 Kultur, SRF 3, SRF 4 News SRF Musikwelle und SRF Virus gemeint

Wie häufig nutzen Sie...

A0201 Programme vom Schweizer Fernsehen      tägl. / mehrmals / einmal / seltener / nie / W.n./ k.A.

A0202 Schweizer **Lokal**fernsehprogramme

A0203 **Ausländische** Fernsehprogramme

A0204 Programme vom Schweizer Radio

A0205 Schweizer **Lokal**radios

A0206 **Ausländische** Radioprogramme

A0207 Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)

A0208 Gratis-Pendlerzeitungen

A0209 Sonntagszeitungen

A0210 Zeitschriften

A0211 Bücher (INT: SCHULBÜCHER ZÄHLEN NICHT)

A0220 Das Internet

[Filter: Wenn A0220 > 1 and A0220 < 5]

---

Radio und Fernsehen über Internet nutzen

Wie häufig nutzen Sie folgende Möglichkeiten im Internet? Sie können wieder jeweils antworten mit (fast) täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche, weniger als einmal pro Woche oder nie ist.

A0228 Radio live über das Internet hören

A0229 Radiosendungen zeitversetzt hören, das kann sein, wenn Sie etwas aufgenommen oder als Datei heruntergeladen haben oder im Internet eine Sendung hören, wo Sie selbst bestimmen können wann es beginnt

A0230 Fernsehen live über das Internet sehen

A0231 Fernsehsendungen zeitversetzt über das Internet sehen, das kann sein, wenn Sie etwas aufgenommen oder als Datei heruntergeladen haben oder im Internet eine Fernsehsendung sehen, wo Sie selbst bestimmen können wann es beginnt

---

[Filter: wieder alle]

Medienkonsum

**A03. Wie ist das normalerweise an den Tagen, an denen Sie in Ihrer Freizeit Fernseh schauen, Radio hören, Zeitung lesen oder das Internet nutzen?**

A0301 Wie lange schauen Sie da im Durchschnitt etwa fern? .... in Minuten

A0302 Wie lange hören Sie da im Durchschnitt etwa Radio? .... in Minuten

A0303 Wie lange lesen Sie da im Durchschnitt etwa Zeitung? .... in Minuten

A0304 Wie lange nutzen Sie da im Durchschnitt etwa das Internet? .... in Minuten

---

## Bewertung des Gesamtprogramms von Medien

**A0601 / A0602.** Jetzt möchte ich Ihre Einschätzung bzw. Bewertung von der **Qualität vom Gesamtprogramm** einerseits vom Schweizer Fernsehen und vom Schweizer Radio erfahren und andererseits auch vom Lokalradio und vom Lokalfernsehsender, wo Sie **am meisten** nutzen.

Sagen Sie mir drum zuerst den Namen vom **Schweizer** Radio und vom **Schweizer** Fernsehsender, wo Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen:

Schweizer Radio:	Schweizer Fernsehen:
Radio SRF 1	SRF 1 (TV)
Radio SRF 2 Kultur	SRF zwei (TV)
Radio SRF 3	SRF Info (TV)
Radio SRF 4 News	RTS Un
Radio SRF Virus	RTS Deux
Radio SRF Musikwelle	LA 1 (TSI 1)
La Première	LA 2 (TSI 2)
Espace 2	HD Suisse
Couleur 3	kein Schweizer Fernsehen
Option musique	
Rete uno	
Bei Rete Due	
Rete Tre	
Radio Swiss Classic	
Radio Swiss Pop	
Radio Swiss Jazz	
Kein Schweizer Radio	

### Bewertung der Regionalprogramme

**A0603.** Und jetzt noch den Namen vom **Lokalradio** und vom **Lokalfernseher**, wo Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen:

HIER WIRD FÜR LOKALRADIO BZW. LOKALFERNSEHEN JE 1 LISTE EINGEBLENDET WERDEN, DIE JE NACH REGION UNTERSCHIEDLICHE SENDER ENTHÄLT UND DIE EINGABE ERLEICHTERN SOLL.

Lokalradio

➔ Separater Liste mit Radiosendern, die je nach PLZ regionenspezifisch

99 Kein Lokalradio

### Lokalfernsehen

Canal Alpha

Léman bleu

Tele 1

Tele M1 (INT: UNTERSCHIEDEN VON TELE 1!)

Tele Bärn

Tele Basel

Tele Bilingue

Tele Ostschweiz (TVO)

Tele Südostschweiz (TSO)

Tele Ticino

Tele Top

Vaud Fribourg TV

Tele Canal 9

Tele Züri

99 Kein Lokalfernsehen

### [Filter: wenn Tageszeitung oder Pendlerzeitung mind. einmal pro Woche genutzt]

**A0604.** Und jetzt noch den Namen der Tageszeitung, wo Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen:

Tageszeitung

(BITTE NOTIEREN): .....

99 Keine Tageszeitung

## Professionalität des Gesamtprogramms

**A06010.** Wie **professionell** gemacht ist Ihrer Meinung nach das Angebot vom ...

Schweizer Fernsehen:...	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht
Radio SRF:...	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht
Ihrer Tageszeitung	5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

---

## Informationsgehalt der Politikbeiträge

**A06015**

Wie **informativ** finden Sie die Beiträge aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport von den verschiedenen Medien? 5 heisst, die Beiträge sind „sehr informativ“, 4 „ziemlich“, 3 meint teils teils, 2 „weniger“ und 1 meint „gar nicht informativ“

Wie **informativ** sind die Beiträge im...

Schweizer Fernsehen	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht
Tageszeitung	5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

## Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung

**A06030.**

Welchen **Stellenwert** hat die **lokal-regionale Berichterstattung** Ihrer Meinung nach im Informationsangebot vom ...

Schweizer Fernsehen	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht
Tageszeitung	5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

## Ausgewogenheit des Programms

**A06040.** Wie **ausgewogen** in Bezug auf Themen und Meinungen finden Sie das Angebot von...

Schweizer Fernsehen	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht
Tageszeitung	5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

### Glaubwürdigkeit der Berichterstattung

**A06050.** Wie **glaubwürdig** ist für Sie die Berichterstattung vom ....

Schweizer Fernsehen	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Radio DRS:	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig / weiss nicht
Tageszeitung	5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig / weiss nicht

### Unterhaltsamkeit des Programmangebotes

**A06080.** Wie **unterhaltsam** finden Sie das Angebot vom .....

Schweizer Fernsehen	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht
Tageszeitung	5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

### Zufriedenheit mit dem Programm

**A06090.** Wie **zufrieden** sind Sie ganz allgemein mit dem ...

Schweizer Fernsehen	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Lokal-TV: .....	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Radio SRF:	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Lokalradio .....	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht
Tageszeitung	5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht

### Motivation für den TV-Konsum

**A0701.** Aus welchem Grund schalten Sie für gewöhnlich **den Fernseher** ein: um Unterhaltungsangebote zu nutzen oder um sich zu informieren?

1 zur Unterhaltung

2 informieren

[INT: nicht vorlesen] 3 sowohl als auch

### Motivation für den Radio-Konsum

**A0702.** Aus welchem Grund schalten Sie für gewöhnlich **das Radio** ein: um Musik und Unterhaltungsangebote zu nutzen oder um sich zu informieren?

1 Musik und Unterhaltung

2 informieren

[INT: nicht vorlesen] 3 sowohl als auch

---

## Soziodemographie

### Lokale/ regionale Verbundenheit

**A2.** Wie stark fühlen Sie sich mit dem Ort und der Region verbunden, in der Sie leben? 5 bedeutet „sehr stark verbunden“, und 1 „überhaupt nicht verbunden“.

### Wohndauer

**A3.** Und wie viele Jahre leben Sie schon in Ihrem Wohnort oder in der näheren Region?

|\_|\_| Jahre (bis 1 Jahr → Eingabe 0)

### Schulbildung

**S05.** Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

## 11 Literatur

- Allemann, Jessica/Fiechtner, Stephanie/Trebbe, Joachim (2010): *Nahaufnahme: Die Fernsehprogramme der SRG SSR idée suisse*. Ergebnisse der kontinuierlichen Programmanalyse 2009. Rüegger Verlag.
- Allemann, Jessica/Fiechtner, Stephanie/Trebbe, Joachim/Kolb, Steffen (2010): Kontinuierliche Fernsehprogrammforschung in der Schweiz: Die Programme der SRG SSR idée suisse. [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/03803/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03803/index.html?lang=de) [08.06.2012].
- Aregger, Jost (2014): Geleitwort. In: Lischer, Suzanne: *Fernsehen als Service public*. Eine Analyse der Qualität der SRG-Fernsehprogramme. Springer VS. S. 5–7.
- Bakom (2012): [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01155/index.html?lang=de](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01155/index.html?lang=de).
- Beck, Daniel/Schwotzer, Bertil (2006): Fernsehnachrichten in einem mehrsprachigen Land. Eine Langzeitanalyse von Tagesschau, Tèlèjournal und Telegiornale. In: *Medienwissenschaft Schweiz*, Nr. 1&2, S. 25-33.
- Bonfadelli, Heinz/Marr, Mirko (2002): Die publikumsbezogene Relevanz des lokalen Rundfunks. Befunde einer Befragung in fünfzehn Lokalräumen. IPMZ: Zürich.
- Bonfadelli, Heinz (2002): Medieninhaltsforschung. Kap. „Medienqualität“. Konstanz, S. 109–132.
- Bonfadelli, Heinz/Schwarb, Ursula/Widmer, Jean/Boller, Boris (2003): Publizistische Vielfalt im Lokalbereich. Schlussbericht für das BAKOM. Zürich.
- Bolik, Sibylle (1999): Qualitätsargumente. Zwischenergebnisse empirischer Medienwertungsforschung. In: Ludes, Peter/Helmut Schanze (Hrsg.): *Medienwissenschaften und Medienwertung*. Opladen/Wiesbaden, S. 99-116.
- Darschin, Wolfgang/Horn, Imme (1997): Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauer-sicht. Ausgewählte Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme. In: *Media Perspektiven*, Heft 5, S. 269-275.
- Fretwurst, Benjamin (2008): Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine theoretische und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie. UVK.
- Fretwurst, Benjamin (2009): Programmprofile. Wie sich Fernsehprogramme voneinander abgrenzen und wie sie sich gleichen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM): *Fernsehen in Deutschland 2008*. S. 41-61.
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz (2012): Schweizer Radio- und TV-Programme im Urteil ihres Publikums. Akzeptanz, Erwartungen und Bewertungen. In: Leonarz, Martina: *Im Auftrag des BAKOM*. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz. S. 185-204.
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz (2013): Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. Erhebung 2013. [http://www.bakom.admin.ch/themen/radio\\_tv/01153/01156/04513/index.html?lang=de&download=NHZL-Zeg7t,Inp6i0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpjCDfH9,e2ym162epYbg2c\\_JjKbN oKSn6A--](http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04513/index.html?lang=de&download=NHZL-Zeg7t,Inp6i0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2Yuq2Z6gpjCDfH9,e2ym162epYbg2c_JjKbN oKSn6A--)
- Gerhards, Jürgen / Schäfer, Mike S. (2007): Demokratische Internet-Öffentlichkeit? Ein Vergleich der öffentlichen Kommunikation im Internet und in den Printmedien am Beispiel der Humangenomforschung. In: *Publizistik*, 52(2), S. 210-228.
- Gerhards, Jürgen / Schäfer, Mike S. (2010): Is the Internet a Better Public Sphere? Comparing Old and New Media in Germany and the US. In: *New Media & Society* 12(1): S. 143-160.
- Grossenbacher, René/ Trebbe, Joachim (Hrsg.) (2009): Qualität in Radio und Fernsehen. Die inhaltsanalytische Messung konzessionsrechtlicher Vorgaben für die Radio- und Fernsehprogramme der SRG SSR idée suisse. Zürich/Chur.
- Hasebrink, Uwe (1997): Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermutlichen Missverhältnis zwischen ‚Qualität‘ und ‚Quote‘. In: Wessler, Hartmut/Christiane Matzen/Otfried Jarren/Uwe Ha-

- sebrink (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik – Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen, S. 201-215 (Dieter Ross zum 60. Geburtstag).
- Krähenbühl, Peter (2002): Qualitätsbeurteilung im Schweizer Fernsehen. In: Media Perspektiven, Heft 7, S. 314-318.
- Kolb, Steffen/Irène Durrer/Raphael Baader (2012): Qualität im Regionalfernsehen dank Gebührengeldern? Zusatzauswertung aus dem BAKOM-Projekt "Analyse der Fernsehprogramme der privaten Veranstalter mit Leistungsauftrag in der Schweiz". In: Leonarz, Martina: *Im Auftrag des BAKOM*. Aktuelle Studien zur Leistungsfähigkeit von Presse, Radio und Fernsehen in der Schweiz. S. 151-166.
- Latzer, Michael/ Just, Natascha/ Metreveli, Sul Khan/ Saurwein, Florian (2012): *Internet-Anwendungen und deren Nutzung in der Schweiz*. Themenbericht aus dem World Internet Project – Switzerland 2011. Universität Zürich, Zürich.  
[http://www.mediachange.ch/media//pdf/publications/Anwendungen\\_Nutzung.pdf](http://www.mediachange.ch/media//pdf/publications/Anwendungen_Nutzung.pdf)
- Maurer, Torsten/Trebbe, Joachim (2006): Fernsehqualität aus der Perspektive des Rundfunkprogrammrechts. In: Weichenberg, Siegfried/Loosen, Wibke/Beuthner, Michael (Hrsg.): *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischem Kalkül und Sozialverantwortung*. Konstanz, S37-52.
- McQuail, Denis (1992): *Media Performance*. Mass Communication in the Public Interest. London/Newbery Park/New Delhi.
- Palmgreen, Philip (1984): Der „Uses and Gratifications Approach“. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32, 1984, S. 51-62.
- Ramsauer, Matthias (2008): Qualitätssicherung und Programmanalyse bei elektronischen Medien. BAKOM-Mediengespräch vom 9. Juli 2008.  
 URL: <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/12556.pdf>
- Ramsauer, Matthias (2010): Qualitätssicherung und Programmanalyse bei den lokalen Veranstaltern. BAKOM-Mediengespräch vom 7. Juli 2010.  
 URL: [http://www.schweizermedien.ch/fileadmin/schweizerpresse/themen/1\\_100707\\_Qualitaetsicherung\\_und\\_Programmanalyse\\_lokale\\_Veranstalter.pdf](http://www.schweizermedien.ch/fileadmin/schweizerpresse/themen/1_100707_Qualitaetsicherung_und_Programmanalyse_lokale_Veranstalter.pdf)
- Schatz, Heribert/Schulz, Winfried (1992): Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: Media Perspektiven, Heft 11, S. 690–712.
- Scherer, Helmuth (1990): *Massenmedien, Meinungsklima und Einstellungen*. Eine Untersuchung zur Theorie der Schweigespirale. Opladen: Westdeutscher, Verlag.
- Serong, Julia (2015): *Medienqualität und Publikum*. Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung. Konstanz: UVK-Verlag.
- Trebbe, Joachim/Woelke, Jens (2009): Programmstrategien im Schweizer Fernsehen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM): *Fernsehen in Deutschland 2008*. S. 81–96.
- Trebbe, Joachim/ Woelke, Jens (2011): Von den Schwierigkeiten, Fernsehqualität zu definieren und zu messen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): *Programmbereich 2010. Fernsehen in Deutschland. Programmforschung und Programmdiskurs*. S. 205–213.
- Vallone, Robert/ Ross, Lee/ Lepper Mark (1985): The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. Jg. 49. S. 577–585.
- Weber, René (2000): *Prognosemodelle zur Vorhersage der Fernsehnutzung*. Neuronale Netze, Tree-Modelle und klassische Statistik im Vergleich. Reinhard Fischer Verlag.
- Westerstahl, Jörgen (1983): Objective News Reporting. General Premises. In: *Communication Research*, 10. Jrg., Heft 3, S. 403–424.