



 Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio-
und TV-Programme 2015

im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM

Schlussbericht 2015

Benjamin Fretwurst, Siri Fischer, Tobias Frey, Thomas Friemel, Heinz Bonfadelli

Zuhanden von:
Bundesamt für Kommunikation BAKOM

Quellenangabe:

Fretwurst, Benjamin/ Fischer, Siri/ Frey, Tobias/ Bonfadelli, Heinz (2015): Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2015.
www.iakom.ch/Themen/MedienBewertung2015.pdf

Zürich, 30. November 2015

Dr. Benjamin Fretwurst
Lic. phil. Siri Fischer
Tobias Frey, M.A.
Prof. em. Dr. Heinz Bonfadelli

Kontakt
Dr. Benjamin Fretwurst
IaKom GmbH
Im Sydefädeli 21
8037 Zürich

fretwurst@iakom.ch
Tel: +41 76 443 55 99
www.iakom.ch

Inhaltsverzeichnis

Management Summary.....	3
Grafischer Überblick 2015.....	4
0 Vorbemerkung und Erkenntnisstand.....	6
1 Methodenbeschrieb.....	7
2 Ergebnisdarstellung Medienausstattung und Nutzung.....	9
2.1 Interesse für Politik.....	9
2.2 Medienpriorität.....	9
2.3 Medienausstattung der Haushalte.....	11
2.4 Mediennutzung und Nutzungsmotivation.....	12
3 Ergebnisdarstellung Bewertung des Medienangebots.....	16
3.1 Bewertung von SRG-TV.....	17
3.2 Bewertung von Regional-TV.....	20
Bewertung innerhalb der TV-Versorgungsgebiete.....	23
3.3 Bewertung von SRG-Radio.....	24
3.4 Bewertung von privatem Lokal-Radio.....	27
Bewertung innerhalb der Lokalradio-Versorgungsgebiete.....	29
4 Schlussfolgerungen.....	31
5 Literaturverzeichnis.....	33
6 Fragebogen.....	35
Anhang.....	41
7 Normativer Hintergrund der Studie.....	41
8 Stichprobe und Gewichtung.....	43
8.1 Stichprobe.....	43
8.2 Gewichtung.....	44

Management Summary

Mit diesem Bericht werden die Ergebnisse der repräsentativen Publikumsbefragung zur **Nutzung und Bewertung des privaten und öffentlichen Schweizer Rundfunkangebotes** im Jahr 2015 veröffentlicht.

Im Vergleich über alle Bewertungen schneiden die Radioprogramme der SRG am besten ab (Mittelwert: 3.9)¹. Im Gesamtdurchschnitt knapp dahinter werden die TV-Sender der SRG und die privaten Lokalradios gleich gut bewertet (3.7). Die privaten Regional-TV-Programme schneiden im Durchschnitt auch über dem Skalenmittel von 3, aber im Vergleich am schlechtesten ab (3.5). Bei den im Gesamtdurchschnitt gleich bewerteten Lokal-Radio und SRG-TV (beide 3.7) ist auffallend, dass die einzelnen Dimensionen bei Lokal-Radio sehr ähnlich bewertet werden (von 3.4 und 3.8), während die Bewertung von SRG-TV viel stärkere Unterschiede aufweist (von 3.2 bis 4.1).²

SRG-Radio schneidet bezüglich «Professionalität» (4.2) im Vergleich aller Bewertungsdimensionen und Mediengruppen am besten ab. Auch bei der «generellen Zufriedenheit» (4.0) liegt SRG-Radio vor allen anderen Mediengruppen. Die «Glaubwürdigkeit» (4.1) wird sowohl für die Radio- als auch die TV-Sender der SRG gleich hoch eingestuft. Entsprechend der Konzession schneiden die **lokalen Radiosender** im «Lokal-Bezug» (3.8) deutlich besser ab als die SRG-Radiosender (3.3). Bei allen anderen Dimensionen wird Lokal-Radio tiefer bewertet als SRG-Radio, wobei Lokal-Radio beim Unterhaltungswert (3.7) den SRG-Radios (3.8) am nächsten kommt.

Die Stärken der **SRG-TV-Programme** liegen aus der Sicht des Fernsehpublikums in der «Glaubwürdigkeit» (4.1) sowie bei der «Professionalität» und beim «Informationsgehalt» (beide 4.0). Demgegenüber wird der «Unterhaltungswert» (3.3) tief bewertet, während der niedrige «Lokal-Bezug» (3.2) aus der Konzession folgt. Auch bei den **Regional-TV-Sendern** kritisieren die Rezipienten den Unterhaltungswert» (3.0, niedrigster Index über alle Bewertungsdimensionen und Mediengruppen), schätzen aber dafür den «Lokal-Bezug» (3.9) des Regional-TV (höchste Bewertung für Lokal-Bezug über alle Mediengruppen). Bei allen anderen Dimensionen wird Regional-TV tiefer bewertet als SRG-TV, wobei Regional-TV bei der Ausgewogenheit (3.4) dem SRG-TV (3.6) am nächsten kommt.

Über alle vier Mediengruppen wird die Dimension Glaubwürdigkeit mit den geringsten Unterschieden bewertet, so dass alle Anbieter von einer vergleichsweise gut bewerteten Glaubwürdigkeit profitieren (3.8 für Regional-TV und Lokal-Radio vs. 4.1 für SRG-TV und SRG-Radio). Als **Fazit** zeigen die Ergebnisse eine über die Jahre sehr kontinuierliche Bewertung der Programmangebote durch das Schweizer Publikum (vgl. Fretwurst / Bonfadelli 2013 und 2015).

Die Befunde basieren auf einer repräsentativen Telefonbefragung im Herbst 2015 mit 3'616 Personen ab 15 Jahren in 19 Kommunikationsräumen und drei Sprachregionen der Schweiz. Darin bewerteten die Befragten die Radio- und Fernsehprogramme von privaten und öffentlichen Rundfunk-Veranstaltern, die sie nutzen. Die Studie wurde vom Bundesamt für Kommunikation BAKOM in Auftrag gegeben.

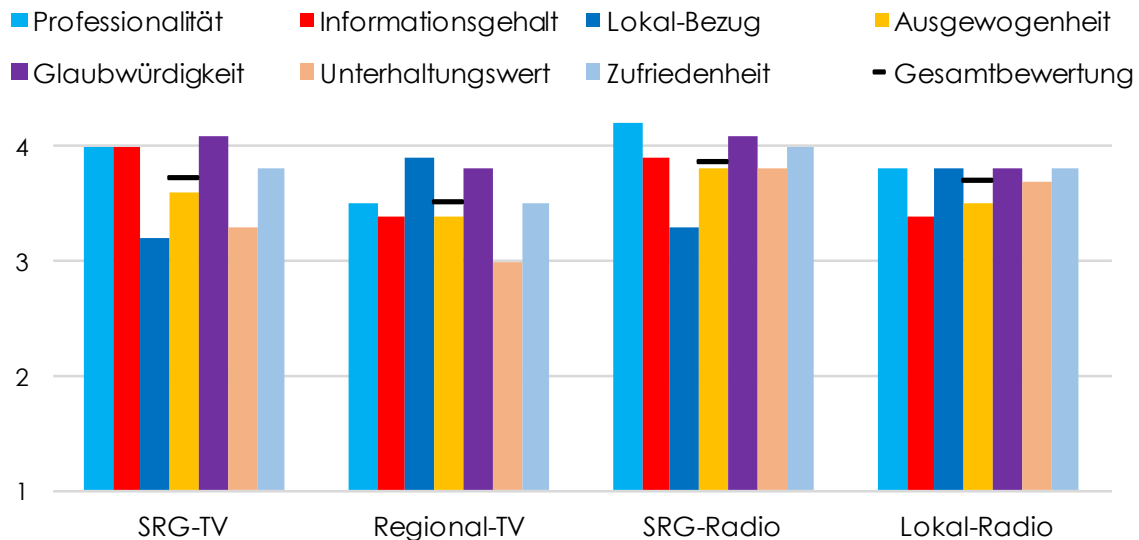
¹ In Klammern sind die durchschnittlichen Bewertungen angegeben, die sich jeweils auf eine Fünferskala beziehen (von 1 = sehr schlechte bis 5 = sehr gute Bewertung). Weitere Erläuterungen siehe Fussnote 3.

² Die Bewertung geht bei SRG-TV von 3.2 für Lokal-Bezug bis 4.1 für die Glaubwürdigkeit, während die Bewertung von Lokal-Radio nur von 3.4 für den Informationsgehalt bis 3.8 für Professionalität, Lokal-Bezug, Glaubwürdigkeit und Zufriedenheit geht.

Grafischer Überblick 2015

Abbildung 1 fasst die Bewertungen nach den Veranstaltern und Abbildung 2 nach den Dimensionen zusammen. In Abbildung 3 und 4 werden die Bewertungen der Mediengruppen in den einzelnen Sprachregionen dargestellt. Angegeben sind jeweils die Mittelwerte der Antworten auf 5er-Skalen, wobei 1 eine sehr schlechte und 5 eine sehr gute Bewertung darstellen.³

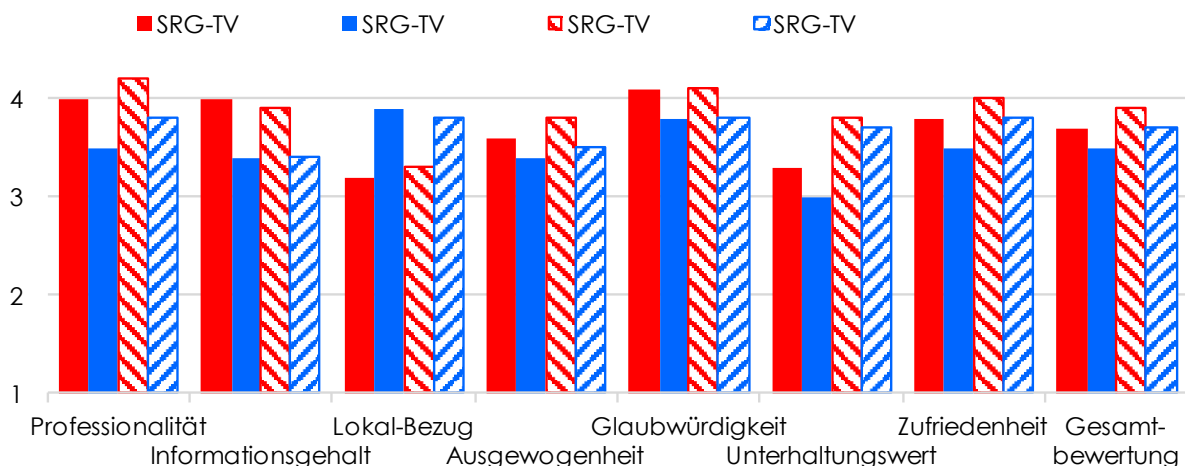
Abbildung 1 Bewertung nach Veranstalterkategorien 2015



Daten: IaKom 2015, N: 1'611 - 3'197.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

Abbildung 2 Bewertung nach Bewertungsdimensionen 2015

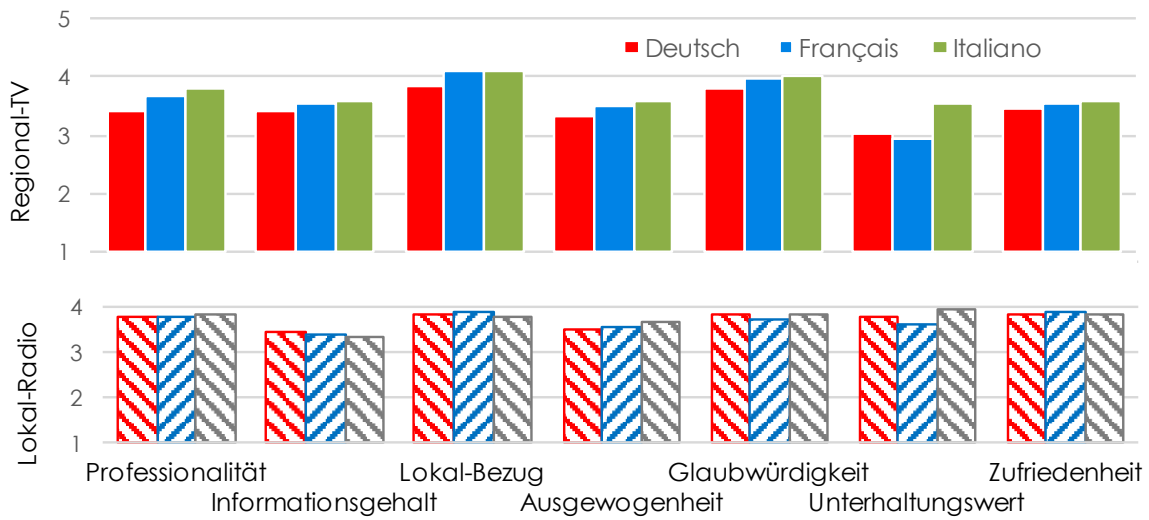


Daten: IaKom 2015, N: 1'611 - 3'197.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

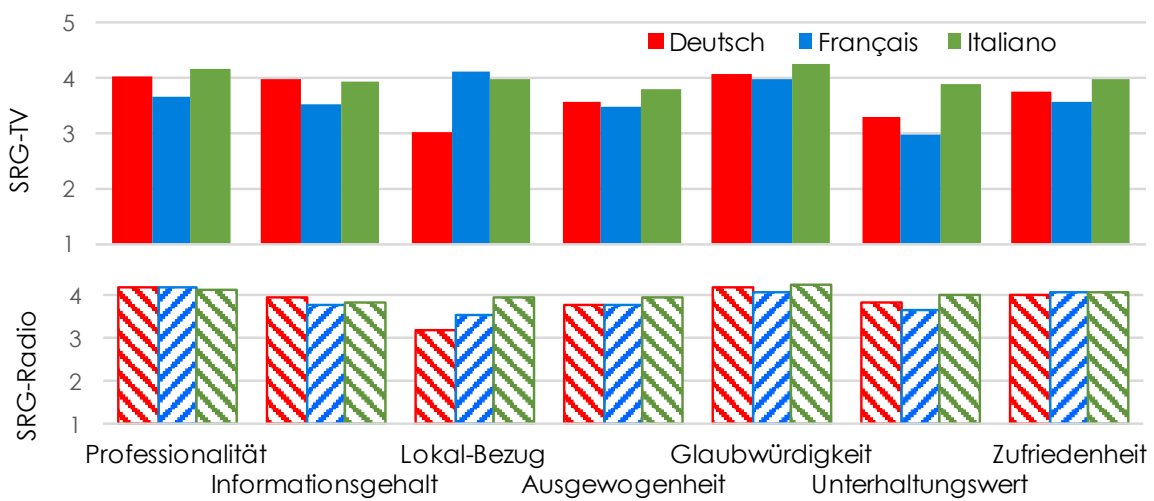
³ Einleitend wurden die Interviewten informiert, dass „1 immer eine sehr schlechte Bewertung bedeutet und 5 eine sehr gute“ (vgl. Fragebogen in Kapitel 6). Innerhalb der einzelnen Dimensionen kamen verschiedene Skalen zum Einsatz: beispielsweise für Professionalität von gar nicht professionell (1) bis sehr professionell (5), für Lokalbezug von gar keinen Stellenwert (1) bis sehr hohen Stellenwert oder für die generelle Zufriedenheit von gar nicht zufrieden (1) bis sehr zufrieden (5).

Abbildung 3 Bewertung der privaten Angebote nach Sprachregionen



Daten: IaKom 2015, N: 1'611 - 3'197.
Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

Abbildung 4 Bewertung der öffentlichen Angebote nach Sprachregionen



Daten: IaKom 2015, N: 1'611 - 3'197.
Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5)

0 Vorbemerkung und Erkenntnisstand

Aus den zentralen Funktionen der Medien für eine moderne Demokratie leitet sich ein Leistungsauftrag ab. Die Einhaltung dieses Leistungsanspruchs kann und muss anhand von Strukturen (Studer et al. 2014, Künzler 2013, Kehl 2011, Puppis 2010, Bonfadelli et al. 2006) und inhaltlich am Angebot gemessen werden (siehe Fiechtner et al. 2014, Kolb et al. 2014, Grosenbacher 2015, Latzer et al. 2014, Meier et al. 2014). Neben der strukturellen und inhaltlich quantitativen Messung muss die Leistung auch von denen beurteilt werden, die sie in Anspruch nehmen, also vom Publikum. Diese subjektiven Bewertungen der Medienleistungen durch die Schweizer Mediennutzer werden seit 2009 kontinuierlich im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation BAKOM erhoben (Bonfadelli/Fretwurst 2009, Bonfadelli/Fretwurst 2010, Bonfadelli/ Fretwurst 2012, Fretwurst/ Bonfadelli 2013, Fretwurst/ Bonfadelli 2015).

Von 2009 bis 2014 wurden die Befragungen zur Medienbewertung am IPMZ – Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich unter der Leitung von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli und Dr. Benjamin Fretwurst durchgeführt. Dabei wurde zunächst halbjährlich und dann jährlich die Schweizer Wohnbevölkerung in den Landessprachen zu ihrer Bewertung der Radio- und Fernsehprogramme der SRG SSR sowie der konzessionierten privaten Radio- und Fernsehprogramme befragt. Die folgenden Generalbefunde zur Leistungsbeurteilung der Schweizer Radio- und TV-Programme basieren auf sieben repräsentativen Telefonbefragung der letzten Jahre mit jeweils ca. 3'600 Befragten ab 15 Jahren in 19 Kommunikationsräumen der Schweiz.

Die bisherige kontinuierliche Befragung zur Leistung der Schweizer Rundfunkangebote weist auch inhaltlich Kontinuität bzw. Konstanz der Medienbewertungen auf. Die Radioprogramme der SRG werden über den bisherigen Untersuchungszeitraum besser bewertet als die lokalen Radioprogramme. Die Fernsehprogramme der SRG werden schon immer jeweils besser bewertet als die regionalen Fernsehsender. Für die Radiosender der SRG ist der Anteil zufriedener Hörer/innen seit 2009 angestiegen. Die Anteile zufriedener Hörer/innen sind bei den Lokalradios seit 2009 leicht gesunken. Die Zufriedenheit mit dem Fernsehangebot der SRG ist angestiegen. Der Anteil der zufriedenen Zuschauer/innen unterlag für das Regionalfernsehen immer wieder Schwankungen.

Die Stärken der SRG-Radioprogramme lagen aus der Sicht des Radiopublikums in der «Professionalität» der Medienschaffenden und ihrer Beiträge, im «Informationsgehalt» und der «Ausgewogenheit» der Informationen. Der niedrige Stellenwert des Lokalen entspricht den Erwartungen. Die Schweizer Lokalradios schneiden über alle Kriterien der Programmbewertung recht gut ab, aber in dieser Bewertung wurden sie von den SRG-Radioprogrammen seit 2009 überholt. Besonders hoch wird für die Lokalradios die Relevanz der «lokal-regionalen Berichterstattung» und die «Professionalität» bewertet. Die Befragten schätzten die Programme der Lokalradios dagegen als weniger «ausgewogen» ein.

Für das Jahr 2015 hat das BAKOM die Erhebung der Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme neu ausgeschrieben.⁴ Das Institut für angewandte Medienforschung IaKom wurde in einer Partnerschaft mit dem Befragungsinstitut DemoSCOPE für diese Studie beauftragt. Die Planung, Erstellung des Fragebogens, die Aufbereitung und Analyse der Daten sowie die Erstellung des vorliegenden Schlussberichtes lag bei IaKom. Die Befragungen wurden vom Institut DemoSCOPE durchgeführt. Die zentralen Forschungsfragen waren die Mediennutzung und die Bewertung von öffentlichen und privaten Rundfunkangeboten durch die Schweizer Bevölkerung in allen Sprachregionen. Die Ergebnisse werden nach

⁴ Zum normativen Hintergrund dieser Studie vergleiche Kapitel 7 im Anhang.

Rundfunk- sowie nach TV-Versorgungsgebieten aufgeschlüsselt und sind mit den Vorjahresergebnissen vergleichbar. Im ergänzenden Tabellenband werden alle erhobenen Variablen nach den relevanten Aufrissgruppen aufgeschlüsselt.

1 Methodenbeschreibung

Die vorliegende Studie erhebt nach wissenschaftlichen Kriterien und für die Schweiz repräsentativ den subjektiven Eindruck, den das Schweizer Medienpublikums von den Leistungen der privaten sowie öffentlichen Radio- und TV-Programme hat. Da es nicht möglich ist, von jedem einzelnen Befragten jeweils eine Einschätzung aller Rundfunkangebote zu erfragen, sollten die Fernsehzuschauer und Radiohörer die öffentlichen und privaten Sender bewerten, die sie am häufigsten nutzen. Insofern spiegeln die Ergebnisse die Bewertung der Rezipienten in Bezug auf die ihnen mögliche und von ihnen genutzte Auswahl wieder.

Mit dem Ziel, Erklärungen für unterschiedliche Nutzung durch das Schweizer Medienpublikum und für die Bewertung von Informationsangeboten zu finden, wurde erfasst inwiefern sich die Zuhörer und Zuschauer für Politik 1. im Allgemeinen, 2. in der gesamten Schweiz und im Ausland sowie 3. in ihrer Region interessieren. Vor diesem Hintergrund kann dann die Medienzuwendung erfasst werden, also 4. welche Medien sie bei der Informationssuche über das Geschehen in der Schweiz und im Ausland präferieren, beziehungsweise welche Medien für Informationen über das regionale Geschehen bevorzugt werden. Da die Kenntnis der Rundfunksender die Voraussetzung für ihre Bewertung ist, wurde 6. die Medienausstattung und 7. die Häufigkeit der Mediennutzung erhoben. Dabei wurde 8. der Entwicklung Rechnung getragen werden, dass immer häufiger Radio und Fernsehen über das Internet genutzt werden. Der Umfang der jeweiligen Nutzung wurde für die Medien als 9. Dauer der Nutzung gemessen. Die Bewertung selbst erfolgte 10. entlang der Bewertungskriterien, wie sie in den Konzessionen für die öffentlichen Rundfunksender der SRG und der Privaten festgelegt sind:

- a. Professionalität des Gesamtprogramms
- b. Informationsgehalt der Politikbeiträge
- c. Stellenwerts der lokal-regionalen Berichterstattung
- d. Ausgewogenheit des Programms
- e. Glaubwürdigkeit der Berichterstattung
- f. Unterhaltsamkeit des Programmangebots
- g. Gesamtzufriedenheit mit dem Programm

Da Medien aber nicht nur aus einem Informationsbedürfnis genutzt werden, sondern zum Beispiel auch zur Unterhaltung genutzt werden, wird zudem erfasst, warum die Befragten 11. TV-Inhalte schauen und warum sie 12. Radio hören. Dabei sollen die Eigenheiten der Sprachregionen und die Bedürfnisse der Kanton genauso berücksichtigt werden wie die der Versorgungsgebiete.

Die Stichprobe der Befragung wurde als Zufallsstichprobe durchgeführt, so dass die Resultate repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 Jahren in den Versorgungsgebieten der konzessionierten Schweizer Radio- und Fernsehveranstalter sind. Ein weiterer Aspekt der Stichprobenziehung ist die Grösse der Substichproben für die Teilanalysen. Da einzelne Kommunikationsräume sehr klein sind, wurde darauf geachtet, dass in jedem der definierten Kommunikationsräume eine Mindestzahl von 100 Interviews durchgeführt wurde. In den Kommunikationsräumen mittlerer Grösse wurden mind. 150 Interviews realisiert und in den grössten 200.

Aufgrund von Interviewverweigerungen (Unit-Non-Response), die zu einem gewissen Grad mit dem Geschlecht sowie dem Alter zusammen hängen (Männer und Jüngere verweigern eher), und aufgrund der disproportionalen Substichproben der Lokalräume entsprechen die

Verteilungen in den Rohdaten nicht genau denen der Grundgesamtheit. Diese Abweichungen wurden durch Gewichtung korrigiert. Es wurde anhand des Alters, des Geschlechts und der Loklräume gewichtet. Die Vorgaben stammen vom Bundesamt für Statistik der Schweiz. Details zur Realverteilung und Gewichtung finden Sie im Anhang 8.2 ab Seite 44.

Methodensteckbrief

Befragungsinstitut	DemoSCOPE
Erhebung	Telefoninterviews per CATI
Stichprobenverfahren	Zufallsstichprobe mit Quoten nach Loklräumen
Befragungssprachen	Deutsch, Französisch und Italienisch
	27 Loklräume setzen sich wie folgt zusammen:
	4 Metropolen: Zürich, Basel, Bern, Genève
Stichprobengebiet	9 Urbane Regionen: St. Gallen, Zürichland, Aargau, Luzern, Fribourg, Freiburg, Berner Land, Baden, Schaffhausen
	13 rurale Regionen: Graubünden, Innerschweiz, Berner Oberland, Berner Seeland, Jura bernois, Lavaux, Valais bas, Oberwallis, Ticino, Vaud, Mittelland, Glarus, Fricktal
Quotierung	Nach Alter, Geschlecht und Räumen
Zielpersonen	Alter ab 15
Durchschnittliche Interviewdauer	16 Minuten
Feldzeit	17. August – 5. Oktober 2015
Durchgeführte Interviews	Total 3616 Interviews, davon 157 auf Italienisch, 865 auf Französisch und 2594 auf Deutsch
Gewichtung, Aufbereitung, Auswertungen	laKom
Auftraggeber	Bundesamt für Kommunikation BAKOM

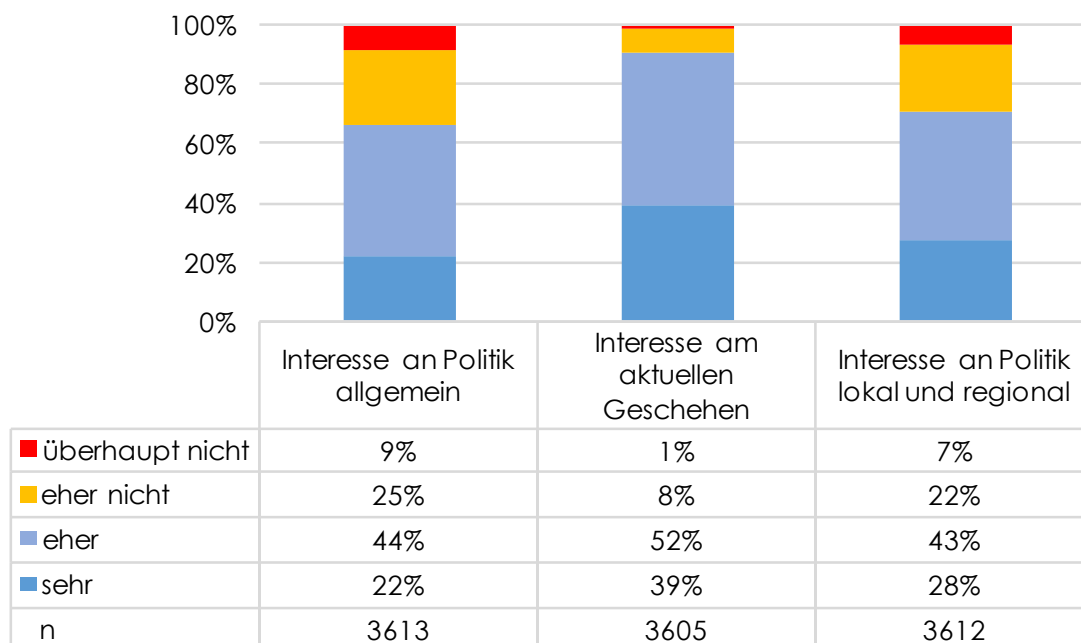
2 Ergebnisdarstellung Medienausstattung und Nutzung

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Publikumsbefragung dargestellt, inwiefern sich die Zuhörer und Zuschauer für Politik interessieren und welche Medien sie präferieren, wenn sie sich über Politik informieren wollen (Abschnitt 2.1). Danach folgt die Darstellung der Medienausstattung (Abschnitt 2.3) sowie der Mediennutzung und Nutzungsmotive (Abschnitt 2.4).

2.1 Interesse für Politik

Generell äussern die Befragten ein grosses Interesse an Politik: So interessieren sich zwei Drittel der Befragten eher oder sehr für Politik im Allgemeinen (66%). Noch etwas mehr Personen (71%) geben an, Interesse am aktuellen regionalen und lokalen politischen Geschehen in ihrer Gegend zu haben. Am meisten Personen (91%) bekunden Interesse am aktuellen politischen Geschehen in der Schweiz und im Ausland (Abbildung 5).

Abbildung 5 Interesse an Politik



Daten: IaKom 2015

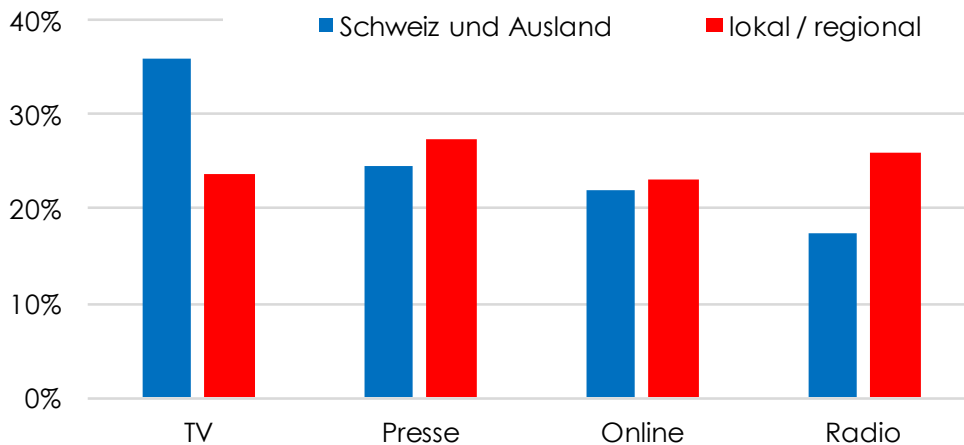
2.2 Medienpriorität

Um dieses grosse Interesse zu stillen und sich über das aktuelle Geschehen zu informieren, werden verschiedenen Medien genutzt. Für Informationen über Ereignisse in der Schweiz und im Ausland nennen die Befragten in erster Linie TV als präferiertes Medium (Abbildung 6). Darauf folgen mit klarem Abstand Presse, Online und dann Radio.⁵ Informationen über das Ge-

⁵ Die Vielfalt der gesamten Schweizer Medien bis zum lokalen Gemeindeblatt lassen sich nicht geschlossen erfragen. Daher wurde die Frage offen gestellt werden. Aus den sehr unterschiedlichen Antworten wurde mit Hilfe computergestützter Inhaltsanalyse Mediennennungen extrahiert. Wenn die Befragten mehrere Medien nannten, wurden ihnen auch mehrere Medien zugeordnet. Einige Antworten liessen sich nicht eindeutig zuordnen. Beispielsweise lässt sich die Nennung „20 Minuten“ sowohl Print wie auch Online zuteilen bzw. die Nennung „SRF“ kann für TV,

schehen in der Region bzw. im Wohnort werden hauptsächlich über Presse und Radio aufgenommen, gefolgt von TV und Online. TV ist dabei das einzige Medium, das für lokal-regionale Informationen einen tieferen Stellenwert hat als für nationale oder internationale Nachrichten. Dies widerspiegelt sich auch in der tiefen Bewertung des lokalen Stellenwertes insbesondere bei SRG-TV, welche vom weniger häufig genutzten Regional-TV nicht wettgemacht werden kann (vgl. Abschnitte 2.4 und 3.1).

Abbildung 6 Medienpräferenz für Information zum Geschehen



Daten: IaKom 2015

Fragen: 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?: N = 6700 Nennungen von 3358 Personen

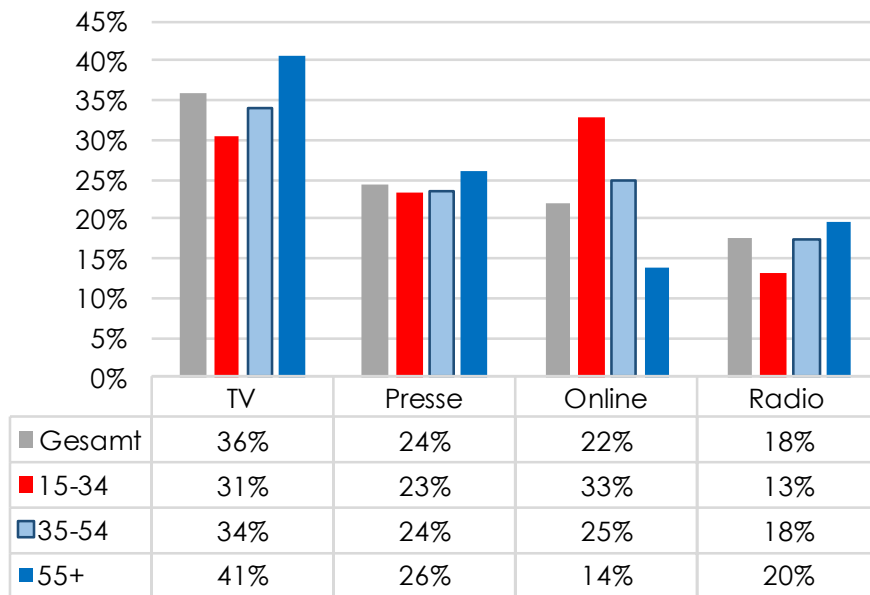
Und wenn Sie sich über das Geschehen in ihrer Region bzw. in Ihrem Wohnort informieren wollen, welche Medien benutzen Sie dafür an erster, an zweiter und an dritter Stelle?: N = 6321 Nennungen von 2543 Personen.

Bei einer Aufschlüsselung der Medienpräferenzen nach Alter zeigen sich grössere Unterschiede zwischen der jüngsten und der ältesten Befragtengruppe (Abbildung 7). Bei der jüngsten Gruppe wird für Informationen zum nationalen und internationalen Geschehen das Internet (33%) leicht vor dem TV (31%) präferiert. Danach folgt die Presse (23%) und zuletzt mit klarem Abstand Radio (13%). Umgekehrt bei der ältesten Gruppe: Diese präferiert mit deutlichem Vorsprung das Fernsehen (41%), gefolgt von Presse (26%) und Radio (20%). Das Internet (14%) spielt für die Befragten ab 55 Jahren die geringste Rolle.⁶

Radio und Online stehen. In solchen Zweifelsfällen wurde die Nennung bei der Datenaufbereitung der hauptsächlichsten Nutzung (Ursprungskanal) des genannten Medientitels zugeordnet, weswegen die Ergebnisse eher zu einer herkömmlichen Mediendarstellung neigen und die Online-Nutzung tendenziell unterschätzt wird.

⁶ Eine Aufschlüsselung der Medienpräferenzen für lokale und regionale Informationen nach Alter ergibt die gleichen Tendenzen wie in Abbildung 7, einfach mit weniger deutlichen Unterschieden zwischen den Altersgruppen.

Abbildung 7 Medienpräferenz für Information Schweiz/Ausland nach Altersgruppen



Daten: IaKom 2015

N = 6700 Nennungen von 3358 Personen zur Frage: 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?:

N = 6321 Nennungen von 2543 Personen zur Frage: 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?:

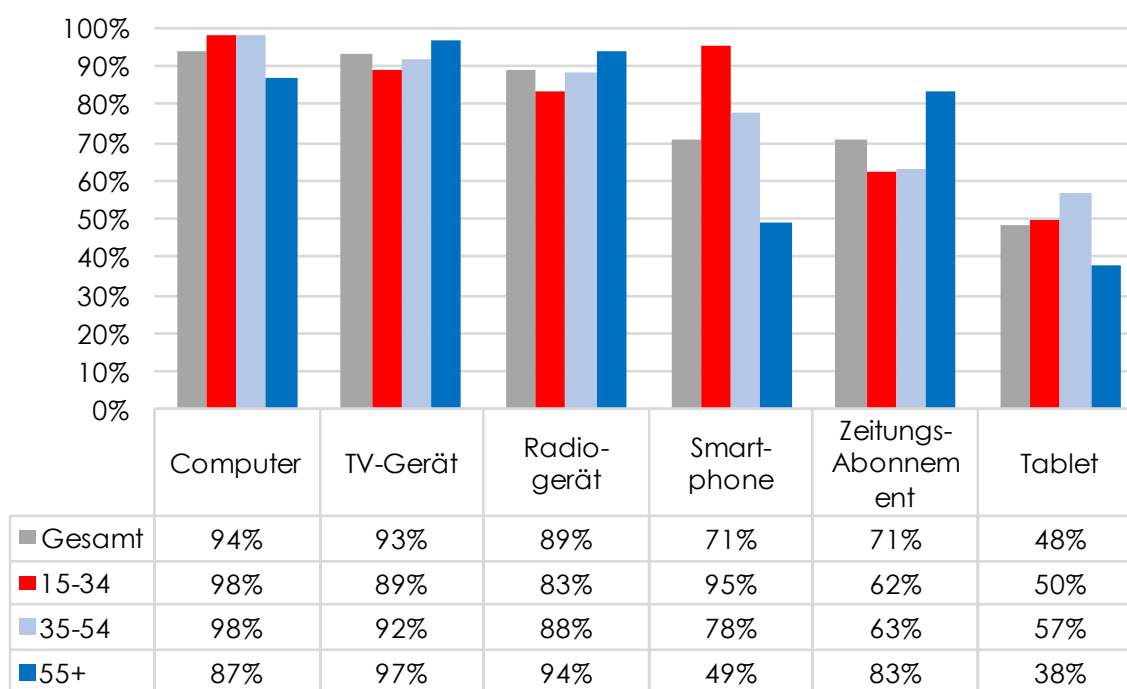
2.3 Medienausstattung der Haushalte

Zum ersten Mal geben im Jahr 2015 mehr Befragte an, im Haushalt über einen **Computer** (94%) als über ein **TV-Gerät** (93%) zu verfügen (Abbildung 8).⁷ Insbesondere bei den jüngeren Altersgruppen von 15 bis 34 und von 35 bis 54 Jahren liegt der Computer mit 98 Prozent klar vor dem TV-Gerät mit 89 bzw. 92 Prozent. Über ein **Radiogerät** verfügen 89 Prozent der Haushalte. Bei der jüngsten Altersklasse bis 34 Jahre verfügen aber deutlich mehr Haushalte über ein **Smartphone** (95%) als über ein Radiogerät (83%). 71 Prozent aller Befragten verfügen über ein Smartphone, mit dem sie Medieninhalte abrufen können, während ebenfalls 71 Prozent der Haushalte ein **Zeitungsabonnement** haben.

Die Verteilung der Smartphones und Zeitungsabonnemente unterscheidet sich gegenläufig in den Alterskohorten. So verfügen in der jüngsten Altersgruppe bis 34 Jahre 95 Prozent über ein Smartphone und nur 62 Prozent über ein Zeitungsabonnement im Haushalt. In der Altersgruppe ab 55 Jahren hingegen haben noch 83 Prozent der Haushalte eine Zeitung im Abo, aber auch schon die Hälfte (49%) ein Smartphone. **Tablets** sind in knapp der Hälfte der Haushalte vorhanden (48%), wobei Tablets das einzige Medium sind bei dem die mittlere Personengruppe vorne liegt (57%).

⁷ Im Vorjahresvergleich haben 2014 90% angegeben in ihrem Haushalt über einen Computer oder Notebook zu verfügen und 95% über mindestens ein TV-Gerät.

Abbildung 8 Medienbesitz in Prozent nach Altersgruppen



Daten: IaKom 2015. N = 3592 – 3616 (Gesamt), 959-976 (15-34), 1224-1229 (35-54), 1408-1410 (55+)
Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 3 Prozentpunkten.

2.4 Mediennutzung und Nutzungsmotivation

Analog zur hohen Ausstattung der Haushalte mit Computern (und Smartphones, sowie in geringerem Masse auch Tablets, vgl. Abschnitt 2.3) ist das Internet der meist genutzte technische Kanal (73% täglich). Der Vergleich mit den anderen abgefragten und in Abbildung 9 dargestellten Medien mit aktueller journalistischer Kommunikation hinkt allerdings, da das Internet ein sehr allgemeines technisches Verbreitungsmedium verschiedenster, auch nicht-journalistischer Inhalte darstellt. Der abgefragte Verbreitungsweg Internet ist insofern eher mit der Nutzung von Papier als mit der abgefragten Zeitungsnutzung oder mit der Nutzung von TV insgesamt (nicht abgefragt) anstelle der abgefragten einzelnen Sendergruppen SRG-TV und Drei Viertel (76%) der in der Schweiz lebenden Bevölkerung ab 15 Jahren schaltet täglich oder mehrmals wöchentlich die **Fernsehprogramme** der SRG ein, während lediglich 8 Prozent nie SRG-TV nutzen. Demgegenüber nutzt nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (37%) die **privaten Regionalfernsehanbieter**⁸ täglich oder mehrmals wöchentlich, wobei knapp jeder Dritte (28%) hingegen nie regionale TV-Angebote nutzt. Nebst dem grösseren Anteil von Nicht-Nutzern weist Regional-TV im Vergleich zur SRG insbesondere mehr Gelegenheitsnutzer auf (Nutzung seltener als einmal pro Woche: SRG-TV 16%, Regional-TV 34%). Da die Nutzungswerte für Regional-TV gegenüber der letzten Erhebung 2014 deutlich gesunken sind, stellen sich Fragen zur zukünftigen Entwicklung der bestehenden Angebote.⁹ Stichworte dazu sind verstärkte Konkurrenz durch zeit- und ortsunabhängige (Internet-)Angebote, erforderliche Innovationen zur Anpassung an neue Sehgewohnheiten, etc. Abbildung 10 vermittelt dazu einen Überblick

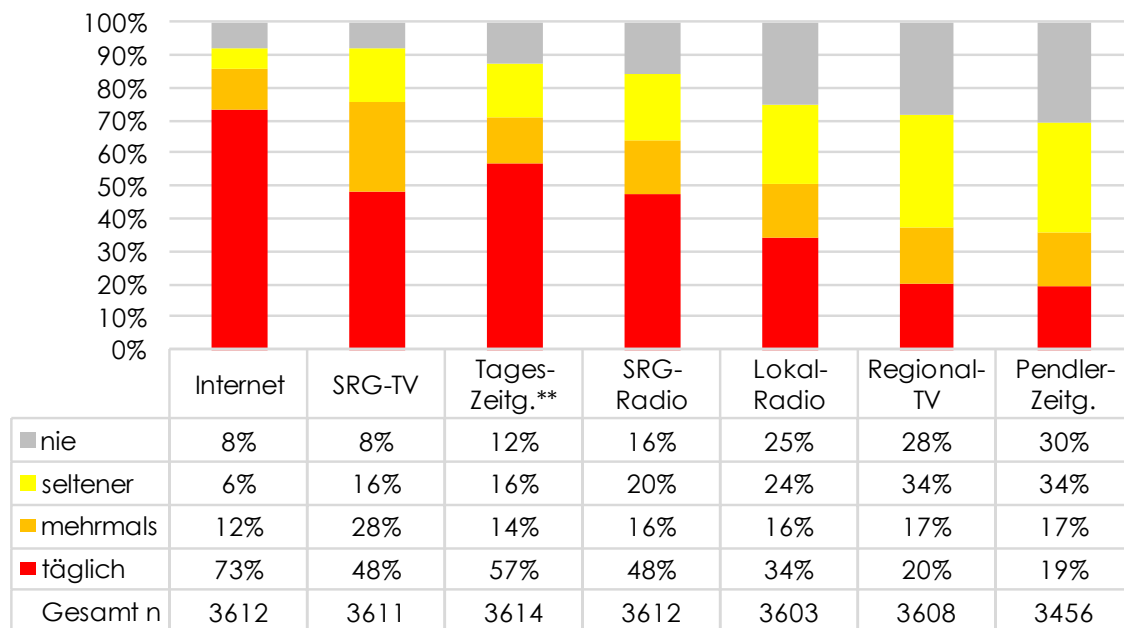
⁸ In diese Statistik gehen nur die privaten Regionalfernsehprogramme ein und überregionale Privatsender wie 3+, TV24 etc. sind nicht berücksichtigt.

⁹ Während der Anteil der Nicht-Nutzer von Regional-TV gegenüber dem Vorjahr bei 28% konstant blieb, verlor Regional-TV insbesondere intensivere Nutzer. Der Anteil der Befragten, die angaben, Regional-TV mehrmals wöchentlich oder täglich zu nutzen, ging von 45 Prozent (2014) auf 37 Prozent (2015) zurück (vgl. Fretwurst / Bonfadelli 2015). Dieser Verlust stammt vor allem von einem Rückgang an regelmässigen Zuschauern aus der jüngsten Altersgruppe (2014 40% vs. 2015 29% regelmässige Nutzer zwischen 15 und 34 Jahren). Siehe dazu auch Abbildung 10.

wie sich die Mediennutzung der jüngsten Altersgruppe entwickelt. Die **SRG-Radiosender** hören knapp zwei Drittel (64%) der Befragten täglich oder mehrmals pro Woche, während die Hälfte das Programm der **Lokal-Radios** in dieser Frequenz nutzt. Der Anteil der Nichtnutzer beträgt bei der SRG 16 Prozent und 25 Prozent bei den Lokalradiosendern.

Während knapp ein Drittel der Befragten angab, kein Zeitungsabonnement zu besitzen (vgl. Abschnitt 2.3), geben nur 12 Prozent der Befragten an, nie **Tageszeitungen** zu lesen. 71 Prozent gaben an täglich oder mehrmals pro Woche Zeitungen zu lesen. In der vorliegenden Befragung verteilen sich die Nutzer von **Pendlerzeitungen** etwa gleichmässig auf die drei Gruppen Nichtnutzer (30%) Gelegenheitsnutzer (34%, seltener als wöchentlich) sowie regelmässige Nutzer (36%, täglich oder mehrmals wöchentlich).

Abbildung 9 Wöchentliche Mediennutzung in Prozent*



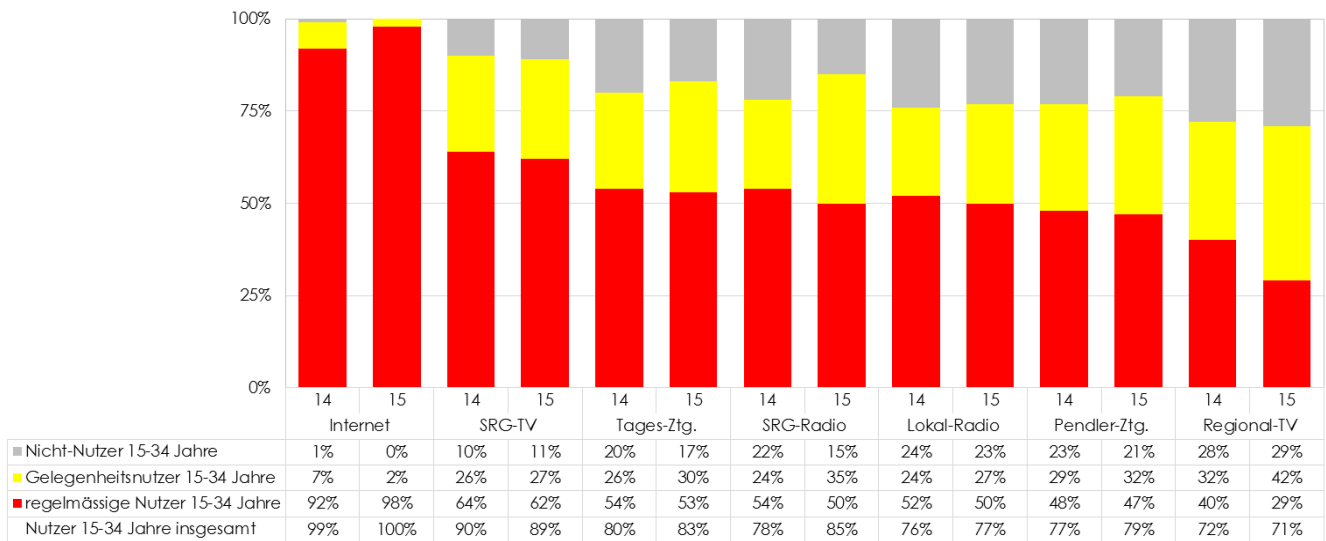
Daten: IaKom 2015. Medien rangiert nach Summe von mehrmals pro Woche und täglich.

*Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 1.6 Prozentpunkten.

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

Die folgende Abbildung 10 gibt einen Überblick wie sich die Mediennutzung der jüngsten Befragungsgruppe von 15 bis 34 Jahren entwickelt. Der Vorjahresvergleich ergibt für alle Medien einen Rückgang an regelmässigen Nutzern – ausser beim Internet. Beim Internet gaben 98 Prozent der Befragten sogar an, mindestens mehrmals wöchentlich oder täglich das Internet zu nutzen. Zusammen mit den 2 Prozent Gelegenheitsnutzern (seltener als wöchentlich) hat das Internet somit eine Vollabdeckung (100%) bei dieser Altersklasse bzw. keine Nicht-Nutzer.

Abbildung 10 Mediennutzung Personen 15-34 Jahre im Vorjahresvergleich



Daten: IaKom 2015. N minimal = 947 (2015), 969 (2014). Gelegenheitsnutzer: seltener als wöchentliche Nutzung; regelmässige Nutzer: mehrmals pro Woche oder tägliche Nutzung. Medien rangiert nach regelmässige Nutzer von 15-34 Jahren 2015.

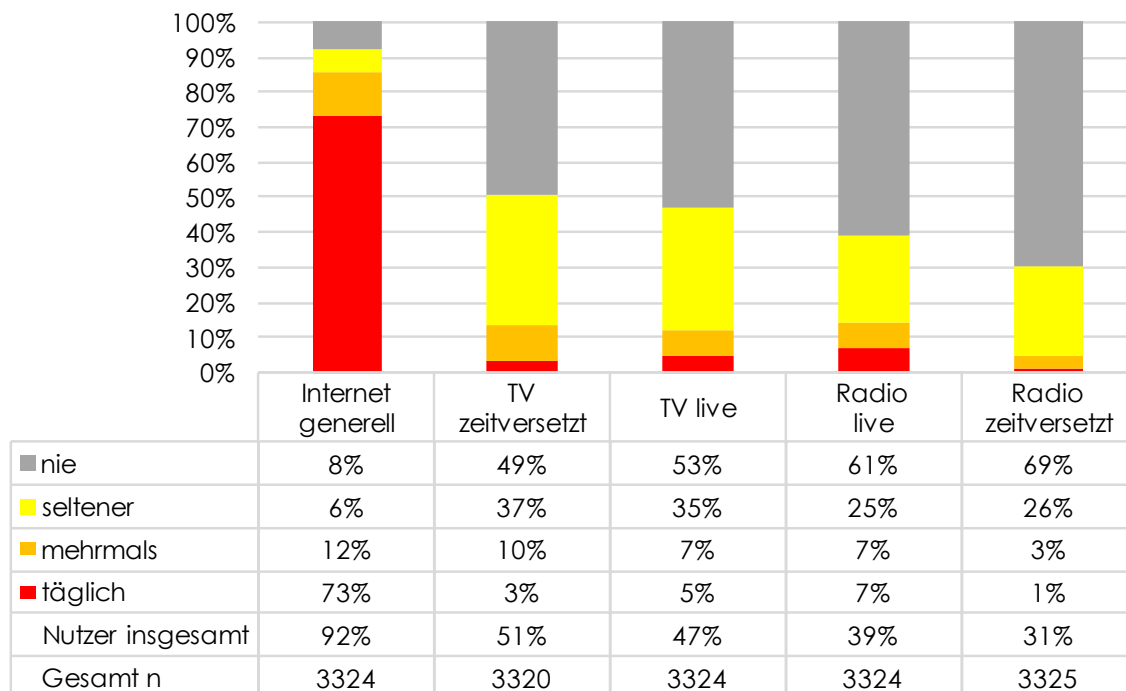
Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 3 Prozentpunkten.

Es wurde explizit nach Tageszeitungen ausser Gratis-Pendlerzeitungen gefragt.

Zusätzlich zur klassischen Mediennutzung wurde abgefragt, ob und wie häufig Radio und Fernsehen über Internet genutzt werden. Rund die Hälfte der Befragten gab an, TV zeitversetzt (51%) oder live (47%) über Internet zu schauen (Abbildung 11). Davon sind jedoch die meisten Personen Gelegenheitsnutzer, die seltener als wöchentlich auf diese Art fernsehen (37% zeitversetzt, 35% live). Die Radio-Nutzung über Internet unterscheidet sich in zwei Dimensionen von der Nutzung von TV: Während TV über das Internet vor allem zeitversetzt genutzt wird, liegt beim Radio die live-Nutzung vorne. Zudem hat Radio zwar weniger Nutzer als TV über Internet, aber dafür einen grösseren Anteil von regelmässigen Nutzern.¹⁰

¹⁰ Während beim Radio über ein Drittel (36%) der gesamten Nutzerschaft mehrmals pro Woche oder täglich Radio live über Internet nutzt, liegt dieser Anteil beim zeitversetzten TV bei nur 27 Prozent (relative Angaben innerhalb der Nutzerschaft, nicht in Abbildung 11 ersichtlich).

Abbildung 11 Wöchentliche Nutzung von Radio und Fernsehen über Internet in Prozent



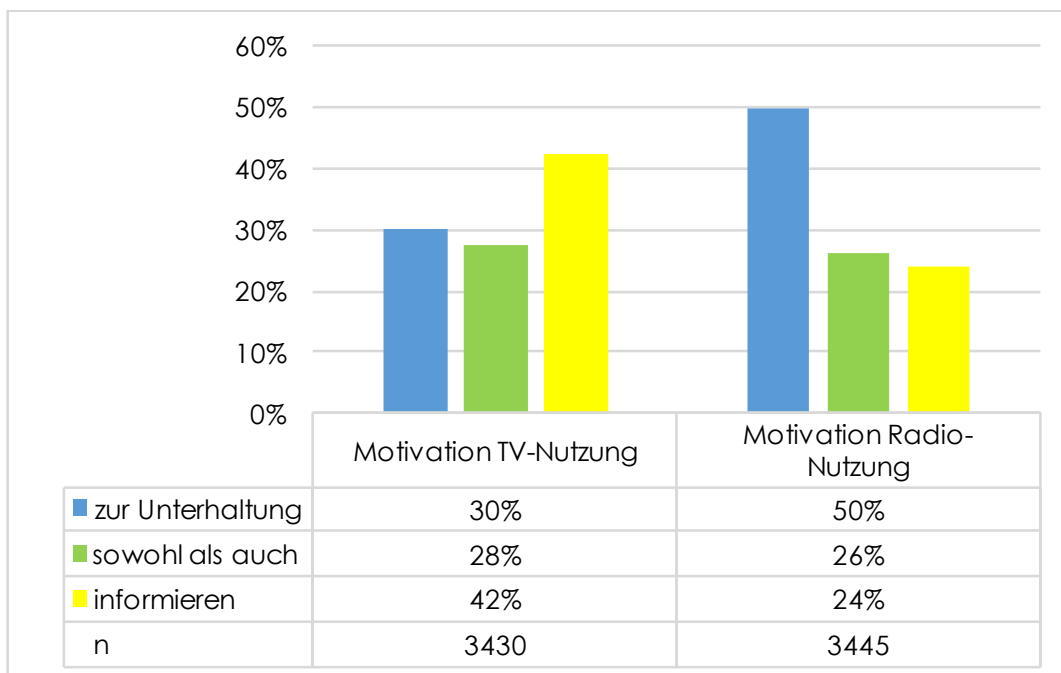
Daten: IaKom 2015. Medien rangiert nach Nutzer insgesamt.

*Die Fehlermarge der Prozentwerte liegt bei maximal 1.6 Prozentpunkten.

Weiter wurden die hauptsächlichen Motive zur Nutzung von Radio oder TV abgefragt. Dabei gaben die Befragten an, Fernsehen in erster Linie zur Information und Radio insbesondere zur Unterhaltung zu nutzen (Abbildung 12). Inwiefern dabei beim Fernsehen Effekte der sozialen Wünschbarkeit bei dieser Selbstdeklaration mitreinspielen ist dabei offen.¹¹ Nichtsdestotrotz steht die angegebene, vor allem informations-orientierte Motivation für die TV-Nutzung in Einklang mit der tiefen Bewertung des Unterhaltungswertes der TV-Programme von SRG und den regionalen Privaten (vgl. Abschnitte 3.1 und 3.2).

¹¹ Per online befragte Studien ergeben für die Schweizer Bevölkerung im Vergleich dazu eine stärkere Bedeutung des Fernsehens als Unterhaltungsmedium. Siehe dazu: Publisuisse 2011 (S. 15), Publisuisse 2014 (S. 18), oder Koob/Bolliger 2015 (S. 10-11).

Abbildung 12 Motivation der Zuwendung zu Radio und Fernsehen



Daten: IaKom 2015

3 Ergebnisdarstellung Bewertung des Medienangebots

Zentraler Gegenstand der vorliegenden Studie 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 genutzten Sender auf sieben Bewertungsdimensionen beurteilt.¹² Die Bewertung selbst erfolgt entlang der Bewertungskriterien, wie sie in den Konzessionen für die öffentlichen Rundfunksender der SRG und der Privaten festgelegt sind:¹³

- a. Professionalität des Gesamtprogramms
- b. Informationsgehalts der Politikbeiträge
- c. Stellenwerts der lokal-regionalen Berichterstattung
- d. Ausgewogenheit des Programms
- e. Glaubwürdigkeit der Berichterstattung
- f. Unterhaltsamkeit des Programmangebots
- g. Gesamtzufriedenheit mit dem Programm

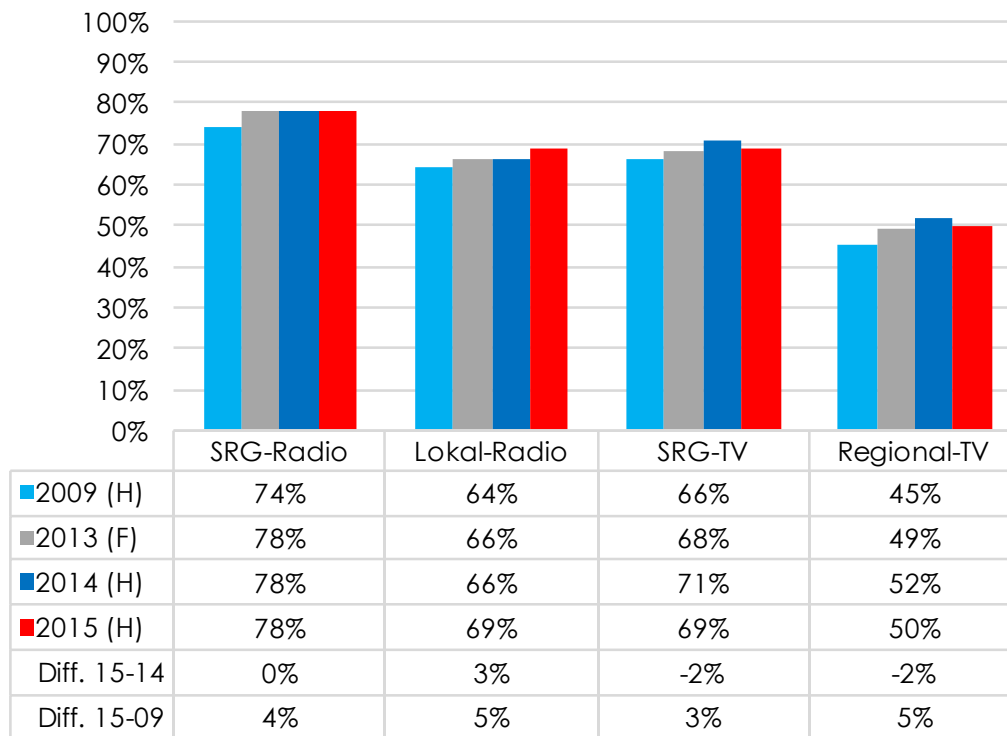
Die Mehrheit des Medienpublikums ist über alle Befragungswellen hinweg mit den Programmen des öffentlichen und privaten Rundfunks in der Schweiz *ziemlich* oder sogar *sehr zufrieden* (Abbildung 13). In der Gesamtzufriedenheit der Nutzer liegen im Jahr 2015 die Radio-Angebote vor den TV-Angeboten. Die höchste Zufriedenheit erreichen die Radiosender der SRG mit 78 Prozent. Wie bereits in den ersten Erhebungswellen von 2009 bis 2011 erreichen die

¹²Die 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».

¹³Die Bewertungen wurden auf einer Skala von 1 bis 5 gemessen, wobei 1 jeweils die schlechteste und 5 die beste Bewertung darstellt. Zu den Details der Skalen siehe Fussnote 3 sowie den Fragebogen in Kapitel 6.

Lokal-Radios im Jahr 2015 wieder höhere bzw. gleich hohe Zufriedenheitswerte wie das SRG Fernsehen (2015 beide bei 69%). Der geringste Anteil an Zufriedenheit findet sich bei den Regional-TV-Sendern mit 50 Prozent.

Abbildung 13 Gesamtzufriedenheit* mit dem Medienangebot über die Jahre



Daten: IaKom 2015. Medien rangiert nach genereller Zufriedenheit 2015.

N 2015 = SRG-Radio 2592, Lokal-Radio 1952, SRG-TV 3057, Regional-TV 1568. N der Vorjahre siehe Tabelle 1 bis Tabelle 5. Differenz zu 2013 nicht ausgewiesen, da im 2013 einzige Frühjahrserhebung (ansonsten immer Herbst).

*Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die «generelle Zufriedenheit» sehr oder eher angeben 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.

3.1 Bewertung von SRG-TV

Die Gesamtzufriedenheit mit den **SRG-Fernsehprogrammen** liegt in der Erhebung 2015 nicht signifikant unter dem Vorjahr, aber immer noch sind mehr als zwei Drittel des Publikums mit dem TV-Angebot der SRG *ziemlich* oder sogar *sehr zufrieden* (vgl. Tabelle 1). Dabei unterscheidet sich die **Zufriedenheit** mit dem SRG-Fernsehen signifikant zwischen der jüngsten und der ältesten Befragtengruppe, wobei – entgegen der ersten Vermutung – die jüngsten Befragten zwischen 18 und 34 zu 77 Prozent zufrieden sind und die ältesten Befragten (55 und älter) nur zu 62 Prozent.¹⁴ Das Phänomen, dass die älteren Befragten die SRG-TV-Sender deutlich häufiger nutzen, aber weniger zufrieden mit dem Angebot sind, wurde schon in den letzten Jahren des Medienbewertungen beobachtet (vgl. Fretwurst/ Bonfadelli 2015, 2013 und 2012). Jüngere Zuschauer sind also zwar zufriedener mit dem Fernsehprogramm der SRG, aber es wird eher von älteren Personen genutzt. Ältere Befragte bleiben selbst dann den SRG-Sendern treu, wenn sie ihre Leistungen kritischer sehen, während sich die jüngeren Befragten eher an-

¹⁴ Vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 3.7 im Tabellenband.

deren Angeboten zuwenden. Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen sind nicht signifikant. Deutliche Unterschiede finden sich zwischen den Sprachregionen. In der Deutschschweiz sind 19 Prozent der Befragten mit den Angeboten der SRG *sehr zufrieden*, während es in der französischsprachigen Schweiz 25 sind und im Tessin 31 Prozent.

Tabelle 1 Zustimmung zu den Bewertungskriterien für SRG-TV

Prozent Zustimmung*	SRG-TV						
	H 09	F 13	H 14	H 15	Diff. 15-14	Diff. 15-13	Diff. 15-09
Professionalität	74%	72%	73%	78%	5%	6%	4%
Info-Gehalt	76%	72%	74%	76%	2%	4%	0%
Stellenwert Lokal	40%	41%	41%	40%	-1%	-1%	0%
Ausgewogenheit	61%	58%	60%	58%	-2%	0%	-3%
Glaubwürdigkeit	78%	80%	80%	80%	0%	0%	0%
Unterhaltsamkeit	49%	46%	45%	44%	-1%	-2%	-5%
Generell zufrieden	66%	68%	71%	69%	-2%	1%	3%
N-Minimum	2856	2962	3007	3057			

Daten: IaKom 2015.

*Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien 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.

Die Bewertungskriterien der «Glaubwürdigkeit», des «Informationsgehalts» und der «Professionalität» erfüllen die Sender der SRG überdurchschnittlich gut (siehe auch Abbildung 14). In den einzelnen Bewertungsdimensionen ist nur die Veränderung bei der wahrgenommenen «Professionalität» des SRG-TV signifikant und positiv.

Den mit 80 Prozent höchsten Zustimmungsanteil überhaupt erreicht die **Glaubwürdigkeit** der Informationen. Der Anteil ist identisch mit den letzten Erhebungen im Frühjahr 2013 und im Herbst 2014. 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.¹⁵

Mit der Frage nach der **Professionalität** der Programme werden die Zuschauer um ihren subjektiven Eindruck gebeten. Inwiefern die Programmanbieter professionell arbeiten kann mit dieser Frage an die Zuschauer aus mehreren Gründen nicht objektiv erfasst werden.¹⁶ Die Antworten auf die Frage nach der Professionalität stehen also für subjektive Bewertungen. Im Jahr 2015 empfanden 78% des Publikums das Fernsehen der SRG als eher oder sehr professionell (gegenüber 73% im Vorjahr). Damit kommt die Professionalität inzwischen nahe an den

¹⁵ Die mittlere Altersgruppe schätzt die SRG-TV-Programme mit 86 Prozent etwa so ein wie die jüngste Befragtengruppe. Bei den anderen Aufrissgruppen gibt es kaum signifikante Unterschiede. So zeigt die Glaubwürdigkeit beispielsweise keinen Zusammenhang mit der Informations- bzw. Unterhaltungsorientierung der Befragten und genauso wenig können signifikante Unterschiede zwischen den Sprachregionen ausgemacht werden. Vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 3.5 im Tabellenband.

¹⁶ 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.

langjährigen Spitzenreiter beim SRG-TV, der Glaubwürdigkeit, heran. Wiederum wird von den jüngeren Befragten die Professionalität des SRG-TV höher eingeschätzt.¹⁷

Ebenfalls ein hoher Anteil (76%) der Befragten bewertet den **Informationsgehalt**¹⁸ der SRG-TV-Sender als sehr oder eher informativ. Die Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen entsprechen im Wesentlichen denen der Bewertungsdimension Professionalität.¹⁹

Laut Konzession hat die SRG 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 40 Prozent Zustimmung tiefer bewertet als beim Regional-TV (71%). Zwischen den Sprachregionen besteht ein erheblicher Unterschied in der Einschätzung des Regionalbezugs.²⁰ Das liegt wesentlich an der unterschiedlichen Grösse der Sprachregionen. Von 74 Prozent der Tessiner wird der «Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung» als hoch eingestuft. 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.

Die **Ausgewogenheit** der Themen und Meinungen wird für die TV-Angebote der SRG mit 58 Prozent von unterdurchschnittlich vielen Befragten bestätigt. Die, im Vergleich zu den übrigen Bewertungsdimensionen, geringen Anteile finden sich allerdings auch bei den privaten TV-Sendern und bei den Radioprogrammen wieder.²¹ Auf dem niedrigeren Niveau wiederholen sich die Unterschiede zwischen den Altersklassen, wobei wieder die jüngsten Befragten die Angebote besser bewerten als die älteste Aufrissgruppe.²² Die Ausgewogenheit des SRG-TV wird im Tessin (3.8) im Durchschnitt höher bewertet als in den grösseren Sprachregionen (Romandie 3.7 und Deutschschweiz 3.6).²³

Als Zusatzdimension wird in der Bewertung nach dem **Unterhaltungswert** der Programme gefragt. Die Frage nach der Unterhaltsamkeit wird am häufigsten von allen Dimensionen auf der Skalenmitte bewertet (39%). 17 Prozent bewerten die SRG-TV-Programme als eher oder gar nicht unterhaltsam. Etwa ein Drittel der Befragten bewertet ihre Programme als *eher unterhaltsam* und 9 Prozent als *sehr unterhaltsam*. Auch hier kehren die Unterschiede zwischen den Altersgruppen wieder: mit der höheren Leistungseinschätzung durch die jüngeren Befragten.²⁴ Auf dieser Dimension bewerten die Deutschschweizer (3.3) wie die Westschweizer (3.3) das SRG-TV gleich, während die Tessiner ihr Programmangebot als wesentlich unterhaltsamer beurteilen (3.9).

¹⁷ Vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.1 im Tabellenband.

¹⁸ Frage: „Wie informativ finden Sie die Beiträge aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport von den verschiedenen Medien? Wie informativ sind die Beiträge im...“ (vgl. Fragebogen in Kapitel 6).

¹⁹ vgl. Tabelle 3.2 im Tabellenband.

²⁰ Vgl. Tabelle 3.3 im Tabellenband

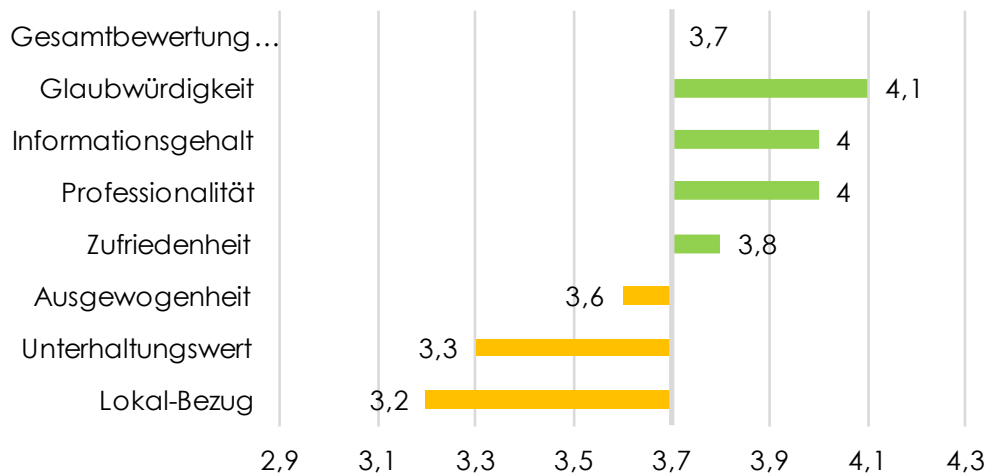
²¹ Kommunikationswissenschaftlich kann dieses Phänomen durch looking-glass-perception und als hostile-media-effect erklärt werden. Als looking-glass-perception wird die Tendenz bezeichnet, dass der Bevölkerungsanteil überschätzt wird, der die Meinung des Befragten teilt. Insofern empfinden Befragte ihre 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).

²² vgl. Tabelle 3.4 im Tabellenband

²³ Damit ergibt sich eine leichte Verschiebung zwischen der Romandie und dem Tessin gegenüber dem Vorjahr. 2104 lag die Westschweiz im Durchschnitt (3.8) gleichermassen knapp über der Deutschschweiz und dem Tessin (jeweils 3.6).

²⁴ vgl. Tabelle 3.6 im Tabellenband

Abbildung 14 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für SRG-TV



Daten: IaKom 2015, N: 3'197. Achse auf Gesamtbewertung SRG-TV ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5) (vgl. Fussnote 3)

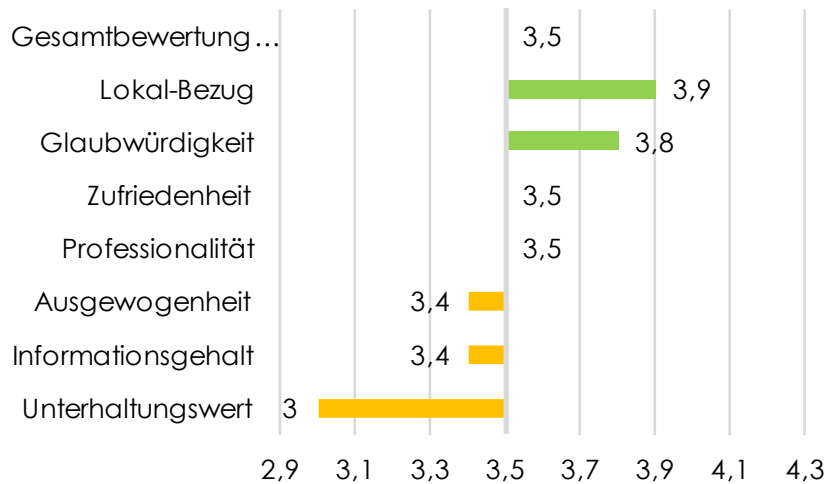
3.2 Bewertung von Regional-TV

Mit den Programmen der Regionalfernsehanbieter ist in der vorliegenden Studie die Hälfte der Befragten (50%) generell **zufrieden**. Im Gegensatz zum Fernsehen der SRG ist dabei die jüngste Altersgruppe mit 42 Prozent Zustimmung wesentlich weniger zufrieden als die beiden älteren Altersgruppen mit 53 bzw. 54 Prozent.²⁵ Im Einklang mit der durchschnittlich höheren formalen Bildung der jüngeren Personen ist die höchste Bildungsgruppe mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3.3 am unzufriedensten mit dem Regional-TV, während die Gruppen mit tiefer oder mittlerer formaler Bildung ihre Zufriedenheit mit 3.7 bzw. 3.6 höher angibt.

Innerhalb des Regional-TV schätzen die Zuschauer vor allem die Merkmale Lokal-Bezug (3.9) und Glaubwürdigkeit (3.8), während der Unterhaltungswert (3.0) deutlich und die Ausgewogenheit und der Informationsgehalt (beide 3.4) leicht unter der Gesamtbewertung (3.5) von Regional-TV sind (Abbildung 15).

²⁵ Vgl. Aufrißgruppen in Tabelle 3.14 im Tabellenband.

Abbildung 15 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für Regional-TV



Daten: IaKom 2015, N: 1'611. Achse auf Gesamtbewertung Regional-TV ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5) (vgl. Fussnote 3)

In den Bewertungen der einzelnen Dimensionen sind gegenüber dem Vorjahr eine positive Veränderung (bei der Professionalität +3%) sowie eine negative Differenz (bei der Ausgewogenheit -4%) erkennbar (Tabelle 2). Im langjährigen Vergleich zur Befragung von 2009 zeigen sich aber einige Rückgänge (beim Info-Gehalt -10%, beim Unterhaltungswert -4% und bei der Ausgewogenheit -3%) und nur einen Zuwachs (bei der generellen Zufriedenheit +5%).²⁶

Tabelle 2 Zustimmung zu den Bewertungskriterien für Regional-TV

Prozent Zustimmung*	Regional-TV						
	H 09	F 13	H 14	H 15	Diff. 15-14	Diff. 15-13	Diff. 15-09
Professionalität	50%	45%	46%	49%	3%	4%	-1%
Info-Gehalt	58%	48%	50%	48%	-2%	0%	-10%
Stellenwert Lokal	71%	69%	71%	71%	0%	2%	0%
Ausgewogenheit	47%	43%	48%	44%	-4%	1%	-3%
Glaubwürdigkeit	70%	67%	70%	70%	0%	3%	0%
Unterhaltsamkeit	34%	30%	31%	30%	-1%	0%	-4%
Generell zufrieden	45%	49%	52%	50%	-2%	-1%	5%
N-Minimum	1473	1404	1549	1568			

Daten: IaKom 2015.

* Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien für die TV-Angebote sehr oder eher erfüllt sehen (5 und 4 auf den Skalen). Unterschiede zwischen den Prozentwerten sind mindestens ab einer Differenz von 3% auf dem 95%igen Signifikanzniveau statistisch signifikant.

²⁶ vgl. Fretwurst/Bonfadelli 2015.

Der **Lokal-Bezug** wird von 71 Prozent der Befragten als hoch eingeschätzt, was der generellen Konzessionsintention für private Anbieter entspricht. In dieser Kategorie liegt der Anteil über dem der SRG. Im Gegensatz zum Vorjahr weisen die meisten Aufrissgruppen keine signifikanten Unterschiede auf.²⁷ Einzig bei den Sprachregionen zeigt sich beim Lokal-Bezug (wie auch bei der Professionalität) des Regional-TV eine höhere Bewertung durch die lateinische Schweiz: 4.1 im Tessin und in der Romandie vs. 3.9 in der Deutschschweiz.

Die **Glaubwürdigkeit** der Informationen wird ähnlich häufig wie der Lokal-Bezug und identisch zum Vorjahr als gegeben betrachtet (70%). Auch bei der Glaubwürdigkeit zeigt sich eine bessere Bewertung durch die tiefste Bildungsgruppe sowie in den lateinischen Landesteilen.²⁸

Die Bewertung der **Professionalität** wird 2015 von 49 Prozent der Befragten und somit leicht mehr als im Vorjahr als erfüllt angesehen. Damit liegt die Bewertung der Professionalität des Regional-TV wieder in der Nähe des Ausgangswertes von 2009 bei 50 Prozent. Nichtsdestotrotz bedeutet dies, dass rund die Hälfte der Befragten, die Regional-TV nutzen, die von ihnen gewählten Programme nicht als professionell gemacht ansieht. Dabei bewerten die höher Gebildeten (3.3) die Professionalität der Regionalfernsehprogramme signifikant niedriger als diejenigen mit formal mittlerem (3.6) und tiefem (3.8) Bildungsstand.²⁹ Im Gegensatz zum Vorjahr finden sich zwischen den Sprachregionen klare Unterschiede in der Bewertung der Professionalität: Das Tessin und die Romandie bewerten die Professionalität ihrer Regional-TV-Angebote mit einem Durchschnitt von 3.8 bzw. 3.7 wesentlich besser als die Deutschschweiz mit 3.4.

Die Angebote der privaten Regionalfernsehanbieter werden von etwas weniger als einem Drittel der Zuschauer/innen als **unterhaltsam** bewertet (30%). 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. Der Unterhaltungswert wird von 24 Prozent der hoch Gebildeten seltener als gegeben betrachtet als von den Befragten mit tiefem Bildungsstand, von denen 35 Prozent diese Angebote unterhaltsam finden.³⁰ Im Tessin wird der Unterhaltungswert der regionalen TV-Programme signifikant höher bewertet. Im Vergleich zur Deutschschweiz, wo nicht einmal ein Drittel der Befragten ihre Programme unterhaltsam finden (29 Prozent), bewerten im Tessin 43 Prozent der Befragten ihr regionales TV-Angebot als unterhaltsam. In der Romandie sind es mit 28 Prozent noch weniger als in der Deutschschweiz.

In der Bewertung der **Ausgewogenheit** des Regional-TV ist gegenüber dem Vorjahr eine negative Differenz erkennbar. Nur 44 Prozent der Befragten halten ihr Regional-TV für eher oder sehr ausgewogen (Vorjahr 48%). Wiederum vergibt die höchste Bildungsgruppe die tiefste Bewertung (3.2), während das Tessin (3.6) und die Romandie (3.5) die Ausgewogenheit höher bewerten als die Deutschschweiz (3.3).

Im langjährigen Vergleich erfährt der **Informationsgehalt** des Regional-TV die schlechteste Entwicklung aller abgefragten Dimensionen. Hielten in der Erhebung von 2009 noch 58 Prozent der Befragten das Regional-TV für eher bis sehr informativ, liegt der Anteil im Jahre 2015 noch bei 48 Prozent. Die Unterschiede in der Beurteilung durch die verschiedenen Aufrissgruppen folgen dem Muster der anderen Dimensionen, allerdings in leicht schwächerer Ausprägung.³¹

²⁷ vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.10 im Tabellenband.

²⁸ Vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.12 im Tabellenband.

²⁹ vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.8 im Tabellenband.

³⁰ vgl. Tabelle 3.13 im Tabellenband

³¹ Tiefe Bildung sowie lateinische Schweiz tendieren zu einer besseren Beurteilung des Informationsgehaltes von Regional-TV, vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.9 im Tabellenband.

Bewertung innerhalb der TV-Versorgungsgebiete

Als Grundlage für die Konzessionen an regionalen TV-Anbieter dienen die TV-Versorgungsgebiete (TVG). In der Schweiz sind derzeit 13 TV-Versorgungsgebiete definiert.³² Anhand der Tabelle 3 können die durchschnittlichen Bewertungen in den einzelnen Versorgungsgebieten verglichen werden. Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Bewertungsdimension 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 Leistungskriterium mindestens eine Bewertung für das von ihnen gesehene Regionalfernsehprogramm abgegeben haben.

Tabelle 3 Bewertung der regionalen TV-Sender nach Versorgungsgebieten

Versorgungsgebiete	Gesamt	Professionalität	Info-Gehalt	Lokal-Bezug	Ausgewogenheit	Glaubwürdigkeit	Unterhaltsamkeit	Generell zufrieden	Minimal-n	Sender
1 Genève	3.5	3.6	3.4	4	3.3	3.8	2.9	3.4	93	Léman bleu
2 Vaud-Fribourg	3.6	3.5	3.5	3.9	3.4	4	3.1	3.6	151	La Télé
3 Valais	3.7	3.7	3.5	4.2	3.7	4	2.9	3.7	72	Canal 9
4 Arc Jurassien	3.6	3.5	3.6	3.8	3.6	4.2	3.2	3.6	41	Canal Alpha
5 Bern	3.4	3.4	3.3	3.8	3.3	3.8	3	3.4	112	TeleBärn
6 Biel/Bienne	3.5	3.3	3.4	3.7	3.5	3.9	3	3.4	102	TeleBilingue/ TeleBärn
7 Basel	3.5	3.5	3.3	4	3.4	3.9	3.1	3.5	111	TeleBasel
8 Aargau - Solothurn	3.4	3.3	3.4	3.9	3.2	3.8	2.9	3.5	133	Tele M1
9 Innerschweiz	3.5	3.6	3.5	3.9	3.3	3.9	3.1	3.5	183	Tele 1
10 Zürich-Nordostschweiz	3.4	3.4	3.4	3.8	3.4	3.7	3	3.3	259	TeleZüri (nicht konzessioniert) / Tele Top
11 Ostschweiz	3.6	3.6	3.4	4	3.5	4	3	3.6	59	Tele Ostschweiz
12 Südostschweiz	3.5	3.2	3.5	3.9	3.2	4	3.1	3.4	64	Tele Südostschweiz
13 Tessin	3.8	3.8	3.6	4.1	3.6	4	3.6	3.7	77	Tele Ticino
Gesamt	3.5	3.5	3.4	3.9	3.4	3.9	3	3.5	1466	

Daten: IaKom 2015.

In den Tabellenzellen sind die Mittelwerte über alle Befragten eingetragen, die einen Regionalfernsehsender angegeben und bewertet haben. Die Bewertungsskalen reichten jeweils von 1 bis 5, wobei 5 bedeutete, dass das jeweilige Leistungskriterium sehr zutrifft und 1, dass es gar nicht zutrifft (vgl Fussnote 3). Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Leistungsdimension grün gekennzeichnet sind und die minimalen Werte rot. Lesebeispiel: Im TV-Versorgungsgebiet 3 Valais wird der Lokal-Bezug (grün) der genutzten Regional-TV-Angebote von den Zuschauern vergleichsweise hoch bewertet und der Unterhaltungswert tief (rot).

Die Versorgungsgebiete 1 bis 4 gehören zur Romandie und erhalten im Durchschnitt bessere Werte als die Gebiete in der Deutschschweiz. Die Bewertung im **Versorgungsgebiet 1 Genève** liegt auf dem Gesamtdurchschnitt, wobei der Unterhaltungswert mit 2.9 vergleichsweise tief und der Lokal-Bezug mit 4.0 hoch bewertet werden. Das **TVG 2 «Vaud-Fribourg»** liegt über alle Bewertungskategorien auf oder über dem Gesamtdurchschnitt. Das kann gegebenenfalls darauf zurückgeführt werden, dass in dieses Gebiet mehrere Regionalfernsehsender einstrah-

³² Die Definition und die Karten der Versorgungsgebiete können auf der Homepage des BAKOM eingesehen werden: <http://www.bakom.admin.ch/org/grundlagen/00955/01137>.

len und daher die Auswahl für die Zuschauer verschieden ist. Die Bewertungen für **TVG 3 «Valais»** liegen bei allen Dimensionen – ausser dem Unterhaltungswert – über dem Durchschnitt. Dabei werden die besten Bewertungen für den Lokal-Bezug und die Ausgewogenheit von allen Gebieten dem Gebiet Valais vergeben. Dementsprechend überdurchschnittlich hoch ist die generelle Zufriedenheit (Spitzenreiter zusammen mit dem TVG 13 Tessin). Das **TVG 4 «Arc Jurassien»** punktet mit der besten Bewertung für die Glaubwürdigkeit, während der Lokal-Bezug etwas schlechter bewertet wird.

In den TV-Versorgungsgebieten der Deutschschweiz werden die Regionalfernsehprogramme generell kritischer bewertet. Im Durchschnitt am schlechtesten bewertet werden die drei Gebiete 5 «Bern», 8 «Aargau-Solothurn» und 10 «Zürich-Nordostschweiz». Das **TVG 5 «Bern»** wird in praktisch allen Dimensionen unter dem Durchschnitt bewertet (einzig Unterhaltungswert liegt auf Durchschnitt). Im zweisprachigen **TVG 6 «Biel/Bienne»** werden der Lokal-Bezug und die Professionalität unterdurchschnittlich bewertet. Im **TVG 7 «Basel»** geben die Zuschauer durchschnittliche Bewertungsurteile ab, während insbesondere der Informationsgehalt etwas tiefer bewertet wird. Im **TVG 8 «Aargau-Solothurn»** liegt der Gesamtdurchschnitt der Bewertungen recht tief, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass die Professionalität, die Ausgewogenheit und der Unterhaltungswert tiefe Bewertungen bekommen haben. Im **TVG 9 «Innerschweiz»** liegen die Bewertungen generell im durchschnittlichen Bereich. Das **TVG 10 «Zürich-Nordostschweiz»** ist von einer Besonderheit geprägt, da der konzessionierte Regional-sender «Tele Top» in diesem Gebiet nur von einer Minderheit genutzt wird und «Tele Züri» ohne Konzession deutlich vorne liegt. Die Bewertungen für dieses Gebiet fallen unterdurchschnittlich aus, wobei insbesondere die Glaubwürdigkeit und die generelle Zufriedenheit schlecht bewertet werden.

Das **TVG 11 Ostschweiz** wird tendenziell mit leicht überdurchschnittlichen Urteilen bewertet, nur der Unterhaltungswert und der Info-Gehalt liegen auf der Höhe des Durchschnitts. Die Bewertungen im **TVG 12 Südostschweiz** liegen rund um den Durchschnitt, wobei insbesondere die Professionalität und die Ausgewogenheit nach unten abweichen.

Im Vergleich mit allen anderen Versorgungsgebieten liegen die Bewertungen im **TVG 13 «Tessin»** klar über dem Durchschnitt. Vor allem ragt die Unterhaltsamkeit im Urteil der Tessiner heraus sowie die Professionalität. Dementsprechend ist auch die generelle Zufriedenheit mit dem Programm überdurchschnittlich hoch.

3.3 Bewertung von SRG-Radio

In der Tabelle 4 sind die Anteile der Befragten in Prozent aufgeführt, die die jeweiligen Bewertungskriterien für die von ihnen genutzten Radio-Sender der SRG 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.

Tabelle 4 Zustimmung zu den Bewertungskriterien für SRG-Radio

Prozent Zustimmung*	SRG Radio						
	H 09	F 13	H 14	H 15	Diff. 15-14	Diff. 15-13	Diff. 15-09
Professionalität	81%	81%	84%	84%	0%	3%	3%
Info-Gehalt	74%	72%	73%	72%	1%	0%	-2%
Stellenwert Lokal	46%	44%	43%	44%	1%	0%	-2%
Ausgewogenheit	66%	64%	65%	66%	1%	2%	0%
Glaubwürdigkeit	79%	81%	80%	82%	2%	1%	3%
Unterhaltsamkeit	68%	67%	68%	66%	-2%	-1%	-2%
Generell zufrieden	74%	78%	78%	78%	0%	0%	4%
N-Minimum	2281	2962	3007	2592			

* Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien 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

Die **generelle Zufriedenheit** mit den SRG-Radioprogrammen wird von einer deutlichen Mehrheit der Befragten bestätigt (78%). Dieser Anteil ist seit 2013 kontinuierlich stabil geblieben. Im Vergleich zur Herbsterberhebung 2009 kann eine signifikante Verbesserung festgestellt werden. Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen können nicht festgestellt werden. Die Bewertung der SRG-Radioprogramme ist also sehr homogen.³³

Das Generalkriterium **Professionalität** wird für die SRG-Radioprogramme mit 84 Prozent häufiger bestätigt als jedes andere Leistungskriterium bei allen Medien. Auch bei diesem Kriterium sind die Bewertungen der verschiedenen Aufrissgruppen sehr ähnlich, mit einer leicht höheren Bewertung durch die höher Gebildeten sowie die mittlere Altersgruppe.

Ebenfalls sehr hoch wird bei den Radioprogrammen der SRG die **Glaubwürdigkeit** bewertet. 82 Prozent der Befragten vertrauen den Informationen, die sie über die von ihnen genutzten SRG-Radios erhalten. Im Vergleich zum letzten Jahr hat dieser Anteil um zwei (nicht signifikante) Prozentpunkte zugenommen, aber im Vergleich zum Jahr 2009 zeigt sich eine positive Tendenz. Die Tessiner und Deutschschweizer bewerten die Glaubwürdigkeit ihrer SRG-Programme mit 4.3 bzw. 4.2 deutlich vor den Romands mit 4.0. Weitere grössere Unterschiede finden sich für die Glaubwürdigkeit nicht.

72 Prozent der Radiohörer, die mindestens gelegentlich einen Radiosender der SRG einschalten, schätzen ihre Sender als **informativ** ein. Auch dieser Anteil ist konstant im Vergleich zum letzten Jahr und dem Jahr 2009. Auch bei diesem Kriterium zeigen sich kaum Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen.³⁴ Einzig die informationsorientierten Hörer/innen bewerten den Informationsgehalt der SRG-Radiosender besser (4.0) als die unterhaltungsorientierten Befragten (3.8).

Der **Stellenwert des Lokalen** wird, wie bei den TV-Sendern der SRG, von weniger als der Hälfte (44%) der SRG-Radio-Hörer als hoch eingestuft. Auch hier zeigen sich im Vergleich mit dem Vorjahr oder der Erhebung in 2009 keine signifikanten Unterschiede. Von den älteren Zuhörer/innen schätzen 52 Prozent den Stellenwert des lokal-regionalen Geschehens als hoch

³³ vgl. zu den Aufrissgruppen die Tabelle 3.21 im Tabellenband.

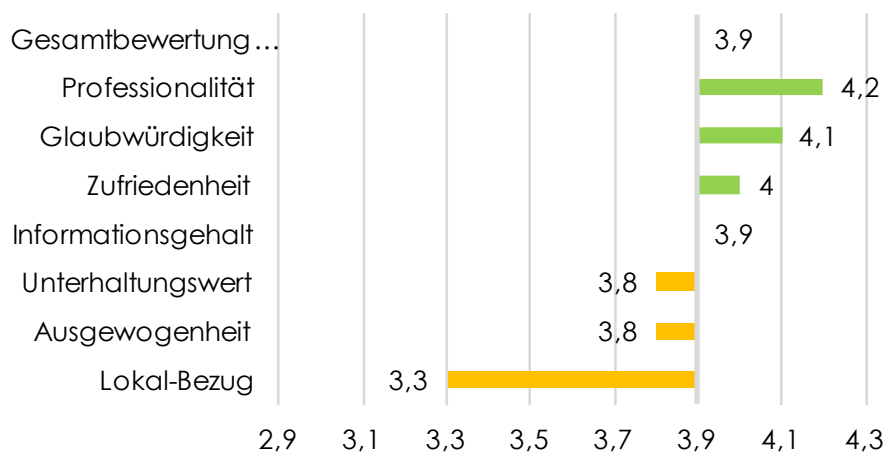
³⁴ vgl. Tabelle 3.16 im Tabellenband.

ein.³⁵ Im Unterschied dazu tun das nur 38 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/innen 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 (49%) als die höher Gebildeten (40%). Wie bei den SRG-TV-Programmen hängt der Eindruck eines «Lokalbezugs» von der Grösse der jeweiligen Sprachregion ab (vgl. Abschnitt 3.1). Im Tessin nehmen die Befragten für ihre Sender zu 72 Prozent einen hohen «Stellenwert der Lokalberichterstattung» wahr. In der Romandie sind es noch 54 und in der Deutschschweiz nur noch 40 Prozent.

Die **Ausgewogenheit** der Meinungen und Themen wird von zwei Dritteln der SRG-Radiosender bestätigt und stellt damit im zeitlichen Vergleich einen konstanten Anteil dar. Nichtsdestotrotz gehört die Ausgewogenheit innerhalb der SRG-Radios zu den unterdurchschnittlich bewerteten Kriterien (vgl. Abbildung 16).³⁶ In Hinsicht auf dieses Leistungskriterium unterscheiden sich die unterschiedlichen Befragtengruppen kaum voneinander.³⁷ Lediglich die Tessiner vergeben eine leicht höhere Bewertung.

Die **Unterhaltsamkeit** der SRG-Radiosender wird von zwei Dritteln der Hörer als eher oder sehr unterhaltsam bewertet (66%). Der Anteil für die Radiosender der SRG ist im Vergleich zu den früheren Erhebungen ungefähr konstant geblieben. Interpretierbare signifikante Unterschiede zwischen den Auftragsgruppen gibt es in Bezug auf den Unterhaltungswert nicht, ausser wiederum einer besseren Bewertung durch die Tessiner: 74 Prozent Zustimmung durch die Tessiner gegenüber 59 Prozent Zustimmung in der Romandie oder 67 Prozent in der Deutschschweiz.

Abbildung 16 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für SRG-Radio



Daten: IaKom 2015, N: 2'680. Achse auf Gesamtbewertung SRG-Radio ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5) (vgl. Fussnote 3)

³⁵ vgl. Tabelle 3.17 im Tabellenband

³⁶ Zu den kommunikationswissenschaftlichen Erklärungen dazu siehe Fussnote 21.

³⁷ vgl. Tabelle 3.18 im Tabellenband

3.4 Bewertung von privatem Lokal-Radio

Auch wenn die **Lokalradiosender** von ihren Hörer/innen insgesamt nicht so gut bewertet werden wie die SRG-Radiosender, ist die Kluft zwischen den öffentlichen und privaten Radioangeboten bei weitem nicht so gross wie zwischen den Fernsehsendern der SRG gegenüber den Regional-Fernsehsendern. Ausserdem werden bei Lokal-Radio die verschiedenen Dimensionen am homogensten aller Mediengruppen bewertet (Abbildung 17).

Tabelle 5 Zustimmung zu den Bewertungskriterien für private Lokal-Radio

Prozent Zustimmung*	Lokal-Radio						
	H 09	F 13	H 14	H 15	Diff. 15-14	Diff. 15-13	Diff. 15-09
Professionalität	65%	62%	63%	63%	0%	0%	-2%
Info-Gehalt	56%	49%	45%	47%	2%	-2%	-9%
Stellenwert Lokal	68%	65%	65%	68%	3%	3%	0%
Ausgewogenheit	53%	50%	46%	51%	5%	1%	-2%
Glaubwürdigkeit	68%	66%	65%	65%	0%	-1%	-3%
Unterhaltsamkeit	62%	65%	66%	64%	-2%	-1	2%
Generell zufrieden	64%	66%	66%	69%	3%	3%	5%
N-Minimum	1473	1404	1549	1925			

Daten: IaKom 2015.

*Die Prozentwerte der Zustimmung geben jeweils den Anteil der Befragten an, die die Leistungskriterien für die TV-Angebote sehr oder eher erfüllt sehen (5 und 4 auf den Skalen). Unterschiede zwischen den Prozentwerten sind mindestens ab einer Differenz von 3% auf dem 95%igen Signifikanzniveau statistisch signifikant.

Insgesamt sind 69 Prozent der Lokalradiohörer/innen mit ihrem Programm **zufrieden**. Im Vergleich sowohl zum letzten Jahr wie auch zu 2009 ist dieser Anteil signifikant gestiegen. Nach Gruppen aufgeteilt zeigt sich, dass Frauen mit ihren Lokalradiosendern häufiger zufrieden sind als Männer. Bei den Frauen sind es mit 71 Prozent. Bei den Männern sind es mit 67 Prozent 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 18 Prozent.³⁸ 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 4.0.³⁹

Die **Unterhaltsamkeit** der Lokal-Radios wird von knapp zwei Dritteln der Befragten bestätigt. Im Ein- und Mehr-Jahresvergleich verbleiben die Werte grosso modo konstant. Den Unterhaltungswert bestätigen die jüngsten Befragten häufiger (67%) als die älteste Befragtengruppe (57%). Auch dieses Kriterium bewerten die tiefer Gebildeten (4.0) besser als die hoch Gebildeten (3.7). Zudem empfinden die Tessiner (3.9) und Deutschschweizer (3.8) ihr lokales Radio-Angebot als unterhaltsamer als die Romands (3.6).⁴⁰

³⁸ vgl. Tabelle 3.28 im Tabellenband

³⁹ 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.

⁴⁰ vgl. zu den Aufrissgruppen Tabelle 3.27 im Tabellenband.

Knapp zwei Drittel der Befragten empfinden die von ihnen genutzten Lokal-Radios über die Jahre hinweg konstant als **professionell** (63%). Auch bei der Bewertung der Professionalität unterscheiden sich die Bildungsgruppen, wobei wiederum die Gruppe mit tieferer Bildung zu einem grösseren Anteil ihre Programme professionell findet als die höher Gebildeten.⁴¹ In Bezug auf die Professionalität unterscheiden sich die Sprachregionen dagegen kaum.

Der **lokal-regionalen Berichterstattung** wird von 68 Prozent der Befragten ein hoher Stellenwert beim Privatrado zugeschrieben. Gegenüber dem Vorjahr stellt dies eine signifikante Verbesserung von 3 Prozentpunkten dar. Damit erreicht die Bewertung des Lokal-Bezugs wieder den Ausgangswert aus dem Jahre 2009. Zwischen den Aufrissgruppen finden sich bei diesem Kriterium kaum signifikante Unterschiede in der Bewertung – auch nicht bei der Bildung.

Da die Mehrzahl der Privatradiosender stärker auf Unterhaltung formatiert sind, ist es nicht verwunderlich, dass ihre Zuhörer sie nicht so **informativ** finden (47%) wie die der SRG-Radiosender (72%). Zwar zeigt sich gegenüber dem Vorjahr eine leichte Zunahme (nicht signifikant), aber gegenüber 2009 eine deutlich schlechtere Bewertung des Informationsgehaltes der Lokal-Radios (2009 noch bei 56%). Entsprechend dem negativen Zusammenhang zwischen Alter und Bildung halten nur 40 Prozent der hoch Gebildeten die Lokalradiosender für informativ, während 59 Prozent der Befragten mit tiefem Bildungsstand den Informationsgehalt ihrer Sender als hoch einstufen.⁴² Die unterhaltungsorientierten Befragten schätzen dabei den Informationsgehalt signifikant höher (3.6) ein als die Gruppe mit Informationsorientierung (3.3).

Die **Ausgewogenheit** der Themen und Meinungen bestätigt die Hälfte der Befragten ihren lokalen Radiosendern (51%). Gegenüber dem Vorjahr (46%) stellt dies eine signifikante Verbesserung dar, wobei allerdings der Ausgangswert von 2009 (53%) nicht erreicht wird. Vergleichbar mit der Bewertung des Informationsgehalts stufen die höher Gebildeten die Ausgewogenheit tiefer ein (3.4) als die tiefer Gebildeten (3.7) und die mittlere Bildungsgruppe (3.6).⁴³ Ebenso empfinden die Tessiner (3.7) ihre lokalen Radiosender als ausgewogener als die Deutschschweizer (3.5).

Zwei Drittel der Hörer halten ihre Lokal-Radios für **glaubwürdig** (65%). Damit verbleibt die Glaubwürdigkeit gegenüber dem Vorjahr konstant. In Bezug auf die Glaubwürdigkeit zeigen sich die geringsten Unterschiede zwischen den Aufrissgruppen.⁴⁴

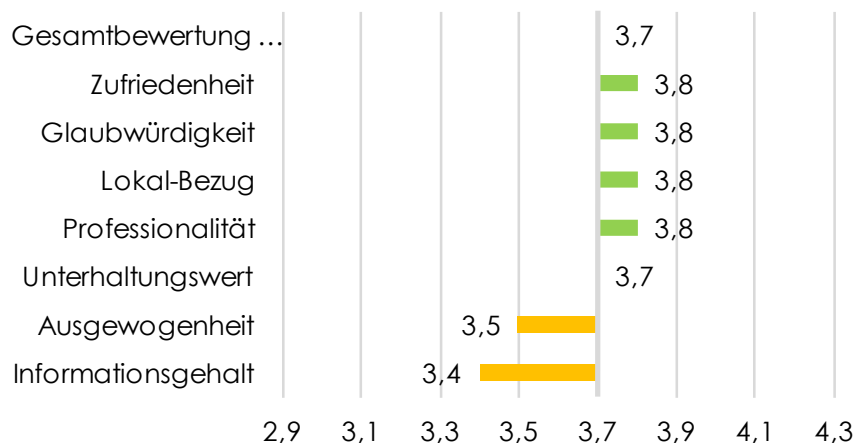
⁴¹ vgl. Tabelle 3.22 im Tabellenband.

⁴² vgl. Tabelle 3.23 im Tabellenband.

⁴³ vgl. Tabelle 3.25 im Tabellenband.

⁴⁴ vgl. Tabelle 3.26 im Tabellenband.

Abbildung 17 Über- und unterdurchschnittliche Bewertung für Lokal-Radio 2015



Daten: IaKom 2015, N: 2'019. Achse auf Gesamtbewertung Lokal-Radio ausgerichtet, während der Wert 3 dem Skalenmittel entspricht.

Skala: sehr schlechte Bewertung (1) bis sehr gute Bewertung (5) (vgl. Fussnote 3)

Bewertung innerhalb der Lokalradio-Versorgungsgebiete

In Tabelle 6 sind die durchschnittlichen Bewertungen für die Radio-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 Leistungskriterium mindestens eine Bewertung in Bezug auf das von ihnen gehörte Lokalradio abgegeben haben. Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Bewertungsdimension 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 des Regionalfernsehens werden die lokalen Radiosender der Westschweiz eher schlechter bewertet als in der Deutschschweiz (mit der Ausnahme von Arc Jurassien). Im Radio-Versorgungsgebiet (RG) **RG1 Genève** haben die Radiohörer die tiefsten Bewertungen vergeben. Fünf der sieben abgefragten Dimensionen werden unter dem Durchschnitt bewertet, wobei im RG1 vor allem die Glaubwürdigkeit mit der tiefsten Bewertung über alle Versorgungsgebiete schlecht abschneidet. Die generelle Zufriedenheit wird auf dem Durchschnitt und einzig die Unterhaltsamkeit wird leicht über dem Durchschnitt bewertet. Im **RG2 Arc Lémanique** sind ebenfalls alle Bewertungen auf oder unter dem Durchschnitt, was sich auch in einer leicht unterdurchschnittlichen generellen Zufriedenheit niederschlägt. Im Gebiet **RG6 Arc Jurassien** wird der Lokalbezug als besonders stark gegeben angesehen (höchste Bewertung über alle Gebiete). Auch die übrigen Bewertungskriterien werden überdurchschnittlich bewertet (nur die Unterhaltsamkeit leicht unterdurchschnittlich). Dadurch ergibt sich auch für generelle Zufriedenheit die höchste Beurteilung über alle Gebiete. Im zweisprachigen **RG7 Fribourg** werden die Professionalität und der Unterhaltungswert unterdurchschnittlich bewertet. Die übrigen Kategorien weichen nur minimal vom jeweiligen Gesamtdurchschnitt ab.

Tabelle 6 Bewertung der Lokal-Radios nach Versorgungsgebieten

Versorgungsgebiete	Gesamt	Professionalität	Info-Gehalt	Lokal-Bezug	Ausgewogenheit	Glaubwürdigkeit	Unterhaltsamkeit	Generell zufrieden	Minimal-n	Sender
1 Genève	3.5	3.6	3.2	3.6	3.4	3.3	3.8	3.8	66	Cité
2 Arc Lémanique	3.6	3.8	3.3	3.6	3.5	3.6	3.6	3.7	88	One, Yes, Lausanne, Rouge
6 Arc Jurassien	3.8	3.9	3.5	4.1	3.7	4.0	3.6	4.0	86	BNJ, Grif
7 Fribourg	3.7	3.6	3.5	3.9	3.5	3.8	3.6	3.7	76	Fribourg
10 Bern	3.7	3.7	3.5	3.8	3.6	3.8	3.9	3.9	91	Radio Energy Bern, Capital FM
14 Solothurn-Olten	3.8	3.9	3.5	4.0	3.7	4.0	3.9	4.0	85	Radio 32
15 Aargau	3.8	3.9	3.7	4.0	3.5	3.9	3.9	3.9	176	Argovia
17 Region Basel	3.7	3.7	3.2	3.9	3.4	3.8	3.7	3.8	127	Radio Energy Basel, Basilisk
19 Innerschweiz West	3.7	3.8	3.5	3.8	3.5	3.8	3.8	3.9	168	Pilatus
23 Zürich-Glarus	3.6	3.7	3.2	3.6	3.4	3.6	3.7	3.7	306	Radio 1, 24, Zürisee, Energy Zürich
29 Ostschweiz West	3.7	3.7	3.4	3.8	3.5	3.9	3.8	3.8	109	Radio Top
30 Ostschweiz Ost	3.7	3.9	3.5	3.9	3.5	3.8	3.7	3.9	109	FM 1
33 Sopraceneri	3.8	3.9	3.4	3.7	3.6	4.0	4.0	3.9	50	Fiume Ticino
Übrige n < 50	3.7	3.7	3.5	3.9	3.6	3.9	3.6	3.8	370	Übrige (n < 50)
Total	3.7	3.8	3.4	3.8	3.5	3.8	3.7	3.8	1925	Gesamt

Daten: laKom 2015.

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 Beurteilungskriterium sehr zutrifft und 1, dass es gar nicht zutrifft (vgl. Fussnote 3). Die Farbskala reicht von grün bis rot, wobei die maximalen Werte je Leistungsdimension grün gekennzeichnet sind und die minimalen Werte rot.

Lesebeispiel: Im Radio-Versorgungsgebiet 6 Arc Jurassien wird der Lokal-Bezug und die generelle Zufriedenheit (grün) der genutzten Lokal-Radios von den Hörern vergleichsweise hoch bewertet und der Unterhaltungswert tief (rot).

Innerhalb der Deutschschweiz werden die beiden Radio-Gebiete 14 Solothurn-Olten und 15 Aargau am besten bewertet. Das **RG10 Bern** wird in praktisch allen Dimensionen auf dem Durchschnitt bewertet. Das sehr gut beurteilte **RG14 Solothurn-Olten** wird als einziges Gebiet in allen Dimensionen über dem Durchschnitt bewertet. Der Lokal-Bezug und die Ausgewogenheit werden dabei am stärksten überdurchschnittlich bewertet. Analog zu den insgesamt guten Bewertungen erzielt auch die generelle Zufriedenheit den Höchstwert (zusammen mit Arc Jurassien). **RG15 Aargau** gehört zu den höchst bewerteten Gebieten (zusammen mit Arc Jurassien, Solothurn-Olten und Sopraceneri). Beim RG15 Aargau werden insbesondere der Informationsgehalt und die Unterhaltsamkeit überdurchschnittlich bewertet. Mit der Versorgung des **RG17 Region Basel** sind die meisten Lokalradiohörer/innen insgesamt durchschnittlich zufrieden, wobei die Hörer mit dem Informationsgehalt und der Ausgewogenheit unzufrieden, aber mit dem Lokal-Bezug zufriedener sind. Das Versorgungsgebiet **RG19 Innerschweiz West** wird ebenfalls durchschnittlich beurteilt. Die Radiohörer des **RG23 Zürich-Glarus** beurteilen die Lokal-Radios in ihrem Gebiet in allen Dimensionen unterdurchschnittlich, nur der Unterhaltungswert liegt auf dem Durchschnitt. Dies ergibt insgesamt die tiefste generelle Zufriedenheit in der Deutschschweiz (gleich tief wie RG2 Arc Lémanique und RG7 Fribourg). Die lokalen Radios sowohl im Gebiet **RG 29 Ostschweiz West** als auch im **RG30 Ostschweiz Ost** bewerten die Hörer sehr durchschnittlich.

Wie beim Regional-TV geben die Nutzer im Tessin für ihre lokalen Radiosender sehr gute Bewertungen ab. Im **RG33 Sopraceneri** schätzen die Hörer vor allem die Professionalität, die Glaubwürdigkeit und den Unterhaltungswert. Zusammen mit den Gebieten 6 Arc Jurassien, 14 Solothurn-Olten und 15 Aargau liegt das RG33 Sopraceneri somit auf den Spitzenplätzen.

4 Schlussfolgerungen

Die meisten Schweizer lassen sich in erster Linie über das Fernsehen über Politik und das allgemeine Geschehen informieren und präferieren für lokale Nachrichten neben der Presse vor allem Radio. Daraus erwächst eine hohe Verantwortung für die Informationsleistungen der Rundfunkangebote. Generell wächst jedoch die Bedeutung der Onlineinformation durch das Nachrücken jüngerer Alterskohorten. Die jüngeren Befragten gaben deutlich häufiger das Internet als Informationsquelle an. In der Alterskohorte von 15 bis 54 verfügen mehr Befragte über ein Onlineempfangsgerät (Computer, Smartphone oder Tablet) als über die klassischen Medienkanäle (TV, Presse oder Radio). Allerdings werden im Internet sehr häufig die Onlineangebote der klassischen Medien aufgesucht. Daneben werden aber auch reine Online-Informationen-Dienste genutzt oder News-Aggregatoren (z.B. Google News) und soziale Netzwerke (z.B. Facebook).

Die Nutzung von Regional-TV-Angeboten ist 2015 im Vergleich zum Vorjahr signifikant gesunken. Ob dieser Rückgang der Regionalfernsehnutzung einen Trend darstellt, verbleibt dabei vorerst offen. Gegebenenfalls stellt sich die Frage, ob und welche Kanäle die Menschen in der Schweiz stattdessen nutzen und nutzen werden, um sich über ihre Region und lokales Geschehen zu informieren. Zusätzlich ist abzuklären, ob die hohen Zuwendungskapazitäten des Internets für die Menschen ausreichend viele Informationen über ihre Region anbieten und damit wiederum die Nutzungsgewohnheiten im Bereich der Regionalinformationen beeinflussen.

Die Perspektive der Medienbewertung aus der Publikumperspektive stellt eine Ergänzung zu den Leistungsuntersuchungen durch Inhaltsanalysen dar. Die in diesem Bericht dokumentierten Leistungsbeurteilungen beziehen sich auf Rundfunksender, die von den Befragten aus dem vorhandenen Angebot ausgewählt wurden. 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 sprachregional und an ihrem Wohnort vorfindet. Warum jemand ein Programm nicht nutzt, kann verschiedenste Gründe haben. Dazu gehört auch, dass begründete oder unbegründete Leistungsvorstellungen von den Programmen zu ihrer Nichtnutzung führen. In die Analysen gingen die Bewertungen derer nicht ein, die die Angebote für nicht relevant genug halten, um sich ihnen überhaupt zuzuwenden.

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

Im Vergleich über alle Bewertungen schneiden die Radioprogramme der SRG am besten ab (3.9). Knapp dahinter werden die privaten Lokalradios und die TV-Sender der SRG gleich gut bewertet (3.7), während die privaten Regional-TV-Programme am schlechtesten abschneiden (3.5). Im Vergleich der Sprachregionen sind die Befragten mit dem Programmangebot im Tessin häufiger zufrieden als in der Romandie und dort wiederum häufiger als in der Deutschschweiz.

Innerhalb der Bewertungskriterien schneiden das Regional-TV und die Lokalradios einzig bezüglich des «Lokalbezugs» besser ab als die SRG, was im Einklang mit den Konzessionen steht. In den verschiedenen Versorgungsgebieten unterscheiden sich die Zuwendungsanteile

zu den privaten Rundfunkangeboten zum Teil erheblich. Die Bewertungen der verschiedenen Gebiete liegen zwar nahe beieinander, dennoch kann anhand der Abweichungen ein differenziertes Bild der Leistungsbewertungen durch das Publikum nachgezeichnet werden.

Grundsätzlich zeigen die Ergebnisse eine über die Jahre sehr kontinuierliche Bewertung der Programmangebote durch das Schweizer Publikum (vgl. Fretwurst / Bonfadelli 2013 und 2015). Nichtsdestotrotz lassen sich in der längerfristigen Perspektive zwei gegenläufige Entwicklungen im Vergleich zum Publikumsmonitor im Jahr 2009 erkennen: Während die generelle Zufriedenheit über alle vier Mediengruppen zugenommen hat, werden die Ausgewogenheit und der Informationsgehalt im Durchschnitt schlechter beurteilt. Vor allem bei Regional-TV bzw. Lokal-Radio wird der Informationsgehalt immer seltener als hoch oder sehr hoch bewertet wird. Inzwischen liegt der Wert mit 48 Prozent bzw. 47 Prozent unter der Hälfte der Nutzer und damit signifikante 10 bzw. 9 Prozent unter dem Anteil von 2009.

Bei der SRG und etwas weniger ausgeprägt dem Lokalradio bewerten die jüngeren Befragten die Programme im Durchschnitt positiver als ältere Personen. Im Gegensatz dazu sind beim Regional-TV die Jüngeren weniger zufriedener als die Älteren. In Zukunft wird zu prüfen sein, wie die in einer vielfältigeren Medienwelt sozialisierten Bevölkerungskohorten die verschiedenen Medien nutzen und bewerten werden.

5 Literaturverzeichnis

- BAKOM (2012): Medienforschung. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01155.
- BAKOM (2015): Lokalradios: am meisten Regionalinformationen in der Romandie. <http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=58421>
- Bonfadelli, Heinz (2002): Medieninhaltsforschung. Kap. „Medienqualität“. Konstanz, S. 109–132.
- Bonfadelli, Heinz/ Fretwurst, Benjamin (2009): Schweizer Radio-/TV-Programme aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03236/index.html?lang=de
- Bonfadelli, Heinz/ Fretwurst, Benjamin (2010): Radio-/TV-Programme der SRG und der privaten Anbieter aus der Perspektive der Mediennutzung: Akzeptanz, Erwartungen und Bewertung. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/03479/index.html?lang=de
- Darschin, Wolfgang/Horn, Imme (1997): Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht. Ausgewählte Ergebnisse einer Repräsentativbefragung zur Bewertung der Fernsehprogramme. In: Media Perspektiven, Heft 5, S. 269-275.
- Fiechtner, Stephanie/ Gertsch, Franziska (2014): Kontinuierliche Fernsehprogrammforschung in der Schweiz: Die Programme der SRG SSR. Stichprobenbericht Frühjahr 2013. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de
- 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
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz (2015): Programmqualität in der Bewertung des Publikums. Qualitätsmonitoring der privaten und öffentlichen Veranstalter von Radio und TV-Programmen aus der Publikumsperspektive. Abschlussbericht des BAKOM-Projekts. Erhebung 2014. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de
- Grossenbacher, René/ Sasso, Stefano (2014): Programmanalyse der Schweizer Privatradios mit Leistungsauftrag und Gebührenanteil 2014. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de
- Hasebrink, Uwe (1997): Die Zuschauer als Fernsehkritiker? Anmerkungen zum vermutlichen Missverhältnis zwischen ‚Qualität‘ und ‚Quote‘. In: Wessler, Hartmut/ Matzen, Christiane / Jarren, Otfried / Hasebrink, Uwe (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.
- Koob, Clemens/ Bolliger, Kerstin (2015): TV-Motive: Darum sehen wir so gerne fern. In: publisuisse (Hg.): impact zoom Ausgabe Juni 2015. Bern. http://www.publisuisse.ch/mm/mm006/impact_zoom_0215_d.pdf
- Kolb, Steffen/ Kust, Harald / Brutschi, Robin (2014): Die Fernsehprogramme der privaten Veranstalter mit Leistungsauftrag in der Schweiz Kontinuierliche Programmforschung: Phase 5, Schlussbericht 2014 (Berichtszeitraum: Jahr 2013). http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04513/index.html?lang=de
- Künzler, Matthias (2013): Mediensystem Schweiz. Konstanz: UVK.
- Maier, Werner A./ Leonarz, Martina / Bossart, Stefan (2014): Politikberichterstattung in Gemeinden und Bezirken Eine Übersicht zu Regionalmedien. http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04513/index.html?lang=de
- Publisuisse (2011): Medien der Zukunft 2017. Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing und Kommunikation. Bern. http://www.publisuisse.ch/mm/mm003/mdz_2017_d.pdf
- Publisuisse (2014): Medien der Zukunft 2020. 20 Erkenntnisse zu Medienlandschaft, Marketing, Kommunikation und deren Entwicklung. Bern. http://www.publisuisse.ch/mm/mm006/medien_der_zukunft_2020_d.pdf
- Puppis, Manuel (2010): Einführung in die Medienpolitik. UTB.
- Ramsauer, Matthias (2008): Qualitätssicherung und Programmanalyse bei elektronischen Medien. BAKOM-Mediengespräch vom 9. Juli 2008. <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. http://www.schweizermedien.ch/fileadmin/schweizerpresse/themen/1_100707_Qualitaetssicherung_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.
- Studer, Samuel / Schweizer, Corinne / Puppis, Manuel / Künzler, Matthias (2014): Darstellung der Schweizer Medienlandschaft. Bericht zuhanden des Bundesamtes für Kommunikation (BAKOM). http://www.bakom.admin.ch/themen/radio_tv/01153/01156/04801/index.html?lang=de
- Trebbe, Joachim/ Woelke, Jens (2011): Von den Schwierigkeiten, Fernsehqualität zu definieren und zu messen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.): *Programmbericht 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.

6 Fragebogen

Grüezi, mein Name ist XYZ vom Befragungsinstitut DemoSCOPE. Wir führen zurzeit eine Umfrage im Auftrag von Medienforschern vom Institut für angewandte Kommunikationsforschung durch *und möchten mit derjenigen Person ab 15 Jahren in Ihrem Haushalt sprechen, die als letzte Geburtstag gehabt hat.*

(MFI: den kursiv markierten Teilsatz bei Natelnummern nicht einblenden)

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.)

Zuordnung zu Versorgungsgebieten

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

PH1 Ganz allgemein gesprochen, wie sehr **interessieren Sie sich für Politik im Allgemeinen?**
Sehr 4 / eher 3 / eher nicht 2 / überhaupt nicht 1

PH2 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

PH3 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

PH4 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! – EINE Nennung pro Rang egal welche Medien: Radio-Sender, TV-Sender, Zeitung oder Websites. Werden hintereinander drei Medien genannt, wird diese Reihenfolge für die Ränge genommen.

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 oder Website NOTIEREN):

EINE NENNUNG

2. Rang (Name des Senders, der Zeitung oder Website NOTIEREN):

EINE NENNUNG

3. Rang (Name des Senders, der Zeitung oder Website NOTIEREN):

PH5 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! – EINE Nennung pro Rang egal welche Medien: Radio-Sender, TV-Sender, Zeitung oder Websites. Werden hintereinander drei Medien genannt, wird diese Reihenfolge für die Ränge genommen.

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):

EINE NENNUNG

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

EINE NENNUNG

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

Medienbesitz

PH6A 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.

Antwortkategorien: 0 nicht / 1 einmal vorhanden / 2 mehrmals / 8 weiss nicht / 9 k.A

- PH61 Fernsehgerät
- PH62 Radiogerät
- PH63 Zeitungs-Abonnement
- PH64 Festnetztelefon
- PH65 Computer oder Notebook

PH6B: Ich nenne Ihnen jetzt weitere Medien bzw. Geräte. Sagen Sie mir jedes Mal, ob Sie persönlich über so ein Gerät verfügen.

PH66 Smartphone mit Touchscreen 0 nein/ 1 Ja

PH67 Tablet [INT bei Frückfrage: mit Touchscreen farbig] 0 nein/ 1 Ja

Kanal-Nutzung

PH7 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

Antworten: 1 (fast) tägl. / 2 mehrmals pro Woche / 3 einmal pro Woche / 4 seltener / 5 nie / 8 weiss nicht./ 9 keine Angabe

Wie häufig nutzen Sie...

- PH701 Programme vom Schweizer Fernsehen
 - PH702 Schweizer **Regional**fernsehprogramme
 - PH703 **Ausländische** Fernsehprogramme
 - PH704 Programme vom Schweizer Radio
 - PH705 Schweizer **Lokal**radios
 - PH707 Tageszeitungen (ausser Gratis-Pendlerzeitungen)
 - PH708 Gratis-Pendlerzeitungen
 - PH720 Das Internet
- [Filter: Wenn PH720 > 1 and PH720 < 5]

PH8: 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, seltener oder nie.

INT: VORLESEN! PRO ZEILE EINE ANTWORT:

- PH821 Radio live über das Internet hören
 - PH822 Radiosendungen zeitversetzt im Internet hören, nachdem es ausgestrahlt worden ist
 - PH831 Fernsehen live über das Internet sehen
 - PH832 Fernsehsendungen zeitversetzt über das Internet sehen, nachdem es ausgestrahlt worden ist
-

[Filter: wieder alle]

Medienkonsum

PH9 Wie ist das normalerweise an den Tagen, an denen Sie in Ihrer Freizeit Fernseh schauen, Radio hören oder Zeitung lesen?

PH91 Wie lange schauen Sie da im Durchschnitt etwa fern? in Minuten

PH92 Wie lange hören Sie da im Durchschnitt etwa Radio? in Minuten

PH93 Wie lange lesen Sie da im Durchschnitt etwa Zeitung? in Minuten

Bewertung des Gesamtprogramms von Medien

PH10R / PH10TV Jetzt möchte ich Ihre Einschätzung bzw. Bewertung von der **Qualität vom Gesamtprogramm** einerseits vom öffentlichen Schweizer Fernsehen und vom Schweizer Radio erfahren und andererseits auch vom Lokalradio und vom Regionalfernsehsender in Ihrer Region, wo Sie am meisten nutzen.

Sagen Sie mir darum zuerst den Namen vom öffentlichen **Schweizer** Radio und vom **Schweizer** Fernsehsender von der SRG, wo Sie am meisten nutzen und worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen

[INT: Bei Zögern oder der Antwort, dass es eigentlich nicht geschaut wird: Es reicht völlig, wenn Sie einen Sender im letzten Jahr mal gesehen haben.]

[INT: Bei Unsicherheit: Sagen Sie einfach an welchen Sender Sie gerade denken und ich schaue dann nach, ob der zur SRG gehört]:

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 Musikkwelle	LA 1 (TSI 1)
La Première	LA 2 (TSI 2)
Espace 2	HD Suisse
Couleur 3	kein Schweizer Fernsehen
Option musique	
Rete uno	
Rete Due	
Rete Tre	
Radio Swiss Classic	
Radio Swiss Pop	
Radio Swiss Jazz	
Kein Schweizer Radio	

PH 10 Bewertung der Regionalprogramme

PH10LR Und jetzt noch den Namen vom Lokalradio und vom Regionalfernsehsender aus Ihrer Region, worauf Sie Ihre Bewertungen beziehen wollen.

[INT: Wenn es mehrere gibt, dann bitte den nehmen, der am meisten genutzt wird.]

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

Lokalradio

Liste je Versorgungsgebiet und angrenzende anhand der PLZ

99 Kein Lokalradio

PH10RTV
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

Im Folgenden bitte ich Sie um die Bewertungen von den von Ihnen genannten Sender. Sie können immer mit den Zahlen 1 bis 5 antworten, wobei 1 immer eine sehr schlechte Bewertung bedeutet und 5 eine sehr gute. Mit den Werten 2, 3, 4 können Sie Ihre Antwort abstufen, also 2 für eher schlecht, 4 für eher gut und 3 ganz in der Mitte.

PROG: jeweils die Bewertungsblöcke rotieren lassen und zwar von PH10a bis PH10f. Ausnahme: PH10g muss immer am Ende stehen und wird daher nicht mitrotiert.

Professionalität des Gesamtprogramms

PH10a

Antwortkategorien: 5 sehr professionell / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht professionell / weiss nicht

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

Schweizer Fernsehen: [genannter Sender]

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio SRF: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Informationsgehalt der Politikbeiträge

PH10b

Wie informativ finden Sie die Beiträge aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Gesellschaft und Sport von den verschiedenen Medien? Wie informativ sind die Beiträge im...

Antwortkategorien: 5 sehr informativ / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht informativ / weiss nicht

Schweizer Fernsehen: [genannter Sender]

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio SRF: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Stellenwert der lokal-regionalen Berichterstattung

PH10c

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

Antwortkategorien: 5 sehr hohen Stellenwert / 4 / 3 / 2 / 1 gar keinen Stellenwert / weiss nicht

Schweizer Fernsehen: [genannter Sender]

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio SRF: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Ausgewogenheit des Programms

PH10d

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

Antwortkategorien: 5 sehr ausgewogen / 4 / 3 / 2 / gar nicht ausgewogen / weiss nicht

Schweizer Fernsehen: [genannter Sender]

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio SRF: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Glaubwürdigkeit der Berichterstattung

PH10e

Wie glaubwürdig ist für Sie die Berichterstattung vom

Antwortkategorien: 5 sehr glaubwürdig / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht glaubwürdig / weiss nicht

Schweizer Fernsehen

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio DRS: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Unterhaltsamkeit des Programmangebotes

PH10f

Wie unterhaltsam finden Sie das Angebot vom

Antwortkategorien: 5 sehr unterhaltsam / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht unterhaltsam / weiss nicht

Schweizer Fernsehen

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio SRF: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Zufriedenheit mit dem Programm

PH10g

Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem ...

Antwortkategorien: 5 sehr zufrieden / 4 / 3 / 2 / 1 gar nicht zufrieden / weiss nicht

Schweizer Fernsehen: [genannter Sender]

Regional-TV: [genannter Sender]

Radio SRF: [genannter Sender]

Lokalradio: [genannter Sender]

Zum Abschluss habe ich nur noch drei kurze Fragen.

Motivation für den TV-Konsum

PH11

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

[INT: nicht vorlesen] 8 ich schaue nicht fern

Motivation für den Radio-Konsum

PH12

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

[INT: nicht vorlesen] 8 ich höre kein Radio

Soziodemographie

Schulbildung

S05 Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

1 Primarschule/Oberschule

2 Sekundar-/Real-/Bezirksschule

3 Berufsschule/Fachschule

4 Mittelschule/Gymnasium

5 Seminar/Technikum/HTL/HWV/Fachhochschule

6 Universität/ETH/Hochschule/ HSG

9 weiss nicht/keine Angaben

Anhang

7 Normativer Hintergrund der Studie

Die normativen Ansprüche drücken sich rechtsstaatlich in der Verfassung und konkretisierten Rechtslegungen aus. So fordert die schweizerische Bundesverfassung in Artikel 93 Absatz 2:

«Radio und Fernsehen tragen zur Bildung und kulturellen Entfaltung, zur freien Meinungsbildung und zur Unterhaltung bei. Sie berücksichtigen die Besonderheiten des Landes und die Bedürfnisse der Kantone. Sie stellen die Ereignisse sachgerecht dar und bringen die Vielfalt der Ansichten angemessen zum Ausdruck»

(Bundesverfassung vom 18. April 1999 Stand am 14. Juni 2015).

Die Umsetzung dieses verfassungsrechtlichen Leistungsauftrages erfolgt auf zwei Ebenen. Die SRG SSR soll den Service public auf nationaler und sprachregionaler Ebene sicherstellen. Demgegenüber soll der Service public auf lokaler Ebene durch private Veranstalter gewährleistet werden. Der Service public-Auftrag sowohl der SRG SSR als auch der privaten Radio- und Fernsehveranstalter findet seinen Niederschlag in den Konzessionen, die den jeweiligen Unternehmen erteilt wird. Während die Konzession der SRG SSR einen breit gefassten Programmauftrag enthält, der ihrer integrativen Funktion entspricht, sind die Programmaufträge privater Veranstalter mehrheitlich auf den Informationsbereich ausgerichtet. Wie die Programmaufträge durch die einzelnen Veranstalter umgesetzt werden, lässt das BAKOM durch quantitative Inhaltsanalysen erheben (vgl. z.B. BAKOM 2015).

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 Leistung des Outputs der Rundfunkmedien anhand von Inhaltsanalysen und durch jährliche Repräsentativbefragungen der Schweizer Zuschauer/innen und Zuhörer/innen. Die normative Relevanz der Leistungsbewertung durch das Publikum geht unter anderem auf die Konzessionen der Rundfunksender zurück. Trebbe und Woelke weisen 2011 auf die weiter entwickelte Konzession der SRG-Radio- und Fernsehprogramme hin. Neben den Leistungsvorgaben der einzelnen Programmbereiche wird die Akzeptanz bei verschiedenen Zielpublika vorgegeben.

Diese geforderte 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» stellt 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 wird. Gemäss Artikel 3 zur Programmqualität sollen die aufgeführten Aspekte der Programmleistung die Akzeptanz steigern. 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)⁴ 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

Art. 3 Programmqualität

¹ 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.

² 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)

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 Leistungsmerkmal journalistischer Berichterstattung entspricht dies dem Kriterium der «Ausgewogenheit». Diese Leistungsansprüche 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 leitet sich der besondere Leistungsanspruch 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.

8 Stichprobe und Gewichtung

8.1 Stichprobe

Die Repräsentativität der Stichprobe wurde im Wesentlichen durch ein zweistufiges Zufallsverfahren (Random-random) gewährleistet. Auf der ersten Stufe wurden die Telefonnummern zufällig aus dem elektronischen Telefonbuch gezogen. So werden über Festnetznummern Haushalte zufällig angerufen. Innerhalb der Haushalte wird mit dem sogenannten Last-Birthday-Verfahren gearbeitet. Dabei wird die Person im Haushalt um das Interview gebeten, die als letzte Geburtstag hatte. Mit dieser Methode lässt sich eine repräsentative Auswahlgesamtheit für Haushalte mit Festnetzanschlüssen erzeugen. Das in der Marktforschung häufig eingesetzt Random-Quota-Verfahren ist für Fragestellungen im Bereich der Kommunikation ungeeignet. Das liegt daran, dass beim Random-Quota-Verfahren in den Haushalten nicht mehr zufällig ausgewählt wird, sondern die Befragtengruppen nur über die gesamte Stichprobe hinweg vorgegebene Quoten entsprechen müssen. Bei diesem Ziehungsverfahren werden Personen mit einem untypischen Kommunikationsverhalten bevorzugt in die Stichprobe gezogen, die dann nicht mehr repräsentativ für das Schweizer Medienpublikum ist. Mit dem etwas aufwendigerem Last-Birthday-Verfahren wird diese Verzerrung vermieden, da auch aus den Personen, die gemeinsam in einem Haushalt leben, zufällig ausgewählt wird.

Die anvisierte Stichprobe kann aus zwei Gründen verzerrt werden: 1. Die Erreichbarkeit und Teilnahmebereitschaft verschiedener Bevölkerungsgruppen ist unterschiedlich und 2. Während die Mobiltelefonausstattung über 100 Prozent liegt (Zweitnummern), verfügen nicht alle Haushalte über ein Festnetz. Wie diese beiden potentiellen Probleme gelöst werden, beschreiben die beiden folgenden Absätze.

Möglichen Verzerrungen bei der Erreichbarkeit verschiedener Bevölkerungsgruppen aufgrund unterschiedlicher Teilnahmebereitschaft wird durch «Flankierung» der Zufallsziehung und Gewichtung der Merkmale «Geschlecht» und «Alten» gemäss den amtlichen Statistiken (BfS) begegnet. Die Verteilung des formalen Bildungsstandes wird mit Hilfe von Gewichtungen korrigiert. Die Repräsentativität für die Rundfunk-Versorgungsgebiete wird über die Zufallsziehung und Kontrolle von 27 Kommunikationsräumen gewährleistet. Da sich sowohl die Radiogebiete als auch die TV-Gebiete zum Teil erheblich und mehrfach überschneiden, war eine kontrollierte Stichprobenziehung anhand der Versorgungsgebiete nicht möglich.

Die Aufhebung der Eintragungspflicht und die Liberalisierung des Telecom-Marktes haben dazu geführt, dass längst nicht mehr alle Privathaushalte im elektronischen Telefonverzeichnis enthalten sind. Derzeit dürften es noch etwa 80% sein, was – auch im internationalen Vergleich – als hinreichende Basis für eine repräsentative Befragung taxiert werden kann. Die Tendenz ist aber klar abnehmend und betrifft insbesondere jüngere Personen, die von Zuhause wegziehen und lediglich über einer (meist nicht eingetragenen) Handynummer erreichbar bleiben. Aus diesem Grunde werden gesamtschweizerische Stichproben zunehmend mit künstlich generierten Handy-Nummern, dem sogenannten «Random Digit Dialing» (RDD), angereichert. Die Generierung dieser Nummern, insbesondere aber die Kontaktierung ist mit einigem Aufwand verbunden. So führt nicht jede generierte Nummernkombination zu einem aktiven Anschluss und es kann im Voraus keine geografische Einschränkung vorgenommen werden. Letzteres erschwert die Zuteilung eines Befragers, der die entsprechende Sprache spricht und verunmöglicht eine vorgängige Selektion nach Wohnort. Dennoch wurde die Methode in den letzten Jahren eingesetzt, und es kann festgestellt werden, dass der Mehraufwand letztlich zu einer gewissen Steigerung der Stichprobenqualität beiträgt. Noch immer

werden aber aus forschungsökonomischen Gründen die meisten Telefonbefragungen ausschliesslich aufgrund der Eintragungen im elektronischen Telefonverzeichnis durchgeführt. Es bestand aktuell für die hier vorgestellte Studie noch kein Zwang zu RDD zu greifen. Wir schlagen allerdings vor, im Zuge des aktuellen Erhebungszyklus eine Anreicherung mit RDD als Zusatzoption anzusetzen.

Neben der Repräsentativität wurde eine hohe Genauigkeit der Ergebnisse angestrebt. Da die Genauigkeit der statistischen Kennwerte vom Stichprobenumfang abhängig ist, wurden die Teilstichproben für die einzelnen Kommunikationsräume optimiert. Das wurde über disproportionale Stichproben realisiert, wobei für alle Kommunikationsräume etwa gleich grosse Stichproben gezogen werden. Im Zuge der Auswertung wird diese Disproportionalität wieder durch Gewichtung korrigiert. Mit Hilfe dieses Verfahrens können die Kennwerte für kleinere Kommunikationsräume auf das gleiche Niveau wie für die grossen Kommunikationsräume gebracht werden.

8.2 Gewichtung

Die Stichprobe wurde disproportional zur wahren Verteilung gezogen. Hätte man die wahren Verhältnisse zwischen bevölkerungsschwachen Regionalräumen 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 hätten die Kosten mehr als verdoppelt. 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 bevölkerungsstarken Regionen hochgewichtet. Die Abweichungen der Geschlechterverteilung und Altersverteilung lagen im Rahmen vorgegebener Toleranzbereiche und wurden ebenfalls durch Gewichtung korrigiert. Der kleinste Gewichtungsfaktor liegt bei 0.27. Weniger als 5 Prozent der Fälle haben einen Gewichtungsfaktor kleiner als 0.52. Der maximale Gewichtungsfaktor liegt bei 4.5. Nur diese 0.5 Prozent der Fälle (18 von 3616) haben einen Gewichtungsfaktor grösser als 4.0. Bei 75 Prozent der Fälle liegt der Gewichtungsfaktor zwischen 0.65 und 1.9. Die Korrektur für die allein durch unterschiedliche Teilnahmebereitschaft entstandene Disproportionalität, also vor allem aufgrund der geringeren Teilnahmebereitschaft von Männern und jungen Erwachsenen (25–35), ist deutlich kleiner. Die entsprechende Gewichtungskorrektur liegt zwischen 0.8 und 2.2. Die endgültige stärkere Gewichtung kommt also durch die disproportionale Ziehung der Kommunikationsräume zustanden, die allerdings ergebnisneutral ist. Im Jahr 2015 war eine deutlich geringere Gewichtung notwendig als im Jahr 2014. Das liegt vor allem daran, dass – statt wie vorher eine Auswahl – 2015 alle 27 Kommunikationsräume untersucht wurden und daher die Stichprobe dichter an der Realverteilung realisiert werden konnte.

In den folgenden Tabellen werden die Verteilungen der Gewichtungsmerkmale aufgeführt. Die ungewichteten Anteile geben die tatsächliche Verteilung in der realisierten Stichprobe wieder. In der Spalte «gewichtet» stehen die Anteile nach der Gewichtung. Da die Gewichtung entsprechend den realen Verteilungen (Angaben BfS) durchgeführt wurde, entsprechen die gewichteten Anteile exakt den Vorgaben nach Statistiken des Bundesamtes für Statistik (BfS).

<i>Alter</i>	<i>ungewichtet</i>	<i>gewichtet nach BfS-Angaben</i>
15-24	13%	14%
25-34	7%	13%
35-54	39%	34%
55+	41%	39%
Total	100%	100%

<i>Geschlecht</i>	<i>ungewichtet</i>	<i>gewichtet nach BfS-Angaben</i>
Mann	42%	50%
Frau	58%	50%
Total	100%	100%

<i>Kommunikations- räume</i>	<i>ungewichtet</i>	<i>gewichtet nach BfS-Angaben</i>
Zürich	6%	11%
Winterthur	6%	8%
Basel	4%	6%
Bern	6%	7%
Genf	6%	7%
Lausanne-Lavaux	4%	5%
St. Gallen	4%	6%
Luzern	4%	6%
Aarau	3%	3%
Berner Seeland	3%	2%
Bündnerland	4%	3%
Innerschweiz	3%	2%
Berner Oberland	3%	3%
Bern Jura-Neuchâtel	4%	4%
Bas-Valais	4%	4%
Ticino	3%	1%
Oberwallis	4%	4%
Fribourg	6%	4%
Freiburg (d)	3%	2%
Vaud	3%	2%
Mittelland	3%	2%
Glarus	3%	1%
Fricktal	4%	4%
Berner Land	4%	3%
Baden	3%	1%
Schaffhausen	3%	2%
Total	100%	100%